2025.
02

groobee

E-COMMERCE REPORT

월간 이커머스 및 캠페인 리뷰

고객 경험의 새로운 표준

매월 발간되는 그루비 인사이트 리포트

Contents

월별 평균 방문자 수 및 구매 전환율 추이

월별 평균 온사이트 캠페인 성과

25년 2월 추천 캠페인 성과

25년 2월 평균 성과 종합

PLATEER
Value Creator Beyond Platform

Copyright © 2025 Plateer. All Rights Reserved.

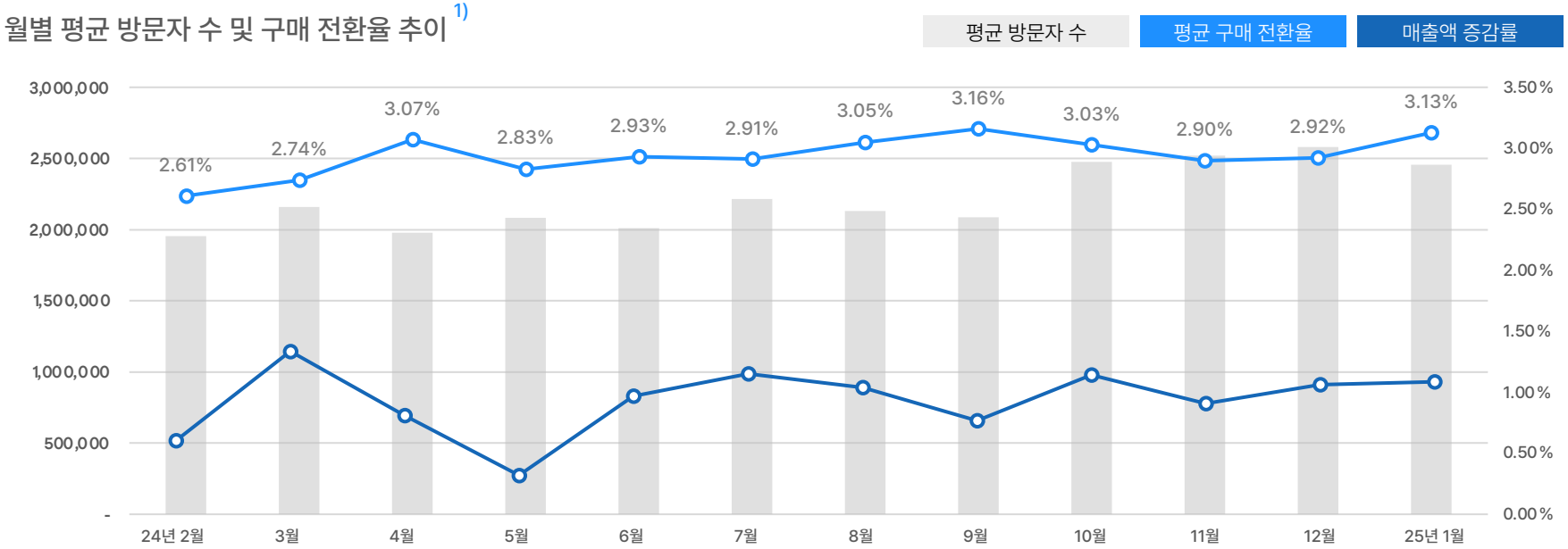
groobee

월별 평균 방문자 수 및 구매 전환율 추이

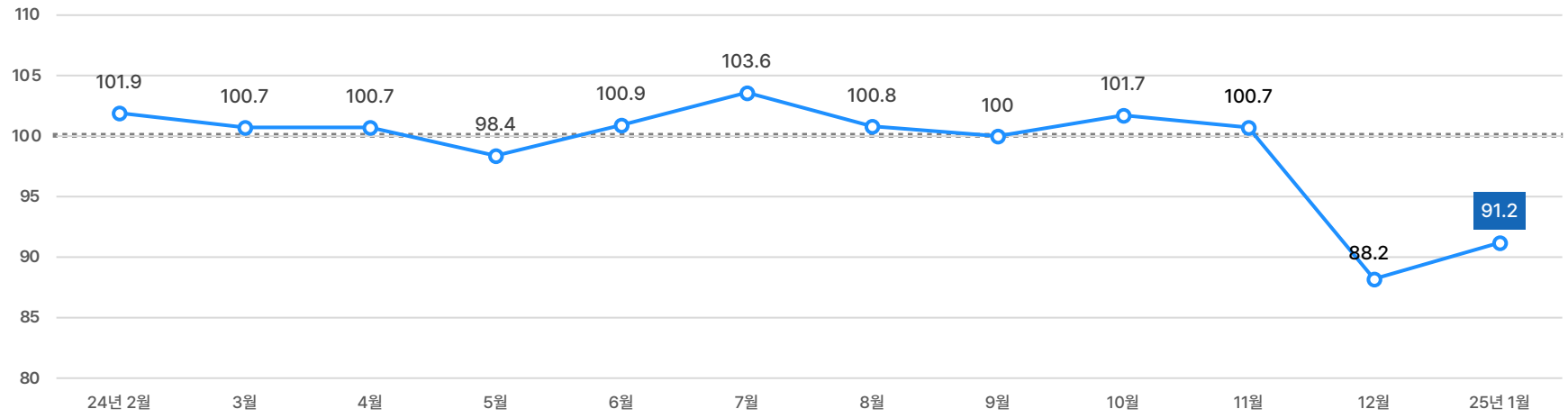
소비자 동향 지수는 전월대비 3.0p 상승했습니다. 금리 인하 기대 등이 소비자 심리 개선에 영향을 미쳤다는 분석이 나오고 있습니다.

고객사 평균 구매 전환율은 설 연휴 기간과 맞물리면서 껑충 뛰어오른 모양새입니다. 평균 방문자 수는 줄었지만 매출액 증감률은 소소한 상승세를 보이고 있습니다.

월별 평균 방문자 수 및 구매 전환율 추이 1)



소비자 동향 지수 (CSI) 2)



비고: 개별 지수가 100보다 높을 경우 긍정적임을 나타냄

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

Source: 1) groobee 2) 통계청

Copyright © 2025 Plateer. All Rights Reserved.

groobee

월별 평균 온사이트 캠페인 성과

월별 평균 캠페인 수는 지난달 대비 감소한 반면, 평균 캠페인 클릭 전환율은 0.28% 소폭 상승했습니다.

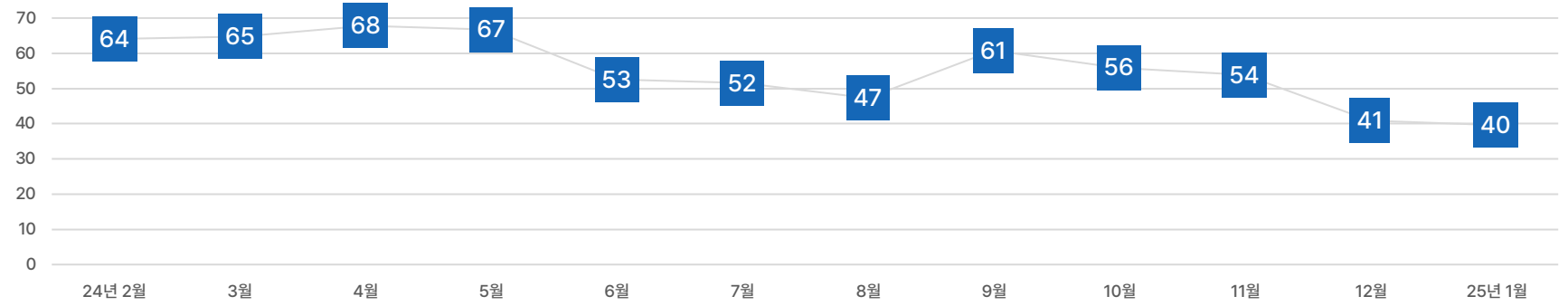
반면, 캠페인을 통한 평균 구매 전환율은 2.7p 감소했습니다. 그 이유로는 여러 요인이 있겠으나 캠페인을 클릭한 고객이 의도한 타겟층이 아닐 가능성이 농후합니다.

캠페인 노출 페이지와 CTA 등을 점검해 볼 필요가 있으며 앞으로 다가올 시즈널한 이벤트에 대해서도 준비할 시점입니다.

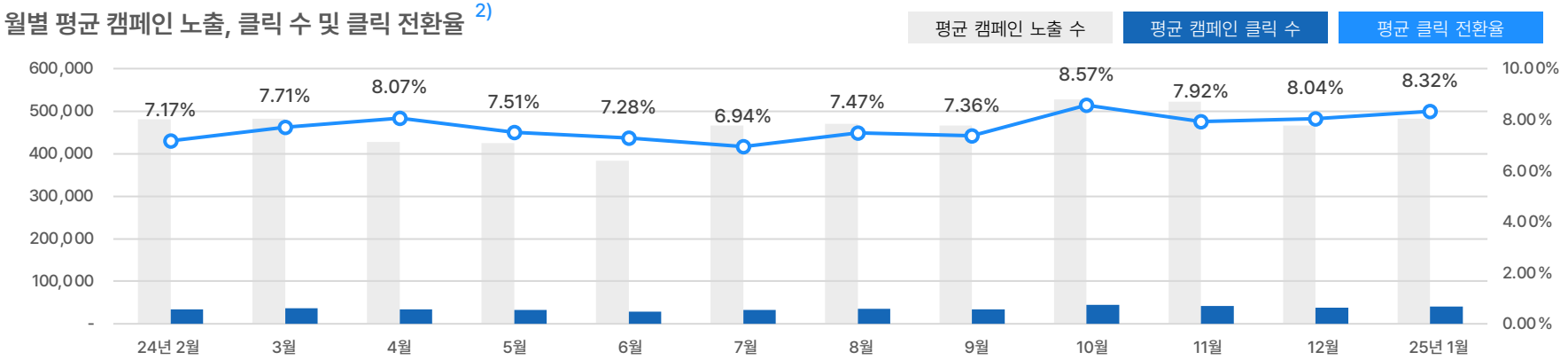
[캠페인 성과 측정 기준]
그루비에서는 가장 보수적인 기준으로, 해당 세션 내의 전환만을 측정합니다

Source: 1), 2), 3) groobee

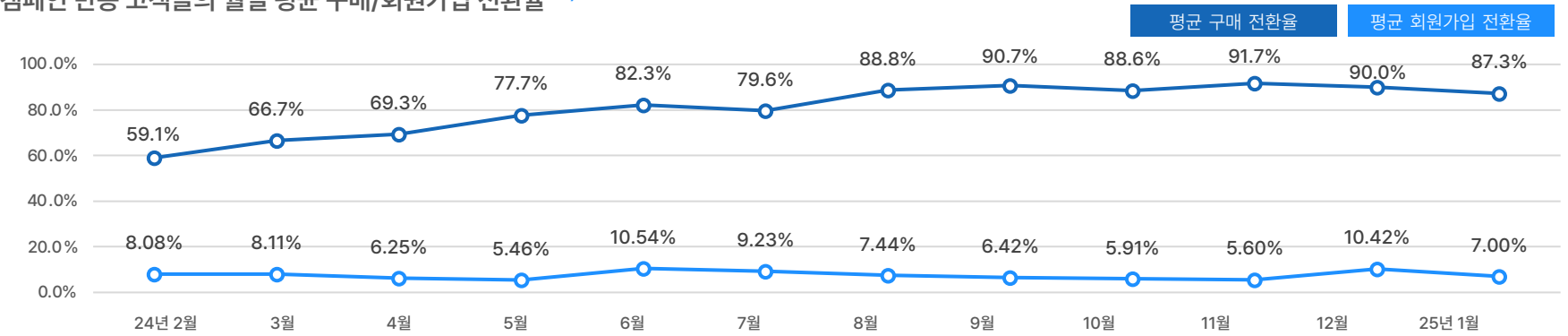
월별 평균 캠페인 진행 수 1)



월별 평균 캠페인 노출, 클릭 수 및 클릭 전환율 2)



캠페인 반응 고객들의 월별 평균 구매/회원가입 전환율 3)



Copyright © 2025 Plateer. All Rights Reserved.

groobee

2025년 01월
추천 캠페인 성과

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

Ranking	Algorithm List	Page	Device	Click CVR
1	실시간 카테고리 TOP N 외 1종	카테고리 페이지	PC	47.79%
2	카테고리 TOP N	개인화 페이지	MO	36.13%
3	딥러닝 기반 유사 고객 선호 상품 외 2종	기타 페이지	MO	33.85%
4	카테고리 TOP N	개인화 페이지	MO	32.89%
5	이미지 기반 유사 상품 외 1종	기타 페이지	MO	31.79%
6	상품명 기반 유사 상품 외 1종	기타 페이지	MO	27.44%
7	실시간 많이 본 TOP N	기타 페이지	MO	23.28%
8	검색어 추천	개인화 페이지	MO	21.66%
9	딥러닝 기반 다음에 볼 상품 외 1종	기타 페이지	MO	20.72%
10	상품명 기반 유사 상품 외 1종	기타 페이지	MO	19.94%

※ 기타 페이지 : 메인/상세/장바구니/검색 페이지 제외, 고객사가 직접 입력한 URL 페이지를 의미합니다.
※ 개인화 페이지: 특정 페이지 전체가 추천 캠페인으로 구성되어 있는 페이지를 의미합니다.

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

Ranking	Algorithm List	Page	Device	Purchase CVR
1	구매 패턴 유사 고객 선호 상품	메인 페이지	MW	31.16%
2	딥러닝 기반 유사 고객 선호 상품 외 1종	장바구니 페이지	MO	28.13%
3	실시간 많이 구매한 TOP N 외 1종	기타 페이지	PC	18.96%
4	함께 구매한 상품	상품 상세 페이지	MW	17.39%
5	구매 패턴 유사 상품	상품 상세 페이지	MO	16.28%
6	유사 취향 고객 선호 상품 외 5종	기타 페이지	PC	15.90%
7	많이 구매한 상품 TOP N 외 4종	장바구니 페이지	PC	13.73%
8	실시간 많이 본 TOP N 외 7종	상품 상세 페이지	PC	11.10%
9	딥러닝 기반 다음에 볼 상품 외 5종	기타 페이지	MO	10.64%
10	상품명 기반 유사 상품 외 1종	기타 페이지	PC	10.56%

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

Source: 1), 2) groobee

Copyright © 2025 Plateer. All Rights Reserved.

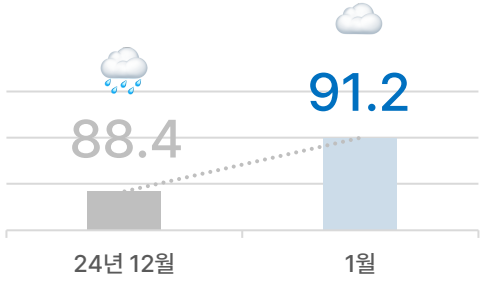
groobee

평균 성과 종합

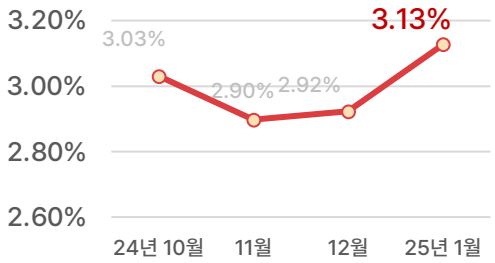
소비자 동향 지수와 평균 구매 전환율 그리고 캠페인 클릭 전환율 등은 소소한 상승을 보였습니다. 하지만 캠페인을 통한 구매 전한율이 다소 하락한 것은 아쉬운 부분입니다.

진행 중인 캠페인과 CTA 등을 점검해 볼 필요가 있으며 앞으로 다가올 시즈널한 이벤트에 대해서도 준비할 시점입니다.

소비자 동향 지수 CSI



고객사 평균 구매전환율



온사이트 캠페인 성과 평균지표

캠페인 수	클릭 전환율	구매 전환율	회원가입 전환율
40건	8.32%	87.3%	7.00%
전월 대비 -1건 ▼	+0.28%p ▲	-2.7%p ▲	-3.42%p ▼

추천 캠페인 성과 종합

클릭 전환율 (평균)	구매 전환율 (평균)
29.55%	17.39%
전월 대비 +1.80%p ▲	전월 대비 -16.90%p ▼

🍀 이달의 콘텐츠

1. '캠페인 성과 검증, 우리 잘하고 있는 건가?' 보러 가기

2. '시즌 맞춰 미리미리 준비해야죠! (시즈널 마케팅)' 보러 가기

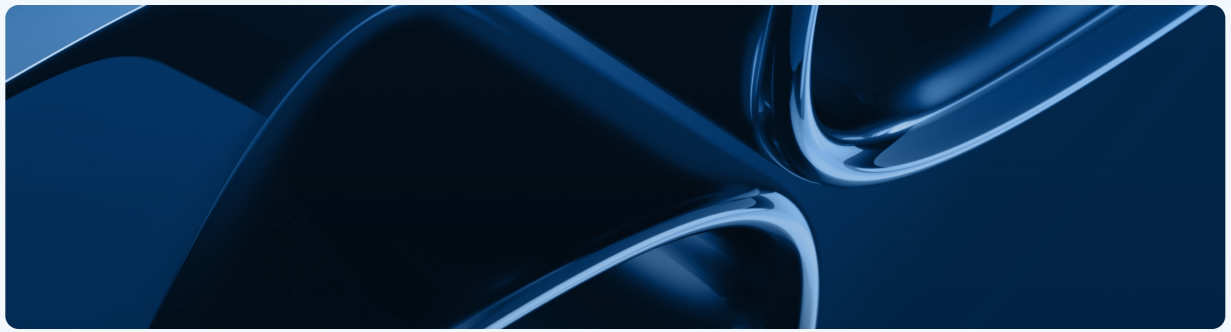
3. 'CTA 설계, 꼭 버튼만 생각하지 말자' 보러 가기

Copyright © 2025 Plateer. All Rights Reserved.

고객 경험의
새로운 표준

매월 발간되는 그루비 인사이트 리포트에서
이커머스 업황을 넘어서는 성과를 확인하세요.

E. groobee_sales@plateer.com
H. https://groobee.net



홈페이지 바로가기 ⟶

Copyright © 2025 Plateer. All Rights Reserved.