

에이블리(ABLY), 앱스플라이어 오디언스로 2천만 회원에게 맞춤형 서비스 제공



ABLY

에이블리는 앱스플라이어 오디언스를 통한 리마케팅으로 더욱 우수한 앱 재유입이나 광고비 대비 매출액(ROAS) 관련 성과를 자랑하며 “넥스트 스타일 커머스”로 도약하고 있습니다.

[회사 소개]

패션 앱 사용자 수 1위. 누적 다운로드 2,000만, 누적 거래액 6,000억. (주)에이블리코퍼레이션이 운영하는 패션 앱 ‘에이블리(ABLY)’가 단 3년 만에 이뤄낸 성과입니다. 유저 각각의 상황에 맞는 가장 적합한 맞춤형 광고를 통해 이뤄낸 이 성공은 바로 앱스플라이어 오디언스를 통한 리마케팅을 활용한 결과입니다.

에이블리는 앱스플라이어와 함께 패션을 넘어 홈데코, 핸드메이드, 그리고 코스메틱까지, 라이프 스타일 전반을 아우르는 플랫폼으로 진화하고 있습니다.

[당면 과제]

에이블리는 런칭 후 단기간에 다운로드수가 급속도로 늘어나며 급성장했습니다. 하지만 런칭 초기에 신규 설치를 유도하고자 마케팅 예산을 대부분 배정하며 기존 유저들을 위한 리마케팅이 상대적으로 부족하게 되었습니다. 단순 설치보다는 설치 이후 유저의 활동을 장려하고, 또 만약 기존 유저가 관심이 덜 하다면 이들을 재유입시켜서 인게이지먼트를 늘리는 등 관리의 필요성이 점차 증가한 것입니다. 기존 유저 중 리텐션을 더욱 끌어올릴 수 있는 유저, 구매 전환을 더욱 끌어올릴 수 있는 유저, 이탈한 유저 중 다시 돌아올 수 있는 유저는 각각 어떤 유저들일지에 대한 고민이 계속되었습니다.

[실행과 결과]

이 때 리마케팅을 도와줄 수 있는 오디언스라는 기능이 앱스플라이어에서 새롭게 출시되면서 에이블리는 한 달간 해당 기능을 무료로 이용해보게 되었습니다. 트라이얼 기간 이후에도 에이블리는 오디언스를 계속 이용하며 더욱 우수한 앱 재유입이나 광고비 대비 매출액(ROAS) 수치를 자랑하고 있습니다.

오디언스 기능의 특징점은 편리성과 통일성입니다. 에이블리에서는 모든 구성원들이 직접 쿼리문을 작성해 원하는 데이터를 추출하고, 이를 업무에 활용하고 있습니다. 하지만 마케팅을 할 때마다 매번 데이터를 추출하고 업데이트해야했습니다. 이제는 이런 번거로운 작업 없이 오디언스를 통해 버튼을 몇 번 클릭하는 것만으로 원하는 타겟을 추출할 수 있었고, 원하는 채널에 뽕족한 리타게팅을 할 수 있게 되었습니다.

또, 오디언스를 통해서 다양한 채널에서 유입된 에이블리 유저를 전부 리타게팅할 수 있고, 같은 기준으로 성과를 측정할 수 있었습니다. 각각의 광고 채널들은 각자의 기준으로 광고 성과를 제공하는데, 앱스플라이어를 이용하면 신규설치뿐만 아니라, 리마케팅에 있어서도 한 가지 기준으로 채널별 효율을 측정하고, 그에 맞춰 운영할 수 있어서 효과적입니다.

에이블리는 앱스플라이어의 오디언스 기능을 통해 유저의 세그먼트를 나누고, 에이블리에 대해 서로 다른 이용 경험을 가진 2천만 유저에게 맞는 마케팅을 진행합니다. 유저 각각의 상황에 맞는, 가장 적합한 맞춤형 광고를 내보내는 것이 효과적인 리마케팅 캠페인이 아닐까요?

권채정

에이블리 마케팅 팀장