

유통업계의 옴저버빌리티 현황

유통/소비재 업계의 옴저버빌리티 도입 현황과
비즈니스 가치에 대한 인사이트 분석

목차

- 03 개요
- 04 운영 중단 빈도 및 다운타임
- 05 운영 중단 비용
- 06 유통업계의 읍저버빌리티 도입을 추진하는 추세
- 07 배포된 읍저버빌리티 기능
- 09 유통업계의 데이터 모니터링 톨 수 및 선호도
 - 11 유통업계의 읍저버빌리티 비용 지출
 - 12 읍저버빌리티의 비즈니스 가치
- 14 풀스택 읍저버빌리티를 저해하는 도전과제
- 15 유통업계 읍저버빌리티의 미래
- 16 요약
- 17 다음 단계
- 18 보고서 소개



개요

오늘날 유통업계는 에너지 비용의 급격한 증가, 높은 인플레이션, 공급망 중단 등 다양한 거시경제적 도전과제에 직면해 있습니다. 마진 감소의 위협이 현실로 나타나면서, 유통업체들은 고객 경험을 희생하지 않으면서 가능한 최고의 비즈니스 가치를 확보하기 위해 비용 절감과 전략적 투자에 집중하고 있습니다.

옴니채널 판매는 필수적입니다. 하지만, 유통업체는 다양한 소스의 데이터를 확인할 방법이 없기 때문에 모든 접점에서 고객, 제품 또는 주문 여정을 관찰하기가 어렵습니다. 사이트나 매장(예: POS 시스템, 키오스크, 비디오 카메라), 온라인(예: 결제 처리 서비스 같은 웹 및 모바일 앱 등), 이송 중(예: 외부 유통 물류 및 주문 처리 서비스 API)에 서드파트 톨과 서비스에 의존하지만, 액세스가 쉽지 않은 경우가 대부분입니다. 이 때문에 유통 전략에서 텔레메트리를 쉽게 활용할 수 없습니다. 이러한 사각지대는 또한 조직이 데이터 기반해 수익에 영향을 미칠 수 있는 결정을 내리는 것을 어렵게 만듭니다.

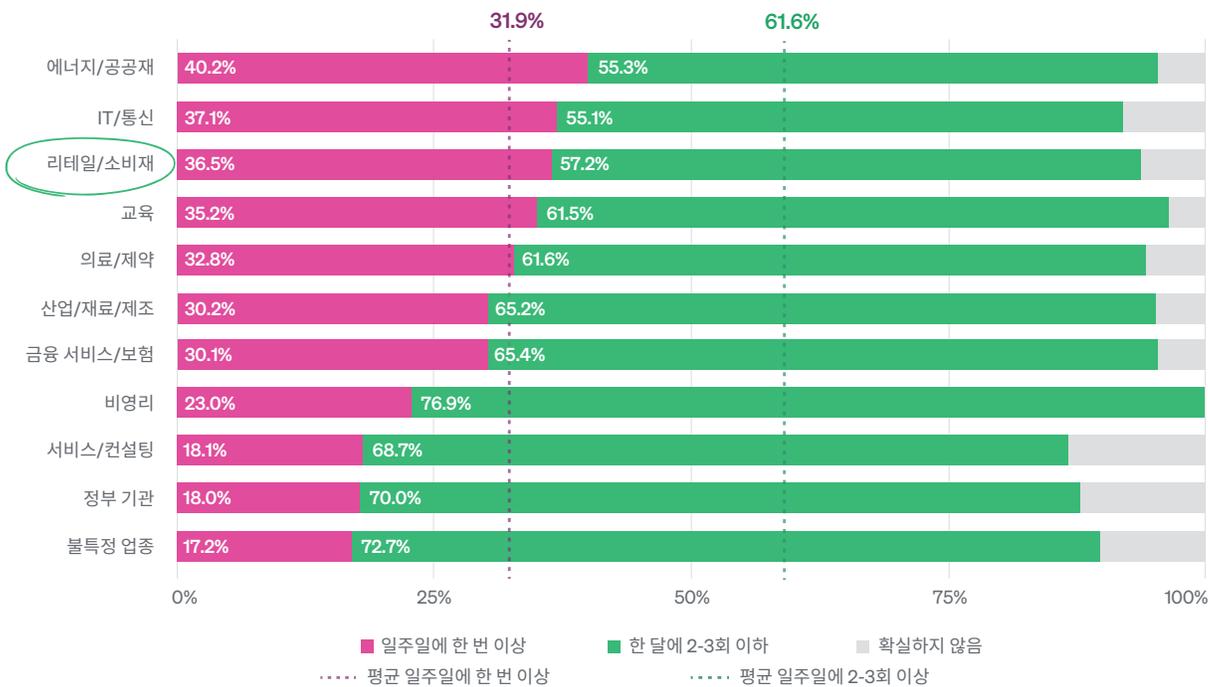
유통업체들은 디지털 매장을 상시 운영하며 고객들의 관심을 유도하기 위해, 복잡한 기술 스택 전반의 소프트웨어에 대한 완전한 가시성을 제공하는 옴저버빌리티 톨에 투자하고 있습니다. 옴저버빌리티 톨은 데이터를 선제적으로 수집하고 시각화한 후 인텔리전스를 적용하여, 조직이 IT 생태계의 변화를 이해할 뿐만 아니라 문제를 즉시 감지하고 신속하게 해결할 수 있도록 합니다.

이 보고서는 유통/소비재 부문 전반의 옴저버빌리티 도입 현황과 비즈니스 가치에 중점을 두며, 2023년 옴저버빌리티 전망과 관련해 실시한 설문조사의 응답자 173명으로부터 얻은 인사이트를 기반으로 합니다.



운영 중단 빈도 및 다운타임

유통/소비재 조직들은 비즈니스에 큰 영향을 미치는 중단을 더 자주 경험합니다. 일주일에 한 번 이상 이러한 중단이 발생한다는 비율이 37%로 전체 업계 평균인 32%보다 높았습니다. 이러한 결과는 유통/소비재 조직이 업계 전체에서 세 번째로 운영 중단 빈도가 높다는 것을 의미합니다.



업계별 비즈니스에 큰 영향을 미치는 운영 중단 빈도

많은 유통업체들은 상호 작용에 대한 로그 데이터만 수신하기 때문에 문제가 발생한 후에야 오류를 발견하는 경우가 많습니다. 이 때문에 웹사이트나 모바일 애플리케이션의 충돌로 인한 다운타임을 해결하는 데 시간이 더 오래 걸립니다.

총 다운타임은 평균 감지 시간(MTTD)과 평균 해결 시간(MTTR)을 더해 계산됩니다. 유통/소비재 부문 응답자의 절반 이상(55%)이 비즈니스에 큰 영향을 미치는 중단을 감지하는 데 최소 30분이 걸린다고 답했으며, 21%는 최소 1시간이 걸리는 것으로 나타났습니다. 5명 중 3명(61%)은 문제 해결에 최소 30분이 소요된다고 답했으며, 28%는 최소 1시간이 소요된다고 답했습니다. 앞서 언급한 운영 중단 빈도의 상대적 빈도를 고려하면, 유통/소비재 조직들은 상당한 다운타임을 겪고 있는 셈입니다.

그러나 43%는 읍저버빌리티 솔루션을 도입한 이후 MTTR이 어느 정도 개선되었다고 답했습니다.

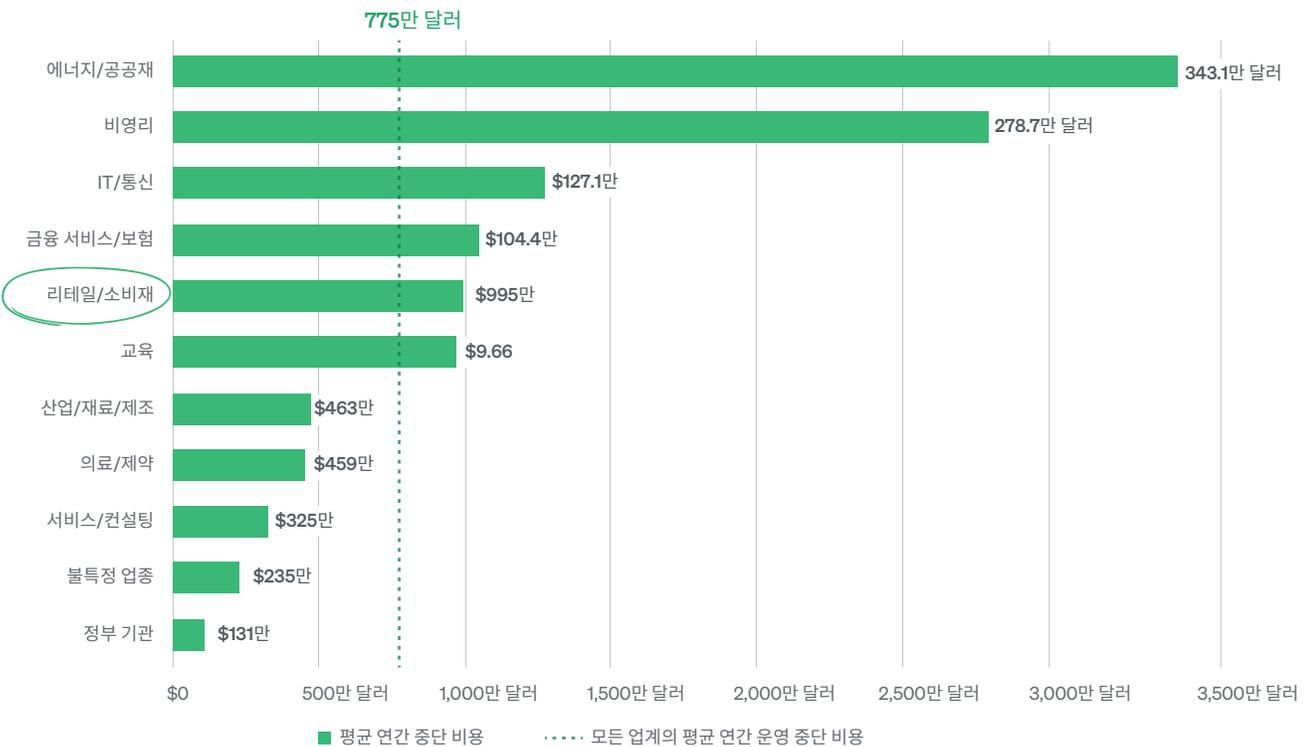
61%

비즈니스에 큰 영향을 미치는 중단을 해결하는 데 30분 이상 소요

운영 중단 비용

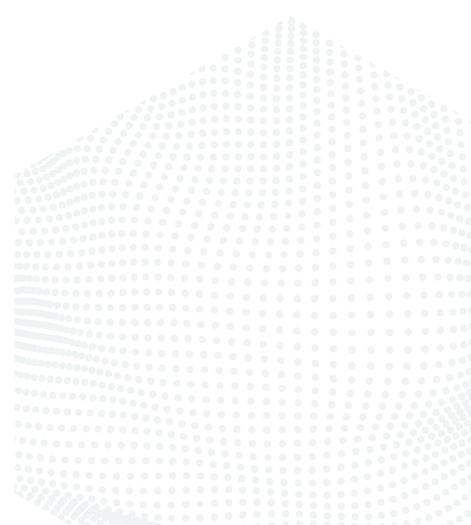
유통/소비재 응답자의 거의 3분의 1(31%)이 중요한 비즈니스 앱 중단으로 인해 야기되는 비용이 시간당 50만 달러 이상이라고 대답했으며, 거의 4분의 1(23%)은 시간당 100만 달러 이상이라고 대답했습니다.

유통/소비재 조직들의 연간 중단 비용은 평균 995만 달러였습니다. 이는 모든 업계의 평균 연간 중단 비용인 775만 달러보다 훨씬 높으며 전체 업계에서 5번째로 높은 수치입니다.



업계별 평균 연간 중단 비용

이커머스 사이트에는 많은 것이 달려 있습니다. 유통업체의 웹사이트가 사이버 먼데이 같이 트래픽이 많은 날에 30분 동안 다운되면 수 백만 달러의 비용이 야기되고 고객의 브랜드 인지도에 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다. 그러나 읍저버빌리티가 이 부분에서 도움이 될 수 있습니다.



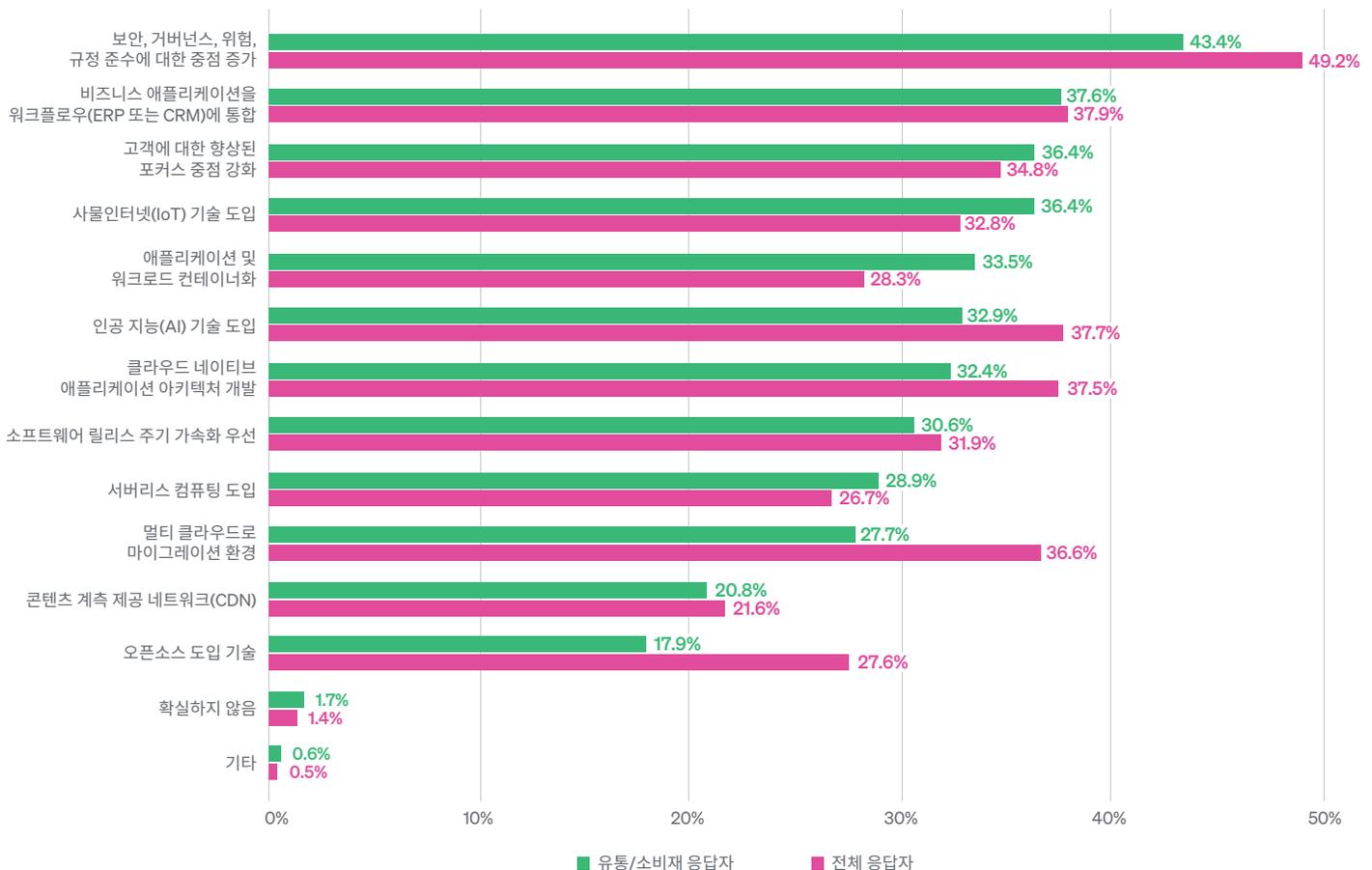
유통업계의 옹저버빌리티 도입을 추진하는 추세

유통/소비재 조직들에서 옹저버빌리티의 필요성을 높여주는 최고의 기술 전략과 추세는 보안, 거버넌스, 위험, 규정 준수에 대한 관심이 증가(43%)했고, ERP 또는 CRM 시스템 같은 워크플로우에 비즈니스 애플리케이션을 통합하는 경우가 증가(38%)했다는 것입니다. 공동 3위를 차지한 두 가지 추세는 고객 경험 관리에 대한 관심 증가와 사물 인터넷(IoT) 기술 도입(모두 36%)입니다.

사물인터넷(IoT)은 재고 추적, 매장의 판매 직원 추적 등 유통업체에서 다양한 용도로 활용될 수 있습니다. 유통/소비재 업계는 옹저버빌리티를 높여주는 IoT 기술에 큰 중점을 두었습니다(33%). 모든 업계들 중 일곱번 째로 높은 수치입니다. 또한 애플리케이션과 워크로드의 컨테이너화(전체 28% 대비 34%)와 서버리스 컴퓨팅 도입(전체 27% 대비 29%)이 옹저버빌리티의 필요성을 높이고 있다고 답하는 경우가 많았습니다.

36%

고객 경험 관리에 대한 관심이 높아지면서 옹저버빌리티의 필요성이 커지고 있다고 말했습니다.



옹저버빌리티의 필요성을 추진하는 기술 전략 및 추세(모든 업계 vs. 유통/소비재)

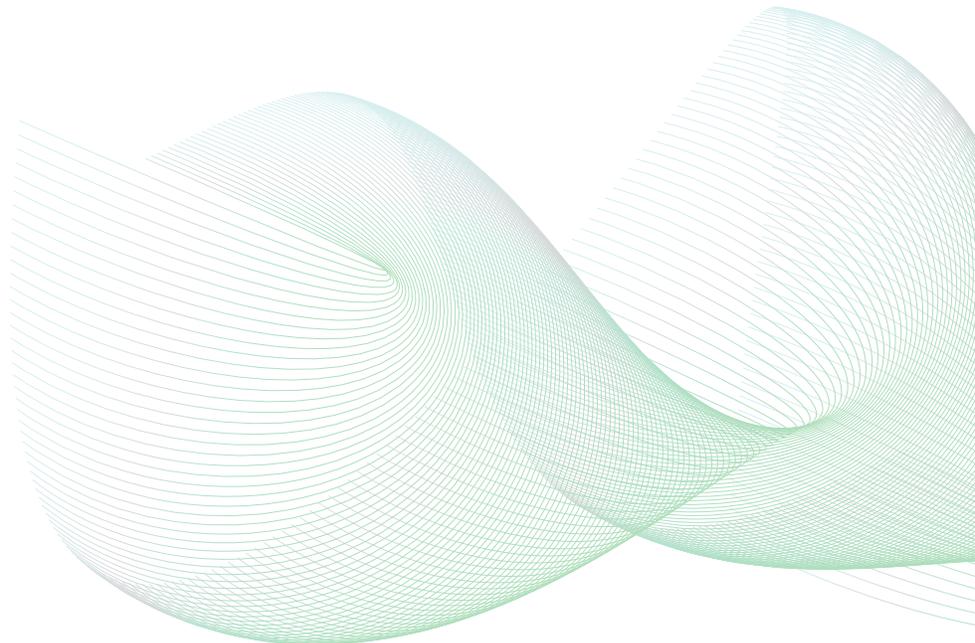
배포된 옴저버빌리티 기능

수십억 달러의 소비자 지출이 디지털을 통해 이루어짐에 따라, 업타임과 안정성을 개선하고 디지털 고객 경험(DCX) 전략을 두 배로 강화하며 원활한 옴니채널 고객 여정을 구축하는 데 집중하는 것이 그 어느 때보다 중요해졌습니다.

디지털 경험 모니터링(DEM)은 DCX를 최고 수준으로 유지하는 방법이므로 유통/소비재 부문에서 크게 중점을 두는 부분입니다. 여기에는 온라인에서 완벽한 고객 경험을 제공하기 위해 성능과 안정성을 추적하고 최적화하는 작업이 포함됩니다. DEM은 브라우저 모니터링과 모바일 모니터링이 포함된 실제 사용자 모니터링(RUM)과 신세틱 모니터링로 구성됩니다.

“인시던트 알림, 모바일 및 고객 이벤트 통합을 활용함으로써, 고객의 우려 사항에 대한 가시성을 높이고 고객의 요구 사항에 신속하게 대응할 수 있습니다. 이제 문제를 훨씬 더 빠르게 찾아내고 문제가 확대되기 전에 해결하여 더 나은 고객 경험을 제공할 수 있게 되었습니다.”

산딕 그란디(Sandeep Grandhi)
엔지니어링 부 디렉터, bigbasket

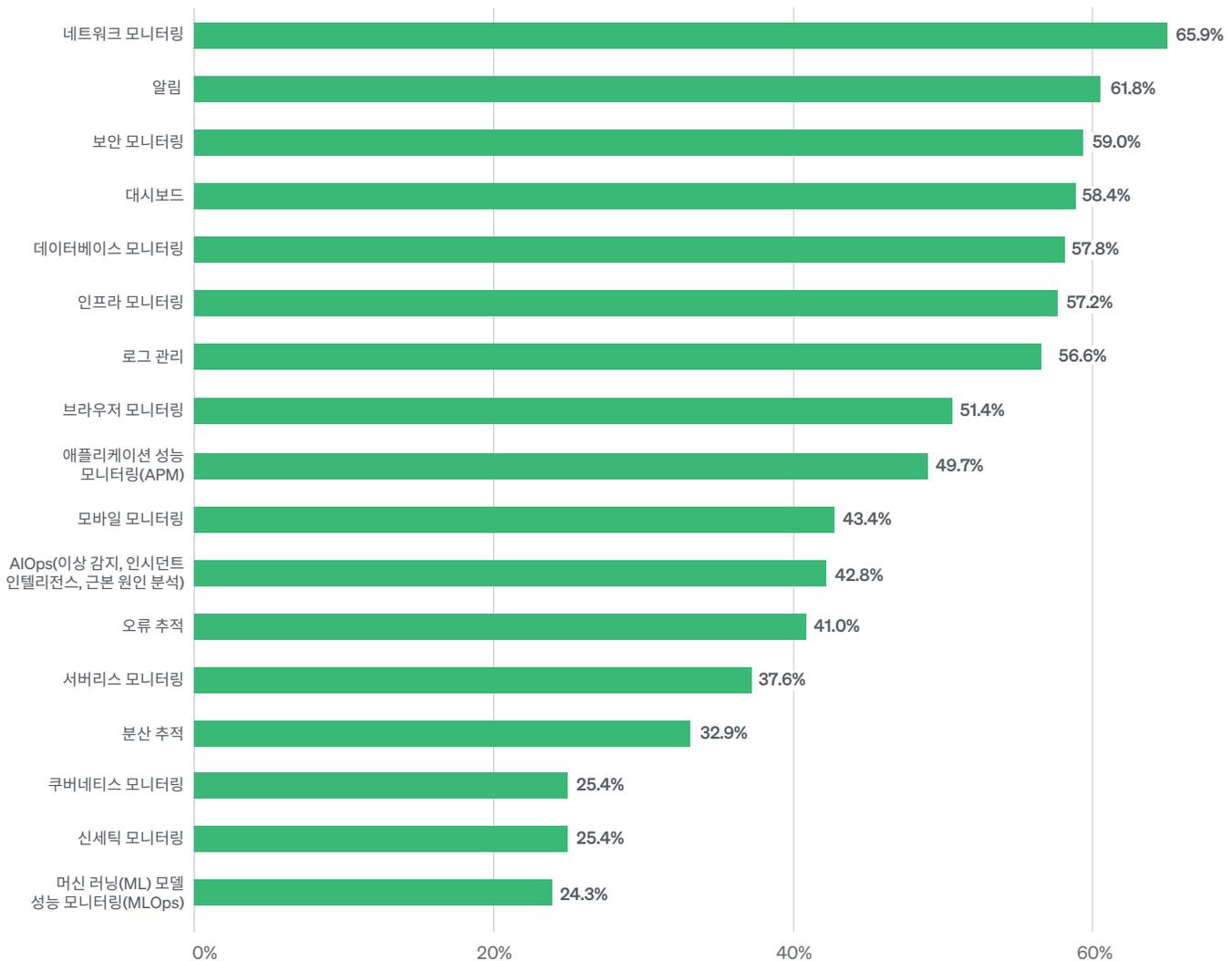


유통/소비재 조직의 응답자들은 모바일 모니터링(전체 41% 대비 43%)과 신세탁 모니터링(전체 23% 대비 25%) 배포 수준이 약간 더 높았습니다. 그러나 브라우저 모니터링의 배포 수준은 약간 낮았습니다(전체 55% 대비 51%).

유통/소비재 조직들이 가장 많이 배포한 기능은 네트워크 모니터링(66%)이었고, 그 다음은 알림(62%), 보안 모니터링(59%), 대시보드(58%) 순이었습니다. 보안 모니터링을 제외한 이러한 기능들은 모든 부문과 비교해 유통/소비재 조직들에서 더 광범위하게 배포되었습니다.

51%

유통/소비재 응답자들은 브라우저 모니터링을 배포했습니다.



유통/소비재 부문에 배포된 읍저버빌리티 기능

유통업계의 데이터 모니터링 툴 수 및 선호도

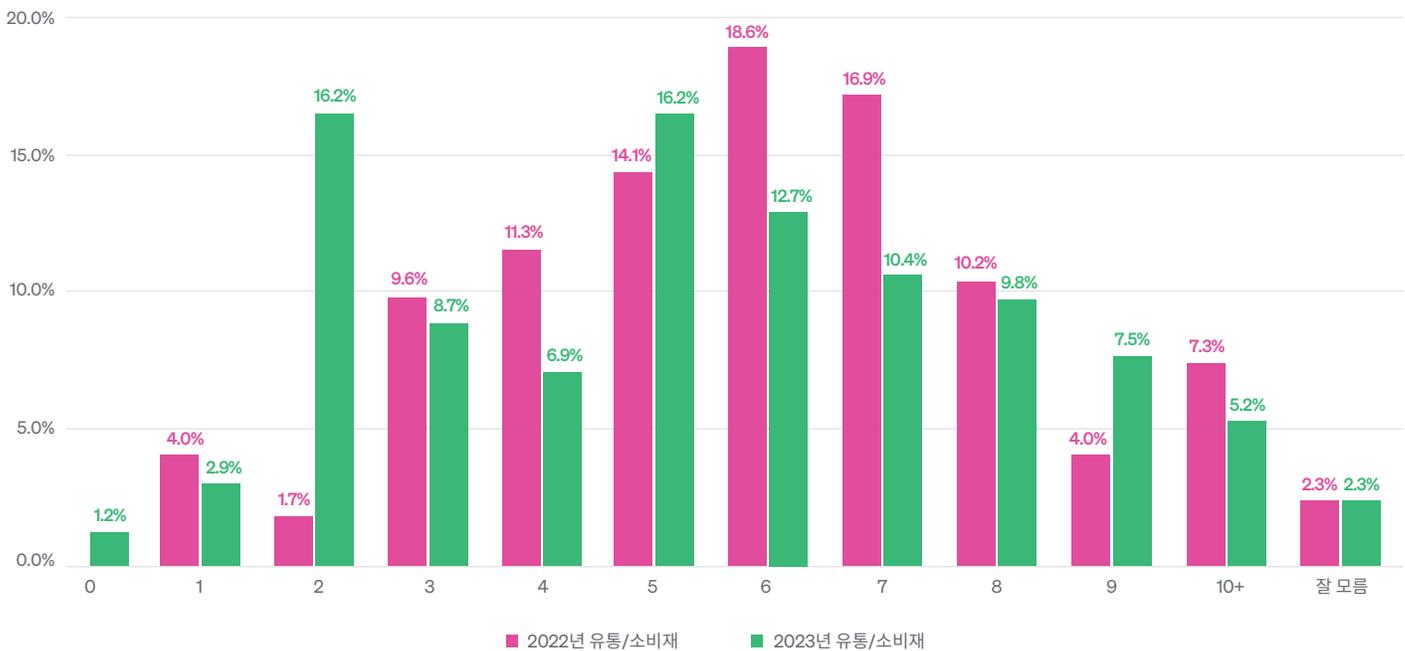
유통업체들은 일반적으로 다양한 서드파티 서비스를 사용하기 때문에 전문 툴에 종속되는 경우가 많습니다. 실제로 유통/소비재 기업들은 이 연구 조사에 포함된 17가지 읍저버빌리티 기능에 대해 여러 모니터링 툴을 사용하는 경우가 평균치를 웃돌았습니다. 3분의 2 이상(69%)이 읍저버빌리티를 위해 4개 이상의 툴을 사용하고 있으며, 이는 전체 63%와 비교가 됩니다. 또한 23%는 8개 이상의 툴을 사용하고 있었습니다.

69%

4가지 읍저버빌리티 툴을 사용하는 유통/소비재 조직의 비율

하나의 툴을 사용한다는 유통/소비재 응답자의 비율은 작년 4%에서 3%로 약간 감소했습니다. 그러나 평균 툴 수는 2022년 평균 6개에서 2023년 5개로 거의 1개가 감소했습니다.

데이터에 따르면 유통/소비재 기업들은 비즈니스의 다양한 측면을 이해하고 비용이 많이 드는 운영 중단을 방지하기 위해 여러 툴들을 오가느라 많은 시간과 비용을 소비하고 있습니다.



유통/소비재 조직들이 읍저버빌리티 역량을 확보하기 위해 사용하는 툴 수(2022년 vs. 2023년)

조직의 텔레메트리 데이터(메트릭, 이벤트, 로그, 트레이스)의 통합 수준을 묻는 질문에, 유통/소비재 응답자의 31%는 다른 업계들보다 통합되어 있다고 답했고, 32%는 보다 사일로화되어 있다고 답했으며, 35%는 거의 동일하게 통합과 사일로화가 되어 있다고 답했습니다.

이외에도 유통/소비재 조직의 IT 팀들은 보통 하나 이상의 모니터링 툴(73%)로 소프트웨어 및 시스템 중단을 감지했으며, 4분의 1 이상(27%)은 수동 확인이나 테스트, 불만 사항 또는 인시던트 티켓을 통해 중단을 감지하는 것으로 나타났습니다.

유통/소비재 응답자들 사이에서 가장 선호되는 사항은 단일 통합 플랫폼(46%)이었습니다. 42%는 옴저버빌리티 지출에서 최대한 많은 가치를 얻을 수 있도록 내년에 툴을 통합할 예정입니다.

“목수가 작업에 필요한 모든 도구를 보유하고 있어야 하는 것처럼, 효과적인 이커머스 사이트를 운영하려면 올바른 도구를 사용해야 합니다. 그래야 팀 전체의 생산성이 훨씬 더 높아집니다.”

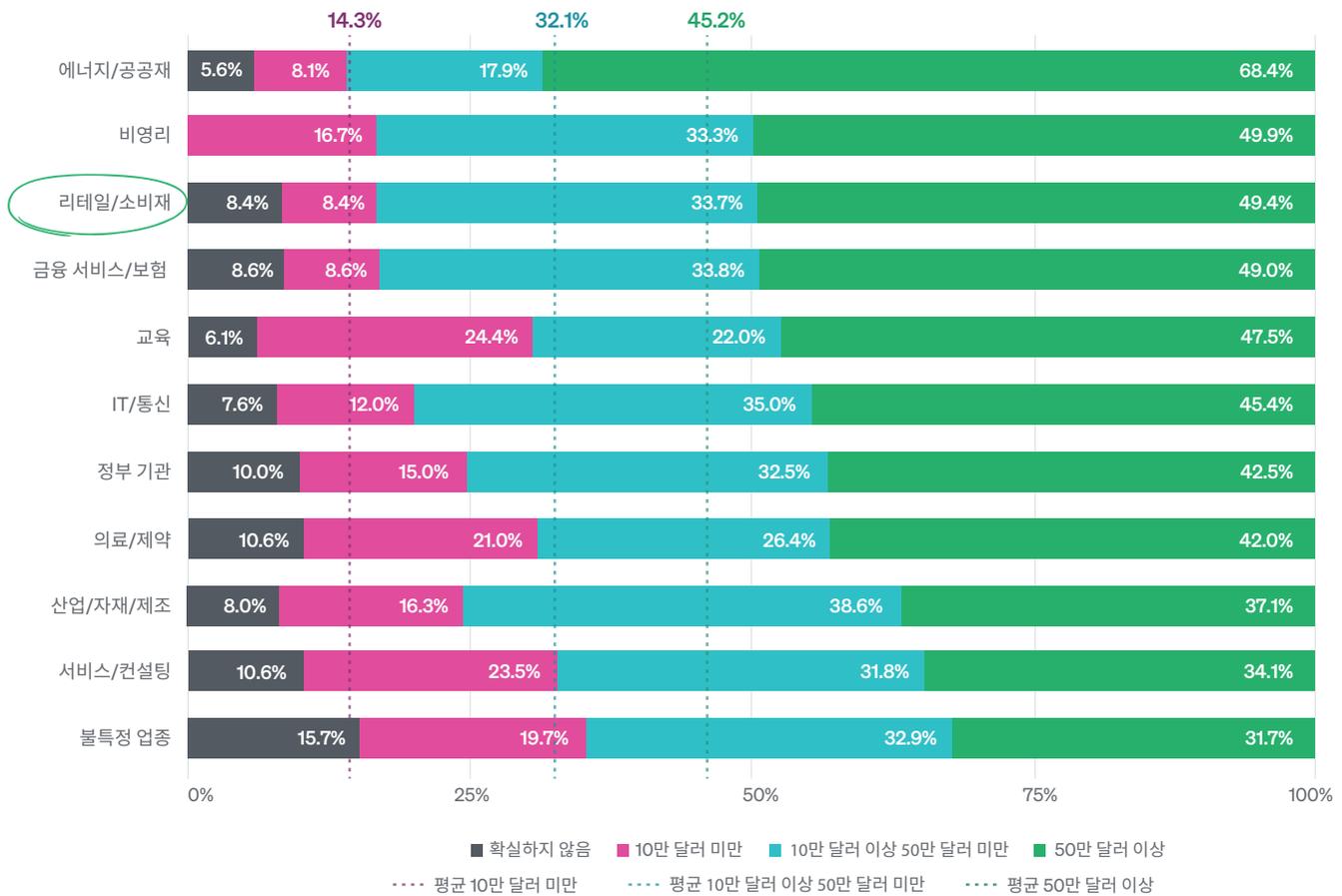
고란 스테프코프스키(Goran Stefkovski)

최고 기술 책임자(CTO), Kogan



유통업계의 옴저버빌리티 비용 지출

유통/소비재 조직들은 대부분의 다른 업계보다 옴저버빌리티에 더 많은 비용을 지출하는 경향이 있습니다. 거의 절반(49%)이 옴저버빌리티에 연간 50만 달러 이상을 지출한다고 답했고, 31%는 연간 100만 달러 이상을 지출한다고 답했습니다. 옴저버빌리티에 연간 10만 달러 미만을 지출한다고 답한 비율은 8%에 불과했습니다.



업계별 연간 옴저버빌리티 지출

옴저버빌리티의 비즈니스 가치

유통/소비재 분야의 응답자들에게 옴저버빌리티가 삶을 어떻게 향상시켜 주었는지 물었습니다. IT 의사 결정권자(ITDM)들은 비즈니스 전략 추진(39%)과 기술 KPI 달성(37%)에 가장 큰 도움이 된다고 대답했습니다. 실무자들은 생산성이 향상되어 문제를 더 빠르게 찾아 해결할 수 있고(50%) 복잡하고 분산된 기술 스택을 관리할 때 추측이 덜 필요하다는 것(36%)을 들었습니다.

옴저버빌리티를 통해 얻을 수 있는 비즈니스 성과에 대해, 유통/소비재 응답자의 거의 절반(47%)이 옴저버빌리티가 고객 행동에 대한 이해를 높여 수익 유지를 향상해준다고 답했습니다. 이는 다른 모든 업계보다 훨씬 높고 전체 평균보다 38% 더 높은 수치입니다. 또한 3분의 1 이상은 옴저버빌리티가 개발자 시간을 인시던트 대응에서 더 높은 가치의 작업으로 전환해주고(41% 대 전체 35%), 소프트웨어 스택과 관련된 의사 결정을 내릴 수 있도록 팀 간 협업을 향상해주며(40% 대 전체 46%), 수익 창출 사용 사례를 창출하고(전체 26% 대비 36%), 서비스 중단 및 비즈니스 위험을 완화해준다(전체 33% 대비 34%)고 대답했습니다.

유통/소비재 응답자들은 또한 옴저버빌리티를 통해 얻을 수 있는 주요 이점으로 운영 효율성 증가(40%), 시스템 업타임 및 안정성 향상(34%), 보안 취약성 관리(30%), 실제 사용자 경험 개선(26%)을 들었습니다.

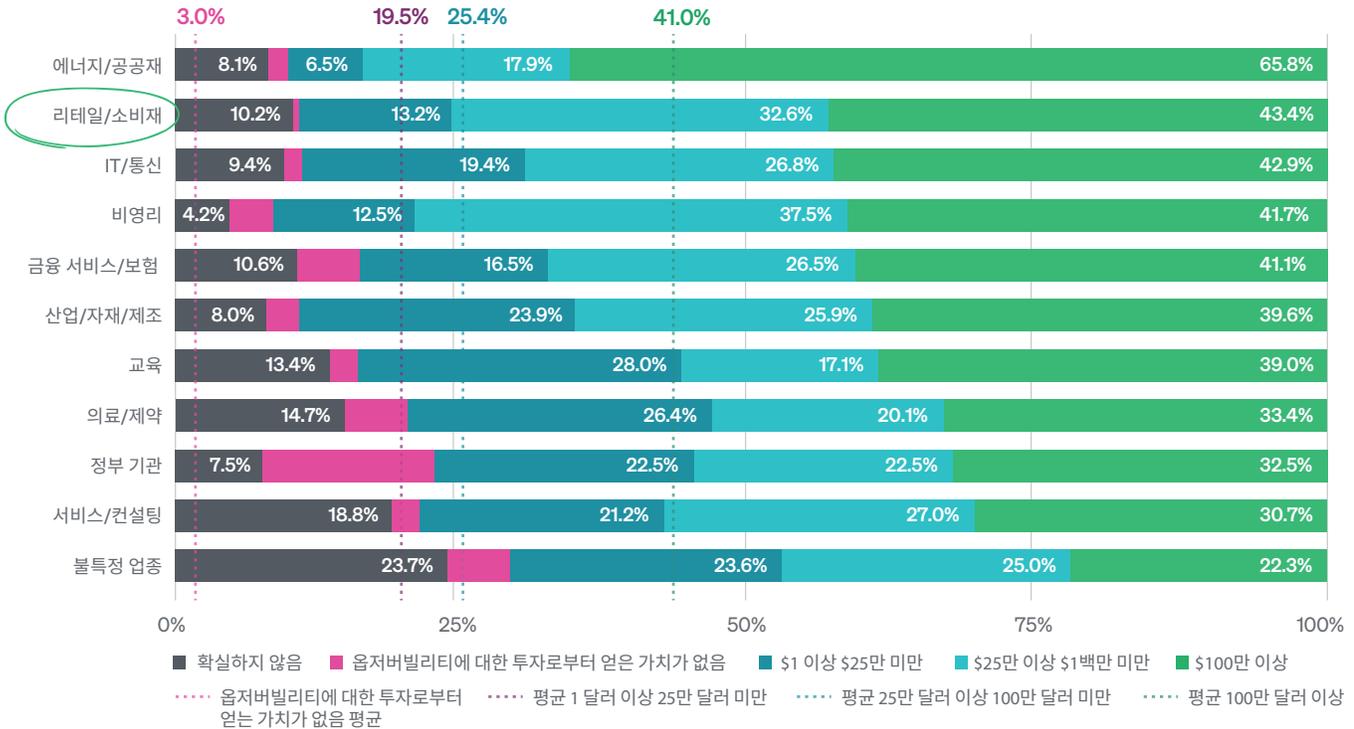
47%

옴저버빌리티가 이해를 돕고
수익 유지를 향상해준다고
답했습니다. 고객 행동

“특히 배포 마커는 인시던트를 릴리스 및 구성과 연관시켜 고객 여정을 파악하는 데 도움을 주었습니다. 덕분에, 문제를 식별하고 해결하는 동시에 평균 복구 시간을 70-80% 단축할 수 있었습니다.”

산딕 그란디(Sandeep Grandhi)
엔지니어링 부 디렉터, bigbasket

조직이 연간 옴저버빌리티 투자를 통해 얻는 총 가치가 얼마인지 묻는 질문에, 57%는 50만 달러 이상이라고 답했고, 43%는 100만 달러 이상이라고 답했습니다. 5분의 1(21%)은 연간 500만 달러 이상의 총 가치를 얻는 것으로 추정했습니다. 유통/소비재 조직들은 옴저버빌리티를 통해 평균보다 다소 높은 연간 총 가치를 얻었으며, 이는 에너지/공공재를 제외한 다른 모든 업계보다 더 높은 수치입니다.



업계별 옴저버빌리티 투자로 얻는 연간 총 가치

연간 지출과 연간 가치 추정치를 기준으로 할 때, 유통/소비재 조직의 연간 투자 수익률(ROI)은 평균값의 2배에 달합니다.

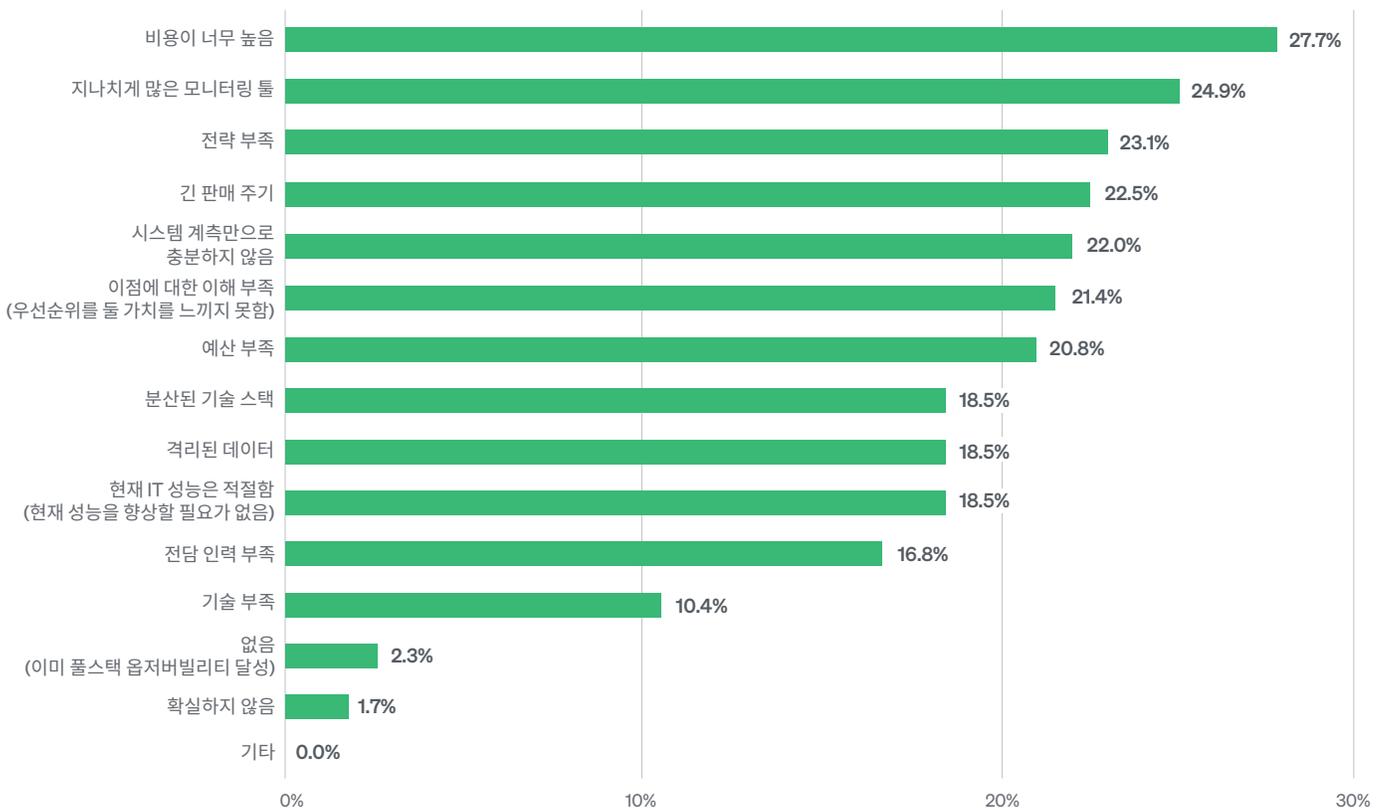
ROI에 훨씬 더 긍정적인 영향을 미친 몇 가지 요인이 있습니다. 응답자의 조직은

- 이 보고서에서 정의한 풀스택 옴저버빌리티 역량을 확보하여, 평균 연간 ROI가 그렇지 않은 조직(100%)보다 더 높았습니다(114%).
- 이 보고서에서 정의한 성숙한 옴저버빌리티 관행을 보유하여, 평균 연간 ROI가 그렇지 않은 조직(100%)보다 더 높았습니다(250%).
- 현재 5개 이상의 기능을 배포하여, 1-4개의 기능을 배포한 조직(0%)보다 연간 ROI가 더 높았습니다(114%).
- 현재 옴저버빌리티 관행 특징을 5개 이상 구현하여, 연간 ROI가 1-4개 특징을 구현한 조직(100%)보다 더 높았습니다(114%).

이러한 결과는 유통/소비재 조직이 최소 2배의 ROI를 달성하며, 더 많은 기술 스택을 모니터링하거나 보다 성숙한 옴저버빌리티 방식을 갖춘 조직의 경우 ROI가 훨씬 더 높다는 것을 강력히 시사합니다.

풀스택 옴저버빌리티를 저해하는 도전과제

유통/소비재 조직의 풀스택 옴저버빌리티 달성을 가로막는 가장 큰 도전과제는 너무 비용이 높다(28%)는 것이었고, 두 번째로 가장 많이 언급된 것은 모니터링 툴이 너무 많다(25%)는 것이었습니다.



유통/소비재 조직의 풀스택 옴저버빌리티 달성을 방해하는 주요 도전과제

조직에 옴저버빌리티 솔루션이 없는 경우 야기될 수 있는 가장 심각한 비즈니스 결과를 묻는 질문에, 34%는 운영 노력 증가로 인한 운영 비용 증가, 22%는 다운타임 증가로 인한 수익 손실, 16%는 악화된 고객 경험으로 인한 평판 손실을 들었습니다.

또한 작년에 유통/소비재 조직이 옴저버빌리티 공급업체와 함께 경험한 요금 또는 청구 관련 상위 3가지 문제는 최대 사용량 수준으로 월 또는 연도 전체 비용을 지불해야 하는 것(39%)이었습니다. 그 다음은 성장이 비용에 큰 영향을 미치는 것(35%), 여러 SKU에 대해 자주 재예측 및 재계약을 해야 하는 것(33%)이었습니다.

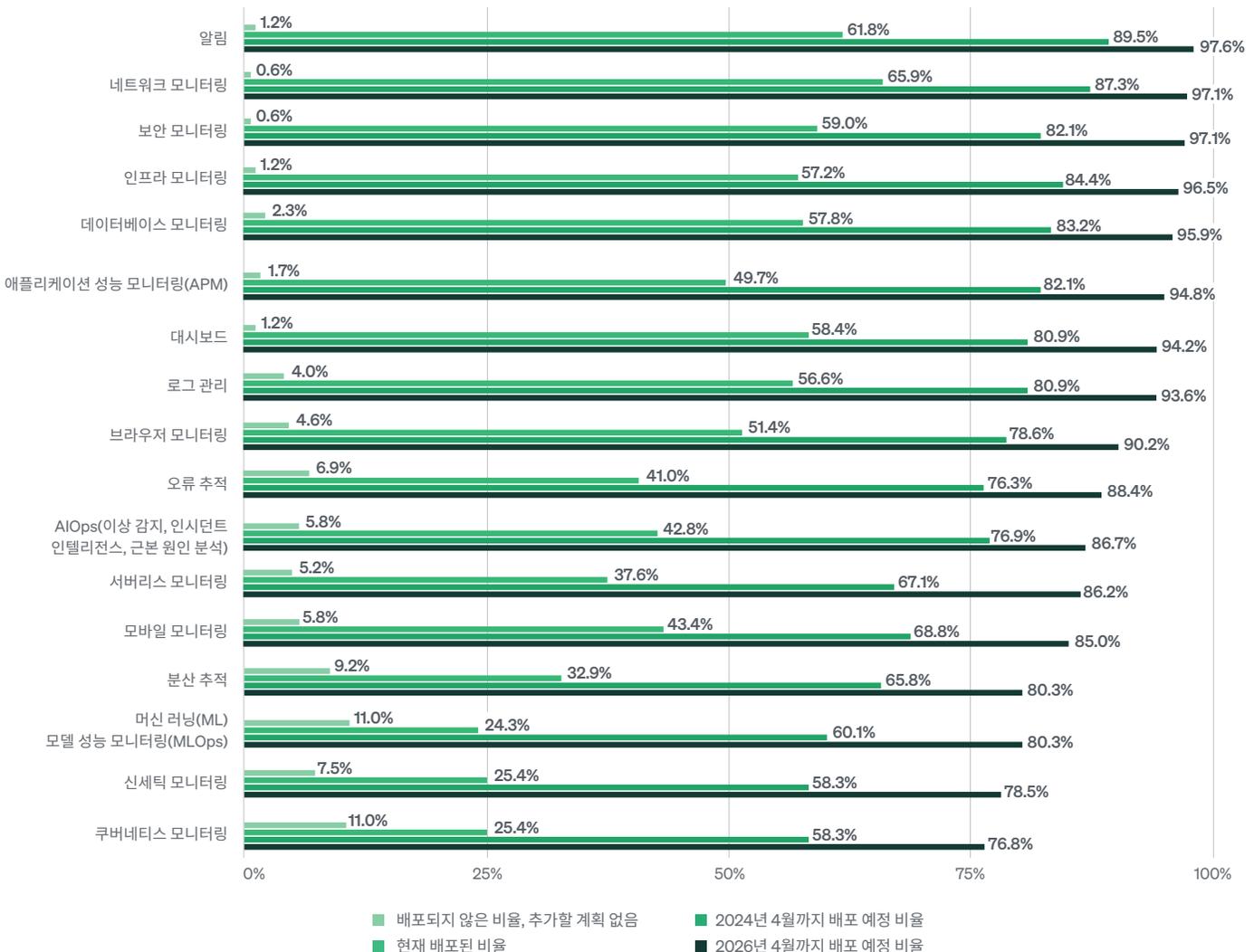
유통업계 옴저버빌리티의 미래

유통/소비재 조직은 향후 1-3년 동안 야심 찬 옴저버빌리티 배포 계획을 세웠습니다. 예를 들어, 2026년 중반까지 대부분의 조직들이 알림(98%)을 배포할 계획이며, 네트워크 모니터링과 보안 모니터링(둘 다 97%)도 배포할 예정입니다.

DEM도 중요한 초점입니다. 절반 이상(53%)이 향후 1-3년 내에 신세틱 모니터링을 배포할 계획이며, 42%는 모바일 모니터링을, 39%는 브라우저 모니터링을 배포할 계획입니다. 조사 결과에

따르면 2026년 중반까지 90%는 브라우저 모니터링을 배포하고, 85%는 모바일 모니터링을, 79%는 신세틱 모니터링을 배포할 것으로 예상됩니다.

내년에 옴저버빌리티 지출을 최대한 활용하기 위해, 49%의 조직은 옴저버빌리티 툴을 가장 잘 사용할 수 있도록 직원 교육을 실시할 계획이고 42%는 툴을 통합할 계획입니다.



요약

변화하는 소비자의 기대치 부응, 고객 유지, 디지털 트랜스포메이션의 관점에서 경쟁력 유지(특히 블랙 프라이데이, 사이버 위크, 홀리데이 시즌), 경제 및 지정학적 상황에 대응, 탄력성 유지 등 유통업체는 다양한 도전과제에 직면해 있습니다.

유통업계의 옴저버빌리티 현황에 대한 인사이트는 이커머스 업계가 잦은 중단을 경험하고 있음을 보여줍니다. 엔지니어링 팀은 비즈니스의 다양한 측면을 이해하고 비용이 많이 드는 운영 중단과 열악한 고객 경험으로 이어지는 문제를 해결하기 위해 많은 시간과 비용을 들여 여러 톨 사이클을 오가고 있습니다. 또한 데이터는 유통/소비재 조직이 모니터링 툴을 통합하기 시작했음을 보여줍니다. 향후 몇 년 동안 더 많은 기능을 배포하는 데 많은 관심을 보유하고 있음을 고려할 때, 조직들은 포인트 솔루션에서 엔드-투-엔드 가시성을 제공하는 보다 강력한 플랫폼으로 이동하고 있음을 알 수 있습니다.



다음 단계

뉴렐릭은 어려운 거시경제적 환경에서도 유통업체가 DCX를 개선하고 옴니채널 옴저버빌리티를 달성할 수 있도록 지원할 수 있는 독보적인 위치에 있습니다.

유통업체는 뉴렐릭의 코어 웹 바이탈 퀵스타트(대시보드와 알림이 포함된 사전 구축된 오픈소스 통합)를 사용해 사이트의 코어 웹 바이탈을 모니터링하고, 뉴렐릭 브라우저 모니터링 에이전트 데이터를 확인하여 점수가 낮은 경우 조치를 취할 수 있습니다.

뉴렐릭의 옴저버빌리티 플랫폼에 모니터링 툴을 통합하는 유통업체는 기술 스택과 구매 경험의 모든 단계에 대한 더 포괄적인 가시성을 확보할 수 있습니다. 유통업체는 또한 업계 유일한 비즈니스 옴저버빌리티 앱인 뉴렐릭 패스포인트 (New Relic Pathpoint)를 사용해, 고객, 제품 및 서비스 경로를 단일 비즈니스 여정으로 통합하고 비즈니스 메트릭의 재정적 영향을 정량화할 수 있습니다. 예를 들어 웹사이트가 다운된 경우, 패스포인트는 중단이 발생했다는 사실뿐만 아니라 중단 시간 1분마다 잠재적으로 얼마나 많은 수익 손실이 발생할 수 있는지도 보여줍니다.

서비스 수준 관리 및 DEM(브라우저 모니터링, 모바일 모니터링 및 신세틱 모니터링) 같은 뉴렐릭 기능을 통해, 유통업체와 IT 팀은 고객이 알아채기 전에 문제를 선제적으로 감지하고 해결할 수 있으며 궁극적으로 모든 유통 채널에서 최적의 사용자 경험을 제공할 수 있습니다. 이를 통해 유통업체는 블랙 프라이데이, 사이버 워크, 홀리데이 기간 동안 쉽게 확장하고 고객들이 계속 구매하도록 만들 수 있습니다.

“코어 웹 바이탈 점수를 향상시키기 위한 프로그램을 시작하기로 했습니다.... 뉴렐릭은 점수에 대한 가시성을 높이는 데 도움을 주었습니다. 점수가 45-50점 정도로 낮아지면 금방 알아차릴 수 있습니다. 성공을 위한 목표 점수로 약 80-85점이 필요했습니다.... 이 프로젝트를 시작한 지 6개월 후, 코어 웹 바이탈 점수가 45-50에서 85-90으로 경총 뛰었습니다. 기대치를 뛰어넘는 수치입니다. 이제 고객들이 사이트가 느리다고 불만을 토로하지 않습니다. 99%의 고객들이 탁월한 경험을 하고 있다고 확신합니다.”

체트 파텔(Chet Patel)
QA 관리자, Kurt Geiger



코어 웹 바이탈(Core Web Vitals)은 Google 이 전반적인 사이트 사용자 경험을 측정하기 위해 사용하는 메트릭으로, 사이트의 검색 엔진 최적화(SEO) 순위에 영향을 미치며, 사용자가 비즈니스를 인지하는 방식에 대한 귀중한 인사이트를 제공합니다. 코어 웹 바이탈을 이해하면 사용자 경험 및 SEO 향상, 성능 최적화, 인사이트 및 분석 향상, 비즈니스 가치 증가 등 다양한 이점을 얻을 수 있습니다. 유통업체 커트 가이거(Kurt Geiger)가 어떻게 뉴렐릭을 사용해 두 번의 피크 기간(유럽 여름 및 블랙 프라이데이) 동안 코어 웹 바이탈 점수를 향상했는지 알아보십시오.

유통업체를 위한 뉴렐릭에 대해 자세히 알아보고 심층적인 맞춤형 데모를 요청하여 까다로운 기술 관련 질문에 대한 답변을 찾고 경쟁력 있는 가격 정보를 얻으십시오.

데모 신청하기

보고서 소개

이 보고서의 모든 데이터는 2023년 3월부터 4월까지 2023년 읍저버빌리티 전망 보고서 출간을 위한 현장 작업의 일환으로 실시된 설문 조사에서 도출한 것입니다. 이 보고서는 업계에서 유일하게 원시 데이터를 오픈소스로 공개합니다. 2023년 읍저버빌리티 전망 설문조사 결과를 확인해보십시오.

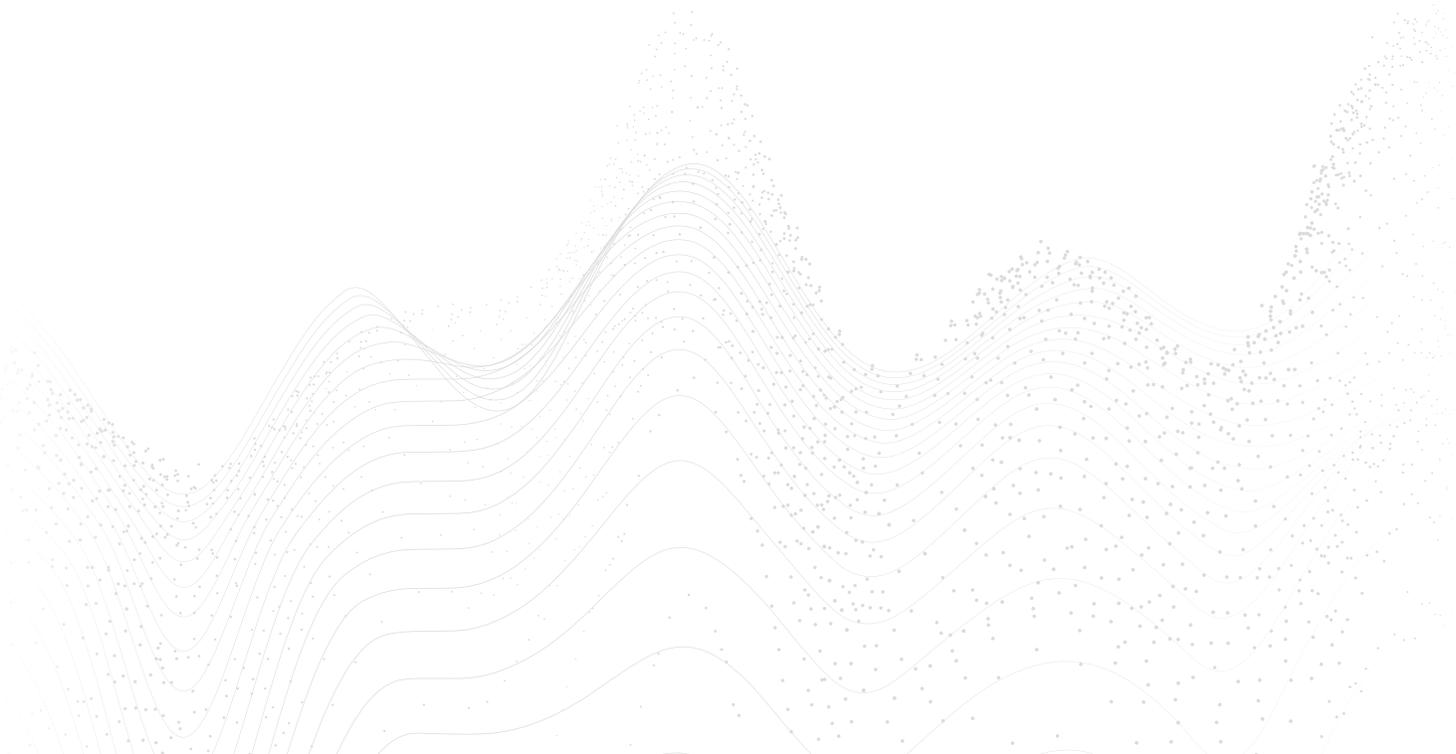
2023년 읍저버빌리티 전망 보고서를 위한 설문조사의 전체 응답자 중 유통/소비재 응답자는 173명(10%)이었습니다.

ETR은 관련 전문 지식을 바탕으로 설문 조사 참여자들을 검증했습니다. ETR은 할당량 샘플링이라는 비확률적 샘플링을 수행해 거주국과 조직에서의 역할 유형(실무자 및 ITDM)을 기준으로 응답자의 샘플 사이즈를 계산했으며, 지역별로 15개국을 선별했습니다.

이 보고서의 모든 달러 금액은 미화(USD) 기준입니다.

용어 정의

이 보고서에 사용된 용어의 정의를 확인해보십시오.



뉴렐릭 소개

뉴렐릭은 옴저버빌리티 분야의 리더로, 엔지니어들에게 탁월한 소프트웨어를 계획, 구축, 배포 및 실행할 수 있는 데이터 중심 접근 방식을 제공합니다. 뉴렐릭은 메트릭, 이벤트, 로그, 트레이스 등 모든 텔레메트리 데이터를 갖춘 유일한 통합 데이터 플랫폼과 강력한 풀스택 분석 툴을 결합하여 엔지니어들이 의견이 아닌, 데이터에 기반해 작업을 최대한 효과적으로 수행할 수 있도록 지원합니다.

업계에서 유일하게 직관적이고 예측 가능한 사용량 기반 요금제를 제공하는 뉴렐릭은 계획 주기 시간, 변경 실패율, 릴리스 빈도, MTTR을 개선하여 엔지니어가 비용 대비 더 많은 가치를 실현할 수 있도록 지원합니다. 이러한 요금제는 세계 유수의 브랜드와 고성장 스타트업들이 업타임, 안정성 및 운영 효율성을 개선하고 혁신과 성장을 촉진하는 탁월한 고객 경험을 제공할 수 있도록 지원합니다.



ETR 소개

Enterprise Technology Research (ETR)는 IT 시장 조사 기관으로 타깃화된 IT 의사결정권자(ITDM) 커뮤니티에서 확보한 독점 데이터를 활용하여 예산 지출 의도와 업계 동향에 대한 실행 가능한 인사이트를 제공합니다. 2010년부터 ETR은 기업 연구에서 불완전하거나 편향적이며 통계적으로 유의하지 않은 데이터로 형성되는 의견의 필요성을 제거한다는 목표를 달성하기 위해 매진해 왔습니다.

ETR의 ITDM 커뮤니티 업계 최고의 고객/평가자의 관점을 제공할 수 있는 독보적인 입지에 있습니다. 이 커뮤니티가 제공하는 독점 데이터와 인사이트를 통해 기관 투자자, 기술 기업 및 ITDM들은 확장되고 있는 시장에서 복잡한 엔터프라이즈 기술 환경을 헤쳐나갈 수 있습니다.

