

Press Contacts

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

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

한국 마케팅 담당자, 디지털 마케팅 중요성에 대한 인식 제고에도 여전히 실행에 어려움 겪는 것으로 드러나

ROI에 대한 불확신과 경영진 지원의 부족으로 국내 디지털 마케팅 담당자들 어려움 겪고 있어

서울 - 2014년 9월 30일 -어도비가 CMO위원회(The Chief Marketing Official(CMO) Council)와 공동 실시한 2014 아태지역 디지털 마케팅 성과 측정결과 보고서에 따르면, 국내 마케팅 담당자들의 디지털 마케팅에 대한 신뢰도가 지난해 보다 높아진 반면 실행에 있어서는 여전히 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다.

한국어도비시스템즈(www.adobe.com/kr)는 오늘 한국을 비롯, 호주, 중국, 싱가포르, 홍콩, 인도 등 아시아태평양(APAC) 지역을 대상으로 한 '2014 아태지역 디지털 마케팅 성과 측정결과'(APAC Digital Marketing Performance Dashboard 2014)의 주요 내용을 발표했다. 2012년 시작해, 올해로 세 번째를 맞는 이 보고서는 아태지역 6개국의 마케팅 임원(부사장급 이상 44% 참여) 800여명을 대상으로 6개월에 걸친 정량 조사를 통해 이뤄졌으며 각국의 디지털 마케팅 현황, 도입 및 활용 수준, 미래 가능성 등을 측정·분석했다.

디지털 마케팅에 대한 신뢰도 제고, 모바일이 디지털 마케팅 건인

이번 보고서에 따르면 디지털 마케팅 담당자 대다수가 디지털 마케팅 도입 및 실행에 대한 필요성을 인식하고 있는 것으로 나타났다. 지난해 (81%)보다 높은 89%의 응답자가 디지털 마케팅이 기업의 비즈니스 경쟁력을 강화한다고 믿는다고 밝혔다. 마케팅 담당자뿐 아니라 채널 파트너와 세일즈 팀 또한 디지털 마케팅에 대한 투자를 늘려야 한다는 목소리를 높이며 디지털 마케팅을 강하게 지지하는 것으로 드러났다. 국내 마케팅 담당자들 중 33%가 '채널 파트너와 세일즈 팀이 더 많은 디지털 마케팅 투자를 요구하고 있다'고 답했는데, 이는 2013년 16%의 2배를 넘는 수치다. 또한, 응답자의 67%가 모바일 기기의 확산·발전이 국내에서의 디지털 마케팅 도입을 이끈 주요 요인임을 재확인시켰다.

전문 역량 확보는 향상, 기술 도입 및 활용은 뒤쳐져

이번 조사 결과 국내 디지털 마케팅 조직의 전문성은 꾸준히 향상되고 있는 것으로 드러났다. 디지털 마케팅 분석에 대한 스킬 수준을 자평하는 항목에서 '디지털 마케팅을 전담하는 숙련된 인력을 보유하고 있다'고 응답한 이들이 13%로 2012년과 2013년 각각 4%, 6%에 비해 2배 이상 증가했다. 이는 아태지역 전체(2012 - 13%, 2013- 14%, 2014- 15%)의 발전속도를 상회하는 것이다.

반면, '마케팅 분석 및 리포팅 기술을 사용하고 있다'고 답한 국내 마케팅 담당자는 60%로 아태지역 국가들 중 가장 낮은 수치를 보였다. 빅데이터를 분석해 비즈니스 인사이트를 확보할 수 있는 기술력과 경험에 있어서는, '데이터를 통해 고객 집단과 행동패턴을 분석한다'는 응답이 지난해 9%에서 1년 만에 19%로 큰 폭 상승했으나, 43%에 이르는 대부분의 마케팅 담당자들은 여전히 빅데이터를 통해 의미 있는 인사이트를 제공하기보다는 주요 성과 지표에만 사용하는 것으로 드러났다.

한국 마케팅 담당자, 디지털 마케팅 중요성에 대한 인식 제고에도 여전히 실행에 어려움을 겪는 것으로 드러나

ROI에 대한 확신 부족으로 경영진 지원 미흡

이처럼 국내 마케팅 담당자들이 새로운 기술의 도입과 활용에 어려움을 겪는 주요 이유 중 하나는 경영진의 지원이 부족하기 때문인 것으로 드러났다. 응답자의 21%만이 경영진이 디지털 마케팅에 있어 강한 리더십을 보여준다고 답했다. 또한, '경영진이 디지털 마케팅의 ROI에 대한 확신이 없다'라고 답한 비율은 50%에 이르렀는데 이는 아태지역 국가들 중 가장 높은 수치인 동시에 아태지역 평균인 21%의 2배를 넘어선다. 경영진 지원이 미흡한 이유를 찾을 수 있는 대목이다. 이처럼 디지털 마케팅 활동의 ROI에 대한 확신이 없는 한 경영진 지원 역시 기대하기 어려움을 알 수 있다.

어도비 일본 및 아시아태평양 마케팅 총괄 부사장 히사미치 키노모토(Hisamichi Kinomoto)는 이번 조사 결과에 대해 "최근 몇 년 동안 디지털 시대로의 이행과 기술의 발전이 급속도로 진행되고 있다. 이러한 현상은 세계 디지털 트렌드를 주도하는 국가 중 하나인 한국의 마케팅 담당자들에게 특히 복잡하고 힘든 여정으로 다가올 것"이라며, "디지털 시대로 전환되는 시장 속에서 마케팅의 역할은 매우 중요하고 성공적인 디지털 마케팅수행을 위해서는 경영진의 지원이 필요하다. 기업들은 디지털 마케팅 수행에 존재하는 기술 격차를 줄이고 장점을 활용할 수 있도록 마케팅 담당자의 전문성을 개발하는데 투자를 가속화해야 한다. 더 나아가 경영진들에게 투자의 필요성을 확신시키기 위해서는 보다 과감히 여러 지표를 활용하고 보다 강력한 성공 사례를 구축할 필요가 있다"고 설명했다.

CMO위원회의 마케팅 담당 부사장인 리즈 밀러(Liz Miller)는, "아직 한국을 포함한 대다수 국가의 마케팅 담당자들은 수집한 방대한 양의 데이터가 가진 장점을 제대로 활용하는 경우가 거의 없다. 세계적으로도 극히 소수의 기업만이 데이터를 통한 심도 깊은 개인화(personalization) 등을 통해 고객 경험을 향상시키고 좋은 성과와 이윤을 얻는다"며, "한국은 디지털 산업의 리더지만 디지털 마케팅에서는 그렇지 못하고 있다. 하지만 조사 결과에서도 보여지듯 한국의 마케터들은 디지털 마케팅의 중요성을 깨닫고 있으며, 몇 가지 지표에서 점진적인 발전과 함께 미래에 대한 가능성을 보여주었다. 한국 마케팅 담당자들이 한층 높은 수준의 디지털 마케팅을 수행하고 업계를 선도하기 위해 데이터를 적극적으로 활용했으면 한다"고 밝혔다.

아태지역 디지털 마케팅 성과 측정결과 자료

- [2014 아태지역 디지털 마케팅 성과 측정결과 보고서](#)
- [2014 아태지역 디지털 마케팅 성과 측정결과 인포그래픽](#)
- [어도비 디지털 마케팅 블로그- CMO.com](#)
- [어도비 디지털 다이얼로그 링크드인 그룹에서 아태지역 마케터들의 소식과 의견을 만나보세요](#)
- [#APDash로 소셜미디어에서 아태지역 디지털 마케팅 성과 측정결과에 대한 실시간 대화에 참여하세요!](#)
- [@Adobemktgcloud 트위터 계정](#)
- [어도비 마케팅 클라우드](#)

2014 아태지역 디지털 마케팅 성과 측정결과 조사방법

2014 아태지역 디지털 마케팅 성과 측정결과는 한국, 호주, 중국, 싱가포르, 홍콩, 인도 등 아시아 태평양 지역 국가들의 마케팅 담당자 800여명을 대상으로 정량(quantitative) 조사로 응답 받은 결과를 토대로 완성되었다.

CMO위원회에 대하여

CMO위원회(The Chief Marketing Official(CMO) Council)는 수준 높은 지식 교환, 사고 리더십, 다양한 글로벌 업계의 마케팅 및 브랜드 의사 결정권자들과의 네트워크 형성을 돕는다. CMO위원회의 7,000여명 회원은 연간 3,500억 달러 이상의 마케팅 예산을 관리하고 전 세계 분포된 마케팅 및 세일즈 운영을 담당한다. CMO위원회와 CMO위원회의 전략적 이해관계 단체는 110여 개 국가의 여러 산업과 시장에 걸쳐 2만 명 이상의 글로벌 임원들을 회원으로 두고 있다. 북·남미, 유럽, 아시아 태평양, 중동, 인도, 아프리카에서 지부와 자문위원회의 활동이 활발히 전개되고 있다. 위원회의 전략적

한국 마케팅 담당자, 디지털 마케팅 중요성에 대한 인식 제고에도 여전히 실행에 어려움 겪는 것으로 드러나

이해관계 단체에는 CLOSE(Coalition to Leverage and Optimize Sales Effectiveness), LoyaltyLeaders.org, Marketing Supply Chain Institute, Customer Experience Board, Market Sense-Ability Center, Digital Marketing Performance Institute, GeoBranding Center and the Forum to Advance the Mobile Experience (FAME) 등이 있다. 더 많은 정보는 www.cmocouncil.org에서 찾아 볼 수 있다.

어도비에 대하여

어도비는 사용자의 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 <http://www.adobe.com/kr/> 에서 찾을 수 있다.

###