

크리테오, LF몰에 잠재 고객 타게팅 광고 솔루션 '크리테오 커스터머 어퀴지션' 도입해 매출 8% 증가 이끌어

- 프리미엄 패션몰 추구하는 LF몰 전략에 맞춘 디지털 캠페인으로 매출 증대 견인
- 전 세계 온라인 고객 74% 이상 포함된 데이터풀 기반 솔루션으로 개인화된 광고 메시지 전달
- 하루 평균 신규 유입 8천 명 이상 증가, 신규 매출 8% 증가하는 등 성공적 마케팅 사례로 선정

[크리테오 보도자료=2019.02.12] 오픈 인터넷 기반 광고 플랫폼 기업 크리테오(한국지사 대표 고민호)가 국내 패션 대기업 LF몰에 자사 디지털 마케팅 솔루션을 공급하고 온라인 신규 매출이 8% 증가하는 성공적인 결과를 도출했다고 밝혔다.

LF몰은 국내 대표 패션기업인 (주)LF의 프리미엄 온라인 패션몰로 40여 개의 자사 브랜드와 2천여 브랜드가 입점해 있는 패션 종합 플랫폼이다. 국내 이커머스 시장 성장이 정체기에 이르면서 LF몰 역시 신규 우량고객 유입과 온라인 매출 증가라는 마케팅 목표에 직면하게 됐다.

이에 LF몰은 새로운 고객 점점 발굴부터 구매 유도에 이르는 전방위적 디지털 마케팅 목표를 달성하기 위한 파트너로 크리테오를 선택했다.

크리테오는 우선 LF몰 방문 고객을 정확히 파악하는 작업부터 시작했다. 크리테오 아이덴티티 그래프(Identity Graph)와 고객 스코어링 기법을 활용해 개별 고객의 취향과 니즈를 보다 세밀하게 분석하고, 구매 가능성이 높은 기존 고객을 분류했다. 크리테오는 이렇게 분석된 기존 고객 데이터를 기반으로 두 가지 작업을 진행했다. 우선 기존 고객에게 크리테오의 AI 및 머신러닝에 기반한 정교한 분석을 적용, 고객의 취향과 니즈를 반영한 최적의 상품 정보를 노출해 재유입을 높였다.

또한 기존 고객과 유사한 잠재 고객을 타게팅하는 광고 솔루션인 '크리테오 커스터머 어퀴지션'(Criteo Customer Acquisition) 솔루션을 적용해 신규 고객의 유입을 늘렸다. 이 솔루션은 전 세계 온라인 커머스 이용자 74% 이상이 포함된 세계 최대 규모의 익명화 데이터를 토대로 기존 고객과 유사한 고객을 탐색하고 이들의 유입을 유도한다. 이를 통해 5.8배 더 많은 고객에게 광고를 노출했으며, 하루 평균 8천 명 이상의 신규 유입이 이루어졌다. 신규 구매자도 월평균 500명 이상 증가해 전분기 대비 신규 고객 매출이 8% 증가하는 성과를 거둘 수 있었다.

(주)LF e-영업사업부 e-마케팅 BSU 김보람 과장은 "프리미엄 라이프 스타일 종합몰을 지향하는 자사 전략에 따라, 단순히 일반 고객 유입을 늘리기보다는 LF몰에서 추구하는 가치를 소비하는 핵심 타겟층의 유입이 필요했다"며, "크리테오 디지털 마케팅 솔루션을 통해 새로운 진성 고객을 확보하고, 구매 가능성



높은 고객의 니즈에 맞는 상품을 추천할 수 있게 되면서 이전 캠페인 대비 좋은 성과를 거둘 수 있었다"고 평가했다.

크리테오 고민호 대표이사는 "패션 산업, 특히 온라인 패션물은 소비자의 취향이 가장 강하게 드러나는 곳인 동시에, 트렌드를 선점하기 위한 디지털 마케팅 경쟁이 가장 치열하게 일어나는 곳이기도 하다"며, "LF물은 소비자의 구매 과정 전반을 고려한 입체적인 디지털 마케팅 전략을 크리테오 솔루션으로 실행함으로써 경쟁이 치열한 패션산업에서 성과를 만들어낸 의미 있는 사례라 할 수 있다"라고 밝혔다.

###

<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.

###