

플래티어 그루비, '넥스트커머스 2022' 컨퍼런스 참가

- ▶ 플래티어, 7월 6일~7일 건국대학교에서 열리는 '넥스트커머스 2022' 컨퍼런스 참여
 - ▶ 한국 대표 커머스 테크 기업 15곳 참석, 전시 및 프레젠테이션 진행
- ▶ AI 마테크 솔루션 '그루비', 머니볼 이론 적용한 데이터 기반 초개인화 마케팅 전략 발표

[2022-06-30] 디지털 플랫폼 전문 기업 '플래티어(대표 이상훈, 367000)'가 오는 7월 6일부터 7일까지 양일간 건국대학교에서 개최되는 '넥스트커머스 2022(The Next Commerce 2022)' 컨퍼런스에 참여한다.

넥스트커머스 2022는 한국의 커머스 분야를 변화시킨 오피니언 리더들과 함께 이커머스 및 리테일 업계의 중요 아젠다를 공유하는 자리다. 올해의 주제는 '직관·밸류·데이터'로, 플래티어를 비롯한 테크 기업 15곳이 참석해 오늘날 직관과 밸류, 데이터 중심의 의사결정이 시너지를 발휘하는 조직의 모습을 논한다.

플래티어는 이번 컨퍼런스에서 '이커머스 마케팅의 머니볼 - 마케팅 성과 극대화하기'를 주제로, AI 마테크(Martech) 솔루션 '그루비(GROOBEE)'를 활용한 데이터 기반 초개인화 마케팅 방법과 사례를 소개한다. 발표는 7월 6일 오후 3시 35분부터 건국대학교 새천년관 우곡회의장에서 진행된다.

그루비는 종합물, 패션, 뷰티, 교육, 여행 등 다양한 이커머스 서비스 및 D2C 플랫폼에 최적화된 개인화 마케팅 기능을 지원하는 통합 솔루션이다. AI 세그먼트, AI 개인화 상품 추천 등 실시간 빅데이터 처리 및 분석 기술과 인공지능(AI) 알고리즘을 활용해 고객 취향을 고려한 개인화 마케팅 서비스를 제공한다.

그루비는 80억 건이 넘는 고객 행동 데이터를 수집하고 분석해 개인화 마케팅에 활용하고 있다. 매일 2~3억 건 데이터를 꾸준히 추가하고 있으며, 연말에는 100억 건이 넘는 빅데이터를 실시간으로 활용해 보다 정밀한 개인화 마케팅을 선보일 예정이다.

유민수 그루비 사업부장은 "스포츠 업계에선 이미 경기 데이터를 이용한 머니볼 이론이 활용되고 있다"라며 "데이터와 AI를 활용한 초개인화 마케팅을 통해 ROI를 개선하고, 마케팅 효율을 극대화할 수 있다는 내용을 재밌게 들어주셨으면 좋겠다"라고 말했다.

플래티어는 이번 컨퍼런스에서 발표 외에도 전시 부스에서 그루비 솔루션 데모 시연을 선보인다.

한편, 플래티어의 AI 마테크 솔루션 '그루비'는 롯데홈쇼핑, 케이카, hy(한국야쿠르트), 신한카드 등 국내 대기업을 비롯한 300여 개 고객사에서 사용 중이며, 성공적인 개인화 마케팅 사례를 만들어 내면서 다양한 업계의 러브콜을 받고 있다.

※ 사진 자료



▲[사진1] 넥스트커머스 2022 로고 (출처=(주)김소희트랜드랩)



▲[사진2] 플래티어 CI



▲[사진3] 그루비 로고