



2019 홀리데이 마케팅 보고서

고객 경험이 그 어느 때보다 중요한 이유

1

홀리데이를 위한
리테일 재창조

2

고객 경험의
기술과 과학

3

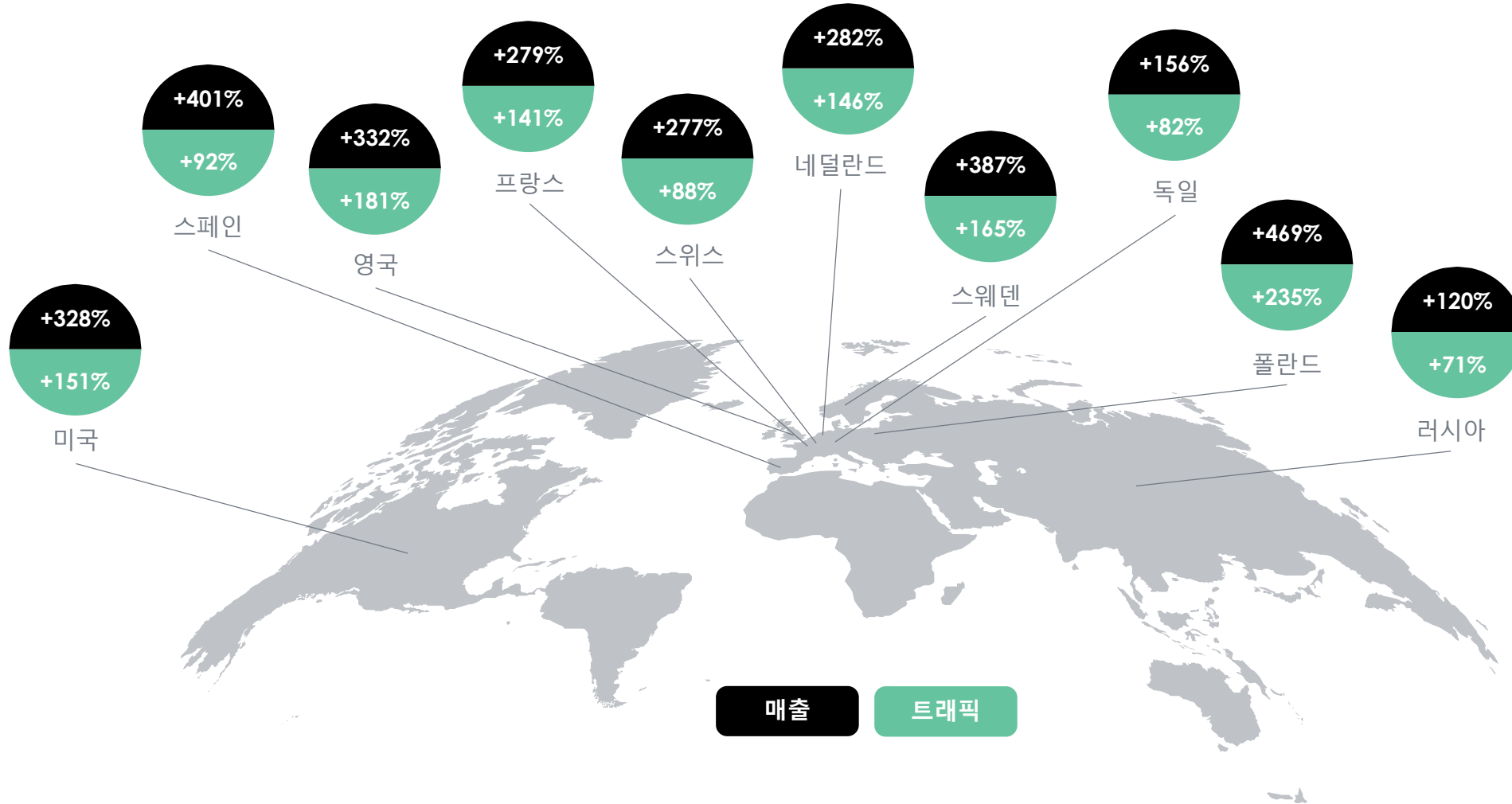
고객 경험 = 고객
전환

A warm, golden-toned photograph of two women sitting on a striped sofa. One woman is hugging the other from behind, and she is holding a gift box. The scene is decorated with a large blue circle with a gold segment on the left and a smaller gold circle with the number '1' in the center. A black text box is overlaid on the image.

1

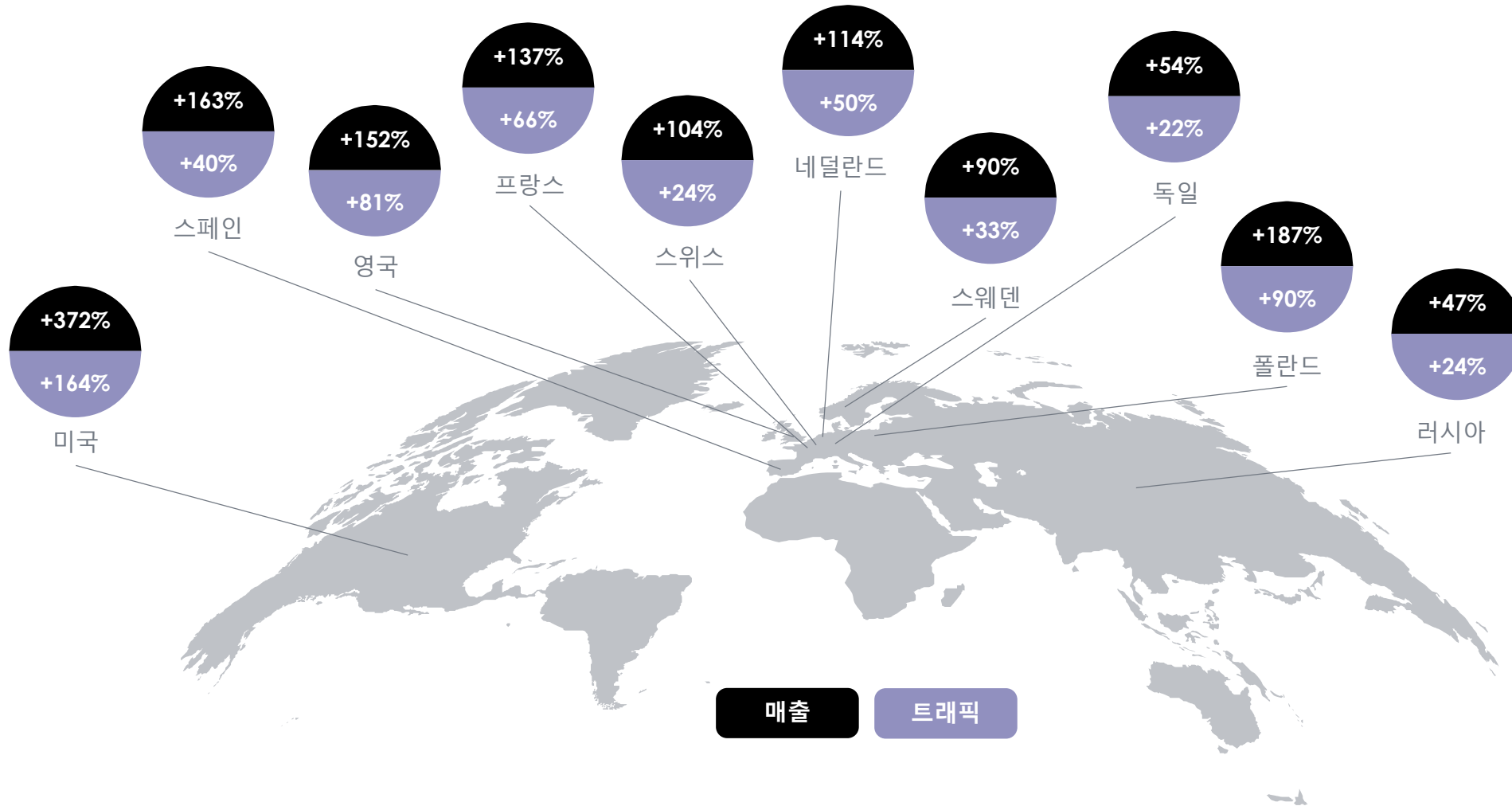
홀리데이를 위한 리테일 재창조

2018년 전 세계의 블랙 프라이데이



출처: 2018년 10월 첫 4주(1~28일) 동안의 평균 일일 매출 및 트래픽에 기반해 인덱스화된 값. 크리테오 데이터, 리테일 전체, 전 세계

2018년 전 세계의 사이버 먼데이



출처: 2018년 10월 첫 4주(1~28일) 동안의 평균 일일 매출 및 트래픽에 기반해 인덱스화된 값. 크리테오 데이터, 리테일 전체, 전 세계



TO: 마케터

인지도
향상



FROM:
CRITEO

트래픽
증가

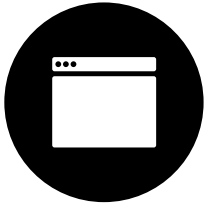


TO:
리테일러

매출 향상

비즈니스가 주목을 끄는 방법

마케터들이 상품을 판매하는 채널



74%

이커머스 웹사이트



56%

모바일 앱

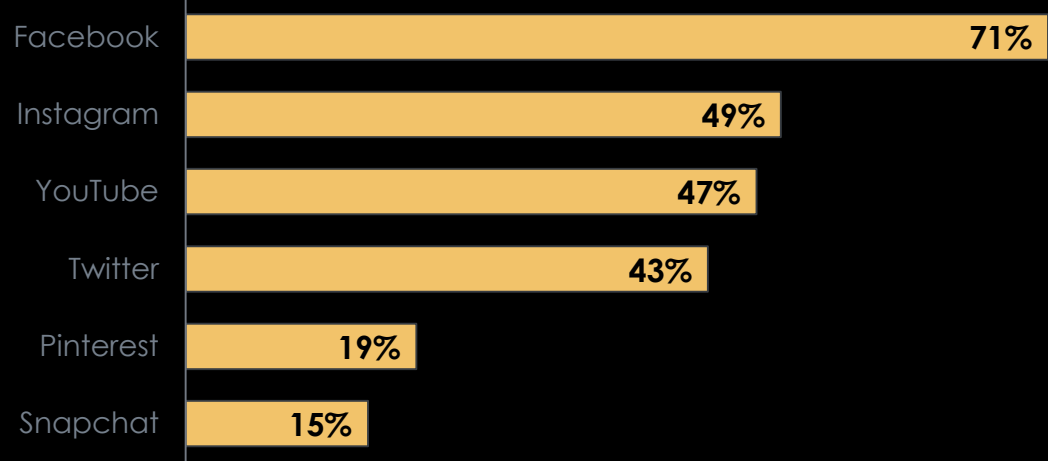


48%

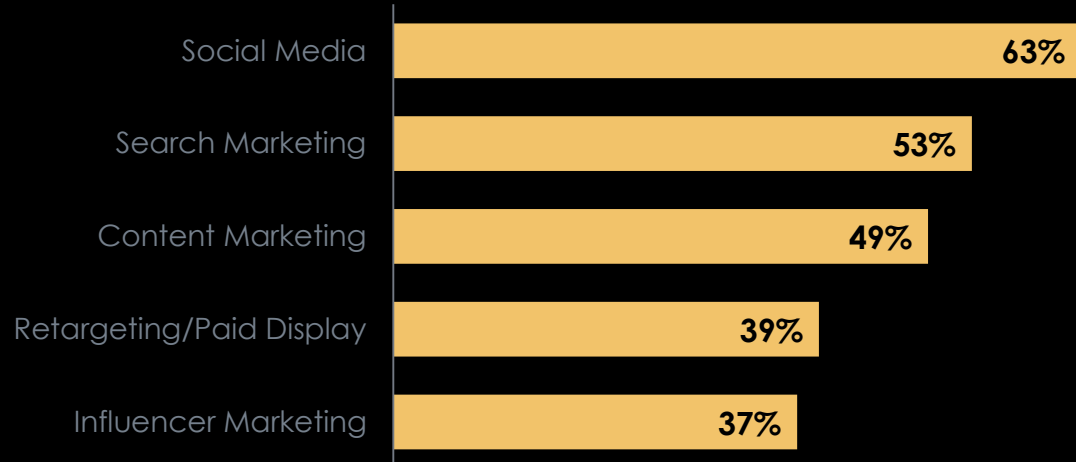
오프라인 매장

출처: 크리테오 "2020 풀 퍼널 마케팅" 설문조사, 미국 & 영국, 2019년 4월, n=307.

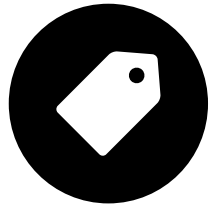
인지도 향상을 위해 특정 소셜 채널을 사용하는 마케터 비율



인지도 향상을 위해 특정 채널을 사용하는 마케터 비율



홀리데이 & 충성도 향상의 기회



73%

의 미국 소비자들은 모든 구매 카테고리에서 새로운 브랜드를 고려해볼 의향이 있습니다.



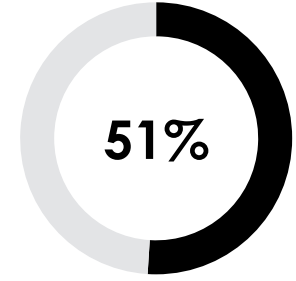
64%

의 영국 소비자들도 마찬가지입니다.

보다 큰 가치 표방

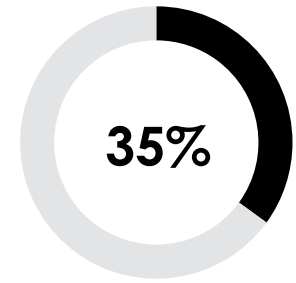
미국

6명 중 1명



의 소비자는 자신의 개인적인 가치와 부합하지 않는 브랜드의 상품을 더 이상 구매하지 않습니다.

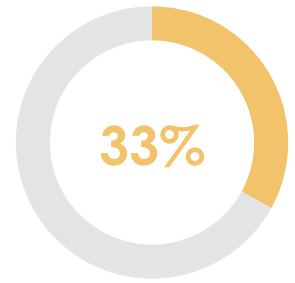
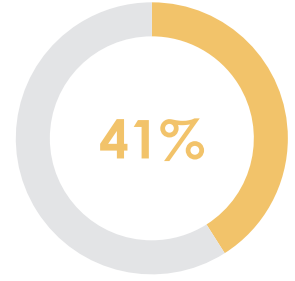
는 브랜드의 가치가 구매 결정에 영향을 미친다고 대답했습니다.



는 개인적인 가치와 부합하는 브랜드의 상품을 재구매할 확률이 높습니다.

영국

8명 중 1명



출처: 크리테오 "구매를 하는 이유" 설문조사 미국, 2019년 2월, n=1003. 영국, 2019년 3월, n=1020.

브랜드 가치 구축



브랜드만의 핵심
가치 정의

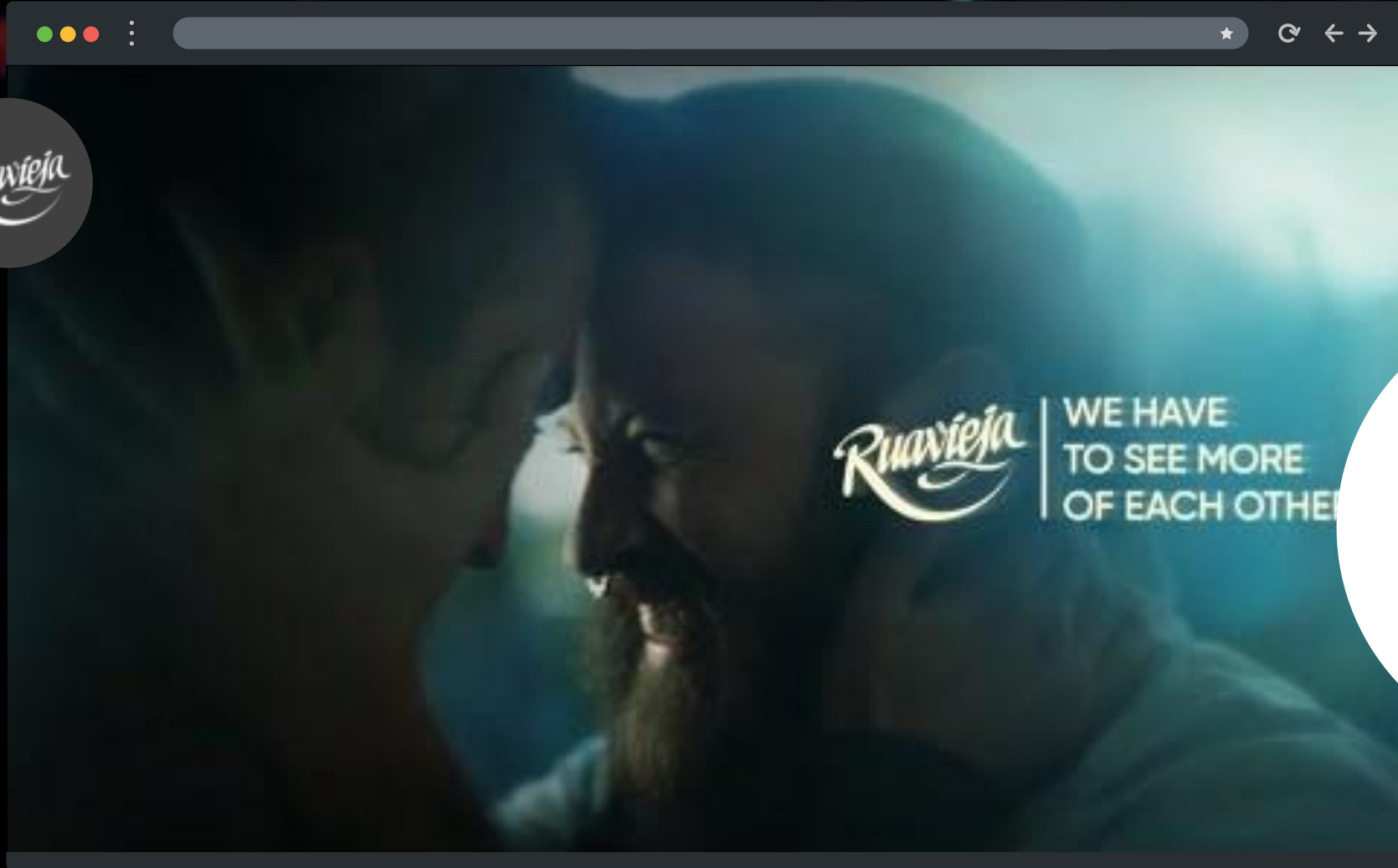


최신 이슈의 맹목적
추종 금물



부합하는 것에 투자

삶에서 가장 중요한 것에 대한 홀리데이 캠페인



“

우리는 상품을
판매하는 것이
아니라 경험을
판매합니다.

- JEFF GENNETTE, MACY'S

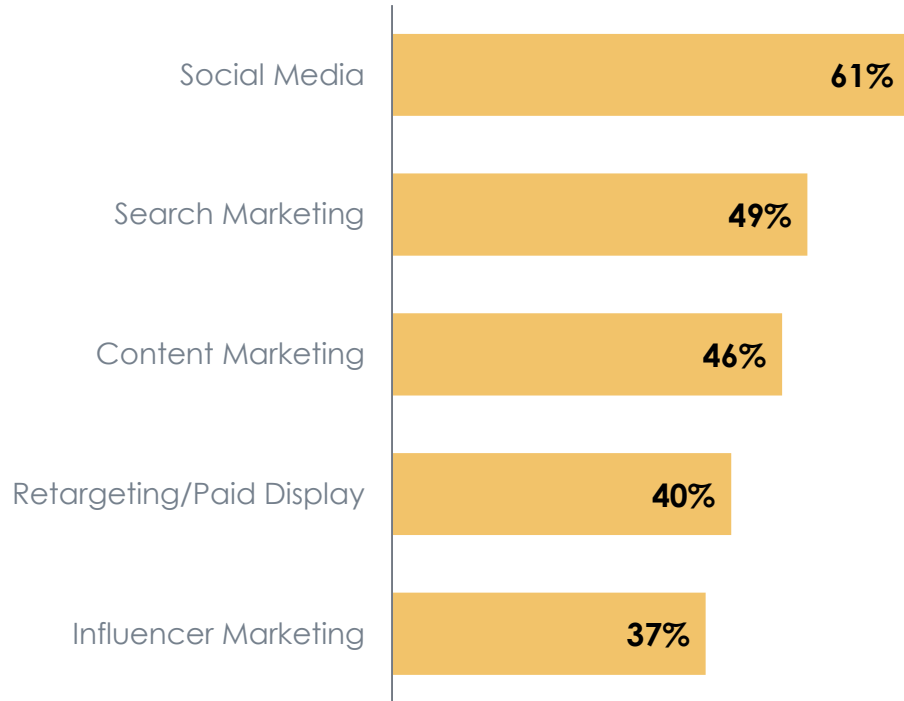


2

고객 경험의 기술과 과학

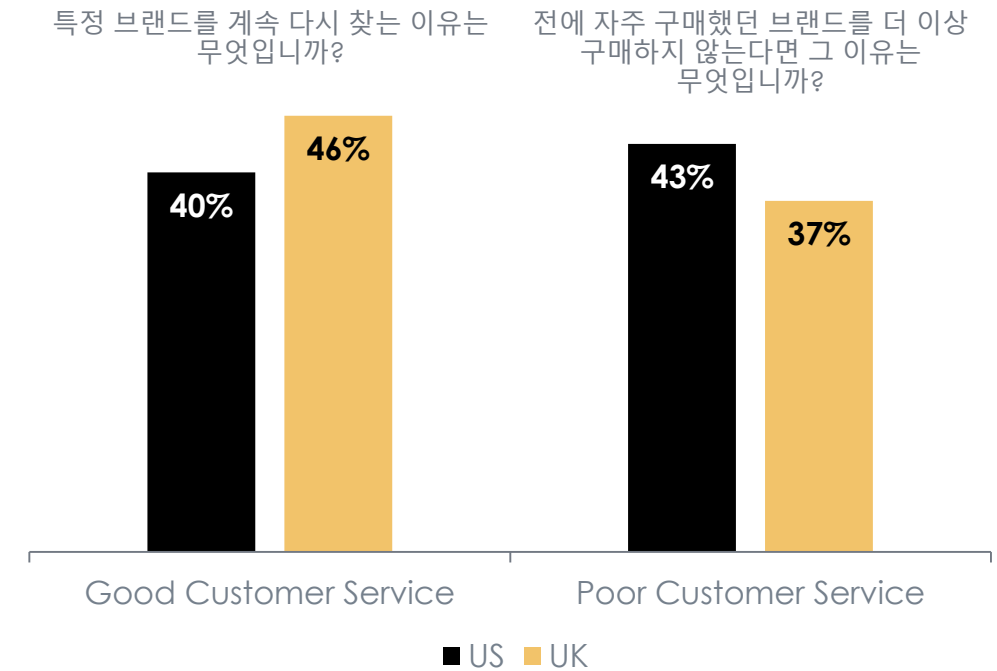
고려 단계에서 승리하는 방법

마케터들이 고려 향상을 위해 진행하는 캠페인



출처: 크리테오 "2020 풀 퍼널 마케팅" 설문조사, 미국 & 영국, 2019년 4월, n=307.

브랜드 충성도의 성패를 가르는 고객 서비스



출처: 크리테오 "구매를 하는 이유" 설문조사, 미국, 2019년 2월, n=1003, 영국, 2019년 3월, n=1020

상품 페이지 경험 최적화



고객 경험과 매치되는 고려 캠페인



“

오늘날의 소비자들은 단순히 상품이나 서비스만 구매하지는 않습니다. 아이디어와 경험이 만족스러운지에 따라 구매 결정이 이루어지는 경우가 점점 늘고 있습니다.

- MCKINSEY

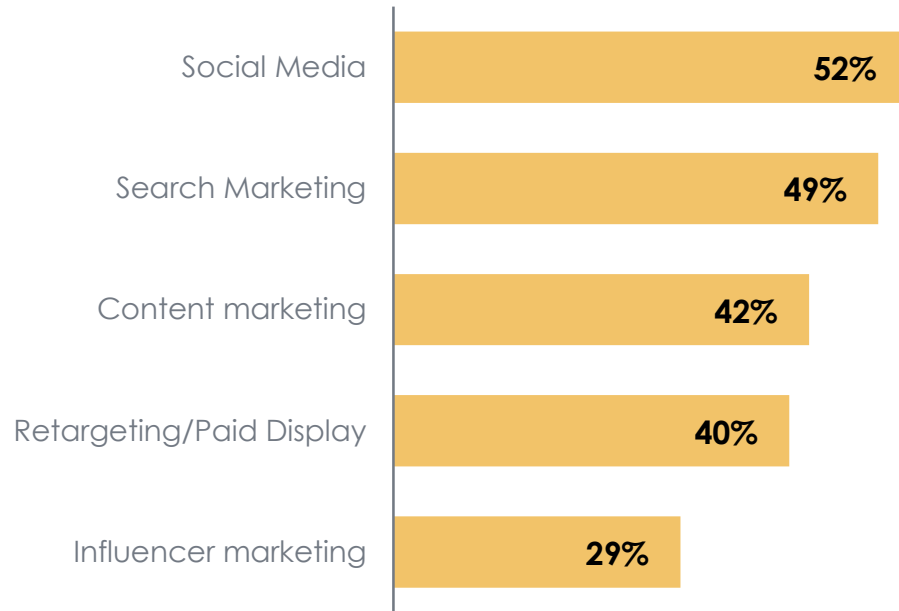
A woman wearing a blue knit hat and a brown scarf is looking at a rack of clothes in a store. The background is softly blurred, showing more clothing racks and a warm, golden light. There are decorative elements: a gold circular graphic in the top left, a gold circular graphic with the number '3' in the center, and a gold circular graphic in the bottom right.

3

소비자 경험 =
고객 전환

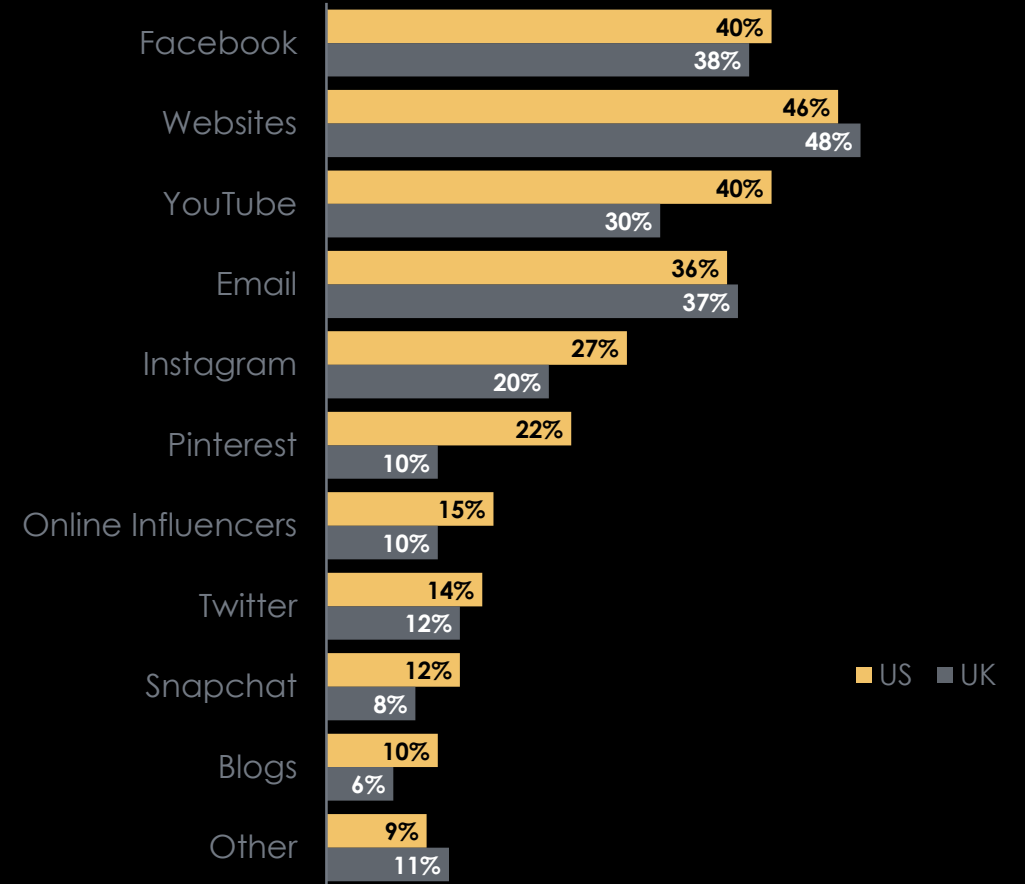
이번 홀리데이 시즌과 그 이후를 위한 전환 향상

마케터들이 고려 향상을 위해 진행하는 캠페인



출처: 크리테오 "2020 풀 퍼널 마케팅" 설문조사, 미국 & 영국, 2019년 4월, n=307.

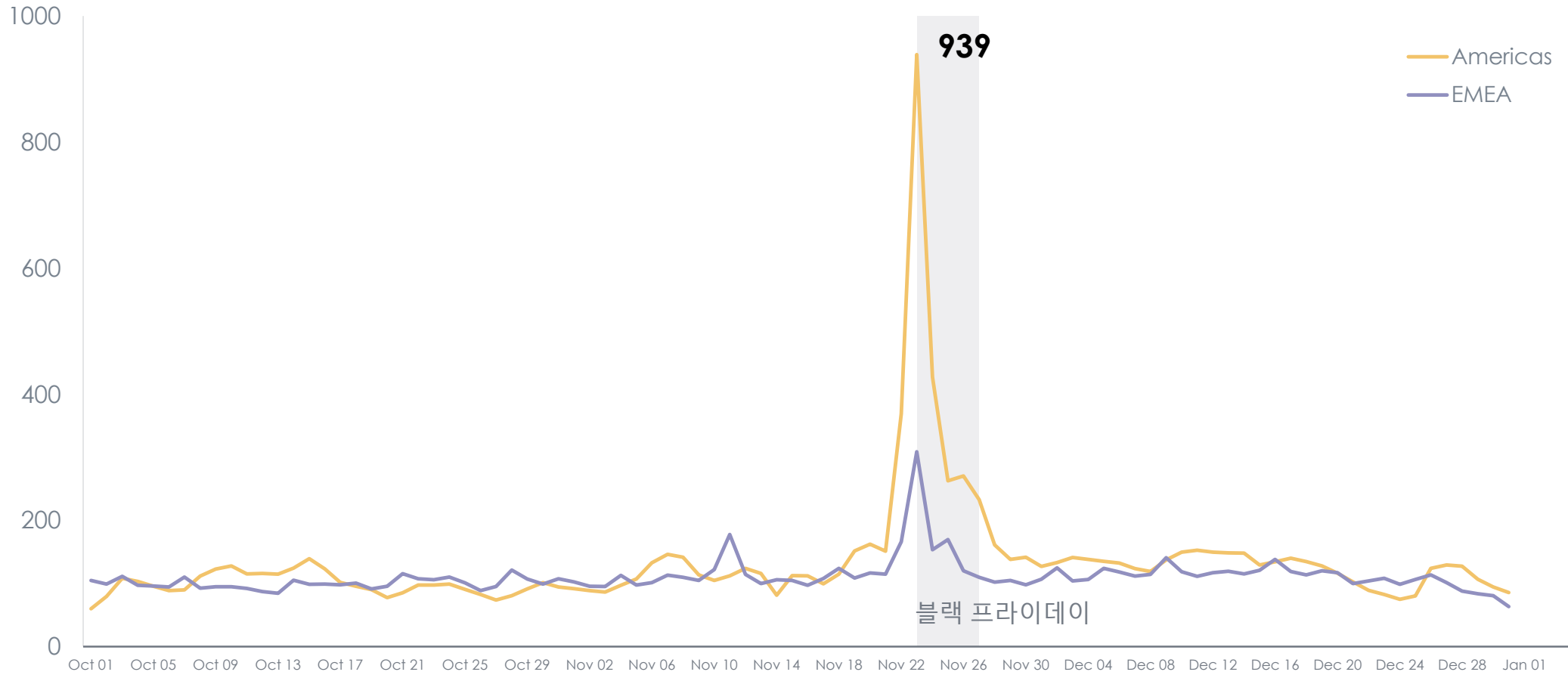
소비자가 새로운 브랜드를 발견하는데 어떤 디지털 채널이 도움을 줍니까?



출처: 크리테오 "구매를 하는 이유" 설문조사 미국 2019년 2월 n=1003, 영국 2019년 3월, n=1020

앱을 간과하면 안됩니다

일일 앱 매출 지표



출처: 2018년 10월 첫 4주(1~28일) 동안의 평균 일일 매출에 기반해 인덱스화된 값. 크리테오 데이터, 리테일 전체, 인앱, 전 세계

조사에 따르면, 관련성이 대단히 중요합니다



고려

48%

새로운 상품을 발견하는데 도움을 주는 온라인 광고가 좋음

고객 충성도

60%

맞춤화되고 관련성 있는 할인 혜택을 제공하기 때문에 재구매를 함

고객 경험

57%

웹페이지에 너무 많은 온라인 광고가 표시되서 싫음

46%

관심 없는 상품이 표시하는 광고는 싫음

24%

이미 구매한 상품을 표시하는 광고는 싫음

전환의 실제 활용례



“

2020년에는, 고객
경험이 가격과 상품을
뛰어넘는 핵심적인
브랜드 차별화 요소로
자리하게 될 것입니다.

- WALKER



5

고객 경험 향상을 위한 핵심 요소



**1 온라인 및 오프라인 구매 경험
연결**

A festive shopping scene with people in winter clothing and a golden bokeh background. The image shows a group of people, including a woman with a large afro hairstyle and a man with a beard, smiling and looking towards the right. The background is filled with warm, golden bokeh lights, suggesting a holiday or winter shopping environment. A white rounded rectangle contains the text.

2 고객의 구매 여정 이해

A photograph of a family in a living room. An older man in a grey cardigan is sitting in a chair, smiling broadly while holding a video game controller. A woman in a denim jacket is lying on the floor, also smiling and holding a controller. A small white dog is sitting on a blue sofa in the background. The room is dimly lit with warm lights, and there are decorative light effects in the foreground. A white text box with a gold border is overlaid on the left side of the image.

3 모든 고객 접점 최적화

A photograph of two women in a shop, both wearing blue aprons over their shirts. They are smiling and looking at a small jar of product that one of them is holding. The background shows shelves with various jars and products. A gold glittery graphic is in the top-left corner.

4 충성도 재고

A smiling man with a beard, wearing a grey beanie and scarf, is looking at his smartphone. The background is a bokeh of colorful lights (blue, green, yellow) with a gold glittery triangle in the top-left corner. The overall mood is warm and festive.

5 오픈 인터넷 활용

Criteo Ad Platform은 전체 홀리데이 시즌을 위해 풀 퍼널 여정을 구축해줍니다

세계 최대의 오픈 커머스 데이터 세트인 Criteo Shopper Graph는 세가지 유형의 고객 데이터를 결합합니다.



40억개 이상의
디바이스로부터 확보된
식별정보



월간 활성 고객 19억명의
관심정보



8천억 달러 규모의 연간
이커머스 매출에서 얻어진
측정치

이번 홀리데이에 훌륭한 고객
경험을 제공할 준비가
되셨습니까?

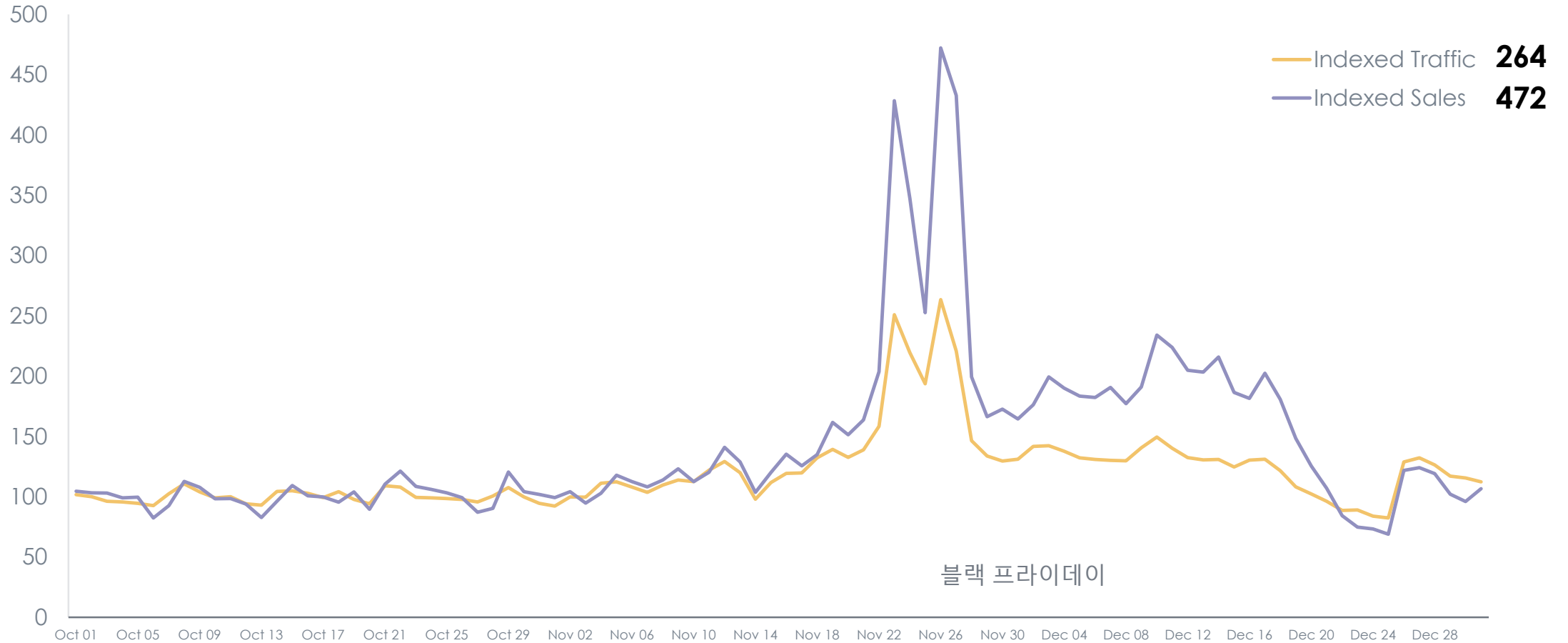
지금
연락하십시오.

감사합니다.

추가 정보 슬라이드

미국의 경우, 블랙 프라이데이 매출이 328% 증가했습니다

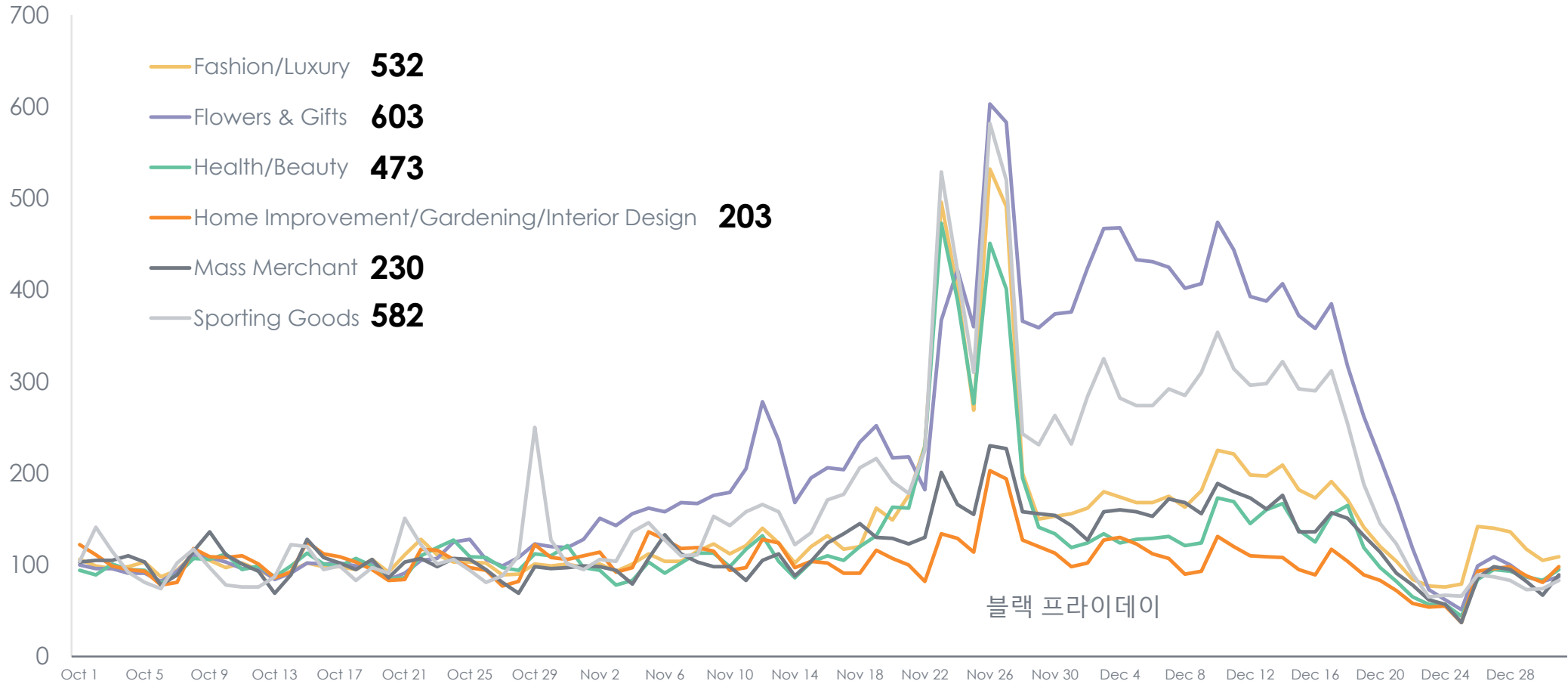
미국의 인덱스화된 일일 트래픽 & 매출



출처: 2018년 10월 첫 4주(1~28일) 동안의 평균 일일 매출에 기반해 인덱스화된 값. 크리테오 데이터, 리테일 전체, 미국

미국의 경우, 블랙 프라이데이에 많은 리테일 카테고리의 매출이 증가했습니다

미국의 인덱스화된 일일 매출



출처: 2018년 10월 첫 4주(1~28일) 동안의 평균 일일 매출에 기반해 인덱스화된 값. 크리테오 데이터, 리테일 전체, 인앱, 전 세계