eMFORCE
Digital Marketing Group

첫 APP마케팅을 위한 마케터의 필수노트

Part.1 APP마케팅 체크리스트

마침내 출시된 첫 어플리케이션

그러나 APP개발만큼
APP마케팅도 중요하다는 사실!

지금부터 APP마케팅을 시작하기 위한
체크리스트를 소개합니다.

앱 마케팅 용어 정리 1

- 이해를 돕기 위한 기초 용어 개념 정리

구분	상세설명
ADID	- 스마트폰 기기의 광고 식별값으로, 유저 디바이스 별로 고유 ID가 부여됨 - 안드로이드의 광고 식별값은 ADID, iOS의 광고 식별값은 IDFA로 구분
OS	- 안드로이드의 AOS, 애플의 iOS로 구분됨 - 광고 매체의 경우, AOS만 집행되는 매체가 있으며 OS에 따라서 APP 솔루션 SDK가 상이하게 설치되어 APP 광고 시 구분이 필요함
어트리뷰션 (Attribution)	- 매체에 기재된 유료 광고 클릭 및 광고 노출과 연관된 앱 설치 및 기타 이벤트, 광고성과
어트리뷰션 툴 (Attribution Tool)	- 어트리뷰션을 측정하는 솔루션 - APP 어트리뷰션 솔루션을 3rd party tracker(제 3자 추적도구)로 지칭하기도 함
포스트백	- 광고 성과에 대한 결과를 매체 시스템으로 송출해주는 것 - 매체는 해당 포스트백 정보로 타겟을 생성하고, 광고를 최적화함
스크립트	- 개발 용어로, 광고 매체 최적화 또는 트래킹을 위해 광고주 웹사이트에 삽입하는 개발코드
SDK (Soft Development Kit)	- APP에 심는 스크립트를 지칭함 - 광고주와 매체, 솔루션 사이의 통신을 돕는 코드

앱 마케팅 용어 정리 2

- 이해를 돕기 위한 기초 용어 개념 정리

구분	상세설명
UA (User Acquisition)	- 유저확보, 얼마만큼의 유저가 앱을 사용하는 지 나타냄 - 통상적으로 '신규 고객 모집'으로 사용되는 용어
리텐션율 (Retention Rate)	- 잔존율, 앱설치 후 특정 기간동안 이탈하지 않고, 앱에 지속적으로 접속한 비율 ex) 7일 이후 유저 리텐션율 : DAY+7 사용자수 / DAY 0 사용자수 (%) *Day 0 : 임의의 앱 인스톨 일자
LTV (Lifetime Value)	- 유저생애가치, 1명의 유저가 앱을 이탈할 때까지 발생시킬 수 있는 총 예상 매출액을 분석하는 지표
DAU (Daily Active User)	- 일일 사용자 수
MAU (Monthly Active User)	- 월간 한번이상 접속 사용자 수
CPI (Cost Per Install) CPE (Cost Per Engagement) CPA (Cost Per Action)	- 광고를 통해 이루어지는 앱 설치, 참여, 액션(회원가입, 구매 등)에 대한 발생 비용

앱 트래킹 툴 비교

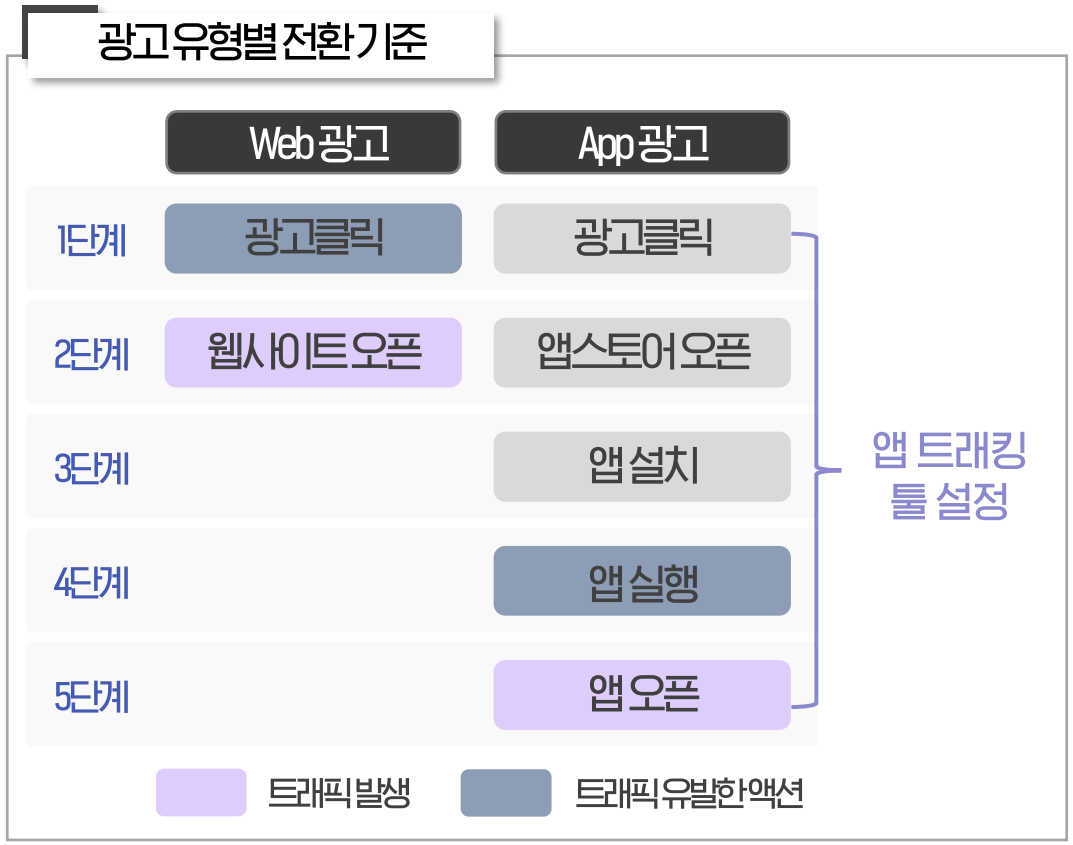
- 애드브릭스와 앱스플라이어 트래킹 툴 비교

트래킹 툴	AppsFlyer	DFINERY
내용	▶ 유저 식별 : 레퍼러 / 광고ID / 확률적 모델링 (확률적 모델링 : 핑거프린트와 유사한 방식) ▶ 공식 인증 파트너사 : 구글 / 페이스북 / 트위터 ▶ 연동 매체 수 : 7,000개 이상 ▶ 장점 : (1) 국내외 75% 이상의 점유율 (2) 최다 글로벌 매체와 연동 (3) View-Through 링크 생성 가능 → 노출 기준 성과 측정 가능 (4) web-app 간 교차분석 가능 → 브랜드 번들 사용 시, 유저 중심의 어트리뷰션 데이터 제공	▶ 유저 식별 : 레퍼러 / 광고ID / 핑거프린트 ▶ 공식 인증 파트너사 : 트위터 ▶ 연동 매체 수 : 약 2,500개 이상 ▶ 장점 : (1) 유일한 국내 업체 솔루션 (2) 부정 트래픽 방어 (14가지 방어기능 제공) (3) 타 솔루션 대비 한글 지원이 잘 되어있어 사용하기 용이 (4) 폭넓은 데이터 활용 → 오디언스 그룹 설정 및 SQL 없이 모든 데이터 커스텀 조합 추출 가능 (5) 어트리뷰션 모델링 기능 → 어트리뷰션 유닛별로 우선 순위를 지정하여 정확한 광고 성과 측정

eMFORCE Digital Marketing Group

앱 트래킹 툴(앱 어트리뷰션 툴)설정하기

- 앱 어트리뷰션은 앱으로 발생한 전환 성과의 정확한 매체 별 기여도를 판단하는 측정 방식입니다.
- APP광고는 WEB광고와 기준이 상이하기 때문에 추적도구를 통해 정확한 앱 광고 성과 측정이 가능한 앱 트래킹 툴이 필요합니다.



앱으로유입된유저분석가능

- 광고 클릭 후 스토어에서 앱으로 유입된 유저
- 성별, 연령, 언어, 지역, 디바이스 등 분석

APP내광고매체별SDK삽입불필요

- 단일 SDK로 매체사에 데이터 전송 및 광고성과 측정

* SDK: 앱에 설치하는 앱의 오픈/구매 등 이벤트 수집도구

부정광고(AD Fraud) 감지 및 차단

- 부정 광고를 사전에 파악하고 차단
- 허수 트래픽을 제외한 더 정확한 성과 측정 가능

*부정광고 : 비정상적인 트래픽(클릭, 설치 등)을 발생시켜 소비자의 액션인 것처럼 속여 부정한 수익을 창출하는 행위

eMFORCE Digital Marketing Group

앱 트래킹 툴(앱 어트리뷰션 툴)설정하기

- 앱 트래킹 툴은 기본지표를 확인할 수 있는 무료서비스와 심화 분석이 가능한 유료서비스로 나눠집니다.
- 파이어베이스의 경우 추적되는 데이터의 양과 뎁스(Depth)에 따라 유료서비스로 전환이 필요할 수 있습니다.

무료앱어트리뷰션툴

Google Analytics 4

- 구글에서 제공하는 통합 앱 플랫폼 : GA4(구글 애널리틱스4)
- 웹&앱 모든 플랫폼 동일하게 구현하여 통합 분석 용이
- 기존 세션 대비 이벤트/사용자 중심의 분석 가능
- 새로운 사용자 식별 기준으로 모든 보고서에 Google Signals 데이터가 적용되어 분석 활용가능
- 무료 버전에서도 활용 가능한 빅쿼리 연결 및 360 분석기능 활용
- 구 버전 대비 수집하는 데이터 양은 무제한으로 수집 가능
- 설정 기능을 통해 이벤트 자동수집 가능
- 신규 지표 추가 및 머신러닝 기능 강화
  - ㄴ “예측잠재고객” 세그먼트를 생성하여 성과 향상 도모

유료앱어트리뷰션툴

AppsFlyer adbrix adjust

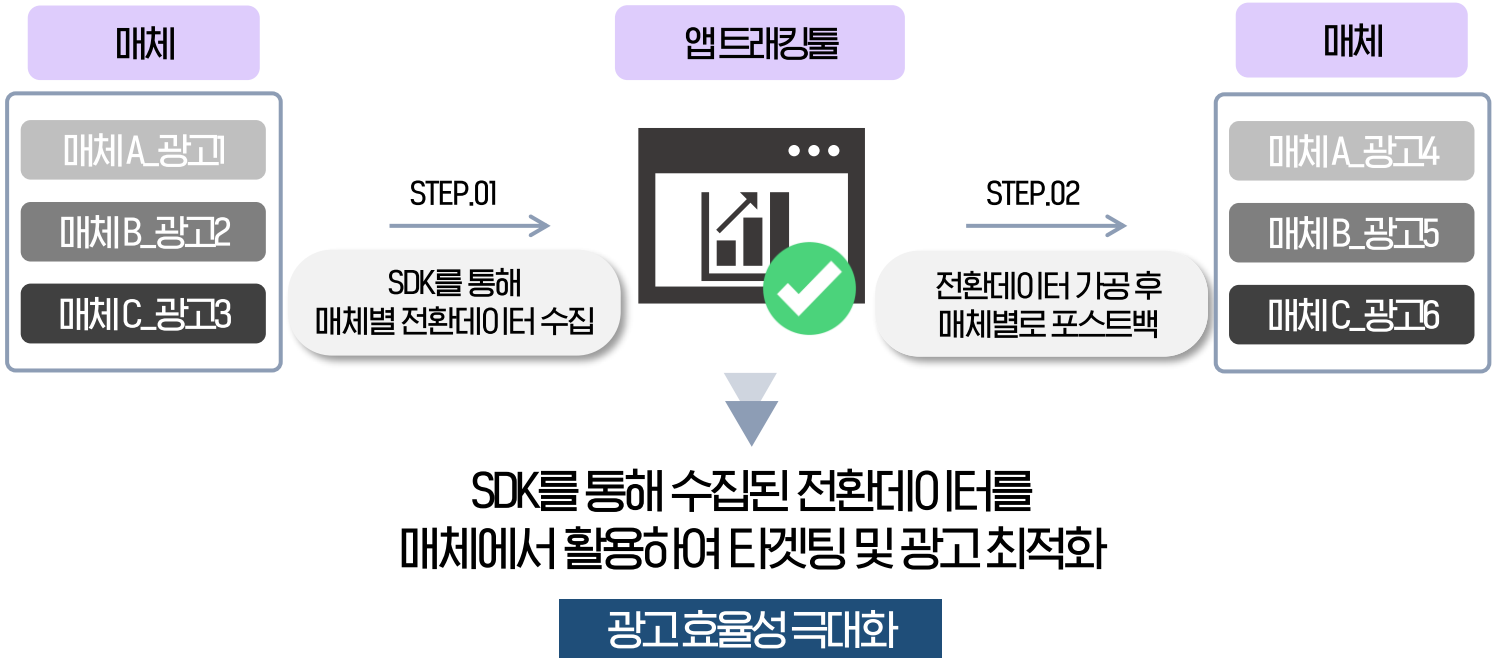
- 대표 플랫폼 : 앱스플라이어 / 애드브릭스 / 애드저스트 등
- 매체별 유저 유입 및 인 앱 액션을 분석할 수 있도록 연동 가능
- 코호트, 리텐션, LTV 등 다양한 리포트를 대시보드로 제공
- 유입부터 이탈까지 유저의 전체 여정 트래킹
- 다양한 매체 내 세부적인 이벤트 전환 타겟 모수 제공
- 추적 및 가공 될 수 있는 데이터의 양이 무제한적
- 자체적인 Fraud 방지 솔루션을 통해 광고비 절약 가능
- 데이터 사용량/구간에 따라 요금 플랜이 상이
  - ㄴ 상위 요금일수록 제공하는 데이터 서비스 및 리포트 기능 고도화

eMFORCE Digital Marketing Group

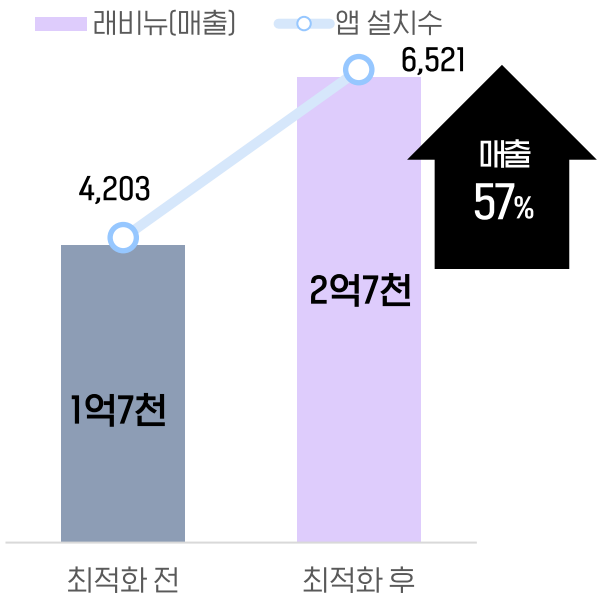
앱 트래킹 툴(앱 어트리뷰션 툴)설정하기

- 앱 트래킹 툴을 통한 포스트백으로 매체 별 상세 타겟팅 설정 & 광고 최적화를 진행합니다.
- 광고 성과에 대한 결과를 각 매체 시스템으로 송출해주는 포스트백 기능을 통해 매체 내 타겟 생성이 가능합니다.

포스트백을통한광고최적화



내부광고주레퍼런스

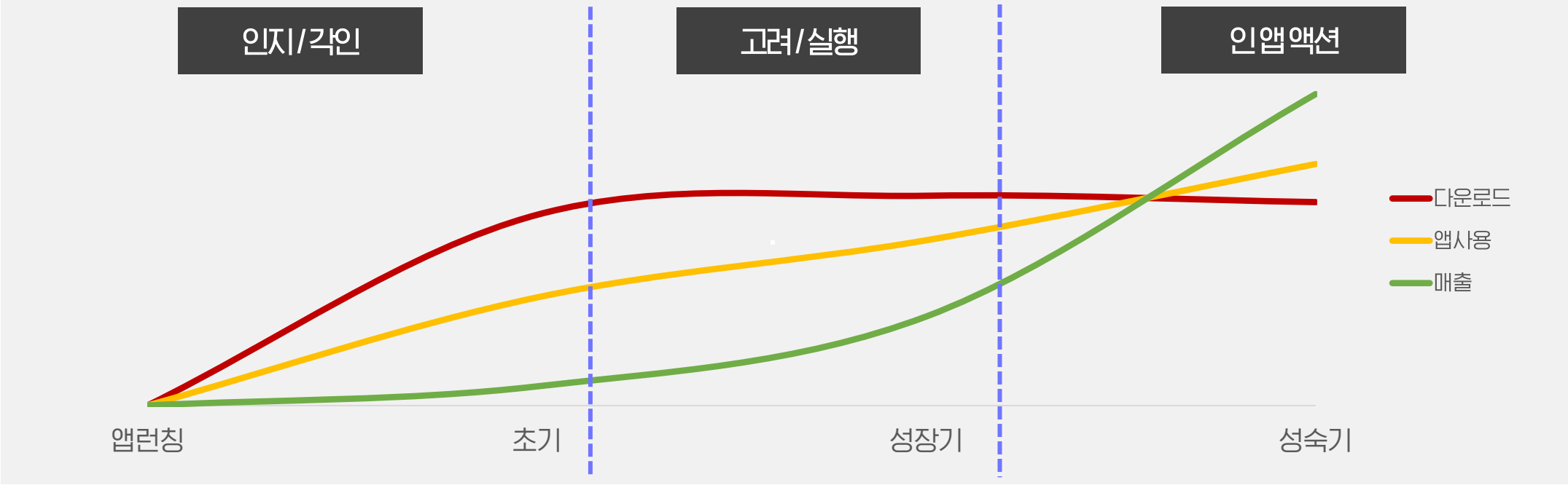


Source : 숙박업체 APP 엠포스 운영개선 데이터

단계별 앱 광고 목표 설정하기

- 앱 트래킹 툴을 설정하였다면 다음은 단계별 앱 광고 목표 설정이 필요합니다.
- “고객여정”, “앱 사이클”에 맞춘 앱 광고 목표는 [회원가입], [APP 내 결제], [레벨 업] 등 다양한 APP 최종 KPI 달성을 목표로 합니다.

APP을 런칭하는 단계라면, 신규유저 확보를 위해 [APP 설치]를 광고목표로 설정하여야 합니다.

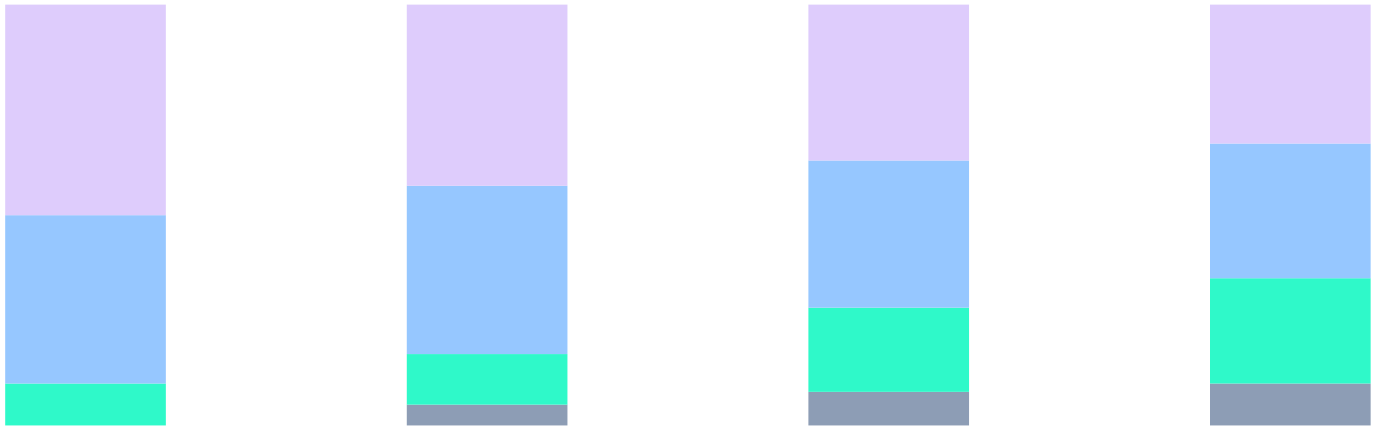


1. 신규 APP설치
2. 앱 재실행 증대
3. 리타겟팅 강화

예산에 따른 매체 정하기

- 한정적인 예산 내 광고목표를 달성하기 위해서는 예산규모에 맞춘 APP광고 매체가 선정되어야 합니다.
- 대표적인 APP 퍼포먼스 광고 매체로는 앱스토어 광고매체와 CPI / nCPI / DA 광고매체가 있습니다.

설정된 월 예산에 맞춰 [APP 설치]를 달성하기 위한 광고매체의 전략적 예산배분이 필요합니다.



	500만원	1,000만원	3,000만원	5,000만원 이상
CPI	50%	43%	37%	33%
앱스토어	40%	40%	35%	32%
nCPI	10%	12%	20%	25%
DA	0%	5%	8%	10%

eMFORCE Digital Marketing Group

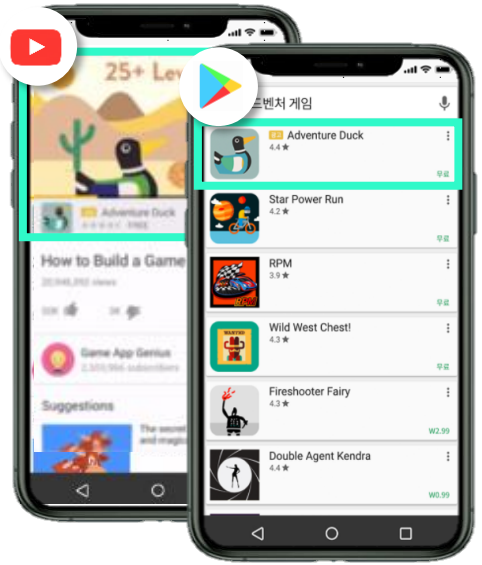
예산에 따른 매체 정하기

- 스토어 내 검색화면 상 순위 노출은 APP설치 광고목표 달성과, 최종 APP KPI를 달성할 수 있는 진성유저의 설치를 유도할 수 있습니다.
- 앱스토어 광고와 함께 설치 수 증대로 기본 APP순위를 높일 수 있도록 고정된 단가의 보상형 CPI 광고도 병행 운영되어야 합니다.

앱스토어광고

- 각 OS별 앱스토어 내 키워드 검색 시 노출되어 니즈 높은 검색유저 유입 유도
- 구글 UAC : 플레이스토어 뿐 아니라 구글 네트워크에 노출되는 APP 광고
- 애플서치애드 : 애플 앱스토어 내 검색 시 노출되는 APP광고

<구글 UAC >



<애플서치애드>

CPI광고

- 정해진 단가의 APP설치당 과금되어, APP설치 볼륨 증대 및 설치 단가 개선
- CPI : APP설치 시 포인트 등 보상/혜택을 지급하여 APP 설치 유도
- nCPI : 별도의 특정한 보상 없이 배너 광고를 통해 유저의 APP 설치 유도

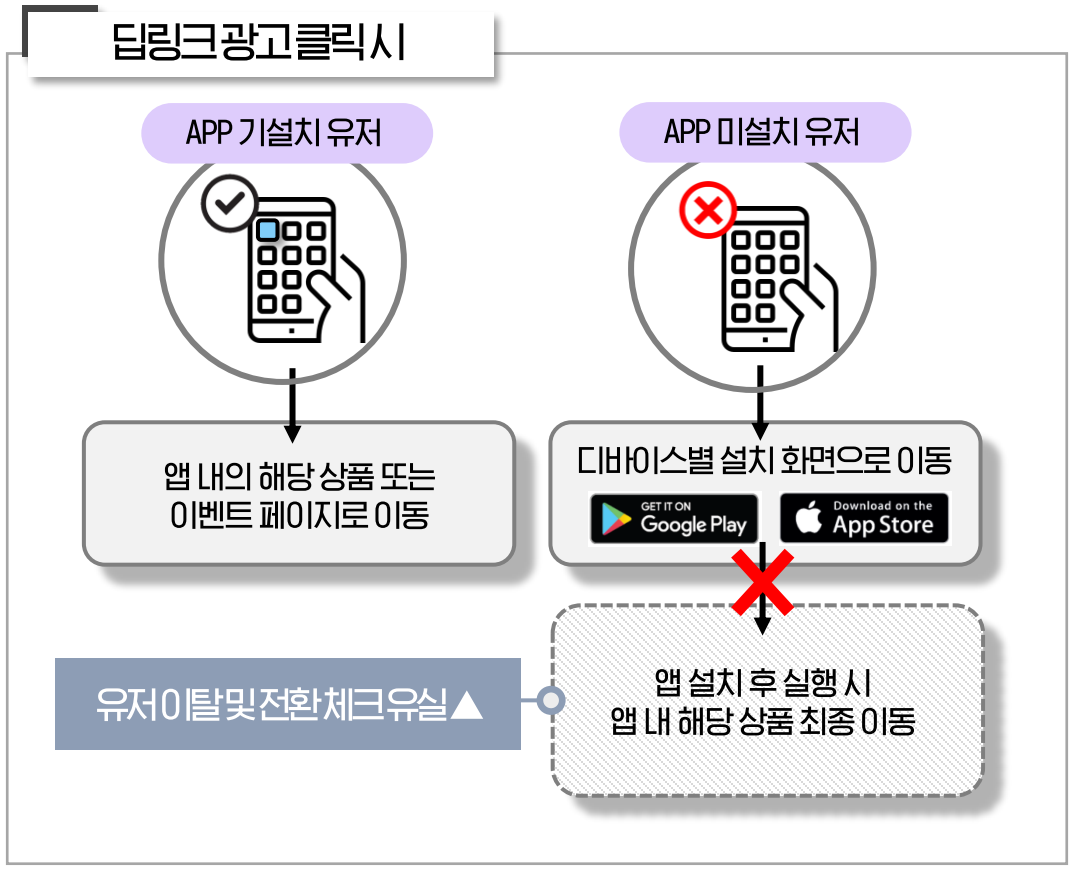
<보상형 CPI>

<비보상형 nCPI>

eMFORCE Digital Marketing Group

광고 링크 만들기

- 각 매체별 정확한 광고 성과 측정을 위해서는 WEB에서 APP 내 설정된 페이지로 연결 될 수 있는 딥링크가 필요합니다.
- 유저의 앱설치 유/무에 따라 링크가 다르게 적용되고 추적되는 디퍼드 딥링크를 통해 유저의 이탈/유실을 낮출 수 있습니다.



eMFORCE Digital Marketing Group

광고 링크 만들기

- 딥링크는 APP 개발자를 통해 발급이 가능하며, 디퍼드 딥링크는 앱 어트리뷰션 툴을 통해서 발급될 수 있습니다.
- 각각의 디퍼드 딥링크는 파이어베이스 : 다이나믹 링크 / 앱스플라이어 : 원링크 등으로 불려집니다.

앱스플라이어 원링크 생성 프로세스

01 커스텀 어트리뷰션 링크 추가

- ✓ 원링크 템플릿 추가 필요
- ✓ 디바이스별 앱 선택
- ✓ [딥링킹] 버튼 활성화

02 링크 이름 및 단축링크 지정

- ✓ 브랜드링크 권장

03 공유채널 및 파라미터 선택

- ✓ 캠페인구조 자동기입
- ✓ 클릭부터 설치/재오픈 걸리는 시간 설정 가능

04 딥링킹/리디렉션 설정

- ✓ 유저들을 유입시킬 앱 딥링크 입력

05 링크설정에서 수정 및 검토

- ✓ 계정 별 [링크설정] 확인

첫 APP마케팅을 위한 체크가 끝났습니다.

다음은 마케팅 효율을 높일 수 있는
APP마케팅 주요 성과지표로 이어집니다.

eMFORCE
Digital Marketing Group

Contact US : app@emforce.co.kr