



SUMMIT  
ONLINE

KOREA | MAY 11-12, 2021



# 온라인 쇼핑 경험 혁신을 위한 새로운 디지털 플랫폼 구축 전략

김지혁  
솔루션즈 아키텍트  
AWS

이일구  
솔루션즈 아키텍트  
AWS

조청식  
매니저  
롯데정보통신

진호  
상무  
롯데홈쇼핑

# AGENDA

## 온라인 쇼핑 경험 혁신을 위한 새로운 디지털 플랫폼 구축 전략

01. 리테일 분야의 디지털 트랜스포메이션(DT, Digital Transformation)
02. Next Digital Platform 시작 배경 및 Next DT - 롯데홈쇼핑
03. Next Digital Platform 프로젝트 기술 소개 - 롯데정보통신
04. 리테일 혁신을 위한 클라우드 기술 전략 요약





# 01. 리테일 분야의 디지털 트랜스포메이션 (DT, Digital Transformation)

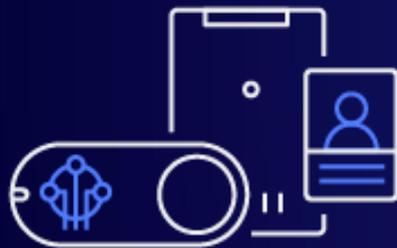
# 디지털 트랜스포메이션 in Retail



클라우드 컴퓨팅



빅 데이터



사물 인터넷 (IoT)



머신러닝/인공지능



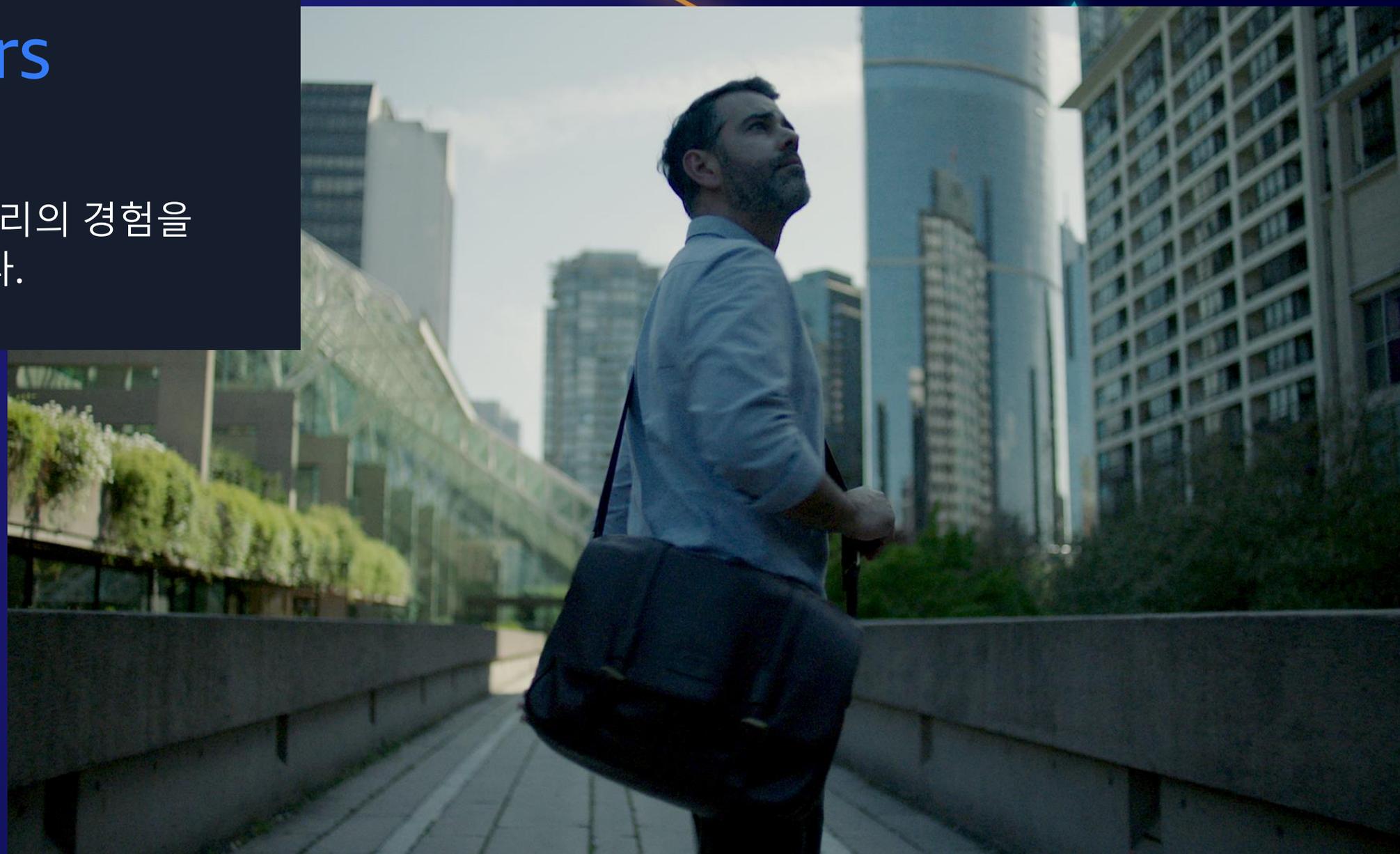
- 개인화
- 미래 예측
- 비디오 커머스
- 블록 체인
- 가상/증강 현실
- 5G 커뮤니케이션
- 로봇
- 3D 프린팅
- ....

# AWS와 Retail



## Born from Retail Built for Retailers

가장 중요한 고객 여정을 위해 우리의 경험을  
리테일러 및 파트너와 공유합니다.



# Retail에 적합한 AWS 서비스



## 적용 가능

- Amazon EKS / ECS
- Amazon Forecast
- Amazon Personalize
- Amazon Connect
- Amazon Lex
- Amazon Kinesis Video Streams
- Amazon Rekognition
- Amazon Sagemaker Ground Truth
- Amazon ISV
- JWO – Just Walk Out

## 최근 발표

- Amazon Fraud Detector 
- Contact Lens for Amazon Connect
- Amazon Rekognition Custom Labels
- Amazon Sagemaker Studio
- Amazon Sagemaker Autopilot
- Amazon CodeGuru
- Amazon Translate enhancements
- Amazon Honeycode



# 02. Next Digital Platform 시작 배경 및 Next DT - 롯데홈쇼핑

"디지털이라는 **혁신기술**을 가지고  
**고객관점**에서 **새로운 가치**를 제공하고

우리가 **일하는 방식**을  
송두리째 **바꾸고**

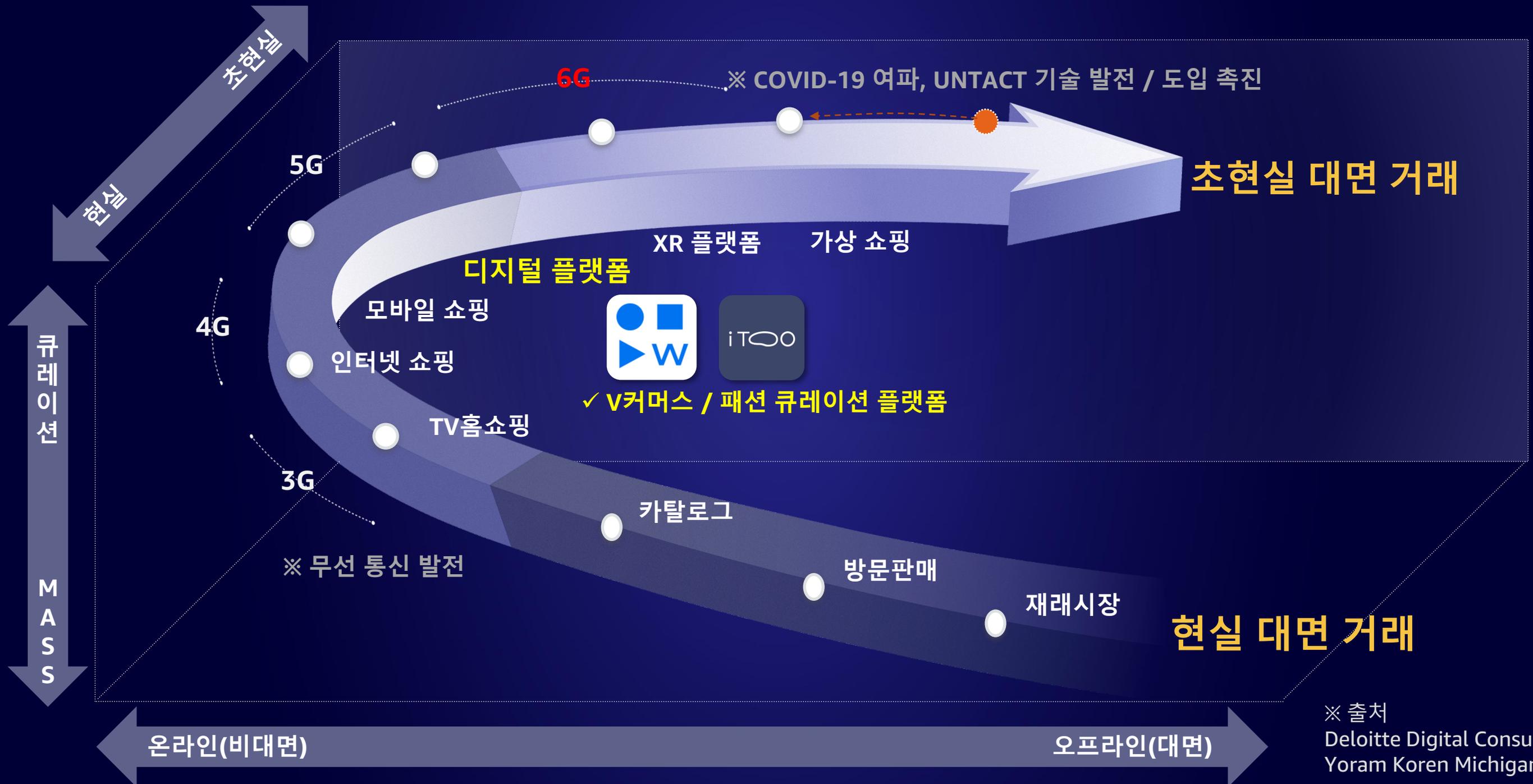
궁극적으로  
우리가 지금까지 누렸던  
**비즈니스 모델**을 **혁신**하는 것"



# I. 플랫폼 사업 추진 목적 및 전략

# Global Commerce 미래 전망

Absolute Digital Face to Face Transformation (완전 디지털 대면 전환)



※ 출처  
Deloitte Digital Consulting,  
Yoram Koren Michigan Univ.

# Digital Platform 미래 가치

신규 시장 진출 통한 성장 확대 / Digital Native 고객 확보 가능

※ TV홈쇼핑 22조원, 모바일 커머스 87조원('19년)



## V커머스 플랫폼

- 크리에이터 중심 New 미디어 생태계 확대
- 2030세대, 숏폼 영상 광고 선호

73%

유튜버

[2030 신뢰 주체]

27%

연예인

34%

숏폼 영상

[유형별 평균 전환율]

1%

e커머스 평균

※ 출처 : BCG

## Fashion 플랫폼

- 1030세대 주 관심사 패션·뷰티 (온라인 매출 27%·34% 성장)
- 커뮤니티형 패션 플랫폼, 시장 선도 (M사 / S사 등)

M사

신발 커뮤니티 시작, 패션 플랫폼

S사

소셜 커뮤니티 제공 쇼핑 플랫폼

※ 출처 : BCG

당사 역량, 그룹 시너지 활용 Business Transformation 추진



# Digital Platform 성장 전략

철저한 검증, 빠른 성장 위한 신경영 전략

스타트업 주요 실패 사례	비율
아무도 필요로 하지 않아서	42%
자금이 떨어져서	29%
적절한 인력 확보 못해서	23%
경쟁에서 뒤쳐져서	19%

※ 출처 : CB-Insights

## Growth Hacking

※ 성장(Growth)과 해킹(Hacking) 합성어, 실리콘밸리 중심 확산

**MVP** (Minimum Viable Product)

**PMF** (Product Market Fit)

**Blitz-Scaling** ※ Blitz (전격적인 맹공격, 공세)

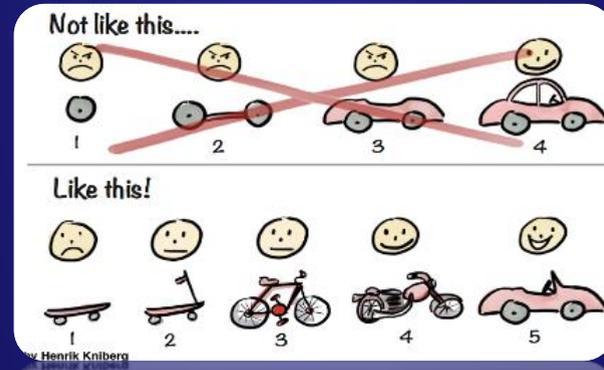
최소 기능 제품 출시

제품-시장 적합성 달성

급속 성장



고객 중심 핵심 기능 개발  
(성장 위한 가설 수립 병행)



실험, 고객 반응 분석, 빠른 개선  
(Agile One Team 구성, Data-Driven 실행)



전통적 마케팅 통한 외형 성장  
(조직 · 인력 투자 확대)

'21년, 플랫폼 완성 위한 빠른 실행 (실험 → 분석 → 개선) 집중

※ 해외 스타트업, 『가설 수립 → 반복 실험』 통해 성장 촉진 (세계 최대 숙박 예약 플랫폼 B사 연 2.5만건 실험 수행)

※ 출처  
션 엘리스, Hacking Growth  
리드 호프먼, BLITZ-SCALING



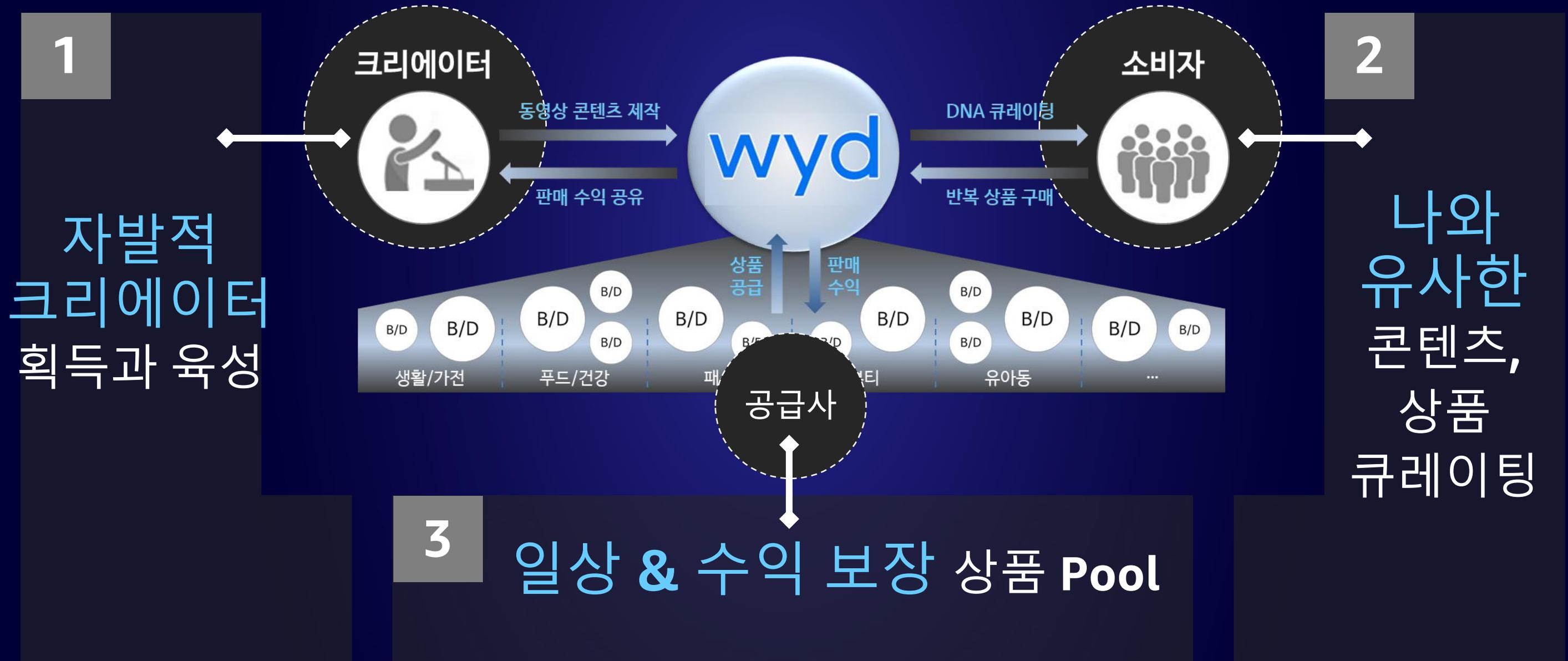


## II. V커머스 플랫폼 『wyd』 차별화 전략



# V커머스 플랫폼 『wyd』 전략

지속적인 플랫폼 성장을 위한 핵심 동력



# V커머스 플랫폼 『wyd』 차별화 전략 1

“자발적 콘텐츠 생산”을 적극적으로 유도하는 쉬운 콘텐츠 제작 Tool

상품-콘텐츠가 많아야 플랫폼은 성장

전문 크리에이터



## 판매수익 공유

- 콘텐츠를 통해 구매가 이루어질 경우 지급
- 탄력적 수익률 적용
- 플랫폼 활동 = 수익

동기 부여

성장 지원

- 활동 현황 분석 결과 대시보드 제공
- 콘텐츠.상품.채널 관점 분석 레포트
- **콘텐츠 제작 Tool 제공**



분석 정보 제공

일반인 크리에이터



“

나도 부수입을 올릴 수 있을까?  
N 잡러의 꿈...

“

수입이 점점 줄어 드네.  
돈을 더 벌 수 있었으면...

자발적 생산을 위한 동기 부여 필요

# V커머스 플랫폼 『wyd』 차별화 전략 2

“취향과 유사성” 기반의 콘텐츠, 상품 추천

## FGI – 고객 세그먼트

고객 유형을 분류한  
**세그먼트 적정성**에  
대한 소비자 설문 조사

검증  
수행

고객의 성향과 유사한  
콘텐츠와 상품의  
**추천 적정성** PoC 실행

## PoC – 콘텐츠 추천



Specialty

콘텐츠·상품 추천

Variety



머신러닝을  
통해 점차  
정교한 추천  
가능

# V커머스 플랫폼 『wyd』 차별화 전략 3

“페르소나” 설정, 타겟 맞춤 선별



28세 여성, 직장인 3년차  
#나심비 #워라밸 #쓸쓰아아

주 구입 패션/뷰티 > 푸드

선호영상 메이크업 > 인테리어

※ 출처 : 메조미디어  
2030대 타겟 오디언스 리포트

이커머스.TV 소싱

총 1.4만개 Brand  
460만개 상품 운영

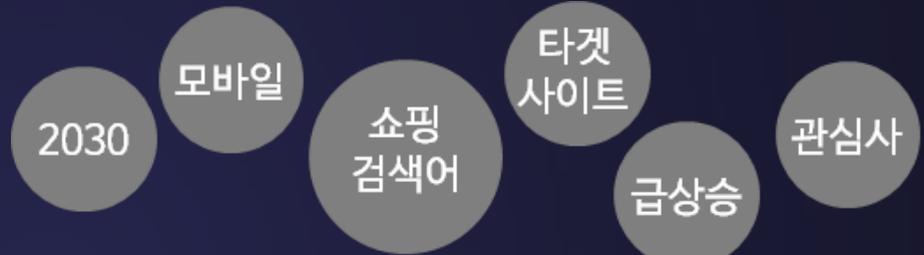
타겟 적합도

: 2030 매출비 > 38%

운영시 이익률 적합도

: 1차 할인제외 이익률 ≥ 8%

총 3,050개 Brand



대상 결정

1차 선별

2차 선별

wyd

wyd 자체 소싱

타겟사이트 7곳  
W사, H사, Z사 등

행사&랭킹 모니터링

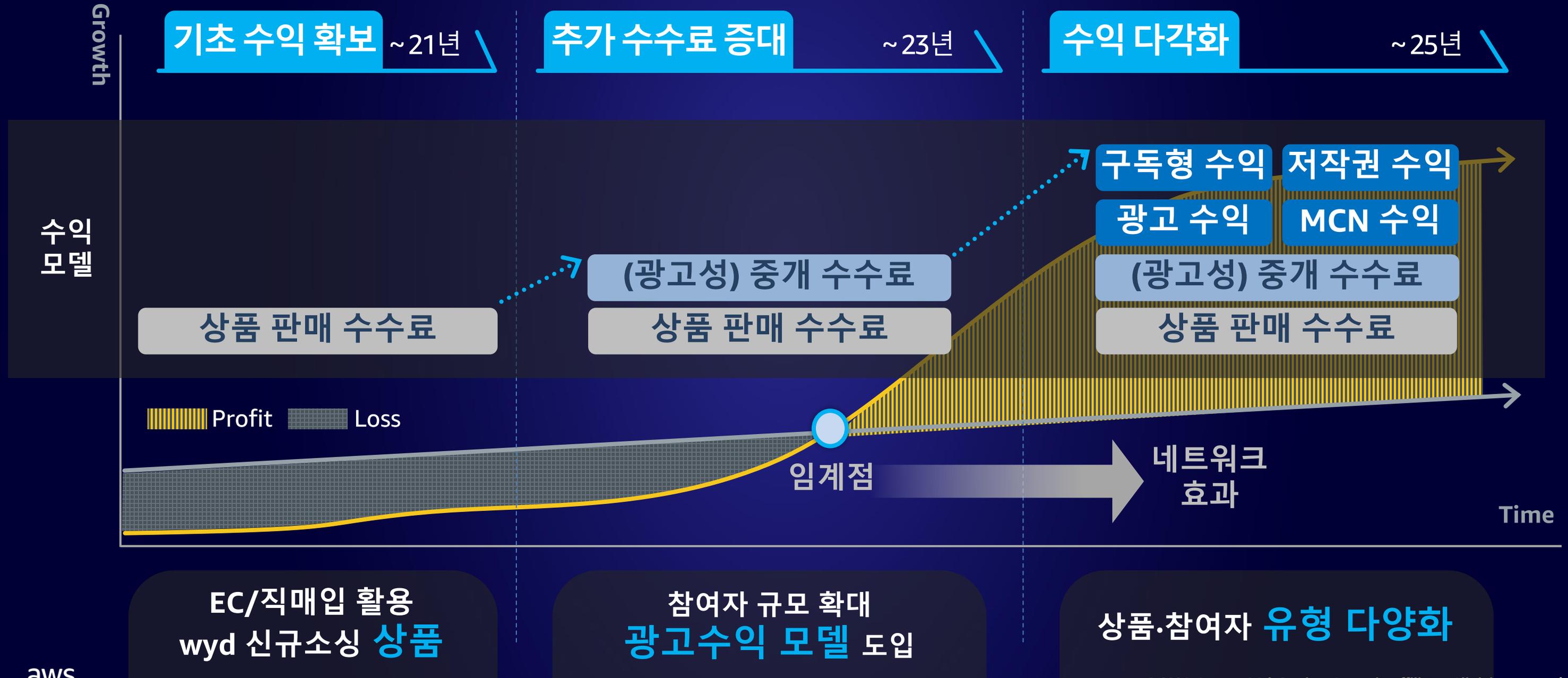
: TOP 브랜드 594개 선별

이커머스 미입점 Brand 및  
시장 인지도순 재분류

총 100개 Brand

# 향후 계획 - wyd

플랫폼 성장에 따른 수익모델 추가





# III. 패션 큐레이션 플랫폼 『iToo』 차별화 전략



# 패션 큐레이션 플랫폼 『iTOO』 전략

지속적인 플랫폼 성장을 위한 핵심 동력



1. 디지털 기술 활용 고객 경험 차별화

2. 커뮤니티 활성화, 자발적 참여자 확대

3. 다양한 상품·브랜드 Pool 확보

# 패션 큐레이션 플랫폼 『iTOO』 차별화 전략 1

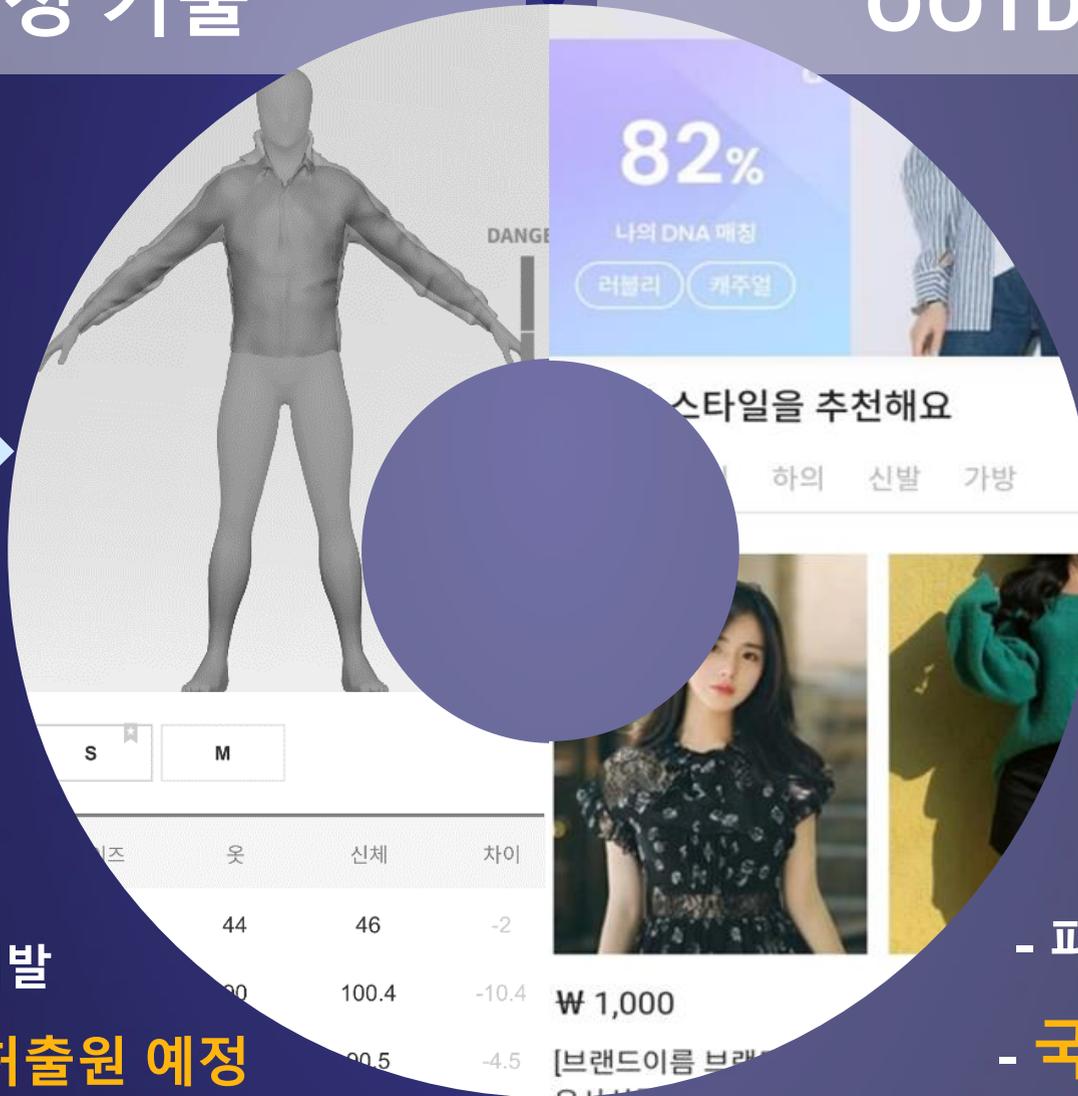
초개인화 큐레이션 구현 및 디지털 신기술 개발

## 모바일 신체 측정 기술



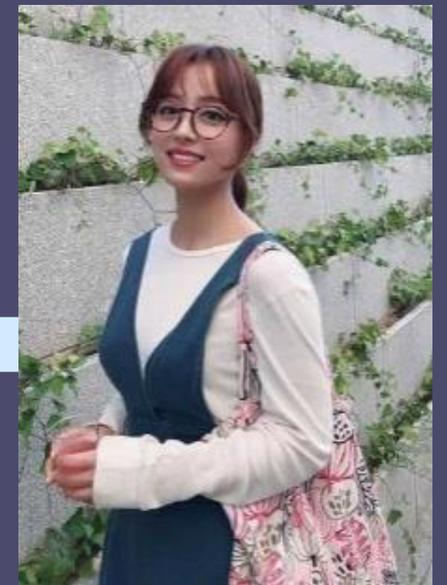
※ 신체 22개 부위  
실측 정보 제공  
(현 정확도 95%)

- 유니사이즈 경험 · Data → 기획·개발
- 국내 최초 신체 측정 기술 개발, 특허출원 예정



## OOTD 추천 알고리즘

AI 이미지 분석  
(스타일 추출)



- 패션이미지 대상 코디정보 분석 기술
- 국내 유일, 추천 알고리즘에 체형 반영

유사한 사람들의 패션 추천 → 내게 어울리는 스타일 확인

# 패션 큐레이션 플랫폼 『iTOO』 차별화 전략 2

초기 인플루언서 협업, 커뮤니티 강화

## ① 인플루언서 협업 → 붙업

- 플랫폼사 공동마케팅
- 패션학교, 패션협회 등

## ② 가입·이용 편의성

- SNS 간편 가입
- 인증 최소화

## ④ iTOO 스타일리더 육성

- 랭킹 / 등급 제도 운영
- 자체 모델 선발 (체형, 스타일별)

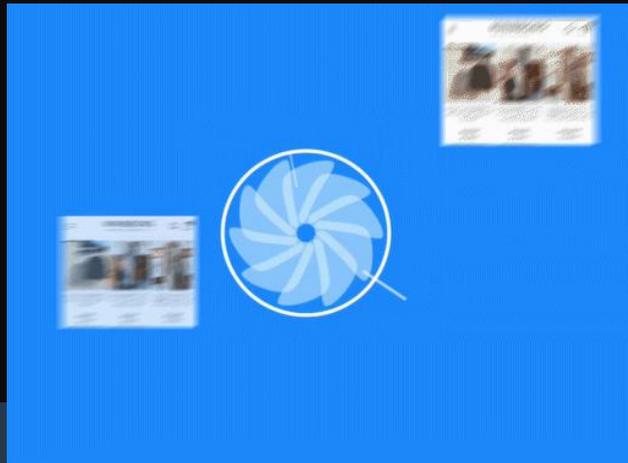
## ③ 커뮤니티 활동 촉진

- 공유·소통 리워드 운영 - OOTD, 댓글/좋아요/팔로잉
- 복수 계정 지원



# 패션 큐레이션 플랫폼 『iTOO』 차별화 전략 3

플랫폼 상품 공급의 핵심 기능, Data Crawling Platform

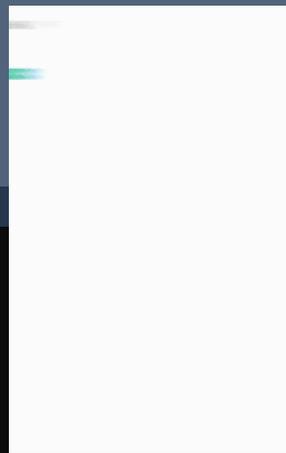


[상품 자동 수집기]



상품을 **수집** 하고,

- 웹페이지 URL만으로 상품 인식, 자동 수집
- 신규상품 외 가격변동, 재고상태 체크 기능



[상품 자동화 DB]

- 플랫폼 카테고리 체계로 자동 분류
- AI 상품 이미지 분석, 스타일 추출



목적에 맞게 **가공** 하고,



[이미지/ text 분석 엔진]

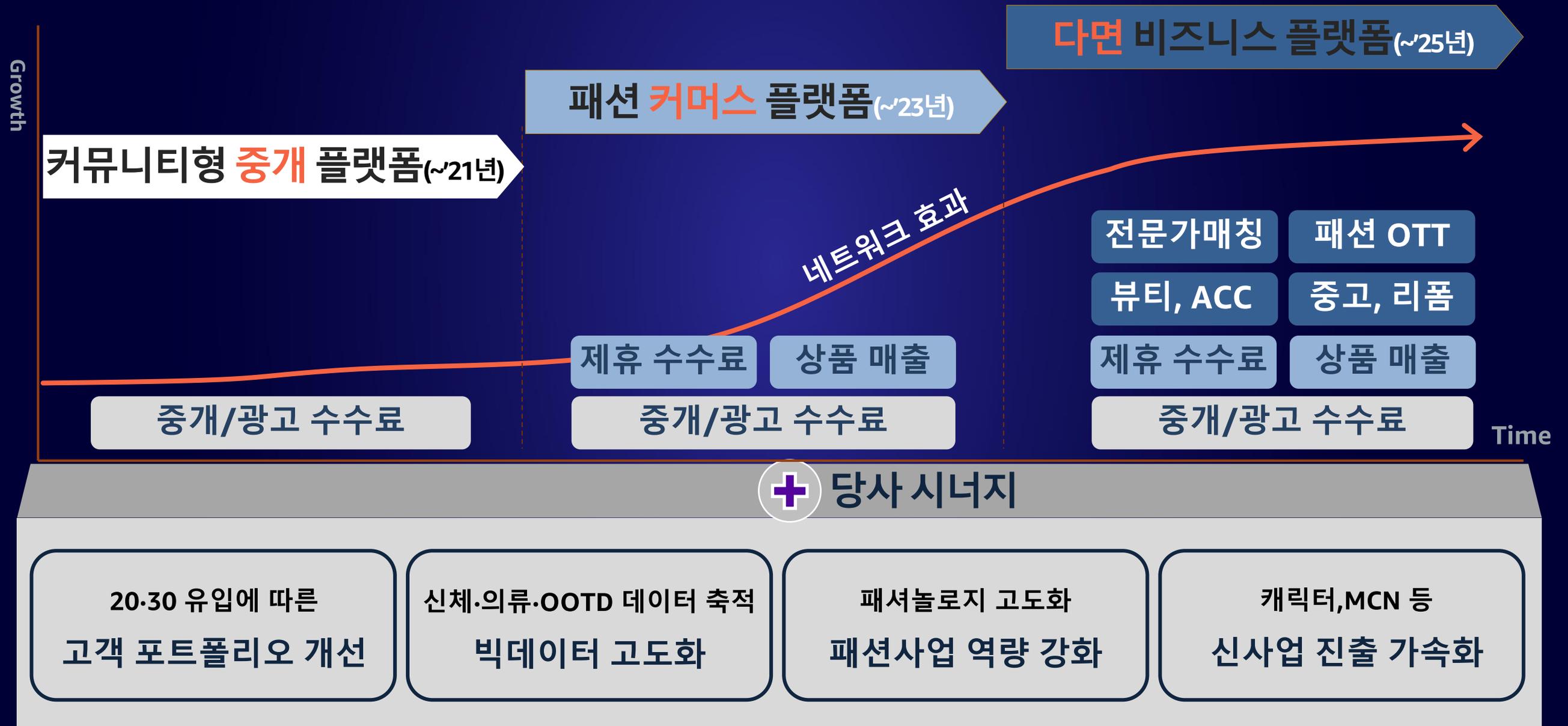
**DB화** 하는 자동화된 상품 관리 시스템

- 플랫폼 상품 BO와 매일 연동
- 일평균 5만 개 이상 상품 수집 성능

온라인에서 **상품정보를 수집**하여 **DB화** 하는 **상품관리시스템**

# 향후 계획 - iToo

패션 커머스 플랫폼의 완성 및 사업 영역 확장





# IV. 부적절 콘텐츠 관리방안 및 향후 계획

# 부적절 콘텐츠 관리방안

유해성 "사전 차단"과 참여자에 의한 "패트롤" 체계 구현

## 심의 체크리스트

유해성, 증오성  
폭력성, 허위과장  
저작권 등등...

**총 57개 기준 수립**

## 관리 대상

영상, 타이틀  
태그, 설명, 자막  
음원 등등...

**100% 전수 검사**

콘텐츠  
사전 심의

## 1 금치어 필터링

※810개 단어, 비속어 입력시 차단

## 2 참여자 신고 기능

※3회 신고누적시 자동 미전시 처리

실시간  
신고 · 필터링

법규 변화  
선제적 대응

< 공정위, 표시광고 심사 강화 >  
크리에이터가 게재한 영상을 통해  
경제적 이익발생 또는 가능성이 있다면  
플랫폼과의 이해관계를 밝혀야 함  
- 2020.09.01. 시행 -

**콘텐츠 전시정책 수정 반영**

# 플랫폼 신사업 안착 위한 **Eco System** 구축

"스타트업을 비롯한 다양한 파트너들과 경계를 허물고 소통하며, 서로 신뢰할 수 있는 협업 생태계를 만들어 갑시다." - 회장님 신년사 중 -



## 롯데 그룹 **디지털 플랫폼 사업 기반 마련**



# 03. Next Digital Platform 프로젝트

## 기술 소개 - 롯데정보통신

# Next Digital Platform 구축 전략

신규사업 진출을 위한 모바일 서비스 및 관리 플랫폼 지향

## 사용자 경험



- Brand Identify 통일성
- 콘텐츠 몰입감 극대화
- UX Prototyping 적용

## 데이터 및 AI



- 신규 전략 플랫폼 구현
- 개인화 및 큐레이션에 최적화된 빅데이터 플랫폼

## 확장성 및 보안



- 클라우드 기반 통합 운영
- 정책 및 정보 보호 강화

# 데이터 및 AI 전략

Digital Contents 융합을 위한 새로운 온라인 Market Place 구축

## 오픈마켓 플랫폼

동영상 라이브 및  
VOD 스트리밍

콘텐츠 추천

상품 추천

## 데이터 및 AI 플랫폼

초 개인화

시각 지능 엔진

추천 엔진

## 중계 플랫폼

체형 측정  
아바타/3D모델링/가상피팅

데이터 크롤링

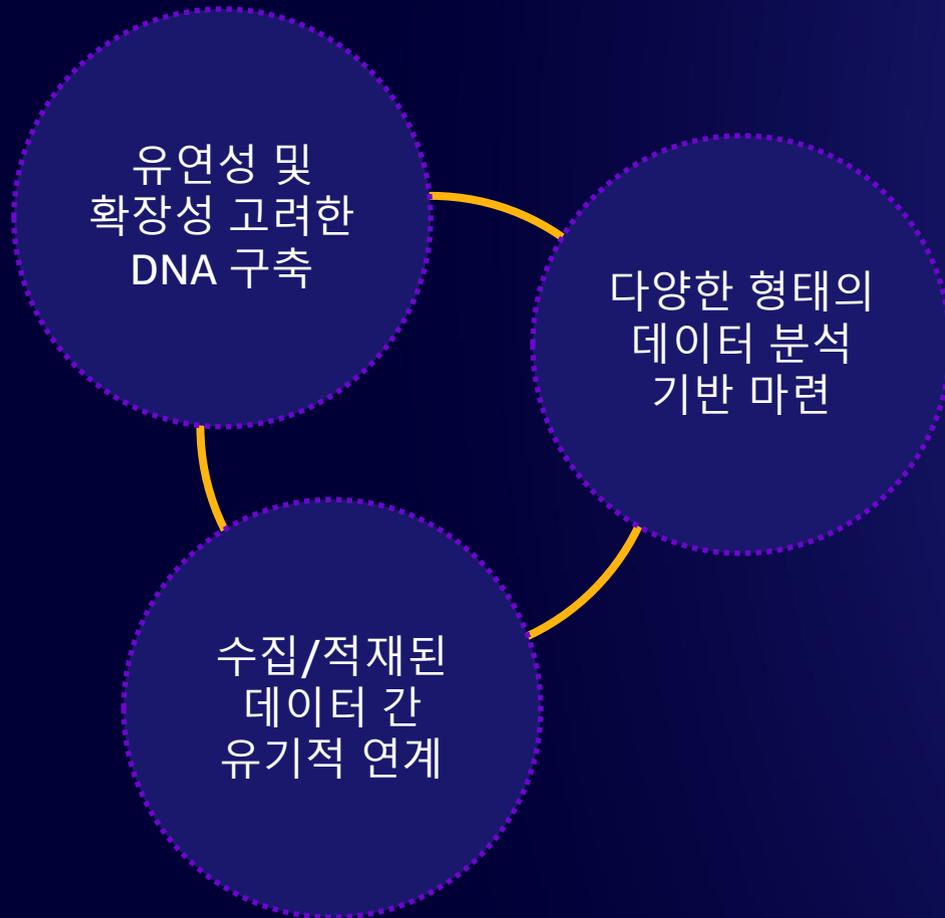
사이즈 추천

클라우드

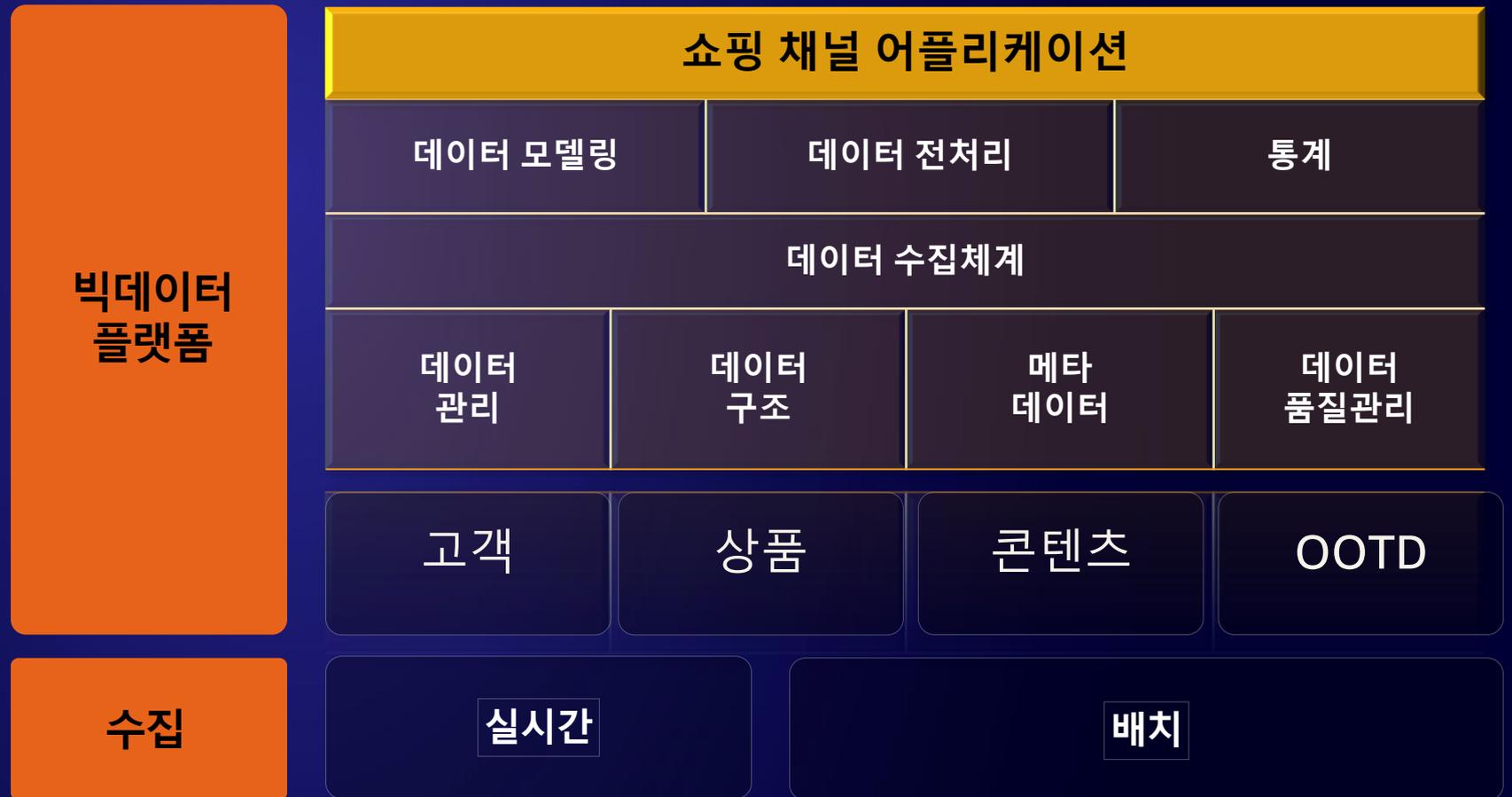
# 다양한 데이터 수집을 위한 빅데이터 플랫폼 구축

고객 DNA 구성

## 구축 방향

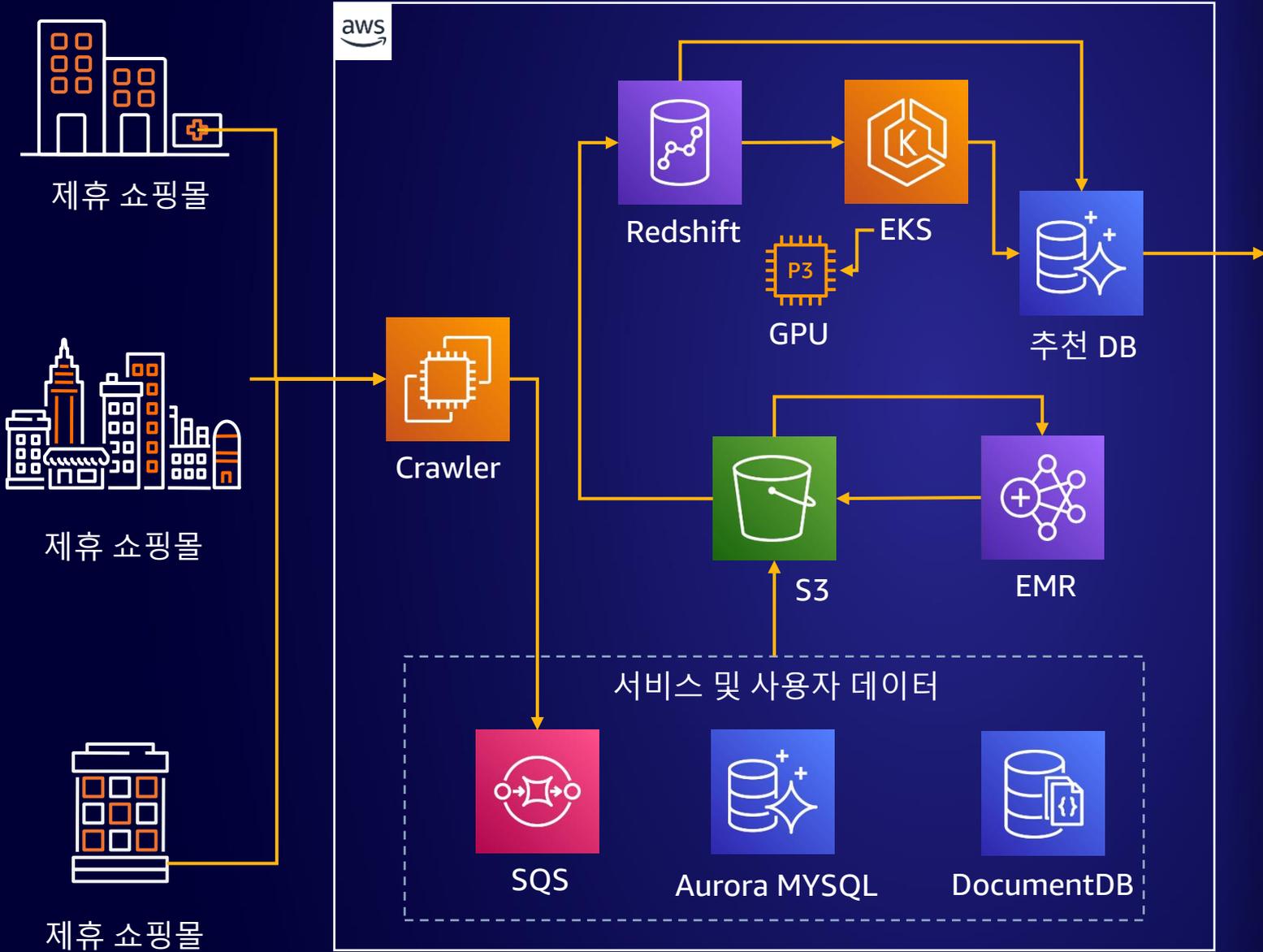


## 빅데이터 플랫폼 구성



# 제휴 쇼핑몰 데이터를 통합한 개인화 검색

## Outfit Of The Day 추천 서비스



# 단일 플랫폼에서 여러 쇼핑 채널을 통합 운영

마이크로 서비스 기반의 유연하고 확장성 있는 아키텍처



Partner  
Office

쇼핑 채널

쇼핑 채널

백오피스

...



미디어



AR/VR



개인화



전시



주문



프로모션



배송

Next Digital Platform



컨테이너  
(EKS)



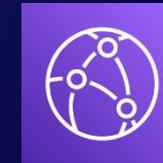
데이터베이스  
(Aurora)



데이터분석  
(Redshift)



스토리지  
(S3)



콘텐츠전송  
(CloudFront)



AI/ML  
(Rekognition)

# 향후 계획

유해성 "사전 차단"과 AI에 의한 "패트롤" 체계 구현

## 콘텐츠 사전심의



Amazon Rekognition  
서비스를 활용해 동영상,  
이미지에 대해 유해성  
컨텐츠 사전 감지

## 실시간 신고, 필터링



AI를 활용한 금칙어,  
비속어의 지속적 학습 및  
자동 필터링 기능 추가

## 법규 변화 선제적 대응



컨텐츠 분석 시스템을 통한  
잠재적 문제 발견 및  
선제 대응 플랫폼 구축



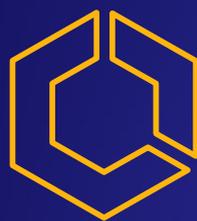
# 04. 리테일 혁신을 위한 클라우드 기술 전략 요약

# AWS 컨테이너 서비스 환경

AWS에서 제공하는 다양한 컨테이너 활용 서비스들

## 관리

배포, 스케줄,  
확장 & 컨테이너화 된  
애플리케이션 관리



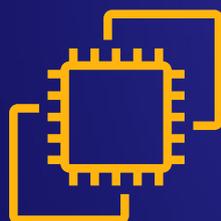
Amazon Elastic  
Container Service



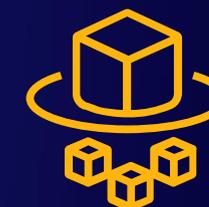
Amazon Elastic  
Kubernetes Service

## 호스팅

컨테이너 실행 위치



Amazon EC2



AWS Fargate

## 저장소

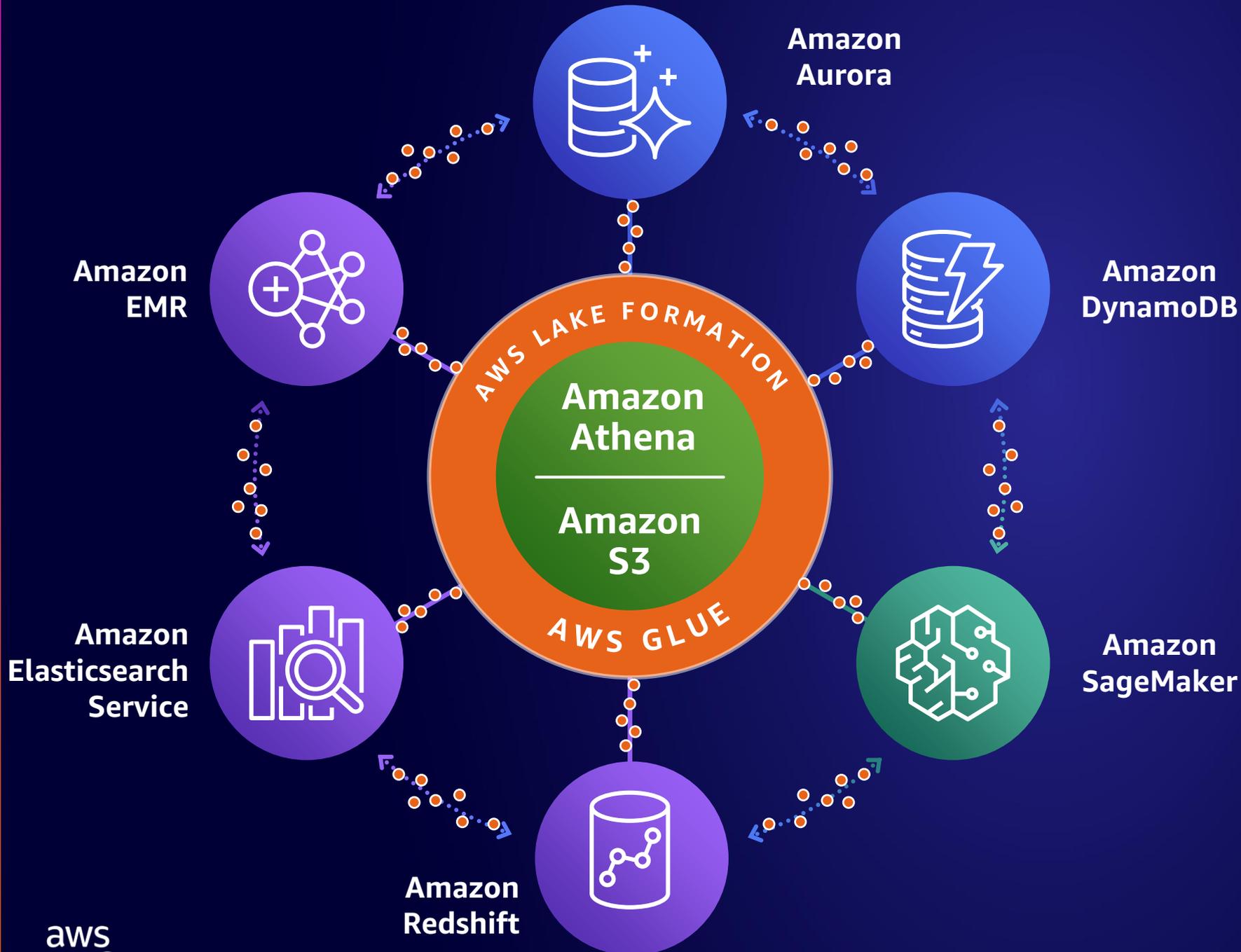
컨테이너 이미지 저장



Amazon Elastic  
Container Registry

# Data Lake

## AWS 로 구축하는 Lake House 아키텍처



### 확장 가능한 DATA LAKES

목적에 따라 선택 가능한  
DATA 서비스들

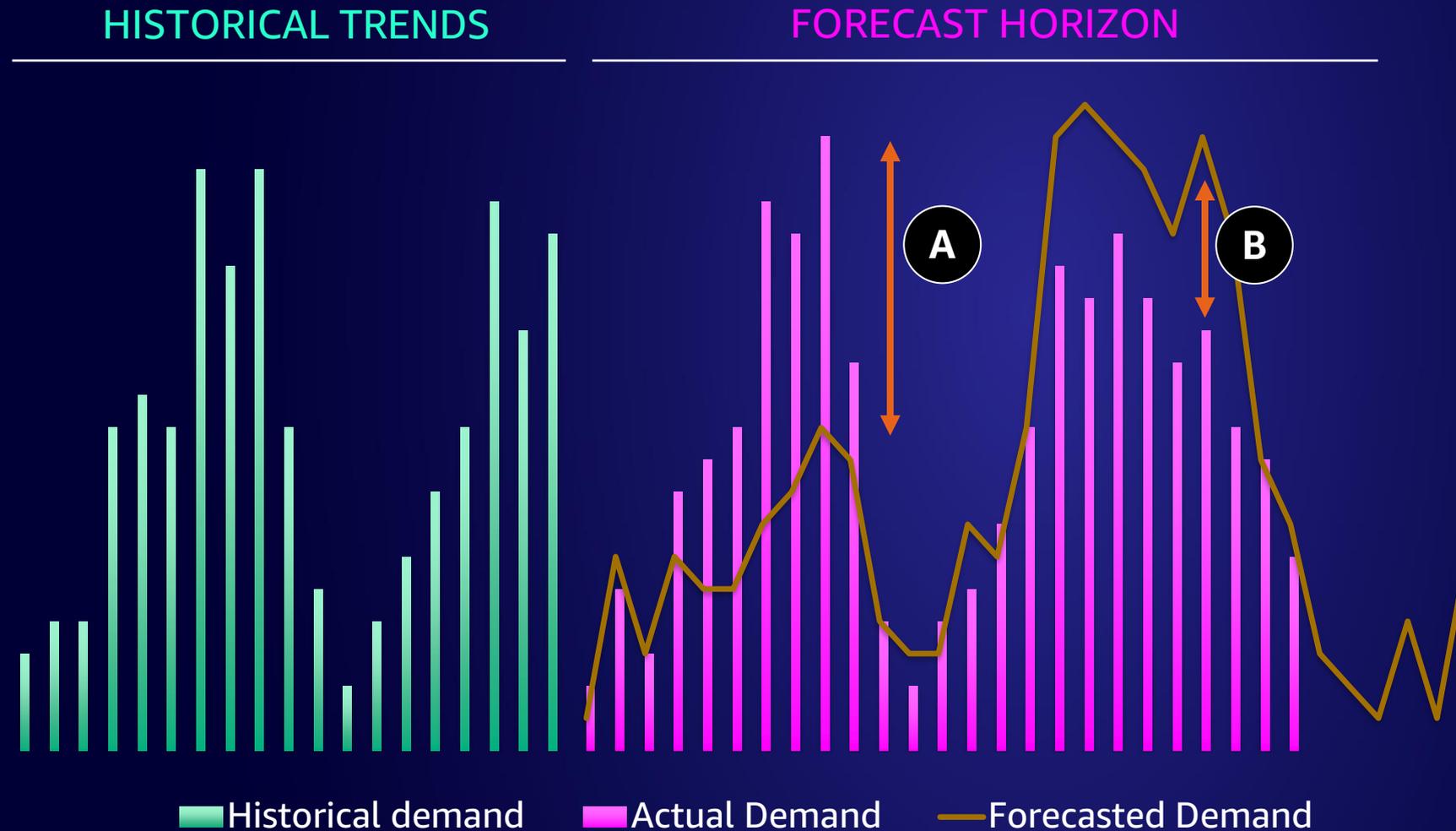
서비스 간 유연한  
DATA 이동

통합 거버넌스

비용 효율적 성능

# Amazon Forecast

Historical Trends 를 기반으로 과학적 예측 수행



예측을 통해 아래의 이슈를 최소화 합니다.

- A** 판매 기회를 놓치는 Under-forecast 문제 해결
- B** 불필요한 재고 낭비의 Over-forecast 문제 해결

# Amazon Rekognition

ML을 이용한 사진 및 비디오 분석 서비스



## 작업환경 개선

개인 보호 장비 감지  
차량 및 사람 인식  
요주인물 감시



## 신원 확인

수험생 확인  
고객 인지  
서비스 접근 확인



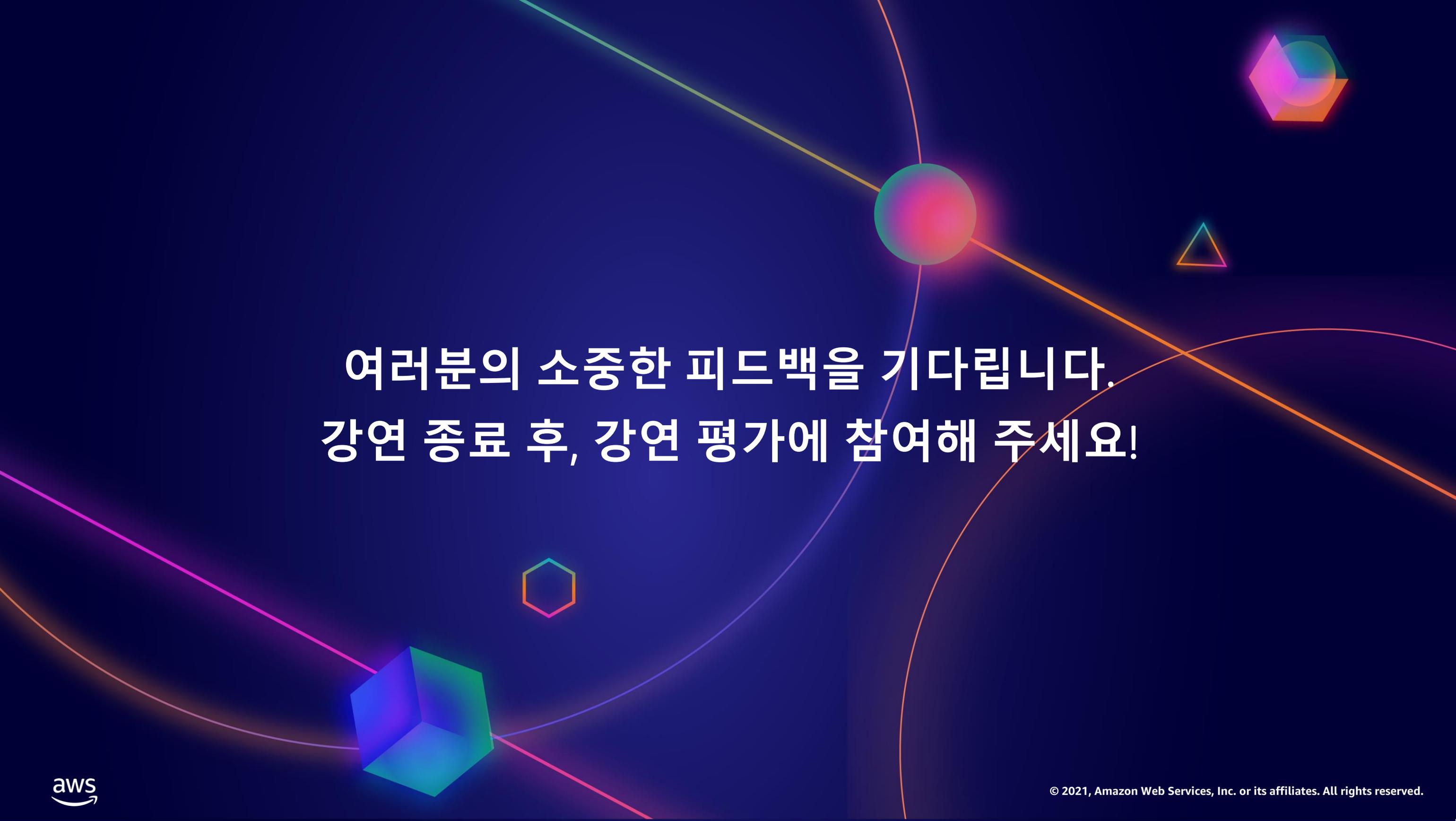
## 미디어 분석

검색, 탐색 및 태깅  
콘텐츠 편집  
부적절 콘텐츠 감지



## 산업계 & 리테일

부품 인식  
재고 관리  
상품 하자 인식

The background is a dark blue gradient with several glowing, colorful geometric shapes and lines. A large, glowing sphere is positioned in the upper right quadrant. A glowing cube is located in the lower left quadrant. A glowing hexagon is centered in the lower middle. A glowing triangle is in the upper right. Several glowing lines of various colors (orange, green, purple) curve across the scene, connecting the shapes and creating a sense of movement and connectivity.

여러분의 소중한 피드백을 기다립니다.  
강연 종료 후, 강연 평가에 참여해 주세요!

감사합니다