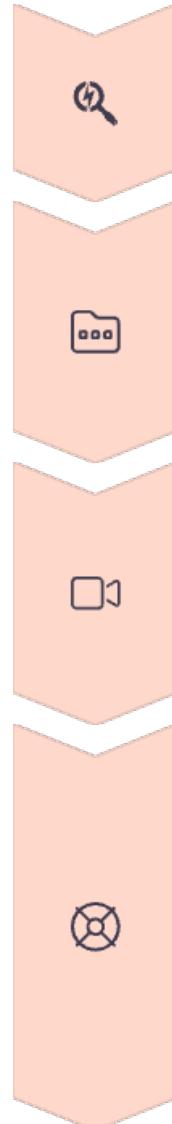


라이브커머스와 AI 추천 알고리즘의 변화

Shop Smarter. Live Brighter.
Shopwise AI

라이브커머스를 왜 지금 해야 하는가?



검색에서 AI 추천으로

전 세계적으로 온라인 쇼핑의 중심은 '검색'에서 '콘텐츠 기반 추천', 나아가 'AI 추천'으로 이동하고 있습니다.

콘텐츠 중심 소비

이제 소비자는 제품을 찾기 위해 검색창에 입력하지 않습니다. AI가 소비자의 취향과 관심을 미리 분석해 콘텐츠를 먼저 추천하고, 그 콘텐츠 속에서 제품을 자연스럽게 만나게 됩니다.

영상 콘텐츠의 힘

단순한 텍스트나 이미지보다 '누가, 어떻게 보여주느냐'가 매출을 좌우합니다.
특히 영상 콘텐츠는 말투, 표정, 스토리텔링, 사용법이 함께 담기기 때문에 텍스트보다 신뢰도와 전환율이 높습니다.

라이브커머스의 강점

라이브커머스는 실시간 소통 + 제품 사용 방식 공유 + 신뢰 형성을 동시에 할 수 있는 강력한 콘텐츠 방식입니다.

AI는 이런 라이브/쇼츠 콘텐츠를 특히 선호합니다.
영상 시청 시간, 클릭 반응, 댓글 등의 감정 반응 데이터를 학습하고 실시간 콘텐츠에 대한 반응성이 높기 때문에 이런 형식의 콘텐츠를 고객 피드에 우선적으로 추천합니다.
특히 쇼츠 클립과 라이브 방송은 AI 알고리즘이 가장 자주, 빠르게 추천하는 포맷입니다.

❖ 지금 라이브커머스를 시작해야 하는 이유는 단 하나입니다: "콘텐츠를 통해 소비자에게 먼저 도달하는 것이 가능한 시대이기 때문입니다."

AI는 어떻게 소비자 행동을 바꾸는가?

검색 중심에서 '콘텐츠 소비 중심'으로

과거 소비 흐름: "제품이 필요함 → 검색창에 키워드 입력 → 후기 확인 → 구매 결정"

현재 소비 흐름: "콘텐츠 시청 중 → 우연히 제품 노출 → 즉시 관심 → 감정적 반응 → 구매 전환"

☞ 소비자는 '필요해서 검색하는 쇼핑'보다 '보여졌기 때문에 사고 싶은 쇼핑'으로 바뀌었습니다.

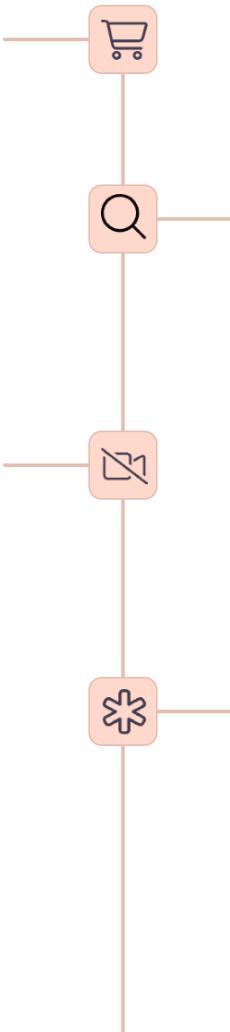
콘텐츠 추천의 핵심 = 반응이 빠른 포맷

AI는 특히 다음과 같은 반응 중심 콘텐츠를 우선적으로

노출시킵니다:

- 쇼츠(Shorts), 릴스(Reels), 틱톡 같은 짧은 영상
- 라이브커머스 방송처럼 실시간으로 반응이 집계되는 포맷

이 콘텐츠들은 즉각적인 감정 반응을 유도하고 콘텐츠 안에서 제품 사용법 + 실시간 후기가 동시에 전달됩니다.



AI 알고리즘의 작동 방식 (콘텐츠 추천 흐름)

AI는 다음의 사용자 데이터를 종합적으로 분석합니다:

- 시청 시간 (얼마나 오래 봤는가)
- 좋아요/댓글/공유 등 반응
- 과거 시청 콘텐츠와 유사성
- 구매 전환 이력

이를 통해 AI는 ☞ "이 사용자가 다음에 좋아할 콘텐츠"를 실시간으로 계산하고 추천합니다.

라이브커머스와 AI 추천의 관계

라이브커머스는 콘텐츠의 완결성, 감정성, 실시간성을 모두 갖춘 AI 최적화 콘텐츠입니다.

시청자가 오래 머물고 반응을 보일수록 → AI가 이 콘텐츠를 더 많은 고객 피드에 자동 노출 → 콘텐츠가 '사람을 찾아가는 유통 구조' 완성

❖ 핵심 요약

- AI는 "검색한 사람"보다 "콘텐츠에 반응한 사람"에게 제품을 보여준다.
- 라이브커머스는 AI 알고리즘이 선호하는 핵심 콘텐츠 포맷이다.

라이브커머스는 '정보'가 아니라 '콘텐츠' 싸움이다



Hook

주목 끌기



Story

경험과 감정 전달



Action

구매 행동 유도

소비자는 제품 스펙이 아닌 경험과 감정을 산다

콘텐츠 기획의 핵심: '상품 설명'이 아닌 '경험 설계'가 매출을 만든다

구분	정보형 콘텐츠	경험형 콘텐츠
설명 방식	기능, 데이터 나열	상황, 감정 중심
표현 방식	"이 제품은..."	"제가 이걸 쓴 이유는요..."
주체	제품 중심	사용자 중심
연결 방식	논리적 설득	감정적 몰입 유도

콘텐츠 예시

- ✗ "이 텀블러는 진공단열 구조이고 12시간 보냉됩니다."
- ✓ "아침 9시에 넣은 얼음이 오후 4시에도 그대로 있었어요!"

경험 전달 콘텐츠 구성

- 문제 제기
- 공감 상황
- 해결 도입
- 시연/리액션
- CTA

감정 표현

콘텐츠 내 감정 표현(댓글, 리액션) → 알고리즘 가중치 상승

시연 효과

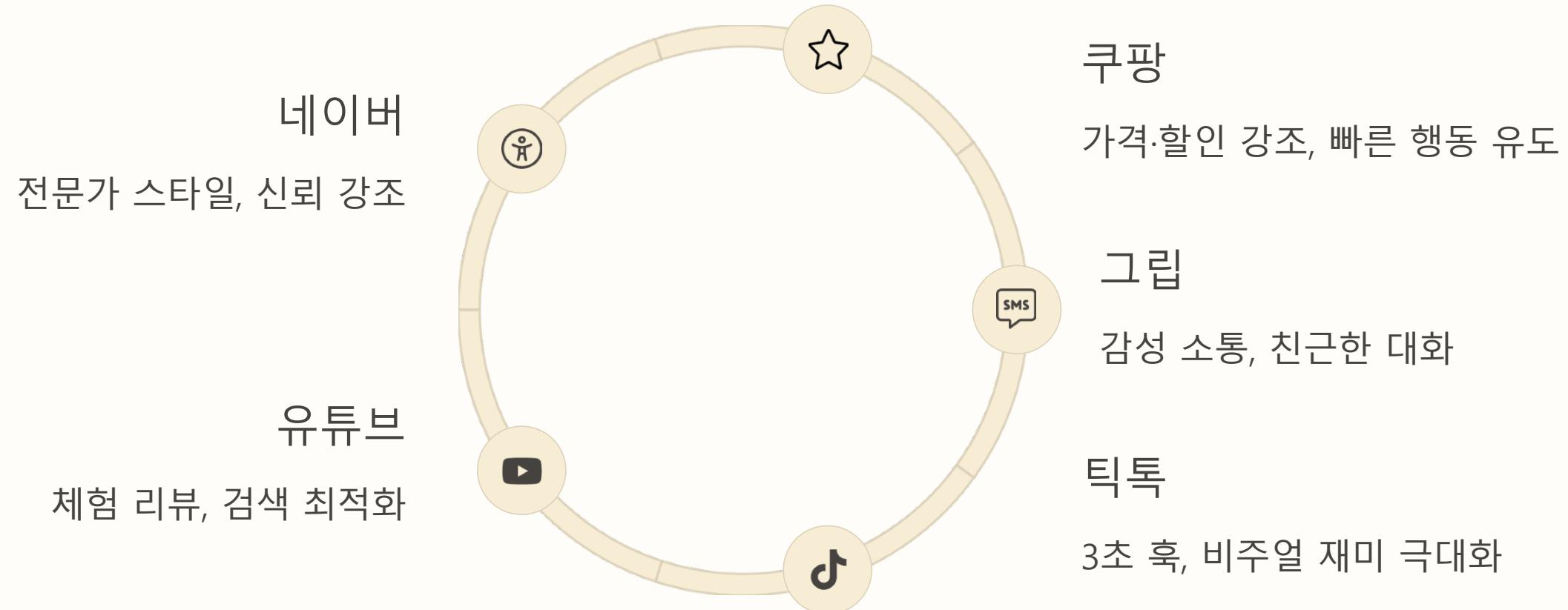
제품 사용 모습을 직접 보여주는 것이 설득력 증가

실시간 소통

라이브커머스는 이 요소가 자연스럽게 포함됨

❖ 핵심 메시지: "설명하지 말고 '느끼게 하라'. 그것이 매출을 만든다."

같은 상품, 다른 접근 전략

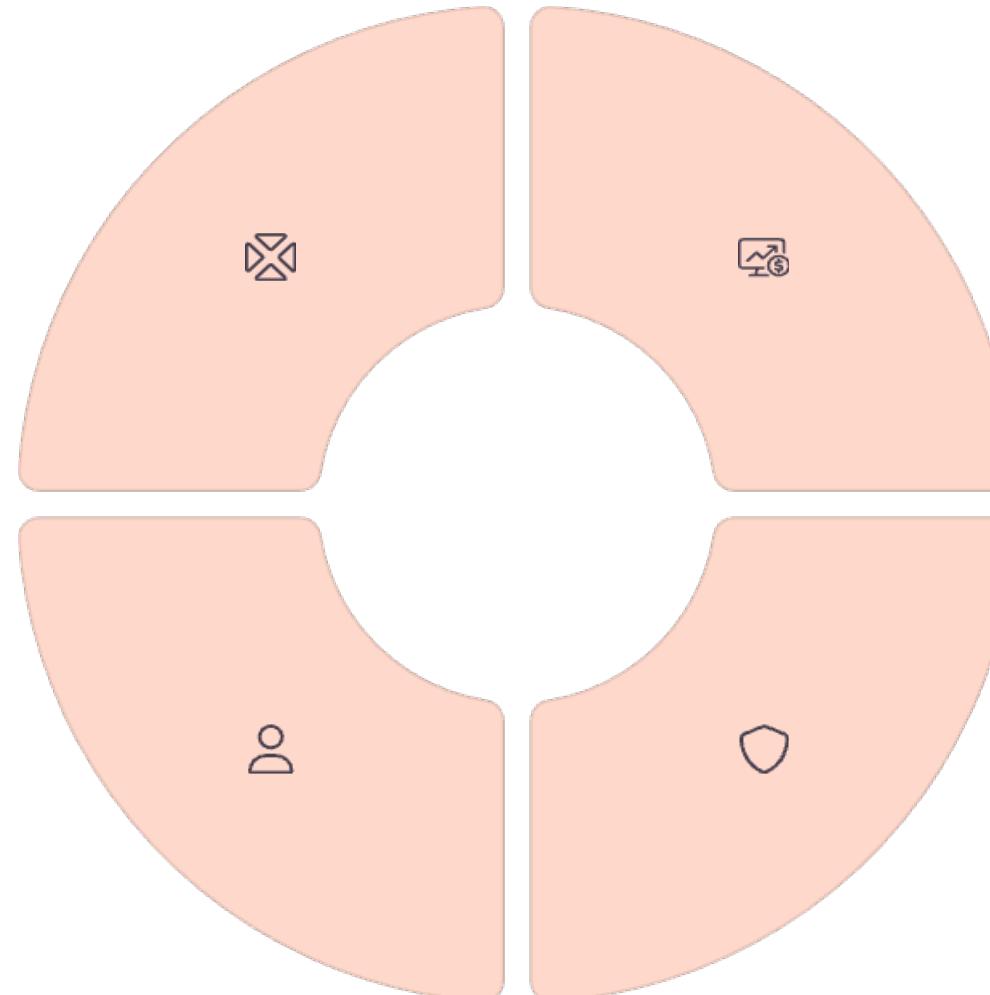


네이버쇼핑 알고리즘의 진화: 개인화가 더해진 AI 추천 구조

적합도 알고리즘
사용자의 검색어와 상품 콘텐츠(제목, 설명, 키워드)의 텍스트 일치도를 기반으로 정렬

인기도 알고리즘
클릭 수, 장바구니, 찜, 리뷰 수, 전환율 등 사용자 반응 지표 기반

개인화 알고리즘 (2025년)
사용자 시청 시간, 스크롤 패턴, 클릭 반응, 감정 표현 등 정교하게 분석
콘텐츠 중심 구조로 변화: "상품"보다 "콘텐츠"가 먼저 추천됨



신뢰도 알고리즘
판매자의 리뷰 평점, 거래 이력, 배송 안정성, 고객 응대 등으로 평가

브랜드커넥트

광고 없이 콘텐츠로 고객에게 도달하는 구조

- 콘텐츠 품질 + 반응성만으로 AI가 추천
- 광고비 없이도 콘텐츠 유통 가능 (브랜드 → 인플루언서 매칭, 자동 정산 포함)

CUE 시스템

긴 영상 → AI가 자동으로 속품 클립 분해

- 시청률 높은 구간 클립화 → AI가 개인 피드에 추천
- 라이브커머스 콘텐츠 재활용 극대화

2025년 네이버 쇼핑 개인화 추천 강화

AI 기반 맞춤형 추천이 핵심! 내 상품이 더 많이 노출될 수 있도록 대비해야 합니다.





네이버 쇼핑 개인화 추천이란?

1 맞춤형 노출

모든 사용자에게 동일한 상품을 노출하는 방식이 아닙니다.

2 데이터 기반

사용자의 검색, 구매, 클릭 데이터를 기반으로 맞춤형 추천합니다.

3 AI 분석

AI가 개인의 관심사와 행동 데이터를 분석하여 가장 적합한 상품을 노출합니다.

AI 추천을 받기 위한 필수 전략

상품명 & 키워드 최적화

1

클릭률 & 체류 시간 증가

2

구매 전환율 최적화

3

리뷰 & 평점 관리

4

네이버 쇼핑 라이브 & 속품 활용

5

상품명 & 키워드 최적화

나쁜 예시

"가방 신상 블랙 색상"

좋은 예시

"여성 데일리 미니백 블랙 | 가죽 크로스백 | 출근룩 추천"

검색 트렌드 반영

고객이 찾는 키워드를 포함하세요.

제품 특성 상세 기재

AI가 정확히 인식할 수 있도록 합니다.

유행 키워드 반영

#꾸안꾸룩 #트렌드아이템 등을 활용하세요.



네이버 쇼핑 라이브 & 솟폼 활용

1 ————— 라이브 방송

실시간 댓글과 좋아요로 AI가 인기 상품으로 인식합니다.

2 ————— 판매량 급증

라이브 중 판매 증가로 AI 추천이 강화됩니다.

3 ————— 솟폼 영상

짧고 강렬한 영상으로 AI가 즉각 추천합니다.

4 ————— 관심 상품 분류

StackNavigator을 본 고객에게 AI가 관련 상품을 추천합니다.

결론: 네이버 AI 추천을 극대화하려면?

AI 추천 우선순위 상승

- 1 라이브 & 솝품 활용

상품 신뢰도 상승

- 2 리뷰 & 평점 관리

AI 추천 강화

- 3 구매 전환율 최적화

AI 신뢰도 상승

- 4 클릭률 & 체류 시간 증가

검색 노출 강화

- 5 상품명 & 키워드 최적화