

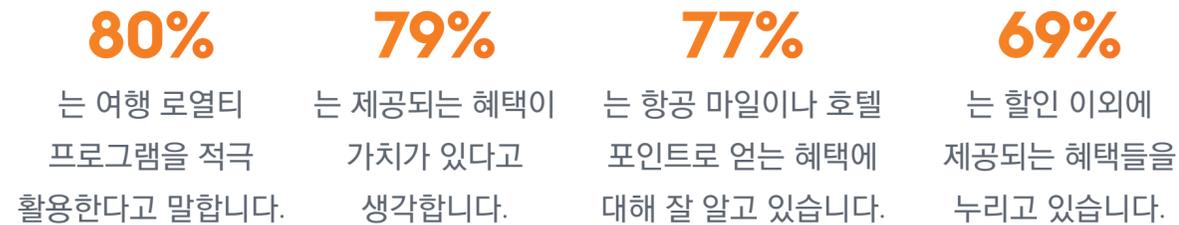
여행 충성도에 대한 5가지 핵심 사항



크리테오의 데이터에 따르면, 미국의 경우 지난 12개월 동안 상위 25%의 소비자들이 총 여행 지출의 70%를 차지했습니다. 유럽/중동/아프리카 지역의 경우는 이 수치가 68%에 달했습니다.* 이는 여행 공급업체들이 고객의 충성도를 높이는 것이 얼마나 중요한지를 잘 보여줍니다. 그러나, 여행 로열티 프로그램이 정말 효과가 있을까요? 그 답을 찾기 위해, 크리테오는 전 세계 4,000여 명의 여행자들을 대상으로 최근 “글로벌 여행 & 로열티 프로그램(Global Travel & Loyalty Programs)” 설문조사를 실시했습니다. 주요 결과는 다음과 같습니다.

1 여행 로열티 프로그램은 효과가 ... 있는 편입니다.

전체적으로, 전 세계의 응답자들은 여행 로열티 프로그램에 대단히 만족해하고 있습니다.

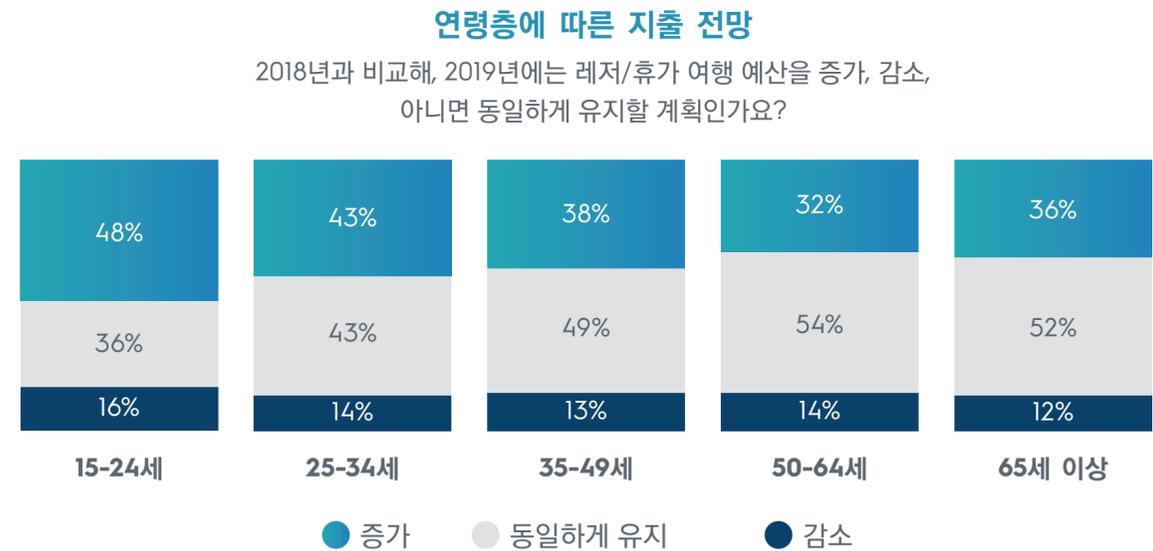


여행 로열티 프로그램이 어느 정도 효과가 있기는 하지만 문제가 아주 없진 않습니다.



2 밀레니얼 세대와 Z세대에 가장 큰 기회가 존재합니다.

설문조사 응답자들 중, 15~34세 연령층의 응답자들은 타 연령층 대비 여행 예산을 더 증가할 계획입니다.



출처: 크리테오 “예약하는 이유(Why We Book)”, Global Travel Study, 2019년 5월-6월, N=8,154.
기반: 전체(지난 6개월 동안 1회 이상 예약을 한 여행자)

3 젊은층은 여행 로열티 프로그램에 대해 (아직은) 별로 생각을 하지 않고 있습니다.

Z 세대는 여행 충성도가 낮은 편인 것으로 나타났습니다.

24% vs **36%**
15~24세의 응답자 중에서 로열티 프로그램(항공사/호텔/열차)에 가입한 응답자는 24%뿐입니다. 65세 이상 연령층의 경우 36%가 가입한 것과는 비교가 됩니다.



절반 이상의 Z 세대 응답자(52%)들이 로열티 프로그램에 가입하는 것을 종종 잊어버려 혜택을 보지 못하는 것으로 나타났습니다.

5 사용자 친화성이 충성도를 향상시켜 줍니다.

크리테오의 설문조사에 따르면, 진정한 충성도는 일이 아니라 로열티 프로그램을 얼마나 쉽고 편리하게 사용할 수 있는가에 달려 있는 것으로 나타났습니다.

- 항공사, 호텔 또는 기차역에서 직접 예약을 하는 경우, 응답자들이 가장 중요하다고 꼽은 두 가지 사항은 **사용자 친화성**(“보다 쉽게 사용할 수 있어서”)과 **익숙함**(“이런 방식으로 예약하는데 익숙해서”)이었습니다.
- 28%의 응답자가 로열티 프로그램의 회원이라서 특정 항공사를 예약한다고 대답했지만, 호텔(21%), 온라인 여행사(14%), 또는 열차(18%)의 경우, 그 사실은 중요성이 훨씬 덜합니다.

4 여행 로열티 프로그램은 지역마다 차이가 있습니다.

로열티 프로그램과 브랜드 충성도는 그 의미와 시장 보급률의 측면에서 지역에 따라 큰 차이가 납니다.

미국 고객들은 로열티 프로그램을 사랑합니다.

미국 응답자들의 47%는 적어도 한 개 이상의 로열티 프로그램에 가입되어 있습니다. 영국의 경우는 23%, 스페인은 19%로 그 수치가 떨어집니다.

아시아 태평양 지역의 경우, 젊은층 고객들이 로열티 프로그램에 더 가입을 하는 편입니다.

이 지역은 젊은층에서 로열티 프로그램이 더 인기가 있습니다. 15~34세의 응답자 84%는 로열티 프로그램을 활용합니다. 65세 이상의 경우는 79%입니다.

유럽에서는 중장년층이 로열티 프로그램을 좋아합니다.

로열티 프로그램이 15~34세 연령층에서는 인기가 덜한 반면 (영국의 경우, 16%만 가입), 50~64세 연령층에서 인기가 있습니다. (영국 여행자들 중 89%, 이탈리아는 92%가 로열티 프로그램 가입)

2019년 가장 핫한 목적지는 관련성입니다.

크리테오는 리워드 프로그램을 위해 최고의 오디언스를 타기팅하고 사이트를 방문한지가 오래된 고객들을 리인게이지 시키며 관련성 있는 딜을 제공해 전환을 추진함으로써 여행 로열티를 향상시키는데 도움을 줄 수 있습니다.

보다 효과적인 여행 캠페인을 원하십니까? 지금 연락하십시오!

*출처: 크리테오 데이터, All Travel, 2018년 7월-2019년 6월, 모든 디바이스, 비교 제외

**출처: 크리테오 "예약하는 이유(Why We Book)", Global Travel Study, 2019년 5월-6월, N=8,154.