

## Branch를 통해 웹과 앱을 넘나드는 크로스 플랫폼(Cross-Platform) 참여도 2배 개선

마켓컬리는 정직한 식품을 엄선하여 판매하며 4년 만에 누적 회원 수 200만 명, 연 매출 1,570억 원을 달성한 모바일 장보기 플랫폼의 선구자입니다. 마켓컬리의 혁신적인 새벽배송을 통해 소비자들은 저녁에 주문한 신선한 식품들을 바로 다음 날 아침 집앞에서 받아볼 수 있습니다.

마켓컬리는 Branch를 도입하면서, 모바일 웹과 앱을 넘나드는 다양한 플랫폼에서의 정확한 광고 성과 측정과 매끄러운 유저 경험을 확립하는 것에 집중하였습니다.

↑ **23% 증가**

광고 캠페인을 통해 유입된 유저

↑ **118% 증가**

크로스 플랫폼 (웹에서 앱으로의 전환)  
참여도

↑ **2일**

Branch Journeys(웹-투-앱 스마트배너)  
솔루션 연간 비용 2일 이내 회수

Branch  
팔로우



모바일 성장을 증대할 준비가 되셨나요?  
[branch.io/ko](http://branch.io/ko)에서 지금 바로 시작하세요.

## 과제

### 크로스 플랫폼 환경에서의 매끄러운 유저 경험과 통합 성과 측정의 어려움

소비자들은 마켓컬리의 데스크톱 웹, 모바일 웹, 안드로이드 앱, 그리고 iOS 앱의 총 4가지 플랫폼을 통해 신선하고 퀄리티 높은 식품을 구매할 수 있습니다. 다양한 모바일 플랫폼이 모두 활성화 되어있는 마켓컬리에게 크로스 플랫폼 상에서 매끄러운 유저 경험을 제공하고, 성과를 통합적으로 측정하는 것은 매우 중요한 과제였습니다.

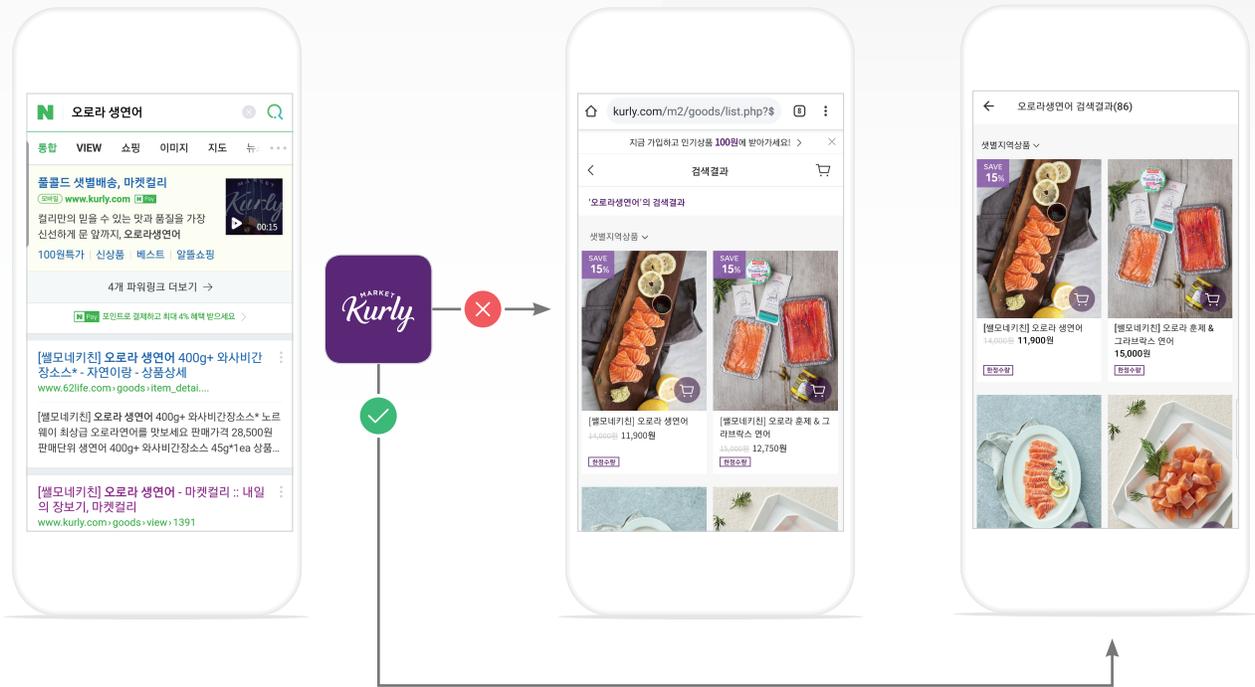
하지만 유저들이 다양한 디바이스, OS, 플랫폼을 사용하며, 웹과 앱을 쉽게 넘나드는 파편화된 모바일 환경에서 이러한 크로스 플랫폼 유저 경험 향상과 광고 성과 측정은 매우 어려운 문제입니다. 웹에서의 전환 추적은 주로 쿠키를 사용하고, 앱에서의 전환 추적은 광고아이디를 사용하기 때문입니다. 일반적인 광고 성과 측정 툴은 웹의 쿠키와 앱의 광고아이디를 한 유저로 매칭할 수 없기 때문에 다양한 요소(IP, OS 버전 등)들이 동일하면 동일 인물이라고 간접적으로 추정하는 핑거프린트(Fingerprint) 기법을 사용해야만 합니다. 핑거프린트 기법을 사용할 시 동일 장소에서 같은 디바이스, OS 버전 등을 사용하는 두 명의 사람이 있다면 한 사람으로 인식하여 광고 성과를 잘못 측정하는 경우가 발생하게되는 단점이 있습니다.

## 솔루션

### Branch와 함께 보다 정확한 네이버(Naver) 검색, 디스플레이 광고 매체 통합 성과 측정

마켓컬리는 Branch와 함께 이러한 문제를 해결할 수 있을 것이라 믿었습니다. Branch는 딥링크를 클릭한 유저의 비식별 정보인 웹 쿠키 값과 앱 광고 아이디를 매칭하여 형성한 페르소나 그래프(Persona Graph)를 5년 전부터 축적해 왔기 때문입니다. Branch는 이러한 페르소나를 바탕으로 사용자 중심 어트리뷰션(People-based attribution)을 통해, 추정 방식인 핑거프린트 보다 정확도가 월등히 높은 광고 성과 측정이 가능합니다.

마켓컬리가 Branch를 도입하기 전까지는 전략적 중요도가 높은 네이버 검색, 카카오와 같은 매체에 웹으로만 랜딩하는 광고를 진행하였으나, 웹 광고를 클릭한 후 앱에서 발생한 전환은 측정할 수 없다는 한계가 있었습니다. 마켓컬리는 이 한계를 극복하기 위해 Branch의 탄탄한 딥링크 기술을 기반으로 한 광고 링크를 활발히 사용하기 시작하였습니다. 그 결과 네이버 검색, 카카오 광고를 클릭했을 때, 모바일 앱 미설치자의 경우 모바일 웹으로, 모바일 앱 설치자들은 앱 내 상품 페이지로 보내어 더 나은 유저 경험을 제공할 수 있었습니다.



무엇보다도 Branch의 정확도 높은 사용자 중심 어트리뷰션을 통해 모바일에서의 복잡한 유저 여정과 전환을 제대로 분석할 수 있게 되었습니다. 결론적으로 기존에는 오가닉(Organic)으로 잘못 측정되었던 웹 중심 매체들의 앱 성과 측정이 가능해지면서 마케팅 성과를 더 명확하게 구분할 수 있었습니다.

### 모바일 웹-투-앱 배너(Web to App Banner)를 통해 LTV가 높은 앱 인스톨 증대

평균적으로 웹은 앱보다 82% 낮은 비용으로 유저들을 유입시킬 수 있으며, 앱은 유입 비용이 비싸지만 웹보다 **구매 전환율이 5배 높은** 고가치 유저들이 밀집된 채널이라는 각각의 뚜렷한 장단점이 있습니다. 마켓컬리는 이러한 유저 특성을 바탕으로 Journeys라는 Branch의 **웹-투-앱 스마트배너 솔루션**을 활용해 모바일 웹으로 유입되는 유저들에게 배너를 노출해 앱 설치를 유도하였습니다. 모바일 웹사이트 방문 유저들을 더 충성도 높은 모바일 앱 고객으로 전환하여 성과를 높이기 위해서였습니다. 마켓컬리는 Journeys 솔루션을 통해 웹 유저들을 인앱 페이지로 자연스럽게 유도할 수 있었으며, A/B테스트 기능을 통해 고가치 유저들을 앱으로 대량 유입시키고 특정 액션을 보다 쉽게 전환할 수 있도록 환경을 조성할 수 있었습니다.

## 성과

마켓컬리는 Branch와 함께 광고 캠페인 성과를 보다 더 정확히 측정하고 효율이 우수한 매체를 보다 명확히 파악함으로써 성과를 극대화할 수 있었습니다.

이에 따라 광고 캠페인을 통한 앱 유입이 23% 증가하였으며, 웹으로 유입된 유저를 앱으로 유도하여 웹-투-앱(web-to-app) 참여도를 118% 증대시킬 수 있었습니다.

무엇보다도 마켓컬리는 Journeys 솔루션으로 양질의 앱 유저를 확보하면서 **연간 솔루션 비용을 단 2일만에 회수**하는 큰 성과를 달성하였습니다.

“

마켓컬리는 기존에도 타 어트리뷰션 및 각종 툴을 활발히 활용하며 마케팅 활동을 해 왔지만 Branch는 딥링크 기술을 통한 앱&웹 통합 성과 측정 및 솔루션을 지원하고 있어 Branch를 선택하게 되었습니다. 웹 중심의 네이버 검색광고나 디스플레이 광고에서도 모바일 앱 성과를 측정하게 되면서 각 마케팅 채널의 가치를 보다 정확하게 확인할 수 있었고, 전체적인 마케팅 성과 증대에 많은 도움이 되었습니다. Branch 딥링크는 유저 경험을 증진함과 동시에 웹과 앱을 넘나드는 고객들에 대한 인사이트를 얻고 마케팅 성과를 증대시킬 수 있는 훌륭한 도구입니다.

## 김병완

마켓컬리 마케팅 리더

branch

Branch는 탁월한 크로스 플랫폼 링크 및 어트리뷰션 플랫폼을 제공하고 사용자 경험을 통합하며 Airbnb, Pinterest, Amazon Music, Tinder, Sephora, Yelp, Ticketmaster를 비롯한 50,000개 이상의 앱에 크로스 플랫폼 측정 솔루션을 제공합니다.

○ 모바일 성장을 증대할 준비가 되셨나요?  
branch.io/ko에서 지금 바로 시작하세요.