

One Search 전략, 14% 예산 감축에도 38개 시장서 19% 성장 달성

과제

최근 몇 년간 미디어 비용 상승, 데이터 가시성 저하, 경쟁 심화, 구매 패턴의 변화 등으로 인해 검색 마케팅 환경은 매우 복잡해졌습니다. 이러한 채널의 잠재력을 극대화하기 위해, 선도적인 주얼리 및 액세서리 브랜드인 스와로브스키는 젤리피쉬와 파트너십을 맺고 '브랜드 가치 제고'와 '검색 매출 5% 성장'이라는 두 가지 목표 달성을 나눴습니다.

솔루션

PPC(클릭당 지불 광고)와 SEO(검색 엔진 최적화)가 결합된 힘을 활용하기 위해, 젤리피쉬는 스와로브스키의 검색 및 데이터 분석 팀과 긴밀히 협력하여 포괄적인 One Search 전략을 구축했습니다.

이 과정에서 자체 기술인 J+Search를 활용해 페이드 및 오가닉 데이터를 추출하고 체계화했습니다. 특히 카테고리, 캠페인, 랜딩 페이지, 키워드 수준에서 정보를 독창적으로 결합하여 숨겨진 성장 기회를 발굴해 냈습니다.

기술, 인재, 프로세스를 재정의함으로써 젤리피쉬와 스와로브스키는 기존의 단절된 검색 운영 방식에서 벗어나, 다음과 같은 요소들이 주도하는 통합된 One Search 모델로 전환할 수 있었습니다.

- 검색 증분(Incrementality) 실험 진행
- 온라인 콘텐츠 전략 최적화
- 신제품 출시 및 성수기 시즌 완벽 대응
- 고객 확보 가속화를 위한 동적 투자 모델 도입

결과

18개월 만에 젤리피쉬와 스와로브스키는 전 세계 38개 시장에서 글로벌 검색 성과를 혁신했습니다. 미디어 지출은 줄이면서도 더 높은 매출을 창출하여 검색 ROI를 크게 향상시켰습니다. 기술, 인재, 프로세스를 재정의하고 단절된 검색 운영 방식에서 벗어나 더욱 연결되고 통합된 One Search 모델로 나아감으로써, 이 파트너십은 당초 목표였던 5% 성장을 초과 달성을했습니다.

결과

-14%

YoY 페이드 미디어 투자 비용 절감

+19%

YoY 증분 매출 성장

+16%

YoY 웹사이트 트래픽 증가

SWAROVSKI

