



[보도자료]

크리테오, “맞춤형 크로스 디바이스 전략으로 국내 모바일 퍼스트 소비자를 사로잡아야”

옴니채널 전략 수립의 필요성, 국내 전체 데스크톱 거래의 38%가 다른 디바이스에서 유입되는 사실을 통해 확인돼

[2017년 12월 01] - 글로벌 커머스 마케팅 업계를 선도하는 크리테오(www.criteo.com/kr/)가 2017년 3분기 각종 디바이스, 브라우저 및 앱상에서의 소비자의 전체 쇼핑 여정을 분석한 글로벌 커머스 리뷰를 발표했다. 이번 보고서에서 크리테오는 크로스 디바이스 데이터 통합으로 복수의 디바이스에서 소비자의 구매 의도와 행동을 매칭해 1인당 쇼핑 구매액을 증가시킬 수 있다고 밝혔다.

보고서의 주요 내용은 다음과 같다:

앱 최적화를 통해 더 많은 모바일 퍼스트 소비자와 접점을 이룰 수 있다.

소비자들은 모든 브라우징 환경에서 활발하게 활동하며, 이동 중(on-the go)에 더 많이 구매한다. 또한, 온라인 환경에서 집중 시간이 짧다. 모바일 퍼스트 소비자는 브랜드와 리테일러가 모든 채널에서 수행하는 디지털 마케팅 전략에 큰 영향력을 끼친다. 전 세계적으로 전년 대비 인앱 거래 비중이 64% 증가함에 따라 리테일러들은 매끄러운 인앱 환경제공을 통해 구매 장애 요인을 제거함으로써 경쟁력 강화를 꾀할 수 있다.

- 전년 대비 모바일 웹의 이용이 6.6% 감소하고 앱을 제외한 국내 스마트폰과 태블릿에서의 구매가 각각 6.2%와 51% 감소하며 이는 인앱 거래 비중의 증가로 이어진다.
- 전 세계적으로 모바일이 온라인 거래의 50% 이상을 차지하며 앱에서의 쇼핑이 우세하다.
- 한국과 일본에서 쇼핑 앱 운영하는 리테일러의 거래 중 70%가 모바일 디바이스에서 발생한다. 모바일 웹과 쇼핑 앱 모두에 투자한 리테일러의 경우 앱을 통한 판매가 모바일 판매 전체의 52%에 해당한다.

크로스 디바이스 데이터를 통해 소비자의 전체 쇼핑 여정에 대한 이해도를 높일 수 있다.

일별 및 시간대별 국내 소비자들의 구매 트렌드 분석 리포트는 리테일러들이 모든 환경 및 시간대에서 주요 소비자의 행동 패턴에 맞춘 캠페인을 수행할 필요가 있다는 점을 시사한다.

- 데스크톱이 주중 업무 시간에 강세를 보인다면 스마트폰과 태블릿은 일요일에 데스크톱보다 각각 13%와 18% 더 많은 매출을 기록한다.
- 스마트폰과 태블릿은 밤에 데스크톱보다 각각 10%와 28% 더 많은 매출을 기록한다.
- 전체 데스크톱 거래의 24%가 모바일 디바이스에서 클릭 이후 발생하며 이는 데스크톱 거래에 모바일이 영향력을 미치고 있음을 나타낸다.

복수의 디바이스에서 매칭된 사용자인 경우 1인당 쇼핑 구매액이 증가한다.

오프라인 판매는 소비자에 대한 이해도를 높여줘 온라인 매출 상승으로 이어지기 때문에 오프라인 및 온라인 매출은 통합적으로 평가되어야 한다. 국내 전체 데스크톱 거래의 38%는 다른 디바이스에서 유입되며 이러한 크로스 디바이스 데이터는 마케터들이 소비자의 전체 쇼핑 여정을 이해하도록 돕는다. 오프라인 및 온라인 데이터 통합이 가능한 옴니채널 리테일러가 마케팅 최적화를 위해 활용 가능한 데이터 범위는 4배 이상 상승했다. 크로스 디바이스 데이터 통합으로 마케터들은 소비자의 구매 의도와 행동을 매치하고 1인당 쇼핑 구매액을 증가시킬 수 있다. 크로스 디바이스에서 구매 의도와 행동이 매칭된 소비자는 주문 건당 평균 지출액이 32% 더 높은 것으로 나타났다.

크리테오 코리아의 고민호 대표는 "소비자들은 브랜드와 리테일러들이 적절한 시기에 맞춤형 쇼핑 경험을 제공하길 기대한다. 이번 글로벌 커머스 리뷰는 리테일러들의 옴니채널 전략 수립 필요성을 다시 확인시켜 준다. 크리테오는 브랜드와 리테일러들이 온라인과 오프라인 쇼핑 여정에서 수집된 데이터를 활용해 언제 어디서든 가장 효과적으로 소비자와 접점을 이룰 수 있도록 지원하는 커머스 마케팅 에코시스템의 성장을 위해 지속적으로 노력할 것이다."라고 말했다.

크리테오의 글로벌 커머스 리뷰에 대한 보다 자세한 정보는 아래 [리포트](#)에서 찾을 수 있다.

전 세계 소비자의 검색 및 구매 행동에 대한 최신 정보는 크리테오 [인터랙티브 월드 맵](#)에서 확인 할 수 있다.

###

크리테오(Criteo)에 대하여

크리테오(NASDAQ: CRTO)는 머신러닝 기술을 기반으로 브랜드와 기업들의 매출과 이익을 극대화해주는 글로벌 커머스 마케팅 리더이다. 2,700명의 크리테오 직원들이 전 세계 17,000개 고객사들과 수 천개 프리미엄 매체사들을 통해 소비자들의 관심과 니즈에 맞는 상품과 정보를 제공하여 높은 마케팅 퍼포먼스를 달성 할 수 있도록 한다. 크리테오는 연 5,500억 달러가 넘는 커머스 매출에 대한 빅데이터를 분석하고 있으며, 이를 바탕으로 브랜드와 기업의 마케터와 매체사들이 협업을 통해 높은 퍼포먼스를 달성할 수 있도록 커머스 마케팅 에코시스템을 구축하고 있다.

※참고자료문의:

곽소영 차장(js.kwak@criteo.com) 02-6933-0785

정민아 실장(mina@mnkpr.com) 02-6282-0677

박지현 AE(criteo@mnkpr.com) 02-3495-7822