

그로스해킹 101

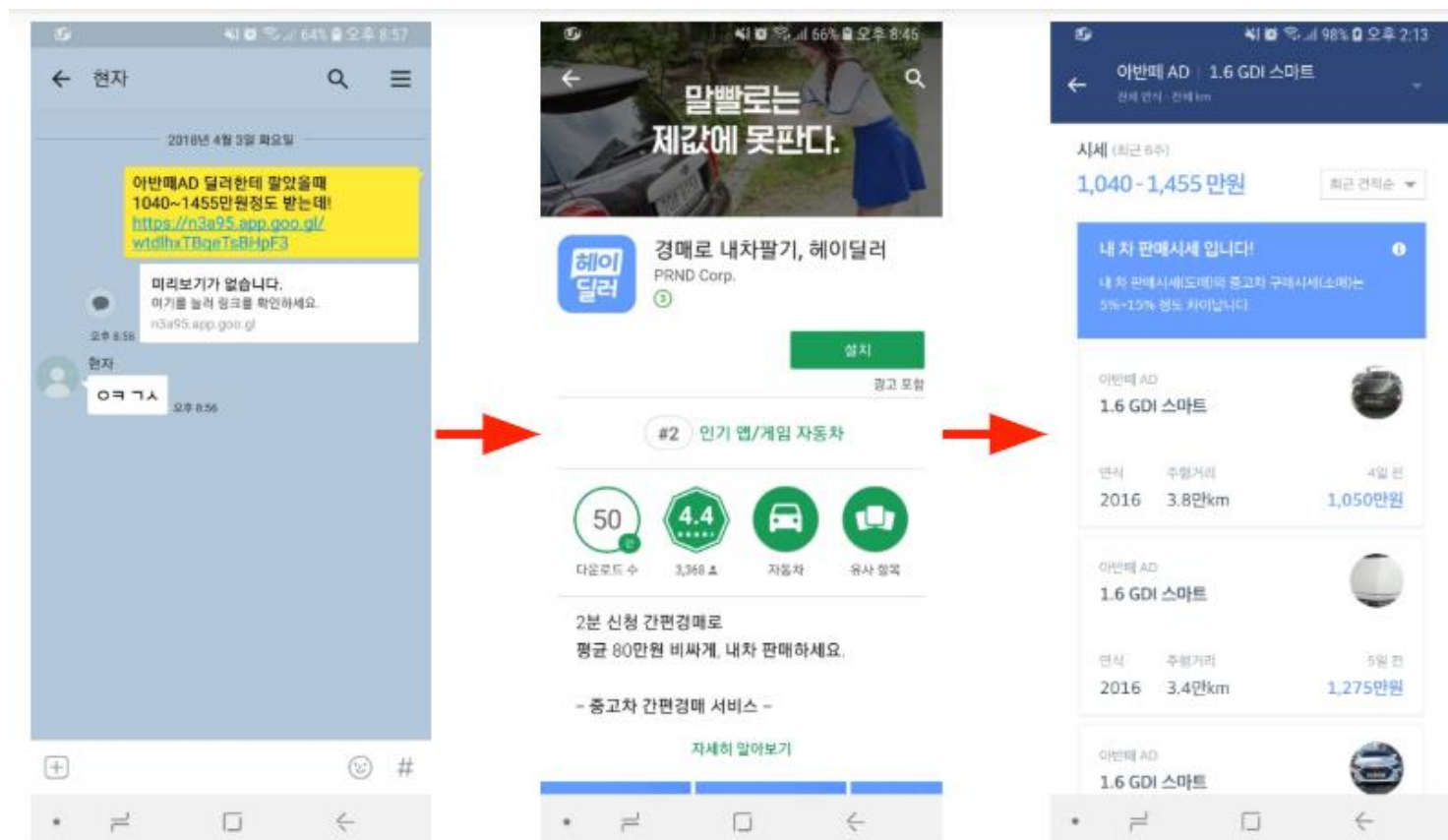
2-2. Acquisition

(3) Acquisition 관련해서 생각해볼만 한 이슈들

딥링크(Deep link), 혹은 디퍼드 딥링크(Deferred deep link)

- 딥링크

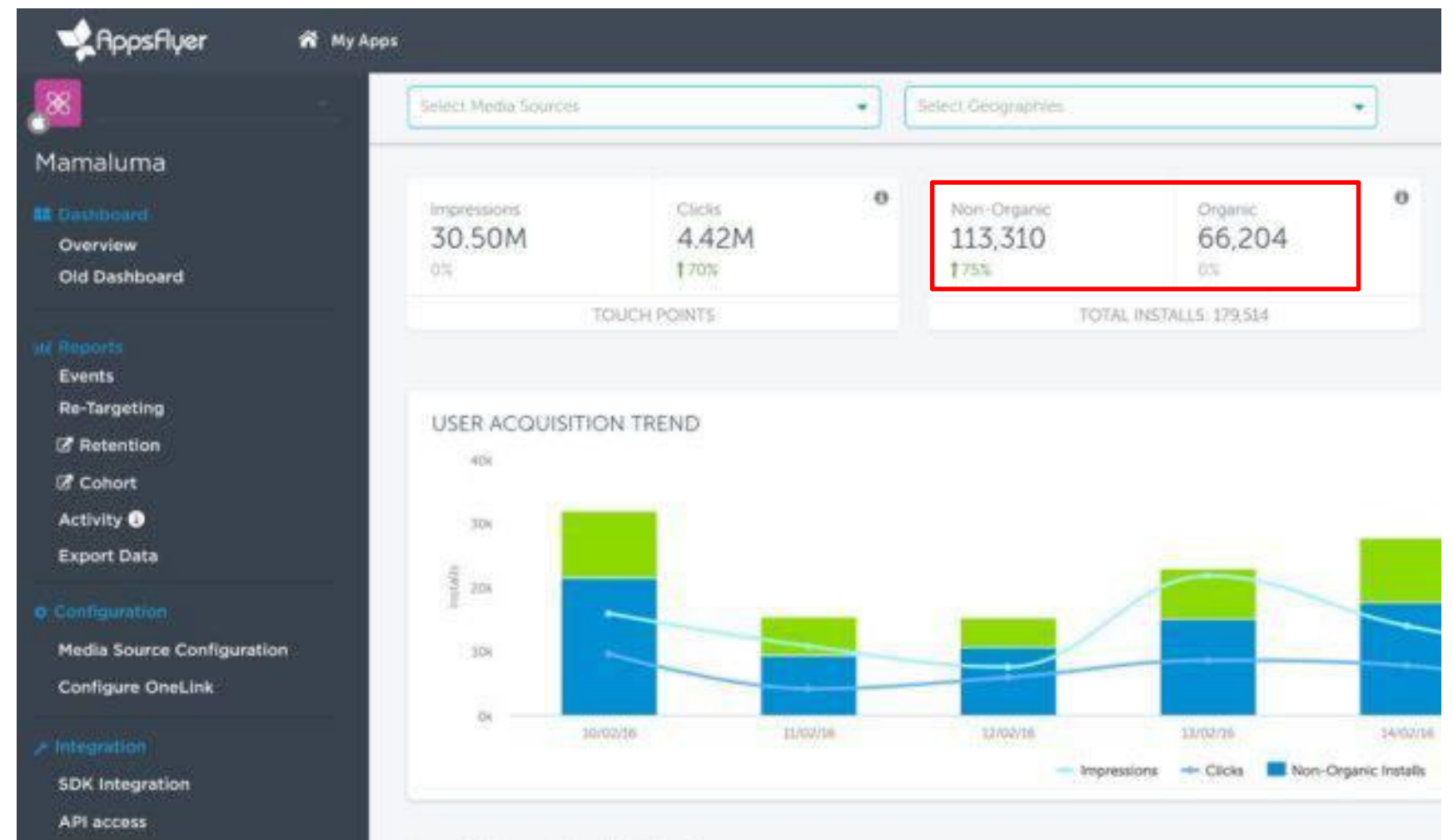
- 앱 안의 특정 화면(activity)으로 이동하는 링크: **앱이 이미 설치**
- 디퍼드 딥링크 - 딥링크의 실행을 앱 설치 이후로 지연
 - 앱이 설치되지 않은 경우, 스토어로 이동해서 앱 설치 → 앱 실행하면 바로 target activity로 이동
- 일반적으로 UX측면에서 중요도가 강조됨 (use context 유지)



<https://gun0912.tistory.com/78>

딥링크(Deep link), 혹은 디퍼드 딥링크(Deferred deep link)

- 딥링크의 가치
 - 향상된 UX **상대적으로 정량화**
 - 어트리뷰션 성과 측정 Customization
 - 웹에서의 UTM parameter와 유사
- 어트리뷰션 성과 측정
 - Non-Organic vs. Organic ?
 - 사실은
 - Identified vs. Unknown 에 가까움
 - 딥링크는 명확하게 Identified 된 채널

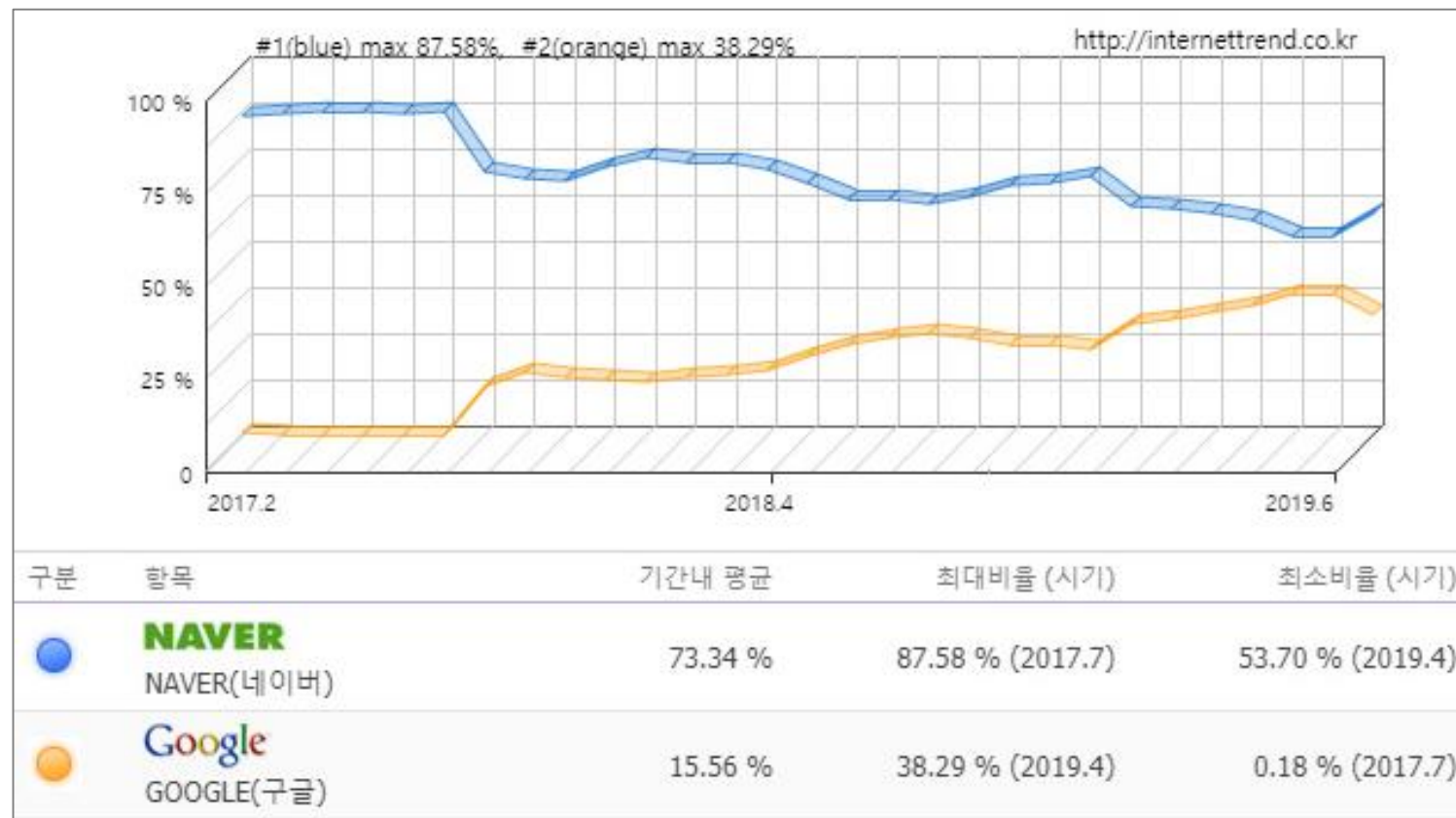


Organic Acquisition?

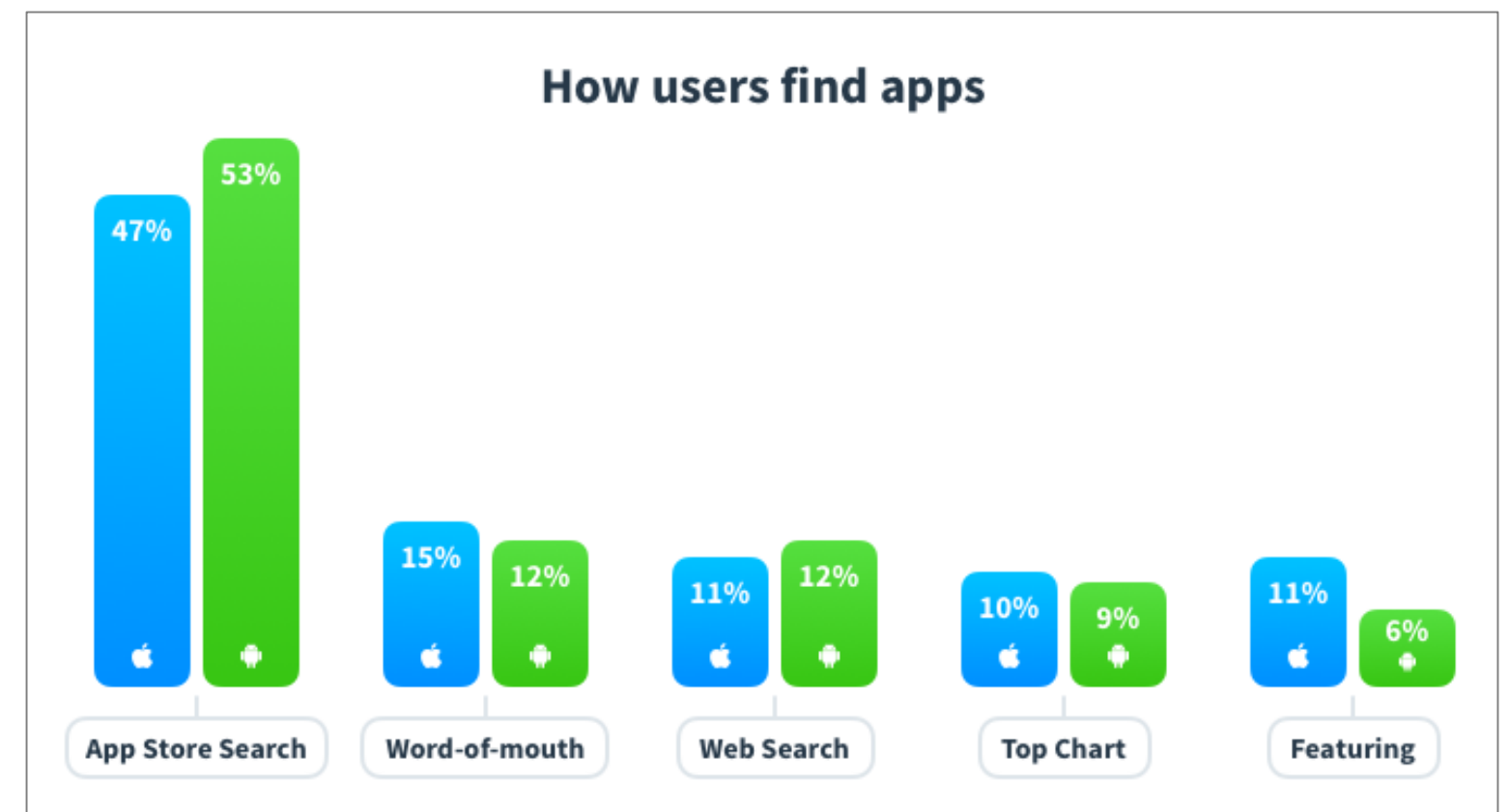
- 사장님이 생각하는 organic acquisition → “FREE”
- 마케터가 생각하는 organic acquisition → “By accident”
- **Contents Marketing**
 - 많은 경우 지속가능하지 않다
 - 하지만 한번 터졌을 때의 영향력은 독보적
 - 실험, 최적화, 반복 을 통해 터지는 강도를 높이는 건 해볼만 함 (터지는 빈도를 높이는 건 쉽지 않음)
- **SEO** (Search Engine Optimization) / **ASO** (AppStore Optimization)
 - 우리나라에서 유난히 저평가(!) 되어있지만, 여전히 중요한 수단

SEO / ASO

- 환경
 - Web - 네이버 검색 점유율 하락
 - App - 여전히 앱을 발견하는 데 있어서, 앱스토어의 영향력이 절대적



Source: [Internettrend](http://internettrend.co.kr)



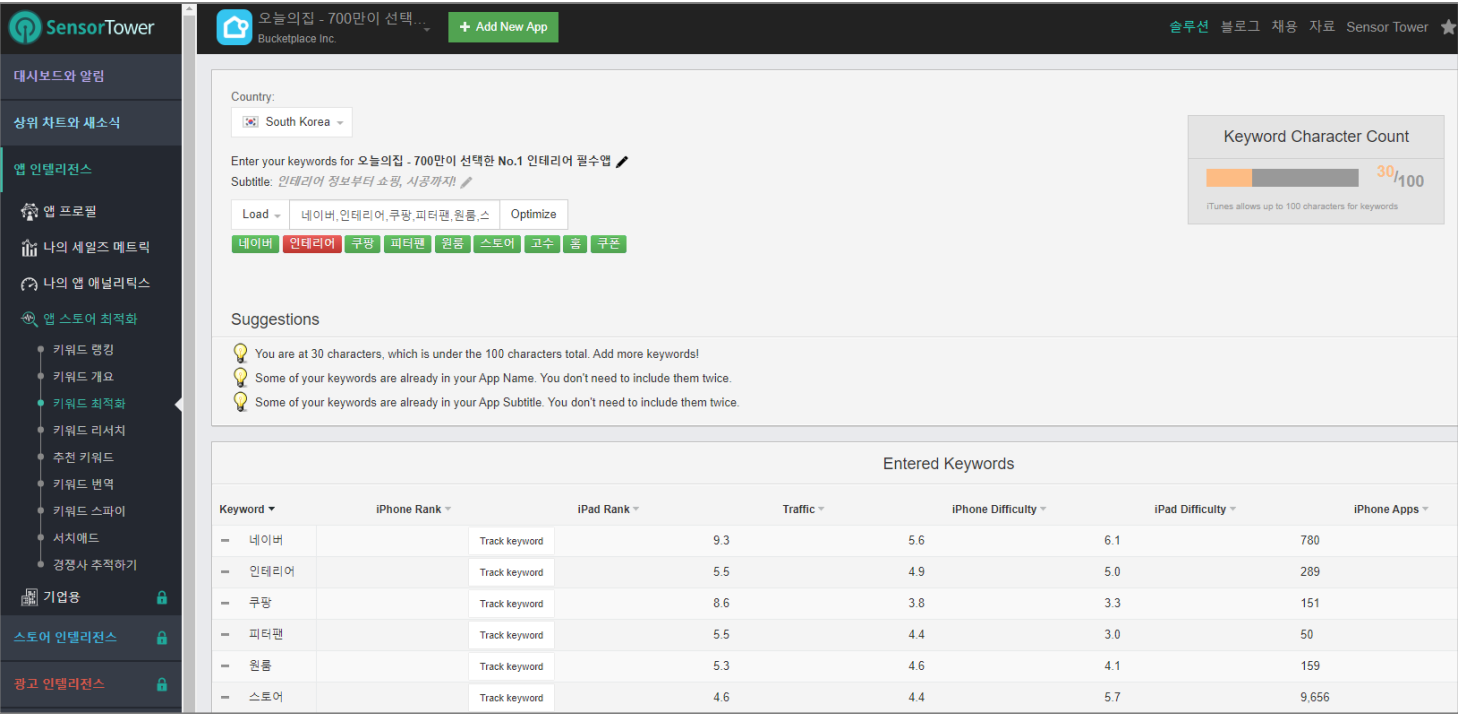
Source: [AppRadar](https://www.appradar.com/)

SEO / ASO

- 기본 전략
 - (공통) 검색어 및 핵심키워드 선별하기
 - (앱) 잘 정제된 메타데이터 입력
 - (앱) 랜딩페이지, 썸네일(앱 아이콘) 등에 대한 A/B 테스트를 통해 최적화
 - (웹) 검색의도에 부합하는 콘텐츠/사이트 배치
 - (웹) 검색엔진이 크롤링하기 좋은 사이트 구조

검색어 및 핵심키워드 선별하기

- 검색어 랭킹, 연관검색어, 경쟁사의 키워드 등록 현황 등을 점검
- SensorTower, AppAnnie, Blackkiwi 등의 유/무료 서비스 활용



Source: [Sensortower](#)

연관키워드 조회 기준 원하는 기준으로 '파워링크 캠페인'의 연관키워드를 조회하세요.(다중선택 가능)									
<input checked="" type="checkbox"/> 키워드	여행 해외여행 하와이	<input type="checkbox"/> 웹사이트	체크 후 선택하세요	<input type="checkbox"/> 시즌 월	체크 후 선택하세요	<input type="checkbox"/> 업종	체크 후 선택하세요	<input type="checkbox"/> 시즌 테마	체크 후 선택하세요
조회하기									
연관키워드 조회 결과 (1000개)									
전체추가	연관키워드 ①	월간검색수 ②		월평균클릭수 ③		월평균클릭률 ④		경쟁정도 ⑤	월평균노출 광고수 ⑥
		PC	모바일	PC	모바일	PC	모바일		
추가		13,400	55,900	290.9	1,651.7	2.36%	3.19%	높음	15
추가		23,200	73,700	45.8	323.3	0.22%	0.48%	높음	15
추가		18,000	80,400	108.1	306.7	0.64%	0.41%	높음	15
추가		1,670	6,560	38.1	302.1	2.48%	5.07%	높음	15
추가		1,220	2,520	21.5	112.3	1.9%	4.78%	높음	15
추가		5,660	25,300	187.7	1,384	3.62%	5.97%	높음	15
추가		1,910	5,040	11.7	121.3	0.67%	2.63%	높음	15

Source: [Naver Search AD](#)

검색어 및 핵심키워드 선별하기

SensorTower

대시보드와 알림

상위 차트와 새소식

앱 인텔리전스

앱 프로필

나의 세일즈 메트릭

나의 앱 애널리틱스

앱 스토어 최적화

키워드 랭킹

키워드 개요

키워드 최적화

키워드 리서치

추천 키워드

키워드 번역

키워드 스파이

서치애드

경쟁사 추적하기

기업용

스토어 인텔리전스

광고 인텔리전스

오늘의집 - 700만이 선택...
Bucketplace Inc.

+ Add New App

솔루션 블로그 채용 자료 Sensor Tower

Country:
South Korea

Enter your keywords for 오늘의집 - 700만이 선택한 No.1 인테리어 필수앱
Subtitle: 인테리어 정보부터 쇼핑, 시공까지!

Load 네이버,인테리어,쿠팡,피터팬,원룸,스 Optimize

네이버 인테리어 쿠팡 피터팬 원룸 스토어 고수 홈 쿠폰

Keyword Character Count
30/100
iTunes allows up to 100 characters for keywords

Suggestions

- You are at 30 characters, which is under the 100 characters total. Add more keywords!
- Some of your keywords are already in your App Name. You don't need to include them twice.
- Some of your keywords are already in your App Subtitle. You don't need to include them twice.

Entered Keywords

Keyword	iPhone Rank	iPad Rank	Traffic	iPhone Difficulty	iPad Difficulty	iPhone Apps
네이버	Track keyword	9.3	5.6	6.1	780	
인테리어	Track keyword	5.5	4.9	5.0	289	
쿠팡	Track keyword	8.6	3.8	3.3	151	
피터팬	Track keyword	5.5	4.4	3.0	50	
원룸	Track keyword	5.3	4.6	4.1	159	
스토어	Track keyword	4.6	4.4	5.7	9,656	

검색어 및 핵심키워드 선별하기

The screenshot displays the SensorTower app intelligence dashboard. On the left is a dark sidebar with navigation options. The main area is divided into three columns, each representing a different app's keyword data. Red boxes highlight the '키워드 스파이' (Keyword Spy) menu item in the sidebar and the keyword lists in each of the three columns.

Sidebar Navigation:

- 대시보드와 알림
- 상위 차트와 새소식
- 앱 인텔리전스
 - 앱 프로필
 - 나의 세일즈 메트릭
 - 나의 앱 애널리틱스
 - 앱 스토어 최적화
 - 키워드 랭킹
 - 키워드 개요
 - 키워드 최적화
 - 키워드 리서치
 - 추천 키워드
 - 키워드 번역
 - 키워드 스파이**
 - 서치애드
 - 경쟁사 추적하기
 - 기업용
- 스토어 인텔리전스
- 광고 인텔리전스
- 사용량 인텔리전스

Column 1: 집꾸미기 : 인테리어의 시작 (Osquare)

Keywords of 집꾸미기 : 인테리어의 시작

- + Track these keywords
- + 피터팬
- + 원룸
- + 꾸미기
- + 홈
- + 가구
- + 한샘
- + 하우스
- + 우리집
- + 오늘
- + 답지

Column 2: Shared Keywords

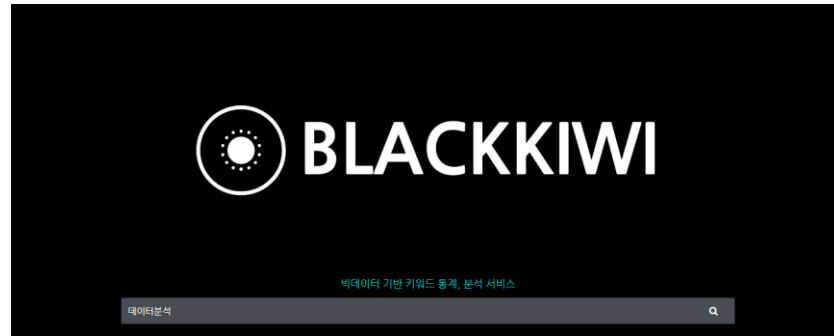
- + Track these keywords
- + 피터팬
- + 원룸
- + 꾸미기
- + 홈
- + 가구
- + 한샘
- + 하우스
- + 우리집
- + 오늘
- + 답지

Column 3: 오늘의집 - 700만이 선택한 No.1 인테리어 필수앱 (Bucketplace Inc.)

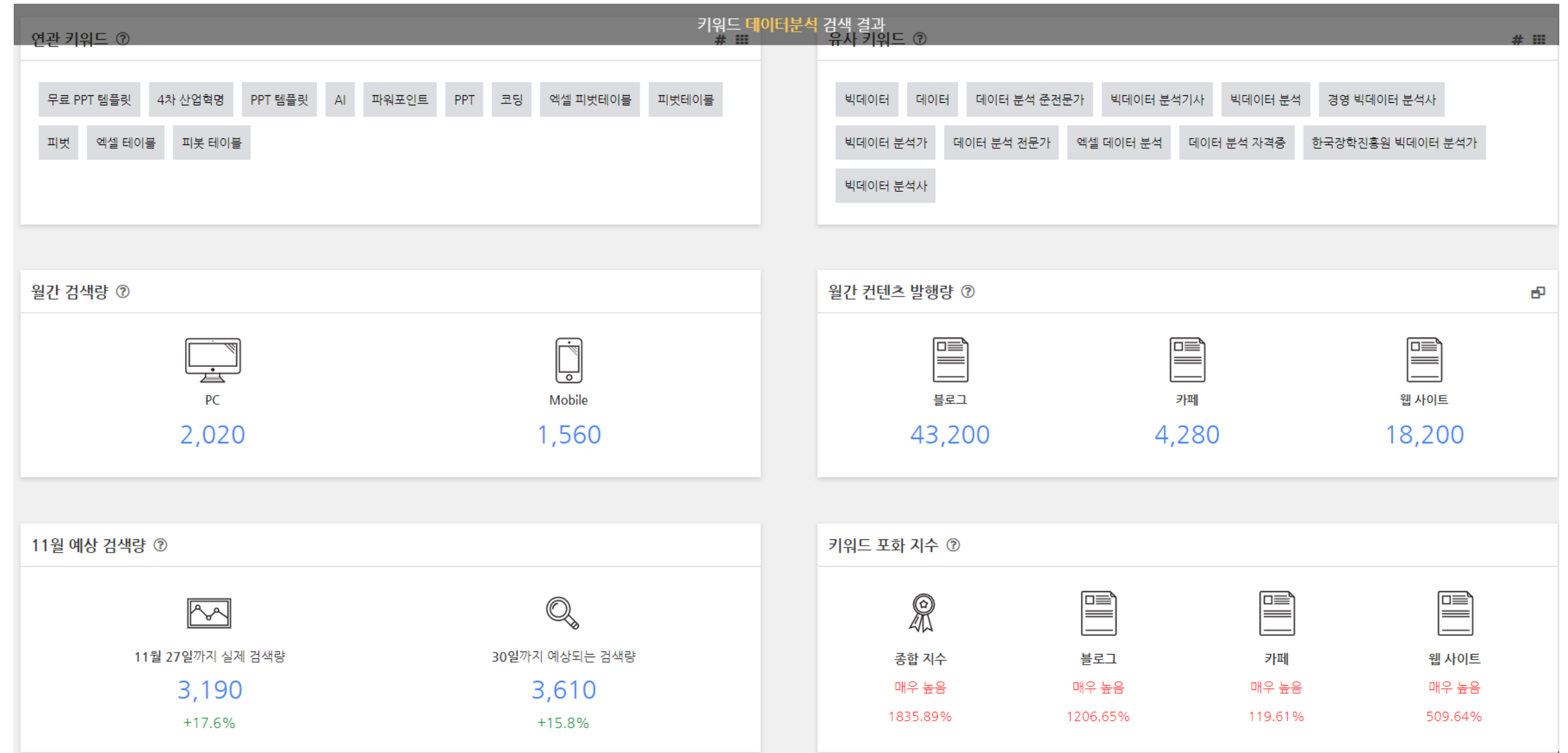
Keywords of 오늘의집 - 700만이 선택한 No.1 인테리어 필수앱

- + Track these keywords
- + 네이버
- + 지마켓
- + 쇼핑
- + 피터팬
- + 원룸
- + 사파리
- + 인스
- + 꾸미기
- + 스토어
- + 교수

검색어 및 핵심키워드 선별하기



<https://blackkiwi.net/>



잘 정제된 메타데이터 입력

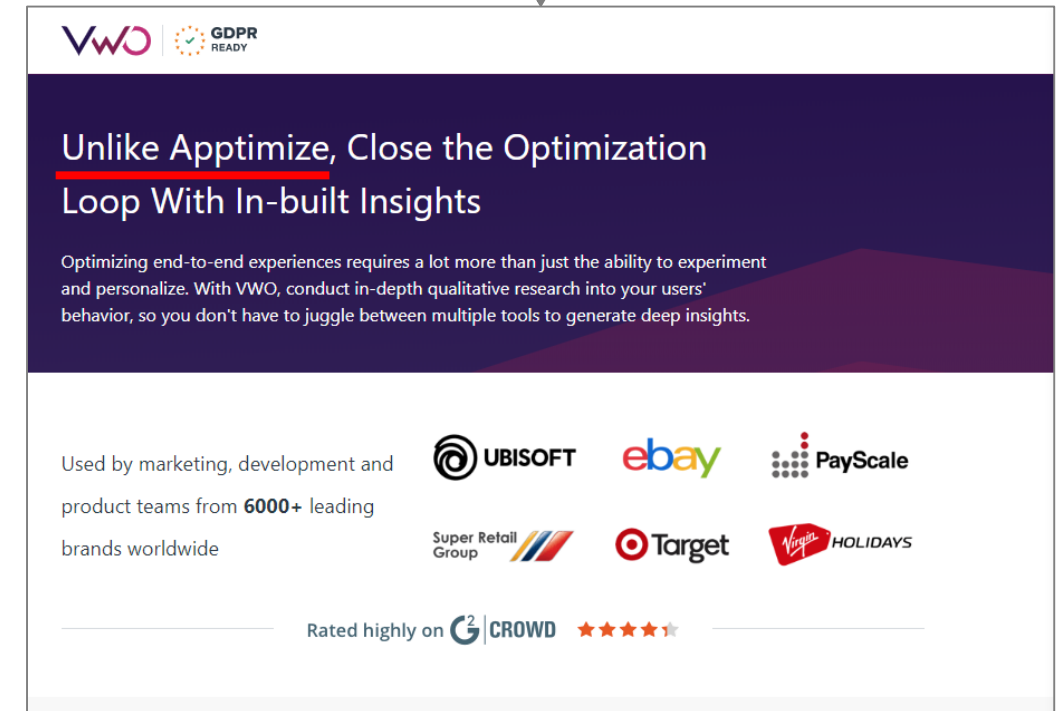
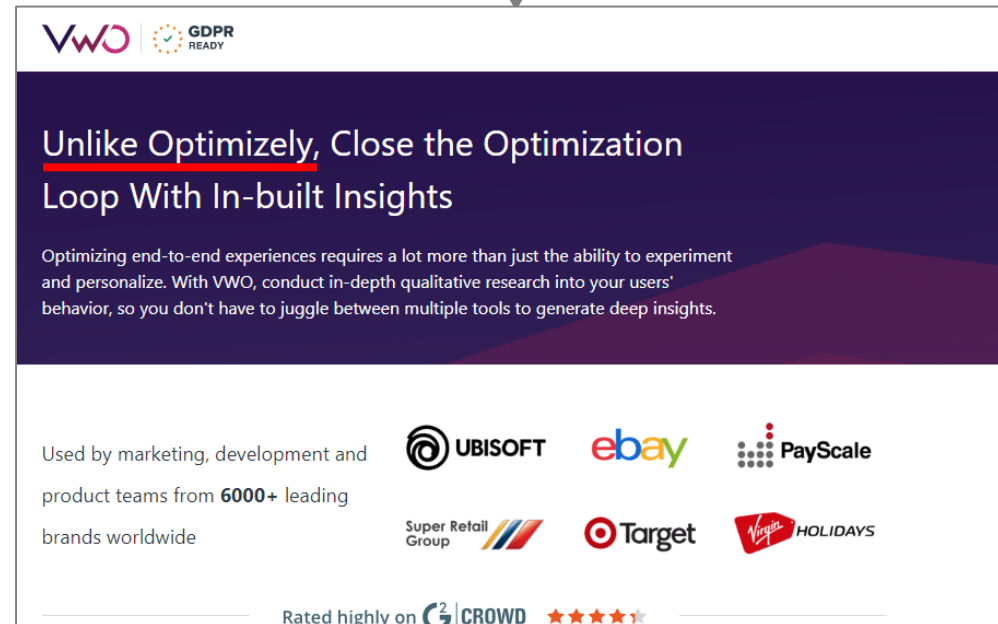
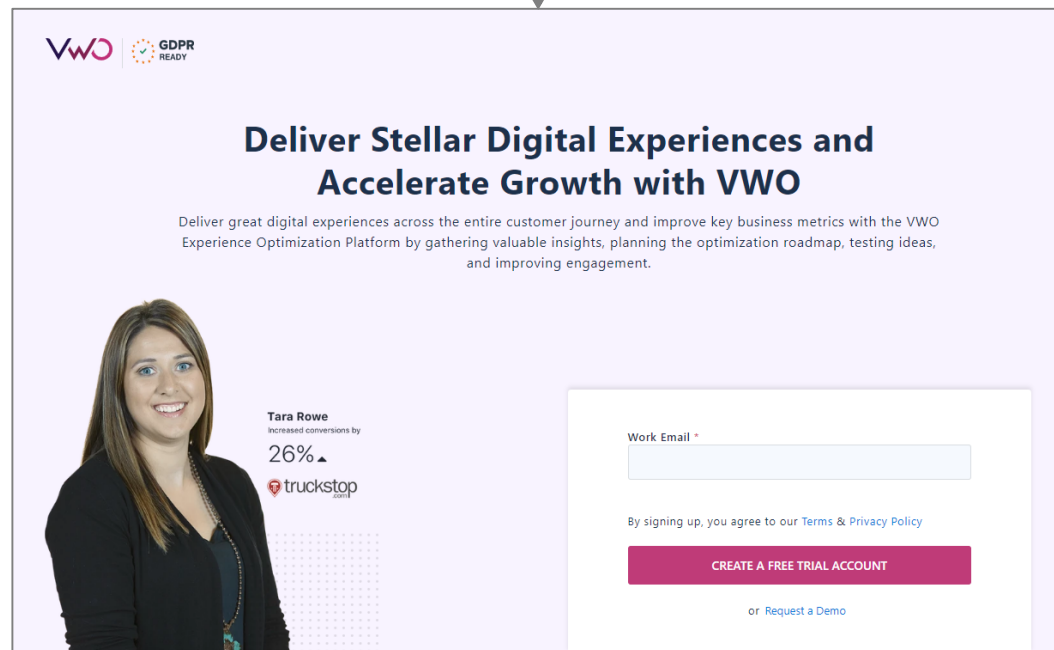
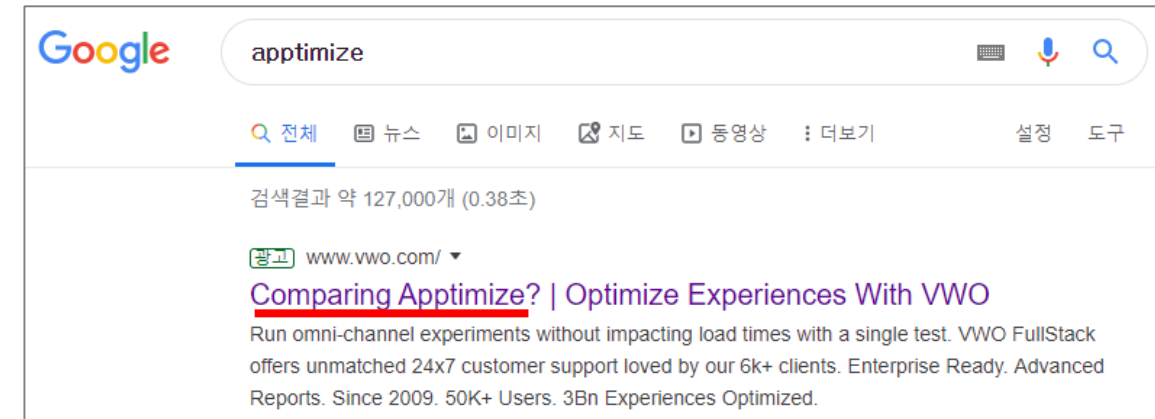
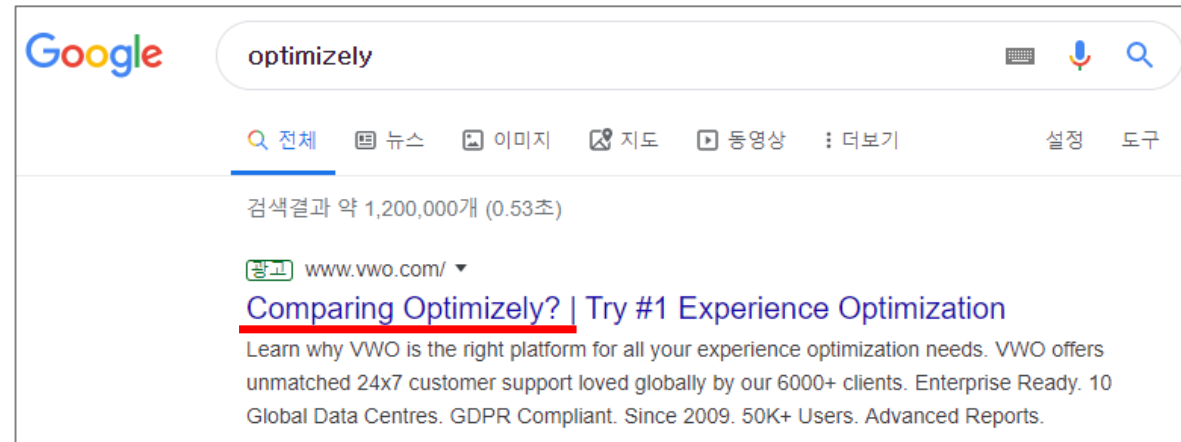
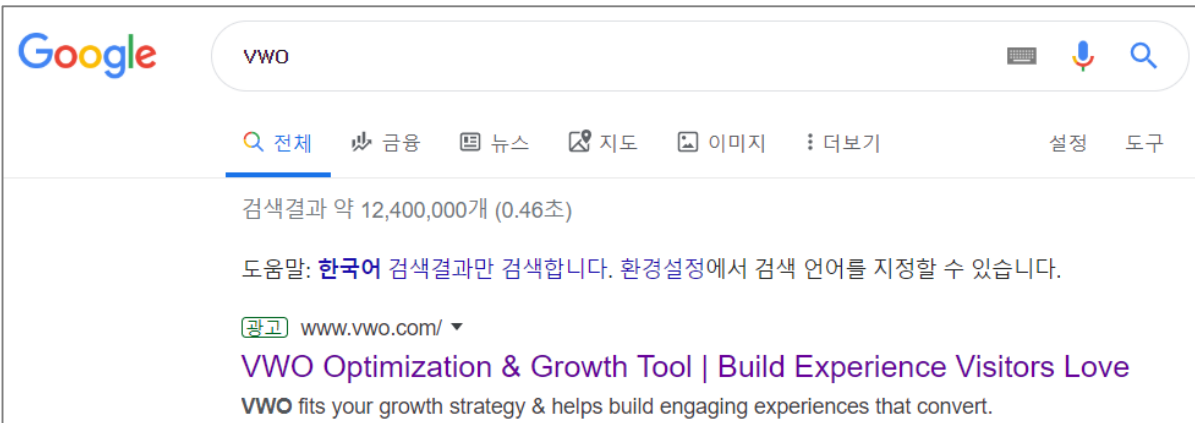
- 가이드 문서

- Appstore 제품페이지 활용하기
 - <https://developer.apple.com/kr/app-store/product-page/>
- Google Play 스토어 등록정보 입력 도움말
 - <https://developer.android.com/distribute/best-practices/launch/store-listing.html>
- Google 검색엔진 최적화
 - <https://support.google.com/webmasters/answer/35291>

- 체크리스트

- 앱 타이틀 및 설명 - 깔끔한 타이틀과 자세한 설명
- 아이콘과 스크린샷 - AB테스트 등을 통해 가장 큰 효과를 볼 수 있는 영역. 시기에 따라 아이콘을 바꿔주는 것도 좋음
- 비디오 - 단순 이미지 스크린샷만 제공하는 것보다, 비디오 제공 시 앱 다운로드를 30% 이상 증가시킨다는 리포트가 있음
- 경쟁사 메타데이터 - 경쟁사의 주요 키워드, 아이콘과 스크린샷 등이 어떻게 구성되어 있는지 체크
- 업데이트 내용 - 생각보다 굉장히 많은 사람들이 읽어보는 영역

랜딩페이지 최적화



어트리뷰션 관련해서 고려해야 할 이슈들

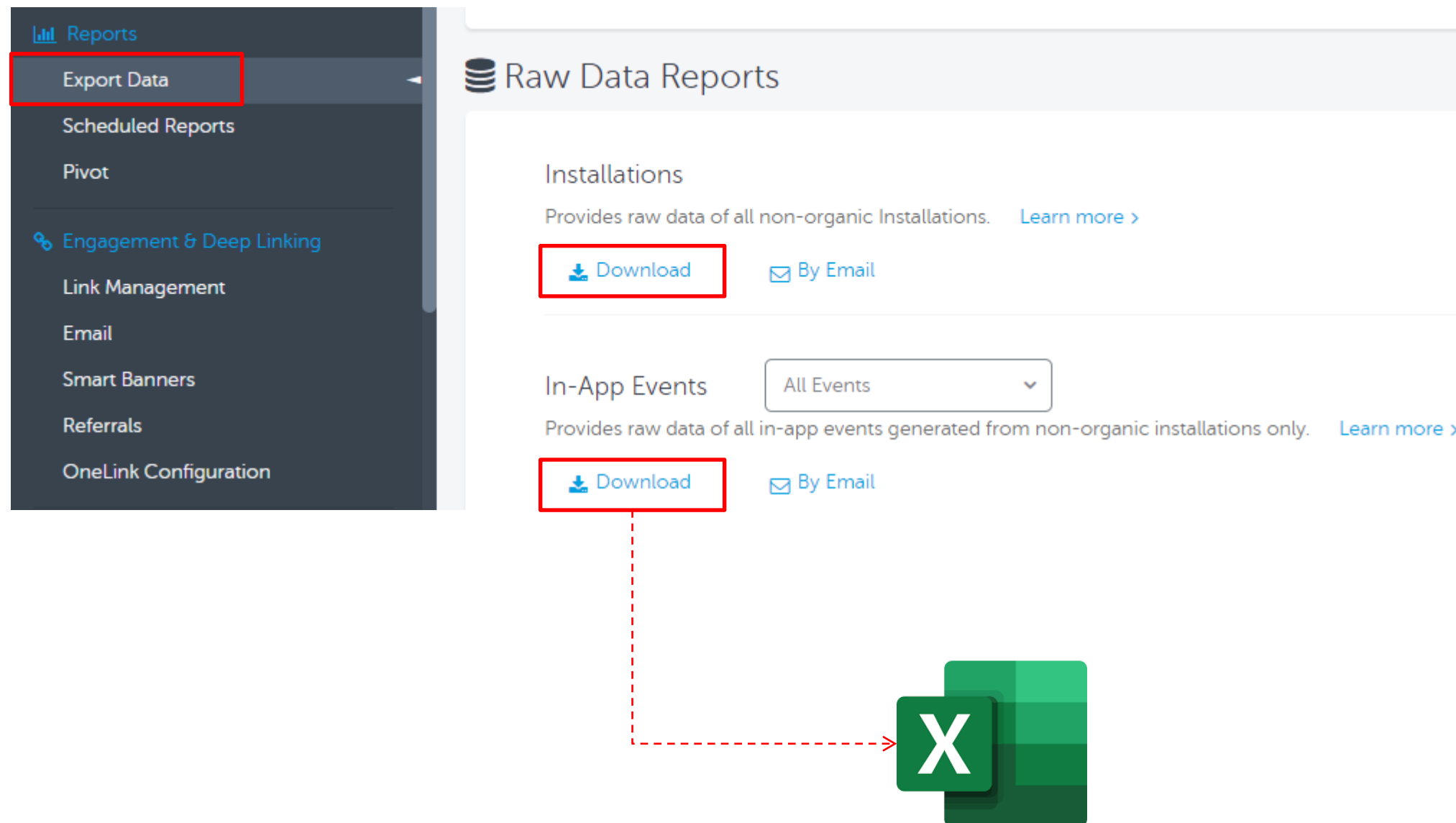
- 어트리뷰션 툴을 쓴다 <<< 넘사벽 <<< 어트리뷰션 툴을 효과적으로 잘 쓴다
 - 정답이 없다. 나름의 주관과 철학이 필요하다.
 - 각 서비스에 정의된 default 설정으로 두고 써도 될까?
 - 룩백윈도우, View-through에 대한 처리방안, 어트리뷰션 모델 등을 꼼꼼하게 셋팅
 - 페이스북 광고관리자와 어트리뷰션 툴 대시보드 결과가 전혀 다른데... 어떻게 판단할까?
- 효과 크기 판단: 과연 라스트 클릭 모델이 최선인가?
 - 어트리뷰션 툴의 기본세팅은 라스트클릭인 경우가 99%
 - 심플하다는 장점이 있지만, 과연 마지막 클릭이 모든 어트리뷰션을 가져가는 게 맞을까?
 - 알바생을 고용해서 전단지를 나눠주고 효과 측정을 하는데,
새로 들어온 알바생이 가게 1층에서 들어오려는 손님에게 전단지를 나눠주고 있다면?

어트리뷰션 관련해서 고려해야 할 이슈들

- **Raw data 레벨로 확인하고, 분석하는 과정이 꼭 필요함**
 - 어트리뷰션 데이터 + 서비스 데이터 조합해서 봤을 때 많은 인사이트를 얻을 수 있음
 - 대부분의 어트리뷰션 툴에서는 가입에서 끝내지 않고
 - 이후에 발생하는 주요 이벤트까지 트래킹하도록 하고 있음
 - 특히 Revenue를 바탕으로 ROAS를 살펴볼 때, 단순히 N일 동안의 결제액을 보는 게 아니라 LTV를 보는 게 훨씬 더 의미있음
 - 주요 어트리뷰션 서비스들은 굉장히 편하게 raw data를 확인할 수 있도록 되어있음
 - 데이터 엔지니어가 지원해주는 환경이면 더할 나위 없지만
 - 코딩을 모르는 사람이라고 하더라도, 조금만 관심을 가지면 어렵지 않다.

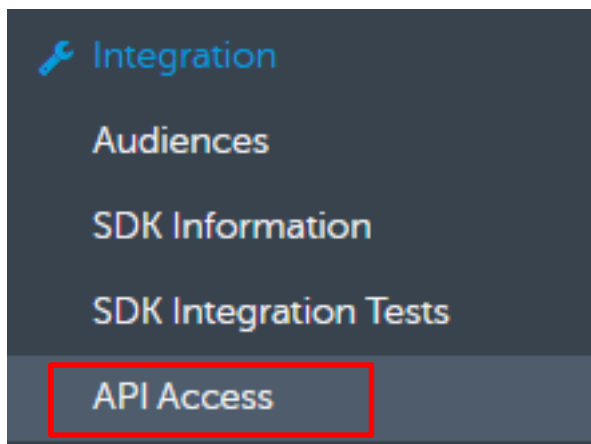
Appsflyer를 예로 들면...

1) Export Data 사용



Appsflyer를 예로 들면...

2) API 키를 이용해 구글문서로 확인하기



- API URL 확인 [Appsflyer Pull API Document](#)

```
https://hq.appsflyer.com/export/app.name/installs_report/v5?api_token=xxxx&from=2019-11-19%2001%3A30&to=2019-11-19%2013%3A30&category=standard&media_source=googleadwords_int&fields=country_code,city
```

- Google Spreadsheet에서 importdata 함수를 이용해 API URL 입력

	A1	A	B	C	D	E
1	<pre>=importdata("https://hq.appsflyer.com/export/app.name/installs_report/v5?api_token=xxxx&from=2019-11-19%2001%3A30&to=2019-11-19%2013%3A30&category=standard&media_source=googleadwords_int&fields=country_code,city")</pre>					
2						
3						

Appsflyer를 예로 들면...

3) ETL 서비스 이용

Add an Integration

 Search Directory

Every integration you add comes with seven days of free data replication. [Learn more.](#)
















Filter by Type

All
Beta
Coming Soon
Enterprise
Free Plan
Standard Plans

Filter by Support

All
Certified by Stitch
Community Supported

Suggest an Integration

 AdRoll Advertising Free Plan	 AfterShip Business Free Plan	 Amazon Aurora MySQL Databases Free Plan
 Amazon S3 CSV Analytics Free Plan	 Amplitude Analytics Free Plan	 AppsFlyer Analytics Free Plan
 Asana Business Free Plan BETA	 Autopilot Business Free Plan	 Azure Synapse Analytics Databases Free Plan
 BigCommerce eCommerce Free Plan	 Braintree Business Free Plan	 Branch Business Free Plan
 Campaign Manager Advertising Free Plan	 Campaign Monitor Email Free Plan	 Chargebee Business Free Plan

<https://app.stitchdata.com/>

어트리뷰션 관련해서 고려해야 할 이슈들

- **나무를 보지 말고 숲을 봐야...**
 - 어트리뷰션 서비스에서 제공하는 Dashboard가 편리하지만, 그 숫자 이면에 있는 다양한 맥락정보를 읽어낼 수 없다면 굉장히 위험한 의사결정을 하게 됨
 - CAC 5000원, ROAS 200% 어떻게 해석할 것인가?
 - ROAS 200% 는 ROAS 150% 보다 언제나 좋은가?
 - 본질적으로 '완벽하게 측정할 수 없는' 분야에 가깝고,
 - 숫자 하나하나에 연연하기보다는 한걸음 물러서서 넓은 시야를 가지고 데이터를 들여다봐야 함
 - 기술적인 진보가 계속해서 이루어지고 있는 영역이므로, 이 부분에 대한 고려도 필요함

Acquisition 정리: 효과적인 채널 찾기

- **사업이 실패하는 이유는 제대로 된 채널 하나를 확보하지 못하기 때문** (By Peter Thiel)
- 소수의 채널을 잘 관리하는 게 핵심
- 채널 찾기 -> 최적화 -> Saturate -> 확장 **한 채널로 집중적으로 되보자.**
- 채널은 계속 변화한다
 → Unknown의 명맥을 잡자
- Organic은 Unknown의 다른 말일지도 모른다. 최대한 집요하게 트래킹 하는 것이 필요
- 채널의 성과를 어떻게 판단할 것인가? 같은 돈을 써서 1000명을 데려왔다면, 300명 데려온 것 보다 좋을까?
- 어트리뷰션 툴 활용. 비싸지만, 본전을 뽑겠다는 생각으로?!