

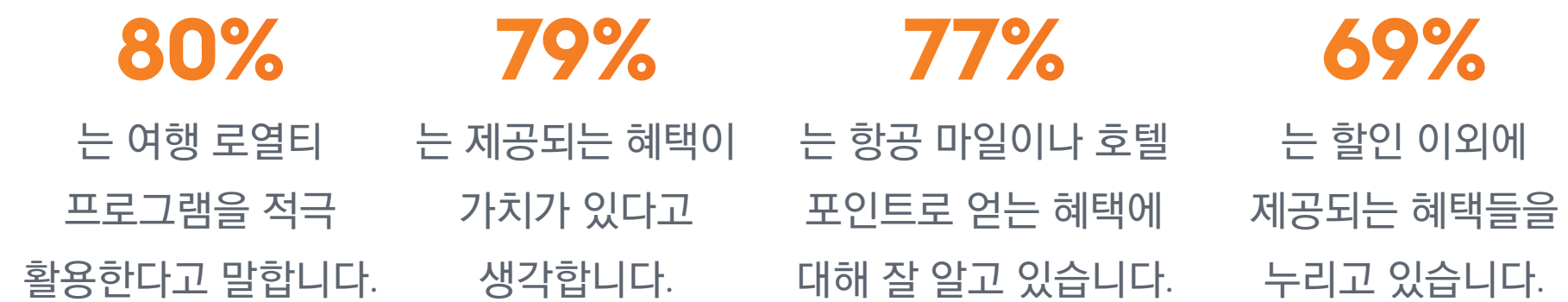
# 여행 충성도에 대한 5가지 핵심 사항



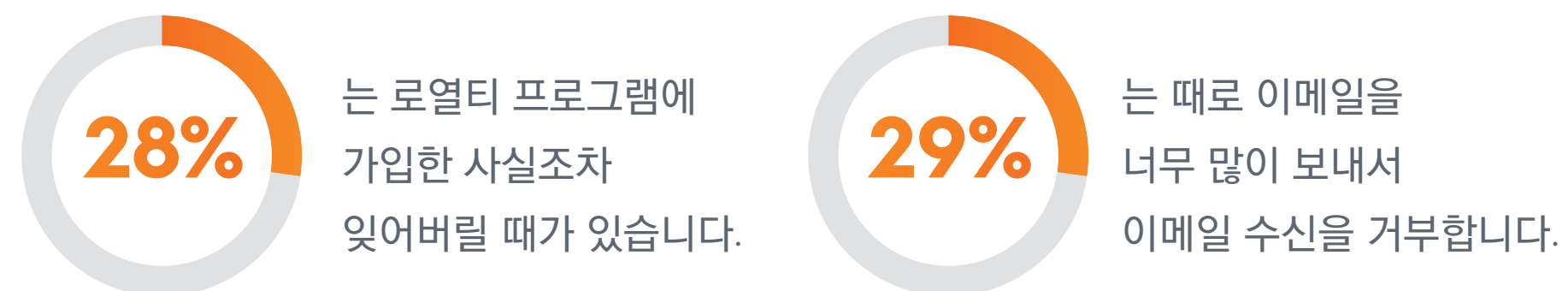
크리테오의 데이터에 따르면, 미국의 경우 지난 12개월 동안 상위 25%의 소비자들이 총 여행 지출의 70%를 차지했습니다. 유럽/중동/아프리카 지역의 경우는 이 수치가 68%에 달했습니다.\* 이는 여행 공급업체들이 고객의 충성도를 높이는 것이 얼마나 중요한지를 잘 보여줍니다. 그러나, 여행 로열티 프로그램이 정말 효과가 있을까요? 그 답을 찾기 위해, 크리테오는 전 세계 4,000여 명의 여행자들을 대상으로 최근 “글로벌 여행 & 로열티 프로그램(Global Travel & Loyalty Programs)” 설문조사를 실시했습니다. 주요 결과는 다음과 같습니다.

## 1 여행 로열티 프로그램은 효과가 ... 있는 편입니다.

전체적으로, 전 세계의 응답자들은 여행 로열티 프로그램에 대단히 만족해하고 있습니다.

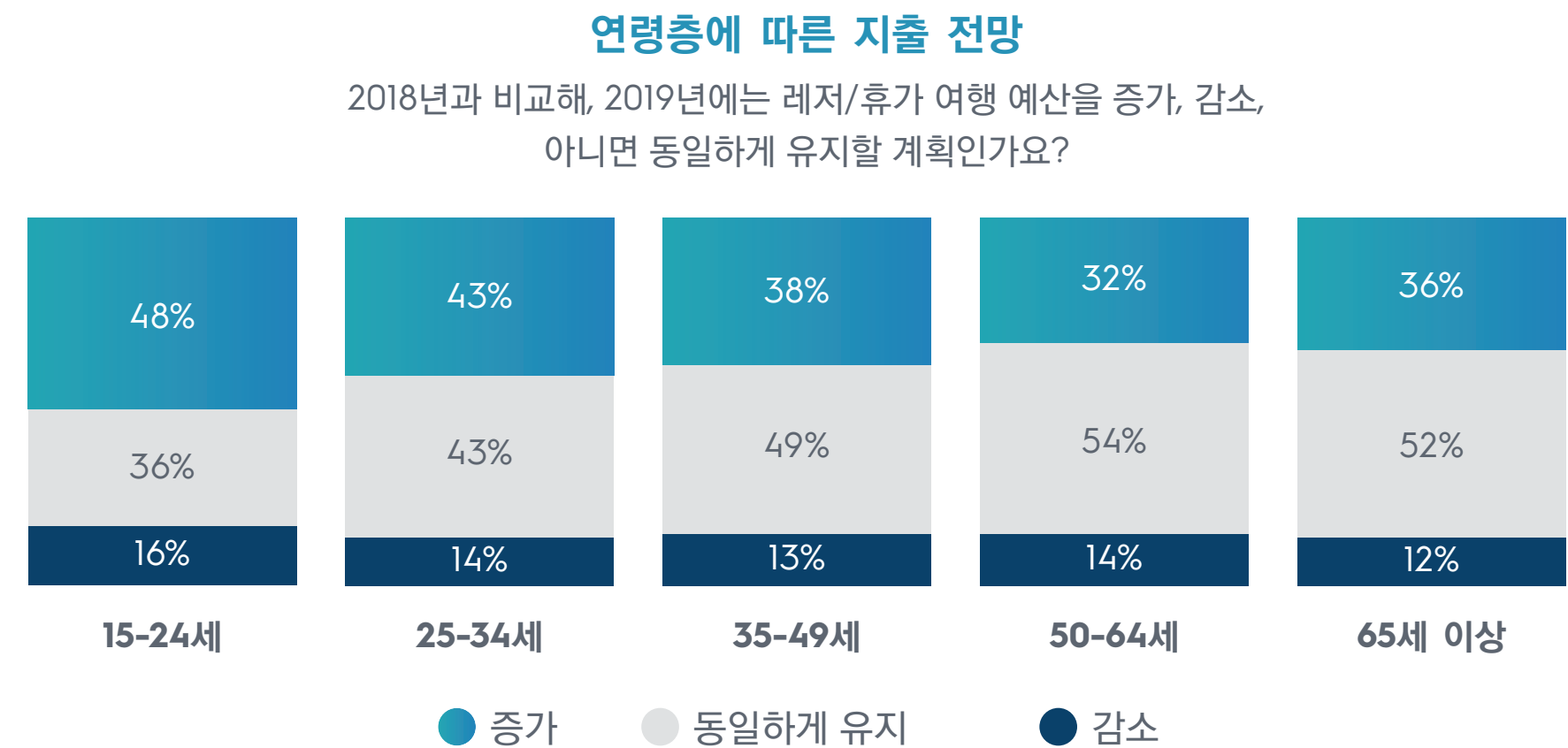


여행 로열티 프로그램이 어느 정도 효과가 있기는 하지만 문제가 아주 없진 않습니다.



## 2 밀레니얼 세대와 Z세대에 가장 큰 기회가 존재합니다.

설문조사 응답자들 중, 15~34세 연령층의 응답자들은 타 연령층 대비 여행 예산을 더 증가할 계획입니다.

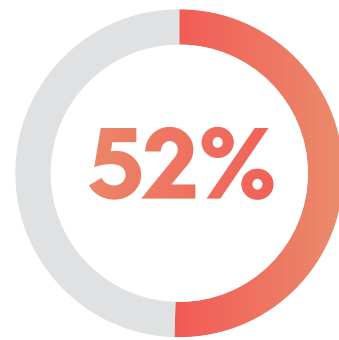


출처: 크리테오 “예약하는 이유(Why We Book)”, Global Travel Study, 2019년 5월-6월, N=8,154.  
기반: 전체(지난 6개월 동안 1회 이상 예약을 한 여행자)

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

Z 세대는 여행 충성도가 낮은 편인 것으로 나타났습니다.

**24%** vs **36%**  
15~24세의 응답자 중에서 로열티 프로그램(항공사/호텔/열차)에 가입한 응답자는 24%뿐입니다. 65세 이상 연령층의 경우 36%가 가입한 것과는 비교가 됩니다.



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

### 5 사용자 친화성이 충성도를 향상시켜 줍니다.

크리테오의 설문조사에 따르면, 진정한 충성도는 일이 아니라 로열티 프로그램을 얼마나 쉽고 편리하게 사용할 수 있는가에 달려 있는 것으로 나타났습니다.

- 항공사, 호텔 또는 기차역에서 직접 예약을 하는 경우, 응답자들이 가장 중요하다고 꼽은 두 가지 사항은 **사용자 친화성**(“보다 쉽게 사용할 수 있어서”)과 **익숙함**(“이런 방식으로 예약하는데 익숙해서”)이었습니다.
- 28%의 응답자가 로열티 프로그램의 회원이라서 특정 항공사를 예약한다고 대답했지만, 호텔(21%), 온라인 여행사(14%), 또는 열차(18%)의 경우, 그 사실은 중요성이 훨씬 덜합니다.

### 4 여행 로열티 프로그램은 지역마다 차이가 있습니다.

로열티 프로그램과 브랜드 충성도는 그 의미와 시장 보급률의 측면에서 지역에 따라 큰 차이가 납니다.

**미국 고객들은 로열티 프로그램을 사랑합니다.**

미국 응답자들의 47%는 적어도 한 개 이상의 로열티 프로그램에 가입되어 있습니다. 영국의 경우는 23%, 스페인은 19%로 그 수치가 떨어집니다.

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

이 지역은 젊은층에서 로열티 프로그램이 더 인기가 있습니다. 15~34세의 응답자 84%는 로열티 프로그램을 활용합니다. 65세 이상의 경우는 79%입니다.

**유럽에서는 중장년층이 로열티 프로그램을 좋아합니다.**

로열티 프로그램이 15~34세 연령층에서는 인기가 덜한 반면 (영국의 경우, 16%만 가입), 50~64세 연령층에서 인기가 있습니다. (영국 여행자들 중 89%, 이탈리아는 92%가 로열티 프로그램 가입)

### 2019년 가장 핫한 목적지는 관련성입니다.

크리테오는 리워드 프로그램을 위해 최고의 오디언스를 타기팅하고 사이트를 방문한지가 오래된 고객들을 리인게이지 시키며 관련성 있는 딜을 제공해 전환을 추진함으로써 여행 로열티를 향상시키는데 도움을 줄 수 있습니다.

보다 효과적인 여행 캠페인을 원하십니까? 지금 연락하십시오!

\*출처: 크리테오 데이터, All Travel, 2018년 7월-2019년 6월, 모든 디바이스, 비교 제외

\*\*출처: 크리테오 "예약하는 이유(Why We Book)", Global Travel Study, 2019년 5월-6월, N=8,154.