



유니파이드 커머스: 리테일 전반을 하나의 구조로

채널·데이터·고객 경험을 하나로 잇는 새로운 기준

Kelly Moran, Pooja Warudkar | Deloitte Consulting LLP

“

유니파이드 커머스(Unified Commerce)는 모든 판매 채널과 운영 시스템을 유기적으로 연결해, 고객 여정과 내부 운영이 하나의 흐름으로 작동되도록 하는 리테일 운영의 새로운 방식입니다.

고객은 이제 어떤 채널을 이용하더라도 동일한 정보와 서비스를 기대하며, 탐색에서 구매 이후까지 끊기지 않는 경험을 기준으로 브랜드를 선택합니다. 이러한 기대는 단순히 채널을 늘리는 방식으로는 충족할 수 없습니다. 유니파이드 커머스는 이러한 요구에 대응하는 구조입니다.

분리된 시스템과 프로세스를 하나의 흐름으로 연결해 고객 경험의 일관성을 높이고, 기업에는 더 정확한 데이터 기반 의사결정과 실행력을 제공합니다.

경험의 연속성과 운영의 유연성이 새로운 표준이 된 지금, 유니파이드 커머스 기반을 갖춘 기업은 변화가 큰 시장에서도 안정적으로 성장하며 더 높은 고객 가치를 만들어갈 수 있습니다.

”

이대의 파트너

Customer 본부장 | 컨설팅 부문

Deloitte.



리테일 환경의 변화

고객은 작은 불편에도 즉시 이탈하는 시대가 되었다

고객의 기준은
'채널'이 아니라 '하나의 경험'

기업의 운영 방식은
여전히 채널 중심



✓ 고객은 모든 채널에서
동일한 정보·서비스·
경험을 기대

✓ 로그인→결제→배송까지
끊김 없는 서비스

✓ 온라인과 오프라인 상에
동일한 구매 환경과 맥락

✓ 채널 중심의 분절된
운영 방식은 혁신이 필요

• 채널별로 서로 단절된
시스템 아키텍처

• 책임과 의사결정 기준이
부서마다 상이



상세한 내용은 리포트 전문에서 확인하세요!

리테일의 진화

리테일은 옴니채널에서 유니파이드 커머스로 전환 중

단일채널: 전통 리테일
오프라인 중심
(약 100년전)

옴니채널: 크로스채널
온라인+오프라인 연동
(약 10년전)

멀티채널: 이커머스
온라인 몰
(약 20년전)

유니파이드 커머스:
채널·데이터·운영
통합 플랫폼
(현재)

소비자는 이제 '채널 간 연결'을 넘어
모든 순간이 끊기지 않고 이어지는 하나의 여정을 기대

리테일 변화 흐름

항목	과거	현재
고객 기준	채널별 차이 허용	전 채널 동일 기준 요구
기술 구조	기능별 시스템 구축	통합·연결 기반 아키텍처
운영 방식	부서 중심 최적화	기업 전체 단위 최적화
경쟁 기준	속도·편의성 중심	연결성·일관성 중심

왜 지금, 유니파이드 커머스인가

유니파이드 커머스란?



- ✓ 고객 경험·상품·재고·결제·운영 시스템을 하나의 구조로 통합
- ✓ 고객이 스스로 여정을 설계하고 모든 접점이 동일한 데이터로 연결
- ✓ 실시간 행동·거래 데이터 기반의 정밀한 분석·개인화·운영 최적화 가능

유니파이드 커머스의 핵심 가치

단순한 시스템 통합이 아닌 데이터 기반 성장의 동력
(3.3조 달러 규모 시장)

프런트엔드 일관성

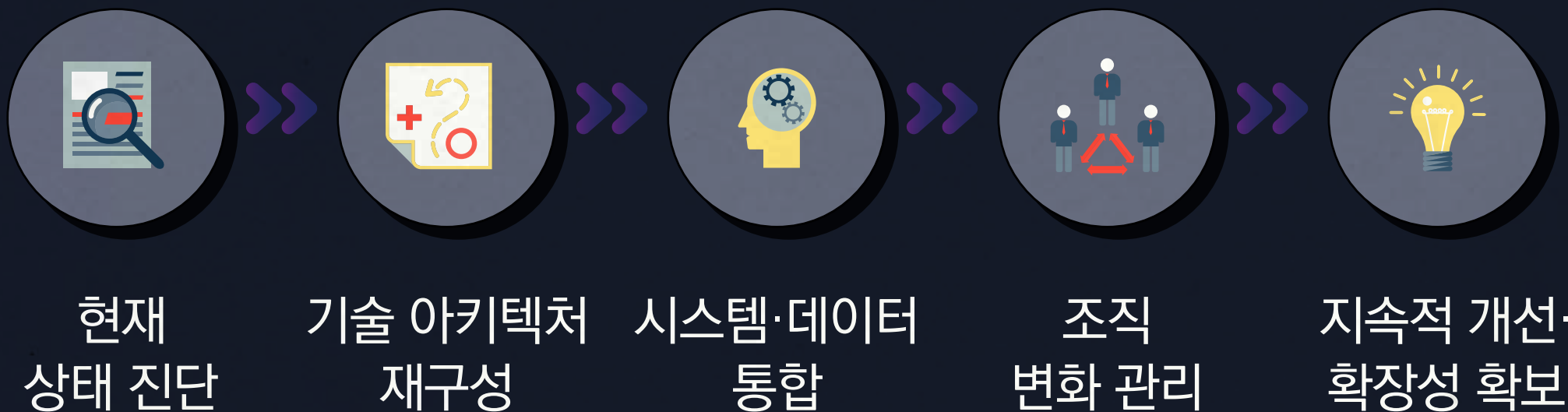
- ✓ 모든 채널에서 동일 가격·프로모션·재고 정보 제공
- ✓ 이탈률 감소, 온라인 고객 전환율 증가, 재구매율 상승 (고객당 구매액 30% 증가)

백엔드 조화

- ✓ 재고·주문·판매 데이터의 실시간 통합 관리
- ✓ 품질·오배송·재고 과잉 감소
- ✓ 재고 회전율·운영 안정성·프로모션 타킷 정확도 향상

유니파이드 커머스로의 전환

유니파이드 커머스 전환 전략



유니파이드 커머스 전환 효과

고객 관점

- ✓ 모든 환경에서 동일한 정보·조건 유지
- ✓ 이전 기록이 자동 반영돼 끊김 없는 경험
- ✓ 경험이 누적될수록 정교해지는 개인화
- ✓ 구매 이후에도 혜택·추천·참여로 이어지는 관계

기업 운영 관점

- ✓ 단일 구조 기반의 효율적 운영
- ✓ 고객·관계 중심의 성과 관리 체계
- ✓ 고객 흐름 중심의 운영 방식 전환
- ✓ 하나로 연결되고 자동화된 프로세스

유니파이드 커머스 적용 사례

채널·데이터·운영을 하나로 묶어낸 변화의 결과



글로벌 리테일 기업

- ✓ 40개 시스템을 유니파이드 구조로 재편
- ✓ 마켓플레이스·B2B·상품 정보가 실시간 연동
- ✓ 400+ 브랜드·20+ 카테고리 확장 가능 구조 확보

➤ 대표 기업: 월마트, 데카트론, 타겟, 나이키, 스타벅스 등

국내 리테일 기업

- ✓ 매장·온라인·물류 재고 단일 시스템 통합
- ✓ 당일배송·매장픽업 품질 개선
- ✓ 재고 회전율 ↑ 품절률 ↓ 물류 효율 ↑ 개인화 서비스 고도화

➤ 대표 기업: 세계, 롯데, GS리테일, CJ올리브영, 무신사 등

유니파이드 커머스, 선택이 아닌 핵심 성장전략

딜로이트가 제안하는 유니파이드 커머스 구축 방향

- ✓ **기술 통합:** 레거시와 신시스템의 단계적 연결
- ✓ **데이터 기준 정비:** 상품·재고·고객 데이터의 공통 정의 수립
- ✓ **조직 변화:** 협업 방식·역할 구조·의사결정 체계 전환
- ✓ **운영 확장성:** 고객 증가·서비스 다변화에 흔들리지 않는 구조
- ✓ **컴포저블 아키텍처*** 도입이 유효한 대안

*컴포저블 아키텍처(composable architecture):

여러 커머스 기능(상품, 재고, 주문, 결제, 회원 등)을 독립된 모듈로 구성해, 필요한 기능만 선택·교체·확장할 수 있도록 설계한 유연한 시스템 구조

유니파이드 커머스 구축 시 기대 효과

- ✓ 고객 경험의 기준은 “연속성·정확성·개인화”
- ✓ 유니파이드 커머스는 채널 중심 리테일에서 경험 중심 리테일로의 전환
- ✓ 기술·운영·조직이 정렬될 때 미래 리테일의 표준 모델 완성
- ✓ 모든 경로가 “하나의 경험으로 이어지는 리테일 체계”가 경쟁력을 결정

한국 딜로이트 그룹 전문가

Deloitte Digital: Marketing & Commerce

한국 딜로이트 그룹은 국내외 수많은 선도 기업을 대상으로 디지털 마케팅 전략 수립(PLAN), 전략 실행(DO), 성과 측정 및 개선(SEE) 전 과정을 아우르는 혁신적 컨설팅 서비스를 제공하고 있습니다. 데이터, 크리에이티브, 테크놀로지가 유기적으로 작동할 수 있도록 지원하며, 고객 여정 분석을 기반으로 한 맞춤형 전략 설계, 마케팅·세일즈·서비스의 디지털 전환 실행, 그리고 테크놀로지 기반 성과 관리까지 End-to-End 통합 솔루션을 제시합니다.

전문가로 구성된 디지털 마케팅 본부는 고객 특성과 산업별 니즈를 반영해 차별화된 고객 경험과 지속가능한 성장 전략을 설계하며, 마케팅·세일즈·서비스 전반의 디지털 전환을 지원하고, 복잡한 환경 속에서도 실질적인 성과를 이끌어내는 실행 중심의 솔루션을 제시합니다.



이대의 파트너

Customer 본부장 |
컨설팅 부문

☎ 02 6138 5507

@ charliedlee@deloitte.com



곽규종 파트너

Transformation Strategy |
컨설팅 부문

☎ 02 6676 3425

@ kkwak@deloitte.com



한경수 파트너

Customer 본부 |
컨설팅 부문

☎ 02 6676 3753

@ kyuhan@deloitte.com



김정민 파트너

Transformation Strategy |
컨설팅 부문

☎ 02 6676 3379

@ jungminkim@deloitte.com



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

Deloitte.

Insights

성장전략부문 대표
손재호 Partner
jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 편집장
박경은 Director
kyungepark@deloitte.com

Contact us
krinsightsend@deloitte.com

연구원
조예원 Manager
yewcho@deloitte.com

디자이너
박근령 Senior Consultant
keunrpark@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.