**Expedia Group, Inc. - Special Call**

**24. 5. 20.**

**피터 컨**

[프레젠테이션]

안녕하세요, 여러분, EXPLORE에 오신 것을 환영합니다. 2년 전, 코로나19 이후 첫 번째 EXPLORE에서 여러분 앞에 설 수 있는 영광을 누렸습니다. 그 이후로 업계에 많은 변화가 있었지만, 저는 아직도 그때를 어제 일처럼 기억합니다. EXPLORE 22는 여행의 재개를 축하하는 자리였습니다. 하지만 저와 오늘 만나게 될 많은 분들, 그리고 전 세계 수천 명의 직원들에게는 익스피디아 그룹을 재탄생시키기 위한 여정의 시작에 불과했습니다. 이는 대부분의 기업에서는 시도조차 하지 않는 엄청난 일이었습니다.

하지만 기술 및 여행자 경험 분야에서 다시 한 번 업계를 선도하려면 스스로를 혁신해야 한다는 사실을 깨달았습니다. 때로는 분명 어려운 일이었습니다. 생각보다 시간이 오래 걸렸고 전 세계 팀원들의 엄청난 헌신도 필요했습니다. 하지만 오늘 보시는 바와 같이 그 작업의 잠재력이 보이기 시작하면서 그만한 가치가 있었다는 것을 알게 되었습니다.

익스플로어 22에서 저희는 다가오는 기술 혁신에 대해 이야기했습니다. 여행자와 파트너를 위해 더 나은 상품을 개발하기 위한 투자, 브랜드와 로열티에 대한 재구상, 그리고 가격에 집착하던 시장에서 전반적인 고객 경험에 초점을 맞춘 시장으로 전환하는 것에 대해 이야기했습니다.

오늘 이 자리에서 저는 20개의 브랜드를 3개로 합리화하고, 모든 프론트엔드 스택을 하나로 통합하고, 수억 개의 여행자 계정과 17개의 CRM 시스템을 통합하고, 10개가 넘던 머신러닝 플랫폼을 하나로 통합하고, 원키를 출시하는 등 우리가 이룬 모든 성과에 대해 매우 자랑스럽게 생각합니다.

새로운 일을 할 수 있고, 이전에는 불가능했던 속도로 움직이고, 업계 누구보다 빠르게 혁신할 수 있으며, 의미 있고 창의적인 방식으로 여러분의 성장을 진정으로 가속화할 수 있는 새롭게 재탄생한 익스피디아 그룹이 여러분 앞에 서 있습니다.

저는 때때로 우리의 여정을 로켓 발사에 비유합니다. 로켓을 발사대에 올려놓는 데만 엄청난 에너지를 소비합니다. 하지만 필연적으로, 어쩔 수 없이 로켓은 가속하기 시작합니다. 이제 우리는 발사대를 떠나고 있고, 아리안과 제가 함께 일할 수 있는 행운을 누린 팀이 우리를 속도 탈출로 이끄는 것을 지켜보게 되어 매우 흥분됩니다.

저는 아리안과 긴밀히 협력해왔고, 아리안에게 큰 믿음을 가지고 있다는 점을 말씀드리고 싶습니다. 아리안은 놀랍도록 성공적인 B2B 비즈니스를 이끌었기 때문에 많은 분들이 이미 잘 알고 있는 인물입니다. 4년 전, 제가 CEO로 임명되기 전 아리안과 대화를 나누며 언젠가 아리아네가 익스피디아 그룹을 운영하게 될 가능성에 대해 논의했던 기억이 납니다. 이제 다시 부회장으로 돌아가서 아리아네가 자신의 역할을 맡아 훌륭한 회사와 여러분 모두를 다음 단계의 여정으로 이끌고 있는 모습을 보니 감회가 새롭습니다.

지난 4년 동안 여행이라는 거친 세계로 저를 맞이해준 여러분 모두의 파트너십과 우정, 통찰력에 감사의 말씀을 전하고 싶습니다. 여러분 모두를 더 잘 알게 되고 다시 한 번 여행 산업의 미래를 정의할 이 위대한 회사를 이끌게 되어 영광이자 특권이었습니다. 여러분 모두의 큰 성공을 기원하며 최고의 날들만 가득하길 바랍니다.

그리고 아리안과 함께 무대에 오르는 것을 환영해 주세요. 감사합니다.

**아리안 고린**

고마워요, Peter. 감사합니다, 피터. 그리고 오늘 이 자리에 함께 해주신 청중 여러분께도 감사드립니다. 라이브 스트리밍을 통해 함께 해주신 전 세계 직원 여러분도 안녕하세요. 익스피디아 그룹의 CEO로서 첫 주를 파트너 여러분과 함께 시작하게 되어 매우 뜻깊습니다. 피터와 회사 전체가 다져놓은 토대 위에서 일하게 되어 영광입니다. 그리고 지난 몇 년 동안 잘 알게 된 파트너 여러분과 함께 계속 일할 수 있게 되어 기쁩니다.

올해는 익스플로어 25주년이 되는 특별한 해입니다. 25년 동안 여행업계의 리더들이 모여 업계의 도전과 기회에 도전하고 즐거운 시간을 보냈습니다. 우리는 끊임없이 변화하는 여행 환경 속에서 새로운 관계를 형성하고, 획기적인 거래를 중개하고, 함께 모였습니다.

몇 년 동안 EXPLORE의 메인 무대에 섰고 좋은 추억이 많아요. 돌이켜보면 내가 무슨 생각을 하고 있었던 건가 하는 생각이 들기도 하죠. 헬멧을 쓴 것은 그렉 슐츠가 저를 설득한 것 같아요.

우리 업계는 기복이 심했습니다. 지난 몇 년 동안 우리는 놀라운 성장세를 보였습니다. 단기적으로 경제 상황과 성장에 대한 의문이 있을 수 있지만, 오늘 제가 이야기하고자 하는 것은 우리 모두에게 다가올 밝은 미래입니다. 이제 여러분을 놀라게 하지는 않겠지만 AI에 대해 많이 이야기할 것입니다. AI는 어디에나 있습니다. 그리고 때로는 모두가 AI에 대해서만 이야기하는 것처럼 느껴지기도 합니다. 하지만 그럴 만한 이유가 있습니다.

시간이 지남에 따라 기술이 발전하면서 여행은 큰 도약을 이루었습니다. 익스피디아가 1996년에 CD-ROM으로 시작한 것을 기억하시는 분도 계실 겁니다. 그 후 휴대폰이라는 거대한 변화가 찾아왔습니다. 모바일은 사람들이 여행을 검색하고 계획하고 예약하는 방식을 다시 생각하게 만들었습니다. 탑승권 발권, 호텔 체크인, 현지 추천 숙소 찾기 등의 방식이 바뀌었습니다. 그리고 이는 여행객들에게 큰 도움이 되었습니다. 그게 바로 우리 모두가 여기 있는 이유잖아요? 여행자가 더 나은 경험을 할 수 있는 방법을 끊임없이 찾는 것이죠.

그리고 지금 우리는 AI를 통해 모바일보다 훨씬 더 큰 순간을 목전에 두고 있습니다. 저는 우리 앞에 펼쳐질 일들, 특히 여행객들에게 가능해질 일들에 대해 많은 영감을 받고 있습니다. 7년 전, 인공지능 전문가인 앤드류 응은 인공지능을 전기와 비교했습니다. 그는 전기가 세상의 운영 방식을 바꾸고 교통, 제조업 등을 뒤바꾼 것처럼 AI도 세상에 헤아릴 수 없을 만큼 큰 영향을 미칠 것이라고 말했습니다. 이것이 바로 익스피디아에서 AI를 생각하는 방식입니다. AI는 전기와 같습니다. 세상을 바꾸고 있으며, 여행의 모든 곳에서 사용될 것입니다.

실제로 AI는 이미 여러분과 여행객에게 큰 영향을 미치고 있습니다. AI는 이야기 속 주인공이자 이야기를 이끌어가는 동력이기도 합니다. 저는 20년 넘게 기술 업계에 종사해왔지만 이렇게 빠르게 변화하는 것을 본 적이 없습니다. 우리 팀은 말 그대로 매일 새로운 것을 발견하고 있습니다. 새로운 것을 테스트하고 여행자와 파트너 여러분 모두를 위해 가치를 창출할 수 있는 새로운 방법을 찾고 있습니다. 모든 실험이 그렇듯이 승자를 찾고 나머지를 통해 배우게 될 것입니다. 하지만 지금 우리가 처한 상황의 가장 큰 장점은 빠르게 움직일 수 있다는 것입니다.

이를 위해 최근에 이룬 몇 가지 진전을 살펴보겠습니다. 당사가 보유한 방대한 양의 여행자 데이터를 기반으로 적응형 모델링과 고객 페르소나를 사용하여 모든 제품에 개인화 기능을 구축하고 있습니다. 예를 들어, 여행자에 대한 정보를 바탕으로 홈페이지를 개인화하고 콘텐츠, 이미지, 메시지, 페이지 레이아웃을 변경할 수도 있습니다.

그러면 여행객을 기반으로 더욱 엄선된 추천이 제공됩니다. 예를 들어, 과거에 가족을 위해 예약한 적이 있는 봄방학 여행을 준비하는 부모님에게는 가족에게 적합한 옵션이 표시될 수 있습니다. 이렇게 하면 검색 시간이 단축되고 여행자가 원하는 상품을 더 빨리 찾을 수 있습니다. 개인 맞춤화에 대해 이야기하는 분들도 있지만, 실제로 저희는 이를 실현하고 있습니다.

공급 파트너를 위해 콘텐츠를 개선하고 편의시설을 강조하는 등 마켓플레이스에서 인벤토리를 더 잘 보여줄 수 있도록 AI를 활용하고 있습니다. 자동화된 목표 기반 캠페인과 같은 새로운 AI 지원 기능을 통해 더 많은 노력을 기울이지 않고도 광고 비용을 효율적으로 사용할 수 있도록 지원하고 있습니다.

또한 고객 서비스도 개선하고 있습니다. 여행업은 거대한 산업이며 여전히 우리 팀과 여러분의 팀, 그리고 팀 간에 수작업으로 이루어지는 고객 서비스 업무의 양은 엄청납니다. AI와 더 나은 셀프 서비스 도구의 개발로 NPS가 상승하여 여행자의 경험은 더 좋아졌고, 우리 모두는 비용을 절감하여 여행자 경험 및 공동 비즈니스 성장에 재투자할 수 있는 자금을 확보하고 있습니다.

이제 잠시 확대해 보겠습니다. 기술 혁신은 익스피디아 그룹을 한 단계 더 발전시킬 수 있는 환경과 기회를 창출했습니다. 하지만 우리 플랫폼은 단순한 AI 그 이상을 가능하게 합니다. 플랫폼은 그 자체로 인에이블러입니다. 이제 우리 브랜드는 통합된 테스트 플랫폼을 갖춘 단일 프런트엔드 스택에서 새로운 기능을 더 빠르게 출시할 수 있습니다.

또한 최근 Hotels.com에서 렌터카를 출시했을 때처럼 우리 브랜드를 위한 새로운 비즈니스 라인을 여는 것과 같은 작업도 수행할 수 있습니다. 예전 같으면 몇 달이 걸렸을 일이지만, 우리는 단 1주일 만에 완료할 수 있었습니다. 그리고 올해는 테스트 영향력을 8배로 늘릴 계획입니다. 이 모든 것이 여러분 모두에게 더 많은 여행객과 더 많은 비즈니스로 이어질 것입니다.

지난 두 번의 익스플로어에서 모든 주요 브랜드에 걸쳐 하나의 로열티 프로그램을 만들게 되어 기쁘다는 이야기를 나눴습니다. 이는 지난 여름 미국에서 원키를 출시하면서 절정에 달한 대규모 기술 작업이었습니다. 우리는 훌륭한 결과를 보았습니다. 그리고 오늘 이 자리에 계신 많은 분들이 골드 및 플래티넘 원키 회원으로, 숙박 예약당 20% 이상 더 많은 비용을 지출하고 다른 회원보다 7배 더 자주 여행하는 분들을 활용하고 계십니다.

지금까지 제가 참석했던 모든 익스플로어에서는 더 많은 비즈니스를 창출하고, 더 많은 기술을 활용하며, 파트너십을 강화하는 것에 대해 이야기해왔습니다. 그 어느 때나 마찬가지지만 올해는 다릅니다. 지난 3년간 많은 리소스를 기술 혁신에 집중했던 시기를 지나고 있기 때문입니다. 이제 여행자와 여행자의 성장을 돕고 업계의 성장을 지원할 수 있는 더 많은 역량을 갖추게 되었습니다. 더 빠르고 민첩하게 움직이며 엔드투엔드 여행자 경험에 대한 인식을 개선하고 있습니다.

이보다 더 좋은 타이밍은 없습니다. 여행에 있어 지금 이 순간은 엄청난 순간입니다. 전기가 세상을 밝혔던 것처럼 AI는 우리 산업을 밝힐 것입니다. 하지만 분명히 말씀드리자면, AI가 있다고 해서 모든 것이 실현되지는 않을 것입니다. 전기가 아무리 멋지다고 해도 물에 넣으면 그 결과가 마음에 들지 않을 것입니다. AI 자체가 마법을 만들어내는 것은 아닙니다. 인공지능을 어디에 어떻게 사용할지 알아낼 수 있는 인간의 지능이 있어야 합니다. 저희 팀은 현명한 질문을 던지며 여러분과 여행자를 위해 가치를 창출할 수 있는 길을 끊임없이 찾고 있습니다. 이번 주에 함께 해주신 모든 분들께 감사드리며, 특히 여러분의 파트너십에 감사드립니다.

이와 관련하여, 오늘 이 자리에서는 CTO인 Rathi Murthy를 모시고 AI를 어떻게 활용하고 있는지 정확히 공유하고 흥미로운 신제품 발표에 대해 공유하고자 합니다.

**라티 머시**

고마워요. 고마워요, 아리안. 요즘 AI에 대해 이야기하는 것은 테일러 스위프트의 최신 앨범에 대해 이야기하는 것과 같습니다. 팬이든 아니든 누구나 의견을 가지고 있습니다. 모두가 AI와 이를 활용해 비즈니스를 가속화할 수 있는 방법에 대해 이야기하고 있습니다. AI에는 많은 장점이 있지만 만병통치약은 아닙니다. AI는 놀라운 결과를 이끌어낼 수 있는 도구입니다. 하지만 다른 모든 도구와 마찬가지로 어떻게 사용하느냐에 따라 달라집니다. 저희는 여행자 경험에서 출발하여 기술을 통해 이를 실현하는 것이 중요하다고 믿습니다. 이것이 바로 오늘 소개해드릴 내용입니다.

먼저 봄맞이 신제품을 소개해드리게 되어 기쁩니다. 여행, 발견, 계획, 쇼핑, 예약, AI 기반 서비스 등 여행 전반을 지원하는 수많은 새로운 경험을 출시할 예정입니다. 여행자의 삶을 더욱 편리하게 만들어줄 몇 가지 기능을 소개해드리겠습니다.

다음 휴가지 선택에는 많은 시간이 소요될 수 있습니다. 멕시코에 가고 싶지만 모든 요구 사항에 맞는 멕시코의 정확한 장소를 찾으려면 많은 조사가 필요할 수 있습니다. 저희는 해변, 가족, 자연과 같은 테마에 따라 목적지를 비교하기 위해 세대별 AI를 사용하고 있습니다. 따라서 이상적인 장소를 훨씬 더 빠르게 찾을 수 있습니다. 새로운 장소를 더 쉽게 발견할 수 있습니다.

최적의 항공권을 찾는 것이 쉽지 않다는 것은 누구나 알고 있습니다. 작년에 저희는 여행객들이 항공편을 예약하기에 가장 적합한 시기를 정확히 알 수 있도록 가격 추적 기능을 구축했습니다. 올해에는 다양한 날짜의 항공권 가격을 비교하여 최적의 여행 시기를 파악할 수 있도록 머신러닝 기반의 항공권 가격 비교 기능을 출시합니다. 훨씬 더 간단해졌습니다.

대부분의 사람들이 호텔을 예약하기 전에 수십, 수백 개의 게스트 후기를 읽는다는 것을 알고 있습니다. 작년에 저희는 세대별 AI를 사용하여 숙소의 주요 편의시설과 서비스에 대한 게스트 리뷰를 요약하여 더 스마트하게 만들었습니다. 예를 들어 객실의 커피 머신이나 수영장 같은 것이죠. 올해는 한 단계 더 나아가 게스트가 숙소에 대해 좋아했던 점과 싫어했던 점을 요약하여 바로 확인할 수 있도록 함으로써 훨씬 더 빠르게 결정을 내릴 수 있도록 했습니다. 더 스마트해진 스마트 쇼핑

예약을 변경하고 싶지만 어디서부터 시작해야 할지 모르는 경우가 종종 있습니다. 저희는 헬프 센터에도 젠지 AI를 도입했습니다. 이제 질문을 하고 그에 대한 요약된 답변을 쉽게 얻을 수 있어 문서를 살펴보는 데 많은 시간을 절약할 수 있습니다. 따라서 이제 변경하는 것도 더 쉬워졌습니다. 보시다시피, 이 모든 경험은 오늘부터 익스피디아, Hotels.com, Vrbo에서 제공되며, 통합 플랫폼의 막강한 힘을 다시 한 번 입증합니다.

하지만 이러한 경험은 현재 우리가 할 수 있는 일의 극히 일부에 불과합니다. 저희는 대화형 여행 계획 기능을 가장 먼저 출시했습니다. 이는 우리가 먼저 배우고, 먼저 적응하고, 빠르게 성숙하고 있다는 것을 의미합니다. 오늘날 우리는 업계를 다시 한 번 선도하고 차세대 AI를 사용하여 여행 경험을 재구상하고 재창조하여 여행자 경험을 완전히 다른 수준으로 초개인화할 수 있는 퍼스트 무버가 될 수 있는 유리한 위치에 있습니다. 그 의미를 설명해드리겠습니다.

작년에 저는 친구들과의 동창회를 준비했는데, 많은 분들이 생일 파티나 친구들과의 휴가를 준비하면서 이런 악몽을 경험해 보셨을 거라고 생각합니다. 따라서 이메일, WhatsApp, 문자가 뒤엉켜 있었다는 사실이 놀랍지 않으시길 바랍니다. 그리고 기술자로서 저는 AI 지원을 통해 이 모든 것을 훨씬 더 스마트하게 관리할 수 있기를 바랐습니다.

하지만 솔직히 말해서 제가 찾은 것은 일반적인 채팅 봇이었습니다. 저를 알고, 제 여행에 대해 알고, 다양한 채널에서 나눈 모든 대화의 주요 세부 사항을 기억하는 AI 비서가 필요했습니다. 여행사, 컨시어지, 개인 비서가 모두 하나로 통합된 것이 필요했습니다. 이제 여러분께 Romie를 소개하게 되어 매우 기쁩니다.

[프레젠테이션]

**라티 머시**

로미(Romie)는 3가지 핵심 원칙을 염두에 두고 개발된 로밍 버디입니다. Romie는 방해가 되지 않는 보조 기능으로, 완벽한 웨이터처럼 항상 대기하고 있습니다. Romie는 사용자가 어디에 있든, Facebook 앱이든 iMessage, WhatsApp이든 어디에서든 사용자와 만납니다. 또한 Romie는 점점 더 지능적으로 진화하여 사용자와 상호작용하면서 부티크 호텔, 이탈리아 음식, 반려견과의 여행 등 다양한 추억을 쌓을 수 있습니다.

실제로 로미가 여행자를 어떻게 지원하는지 살펴봅시다. 요한나는 아들과 함께 계획 중인 여행에 대해 논의하기 위해 언니, 남편과 그룹 채팅을 시작합니다. 보시다시피, 요한나는 대화에 참여하여 도움을 줄 수 있는 로미를 추가하기만 하면 됩니다. 로미는 똑똑한 상담원처럼 대화를 경청하고 요청이 있을 때 제안을 합니다.

이제 획기적인 일이죠. 요한나가 준비가 되자 로미에게 대화를 요약해 달라고 요청했고, 로미는 바로 익스피디아의 예약 경로로 이동했습니다. 대화를 통해 로미는 요한나가 시카고에 있는 여동생을 방문하고 싶고 공룡과 박물관을 좋아하는 어린 아들이 있다는 사실을 이미 알고 있었습니다. 보시다시피 로미는 지속적으로 학습하고 점점 더 똑똑해지고 있습니다.

이제 요한나는 호텔을 찾을 준비가 되었습니다. 스마트한 맞춤형 검색, 필터 및 태그를 통해 옵션의 범위를 좁히고 쉽게 비교하여 루프탑, 강 전망, 얼리 체크인을 제공하는 이상적인 호텔을 예약할 수 있게 되었습니다.

항공편과 호텔을 예약하고도 실제 여행은 완전히 잊어버리는 경우가 얼마나 많나요? 친절한 컨시어지로서 로미가 도와드리겠습니다. Romie는 이메일에서 티켓을 가져와 가족 모두가 즐길 수 있는 재미있는 즐길 거리를 제안하고 호텔 근처의 피자 레스토랑 예약을 도와주는 등 세심하게 요한나의 여행 계획을 세우도록 도와줍니다. 공연을 추천하든 투어 예약을 도와주든, 로미와 함께 할 수 있는 일은 무궁무진합니다. 그리고 상호작용을 할 때마다 로미는 사용자를 더 잘 배우고 기억하고 이해하게 됩니다.

요한나는 아들과 함께 여행을 즐기고 있는데 로미가 폭풍우가 몰려온다고 알려줍니다. 아침의 야외 건축물 투어는 더 이상 좋은 생각이 아닌 것 같습니다. 그래서 로미가 나서서 도와줍니다. 로미는 앞서 조안나 자매와 남편의 대화를 떠올리며 대신 공룡과 상어가 있는 박물관을 방문하자고 제안합니다. 그리고 로미는 티켓 변경을 돕고 이동 중에도 마술처럼 일정을 업데이트하는 등 모든 것을 처리합니다. 그래서 남편은 이 여행에서 어떤 추억을 만들 것인지 정확히 알고 있습니다.

조안나의 여행 마지막 날, 안타깝게도 비행기가 연착되었습니다. 훌륭한 개인 비서처럼 로미는 조안나에게 알려주고 편리한 호텔 옵션을 이미 몇 개 준비해 둡니다. 요한나는 공항에서 가까운 호텔을 예약합니다. 로미는 실시간으로 여행 일정을 업데이트합니다. 이제 남편은 @Romie를 통해 도착 시간을 알기만 하면 됩니다.

방금 보신 것은 여행사, 컨시어지, 개인 비서가 하나로 결합된 것입니다. Romie는 오늘 EG Labs에서 여러분과 함께 플레이할 수 있도록 준비되었습니다. 네, 아직 초기 버전입니다. 저희는 빠르게 학습하고, 빠르게 성숙하며, 새로운 경험을 구축하고자 합니다. 정식 버전에서는 더 많은 마법 같은 순간과 독특한 여행 경험이 포함될 예정입니다.

이 말을 남기고 싶습니다. AI는 근본적으로 학습 여정입니다. 오늘 소개한 경험은 시작에 불과합니다. 저희는 각 여행자에게 이상적인 경험을 제공하는 방법을 학습하여 여러분 각자에게 이상적인 여행자를 제공할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 그리고 인공지능을 통해 이를 실현할 것입니다. 감사합니다.

**연산자**

조첸 코에딕(Jochen Koedijk)의 무대에 오신 것을 환영합니다.

**조헨 코에딕**

안녕하세요, 여러분. 저는 요헨 코에딕이며, 놀라운 마케팅 부서를 이끌게 되어 영광입니다. 오늘은 저희의 마케팅 활동이 여행자와 파트너 모두에게 어떻게 도움이 되는지 보여드리겠습니다. 피터와 아리안은 광범위한 혁신에 대해 언급했지만, 마케팅 플레이북도 대폭 간소화했습니다. 이 놀라운 변화는 크게 세 가지로 요약할 수 있습니다. 첫째, 더 적은 수의 브랜드에 집중하여 각 브랜드의 위상을 높이고 각 고객 세그먼트의 제품에 맞는 차별화된 가치 제안을 개발할 수 있게 되었습니다. 둘째, 마케팅에 대한 소유권을 강화하여 사내 마케팅 강자를 육성하고, 퍼널 전반의 모든 채널에서 전략적 스토리텔링과 일관된 커뮤니케이션을 추진합니다. 마지막으로, 모든 브랜드에 최적화된 통합 데이터와 도구로 모든 퍼포먼스 마케팅과 기술을 통합하고 소셜, 유료 검색, 메타 검색 등 모든 영역에서 확장된 접근 방식을 도입합니다.

그리고 가장 큰 변화는 비즈니스 모델에 대한 변화입니다. 단순한 거래 중심에서 벗어나 수익률이 높은 고객을 확보하고 유지하는 데 우선순위를 두는 앱 우선 전략으로 전환했습니다. 이제 앱이 마케팅 방법의 중심에 서게 되었습니다. 이를 통해 일회성 방문자에서 참여도가 높은 여행객으로 전환하여 더 많은 여행객을 확보할 수 있는 환경을 조성할 수 있습니다.

방금 라티의 세션에서 보셨듯이, 저희는 예약 여정의 모든 단계에서 여행자에게 훌륭한 경험을 선사하는 제품과 기술 기능을 구축하는 데 집중하고 있습니다. 이러한 노력은 앱에서 가장 잘 드러납니다. 방금 보신 것처럼 로미는 저희 앱에 있습니다.

앱 회원은 웹사이트를 이용하는 일반 방문자보다 더 충성도가 높고, 더 많이 소비하기 때문에 파트너와 저희 모두에게 큰 이점이 있습니다. 그렇다면 이러한 변화를 통해 어떻게 이러한 여행객을 앱으로 유도할 수 있을까요? 사실 저희는 다양한 방법으로 이를 수행하고 있습니다. 마케팅 팀에서 그 방법을 정확하게 안내해 드리겠습니다.

먼저, 브랜드 마케팅 및 크리에이티브 팀을 이끌고 있는 미셸 루소가 여러분이 잘 알고 사랑하는 브랜드인 익스피디아, 호텔스닷컴, 그리고 Vrbo가 어떻게 효과적인 브랜드를 구축했는지 보여드릴 예정입니다. 다음으로, 고급 마케팅 경험 부서를 이끌고 있는 아비 아쇼크가 크리에이티브와 기술의 교차점을 통한 규모의 힘에 대해 다룰 예정입니다. 마케팅을 위한 두 가지 분야를 통합하고 있으며, 이를 위해 재생 AI를 사용하고 실험하고 있습니다.

마지막으로 글로벌 커뮤니케이션을 이끄는 로리 메트로스가 소셜 등 다양한 채널을 통해 우수한 제품을 널리 알리는 새로운 방법을 소개합니다. 그리고 흥미로운 발표로 마무리할 예정입니다.

먼저 무대에 오른 Michele을 환영해 주세요.

**미셸 루소**

좋은 아침입니다. 효과적인 브랜드를 구축하기 위해 가장 먼저 한 일은 단순화였습니다. 개별 사일로 브랜드 포트폴리오에서 통합 브랜드 하우스로 전환하여 3개로 단순화했습니다. 그리고 여행객에 대한 깊은 이해를 바탕으로 각 여행객이 소유할 수 있는 고유한 공간을 찾았습니다. 그리고 다양한 고객층의 니즈를 충족하는 기억에 남는 창의적인 플랫폼을 만들었습니다. 익스피디아는 다양한 요소를 갖춘 대형 여행 상품을 제공합니다. 하지만 여행자에게 버킷리스트에 오른 대형 여행을 실현하는 것은 부담스럽고 계획하기가 복잡할 수 있다는 것을 잘 알고 있습니다.

크리에이티브 플랫폼은 장벽을 극복하도록 돕고, 여행을 통해 탐험하고 발견하고 연결하려는 인간의 타고난 욕구를 일깨워줍니다. 우리 모두는 내면에 여행자를 품고 있으며, 여행을 하도록 만들어졌습니다. 그리고 저희의 플랫폼에 생명을 불어넣는 영화 중 하나를 상영합니다.

[프레젠테이션]

**미셸 루소**

Hotels.com은 즉흥적인 단기 여행에 대한 기존 여행객의 행동에 기대고 있습니다. 하지만 여행자 수만큼이나 완벽한 휴양지는 다양하며, 모든 여행객에게 딱 맞는 획일화된 기준을 추구하는 것이 아니라 특정 니즈와 욕구에 맞는 맞춤형 휴양지를 찾는 것이 중요합니다. 풍부한 마켓플레이스와 매치메이킹 전문성이 결합된 에어텔의 서비스는 여행객이 어떤 곳이든 자신에게 딱 맞는 곳을 찾을 수 있도록 도와줍니다. NBA 올스타 지미 버틀러와 함께 일한 경험을 바탕으로 그가 추천하는 완벽한 10곳을 소개합니다.

[프레젠테이션]

**미셸 루소**

따라서 Vrbo는 여행자의 신뢰가 걸려 있는 카테고리에서 도전자 역할을 합니다. 여행자가 휴가용 렌탈에서 진정으로 원하는 것이 무엇인지, 프라이버시, 함께하는 순간, 그리고 무엇보다도 휴식을 이해함으로써 VR의 다른 길이 됨으로써 신뢰할 수 있는 VR 브랜드로서의 위치를 강조하고 있습니다. 그리고 여행객들이 갈망하던 프라이버시를 실현할 수 있는 작품을 선보일 수 있게 되어 정말 자랑스럽습니다.

[프레젠테이션]

**미셸 루소**

속옷 차림으로 춤을 추고 싶다면 휴가지에서 Vrbo를 예약하는 것을 잊지 마세요. 따라서 저희는 실질적인 제품 혜택과 함께 매력적이고 감성적인 스토리텔링을 통해 이러한 플랫폼에 활기를 불어넣고 행동을 유도합니다. 간단히 말해, 브랜드가 강해질수록 더 많은 비즈니스를 창출할 수 있습니다. 하지만 새로운 방식으로 여행객과 소통하고 여행객에게 중요한 방식으로 소통해야 합니다.

그리고 그 방법 중 하나는 열정과 파트너십을 통해 이루어집니다. 스포츠 팬들에게는 리버풀 축구 클럽과 익스피디아, NBA와 Hotels.com, 대학 풋볼 내셔널 플레이오프와 피에스타 볼과 Vrbo 등 주요 기관과의 파트너십이 그 예입니다. 또한 음악 팬에게는 공식 여행 및 로열티 파트너인 뉴올리언스 재즈 페스티벌과 익스피디아의 파트너십과 같은 라이브 음악이 있습니다.

이러한 파트너십을 통해 참여도가 높고 열정적인 팬들 사이에서 목적지에 대한 높은 가시성을 확보할 수 있습니다. 리버풀 축구 클럽과 관련된 간단한 사례를 하나만 소개해드리겠습니다. 저희는 독립 및 체인 호텔 모두와 협력하여 여행 광고 기금으로 인센티브를 제공하여 리버풀의 전 세계 여행 팬층을 대상으로 한 마케팅 활동을 강화했습니다. 그 결과 15:1의 투자 수익률을 달성했습니다.

이 모든 과정에서 캐세이퍼시픽의 역할은 여행자가 원하는 목적지에 도착할 수 있도록 캐세이퍼시픽 브랜드를 선택했을 때 얻을 수 있는 혜택을 보여주는 것입니다. 이러한 파트너십의 힘은 좋아하는 축구 클럽에 대한 내부자 정보나 여행객에게 회원 전용 혜택을 제공하는 등 다른 누구도 제공할 수 없는 가치를 제공하는 데 있습니다. 이는 더 많은 여행자를 유치하기 위해 노력하는 에어텔만의 특별한 방법 중 하나입니다.

전 세계로 사업을 확장하고 있습니다. TV, 디지털, 옥외 스트리밍, 소셜 미디어 등 새로운 시장에 캠페인을 론칭하면서 더 많은 해외 여행객을 유치할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 하지만 여행객의 참여를 유도하고 브랜드에 대한 관심을 유도하는 것은 강력한 브랜드 구축의 첫 단계에 불과합니다. 또한, 평생 가치가 가장 높은 여행자가 재방문하고 재구매할 수 있도록 하는 데에도 투자하고 있습니다. 이것이 바로 업계 최고의 로열티 프로그램을 만든 이유입니다. 이 프로그램은 여행자에게 완벽하고 파트너에게도 훌륭한 프로그램입니다.

원키는 교차 쇼핑과 재구매의 새로운 이유일 뿐만 아니라, 휴가용 임대 숙소 업계에서 강력한 차별화 요소이기도 합니다. 그리고 이미 Vrbo 여행객들이 Vrbo와 다른 곳에서 원키 보상을 적립하고 소진하기 시작했습니다. 저희는 여행자가 여행을 떠날 때마다 보상을 받을 수 있도록 프로그램을 설계했습니다. 여행객은 훌륭한 회원 할인 혜택과 원키 캐시를 받을 수 있으므로 파트너의 수익에 타격을 주지 않습니다. 그리고 의도적으로 더 큰 유연성을 확보했습니다. 따라서 Vrbo 여행객이 호텔에서 원키 캐시를 사용하고 싶거나 마찬가지로 항공 여행객이 좋아하는 호텔에서 원키 캐시를 사용할 수 있습니다. 이를 통해 더 많이 여행하고 더 많이 소비하도록 장려합니다.

출시 이후 여러 브랜드에서 교차 쇼핑하는 회원 수가 증가하고 있습니다. 실제로 원키는 현재 1억 명이 넘는 회원을 보유하고 있습니다. 회원 여러분, 감사합니다. 회원들은 첫 예약부터 원키 캐시를 적립하고 있습니다. 그리고 원키 캐시를 보유한 회원은 그렇지 않은 회원에 비해 당사를 통해 여행을 예약할 확률이 140% 더 높습니다. 또한 파트너의 참여도도 매우 높습니다. 현재 50,000개 이상의 숙소가 골드 또는 플래티넘 회원 전용 할인 혜택을 활용하고 있습니다. 또한 항공, 자동차, 크루즈, 액티비티 등에서도 회원 전용 할인을 제공하고 있으며, 참여해 주신 모든 파트너사에게 진심으로 감사드립니다.

하지만 고객 충성도와 참여도를 높이는 데 있어 에어텔의 리워드 프로그램은 빙산의 일각에 불과합니다. 여행자들은 여행 구상부터 계획, 예약에 이르기까지 여행의 전 과정을 함께할 수 있는 OTA를 갈망하고 있습니다. 그래서 저희는 엄선된 여행 가이드와 디지털 매거진과 같이 여행자를 위한 완벽한 쇼핑 가능한 브랜드 경험을 만드는 데 투자하고 있습니다. 여행자가 인기 여행지를 탐색하고 영감을 얻고 여행 계획을 세우는 데 앱을 사용하는 습관을 들일 수 있도록 강력한 참여 유도 장치를 설계했습니다. 기술과 AI를 지속적으로 수용하면서 더 많은 것을 준비하고 있습니다. 이제 아비에게 이 분야의 혁신을 어떻게 이끌고 있는지 말씀드리겠습니다.

**아비 아쇼크**

정말 감사합니다, Michele. 앞서 Rathi는 AI가 익스피디아 제품의 거의 모든 기능과 서비스를 어떻게 주도하고 있는지에 대해 설명했습니다. 이제 AI 세대가 익스피디아의 마케팅 활동을 어떻게 강화하고 있는지 자세히 알아보겠습니다. 우리의 목표는 더 많은 여행객과 우리 모두의 수요에 대한 접근성을 높이는 것입니다. 우리는 여행자의 선호도와 개인화된 경험을 이해하기 위해 제품 전반에 걸쳐 점진적인 인텔리전스를 구축하고 있습니다. 그리고 이제 마케팅을 통해 여행지의 진정성을 보여주고 더 많은 장소와 더 많은 채널로 확장할 수 있도록 돕고자 합니다. 이것이 바로 인공 크리에이티브 인텔리전스입니다. 한 번 살펴보세요.

[프레젠테이션]

**아비 아쇼크**

이 동영상은 모델들이 가진 잠재력을 충분히 보여줍니다. 하지만 익스피디아는 이러한 원칙을 신중하고 의도적으로 적용하여 세 가지 핵심 요소에 걸쳐 놀라운 역량을 구축했습니다. 첫 번째는 여러분과 당사의 브랜드를 보호하는 것입니다. 사진은 천 마디 말보다 중요하다는 말이 있듯이 여행 업계에서도 마찬가지입니다. 저희는 최고의 사진으로 고객을 돕는 것이 중요하다고 강조해왔습니다. 이 작은 변화가 여행객의 예약 여부에 큰 차이를 가져올 수 있기 때문입니다. 콘텐츠가 중요합니다. 이제 한 걸음 더 나아갔습니다.

브랜드 전반의 프로그래매틱 광고는 자체 카탈로그에서 사진을 가져옵니다. 대량의 사진을 사람이 직접 품질 관리하기란 매우 어렵기 때문에 가장 관련성 높은 사진을 가져오는 것은 매우 까다로운 작업입니다. Gen AI는 이를 완전히 새로운 차원으로 끌어올리는 데 도움을 주고 있습니다. 이제 우리는 이미지의 내용을 읽고, 이미지의 핵심 요소를 강화한 다음, 여행자가 기준을 충족하는지, 즉 여행자가 볼 수 있는 이미지인지 여부를 결정할 수 있는 능력을 갖추게 되었습니다.

이 이미지가 표시되는 것은 이해가 되지만, 이 이미지가 영웅 이미지가 되는 것은 이해가 되지 않습니다. 그리고 잘못된 타이밍에 표시하지 않는 것은 적절한 타이밍에 올바른 이미지를 표시하는 것만큼이나 중요합니다. 여기에 바로 그 속성이 있습니다. 하지만 이번에는 기술이 영웅으로 보여줄 최고의 이미지를 선택했습니다. 둘의 차이를 확실히 알 수 있습니다. 고품질 이미지로 더 많은 도움을 주실수록 더 완벽하게 터보차지할 수 있습니다.

다음 사례는 작년에 진행한 마이크로 스토리 캠페인입니다. 익스피디아에서 마이크로 스토리는 가장 짧은 시간에 가장 큰 여행자 이야기를 촬영한 영상입니다. 5~10초 분량의 각 동영상은 제품 기능을 사용하여 꿈과 목적지를 실현하는 여행자의 이야기를 담고 있습니다. 한 가지 예를 살펴보세요.

[프레젠테이션]

**아비 아쇼크**

크리테오는 스토리텔링이라는 미묘한 기술을 통해 브랜드 인지도와 성과 사이의 간극을 좁혀왔습니다. 그리고 이제 이를 확장할 수 있는 AI의 이점이 있습니다. 방금 본 영화를 가지고 AI를 사용하여 영화의 맥락, 키워드 및 문구를 이해한다고 상상해 보세요. 그런 다음 여행자와 목적지에 대한 콘텐츠를 기반으로 여러 스크립트를 생성할 수 있습니다. 이를 통해 비용과 배포의 복잡성을 줄임으로써 제작 규모를 확장할 수 있습니다.

다음 사례로 넘어가겠습니다. 앞서 미셸이 전 세계 더 많은 시장에 진출하는 방법에 대해 이야기하는 것을 들으셨죠? 그리고 이제 우리는 이러한 시장에서 메시지를 효과적으로 배포하기 위해 세대별 AI를 사용하고 있습니다. 이제 기본 스크립트가 있으므로 AI가 여러 지역에 걸쳐 스토리를 직접 번역한 다음 지역적 관련성을 주입하여 크리에이티브가 의도한 대로 작동하도록 할 수 있습니다. 예를 들어 보겠습니다.

[프레젠테이션]

**아비 아쇼크**

방금 보신 것은 이러한 크리에이티브에 텍스트뿐만 아니라 음성을 불어넣는 우리의 능력이며, 이는 마지막 단계로 이어집니다. 사진 한 장이 천 마디의 말을 한다고 말씀드렸습니다. 하지만 동영상은 백만 마디의 말을 할 수 있습니다. 우리는 정적인 이미지를 멋진 애니메이션으로 변환할 수 있는 코드를 해독했습니다. 그리고 AI를 사용하여 이러한 기존 목적지 영상을 움직이는 영상으로 만드는 방법을 알아내기 시작했습니다. 의도적으로 결말을 모호하게 설정한 스토리를 촬영한 다음 기존 콘텐츠와 원하는 장소의 영상으로 채울 수 있습니다.

이 영상은 실제 여행지를 배경으로 AI로 촬영한 새로운 엔딩을 추가한 업데이트 버전입니다. 이러한 경험을 현실로 구현하기 위해 업계 최고의 스타트업인 RunwayML 및 ElevenLabs와 파트너십을 맺은 이유도 바로 이 분야를 선도하기 위해서입니다.

그리고 궁극적으로는 이러한 기능을 광고 비즈니스의 일부로 Media Studio에 도입하는 것이 목표입니다. 곧 파트너십을 맺고, 공동 브랜드를 만들고, 여러분의 제품을 크리에이티브 플랫폼에 통합할 수 있는 기회를 갖게 되어 매우 기대가 됩니다.

이제 라우리에게 넘기겠습니다.

**로리 메트로스**

고마워요, 아비. 미셸의 말처럼, 저희는 항상 여행자들과 소통할 수 있는 의미 있는 방법을 찾고 있습니다. 여행자들은 매일 소셜 미디어와 인플루언서를 통해 영감을 얻습니다. 여행자의 거의 80%가 소셜 미디어를 여행에 대한 영향과 정보의 원천으로 사용한다는 사실은 놀라운 일이 아닙니다.

그리고 우리는 인플루언서가 신뢰할 수 있다는 것을 알고 있습니다. 소비자의 69%가 인플루언서 추천을 이용합니다. 저는 제가 팔로우하고 신뢰하는 사람들로부터 많은 제품을 구매한 경험이 있습니다. 그리고 아시다시피 신뢰는 곧 매출과 직결됩니다. 제휴 마케팅은 크리에이터 경제의 핵심이며, 여행은 가장 수익성이 높은 카테고리 중 하나입니다. 하지만 더 많은 비즈니스를 창출할 수 있음에도 불구하고 아무도 이 두 가지를 연결하지 못했습니다.

인플루언서가 이탈리아를 여행하는 모습을 보고 감탄했다고 가정해 봅시다. 바로 그 여행을 한 곳에서 예약할 수 있다면 얼마나 좋을까요? 이제 가능합니다. 오늘부터 트래블 샵을 소개하면서 이 모든 것이 가능하다는 사실을 알려드리게 되어 매우 기쁩니다. 앞서 말씀드렸듯이 소셜에서 여행 카테고리의 기회와 함께 이 두 가지를 결합한 것은 이번이 처음입니다. 인플루언서는 새로운 유형의 여행사이지만 아직까지 적절한 도구가 부족합니다. 이것이 바로 우리가 트래블 샵에서 하고 있는 일입니다.

익스피디아는 최고의 인플루언서, 브랜드 및 여행지 단체와 제휴하여 익스피디아 앱과 모든 판매 채널에서 맞춤형 쇼핑 가능 마켓플레이스를 만들고 있습니다. 콘텐츠 제작자는 호텔, 액티비티, 렌터카 등 선호하는 경험의 목록을 큐레이션하여 수수료를 받고, 가시성을 높이며, 여행 콘텐츠를 위한 자신만의 맞춤형 공간을 꾸밀 수 있습니다. 이는 파트너 여러분에게 더 많은 노출 기회를 제공하고 여행 예약 경험을 더 간편하게 만들 수 있는 좋은 기회입니다.

온라인에는 수많은 정보가 넘쳐나고 선택의 폭이 넓기 때문에, 여행 상점은 여행 경험을 맞춤화할 수 있습니다. 상점 내에서 인플루언서는 소셜 우선 사용자 제작 콘텐츠를 업로드하여 목적지 및 여러 숙소를 홍보할 수 있습니다. 특히 마케터의 60%가 인플루언서가 제작한 콘텐츠가 브랜드 콘텐츠보다 소셜 미디어에서 더 좋은 성과를 낸다고 답한 것을 고려하면 이는 큰 성과입니다. 올해 말까지 이 프로그램은 확장될 예정입니다. 여행을 좋아하는 사람이라면 누구나 자신만의 여행 상점을 만들 수 있게 될 것입니다.

멋진 두 명의 홍보대사, 오니카 레이몬드와 브렛 콘티가 여행 상점을 소개합니다. 와주셔서 감사합니다. 오니카, 정말 멋진 사진이에요.

**오니카 레이몬드**

감사합니다.

**로리 메트로스**

여행자 상점이 어떻게 운영되고 있는지 알려주실 수 있나요?

**오니카 레이몬드**

물론이죠. 그러고 싶어요. 정말 고마워요, Lauri. 트래블 샵은 크리에이터가 추천을 통해 수익을 창출하고 시청자에게 가치를 제공할 수 있는 중요한 잠금 해제 기능입니다. 저는 15년 이상의 경력을 가진 크리에이터로서 매일 소셜 미디어에 여행 팁과 추천을 공유하고 있습니다. 이제 트래블 샵으로 바로 연결할 수 있게 되었습니다.

이제 트래블 샵에는 두 가지 핵심 요소가 있습니다. 첫 번째는 여행지나 숙박시설에서 직접 경험한 영감을 주는 동영상 콘텐츠입니다. 두 번째는 각 인플루언서가 자신의 상점을 위해 큐레이션한 컬렉션입니다. 컬렉션은 미적 감각, 가격대, 여행지 등 공통된 테마로 묶인 숙소를 추천하는 것입니다.

제 뒤에 있는 이 예시에서는 파리 전역에서 제가 가장 좋아하는 숙소와 이러한 숙소가 소비자에게 매력적인 이유에 대한 정보를 볼 수 있습니다. 또한 이 숙소가 가족 여행객이나 나홀로 여행객에게 가장 적합한지, 또는 여러분이 좋아할 만한 특별한 편의시설이 있는지 등의 팁도 확인할 수 있습니다. 익스피디아는 트래블 샵을 통해 고객들이 제 소셜 미디어 아카이브를 샅샅이 뒤질 필요 없이 제가 추천하는 모든 호텔을 한곳에서 확인할 수 있는 중앙 집중식 공간을 제공함으로써 고객의 니즈에 딱 맞는 호텔을 찾을 수 있도록 합니다.

**로리 메트로스**

고마워요, 오니카. 브렛, 콘텐츠 크리에이터이신데요. 이 도구가 어떻게 도움이 되는지 알려주세요.

**브렛 콘티**

크리에이터로서 직면하는 가장 큰 과제 중 하나는 오디언스와의 신뢰를 유지하고 추천이 진정성 있고 실행 가능한지 확인하는 것입니다. 소셜 플랫폼이 항상 링크를 공유하도록 설정되어 있는 것은 아닙니다. 그래서 제가 멋진 호텔 숙박에 대해 포스팅하면 매일 같은 여행을 어떻게 예약할 수 있는지 묻는 댓글을 받습니다. 이제 저는 잠재고객을 제 트래블 샵으로 바로 보낼 수 있습니다. 이제 고객이 요청할 때마다 바로 갈 수 있는 곳이 있습니다. 게다가 여행은 큰 구매가 될 수 있습니다. 그리고 우리 중 많은 사람들이 여행을 예약하기 전에 많은 생각과 계획을 세웁니다.

트래블 숍은 추천 상품의 유효 기간을 연장하는 획기적인 기능입니다. 24시간이 지나도 사라지지 않으며, 익스피디아 앱에서 항상 같은 위치에 유지됩니다. 이는 크리에이터인 저희에게는 콘텐츠와 추천으로 수익을 창출할 수 있는 좋은 기회입니다. 크리에이터는 더 많은 숙소와 추천을 공유하여 더 많은 콘텐츠와 더 많은 예약을 유도하도록 인센티브를 받게 되므로 호텔에도 이익이 됩니다.

익스피디아 홍보대사가 된 것을 매우 자랑스럽게 생각합니다. 그리고 이제 그 어느 때보다 파트너와 크리에이터인 저희를 위해 최선을 다하는 모습을 볼 수 있습니다. 여행 업계에서 이와 같은 쇼핑 가능한 마켓플레이스는 다른 어떤 브랜드도 없습니다. 게다가 트래블 샵은 원니카와 저와 같은 크리에이터의 인터뷰와 피드백을 바탕으로 만들어졌습니다.

**로리 메트로스**

고마워요, 브렛. 아리안과 같은 신진 인플루언서도 상점을 만들 수 있습니다. 정말 간단합니다. 다음 번에는 Rob과 함께 자세한 이야기를 나눌 예정이며, 참여 방법을 알고 싶으시면 제품 체험 라운지를 방문해 주세요. 감사합니다. 이제 다시 조첸의 이야기를 들어보겠습니다.

**조헨 코에딕**

고마워요, 로리. 정말 멋지네요. 오늘 이 세션에서 꼭 기억해 주셨으면 하는 것은 저희 마케팅이 혁신의 한계를 뛰어넘고 있다는 점입니다. 우리 브랜드에는 매일 천만 명이 넘는 방문객이 방문합니다. 저희는 파트너 여러분께 더 많은 트래픽과 수요를 제공하기 위해 최신 기술에 상당한 투자를 하고 있으며, 일반적인 예약 시간 외에 여행객을 만나고 있습니다.

저희는 이 액세스 권한을 해제할 수 있는 새로운 방법을 지속적으로 모색하고 있으며, 오늘 그 중 많은 방법을 여러분과 공유했습니다. 이는 더 많은 사람들이 비행기를 타고, 호텔을 이용하고, 여행지를 방문하고, 체험을 예약할 수 있다는 것을 의미합니다.

이제 Rob에게 이 자리를 넘기겠습니다. 감사합니다.

**롭 토레스**

고마워요, Jochen. 우리 마케팅 팀의 혁신적인 작업을 보게 되어 정말 기쁩니다. 안녕하세요, 여러분. 다시 익스플로러에 돌아오게 되어 반갑습니다. 잘 모르시는 분들을 위해 소개하자면, 저는 세계 최대 규모의 여행 광고 플랫폼인 미디어 그룹의 미디어 솔루션 부문을 이끌고 있는 Rob Torres입니다.

또한 조헨이 언급한 것처럼, 크리테오는 브랜드를 높이고 가치 있는 여행객과 연결하는 데 중요한 역할을 합니다. 20년 이상의 광고 경험을 바탕으로 크리에이티브 광고 솔루션을 통해 파트너는 이상적인 여행자에게 도달하고 전환을 유도할 수 있습니다. 또한 모든 규모의 파트너와 협업하고 있습니다. 또한 마케팅 캠페인을 활용하여 브랜드 인지도를 높일 수 있는 여러 가지 방법이 있습니다. 또한 업계 최고의 전문가들이 모든 과정에서 도움을 드릴 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

크리테오는 각자의 마케팅 목표가 고유하다는 것을 잘 알고 있으며, 인지도 향상, 참여도 또는 고려도 제고, 최종 예약 확보 등 다양한 목표를 충족하는 업계 최고의 솔루션으로 여러분을 지원합니다.

하지만 여행 광고 환경이 바뀌었습니다. 여행자들은 다양한 출처에서 여행 콘텐츠를 얻고 있습니다. 여행자들은 여행을 예약하기 전 45일 동안 평균적으로 141페이지가 넘는 여행 콘텐츠를 확인합니다. 또한 사람들은 TikTok을 스크롤하고 스크롤한 후 다음 휴가를 예약하는 데 영감을 받는다는 사실도 확인했습니다. 저희도 알고 있습니다.

실제로 여행은 TikTok의 상위 10개 카테고리 중 하나이며, 해시태그의 조회수는 현재 2,650억 건을 넘어섰습니다(B를 붙인 10억 건). 이러한 세분화로 인해 여행 광고주는 여행자가 여행 중 어디에 있든 자신의 콘텐츠를 노출하는 것이 그 어느 때보다 중요해졌습니다. 그렇기 때문에 오늘 저는 여행 미디어 네트워크의 출범을 발표하게 되어 매우 기쁩니다. 들어보시죠.

세계 최대 광고주 중 하나인 크리테오는 타의 추종을 불허하는 규모를 자랑하며, 고가치 글로벌 여행객에게 쉽게 도달할 수 있도록 지원합니다. 이제 다양한 플랫폼에 도달하기 위해 미디어 플래너 팀에 비용을 지불할 수도 있고, 많은 분들이 그렇게 하고 계시거나, 원스톱 서비스를 원하실 수도 있습니다. 어려운 일은 저희가 대신 해드리겠습니다.

이제 여행 미디어 네트워크를 통해 사이트 트래픽, 종합적인 자사 데이터 및 광고 솔루션 제품군을 통해 수백만 명의 여행자와 연결해 드립니다. 측정 가능한 성과를 달성할 수 있도록 맞춤형 전략과 상세한 리포팅을 제공합니다.

또한 개인 맞춤형 광고이므로 원하는 여행자에게만 광고가 표시됩니다. 이제 저희 사이트를 검색하는 여행자만 타겟팅하는 것이 아닙니다. 또한 검색, 쇼핑, 예약 준비 등 더 넓은 여행 생태계에서 여행자의 여정 중 어디에 있든 이들을 찾아낼 수 있습니다.

이제 자세히 살펴보겠습니다. 첫째, 규모와 도달 범위를 제공합니다. 앞서 언급했듯이, 크리테오는 여행 분야에서 세계 최대 규모의 광고주 중 하나입니다. 세계적으로 인정받는 고부가가치 브랜드 포트폴리오와 광고 솔루션 제품군은 전 세계 수백 개의 채널에서 수백만 명의 여행 구매자의 참여를 유도합니다. 이제 크리테오의 방대한 규모와 도달 범위를 독보적으로 활용할 수 있습니다. 넷플릭스, 디즈니+와의 파트너십부터 전 세계 프리미엄 지역의 광범위한 옥외 광고에 이르기까지, 크리테오의 네트워크는 상당한 노출 효과를 제공합니다.

광고주 파트너는 B2B 네트워크의 강력한 기능도 활용할 수 있습니다. 많은 분들이 호텔 스폰서 숙소 기능인 트래블애즈에 대해 알고 계실 겁니다. 트래블애즈는 금융기관부터 항공사까지 다양한 B2B 파트너 사이트에 게재할 수 있습니다. 그리고 저희 네트워크에는 60,000개 이상의 B2B 파트너가 있습니다. 이는 콘텐츠에 대한 상당한 잠재적 신규 잠재고객을 확보할 수 있는 규모입니다.

그리고 그 범위를 더욱 넓히기 위해 방금 로리로부터 들으신 것처럼 트래블 샵을 출시합니다. 이를 통해 파트너는 소셜 미디어를 여행 영감의 주요 원천으로 삼는 점점 더 많은 여행자들과 소통할 수 있는 새로운 방법을 제공받게 됩니다.

둘째, 크리에이티브. 업계 최고 수준의 사내 크리에이티브 팀을 보유하고 있으며, 고객의 니즈에 맞는 광고 솔루션을 제작합니다. 미디어 스튜디오와 기타 크리에이티브 이니셔티브를 통해 혁신적인 콘셉트를 제공합니다. 그리고 앞으로는 기본적으로 모든 캠페인에 동급 최고의 제너레이티브 AI를 도입하여 자산에 생명을 불어넣을 수 있도록 지원할 계획입니다. 사진부터 대본, 동영상, 음성까지 크리에이티브 플랫폼으로 모든 것을 지원하겠습니다.

마지막으로, 이 전체 네트워크의 핵심은 자사 데이터와 함께 모든 것을 통합한다는 점입니다. 이것이 바로 여행 미디어 네트워크의 핵심입니다. 이 데이터를 통해 개인정보가 보호되는 프레임워크 내에서 소비자 행동을 추적하고 이해할 수 있습니다. 광범위한 데이터는 고객의 여정에 대한 인사이트를 제공하고, 여행자의 의도를 파악하며, 파트너가 적시에 적절한 메시지로 적절한 오디언스를 타겟팅할 수 있도록 지원합니다.

여행자에게 광고가 넘쳐나는 것을 원하지 않기 때문에 이 점이 매우 중요합니다. 따라서 핵심 상품에서 개인화된 경험을 제공하는 것과 동일한 기술을 광고 상품에도 사용하여 광고의 관련성을 높입니다. 그리고 이 데이터를 분석하여 기회를 파악하고 캠페인 전략을 수립하는 전담 미디어 및 인사이트 팀 기획팀이 있습니다. 또한 보고서와 인사이트를 통해 광고주가 영향력 있고 측정 가능한 성과를 달성할 수 있도록 수요를 유도합니다. 따라서 실제로는 모든 분야에서 최고의 서비스를 제공합니다.

Facebook의 데이터와 기술, 크리에이티브를 활용하여 수상 경력에 빛나는 캠페인에 협업하고 마케팅 비용을 최적화하여 광고 투자 대비 최고의 수익을 얻을 수 있습니다. 이제 우리가 하는 일의 이유와 내용을 살펴보았습니다.

이제 글로벌 비즈니스 개발 담당 부사장인 제니퍼 안드레를 무대로 모시고 여행 미디어 네트워크가 여러분에게 어떤 도움이 될 수 있는지 보여드리겠습니다. 제니퍼?

**제니퍼 안드레**

고마워요, Rob. 안녕하세요, 여러분. 저는 미디어 네트워크의 파트너 대면 팀을 관리하는 제니퍼 안드레입니다. 롭이 말씀하신 것처럼 광고를 통해 여행자를 찾는 여정은 훨씬 더 복잡해졌기 때문에 어려울 수 있습니다. 혼잡합니다. 파편화되어 있습니다. 여행자 5명 중 거의 3명이 특정 목적지를 염두에 두지 않거나 여러 목적지를 고려하고 있다는 사실로 인해 문제는 더욱 복잡해졌습니다. 우리 모두 그런 경험이 있을 것입니다. 선택의 기로에 놓였을 때의 기분 좋은 압도감을 우리 모두는 잘 알고 있습니다.

따라서 여행 미디어 네트워크를 통해 광범위하고 영향력 있는 광고 경험을 구축하여 여행객이 가장 필요로 할 때 메시지를 전달할 수 있도록 지원합니다. 여행자들은 예약을 위해 크리테오를 찾지만, 영감과 계획을 위해 크리테오와 소통하기도 합니다. 여행객은 구매 경로의 모든 단계에서 크리테오를 방문하기 때문에 크리테오는 여행객을 브랜드 메시지와 연결시키는 데 매우 중요한 역할을 합니다.

따라서 우리는 플랫폼 안이든 밖이든 여행자가 영감에서 계획과 조사, 궁극적으로 구매를 완료하는 단계로 나아가는 과정에서 참여와 영향력을 모두 발휘할 수 있는 특별한 능력을 갖추고 있습니다.

Rob이 이에 대해 자세히 설명하는 것을 들으셨죠? 하지만 이것이 여러분에게 정확히 어떤 의미일까요? 이제 여행자의 눈을 통해 여행 미디어 네트워크가 실제로 어떻게 작동하는지 살펴볼까요?

미국인 여행자 Sarah는 파트너와 함께 여행을 계획하고 있습니다. 대부분의 여행자와 마찬가지로 여러 여행지를 고려하고 있습니다. 그녀는 휴가에 대한 박탈감을 느끼고 있습니다. 멋진 곳으로 떠나고 싶지만 예산 범위 내에서 가능한 곳이어야 합니다. 그래서 사라는 평범한 한 주를 보내며 여러 가지 선택지를 생각하던 중 익스피디아 그룹의 광고에서 끊임없이 영감을 얻고 안내를 받습니다.

영국 출장을 마치고 집으로 돌아오는 사라는 런던 히드로 공항에서 비행기를 타고 내리고 있습니다. 공항에 있는 동안 그녀는 다가올 휴가를 꿈꾸고 있습니다. 그녀는 갈 수 있는 모든 여행지를 생각하다가 터미널 5의 대형 광고판에서 캘리포니아의 아름다운 이미지를 보게 됩니다. 이 사례는 파트너사인 Visit California가 전체 파트너십의 일환으로 프리미엄 기회를 확보하기 위해 익스피디아 그룹의 미디어 구매 플랫폼을 활용한 실제 사례입니다.

이 공동 제작 캠페인은 총 2억 7,500만 건의 노출을 기록했을 뿐만 아니라 영국에서 여행객이 가장 많은 곳 중 하나인 캘리포니아에서 100%의 점유율을 기록했습니다. 며칠 후 사라가 YouTube에 등장합니다. 그녀는 여행에 대한 영감을 얻기 위해 검색을 하다가 '어디로'라는 동영상을 보게 되었습니다: 캐나다라는 동영상을 보게 됩니다. 이 영상은 익스피디아 그룹과 파트너사인 Destination Canada가 제작한 다큐 시리즈의 일부입니다.

Sarah는 이전에 Hotels.com에서 캐나다에서 숙박할 곳을 검색한 적이 있었습니다. 따라서 플랫폼에서의 실시간 행동을 통해 Sarah가 여행지에서 영감을 주는 콘텐츠를 잘 받아들일 것이라는 사실을 알 수 있었습니다.

[프레젠테이션]

**제니퍼 안드레**

마음에 듭니다. 보시다시피, Where To: 캐나다 캠페인은 여행자가 캐나다 전역에서 누릴 수 있는 모든 멋진 경험에 대한 영감을 불러일으키고 인식을 제고하기 위해 개발되었습니다. 따라서 도달률과 참여도를 중심으로 KPI를 측정합니다.

하지만 미디어 네트워크 덕분에 예약을 추적할 수 있었습니다. 그 결과 인지도 상승과 더불어 캐나다 여행 예약이 18% 증가했고, 예약당 평균 지출액도 12% 증가했습니다. 이는 익스피디아 사이트에서만 나타난 결과입니다.

그래서 Sarah는 일주일 내내 여행 계획을 세웁니다. 그리고 여러 채널에서 많은 여행 콘텐츠를 소비하고 있습니다. 그래서 사라는 익스피디아의 인스타그램 계정을 팔로우합니다. 여행지를 결정하는 데 도움이 되는 콘텐츠를 스크롤하다가 스코틀랜드의 유명 배우 이완 맥그리거가 출연한 Expedia 그룹의 로컬 렌즈 시리즈의 일부인 스코틀랜드에 관한 단편 영화를 보게 됩니다.

[프레젠테이션]

**제니퍼 안드레**

이 캠페인은 유튜브에서 870만 조회 수와 199,000시간의 시청 시간을 기록했습니다. 또한 익스피디아의 인스타그램에서도 685,000회의 조회수를 기록했으며, 3월 한 달 동안 가장 많이 본 인스타그램 릴로 기록되었습니다. 이러한 높은 도달률과 더불어, 여행객들은 스코틀랜드의 예약 옵션을 찾을 수 있는 Expedia로 평균보다 10배 높은 클릭 수를 기록했습니다.

그래서 Sarah는 이제 인스타그램에서 지난 세션에서 소개한 여행 상점의 일환으로 익스피디아 그룹의 인플루언서 파트너 중 한 명이 제작한 포르투갈의 아름다운 콘텐츠를 볼 수 있습니다.

알았어요. 나중에 사라는 여행 계획에서 잠시 휴식을 취하고 있습니다. 그녀는 휴식을 취하고 있습니다. 그녀는 디즈니+에서 좋아하는 영화를 보고 있는데, 미디어 구매 팀을 통해 확보한 기회를 통해 Vrbo가 공동 제작하고 공동 브랜딩한 플로리다 키시미 광고를 다시 보게 됩니다.

[프레젠테이션]

**제니퍼 안드레**

알았어요 좋아요. Sarah는 이제 선택의 폭을 좁히고 있으며, 비용과 예약 가능 여부가 가장 적합한 목적지를 결정하는 데 도움이 될 것이므로 호텔과 항공편을 찾기 시작했습니다. 앞서 캐나다가 Sarah가 고려 중인 여행지 중 하나라는 것을 확인했으므로, 그녀는 Expedia.com에서 밴쿠버의 호텔을 검색하고 날짜를 입력합니다. 따라서 검색 결과에 표시되는 자연 검색 결과와 함께 날짜, 예산, 기준에 맞는 시내 호텔을 찾는 검색 상단에 스폰서 목록이 표시됩니다. 동시에 이전 검색을 기반으로 한 Destination Canada의 광고도 게재되었습니다. 이러한 솔루션이 얼마나 효과적인지 알려드리기 위해, 여기에 표시된 호텔 스폰서 목록 솔루션인 트래블애즈에 참여하고 있는 숙소는 그렇지 않은 숙소보다 평균적으로 120% 더 많은 예약과 50% 더 높은 전환을 달성하고 있습니다.

좋아요. 짐작하셨겠지만 사라는 여행의 이상적인 목적지로 밴쿠버에 도착합니다. 모든 조건을 충족하는 곳이었죠. 하지만 그녀는 실사를 하기로 하고 항공사 앱에서 가격을 비교하기로 결정합니다. 그런데 이 항공사는 앞서 Rob이 언급한 B2B 네트워크의 일부로, 호텔 공급업체와 호텔의 스폰서 목록이 표시되는 곳입니다. 따라서 사라는 앱에서 캐나다의 한 호텔에 대한 스폰서 광고를 보게 되고, 이는 최종 결정에 영향을 미칩니다. 이제 사라는 자신의 선택에 확신을 갖게 되었고, Expedia.com에서 밴쿠버 2인 3박 패키지 여행을 예약하기로 결정합니다.

따라서 여행 미디어 네트워크가 사라의 관심사와 검색 행태를 기반으로 한 관련성 높은 콘텐츠를 통해 실제로 사라의 여행 결정을 어떻게 안내했는지 확인할 수 있습니다. Rob이 공유한 것처럼, 크리테오는 광고주가 필요로 하는 가장 포괄적이고 창의적인 솔루션을 한곳에서 제공하고자 합니다. 이를 통해 글로벌 규모의 자체 사이트에서 여행객과 연결하거나, 더 넓은 에코시스템의 일부로서 더 많은 잠재고객, 새로운 여행객을 유치할 수 있습니다. 또한, 이를 한데 묶어 도달률, 참여도, 전환율에 대한 리포팅을 제공함으로써 가장 정확한 정보에 기반한 마케팅 결정을 내릴 수 있도록 지원합니다.

정말 감사합니다. 여러분의 비즈니스 성장을 돕기 위해 함께 일하게 되어 매우 기쁩니다. 내일 오전에 여행 미디어 네트워크에 대해 자세히 알아보는 세션을 개최할 예정입니다. 구체적인 마케팅 목표와 목적을 달성하는 데 어떻게 도움을 드릴 수 있는지 자세히 알아보고 싶으시다면 그때 꼭 참석해 주세요.

그리고 오늘 아침 함께 해주셔서 감사합니다. 점심 식사 후에는 초청 연사인 사이먼 시넥의 강연, 파트너 B2B 비즈니스 소개, 배리 딜러 회장 및 빌 혼버클 MGM 리조트 CEO와의 노변 대담 등 매우 흥미로운 프로그램이 준비되어 있으니 잊지 마시고 함께해 주세요. 감사합니다. 점심 맛있게 드세요.