

criteo.

예약을 하는 이유 (Why We Book)

# 무한 선택의 시대에 여행 충성도

Global Travel Loyalty Survey



여행 로열티 프로그램이 효과가 있을까요?

# 예약을 하는 이유(Why We Book)

## 개요

- 1 여행 로열티 프로그램은 효과가...있는 편입니다.**

10명 중 8명의 응답자는 여행 로열티 프로그램을 적극 활용하고 제공되는 혜택이 가치가 있다고 대답했습니다. 그러나 4명 중 1명은 가입하는 것을 종종 잊어버리며, 이메일이 지나치게 많이 와서 때로 수신 거부를 선택한다고 대답했습니다.
- 2 젊은층은 로열티 프로그램에 대해 (아직은) 별로 생각을 하지 않고 있습니다.**

15~24세의 응답자 중에서 로열티 프로그램에 가입한 응답자는 25% 뿐입니다. 절반 이상의 Z 세대 응답자(52%)들이 로열티 프로그램에 가입하는 것을 종종 잊어버려 혜택을 보지 못하는 것으로 나타났습니다.
- 3 그러나 밀레니얼 세대와 Z세대에 가장 큰 기회가 존재합니다.**

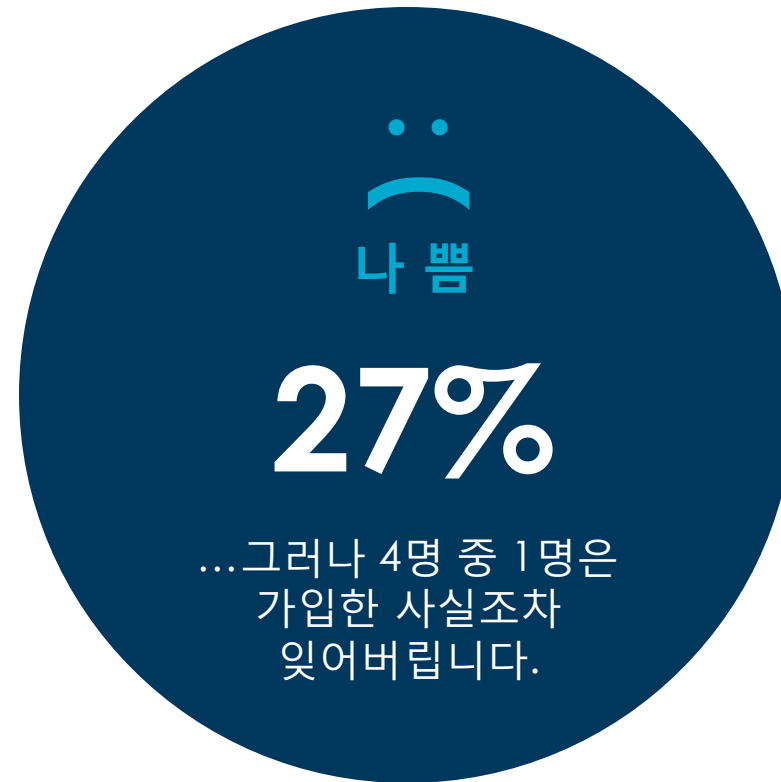
설문조사 응답자들 중, 15~34세 연령층의 응답자들은 타 연령층 대비 2019년 여행 예산을 더 증가할 계획입니다.
- 4 여행 로열티 프로그램은 지역마다 차이가 있습니다.**

"로열티 프로그램"과 "브랜드 충성도"의 의미는 지역마다 차이가 있으며, 또한 시장 보급율도 미국, 영국 및 아시아 태평양 지역에서 큰 차이가 있습니다.
- 5 사용의 편의성이 충성도를 향상시켜 줍니다.**

항공사, 호텔 또는 기차역에서 직접 예약하는 두 가지 이유는 사용의 편의성("더 쉬워서")과 절차의 익숙함("이런 방식으로 예약하는데 익숙해서")이었습니다.

# 핵심 사항

# 여행 로열티 프로그램은 효과가...있는 편입니다



# 젊은층은 로열티 프로그램에 대해 (아직은) 별로 생각을 하지 않고 있습니다

24%

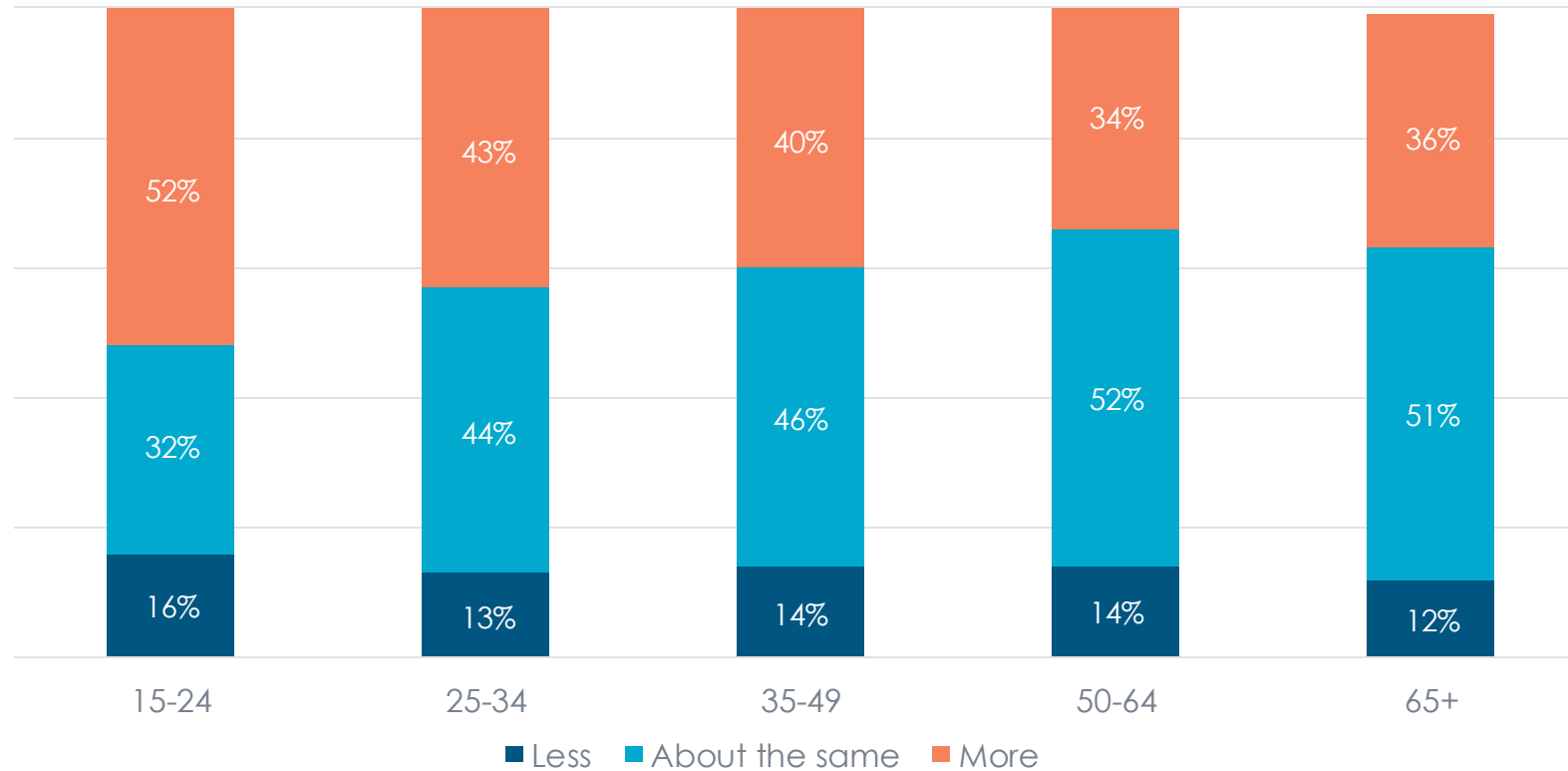
15~34세 연령층 응답자들 중 24%만 여행 로열티 프로그램에 가입했습니다.

52%

절반 이상의 Z 세대 응답자(52%)들이 로열티 프로그램에 가입하는 것을 종종 잊어버려 혜택을 보지 못하는 것으로 나타났습니다.

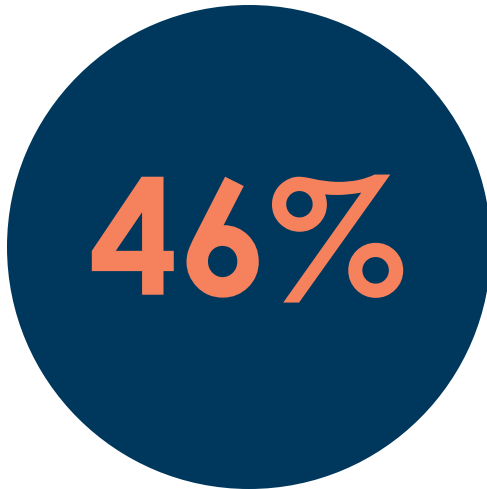
# 그러나 밀레니얼 세대와 Z세대에 가장 큰 기회가 존재합니다

연령층에 따른 지출 전망



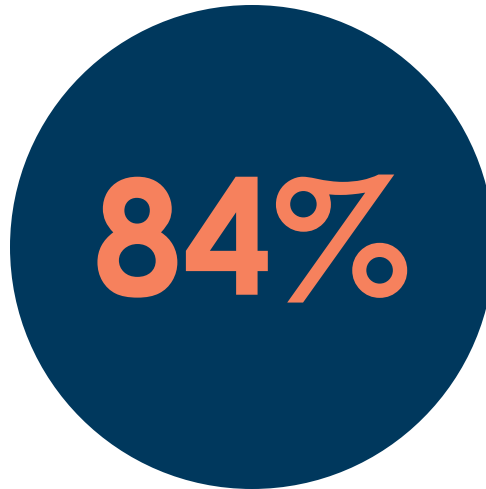
# 여행 충성도는 지역마다 차이가 있습니다

미국 고객들은 로열티 프로그램을 사랑합니다.



미국 응답자들의 절반 정도는 적어도 한 개 이상의 로열티 프로그램에 가입되어 있습니다.

아시아 태평양 지역의 경우, 젊은층 고객들이 로열티 프로그램에 더 가입을 하는 편입니다.



15~34세 연령층 응답자 10명 중 8명은 로열티 프로그램을 적극 활용합니다.

영국에서는 중장년층이 로열티 프로그램을 좋아합니다.

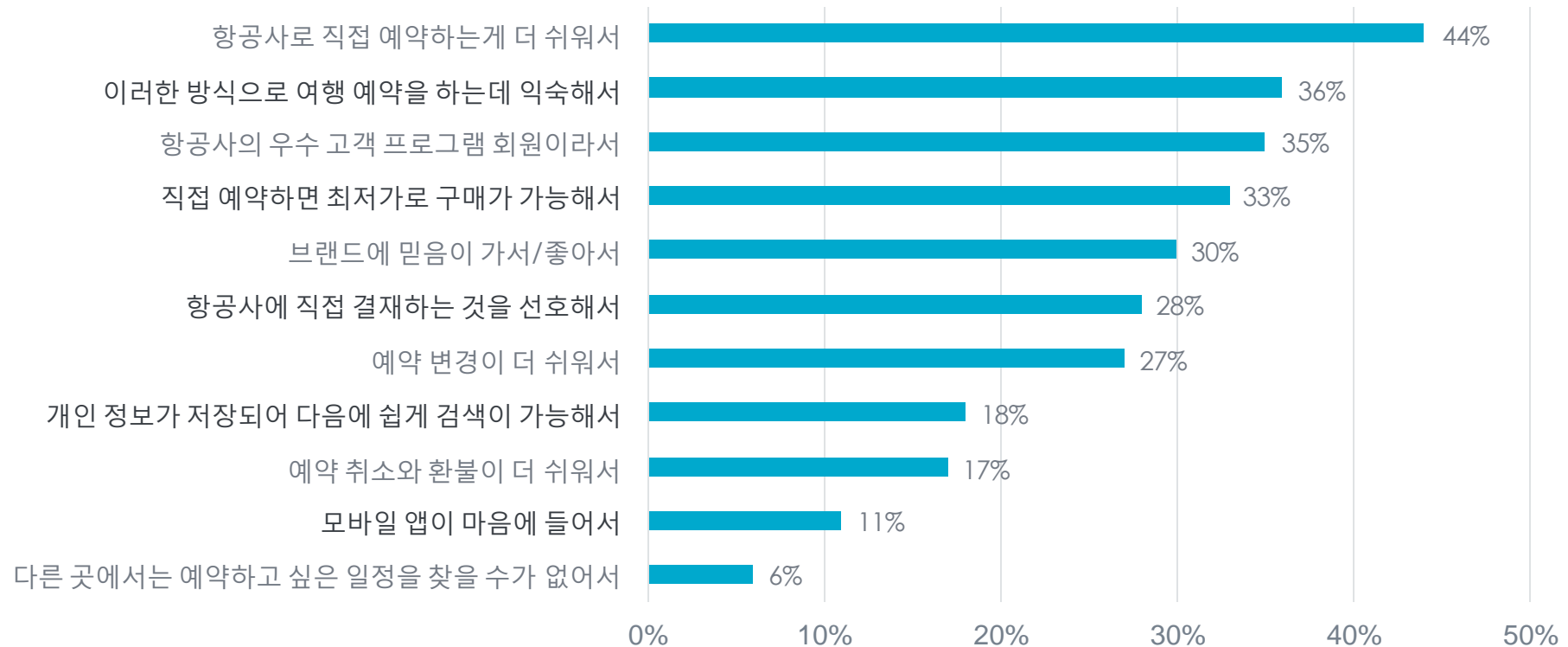


영국에서는 로열티 프로그램을 적극 활용하는 50~64세의 여행자들이 많습니다.



# 사용의 편의성이 충성도를 향상시켜줍니다

## 항공사의 웹사이트에서 예약을 하는 이유



# 제안사항

# 여행 충성도를 향상하는 4가지 방법

1

여행 예약 경험을  
쉽게 만들어야  
합니다.

2

기존의 로열티  
프로그램에  
구매되면  
안됩니다.

3

여행자들에게  
다가가야 하지만  
너무 빈번히  
다가가면 안됩니다.

4

모든 잠재  
여행자들에게  
관련성 있는 광고를  
제공해야 합니다.

감사합니다.