



어도비 2022 디지털 트렌드 보고서: 올해 비즈니스 성공의 핵심은 '규모에 따른 개인화'

서울, 2022년 2월 22일 - 올해 기업들은 팬데믹으로 인한 새로운 디지털 고객의 등장과 온라인 소비 패턴에 발맞춰 고객 경험에 대한 투자를 강화할 전망이다. 한편 디지털에 익숙해진 소비자에게 규모에 관계없이 개인화 경험을 제공하는데 필요한 스킬과 디지털 역량 격차가 걸림돌로 작용할 것으로 나타났다.

던컨 이건(Duncan Egan) 어도비 아시아태평양 및 일본 디지털 경험 마케팅 부사장은 "디지털에 완전히 익숙해진 아시아 태평양 지역 소비자의 의식 변화는 이미 민첩한 디지털식 사고방식과 협업 장려 문화를 수용하고 가치 실현 시간을 단축해 온 기업들에게는 매우 큰 이점으로 작용하고 있다"며 "팀간 유기적 협력을 위해 조직 및 기술 장벽을 극복한 기업은 모든 채널에 걸쳐 맥락에 맞고, 의미 있는 개인화된 고객 경험을 실시간으로 제공할 수 있다"고 말했다.

디지털·모바일 퍼스트 고객에 대한 인사이트 확보

어도비의 [2022 디지털 트렌드\(Digital Trends 2022\) 보고서](#)에 따르면 아시아태평양(이하 아태) 지역 기업의 77%가 지난 18개월 동안 디지털 채널을 통한 신규 고객 유입 급증을 경험했다. 이는 북미(68%)와 중동 및 유럽(74%)보다 높은 응답률이다. 또한 디지털과 모바일 기반의 새로운 고객 여정을 경험했다는 기업도 77%에 달했다. 하지만 디지털 퍼스트 고객에 대한 인사이트를 보유하고 있다는 기업은 25%에 불과해 새로운 고객에 대한 인사이트 확보의 필요성을 시사했다.

아태지역에서의 이 같은 온라인 기반의 소비자 증가는 지난해 생애 최초로 인터넷을 사용하게 된, 1억 3천만 명¹에 달하는 신규 모바일 가입자 수가 주요 동인으로 작용했다. 신흥 시장의 이러한 모바일 퍼스트 사용자들은 모바일 결제와 같은 선진화된 디지털 소비 행동을 빠르게 습득하며, 성숙한 디지털 시장의 소비자들을 앞서가고 있다.

새로운 고객 기대에 부응하기 위해 고객 경험 관리에 대한 투자를 강화한 기업도 아태지역(59%)이 북미(57%)와 중동 및 유럽(53%)보다 근소하게 앞서는 것으로 나타났다. 특히 조사에 참여한 아태지역 기업의 절반 이상(60%)은 올해 고객 데이터 기술에 대한 투자도 가속화할 것이라고 답했다.

스콧 릭비(Scott Rigby) 어도비 아시아태평양 및 일본 최고 기술 고문은 "모바일 퍼스트를 선호하는 새로운 유형의 온라인 소비자를 이해하고 서비스를 제공하는 것이 올해 아태지역 비즈니스 경쟁의 승부처가 될 것"이라며 "많은 기업이 디지털 경험 개선에 대한 투자를 강화하며 기민하게 대응하고 있지만 금전적 투자만 가지고는 우위를 가릴 수 없을 것"이라고 말했다.

¹ GSMA, *Digital societies in Asia Pacific: Accelerating progress through collaboration*, 2021

레거시 시스템 극복을 통한 역량 강화

아태지역이 디지털 고객 경험에서 글로벌 리더십을 유지하고 투자 증가에 상응하는 수익을 얻기 위해서는 기술과 민첩성이 필요하다. 하지만 보고서에 따르면 평균적으로 아태지역 기업이 글로벌 기업보다 운영 능력이 미흡한 것으로 나타났다.

조사에 참여한 아태지역 비즈니스 리더의 83%는 조직이 필요한 스킬을 갖추지 못해 우려스럽다고 답했는데, 이는 북미(73%), 중동 및 유럽(79%)에 비해 높은 수치이다. 또한 디지털 기술 부족은 기술 시스템 통합 미비와 더불어 고객 경험 전달을 가로막는 가장 큰 공동 장벽인 것으로 확인됐다.

뿐만 아니라 아태지역 기업들은 인재 확보 및 보유의 기회를 놓치고 있는 것으로 조사됐다. 포레스터(Forrester)에 따르면 원격 근무와 유연한 업무 환경이 일상화된 상황에서 아태지역 비즈니스 리더의 40%만이 원격 근무를 영구적으로 시행할 계획이라고 전해 글로벌(70%) 대비 큰 격차를 보였다². 어도비 보고서에서도 비즈니스 리더의 45%만이 하이브리드 업무의 지속적인 증가를 예상했으며, 팬데믹 전보다 원격 근무 인력을 더 충원할 계획이라는 답변은 36%에 그쳤다. 전 세계적으로 디지털 인재 확보에 어려움을 겪는 상황에서 원격 근무를 수용하지 않으면 인재 확보는 더욱 어려움을 겪고 기업의 디지털 혁신 달성도 지연될 수 있다.

이 밖에도 아태지역 고위 경영진의 92%는 '민첩성 유무가 마케팅 조직의 성패를 결정할 것'이라는 데 동의했지만, 실무자의 경우 25%만이 조직의 기회와 혼란에 대응할 수 있는 민첩성에 대해 긍정적으로 평가한 것으로 나타났다. (10 점 만점에 8 점)

릭비 고문은 "아태지역 기업의 83%가 기술 및 사회적 변화 속도가 지금과 같거나 더 높은 수준으로 이어질 것으로 예상하는 만큼, 스킬 개발 및 민첩성, 혁신을 최우선 전략 과제로 삼아야 한다"고 조언했다.

규모에 따른 개인화가 승부처

보고서는 규모에 따른 개인화가 2022 년 비즈니스의 핵심 과제이며, 이를 위해 통합 데이터, 인사이트에 중점을 둔 분석, 마케팅 자동화가 동반되어야 한다는 디지털 리더들의 공통된 목소리를 전하고 있다. 글로벌 고위 경영진은 올해 주요 기술 우선 순위를 데이터 및 인사이트(58%)를 꼽았고, 디지털 자산 관리(DAM)와 콘텐츠 관리 시스템(CMS), 디지털 양식 등과 같은 콘텐츠(51%)가 그 뒤를 이었다.

릭비 고문은 "어도비는 콘텐츠, 분석, 자동화 및 진화하는 인공지능(AI) 기술을 통해 대규모의 실시간 개인화 달성을 지원한다"며, "이를 통해 브랜드만의 차별화를 만들고 고객과 연결되는 새로운 기회를 창출할 수 있을 것"이라고 덧붙였다.

² Forrester, *Predictions 2022: Edition APAC*, 2021

2022 디지털 트렌드 보고서 전문은 [여기](#)에서 확인할 수 있다.

2022 디지털 트렌드 보고서에 대해

2022 디지털 트렌드 보고서는 디지털 환경을 형성하는 주요 요인과 마케팅 조직의 전략적 필요성을 제시하고 있다. 보고서는 2021년 11월부터 2022년 1월까지 1만여 명에 달하는 마케터와 컨설턴트, 실무자를 대상으로 진행한 설문조사 결과를 기반으로 작성됐다.

어도비에 대해

어도비는 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 [어도비 홈페이지](#)에서 찾을 수 있다. 어도비코리아에 대한 정보 및 뉴스는 어도비코리아의 [공식 페이스북](#)과 [뉴스룸](#)에서 확인 가능하다.

###