Entrench Consulting

Introduction of Entrench Consulting Inc.

Be Entrenched In Data-Driven Marketing

© Entrench Consulting Inc. All rights reserved.

Contents

01 Entrench Consulting

02 Service

03 Solution

04 Case Study

05 Partnership

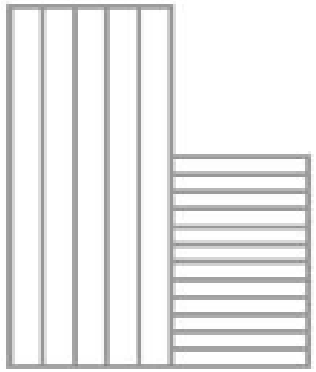
01

Entrench Consulting

“인트렌치컨설팅은 고객 스스로 데이터 기반 의사결정을 할 수 있게 돕는 것이 컨설팅 목적이며 실질적인 비즈니스 성과를 창출하는데 가치를 둡니다.”

Entrench Consulting

데이터에 근거한 마케팅 전략 수립 및 캠페인 최적화를 위한 컨설팅을 제공합니다.
고객의 비즈니스를 정확히 이해하고 문제점을 파악하여, 구체적인 해결책을 제시합니다.
즉, 데이터 분석을 통해 비즈니스 성장에 기여하는 것이 인트렌치 컨설팅의 목표입니다.



Corporate Name

㈜ 인트렌치 컨설팅

CEO & Founder

구자훈

Established in

2017년 7월 7일



Business Item

데이터 기반 의사결정을 위한 분석 컨설팅
마케팅 캠페인 최적화 및 관련 솔루션 활용
데이터 활용 전략 제안 및 관리 환경 구축

인트렌치 컨설팅은 국내 토종 기업으로 전문 컨설턴트와 데이터 엔지니어를 보유하고 있기 때문에,
고객의 문제 해결을 타 업체보다 조금 더 빠른 속도로 대응이 가능한 기업입니다.

1 전문성

- 맞춤형 서비스: 특정 산업/분야 전문 컨설턴트 팀 운영
- 정확하고 효과적인 분석: 다양한 분석 도구 및 방법론 활용
- 전문 지식 및 경험: 데이터 분석 분야 전문 컨설턴트 팀 보유

2 객관성

- 명확하고 중립적인 보고서: 분석 결과 전달
- 문제 근본 원인 파악: 데이터 기반 분석 결과 제공
- 객관적인 분석: 기업 내부 편견/주관적인 판단 없이 분석 수행

3 효율성

- 문제 해결 시간 단축: 체계적인 분석 프로세스
- 비용 절감: 최적화된 분석 방법론 활용
- 잠재적 문제점 예측: 데이터 분석 기반 사전 대비 지원

4 전략적 통찰력

- 장기적인 성장 전략 수립 지원
- 경쟁력 강화 및 성장 전략 제공: 분석 결과 기반
- 데이터 기반 의사 결정: 기업 위험 감소, 성공 가능성 증대

5 다양한 서비스

- 기업 특성 및 니즈에 맞춤형 분석 서비스 제공
- 구체적인 실행 계획 및 개선 방안 제시: 분석 결과 기반
- 데이터 분석, 데이터 엔지니어링, 고객행동 분석, 전환 최적화 분석 등

6 지속적인 지원

- 장기적인 파트너십 구축: 고객 지속적 성장 지원
- 분석 결과 발표 후 지속적 지원: 개선 방안 실행 지원
- 변화하는 환경에 맞춰 분석 결과 업데이트: 새로운 통찰력 제공


Chief Executive Officer
Ja-hoon Koo
Chief Consulting Officer
Sung-mu Shin
Chief Technology Officer
Hong-sun Hwang
Chief Sales Officer
Joo-hyung Kim
Data Driven Marketing Team
Growth Hacker
- 고객사의 성장을 위한 모든 수단 모색
- 개선하는 것에 중점
- 통계 및 분석 결과 시각화
- 다양한 발전 모습과 방향성 모색에 초점
Data Engineering Team
Tech Consulting
- 데이터 수집, 정제, 분석하여 의미 있는 정보로 전환
- 데이터 기반의 의사 결정, 효율성 증대를 통한 경쟁력 강화
- 솔루션 구축 후 지속적인 지원 제공
Sales Strategy Team
Sales Performance
- 고객에게 최적의 솔루션 제안
- 고객과의 신뢰를 바탕으로 한 장기적인 관계 구축
- 고객의 문의사항에 신속, 정확한 응답

Entrench Consulting | 회사 연혁

인트렌치 컨설팅은 2017년 창립부터 지금까지 국내 외 기업의 홈페이지 중대형 쇼핑몰, 금융사 등 다양한 분야에서
그로스해킹 기반의 데이터분석을 통해 고객의 비즈니스 성장을 돕는 서비스를 제공하며 성장해왔습니다.

2024 ~ 현재

U+ (대표홈페이지, 기업조직)
빅데이터 분석 및 컨설팅(데이터 제휴 사업 분석 지원)
Data Management / AB test / Analysis

SK스토아
Data Management / AB test / Analysis

SK하이닉스
Implementation / Data Management / Reporting

롯데렌탈
Data Management / Reporting / Analysis

롯데카드
Data Management / AB test / Analysis

르노삼성자동차
Data Management / Reporting / Analysis

캐롯손해보험
Data Management / Reporting / Analysis

네스프레소 코리아
AB test / Analysis

2023 ~ 2022

U+ 우리가게패키지, 외국인대표채널
Implementation / Reporting

**U+ 아이돌LIVE(WEB),
아이돌LIVE(팬그라운드)**
Implementation / Reporting

Kt 엔터프라이즈
Data Management / AB test / Analysis

LG CNS 라이프케어
Data Management / AB test / Analysis

한국컴패션
Data Management / AB test / Analysis

마더브레인 파트너사

디지털다임 파트너사

프레임아웃 파트너사

2021 ~ 2019

한국하겐다즈
Data Management / AB test / Analysis

부산일보
Data Management / AB test / Analysis

월드비전
Data Management / Reporting

유엔난민기구
Implementation / Data Management / Reporting

롯데홈쇼핑
Implementation / Reporting

동양생명
Implementation / Data Management / Reporting

하이마트
Implementation / Reporting

차이커뮤니케이션 파트너사

2018 ~ 2016

빗썸
Implementation / Data Management / Reporting

웰컴저축은행
Implementation / Data Management / AB test

웰컴론
Implementation / Data Management / AB test

현대캐피탈 인증중고차
Implementation / Data Management / Reporting

현대프리비아
Implementation / Data Management / AB test / Analysis

삼성생명 다이렉트
Implementation / Data Management / Reporting

인도네시아 롯데
Implementation

롯데마트
Implementation

* **인트렌치컨설팅 창립**

SK 스토아 | SK 하이닉스 | LG U+ | LG CNS | LG 생활건강

Carrot | LOTTE CARD | MetLife | 현대해상 | Welcome 웰컴금융그룹

롯데렌탈 | LOTTE Mart | 롯데홈쇼핑 | 하이마트 | Dongkook 동국제약

kt Enterprise | 현대카드 PRIVIA 여행 | NESPRESSO. | SAMSUNG 삼성생명 | 쇼핑엔티

Finance

Education

E-Commerce

IT&Entertainment

Travel&Entertainment

Food/Health&Cosmetic

02

Service

“인트렌치 컨설팅은 분석 컨설턴트와 데이터 엔지니어가 팀을 이뤄 클라이언트의 비즈니스 전략과 가치가 잠재고객에게 통합적으로 전달될 수 있게 설계합니다.”

What is CXO?

CXO
(Customer eXperience Optimization)

고객 경험 최적화(CXO: CX Optimization 또는 Customer eXperience Optimization)는
기업이 제품 또는 서비스를 제공하는 과정에서 **고객의 만족도를 높이고 브랜드 충성도를 촉진하기 위해 고객 경험을 지속적으로 향상시키는 노력과 전략**을 의미합니다.

고객 경험 최적화 서비스는 **고객이 제품 또는 서비스를 이용하는 과정에서 느끼는 만족도를 최대화**하고, 이를 통해 **기억의 성과를 향상시키는 전략적인 접근 방식** 입니다.
이는 고객이 제품 또는 서비스와 상호작용하는 모든 단계에서의 경험을 개선하고 최적화하는 것을 목표로 합니다.



Benefit of CXO

고객 만족도 향상
CXO 서비스로 고객 경험을 현식하여
브랜드 충성도를 높이고 추가 구매 유도로 매출 성장을 도모합니다.

브랜드 이미지 강화
CXO를 통해 고객은 단순한 제품이 아닌
브랜드와의 연결성과 개인화된 경험을 찾게 됩니다.

긍정적인 전파
CXO를 통해 만족한 고객이 활발한 추천을 통해
브랜드 명성을 높이고 새로운 고객을 유치합니다.

비즈니스 효율성 개선
CXO는 고객 요구를 신속히 파악하고 제품/프로세스를 개선하여
고객 유지율 향상과 비용 절감을 도모합니다.

아래 수행 단계와 기간은 각 항목별로 정리된 것이며, 고객사 기업의 현재 데이터 준비 상황과 데이터 필요 항목에 따라 유동적일 수 있습니다.
또한, 상황 및 필요에 따라 특정 단계만 수행하는 것도 가능합니다.

비즈니스 인터뷰 / 분석 전략 수립

약 1주 ~ 2주 소요



실무진들과 인터뷰하여
주요 고객군과 내부적 목표 등
비즈니스 이해도를 먼저 갖춥니다.

고객 행동 분석

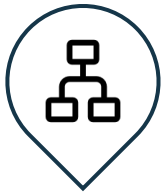
약 3주 소요



고객들의 세부적이고 복합적인
행동 데이터 분석을 통해
고객을 이해합니다.

고객 세분화

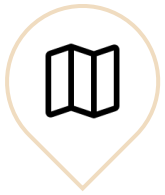
약 2주 소요



고객의 공통적인 특성 기반의
세분화로 고객의 니즈 충족과
의미 있는 경험을 제공합니다.

고객 여정 지도 매핑

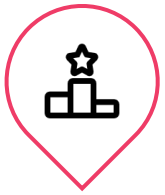
약 3주 소요



앞서 분류한 고객군들의 Stage와
Touch-Point에서 행동, 감정,
Pain Point를 포착합니다.

캠페인 및 테스팅 적용/ 결과 분석 및 리뷰

약 4주 ~ 5주 소요



분석으로 얻은 인사이트 기반으로
캠페인 설계 및 테스트를 진행하며
고객 여정 단계와 접점에 맞는
관련성 있는 메세지를 전달합니다.

전체 과정 수행 시 약 12주 (3개월 소요)

홈페이지 보기 소개서 다운로드

What is RRO?

RRO

(Repeat purchase Rate Optimization)

재구매율 향상(RRO: Repeat purchase Rate Optimization)은
기업이 고객이 처음 제품 또는 서비스를 구매한 후에도 **지속적으로 그들의 충성을 유지하고 재구매를 촉진하기 위해 노력하는 전략과 방법론**을 의미합니다.

재구매율 향상 서비스는 고객이 제품 또는 서비스를 **반복적으로 구매하도록 유도하여 기업의 매출을 증대시키는 핵심적인 요소**로 작용합니다.
이는 **고객 경험을 개선하고, 고객의 요구를 충족시키는 제품 또는 서비스를 제공하는 과정에서 시작**됩니다.
RRO는 고객이 기업의 제품이나 서비스를 지속적으로 선호하고 재구매를 하도록 유도함으로써 기업의 수익성을 향상시키는 데 중요한 역할을 합니다.



Benefit of RRO

충성 고객 확보

RRO를 통해 고객 행동을 추적하고 맞춤형 프로모션을 제공하여
고객의 충성도를 높여 브랜드 신뢰를 강화하고 평생 고객으로 유인합니다.

퍼포먼스 모니터링

재구매율과 마케팅 효과를 실시간으로 감시하여 전략을 최적화합니다.
경쟁력 강화와 성장을 위한 필수 도구입니다.

브랜드 평판 강화

폭발적인 브랜드 평판과 긍정적인 소문을 통해
새로운 고객을 유치하고 경쟁력을 강화합니다.

ROI 증대

고객 데이터 분석과 개인화된 마케팅으로
투자 대비 고객 유치 성과를 높여 ROI를 증대합니다.

아래 수행 단계와 기간은 각 항목별로 정리된 것이며, 고객사 기업의 현재 데이터 준비 상황과 데이터 필요 항목에 따라 유동적일 수 있습니다.
또한, 상황 및 필요에 따라 특정 단계만 수행하는 것도 가능합니다.



01 데이터 확보

약 1주 ~ 2주 소요

고객의 구매 이력을 추적하고
다양한 행동 패턴 및 상호작용
데이터를 수집합니다.

02 데이터 분석 (주요 지표 확인)

약 1주 소요

페이지 뷰, 전환율, 이탈율 등
주요 지표를 분석하여 웹사이트나
앱의 성과를 이해하고, 특정 기간 동안의
변화를 추적하여 사용자 경험을
개선하는 방안을 도출합니다.

03 고객 세분화

약 1주 소요

수집한 고객 행동 데이터를 기반으로
고객을 세분화하여 각 그룹의 특성을
정확히 파악합니다.

04 이메일, 메시징 목록 작성

약 1주 소요

각 고객 그룹에게 테스트를 통해
검증된 맞춤형 이메일 및 메시지를
작성하여 전달합니다.

05 MKT Automation 툴 세팅 및 적용

약 2주 ~ 3주 소요

MKT Automation을 통해
사용자의 행동 및 선호도를
실시간으로 파악하여 맞춤형
컨텐츠를 자동으로 발송합니다.

06 결과 분석 및 리뷰

약 1주 소요

재구매율의 증가,
각 세그먼트에서의 반응 등
평가하여 성공한 전략과 개선이
필요한 부분을 식별합니다.

전체 과정 수행 시 약 6주 (약 1.5개월 소요)

홈페이지 보기 소개서 다운로드

What is CRO?

CRO
(Conversion Rate Optimization)

전환율 최적화(CRO: Conversion Rate Optimization)는
온라인 플랫폼에서 **방문자를 구매자로 변환시키는 과정을 개선하는 전략과 방법론**을 의미합니다.

CRO를 통해 **웹사이트나 앱의 디자인, 콘텐츠, 사용자 경험(CX)을 최적화하여 목표 전환율을 높이고 비즈니스 성과를 향상**시킵니다.
이는 **고객의 구매 의사결정 과정에서 생기는 모든 단계를 분석하고 개선하여 최종 구매로 이어지는 경로를 최적화하는 것을 목표**로 합니다.
CRO는 고객 경험을 향상시키고 매출을 증대시키는데 중요한 전략적인 요소로 작용합니다.



Benefit of CRO

사용자 경험 개선
CXO 서비스로 더 편리하고 개인화된 경험을 제공하여
사용자 만족도를 높입니다.

경쟁 우위 확보
CRO는 사용자 행동 데이터를 기반으로 웹사이트나 앱을 최적화하여
고객에게 탁월한 경험을 제공하고, 경쟁사와의 차별화를 도모합니다.

마케팅 ROI 향상
CRO를 통해 사용자 행동 분석과 타겟팅을 최적화하여
마케팅 예산을 효율적으로 활용하고 ROI를 최대화합니다.

효율적인 데이터 활용
CRO는 사용자 행동을 분석하여 웹사이트나 앱을 지속적으로 최적화하고
비즈니스에 실질적으로 적용합니다.

Micro-Conversion은 물론 Purchase Conversion 등 전반적인 전환을 Growth Hacking 방법론을 기반으로 전환율을 개선하는 서비스입니다.

데이터 분석
약 1주 ~ 2주 소요

방문자와 기존 고객의 데이터를
수집, 처리, 변환 및 해석하여
큰 이탈 지점을 파악합니다.

가설 수립
약 1주 소요

도출된 문제를 한번에 해결할 수 없기에
Widerfunnel의 PIE 프레임워크를 이용하여
가설의 우선 순위를 정합니다.

컨텐츠 구현 및 실현
약 2주 ~ 3주 소요

A/B 테스팅 도구를 이용하여 다양한
버전의 디자인을 테스트함으로써
가설과 성과를 입증 합니다.

결과 분서 및 리뷰
약 1주 소요

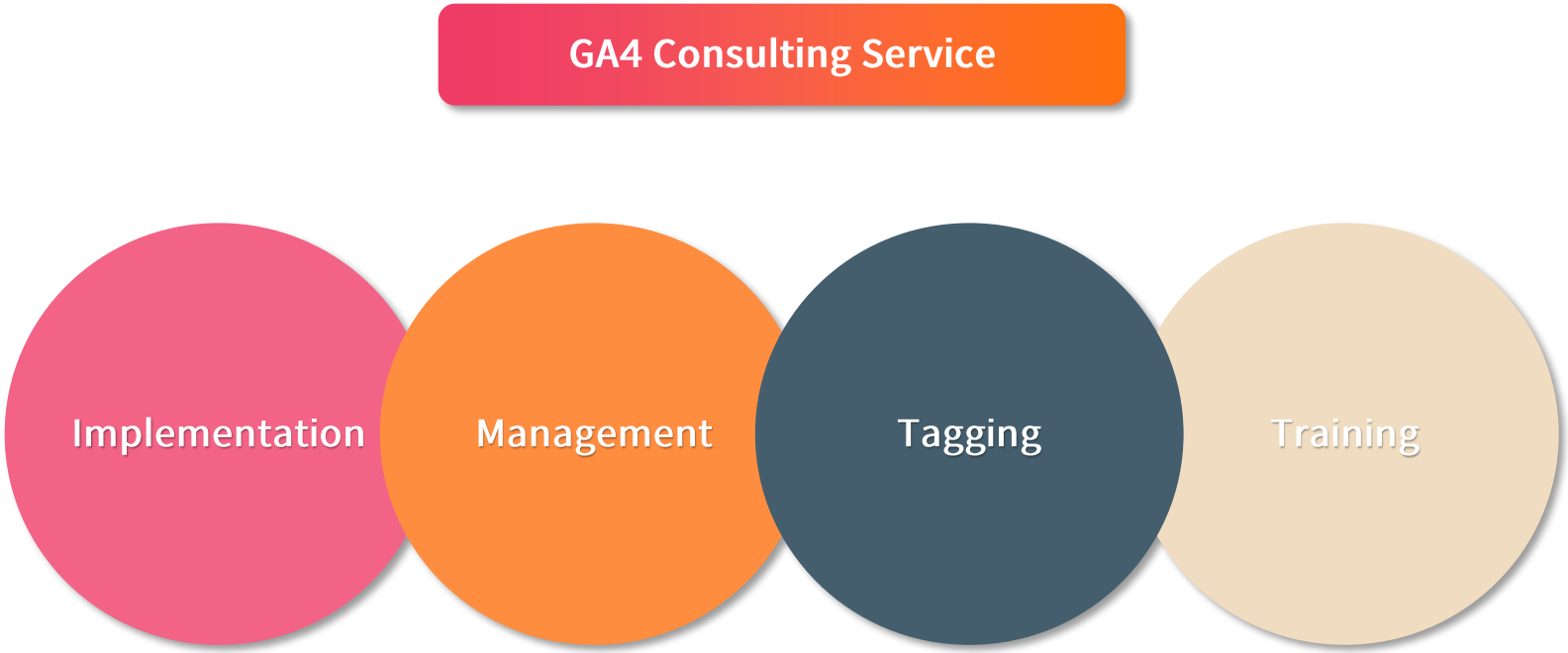
테스트를 통해 무엇이 효과 있었는지
고객군별 반응과 추가 개선할 부분 등
key learning Point 획득이 중요합니다.

전체 과정 수행 시 약 6주 (약 1.5개월 소요)

홈페이지 보기 소개서 다운로드

구글 애널리틱스를 활용한 데이터 분석 및 구축을 컨설턴트가 대행하는 서비스입니다. GA4 도입부터 데이터 관리, 설계, 운영,
리포팅까지 수행하며 근본적인 니즈를 해소하고, 내부 인력 비용보다 저렴한 비용으로 경험이 풍부한 전문가에 의한 최대의 효율성을 기대할 수 있습니다.

“비즈니스에 대한 정확한 이해를 기반으로 문제를 해결합니다.”



Entrench Consulting

Implementation 서비스는 Planning 부터 Training 단계까지 사이클을 제공되고, Management 서비스는 계약기간 동안
"설정 ➔ 데이터 수집/관리 ➔ 리포팅"을 지속적으로 제공합니다. 사내 전문인력이 없는 경우 Management 서비스는 최선의 솔루션이 될 것입니다.

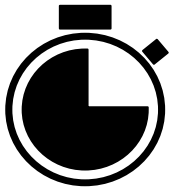


데이터를검수하면서최적의분석환경구축

홈페이지 보기 소개서 다운로드

쿠폰형 컨설팅 서비스를 통해 부담없이 10년 이상의 데이터 컨설팅 및 데이터 시각화 서비스 경험을 갖춘 인트렌치 컨설팅의 서비스를 받으실 수 있습니다.
구글애널리틱스(GA), Looker Studio 대시보드, Google BigQuery를 활용한 데이터 분석 및 시각화 등의 서비스를 쿠폰을 통해 자유롭게 사용하실 수 있습니다.

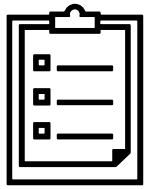
1



조사 및 분석

요구사항&문제 진단을 위한
체크리스트를 발행합니다.

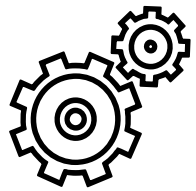
2



작업 수행범위 안내

요구사항 수준 및 해결방안에 따른
예상 작업 시간 안내

3



작업 수행 및 완료

컨설팅 수행 완료 후
스프레드시트를 공유합니다.
일시/요청자/보유쿠폰/사용시간/
유효기간/작업내역 등

보유한 쿠폰 시간에 맞춰 자유롭게 선택 사용 가능합니다.



맞춤이벤트 설정
(약 2~3시간 소요)

GA 목표설정, 네이버 N페이, 맞춤이벤트
1회 설정 시 사용



광고스크립트 설치
(약 2~3시간 소요)

네이버, 카카오, 페이스북 광고스크립트
1회 적용 시 사용



데이터 정합성 개선
(일반: 약 8시간, 커머스 :약 16시간 소요)

- 데이터 중복 의심, 매출 데이터 불일치 시 사용
- 매출 데이터의 양, 웹사이트 환경에 소요 시간은 다를 수 있음



루커 대시보드 제작
(약 10~20시간 소요)

대시보드 신규 제작 시 사용



루커 대시보드 수정
(약 2~3시간 소요)

대시보드 수정 시 사용



GA4 탐색리포트 문의/제작
(일반: 약 8시간, 커머스 :약 16시간 소요)

필터, 세그먼트 맞춤형 리포트 생성 시 사용



GA4 기본 교육
(약 2~3시간 소요)

GA4 용어, 지표, 리포트 설명 필요 시 사용



문제 진단을 위한 온라인 컨콜
(약 2시간 소요)

문제 진단을 위한 온라인 미팅이 필요한 경우 사용

홈페이지 보기

03

Solution

“인트렌치 컨설팅은 빠르게 변해가는 DATA-DRIVEN 영역에서 발생하는 다양한 클라이언트의 고민에 대해 항상 귀를 열고 도움을 드리고 있습니다.”

고객 경험 기반 AI를 활용하여 고객 여정의 모든 단계에서 개인화된 커뮤니케이션을 제공하며,
마케팅 자동화(Marketing Automation)를 통해 최적화(Optimization) 및 개선하는 서비스를 제공합니다.



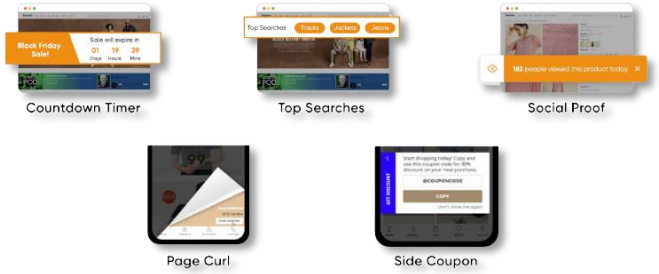
Insider는 다양한 산업 및 업무 분야에서 사용되며, 고객 데이터에 기반하여
Targeting 및 개인화된 마케팅 전략을 수립하고 실행하는데 도움을 줍니다.
실시간으로 고객 데이터를 분석하여 개인화된 마케팅 캠페인 및 예측 분석을 통해
마케팅 전략을 최적화하는데 인트렌치 컨설팅 전문 컨설턴트가 도와드립니다.

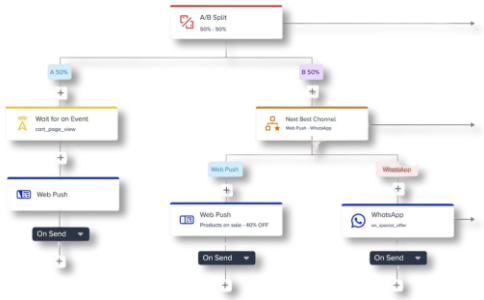
#Marketing Automation #Optimization #AI #Segmentation #Individualize #Insider

이제는 AI를 통해 A to Z까지 고객을 세분화하고 이해하며 각 고객의 맞는 Needs을 찾아내어 최적화 할 수 있습니다.
미래 행동 예측을 통해 이탈율을 최소화하고, 전환율을 향상시키는데 집중할 수 있습니다.

Web Suite

타겟팅 및 추천으로 전환율을 극대화하세요.
이벤트 속성 행동 등 120개 이상의 다양한 데이터 포인트로
심층적인 분석 기능을 제공하여 깊이 있는 데이터를 얻을 수 있습니다.



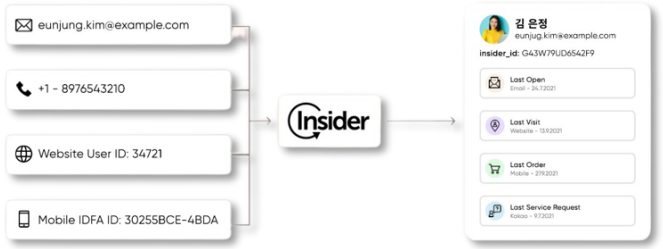


Architect

12개 이상의 마케팅 채널과 모든 디바이스에서 일관된 개인화 경험을
제공하며, 정교한 유저 타겟팅 설정 및 A/B/N 테스팅으로 고객 여정에서
참여와 ROI를 극대화 할 수 있습니다.

UCD (Unified Customer Database)

AI를 기반으로 활용한 고객 행동 데이터를 자동 수집하세요.
온/오프라인 채널에서 수집한 데이터를 실시간으로 통합하여
고객을 디테일한 관점에서 파악 가능해 실제 비즈니스 성과와
연결 시킬 수 있습니다.



홈페이지 보기

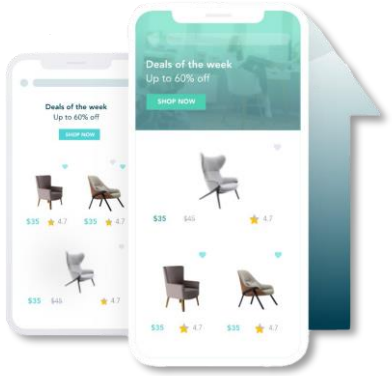
이제 A/B 테스트는 선택이 아닌 필수입니다. 다변량 테스트 및 웹 사이트 최적화를 위한 도구와 서비스를 제공하며,
디지털 경험을 향상시키고 사용자의 참여도를 높이기 위한 기술적 도구를 제공하여 기업들이 온라인 비즈니스 성과를 향상시킬 수 있도록 도와줍니다.



Web 및 App 디지털 플랫폼에서 실험, AB 테스트, 개인화 및 최적화 활동을 수행하기 위한 도구와 솔루션을 개발하고 제공하며, 실험관리와 데이터 분석 기능에 중점을 두고 기업들이 실험 프로세스를 보다 체계적으로 관리하고 데이터 기반 의사 결정을 할 수 있도록 도와줍니다. AB Tasty는 다양한 작업을 자동화하고 최적화하는데 자체적으로 개발한 AI 알고리즘과 프로그램을 사용합니다.
이러한 AI 기반의 기술과 기능을 활용하여 온라인 실험과 개인화를 지원하며, 스마트 트래픽 분배, 자동화된 통계 분석, 개인화 알고리즘, 예측 모델링 등을 활용해서 성과 기반 최적화가 가능합니다.

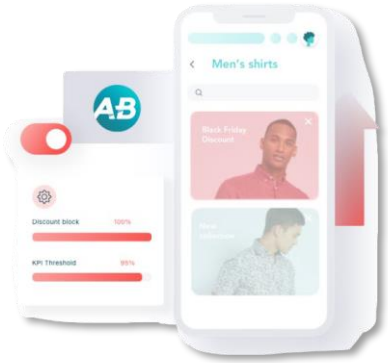
#Optimizely #AB Tasty #Google Optimize #AB Test #Google Analytics 4

이제는 AB Testing을 통해 원활한 사용자 경험을 제공해야 될 때 입니다.
사용자 경험에 기반하여 AI를 통해 마케팅 성장과 고객에게 최적화를 제공하십시오.



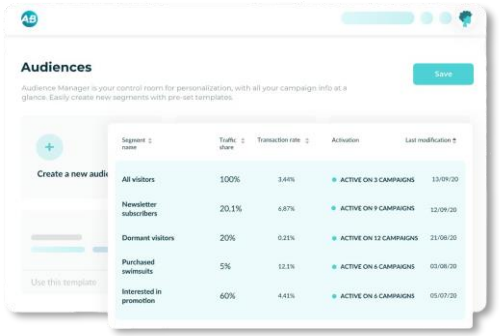
Web Experimentation

Web 및 App 기능 등을 테스트하여 디지털 Touch-Point에서 가능한 최고의 ROI를 이끌어낼 수 있습니다. 또한 Goals 설정을 통해 광범위한 KPI 설정이 가능해지며, Allocate Traffic을 통해 실험에 노출되는 트래픽 성과에 대한 결과를 쉽게 비교할 수 있습니다.



Feature Experimentation

채널과 기기 전반에 걸쳐 정교한 실험이 가능합니다. 프로덕션 환경에서 두 가지 버전의 UX를 실행하여 고객이 선호하는 UX에 대한 결과값을 확인할 수 있고, 동일한 페이지 또는 동일한 사용자 그룹군을 대상으로도 테스트가 가능합니다. AB Tasty Solution의 경우 개발팀이 아닌 운영팀에서 UI 기능을 쉽게 변형 및 설계할 수 있어 보다 편리함을 제공합니다.



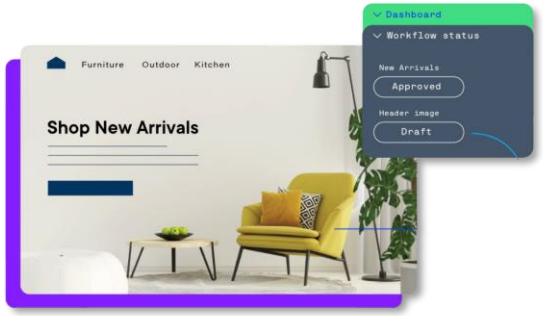
Personalization

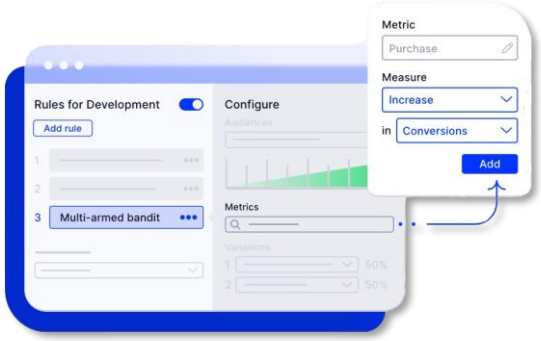
AI 기반의 개인화를 통해 보다 정밀한 잠재고객 세분화 및 Targeting이 가능해집니다. 기계 학습, 기술, 행동, 거래 및 위치 등 세분화되고 개인화된 경험을 구성하여, 고객이 어떤 유형의 항목에 관심이 있는지, 어떤 콘텐츠가 충성도 및 참여도가 높은지 개인화 세그먼트를 강화하여 전환율을 극대화 할 수 있습니다.

기업들이 온라인 상에서 사용자 경험을 향상시키고 비즈니스 결과를 최적화하기 위한 다양한 기능들과
고급 사용자 및 개발자들을 위한 강력한 실험 관리 및 개발 지원을 제공합니다.

Orchestrate

AB 테스팅 시 높은 수준의 뷰를 확보하고 최고의 자유도와 친화적인 편집 기능을 제공합니다.
이를 동해 컨텐츠를 생성하고 게시하는데 리소스를 줄일 수 있으며 AI가 생성한 통찰역으로
전환 가능성이 높은 컨텐츠 타게팅이 가능합니다.





Experiment

모든 행동에 대한 수집된 데이터 기반, 측정을 통해 특정 사용자 또는 그룹에 맞춰
실시간 디지털 경험을 맞춤화 합니다. 고객 경험을 통합하고 모든 App에서 실험과
최적화를 진행할 수 있습니다. 대규모 대상으로 최적화된 실험이 필요할 시, 적합한
Solution 기능입니다.

Monetize

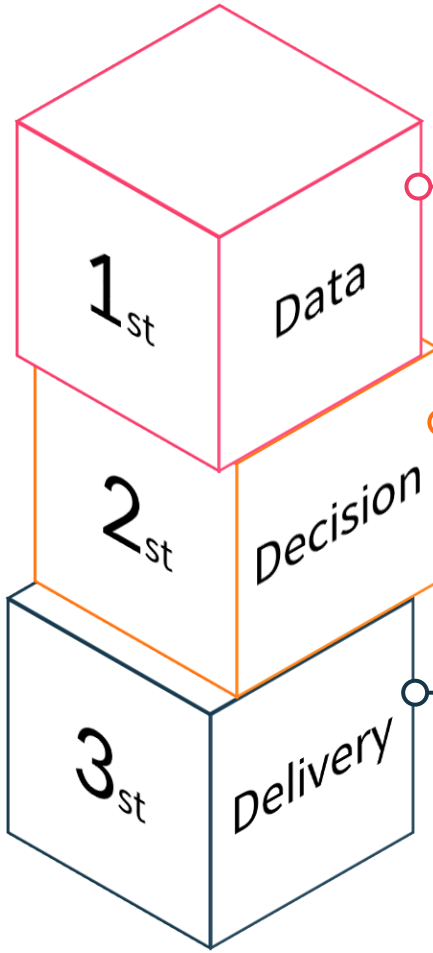
전자상거래 웹사이트에 특화된 디지털 Solution입니다.
고객들의 모든 Touch-Point를 추적 및 파악하여 적절한 대상에게 차선책 제품을 제공하며
디지털 판매에 대한 전체적인 관점을 통해 재고가 온라인에서 판매되는 속도와
제품 판매 추세를 파악하여, 관련 프로모션을 추진하고 전환율을
극대화할 수 있도록 도와줍니다.



Optimizely

AB Tasty

아이쿠아(AIQUA)는 AI를 활용하여 모든 마케팅 채널에서 고객별 1:1 참여 전략을 생성하는 개인화 플랫폼입니다.
크로스 디바이스 환경에서 인공지능(AI) 및 데이터 기반 의사결정과 마케팅을 통해 기업들이 지속적으로 성장할 수 있도록 지원하는 기술 기업입니다.



- 고객 인사이트 확보를 위한 외부 데이터 제공 및 데이터 통합 솔루션 제공
- 자연어 처리 및 딥러닝 기술을 통한 고객의 외부 관심사 추출
- 20억 개의 기기에 걸쳐 7억 명의 고유 사용자의 외부 관심사 제공

- Daily 의사결정 고도화
- 마케팅 의사결정들을 해결하는 AI 기반 데이터 사이언스
- AI플랫폼을 통한 Daily 의사결정 고도화 지원

- 전체 퍼널에서 고객의 참여와 매출을 견인하는 데이터(Data)와 AI(Decision) 솔루션 제공

이를 통해, 내 외부 데이터 통합을 통한 360도 고객 인사이트 확보와,
AI를 통한 고객 행동 예측과 컨텐츠 결정, MarTec 및 AdTec 풀 퍼널 채널 통합이 가능합니다.

최점단 AI 추천

자연어처리(NLP), 딥 이미지 러닝, 사용자 선호도 등의
성능이 탁월한 알고리즘을 활용하여 고객별 맞춤 추천을 생성하고
모든 접점에서 고객들에게 가장 정교하고 개인화된 경험을 제공합니다.

동적 소재

딥 러닝으로 텍스트 및 이미지를 분석하여 각 개별 사용자에게
가장 관련성 높은 광고 소재를 제공합니다.
사용자 프로필 및 행동 기반으로 컨텐츠를 변경합니다.

인스턴스 메시지 전송

AIQUA의 개인화 기능과 다양한 형식을 활용하여
메시지 전송 캠페인을 구성하고 메시지 전송 채널들을 브랜드의 웹, 앱 등에
연결하여 모든 채널에서 보다 유기적인 데이터 통합을 이룰 수 있습니다.

시험 및 최적화

캠페인에 대한 A/B 테스트를 실행하여 성과 향상분을 측정합니다.
성공에 기여하는 것으로 확인된 요인들로
컨텐츠, 푸시 알람 메시지 및 추천을 최적화할 수 있습니다.

캠페인 자동화

사용하기 쉬운 인터페이스로 모든 채널에서 캠페인을 자동화합니다.
장바구니에 담아둔 아이템 혹은 나중에 보려고 찜 해둔 영화에 대한 알림을
적절한 시기에 보내는 등 사용자 행동 기반 실시간 추천 컨텐츠를 전송합니다.

인터랙티브 크리에이티브 스튜디오

코드 한 줄 없이 온사이트 컨텐츠 블록을 구축합니다.
AIQUA의 크리에이티브 스튜디오에서 고유의 사전 제작 템플릿을 사용하여
네이티브 광고 세션을 구성하거나 양방향 캠페인을 생성할 수 있습니다.
Drag and Drop 방식의 인터페이스로 다채로운 캠페인을 손쉽게 진행할 수 있습니다.

신시간 세분화

모든 종류의 사용자 조건으로 잠재고객을 세분화할 수 있습니다.
최적의 잠재고객을 자동 예측해주는 애피어의 고객 데이터 사이언스 플랫폼인 AIXON에서
세그먼트를 직접 가져와 고객 참여 및 전환을 향상시킬 수 있습니다.

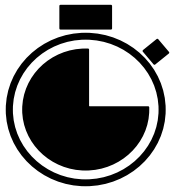
오케스트레이션

Drag and Drop 방식의 편집기를 통해 라이프사이클 캠페인을 운영할 수 있습니다.
웹사이트나 앱에서의 고유한 라이프사이클에 맞춰 고객 참여 경험을
설계할 수 있습니다. 고객 여정을 전체적으로 관리하여 채널 전반의 모든 단계에서
더 나은 고객 경험을 제공할 수 있습니다.

홈페이지 보기

인트렌치 컨설팅은 대시보드 제작 단계별 프로세스를 통해 회사 및 팀별 주요 KPI 파악, 목적 및 방향성 수립, 전자상거래 및 행동 흐름에 맞춰 대시보드 구조를 설계하여 데이터 기반 의사결정 환경을 구축합니다.

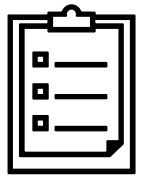
1



조사 및 분석

회사 및 팀 주요 KPI 파악, 구매 행동 흐름 등 대시보드 목적 및 방향성 조사합니다.

2



데이터 수집 범위 파악

내부 UTM 가이드 조사 및 맞춤 채널 정의, 전자상거래 영역 등 주요 이벤트별 태깅 범위 조사 및 검수 합니다.

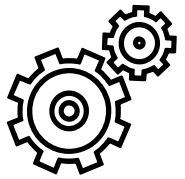
3



대시보드 디자인

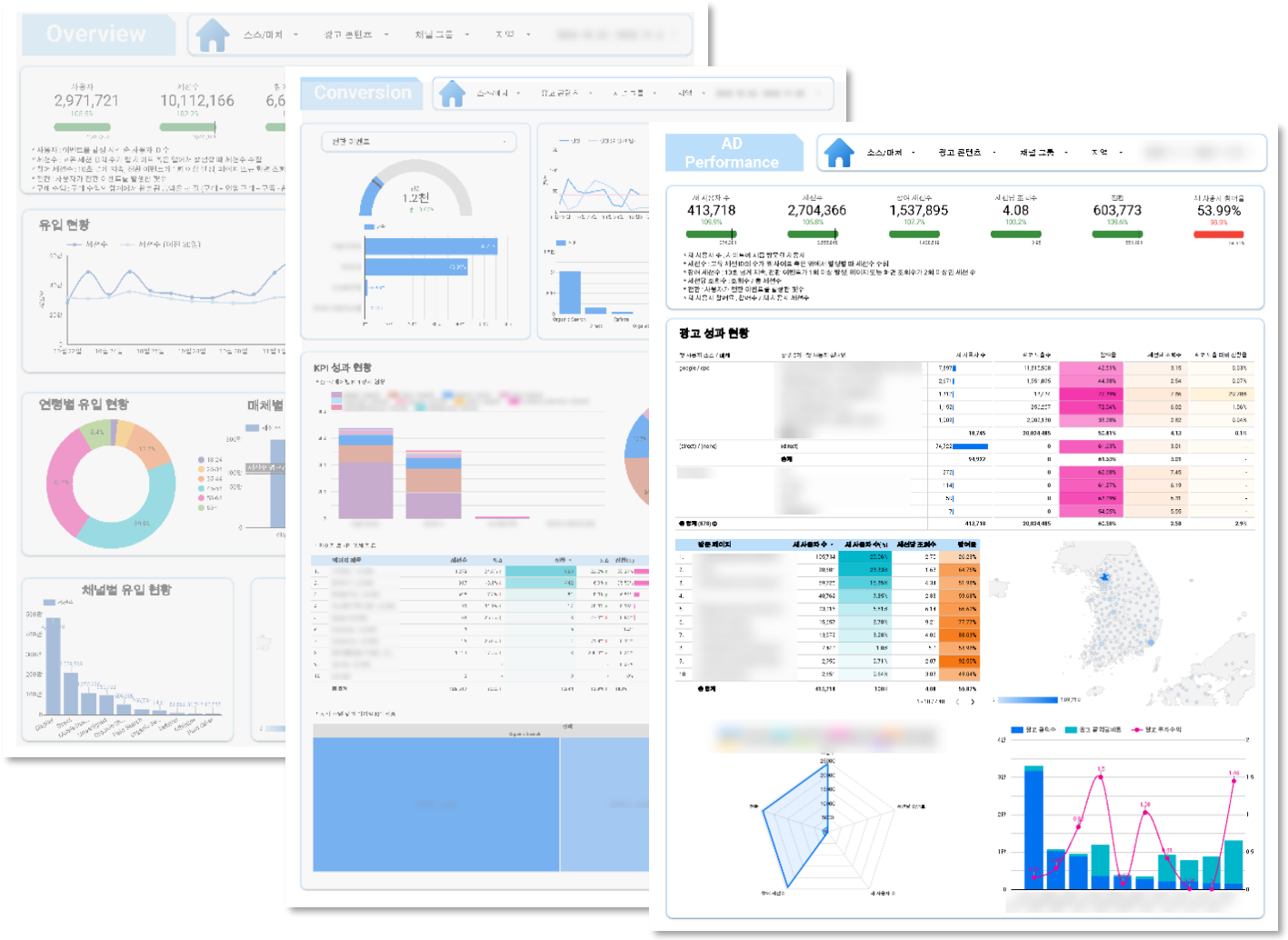
대시보드 요구사항 및 측정기준과 항목을 정의합니다.

4



대시보드 제작

고객사 계정 대시보드 제작 완료 후 수정 단계를 거쳐 최종 완성합니다.



예상 수행기간과 절차

- **Define Requirement** / 약 2~3일
  회사 및 팀 주요 KPI 파악
  목적 및 방향성 조사
  구매 및 행동흐름 (Funnel Visualization) 파악

- **Inspection** / 약 3~4일
  내부 UTM 가이드 조사 및 맞춤 채널 정의
  50%, 70%, 100% 스크롤 및 주요 이벤트 태깅 조사 및 검수
  전자상거래 영역 수집 및 기타 영역 검수

- **Dashboard Design** / 약 5~6일
  요구사항 및 측정기준/항목 정의
  차트스타일 및 상세 영역 설명 문서화
  함수 및 세그먼트 맞춤 필터 구성

- **Create Dashboard** / 약 5~6일
  고객사 계정 대시보드 생성
  수정 및 업데이트
  완성본 공유

홈페이지 보기 소개서 다운로드

데이터 웨어하우스와 데이터 레이크의 장점만 모아 통합형 오픈 플랫폼으로 개발된 Databricks 서비스를 이용하시는 것으로
ETL 부터 데이터 웨어하우징, 생성형 AI 에 이르기까지 데이터 및 AI 목표를 간편하고 빠르게 실현하실 수 있습니다

Shell 사

페타바이트 단위의 데이터세트에 표준 BI툴을 활용하여 데이터를 모두가 활용할 수 있게 하고,
비용 절약을 하기 위해 Databricks를 활용하고 있습니다.



UesCAses

70+usecase들이 supplychain, 운영, 제품 개발, 마케팅 및 고객 경험에 영향

Challenges

대규모의 연결되지 않은 데이터 및 레거시 아키텍처로 인하여 ML에 어려움을 겪음

Solution

- Lakehouse 아키텍처를 통해 DW, BI, ML을 전부 DeltaLake 상에 통합하여 기존에 불가능했던 새로운 usecases 가능
- 넓은 범위의 워크로드 : IoT(machinery, smartmeters, etc), streamingvideo, internalreporting(HR/Finance), ETL 등
- 내부 의사결정을 위해 SQL분석 및 리포팅 사용

Databricks 는 이런 어려움에서 벗어나기 위해 데이터 웨어하우스와 데이터 레이크의 장점만 모아 데이터 분석 및 AI 를 위한 통합형 오픈 플랫폼을 개발하여
현재 단일 플랫폼 형태로 여러 서비스를 제공하고 있으며, ETL 부터 데이터 웨어하우징, 생성형 AI 에 이르기까지 데이터 및 AI 목표를 간편하고 빠르게 실현하기 위해
여러 산업군에서 Databricks 의 서비스 이용하고 있습니다.

Rolls-Royce 사

예측 유지보수를 위한 인사이트를 얻는데 Databricks를 활용하여
기체 신뢰성을 개선하고 탄소 배출양을 절감하고 있습니다.



UesCAses

- Rolls-Royce사는 예상하지 못한 유지보수 및 가동 중지시간을 줄이기 위하여 실시간 엔진 데이터 활용 필요
- 레거시 시스템으로는 ML을 위해 실시간으로 엔진 센서 데이터를 대규모로 수집하는 것이 불가능

Why Databricks?

- Azure 상의 Lakehouse 플랫폼은 모든 비행 관련 데이터와 외부 환경 조건 데이터를 스트림에 통합하여 엔진 성능 문제점들을 예측
- DeltaLake는 usecase 들에 연관된 ML 워크로드들에 데이터를 공급하는 ETL 파이프라인을 지원
- MLflow 는 새로운 모델들의 배포를 빠르게 하고 발이 묶인 비행기들을 줄임

홈페이지 보기

04

Case Study

“인트렌치 컨설팅의 다양한 산업군별 고객 데이터를 수집하고 분석하면서
축적된 경험은 경쟁사에서 쉽게 따라할 수 없는 차별점입니다.”

광고 매체별 사용자유입 데이터 분석을 통한 광고 비용 최적화

문제점

- ✓ 다양한광고채널별성과측정불가
- ✓ 전환이외의기여한지표확인불가

해결책

- ✓ 광고소스/매체별데이터분석
- ✓ Action을통한광고캠페인최적화

결과

- ✓ 효율적이고수익성높은채널판단및예산조정
- ✓ 전환외의각매체별특성과장단점파악가능

문제점

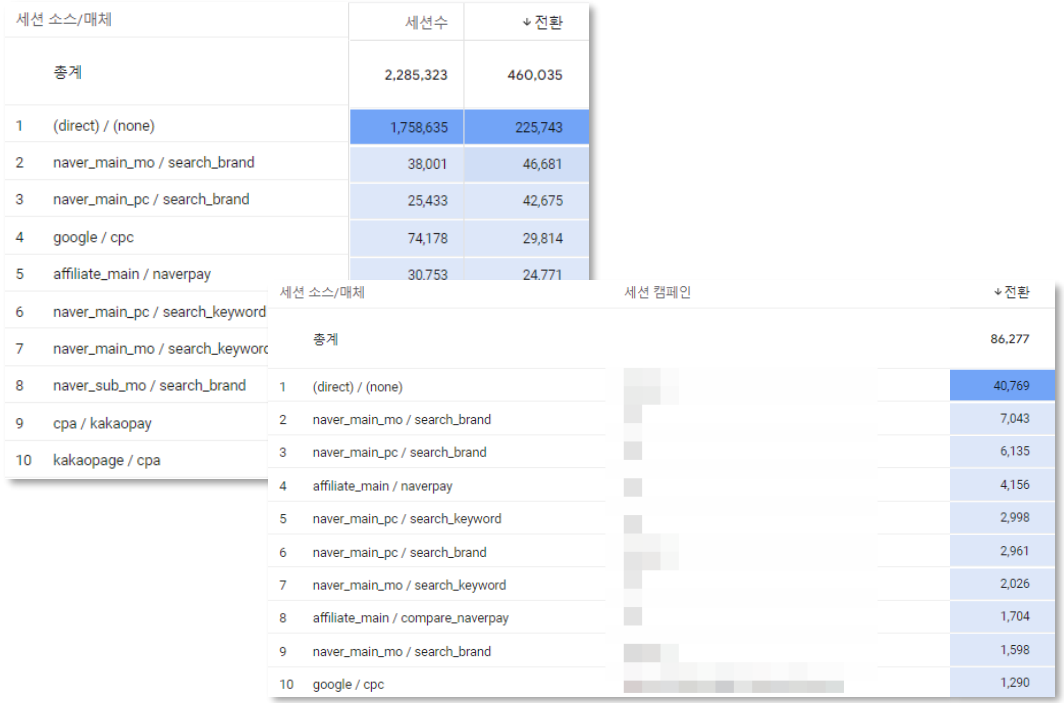
- 광고 비용 대비 얼만큼의 성과와 효율성이 있는지 파악이 불가함
- 전환 이외의 매체별 기여한 지표가 다르지만 확인 할 수 없음

해결책

- 광고 채널별 비교 분석으로 가장 효율적이고 수익성 높은 채널을 판단
- 소재 및 타겟킹 변경 등의 Action을 통해 광고 캠페인 최적화

결과

- 광고 채널별 수익성 판단으로 추후 광고 예산 재조정 가능
- 매체별 기여한 지표를 특성과 장단점을 파악할 수 있음



세션 소스/매체	세션수	↓ 전환
총계	2,285,323	460,035
1 (direct) / (none)	1,758,635	225,743
2 naver_main_mo / search_brand	38,001	46,681
3 naver_main_pc / search_brand	25,433	42,675
4 google / cpc	74,178	29,814
5 affiliate_main / naverpay	30,753	24,771
6 naver_main_pc / search_keyword		
7 naver_main_mo / search_keyword		
8 naver_sub_mo / search_brand		
9 cpa / kakaopay		
10 kakaopage / cpa		

세션 소스/매체	세션 캠페인	↓ 전환
총계		86,277
1 (direct) / (none)		40,769
2 naver_main_mo / search_brand		7,043
3 naver_main_pc / search_brand		6,135
4 affiliate_main / naverpay		4,156
5 naver_main_pc / search_keyword		2,998
6 naver_main_pc / search_brand		2,961
7 naver_main_mo / search_keyword		2,026
8 affiliate_main / compare_naverpay		1,704
9 naver_main_mo / search_brand		1,598
10 google / cpc		1,290

반복적인 테스팅과 검증 작업을 통한 퍼널 최적화

문제점

✓ 데이터를기반한보종별퍼널확인불가

해결책

✓ 반복적인테스팅과검증작업을통한 최적화된퍼널구축

결과

✓ 1page1task로고객들의집중도증가

✓ 인증절차간소화로인한이탈율감소

문제점

- 보종별 퍼널 확인 불가로 인해 고객들의 이탈율 확인이 불가

해결책

- GA4 탐색보고서를 통해 퍼널 내 병목구간 및 주요 이탈원인 파악
- 해당부분 개선을 위한 가설수립 후 가설 기반 변경된 페이지와 기존 페이지의 성과 비교 실험 실행
- 실험을 통해 얻은 인사이트를 바탕으로 실제 페이지 개선안 적용

결과

- 1page 1task로 고객이 진행중인 단계에만 집중시켜 이탈율 개선
- 페이지 내 인증절차 간소화로 인한 이탈율 개선

실험을 통해 최적화된 단계 Case

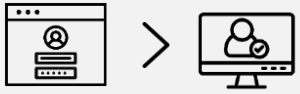
01. 노출 내용 최소화

필수 동의 항목에 대한 세부 내용은
드릴다운 형식으로 노출 내용 최소화



02. 인증 절차 간소화

인증번호를 입력 시, 별도의 인증완료
클릭 및 확인 절차 없이 다음 단계로 이동



03. 사용자 친화적 언어

이해도를 높이기 위해,
보장 및 특약 내용을 고객의 언어로 서술



04. 1 page 1 task

고객이 진행중인 현재 단계에만 집중할 수 있
도록, 1page 1task 형식으로 집중도를 높임



고객 분류를 통한 맞춤화 경험 제공 및 전환율 개선

문제점

- ✓ 로그인 사용자 대상 고객의 정보 식별 불가
- ✓ 고객별 맞춤 컨텐츠 제공 불가

해결책

- ✓ 고객의 정보를 식별할 수 있는 기준 수집
- ✓ 고객 특성에 맞춤화한 경험 제공

결과

- ✓ 고객별 맞춤 컨텐츠 제공으로 인한 전환율 상승

문제점

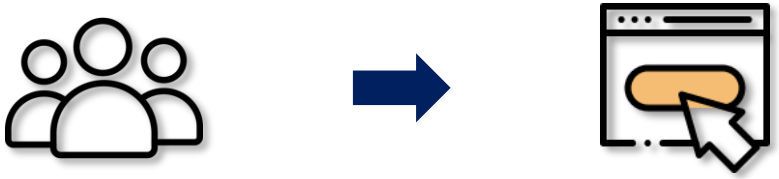
- 고객들의 정보 식별이 안되어 각 고객들에게 필요한 정보제공이 불가함

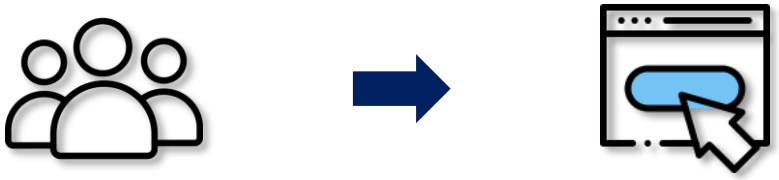
해결책

- 고객들의 정보를 식별할 수 있는 기준들을 함께 수집
- 신규고객과 갱신고객을 분류하여 제공되는 컨텐츠나 페이지 경로를 다르게 편성

결과

- 신규고객에게 보종에 대한 맞춤 추천과 다양한 정보 제공으로 전환율 상승
- 갱신고객에게 다른 보종까지 업셀링 유도로 인한 전환율 상승





Entrench Consulting

구글 애널리틱스를 도입하여 기존 유료툴 사용 비용 절감 및 내부 분석 역량 향상

문제점

- ✓ 온라인방문고객의행동패턴파악
- ✓ 데이터분석인력부재및경험부족

해결책

- ✓ 핵심지표도출및행동패턴시각화
- ✓ 정기적인데이터분석교육진행

결과

- ✓ 연간분석툴비용절감
- ✓ 데이터기반의사결정문화조성

문제점

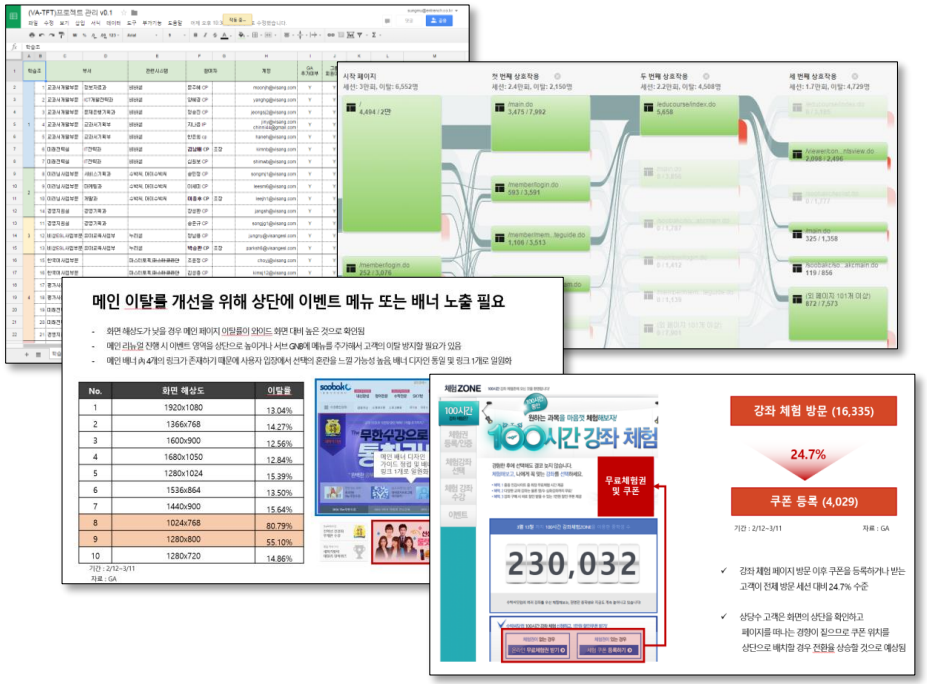
- 온라인을 통해 교육 컨텐츠를 판매 및 배포
- 온라인 방문자 로그를 수집하고 분석하여 고객 행동 패턴을 파악하고자 함
- 데이터 수집 및 분석을 위한 내부 인력 부재로 인트렌치에 컨설팅을 의뢰

해결책

- 비즈니스 인터뷰를 통해 사이트 방문 목적을 명확히 하고 KPI를 도출
- 맞춤형 대시보드를 설계하여 데이터 시각화 및 이를 통한 성과 지표 관리
- 실무진 전담 교육 및 추가로 발생한 요구사항을 즉각 해결

결과

- 기존에 사용하던 유료 분석툴 비용 절감 및 마케팅 부서 인력 분석 역량 향상
- 트래픽 중심에서 전환 중심의 분석을 통해 채널별 ROAS 개선



온라인 상담신청 데이터를 내부 CRM 데이터와 연계해서 맞춤형 보고서 제공

문제점

- ✓ 온오프라인데이터통합분석
- ✓ 분석툴일원화및임직원역량향상

해결책

- ✓ 측정프로토콜을활용한데이터수집
- ✓ 부서별맞춤형보고서설계및공유

결과

- ✓ 부서간업무로드감소및빠른데이터확인
- ✓ 데이터기반의의사결정문화확립

문제점

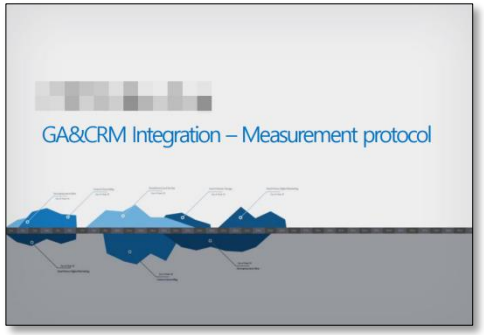
- 온라인을 통해 상담신청한 고객이 최종적으로 상담을 진행하고자 하는 니즈 대두
- 구글 애널리틱스를 활용한 통합 분석을 진행하기 위한 내부 인력의 부재

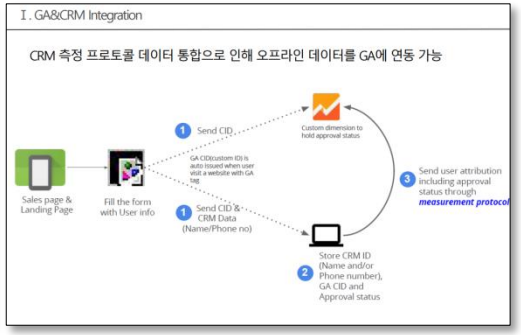
해결책

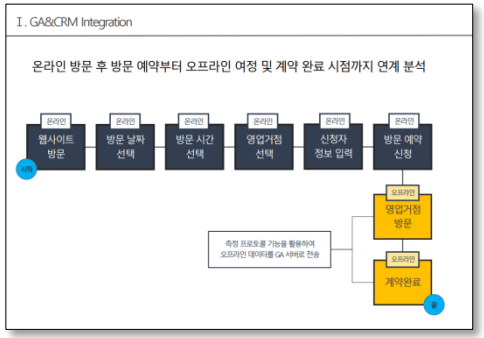
- 구글 애널리틱스 측정 프로토콜 기능을 활용하여 CRM 데이터를 GA로 전송
- 수집된 데이터에 근거한 데이터를 부서별로 맞춤형 보고서로 설계 및 공유

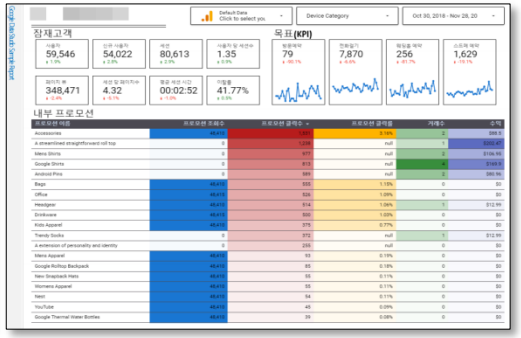
결과

- 빠른 데이터 확인으로 업무 로드 감소 및 업무 생산성 증대
- 데이터 기반의 의사 결정 문화 확립 및 마케팅 진행 시 지표 중심의 캠페인 진행









05

Partnership

“인트렌치 컨설팅는 상호 협력과 혁신을 바탕으로 함께 성장하고, 새로운 기회를 창출하는 데 초점을 맞추고 있습니다."

Entrench Consulting

인트렌치는 파트너사와의 신뢰와 존중, 공동 목표 설정, 지속적인 피드백과 개선을 중점으로 서로의 성공을 위해 협력하여 시너치를 창출하고,
결과적으로 장기적인 관계 형성과 지속 가능한 성장 및 상호 만족을 이끌어냅니다.

파트너쉽 유형

프로젝트별 견적/정산의 형태

클라이언트별 및 프로젝트별 견적이 진행되며,
클라이언트의 요구, 규모, 이슈의 종류에 따라
유연하게 대처할 수 있습니다.

기한/리소스 기반의 지원 형태

일종의 직무팀 아웃소싱 관점으로, 기한과
참여 리소스의 범위 및 업무별 단가를
산정하여 고정비 형태로 진행됩니다.

공동참여/제안/수행의 형태

클라이언트 제안 및 수행 시 인트렌치 컨설팅이
독립적으로 담당하여 수행하며, 협력사는
커미션을 할당 받는 형태입니다.

프로젝트내 특정 역할의 제한적 수행

에이전시 협력사의 프로젝트 Role에 편입되어,
인트렌치 컨설팅이 측정 및 분석 등의 업무만
제한적으로 수행합니다.

각 서비스를 통해 마케팅/광고 에이전시에서 아래와 같이 효과와 장점을 기대할 수 있습니다.

1. 클라이언트 및 에이전시 담당자의 높은 만족도

클라이언트의 분석 요구사항과 웹사이트/모바일 환경을 이해하고
신속히 최적의 Implementation 방안을 제시하고 작업에 착수합니다.

2. 중장기적 파트너십을 통해 안정적 지원을 약속합니다.

인트렌치 컨설팅은 전문 팀/기업으로서 중장기 계약을 통해
안정적인 Data-Driven & 분석이슈의 문제를 해결합니다.

3. 비용 효율적이며, 비즈니스 성장에 대응합니다.

시행착오를 통한 기회비용상실을 고려하면
인트렌치 컨설팅의 서비스의 비용효율적 측면은 상당히 높으며,
고객사의 GA관련 역량향상에도 기여합니다.

* 주요 파트너사

LG CNS
mother brain truth . insight . creativity
미디어로그
digitalDigm
CHAI
ONTHEPLANET
FRAMEOUT
databricks
AIQUA
AB Tasty
Optimizely
Insider
Appier
BizSpring®
NAVER CLOUD PLATFORM

Entrench Consulting

감사합니다.

T 02.2039.6133 | E enquiry@entrench.co.kr

본 자료의 무단 복제, 배포 및 게재 등은 지적재산권에 의거 금지되어 있으며, 이를 어길 경우 법적으로 처벌 받을 수 있습니다.
© 2025 Entrench Consulting Inc. All rights reserved.