

Tokopedia 사례: 자연유입을 통한 설치율 3배 상승 기록 및 모든 채널에 걸친 거래 어트리뷰션 파악하여 오류 30% 감소

Tokopedia는 빠르게 성장하고 있는 인도네시아 최대의 전자상거래 플랫폼입니다. 개인 및 사업자가 무료로 스토어를 개설하고 운영할 수 있는 온라인 마켓플레이스 Tokopedia는 2009년 설립 이래 급속한 성장세를 기록하고 있습니다. 실제로 판매되는 제품만 수백만 건 이상이 등록된 Tokopedia의 웹사이트와 앱에서는 매월 5백만 건이 넘는 제품 판매가 이루어지고 있습니다.

↑ 30%

이메일-투-앱 수익 증대

↑ 3배

앱 다운로드 증가

↑ 28%

월간 순수 이용자수 증가율

Branch
팔로우



급속도의 모바일 성장을 이룰 준비가 되셨습니까?

branch.io 를 방문하여 데모를 요청하거나 지금 바로 서비스를 신청해 보세요.

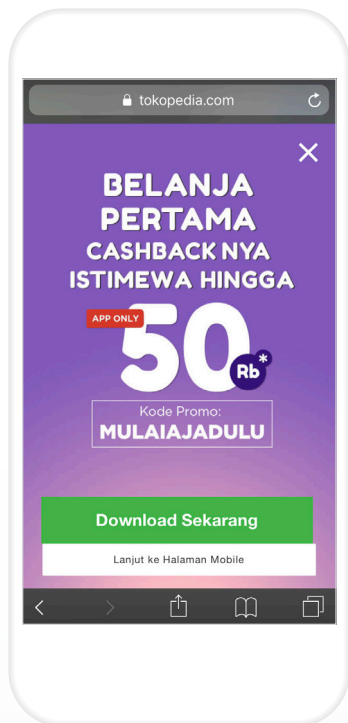
과제

Tokopedia 사용자들은 데스크톱, 모바일 웹, 유료 소셜 미디어, 이메일, 심지어 QR 코드에 이르기까지 다양한 채널을 통해 브랜드와 상호작용을 합니다. 이처럼 다양한 채널과 인도네시아의 폭발적인 모바일 사용 증가에 따라 Tokopedia는 크로스 플랫폼 마케팅 전략을 채택해야 했습니다. Tokopedia는 인기 있는 자사 디지털 채널의 유기적 트래픽을 앱으로 자연스럽게 유입시킬 마땅한 전략이 없었으며, 이로 인해 기대만큼의 전환 성과를 달성하지 못하고 있었습니다.

사용자 경험에 대한 만족도가 떨어지는 점도 문제였고, 파편화된 구식의 어트리뷰션 모델로 인해 Tokopedia의 모든 채널에 걸쳐 정확히 사용자를 식별하고 어트리뷰션을 측정할 수 없었습니다. 이로 인해 Tokopedia는 사용자 여정을 온전히 파악할 수 없게 되어, 잠재적인 수익 기회를 고스란히 놓칠 수밖에 없었습니다.

솔루션

Tokopedia는 Branch의 딥링크를 리퍼럴, 콘텐츠 공유, 모바일 웹, 이메일 및 유료 소셜 전략 부문에 걸쳐 활용했습니다. 그 덕분에 사용자 여정 전체에 걸쳐 어느 채널에서든 딥링크를 통해 사용자를 앱 내 제품으로 연결할 수 있게 되었습니다.



Tokopedia는 Branch의 웹투앱 링크를 통해 특정 할인 및 제품과 관련된 앱 페이지로 사용자를 연결합니다.

모바일 웹-투-앱

Tokopedia는 Branch의 Journeys 웹투앱 링크를 사용하여 모바일 웹 사용자를 Tokopedia 앱 내 특정 콘텐츠로 유도했습니다. 또한 앱을 설치한 사용자와 앱을 설치하지 않은 사용자에게 각각 다른 콘텐츠를 노출하는 컨텍스트 기반 스마트 배너를 활용하여 앱 사용자는 적합한 앱 내 제품으로 연결하고, 앱을 설치하지 않은 사용자는 해당 앱 스토어의 Tokopedia 앱 설치 페이지를 통해 최종적으로 적합한 앱 내 제품으로 연결했습니다.

앱을 설치하지 않은 사용자에게는 ‘앱 다운로드’를 유도하는 메시지가 포함된 Tokopedia 모바일 웹사이트의 플로팅 스마트 배너를 노출한 반면, 이미 앱을 설치한 사용자에게는 앱을 열도록 권유하는 스마트 배너를 노출했습니다.

또한 Journeys 웹투앱 링크를 사용하면 A/B 테스트를 통해 더욱 효과적인 배너 크리에이티브와 노출 위치를 파악한 다음, 웹투앱 링크의 위지위그 (WYSIWYG: What You See is What You Get) 에디터를 통해 반복 작업을 진행할 수 있습니다. Tokopedia는 이러한 기능을 활용하여 특정한 웹 페이지 및 일부 모바일 웹 방문자에게 맞춤형 스마트 배너를 만들 수 있었습니다.

급속도의 모바일 성장을 이를 준비가 되셨습니까?

branch.io 를 방문하여 데모를 요청하거나 지금 바로 서비스를 신청해 보세요.

이메일-투-앱

Tokopedia는 이메일에 딥링크를 포함하는 Branch의 유니버설 이메일을 활용하여 모바일 웹의 유기적 트래픽을 늘렸습니다. 그 결과, Tokopedia의 이메일 링크를 클릭한 모바일 앱 사용자를 모바일 웹이 아닌 앱 내 해당 제품 페이지로 직접 연결할 수 있었습니다.

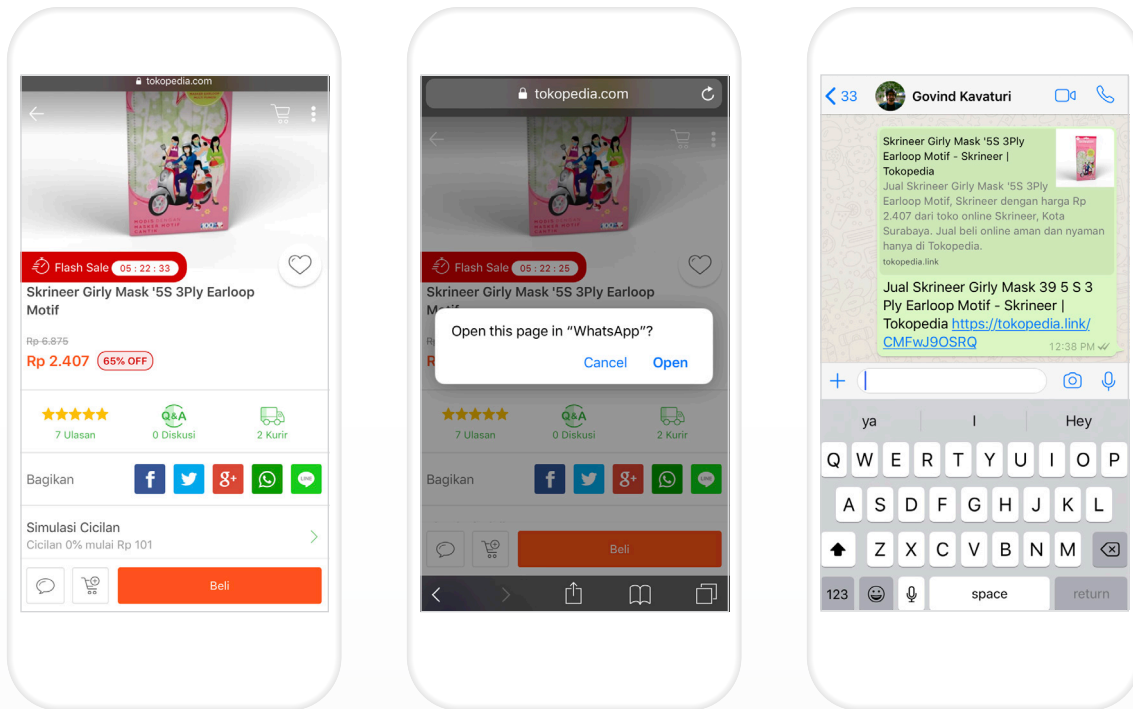
아직 Tokopedia 앱을 설치하지 않은 사용자들은 앱 다운로드 유도를 위해, 웹-투-앱 스마트 배너가 노출되는 모바일 웹 특정 페이지로 연결되었습니다.

소셜-투-앱

Tokopedia는 Branch를 통해 자사의 Facebook 제품 광고 딥링크를 클릭한 사용자들을 앱 내 해당 제품 페이지로 연결합니다. Branch는 Facebook MMP (모바일 측정 파트너)이므로, Tokopedia 팀은 Facebook을 통한 광고 지출 대비 수익률 정보를 모두 확인할 수 있습니다.

사용자 중심 어트리뷰션

Tokopedia는 유니버설 이메일, Journeys 웹투앱 링크와 유니버설 광고 외에도 Branch의 사용자 중심 어트리뷰션을 활용하여 설치 전 사용자 경험을 상세히 파악했습니다. 사용자 중심 어트리뷰션을 활용한 결과, 기존의 어트리뷰션 제공자를 활용하던 때와는 달리 여러 플랫폼과 기기에 걸친 사용자 여정을 모두 파악할 수 있었습니다. 그 덕분에 최적의 예산 분배와 채널 우선 순위를 지정하여 ROI를 극대화할 수 있었습니다.



Tokopedia는 Branch의 딥링크 방식 소셜 공유 및 리퍼럴을 사용하여 원활한 공유 경험을 제공하며, 이러한 방식을 사용하면 여러 채널에 걸친 어트리뷰션을 파악할 수 있습니다.

급속도의 모바일 성장을 이를 준비가 되셨습니까?

branch.io 를 방문하여 데모를 요청하거나 지금 바로 서비스를 신청해 보세요.

성과

Tokopedia는 Branch의 Journeys 웹투입 링크, 유니버설 이메일, 유니버설 광고 및 사용자 중심 어트리뷰션을 활용하여 탁월한 성과를 거두었습니다.

- 웹투입 링크 사용 결과 앱 설치율 3배 증가
- Branch의 유니버설 이메일 사용 결과 수익 30% 증대
- 총 MAU(월간 순수 이용자수) 28% 증가
- 딥링크 활용 결과 iOS 및 Android를 통한 거래 비율 1.5배 증가
- 웹/앱의 거래 어트리뷰션 파악 오류 30% 감소

Tokopedia 마케팅 팀은 컨텍스트에 기반하여 더욱 종합적으로 데이터 및 사용자 경험을 파악함으로써 앱의 성장을 도모하고, 더욱 많은 전환을 유도하며, 예산 지출을 성공적으로 최적화할 수 있었습니다.



Branch는 현재 저희 모바일 웹 전략의 핵심입니다. 지금까지의 추세로 볼 때, 앞으로 달성하게 될 성과가 더욱 기대됩니다! Branch 덕분에 마케팅 팀은 개발자 간의 번거로운 소통 과정을 생략하고 모바일 웹사이트에서 독립적으로 캠페인을 진행할 수 있게 되었죠. 이제 신규 사용자를 확보함과 동시에 효과적이고 의미 있는 방식으로 기존 사용자의 재사용을 유도할 수 있게 되었습니다.

프라샨트 마하잔 (Prashant Mahajan)

Tokopedia 제품 마케팅 매니저

급속도의 모바일 성장을 이룰 준비가 되셨습니까?

branch.io 를 방문하여 데모를 요청하거나 지금 바로 서비스를 신청해 보세요.

branch

Branch는 Airbnb, Pinterest, Slack, Starbucks, Yelp, Ticketmaster 등 세계적인 기업의 앱 3만5천개 이상에 딥링크와 모바일 어트리뷰션을 제공하고 있습니다.