

Deloitte Insights



명품산업, 인공지능(AI)을 품다

Game changer in Luxury Retail

리더 메시지



이대의 파트너(전무)

Deloitte One Digital Marketing CoE 리더 |
A&A 디지털 부문장

명품 산업은 제공하는 제품과 브랜드의 차별성과 독점성 그리고 장인 정신으로 해당 업계에서 혁신의 상징으로 여겨지며, 수십 년 동안 독특하고 개인화된 경험을 추구하고 높은 안목을 지닌 고객들을 만족시켜 왔습니다.

최근 몇 년 동안 명품 산업은 그 어떤 산업 보다 첨단 기술 도입과 실험에 적극적입니다.

현재 명품브랜드와 생성형AI의 조합이 성공적으로 입증되고 있습니다.

예를 들어 명품 브랜드는 생성형AI를 활용하여 고객 맞춤형 커뮤니케이션과 상세한 고객 니즈 분석으로 개인화된 디자인을 개발하고 있으며, 차별화된 고객경험 제공과 매장 운영 전략 수립에 기여하고 있습니다. 본고에서는 주요 명품 브랜드의 생성형AI 도입 영역과 시사점을 분석하고 있으며, 고객 프로파일 활용, 제품/디자인 개발, 진품검증 및 매장 운영 고도화를 위해 도입된 생성형AI의 잠재력을 확인할 수 있습니다.

딜로이트는 전 세계 다수 명품 브랜드업체와의 폭넓은 경험을 보유하고 있으며, 명품 브랜드向 디지털 마케팅 전략, 기획/설계, 플랫폼 구축, 커뮤니케이션 기획 및 성과 측정에 이르는 오퍼링 보유하고 있습니다. 기존의 전통적인 컨설팅 회사가 접근할 수 없는 딜로이트 글로벌 및 한국 딜로이트 그룹 내 디지털 마케팅 역량을 총 결합하여 고객의 대외 경쟁력 강화 및 미래지향적 디지털 비즈니스 환경을 제공하며 변화를 이끌어 가고 있습니다.

명품산업의 정의

명품은 시간으로 형성된 가치가 현대의 제품과 디자인에도 부여되어 지속적으로 유지



명품산업, 인공지능(AI)도입 시작

생성형 AI를 활용하여 개인화된 디자인과 차별화된 고객 경험을 제공하고, 공급망과 물류 프로세스 재편으로 생산비용 절감 및 효율적인 매장 운영 전략을 수립에 기여

생성형AI 진입 영역

01 고객 프로파일 활용



고객 니즈 선제적 대응

02 제품/디자인 개발



비용 절감 및 시장적기 대응

03 진품 검증



브랜드 이미지 보호

04 공급망 최적화



제품수요/가격 예측 및
실시간 재고관리 실현

01 고객 프로파일 활용

AI를 활용한 대규모 고객 데이터 수집, 분석 및 커뮤니케이션 채널 확대와 조정으로 고객 여정 설계, 개인화 추천 및 마케팅 캠페인 성과에 향상에 기여

도입 효과 및 사례

다수의 명품 브랜드들은 AI 기반으로
개인화된 고객 여정 설계, 제품/추천 및 캠페인 전략 수립 중



고객 여정 설계

- ✓ 모든 접점에서 고객의 니즈와 사고방식 이해
 - 주요 고객의 특성, 문제점 및 행동 패턴 분석
 - 서비스목표 수립 및 제공 범위 설정
- ✓ 적시(Right time), 적소(Right place)에서 고객 경험 제공



제품/서비스 추천

- ✓ 개인화된 제품 추천 및 스타일링 조언
(추천 알고리즘 적용으로 개인화된 추천 제공)
- ✓ 가상 착용으로 개인화 욕구 충족
- ✓ 이메일/웹/모바일 상으로 사용자 관심사에 따른 콘텐츠 노출/제공



마케팅 캠페인 전략 수립

- ✓ 캠페인 타깃 고객 파악 및 목표 설정 용이
- ✓ 고객(잠재고객)별 세분화 전략 개발
- ✓ 콘텐츠 및 채널 면에서 이상적인 마케팅 믹스 수립 (e.g. 스포츠 브랜드 협업 등)
- ✓ 캠페인 성공 측정을 위해 분석 용이

02 제품/디자인 개발

제품 디자인 과정의 효율성을 개선하여 새로운 제품을 적기에 출시하고, 소비자의 개인화된 요구 충족 및 독창성 실현

도입 효과 및 사례

새로운 디자인 발굴과 프로토타입 제작 용이 및 타 브랜드와의 협업 증진



디자인 아이디어 발굴

- ✓ 기존 디자인이 변형 및 새로운 디자인의 생성할 수 있어 본래 시그니처를 유지하면서 독창성 확보
→ 신제품/브랜드의 신속한 확장
- ✓ 다수의 디자인 샘플 제공으로 디자이너에게 영감 제공 (예상치 못한 창의적인 방향성 탐색)



프로토타입 제작 용이

- ✓ 다양한 프로토타입 제작으로 착용/사용시 잠재적인 이슈 파악 용이
 - 신속한 디자인 시각화로 고객 피드백 반영 용이
 - 개인화/맞춤 생산에 소요되는 시간/비용 절감



타 브랜드 협업 제품 개발

- ✓ 타 브랜드를 재해석해서 새로운 디자인 창출
- ✓ 이종 제품 영역과 협업 브랜드 디자인 및 시뮬레이션 용이 → 시간과 비용절감

03 진품검증

명품 업계는 인공지능 기반의 진품검증 서비스 도입으로 상품 진위에 대한 소비자의 불안감을 해소하고 브랜드 신뢰와 이미지 강화

도입 효과 및 사례

가품의 사전식별, 진위여부 판별 및 제2자, 제3자 인증 서비스 제공



위조상품
모니터링

- ✓ SNS 및 모바일 앱 등 위조상품 모니터링 서비스의 연동 범위 확대
- ✓ 위조상품 포스팅과 판매자 특징 파악 → 신고 등 신속 조치



진위여부
판별

- ✓ 발렌시아가, 버버리, 구찌, 루이비통 모바일로 제품 인증
- ✓ 고객 모바일 직접 판별 가능



모바일로 고객이 직접 판별가능



정품 인증
서비스

- ✓ 온라인 거래 플랫폼 등과 협업으로 제3자 인증서 발급
- ✓ 플랫폼간 신뢰 구축으로 유통범위 확대



정품 인증서 발급

04 매장 운영 고도화

명품업계는 수요와 가격 예측, 재고 최적화 및 매장 운영 효율화를 위해 AI를 도입, 실험하고 있으며 이를 통해 온/오프라인 매장에서 고객 경험 개선에 기여

도입 효과 및 사례

브랜드와 고객간의 연결성 강화로 고객에게 차별화된 경험 제공



수요 및 가격
예측

- ✓ 적정 판매(구매)가격 및 시기 시뮬레이션
- ✓ 적정 가격 가이드라인 제시
 - 소비자 수용도를 고려한 신제품 품목 특성별 적정 가격 수준



재고 최적화

- ✓ 원자재 가격 변동에 따른 구매 자재의 가격 변화 예측
- ✓ 재고 정책을 고려한 판매 전략 및 대응계획 수립



매장 큐레이션

- ✓ 상품 및 공간의 전략적인 배치
- ✓ 브랜드와 소비자 간의 연결을 강화로 고객들에게 특별한 경험을 제공

미래의 명품 매장은 몰입형 체험공간으로 변모

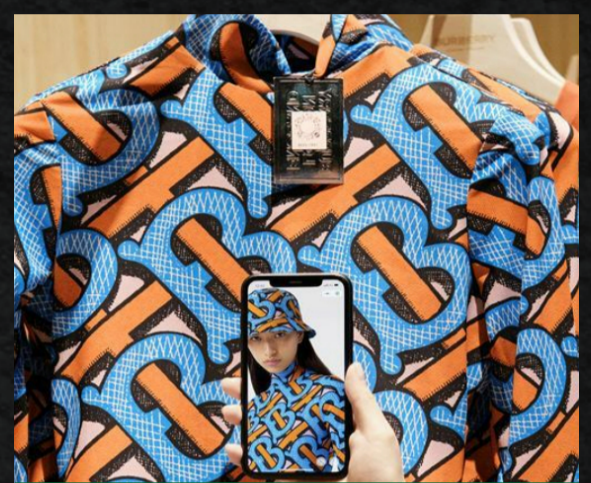
명품 브랜드는 기술 기반의 몰입형 체험 공간 마련으로 고객과 브랜드간 상호작용 강화 및 차별화된 경험 제공



라루스미아니 가상 피팅룸



버버리 소셜 스토어 입구



상품상세정보 확인(버버리)



프라다 가상 매장



구찌 가상 착용 플랫폼

기존 고객 경험 차별화

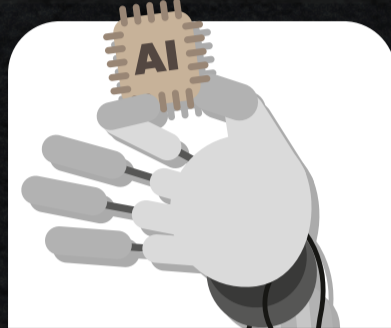
- ✓ 명품 브랜드는 기존 고객들에게 독특하고 특별한 경험을 제공 → 브랜드 로열티 향상
 - 전략적인 진열과 레이아웃
 - 전용 컬렉션 및 한정판 제품
 - 개인화 제품 개발 및 제공

20대~30대 층 고객 유치

- ✓ 인공지능을 포함한 고객-브랜드 상호작용을 강화하는 기술 도입
- ✓ 터치스크린, 홀로그램, 가상 현실(VR) 등을 활용으로 제품 정보 제공
- ✓ 고객접점에서 수집된 데이터 활용으로 타깃 고객(20~30대)에 적합한 디자인 개발

인공지능 도입시 고려사항

명품브랜드가 인공지능 도입으로 매출 증대 등 실질적인 효과를 이루기 위해서는 데이터와 인프라 확보, 개인정보 보호 장치 마련, 브랜드의 인간적 요소 통합 및 직원들의 교육 훈련에 투자가 필요



데이터 및 인프라 확보

- ✓ 인공지능 모델의 성능은 데이터의 품질에 의해 결정
- ✓ 정형화(범주화)된 학습데이터 확보가 필수

개인정보 보호 장치 마련

- ✓ 개인 특성 데이터 수집에는 개인정보 동의가 필수적
- ✓ 개인정보 보호 장치 마련으로 고객 신뢰 확보 필요

인간적 요소와 AI 간 균형 유지

- ✓ 자동화 이미지는 명품 브랜드의 장인정신과 시간의 가치 훼손 위험
- ✓ AI 도입 시 명품 브랜드의 가치에 부합되는 영역 우선 도입

교육 및 훈련에 투자

- ✓ 내부 직원들의 전문성이 고객들의 매장 경험을 좌우
- ✓ 인공지능 서비스에 대한 학습과 훈련이 필요

딜로이트의 명품 마케팅 전략

명품 브랜드의 디지털 마케팅 전략 수립부터 플랫폼 구축, 마케팅 커뮤니케이션 캠페인 기획 및 성과 측정에 이르기까지 전방위적인 오퍼링 보유

STEP
01

디지털 마케팅 전략 수립

- ✓ 마케팅 활성화 실행 전략
- ✓ 고객경험(CX) 및 브랜드 전략
- ✓ D2C (Direct-to-Consumer) 및 온/오프라인 채널 전략

STEP
02

디지털 마케팅 최적화 진단/설계

- ✓ 디지털 마케팅 캠페인 운영 진단/분석
- ✓ 고객 경험 지표 모니터링 및 실행 콘텐츠
- ✓ 캠페인 실행 최적화 관리

STEP
03

디지털 마케팅 플랫폼 구축/운영

- ✓ CX 디지털 마케팅 인프라 구축/운영
- ✓ App/Web 닷컴 및 이커머스 구축/운영

STEP
04

디지털 마케팅 커뮤니케이션 기획

- ✓ 디지털 PR / 광고 캠페인 기획
- ✓ 콘텐츠 크리에이티브 기획

STEP
05

디지털 마케팅 성과 분석/모니터링

- ✓ 디지털 미디어/소비자 반응 KPI 성과 모니터링
- ✓ 미디어/광고 비용 집행 평가 및 Assurance
- ✓ 마케팅 플랫폼 실행 성과 분석

딜로이트 원 디지털 마케팅

One Digital Marketing

딜로이트는 디지털 마케팅 컨설팅 전략에서 캠페인 및 콘텐츠 실행/운영까지 통합된 End-to-End 오퍼링 지원을 통해 고객에게 최고의 가치를 제공하는 토털 서비스를 제공합니다.

Contact



이대의 파트너

Digital Marketing CoE 리더 |
A&A Digital 부문장

☎ 02 6099 4892

@ daelee@deloitte.com



김태환 파트너

Consulting | Deloitte Digital

☎ 02 6676 3756

@ taehwankim@deloitte.com



강윤정 파트너

브랜드/마케팅커뮤니케이션 |
PR Gate 대표

☎ 02 6676 1459

@ yunjekang@deloitte.com



임정훈 전무

A&A Digital 부문 |
Marketing & Media Assurance

☎ 02 6676 1371

@ junglim@deloitte.com



한경수 파트너

Consulting | Deloitte Digital

☎ 02 6676 3753

@ kyuhan@deloitte.com

Deloitte One Digital Marketing

전략

- Customer&Marketing Strategy
- Brand Management Strategy
- Digital Commerce & Multi-Channel Strategy
- Digital Marketing Transformation & Next Gen Tech Roadmap

최적화

- Digital Experience Assessment & Optimization
- Customer & Experience Design (UI/UX) Enhancement
- Personaliation and Loyalty Program Management

플랫폼 구축

- MarTech Advisory & Implementation
- Mobile Web/App Governance & Implementation
- Digital Commerce Platform Evaluation & Implementation
- Digital Foundary - MarTech Operations, Marketing as a Service

커뮤니케이션 캠페인&실행

- PR/Media Campaign Planning, Design & Execution
- Digital data-driven Campaign Planning & Execution
- Gen AI driven Creative, Content-at Scale Operation

성과분석

- Digital Consumer/Media Listening and Social Performance Measurement
- Digital Marketing Health Check and KPI Blueprinting
- Marketing & Media Spending Optimization & Assurance
- Marketing Data Governance & Analytics Capabilities Enhancement



앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 '딜로이트 인사이트'를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte.

Insights

성장전략본부 리더
손재호 **Partner**
jaehosoh@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더
정동섭 **Partner**
dongjeong@deloitte.com

연구원
배순한 **Director**
soobae@deloitte.com

디자이너
박근령 **Senior Consultant**
keunrpark@deloitte.com

Contact us
krinsightsend@deloitte.com

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.