

Data-Driven Marketing Trend Updates

데이터 기반 마케팅 트렌드 업데이트

Vol. 1 | 2018.06.18

DATA마케팅센터

AD Tech와 Mar Tech의 컨버전스

개념 설명 | 시장 현황 | 사업자 및 활용 사례 | 주요 고려사항 및 과제

Intro

최근 글로벌 AD Tech, Mar Tech은 지속해서 성장하고 있습니다. 광고·마케팅 시장에서는 분리되어 활용해왔던 두 영역의 결합, 그리고 디지털 마케팅에 대한 영향력을 주목하고 있습니다.

국내의 경우 아직까지는 관련 영역의 규모는 상대적으로 낮지만 성장 추세에 놓여있습니다.

따라서 컨버전스에 대한 인지 그리고 기술력·데이터 연동 등 여러 방면의 변화 및 대비가 필요할 것입니다.



E-mail : telesa.kim@cj.net

Tel. 02-6484-3452

AD Tech와 Mar Tech의 컨버전스

개념 설명

AD Tech

- 디지털 광고 집행·측정을 위한 기술과 접근 방식
- 주요 플랫폼 및 활용 방안

DSP/AD Network

: 다수 퍼블리셔·AD Exchange 내 광고 지면 구매가 가능한 플랫폼

AD Server

: 특정 웹사이트에 광고 소재 직접 송출 및 캠페인 관리·검증이 가능한 플랫폼

PMP (Private Marketplace)

: 단일 혹은 소수의 퍼블리셔와의 협의를 통한 자동화 미디어 구매 방식

Viewability

: 광고가 실제로 조회되었는지 측정하는 지표

융합

Mar Tech

- 자사 고객 데이터를 통해 이메일, 홈페이지 등 1:1 고객 접점·채널을 활용하는 기술 및 접근 방식
- 주요 플랫폼 및 활용 방안

CRM Platform

: 보유 데이터를 통해 고객 라이프사이클 전반을 트래킹, 관리 및 분석이 가능한 플랫폼

Marketing Automation

: 복수의 마케팅 플랫폼 및 프로세스를 활용한 맞춤형 메시지 전달 방법 (이메일, 소셜 등 활용)

eCommerce Platform

: 고객 온라인 행동 유도를 위한 자사 페이지 관리 툴

Analytics

: 디지털 채널 별 퍼포먼스 및 고객 관여 측정 툴

AD Tech와 Mar Tech의 컨버전스

디지털 마케팅 및 고객 전체 여정에 AD Tech, Mar Tech 융합 활용

· 등장배경

기존에는 디지털 마케팅에서 AD Tech, Mar Tech가 단절되어 활용

채널 별 다른 메시지 전송 및 프리퀀시 조정 불가능, 고객 경험 저해

전체 고객 여정상, 고객 경험 제고를 위해 AD Tech과 Mar Tech 영역의 결합 필요

· 핵심 활용 요소



오디언스 데이터

융합 시, 활용 가능한 데이터 송출 채널 범위 확대 가능

다양한 채널에 최적화된 콘텐츠 송출로, 고객 전체 여정 전반 활용에 도움

· 주요 활용 플랫폼 및 활용 방안

DMP (Data Management Platform)

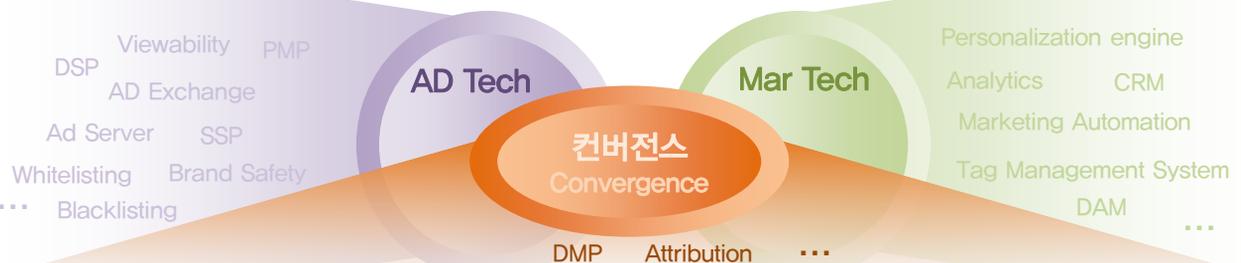
: 데이터 통합 및 세그먼트 구성이 가능한 플랫폼
오디언스 특성 별 적합한 메시지를 광고 및 홈페이지 등에 송출

Attribution

: 고객 채널 별 가중치 부여를 통한 전체 디지털 마케팅·광고의 전환 및 기여도 측정 툴

· 컨버전스의 기대효과

- 데이터 통합으로 인한 고객 파악 용이
 - 다양한 송출 채널 별 폭넓은 인사이트 확보 가능
 - 개인화 콘텐츠로 고객 로열티와 리텐션 강화에 도움
- 적시적소의 개인화 메시지 송출로, 전체 고객 여정 내 전환 상승 및 이탈 방지에 기여



디지털 고객 전체 여정에 컨버전스를 활용하여 개인화 마케팅에 도움

AD Tech와 Mar Tech의 컨버전스

시장 현황

최근 업계에서는 성장하는 AD Tech, Mar Tech 시장 환경에 따라 컨버전스 도입에 대비 중



출처 : chiefmartech

사업자 및 활용 사례

사업자	개요	AD Tech, Mar Tech 개별 및 융합 플랫폼 예시
	광고, 이메일 마케팅, 분석 등 다방면으로 활용 가능한 디지털 마케팅 플랫폼 제공	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">Adobe Audience Manager (DMP)</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">Adobe Media Optimizer Search</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">Adobe Analytics</div> </div>
	<p>〈금융 업종 활용 사례〉 </p> <p>목표 : 전환 증대</p> <p>방법 : DMP를 활용한 검색광고 집행 + 애널리틱스 내 고객 프로파일링/마케팅 활용</p> <p>결과 : 전환 건수 40% 증가</p>	<p>Adobe Audience Manager 오디언스 세그먼트 구성 → Adobe Media Optimizer Search 세그먼트에 검색 광고 집행 → Adobe Analytics 고객 프로파일링</p>
	AD Tech, Mar Tech 관련 복수 플랫폼 보유 및 연동 활용 가능	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">Oracle DMP</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">연동된 광고 플랫폼</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">Oracle Eloqua</div> </div>
	<p>〈IT·서비스 업종 활용 사례〉 </p> <p>목표 : 마케팅 성과 개선</p> <p>방법 : DMP 내 3rd-party 세그먼트 대상 DA 집행 + 개인화된 홈페이지 콘텐츠 송출</p> <p>결과 : CPA 15% 상승</p>	<p>ORACLE bluekai Oracle DMP 오디언스 세그먼트 구성 → 연동된 광고 플랫폼 DA 집행 → ORACLE eloqua Oracle Eloqua 방문자 중 세그먼트 별 홈페이지 콘텐츠 구성</p>
	AD Tech, Mar Tech 관련 복수 플랫폼 보유 및 연동 활용 가능	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">GA360, Attribution</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">DoubleClick Bid Manager (DSP)</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">GA360, Analytics</div> </div>
	고객 전체 여정과 관여도 관리를 위한 Salesforce Marketing Cloud 활용	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">Salesforce DMP</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">Advertising Studio (구글, 페이스북)</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">Email Studio (이메일 마케팅)</div> </div>
	클라이언트의 자사 웹, 앱 페이지 및 메신저, 광고 통합 활용이 가능한 플랫폼	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>GMP Growth Management Platform</p> <p>AD Tech : 구글, 페이스북 Mar Tech : 자사 웹·앱 페이지, 이메일, 메시지 푸쉬</p> </div>

주요 고려사항 및 과제²⁾

- 조직**

AD Tech, Mar Tech 관련 전담 협업 체계 필요
- 역량**

AD Tech, Mar Tech의 기존·신규 플랫폼 활용 교육과 노하우 확대 필요
- 비용**

기술 및 플랫폼 도입 시, 높은 비용 장벽 존재

1) "Timeframe During Which US B2C Adv./Mkt. Decision Makers Plan to Merge Adv&Mkt Tech at Their Company," eMarketer, 2017.06
 2) "Barriers to Merging Adv&Mkt Tech at Their Company According to US B2C Adv./Mkt Decision-Makers," eMarketer, 2017.06