Deloitte Insights

July 2026

Image generated by AI

가치 추구 시대, 로열티 프로그램 재설계

참여로 완성되는 로열티의 가치

Ramya Murali 외 4인

Deloitte.



가치 추구 소비가 확산되면서 소비재·유통 기업은 가격 경쟁만으로 고객을 붙잡기 어려운 환경을 마주하고 있습니다. 소비자가 체감하는 가치는 가격뿐 아니라 품질, 편의성, 개인화된 혜택, 브랜드와의 관계까지 확장되고 있습니다.

이러한 변화 속에서 **로열티 프로그램은 단순한 적립·할인 수단을 넘어, 고객 참여를 높이는 전략적 접점으로 부상**하고 있습니다. 핵심은 더 많은 혜택을 제공하는 데 그치지 않고, 필요한 혜택을 적절한 시점에 확인하고 활용할 수 있도록 만드는 데 있습니다.

특히 모바일 기반 소비와 데이터 활용이 일상화된 국내 시장에서는 **고객 데이터, 개인화 혜택, 디지털 접점을 결합하는 역량이 중요**해지고 있습니다. 국내 소비재·유통 기업은 로열티 프로그램을 회원 확보·포인트 적립 중심의 운영 수단에 머무르기보다, **고객 참여와 장기적 관계 강화를 위한 전략적 기반으로 재정의**할 필요가 있습니다.

이대의 파트너
Customer 본부장 | 컨설팅 부문

Deloitte.

가치 추구 소비의 확산



소비자의 선택 기준은 가격을 넘어
품질·편의성·혜택·브랜드 경험으로 확장

소비 행태 변화

소비자 10명 중
4명





할인 중심 구매



비용 절감



다운트레이딩
가격 부담에 따른 대체 소비

출처: 2025 Deloitte Value-seeking Consumer Research

가치 추구 소비의 주요 기준



가격



품질



편의성



혜택



브랜드 경험



지출 대비 가치의 재정의

소비자는 '얼마나 저렴한가'뿐 아니라,
'지불한 만큼 어떤 가치를 얻는가'를 따진다.





상세한 내용은 리포트 전문에서 확인하세요!

© 2026. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Deloitte.



로열티 프로그램, 효과는 분명하지만 가입 대비 참여는 제한적

로열티 프로그램의 매출 증가 효과



56%

로열티 프로그램으로
실제 지출이 늘었다

브랜드 강화 효과



80%

로열티 프로그램을 통해
해당 브랜드의 가치를
더 높게 인식했다

출처: 2025 Deloitte Value-seeking Consumer Research

가입 대비 실제 이용은 제한적

평균 가입 프로그램 수 **8개**



활발히 이용하는 프로그램 수 **5개**





51%

하나의 프로그램에만
적극 참여

출처: 2025 Deloitte Value-seeking Consumer Research

© 2026. For information, contact Deloitte Anjin LLC

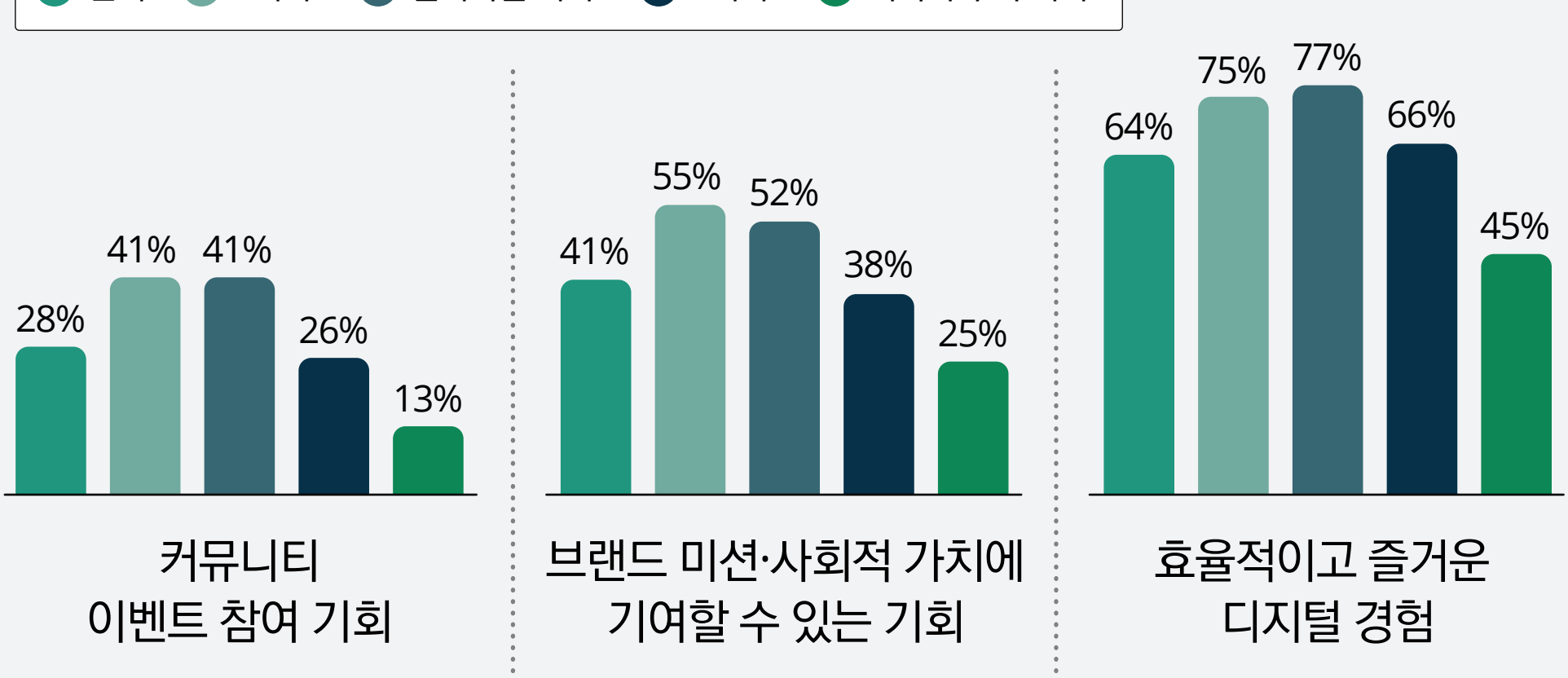
Deloitte.

포인트를 넘어선 로열티의 기준



소비자는 단순 적립·할인을 넘어 커뮤니티,
사회적 가치, 디지털 경험까지 로열티의 요소로 인식

로열티 프로그램에서 중요하다고 인식하는 요인



출처: 2025 Deloitte Value-seeking Consumer Research

☑ 디지털 경험, 전 세대에서 가장 높은 응답

- 전체 64% | Z세대 75% | 밀레니얼 77%

☑ Z세대·밀레니얼은 커뮤니티와 사회적 가치 요소에 높은 관심

- **커뮤니티 이벤트 참여 기회:** Z세대 · 밀레니얼 각 41%
- **브랜드 미션·사회적 가치 기여 기회:** Z세대 55% · 밀레니얼 52%

© 2026. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Deloitte.

리워드 사용 편의성 강화

로열티 프로그램의 가치는
소비자가 실제로 혜택을 이용할 때 완성



리워드 확인·활용 경험 개선 필요

40%

리워드 사용을
종종 잊어버린다고 응답

혜택을 쉽게 확인하고
활용할 수 있는 구조가
프로그램 체감 가치를 높이는 핵심

세대별 리워드 사용 패턴



젊은 소비자

- 최소 포인트 충족 후 비교적 빠르게 사용
- 즉시 확인·사용 가능한 경험 선호



고연령층 소비자

- 구매 과정에서 필요에 따라 사용
- 명확한 안내와 쉬운 사용 방법 필요

리워드 사용 편의성 개선 방향

적립·사용 내역 확인

적립 내역과 사용 가능 리워드를 한눈에 확인

사용 조건의 단순화

사용 기준과 만료 조건을 쉽고 분명하게 제시

사용 시점 알림

혜택을 사용할 수 있는 시점에 적절한 알림 제공

결제·구매 여정과의 연결

혜택 발견 이후 사용까지 자연스럽게 연결

© 2026. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Deloitte.

개인화와 디지털, 참여를 만드는 두 축



개인화는 로열티 프로그램의 차별화 요소,
디지털 기능은 참여 경험을 높이는 기반

개인화 기반 맞춤형 가치 제공

개인화된 혜택·경험을 위해
개인정보를 제공할 의향

Z세대	밀레니얼 세대
89%	**87%**

디지털 기반 참여 강화

하나 이상의 디지털 기능을
유용하다고 평가

Z,밀레니얼 세대	베이비부머 세대
90% +	**73%**

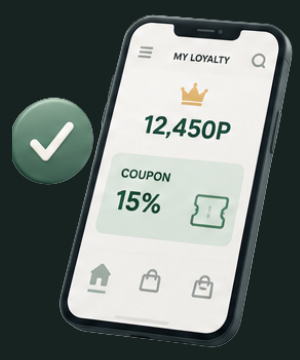
지출 의향에서도 확인

개인화된 경험을 제공하는 브랜드에
더 많이 지출할 의향

Z세대	밀레니얼 세대
51%	**53%**

관심이 높은 디지털 기능

- 🔗 결제 연동
- 🔔 즉각적 알림
- 🎁 맞춤형 추천
- 🏷️ 개인화 혜택
- 📱 앱 기반 경험



참여 강화의 핵심

고객에게 맞는 혜택을 쉽게 확인하고 이용할 수 있을 때,
로열티 프로그램 참여는 강화된다.

© 2026. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Deloitte.

국내 시장 시사점

회원 확보 중심에서 참여 경험 고도화



국내 디지털 소비 환경 변화

25조 130억 원
온라인쇼핑 거래액
2026년 5월 기준 전년 동월 대비 +10.3%

77.1%
모바일쇼핑 비중
전체 온라인쇼핑 거래액 기준

95%
인터넷 이용률
2025년 기준

21.6시간
주 평균 인터넷 이용 시간
2025년 기준

출처: 국가데이터처, 「2026년 5월 온라인쇼핑동향」, 2026.7.1; 과학기술정보통신부·한국지능정보사회진흥원, 「2025 인터넷이용실태조사」, 2026

국내 로열티 프로그램의 전환 방향

기존 로열티 프로그램

- 회원 확보·포인트 적립 유도
- 구매 이후 포인트 적립·조회 중심
- 제한적 고객 정보·구매 이력 활용
- 일률적 할인·쿠폰·포인트 제공
- 적립 내역 확인 중심
- 단기 재구매 유도

전환 방향

- 지속적 참여·장기 고객 관계 강화
- 탐색·결제·재구매 전 과정에서 혜택 제공
- 구매 이력·선호·행동 데이터 기반 고객 이해
- 고객 맞춤형 리워드 제공
- 실시간 알림·결제 연동·리워드 사용 편의성 강화
- 반복 구매·재방문·고객 관계 강화

로열티 설계의 핵심 조건

고객 데이터 + 맞춤형 혜택 + 디지털 접점 → **혜택 확인·사용 경험 강화**

© 2026. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Deloitte.

참여 중심 로열티의 가치

가입자 수보다 중요한 것은 소비자가 반복적으로
활용하고 관계를 이어가는 참여의 깊이

01



리워드 사용 편의성

혜택을 쉽게 확인하고
구매 과정에서
자연스럽게 활용

02



맞춤형 혜택과 디지털 경험

구매 상황에 맞는
혜택과 일관된
디지털 경험

03



반복 구매와 장기 관계

단기 유입을 넘어
재방문과
고객 관계 강화



더 많은 혜택보다,
필요한 혜택을 적절한 시점에
체감하게 하는 경험이 중요

© 2026. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Deloitte.

한국 딜로이트 그룹 전문가

디지털 마케팅 및 커머스

한국 딜로이트 그룹은 국내외 수많은 선도 기업을 대상으로 고객/마케팅/커머스/상품 전략 수립(PLAN), 전략 실행(DO), 성과 측정 및 개선(SEE) 전 과정을 아우르는 혁신적 컨설팅 서비스를 제공하고 있습니다. 데이터, 크리에이티브, 테크놀로지가 유기적으로 작동할 수 있도록 지원하며, 고객 여정 분석을 기반으로 한 맞춤형 전략 설계, 마케팅·세일즈·서비스의 디지털 전환 실행, 그리고 AI 테크놀로지 기반 성과 관리까지 End-to-End 통합 솔루션을 제시합니다. 전문가로 구성된 Customer 본부는 Deloitte Digital이라는 글로벌 브랜드를 바탕으로 고객 특성과 산업별 니즈를 반영해 차별화된 고객 경험과 지속가능한 성장 전략을 설계하며, 마케팅·세일즈·서비스 전반의 디지털 전환을 지원하고, 복잡한 환경 속에서도 실질적인 성과를 이끌어내는 실행 중심의 솔루션을 제시합니다.

이대의 파트너
Customer 본부장 | 컨설팅 부문
02 6138 5507
charliedlee@deloitte.com

구본승 파트너
Customer | 컨설팅 부문
02 6138 5188
bonseunkoo@deloitte.com

김충만 파트너
Customer | 컨설팅 부문
02 6099 4451
chungmkim@deloitte.com

Deloitte Insights

세일즈&마케팅 대표
권지원 Partner
jekwon@deloitte.com

성장전략부문 부대표
서정욱 Partner
juseo@deloitte.com

딜로이트 인사이트 편집장
박경은 Director
kyungepark@deloitte.com

연구원
조예원 Manager
yewcho@deloitte.com

디자이너
박근령 Senior Consultant
keunrpark@deloitte.com

Contact us
krinsightsend@deloitte.com

앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 '딜로이트 인사이트'를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte.

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the "Deloitte organization"). DTTL (also referred to as "Deloitte Global") and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms or their related entities (collectively, the "Deloitte organization") is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인("저작권자")에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.

© 2026. For information, contact Deloitte Anjin LLC