

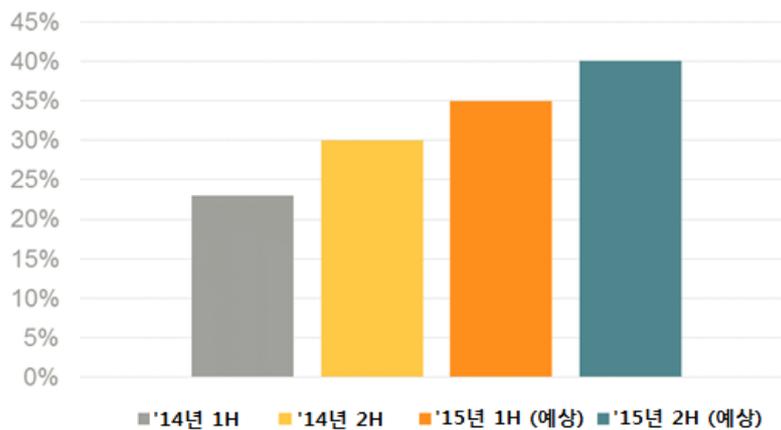
[보도자료]

“2015 년, 전자상거래 10 건 중 4 건은 모바일로 이뤄질 것!”

- 크리테오, ‘2015 년 e 커머스 산업 전망’ 보고서 발표
- m 커머스 본격화 등 올해 화두가 될 7 대 트렌드 소개

[2015 년 1 월 30 일] – 디지털 퍼포먼스 광고 기술 기업인 크리테오 (Criteo, 나스닥: CRTO)가 전세계 e 커머스 산업의 올 한해 주요 전망과 예상 트렌드를 담은 ‘2015 년 e 커머스 산업 전망’(2015 eCommerce Industry Outlook) 보고서를 발표했다.

크리테오는 올 한해 가장 주목해야 할 트렌드로서 모바일 쇼핑의 부상을 꼽았다. 전세계 전자상거래 중 모바일 쇼핑이 차지하는 비중이 40%까지 치솟을 것으로 예상했다. 이에 따라 PC, 스마트폰, 태블릿 등 다양한 디지털 기기를 사용하는 한 소비자를 동일한 고객으로 정확하게 인식할 수 있도록 돕는 ‘크로스 디바이스 솔루션’의 중요성이 더욱 커질 것으로 예상했다.



전 세계 전자상거래에서 모바일 쇼핑이 차지하는 비중

이와 함께, 오프라인 매장에서 상품을 확인한 후 온라인에서 구매하는 ‘쇼루밍’(showrooming) 대신 온라인에서 상품 정보 및 가격을 확인한 후 오프라인 매장에서 구매하는 ‘웹루밍’ (webrooming) 트렌드가 더 강해질 것으로 분석했다.

크리테오는 광고주들이 소비자들의 최신 온라인 쇼핑 행태를 적극 반영하여 최적의 투자 및 마케팅을 할 수 있도록 돕기 위해 본 보고서를 제작했다. 이번 보고서는 수십 억 건 이상의 전자상거래에 대한 데이터 분석을 기반으로 하고 있으며, 주요 내용은 다음과 같다.

- **전세계 전자상거래 시장에서 모바일 쇼핑이 차지하는 비중이 40%에 달할 것이다.** 모바일에 최적화된 쇼핑물과 다양한 모바일 결제 서비스의 등장으로 인해 모바일 쇼핑이 더욱 편리해지고 인기를 끌게 될 것이다. 따라서 광고주들은 모바일 캠페인에 보다 많은 예산을 쓰게 될 것이다. 한편 크리테오가 지난 12 월에 발표한 모바일 커머스 리포트에 따르면 한국은 온라인 쇼핑에서

모바일 쇼핑이 차지하는 비중은 45%를 차지했으며, 스마트폰에 한정할 경우 44%로 세계 1 위인 것으로 나타났다.

- **모바일 마케팅에 있어 크로스 디바이스(cross-device) 솔루션의 중요성이 더욱 증가한다.**
크로스 디바이스 솔루션은 스마트폰, 태블릿, PC 등 다수의 디지털 기기를 사용 중인 소비자를 정확히 하나의 고객으로 인식할 수 있게 해주는 기술이다. 쇼핑물들은 이 기술을 기반으로 소비자들의 쇼핑 패턴을 보다 정확히 분석할 수 있게 될 것이며, 한층 정교한 개인 맞춤형 광고를 제공할 수 있게 될 것이다. 실제 광고 대행사들과 쇼핑물 경영진 중 58%는 모바일 마케팅 활동에 있어 향상된 크로스 디바이스 기술을 활용하는 것이 가장 중요하다고 말했다.¹
- **‘네이티브 광고(native ad)’가 ‘프로그램 기반의 매체 구매(programmatic buying)’ 방식에 힘입어 더욱 인기를 끈다.** 광고주들이 데이터에 기반한 자동화 시스템을 통해 원하는 광고 지면을 계획적으로 구매할 수 있게 되면서 네이티브 광고(페이스북의 ‘뉴스피드’형 광고처럼 해당 웹사이트의 고유한 방식에 맞춰 제작되는 광고) 집행이 보다 용이해 질 것이다.
- **오프라인 소매업자들이 온라인 전략에 보다 집중한다.** 웹루밍(webrooming, 온라인을 통해 정보를 접한 뒤 오프라인 매장에서 물건을 구매하는 소비 형태) 트렌드가 쇼루밍 (showrooming, 오프라인 매장에서 물건을 확인한 후 온라인에서 구매하는)보다 강세를 띄면서 소매업자들은 소비자들과의 접점을 잃지 않도록 온라인 전략 수립에 많은 노력을 기울일 것이다.
- **모바일 마케터들은 소비자들의 모바일 앱(mobile app) 사용률을 높이는 데 집중하게 된다.** 크리테오의 데이터에 따르면 여행 관련 앱의 경우 다운로드한 사람 중 25.8%만이 실제 앱을 사용 중인 것으로 나타났다. 이처럼 앱을 깔아놓기만 하고 사용하지 않는 유저들이 많아짐에 따라, 광고 대행사 및 쇼핑물 경영진 중 42%는 올 한해 소비자들의 모바일 앱 사용률 및 활용도를 증대하는 것이 가장 중요한 모바일 전략이 될 것이라고 밝혔다.²
- **자동화 광고 포맷이 광고주들에게 더 큰 유연성을 제공하게 된다.** 각종 배너에 따라 광고물의 크기나 배치가 자동으로 조정되는 자동화 광고 포맷 기술에 힘입어 광고주들은 자사 광고캠페인의 규모를 한층 확장하는 것이 용이해지며, 퍼블리셔는 보다 혁신적인 광고 포맷을 제공할 수 있게 된다.

크리테오 최고 운영 책임자(COO)인 에릭 아이크만(Eric Eichmann)은 “2015 년은 급속도로 진화하고 있는 소비자들의 모바일 쇼핑 행태로 인해 e 커머스 산업에 있어 큰 변화가 일어나는 한 해가 될 것”이라며, “광고주들이 올 한해 소비자들의 기대에 부응하고 매출 증대를 이끌어내기 위해서는 모바일마케팅 강화 차원에서 크로스 디바이스 솔루션, 모바일 최적화 웹사이트 및 애플리케이션 등에 확실한 투자를 해야할 필요가 있다.”라고 말했다.”

한편, 크리테오의 ‘2015 년 이커머스 산업 전망 리포트’ 원문은 [웹페이지](#)에서 확인 가능하다.

###

¹ 크리테오-디지털데이 설문조사, 2014 년 7 월

² 크리테오-디지털데이 설문조사, 2014 년 7 월



크리테오(Criteo)에 대하여

크리테오는 소비자 맞춤형 퍼포먼스 광고 업계를 선도하는 기업으로, 클릭 후 매출을 기반으로 이익을 산출함으로써 투명하고 간편한 ROI 측정 방식을 제공한다. 현재 미국, 유럽, 아시아 지역 등 전 세계 21 개의 사무실에서 약 1,000 여명의 임직원이 약 8,000 여 매체와의 직접적인 제휴를 통해 6,000 여 이상의 광고주에게 서비스를 제공하고 있다. 더 많은 정보는 www.criteo.com/kr 에서 확인 가능하다.

※ 참고자료 문의: 민커뮤니케이션

조정호 부장: 02-3495-7841 / 010-40406-1213 / jhcho@mincomm.com

이은아 사원: 02-3495-7842 / 010-3763-0293 / ealee@mincomm.com