

## 크리테오, 전 세계 연말연시 소비 예측 및 분석 담은 '2018 홀리데이 쇼핑 트렌드' 보고서 발표

- 올해 연말, '셀프 기프팅' 트렌드에 힘입어 크리스마스 이후까지 쇼핑 열풍 지속될 것으로 전망
  - 전체 온라인 거래 중 모바일 비중 50% 넘어설 것으로 전망, 가장 필수적인 채널로 주목
  - 가장 인기 있는 제품으로는 레트로 장난감, 최신 소비자 가전제품, SNS 유명 아이템으로 예측

[크리테오 보도자료=2018.12.19] 오픈 인터넷 기반 광고 플랫폼 기업 크리테오(나스닥: CRTO)가 연말연시 전 세계 소비자들의 쇼핑 행태와 구매 제품을 분석한 '2018년 홀리데이 쇼핑 트렌드 보고서'를 발표했다.

크리테오 보고서에 따르면 이번 연말연시 가장 주목해야 할 소비 트렌드는 '셀프 기프팅(Self-Gifting)'인 것으로 나타났다. 자신을 위한 보상 차원에서 스스로를 위한 지출을 하는 트렌드가 확산되면서 연말을 맞아 셀프 선물을 즐기는 소비자가 증가할 것으로 예측했다. 또한 실제 쇼핑 시점은 크리스마스 전이 아닌 크리스마스 이후부터 새해까지 가장 활발하게 일어날 것으로 전망했다.

크리테오는 이에 대해 연말에 선물로 받은 상품권을 사용하고 연말 세일을 노리는 소비자가 증가하기 때문이라고 분석했다. 따라서 유통업체들은 크리스마스를 겨냥한 마케팅뿐만 아니라 새해까지 지속될 수 있는 마케팅 전략을 마련해 잠재적 기회를 포착해야 한다고 조언했다.

한편 모바일 강세는 한층 더 강화될 것으로 나타났다. 올해 전세계적으로 쇼핑 앱을 보유한 유통업체의 온라인 판매 중 모바일 비중은 50% 이상을 차지할 것으로 전망했다. 또한 앱을 통한 판매 비중도 계속해서 증가할 것으로 분석했다. 2017년 4분기 전 세계 이커머스 시장에서 인앱 거래는 46%로 전년 대비 48% 증가했으며, 올해는 보다 많은 거래가 앱을 통해 이뤄질 것으로 예측했다.

또한 모바일 쇼핑은 시간대에 따라 확연한 차이가 발생하는 것으로 밝혀졌다. 소비자들은 출근길에 모바일에서 상품을 둘러보고 밤과 주말에 구매를 마무리하는 패턴을 보여 유통업체들은 이에 대한 이해를 바탕으로 마케팅 활동을 해야 한다고 조언했다.

지난해 연말 소비자들이 가장 많이 구매한 제품은 레고, 바비인형 등 레트로 장난감과 최신 소비자 가전제품, SNS에서 입소문을 탄 유명 아이템으로 나타났다. 특히 소비자 가전 영역에서는 UHD 4K TV, 스마트 TV, 음성인식 스피커 등이 강세를 보였다. 크리테오는 올해도 이와 유사한 추세가 이어질 것으로 예측했으며, 바이럴 마케팅과 소셜미디어에 특화된 영상 콘텐츠 등 소비자들의 구매 동기를 유발하고 캠페인 참여도를 높이는 마케팅 전략에 주목해야 한다고 조언했다.



크리테오 코리아 고민호 대표이사는 “이 시기 소비자들은 할인 혜택이 제공되는 상품을 즉시 구매할 준비가 되어 있는 경우가 많다. 따라서 연말연시 마케팅에 있어 가장 중요하게 고려할 점은 구매 여정의 모든 단계에서 고객들에게 일관된 쇼핑 경험을 제공하는 것이다”라며 “기업들은 다양한 디바이스와 구매 채널을 포괄하는 통합 마케팅 전략, 특히 모바일 쇼핑 및 인앱 구매에 최적화된 전략을 준비하는 것이 중요하다”라고 말했다. (끝)

###

#### <회사소개>

크리테오(NASDAQ: CRTO)는 중립성, 투명성, 포괄성을 지향하는 디지털 광고 플랫폼을 제공한다. 2,700명의 크리테오 직원들은 크리테오의 탁월한 머신러닝과 세계 최고 수준의 데이터셋을 바탕으로 전 세계 18,000개 고객사들과 수 천 개 프리미엄 매체사들이 모든 채널에서 효과적인 광고를 전개할 수 있도록 한다. 또한 다양한 규모의 기업들이 고객에게 더 나은 정보와 서비스를 제공하기 위해 필요한 기술을 제공한다. 보다 자세한 정보는 크리테오 홈페이지([www.criteo.com](http://www.criteo.com))에서 확인할 수 있다.