

IBM LIVEMail 문서

IBM

목차

IBM LIVEMail 문서.....	1
LIVEMail 개요.....	2
LIVEMail 기능 및 혜택.....	2
시스템 요구사항.....	3
LIVEMail 시작하기.....	3
LIVEMail 라이선스 작동 방법.....	3
사용자 계정 구성.....	4
LIVEMail 액세스.....	4
Digital Analytics 제품과 LIVEMail 통합.....	4
LIVEMail FAQ.....	4
LIVEMail 데이터 피드 구성.....	6
인증 이메일 서비스 제공자 데이터 피드 구성.....	6
우수 사례 캠페인 피드 구성.....	7
여행 브라우저 및 제품 브라우저 캠페인 피드 구성.....	7
구매 포기자 캠페인 피드 구성.....	9
구매 후 캠페인 피드 구성.....	10
휴지 고객 캠페인 피드 구성.....	11
사용자 정의 피드 정의.....	12
활동 레코드 피드 정의.....	12
고객 레코드 피드 정의.....	14
LIVEMail 관리.....	16
LIVEMail 세그먼트 관리.....	16
데이터 내보내기 관리.....	17
SFTP 대상 관리.....	17
LIVEMail 보고서를 사용하여 이메일 캠페인 분석.....	19
Digital Analytics 애플리케이션의 세그먼트 대상 재지정.....	20
추가 컨택 정보.....	25
지원.....	27
상표.....	29
제품 문서의 이용 약관.....	29
개인정보 보호정책 고려사항.....	29

IBM LIVEMail 문서

IBM® LIVEMail 문서를 시작합니다. 이 문서에서는 IBM LIVEMail을 관리하고 사용하는 방법에 대한 정보를 찾을 수 있습니다.

시작하기

[2 페이지의 『LIVEMail 개요』](#)

IBM LIVEMail은 대상 지정된 이메일 캠페인의 작성 및 실행을 용이하게 하는 정밀도 이메일 마케팅 애플리케이션이며, 개봉률, 클릭률 및 전환율을 향상시킬 뿐만 아니라 이메일 채널에 대한 고객 참여도 및 만족도의 전체 레벨도 개선합니다.

[2 페이지의 『LIVEMail 기능 및 혜택』](#)

LIVEMail은 이메일 메시징에 포함할 관련성이 가장 높은 대화 및 오퍼를 정의하는 데 도움이 되는 대상 고객 세그먼트 및 그에 해당하는 사이트 활동을 전달합니다.

[4 페이지의 『Digital Analytics 제품과 LIVEMail 통합』](#)

IBM Digital Recommendations 및 IBM AdTarget에 더해, IBM LIVEMail도 Digital Analytics 마케팅 최적화 솔루션의 일부입니다. LIVEMail은 업계 최고 수준의 이메일 서비스 제공자 파트너에 의해 실행되고 사내 이메일 이행 시스템에서 실행되는 이메일 캠페인의 최적화를 용이하게 합니다.

[3 페이지의 『시스템 요구사항』](#)

IBM Digital Analytics 제품을 실행하려면 특정 버전의 소프트웨어 및 브라우저를 실행해야 하고 최소한의 필수 메모리가 있어야 합니다.

[3 페이지의 『LIVEMail 라이선스 작동 방법』](#)

LIVEMail 라이선스의 작동 방법을 이해하는 것은 LIVEMail을 시작하는 데 있어서 중요한 요소입니다. LIVEMail의 사용자 계정을 구성하기 전, 사용하는 환경에서 라이선스가 어떻게 작동하는지 알아야 합니다.

[4 페이지의 『사용자 계정 구성』](#)

사용자가 LIVEMail에 액세스하여 이를 사용하려면 먼저 LIVEMail의 사용자 그룹을 구성해야 합니다.

[4 페이지의 『LIVEMail 액세스』](#)

직접 또는 다른 Digital Analytics 애플리케이션에서 IBM LIVEMail에 액세스할 수 있습니다.

[4 페이지의 『LIVEMail FAQ』](#)

구성 태스크

[6 페이지의 『인증 이메일 서비스 제공자 데이터 피드 구성』](#)

LIVEMail을 IBM Digital Analytics 인증 이메일 서비스 제공자와 통합되도록 구성하여 이메일 캠페인 배포 및 효율을 향상시킬 수 있습니다.

[7 페이지의 『여행 브라우저 및 제품 브라우저 캠페인 피드 구성』](#)

여행 브라우저 및 제품 브라우저 캠페인 피드에는 사전정의된 교차 세션 세그먼트화 로직이 포함되어 있지만, 컨텍스트 필터링을 적용하여 내보내기의 출력을 조정할 수 있습니다.

[9 페이지의 『구매 포기자 캠페인 피드 구성』](#)

구매 포기자 우수 사례 캠페인 피드는 사이트에서 기본적인 전환 프로세스를 포기한 사이트 방문자와 이러한 사이트 방문자를 다시 사이트로 유인하여 전환 프로세스를 완료하도록 하기 위한 대상 지정된 이메일 콘텐츠 및 오퍼로 구성되는 일별 LIVEMail 내보내기의 정의를 지원하기 위해 설계되었습니다. 구매 포기자 프로그램에는 사전정의된 교차 세션 세그먼트화 로직이 포함되어 있지만, 컨텍스트 필터링을 적용하여 LIVEMail 내보내기의 출력을 조정할 수 있습니다.

[10 페이지의 『구매 후 캠페인 피드 구성』](#)

이메일 마케팅 작업의 성공을 최적화하는 데 도움이 되도록 구매 후 우수 사례 캠페인 피드를 구성할 수 있습니다. 구매 후 프로그램에는 사전정의된 교차 세션 세그먼트화 로직이 포함되어 있지만, 컨텍스트 필터링을 적용하여 내보내기의 출력을 조정할 수 있습니다.

[11 페이지의 『휴지 고객 캠페인 피드 구성』](#)

LIVEMail 휴지 고객 우수 사례 캠페인 피드는 특히 사이트에서 최근에 볼 수 없었던 등록 고객 및 방문자와의 커뮤니케이션을 유지하기 위한 메커니즘을 제공합니다. 이메일 캠페인은 당분간 볼 수 없었던 사이트 방문자를 웹 사이트로 다시 데려오는 비용 효율이 매우 높은 방법입니다.

[12 페이지의 『활동 레코드 피드 정의』](#)

LIVEmail 활동 레코드 피드는 매일 처리되고 다수의 방문자 사이트 활동을 포함하도록 구성할 수 있는 내보내기를 전달합니다.

14 페이지의 『고객 레코드 피드 정의』

LIVEmail 고객 레코드 피드는 매일 또는 매주 처리할 수 있고 임의 수의 방문자 사이트 활동, 고객 속성 및 세션 속성을 포함하도록 구성할 수 있는 내보내기를 전달합니다.

관리 태스크

16 페이지의 『LIVEmail 세그먼트 관리』

사용자 정의 LIVEmail 내보내기를 작성하는 프로세스 중에 세그먼트를 관리할 수 있을 뿐만 아니라, LIVEmail 관리 > 세그먼트 화면에서도 세그먼트를 작성, 편집 또는 삭제할 수 있습니다.

17 페이지의 『데이터 내보내기 관리』

LIVEmail의 피드 관리 페이지를 사용하여 데이터 내보내기를 모니터링할 수 있습니다.

17 페이지의 『SFTP 대상 관리』

LIVEmail의 SFTP 관리 페이지를 사용하여 내보내기 SFTP 대상을 작성하고 가져오기 SFTP 대상을 지정할 수 있습니다. 내보내기 SFTP 대상은 LIVEmail 내보내기를 전송할 위치를 지정하는 반면, 가져오기 SFTP 대상은 이메일 서비스 제공자의 메트릭을 LIVEmail 보고서에 추가하는 데 사용할 수 있습니다.

기타 공통 태스크

19 페이지의 『LIVEmail 보고서를 사용하여 이메일 캠페인 분석』

LIVEmail 보고서를 사용하여 이메일 캠페인의 성과를 분석할 수 있습니다. LIVEmail 보고서에서는 이메일 서비스 제공자가 직접 제공하는 프로그램 효과 메트릭과 함께 Digital Analytics가 추적한 온사이트 성과 메트릭을 볼 수 있습니다.

20 페이지의 『Digital Analytics 애플리케이션의 세그먼트 대상 재지정』

Digital Analytics 마케팅 최적화 스위트에서의 애플리케이션 통합으로 인해 Digital Analytics Explore에서 제공되는 보고서에서 직접 LIVEmail 세그먼트를 신속하게 정의할 수 있습니다.

LIVEmail 개요

IBM LIVEmail은 대상 지정된 이메일 캠페인의 작성 및 실행을 용이하게 하는 정밀도 이메일 마케팅 애플리케이션이며, 개봉률, 클릭률 및 전환율을 향상시킬 뿐만 아니라 이메일 채널에 대한 고객 참여도 및 만족도의 전체 레벨도 개선합니다.

LIVEmail은 자세한 웹 분석 행동 데이터를 기반으로 관련성이 높은 메시징 및 오퍼를 전달할 수 있도록 지원합니다. 이로써 웹 사이트 방문자 및 고객에게 적절한 이메일 커뮤니케이션 및 오퍼가 적절한 시간에 제공됩니다.

LIVEmail은 또한 Digital Analytics 인증 이메일 서비스 제공자와 통합되어 이메일 캠페인 배포 및 효율을 향상시킬 수 있습니다.

LIVEmail은 이메일 우수 사례 캠페인(예: 사이트 브라우저, 구매 포기자, 전환자 또는 휴지 방문자를 대상으로 지정), 고급 세그먼트화 및 필터링, 구성 가능한 이메일 트리거 스케줄, 캠페인 성과를 추적하기 위한 네이티브 보고, 씨드파티에서 데이터 가져오기를 모두 하나의 애플리케이션에서 제공합니다.

LIVEmail 기능 및 혜택

LIVEmail은 이메일 메시징에 포함할 관련성이 가장 높은 대화 및 오퍼를 정의하는 데 도움이 되는 대상 고객 세그먼트 및 그에 해당하는 사이트 활동을 전달합니다.

LIVEmail은 다음과 같은 기능 및 혜택을 제공합니다.

이메일 우수 사례 캠페인

LIVEmail은 이메일 이니셔티브를 신속하게 실행할 수 있도록 우수 사례 캠페인 정의를 제공합니다. 관련 메시지를 사용하여 사이트 브라우저, 구매 포기자, 전환자 또는 휴지 고객을 쉽게 대상 지정할 수 있기 때문에 전환, 참여 및 요구를 증대시킬 수 있습니다.

고급 세그먼트화

LIVEmail 세그먼트화 기능은 사용자 정의 이메일 리마케팅 세그먼트를 정의하는 옵션을 제공합니다. 또한 보다 높은 정밀도로 대상을 지정할 수 있도록 LIVEmail 내에서 작성된 이메일 세그먼트에 활동 속성 필터를 적용할 수 있습니다.

네이티브 보고

이메일 마케팅 담당자는 Digital Analytics에서 사용 가능한 업계 최고 수준의 귀속 분석을 사용하여 이메일 채널 성능을 추적할 수 있을 뿐만 아니라, LIVEmail 내의 유연한 보고 인터페이스에서 직접 이메일 캠페인 효과를 신속하게 파악할 수 있습니다.

이메일 서비스 제공자 가져오기

파트너가 캡처한 받은 편지함 성공 메트릭(예: 이메일 개봉률, 클릭율 및 반송 수)을 Digital Analytics에 의해 보고된 캠페인 온사이트 KPI(예: 전환율, 매출액 및 완료 이벤트 수)와 함께 가져와 표시하여 전체 캠페인 성과를 평가합니다. 이것은 이메일 마케팅 이니셔티브를 360도 전체 시점에서 본 실제 모습을 표시합니다.

유연한 내보내기 형식

사용자 조직 또는 사용자와 협력하는 이메일 서비스 제공자의 요구사항에 따라 방문자 프로파일 기반 데이터 내보내기 또는 방문자 활동 레코드 내보내기를 작성합니다.

통합 확장

광범위한 IBM 인증 이메일 서비스 제공자 커뮤니티를 활용하여 서비스 제공자의 고급 캠페인 설정 및 전달 도구를 사용하고 이메일 관련성을 신속하게 향상시킵니다.

시스템 요구사항

IBM Digital Analytics 제품을 실행하려면 특정 버전의 소프트웨어 및 브라우저를 실행해야 하고 최소한의 필수 메모리가 있어야 합니다.

다음 시스템 요구사항을 유지보수하십시오.

- 소프트웨어: Adobe Flash Player V10 또는 V11
- 브라우저: Microsoft Internet Explorer V9 이상, Mozilla Firefox V29 이상, Chrome V34 이상
- 메모리: 1GB RAM 이상

LIVEmail 시작하기

LIVEmail을 시작하려면 먼저 제품의 라이선스를 취득하고 애플리케이션에 액세스해야 하는 사용자 그룹을 위한 LIVEmail 권한을 구성해야 합니다. 이러한 권한을 구성하면 사용자는 LIVEmail에 액세스하여 사용할 수 있습니다.

LIVEmail 라이선스 작동 방법

LIVEmail 라이선스의 작동 방법을 이해하는 것은 LIVEmail을 시작하는 데 있어서 중요한 요소입니다. LIVEmail의 사용자 계정을 구성하기 전, 사용하는 환경에서 라이선스가 어떻게 작동하는지 알아야 합니다.

LIVEmail은 이 애플리케이션의 라이선스를 취득하려는 모든 Digital Analytics 클라이언트에서 사용할 수 있습니다. LIVEmail 클라이언트는 이 애플리케이션을 사용하기 위해 현재 IBM이 인증한 이메일 서비스 제공자 파트너 중 하나와 협업하지 않아도 됩니다. 대상 지정된 방문자 활동 내보내기를 지정된 모든 유효한 SFTP 대상에 전달할 수 있습니다. 내보낼 LIVEmail 데이터 피드의 특성에 관해 항상 모든 써드파티 수신인과 커뮤니케이션해야 합니다. 그래야만 써드파티 수신인이 데이터 피드를 적절히 수신하고 이를 시스템 내에 올바르게 통합할 수 있습니다.

조직에서 Digital Analytics와 LIVEmail 라이선스 계약을 체결한 경우, Digital Analytics Provisioning Services에 의해 LIVEmail이 라이선스 계약에 포함된 클라이언트 ID에 대해 사용으로 설정됩니다.

기본적으로 관리자 그룹의 구성원인 사용자 계정만 LIVEmail 애플리케이션을 사용할 수 있습니다. 다른 그룹의 사용자 계정이 LIVEmail에 액세스해야 하는 경우에는 후속 사용자 그룹이 애플리케이션을 사용할 수 있도록 설정할 수 있습니다.

사용자 계정 구성

사용자가 LIVEmail에 액세스하여 이를 사용하려면 먼저 LIVEmail의 사용자 그룹을 구성해야 합니다.

이 태스크 정보

사용자 그룹이 LIVEmail을 사용할 수 있도록 하려면, 조직의 관리자가 Digital Analytics에 로그인하여 적용 가능한 클라이언트 ID에 대해 다음 프로시저를 수행해야 합니다.

프로시저

1. 메뉴 표시줄에서 **관리**로 이동하십시오.
2. 왼쪽 탐색 패널에서 **그룹 관리**를 클릭하십시오.
3. 편집할 사용자 그룹의 이름을 클릭하거나 새 사용자 그룹을 작성하십시오.
4. 권한 옵션 목록에서 LIVEmail 3 선택란을 선택하여 선택된 사용자 그룹의 모든 사용자에게 대해 애플리케이션을 사용으로 설정하십시오.

LIVEmail 액세스

직접 또는 다른 Digital Analytics 애플리케이션에서 IBM LIVEmail에 액세스할 수 있습니다.

IBM LIVEmail에 대해 사용자 계정이 사용으로 설정된 경우, 다음 두 가지 방식으로 액세스할 수 있습니다.

- 이미 IBM Digital Analytics 애플리케이션에 로그인한 경우, 헤더 탐색 메뉴에서 **LIVEmail**를 클릭하십시오. 애플리케이션이 열리고 사용자가 자동으로 인증됩니다.
- 계정 설정 시 조직에 부여된 URL로 이동하십시오. **로그인** 페이지에서 클라이언트 ID, 사용자 이름 및 비밀번호를 입력한 후 **로그인**을 클릭하십시오.

URL을 모르는 경우 IBM 소프트웨어 지원 센터에 문의하십시오.

Digital Analytics 제품과 LIVEmail 통합

IBM Digital Recommendations 및 IBM AdTarget에 더해, IBM LIVEmail도 Digital Analytics 마케팅 최적화 솔루션의 일부입니다. LIVEmail은 업계 최고 수준의 이메일 서비스 제공자 파트너에 의해 실행되고 사내 이메일 이행 시스템에서 실행되는 이메일 캠페인의 최적화를 용이하게 합니다.

LIVEmail은 다음과 같은 방법으로 다른 Digital Analytics 제품과 통합됩니다.

- LIVEmail에서 데이터 피드 대상 재지정을 정의하는 데 IBM Digital Analytics Explore의 세그먼트를 사용할 수 있습니다.
- IBM Digital Recommendations는 LIVEmail에 정의된 대상 지정된 방문자/고객 세그먼트를 기반으로 이메일 캠페인에 대한 동적 권장사항을 제공합니다.
- Digital Analytics의 카테고리 정의 파일(CDF) 및 제품 이름 맵핑 파일을 LIVEmail 내보내기 작업에 추가할 수 있습니다.

LIVEmail FAQ

Q: 파트너 페이지에 나열된 LIVEmail의 IBM 인증 파트너 중 하나를 사용해야 하나? 현재 사용 중인 파트너가 LIVEmail 사용자 인터페이스에 표시되지 않으면 어떻게 해야 하나?

A: LIVEmail의 IBM 인증 파트너를 사용하면 파트너가 표준 LIVEmail 내보내기를 쉽게 수신하고 처리할 수 있습니다. 인증에는 파트너가 우리의 표준 파일 내보내기 형식 중 하나를 사용하여 LIVEmail 방문자 활동, 방문자 속성 및 세션 속성을 정상적으로 수신할 수 있는지 테스트하는 작업이 포함됩니다. LIVEmail은 세부 단위의 방문자 동작으로 구성되는 데이터 내보내기를 생성하므로, 모든 ESP 또는 씨드파티 시스템에서 사용자가 보내는 LIVEmail 데이터를 수신하고 사용할 수 있습니다. 그러나 비인증 ESP는 추가 데이터 스토리지 또는 사용자 정의 수수료를 부과할 수 있습니다. 파트너가 고객을 위해 대상 지정된 이메일 캠페인을 수행하기 위해 수신해야 하는 데이터 유형에 대해 항상 파트너와 상담하고 파트너에게 전송할 LIVEmail 파일의 형식을 전달하십시오.

파트너가 IBM 인증 파트너가 아닌 경우에는 Digital Analytics 지원 센터에 문의하십시오. 그러면 비즈니스 개발 팀에서 해당 ESP에 연결하여 LIVEmail의 IBM 인증 프로그램에 참가하도록 권유할 수 있습니다.

Q: 현재 어느 ESP가 IBM 인증 파트너입니까?

A: 측면 탐색 패널의 통합 > **ESP 파트너** 섹션에 모든 LIVEmail 인증 파트너가 표시됩니다. 조직의 현재 ESP 파트너가 LIVEmail 인증 파트너가 아닌 경우, Digital Analytics 지원 센터에 문의하면 비즈니스 개발 팀이 해당 조직과 함께 인증을 추진할 수 있습니다.

Q: 서비스 계약의 일부로 LIVEmail을 위한 어떠한 유형의 기술/우수 사례 지원을 제공합니까?

A: 하나 이상의 Digital Analytics 클라이언트 ID에 대해 LIVEmail 애플리케이션이 프로비저닝된 후 48시간 내에 전담 애플리케이션 전문가가 고객 조직의 구성원에게 연락합니다. 애플리케이션 전문가는 사용 프로세스의 모든 측면에 대해 고도의 훈련을 받았으므로 Digital Analytics 정밀도 마케팅 애플리케이션과 관련된 기술적, 전략적 및 우수 사례 고려사항에 대한 상세한 지식을 얻기 위해 필요한 존재입니다.

LIVEmail 구동 이메일 프로그램의 비즈니스 요구사항 확정, 대상 지정된 사이트 태그 감사, LIVEmail 내보내기 구성에 대한 비즈니스 사용자 교육 세션(1회) 및 ESP 통합 설정 단계 중의 기술 지원을 위한 우수 사례 지원(참조 자료 포함)이 제공됩니다.

Q: 몇 개의 LIVEmail 내보내기를 설정할 수 있습니까?

A: 기본적으로 사용자는 한 번에 최대 10개의 반복 LIVEmail 내보내기를 활성화할 수 있습니다. 추가 피드에 액세스해야 하는 경우 Digital Analytics 계정 팀에 문의하십시오.

Q: 자사에서 제작한 또는 내부적으로 관리되는 이메일/데이터베이스 도구를 사용합니다. IT/DB 마케팅 팀이 LIVEmail 데이터 피드를 내부화하는 프로세스를 조사할 때 도움이 되는 기술 문서가 Digital Analytics에 있습니까?

A: 예, 있습니다. 지원 사이트에서 LIVEmail 애플리케이션에 대한 자세한 기술 스펙을 검색할 수 있습니다 ("LIVEmail Data Specification"으로 검색).

Q: 일반적으로 ESP가 보유하는 추가 세그먼트화/비즈니스 로직(예: 빈도 상한 설정, 옵트 인 상태 검사, 멀티 이벤트 로직)을 LIVEmail 애플리케이션 내에서 적용할 수 있습니까?

A: 아니오. 현재 LIVEmail에서는 환경 설정 센터 정보, 멀티 이벤트/빈도 상한 설정 또는 옵트 인/옵트 아웃 상태와 연결된 세그먼트화 또는 비즈니스 로직을 지원하지 않습니다. 이러한 부가 가치 비즈니스 요구사항에 대해서는 ESP 파트너와 상담하십시오.

Q: 내 제품, 페이지 및 기타 속성을 LIVEmail에서 세그먼트화를 위해 사용할 수 있습니까?

A: 예. 귀하의 조직에서 태그 또는 데이터 가져오기 파일을 사용하여 전송하는 모든 속성 데이터를 LIVEmail에서 대상 방문자 세그먼트를 작성하는 데 사용할 수 있습니다. LIVEmail 사용자 인터페이스에 속성 데이터가 표시되기 전에 속성 데이터의 별명을 작성해야 합니다.

LIVEmail에서 지원하는 사용자 정의 이메일 받은 편지함 메트릭을 사용하여 내 이메일 서비스 제공자에서 임의의 데이터를 가져올 수 있습니까?

A: 아니오. 가져온 모든 비표준 데이터 필드(예: 이메일 받은 편지함 메트릭 1-15)는 숫자 데이터 값을 포함해야 합니다. 이러한 필드에서 문자열 데이터를 가져오려 하면 가져오기 작업이 실패합니다.

Q: Digital Analytics의 데이터 분석 기간에서 하루가 끝나고 다음 날이 시작되는 시점은 언제입니까?

A: 자정에 세션을 구분합니다. 따라서 사용자가 9월 28일 23시 50분에 제품을 장바구니에 담고 9월 29일 00시 03분에 구매하는 경우, 9월 28일 피드에서는 구매를 포기한 것으로 표시됩니다.

Q: Digital Analytics는 "동작/활동 시간"을 식별할 때 어느 시간대를 참조합니까?

A: 데이터 수집 및 활동 시간소인은 모두 계정 설정에 의해 정의되는 클라이언트의 시간대를 기반으로 합니다. 사이트 방문자의 시간대는 고려되지 않습니다.

Q: "cm_lm" 매개변수의 기능은 무엇입니까?

A: 클라이언트의 사이트 페이지에 임베드된 표준 cmdatatagutils.js 라이브러리에는 인바운드 링크에 cm_lm= 인수가 있을 때 등록 태그를 자동으로 생성하는 핸들러가 있습니다. 등호(=) 다음에 전달되는 값은 해당 태그의 고객 ID 및 이메일 주소 매개변수 둘 다를 구분 분석됩니다. 이 기능은 LIVEmail 통합의 필수 기능이 아닙니다. 이 기능은 새 Digital Analytics 클라이언트의 등록 테이블에 충분한 수의 이메일 주소가 없는 경우에 대처하기 위해 빌드되었습니다. 이 방법을 통해 데이터베이스 내의 쿠키-이메일 주소 연관 양을 신속하게 증대시킬 수 있습니다.

질문: 클라이언트가 어떻게 "cm_lm" URL 매개변수를 구현합니까?

A: cm_lm=를 보통의 URL 쿼리 문자열 매개변수로서 인바운드 이메일 링크에 추가할 수 있습니다. 등호 부호 다음의 값은 이메일 수신인의 이메일 주소여야 합니다. 클라이언트는 ESP 또는 이메일 도구 지원 팀과 협력하여 소프트웨어가 수신인의 이메일 주소를 링크에 임베드하는 데 사용하는 변수 또는 메일 통합 토큰을 파악해야 합니다. 예를 들면, cm_lm=%email_address%입니다. cm_lm은 소문자여야 하며 URL 인코딩이 허용되지 않습니다. 클라이언트는 전체 이메일 목록에 이메일을 발송하기 전에 항상 기능을 테스트해야 합니다.

다. Digital Analytics TagBar 유틸리티를 사용하여 이 매개변수가 추가된 인바운드 링크가 등록 태그를 작성 중인지와 고객 ID 및 이메일 주소 필드에 cm_lm 인수의 값이 입력되는지 확인해야 합니다.

LIVEmail 데이터 피드 구성

인증된 LIVEmail 데이터 피드를 IBM 파트너에게 전송하거나 비인증 파트너 또는 사내 시스템에 대한 우수 사례 캠페인 피드를 작성하거나 또는 사용자 정의 데이터 내보내기를 완전하게 정의할 수 있도록 LIVEmail을 구성할 수 있습니다. 구성을 선택함으로써 이메일 마케팅을 위해 사이트 방문자 데이터를 공유할 조직과 공유할 데이터 유형을 제어할 수 있습니다.

인증 이메일 서비스 제공자 데이터 피드 구성

LIVEmail을 IBM Digital Analytics 인증 이메일 서비스 제공자와 통합되도록 구성하여 이메일 캠페인 배포 및 효율을 향상시킬 수 있습니다.

시작하기 전에

LIVEmail 내보내기를 설정할 때 준수해야 할 요구사항이 있을 수 있으므로, 내보내기 이름 및 SFTP 대상 설정에 대해 이메일 서비스 제공자 파트너와 상의하십시오.

참고: LIVEmail에서의 데이터 신디케이션을 사용하려면 선택한 파트너의 승인 또는 수락이 필요하므로 협력할 각 파트너와 계약 관계를 확립해야 합니다. 실행할 LIVEmail 캠페인에 대해 파트너와의 사이에 계약이 성립되어 있고 파트너가 데이터 신디케이션 활동 요청을 기대하고 있는지 확인하십시오.

이 태스크 정보

IBM 인증을 취득한 모든 현재 이메일 서비스 제공자 조직은 LIVEmail의 파트너 섹션에 선택 가능한 옵션으로 표시됩니다. 이메일 서비스 제공자 조직이 LIVEmail의 인증 파트너가 되려면 LIVEmail 데이터 피드를 애플리케이션 내에 수락하고 내부화함으로써 Digital Analytics와 통합되는 반복 가능한 솔루션을 마련해야 합니다. 파트너 설정 페이지는 파트너가 인증된 LIVEmail 내보내기의 유형만 표시합니다. 파트너 LIVEmail 피드를 설정하려면 다음 단계를 사용하십시오.

프로시저

1. 측면 탐색 창의 통합 섹션에서 IBM 인증 파트너를 선택한 후 파트너를 기본 분할창으로 끌어서 놓으십시오.

조직의 이메일 서비스 제공자를 선택하면 LIVEmail 화면에서 해당 파트너의 사전정의된 LIVEmail 데이터 내보내기가 업데이트됩니다. 활동 필드를 포함하는 파트너의 기본 파일 스키마가 선택된 필드 프레임에 표시됩니다.

The screenshot displays the Silverpop Partner Integration configuration page. On the left, there are input fields for 'Export Name', 'FTP Target' (with a 'Create' button), and 'E-mail Notification List'. Below these is a link to 'Unlock Default Partner Configuration' and a 'Configuration' button with a lock icon. On the right, there is a 'Selected Fields' list containing 'Email Address' and 'Page(s) Browsed'. Below this list, there are checkboxes for 'Include Product Name Mapping' and 'Include Category Definition File'. At the bottom right, there are 'Submit' and 'Cancel' buttons.

2. 파트너 통합의 세부사항을 지정하십시오.

다음 정보를 제공하십시오.

- **내보내기 이름:** 내보내기 파일의 이름입니다.
- **SFTP 대상:** LIVEmail 피드가 전송되는 대상입니다.

참고: 사용하려는 SFTP 대상이 드롭 다운 상자에 나열되지 않는 경우, 작성 단추를 사용하여 해당 대상을 지정할 수 있습니다.

- **이메일 알림 목록:** LIVEmail 피드의 성공적 또는 비성공적 처리 및 전달을 수신할 모든 개인의 이메일 주소 목록입니다.
- **파트너 구성:** LIVEmail에서는 인증 파트너 내보내기 구성을 잠금 해제하고 편집할 수 있습니다.

참고: 파트너 내보내기는 기본적으로 잠겨 있으며 내보내기용으로 선택된 데이터 필드는 구성 사용자 인터페이스의 오른쪽에서 음영 처리되거나 사용 불가능하게 설정됩니다. LIVEmail은 Digital Analytics와의 인증 통합 내부에서 파트너가 수신할 것으로 기대하는 데이터의 요구사항을 준수하는 피드를 작성할 수 있도록 파트너 내보내기 파일 형식을 명시적으로 잠급니다. LIVEmail에서는 광범위한 방문자 활동 정보를 사용하여 다양한 파일 형식으로 데이터 내보내기 피드를 작성할 수 있으므로, 이 애플리케이션을 사용하여 선택된 파트너가 즉시 내부화할 수 있는 피드를 작성할 수 있습니다.

인증 파트너 내보내기 구성을 잠금 해제하고 편집하려면 다음 프로시저를 사용하십시오.

- a. IBM 인증 이메일 서비스 제공자 파트너에게 문의하여 표준 이외의 IBM 내보내기 파일을 수락하는지 확인하십시오.

참고: 대부분의 IBM 인증 이메일 서비스 제공자 파트너는 표준 이외의 LIVEmail 내보내기 파일을 수락하지만, 그러한 경우에는 추가 사용자 정의 수수료를 부과할 권리가 있습니다.

- b. 잠금(🔒) 아이콘을 클릭하십시오.

- c. 파트너 내보내기 구성을 잠금 해제한 후, 사용 가능한 필드에서 선택된 필드 섹션으로 다음 항목을 끌어서 놓아 항목을 추가 또는 제거할 수 있습니다.

- LIVEmail 스펙의 방문자 활동 필드

참고: 사용 가능한 모든 방문자 활동 필드는 카테고리별로 그룹화되어 있으므로 쉽게 찾고 추가할 수 있습니다.

- 기본적으로 파트너 내보내기와 함께 제공되는 보조 파일

- 파일 스펙의 데이터 필드

참고: 하나의 LIVEmail에 최대 15개의 서로 다른 방문자 활동 필드를 포함할 수 있습니다.

3. LIVEmail 내보내기를 활성화하십시오.

LIVEmail 내보내기 구성을 완료한 후에는 **제출**을 클릭하여 다음 날부터 시작되는 일별 처리를 위해 데이터 피드를 스케줄링하십시오.

새로 작성한 LIVEmail 피드가 통합 메뉴 하단에 표시되며 피드 위로 마우스를 이동하여 현재 상태를 볼 수 있습니다.

우수 사례 캠페인 피드 구성

LIVEmail에서는 4개의 우수 사례 리마케팅 피드를 제공하며 이러한 피드에 의해 Digital Analytics 내에서 직접 캠페인 로직을 실행할 수 있습니다. LIVEmail의 IBM 인증 파트너 중 하나와 협력 중이 아니거나 파트너 또는 사내 도구에 장기간 동안 방문자 사이트 활동 데이터를 저장하기 위한 강력한 기능이 없거나 또는 파트너 또는 사내 도구가 그러한 가져온 데이터에 교차 세션 방문자 로직을 적용할 수 없는 경우에 이 필드를 사용할 수 있습니다.

여행 브라우저 및 제품 브라우저 캠페인 피드 구성

여행 브라우저 및 제품 브라우저 캠페인 피드에는 사전정의된 교차 세션 세그먼트화 로직이 포함되어 있지만, 컨텍스트 필터링을 적용하여 내보내기의 출력을 조정할 수 있습니다.

이 태스크 정보

브라우저 기반 이메일 프로그램은 수신인에 대한 메시지 및 오퍼를 조정하려는 마케팅 담당자에 의해 구현됩니다. 이를 수행하기 위해 마케팅 담당자는 개별 찾아보기 동작을 관찰한 후, 이전 사이트 방문 동안의 제품 및 콘텐츠 연관관계를 기반으로 수신인에 대한 메시지 및 오퍼를 조정합니다.

브라우저 캠페인은 다수의 양식을 취할 수 있지만, 기본 목적은 각 개인이 공감할 수 있는 인상적이고 연관성이 높은 콘텐츠를 제공함으로써 사이트 브라우저가 사이트에 다시 방문하여 전환 이벤트를 완료하도록 하는 것입니다.

프로시저

1. 우수 사례 캠페인 섹션에서 LIVEmail의 기본 분할창으로 여행 브라우저 프로그램 아이콘 또는 제품 브라우저 프로그램 아이콘을 끌어서 놓으십시오.
2. 캠페인 창 탭에서 빨간색 또는 초록색 원을 끌어와 찾아보기 활동의 트리거 이벤트 지연과 해당하는 전환 활동의 억제 이벤트 창을 지정하십시오.

전환 활동의 예로는 소매 업종의 구매 또는 장바구니 활동을 들 수 있습니다.

참고: 찾아보기 우수 사례 캠페인의 피드는 매일 내보내지므로 항상 이메일 프로그램의 최신 대상을 유지합니다.

예를 들어, 트리거 이벤트 지연과 억제 이벤트 창을 둘 다 5일로 설정한다고 가정합니다.



이 구성에서는 매일 아침 내보내기 피드가 컴파일될 때 LIVEmail이 5일 전 제품 세부사항 페이지를 찾아보았지만 그 후 전환 이벤트를 완료하기 위해 다시 방문하지 않은 모든 사이트 방문자를 찾습니다. 방문자 쿠키가 이메일 주소를 포함하는 등록 프로파일에 맵핑되는 경우, 해당 방문자는 해당 일의 내보내기에 포함됩니다.

트리거 지연 및 억제 이벤트 창은 최대 과거 30일까지 설정할 수 있습니다. 이러한 옵션 각각에 대해 선택하는 시간 범위는 전달하려는 찾아보기 기반 캠페인의 특성에 따라 다릅니다. 예를 들어, 이메일 커뮤니케이션의 과포화를 예방하고 때때로 웹 행동 마케팅 작업과 연관될 수 있는 부정적인 인상을 완화하려면, 고객에게 처음 접촉하는 시점에서는 트리거 창을 보다 길게 설정하는 것이 좋습니다.

3. 필터를 적용하려면 드롭 다운 메뉴에서 지원되는 기준 유형 중 하나를 선택하고 **기준 추가**를 클릭한 후 필터 로직 기준을 입력하십시오.

조직에 적용 가능한 찾아보기 유형을 기반으로 내보내기 대상 목록을 필터링할 수 있습니다.

예를 들어, 소매 클라이언트는 특정 제품 카테고리의 브라우저만 대상으로 하려 할 수 있습니다.

참고: LIVEmail 필터는 Digital Analytics Explore에서 보고서 필터를 적용하는 것과 유사하게 작동합니다. 지정한 필터 로직은 지정한 기준에 부합하는 방문자를 제외하는 것이 아니라 포함하는 데 사용됩니다.

4. LIVEmail 우수 사례 캠페인 내보내기를 설명하는 데 도움이 되는 다른 필수 정보를 지정하려면 **이름과 기타 세부사항**을 클릭한 후 피드 정보를 지정하십시오.

참고: LIVEmail 내보내기 파일을 Microsoft Excel에서 검토할 경우, 확장자로 식별되는 파일 유형을 기반으로 Excel 형식을 가정합니다. 예를 들어, .CSV 파일은 필드 구분 기호로 쉼표를 사용한다고 가정합니다.

5. **제출**을 클릭하여 LIVEmail 피드의 일별 처리를 활성화하십시오.

우수 사례 캠페인을 제출하면 기본 분할창에 새로 작성된 LIVEmail 피드가 Digital Analytics 푸터와 함께 표시됩니다.

결과

활성화된 날의 다음 날에 내보내기의 첫 번째 인스턴스가 전송됩니다.

다음에 수행할 작업

언제든지 피드를 두 번 클릭하여 편집할 수 있습니다.

구매 포기자 캠페인 피드 구성

구매 포기자 우수 사례 캠페인 피드는 사이트에서 기본적인 전환 프로세스를 포기한 사이트 방문자와 이러한 사이트 방문자를 다시 사이트로 유인하여 전환 프로세스를 완료하도록 하기 위한 대상 지정된 이메일 콘텐츠 및 오퍼로 구성되는 일별 LIVEmail 내보내기의 정의를 지원하기 위해 설계되었습니다. 구매 포기자 프로그램에는 사전 정의된 교차 세션 세그먼트화 로직이 포함되어 있지만, 컨텍스트 필터링을 적용하여 LIVEmail 내보내기의 출력을 조정할 수 있습니다.

이 태스크 정보

가장 기본적인 이메일 캠페인 중 하나는 주요 온사이트 전환 활동(예: 신용카드 신청 완료, 제품 주문 또는 호텔 예약)을 완료하지 못한 방문자를 식별하는 캠페인입니다. 구매 포기 프로그램은 올바르게 실행된다면 상당한 양의 수익 증가를 실현하고 고객 경험을 향상시킬 수 있습니다.

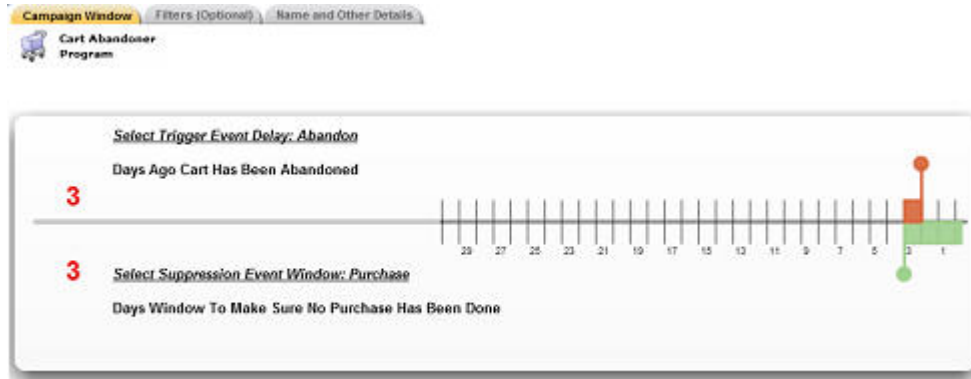
프로시저

1. 우수 사례 캠페인 섹션에서 LIVEmail의 기본 분할창으로 장바구니 구매 포기 프로그램 아이콘을 끌어서 놓으십시오.
2. 캠페인 창 탭에서 빨간색 또는 초록색 원을 끌어서 구매 포기 활동의 트리거 이벤트 지연과 해당하는 전환 활동의 억제 이벤트 창을 지정하십시오.

전환 활동의 예로는 소매 업종의 장바구니 구매 포기에 대한 구매 이벤트를 들 수 있습니다.

참고: 구매 포기 우수 사례 캠페인의 피드는 매일 내보내지므로 항상 이메일 프로그램의 최신 대상을 유지합니다.

예를 들어, 트리거 이벤트 지연과 억제 이벤트 창을 둘 다 2일로 설정한다고 가정합니다.



이 구성에서는 매일 아침 내보내기 피드가 컴파일될 때 LIVEmail이 2일 전 구매를 포기했지만 트랜잭션을 완료하기 위해 다시 방문하지 않은 모든 사이트 방문자를 찾습니다. 방문자의 쿠키가 이메일 주소를 포함하는 등록 프로파일에 맵핑되는 경우, 해당 방문자는 해당 일의 내보내기에 포함됩니다. 트리거 지연 및 억제 이벤트 창은 최대 과거 30일까지 설정할 수 있습니다. 이러한 옵션 각각에 대해 선택하는 시간 범위는 전달하려는 구매 포기 커뮤니케이션의 특성에 따라 다릅니다. 예를 들어, 인센티브 없이 미완료 전환에 대한 미리 알림 메시지를 제공할 예정인 경우, 업계 우수 사례는 보다 짧은 시간 범위(1 - 2일)를 사용할 것을 제안합니다. 전환을 위해 스스로 돌아올 가능성이 높은 사이트 방문자에게 전환 인센티브를 제공하는 것은 차선책이므로, 전환 활동을 완료하기 위해 사이트로 돌아오는 방문자에게 인센티브를 제공하는 경우에는 보다 긴 지연(최대 1주일)을 사용해야 합니다.

3. 필터를 적용하려면 드롭 다운 메뉴에서 지원되는 기준 유형 중 하나를 선택하고 **기준 추가**를 클릭한 후 필터 로직 기준을 입력하십시오.

조직에 적용 가능한 변환 포기 유형을 기반으로 내보내기 대상 목록을 필터링할 수 있습니다.

예를 들어, 소매 클라이언트는 특정 제품 세트, 제품 카테고리 또는 제품 속성을 구매하는 데 실패한 사이트 구매 포기자만 대상으로 하려 할 수 있습니다.

4. LIVEmail 우수 사례 캠페인 내보내기를 설명하는 데 도움이 되는 다른 필수 정보를 지정하려면 **이름과 기타 세부사항**을 클릭한 후 피드 정보를 지정하십시오.

참고: LIVEmail 내보내기 파일을 Microsoft Excel에서 검토할 경우, 확장자로 식별되는 파일 유형을 기반으로 Excel 형식을 가정합니다. 예를 들어, .CSV 파일은 필드 구분 기호로 쉼표를 사용한다고 가정합니다.

5. **제출**을 클릭하여 LIVEmail 피드의 일별 처리를 활성화하십시오.
우수 사례 캠페인을 제출하면 기본 분할창에 새로 작성된 LIVEmail 피드가 Digital Analytics 푸터와 함께 표시됩니다.

결과

활성화된 날의 다음 날에 내보내기의 첫 번째 인스턴스가 전송됩니다.

다음에 수행할 작업

언제든지 피드를 두 번 클릭하여 편집할 수 있습니다.

구매 후 캠페인 피드 구성

이메일 마케팅 작업의 성공을 최적화하는 데 도움이 되도록 구매 후 우수 사례 캠페인 피드를 구성할 수 있습니다. 구매 후 프로그램에는 사전정의된 교차 세션 세그먼트화 로직이 포함되어 있지만, 컨텍스트 필터링을 적용하여 내보내기의 출력을 조정할 수 있습니다.

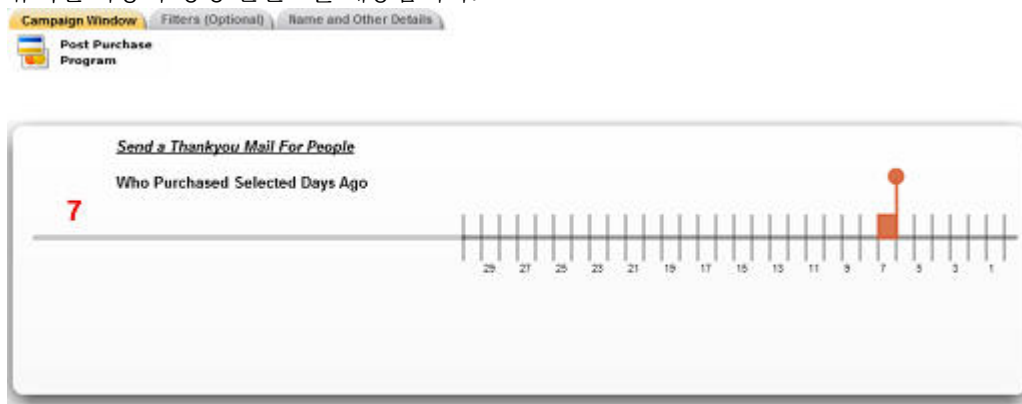
이 태스크 정보

대부분의 사이트에는 고객에게 최근 구매에 대한 감사를 표하기 위해 설정된 자동화된 이메일 프로그램이 있지만, 전환 완료 후 프로그램은 보다 복잡해지고 있습니다. 예를 들어, 사용자 생성 콘텐츠(방문자 전환을 촉진하는 데 도움이 되는 등급 및 리뷰 등)의 폭발적 증가로 인해 전환 완료 활동 후의 보다 긴 지연에 따라 발생하는 우수 사례 이메일 커뮤니케이션이 촉진되었습니다. 고객 커뮤니케이션을 통해 제품 리뷰를 요청하는 것은 소셜 마케팅 또는 입소문을 통한 마케팅 전략에 매우 중요합니다. 그러나 고객에게 이러한 요청을 전달하는 타이밍과 관련하여 다양한 사이트에서 매우 다양한 기준을 요구할 수도 있습니다. 고객에게 리뷰를 요청하거나 나온 상품 또는 비슷한 상품을 추천하기 전에 주문을 수신하고 제품을 경험할 충분한 시간을 제공해야 합니다.

프로시저

1. 우수 사례 캠페인 섹션에서 LIVEmail의 기본 분할창으로 전환 후 우수 사례 캠페인 아이콘을 끌어서 놓으십시오.
2. 캠페인 창 탭에서 빨간색 또는 초록색 원을 끌어와 전환 후 활동의 트리거 이벤트 지연을 지정하십시오.

조직의 비즈니스 요구사항에 따라 최대 과거 30일의 이벤트 트리거를 지정할 수 있습니다. 감사 이메일 커뮤니케이션 및/또는 추가 제품의 교차 판매에 이 우수 사례 캠페인을 사용하는 경우에는 보다 짧은 이벤트 트리거 지연을 권장합니다. 구매 후 프로그램을 사용하여 리뷰를 요청하는 경우에는 트리거 지연을 길게 설정하는 것이 유리합니다. 그러면 고객은 구매한 항목을 충분한 시간 동안 사용하고 경험할 수 있기 때문에 사려 깊고 유익한 사용자 생성 콘텐츠를 제공합니다.



이 구성에서는 매일 아침 내보내기 피드가 컴파일될 때 LIVEmail이 7일 전 전환한 모든 사이트 방문자를 찾습니다. 방문자의 쿠키가 이메일 주소를 포함하는 등록 프로파일에 맵핑되는 경우, 해당 방문자는 해당 일의 내보내기에 포함됩니다.

3. 현재 이니셔티브에 적용 가능한 전환 활동의 유형을 기반으로 내보내기 대상 목록을 필터링할 수 있습니다. 예를 들어, 사이트에 카테고리 선택을 위한 제품 등급 및 리뷰를 배치한 경우, 필터 옵션을 사용하여 "리뷰 쓰기" 이메일 캠페인의 지정된 카테고리에서 항목을 구매한 고객만 선택할 수 있습니다.
4. LIVEmail 우수 사례 캠페인 내보내기를 설명하는 데 도움이 되는 다른 필수 정보를 지정하려면 **이름과 기타 세부사항**을 클릭한 후 피드 정보를 지정하십시오.
참고: LIVEmail 내보내기 파일을 Microsoft Excel에서 검토할 경우, 확장자로 식별되는 파일 유형을 기반으로 Excel 형식을 가정합니다. 예를 들어, .CSV 파일은 필드 구분 기호로 십표를 사용한다고 가정합니다.
5. **제출**을 클릭하여 LIVEmail 피드의 일별 처리를 활성화하십시오.
우수 사례 캠페인을 제출하면 기본 분할창에 새로 작성된 LIVEmail 피드가 Digital Analytics 푸터와 함께 표시됩니다.

결과

활성화된 날의 다음 날에 내보내기의 첫 번째 인스턴스가 전송됩니다.

다음에 수행할 작업

언제든지 피드를 두 번 클릭하여 편집할 수 있습니다.

휴지 고객 캠페인 피드 구성

LIVEmail 휴지 고객 우수 사례 캠페인 피드는 특히 사이트에서 최근에 볼 수 없었던 등록 고객 및 방문자와의 커뮤니케이션을 유지하기 위한 메커니즘을 제공합니다. 이메일 캠페인은 당분간 볼 수 없었던 사이트 방문자를 웹 사이트로 다시 데려오는 비용 효율이 매우 높은 방법입니다.

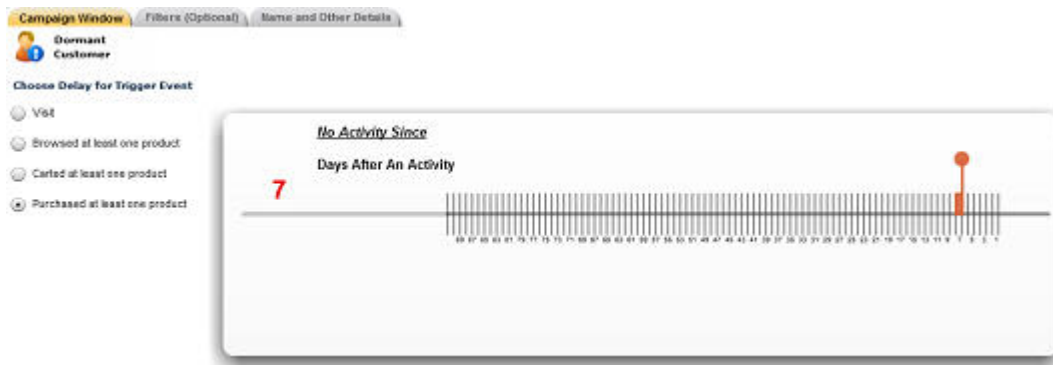
이 태스크 정보

휴지 고객 프로그램에는 사전정의된 교차 세션 세그먼트화 로직이 포함되어 있지만, 컨텍스트 필터링을 적용하여 내보내기의 출력을 조정할 수 있습니다. 휴지 고객과의 커뮤니케이션을 부활시키기 위해 선택하는 트리거 이벤트의 유형은 다양합니다. LIVEmail에서는 휴지 고객과 커뮤니케이션하기 위한 다양한 방법을 제공합니다.

프로시저

1. 우수 사례 캠페인 섹션에서 LIVEmail의 기본 분할창으로 휴지 고객 우수 사례 캠페인 아이콘을 끌어서 놓으십시오.
2. 캠페인 창 탭에서 빨간색 또는 초록색 원을 끌어와 대상으로 지정할 휴지 고객의 유형을 지정하십시오.
과거의 지정된 일 수 동안 사이트를 방문하지 않았거나 사이트에서 제품을 찾아보지 않았거나 또는 사이트에서 구매 활동을 하지 않은 개인을 대상으로 지정할 수 있습니다.
 - a) 해당하는 단일 선택 단추를 클릭하여 사용할 휴지의 이벤트 정의를 선택하십시오.
 - b) 휴지 고객을 정의하기 위해 과거의 어느 시점까지 거슬러 올라갈지 지정하십시오.
이 우수 사례 캠페인의 경우, 과거 최대 90일간 특정 사이트 활동에 참여했지만 그 후 사이트 세션이 없었던 고객을 대상으로 할 수 있습니다.

참고: 고객을 사이트로 불러오기 위한 최적의 트리거 지연 설정은 개인에 따라 다릅니다.



3. 적용한 휴지 정의를 기반으로 내보내기 대상 목록을 필터링할 수 있습니다.

참고: 방문을 휴지 정의로 선택한 경우, 필터 탭은 이 유형의 트리거 이벤트에 적용할 수 없기 때문에 사용 안 함으로 설정됩니다.

4. LIVEmail 우수 사례 캠페인 내보내기를 설명하는 데 도움이 되는 다른 필수 정보를 지정하려면 **이름과 기타 세부사항**을 클릭한 후 피드 정보를 지정하십시오.

참고: LIVEmail 내보내기 파일을 Microsoft Excel에서 검토할 경우, 확장자로 식별되는 파일 유형을 기반으로 Excel 형식을 가정합니다. 예를 들어, .CSV 파일은 필드 구분 기호로 쉼표를 사용한다고 가정합니다.

5. 제출을 클릭하여 LIVEmail 피드의 일별 처리를 활성화하십시오.

우수 사례 캠페인을 제출하면 기본 분할창에 새로 작성된 LIVEmail 피드가 Digital Analytics 푸터와 함께 표시됩니다.

결과

활성화된 날의 다음 날에 내보내기의 첫 번째 인스턴스가 전송됩니다.

다음에 수행할 작업

언제든지 피드를 두 번 클릭하여 편집할 수 있습니다.

사용자 정의 피드 정의

LIVEmail에서는 사전정의된 인증 이메일 서비스 제공자 파트너 피드 및 우수 사례 캠페인 피드를 사용할 수 있을 뿐만 아니라, 리마케팅 캠페인을 강화하는 데 사용되는 방문자 활동의 모든 데이터 내보내기에 대한 완전한 사용자 정의 내보내기 형식을 정의할 수 있습니다.

이 태스크 정보

LIVEmail에서는 두 가지 유형의 사용자 정의 형식을 지원합니다.

- 활동 레코드 피드
- 고객 레코드 피드

활동 레코드 피드 정의

LIVEmail 활동 레코드 피드는 매일 처리되고 다수의 방문자 사이트 활동을 포함하도록 구성할 수 있는 내보내기를 전달합니다.

이 태스크 정보

활동 레코드 피드에는 다음과 같은 사이트 활동이 포함될 수 있습니다.

- 찾아본 제품
- 구매된 제품
- 구매 포기된 제품
- 장바구니에 담긴 제품

- 온사이트 검색
- 페이지 보기
- 시작된 전환 이벤트
- 완료된 전환 이벤트

내보내기의 각 행이 고유한 방문자-활동 조합에 상응하도록 LIVEmail 활동 레코드 피드가 배열됩니다. 예를 들어, 방문자가 사이트에서 다섯 개의 페이지를 찾아봤으며 LIVEmail 활동 레코드 피드가 페이지 보기 활동을 포함하도록 구성된 경우, 내보내기 파일에는 방문자가 본 페이지에 해당하는 다섯 개의 행이 포함됩니다. 사이트 활동 외에 다른 관련 정보도 포함됩니다.

내보내기 키

활동 레코드 피드에 사용하기 위해 지원되는 네 개의 키 열 중 하나를 선택할 수 있습니다. 내보내기에서는 이메일 ID, 쿠키 ID, 쿠키 ID | 세션 ID 또는 등록 ID를 내보내기 파일에 포함할 키 열로 사용할 수 있습니다.

활동 유형

내보내기의 각 행에 포함되는 활동 유형의 숫자 ID입니다.

- 0** 찾아본 제품
- 1** 구매된 제품
- 2** 구매 포기된 제품
- 3** 장바구니에 담긴 제품
- 4** 온사이트 검색
- 5** 페이지 보기 수
- 6** 시작된 전환 이벤트
- 7** 완료된 전환 이벤트

카테고리 ID

특정 활동과 관련된 카테고리의 ID입니다. 예를 들어, 페이지 보기 레코드에서는 표시된 개별 페이지가 속한 카테고리 ID를 제공합니다.

제품 ID

추적한 활동과 관련된 개별 항목의 ID입니다. 제품 ID는 입력된 온사이트 검색어, 시작된 전환 이벤트 등입니다.

활동 시간

활동이 수행된 방문자 세션의 세션 시작 시간입니다.

활동 금액

활동이 제품 또는 전환 이벤트와 관련된 경우, 활동 금액에는 장바구니에 담긴 제품, 구매된 제품, 이벤트 포인트 등의 가격이 포함됩니다.

LIVEmail 세그먼트를 작성할 때, 하나의 기준을 선택하거나 여러 기준을 결합할 수 있습니다.

프로시저

1. 활동 레코드 피드를 작성하려면 다음 단계를 사용하십시오.
 - a) 활동 레코드 피드 아이콘을 LIVEmail의 통합 프레임에 끌어서 놓으십시오.
 - b) 구성 창의 활동 탭에서 내보내기에 사용할 키와 LIVEmail 내보내기에 포함할 특정 활동 유형을 선택하십시오.

참고: 내보내기에 포함할 수 있는 활동의 수에 제한이 없습니다.

중요사항: 실행하려는 대상 지정된 캠페인의 사이트 방문자 서브세트에 대해서만 활동 레코드 피드를 구성하십시오. 피드에 방문자 세그먼트 정의를 적용하는 것은 선택사항이지만 제공되는 기능은 매우 강력합니다.

2. 옵션: 기본 LIVEEmail 고객 레코드 피드 파일 이외에, 필드 페이지 맨 아래에서 해당 선택란을 선택하여 두 개의 보조 파일을 추가할 수 있습니다.

제품 이름 매핑 및 카테고리 정의 파일은 내보내기에서 제품 또는 페이지 ID 레벨 필드만 내보낼 경우 적절한 카테고리 정보를 지정했는지 확인하는 데 도움이 될 수 있습니다.

3. LIVEEmail에서 사용할 새 세그먼트를 작성하려면 다음 프로시저를 사용하십시오.

- a) 세그먼트 탭으로 이동하여 **새로 작성**을 클릭하십시오.

참고: LIVEEmail 세그먼트는 기본적으로 단일 세션입니다. 정의하는 모든 세그먼트 기준은 포함되는 단일 사이트 세션에서 방문자에 의해 충족되어야 합니다. 세그먼트에 포함되기 위한 모든 기준을 충족한다고 해서 개별 방문자가 데이터 분석 기간 중에 이메일 발송 시점까지 이러한 방문자를 억제할 조건이 되는 이벤트를 완료하지 않았음을 보증하지는 않습니다.

4. 세그먼트를 구성하려면 다음 단계를 사용하십시오.

- a) 기존 카테고리를 선택하거나 새 세그먼트를 지정할 새 카테고리를 작성하십시오.
- b) 세그먼트의 이름을 입력하십시오.
- c) 기준을 선택하고 기준을 결합하여 세그먼트를 정의하십시오.

다음 예에서는 이용률이 높은 Google 유료 검색자의 대상 세그먼트를 작성했습니다. 여기서 세그먼트 기준은 마케팅 프로그램이 'Google'이고 페이지 보기가 최소 5개이며 지속 기간이 최소 500초인 방문자 세션으로 구성됩니다.

고객 레코드 피드 정의

LIVEEmail 고객 레코드 피드는 매일 또는 매주 처리할 수 있고 임의 수의 방문자 사이트 활동, 고객 속성 및 세션 속성을 포함하도록 구성할 수 있는 내보내기를 전달합니다.

이 태스크 정보

LIVEmail 고객 레코드 피드는 내보내기의 각 행이 내보내기 시간 범위 동안 고유 방문자에 대해 구성된 모든 데이터를 제공하도록 배열됩니다. 방문자가 수행하는 활동마다 고유한 행을 제공하는 대신, 동일한 유형의 여러 활동이 해당 고유 방문자와 관련된 행의 단일 필드에 연결됩니다. 여러 개의 활동 값은 단일 필드 내에서 필드 내 구분 문자로 구분됩니다.

고객 레코드 피드를 작성하려면 다음 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

1. 고객 레코드 피드 아이콘을 LIVEmail의 통합 프레임에 끌어서 놓으십시오.
2. 필드 탭에서 내보내기에 사용할 키와 포함할 특정 데이터 필드를 선택하십시오.
고객 레코드 피드에 사용하기 위해 지원되는 네 개의 키 열 중 하나를 선택할 수 있습니다. 내보내기에서는 이메일 ID, 쿠키 ID, 쿠키 ID | 세션 ID 또는 등록 ID를 파일 키 열로 사용할 수 있습니다.
3. 내보내기 파일에 포함할 각 사이트 방문자의 데이터 필드를 선택하십시오.
사용 가능한 모든 데이터 필드는 다음 카테고리 그룹으로 그룹화됩니다.
 - 콘텐츠(예: 페이지, 이벤트, 부동산 또는 사이트 프로모션 관련 필드)
 - 머천다이징/제품(예: 제품 보기, 구매 또는 주문 관련 필드)
 - 등록(예: 등록 정보와 관련된 성별 또는 소득 필드)
 - 최상위 라인(예: 이벤트 포인트 총계, 주문된 항목 수 등의 요약 메트릭)
 - 기술적 특성(예: 브라우저 유형, 언어, 연결 속도 등의 방문자 시스템 정보)
 - 지역(예: 등록 이외의 이벤트의 위치 정보)
 - 마케팅(예: 마케팅 프로그램, 대상 URL 또는 추천 URL)**참고:** 사용 가능한 카테고리 세트는 조직이 지정된 업종에 따라 다릅니다.
4. 내보내기에 필드를 포함하려면 사용 가능한 필드 목록에서 선택된 필드 목록으로 필드를 끌어서 놓으십시오.
중요사항: 하나의 고객 레코드 피드에 최대 15개의 서로 다른 데이터 필드를 포함할 수 있습니다.
5. 이전에 선택된 필드를 제거하려면 선택된 필드 목록에서 사용 가능한 필드 목록으로 필드를 다시 끌어서 놓으십시오.
또는 각 목록에서 필드를 두 번 클릭하여 필드를 선택하고 제거할 수 있습니다.
6. 옵션: 기본 LIVEmail 고객 레코드 피드 파일 이외에, 필드 페이지 맨 아래에서 해당 선택란을 선택하여 두 개의 보조 파일을 추가할 수 있습니다.
제품 이름 매핑 및 카테고리 정의 파일은 내보내기에서 제품 또는 페이지 ID 레벨 필드만 내보낼 경우 적절한 카테고리 정보를 지정했는지 확인하는 데 도움이 될 수 있습니다.
7. 옵션: 내보내기 파일에 세그먼트화 로직을 적용할 수 있습니다.
 - LIVEmail에서 사용할 새 세그먼트를 작성하려면 **세그먼트** 탭으로 이동하여 **새로 작성**을 클릭하십시오.
 - LIVEmail에서 이전에 세그먼트를 작성한 경우, 카테고리 드롭 다운 메뉴에서 다양한 세그먼트 카테고리를 선택하여 기존 세그먼트를 탐색할 수 있습니다. 선택한 카테고리에 포함된 모든 세그먼트는 **사용 가능한 세그먼트** 프레임에 표시되며 **선택된 세그먼트** 프레임에 끌어서 놓아 선택할 수 있습니다.
8. **사용 가능한 세그먼트** 프레임에서 세그먼트를 선택하고 해당 단추를 클릭하여 이 탭에서 기존 세그먼트를 편집하거나 삭제할 수 있습니다. 조직의 현재 LIVEmail 내보내기 중 하나에 적용된 기존 세그먼트를 삭제하거나 수정하려고 하면 경고가 표시됩니다.



9. 이름과 기타 세부사항을 클릭하여 LIVEmail 우수 사례 캠페인 내보내기를 설명하는 데 필요한 기타 정보를 지정하십시오.
LIVEmail 내보내기 파일을 Microsoft Excel에서 검토할 경우, 확장자로 식별되는 파일 유형을 기반으로 Excel 형식을 가정합니다. 예를 들어, .CSV 파일은 필드 구분 기호로 쉼표를 사용한다고 가정합니다.
10. 모든 필수 구성 정보를 입력했으면 제출을 클릭하여 LIVEmail 피드의 일별 처리를 활성화하십시오.
활성화된 날의 다음 날에 내보내기의 첫 번째 인스턴스가 전송됩니다. 피드를 제출하면 새로 작성된 LIVEmail 피드 문서가 통합에서 Digital Analytics 푸터와 함께 표시됩니다. 언제든지 피드를 두 번 클릭하여 편집할 수 있습니다.

LIVEmail 관리

LIVEmail을 사용하여 데이터 내보내기를 모니터하고 LIVEmail 세그먼트와 LIVEmail 네이티브 보고 내에서 작성한 주석을 관리할 수 있습니다.

이 태스크 정보

LIVEmail 관리 메뉴에서는 데이터 내보내기의 현재 상태를 검토하고 이메일 마케팅 작업에서 사용하기 위해 LIVEmail에 정의된 모든 세그먼트를 검토하며 내보내기의 새 대상을 설정할 수 있습니다.

LIVEmail 세그먼트 관리

사용자 정의 LIVEmail 내보내기를 작성하는 프로세스 중에 세그먼트를 관리할 수 있을 뿐만 아니라, LIVEmail 관리 > 세그먼트 화면에서도 세그먼트를 작성, 편집 또는 삭제할 수 있습니다.

프로시저

1. 관리 > 세그먼트로 이동하십시오.
2. 새 세그먼트를 작성하려면 새 세그먼트 작성을 클릭하십시오.

참고: 새 세그먼트는 새 피드를 구성하거나 기존 피드를 편집할 때 기존 LIVEmail 내보내기를 선택하지 않는 한 해당 내보내기에 적용되지 않습니다.

Segment Name:	Created By	Date Created	Last Update Date	Action
All Visitors to the World site	Kate Heintz	2010-06-10 15:20:16	2010-06-10 15:20:16	
World Abandoners	Kate Heintz	2010-06-15 12:20:36	2010-06-15 12:20:36	
World Converters	Kate Heintz	2010-06-15 11:54:11	2010-06-15 11:54:11	
World Element Click	Kate Heintz	2010-05-20 11:23:07	2010-05-20 11:23:07	

3. 기존 세그먼트를 편집하거나 삭제하려면 세그먼트를 선택한 후 **편집** 또는 **삭제**를 클릭하십시오.

참고: 정의를 변경하면 해당 피드의 출력에 영향을 미치므로, LIVEmail 내보내기에 현재 적용된 기존 세그먼트를 편집하거나 삭제하려고 하는 경우 경고가 수신됩니다.

다음에 수행할 작업

세그먼트를 추가하거나 편집한 후에는 임의의 열 표제를 클릭하여 세그먼트를 정렬할 수 있습니다.

데이터 내보내기 관리

LIVEmail의 피드 관리 페이지를 사용하여 데이터 내보내기를 모니터링할 수 있습니다.

이 태스크 정보

피드 관리 페이지에서는 모든 현재 LIVEmail 데이터 내보내기와 관련된 정보를 표시하는 테이블을 제공합니다.

프로시저

1. 피드 관리 페이지를 사용하여 내보내기의 상태를 식별하거나 마지막 실행 상태를 확인하거나 내보내기를 편집할 수 있습니다.
2. 임의의 필드를 기준으로 테이블을 정렬하려면 열 머리글을 클릭하십시오.

SFTP 대상 관리

LIVEmail의 SFTP 관리 페이지를 사용하여 내보내기 SFTP 대상을 작성하고 가져오기 SFTP 대상을 지정할 수 있습니다. 내보내기 SFTP 대상은 LIVEmail 내보내기를 전송할 위치를 지정하는 반면, 가져오기 SFTP 대상은 이메일 서비스 제공자의 메트릭을 LIVEmail 보고서에 추가하는 데 사용할 수 있습니다.

이 태스크 정보

가져오기 SFTP 대상을 지정하는 것은 내보내기 대상을 작성하는 것과 유사하지만, 가져오기 SFTP 대상 지정에는 이메일 받은 편지함 메트릭 가져오기의 구성과 관련된 추가 기능이 포함됩니다. 이메일 받은 편지함 메트릭 가져오기는 LIVEmail 보고서에 포함되도록 선택적으로 Digital Analytics에 전송할 수 있습니다.

프로시저

내보내기 SFTP 대상을 작성하는지 또는 가져오기 SFTP 대상을 작성하는지 여부에 따라 다음 프로시저 중 하나를 사용하십시오.

- 내보내기 SFTP 대상을 작성하려면 다음 단계를 수행하십시오.
 - a) **SFTP 관리** 페이지에서 SFTP 대상에 대한 다음 구성 정보를 입력하십시오.

SFTP 대상 이름(필수)

알기 쉬운 대상의 이름입니다. 이 이름은 LIVEmail 내보내기 작성 시 선택 가능한 이름으로 표시됩니다.

SFTP 서버 주소(필수)

SFTP 서버의 IP 또는 URL 주소입니다.

디렉토리 이름(선택사항)

Digital Analytics를 연결하고 내보내기 파일을 쓸 SFTP 대상의 디렉토리입니다. 이 필드를 공백으로 두면 SFTP 대상 기본 디렉토리가 사용됩니다.

SFTP 포트(필수)

SFTP 대상의 포트 번호입니다.

사용자(필수)

SFTP 서버에 인증하는 데 사용되는 사용자 계정의 이름입니다.

비밀번호(필수)

SFTP 서버에 인증하는 데 사용되는 사용자 계정의 비밀번호입니다.

이메일(선택사항)

지정된 SFTP 대상에 전송되는 LIVEmail 내보내기에 대한 알림을 수신할 사용자의 이메일 주소 목록입니다.

- b) SFTP 서버에 대한 모든 필수 구성 데이터를 입력했으면 페이지 맨 아래에 있는 **SFTP 테스트**를 클릭하십시오.
이 작업을 수행하면 입력한 모든 정보가 정확한지 여부와 Digital Analytics가 LIVEmail 내보내기를 대상에 정상적으로 쓸 수 있는지 여부를 확인할 수 있습니다.
- c) **제출**을 클릭하여 SFTP 대상을 저장하고 LIVEmail 내보내기에서 사용할 수 있도록 공개하십시오.
- 가져오기 SFTP 대상을 지정하려면 다음 단계를 수행하십시오.
 - a) **SFTP 관리** 페이지에서 모든 필수 필드에 올바른 대상 정보를 입력하십시오.

SFTP 대상 이름(필수)

알기 쉬운 대상의 이름입니다. 이 이름은 LIVEmail 내보내기 작성 시 선택 가능한 이름으로 표시됩니다.

SFTP 서버 주소(필수)

SFTP 서버의 IP 또는 URL 주소입니다.

디렉토리 이름(선택사항)

Digital Analytics를 연결하고 내보내기 파일을 쓸 SFTP 대상의 디렉토리입니다. 이 필드를 공백으로 두면 SFTP 대상 기본 디렉토리가 사용됩니다.

SFTP 포트(필수)

SFTP 대상의 포트 번호입니다.

사용자(필수)

SFTP 서버에 인증하는 데 사용되는 사용자 계정의 이름입니다.

비밀번호(필수)

SFTP 서버에 인증하는 데 사용되는 사용자 계정의 비밀번호입니다.

이메일(선택사항)

지정된 SFTP 대상에 전송되는 LIVEmail 내보내기에 대한 알림을 수신할 사용자의 이메일 주소 목록입니다.

- b) 이메일 서비스 제공자의 캠페인 메트릭(예: 발송된 이메일, 열린 이메일, 반송 등)을 가져올 계획인 경우, **가져오기 SFTP 대상 작성** 페이지에서 가져오기 파일을 구성할 수 있습니다.
이를 수행하려면 이메일 서비스 제공자 시스템에서 가져올 메트릭을 왼쪽 테이블에 있는 지원되는 메트릭 목록에서 오른쪽의 테이블로 끌어서 놓으십시오.
LIVEmail 가져오기 파일의 처음 세 필드는 다음과 같습니다.

날짜 ID(yyyymmdd)

가져온 메트릭이 관련된 활동의 날짜입니다.

캠페인 인스턴스 ID

ESP 받은 편지함 메트릭을 적용할 수 있는 이메일 캠페인입니다.

캠페인 인스턴스 이름

캠페인 인스턴스의 알기 쉬운 이름입니다.

다음 표준 ESP 받은 편지함 메트릭의 가져오기가 지원됩니다.

- 발송된 이메일

- 배달된 이메일
- 열린 이메일
- 이메일 클릭
- 이메일 소프트 반송
- 이메일 하드 반송
- 이메일 반송 합계
- 수신 거부된 이메일
- 전달된 이메일
- 구독되는 이메일
- 제외된 이메일
- 이메일 스팸 신고
- 이메일 블록
- 이메일 제한
- 이메일 기타 회신
- 이메일 주소 변경
- 이메일 받은 편지함 메트릭 1... 15 - ESP가 제공할 가능성이 있는 최대 15개의 기타 다양한 받은 편지함 메트릭.

참고: 지원되는 메트릭을 필요한 만큼 선택하여 가져올 수 있지만, ESP 메트릭 가져오기 파일에서 제공할 열 순서와 정확히 일치하는 순서로 메트릭을 구성해야 합니다. 이메일 받은 편지함 메트릭 1-15에는 숫자 값이 포함되어야 합니다. 이러한 사용자 정의 필드에서 문자열 값을 전달하는 경우 가져오기에 실패합니다.

결과

SFTP 대상을 작성하여 저장하면 해당 SFTP 대상은 LIVEmail 피드 작성 시 선택 가능한 대상 중 하나로 표시됩니다.

LIVEmail 보고서를 사용하여 이메일 캠페인 분석

LIVEmail 보고서를 사용하여 이메일 캠페인의 성과를 분석할 수 있습니다. LIVEmail 보고서에서는 이메일 서비스 제공자가 직접 제공하는 프로그램 효과 메트릭과 함께 Digital Analytics가 추적한 온사이트 성과 메트릭을 볼 수 있습니다.

이 태스크 정보

LIVEmail 보고서 메뉴의 캠페인 보고서에서는 사용자가 시작하고 Digital Analytics Marketing Management Center 매개변수를 사용하여 추적 중인 이메일 프로그램의 성능을 이메일 마케팅 담당자가 추적할 수 있습니다. LIVEmail 성과 보고서는 프로그램에 대한 요약 레벨 메트릭(받은 편지함 및 온사이트 둘 다의 메트릭)을 제공하며, Digital Analytics 업계 최고 수준의 마케팅 귀속 솔루션을 사용하여 보다 자세히 분석할 수 있는 영역으로 안내합니다. Digital Analytics 마케팅 프로그램 보고서에서는 클릭 귀속 성과를 분석할 수 있으며, Digital Analytics Explore에서 이메일 마케팅 캠페인과 관련된 임시 보고서를 작성할 수 있습니다.

프로시저

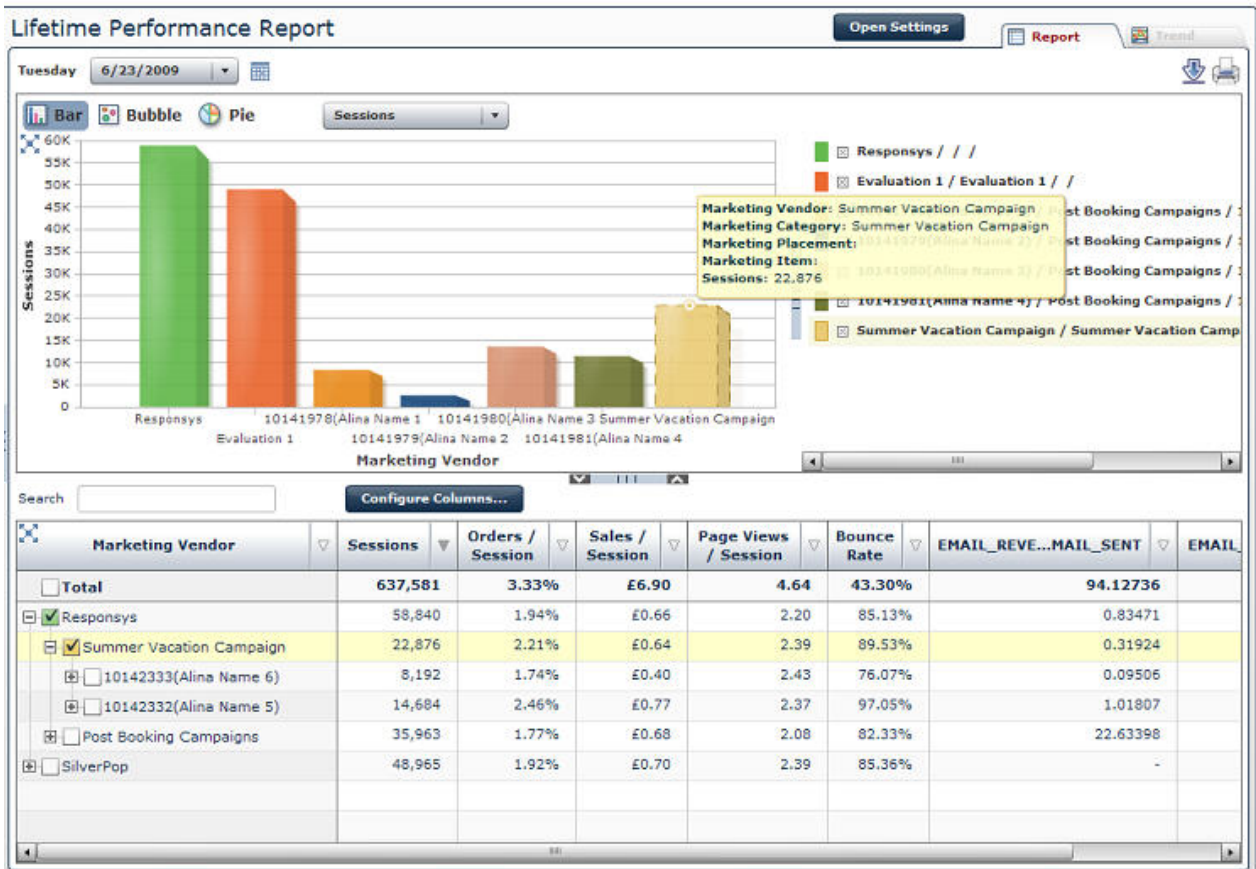
다양한 캠페인의 성과를 신속하게 파악하려면 LIVEmail 보고서 메뉴에서 다음 보고서 중 하나를 검토하십시오.

- **성과 보고서:** 성과 보고서는 이메일 캠페인의 일별 성과에 대한 보기를 제공합니다. 성과 보고서는 마케팅 벤더, 카테고리, 배치 및 항목(이메일 캠페인 링크에 대한 MMC 코드)이 주요한 표시열로서 사전 구성되어 있는 플랫폼 목록 보고서입니다. 이메일 서비스 제공자 및 Digital Analytics 사이트 태그 모두의 다수의 키 메트릭(예: 배달된 이메일, 반송률, 클릭 수, 매출액, 주문 수, 방문자 수 또는 전환율)이 분석에 포함됩니다.
- **캠페인 줌 보고서:** 캠페인 줌 보고서는 제품 및 전환 이벤트에 대한 캠페인의 효과를 표시하는 보기와 방문자의 지역을 표시하는 보기를 제공합니다. 캠페인 줌 보고서는 세 개의 관계형 줌 보고서가 적용된 플랫폼 목록 보고서

입니다. 첫 번째 관계형 줌은 지정된 캠페인 코드와 연관된 제품 매출액에 집중합니다. 두 번째 관계형 줌은 지정된 캠페인 코드와 연관된 이벤트에 대한 세부사항을 제공합니다. 세 번째 줌은 이메일 캠페인의 구/군/시, 국가 및 시/도 분석을 제공합니다.

- **전체 기간 성과 보고서:** 전체 기간 성과 보고서는 캠페인 인스턴스가 시작된 날부터 분석 대상 시점까지의 캠페인 효과에 대한 전체 보기를 제공합니다. 전체 기간 성과 보고서는 일별 단위 레벨의 데이터를 제공하므로 캠페인이 활성 상태였던 일을 분석 대상으로 선택할 수 있습니다. 보고서는 캠페인에 지정된 VCPI(MMC 벤더, 카테고리, 배치 및 항목) 코드에 의해 계층 구조로 구성됩니다.

세 가지 LIVEmail 보고서 유형 모두 날짜 범위 선택, 추세 그래프 보기, 보고서 주석 작성 등을 위한 모든 표준 보고 기능이 제공됩니다. 파트너로부터 캠페인의 메트릭 값을 가져온 경우에는 성과 보고서에서 사용할 수 있도록 그러한 값이 제공됩니다.



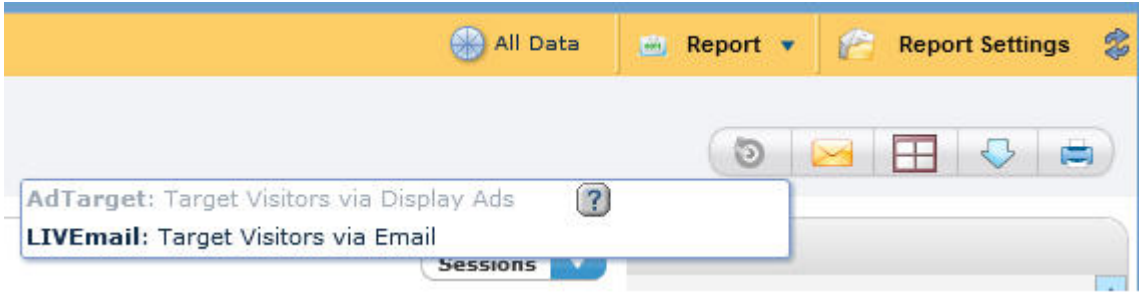
참고: 자세한 클릭 귀속 및 전체 캠페인 성과 분석은 Digital Analytics 표준 서비스 내에서 제공됩니다. 자세한 클릭 귀속 분석에 마케팅 프로그램 보고서를 사용하면 이메일 채널 전체의 기여와 이메일 캠페인의 상대적 성과에 대한 이해를 높일 수 있습니다. 사용자 정의 데이터 탐색 및 보고서 작성은 Digital Analytics Explore 내에서 해당 솔루션에 대한 라이선스를 취득한 클라이언트에게 제공됩니다. 가져온 이메일 서비스 제공자 메트릭은 LIVEmail에서 제공되는 보고서 내에서만 사용할 수 있습니다.

Digital Analytics 애플리케이션의 세그먼트 대상 재지정

Digital Analytics 마케팅 최적화 스위트에서의 애플리케이션 통합으로 인해 Digital Analytics Explore에서 제공되는 보고서에서 직접 LIVEmail 세그먼트를 신속하게 정의할 수 있습니다.

이 태스크 정보

조직에 LIVEmail 이외에 Digital Analytics Explore에 대한 라이선스가 있으면 다른 애플리케이션 작업 옆에 **방문자 대상 지정** 아이콘이 표시됩니다.



Digital Analytics 애플리케이션에서 LIVEmail로 세그먼트를 대상 재지정하려면 다음 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

- Digital Analytics Explore의 보고서에서 작업 중인 경우, 보고서에서 행 왼쪽의 선택란을 클릭하여 하나 이상의 행을 선택함으로써 그러한 행과 연관된 방문자 모집단을 대상 재지정할 수 있습니다.
- 보고서 행을 선택한 후에는 **방문자 대상 지정**을 클릭하고 **LIVEmail: 이메일을 통해 방문자 대상 지정**을 선택하십시오.
방문자 모집단을 대상 재지정하도록 선택하면 효과적으로 LIVEmail 방문자 세그먼트를 정의하게 됩니다.
- 대상 세그먼트 기준의 요약과 함께 표시되는 대화 상자에서 목적으로 하는 대상 재지정 세그먼트를 명확히 할 수 있습니다.
- 목적으로 하는 대상 재지정 세그먼트를 선택했다면 **계속**을 클릭하십시오.
세그먼트 정의가 LIVEmail로 전달되고 **세그먼트 정의** 화면이 표시됩니다. 이 화면은 기준을 요약하고 새 세그먼트의 이름을 지정하도록 요청합니다. 이 화면에서는 기준을 편집하거나 기준을 추가할 수도 있습니다.
 - 세그먼트를 저장하고 이를 나중에 적용하려면 **세그먼트 저장**을 클릭하십시오.
 - 사용자 피드에 추가하거나 신디케이트할 준비가 된 경우에는 LIVEmail에서 **저장 및 피드에 추가**를 클릭하십시오.
- 이 새 대상 세그먼트를 추가할 이메일 서비스 제공자 파트너 구성을 선택하십시오.
- 세그먼트화를 구성하려면 다음 정보를 사용하십시오.

Digital Analytics Explore는 광범위한 세그먼트화 옵션 및 데이터 필드를 지원합니다. Digital Analytics Explore 및 LIVEmail에서 공통인 세그먼트화 옵션만 사용할 수 있습니다. 선택한 기준이 LIVEmail에서 지원 하는 세그먼트 기준에 적용되지 않으면 그에 해당하는 알림이 수신됩니다. LIVEmail에 전달되는 모든 세그먼트 정의는 본질적으로 "동일 세션"이어야 합니다. 다음 표에서는 특정 기준 정의를 LIVEmail에 전달할 수 있는지 여부를 식별합니다. **예**는 전달 가능성을 표시하고 **아니오**는 현재 시점에서 전달 불가능함을 표시합니다. 이름 값은 약간 다른 이름으로 전달됨을 표시하고 **동작 유형 명시**는 사용자에게 해당 필드의 사용 방법을 제안하도록 프롬프트함을 표시합니다(예: 구매한 제품 대 구매 포기한 제품 대 찾아본 제품 대 장바구니에 담긴 제품).

Digital Analytics Explore 필드	LIVEmail 필드
등록	
등록 ID	예
이메일 주소	예
등록자	예
구매자	아니오
신규/반복 방문자	예
성별	예
나이	예
최종 학력	예
소득 수준	예

Digital Analytics Explore 필드	LIVEmail 필드
등록 속성	예
등록된 국가	예
등록된 시/도	예
등록된 구/군/시	예
등록된 우편번호	예
최상위 라인	
매출액	예
주문 수	예
제품 보기	예
장바구니에 담긴 항목 수	예
주문된 항목 수	예
구매 포기된 항목 수	예
페이지 보기	예
온사이트 검색 수	예
이벤트 수	예
이벤트 포인트	예
요소 보기	예
세션 길이	예
마케팅	
마케팅 채널	예
마케팅 프로그램	예
마케팅 벤더	예
마케팅 카테고리	예
마케팅 배치	예
마케팅 항목	예
마케팅 속성	예
일반 검색 엔진	예
일반 검색어	예
추천 사이트	예
추천 URL	예
대상 URL	예
머천다이징/제품	
주문 ID	예
제품 보기 속성	예
매장 속성	예

Digital Analytics Explore 필드	LIVEmail 필드
주문 속성	예
본 제품 카테고리 - 전체	예
본 제품 카테고리 - 맨 위	예
본 제품 카테고리 - 맨 아래	예
본 제품 이름	예
본 제품 ID	예
장바구니에 담긴 제품 카테고리 - 전체	예
장바구니에 담긴 제품 카테고리 - 맨 위	예
장바구니에 담긴 제품 카테고리 - 맨 아래	예
장바구니에 담긴 제품 이름	예
장바구니에 담긴 제품 ID	예
구매 포기된 제품 카테고리 - 전체	예
구매 포기된 제품 카테고리 - 맨 위	예
구매 포기된 제품 카테고리 - 맨 아래	예
구매 포기된 제품 이름	예
구매 포기된 제품 ID	예
구매된 제품 카테고리 - 전체	예
구매된 제품 카테고리 - 맨 위	예
구매된 제품 카테고리 - 맨 아래	예
구매된 제품 이름	예
구매된 제품 ID	예
제품 카테고리 - 전체	[동작 유형 명시]
제품 카테고리 - 맨 위	[동작 유형 명시]
제품 카테고리 - 맨 아래	[동작 유형 명시]
제품 ID	[동작 유형 명시]
제품 이름	[동작 유형 명시]
{레거시} 구매 포기된 제품 카테고리 ID	예
{레거시} 장바구니에 담긴 제품 카테고리 ID	예
{레거시} 구매된 제품 카테고리 ID	예
컨텐츠	
컨텐츠 카테고리 - 전체	찾아본 컨텐츠 카테고리 - 전체
컨텐츠 카테고리 - 맨 아래	찾아본 컨텐츠 카테고리 - 맨 아래
컨텐츠 카테고리 - 맨 위	찾아본 컨텐츠 카테고리 - 맨 위
찾아본 컨텐츠 카테고리 - 전체	예
찾아본 컨텐츠 카테고리 - 맨 아래	예

Digital Analytics Explore 필드	LIVEmail 필드
찾아본 콘텐츠 카테고리 - 맨 위	예
요소 카테고리	본 요소 카테고리
요소 이름	본 요소
본 요소 카테고리	본 요소 카테고리
본 요소	본 요소
시작된 이벤트	예
완료된 이벤트	예
이벤트 카테고리	[동작 유형 명시]
시작된 이벤트 카테고리	예
완료된 이벤트 카테고리	예
이벤트 이름	[동작 유형 명시]
온사이트 검색어	온사이트 검색어
온사이트 검색어	온사이트 검색어
페이지	찾아본 페이지
찾아본 페이지	찾아본 페이지
페이지 추천 URL	아니오
페이지 URL	찾아본 URL
찾아본 URL	찾아본 URL
부동산 - 전체	부동산 - 전체
부동산 - 링크	아니오
부동산 - 페이지	아니오
부동산 - 페이지 영역	아니오
부동산 - 버전	아니오
사이트 프로모션 - 전체	예
사이트 프로모션 - 링크	아니오
사이트 프로모션 - 페이지	아니오
사이트 프로모션 - 프로모션	아니오
사이트 프로모션 - 프로모션 유형	아니오
시작 페이지	예
페이지 속성	예
이벤트 속성	예
요소 속성	예
지역	
국가	예
시/도	예

Digital Analytics Explore 필드	LIVEmail 필드
구/군/시	예
DMA	예
2차 레벨 도메인	예
기술적 특성	
브라우저 유형	예
색심도	예
연결 속도	예
연결 유형	예
JavaScript 버전	예
언어	예
모바일 디바이스	예
모바일 네트워크	예
운영 체제	예
화면 해상도	예
시간대	예

{레거시} 구매 포기된 제품 카테고리 ID

"구매 포기된 제품 카테고리 ID - 맨 아래"의 중복인 레거시 필드

{레거시} 장바구니에 담긴 제품 카테고리 ID

"장바구니에 담긴 제품 카테고리 ID - 맨 아래"의 중복인 레거시 필드

{레거시} 구매된 제품 카테고리 ID

"구매된 제품 카테고리 ID - 맨 아래"의 중복인 레거시 필드

추가 컨택 정보

제품 개선을 위해 다음 주소로 연락하십시오. cm_feedback@us.ibm.com

제품에 대한 도움을 얻으려면 다음 IBM 고객 센터로 연락하십시오. <https://support.ibmcloud.com>

귀하가 계신 지역의 IBM 사무실로 연락하실 수도 있습니다.

USA	
<p>IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 Toll Free: 1.866.493.2673</p>	<p>IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Toll Free: 1.866.493.2673</p>

<p>IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 Toll Free: 1.866.493.2673</p>	
유럽	
<p>IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ U.K. Tel: 020 8867 8003</p>	<p>IBM GmbH Beim Strohhause 17 D-20097 Hamburg Germany Tel: 0800-180-2597</p>
<p>IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France Tel: 0800 91 4912</p>	
아시아 태평양	
<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China Tel: +852 8201 0823 Fax: +852 8201 0832</p>	<p>IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 AUSTRALIA (Aus) 1800 69 CORE (NZ) 0800 69 CORE</p>

IBM은 사용자의 의견을 환영합니다.

다음 주소로 의견을 보내실 수 있습니다.

IBM Bay Area Lab
1001 E Hillsdale Boulevard
Foster City, California 94404
USA

다음 중 한 방법으로 의견을 전자적으로 보내실 수 있습니다.

수신자 부담 전화
1+866-493-2673

지원 센터:
<https://support.ibmcloud.com>

월드 와이드 웹
www.ibm.com/marketing-solutions/

회신을 원하시면 귀하의 이름, 주소, 전화번호 또는 팩스 번호를 포함하십시오. 의견 또는 노트에 다음 정보를 포함하십시오.

- 문서의 제목
- 관련된 페이지 번호 또는 주제

IBM에 정보를 보내는 경우, IBM은 귀하의 권리를 침해하지 않는 범위 내에서 적절하다고 생각하는 방식으로 귀하가 제공한 정보를 사용하거나 배포할 수 있습니다.

지원

지원 센터

지원 사이트는 <https://support.ibmcloud.com>에 있으며, 애플리케이션 메뉴 표시줄에 있는 지원 링크를 클릭해도 방문할 수 있습니다.

지원 센터 사이트에는 다음 항목이 포함되어 있습니다.

- 질문에 대한 응답과 구현 안내서, 메트릭 용어집, 사용자 안내서, 릴리스 정보 등의 필수 문서에 대한 즉각적인 액세스를 제공하는 **검색 가능한 지식 기반 데이터베이스**.
- 웹 기반 교육, 아카이브된 웹 세미나 등과 같은 **교육 도구**.
- 사례 연구, 백서, 예정된 이벤트(클라이언트 서밋 등)를 포함하는 **마케팅 정보**.
- 지원 센터의 **알림**.
- 문의의 상태를 완전히 파악할 수 있게 해 주는, 티켓 작성에서부터 해결에 이르기까지의 **문제 추적**.
- 지원 사이트 개선을 위한 제안사항을 제공할 수 있는 **피드백**. (애플리케이션에 대한 피드백은 cm_feedback@us.ibm.com으로 보내주십시오.)
- 우수 사례에 해박한 담당자와 즉시 대화할 수 있는 **대화**.

주의사항

이 정보는 미국에서 제공되는 제품 및 서비스용으로 작성된 것입니다.

IBM은 다른 국가에서 이 책에 기술된 제품, 서비스 또는 기능을 제공하지 않을 수도 있습니다. 현재 사용할 수 있는 제품 및 서비스에 대한 정보는 한국 IBM 담당자에게 문의하십시오. 이 책에서 IBM 제품, 프로그램 또는 서비스를 언급했다고 해서 해당 IBM 제품, 프로그램 또는 서비스만을 사용할 수 있다는 것을 의미하지는 않습니다. IBM의 지적 재산권을 침해하지 않는 한, 기능상으로 동등한 제품, 프로그램 또는 서비스를 대신 사용할 수도 있습니다. 그러나 비IBM 제품, 프로그램 또는 서비스의 운영에 대한 평가 및 검증은 사용자의 책임입니다.

IBM은 이 책에서 다루고 있는 특정 내용에 대해 특허를 보유하고 있거나 현재 특허 출원 중일 수 있습니다. 이 책을 제공한다고 해서 특허에 대한 라이선스까지 부여하는 것은 아닙니다. 라이선스에 대한 의문사항은 다음으로 문의하십시오.

07326

서울특별시 영등포구
국제금융로 10, 31FC
한국 아이.비.엠 주식회사
대표전화서비스: 02-3781-7114

2바이트 문자 세트(DBCS) 정보에 관한 라이선스 문의는 한국 IBM에 문의하거나 다음 주소로 서면 문의하시기 바랍니다.

*Intellectual Property Licensing Legal and Intellectual Property Law
IBM Japan Ltd. 19-21,
Nihonbashi-Hakozakicho, Chuo-ku
Tokyo 103-8510, Japan*

다음 단락은 현지법과 상충하는 영국이나 기타 국가에서는 적용되지 않습니다. IBM은 타인의 권리 비침해, 상품성 및 특정 목적에의 적합성에 대한 묵시적 보증을 포함하여(단, 이에 한하지 않음) 명시적 또는 묵시적인 일체의

보증 없이 이 책을 "현상태대로" 제공합니다. 일부 국가에서는 특정 거래에서 명시적 또는 묵시적 보증의 면책사항을 허용하지 않으므로, 이 사항이 적용되지 않을 수도 있습니다.

이 정보에는 기술적으로 부정확한 내용이나 인쇄상의 오류가 있을 수 있습니다. 이 정보는 주기적으로 변경되며, 변경된 사항은 최신판에 통합됩니다. IBM은 이 책에서 설명한 제품 및/또는 프로그램을 사전 통지 없이 언제든지 개선 및/또는 변경할 수 있습니다.

이 정보에서 언급되는 비IBM 웹 사이트는 단지 편의상 제공된 것으로, 어떤 방식으로든 이들 웹 사이트를 옹호하고자 하는 것은 아닙니다. 해당 웹 사이트의 자료는 본 IBM 제품 자료의 일부가 아니므로 해당 웹 사이트 사용으로 인한 위험은 사용자 본인이 감수해야 합니다.

IBM은 귀하의 권리를 침해하지 않는 범위 내에서 적절하다고 생각하는 방식으로 귀하가 제공한 정보를 사용하거나 배포할 수 있습니다.

(i) 독립적으로 작성된 프로그램과 기타 프로그램(본 프로그램 포함) 간의 정보 교환 및 (ii) 교환된 정보의 상호 이용을 목적으로 본 프로그램에 관한 정보를 얻고자 하는 라이선스 사용자는 다음 주소로 문의하십시오.

07326

서울특별시 영등포구

국제금융로 10, 3IFC

한국 아이.비.엠 주식회사

대표전화서비스: 02-3781-7114

이러한 정보는 해당 조건(예를 들면, 사용료 지불 등)하에서 사용될 수 있습니다.

이 정보에 기술된 라이선스가 부여된 프로그램 및 프로그램에 대해 사용 가능한 모든 라이선스가 부여된 자료는 IBM이 IBM 기본 계약, IBM 프로그램 라이선스 계약(IPLA) 또는 이와 동등한 계약에 따라 제공한 것입니다.

인용된 성능 데이터와 고객 예제는 예시 용도로만 제공됩니다. 실제 성능 결과는 특정 구성과 운영 조건에 따라 다를 수 있습니다.

비IBM 제품에 관한 정보는 해당 제품의 공급업체, 공개 자료 또는 기타 범용 소스로부터 얻은 것입니다. IBM에서는 이러한 제품들을 테스트하지 않았으므로, 비IBM 제품과 관련된 성능의 정확성, 호환성 또는 기타 청구에 대해서는 확신할 수 없습니다. 비IBM 제품의 성능에 대한 의문사항은 해당 제품의 공급업체에 문의하십시오.

IBM이 제시하는 방향 또는 의도에 관한 모든 언급은 특별한 통지 없이 변경될 수 있습니다.

여기에 나오는 모든 IBM의 가격은 IBM이 제시하는 현 소매가이며 통지 없이 변경될 수 있습니다. 실제 판매가는 다를 수 있습니다.

이 정보는 계획 수립 목적으로만 사용됩니다. 이 정보는 기술된 제품이 GA(General Availability)되기 전에 변경될 수 있습니다.

이 정보에는 일상의 비즈니스 운영에서 사용되는 자료 및 보고서에 대한 예제가 들어 있습니다. 이들 예제에는 개념을 가능한 완벽하게 설명하기 위하여 개인, 회사, 상표 및 제품의 이름이 사용될 수 있습니다. 이들 이름은 모두 가공의 것이며 실제 기업의 이름 및 주소와 유사하더라도 이는 전적으로 우연입니다.

저작권 라이선스:

이 정보에는 여러 운영 플랫폼에서의 프로그래밍 기법을 보여주는 원어로 된 샘플 응용프로그램이 들어 있습니다. 귀하는 이러한 샘플 프로그램의 작성 기준이 된 운영 플랫폼의 애플리케이션 프로그래밍 인터페이스(API)에 부합하는 애플리케이션을 개발, 사용, 판매 또는 배포할 목적으로 IBM에 추가 비용을 지불하지 않고 이들 샘플 프로그램을 어떠한 형태로든 복사, 수정 및 배포할 수 있습니다. 이러한 샘플 프로그램은 모든 조건하에서 완전히 테스트된 것은 아닙니다. 따라서 IBM은 이러한 프로그램의 신뢰성, 서비스 가능성 또는 기능을 보증하거나 진술하지 않습니다. 본 샘플 프로그램은 일체의 보증 없이 "현상태대로" 제공됩니다. IBM은 귀하의 샘플 프로그램 사용과 관련되는 손해에 대해 책임을 지지 않습니다.

이러한 샘플 프로그램 또는 파생 제품의 각 사본이나 그 일부에는 반드시 다음과 같은 저작권 표시가 포함되어야 합니다.

이 코드의 일부는 IBM Corp.의 샘플 프로그램에서 파생됩니다.

© Copyright IBM Corp. 2017 . All rights reserved.

상표

IBM, IBM 로고 및 ibm.com은 전세계 여러 국가에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표 또는 등록상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 타사의 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보"(www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

제품 문서의 이용 약관

다음 이용 약관에 따라 이 책을 사용할 수 있습니다.

적용성

본 이용 약관은 IBM 웹 사이트의 모든 이용 약관에 추가됩니다.

개인적 사용

모든 소유권 사항을 표시하는 경우에 한하여 귀하는 이 책을 개인적, 비상업적 용도로 복제할 수 있습니다. 귀하는 IBM의 명시적 동의 없이 본 발행물 또는 그 일부를 배포 또는 전시하거나 2차적 저작물을 만들 수 없습니다.

상업적 사용

모든 소유권 사항을 표시하는 경우에 한하여 귀하는 이 책을 귀하 기업집단 내에서만 복제, 배포 및 전시할 수 있습니다. 귀하는 귀하의 기업집단 외에서는 IBM의 명시적 동의 없이 이 책의 2차적 저작물을 만들거나 이 책 또는 그 일부를 복제, 배포 또는 전시할 수 없습니다.

권한

본 허가에서 명시적으로 부여된 경우를 제외하고, 이 책이나 이 책에 포함된 정보, 데이터, 소프트웨어 또는 기타 지적 재산권에 대한 어떠한 허가나 라이선스 또는 권한도 명시적 또는 묵시적으로 부여되지 않습니다.

IBM은 본 발행물의 사용이 IBM의 이익을 해친다고 판단되거나 위에서 언급된 지시사항이 준수되지 않는다고 판단하는 경우 언제든지 이 사이트에서 부여한 허가를 철회할 수 있습니다.

귀하는 미국 수출법 및 관련 규정을 포함하여 모든 적용 가능한 법률 및 규정을 철저히 준수하는 경우에만 본 정보를 다운로드, 송신 또는 재송신할 수 있습니다.

IBM은 이 책의 내용과 관련하여 아무런 보장을 하지 않습니다. 타인의 권리 침해, 상품성 및 특정 목적에의 적합성에 대한 묵시적 보증을 포함하여 (단 이에 한하지 않음) 묵시적이든 명시적이든 어떠한 종류의 보증 없이 현 상태대로 제공합니다.

개인정보 보호정책 고려사항

SaaS(Software as a Service) 솔루션을 포함한 IBM 소프트웨어 제품(이하 "소프트웨어 오픈링")은 제품 사용 정보를 수집하거나 일반 사용자의 사용 경험을 개선하거나 일반 사용자와의 상호 작용을 조정하거나 그 외의 용도로 쿠키나 기타 다른 기술을 사용할 수 있습니다. 쿠키는 웹 사이트가 사용자 브라우저에 모낼 수 있는 데이터 조각이며 이는 사용자 컴퓨터를 식별하는 태그로 사용자 컴퓨터에 저장될 수 있습니다. 대부분의 경우, 개인 정보는 이 쿠키에 의해 수집되지 않습니다. 사용하려는 소프트웨어 오픈링에서 쿠키 및 기타 기술을 통해 개인 정보를 수집할 수 있는 경우 우리는 해당 사항에 대한 정보를 아래에 표시합니다.

이 소프트웨어 오픈링은 배치된 구성에 따라 세션 관리, 사용자 편리성 개선, 기타 사용량의 추적이나 기능적인 용도로 각 사용자의 이름과 개인 정보를 수집하는 세션 및 지속적 쿠키를 사용할 수 있습니다. 쿠키를 사용하지 못하도록 할 수 있지만 이 경우 쿠키를 통해 사용 가능한 기능도 제거됩니다.

전세계 여러 국가에서는 쿠키 및 기타 기술을 통한 개인 정보 수집을 규제합니다. 이 소프트웨어 오픈링에 대해 배포된 구성이 쿠키 및 기타 기술을 통해 일반 사용자로부터 개인 정보를 수집할 수 있는 기능을 고객인 사용자에게 제공하는 경우, 적절한 위치에서 일반 사용자에게 해당 내용을 알리고 동의를 구해야 할 뿐 아니라 데이터 수집 등에 적용 가능한 법률에 대해 자체의 법률 자문을 구해야 합니다.

고객은 (1) 웹 사이트 이용 약관(예: 개인정보 보호정책)에 관한 명확하고 눈에 잘 띄는 링크(IBM과 고객 각각의 정보 수집 및 이용 규정에 관한 링크 포함)를 제공하고 (2) 고객 대신 IBM이 방문자의 컴퓨터에 관련 기술의 용도에 대한 설명과 함께 쿠키와 GIF/웹 비콘을 배치한다고 알리며 (3) 법률에서 요구하는 경우, 고객이나 IBM이 웹 사이트 방문자의 디바이스에 쿠키와 GIF/웹 비콘을 배치하기 전에 웹 사이트 방문자의 동의를 요청해야 합니다.

이러한 목적의 쿠키를 포함한 다양한 기술의 사용에 대한 자세한 정보는 "쿠키, 웹 비콘 및 기타 기술"의 IBM 온라인 개인정보 보호정책(<http://www.ibm.com/privacy/details/kr/ko>) 부분을 참조하십시오.

