

Press Contacts

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

김보현 대리/문세현 사원
샤우트 웨거너 에드스트롬
(02)6250-9844, 010-8890-0091
adobe_pr@shoutwe.com

어도비, 성공적인 디지털 마케팅 위한 '베스트 오브 더 베스트 벤치마크' 아태지역 보고서 발표

성공적인 마케팅 가이드를 제공하는 이번 조사 결과, 디지털 우수성과 매출 간 상관 관계 드러나

서울 — 2014년 7월 22일 — 어도비의 최신 조사에 따르면 디지털 마케팅을 성공적으로 수행하고 있는 아시아태평양 지역 마케팅 담당자들이 경쟁자들에 비해 훨씬 앞선 성과를 보이고 있는 것으로 나타났다. 이번 조사는 또한 디지털에서의 우수성이 매출 증가 및 기타 비즈니스 성공 지표들과 긴밀히 연관될 수 있음을 보여준다.

어도비(<http://www.adobe.com/kr>)는 오늘 발표한 '[어도비 디지털 인덱스: 베스트 오브 더 베스트 벤치마크](#)' 아태지역 보고서(The Adobe Digital Index: Best of the Best Benchmark for Asia Pacific)에서, 한국, 호주 및 뉴질랜드, 동남아시아, 인도, 홍콩, 중국 등 6개 지역 및 미국의 웹사이트를 대상으로 6개 주요 성과 지표(KPI)에서 상위 20%에 위치한 그룹을 평균 그룹과 비교했다. 이 주요 성과 지표에는 모바일 및 태블릿 기기를 통한 트래픽, 체류율(stick rate: 한 페이지 이상 방문한 비율), 방문자 당 방문 횟수, 체류시간, 전환율(conversion rate: 웹사이트 방문수 대비 구매 비율)이 포함된다.

이번 보고서는 성공적인 디지털 마케팅 조직이 일반 조직과 비교해 얼마나 뛰어난 성과를 보이는 지에 대한 인사이트를 보여준다. 앞서 북미와 유럽, 중동 및 아프리카 지역에 대한 보고서가 발표된 바 있으며, 아시아태평양 지역 보고서가 발간된 것은 이번이 처음이다.

어도비 디지털 인덱스 수석 애널리스트 타마라 가프니(Tamara Gaffney)는 "아태지역 상위 20% 마케팅 담당자와 평균 그룹 간의 격차가 점점 벌어지고 있다"며, "웹사이트 방문이 실제 구매로 이어지는 전환율(conversion rate)만 보더라도, 온라인을 통해 제품을 판매하는 웹사이트 중 '베스트 오브 더 베스트'로 뽑힌 곳의 전환율이 평균에 비해 2배 가까이 높았다. 성공적인 디지털 마케팅을 수행하는 것이 매출 면에서도 의미 있는 성과로 이어질 수 있다는 것을 증명하는 것이다"고 평가했다.

'어도비 디지털 인덱스: 베스트 오브 더 베스트 벤치마크' 아태지역 보고서의 주요 결과는 다음과 같다:

- 한국의 경우, 스마트폰 방문자에 최적화된 웹사이트들이 스마트폰 트래픽 점유율에서 일반 사이트와 90%가까운 차이를 보였다. 더불어, 지난 해 스마트폰 방문자에게 최적화된 웹사이트(모바일 최적화)와 평균 그룹 간 격차는 모든 나라에서 증가했다.
- 태블릿 기기 트래픽 점유율에서는 호주 및 뉴질랜드 그리고 동남아시아가 전반적으로 가장 높은 성장세를 보였다. 태블릿 기기를 통한 방문율에서 상위 사이트들이 평균 그룹보다 약 5% 높은 수치를 보였다.
- 전체 방문수 중 한 페이지 이상 방문한 비율인 체류율(stick rate)은 한국을 제외한 모든 나라에서 전년대비 증가세를 보였다. 인도는 '베스트 오브 더 베스트' 사이트들에서의 체류율이 전년 대비 14% 증가하며 아태지역 국가 중 1위를 차지했다.
- 아태지역 '베스트 오브 더 베스트' 웹사이트들의 1인당 재방문 수는 평균 그룹보다 25% 높았다.
- 호주 및 뉴질랜드와 동남아시아 지역의 웹사이트 체류시간은 전년 대비 높아진 반면, 다른 지역의 체류시간은 하락하였다.

타마라 가프니는 “마케팅 담당자들은 더 이상 ‘오프라인’만 바라봐서는 안 된다”며, “이번 보고서의 자료가 말해주듯, 모든 디바이스 및 소셜 미디어 상에서 일관된 경험을 제공하는 것이 최상의 디지털 마케팅 결과를 이끌고, 더 나아가 우수한 비즈니스 성과로 이어진다는 것을 기억해야 한다”고 분석했다. 또, “마케팅 담당자는 자신의 조직이 보고서 내 벤치마크의 어느 그룹에 포함되어 있는 지 살펴보고 이를 통해 조직의 강점과 약점을 파악한 뒤 어디에 초점을 맞출 것인지 우선 순위를 정할 필요가 있다”고 조언했다.

한국어도비시스템즈 지준영 대표는 “이번 보고서를 통해 고객을 확보하고 유지하기 위해서는 정보를 찾기 쉽고, 연관성 있는 모바일 경험을 제공하는 것이 매우 중요함을 알 수 있다”며, “상위 20%의 마케팅 담당자들처럼, 보다 많은 이들이 더 나은 성과를 이끌어내기 위해 이제는 최적화된 모바일 경험을 제공하는 데 눈을 돌려야 할 때다”라고 전했다.

자신이 속한 조직이 벤치마크(Benchmark) 중 어디에 포함되는 지 알아보려면 어도비의 [디지털 마케팅 성숙도 평가\(Digital Marketing Maturity Assessment\)](#)에서 확인하면 된다.

어도비시스템즈에 대하여

어도비는 사용자의 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 <http://www.adobe.com/kr/> 에서 찾을 수 있다. 한국어도비시스템즈에 대한 뉴스와 업데이트는 한국어도비시스템즈의 [공식 트위터](#)와 [공식 페이스북](#)을 통해 확인 가능하다.

###