

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.

앱설치 캠페인

- $CPI(\text{앱 설치당 비용}) = \frac{\text{총 캠페인 비용}}{\text{캠페인 기간 내 총 앱 설치 수}}$
- 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)

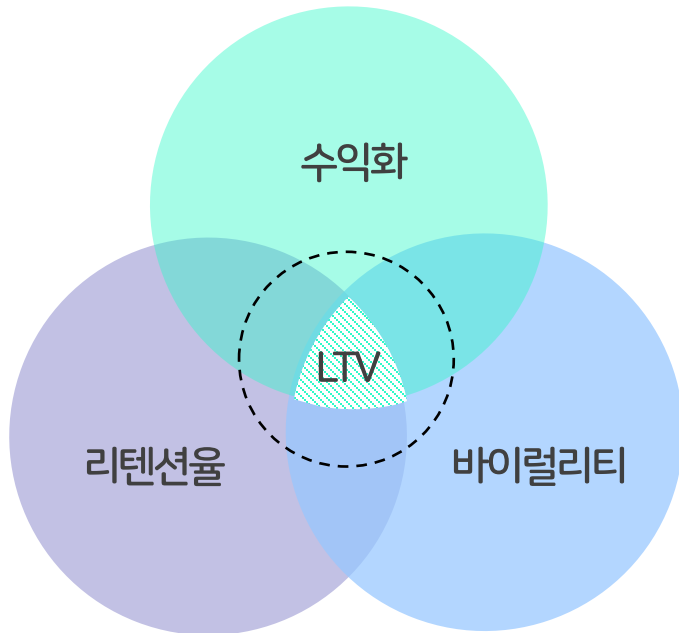
리워드만 받고 지우는 고객들이 다수여서 앱을 설치한 대다수의 사용자들 중 지속적으로 앱을 사용하는 비율이 매우 낮으며, 앱 삭제율이 높은 편
*진성고객 확보를 고려한다면, 비 보상형의 nCPI 중심 운영 제안

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
	장바구니 담기	장바구니 담기 완료
Custom Event	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