

# LG유플러스 소상공인 전용몰 B2B 리드 수집 극대화 전략



유저 행동에 기반한 개인화

성과 극대화를 위한 AB테스팅

**21.7%** 상담 신청 버튼 클릭률  
21.7% 향상

**인게이지먼트 증가** 이탈 감지 팝업을 통한 상담 신청 증가

**전환율 극대화** 넛지 배치를 통한 전환율 극대화



인사이드는 CTA, 카테고리 순서, 이미지 등을 쉽고 자유롭게 테스트 할 수 있어서 정말 좋았습니다. 각 콘텐츠에 따라 고객이 어떻게 반응하고 실제 전환까지 이어지는지를 확인하여 모든 페이지와 요소에 대해 최적의 콘텐츠와 유저 경험을 제공할 수 있다는 점이 큰 강점이라고 생각합니다. 소상공인 사장님께서 어떤 업종에 종사하고 계신지에 따라 맞춤형 메시지를 노출하고, 클릭 시 적합한 상품 추천으로까지 이어질 수 있도록 해 고객들이 웹사이트에서부터 케어를 받고 있다는 긍정적인 경험을 심어드리는 것에 초점을 맞추고 있습니다.

LG 유플러스 디지털 커뮤니케이션팀



## About LG U+

LG유플러스 디지털 커머스 그룹은 공식 온라인 스토어인 '유플러스닷컴'과 전용 앱을 통해 커머스부터 CS까지 모든 디지털 접점을 기반으로 일관되고 통합된 고객 경험을 만들어가고 있습니다. 모바일과 스마트홈 서비스를 제공하는 컨슈머 사업과 기업인프라 사업을 구분하고 있으며, 각 사업부의 고객 니즈에 맞는 상품 및 콘텐츠 생성을 통해 차별화된 고객 경험을 제공하고 있습니다.

## Journey with Insider

LG 유플러스 소상공인 전용몰은 기업 고객을 위한 기업 전용 상품 및 서비스를 담당하고 있습니다. 인사이드 솔루션 도입을 통해 B2B 리드 수집을 극대화하고 고객 업종에 따라 맞춤형 콘텐츠 제공하고 있습니다.

1,200 이상의 세계적인 기업들이 인사이드를 신뢰하고 있습니다

## USE CASE #1

# [ B2B 리드 이탈 방지 ] 실시간 유저 행동에 기반한 개인화

소상공인 전용몰은 기업 전용 서비스를 담당하는 만큼 잠재 리드의 누수와 이탈을 막기 위한 인사이더 캠페인을 진행했습니다. 먼저 전화 상담이 운영되지 않는 평일 저녁 6시 이후 또는 주말 동안 유입하는 유저를 대상으로 '전화 상담' 버튼을 '가입 상담 신청' 버튼으로 변경하고, 클릭시 전화 상담을 예약 할 수 있는 '상담 신청 팝업'이 노출 되도록 설정해 유저의 상담 신청 편의성을 확대했습니다.

또한, 소셜 광고 캠페인을 통해 자사 이벤트 페이지로 랜딩한 유저의 경우, 상대적으로 이탈율이 높았기 때문에 인사이더를 활용해 유저의 이탈이 감지되는 즉시 전화 상담으로 바로 연결되는 팝업이 트리거 되도록 설정했습니다. 그 결과 유저의 즉각적인 액션을 유도하고, 상담 연결까지 필요한 스텝을 효과적으로 줄일 수 있었습니다.

**Var A: 추천상품>혜택>직접 고르기**

사장님을 위한 다양한 혜택을 소개합니다

U+가 추천하는 상품 구성이에요

제품	가격	혜택
제품 1	₩ 52,800	₩ 4,500
제품 2	₩ 37,400	₩ 2,900
제품 3	₩ 42,300	₩ 2,300

원하시는 상품을 직접 골라보세요

**Var B: 직접 고르기>추천상품>혜택**

U+가 추천하는 상품 구성이에요

제품	가격	혜택
제품 1	₩ 52,800	₩ 4,500
제품 2	₩ 37,400	₩ 2,900
제품 3	₩ 42,300	₩ 2,300

사장님을 위한 다양한 혜택을 소개합니다

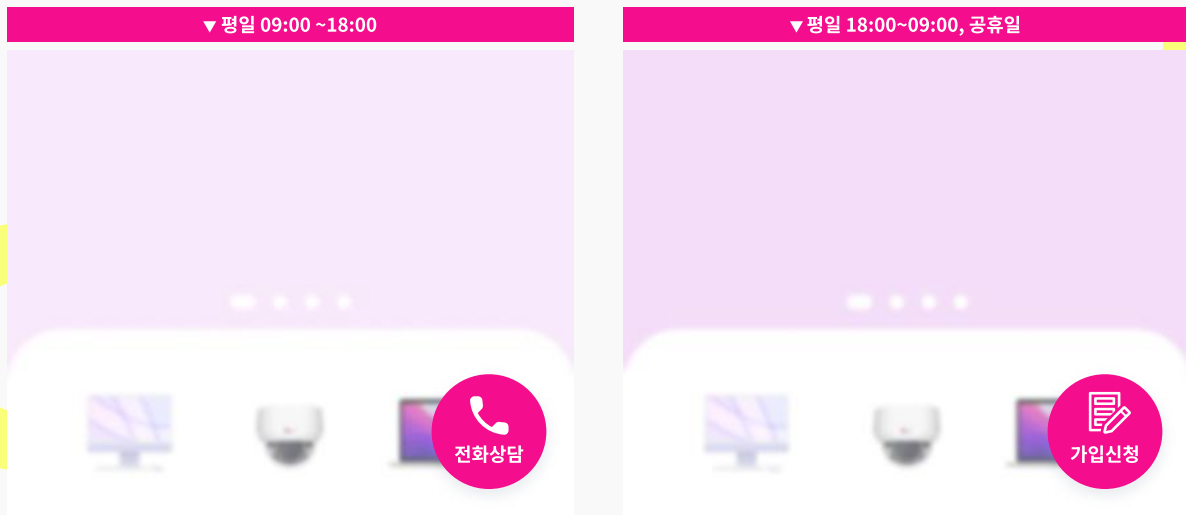
원하시는 상품을 직접 골라보세요

## The results

**인게이지먼트 증가** 이탈 감지 팝업을 통한 상담 신청 증가

## [B2B 리드 수집 극대화] AB테스트를 통한 '추천 상품 메뉴' 활성화

LG유플러스 소상공인 전용몰의 목표는 온라인 주요 채널인 홈페이지를 통해 고품질 B2B 리드 수집을 극대화하는 것이었습니다. 즉, 유효한 기업 고객이 메인 페이지에서 가입 상담 신청 및 전화 상담과 같은 중요한 CTA 영역에 쉽게 접근할 수 있도록 만들어야 했습니다. 소상공인 전용몰은 이를 위해 '추천 상품 구성 메뉴'의 배치 순서 변경을 시도했습니다. 먼저 메인 페이지의 스크롤 뎀스가 낮은 섹션에서 더 많은 액션이 발생할 것이라는 가설을 설정했습니다. 그리고 '가입 상담 신청'이나 '온라인 즉시 가입' 등 주요 CTA 영역이 한눈에 보이도록 상단 배치한 버전과 기존 배치를 비교하는 AB 테스트를 약 한 달간 진행했습니다. 그 결과 동일 기간 동안 기존 대비 상담 신청 버튼 클릭률이 최대 21.7% 향상한 것을 확인할 수 있었습니다. 인사이더와 AB테스트를 지속적으로 진행한 소상공인 전용몰은 각종 테스트 결과에 따른 유저 행동 데이터를 누적함으로써 최적의 고객 경험을 구현해 나갈 수 있었습니다.



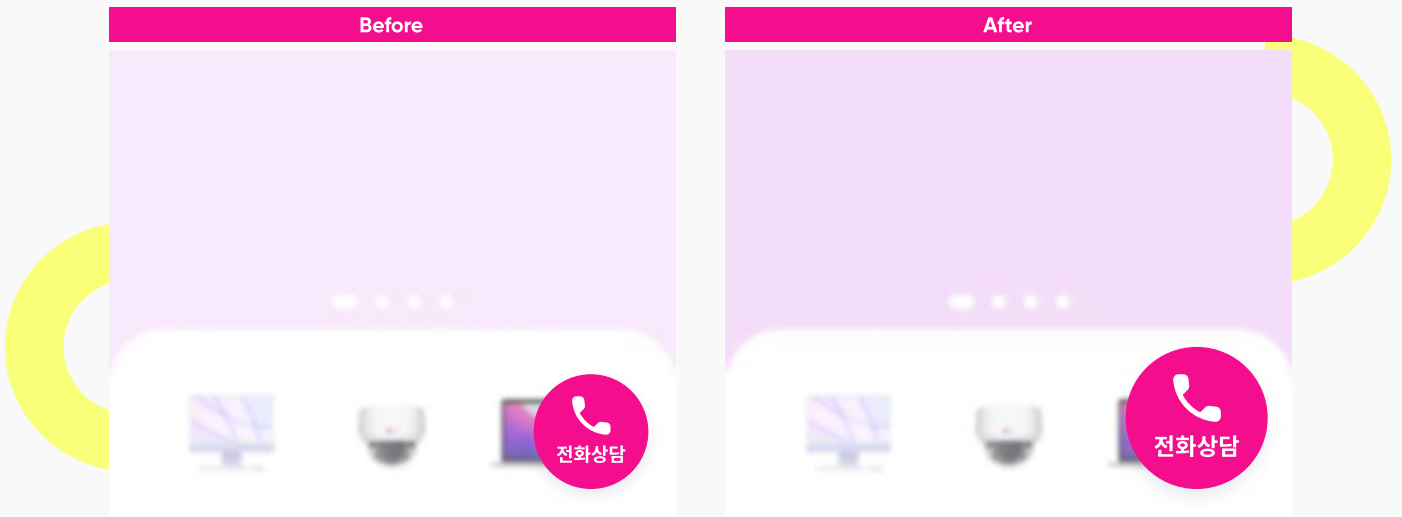
### The results

21.7%

상담 신청 버튼 클릭률  
21.7% 향상

## [제약없는 유연한 테스트] 전환율 극대화를 위한 넋지 배치

기업 고객이 최종적으로 상품을 선택하고 계약을 완료 하기 위해선 상담이 필수적입니다. 때문에 소상공인 전용몰은 최소한의 심리적 저항으로 유저를 상담까지 이끄는 적합한 넋지를 웹사이트 곳곳에 배치했습니다. 소상공인 전용몰은 인사이더 어카운트 매니저와 함께 약 10일 동안 빠르고 안정적으로 다양한 넋지를 구현할 수 있었습니다. 리드 확보에 매우 중요한 '전화상담' CTA의 버튼 크기가 작아 눈에 잘 띄지 않는다는 내부 의견을 반영해 다양한 크기의 CTA 버튼으로 ABN테스트를 진행한 결과 '전화 상담' 버튼 클릭률이 약 50% 증가하는 효과를 볼 수 있었습니다. 나아가, 상품 카테고리 페이지 내 상품 리스트 영역에 '상세보기' CTA를 추가하는 캠페인 등 전환율을 극대화 시킬 수 있는 디테일한 넋지를 심어줌으로써 유저로 부터 특정 행동을 성공적으로 유도할 수 있었습니다.



### The results

# 전환율 극대화

넋지 배치를 통한  
전환율 극대화