

# 첫 APP마케팅을 위한 마케터의 필수노트

Part.2 APP 성과지표 확인





트래킹 툴 설정부터 링크 생성까지  
APP마케팅 체크리스트 확인이 끝났다면,

효율적인 APP마케팅을 위한  
주요 성과 지표를 확인할 차례!

# 앱설치/삭제(이탈률)

- 앱마케팅의 가장 잘 알려진 KPI인 앱설치는 UA(User Acquisition, 사용자 확보) 캠페인의 주요성과지표 중 하나입니다.
- CPI(Cost per Install) 캠페인은 저렴하고 고정된 비용으로 많은 설치자를 얻을 수 있으나, 삭제율이 높은 편 입니다.

## 앱설치캠페인

- $CPI(\text{앱 설치당 비용}) = \frac{\text{총 캠페인 비용}}{\text{캠페인 기간 내 총 앱 설치 수}}$
- 매체에서 쓰는 CPI는 **설치 1건당 고객에게 보상을 주어 (리워드)** 설치당 단가 개런티를 해서 집행하는 매체를 의미



01

### 새로운 사용자 확보

UA 캠페인에서 전환을 일으키는 새로운 사용자를 찾고, 충분한 모수 POOL 확보에 용이

02

### 랭킹효과를 통한 일반 유저 증가

CPI 캠페인 집행 → 앱스토어 인기순위 상승 → 앱 상위 랭크 → 노출 증가(랭킹 효과) → 일반 유저 유입

03

### 높은 삭제(이탈률)

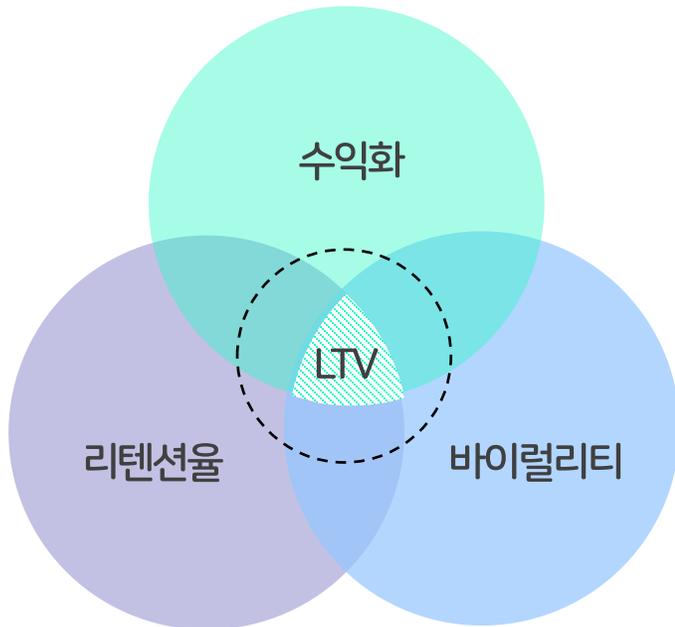
리워드만 받고 지우는 고객들이 다수여서 앱을 설치한 대다수의 사용자들 중 지속적으로 앱을 사용하는 비율이 매우 낮으며, 앱 삭제율이 높은 편  
\*진성고객 확보를 고려한다면, 비 보상형의 nCPI 중심 운영 제안

# LTV/리텐션

- LTV(Lifetime Value, 유저생애가치) 고객이 이탈하기 전까지 전 생애에 걸쳐 기업에 지출한 총 비용, 제공한 가치를 의미합니다.
- 사용자 유치 외, 앱 활성화 및 유지를 위해선 앱 삭제율을 낮추고 이탈을 최소화 하는 리텐션(Retention)은 중요 지표 중 하나입니다.

## LTV구성요소

- 수익화 : 소비자가 생애 주기 동안 앱에서 지불하는 비용
- 리텐션율: 특정 기간 동안 사용자가 앱으로 다시 돌아오는 비율
- 바이럴리티: 앱의 공유 가능성



## 리텐션율 그래프

- 리텐션율 : 특정시점에 행동을 한 이후 재사용하는 사용자들의 비율  
→ 일반적으로 시간이 지남에 따라 리텐션율은 점차 하락



# LTV/리텐션

- 리텐션은 분석의 기준점이 되는 Standard Event와 분석의 대상이 되는 Target Event 을 설정해 분석합니다.
- 각 APP 솔루션사마다 리텐션 리포트는 기본 제공 합니다.

## 첫 구매 유저의 +N Day 재구매 분석

Standard Event(첫 구매)와 Target Event(재구매) 간의 리텐션 분석 시, **비리워드 매체의 잔존율이 우수**

매체	첫구매	재구매 + 1 day	재구매 + 2 day	재구매 + 3 day	재구매 + 4 day	재구매 + 5 day	재구매 + 6 day	재구매 + 7day
비리워드 A	537	4.1%	2.2%	2.4%	2.0%	2.8%	2.6%	3.5%
비리워드 B	1,471	3.4%	3.1%	3.1%	2.3%	1.9%	2.2%	3.7%
리워드 A	2,612	1.7%	0.9%	0.9%	0.8%	0.4%	0.8%	0.5%
리워드 B	596	1.0%	0.8%	0.5%	0.5%	0.3%	0.2%	0.2%
리워드 C	1,204	0.8%	0.9%	1.0%	0.9%	0.6%	0.7%	0.8%

Source : 커머스 APP 앰포스 운영 데이터

# 인앱액션

- 인앱액션은 [장바구니 담기, 구매, 상품보기] 등 다양하며, CPA는 이러한 액션(전환) 완료 당 광고비를 지급하는 방식입니다.
- 대부분 전환은 KPI와 연관된 이벤트값으로, 인앱액션은 KPI에 직접적인 기여가 가능한 주요성과지표 중 하나입니다.

## 다양한 인앱이벤트

- 앱 설치, 앱 오픈, 앱 내 구매, 앱 로그인 등 다양한 In-App-Event
- 광고 KPI에 맞는 인앱이벤트 포스트백 설정 후 CPA 액션으로 지정

### 포스트백이란?

: 어트리뷰션툴을 통해 수집된 데이터를 매체사에 전달하는 것  
 매체는 해당 정보로 타겟을 생성하고, 광고를 최적화함  
 매체와 전환 단가 협의를 위해서는 포스트백은 필수



### \*애드브릭스 이벤트 설계예시

구분	이벤트	정의
Pre-defined Event	회원가입	신규 회원가입 이벤트가 발생한 경우
	결제하기	앱 내에서 결제(구매)가 발생한 경우
	홈 화면 진입	홈 화면으로 이동카테고리 진입
	카테고리 진입	특정 카테고리 혹은 기획전으로 이동
Custom Event	장바구니 담기	장바구니 담기 완료
	push_set_on	푸시 알림 설정한 경우
	첫 구매	첫 구매가 발생한 경우
	wish_visit	위시리스트 진입

\* Pre-defined Event : 이용 편의를 위해 애드브릭스가 미리 정의한 이벤트

\* Custom Event : 고객사가 직접 정의할 수 있는 이벤트

# 인앱액션

- APP 솔루션의 인앱액션이 구현되었다면, 설정한 액션 기준으로 매체와 CPA 전환 협의 및 최적화가 가능합니다.
- 또한, 해당 인앱액션 기준으로 대시보드를 구현하여 원하시는 데이터 추출 및 분석이 가능합니다.

## 인앱이벤트 설정 및 리포트 예시

- 어떠한 이벤트를 포스트백 할 것인지 선택
- 연동한 인앱이벤트 데이터는 리포트를 추출해 확인 가능

**In App Event Postbacks**

Predefined Events
  Custom Events

검색하기

In App Event Name	Status	Postback Status Preview (by Ad Partners)
custom:push_set_on	<input type="checkbox"/>	미리보기
custom:mybanket_in	<input type="checkbox"/>	미리보기
custom:chat_visit	<input type="checkbox"/>	미리보기
custom:category_visit	<input type="checkbox"/>	미리보기
custom:market_intro_visit	<input type="checkbox"/>	미리보기
custom:latest_Product_visit	<input type="checkbox"/>	미리보기
custom:wish_visit	<input type="checkbox"/>	미리보기
custom:shop_view_visit	<input type="checkbox"/>	미리보기
custom:view_shop	<input type="checkbox"/>	미리보기

**Report Builder**

**Datetime Conditions**

Time Zone: UTC+9 | Date Range: 21-09-06 00:00 - 21-09-12 23:59

**Generic Conditions**

Audience: Select Audience

**Analytics Conditions**

Event name: 포함 | 연동한이벤트명

Analytics Conditions 조건을 올바르게 입력해주세요.

**Profile Conditions**

분석 세부 조건을 추가합니다.

Customer Explorer의 'Profile' Add-On이 추가되어야 데이터 활용이 가능

DB 조희값	추가
custom:category_visit	1.15k
abx:start_session	665
abx:end_session	575
custom:mybanket_in	447
abx:product_view	354
abx:view_home	207

**첫 APP마케팅을 위한 모든 준비가 끝났습니다.**

마케터 여러분들의 성공적인 APP마케팅을 기원합니다.



Contact US : [app\\_mkt@emforce.co.kr](mailto:app_mkt@emforce.co.kr)