



Press Contacts

임성연 이사
한국어도비시스템즈
(02)530-8094
sulim@adobe.com

공인희 차장/ 김보현 대리
샤우트 웨거너 에드스트롬
(02)6250-9844, 010-8890-0091
Adobe_pr@shoutwe.com

어도비, “한국의 상위 웹사이트, 모바일 마케팅 탁월”

어도비 디지털 인덱스 <베스트 오브 더 베스트 벤치마크> 보고서: 모바일, 가장 빠르고 주요한 디지털 마케팅 채널로 부상

서울 — 2015 년 9 월 17 일 — 어도비의 최신 조사에 따르면 국내 마케터들이 고객과의 마케팅 접점으로 모바일에 집중하고 있는 것으로 나타났다. 또한 아시아태평양지역 국가가 모바일 퍼스트 비즈니스 변혁을 주도하고 있으며, 한국의 상위 웹사이트들이 스마트폰 트래픽 점유율에 있어 아태지역의 다른 국가 및 미국보다 우위에 있는 것으로 드러났다.

어도비(<http://www.adobe.com/kr/>)는 오늘 ‘[어도비 디지털 인덱스: 베스트 오브 더 베스트 벤치마크 2015](#)’ 보고서를 통해 한국을 비롯, 호주 및 뉴질랜드, 동남아시아, 인도, 홍콩, 중국, 일본 등 7 개 지역 및 미국의 웹사이트를 대상으로 6 개 주요 성과 지표(KPI)에서 상위 20%에 위치한 그룹과 평균 그룹을 비교한 결과를 발표했다. 조사를 통해 측정된 주요 성과 지표는 모바일 및 태블릿 기기를 통한 트래픽, 고착률¹, 방문율², 체류시간, 전환율³, 클릭률이다. 이번 보고서는 성공적인 디지털 마케팅 조직이 평균 조직과 비교해 얼마나 뛰어난 성과를 보이는 지에 대한 심도 깊은 통찰력을 보여준다.

어도비 디지털 인덱스 수석 애널리스트 타마라 가프니(Tamara Gaffney)는 “아태지역은 스마트폰 및 태블릿 트래픽과 같은 주요 모바일 지표에서 미국을 앞서고 있다”며, “특히 한국은 스마트폰 트래픽 점유율 부문에서 두 자릿수의 성장을 보이며 아태지역을 리드하고 있다. 모바일의 중요성을 일찍이 깨닫고 발 빠르게 모바일 중심의 마케팅 전략을 펼친 한국의 상위 그룹 마케터들은 성공적인 디지털 마케팅 수행을 통해 아태지역의 모바일 퍼스트 전략을 주도하고 있다”고 평가했다.

‘어도비 디지털 인덱스: 베스트 오브 더 베스트 벤치마크’ 아태지역 보고서의 한국 주요 결과는 다음과 같다:

- 아태지역의 스마트폰 트래픽 점유율은 이전 해에 비해 전체적으로 증가했다. 특히, 한국은 상위 그룹의 스마트폰 트래픽 점유율이 크게 늘어난 59.5%를 기록해 아태지역 국가 중 가장 높은 수치를 보이며 스마트폰 방문자를 위한 모바일 최적화가 이제 선택이 아닌 필수임을 시사했다. 반면, 상위 그룹의 태블릿 트래픽 점유율은 아태지역 중 가장 낮은 2.7%를 기록했다.
- 한국은 고착률(한 페이지 이상 방문한 비율)에서도 평균 그룹(53.8%) 및 상위 그룹(68.5%) 모두 아태지역 다른 국가들은 물론 미국 보다 앞서있는 것으로 나타났다. 이는 한국 마케터들이 사이트 경로와 구성의 최적화를 잘 하고 있음을 보여준다.
- 매출과 직결되는 전환율의 경우, 일본(3.3%)과 인도(3.5%)의 평균 그룹이 아태지역을 리드하고 있으며, 미국보다도 높은 수치를 보였다. 한국의 경우 상위 그룹과 평균 그룹의 격차는 이전 해보다 더 벌어진 것으로 나타났다.

¹ Stick Rate: 한 페이지 이상 방문한 비율

² Visit Rate: 한 명의 방문자 당 한 달 간 방문 횟수

³ Conversion Rate: 웹사이트 방문수 대비 구매 비율

- 한국은 충성도 강화 및 높은 전환율을 이끌어내는 방문율과 체류시간 모두 이전 해에 비해 증가했으나, 상위 그룹과 평균 그룹 간 격차는 더 벌어졌다.
- 산업별로 살펴보면, 아태지역의 모든 산업군에서 스마트폰 트래픽 점유율이 증가했으며 통신분야의 상위 사이트는 조사 대상 산업군 중 가장 높은 스마트폰 트래픽 점유율(59.7%)과 방문율(3.3 회)을 기록했다. 고착률에서는 미디어 및 엔터테인먼트 분야가 가장 낮은 수치를 보였는데, 이는 ‘스낵컬처’로 불리는 콘텐츠 소비형태의 변화를 입증하는 결과다.

타마라 가프니는 “모바일 최적화는 오늘 날 기업들에게 있어 필수조건이 되었다. 모바일 개발이 미숙한 기업은 불리한 입장에 놓일 수 있다”며, “아태지역은 스마트폰 및 태블릿 트래픽 부문에서 다른 지역들보다 우위를 차지하고 있는데, 아태지역의 상위 웹사이트 그룹은 방문자 중 50%가 스마트폰을 통해 방문하며, 체류시간이나 고착률과 같은 부문에서 높은 성과를 보이고 있다. 이번 보고서는 고객을 확보하고 참여도를 높이기 위해서는 기기를 넘나들며 일관된 경험을 제공하는 것이 중요함을 입증했다”고 강조했다.

어도비는 베스트 오브 더 베스트 벤치마크를 통해 실무자에게 도움을 주고자 한다. 자신이 속한 조직이 벤치마크 중 어디에 포함되는 지 알아보려면 어도비의 [디지털 마케팅 성숙도 평가\(Digital Marketing Maturity Assessment\)](#)에서 확인하면 된다.

어도비에 대하여

어도비는 사용자의 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 <http://www.adobe.com/kr/> 에서 찾을 수 있다. 한국어도비시스템즈에 대한 정보 및 뉴스는 한국어도비시스템즈의 공식 페이스북(<http://www.facebook.com/AdobeKorea>)과 공식 트위터(<https://twitter.com/AdobeKorea>)에서 확인 가능하다.

###