

Deloitte.



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.

명품브랜드와 생성형AI와 같은 첨단기술과의 조합이 어색하게 들리는 이유이기도 합니다. 하지만 최근 몇 년 동안 명품 산업은 그 어떤 산업 보다 첨단 기술 도입과 실험에 적극적입니다.

현재 명품브랜드와 생성형 AI의 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 생성형 AI 도입 영역과 시사점을 분석하고 있으며, 고객 프로파일 활용, 제품/디자인 개발, 진품검증 및 매장 운영 고도화를 위해 도입된 생성형 AI의 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 오픈링 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.

궁극적으로 명품 브랜드의 미래에 대해 함께 고민하는 신뢰할 수 있는 성장 파트너로서 함께 하겠습니다.

Agenda

1. 명품산업, 인공지능 (AI) 도입 시작

- 고객 프로파일 활용
- 제품/디자인 개발
- 진품검증
- 매장 운영 고도화

2. 명품매장의 미래

3. 명품 브랜드 인공지능 도입 시 고려사항

4. 딜로이트 명품 마케팅 전략

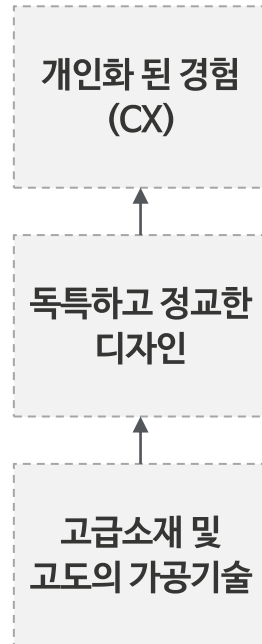
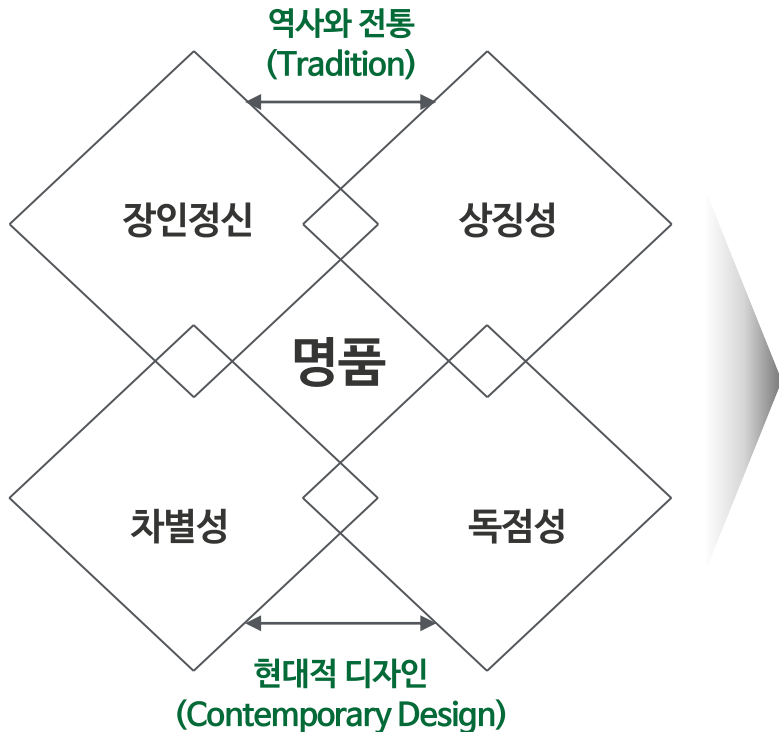


명품산업, 인공지능(AI)도입 시작

명품업계는 생성형AI를 활용하여 고객 맞춤형 커뮤니케이션과 상세한 니즈 분석으로 개인화된 디자인을 개발할 수 있으며, 공급망과 물류 프로세스 재편으로 생산 및 마케팅 비용을 절감하고 보다 나은 매장 운영 전략 수립에 기여

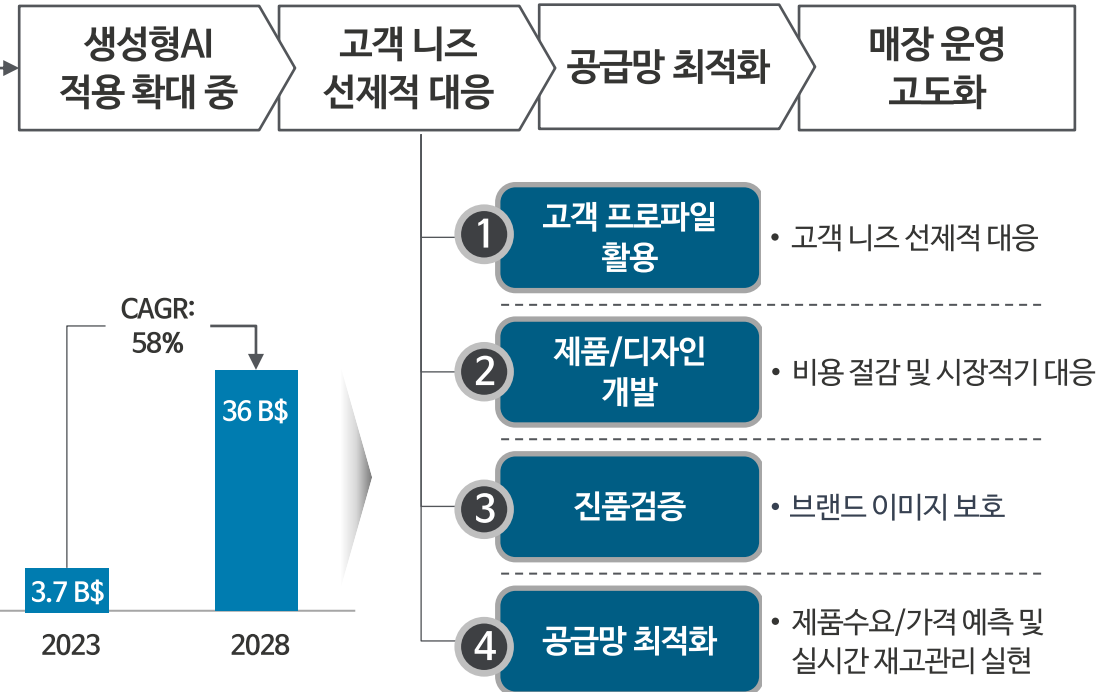
명품산업

명품은 시간으로 형성된 가치가 현대의 제품과 디자인에도 부여되어 지속적으로 유지



생성형AI 진입 영역

생성형AI는 고객의 니즈 선제적 대응 및 공급망 최적화로 매장 운영 고도화에 기여

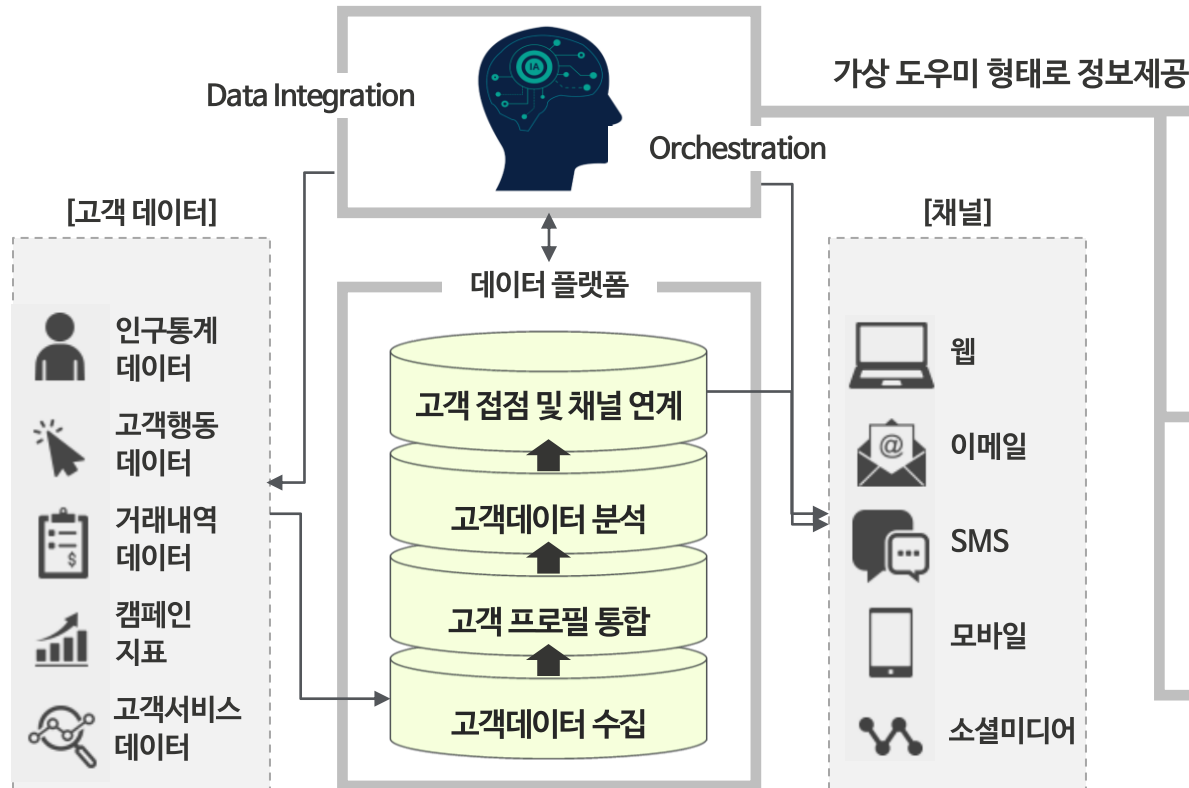


1 고객 프로파일활용

AI기반 대 고객 데이터 수집, 분석 및 커뮤니케이션 채널 확대/조정으로 고객여정설계, 개인화 추천 및 마케팅 캠페인 성공 제고

생성형 AI 도입 영역

고객 접점 데이터 수집, 분석, 채널 관리 및
 對 고객 커뮤니케이션 영역에 적용 중



도입 효과 및 사례

다수의 명품 브랜드 등은 AI기반으로
 개인화된 고객 여정 설계, 제품/추천 및 캠페인 전략 수립 중

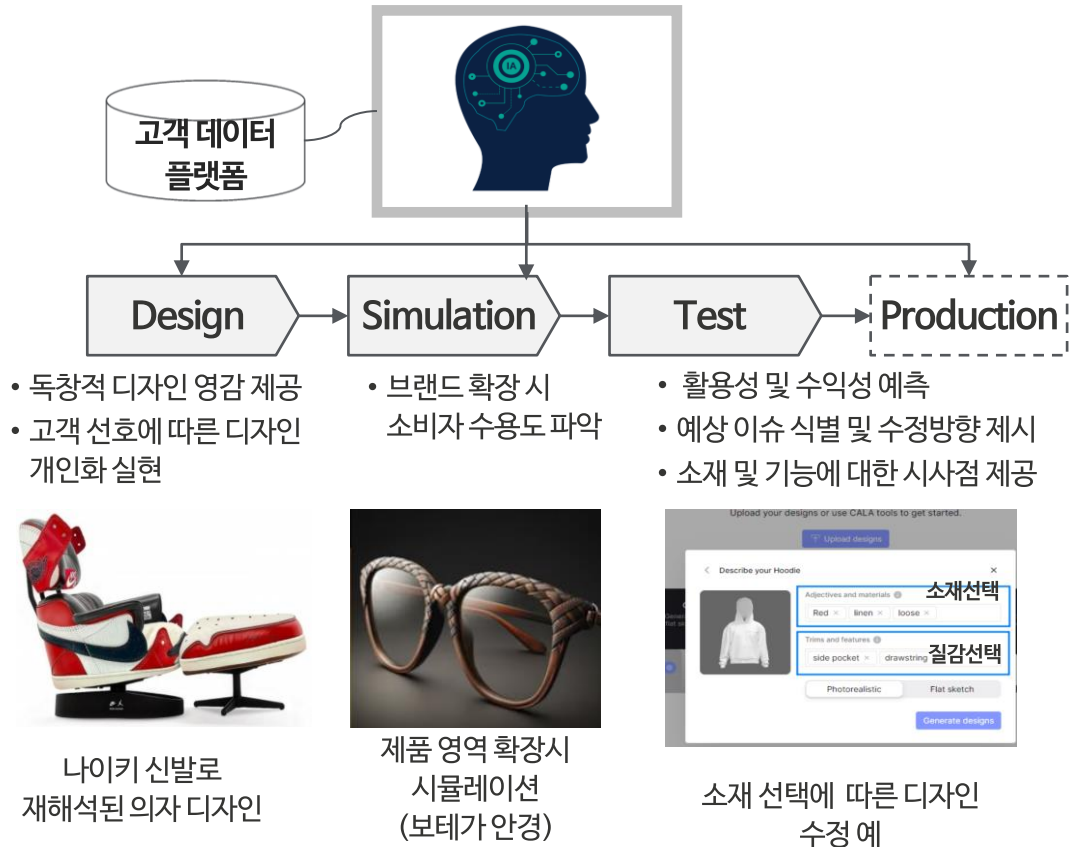
고객 여정 설계	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 접점에서 고객의 니즈와 사고방식 이해 <ul style="list-style-type: none"> - 주요 고객의 특성, 문제점 및 행동 패턴 분석 - 서비스목표 수립 및 제공 범위 설정 • 적시 (Right time), 적소 (Right place)에서 고객 경험 	PRADA RICHEMONT ESTÉE LAUDER
제품/서비스 추천	<ul style="list-style-type: none"> • 개인화된 제품 추천 및 스타일링 조언 (추천 알고리즘 적용으로 개인화된 추천 제공) • 가상 착용으로 개인화 욕구 충족 • 이메일/웹/모바일 상으로 사용자 관심사에 따른 콘텐츠 노출/제공 	ZEGNA TIFFANY & Co.
마케팅캠페인 전략 수립	<ul style="list-style-type: none"> • 캠페인 타겟 고객 파악 및 목표 설정 용이 • 고객/잠재고객별 세분화 전략개발 • 콘텐츠 및 채널 면에서 이상적인 마케팅 믹스 수립 (e.g. 스포츠 브랜드 협업 등) • 캠페인 성공 측정을 위해 분석 용이 	PRADA 

2 제품/디자인 개발

제품 디자인 과정의 효율성 개선으로 시장 신속 출시 및 소비자 개인화와 독창성 실현

생성형 시도입 영역

제품개발에 소요되는 시간과 비용 절감 및 독창적인 디자인으로 차별화된 제품 개발 실현



도입 효과 및 사례

제품 디자인 과정의 효율성 향상 및 소비자의 개인 요구 충족

디자인 아이디어 발굴

- 새로운 디자인 변형 생성할 수 있어 시그니처 유지하면서 독창성 확보 → 신속한 제품/브랜드 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

ESTÉE LAUDER
제품용기 디자인

RALPH LAUREN
디자인시안/편집 제작

타 브랜드 협업 제품 개발

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

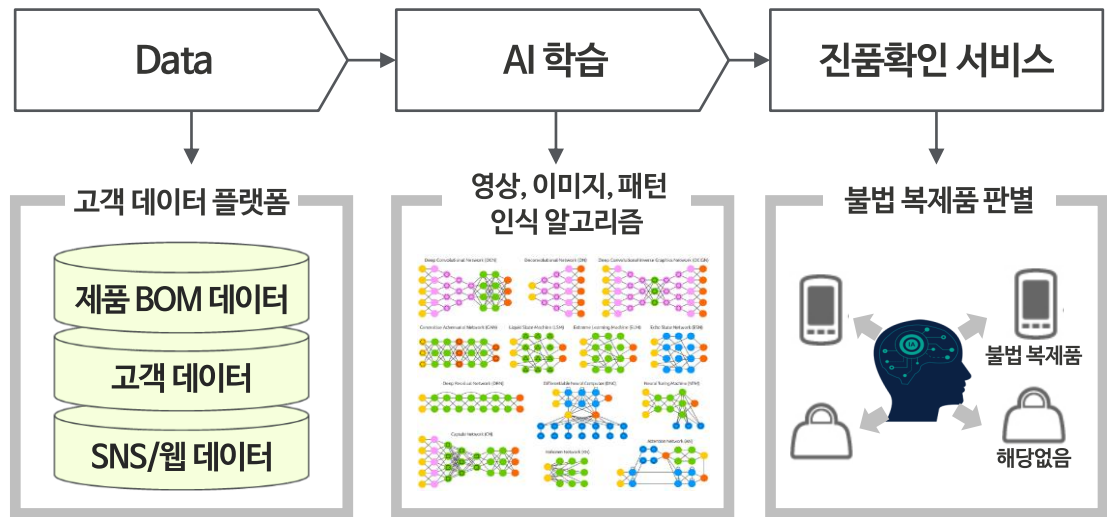


티파니와나이키 컬레버

명품업계는 인공지능 기반 진품검증 서비스 도입으로 상품 진위에 대한 불확실성을 줄이고 소비자 신뢰 증대 및 브랜드 이미지 강화

생성형 AI 도입 영역

AI가 이미지·텍스트 분석해 가품 감별



- 제품 디자인 및 구성요소 /소재 등 물리적 특성 데이터
- 고객 구매 및 구매 후 행동 데이터
- 상품설명, 구매 리뷰, 가격 등 데이터

- 이미지, 텍스트, 소재패턴 식별 알고리즘 개발
- 플랫폼 데이터를 취합·분석
- 머신러닝으로 위조상품 사례 패턴화

- 모바일 애플리케이션 및 웹 서비스
- 플랫폼에 걸쳐 위조상품 정보 모니터링

도입 효과 및 사례

가품 사전 식별, 진위 여부 판별 및 제2자인증 서비스 제공

위조상품 모니터링

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

PRADA
BURBERRY
ESTÉE LAUDER

진위 여부 판별

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



정품 인증 서비스

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

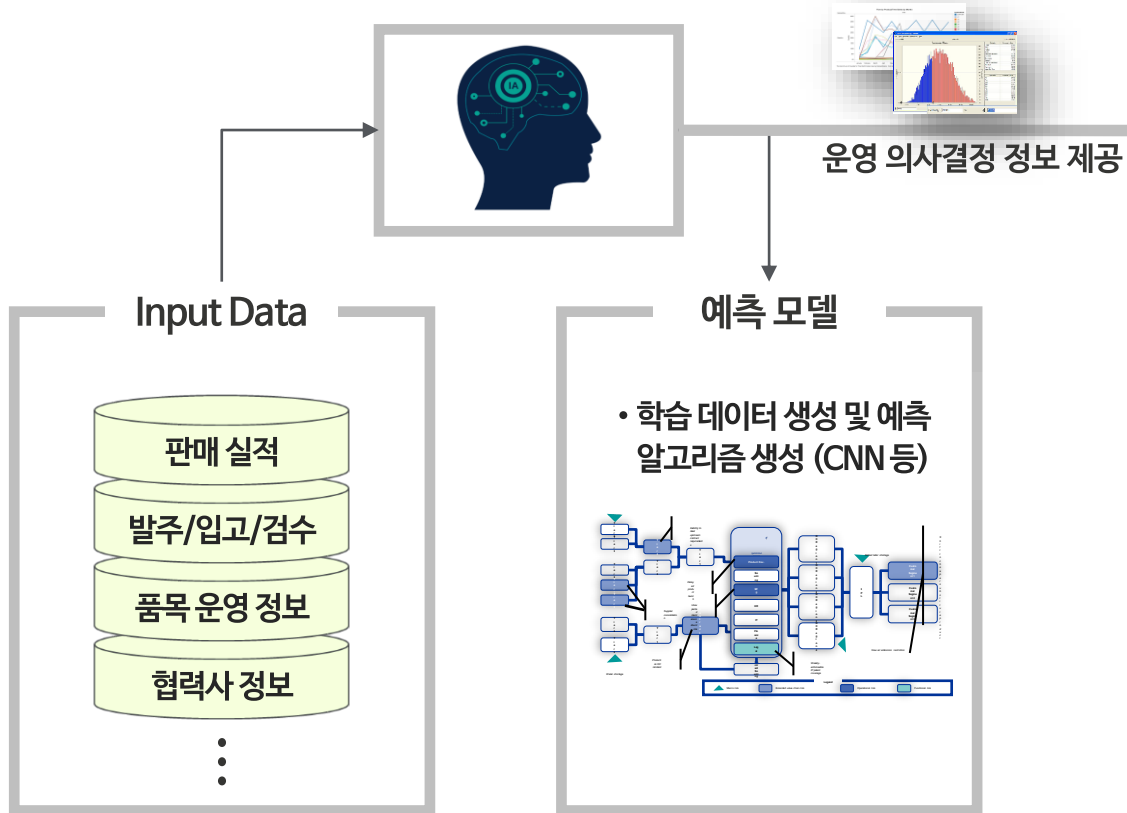


4 매장 운영 고도화

명품업계는 수요/가격 예측, 재고최적화 및 매장운영에 AI를 실험하고 있으며 온·오프라인 매장에서의 고객경험 향상

생성형 AI 도입 영역

AI 기반으로 공급망 리스크 (수요-재고, 가격 등)의 선제적 대응 및 운영 고도화



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



FENDI VR 매장

명품 매장의 미래 - 몰입형 체험 공간

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

명품 브랜드 공간의 혁신

인공지능, VR 등 첨단기술기반으로 고객-브랜드 간 상호작용 강화



라루스미아니 가상 피팅룸



버버리 소셜 스토어 입구



상품상세정보 확인(버버리)



프라다가상 매장



구찌 가상 착용 플랫폼

도입 효과 및 사례

기존 고객의 브랜드 경험 차별화 및 20~30대 신규 고객 유치

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 타겟 고객(20~30대)에 적합한 디자인 개발

명품 브랜드 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

1/ 데이터 및 인프라 확보

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

2/ 개인정보 보호 장치 마련

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

3/ 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

4/ 교육 및 훈련에 투자

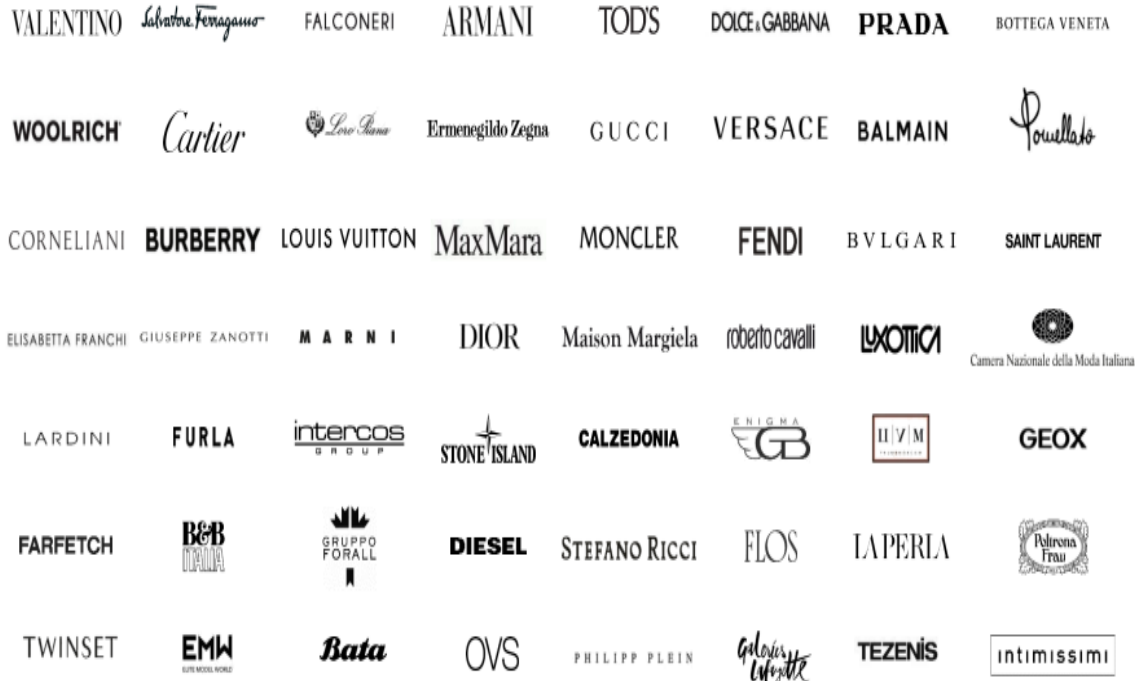
- 내부 직원들의 전문성이 고객들의 매장 경험을 좌우
- 인공지능 서비스에 대한 학습과 훈련이 필요

딜로이트 명품 마케팅 전략

딜로이트는 전 세계 다수 명품 브랜드업체와의 폭넓은 경험을 보유

명품 업계 딜로이트 주요 고객사

딜로이트 글로벌 오피스와 협업으로 실질적인 프로젝트 수행 경험 보유



주요 사례 - 매장 운영 전략 및 첨단 기술 도입 수행 사례

가상현실 매장/서비스 도입으로 차별화된 브랜드 경험 제공

Dior Vibe Virtual Pop-Up



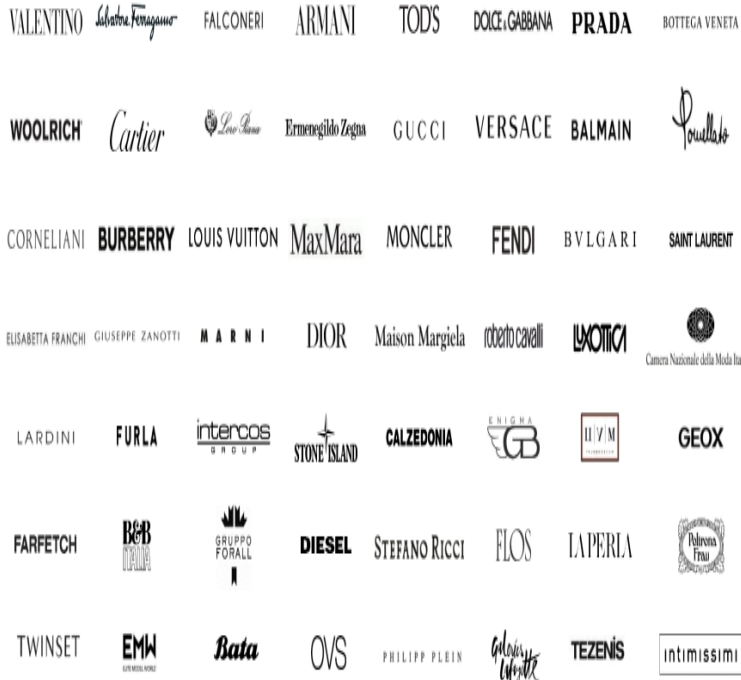
Dior Eyes



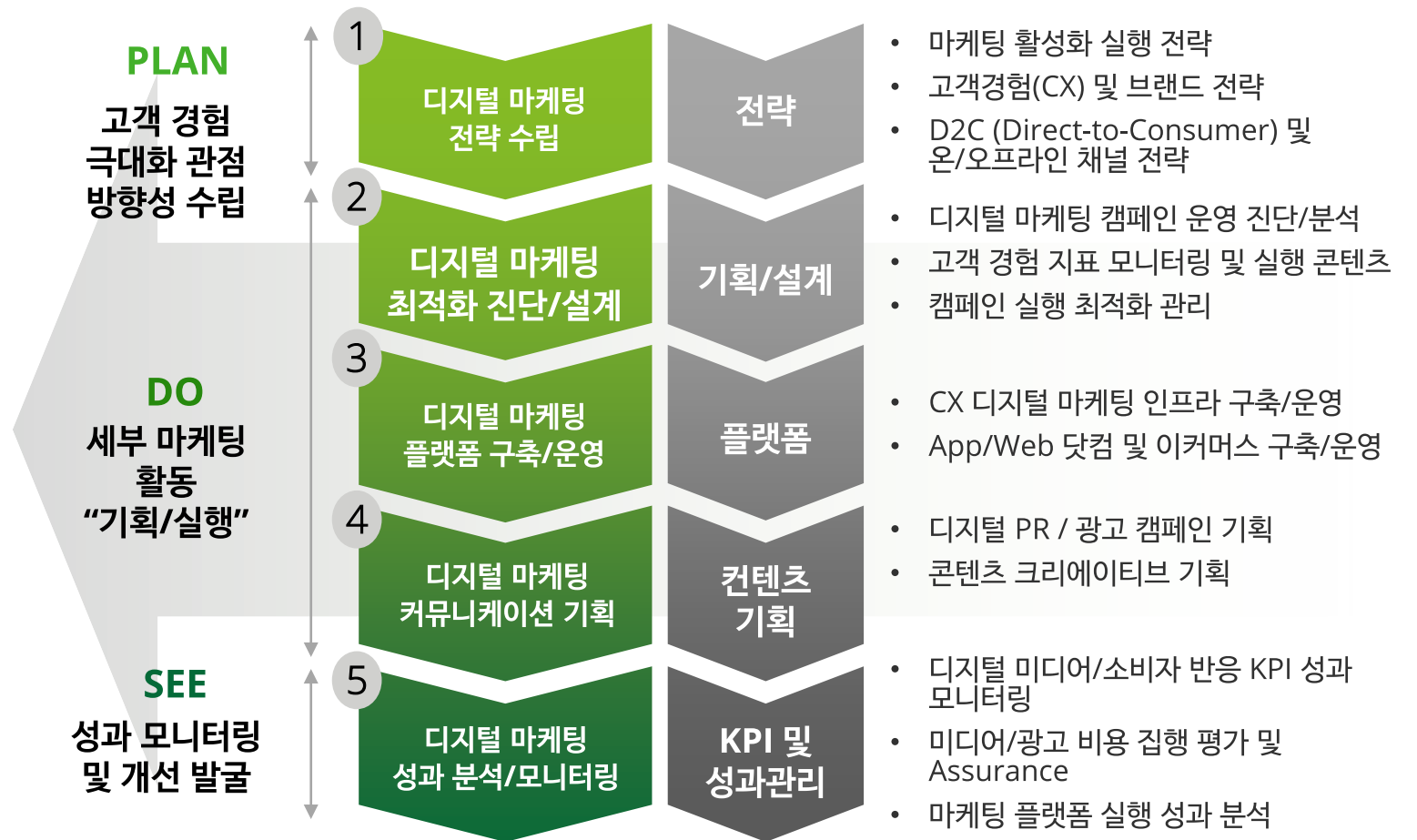
딜로이트 명품 마케팅 전략

딜로이트는 명품 브랜드向 디지털 마케팅 전략, 기획/설계, 플랫폼 구축, 커뮤니케이션 기획 및 성과 측정에 이르는 오퍼링 보유

명품 업계 딜로이트 주요 고객사



주요 사례 - 매장 운영 전략 및 첨단 기술 도입 수행 사례



딜로이트 원 디지털 마케팅 (One Digital Marketing) 파트너

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

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.

Professionals



이대의 파트너
Digital Marketing CoE 리더 |
A&A Digital 부문장
Tel : 02 6099 4892 |
E-mail: daeelee@deloitte.com



김태환 파트너
Consulting | Deloitte Digital
Tel : 02 6676 3756 |
E-mail : taehwankim@deloitte.com



강윤정 파트너
브랜드/마케팅커뮤니케이션 |
PR Gate 대표
Tel : 02 6676 1459 |
E-mail : yunjeokang@deloitte.com



임정훈 전무
A&A Digital 부문 |
Marketing & Media Assurance
Tel : 02 6676 1371 |
E-mail : junglim@deloitte.com



한경수 파트너
Consulting | Deloitte Digital
Tel : 02 6676 3753 |
E-mail : kyuhan@deloitte.com



전 세계 경제·산업·경영 트렌드와 인사이트를

실시간으로 확인하세요!

- MZ세대 소비자, ESG, 경제전망 등 이슈 분석 리포트
- CEO·CFO 분기 서베이, 자동차구매의향지수 등 경영·산업 동향 지표
- 딜로이트 전문가의 생생한 경험이 녹아있는 영상 콘텐츠
- 채용광고, 임직원 브이로그, 이벤트 안내 등 다양한 딜로이트 소식

카카오톡 채널



앱



Download on the App Store



GET IT ON Google Play



Deloitte.

Insights

성장전략본부 본부장

손재호 Partner

jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더

정동섭 Partner

dongjeong@deloitte.com

연구원

배순한 Director

soobae@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.