소개

계정 관리 시스템 설정 가이드

본 가이드에서는 오버추어의 고성능 캠페인 관리 및 보고 도구인 계정 관리 시스템을 설정하는 방법을 설명합니다. 본 가이드에서 설명하는 설정 지침을 익히면 다음을 수행할 수 있습니다.

- 데이터 수집 태그를 웹 사이트에 포함시켜 데이터 분석 추적 기술을 사용
- 오버추어 추적 코드를 포함하도록 웹 링크(URL)를 수정하여 캠페인 추적
- 계정 관리 시스템에서 자동으로 오버추어 비용 데이터를 수집 및 보고할 수 있도록 구성
- Google, Ebay 및 PayPal 같은 오버추어 네트워크 외부에서 수집한 데이터를 보고서에 통합
- Microsoft® Active Server Pages, Java™ Server Pages/J2EE 및 PHP 같은 하이퍼텍스트 전처리기를 사용

웹 사이트 및 웹 링크(URL)를 성공적으로 설정한 후에는 계정 관리 시스템 보고서에서 데이터가 생성되며 이를 통해 웹 사이트의 성과를 분석하고 개선할 수 있습니다.

가이드 사용 방법

구성 본 가이드는 웹 사이트를 위해 계정 관리 시스템을 설정해야 하는 순서대로 구성되어 있습니다.

- **온라인 마케팅 기술 개요 —** 온라인 마케팅에 있어 중요한 기술 개념 및 기법에 대해 설명합니다.
- **성과 지표 수집 —** 계정 관리 시스템에서 성과 데이터를 수집하는 방법에 대해 설명합니다.
- **리퍼럴 추적 —** 계정 관리 시스템에서 추적할 수 있도록 마케팅 리퍼럴 링크를 설정하는 방법에 대해 설명합니다.
- **데이터 수집 태그 사용 —** 계정 관리 시스템에서 캠페인 성과와 관련한 데이터를 수집하고 처리할 수 있도록 웹 사이트에 태그를 설정하는 방법에 대해 설명합니다.
- **마케팅 비용 보고 —** 마케팅 활동과 비용을 연관시키는 방법에 대해 설명합니다.
- **부록: Yahoo! Stores 통합 —** 계정 관리 시스템과 Yahoo! Stores를 함께 사용하는 방법에 대해 설명합니다.
- **부록: PayPal 통합 —** 계정 관리 시스템과 PayPal 지불 처리 시스템을 함께 사용하는 방법에 대해 설명합니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved.

- **부록: Java 기술 통합 —** 계정 관리 시스템과 JSP(Java Server Pages)를 함께 사용하는 방법에 대해 설명합니다.
- **부록: Microsoft ASP 통합 —** 계정 관리 시스템과 ASP(Active Server Pages)를 함께 사용하는 방법에 대해 설명합니다.
- **부록: PHP 통합 —** 계정 관리 시스템과 PHP를 함께 사용하는 방법에 대해 설명합니다.
- **부록: 용어집 —** 계정 관리 시스템 관련 용어 및 온라인 마케팅에서 흔히 사용하는 용어를 정의합니다.
- **색인 —** 컨텐트를 빠르게 찾기 위한 주제별 상호 참조 자료를 찾을 수 있습니다.

가정 계정 관리 시스템을 사용하려면 설치를 시작하기 전에 본 가이드의 설정 지침을 검토하는 것이 좋습니다. 본 가이드를 이해하려면 데이터 수집 태그 및 참조 마케팅 링크를 구축하기 위해 HTML 및 웹 도구에 대한 지식이 있어야 합니다.
필요한 지식이 없는 경우 웹 마스터 또는 웹 개발자에게 도움을 요청하십시오.

예제 본 가이드에 포함된 예제는 참조용이며 실제 웹 사이트 또는 데이터 수집 태그에 복사해서는 안 됩니다.

규칙 본 가이드에서는 다음과 같은 글꼴 규칙을 사용합니다.

- 용어집: 본문 내용 중에 이러한 글꼴로 용어가 표시되는 경우 해당 용어가 용어집에 정의되어 있음을 의미합니다.
- 방정식 예제: 본문 내용 중에 이러한 글꼴로 컨텐트가 표시되는 경우 방정식 및 수학 공식을 강조하기 위한 것입니다.
- 프로그램 또는 스트립트 코드: 이러한 글꼴은 사용자가 웹 페이지에 입력 또는 복사해야 하는 프로그램 또는 스트립트 코드를 의미합니다.
- **프로그램 또는 스크립트 코드**: 이 문장과 유사한 글꼴은 계정 관리 시스템에서 자동으로 삽입하는 스트립트 코드값을 의미합니다.
- ***프로그램 또는 스크립트 코드***: 이 문장과 유사한 글꼴은 사용자가 입력 또는 일부 변경해야 하는 스크립트 코드값을 의미합니다.

일반 용어

계정 마케팅 예산을 관리하는 기업이나 부서입니다. 소규모 기업의 경우 캠페인을 관리하기 위해 단일 계정을 사용할 수 있으며 대규모 기업은 각 부서별로 계정을 만들 수 있습니다.

계정ID 계정 고유 식별 번호입니다.

키워드그룹: 광고문구와 그와 관련된 키워드 이루어진 캠페인의 구성요소입니다. 광고문구는 키워드 및/또는 광고문구와 관련된 컨텐트를 검색하거나 보고 있는 잠재 고객에게 표시됩니다. 키워드그룹의 모든 키워드에 기본 키워드그룹 입찰가를 적용하거나 키워드별로 개별입찰가를 설정할 수 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved.

캠페인 캠페인에는 동일한 예산, 일정 및 광고지역설정 기준을 공유하는 하나 이상의 키워드그룹이 들어 있습니다. 보통 캠페인은 특정 마케팅 목표를 지원하기 위해 만듭니다.

컨버전분석도구 스폰서검색 및 컨텐트매치 목록에서 생성되는 사이트의 컨버전을 추적하는 하나의 태그를 사용하여 분석 데이터를 추적하는 방법입니다.

컨버전 완료된 거래를 기록하는 페이지의 소스 코드에 포함된 스크립트입니다. 일반적으로 컨버전 태그는 최종구매완료 확인페이지에 삽입됩니다. 컨버전 태그에는 거래 금액이 포함됩니다.

쿠키 웹 사이트 방문 시 웹 브라우저에 의해 로컬 컴퓨터에 저장되는 정보입니다. 쿠키는 대개 이전에 웹 사이트에 등록했거나 방문한 사용자를 식별하기 위해 사용됩니다.

데이터 수집 태그 계정 관리 시스템에서 광고주 웹사이트 방문자들의 행동 데이터를 수집할 수 있도록 광고주 웹 페이지에 추가되는 스크립트입니다. 데이터 수집 태그의 종류는 다음과 같습니다.

- 웹 사이트를 방문한 사용자를 추적하기 위한 유니버설 태그
- 업무에 중요한 방문자 행동 양식을 추적하기 위한 이벤트 태그
- 계정 관리 시스템에서 완료된 거래를 추적하기 위한 컨버전 태그

자세한 정보는 컨버전 태그, 이벤트 태그, 태그 설정, 태그옵션 및 유니버설 태그를 참조하십시오.

이벤트 태그 업무에 중요한 방문자 행동 양식을 추적하는 데 사용되는 스크립터로 광고주 웹 페이지의 소스 코드에 추가됩니다. 예를 들어, 이벤트 태그는 장바구니 또는 계정이 생성될 때 사용자가 단순한 검색자에서 구매자로 전환되는 것을 기록하기 위해 사용합니다.

고급분석도구 여러 태그를 사용하여 웹 사이트 전반의 활동을 추적하기 위해 사용하는 추적 분석 방법입니다.

마케팅 ID 추적 URL에 포함되어 있는 고유한 ID로 계정 관리 시스템에서 자동 생성합니다.

마케팅 링크 방문자를 당신의 웹사이트로 유도하기 위해 웹 사이트에서 사용하는 URL입니다. 참조 링크로도 알려진 이러한 URL에 추적 코드 또는 마케팅 ID를 URL에 추가할 때 추적 URL로 전환됩니다.

이름-값 조합 값 및 해당 값에 대한 이름입니다. 값의 이름은 등호 기호 왼쪽에 나타나며 값은 등호 기호 오른쪽에 나타납니다. 다음은 모두 Name-Value pair 예입니다.

- 이름=값
- 계정번호=10987364
- 캠페인이름="첫 번째 캠페인"

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved.

중요

Name-value pair를 사용할 때에는 정확한 형식을 사용해야 합니다. 일부 값의 경우 앞뒤에 작은따옴표 또는 큰따옴표를 추가해야 합니다. 또한 일부의 경우 이름, 값 또는 등호 기호 주변에 특정 수치를 추가해야 합니다. 본 가이드의 지침에서는 Name-value pair를 사용하기 위한 형식 가이드라인을 제공합니다.

NOC 네트워크 운영 센터(Network Operations Center)의 약어입니다.

장바구니 ID 거래(Transaction) ID를 참조하십시오.

태그 유니버설, 이벤트 및 컨버전 태그를 웹 사이트에 추가하기 위한 절차입니다.

태그 옵션 분석 데이터를 얻기 위해 사용하는 방법입니다. 분석 데이터는 컨버전 분석도구 또는 고급분석도구를 통해 얻을 수 있습니다. 컨버전분석도구는 스폰서검색 및 컨텐트매치 목록에서 생성되는 컨버전을 추적하는 태그를 제공합니다. 고급분석도구를 사용하면 여러 태그를 사용하여 웹 사이트 전반의 활동을 추적할 수 있습니다.

추적 코드 캠페인의 추적 가능한 측면을 식별하는 코드로 추적 URL에 포함되어 있는 name−value pair의 이름 부분입니다. 계정 관리 시스템에서는 다음과 같은 추적 코드를 제공합니다.

- ysmcpm — 캠페인 코드
- ysmgrp — 키워드그룹 코드
- ysmcrn — 크리에이티브 코드
- ysmtrm — 검색어 코드
- ysmchn — 채널 코드
- ysmtac — 광고유형 코드
- ysmrfd — 참조 ID 덮어쓰기 코드

추적 URL 광고유형, 키워드 및 실제 검색 쿼리에 대한 정보를 제공하는 매개변수가 추가된 URL입니다.

거래(Transaction) ID 온라인 쇼핑 소프트웨어에서 일반적으로 생성되는 식별번호입니다. 예를 들어, 거래 ID는 사용자가 첫 번째 품목을 장바구니에 추가할 때 생성될 수 있습니다. 이 ID는 방문자를 확인하고 컨버전 이벤트가 발생하기 전까지 해당 방문자의 활동을 확인하기 위해 사용됩니다. 거래 ID는 장바구니 ID로도 불립니다.

유니버설 태그 이 태그는 계정마다 존재하며 웹 사이트의 모든 페이지에 추가됩니다.

URL(Uniform Resource Locator) 본 가이드에서 URL은 고유한 식별용 주소를 말하며 웹 사이트, 파일 또는 웹 서비스를 찾기 위해 사용됩니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved.

온라인 마케팅 개요

계정 관리 시스템을 사용하면 온라인 마케팅 활동을 최적화할 수 있습니다.

마케팅 활동을 최적화하려면 온라인 마케팅 기술을 이해하는 것이 중요합니다. 이 장에서는 온라인 마케팅의 개념 및 기술에 대한 기본 정보를 제공합니다.

계정 관리 시스템 캠페인의 정의

제품 또는 서비스 마케팅이란 대개 광고, 대외 홍보, 가격 정책, 제품 배포 및 제품 또는 서비스를 사람들에게 알리기 위한 기타 수단으로서 이러한 수단을 통해 사람들은 구매를 수행하거나 기타 결정을 내리게 됩니다.

계정 관리 시스템에서 캠페인은 온라인 리퍼럴의 성과를 체계적으로 분석하고 추적하는 제품 또는 서비스 마케팅 활동의 일부입니다. 온라인 리퍼럴에는 다음과 같은 경로를 통해 귀하의 웹 사이트를 방문한 방문자가 포함됩니다.

- 검색 엔진
- 이메일 뉴스레터 링크
- 파트너 웹 사이트 링크
- 오버추어 컨텐트매치 광고 서비스

캠페인은 마케팅 활동의 초점을 맞추고 리퍼럴의 상관 관계를 추적하기 위해 사용합니다. 예를 들어, 새 신발 브랜드를 마케팅하려는 경우 "2007년 신발 신제품"이라는 캠페인을 만들고 계정 관리 시스템에서 "2007년 신발 신제품"과 관련한 광고주의 모든 마케팅 활동을 광고주의 다른 마케팅 활동과는 별도로 체계화, 추적 및 측정할 수 있도록 설정할 수 있습니다. 이를 통해 "2007년 신발 신제품" 온라인 마케팅 활동의 성과에 초점을 맞추고 최적화할 수 있습니다.

마케팅 담당자들은 "추석"과 같은 계절적인 광고에 적합한 캠페인이나 "신형 MP3 플레이어"같은 특정 제품과 관련된 캠페인을 만드는 경향이 있습니다. 성과를 테스트하거나 향상시키기 위해 또는 광고지역에 맞추기 위해 광고문구의 일부를 변경하는 경우를 제외하고 대부분의 캠페인은 비슷합니다.

계정 관리 시스템에서 캠페인을 설정하면 다음을 수행할 수 있습니다.

- 측정 가능한 목표 설정
- 캠페인 시작 및 중지 시간 설정
- 캠페인 성과 통계 확인
- 캠페인에서 성과가 저조한 부분을 확인하고 조치를 취함

캠페인...

World Wide Web(WWW)을 통한 홍보가 도입되기 전에는 흔히 텔레비전, 라디오 그리고 신문, 잡지 및 게시판 같은 인쇄물이라는 세 가지 홍보 방식을 통해 광고가 이루어졌습니다. WWW의 등장으로 마케팅 캠페인은 온라인 및 오프라인(기존 방식) 요소를 모두 포함하게 되었습니다. 계정 관리 시스템의 캠페인 개념은 일반적으로 광고대행업체에서 진행하는 마케팅 활동의 계획, 실행 및 평가 업무를 쉽게 수행할 수 있게 해주는 진화의 결과물입니다. 광고주는 계정 관리 시스템을 통해 온라인 마케팅 활동을 계획하고 검색 엔진 같은 도구를 통해 계획을 실행하고 통합된 보고 및 분석 기능을 통해 결과를 평가할 수 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

기본 계산

성과 지표라 불리는다음과 같은 기본 계산 방식은온라인 마케팅 활동에 초점을 맞추고 최적화하기 위해 사용됩니다.

컨버전당비용(CPA) 컨버전당비용(CPA)은 새 컨버전을 확보하기 위해 들어간 비용을 계산하기 위해 사용합니다. CPA는 총 온라인 마케팅 비용을 총 컨버전수로 나누어 계산합니다.

CPA = 총 비용 / 컨버전수

예를 들어, 온라인 마케팅 캠페인에 1,000,000원을 투자하고 이 캠페인에서 100회의 컨버전 또는 매매가 이루어졌다면 CPA는 다음과 같습니다.

컨버전당 10,000원 = 1,000,000원 / 100

가격마진 컨버전의 값을 측정하기 위한 가장 일반적인 계산 방법입니다.

가격 마진 = 판매가 – 제품 또는 서비스 비용

예를 들어 40,000원을 투자하여 120,000원의 제품을 판매하는 경우 가격 마진은 다음과 같습니다.

100,000원 = 140,000원 – 40,000원

이 값은 비율로 계산할 수도 있습니다.

가격 마진율 = 가격 마진 / 판매가

71.4% = 100,000원 / 140,000원

광고비 투자 수익율(ROAS) 광고비 투자 수익률(ROAS)은 온라인 마케팅의 효과를 계산합니다. ROAS는 온라인 마케팅 활동을 통해 발생한 총 매출에서 온라인 마케팅 활동 총 비용을 뺀 다음 이 값을 온라인 마케팅 활동 비용으로 나누어 계산합니다.

ROAS = (총 매출 – 총 비용) / 총 비용

예를 들어, 온라인 마케팅 캠페인에 1,000,000원을 투자하고 이 캠페인에서 2,500,000원의 매출이 발생했다면 ROAS는 다음과 같습니다.

1.5 = (2,500,000원 – ,1000,000원) / 1,000,000원

이는 온라인 마케팅 활동에 투자하는 1,000원에 대해 1,500원의 수익을 올린다는 의미입니다.

잠재고객당목표비용 이 계산 방식을 통해 잠재고객당 투자 비용을 결정할 수 있습니다. 잠재고객당목표비용은 목표컨버전수를 목표컨버전율로 나누어 계산하는 필요잠재고객수를 기반으로 합니다.

필요잠재고객수 = 목표컨버전수 / 목표컨버전율

잠재고객당목표비용은 캠페인의 마케팅 예산을 필요잠재고객수로 나누어 계산합니다.

잠재고객당목표비용 = 마케팅 예산 / 필요잠재고객수

용어 소개

컨버전 – 잠재고객이 고객이 되는 과정을 말합니다. 대개 잠재고객이 구매를 수행할 때 발생합니다.

목표컨버전수 – 캠페인이 성공하기 위해 필요한 컨버전수입니다.

목표컨버전율 – 고객으로 전환할 것으로 예상되는 잠재고객의 비율입니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

예를 들어, 캠페인에 다음과 같은 매개 변수가 있다고 가정합니다.

- 5,000,000원의 마케팅 예산
- 150회의 컨버전 필요 – 목표컨버전수
- 예상 목표컨버전율 4%

이러한 매개 변수를 사용하여 필요잠재고객수를 다음과 같이 계산합니다.

필요잠재고객수 3,750명 = 150 / .04

필요잠재고객수를 계산한 다음 잠재고객당목표비용을 다음과 같이 계산합니다.

잠재고객당목표비용 13,000원 = 5,000,000원 / 3,750

중요

앞의 예제에서는 이러한 고객의 평생 가치(LTV)가 캠페인의 평생 가치로 제한된다고 가정합니다.

캠페인 목표 설정

캠페인을 효과적으로 관리하려면 측정 가능한 목표를 설정하는 것이 중요합니다. 대부분의 목표는 성과 지표에 반영되거나 성과 지표에서 얻을 수 있으며 일부 목표는 "10월부터 1월까지 500대 판매" 같은 목표를 통해 나타나기도 합니다. 측정 가능한 목표의 예는 다음과 같습니다.

- 특정 기간 동안의 총 판매 또는 목표 매출
- 컨버전당목표비용
- 목표컨버전율
- 광고비 투자 수익률(ROAS)

성과 지표 외에도 제품 또는 서비스를 파악해야 합니다.

- 판매 주기
- 평균주문규모(AOS)

중요

캠페인 결과를 정확히 평가하는 데 있어 판매 주기를 이해하는 것이 중요합니다. 캠페인이 판매 주기보다 짧게 설정되어 있거나 캠페인의 결과를 판매 주기의 종료 전에 측정하면 성과 지표가 좋지 않게 나올 수 있습니다.

용어 소개

잠재고객 – 광고주의 제품 또는 서비스에 관심을 나타낸 사람입니다. 잠재고객은 기존 구매 고객 또는 신규 고객입니다.
판매 – 잠재고객이 구매를 수행하여 고객으로 전환할 때 발생합니다. 대부분의 경우 판매는 컨버전과 동일합니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

목표 설정 예제

가상의 광고주 영철은 당구 장비를 판매합니다. 영철은 다수의 Smithee 당구 큐대를 재고로 가지고 있으며 즉시 팔려고 합니다. 영철은 Smithee 당구 큐대를 판매하기 위해 캠페인을 만들고 이 캠페인에 대해 다음과 같은 기본 정보를 사용하기로 합니다.

목표를 설정하는 데 필요한 정보

판매 가격	112,000원
제품 비용	81,000원
목표컨버전수	150
마케팅 예산	2,000,000원

영철은 캠페인에 대한 기본 정보를 입력한 후 계정 관리 시스템에서 자신의 캠페인을 설정하기 위해 일련의 성과 지표를 계산합니다.

목표를 설정하기 위한 기본 지표

가격 마진	31,000원 = 112,000원 − 81,000원
가격 마진율	38.3% = 31,000원 / 81,000원
컨버전당목표비용	13,000원 = 2,000,000원 / 150
목표컨버전율	0.02 (2%)
필요잠재고객수	7500 = 150 / 0.02
잠재고객당목표비용	270원 = 2,000,000원 / 7,500

성과 지표 목표를 계산하는 방법 영철이 자신의 Smithee 당구 큐대 캠페인을 위해 성과 지표 목표를 계산한 방법을 확인하려면 아래 단계를 참조하십시오.

1. 가격 마진은 제품 비용에서 판매 가격을 빼서 계산합니다.

   31,000원 = 112,000원 − 81,000원

2. 가격 마진율을 계산합니다.

   38.3% = 31,000원 / 81,000원

3. 가격 마진을 계산한 영철은 투자 가능한 비용 내에서 Smithee 당구 큐대를 캠페인을 위한 마케팅에 지출할 금액이 얼마나 되는지 결정합니다. 마케팅 예산과 영철이 판매해야 하는 큐대의 수를 기준으로 컨버전당목표비용을 계산합니다.

   13,000원 = 2,000,000원 / 150

4. 영철은 이러한 정보를 토대로 13,000원 미만의 컨버전당비용을 유도했던 마케팅 방법을 확인할 수 있습니다. 영철은 오버추어 네트워크 및 Google의 일련의 키워드를 사용하여 유료 검색 프로그램을 실행하기로 결정했습니다. 영철은 컨버전당 13,000원을 초과하지 않는 키워드를 선택해야 한다는 것을 알고 있으며 오버추어 및 Google 잠재고객의 과거 컨버전율이 2%라는 것도 알고 있습니다. 이러한 정보를 통해 그는 나머지 기본 지표를 계산할 수 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

5. 영철은 목표컨버전수를 목표컨버전율로 나누어 필요잠재고객수를 계산합니다.

   7,500 = 150 / .02

6. 영철은 150회의 컨버전을 확보하기 위해 7,500명의 잠재고객이 필요하다는 것을 확인한 후 2,000,000원의 마케팅 예산을 필요잠재고객수로 나누어 잠재고객당목표비용을 계산합니다.

   270원 = 2,000,000원 / 7,500

중요

앞의 예제에서는 이러한 고객의 평생 가치(LTV)가 캠페인의 평생 가치로 제한된다고 가정합니다.

중요

영철의 계산에 따르면평균키워드비용은 270원이 되어야 합니다. 이는 평균 비용과 컨버전율이 그의 목표치 내에 있는 한 고비용 검색어 및 저비용 검색어를 번갈아 사용할 수 있음을 의미합니다.

중요

영철에게 있어 키워드의 성과를 추적할 때 제품의 판매 주기를 이해하는 것이 중요합니다. 예를 들어, 영철이 5일 후 키워드 성과를 확인한다면 30일 후 컨버전율이 높아질 키워드에 대한 입찰가를 줄이거나 해당 키워드를 삭제하게 될 수있습니다.

캠페인 결과 및 목표 비교

캠페인 기간 동안 캠페인 설정 및 광고유형을 검토, 분석 및 최적화하는 것이 중요합니다. 캠페인의 결과를 효과적으로 정확하게 측정하려면 캠페인의 전체 주기를 감안하여 평가해야 합니다. 하지만 많은 판매 주기를 충분히 거친 이후에는 캠페인 성과를 최적화할 수 있도록 변경하는 것이 좋습니다. 예를 들어, 캠페인이 3달 동안 진행되었고 판매 주기가 한 달이라면 캠페인의 판매 주기가 끝나고 판매 데이터가 확보되는 시점인 한 달 후에 캠페인을 조정하는 것이 적절합니다.

목표 및 결과 비교 예제

앞의 예제에서 영철은 10월 1일에 시작한 Smithee 당구 큐대 캠페인의 결과를 검토하기로 결정했습니다. 그는 10월 31일에 캠페인 결과를 검토했지만 10월 2일 이후에 사이트에 방문한 방문자의 판매 주기는 아직 완료되지 않은 상태이기 때문에 캠페인의 효과에 대해 평가할 때는 신중해야 한다는 것을 알고 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

영철은 자신의 계정 관리 시스템 캠페인의 실제 성과 지표를 검토합니다.

성과 지표	목표	실제	차이
캠페인 비용	2,000,000원	2,000,000원	0원
매출	16,800,000원	17,584,000원	+784,000원
컨버전	150	157	+7
컨버전율	2.0%	2.62%	+0.62%
컨버전당비용	13,000원	12,740원	−260원
ROAS	740%	779%	+39%

캠페인의 결과가 캠페인의 목표를 초과한다 해도 키워드의 성과와 관련하여 대개 개선의 여지가 있습니다. 영철은 전체 비용은 유지하면서 키워드에 투자하는 비용을 조정하여 성과를 향상시킬 수 있습니다. 예를 들어, 영철의 캠페인 컨버전율은 예상보다 높아서 컨버전을 확보하기 위해 필요한 잠재고객수가 적기 때문에 캠페인의 잠재고객당목표비용을 높일 수 있습니다. 영철은 또한 오버추어 네트워크 및 Google에서 키워드의 성과를 확인할 수 있습니다. 영철이 두 검색 엔진에 각기 다른 키워드를 가지고 있다면 두 광고 네트워크 간에 키워드를 공유할 수 있습니다.

캠페인의 성과를 향상시키기 위해 영철이 취할 수 있는 최선의 조치 중 하나는 컨버전을 이끌어 내지 못하는 키워드를 삭제하는 것입니다. 영철은 컨버전으로 이어지지 않는 키워드를 제거하여 잠재고객당목표비용은 270원 미만으로 유지하면서 관련성 높은 키워드에 지출의 초점을 맞출 수 있습니다. 키워드를 삭제할 때 영철은 캠페인의 판매 주기를 감안하여 컨버전율이 높은 키워드를 삭제하지 않아야 합니다. 영철이 키워드의 성과를 향상시킬 수 있는 다른 방법은 해당 키워드와 관련된 웹 페이지를 검토하는 것입니다. 키워드와 관련된 웹 페이지와 키워드의 상호 연관성이 거의 없다면 해당 키워드는 많은 트래픽을 유도할 수는 있어도 컨버전을 유도할 수는 없습니다. 이 문제를 해결하기 위해 영철은 해당 키워드와 관련된 웹 페이지의 제목 또는 설명을 변경하고 보다 관련성 높은 웹 페이지를 가리킬 수 있도록 할당된 URL을 변경해야 합니다.

중요

일부 고객은 판매 주기의 각 시점에 따른 키워드 성과에 대한 추적 및 보고 기능을 제공하는 추가 보고 도구를 이용할 수 있습니다. 이러한 도구를 사용할 수 있다면 방문자가 사이트를 떠나기 전에 얼마나 많은 페이지를 확인하는지 추적할 수 있습니다. 이러한 정보를 통해 웹 사이트의 특정 페이지를 조정하여 컨버전율을 높일 수 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

캠페인 성과를 분석할 때 영철이 고려해야 할 또 다른 요소는 방문자들이 컨버전 전에 몇 번이나 웹 사이트에 방문하는 하는 것입니다. 방문자들이 구매하기 전에 사이트에 여러 번 방문한다면 방문자들이 가격을 비교한다는 것을 의미합니다. 이를 해결하기 위해 영철은 앞으로의 홍보 전략으로 다른 웹 사이트의 가격과 유사하거나 그보다 낮게 책정하는 것을 고려할 수 있습니다. 영철은 또한 방문자 유형별 매출 및 평균주문규모(AOS)를 검토할 수 있습니다. AOS가 컨버전하기까지 경과하는 시간에 비례하여 증가한다면 이는 구매자들이 보다 큰 금액으로 구매하기 전에 시간이 더 많이 소요된다는 것을 나타냅니다. 영철은 이러한 정보를 활용하여 해당 대상 그룹과 관련된 키워드에 더 많이 투자하여 그러한 구매자들의 구매를 유도하는 데 초점을 맞출 수 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

리퍼럴 추적

계정 관리 시스템은 방문자의 행동을 추적할 수 있는 유연한 도구를 제공합니다.

계정 관리 시스템은 오버추어 네트워크에서 광고주의 웹 사이트로 연결되는 리퍼럴을 자동으로 추적합니다. 계정 관리 시스템에서 다른 사이트 또는 서비스를 통해 연결된 리퍼럴을 추적하려면 링크에 URL 추적 코드(이름-값 조합으로서 리퍼럴이 연관되어야 하는 캠페인 변수를 나타냄)가 포함되어야 합니다.

광고주의 링크에 포함된 URL 추적 코드를 추적 URL이라고 부릅니다. 이 장에서는 URL 추적 코드를 작성하는 방법과 이 코드를 링크에 추가하여 추적 URL을 만드는 방법을 설명합니다.

이름-값 조합: 기본 정보

각 변수는 이름-값 쌍으로 추적 URL에 포함됩니다. '이름-값 쌍'이라는 용어는 변수 레이블(이름)과 현재 상태(값)를 연관시키기 위해 사용하는 일반적인 형식을 지칭합니다. 이름-값 조합의 형태는 다양하지만 일반적으로 '이름=값'의 형식이며 등호 앞뒤로는 공백이 없습니다. 값 부분에 있는 공백은 플러스 기호(+) 또는 퍼센트 기호와 20이라는 숫자를 차례로 표기(%20)하여 표시(인코딩)됩니다.

다음은 추적 URL에서 사용할 수 있는 이름-값 조합의 예입니다.

- 과일_이름=녹색+사과
- 비용=100
- 계정=234100923
- 일=21
- 월=9
- 연=2006

  생년월일=010485

비라틴 및 확장 문자 집합 사용

계정 관리 시스템은 모든유니코드문자(16진수로 인코딩하여 UTF-8형식으로 이스케이프할 수 있는)를 지원합니다. 이를 통해 라틴 문자 및 비라틴 문자를 단일 값에서 함께 사용할 수 있습니다. 또한 현재 사용되는 언어에 포함된 거의 모든 문자를 표현할 수 있으며 여기에는기본 라틴 문자 집합에 포함되지 않은 문장 부호 또는 기타 기호가 포함됩니다.

다음은 UTF-8 형식으로 인코딩되는 이름-값 조합의 값 부분에 대한 예입니다. 이러한 예제는 본 섹션에 포함된 간단한 JavaScript 인코딩 스크립트를 사용하여 인코딩되었습니다.

유니코드...

유니코드는 전자 텍스트에 있는 모든 문자에 대한 고유 코드 번호를 언어, 플랫폼 또는 애플리케이션에 구애 받지 않고 제공합니다. 유니코드는 96,248문자에 달하는 UCS(Universal Character Set)를 사용하여 전 세계 대부분의 언어를 처리할 수 있습니다. XML이나 JavaScript 같은 여러 표준에서 유니코드 문자값을 사용합니다. 유니코드는 ASCII 문자의 다중 언어 구현과 관련한 문제를 해결하기 위해 개발되었으며 유니코드 협회(http://www.unicode.org/)에서 관리하고 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

원본 텍스트	번역 텍스트	UTF-8 인코딩 형식
iPod 판매 (FR)	iPod à vendre	iPod%20%E0%20vendre
iPod 판매 (JP)	iPod発売中	iPod%E7%99%BA%E5%A3%B2%E4%B8%AD
iPod 판매 (KO)	아이팟	%EC%95%84%EC%9D%B4%ED%8C%9F
DVD 할인 (FR)	DVD à prix réduits	DVD%20%C3%A0%20prix%20r%C3%A9duits
DVD 할인 (JP)	DVD値下げ中	DVD%E5%80%A4%E4%B8%8B%E3%81%92%E4%B8%AD
DVD 할인 (KO)	DVD 할인판매	DVD%20%ED%95%A0%EC%9D%B8%ED%8C%90%EB%A7%A4

이름-값 조합 코딩 규칙

모든 이름-값 조합은 ysmcpn, ysmgrp, ysmcrn, ysmtrm, ysmchn, ysmtac,ysmrfd처럼 소문자로만 입력해야 하며 공백이 없어야 합니다.

항상+ 또는%20 을 사용하여 값 사이의 공백을 표시(인코딩)합니다.

공백 또는 비라틴 알파벳 같은 카운트 이스케이프 문자는 값의 길이를 계산할 때 하나의 문자로 간주됩니다.

ysmchn 및 ysmtac 이름-값 조합은 코드 집합 목록으로만 사용할 수 있습니다.

UTF-8 인코딩 및 이스케이프 도구

UTF-8 인코딩 및 이스케이프 도구는 다음과 같습니다.

js_encoder.html

```
<script>
document.write(encodeURIComponent('인코딩할 텍스트'));
</script>
```

js_ecoder.html 사용 방법 본 지침의 절차를 완료하려면 웹 브라우저 및 일반 텍스트, xml 또는 html 편집기를 사용해야 합니다. Microsoft® Windows® 플랫폼에서는 Microsoft® 메모장, Altova® XMLSpy 또는 Macromedia® Dreamweaver™ 같은 편집용 애플리케이션을 사용할 수 있습니다. Apple® Macintosh® 플랫폼에서는 Bare Bones Software의 BBEdit®, Apple® XCode™ Developer Tools 또는 oXygen/® xml 편집기 같은 편집용 애플리케이션을 사용할 수 있습니다.

1. 위의 js_encoder.html 텍스트를 복사하여 새 텍스트 파일에 붙여 넣습니다. 해당 파일을 js_encoder.html이라는 이름으로 저장합니다.
2. 앞서 언급한인코딩할 텍스트를 UTF-8로 인코딩하려는 값으로 대체합니다.
3. 파일을 저장합니다.
4. 웹 브라우저로 돌아와 방금 저장한 파일을 엽니다. 그러면 웹 브라우저에 해당 텍스트가 UTF-8 인코딩 형식으로 표시됩니다. UTF-8로 인코딩된 텍스트를 복사하여 계정 관리 시스템에서 사용할 수 있습니다.

인코딩...

인코딩은 문자를 대체 표시로 변환하는 것을 말합니다. 인코딩을 통해 호환되지 않는 문자, 기호 및 문장 부호를 파서가 원래의 값을 올바르게 인식할 수 있는 방식으로 표시할 수 있습니다. 예를 들어, 공백 문자는 16진수(숫자 20)로 인코딩하거나 10진수(숫자 32)로 표시할 수 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

URL 추적 코드

계정 관리 시스템은 추적 URL을 사용하여 오버추어 네트워크에서 발생하지 않은 웹 사이트 트래픽을 광고주의 웹 사이트로 연결합니다. 추적 URL은 하나 이상의 URL 추적 코드(캠페인 변수를 나타내는 이름-값 조합)로 구성됩니다.

7개의 캠페인 변수를 사용할 수 있지만 마케팅 리퍼럴을 추적하는 데에는 광고유형 변수만 사용하면 됩니다. 하지만 추적 URL에 다음과 같은 캠페인 변수 대부분을 포함시키면 추적 결과를 향상시킬 수 있습니다.

- 캠페인
- 키워드그룹
- 광고문구명
- 검색어
- 채널
- 참조 도메인 덮어쓰기

중요

오버추어 네트워크에서 발생하지 않은 리퍼럴을 추적하려면 광고주의 웹 사이트에 계정 관리 시스템 데이터 수집 태그가 포함되어야 합니다. 이러한 태그는 계정 관리 시스템으로 연결되는 추적 URL의 캠페인 변수 정보를 전송합니다. 자세한 정보는 본 가이드의 "성과 지표 수집 "및 " 데이터 수집 태그" 장을 참조하십시오.

캠페인 변수

캠페인 변수는 추적 URL을 통해 연결되는 방문자들과 연관되어야 하는 캠페인 이름을 나타냅니다. 예를 들어, 캠페인 이름 변수가 " 봄철 신발"이라는 캠페인과 연관되어야 하는 경우 이름-값 조합은 다음과 같습니다. ysmcpm=봄철+신발. 추가 예제 및 코딩 규칙은 다음과 같습니다.

캠페인	이름-값 조합
봄철 신발	ysmcpm=봄철+신발
DVD 할인(JP)	ysmcpm=DVD%E5%80%A4%E4%B8%8B%E3%81%92%E4%B8%AD
고급 셔츠	ysmcpm=고급+셔츠

코딩 규칙
비필수 사항
이름 코드 "ysmcpm"은 소문자로 입력해야 함
둘 이상의 UTF-8 인코딩 값으로 표시되는 문자를 포함하여 이스케이프 문자는 하나의 문자로 간주됩니다.

이스케이프...

이스케이프는 이스케이프 문자 다음에 오는 특정 문자를 다른 값의 인코딩된 버전으로 해석해야 한다는 것을 파서(Parser)에게 알려주는 과정입니다. 계정 관리 시스템에서 UTF-8 이스케이프 문자는 퍼센트 기호(%)입니다. 이 기호는 다음에 나오는 두 문자를 단일한 16진수값으로 해석해야 한다는 것을 나타냅니다. 일부 문자는 단일한 UTF-8 값으로 표시할 수 없기 때문에 둘 또는 세 개의 일련의 UTF-8 값으로 구성됩니다. 인코딩, 이스케이핑 및 UTF-8에 대한 자세한 정보를 확인하려면 Wikipedia(http://www.wikipedia.org)으로 이동하여 해당 용어에 대해 검색해 보십시오.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

키워드그룹 변수

키워드그룹 변수는 추적 URL을 통해 연결되는 방문자들과 연관되어야 하는 키워드그룹 이름을 나타냅니다. 예를 들어, 키워드그룹 이름 변수가 "샌달"이라는 키워드그룹과 연관되어야 하는 경우 이름-값 조합은 다음과 같습니다. ysmgrp=샌달. 추가 예제 및 코딩 규칙은 다음과 같습니다.

키워드그룹	이름-값 조합
샌달	ysmgrp=샌달
웨스턴부츠	ysmgrp=웨스턴부츠
600 스레드 카운트	ysmgrp=600+스레드+카운트

코딩 규칙

비필수 사항

이름 코드 "ysmgrp"는 소문자로 입력해야 함

값의 최대 길이는 50문자

둘 이상의 UTF-8 인코딩 값으로 표시되는 문자를 포함하여 이스케이프 문자는 하나의 문자로 간주됩니다.

광고문구명 변수

광고문구명 변수는 추적 URL을 통해 연결되는 방문자들과 연관되어야 하는 광고문구명을 나타냅니다. 예를 들어, 광고문구명 변수가"새 신발 세일"이라는 광고문구와 연관되어야 하는 경우 이름-값 조합은 다음과 같습니다. ysmcrn=새+신발+세일. 추가 예제 및 코딩 규칙은 다음과 같습니다.

광고문구명	이름-값 조합
새 신발 세일	ysmcrn=새+신발+세일
존 웨인 웨스턴부츠 한정판	ysmcrn=존%20웨인%20웨스턴부츠%20한정판
저렴한 이집트산 순면 커버	ysmcrn=저렴한+이집트산+순면+커버

코딩 규칙

비필수 사항

이름 코드 "ysmcrn"은 소문자로 입력해야 함

값의 최대 길이는 50문자

둘 이상의 UTF-8 인코딩 값으로 표시되는 문자를 포함하여 이스케이프 문자는 하나의 문자로 간주됩니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

검색어 변수

검색어변수는 해당 검색어가 참조 링크를 생성하기 위해 사용되었음을 나타냅니다. 예를 들어, 검색어 변수가 "새 신발"이라는 검색어와 연관되어야 하는 경우 이름-값 조합은 다음과 같습니다.ysmtrm=새+신발. 추가 예제 및 코딩 규칙은 다음과 같습니다.

검색어	이름-값 조합
새 신발	ysmtrm=새+신발
존 웨인	ysmtrm=존%20웨인
고급 커버 세트	ysmtrm=고급+커버+세트

코딩 규칙
비필수 사항
이름 코드 "ysmtrm"은 소문자로 입력해야 함
값의 최대 길이는 50문자
둘 이상의 UTF-8 인코딩 값으로 표시되는 문자를 포함하여 이스케이프 문자는 하나의 문자로 간주됩니다.

광고유형 변수

광고유형 변수는 추적 URL을 생성하기 위해 사용된 광고유형을 나타냅니다. 참조 마케팅 링크와 함께 사용할 수 있는 캠페인 광고유형 및 해당 코드 목록은 다음과 같습니다.

광고유형	광고유형 코드
제휴마케팅광고	AFF
배너 광고	AD
가격 비교 쇼핑	CMP
문맥광고	CTX
이메일	EMAIL
지역 검색	LOC
온라인 클릭을 유도하는 오프라인 미디어	OFL
일괄적으로 지불된 웹 문서 유료 등록	PIB
웹 사이트 유료등록	PI
클릭당 지불 검색	PPC

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

예를 들어, 참조 링크가 클릭당 지불 광고유형을 통해 생성된다면 캠페인 광고유형 이름-값 조합은 다음과 같습니다. ysmtac=ppc. 추가 예제 및 코딩 규칙은 다음과 같습니다.

캠페인 광고유형	이름-값 조합
제휴사	ysmtrm=aff
클릭당 지불 검색	ysmtrm=PPC
지역 검색	ysmtrm=loc

코딩 규칙
필수 사항
이름 코드 "ysmtac"는 소문자로 입력해야 함
캠페인 광고유형 코드는 소문자, 대문자 또는 둘 모두를 혼용해서 입력할 수 있음
캠페인 광고유형 코드는 선택한 광고 채널을 계정 관리 시스템에서 지원해야 함 (자세한 정보는 "캠페인 채널 변수" 참조)

채널 변수

이채널변수는 추적 URL을 생성하기 위해 사용된 광고 채널을 나타냅니다. 또한 캠페인 채널 변수는 계정 관리 시스템에서 추적할 광고유형을 결정합니다.

다음은 계정 관리 시스템에서 지원하며 참조 마케팅 링크에 사용할 수 있는 광고 채널 및 해당 캠페인 채널 코드 목록입니다. 각 채널 코드 옆에는 해당 채널에 대해 계정 관리 시스템에서 인식하는 광고유형이 나열되어 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

설명	코드	지원 광고유형
기타	OTHER	AD, AFF, CMP, CTX, EMAIL, LOC, PI, PIB, PPC
180 Solutions	180	CTX
24/7 Media	M724	AD
7 Search	SH7	PPC
Advertising.com	ADV	AD
Enhance Interactive	AHA	PPC
America On−Line	AOL	AD
AltaVista	AVA	PI, PIB
Ask Jeeves	AJS	PI, PIB
BidClix	BCLX	CTX
BeFree	BEF	AFF
Bizrate	BIZ	CMP
Burst Media	BMA	AD
Business.com	BUS	PPC
Citisearch	CITI	LOC
Clickbank	CKB	AFF
Clickslink	CKL	AFF
Commission Junction	CJN	AFF
CNET.com	CNET	AD, CMP, EMAIL

설명	코드	지원 광고유형
DoubleClick	DBC	AD
Engage Media	EMA	AD
e−Pilot	EPT	PPC
E−Spotting	EST	PPC
Fast	FST	PI `PIB
Fast Clic	FCL	AD
Findwhat	FDW	PPC
Froogle	FRO	
GoClick	GOC	PPC
Google	GGL	CTX, LOC, PPC
Gator	GTR	CTX
HotBar	HTB	AD
Industry Brain	IDB	CTX, PPC
Infospace	IFS	PI, PIB
In−house	INH	EMAIL
Inktomi	INK	PI, PIB
Kanoodle	KAN	PPC
LinkShare	LSH	AFF
Look	LOOK	PPC
Looksmart	LKS	PI, PIB

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

설명	코드	지원 광고유형
Lycos	LYC	AD, PI, PPC
Mamma.com	MAM	PI
Maxworldwide	MAX	AD
MetricsDirect.com	MDIR	CTX
MSN	MSN	AD
MyGeek.com	MYGK	CMP, CTX, PI, PPC
MySimon	MYS	CMP
Nextag	NXT	CMP
Pricegrabber	PGR	CMP
Price.com	PRC	CMP
Pricescan	PSC	
Search123	S123	PPC
Search Boss	SBOS	PPC
ShopCartUSA.com	SCU	CMP, EMAIL
SearchFeed	SFD	PPC
Shopping.com	SHOP	CMP
Sprinks	SPK	CTX, PPC
StreetPrices	SPRI	CMP
Switchboard	SWB	PI
TribalFusion	TFN	AD

설명	코드	지원 광고유형
Turbo10	TRB	PPC
ValueClick	VCK	AD, AFF
WhenU	WHU	CTX
Xuppa	XUP	PPC
Yahoo	YAH	CMP, EMAIL, LOC
오버추어(미국)	YSM	CTX, PPC
오버추어(오스트리아)	YSMAT	CTX, PPC
오버추어(호주)	YSMAU	CTX, PPC
오버추어(스위스)	YSMCH	CTX, PPC
오버추어(독일))	YSMDE	CTX, PPC
오버추어(덴마크)	YSMDK	CTX, PPC
오버추어(스페인)	YSMES	CTX, PPC
오버추어(핀란드)	YSMFI	CTX, PPC
오버추어(프랑스	YSMFR	CTX, PPC
오버추어(이탈리아)	YSMIT	CTX, PPC
오버추어(네덜란드)	YSMNL	CTX, PPC
오버추어(노르웨이)	YSMNO	CTX, PPC
오버추어(스웨덴)	YSMSE	CTX, PPC
오버추어(영국)	YSMUK	CTX, PPC

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

예를 들어, 참조 링크가 MSN(Microsoft Search Network)을 통해 생성된다면 캠페인 채널 이름–값 쌍은 다음과 같습니다. ysmchn=msn. 추가 예제 및 코딩 규칙은 다음과 같습니다.

캠페인 채널	이름-값 조합
Microsoft Search Network (MSN)	ysmchn=msn
Google	ysmchn=ggl
Price.com	ysmchn=prc

코딩 규칙
비필수 사항
이름 코드 "ysmchn"은 소문자로 입력해야 함
값의 최대 길이는 50문자
캠페인 채널 코드는 소문자, 대문자 또는 둘 모두를 혼용해서 입력할 수 있음

중요

잘못된 코드를 사용하면 계정 관리 시스템에서 부정확한 데이터를 수집할 수 있습니다. 귀하의 광고 채널에 대한 적절한 채널 코드가 목록에 없으면 계정 관리 시스템에 문의하십시오. 귀하의 광고 채널에 대한 채널 코드가 설정되기 전까지는 'OTHER' 코드를 사용해서 데이터를 수집할 수 있습니다.

캠페인 리퍼러 변수

계정 관리 시스템은 광고주의 웹 사이트에 방문하는 각 방문자의 참조 도메인을 자동으로 기록합니다. 또한 참조 도메인에 이름을 지정할 수 있습니다. 이를 통해 의미 있는 이름을 지정하거나 방문자 트래픽 분석을 위해 여러 도메인을 통해 연결된 트래픽을 하나의 도메인으로 그룹화할 수도 있습니다. 예를 들어, 추적 URL의 도메인이 "Portal.com"이고 이를 "북서지역 파트너"로 기록하려면 ysmrfd=북서지역+파트너를 "Portal.com" 도메인의 추적 URL에 추가하면 됩니다. 추가 예제 및 코딩 규칙은 다음과 같습니다.

올바른 캠페인 리퍼럴	이름-값 쌍
DVD 할인 업체	ysmrfd=DVD%20할인%20업체
중고 자동차 업체	ysmrfd=중고+자동차+업체

코딩 규칙
비필수 사항
이름 코드 "ysmrfd"는 소문자로 입력해야 함
값의 최대 길이는 50문자
둘 이상의 UTF–8 인코딩 값으로 표시되는 문자를 포함하여 이스케이프 문자는 하나의 문자로 간주됩니다.

중요

캠페인 리퍼럴 덮어쓰기를 사용하면 계정 관리 시스템에서 원본 참조 도메인 값을 기록하지 않습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

추적 URL 만들기

추적 URL은 캠페인 변수를 URL 추적 코드의 형식으로 오버추어 네트워크에서 발생하지 않는 참조 마케팅 링크에 포함하여 만들 수 있습니다. 추적 URL을 만들면 계정 관리 시스템에서 광고주의 웹 사이트로의 방문자 리퍼럴을 추적하도록 허용하게 되며 광고주는 이를 통해 온라인 마케팅 성과에 대한 폭넓은 시야를 확보할 수 있습니다.

추적 URL에는 하나 이상의 URL 추적 코드를 사용할 수 있지만 정확한 방문자 추적을 위해 광고유형 URL 추적 코드가 항상 포함되어야 합니다.

캠페인 변수 목록 및 해당 URL 약어는 다음과 같습니다.

캠페인 변수 이름	URL 약어
캠페인명	ysmcpn
키워드그룹명	ysmgrp
광고문구명	ysmcrn
검색어	ysmtrm
채널 이름	ysmchn
광고유형	ysmtac
참조 ID 덮어쓰기	ysmrfd

URL 쿼리 스트링

추적 URL을 만들면 URL 추적 코드를URL 쿼리 스트링에 추가하게 됩니다. URL 쿼리 스트링은 URL에서 물음표(?) 다음에 나타납니다.
예를 들어, 다음과 같은 링크가 있다고 가정합니다.

http://www.mystorefront.com/dailyspecial

이 경우 URL 추적 코드를 URL의 끝 부분에 물음표(?)와 함께 추가합니다.

http://www.mystorefront.com/dailyspecial?**ysmtac=PPC**

참조 마케팅 링크에 추적 코드를 추가해도 URL이 가리키는 주소는 바뀌지 않습니다. 대신 목적 웹 페이지의 데이터 수집 태그가 제출할 수 있는 추가 정보를 추가하게 됩니다.

'&' 문자를 사용하여 여러 URL 추적 코드를 구분할 수 있습니다.

http://www.mystorefront.com/dailyspecial?ysmtac=**PPC&ysmcpn=Campaign1**

계정 관리 시스템과 연관되지 않은 추적 URL에 이름-값 조합 및 기타 값을 포함시킬 수도 있습니다. URL 추적 코드는 순서나 위치와 상관없이 URL 쿼리 스트링에 추가할 수 있습니다.

참조 마케팅 링크...
참조 마케팅 링크는 방문자가 광고주의 웹 사이트로 이동하기 위해 클릭하는 링크를 말합니다. 예를 들어, 검색 엔진 마케팅 네트워크를 통해 광고하는 경우 검색자가 광고주의 광고를 클릭할 때 연결될 웹 사이트의 주소를 입력할 수 있습니다. 검색자가 클릭하는 링크가 참조 마케팅 링크입니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

예를 들어, 링크에 다음과 같은 쿼리 스트링이 있다고 가정합니다.

http://www.mystorefront.com/dailyspecial?afid=0098736

이 경우 다음과 같이 URL 쿼리 스트링에 URL 추적 코드를 추가할 수 있습니다.

http://www.mystorefront.com/dailyspecial**?ysmcpn=Campaign1&afid=0098736&ysmtac=PPC**

또는

http://www.mystorefront.com/dailyspecial**?ysmcpn=Campaign1&ysmtac=PPC&afid=0098736**

또는

http://www.mystorefront.com/dailyspecial**? afid=0098736& ysmcpn=Campaign&ysmtac=PPC**

중요

URL 추적 코드의 순서나 위치는 계정 관리 시스템에 영향을 주지 않지만 URL 추적 코드를 추가하기 전에 해당 순서와 위치가 참조 마케팅 링크에 포함된 기타 정보를 처리하는 데에 영향을 미치지 않는지 확인해야 합니다.

추가 예제 및 코딩 규칙은 다음과 같습니다.

URL **추적 코드용** URL **코딩 규칙**

URL 추적 코드는 URL에 "?" 기호 다음에 삽입됩니다. URL의 이 영역을 URL 쿼리 스트링이라고 부릅니다.

예를 들면 다음과 같습니다.

http://www.acmestore.com/shoes/specials.html**?ysmtac=PPC**

URL에 나타난 이름–값 조합은 "&" 문자로 구분됩니다.

예를 들면 다음과 같습니다,

http://www.acmestore.com/shoes/specials.html?ysmtac=PPC&ysmchn=MSN&ysmcpn=봄철+신발+출시

이름–값 조합은 URL 쿼리 스트링에서 "?" 기호 다음에 순서와 관계없이 추가될 수 있으며 계정 관리 시스템 정보가 아닌 정보와 함께 추가될 수도 있습니다.

예를 들어, 다음과 같은 이름–값 조합이 있다고 가정합니다.

ppid=876594, afid=대형%20신발%20상점

이 이름–값 조합은 다음과 같이 추적 URL의 원하는 위치에 추가할 수 있습니다

http://www.acmestore.com/shoes/specials.html?**ppid=876594&**ysmtac=PPC&ysmchn=MSN&**afid=**대형**%20**신발**%20**상점

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

추적 URL 예제

가상의 광고주 영희가 봄에 출시할 새 신발 브랜드를 위한 캠페인을 운영하고 있습니다. 그녀는 계정 관리 시스템에 다음과 같이 캠페인을 설정했습니다.

- 캠페인명: 봄철 신발 출시
- 키워드그룹명: 샌달
- 광고문구: 신제품 신발 출시!
- 검색어: 디자이너 샌달

오버추어 네트워크에서의 광고 외에 영희는 MSN에서도 광고하기로 결정했습니다. 그녀는 광고유형으로 클릭당 지불(PPC) 방식을 선택했습니다.

영희는 MSN에서 생성되는 리퍼럴을 추적하기를 원합니다. 캠페인 정보 및 캠페인 변수 약어표를 사용하여 영희는 다음과 같은 캠페인 변수용 URL 추적 코드를 만들었습니다.

- ysmcpn=봄철+신발+출시
- ysmgrp=샌달
- ysmcrn=신제품+신발+출시
- ysmtrm=디자이너+샌달
- ysmchn=MSN
- ysmtac=PPC

그런 다음 영희는 MSN 관리 콘솔에 액세스하여 해당 URL 추적 코드를 캠페인 변수와 연관되어야 하는 모든 참조 마케팅 링크에 추가했습니다.

그녀의 참조 마케팅 링크는 다음과 같습니다.

http://www.acmestore.com/shoes/specials.html

그녀는 이 링크에 URL 추적 코드를 추가하여 추적 URL을 만들었습니다.

http://www.acmestore.com/shoes/specials.html**?ysmcpn**=봄철+신발+출시**&ysmgrp=Sandals&ysmcrn**=신제품+신발+출시**&ysmtrm=**디자이너+샌달**=MSN&ysmtac=PPC**

만약 영희가 이미 자신의 웹 사이트에 데이터 수집 태그를 설정했다면 MSN이 리퍼럴을 생성할 때 오버추어 계정 관리 시스템에서 이를 기록하며 따라서 영희는 온라인 마케팅 활동의 성과에 대한 폭 넓은 시야를 손쉽게 확보할 수 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

웹 사이트에서 데이터 수집 태그 사용

계정 관리 시스템의 데이터 수집 태그는 탁월한 성과 추적 결과를 제공합니다.

계정 관리 시스템은 초기 검색에서 컨버전에 이르기까지 방문자 행동을 추적 및 학습할 수 있도록 웹 사이트에 대한 맞춤형 데이터 수집 태그를 만듭니다. 이 장에서는 데이터 수집 태그를 설치 및 맞춤화하는 방법에 대해 설명합니다.

고객 요구 사항데이터를 정확히 수집하기 위해 방문자의 웹 브라우저는 다음과 같은 세 가지 요구 사항을 충족해야 합니다.

1 브라우저는 이미지를 다운로드하도록 설정되어 있어야 합니다. (대부분 브라우저의 기본 설정 입니다.)

2 브라우저는 JavaScript 코드를 실행하도록 설정되어 있어야 합니다. (대부분 브라우저의 기본 설정 입니다.)

3 브라우저는 쿠키를 허용하도록 설정되어 있어야 합니다. (대부분 브라우저의 기본 설정 입니다.) 계정 관리 시스템은 쿠키를 활성화하지 않아도 웹 사이트의 방문자 활동을 추적할 수 있지만 여러 시간 동안 지속되는 방문자 행동은 추적할 수 없습니다.

분석 옵션 계정 관리 시스템은 두 가지 유형의 웹 사이트 방문자 행동 추적 방법을 제공합니다.

- **컨버전분석도구** 각 거래와 연관된 컨버전 이벤트 및 매출을 기록합니다.
- **고급분석도구** 웹 사이트 방문자를 추적하고 컨버전 및 매출을 기록합니다.

데이터 수집 태그 설치

계정 관리 시스템에는 맞춤화된 데이터 수집 태그가 있습니다. 이러한 태그의 설치는 4단계로 진행됩니다.

- 계정 관리 시스템에서 분석 설정
- 계정 관리 시스템에서 분석 구성
- 맞춤형 데이터 수집 태그를 복사 및 구성
- 웹 사이트에 맞춤형 데이터 수집 태그 설치

이와 관련한 지침은 "컨버전분석도구 설치 "및 " 고급분석도구 설치"섹션을 참고하십시오. 각 섹션은 분석 옵션과 관련한 특정 태그의 설치 과정을 안내합니다. 플랫폼 및 기술 관련 지침은 본 문서의 부록 섹션에 포함되어 있습니다. 해당 섹션에서는 다음에 대한 특별 지침을 제공합니다.

- Yahoo! Stores 기반 설치
- PayPal 기반 설치
- ASP 설치
- JSP 및 Java 기반 설치
- PHP 기반 설치

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

컨버전분석도구 사용

분석 설정

1. 계정 관리 시스템에 로그인합니다.
2. 하나 이상의 대표계정을 가지고 있는 경우 웹 사이트를 추적할 대표계정을 선택합니다. 그렇지 않은 경우 3단계로 넘어 갑니다.
3. '계정관리' 탭을 선택합니다. 탭 아래의 탐색 모음에 '계정관리' 관련 링크가 나타납니다.
4. '계정관리' 탭 아래의 탐색 모음에서 '분석'을 선택합니다.
5. 분석이 해제되어 있으며 '분석 설정' 버튼을 클릭합니다. 그러면 분석 옵션이 '분석 설정' 버튼 아래에 나타납니다. 선택할 수 있는 분석 옵션의 수는 계정 유형에 따라 다릅니다.
6. '컨버전분석도구' 및 '고급분석도구' 옵션이 모두 표시되면 '컨버전분석도구'를 선택합니다. 분석 유형을 선택하면 계정 관리 시스템에서 맞춤형 데이터 수집 태그를 생성하고 해당 태그 및 추가 분석 옵션을 페이지 하단의 패널에 표시합니다. 분석 옵션을 선택할 수 없는 경우 패널은 이보다 먼저 페이지 하단에 나타납니다.

중요

방문자 추적을 위해 사용할 분석 유형을 선택할 때 '활성화' 버튼을 클릭하지 마십시오. 웹 사이트에 데이터 수집 태그를 설치한 후 클릭하는 것이 좋습니다. 이렇게 하면 부정확하거나 완전하지 않은 데이터가 수집되는 것을 방지할 수 있습니다.

최적화 옵션 구성 컨버전 및 매출 정보를 사용하여 캠페인 최적화 설정을 할 수 있습니다.

1. 페이지 하단의 '최적화 설정' 패널을 클릭합니다. 세 가지 최적화 설정이 표시됩니다.
2. 세 가지 옵션 중 하나를 선택할 수 있습니다.
   - 캠페인을 최적화하기 위해 컨버전 정보만 사용합니다. 이 옵션을 선택하면 계정 관리 시스템에서 수행하는 캠페인 최적화 분석의 매출 정보가 컨버전 정보에서 제외됩니다.
   - 캠페인을 최적화하기 위해 컨버전 및 매출 정보를 모두 사용합니다. 이 옵션을 선택하면 최상위 최적화 성과 기능을 설정하게 됩니다.
   - 캠페인 최적화에서 컨버전 및 매출 정보를 제외합니다. 이 옵션을 선택하면 계정 관리 시스템의 캠페인 최적화 분석에서 컨버전 및 매출 정보가 완전히 제외됩니다.
3. '저장'을 클릭합니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

컨버전분석도구 태그 복사매출액, 거래 ID 및 통화 유형에 따라 태그를 맞춤화할 수 있습니다. 이 작업을 수행하려면 html 파일을 수정할 수 있는 텍스트 편집기가 있어야 합니다. 플랫폼 및 기술 관련 지침은 본 문서의 부록 섹션에 포함되어 있습니다.

1. 페이지 하단의 '컨버전분석도구' 패널을 클릭합니다. 일련의 지침과 맞춤화된 컨버전분석도구 태그가 표시됩니다.
2. '매출액' 아래의 레이블에서 맞춤형 컨버전분석도구 태그에 매출액을 동적으로 할당할 것인지 아니면 계정 관리 시스템에서 기본 고정금액을 저장할 것인지 여부를 선택합니다.
   - 매출액을 동적으로 할당하려면 '매출액' 팝업 목록에서 '동적 값'을 선택하고 '저장'을 클릭합니다.
   - 고정금액을 할당하려면 '매출액' 팝업 목록에서 '고정금액'을 선택하고 '매출액' 팝업 목록의 옆에 있는 텍스트 상자에 매출액을 입력하고 '저장'을 클릭합니다.
3. 화면에 나타나는 지침에 따라 맞춤화된 컨버전분석도구 태그를 복사합니다. 일반적으로 텍스트 상자에 포함된 태그만 강조 표시해야 하지만 전체 태그가 강조 표시되는 경우 브라우저의 복사 옵션을 선택합니다. 복사를 위한 키보드 단축키는 대개 Microsoft Windows 기반 컴퓨터에서는 CTRL−C이며 Apple Macintosh 기반 컴퓨터에서는 Command−C입니다. 아래의 작동하지 않는 컨버전분석도구 태그의 예를 참조하십시오.

컨버전분석도구 태그 예제

```
<SCRIPT language="JavaScript" type="text/javascript">
<!-- Yahoo! 계정 관리 시스템
window.ysm_customData = new Object();
window.ysm_customData.conversion = "transId=,currency=,amount=";
var ysm_accountid = "1OUBCPEJFKSOLKWHSRUJOGKM0LK";
document.write("<SCR" + "IPT language='JavaScript' type='text/
javascript' "
+ "SRC=//" + "qasrv1.wa.marketingsolutions.yahoo.com" + "/script/
ScriptServlet" + "?aid=" + ysm_accountid
+ "></SCR" + "IPT>");
// -->
</SCRIPT>
```

4. html 텍스트 편집기를 사용하여 새 문서를 만들고 맞춤형 컨버전분석도구 태그를 새 문서에 붙여 넣습니다.
5. 웹 페이지에 데이터 수집 태그를 포함시키기 위해 스크립트 인클루드 방식을 사용하는 경우 태그 예제의 처음과 시작 부분에 있는 SCRIPT 태그를 제거합니다. 이 경우 다음 예제와 유사해야 합니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

SCRIPT 태그가 제거된 컨버전분석도구 태그 예제

```
<!-- Yahoo! 계정 관리 시스템

<!-- Yahoo! 계정 관리 시스템window.ysm_customData = new Object();
window.ysm_customData.conversion = "transId=,currency=,amount=";
var ysm_accountid = "1OUBCPEJFKSOLKWHSRUJOGKM0LK";
document.write("<SCR" + "IPT language='JavaScript' type='text/
javascript' "
+ "SRC=//" + "qasrv1.wa.marketingsolutions.yahoo.com" + "/script/
ScriptServlet" + "?aid=" + ysm_accountid
+ "></SCR" + "IPT>");
// -->
```

6. 거래 ID와 매출액을 동적으로 포함시키는 방법은 본 문서의 부록 섹션에 각 플랫폼 및 기술별로 자세히 나와 있습니다. 일반적으로, 맞춤형 컨버전분석도구 태그의 JavaScript 코드에 변수를 추가하면 웹 브라우저가 페이지를 렌더링할 때 페이지가 웹 브라우저로 전송되기 전에 변수가 적절한 값으로 대체됩니다.

   또는 JavaScript를 사용하여 클라이언트측에서 값을 처리할 수도 있지만 이때에는 웹 페이지와 연관된 여러 JavaScript의 실행 순서를 고려해야 합니다. 클라이언트측 스크립팅에 대한 자세한 정보는 Mozilla Foundation 웹 사이트(http://www.mozilla.org/js/index.html)를 참조하십시오.

중요

환율은 참조값일 뿐 이를 통해 실제 통화값 변환이 일어나지는 않습니다.

7. 페이지 요청 시 웹 서버가 액세스할 수 있는 위치에 새 문서를 universal_tag.js로 저장합니다.

중요

이 문서는 데이터 수집 태그를 페이지에 포함시키는(인클루드 방식이라 불리는) 방법에 대해 설명합니다. 이 방법이 권장되는 방법이긴 하지만 웹 페이지의 head 요소에 데이터 수집 태그를 직접 추가할 수도 있습니다. 자세한 정보는 이 장의 마지막 부분에 있는 "인라인 태그 설정 방법" 섹션을 참조하십시오.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

컨버전분석도구 태그 설치컨버전분석도구 태그는 방문자가 거래를 완료했음을 나타내는 웹 사이트의 각 페이지에 추가되어야 합니다.

1. 웹 사이트의 각 페이지에 conversion_only_tag.js 파일을 업로드할 스크립트 링크를 삽입합니다. 이 스크립트는 html 페이지의 head 요소에 추가되어야 합니다. 컨버전분석도구 태그를 업로드하는 html 페이지의 예제는 다음과 같습니다.

컨버전분석도구 태그 스크립트 링크가 없는 head 요소 예제

```
<html>
<head>
 <title>예제 HTML 파일</title>
</head>
...
</html>
```

컨버전분석도구 태그 스크립트 링크가 있는 head 요소 예제

```
<html>
<head>
 <title>Sample HTML File</title>
 <script src="conversion_only_tag.js" type="text/javascript"
language="javascript1.5" charset="utf-8">
</head>
...
</html>
```

고급분석도구 사용

분석 설정

1. 계정 관리 시스템에 로그인합니다.
2. 하나 이상의 대표계정을 가지고 있는 경우 웹 사이트를 추적할 대표계정을 선택합니다. 그렇지 않은 경우 3단계로 넘어 갑니다.
3. '계정관리' 탭을 선택합니다. 탭 아래의 탐색 모음에 '계정관리' 관련 링크가 나타납니다.
4. '계정관리' 탭 아래의 탐색 모음에서 '분석'을 선택합니다.
5. 분석이 해제되어 있으며 '분석 설정' 버튼을 클릭합니다. 그러면 분석 옵션이 '분석 설정' 버튼 아래에 나타납니다. 계정 유형에 따라 선택할 수 있는 분석 옵션의 수가 다릅니다.
6. '컨버전분석도구' 및 '고급분석도구' 옵션이 모두 표시되면 '고급분석도구'를 선택합니다. 분석 유형을 선택하면 계정 관리 시스템에서 맞춤형 데이터 수집 태그를 생성하고 해당 태그 및 추가 분석 옵션을 페이지 하단의 패널에 표시합니다.

중요

방문자 추적을 위해 사용할 분석 유형을 선택할 때 '활성화' 버튼을 선택하지 마십시오. 웹 사이트에 데이터 수집 태그를 설치한 후 클릭하는 것이 좋습니다. 이렇게 하면 부정확하거나 완전하지 않은 데이터가 수집되는 것을 방지할 수 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

최적화 옵션 구성 컨버전 및 매출 정보를 사용하여 계정 입찰가를 최적화할 수 있습니다.

1. 페이지 하단의 '최적화 설정' 패널을 클릭합니다. 세 가지 최적화 설정이 표시됩니다.
2. 세 가지 최적화 설정 중 하나를 선택할 수 있습니다.
   - 캠페인을 최적화하기 위해 컨버전 정보만 사용합니다. 이 옵션을 선택하면 캠페인 최적화에서 매출 정보가 제외됩니다.
   - 캠페인을 최적화하기 위해 컨버전 및 매출 정보를 사용합니다. 이 옵션을 선택하면 최고의 최적화 성과 기능을 설정하게 됩니다.
   - 캠페인 최적화에서 컨버전 및 매출 정보를 제외합니다.
3. '저장'을 클릭합니다.

제외 소스 옵션 구성 광고주가 제외 소스 목록에 추가한 URL에서 광고주의 사이트로 연결되는 방문자를 새 잠재고객으로 추적하는 것을 막을 수 있습니다.

1. 페이지 하단의 '제외 소스' 패널을 클릭합니다. 일련의 지침 및 제외 소스 목록이 표시됩니다.
2. 제외 소스 목록에서 유효한 URL을 추가 또는 제거하고 각 항목을 구분하려면 Enter 또는 Return 키를 누릅니다.
3. 목록 수정을 완료한 후 '수정사항 저장' 버튼을 클릭합니다.

이벤트 태그 구성 웹 사이트의 컨버전 이벤트 각각을 추적하기 위해 이벤트 태그를 만들 수 있습니다. 예를 들어, 방문자가 뉴스레터에 가입하거나 온라인 상점에서 물건을 구매하거나 팟캐스트를 다운로드할 때 각기 다른 태그를 사용하여 추적할 수 있습니다. 각기 다른 이벤트 태그를 사용하면 컨버전을 카테고리별로 추적 및 분석할 수 있습니다.

1. 페이지 하단에서 '이벤트 태그'를 클릭합니다. 일련의 지침과 현재 정의된 이벤트 태그가 표시됩니다.
2. 기존 이벤트 태그를 수정하려면 이벤트 태그 목록에서 해당 이름을 선택합니다. 이벤트 태그와 관련된컨버전기회 태그및컨버전 태그가 표시됩니다.
   - 이벤트 태그 이름을 변경하려면 이벤트 태그 텍스트 상자에서 이름을 수정하고 '수정사항 저장' 버튼을 클릭합니다.
   - 이벤트와 관련된 매출액을 변경하려면 팝업 목록에서 '동적 값' 또는 '고정 금액'을 선택합니다. '고정금액'을 선택하는 경우 '매출액' 텍스트 상자에 매출액을 입력해야 합니다. 완료되면 '수정사항 저장' 버튼을 클릭합니다.

   수정을 완료하고 수정사항을 저장한 후 '목록으로 돌아가기'를 선택합니다.
3. 이벤트 태그를 만들려면 다음 단계를 따르십시오.
   3.1 '이벤트 태그 추가'를 선택합니다.
   3.2 이벤트 태그 이름을 입력합니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

3.3 매출액' 팝업 목록에서 '동적 값' 도는 '고정금액'을 선택합니다.'고정금액'을 선택하는 경우 '매출액' 텍스트 상자에 매출액을 입력해야 합니다.

3.4 '수정사항 저장' 버튼을 클릭합니다.

유니버설 태그 유니버설 태그는 웹 사이트의 각 페이지에 추가되며 방문자의 진행 상황을 추적합니다. 이 작업을 수행하려면 광고주 웹서버의 html 파일을 수정할 수 있는 텍스트 편집기가 있어야 합니다. 플랫폼 및 기술 관련 지침은 본 문서의 부록 섹션에 포함되어 있습니다.

1. 페이지 하단의 '유니버설 태그' 패널을 클릭합니다. 일련의 지침과 맞춤화된 유니버설 태그가 표시됩니다.
2. 화면에 나타나는 지침에 따라 맞춤화된 유니버설 태그를 복사합니다. 유니버설 태그 예를 참조하십시오.

유니버설 태그 예제

```
<SCRIPT language="JavaScript" type="text/javascript">
<!-- Yahoo! 계정 관리 시스템
var ysm_accountid = "1OUBCPEJFKSOLKWHSRUJOGKM0LK";
document.write("<SCR" + "IPT language='JavaScript' type='text/
javascript' "
+ "SRC=//" + "qasrv1.wa.marketingsolutions.yahoo.com" + "/script/
ScriptServlet" + "?aid=" + ysm_accountid
+ "></SCR" + "IPT>");
// -->
</SCRIPT>
```

3. html 텍스트 편집기를 사용하여 새 문서를 만들고 맞춤형 유니버설 태그를 새 문서에 붙여 넣습니다.
4. 웹 페이지에 데이터 수집 태그를 포함시키기 위해 스크립트 인클루드 방식을 사용하는 경우 태그 예제의 처음과 시작 부분에 있는 SCRIPT 태그를 제거합니다. 아래의 예를 참조하십시오.

SCRIPT 태그가 제거된 유니버설 태그 예제

```
<!-- Yahoo! 계정 관리 시스템
var ysm_accountid = "1OUBCPEJFKSOLKWHSRUJOGKM0LK";
document.write("<SCR" + "IPT language='JavaScript' type='text/
javascript' "
+ "SRC=//" + "qasrv1.wa.marketingsolutions.yahoo.com" + "/script/
ScriptServlet" + "?aid=" + ysm_accountid
+ "></SCR" + "IPT>");
// -->
```

5. 문서를 universal_tag.js로 저장한 후, 웹서버에 업로드합니다.

컨버전기회 태그 컨버전기회 태그를 사용하면 방문자가 장바구니에 품목을 추가하는 등 거래에 관심을 보이는 시점을 알 수 있습니다.

1. 페이지 하단의 '이벤트 태그' 패널을 클릭합니다. 일련의 지침 및 이벤트 태그 목록이 표시됩니다.
2. 기존 이벤트 태그를 복사하려면 이벤트 태그 목록에서 해당 이름을 선택합니다. 이벤트 태그와 관련된 컨버전기회 태그 및 컨버전 태그가 표시됩니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

3. 화면에 나타나는 지침에 따라 맞춤화된 컨버전기회 태그를 복사합니다. 아래 컨버전기회 태그의 예를 참조하십시오.

컨버전기회 태그 예제

```
<SCRIPT language="JavaScript" type="text/javascript">
<!-- Yahoo! 계정 관리 시스템
// 유형t Id 이름: azsfg
// 이벤트 유형 이름: 구매 잠재력이 큰 고객
if (typeof(window.ysm_customData) != 'object') window.ysm_customData
= new Object();
window.ysm_customData.segment_13DQFAM1ESUCP8 = "event=0,transId=,c
urrency=,amount=";
// -->
</SCRIPT>
```

4. html 텍스트 편집기를 사용하여 새 문서를 만들고 맞춤형 컨버전기회 태그를 새 문서에 붙여 넣습니다.
5. 웹 페이지에 데이터 수집 태그를 포함시키기 위해 스크립트 인클루드 방식을 사용하는 경우 태그 예제의 처음과 시작 부분에 있는 SCRIPT 태그를 제거합니다.

SCRIPT 태그가 제거된 컨버전기회 태그 예제

```
<!-- Yahoo! 계정 관리 시스템
// Segment Id Name: azsfg
// 이벤트 유형 이름: 구매 잠재력이 큰 고객
if (typeof(window.ysm_customData) != 'object') window.ysm_customData
= new Object();
window.ysm_customData.segment_13DQFAM1ESUCP8 = "event=0,transId=,c
urrency=,amount=";
// -->
```

6. 거래 ID와 매출액을 동적으로 포함시키는 방법은 본 문서의 부록 섹션에 각 플랫폼 및 기술별로 자세히 나와 있습니다. 일반적으로, 맞춤형 컨버전기회 태그의 JavaScript 코드에 변수를 추가하면 웹 브라우저가 페이지를 렌더링할 때 페이지가 웹 브라우저로 전송되기 전에 변수가 적절한 값으로 대체됩니다.

   또는 JavaScript를 사용하여 클라이언트측에서 값을 처리할 수도 있지만 이때에는 웹 페이지와 연관된 여러 JavaScript의 실행 순서를 고려해야 합니다. 클라이언트측 스크립팅에 대한 자세한 정보는 Mozilla Foundation 웹 사이트(http://www.mozilla.org/js/index.html)를 참조하십시오.
7. 새 문서를 prospect_tag_x.js로 저장합니다. x라는 문자는 관련 컨버전 태그의 이름에 사용되는 숫자 또는 이름으로 대체됩니다.

컨버전 태그 컨버전 태그를 사용하면 방문자가 뉴스레터에 가입하거나 온라인 상점에서 물건을 구매하는 등 거래를 완료하는 시점을 알 수 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

1. 페이지 하단의 '이벤트 태그' 패널을 클릭합니다. 일련의 지침 및 이벤트 태그 목록이 표시됩니다.
2. 기존 이벤트 태그를 복사하려면 이벤트 태그 목록에서 해당 이름을 선택합니다. 이벤트 태그와 관련된 컨버전기회 태그 및 컨버전 태그가 표시됩니다.
3. 화면에 나타나는 지침에 따라 맞춤화된 컨버전 태그를 복사합니다. 일반적으로 텍스트 상자에 포함된 태그만 강조 표시해야 하지만 전체 태그가 강조 표시되는 경우 브라우저의 복사 옵션을 선택합니다. 복사를 위한 키보드 단축키는 대개 Microsoft Windows 기반 컴퓨터에서는 CTRL-C이며 Apple Macintosh 기반 컴퓨터에서는 Command-C입니다. 아래의 작동하지 않는 컨버전 태그의 예를 참조하십시오.

컨버전 태그 예제

```
<SCRIPT language="JavaScript" type="text/javascript">
<!-- Yahoo! 계정 관리 시스템
// Segment Id Name: azsfg
// Event Type Name: Conversion
if (typeof(window.ysm_customData) != 'object') window.ysm_customData
= new Object();
window.ysm_customData.segment_13DQFAM1ESUCP8 = "event=1,transId=,c
urrency=,amount=";
// -->
</SCRIPT>
```

4. html 텍스트 편집기를 사용하여 새 문서를 만들고 맞춤형 컨버전 태그를 새 문서에 붙여 넣습니다.
5. 웹 페이지에 데이터 수집 태그를 포함시키기 위해 스크립트 인클루드 방식을 사용하는 경우 태그 예제의 처음과 시작 부분에 있는 SCRIPT 태그를 제거합니다.

SCRIPT 태그가 제거된 컨버전 태그 예제

```
<!-- Yahoo! 계정 관리 시스템
// Segment Id Name: azsfg
// Event Type Name: Conversion
if (typeof(window.ysm_customData) != 'object') window.ysm_customData
= new Object();
window.ysm_customData.segment_13DQFAM1ESUCP8 = "event=1,transId=,c
urrency=,amount=";
// -->
```

5. 거래 ID와 매출액을 동적으로 포함시키는 방법은 본 문서의 부록 섹션에 각 플랫폼 및 기술별로 자세히 나와 있습니다. 일반적으로, 컨버전 태그의 JavaScript 코드에 변수를 추가하면 웹 브라우저가 페이지를 렌더링할 때 페이지가 웹 브라우저로 전송되기 전에 변수가 적절한 값으로 대체됩니다.

   또는 JavaScript를 사용하여 클라이언트측에서 값을 처리할 수도 있지만 이때에는 웹 페이지와 연관된 여러 JavaScript의 실행 순서를 고려해야 합니다. 클라이언트측 스크립팅에 대한 자세한 정보는 Mozilla Foundation 웹 사이트 (http://www.mozilla.org/js/index.html)를 참조하십시오.
6. 새 문서를 prospect_tag_x.js로 저장합니다. x라는 문자는 관련 컨버전 태그의 이름에 사용되는 숫자 또는 이름으로 대체됩니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

유니버설 태그 설치유니버설 태그는 정확한 방문자 추적을 위해 웹 사이트의 각 페이지에 추가되어야 합니다.

1. 웹 사이트의 각 페이지에 universal_tag.js 파일을 업로드할 스크립트 링크를 삽입합니다. 이 스크립트는 html 페이지의 head 요소에 추가되어야 합니다. 유니버설 태그를 업로드하는 html 페이지의 예제는 다음과 같습니다.

유니버설 태그 스크립트 링크가 없는 head 요소 예제

```
<html>
<head>
 <title>Sample HTML File</title>
</head>
...
</html>
```

유니버설 태그 스크립트 링크가 있는 head 요소 예제

```
<html>
<head>
 <title>Sample HTML File</title>
 <script src="universal_tag.js" type="text/javascript"
language="javascript1.5" charset="utf-8">
</head>
...
</html>
```

컨버전기회 태그 설치 컨버전기회 태그는 웹 사이트에서 거래를 완료하려고 하는 방문자를 식별하기 위해 하나 이상의 페이지에 추가되어야 합니다.

1. 거래를 완료하려는 방문자를 식별하는 웹 사이트의 페이지에 prospect_tag.js 파일을 업로드할 스크립트 링크를 삽입합니다. 이 스크립트는 html 페이지의 head 요소에 추가되어야 합니다. 컨버전기회 태그를 포함하는 html 페이지의 예제는 다음과 같습니다.

유니버설 태그 스크립트 링크가 없는 head 요소 예제

```
<html>
<head>
 <title>Sample HTML File</title>
</head>
...
</html>
```

유니버설 태그 스크립트 링크가 있는 head 요소 예제

```
<html>
<head>
 <title>Sample HTML File</title>
 <script src="prospect_tag.js" type="text/javascript"
language="javascript1.5" charset="utf-8">
</head>
...
</html>
```

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

컨버전 태그 설치 컨버전 태그는 방문자가 웹 사이트에서 거래를 완료하는 시점을 식별하는 하나 이상의 페이지에 설치됩니다. 예를 들어, 뉴스레터에 가입한 방문자를 위한 감사 확인 페이지나 온라인 상점에서 물건을 구매한 방문자를 위한 감사 확인 페이지에 컨버전 태그를 추가할 수 있습니다.

1. 거래를 완료한 방문자를 식별할 웹 사이트의 페이지에 conversion_tag.js 파일을 업로드할 스크립트 링크를 삽입합니다. 이 스크립트는 html 페이지의 head 요소에 추가되어야 합니다. 컨버전 태그를 포함하는 html 페이지의 예제는 다음과 같습니다.

유니버설 태그 스크립트 링크가 없는 head 요소 예제

```
<html>
<head>
 <title>Sample HTML File</title>
</head>
...
</html>
```

유니버설 태그 스크립트 링크가 있는 head 요소 예제

```
<html>
<head>
 <title>Sample HTML File</title>
 <script src="conversion_tag.js" type="text/javascript"
language="javascript1.5" charset="utf-8">
</head>
...
</html>
```

인라인 태그 설정

웹 사이트에 태그를 설정하기 위해 권장되는 방법은 스크립트 연결이지만 스크립트 연결 방법이 효과가 없거나 스크립트 연결을 사용할 수 없게 만드는 구성 문제가 발생할 수 있습니다. 이런 경우 인라인 태그 설정 방법을 사용할 수 있습니다.

인라인 태그 사용 방법 아래 지침은 계정 관리 시스템 데이터 수집 태그에 적용할 수 있습니다. 귀하가 선택한 분석 옵션에 대한 설치 지침을 이 장의 앞 부분에서 확인하십시오. 본 지침의 절차를 완료하려면 해당 정보와 html 텍스트 편집기가 필요합니다.

각 데이터 수집 태그에 대해 다음 작업을 수행하십시오.

1. 계정 관리 시스템에서 데이터 수집 태그를 복사합니다. 본 문서의 앞 부분에 있는 분석 옵션에 대한 지침을 활용하여 데이터 수집 태그 및 옵션을 찾아서 구성하십시오.
2. 데이터 수집 태그를 추가할 각 웹 페이지의 head 태그에 데이터 수집 태그를 붙여 넣습니다. 유니버설 태그 및 컨버전 태그가 포함된 예제는 다음과 같습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

```
<html>
<head>
 <title>Sample HTML File</title>

 <SCRIPT language="JavaScript" type="text/javascript">
 <!-- Yahoo! Search Marketing
 // Segment Id Name: azsfg
 // Event Type Name: Conversion
 if (typeof(window.ysm_customData) != 'object') window.ysm_
customData = new Object();
 window.ysm_customData.segment_13DQFAM1ESUCP8 = "event=1,transId=,c
urrency=,amount=";
 // -->
 </SCRIPT>

 <SCRIPT language="JavaScript" type="text/javascript">
 <!-- Yahoo! Search Marketing
 var ysm_accountid = "1OUBCPEJFKSOLKWHSRUJOGKM0LK";
 document.write("<SCR" + "IPT language='JavaScript' type='text/
javascript' "
+ "SRC=//" + "qasrv1.wa.marketingsolutions.yahoo.com" + "/script/
ScriptServlet" + "?aid=" + ysm_accountid
+ "></SCR" + "IPT>");
 // -->
 </SCRIPT>

</head>
...
</html>
```

3. 필요한 경우 웹 페이지의 데이터 수집 태그를 수정합니다. 거래 ID와 매출액을 동적으로 포함시키는 방법은 본 문서의 부록 섹션에 각 플랫폼 및 기술별로 자세히 나와 있습니다. 일반적으로, 데이터 수집 태그의 JavaScript 코드에 변수를 추가하면 웹 브라우저가 페이지를 렌더링할 때 페이지가 웹 브라우저로 전송되기 전에 변수가 적절한 값으로 대체됩니다.

   또는 JavaScript를 사용하여 클라이언트측에서 값을 처리할 수도 있지만 이때에는 웹 페이지와 연관된 여러 JavaScript의 실행 순서를 고려해야 합니다. 클라이언트측 스크립팅에 대한 자세한 정보는 Mozilla Foundation 웹 사이트(http://www.mozilla.org/js/index.html)를 참조하십시오.
4. 수정된 웹 페이지를 저장합니다.

데이터 수집 태그와 Framesets를 함께 사용

frameset으로 구축된 사이트에서 고급분석도구를 사용하려면 프레임 정의 페이지가 아닌 실제 내용이 들어가는 문서의 헤더에 유니버설 태그를 추가해야 합니다. 컨텐트 페이지의 나머지 부분에 태그를 설정하려면 본 문서의 가이드라인을 따르십시오. 하지만 메뉴 또는 네비게이션용 페이지에는 데이터 수집 태그를 추가할 필요가 없습니다.

컨버전분석도구 태그를 사용하면 데이터 수집 태그의 설정을 변경할 필요가 없습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

태그 추가 확인

데이터 수집 태그의 추가를 확인하기 위한 일반적인 절차는 다음과 같습니다. 테스트를 통해 거래를 완료하거나, 작동을 확인하기 위한 환경을 개발해야 합니다.

1 head 요소에 이벤트 태그를 포함하는 각 페이지의 소스를 확인합니다. 유니버설 태그 및 이벤트 태그가 head 요소 내에 존재하면 데이터 수집 태그가 올바르게 추가된 것입니다.

2 이벤트 태그가 포함된 모든 페이지의 소스를 확인한 후 거래를 완료합니다.

3 거래 완료 페이지가 나타나면 페이지의 소스를 확인합니다. 데이터 수집 태그가 존재하면 데이터 수집 태그가 올바르게 추가된 것입니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

부록: ASP 기술 통합

Active Server Pages를 통해 성과 데이터를 원활하게 수집

계정 관리 시스템 데이터 수집 태그와 ASP(Active Server Pages)를 통합하면 웹 사이트의 성과를 추적하기 위한 간단하고 강력한 솔루션을 구축할 수 있습니다. 웹 사이트를 구성하려면 페이지를 처리하기 위해 ASP 런타임 환경에 의해 구성될 때 데이터 수집 태그를 포함해야 합니다.

중요

계정 관리 시스템 데이터 수집 태그를 효과적으로 사용하려면 데이터 수집 태그의 작동 원리를 확실히 이해해야 합니다. 데이터 수집 태그의 사용과 관련한 전반적인 지침은 본 가이드의 주요 페이지에서 확인하십시오.

중요

여러 Java 런타임 환경 및 프레임워크 간에는 차이가 있지만 본 가이드의 지침은 JSP 또는 JSP와 유사한 기술을 사용하는 대부분의 경우에 적용할 수 있습니다. 본 가이드는 다음에 적용 가능한 개념 및 예제를 제공합니다.

- ATG Dynamo
- BEA WebLogic(http://www.bea.com)
- ColdFusion MX(http://www.adobe.com/products/coldfusion)
- WebObjects(http://www.apple.com/webobjects)
- JBoss

권장 설치 방법

웹 페이지에 데이터 수집 태그를 포함시키기 위한 방법에는 여러 가지가 있지만 데이터 수집 태그와 웹 페이지의 나머지 부분 및 프로그래밍 코드를 확실히 구분할 수 있는 방법은 다음과 같습니다. 계정 관리 시스템 데이터 수집 태그와 ASP를 최적으로 구성하려면 이 방식 또는 유사 방식을 사용하는 것이 좋습니다.

데이터 수집 태그를 포함하는 방법 먼저 유니버설 태그, 이벤트 태그 및 컨버전 태그를 웹 서버 환경의 런타임 프로세서에서 액세스 가능한 개별 파일로 다운로드한 후 저장해야 합니다. 이 절차에서는 세 가지 태그에 대해 다음과 같은 명명 규칙을 사용합니다.

- 유니버설 태그는 universal_tag.js라는 파일에 저장됩니다.
- 계정 관리 시스템 계정 구성에 따라 컨버전 이벤트 외에도 하나 이상의 이벤트를 추적할 수 있습니다. 계정 관리 시스템에서 추적하는 각각의 이벤트에 대한 이벤트 태그는 event_tag_1.js, event_tag_2.js 등의 이름을 가진 파일에 저장되어야 합니다.
- 컨버전 태그는 conversion_tag.js라는 파일에 저장됩니다.

ASP...

ASP는 Active Server Pages의 약어로서, Windows 기반 개발자들이 관계형 데이터베이스, 객체 지향형 데이터베이스 및 xml 같은 기존 및 신종 기술과 상호 운용이 가능한 웹 기반 애플리케이션을 신속하게 만들 수 있게 해주는 Microsoft 기술입니다. ASP 기술 및 Microsoft Windows 개발 플랫폼에 대한 자세한 정보는 http://www.microsoft.com에서 확인하십시오.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

1 **유니버설 태그 파일 삽입** 편집기를 사용하여 각 웹 페이지 또는 각 웹 페이지에 삽입되는 헤더 파일에 서버측 파일 include 문을 삽입합니다. 이 파일 include 문은 유니버설 태그 파일(universal_tag.js)을 참조해야 하며 유니버설 태그는 결과 웹 페이지의 head 요소에 추가되어야 합니다. 예를 들어, 다음과 같은 예제 코드를 사용하면 universal_tag.js라는 파일이 결과 웹 페이지에 업로드됩니다.

유니버설 태그 Include 문 예제

```
<%@ Language=VBScript %>
<head>
 <title>구매 확인 페이지</title>
 <!-- #include file="universal_tag.js" -->
</head>
<body bgcolor="#ffffff">
 <h1>구매 확인 페이지</h1>
</body>
```

중요

이 예제에서는 universal_tag.js 파일이 실행되는 동안 ASP 런타임 환경이 해당 파일을 참조할 수 있다고 가정합니다. 그렇지 않은 경우 해당 파일을 가리키는 경로를 변경해야 합니다. ASP 설명서에서 세부 지침을 참조하십시오.

2 **컨버전 태그 파일 삽입** 웹 사이트의 거래 완료 페이지를 찾으십시오. 이 페이지는 흔히 구매 확인 또는 감사의 말을 전하는 페이지입니다. 동일한 ASP 파일에서 여러 페이지가 생성되는 경우 거래 완료 페이지의 head 요소를 생성하기 위해 사용되는 ASP 코드 섹션으로 이동하십시오. ASP 페이지가 거래 완료 페이지의 특정 head 요소를 제공하지 않는 경우 컨버전 태그 파일이 거래 종료 페이지가 생성될 때에만 포함되도록 코드를 변경해야 합니다.

컨버전 태그 파일(conversion_tag.js)을 참조하는 서버측 파일 include 문을 삽입하면 컨버전 태그가 결과 웹 페이지의 head 요소에 추가됩니다. 예를 들어, 다음과 같은 ASP 코드를 사용하면 일반 유니버설 태그 파일과 함께 conversion_tag.js라는 파일이 결과 웹 페이지에 업로드됩니다.

컨버전 태그 Include 문 예제

```
<%@ Language=VBScript %>
<head>
 <title>구매 확인 페이지</title>
 <!-- #include file="conversion_tag.js" -->
 <!-- #include file="universal_tag.js" -->
</head>
<body bgcolor="#ffffff">
 <h1>구매 확인 페이지</h1>
</body>
```

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

중요

이 예제에서는 conversion_tag.js 및 universal_tag.js 파일이 실행되는 동안 ASP 런타임 환경이 해당 파일들을 참조할 수 있다고 가정합니다. 그렇지 않은 경우 해당 파일들을 가리키는 경로를 변경해야 합니다. 사용자 환경에 대한 설명서에서 세부 지침을 참조하십시오.

중요

컨버전 태그의 include 문은 유니버설 태그의 include 문으로 대체할 수 없습니다. 생성된 거래 완료 페이지에는 컨버전 태그와 유니버설 태그가 모두 포함되어야 합니다.

거래 ID 및 거래 금액을 컨버전 태그에 추가

ASP를 사용하면 거래 ID 및 거래 금액을 컨버전 태그에 쉽게 포함시킬 수 있습니다. 이러한 작업을 수행하려면 프로세스가 진행되는 동안 적절한 값으로 대체되는 변수를 포함시키면 됩니다. 이러한 값들은 요청 변수에서 파생되거나 기타 프로세스의 결과로 생성됩니다.

예를 들어, 거래 금액을 포함하는 "purchase_amount"라는 변수와 거래 ID를 저장하고 있는 "transId"라는 변수가 있는 경우 컨버전 태그에 변수를 추가하면 런타임 프로세스가 진행되는 동안 해당 변수들은 적절한 값으로 대체됩니다. 구매 금액은 숫자로만 이루어진 소수 형식이어야 하며 통화 기호를 포함할 수 없습니다. 다음 페이지의 예제에서는 컨버전 태그를 변경하여 주요 페이지에 포함시켜 보도록 하겠습니다.

컨버전 태그 Include 문 및 변수 예제

```
<%@ Language=VBScript %>
<head>
<title>구매 확인 페이지</title>
<SCRIPT LANGUAGE="JavaScript">
<!-- 오버추어
var pm_tagname  = "__tagname__";
var pm_tagversion = "__tagversion__";
window.pm_customData = new Object();
window.pm_customData.segment = "name=conversion, amount=<%=lng_
purchase_amount%>,transId=<%=lng_transId%>";
// -->
</SCRIPT>
<!-- #include file="universal_tag.js" -->
</head>
<body bgcolor="#ffffff">
<h1>구매 확인 페이지</h1>
구매해 주셔서 감사합니다.
</body>
</html>
```

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

3 **이벤트 태그 파일 삽입** 이벤트 태그를 사용하여 주요 이벤트를 추적할 수 있습니다. 예를 들어, 방문자가 첫 번째 품목을 장바구니에 담는 시점을 확인할 수 있습니다. 이렇게 하면 품목을 선택한 후 구매한 사람과 품목을 선택했지만 구매하지 않은 사람의 수에 대한 정보를 확인할 수 있습니다. 이러한 정보를 통해 판매 전략과 온라인 고객 만족도를 향상시킬 수 있습니다.

사용자의 계정에 따라, 각기 다른 이벤트를 추적할 수 있는 하나 이상의 이벤트 태그를 보유할 수 있습니다. 이벤트 태그를 특정 웹 페이지에 포함시키려면 선택한 웹 페이지를 생성하는 ASP 코드를 찾으십시오. 동일한 ASP 파일에서 여러 페이지가 생성되는 경우 선택한 페이지의 head 요소를 생성하기 위해 사용되는 ASP 코드 섹션으로 이동하십시오. ASP 페이지가 선택한 페이지의 특정 head 요소를 제공하지 않는 경우 선택한 페이지가 생성될 때에만 이벤트 태그 파일이 포함되도록 코드를 변경해야 합니다.

event_tag_1.js 같은 특정 이벤트 태그 파일을 참조하는 서버측 파일 include 문을 삽입하면 이벤트 태그가 결과 웹 페이지의 head 요소에 추가됩니다. 예를 들어, 다음과 같은 ASP 코드를 사용하면 event_tag_1.js라는 파일이 표준 유니버설 태그와 함께 결과 웹 페이지에 업로드됩니다.

이벤트 태그 Include 문 예제

```
<%@ Language=VBScript %>
<head>
 <title>장바구니 품목</title>
 <!-- #include file="event_tag_1.js" -->
 <!-- #include file="universal_tag.js" -->
</head>
<body bgcolor="#ffffff">
 <h1>하나의 품목이 장바구니에 추가되었습니다</h1>
</body>
```

중요

이 예제에서는 event_tag_1.js 및 universal_tag.js 파일이 실행되는 동안 ASP 런타임 환경이 해당 파일들을 참조할 수 있다고 가정합니다. 그렇지 않은 경우 해당 파일들을 가리키는 경로를 변경해야 합니다. 사용자 환경에 대한 설명서에서 세부 지침을 참조하십시오.

중요

이벤트 태그의 include 문은 유니버설 태그의 include 문으로 대체할 수 없습니다. 거래 완료 페이지가 생성되면 이벤트 태그 및 유니버설 태그를 모두 포함해야 합니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

태그 추가 확인

데이터 수집 태그의 추가를 확인하기 위한 일반적인 절차는 다음과 같습니다. 작업을 확인하려면 테스트 또는 개발 환경에서 거래를 완료할 수 있어야 합니다.

1 head 요소에 이벤트 태그를 포함하는 각 페이지의 소스를 확인합니다. 유니버설 태그 및 이벤트 태그가 head 요소 내에 존재하면 데이터 수집 태그가 올바르게 추가된 것입니다.

2 이벤트 태그가 포함된 모든 페이지의 소스를 확인한 후 거래를 완료합니다.

3 거래 완료 페이지가 나타나면 페이지의 소스를 확인합니다. 유니버설 태그 및 컨버전 태그가 존재하면 데이터 수집 태그가 올바르게 추가된 것입니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

부록: Java 기술 통합

엔터프라이즈 Java 환경에서 성과 데이터를 원활하게 수집

계정 관리 시스템 데이터 수집 태그와 JSP 및 기타 Java 기반 기술을 통합하면 웹 사이트의 성과를 추적하기 위한 간단하고 강력한 솔루션을 구축할 수 있습니다. 웹 사이트를 구성하려면 페이지를 처리하기 위해 Java 런타임 환경에 의해 구성될 때 데이터 수집 태그를 포함해야 합니다.

중요

계정 관리 시스템 데이터 수집 태그를 효과적으로 사용하려면 데이터 수집 태그의 작동 원리를 확실히 이해해야 합니다. 데이터 수집 태그의 사용과 관련한 전반적인 지침은 본 가이드의 주요 페이지에서 확인하십시오.

중요

여러 Java 런타임 환경 및 프레임워크 간에는 차이가 있지만 본 가이드의 지침은 JSP 또는 JSP와 유사한 기술을 사용하는 대부분의 경우에 적용할 수 있습니다. 본 가이드는 다음에 적용 가능한 개념 및 예제를 제공합니다.

- ATG Dynamo
- BEA WebLogic(http://www.bea.com)
- ColdFusion MX(http://www.adobe.com/products/coldfusion)
- WebObjects(http://www.apple.com/webobjects)
- JBoss

권장 설치 방법

웹 페이지에 데이터 수집 태그를 포함시키기 위한 방법에는 여러 가지가 있지만 데이터 수집 태그와 웹 페이지의 나머지 부분 및 프로그래밍 코드를 확실히 구분할 수 있는 방법은 다음과 같습니다. 계정 관리 시스템 데이터 수집 태그와 JSP를 최적으로 구성하려면 이 방식 또는 유사 방식을 사용하는 것이 좋습니다.

데이터 수집 태그를 포함하는 방법 먼저 유니버설 태그, 이벤트 태그 및 컨버전 태그를 웹 서버 환경의 런타임 프로세서에서 액세스 가능한 개별 파일로 다운로드한 후 저장해야 합니다. 이 절차에서는 세 가지 태그에 대해 다음과 같은 명명 규칙을 사용합니다.

- 유니버설 태그는 universal_tag.js라는 파일에 저장됩니다.
- 계정 관리 시스템 계정 구성에 따라 컨버전 이벤트 외에도 하나 이상의 이벤트를 추적할 수 있습니다. 계정 관리 시스템에서 추적하는 각각의 이벤트에 대한 이벤트 태그는 event_tag_1.js, event_tag_2.js 등의 이름을 가진 파일에 저장되어야 합니다.
- 컨버전 태그는 conversion_tag.js라는 파일에 저장됩니다.

JSP...

JSP는 Java Server Pages의 약어로서, Java 개발자들이 관계형 데이터베이스, 객체 지향형 데이터베이스, xml 및 트랜잭션 관리 같은 기존 및 신종 기술을 활용할 수 있는 웹 기반 애플리케이션을 신속하게 만들 수 있게 해주는 잘 알려진 방식입니다. JSP는 Java 프레임워크를 기반으로 하고 있으며 광범위한 Java 기반 프레임워크 및 클래스 라이브러리에 대한 액세스를 제공합니다. JSP 및 Java 기술에 대한 자세한 정보는 http://java.sun.com을 참조하십시오.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

또한 JSP 프로그램 또는 Java 기반 프레임워크 전용 환경과 호환 가능한 개발 환경을 사용해야 합니다. Microsoft® Windows® 플랫폼에서는 Microsoft® 메모장, Altova® XMLSpy, Macromedia® Dreamweaver™, Eclipse 또는 프레임워크 전용 개발 환경 같은 편집용 애플리케이션을 사용할 수 있습니다. Apple® Macintosh® 플랫폼에서는 Bare Bones Software의 BBEdit®, Apple® XCode™ Developer Tools, Macromedia® Dreamweaver™, Eclispse 또는 oXygen/® xml 편집기 같은 편집용 애플리케이션을 사용할 수 있습니다.

1 **유니버설 태그 파일 삽입** 편집기를 사용하여 각 웹 페이지 또는 각 웹 페이지에 삽입되는 헤더 파일에 서버측 파일 include 문을 삽입합니다. 이 파일 include 문은 유니버설 태그 파일(universal_tag.js)을 참조해야 하며 유니버설 태그는 결과 웹 페이지의 head 요소에 추가되어야 합니다. 예를 들어, 다음과 같은 JSP 코드를 사용하면 일반 JSP 프레임워크를 사용할 때 universal_tag.js라는 파일이 결과 웹 페이지에 업로드됩니다.

유니버설 태그의 include 문 예제

```
<%@ page contentType="text/html" %>
<html>
    <head>
        <title>저희 상점에 잘 오셨습니다.</title>
        <jsp:include src="universal_tag.js">
    </head>
    <body>
        <h1>편하게 둘러보십시오</h1>
    </body>
</html>
```

ATG Dynamo의 include 문 예제

ATG Dynamo의 include 문에는 다음 구문이 포함됩니다.

```
dsp:include src="universal_tag.js"/
```

BEA Weblogic의 include 문 예제

BEA Weblogic의 include 문에는 다음 구문이 포함됩니다.

```
jsp:include src="universal_tag.js"
```

Coldfusion MX의 include 문 예제

Coldfusion의 include 문에는 다음 구문이 포함됩니다.

```
cfinclude src="universal_tag.js"/
```

중요

이 예제에서는 universal_tag.js 파일이 실행되는 동안 Java 런타임 환경 및 프로세싱 프레임워크가 해당 파일을 참조할 수 있다고 가정합니다. 그렇지 않은 경우 해당 파일을 가리키는 경로를 변경해야 합니다. 사용자 환경에 대한 설명서에서 세부 지침을 참조하십시오.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

2 **컨버전 태그 파일 삽입** 웹 사이트의 거래 완료 페이지를 찾으십시오. 이 페이지는 흔히 구매 확인 또는 감사의 말을 전하는 페이지입니다. 동일한 JSP 파일에서 여러 페이지가 생성되는 경우 거래 완료 페이지의 head 요소를 생성하기 위해 사용되는 JSP 코드 섹션으로 이동하십시오. JSP 페이지가 거래 완료 페이지의 특정 head 요소를 제공하지 않는 경우 컨버전 태그 파일이 거래 종료 페이지가 생성될 때에만 포함되도록 코드를 변경해야 합니다.

컨버전 태그 파일(conversion_tag.js)을 참조하는 서버측 파일 include 문을 삽입하면 컨버전 태그가 결과 웹 페이지의 head 요소에 추가됩니다. 예를 들어, 다음과 같은 JSP 코드를 사용하면 일반 유니버설 태그 파일과 함께 conversion_tag.js라는 파일이 결과 웹 페이지에 업로드됩니다.

컨버전 태그의 include 문 예제

```
<%@ page contentType="text/html" %>
<html>
    <head>
        <title>감사합니다</title>
        <jsp:include src="conversion_tag.js">
        <jsp:include src="universal_tag.js">
    </head>
    <body>
        <h1>구매해 주셔서 감사합니다.</h1>
    </body>
</html>
```

ATG Dynamo의 include 문 예제

ATG Dynamo의 include 문에는 다음 구문이 포함됩니다.

```
dsp:include src="conversion_tag.js"/
```

BEA Weblogic의 include 문 예제

BEA Weblogic의 include 문에는 다음 구문이 포함됩니다.

```
jsp:include src="conversion_tag.js"
```

Coldfusion MX의 include 문 예제

Coldfusion의 include 문에는 다음 구문이 포함됩니다.

```
cfinclude src="conversion_tag.js"/
```

중요

이 예제에서는 conversion_tag.js 파일과 universal_tag.js 파일이 실행되는 동안 Java 런타임 환경 및 프로세싱 프레임워크가 해당 파일들을 참조할 수 있다고 가정합니다. 그렇지 않은 경우 해당 파일들을 가리키는 경로를 변경해야 합니다. 사용자 환경에 대한 설명서에서 세부 지침을 참조하십시오.

중요

컨버전 태그의 include 문은 유니버설 태그의 include 문으로 대체할 수 없습니다. 거래 완료 페이지가 생성되면 컨버전 태그 및 유니버설 태그를 모두 포함해야 합니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

거래 ID 및 거래 금액을 컨버전 태그에 추가

JSP 또는 유사 기술을 사용하면 거래 ID 및 거래 금액을 컨버전 태그에 쉽게 포함시킬 수 있습니다. 이러한 작업을 수행하려면 프로세스가 진행되는 동안 적절한 값으로 대체되는 변수를 포함시키면 됩니다. 이러한 값들은 요청 변수에서 파생되거나 서블릿 또는 JSP 페이지의 결과로 생성됩니다. 해당 변수들을 포함하기 위한 절차는 시스템 설계자에게 문의하거나 환경에 대한 설명서를 참조하십시오.

3 **이벤트 태그 파일 삽입** 이벤트 태그를 사용하여 귀하의 사업에 중요한 이벤트를 추적할 수 있습니다. 예를 들어, 방문자가 첫 번째 품목을 장바구니에 담는 시점을 확인할 수 있습니다. 이렇게 하면 품목을 선택한 후 구매한 사람과 품목을 선택했지만 구매하지 않은 사람의 수에 대한 정보를 확인할 수 있습니다. 이러한 정보를 통해 판매 전략과 온라인 고객 만족도를 향상시킬 수 있습니다.

   사용자의 계정에 따라, 각기 다른 이벤트를 추적할 수 있는 하나 이상의 이벤트 태그를 보유할 수 있습니다. 이벤트 태그를 특정 웹 페이지에 포함시키려면 선택한 웹 페이지를 생성하는 JSP 코드를 찾으십시오. 동일한 JSP 파일에서 여러 페이지가 생성되는 경우 선택한 페이지의 head 요소를 생성하기 위해 사용되는 JSP 코드 섹션으로 이동하십시오. JSP 페이지가 선택한 페이지의 특정 head 요소를 제공하지 않는 경우 선택한 페이지가 생성될 때에만 이벤트 태그 파일이 포함되도록 코드를 변경해야 합니다.

   event_tag_1.js 같은 특정 이벤트 태그 파일을 참조하는 서버측 파일 include 문을 삽입하면 이벤트 태그가 결과 웹 페이지의 head 요소에 추가됩니다. 예를 들어, 다음과 같은 JSP 코드를 사용하면 event_tag_1.js라는 파일이 일반 유니버설 태그와 함께 결과 웹 페이지에 업로드됩니다.

이벤트 태그의 include 문 예제

```
<%@ page contentType="text/html" %>
<html>
    <head>
        <title>장바구니에 추가</title>
        <jsp:include src="event_tag_1.js">
        <jsp:include src="universal_tag.js">
    </head>
    <body>
        <h1>장바구니에 1개의 품목이 있습니다.</h1>
    </body>
</html>
```

ATG Dynamo의 include 문 예제

ATG Dynamo의 include 문에는 다음 구문이 포함됩니다.

```
dsp:include src="event_tag_1.js"/
```

BEA Weblogic의 include 문 예제

BEA Weblogic의 include 문에는 다음 구문이 포함됩니다.

```
jsp:include src="event_tag_1.js"
```

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

Coldfusion MX의 include 문 예제

Coldfusion의 include 문에는 다음 구문이 포함됩니다.

```
cfinclude src="event_tag_1.js"/
```

중요

이 예제에서는 event_tag_1.js 파일과 universal_tag.js 파일이 실행되는 동안 Java 런타임 환경 및 프로세싱 프레임워크가 해당 파일들을 참조할 수 있다고 가정합니다. 그렇지 않은 경우 해당 파일들을 가리키는 경로를 변경해야 합니다. 사용자 환경에 대한 설명서에서 세부 지침을 참조하십시오.

중요

이벤트 태그의 include 문은 유니버설 태그의 include 문으로 대체할 수 없습니다. 거래 완료 페이지가 생성되면 이벤트 태그 및 유니버설 태그를 모두 포함해야 합니다.

데이터 수집 태그와 WebObjects를 함께 사용

WebObjects 빌더에서 Java 코드의 결과물뿐 아니라 웹 페이지의 요청값 및 반응 매개 변수를 결합할 수 있습니다. 또한, 원하는 곳으로 끌어다 놓을 수 있는 데이터 수집 태그의 구성요소를 만들 수 있습니다. 이러한 모든 작업을 태그의 포함 여부와 포함해야 하는 값을 결정하는 조건 로직에서 관리할 수 있습니다. Apple 설명서에서 JavaScript 코드 및 WebObjects 빌더에서 변수값을 결합하는 방법에 대한 세부 지침을 참조하십시오.

태그 추가 확인

데이터 수집 태그의 추가를 확인하기 위한 일반적인 절차는 다음과 같습니다. 테스트를 통해 거래를 완료하거나, 작동을 확인하기 위한 환경을 개발해야 합니다.

1. head 요소에 이벤트 태그를 포함하는 각 페이지의 소스를 확인합니다. 유니버설 태그 및 이벤트 태그가 head 요소 내에 존재하면 데이터 수집 태그가 올바르게 추가된 것입니다.
2. 이벤트 태그가 포함된 모든 페이지의 소스를 확인한 후 거래를 완료합니다.
3. 거래 완료 페이지가 나타나면 페이지의 소스를 확인합니다. 유니버설 태그 및 컨버전 태그가 존재하면 데이터 수집 태그가 올바르게 추가된 것입니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

부록: PHP 통합

PHP 같은 하이퍼텍스트 사전 프로세싱 기술을 사용하여 데이터 수집 태그를 쉽게 추가

계정 관리 시스템 성과 지표 데이터와 PHP 및 Ruby나 Python 같은 기타 런타임 해석 언어를 사용하여 원활하게 통합할 수 있습니다. 웹 사이트를 구성하려면 페이지가 PHP 및 기타 런타임 파서에 의해 구성될 때 데이터 수집 태그를 포함해야 합니다.

중요

계정 관리 시스템 데이터 수집 태그를 효과적으로 사용하려면 데이터 수집 태그의 작동 원리를 확실히 이해해야 합니다. 데이터 수집 태그의 사용과 관련한 전반적인 지침은 본 가이드의 주요 페이지에서 확인하십시오.

중요

본 가이드에서는 Ruby 또는 Python을 계정 관리 시스템 데이터 수집 태그와 함께 사용하는 데 대한 지침은 제공하지 않습니다. 하지만 PHP 기반 웹 사이트에 사용되는 것과 동일한 개념을 Ruby 또는 Python을 사용하는 사이트에 적용할 수 있습니다.

권장 설치 방법

웹 페이지에 데이터 수집 태그를 포함시키기 위한 방법에는 여러 가지가 있지만 데이터 수집 태그와 웹 페이지의 나머지 부분 및 프로그래밍 코드를 확실히 구분할 수 있는 방법은 다음과 같습니다. 계정 관리 시스템 데이터 수집 태그와 PHP를 최적으로 구성하려면 이 방식 또는 유사 방식을 사용하는 것이 좋습니다.

데이터 수집 태그를 포함하는 방법 먼저 유니버설 태그, 이벤트 태그 및 컨버전 태그를 웹 서버 환경의 런타임 프로세서에서 액세스 가능한 개별 파일로 다운로드한 후 저장해야 합니다. 이 절차에서는 세 가지 태그에 대해 다음과 같은 명명 규칙을 사용합니다.

- 유니버설 태그는 universal_tag.js라는 파일에 저장됩니다.
- 계정 관리 시스템 계정 구성에 따라 컨버전 이벤트 외에도 하나 이상의 이벤트를 추적할 수 있습니다. 계정 관리 시스템에서 추적하는 각각의 이벤트에 대한 이벤트 태그는 event_tag_1.js, event_tag_2.js 등의 이름을 가진 파일에 저장되어야 합니다.
- 컨버전 태그는 conversion_tag.js라는 파일에 저장됩니다.

PHP...

PHP는 동적 웹 페이지를 빠르고 쉽게 만들기 위해 사용하는 잘 알려진 개방형 소스 언어입니다. PHP에는 데이터베이스 액세스, 지불 프로세서 통합, xml/xsl 프로세싱 라이브러리가 포함되어 있으며 사용하는 개발자 커뮤니티가 전 세계적으로 증가하고 있습니다. PHP에 대한 자세한 정보는 visit http://www.php.net을 참조하십시오. 웹 페이지 개발을 위한 잘 알려진 개방형 소스 및 런타임 해석 언어로는 Rail 프레임워크로 알려진 Ruby(http://www.ruby-lang.org) 및 Python(http://www.python.org) 등이 있습니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

PHP 프로그래밍과 호환되는 개발 환경도 사용해야 합니다. Microsoft® Windows® 플랫폼에서는 Microsoft® 메모장, Altova® XMLSpy 또는 Macromedia® Dreamweaver™ 같은 편집용 애플리케이션을 사용할 수 있습니다. Apple® Macintosh® 플랫폼에서는 Bare Bones Software의 BBEdit®, Apple® XCode™ Developer Tools, Macromedia® Dreamweaver™ 또는 oXygen/® xml 편집기 같은 편집용 애플리케이션을 사용할 수 있습니다.

1 **유니버설 태그 파일 삽입** PHP 편집기를 사용하여 각 웹 페이지 또는 각 웹 페이지에 삽입되는 헤더 파일에 서버측 파일 include 문을 삽입합니다. 이 파일 include 문은 유니버설 태그 파일(universal_tag.js)을 참조해야 하며 유니버설 태그는 결과 웹 페이지의 head 요소에 추가되어야 합니다. 예를 들어, 다음과 같은 PHP 코드를 사용하면 universal_tag.js라는 파일이 결과 웹 페이지에 업로드됩니다.

유니버설 태그 Include 문 예제

```
<?php
     $filename = "universal_tag.js";
     $fp = fopen($filename,'r');
     if ($fp) {
          $js = fread($fp,filesize($filename));
          echo($js);
          fclose($fp);
     }
?>
```

중요

이 예제에서는 universal_tag.js 파일이 실행 스크립트와 호응된다고 가정합니다. 그렇지 않은 경우 해당 파일을 가리키는 경로를 변경해야 합니다. PHP 코딩 규칙, 구문 및 함수 작업에 대한 자세한 정보는 http://www.php.net을 참조하십시오.

2 **컨버전 태그 파일 삽입** 웹 사이트의 거래 완료 페이지를 찾으십시오. 이 페이지는 흔히 구매 확인 또는 감사의 말을 전하는 페이지입니다. 동일한 PHP 파일에서 여러 페이지가 생성되는 경우 거래 완료 페이지의 head 요소를 생성하기 위해 사용되는 PHP 코드 섹션으로 이동하십시오. PHP 페이지가 거래 완료 페이지의 특정 head 요소를 제공하지 않는 경우 컨버전 태그 파일이 거래 종료 페이지가 생성될 때에만 포함되도록 코드를 변경해야 합니다.

컨버전 태그 파일(conversion_tag.js)을 참조하는 서버측 파일 include 문을 삽입하면 컨버전 태그가 결과 웹 페이지의 head 요소에 추가됩니다. 예를 들어, 다음과 같은 PHP 코드를 사용하면 conversion_tag.js라는 파일이 결과 웹 페이지에 업로드됩니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

컨버전 태그 Include 문 예제

```
<?php
    $filename = "conversion_tag.js";
    $fp = fopen($filename,'r');
    if ($fp) {
        $js = fread($fp,filesize($filename));
        echo($js);
        fclose($fp);
    }
?>
```

중요

컨버전 태그의 include 문은 유니버설 태그의 include 문으로 대체할 수 없습니다. 거래 완료 페이지가 생성되면 컨버전 태그 및 유니버설 태그를 모두 포함해야 합니다.

3 **이벤트 태그 파일 삽입** 이벤트 태그를 사용하여 귀하의 사업에 중요한 이벤트를 추적할 수 있습니다. 예를 들어, 방문자가 첫 번째 품목을 장바구니에 담는 시점을 확인할 수 있습니다. 이렇게 하면 품목을 선택한 후 구매한 사람과 품목을 선택했지만 구매하지 않은 사람의 수에 대한 정보를 확인할 수 있습니다. 이러한 정보를 통해 판매 전략과 온라인 고객 만족도를 향상시킬 수 있습니다.

사용자의 계정에 따라, 각기 다른 이벤트를 추적할 수 있는 하나 이상의 이벤트 태그를 보유할 수 있습니다. 이벤트 태그를 특정 웹 페이지에 포함시키려면 선택한 웹 페이지를 생성하는 PHP 코드를 찾으십시오.

동일한 PHP 파일에서 여러 페이지가 생성되는 경우 선택한 페이지의 head 요소를 생성하기 위해 사용되는 PHP 코드 섹션으로 이동하십시오. PHP 페이지가 선택한 페이지의 특정 head 요소를 제공하지 않는 경우 선택한 페이지가 생성될 때에만 이벤트 태그 파일이 포함되도록 코드를 변경해야 합니다.

event_tag_1.js 같은 특정 이벤트 태그 파일을 참조하는 서버측 파일 include 문을 삽입하면 이벤트 태그가 결과 웹 페이지의 head 요소에 추가됩니다. 예를 들어, 다음과 같은 PHP 코드를 사용하면 event_tag_1.js라는 파일이 결과 웹 페이지에 업로드됩니다.

컨버전 태그 Include 문 예제

```
<?php
    $filename = "conversion_tag.js";
    $fp = fopen($filename,'r');
    if ($fp) {
        $js = fread($fp,filesize($filename));
        echo($js);
        fclose($fp);
    }
?>
```

중요

이벤트 태그의 include 문은 유니버설 태그의 include 문으로 대체할 수 없습니다. 웹 페이지가 생성되면 이벤트 태그 및 유니버설 태그를 모두 포함해야 합니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

거래 ID 및 거래 금액을 컨버전 태그에 추가

PHP는 출력 버퍼로 전송된 데이터를 처리하지 않기 때문에(에코 함수를 사용할 때 발생하는 현상) 컨버전 태그에 거래 금액 및/또는 거래 ID를 포함시키면 컨버전 태그 파일에서 세 가지 사항을 변경해야 하며 컨버전 태그 파일을 추가하는 방법을 변경해야 합니다.

1 컨버전 태그 파일의 이름을 convesion_tag.php로 변경합니다. 이름을 php로 변경하면 파일이 출력 버퍼로 전송되기 전에 처리됩니다.

2 이름을 변경한 컨버전 태그 파일에서 런타임 시 PHP 파서가 처리 및 렌더링할 거래 금액 변수를 삽입합니다. 예를 들어, $purchase_amount라는 이름의 변수가 있는 경우 이 변수의 앞뒤에 구문을 추가하여 컨버전 거래 금액이 위치한 컨버전 태그 파일에 삽입해야 합니다. 렌더링된 금액은 수치값만 포함해야 합니다. 통화 기호나 기타 숫자가 아닌 요소를 포함하는 경우 계정 관리 시스템에서 처리할 때 오류가 발생할 수 있습니다. 소수점에 사용하는 마침표나 쉼표는 사용해도 됩니다.

3 이름을 변경한 컨버전 태그 파일에서 런타임 시 PHP 파서가 처리 및 렌더링할 거래 ID 변수를 삽입합니다. 이 변수에는 알파벳 문자가 포함될 수 있습니다.

예를 들어, $transId라는 이름의 변수가 있는 경우 이 변수의 앞뒤에 구문을 추가하여 컨버전 거래 ID가 위치한 컨버전 태그 파일에 삽입해야 합니다.

태그 추가 확인

데이터 수집 태그의 추가를 확인하기 위한 일반적인 절차는 다음과 같습니다. 테스트를 통해 거래를 완료하거나, 작동을 확인하기 위한 환경을 개발해야 합니다.

1 head 요소에 이벤트 태그를 포함하는 각 페이지의 소스를 확인합니다. 유니버설 태그 및 이벤트 태그가 head 요소 내에 존재하면 데이터 수집 태그가 올바르게 추가된 것입니다.

2 이벤트 태그가 포함된 모든 페이지의 소스를 확인한 후 거래를 완료합니다.

3 거래 완료 페이지가 나타나면 페이지의 소스를 확인합니다. 유니버설 태그 및 컨버전 태그가 존재하면 데이터 수집 태그가 올바르게 추가된 것입니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

A

계정마케팅 예산을 관리하는 기업이나 부서입니다. 소규모 기업의 경우 캠페인을 관리하기 위해 단일 계정을 사용할 수 있으며 대규모 기업은 각 부서별로 계정이 필요할 수 있습니다.

일일지출한도 하루에 지출할 수 있는 최대 비용입니다. 일일지출한도의 최대 10%까지 요금이 추가로 청구될 수 있습니다.

계정번호 계정의 고유 식별 번호입니다.

계정 On/Off 계정의 On/Off 상태를 표시합니다. 계정이 Off 상태이면 광고문구가 노출되지 않습니다.

광고문구 잠재고객에게 표시될 광고문구입니다. 광고문구는 제목, 설명 및 URL을 포함합니다.

키워드그룹: 광고와 키워드로 이루어진 캠페인의 구성요소입니다. 광고문구는 키워드 또는 광고문구와 관련된 컨텐트를 검색하거나 보고 있는 잠재고객에게 표시됩니다. 키워드그룹의 모든 키워드에 기본 키워드그룹 입찰가를 적용하거나 키워드별로 개별입찰가를 설정할 수 있습니다.

키워드그룹입찰가 키워드그룹 내의 키워드에 적용하기 위해 설정하는 기본 입찰가입니다. 개별 키워드입찰가를 설정하면 키워드그룹입찰가는 적용되지 않습니다.

키워드그룹 On/Off 키워드그룹 상태를 표시합니다. 키워드그룹의 상태는 On, Off, 삭제 및 승인거부(승인된 광고문구나 키워드가 없음을 뜻함)로 구분됩니다.

광고문구명 특정 키워드그룹의 광고문구를 식별하는 고유한 이름입니다.

광고문구 미리보기 광고문구가 노출될 때처럼 제목, 설명 및 URL을 미리 볼 수 있는 기능입니다.

광고문구 On/Off 광고문구가 노출될 수 있는 상태인지를 표시하는 기능입니다. 광고문구 상태가 "Off"인 경우 광고문구가 노출되지 않습니다.

확장검색ID 스폰서검색에서 확장검색유형의 클릭을 식별하는 데 사용되는 텍스트입니다. 확장검색ID는 웹 로그에 남습니다.

알림 계정과 관련된 주요공지입니다. 계정에 로그인하여 확인하거나 이메일로도 받을 수 있습니다.

컨버전기회 광고문구 또는 키워드가 컨버전에 기여한 횟수로 키워드나 마케팅활동의 호감도를 나타냅니다. 컨버전기회는 기록할 컨버전 이벤트 후 45일 이내에 발생해야 하며 이 45일 동안 컨버전 이벤트에는 최대 30개의 컨버전기회가 기록될 수 있습니다.

클릭당비용(CPC) 클릭당 평균 광고비로서 광고문구가 클릭될 때 지불하는 평균 금액입니다.

평균 노출순위 스폰서검색 결과에서 다른 광고에 대비한 해당 광고의 평균 순위입니다.

광고문구 이름광고문구를 고유하게 식별하는 이름입니다.

© 2007 Overture Korea All Rights Reserved

B

입찰가 클릭당 지불할 수 있는 최대 금액입니다.

최대입찰가 캠페인 최적화기능을 On했을 때 '최대입찰가'는 클릭 1회당 지불할 용의가 있는 최대 금액입니다.

광고제외지역 광고를 노출하지 않는 지역으로서 귀하의 계정이 속한 지역을 제외한 모든 지역을 차단할 수 있습니다.

C

캠페인 캠페인은 동일한 예산설정, 스케줄, 광고지역 설정 기준을 가지는 하나 또는 그 이상의 키워드그룹의 모음입니다. 보통 캠페인은 특정 마케팅 목표를 지원하기 위해 만듭니다.

캠페인 설명 캠페인의 목적이나 기대효과 등 기록해 둘 사항을 말합니다.

캠페인 월간예산 특정 캠페인에서 사용하고자 하는 월간예산(30일)을 의미합니다. 캠페인 월간예산의 최대 10%까지 요금이 추가로 청구될 수 있습니다. 캠페인 월간예산의 10%를 초과하여 요금이 추가로 청구된 경우 환불받을 수 있습니다.

캠페인 On/Off 캠페인이 운영 중인지 여부를 표시합니다. 캠페인 상태가 "On"이면 운영 중임을 의미합니다. 캠페인은 On, Off, 예약됨, 완료되지 않음, 삭제됨, 만료됨 등으로 표시됩니다.

채널 마케팅 또는 광고 서비스를 제공하는 업체입니다. 예를 들어, 오버추어 역시 스폰서검색 및 컨텐트매치 등 다양한 마케팅 또는 광고서비스를 제공하는 업체 중 하나입니다.

시 및 외곽지역 광고가 노출되는 도시 및 주변지역을 선택하는 광고지역설정 옵션입니다. 일부 도시 및 주변지역은 여러 주에 걸쳐 있을 수 있습니다.

클릭 인터넷 사용자가 광고를 클릭한 횟수입니다.

입찰가에 따른 예상클릭 키워드 그룹에서 키워드 그룹입찰가를 이용할 때 예상되는 클릭수입니다. 이 수치는 과거의 데이터를 기준으로 계산되며 정확하지 않을 수 있습니다. 개별 키워드입찰가를 가진 키워드그룹의 키워드는 고려하지 않습니다.

클릭률(CTR) 클릭수를 노출수로 나눈 값입니다. 예를 들어, 광고가 100번 노출되는 동안 25번의 클릭을 받았다면 클릭률은 0.25(25%)가 됩니다.

컨텐트매치 입찰가(CM 입찰가) 컨텐트 매치를 통해 제공된 모든 광고에 적용되는 입찰가입니다.

컨텐트매치ID 컨텐트매치 클릭을 확인하기 위해 제공하는 텍스트입니다. 컨텐트매치ID는 웹 로그에 표시됩니다.

컨버전분석도구 스폰서검색 및 컨텐트매치 목록에서 생성되는 사이트의 컨버전을 추적하는 하나의 태그를 사용하여 분석 데이터를 추적하는 방법입니다.

컨버전 사이트에서 이루어지는 구매, 회원등록 등의 활동 수입니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

컨버전 태그 완료된 거래를 기록하는 페이지의 소스 코드에 포함된 스크립트입니다. 일반적으로 컨버전 태그는 최종구매완료 확인페이지에 삽입됩니다. 컨버전 태그에는 거래 금액이 포함됩니다.

쿠키 웹 사이트 요청 시 웹 브라우저에 의해 로컬 컴퓨터에 저장되는 정보입니다. 쿠키는 대개 이전에 웹 사이트에 등록했거나 방문한 사용자를 식별하기 위해 사용됩니다.

컨버전당비용(CPA) 한 번의 컨버전을 얻기 위해 드는 비용입니다. CPA는 총 온라인 마케팅 비용을 컨버전수로 나누어 계산합니다.

클릭당비용(CPC) 광고비를 클릭수로 나눈 값입니다.

D

데이터 수집 태그 계정관리 시스템에서 방문자 행동 데이터를 수집할 수 있도록 태그 설정 프로세스 동안 웹 페이지에 링크되는 스크립트입니다. 데이터 수집 태그의 종류는 다음과 같습니다.

- 웹 사이트를 통해 방문자를 추적하기 위한 유니버설 태그
- 업무에 중요한 방문자 행동 양식을 추적하기 위한 이벤트 태그
- 계정 관리 시스템에서 완료된 거래를 기록해야 함을 나타내는 컨버전 태그

자세한 정보는 컨버전 태그, 이벤트 태그, 태그 설정, 태그옵션 및 유니버설 태그를 참조하십시오.

조회가능일수 업로드한 파일이 삭제되기까지 남은 일수입니다.

설명 광고문구에서 광고하고자 하는 상품과 서비스에 관련있는 요약된 설명입니다. 최상의 결과를 얻으려면 광고문구 설명이 관련 키워드와 일치해야 합니다.

연결 URL 광고를 클릭하면 표시되는 웹 페이지의 URL입니다.

노출비율 키워드그룹의 다른 광고에 대비한 해당 광고의 노출 횟수입니다. 예: 광고그룹 내에 있는 4개의 광고가 똑같은 비율로 노출될 때 각 광고의 노출비율은 25%가 됩니다.

표시 URL 광고에 표시되는 UR입니다. 연결 URL이 길 경우 이보다 짧은 표시URL이 포함될 수 있습니다. 예를 들어 연결 URL이 www.example.com/s_id=0일 경우 www.example.com이라는 표시URL을 가질 수 있습니다.

E

등록내용 신청현황 편집 심사 중인 키워드나 광고문구의 진행 상황입니다.

종료일 일일지출한도 설정을 해제한 날입니다.

계정잔액소진예상일 계정잔액이 소진되기까지 남은 예상 일수입니다.

평균 예상순위 광고가 노출되었을 때 예상되는 평균순위입니다.

예상클릭 예상 클릭수입니다.

예상월간노출 광고문구가 한 달 동안 얻게 될 예상 노출수입니다.

© 2007 Overture Korea All Rights Reserved

이벤트 태그 업무에 중요한 방문자 행동 양식을 추적하는 데 사용되는 웹 페이지의 소스 코드에 포함된 스크립트입니다. 예를 들어, 이벤트 태그는 장바구니 또는 계정이 생성될 때 사용자가 단순한 검색자에서 구매자로 전환되는 것을 기록하기 위해 사용합니다.

F

고급분석도구 여러 태그를 사용하여 웹 사이트 전반의 활동을 추적하기 위해 사용하는 추적 분석 방법입니다.

G

광고지역설정 광고를 특정지역에 사는 고객이나 해당 지역에 대한 관심을 나타내는 사용자에게 노출하는 기능입니다. 예: 경기도에서 꽃을 판매하는 업체의 경우 광고대상지역으로 경기도를 선택합니다. 그러면 광고문구가 경기도에 거주하는 고객뿐 아니라 "경기도 꽃집" 같은 관련 용어를 검색하는 사람에게 노출됩니다.

H

대량업로드 스프레드시트 템플릿을 사용하여 계정에 캠페인, 광고문구 또는 키워드를 대량 업로드하는 작업입니다.

노출 광고문구가 노출되는 횟수입니다. 예를 들어 4번 보여졌다면 노출은 4가 됩니다.

K

키워드 광고하려는 제품 또는 서비스와 관련된 단어 또는 구문입니다. 잠재고객이 광고주의 키워드와 관련된 정보를 찾고 있다면 해당 광고가 표시됩니다.

키워드입찰가 각 키워드의 개별입찰가입니다. 이 입찰가는 기본 키워드그룹 수준 입찰가보다 우선 적용됩니다.

키워드선택기 키워드 목록을 만들고 키워드의 조회수 기록을 확인할 수 있는 도구입니다.

키워드 On/Off 키워드가 On/Off된 상태나 삭제된 상태 중 어느 상태에 있는지 나타냅니다.

L

상세설명 광고하려는 제품 또는 서비스와 관련된 자세한 설명입니다. 상세설명을 허용하는 파트너 사이트에 표시됩니다. 최상의 결과를 얻으려면 상세설명이 관련 키워드와 일치해야 합니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

M

시장 광고를 진행하는 국가 또는 여러 국가의 지역입니다.

시장 ID 추적 URL에 있는 캠페인의 모든 측면을 확인하기 위해 계정 관리 시스템에서 생성하는 고유 ID입니다.

마케팅 활동 광고비 정보를 추적하려는 캠페인의 모든 부분입니다.
예를 들어 유료 검색 광고, 배너광고, 이메일 광고 등이 포함됩니다.

마케팅 비용 마케팅 활동에 대해 현재 지불되는 금액입니다.

마케팅 링크 방문자를 웹 사이트로 연결하기 위해 검색 엔진 및 웹 사이트에서 사용하는 URL입니다. 참조 링크로도 알려진 이러한 URL을 추적 코드 또는 시장 ID에 추가하면 추적 URL로 전환됩니다.

대표계정 표준 시간대, 통화 및 지역과 같은 설정을 공유하는 하나 이상의 계정으로 구성된 그룹입니다.

대표계정관리자 대표계정 및 관련 계정에 대한 접속 권한이 있는 사용자입니다.

검색유형 검색어와 광고문구의 일치 정도를 지정하는 스폰서검색 옵션입니다.
'기본검색'을 활용하는 광고의 경우 키워드와 정확히 일치하는 검색과 약간의 오타 등을 반영한 검색에만 노출됩니다. '확장검색'을 활용하는 광고의 경우, 키워드, 제목, 설명 및 웹 컨텐트까지도 포함한 보다 광범위한 검색에 노출됩니다. 기본적으로 모든 광고는 '확장검색'으로 설정됩니다.

검색유형ID 스폰서검색의 기본검색 또는 확장검색 유형이나 컨텐트매치를 비롯하여 다양한 소스의 클릭을 식별합니다.

최대입찰가 광고문구가 클릭되었을 때 지불할 최대 금액입니다. 광고는 최대입찰가 이상으로 과금되지 않습니다. 클릭당비용(CPC)은 페이지에서의 위치를 유지하기 위한 최대한 낮은 금액으로 자동으로 내려가서 실제 클릭당비용(CPC)은 최대입찰가보다 더 낮을 수 있습니다.

최저순위 광고를 결과 페이지에서 노출하고자 하는 최저 순위입니다.
광고문구는 이 순위 아래에서 노출될 수도 있습니다.

N

이름-값 조합 값 및 해당 값에 대한 이름입니다. 값의 이름은 등호 기호 왼쪽에 나타나며 값은 등호 기호 오른쪽에 나타납니다. 다음은 모두 이름-값 조합의 예입니다.

- 이름=값
- 계정번호=10987364
- 캠페인이름="첫 번째 캠페인"

NOC 네트워크 운영 센터(Network Operations Center)의 약어입니다.

© 2007 Overture Korea All Rights Reserved

P

결제방법 신용카드, 수표 및 전신환과 같이 사용자의 계정에 대해 지불을 수행하는 방법입니다.

컨버전기회 태그 컨버전 완료 직전에 나타나는 페이지의 소스 코드에 포함된 스크립트입니다. 컨버전기회 태그는 컨버전 단계 및 컨버전 사전 단계 사이에서 중도탈락한 클릭수를 확인하기 위해 사용됩니다. 예를 들어, 사이트방문자가 컨버전 직전에 구매한 내용을 다시 보려고 할 때 컨버전기회 태그를 해당 페이지에 삽입하면 중도탈락자수를 파악하는 데 유리합니다.

Q

광고평가지수 광고성과 측정지수입니다.

광고평가지수는 계정의 클릭률(CTR)과 기타 관련 요인 등을 총체적으로 나타냅니다.

R

ROAS 광고비 투자 수익률입니다. 사용한 광고비에 비례하여 얻은 매출입니다. ROAS(Return On Ad Spend)는 매출 ÷ 광고비용 x 100으로 계산합니다. 예를 들어, 500,000원의 광고비로 5,000,000원의 매출을 올리는 캠페인의 ROAS는 1,000%가 됩니다.

권한 사용자가 계정에 대해 가지고 있는 접속 권한의 유형입니다.

S

검색 쿼리 사용자가 오버추어나 오버추어의 광고 파트너에서 제공하는 검색란에 입력하는 검색 요청입니다.

검색어 정보, 제품 또는 서비스를 찾기 위해 검색 엔진에 입력하는 단어 또는 구문입니다. 광고주는 자신의 제품 또는 서비스와 연관된 키워드를 선택하고 입찰할 수 있습니다. 광고는 인터넷 사용자들이 광고주의 키워드와 연관된 검색어를 입력할 때 검색결과와 함께 노출됩니다.

예상클릭점유율 키워드그룹 내의 모든 키워드가 받을 것으로 예상되는 잠재적인 클릭수입니다. 점유율은 현재 입찰가 및 지난 데이터를 기준으로 계산됩니다. 이 데이터는 추정치에 불과하며 클릭 수가 보장되지는 않습니다.

장바구니 ID 거래 ID를 참조하십시오.

설명 광고문구에서 광고하고자 하는 상품과 서비스에 관련있는 요약된 설명입니다. 최상의 결과를 얻으려면 광고문구 설명이 관련 키워드와 일치해야 합니다.

SOC 검색운영 센터(Search Operations Center)의 약어입니다.

스폰서검색입찰가(SS 입찰가) 스폰서 검색 클릭에 대한 최대입찰가입니다.

기본검색ID 스폰서검색에서 기본검색 유형의 클릭을 식별하는 데 사용되는 텍스트입니다. 기본검색ID는 웹 로그에 나타납니다.

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved

T

광고유형 스폰서검색 또는 컨텐트매치처럼 광고문구를 노출하기 위해 사용하는 방법입니다. 스폰서검색은 관련된 검색어에 해당하는 광고문구를 게시합니다. 컨텐트매치는 기사, 평론, 뉴스 또는 기타 정보를 포함하는 컨텐트 페이지에 광고문구를 게시합니다.

태그 설정 유니버설, 이벤트 및 컨버전 태그를 웹 사이트에 추가하기 위한 절차입니다.

태그옵션분석 데이터를 얻기 위해 사용하는 방법입니다. 분석 데이터는 컨버전분석도구 또는 고급분석도구를 통해 얻을 수 있습니다. 컨버전분석도구는 스폰서검색 및 컨텐트매치 목록에서 생성되는 컨버전을 추적하는 하나의 태그를 제공합니다. 고급분석도구를 사용하면 여러 태그를 사용하여 웹 사이트 전반의 활동을 추적할 수 있습니다.

추적 코드 캠페인의 추적 가능한 측면을 식별하는 추적 URL 이름–값 쌍의 이름 부분입니다. 계정 관리 시스템에서는 다음과 같은 추적 코드를 제공합니다.

- ysmcpm — 캠페인 코드
- ysmgrp — 키워드그룹 코드
- ysmcrn — 크리에이티브 코드
- ysmtrm — 검색어 코드
- ysmchn — 채널 코드
- ysmtac — 광고유형 코드
- ysmrfd — 참조 ID 덮어쓰기 코드

광고 지역캠페인 광고지역으로 선택된 지역입니다.

제목 광고문구의 제목입니다. 최대의 광고효과를 얻고자 한다면 광고하려는 키워드가 제목에 포함되어야 합니다. 잠재고객의 주의를 끌려면, 제목을 간결하고 명확하게 만드는 것이 좋습니다.

추적 URL 사용되는 광고유형, 키워드 및 실제 검색 쿼리에 대한 정보를 제공하는 매개 변수가 추가된 URL입니다.

거래 ID 온라인 쇼핑 소프트웨어에서 일반적으로 생성되는 식별 번호입니다. 거래 ID는 방문자의 컨버전 이벤트가 발생하기 전에 추적 이벤트가 발생하는 시간을 확인하기 위해 사용됩니다. 예를 들어, 거래 ID는 사용자가 첫 번째 품목을 장바구니에 추가할 때 생성될 수 있습니다. 이 ID는 방문자와 컨버전 이벤트가 발생하기 전까지의 방문자의 활동을 확인하기 위해 사용됩니다. 예를 들어, 방문자가 장바구니의 품목에 대해 지불을 완료하면 대개 거래 ID가 만료되어 해당 ID와 관련한 거래가 완료되었음을 나타냅니다. 대부분의 거래 ID는 사용자가 특정 기간 동안 구매하지 않거나 웹 사이트의 안전 영역을 벗어나는 경우 만료됩니다. 거래 ID는장바구니 ID로도 불립니다.

U

유니버설 태그 이 태그는 계정마다 존재하며 웹 사이트의 모든 페이지에 추가됩니다.

URL(Uniform Resource Locator) 본 가이드에서 URL은 고유한 식별용 주소를 말하며 웹 사이트, 파일 또는 웹 서버스를 찾기 위해 사용됩니다. 예를 들어, 계정 관리 시스템의 URL은 http://marketingsolutions.yahoo.com입니다. 이 주소를 웹 브라우저에 입력하면 계정 관리 시스템 홈 페이지가 열립니다.

© 2007 Overture Korea All Rights Reserved

© 2007 Overture Korea. All Rights Reserved