



국내 디지털 마케팅 현황 조사 보고서

South Korea



국내 디지털 마케팅 현황 조사

Contents

- 01 온라인 광고, 이제 확실한 주류가 되다
- 02 모바일 화면만으로 소비자를 사로잡다
- 03 리타게팅 광고로 소비자 취향 저격
- 04 왜 리타게팅인가?
- 05 모바일 웹에서 앱으로 이동하는 리타게팅
- 06 맛본 자만이 아는 리타게팅의 매력
- 07 디지털 마케터들이 주시하고 있는 핫한 키워드들

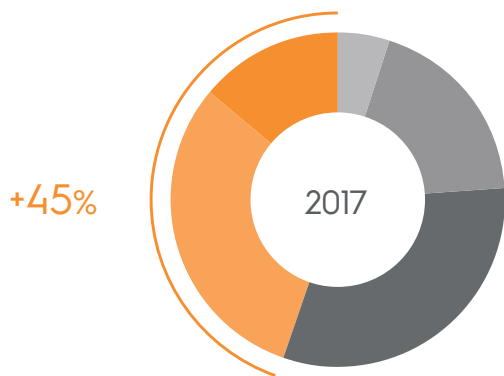
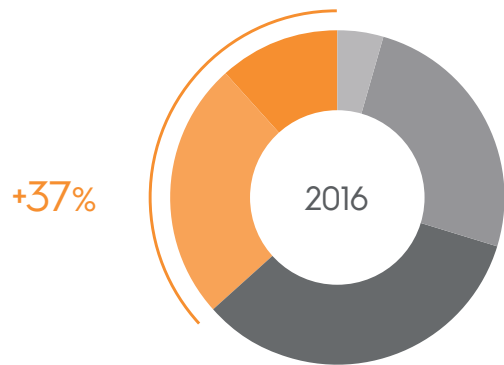
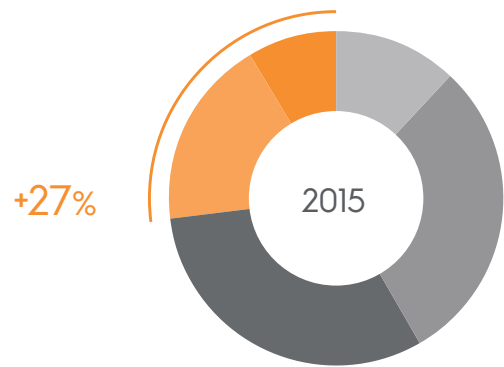


이

온라인 광고, 이제 확실한 주류가 되다

2016년 전체 광고비 중 50% 이상을 온라인 광고비에 사용한 기업은 전체 37%로, 2017년도에는 이 비중이 45%로 증가할 것으로 전망됩니다. 전통 매체들을 앞지르며 온라인 광고가 주요 마케팅 채널로 자리를 굳히고 있습니다.

전체 광고비 내 온라인 광고비용

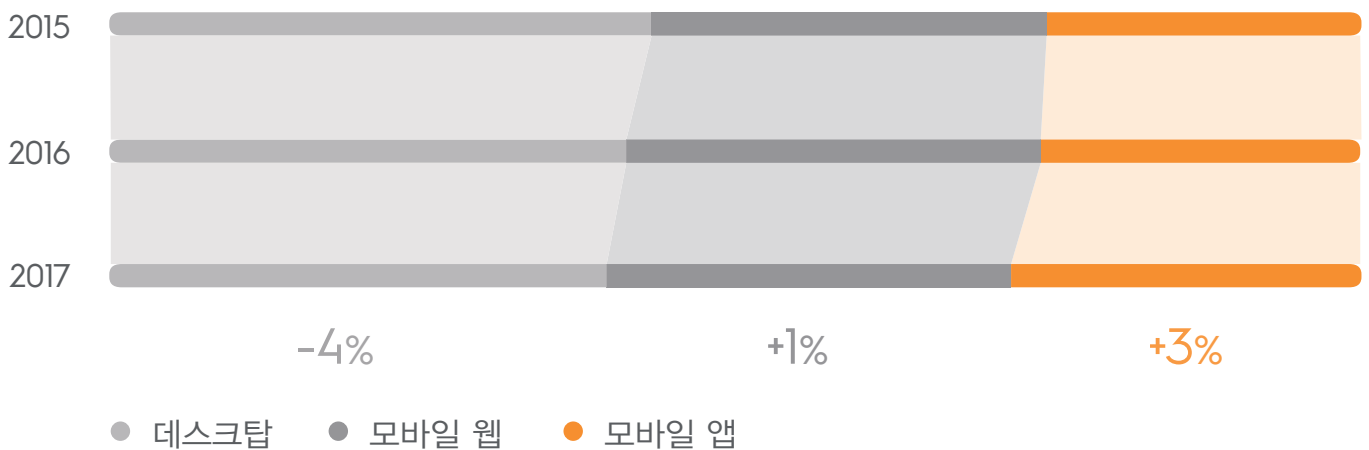


● 0-9 ● 10-24 ● 25-49 ● 50-74 ● 75-100

모바일 화면만으로 소비자를 사로잡다

디바이스 별 온라인 광고비용 비중을 살펴보면, 데스크탑 광고비는 지속적인 감소세를 보이는 반면 모바일 앱과 모바일 웹은 증가 추세를 보이고 있습니다. 그 가운데서도 모바일 앱의 증가폭이 모바일 웹보다 세 배 높다는 점이 눈에 띕니다.

온라인 광고 예산 내 디바이스 별 광고비용 비중

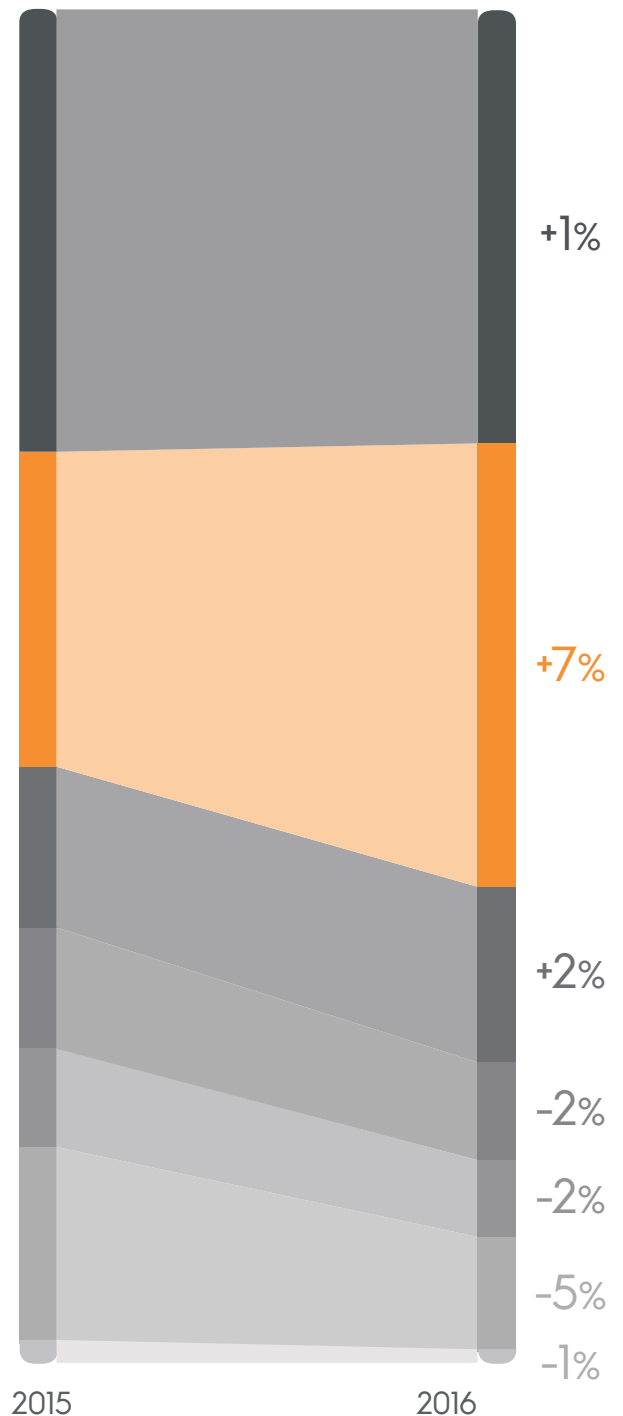


리타게팅 광고로 취향 저격

전체 온라인 광고 비용 중에서 리타게팅 광고 비중이 전년대비 7% 상승하여 32%를 기록하며, 31%의 키워드 검색 광고를 처음으로 추월해 1위로 올라섰습니다.

- 검색
- 리타게팅
- SNS
- 비디오 & 콘텐츠 마케팅
- 이메일
- 디스플레이
- 기타

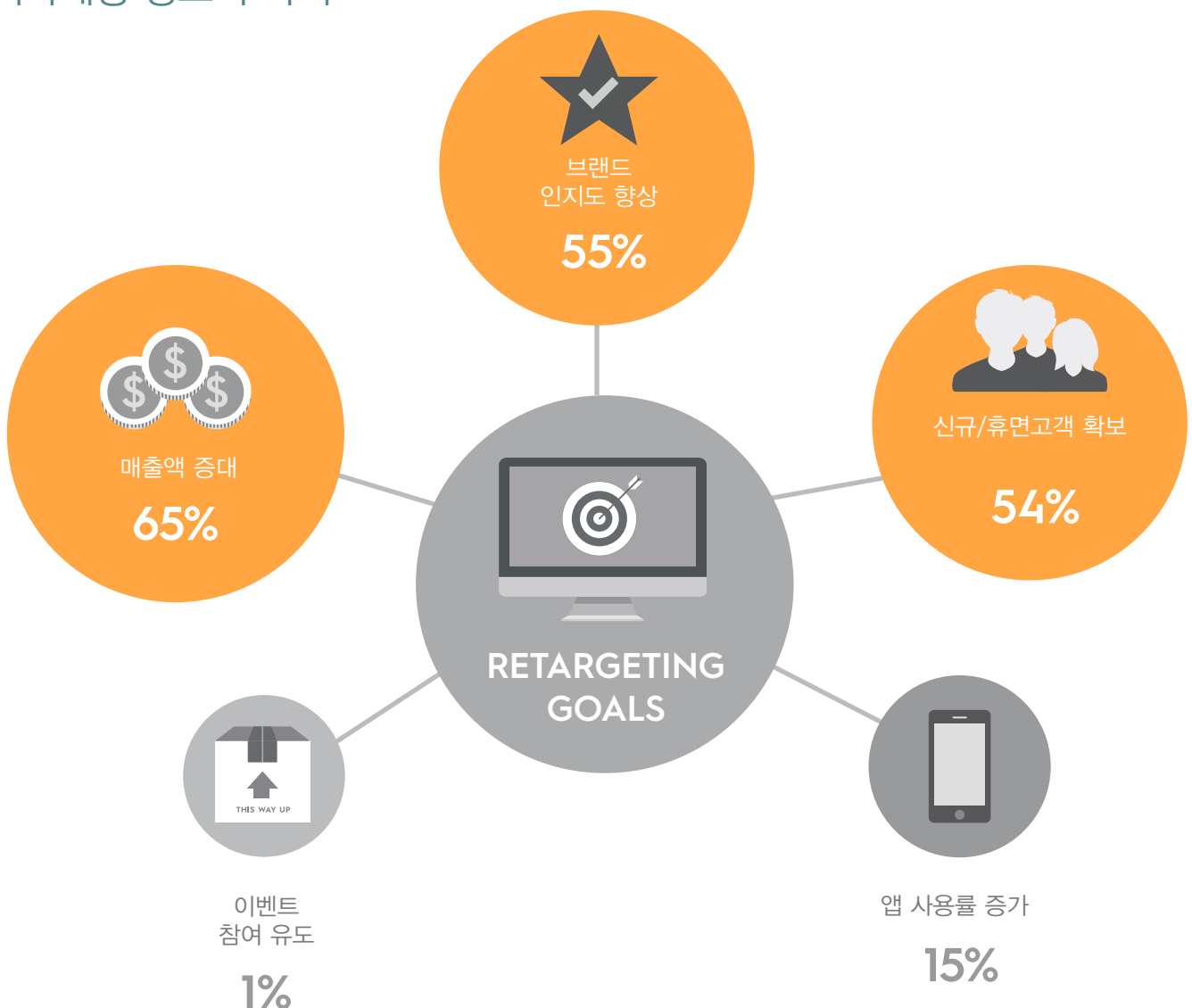
전체 온라인 광고 비용



왜 리타게팅인가?

마케터들이 리타게팅 광고를 선호하고 집행하는 가장 큰 목적은 무엇일까요?
매출액 증대(65%), 브랜드 인지도 향상(55%), 신규/휴면고객 확보(54%)가 가장 큰 이유로 꼽히고 있습니다.

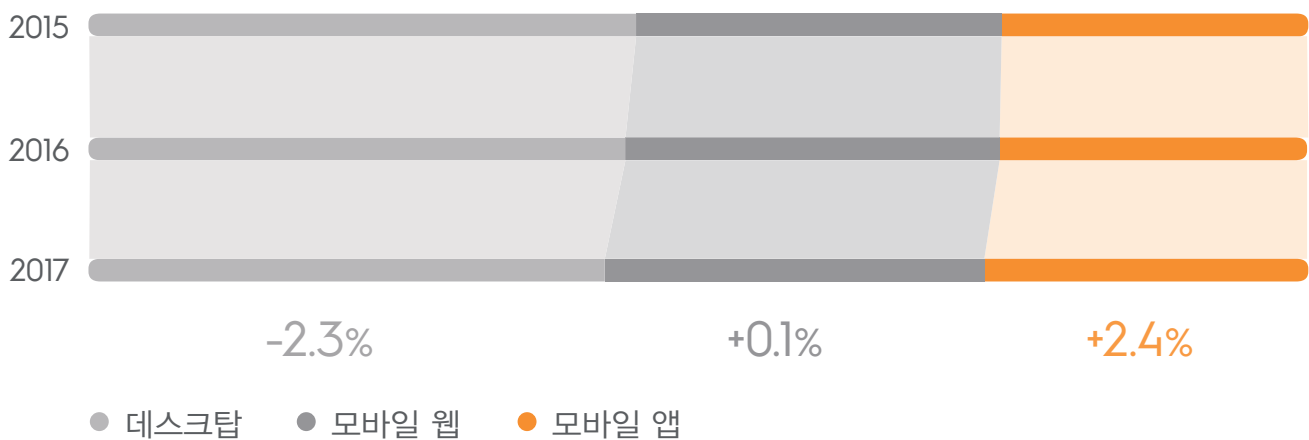
리타게팅 광고의 목적



모바일 웹에서 앱으로 이동하는 리타게팅

리타게팅 광고 비용이 모바일 웹과 데스크탑에서 각각 0.1%p 과 2.3%p 감소세를 보이는 반면, 모바일 앱이 홀로 2.4%p 증가했습니다. 이에 따라 모바일 앱을 중심으로 리타게팅 광고 시장의 성장이 본격화할 것으로 전망되고 있습니다.

디바이스별 리타게팅 광고 비용



맛본 자만이 아는 리타게팅의 매력

본 설문조사의 응답자 중 65%가 향후 리타게팅 광고예산을 증액할 계획이라고 답했습니다. 특히 소매, 유통, 패션, 여행, 취업, 부동산중개 등 온라인 쇼핑이 점차 중요해지고 있는 산업 분야에서 비중이 매우 높게 나타났습니다.

향후 디지털 리타게팅 광고 예산 증액 계획 여부

+35%
같은 수준을
유지하거나
감축 예정



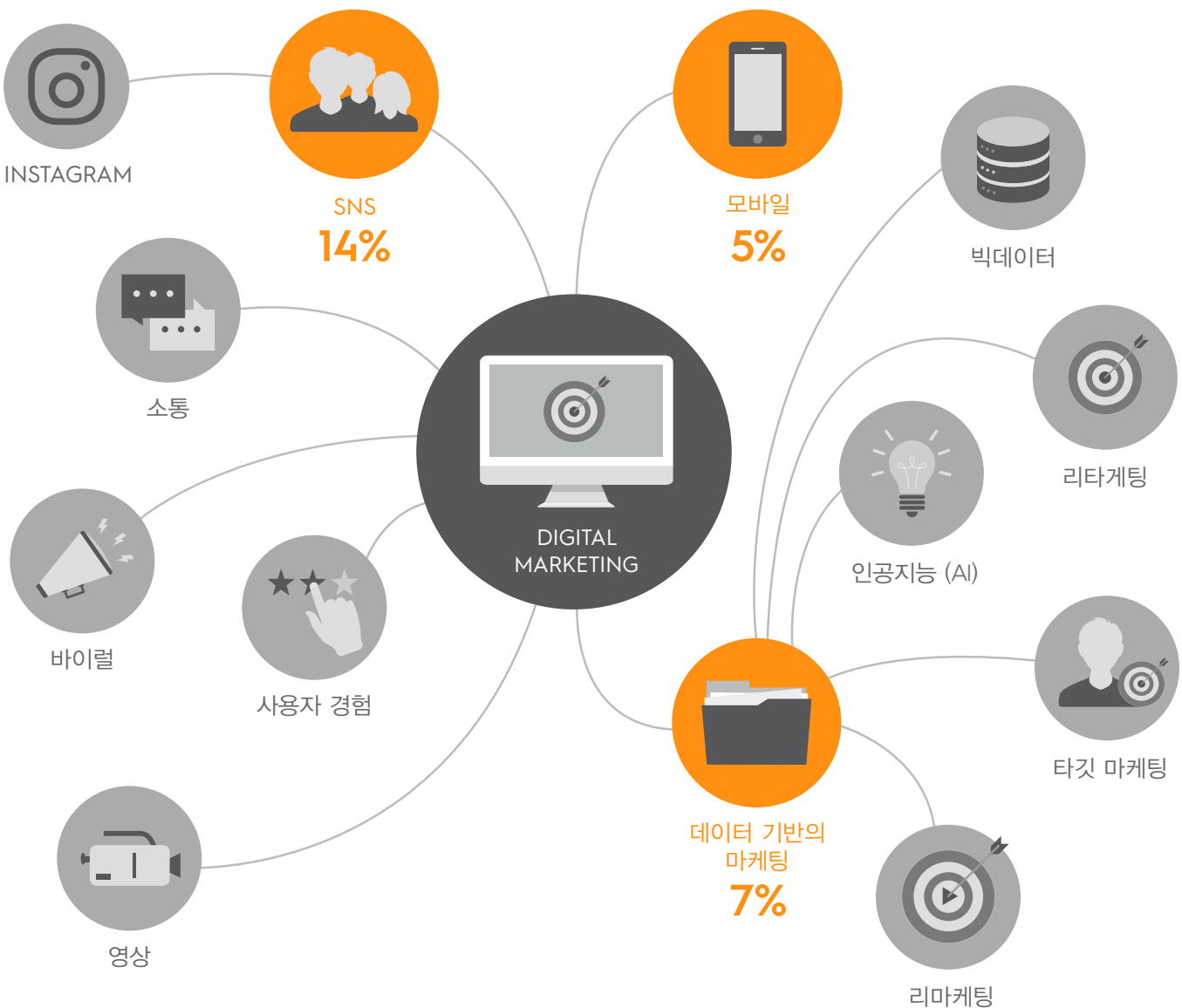
+65%
증액 예정



디지털 마케터들이 주시하고 있는 핫한 키워드들

이 밖에 마케터들이 주시하고 있는 국내 디지털 마케팅 분야의 핫한 키워드는 무엇일까요?

SNS, 모바일, 데이터 기반의 마케팅이 가장 중요하게 손꼽혔습니다. 이 중 놓치고 있는 것은 없는지 반드시 확인해보세요.



본 보고서에 대하여

2016년 국내 광고비 시장 규모는 약 11조 6천억 원에 이를 것으로 전망되고 있습니다. 이 가운데 전통 광고 매체들은 점차 시장에서 위축되는 반면 온라인 광고는 해마다 거듭되는 성장으로 시장의 30% 이상을 장악하며 독주하고 있습니다.

크리테오는 모바일을 중심으로 세분화되고 있는 국내 온라인 광고 트렌드 변화를 파악하여 국내 디지털 마케팅 종사자들에게 효율적인 마케팅 전략 수립을 돕고자 본 보고서를 발간하였습니다.

조사 방법에 대하여

조사대상

국내 유통/패션/여행 등 주요 온라인 업종에 속한 디지털 마케터 및 리타게팅 마케팅 담당자 175명

조사기간

2016년 6월 27일 - 7월 15일

조사방법

Online Survey

조사 패널에 대하여

업종

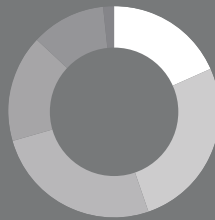
■ 소매/유통/패션	54.9
■ 교육	16.6
■ 항공/호텔/OTA	9.7
■ 병원	6.9
■ 채용/취업	5.7
■ 게임	2.9
■ 부동산중개	1.1
■ 기타	2.3

리타게팅 집행 월평균 예산

■ 1억원 이상	18.3
■ 5천만원 ~ 1억원	26.3
■ 1천만원 ~ 5천만원	25.7
■ 1천만원 미만	16.6
■ 광고진행 금액 미확인	11.4
■ 광고 미진행	1.7

월 평균 사이트 UV

■ 500,000 이상	24.6
■ 100,000-490,000	23.4
■ 40,000-90,000	23.4
■ 40,000 미만	28.6



크리테오 소개

크리테오는 개인 맞춤형 퍼포먼스 마케팅 업계를 선도하는 글로벌 기업이다. 현재 미국, 유럽, 아시아 지역에 걸쳐 31개 사무실에서 약 2,000여 명의 임직원이 전 세계 17,000여 주요 매체사들과 제휴를 통해 12,000여 이상의 글로벌 광고주에게 서비스를 제공하며 11억 인터넷 사용자들에게 도달하고 있다. 더 많은 정보는 www.criteo.com/kr에서 확인 가능하다.



www.criteo.com/kr



www.facebook.com/criteokorea



02 585 0785

크리테오의 디지털 마케팅 현황 조사 보고서는 디지털 마케팅 광고 전반의 현황 및 리타게팅 광고 관련 인식 및 투자 계획에 대한 내용을 담고 있습니다. 이번 보고서는 소매/유통/패션, 교육, 항공사/호텔, 병원 등 주요 산업 분야 디지털 마케터 175명을 대상으로 크리테오와 마크로밀엠브레인이 진행한 온라인 설문 조사 결과를 기반으로 합니다.