

criteo.

글로벌 커머스 리뷰



한국, 2017년 4분기



주요 내용.

오늘날의 소비자는 모든 브라우징 환경에서 활발하게 활동하며, 이동 중(on-the-go)에 더 많이 구매합니다.



앱 최적화를 통해 더 많은 "모바일 퍼스트(mobile-first)" 소비자와 접점을 이룰 수 있습니다.



모바일 웹과 쇼핑 앱 모두에 투자한 리테일러의 경우 앱을 통한 판매가 **모바일 판매 전체의 66%**에 해당합니다.

크로스 디바이스 데이터를 통해 소비자의 전체 쇼핑 여정에 대한 이해를 높일 수 있습니다.



데스크톱 구매의 20%는 모바일 디바이스에서의 클릭 이후 발생합니다.

다수의 디바이스에서 매칭된 사용자인 경우 1인당 쇼핑 구매액이 증가합니다.



다른 디바이스에서 구매 의도와 행동이 매칭된 소비자는 주문 건당 **평균 지출액이 42% 더 높습니다.**

MOBILE GROWTH

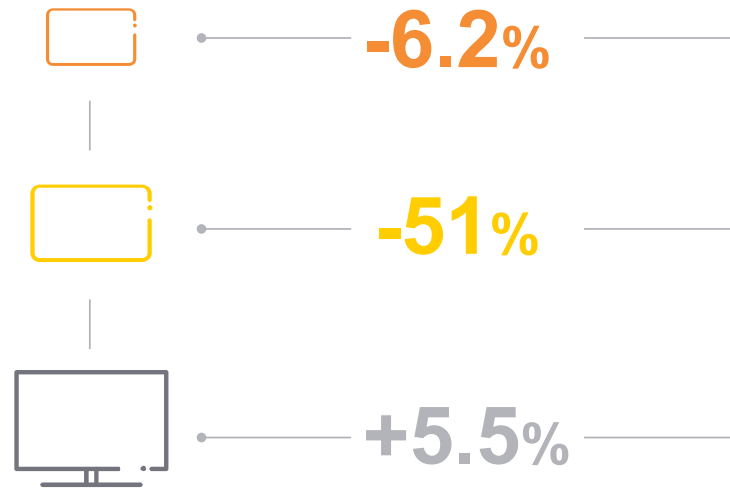
스마트폰 및 태블릿에서 모바일 웹을 통한 매출 감소, 앱의 기회는 증가.



디바이스별 매출, 2016년 4분기 및 2017년 4분기, 앱 제외



Q4 YoY



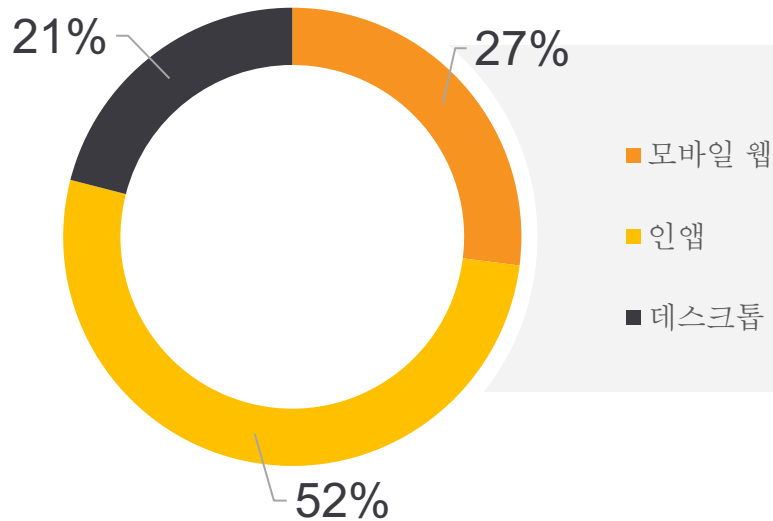
79%

동북아시아에서 쇼핑 앱을
운영하는 리테일러의 경우
온라인 거래의 79%가 모바일
디바이스에서 발생합니다.

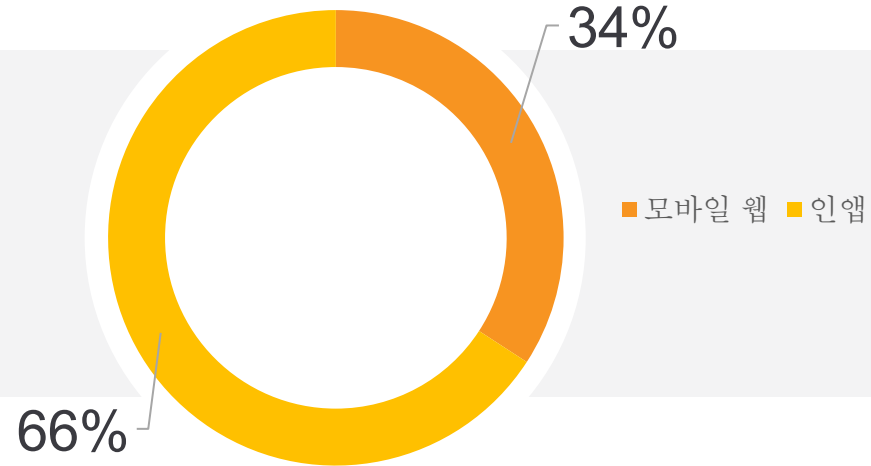
APP OPPORTUNITY

쇼핑 앱을 운영하는 리테일러의 경우 모바일이 매출이 가장 큰 비중.*

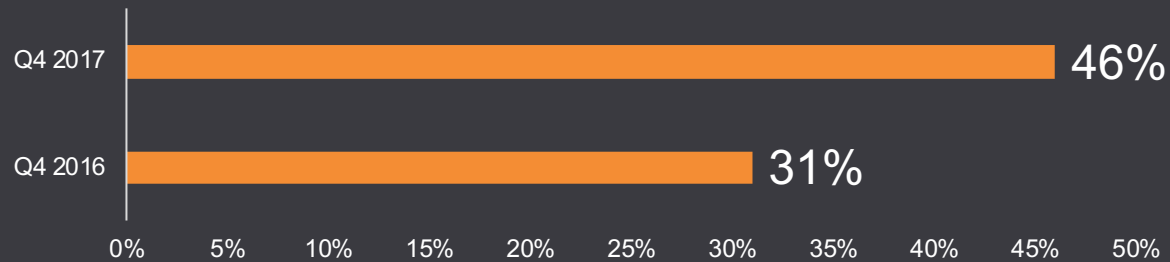
동북아시아
디바이스별 e-커머스 거래 비중



동북아시아
모바일 커머스 거래의 인앱 비중



전 세계
인앱 거래 비중의 전년
대비 증가율

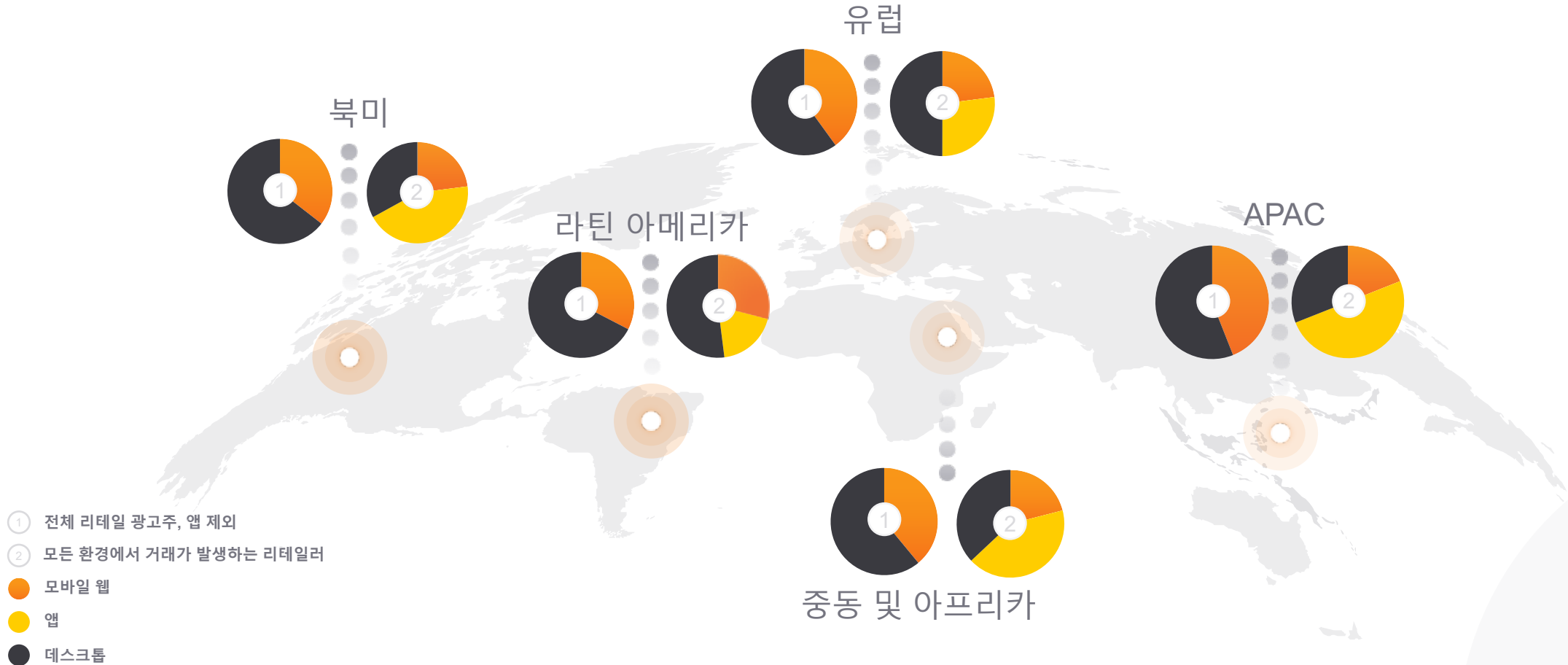


48%
전년 대비 증가율

출처: 크리테오 데이터, 전 세계 및 동북아시아, 리테일 광고주, 2017년 4분기, 앱 포함.

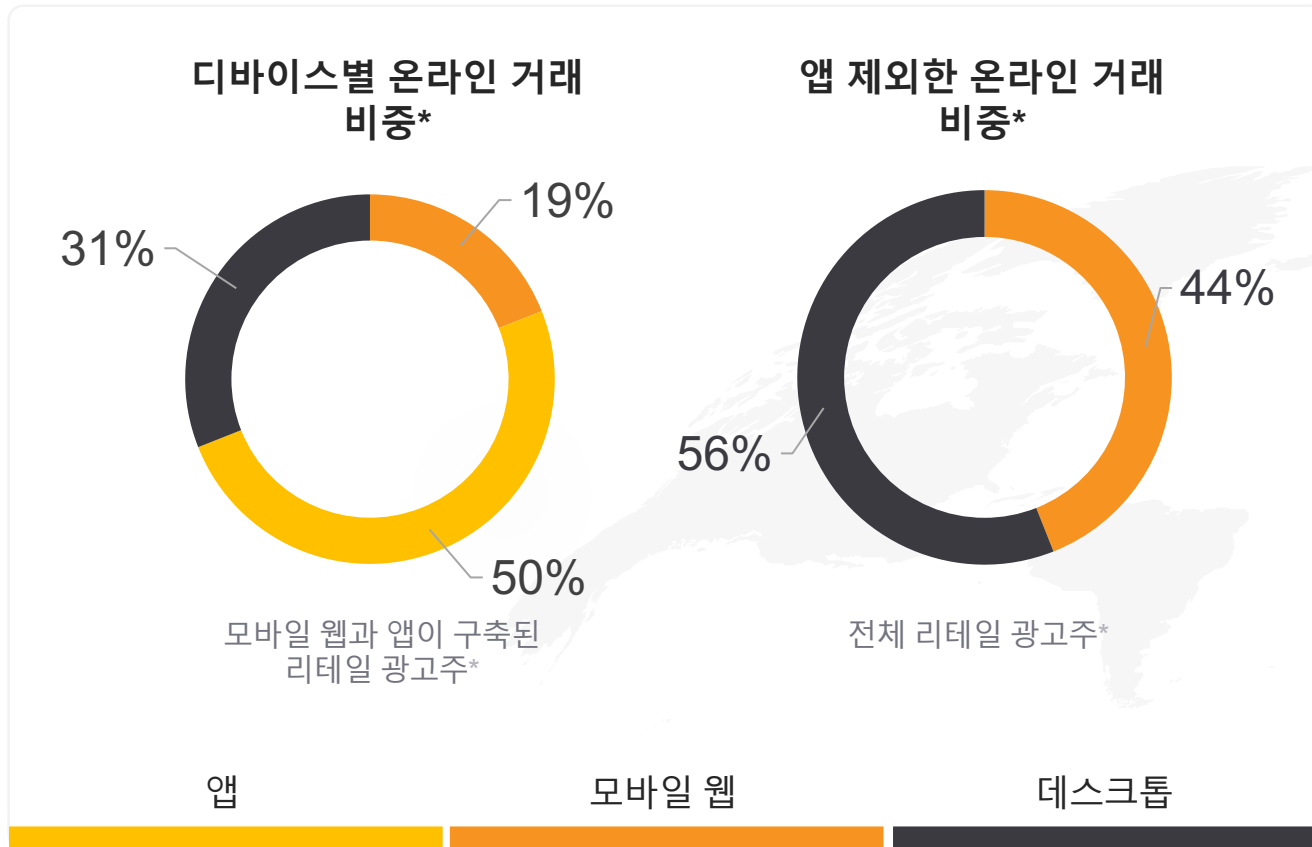
APP OPPORTUNITY

전세계 대부분 지역에서 모바일이 온라인 거래의 50% 이상을 차지,
이 중에서도 인앱 매출이 우세.



APP OPPORTUNITY

APAC에서 쇼핑 앱을 운영하는 리테일러의 경우, 매출의 69%가 모바일 디바이스에서 발생.

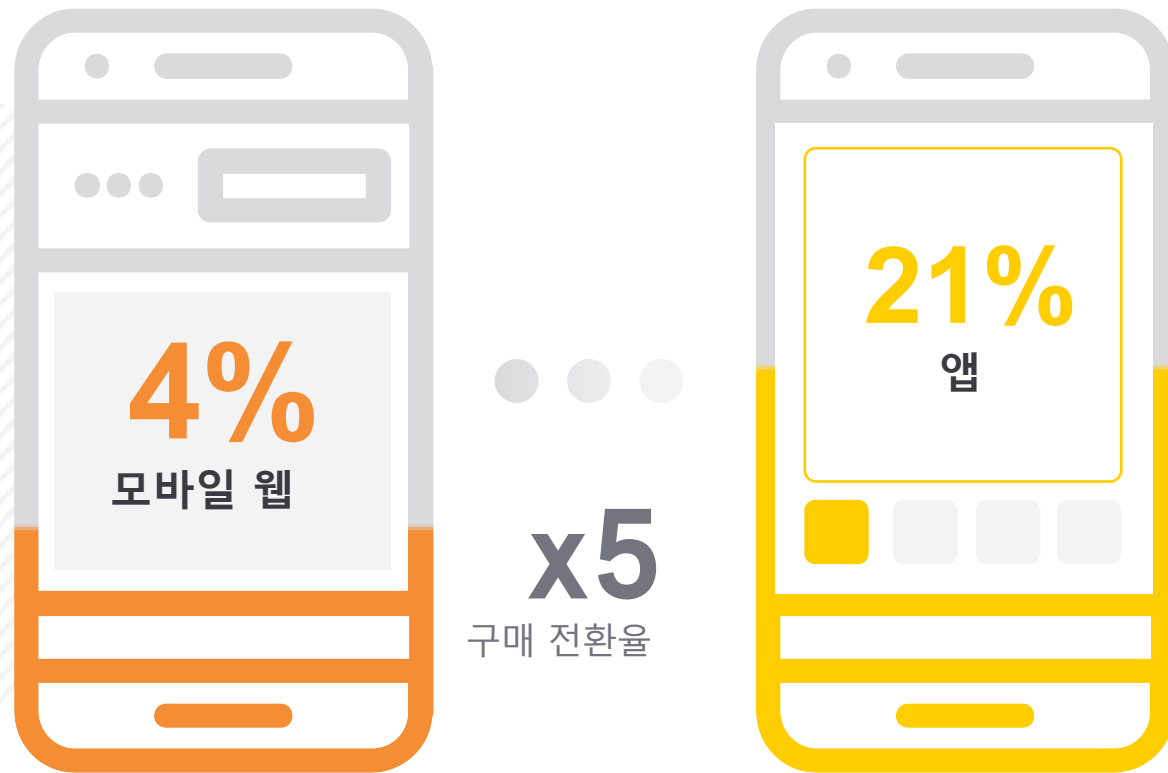


APP OPPORTUNITY

쇼핑 앱의 높은 구매 전환율.



동북아시아에서 쇼핑 앱의 구매 전환율은 모바일 웹 보다 5배 이상 더 높음.

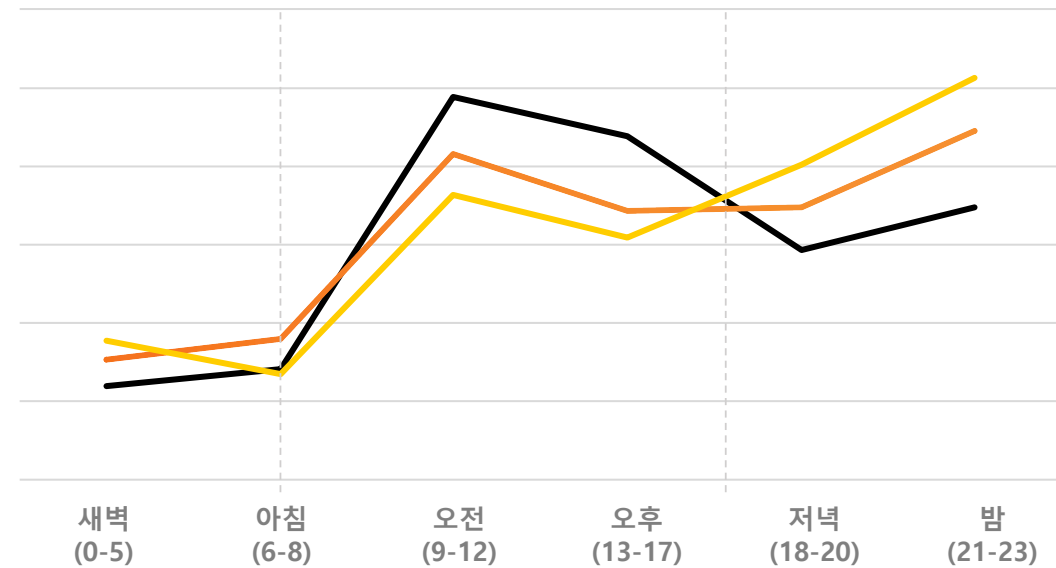


SHOPPING MOMENTS

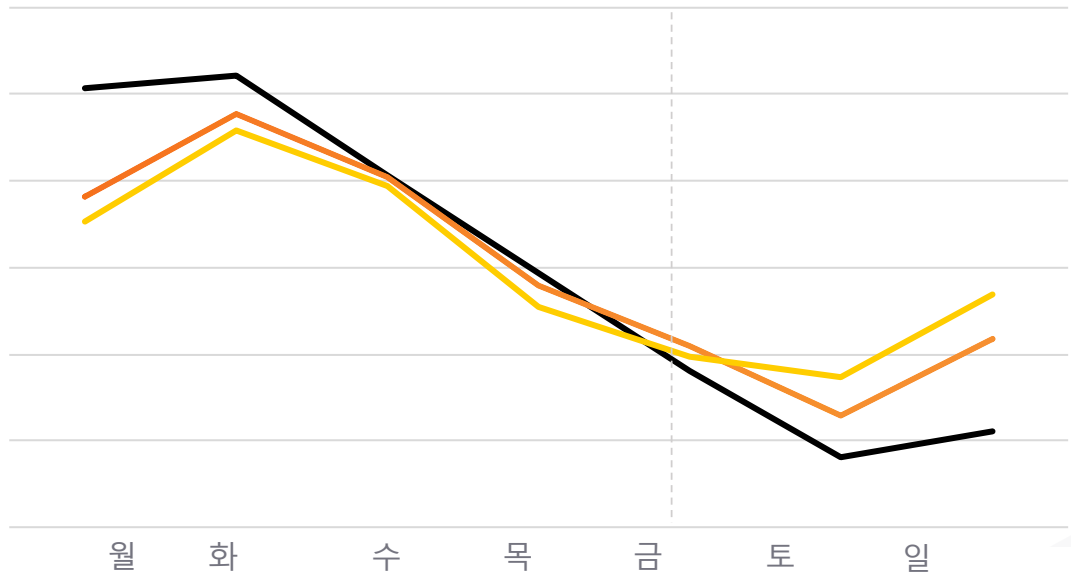
데스크톱은 업무 시간에, 모바일은 밤 시간과 주말에 가장 많이 사용.



디바이스 유형별 및 시간대별 구매



디바이스 유형별 및 요일별 구매



스마트폰

태블릿

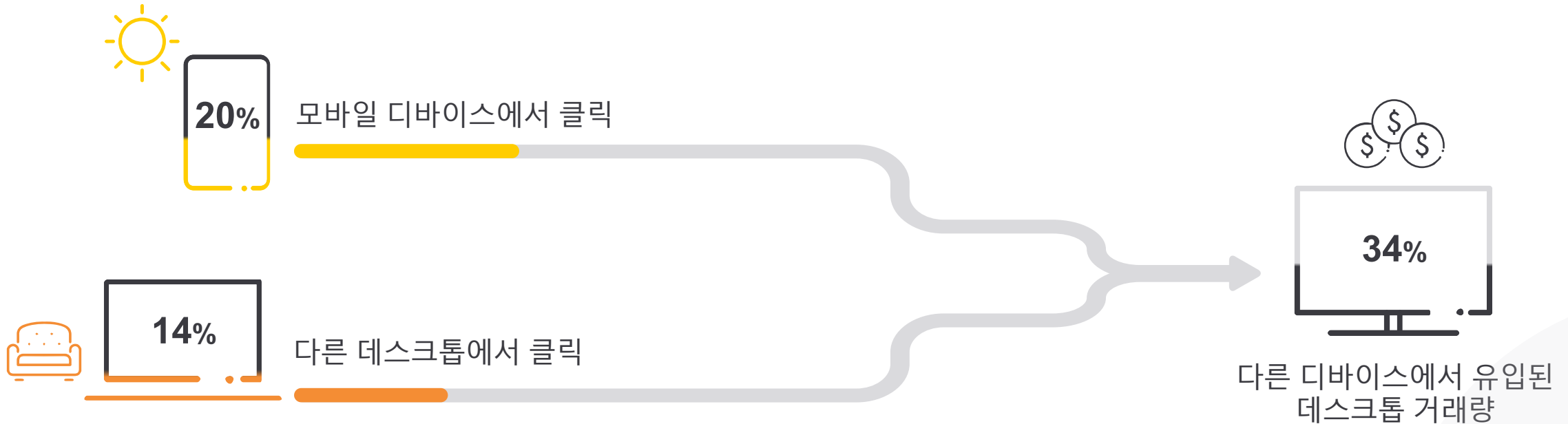
데스크톱

COMBINING DATA

크로스 디바이스 데이터를 통해 소비자 구매 여정에 대한 이해도 상승.



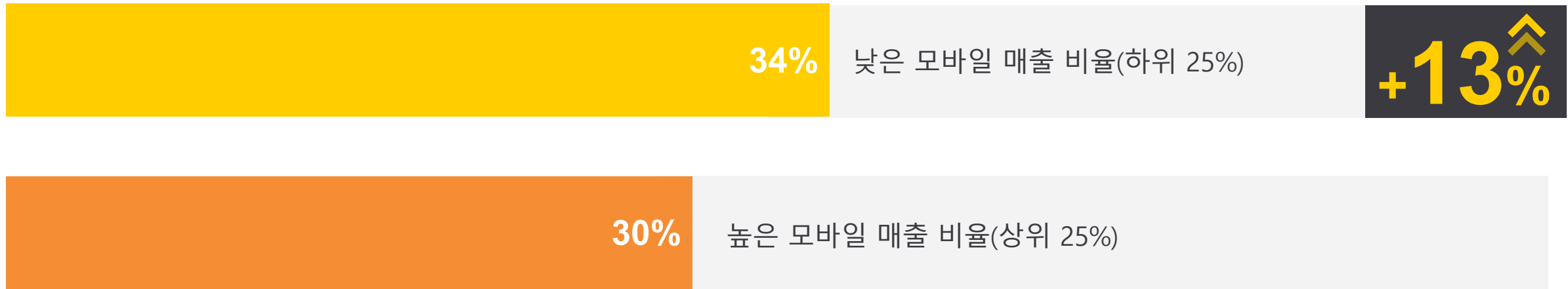
한국의 경우 전체 데스크톱 거래의 20%가 모바일 디바이스에서의 클릭 이후 발생.



COMBINING DATA

모바일 매출이 낮은 리테일러의 경우 크로스 디바이스 거래가 더 많음.

모바일 매출 비율에 따른 크로스 디바이스 거래 비율*



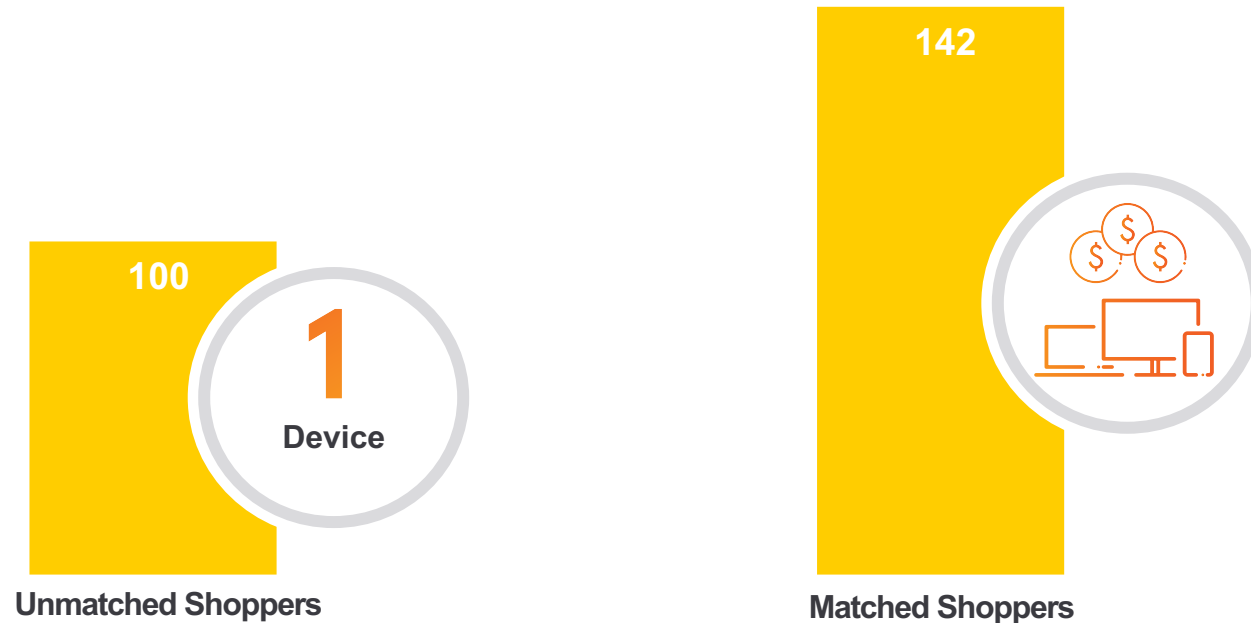
Key Takeaway: 크로스 디바이스 데이터를 통합하여 평균 이하의 모바일 매출을 보완할 수 있음

COMBINING DATA

다수의 디바이스에서 매칭된 사용자인 경우 1인당 쇼핑 구매액이 증가.



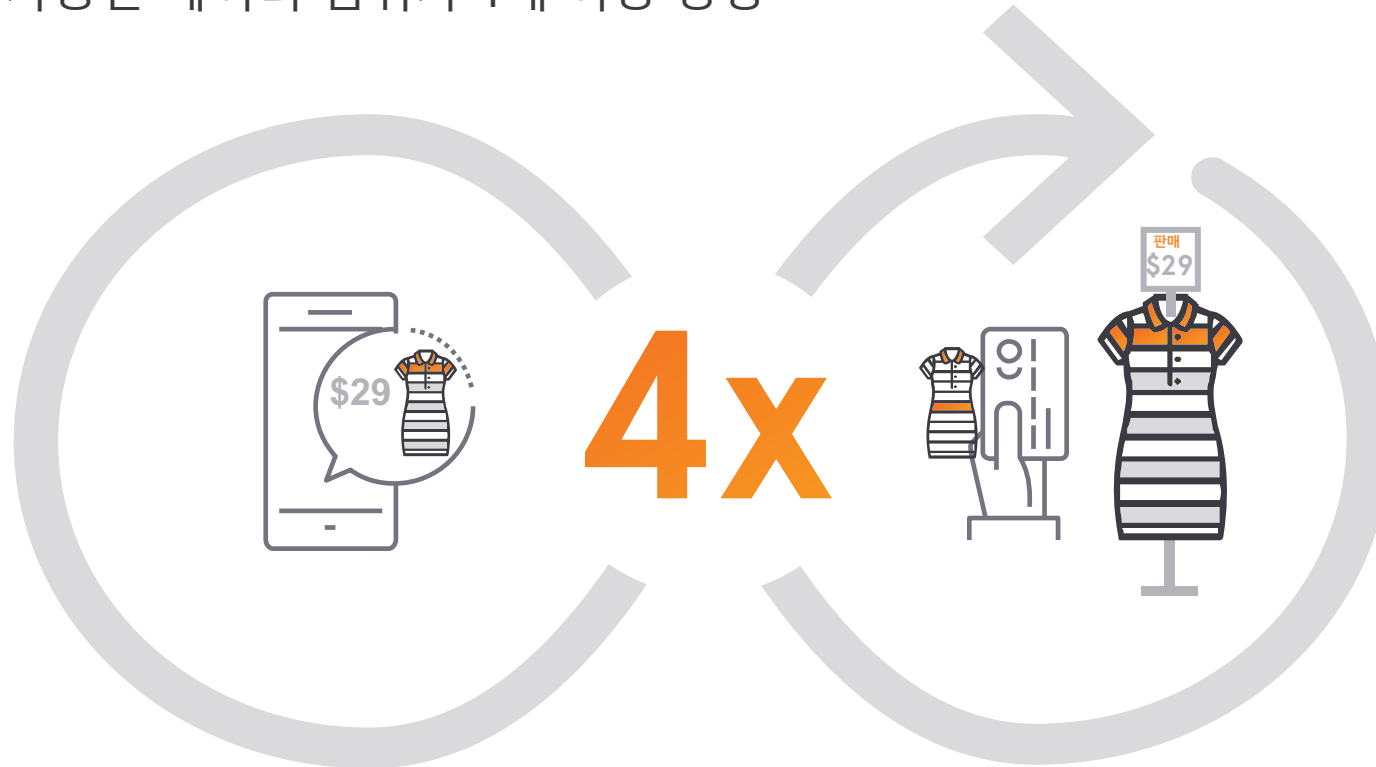
다수의 디바이스에서 구매 의도와 행동이 매칭된 소비자는 주문 건당 평균 지출액이 42% 더 높음.



오프라인 매장을 보유한 경우 소비자에 대한 이해와 온라인 퍼포먼스 한층 상승.



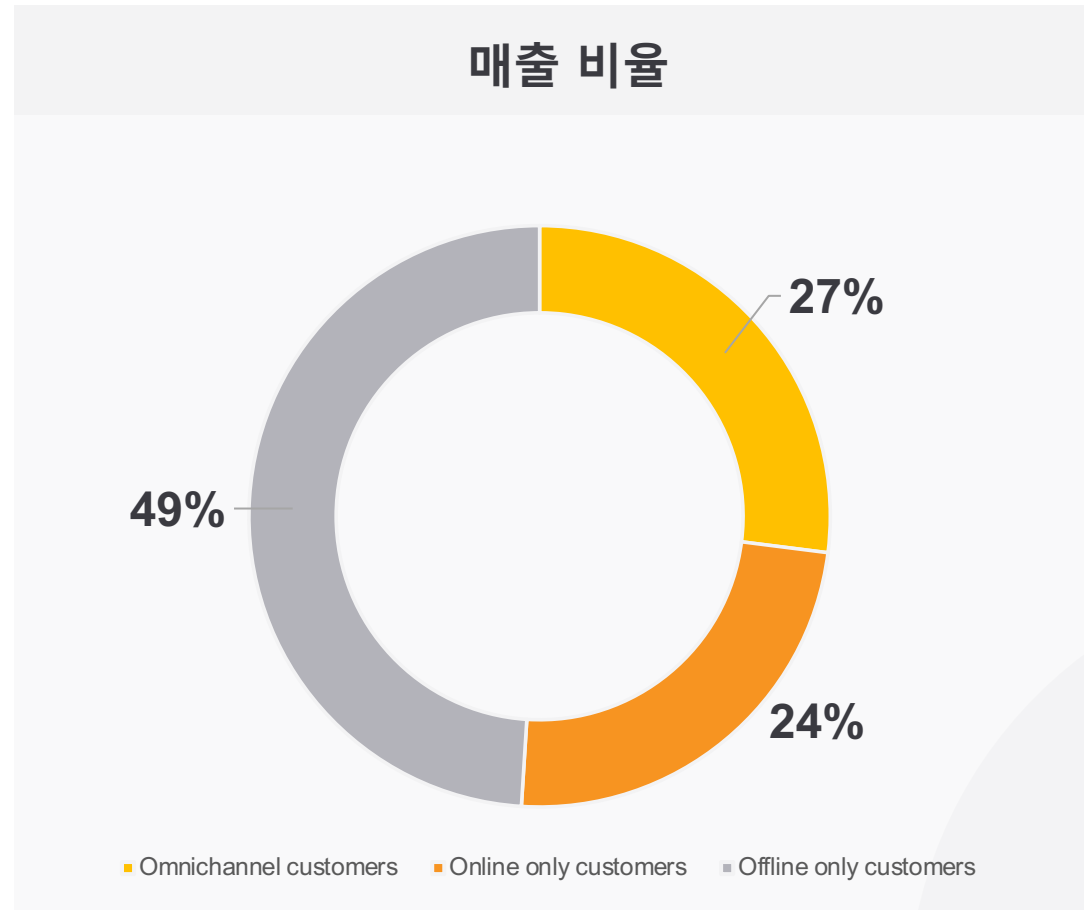
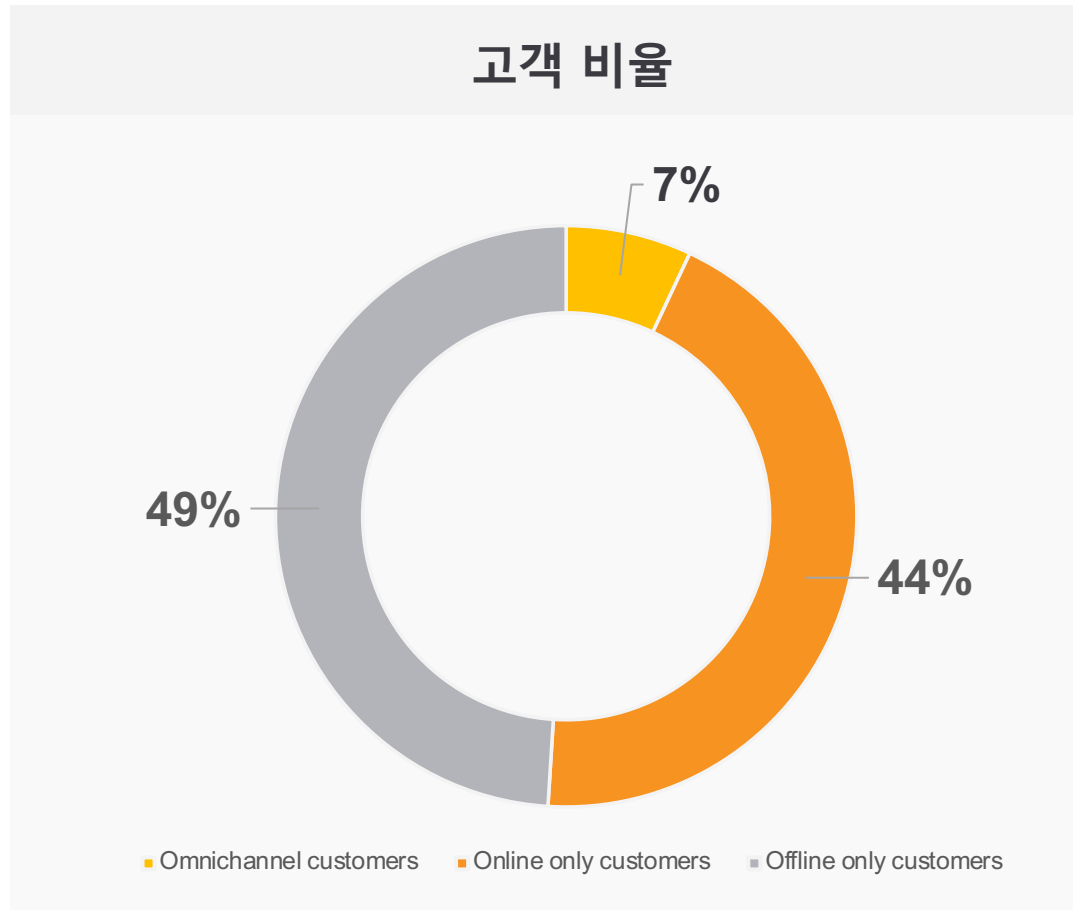
오프라인 및 온라인 데이터 통합이 가능한 옴니채널 리테일러는 마케팅 캠페인 최적화를 위해 활용 가능한 데이터 범위가 4배 이상 상승*



옴니채널 고객들의 고객 생애 가치(CLV)가 가장 높음.



옴니채널 고객들은 총 고객의 7%에 불과하지만 전체 매출의 27%를 차지.





전세계 고객들이 어떻게 검색 및 구매를 하는지 최신 정보를 원하시면 **인터랙티브 세계 지도**를 확인해보십시오.



조사방식

2017년 4분기 80여개국 5천여 리테일러로부터 수집된 개별 검색 및 구매 데이터

크리테오 소개

Criteo 커머스 마케팅 에코시스템이 수많은 브랜드, 온라인 쇼핑몰 및 제휴매체사들의 매출과 수익 향상을 어떻게 지원하는지 보다 자세한 정보를 원하시면 criteo.com/kr/about을 방문하십시오.