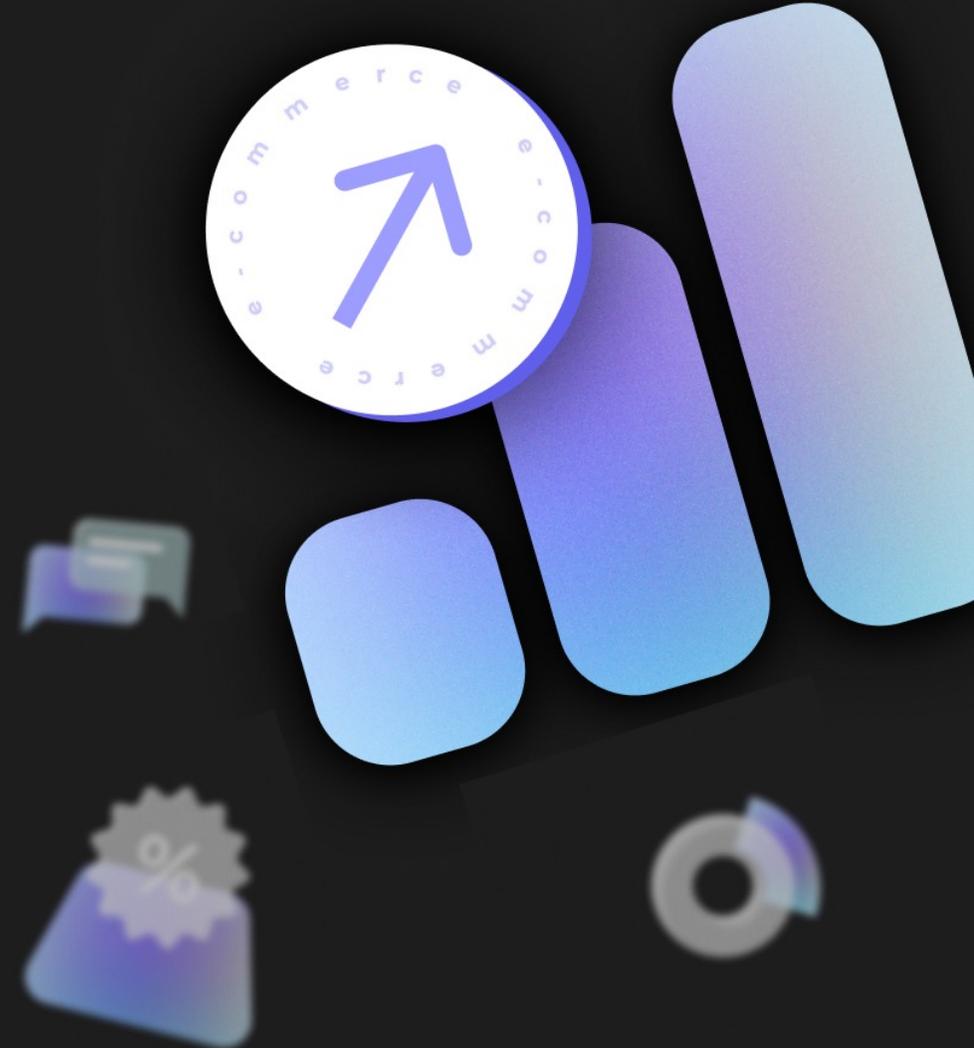


월간 이커머스 및 캠페인 리뷰 | 2025년 1월호

# E-COMMERCE REPORT

## Contents

1. 월별 평균 방문자 수 및 구매 전환율 추이
2. 월별 평균 온사이트 캠페인 성과
3. 24년 12월 추천 캠페인 성과
4. 24년 12월 평균 성과 종합





24년 1월 ~ 24년 12월

# 월별 평균 방문자수 및 구매 전환율 추이

24년 12월 그루비 고객사의 평균 방문자 수는 전월 대비 2.3% 증가했으며, 평균 구매전환율은 2.92%로 높은 수치를 유지하고 있습니다.

하지만 소비자 동향 지수는 88.4로 1년 중 가장 낮은 값을 보이고 있습니다. 이러한 급격한 하락의 주요 원인으로서는 비상계엄 사태로 인한 정치적 불확실성 증가와 이에 따른 소비자 심리 위축 그리고 국내 금융시장의 변동성 확대 등이 지목되고 있습니다.

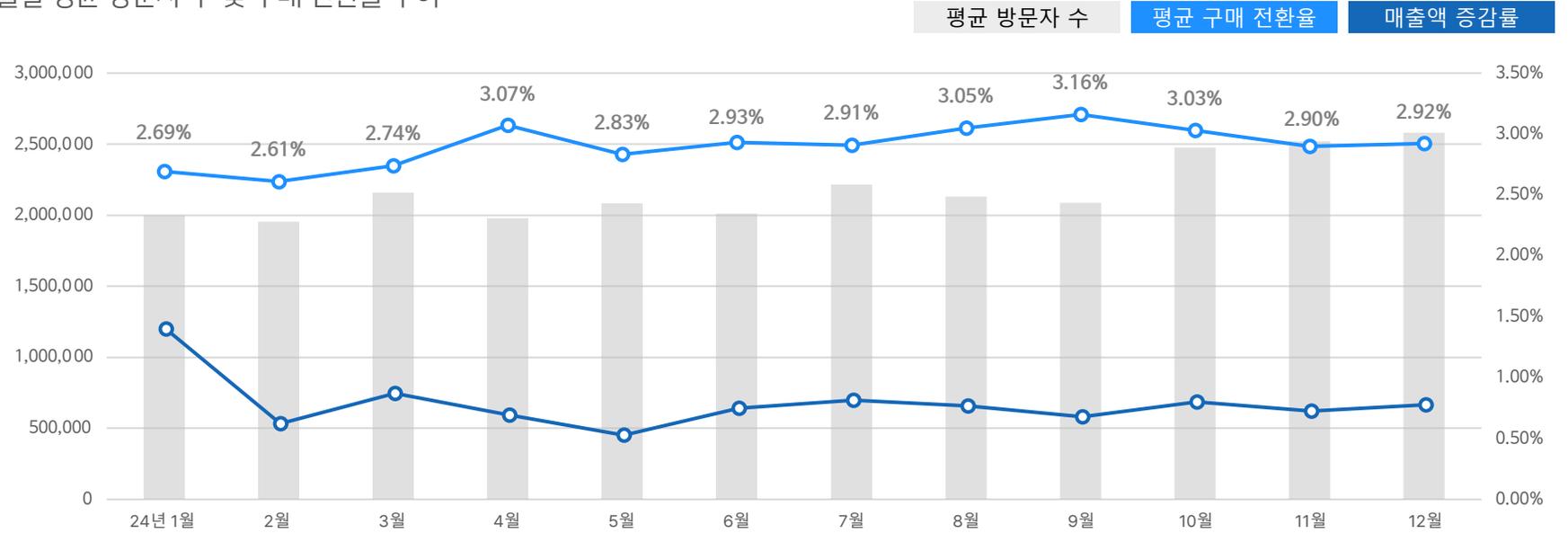
### [캠페인 성과 측정 기준]

그루비에서는 가장 보수적인 기준으로, 해당 세션 내의 전환만을 측정합니다.

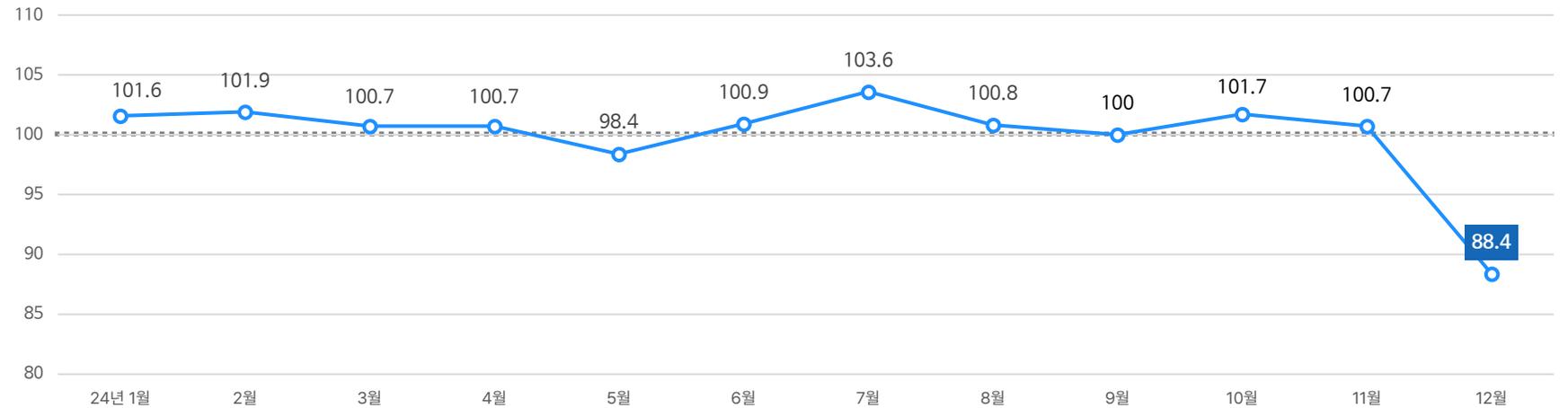
Source: 1) groobee 2) 통계청

※ 추이 파악을 위해 그루비 고객사 평균 수치를 가공하여 제작했습니다.

## 월별 평균 방문자 수 및 구매 전환율 추이 <sup>1)</sup>



## 소비자 동향 지수 (CSI) <sup>2)</sup>



비고: 개별 지수가 100보다 높을 경우 긍정적임을 나타냄



24년 1월 ~ 24년 12월

# 월별 평균 온사이트 캠페인 성과

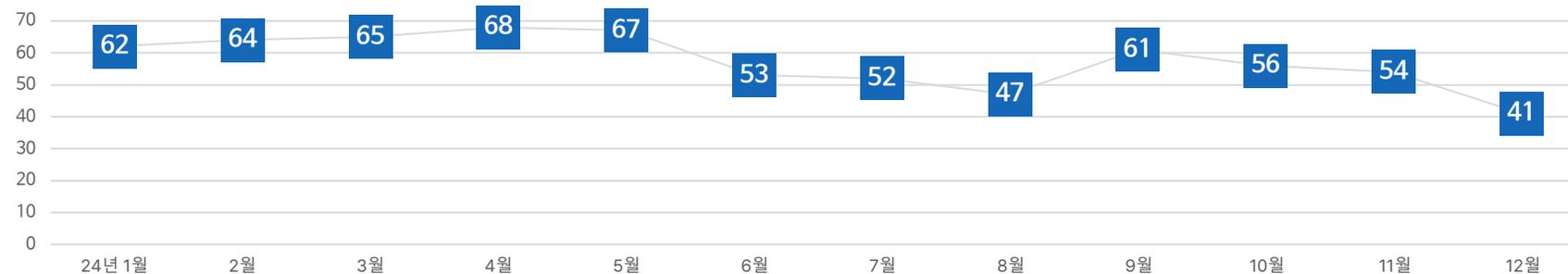
월별 평균 캠페인 수는 41건으로 지난달 대비 13건 감소한 반면, 평균 캠페인 클릭 전환율은 소폭 상승한 8.04%를 기록했습니다.

온사이트 캠페인을 통한 회원가입 전환율은 10.42%로 높은 회복세를 보이고 있습니다. 이와 함께 쇼핑몰 회원을 대상으로 한 온사이트 캠페인의 평균 구매 전환율은 90.0%로 계속 높은 상승세를 유지하고 있습니다.

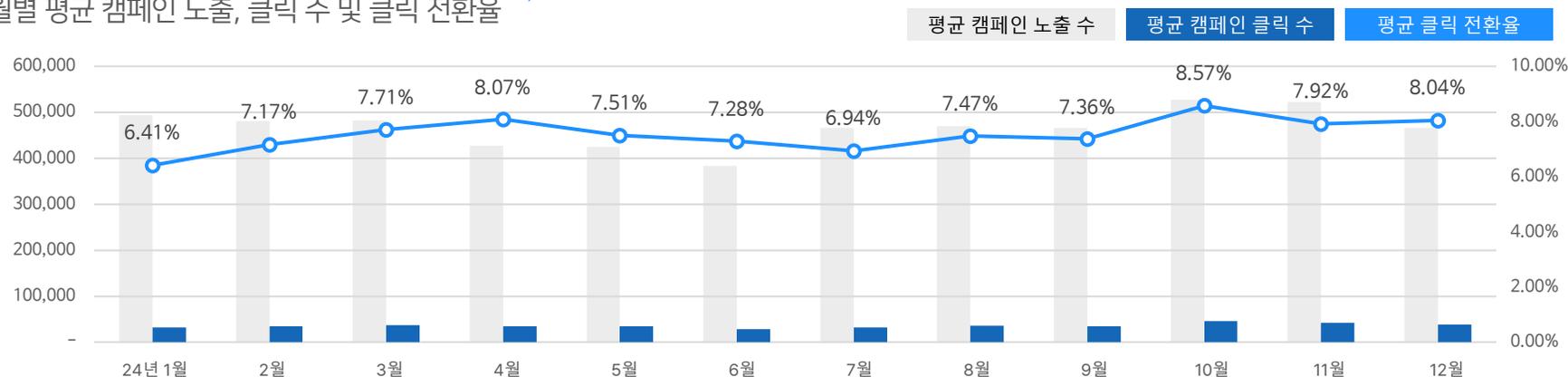
[캠페인 성과 측정 기준]  
그루비에서는 가장 보수적인 기준으로, 해당 세션 내의 전환만을 측정합니다.

Source: 1), 2), 3) groobee

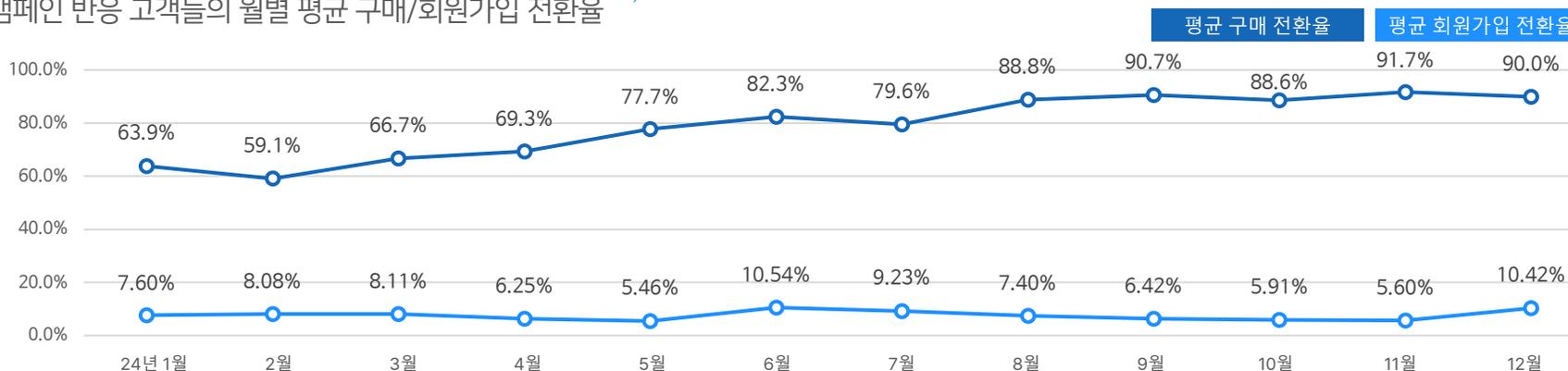
### 월별 평균 캠페인 진행 수 <sup>1)</sup>



### 월별 평균 캠페인 노출, 클릭 수 및 클릭 전환율 <sup>2)</sup>



### 캠페인 반응 고객들의 월별 평균 구매/회원가입 전환율 <sup>3)</sup>





AI 개인화 상품추천

# 24년 12월 추천 캠페인 성과

12월 클릭 전환율 TOP 10 캠페인 (일정 수준 이상이 되는 모수를 기준으로 산출) <sup>1)</sup>

Ranking	Algorithm List	Page	Device	Click CVR
1	카테고리 TOP N	개인화 페이지	MO	44.95%
2	카테고리 TOP N	개인화 페이지	MO	39.38%
3	딤러닝 기반 유사 고객 선호 상품 외 3종	기타 페이지	MO	31.70%
4	딤러닝 기반 유사 고객 선호 상품 외 1종	기타 페이지	MO	31.39%
5	실시간 많이 본 TOP N	기타 페이지	MO	28.65%
6	검색어 추천	기타 페이지	MO	22.28%
7	구매 패턴 유사 상품 외 1종	개인화 페이지	MO	22.15%
8	이미지 기반 유사 상품	기타 페이지	MO	20.32%
9	검색어 추천	기타 페이지	MO	18.67%
10	딤러닝 기반 유사 상품 외 1종	기타 페이지	MO	17.99%

※ 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.

12월 구매 전환율 TOP 10 캠페인 (일정 수준 이상이 되는 모수를 기준으로 산출) <sup>2)</sup>

Ranking	Algorithm List	Page	Device	Purchase CVR
1	많이 본 상품 TOP N	장바구니 페이지	MO	50.00%
2	구매 패턴 유사 상품	기타 페이지	MW	50.00%
3	딤러닝 기반 유사 상품 외 4종	상품상세 페이지	MO	44.00%
4	딤러닝 기반 유사 고객 선호 상품 외 1종	장바구니 페이지	PC	37.50%
5	구매 패턴 유사 고객 선호 상품	메인 페이지	MW	32.44%
6	딤러닝 기반 유사 고객 선호 상품 외 1종	장바구니 페이지	MO	31.52%
7	카테고리 TOP N	카테고리 페이지	MW	27.27%
8	실시간 많이 본 TOP N	기타 페이지	MO	27.27%
9	함께 담은 상품	상품상세 페이지	PC	22.22%
10	카테고리 TOP N 외 1종	카테고리 페이지	PC	20.63%

[캠페인 성과 측정 기준]

그루비에서는 가장 보수적인 기준으로, 해당 세션 내의 전환만을 측정합니다.

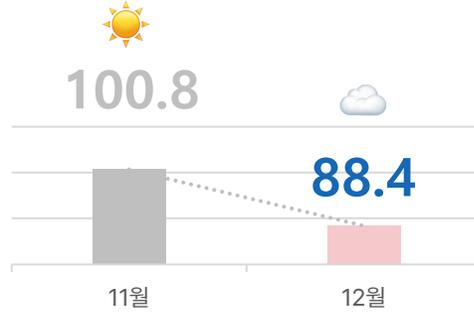
Source: 1), 2) groobee

# 평균 성과 종합

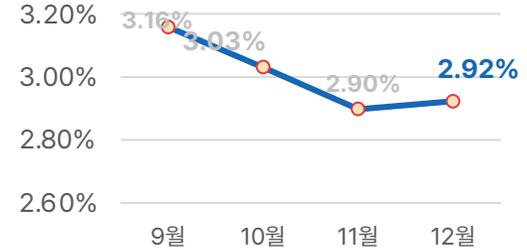
장기화된 경기 침체로 고객의 지갑은 굳게 닫히는 중입니다. 소비 심리가 낮을 때에는 꼭 필요한 물건만을 신중하게 구매하는 성향이 두드러지는데요. 망설이는 고객에게 합리적 구매임을 인지시키면서도 만족감을 선사할 수 있는 마케팅 전략과 소통 노력이 더욱 절실한 상황입니다.

1월 추천 콘텐츠  
- 고객의 마음을 움직이는 생성형 AI 검색

[추천 콘텐츠 보러 가기 →](#)



[소비자 동향 지수 (CSI)]



[고객사 평균 구매전환율]

캠페인 수	클릭 전환율	구매 전환율	회원가입 전환율
<b>41건</b>	<b>8.04%</b>	<b>90.0%</b>	<b>10.42%</b>
전월 대비 -13건 ▼	-0.12%p ▼	-1.70%p ▼	+4.82%p ▲

[온사이트 캠페인 성과 평균지표]

클릭 전환율 (평균)

**27.75%**

전월 대비 +1.59%p ▲

구매 전환율 (평균)

**34.29%**

전월 대비 +17.15%p ▲

[추천 캠페인 성과 종합]

# 고객 경험의 새로운 표준

매월 발간되는 그루비 인사이트 리포트에서  
이커머스 업황을 넘어서는 성과를 확인하세요.

그루비 홈페이지 방문 →

E. [groobee\\_sales@plateer.com](mailto:groobee_sales@plateer.com)

H. <https://groobee.net>