

# Adobe

## 2025년 CMO를 위한 5가지 고객 경험 이니셔티브



마케팅 이니셔티브는 고객 경험 트렌드보다 한 발 앞서가야 합니다. [Adobe 2025 AI 및 디지털 트렌드](#) 연구 조사에서는 CMO가 높아지는 고객의 기대를 충족하기 위해 어떻게 기술 혁신을 추진하고 조직의 과제를 해결하고 있는지 확인할 수 있습니다. 다음은 마케팅 경영진이 고객 경험 향상을 위해 추진해야 할 주요 이니셔티브입니다.

### 1 고객 경험에 대한 이해 격차 해소

개인화된 경험은 비즈니스 성장의 핵심 동력입니다. 무려 91%의 마케팅 경영진이 개인화된 경험이 성장을 주도할 것으로 생각했습니다. 하지만 자사의 고객 경험 성과에 대해서는 경영진과 실무자의 시선이 다릅니다. 거의 모든 마케팅 경영진이 실시간 고객 데이터 확보와 실행 가능한 인사이트 측면에서 자사가 ‘업계 선도적 수준’ 이거나 ‘업계 선도적 수준에 가까운’ 성과를 냈다고 답했지만, 분산된 데이터가 조직이 제공하는 개인화된 경험에 영향을 미치지 않는다고 답한 실무자는 24%에 불과했습니다. 경영진은 모든 것이 잘 진행되고 있다고 자신하지만, 실무자는 조직의 고객 경험 전략과 데이터 역량이 부족한 점이 있다고 생각합니다. 이러한 관점의 차이를 극복하기 위해서는 경영진과 실무자 간에 소통과 의견 조율이 필요합니다.

# 24%

분산된 데이터가 조직이 제공하는 개인화된 경험에 영향을 미치지 않는다고 답한 실무자

### 2 고객 여정의 책임 주체 명확화

고객 여정의 책임 주체를 명확히 정하는 일은 여전히 과제로 남아있습니다. 이번 연구 조사에서 마케팅 팀, 고객 경험 팀, 기술 팀 모두 자신의 팀을 책임 주체로 생각하고 있습니다. 고객 여정의 책임 주체에 관한 갈등을 해결하려면 명확한 책임 구조, 마케팅 팀과 기술 팀, 고객 경험 팀의 협업, 모든 부서 간 목표 조율을 위한 공동 지표 및 KPI가 필요합니다.



# 73%

마케팅 팀 또는 고객 경험 팀이 고객 여정의 책임 주체라고 생각하는 CMO

# 58%

기술 팀이 고객 여정의 책임 주체라고 생각하는 CMO

### 3 데이터 통합 및 실시간 인사이트 투자

대부분의 마케팅 경영진이 고객 데이터를 효과적으로 수집 및 활용하고 있다고 말했지만, 통합 데이터는 여전히 가장 중요한 이니셔티브입니다. 이들은 향후 12~24개월 동안 기술 스택 의사 결정에서 가장 중요하게 생각하는 요소로 데이터 통합 및 실시간 인사이트를 꼽았습니다. 특히 AI 기반의 인사이트와 의사 결정을 실시간으로 지원하는 통합 데이터 에코시스템 구축에 주목하고 있습니다. 투자 예산은 예측 가능한 이슈가 아니지만 마케팅 경영진의 82%는 투자 예산이 10% 이상 증가할 것으로 봅니다. 주목할 사실은 투자의 최우선순위가 광고 및 디지털 지출이고, 그다음은 콘텐츠와 크리에이티브 개발이며, 기술 도입이 세 번째 우선순위에 있다는 점입니다. 기술 스택의 영향력이 가장 큰 것과는 크게 대비됩니다.

# 59%

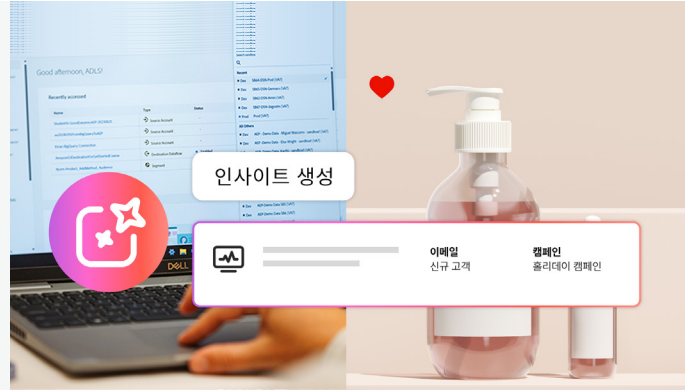
향후 12~24개월 동안 기술 스택 의사 결정에서 가장 중요하게 생각하는 요소로 데이터 통합 및 실시간 인사이트를 꼽은 CMO

#### 4 AI 기반 마케팅의 거버넌스 및 예산 걸림돌 극복

AI와 예측 분석은 고객 충성도와 유지율을 높이고 비즈니스를 성장시키는 핵심 요인으로 부상했습니다. 하지만 효과를 입증해야 하는 중압감이 있습니다. 대부분의 마케팅 경영진(87%)은 AI 이니셔티브가 비즈니스 가치를 입증해야 한다는 부담감을 가중시킨다는 데 동의합니다. 이들은 생성형 AI 사용을 확대하는 과정에서 데이터 거버넌스, 규정 준수 및 개인정보 보호에 대한 우려 등 다양한 과제에 맞서며 이러한 압박에 대응하고 있습니다. 거버넌스는 기술 경영진에게도 주요 과제이지만, 투자의 정당성 입증 및 예산 확보 측면에서 마케팅 경영진과 기술 경영진 간에 차이가 벌어집니다. 기술 팀에게는 비교적 덜 까다로운 과제이기 때문입니다.

# 87%

AI가 비즈니스 가치 입증의 중압감을 더한다는 데 동의하는 마케팅 경영진

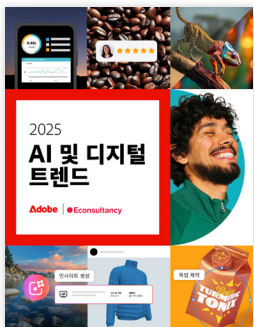
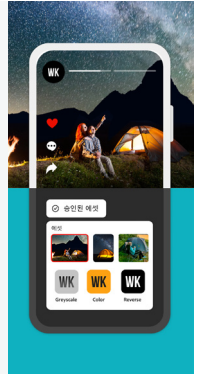


#### 5 생성형 AI 전략 통합 및 조율

마케팅 팀은 생성형 AI 솔루션의 구현 및 ROI 입증에서 기술 팀보다 뒤쳐져 있습니다(10% vs. 24%). 기술 경영진의 57%는 AI 프레임워크를 구축했다고 답했지만, 같은 응답을 한 마케팅 경영진은 49%입니다. AI 도입을 가속화하고 ROI를 입증하기 위해 CMO는 프로젝트에 대한 조직의 자신감을 쌓고 IT 팀과 협업을 향상하여, 규제 관련 과제를 해결하고 명확한 ROI를 입증할 수 있는 활용 사례를 우선으로 수행해야 합니다.

# 1.5X

기술 경영진에 비해 더욱 적은 마케팅 경영진이 AI 솔루션을 사용 중이며 ROI를 입증하고 있음



자세한 내용은 [Adobe 2025 AI 및 디지털 트렌드 보고서](#)를 참조하세요.

경영진 설문조사는 2024년 11월 11일~2024년 12월 4일까지 실시되었습니다. 응답자는 총 3,400명으로 3,270명은 클라이언트측 경영진이고, 130명은 에이전시 경영진입니다. 응답자의 부서는 다양했고 IT(25%), 마케팅(13%), 광고(12%), 디지털/기술(8%)에서 가장 많이 참여했습니다. 이 보고서는 마케팅, 광고, 크리에이티브 조직의 VP, SVP, EVP, C레벨 경영진으로 구성된 402명의 응답을 기반으로 작성되었습니다.

# Adobe

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2025 Adobe. All rights reserved.