COLLINSON

2024 년 여행 혜택 및 고객 인게이지먼트 보고서

Collinson International 이 의뢰하고 Cint가 수행한 조사



보고서 개요

본 보고서는 최근 Collinson International 이 의뢰하고 Cint가 독립적으로 수행한 조사 결과를 바탕으로 여행 혜택을 강화함으로써 카드 가치 제안(CVP)을 개선하는 것의 중요성을 강조하고 있습니다. 신용카드 사용 시 소비자 선호와 행태를 분석하여 아시아 태평양 지역의 은행들에게 실행 가능한 인사이트를 제시하기도 합니다. 더불어 CVP를 전략적으로 개선하는 것이 고객 유치, 유지 그리고 전반적인 고객 만족에 어떠한 방식으로 중대한 영향을 미치는 지에 주목합니다. 이러한 요인들을 충족함으로써 은행들이 진화하는 소비자들의 기대에 보다 효과적으로 부응하고 시장에서의 지위를 강화하며 오랜 기간 지속될 충성 고객을 확보할 수 있도록 돕고자 합니다.

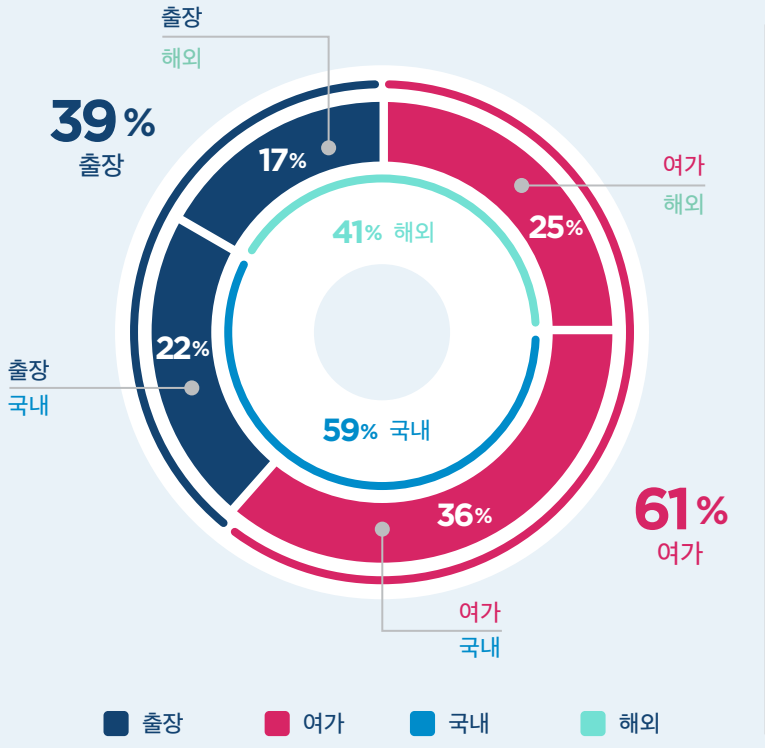


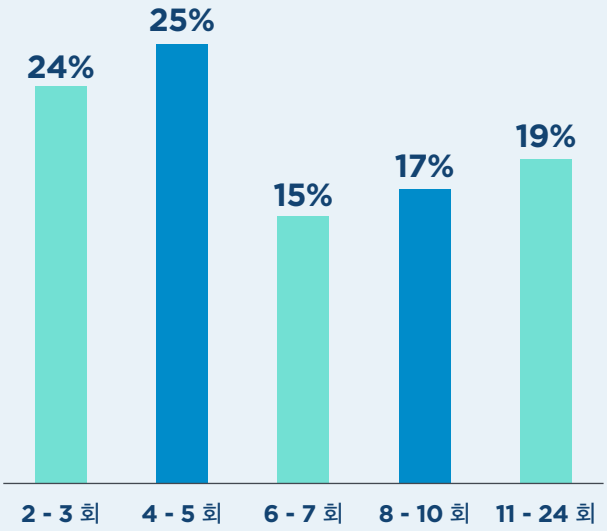
여행의 힘과 영향력

기존의 은행들은 시장에서의 압력, 변화하는 소비자 충성도 그리고 새롭게 등장한 일명 "디지털 네이티브 주자들과의 경쟁 심화 등에 직면하고 있습니다. **NPS 전통적인 은행들의 NPS가 새 시대를 이끄는 디지털 주자들에 크게 뒤처지는** 현 시점에 여행이 전통적인 은행들뿐만 아니라 금융 서비스 산업 전체에 한 줄기 빛이 되어주고 있습니다. **여행은 소비 영역 중 여전히 가장 빠르게 성장하는 항목으로**, 소비자 3명 중 1명은 여행에 큰 돈을 쓸 계획이 있는 것으로 드러나 외식에 이어 2위를 차지했습니다.

소비자들이 여행을 우선 순위에 두고 있는 현 상황에서 Collinson의 2024년 여행 혜택 및 소비자 인게이지먼트 보고서는 여행이 특히 결제 카드소지자들의 행태에 미치는 힘과 영향력에 주목하고 있습니다. 해당 조사 결과에 따르면 **아태지역 여행자들의 절반은 한 해에 5회 이상 항공편을 이용한 여행을 합니다.** 이렇듯 팬데믹 종식 이후 여행이 활발히 재개되었다는 것은 아태지역 전역의 소비 습관과 라이프스타일 관련 선택지에 여행이 미치는 영향력이 꾸준하다는 것을 보여주고 있습니다.

지난 12개월 간 여행 분류





아태지역의 카드 발행 은행들은 유의미한 경험을 전략에 편입시킴으로써 성장과 차별화를 위한 발판을 마련할 수 있습니다. 이러한 선제적인 방식으로 변화하는 소비자의 니즈에 대응할 수 있을 뿐만 아니라 고객 유치, 유지와 사용 증가로 이어질 수 있는 잠재력을 확보할 수 있습니다.

주요 결과

1. 여행 혜택은 결제 카드 유치 증가로 이어짐

2. 여행은 주요 소비 항목이며 소비자 지출 예산에서 현저한 비중을 차지함

3. 여행 리워드와 혜택은 결제 카드 사용을 증가시킴

4. 혜택 사용은 인게이지먼트와 사용을 증가시킴



1 | 여행 혜택은 결제 카드 유치 증가로 이어짐

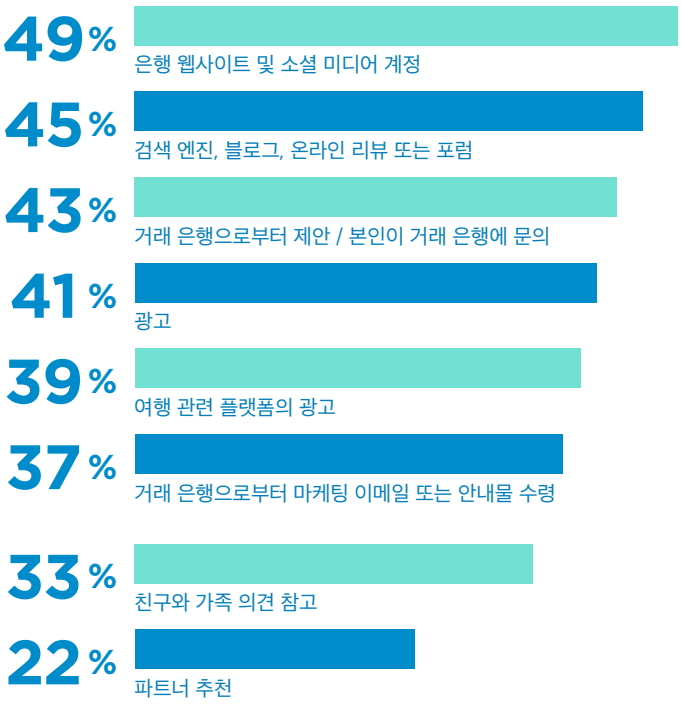


평균 보유 카드 수

	체크카드	신용카드: 연회비 있음	신용카드: 연회비 없음
성별			
남성	1	1	1
여성	2	1	1
세대 구별			
Z 세대	2	1	1
밀레니얼 세대	1	1	1
X 세대	1	1	1
베이비부머 세대	2	1	1

설문 결과에 따르면, **모든 응답자들은 최소 3개의 결제 카드를 소지합니다**. 체크카드 1 개와 신용카드 2 개로 그 중 신용카드 한 개는 통상 연회비가 부과됩니다. 남성들은 결제 카드가 3개인 것에 반해 여성들은 일반적으로 4개를 보유하고 있으며 Z세대와 베이비부머 세대와 마찬가지로2개의 체크카드를 보유하고 있는 경우도 흔합니다.

신용카드 조사 경로



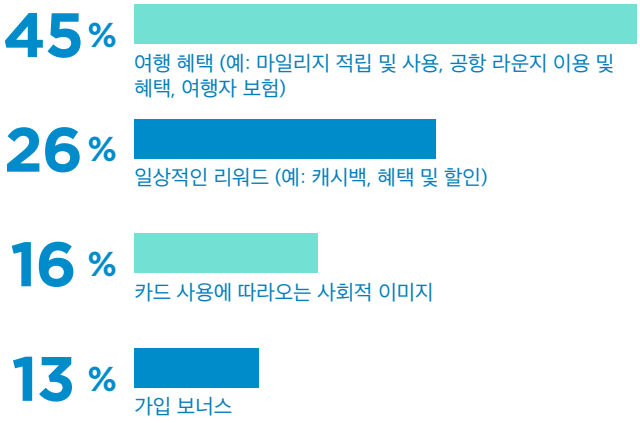
지갑 안 쪽 제한된 공간을 놓고 경쟁해야 하기 때문에 카드소지자들의 대다수**(응답자의 92%)는 카드 신청에 앞서 리워드와 혜택을 조사 및 비교**하고 있으며 가장 흔하게 사용하는 채널은 은행 웹사이트와 소셜 미디어

계정이었습니다. 이는 **금융 서비스업의 투명성과 접근성에 대한 요구가 높아지고 있다**는 점을 반영하고 있으며 소비자들은 은행들이 끌릴만한 혜택에 대한 정보를 제공하고 홍보해주기를 기대한다는 의미이기도 합니다. 신규 발급 시 제공되는 설명서를 통해 카드 혜택을 보다 자세하게 파악한다는 응답자는 25%로 나타나 이를 주요 정보원으로 활용하고 있음을 알 수 있습니다.

신용카드 혜택 조사의 중요성



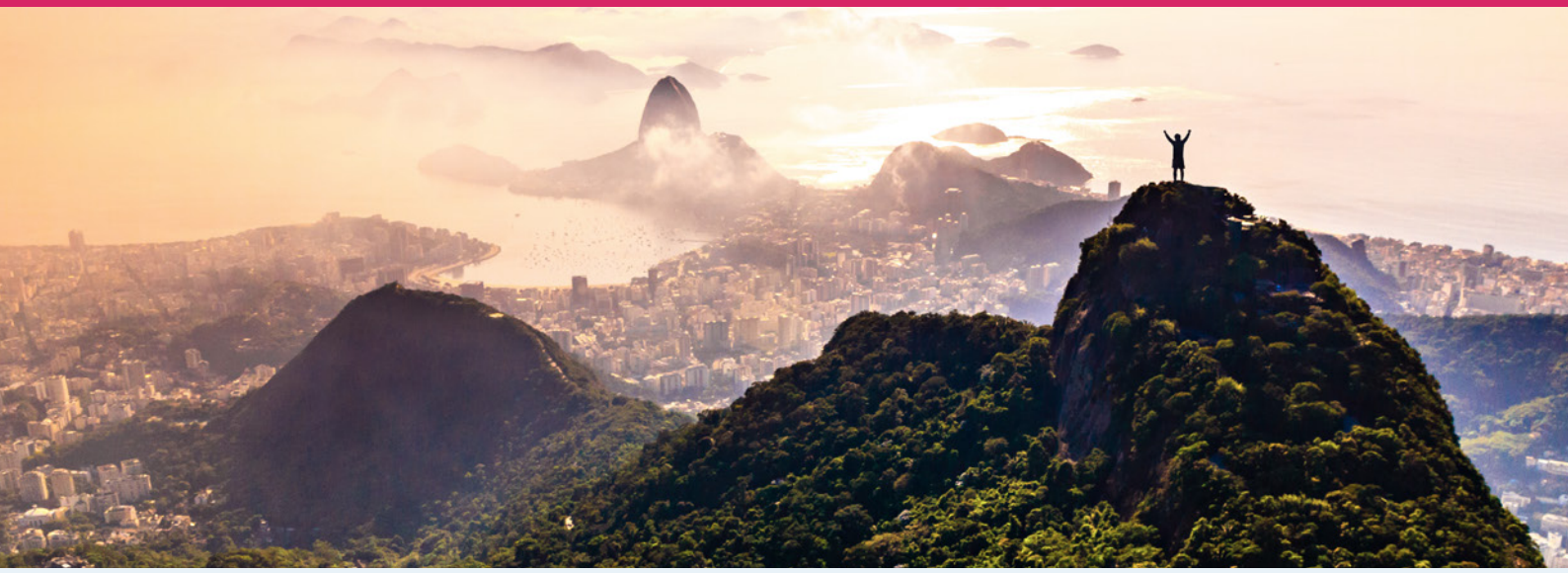
신용카드 혜택에 대한 소비자의 우선 순위



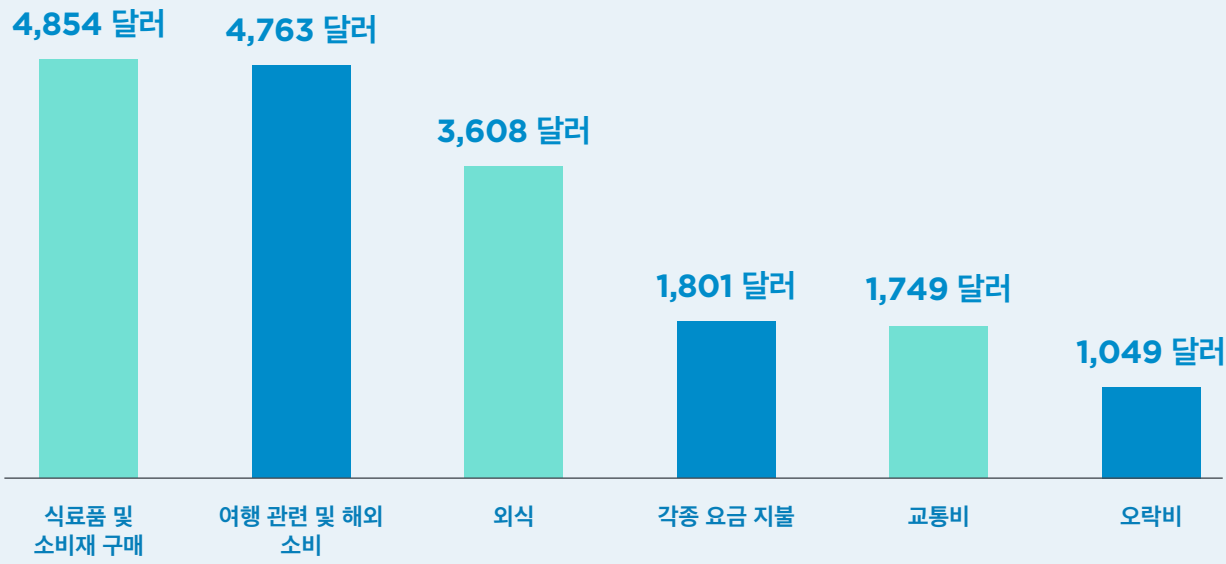
본 조사를 통해 **카드소지자들이 CVP에 대해 잘 이해하고 있고** 본인의 소비 습관과 라이프스타일에 가장 잘 부합하는 혜택을 최대로 제공하는 카드를 선택한다는 것 또한 밝혀졌습니다. **소비자들이 결제카드를 통해 누리고자 하는 혜택 중 가장 선호하는 것은 여행 관련 혜택입니다**. 응답자들의 45%는 신용카드 가입을 결정하는데 가장 중요한 요소가 여행 혜택이라고 답변했으며 이는 일상적인 리워드. 카드 사용에 따라오는 사회적인 이미지와 가입 보너스를 앞섰습니다..

여행의 목표지향적인 특성 때문에 여행 관련 혜택들은 카드소지자들의 참여를 이끌어내고 정서적으로 유대감이 형성되는 경향이 있어 특별한 유치 제안이 형성됨에 따라 카드와 카드 발급사를 경쟁사와 차별화시킵니다.

2 여행은 주요 소비 항목이며 소비자 지출 예산에서 현저한 비중을 차지함



분류별 중위 연간 카드 지출액



연회비가 있는 신용카드를 사용하는 응답자들에 따르면, **여행 관련 소비 및 해외 소비 모두 포함한 여행 항목이 모든 국가에서 지출이 가장 많은 항목 중 하나**로 꼽혔으며 연간 지출액의 3분의 1 가까이 차지하고 있습니다. 이에 필적할 만한 항목은 일상 지출 밖에는 없었는데 여기에는 식료품 및 소비재 구매가 포함되어 있습니다.

아태지역 국가별 중위 연간 카드 지출액


싱가포르
10,619 달러
10,920 달러


홍콩
7,336 달러
4,408 달러


호주
7,288 달러
8,002 달러

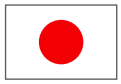

말레이시아
5,939 달러
4,408 달러

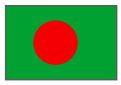

대한민국
5,553 달러
6,077 달러


태국
5,548 달러
6,845 달러


대만
5,154 달러
3,534 달러


중국
5,014 달러
4,612 달러


일본
4,529 달러
5,357 달러


방글라데시
4,304 달러
2,806 달러


베트남
4,227 달러
4,164 달러

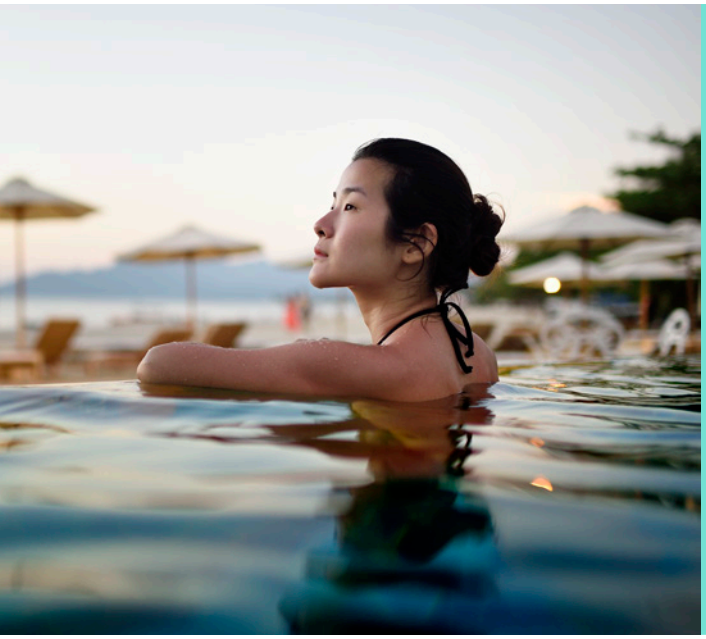

인도네시아
3,395 달러
4,234 달러


인도
3,175 달러
3,671 달러


필리핀
3,085 달러
5,106 달러

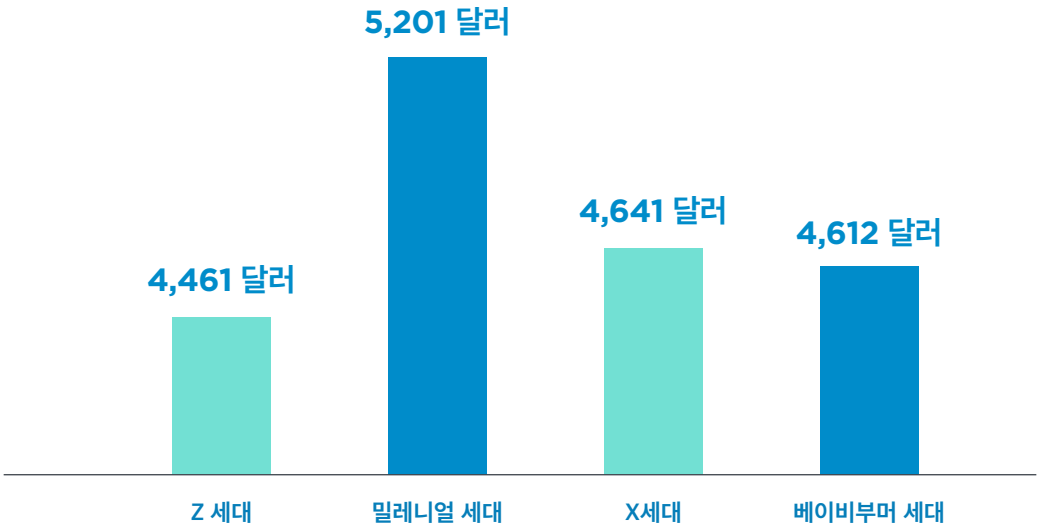
여행 지출 (여행 관련 및 해외 소비)

일상적인 지출 (식료품 및 소비재 구매)



신용카드를 이용한 여행 관련 소비 또는 해외 소비 금액의 중위값은 $4,763으로 국가마다 큰 차이가 있습니다. **싱가포르, 홍콩 그리고 호주의 소비자들의 소비 금액이 더** 컸는데 부분적으로는 부유층 소비자와 럭셔리 여행 경험에 대한 선호가 가 해당 국가에 더욱 편중되어 있는 이유도 있습니다.

세대별 연간 여행 및 해외 소비액



세대별로는 **밀레니얼 세대가** 연간 평균 $5,201을 소비하며 여행 소비에 있어 **가장 앞서고 있습니다**.
이는 경험적 활동과 이러한 경험을 향상시켜줄 상품과 서비스에 대한 강한 선호를 반영하고 있습니다.
2025년까지 아태지역 소비자의 절반이 밀레니얼 세대이거나 그보다 어린 세대가 될 전망을 고려한다면
이는 매우 중요한 추이라고 할 수 있습니다

고빈도 여행자, 밀레니얼 세대, Z세대는 신용카드 발급사들에게 상당히 중요한 분류 집단입니다. 해당 집단에 초점을 맞춤으로써 은행들은 시장 지위를 향상시키고 수익 성장을 추구할 수 있는 잠재력을 확보할 수 있습니다.

3 | 여행 리워드와 혜택은 결제 카드 사용을 증가시킴



"결제카드가 여행 리워드 또는 혜택을 제공할 때 해당 카드를 일상적인 지출에 사용할 가능성이 더 높다"



"결제카드가 여행 리워드 또는 혜택을 제공할 때 해당 카드를 여행 지출에 사용할 가능성이 더 높다"



*데이터 출처: The New Rules of Engagement: Customer Expectations Revealed 2023

아태지역 카드소지자들의 결제카드가 여행 리워드 또는 혜택을 제공할 때 해당 카드를 일상적인 지출과 여행 지출에 사용할 가능성이 더 높다고 응답하며...

... 여행 리워드와 혜택이 소비자 행동 유인에 중대한 영향을 미친다는 점을 명확하게 보여주고 있습니다. 이는 지난해 동일하지는 않지만 유사한 집단의 응답자들을 대상으로 실시한 조사 결과와 비교했을 때 여행 리워드와 혜택의 영향과 관련한 소비자 심리가 18% 강화되었다는 것을 의미합니다.

여행 혜택은 소비자들로 하여금 여행 관련 소비에 카드를 사용할 유인책이 될 뿐만 아니라 일상 소비 습관에도 영향을 미칩니다. 이는 여행 혜택이 카드 소비에 미치는 중대한 영향을 강조합니다.

4 | 혜택 사용은 인게이지먼트와 사용을 증가시킴



지난 6개월 간 소비자의 신용카드 활동

50% 여행 관련 혜택을 위해 사용한 신용카드 리워드

49% 선물 또는 상품을 위해 사용한 신용카드 리워드

36% 적립 포인트 증대를 위해 카드발급사의 온라인 채널을 통한 구매

33% 추가적인 리워드와 혜택을 위해 특정한 소비 행동을 취함

32% 신용카드 발급사의 온라인 여행 예약 포털을 사용

28% 소비 항목별 리워드를 최대화하기 위해 각기 다른 카드를 사용

27% 신용카드 포인트를 항공사 마일리지 적립 프로그램에 이관

23% 리워드 또는 캐시백 혜택 때문에 새로운 신용카드를 신청

23% 추가적인 리워드와 혜택을 위해 카드 발급인을 추가

20% 신규 발급 혜택을 누리기 위해 고비용 구매에 시기에 맞춰 카드를 신규 발급



응답자들 중 지난 6개월간 여행 관련 혜택을 위해 신용카드 리워드를 사용한 이들이 50%였으며 이 뒤를 선물 또는 상품 구매를 위해 사용한 49%가 바짝 쫓았습니다. 리워드 사용 활동 중 가장 큰 비중을 차지한 두 항목을 보면 경기가 어려운 상황에서도 여행을 향한 열망은 식지 않으며 일상적인 리워드 사용 항목과 유사한 정도로 카드 활동을 추진하는 주요 동인입니다.

재미있게, **카드발급사들 또한 적절한 유인책과 혜택이 있다면 소비자 행동을 유도할 수 있다는 점이** 흥미롭습니다. 응답자의 36%는 포인트 적립을 위해 카드발급사의 웹사이트를 통해 물건을 구매할 의향이 있고 33%는 추가적인 리워드 적립을 위해 이미 해당 사이트를 통해 구매한 적이 있다고 답변했습니다. 카드소지자 3명 중 1명에 가까운 비율(28%)이 소비 항목에 따라 리워드 적립률을 최대화하기 위해 각자 다른 카드를 사용하고 있어 CVP에 대한 높은 인식과 혜택을 최대한 누릴 수 있는 카드에 대한 선호를 반영하고 있습니다.

76%

선호하는 브랜드에 대해 정서적인 유대감을 느낌

데이터 출처: The New Rules of Engagement: Customer Expectations Revealed 2023

당사가 과거에 시행한 고객 인게이지먼트 및 로열티 조사 결과에 따르면 **대부분의 소비자들은 본인이 가장 자주 사용하는 브랜드와 정서적인 유대감을 느낀다**고 밝혀져 금번 조사 결과를 뒷받침하고 있습니다. 이러한 점에서 은행들은 기능적인 니즈 충족을 넘어 정서적인 인게이지먼트와 가치 창출에 중점을 두는 것이 기회 요인이 된다는 것을 알 수 있습니다.

은행들은 소비자들에게 지출 계획 수립 툴, 저축 계좌, 투자 기회 제공 등의 금융 솔루션을 제공함으로써 중요한 역할을 합니다. 다만 소비자 니즈는 다양하고 끊임 없이 진화하기 때문에 **은행들은 단순히 있으면 유용한 대상에서 소비자들의 삶에 없어서는 안될 대상으로 발전하는 것을 기회로 삼아야 합니다**.

사용 빈도와 금액 증가를 포함한 카드소지자 행동에 영향을 미치기 위해서는 리워드 전략이 카드소지자들에게 필수 요소입니다.

"여행에 대한 강하고 긍정적인 소비자 심리에 힘 입어 특히 금융 서비스 산업의 브랜드들은 여행을 주요한 경쟁 우위로 활용할 수 있는 특별한 기회를 직면하고 있습니다. 여행과 라운지 이용, 보안 검색대 신속 통과 혜택 등의 공항 관련 혜택을 고객 인게이지먼트와 로열티 프로그램에 통합함으로써 브랜드들은 고객 가치 제안 향상, 고객 만족도 강화, 경쟁자들과 차별화, 측정 가능한 사업적 성과 등의 이점을 누릴 수 있습니다."

Rohan Bhalla
아태지역 비즈니스 솔루션 담당 부사장
Collinson International



성공으로 가는 길: 여행과 함께 새로운 성장 기회 모색

본 보고서에서 도출한 인사이트를 바탕으로 봤을 때, 아태지역 은행들은 소비자 기대치와 시장 압력 요인이 급속히 변화하는 역동적인 여건 속에서 사업을 영위하고 있습니다. 소비자들은 여행에 우선 순위를 두고 있으며 여행을 하고자 하는 열망은 앞으로도 계속 이어질 전망입니다. 소비자들의 결제 카드 선택과 소비 행태에 중대한 영향을 미치는 여행 관련 리워드와 혜택의 중요성 또한 밝혀졌습니다. 소비자들은 본인의 관심사, 특히 여행에 대한 관심에 부합하는 혜택을 제공하는 신용카드를 선호하고 있어 여행 관련 리워드가 결제 카드 선택에 주요 차별화 요소가 되고 있습니다.

이러한 결과는 2022년과 2023년 시행된 설문 결과와도 일관성이 있습니다. 당시에도 여행이 소비자들에게 중대한 우선 사항이었으며 중요성이 점차 증가해왔습니다. **경기 불확실성과 팬데믹 관련 제약에도 불구하고 소비자들은 여행 경비를 축소하기 보다는 외식, 헬스장 회원권, 스트리밍 서비스 지출을 줄였습니다**. 이러한 인사이트는 소비자 행동과 로열티에 여행이 미치는 영향력과 힘이 상당하는 점을 뒷받침하고 있습니다.

소비자 선호도에 맞춰 카드 혜택을 제공하는 것은 소비자 만족을 향상시킬 뿐만 아니라 카드에 대한 인식 가치를 강화합니다. 결제카드 발급사들이 시장 지위와 고객 충성도를 강화하기 위해 이렇듯 혜택과 CVP 간의 긴밀한 상관관계를 이해하고 활용하는 것이 필수적입니다. 다만, 은행들은 흔히 가격 책정과 리워드 전략을 소비자의 개별 니즈에 맞추지 않고 획일화시키는 우를 범하곤 합니다. 이러한 구시대적인 접근 방식은 카드소지자들을 각기 다른 선호와 지불 의사를 가진 개인으로 인식하지 못합니다. 리워드 전략 설계에 있어 개별 소비자들이 각자 지닌 가치와 충성도를 이해함으로써 차이점을 파악하고 특정 시점에 이들이 필요로 하는 특정한 니즈와 가장 잘 부합하는 혜택을 제공하여 개개인의 차이를 감안하는 것이 필수적입니다.

여행 인게이지먼트와 고객 경험에 대한 폭 넓은 전문성을 바탕으로 **Collinson International**은 은행과 카드발급사들이 이러한 어려움에 효과적으로 대응하는데 도움을 제공할 최적의 위치에 있습니다. 소비자 선호와 행태에 대한 당사의 깊은 이해와 혁신적인 전략을 바탕으로 은행들이 현시대의 카드소지자들에게 유의미한 경험을 마련하는데 도움을 줄 수 있습니다.

매력적인 여행 리워드를 통해 고객 인게이지먼트를 향상시킬 수 있는 Collinson의 전문성에 대해 보다 상세한 정보를 드립니다. 당사의 전문가들과 함께 고객 만족과 충성도 향상을 유도할 수 있는 맞춤형 전략에 대해 알아보시기 바랍니다.

담당자와 상의하세요

조사 방법

본 조사는 아태지역 14개국 내에 현재 리워드 또는 혜택을 제공하고 연회비가 있는 신용카드를 소지하는 고빈도 여행자들을 대상으로 실시되었습니다. 신용카드 선택 시 선호 기준, 공항 라운지 이용 혜택과 Priority Pass 공항 라운지 및 여행 경험 시설 프로그램 등의 여행 관련 혜택에 대한 인식, 그리고 여행 및 소비 행태에 대배 알아봤습니다.

2024년 Cint가 수행한 본 조사는 연간 리워드 또는 혜택을 제공하는 신용카드를 보유하면서 한 해에 최소 2회 이상 여행을 하는 구체적인 기준을 충족하는 응답자 7,250명을 대상으로 이루어졌습니다. 대상을 다양하게 선정 했으며 연간 여행 횟수의 중위값은 6회입니다. 응답자의 51%는 남성, 49%는 여성이었으며 평균 연령은 41세입니다. 70%는 유자녀, 80%는 파트너가 있으며 81%는 풀타임 근로자입니다. 연간 중위 총 가계 소득은 $58,000입니다.

Collinson International 에 대하여

Collinson International 은 글로벌 민간 기업으로 전세계가 안심하고 편리하게 여행할 수 있도록 전력을 다하고 있습니다. 세계 유수의 결제 네트워크, 1,400개 은행, 90개 항공사 그리고 20개 호텔 그룹과 함께 일하며 전세계 4억명 이상의 최종 소비자들에게 시장을 선도하는 여행 경험, 로열티 및 고객 인게이지먼트, 보험 솔루션을 제공하고 있습니다.

Collinson International이 운영하고 있는 Priority Pass는 독자적이며 시장을 선도하는 공항 경험 프로그램입니다. 식음료장, 리테일, 수면 및 스파 시설을 포함 145개국 725곳 이상의 공항 내 라운지 1,600곳을 이용할 수 있는 서비스를 제공하여 평범한 여정에 특별함을 더할 수 있도록 돕고 있습니다.

COLLINSON

collinsongroup.com