

# 현명한 여행의 조연자 Wander Wisely™

Travelocity는 Adobe Campaign을 통해 여행객이 스마트 마케팅 방식에 걸맞는 커뮤니케이션을 주도적으로 수행하도록 지원합니다.



"Adobe Campaign을 사용하면 혁신적이고 창의적인 캠페인을 수행할 수 있으므로 많은 시간을 절약하고 즉각적인 수익 창출을 기대할 수 있습니다."

Tony Arbelaez, Travelocity 이메일/CRM 부문 선임 기술 관리자

## 솔루션

Adobe Marketing Cloud에 포함된 Adobe Campaign

## 성과



개인화된 이메일을 통해 열람률 **40%** 증가

**30**여

50가지 주간 캠페인을 통한 이메일 **타겟팅** 건수 증가



전면 **자동화된** 캠페인 전개를 통해 고수익 창출



주 단위가 아닌 **시간 단위**로 캠페인 런칭



## Travelocity

설립 연도: 1996년

전 세계 직원 수(Expedia, Inc. 2015년 말 기준):  
18,730명

텍사스주 달러스

[www.travelocity.com](http://www.travelocity.com)

### 당면 과제

- 고객에게 분명한 커뮤니케이션 옵션을 제공하여 수익률 및 고객 서비스 향상
- 소규모 마케팅 팀으로 연간 수십억 통의 개인 맞춤 이메일 전송
- 신규 캠페인의 신속한 제작을 통해 시장 트렌드 적극 반영

"'My Deals' 캠페인을 전개한 결과, 이메일 열람률이 기존 마케팅 이메일보다 40% 더 높게 나타났으며 클릭률은 15% 상승했습니다."

*Tony Arbelaez, Travelocity 선임 기술 관리자*

### 고객이 찾던 여행 예약 정보

온라인 사이트에서 여행 상품을 예약하는 사람이 늘어나면서 온라인 여행 업계가 호황을 누리고 있습니다. 여행객들은 마음에 드는 여행 상품을 찾기 위해 수백만 개에 달하는 상품을 서로 비교할 수 있게 되었습니다. 그러나 잠재적 여행객들이 호텔, 항공 요금, 관광 및 기타 여행 관련 세부 정보에 대한 수많은 선택의 여지를 가지게 되면서, 오늘날 온라인 여행 업체들은 고객에게 완벽한 여행 상품을 가장 신속하게 선보이기 위해 할 수 있는 모든 전략을 취해야만 하는 상황에 놓여 있습니다.

Travelocity는 여행객이 현명하게 여행하는 데 필요한 정보와 아이디어를 찾도록 도와주는 데 오랜 전력을 가지고 있습니다. 이제 Expedia 그룹의 자회사가 된 Travelocity는 1996년부터 여행객들이 합리적인 경비로 기억에 남는 여행을 예약하도록 관련 서비스를 제공하고 있습니다.

Travelocity의 커뮤니케이션 부문 이사인 Keith Nowak은 "우리는 여행객이 가장 믿고 찾는 기업이 되길 원하고 그들이 예산 규모에 맞게 여행을 계획하도록 다양한 여행 상품과 정보를 제공하기를 바란다"면서 "그러나 매일 수백만 개에 달하는 호텔 상품과 수만 개의 서로 다른 항공편 상품이 쏟아지는 상황에서, 정보를 필요로 하는 잠재 고객에게 관련 정보를 시의적절하게 전달하는 일은 쉽지 않다"고 말합니다.

Travelocity는 모든 고객에게 간편일률적인 상품 홍보 이메일을 발송하는 것이 효과적이지 않으며 그 대신, 이메일 마케팅은 스마트한 방식으로 전개되어야 하고 각기 다른 고객을 상대로 하는 개인 맞춤형 방식으로 이루어져야 한다는 점을 알고 있습니다. 이 기업은 수많은 이메일 서비스 제공업체와 협력해왔지만 각 고객에게 특별한 경험을 제공하도록 확장성과 개인화 기능을 겸비한 솔루션을 찾을 수 없었습니다.

Travelocity는 여러 옵션을 비교해본 후 Adobe Marketing Cloud에 포함된 Adobe Campaign에서 필요한 기능을 구비한 솔루션을 발견했습니다. Travelocity의 이메일/CRM 부문 선임 기술 관리자인 Tony Arbelaez는 "Adobe Campaign의 자동화 기능 및 강력한 워크플로우를 활용해 2테라바이트가 넘는 대용량의 정보를 분류하고 각 고객과 연관성 있는 이메일 경험을 제작할 수 있었다"면서 "이메일 캠페인의 품질을 향상시킴으로써 고객과의 연결 관계를 유지하고, Travelocity를 통해 다음 여행지를 예약하도록 장려하고 있다"고 전합니다.

### 고객이 자율적으로 주도하는 이메일 캠페인

Travelocity는 Adobe Campaign을 사용하여 고객이 자신이 원하는 내용의 이메일을 받아볼 수 있도록 지원하고 있습니다. 고객은 자신이 선호하는 가격, 날짜, 목적지 및 활동을 기준으로 맞춤형 여행 상품을 설정할 수 있습니다. Adobe Campaign에서는 각 고객이 설정한 "My Deals" 선호도와 Travelocity의 데이터베이스에 있는 수백만 개의 호텔, 항공사 및 렌터카 상품을 비교하여 완벽한 맞춤형 이메일 알림을 생성할 수 있습니다.

Arbelaez는 "'My Deals' 캠페인을 전개한 결과, 이메일 열람률이 기존 마케팅 이메일보다 40% 더 높게 나타났으며 클릭률은 15% 상승"했다며 "이는 고객이 원하는 맞춤 정보를 제공할 경우 획기적인 수익률과 참여도 향상으로 이어질 수 있음을 시사하는 것으로, Adobe Campaign의 자동화된 워크플로우를 사용하면 별다른 노력을 들이지 않고 필요에 따라 맞춤형 캠페인을 대규모로 확장하여 전개할 수 있다"고 밝힙니다.



"이전 솔루션을 사용했다면 캠페인 제작에 열흘 정도가 걸렸을 텐데 Adobe Campaign을 사용하니 몇 시간 만에 해결되었습니다. 다른 업체보다 앞서 캠페인을 수행할수록 더 큰 성공의 기회가 찾아옵니다."

*Tony Arbelaez, Travelocity 선임기술 관리자*

이메일 마케팅 팀은 현재 "My Deals" 이메일 외에도 50가지에 달하는 특별한 이메일 마케팅 캠페인을 통해 연간 총 30억 건의 이메일을 발송하고 있습니다. Travelocity는 다양한 캠페인을 통해 고객층을 세분화하고 개인 맞춤 메시지를 전송하며 이메일 빈도수를 조정하고 있습니다. 이전에는 규모가 더 큰 마케팅 팀의 경우 일주일에 12가지의 캠페인밖에 관리할 수 없었으므로 가능한 맞춤형 캠페인의 양은 제한적이었습니다.

Nowak은 "목표는 이메일을 더 많이 전송하는 것이 아니라, 사람들에게 연관성 높은 이메일을 보내는 것"이라며 "우리는 각양각색의 고객에게 매력적으로 다가가는 콘텐츠를 분석하여 그들이 원하는 상품만 제안하는 이메일을 전송하고 있으며, Adobe Campaign을 통해 이제 소규모 팀으로도 방대한 양의 다양한 맞춤형 캠페인을 생성할 수 있게 되었다"고 덧붙입니다.

### 수익 창출을 위한 캠페인 자동화

이메일 마케팅 팀은 Adobe Campaign을 사용하여 코딩에 대한 전문 지식 없이도 복잡한 워크플로우를 손쉽게 자동화할 수 있습니다. 이 팀은 Campaign을 사용하여 랜딩 페이지까지 간편하게 제작 및 호스팅하고 있습니다. 워크플로우의 복잡함을 제거한 결과, 이메일 마케팅 팀은 IT 팀의 지원 없이도 복잡한 맞춤형 이메일을 제작하여 발송할 수 있게 되었습니다.

실례로, Travelocity는 업데이트가 빈번한 크루즈 상품을 호스팅할 랜딩 페이지를 제작하기로 결정했습니다. 이메일 마케팅 팀은 개발 및 코딩 담당자의 지원을 수개월 동안 기다릴 필요 없이 Campaign에서 바로 다이내믹한 맞춤형 랜딩 페이지를 만들었습니다. Campaign은 매주마다 자동으로 상품 정보를 업데이트하고 고객에게 랜딩 페이지 방문을 유도하는 마케팅 이메일을 발송합니다.

Arbelaez는 "이 솔루션을 채택한 이후로는 크루즈 캠페인을 일일이 수정하지 않아도 되었으며, 전면 자동화되어 크루즈 상품에서 아주 요긴했다"고 전합니다. 또한 "Adobe Campaign을 사용하면 혁신적이고 창의적인 캠페인을 수행할 수 있으므로 많은 시간을 절약하고 즉각적인 수익 창출을 기대할 수 있다"고 밝힙니다.

### 민첩하고 효과적인 마케팅 수행

Adobe Campaign을 도입한 이후로 이메일 마케팅 팀은 민첩성 향상과 출시 시간 단축에 걸맞는 상당한 독립성을 갖게 되었습니다. 어느 날 아침, 이메일 마케팅 팀은 CNN과 ABC News에서 8월 23일부터 항공권 가격이 저렴해질 것으로 보도한 뉴스를 접했습니다. 팀은 고객들을 Travelocity 웹 사이트로 유도할 수 있는 기회가 주어졌음을 간파했습니다. Arbelaez는 Campaign을 사용하여 이를 신속하게 행동으로 옮겨, 최근 항공권을 쇼핑한 고객들을 타겟팅하여 웹 페이지로 유도하고 모든 지역에서 가장 저렴한 항공권을 검색할 수 있도록 설계된 마케팅 이메일을 발송했습니다.

Arbelaez는 "이메일 내용은 저녁 시간대까지 실시간으로 갱신되었는데, 다른 업체와 비교해볼 때 이처럼 신속하게 대처한 업체는 우리 회사가 유일했다"면서 "이전 솔루션을 사용했다면 캠페인 제작에 열흘 정도가 걸렸을 텐데 Adobe Campaign을 사용하니 몇 시간만에 해결되었으며, 다른 업체보다 앞서 캠페인을 수행할수록 더 큰 성공의 기회가 찾아온다"고 밝힙니다.

## 솔루션 개요

- Adobe Marketing Cloud에 포함된 Adobe Campaign
- 사용된 기능:
  - 이메일 마케팅
  - 캠페인 관리

## 실시간에 가까운 고객 참여 유도

Travelocity는 앞으로 모바일 및 소셜 메시징 영역으로도 Adobe Campaign의 사용을 확대하여 맞춤형 랜딩 페이지를 통해 보다 신속하게 개인화된 응답을 전달할 계획입니다. 이러한 속도는 Adobe Campaign과 Adobe Analytics 간의 통합을 활용하여 얻을 수 있습니다. 현재 Expedia의 모든 브랜드에서 쇼핑 고객이 예약을 완료하기 전에 온라인 경로를 포기하는 경우를 비롯하여 웹 사이트 및 쇼핑 행동을 추적하는 데 Adobe Analytics를 사용하고 있습니다. 현재는 분석 데이터를 Hadoop 데이터베이스로 출력한 다음 Adobe Campaign으로 보내 추출하고 있습니다. Travelocity는 Campaign이 Analytics의 데이터를 직접 활용할 수 있도록 두 솔루션을 완전히 통합할 방침입니다.

Arbelaez는 "Adobe Campaign을 채택하기 전에만 해도 정보를 내보내고 구매 행동에 대처하는 데 며칠이 소요되었으나 이제 몇 시간 안에 고객의 행동에 적절히 대응할 수 있다"면서 Campaign과 Analytics 간의 통합이 완료되고 나면 몇 분 안에 즉시 대처할 수 있게 되므로 고객과 거의 실시간으로 소통할 수 있게 될 것"이라고 밝힙니다.

Nowak은 "소규모의 민첩한 팀에는 신속하게 의사결정을 내리고 행동할 수 있다는 장점이 있다"면서 "우리의 민첩한 팀은 Adobe Campaign을 사용한 덕분에 이토록 규모가 큰 회사의 요구를 충족하는 데 있어 팀의 역량을 최대한 확장시킬 수 있을 만큼 빠르고 유연하다"고 말합니다. 또한 "우리는 누구나 꿈에 그리는 휴가를 실현하도록 필요한 상품을 찾을 수 있게 고객을 지원하는 데 있어서 선도적인 역할을 수행하고 있다"고 확신합니다.

## 자세한 정보

[www.adobe.com/kr/marketing-cloud/campaign-management.html](http://www.adobe.com/kr/marketing-cloud/campaign-management.html)

