

**온라인 판매시, 판매량과 매출에  
긍정적 영향을 미치는 요인에 관한 연구**  
또는 ROAS(구매 전환율)에 영향을 미치는 요인 분석

| 발표자 | 서아라(연세대학교)\* / 박우진(연세대학교)\*\*

[요약]

이 연구의 목적은 온라인 판매에 집중하는 창업 기업들의 온라인 판매량 증진을 위해 구매 전환율에 영향을 미치는 요인을 확인하기 위한 것이다. 일반적으로 온라인 판매에 있어서는 네이버 및 다음 등 검색엔진 및 판매하는 마켓별로 CPC 또는 전시입찰 등의 광고를 집행을 통해 매출에 긍정적인 영향을 미친다고 알려졌으나, 최근에는 과다경쟁으로 인한 광고비의 집행비용의 인상율에 비해, 광고로 인한 판매율-구매전환율(ROAS)이 떨어짐을 확인되고 있어, 판매자들에게 혼란을 주고 있다.

매출 및 구매전환율을 늘리기 위한 효과적인 방법을 찾는 과정에서, 온라인 광고를 하면서도 그 외 요인들로 인해 경쟁사보다 판매량이 높은 상품들을 확인할 수 있었고, 소비자들에게 긍정적인 영향을 미치는 구매 단서를 통해 판매량에 긍정적 영향을 끼치는 것으로 보여, 연구를 하게 되었으며, 온라인 판매되는 상품들의 비교를 통해 가장 긍정적 영향을 미치는 요인을 확인하고자 한다.

또한, 수많은 상품들이 있는 온라인 시장에서 온라인 광고는 소비자들에게 자신의 상품이 노출되기 위한 필수불가결인 요소이나, 광고를 하면서도, 구매전환율(ROAS)을 높이기 위한 구매에 영향을 미치는 요인을 찾아, 온라인 판매 기업들의 효율을 높이기 위한 연구이다. 구매 전환율에 영향을 미치는 요인이 확인되었을 때, 해당 요인들에 집중하여, 결과적으로 판매량을 늘리고 매출을 높일 수 있을 것이다.

**핵심주제어: 구매 전환율, 온라인 판매, 온라인 광고, 창업기업**

\* 연세대학교 정경창업대학원 석사과정, hy\_ara@naver.com

\*\* 연세대학교 정경창업대학원 교수, hawkmaint@yonsei.ac.kr