

주요 기능 소개

Adobe Journey Optimizer: 여정 통합 관리, 실행, 보고

정교한 타겟팅과 인사이트를 활용해 모든 채널에서 고객 인게이지먼트를 강화하세요.

모든 채널에서 실시간으로 상호 작용하고, 제안하고, 메시지를 전달하는 고객 여정을 구축하세요. 고객의 행동, 연관성 있는 비즈니스 신호 등을 기반으로 최적의 순간에 고객의 참여를 이끌 수 있습니다.

마케터와 고객 여정 실무자가 1:1 여정과 오디언스 기반의 캠페인을 설계, 실행, 최적화하려면 단일 애플리케이션이 필요합니다. 이에 더해, 여정을 효과적으로 통합 관리하려면 채널, 팀, 마테크 톨이 서로 연결되어야 합니다. Adobe Journey Optimizer를 사용하면 단일 애플리케이션을 통해 1:1 여정과 오디언스 기반의 캠페인을 설계, 통합 관리, 실행할 수 있습니다.

Journey Optimizer는 여정을 쉽게 통합 관리할 수 있는 드래그 앤 드롭 방식의 인터페이스를 제공합니다. 이를 통해 타겟 오디언스를 구축하고, 고객이 공감하는 메시지와 제안을 각 채널에 전달해 보다 적극적인 참여를 유도할 수 있습니다. 또한 채널, 캠페인, 여정의 성과를 모니터링 및 측정하고, 인사이트를 바탕으로 고객 라이프사이클 전반에 더 많은 가치를 전달할 수 있습니다.

Journey Optimizer는 다음의 여정 통합 관리 기능을 제공합니다.



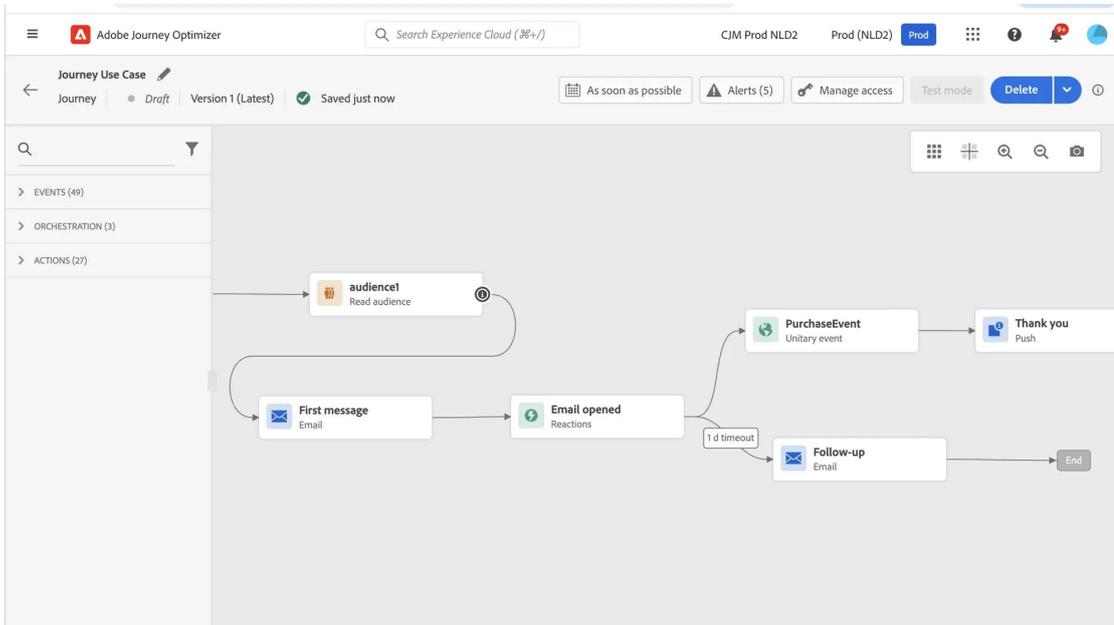
여정 설계 톨. 고객 행동, 상황별 데이터, 비즈니스 이벤트 등을 기반으로 활성화되는 개인화된 메시지를 활용해 여정의 여러 단계와 오디언스 기반의 캠페인을 드래그 앤 드롭 방식의 캔버스를 사용하여 손쉽게 구축할 수 있습니다.



강력한 보고 기능. 직관적인 측정 및 보고 톨을 사용해 모든 채널과 여정, 캠페인의 성과를 시각화하고 모니터링할 수 있습니다.

모든 채널의 고객 여정을 손쉽게 구축 및 실행

고객은 여정의 모든 단계에서 자신의 상황에 맞게 개인화된 최적의 경험과 액션, 제안이 일관되게 제공되기를 기대합니다. 따라서 기업은 웹 사이트, 모바일 앱, 알림 메시지, 이메일, SMS/MMS 메시지, 매장 내 경험 등 고객이 어떤 채널을 통해 브랜드와 상호 작용하더라도, 연관성 높은 경험을 고객이 선호하는 채널을 통해 원활하게 전달해야 합니다.



Journey Optimizer를 사용하면 여정이 시작되는 트리거를 파악한 다음, 이메일 열람, 구매, 상황에 맞는 데이터 사용 등 여러 액션을 정의하여 고객이 여정의 다음 단계로 나아가도록 안내할 수 있습니다.

Journey Optimizer 여정 설계 툴은 모든 채널에서 여러 단계의 1:1 여정을 통합 관리하는 데 필요한 모든 것을 제공합니다. 직관적인 드래그 앤 드롭 방식의 캔버스를 사용하여 여정의 각 단계를 통합 관리하고, 타겟 오디언스를 정의하고, 채널 전반에서 고객 행동, 상황별 데이터, 비즈니스 이벤트를 기반으로 메시지, 제안, 콘텐츠를 전달할 수 있습니다.

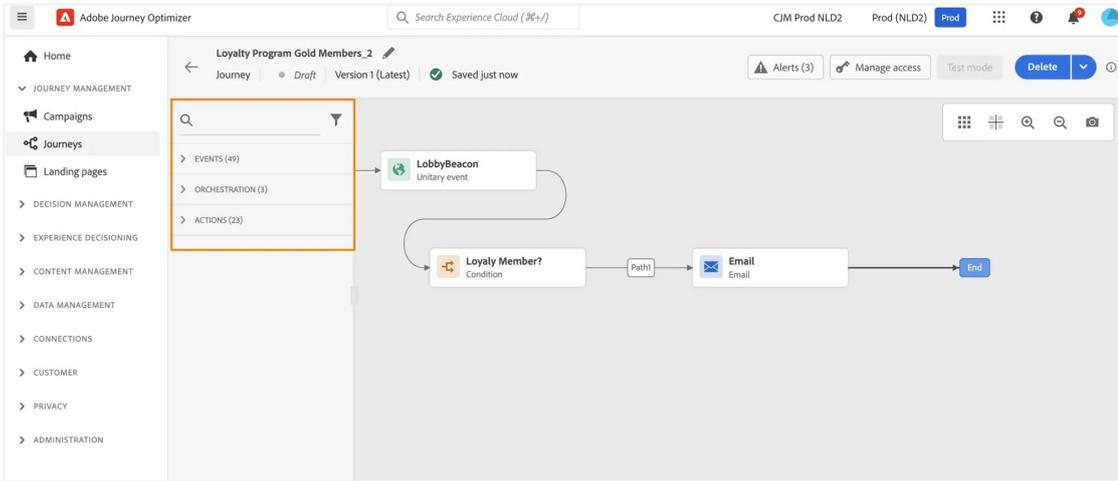
고객 여정 설계는 고객의 참여를 유도하는 액션 또는 이벤트를 정의하는 것으로 시작합니다. 그런 다음 고객 액션, 이벤트, 상황별 데이터를 기반으로 고객을 다음 단계로 안내할 접점을 정의합니다.

월간 뉴스레터와 같은 정기적인 캠페인의 경우 트랜잭션 기반의 여정을 전송할 수 있고, 치과 고객에게 방문 1주 전 예약 일자와 시간을 환기시키는 푸시 알림 전송처럼 특정 일정에 맞춰 오디언스의 참여를 유도하는 자동화된 여정을 설정할 수도 있습니다.

Journey Optimizer의 여정 설계 툴은 모든 채널에서 여러 단계의 1:1 여정을 통합 관리하는 데 필요한 모든 것을 제공합니다.

실시간으로 1:1 메시지 전송

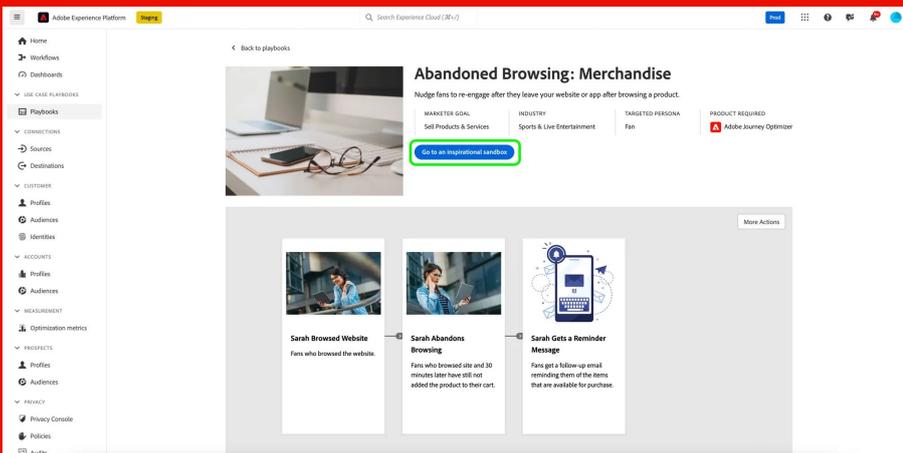
여정 설계 틀에서는 이벤트 발생 시 사용 가능한 모든 채널에 1:1 메시지를 실시간으로 트리거하여 전송하도록 할 수 있습니다. 예를 들어, 스트리밍 서비스 구독 고객의 경우 환영 이메일을 전송하여 고객이 앱에 로그인하고 선호하는 시청 방식을 설정하도록 할 수 있습니다. 또 다른 예로, 프로 스포츠 팀이 경기에서 승리하면 팬들에게 현장에서 선수들의 사인을 받을 기회를 제공한다는 내용의 푸시 알림 메시지를 활성화할 수 있습니다.



실시간으로 트리거되는 1:1 메시지는 중요한 순간에 고객의 참여를 유도하여 고객 충성도를 높입니다.

구매 완료, 이메일 열람, 앱 로그인 등의 액션을 사용하면 신규 고객을 여정의 다음 단계로 유도할 수 있습니다. 또한 의견 수렴 기능이 내장되어 있으므로 장바구니 포기 고객처럼 특정 시간 동안 아무런 액션이 없는 경우 해당 고객에게 알림 이메일을 보낼 수 있습니다. 이런 상호 작용은 각 고객의 고유한 상황을 기반으로 제공되기 때문에 연관성 높은 경험으로 고객의 참여도를 향상합니다.

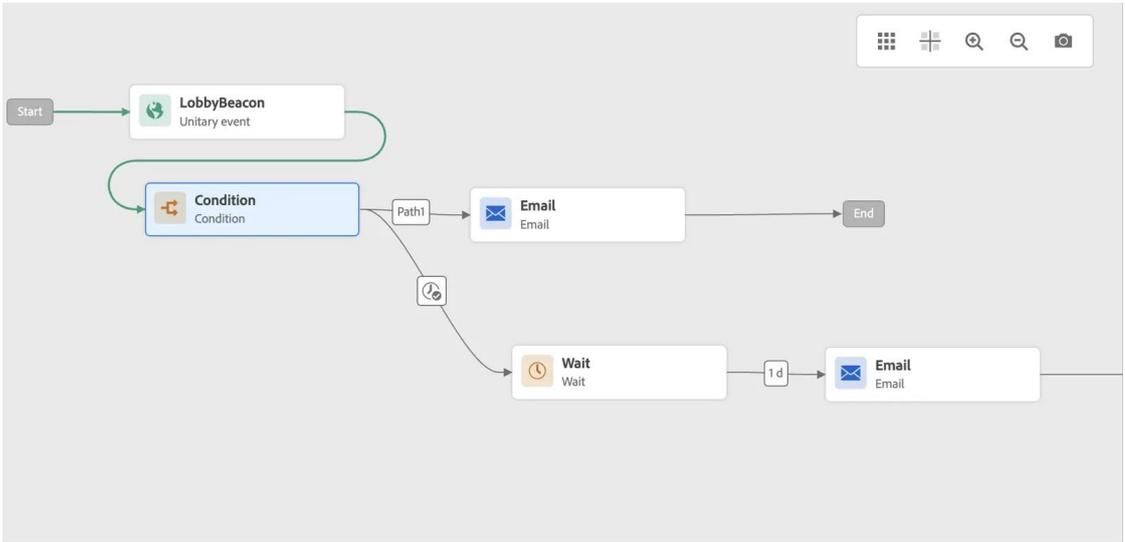
활용 사례 플레이북으로 시작하세요



Journey Optimizer 활용 사례 플레이북을 참고하여 고객 여정을 빠르게 활성화하세요. 플레이북은 고객 의도, 목표, 타겟 페르소나, 각 상황에 필요한 리소스 등 다양한 정보를 제공합니다. 사전 정의된 워크플로우를 통해 새로운 활용 사례를 빠르게 도입할 수 있습니다.

유연한 여정 경로 구축

여정 설계 툴로 조건을 지정하고, 오디언스를 세분화하고, 각 고객 세그먼트를 서로 다른 여정 경로로 유연하게 맞춤화할 수 있습니다. 또한 리테일 고객이 장바구니에 상품을 추가하고 24시간이 지난 후에도 구매를 완료하지 않으면 푸시 알림 메시지 전송과 같은 시간 기반의 여정 단계를 추가할 수 있습니다. 더욱 강력한 시간 기반 메시지를 원한다면 AI 기반의 전송 시간 최적화 기능으로 가장 완벽한 타이밍에 각 고객에게 메시지를 전송할 수 있습니다.



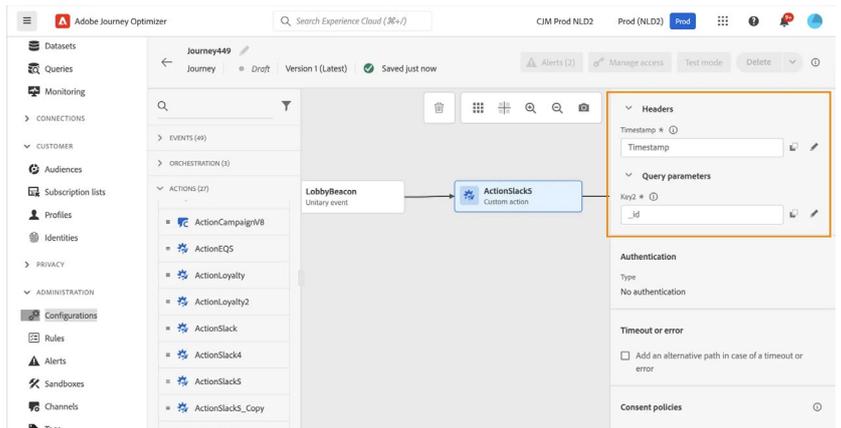
대기 시간(예: 2주)을 설정하고 후속 이메일 전송 등의 액션을 트리거할 수 있습니다.

여정 설계 툴을 사용하면 메시지와 경험을 전달하는 빈도수를 제한하여 고객의 피로감을 최소화하고 캠페인과 여정의 효과를 향상할 수 있습니다. 또한 어떤 경험이 가장 많은 반향을 일으키는지 확인하기 위해 오디언스를 백분율로 나누어 실험해 볼 수 있습니다.

기본 채널 및 서드파티 시스템을 통한 메시지 전송

여정 설계 툴은 이메일, 푸시 알림, SMS/MMS 등 아웃바운드 메시지는 물론이고 모바일 앱, 웹 사이트, Journey Optimizer에서 직접 구축된 코드 기반의 경험 등 인바운드 채널을 위한 액션도 지원합니다.

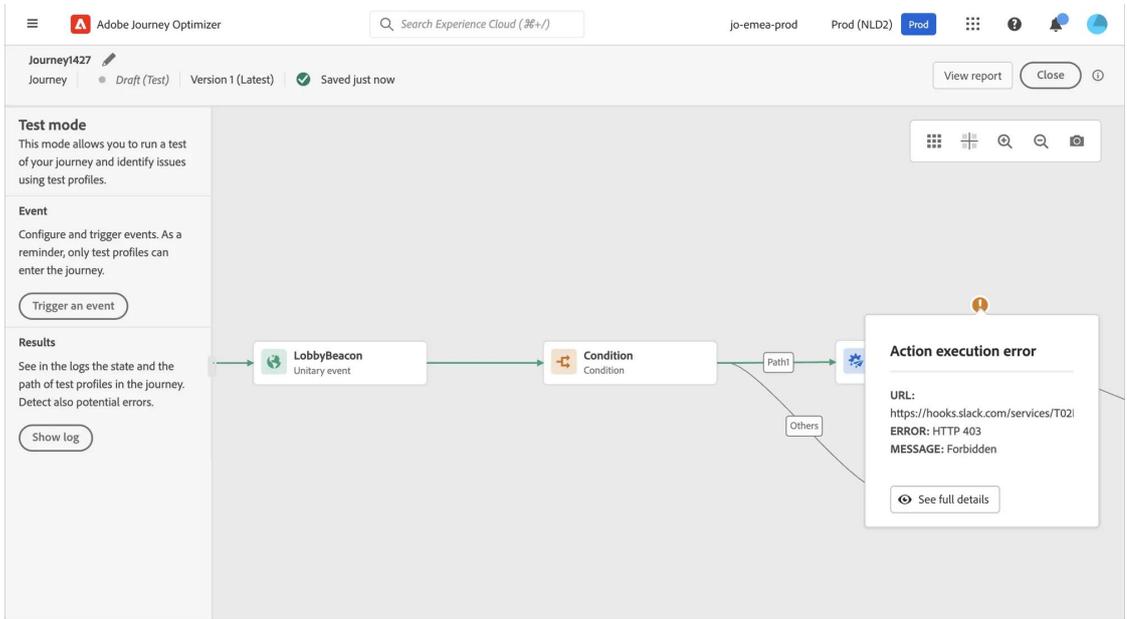
서드파티 시스템을 통해 이메일, 문자 메시지 등 다양한 채널로 메시지를 전송하는 브랜드를 위해 Journey Optimizer는 여정 설계 툴에서 직접 서드파티 시스템을 여정에 통합할 수 있는 맞춤형 액션도 제공합니다.



Journey Optimizer에 내장된 액션을 사용하면 서드파티 시스템을 통해서도 메시지를 전송할 수 있습니다.

게시 전 여정 테스트

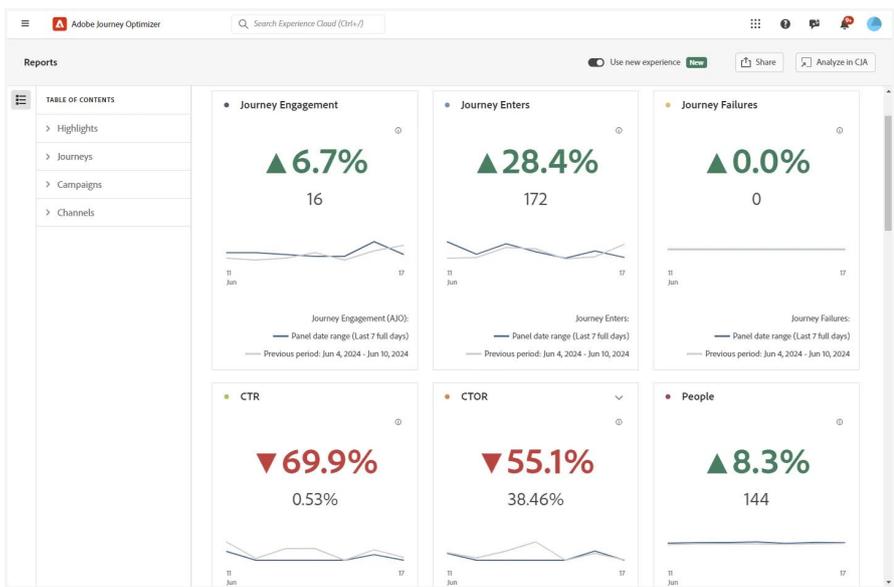
고객 여정을 구축한 후에는 게시하기 전에 테스트를 합니다. Journey Optimizer는 여정을 활성화하기 전에 여정의 각 단계에 따라 테스트 프로파일을 보면서 잠재적 오류를 탐지하는 '테스트 모드'를 제공합니다. 빠른 테스트를 통해 해당 여정이 제대로 운영되는지 확인한 다음 안심하고 게시할 수 있습니다.



테스트 모드를 이용하면 게시하기 전에 여정이 제대로 실행되는지 빠르게 확인할 수 있습니다.

한곳에서 여정 및 캠페인 성과 측정 및 모니터링

마케팅 및 고객 경험 활동에 대한 성과 인사이트를 확보하고 고객 여정, 캠페인, 채널에 대한 핵심 질문에 답을 얻기 위해서는 보고 및 시각화 기능이 필요합니다.



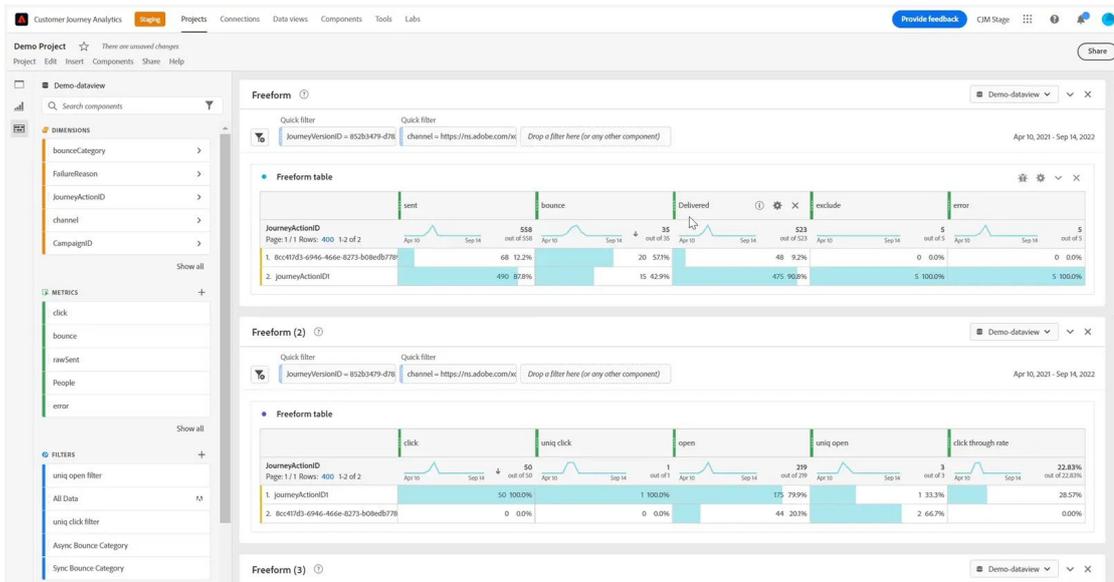
Journey Optimizer의 보고서는 중요한 정보를 시각화합니다. 이를 바탕으로 모든 채널에서 여정과 캠페인의 성과를 추적하고 최적화할 수 있습니다.

Journey Optimizer는 다양한 채널, 여정, 캠페인의 성과를 측정할 수 있는 강력한 보고 툴을 제공합니다. '라이브 여정 보고' 기능을 사용하면 고객이 여정의 어느 단계에 있고 어떻게 참여하는지 시각화하고 모니터링할 수 있습니다. 이렇게 얻은 인사이트를 활용해 여정을 최적화하고, 이탈률을 줄이고, 참여도를 높일 수 있습니다.

브랜드에 가장 중요한 지표의 성과도 추적할 수 있습니다. 예를 들어, 여정에 진입 또는 이탈한 사람 수, 전송된 이메일 또는 SMS 메시지 수, 이메일 콘텐츠 클릭 수, 랜딩 페이지 방문 수, 푸시 알림을 통한 참여도 등 다양한 지표를 기준으로 성과를 측정할 수 있습니다. 이러한 인사이트를 통해 여정, 캠페인, 그 안에 담긴 메시지와 콘텐츠가 브랜드의 비즈니스 목표를 달성하는 데 도움이 되는지 등을 판단할 수 있습니다.

Adobe Customer Journey Analytics로 여정 및 캠페인의 인사이트 확보

Journey Optimizer는 Adobe Experience Platform에 기본으로 내장되어 있습니다. 따라서 여정 및 캠페인 분석가는 Adobe Customer Journey Analytics와의 통합을 통해 데이터를 더욱 심층적으로 분석하고 탐구할 수 있습니다.



Adobe Customer Journey Analytics를 사용하는 브랜드는 Journey Optimizer 보고 툴에서 한 번의 클릭으로 온라인과 오프라인 상호 작용을 모두 분석하여 전체 고객 여정을 심층적으로 살펴볼 수 있습니다.

이 강력한 분석 애플리케이션으로 오프라인 데이터, 온라인 데이터, 다양한 소스의 상호 작용 데이터를 서로 연결하여 심층적인 데이터 분석과 쿼리를 실행할 수 있습니다. Journey Optimizer와 Customer Journey Analytics는 서로 연동되어 있으므로 Journey Optimizer 보고 툴에서 한 번의 클릭으로 Customer Journey Analytics를 실행할 수 있습니다.

Adobe Journey Optimizer

Adobe Journey Optimizer를 사용하면 수백만 고객을 대상으로 옴니채널 캠페인과 개인화된 일대일 경험을 계획하고, 전달하고, 통합 관리할 수 있습니다. 업계를 선도하는 Adobe Experience Platform에 통합된 클라우드 기반의 Journey Optimizer를 통한 실시간 인사이트, 통합 프로필, 지능형 의사 결정으로 전체 고객 여정을 최적화해 보세요. 고객 충성도와 생애 가치를 향상하는 의미 있는 브랜드 경험을 제공할 수 있습니다.

Adobe Journey Optimizer에서 고객 여정 통합 관리를 시작하는 방법을 자세히 살펴보세요.

[자세히 보기](#)

Adobe

© 2025 Adobe. All rights reserved.

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