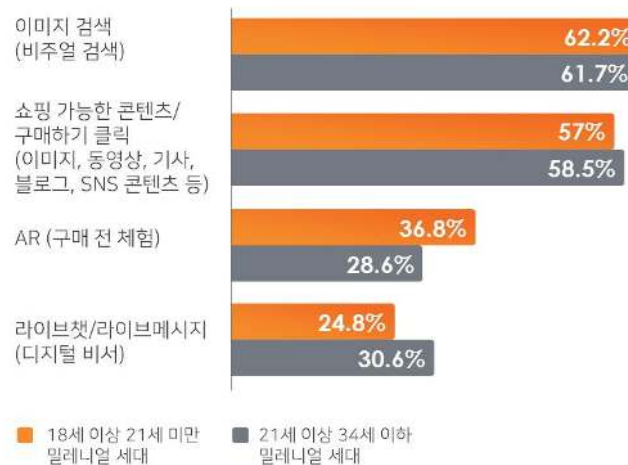


크리테오, '2019년 커머스 및 디지털 마케팅 트렌드 전망 보고서' 발표

- 글로벌 소비자 및 마케터 설문조사 기반 2019년 디지털 마케팅 트렌드 전망
 - 밀레니얼 세대의 이미지 및 음성 검색 기능 사용에 주목
- 동영상 광고 및 AI 기반 디지털 광고의 증가, 브랜드와 유통업계의 옴니채널 협업 등 주요 트렌드 예측

[크리테오 보도자료=2019.01.16] 오픈 인터넷 기반 광고 플랫폼 기업 크리테오(나스닥: CRTO)가 2019년 글로벌 커머스 마케팅 트렌드에 대한 예측을 담은 '2019년 커머스 및 디지털 마케팅 트렌드 전망 보고서'를 발표했다. 지난해 5월 발효된 GDPR, 글로벌 IT 기업의 개인정보 유출 이슈 등 굵직한 일이 많았던 디지털 마케팅 업계의 향후 방향성 및 글로벌 트렌드를 7가지로 정리했다.

밀레니얼 세대가 온라인 쇼핑을 할 때 편하게 느끼는 신기술 (2018년 7월, 영국, 1,515명 대상)



<표 1. 밀레니얼 세대가 온라인 쇼핑 시 가장 편하게 느끼는 신기술에 대한 설문 결과>

보고서는 2019년 디지털 마케팅의 주요 트렌드로 이미지 및 음성 검색의 사용 증가를 꼽았다. 크리테오의 조사 결과, 온라인 쇼핑에 새롭게 도입된 기능 가운데 밀레니얼 세대(18세 이상 34세 이하)가 가장 편리하게 사용하는 기능은 이미지 검색인 것으로 나타났다. 광고 내 '구매하기' 버튼을 통한 쇼핑은 약 57%(21세 미만 57%, 21세 이상 58.5%)로 뒤를 이었고, 2018년 뜨거운 화두였던 증강현실(AR, Augmented Reality) 기술은 약 30%(21세 미만 36.8%, 21세 이상 28.6%)에 그쳤다. 크리테오는 문자 중심의 검색에서 이미지 및 음성 검색으로 환경이 변화하고 이를 능숙하게 활용하는 젊은 층이 증가함에 따라 기업들은 해당 기능을 도입하고 고객 편의성을 높여야 한다고 조언했다. 실제로 IT 자문기관 가트너(Gartner)는 이미지 및 음성 검색 기능을 통해 2021년까지 전자 상거래 매출이 최대 30% 증가할 것으로 전망했다.

또한 보고서는 개인정보 관리 강화를 위한 기업들의 움직임에도 주목했다. 지난해 발효된



GDPR(General Data Protection Regulation, 유럽 일반 개인정보보호법)은 유럽뿐만 아니라 미국, 아시아 지역에 이르기까지 전 세계적으로 개인정보 보호를 강화하는 법적 규제 제정 움직임으로 이어지고 있다. 이에 크리테오는 강화된 규정에 따라 기업들이 보다 신중한 데이터 관리와 데이터 기반 가치창출 방안을 새롭게 고민하는 한 해가 될 것이라고 전망했다. 또한 거대 글로벌 IT 기업들이 지난해 개인정보 유출 사건을 겪으면서 새로운 데이터 처리 방침을 발표하게 되는 만큼, 해당 가이드라인을 충분히 숙지하여 마케팅 전략을 수립해야 할 것이라고 조언했다.

여기에 디지털 마케팅 업계에서 꾸준히 화두가 되고 있는 AI(Artificial Intelligence)와 동영상 광고 역시 주요 트렌드로 꼽혔다. AI 및 머신러닝(Machine Learning) 기술은 해마다 수많은 디지털 마케팅 기업들이 대대적인 투자를 발표할 정도로 중요한 기술로 부상했다. 이를 통해 주요 고객층에 대한 심도 있는 분석, 정교한 타게팅, 나아가 캠페인 기획과 모델링, 개인화된 광고 메시지 전달 등이 가능하기 때문이다. 크리테오는 이러한 추세는 2019년에도 이어져 올해 AI를 활용한 디지털 광고 예산도 크게 증가할 것이라고 예측했다. 동영상 광고 역시 동영상 콘텐츠에 대한 소비가 급증하고, 이에 대한 광고 수요도 폭발적으로 증가함에 따라 올해 주목할 만한 성장을 이룰 것으로 전망됐다.

이 외에 브랜드와 리테일러들이 협력하여 '옴니채널(Omni Channel) 데이터를 공유'하는 전략, '기업 자체적인 디지털 광고 집행 증가' 등이 2019년 글로벌 디지털 마케팅 핵심 트렌드로 포함됐다.

이번에 발표된 '2019년 커머스 및 디지털 마케팅 트렌드 전망 보고서'의 보다 자세한 내용은 [크리테오 홈페이지](#)를 통해 확인할 수 있다.

크리테오 고민호 대표이사는 "GDPR 발효를 비롯해 AR, 음성 검색 쇼핑 등 지난해에는 유난히 디지털 커머스 업계에 새로운 화두가 많았다. 새로운 기능과 규제들이 많아진 만큼, 마케터들은 그 어느 때보다 신중하면서도 통찰력 있는 행보가 필요한 상황"이라고 진단하며, "크리테오가 가지고 있는 세계 최대 온라인 쇼핑 데이터와 이를 분석한 자체 리포트, 마케터와 소비자를 직접 조사한 설문조사 결과를 종합하여 발표한 이번 리포트가 올 한해 디지털 마케팅 계획을 수립하는데 이정표가 될 수 있기를 바란다"라고 전했다.

<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 19,000개 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)에서 확인할 수 있다.