

IBM® 소비자 상품(CGF) 포럼 발표, “유통업, 인공지능을 통해 매출 34% 증대

유통업, AI를 통해 매출 증대 가능. AI, 3년 내 매출 34% 증대 가능



2023년 4월 14일, IBM® 소비자 상품(The Consumer Goods Forum, CGF) 포럼 발표에 따르면, 61%의 유통업체가 AI를 도입하여 매출을 증대할 계획이며, 77%의 유통업체가 AI를 도입하여 매출을 증대할 계획입니다. 이는 3년 내 매출을 34% 증대할 수 있는 것으로 나타났습니다.

“유통업의 미래 [1]”은 23년 1,800명 이상의 유통업체 대표를 대상으로 실시된 설문조사입니다. 이 설문조사 결과는 유통업체가 AI를 도입하여 매출을 증대할 계획이며, 77%의 유통업체가 AI를 도입하여 매출을 증대할 계획입니다.

이 설문조사 결과는 다음과 같습니다:

- 유통업체가 AI를 도입할 계획 : 61%의 유통업체가 AI를 도입하여 매출을 증대할 계획이며, 77%의 유통업체가 AI를 도입하여 매출을 증대할 계획입니다. 이는 3년 내 매출을 34% 증대할 수 있는 것으로 나타났습니다.
- 유통업체가 AI를 도입할 계획 : 75%의 유통업체가 AI를 도입하여 매출을 증대할 계획이며, 77%의 유통업체가 AI를 도입하여 매출을 증대할 계획입니다. 이는 3년 내 매출을 34% 증대할 수 있는 것으로 나타났습니다.
- 유통업체가 AI를 도입할 계획 : 71%의 유통업체가 AI를 도입하여 매출을 증대할 계획이며, 69%의 유통업체가 IoT(62%),

AI(55%) 과 소비자 제품(44%) 과 함께 가장 높은 비중을 차지. 소비자 제품 67%가 AI를 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(70%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용.

IBM의 Luq Niazi는 IBM의 AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(70%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용.

IBM의 AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(70%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용.

IBM

2022년, IBM은 소비자 제품(the Consumer Goods Forum)과 옥스포드 경제연구소(Oxford Economics)가 발표한 보고서에 따르면, AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(70%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용.

###

IBM은 소비자 제품을 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(70%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용.

IBM은 소비자 제품을 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(70%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용.

IBM은 소비자 제품을 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(70%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용.

IBM은 소비자 제품을 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(70%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용. AI를 가장 높은 비중으로 활용하는 소비자 제품은 AI(26%)가 가장 높은 비중으로 활용.

[1] *Redesigning brand values: Purpose and profit converge in core operations*

<https://kr.newsroom.ibm.com/announcements?item=122739>