

#그루비 | 2024년 8월호

E-COMMERCE REPORT

1. 월별 평균 방문자 수 및 구매 전환율 추이
2. 월별 평균 온사이트 캠페인 성과
3. 24년 7월 추천 캠페인 리뷰
4. 24년 7월 평균 성과 종합



23년 8월 ~ 24년 7월

월별 평균 방문자 수 및 구매 전환율 추이

소비자 동향 지수는 103.6으로 2개월 연속으로 기준 값 100을 상회하며 높은 상승세를 보이고 있습니다,

7월 그루비 고객사의 평균 방문자 수는 전월 대비 9.3% 증가했으며, 평균 구매 전환율은 2.91%로 높은 수치를 유지하고 있습니다.

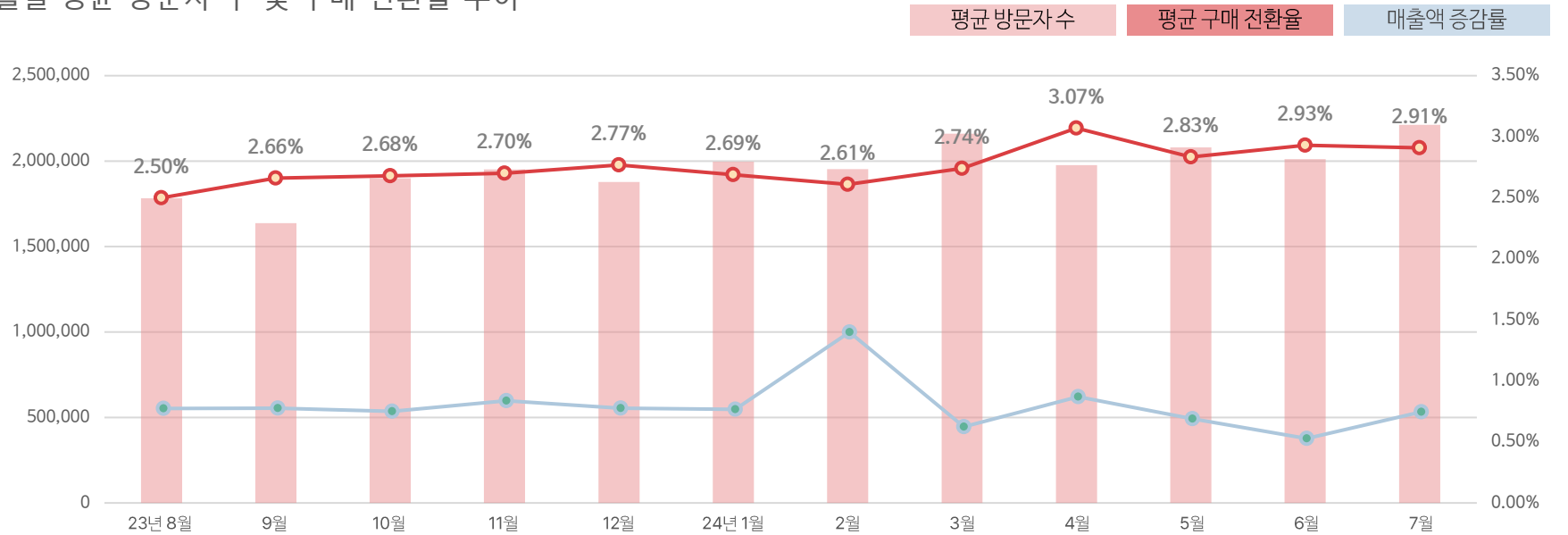
이러한 성과를 바탕으로 매출액 증감률은 전월 대비 8.7% 증가하며 놀라운 성과를 거두었습니다.

[캠페인 성과 측정 기준]
그루비에서는 가장 보수적인 기준으로, 해당 세션 내의 전환만을 측정합니다.

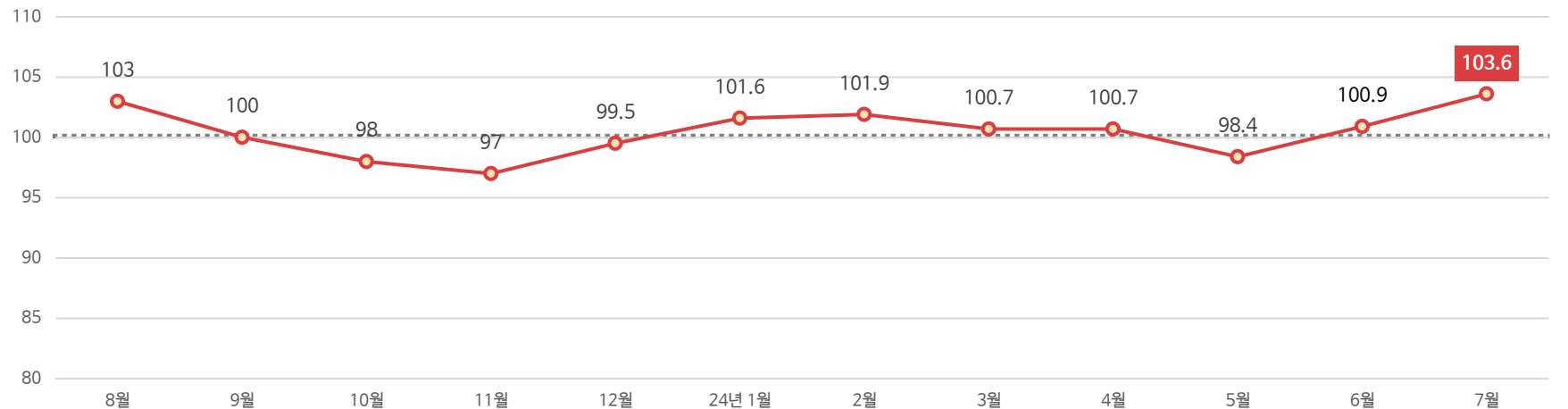
Source: 1) groobee 2) 통계청

※ 추이 파악을 위해 그루비 고객사 평균 수치를 가공하여 제작했습니다.

월별 평균 방문자 수 및 구매 전환율 추이¹⁾



소비자 동향 지수 (CSI)²⁾



비고: 개별 지수가 100보다 높을 경우 긍정적임을 나타냄

월별 평균 온사이트 캠페인 성과

캠페인 평균 클릭 전환율은 미세한 하향세를 보이고 있지만, 캠페인을 통한 구매 전환율은 여전히 높은 수치를 유지하고 있습니다.

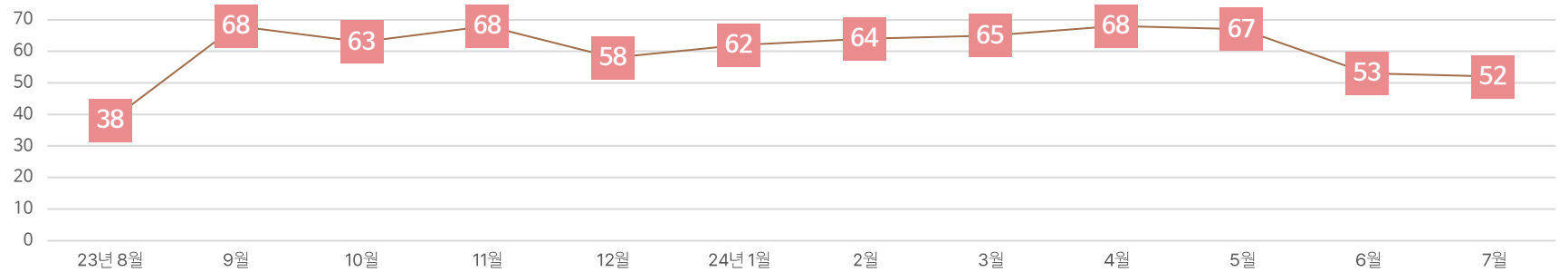
캠페인을 통한 구매 전환율을 유지하고 상승시키기 위해서는 클릭 전환율의 개선이 필요하며, 이를 위해 효과적인 커뮤니케이션 방안이 선행돼야 할 것으로 보입니다.

효과적인 커뮤니케이션 전략에 대한 방안은 이번 리포트 마지막 장에서 알아보겠습니다.

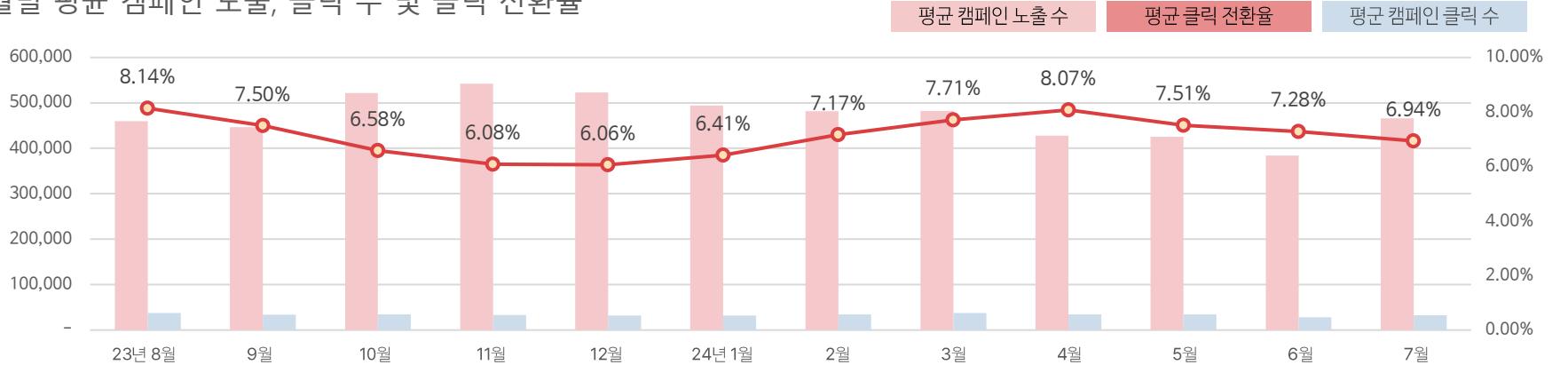
[캠페인 성과 측정 기준]
그루비에서는 가장 보수적인 기준으로, 해당 세션 내의 전환만을 측정합니다.

Source: 1), 2), 3) groobee

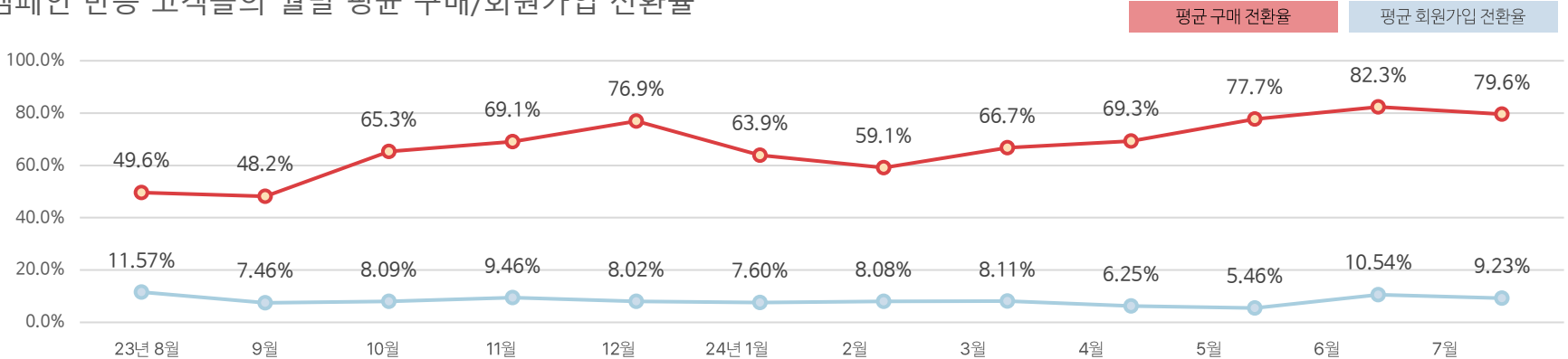
월별 평균 캠페인 진행 수¹⁾



월별 평균 캠페인 노출, 클릭 수 및 클릭 전환율²⁾



캠페인 반응 고객들의 월별 평균 구매/회원가입 전환율³⁾





AI 개인화 상품추천

24년 7월 추천 캠페인 성과

7월 클릭 전환율 TOP 10 캠페인 (일정 수준 이상이 되는 모수를 기준으로 산출)¹⁾

Ranking	Algorithm List	Page	Device	Click CVR
1	딤러닝 기반 유사 고객 선호 상품 외 1종	기타 페이지	MO	46.11%
2	딤러닝 기반 다음에 볼 상품 외 2종	기타 페이지	MO	39.97%
3	실시간 많이 본 TOP N	기타 페이지	MO	39.00%
4	검색어 추천	검색 결과 페이지	MO	28.99%
5	구매 패턴 유사 상품 외 1종	기타 페이지	PC	20.74%
6	이미지 기반 유사 상품	상품 상세 페이지	MO	20.71%
7	함께 본 상품	상품 상세 페이지	MO	16.69%
8	검색어 추천	검색 결과 페이지	MO	15.97%
9	상품명 기반 유사 상품 외 1종	기타 페이지	MO	15.02%
10	검색어 추천	검색 결과 페이지	PC	14.35%

※ 기타 페이지 : 메인/상세/장바구니/검색 페이지 제외, 고객이 직접 입력한 URL 페이지를 의미합니다.

※ 개인화 페이지: 특정 페이지 전체가 추천 캠페인으로 구성되어 있는 페이지를 의미합니다.

7월 구매 전환율 TOP 10 캠페인 (일정 수준 이상이 되는 모수를 기준으로 산출)²⁾

Ranking	Algorithm List	Page	Device	Purchase CVR
1	많이 본 상품 TOP N	메인 페이지	PC	35.71%
2	함께 담은 상품	장바구니 페이지	PC	34.07%
3	구매 패턴 유사 고객 선호 상품 외 1종	카테고리 페이지	PC	31.17%
4	유사 취향 고객 선호 상품	메인 페이지	MO	29.02%
5	딤러닝 기반 유사 고객 선호 상품	상품 상세 페이지	MO	25.79%
6	검색어 추천	검색 결과 페이지	PC	25.00%
7	구매 패턴 유사 상품	기타 페이지	PC	25.00%
8	유사 취향 고객 선호 상품	메인 페이지	PC	24.52%
9	많이 본 상품 TOP N	메인 페이지	PC	23.81%
10	많이 담은 상품 TOP N	장바구니 페이지	PC	21.05%

[캠페인 성과 측정 기준]

그루비에서는 가장 보수적인 기준으로, 해당 세션 내의 전환만을 측정합니다.

Source: 1), 2) groobee

평균 성과 종합

7월 소비자 동향 지수는 긍정적 신호를 보였지만, 다른 수치에서는 전월 대비 다소 떨어지는 성과가 나왔습니다.

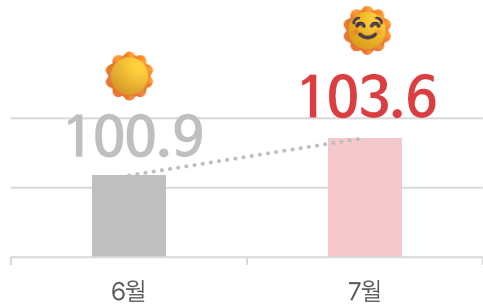
하지만 이러한 결과는 성과가 훌륭했던 6월과 비교한 수치로, 여전히 높은 수준을 유지하고 있습니다.

그럼에도 지금의 높은 수준을 유지하고 상승시키기 위해서는 우리 사이트에서 최고 효율을 보이는 메시지로 고객과 커뮤니케이션 하는 것이 중요해 보입니다.

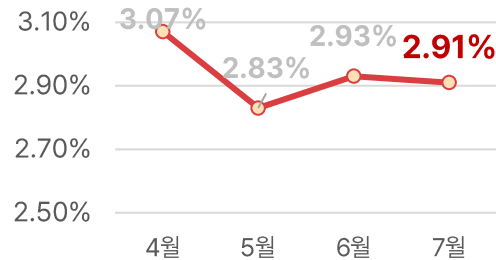
고객이 좋아하는 메시지를 발견하는 법, 아래 8월 추천 콘텐츠를 확인해 주세요.

8월 추천 콘텐츠
- 배너 문구 막막할 때, 추천하는 카피 설계법

[추천 콘텐츠 보러 가기 →](#)



[소비자 동향 지수 (CSI)]



[고객사 평균 구매전환율]

캠페인 수

52건

전월 대비 -1건 ▼

클릭 전환율

6.94%

-0.34%p ▼

구매 전환율

79.6%

-2.70%p ▼

회원가입 전환율

9.23%

-1.31%p ▼

[온사이트 캠페인 성과 평균지표]

클릭 전환율 (평균)

25.79%

전월 대비 +6.37%p ▲

구매 전환율 (평균)

27.51%

전월 대비 +2.55%p ▲

[추천 캠페인 성과 종합]

고객경험의 새로운 표준

매월 발간되는 그루비 인사이트 리포트에서
이커머스 업황을 넘어서는 성과를 확인해 보세요.

