BizSpring CONVERSION™

비즈스프링 컨버젼™

With Simple Attribution Model

AD Conversion Performance Tracking System
for Ad-Platform & Media

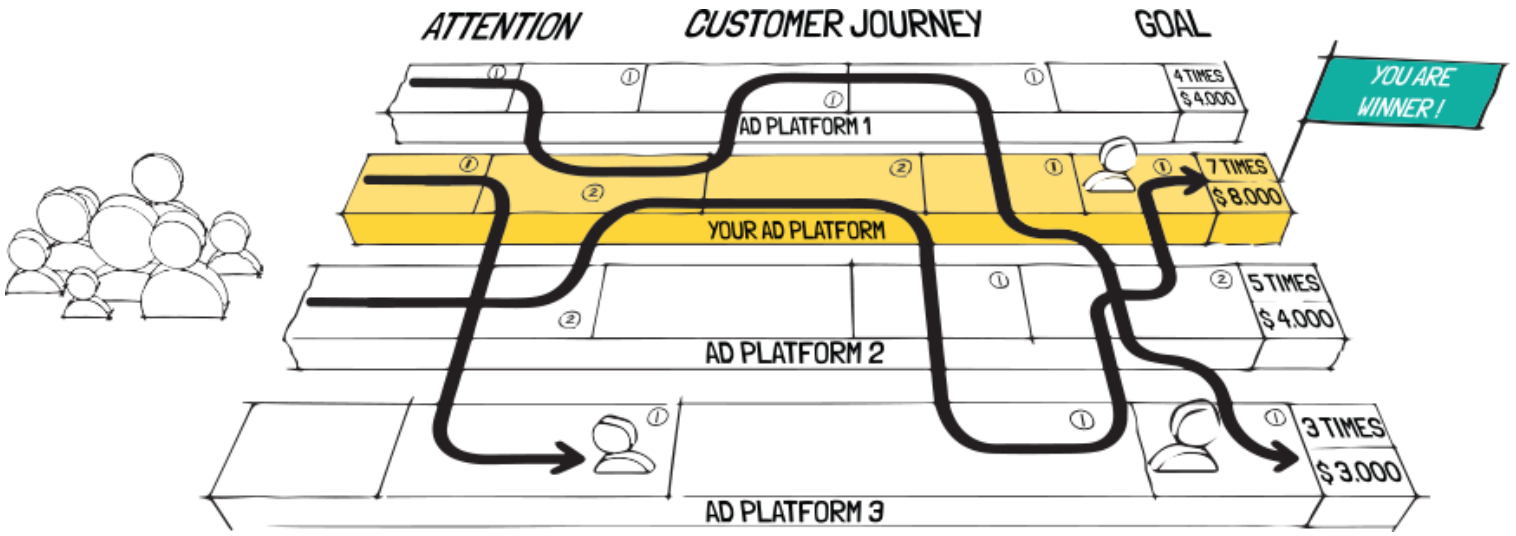
www.bizspring.co.kr

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

Rev.3

매체 광고상품의 경쟁력과 신뢰도 향상

"매체성과를 적극적으로 어필하다."



You Can!

매체사와 광고플랫폼은 광고 매체의 성과를 객관적이고 효과적으로 광고주에게 제시할 수 있습니다.

① 광고상품의 성과 기여를 놓치지 않으므로 상품성을 극대화할 수 있습니다.

② 객관적이고 투명한 광고 성과 리포팅 시스템을 통해 매체 신뢰성을 높입니다.

③ 광고주 요구에 맞는 성과 유형 리포팅과 편의성이 제공되므로, 매체 및 광고상품에 대한 만족도를 높입니다.

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

광고 집행 성과를 객관적이고 투명하게 광고주에게 제공하고, 매체 상품 경쟁력을 높입니다.

/ BizSpring CONVERSION™ 소개

/ 기능과 특장점

/ 화면 미리보기

/ 적용 방법의 예

01. BizSpring CONVERSION™ 소개

이제 매체사와 광고플랫폼은 광고 매체의 성과를
객관적이고 투명하게, 또한 효과적으로
광고주에게 제시할 수 있습니다.

CONVERSION™ 소개 필요성

광고주 입장에서는 매체와 광고상품, 그리고 성과 측정의 방식도 매우 다양 해졌고 선택의 폭이 넓어 졌습니다.
이제 매체에서는 단순 노출과 클릭이 아닌, 다양한 성과의 측정 지표와 기여 모델에 따라 광고 상품의 상품성을 광고주에게 제시해야 할 때 입니다.

점차 심해지는 매체, 광고간 경쟁 속에서
어떻게 하면 우리 광고가 구매 여정에 다각도로 기여했음을 어필할 수 있을까요?

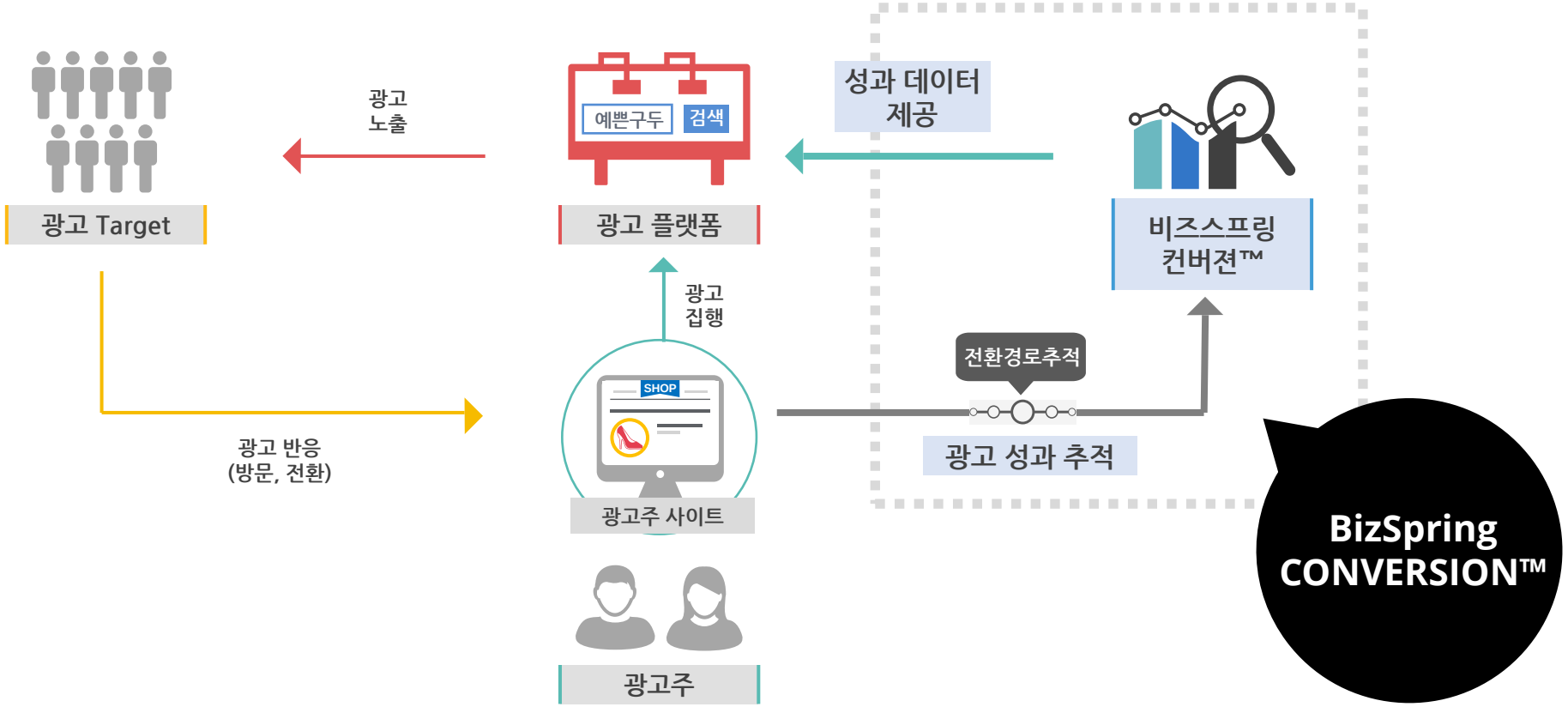


디스플레이/배너 쇼핑 광고
언론사 리타겟팅 광고
SNS 광고
검색 광고
우리 매체 광고
유명 어플내 광고
광고주 사이트 방문
구매 및 결제

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

CONVERSION™ 소개 구성과 흐름

비즈스프링에서 제안하는 CTS(Conversion Tracking System)의 일종인 BizSpring CONVERSION™(비즈스프링 컨버젼)은
광고의 성과를 실제 전환 기반으로 측정하여 제공해드리는 광고매체사 전용 분석 서비스입니다.
광고 상품에 가장 적합한 광고 성과 측정방식을 제공하며, 제3자에 의한 객관적인 리포팅이 이루어지므로 매체 신뢰도를 향상 시킬 수 있습니다.



Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

CONVERSION™ 소개 기대 효과

BizSpring CONVERSION™을 통해 광고 시스템의 완성도를 높일 수 있음은 물론, 신뢰할 수 있고 객관적인 운영 결과를 광고주에게 제공 할 수 있어 광고주의 만족도와 매체 신뢰도, 광고 상품의 경쟁력을 함께 얻으실 수 있습니다.
특히, 대표적인 어트리뷰션(성과기여) 모델에 의한 데이터는 매체내 새로운 광고상품 개발을 위한 참고 데이터로도 이용될 수 있습니다.

1/ 광고 상품성 극대화

광고의 성과 기여를 놓치지 않으므로, 광고 상품의 성과와 경쟁력을 극대화 할 수 있습니다.

2/ 매체 신뢰도 향상

객관적이고 투명한 광고 성과 리포팅 시스템을 통해 매체 신뢰성을 높입니다.

3/ 광고주 만족도 개선

광고주 요구에 맞는 성과 유형 리포팅과 편의성이 제공되므로, 매체 및 광고상품에 대한 만족도를 높입니다.

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

02. 기능과 특장점

매체 광고상품에 필요한 어트리뷰션(성과기여)모델을 제공하며,
빠르게 광고플랫폼에 적용하실 수 있도록
커스텀 브랜딩화 된 화면과 XML/API등 연동을 지원합니다.

기능과 특장점 웹로그분석 또는 어트리뷰션과의 차이점

BizSpring CONVERSION™은 기존 웹로그분석 또는 광고성과 기여모델에 따른 어트리뷰션 툴과 다르게
보다 광고매체, 광고플랫폼 운영과 광고주에게 해당 광고매체의 성과를 어필하는데 더욱 집중되어 있습니다.

비교항목	BizSpring CONVERSION™	BizSpring Attribution™	LOGGER™ 등 웹로그분석
분석의 주제와 초점	미디어와 **광고 퍼포먼스**	마케팅 캠페인 퍼포먼스	사이트 퍼포먼스와 간단한 레퍼러 성과
주 사용자	**매체사**, 광고플랫폼	캠페인/마케팅 담당자	사이트, 상품, 마케터 일반
주 목적	특정 광고매체의 **제3자 관점 성과 추적**	캠페인/프로모션내 동적 성과기여 모델 적용	범용(사이트 이용, 행동, 유입, 1차 광고성과)
주요 성과차원	광고, 광고속성, 디바이스/타겟 유형	캠페인, 매체, 광고 등	유입 키워드, 광고, 캠페인, 콘텐츠 등
성과 추적/기여 모델 (Attribution Model)	First/Last Click, Linear(균등), 중복 할당(RAW), 균등분할(1/N) 등 **(Multi Touch)**	First/Last Click, Linear(균등), 중복 할당(RAW), 균등분할(1/N) 등 (Multi Touch)	Last Click 중심 (Single Touch)
성과인정기간 (Look-Back Window)	**매체사가 광고 상품별 특성에 맞춰 유연하게 정의**	사용자가 개별 임의 정의	기준 14일, 개별 사용자 정의
비고	통합된 매체사향 전환추적 및 백엔 드 데이터 제공 및 리포팅 솔루션	모바일 전용 어트리뷰션이 아닌, 웹&모바일 환경을 포괄한 동적 어트리뷰션 솔루션	일부 웹로그분석을 변형한 전환추적시스템이 존재함.

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

기능과 특장점 대표적인 어트리뷰션(성과기여) 모델을 제공

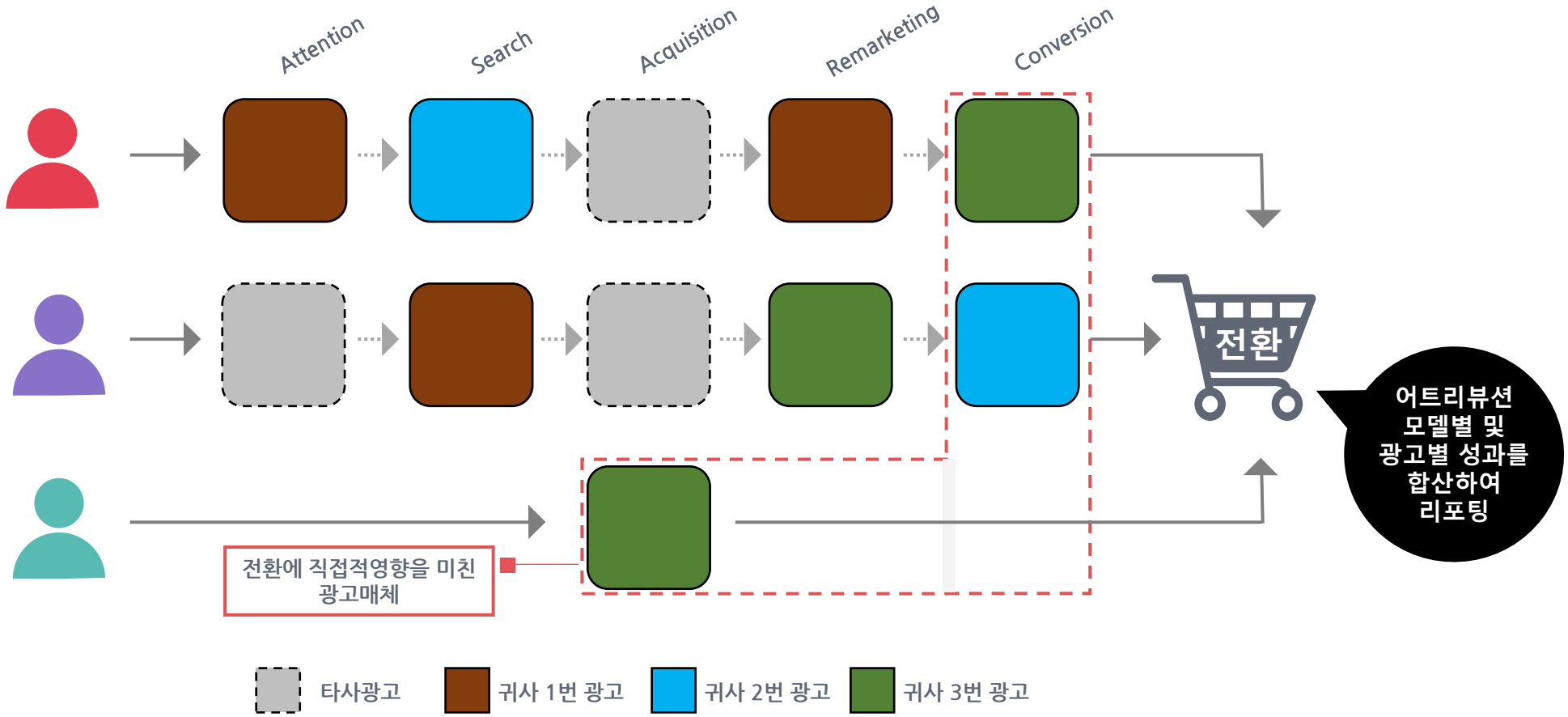
매체내 광고 상품들은 마케팅의 여러 단계와 목적에 따라 다르게 평가받아야 합니다.
어트리뷰션을 대표적인 4가지 유형을 현재 일반 광고주가 이해하기 쉬운 형태로 제공하므로써, 광고성과를 유연하면서도 극대화하여 어필할 수 있습니다.



Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

기능과 특장점 구매 전환까지의 광고영향 패턴

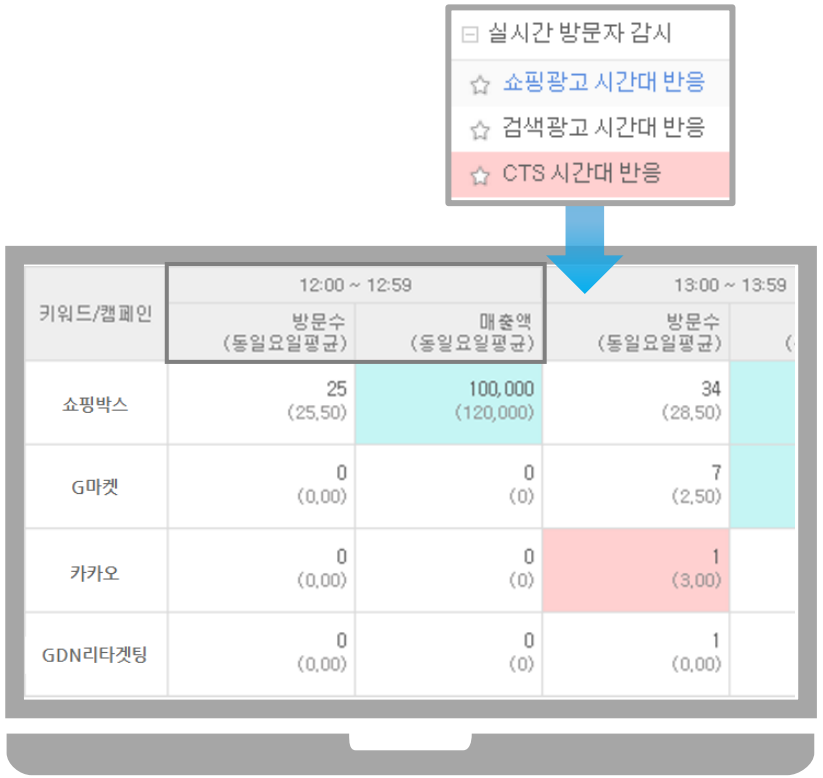
매체사에서 운영중인 광고 중 방문자들이 전환을 일으키기 전까지 클릭한 광고의 분석을 통해 매체사 내 광고의 클릭 패턴, 전환에 효과 있는 광고 상품, 선호 광고 영역 등을 확인할 수 있습니다. 고객구매여정(Customer Journey) 단계별 광고상품을 매칭할 수 있으므로, 보다 최적의 매체/상품 제안을 할 수 있고 신규 광고상품 설계에 도움이 됩니다.

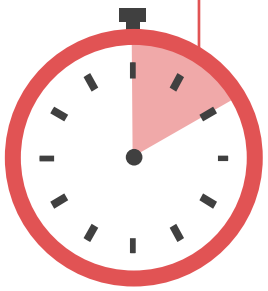


Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

기능과 특장점 실시간 성과 트래킹

광고주가 에이전시 및 마케터를 통해 광고를 집행한 직후 가장 궁금해 하는 것은 '지금 광고가 집행되고 있으며 성과가 나는가?' 입니다.
BizSpring CONVERSION™은 광고 집행의 'LIVE' 상태를 제공하므로, 광고주 신뢰도 향상과 마케터의 광고성과 향상 관리를 위한 환경을 제공합니다.





지금 오후 1시의 광고 성과는?

광고별 **방문수**와 **매출액을 실시간으로 모니터링**하여 상황에 따라 유기적으로 대응이 가능합니다.

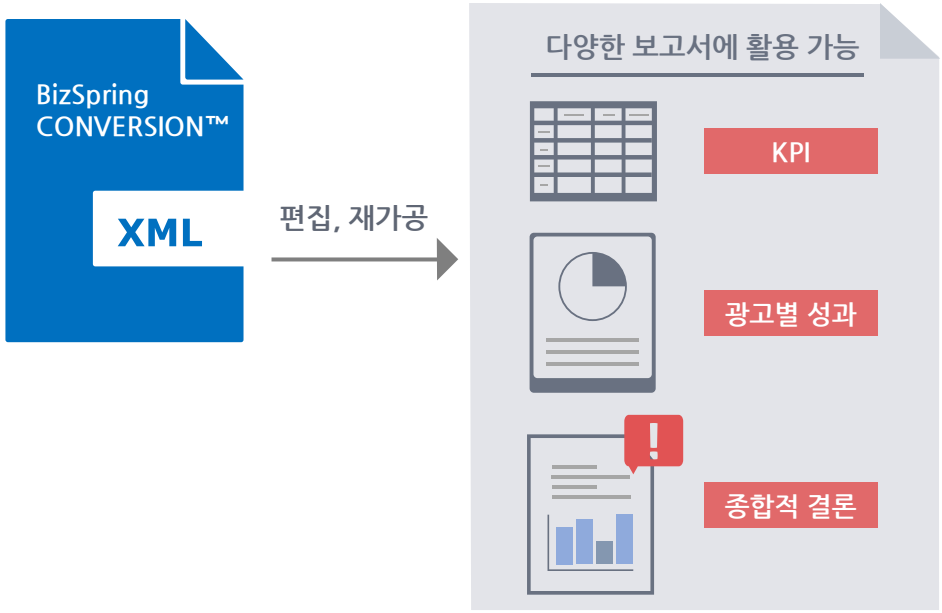
광고소재가 쇼핑몰 상품으로 집행되는 매체일 수록 더욱 효율/효과를 경험한 광고주가 많습니다.

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

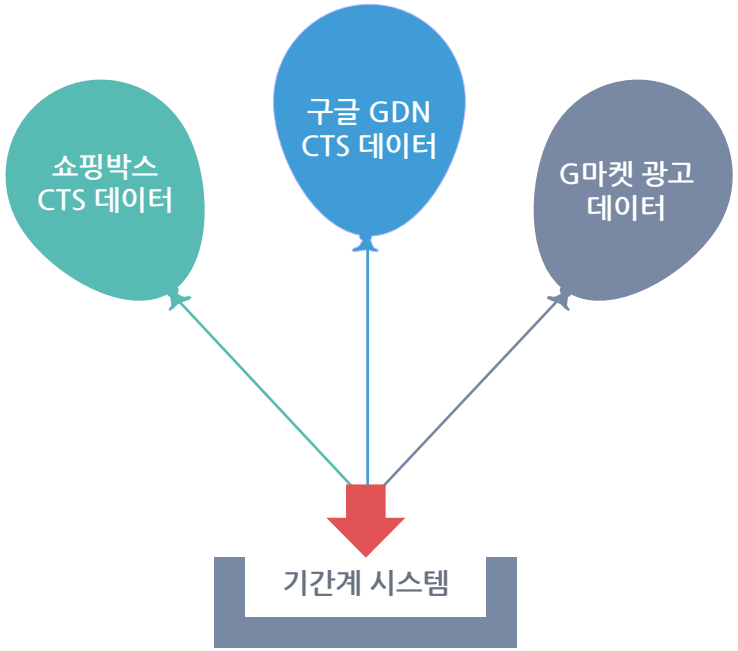
기능과 특장점 XML / API 제공을 통한 연동

트래킹한 다양한 광고 성과값을 기존의 매체사 리포팅 시스템에 전송하여, 통합된 하나의 광고주 시스템 운영에 편입하여 사용하실 수 있습니다. 일종의 Post-back 연동과 동일한 방법을 제공하므로 광고주 편의를 제공하게 되며, 매체사는 원천 데이터를 활용하여 추가 리포팅/서비스를 개발 할 수도 있습니다.

광고주 센터 보고서 통합 또는 추가 기능 개발



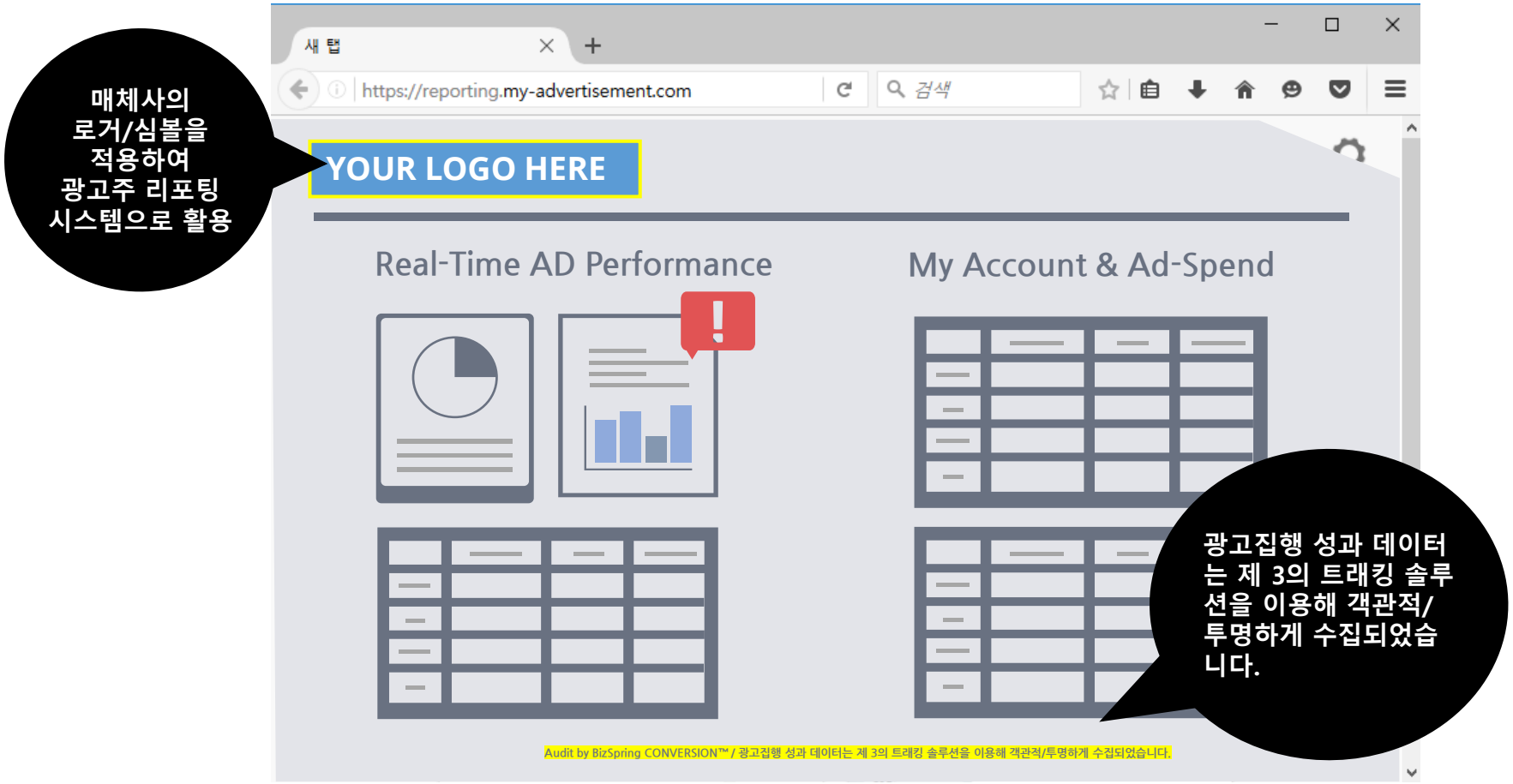
기존 기간계 시스템 활용



Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

기능과 특장점 커스텀 브랜딩 제공

기술적 연동 없이 본 시스템에 귀사의 브랜드가 표현되게 함으로써, 손쉽게 광고주 리포팅 시스템을 경제적이며 투명하게 운영하실 수 있습니다.
특히 '신규 광고플랫폼을 구축'하시고 빠르게 런칭하실 경우 편리합니다.



Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

03. 화면 미리보기

/ 투명하고 객관적인 리포팅으로 광고집행 상황에 대한 신뢰를 높이고,
/ 매체-광고상품의 추가 집행을 할 수 있도록 고객구매여정별 패턴을 제시하며,
/ ROAS 향상 작업을 할 수 있도록 집행 중인 광고 캠페인 상태를 실시간 제공.

참고

BizSpring CONVERSION™은 귀사가 2개 이상의 광고플랫폼/매체를 운영하는 경우도 대응되도록 설계되어 있습니다.
미리보기 화면은 2개 이상의 광고매체와 해당 광고상품/지면을 운영 및 판매하는 것을 가정하여 준비되었습니다.
만약 1개 단일 매체를 운영하시는 경우에는 해당 매체만 분석/리포팅 되도록 설정 및 운영하실 수 있습니다.

화면 미리보기 매체-광고의 집행 상황과 성과를 다각도로 제공/어필

매체의 모든 광고 성과 값을 4가지(중복성과, 기여성과, 최종캠페인성과, 직접성과)로 제공하므로, 클라이언트의 마케팅 목적에 맞추어 매체내 광고성과의 어필을 최대로 할 수 있습니다. 또한, 클라이언트는 보다 적극적으로 광고비용 책정을 할 수 있도록 합니다.

고객사로 부터 직접 트래킹 후 정리 보고되므로 고객의 신뢰도가 높습니다.



광고 성과별 측정 데이터를 한눈에 쉽게 비교 분석 가능하며, 4가지 데이터 측정 모델링 제시

* 광고별 매출기준 성과

* 본 데이터는 BizSpring CTS 서비스를 이용하는 고객사의 데이터를 가공하여 제공해드리는 통계 데이터입니다.
* 본 데이터를 통해 제공되는 매체별 점유율은 참고용으로 제공해드리는 것이며, 실제 매체의 영향력과는 차이가 발생할 수 있습니다.

- 조회기간 : 2016-09-29 ~ 2016-09-29
- 중복성과 기준 : ◯ 방문 ◯ 회원가입 ◯ 주문 ◯ 주문상품 ◉ 매출액 적용

매체/프로그램	최종 캠페인	방문	회원가입	주문	주문상품	매출액
모바일맥스 / 인라인 디스플레이 TYPE A	O	19.94%	13.14%	20.05%	19.30%	22.14%
모바일맥스 / 인라인 디스플레이 POPUP	O	15.75%	25.09%	19.11%	21.08%	19.10%
모바일맥스 / 지연 노출 연관검색어형	O	2.43%	0.17%	10.25%	7.53%	14.01%

중복성과 (직접+간접 방문, 전환값)

방문수	회원가입수	주문횟수	매출액
88,690	160	412	23,008,832

기여성과 (직접+간접 방문, 전환값을 매체별로 균등분할)

방문수	회원가입수	주문횟수	매출액
57,125.32	109.95	257.49	13,848,034

최종 캠페인성과 (직접+간접 방문 중 마지막 매체/프로그램 전환값)

방문수	회원가입수	주문횟수	매출액
58,890	112	262	14,009,737

직접성과 (직접 방문, 전환값)

방문수	반송률	회원가입수	주문횟수	매출액
51,500	475.28%	65	127	5,938,502

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

화면 미리보기 구매전환 여정(경로) 탐색으로 연관 광고의 집행을 유도

최종 전환에 도달하기까지 방문자가 이동했던 매체(또는 단일 매체내 광고상품)들의 전환경로를 확인할 수 있으며, 최종 구매 전환이 발생하기까지 영향을 준 광고 패턴을 보여줌으로써 관련 추가 광고상품의 비용집행을 유도합니다.

● 최초인식 ● 최종전환

순위	전환경로	주문수	매출액	매출액/주문
1	NSTP 트렌드상품_상단	26	₩1,573,603	₩60,523
2	DHST 다음1탭_1	18	₩1,000,810	₩55,601
3	DAUMTO 다음3탭3	11	₩596,050	₩54,186
4	DAUMTO 다음3탭2	9	₩493,380	₩54,820
5	DAUMTO 다음3탭로고	8	₩423,350	₩52,919
6	DHMT 다음모바일1탭_1	8	₩406,340	₩50,793
7	NAVERTPICK 트렌드픽_소재1 / NAVERTPICK 트렌드픽_소재1 / NAVERTPICK 트렌드픽_소재1	5	₩370,940	
8	DHMT 다음모바일1탭_1 / DHMT 다음모바일1탭_2	5	₩364,600	
9	DHST 다음1탭_1 / DHST 다음1탭_1 / DAUMTO 다음3탭6 / DAUMTO 다음3탭4 / DAUMTO 다음3탭3 / DAUMTO 다음3탭2	1	₩265,900	
10	DHMT 다음모바일1탭_2	5	₩258,200	

가장 많은 전환을 일으키는 광고 패턴의 순위 확인

서로 시너지를 내는 광고를 파악

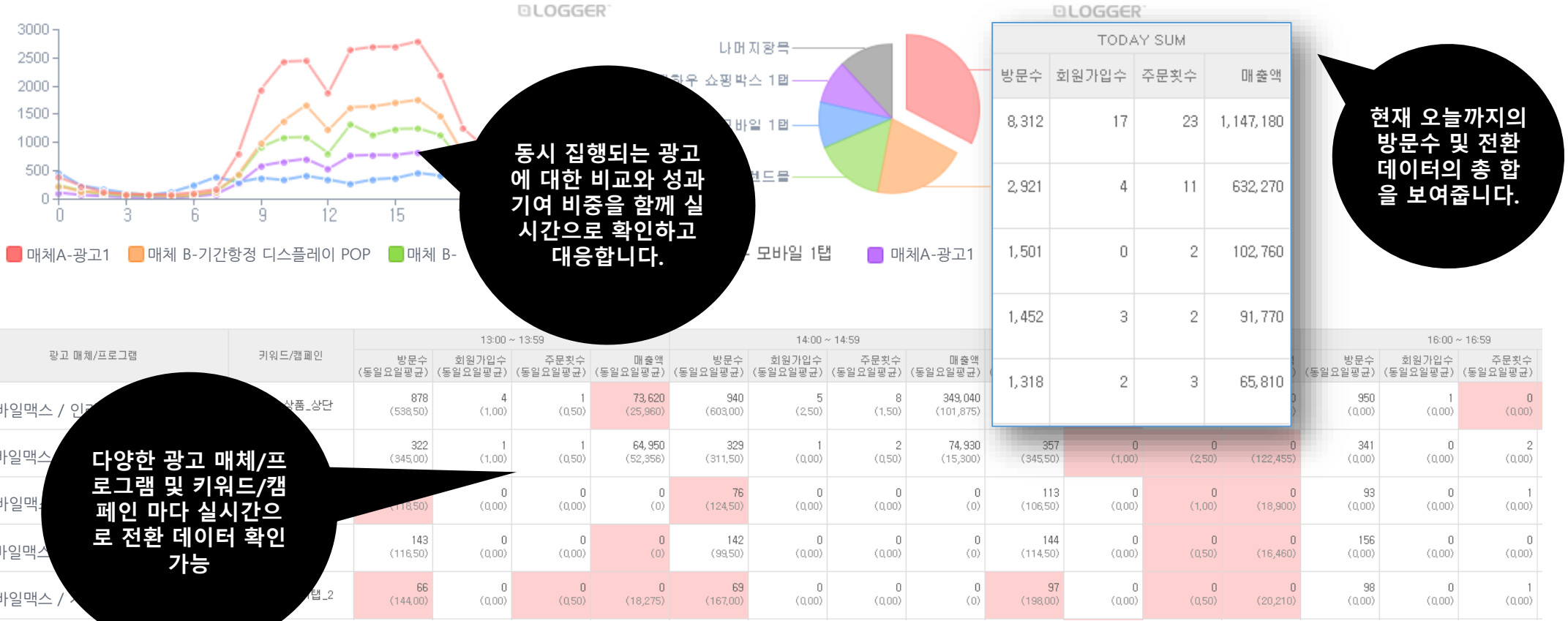
최초인식과 최종 인식에 따른 구분으로 각 매체/광고 클릭의 영향 구분

* 2개이상 매체운영의 예시입니다. 1개 매체/광고플랫폼인 경우에는 해당 매체 이하 광고상품으로만 리포팅 됩니다.

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

화면 미리보기 광고 퍼포먼스를 높이기 쉽도록 실시간 대응 정보를 제공

높아지는 ROAS는 귀사의 매체/광고상품에 대한 좋은 경험을 갖게 하며, 지속적인 광고집행을 하게끔 합니다.
광고를 집행 관리하는 현업담당자와 대행사에서 실시간으로 확인하고 최대의 ROAS를 관리할 수 있도록, 진행중인 모든 온라인 광고의 성과 데이터를 실시간으로 제공합니다.



광고 매체/프로그램	키워드/캠페인	13:00 ~ 13:59				14:00 ~ 14:59								16:00 ~ 16:59		
		방문수 (동일요일평균)	회원가입수 (동일요일평균)	주문횟수 (동일요일평균)	매출액 (동일요일평균)	방문수 (동일요일평균)	회원가입수 (동일요일평균)	주문횟수 (동일요일평균)	매출액 (동일요일평균)					방문수 (동일요일평균)	회원가입수 (동일요일평균)	주문횟수 (동일요일평균)
모바일맥스 / 인	상품_상단	878 (538,50)	4 (1,00)	1 (0,50)	73,620 (25,960)	940 (603,00)	5 (2,50)	8 (1,50)	349,040 (101,875)					950 (0,00)	1 (0,00)	0 (0,00)
모바일맥스		322 (345,00)	1 (1,00)	1 (0,50)	64,950 (52,356)	329 (311,50)	1 (0,00)	2 (0,50)	74,930 (15,300)	357 (345,50)	0 (1,00)	0 (2,50)	0 (122,455)	341 (0,00)	0 (0,00)	2 (0,00)
모바일맥		(116,50)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0)	76 (124,50)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0)	113 (106,50)	0 (0,00)	0 (1,00)	0 (18,900)	93 (0,00)	0 (0,00)	1 (0,00)
모바일맥스		143 (116,50)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0)	142 (99,50)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0)	144 (114,50)	0 (0,00)	0 (0,50)	0 (16,460)	156 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)
모바일맥스 /	탭_2	66 (144,00)	0 (0,00)	0 (0,50)	0 (18,275)	69 (167,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0)	97 (198,00)	0 (0,00)	0 (0,50)	0 (20,210)	98 (0,00)	0 (0,00)	1 (0,00)

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

04. 적용방법의 예

일반적인 웹분석과 같이
간단한 추적 URL 설정과 스크립트 태깅을 통해서
광고주-매체사 모두 만족스러운 환경을 구축할 수 있습니다.

적용방법의 예 추적 URL 과 파라미터

분석할 광고의 랜딩페이지 URL에 BizSpring CONVERSIOIN™ 추적 파라미터를 설정하면 광고 매체 및 광고 상품별 성과 데이터를 수집할 수 있습니다.
매체/광고플랫폼에서 광고상품별로 사전 코드화를 구성한 후 일괄 리다이렉션에서 출력하시면 광고주는 더욱 편리해집니다.

1. CTS 추적 파라미터 구성 요소

변수명	변수값
BSCPN	고정값 부여 (필수)
BSPRG	고정값 부여 (필수)
BSCCN1	사용자정의 변수 사용(필수)

2. 랜딩페이지 URL 예시

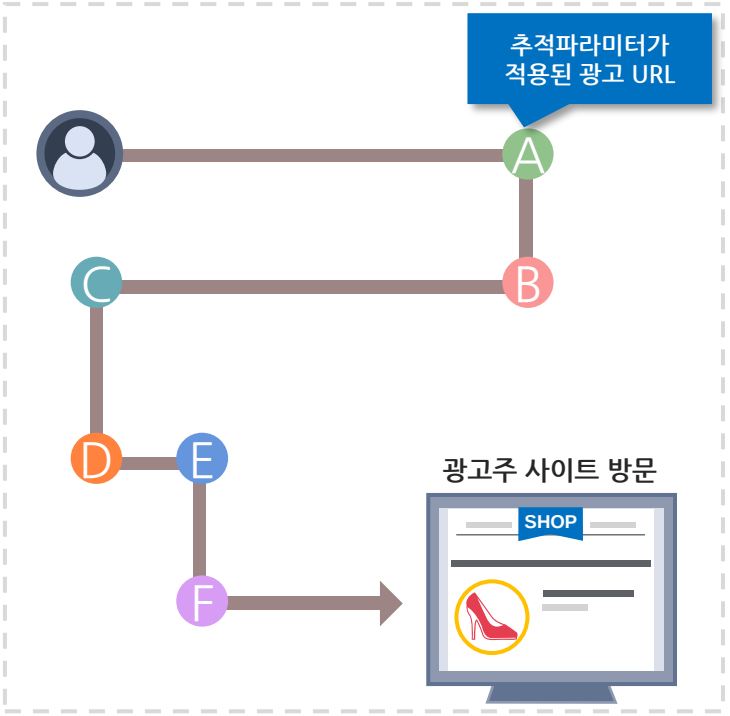
페이스북 광고 집행 시 :
http://www.멋진스타일.com?**BSCPN**=TAMD&**BSPRG**=TAMD&**BSCCN1**=facebook

고정값 부여 (필수)

사용자 정의 변수 사용 (필수)

3. CTS 추적 방법

추적파라미터가 있는 광고 랜딩페이지 URL을 통해 광고주 사이트 방문시 CTS스크립트가 실행되어 전환경로를 추적



Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

적용방법의 예 손쉬운 추적 URL 관리기능 제공

광고주의 개별적인 광고상품 추적을 원하는 경우를 위해, 키워드(광고소재)나 광고상품별 추적URL 생성과 대량 등록 기능을 제공합니다.

1. 키워드/상품 개별 등록

소량의 키워드의 파라미터를 생성할 때 사용합니다.
동일한 매체에서 집행중인 소량의 키워드를 등록할 때 용이합니다.



2. 키워드/상품 대량 등록

대량의 키워드의 파라미터를 한꺼번에 생성할 때 사용합니다.
CSV파일을 업로드 하여 대량 키워드의 파라미터를 쉽게 생성할 수 있습니다.



http://www.멋진스타일.com?BSCPN=TAMD&BSPRG=TAMD&BSCCN1=facebook

생성된 추적 파라미터를 광고 랜딩 URL에 적용합니다.

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

적용방법의 예 전환성과 추적 스크립트 적용

광고주 웹사이트등에서 전환의 추적은 스크립트를 이용해서 추적합니다.
일부 구매전환 기간이 긴 고객의 성과를 놓치지 않기 위해서, 고객별 성과인정기간(Look-back window)를 커스텀 설정하실 수 도 있습니다.

1. 스크립트 적용

1) 기본 스크립트 : 모든 페이지에 적용
2) 환경변수 스크립트 : 해당하는 페이지에 적용

*** 환경변수 스크립트**

변수명	변수값	적용 페이지
_TRK_PI=“RGR”	고정값 부여 (필수)	회원가입 완료 페이지
_TRK_PI=“ODR” _TRK_OA	고정값 부여 (필수)	주문 완료 페이지
_L_LALT = "30"; /* Cookie Lift Time with sec value */	사용자정의 변수 사용(필수)	모든 페이지

2. 간접 성과 일수 조절 가능

환경변수 LALT 값을 변경함으로써, 광고 매체사 별로 간접 성과의 유효기간을 다르게 설정할 수 있어 측정의 편의를 높였습니다.

*** 간접 성과란?**

광고를 통해 유입된 방문자가 정해진 간접 성과 일수(Look-back window) 기간 내에 일으킨 성과

*** 간접 성과 일수 설정 방법 (예시)**

1) 간접 성과 일수를 14일로 설정 시 :
_L_LALT=“14”; 으로 설정하여 모든 페이지에 적용

2) 간접 성과 일수를 30일로 설정 시 :
_L_LALT=“30”; 으로 설정하여 모든 페이지에 적용

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

ALL ABOUT CONVERSION TRACKING FOR AD-PLATFORM

성공적인 광고 매체의 운영과 제안. BizSpring CONVERSION™으로 앞서가세요.

02-6919-5516 sales@bizspring.co.kr

BizSpring CONVERSION™은 광고 집행 성과를 객관적이고 투명하게 광고주에게 제공하고,
매체 상품 경쟁력을 높이는데 가장 유용한 시스템 입니다.

Copyright BizSpring Inc. All Rights Reserved.

BizSpring®

THANKS FOR CONVERSION

Smart & Intelligent Business

CONTACT US :

(우) 04788 서울특별시 성동구 광나루로 130 서울숲아이티캐슬 14층 1410호

02-6919-5516

sales@bizspring.co.kr

VISIT US :

bizspring.co.kr

blog.bizspring.co.kr

facebook.com/bizspring