

e-Marketplace의 구축 절차 및 성공전략

한 장 회

Senior Consultant, Ph.D.

Tide

Contents

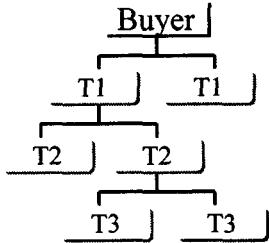
- I. e-Marketplace의 정의
- II. e-Marketplace 구축 절차
- III. 비즈니스 모델(수익 모델)
- IV. e-Marketplace의 주요성공요인
- V. e-Marketplace 구축을 위한 역량

2

OpenTide

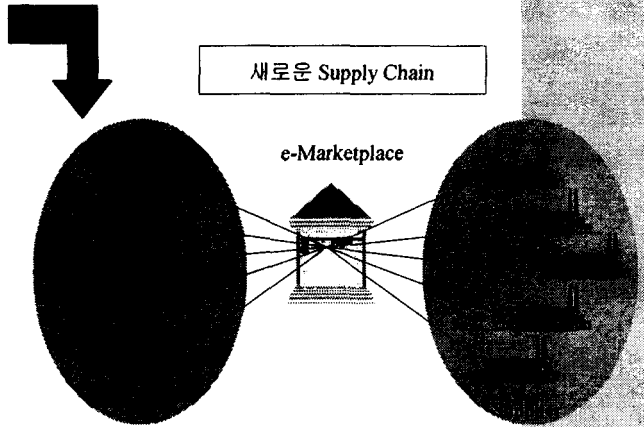
e-Marketplace 의 정의

기존의 Supply Chain

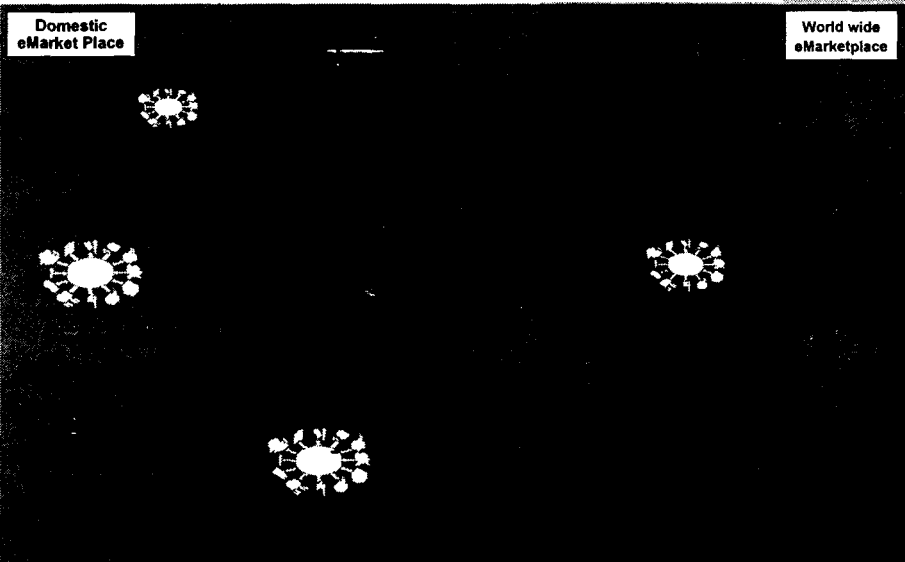


- 인터넷상에서 다수의 공급자와 수요자들이 대면하고 거래할 수 있도록 해주는 가상의 시장
- 공급체인의 변화 유발

새로운 Supply Chain

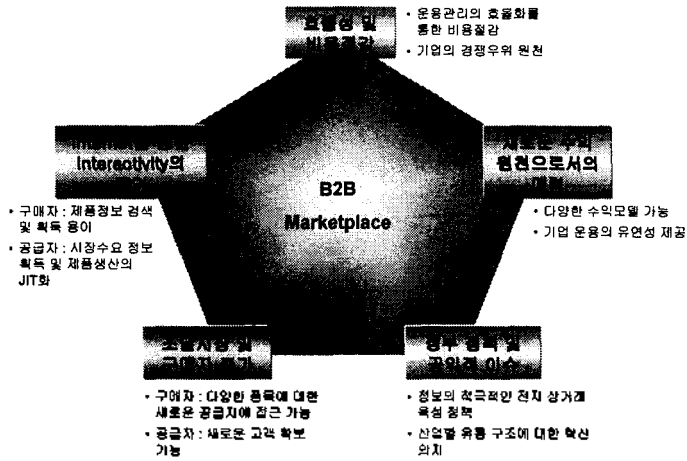


e-Marketplace 의 비전



B2B Marketplace 형성의 Drivers

e-Marketplace가 주는 새로운 기회를 활용하기 위해 많은 산업이 이미 e-Marketplace를 적용하고 있음

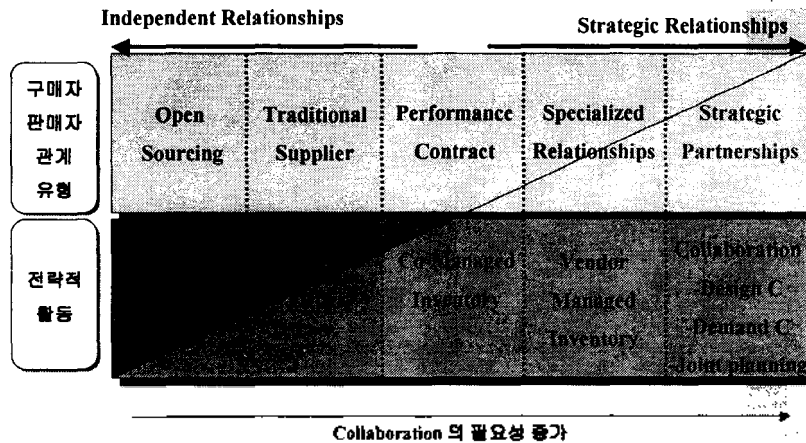


자료 : GokmanSachs IT Research

5

OpenTide

Collaboration의 필요성

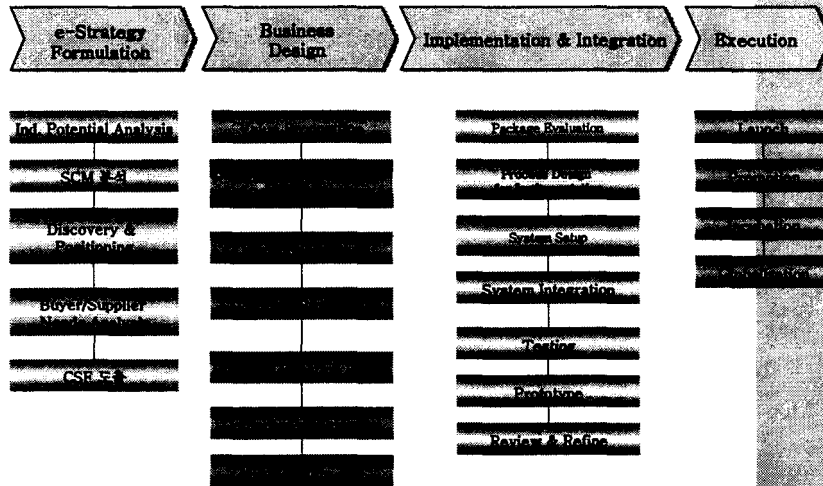


- : EC based e-Marketplace (Independent Commodity Marketplace)
- : CC based e-Marketplace (Integration Services Marketplace)

Source : GartnerGroup

OpenTide

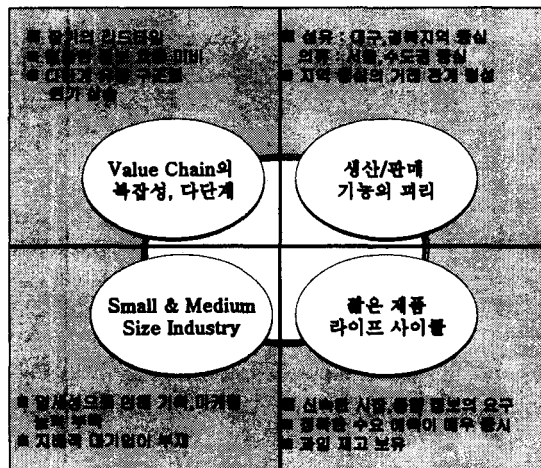
e-marketplace 구축 절차



7

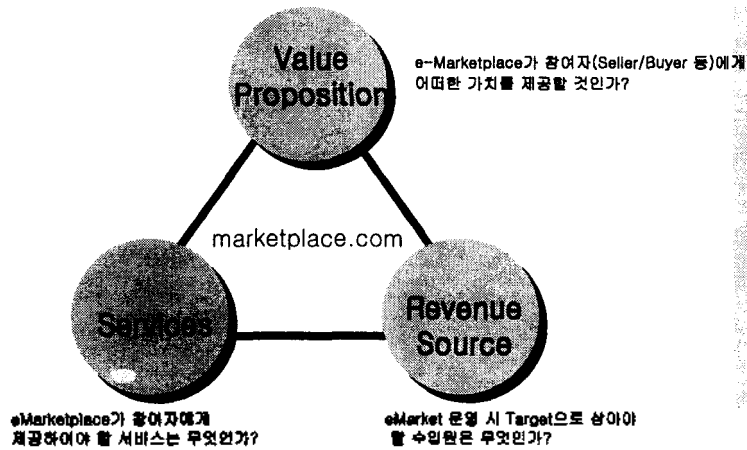


e-marketplace 구축의 적합성 분석: (성유산업 예시)



Business Model 도출 Framework

경쟁력 있는 Marketplace가 되기 위하여 차별화 된 Business Model을 제시하여야 함



OpenTide

Value Proposition

인문 서비스 Human Service	Supply Chain Integration	Information Sharing	Marketplace Trust
<ul style="list-style-type: none"> > 거래처리 경비절감 > 업무시간 단축 > 양질의 정보의 신속한 접근 	<ul style="list-style-type: none"> > 주문처리 상용 실시간 확인 > Demand Collaboration을 통한 재고감소 > 주문통역의 신속대응 > Supply Chain간 재고 정보공유 	<ul style="list-style-type: none"> > 회사 및 제품정보 > 수량의 정보 공유 <ul style="list-style-type: none"> - 수출 웨더 - 신소재 Trend - 재고 > 다양한 거래선 확보 > 해외 바이어 일선 > 거래처의 다양한 정보 확보 <ul style="list-style-type: none"> - 납기/ 품질 - 가격력 - 다품종 소량생산업체 	<ul style="list-style-type: none"> > 구매가격의 투명성 > 판매가격보장 > 다양한 가격결정방식 > 재고상용처리 > 불량확보 및 원가절감을 위한 공동거래방식제공 > 거래에 대한 분쟁자율처리

10
OpenTide

Needs of Buyer/Supplier

Needs

시사권



- > 거래 절차 간소화로 효율성 증대
- > 구매비용 절감
- > 정보공유 용이
- > 신규 공급자 발굴
- > 구매의 투명성 확보
- > Lead Time 단축
- > 품질 향상

- > 구매프로세스의 혁신 (BPR)
- > Off-line SCM의 역할
- > 제품 통합 DB/Catalog 구축 및 공유
- > 다수의 참여자(Seller) 확보
- > 기존 구매의 약속 타파
- > 실시간 구매를 위한 내부 인프라와의 연계
- > 공급사 관리



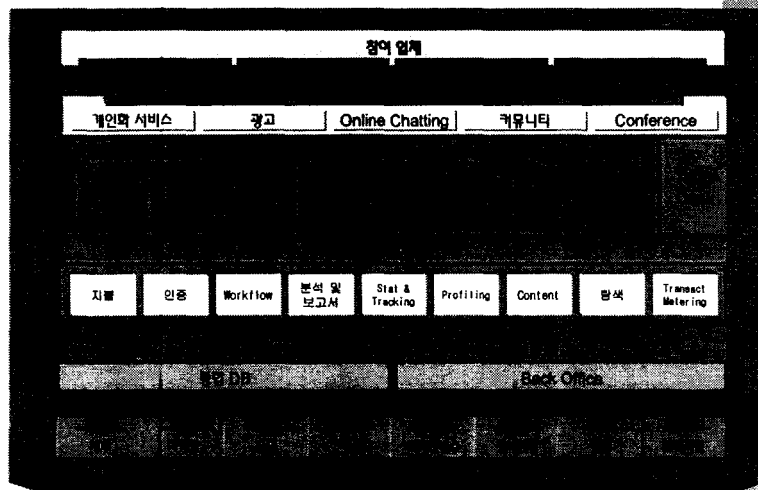
- > 수익성 증대
- > 충분한 납기 보장
- > 대금 지급방법 개선
- > 가격 정보의 보안
- > Off-line 대리점과의 관계 재정립
- > 불합리한 구매 관행 타파

- > Buyer의 지속적 참여, SCM의 지속적인 관리
- > D/W 구축, Collaboration 기능 강화
- > 현금 결제 비중 확대
- > 물리적 보안과 동시에 철저한 보안 정책 필요
- > eMP와 기존 대리점과의 관계 정립
- > 구매 프로세스 투명화

11

OpenTide

Service Architecture



12

Tide

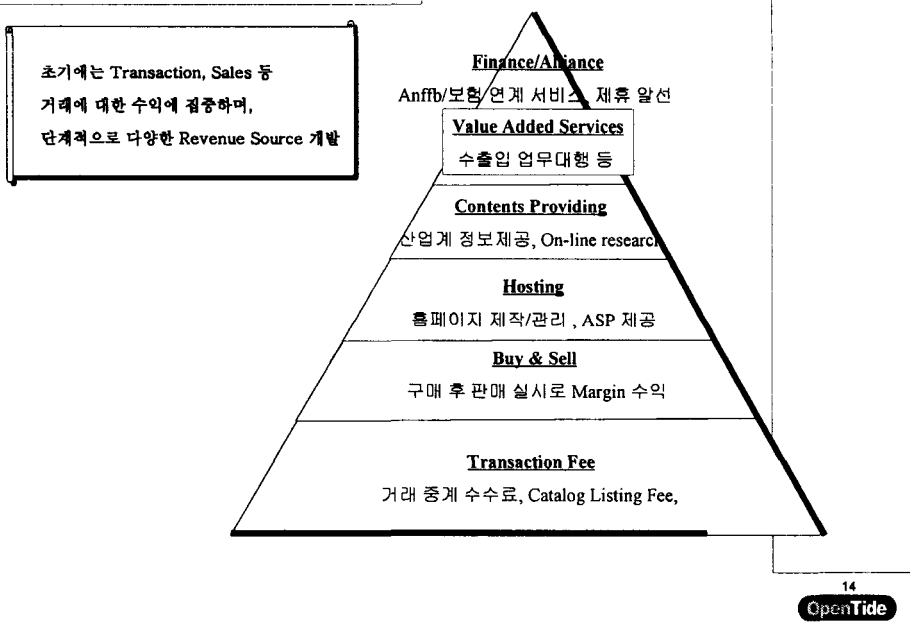
Service Architecture: 서비스 요구사항

	Buyer 요구 사항	Seller 요구 사항
Membership	<ul style="list-style-type: none"> 조직/개인 등록 Role 별 Access Control 	
Approval Workflow	<ul style="list-style-type: none"> Role/Action 별 승인 절차 확립 	
Catalog	<ul style="list-style-type: none"> Catalog 생성 suppliers, products 별 등록 특정 조직별 catalog 내용 작성 	
Search	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 검색을 통한 제품, 조직 등 검색 	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 검색 방법 지원 장래 buyers 검색
Negotiations	<ul style="list-style-type: none"> 원하는 계약 조건에 의한 계약 	<ul style="list-style-type: none"> 원하는 조건에 의한 제품 판매
Order Management	<ul style="list-style-type: none"> Purchase order Order management 	<ul style="list-style-type: none"> 제품에 대한 invoice 발행
Business Intelligence	<ul style="list-style-type: none"> 거래 및 기타 정보에 대한 Report 	<ul style="list-style-type: none"> 매출 및 판매 관련 정보 Report

13



Revenue Model

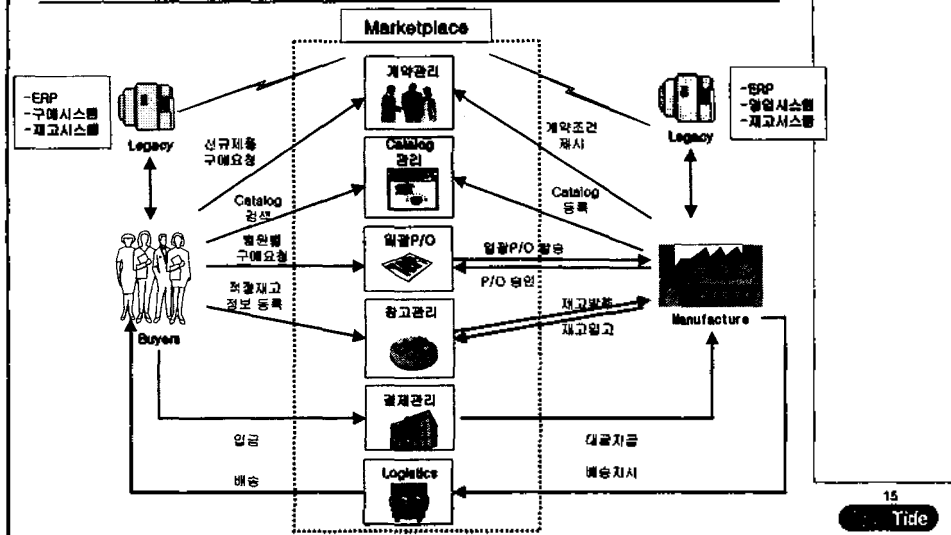


14

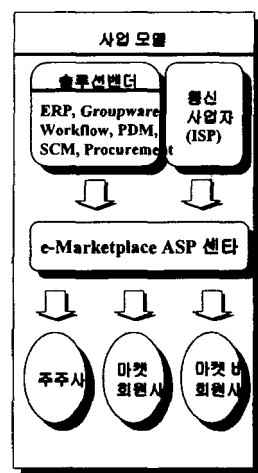


Marketplace의 거래처리 절차 예시 (Buy & Sell Model)

Buy & Sell Model은 각Buyer로부터 요청되는 구매요청을 접수하여, Supplier에게 일괄 P/O를 일괄 발행하여 재물을 구입. Buyer에게 재공하여, Marketplace에서 광고를 운영하여 각방원의 고객재고를 보유하는 재고관리까지 포함한 서비스를 제공하고 구입가와 판매가의 차이 및 광고관리에 따른 비용정부를 통하여 수익을 얻을 수 있는 모델임



ASP 사업의 개요



사업 추진 방향

- ASP서비스는 e-Marketplace 참여 효과 극대화를 위한 중요한 수단
- 파트너쉽을 통한 사업 추진으로 투자비 절감 및 리스크 분산
 - 자체 솔루션 개발과 제3자 호스팅 비용 안배
 - 통신사업자 지정을 통한 통신비용 절감 및 부가서비스 확보(Security, 양 모니터링 등)
- 고객 특성별 차별적 운영으로 수익 극대화
 - 주주사/중견기업: 초기-ASP 서비스, 향후-년간 계약 방식의 아웃소싱 추진
 - 업계 중소기업 및 마켓 참여 회원사: 절감액 정수

고객사의 이득

- 저렴한 사용료로 IT에 의한 업무 자동화 실현
- TplusF 와 연계함으로써 조달 및 판매 효율성 증진
- 섬유/패션업계 표준 문서 개발 및 표준 부품코드 개발 의사 소통 용이

KSF for successful e-Marketplace

Business Promotion

- > 제휴 파트너의 선정 및 관계경험
- > 사업 차별화 및 핵심 품목에 집중
- > 타 사이트와의 연계

Business Design

- > Contents Service, CRM, 컨설팅 등의 부가서비스를 활용한 다양한 수익구조
- > 참여주체의 Off-line business 요구의 수용
- > Off-line vendor의 철저한 관리
- > 서비스 차별화

Implementation & Evaluation

- > Solution의 선정
- > Buyer 구매 프로세스 및 시스템간의 효과적 연동
- > 참여주체의 요구가 충분히 반영된 시스템

Execution

- > 다양한 채널을 통한 Promotion
- > 아시아, 세계로의 진출: 구매 및 판매 영역 확장

On-line의 효율성/편의성과 Off-line의 전문성이 조합된 시너지 효과의 극대화

운영에 적의 극대화, 수익 창출

e-Marketplace의 성공

17

OpenTide

KSF for successful e-Marketplace

물류

- > Point to Point 물류서비스 제공
- > 물류 최적화: Buyer/Supplier 거장 본소 후 물류전략 수립
- > 전략적 제휴

결제

- > 현금 위주의 결제 지향: 어음 거래 최소화 (정부차원의 지원 가능)
- > 다양한 지불 방식의 제공
- > 적합한 인증체계 구축
- > 전략적 제휴

상품

- > 상품 분류 체계가 표준화된 상품 통합 DB
- > 상품 규격의 표준화
- > 호환성: 타 사이트 및 Buyer/Seller의 Code체계와의 호환
- > Outsourcing의 고려: 과도한 시간과 비용 초래
- > 정부 차원의 지원가능

적절한 제휴전략의 구사, 기존 인프라의 활용, 민관의 협력

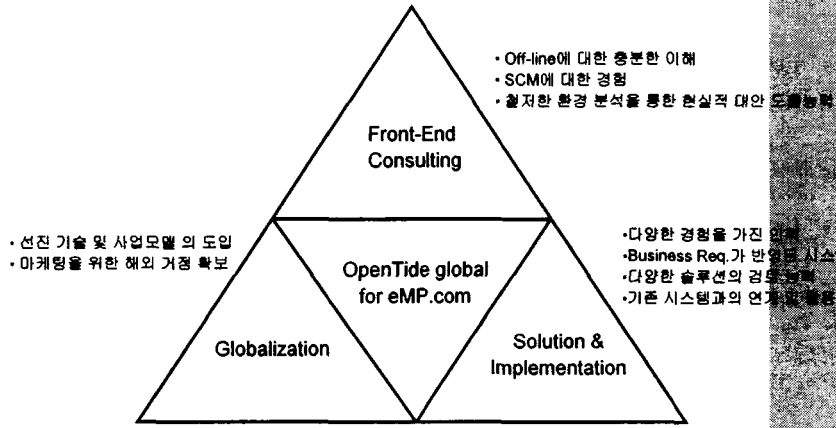
저렴한 비용, 참여 극대화

e-Marketplace의 성공

18

OpenTide

e-Marketplace 구축시 필요한 역량



19

