

criteo.

여행 플래시 리포트



2018년 겨울 시즌



목차



Key Takeaways

여행업계 모바일 트렌드

크로스 디바이스 및 최종 구매 행동

앱 중심

계절성(Seasonality)

Appendix



Key Takeaways

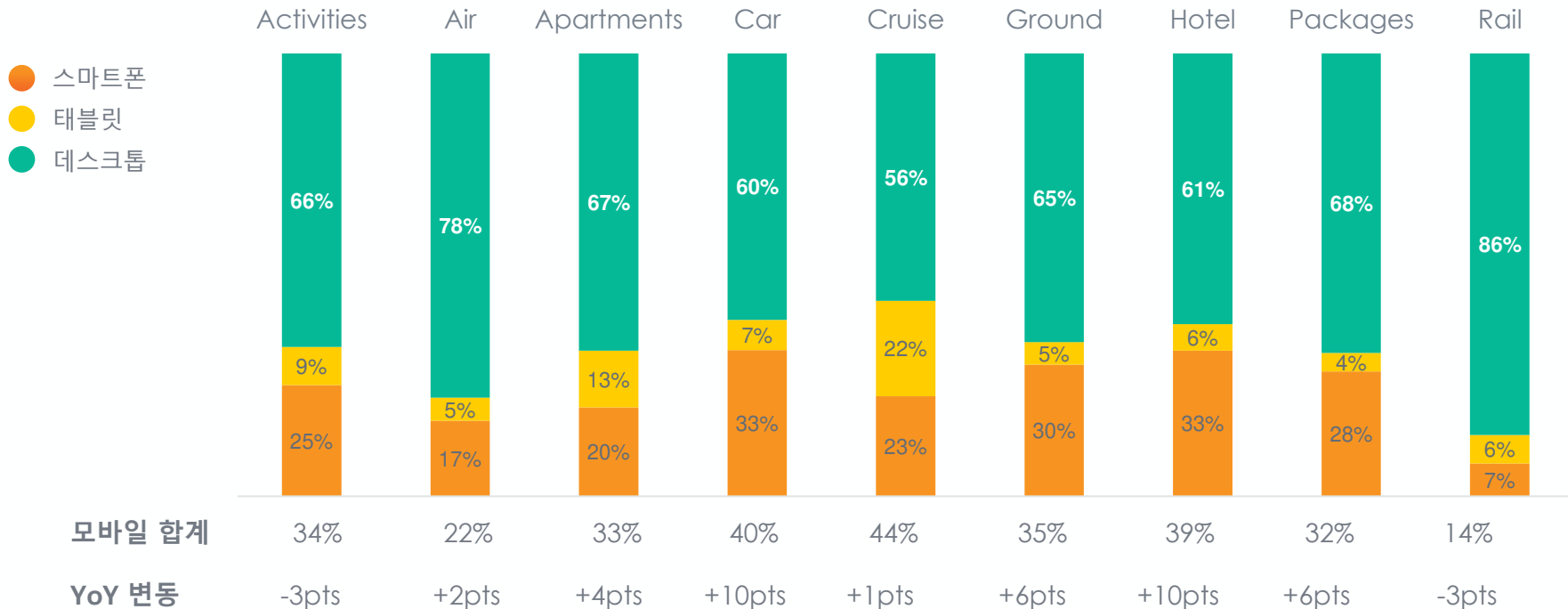


여행 데이터 심층 분석을 통해 파악된 7가지 핵심 트렌드

1. 모바일은 여전히 지속적으로 성장하고 있으며, 특히 온라인 여행사들의 경우 경향이 뚜렷합니다.
2. 태블릿 사용은 모든 여행 카테고리에서 하락세를 나타내고 있습니다.
3. 예약 데이터를 공유하면 낮은 모바일 퍼포먼스를 보완할 수 있습니다.
4. 출발 임박 예약의 최대 80%는 모바일 디바이스에서 이루어집니다.
5. 예약 앱을 보유한 여행사에게는 모바일이 중요한 부분을 차지합니다.
6. 앱의 거래당 예약 금액은 모바일 웹보다 높습니다.
7. 앱의 구매 전환율은 모바일 웹보다 5배 더 높습니다.

디바이스 별 예약 비율

대부분의 여행 카테고리에서 모바일 디바이스를 이용한 예약이 3분의 1 이상 차지*



* 2017년 4분기 전세계 여행 광고주들의 디바이스별 예약 비율. 앱 및 비교 웹사이트 제외

45%

.....

온라인 여행사 예약에서 모바일이 차지하는 비율

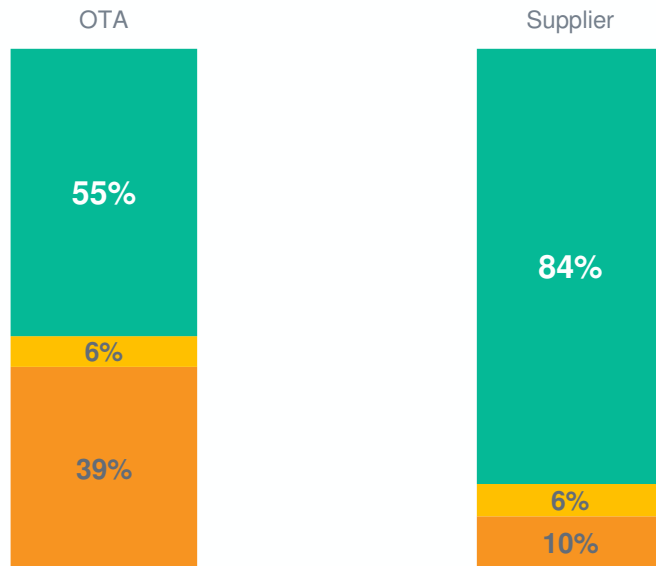
* 2017년 4분기 전세계 여행 광고주들의 디바이스별 예약 비율. 앱 및 비교 웹사이트 제외

디바이스별 예약 비율

온라인 여행사(Online Travel Agency, OTA)가 모바일 예약을 더욱 많이 활용*



- 스마트폰
- 태블릿
- 데스크톱



* 2017년 4분기 전세계 여행 광고주들의 디바이스별 예약 비율. 앱 및 비교 웹사이트 제외

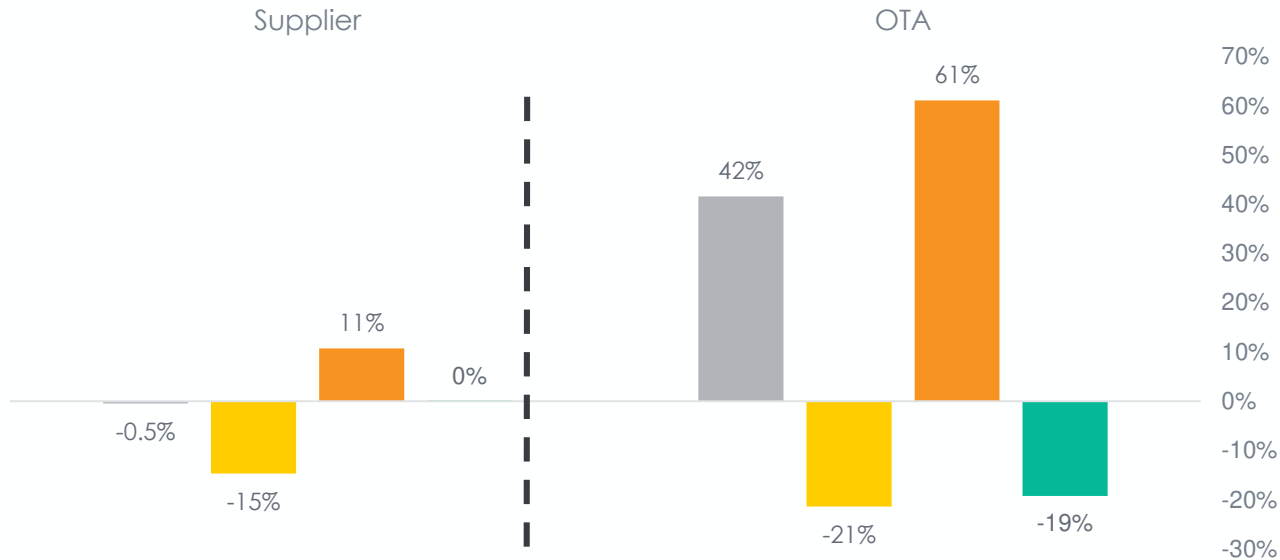
Key Takeaway 온라인 여행사(OTA)가 여행 서비스 공급업체(Supplier) 보다 모바일을 더 많이 활용하고 있습니다.

디바이스별 예약 비율 변동

Q4 2016 vs. Q4 2017*



- 스마트폰
- 태블릿
- 데스크톱
- 모바일 합계



* 2017년 4분기 전세계 여행 광고주들의 디바이스별 예약 비율. 앱 및 비교 웹사이트 제외

Key Takeaway

- 온라인 여행사가 모바일에서 더 빠르게 성장
- 스마트폰은 증가세, 태블릿은 감소세

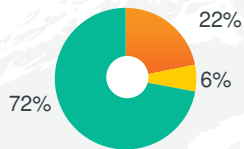
전세계

지역별 모바일 예약 비율: 28%~53%



- 스마트폰
- 태블릿
- 데스크톱

북미



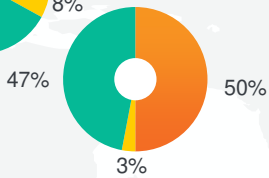
남미



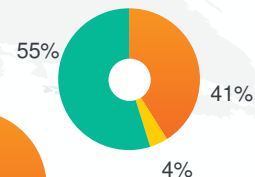
유럽



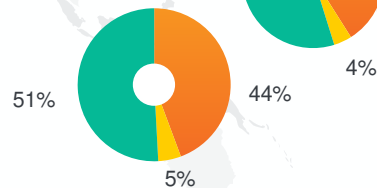
중동



북아시아
태평양



남아시아태평양



*세부적인 국가별 목록은 부록 참조. 2017년 4분기 전세계 여행 광고주들의 디바이스별 예약 비율. 앱 및 비교 웹사이트 제외.

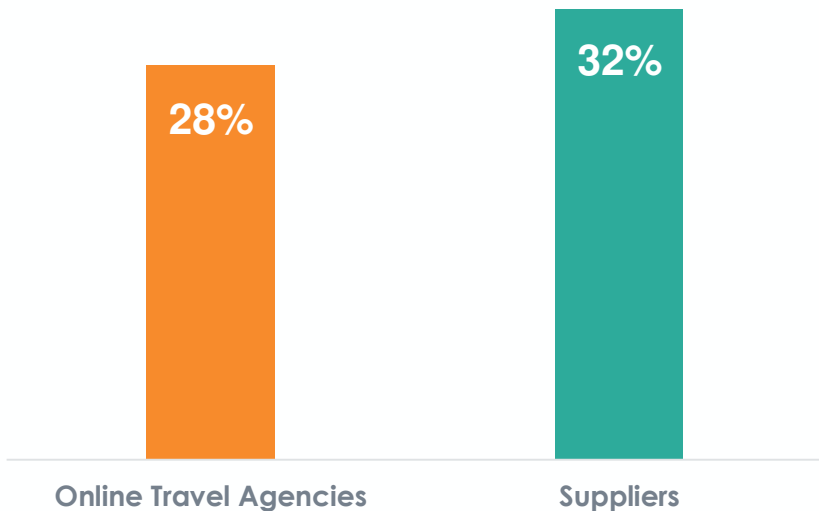
북미: 2개국. 남미: 9개국. 유럽: 25개국. 중동: 6개국. 아시아태평양: 14개국

종합 데이터

크로스 디바이스 데이터는 예약에 이르는 고객 여정을 이해하는데 도움이 됩니다.*



예약 전에 다른 디바이스를 클릭한 비율



*2017년 4분기 전세계 여행 광고주들의 디바이스별 예약 비율. 앱 및 비교 웹사이트 제외. Criteo 광고 클릭 후 예약. 앱 및 비교 웹사이트 제외

Key Takeaway

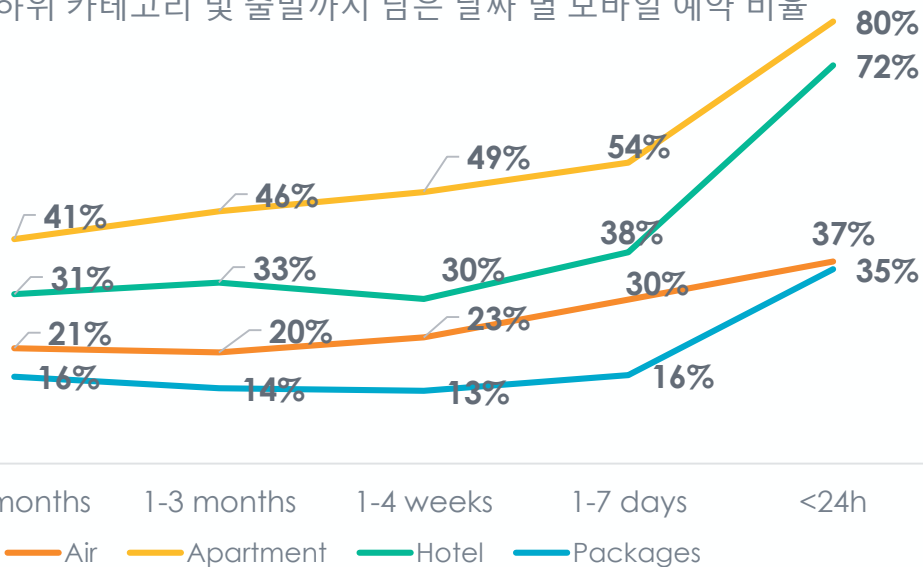
여행 서비스 공급업체(Supplier)들의 모바일 예약 비율은 온라인 여행사(OTA)보다 낮지만, 크로스 디바이스 거래 비율은 더 높습니다. 이는 업체들 간의 데이터 협업으로 낮은 모바일 퍼포먼스를 보완할 수 있음을 보여줍니다.

출발까지 남은 시간별 모바일 예약 비율



주요 여행 카테고리에서, 대부분의 출발 임박(last-minute) 예약은 모바일로 이루어집니다.

여행 하위 카테고리 및 출발까지 남은 날짜 별 모바일 예약 비율



Key Takeaway

출발 임박 예약의 최대 80%는 모바일 디바이스에서 이루어집니다.

출처: Criteo Data, worldwide, Q4 2017. 온라인 여행사 및 여행 서비스 공급업체 포함, 앱 및 비교 웹사이트는 제외



60%

.....

예약 앱을 보유한 여행업체들의
모바일 디바이스 거래 비율

* 2017년 4분기 전세계 디바이스별 예약 비율. 앱 포함.

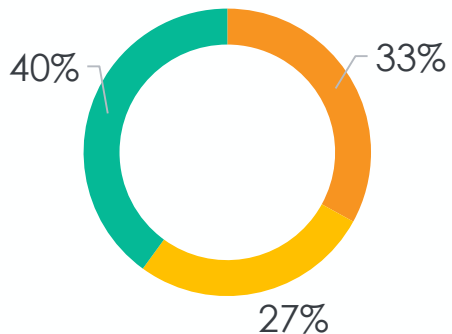
앱 중심

앱이 차이를 만듭니다.

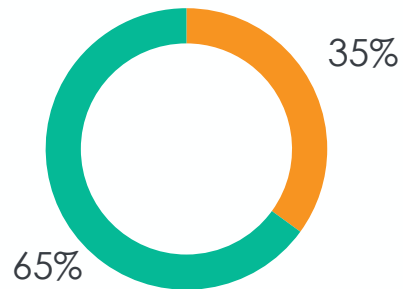


- 모바일 웹
- 앱
- 데스크톱

예약 앱을 가진 여행업체의 예약 비율 (전세계)



앱을 제외한 모든 여행업체의 디바이스별 예약 비율 (전세계)



*Criteo data, Worldwide, Travel advertisers, Q4 2017, 앱 포함

Key Takeaway

예약 앱을 보유한 여행업체들의 경우 60%의 거래가 모바일 디바이스에서 이루어지며, 이는 전년대비 41% 증가한 수치입니다.



41%

.....

출발 임박 예약 트래픽에서 앱이 차지하는 비율*

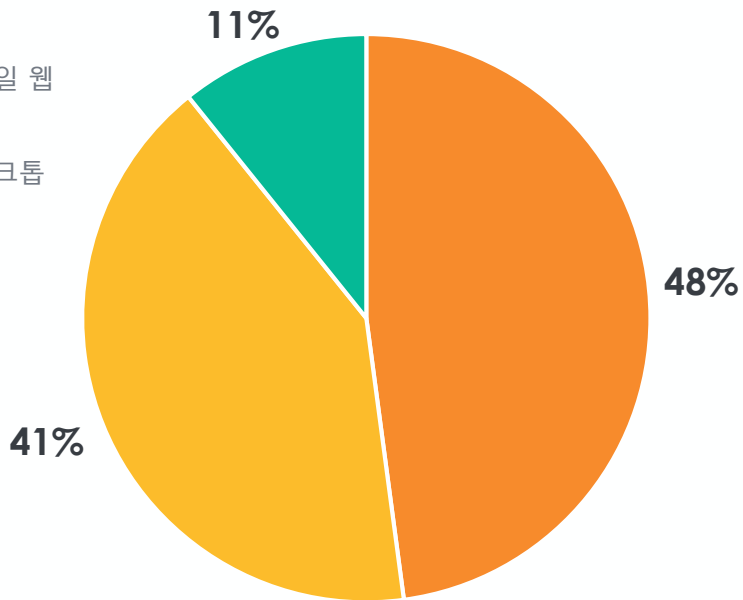
출처: 모바일 웹과 인앱으로 예약을 받는 여행 광고주. Criteo, worldwide, Q4 2017

앱 중심

출발 임박 예약의 검색 환경별 트래픽 비율



- 모바일 웹
- 앱
- 데스크톱



출처: Criteo Data, worldwide, Q4 2017. 예약 앱을 보유한 온라인 여행사와 여행 서비스 공급업체. 출발 임박 예약은 체크인이나 출발 전 24시간 이내에 이루어집니다.

Key Takeaway

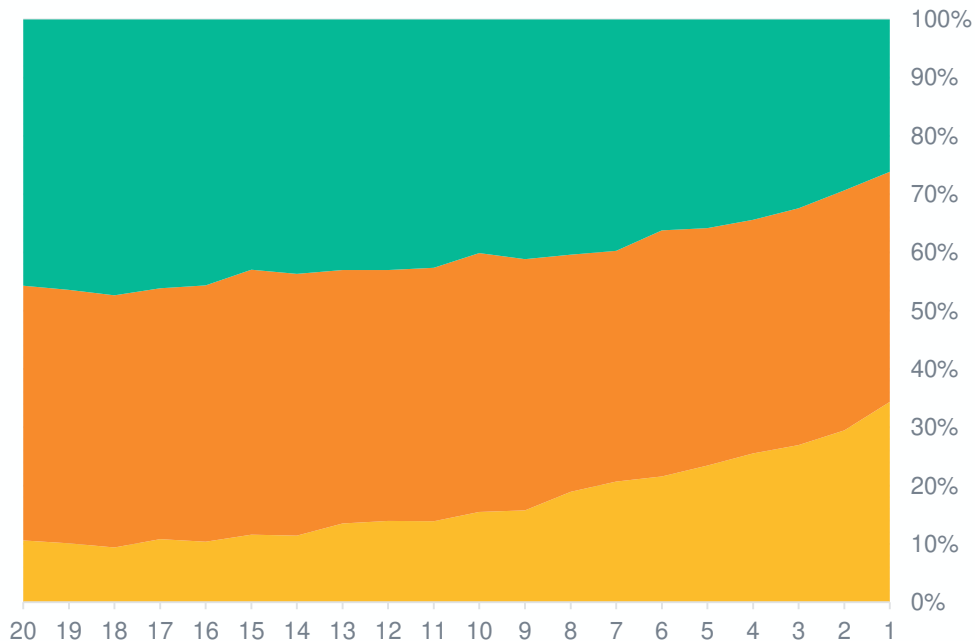
출발 임박 예약의 트래픽 및 터치포인트 중 41%는 앱에서 이루어지고, 89%는 모바일 디바이스에서 이루어집니다.

앱 중심

예약 앱을 보유한 숙박업체의 검색 환경 및 숙박일수 별 트래픽 비율



- 모바일 웹
- 앱
- 데스크톱



Key Takeaway

1박 여행의 경우 **33%**가 앱으로 검색 됩니다.

출처: Criteo Data, worldwide, Q4 2017. 예약 앱을 보유한 온라인 여행사와 여행 서비스 공급업체

앱 중심

여행 광고주들은 앱을 이용해 그 어느 때 보다 높은 구매 전환율을 보이고 있습니다.*



	모바일 웹	앱	데스크톱
Travel Q4 '2017	4%	23%	11%
Travel Q4 '2016	7%	22%	13%
YoY	-3pts	<u>+1pt</u>	-2pts

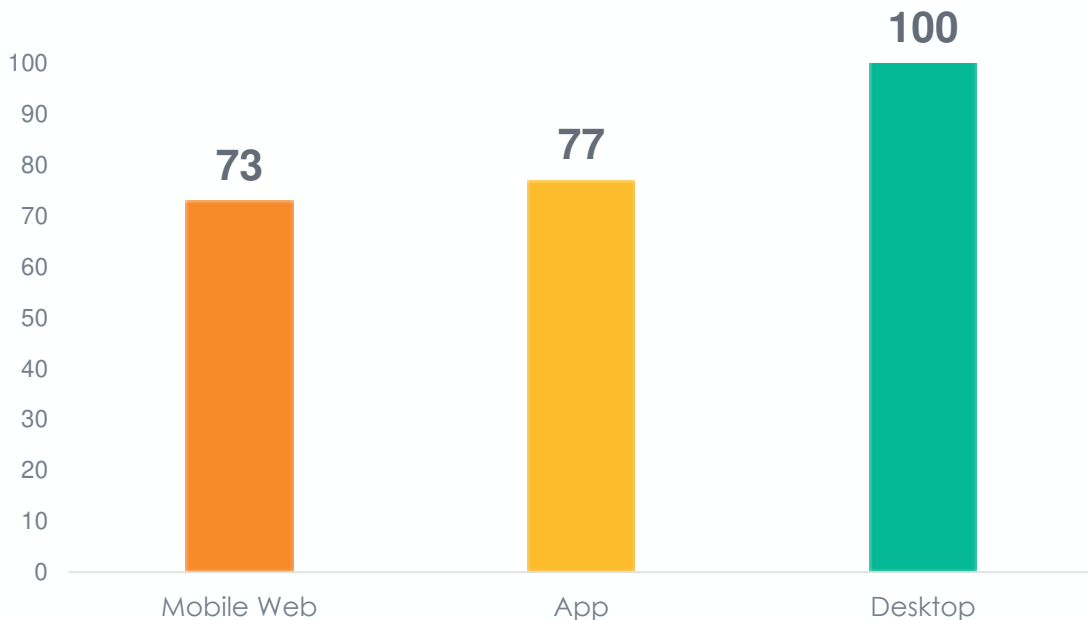
*Criteo Data, worldwide, Q4 2017 & Q4 2016. CR = 구매자/상품 페이지 방문자, 온라인 여행사 및 여행 서비스 공급업체 포함
비교 웹사이트 제외 Q4 2017, 여행소매업체들의 앱 평균 구매 전환율=17% (전세계)

Key Takeaway

여행 앱의 구매 전환율은 모바일 웹보다 5배 이상 높으며, 그 격차는 점점 더 벌어지고 있습니다.

앱 중심

검색 환경 별 평균 예약 금액 (Index: 데스크톱 예약금액 = 100)



Key Takeaway

평균 예약 금액을 놓고 볼 때,
앱은 데스크톱에는 뒤지지만,
모바일 웹 보다는 다소 높습니다.

출처: Criteo Data, worldwide, Q4 2017. 온라인 여행사 및 여행 서비스 공급업체 포함, 비교 웹사이트 제외



65%

.....

1분기 일별 예약건수는
최대 +65% 증가*

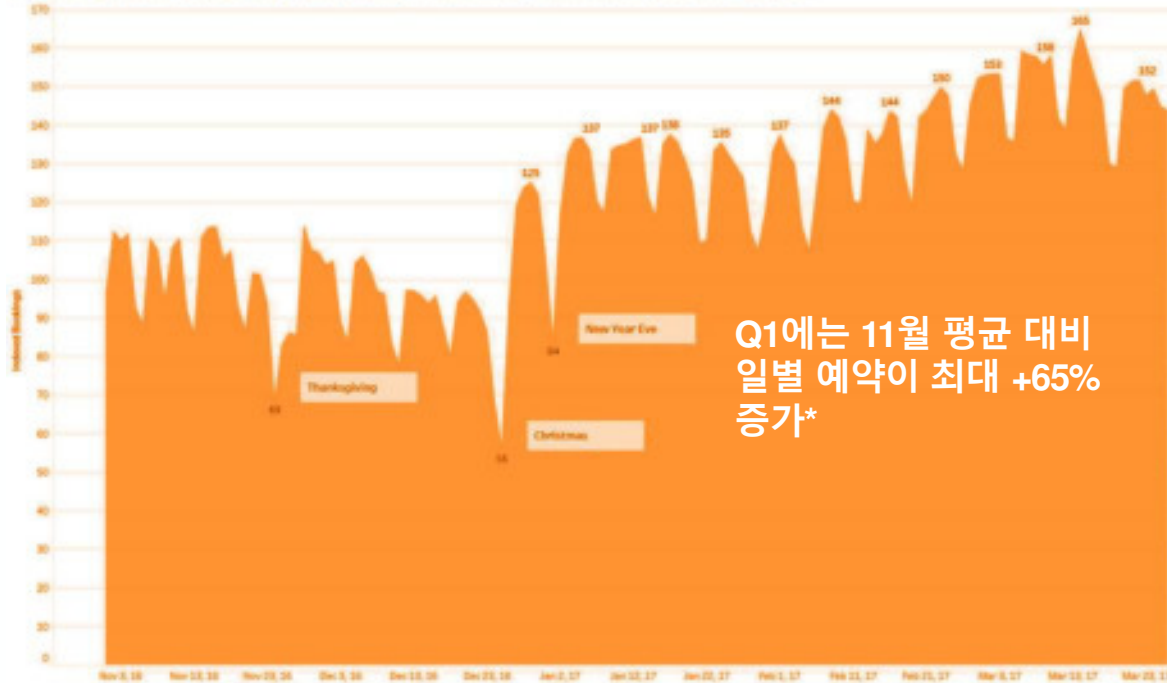
*Criteo Data, 미국, 2016-2017. 2017년 1월 기준 (2016년 11월 평균 대비), 비교 웹사이트 제외

Appendix

Seasonality - 미국의 겨울 시즌 예약 빈도



Indexed Daily Bookings (100 = average daily bookings in November) - United States, Nov 2016 - Mar 2017



Key Takeaway

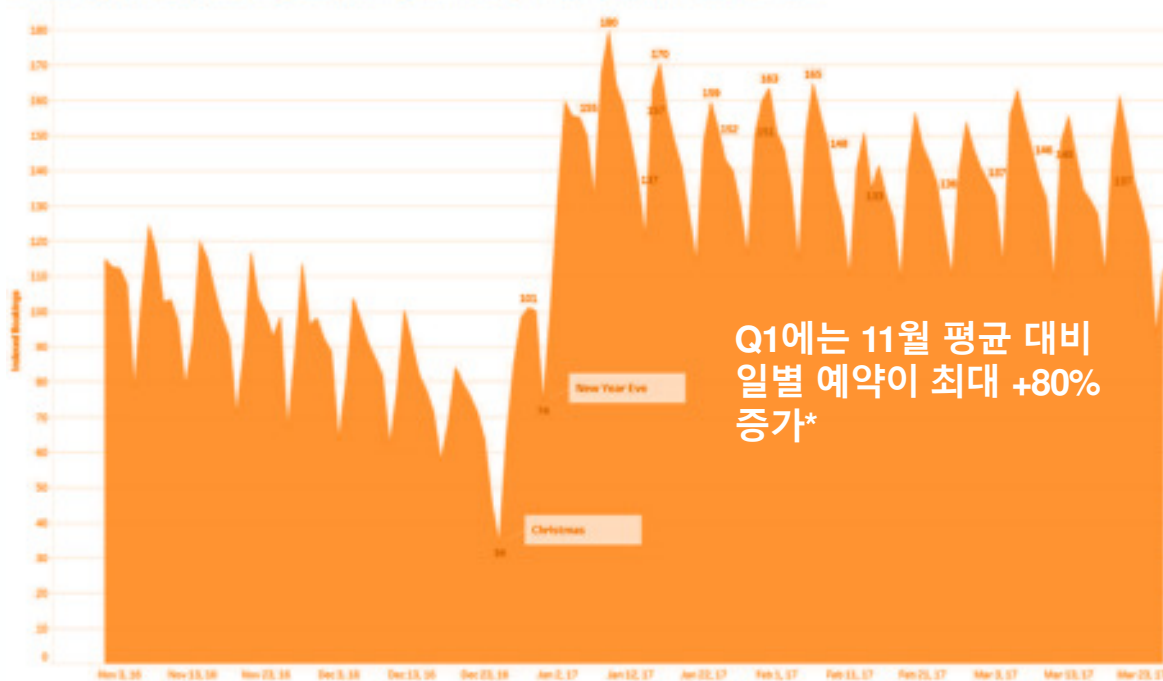
1분기 예약 시즌이 시작되었습니다.

Appendix

Seasonality - 영국의 겨울 시즌 예약 빈도



Indexed Daily Bookings (100 = average daily bookings in November) - United Kingdom, Nov 2016 - Mar 2017



Key Takeaway

1분기 예약 시즌이 시작되었습니다.

Appendix



국가 및 지역의 디바이스별 예약 비율*

국가	데스크톱	스마트폰	태블릿	모바일 합계
일본	54%	41%	5%	46%
캐나다	56%	37%	7%	44%
스웨덴	59%	32%	9%	41%
프랑스	61%	33%	6%	39%
스페인	62%	31%	6%	38%
호주	63%	28%	9%	37%
브라질	63%	34%	3%	37%
덴마크	64%	23%	13%	36%
영국	65%	25%	10%	35%
네덜란드	67%	22%	11%	33%
오스트리아	68%	25%	7%	32%
스위스	69%	25%	6%	31%
이탈리아	70%	25%	5%	30%
벨기에	72%	20%	8%	28%
미국	72%	21%	6%	28%
독일	77%	15%	8%	23%
지역				
남미	64%	33%	3%	36%
북미	72%	22%	6%	28%
북아시아태평양	55%	41%	4%	45%
남아시아태평양	51%	44%	5%	49%
중동	47%	50%	3%	53%
중앙 유럽	75%	18%	7%	25%
북유럽	65%	25%	10%	35%
남유럽	64%	30%	6%	36%

조사방식



개별 탐색 및 예약 데이터 분석:

- 전세계 1,800여 여행 광고주 대상
- 데스크톱, 모바일 웹 및 앱 전반에 걸쳐 연간 30억 건 예약
- 총 59개국 - 북미(2), 남미(9), 유럽(25), 중동(6), 아프리카(4), 아태평양(14)

마케터들은 이 데이터를 어떻게 활용할 수 있을까요?

모바일 웹, 앱 및 크로스 디바이스 채널에서의 성과와 관련된 KPI로 벤치마킹할 수 있습니다.

감사합니다.



Criteo의 커머스 마케팅 에코시스템이 수많은 브랜드, 온라인 쇼핑몰 및 제휴매체사들의 매출과 수익 향상을 어떻게 지원하는지 보다 자세한 정보를 원하시면 criteo.com/kr/about을 방문하십시오.