

criteo. Presents

2017 An Enlightened Holiday: South Korea

(한국어판)



크리테오는 2016년 연말연시 쇼핑 데이터를 바탕으로 크리테오만의 소비자 인사이트를 바탕으로 본 리포트를 작성했습니다. 최근 리테일 업계는 e커머스에 의해 성장세가 주도되고 있으며, 온오프라인 모두에서 소비자들의 쇼핑 행태가 변하고 있습니다.

2016년 국내에서만 발생한 20억 명에 달하는 사이트 방문 수와 1억 1천 6백만 건 이상의 쇼핑 거래 분석을 통해 소비자들의 쇼핑 행태와 구매 목록을 분석하였으며, 이를 바탕으로 2017년 연말연시 쇼핑 트렌드를 예측 분석 했습니다.

1

연말연시 쇼핑 시즌은 **11월 초**부터 시작되어 평균 구매액이 10월 대비 29% 상승합니다. 판매량과 사이트 방문자 수는 12월에 각각 12%와 14% 증가합니다.

2

전월대비 11월에는 주얼리, 명품, 스포츠 관련 상품 등 일부 카테고리의 판매가 **100% 이상** 급증합니다.

3

블랙프라이데이와 12월 초 **모바일 디바이스**를 통한 거래의 점유율이 최고조에 달하며, 멀티디바이스를 사용하는 소비자들의 구매액은 약 55% 상승합니다.



1

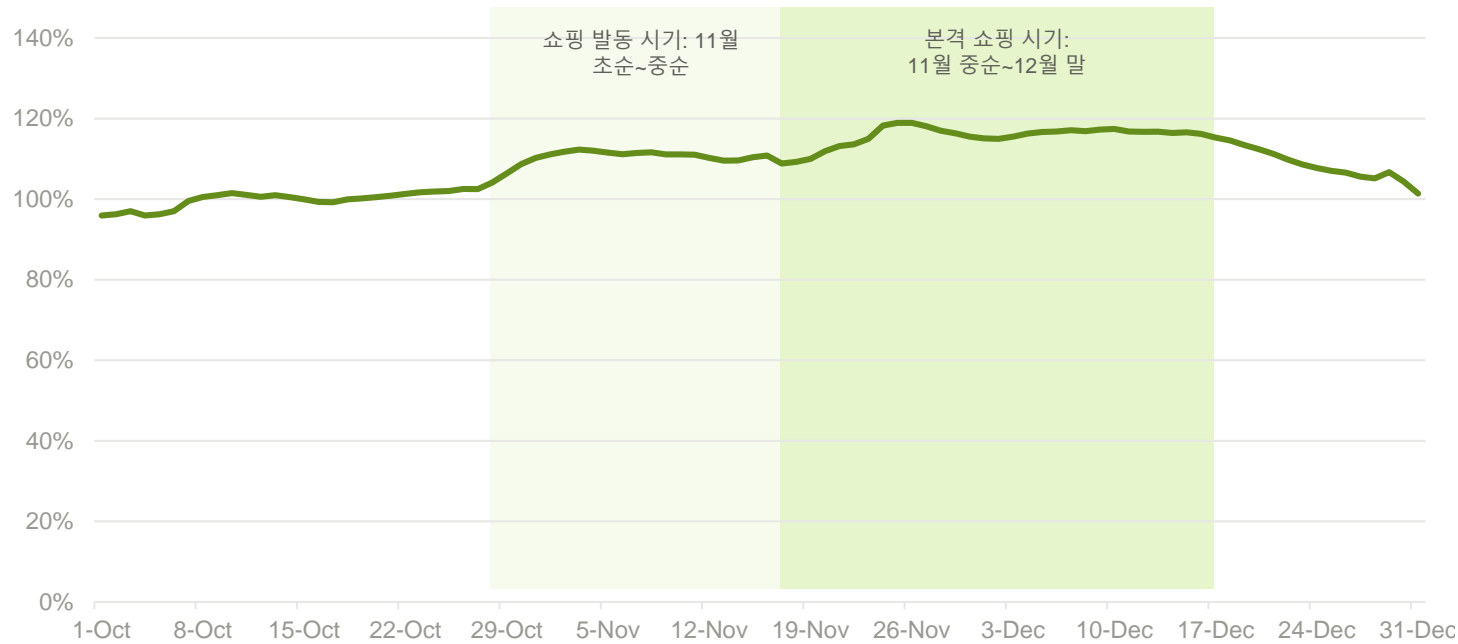
연말연시
쇼핑 트렌드



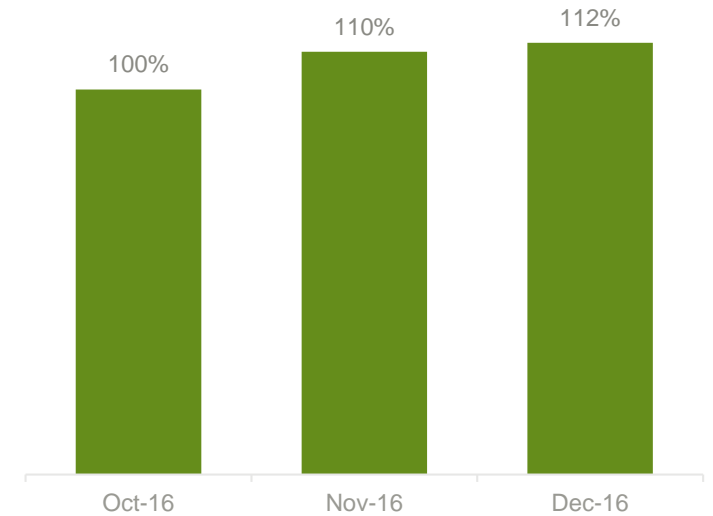
구매여정의 시작과 정점은 언제인가?

- 11월 초부터 본격적인 쇼핑 검색 시작
- 11월 말~연말까지 실제 쇼핑 시작
- 12월 중순~연말까지 사이트 방문자들 서서히 감소

사이트 방문자 트렌드 (7일 내내 평균 방문자수 유지 후 서서히 주말과 주중 방문자 차이 상승 시작. 지수 100%=10월 평균 방문자수)



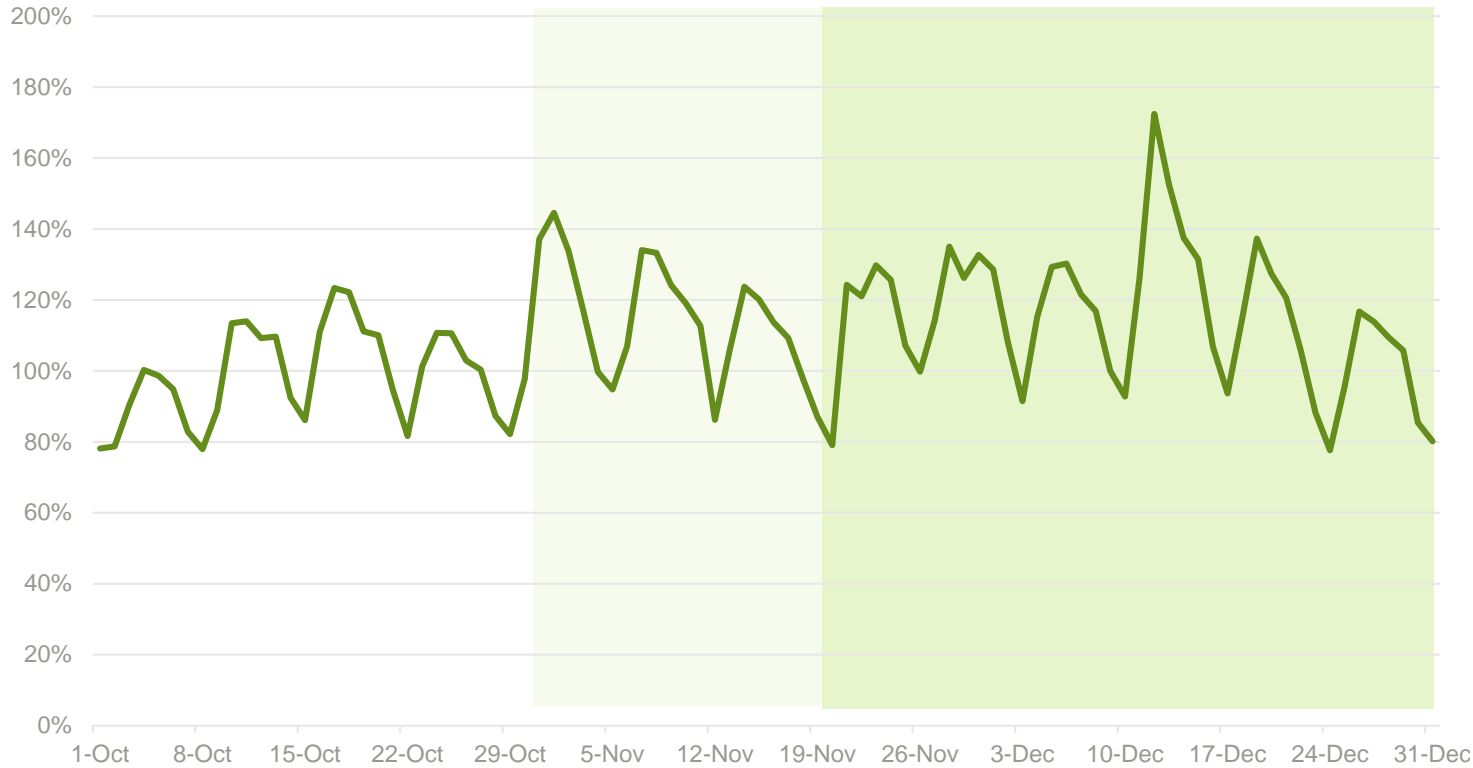
사이트 방문자 (지수 100% = 10월 평균)



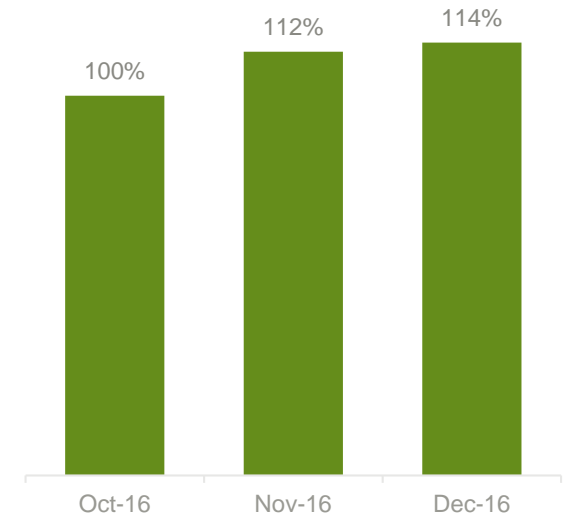
구매여정의 시작과 정점은 언제인가?

- 크리스마스 전 주에 구매전환 정점
- 12월 중순까지 꾸준히 사이트 내 매출 증가

사이트 구매전환 트렌드 (지수 100% = 10월 평균)



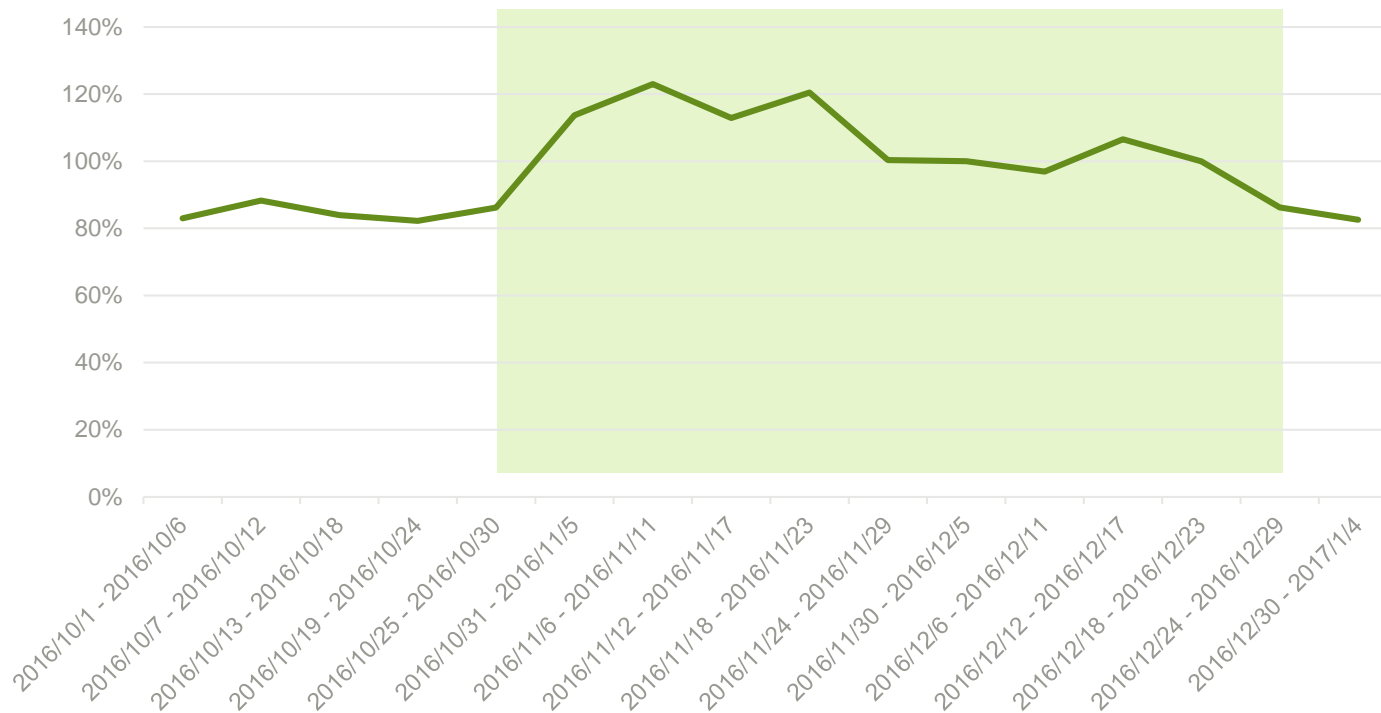
사이트 구매전환
(지수 100% = 10월 평균)



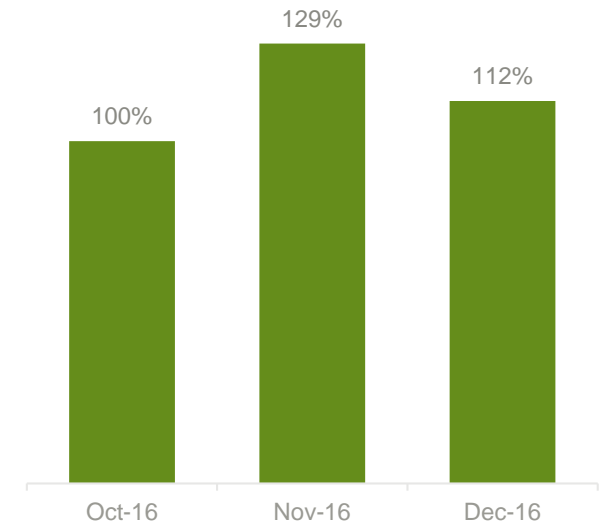
연말연시가 리테일에 미치는 효과

- 11월 구매액은 전월 대비 29% 상승하여 연중 최고치를 기록
- 블랙프라이데이 직전 11월 22일에 구매액이 10월 평균 대비 73% 상승. 이날 구매 건당 평균구매액은 106,325 원
- 주말에는 구매액이 하락하다 주중에 큰 폭으로 상승

구매액 트렌드 (지수 100% = 10월 평균)



구매액
(지수 100% = 10월 평균)



소비자들은 무엇을 사는가?

주얼리/명품/액세서리가 2015년 및 2016년 연말연시 구매 카테고리 최고를 차지함

2015



애완동물



스포츠/아웃도어



주얼리/명품/액세서리

2016



스포츠/아웃도어



컴퓨터 소프트웨어



주얼리/명품/액세서리

매출 증가

(12월 vs 10월)

42%

69%

170%

21%

56%

101%

출처: 크리테오 데이터
(2016년 10월 1일 ~ 12월 31일 사이 발생한 1,922,212,246 건의 국내 리테일 사이트 방문 분석)

2

연말연시
쇼핑 행태



크로스 디바이스 구매 행태

한국에서 모바일을 통한 검색의 24%가 데스크탑 구매로 이어짐

크로스 디바이스 거래는 모든 데스크탑 거래의 38%를 차지함

다른 기기에서의 클릭 후 이루어진 거래에 대한 성과는 크로스 디바이스 트래킹 기능이 연동된 경우에만 측정 가능

모바일 기기의 경우 데스크탑 PC에서 최종 구매가 이루어지기 전 가장 많은 검색이 일어나는 곳임

24%



모바일 1에서 클릭

62%



데스크탑 1에서 클릭

14%



데스크탑 2에서 클릭



데스크탑 1에서 구매

1. 출처: 크리테오 데이터: 2017년 3분기, 국내 리테일

2. 과거 분석 매트릭스에는 제품 목록 페이지뿐만 아닌 제품 상세 설명 페이지 등 모든 클릭에 대한 자료를 분석. 이번 자료에서는 크리테오 광고 배너에 대한 과거 클릭 이력만 살펴봄

+55%

크로스 디바이스를 통한 인당 평균 구매액이
다른 나라보다 한국에서 55% 더 높음

인사이트

크로스 디바이스 솔루션은 리테일과
브랜드들이 온라인 쇼핑을 좋아하는
고객에게 더 효율적인 마케팅으로 다가갈 수
있도록 해줄 뿐만 아니라, 정교한 타겟팅,
비딩, 추천, 최적화 및 성과 측정을 토대로 더
큰 기회를 확보할 수 있도록 해줍니다!

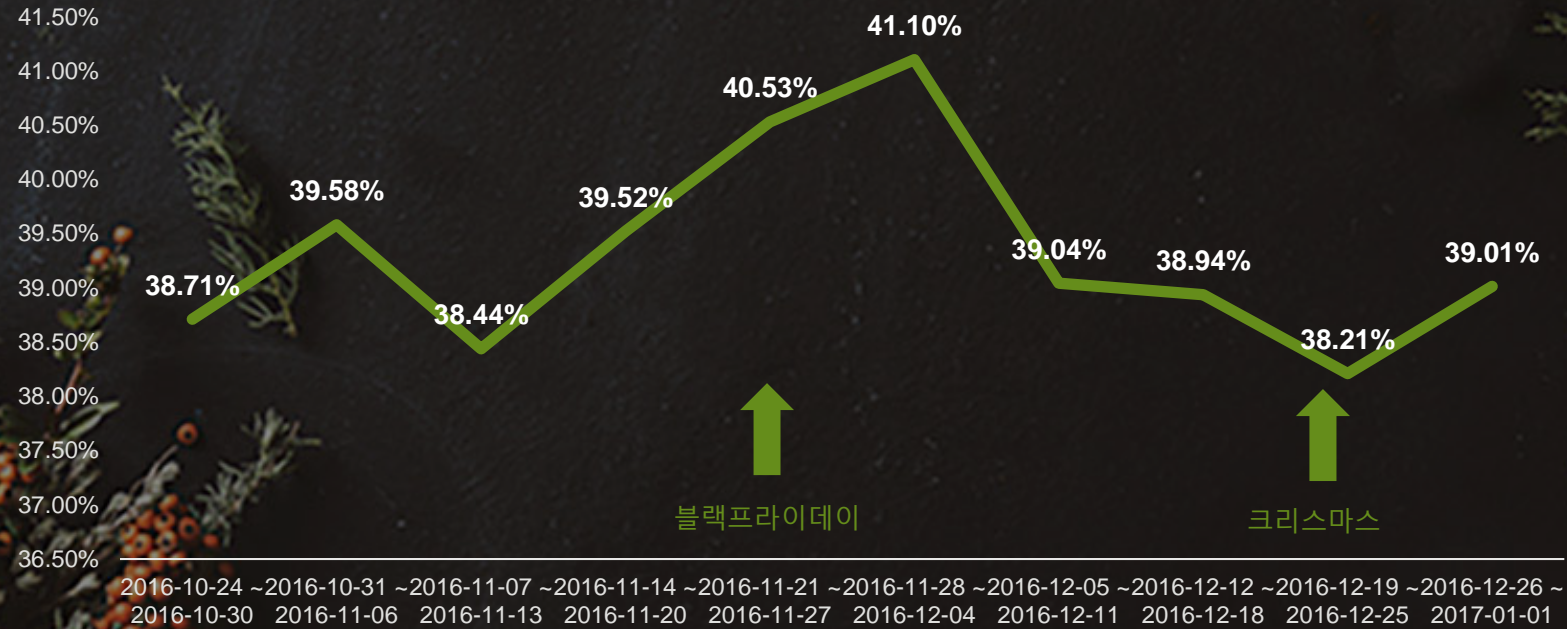
출처: 크리에오 데이터: 2017년 3분기, 국내 리테일



모바일 쇼핑 트렌드

블랙프라이데이와 크리스마스 전 모바일 트래픽 증가

리테일 사이트의 모바일 트래픽



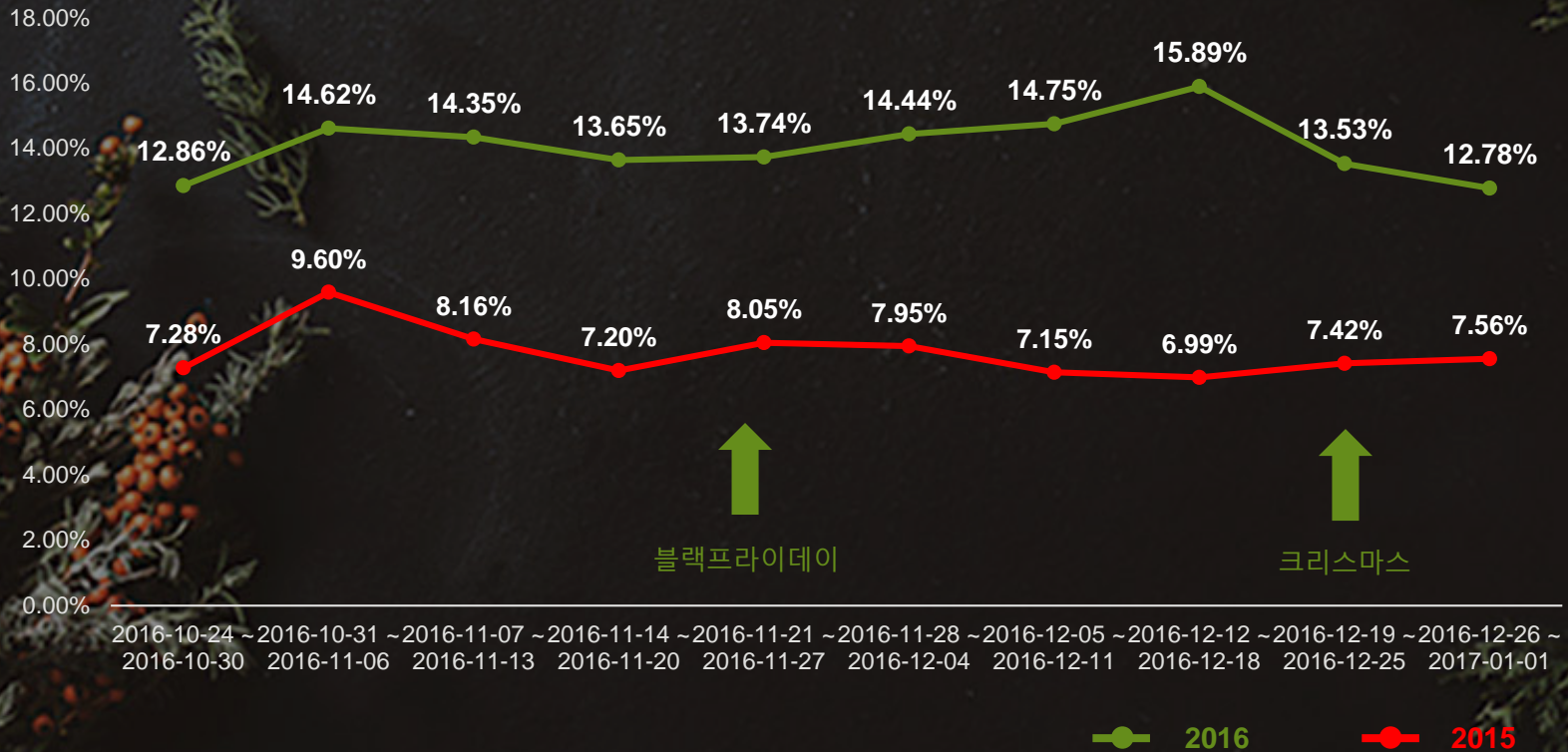
인사이트

바쁜 연말연시에는 이동중일 때 더 많은 쇼핑을 하는 경향이 있습니다. 그러므로 이 기간에는 PC보다 모바일 환경에 최적화된 쇼핑 경험을 제공할 수 있어야 합니다!

앱 쇼핑 트렌드

크리스마스 전 앱 전용 이벤트로 인해 앱에서 구매 증가.
 마케터들은 작년 대비 이러한 앱 전용 이벤트를 더 많이 활용하는 추세.
 전년동기 대비 앱을 통한 구매 6% 상승.

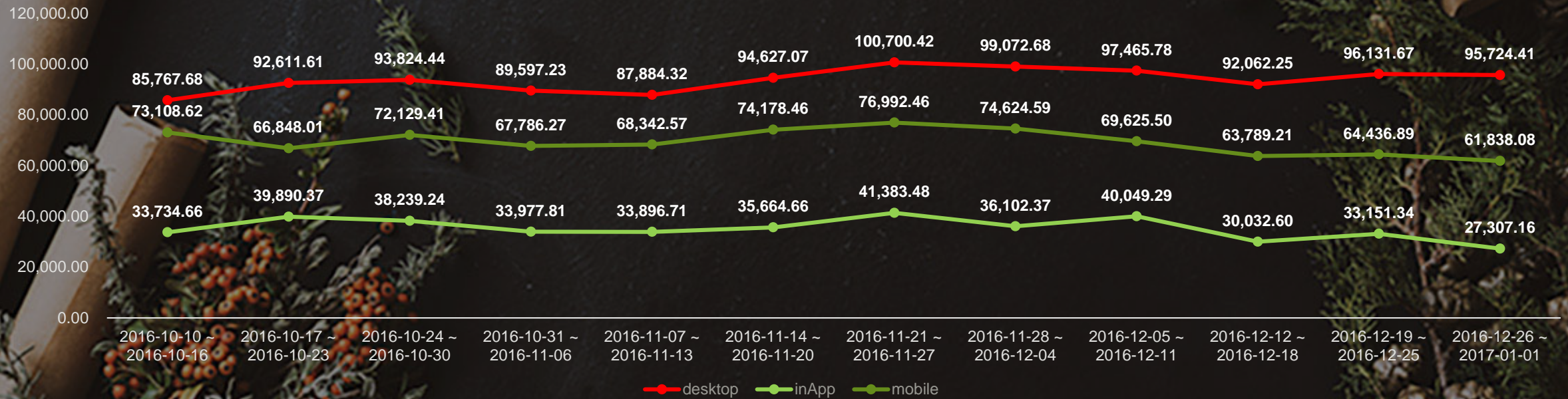
앱을 통한 리테일 일일 구매량



기기별 평균 구매액

앱을 통한 구매액이 모바일 기기나 데스크탑을 통한 구매보다 더 높ی 상승폭.
데스크탑과 모바일 구매액 상승률은 각각17%, 15%인데 반해 앱 구매액 상승률은 23%.


기기별 일일 구매액





3

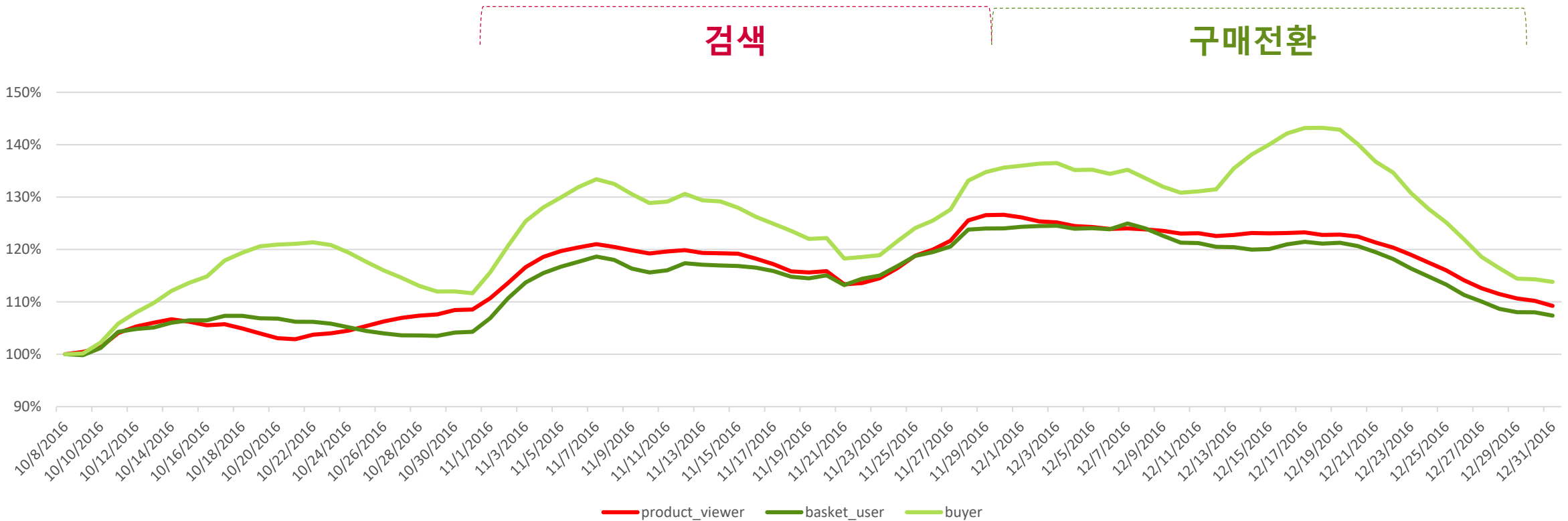
성공적인 연말연시
마케팅을 위한
크리에오 팁



연말연시 캠페인 팁

검색 시기: 소비자들이 제품 페이지를 방문하고 장바구니에 담지만 아직 구매로 전환되지 않은 시기

구매전환 시기: 페이지 방문 횟수가 감소하는 반면 구매 전환 횟수가 증가하는 시기



연말연시 캠페인 팁



	검색 시기 (11월)	구매전환 시기 (12월)
CPC	+8%	+6%
매출효과	+35%	+45%
광고비	+30~35%	+30~45%

출처: 크리테오 데이터
(2016년 10월 1일 ~ 12월 31일 사이 발생한 1,922,212,246 건의 국내 리테일 사이트 방문 분석)



크리테오 소개

크리테오 (NASDAQ: CRTO)는 글로벌 커머스 마케팅 리더로서 리테일 및 브랜드의 매출과 이익을 극대화하기 위해 최고의 오픈 커머스 마케팅 에코시스템을 구축하고 있습니다. 2,700명의 크리테오 직원들이 전 세계 16,000개 고객사들과 수천 개의 제휴매체사들과 함께 소비자들이 필요로 하고 좋아하는 상품과 서비스를 연결해 높은 성과를 달성할 수 있도록 합니다. 크리테오의 커머스 마케팅 에코시스템을 통해 연 5천 500억 달러가 넘는 커머스 매출에 대한 빅데이터를 분석하고 있습니다.



Let's collaborate

**리테일과 브랜드들의 상생과 성공을 위한
크리테오 에코시스템에서의 collaboration!**

소비자와 커머스의 세계는 역동적으로 변하고
있습니다. 하지만 독자적인 기술을 보유하고 방대한
데이터 분석이 가능한 파트너만이 성공적인 솔루션을
제공할 수 있습니다. 크리테오와 함께 고객의 마음을
사로잡는 것은 물론, 수익과 매출을 극대화하세요.