


---

# BizSpring ATTRIBUTION<sup>TM</sup>

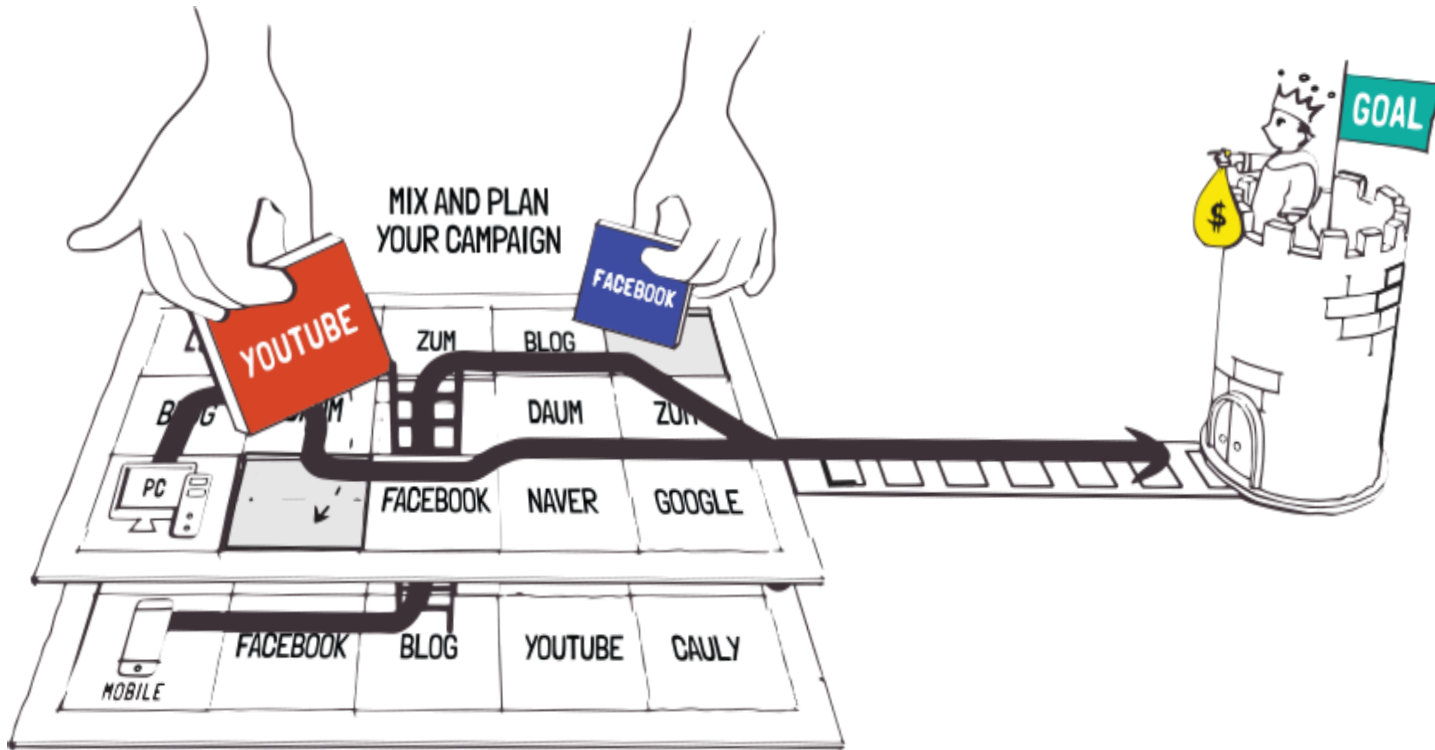
비즈니스프링 어트리뷰션<sup>TM</sup>

Marketing Attribution Analytics, Planning and Monitoring System  
for Professional Marketers & Agencies.

 [www.bizspring.co.kr](http://www.bizspring.co.kr)

# 마케팅 성과기여 모델에 의한 분석과 시뮬레이션을 이용한 성과 극대화

“ 광고 성과의 퍼즐을 풀다 ”



## You Can!

광고주, 마케터와 에이전시는 마케팅 캠페인의 최대 ROAS를 얻을 수 있습니다.

- ① 마케팅 캠페인의 성과 기여도를 다각도로 파악하여 ROAS를 높이고,
- ② 데이터에 근거하여 이후 캠페인 계획을 효율적으로 수립/실행 할 수 있으며,
- ③ 클라이언트에게 합리적이고 경쟁력 있는 마케팅 제안을 할 수 있습니다.

---

다양한 성과 기여 모델을 이용하여  
목적에 최적화된 마케팅 계획을 수립하면  
온라인 광고 성과가 높아집니다.

/ BizSpring ATTRIBUTION™ 소개

/ 기능과 특징점

/ 활용 예시

# 01. BizSpring ATTRIBUTION™ 소개

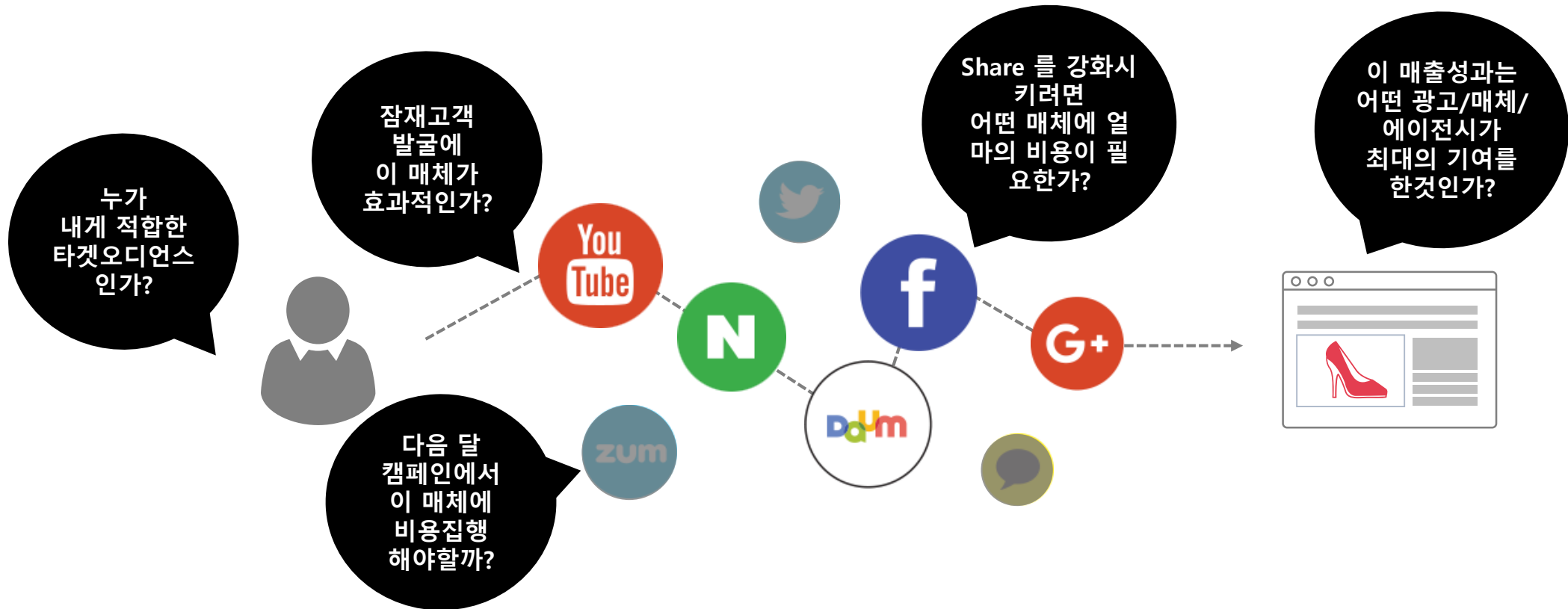
웹-모바일 크로스디바이스 추적은 물론  
동적 마케팅 성과 기여도 분석을 통해 목적에 맞는 광고를 선별하고  
시뮬레이션을 통한 최적의 마케팅 캠페인 계획을 수립하여  
성공적인 마케팅 캠페인을 가능하게 합니다.

# ATTRIBUTION™ 소개 필요성

오늘날의 마케팅 캠페인은 온-오프라인, 웹과 모바일 환경과 함께 더욱 복잡해지고 있습니다.

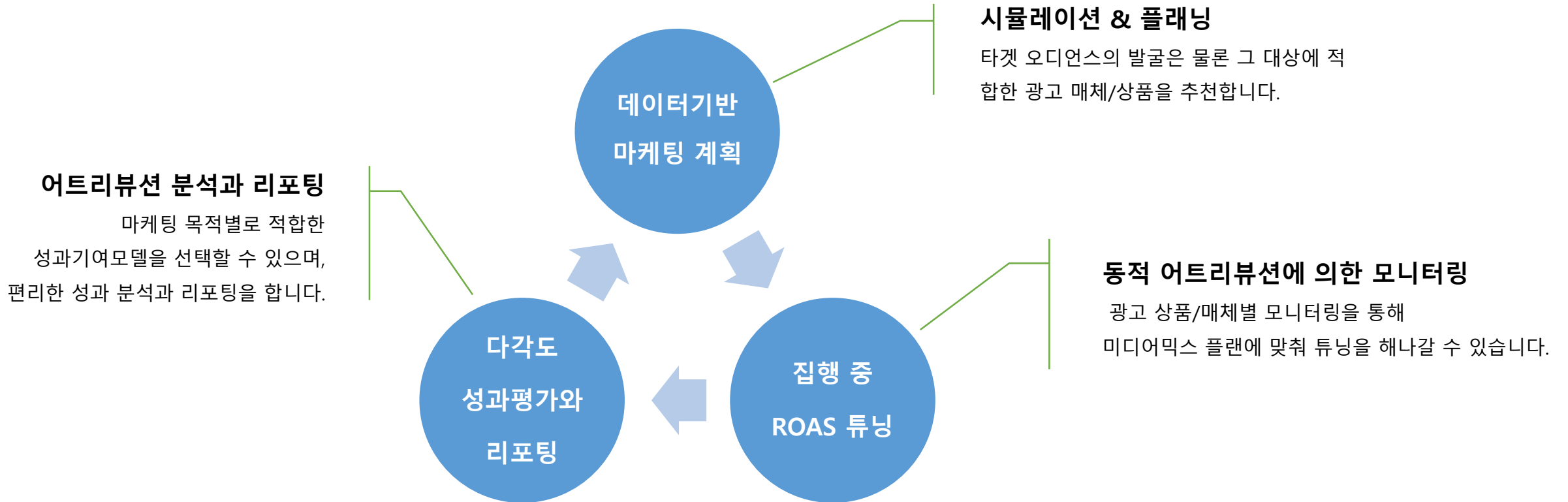
그에 따라 광고비용(Ad-Spend)의 적절성을 점차 알기 어렵게 되었으며, 또한 그 성과 ROI 및 ROAS 또한 관리가 매우 힘들어졌습니다.

온라인 마케팅 캠페인의 여러 퍼즐들을 풀고, ROAS를 극대화 합니다.



# ATTRIBUTION™ 소개 구성

타겟 오디언스(잠재고객군)에 맞는 광고 예산/성과 시뮬레이션 → 광고집행 중 다각도로 광고 ROAS의 튜닝 → 마케팅 성과 기여모델별 광고성과 배분 (Attribution Analytics) 을 순환하면서 ROAS의 향상, 최적화된 마케팅 캠페인의 집행, 경쟁력있는 마케팅 플랜을 제안할 수 있습니다.



# ATTRIBUTION™ 소개 기대 효과

광고주는 '매출증대'라는 목표 아래 유료광고(Paid), 온드 미디어(Owned), 평가 매체(Earned) 등을 통해 다양한 마케팅 캠페인을 진행합니다. BizSpring ATTRIBUTION™을 통해 마케팅 캠페인과 미디어 믹스의 특성을 파악하여 ROAS를 높일 수 있는 광고 상품을 선별할 수 있으며, 선별된 광고 상품으로 설득력 있는 마케팅 계획 수립을 하여 클라이언트의 신뢰도와 만족도를 높일 수 있습니다.

1

## 광고 성과를 극대화

마케팅 캠페인의 성과 기여도를 다각도로 파악하고 집행 중 튜닝하여 ROAS를 높일 수 있습니다.

2

## 데이터 기반의 탄탄한 마케팅 계획

데이터에 근거하여 이후 마케팅 캠페인 계획을 시뮬레이션/예측하므로 RISK를 줄이고 안정적 집행이 가능합니다.

3

## 경쟁력 있는 광고 제안

클라이언트의 타겟오디언스, 집행규모, 마케팅 목적에 맞는 합리적이고 경쟁력 있는 마케팅 제안을 할 수 있습니다.

## 02. 기능과 특징점

트렌드, 마케팅 목적에 맞는 마케팅 기여모델의 분석과  
광고별 모니터링과 튜닝을 위한 참고정보, 그리고  
클라이언트의 타겟오디언스, 집행규모, 마케팅 목적에 맞는  
캠페인 시뮬레이션/예측을 제공합니다.



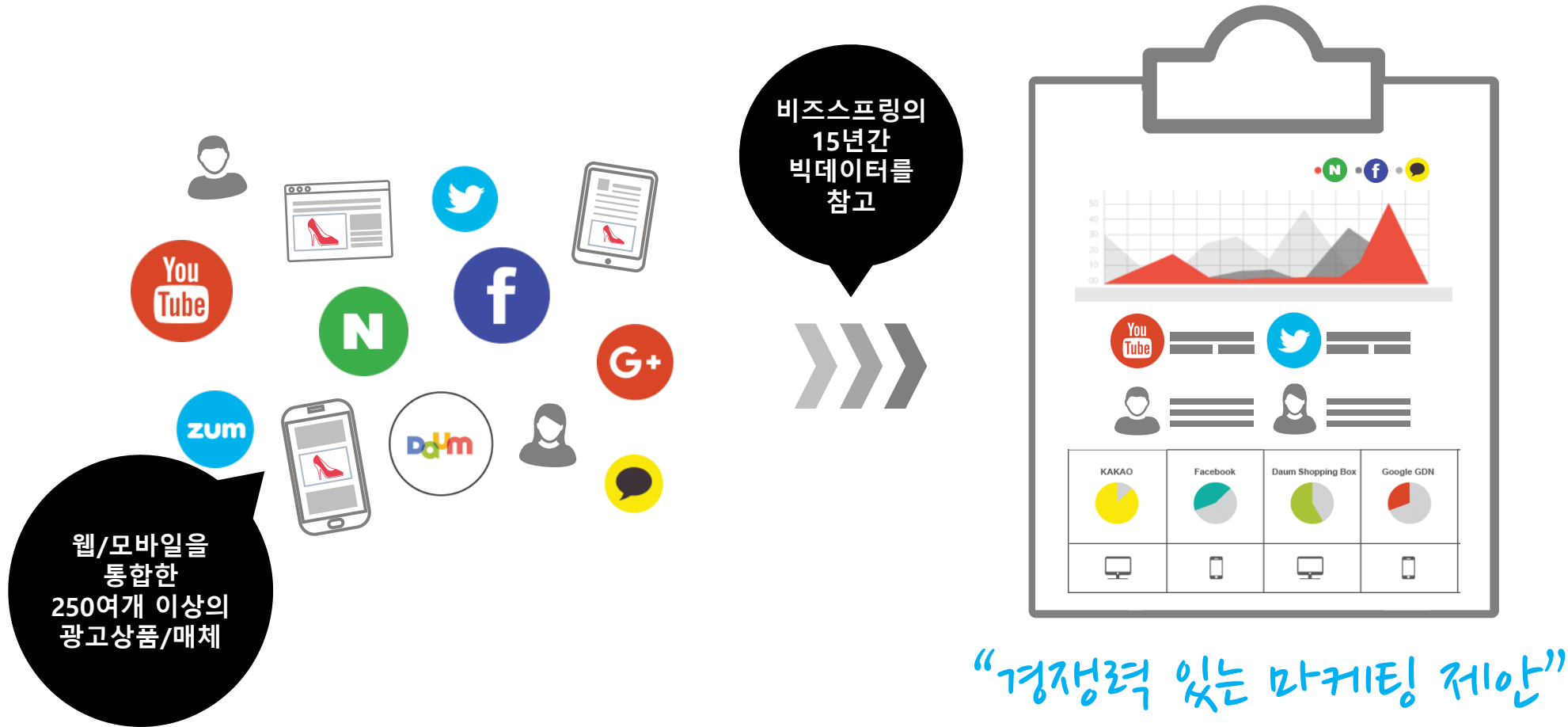
# 기능과 특징점 웹로그분석, 매체사 분석 데이터간 차이점

똑같은 실패를 경험하지 않기 위한 마케팅 계획을 수립하기 위해서는 과거의 결과도 중요하지만 어떤 과정을 거쳐 그 결과에 도달했는지를 파악하는 것도 놓쳐서는 안되는 부분입니다. Bizspring ATTRIBUTION™에서는 운영중인 광고의 기여도에 초점을 맞춰 마케팅 목표에 최적화 된 기준으로 성과를 부여합니다.

비교항목	BizSpring Attribution™	BizSpring CONVERSION™	LOGGER™ 등 웹로그분석
주제와 초점	캠페인 시뮬레이션/예측과 광고 집행 최적화	미디어와 광고 퍼포먼스	사이트 퍼포먼스와 간단한 레퍼럴 성과
주 사용자	캠페인/마케팅 담당자	매체사, 광고플랫폼	사이트, 상품, 마케터 일반
분석적 접근 방법	캠페인/프로모션내 동적 성과기여모델 적용	특정 광고매체의 제3자 관점 성과 추적	범용(사이트 이용, 행동, 유입, 1차 광고성과)
주요 성과차원	캠페인, 매체, 광고등	광고, 광고속성, 디바이스/타겟 유형	유입 키워드, 광고, 캠페인, 콘텐츠 등
성과 추적/기여 모델 (Attribution Model)	First/Last Click, Linear(균등), 중복 할당(RAW), 균등분할(1/N) 등 (Multi Touch)	First/Last Click, Linear(균등), 중복 할당(RAW), 균등분할(1/N) 등 (Multi Touch)	Last Click 중심 (Single Touch)
성과인정기간 (Look-Back Window)	사용자가 개별 임의 정의	매체사가 광고 상품별 특성에 맞춰 유연하게 정의	기준 14일, 개별 사용자 정의
비고	모바일 전용 어트리뷰션이 아닌, 웹&모바일 환경을 포괄한 동적 어트리뷰션 솔루션	통합된 매체사향 전환추적 및 백엔드 데이터 제공 및 리포팅 솔루션	일부 웹로그분석을 변형한 전환추적시스템이 존재함.

# 기능과 특징점 데이터 기반의 마케팅/광고 계획 수립

빅데이터로 수집된 어트리뷰션 데이터(광고별 성과 데이터)와 산업군별 웹사이트 로그분석 데이터를 이용하여 마케팅 목적, 타겟 오디언스, 매체 집행규모에 적합한 광고 상품을 선정하여 Media Mix를 효율적으로 할 수 있도록 합니다.



# 기능과 특징점 시뮬레이션 및 예측을 통한 광고 캠페인 설계

클라이언트의 타겟 오디언스, 매체집행 규모, 선호하는 광고매체, 목표 ROAS 등을 종합하여 시뮬레이션/예측을 통해 최적의 ROAS, 최대의 ROAS를 얻을 수 있는 광고 마케팅 캠페인을 설계하실 수 있습니다.

“비바르고 정확한 캠페인 설계”

추천으로 제시되는 매체/광고를 추가

광고 A



광고 B



광고 C



광고 D



매체/광고별 집행비용을 직접 조정하며 예상성과를 예측

ROAS




1200%



자동 계산/예측된 ROAS를 기반으로 매체/상품 선정과 집행예산을 확정

# 기능과 특징점 타겟 오디언스 및 특정 광고매체와 연관된 광고 탐색

BizSpring 이 보유한 빅데이터와 집행중인 클라이언트 기존 광고성과 데이터를 비교 판단하여, 타겟 오디언스별 커스터머저니에 맞춘 최적의 시너지를 낼 수 있는 광고 매체의 광고 상품을 탐색하여 제시합니다.

First	Journey			Last
				
KAKAO	Facebook	Daum Shopping Box	Google GDN	NAVER CPC
				
				

“매력적, 창의적인 Media Mix와 함께 마케터의 인사이트도 함께 올라갑니다.”

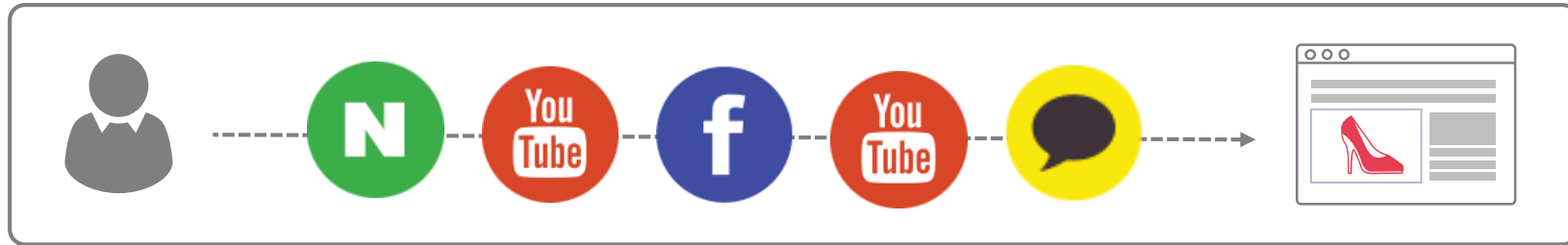
PC웹쪽  
다음 쇼핑박스를  
동시집행으로  
추천

이미 검증된  
데이터이므로  
RISK 없이  
빠르게 선택하고  
집행규모도 결정

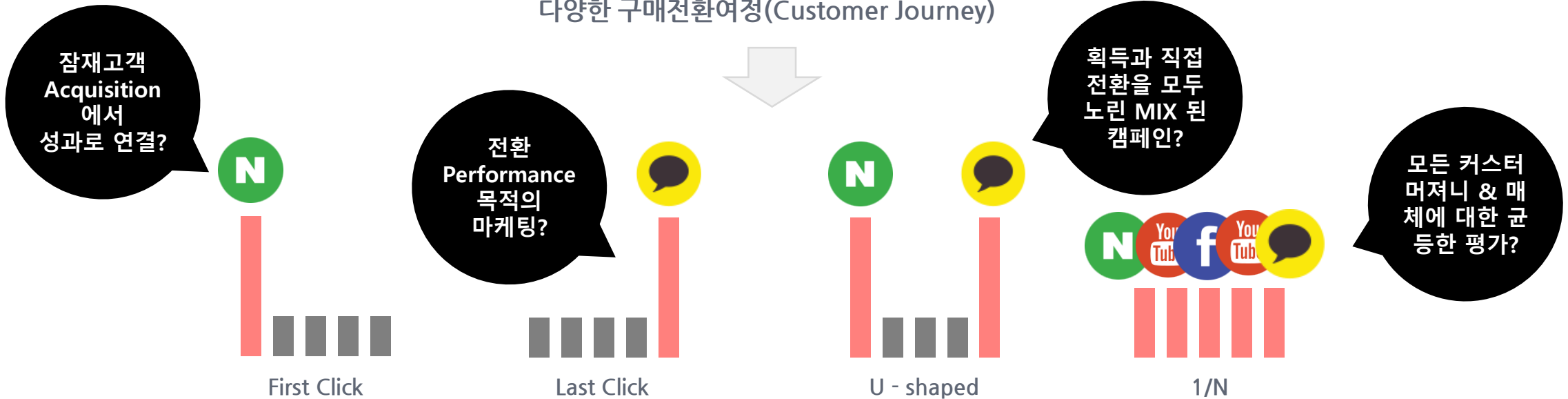
# 기능과 특장점 마케팅 캠페인 목적별 적합한 성과 기여모델을 적용

마케팅 집행 방법은 일률적이더라도 성과 평가는 목적에 부합하는 기준을 적용하여 측정해야 정확한 평가가 가능합니다.

BizSpring ATTRIBUTION™ 에서는 다양한 광고 성과 기여모델을 적용하여 여러 객관적 관점으로 광고 퍼포먼스를 측정, 성과를 비교/평가할 수 있습니다.



다양한 구매전환여정(Customer Journey)



# 기능과 특징점 최적의 광고 퍼포먼스를 위한 리포팅

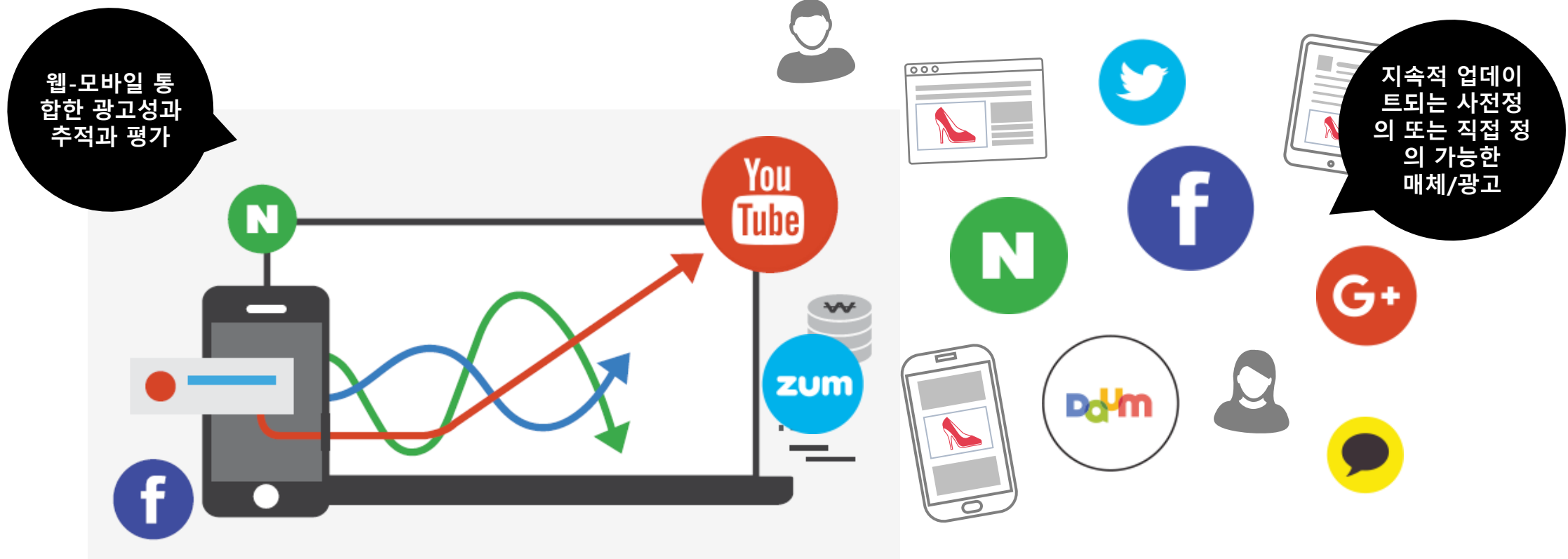
각 광고상품에 최적화된 성과기여모델(어트리뷰션 모델)을 선택하여 리포트를 구성할 수 있습니다.  
따라서, 마케터 또는 광고 클라이언트의 타겟/마케팅목적에 최적화된 성과를 표현하고 리포팅 할 수 있습니다.

“매체/광고 특성을 고려한 광고성과 리포트를 구성



# 기능과 특징점 웹-모바일 광고를 통한 크로스 디바이스 분석

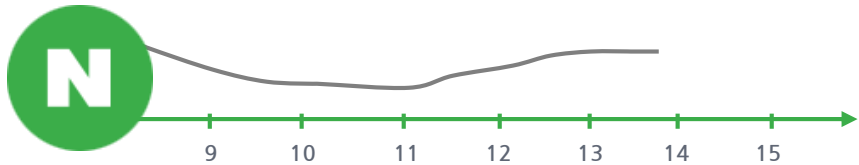
매년 다양한 종류의 디바이스가 출시되면서 접근 방법 또한 다양해지고 있기 때문에 보다 더 정확하고 정교한 분석이 요구되고 있습니다. 이에 대응하기 위해 약 250여 국내외 광고 상품과 매체, 유형, 속성값을 준비하여 제공하고 있으며, 모든 디바이스를 통해 발생한 성과를 입체적으로 추적하고 분석합니다.



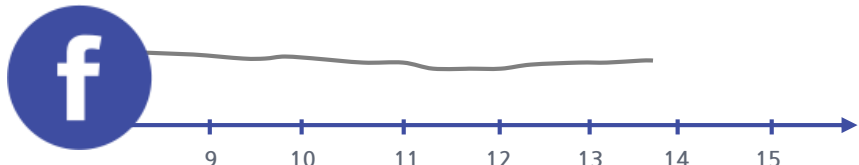
# 기능과 특징점 실시간 성과와 빠른 대응

LIVE중인 마케팅 캠페인은 운영 목표를 향해 잘 달려가고 있을까요? BizSpring ATTRIBUTION™에서는 광고 매체/상품의 집행 성과를 실시간으로 확인할 수 있어 광고소재 변경/대응 등을 쉽게 관리할 수 있으며, 이는 매출 증대와 직결되는 중요한 열쇠가 될 것입니다.

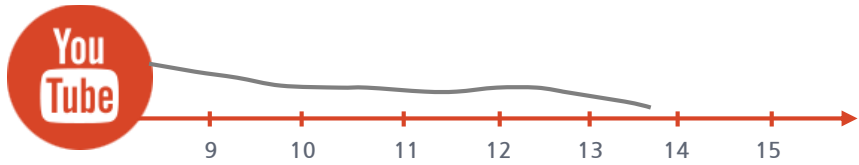
“계획도 중요하지만 집행에서의 현업관리에 의해 성과가 좌우됩니다.”



예상외 성과  
집행비용을  
올려야겠군.



이대로라면  
ROAS를  
못맞추겠군.  
집행비용을  
축소.



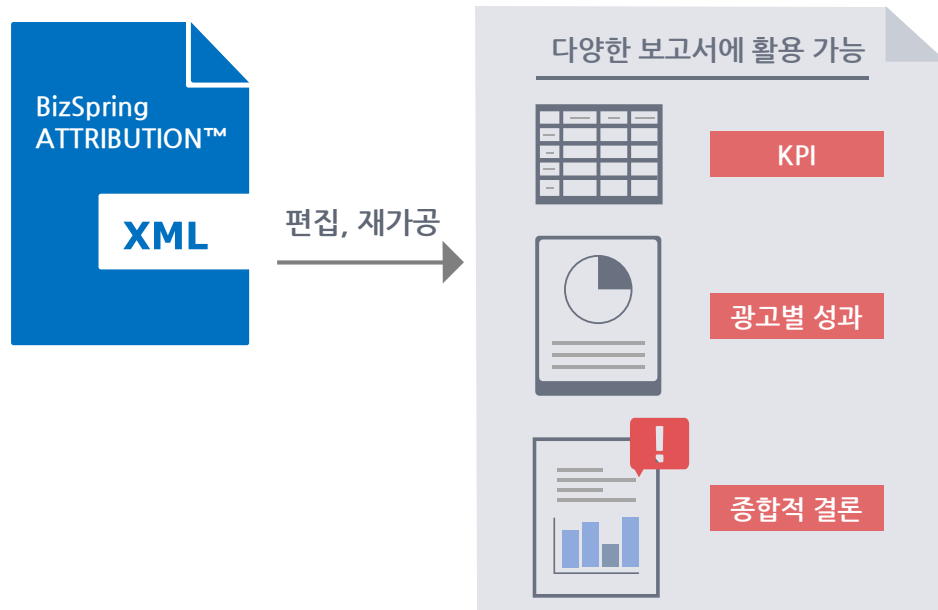
\* 향후 버전에서는 BizSpring ADMONSTER™ 및 Post-Back 연동 API를 통하여 보다 쉽게 자동 컨트롤 되도록 지원할 계획입니다.



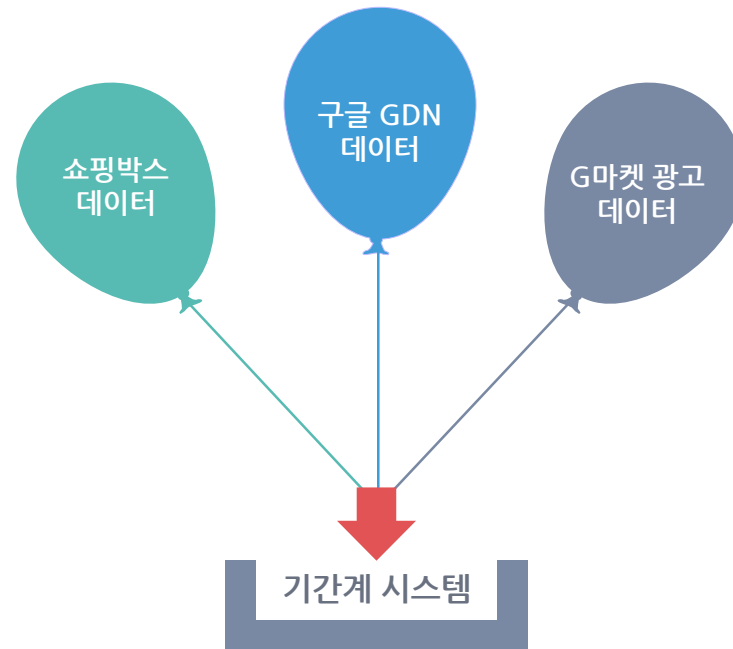
# 기능과 특징점 XML / API 제공을 통한 연동

트래킹한 다양한 광고 성과값을 기존의 매체사/에이전시/클라이언트의 리포팅 시스템에 전송하여, 통합된 하나의 광고주 시스템 운영에 편입하여 이용하실 수 있습니다. 일종의 Post-back 연동과 동일한 방법을 제공하므로 광고주 편의를 제공하게 되며, 매체사는 원천 데이터를 활용하여 추가 리포팅/서비스를 개발 할 수도 있습니다.

## 광고주 센터 보고서 통합 또는 추가 기능 개발



## 기존 기간계 시스템 활용



## 03. 활용 예시

/ 플래닝을 이용한 최적의 미디어믹스 캠페인 설계

/ 모니터링과 어트리뷰션 리포팅을 이용한 집행 중인 캠페인의 튜닝

/ 캠페인 결과를 성과 기여 모델별 조합/분석하여 목적에 맞는 리포팅

---

## ALL ABOUT **ATTRIBUTION ANALYTICS & PLANNING** **FOR PROFESSIONAL MARKETERS/AGENCIES**

성공적인 마케팅 캠페인 운영과 제안. BizSpring **ATTRIBUTION™**으로 앞서가세요.



옥 경 화 이사  
남궁 현희 대리



02-6919-5514



ad@bizspring.co.kr

BizSpring **ATTRIBUTION™**은 ROAS 극대화를 위한  
온라인 광고 캠페인 설계-집행튜닝-기여성과 분석을 위한 시스템입니다.


**BizSpring<sup>®</sup>**

**THANKS FOR ATTENTION**

**Smart & Intelligent Business**

CONTACT US :

 (우) 04788 서울특별시 성동구 광나루로 130 서울숲아이티캐슬 14층 1410호

 02-6919-5514

 ad@bizspring.co.kr

VISIT US :

 [bizspring.co.kr](http://bizspring.co.kr)

 [blog.bizspring.co.kr](http://blog.bizspring.co.kr)

 [facebook.com/bizspring](https://facebook.com/bizspring)