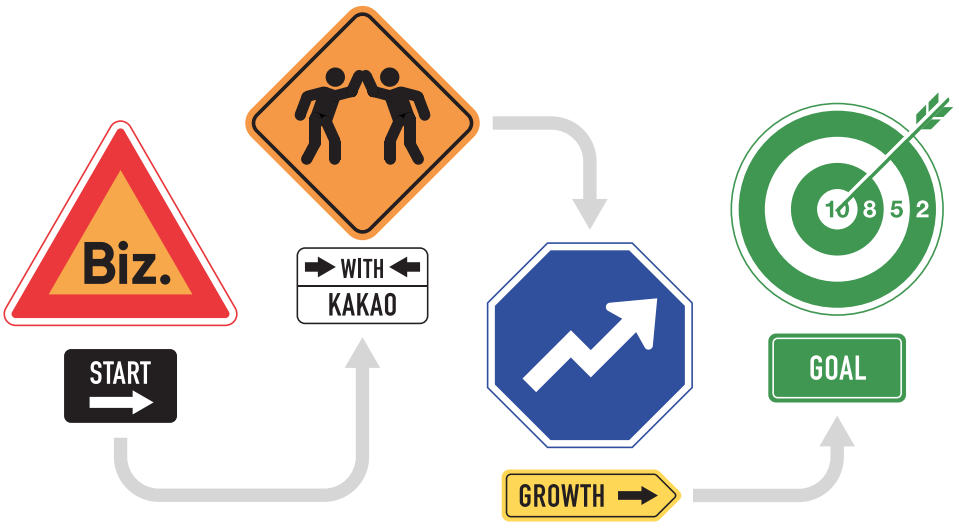
2024
kakao business
활용 사례집



kakao business seminar

kakao business seminar


Biz.
START
WITH
KAKAO
GROWTH
10
8
5
2
GOAL

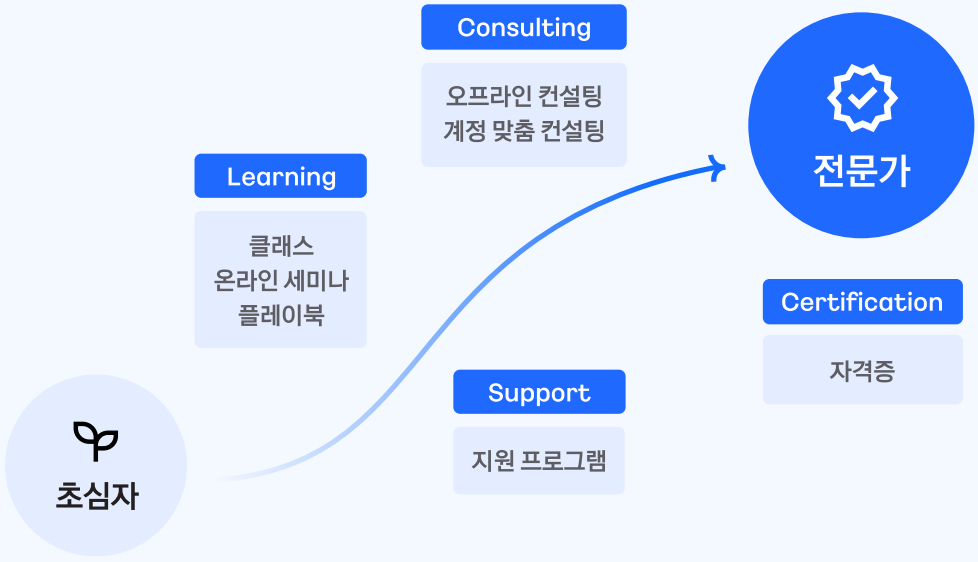
비즈니스에 정답은 없습니다.

다만 지름길은 있습니다. 카카오비즈니스 세미나는 여러분의 비즈니스에 길잡이가 되어드리고자 합니다. 지금부터 들려드리는 이야기는 카카오비즈니스를 활용하여, 보다 쉽고 빠르게 성장할 수 있었던 사업자들의 이야기입니다.

각 브랜드의 비즈니스 전략에도 스토리가 있습니다. 다양한 업종의 구체적인 사례들을 통해 인사이트를 얻어, 우리 브랜드만의 특별한 전략을 세울 수 있습니다.

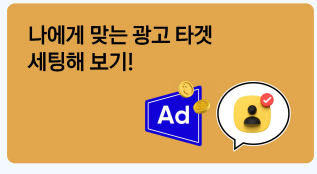
카카오비즈니스를 활용한 풀퍼널 마케팅, 신규 고객 확보, 온라인 커머스 확장, 온오프라인 연계 그리고 스타트업 성장 전략까지. 카카오비즈니스 활용 사례집을 통해 성공적인 비즈니스에 대한 지름길을 찾으시길 바랍니다.

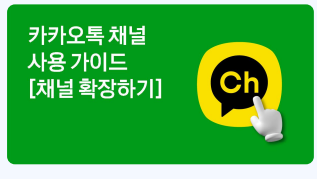
카카오비즈니스 세미나로
비즈니스의 성장 곡선을 그려보세요!



클래스

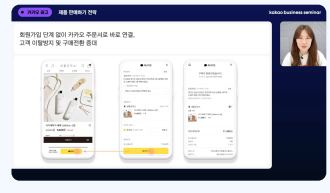
언제 어디서든 VOD 클래스로 쉽고 빠르게 학습할 수 있습니다.

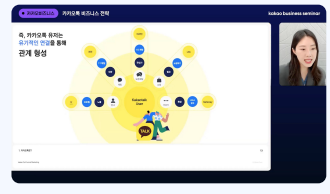




온라인 세미나

LIVE로 카카오 담당자 또는 외부 연사와 실시간으로 소통하며 배울 수 있습니다.

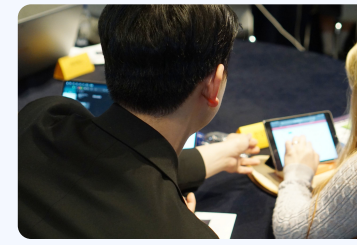




오프라인 컨설팅

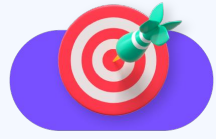
카카오 담당자가 직접 전하는 비즈니스 운영 노하우를 확인하고,
컨설팅을 통해 비즈니스 성장 단계별 맞춤 솔루션을 제공합니다.





지원 프로그램

단계별 맞춤형 프로그램으로
파트너의 지속 가능한 성장을 지원합니다.



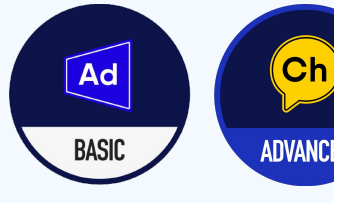
계정 맞춤 컨설팅

비즈니스 라운지를 통해 캠페인 집행 전략과
효율 개선 방법 등 내 비즈니스에 적합한
광고 컨설팅 서비스를 제공합니다.



자격증

카카오비즈니스 자격증을
취득하고, 전문가 인증을
받을 수 있습니다.



플레이북

튜토리얼 가이드를
따라하며 카카오 서비스를
바로 적용할 수 있습니다.



kakao business 베스트 어워즈 공모전 소개

2023년 10월, 카카오비즈니스를 활용하고 있는 다양한 사업자들의 성공 사례를 들어보기 위해 공모전을 열었습니다. 최근 1년간 카카오와 함께 활발히 비즈니스를 운영한 이야기들부터 카카오비즈니스 자격증 취득의 경험까지 다양한 이야기를 전해 주셨습니다.

대기업부터 소상공인까지, 다양한 규모와 여러 업종의 사례 가운데 구체성과 활용성 등을 기준으로 우수한 사례들을 선정하였습니다.



지난 12월, 최종적으로 25개 팀을 선정하여 '카카오비즈니스와 함께 성장한 올해의 베스트 파트너'로 시상하였습니다. 시상식은 수상팀의 카카오 활용 비결을 공유하는 네트워킹 세션, 팀 대항 퀴즈 이벤트, 포토타임 등 알찬 프로그램으로 구성되었습니다.

더불어, 다가오는 새해를 준비하며 마케팅 인사이트를 얻을 수 있는 '2024년 Z세대 트렌드' 특강도 함께 준비했습니다.

카카오비즈니스 세미나는 앞으로도 유익한 교육 프로그램들을 꾸준히 준비하며 여러분의 비즈니스 성장에 기여할 수 있도록 힘쓰겠습니다.



카카오비즈니스
도구 사전



카카오톡 채널

누구나 무료로 만들 수 있는 카카오톡 안의 브랜드 채널로,
다양한 기능을 활용할 수 있습니다.



카카오톡 채널 메시지

카카오톡 채널 친구의 카카오톡 채팅방으로 전달되는 메시지형 광고로, 다양한 형태의 메시지 유형을 활용해 마케팅 목적에 맞게 메시지를 발송할 수 있습니다.



카카오 비즈보드

카카오 서비스 내 가장 주목도 높은 영역에 노출되는 광고 상품으로, 다양한 소재 유형과 랜딩 페이지 옵션을 활용할 수 있습니다.



디스플레이 광고

카카오의 핵심 서비스와 주요 파트너 서비스 지면 곳곳에 광고가 노출되어, 다양한 형태의 크리에이티브로 브랜드 가치를 강화할 수 있습니다.



카카오커머스

카카오커머스에는 카카오톡 선물하기, 쇼핑하기,
카카오쇼핑라이브 등 다양한 모바일 쇼핑 서비스가 있습니다.



카카오톡 스토어

카카오톡 채널을 통해 내 스토어를 만들고, 카카오톡의 관계를
통해 새로운 쇼핑 경험을 제공하는 중개 플랫폼입니다.



픽셀&SDK

홈페이지, 모바일 앱 그리고 카카오 서비스와 연동하여 사용자의
다양한 행태정보를 파악하고 카카오모먼트와 키워드 광고의
성과를 측정할 수 있는 분석 도구입니다.



카카오싱크

간편 가입으로 신규 회원을 쉽고 빠르게 모으고, 서비스
동의 항목에 카카오톡 채널 추가 항목을 포함하여 사용자를
채널 친구로 자연스럽게 유도할 수 있는 솔루션입니다.



알림톡 / 상담톡

알림톡은 카카오톡 채널을 추가하지 않은 이용자에게도 발송
가능한 정보성 메시지입니다. 상담톡은 카카오톡 이용자들과
상담원들이 채팅을 주고받을 수 있는 API 상품입니다.

목차

카카오 풀퍼널 마케팅 — 고객 여정의 시작부터 끝까지 완성하기

민티드 런칭 1년 만에 카카오로 신규 고객 유입부터 매출 확보까지

닥터바이 카카오톡으로 들어온 순간 '오늘부터 1일'

배민커넥트 인지부터 Lock-in까지, 카카오비즈니스로 고객 로열티 제고

삼쩜삼 신규 고객 대량 유입에서 가입, 결제까지. 마케팅 퍼널의 효율을 상승시킨 전략

크로켓 데이터를 바탕으로 한 정밀한 퍼널 마케팅 전략

티젠 카카오 광고를 통해 브랜드 인지도 향상 및 매출 상승까지

럼튼 유입-전환-스케일업 사이클 기반 안정적인 매출 성장

신규 고객 확보 — 채널 친구를 잠재고객으로 만들기

와디즈 카카오싱크로 채널 친구 확보, 이를 타겟 모수로 활용한 효율 증대 방법

키디키디 카카오싱크와 채널 메시지로 카카오톡 채널 양적·질적 성장

에어로케이항공 비수기 광고 효율 최적화 및 카카오톡 채널 확장 전략

시골청년 다채로운 광고 소재의 활용으로 신규 고객 확보에서 매출 증대까지

유데미레터 양질의 잠재 고객을 확보하는 채널 메시지 활용법

대천김 카카오톡 채널 활성화를 통해 내 고객을 채널 친구로 만들기

인생 비용 효율적인 신규 고객 확보 비결 3가지

온라인 커머스 확장

카카오톡 채널과 시너지 발휘하기

로마샴푸	카카오쇼핑라이브-카카오톡 채널 연계를 통한 매출 상승
WOOYOUNGMI	럭셔리 브랜드, 카카오에서 광고부터 판매까지
닥터디엣	다양한 채널 연계로 매출의 고속 성장!
신세계푸드	채널 친구 유입과 매출 확대의 선순환 구조 만들기
일미샵	카카오톡 스토어와 채널 연계로 잠재 고객의 구매 전환 높이기

온오프라인 연계

비즈니스를 온라인으로 확장하기

어부장수산	채널 메시지로 포장 주문 완판시킨 비결
왁싱랩	알림톡과 누적 채널 메시지 10만 건으로 12개월 내 재방문율 45% 이상 유지
삼성전자 일렉트로마트SF하남점	오프라인 매장 고객에서 온라인 고객으로까지 연결
팔남매집	전통 시장의 카카오톡 채널과 카카오 광고를 활용한 매장 홍보 채널 확장

스타트업 성장 전략

사업 초기부터 카카오와 함께하기

똑비	상담톡으로 MVP 테스트, 채널 메시지로 비즈니스 성장
투데이	알림톡으로 문제 해결 후 서비스 핵심 지표 개선까지

카카오 풀퍼널 마케팅

고객의 여정의 시작부터 끝까지 완성하기

카카오에는 인지부터 고려, 전환에 이르기까지 비즈니스 목표 달성을 위한 전략이 준비되어 있습니다. 카카오비즈니스의 풀퍼널 마케팅 전략을 바탕으로 다양한 유저와의 관계를 형성하고, 매출을 높인 사례들을 소개합니다.

Chapter. 1

- 민티드
- 닥터바이
- 배민커넥트
- 삼쩜삼
- 크로켓
- 티젠
- 럼튼

대상

민티드 | 천연 성분 생활용품 브랜드

런칭 1년 만에 카카오로 신규 고객 유입부터 매출 확보까지

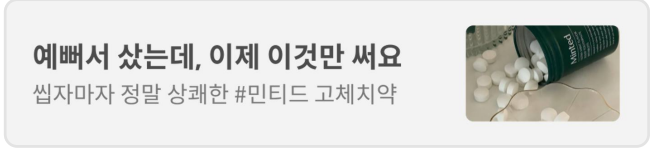
유해성분 없는 고체 치약으로 유명한 민티드는 누구나 걱정 없이 사용할 수 있도록 천연 유래 성분을 활용한 생활용품 브랜드입니다. 런칭 초반부터 카카오비즈니스를 적극 활용하며 고체 치약 시장에서 빠르게 성장하고 있습니다.

01

광고를 통한 인지도 확산

- 카카오 비즈보드

친환경 시장의 제품들은 존재 자체를 모르는 경우가 많아, 공급을 통해서 수요를 만들어 내야하는 시장입니다. 즉, '고체 치약'을 모르는 이상 해당 키워드를 검색하는 일은 드뭅니다.

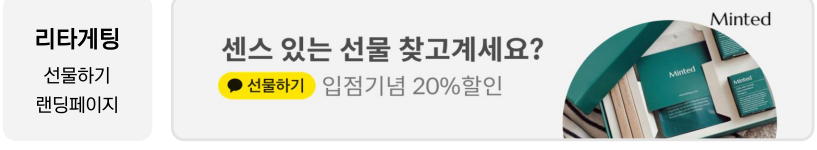


민티드는 노출 기반의 퍼포먼스 광고를 통해 제품을 최대한 알릴 수 있는 방법을 찾고자 했습니다. 그리고 카카오모먼트의 카카오 비즈보드, 디스플레이 광고가 제일 적합하다고 판단했습니다.

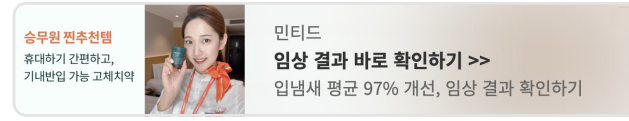
정밀한 타게팅으로 클릭률 높이기

- 디스플레이 광고

타겟에 따라 광고 소재를 기획하여 클릭률을 높일 수 있었습니다. 구매 경험이 있는 고객에게는 카카오톡 선물하기 랜딩 광고를 통해 리타게팅 캠페인을 진행했습니다. 여성을 타겟으로 한 디스플레이 광고에는 여성 승무원 사진을 넣어 관심을 유발했습니다.



여성 타게팅
여성 승무원
사진 및 후기 활용



02
채널 친구 모으기

채널 친구 모객 기본 3단계

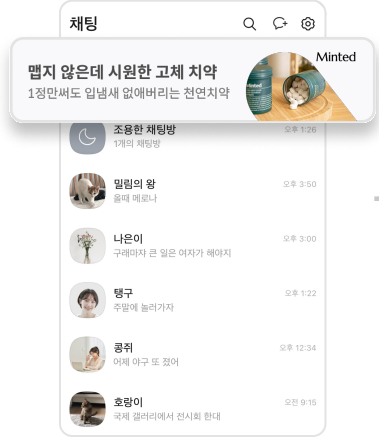
먼저, 카카오 비즈보드를 통해 잠재 고객의 자사몰 방문을 이끌었습니다.
자사몰에서는 '회원가입 시 10% 페이백'이라는 문구로 가입을 유도하고,
카카오싱크를 통해 신규 고객을 자연스럽게 채널 친구로 만들었습니다.

● 카카오싱크

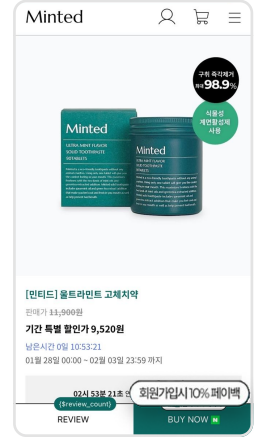
카카오모먼트를 통한 자사몰 유입 비중

운영 광고 매체 중 **70%**

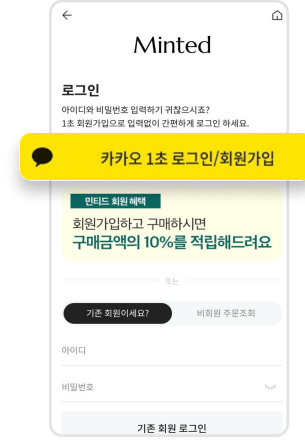
1. 카카오 비즈보드



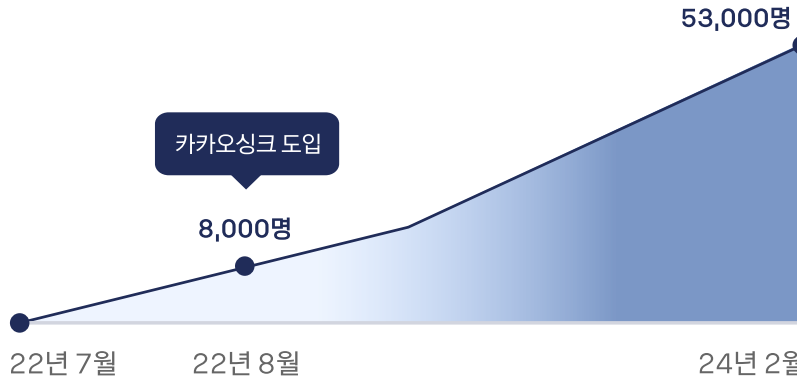
2. 자사몰 가입 유도



3. 카카오싱크



카카오싱크로
채널 친구 증대



민티드는 런칭과 동시에 카카오싱크를 도입하여 런칭 1년 3개월 만에 카카오톡 채널 친구 수 5만 3천 명을 확보할 수 있었습니다. 또한 런칭 이후 채널 친구 수는 지금까지 감소 없이 계속해서 증가하고 있습니다.

카카오싱크
유입 비중

전체 친구 중 **90%**

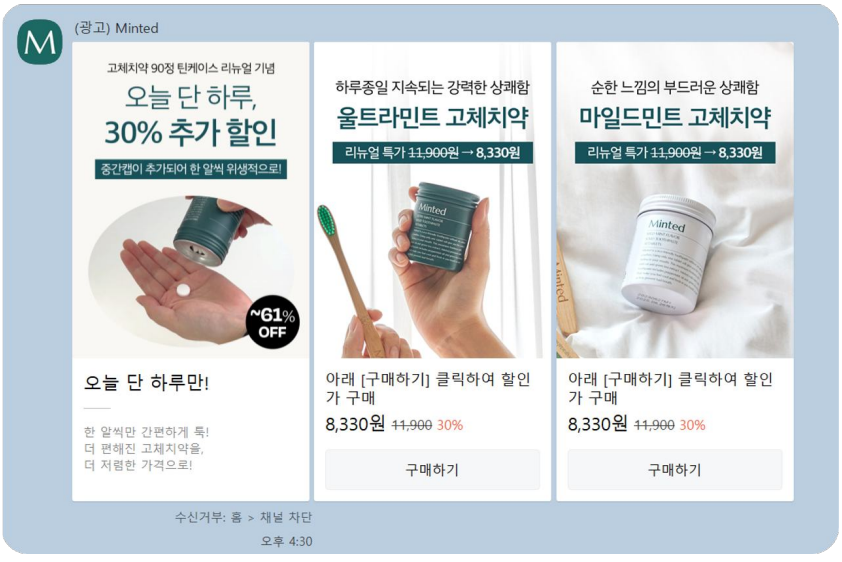
03
채널 메시지로 리텐션 향상

채널 메시지를 통해 채널 친구에게 제품 할인 및 신제품 런칭 소식을 꾸준히 알리며 구매 전환을 이끌어냈습니다. 특히 채널 친구 한정으로 진행한 할인 이벤트의 경우, ROAS 700%를 달성했습니다.

● 카카오톡 채널 메시지

제품 할인 이벤트
채널 메시지 ROAS

700%



아직 뚜렷한 성과를 보이지 못한 신제품의 경우에도, 채널 친구를 대상으로 신제품 런칭 프로모션 관련 메시지를 발송했을 때 타 매체 대비 높은 전환 성과를 만들 수 있었습니다.

민티드 | **박상우, 조명선 대표**

카카오의 광고는 모객 뿐만 아니라 매출도 함께 확보할 수 있어 효율이 매우 좋습니다. 앞으로도 카카오비즈니스와 함께 브랜드를 알려나갈 예정입니다.

'Minted'
카카오톡 채널

최우수상

닥터바이 | 펫 헬스푸드 브랜드

카카오톡 채널로 들어온 순간 '오늘부터 1일'

닥터바이는 반려동물과 보호자 간 삶의 고리를 연결하고자 하는 펫 헬스푸드 브랜드입니다.
고객이 카카오톡 채널로 들어온 순간 관계를 형성하고, 채널의 다양한 기능을 활용해 고객 관계를 효과적으로 결속하고 있습니다.

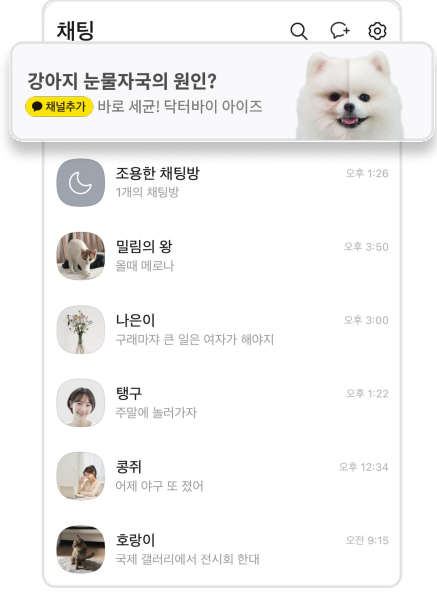
01
고객과 관계 형성

광고 콘텐츠로
신규 고객 유입

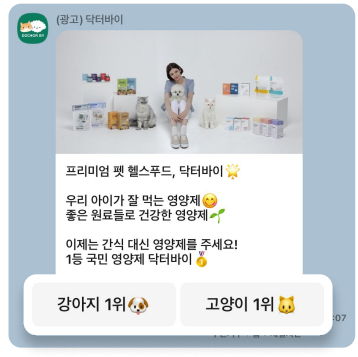
닥터바이는 채널 친구 증대를 목적으로 카카오 비즈보드를 집행했습니다.
반려인의 공감 요소를 활용한 광고 소재로 채널 추가를 유도하고,
웰컴 메시지에 자사몰로 연결되는 버튼을 추가해 고객을 유입하고 있습니다.

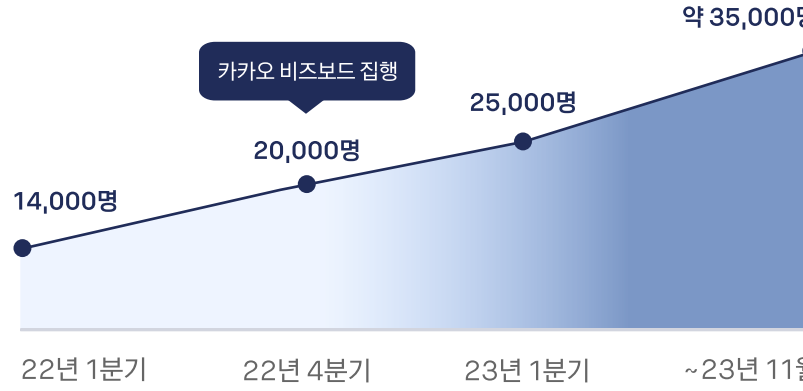
- 카카오 비즈보드
- 웰컴 메시지

1. 카카오 비즈보드로 채널 추가 유도



2. 웰컴 메시지 자동 발송

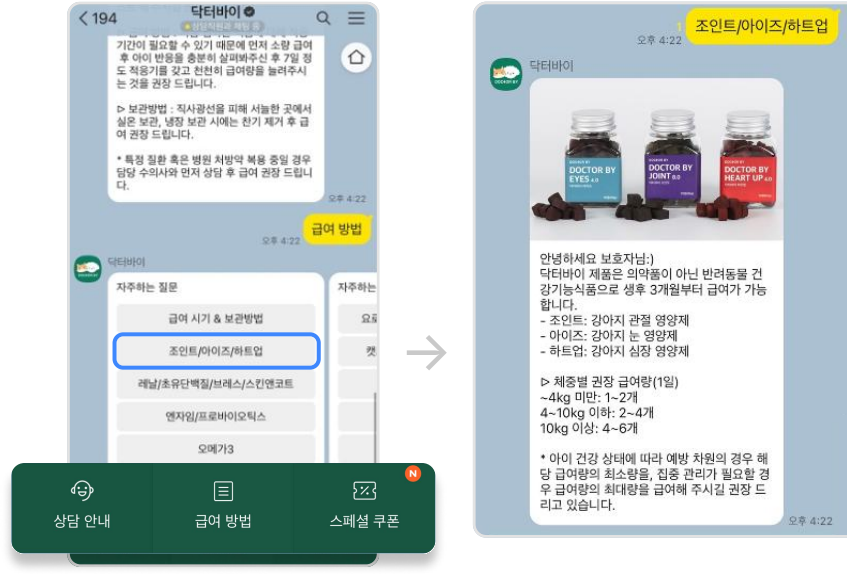




02
고객과 관계 결속

채팅방 하단에는 커스텀 메뉴를 통해 고객의 편의성을 높였습니다. 커스텀 메뉴 내 자주하는 질문 리스트를 만들고, 자동 응답 메시지를 설정해두어 상담사와 직접 소통하지 않아도 대부분의 문의를 빠르게 해결할 수 있도록 했습니다.

- 커스텀 메뉴



쿠폰 발행으로 매출 증가

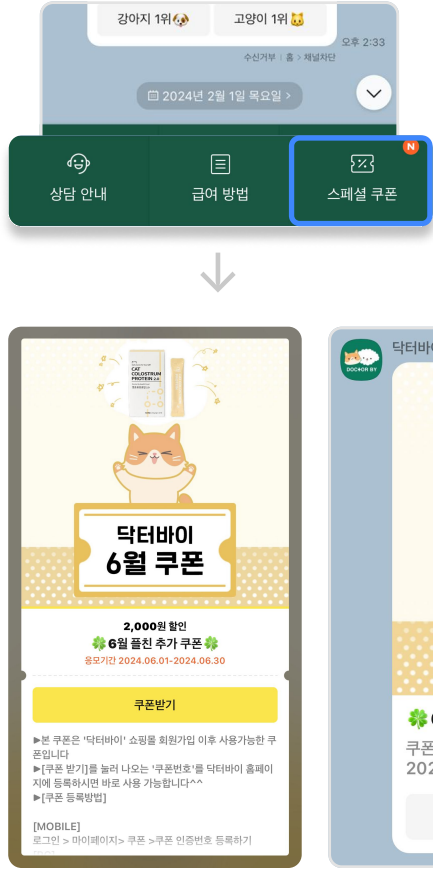
커스텀 메뉴 내 '스페셜 쿠폰' 을 통해, 고객이 간편하게 쿠폰을 발급 받을 수 있도록 했습니다.

● 채널 쿠폰

커스텀 메뉴 도입 후 쿠폰 사용률 증가

70%

기존 리스트 메뉴에서 커스텀 메뉴로 변경한 이후로, 쿠폰 사용률이 증가하며 매출 성장으로 이어졌습니다.



03
고객과의 관계 지속

스토리툰으로
리텐션 향상

반려인들이 궁금해할 만한 소재로 캐러셀피드형 메시지를 발송했습니다.
이때 특정 제품을 선정해, 해당 제품의 강점이 잘 드러나도록 기획한 스토리툰 형식의 메시지가 고객 집중도를 향상시키고 더 높은 구매 전환을 이끌었습니다.

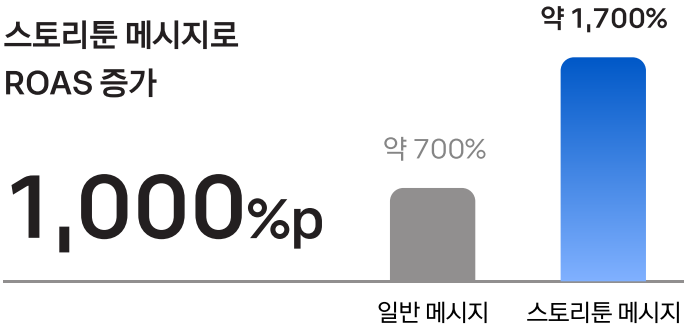
- 카카오톡 채널 메시지

- 발송 시기 : 2023년 9월
- 목표 : 구매 전환 유도
- 매출 : 약 800만 원



스토리툰 메시지로
ROAS 증가

1,000%p





닥터바이 | **김유정 프로**

카카오톡 채널은 고객을 만나고, 관계를 맺고, 소통하며
비즈니스를 성장시킬 수 있는 최고의 공간입니다.

'닥터바이'
카카오톡 채널

배민커넥트 | 배달 수행 플랫폼

인지부터 Lock-in 까지,
카카오비즈니스로 고객 로열티 제고

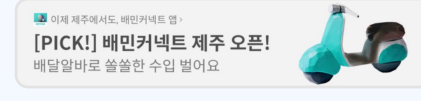
(주)우아한청년들의 '배민커넥트'는 오토바이, 자전거 등의 수단으로 누구나 언제든 자유롭게 배달의민족 내 다양한 서비스의 배달을 수행하는 플랫폼 입니다. 배민커넥트는 카카오톡 채널, 카카오 비즈보드 그리고 챗봇 등을 활용하며 마케팅 퍼널의 전반을 아울러 카카오비즈니스와 함께하고 있습니다.

01
캠페인 목표 설정을 통한 효과적인 광고 집행

카카오 비즈보드 방문/전환 캠페인

- 카카오 비즈보드

배민커넥트는 카카오 비즈보드 캠페인 목적에 따라 운영 전략을 세우며 고효율 소재를 발굴하고 있습니다. 방문 캠페인의 경우, 광고 소재에 리워드/혜택을 강조해 노출당 단가를 낮췄습니다. 전환 캠페인의 경우, 지역 타게팅을 통해 전환율을 높였습니다.

목적	이벤트 확산	지역별 신규 가입자 확보
캠페인 명	방문 캠페인	전환 캠페인
활용 방법	**고객에 따라 목표를 나누어 집행** 신규 고객 → 신규 타겟으로 pool 확보 기존 고객 → Web 방문자, App 설치자	**비즈보드 내 타게팅 기능 활용** 1. 지역별로 운영 그룹 분리 2. 우수 소재 발굴을 통해 전체 효율 개선
소재		
성과	↘ 42% 타 디스플레이 광고 대비 **낮은 노출당 비용** (CPM)	↗ 30% 타 광고 소재 대비 **높은 액션(가입) 전환율**

02

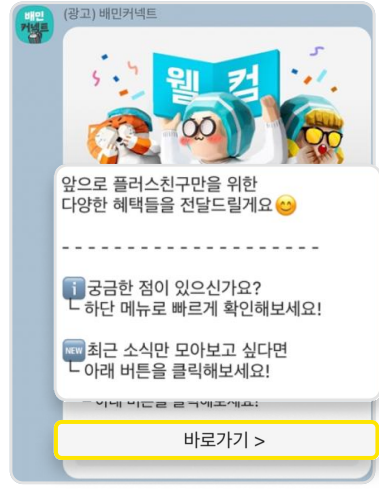
채널 내부 콘텐츠를 활용한 고객 이탈 최소화

고객의 유입부터 사로잡는 웰컴 메시지

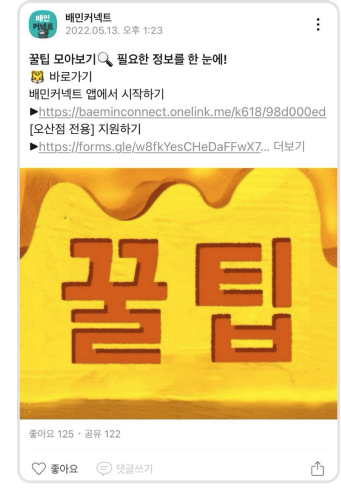
- 웰컴 메시지
- 카카오톡 채널 포스트

마케팅 퍼널별 콘텐츠와 커뮤니케이션 전략을 수립하여 마케팅 효율을 높였습니다. 특히 웰컴 메시지는 고객에게 처음 발송되는 채널 메시지인 만큼, 핵심 정보만을 담아 고객 이탈을 줄였습니다. 월평균 친구 추가 수는 약 3천 명으로, 24년 1월 기준 24만 6천 명의 채널 친구를 모았습니다.

웰컴 메시지



카카오톡 채널 포스트



웰컴 메시지 일평균 발송 수

211개

웰컴 메시지 클릭률 (CTR)

24.2%

필요에 맞게 활용하는 채널 메시지

- 카카오톡 채널 메시지

다양한 유형의 채널 메시지를 적재적소에 활용하며 유저를 Lock-in 하고 있습니다. 컬렉션 및 스토리텔링 형태로 활용 가능한 캐러셀피드형 메시지, 다양한 카테고리의 노출이 가능한 와이드리스트형 메시지 등을 콘텐츠 목적에 따라 발송하며 클릭률을 높였습니다.

평균 채널 메시지 클릭률 (CTR)

7.2%

신규 서비스 지역, 배달 경험에 도움되는 꿀팁, 유저 전용 제휴 프로모션 등 다채롭고 유용한 정보를 발송하고 있습니다.



채널과 연결되는 소식지, 카카오톡 채널 포스트

또한, 채널 포스트를 주기적으로 발행하며 고객에게 프로모션과 유용한 정보를 효과적으로 전달하고 있습니다. 기존 고객에게 연말결산 이벤트, 친구 추천 이벤트 등 프로모션 정보를 알리고, 오늘의 안전 운행 가이드와 이동노동자 쉼터 지도 안내 등 다양한 소식을 전하며 고객과 소통하고 있습니다.

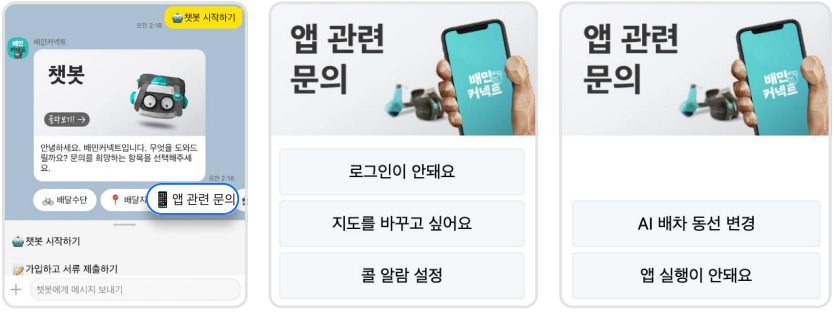
챗봇
알아보기

03
반복되는
CS 피로도 줄이기

챗봇의 도입

- 챗봇

챗봇을 도입해 반복되는 CS 피로도를 해소했습니다. 챗봇의 시나리오 기능을 활용하여 앱 사용 방법, FAQ 등의 질문들을 빠르게 해결했습니다. 특히 시의성이 높은 '배달 중 문의사항'의 경우, 바로 상담원 연결로 넘어갈 수 있도록 구성했습니다.



전체 상담 건수 중
챗봇 처리 비중 상승

29.9%



배민커넥트 | **최서영 팀원**

배민커넥트는 약 5년간 카카오비즈니스를 통해 고객 여정의 시작부터 끝까지 프로세스를 구축하였습니다. 향후 카카오톡 채널을 기반으로 브랜딩을 강화할 예정입니다.

'배민커넥트'
카카오톡 채널

삼쩜삼 | 세무 서비스 플랫폼

신규 고객 대량 유입에서 가입, 결제까지 마케팅 퍼널의 효율을 상승시킨 전략

삼쩜삼은 'We make your Money, We save your Time, We find your Right' 라는 슬로건 아래 전문 세무 서비스를 받기 어려운 이들을 위해 앱과 웹에서 세금신고와 환급을 돕고 있습니다.
카카오 비즈보드와 카카오싱크를 통해 1,000만 명이 넘는 채널 친구를 달성하며 빠른 성장을 이어가고 있습니다.

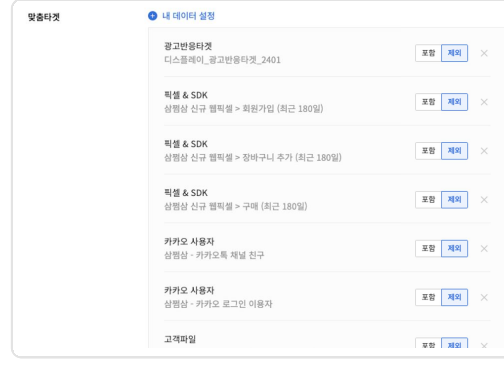
01

카카오모먼트를 활용한 광고 집행

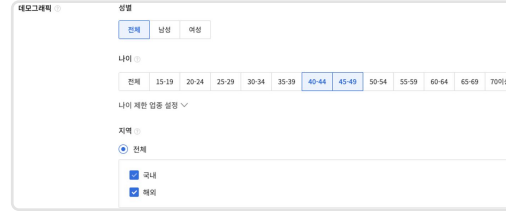
삼쩜삼은 카카오모먼트를 활용해 넓은 유저 풀에게 효과적으로 광고하며 신규 유저들을 지속적으로 유입 시켰습니다.

세밀한 타겟 겨냥으로 효율 높이기

특히, 광고 반응 타겟을 세분화하여 광고를 더욱 효율적으로 운영하고 있습니다.
연령대에 따라 구분되는 세무의 특징을 활용하여 데모그래픽 타게팅 [1] 중 나이를 중점적으로 집행 대상을 세분화하고 있습니다.



[맞춤타겟 예시]



[데모그래픽 타게팅 예시]

1) 데모그래픽 타게팅

인구통계학 기준의
오디언스 타게팅

카카오모먼트 타게팅
알아보기

카카오 비즈보드로 리소스는 적게, 성과는 크게

- 카카오 비즈보드

카카오 비즈보드는 간단한 이미지와 텍스트만으로도 제작이 가능해, 적은 리소스로도 많은 광고 소재 테스트를 진행할 수 있었습니다.

초기 소재는 '환급'과 관련된 오브젝트만 활용했으나 무형의 서비스를 이미지로 제작하는 데 한계가 있었습니다. 그래서 구체적인 환급금 또는 환급금이 주는 가치 등 서비스를 통해 얻을 수 있는 혜택을 제시하고, 이를 색다른 오브젝트와 조합하여 소재를 확장했습니다. 9개월 동안 약 8천 개의 카카오 비즈보드 A/B 테스트를 통해, 소재 클릭률을 22% 개선하는 성과가 있었습니다.



이렇게 효율이 좋은 소재를 발굴한 다음에는, 카카오 비즈보드 CPT에 이를 활용하면서 큰 성과를 거둘 수 있었습니다. 카카오 비즈보드 CPT는 카카오톡의 친구탭 영역에 원하는 시간만큼 단독 점유할 수 있는 형태이기에, 5월 종합소득세 신고 시즌이 중요한 삼쩜삼에게 1순위로 고려된 상품이었습니다.

카카오 비즈보드 CPT를 통해 삼쩜삼은 구좌 당 1,000만 이상의 노출로 짧은 기간 내 광범위한 사용자에게 도달할 수 있었습니다.

카카오 비즈보드 CPT 집행 구좌당 높은 뷰어블 노출 수 발생

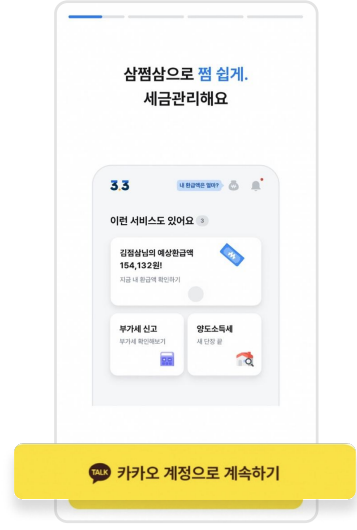
1,000만+

02
채널 친구 쌓기, 카카오싱크

삼쩜삼은 서비스 오픈 전인 20년 3월부터 카카오싱크 도입을 검토하고, 서비스 정식 오픈 시점인 20년 5월부터 회원가입 과정을 카카오싱크로 진행했습니다. 서비스 오픈 후 현재까지, 삼쩜삼의 회원가입은 카카오싱크로만 진행됩니다.

● 카카오싱크

1. 카카오 간편 로그인



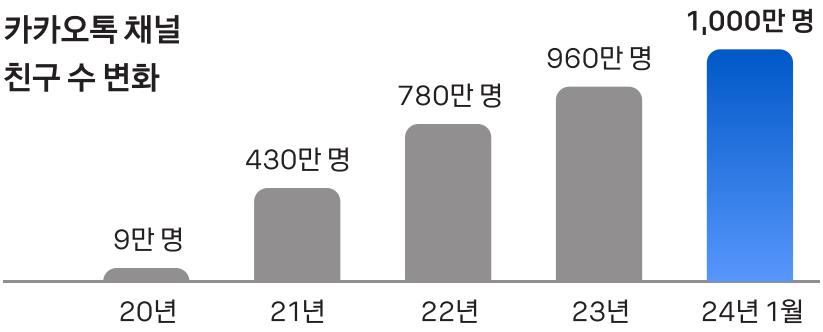
2. 마케팅 활용 동의



카카오싱크 도입 후,
약 4년 만에 채널 친구

카카오 내부 채널 외 최초 달성

1,000만 명



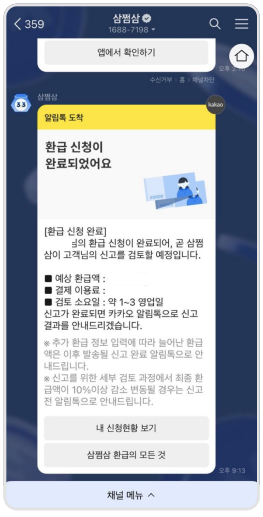
03

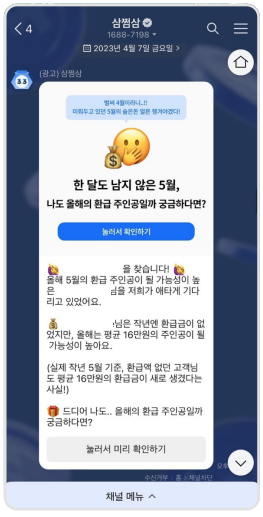
메시지를 활용한 고객 Lock-in

삼쩜삼은 카카오 광고와 카카오싱크로 신규 유저를 빠르게 확보하는 한편, 그 과정에서 추가된 카카오톡 채널 친구를 대상으로 개인화된 CRM 메시지를 발송하는 방법으로 리텐션을 높이고 있습니다.

알림톡과 친구톡

- 알림톡
- 친구톡







삼쩜삼 | **박지예 매니저**

삼쩜삼은 출시 3년 만에 누적 가입자 1,900만 명을 돌파하였습니다. 앞으로도 채널을 키우며 리텐션까지 효율적으로 만드는 선순환 구조를 이뤄내고 싶습니다.

'삼쩜삼' 카카오톡 채널

크로켓 | 전세계 커넥팅 직구 플랫폼

데이터를 바탕으로 한
정밀한 퍼널 마케팅 전략

크로켓은 89개국의 글로벌 셀러들과 직접 거래할 수 있는 크로스 보더 플랫폼입니다. 고객이 처음 유입되는 순간부터 재구매까지 전체 퍼널 최적화를 위하여 카카오비즈니스를 목적에 맞게 활용하고 있습니다.

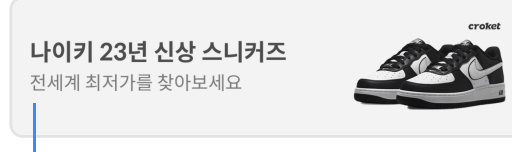
01
정밀한 타게팅으로 신규 유저 획득

목표 최적화 타게팅 광고

- 픽셀&SDK
- 카카오 비즈보드

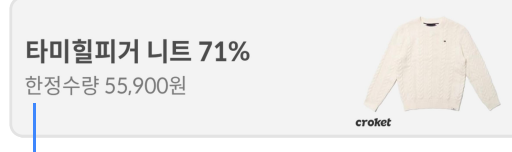
카카오모먼트에서는 픽셀&SDK를 활용해 유저 획득 목표에 맞는 캠페인을 집행할 수 있습니다. 크로켓은 이를 통해 유저 행동 데이터를 수집하여 각 목표에 맞는 소재를 기획하고 있습니다.

1) 방문 경험이 없는 신규 유저 획득



플랫폼의 장점 및 특성이 드러나는 메시지 활용으로 신규 유저 방문 유도

2) 방문했으나 가입/구매를 하지 않은 유저 전환

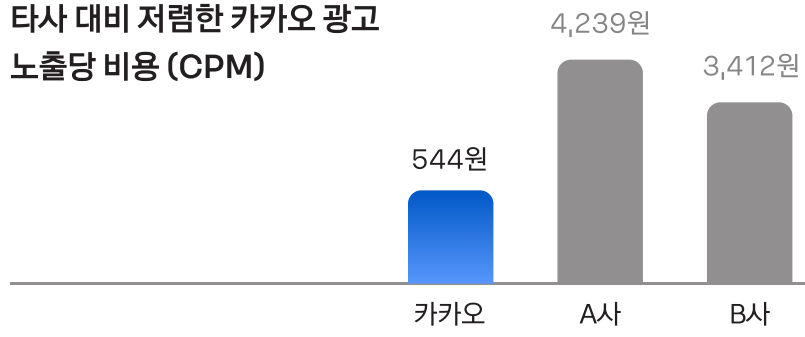


할인 문구를 강조하는 메시지로 구매 전환 유도

픽셀&SDK
더 알아보기

카카오 광고 집행 결과, 타사 대비 저렴한 노출당 비용으로 유입 효율을 높일 수 있었습니다.

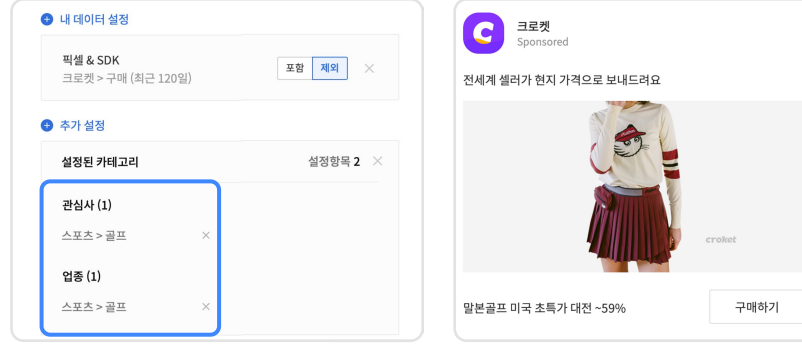
타사 대비 저렴한 카카오 광고 노출당 비용 (CPM)



관심사 기반 타게팅

- 디스플레이 광고

카카오 광고는 명확한 관심사를 가진 신규 유저를 타게팅할 수 있어 효과적입니다. 디스플레이 광고를 활용해 해외 골프웨어 브랜드 할인 행사를 홍보했습니다. 이때 '골프'에 관심이 있는 고객 그룹을 타게팅해 광고 효율을 높일 수 있었습니다.



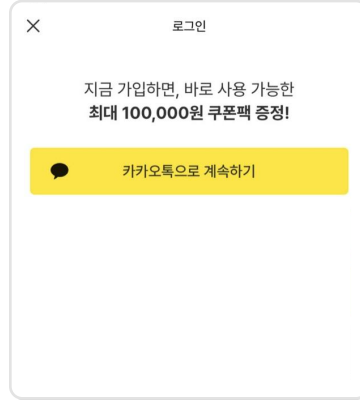
[관심사 타게팅 설정 화면]

02
가입 후
첫 구매 유도

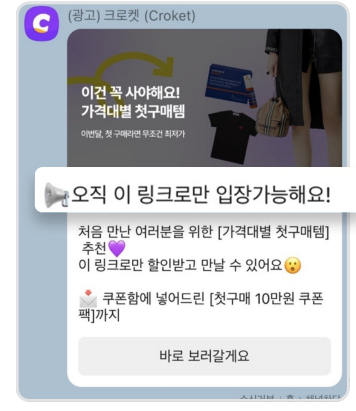
- 카카오싱크
- 웰컴 메시지

자사 앱에 카카오싱크를 연동해 가입과 동시에 자연스럽게 카카오톡 채널 친구를 맺도록 유도했습니다. 가입 직후 발송되는 웰컴 메시지에 '첫 구매 할인' 쿠폰팩 내용을 담아, 신규 유저의 첫 구매를 유도하고 있습니다. 카카오싱크와 웰컴 메시지를 통해 유입된 고객의 첫 구매 리드 타임을 효과적으로 단축시켰습니다.

카카오톡 간편 로그인



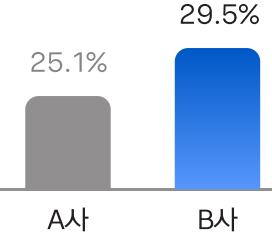
웰컴 메시지 내 자사몰 연결 버튼



타 가입 수단 대비

카카오싱크 가입자의
1일 내 첫구매율이 더 높습니다.

4.4%p



03
데이터를 바탕으로 재구매 유도

API 연동을 통한 정밀한 타게팅

카카오싱크와 카카오톡 채널 고객 파일 API 연동을 통해 정밀한 타게팅을 진행했습니다. 크로켓은 타겟 유저를 추출한 후, 해당 유저 관련 서비스 내부 데이터 (관심 상품/구매 상품/검색 키워드)를 활용해 맞춤 캠페인을 진행했습니다.

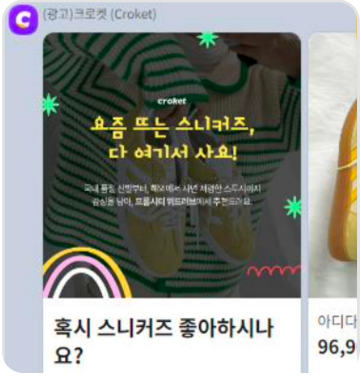
● 카카오톡 채널 메시지

채널 메시지 타겟 유저의 평균 재구매율

30%

타게팅 채널 메시지 평균 ROAS

3,000%



- **타겟유저** 결제 4회 이상 찜 & 장바구니 2개
- **ROAS** 2,971%

크로켓 | **백승빈 마케팅 팀장**

카카오톡은 전 국민이 가장 많이 접속하는 국민 메신저 답게, 타사와는 비교가 되지 않는 광고 효율을 낼 수 있습니다.

'크로켓' 카카오톡 채널

티젠 | 차(茶) 브랜드

동영상 광고
더 알아보기

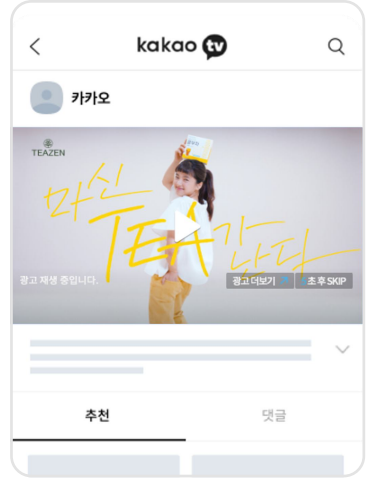
카카오 광고를 통해
브랜드 인지도 향상 및 매출 상승까지

티젠은 콤부차로 유명한 차(茶) 브랜드입니다. 브랜딩 광고부터 퍼포먼스 마케팅까지, 카카오의 다양한 서비스와 도구를 마케팅 목적에 맞게 활용하며 매출 증가를 이뤄냈습니다.

01
브랜딩 광고를 통한 인지도 확보

- 카카오 동영상 광고

브랜드 인지도 제고를 위해 브랜딩 영상을 제작하여 카카오 동영상 광고 캠페인을 운영하였습니다. 카카오 동영상 광고는 카카오의 다양한 서비스 지면에 노출이 가능하며, 전 국민 대상 유저풀을 기반으로 높은 타겟 커버리지를 확보할 수 있습니다. 특히 티젠은 주요 타겟층인 2049 여성을 대상으로 노출 최적화를 이뤄내 광고 효율을 높일 수 있었습니다.



인스트림 동영상 광고
영상 시청 전과 중간에 노출



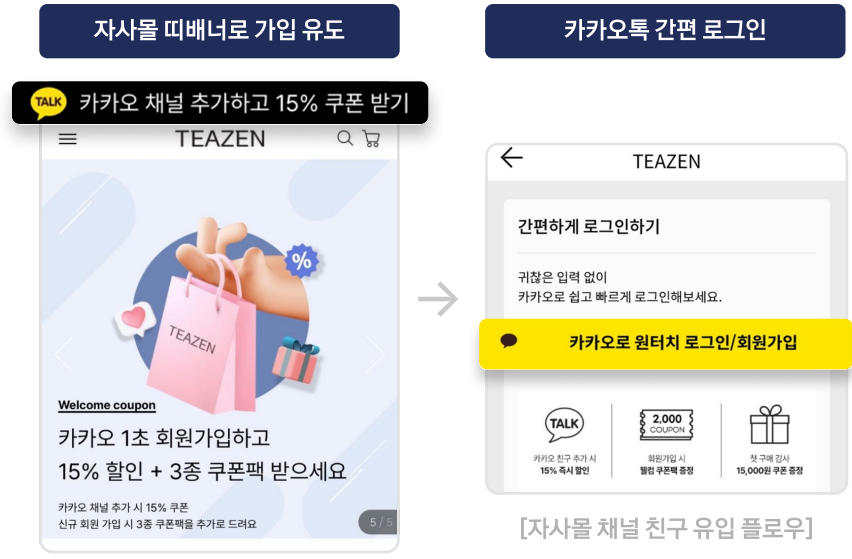
아웃스트림 동영상 광고
뉴스, 웹툰 콘텐츠 등에 노출되어 자연스러운 브랜드 경험 제공

02

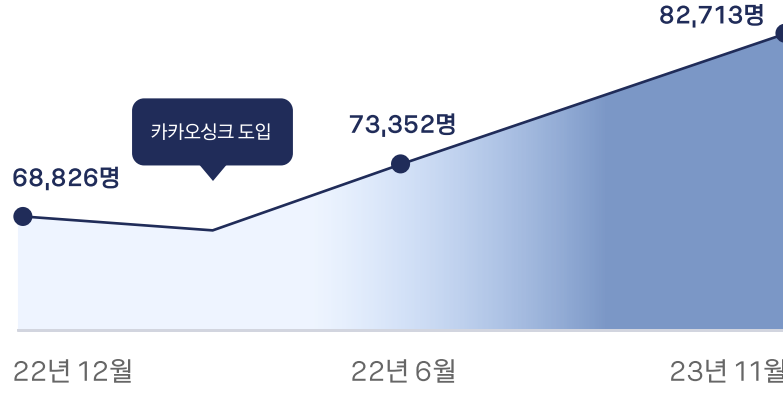
카카오싱크를 통한 채널 친구 유입

자사몰 상단 띠배너를 통해 카카오톡 채널 친구 추가를 유도하고 있습니다. 또한 카카오싱크를 도입하여 간편한 가입과 동시에 자연스럽게 채널 친구가 될 수 있도록 하였습니다. 채널 추가 시 '15% 할인 쿠폰'을 발행하여 구매 전환까지 유도할 수 있었습니다.

- 카카오싱크



[자사몰 채널 친구 유입 플로우]



03

광고를 통한 매출 증대

브랜딩 광고로 인지도를 높이는 동시에, 카카오 비즈보드를 활용하여 고객 행동을 유도했습니다. 카카오 비즈보드 전환 캠페인을 통해 잠재 고객을 채널 친구로 전환시키고, 구매를 유도하여 매출을 높이고자 했습니다.

전환율 높이는 카피라이팅

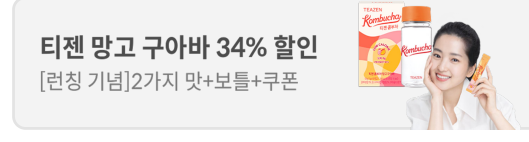
광고 소재에는 '79시간 한정', '단 3일만' 등과 같이 혜택과 기간을 명시하는 문구로 클릭률을 높이고 구매 전환을 빠르게 유도했습니다.

- 카카오 비즈보드



신제품 런칭 홍보 사례

신제품의 성공적인 런칭 및 시장 안착을 목표로 공식 자사몰에 랜딩되는 카카오 비즈보드를 운영했습니다. 성공적으로 신제품을 홍보할 수 있었고 비즈니스를 성장시킬 수 있었습니다.



카카오 비즈보드를 통해
신상품 런칭 매출 증가

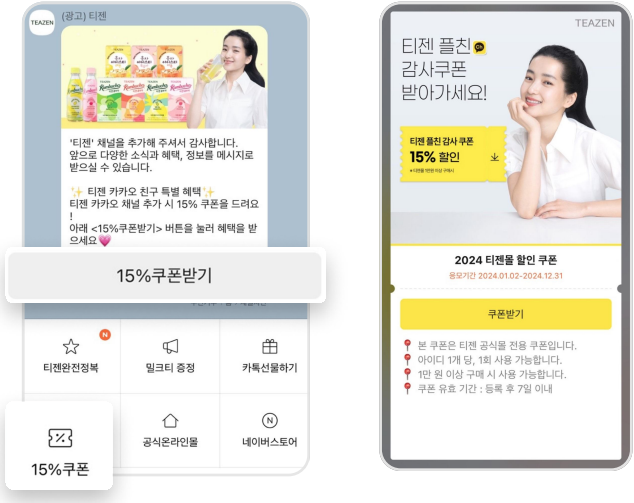
2.6배

04
채널을 통한 리텐션 향상

채널 친구 할인 쿠폰

- 웰컴 메시지
- 커스텀 메뉴

채널 추가 시 자동 발송되는 웰컴 메시지에 '쿠폰 받기' 버튼을 추가했습니다. 또한 채널 친구가 쉽게 쿠폰을 발견할 수 있도록 커스텀 메뉴에도 동일하게 '15% 쿠폰'을 추가해두었습니다.



웰컴 메시지를 비롯한 채널 메시지를 통해 다양한 상품 소식과 프로모션 홍보 메시지를 빠르게 전달하며 매출을 높일 수 있었습니다.

TEAZEN

티젠 | **김고은 팀장**

카카오비즈니스를 통해, 전 국민에게 우리 브랜드를 알리며, 잠재 고객을 채널로 모집하고, 채널 메시지로 고객관계 관리까지 할 수 있었습니다.

'티젠'
카카오톡 채널

럼튼 | 여성 잡화 브랜드

유입-전환-스케일업 사이클 기반 안정적인 매출 성장

럼튼은 손목시계, 팔찌 등 여성 잡화를 판매하는 패션 브랜드입니다. 고객 유입, 전환 그리고 확장까지 비즈니스 전반에 걸쳐 카카오비즈니스를 활용하며 사업을 확장해 나가고 있습니다.

01
고객 유입 경로 분석 및 확장

디스플레이 광고 방문 캠페인 운영

사업 운영 초기, 브랜드 인지도를 높이며 고객 유입을 극대화하기 위해, 카카오모먼트에서 방문 목표의 캠페인을 집행했습니다. 특히 디스플레이 광고를 통해 낮은 비용으로 많은 유입을 이끌어내며 효율적으로 고객 모수를 쌓을 수 있었습니다.

- 디스플레이 광고



[23년 11월, 블랙프라이데이 디스플레이 광고 소재]

클릭률 (CTR)	2.1 %
클릭당 비용 (CPC)	65 원

100원 이하의 평균 클릭당 비용으로, 예산이 적은 신생 브랜드임에도 광범위한 타겟에게 브랜드 인지도를 높일 수 있었습니다.

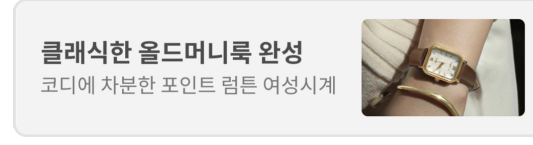
이후 업계 비수기로 인해 디스플레이 광고를 비롯한 마케팅 예산을 줄이자, 전체 매출 및 ROI가 줄었습니다. 럼튼의 전체 마케팅 퍼널을 분석한 결과, 구매로 전환된 고객의 초기 유입 경로에서 카카오모먼트가 핵심적인 역할을 하고 있는 점을 확인했습니다. 다시 카카오 광고 예산 비중을 늘리며 매출을 점진적으로 회복할 수 있었습니다.

02
구매 전환율 높이기

카카오 비즈보드 전환 캠페인 운영

방문 목표 캠페인과 더불어, 전환 목표의 캠페인도 함께 운영했습니다. 운영 중인 홈페이지에 픽셀&SDK를 연동하여 구매 가능성이 높은 고객을 찾아 최적화된 광고를 노출할 수 있었습니다.

- 카카오 비즈보드



[23년 9월, 베스트 제품 카카오 비즈보드 소재]

광고 소재에는 제품의 특장점을 강조하고, 각 제품의 상세페이지로 연결하여 구매 전환율을 높였습니다. 실제로 광고를 운영하며 최적화가 진행될수록 고객 획득 비용(CAC)이 점차 낮아지고, 특히 '3단계 심화된 머신러닝'에서 안정적으로 유지되는 것을 경험했습니다.

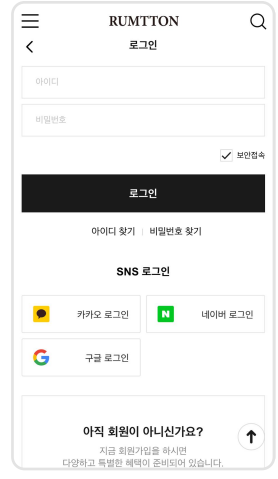
03
섬세한 스케일업

자사몰과 카카오톡 채널 연계

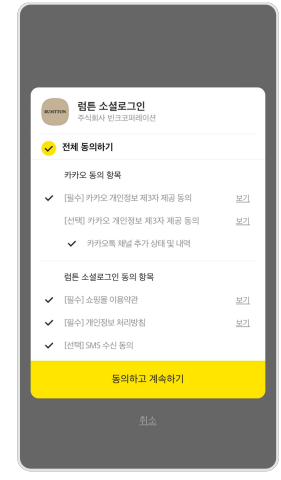
자사몰에 카카오싱크를 연동해 카카오톡 채널을 확장했습니다. 간편 가입창에서 마케팅 활용 동의를 받아 채널 친구를 빠르게 모을 수 있었습니다.

- 카카오싱크

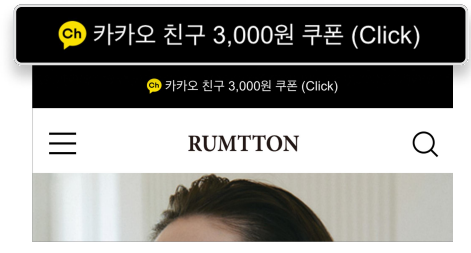
1. 카카오 간편 로그인



2. 마케팅 활용 동의



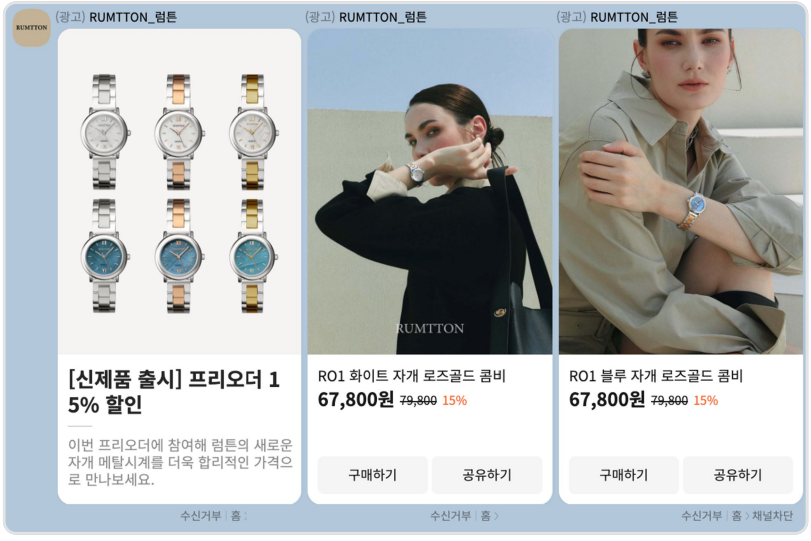
자사몰 상단에 '카카오 채널 친구 쿠폰' 띠배너를 노출해, 카카오톡 채널로 유입되는 경로를 확장하며 자사몰과 연계를 강화했습니다.



카카오톡 채널 메시지 활용

신규 유입된 채널 친구에게 웰컴 메시지를 시작으로, 브랜드 행사 및 신제품 소식을 결정적인 순간에 발 빠르게 전달하고 있습니다.

- 카카오톡 채널 메시지



채널 메시지 캠페인의 평균 고객 획득 비용(CAC)은 약 1,000원을 기록하며 효율적인 비용으로 브랜드의 매출을 올려주는 핵심 수단이 되었습니다.

RUMTTON

럼튼 | 인찬휘 대표이사

카카오톡 채널 메시지는 카카오비즈니스의 꽃이라고 생각합니다. 카카오모먼트와 채널 메시지를 통해, 마케팅 퍼널을 최적화하며 매출 성장을 이루었습니다.

'럼튼'
카카오톡 채널

신규 고객 확보

채널 친구를 잠재 고객으로 만들기

회원을 쉽고 빠르게 모으는 카카오싱크부터 정교한 타게팅이 가능한 마케팅 도구까지,
카카오톡 채널과 시너지를 내며 더 많은 신규 고객을 확보한 사례들을 소개합니다.

Chapter. 2

- 와디즈
- 키디키디
- 에어로케이항공
- 시골청년
- 유데미레터
- 대천김
- 인생

와디즈 | 라이프디자인 펀딩 플랫폼

카카오싱크로 채널 친구 확보, 이를 타겟 모수로 활용한 효율 증대 방법

와디즈는 'Design my own life' 라는 슬로건 아래, 새로운 가능성을 만드는 메이커와 새로운 가능성을 믿는 서포터를 연결하는 라이프디자인 펀딩 플랫폼입니다. 카카오싱크로 확보한 채널 친구를 타겟 모수로 활용해 전반적인 마케팅 효율을 높였습니다.

01
카카오싱크로 쉽게 친구 모으기

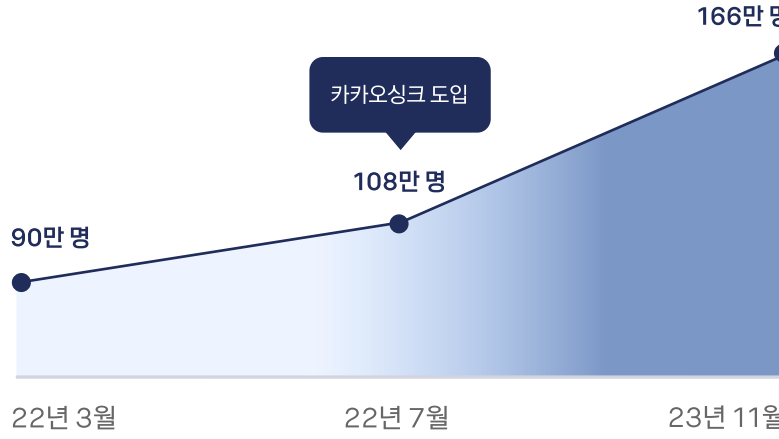
- 카카오싱크



와디즈는 22년 7월부터 자사 앱과 웹사이트에 카카오싱크를 연동해 더 많은 고객과 만나고 있습니다. 기존 간편 가입 단계에서 마케팅 활동을 위한 카카오톡 채널 추가 동의를 받으면 손쉽게 신규 회원을 확보하는 동시에 채널 친구를 늘릴 수 있습니다.

카카오싱크 도입 후, 이전에는 약 900명 정도였던 일평균 친구 추가 수가 약 3,000명으로 증가하는 성과가 있었습니다.

카카오싱크
더 알아보기



02
채널 메시지 광고 효율 높이기

정교한 타게팅으로 개인화 효과 UP!

카카오싱크로 많은 채널 친구를 확보한 만큼, 정교한 타게팅을 기반으로 마케팅 효율을 높이는 것이 중요했습니다. 다양한 타게팅 옵션 중, 주로 '광고반응타겟'과 '친구 그룹' 옵션을 결합해 활용했습니다.

● 카카오톡 채널 메시지

광고반응타겟 설정 예시	메시지 열람률
광고반응타겟 [23년 7월] 정기 남성+마케팅 열람 외 반응고객 포함 제외	96.3%
광고반응타겟 [23년 6월] 정기 여성+마케팅 열람 외 반응고객 포함 제외	87.6%

첫째로, 광고반응타겟은 기존 광고에 관심을 가졌던 (클릭/전환/재생/열람 등) 사용자만 모수로 지정할 수 있는 타게팅 옵션으로, 리타게팅에 매우 효과적입니다.

매월 주기적으로 상품을 큐레이션한 채널 메시지를 발송할 때, 전월 메시지에 반응한 타겟을 포함하여 발송해 광고 효율을 높였습니다.

친구 그룹 설정 예시	메시지 열람률
친구그룹 [광고사업팀] 비활성유저 포함 제외	85.6%
친구그룹 231011_240949_고관여유저 포함 제외	82.5%

다음으로, '친구 그룹'은 서비스를 운영하며 직접 확보한 고객 데이터를 활용할 수 있는 타게팅 옵션입니다. 유저의 성별/관심사/활동성 등 다양한 지표를 조합해, 특정 제품에 관심 가질 만한 그룹을 만들거나 고관여 유저/비활성 유저 그룹을 타게팅하며 더욱 개인화된 메시지를 발송했습니다.

쿠폰 강조 버튼 삽입해 클릭률 UP!



다양한 메시지 유형 중, 상품 및 쿠폰을 큐레이션 할 수 있는 캐러셀피드형을 주로 활용하고 있습니다.

이때 각 캐러셀마다 쿠폰 강조 버튼을 삽입한 쿠폰북 형태로 메시지를 발송했습니다. 쿠폰 강조 버튼에는 할인 금액과 '오늘의 추천 펀딩 전용' 등의 설명을 함께 기재해 클릭률을 높였습니다.

프리미엄 동영상 소재로 생동감 UP!

와디즈는 카카오톡 채널 메시지를 활용하여 신규 유형을 빠르게 테스트하며 광고 효율을 높이고 있습니다. 그 중 동영상 비율에 맞춰 확대된 말풍선으로 더욱 임팩트 있게 메시지를 전달할 수 있는 '프리미엄 동영상 유형'을 사용하였습니다.

1. 메시지 클릭



2. 풀 뷰 플레이어



브랜드의 할인 혜택 정보를 보다 주목도 있게 소개할 수 있는 동영상 소재를 활용해, 메시지 열람률과 기획전 유입을 높일 수 있었습니다.

프리미엄 동영상 유형 메시지 열람률

70.8%



와디즈 | **김나연 마케터**

카카오톡 채널 메시지는 다양한 광고 매체 중에서도 클릭률/전환율 등의 광고 효율이 가장 높게 나오는 채널로, 앞으로도 지속적으로 확장해 운영할 계획입니다.

'와디즈' 카카오톡 채널

키디키디 | 베이비&키즈 브랜드 쇼핑 플랫폼

카카오싱크와 채널 메시지로 카카오톡 채널 양적·질적 성장

키디키디는 패션에서 리빙/에듀/레저까지 다양한 육아 라이프를 아우르는 1,500여 개 브랜드가 입점한 취향 육아 플랫폼입니다. 카카오비즈니스의 다양한 서비스와 도구를 마케팅 목적에 맞게 적절히 활용하며 빠르게 성장하고 있습니다.

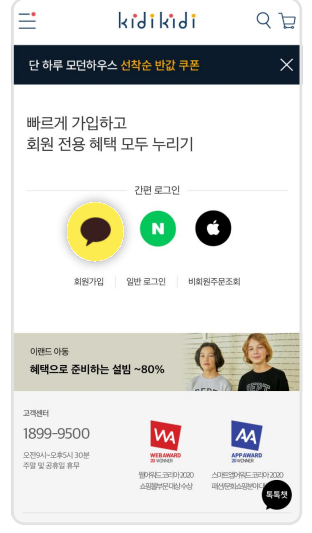
01
카카오싱크로 채널 정체기 돌파하기

- 카카오싱크

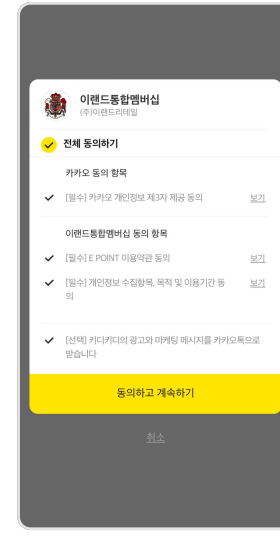
키디키디의 카카오톡 채널은 약 1년간 친구 수가 6만 명대로 유지되며 정체기를 보냈습니다. 카카오싱크를 도입한 23년 6월을 기점으로, 정체되었던 카카오톡 채널의 친구 수가 빠르게 성장하며 24년 2월 기준 친구 수 11만 명을 돌파했습니다.

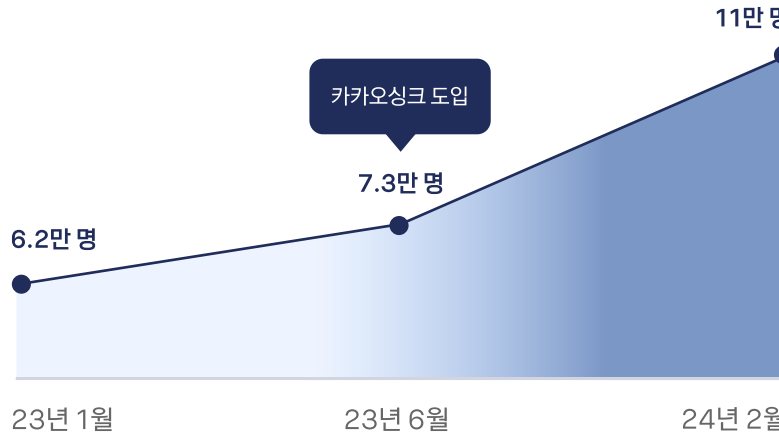
카카오싱크를 기반으로 자사몰과 카카오톡 채널을 연계한 결과, '일평균 친구 추가 수'가 100명 이상 증가하는 성과가 있었습니다.

1. 카카오 간편 로그인



2. 마케팅 활용 동의





02
온오프라인 연계하기

키디키디는 23년 10월 5일부터 8일까지, 4일간 코엑스에서 오프라인 행사인 '코베 베이비페어'를 진행했습니다. 행사장 곳곳에 카카오톡 채널 프로필로 연결되는 QR 코드 홍보물을 부착하고, 친구 추가를 한 고객들을 대상으로 경품추첨 이벤트를 진행했습니다.

카카오톡 채널 일평균 친구 추가 수 비교



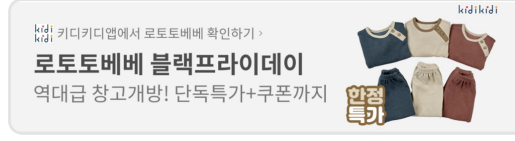
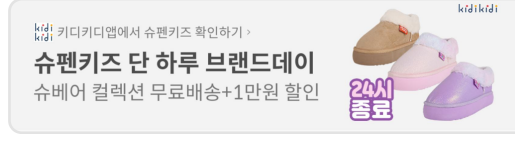
행사 방문 고객에게 카카오톡 채널을 홍보한 결과, 행사 기간 내 일평균 친구 추가 수는 10월 한 달간 일평균 친구 추가 수 대비 3.5배 높은 수치를 기록했습니다.

카카오 비즈보드
더 알아보기

03
카카오 비즈보드로 신규 고객 유입하기

앱 서비스 트래픽 증대를 목적으로 카카오 비즈보드 방문 캠페인을 집행하고 있습니다. 매월 주차별로 플랫폼 내 입점 브랜드를 선정해 광고 그룹을 분리하고, 각 브랜드의 인기 상품을 광고 소재로 제작했습니다.

● 카카오 비즈보드

광고 소재	클릭률 (CTR)
	3.92%
	3.83%
	3.63%

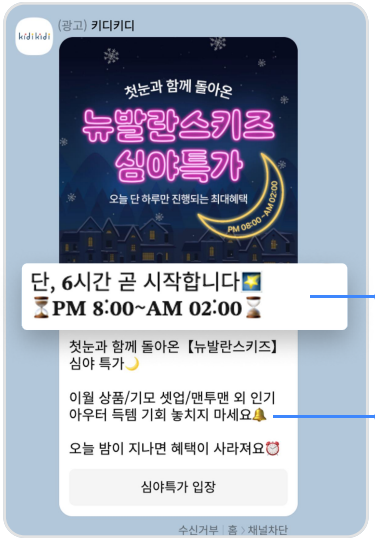
특히 '오늘종료', '한정특가', '24시종료' 등 구매 욕구를 자극하는 문구를 활용한 소재가 평균 3.5% 이상의 높은 클릭률을 달성했습니다.

04
채널 메시지, 매출로 연결시키기

채널 메시지의 경우, 고객 반응률과 서비스 유입량이 높은 시간대를 공략해 매출을 극대화하는 전략을 시도했습니다.

● 카카오톡 채널 메시지

하루 육아를 마치고 주로 저녁 여가 시간에 쇼핑하는 맘 고객의 라이프스타일을 반영해, 저녁 8시에 특가 프로모션 홍보 메시지를 보냈습니다.

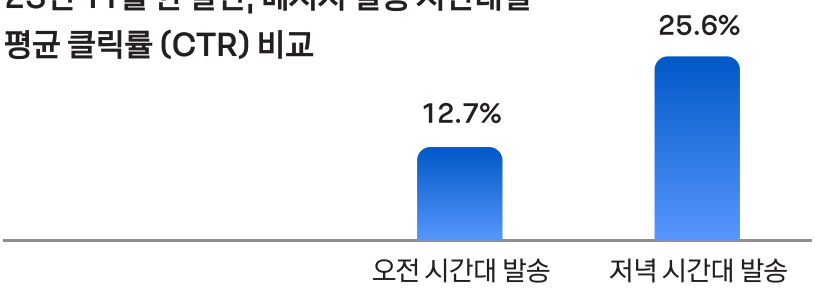


[23년 11월, 심야특가 메시지]

주요 고객층의
라이프스타일을 고려한
프로모션 및 메시지 발송 시간

고객의 **Action**을
유도하는 카피라이팅 활용

23년 11월 한 달간, 메시지 발송 시간대별 평균 클릭률 (CTR) 비교



저녁 시간대에 새롭게 발송한 채널 메시지는 기존 오전 시간대에 보낸 메시지 대비 약 2배 높은 클릭률을 기록하며 ROAS 1,947%를 달성했습니다.

키디키디 | **박희원 대리**

카카오싱크와 카카오 비즈보드를 활용해 신규 고객을 유입시키고, 채널 메시지를 통해 고객을 Lock-in 하며 카카오톡 채널의 양적/질적 동시 성장을 이뤘습니다.

'키디키디'
카카오톡 채널

에어로케이항공 | 청주국제공항 거점 국제 항공사

비수기 광고 효율 최적화 및 카카오톡 채널 확장 전략

에어로케이는 젠더리스 유니폼, 기내 콘서트 개최 등 기존의 보수적인 항공업의 틀을 깨며 새로운 고객 여정을 설계하는 Lifestyle 브랜드로 성장하고 있습니다. 카카오비즈니스의 다양한 도구를 활용해 브랜드 이벤트/프로모션의 광고 효율을 높이며 비수기에도 신규 고객을 빠르게 확보했습니다.

01
카카오 비즈보드로 신규 고객 확보하기

카테고리 타게팅 관심사 옵션 활용

- 카카오 비즈보드

에어로케이는 여행 업계 비수기 시즌을 앞두고, 특가 이벤트 및 단기 프로모션 홍보를 강화하기 위해 카카오 비즈보드 방문 캠페인을 운영했습니다.

방문 목적 캠페인은 도달/전환 목적 캠페인과 달리, 카테고리 타게팅 옵션도 활용할 수 있습니다. 다양한 카테고리 타게팅 옵션 중, 여행/레저/야외활동/친목 등 주요 고객층의 관심사와 관련성이 높은 분야 위주로 설정했습니다.

관심사 타게팅 설정 시 클릭률(CTR) 증가

↑ 2배

이때 관심사 타게팅을 설정한 그룹과 하지 않은 그룹으로 구분해 광고 효율을 비교했습니다. 테스트 결과, 관심사 타게팅을 한 광고 그룹의 클릭률이 약 2배 이상 높게 나타났습니다.

프로모션 일자별 광고 소구점 고민

블랙프라이데이 프로모션 운영 당시, 각 프로모션 일자별로 적절한 광고 소재와 소구점을 고민하며 광고 효율을 높였습니다.

고효율 소재



저효율 소재

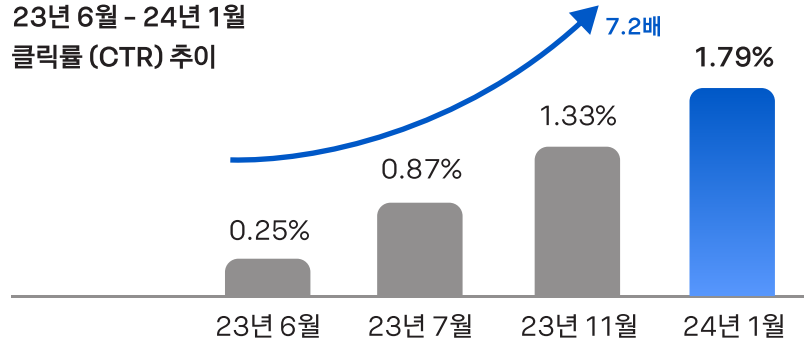


[23년 10월, 블랙프라이데이 카카오 비즈보드 소재]

프로모션 종료 임박을 강조한 소재 대비, 탑승 일자/기간 등 구체적인 상품 정보와 최대 할인율을 포함한 소재가 3.6배 높은 클릭률을 기록했습니다.

광고 효율 최적화

다양한 타게팅 옵션과 소재 A/B 테스트를 통해, 카카오 비즈보드 광고 효율을 점진적으로 최적화하고 있습니다. 가장 최근에 집행한 광고 캠페인은 처음 집행한 캠페인 대비 약 7배 높은 클릭률을 기록하기도 했습니다.



디스플레이 광고
더 알아보기

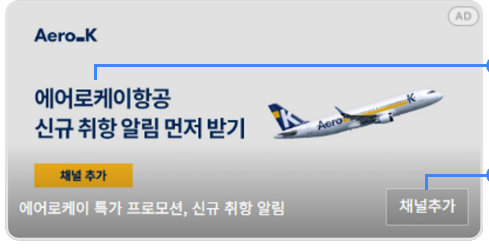
02

카카오톡 채널로 리텐션 높이기

디스플레이 광고 기반 채널 확장 전략

- 디스플레이 광고

카카오톡 채널을 더욱 빠르게 확장하기 위해 채널 친구 추가를 목표로 디스플레이 전환 캠페인을 집행했습니다. 카피 문구에는 카카오톡 채널을 추가하면 신규 취항 알림을 가장 먼저 받을 수 있다는 점을 강조했습니다.



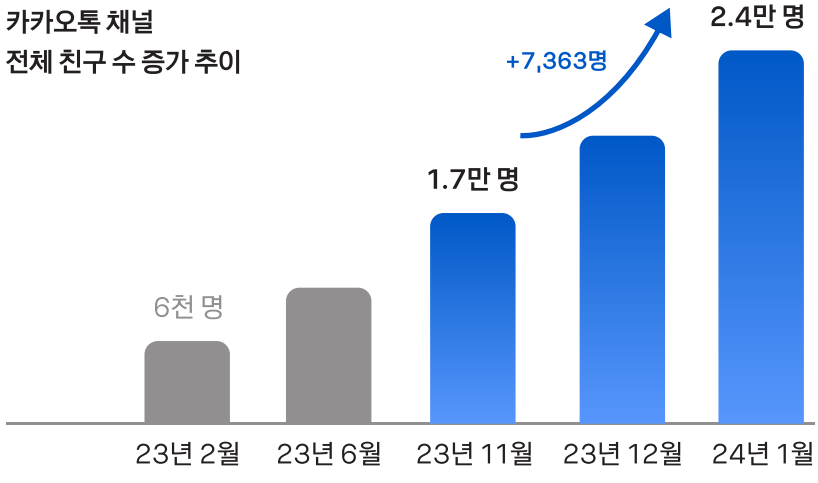
친구 추가 시 메리트를 강조하는 카피 문구

'채널 추가' 행동 유도 버튼

[23년 11월 - 24년 1월, 디스플레이 광고 소재]

두 달간 운영한 채널 친구 추가 목적 디스플레이 광고를 통해 총 7,363명의 친구가 새로 유입되어, 총 채널 친구 수 2만 4천 명을 달성했습니다.

카카오톡 채널
전체 친구 수 증가 추이

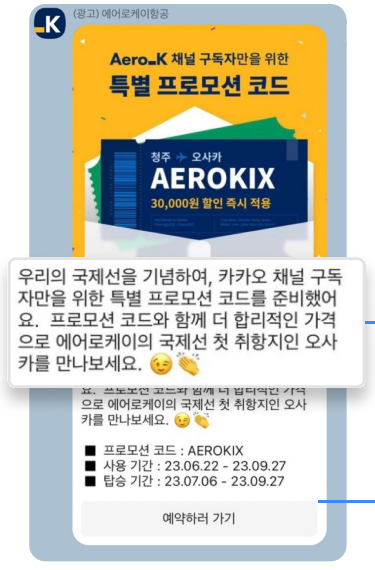


고객을 Lock-in 하는 채널 메시지 전략

- 카카오톡 채널 메시지

카카오톡 채널 메시지를 통해, 채널 친구 전용 혜택을 빠르게 전달하며 고객 리텐션을 높일 수 있었습니다.

국제선 첫 취항 프로모션의 일부로, 카카오톡 채널 친구를 위한 30,000원 할인 코드를 만들어 카카오톡 채널 메시지를 발송했습니다.



카카오톡 채널 친구 전용
특별 프로모션 코드 전달

메시지 클릭률

70%

[23년 6월, 국제선 첫 취항 프로모션 메시지]

해당 메시지는 클릭률 70%를 달성하며 타 포털 사이트/커뮤니티로 바이럴되어 카카오톡 채널 확장에도 도움이 되었습니다. 메시지에 기재한 프로모션 코드는 총 9,593건 사용되어 직접적인 매출 전환으로도 연결되었습니다.



에어로케이항공 | **정용현 매니저**

업계 비수기에도 카카오 비즈보드를 통해 신규 고객을 효과적으로 확보해 트래픽 피크를 만들고, 카카오톡 채널을 확장하며 대표 브랜드 채널로 활용하고 있습니다.

'에어로케이항공' 카카오톡 채널

시골청년 | 농수산물 유통 및 판매점

다채로운 광고 소재의 활용으로
신규 고객 확보에서 매출 증대까지

시골청년은 신선한 농수산물을 산지에서 바로 고객님의 식탁까지 전달하는 농수산물센터입니다.
복잡한 유통구조를 타파하고 유통마진을 최소화하여 저렴하고 신선한 제품을 구매할 수 있습니다.
카카오싱크와 카카오톡 채널을 활성화하며 매출을 높이며 빠른 성장을 하고 있습니다.

01
카카오톡 채널
친구 모으기

카카오싱크와
채널 추가 광고의 시너지

시골청년은 카카오싱크를 자사몰 쿠폰북과 연결하고, 채널 추가 광고를 함께 집행하며 채널 추가율을 높였습니다. 그 결과, 1년이 안되는 기간 동안 4만 명이 넘는 채널 친구를 모을 수 있었습니다.

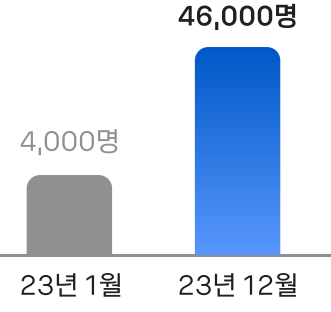
- 카카오 비즈보드





- 카카오싱크

카카오싱크 도입 후 1년 만에
채널 친구 수 4만 명 증가



02

다양한 광고를 통해 매출 올리기

시골청년은 온라인 비즈니스의 활성화를 위해 광고로 매출을 증가시키는 목표를 설정하였습니다. 제철 농수산물을 카카오 비즈보드, 디스플레이 광고에 함께 노출시키고 무료 배송, 1+1, 특가 이벤트 등을 효과적으로 전달했습니다.

● 카카오톡 채널 메시지





우측 채널 메시지 기준

- **발송 시기 : 23년 10월**
- **목표 : 구매 전환 유도**
- **매출 : 약 4,800만 원**





'우주최저가', '1+1 쿠폰 이벤트' 광고 집행 이후 매출 성장

매출

↑35배



시골청년 | **나도진 담당자**

카카오는 쉽고 빠르게 성장할 수 있는 좋은 파트너입니다. 카카오를 활용하여 다양한 고객을 쉽게 유입시키고 매출을 증대할 수 있었습니다.

'시골청년' 카카오톡 채널

유데미레터 | 자기 계발 콘텐츠 및 강의 큐레이션 플랫폼

양질의 잠재 고객을 확보하는 채널 메시지 활용법

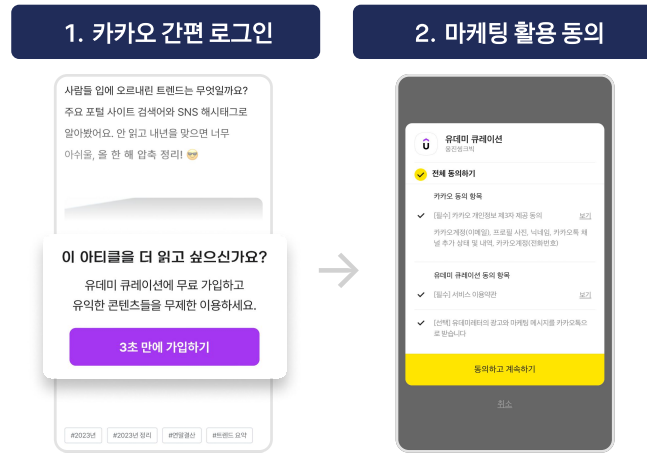
유데미레터는 취업준비생/직장인 등을 대상으로, 자기 계발 콘텐츠와 미국 온라인 아카데미인 유데미의 강의 콘텐츠를 선별해 추천하는 플랫폼입니다. 카카오싱크와 카카오톡 채널 메시지를 활용해 웹사이트 유입량과 콘텐츠 접근성을 높였습니다.

01

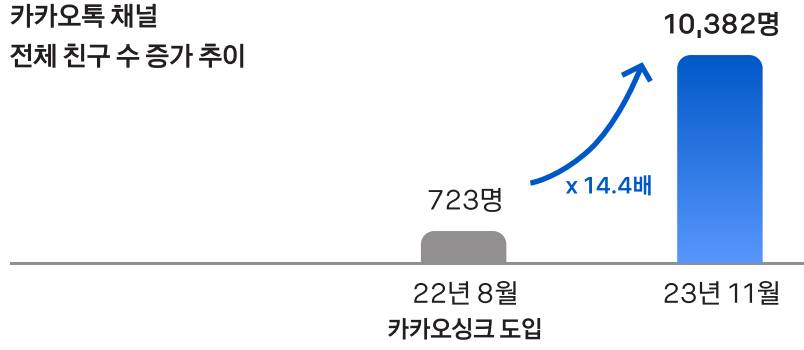
웹사이트와 카카오싱크 연계 강화하기

- 카카오싱크

카카오싱크를 도입해 잠재 고객을 빠르게 회원으로 전환하며 채널 친구 수가 도입 직전 대비 약 14배 증가했습니다. 이때 웹사이트 내 정보성 아티클 일부를 가리고, 로그인 후에만 해당 아티클 전문을 확인할 수 있도록 설정하여 웹사이트와의 연계를 강화했습니다.



카카오톡 채널
전체 친구 수 증가 추이



02

채널 메시지로 웹사이트 유입량 높이기

매주 채널 메시지를 발송하며 웹사이트 유입량을 높였습니다.
주로 캐러셀 피드형 메시지를 활용해, 주요 고객군이 관심을 가지는 자기 계발 주제의 아티클 콘텐츠를 요약해 발송하고 있습니다.

- 카카오톡 채널 메시지



실제로 채널 메시지를 발송할 때마다 웹사이트 유입량이 눈에 띄게 증가하며 아티클 조회수 상승으로 이어지고 있습니다.

채널 메시지를 활발하게 사용한 결과, 플랫폼 접근성을 높여 잠재 고객을 효과적으로 유치하고, 더 나아가 고객과 친밀감을 형성할 수 있었습니다.



유데미레터 | **박예슬 매니저**

카카오톡 채널을 통해 잠재 고객을 효과적으로 유치할 수 있었습니다. 특히 채널 메시지는 고객과 유데미레터를 이어주는 양질의 연결고리가 되었습니다.

'유데미레터'
카카오톡 채널

대천김 | 전통 재래식 명품김 브랜드

카카오톡 채널 활성화를 통해 내 고객을 채널 친구로 만들기

대천김은 40여 년간 꾸준히 사랑 받아온 조미김 브랜드로, 다양한 제품군과 패키지를 선보이고 있습니다. 카카오 비즈보드와 다채로운 이벤트를 통해 카카오톡 채널 친구를 급격하게 늘리면서 채널을 적극 활용하고 있습니다.

01
카카오톡 채널 친구 모으기

카카오 비즈보드를 통한 고객 유입

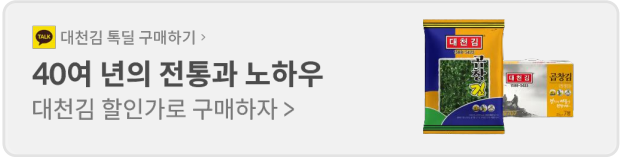
대천김은 카카오 비즈보드를 활용해 가격 할인 이벤트, 이모티콘 무료 증정 이벤트 등을 운영하며 채널을 활성화하고 있습니다.

다양한 이벤트를 운영한 결과, 6개월 만에 채널 친구 수를 4.3배 상승시킬 수 있었습니다.

● 카카오 비즈보드

카카오 비즈보드를 활용해
특가 이벤트 홍보 이후 채널 친구 수 급증

약 2,000명



[23년 8월 23일-27일, 카카오 비즈보드 소재]

카카오톡 채널
더 알아보기



[23년 10월, 카카오 비즈보드 소재]

타 소재 대비
높은 카카오 비즈보드 클릭률 (CTR)

6.36%

02
고객 Lock-in 하기

카카오톡 채널로
홍보부터 매출 상승까지

● 카카오톡 채널

대천김은 자사몰에서 카카오톡 채널로 판매 채널을 확장하며 다양한 정보 제공부터 구매 전환까지 하나의 홈에서 해결했습니다.
23년 9월 카카오톡 채널 홈 개편 이후, 편리해진 화면 구성과 풍성한 정보성 카드를 활용해 홈을 꾸미며 신규 친구 모객에서 나아가 매출 증대까지 이룰 수 있었습니다.









대천김 | **임서연 MD**

대천김은 카카오톡 채널을 통해 짧은 기간동안 판매점을 대폭 키울 수 있었습니다. 앞으로도 다양한 카카오비즈니스를 활용하여 더 큰 성장을 하고 싶습니다.

'대천김'
카카오톡 채널

인생 | 건강기능식품 브랜드

비용 효율적인
신규 고객 확보 비결 3가지

인생은 영양 전문가들이 꼼꼼하게 설계하여, 누구나 쉽게 건강한 습관을 만들도록 돕는 건기식 브랜드입니다. 인생은 카카오비즈니스의 다양한 서비스를 활용하여 신규 고객을 유입시키고, 더 나아가 매출 증대까지 이어지도록 하고 있습니다.

01

카카오모먼트로 신규 고객 확보하기

- 디스플레이 광고

브랜드 인지도를 높이고 신규 고객을 유입시키기 위해 카카오 디스플레이 광고를 적극 활용하였습니다. 집행 결과, 100원 이하의 평균 클릭당 비용(CPC) 으로 타 매체 광고 집행 대비 획기적으로 낮은 비용으로 효율 좋은 광고를 게재할 수 있었습니다.



유입부터 구매 전환까지

- 카카오 비즈보드

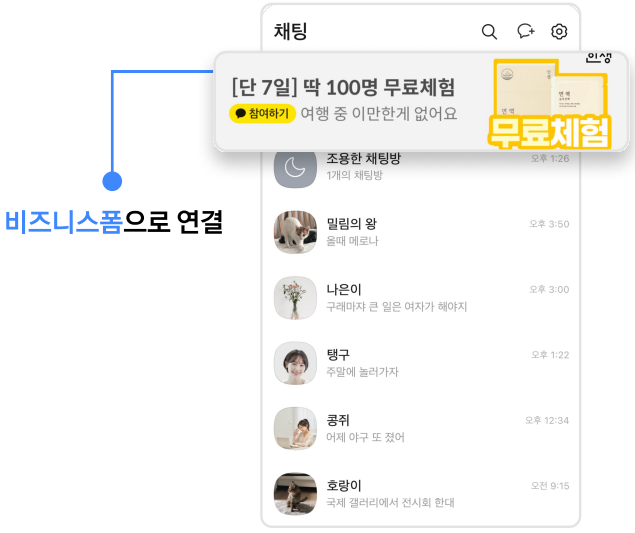
또한 카카오 비즈보드를 활용하여 신규 고객을 유입시켰습니다. 이때 할인율과 혜택을 강조하는 문구와 디자인으로 광고 소재를 기획하여 유입과 동시에 구매 전환까지 이어지도록 할 수 있었습니다.



비즈니스폼
더 알아보기

02
비즈니스폼으로 체험단 모집하기

비즈니스폼을 통해 제품 체험단을 모집하여 잠재 고객을 채널 친구로 유입시켰습니다. 비즈니스폼을 만들고 카카오 비즈보드에 연결시켜 활용했습니다. 이벤트 참여 고객이 자사몰 회원가입으로도 이어져 기존 회원 획득 비용의 25% 비용으로 자사몰 회원을 획득할 수 있었습니다.



03
알림톡으로 채널 추가 유도하기

구매 후 일정 기간이 지난 고객들을 대상으로 알림톡으로 설문조사를 보냈습니다. 알림톡은 채널 친구가 아니어도 메시지를 보낼 수 있어, 기존 친구가 아니었던 고객의 친구 추가를 손쉽게 유도할 수 있었습니다.

● 알림톡



인생 | **백성용 대리**

온라인 광고 비용이 상승한 요즘, 카카오는 비용 효율적으로 광고를 진행할 수 있는 최고의 매체입니다.

'인생'
카카오톡 채널

온라인 커머스 확장

카카오톡 채널과 시너지 발휘하기

카카오 판매 솔루션과 카카오톡 채널, 카카오 광고를 유기적으로 활용하여
온라인 커머스의 매출을 극대화한 사례들을 소개합니다.

Chapter. 3

- 로마샴푸
- WOOYOUNGMI
- 닥터디엣
- 신세계푸드
- 일미샵

로마샴푸 | 식물 유래 성분 글로벌 헤어케어 브랜드

카카오쇼핑라이브 - 카카오톡 채널 연계를 통한 매출 상승

로마샴푸는 미국 시애틀 본사에서 재료 가공부터 완제품까지 Hand-Made 방식으로 생산되어, 지속가능한 비건 성분으로 고객들을 만족시킨 헤어케어 브랜드입니다. 카카오쇼핑라이브를 비롯해 다양한 카카오비즈니스 도구를 활용해 한국 온라인 시장에 성공적으로 진출했습니다.

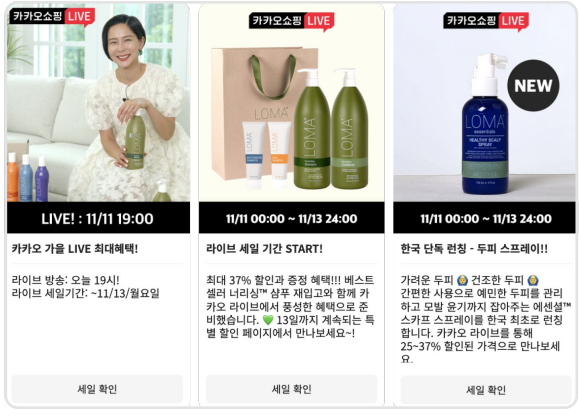
01
방송 전, 사전 홍보

채널 메시지 발송해 인지도 제고

- 카카오쇼핑라이브
- 카카오톡 채널 메시지

카카오쇼핑라이브 신규 입점 당시, 첫 라이브 방송 인지도를 높이기 위한 사전 홍보가 가장 중요한 과제였습니다.

라이브 방송 전, 채널 메시지를 발송해 고객에게 방송 세일 기간 및 할인 혜택 등의 정보를 빠르게 전달해 카카오쇼핑라이브와 연계 효율을 극대화할 수 있었습니다.



[23년 11월, 카카오쇼핑라이브 2회차 메시지]

메시지 열람률	**73.6%**
제품 당 평균 매출	**1억 원**

02
방송 당일, 유입 증대

카카오 비즈보드 익스팬더블 소재 활용

- 카카오 비즈보드

카카오톡 채널 메시지를 놓쳤거나 라이브 방송 소식을 접하지 못한 고객들을 카카오쇼핑라이브로 유입하기 위해, 방송 당일 24시간 동안 카카오 비즈보드와 디스플레이 광고를 운영했습니다.
카카오 비즈보드의 경우, 프리미엄 확장 형태인 익스팬더블 소재가 최대 1.35%의 클릭률을 기록하며 고객의 관심을 끌어냈습니다.



[23년 11월, 카카오쇼핑라이브 2회차 카카오 비즈보드 소재 및 플로우]

특히 익스팬더블 동영상 유형은 배너 내 힌트 에셋(PLAY 버튼) 클릭 시 영상이 자동으로 확장되는 형태로, 브랜드 영상 시청을 자연스럽게 유도할 수 있습니다.
또한, 영상 하단의 행동유도버튼인 'LIVE 보기'를 설정해, 카카오쇼핑라이브로의 유입을 높였습니다.

디스플레이 광고로 다양한 지면 활용

디스플레이 광고 소재는 카카오톡 외에도 다음/카카오스토리/네트워크 서비스 등 다양한 지면에 노출되는 만큼, 라이브 방송에서만 만나볼 수 있는 할인 혜택/추첨 선물 등 여러 가지 키워드를 조합해 크리에이티브를 제작했습니다.

- 디스플레이 광고



[23년 12월, 홀리데이 세일 디스플레이 광고 소재]

03
방송 종료 후, 트래픽 확보

카카오톡 쇼핑 랭킹 지속 노출

라이브 방송 종료 후, 일반적으로 로마샴푸는 카카오톡 쇼핑 내 '랭킹' 탭에서 전체 및 뷰티 상품군 기준 상위권 순위를 기록하고 있습니다.

이에 기획전 할인 행사를 곧바로 종료하지 않고, 3일 내외로 판매 및 노출을 지속하며 방송을 놓친 고객들에게 자연스러운 홍보를 통해 구매를 유도했습니다.



카카오쇼핑라이브
더 알아보기

지난 라이브 방송 다시보기 지속 노출

카카오톡 쇼핑 '라이브' 탭에서도
브랜드 광고가 지속적으로 노출됩니다.

고객이 해당 브랜드 썸네일을 클릭하면
지난 라이브 방송을 다시 볼 수 있어
기획전 종료 후에도 추가적인 구매를
유도할 수 있었습니다.

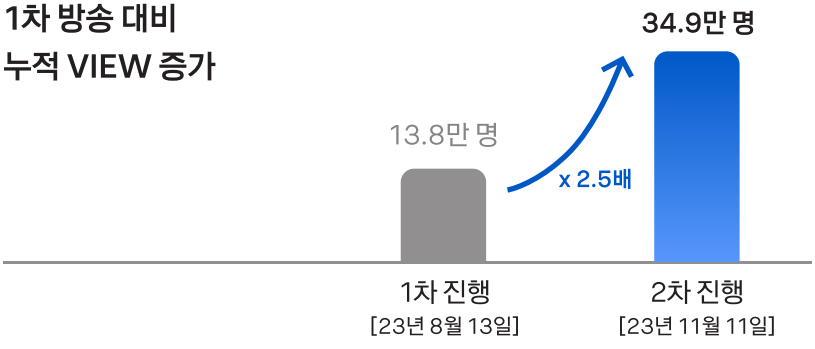


04

카카오비즈니스와 함께 이룬 성과

카카오쇼핑라이브를 준비하며 카카오톡 채널/카카오 비즈보드/
디스플레이 광고 등 다양한 카카오비즈니스 도구를 연계한 결과,
성공적인 성과를 달성할 수 있었습니다.

1차 방송 대비 누적 VIEW 증가





로마샴푸 | **김준영 이사**

로마샴푸는 다양한 카카오비즈니스 도구들을 활용해 성공적으로
한국 온라인 시장에 첫발을 내딛고, 카카오쇼핑라이브 매 회차 핵심
지표 성장을 경험했습니다.

'로마샴푸'
카카오톡 채널

WOOYOUNGMI | 글로벌 럭셔리 브랜드

럭셔리 브랜드,
카카오에서 광고부터 판매까지

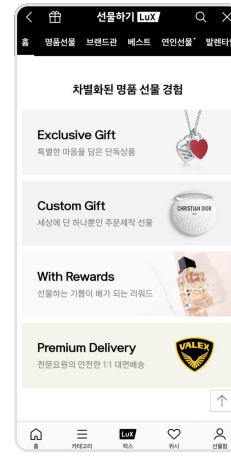
WOOYOUNGMI는 우영미 디자이너가 프랑스 파리에서 런칭한 글로벌 럭셔리 브랜드입니다.
카카오 선물하기 입점 이후 다양한 카카오 광고를 통해 5개월 만에 월 매출 1억 원을 달성했으며 계속해서 성장세를 그려오고 있습니다.

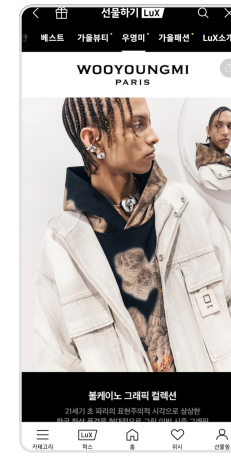
01
카카오톡 선물하기 LuX

카카오톡 선물하기 Lux는 럭셔리(명품) 선물 전문관입니다.
WOOYOUNGMI는 카카오톡 선물하기 Lux에 입점하면서 브랜드관의 무드를 활용해 브랜딩을 강화할 수 있었습니다. 또한 Lux 광고 구좌를 적극 활용하고 있습니다. 반응에 따라 매주 콘텐츠를 수정해가며, 인기 있는 콘텐츠 위주로 노출을 진행하고 있습니다.

● 카카오톡 선물하기







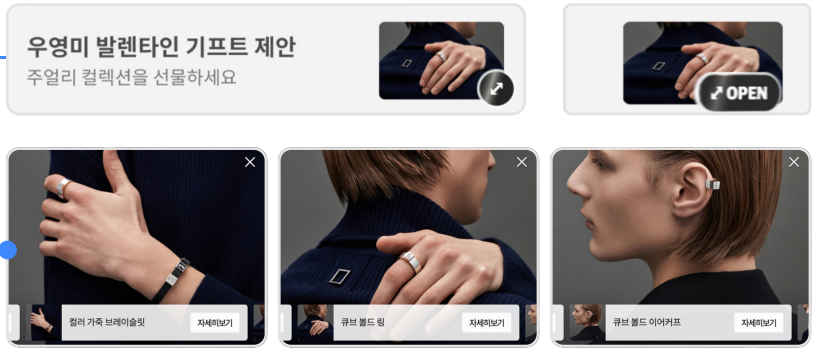
02
카카오 비즈보드로 브랜딩

카카오 비즈보드 익스팬더블을 활용하여 브랜딩 광고를 진행하고 있습니다.
익스팬더블 소재는 일반 카카오 비즈보드의 프리미엄 확장 형태로,
영상/이미지 등의 리치한 정보를 제공할 수 있습니다. 또한 클릭 시
영상/이미지 요소가 확장되어 브랜드 메시지를 더욱 효과적으로 전달할 수 있습니다.

- 카카오 비즈보드
- 비즈보드 익스팬더블

발렌타인데이 시즌에 맞춰 카카오톡 선물하기로 랜딩되는 카카오 비즈보드를 집행했습니다. 소재에 제품 이미지를 강조하여 구매 전환을 높였습니다.

확장 후



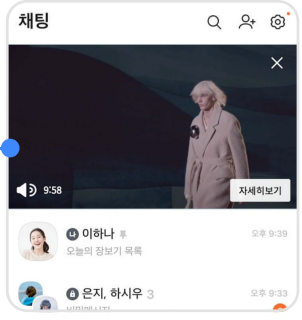
[카카오 비즈보드 익스팬더블 멀티형]

익스팬더블 멀티형을 활용해 확장된 화면에서 상품 상세 이미지, 가격 정보를 카탈로그 형태로 제공하여 브랜딩과 동시에 전환까지 유도할 수 있었습니다.

확장 후



[카카오 비즈보드 익스팬더블 동영상 유형]



또한 익스팬더블 동영상 유형을 통해 힌트 에셋(Play 버튼) 애니메이션 효과로 자연스러운 클릭과 브랜드 영상 시청을 유도하고 있습니다. 특히 브랜딩 강화를 위해 해당 소재에 패션쇼 영상을 노출하고 있습니다.



WOOYOUNGMI | **임형조 대리**

카카오톡 선물하기와 카카오 비즈보드는 앱 내에서 제품으로 바로 연결되고 구매까지 가능한 부분이 강력한 장점입니다.

'WOOYOUNGMI' 카카오톡 채널

닥터디엣 | 다이어트 건강기능식품 브랜드

다양한 채널 연계로
매출의 고속 성장!

닥터디엣은 '후기로 증명하는 닥터디엣'라는 슬로건 아래 좋은 제품력으로 고객 만족을 이끌어내는 건강기능식품 브랜드입니다. 고객의 여정에 카카오싱크, 카카오모먼트 등을 적극적으로 연계하여 비즈니스를 성장시키고 있습니다.

01
자연스러운
고객 유입

자사몰과 카카오톡
채널 연결, 카카오싱크

닥터디엣은 자사몰 가입 방식을 카카오싱크로 통일하며 신규 유입 고객을 자연스럽게 채널 친구로 만들 수 있었습니다. 이를 통해 24년 1월 기준 11만 명이 넘는 채널 친구를 꾸준히 유지하고 있습니다.

- 카카오싱크



또한 자사몰 내 다양한 형태의 '간편가입 쿠폰' 배너 노출과 '카카오톡 실시간 상담' 메뉴를 통해 카카오톡 채널로의 직접적인 유입 동선을 구현했습니다.

02
카카오광고를 활용한 마케팅 믹스

고객에게 소구하는 광고 만들기

닥터디엣은 카카오모먼트를 통해 다양한 광고를 효과적으로 활용하고 있습니다. 고객이 고민하는 포인트를 공략하여 행동을 유도하는 카피 문구를 작성해 디스플레이 광고 효율을 높였습니다.

- 디스플레이 광고



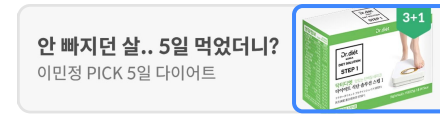
동일 기간 진행된
타 디스플레이 광고 대비 높은 클릭률 (CTR) 기록

↑ 3배

즉각적인 피드백으로 효율 높은 광고 찾기

또한, 카카오 비즈보드 소재 A/B 테스트를 진행하며 효율이 좋은 소재에 집중하여 광고를 집행하고 있습니다. 테스트 결과, 제품 중심의 오브젝트가 포함된 소재의 효율이 높았습니다.

- 카카오 비즈보드

고효율 소재	
저효율 소재	

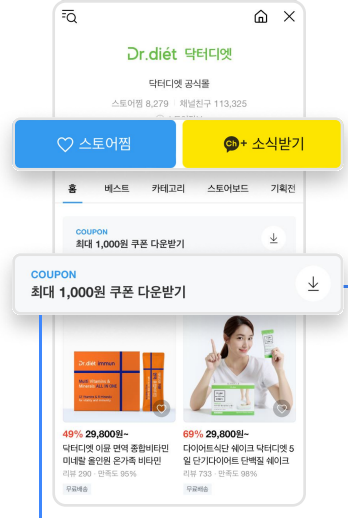
카카오톡 스토어
알아보기

03
카카오톡 스토어로 채널 확장하기

신규 고객 유입하기

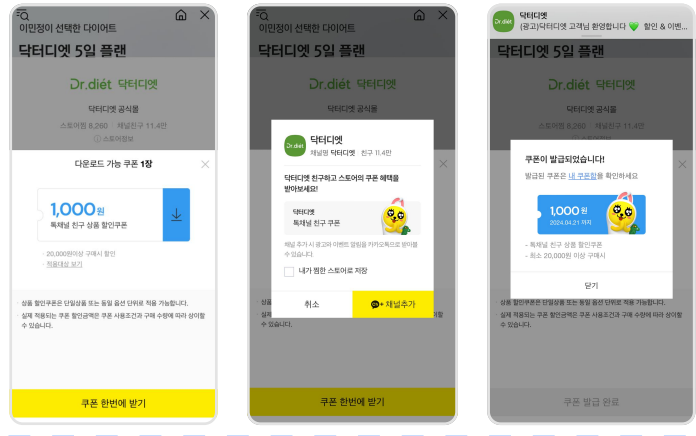
- 카카오톡 스토어
- 채널 쿠폰

닥터디엣은 카카오톡 스토어로 판매 채널을 확장했습니다. 카카오톡 스토어를 통해 처음 유입되는 고객에게 친구 전용 쿠폰 발행으로 채널 친구를 모으며 카카오비즈니스의 다양한 채널에 고객을 유기적으로 연결시켰습니다.



'스토어찜'과 **'채널 소식받기'** 버튼을 통해 고객 쌓기

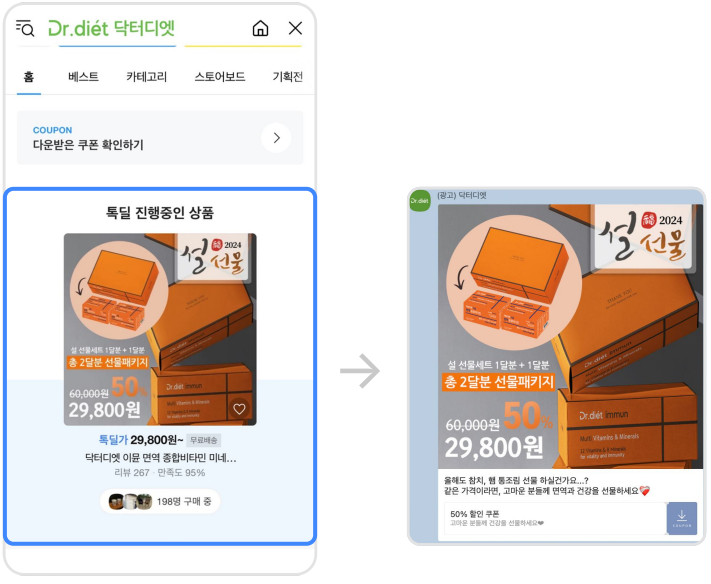
카카오톡 채널 친구 추가 **할인 쿠폰** 발행을 통해 구매 전환 유도



톡딜로 매출 높이기

할인 행사의 경우 카카오톡 쇼핑하기 톡딜을 통해 진행하며 카카오톡 서비스의 전 국민 이용자를 기반으로, 넓은 고객 풀을 확보할 수 있었습니다. 또한 기존 채널 친구에게 채널 메시지를 통해 톡딜 행사를 홍보하여 구매 전환을 높였습니다.

- 카카오톡 채널 메시지



톡딜과 카카오톡 쇼핑하기 등을 통해
2달 만에 높은 매출 성과 달성

6억 원



닥터디엣 | **강웅 대표**

저렴한 비용으로 도달되는 카카오톡 채널 메시지는 충성도 높은 고객들에게 좋은 혜택을 제공하며 즉시 매출로 전환시킬 수 있는 가장 효율 좋은 도구입니다.

'닥터디엣'
카카오톡 채널

신세계푸드 | F&B 종합식품기업

채널 친구 유입과 매출 확대의 선순환 구조 만들기

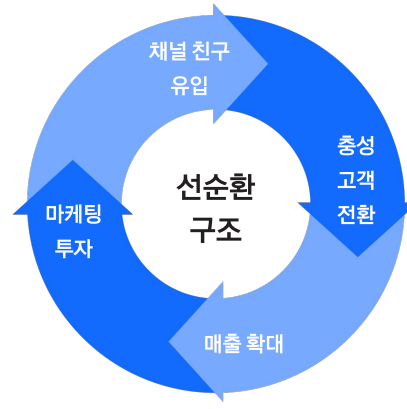
신세계푸드는 항상 새로운 아이템과 가격에 도전하는 진취적인 식품 브랜드입니다. 누구나 즐길 수 있는 합리적인 가격의 브랜드부터, 호텔식을 기반으로 한 프리미엄 브랜드까지. 신세계푸드는 다양한 브랜드의 상품을 효과적으로 홍보하고 판매하기 위해 카카오비즈니스를 활용하고 있습니다.

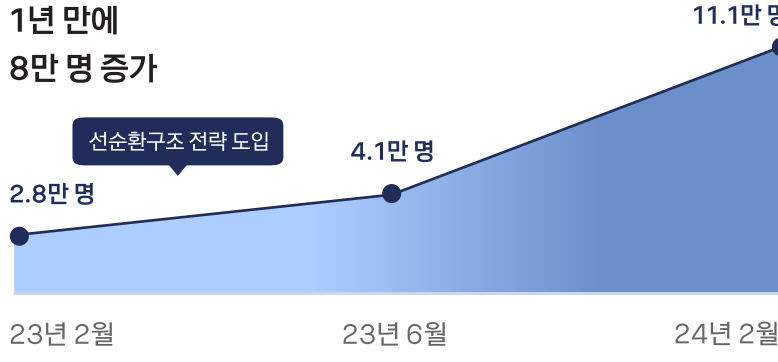
01

매출 + 마케팅 선순환구조

- 카카오톡 채널

신세계푸드는 채널 친구 수를 늘려서 매출을 확대하는 것에 집중했습니다. 먼저 채널 친구를 늘리고, 이들에게 다양한 혜택을 제공하여 충성고객으로 만듭니다. 이를 통해 늘어난 매출로 마케팅에 투자를 해서 더 많은 채널 친구를 만드는 선순환 구조 전략을 기획했습니다.



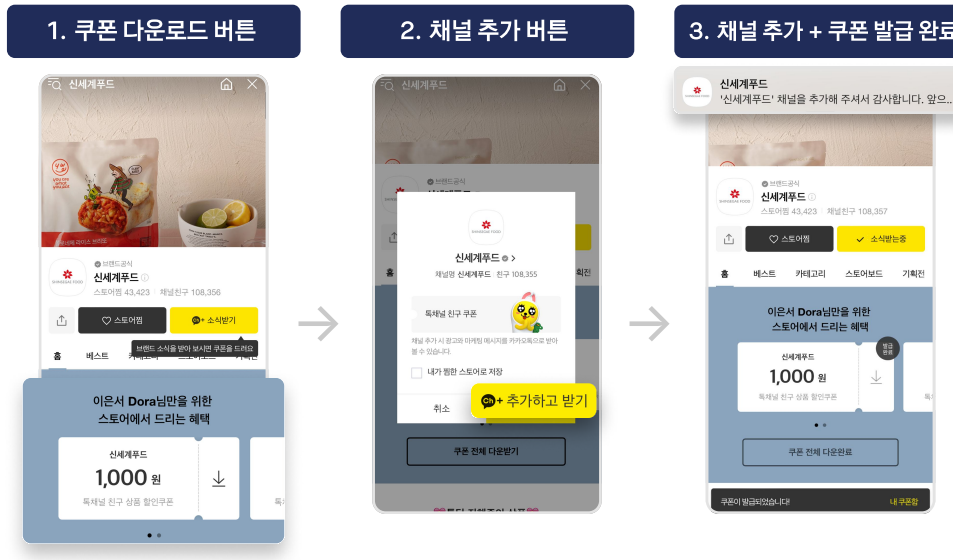


02
카카오톡 스토어 활용법

채널 친구 전용 할인 쿠폰 발행

- 카카오톡 스토어

카카오톡 스토어에 채널 친구 전용 할인 쿠폰을 발행하여, 자연스럽게 채널 친구를 늘리는 동시에 구매를 유도하며 매출을 확대하고 있습니다.
해당 쿠폰을 상시 발행하여 기존 친구들의 이탈을 방지하고, 재구매를 유도하여 고객 로열티를 높이고 있습니다.



채널 친구 전용 상품

채널 친구 전용 상품은 채널 친구를 맺은 고객만 특가 상품을 구매할 수 있는 기능으로 고객을 단골로 이어지도록 만드는 강력한 장치입니다. 신세계푸드는 월 1회 채널 친구 전용 상품을 기획해서 기존 채널 친구의 로열티를 높이고 신규 채널 친구 유입을 유도하고 있습니다.

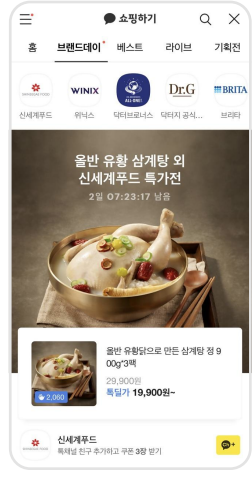
03
매출 극대화 전략

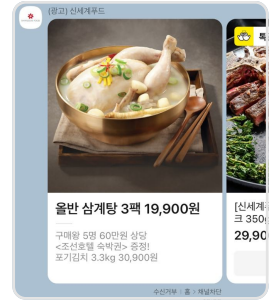
시즌성 제품
시장 선점하기

- 카카오쇼핑라이브
- 카카오톡 스토어
- 카카오톡 채널 메시지

시즌성 제품의 경쟁력을 높이며 매출을 극대화하기 위해 카카오쇼핑라이브, 톡딜 그리고 채널 메시지를 종합적으로 활용하고 있습니다.







23년 7월 복날 시즌을 맞아 삼계탕 프로모션을 진행하였습니다.
라이브 방송과 톡딜을 통해 할인행사를 진행하였고, 카카오톡 채널 친구들에게도 채널 메시지를 보내 홍보하였습니다. 그 결과 브랜드 스토어 랭킹 1위를 달성할 수 있었습니다.

복날 시즌 삼계탕
카카오에서의 총 매출

1억 7천만 원

비즈보드 CPT
알아보기

시즌성 제품 홍보하기

- 카카오 비즈보드 CPT
- 카카오톡 선물하기

카카오톡 선물하기 내 제품을 홍보하기 위해 원하는 시간대에 친구탭에 단독 노출할 수 있는 카카오 비즈보드 CPT를 집행했습니다. 이때 카카오 비즈보드 유형 중 커스텀 비즈보드를 활용하여 광고를 집행했습니다. 커스텀 비즈보드는 일반 투명 배경이 아닌, 실사/패턴/그라데이션 등의 이미지를 배경으로 사용할 수 있어 주목도를 높일 수 있습니다.



신세계백화점에서 판매하는 브랜드 제품을 홍보하기 위해 프리미엄 컨셉의 광고를 진행하고자 했습니다. 크리스마스 시즌에 맞춰서 '선물용 백화점 명품 케이크'라는 문구를 작성하고, 이에 어울리는 실사 배경을 활용하면서 매출 증대 효과를 거둘 수 있었습니다.

전년 대비
카카오톡 선물하기 매출 증가

15%



신세계푸드 | **권예린 대리**

신세계푸드는 이커머스를 시작한 지 얼마 안 됐는데도 불구하고
카카오비즈니스를 통해 빠르게 성장할 수 있었습니다.
앞으로는 디스플레이 광고까지 확장할 계획입니다.

'신세계푸드'
카카오톡 채널

일미샵 | 강원도 청정 푸드 종합 쇼핑몰

카카오톡 스토어와 채널 연계로 잠재 고객의 구매 전환 높이기

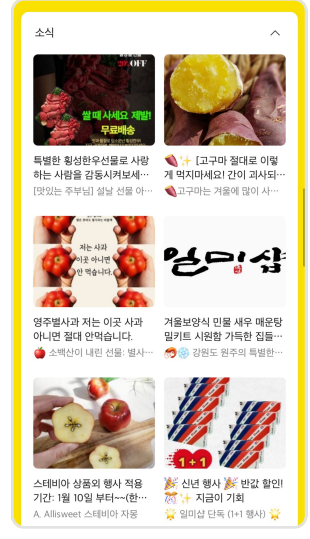
일미샵은 '한 가지 맛(一味)을 찾는 상점'이라는 슬로건 아래, 강원도의 건강한 식재료와 차별화된 음식을 판매하는 온라인 스토어입니다. 사업 초기부터 카카오톡 채널을 적극적으로 활용하며 온라인 스토어를 점차 확장해 나가고 있습니다.

01
카카오톡 채널 꾸미기

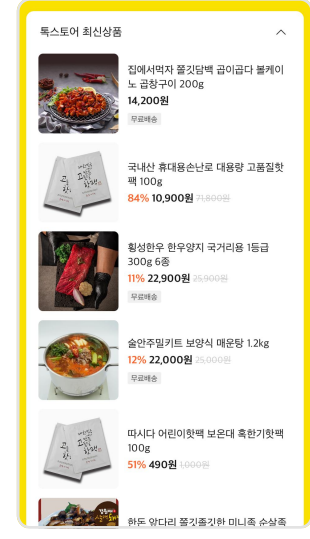
- 카카오톡 채널

일미샵은 카카오톡 채널을 대표 브랜드 채널로 활용하며 24년 1월 기준, 약 5천 명의 친구를 모았습니다.

소식 발행



카카오톡 스토어 상품



카카오톡 채널의 다양한 기능을 활용해, 고객이 상품 정보와 이벤트 소식을 간편하게 접할 수 있도록 채널을 구성했습니다. 소식의 경우, 판매하고 있는 상품 특징 및 조리 방법을 주제로 작성했습니다. 소식과 더불어, 카카오톡 스토어의 인기/최신 상품 또한 채널에 함께 노출하고 있습니다.

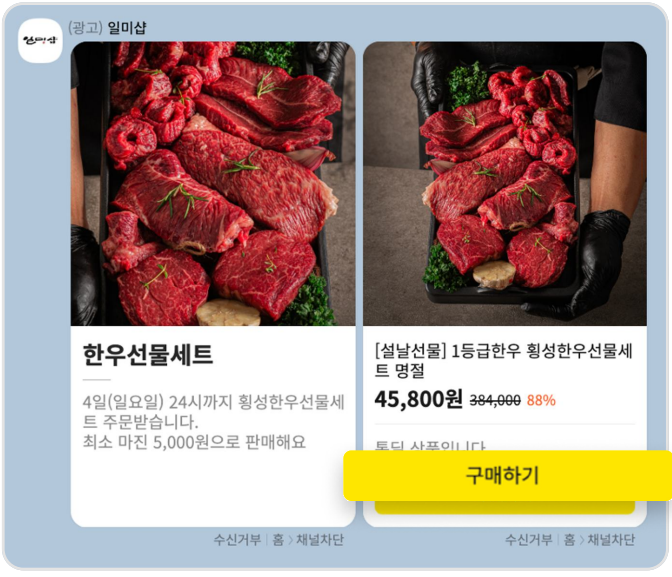
카카오톡 스토어
알아보기

02

채널 메시지로 카카오톡 스토어 구매 전환 높이기

일미샵은 주기적으로 카카오톡 채널 메시지를 발송하며 카카오톡 채널과 카카오톡 스토어의 연계를 강화하고 있습니다. 특히, 카카오톡 스토어에 등록된 상품을 불러와, 상품 이미지와 가격 정보를 카탈로그 형식으로 노출할 수 있는 캐러셀커머스형을 주로 활용하고 있습니다.

- 카카오톡 채널 메시지



[24년 2월, 설날 한우선물세트 광고 메시지]

각 캐러셀에 할인 가격 정보를 함께 기재하여 높은 할인율을 강조했으며 하단의 '구매하기' 버튼을 통해 직접적인 구매 전환을 이끌어냈습니다.



일미샵 | **이준영 대표**

카카오톡 채널 친구를 모으고, 채널 메시지를 발송해
잠재 고객의 구매 전환을 이끈 홍보 전략은 일미샵이 성장하는데
큰 원동력이 되었습니다.

'일미샵'
카카오톡 채널

온오프라인 연계

비즈니스를 온라인으로 확장하기

오프라인 중심의 매장이 카카오톡 채널을 기반으로 온라인 판매 채널을 확장한 사례들을 소개합니다.

Chapter. 4

- 어부장수산
- 왁싱랩
- 삼성전자 일렉트로마트SF하남점
- 팔남매집

어부장수산 | 국내산 숙성 횟집

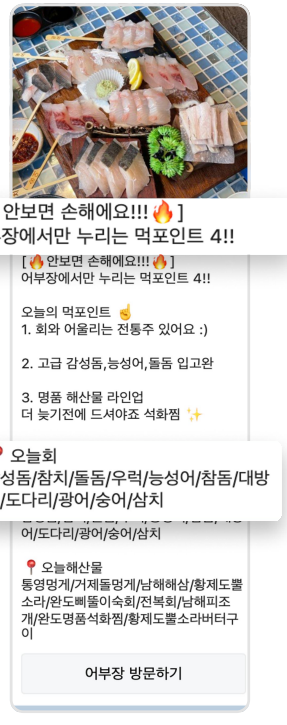
채널 메시지로
포장 주문 완판시킨 비결

어부장수산은 전국 팔도에서 싱싱한 제철회를 들여와 날마다 숙성시켜 판매하고 있습니다. 5평 포장/배달 전문점으로 시작해, 오프라인 매장과 카카오톡 채널을 연계하여 홍보하며 지금의 150평에 달하는 어부장 본점으로 성장할 수 있었습니다.

01
메시지를 활용한 매출 증대

어부장수산은 채널 메시지를 통해 매일 바뀌는 횟감과 해산물 메뉴를 고객에게 효과적으로 알렸습니다. 채널 메시지를 3년간 꾸준히 발송한 결과, 메시지를 기다리는 단골 손님이 생기며 매장 매출 증대에도 도움이 되었습니다.

- 카카오톡 채널 메시지



🚴 오늘 제가 좋아하는
횟감이 들어와서 방문했어요!

🍱 메시지 보고
배고파서 왔습니다 ㅎㅎ

🍣 오늘 좋은 횟감이
들어왔다고 해서 왔어요!

채널 메시지를 활용해, 기상 악화로 배달 주문 판매가 어려웠던 상황을 극복하며 매출을 높일 수 있었습니다. 갑작스러운 폭설로 배달이 중단되자 당일 준비한 횟감을 모두 폐기해야 했습니다. 이에 '20% 할인' 메시지를 발송해 고객들의 방문 포장을 유도하며 20분 만에 제품을 모두 판매할 수 있었습니다.

채널 메시지 미발송 대비
채널 메시지 발송 당일 매출 증가

↑ 2.4배

02
매장 방문 고객을 채널 친구로

오프라인 고객을 채널 친구로 만들기 위해 매장 내 스크린에 카카오톡 채널 QR코드를 항상 노출하고 있습니다. 또한, 채널 친구만 참여할 수 있는 '꽝 없는 행운의 뽑기판' 이벤트를 진행하여 친구 수를 늘리고 있습니다.

● 카카오톡 채널





어부장수산 | **김태환 대표**

> 채널 메시지로 손님들과 소통하며 매출을 많이 늘릴 수 있었습니다. 앞으로는 디스플레이 광고와 카카오톡 예약하기까지 시도할 계획입니다.

'어부장수산'
카카오톡 채널

왁싱랩 | 남성 전문 왁싱 스튜디오

알림톡과 누적 채널 메시지 10만 건으로 12개월 내 재방문율 45% 이상 유지!

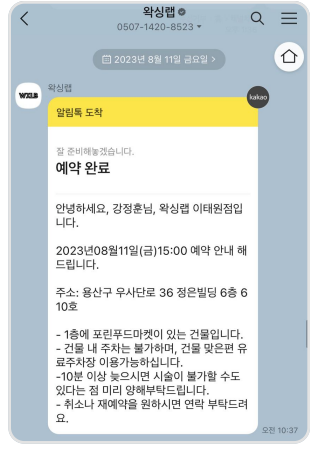
'왁싱랩'은 남자왁서가 1:1로 관리하는 프리미엄 왁싱 스튜디오입니다. 왁싱 관리 제품의 생산에서 B2C로 사업 분야를 확장하며 더 많은 소비자들에게 왁싱의 가치를 전달하는 것을 목표로, 알림톡과 카카오톡 채널 메시지를 적극 활용해 소비자와 관계를 형성하고 있습니다.

01
고객 여정 전반을 함께하는 메시지

알림톡으로 하는 체계적인 고객 관리

- 알림톡
- 상담톡

왁싱랩은 고객의 여정에 필요한 정보를 알림톡으로 발송하고 있습니다.
고객이 매장을 방문하기 전부터, 왁싱 전/후 유의사항 및 사후 리터치 일정까지 알림톡을 통해 안내하며 각 단계마다 체계적으로 고객을 관리하고 있습니다.
또한 상담톡을 통해 고객의 불편사항을 빠르게 해결하며 신뢰도를 높였습니다.



예약 직후	오시는 길 등 예약 안내
방문 직후	불편사항 및 스크럽 관리 안내
방문 D+1개월	리터치 관련 안내

알림톡은 채널 친구뿐만 아니라, 예약 및 매장 방문 고객에게도 발송할 수 있어 자연스럽게 친구 추가를 유도할 수 있습니다.

알림톡
더 알아보기

채널 메시지로 재방문율 상승 도모

왁싱랩은 매달 진행 이벤트와 매장 소식을 채널 메시지를 통해 발송하며, 재방문율을 높이고 있습니다.

- 카카오톡 채널 메시지



또한 채널 메시지로 만족도 조사를 전송해 고객의 이용 경험을 파악하며 서비스를 개선하고 있습니다. 이외에도 매장 방문 고객의 리텐션을 높이기 위해 다양한 내용을 메시지로 발송하고 있습니다.





왁싱랩 | **강정훈 대표이사**

향후 성장 또한 카카오비즈니스와 함께 하고자 합니다. 키워드 광고, 디스플레이 광고 등을 통해 더 많은 고객에게 쾌적한 왁싱 경험을 전파할 것입니다.

'왁싱랩'
카카오톡 채널

삼성전자 일렉트로마트 SF하남점 | 가전제품 가맹점

오프라인 매장 고객에서
온라인 고객으로까지 연결!

삼성전자 일렉트로마트 SF하남점은 고객의 Lifestyle에 맞는 가전제품 제안을 통해 생활의 편리함을 제공하며 많은 고객에게 제품 추천 서비스를 제공하고 있습니다. 카카오톡 채널을 전용 상담 창구로 활용을 하며 온오프라인의 자연스러운 연결을 통해 매장을 운영하고 있습니다.

01
체계적인
카카오톡 채널 운영

담당자 지정을 통한
구체적인 가이드

삼성전자 일렉트로마트 SF하남점은 효율적인 카카오톡 채널 운영을 위해 담당별 역할을 명확하게 부여했습니다.

매니저
- 채널 생성
- 연출 점검

상담사
- 채널 관리자 권한
- 1:1 채팅 상담

마케터
- 기본 세팅 및 채널 운영
- 가이드북 교육 자료 제작

매니저, 상담사, 마케터 각 담당이 유기적으로 연결되어 원활한 운영이 가능하도록 가이드를 지정해 두었습니다. 또한 중앙 가이드북을 중심으로 상호 교육 및 운영 프로세스가 구축되어 있습니다.

마케터 → 매니저	매니저	매니저 → 상담사
매니저를 대상으로 채널 관련 전반적인 교육	담당 매장별 카톡 채널 생성 및 기본 세팅 동일화	1. 상담사 관리자 초대 2. 상담사 교육 (R&R/관리방안)

카테고리별 업무 세분화

'기본세팅', '홍보 및 포스팅', '단골고객관리' (1:1 채팅), '교육 및 관리' 크게 네 개로 카테고리를 나누어 세부 업무들을 구분하며 삼성전자 일렉트로마트 SF하남점을 포함한 매장들의 온라인 운영을 효과적으로 하고 있습니다.

카카오톡 채널 업무 세분화

기본세팅	• 프로필 (유동적) • 웰컴 메시지 (1회)	• 간편채팅 (유동적) • 기본설정 (1회)
홍보 및 포스팅	• 콘텐츠 제작, 업로드 (월 2~3회) • QR코드 배포 및 점검 (1회)	
단골 고객 관리 (1:1 채팅)	• 1:1 채팅 문의 응답 • 기간별 메시지	

이를 바탕으로 한 달 기준의 운영 플랜을 세워 채널을 활용한 마케팅을 활성화하고 있습니다.



02
카카오톡 채널로 고객 관계 형성

매장 고객을 자연스럽게 채널로

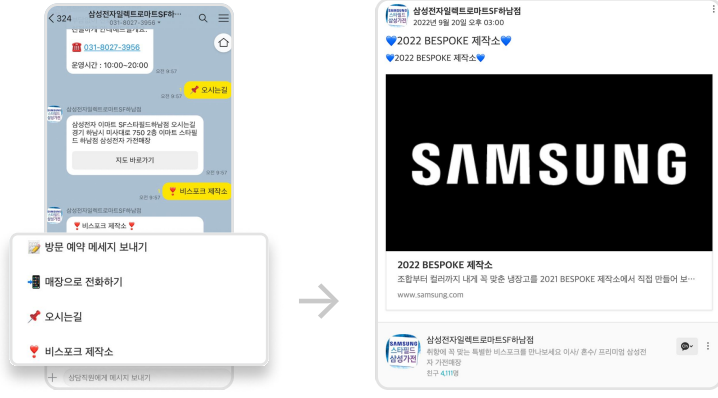
삼성전자 일렉트로마트 SF하남점은 매장 내 홍보물에 카카오톡 채널 QR코드를 삽입했습니다. 또한, 고객 상담 후 카카오톡 채널로 견적서를 보내 지속적인 커뮤니케이션으로 관계를 형성하고 있습니다.



필요한 정보를 고객에게 빠르고 손쉽게

이렇게 유입된 고객에게 리스트 메뉴와 채널 포스트를 활용하여 오프라인 매장 예약, 전화, 오시는 길 찾기 등의 유용한 정보와 기능을 제공하여 고객 편의를 높였습니다.

- 리스트 메뉴
- 카카오톡 채널 포스트



03

채널 메시지로 단골 고객 유지에서 매출 상승까지

기간별 메시지 전송을 통해 구매 고객 사후 관리를 하고 있습니다. 친근감 형성을 통해 단골 고객 유지 전략을 펼치며 재구매와 지인 소개 등으로 매출을 상승시키고 있습니다. 실제로 카카오톡 채널을 통해 방문한 고객은 일반 고객 대비 21%p 더 높은 구매율을 보이고 있습니다.

● 카카오톡 채널 메시지

기간별 채널 메시지 전송 가이드

설치완료 및 VOC 확인

D+7

제품 배송은 잘 받으셨나요?
사용하실 때 불편한 점 있으시면 언제든 채팅 주세요~!

제품사용 현황 문의 및 제품 관리법 공유

D+30

구매하신 제품은 잘 사용하고 계신가요?
저희 채널에 제품 관리 방법 참고하시고
문의사항 있으시면 연락주세요~

문의사항 해결방법 및 행사 정보 공유

D+6개월

1:1 채팅을 통해 언제든 실시간 상담 가능합니다!
다른 행사 정보도 페이지를 통해 확인 가능하니 참고해 주세요~

쿠폰을 삽입한 채널 메시지를 활용하여
행사 기간 9일 동안
높은 전환 매출 확보

1.1억 원



삼성전자 일렉트로마트 SF하남점 | **정준영 과장**

고관여 제품을 취급하는 사업자도 카카오비즈니스의 다양한 도구를 활용해 빠르게 성장할 수 있다는 것을 보여주고 싶습니다.

'삼성전자SF하남점'
카카오톡 채널

팔남매집 | 가정식 백반집

전통 시장의 카카오톡 채널과 카카오 광고를 활용한 매장 홍보 채널 확장

팔남매집은 성남중앙시장에 위치한 한식 음식점입니다. 집밥을 먹기 힘든 손님들께 정성 가득한 한 끼를 제공하고 싶은 마음을 담아 직접 농사지은 농산물들로 식당을 운영하고 있습니다. 카카오 우리동네 단골시장에 참여해, 카카오의 다양한 온라인 마케팅을 적극 활용하며 사업을 확장하고 있습니다.

우리동네 단골시장

우리동네 단골시장

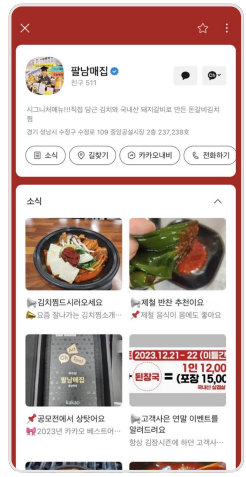
'우리동네 단골시장'은 전통시장 상인들이 카카오톡 채널을 이용해 단골 손님을 만들고 소통할 수 있도록 지원하는 카카오의 프로그램입니다.

01
온라인 마케팅으로 오프라인 매출 증대

카카오톡 채널 활성화로 고객 확보하기

팔남매집은 카카오톡 채널 활성화를 위해 채널 홈과 리스트 메뉴에 메뉴 추천과 오시는 길, 포장 주문 안내문을 노출하며 채널 친구를 모았습니다. 특히 우리동네 단골시장 성남중앙공설시장 참여 점포 중, 최초로 친구 100명을 달성하는 성과를 거두었습니다.

- 카카오톡 채널
- 리스트 메뉴
- 카카오톡 채널 포스트







채널 개설 방법
더 알아보기

● 카카오톡 채널 메시지

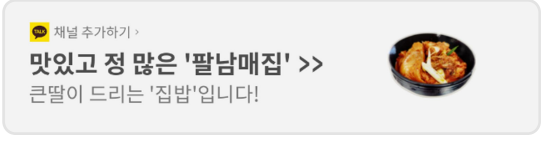
식당의 메뉴와 다양한 소식을 채널 메시지로 발송하며 고객과 지속적으로 소통하고 있습니다.



카카오 비즈보드로 매장 홍보하기

카카오 비즈보드를 운영하며 채널 친구가 늘어나는 동시에 오프라인 매출도 증대되었습니다. 상품 문의와 포장 주문 또한 증가하며, 효과적으로 오프라인 매장과 온라인 채널을 연계하고 있습니다.

● 카카오 비즈보드



22년 진행했던 행사 대비
카카오에서의 광고로 매출 증가

220만 원 → **370만 원**
1.7배



팔남매집 | **김종숙 대표**

어떻게 하면 효율적으로 시간, 자본을 활용하여 더 많은 고객에게 우리 식당을 알릴 수 있을까 고민하던 저에게 카카오톡 채널은 새로운 발전의 기회를 마련해준 행운이었습니다.

'팔남매집'
카카오톡 채널

스타트업 성장 전략

사업 초기부터 카카오비즈니스와 함께하기

카카오비즈니스의 다양한 도구를 활용하여 적은 리소스로 사업 초기에 마주한 문제를 효율적으로 해결하고, 더 나아가 비즈니스 성장을 이룬 사례들을 소개합니다.

Chapter. 5

- 똑비
- 투데이

똑비 | 시니어를 위한 대화형 비서 서비스

상담톡으로 MVP 테스트,
채널 메시지로 비즈니스 성장

똑비는 카카오톡 채널을 통해 검색/예약/구매/추천 등 일상생활에서 간편하게 도움을 요청할 수 있는 서비스로, 시니어들이 디지털 활용에 있어 겪는 어려움을 해결하고 있습니다. 22년 예비창업패키지 최우수 사업 선정, 매쉬업엔젤스로부터 Seed 유치 등 빠른 성장을 이어가고 있습니다.

01
상담톡으로 진행한 MVP 테스트

사업 초기, 카카오톡 채널을 통해 MVP 테스트[1]를 진행하며 비즈니스 모델을 검증했습니다. 이때 디지털 활용에 어려움을 겪는 시니어 타겟도 익숙하게 사용할 수 있는 카카오톡 채널의 '상담톡'을 활용해 MVP 테스트를 진행했습니다.

● 상담톡

총 이용 횟수	**837건**
랜딩페이지 당 평균 매출	**2,501만 원**

[21년 11월 - 22년 1월, 누적 서비스 지표]

21년 11월부터 세 달간, 상담톡을 활용한 MVP 테스트를 통해 더 많은 고객을 만나고, 개발 비용과 불필요한 리소스를 최소화하여 서비스를 효율적으로 검증할 수 있었습니다.

이후 테스트 기간 동안의 서비스 성과 지표를 기반으로, 비즈니스 모델을 고도화하며 본격적으로 사업을 확장하였습니다.

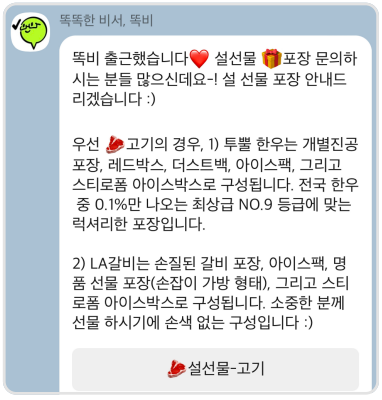
1) MVP 테스트

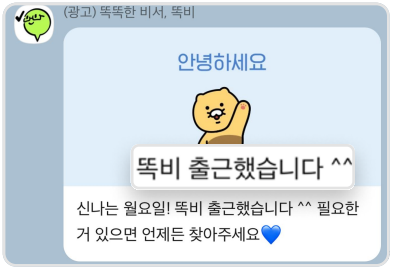
'Minimum Viable Product'로,
아이디어나 사업 모델을 검증하기 위해
최소한의 기능으로만 구현된 제품

02
서비스를 성장시키는 카카오톡 채널 메시지

- 카카오톡 채널 메시지

23년 11월까지 총 3,900명의 채널 친구에게 약 90만 건의 채널 메시지를 발송했습니다.





매일 '똑비 출근했습니다', '똑비 퇴근해 보겠습니다'와 같이 채널 친구에게 인사를 건네는 친근한 어투로 메시지를 보내고 있습니다.

이처럼 채널 메시지를 통해 시니어 고객과 유대감을 쌓고, 고객이 서비스를 이용하는 데 있어 느끼는 심리적 거리감을 줄이며 서비스를 효과적으로 각인시킬 수 있었습니다.

총 이용 횟수	**16,742건**
총 소비 금액	**2.3억 원**

[21년 11월 - 23년 11월, 누적 서비스 지표]



똑비 | **박정호 이사**

상담톡으로 MVP 테스트를 진행했던 사업 초기부터 Seed 투자 유치를 받기까지, 카카오비즈니스와 함께 빠르게 성장할 수 있었습니다.

'똑비'
카카오톡 채널

투데이 택배 | 최적경로 당일택배 서비스

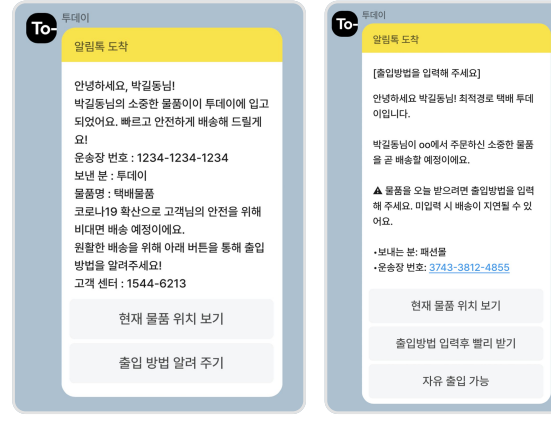
알림톡으로 문제 해결 후 서비스 핵심 지표 개선까지

투데이는 기존 택배 시스템의 비효율적인 동선 문제를 해결하기 위해 시작한 물류 스타트업입니다. 알림톡을 활용해 투데이 택배 서비스의 Pain point를 해결하며 빠르고 저렴한 당일배송 서비스를 제공하고 있습니다.

01
A/B 테스트로 알림톡 연계 고도화

- 알림톡

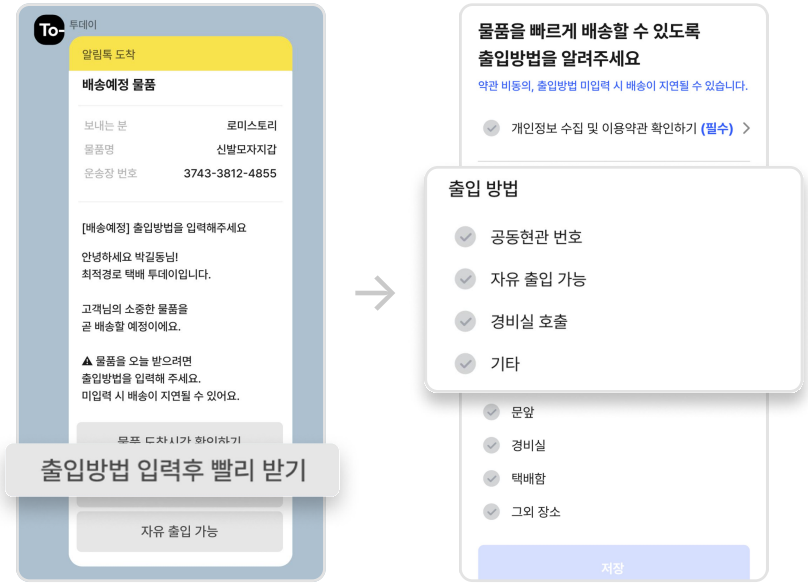
신생 물류 스타트업인 투데이 택배는 알림톡을 통해 당일배송 서비스의 경쟁력을 높였습니다. 배송 속도가 중요한 택배 업계에서 생존하기 위해서는 배달지의 공용현관 출입 방법을 신속하게 확보하는 것이 가장 중요한 문제였습니다. 기존에는 택배 기사가 개별적으로 고객에게 연락하여 출입 방법을 확인해야 했지만, 알림톡을 도입해 리소스와 배송 시간을 단축할 수 있었습니다.



[알림톡 A/B 테스트]

수차례의 A/B 테스트를 통해 고객의 출입 방법 응답률을 높이며 연계를 강화했습니다. 현재는 '출입 방법 입력 후 빨리 받기' 버튼 클릭 시, 내용을 입력할 수 있는 웹 페이지로 이동하는 플로우로 서비스를 운영하고 있습니다. 알림톡은 자체 시스템을 개발하는 대비 리소스 투입이 적고, 대부분의 고객이 이미 알림톡의 UI/UX에 익숙하기 때문에 고객의 출입 방법을 더욱 빠르게 확보할 수 있었습니다.

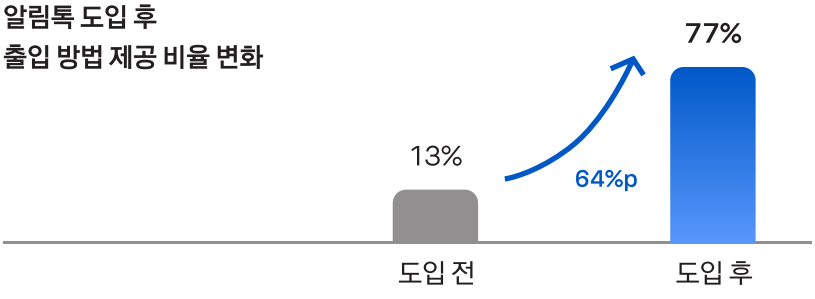
알림톡
더 알아보기



02
서비스 핵심 지표 동반 성장

알림톡 도입 이후, 고객의 출입 방법을 빠르게 확보해 당일 배송률 99%를 달성하며 업계 경쟁력을 확보할 수 있었습니다. 또한 도입 전 대비 '시간당 물품 배송 수'가 158% 증가하는 등 서비스 핵심 지표도 함께 성장했습니다.

알림톡 도입 후
출입 방법 제공 비율 변화





투데이 택배 | **박정환 팀장**

당일배송 서비스를 제공하는 과정에서 직면한 문제를 알림톡을 활용하여 손쉽게 해결하며 업계 경쟁력을 높일 수 있었습니다.

'투데이 택배'
카카오톡 채널

2023 kakao business
베스트 어워즈 참석 후기



시상식 현장
영상으로 확인하기

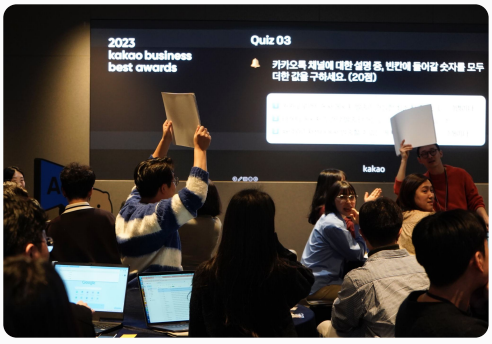
타 브랜드의 사례를 접할 수 있는 장이
마련되어 있어서 정말 많은 도움이 되었습니다.
앞으로 다양한 사례들을 참고해서
여러 시도를 해볼 수 있을 것 같아요!





카카오에서 이런 상을 받게 되다니
정말 뿌듯한 시간이었습니다.
트로피도 멋있어서 더 자랑스러웠습니다.

다음 시상식에도 참여할 수 있도록
동기부여가 생겼습니다.
앞으로도 카카오비즈니스를 통해
다양한 마케팅 활동을 진행해 나갈 예정입니다!



퀴즈타임 너무 재밌었어요! 아쉽게 퀴즈에서 1등을
못했지만, 내년에도 시상식에 참여할 수 있도록
열심히 해보겠습니다!

Z세대 강연이 너무 좋았습니다. 실제로 적용할 수
있는 포인트들이 있어서 큰 도움이 됐어요!
다음에도 꼭 참여하고 싶어요.



시상식의 형태, 콘텐츠 등이 형식적이지 않고
재미있고 유익한 내용이어서 좋았습니다.
재미있게 즐기다 갑니다!

비즈니스에 정답은 없지만, 지름길은 있습니다.

앞으로도 카카오비즈니스 세미나는 여러분의 비즈니스가
지름길로 갈 수 있도록 언제나 함께 하겠습니다.

함께한 분들

(주)카카오

강태호 arvid
금세연 chloe
김석우 cooper
김성민 caroline
김원영 judy
김윤원 ryan
김은형 hayden
김진경 jin
김태영 teo
김해영 daisy
노주현 jonny
박지혜 stella
백승민 kristin
서수아 sua
서지은 jane
서주형 thomas
안승규 leo
양재연 gretta
양지은 rachel
엄윤정 jenny
엄윤지 chloe
유가영 claire
유승민 smith
유은영 cate
이동녘 edward
이유리 eunice
이은서 dora
이은영 daisy
이태희 penny
이현화 allie
전성미 catherine
전창훈 hoon
정욱조 ed
정유진 clover
정의주 ara
조봉래 leo
최종하 ethan
현종윤 eden

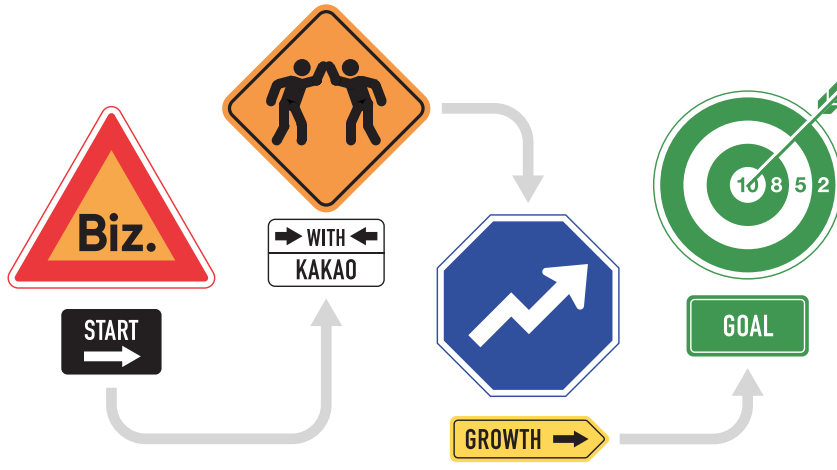


Published by
kakao business seminar

Copyright 2022. Kakao Corp. All rights reserved. Redistribution or
public display is not permitted without written permission from Kakao.

발행 연월 2024년 6월

kakao business seminar



kakao business seminar