

앱 유지율을 향상시키는 방법

앱 마케터의 가장 큰 도전과제 - 앱 유지율 향상



49%의 사용자는 앱을 단 하루 사용해본 후 다시 사용하지 않습니다.



사용자의 **1/3**은 단 1회 세션 후에 앱을 다시 사용하지 않습니다.

사용자가 지속적으로 앱을 사용할 수 있게 만들 수 있다면...

앱 사용자는 가장 참여도가 높은 고객에 속합니다.



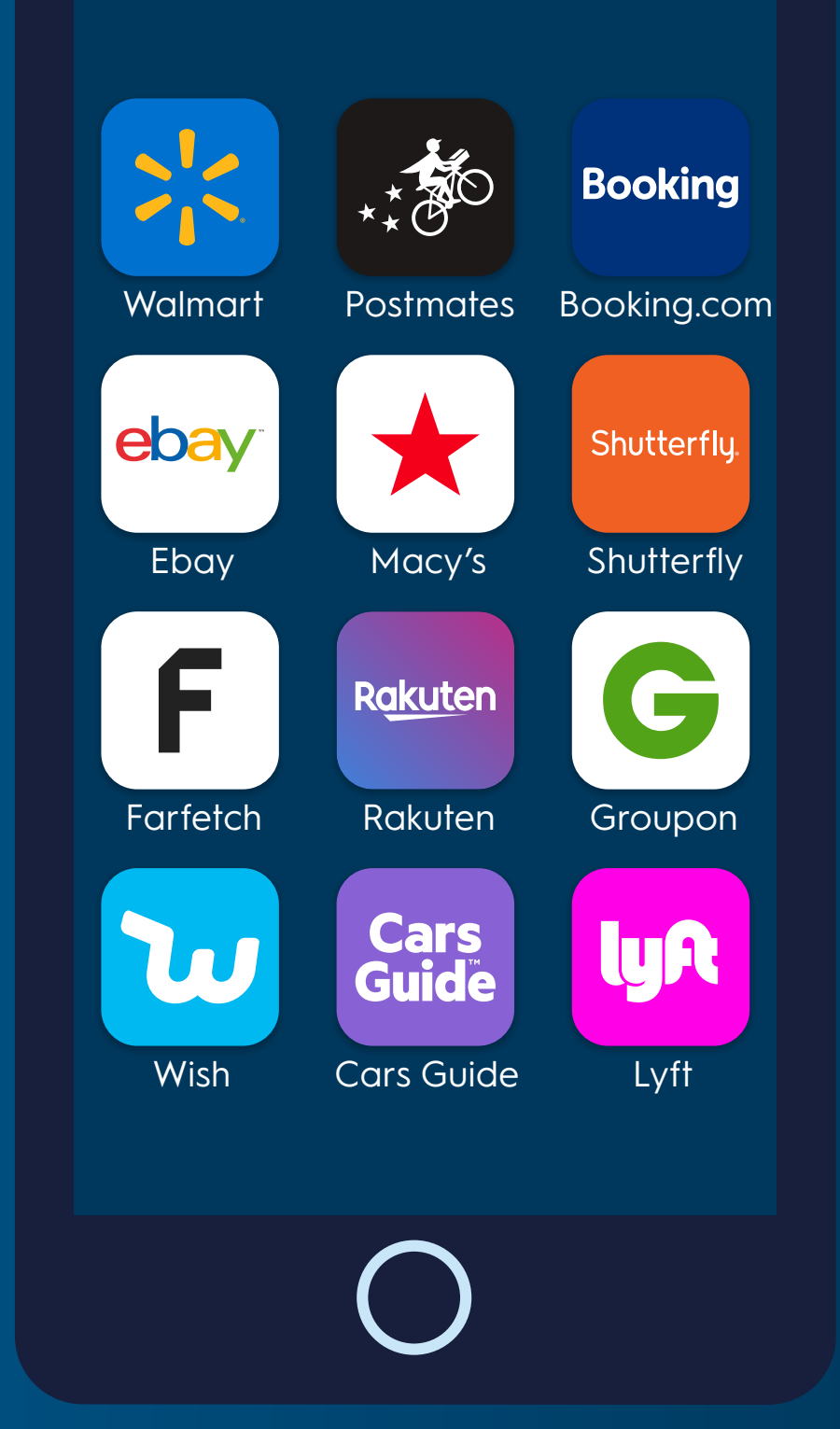
어떻게 앱 사용자의 관심을 유지할 수 있을까요?

먼저 앱의 목표를 정해야 합니다.

보유한 앱이 커머스 앱인가요?

커머스 앱은 사용자가 구매하도록 만드는 것이 주된 목적입니다.

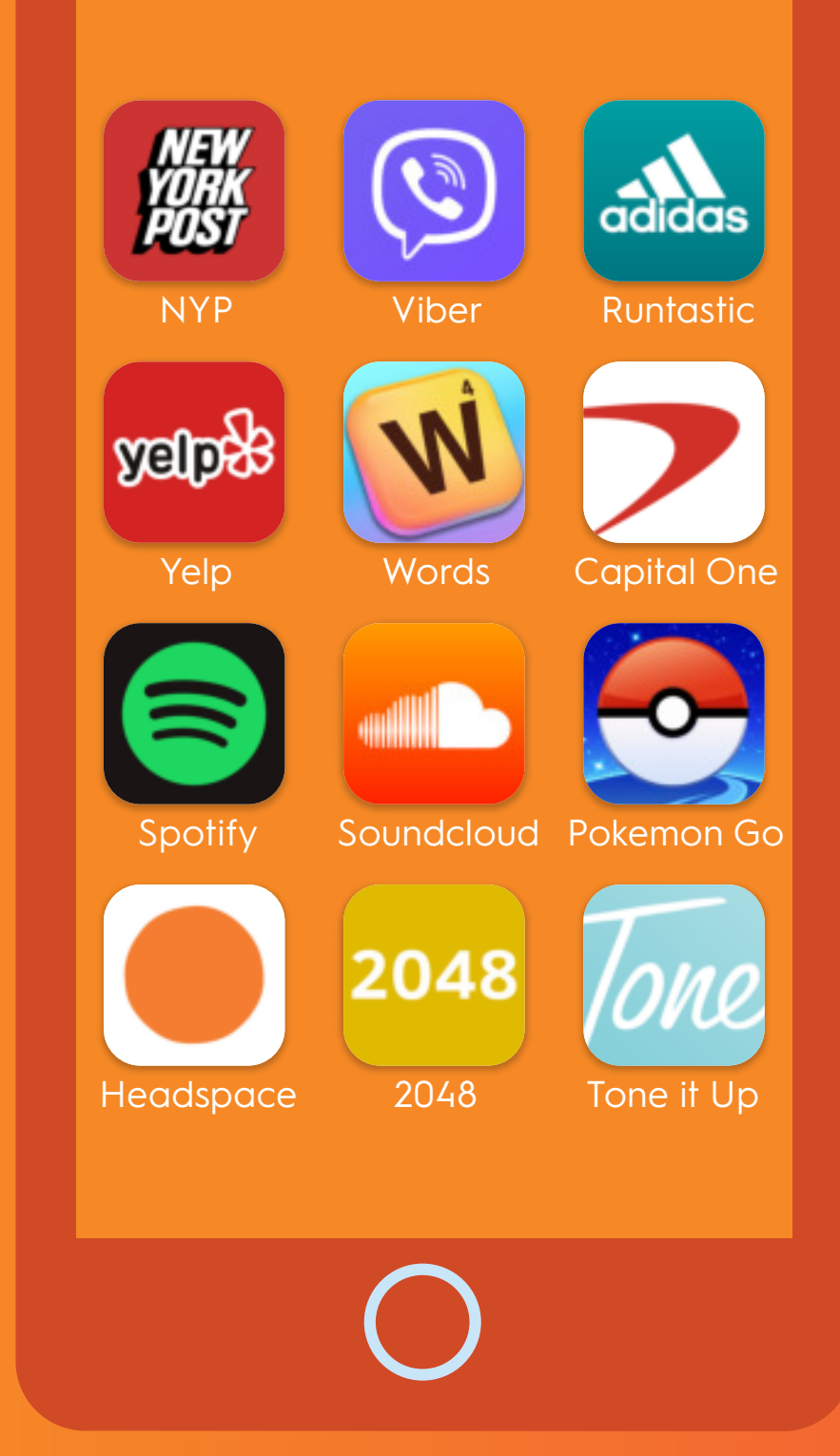
예를 들어, 가구와 관련된 앱에서는 실제로 제품을 가정에 배치한 모습을 볼 수 있게 해주는 흥미로운 기능을 포함하여 사용자의 구매를 유도할 수 있습니다.



...아니면 충성도를 높이려는 앱인가요?

충성도 앱은 고객 참여를 이끌어내는 것이 주된 목적입니다. 브랜드들은 자사의 앱에 보다 많은 사용자들이 참여하길 원합니다.

지속적으로 업데이트를 제공하면서, 사용자들이 앱에 대한 관심을 놓지 않고 하루에도 여러 번 사용하도록 만드는 것이 목표입니다.



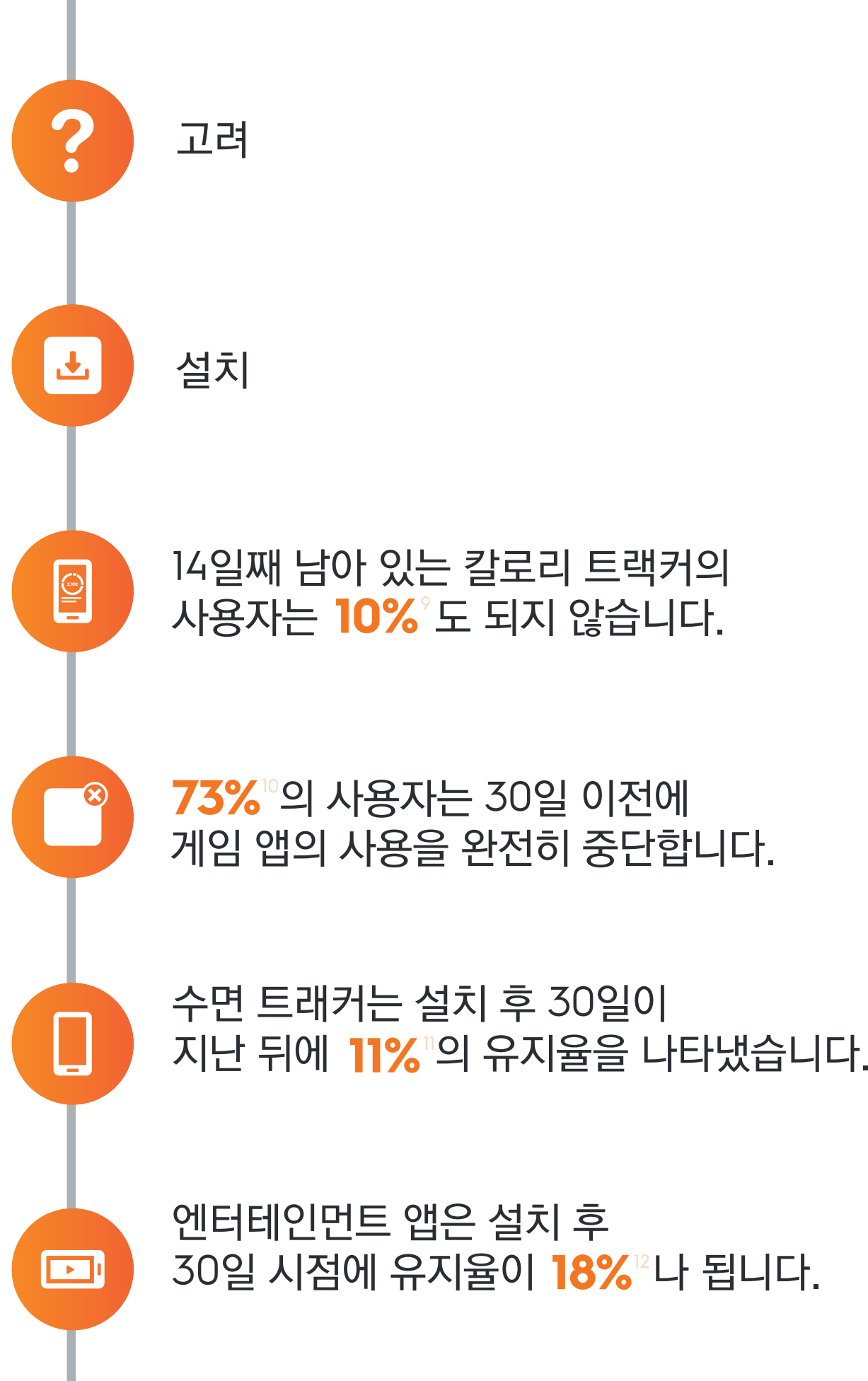
커머스 앱의 사용자 여정



활발한 구매자



충성도 앱의 사용자 여정



활발한 사용자



앱에서 매출을 향상시키는 방법

1. 기존 최고 고객을 앱 사용자로 전환

- 모바일 웹에서 활동적인 고객을 앱으로 유도해 구매 경험에 더 깊이 빠져들도록 만들어야 합니다.
- 사용자의 크로스 디바이스 탐색 및 행동 데이터를 기반으로 완전한 가시성을 확보하고, 타사 앱을 통해 유사 상품을 활발하게 찾고 있는 새로운 고객을 타겟팅해야 합니다.

2. 가치 있는 무언가로 사용자의 관심 재유발

- 앱 인게이지먼트를 향상시킬 수 있도록 맞춤형 광고로 앱을 처음 설치한 사용자들의 관심을 불러일으켜야 합니다.
- 새로운 기능이나 상품, 특별 혜택, 인센티브가 포함된 광고를 통해 앱을 삭제한 사용자들의 관심을 유도합니다.

3. 기존의 구매 행동에 기반해 사용자 리타겟팅

- 앱에서의 활동 이력 뿐만 아니라 오픈 인터넷 전반에서의 탐색 및 구매 이력에 기반하여, 사용자들에게 추천 상품을 포함한 리타겟팅 광고를 표시합니다.

앱으로 브랜드 충성도를 구축하는 방법

1. 훌륭한 초기 앱 경험 생성

- 연락처를 자동으로 완성해주는 등 간편한 사용을 지원함으로써 사용자의 충성도를 높일 수 있어야 합니다. 이는 초기 단계에서 인게이지먼트를 향상하는데 도움이 됩니다.
- 지속적으로 앱 경험을 최적화하여 불만족스러운 지점을 제거하고 설치한 앱을 제거하지 않도록 만들어야 합니다.

2. 앱 사용자 세분화 및 맞춤형 경험 제공

- 지역, 사용자 선호도 등에 기반해 각 사용자에 맞게 고유한 경험을 생성하여 모든 사용자가 앱에 지속적으로 관심을 가질 수 있도록 해야 합니다.

3. 사용자의 선호도 파악을 위한 A/B 테스트 기능 활용

- 여러 방면에서 앱의 기능을 테스트하여 특정 앱 경험을 향상시킬 수 있는 방법을 파악해야 합니다.
- 지속적으로 앱 경험을 최적화하여 불만족스러운 지점을 제거하고 설치한 앱을 제거하지 않도록 만들어야 합니다.

크리테오 소개

크리테오(NASDAQ: CRTO)는 전 세계 마케터들에게 신뢰할 수 있고 영향력 있는 광고를 제공하는 글로벌 기술 기업입니다. 2,800명의 크리테오 직원들은 2만여 고객사 및 수천 곳의 제휴매체사들과 협력하여 세계 최고 수준의 빅데이터에 첨단 머신러닝을 적용함으로써 효과적인 광고를 제공하고 있습니다. 또한 다양한 규모의 기업들이 고객에게 더 나은 정보와 서비스를 제공하는데 필요한 기술을 제공하고 있습니다.

보다 자세한 정보는 www.criteo.com/kr를 방문하십시오.

1. 출처: 2019년 12월 5일-2020년 1월 8일 사이 활동이 많았던 15개국에 대한 크리테오 데이터, n=1,091
 2. 출처: 2019년 11월 25일 월요일-2019년 12월 29일 일요일 사이 활동이 많았던 15개국에 대한 크리테오 데이터, n=865
 3. 출처: 2019년 12월 3일-2020년 1월 6일, 1,341개 파트너의 앱 사용자 22억 명
 4. 출처: 2019년 11월 28일 목요일-2020년 1월 1일 수요일, 1,440개 파트너의 앱 사용자 22억 명
 5, 6, 7, 8. 출처: 2019년 12월 5일 - 2020년 1월 8일, 49개 파트너의 앱 사용자 19억 명
 9,10, 11, 12. 출처: Adjust의 미국 업종별 앱 보유율, 2019년 상반기