

네이버 D-플레이스 리포트

2022

Part1. 스마트플레이스 솔루션의
오프라인 사업자 지원 효과



NAVER

EXECUTIVE SUMMARY



스마트플레이스와 스마트플레이스 솔루션

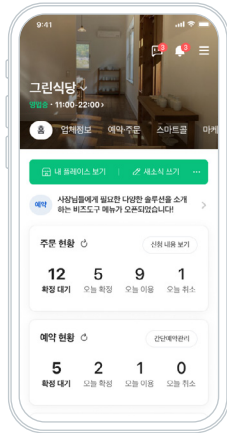
네이버는 이용자들이 식당, 미용실, 펜션 등 오프라인 업체 정보를 보다 쉽게 찾고 발견할 수 있는 통합검색, 스마트어라운드, 지도, 내비게이션 등 다양한 지역 정보 서비스를 제공하고 있다. 또한 오프라인 사업자에게는 네이버 지역 정보 서비스를 통해 노출되는 업체 정보를 직접 관리할 수 있는 무료 디지털 플랫폼인 '스마트플레이스' 서비스를 제공하고 있다. 2022년 12월 기준 약 227만 오프라인 사업자가 '스마트플레이스'를 직접 운영 및 관리하고 있다.

오프라인 사업자는 '스마트플레이스'를 통해 별도 웹사이트를 유료로 구축하지 않아도 네이버 이용자에게 매장에 대한 기본 정보를 제공 가능하며, 이러한 업체 정보는 통합검색, 스마트어라운드, 지도, 내비게이션 등 다양한 네이버 서비스를 통해 무료 노출 및 홍보가 가능하다. 오프라인 사업자들은 '스마트플레이스'를 통해 소식, 메뉴, 사진, 주소 등 상세 정보를 제공하고 이용자와의 디지털 연결과 소통을 강화할 수 있으며, **스마트콜, 톡톡(고객채팅), 예약, 주문, 플레이스광고, 지역소상공인광고 등 운영 효율성을 증진시킬 수 있는 다양한 솔루션을 활용할 수 있다.**

네이버는 스마트플레이스 등 다양한 지역 정보 서비스들이 로컬 및 오프라인 사업자들에게 주는 사회경제적 가치를 분석하고자 [D-커머스 리포트 2020, D-플레이스 리포트 2021](#)을 발간해 스마트플레이스 이용에 따른 전반적 마케팅 효과와 경제적 가치를 확인했다. 특히 [D-플레이스 리포트 2021](#)을 통해 스마트플레이스가 연간 총 46.1조 원에 달하는 경제적 가치를 창출해 내는 결과를 볼 수 있었다. 오프라인 사업자들은 스마트플레이스에 등록하는 것만으로도 네이버 서비스에 노출되어 총 12.9조 원의 비용을 절감할 수 있으며, 이에 따른 매출 증대 효과는 연간 33.2조 원 규모인 것으로 확인되었다. 지난해 연구에 이어 이번 [D-플레이스 리포트 2022](#)에서는 스마트플레이스를 통해 네이버가 오프라인 사업자에게 제공하는 **예약, 톡톡, 스마트콜, 플레이스광고, 지역소상공인광고 등 여러 가지 지원 솔루션들이 오프라인 사업자의 이용자 유입, 전환, 매출에 미치는 영향, 그리고 솔루션별 사업자 이용 현황과 만족도 등 보다 세부적으로 분석을 진행했다.**

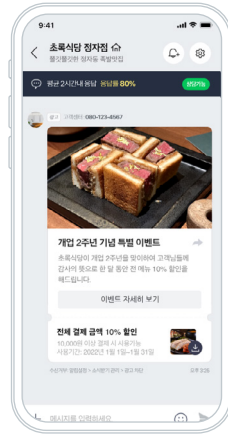
연구를 진행한 성균관대학교 경영대학 김지영 교수 연구진은 네이버가 오프라인 사업자를 위해 제공하고 있는 스마트플레이스의 여러 솔루션의 효과와 가치를 실증 데이터와 설문조사를 통해 분석했다.

스마트플레이스와 스마트플레이스 솔루션



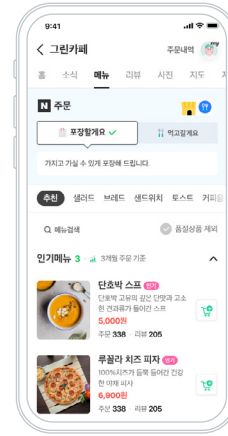
네이버 스마트플레이스

오프라인 사업자들이 네이버 내 노출되는
매장 정보를 직접 관리
총 227만 사업자 이용 중
(2022년 12월 기준)



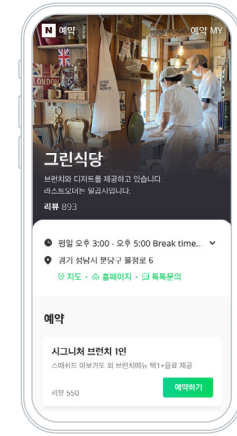
네이버 특특

친구 추가나 앱 설치 없이
고객과 대화



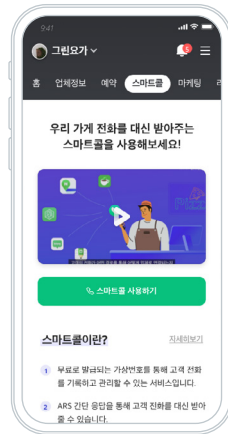
네이버 주문

메뉴를 등록하고
비대면 주문 접수 및 결제



네이버 예약

모바일 활용한
방문 예약 접수 및 결제



네이버 스마트콜

가상 전화번호(050)를
이용한 고객관리



플레이스광고

이용자 검색의도(지역, 업체/업종 등)와
업체 정보를 활용해 자동 매칭되는
비용 효율적 검색광고 상품



지역소상공인광고

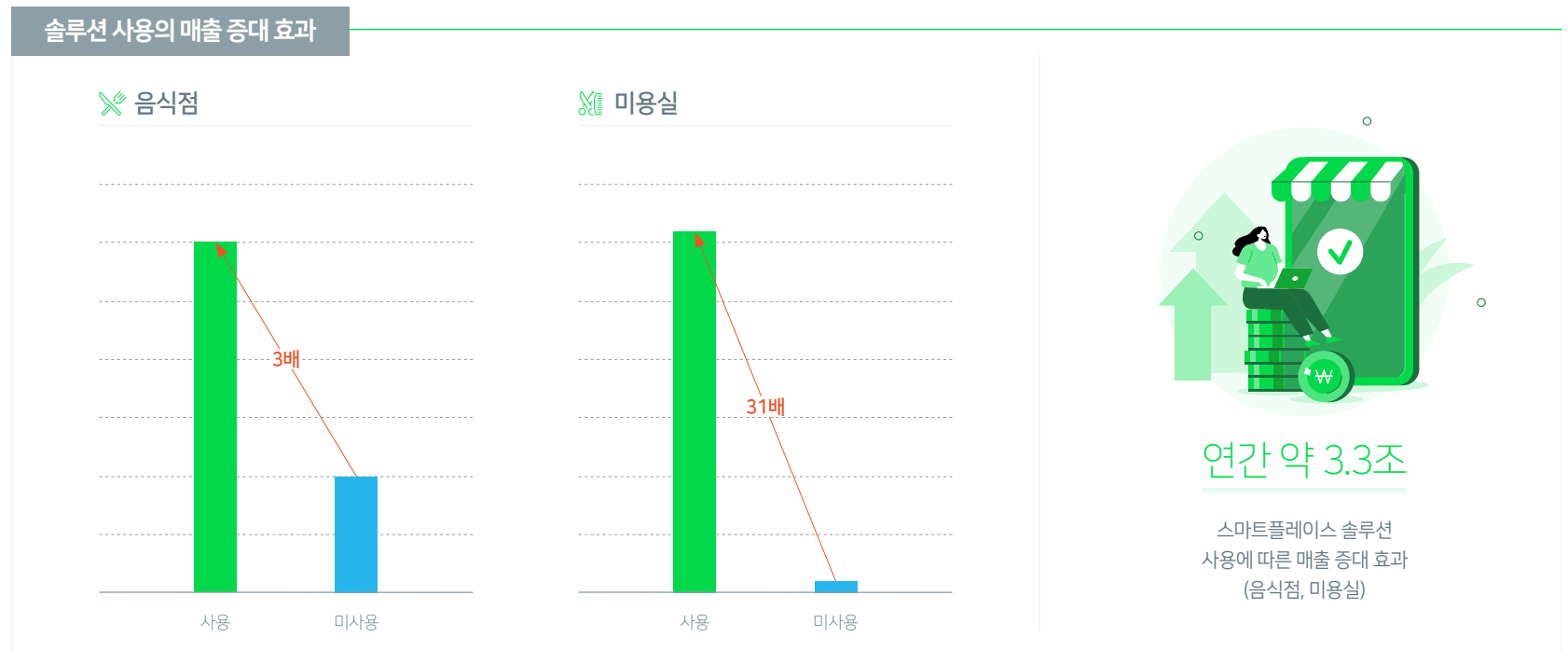
소상공인을 위한 지역 기반의
저렴한 디스플레이광고

스마트플레이스 솔루션 사용에 따른 매출 증대 효과

스마트콜, 톡톡, 예약, 주문, 플레이스광고, 지역소상공인광고 등 스마트플레이스 솔루션 활용에 따른 오프라인 사업자의 매출 증대 효과를 확인해 본 결과, **스마트플레이스 솔루션을 하나 이상 사용한 집단이 사용하지 않은 집단¹⁾보다 음식점은 약 3배, 미용실은 약 31배의 매출 증대 효과가 있음을 확인했다.**

- 개별 솔루션 활용에 따른 효과를 확인해 본 결과, **음식점의 경우 예약과 플레이스광고 사용 시 매출 증대 효과가 각각 6배로 크게 나타났으며, 미용실의 경우 예약이 30배, 매장결제가 10배 정도로 효과가 더 크게 나타났다.**

솔루션 사용에 따른 매출 증가액을 추산해 본 결과, **스마트플레이스를 이용하는 모든 음식점 및 미용실 사업자들이 스마트플레이스 솔루션을 하나 이상만 사용해도 연간 총 3.3조 원의 추가 매출을 창출할 수 있을 것으로 추정된다.²⁾**



¹⁾ 솔루션 미사용 집단: 스마트플레이스 이용(등록) 사업자 중 솔루션 미사용 업체 및 스마트플레이스 미이용(미등록) 업체 포함

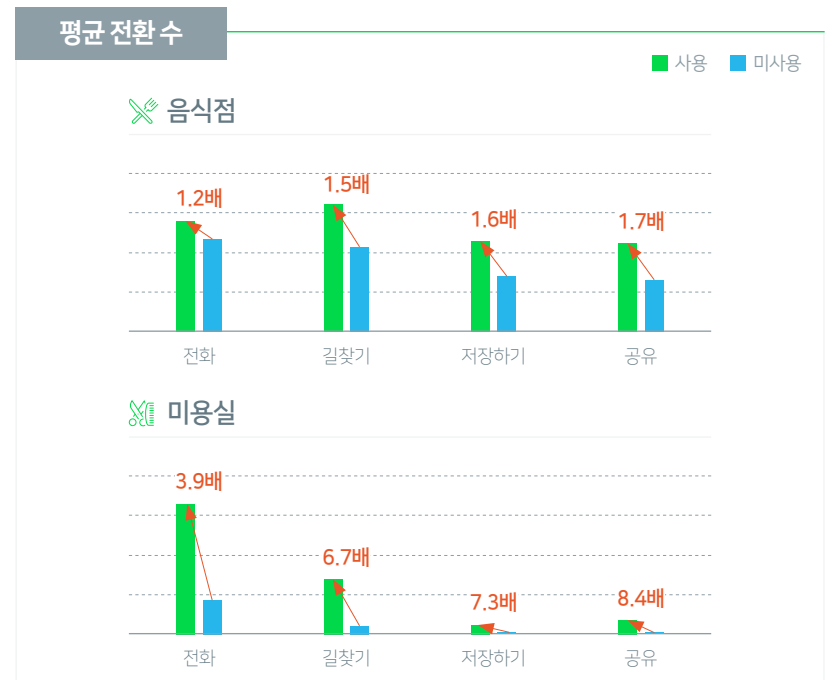
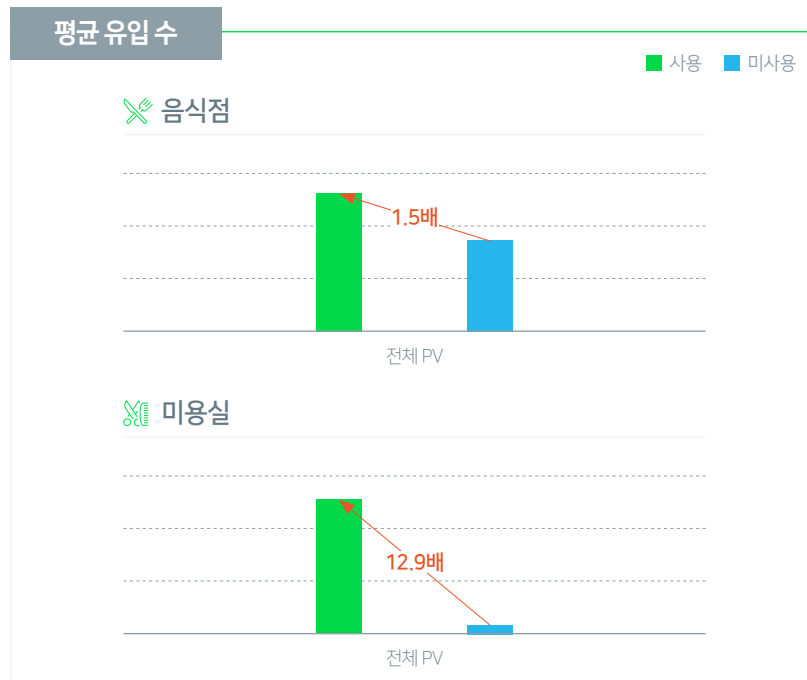
²⁾ 유입-예약 전환율을 회귀분석을 통해 추정 후, 솔루션 사용 집단과 미사용 집단의 유입 수를 기반으로 예약에 따른 매출액을 추정해 솔루션 사용에 따른 매출 증대 효과를 추정함

스마트플레이스 솔루션 사용에 따른 고객 유입 및 전환 향상 효과

스마트플레이스 직접 운영 오프라인 사업자 중 스마트플레이스 솔루션을 사용한 경우와 사용하지 않은 경우를 비교해본 결과,

솔루션을 하나 이상 사용한 오프라인 사업자의 평균 고객 유입 수(페이지뷰)는 미사용 사업자 대비 음식점은 1.5배, 미용실은 12.9배 높았으며, 전환 지표는 음식점은 전화 1.2배, 길찾기 1.5배, 저장 1.6배, 공유 1.7배 높았고, 미용실은 전화 3.9배, 길찾기 6.7배, 저장 7.3배, 공유 8.4배 높았다.

- 예약 솔루션 사용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 3.1배 높았으며, 전환 지표는 전화 2.3배, 길찾기 2배, 저장 1.8배, 공유 2.4배 높았다.
- 스마트콜 솔루션 사용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 1.2배 높았으며, 전환 지표는 길찾기 1.03배, 저장 1.3배, 공유 1.1배 높았다.
- 톡톡 솔루션 사용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 2.2배 높았으며, 전환 지표는 전화 1.4배, 길찾기 1.4배, 저장 1.3배, 공유 1.5배 높았다.
- 지역소상공인광고 사용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 3.1배 높았으며, 전환 지표는 전화 2.0배, 길찾기 2.6배, 저장 2.7배, 공유 3.1배 높았다.
- 플레이스광고 사용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 2.5배 높았으며, 전환 지표는 전화 1.4배, 길찾기 2.5배, 저장 3.6배, 공유 3.5배 높았다.



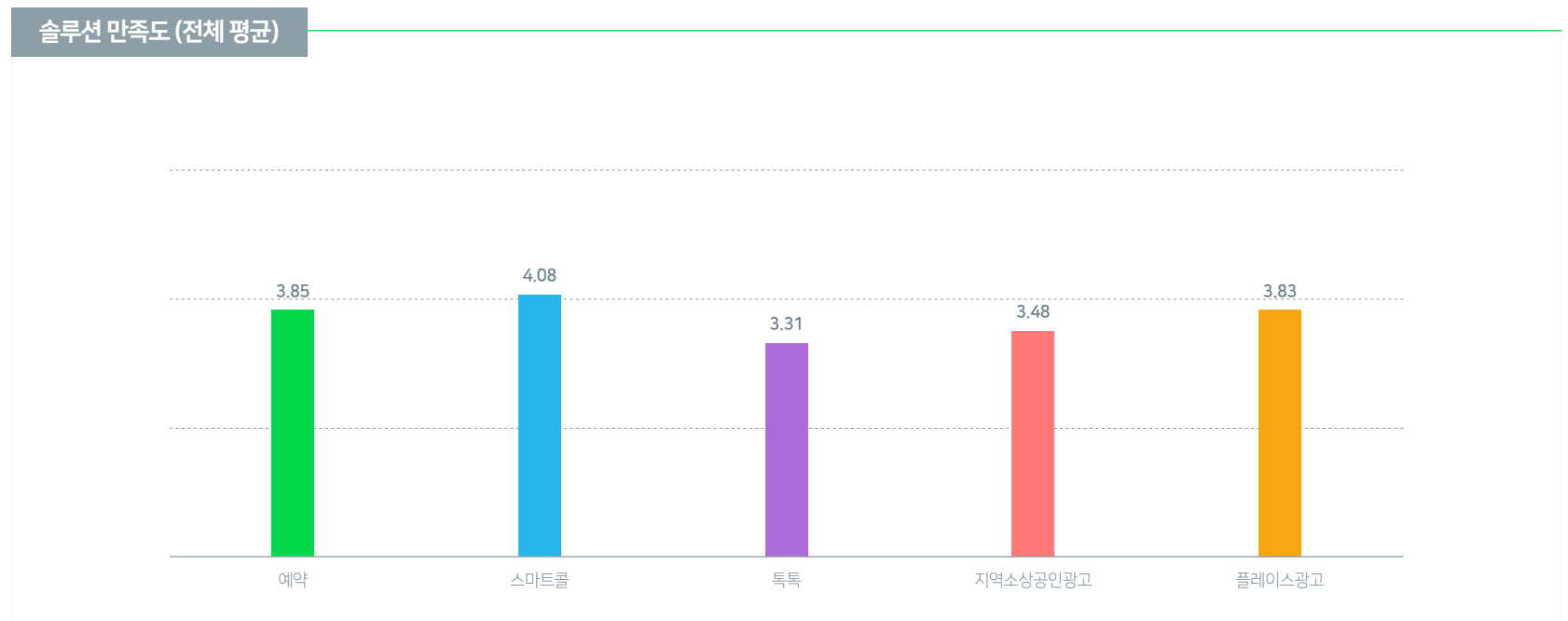
스마트플레이스 솔루션 이용 현황 및 만족도

(이용 현황) 설문조사 결과, 스마트플레이스 이용 사업자들은 보통 3-4개의 솔루션을 사용하고 있으며, 이중 예약, 스마트콜, 톡톡, 플레이스광고를 가장 많이 이용하고 있는 것으로 조사되었다. 음식점을 운영하는 사업자들 가운데 가장 이용률이 높은 솔루션은 스마트콜, 예약, 플레이스광고며, 미용실 운영 사업자들은 예약, 톡톡, 스마트콜에 대한 이용률이 높은 것으로 나타났다.

(이용 빈도) 솔루션별 이용 빈도를 비교했을 때, 음식점 사업자의 경우 1위는 스마트콜, 2위는 예약, 3위는 플레이스광고인 것으로 나타났으며, 미용실 사업자의 경우 1위는 예약, 2위는 스마트콜, 3위는 톡톡인 것으로 조사되었다.

(솔루션 활용 이유) 오프라인 사업자들이 스마트플레이스 솔루션을 사용하는 주된 이유는 1. 고객 확보 및 관리, 2. 매출 증대, 3. 광고와 홍보, 4. 업체 운영 관리 효율성 등으로 파악됐다.

(만족도) 스마트플레이스 솔루션을 사용하는 사업자들이 사용하지 않는 사업자들 대비 스마트플레이스에 대한 전반적인 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 솔루션별 평균 예약 3.85점, 스마트콜 4.08점, 톡톡 3.31점, 지역소상공인광고 3.48점, 플레이스광고 3.83점으로 전반적으로 높은 만족도를 보였다.



워드클라우드 분석을 통해 보는 스마트플레이스 이용 사업자 의견

만족 이유



“매장 정보가 검색에 자동 노출되고 더 많은 고객과 연결될 수 있어요”

“스마트플레이스 솔루션을 통해 고객 응대가 가능하고, 광고, 홍보 등 마케팅 효과가 있어요”

추천 솔루션



“음식점의 경우, 예약, 광고, 스마트콜을 추천”

“미용실의 경우, 예약, 스마트콜을 주로 추천”

“스마트콜, 특특은 영업시간 외 고객 자동 응대가 가능해 고객 관리에 용이해요”

선택 이유



“예약 솔루션이 사용하기 편해요”

“음식점 운영 시 주문, 스마트콜 등 운영에 도움이 되고 광고/홍보 등 마케팅 지원 효과가 있어요”

“미용실 운영에 있어 전화, 예약 등 편리한 시스템을 제공하며, 고객 소통을 용이하게 지원해요”

기대되는 점



“소상공인에게 많은 도움이 되어 감사해요”

“경쟁자 대응이나 매출 증대에 도움이 될 것으로 기대합니다”

결과 및 시사점

스마트플레이스 데이터를 통해 스마트플레이스 솔루션 사용의 효과를 실증분석하고, 실제 사업자들이 체감하는 효과와 그 이유를 설문조사를 통해 확인해 본 결과, 예약, 스마트콜, 특특, 플레이스광고, 지역소상공인광고 등 스마트플레이스 솔루션 사용은 오프라인 사업자들의 고객 유입 및 관심(전화, 길찾기, 저장, 공유)을 상승시키고, 매출 증가를 돕고 있었으며, 솔루션에 대한 오프라인 사업자의 전반적 만족도 역시 높게 나타났다.

지난 D-커머스 리포트 2020을 통해 스마트플레이스 운영에 따른 전환 지표 증가 효과를 검증했고, D-플레이스 리포트 2021에서는 스마트플레이스의 매출 증대 및 비용 절감 효과를 확인했다. 이번 D-플레이스 리포트 2022 연구는 앞선 두 개의 리포트에 이어, **스마트플레이스를 운영하고 등록하는 것뿐만 아니라 개별 솔루션을 적극 활용함으로써 오프라인 사업자들이 사업에 도움을 얻고 더 많은 경제적 가치를 창출해낼 수 있음**을 보여주고 있다.

스마트플레이스 솔루션의 효과가 확인된 만큼 네이버는 대표 기술플랫폼으로서 오프라인 사업자들이 디지털 연결 및 성장을 위해 사용하기 쉬운 다양한 솔루션들을 지속적으로 강화해 나가면서 오프라인 사업자들이 디지털 경제 시대에도 지속가능한 성장을 이룰 수 있도록 계속 지원해 나갈 것이다.

스마트플레이스 솔루션의 오프라인 사업자 지원 효과

PART 1.

성균관대학교 김지영 교수 연구팀
황정현 연구원, 정동영 연구원, 배경한 연구원, 박정원 연구원

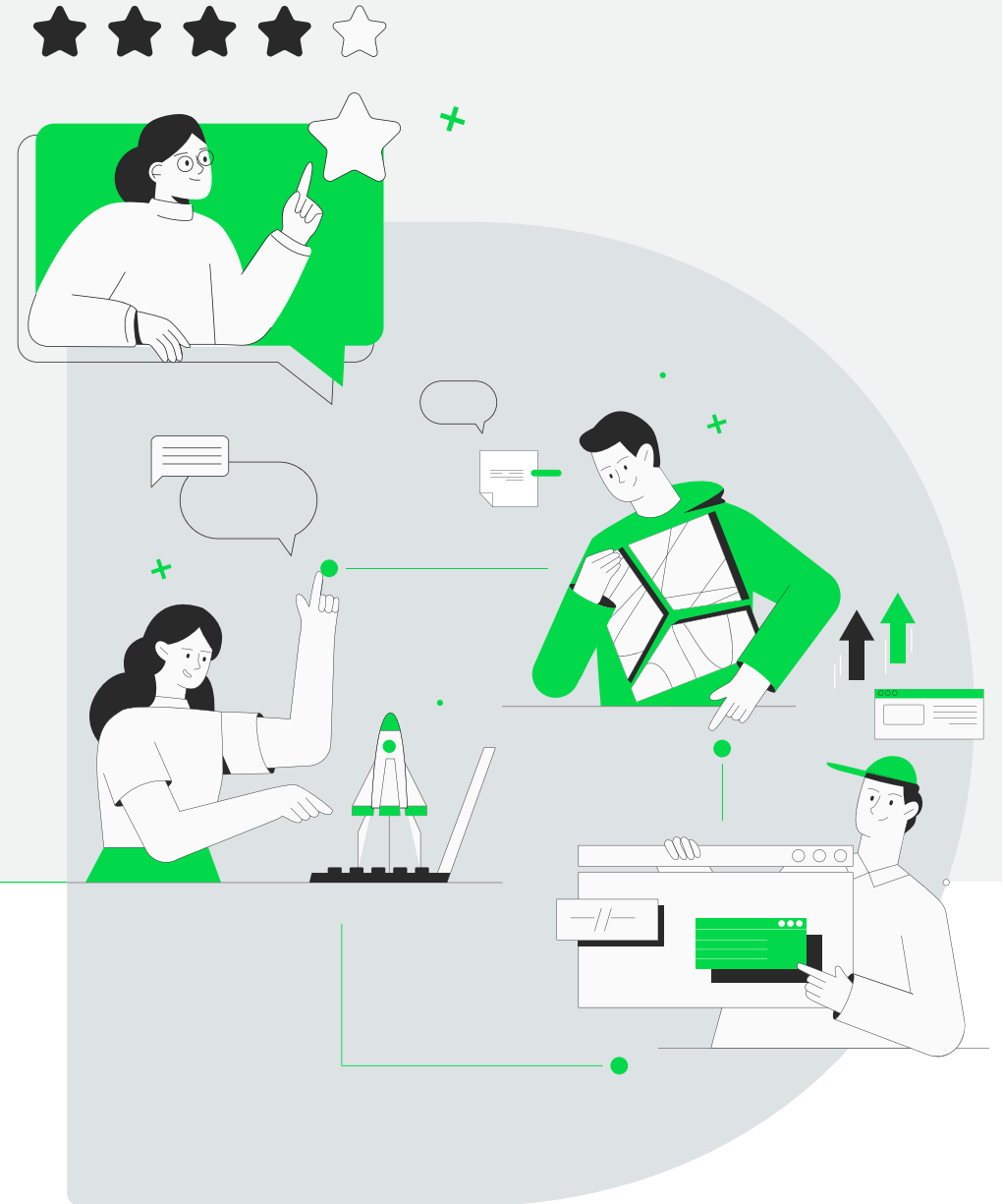


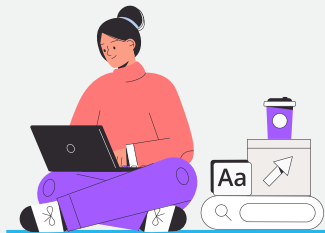
TABLE OF CONTENTS



01.

10

서론



02.

14

스마트플레이스 솔루션
이용 현황



03.

18

스마트플레이스 솔루션
이용이 사업 활동에 미치는
긍정적 효과



04.

26

워드 클라우드 분석을 통해
보는 사업자 의견



05.

29

스마트플레이스 솔루션
매출 증대 효과





01. 서론

01. 서론

1. 연구 목적

본 D-플레이스 리포트를 통해 국내 대표 지역 정보 서비스인 네이버 스마트플레이스의 솔루션 이용 현황과 효과를 알아보고자 한다. 현재 스마트플레이스는 식당, 미용실, 학원, 숙소 등 업체 정보를 제공하고 있으며, 단순한 정보 제공을 넘어서 검색 사용자의 편의를 위해 전화, 길찾기, 예약 등 기능을 제공하고 있다. 오프라인 사업자들은 스마트플레이스의 여러 솔루션을 활용하여 신규 고객 유입과 기존 고객 관리 및 온오프라인 연계 마케팅 활동을 효율적으로 수행할 수 있으며, 스마트플레이스가 이들의 전반적인 비즈니스 활동에 미치는 영향이 클 것으로 예상된다.

본 연구에서는 스마트플레이스 데이터를 이용해 스마트플레이스 솔루션의 효과를 실증분석하고, 실제 사업자들이 체감하는 효과와 그 이유를 설문조사를 통해 알아보고자 한다.

구체적으로, 본 연구는 다음 4개 질문을 중점적으로 조명하고자 한다.

1

오프라인 사업자의
네이버 스마트플레이스
솔루션 이용 현황 분석



2

스마트플레이스 이용
오프라인 사업자의
이용 동기 및 경험 분석



3

스마트플레이스 개별 솔루션이
오프라인 사업자에 미치는
고객 유입 등 마케팅 효과 분석



4

스마트플레이스 개별 솔루션이
오프라인 사업자에 미치는
매출 증대 효과 분석



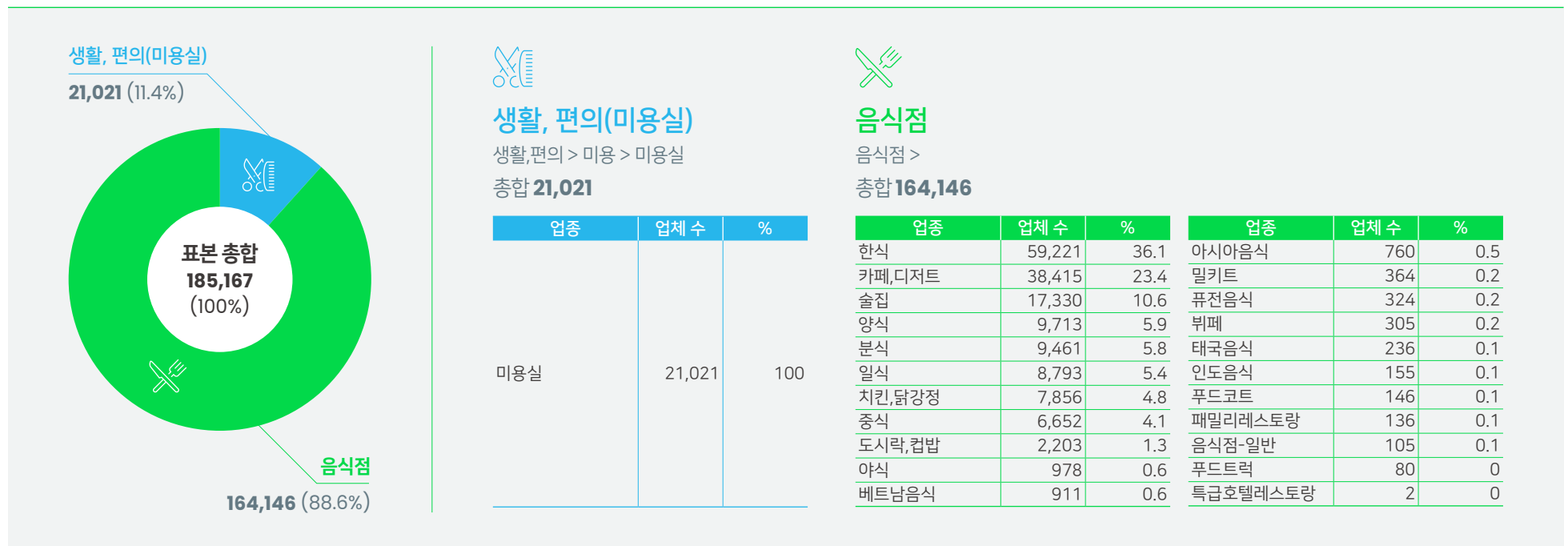
01. 서론

2. 연구 방법

2-1. 스마트플레이스 데이터 분석

스마트플레이스에 등록된 업체 데이터 분석을 통해 실제 스마트플레이스와 스마트플레이스 솔루션을 활용할 때, 각 업체에 대한 사용자 유입과 전환 지표 변화를 살펴보고 솔루션 사용에 따른 사용자 유입의 매출 증대 효과를 추산하고자 한다.

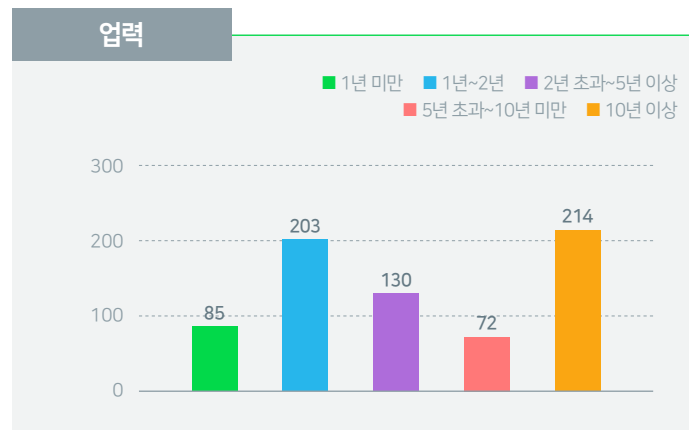
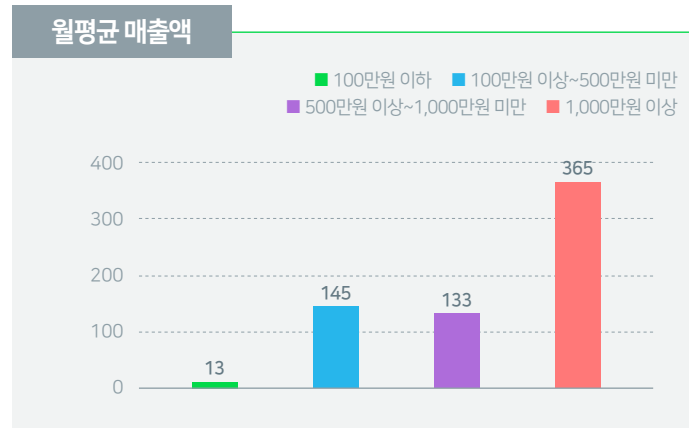
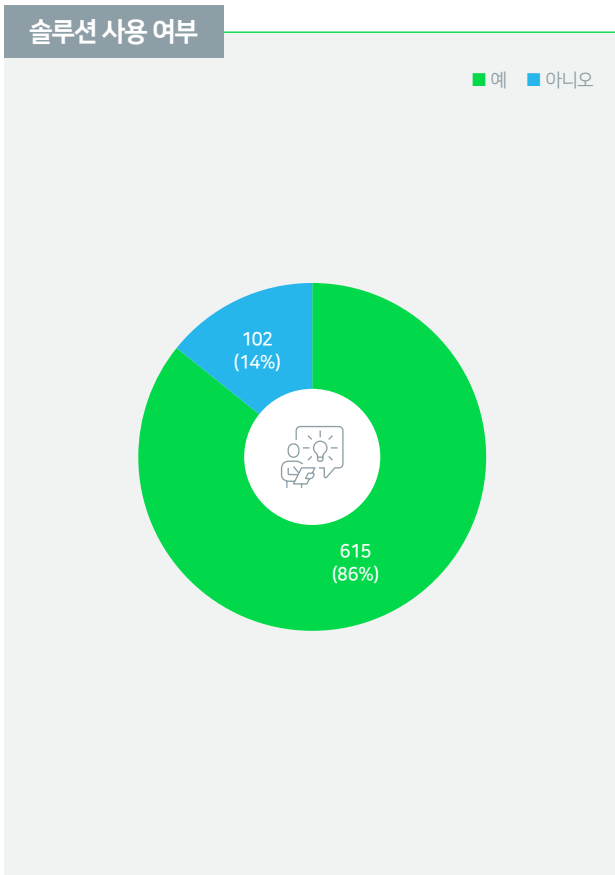
- 업종: 스마트플레이스 등록 음식점 & 미용실 (서울시 소재)
- 기간: 2021년 4월 1일 ~ 2022년 7월 31일 (487일, 16개월)
- 표본: 음식점 164,146개, 미용실 21,021개



01. 서론

2-2. 스마트플레이스 사업자 설문조사

- 기간: 2022년 9월 13일 ~ 10월 7일 (총 25일)
- 대상: 스마트플레이스 사업자 717명 (음식업: 298명, 미용업: 419명)
- 범위: 네이버 스마트플레이스 서비스 및 부가 솔루션 이용 현황, 스마트플레이스 역할 및 이용 의도, 만족도와 인지된 가치



- ### 설문조사 주요 항목
- 업종
 - 세부업종
 - 업력
 - 스마트플레이스 사용 일자
 - 월평균 매출액
 - 일평균 방문자 수
 - 일평균 주문 고객 수
 - 스마트플레이스 등록 전 방문자 수
 - 스마트플레이스 등록 후 일평균 방문자 수 변화
 - 스마트플레이스 등록 후 일평균 주문 고객 수 변화
 - 스마트플레이스 외 사용하는 다른 플랫폼
 - 스마트플레이스 내 솔루션 사용 여부
 - 방문고객의 스마트플레이스 사용 비중
 - 스마트플레이스 내 솔루션 이용량 순위
 - 솔루션 사용 계기
 - 솔루션별 만족도
 - 스마트플레이스 전반적인 만족도
 - 사용하는 솔루션별 만족도 순위
 - 사용하는 솔루션 중 가장 추천하고 싶은 솔루션
 - 사용하고 있는 솔루션 외 추가하고 싶은 기능
 - 솔루션 미사용 이유



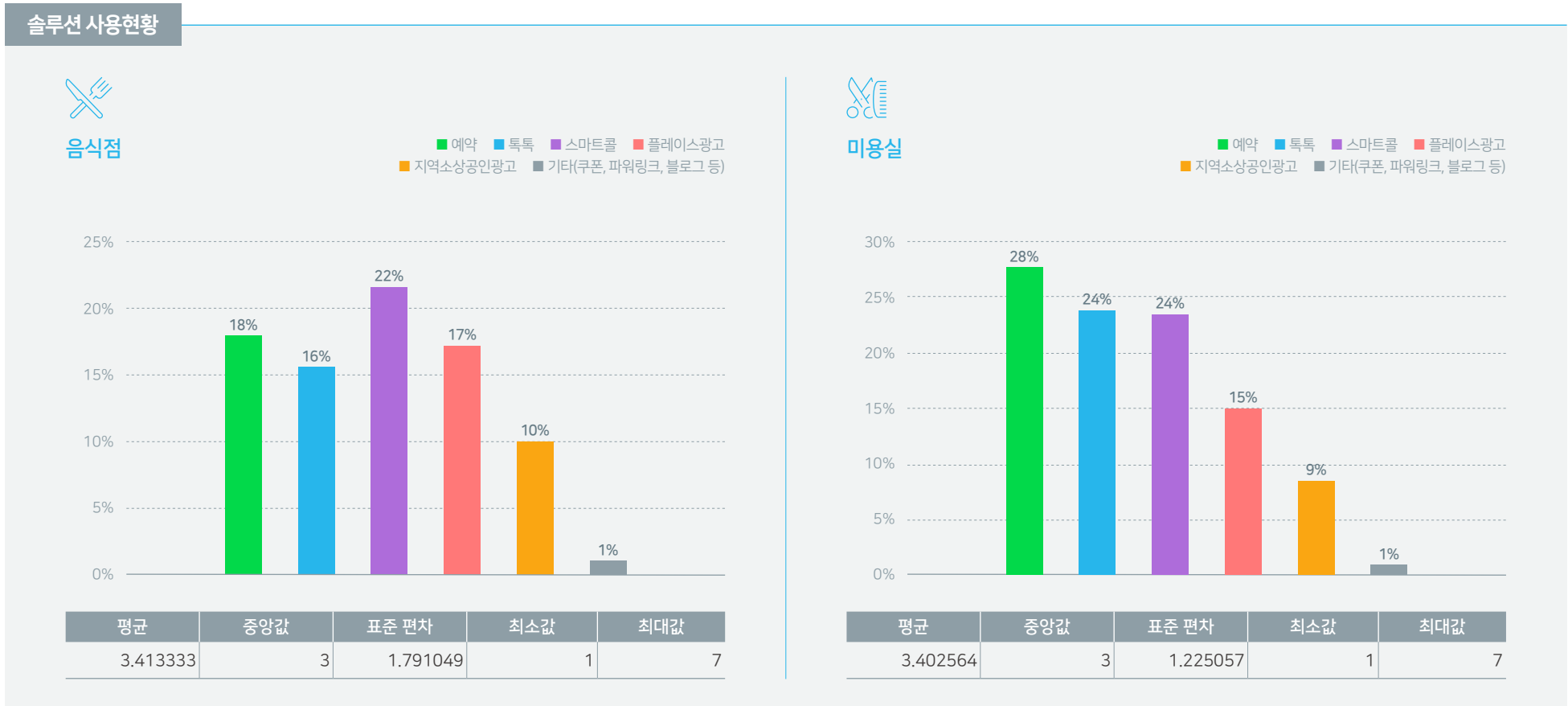
02.

스마트플레이스 솔루션 이용 현황

02. 스마트플레이스 솔루션 이용 현황(설문)

2-1. 솔루션 이용 현황

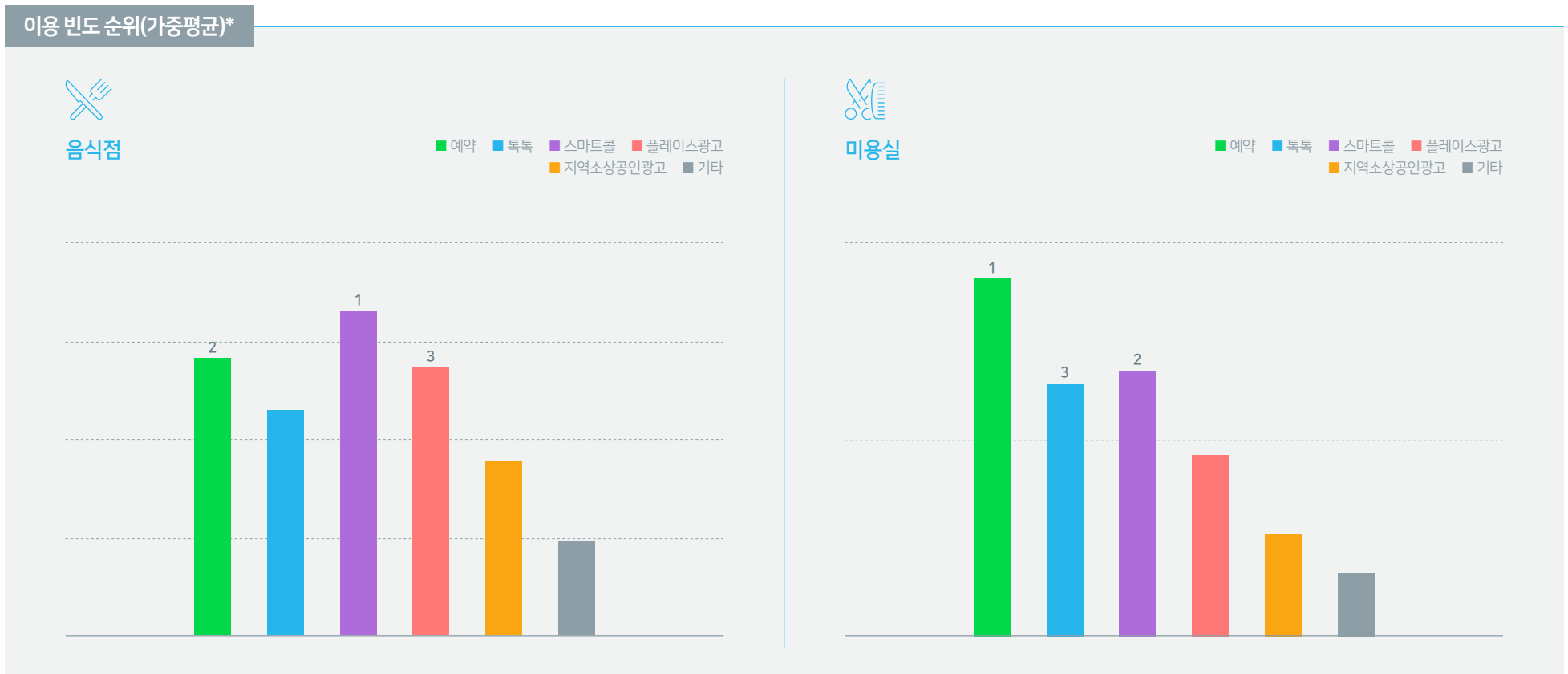
설문조사 결과, 스마트플레이스 이용 사업자들은 보통 3-4개의 솔루션을 사용하고 있으며, 이중 예약, 스마트콜, 톡톡, 플레이스광고를 가장 많이 이용하고 있는 것으로 조사되었다. 음식점을 운영하는 사업자들 가운데 가장 이용률이 높은 솔루션은 스마트콜과 예약, 플레이스광고며, 미용실 운영 사업자들 중 예약과 톡톡, 스마트콜에 대한 이용률이 높은 것으로 나타났다.



02. 스마트플레이스 솔루션 이용 현황(설문)

2-2. 솔루션 이용 빈도

솔루션별 이용 빈도를 비교했을 때, 음식점 사업자의 경우 1위는 스마트콜, 2위는 예약, 3위는 플레이스광고인 것으로 나타났으며, 미용실 사업자의 경우 1위는 예약, 2위는 스마트콜, 3위는 톡톡인 것으로 조사되었다.



* 이용량에 대한 가중평균은 1순위=6, 2순위=5, 3순위=4, 4순위=3, 5순위=2, 6순위=1 가중치 주고 총합을 21로 나누어 산출함

02. 스마트플레이스 솔루션 이용 현황(설문)

2-3. 스마트플레이스 솔루션 이용 이유

오프라인 사업자들이 스마트플레이스 솔루션을 사용하는 주 목적은 **고객 확보 및 관리, 광고와 홍보, 매출 증대, 업체 운영 관리 효율성** 등으로 파악됐다.





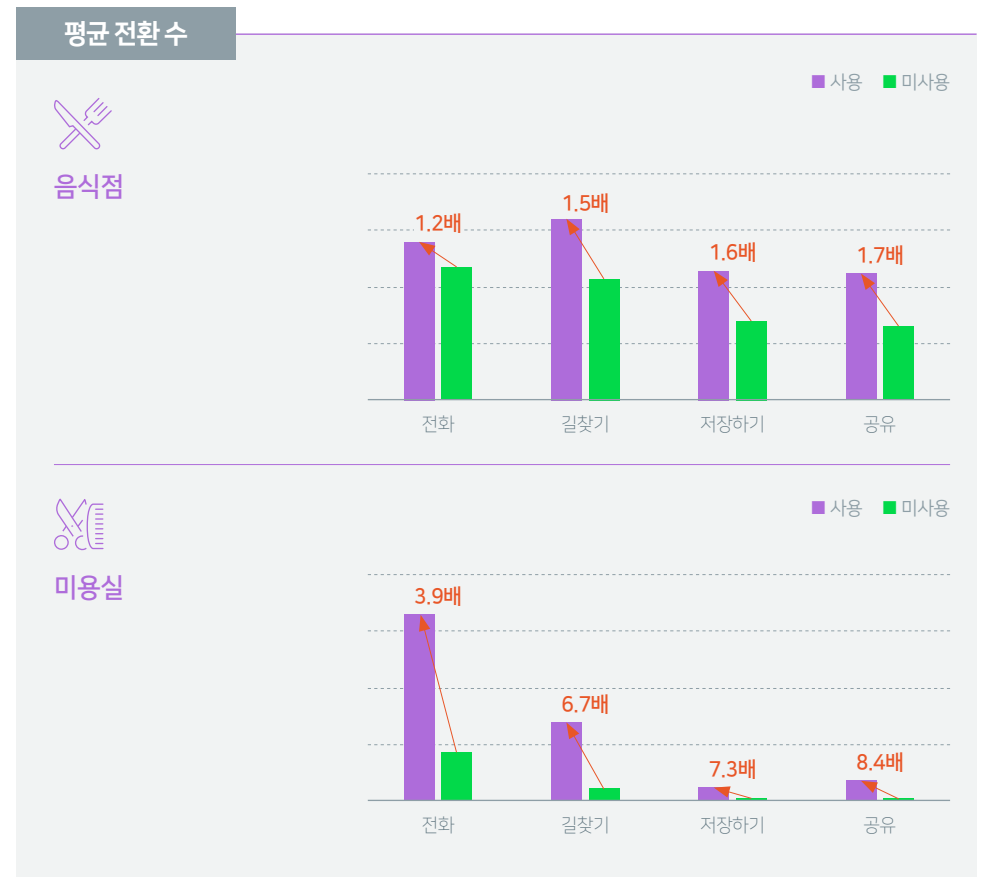
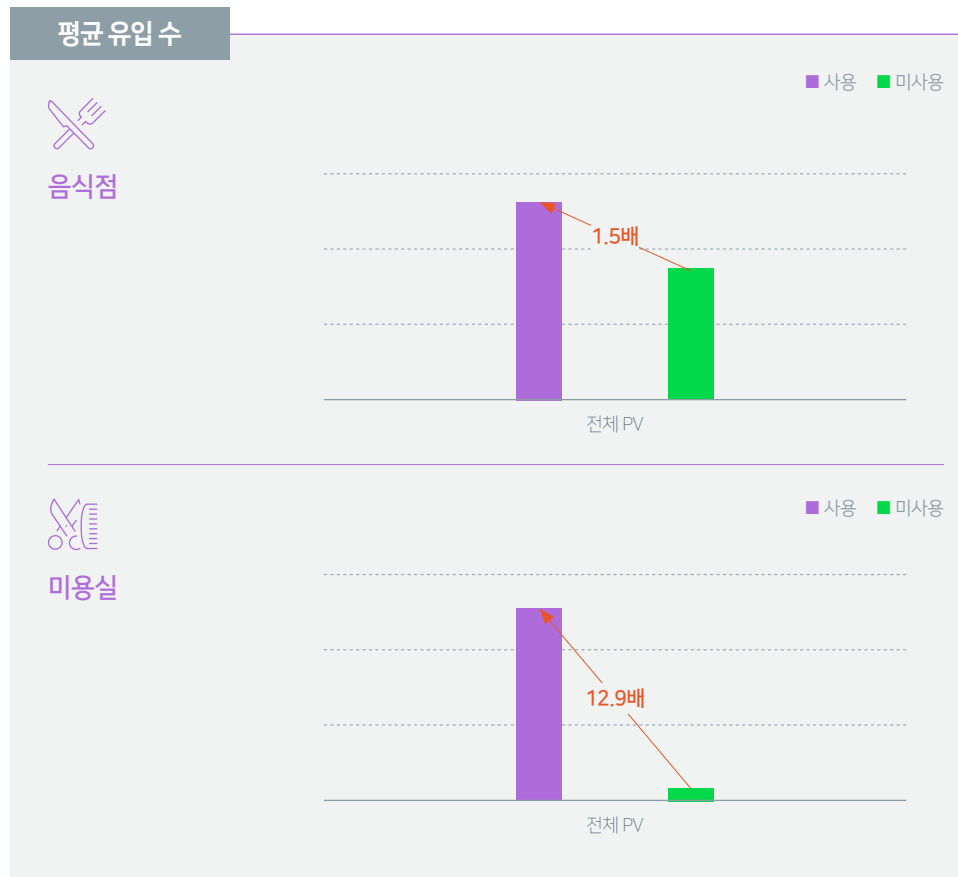
03.

스마트플레이스 솔루션 이용이
사업 활동에 미치는 긍정적 효과

03. 스마트플레이스 솔루션 이용이 사업 활동에 미치는 긍정적 효과

3-1. 스마트플레이스 솔루션 전반: 이용에 따른 고객 유입 및 전환 향상 효과

스마트플레이스 데이터 분석 결과, 스마트플레이스 솔루션 미사용 사업자 대비 사용 사업자의 고객 유입 및 전환 지표가 더 높은 것으로 조사되었다. 솔루션 사용 사업자의 유입 지표는 미사용 사업자 보다 음식점은 1.5배, 미용실은 12.9배 가까이 증가하는 효과를 발견했다. 전환 지표의 경우, 스마트플레이스 솔루션 사용에 따라 최소 1.2배에서 최대 8.4배의 향상 효과가 있는 것으로 나타났다.



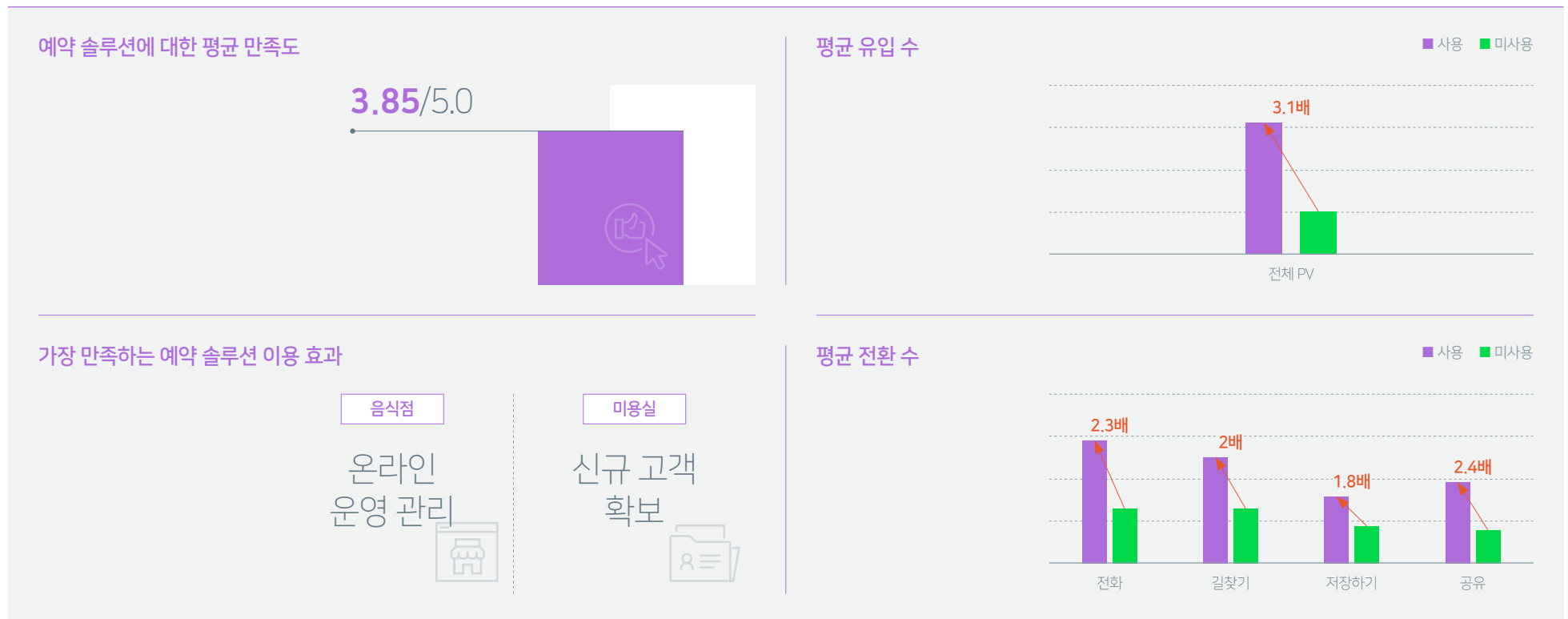
03. 스마트플레이스 솔루션 이용이 사업 활동에 미치는 긍정적 효과

3-2. 예약

스마트플레이스의 예약 솔루션을 사용하지 않는 사업자 대비 사용하는 사업자의 유입 및 전환 지표 모두 상승하는 효과를 발견하였다. 예약 솔루션 사용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 3.1배 높았으며, 전환 지표의 경우 전화 2.3배, 길찾기 2배, 저장 1.8배, 공유 2.4배 높았다.

설문조사에 따르면, 예약 솔루션에 대한 평균 만족도는 3.85점인 것으로 조사되었다. 음식점을 운영하는 사업자들은 예약 솔루션 이용에 따른 효과 중 '온라인 운영 관리'에 대해 가장 높은 만족도를 보이는 것으로 나타났으며, 미용실 운영 사업자들은 '신규 고객 확보'에 대한 효과를 가장 높게 평가하였다.

현재 예약 솔루션을 사용하고 있는 음식점 및 미용실 운영 사업자 중 각각 78.5%와 91.4%는 해당 솔루션을 계속 사용할 의향이 있다 밝혔다.



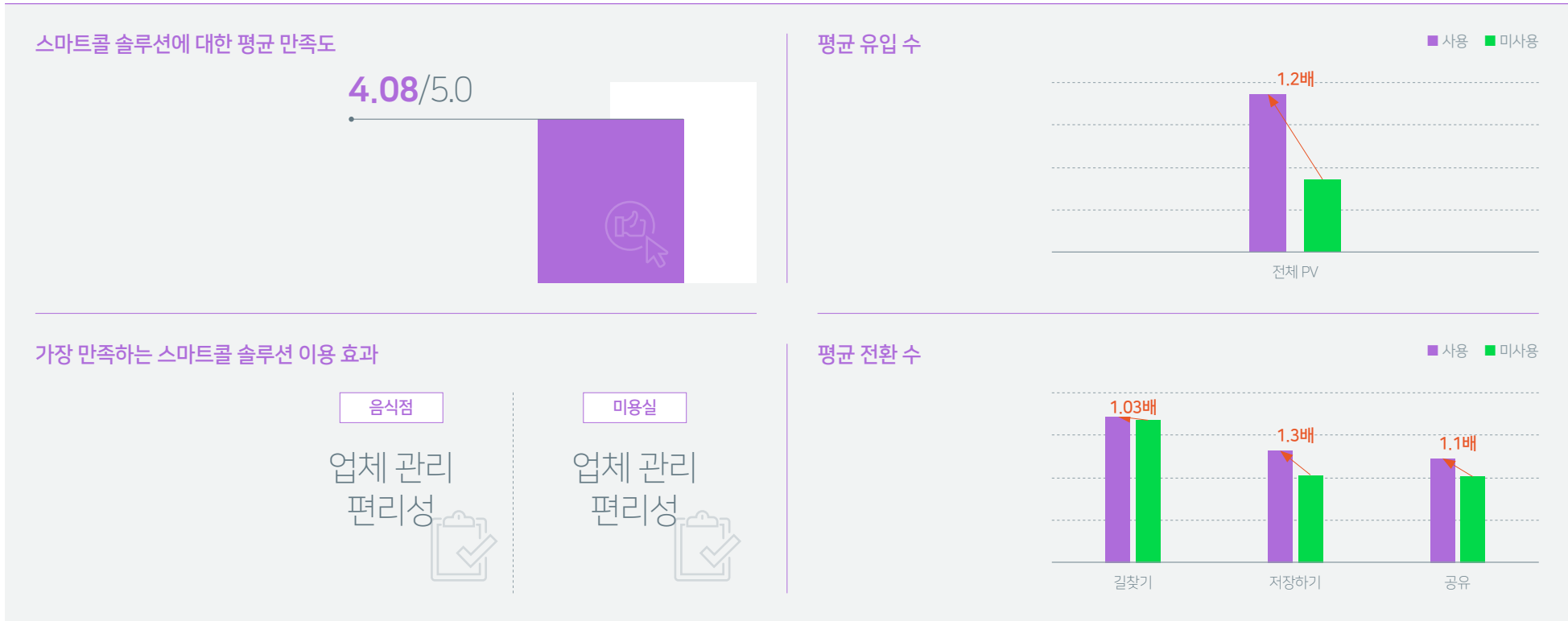
03. 스마트플레이스 솔루션 이용이 사업 활동에 미치는 긍정적 효과

3-3. 스마트콜

스마트플레이스의 스마트콜 솔루션 사용이 유입 및 전환 지표에 긍정적인 효과를 미치는 것으로 나타났다. 스마트콜 솔루션 사용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 1.2배 높았으며, 전환 지표의 경우 길찾기 1.03배, 저장 1.3배, 공유 1.1배 높았다.

설문조사에 따르면, 솔루션에 대한 평균 만족도는 4.08점인 것으로 조사되었다. 음식점 및 미용실 운영 사업자들은 가장 만족도가 높은 스마트콜 솔루션 이용 효과로 '업체 관리 편리성'을 선택했다.

현재 스마트콜 솔루션을 사용하고 있는 음식점 및 미용실 운영 사업자 중 각각 82.6%와 77.2%는 해당 솔루션을 계속 사용할 의향이 있다 밝혔다.



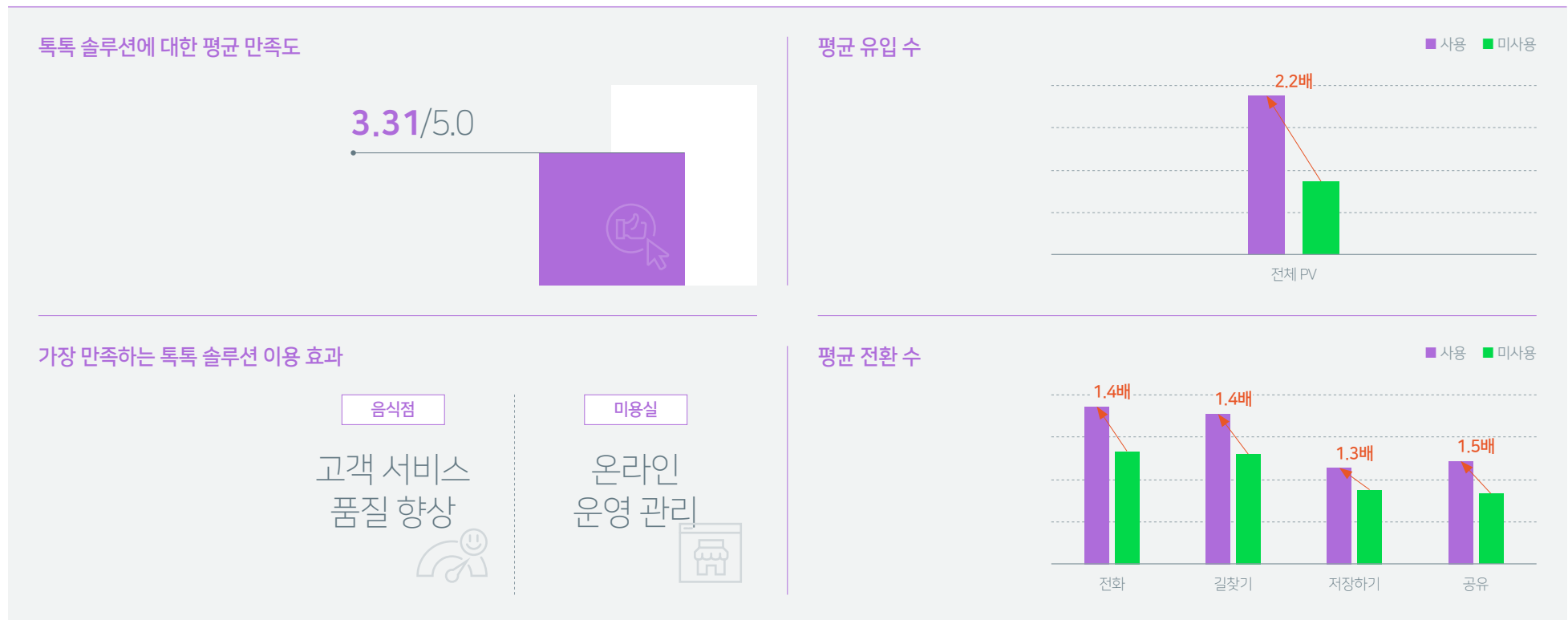
03. 스마트플레이스 솔루션 이용이 사업 활동에 미치는 긍정적 효과

3-4. 톡톡

스마트플레이스의 톡톡 사용이 유입 및 전환 지표에 긍정적인 효과를 미치는 것으로 나타났다. 톡톡 솔루션 사용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 2.2배 높았으며, 전환 지표의 경우 전화 1.4배, 길찾기 1.4배, 저장 1.3배, 공유 1.5배 높았다.

설문조사에 따르면, 톡톡 솔루션에 대한 평균 만족도는 3.31점인 것으로 조사되었다. 음식점 운영 사업자들은 가장 만족도가 높은 톡톡 솔루션 이용 효과로 '고객 서비스 품질 향상'을 선택했으며, 미용실 운영 사업자들의 경우 '온라인 운영 관리'에 대한 효과를 가장 만족하는 것으로 나타났다.

현재 톡톡 솔루션을 사용하고 있는 음식점 및 미용실 운영 사업자 중 각각 53.8%와 60.9%는 해당 솔루션을 계속 사용할 의향이 있다 밝혔다.



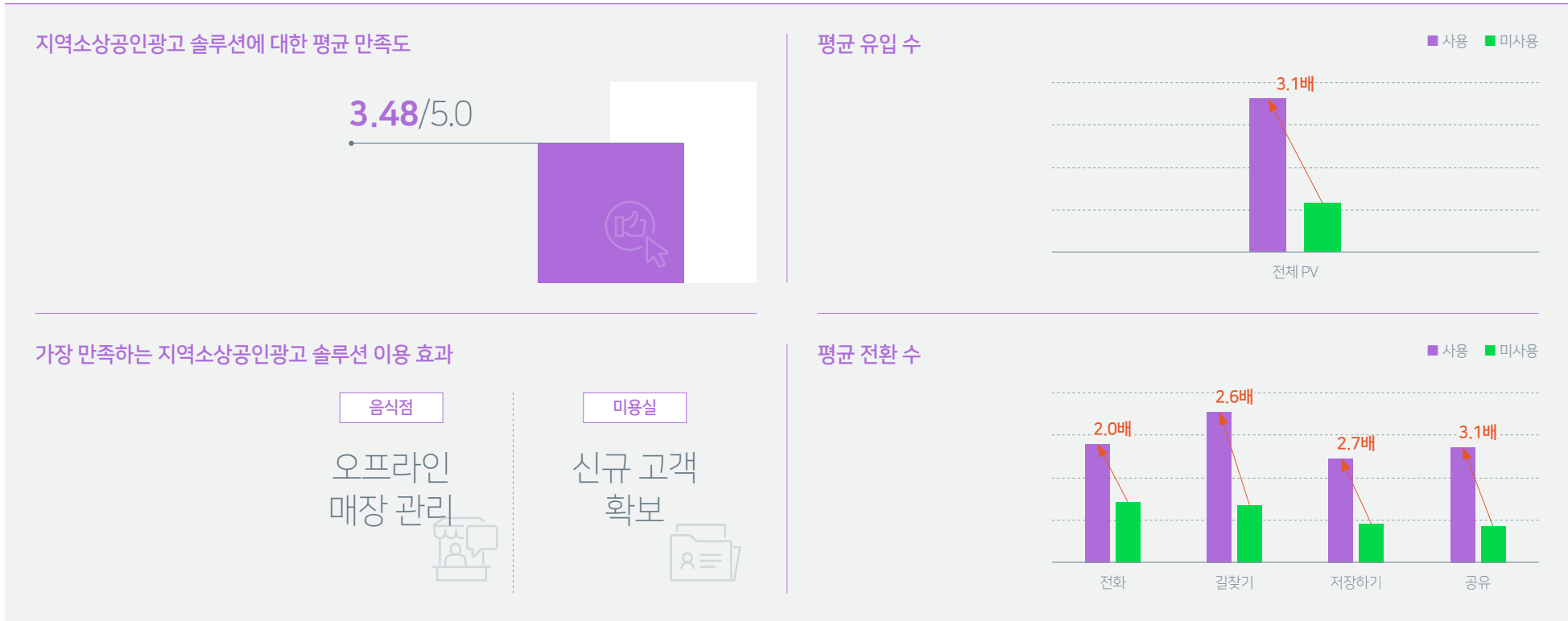
03. 스마트플레이스 솔루션 이용이 사업 활동에 미치는 긍정적 효과

3-5. 지역소상공인광고

스마트플레이스의 지역소상공인광고 사용이 유입 및 전환 지표에 긍정적인 효과를 미치는 것으로 나타났다. 지역소상공인광고 사용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 3.1배 높았으며, 전환 지표의 경우 전화 2.0배, 길찾기 2.6배, 저장 2.7배, 공유 3.1배 높았다.

설문조사에 따르면, 지역소상공인광고 솔루션에 대한 평균 만족도는 3.48점인 것으로 조사되었다. 음식점 운영 사업자들은 지역소상공인광고 이용 효과 중 '오프라인 매장 관리'에 대한 효과를 가장 만족하는 것으로 나타났으며, 미용실 운영 사업자들의 경우 '신규 고객 확보'에 대한 효과를 가장 높게 평가했다.

현재 지역소상공인광고를 사용하고 있는 음식점 및 미용실 운영 사업자 중 각각 62%와 60.2%는 해당 솔루션을 계속 사용할 의향이 있다 밝혔다.



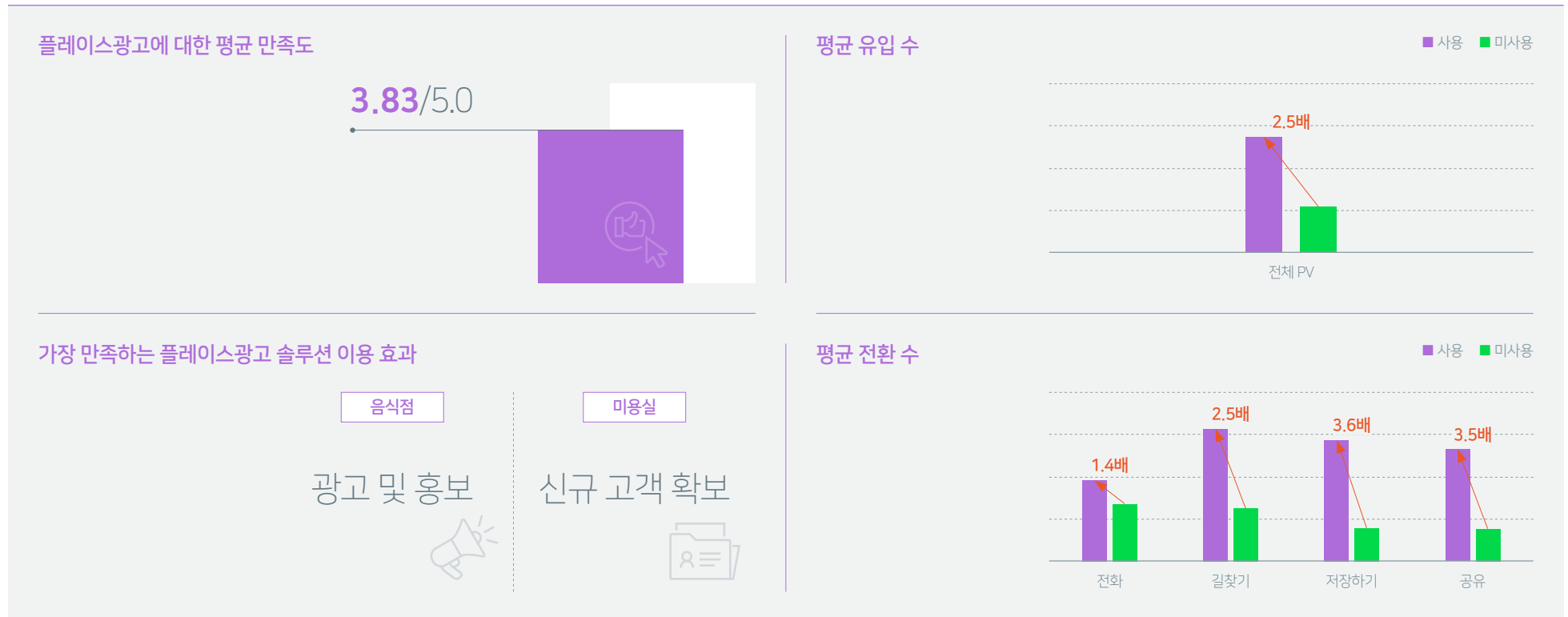
03. 스마트플레이스 솔루션 이용이 사업 활동에 미치는 긍정적 효과

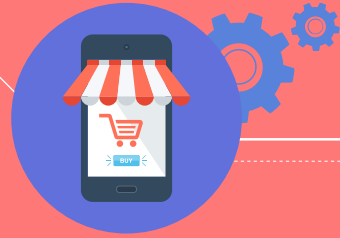
3-6. 플레이스광고

스마트플레이스의 플레이스광고 사용이 이용자 유입 및 전환 지표에 긍정적인 효과를 미치는 것으로 나타났다. 플레이스광고 이용 사업자는 미사용 사업자 대비 평균 고객 유입 수(페이지뷰)가 약 2.5배 높았으며, 전환 지표의 경우 전화 1.4배, 길찾기 2.5배, 저장 3.6배, 공유 3.5배 높았다.

설문조사에 따르면, 플레이스광고 솔루션에 대한 평균 만족도는 3.83점인 것으로 조사되었다. 음식점 운영 사업자들은 가장 만족도가 높은 플레이스광고 솔루션 이용 효과로 '광고 및 홍보'를 선택했으며, 미용실 운영 사업자들의 경우 '신규 고객 확보'에 대한 효과를 가장 높게 평가했다.

현재 플레이스광고를 사용하고 있는 음식점 및 미용실 운영 사업자 중 각각 79.7%와 74.9%는 해당 솔루션을 계속 사용할 의향이 있다 밝혔다.





04.

워드 클라우드 분석을 통해 보는 사업자 의견

04. 워드 클라우드 분석을 통해 보는 사업자 의견

스마트플레이스 만족 이유

스마트플레이스에 대해 만족하는 이유로는 업체의 전화번호나 매장 위치 등을 네이버 검색을 통해 노출하고 고객과 연결될 수 있는 점과 고객응대, 광고, 홍보 등 마케팅 효과가 주로 언급되었다.



솔루션 선택 이유

스마트플레이스 솔루션을 선택한 이유로는 음식점 및 미용실 사업자 공통으로 예약에 대한 언급이 많았다. 음식점 사업자는 주문(포장주문, 픽업예약), 광고 및 홍보, 스마트콜 등 운영과 마케팅 관련 내용이 많은 반면, 미용실 사업자는 전화, 편리한 시스템, 예약 시간 등 운영 및 고객과의 소통 용이에 대한 언급이 많은 것으로 분석되었다.



음식점



미용실

04. 워드 클라우드 분석을 통해 보는 사업자 의견

추천하고 싶은 솔루션

음식점 사업자들 가운데 예약과 광고, 스마트콜 순서로 많이 언급되었으며, 미용실 사업자들은 예약, 스마트콜 순서로 많이 언급한 것으로 나타났다. 스마트콜 추천 이유로 영업시간 외 자동 응대가 가능하다는 점에 대한 내용이 많았고, 같은 이유로 톡톡에 대한 언급도 많았다.



음식점



미용실

스마트플레이스 전반에 대해 기대되는 점

음식점 사업자들은 소상공인에게 많은 도움이 되어 감사하다는 표현이 많았으며, 경쟁업체 대응이나 매출 증대에 도움이 될 거라는 내용도 언급되었다. 미용실 사업자들은 예약의 편리성, 만족감 및 기대감에 대한 언급이 가장 많은 것으로 분석되었다.



음식점



미용실



05.

스마트플레이스 솔루션 매출 증대 효과

05. 스마트플레이스 솔루션 매출 증대 효과

스마트플레이스 솔루션 이용의 매출 증가 효과 추정: 회귀분석 기반

- 스마트플레이스 유입이 예약에 미치는 효과를 업체 관련 효과(인지도, 평판, 위치, 업력, 타 채널 운영 등)와 시간 관련 고유 효과(예: 계절성, 명절 효과 등의 시간적 특성)를 통제한 패널회귀모형을 사용하여 추정했다.
 - 유입이 1 늘어나면, 음식점 예약은 0.5% 증가하며, 미용실 예약은 1.1% 증가함을 확인했다.
- 추정된 효과 기반 기대 예약 수에 따른 매출 증가액을 추산해 솔루션 사용 유무에 따른 매출 증대 효과를 비교하고자 한다.

	종속(결과)변수: 예약 수			
	음식점		미용실	
	Coef.	S.E	Coef.	S.E
(Constant)	27.96***	5.49	62.04***	9.31
독립(원인) 변수: 유입 수	0.005***	0.001	0.011***	0.002
Controls	Yes		Yes	
Fixed effect	Yes		Yes	
Adjusted_R ²	0.37		0.58	

Notes: *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01
Standard error is cluster standard error

05. 스마트플레이스 솔루션 매출 증대 효과

스마트플레이스 솔루션 이용의 매출 증가 효과 추정: 회귀분석 기반

- ‘스마트플레이스 솔루션 사용 그룹’과 ‘미사용 그룹’의 평균 유입 수에 앞선 회귀분석을 통해 확인한 유입에 따른 예약 전환율, 객단가, 이용 인원 수 등을 적용해 예약으로 발생할 수 있는 두 그룹의 예상 매출액 규모를 추정하고, 두 그룹 간 매출액의 차이를 비교했다.
- 두 그룹을 비교한 결과, **스마트플레이스 솔루션을 하나 이상 사용한 집단이 사용하지 않은 집단보다 음식점은 약 3배, 미용실은 약 31배의 매출 증대 효과가 있음**을 확인했다.
 - 개별 솔루션별 효과를 확인해 본 결과, **음식점의 경우 예약과 플레이스광고 사용 시 매출 증대 효과가 각각 6배로 크게 나타났으며, 미용실의 경우 예약이 30배, 매장결제가 10배 정도로 효과가 크게 나타났다.**
- 오프라인 사업자들이 스마트플레이스 솔루션을 하나 이상 사용할 경우 사용하지 않았을 경우보다 음식점 업체당 약 4,363,723원의 추가 연 매출이 증가될 것으로 기대되며, 미용실은 약 18,450,169원의 연 매출이 증가될 것으로 기대된다. 이는 **현재 스마트플레이스를 이용하는 모든 음식점, 미용실 사업자들이 스마트플레이스 솔루션을 하나 이상만 사용해도 매년 총 3.3조²⁾의 추가 매출을 창출할 수 있음**을 의미한다.

	스마트플레이스 솔루션 사용 (O)				스마트플레이스 솔루션 미사용 (X)				솔루션 사용에 따른 매출 증가액
	①	②	③	④a = ① * ② * ③	①	②	③	④b = ① * ② * ③	④a-④b
	평균 유입 수	예약 전환율	객단가 ³⁾	매출 추정(월)	평균 유입 수	예약 전환율	객단가 ³⁾	매출 추정(월)	매출 증가액(월)
음식점	4,182.12	0.5%	13,709*2인 ⁴⁾	573,327원	1,529.53	0.5%	13,709*2인 ⁴⁾	209,683원	363,644원
미용실	4,865.86	1.1%	29,675	1,588,338원	155.7	1.1%	29,675	50,824원	1,537,514원

¹⁾ 미사용 그룹: 스마트플레이스 이용(등록) 사업자 중 솔루션 미사용 업체 및 스마트플레이스 미이용(미등록) 업체 포함

²⁾ 3.3조 = 4,363,723원*스마트플레이스 이용 음식점 업체 수 + 18,450,169원*스마트플레이스 이용 미용실 업체 수

³⁾ 음식점: 농림축산식품부 (2021). 객단가(전년도 기준). 통계청

미용실: (2022년 9월 서울 미용실 매출액 평균) / (2022년 9월 서울 미용실 매출건수 평균) = 미용실 객단가(1096.5만원 / 369.5 건 = 2만 9675.24원), 소상공인시장진흥공단 상권분석보고서

⁴⁾ 음식점은 객단가에 평균 예약 인원 수인 2인을 곱해서 매출을 추정함

결론

결과 및 시사점

본 연구는 예약, 톡톡, 스마트콜, 플레이스광고, 지역소상공인광고 등의 스마트플레이스 솔루션들이 오프라인 사업자의 사업 활동에 미치는 효과를 분석하였다. 스마트플레이스 데이터와 설문조사를 토대로 분석한 결과, 스마트플레이스 솔루션 사용에 따른 유입(페이지뷰) 및 전환(전화, 길찾기, 저장하기, 공유) 향상 효과와 매출 증대 효과를 발견하였으며, 사업자들이 솔루션을 이용하면서 체감하는 만족도 또한 높은 것으로 나타났다.

- 스마트플레이스 솔루션을 사용하는 사업자의 유입 지표는 그렇지 않은 사업자 대비 음식점은 1.5배, 미용실은 12.9배 가까이 증가하는 효과를 관찰하였다. 전환 지표의 경우, 스마트플레이스 솔루션 사용이 최소 1.2배에서 최대 8.4배의 향상 효과가 있는 것으로 나타났다. 또한 예약, 스마트콜, 톡톡, 지역소상공인광고, 플레이스광고 등 솔루션별 효과를 분석했을 때, 5개 솔루션 모두 사용에 따른 유입 및 전환 지표 향상 효과가 있는 것으로 확인하였다.
- 스마트플레이스 솔루션 사용에 따른 매출 증대 효과를 분석한 결과, 스마트플레이스 솔루션을 하나 이상 사용한 집단이 사용하지 않은 집단보다 음식점은 약 3배, 미용실은 약 31배의 매출 증대 효과가 있음을 확인했다. 실제 설문조사 결과, 스마트플레이스 솔루션을 사용하는 사업자들은 사용하지 않는 사업자들 대비 스마트플레이스에 대한 전반적인 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 특히 솔루션 사용 사업자들은 유입·전환 및 매출 지표와 밀접한 연관이 있는 '신규 고객 확보'와 '매출 증대' 효과에 대한 높은 만족도를 보였다.
- 오프라인 사업자가 스마트플레이스 솔루션을 하나 이상 사용할 경우, 음식점 업체당 약 4,363,723원, 미용실 업체당 약 18,450,169원의 추가 연 매출이 발생할 것으로 기대되며, 스마트플레이스 솔루션 이용을 통해 창출되는 경제적 가치는 연간 총 3.3조 원 규모로 추정된다.

이와 같은 결과는 스마트플레이스 솔루션을 사용함에 따라 오프라인 사업자가 경제적 실익과 사업적 성과를 경험할 수 있다는 점을 시사한다. 지난 D-커머스 리포트 2020을 통해 스마트플레이스 운영에 따른 전환 지표 증가 효과를 검증했고, D-플레이스 리포트 2021에서는 스마트플레이스의 매출 증대 및 비용 절감 효과를 확인했다. 이번 D-플레이스 리포트 2022 연구는 앞선 두 개의 리포트에 이어, 스마트플레이스를 운영하고 등록하는 것뿐만 아니라 스마트플레이스의 솔루션을 사용함으로써 더 많은 경제적 가치를 창출해낼 수 있음을 보여주고 있다.

'디지털 전환'의 큰 파고를 지나고 있는 현시점에서, 오프라인 사업자들이 점차로 네이버 스마트플레이스 솔루션과 같은 디지털 기능들을 적극 활용하여 지속가능한 성장을 이룰 수 있기를 기대한다. 오프라인 사업자들의 성장을 도모하고자 네이버는 대표 기술플랫폼으로서 다양한 솔루션들을 계속 강화해 나갈 예정이다.

NAVER