



AI로 ROI를 향상해

마케팅 수익을 창출하세요



마케터가 의도적인 고객 여정을 구상하는 것은 마케팅 전략 수립에 중요한 요소입니다. 만족스러운 고객 경험을 제공하는 동시에, 효과적인 목표 전환 플로우를 만들어낼 수 있다면, 고객들과 기업 모두 윈윈하는 시나리오를 달성할 수 있습니다.

Appier의 인공지능(AI) 솔루션은 AI의 예측, 분석 능력을 활용해 여러분의 의사결정을 도와 효과적으로 투자 대비 수익률 (ROI) 을 증대 시키는 데 도움을 줄 수 있습니다. Appier는 데이터 기반 인사이트를 통해 여러분들의 매출 전환을 가속화하고 비즈니스가 성장을 이룰 수 있도록 기여합니다. 팔로워 경제에서 성공적인 기회를 잡고, 여러분의 트래픽을 수익으로 창출하기 위한 고객 여정을 탄탄하게 계획하는 이 단계별 가이드를 제공하는 리포트를 계속 읽어 주시기 바랍니다.

비즈니스 목표 이해하기 : 전략을 준비하고 시작하세요

캠페인을 기획하기 전, 기업들은 반드시 자사의 마케팅 목표를 명확하게 이해해야 관련된 행동 계획을 수립할 수 있습니다. 따라서, 마케팅 활동을 시장의 흐름에 맞도록 수행하고, 전략을 기반할 프레임워크를 가지는 것이 특히나 중요합니다. 여기에서는 ‘사용자 트래픽을 통한 수익 창출’을 위해, 신규 고객 확보, 인게이지먼트, 전환, 고객 유지, 추천으로 구성된 다섯 단계의 프레임워크를 사용하겠습니다.

브랜드들이 자사의 마케팅 활동을 통한 보상을 얻기 위해선 넘어야 하는 난관 몇 가지가 있습니다. 앞서 언급된 다섯 단계를 통해, 마케터들은 현재 고객이 여정의 어디쯤 있는지 알 수 있으며, 고객들의 니즈를 충족하기 위해 어떤 적절한 조치를 취해야 하며, 어떻게 해야 고객이 다음 단계로 나아가게 할 수 있는지 알 수 있습니다.

해당 리포트에서는 재무적, 비재무적 두 부문에서 효과적으로 ROI를 달성할 방법을 기술하고, 미시적 단계에서 소비자 행동을 살펴보고, 거시적 관점에서 소비자의 니즈를 살펴보겠습니다. 재무적 지표에는 고객 생애 가치 주기 (CLV), 연간 순환 매출 (ARR) 과 월간 순환 매출 (MRR) 이 포함되며, 비재무적 지표에는 기타 지표 중 브랜드 충성도, 고객 만족도가 포함됩니다.



신규 고객 확보



인게이지먼트



전환



고객 유지



추천

신규 고객 확보 : 여러분의 타겟 고객을 대중들 사이에서 찾고 싶으시다고요? AI를 이용해 보세요

구글이 서드파티 쿠키(third-party cookies)를 단계적으로 폐지하면서, 메이저급 브랜드들은 다른 웹사이트에서 사용자 참여 행동 추적을 계속할 수 없게 되었습니다. 사용자를 시간대 기준, 웹사이트나 디바이스에 걸쳐 비교할 수 없고, 자사 웹사이트에서 일어나는 활동 너머 브라우징 행동, 콘텐츠 및 제품에 기반해 사용자를 세분화할 수도 없습니다. 이렇게 되면 브랜드들이 사용자를 식별 및 세분화하고, 정밀 마케팅을 시행하는 데도 제약이 생깁니다. 이러한 정밀 마케팅 목표를 달성하는 어려움은 결국 더 많은 마케팅 리소스를 필요하게 하며, 마테크(MarTech) 서비스 제공자에게도 새로운 기술적 난관에 부딪히게 합니다.

브랜드들은 자사의 마케팅 예산을 더 잘 사용하기 위해 소비자의 활동을 추적하길 원하는 데 반해, 소비자는 본인의 활동을 제한적으로만 공유하고 싶어 합니다. 소비자는 본인이 정말 흥미 있어 하는 웹사이트와 앱, 또는 자주 이용하는 플랫폼에만 개인 정보를 남깁니다. 따라서, MarTech 서비스 제공자에게도 어떤 방식으로 퍼스트-파티 데이터에서 최대의 가치를 끌어낼 것인지가 가장 큰 고민거리가 되었습니다.

Appier 최고 머신러닝 과학자 슈드 린 (Shou-De Lin) 박사는, ‘실시간 분석’과 ‘산발적 데이터를 통한 예측’ 기능을 포함한 최근 AI 기술의 발전이, 사용자의 개인 정보를 존중하면서도 브랜드가 제한된 양의 퍼스트-파티 데이터를 이용해 사용자 프로필 통합을 가능하게 하며, 사용자의 선호도를 더 정확하게 추정할 수 있도록 한다고 밝혔습니다.

AIXON 데이터 사이언스 플랫폼은 AI 기반 알고리즘을 이용해 사용자의 브라우징 시간대, 디바이스, 위치, 이벤트, 키워드, 관심사 등과 같은 정보로부터 확장된 지식 베이스를 구축합니다. 그리고 확률론적 매칭 방법을 활용해 여러 채널에서 발생하는 익명 및 기존 사용자들의 데이터를 통합해 지능형 사용자 프로필을 만들고, 실행 가능한 프로필로 전환합니다. 사용자들의 관심사와 키워드를 표시하는 콘텐츠 선호 태그를 추가해, AIXON 은 기업들이 더 나은 세분화 전략을 수립하도록 지원하고, 정밀 커뮤니케이션 목표를 달성할 수 있도록 퍼스트-파티 데이터의 가치를 극대화합니다.



신규 고객 확보



인게이지먼트



전환



고객 유지



추천

AIXON은 말레이시아 가전제품사 Senheng 의 총 주문 가치를 성공적으로 **12배** 높이는 데 기여했습니다. AIXON은 이전에 구매한 제품 카테고리, 브랜드, 마지막 구매 날짜와 멤버십 회원 여부 등 다양한 파라미터를 포함하여, 어떤 고객층이 제품을 구매할지 예측했습니다. AI가 예측한 고객 목록은 사람이 수동으로 작성한 고객 목록보다 괄목할 만한 성과를 거두었습니다.

추가적으로, 고객사는 AI 기반 신규 고객 확보 모델의 “인텔리전트 고객 프로필”과 “확장된 관심사” 기능을 활용해 다른 유사 (lookalike) 오디언스를 모색할 수 있으며, 이 과정을 페이스북 광고를 위한 오디언스를 추천받는 데 활용할 수 있습니다. **AIXPERT 캠페인 자동화 클라우드**를 이용하면, 일일 예산 분배와 새롭게 추천받는 신규 오디언스에 따라 **24시간 동안 지속적으로 자동 조정**을 하며 캠페인 성과를 최적화할 수 있습니다.

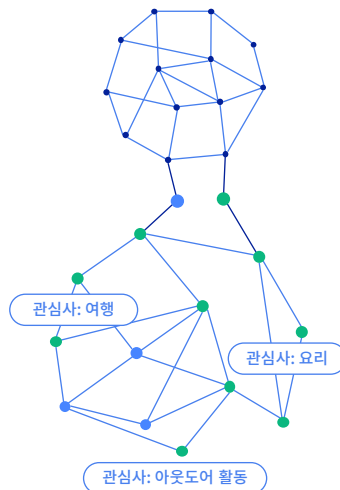
AIXON 사용

AIXPERT 사용

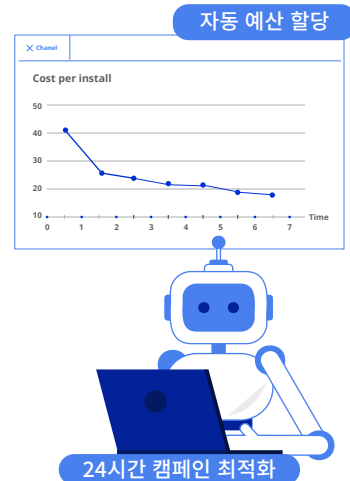
사용자 선호도 모델



엔드 유저와 관련된 확장된 관심사 및 키워드 지식 그래프



인텔리전트 AI 플래너



축적된 데이터 학습으로
AI 정확도 향상

매출 및 이익 증가

고객을 위한 향상된 ROI

인게이지먼트 :

비활성화 고객에겐 구매 동기부여를, 망설이는 쇼핑객은 구매자로 만드세요

앞서 언급했듯이, 잘 설계된 고객 여정 지도는 마케팅 계획 수립에 아주 중요한 기반입니다. 하지만, 모든 쇼핑객이 예상한 대로 여정을 끝내진 않을 것이며, 여정 중간에 웹사이트를 이탈하거나, 장바구니를 이탈하거나, 설문조사를 완료하지 않고 종료하는 등의 “이탈 지점” 이 있을 수 있습니다. 이 지점에서 기업들은 잠재 고객을 잃을 수 있고, 어렵게 얻은 잠재적 비즈니스 기회가 무산될 수도 있습니다.

그러므로 양질의 인게이지먼트를 하는 접근이 특히나 중요합니다. 브랜드들은 Appier의 고객 여정 지도를 통해 여정의 단계별로 알맞은 액션을 취할 수 있습니다. 예를 들어, 구매자에게 장바구니로 돌아가 결제하도록 상기시켜 주거나, 둘러보는 쇼핑객에게 신제품의 프로모션 알림을 보내거나, 쇼핑객이 특정 제품의 페이지를 방문하면 연관 제품을 추천을 해 주는 것이 해당됩니다. Appier는 다양한 채널과 단계에서 데이터를 통합해, 브랜드가 완벽한 인게이지먼트 경험을 선사할 수 있도록 지원합니다. 브랜드가 소비자의 디지털 인게이지먼트 여정을 트래킹 할 수 있도록 하고, 궁극적으로는 고객 생애 가치 주기 (LTV) 와 ROI를 향상시킬 수 있습니다.



쿠폰은 쇼핑객이 제품을 구매하도록 동기부여를 하는 아주 좋은 방법이죠. 하지만 이유를 불문하고 무작위로 쿠폰을 발행하게 되면 마케팅 비용이 치솟을 뿐 아니라, 브랜드 가치 또한 떨어지게 됩니다. 어떻게 쿠폰을 결혼식에서 뿌리는 색종이처럼 마구 뿌리지 않으면서, ‘쿠폰 한 장만 지급하면 결제할’ 고객들에게만 집중하면서 할인 인센티브를 유지할 수 있을까요?



신규 고객 확보



인centive



전환

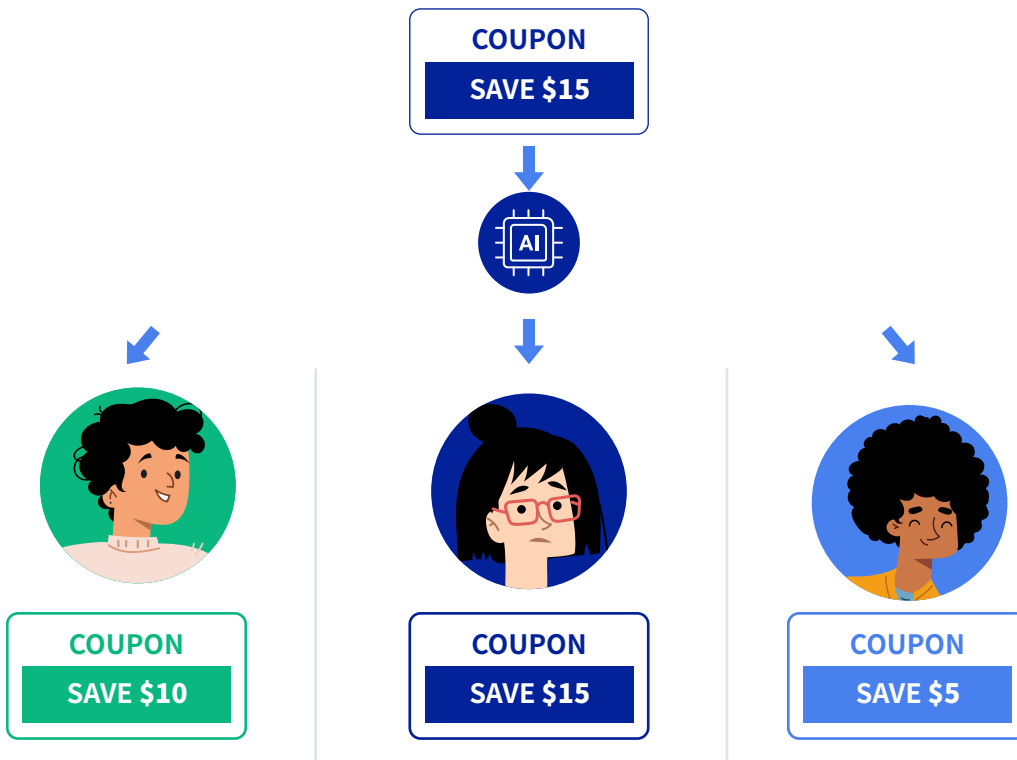


고객 유지



추천

다른 쿠폰 전달 시스템과는 다르게, Appier의 **전환 최적화 클라우드 AiDeal**은 AI 기술을 활용해 망설이는 쇼핑객들을 포착해 타겟으로 삼습니다. 구매를 완료하기 위해 약간의 동기부여가 필요한 쇼핑객들이죠. AiDeal은 인센티브 없이도 제품을 구매할 쇼핑객들과 애초에 구매 의사가 없는 사람들은 제외합니다. 더 나아가서, AiDeal의 새로운 ‘다이내믹 쿠폰’ 기능은 어떤 콘텐츠를 열람하였는지 등의 데이터 특성을 활용해 구매를 망설이는 어떤 쇼핑객이라도 제품을 구매하는데 필요한 가장 효과적인 쿠폰을 지급할지 알아내고, 손쉽게 결제까지 이어지도록 가장 최적의 순간에 쿠폰을 지급합니다.



브랜드에선 다양한 쿠폰으로 적합한 인센티브의 유형과 그 볼륨의 조합을 찾아 전환율을 높일 수 있습니다. 쿠폰을 더 스마트한 방식으로 활용해, 고객이 더 빨리 결제하도록 동기를 부여하고, 수익 목표를 달성하거나 프로모션 비용을 아끼면서도 원래 목표를 능가하는 성과를 거둘 수도 있습니다. 좀 더 자세히 알고 싶으시다면, 저희 블로그의 **‘쇼핑객은 모두 다릅니다. 쿠폰도 그래야 합니다.’** 포스트를 참고하시기 바랍니다.

대만 온라인 러닝 플랫폼 Hahow는 **대화형 마케팅 플랫폼 BotBonnie**를 이용해 쿠폰과 인터랙티브 게임을 함께 제공했습니다. Hahow는 BotBonnie의 룰렛과 MGM 키트 (Member-get-member, 기존 고객으로 새로운 고객 유치)를 활용해, 팬들이 다섯 부분으로 이루어진 인터랙티브 게임을 완료하고 온라인 강의 쿠폰을 받도록 유도하였으며, 2주 만에 **100%**의 놀라운 성장을 이루었습니다.



신규 고객 확보



인게이지먼트



전환



고객 유지



추천

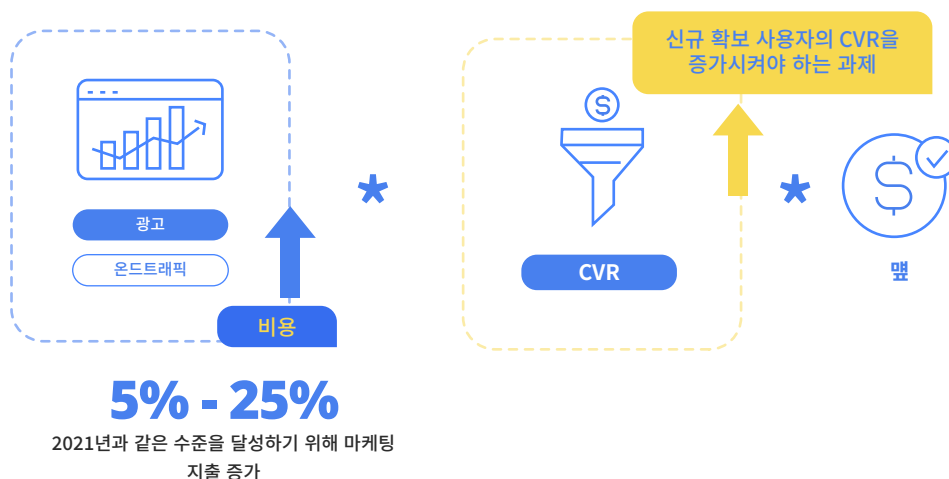
전환 :

시로 ROI를 향상하세요

유저들이 개인 정보 보호에 관한 권리에 더 관심을 가지는 바로 이때가 브랜드가 마케팅 전략을 재평가하고, 고객 데이터를 적절히 통합해야 하는 중요한 시기입니다. Appier는 브랜드들이 수익 창출 비법을 발견하도록 도와줄, 트래픽을 수익으로 전환하는 공식을 제안했습니다. 그 공식은 바로 수익 = 페이드 트래픽 (paid traffic) + 온드 트래픽 (owned traffic) x 전환률 x 주문 가치입니다.

수익화 공식

수익 = 페이드 트래픽(paid traffic) + owned traffic(온드 트래픽) * 전환률(CVR) * 총 주문 가치(AOV)



데이터 리서치 기업 [GetApp](#)에 따르면 마케터들의 44%가 구글이 서드파티 쿠키의 사용을 단계적으로 폐지하면서, 2021년과 동일한 목표를 달성하기 위해선 앞으로 마케팅 비용이 5-25% 증가되어야 한다고 예측합니다. 전환율을 높이고 확실한 결과를 만드는 것이 마케터에게 더 중요해진 것은 자명한 사실입니다. 마케팅 정책의 종류와 관계없이 분명한 최종 목표는 수익 창출이며, 앞서 말씀드렸듯이 여기에서는 전환을 재무적, 비재무적이라는 두 가지 종류의 ROI 전환으로 살펴볼도록 하겠습니다



신규 고객 확보



인게이지먼트



전환



고객 유지



추천

재무적 지표

BotBonnie는 기업들의 공식 웹사이트에서 24시간 동안 고객을 지원할 접점과, 소셜 플랫폼에서 대화형 마케팅 인터랙션의 인게이지먼트를 제공합니다. AiDeal과 결합하여 기업은 AI 기술을 활용해 망설이는 쇼핑객들을 찾아 쿠폰 팝업을 보여주고, 최단 시간 내에 고객들이 구매를 완료할 수 있도록 합니다.

일례로, 브랜드는 소셜 미디어 팬과의 인터랙션에 기반한 고객들의 선호도를 태그해 고객을 위한 개인화된 메시지를 웹사이트에서 전달할 수 있습니다. 그리고 관심있어 하는 제품들에 할인 인센티브를 제공하는 데 집중할 수 있죠. 이 방식으로 브랜드는 웹사이트로 소셜 미디어 팔로워들의 방문을 유도할 수 있을 뿐 아니라, 쿠폰을 전달할 특정 고객들을 타겟으로 삼아 구매 전환 프로세스를 가속화 시킬 수 있습니다.

성공적으로 전환한 고객을 위해, 해당 고객이 과거에 구매한 제품을 살펴보고 BotBonnie를 이용해 LINE과 Facebook 메신저와 같은 메시징 앱의 다이렉트 메시지로 유사 제품의 할인쿠폰을 보낼 수 있습니다. 이렇게 고객 인게이지먼트 접근법은 궁극적으로 업셀링 목표를 달성할 수 있도록 하며 고객 생애 가치 주기 향상도 이룰 수 있도록 합니다. 구매를 완료하지 않은 쇼핑객에게는, 재방문해 구매할 수 있게끔 알림과 할인 쿠폰을 보낼 수 있죠.

추가적으로 BotBonnie는 밀레니얼 세대가 가장 많이 사용하는 소셜 미디어 플랫폼인 Instagram에서 게시물과 라이브 방송의 댓글에 자동으로 답변을 달 수 있으며, DM으로 팔로워들에게 제품의 추가적 정보를 제공하고, 브랜드 웹사이트에서 상품을 조회해 볼 수 있도록 유도할 수 있습니다. 브랜드의 팔로워가 웹사이트를 둘러보기 시작하면, AiDeal이 망설이는 쇼핑객에게 쿠폰을 제공해, 제품을 구매할 인센티브를 제공합니다. 해당 과정으로 전환율을 높이고, 광고 캠페인과 동일한 효과를 거둘 수 있습니다.

비재무적 지표

지속적인 인게이지먼트 또한 전환을 증대하는 요소입니다. 오늘날 마케팅 전략의 수립을 어렵게 하는 부분 중 하나는 어떻게 해야 웹사이트 방문객을 효과적으로 소셜 미디어 플랫폼에 방문하도록 유도하는 방법을 찾는 것입니다. 웹사이트 방문객은 소셜 플랫폼에서 친구와 가족들이 함께 시간을 보내며 친숙해지는 것과 같이 브랜드와 일대일 커뮤니케이션과 인터랙션을 하며 친숙해집니다.

Appier의 옴니채널 마케팅 솔루션은 고객 데이터를 통합해, 고객이 여러 채널에 걸쳐 브랜드와 인터랙션 할 때 매끄러운 개인화된 경험을 제공합니다. 브랜드는 커뮤니티를 형성하는 아이디어와 함께 BotBonnie를 활용해 소셜 미디어 플랫폼상에서 고객과의 관계를 관리할 수 있습니다. 브랜드는 각기 다른 멤버십 레벨에 따라 태그를 사용해 고객을 세분화하고 개인 맞춤형 콘텐츠를 제공할 수 있습니다. 이를 통해 고객이 브랜드의 계정에서 더 많은 시간을 보내게 하고, 지속적인 인게이지먼트를 통해 고객의 충성도를 높입니다.





신규 고객 확보



인게이지먼트



전환



고객 유지

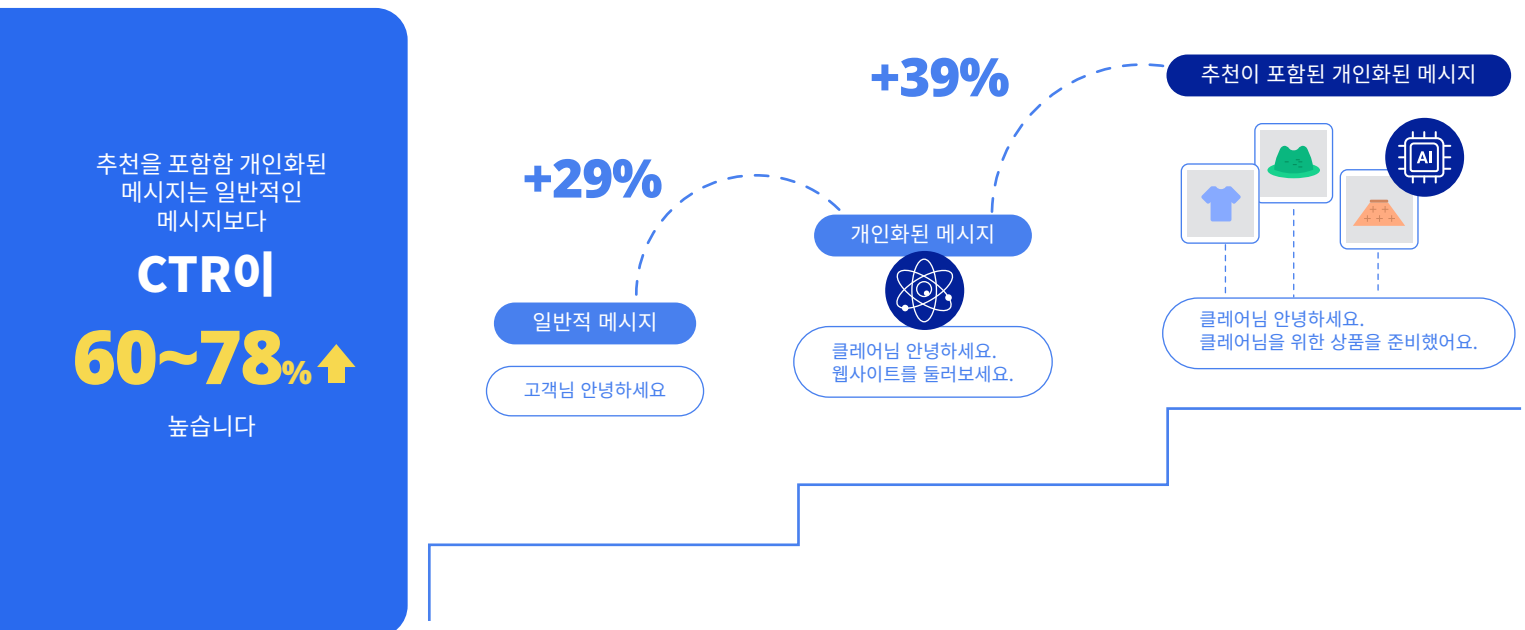


추천

고객 유지 : 개인화된 콘텐츠와 상품 추천으로 고객의 마음을 얻으세요

Appier의 **AI 개인화 클라우드 AIQUA**는 AI를 활용해 고객 각각의 선호도와 행동에 대한 인사이트를 얻습니다. 그리고 AI 모델을 사용해 가장 적합한 콘텐츠와 제품을 비즈니스 목표에 부합하는 타겟 오디언스에게 추천합니다. 다양한 채널이나 디바이스로 여러분의 브랜드와 소통할 때, 고객은 마치 어느 때든 본인의 니즈에 알맞은 정보를 제공받는 개인화된 고객 여정에 들어오는 기분이 들 겁니다.

2021년 맥킨지 (McKinsey) **보고서**는 개인화된 서비스가 평균적으로 10-15% 수익 증대를 가져온다고 기술했습니다. 이러한 디지털 툴을 앞서서 적용 적용하는 기업은 최대 25%의 수익 성장까지도 달성할 수 있습니다. 개인화된 콘텐츠를 고객들에게 전송하는 것에 더해, AIQUA의 AI에 기반한 개인화된 제품 추천을 포함한 콘텐츠는 일반적인 메시지보다 60-70% 더 높은 클릭률을 달성하여 브랜드를 위해 효과적으로 비즈니스 가치를 창출했습니다. 더 자세히 알고 싶으시다면 **Appier 주요 데이터 리포트 : 고객 참여 인사이트**를 읽어보시기 바랍니다.





신규 고객 확보



인게이지먼트



전환



고객 유지



추천

AIQUA는 대만의 패션 이커머스 플랫폼 EF Shop과의 파트너십을 통해 제품 추천 엔진이 지속적으로 개선되어 반복(iteration)을 구현할 수 있도록 성공적으로 지원했습니다. 현재 ES Shop이 사용하는 가장 최신 버전의 추천 엔진은 Appier의 뛰어난 하이브리드 알고리즘을 기반으로 고객들이 관심 있어 할 만한 품목을 예측하고, 고객에게 개인화된 추천을 제공합니다. 기존의 추천 모델 대비 이 방법은 전환율을 **3배** 늘리는 성과를 거두었습니다.

개인 맞춤형 콘텐츠와는 별개로, 브랜드는 고객이 가장 선호하는 메시징 앱에 입지를 확보하는 것도 필수적입니다. BotBonnie는 Facebook Messenger, LINE, Instagram, WhatsApp과 같은 다수의 주요 소셜, 인스턴트 메시징 앱에서 구현 가능하며, 브랜드가 소셜 트래픽 풀을 확장할 수 있는 최고의 선택지입니다. 대화형 마케팅 플랫폼은 메시지 앱 내에서 고객이 브랜드에게 의도적으로 제공하는 데이터로부터 **제로 파티 데이터**를 수집합니다. 해당 데이터에는 소셜 미디어에서 인터랙션을 하며 발생한 클릭, 설문 조사 결과, 제품 선호도 등이 있습니다.

인터랙션을 하며 제로 파티 데이터를 더 많이 수집하게 되면, 브랜드는 자사의 CRM 시스템이나 고객 데이터 플랫폼에 해당 데이터를 인풋하여 더 정확하고 개인화된 마케팅 적용 사례를 만들어낼 수 있습니다. 여기에는 멤버십 포인트 잔액, 주문 내역, 티켓 확인이 포함됩니다. 인터랙션의 종류와 관계없이, 브랜드는 유저 습관에 기반해 커뮤니케이션을 함으로써 소셜 CRM 데이터를 효과적으로 가치 있는 자산으로 전환할 수 있습니다.

Appier는 AIQUA와 BotBonnie를 결합해 기업이 웹사이트, 앱, 이메일, SMS와 인스턴트 메시징 앱 등 적합한 채널을 통해 고객에게 도달할 수 있도록 지원하며, 실시간으로 양방향 인터랙션을 가능하게 합니다. 또한 기업은 개인화된 메시지를 이용해 고객과 더 많이 소통하고 커뮤니케이션할 수 있으며, 옴니채널 고객 인게이지먼트를 달성할 수 있습니다. 이를 통해 정형화된 고객 행동 데이터(온사이트 인터랙션 기록)를 더 많이 생성하고, 비 정형화된 대화 기록(채팅 기록)과 같은 생성해 성공적인 사이클을 계속 유지해 나갈 수 있습니다.





신규 고객 확보



인게이지먼트



전환



고객 유지



추천

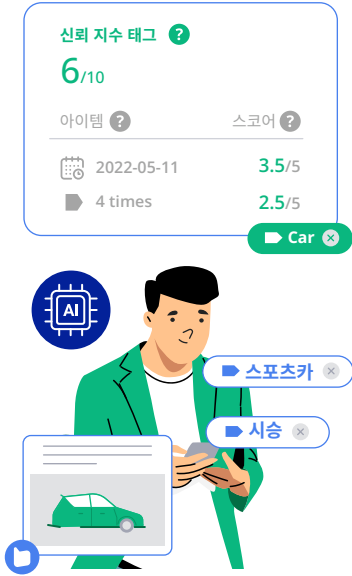
브랜드가 고객으로부터 수집하는 퍼스트 파티 데이터

온사이트 행동 및 관심사



고객이 자발적으로 제공하는 제로 파티 데이터

사용자 배경, 사용자 선호도, 구매 의도



콘텐츠 개인화를 위해 데이터 활용

맞춤화되고 개인화된 인터랙티브 콘텐츠





신규 고객 확보



인게이지먼트



전환



고객 유지



추천



추천 :

마케팅 전환을 위한 다음 단계가 궁금하신가요? 입소문을 활용하세요

고객을 성공적으로 확보하고 유지한 이후, 어떻게 정말 어렵게 노력해 얻은 충실한 고객이 다른 고객을 끌어오게 할 수 있을까요? 해답은 간단합니다. 이 고객들을 여러분의 브랜드 앰버서더로 만드는 것입니다.

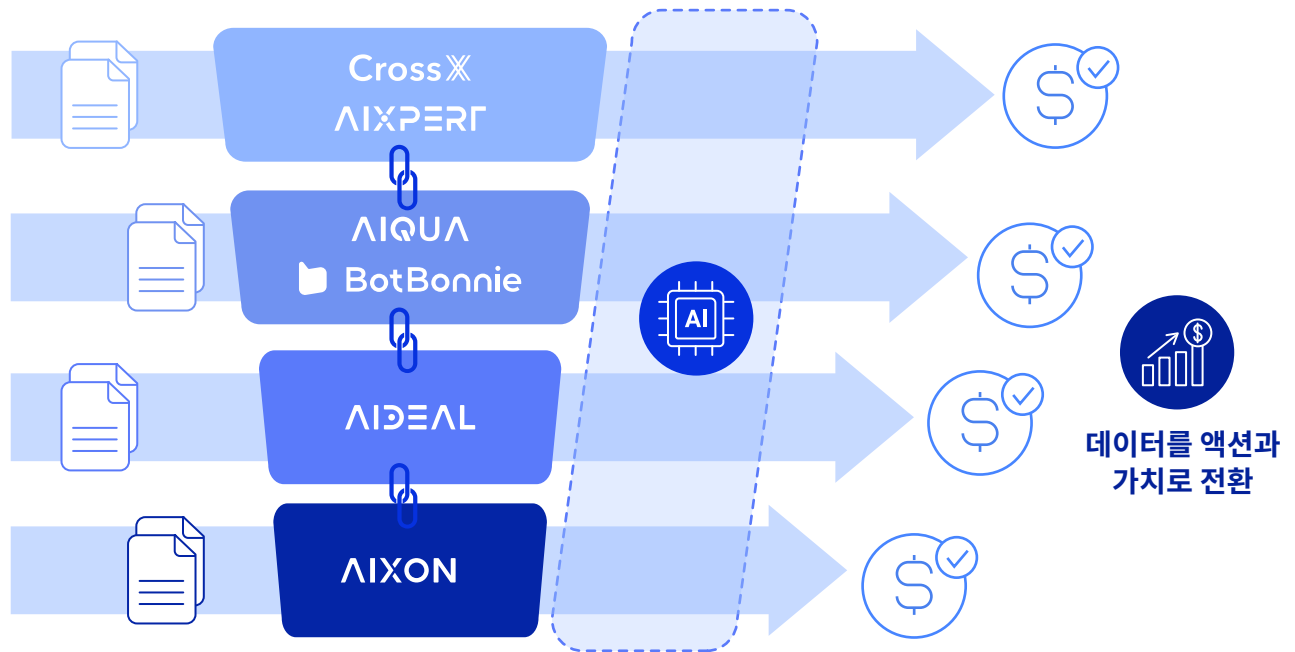
이전 섹션에서는 어떻게 개인화된 제품 추천을 고객들에게 제공할 수 있는지에 대해 논의했습니다. 일대일 커뮤니케이션을 구축하고, 고객들과 장기적으로 지속되는 관계를 만드는 것이죠. 이제는 AIXON을 활용해 다양한 채널의 데이터를 분석, 예측해 통합 고객 프로필을 생성하고, 고객의 온사이트 행동과 오프라인 인게이지먼트 데이터를 기록해, 브랜드가 고객을 더 잘 이해할 수 있도록 확장된 고객 관심사 예측과 키워드를 제공할 수 있습니다. 고객과 함께 성장하는 완벽한 인터랙티브 경험을 제공해, 브랜드는 온드 트래픽의 지속적인 성장을 보장받을 수 있을 뿐 아니라, 일회성 방문객을 장기적으로 브랜드에 충성하는 고객으로 전환하고 사업을 더 크게 성장시킬 수 있습니다.

이렇게 브랜드에 충성하는 고객들은 입소문을 통해 여러분의 브랜드를 홍보하는 최고의 브랜드 앰버서더가 될 수 있습니다. BotBonnie의 MGM 키트로, 고객은 한 번의 클릭으로 친구를 초대해 소셜 미디어에서 진행되는 브랜드 이벤트에 참여하게 하면 인센티브를 받을 수 있습니다. 오가닉 시너지 효과를 창출하는 것이죠.

2021년 구정에, BotBonnie는 삼성이 MGM 키트를 활용해 6,700명의 신규 잠재 고객을 초대하여 럭키드로우에 참여하도록 지원했습니다. 평균적으로, 삼성의 기존 팬 한 명당 삼성이라는 브랜드를 처음 경험하는 네 명의 친구를 초대해 이벤트에 참여하도록 했습니다. 이렇게 삼성은 이벤트 홍보도 하고, 어떠한 추가 비용도 들이지 않고 브랜드의 인지도도 높였습니다.

퍼널의 가장 하단으로 전환한 고객을 지속적으로 유지하는 것이야말로 브랜드가 비즈니스 목표를 가장 빠르게 달성하는 방법입니다. 마케터는 각 이벤트의 단기적 결과만을 바라봐서는 안 되며, 장기적 관점을 가지고 마케팅 활동 하나하나가 지속 가능한 가치 전환을 만들어낼 수 있도록 사전에 구상해야 합니다.

AI로 ROI를 향상해 고객들의 비즈니스 성장을 견인하세요



솔루션 시너지를 통해 분산된 데이터 문제 해결

빅데이터 시대에 마케터가 다양한 디지털 마케팅 도구를 활용하는 것은 필수가 되었습니다. Appier의 미션은 기업들이 AI를 활용해 ROI를 향상할 수 있도록 돕는 것입니다. 브랜드를 위한 Appier의 솔루션은 분산된 데이터들을 손쉽게 정리, 통합하고, 어떤 데이터 갭이라도 메울 수 있게 합니다. Appier는 AI 기반 데이터에 힘입어, 기업에게 더 나은 비즈니스 추천과 인사이트를 제공해 모든 쇼핑객들에게 더 적합한 고객 여정을 제공하고, 데이터를 비즈니스 성과로 전환시켜줍니다.

이 백서는 다섯 단계의 전환 프로세스에서 각 단계에서 요구되는 주요 요인과 솔루션을 분석했습니다. 모든 브랜드는 각자 다른 여건을 바탕으로 자사의 성공 공식을 찾을 수 있습니다.

\$ 여러분의 비즈니스에 어떤 수익 창출 모델이 최적인지 알고 싶으시다면, 지금 바로 **문의해 주세요.**



Appier

Making AI Easy by Making Software Intelligent
www.appier.com