장민혁

20200206

2. POS (Point of Sale)

- POS는 판매시점 관리라는 뜻이다.

- POS 단말기 (포스기)에 의해 물품별 판매정보를 수집하여 데이터베이스에 보관한다.

- 데이터베이스에 등록된 정보는 컴퓨터로 가공, 처리함에 따라 매출분석 및 동향 파악이 가능하다.

- 즉, POS는 경영 분석의 자료를 제공할 수 있도록 지원해주는 시스템이다.

- 그러므로 POS는 시스템이며, POS 단말기 자체는 하드웨어이다.

- POS에 의해 수집된 데이터는 빅데이터 분석을 통해 소비 트렌드를 분석할 수 있다.

- 이는 시즌/이벤트별, 기온대별, 지역 특성별 등에 따라 분석되어 매출 추이를 예측할 수 있다.

- 최근에는 NLP 처리 및 클러스터 분석으로 SNS 데이터를 분석하여 연관 상품들을 추출해낸다.

- POS 데이터 규모는 대한상공회의소에서 350MB/주 의 규모로 제공한다.

3. 기존 대형마트의 빅데이터 분석 및 활용

- GS리테일은 IBM의 빅픽스(BigFix) 솔루션을 도입하여 POS 기기의 엔드포인트를 통합 관리를 한다.

- 위 솔루션의 도입에 따라 디바이스 자체를 효율적으로 관리하기도 하며, 마케팅 전략에도 적용한다.

- 특히 모바일 애플리케이션에서 고객의 정보와 판매물품 정보를 수집하여 할인 쿠폰 등과 같은 혜택을 제공하는 마케팅 전략을 사용한다.

- 마케팅 이외에도 소비 트렌드 분석을 통해 매장 진열대의 물품을 조절한다고 한다 (자료1.)