

Proposal

AI Commerce Matching

AI 기반 상품 최적화 마케팅 제안

AI(Artificial Intelligence)의 대변혁기

AI는 누군가에게는 새로운 성장의 기회이지만, 준비되지 않은 기업에는 더 큰 격차를 만드는 위협이 될 수 있습니다.

우리는 AI 시대, 무엇을 중심으로 커머스와 마케팅을 설계해야 할까요?
그리고 도대체 고객은 어떻게 변하고 있을까요?

고객은 더 이상 검색만으로 구매하지 않습니다

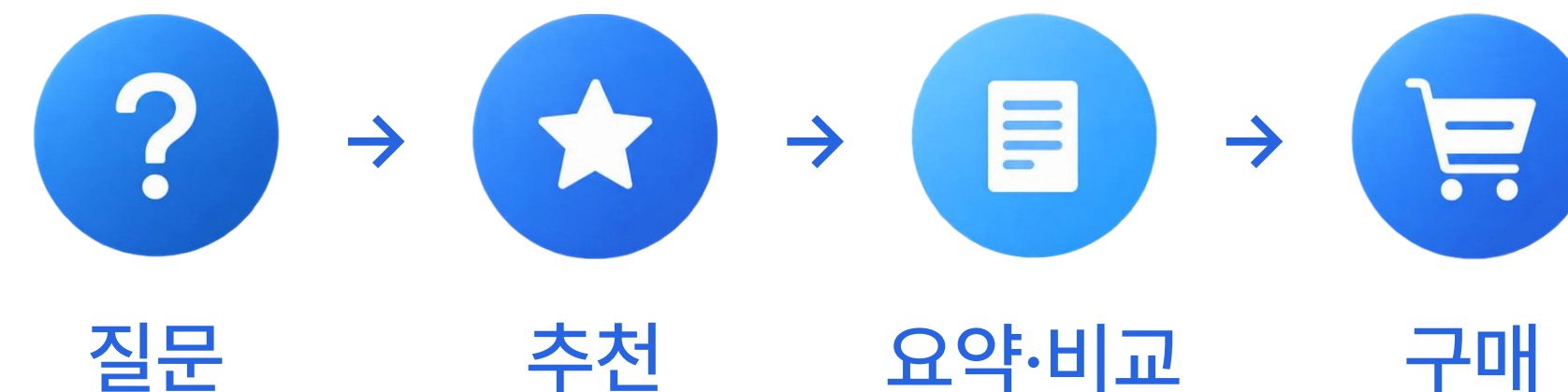
고객은 이제 [찾는 사람]보다 [추천받는 사람]에 가깝습니다.

PAST



“고객이 직접 정보를 찾고 판단”

NOW



“직접 찾기보다 이미 정리된 답을 원합니다”



결국 마케팅의 역할은 더욱 중요해지고 있습니다

광고비를 써도 성과가 흔들리는 이유는 '노출 부족'만이 아닙니다.

데이위즈의 핵심은 "AI를 씁니다"가 아니라,

"상품이 고객에게 더 빨리 이해되고 추천되게 합니다"

AI 시대의 경쟁력은 '상품-고객의 연결 정확도'에서 결정됩니다

비슷한 제품, 가격, 품질 속에서 “고객에게 먼저 이해되는 상품”이 선택을 만듭니다.

PRODUCT

- ✓ 판매 가능성이 높은 상품
- ✓ 성장시켜야 할 전략 상품
- ✓ 리뷰 니즈가 뚜렷한 상품

CUSTOMER

- ✓ 관심 가능성이 높은 신규 고객
- ✓ 행동 기반 고객
- ✓ 검증된 핵심 오디언스

CONTEXT

- ✓ 리뷰에서 반복되는 구매 이유
- ✓ 용도·상황·감정 키워드
- ✓ 광고 소재에 반영할 메시지

→ 상품 · 고객 · 방식의 정확한 연결이 곧 경쟁력입니다.

데이위즈의 AI Commerce Matching을 시작할 때입니다

상품·리뷰·구매·광고 데이터를 AI로 분석해, 상품과 고객을 더욱 정확하게 연결하는 데이위즈의 마케팅 전략입니다.

크리마 자회사

국내 1위 리뷰 솔루션사
기반 리뷰 · 상품 이해 역량

CREMA

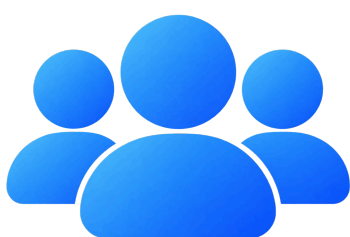
META 퍼포먼스 히어로

2년 연속 수상으로 검증된
퍼포먼스 운영 역량

Meta

크리마애드 기획 · 운영

AI 리뷰 데이터 활용한
상품 최적화 카탈로그 경험



카탈로그 최적화 노하우

2015년부터 기능 개발 및
최적화 경험 축적



데이위즈만의 마케팅 전략

What 최적의 상품을
Whom 최적의 고객에게
How 최적의 방식으로

1. 최적의 상품을 선별합니다

모든 상품을 똑같이 노출하는 방식에서 벗어납니다.

판매 가능성이
높은 상품



신규·시즌·카테고리별
전략 상품



리뷰 맥락을 통해
고객 니즈가 명확한 상품



브랜드가 집중적으로
성장시켜야 할 상품



2. 최적의 고객에게 연결합니다

타켓을 넓히는 것이 아니라, 상품별 반응 가능성이 높은 고객군을 찾습니다.

신규 고객 관심 가능성이 높은 고객

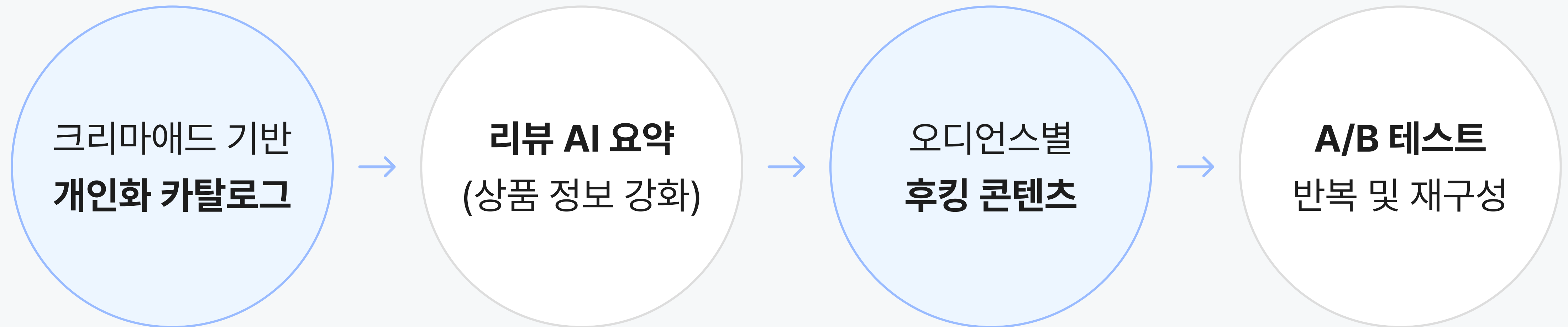
행동 고객 방문·조회·장바구니 등 행동 기반 고객

잠재 고객 리뷰 및 상품 특성이 연결되는 고객

검증 고객 캠페인 테스트를 통해 검증된 핵심 오디언스

3. 최적의 방식으로 노출합니다.

같은 상품도 고객별 "구매 이유"에 따라 메시지가 달라져야 합니다.



크리마애드의 상품 최적화 엔진

상품 데이터 필터링과 리뷰 맥락 정보로 광고 운영의 구조적 낭비를 줄입니다.

기존 광고 문제점	크리마애드 기능	기대효과
판매 가능성이 낮은 상품까지 노출됨	구매수·구매액·구매율 필터링	광고 상품 효율 개선
신상품이 기존 상품에 묻힘	등록일·수정일 기반 필터링	신상품 초기 노출 강화
시즌이 지난 상품이 계속 노출됨	포함·제외 키워드 설정	시즌 상품 운영 최적화
상품명이 비슷해 고객 의도가 구분되지 않음	(new)리뷰 AI 요약 및 맥락 정보화	상품-고객 매칭 정확도 향상

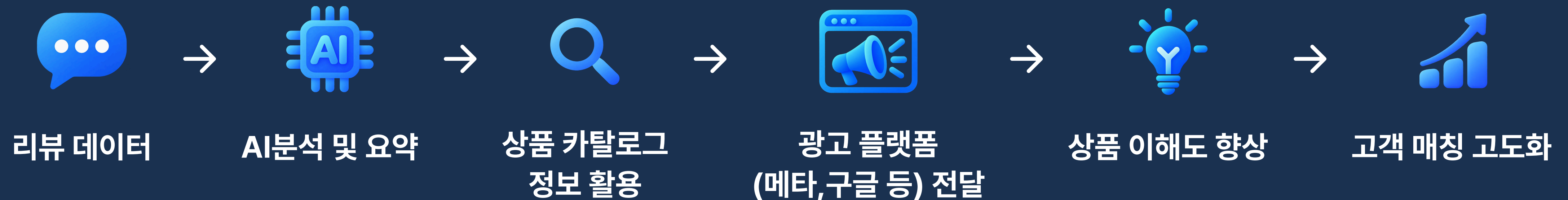
크리마애드 AI는 상품의 맥락(Context)을 학습합니다

AI시대, 광고는 달라져야 합니다.

기존 카탈로그의 한계

상품명, 가격, 이미지, 카테고리만으로는 고객이 실제로 구매한 이유까지 전달하기 어려웠습니다.

리뷰 맥락 데이터 적용



리뷰는 단순 후기 자료가 아닌, AI가 상품을 이해하게 만드는 가장 강력한 커머스 데이터입니다.

데이위즈 AI 콘텐츠 프레임 워크

AI 기반 콘텐츠 최적화 전략 : AI는 상품과 고객을 이해합니다.

Understand 이해합니다

1. 제품별 USP 분석
2. 리뷰 분석
3. 오디언스 분석
4. 경쟁 환경 분석
5. 경쟁 콘텐츠 분석

Create 창작합니다

1. 구매 이유 기반 콘텐츠 기획
2. 후킹 포인트 도출
3. 콘텐츠 제작

Optimize 최적화합니다

1. A/B 테스트
2. 킬링 콘텐츠 발굴
3. 변주 및 재구성
4. 성과 극대화

데이위즈 크리에이티브 전략

핵심 크리에이티브 제작 후 후킹 테스트를 고도화합니다



01. 데이터 기반 콘텐츠 제작

- 상품/리뷰/고객 데이터 AI 분석
- 인사이트 도출



02. 최적화 크리에이티브 제작

- USP와 구매 포인트 반영
- 이미지/영상 핵심 소재 제작



03. 후킹 콘텐츠 확장

- 다양한 후킹 유형으로 변주
- 다수의 콘텐츠 생산



04. 성과 A/B 테스트

- 성과 데이터를 기반으로
- 우수 조합 선별 및 확장

데이위즈 크리에이티브 성과형 후킹 콘텐츠 사례 | 제품

핵심 크리에이티브 제작 후 후킹 테스트를 고도화합니다.

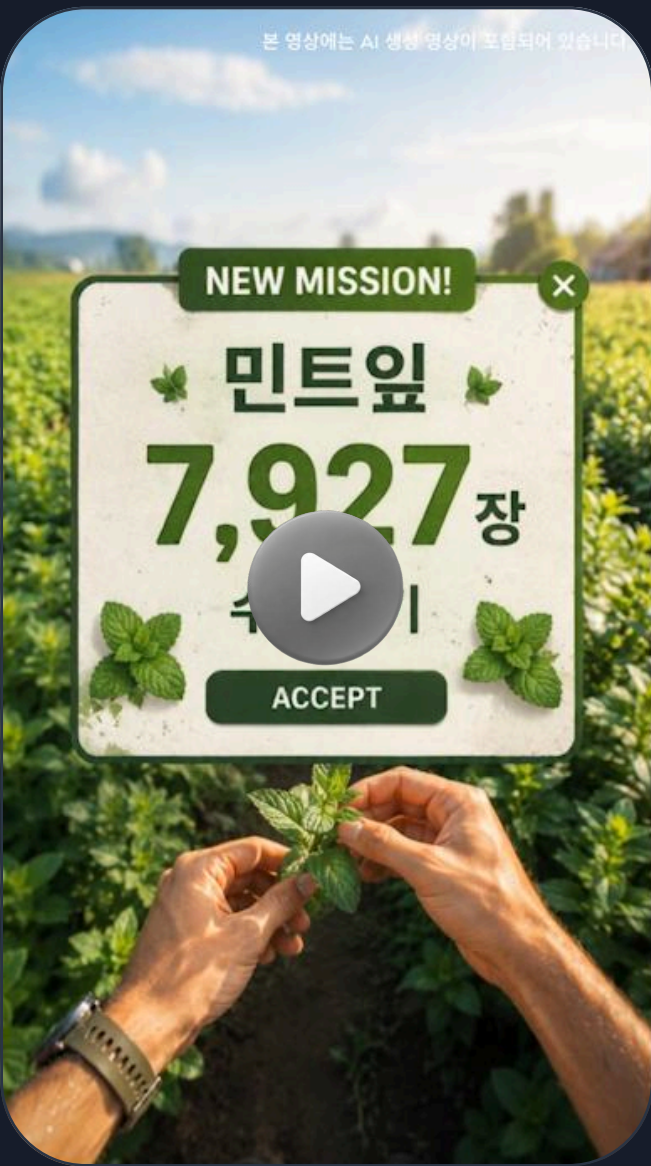
상황 공감형



상황극형



참여 유도형



시각화형



트렌드 추천형



호기심 유발형



데이위즈 크리에이티브 성과형 후킹 콘텐츠 사례 | 식품

핵심 크리에이티브 제작 후 후킹 테스트를 고도화합니다.

포멧 패러디형



상황 연출형



혜택 강조형



궁금증 유발형



비교형



میم · 패러디형



실제 고객사 성장 사례 : A사

월 평균 처음 구매액 2.1억원에서 2.7억원으로 약 30% 성장

🔍 KPI 진단

지속적인 리타겟으로 인한 매출 성장 한계 도달

★ 크리마애드 솔루션

1. 기존 광고 매체 성과를 재분석하여 재편성
2. 크리마애드를 활용한 처음 구매액 제고 타겟팅 최적화

진행 전
2.1억원

진행 후
2.7억원 +30%

실제 고객사 성장 사례 : B사

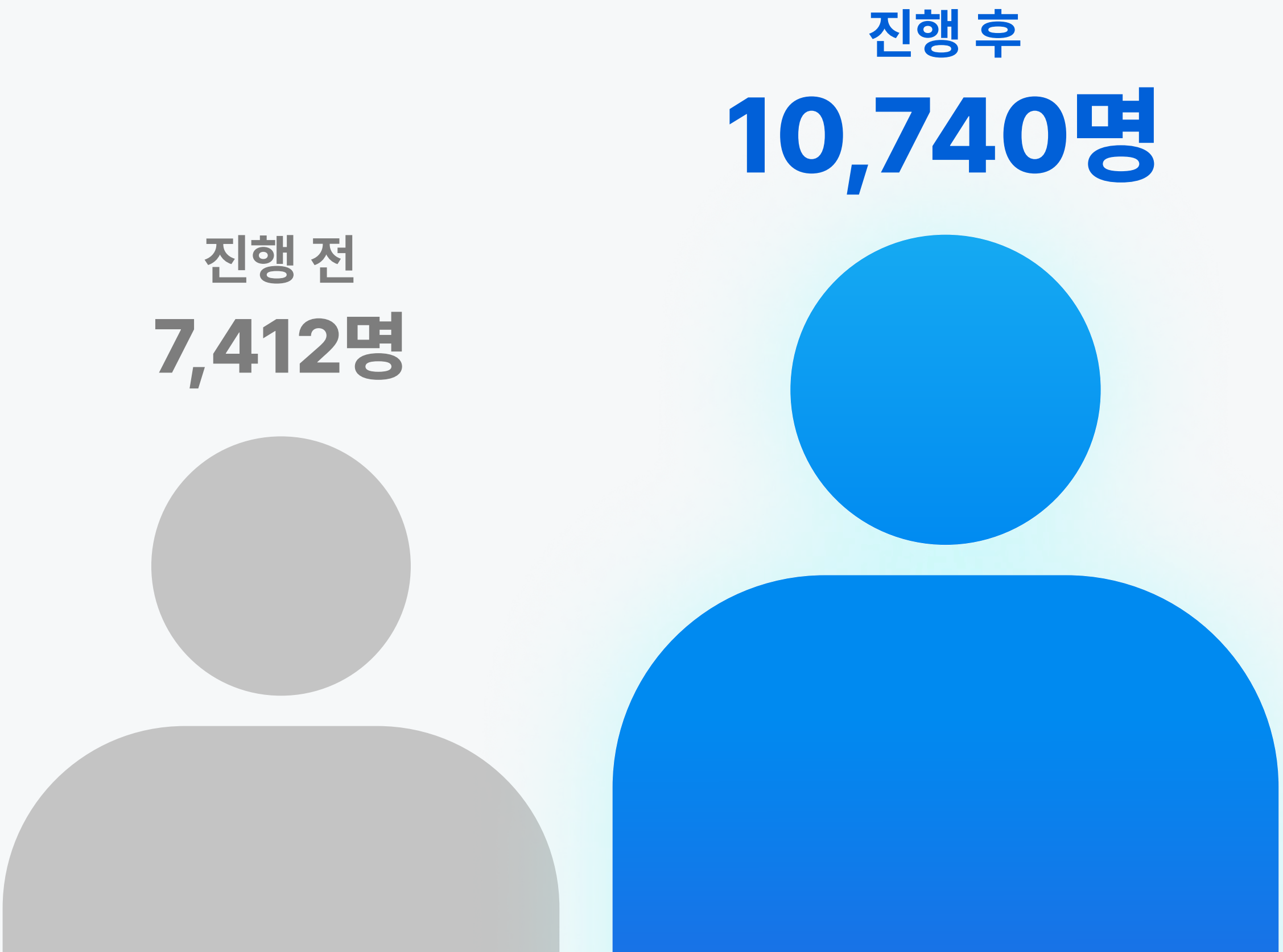
월 평균 회원가입 수 약 45% 상승

🔍 KPI 진단

신규 회원의 LTV가 경쟁사 대비 2배가량 높음

★ 크리마애드 솔루션

- 1. 기존 리타겟 중심의 캠페인 전략 대폭 점검
- 2. 크리마애드를 활용한 회원가입 제고 캠페인 극대화



실제 고객사 성장 사례 : C사

네이버 GFA ROAS 502% 상승

진행 후
662%

🔍 KPI 진단

네이버를 통한 유입 및 성과 의존도가 높은 브랜드이나,
기존 네이버 성과가 미진하여, 지속적으로 네이버 검색량 및
매출이 하락하고 있음.

★ 크리마애드 솔루션

- 1. 네이버GFA의 카탈로그 캠페인을 크리마애드로 적용
- 2. 픽셀 기반의 리타겟 기능을 활용하여, 전환율 및 유입 지표 개선

진행 전
160%

ROAS

실제 고객사 성장 사례 : D사

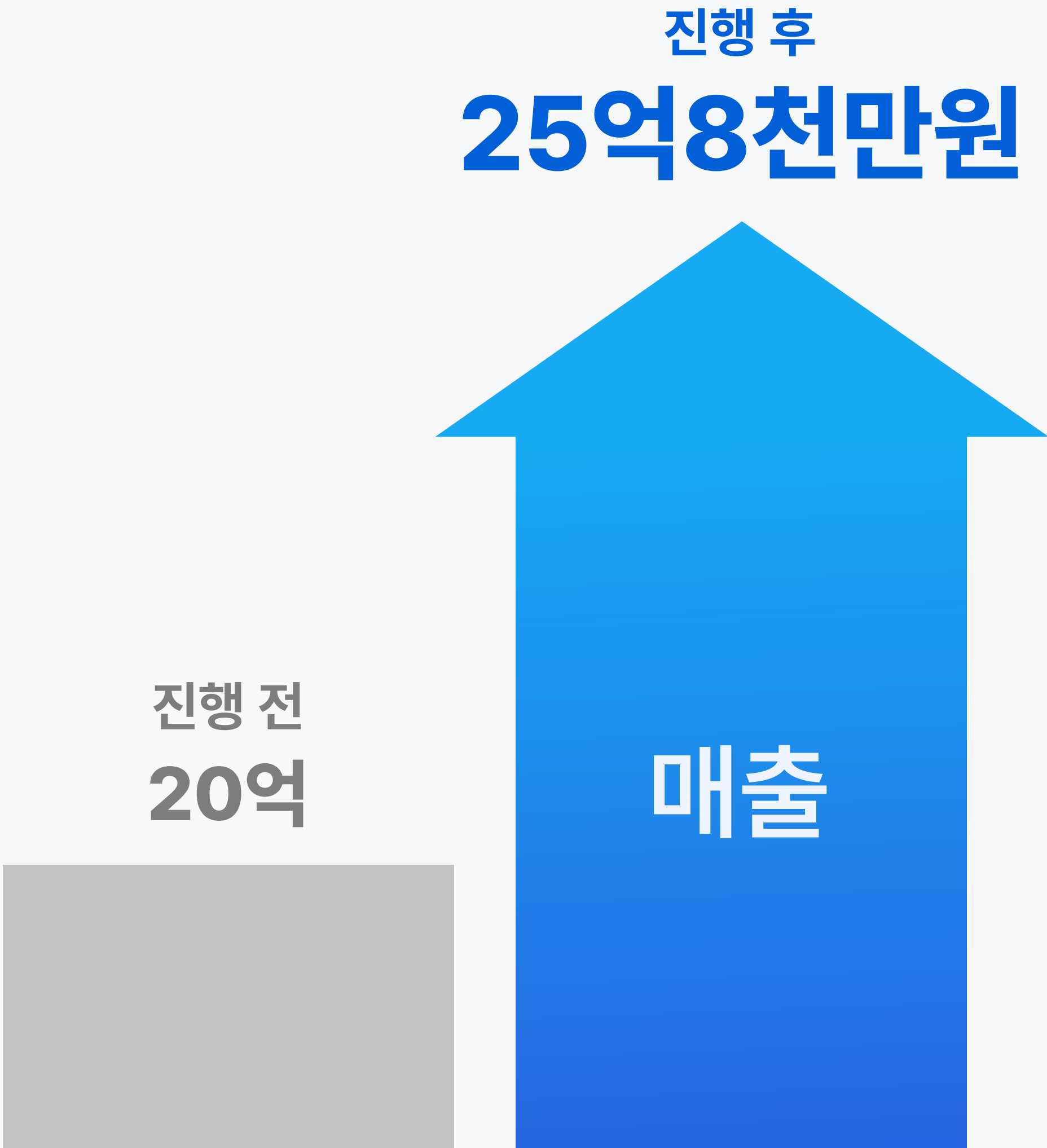
처음 구매액 40% 상승, 매출액 30% 상승

🔍 KPI 진단

처음 구매율이 높으나, 마케팅 유입의 70% 이상이 기존 회원 유입으로 판단되어 메타, 구글 중심으로 타겟 및 성과 개선이 필요한 상황

★ 크리마애드 솔루션

- 1. 기존 리타겟 중심에서 디타겟팅 중심으로 대대적인 타겟 개편
- 2. 롱테일 판매전략 추구를 위해 크리마애드 필터링 조건 변경
- 3. 구글 브랜딩 영상 기반으로 CPC 50원대 성과 캠페인 발굴 및 증액



실제 고객사 성장 사례 : E사

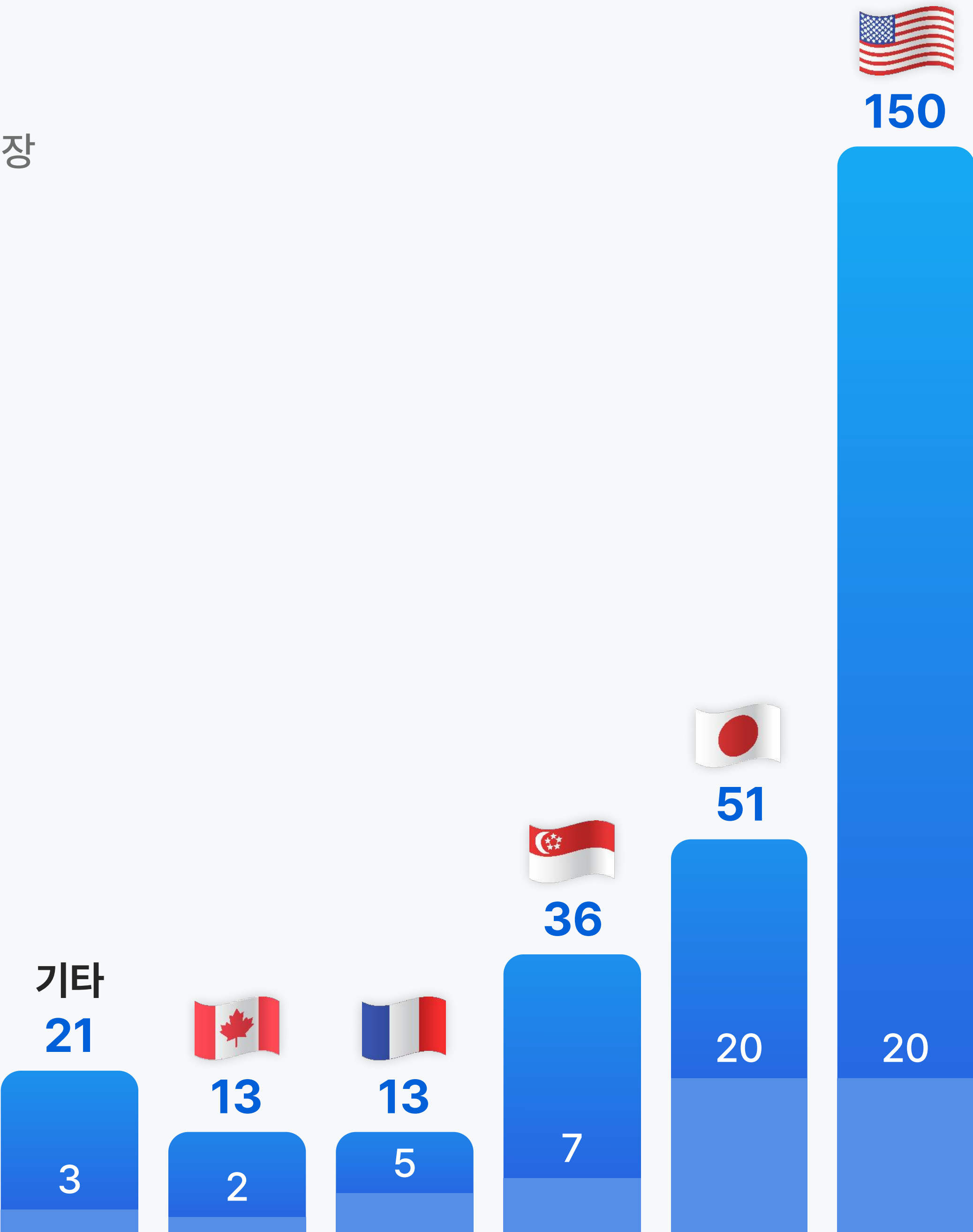
미국, 일본, 캐나다, 싱가포르, 프랑스 등 5개국 이상 국가에서 매출 400% 이상 성장

KPI 진단

쇼피파이 활용 중이나 광고 관련해서는 카탈로그 솔루션을 활용하지 못하고 있었으며 국가별 날씨와 기후가 다르기에, 이에 맞춘 최적화된 마케팅 방식이 필요함

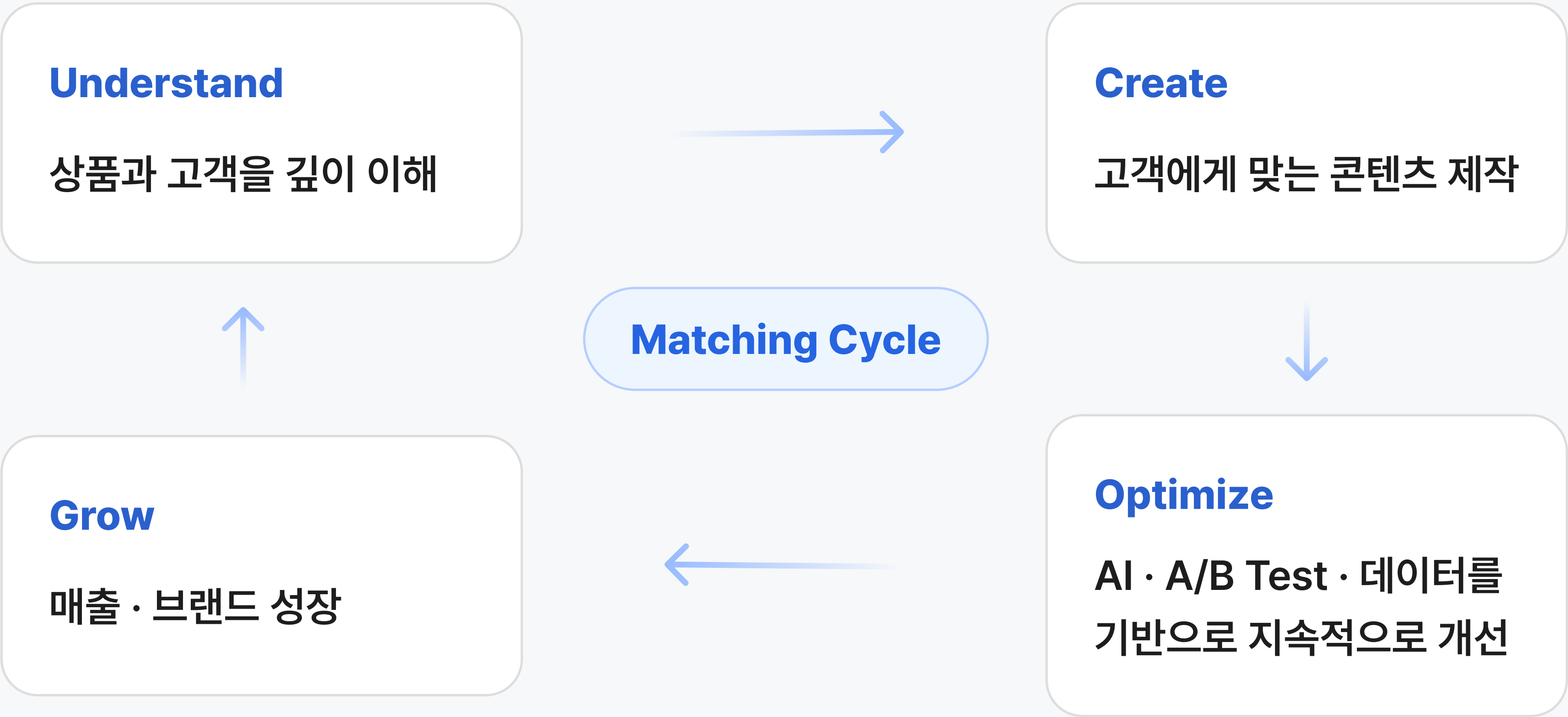
크리마애드 솔루션

- 1. 기존 콘텐츠 중심에서 크리마애드를 활용한 애드테크 (AdTech) 기반 최적화 적용
- 2. 롱테일 판매전략 추구를 위해 크리마애드 필터링 조건 변경
- 3. 국가별 크리마애드 필터링을 통한 콘텐츠 최적화 및 성과 개선



AI Commerce Matching Cycle

Understand → Create → Optimize → Grow → Understand의 순환 구조로 고도화합니다



좋은 상품은 고객을 만나야 합니다

데이위즈는 “AI Commerce Matching”으로 그 연결을 만듭니다.