



그루비 기능 업데이트

2024.01 - 2024.09

목차

업데이트 1

세그먼트 기능

취향 분석 세그먼트 3

업데이트 2

AI 상품 추천

카테고리 기반, 상품 기반, 검색 결과 기반 알고리즘 5

업데이트 3

카카오모먼트

캐러셀 피드형 메시지 7

와이드리스트형 메시지 10

업데이트 4

카카오톡, SMS

반복 발송 기능 11

커스텀 데이터 기능 13

업데이트 5

푸시 메시지

푸시 캠페인 반복 발송 기능 14

푸시 수신 거부 표기 설정 기능

푸시 캠페인 발송 속도 조절 기능 16

푸시 발송 서버 다중화 17

푸시 캠페인 A/B/N 테스트 속도 개선 18

업데이트 6

분석 리포트

카카오모먼트 분석 리포트 19

반복 발송 분석 리포트 '발송일별', '기간별' 조회 유형 추가 20

카카오톡, SMS 분석 리포트 '전환 기여 기간' 선택 기능 추가 21

업데이트 7

일일 진단 리포트

데이터 통계 집계 기준 변경 24

세그먼트 기능

취향 분석 세그먼트

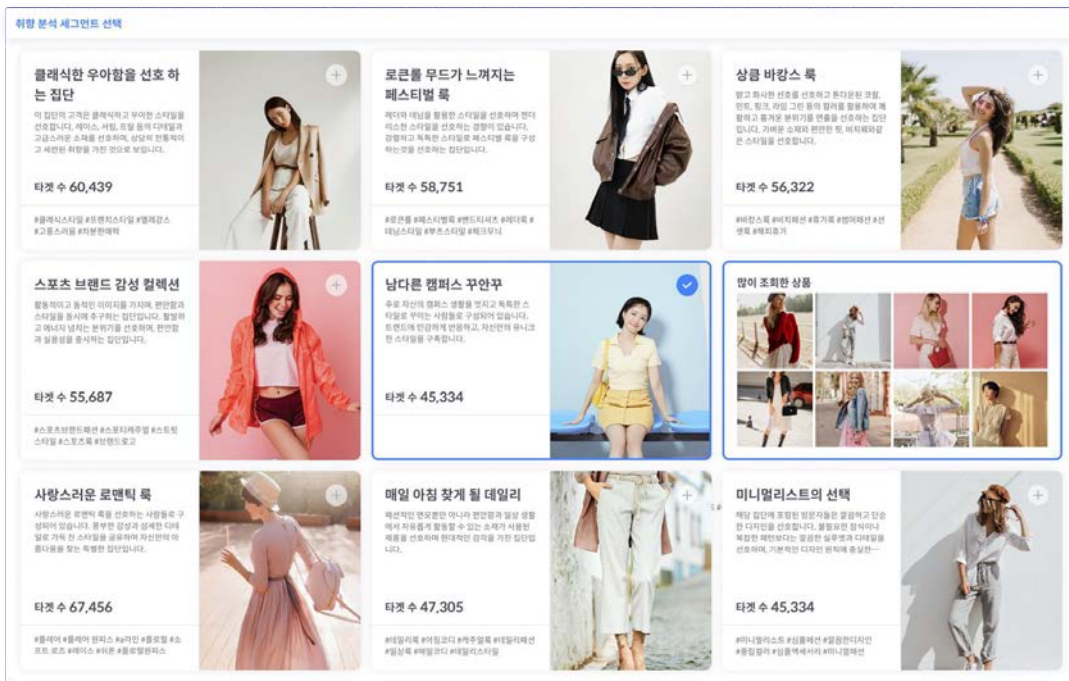
신규 AI 세그먼트 기능이 업데이트 되었습니다.

원하는 상품을 찾지 못해 구매를 포기한 경험, 다들 있지 않으신가요? 취향에 딱 맞는 상품을 바로 발견했다면, 쇼핑물을 이리저리 둘러볼 필요 없이 기분 좋게 상품을 구매할 수 있었을텐데 말이예요.

세분화되는 고객 취향에 맞춰 정확한 고객 타겟팅이 가능하도록 챗GPT를 활용한 새로운 AI 세그먼트인 '취향 분석 세그먼트' 기능을 추가했습니다.

취향 분석 세그먼트란?

AI가 고객의 취향에 따라 그룹을 생성하고, 챗GPT가 해당 그룹에 대한 특징을 요약하여 설명합니다. 예를 들어, 의류 쇼핑물 고객이라면 스큐라식한 우아함 △상큼 바캉스룩 △감성 컬렉션 등 취향별로 고객 세그멘테이션이 가능해지는 방식인데요. 각 그룹의 특징뿐만 아니라 같은 그룹에 있는 고객들이 가장 많이 조회한 최대 8개의 상품도 확인할 수 있습니다.



취향 분석 세그먼트 예시

고객의 취향을 어떻게 분석해요?

“고객이 그동안 살펴본 상품의 특징을 종합해 보면 고객의 취향을 알 수 있지 않을까?”라는 생각을 시작으로 취향 분석 세그먼트 기능을 개발하게 되었습니다.

고객이 한 달간 둘러본 상품들을 기반으로 고객을 그룹화하고, 그루비 AI가 고객 그룹의 특징을 담은 10개의 키워드를 추출합니다. 그리고 챗GPT가 해당 그룹의 고객들이 선호하는 취향을 판단하고 이에 맞는 '그룹명'과 '그룹에 대한 설명'을 생성하는 방식입니다.

이런 장점이 있어요.

취향 분석 세그먼트 기능을 활용하면 마케터는 이러한 장점들을 얻을 수 있습니다.

- 고객 쇼핑 만족도 제고: 시시각각 변하는 고객의 취향에 따라 세그먼트 그룹이 지속적으로 업데이트 되기 때문에 소비자의 쇼핑 만족도를 효과적으로 높일 수 있습니다.
- 고객의 숨겨진 니즈 파악: 고객의 구매 패턴을 분석하여 이전에는 알지 못했던 고객의 숨겨진 니즈를 파악할 수 있습니다.
- 마케팅 판매 전략 수립: 고객의 취향을 세부적으로 파악하고 이에 맞는 새로운 상품 판매 전략을 수립할 수 있습니다.
- 개인화 실시간 기획전 진행: AI 취향 분석을 통해 고객 취향에 맞는 맞춤형 기획전으로 MD 또는 마케터의 고민을 해결하고 고객 경험을 향상시킬 수 있습니다.

AI 상품 추천

카테고리 기반, 상품 기반, 검색 결과 기반 알고리즘

다음과 같은 기능이 제공됩니다.

그루비의 AI 추천 설정 기능이 신규 추가되었습니다. ▲카테고리 기반 ▲상품 기반 ▲검색 결과 기반 등 총 3가지 추천 알고리즘 기능을 원하는 페이지에 자유롭게 사용할 수 있습니다.

	AS-IS			To-BE		
	카테고리 기반	상품 기반	검색 결과 기반	카테고리 기반	상품 기반	검색 결과 기반
메인 페이지	X	X	X	O	O	O
카테고리 페이지	O	X	X	O	O	O
상품 상세 페이지	X	O	X	O	O	O
장바구니 페이지	X	O	X	O	O	O
검색 결과 페이지	X	X	O	O	O	O

이렇게 사용할 수 있어요.

페이지 제한 없이 추천 알고리즘을 활용할 수 있게됨으로써 더욱 다양한 상품 추천 캠페인을 실행할 수 있게 되었습니다. 예시로 메인 페이지에서 활용 가능한 3가지 캠페인을 소개하겠습니다.

1. 카테고리 기반

여성패션	남성패션	럭셔리
코트	코트	백
자켓	자켓	지갑
가디건	가디건	의류

이런 자켓 상품은 어떠세요?

구매할 상품이 정해져 있는건 아니지만 특정 카테고리의 상품을 구매하고 싶은 고객에게 활용해 볼 수 있는 캠페인입니다. 예를 들어, 자켓 카테고리를 둘러본 고객이 메인 페이지나 기타 페이지에 유입되었을 때 한번 더 자켓과 관련된 연관 카테고리의 상품을 추천해 준다면 고객의 시선을 사로잡아 구매 전환을 유도할 수 있습니다.

2. 상품 기반



여름 민소매 원피스(green)

★★★★ 4

227,400원

204,660원 70%

좋아하실 만한 여름 원피스 추천 드려요



3. 검색 결과 기반

여름 모자



혹시 여름 모자 관심 있으신가요?



관심있는 상품이 있지만 구매를 망설이는 고객에게 활용해볼 수 있는 캠페인입니다. 고객이 둘러본 상품 또는 검색한 상품과 연관된 상품을 메인 페이지에 추천함으로써 고객에게 더욱 폭넓은 선택지를 제공할 수 있습니다.

이런 효과를 얻을 수 있어요.

- 페이지 제한 없는 자유로운 상품 추천 캠페인 실행으로 더욱 확장된 상품 탐색 경험을 고객에게 제공할 수 있습니다.
- 고객에게 더욱 폭넓은 상품 선택지를 제공해 구매 여정에 대한 고객의 만족도와 충성도를 높일 수 있습니다.

카카오모먼트

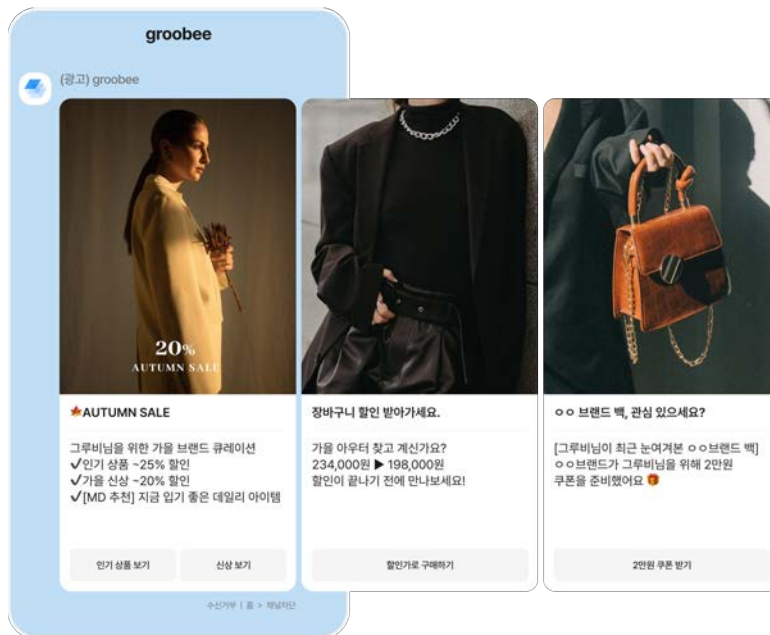
캐러셀 피드형 메시지

캐러셀 피드형이란?

캐러셀 피드형은 최대 6개 이미지와 텍스트 정보를 담을 수 있는 상품으로, 메시지를 받은 고객은 화면을 넘기며 다양한 내용을 확인할 수 있습니다. 캐러셀은 최소 2개부터 사용 가능하며, 더보기 버튼을 넣어 추가 링크로 이동하도록 설정 가능합니다.



캐러셀 피드형 메시지 예시



메시지 예시

캐러셀 피드형 메시지 사용 가이드

1

20%
AUTUMN SALE

2 ★가을 신상 할인

3 AUTUMN SALE
✓ 인기 상품 ~25% 할인
✓ 가을 신상 ~20% 할인
✓ [MD 추천] 지금 입기 좋은 데일리 아이템

4 인기 상품 보기

5 신상 보기

장바구니 할인 받아주세요.

6 → 더보기

\$(상품명_최근 장바구니 상품)
관심 있으세요?
할인 받고 S(가격_최근 장바구니 상품)에
만나보세요!

할인가로 구매하기

사용 가이드

	항목	가이드	사용 가능한 개인화 변수
1	이미지	<ul style="list-style-type: none"> ■ 이미지(JPG, JPEG, PNG) ■ 변수 이미지 URL <p>*선택한 변수에 해당하는 상품 이미지 발송</p>	이미지 URL
2	타이틀	변수 치환 후 최대 20자	<ul style="list-style-type: none"> ■ 상품명 ■ 가격 ■ 회원 이름
3	텍스트	변수 치환 후 최대 180자	<ul style="list-style-type: none"> ■ 상품명 ■ 가격 ■ 회원 이름
4	버튼 1	<ul style="list-style-type: none"> ■ 최대 8자 작성 가능 ■ 이미지 영역 클릭 시 버튼 1 URL로 랜딩 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 랜딩 URL ■ 모바일 URL ■ PC URL
5	버튼 2(선택)	최대 8자 작성 가능	사용 불가
6	더보기 버튼(선택)	랜딩 유형: URL	사용 불가

그루비 개인화 변수, 이렇게 활용할 수 있어요.

와이드리스트형과 마찬가지로 캐러셀 피드형에서도 그루비에서 제공하는 개인화 변수와 추천 상품 항목을 이용하실 수 있습니다. 개인화 변수는 이미지 영역, 타이틀, 텍스트, 버튼에서 모두 활용 가능합니다.

그루비 제공 개인화 변수 항목

	데이터	변수 항목 표기	설명
1	회원 이름	#{회원 이름}	그루비 카카오모먼트 개인화 정보에 파일 업로드 또는 API로 값을 요청하여 저장되어 있는 회원 이름
2	상품명	#{상품명_그루비 추천 상품}	선택한 그루비 추천 상품의 상품명
3	상품 가격 - 정가	#{가격_그루비 추천 상품}	선택한 그루비 추천 상품의 정가
4	이미지 URL	#{이미지 URL_그루비 추천 상품}	선택한 그루비 추천 상품의 이미지 발송을 위해 변수 처리한 URL
5	모바일 URL	#{모바일 URL_그루비 추천 상품}	선택한 그루비 추천 상품의 상세 페이지 등의 랜딩 URL
6	PC URL	#{PC URL_그루비 추천 상품}	선택한 그루비 추천 상품의 PC URL

그루비 제공 추천 상품 항목

	추천 상품 항목	설명
1	장바구니 연관 상품	최근 장바구니에 담은 상품과 유사한 아이템 선정
2	최근 상세보기 연관 상품	최근 조회한 상품과 유사한 아이템 선정
3	최다 상세보기 연관 상품	기간 내에 가장 많이 조회한 상품과 유사한 아이템 선정
4	최근 장바구니 상품	가장 최근에 담은 장바구니 상품
5	최다 상세보기 상품	개인이 특정 기간 동안 상세보기를 가장 많이 한 상품
6	최근 상세보기 상품	가장 최근에 상세보기 된 상품
7	반복 구매 상품	2회 이상 구매한 상품 중 구매주기가 도래한 상품

카카오모먼트

와이드리스트형 메시지

와이드리스트형은 다양한 주제의 메시지를 리스트 형식으로 구성할 수 있는 유형인데요. 여러 상품을 이미지와 함께 소구할 수 있어 고객의 시선을 사로잡는 데 효과적입니다.

카카오톡 개인화 메시지를 발송할 수 있어요.

쇼핑몰의 카카오톡 채널 친구 중 특정 개인에게 추천 상품 항목과 회원 정보를 담은 개인화 메시지를 발송할 수 있습니다. 특히, 그루비의 추천 알고리즘을 활용하여 더욱 주목도 높은 메시지를 발송할 수 있습니다.



와이드리스트형 메시지 예시



개인화 메시지 예시

카카오모먼트 와이드리스트형 메시지에서 사용할 수 있는 개인화 변수 항목은 캐러셀 피드형 메시지와 동일합니다. 상품명, 상품가격, 이미지 URL, 모바일 URL, PC URL은 최대 4개까지 사용 가능합니다.

카카오톡, SMS

반복 발송 기능

다음과 같은 기능이 제공됩니다.

- 카카오톡, SMS 발송 스케줄에서 '반복 발송 옵션'이 추가되었습니다.
- 일별 / 주별 / 월별 단위로 반복 발송 주기를 설정할 수 있습니다.
- 캠페인 분석 리포트에서 '반복 발송 분석 리포트'를 확인할 수 있습니다.

업데이트 기능 설명

카카오톡, SMS 캠페인의 발송 스케줄 설정 시, 발송 유형에서 '반복 발송' 옵션을 사용할 수 있습니다. 해당 기능으로 원하는 주기에 맞춰 자동으로 메시지가 반복 발송되도록 캠페인을 설정할 수 있습니다.

- 선택 가능한 주기: '일별 / 주별 / 월별' 중에서 선택이 가능합니다.
- 반복 발송 분석 리포트 제공: 반복 발송 캠페인에 대한 분석 리포트를 확인할 수 있습니다.

기능 구분	주기/옵션	내용
반복 최소 주기	하루	
발송 주기 설정	일별	n일마다 설정한 발송 시간에 반복 발송 가능
	주별	n주마다 설정한 요일(들) 발송 시간에 반복 발송 가능
	월별	n개월마다 특정 일자 발송 시간에 반복 발송 가능 해당 월의 말일에 발송 옵션 선택 가능
발송 기간 설정	수동 종료 전까지	
	기간 지정	

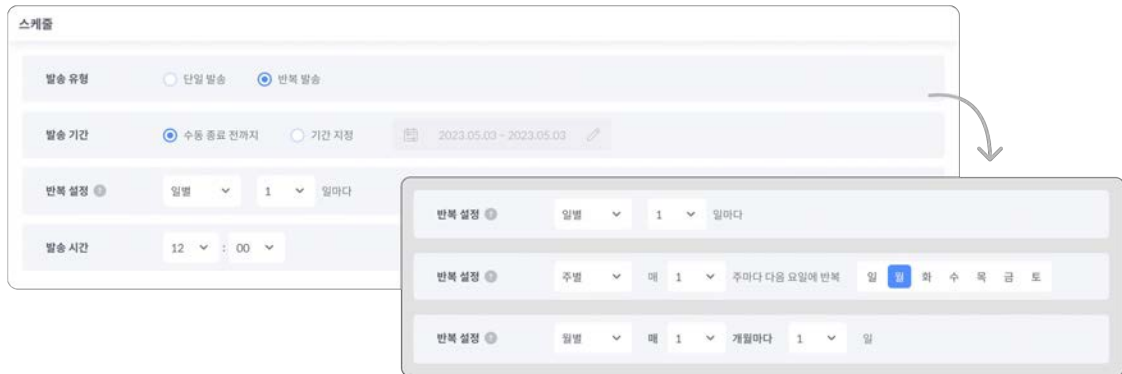
월별 발송 주기에서는 '31일' 또는 '말일' 옵션을 선택할 수 있습니다.

- (1) 31일: 주기에 맞는 31일에만 반복 발송 진행
- (2) 말일: 해당 월의 말일(마지막날)에 발송 진행
- 예: 1/31, 2/28(29), 3/31, 4/30, 5/31, 6/30, 7/31...

업데이트 기능 적용 화면

(1) 반복 발송 설정

- 카카오톡, SMS 캠페인 > 새로운 캠페인 만들기 > 옵션 설정에서 발송 유형을 반복 발송으로 선택해 사용할 수 있습니다.



(2) 반복 발송 탭

- 반복 발송으로 설정된 캠페인은 '반복 발송 탭'에서 저장 및 관리됩니다.
- 캠페인 생성 후 캠페인 실행을 위해서는 반드시 상태 값을 'I'에서 '▶'으로 변경해야 합니다.

카카오톡							
캠페인명	상태	전구체 유형	발송 예정 일시	발송 건수	발송 기간	반복 설정	최종 수정일
카카오톡 캠페인 1	▶	카카오 채널	2024.05.02 12:00	1,000,000	수동 종료 전까지	1일마다 12:00	2024.05.01
카카오톡 캠페인 2	▶	카카오 채널	-	1,000,000	수동 종료 전까지	1일마다 12:00	2024.05.01
카카오톡 캠페인 3	▶	카카오 채널	-	1,000,000	수동 종료 전까지	2일마다 12:00	2024.05.01

SMS							
캠페인명	상태	SMS 유형	발송 예정 일시	발송 건수	발송 기간	반복 설정	최종 수정일
SMS 캠페인명 1	▶	SMS	2024.05.02 12:00	1,000,000	수동 종료 전까지	1일마다 12:00	2024.05.01
SMS 캠페인명 2	▶	SMS	-	1,000,000	수동 종료 전까지	1일마다 12:00	2024.05.01
SMS 캠페인명 3	▶	SMS	-	1,000,000	수동 종료 전까지	2일마다 12:00	2024.05.01

(3) 발송 완료 탭

- 발송이 완료된 캠페인은 '발송 완료 탭'으로 이동합니다.
- 기간을 지정한 캠페인의 경우, 설정한 종료일이 지나야 발송 완료 탭으로 이동합니다.

카카오톡									
캠페인명	전구체 유형	발송 유형	발송 상태	발송 건수	발송 성공률	발송 기간	발송 설정	완료 일시	
카카오톡 캠페인 1	카카오 채널	SMS	▶	1,000,000	99.99%	2024.04.10 12:00	2024.04.10 12:00	2024.04.11 12:00	...
카카오톡 캠페인 2	카카오 채널	SMS	▶	1,000,000	-	2024.05.01 ~ 2024.12.31	1일마다 12:00	완료일	2024.04.11 12:00

SMS									
캠페인명	SMS 유형	발송 유형	발송 상태	발송 건수	발송 성공률	발송 기간	발송 설정	완료 일시	
SMS 캠페인명 1	SMS	SMS	▶	1,000,000	99.99%	2024.04.10 12:00	2024.04.10 12:00	2024.04.11 12:00	...
SMS 캠페인명 2	SMS	SMS	▶	1,000,000	-	2024.05.01 ~ 2024.12.31	1일마다 12:00	완료일	2024.04.11 12:00

커스텀 데이터 기능

다음과 같은 기능이 제공됩니다.

- 이제 온사이트에서 회원으로 로그인한 이력이 없어도 커스텀 데이터를 활용하여 오프사이트 타겟팅이 가능합니다.
- 커스텀 데이터 설정 후 회원 API로 고객 정보(전화번호)를 연동하면 카카오톡 메시지와 SMS를 발송할 수 있습니다.

이렇게 이용하실 수 있어요.

고객의 사이트 로그인 정보를 알지 못하더라도 커스텀 데이터와 회원 API 연동을 통해 고객 정보(전화번호)를 연동하면 그루비의 오프사이트 메시지 중 '카카오톡'과 'SMS' 캠페인을 사용할 수 있습니다.

예시:

- 회원 API로 회원 정보를 보내주고, 커스텀 데이터를 활용하여 point 데이터를 세그먼트 변수로 활용 가능
 - 회원 API로 전화번호를 연동하고, point >= 500 이상인 타겟에게 카카오톡 또는 SMS 발송 가능
- 회원 API로 회원 정보를 보내주고, 커스텀 데이터를 활용하여 grade 데이터를 세그먼트 변수로 활용 가능
 - 회원 API로 전화번호를 연동하고, grade == "GOLD" 인 타겟에게 카카오톡 또는 SMS 발송 가능

푸시 메시지

푸시 캠페인 반복 발송 기능

푸시 캠페인을 생성할 때, 반복 주기(일/주/월)를 설정하면 해당 주기에 맞춰 메시지가 자동으로 발송됩니다. 반복 주기 설정 기준은 다음과 같습니다.

일별 / 주별 / 월별 (n = 1, 2, 3, 4, 5)

- 일별 : n일마다 설정한 발송 시간에 반복 발송
- 주별 : n주마다 설정한 요일(들)의 발송 시간에 반복 발송
- 월별 : n개월마다 특정 일자 발송 시간에 반복 발송 (+말일 옵션: 해당 월의 말일에 발송하는 옵션 가능)

반복 설정

다음 주기로 반복

1

일마다

취소 확인

반복 설정

다음 주기로 반복

1

주마다

일 월 화 수 목 금 토

취소 확인

반복 설정

다음 주기로 반복

1

개월마다

1일

취소 확인

푸시 수신 거부 표기 설정 기능

발송 목적이 '광고성'인 푸시 캠페인을 발송 할 때, 미리 설정한 수신 거부 문구를 자동으로 메시지 뒤에 붙여서 발송할 수 있게 되었습니다. 수신 거부 문구는 30자 이내로 설정 가능합니다.

groobee

캠페인 설정

푸시 알림 설정

카카오톡 : 모먼트 설정

푸시 알림 설정

수신 거부 표기

[수신 거부 방법 > 설정 > 알림 해제]

23/30

저장

FAQ

푸시 캠페인 반복 발송 기능 관련

- **캠페인별 발송 예정일을 미리 확인할 수 있나요?**
'발송 예정 일시' 컬럼에서 다음 발송 예정일을 확인할 수 있습니다. 또한, 중지되어 있는 캠페인을 실행할 경우에도 발송 예정 일시를 알럿으로 받을 수 있습니다.
- **반복 발송 기능 설정 후 캠페인을 중지하면 어떻게 되나요?**
캠페인을 중지할 경우, 반복 발송 일정은 리셋됩니다. 중지한 캠페인을 다시 진행할 경우, 해당 시점부터 발송 예정일이 새로 계산되고, 주기에 맞춰 스케줄 발송이 다시 시작됩니다.
- **반복 주기를 31일로 설정한 경우, 31일이 없는 달은 어떻게 되나요?**
31일이 없는 달에는 푸시 캠페인이 발송되지 않습니다.

푸시 수신 거부 표기 설정 기능 관련

- **수신 거부 표기 기능을 ON하기 이전에 생성한 캠페인은 수신 거부 표기 적용이 안되나요?**
네, ON하기 이전에 저장되어 있던 캠페인은 기존에 저장된 값으로만 적용됩니다. 수신 거부 표기 기능을 ON한 이후에 생성한 캠페인부터 설정 값이 적용됩니다.
- **수신 거부 표기 기능을 ON한 이후 기존 캠페인을 수정할 경우엔 어떻게 되나요?**
기존에 있던 캠페인을 수정하고 저장하면, 수신 거부 표기 기능 설정이 반영됩니다.

푸시 메시지

푸시 캠페인 발송 속도 조절 기능

대량의 푸시 메시지를 발송할 때, 많은 고객이 한꺼번에 사이트에 접속하여 앱이 다운되는 문제를 방지하기 위해 '푸시 캠페인 발송 속도 조절 기능'을 도입했습니다. 이 기능을 통해 사용자는 분당 푸시 메시지 발송 건수를 설정할 수 있습니다. (N건/분)

기능 설명

사용자는 아래 6가지 옵션 중 하나를 선택해 발송 건수를 조절할 수 있습니다.

- 1,000건/분
- 5,000건/분
- 10,000건/분
- 15,000건/분
- 20,000건/분
- 최대 속도 (분할 발송 없이 즉시 발송)

사용 안내

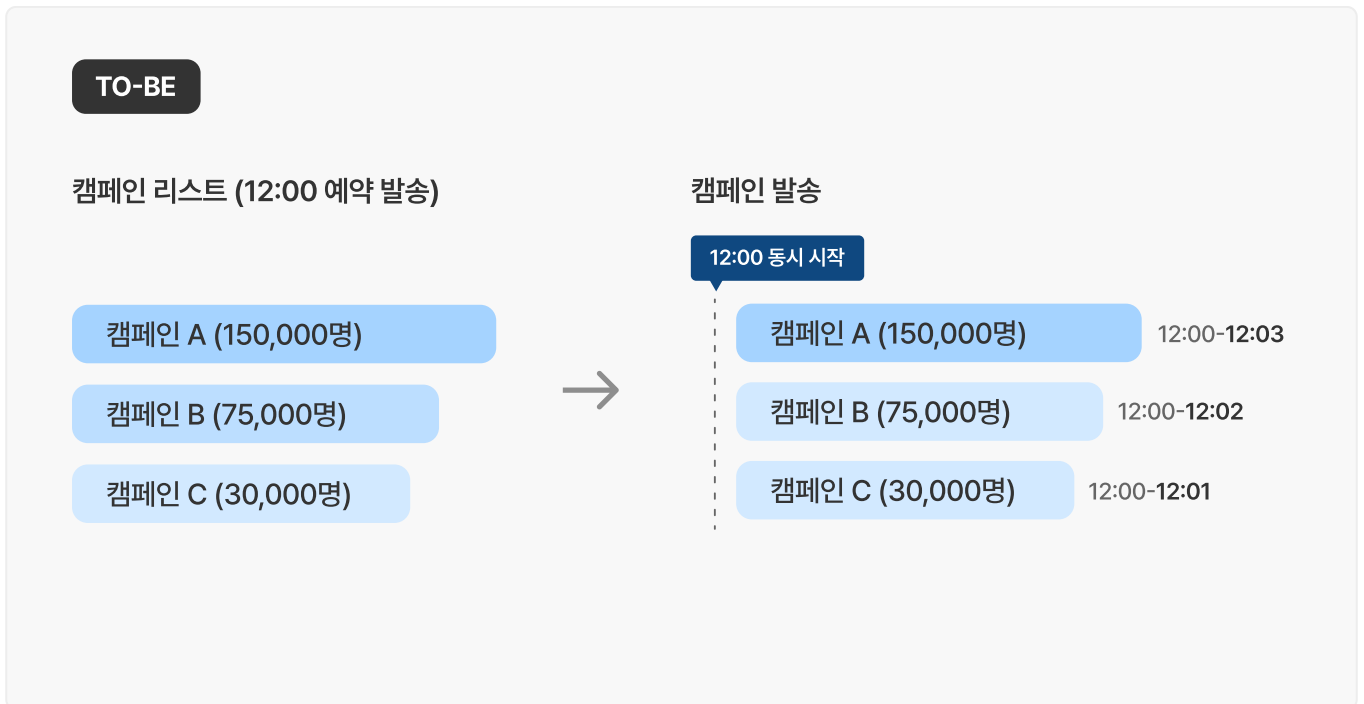
원하는 발송 건수 옵션을 그루비 담당자에게 제출해 주세요. 담당자가 확인한 후, 해당 설정이 모든 푸시 캠페인에 동일하게 적용되도록 설정할 예정입니다. 적용된 설정은 어드민 내 푸시 알림 캠페인 리스트에서 확인할 수 있습니다. 추후에는 캠페인별로 발송 속도를 어드민에서 직접 설정할 수 있는 기능이 추가될 예정입니다.

푸시 메시지

푸시 발송 서버 다중화

푸시 메시지 발송을 단일 서버에 의존하면, 해당 서버에 문제가 발생했을 때 전체 푸시 발송 작업이 중단될 수 있습니다. 하지만 서버를 다중화하면 하나의 서버에 장애가 발생하더라도 다른 서버가 즉시 그 역할을 대신할 수 있어 서비스의 연속성이 보장됩니다. 또한, 여러 서버에서 동시에 푸시 메시지를 처리하여 발송 속도를 높일 수 있습니다.

기능 설명



푸시 메시지

푸시 캠페인 A/B/N 테스트 속도 개선

그루비에서는 최대 11개의 푸시 알림을 A/B/N 테스트로 설정하여 각 고객 반응과 성과를 분석할 수 있습니다.

이번 업데이트로 푸시 데이터를 작은 단위로 분할하여 처리할 수 있게 되어 A/B/N 테스트 속도가 한층 개선되었습니다.

기능 설명

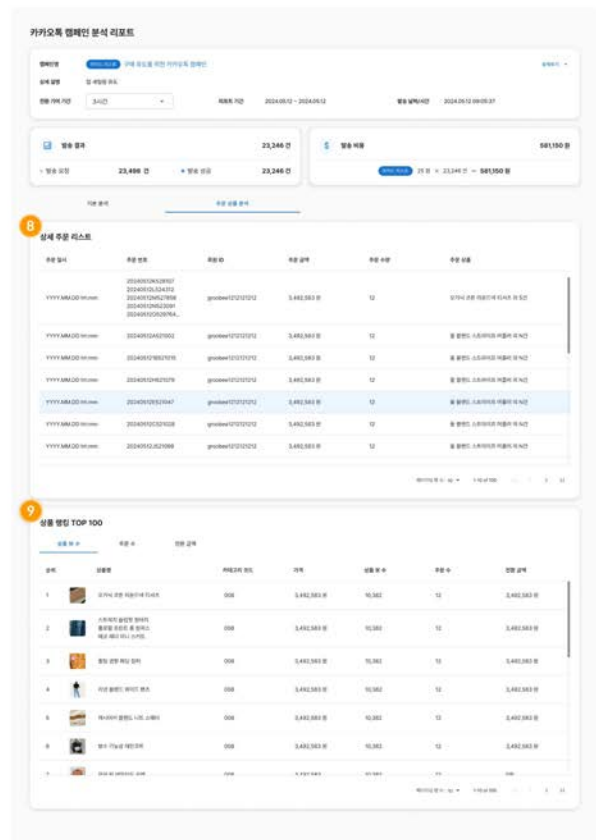
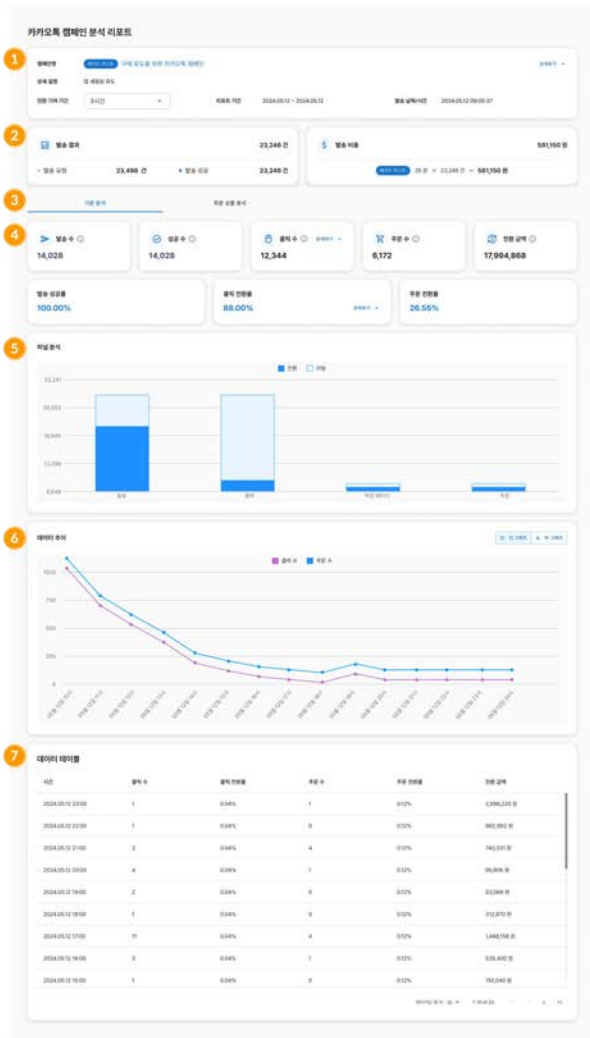
	프로세스	설명
1	임시 작업 공간 생성	임시 작업 공간을 생성합니다.
2	데이터 분할	전체 데이터를 5,000개 단위로 분할됩니다.
3	메시지 유형 업데이트	분할된 데이터를 임시 작업 공간에서 가져와, 각 메시지(A안, B안 등)로 나누어 업데이트합니다.
4	최종 데이터 삽입	업데이트된 데이터를 다시 5,000개 단위로 나누어 최종 발송 대상자 리스트에 삽입합니다.

분석 리포트

카카오모먼트 분석 리포트

카카오모먼트 메시지 발송 결과도 그루비 어드민에서 한 눈에 확인하실 수 있습니다. 그루비에서 제공하는 카카오톡 캠페인 분석 리포트에서는 총 9가지 항목들을 확인하실 수 있습니다.

- 기본 정보
- 발송 결과 및 발송 비용
- 분석 종류 (기본 분석, 주문 상품 분석)
- 요약 지표
- 퍼널 분석
- 데이터 추이
- 데이터 테이블
- 상세 주문 리스트
- 상품 랭킹 TOP 100



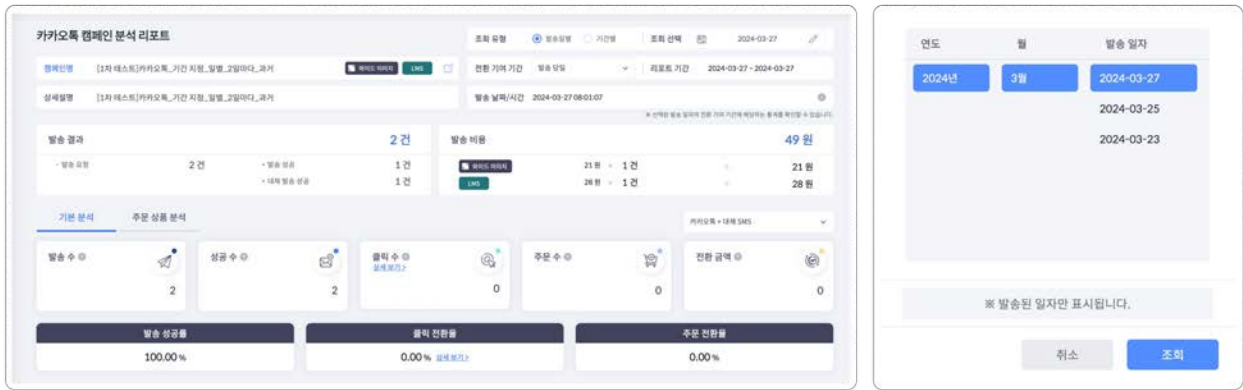
분석 리포트

반복 발송 분석 리포트 '발송일별', '기간별' 조회 유형 추가

카카오톡, SMS 캠페인 '반복 발송 기능' 업데이트 이후 반복 발송 분석 리포트는 '발송일별', '기간별' 조회 유형으로 확인 가능합니다.

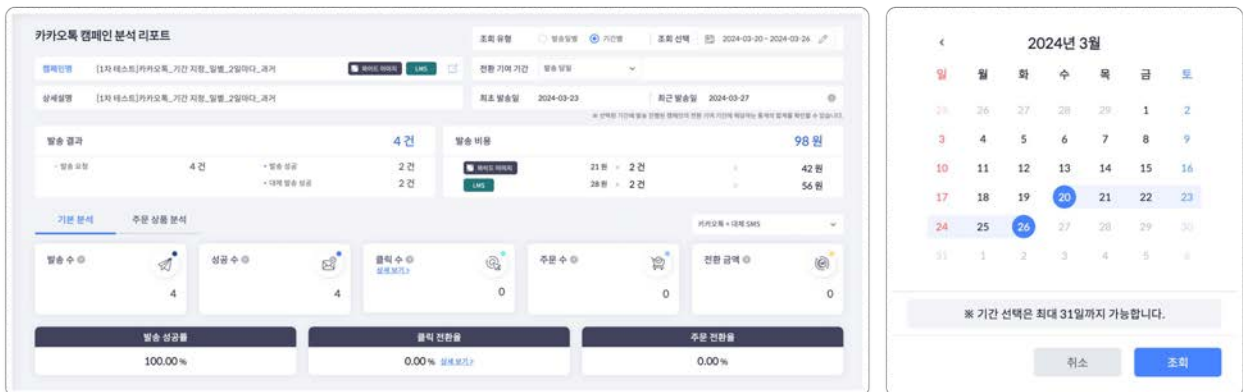
(1) 발송일별

- 발송이 진행된 일자를 선택하여 해당 일자의 독립적인 발송 건의 통계를 확인할 수 있습니다.
- 발송일 기준 선택된 전환 기여 기간만큼의 통계를 확인할 수 있습니다.



(2) 기간별

- 사용자가 조회 가능한 기간을 설정하여 원하는 캠페인에 대한 분석 리포트를 확인할 수 있습니다.
 - 최대 조회 가능 기간: 31일
- 선택한 기간 동안 발송된 모든 캠페인의 전환 통계를 합산된 수치로 확인할 수 있습니다.



분석 리포트

카카오톡, SMS 분석 리포트 '전환 기여 기간' 선택 기능 추가

다음과 같은 기능이 제공됩니다.

- 카카오톡, SMS 분석 리포트에서 '전환 기여 기간' 선택 기능이 추가됩니다.
- 카카오톡, SMS 분석 리포트의 전환 기여 기간 '기본값'을 변경할 수 있습니다.

카카오톡, SMS 리포트 '전환 기여 기간' 선택 기능 추가

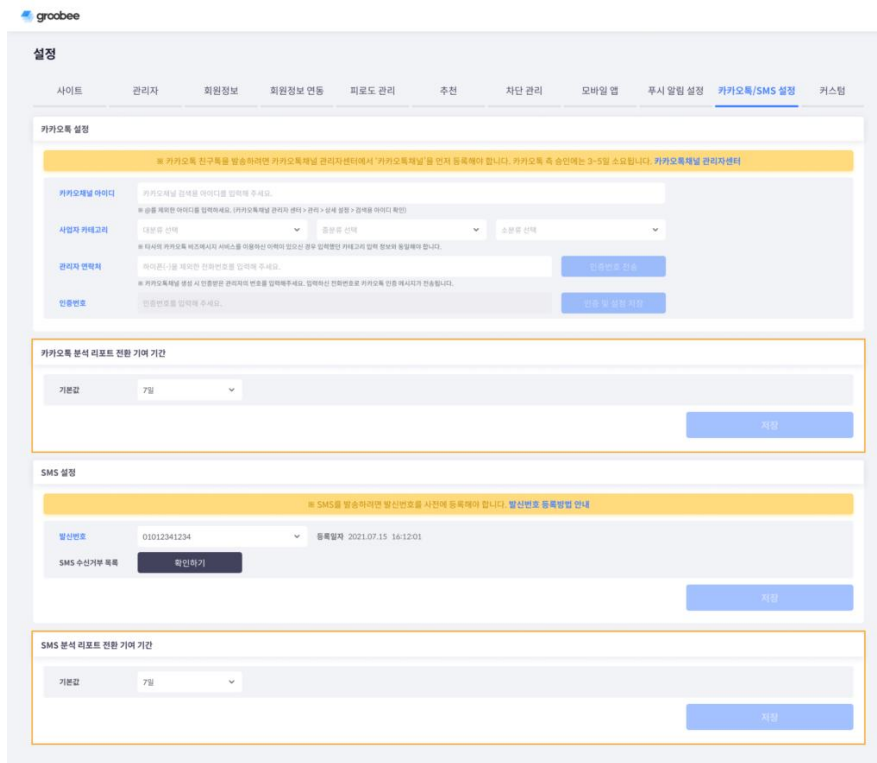
이제 카카오톡, SMS 캠페인 분석 리포트에서도 사용자가 직접 '전환 기여 기간(캠페인 통계 기간)'을 선택할 수 있습니다. 이 기능을 통해 카카오톡, SMS 리포트 통계를 더욱 다양하게 확인하실 수 있습니다.

- 카카오톡, SMS 분석 리포트에서 '전환 기여 기간'을 자유롭게 선택하여 해당 기간만큼의 데이터를 확인할 수 있습니다.
- 선택 가능한 기간: '3시간 / 6시간 / 발송 당일 / 3일 / 7일' 중에서 선택 가능합니다.

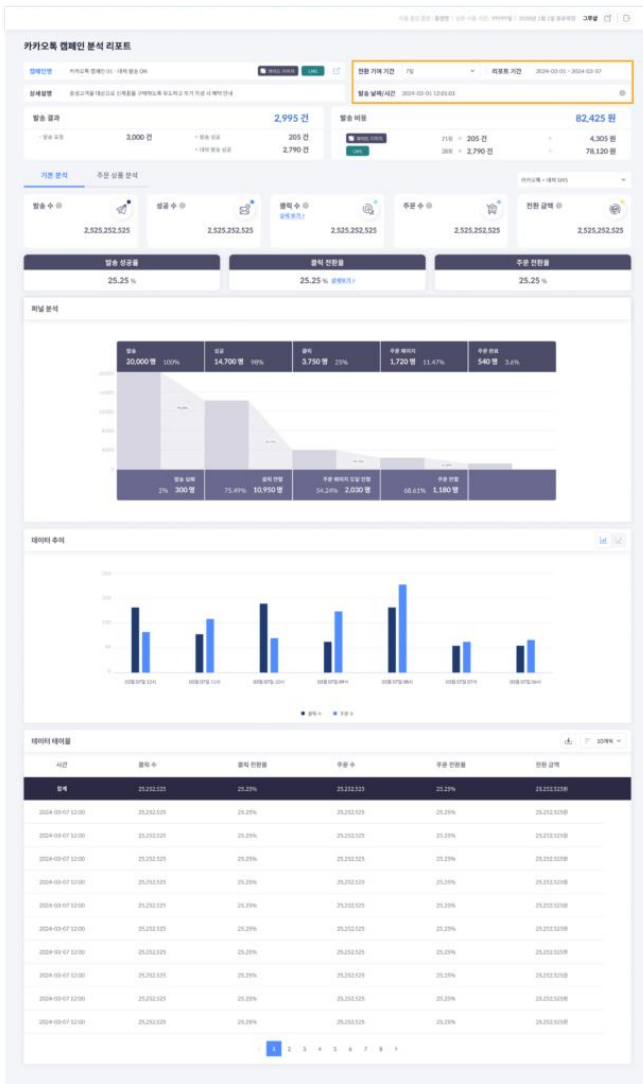
업데이트 기능 적용 화면

- 공통

기본값 설정: 설정 메뉴에서 카카오톡/SMS 설정 메뉴로 이동하여 각 채널별 캠페인 분석 리포트의 '전환 기여 기간' 기본값을 설정할 수 있습니다. (기본값: 7일 → 회사 정책에 맞는 전환 기여 기간 기본값 변경 가능)



• 카카오톡

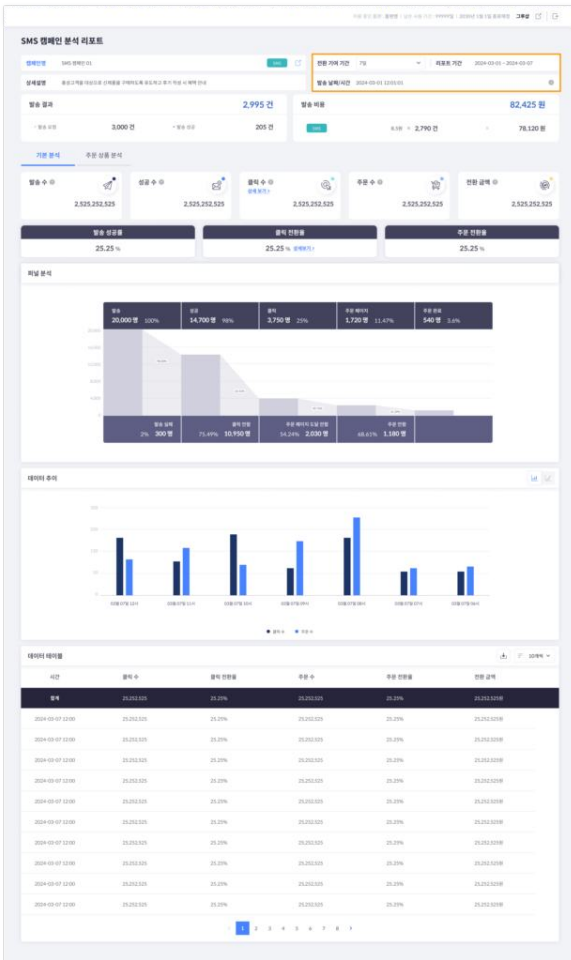


카카오톡 기본 분석

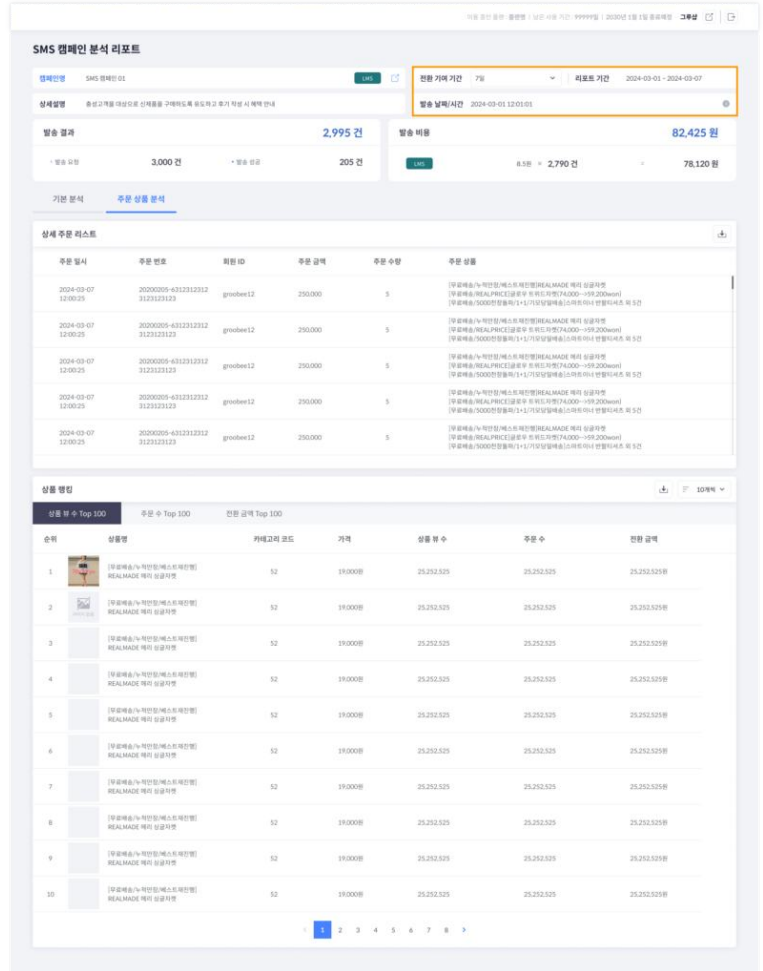


카카오톡 주문 상품 분석

• SMS



SMS 기본 분석



SMS 주문 상품 분석

일일 진단 리포트

데이터 통계 집계 기준 변경

일일 진단 리포트란?

마케터라면 꼭 알아두면 좋을 사이트 현황 및 캠페인 분석 데이터를 카카오 알림톡을 이용해 마케팅 담당자에게 일 단위로 제공하는 분석 리포트입니다. 일일 진단 리포트는 전체, PC리포트, MO 리포트, 상품 리포트 등 총 4개로 이뤄져 있습니다.

일일 진단 리포트로 무엇을 알 수 있나요?

- 당일 기준 사이트 방문자 데이터 정보: 신규 방문자 및 재방문자, 이탈률
- 사이트 방문 고객의 행동 정보: 주문 많은 시간, 평균 페이지 뷰, 평균 체류시간, 평균 상품 상세 페이지 뷰
- 사이트 유입 경로 및 퍼널 전환율: 당일 기준 가장 유입이 많이 일어난 리퍼럴 사이트 TOP3 및 방문 후 주문 완료에 이르는 고객 여정 별 전환율 정보 제공
- 온사이트 캠페인 및 추천 캠페인 성과

데이터 통계 집계 기준이 변경되었습니다.

현재 일일진단리포트에서 제공하는 지표들의 집계기준 중 일부가 쿠키 단위에서 세션 단위로 변경됩니다. 보다 나은 캠페인 설계와 인사이트 활용이 될 것으로 판단하여 진행하게 되었습니다.

- 예시: 평균 페이지 뷰
 - AS-IS : 하루 동안 쿠키의 평균 pv 수
 - TO-BE : 세션 내의 쿠키의 평균 pv 수

감사합니다.

그루비는 앞으로도 꾸준한 모니터링을 통해 서비스의 안정성과 성능을 지속적으로 개선해 나갈 예정입니다.

정기적인 업데이트와 최적화를 통해 보다 효율적이고 신뢰할 수 있는 서비스를 제공하도록 노력하겠습니다.

앞으로도 그루비에 많은 관심과 기대 부탁드립니다.