

adjust GmbH Saarbrücker Straße 38a, 10405 Berlin, Germany

adjust Inc. 535 Mission Street, San Francisco, CA 94105, United States of America

Phone +49 30 91 46 00 83, Fax +49 30 25 74 96 75 [www.adjust.com](http://www.adjust.com)

**Adjust사, ‘Measurement 2.0’로 데이터 보안 및 개인정보 보호 문제를 해결할 것을 요구**

*데이터 사기의 증가로 인해 모바일 마켓 내 인프라 및 필요사항 수정이 불가피*

**BERLIN, SAN FRANCISCO – 2017년 2월 15일 –** Adjust 사는 “Measurement 2.0”에 전념하겠다고 오늘 발표했다. Measurement 2.0는, 측정 플랫폼이 시장에 처음 선보일 때엔 존재하지 않았으나 현재 시장에서 새롭게 필요해진 요구 내용을 반영할 의도로 개발한 측정 개념이다. 이번 2.0 인프라는 모바일 마케팅 부문에서 플랫폼 판매자 및 데이터 통합이 계속 늘어나, 마케터 및 단속 기관이 데이터 보안 및 유저 개인 정보 보호에 대한 우려를 점점 더 많이 제기하고 있는 시기에 등장한 것이다.

IT 자문회사 가트너(Gartner)사 애널리스트인 Adrian Leow, Melissa Davis, Jason Wong은 2016년 4분기 시장 보고서에서 “모바일 앱에서 현재 수집하고 얻는 정보가 막대하기 때문에, 기업이 여기서 의미있는 패턴을 찾아내어 브랜드와 소비자 사이의 관계에 참여하기 위한 새로운 워크플로우 및 이론을 만들 기회를 탐색하는 데 어려움을 겪고 있다”라고 분석하였다.

데이터 수집 능력의 증가와 동시에 데이터를 수집, 가공하고자 하는 판매자가 늘어나면서, 데이터 보안 및 개인 정보 보호에 대한 우려도 커지고 있다. eMarketer 사가 발간한 2016년 3분기 설문조사에 따르면, 미국 내 광고 관련 기술 제품 구매자들은 “데이터 투명성 및 접근”, “광고 캠페인 데이터의 독점적 소유”, 그리고 “서드 파티 인벤토리 검증 (예: 사기 감지)”을 가장 중요한 관심사로 꼽았다. 2017년 1월, 유럽 위원회(EC)는 데이터 판매자의 기준과 더불어 이들에 의한 데이터 수집과 공유에 훨씬 엄격한 기준을 적용하는 것을 골자로 하는 새 온라인 개인 정보 지침 관련 계획안을 발표한 바 있다.

Adjust는 이 같은 시장 변동에 발맞추어, 보안 및 정보 보호 기능을 특히 강화한 “Measurement 2.0”에 맞춘 제품 기능을 런칭 중이다. 이에 해당하는 기능으로는 타겟 유저군을 정의, 분석하여 파트너에게 전송하는 확장 플랫폼으로 특히 정제된 데이터 세트를 타 판매자에게 제공하는 동시에 마케터로 하여금 원래 수집 시점에서 민감한 정보를 통제하고 유지할 수 있게 할 목적으로 설계한 타겟구성 도구(Audience Builder), 파트너로부터의 매체 비용 수치를 수집하여 단일 형태의 투자 수익률을 계산해주는 확장 도구인 실제 투자수익률 도구 (Real ROI), 그리고 마케터가 파트너에게 보고 내용을 동시에 다양한 시간대로 변경하여 접근할 수 있게 해주는 시간별 집계 (Hourly Aggregation) 등이 있다.

Adjust의 Measurement 2.0 인프라 관련 주요 변동 사항은 다음과 같다.

- 중앙 데이터 수집 시스템이 타겟 고객군을 다양한 파트너에게 제공하여 독립적으로 결과를 측정하는 한편, 마케터로 하여금 데이터 컨트롤을 유지하고 점점 강화되는 개인 정보 보호법을 준수할 수 있게 해주는 능력

- 2016년에 다양하게 보고된 대로 끊임없이 변화하는 UA 사기 혹은 기타 악의적 활동으로 인한 시스템 오류를 적극적으로 제거

- 또한 90일 이상 장기 유저 유지 및 투자수익률 수치를 포함, 점점 장기 유저 베이스로 변화하고 있는 마케터들로부터의 요구 사항을 수용

Adjust 공동 창립자인 Paul Müller는 “원래 우리가 ‘attribution 1.0’을 설립할 때도 지금 재설계한 버전을 런칭하기 전이었으며, 우리는 그 때 데이터 크기를 언젠가는 개별 광고나 크리에이티브 수행에 맞게 제한할 수 있을 것이라고, 전송되는 데이터가 악의적으로 조작되지 않을 것이라고, 그리고 앱 사용은 비교적 오래 가지 않을 것이라고 예상했습니다. 당시 우리가 세운 가정은 2017년 현재 옳지 않은 것으로 밝혀졌으나, 이로 인해 마케터들은 여전히 어려움을 겪고 있습니다.”라고 덧붙였다.

Adjust의 Measurement 2.0 이니셔티브에 관한 자세한 내용은 [www.adjust.com](http://www.adjust.com)을 방문하여 확인하기 바란다.

**Adjust 소개**

Adjust는 전세계 모바일 앱 마케터에게 최고 수준의 애널리틱스(analytics) 및 측정 솔루션을 제공하는 모바일 측정 회사다. Adjust가 제공하는 오픈 소스 SDK(소프트웨어 개발 키트)는 앱 마케터가 유저 행동 측정 및 분석은 물론 유저 획득, 마케팅 투자수익률 분석, 유저 생애 코호트 분석 등의 다양한 활동을 수행할 수 있게 해준다. Adjust 플랫폼은 사기 예방 프로그램으로 데이터 세트 오염을 막는 한편 실시간 인앱 구매를 인증하며, 이해가 쉽고 비교 및 이용이 가능한 간결한 수치 보고를 제공한다. Adjust는 Facebook의 마케팅 파트너이자 Twitter의 마케팅 플랫폼 파트너며, 전세계 900개 이상의 네트워크 및 애널리틱스 공급 회사가 Adjust 플랫폼을 적극적으로 통합하여 이용하고 있다. 2012년 독일 베를린에서 설립하였으며, 현재 샌프란시스코, 뉴욕, 도쿄, 서울, 상하이, 싱가포르, 자카르타, 상파울루, 런던, 파리, 이스탄불 및 모스크바에 해외 오피스를 두고 있다.

Adjust는 아시아, EU 및 미주 지역 클라이언트들로부터 인정받았으며, 주요 클라이언트로는 Zalando, Rovio, Zynga 등 주요 앱 개발 업체, Salesforce, Microsoft, Yelp 등 메이저 소프트웨어 회사 및 Universal Music, Warner Bros 등의 글로벌 브랜드가 있다.

까다로운 EU 개인 정보 기준을 만족하는 유일한 모바일 애널리틱스 회사로 Target Partners, Capnamic Ventures, Iris Capital, Active Venture Partners 및 Highland Capital로부터 자금 지원을 받고 있다.