

AI Autopilot 성과 분석 리포트

PDRN 애플 - A to Z Test & Insights

생성일시: 2026년 2월 15일 오후 10:52

Chapter 1. Executive Summary

핵심 성과

+63%

CVR 상승

5.2%

Winner CVR

₩1487만

예상 매출 기여

🏆 Winner 조합: #1 혜택 강조 + 쿠폰 Gem

- 혜택 티저 순서: +1.2% 기여 - 첫 티저 카드를 혜택 중심으로 배치
- 쿠폰 Gem: +2.5% 기여 - 플로팅 잼에서 할인 쿠폰 제공
- 가성비 톤: +0.8% 기여 - 가격 대비 가치 강조 메시지

한 줄 결론

고객들은 '성분 설명'보다 '즉각적인 혜택'에 더 강하게 반응하고 있습니다. 특히 재방문 고객 세그먼트에서 쿠폰형 Gem과 혜택 중심 티저 조합이 가장 높은 전환율을 기록했습니다.

Chapter 2. 상세 성과 분석

A to Z 랭킹 테이블 - Top 5

#	조합명	트래픽	CVR	AOV	체류시간
1	혜택 강조 + 쿠폰 Gem	18.5%	5.2%	₩42K	58초
2	성분 중심 + 설명 Gem	16.7%	4.8%	₩40K	72초
3	리뷰 중심 + 소셜 Gem	14.6%	4.5%	₩36K	65초
4	첫 구매 + 할인 Gem	12.7%	4.1%	₩32K	52초
5	번들 추천 + 크로스셀	10.7%	3.8%	₩60K	48초

전환 퍼널 개선

- Teaser → Detail 전환율: 68% → 74% (+6%p)
- Detail → Cart 전환율: 12% → 15% (+3%p)
- 상호작용 단계 이탈률 15% 개선

Chapter 3. 세그먼트별 반응 분석

5.2%

재방문 유저 CVR

혜택 중심 레이아웃 선호

3.8%

신규/검색 유저 CVR

성분 중심 레이아웃 선호

4.5%

리뷰 탐색형 CVR

소셜 프루프 레이아웃 선호

행동 패턴 분석

재방문 고객은 이미 제품에 대한 기본 신뢰가 형성되어 있어, 성분 정보보다 할인/혜택 정보에 더 빠르게 반응합니다. 반면 신규 고객은 제품 품질 검증을 위해 성분표와 리뷰를 꼼꼼히 확인하는 패턴을 보입니다.

Chapter 4. 구성 요소별 기여도

Block Impact Ranking

High

Floating Gem (Coupon) - 이탈 방어 결정적 역할

High

Benefit Teaser Card - 초기 관심 유도 핵심

Med

Price Comparison Table - 구매 결정 보조

Med

Review Summary - 체류 시간 증대

Low

Inline Banner - 세그먼트별 차별화

Chapter 5. AI 권장 액션 플랜

✅ 확장 전략

- 혜택 반응이 좋으므로, '친구 추천 이벤트' 블록 추가 권장
- 재방문 세그먼트 타겟 쿠폰 발행 주기 단축 고려
- 번들 할인 조합(#5)을 객단가 상승 전략에 활용

⚠️ 최적화 조건

- 하위 랭킹(#8~#10) '감성 중심' 배치는 효율이 낮아 제외 권장
- 긴급형 Gem은 전환율이 낮아 다른 트리거 조건 테스트 필요
- 신규 고객 세그먼트에서 성분 설명 콘텐츠 강화 고려

다음 테스트 제안

1. 혜택 티저 + 번들 Gem 조합 A/B 테스트
2. 시간대별 Gem 트리거 최적화 실험
3. 신규 고객 전용 '성분 인증 마크' 블록 추가 테스트