*제목:*

대규모 업데이트: 타겟구성 도구 (Audience Builder), 실제 투자수익 (Real ROI), 시간별 집계 (Hourly Aggregation), 시간대 온더플라이 (On-the-fly Timezones)

**Mobile Measurement 2.0입니다!**

오늘은 세 가지 획기적인 업데이트 사항에 관해 알려드리고자 합니다.

* 타겟구성 도구(Audience Builder)는 고객 유형을 분할하여 필요한 데이터를 정확하게 보내도록 도와드립니다.
* 실제 투자수익률(Real ROI)은 투자 대비 실제 수익을 측정하는 도구 모음입니다.
* 그리고 시간별 집계(Hourly Aggregation)는 집계한 데이터를 어느 시간대에서든 확인할 수 있게 해드립니다.

자세한 사항을 확인하시려면 뉴스레터를 계속 읽어보시거나 제품 개요를 확인하세요. 이번 신상 기능은 2분기 초 클로즈드 베타 완성을 시작으로 점차 사용자 전체에 적용할 예정입니다.

MWC 2017에서 저희 부스를 방문하셔서 이들 기능에 관해 더 자세히 알아 보세요. Adjust의 모바일 스쿨(Mobile School)에 가입하시면 현재 사용중인 패키지와 상관 없이**Adjust의 고급 기능 전부를 1달간 무료로 시험 사용하실 수 있습니다!**

**타겟구성 도구로 고객군을 분할, 올바른 데이터를 전송하세요.**

데이터를 스스로 컨트롤하세요.

타겟구성 도구(Audience Builder)는 Adjust 플랫폼에 새롭게 등장한 부분으로, Adjust 대시보드나 신형 세그먼트 API에서 **타겟고객 분할 규칙을 직접 지정하고 기기 ID 목록 형태로 고객 목록을 전송**할 수 있게 해드립니다.

타겟구성 도구를 사용하면 파트너를 정하기 전부터 리타겟팅 광고 계획을 수립할 수 있으며, 또한 각 파트너에게 슬라이스를 전송하여 신속한 광고 집행이 가능합니다. 푸시 알림에서 웨일 분석 (whale analysis), 리인게이지먼트 (re-engagement) 및 특정 그룹 배제 타겟팅에 이르기까지… 타겟구성 도구만 있으면 충분합니다.

이는 언제라도 바로 새로운 파트너를 대상으로 광고 캠페인을 운영할 수 있을 뿐만 아니라, 어떤 파트너에게 어떤 데이터를 전송할 지 또한 예전과는 비교조차 안될 수준으로 스스로 컨트롤할 수 있다는 의미입니다. 데이터베이스를 사용 유저를 여러분의 광고 파트너가 전부 알고 싶어하지는 않으니까요. 그러니 이제 과하게 신경쓰시지 않아도 된답니다. **데이터 보안이 더없이 간편해졌으니까요.**

제품 전체 개요를 확인하세요.

**측정해야 할 중요한 수치는 따로 있습니다. 바로 실제 투자수익률이죠.**

마케팅이란 결국 투자수익률(ROI) 흑자를 만들기 위한 것이며, 다른 측정 수치는 모두 그 결과를 내기 위한 경로일 뿐입니다.

Adjust가 이제 ROI 문제에 종지부를 찍었습니다. 새로이 선보이는 비용 API로 말이죠. 이미 25개 파트너가 Adjust를 이용하여 각 광고 당 투입 대비 산출 수익에 대한 데이터를 기록하고 있습니다. 개별 광고 캠페인에 대한 전체 비용 수치 및 비용 KPI를 산출하여 유저로부터 현재 들어오는 수익을 유저 획득 비용과 바로 비교할 수 있습니다. 모든 KPI는 광고 캠페인 수익률을 산출하기 위한 것이니까요.

페이스북 광고 캠페인 비용 수치는 이미 실시간으로 나오고 있다는 걸 눈치채셨을 지도 모르겠군요! 지금 바로 대시보드에 로그인해서 확인해 보세요.

블로그에서 더 자세히 읽어 보세요.

**시간대 온더플라이: 원하는 시간대를 언제든 측정하세요.**

한동안 사용자가 가장 많이 요청하는 기능이었지만, 단지 그 이유만으로 서두르고 싶지는 않았습니다. 시간이 좀 들더라도 제대로 만들어 선보이고 싶었으니까요. (이해해 주시겠죠?)

Adjust 데이터베이스를 완전히 새로 설정하여 이제 곧 1일 단위 대신 **1시간 단위**로, 그것도 원하는 **어떤 시간대에서든** 데이터 집계를 할 수 있게 됩니다. 계정을 특별히 새로 설정하는 게 아닙니다. 같은 데이터를 태평양 표준시에서 협정 세계시 (UTC), 한국 표준시, 그리고 중앙유럽 표준시(CET)에 이르기까지 자유롭게 바꿔가며 확인할 수 있다는 뜻입니다.

이제 파트너가 어떤 시간대를 사용하든 데이터 집계 보고 내용을 간편하게 볼 수 있습니다. 또한 특정 마켓 시간대에 맞춰 맞춤형 광고 캠페인 보고를 할 수도 있습니다.

**시간별 집계로 하루 각 시간대 분석**

시간대 변환 뿐만 아니라, 시간별 집계 방식을 도입함으로써 하루 각 시간대와 관련된 수치도 도출이 가능해졌습니다. 야간에 활동하는 유저가 아침 시간 유저보다 수익률이 높을까요? 특정 지역에서 주요 스포츠 이벤트가 사용 패턴에 어떤 영향을 끼칠까요? 게임 광고에 가장 좋은 시간대는 과연 오후일까요?

Adjust가 새로이 선보이는 시간별 집계는 대시보드 내에서 분석 요약 수준을 필요에 따라 바꿀 수 있는 확장 드릴 다운(drill-down)의 토대가 될 것입니다. 이번 새로운 집계 기능은 모든 유저를 대상으로 시험적으로 실시하고 있으나, 구체적인 형태는 베타 기간을 거쳐 2분기 중에 공개할 예정입니다.

블로그에서 더 자세히 읽어 보세요.

**개인 정보 보호 약속에 관한 재확인**

지금까지 설명한 모든 변동 사항을 수행하기 위해 Adjust는 데이터베이스 작동 시스템을 새롭게 손봐야 했습니다. 지금까지는 전체 시스템이 일일 집계 기준으로만 작동했으나, 이제부터는 매 시간 기준으로 쿼리 사용이 가능한 개별 유저 기록을 지원합니다.

이로 인해 Adjust가 저장한 데이터가 영향을 받을 수 있으므로, Adjust는 개인정보 컨설턴트인 ePrivacy에 셋업 내용을 다시 평가하도록 특별히 요청했습니다. 그 결과 새로운 플랫폼 디자인이 현재 Adjust의 현재 개인정보 보호 규정 준수 수준을 특별히 바꿀 정도는 아니라는 답변을 얻었습니다.

ePrivacy의 Christoph Bauer씨는 “이러한 데이터 세트의 범위와 세부내용을 늘리는 일이 얼마나 민감한 작업인 지 고려할 때, Adjust는 이번 작업 내내 ePrivacy와 긴밀한 협력을 보여주었다고 생각합니다. Adjust가 오랫동안 보여준 엔드 유저 개인 정보 보호 및 데이터 보안을 훼손하지 않고 이번 개선 작업을 성공적으로 수행하는 데는 양사의 협력이 지대한 공헌을 하였습니다.”라고 말했습니다.

자세한 문의 사항이 있다면, 바로 Adjust 팀에게 문의해 주십시오.

**이번 새로운 기능을 어떻게 사용할 수 있냐고요?**

지금까지 언급한 기능 전부가 Adjust 플랫폼에 매끄럽게 통합될 예정입니다. 시간별 집계는 이미 전 유저 대상으로 적용 중이며, 타겟구성 도구 역시 곧 선보일 것입니다.

온더플라이 시간대 보고 역시 전체 유저 대상입니다. 타겟구성 도구 및 실제 투자수익률 도구는 Business Pro 패키지 이상에서 사용이 가능합니다.

자세한 사항은 Adjust의 제품 개요에서 확인하세요. 문의 사항이 있다면, 바로 Adjust 팀에게 문의해 주십시오!