

“Klaviyo 클라비요 (KVYO: NYSE)”

글로벌 마케팅 자동화 플랫폼 기업

Summary

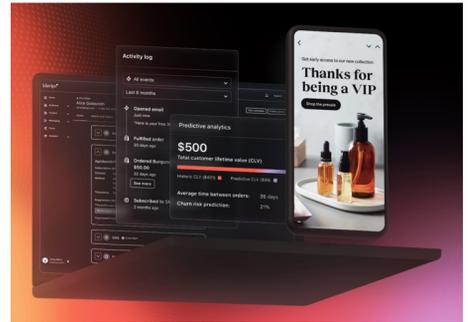
글로벌 마케팅 자동화 플랫폼 기업

*SaaS (Software-as-a-Service): 중앙 집중화된 대형 데이터센터에서 서비스를 받고 소프트웨어나 프로그램을 인터넷을 통해 자유롭게 빌려 쓰는 클라우드 컴퓨팅 서비스.

글로벌 마케팅 자동화 플랫폼 기업 **Klaviyo(클라비요)**가 9월 20일 미국 뉴욕 시장에 상장했습니다. 클라비요는 전자상거래 플랫폼의 데이터를 저장하고 분석하는 SaaS*입니다. 클라비요는 이메일 자동화에 특화된 솔루션으로, 플랫폼에 입점한 상점들이 잠재 고객들에게 개인화된 마케팅 이메일과 메시지, 푸시 알림을 보낼 수 있도록 서비스합니다.

클라비요는 온라인 마케팅 자동화 시장의 6.6% 정도를 점유하고 있으나, 전자상거래만을 위한 마케팅 자동화 시장에서는 56%의 점유율을 자랑합니다. 클라비요는 전자상거래 플랫폼 기업인 **Shopify(쇼피파이)**의 투자를 받았으며, 이메일 솔루션 파트너로서 쇼피파이와 협력하고 있습니다. 클라비요의 공모가는 \$30이며, 10월 12일 현재가는 \$34.70으로, +15.6% 증가했습니다. 공모금액은 7,700억원이었으며, 시가총액은 10.6조원 수준입니다.

글로벌 마케팅 자동화 시장은 2022년 7조원 규모였습니다. 2020년, 코로나 팬데믹으로 인해 전자상거래 시장과 함께 마케팅 자동화 시장도 급성장했고, 성장세가 지속될 것으로 보입니다. 빠르게 많은 고객을 확보한 클라비요도 시장과 함께 성장할 것으로 생각됩니다.



출처: Klaviyo 투자설명서

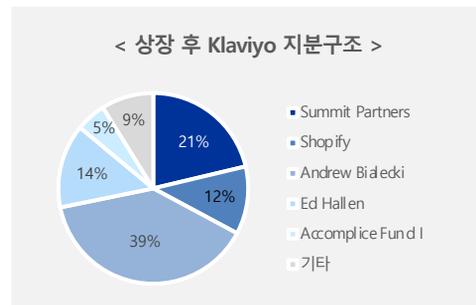
History

엔지니어와 경영인이 협력

2012년, 엔지니어 출신의 **Andrew Bialecki**와 경영인 출신 **Ed Hallen**이 클라비요를 공동 창업했습니다. 둘은 비즈니스 분석에 사용되는 소프트웨어를 생산하는 미국의 소프트웨어 회사 Applied Predictive Technologies에서 함께 일한 경력이 있습니다. 2022년, 전자상거래 회사 쇼피파이가 1억 달러를 전략적으로 투자하며 클라비요와 파트너십을 맺게 되었습니다. 클라비요는 쇼피파이뿐만 아니라 Magento, WooCommerce, Stripe 등과 같은 전자상거래 플랫폼과도 협력하고 있습니다. 2023년 6월 기준 고객 수가 13만 명 이상입니다.

창업자들의 기업, Shopify의 투자

공동창업자 **Bialecki와 Hallen**이 각각 39%, 14%의 지분을 소유하고 있으며, 이들이 기업의 방향을 결정할 수 있습니다. 그 외에는 기술 기업에 투자하는 투자 기업 Summit Partners가 21%의 지분을 소유합니다. 전자상거래 기업 **쇼피파이(Shopify)**가 전략적 투자를 통해 12%의 지분을 소유하고 있습니다.



출처: Klaviyo 투자설명서

Business

전자 상거래 시장과 함께 급성장, 사업 확장으로 성장 지속

2022년 매출은 4.7억 달러로 전년대비 **62.5% 증가**했습니다. 기존 고객들이 SMS 서비스 등 다른 서비스들을 더 많이 구매하면서 매출이 크게 증가했습니다. 2022년 9월에 서비스의 가격이 상승한 것도 매출 증대에 기여했습니다. 2023년 상반기 매출은 3.2억 달러로 전년 동기 대비 54.3% 증가했습니다. 2023년 상반기 매출 증가는 새로운 고객의 유입이 가장 큰 원인이었습니다.

클라비요는 매출이 발생하는 부문이 따로 구별되어 있지는 않으나, **이메일, SMS, 푸쉬 알림**이라는 세 가지 주요 서비스를 제공합니다. **고도화된 세분화 기능**을 통해 고객의 구매 기록, 관여 정도, 라이프사이클 등 각종 정보를 기반으로 고객을 실시간으로 세분화하고, 고객 맞춤형 이메일, SMS, 푸쉬 알림을 전송합니다. 최근에는 구매자 리뷰와 구매자 분석 데이터 플랫폼 기능을 추가했습니다.

경쟁기업으로는 이메일 마케팅 솔루션 기업인 Mailchimp(메일침프), Braze(브레이즈), 마케팅 자동화 기업인 Adobe(어도비), Salesforce(세일즈포스) 등이 있습니다. 클라비요는 메일침프와 브레이즈보다 세세한 세분화 기능을 갖고 있다는 평이 많습니다. 어도비, 세일즈포스는 클라비요보다 다양한 기능을 제공하나, 클라비요는 고객 맞춤형 알림을 보내는 데에 더욱 특화되어 있습니다.

USD(백만)	2021	2022	1H22	1H23
매출	291	473	208	321
영업이익	(79)	(55)	(25)	8
순이익(손실)	(79)	(49)	(25)	15

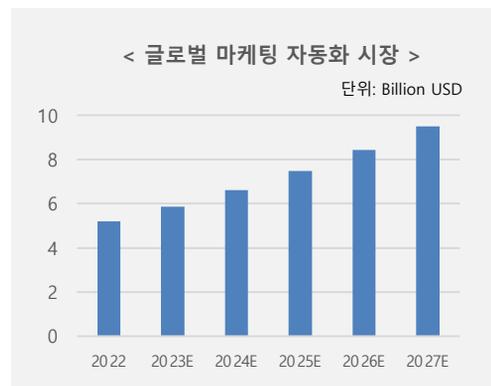
출처: Klaviyo 투자설명서

Key Insight

성장 궤도에 오른 마케팅 자동화 시장

글로벌 마케팅 자동화 시장은 2022년 7조원 규모였습니다. 약 12.8%의 연평균 성장율로 성장하여 2027년에는 12.8조원까지 성장할 것으로 보입니다. 많은 기업들이 최근에 들어서야 마케팅 자동화를 시작하는 단계에 있으며, 큰 비용을 투자하고 있습니다. 특히 코로나 팬데믹 이후 전자상거래 분야가 급성장하며 잠재 고객을 정확히 타겟팅하여 이메일과 SMS로 접촉하는 것이 중요해졌습니다.

클라비요는 **실시간 트래킹**을 통해 보다 정확한 분석을 해내는 솔루션을 보유하고 있습니다. 클라비요가 쇼피파이와 파트너십을 맺고 있는 것 또한 클라비요의 성장 가능성을 시사합니다. 디지털 마케팅 자동화는 전자상거래 플랫폼과 공생할 수밖에 없기 때문입니다. 쇼피파이는 글로벌 전자상거래 시장에서 10.3%의 시장 점유율, 미국 시장에서 28%의 점유율을 확보하고 있으며, 세계 4위 전자상거래 플랫폼으로 꼽히고 있습니다. 클라비요도 시장, 그리고 업계 파트너들과 함께 꾸준히 성장할 것으로 기대됩니다.



출처: Markets and Markets