

지표 Cheat Sheet

지표의 정의와 계산식을 익혀 봅시다.

기본 측정 지표	정의	계산식
노출(Impression)	특정 콘텐츠/광고물이 사용자에게 노출된 수 (중복 포함)	-
도달(Reach)	특정 콘텐츠/광고물을 소비한 사용자 수 (중복 제거)	-
클릭(Click)	특정 콘텐츠/광고물을 클릭한 사용자 수	-
조회(View)	특정 영상 콘텐츠/광고물을 조회한 사용자 수	-
전환(Conversion)	전환(비즈니스가 기대하는 사용자의 주요한 행동)이 발생한 수	-

Acquisition	정의	계산식
신규 사용자 수(NU, New User)	특정 서비스에 방문한 이력이 없는 상태에서, 처음 방문하거나 상호작용한 사용자의 수	-
회원 가입 수(Sign Up)	특정 서비스에 회원 가입한 사용자의 수	-
앱 다운로드 수(App Installs)	특정 앱(어플리케이션)을 다운로드한 수	-
리드 수(Leads)	수집된 리드(일정 수준의 정보를 제공하는 잠재 고객, 혹은 고객 정보 그 자체)의 수	-
고객 획득 비용(CAC, Customer Acquisition Cost)	신규 고객 1명을 획득하기 위해 필요한 비용	블렌디드 CAC : 고객 획득을 위해 투입한 전체 금액 / 획득한 전체 고객 수 매체별 CAC : 특정 광고 매체에서 고객 획득을 위해 투입한 금액 / 해당 매체에서 획득한 고객 수
(광고) 클릭률(CTR, Click-Through Rate)	광고에 노출된 사용자 중에, 광고를 클릭한 사용자의 비율	(광고 클릭 수 / 광고 노출 수)*100
(광고) 조회율(VTR, View-Through Rate)	영상 광고에 노출된 사용자 중에, 영상을 조회한 사용자의 비율	(광고 조회 수 / 광고 노출 수)*100
(광고) 전환율(CVR, Conversion Rate)	광고를 클릭하여 유입된 사용자 중에, 주요한 전환 행동을 한 사용자의 비율	(전환 수 / 광고 클릭 수)*100
CPM(Cost-Per-Mille)	광고 1,000번 노출당 비용	(총 광고 비용 / 광고 노출 수)*1000
CPC(Cost-Per-Click)	광고 클릭당 비용	총 광고 비용 / 광고 클릭 수
CPV(Cost-Per-View)	영상 광고 조회당 비용	총 광고 비용 / 광고 조회 수
CPA(Cost-Per-Action)	특정 액션(회원가입, 상품 구매, 이벤트 참여 등)당 비용	총 광고 비용 / 특정 액션이 발생한 수
CPI(Cost-Per-Install)	CPA의 한 종류로, 앱 설치당 비용	총 광고 비용 / 앱 설치 수

Activation	정의	계산식
체류 시간(DT, Duration Time)	사용자가 특정 서비스에 머무른 시간	평균 체류 시간 = 총 체류 시간(사용자들이 방문하여 머무른 전체 시간) / 방문한 전체 사용자 수
평균 페이지 체류 시간(Average Time on Page)	사용자가 서비스 내의 단일 페이지에서 머무른 평균 시간	단일 페이지의 총 체류 시간 / 해당 페이지를 방문한 사용자 수
평균 세션 시간(Average Session Duration)	단일 세션 동안 사용자가 특정 서비스에서 머무른 평균 시간	총 세션 시간(각 세션의 ‘세션 종료 시각 - 세션 시작 시각’의 총합) / 세션 수
페이지 뷰(PV, Page View)	특정 웹사이트나 서비스를 방문하여 열람한 페이지의 수 (중복 포함)	-
순 방문자 수(UV, Unique Visitor)	특정 웹사이트나 서비스에 방문한 사용자 중 중복되는 사용자를 배제한 순 방문자 수	-
페이지 이탈률(Bounce Rate, 반송률)	웹이나 앱에서 첫 페이지만 조회한 후, 추가적인 행동이나 상호작용 없이 바로 이탈한 사용자의 비율	(반송 수 / 방문 수)*100 * 반송 수 : 랜딩 페이지에 방문하여 1PV만을 발생시킨 방문의 수
Aha-moment 전환율	Aha-moment를 경험하는 사용자의 비율	(Aha-moment를 경험한 사용자 수 / 전체 사용자 수)*100
구매 전환율 / 구독 전환율	전체 방문자 중 구매/구독을 한 사용자의 비율	(구매 수 or 구독 수 / 방문 수)*100
세부 퍼널 단계별 전환율	세부 퍼널(Aha-moment 퍼널, 구매 퍼널, 구독 퍼널 등) 안에서의 단계별 전환율	(이후 단계로 전환된 수 / 이전 단계의 수)*100

Retention	정의	계산식
유지율(Retention Rate, 잔존율)	사용자가 유지되는 비율	(유지된 사용자 수 / 기존 사용자 수)*100
이탈률(Churn Rate)	사용자가 이탈하는 비율	(이탈한 사용자 수 / 기존 사용자 수)*100
재구매율 / 재구독률	첫 구매후 특정 단위 기간(1주, 1개월, 3개월 등)내에 다시 구매/구독하는 사용자의 비율	(재구매 or 재구독한 사용자 수 / 기존 사용자 수)*100
사용자 고착도(Stickiness)	사용자가 서비스에 계속해서 방문하는 정도	DAU(일간 활성 사용자 수) / MAU(월간 활성 사용자 수)*100 DAU(일간 활성 사용자 수) / WAU(주간 활성 사용자 수)*100
활성 사용자 수(AU, Active User)	특정 웹사이트, 앱 또는 플랫폼과 상호작용하며 활성화된 사용자 수 (중복 제거)	-
기간별 활성 사용자 수	HAU(Hourly Active User) : 시간당 활성 사용자 수, 한 시간 동안 집계된 활성 사용자 수 DAU(Daily Active User) : 일간 활성 사용자 수, 하루 동안 집계된 활성 사용자 수 WAU(Weekly Active User) : 주간 활성 사용자 수, 한 주 동안 집계된 활성 사용자 수 MAU(Monthly Active User) : 월간 활성 사용자 수, 한 달 동안 집계된 활성 사용자 수 * 모두 중복 제거된 값	-

