

*IBM Product Recommendations* 문서



# 목차

<b>IBM Product Recommendations 문서</b> .....	<b>1</b>
<b>IBM Digital Product Recommendations 사용자 안내서</b> .....	<b>2</b>
IBM Digital Recommendations 개요.....	2
Product Recommendations의 주요 기능.....	2
시스템 요구사항.....	4
사용자 안내서 개요.....	4
Digital Recommendations 액세스.....	5
사용자 그룹 권한.....	5
Product Recommendations 구성을 위한 워크플로우.....	5
오퍼.....	6
오퍼 작성.....	7
사용할 규칙 인터페이스 결정.....	9
대상 식별.....	9
대상 제외 식별.....	9
속성 오퍼를 위한 대상 ID 생성 구성.....	9
제품 교차 판매 알고리즘 결정.....	10
권장사항에 대한 제품 순위 지정.....	11
가상 카테고리.....	12
데이터 분석 기간 결정.....	12
전달 옵션 결정.....	13
업데이트 빈도.....	13
권장사항 대체 사용.....	13
대상 목록 미리보기.....	14
이메일 알림 사용.....	14
오퍼 활성화.....	14
권장사항에 대한 추가 최상위 판매자 추가.....	14
여러 카테고리에서 항목에 대한 권장사항 생성.....	15
특정 오퍼의 변경 기록 보기.....	16
오퍼의 결과 미리보기.....	16
구성 매개변수에 대한 변경사항 추적.....	16
오퍼 및 오퍼 구성에 대한 변경사항 추적.....	16
특정 오퍼의 변경 기록 보기.....	16
속성에 대한 변경사항 추적.....	17
추가 설정에 대한 변경사항 추적.....	17
권장사항 미리보기.....	17
특정 항목에 대한 권장사항 미리보기.....	18
항목의 샘플 세트에 대한 권장사항 미리보기.....	18
새 오퍼 또는 수정된 오퍼에 대한 권장사항 미리보기.....	19
표를 사용하여 미리보기.....	19
구역에서 이미지로 미리보기.....	20
미리보기에 표시할 속성 선택.....	20
새 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용.....	20
개별 규칙 그룹 정의.....	21
공유 규칙 그룹 정의.....	22
개별 규칙 그룹을 공유 규칙 그룹으로 변환.....	22
공유 규칙 그룹을 개별 규칙 그룹으로 복사.....	22
규칙 작성.....	23
프로모션.....	25
항목 강조.....	29

항목 강조 해제.....	31
항목 제외.....	35
항목을 블랙리스트로 지정.....	37
예제 비즈니스 규칙.....	38
오퍼에 대한 규칙의 영향 보기.....	40
규칙 변형 테스트.....	42
구성 변경 공개.....	42
새 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 대한 비즈니스 규칙 정책 구성.....	43
속성 및 추가 설정에 대한 필드 정의.....	44
규칙에서 더 이상 사용되지 않는 카테고리의 영향.....	46
레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용.....	46
노드의 개념.....	47
개별 규칙 그룹 정의.....	48
규칙 작성.....	48
규칙 대상.....	49
규칙 클래스 및 규칙 유형.....	49
세트의 일부인 항목 권장.....	54
항목을 블랙리스트로 지정.....	55
제품의 비즈니스 규칙 예제.....	56
오퍼에 대한 규칙의 영향 보기.....	58
구성 변경 공개.....	58
레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 대한 비즈니스 규칙 정책 구성.....	59
속성 및 추가 설정에 대한 필드 정의.....	60
권장사항 계획.....	61
단일 단계 권장사항 계획 작성.....	62
권장사항 계획에 단계 및 개인화 추가.....	62
대상 선택을 위한 비즈니스 케이스.....	63
다중 대상을 사용하도록 권장사항 계획의 단계 구성.....	64
대체 처리.....	66
검색어 권장사항 계획 우수 사례.....	66
사이트 구역 구성.....	67
권장사항 계획이 유효한 경우에만 표시되는 구역 작성.....	67
제품 권장사항 개인화.....	68
제품을 세그먼트에 지정하여 개인화.....	69
디바이스에서 쿠키 데이터를 동기화하여 개인화.....	70
테스트 권장사항 및 규칙 출력 테스트.....	72
테스트 권장사항.....	73
비즈니스 규칙의 결과 문제 해결.....	73
너무 적은 권장사항 문제 해결.....	74
시스템 개요 대시보드.....	74
구역, 오퍼 및 권장사항 계획의 목록 보기.....	74
여러 오퍼에서 사용되는 알고리즘 비교.....	75
활성 또는 비활성 구역 식별.....	75
권장사항 수 식별.....	75
이미지 권장사항 템플릿에 대한 권장사항 수 식별.....	76
하나 이상의 A/B 테스트의 매개변수 식별 또는 비교.....	76
비활성 권장사항 계획 및 구역 식별.....	76
오퍼가 사용된 모든 인스턴스 식별.....	76
권장사항 계획이 사용된 모든 인스턴스 식별.....	76
A/B 테스트로 대체되는 권장사항 계획 식별.....	77
보고서.....	77
제품 구역 성과 보고서.....	77
A/B 테스트 성과 보고서.....	78
간접 귀속 보고서.....	78
보고서 옵션 선택.....	80
보고서 저장.....	80
비교 기간 선택.....	81
제품 권장사항에 대한 보고 메트릭의 용어집.....	81

성과 대시보드.....	82
대시보드 보기.....	83
표준 대시보드.....	83
대시보드 작성.....	83
제품 구역 성과 대시보드 모듈.....	84
A/B 테스트 대시보드 모듈.....	84
KPI 스파크 대시보드 모듈.....	84
제품 사이트 성과 대시보드 모듈.....	85
대시보드 공유.....	85
제품 권장사항에 대한 보고 메트릭의 용어집.....	86
워크북.....	87
워크북 작성.....	87
워크북 공유.....	88
자주 사용하는 대시보드 또는 보고서 보기.....	88
반복 다운로드를 위해 대시보드 또는 보고서 세트 그룹화.....	88
빠른 로드를 위한 워크북 구성.....	89
모든 워크북 탭 닫기.....	89
A/B 테스트(A/B testing).....	89
A/B 테스트 작성.....	90
오퍼 비교.....	90
권장사항 비교.....	91
구역 헤더 텍스트 테스트.....	91
권장사항 수 테스트.....	91
구역 배치 테스트.....	92
A/B 테스트 비활성화.....	92
A/B 테스트 결과 측정.....	93
이미지 권장사항.....	93
이미지 권장사항 작업 방법.....	93
데이터 업로드에 필수 데이터 추가.....	94
디자인 요구사항 결정.....	94
오퍼 작성 또는 식별.....	94
이미지 권장사항 구성.....	94
추가 컨택 정보.....	98
지원.....	100
용어집.....	100

## **IBM Digital Product Recommendations 구성 안내서..... 105**

구성 안내서 개요.....	105
구성 안내서 가정.....	105
최신 eLuminate.js 파일 사용.....	105
동적 권장사항 배포.....	105
권장사항 요청 함수.....	106
구역 채우기 함수.....	108
라이브러리 및 함수 호출 배치.....	112
검색어 기반 권장사항을 표시하기 위한 특별한 고려사항.....	113
콘솔 로그 메시지 사용 안함으로 설정.....	113
콘솔 로그 메시지 사용으로 설정.....	113
샘플 페이지 소스.....	114
제품 권장사항을 위한 IBM 호스트 라이브러리 샘플.....	114
샘플 구역 채우기 함수.....	114
스타일시트 샘플.....	115
플랫 파일 권장사항 배포.....	116
플랫 파일과 동적 권장사항 결합.....	117
Product Recommendations 파일의 테이블 형식.....	117
직렬 형식의 제품 권장사항 파일.....	120
제품 권장사항 파일에 대한 이름 지정 규칙.....	121
플랫 파일의 테이블 또는 직렬 형식 선택.....	121

플랫 파일 헤더 표시 안함.....	122
연관관계 점수 또는 순위를 기준으로 플랫 파일 정렬.....	122
기본 구분 기호 대체.....	122
SFTP 내보내기 위치 구성.....	122
사이트에 플랫 파일 권장사항 표시.....	123
ECDF 및 EPCMF 데이터 파일.....	123
ECDF.....	123
EPCMF.....	124
Product Recommendations에서 비즈니스 규칙에 ECDF 및 EPCMF를 사용하도록 설정.....	127
카탈로그 변경 시 수행할 작업.....	128
입력 데이터 파일 업로드.....	130
제품과 카테고리 데이터를 Current® 상태로 유지.....	131
데이터 파일 업데이트 빈도 판별.....	131
속성 변경.....	132
SFTP 내보내기 위치 구성.....	132
백엔드 시스템에 대한 데이터 요청 줄이기.....	132
데이터 파일 프로세스 요약 매트릭스.....	132
오피 처리, 속성 및 연관관계 가중치 구성.....	133
세션 데이터의 시간 기반 가중치 구성.....	133
구매에서 구매로 데이터에 대한 시간 기반 가중치 구성.....	133
콜 센터 및 이메일 캠페인의 출력 형식 지정.....	134
구성 변경 공개.....	134
교차 판매 상위 카테고리 선택.....	134
교차 판매 성과 추적.....	135
가상 카테고리 사용.....	135
제품 권장사항 쿠키.....	137
쿠키 개수 관리.....	137
쿠키 크기 관리.....	137
REST API.....	138
REST API에 전송할 HTTP 요청 구성.....	138
REST API로부터의 목록 표시.....	139
REST API 오류 코드.....	140
LIVEmail에 Digital Recommendations 사용.....	141
응답 시간 및 성과.....	142
관리.....	142
자주 질문되는 내용(FAQ).....	144
프로젝트 개요.....	154
프로젝트 준비.....	156
동적 권장사항 구현.....	157
추가 컨택 정보.....	158
지원.....	159
용어집.....	159
상표.....	165
제품 문서의 이용 약관.....	165
개인정보 보호정책 고려사항.....	166



# IBM Product Recommendations 문서

IBM® Product Recommendations 문서를 시작합니다. 이 문서에서는 IBM Product Recommendations를 관리 및 사용하는 방법에 대한 정보를 찾을 수 있습니다.

## 시작하기

[2 페이지의 『IBM Digital Recommendations 개요』](#)

IBM Digital Recommendations는 IBM Product Recommendations와 IBM Content Recommendations에 대한 솔루션입니다.

[제품에 관한 법적 주의사항](#)

[5 페이지의 『Product Recommendations 구성을 위한 워크플로우』](#)

다음 워크플로우에 따라 제품 판매에 사용되는 웹 사이트의 IBM Digital Recommendations를 구성하십시오.

[82 페이지의 『성과 대시보드』](#)

특정 데이터를 보도록 대시보드를 사용자 정의할 수 있습니다. 대시보드는 Digital Recommendations 보고서의 요약を提供합니다.

## 공통 작업

[6 페이지의 『오피』](#)

제품 권장사항을 생성하는 데 사용할 수 있는 오피의 유형을 이해하십시오.

[20 페이지의 『새 규칙 인터페이스를 사용하여 오피에 비즈니스 규칙 적용』](#)

제품을 포함, 제외, 프로모션, 강조 또는 강조 해제하기 위해 오피를 세부 조정해야 하는 경우 비즈니스 규칙을 사용하십시오.

[61 페이지의 『권장사항 계획』](#)

권장사항 계획을 사용하여 권장사항을 생성하는 데 사용할 대상, 사용할 오피 및 구역의 배너에 표시할 머리글 텍스트를 정의하십시오.

[67 페이지의 『사이트 구역 구성』](#)

구역은 Digital Recommendations의 동적 권장사항을 통해 방문자의 브라우저에 의해 권장사항이 렌더링되는 웹 페이지의 위치를 말합니다.

[77 페이지의 『보고서』](#)

보고서는 권장사항의 성과에 대한 정보를 제공합니다.

[89 페이지의 『A/B 테스트\(A/B testing\)』](#)

Digital Recommendations에는 사이트 성과에 대한 다양한 Digital Recommendations 설정의 영향을 판별하기 위해 A, B, C 및 D 분할 테스트를 실행하도록 디자인된 A/B 테스트 기능이 포함됩니다.

[94 페이지의 『이미지 권장사항 구성』](#)

이미지 권장사항을 구성합니다.

## 웹 사이트 및 데이터 파일 구성

[106 페이지의 『권장사항 요청 함수』](#)

권장사항 요청 함수를 사용하여 권장사항 요청 호출을 작성할 수 있습니다.

[108 페이지의 『cmDisplayRecs 함수』](#)

페이지에서 모든 권장사항 요청 함수 다음에 cmDisplayRecs 함수를 배치합니다.

[108 페이지의 『구역 채우기 함수』](#)

구역 채우기 함수는 웹 사이트 개발자가 웹 사이트에 코드로 작성하는 JavaScript 함수입니다.

[123 페이지의 『ECDF 및 EPCMF 데이터 파일』](#)

규칙이 기반으로 하는 데이터는 ECDF(Enterprise Category Definition File) 및 EPCMF(Enterprise Product Content Mapping File)를 사용하여 제공됩니다. 이 파일은 플랫 파일과 동적 구현 모두에 대해 필수입니다.

[138 페이지의 『REST API』](#)

이 API를 사용하여 권장사항 데이터를 JSON 오브젝트로 검색합니다.

[137 페이지의 『제품 권장사항 쿠키』](#)

Digital Recommendations는 두 개의 쿠키 즉, 세션 쿠키와 영구적 첫 파티 쿠키에 의존합니다.

# IBM Digital Product Recommendations 사용자 안내서

## IBM Digital Recommendations 개요

IBM Digital Recommendations는 IBM Product Recommendations와 IBM Content Recommendations에 대한 솔루션입니다.

IBM Product Recommendations는 사이트 분석, 사용자 동작, '대중의 지혜' 알고리즘, 제품 속성 규칙을 사용하여 방문자에게 관련성 높은 제품 제안을 생성합니다. 이러한 제안은 배터리, 메모리 카드, 휴대용 케이스 등의 주요 부대용품을 제안하여 필요한 물품을 갖추게 함으로써 고객 경험을 향상시킬 수 있습니다. 또한 웹 사이트 판매의 평균 주문액을 늘릴 수 있습니다.

IBM Content Recommendations는 사이트 분석 및 콘텐츠 규칙을 사용하여 PDF 백서, 토론 포럼에 대한 링크, 레시피, 직무 지원 등의 기타 정보 자산을 제안할 수 있습니다. 이러한 제안을 통해 방문자가 더 오래 체류하게 하고 그들의 관심을 끌어들일 수 있습니다.

### Product Recommendations의 주요 기능

Product Recommendations의 가장 유용한 기능을 이해하여 구현을 계획하십시오.

표 1: Product Recommendations의 주요 기능		
기능	설명	참조
시스템 개요 대시보드	이 기능은 권장사항 전략의 모든 측면을 확인하고 구성 변경사항을 작성하기 위해 적절한 분할창으로 빠르게 이동하는 쉬운 방법을 제공합니다.	74 페이지의 <a href="#">『시스템 개요 대시보드』</a>
복수 권장사항 유형	다음 중에서 선택: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 기반 권장사항</li> <li>• 카테고리 기반 권장사항</li> <li>• 검색어 기반 권장사항</li> </ul>	6 페이지의 <a href="#">『오퍼』</a>
비즈니스 규칙	Digital Recommendations는 권장사항 출력을 추가로 제한하는 규칙을 작성 및 관리하기 위한 사용자 인터페이스를 제공합니다. Digital Recommendations는 제외, 강조 해제 및 프로모션 규칙을 지원합니다. 비즈니스 규칙 인터페이스를 사용하여 복잡한 고급 규칙을 시각적으로 빌드할 수 있습니다.	20 페이지의 <a href="#">『새 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』</a> 46 페이지의 <a href="#">『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』</a>
대체 권장사항	동작 기반 알고리즘은 알고리즘이 아직 적용되지 않은 제품에 대해 권장사항을 생성할 수 없습니다. 새 제품이 사이트에 도입될 때 기본 및 필수 권장사항 세트를 제공하는 메커니즘이 필요합니다. 이 프로세스를 관리하기 위해 Digital Recommendations는 대체 권장사항 프로세스를 제공합니다.	61 페이지의 <a href="#">『권장사항 계획』</a>

표 1: Product Recommendations의 주요 기능 (계속)

기능	설명	참조
이미지 기반 권장사항	이미지 기반 권장사항은 권장사항을 제품 이름 등의 속성 값이 있는 HTML 이미지로 전달합니다. 각 이미지는 해당 권장 항목에 대해 사용자 웹 사이트에서 제품 페이지에 대한 링크를 제공합니다. 이미지 기반 권장사항에 대한 기본 사용은 이메일 캠페인을 이용한 것입니다. 이 유형의 권장사항은 이메일 메시지의 항목을 대상으로 하고 이메일 수신인이 메시지를 열 때 권장 항목 목록을 생성합니다.	93 페이지의 <a href="#">『이미지 권장사항』</a> IBM Digital Recommendations 구성 안내서에서 LIVEMail에 Digital Recommendations 사용
개별 방문자 개인화	Digital Recommendations는 기록 및 세션 내 데이터를 기반으로 개별 방문자 프로파일을 빌드하여 각 쇼핑객에게 고유한 권장사항 세트를 자동으로 표시합니다. 익명의 방문자도 Digital Recommendations의 증명된 대중의 지혜 기반 알고리즘을 기반으로 매우 관련성 있는 권장사항을 수신할 수 있습니다.	61 페이지의 <a href="#">『권장사항 계획』</a>
여러 디바이스 간에 개인화 데이터 동기화	Digital Recommendations는 방문자 컴퓨터 또는 기타 디바이스의 쿠키 데이터를 해당 등록 ID에 연관시킬 수 있습니다. 이 프로세스는 개인화에 사용할 여러 디바이스의 쿠키 데이터를 캡처할 수 있습니다.	IBM Digital Recommendations 구성 안내서의 제품 권장사항 쿠키
A/B 테스트(A/B testing)	Digital Recommendations에는 수익 및 전환에 대한 여러 Digital Recommendations 설정의 영향을 판별하기 위해 A, B, C 및 D 분할 테스트를 실행하도록 디자인된 A/B 테스트 기능이 포함됩니다. 또한 Digital Recommendations A/B 테스트를 사용하여 대체 알고리즘 연관관계 가중치, 비즈니스 규칙, 사이트 구역 위치(폴더 위 또는 아래)와 특정 구역에 전달된 권장사항 수를 테스트할 수도 있습니다.	89 페이지의 <a href="#">『A/B 테스트(A/B testing)』</a>
미리보기	오피에 지정 및 적용된 알고리즘 및 규칙 로직을 검토하여 권장사항을 세부 조정하거나 문제를 해결하는데 도움이 될 수 있습니다.	17 페이지의 <a href="#">『권장사항 미리보기』</a>

표 1: Product Recommendations의 주요 기능 (계속)		
기능	설명	참조
보고서	보고서 메뉴에는 두 개의 보고서(구역 성과 및 A/B 테스트 성과 보고서)를 사용할 수 있습니다. 구역 성과 보고서는 카테고리별 제품 보고서의 필터링된 버전이며 교차 판매 상위 및 하위 카테고리의 성과를 표시합니다. A/B 테스트 성과 보고서는 Digital Recommendations의 A/B 테스트 도구에 구성된 활성 A/B 테스트에 대해 보고합니다.	77 페이지의 『보고서』
대시보드	대시보드는 활성 오피 및 A/B 테스트의 성과를 추적합니다.	82 페이지의 『성과 대시보드』
IBM WebSphere® Commerce와 통합	Digital Recommendations 버전 9 이상은 WebSphere Commerce 버전 7 FP2 이상과 밀접하게 통합되어 있습니다.	IBM WebSphere Commerce 문서
IBM Digital Analytics로 결과 추적	Digital Analytics를 사용하여 결과를 제공할 수 있습니다. <ul style="list-style-type: none"> <li>최상위 라인 요약 보고서</li> <li>제품 보고서</li> <li>제품 보고서 카테고리 추세</li> <li>제품 줌</li> <li>보고서 세그먼트</li> </ul>	IBM Digital Analytics 문서
IBM Digital Analytics Explore로 결과 추적	탐색기는 Digital Recommendations 성과를 분석하는 데 사용할 수 있는 사용자 정의 보고서를 제공합니다.	IBM Digital Analytics Explore 문서
IBM Interact와 통합	카테고리 상위 판매자 권장사항을 Digital Recommendations에서 IBM Interact로 전달할 수 있습니다.	IBM Interact 문서

## 시스템 요구사항

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

다음 시스템 요구사항을 유지합니다.

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

## 사용자 안내서 개요

IBM Product Recommendations 사용자 안내서는 매일 제품에 액세스하여 다음과 같은 작업을 수행하는 사용자를 위해 작성되었습니다.

- 대시보드 보기
- 보고서 보기
- 구역 성과 보기
- A/B 테스트 실행
- 권장사항 미리보기
- 오퍼 작성 및 편집
- 권장사항 계획 정의 및 변경
- 사이트 구역 정의 및 변경
- 이미지 기반 권장사항 정의

### 사용자 안내서 가징

IBM Digital Recommendations 사용자 안내서에서는 사용자가 플랫폼 파일과 동적 권장사항 중 어느 것을 사용하고 있는지 알고 있다고 가정합니다.

이에 대해 알지 못하는 경우에는 Digital Analytics 관리자 또는 Digital Analytics 고객 지원 센터에 문의하십시오. 98 페이지의 『추가 컨택 정보』의 내용을 참조하십시오.

자세한 정보는 IBM Product Recommendations [구성 안내서](#)를 참조하십시오.

## Digital Recommendations 액세스

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

IBM Digital Recommendations에 대해 사용자 계정을 사용으로 설정한 경우, 다음 두 가지 방식으로 액세스할 수 있습니다.

- 이미 IBM Digital Analytics 애플리케이션에 로그인한 경우, 헤더 탐색 메뉴에서 **Recommendations** 제품을 클릭하십시오. 애플리케이션이 열리고 사용자가 자동으로 인증됩니다.
- 계정 설정 시에 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.

### 사용자 그룹 권한

관리자 액세스 권한이 있는 경우, 사용자 그룹 설정을 통해 Digital Recommendations에 대한 액세스 권한을 부여합니다. 특정 사용자 그룹에 지정되는 모든 사용자에 대해 Digital Recommendations를 사용으로 설정하려면 **관리 > 그룹 관리** 페이지로 이동하십시오. 사용자 그룹을 선택하고 **Digital Recommendations** 선택란을 선택하십시오. 이러한 변경사항을 저장한 후 해당 사용자 그룹의 모든 멤버가 직접 인증 또는 애플리케이션 토글을 사용하여 Digital Recommendations에 액세스할 수 있습니다.

## Product Recommendations 구성을 위한 워크플로우

다음 워크플로우에 따라 제품 판매에 사용되는 웹 사이트의 IBM Digital Recommendations를 구성하십시오.

1. 오퍼를 작성하십시오. Product Recommendations에서는 오퍼 설정을 사용하여 제품 권장사항 목록이 생성되는 방법을 판별합니다. 6 페이지의 『오퍼』의 내용을 참조하십시오.
2. 좀 더 구체적인 비즈니스 목적을 위해 생성된 권장사항을 개선할 수 있습니다. 예를 들어 재고에 없는 제품은 권장하지 않으려고 합니다. 또는 자주 판매되지 않는 제품을 제공하는 데 초점을 둘 수 있도록 이미 웹 사이트에서 가장 많이 판매되는 제품은 제공하지 않으려고 합니다. 오퍼에 대해 이러한 사항을 개선하기 위해 비즈니스 규칙을 작성할 수 있습니다. 46 페이지의 『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』 또는 20 페이지의 『새 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』의 내용을 참조하십시오.
3. 권장사항 계획을 작성하십시오. Product Recommendations는 권장사항 계획 설정을 사용하여 대상 제품이 선택되는 방법을 식별합니다. 대상 제품은 권장사항의 기준이 되는 항목입니다. 예를 들어, 등산화에 대한 세

부사항 페이지에서 보온 양말을 권장하려는 경우 등산화는 대상이고 보온 양말은 권장사항입니다. [61 페이지의 『권장사항 계획』](#)의 내용을 참조하십시오.

4. 권장사항이 표시되는 웹 사이트의 위치를 식별하십시오. 다음은 일반적인 구역 예입니다.

- 제품 세부사항 페이지 왼쪽
- 장바구니 페이지 맨 아래
- 체크아웃 페이지 오른쪽

[67 페이지의 『사이트 구역 구성』](#)의 내용을 참조하십시오.

5. 대상에 대해 생성되는 권장사항을 보십시오. 이러한 권장사항은 오퍼, 비즈니스 규칙, 권장사항 계획 또는 구역에 변경사항이 필요한지 여부를 판별하는 데 도움이 됩니다. [72 페이지의 『테스트 권장사항 및 규칙 출력 테스트』](#)의 내용을 참조하십시오.

6. 대상 및 권장사항에 만족한 경우 오퍼를 활성화할 수 있습니다. [14 페이지의 『오퍼 활성화』](#)의 내용을 참조하십시오.

7. Product Recommendations가 사이트 성과에 미치는 영향을 보려면 보고서를 보십시오. [77 페이지의 『보고서』](#)의 내용을 참조하십시오.

8. 보고서 정보를 해석하는 데 도움을 받거나 보고서에서 특정 정보를 추출하려면 표준 대시보드를 보거나 사용자 정의 대시보드를 작성하십시오. [82 페이지의 『성과 대시보드』](#)의 내용을 참조하십시오.

9. 구성 구성요소 및 해당 관계의 요약은 보려면 시스템 개요 대시보드를 여십시오. 시스템 개요 대시보드에서 구성 구성요소를 변경할 수도 있습니다. [74 페이지의 『시스템 개요 대시보드』](#).

**참고:** 또한 사용자 설정이 이들을 지원하도록 구성되는 경우 이메일 메시지에 사용될 제품 이미지 목록을 생성하는 이미지 기본 권장사항을 작성할 수 있습니다. [94 페이지의 『이미지 권장사항 구성』](#)의 내용을 참조하십시오.

## 오퍼

제품 권장사항을 생성하는 데 사용할 수 있는 오퍼의 유형을 이해하십시오.

오퍼는 제품 권장사항을 생성하는 일련의 매개변수입니다. 여기에는 제품 권장사항을 생성하는 제품(대상)을 식별하고 이러한 권장사항의 생성 방법을 식별하는 모든 매개변수가 포함됩니다. 각 대상의 권장사항을 개별적으로 생성할 수 있습니다. 제품 카테고리를 기반으로 권장사항을 생성할 수 있습니다. 검색 결과를 기반으로 권장사항을 생성할 수 있습니다.

오퍼를 사용하여 구현할 수 있는 주요 기능은 다음과 같습니다.

표 2: 오퍼 유형

기능	설명	참조
제품 교차 판매 오퍼	이 오퍼는 가장 일반적으로 사용되는 오퍼 유형입니다. 이를 사용하여 대상 제품의 개별 제품 ID를 기반으로 제품을 권장할 수 있습니다. 이 오퍼 유형을 사용하면 제품을 프로모션 및 제외하는 비즈니스 규칙을 매우 유연하게 작성할 수 있습니다. 연관관계 가중치로 권장사항 알고리즘을 사용자 정의할 수 있습니다. 연관관계 가중치는 제품 교차 판매 알고리즘에서 4가지 주요 데이터 요소의 가중치를 제어합니다. 이 기능을 사용하면 특정 범위의 고객 동작 패턴 및 제품 혼합을 처리하도록 알고리즘을 조정할 수 있습니다. 또한 서로 다른 권장사항 스타일을 처리하도록 출력을 변경할 수도 있습니다.	7 페이지의 『오퍼 작성』 10 페이지의 『제품 교차 판매 알고리즘 결정』
사이트 카테고리 오퍼	이 오퍼 유형은 대상 제품이 연관된 카테고리를 기반으로 하는 권장사항을 생성합니다. Category Definition File에 정의된 카테고리 또는 하위 카테고리를 사용할 수 있습니다. 전체 상위 판매자로 표시될 제품의 주요 카테고리를 지정할 수 있습니다.	7 페이지의 『오퍼 작성』 11 페이지의 『권장사항에 대한 제품 순위 지정』
EPR 카테고리 오퍼	이 오퍼 유형은 대상 제품이 연관된 카테고리를 기반으로 하는 권장사항을 생성합니다. 전자적 상품 보고서(EPR) 제품 파일에 정의된 카테고리 또는 하위 카테고리를 사용할 수 있습니다. 전체 상위 판매자로 표시될 제품의 주요 카테고리를 지정할 수 있습니다.	7 페이지의 『오퍼 작성』 11 페이지의 『권장사항에 대한 제품 순위 지정』
속성 오퍼	이 오퍼 유형은 속성 조합과 일치하는 최상위 판매 권장사항을 생성합니다. 속성 조합을 구성할 수 있습니다. 예를 들어 브랜드 A-소형의 최상위 판매 제품과 브랜드 A-대형의 최상위 판매 제품과 같은 각 브랜드-크기 조합의 권장사항을 생성할 수 있습니다.	7 페이지의 『오퍼 작성』 9 페이지의 『속성 오퍼를 위한 대상 ID 생성 구성』
검색 오퍼	이 오퍼는 페이지 보기 태그 및 검색 구문 매개변수에서 수집된 데이터에서 권장사항을 생성합니다. 세션 동안 구매자가 사용하는 검색 구문은 동일 세션 중에 보고 구매한 제품과 연관됩니다.	7 페이지의 『오퍼 작성』 24 페이지의 『검색어를 사용하여 대상 세트 식별』

## 오퍼 작성

제품 권장사항을 생성하는 데 사용되는 오퍼를 작성하십시오.

## 프로시저

1. **오퍼 동작**을 클릭하고 **새 오퍼 작성**을 선택하십시오.
2. 오퍼의 이름을 입력하십시오.
3. 오퍼 유형을 선택하십시오.
4. 각 오퍼 유형의 구성요소 구성에 대한 정보는 이 프로시저에 따라오는 목록에서 관련 개념을 참조하십시오.
5. 오퍼를 저장하십시오.
6. 권장사항에 부합하기 위한 규칙을 추가하십시오. 46 페이지의 『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』 또는 20 페이지의 『새 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』의 내용을 참조하십시오.

## 관련 개념

### 14 페이지의 『오퍼 활성화』

오퍼를 구성한 후 활성화합니다.

### 9 페이지의 『대상 식별』

대상 제품은 권장사항의 기초가 되는 제품입니다. Product Recommendations가 이러한 대상을 선택하는 방법을 식별합니다.

### 9 페이지의 『대상 제외 식별』

제품을 대상 목록에서 제외할 수 있습니다.

### 9 페이지의 『속성 오퍼를 위한 대상 ID 생성 구성』

대상 ID 생성을 사용하여 권장사항을 생성하기 위해 사용할 수 있는 속성을 지정할 수 있습니다.

### 10 페이지의 『제품 교차 판매 알고리즘 결정』

제품 교차 판매 알고리즘은 사용자 동작이 제품 권장사항에 고려되는 방식을 결정합니다.

### 11 페이지의 『권장사항에 대한 제품 순위 지정』

순위 지정 기능을 사용하여 여러 카테고리 중 하나에서의 순위에 따라 사이트 카테고리(CDF) 및 EPR 카테고리 오퍼에 대한 제품을 권장합니다.

### 12 페이지의 『가상 카테고리』

가상 카테고리를 사용하면 제품 판매가 원래 제품 카테고리를 사용하여 보고됩니다.

### 13 페이지의 『전달 옵션 결정』

권장사항을 생성하기 위해 데이터를 전달하는 방법과 해당 권장사항이 사이트에 전달되는 방법을 정의할 수 있습니다.

### 12 페이지의 『데이터 분석 기간 결정』

권장사항이 생성될 때 더 많거나 더 적은 데이터를 고려하도록 데이터 분석 기간을 변경할 수 있습니다.

### 13 페이지의 『업데이트 빈도』

동작 데이터 및 비즈니스 규칙으로 오퍼를 업데이트하는 빈도를 표시할 수 있습니다.

### 14 페이지의 『대상 목록 미리보기』

미리보기 대상 목록을 사용하여 미리보기 권장사항에 포함할 항목을 지정할 수 있습니다.

### 14 페이지의 『이메일 알림 사용』

오퍼가 업데이트될 때 알림을 받을 사용자를 식별할 수 있습니다.

### 46 페이지의 『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』

제품을 포함, 제외, 프로모션 또는 강조 해제하기 위해 오퍼가 세부 조정되어야 하는 경우 비즈니스 규칙을 사용하십시오.

### 17 페이지의 『권장사항 미리보기』

Digital Recommendations는 오퍼에 대해 배포된 권장사항을 살펴보는 미리보기 기능과 이에 대한 제어 기능을 제공합니다.

### 72 페이지의 『테스트 권장사항 및 규칙 출력 테스트』

규칙을 운용하기 전에 테스트하여 예기치 않은 결과를 피할 수 있습니다.

## 관련 태스크

### 9 페이지의 『사용할 규칙 인터페이스 결정』

오퍼를 작성하는 경우에는 규칙 인터페이스를 사용으로 설정할 수 있는 옵션이 있습니다.

### 13 페이지의 『권장사항 대체 사용』

오퍼에서 충분한 권장사항을 생성하지 않는 경우 추가 권장사항을 생성하기 위해 EPR 카테고리 오퍼를 지정할 수 있습니다.

## 사용할 규칙 인터페이스 결정

오퍼를 작성하는 경우에는 규칙 인터페이스를 사용으로 설정할 수 있는 옵션이 있습니다.

### 이 태스크 정보

이 인터페이스는 비즈니스 규칙 작성 작업을 단순화하는 끝어서 놓기 인터페이스입니다. 이 인터페이스에서는 규칙 작성을 위한 추가 옵션도 제공합니다. 새 오퍼를 작성할 경우 규칙 인터페이스를 사용하십시오.

### 관련 개념

#### 20 페이지의 『새 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』

제품을 포함, 제외, 프로모션, 강조 또는 강조 해제하기 위해 오퍼를 세부 조정해야 하는 경우 비즈니스 규칙을 사용하십시오.

#### 46 페이지의 『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』

제품을 포함, 제외, 프로모션 또는 강조 해제하기 위해 오퍼가 세부 조정되어야 하는 경우 비즈니스 규칙을 사용하십시오.

## 대상 식별

대상 제품은 권장사항의 기초가 되는 제품입니다. Product Recommendations가 이러한 대상을 선택하는 방법을 식별합니다.

제품 교차 판매 오퍼를 작성할 때는 먼저 Product Recommendations가 권장사항을 생성할 제품(대상)을 선택하는 방식을 정의합니다.

대상 식별 기능의 모든 옵션에 대해 제품이 활성화 상태여야 대상 또는 권장사항으로 표시될 수 있습니다.

활성 제품은 매일 또는 매주 업데이트 빈도의 오퍼에 대해 데이터 분석 기간 동안 5번 이상의 보기를 수신하는 제품입니다. 매달 업데이트 빈도의 오퍼의 경우, 제품이 활성화 상태로 인식되려면 10번 이상의 보기를 수신해야 합니다.

대부분의 조직은 **모든 활성 제품**을 선택하고 카테고리별 규칙을 빌드하여 부서별로 권장사항이 파생되는 방식을 관리합니다.

그러나 웹 사이트가 크고 여러 개의 부서가 있는 일부 조직은 각 부서의 요구에 맞게 범위 지정된 오퍼를 작성합니다. 이를 실행하면 특정 부서의 상품 담당자가 다른 부서와 관련된 요구, 설정, 규칙에 영향을 미치지 않고 해당 부서의 오퍼 및 규칙을 개별적으로 작성하고 관리할 수 있습니다.

**참고:** 이러한 설정은 권장되는 제품을 제한하지 않습니다. 대신 권장사항에 대한 대상으로 선택되는 제품을 식별합니다. 대상에 대해 생성되는 권장사항에 추가 제어 및 제한조건을 두려면 [46 페이지의 『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용』](#)의 내용을 참조하십시오.

## 대상 제외 식별

제품을 대상 목록에서 제외할 수 있습니다.

이 기능을 사용하여 제품 대상을 권장사항에서 제외할 수 있습니다.

Digital Recommendations는 이 목록에서 제품에 대한 권장사항을 생성하지 않습니다. 제품 교차 판매 오퍼의 경우, 여기에 지정하는 목록은 **대상 식별** 기능에 의해 생성되는 대상을 제한합니다.

## 속성 오퍼를 위한 대상 ID 생성 구성

대상 ID 생성을 사용하여 권장사항을 생성하기 위해 사용할 수 있는 속성을 지정할 수 있습니다.

속성 조합을 최대 6개 지정할 수 있습니다. 각 조합에는 하나의 EPR 카테고리 더하기 최대 5개의 기타 속성이거나 최대 6개의 속성을 포함할 수 있습니다.

다음은 몇 가지 예제입니다.

속성 조합	결과
브랜드	최상위 판매 브랜드 A 제품과 최상위 판매 브랜드 B 제품과 같이 제품 세트의 각 브랜드로부터 권장사항을 생성합니다.
카테고리 + 브랜드	다음과 같이 모든 카테고리 - 브랜드 조합에서 권장사항을 생성합니다. <ul style="list-style-type: none"> <li>• 최상위 판매 브랜드 A 코트</li> <li>• 최상위 판매 브랜드 B 신발</li> </ul>
카테고리 + 브랜드 + 색상	다음과 같이 사용한 각 색상에 대해 모든 카테고리 - 브랜드 조합에서 권장사항을 생성합니다. <ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 A 빨간색 코트</li> <li>• 브랜드 A 흰색 코트</li> <li>• 브랜드 B 갈색 신발</li> <li>• 브랜드 B 검은색 신발</li> </ul>
성별 + 브랜드	다음과 같이 성별 - 브랜드 조합에서 권장사항을 생성합니다. <ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 A 남성용</li> <li>• 브랜드 A 여성용</li> <li>• 브랜드 B 남성용</li> <li>• 브랜드 B 여성용</li> </ul>

## 제품 교차 판매 알고리즘 결정

제품 교차 판매 알고리즘은 사용자 동작이 제품 권장사항에 고려되는 방식을 결정합니다.

제품 교차 판매 알고리즘을 사용하여 사용자 동작이 제품 권장사항에 고려되는 방식을 결정합니다.

Digital Recommendations는 3가지 사전 설정된 사용자 동작 알고리즘으로 구성됩니다. 이러한 알고리즘은 연관된 페이지 유형에 최적인 것으로 알려져 있습니다. 사전 설정된 알고리즘은 다음과 같습니다.

- 제품 페이지
- 장바구니 페이지
- 주문 확인 페이지

사전 설정된 알고리즘은 각각 다음 연관관계의 조합을 사용합니다.

### 보기 대 보기

방문자가 대상 제품을 보고 동일 세션에서 권장 제품을 보는 세션을 고려합니다. Digital Analytics 제품 보기 태그는 이 연관관계 유형에 대한 데이터를 제공합니다. 방문자는 구매하거나 장바구니에 추가하기보다 제품을 보는 경우가 더 많으므로 보기 대 보기가 대부분의 데이터를 제공합니다.

**참고:** 볼륨이 적은 제품에 대한 권장사항의 기반 데이터가 있도록 이 연관관계를 1 미만의 값으로 설정하지 마십시오.

### 보기 대 구매

방문자가 대상 제품을 보고 동일 세션에서 권장 제품을 구매하는 세션을 고려합니다.

### 구매 대 구매

방문자가 대상 제품을 구매하고 권장 제품도 구매하는 세션을 고려합니다. 구매 대 구매 연관관계는 데이터 분석 기간의 여러 세션 간에 계산됩니다.

**참고:** 이 연관관계 유형은 오퍼의 데이터 분석 기간 동안 교차 세션 데이터를 고려합니다. 예를 들어 방문자가 월요일에 MP3 플레이어를 구매하고 목요일에 다시 와서 고성능 헤드폰을 구매합니다. Digital Recommendations는 이 연관관계의 일부로 이러한 활동을 연관시킵니다.

### 포기 대 구매

방문자가 대상 제품을 포기하고 동일 세션에서 권장 제품을 구매하는 세션을 고려합니다.

**참고:** 볼륨이 적은 제품에 대한 권장사항의 기반 데이터가 Digital Recommendations에 있도록 이 연관관계를 1 미만의 값으로 설정하지 마십시오.

사전 설정된 연관관계를 사용하려면 연관관계 이름을 클릭하십시오. 연관관계를 선택한 후에 슬라이드 막대를 사용하여 이를 조정할 수 있습니다. 사전 설정된 연관관계로 설정을 복원하려면 연관관계 이름을 클릭하십시오.

### 제품 연관관계 수의 의미

개별 연관관계 점수에 대해 표시되는 실제 숫자 값은 그 자체로 볼 때는 실제 의미가 없습니다. 이 값은 다른 각 제품에 비교하거나 제품 간에 비교한 조건부 확률에 대응되는 숫자입니다.

예를 들어, 보기 대 보기 연관관계가 40으로 설정된 대상이 있고 보기 대 구매 연관관계가 10으로 설정된 경우 이는 Digital Recommendations가 권장할 제품을 결정할 때 보기 대 구매 동작보다 4배 더 자주 보기 대 보기 사용자 동작을 사용한다는 것을 의미합니다.

연관관계 가중치는 백분율이 아닙니다. 따라서 합계가 100이 되지 않아도 됩니다. 이 값은 달성하려는 결과의 컨텍스트에서 다른 연관관계 유형과 상대적으로 각 연관관계 유형의 중요성을 나타내기 위해 통계 모델에 제공하는 값입니다. 각 연관관계 유형을 1로 설정하는 것은 각 연관관계 유형을 100으로 설정하는 것과 결과가 동일합니다. 더 일반적으로 말하면 연관관계 유형에 제공하는 가중치는 모든 가중치가 결과에 균등하게 기여하지 않으므로 모두 동일하지 않습니다.

오피에 대한 권장사항 알고리즘의 기본 설정을 수정해야 하는 경우, 오피를 열고 **설정** 탭에서 **알고리즘 수정**을 클릭하십시오.

### 연관관계를 0으로 설정하지 않음

개별 연관관계 유형의 가중치를 0으로 설정하면 최종 제품 연관관계 지수의 계산에 대한 해당 영향이 최소화됩니다. 해당 연관관계를 기반으로 하는 권장사항은 다른 연관관계 유형에서의 데이터가 없는 경우에만 표시됩니다. 연관관계 가중치를 0으로 설정하는 것은 권장되지 않습니다. 최소한의 사이트 상호작용을 수신하는 제품은 권장사항의 기반이 되는 데이터를 가능한 한 많이 제공받을 수 있도록 각 연관관계 유형으로부터 최소한 얼마간의 데이터를 유지하는 것이 좋습니다.

## 권장사항에 대한 제품 순위 지정

순위 지정 기능을 사용하여 여러 카테고리 중 하나에서의 순위에 따라 사이트 카테고리(CDF) 및 EPR 카테고리 오피에 대한 제품을 권장합니다.

### 항목 수익

항목 판매에 의해 생성되는 총 수익을 기반으로 권장사항을 생성합니다.

### 판매된 수량

판매된 항목의 수를 기반으로 권장사항을 생성합니다.

### 보기 수

별개의 세션에서 항목을 본 횟수를 기반으로 권장사항을 생성합니다. 의미 있는 권장사항을 생성하기에 충분한 웹 사이트 구매 활동이 없는 경우 이 값을 사용하십시오. 예를 들어, 고객이 온라인에서 쇼핑을 하지만 구매는 오프라인에서 하는 경우입니다. 구매 활동보다는 보기 활동이 항상 더 많습니다.

### 사용자 정의

이러한 세 가지 메트릭을 모든 포함하는 계산을 기반으로 권장사항을 생성합니다. 이 순위 지정 방법을 선택할 때는 각 메트릭에 대해 **가중치**를 제공하여 상대적 중요성을 정의하십시오. 입력하는 세 가지 가중치 값의 합은 100%여야 합니다. Digital Recommendations는 상위 판매자 순위 지정 계산에서의 가중치를 다음과 같이 사용합니다. (항목 수익 \* 가중치) + (판매된 수량 \* 가중치) + (보기 수 \* 가중치)

### 최소값

권장사항의 순위가 이 최소값보다 작은 경우에는 권장사항이 포함되지 않습니다.

- 항목 수익을 기반으로 한 순위의 경우에는 최소 허용 수익 금액을 입력하십시오.
- 판매된 항목의 수량을 기반으로 한 순위의 경우에는 최소 수량을 입력하십시오.
- 사용자 정의 순위의 경우에는 각 메트릭에 대해 충족되어야 하는 최소값을 지정하십시오.

### 상위 % 권장 안 함

각각의 카테고리에 대해 Digital Recommendations는 최대 50개의 상위 판매 항목을 추적합니다. 이 기능은 가장 많이 판매되는 항목 중 상위 몇 퍼센트를 사용자가 지정하여 이 권장사항에서 제거합니다. 예를 들어, 데

이더 분석 기간 동안 각 카테고리에서 50개 이상의 항목이 판매된 경우 각 카테고리에 대한 초기 권장사항 세트에는 최대 50개 항목이 있습니다. 이 설정이 10%로 설정되면 상위 5개 항목이 각 카테고리에서 제거됩니다. 많은 조직에서는 최상위 판매 항목은 상품 배치와 관계없이 잘 팔릴 것이라고 생각합니다. 최상위 판매자를 제거하면 항목이 카테고리 권장사항으로 표시되지 않은 경우에 방문자가 찾지 못했을 수 있는 이들 항목을 더 나은 위치로 이동할 수 있습니다.

### 전체 최상위 판매자 사용

이 설정을 사용하여 홈 페이지, 검색 결과 없음 페이지 또는 비어 있는 장바구니 페이지와 같은 페이지를 구성합니다. 전체 최상위 판매 항목만 렌더링할 때는 대부분의 제품이 하나의 지배적인 사이트 카테고리에 있게 되며 이는 최적이 아닙니다. 정의된 각 카테고리가 균등한 수의 권장사항을 수신하도록 최대 15개의 주요 제품 카테고리를 표시하게 지정할 수 있습니다. 전체 최상위 판매자를 사용하지 않으려는 경우 이 상자를 공백으로 두십시오.

- 텍스트 상자에 입력하는 카테고리 값은 EPR 또는 CDF 계층 구조에 해당하는 **카테고리 ID 값과 일치해야 합니다**. 카테고리 ID는 대문자로만 이름 지정합니다. 이 값을 결정하기 위해 ECDF 또는 CDF 파일에는 소스에 대한 참조가 있어야 합니다. 이 정보가 없는 경우, 지원을 위해 Digital Analytics에 연락하십시오.
- 기본적으로, 카테고리에 대한 권장사항은 카테고리가 이 입력 필드에 입력되는 순서대로 생성됩니다. 예를 들어 카테고리가 WOMENS, MENS, PETS, FISHING으로 입력되는 경우 첫 번째 권장사항은 WOMENS에서, 두 번째 권장사항은 MENS에서, 세 번째 권장사항은 PETS에서, 네 번째 권장사항은 FISHING에서, 다섯 번째 권장사항은 WOMENS에서, 여섯 번째 권장사항은 MENS에서 오는 방식이며 권장사항 번호는 최대 20까지 가능합니다. 홈 페이지 권장사항에 대한 후보 세트에서 최대 20개의 권장사항이 사용 가능합니다.
- 무작위로 권장사항을 생성하려면 cmRecRequest 함수에서 네 번째 매개변수로 "R"을 두어 방문자가 관심있는 다른 콘텐츠를 표시하십시오.

## 가상 카테고리

가상 카테고리를 사용하면 제품 판매가 원래 제품 카테고리를 사용하여 보고됩니다.

이 기능은 사이트 카테고리 오퍼에만 적용됩니다. 이를 사용하면 제품 판매가 가상 카테고리보다 원래 제품 카테고리를 사용하여 보고되도록 할 수 있습니다. 예를 들어 CDF 파일에 가상 카테고리 "sale"이 포함되고 "women's shoes"가 해당 카테고리 및 연관된 경우 **가상 카테고리** 필드에 "sale"이 나열됩니다. 이렇게 하면 속내화가 판매될 때 "sale" 가상 카테고리가 아닌 "women's shoes" 카테고리에 보고됩니다.

CDF에 정의되는 가상 카테고리만 선택하십시오.

최대 10개의 가상 카테고리를 입력하십시오(각각의 가상 카테고리 뒤에는 리턴 문자가 따릅니다).

웹 사이트에 10개 이상의 가상 카테고리가 있는 경우 사이트 카테고리 최고 판매자에 대해 충분히 판매량을 재분배할 수 있도록 제품 카테고리 보고서를 사용하여 총 매출액을 기준으로 상위 10개 가상 카테고리를 판별하십시오.

여러 가상 카테고리에 "Search", "Guided Search" 또는 "onsite Search"와 같은 동일한 용어가 있는 경우 와일드카드 매개변수를 사용하여 사용 가능한 10개 항목 중 하나와 함께 이 3개 예제 모두를 캡처하십시오. "%Search"는 가상 카테고리가 "Search"로 끝난다는 의미입니다. "%Search%"는 "Search"를 포함해야 합니다. "Search%"는 "Search"로 시작함을 의미합니다.

## 데이터 분석 기간 결정

권장사항이 생성될 때 더 많거나 더 적은 데이터를 고려하도록 데이터 분석 기간을 변경할 수 있습니다.

데이터 분석 기간이 길면 Digital Recommendations는 더 많은 데이터를 고려하여 일반적으로 더 많은 수의 대상에 대한 더 많은 수의 권장사항이 발생합니다. 데이터 분석 기간이 짧으면 구매자의 구매 선호도 변화와 계절성이 더 빠르게 반영됩니다. 검색 어구 기반의 브라우징 활동을 추적하기에 충분히 긴 데이터 분석 시간을 지정하십시오. 또한 가장 많은 수의 대상을 제공하는 최소 데이터 분석 기간을 선택할 수도 있습니다. 추가 도움은 Digital Recommendations 클라이언트 컨설턴트에 문의하십시오. 더 긴 데이터 분석 기간은 Digital Analytics에 의해 요청되고 시스템 설정으로 구성될 수 있습니다.

제품 교차 판매 오퍼의 경우:

- **세션 기반 값은 보기 대 보기, 보기 대 구매, 포기 대 구매** 동작을 처리할 데이터 일 수를 설정합니다.
- **등록 기반 값은 구매 대 구매** 연관관계를 처리할 데이터 일 수를 설정합니다.
- **등록 기반**은 데이터 축적에 더 많은 시간이 걸리므로 **세션 기반**의 데이터 분석 기간보다 더 길게 지정하십시오.

## 최적 기간 테스트

오피에 대한 최적 데이터 분석 기간을 결정하기 위해 서로 다른 기간을 대상으로 하는 오피를 테스트하십시오. 3개의 오피 내보내기를 작성할 수 있습니다. 7일에 대해 하나, 14일에 대해 하나 그리고 45일에 대해 하나를 설정하십시오. 파일 처리가 완료되면 SFTP 서버에서 해당 파일을 픽업하여 하드 디스크에 저장한 후 Excel로 여십시오. 각 파일에서 행 수를 세어 보십시오. 이 수를 사용자 웹 사이트에서 현재 판매에 사용 가능한 활성 대상의 알려진 총 수와 비교하십시오. 일반적으로, 가장 많은 수의 대상을 제공하는 최소의 데이터 분석 기간을 선택합니다.

## 전달 옵션 결정

권장사항을 생성하기 위해 데이터를 전달하는 방법과 해당 권장사항이 사이트에 전달되는 방법을 정의할 수 있습니다.

- **플랫 파일:** 플랫 파일로 권장사항 데이터를 수신하려면 이 옵션을 선택하십시오. 그리고 옵션을 지정하십시오.
  - **권장사항 수:** 각 대상에 대해 요청되는 권장사항의 수입니다. 여기에 지정된 수보다 적은 권장사항이 수신되면 데이터 분석 기간, 활성 대상 층, 사이트의 트래픽 볼륨과 같은 기타 설정이 요소가 될 수 있습니다. 너무 적은 권장사항이 발생하지 않도록 **권장사항 대체 사용**이 필요할 수도 있습니다.
  - **권장사항 대체 사용:** 카테고리 대체 권장사항을 사용합니다. Digital Recommendations가 **권장사항 수** 값을 달성하는 데 충분한 권장사항을 생성하지 않으면 대상의 정의된 EPR 카테고리에 있는 최상위 판매 항목을 사용하여 권장사항 목록을 완료합니다.
  - **내보내기 대상:** Digital Recommendations 오피에 대해 구성된 SFTP 대상입니다.
  - **파일 구분 기호:** 내보내기 파일에서 별개의 데이터 필드(열)를 구분하는 데 사용되는 문자입니다. 쉼표가 기본 필드 구분 기호이지만 필드 구분 기호로 사용할 다른 문자를 입력할 수도 있습니다. 탭으로 구분된 내보내기 파일을 작성하려면 \t를 입력하십시오.
  - **파일 형식:** 압축 파일(.zip) 또는 텍스트 파일(.txt) 형식을 선택하십시오.
- **사이트 구역:** 동적 권장사항에 대한 라이선스가 없으면 이 옵션을 사용할 수 없습니다. 사이트 구역에 사용할 수 있는 옵션은 다음과 같습니다.
  - **마스터 오피 파일 전송:** 오피에 대한 모든 권장사항이 포함된 마스터 오피 파일을 내보내기 대상으로 전송하려면 이 옵션을 사용하십시오. 마스터 오피 파일 전송은 권장사항 데이터를 수동으로 쉽게 조사할 수 있도록 정보용으로만 제공됩니다.
    - **내보내기 대상:** Digital Recommendations 오피에 대해 구성된 SFTP 대상입니다.
    - **파일 형식:** 사이트 구역의 경우 텍스트 파일(.txt) 형식만 사용 가능합니다.
- **대체 처리만:** 오피 및 규칙 대체 프로세스를 사용합니다. 대체 옵션을 제공하기 위한 오피를 작성하고 있고 EPR 카테고리 권장사항을 사이트에 표시할 의도가 없는 경우 이 옵션을 선택하십시오. EPR 카테고리 오피의 경우에만 이 옵션이 사용 가능합니다.

**참고:** 이 오피에 대해 새 비즈니스 규칙 인터페이스를 사용하도록 선택한 경우에는 **플랫 파일** 전달 옵션과 **마스터 오피 파일 전송** 옵션을 사용할 수 없습니다.

## 업데이트 빈도

동작 데이터 및 비즈니스 규칙으로 오피를 업데이트하는 빈도를 표시할 수 있습니다.

최신 권장사항이 이메일 오피에 포함될 수 있도록 하려면 이 빈도가 LIVEmail 애플리케이션에 피드된 이메일 오피와 일치해야 합니다.

웹 사이트에서 변경사항이 거의 없거나 트래픽이 낮은 경우를 제외하고는 빈도를 **매일**로 설정하십시오. 가격 또는 재고와 같이 비즈니스 규칙에 사용된 제품 정보가 매일 변경되는 경우 빈도를 **매일**로 설정하는 것이 중요합니다.

## 권장사항 대체 사용

오피에서 충분한 권장사항을 생성하지 않는 경우 추가 권장사항을 생성하기 위해 EPR 카테고리 오피를 지정할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

대체 오피를 선택한 경우 현재 오피에 지정한 규칙이 적용됩니다.

## 프로시저

1. **권장사항 대체 사용**을 클릭하십시오.

2. **대체 소스 오퍼**를 선택하십시오. 최상의 결과를 위해 **대체 소스 오퍼**에 EPR 카테고리 오퍼를 지정하십시오.

현재 오퍼에서 새 규칙 인터페이스를 사용하는 경우에는 역시 새 규칙 인터페이스를 사용하는 EPR 오퍼를 선택하십시오.

현재 오퍼에서 레거시 규칙 인터페이스를 사용하는 경우 레거시 규칙 인터페이스를 사용하는 EPR 오퍼를 선택하십시오.

## 대상 목록 미리보기

미리보기 대상 목록을 사용하여 미리보기 권장사항에 포함할 항목을 지정할 수 있습니다.

목록을 지정할 수도 있고 **상위 25개 대상 ID를 미리보기 대상으로 사용** 옵션을 설정하여 Digital Recommendations가 미리보기에서 사용할 대상 ID를 선택하게 할 수도 있습니다. 추가 정보는 [17 페이지의 『권장사항 미리보기』](#)의 내용을 참조하십시오.

## 이메일 알림 사용

오퍼가 업데이트될 때 알림을 받을 사용자를 식별할 수 있습니다.

오퍼 업데이트가 완료될 때 알림이 수신될 사용자 이메일 주소의 목록(쉼표로 구분된)을 입력하십시오. 사이트 구역에서 권장사항을 전달하는 경우 기본 동작 데이터 및 비즈니스 규칙 처리가 완료됩니다. 이 알림 후에 고객이 액세스할 오퍼를 준비하기 위한 프로세스가 실행됩니다. 이 액세스는 카탈로그 크기 및 오퍼 볼륨에 따라 15 - 60분이 추가로 소요될 수 있습니다.

## 오퍼 활성화

오퍼를 구성한 후 활성화합니다.

오퍼가 권장사항을 생성할 수 있으려면 먼저 이를 활성화해야 합니다.

**오퍼**를 클릭하여 오퍼 목록을 표시하십시오. 그리고 목록에서 오퍼 옆에 있는 초록색 단추를 클릭하여 활성화하십시오.

Digital Recommendations는 오퍼의 **오퍼 설정** 탭에 지정된 날의 이른 아침에 오퍼를 처리합니다. 예를 들어, 오퍼의 설정이 일요일에 실행되는 것이라면 처리는 현지 시간으로 일요일 이른 아침에 시작됩니다. Digital Recommendations 파일은 일반적으로 현지 시간으로 오전 8시까지 처리가 완료되지만 데이터 볼륨에 따라 시간이 더 걸릴 수도 있습니다.

해당 일자의 오전 5시에 권장사항을 꼭 수신해야 하는 경우 최종 기한을 맞추기 위해 Digital Recommendations 파일이 전날에 전달되도록 설정할 수 있습니다. 이 프로세스는 IT 팀과 상의하십시오.

**참고:** 하나의 EPR 카테고리 오퍼 및 하나의 사이트 카테고리 오퍼만 활성화할 수 있습니다.

## 권장사항에 대한 추가 최상위 판매자 추가

속성을 사용하여 여러 카테고리에 걸쳐 있는 제품의 그룹화를 나타낼 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

카테고리가 양초, 케익 토퍼 및 식탁보인 경우 다른 그룹화 개념(예: "휴일" 또는 "계절")도 사용할 수 있습니다. 이 예에서 생일 양초 권장사항에 양초 카테고리에서 가장 많이 판매되는 항목과 가장 많이 판매되는 생일 케이크 용 케이크 토퍼 및 생일 파티용 식탁보가 포함되도록 할 수 있습니다.

웹 사이트가 카테고리 이외에 두 번째 그룹화 또는 정렬 구조를 사용하고 구조적 요소를 기반으로 가장 많이 판매되는 항목을 최상위 판매자 권장사항 카테고리에 포함하려면 다음 단계를 완료하십시오.

**참고:** 이 프로시저는 EPR 카테고리 오퍼에만 적용됩니다.

## 프로시저

1. 개념을 나타내는 제품 속성을 작성하십시오(예: "휴가", "테마" 또는 "계절").

이 속성에 보유한 값이 카테고리과 정확히 일치해서는 안됩니다.

2. 각 제품에 적합한 값으로 열을 채우십시오. 다른 속성과 마찬가지로 세로 막대 문자(|)를 사용하여 여러 항목을 구분할 수 있습니다.  
 생일 양초 예를 계속하려면 테마라는 속성이 있다고 가정하십시오. 다음과 같이 속성을 설정할 수 있습니다.
  - 생일 양초: 테마 = 생일
  - 케이크 토퍼: 테마 = 생일|축제
  - 식탁보: 테마 = 생일|봄
3. 데이터를 업로드하십시오.
4. **관리 > 추가 필드**를 사용하여 새 필드를 맵핑하십시오.
5. EPR 카테고리 오퍼를 작성하거나 여십시오. **설정** 탭에서 **고급 옵션**을 클릭하십시오.
6. **속성별 최상위 판매자(선택사항)**로 이동하고 카테고리 오퍼에서 최상위 판매자로 처리될 카테고리 또는 속성 조합을 선택하십시오. 이전 예를 구현하는 경우 테마 속성을 추가합니다.
  - 단일 속성이 있는 행을 작성하는 경우 해당 속성에 대한 값이 있는 모든 제품이 최상위 판매자 알고리즘에서 고려됩니다.
  - 속성 조합이 있는 행을 작성하는 경우 이는 AND 조건입니다. 해당 행에 있는 모든 속성에 대한 값을 가지고 있는 제품만 고려됩니다.
  - 최대 4개의 조합을 작성할 수 있습니다.
7. **적용**을 클릭하십시오.

## 여러 카테고리에서 항목에 대한 권장사항 생성

여러 카테고리에 있는 항목을 각 대체 카테고리에서 최상위 판매자로 권장할 수 있으며 해당 대체 카테고리가 권장사항을 수신할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

IBM Digital Analytics는 카테고리 오퍼가 Enterprise Product Content Mapping File에서 제공되는 대체 카테고리에 대한 최상위 판매자를 권장하도록 할 수 있습니다.

이 설정을 사용 가능으로 설정하면 모든 대체 카테고리에 권장되는 최상위 판매자가 있습니다. Enterprise Product Content Mapping File에서 대체 카테고리 및 연관된 항목은 잠재적인 권장사항 후보입니다.

**참고:** 이 프로시저는 EPR 카테고리 오퍼에만 적용됩니다.

### 프로시저

1. "판매", "재고정리" 또는 "플러스 사이즈"와 같은 대체 카테고리를 나타내는 제품 속성을 작성하십시오.  
 대체 카테고리가 기존 카테고리 및 정확하게 일치하지 않는지 확인하십시오.
2. 각 제품에 적합한 값으로 열을 채우십시오. 다른 속성과 마찬가지로 여러 항목을 구분하려면 세로 막대 문자(|)를 사용하십시오(예: 판매|재고정리|플러스 사이즈).
3. 데이터를 업로드하십시오.
4. **관리 > 추가 필드**를 사용하여 새 필드를 맵핑하십시오.
5. EPR 카테고리 오퍼를 작성하거나 여십시오. **설정** 탭에서 **고급 옵션**을 클릭하십시오.
6. **속성별 최상위 판매자(선택사항)**로 이동하고 카테고리 오퍼에서 최상위 판매자로 처리될 카테고리 또는 속성 조합을 선택하십시오.
  - 단일 속성이 있는 행을 작성하는 경우 해당 속성에 대한 값이 있는 모든 제품이 최상위 판매자 알고리즘에서 고려됩니다.
  - 속성 조합이 있는 행을 작성하는 경우 이는 AND 조건입니다. 해당 행에 있는 모든 속성에 대한 값을 가지고 있는 제품만 고려됩니다.
  - 최대 4개의 조합을 작성할 수 있습니다.
7. **적용**을 클릭하십시오.

## 특정 오퍼의 변경 기록 보기

오퍼의 설정 및 규칙에 대해 작성된 모든 변경사항의 기록을 검토할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 오퍼를 클릭하십시오.
2. 기존 오퍼의 이름을 클릭하십시오.
3. 기본 페이지의 오른쪽 상단에 있는 **변경 기록**을 클릭하십시오. 오퍼 설정 및 규칙에 대해 작성된 모든 변경사항이 최근에 작성된 변경사항부터 창에 나열됩니다.
4. 변경사항에 대한 추가 세부사항을 검토하려면 목록에서 항목을 클릭하십시오. 변경된 특정 필드와 이전 및 신규 값이 창 하단에 표시됩니다.

## 오퍼의 결과 미리보기

규칙 통계 탭을 사용하여 오퍼에 의해 생성된 권장사항을 미리 볼 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

오퍼 및 오퍼 프로세스를 활성화한 후 규칙 통계를 보고 오퍼의 결과를 볼 수 있습니다. 규칙 통계는 문제점을 해결하고 규칙 프로세스를 향상하도록 도울 수 있습니다.

### 프로시저

1. 통계를 보려는 오퍼가 활성 상태인지 확인하십시오.
2. 결과를 미리보려는 오퍼를 여십시오.
3. **규칙 통계** 탭을 클릭하십시오.

## 구성 매개변수에 대한 변경사항 추적

오퍼 및 오퍼 구성에 대해 작성된 변경사항을 추적할 수 있습니다.

## 오퍼 및 오퍼 구성에 대한 변경사항 추적

오퍼, 속성 및 설정에 대해 작성되는 변경사항의 기록 목록을 검토할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. 측면 탐색에서 **변경 기록**을 클릭하십시오. 작성되는 모든 변경사항 목록이 최근 변경사항부터 페이지 상단에 표시됩니다.
3. 특정 변경사항에 대한 추가 세부사항을 검토하려면 해당 변경사항을 클릭하십시오. 변경되는 특정 필드와 해당 이전 및 신규 값이 페이지 하단의 변경 기록 보고서에 표시됩니다.
4. 보고되는 값을 제한하려면 **필터 기준** 목록을 사용하여 값을 선택하고 전체 또는 부분 항목 또는 사용자 이름을 입력한 후 **적용**을 클릭하십시오. 제공된 텍스트와 일치하는 항목만 보고서에 표시됩니다.

## 특정 오퍼의 변경 기록 보기

오퍼의 설정 및 규칙에 대해 작성된 모든 변경사항의 기록을 검토할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 오퍼를 클릭하십시오.
2. 기존 오퍼의 이름을 클릭하십시오.
3. 기본 페이지의 오른쪽 상단에 있는 **변경 기록**을 클릭하십시오. 오퍼 설정 및 규칙에 대해 작성된 모든 변경사항이 최근에 작성된 변경사항부터 창에 나열됩니다.
4. 변경사항에 대한 추가 세부사항을 검토하려면 목록에서 항목을 클릭하십시오. 변경된 특정 필드와 이전 및 신규 값이 창 하단에 표시됩니다.

## 속성에 대한 변경사항 추적

속성에 대해 작성된 변경사항의 기록 목록을 개별적으로 검토할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 관리를 클릭하십시오.
2. **오퍼 구성**을 클릭하십시오.
3. 제품 속성에 대해 작성된 변경사항을 보려면 **제품 오퍼 > 속성**을 선택하십시오.
4. 기본 페이지에서 **변경 기록**을 클릭하십시오.
5. 특정 변경사항에 대한 추가 세부사항을 검토하려면 해당 변경사항을 클릭하십시오. 변경된 특정 필드와 해당 이전 및 신규 값이 창 하단의 변경 기록 보고서에 표시됩니다.

## 추가 설정에 대한 변경사항 추적

오퍼의 추가 설정에 대해 작성된 변경사항의 기록 목록을 검토할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 관리를 클릭하십시오.
2. **오퍼 구성**을 클릭하십시오.
3. 제품-추가 설정에 대해 작성된 변경사항을 보려면 **제품 오퍼 > 추가 설정**을 선택하십시오.
4. 기본 페이지에서 **변경 기록**을 클릭하십시오.
5. 특정 변경사항에 대한 추가 세부사항을 검토하려면 해당 변경사항을 클릭하십시오. 변경된 특정 필드와 해당 이전 및 신규 값이 창 하단의 변경 기록 보고서에 표시됩니다.

## 권장사항 미리보기

Digital Recommendations는 오퍼에 대해 배포된 권장사항을 살펴보는 미리보기 기능과 이에 대한 제어 기능을 제공합니다.

미리보기를 사용하면 오퍼에 대해 정의된 매개변수를 기반으로 대상에 대한 후보 권장사항이 순위 지정되는 방식을 정확하게 알 수 있습니다. 미리보기는 연관관계 알고리즘 후에 권장사항이 적용되는 오퍼의 비즈니스 규칙을 기반으로 특정 후보가 제외, 프로모션 또는 강조 해제되는 방식을 보여줍니다. 미리보기에는 대체 권장사항이 되는 권장사항도 표시됩니다.

미리보기 기능을 사용하면 오퍼에 대해 지정된 규칙 및 로직의 영향에 대한 통찰력을 얻을 수 있습니다(특히 대상에 대한 권장사항이 기대에 미치지 못하는 경우). 또는 오퍼를 활성화하기 전에 오퍼를 테스트할 수 있습니다.

Digital Recommendations는 오퍼에 대한 권장사항의 미리보기를 위한 3가지 방법을 제공합니다.

- 지정된 대상
- 샘플링된 대상
- 사용자 정의

권장사항을 미리 보는 처음 두 가지 방법은 동적입니다. 이 두 방법은 사용 가능한 실제 출력을 오퍼의 Content Delivery Network(CDN)로부터 즉시 표시합니다. 이러한 미리보기는 사이트에서 Digital Recommendations의 동적 권장사항 기능에 대한 라이선스가 부여된 경우에만 사용 가능합니다. 이러한 미리보기는 사용자가 요청할 때마다 새로운 최신 콘텐츠를 표시합니다.

최근 미리보기 유형은 사용자 정의입니다. 사용자 정의 미리보기가 모든 Digital Recommendations 사이트에 사용 가능합니다. 이러한 미리보기는 오퍼에 대해 정의된 현재 비즈니스 규칙을 기반으로 사용자가 표시하고자 하는 권장사항을 보고하기 위한 실시간 계산을 수행합니다. 나중에 검토 및 재사용하기 위해 사용자 정의 미리보기를 저장할 수 있습니다.

규칙 통계를 사용하여 오퍼에 대한 규칙의 영향을 테스트할 수도 있습니다. [40 페이지의 『오퍼에 대한 규칙의 영향 보기』](#)의 내용을 참조하십시오.

## 특정 항목에 대한 권장사항 미리보기

지정된 대상 미리보기를 사용하여 특정 오퍼와 대상 ID에 대해 CDN으로부터 현재 사용 가능한 권장사항 출력을 정확히 찾을 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

이 미리보기는 권장사항 파일에 포함되는 모든 속성 및 값 또는 그 서브세트를 포함할 수 있습니다. **미리보기 옵션** 기능을 사용하여 포함할 속성을 선택합니다.

**참고:** 이 유형의 미리보기에 표시될 속성의 경우, 속성이 권장사항 파일과 **미리보기 옵션**으로 지정되는 속성 목록 모두에 있어야 합니다.

지정된 대상에 대한 미리보기를 생성하려면 다음을 수행하십시오.

### 프로시저

1. **미리보기**를 클릭하십시오.
2. 포함할 속성을 검토하거나 변경하려면 **미리보기 옵션**을 클릭하십시오. [20 페이지의 『미리보기에 표시할 속성 선택』](#)의 내용을 참조하십시오.
3. 지정된 대상에 대한 현재 권장사항 세트 링크를 클릭하십시오.
4. 오퍼를 선택하십시오.
5. 특정 대상 ID를 입력하십시오.
6. **제출**을 클릭하십시오.
7. 처리된 권장사항 데이터를 표에서 또는 시뮬레이션된 사이트 구역에서 볼 수 있습니다.
  - 미리보기를 표 형식으로 보려면 **표 보기** 탭을 클릭하십시오.
  - 미리보기를 사이트 구역에서 일련의 이미지로 보려면 **그림 보기** 탭을 클릭하십시오.

## 항목의 샘플 세트에 대한 권장사항 미리보기

샘플링된 대상 미리보기를 사용하여 대상의 샘플 세트 및 오퍼에 대해 CDN에서 사용 가능한 출력을 찾을 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

샘플링된 대상 미리보기는 동적입니다. 이는 오퍼에 대해 즉시 사용 가능한 실제 출력을 표시하고 사용자가 이를 요청할 때마다 새로운 최신 콘텐츠를 표시합니다.

각 오퍼에 대한 **설정** 탭에서 이 유형의 미리보기에 사용할 대상의 샘플 세트를 정의합니다. 항목 보기를 기반으로 상위 25개의 대상을 선택하거나 대상 ID 목록을 지정할 수 있습니다.

샘플 대상 미리보기는 대상 및 후보에 대한 모든 속성 및 해당 값을 포함하며 사용자가 속성 서브세트를 선택할 수도 있습니다. 이 미리보기는 포괄적 규칙 분석도 포함합니다. 규칙 분석에 대한 정보는 [72 페이지의 『테스트 권장사항 및 규칙 출력 테스트』](#)의 내용을 참조하십시오.

대상의 사전 정의된 샘플 세트로 미리보기를 생성하려면 다음을 수행하십시오.

### 프로시저

1. **미리보기**를 클릭하십시오.
2. 선택적으로, 포함할 속성을 검토하거나 변경하려면 **미리보기 옵션**을 클릭하십시오. [20 페이지의 『미리보기에 표시할 속성 선택』](#)의 내용을 참조하십시오.
3. **자세한 추적이 포함된 샘플링된 대상에 대한 현재 권장사항** 링크를 클릭하십시오.
4. 오퍼를 선택하십시오.
5. **제출**을 클릭하십시오.
6. 처리된 미리보기를 표에서 또는 시뮬레이션된 사이트 구역에서 볼 수 있습니다.
  - 미리보기를 표 형식으로 보려면 **표 보기** 탭을 클릭하십시오.
  - 미리보기를 사이트 구역에서 일련의 이미지로 보려면 **그림 보기** 탭을 클릭하십시오.

## 새 오피어 또는 수정된 오피어에 대한 권장사항 미리보기

사용자 정의 미리보기를 사용하면 오피어의 비즈니스 규칙 변경으로 인해 권장사항이 어떻게 달라지는지 이해하는데 도움이 됩니다.

### 이 태스크 정보

사용자 정의 미리보기는 모든 Digital Recommendations 사이트에 사용 가능합니다. 이러한 미리보기는 오피어에 대해 정의된 현재 비즈니스 규칙을 기반으로 사용자가 표시하고자 하는 권장사항을 보고하기 위한 실시간 계산을 수행합니다. 사용자 정의 미리보기는 정적 데이터를 포함하므로 나중에 검토 및 재사용할 수 있도록 저장할 수 있습니다.

사용자 정의 미리보기는 새 오피어나 수정된 오피어에 대한 권장사항을 테스트하기 위한 분석 도구입니다. 이 미리보기 유형은 CDN으로부터 데이터를 요청하지 않지만, 대신 실시간으로 모든 계산을 수행하여 일련의 권장사항을 생성합니다. 사용자 정의 미리보기는 Digital Recommendations 규칙 엔진 및 데이터베이스에 대해 처리하므로 요청을 완료하는 데 약간의 시간이 걸릴 수 있습니다. 사용자 정의 미리보기는 모든 대상 및 후보 항목에 대한 모든 항목 속성 및 해당 값을 포함할 수도 있고 사용자가 포함할 속성 서브세트를 선택할 수도 있습니다.

**참고:** 새 오피어의 경우, 권장사항 미리보기는 기본 권장사항이 구성되어 규칙이 적용된 후에만 사용 가능합니다. 일반적으로 이 작업은 매일 아침 일찍 발생하므로 미리보기는 변경사항을 작성한 다음날 사용 가능합니다.

**참고:** 기존 오피어에 대한 변경사항의 경우, 규칙에 대한 변경사항은 즉시 사용 가능합니다. 그러나 기존 오피어에 대한 연관관계 설정을 변경하는 경우 미리보기는 변경사항을 작성한 다음날이 되어야 사용 가능합니다.

### 프로시저

1. 미리보기를 클릭하십시오.
2. 선택적으로, 포함할 속성을 검토하거나 변경하려면 **미리보기 옵션**을 클릭하십시오. 20 페이지의 『미리보기에 표시할 속성 선택』의 내용을 참조하십시오.
3. **새 미리보기 작성**을 클릭하십시오.
4. 식별 이름을 입력하고 오피어를 선택하십시오.
5. 오피어에 대해 정의된 샘플 세트를 사용하거나(샘플링된 대상 미리보기의 경우) 하나 이상의 특정 대상 ID를 입력하여 대상을 식별하십시오.
6. **저장 후 제출**을 클릭하십시오.
7. 처리된 미리보기를 표에서 보거나 시뮬레이션된 사이트 구역에서 일련의 그림으로 볼 수 있습니다.
  - 미리보기를 표 형식으로 보려면 **표 보기** 탭을 클릭하십시오.
  - 미리보기를 사이트 구역에서 일련의 이미지로 보려면 **그림 보기** 탭을 클릭하십시오.
8. 나중에 사용자 정의 미리보기를 검토하려면 **미리보기**를 클릭한 후 미리보기의 링크된 이름을 클릭하십시오. **설정** 탭에서 오피어 또는 대상을 변경하고 미리보기를 다시 실행하거나 **표 보기** 또는 **그림 보기** 탭을 클릭하여 이전에 생성된 권장사항을 검토할 수 있습니다.

## 표를 사용하여 미리보기

표에서 오피어에 대한 권장사항을 미리 보고 선택적으로 스프레드시트 또는 기타 파일에서 사용하기 위해 데이터를 다운로드할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

#### 프로시저

1. **미리보기**를 클릭하십시오.
2. 특정 유형의 미리보기를 작성하거나 저장된 사용자 정의 미리보기를 클릭하십시오.
3. **표 보기** 탭을 클릭하십시오. 미리보기에 대해 지정하는 각 대상이 단일 행에 표시됩니다.
4. 대상의 **+** 아이콘을 클릭하여 모든 해당 후보 권장사항을 확인하고 각 권장사항이 포함 또는 제외되었는지 확인하십시오. 후보에 대해 호출된 비즈니스 규칙도 표시됩니다.
5. 선택적으로 **다운로드**를 클릭하십시오. 표준 다운로드 대화 상자가 열립니다.

## 구역에서 이미지로 미리보기

오퍼에 대한 권장사항을 시뮬레이션된 사이트 구역에서 이미지로 미리 볼 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

**참고:** 이 기능을 사용하려면 Enterprise Product Content Mapping File이 썸네일 이미지에 대한 URL를 항목 속성으로 포함해야 합니다. 또한 **관리 > 오퍼 구성 > 속성**을 클릭하고 **이미지 URL을 포함하는 속성**을 선택하여 이 썸네일을 포함하는 속성을 식별해야 합니다.

### 프로시저

1. **미리보기**를 클릭하십시오.
2. 미리보기를 작성하거나 저장된 사용자 정의 미리보기를 선택하십시오.
3. **그림 보기** 탭을 클릭하십시오. 첫 번째 대상에 대한 이미지(사용 가능한 경우)가 왼쪽에 표시되고, 해당 후보 권장사항이 있는 시뮬레이션된 사이트 구역이 오른쪽에 표시됩니다. 각 이미지 아래의 표기법은 후보가 포함 또는 제외되었는지 나타냅니다.
4. 대상 또는 후보에 대한 속성 값을 검토하려면 커서를 이미지 위에 올려 두십시오. 커서를 이미지 밖으로 이동할 때까지 속성 및 값이 표시됩니다.
5. 이미지가 표시되는 클라이언트 사이트의 페이지를 보려면 이미지를 클릭하십시오. 클라이언트 페이지가 새 창에 표시됩니다.
6. 더 많은 후보를 스크롤하여 보려면 오른쪽 화살표를 클릭하십시오.
7. 미리보기에 여러 대상이 포함된 경우, 각각의 이름을 클릭하여 해당 후보 권장사항의 이미지 및 속성을 보십시오.

## 미리보기에 표시할 속성 선택

미리보기에 의해 보고되는 정보를 사용자 정의할 수 있습니다. 포함할 속성을 선택하고 미리보기를 작성합니다.

### 이 태스크 정보

지정된 대상 미리보기에는 권장사항 파일에 있는 속성 및 값만 포함됩니다. 이 유형의 미리보기에 나타날 속성의 경우, 속성이 권장사항 파일과 선택하는 속성 목록 모두에 있어야 합니다.

### 프로시저

1. **미리보기**를 클릭하십시오.
2. **미리보기 옵션**을 클릭하십시오.
3. **제품 오퍼**를 클릭하십시오.
4. 속성을 미리보기에 추가하려면 **사용 가능한 속성** 목록에서 속성의 이름을 클릭하고 **>**을 클릭하십시오. 사용 가능한 모든 속성을 추가하려면 **>>**을 클릭하십시오.
5. 미리보기에 현재 표시되는 속성을 제거하려면 **선택된 속성** 목록에서 속성의 이름을 클릭하고 **<**을 클릭하십시오. 선택된 모든 속성을 제거하려면 **<<**을 클릭하십시오.
6. 속성 정보가 표시되는 순서를 변경하려면 **선택된 속성** 목록에서 속성의 이름을 클릭하고 위로 또는 아래로 화살표를 클릭하십시오.
7. **저장**을 클릭하십시오.

## 새 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용

제품을 포함, 제외, 프로모션, 강조 또는 강조 해제하기 위해 오퍼를 세부 조정해야 하는 경우 비즈니스 규칙을 사용하십시오.

비즈니스 규칙 사용의 예는 다음과 같습니다.

- 카테고리 규칙을 사용하여 남성 제품이 여성 부문에 나타나는 것을 방지합니다.
- 재고 규칙을 사용하여 품절 항목을 권장하지 않도록 합니다.

- 가격 규칙을 사용하여 상향 판매 및 하향 판매를 촉진합니다.
- 마진 규칙을 사용하여 마진이 낮은 항목을 제거합니다.

규칙은 가져오기 파일을 사용하여 Digital Analytics에 제공되는 데이터를 기반으로 합니다. 사용 가능한 규칙은 오퍼 유형에 따라 다릅니다.

#### 제외 규칙

제외 규칙은 정의된 기준을 기반으로 하는 권장사항에서 항목을 제거합니다. 예를 들어, 제외 규칙은 "제품의 재고가 10 미만인 권장사항 제외"로 표현됩니다.

#### 강조 해제 규칙

강조 해제 규칙은 항목을 제외하기보다 후보 목록의 끝으로 이동합니다. 예를 들어, 제품의 마진이 낮지만 높은 관련성을 갖는 것으로 순위가 지정되면 강조 해제 규칙은 해당 제품을 유효한 권장사항 후보 목록의 뒤로 이동하고 높은 마진 항목을 앞으로 이동합니다. 특정 대상에 대해 제한된 권장사항 데이터가 있거나 모든 권장사항의 마진이 낮은 경우에도 방문자에게 표시할 데이터는 사용 가능합니다.

#### 프로모션 규칙

신제품을 출시하려고 하거나 재고가 많은 항목이 있는 조직은 지정된 제품을 동작 권장사항의 앞에 삽입하는 프로모션을 설정할 수 있습니다. Digital Analytics의 권장사항에 대해 수동으로 지정된 제품의 우선순위를 지정하는 프로모션 규칙을 작성할 수 있습니다. Digital Recommendations가 도움이 될 수 있습니다. "남성 부문의 제품 중 50%에 대해 이러한 두 제품을 첫 번째 위치에 표시"라는 백분율 가중치를 설정할 수 있습니다.

#### 강조 규칙

강조 규칙을 사용하여 권장사항을 후보 목록의 시작 부분으로 이동할 수 있습니다. 예를 들어, 제품이 판매 수익이 많지만 관련성이 낮은 것으로 순위가 지정되면 강조 규칙이 해당 제품을 유효한 권장사항 후보 목록의 앞부분으로 이동합니다.

### 오퍼의 비즈니스 규칙에 대한 자세한 정보

- 오퍼에 대해 작성하는 비즈니스 규칙은 ECDF 및 EPCMF 데이터 파일에 제공하는 속성(최대 50개)을 기반으로 합니다. 이러한 파일에 대한 정보는 IBM Product Recommendations 구성 안내서의 *ECDF* 및 *EPCMF* 데이터 파일 장을 참조하십시오.
- 규칙이 처리되기 전에 Digital Recommendations는 오퍼에 대해 설정된 연관관계 가중치를 기반으로 권장사항을 생성합니다. Digital Recommendations는 대상마다 최대 50개의 권장사항을 생성하여 규칙을 적용할 대상에 많은 데이터 세트가 사용 가능하도록 합니다. Digital Recommendations가 권장사항을 생성하는 능력은 데이터 분석 기간 및 사이트가 수신하는 트래픽 정도에 따라 크게 달라집니다. 수신하려는 최종 권장사항의 수를 지정하려면 다음 표준을 수행하십시오.
  - 오퍼가 사용되는 사이트 구역을 구성할 때 최대 12개의 권장사항을 지정하십시오. 12개보다 많은 권장사항이 필요한 경우, IBM Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트에게 문의하십시오.
- **규칙 구체성**  
속성 값을 사용하여 규칙을 작성합니다. 규칙 인터페이스에 입력하는 값은 ECDF 및 EPCMF 파일을 사용하여 로드되는 값과 **정확하게 일치해야 합니다**. 이러한 값은 공백 및 대문자 사용을 포함할 수 있습니다.

#### 비즈니스 규칙 정책

모든 규칙의 실행을 제어하며 규칙 세트 또는 개별 규칙에 의해 지정될 수 없습니다. 추가 정보는 [59 페이지의 『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 대한 비즈니스 규칙 정책 구성』](#)의 내용을 참조하십시오.

#### 규칙 데이터

모든 규칙 데이터가 Digital Analytics 데이터베이스에 로드될 때까지 활성 오퍼에 규칙을 작성하지 마십시오. 규칙 데이터가 제공되지 않았을 때 작성된 규칙은 항목을 잘못 제거하므로 예기치 않은 결과가 발생할 수 있습니다. 예를 들어, 전자적 상품 보고서를 사용하거나 제품 보기 추가 필드를 사용하여 화요일에 Digital Analytics에 로드된 규칙 데이터는 수요일 전일로 스케줄링된 오퍼에서 처리될 수 있습니다.

### 개별 규칙 그룹 정의

비즈니스 규칙을 정의하는 첫 번째 단계는 규칙 그룹을 작성하는 것입니다. 이 프로시저를 사용하여 현재 오퍼에서만 사용할 수 있는 규칙 그룹을 작성합니다.

## 이 태스크 정보

여러 규칙이 있으면 규칙을 찾기 쉽도록 비슷한 규칙을 그룹화하는 규칙 그룹을 사용하는 것이 편리합니다. 또한 규칙 그룹을 사용하면 여러 사람이 동일한 오퍼에 대해 동시에 서로 다른 규칙 그룹에서 작업하고 규칙을 독립적으로 관리할 수 있습니다.

규칙 그룹을 작성한 후에 해당 그룹에서 비즈니스 규칙을 하나 이상 정의합니다.

## 프로시저

1. 오퍼를 열고 규칙 탭을 클릭하십시오.
2. 새 그룹 추가를 클릭하고 규칙 그룹 이름을 제공하십시오.

## 관련 태스크

[23 페이지의 『규칙 작성』](#)

규칙 그룹이 작성된 후에 해당 규칙 그룹에서 규칙을 하나 이상 작성합니다.

## 공유 규칙 그룹 정의

비즈니스 규칙을 정의하는 첫 번째 단계는 규칙 그룹을 작성하는 것입니다. 이 프로시저를 사용하여 오퍼와 함께 사용할 수 있는 공유 규칙 그룹을 작성하십시오.

## 이 태스크 정보

여러 규칙이 있으면 규칙을 찾기 쉽도록 비슷한 규칙을 그룹화하는 규칙 그룹을 사용하는 것이 편리합니다. 공유 규칙 그룹을 사용하면 규칙 세트를 작성하여 여러 오퍼에 사용하여 각각의 오퍼에 대해 규칙을 복제하는 작업을 줄일 수 있습니다.

공유 규칙 그룹을 작성한 후 해당 그룹에서 하나 이상의 비즈니스 규칙을 정의합니다.

## 프로시저

1. 오퍼를 열고 규칙 탭을 클릭하십시오.
2. 새 공유 그룹 추가를 클릭하고 규칙 그룹 이름을 제공하십시오.

## 관련 태스크

[23 페이지의 『규칙 작성』](#)

규칙 그룹이 작성된 후에 해당 규칙 그룹에서 규칙을 하나 이상 작성합니다.

## 공유 그룹에서 규칙 편집

공유 그룹에서 규칙을 편집하면 해당 규칙 그룹을 사용하는 모든 오퍼에 영향을 미칩니다.

## 개별 규칙 그룹을 공유 규칙 그룹으로 변환

개별 그룹으로 원래 작성된 규칙 그룹을 공유 그룹으로 변환할 수 있습니다. 이 작업은 규칙 세트를 작성하고 테스트한 후에 이를 공유 그룹에 작성하려는 경우에 유용합니다.

## 프로시저

1. 그룹 이름을 클릭하십시오.
2. 복사 아이콘을 클릭하십시오. 아이콘 위에 마우스를 두면 공유 그룹으로 변환이라는 레이블이 표시됩니다.
3. 이름을 입력하라는 프롬프트가 표시됩니다. 그룹에 새 이름을 제공하거나 기존 이름을 유지할 수 있습니다.

## 공유 규칙 그룹을 개별 규칙 그룹으로 복사

공유 규칙 그룹의 사본을 작성한 후 이를 개별 규칙 그룹으로 작성할 수 있습니다. 이 작업은 공유 규칙 그룹을 다른 규칙 그룹 작성의 시작점으로 사용하려는 경우에 유용합니다.

## 프로시저

1. 그룹 이름을 클릭하십시오.

2. 복사 아이콘을 클릭하십시오. 아이콘 위에 마우스를 두면 **공유 그룹을 개별 오피 규칙 그룹으로 복사**라는 레이블이 표시됩니다.
3. 이름을 입력하라는 프롬프트가 표시됩니다. 그룹에 새 이름을 제공하거나 기존 이름을 유지할 수 있습니다.

## 규칙 작성

규칙 그룹이 작성된 후에 해당 규칙 그룹에서 규칙을 하나 이상 작성합니다.

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. [23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』](#)의 내용을 참조하십시오.
4. **프로모션, 제외, 모두 제외, 강조, 강조 해제** 또는 **비슷한 항목 강조 해제** 조건을 사용하여 규칙을 정의하십시오.
5. **저장**을 클릭하십시오.

### 관련 개념

#### [24 페이지의 『규칙 쿼리 빌드』](#)

규칙 인터페이스를 사용하면 구성 요소를 사용하여 규칙 조건을 작성할 수 있습니다.

#### [25 페이지의 『프로모션』](#)

프로모션 규칙을 사용하면 오피에서 정의되는 매개변수에 의해 생성되는 권장사항 목록의 시작 부분 또는 끝 부분에 지정된 항목을 배치할 수 있습니다.

#### [29 페이지의 『항목 강조』](#)

강조를 사용하면 지정된 항목을 권장사항 목록의 시작 부분에 배치할 수 있습니다.

#### [31 페이지의 『항목 강조 해제』](#)

강조 해제를 사용하면 오피에 정의된 교차 판매 알고리즘에 의해 생성되는 권장사항 목록의 끝에 지정된 항목을 배치할 수 있습니다.

#### [35 페이지의 『항목 제외』](#)

제외 규칙을 사용하여 오피에 정의된 교차 판매 알고리즘에 의해 생성되는 권장사항 목록에서 항목을 제거할 수 있습니다.

### 관련 태스크

#### [23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』](#)

권장사항 규칙이 적용되는 대상을 제한할 수 있습니다.

### 규칙 대상을 선택하는 조건 정의

권장사항 규칙이 적용되는 대상을 제한할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

대상은 권장사항을 생성하는 항목이며 규칙이 적용되는 항목입니다. 일부 경우에는 특정 조건을 충족하는 대상에만 적용할 규칙을 원합니다.

예를 들어, 특정 브랜드 또는 카테고리에만 적용되는 규칙을 작성하려고 할 수 있습니다.

### 프로시저

1. **다음 조건과 일치하는 대상에 이 규칙 적용**을 선택하십시오.
2. **규칙 쿼리 구성 요소**를 사용하여 대상을 선택하는 조건을 작성하십시오.
3. **And Group** 및 **Or Group** 구성 요소를 사용하여 더 복잡한 조건을 빌드할 수 있습니다.  
**And Group**을 사용하면 대상을 선택할 때 모두 충족되어야 하는 여러 조건을 적용할 수 있습니다. **Or Group**을 사용하면 대상을 선택할 때 조건 중 하나만 충족되어야 합니다.

## 예

특정 브랜드(브랜드 X)의 대상에만 규칙을 적용하려면 **브랜드** 구성 요소를 사용하고 **is Brand X**를 지정하십시오.

### 검색어를 사용하여 대상 세트 식별

검색 오피 유형을 작성할 때 검색어와 연관된 대상만 사용되도록 규칙을 구성할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

### 프로시저

1. 다음 조건과 일치하는 대상에 이 규칙 적용을 선택하십시오.
2. 대상 쿼리 구성 요소 목록에서 검색어를 쿼리 구성 요소로 끌어오십시오.
3. 규칙 기준 편집 화면에서 비교 조건(예: **is** 또는 **contains**)을 선택하십시오.
4. 텍스트 상자에 검색어를 입력하십시오.  
**OR Group**을 사용하여 추가 검색어를 추가할 수 있습니다.
5. 규칙을 저장하십시오.

### 규칙 쿼리 빌드

규칙 인터페이스를 사용하면 구성 요소를 사용하여 규칙 조건을 작성할 수 있습니다.

다음 규칙 유형 중 하나를 선택하는 경우에는 **규칙 쿼리 구성 요소**에 있는 항목을 사용하여 규칙 쿼리를 작성합니다.

- 제외
- 모두 제외
- 강조
- 강조 해제
- 비슷한 항목 강조 해제
- 프로모션

가장 단순한 양식에서는 구성 요소를 끌어서 권장사항 규칙 그룹에 놓아 단일 조건을 작성할 수 있습니다. 구성 요소를 놓으면 비교 조건과 평가할 값을 입력하라는 프롬프트가 표시됩니다.

예를 들어, 권장사항에서 브랜드 X를 제외하려면 **브랜드** 구성 요소를 끌어오십시오. 비교 조건을 정의하라는 프롬프트가 표시되면 **is**를 선택한 후 Brand X를 입력하십시오. 구성 요소는 **Brand is "Brand X"**가 됩니다.

**AND Group** 및 **OR Group**을 사용하여 더 복잡한 조건도 작성할 수 있습니다.

예를 들어, 브랜드 X를 의류 카테고리에서만 제외하는 규칙을 작성하려면 이전 예에서와 같이 **브랜드** 구성 요소를 끌어오십시오. 그런 다음 **AND Group**을 끌어오십시오. 이 조치는 브랜드 구성 요소를 그룹에 배치합니다. **카테고리** 구성 요소를 그룹으로 끌어오십시오. 프롬프트가 표시되면 **카테고리**를 선택한 후 **의류** 카테고리를 선택하십시오.

### 규칙에서 사전 정의된 날짜 범위 사용

사전 정의된 날짜 범위(예 휴가철, 여름) 또는 규칙을 적용할 수 있는 기타 날짜 범위를 사용할 수 있습니다.

날짜 기반 규칙(예: 오늘의 날짜 또는 유효한 날짜 범위)을 사용하는 경우 **사전 정의된 날짜 범위 사용**을 선택할 수 있습니다. 이 옵션을 사용하면 이전에 지정한 날짜 범위에서 선택할 수 있습니다.

### 관련 태스크

[24 페이지의 『사전 정의된 날짜 범위 작성』](#)

날짜 범위를 사전 정의하여 여름 또는 가을과 같은 프로모션 계절 또는 휴가철과 같은 의미 있는 기간을 캡처할 수 있습니다.

### 사전 정의된 날짜 범위 작성

날짜 범위를 사전 정의하여 여름 또는 가을과 같은 프로모션 계절 또는 휴가철과 같은 의미 있는 기간을 캡처할 수 있습니다.

## 프로시저

1. 탐색 창에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. **날짜 범위**를 클릭하십시오.
3. **날짜 범위 추가**를 클릭하십시오.
4. 날짜 범위의 이름(예: 여름)을 지정한 후 시작 및 종료 날짜를 지정하십시오. 매년 반복하려는 경우에는 모든 연도에 대해 이를 지정할 수 있습니다.

## 프로모션

프로모션 규칙을 사용하면 오픈에서 정의되는 매개변수에 의해 생성되는 권장사항 목록의 시작 부분 또는 끝 부분에 지정된 항목을 배치할 수 있습니다.

프로모션 규칙에 사용할 수 있는 여러 옵션이 있습니다.

### 관련 태스크

[25 페이지의 『특정 제품 프로모션』](#)

항목 프로모션을 사용하면 지정된 항목을 권장사항 목록에서 배치할 수 있습니다.

[26 페이지의 『특정 순서로 여러 항목 프로모션』](#)

여러 항목을 프로모션하고 권장사항 목록에서 해당 항목이 프로모션되는 순서를 지정할 수 있습니다.

[27 페이지의 『카테고리 프로모션』](#)

카테고리 프로모션을 사용하면 특정 카테고리에 있는 항목을 권장사항 목록에 배치할 수 있습니다.

[27 페이지의 『항목 ID와 카테고리를 사용하여 프로모션』](#)

프로모션을 사용하면 특정 카테고리에 있는 항목을 권장사항 목록에 배치할 수 있습니다.

### 특정 제품 프로모션

항목 프로모션을 사용하면 지정된 항목을 권장사항 목록에서 배치할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

신제품을 출시하려고 하거나 재고가 많은 항목이 있는 경우 동작 권장사항 앞에 있는 제품 ID를 사용하여 제품을 프로모션할 수 있습니다.

항목이 목록의 시작 부분에 표시되는 횟수의 백분율과 프로모션의 날짜 범위도 지정합니다.

[54 페이지의 『세트의 일부인 항목 권장』](#)도 참조하십시오.

특정 제품에 대한 프로모션을 설정하려면 다음을 수행하십시오.

## 프로시저

1. **규칙 추가**를 클릭하거나 편집할 기존 규칙을 여십시오.
2. 드롭 다운 목록에서 **프로모션**을 선택하십시오.
3. 텍스트 필드에서 연관된 대상에 대한 동작 권장사항 앞에 배치할 항목 ID를 지정하십시오. **ID의 문자는 모두 대문자로 입력해야 합니다.**  
여기에 나열된 제품은 나열된 순서대로 배치됩니다.
4. 항목에 적용되는 기존 규칙을 적용하려면 **제외 규칙 적용** 선택란을 선택하십시오. 이 선택란이 선택되지 않으면 기존 규칙이 이 프로모션 항목에 영향을 미치지 않습니다.
5. **배포 매개변수**를 설정하십시오.
  - 배포 백분율을 사용하면 프로모션이 적용되는 연관된 대상의 백분율을 제어할 수 있습니다. 예를 들어, 브랜드 A 카메라를 카메라 부분의 모든 대상에 대한 프로모션으로 지정하는 경우 이 항목이 웹 사이트에서 카메라 부분의 모든 제품에 대한 첫 번째 권장사항으로 표시되는 것을 원하지 않을 수 있습니다. 빈도 백분율을 25%로 설정하면 브랜드 A 카메라가 카메라 부분에 있는 대상 중 25%에 대해서만 첫 번째 권장사항으로 무작위로 삽입됩니다.
  - **우선순위 레벨**은 여러 프로모션 규칙이 충돌할 때 이러한 충돌이 처리되는 방법을 지정합니다.
  - **프로모션 순서**
  - **프로모션 스케줄**

6. 규칙을 저장하십시오.

### 특정 순서로 여러 항목 프로모션

여러 항목을 프로모션하고 권장사항 목록에서 해당 항목이 프로모션되는 순서를 지정할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

새 항목을 출시하려고 하거나 재고가 많은 항목이 있는 경우 동작 권장사항 앞에 있는 항목 ID를 사용하여 프로모션하고 이들 항목이 권장되는 순서를 지정할 수 있습니다.

항목이 목록의 시작 부분에 표시되는 횟수의 백분율과 프로모션의 날짜 범위도 지정합니다.

### 프로시저

1. 규칙 추가를 클릭하거나 편집할 기존 규칙을 여십시오.
2. 드롭 다운 목록에서 **프로모션**을 선택하십시오.
3. 텍스트 필드에서 한 행에 하나씩 항목 ID를 지정하십시오. 항목은 목록에 표시되는 순서대로 권장됩니다.  
ID 그룹(행당 하나의 그룹)을 사용하여 대상의 각 그룹에서 항목을 분할할 수 있습니다. 각각의 ID 그룹은 동일한 수의 대상에 대한 권장사항으로 사용됩니다.  
**참고:** ID의 문자는 모두 대문자로 입력해야 합니다.
4. 항목에 적용되는 기존 규칙을 적용하려면 **제외 규칙 적용** 선택란을 선택하십시오. 이 선택란이 선택되지 않으면 기존 규칙이 이 프로모션 항목에 영향을 미치지 않습니다.
5. **배포 매개변수**를 설정하십시오.
  - 배포 백분율을 설정하여 프로모션이 적용되는 연관된 대상의 백분율을 제어할 수 있습니다. 예를 들어, 사과 파이 조리법을 부식 카테고리의 모든 대상에 대해 프로모션으로 지정하는 경우, 이 항목이 웹 사이트에서 부식 카테고리의 모든 항목에 대해 첫 번째 권장사항으로 표시되는 것을 원하지 않을 수 있습니다. 빈도 백분율을 25%로 설정하면 사과 파이 조리법이 부식 카테고리에 있는 대상 중 25%에 대해서만 첫 번째 권장사항으로 무작위로 삽입됩니다.
  - **우선순위 레벨**은 여러 프로모션 규칙이 충돌할 때 이러한 충돌이 처리되는 방법을 지정합니다.
  - **프로모션 순서**
  - **프로모션 스케줄**
6. 규칙을 저장하십시오.

### 여러 항목 그룹 프로모션 - 예

프로모션을 위해 두 그룹의 항목 ID를 추가하는 예입니다.

### 이 태스크 정보

여러 그룹을 사용하는 경우 각각의 그룹에는 동일한 수의 대상을 입력하라는 프롬프트가 표시됩니다. 이 예는 두 개의 그룹이 있습니다. 첫 번째 대상은 첫 번째 그룹에서 프로모션을 가져옵니다. 두 번째 대상은 두 번째 그룹에서 프로모션을 가져옵니다. 이 패턴은 모든 대상에 대해 계속됩니다.

### 프로시저

1. 텍스트 필드에 항목 ID를 입력하십시오.



2. ABC123, ABC456, ABC789 항목도 프로모션하려면 대상의 절반에 대해 **ID 그룹 추가**를 클릭한 후 다음 텍스트 필드에 항목 ID를 입력하십시오.



### 결과

항목 ID는 ITEM123, ABC123, ITEM456, ABC456, ITEM789, ABC789 순서로 권장됩니다.

## 카테고리 프로모션

카테고리 프로모션을 사용하면 특정 카테고리에 있는 항목을 권장사항 목록에 배치할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

계절별 항목을 프로모션하는 경우에는 항목을 카테고리별로 프로모션하고 권장사항 목록에서 오퍼에 의해 생성된 권장사항 앞 또는 뒤에 항목을 배치할 수 있습니다.

항목이 목록의 시작 부분에 표시되는 횟수의 백분율과 프로모션의 날짜 범위도 지정합니다.

### 프로시저

1. **규칙 추가**를 클릭하거나 편집할 기존 규칙을 여십시오.
2. 드롭 다운 목록에서 **프로모션**을 선택하십시오.
3. 텍스트 필드에서 카테고리 ID를 소괄호 안에 지정하십시오. **ID의 문자는 모두 대문자로 입력해야 합니다.**  
이중 소괄호를 사용하여 카테고리에서 가장 많이 판매되는 항목만 프로모션할 수 있습니다.
4. 항목에 적용되는 기존 규칙을 적용하려면 **제외 규칙 적용** 선택란을 선택하십시오. 이 선택란이 선택되지 않으면 기존 규칙이 이 프로모션 항목에 영향을 미치지 않습니다.
5. **배포 매개변수**를 설정하십시오.
  - 배포 백분율을 설정하여 프로모션이 적용되는 연관된 대상의 백분율을 제어할 수 있습니다. 예를 들어, 브랜드 A 카메라를 카메라 부분의 모든 대상에 대한 프로모션으로 지정하는 경우 이 항목이 웹 사이트에서 카메라 부분의 모든 제품에 대한 첫 번째 권장사항으로 표시되는 것을 원하지 않을 수 있습니다. 빈도 백분율을 25%로 설정하면 브랜드 A 카메라가 카메라 부문에 있는 대상 중 25%에 대해서만 첫 번째 권장사항으로 무작위로 삽입됩니다.
  - **우선순위 레벨**은 여러 프로모션 규칙이 충돌할 때 이러한 충돌이 처리되는 방법을 지정합니다.
  - 프로모션 순서
  - 프로모션 스케줄
6. 규칙을 **저장**하십시오.

### 항목 ID와 카테고리를 사용하여 프로모션

프로모션을 사용하면 특정 카테고리에 있는 항목을 권장사항 목록에 배치할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

항목이 목록의 시작 부분에 표시되는 횟수의 백분율과 프로모션의 날짜 범위도 지정합니다.

카테고리 프로모션을 설정하려면 다음을 수행하십시오.

### 프로시저

1. **규칙 추가**를 클릭하거나 편집할 기존 규칙을 여십시오.
2. 드롭 다운 목록에서 **프로모션**을 선택하십시오.
3. 텍스트 필드에서 카테고리 ID는 소괄호 안에 지정하고 항목 ID는 소괄호 없이 지정하십시오. **ID의 문자는 모두 대문자로 입력해야 합니다.**  
이중 소괄호를 사용하여 카테고리에서 가장 많이 판매되는 항목만 프로모션할 수 있습니다.
4. 항목에 적용되는 기존 규칙을 적용하려면 **제외 규칙 적용** 선택란을 선택하십시오. 이 선택란이 선택되지 않으면 기존 규칙이 이 프로모션 항목에 영향을 미치지 않습니다.
5. **배포 매개변수**를 설정하십시오.
  - 배포 백분율을 설정하여 프로모션이 적용되는 연관된 대상의 백분율을 제어할 수 있습니다. 예를 들어, 브랜드 A 카메라를 카메라 부분의 모든 대상에 대한 프로모션으로 지정하는 경우 이 항목이 웹 사이트에서 카메라 부분의 모든 제품에 대한 첫 번째 권장사항으로 표시되는 것을 원하지 않을 수 있습니다. 빈도 백분율을 25%로 설정하면 브랜드 A 카메라가 카메라 부문에 있는 대상 중 25%에 대해서만 첫 번째 권장사항으로 무작위로 삽입됩니다.
  - **우선순위 레벨**은 여러 프로모션 규칙이 충돌할 때 이러한 충돌이 처리되는 방법을 지정합니다.

- 프로모션 순서
- 프로모션 스케줄

6. 규칙을 저장하십시오.

### 속성 값을 사용하여 제품 목록 프로모션

EPCMF에 있는 속성을 사용하면 권장할 제품 목록을 지정할 수 있습니다.

### 시작하기 전에

이 프로시저를 수행하려면 EPCMF 파일에 대해 이해하고 있어야 합니다. *IBM Product Recommendations* 구성 안내서의 EPCMF를 참조하십시오.

### 이 태스크 정보

EPCMF 파일에서 정의된 속성을 사용하여 특정 제품을 프로모션하려면 이 기능을 사용하십시오. 이는 특정 보조 제품 세트를 프로모션하려는 경우에 유용합니다.

### 프로시저

1. EPCMF에서 속성을 선택하십시오. 이 필드에서 권장할 제품 ID 목록을 추가하십시오. | 문자로 구분된 최대 10개의 항목 ID를 지정할 수 있습니다. 예: recID1 | recID2 | recID3 | recID4 | recID5 | recID6 | recID7 | recID8 | recID9 | recID10. 다음 예와 같이 속성 값을 설정하십시오:

표 3: EPCMF 입력 예제					
파일 날짜	클라이언트 ID	항목 ID	항목 이름	항목 기본 카테고리 ID	정적 속성 9
...	...	대상 항목 ID	대상 항목 이름	...	recID1   recID2   recID3   recID 4   recID 5   recID 6   recID 7   recID 8   recID 9   recID 10

2. IBM Digital Analytics Import를 사용하여 EPCMF를 업로드하십시오.
3. 왼쪽 탐색에서 **관리 > 제품 오퍼 > 속성**을 선택하십시오.
4. 이전 단계(정적 속성 9)에서 선택한 속성에 해당하는 전사적 상품 정적 속성 필드를 찾으십시오.
5. **별명** 필드에 제품 목록의 이름을 입력하십시오(예: "관련 제품").
6. 데이터 유형을 **텍스트**로 식별하십시오.
7. **저장**하십시오.
8. 오퍼를 작성하거나 작업할 오퍼를 선택하고 규칙 탭을 여십시오.
9. **규칙 추가**를 클릭하거나 편집할 기존 규칙을 여십시오.
10. 드롭 다운 목록에서 **프로모션**을 선택하십시오.
11. **속성 사용**을 선택한 후 속성 목록(관련 제품)에서 이 프로시저에서 정의한 별명을 선택하십시오.
12. 항목에 적용되는 기존 규칙을 적용하려면 **제외 규칙 적용** 선택란을 선택하십시오. 이 선택란이 선택되지 않으면 기존 규칙이 이 프로모션 항목에 영향을 미치지 않습니다.
13. 규칙을 **저장**하십시오.

### 여러 프로모션 규칙이 대상에 적용되는 경우

더 많은 비즈니스 규칙을 개발할수록 여러 규칙이 권장사항 목록의 순서에 영향을 미칠 수 있다는 점을 알 수 있습니다.

여러 프로모션 규칙을 대상에 적용하는 경우 Digital Recommendations는 목록의 표시할 프로모션을 판별하기 위해 다음 프로세스를 사용합니다.

1. **우선순위 레벨** 이 규칙에 지정됩니다. 우선순위 레벨 1이 가장 높습니다.
2. 규칙 유형. 개별 규칙은 공유 규칙보다 더 높은 등급이 지정됩니다.
3. 제품이 추가되는 방법. 사용자 인터페이스를 사용하여 추가된 프로모션 제품은 EPCMF 파일을 사용하여 추가된 제품보다 더 높은 등급이 지정됩니다.

4. 권장사항과 관련된 프로모션의 위치는 연관관계를 기반으로 합니다. 연관관계로 권장사항을 선택하기 전에 나열된 프로모션은 연관관계로 권장사항을 선택한 이후에 나열된 프로모션보다 더 높은 등급이 지정됩니다.

**참고:** 동일한 등급의 프로모션이 두 개 이상인 경우에는 더 높은 등급이 무작위로 선택됩니다.

## 항목 강조

강조를 사용하면 지정된 항목을 권장사항 목록의 시작 부분에 배치할 수 있습니다.

항목 강조에 사용할 수 있는 여러 옵션이 있습니다.

### 관련 개념

#### 29 페이지의 『백분율 값』

강조 및 강조 해제 규칙에 백분율 값을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 항목의 백분율만 권장할 수 있습니다.

#### 29 페이지의 『요소 값』

강조 및 강조 해제 규칙에 대해 요소 값을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 항목의 연관관계 점수를 늘릴 수 있습니다.

### 관련 태스크

#### 30 페이지의 『카테고리 강조』

하나 이상의 카테고리에 포함된 항목을 권장사항 목록의 앞으로 이동할 수 있습니다.

#### 30 페이지의 『특정 항목 강조』

하나 이상의 특정 항목을 권장사항 목록의 앞으로 이동할 수 있습니다.

#### 30 페이지의 『속성의 값을 기반으로 강조』

규칙 기준을 편집하여 항목을 권장사항 목록의 앞으로 이동할 수 있습니다.

#### 31 페이지의 『속성을 대상과 비교하여 강조』

지정된 속성의 값을 평가하여 항목을 권장사항 목록의 시작 부분으로 이동할 수 있습니다.

### 백분율 값

강조 및 강조 해제 규칙에 백분율 값을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 항목의 백분율만 권장할 수 있습니다.

강조 및 강조 해제 규칙을 작성할 때는 권장사항의 백분율 옵션이 있습니다. 이 옵션을 사용하면 사용되는 일치하는 권장사항의 백분율을 지정할 수 있습니다.

예를 들어, 한 브랜드를 권장사항의 50%까지만 제한하려는 경우에는 강조 규칙을 사용할 수 있지만, 조건을 권장사항의 50% 강조로 설정하고 요소를 비워 두십시오.

백분율을 사용하여 권장사항 수를 변경하지 않으려면 100%를 사용하십시오.

### 요소 값

강조 및 강조 해제 규칙에 대해 요소 값을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 항목의 연관관계 점수를 늘릴 수 있습니다.

강조 및 강조 해제 규칙을 작성하는 경우에는 요소 옵션이 있습니다. 이 옵션을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 권장사항에 부여할 강조의 양을 조정할 수 있습니다.

Digital Recommendations 프로세스의 일부로 각각의 권장사항은 대상에 대한 연관관계의 강도에 따라 점수 및 순위가 지정됩니다.

#### 강조 규칙과 함께 요소 값 사용

강조 규칙을 사용하는 경우 요소 값을 사용하여 연관관계 점수를 늘릴 수 있습니다. 요소 값은 항목이 강조되는 정도를 늘립니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 요소 2를 사용하면 새 점수는  $500 * 2 = 1000$ 입니다. 이는 권장사항의 순위를 변경하고 권장사항을 권장사항 목록의 앞 쪽으로 이동할 수 있습니다.

#### 강조 해제 규칙과 함께 요소 값 사용

강조 해제 규칙을 사용하는 경우 요소 값을 사용하여 연관관계 점수를 줄일 수 있습니다. 요소 값은 강조 해제되는 항목의 양을 늘립니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 요소 2를 사용하면 새 점수는  $500 / 2 = 250$ 입니다. 이는 권장사항의 순위를 변경하고 권장사항을 권장사항 목록의 끝 쪽으로 이동할 수 있습니다.

### 여러 요소가 대상/권장사항 쌍에 영향을 미치는 경우

여러 요소가 대상 권장사항 쌍에 적용되는 경우에는 세 가지 시나리오가 있습니다.

### 다중 강조 규칙

요소 값을 사용하는 다중 강조 규칙을 사용하는 경우 대상/권장사항 쌍이 두 규칙 모두에 의해 영향을 받으면 요소 값이 결합됩니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 두 개의 요소 값 2와 3을 적용하면 결과 요소는  $500 * 2 * 3 = 3000$ 입니다.

### 다중 강조 해제 규칙

요소 값을 사용하는 다중 강조 해제 규칙을 사용하는 경우 대상/권장사항 쌍이 두 규칙 모두에 의해 영향을 받으면 요소 값이 결합됩니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 두 개의 요소 값 2와 3을 적용하면 결과 요소는  $500 / (2 * 3) = 83.3$ 입니다.

### 강조 및 강조 해제 규칙

요소 값을 사용하는 강조 및 강조 해제 규칙을 사용하는 경우 대상/권장사항 쌍이 두 규칙 모두에 의해 영향을 받으면 요소 값이 결합됩니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 두 개의 요소 값으로 강조 2, 강조 해제 3을 적용하면 결과 요소는  $(500*2)/3=333.3$ 입니다.

권장사항의 순위를 변경하기 위해 필요한 요소 값은 오퍼마다 다르므로 특정 결과를 가져오려면 여러 요소를 시도해야 합니다.

### 카테고리 강조

하나 이상의 카테고리에 포함된 항목을 권장사항 목록의 앞으로 이동할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』의 내용을 참조하십시오.
4. **강조**를 선택하십시오. %를 100으로 설정하고 **요소**를 공백으로 두십시오. 이 값을 사용하는 다른 방법에 대한 정보는 29 페이지의 『백분율 값』 및 29 페이지의 『요소 값』의 내용을 참조하십시오.
5. **카테고리** 구성 요소를 왼쪽으로 끌어오십시오. 24 페이지의 『규칙 쿼리 빌드』의 내용을 참조하십시오.
6. **카테고리** 구성 요소에서 카테고리를 정의하십시오.
7. 규칙을 **저장**하십시오.

### 특정 항목 강조

하나 이상의 특정 항목을 권장사항 목록의 앞으로 이동할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

#### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』의 내용을 참조하십시오.
4. **강조**를 선택하십시오. %를 100으로 설정하고 **요소**를 공백으로 두십시오. 이 값을 사용하는 다른 방법에 대한 정보는 29 페이지의 『백분율 값』 및 29 페이지의 『요소 값』의 내용을 참조하십시오.
5. **상품 ID** 구성 요소를 끌어오십시오.
6. 규칙 기준 편집 대화상자에서 **다음 목록에 있음**을 선택하고 설명을 입력한 후 **선택**으로 구분된 하나 이상의 항목 ID를 입력하십시오.
7. 규칙을 **저장**하십시오.

#### 속성의 값을 기반으로 강조

규칙 기준을 편집하여 항목을 권장사항 목록의 앞으로 이동할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

## 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『[규칙 대상을 선택하는 조건 정의](#)』의 내용을 참조하십시오.
4. **강조**를 선택하십시오. **강조**를 선택하십시오. **%**를 100으로 설정하고 **요소**를 1로 설정하십시오. 이 값을 사용하는 다른 방법에 대한 정보는 29 페이지의 『[백분율 값](#)』 및 29 페이지의 『[요소 값](#)』의 내용을 참조하십시오.
5. 구성 요소를 제외할 속성을 끌어들입니다.
6. **규칙 기준 편집** 대화 상자에서 **contains**를 선택하고 속성을 평가할 값을 입력하십시오.
7. 규칙을 **저장**하십시오.

## 속성을 대상과 비교하여 강조

지정된 속성의 값을 평가하여 항목을 권장사항 목록의 시작 부분으로 이동할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『[규칙 대상을 선택하는 조건 정의](#)』의 내용을 참조하십시오.
4. **강조**를 선택하십시오. **%**를 100으로 설정하고 **요소**를 공백으로 두십시오. 이 값을 사용하는 다른 방법에 대한 정보는 29 페이지의 『[백분율 값](#)』 및 29 페이지의 『[요소 값](#)』의 내용을 참조하십시오.
5. 강조할 속성 구성 요소를 끌어들입니다.
6. **대상과 비교** 옵션을 사용으로 설정하십시오.
7. **규칙 기준 편집** 대화 상자에서 **contains**를 선택하고 속성을 평가할 값을 입력한 후 **적용**을 클릭하십시오.
8. 규칙을 **저장**하십시오.

## 더 높은 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조

권장사항을 동일한 구역 내에 제공되는 다른 권장사항과 비교할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

하위 순위 권장사항에 상위 순위 권장사항과 동일한 속성이 하나 이상 있는 경우 하위 순위 권장사항이 권장사항 목록의 끝으로 이동합니다.

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『[규칙 대상을 선택하는 조건 정의](#)』의 내용을 참조하십시오.
4. **비슷한 항목 강조**를 선택하십시오.
5. 비교할 속성 구성 요소를 끌어들입니다.
6. 규칙을 **저장**하십시오.

## 항목 강조 해제

강조 해제를 사용하면 오피에 정의된 교차 판매 알고리즘에 의해 생성되는 권장사항 목록의 끝에 지정된 항목을 배치할 수 있습니다.

항목 강조 해제에 사용할 수 있는 여러 옵션이 있습니다.

## 관련 개념

### 29 페이지의 『백분율 값』

강조 및 강조 해제 규칙에 백분율 값을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 항목의 백분율만 권장할 수 있습니다.

### 29 페이지의 『요소 값』

강조 및 강조 해제 규칙에 대해 요소 값을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 항목의 연관관계 점수를 늘릴 수 있습니다.

## 관련 태스크

### 33 페이지의 『카테고리 강조 해제』

하나 이상의 카테고리에 포함된 항목을 권장사항 목록의 뒤로 이동하려고 합니다.

### 33 페이지의 『권장사항에서 특정 항목 강조 해제』

권장사항 목록에서 하나 이상의 특정 항목을 강조 해제할 수 있습니다.

### 33 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해제』

지정된 속성의 값을 평가하여 항목을 권장사항 목록의 끝으로 이동할 수 있습니다.

### 34 페이지의 『속성을 대상과 비교하여 강조 해제』

지정된 속성의 값을 평가하여 항목을 권장사항 목록의 끝으로 이동할 수 있습니다.

### 34 페이지의 『더 높은 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조 해제』

권장사항을 동일한 구역 내에 제공되는 다른 권장사항과 비교할 수 있습니다.

## 요소 값

강조 및 강조 해제 규칙에 대해 요소 값을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 항목의 연관관계 점수를 늘릴 수 있습니다.

강조 및 강조 해제 규칙을 작성하는 경우에는 요소 옵션이 있습니다. 이 옵션을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 권장사항에 부여할 강조의 양을 조정할 수 있습니다.

Digital Recommendations 프로세스의 일부로 각각의 권장사항은 대상에 대한 연관관계의 강도에 따라 점수 및 순위가 지정됩니다.

### 강조 규칙과 함께 요소 값 사용

강조 규칙을 사용하는 경우 요소 값을 사용하여 연관관계 점수를 늘릴 수 있습니다. 요소 값은 항목이 강조되는 정도를 늘립니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 요소 2를 사용하면 새 점수는  $500 * 2 = 1000$ 입니다. 이는 권장사항의 순위를 변경하고 권장사항을 권장사항 목록의 앞 쪽으로 이동할 수 있습니다.

### 강조 해제 규칙과 함께 요소 값 사용

강조 해제 규칙을 사용하는 경우 요소 값을 사용하여 연관관계 점수를 줄일 수 있습니다. 요소 값은 강조 해제되는 항목의 양을 늘립니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 요소 2를 사용하면 새 점수는  $500 / 2 = 250$ 입니다. 이는 권장사항의 순위를 변경하고 권장사항을 권장사항 목록의 끝 쪽으로 이동할 수 있습니다.

## 여러 요소가 대상/권장사항 쌍에 영향을 미치는 경우

여러 요소가 대상 권장사항 쌍에 적용되는 경우에는 세 가지 시나리오가 있습니다.

### 다중 강조 규칙

요소 값을 사용하는 다중 강조 규칙을 사용하는 경우 대상/권장사항 쌍이 두 규칙 모두에 의해 영향을 받으면 요소 값이 결합됩니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 두 개의 요소 값 2와 3을 적용하면 결과 요소는  $500 * 2 * 3 = 3000$ 입니다.

### 다중 강조 해제 규칙

요소 값을 사용하는 다중 강조 해제 규칙을 사용하는 경우 대상/권장사항 쌍이 두 규칙 모두에 의해 영향을 받으면 요소 값이 결합됩니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 두 개의 요소 값 2와 3을 적용하면 결과 요소는  $500 / (2 * 3) = 83.3$ 입니다.

### 강조 및 강조 해제 규칙

요소 값을 사용하는 강조 및 강조 해제 규칙을 사용하는 경우 대상/권장사항 쌍이 두 규칙 모두에 의해 영향을 받으면 요소 값이 결합됩니다. 예를 들어, 권장사항의 점수가 500인 경우 두 개의 요소 값으로 강조 2, 강조 해제 3을 적용하면 결과 요소는  $(500 * 2) / 3 = 333.3$ 입니다.

권장사항의 순위를 변경하기 위해 필요한 요소 값은 오히려 다르므로 특정 결과를 가져오려면 여러 요소를 시도해야 합니다.

## 백분율 값

강조 및 강조 해제 규칙에 백분율 값을 사용하면 규칙 조건과 일치하는 항목의 백분율만 권장할 수 있습니다.

강조 및 강조 해제 규칙을 작성할 때는 권장사항의 백분율 옵션이 있습니다. 이 옵션을 사용하면 사용되는 일치하는 권장사항의 백분율을 지정할 수 있습니다.

예를 들어, 한 브랜드를 권장사항의 50%까지만 제한하려는 경우에는 강조 규칙을 사용할 수 있지만, 조건을 권장사항의 50% 강조로 설정하고 요소를 비워 두십시오.

백분율을 사용하여 권장사항 수를 변경하지 않으려면 100%를 사용하십시오.

## 카테고리 강조 해제

하나 이상의 카테고리에 포함된 항목을 권장사항 목록의 뒤로 이동하려고 합니다.

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 [『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』](#)의 내용을 참조하십시오.
4. **강조 해제**를 선택하십시오. %를 100으로 설정하고 요소를 공백으로 두십시오. 이 값을 사용하는 다른 방법에 대한 정보는 29 페이지의 [『백분율 값』](#) 및 29 페이지의 [『요소 값』](#)의 내용을 참조하십시오.
5. **카테고리** 구성 요소를 왼쪽으로 끌어오십시오. 24 페이지의 [『규칙 쿼리 빌드』](#)의 내용을 참조하십시오.
6. **카테고리** 구성 요소에서 카테고리를 정의하십시오.
7. 규칙을 **저장**하십시오.

## 권장사항에서 특정 항목 강조 해제

권장사항 목록에서 하나 이상의 특정 항목을 강조 해제할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

이 규칙 유형은 항목을 권장되지 않도록 제외하지만 오퍼의 대상이 되지 않도록 제외하지는 않습니다.

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 [『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』](#)의 내용을 참조하십시오.
4. **강조 해제**를 선택하십시오. %를 100으로 설정하고 요소를 공백으로 두십시오. 이 값을 사용하는 다른 방법에 대한 정보는 29 페이지의 [『백분율 값』](#) 및 29 페이지의 [『요소 값』](#)의 내용을 참조하십시오.
5. **상품 ID** 구성 요소를 끌어오십시오.
6. 규칙 기준 편집 대화상자에서 **다음 목록에 있음**을 선택하고 설명을 입력한 후 쉼표로 구분된 하나 이상의 항목 ID를 입력하십시오.  
지정된 목록에 없는 항목을 강조 해제하려면 **다음 목록에 없음**을 선택하십시오.
7. 규칙을 **저장**하십시오.

## 속성의 가치를 기준으로 강조 해제

지정된 속성의 값을 평가하여 항목을 권장사항 목록의 끝으로 이동할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.

3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『[규칙 대상을 선택하는 조건 정의](#)』의 내용을 참조하십시오.
4. **강조 해제**를 선택하십시오. %를 100으로 설정하고 **요소**를 1로 설정하십시오. 이 값을 사용하는 다른 방법에 대한 정보는 29 페이지의 『[백분율 값](#)』 및 29 페이지의 『[요소 값](#)』의 내용을 참조하십시오.
5. 구성 요소를 제외할 속성을 끌어들입니다.
6. 규칙 기준 편집 대화 상자에서 **contains**를 선택하고 속성을 평가할 값을 입력하십시오.
7. 규칙을 **저장**하십시오.

### 속성을 대상과 비교하여 강조 해제

지정된 속성의 값을 평가하여 항목을 권장사항 목록의 끝으로 이동할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『[규칙 대상을 선택하는 조건 정의](#)』의 내용을 참조하십시오.
4. **강조 해제**를 선택하십시오. %를 100으로 설정하고 **요소**를 공백으로 두십시오. 이 값을 사용하는 다른 방법에 대한 정보는 29 페이지의 『[백분율 값](#)』 및 29 페이지의 『[요소 값](#)』의 내용을 참조하십시오.
5. 구성 요소를 제외할 속성을 끌어들입니다.
6. **대상과 비교** 옵션을 사용으로 설정하십시오.
7. 규칙 기준 편집 대화 상자에서 **contains**를 선택하고 속성을 평가할 값을 입력한 후 **적용**을 클릭하십시오.
8. 규칙을 **저장**하십시오.

### 더 높은 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조 해제

권장사항을 동일한 구역 내에 제공되는 다른 권장사항과 비교할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

하위 순위 권장사항에 상위 순위 권장사항과 동일한 속성이 하나 이상 있는 경우 하위 순위 권장사항이 권장사항 목록의 끝으로 이동합니다.

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『[규칙 대상을 선택하는 조건 정의](#)』의 내용을 참조하십시오.
4. **비슷한 항목 강조 해제**를 선택하십시오.
5. 비교할 속성 구성 요소를 끌어들입니다.  
속성 구성 요소를 끌어올 수 없는 경우 속성을 사용으로 설정하지 못할 수 있습니다. 속성을 사용으로 설정하려면 34 페이지의 『[강조 해제에 대해 유사 규칙을 갖는 속성 사용](#)』의 내용을 참조하십시오.
6. 규칙을 **저장**하십시오.

### 강조 해제에 대해 유사 규칙을 갖는 속성 사용

유사 규칙으로 강조 해제에 사용할 수 있는 속성을 구성해야 합니다. 유사 규칙으로 강조 해제를 작성한 후 속성 구성 요소를 끌 수 없는 경우 이 프로시저를 사용하여 해당 속성 구성 요소를 사용 가능하게 합니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색에서 **관리 > 오피 구성**을 선택하십시오.
2. **오피 응답에 포함할 속성** 섹션에서 속성을 **사용 가능**에서 **선택됨**으로 이동하십시오.

## 여러 강조 해제 규칙이 권장사항에 적용되는 경우

더 많은 비즈니스 규칙을 개발할수록 여러 규칙이 권장사항 목록의 순서에 영향을 미칠 수 있다는 점을 알 수 있습니다.

예를 들어, 4개의 권장사항 A, B, C, D를 생성하는 오퍼가 있으며 권장사항 A, C, D를 강조 해제하는 규칙이 있는 경우, 목록의 새 순서는 B, A, C, D입니다. 권장사항 A와 C를 강조 해제하는 두 번째 규칙이 있는 경우 순서는 B, D, A, C입니다.

다음 규칙 유형을 포함하는 강조 해제 규칙 조합이 있으면 언제든지 다시 정렬될 수 있습니다.

- 카테고리별 강조 해제
- 특정 항목 강조 해제
- 속성의 값을 기반으로 강조 해제
- 속성을 대상과 비교하여 강조 해제

**참고:** 강조 해제를 사용하는 규칙은 권장사항 목록의 항목을 추가로 강조 해제하지 않습니다. 이 유형의 규칙의 예는 54 페이지의 [『상위 순위 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조 해제』](#)입니다.

## 항목 제외

제외 규칙을 사용하여 오퍼에 정의된 교차 판매 알고리즘에 의해 생성되는 권장사항 목록에서 항목을 제거할 수 있습니다.

제외 규칙에 사용할 수 있는 여러 옵션이 있습니다.

### 관련 태스크

35 페이지의 [『권장사항에서 카테고리 제외』](#)

권장사항 목록에서 하나 이상의 카테고리에 포함된 항목을 제외할 수 있습니다.

35 페이지의 [『권장사항에서 특정 항목 제외』](#)

권장사항 목록에서 하나 이상의 특정 항목을 제외할 수 있습니다.

36 페이지의 [『속성의 가치를 기준으로 제외』](#)

지정된 속성의 가치를 평가하여 항목을 권장사항 목록에서 제외합니다.

36 페이지의 [『속성을 대상과 비교하여 제외』](#)

지정된 속성의 가치를 평가하여 항목을 권장사항 목록에서 제외합니다.

37 페이지의 [『대상에 대한 모든 권장사항 제외』](#)

항목 또는 카테고리에 대한 권장사항을 생성하지 않는 규칙을 작성할 수 있습니다.

### 권장사항에서 카테고리 제외

권장사항 목록에서 하나 이상의 카테고리에 포함된 항목을 제외할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 [『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』](#)의 내용을 참조하십시오.
4. **제외**를 선택하십시오.
5. 제외할 권장사항과 일치시킬 규칙 쿼리를 빌드하십시오. 24 페이지의 [『규칙 쿼리 빌드』](#)의 내용을 참조하십시오.
6. 규칙을 **저장**하십시오.

### 권장사항에서 특정 항목 제외

권장사항 목록에서 하나 이상의 특정 항목을 제외할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

**참고:** 이 규칙 유형은 항목을 권장 대상에서 제외하지만 오퍼의 대상에서는 항목을 제외하지 않습니다.

제공된 목록에 없는 모든 항목을 제외할 수도 있습니다. 이 기능은 지정된 목록에 있는 항목만 권장사항에 포함해야 하는 인쇄 카탈로그 또는 콜 센터 권장사항을 위한 것입니다. 제공된 목록에 없는 항목을 제거하면 카탈로그 자체에서 교차 판매를 수행할 수 있고 콜 센터 담당자가 전화를 건 사람이 가지고 있는 특정 인쇄 카탈로그로 제한된 권장사항을 제공할 수 있습니다.

#### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『[규칙 대상을 선택하는 조건 정의](#)』의 내용을 참조하십시오.
4. **제외**를 선택하십시오.
5. 상품 ID 구성 요소를 끌어오십시오.
6. 규칙 기준 편집 대화상자에서 **다음 목록에 있음**을 선택하고 설명을 입력한 후 쉽표로 구분된 하나 이상의 항목 ID를 입력하십시오.  
지정된 목록에 없는 항목을 제외하려면 **다음 목록에 없음**을 선택하십시오.
7. 규칙을 **저장**하십시오.

#### 속성의 가치를 기준으로 제외

지정된 속성의 가치를 평가하여 항목을 권장사항 목록에서 제외합니다.

#### 이 태스크 정보

이 규칙 유형은 항목을 권장되지 않도록 제외하지만 오퍼의 대상이 되지 않도록 제외하지는 않습니다.

#### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『[규칙 대상을 선택하는 조건 정의](#)』의 내용을 참조하십시오.
4. **제외**를 선택하십시오.
5. 구성 요소를 제외할 속성을 끌어오십시오.
6. 규칙 기준 편집 대화 상자에서 **contains**를 선택한 후 속성을 평가할 값을 입력하십시오.
7. **적용**을 클릭하십시오.
8. 규칙을 **저장**하십시오.

#### 속성을 대상과 비교하여 제외

지정된 속성의 가치를 평가하여 항목을 권장사항 목록에서 제외합니다.

#### 이 태스크 정보

이 규칙 유형은 항목을 권장되지 않도록 제외하지만 오퍼의 대상이 되지 않도록 제외하지는 않습니다.

#### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **모든 대상**에 적용하도록 선택하거나 조건 세트로 대상을 제한하십시오. 23 페이지의 『[규칙 대상을 선택하는 조건 정의](#)』의 내용을 참조하십시오.
4. **제외**를 선택하십시오.
5. 구성 요소를 제외할 속성을 끌어오십시오.
6. **대상과 비교** 옵션을 사용으로 설정하십시오.

7. 규칙 기준 편집 대화 상자에서 브랜드 또는 항목 이름 같은 텍스트 속성에 대해 **contains**를 선택하거나 가격 또는 재고 같은 숫자 속성에 대해 **[=]equals**를 선택하십시오.
8. 속성을 평가할 값을 입력한 후 **적용**을 클릭하십시오.
9. 규칙을 **저장**하십시오.

### 대상에 대한 모든 권장사항 제외

항목 또는 카테고리에 대한 권장사항을 생성하지 않는 규칙을 작성할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

모든 권장사항 제외는 특정 제품을 권장하는 것이 타당하지 않은 보증 제품 또는 기프트 카드에 유용할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. 규칙을 **다음 조건과 일치하는 대상**에 적용하도록 선택하십시오.
4. 생성되는 권장사항을 원하지 않는 항목을 식별하는 조건을 작성하십시오. [23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』](#)의 내용을 참조하십시오.
5. **모두 제외**를 선택하십시오.
6. 규칙을 **저장**하십시오.

## 항목을 블랙리스트로 지정

권장사항에서 항목을 즉시 제거해야 하는 경우 블랙리스트 규칙을 작성할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

블랙리스트 규칙은 블랙리스트를 공개한 지 한 시간 정도 내에 모든 구역에서 지정된 ID 목록을 권장사항으로 표시되지 않게 합니다. 블랙리스트 규칙은 항목을 권장사항에서 즉시 제거해야 한다고 판단되는 긴급한 상황에서만 사용하도록 만들어졌습니다. 블랙리스트 제외는 항목이 블랙리스트 규칙에서 제거될 때까지 남아 있습니다. 모든 구역 대신 하나의 구역에서만 항목을 제외하려면 Digital Recommendations의 규칙 인터페이스로 이동하여 해당 항목에 대한 목록 제외 규칙을 작성하십시오. 각 활성 오피마다 목록 제외를 작성해야 합니다.

**참고:** 오피를 편집할 권한이 없는 경우 권장사항 블랙리스트 기능을 사용할 수 없습니다.

블랙리스트 규칙을 작성하려면 다음을 수행하십시오.

### 프로시저

1. 블랙리스트 규칙에 추가할 ID를 결정하십시오.
2. **관리 > 권장사항 블랙리스트** 페이지로 이동하십시오.
3. 목록 상자에 ID를 입력하십시오. 모두 대문자를 사용하십시오. **저장**을 클릭하십시오.
4. 구성 변경 공개를 수행하여 블랙리스트 업데이트를 완료하십시오. 자세한 정보는 [42 페이지의 『구성 변경 공개』](#)의 내용을 참조하십시오.

### 항목을 블랙리스트에서 제거

블랙리스트에서 항목을 제거하여 이를 권장사항에 사용할 수 있게 할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

항목을 권장사항에 사용할 수 있게 하려면 다음 단계를 수행하십시오.

### 프로시저

1. 블랙리스트에서 제거할 ID를 결정하십시오.
2. **관리 > 권장사항 블랙리스트** 페이지로 이동하십시오.
3. 목록 상자에서 ID를 제거하십시오.

4. 저장을 클릭하십시오.

5. 구성 변경 공개를 수행하여 블랙리스트 업데이트를 완료하십시오. 추가 정보는 42 페이지의 『구성 변경 공개』의 내용을 참조하십시오.

### 예제 비즈니스 규칙

이러한 예제를 모델로 사용하여 자체 규칙을 작성하거나 이를 사용하여 규칙 작성 방법을 잘 이해할 수 있습니다.

다음은 일부 비즈니스 규칙의 예입니다. 규칙 쿼리의 사용을 보여주기 위해 이 첫 번째 규칙 세트에서의 대상은 모든 대상입니다.

표 4: 제품의 비즈니스 규칙 예제 - 모든 대상			
예	사용할 프로시저	이 규칙을 적용할 대상	규칙 세부사항
1. 모든 제품에 보증을 포함시키지만 보증을 별도로 판매하지는 않습니다. 따라서 보증을 권장사항으로 표시하지 않으려고 합니다.	35 페이지의 『권장사항에서 카테고리 제외』	모든 대상	제외 > 카테고리 > 카테고리 선택 > 보증 카테고리 선택
2. 더 다양한 제품을 프로 모션하려고 하므로 대상 제품의 동일한 카테고리 레벨 내에 권장사항을 포함하지 않으려고 합니다.	35 페이지의 『권장사항에서 카테고리 제외』	모든 대상	제외 > 카테고리 > 대상의 최상위 상위 카테고리 및 동일한 최상위 1개 상위 카테고리 선택
3. 모든 주문에 무료 제품을 포함시키며 이 제품을 권장사항으로 표시되지 않게 하려고 합니다.	35 페이지의 『권장사항에서 특정 항목 제외』	모든 대상	제외 > 제품 ID > 제품 ID가 다음 목록에 있음 > 목록에 무료 제품 ID 추가
4. 권장할 필요가 없는 상위 판매 제품이 있습니다.	35 페이지의 『권장사항에서 특정 항목 제외』	모든 대상	제외 > 제품 ID > 제품 ID가 다음 목록에 있음 > 목록에 상위 판매 제품 ID 추가
5. 재고가 10개 미만인 제품은 권장하지 않으려고 합니다.	36 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	모든 대상	제외 > 재고 > 재고 [<] 10
6. 대상 제품과 브랜드 이름이 다른 제품만 권장하려고 합니다.	36 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	모든 대상	제외 > 브랜드 > 브랜드가 X임
7. 대상 제품과 브랜드가 동일한 제품만 권장하려고 합니다.	36 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	모든 대상	제외 > 브랜드 > 브랜드가 X가 아님
8. 가격이 \$5 미만인 제품은 권장하지 않으려고 합니다.	33 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해제』	모든 대상	제외 > 가격 > 가격 [<] 5
9. 기프트 카드(제품 ID 005531)를 판매하지만 다른 권장사항이 없는 경우에만 권장하려고 합니다.	33 페이지의 『권장사항에서 특정 항목 강조 해제』	모든 대상	강조 해제 > 제품 ID > 제품 ID가 다음 목록에 있음 기프트 카드 제품 ID
10. 재고가 20개 미만인 제품을 권장사항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	33 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해제』	모든 대상	강조 해제 > 재고 > 재고 [<] 20

표 4: 제품의 비즈니스 규칙 예제 - 모든 대상 (계속)			
예	사용할 프로시저	이 규칙을 적용할 대상	규칙 세부사항
11. 가격이 \$10 미만인 제품은 권장사항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	33 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해제』	모든 대상	강조 해제 > 가격 > 가격 [<] 10
12. 재고 정리 중인 제품은 권장사항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	33 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해제』	모든 대상	강조 해제 > 판매(속성) > 판매가 재고 정리임
13. 대상 제품과 브랜드 이름이 동일한 제품을 권장사항으로 포함하되 권장사항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	34 페이지의 『속성을 대상으로 비교하여 강조 해제』	모든 대상	비슷한 항목별 강조 해제 > 브랜드가 동일함
14. 여러 카테고리의 제품을 프로모션하려고 합니다. 권장사항이 더 높은 순위의 권장사항과 동일한 카테고리에 있는 경우 이를 권장사항 목록의 끝으로 이동하려고 합니다.	34 페이지의 『속성을 대상으로 비교하여 강조 해제』	모든 대상	비슷한 항목별 강조 해제 > 카테고리가 동일함
15. 여러 브랜드의 제품을 프로모션하려고 합니다. 권장사항이 더 높은 순위의 권장사항과 동일한 브랜드 이름을 가진 경우 이를 권장사항 목록의 끝으로 이동하려고 합니다.	34 페이지의 『속성을 대상으로 비교하여 강조 해제』	모든 대상	비슷한 항목별 강조 해제 > 브랜드가 동일함
16. 카메라 제품의 경우, 동일한 브랜드의 제품이 권장사항 목록에서 더 높게 위치하게 하려고 합니다.	31 페이지의 『더 높은 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조』	모든 대상	요소 1을 사용하여 제품의 100% 강조, 여기서 > 브랜드 > 대상과 비교 >는 대상의 브랜드와 동일함
17. 권장사항 목록에서 지정된 브랜드(브랜드 X)를 강조하려고 하지만 최대 50%의 권장사항만 해당 브랜드에서 제공하길 원합니다.	30 페이지의 『속성의 값을 기반으로 강조』 29 페이지의 『백분율 값』	모든 대상	요소 1을 사용하여 제품의 50% 강조, 여기서: > 브랜드 > 브랜드 X임
18. 재고정리 항목을 강조하고 이를 권장사항 목록의 앞쪽에 가까운 위치에 표시하려고 합니다.	30 페이지의 『속성의 값을 기반으로 강조』 29 페이지의 『요소 값』	모든 대상	요소 2를 사용하여 제품의 100% 강조, 여기서: > 판매는 재고정리임

표 5: 제품의 비즈니스 규칙 예제 - 모든 대상			
예	사용할 프로시저	이 규칙을 적용할 대상	규칙 세부사항
제품 재고가 많아 추가 판매를 생성해야 합니다. 이 제품을 모든 제품에 대한 권장사항으로 표시되게 하려고 합니다.	25 페이지의 『특정 제품 프로모션』	모든 대상	특정 항목 프로모션 > 지정된 ID별 > 프로모션할 ID 목록 추가

다음은 규칙 대상, 규칙 유형, 규칙 클래스의 조합을 사용하는 몇 가지 추가 비즈니스 규칙 예제입니다.

표 6: 제품의 비즈니스 규칙 예제 - 기타 대상			
예	사용할 프로시저	이 규칙을 적용할 대상	규칙 유형 및 구성 요소
19. 기프트 카드를 판매하지만 생성되는 권장사항을 기프트 카드의 제품 보기 페이지에 표시하지 않으려고 합니다.	23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』 37 페이지의 『대상에 대한 모든 권장사항 제외』	다음 조건과 일치하는 대상 > 제품 ID > 기프트 카드 제품 ID	모두 제외
20. 가격이 \$10 미만인 대상 제품의 경우에는 역시 \$10 미만인 제품만 권장합니다.	23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』 36 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	다음 조건과 일치하는 대상 > 가격 > 가격 [<] 10	제외 > 권장사항 제외, 여기서: > 가격 [>] 10
21. \$200를 넘는 대상 제품의 경우 대상보다 가격이 낮은(60%) 제품은 권장하지 않으려고 합니다.	23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』 36 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	다음 조건과 일치하는 대상 > 가격 > 가격 [>] 200	제외 > 권장사항 제외, 여기서: > 가격 [<] 120
22. 카메라 제품 ID 008221의 경우 브랜드 X의 제품만 권장하려고 합니다.	23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』 25 페이지의 『특정 제품 프로모션』	다음 조건과 일치하는 대상 > 제품 ID > 008221	제외 > 권장사항 제외, 여기서: > 브랜드가 브랜드 X가 아님

표 7: 제품의 비즈니스 규칙 예제 - 기타 대상			
예	사용할 프로시저	이 규칙을 적용할 대상	규칙 유형 및 구성 요소
카메라 카테고리의 대상 제품에 대해 프로모션하려는 새 카메라가 있습니다. 이 프로모션은 90일간 지속됩니다.	23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』 27 페이지의 『카테고리 프로모션』	다음 조건과 일치하는 대상 > 카테고리 > 카테고리는 카메라 카테고리 ID임	프로모션 > 지정된 ID별 > 새 카메라의 제품 ID > 프로모션 스케줄 > 지정된 날짜 범위 > 90일 판매 기간의 시작 및 종료 날짜
이익 마진이 더 낮은 제품의 카테고리(카테고리 이름은 달러)가 권장사항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	23 페이지의 『규칙 대상을 선택하는 조건 정의』 36 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	다음 조건과 일치하는 대상 > 카테고리 > 달러	요소 1을 사용하여 권장사항의 100% 강조 해제, 여기서: > 이익 마진 > 이익 마진 [<] 5

## 오퍼에 대한 규칙의 영향 보기

오퍼를 활성화하고 오퍼가 한 번 처리된 후에는 규칙 통계를 보고 작성한 규칙의 영향을 볼 수 있습니다. 규칙 통계는 문제점을 해결하고 규칙 프로세스를 향상하도록 도울 수 있습니다.

## 프로시저

1. 통계를 보려는 오퍼가 활성화 상태인지 확인하십시오.
2. 통계를 보려는 오퍼를 선택하십시오.
3. **규칙 통계** 탭을 클릭하여 사용자가 작성한 각각의 규칙에 의해 제외, 강조 해제, 강조 또는 프로모션되는 항목의 수를 확인하십시오.

### 규칙 통계 보기의 설명

규칙이 오퍼 결과에 어떻게 영향을 미치는지 볼 수 있습니다. 개별 규칙을 열 수도 있습니다.

#### 초기 대상

오퍼에 대해 생성되는 대상의 수입입니다.

#### 최종 대상

대상 규칙을 적용한 후 권장사항을 생성한 대상의 수입입니다.

#### 규칙

오퍼에 활성화된 규칙의 수입입니다.

#### 초기 권장사항 후보

규칙을 적용하기 전 권장사항을 위한 후보입니다. **평균/ 대상** 값은 초기 대상을 위해 생성된 권장사항의 평균 수입입니다.

#### EPCMF 설정으로 제외됨

최신 EPCMF 파일에 없었으므로 제거된 후보의 수 및 백분율입니다. 최근에 EPCMF를 업데이트하고 일부 항목이 제거된 경우 이러한 제외가 발생할 수 있습니다.

#### 유효하지 않은 메트릭으로 제외됨

숫자 속성에 유효하지 않은 숫자 값이 포함되어 제외된 후보의 수 및 백분율입니다. 수량과 같은 열에 숫자가 아닌 값이 있는 경우 이러한 제외가 발생합니다.

#### 규칙으로 제외됨

오퍼의 모든 제외 규칙으로 제외된 후보의 수 및 백분율입니다. 화면의 하단에서 오퍼에 영향을 준 규칙에 대한 링크와 요약은 볼 수 있습니다.

#### 강조됨

오퍼의 모든 강조 규칙으로 강조된 후보의 수 및 백분율입니다. 화면의 하단에서 오퍼에 영향을 준 규칙에 대한 링크와 요약은 볼 수 있습니다.

#### 강조 해제됨

오퍼의 모든 강조 해제 규칙으로 강조 해제된 후보의 수 및 백분율입니다. 화면의 하단에서 오퍼에 영향을 준 규칙에 대한 링크와 요약은 볼 수 있습니다.

#### 프로모션 추가됨

오퍼의 모든 프로모션 규칙으로 프로모션된 후보의 수 및 백분율입니다. 화면의 하단에서 오퍼에 영향을 준 규칙에 대한 링크와 요약은 볼 수 있습니다.

#### 폴백 추가됨

권장사항 폴백 사용 옵션을 오퍼 설정의 일부로 선택하여 추가된 후보의 수 및 백분율입니다. 폴백이 추가되고 제외 규칙으로 나중에 제거되는 경우 해당 폴백은 **폴백 추가됨** 통계에 포함되지 않습니다.

#### 최종 권장사항

모든 규칙을 적용한 후 생성된 권장사항의 수입입니다. **평균/ 대상** 값은 최종 대상을 위해 생성된 권장사항의 평균 수입입니다.

### 너무 많은 후보를 제외하는 규칙의 플래그 지정

규칙을 작성할 때 너무 많은 권장사항 후보를 제거할 위험이 있습니다. 너무 많은 권장사항을 제거하는 규칙을 플래그 지정할 수 있습니다.

## 프로시저

1. 오퍼에서 규칙 통계 탭을 여십시오.
2. 슬라이더로 권장사항 매개변수의 x%를 초과하여 제거하는 플래그 규칙을 설정하십시오.  
기본값은 50%입니다.

## 결과

제거된 권장사항 수가 설정한 임계값을 초과하면 규칙의 표제 막대의 빨간색 원과 함께 규칙의 % 값이 표시됩니다.

## 규칙 변형 테스트

규칙의 변형을 작성하고 출력 결과를 비교하기 위해 테스트 결과를 사용할 수 있습니다.

테스트 규칙을 통해 이미 작성된 규칙의 대체를 작성할 수 있습니다. 이는 사용자가 규칙에 대한 변형을 작성하고 출력을 비교할 수 있게 합니다. 더 나은 결과를 제공하는 대체 규칙을 발견한 경우 이를 라이브 규칙으로 변환할 수 있습니다.

테스트 규칙은 운용에서 실행되지 않습니다. 그러나 규칙 변형을 테스트 중인 오퍼를 한 번 이상 실행한 경우, 미리 보기 기능을 사용하여 테스트 규칙이 갖는 영향을 볼 수 있습니다. 미리보기 기능에서 테스트 규칙의 이름이 테스트 규칙의 영향을 받는 모든 권장사항에 표시됩니다.

### 테스트 규칙 작성

대체 규칙 구성을 비교하기 위해 테스트 규칙을 작성할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

오퍼에서 각 규칙에 대해 하나의 테스트 규칙만 작성할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 테스트 규칙을 작성하려는 오퍼로 이동하십시오.
2. 규칙 탭을 클릭하십시오.
3. 테스트 규칙의 기초로 사용하려는 규칙을 식별하십시오.
4. 동작 열에서 **규칙 작성** 아이콘을 클릭하십시오.  
새 규칙은 Test<rule> 이름으로 작성됩니다. 여기서 <rule>은 테스트 규칙을 작성한 규칙의 이름입니다.
5. 테스트 규칙 이름을 클릭하십시오.
6. 규칙을 비교하려는 테스트 규칙을 변경하십시오.

### 테스트 규칙을 실제 규칙으로 변환

테스트 규칙에서 가져온 결과를 선호하는 경우, 초기 규칙을 테스트 규칙으로 바꿀 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

테스트 규칙을 실제 규칙으로 변환하는 경우 테스트 규칙 세부사항이 실제 규칙 세부사항을 대체하고 테스트 버전이 삭제됩니다.

### 프로시저

1. 테스트 규칙을 변환하려는 오퍼로 이동하십시오.
2. 규칙 탭을 클릭하십시오.
3. 변환하려는 규칙을 식별하십시오.
4. 동작 열에서 **실제 규칙으로 프로모션** 아이콘을 클릭하십시오.

## 구성 변경 공개

조정이 필요한 경우 구성을 변경 및 공개할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

다음은 구성 변경이 필요한 예입니다.

- A/B 테스트 설정 - A/B 테스트 결과가 좋지 않습니다. A/B 테스트를 즉시 중지해야 합니다.
- 구역 설정 - 페이지에 세 가지가 아닌 네 가지 권장사항이 표시되어야 합니다.
- 권장사항 계획 - 권장사항 계획에서 단계를 변경해야 합니다.

앞의 경우 변경사항을 완료한 후 다음 단계를 수행하십시오.

#### 프로시저

1. 시스템 개요를 선택하십시오.
2. 구성 변경 공개를 클릭하십시오.

#### 결과

시스템이 변경사항을 공개한 후 약 한두 시간 후에 변경사항이 적용됩니다.

**참고:** 이 프로시저는 비즈니스 규칙을 업데이트하지 않습니다.

### 새 규칙 인터페이스를 사용하여 오픈에 대한 비즈니스 규칙 정책 구성

비즈니스 규칙 정책은 속성을 평가하는 규칙을 적용하지만 항목에 해당 속성의 값이 없거나 유효하지 않은 값이 있는 경우 수행되는 오픈 처리를 정의합니다.

구현의 초기 스테이지 동안 일반 데이터 업로드를 위해 EPCMF가 구성됩니다. 제품에 규칙 평가가 시도되는 속성 값이 없는 경우 수행할 작업을 판별하는 것이 해당 구성 중 일부였습니다.

예를 들어 브랜드 규칙이 적용되는 경우, 브랜드 데이터 생략 시 항목이 권장 목록에서 제외되는지 또는 권장 목록에 포함되는지는 해당 데이터 및 규칙 기준에 따라 결정됩니다. 브랜드 속성에 널값으로 표시되는 하우스 브랜드가 있을 수 있습니다. 이러한 경우에 널값이 true와 같다고 지정하면 브랜드 규칙은 권장사항 목록에서 하우스 브랜드를 제외합니다. 널값이 false와 같다고 지정하면 브랜드 규칙은 다른 모든 비일치 브랜드와 함께 하우스 브랜드를 포함합니다.

관리자는 Digital Recommendations 구현의 예비 데이터 업로드 스테이지 동안 규칙을 구현하고 오픈 구성 설정 ([관리 > 오픈 구성](#))에서 비즈니스 규칙 정책을 구성했습니다. 59 페이지의 [『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오픈에 대한 비즈니스 규칙 정책 구성』](#)도 참조하십시오.

추가 고려사항:

- 비즈니스 규칙 정책은 모든 규칙에 글로벌하며 규칙 세트 또는 개별 규칙으로 지정할 수 없습니다.
- 권장 항목에 누락된 데이터가 있으므로 권장 항목 제거를 최소화하려면 규칙이 적용되는 특정 대상 세트에만 영향을 미치도록 비즈니스 규칙의 범위를 지정하십시오. 예를 들어, 제품의 중량에 따라 권장사항에서 제외되는 항목 세트가 전자제품 카테고리에 있다고 가정해 봅니다. 이 규칙에 대한 대상을 지정할 때 전자제품 카테고리의 대상에만 적용되도록 규칙 대상을 정의하십시오. 이렇게 실행하면 규칙 시스템이 전체 카탈로그에서 이 규칙을 처리하지 않고 누락된 데이터를 기반으로 하는 제외를 전자제품 부문으로만 제한합니다.

#### 규칙에 대해 항목 평가를 위한 널값 정책 작성

새 규칙 인터페이스를 사용하는 경우 이 프로시저를 사용하여 해당 항목이 널값을 가질 때 규칙에 대해 항목을 평가하는 정책을 작성합니다.

#### 프로시저

1. 측면 탐색 메뉴에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. **제품 오픈** 아래에서 **속성**을 선택하십시오.
3. **규칙 처리의 속성 동작**에 대해, **규칙에 입력된 값과 값이 없는 속성 비교** 아래에 있는 다음 옵션 중 하나를 선택하십시오.
  - 비교를 True로 취급. 이 옵션을 선택하면 값이 없는 속성을 규칙에 대해 평가할 때 규칙에 일치하는 것처럼 비교가 취급됩니다.
  - 비교를 False로 취급. 이 옵션을 선택하면 값이 없는 속성을 규칙에 대해 평가할 때 규칙에 일치하지 않는 것처럼 비교가 취급됩니다.

#### 권장사항을 대상과 비교하기 위해 널값 정책 작성

새 규칙 인터페이스를 사용하는 경우 이 프로시저를 사용하여 권장사항과 대상의 속성 값을 비교하는 정책을 작성합니다.

## 프로시저

1. 측면 탐색 메뉴에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. **제품 오퍼** 아래에서 **속성**을 선택하십시오.
3. **규칙 처리의 속성 동작에 대해 권장사항을 대상 속성과 비교할 때 한 속성에 값이 없거나 두 속성 모두에 값이 없음** 아래에 있는 다음 옵션 중 하나를 선택하십시오.
  - 비교를 True로 취급. 이 옵션을 선택하면 속성에 값이 없는 모든 경우에서 비교는 두 값이 일치하는 것처럼 취급됩니다.
  - 비교를 False로 취급. 이 옵션을 선택하면 속성에 값이 없는 모든 경우에서 비교는 두 값이 일치하지 않는 것처럼 취급됩니다.

## 유효하지 않은 속성 정책 작성

새 규칙 인터페이스를 사용하는 오퍼의 경우 유효하지 않거나 잘못 구성된 속성에 대해 세 개의 보호 옵션이 있습니다.

## 이 태스크 정보

유효하지 않은 속성의 일반적 예는 숫자 필드에 있는 비슷자 값입니다.

## 프로시저

1. 측면 탐색 메뉴에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. **제품 오퍼** 아래에서 **속성**을 선택하십시오.
3. **규칙 처리의 속성 동작에 대해, 숫자 속성에 유효하지 않은 값이 있는 경우** 아래의 세 옵션 중 하나를 선택하십시오.
  - 오퍼에 대한 권장사항을 생성하지 마십시오. 계속하기 전에 값을 강제로 정정하십시오. 이 옵션을 선택하면 속성을 정정할 때까지 오퍼가 실행되지 않습니다.
  - 해당 값을 값이 없는 것처럼 처리하고 위의 비교 설정을 사용하십시오. 이 옵션을 선택하면 유효하지 않은 값이 널로 취급되고 널값에 대한 정책을 기반으로 평가됩니다. 43 페이지의 『[규칙에 대해 항목 평가를 위한 널값 정책 작성](#)』 및 43 페이지의 『[권장사항을 대상과 비교하기 위해 널값 정책 작성](#)』의 내용을 참조하십시오.
  - 속성에 유효하지 않은 값이 있는 항목을 포함하지 않음. 유효하지 않은 값이 있는 항목을 권장하지 않으려면 이 옵션을 선택하십시오.

## 속성 및 추가 설정에 대한 필드 정의

속성과 추가 설정에 대한 참조 정보입니다.

표 8: 오퍼 구성 > 제품 오퍼 > 속성에 대한 참조 정보	
필드	설명
속성	속성의 이름입니다. 이 값은 EPCMF에 정의됩니다.
별명	속성과 연관된 일반 이름입니다. 이 값은 EPCMF에 정의됩니다.
데이터 유형	별명에 대해 설명하는 데이터 유형을 나타냅니다. 이 값은 EPCMF에 정의됩니다.
기본값	처리 중인 데이터 파일의 항목이 이 속성에 대해 지정된 값을 가지고 있지 않은 경우 일괄처리 데이터 프로세스가 제공하는 값입니다.
속성 접두부	대부분의 경우 속성 접두부는 응답 데이터에 포함될 때 속성 값의 시작 부분에 추가되는 값입니다. 특수 값에 이미지 기반 권장사항에 대한 URL로 지정된 속성의 경우 이 값은 런타임 시 URL을 구성하는 데 사용됩니다.
이미지 URL이 포함된 속성	미리보기용 그림 보기 및 이미지 기반 권장사항 기능을 지원합니다. 제품 썸네일 이미지의 URL을 제공하는 속성입니다.

표 8: 오퍼 구성 > 제품 오퍼 > 속성에 대한 참조 정보 (계속)	
필드	설명
제품 URL이 포함된 속성	이미지 기반 권장사항 기능을 지원합니다. 웹 사이트에서 항목 기본 페이지의 URL을 제공하는 속성입니다.
이미지 권장사항의 이미지에 대해 대체 접두부 사용	이미지 권장사항에 대해 다른 접두부를 사용하려는 경우 사용으로 설정하십시오. 텍스트 상자에 접두부를 입력하십시오.
규칙에 사용된 속성에 값이 없고 기본값이 지정되지 않은 경우	이러한 옵션은 비즈니스 규칙에 따라 평가되는 속성에 널값이 있는 항목을 해석하는 방법을 지정합니다. TRUE를 선택하는 경우 고려 중인 속성에 대해 널값을 가지는 항목이 권장사항 목록에서 제외됩니다. FALSE를 선택하면 해당 항목이 포함됩니다.
규칙에 사용된 속성에 비교 시 유효하지 않은 값이 포함되어 있는 경우	이러한 옵션은 유효하지 않은 속성에 대해 수행하는 오퍼 처리를 지정합니다. 오퍼 처리는 기본값을 사용하거나(기본값이 지정된 경우) 처리를 중지하고 오류 메시지를 표시할 수 있습니다.
사용 가능	웹 사이트의 사이트 구역에 표시될 권장사항 목록에 대한 HTTP 응답 데이터에서 사용될 수 있는 모든 속성 목록입니다.
선택됨	HTTP 응답에 포함되는 속성입니다.

표 9: 오퍼 구성 > 제품 오퍼 > 추가 설정에 대한 참조 정보	
필드	설명
데이터의 수명(세션)	<b>시간 범위 추가</b> 를 클릭하여 세션 관련 데이터의 시간 범위를 추가하십시오. <b>연관관계 가중치</b> 필드에 지정된 값에 따라 가중치가 부여되는 데이터의 수명(일 수)입니다. 예를 들어, 3을 지정하면 3일보다 오래된 데이터에 연관관계 가중치가 지정되어 있습니다.
연관관계 가중치(세션)	<b>데이터 수명</b> 필드에 지정된 값을 충족하는 데이터에 적용되는 백분율 값입니다.
데이터의 수명(구매에서 구매로)	<b>시간 범위 추가</b> 를 클릭하여 구매 대 구매 데이터의 시간 범위를 추가하십시오. <b>연관관계 가중치</b> 필드에 지정된 값에 따라 가중치가 부여되는 데이터의 수명(일 수)입니다. 예를 들어, 3을 지정하면 3일보다 오래된 데이터에 연관관계 가중치가 지정되어 있습니다.
연관관계 가중치(구매에서 구매로)	이벤트 간 기간(일) 필드에서 지정된 기간에 발생하는 구매에 적용되는 백분율 값입니다.
파일 형식	출력 파일에 다음의 형식 옵션을 사용할 수 있습니다. <ul style="list-style-type: none"> <li>테이블: 각 행이 하나의 대상을 나타내고 행에서 가능한 많은 열에 권장사항이 포함되도록 데이터를 형식화합니다.</li> <li>직렬: 각 행이 권장사항을 나타내도록 데이터를 형식화합니다. 이 형식을 사용하면 각 대상에 여러 행이 있습니다(권장사항마다 하나씩).</li> </ul>
순위 유형	다음과 같은 값이 권장사항의 우선순위를 표시하는 데 사용됩니다. <ul style="list-style-type: none"> <li>점수 - 권장사항에 대해 계산되는 연관관계 점수입니다.</li> <li>순위 - 권장사항 목록에서 항목의 위치입니다. 즉, 연관관계 점수가 가장 높은 항목의 순위는 1입니다.</li> </ul>
파일 헤더 포함	테이블 파일에만 해당됩니다. 파일의 콘텐츠에 대해 설명하는 설명 및 메타데이터를 출력에 포함할지 여부를 나타냅니다. 선택하는 값은 출력 파일을 사용하는 데이터 처리 메커니즘에 따라 결정됩니다. 일부 메커니즘은 헤더를 제거할 수 있으며 일부는 그렇지 않습니다. 프로세스가 헤더를 제거할 수 없는 경우 파일 헤더를 제외하도록 이 옵션을 지우십시오.

## 규칙에서 더 이상 사용되지 않는 카테고리의 영향

권장사항 처리 중에, 더 이상 사용되지 않는 카테고리를 갖는 규칙이 발견되면 해당 규칙이 오퍼 처리에서 적용/포함되지 않습니다. 이는 제외되며 예외가 규칙 오류 테이블에 추가됩니다. 유효한 모든 나머지 규칙은 오퍼에 적용되며, 해당 오퍼가 처리됩니다.

ECDF에서 제거된 경우 또는 카테고리 계층 구조에서 위치를 변경한 경우, 카테고리는 더 이상 사용되지 않습니다. 규칙이 더 이상 사용되지 않는 카테고리를 기반으로 하는 경우 규칙이 실패하는 원인이 될 수 있습니다.

Digital Recommendations에서 더 이상 사용되지 않는 카테고리를 참조하는 규칙을 발견하는 경우, 이는 해당 규칙을 무시하지만 계속해서 후속 규칙을 처리합니다. 이 프로세스는 오퍼가 계속해서 권장사항을 생성함을 보장합니다.

Digital Recommendations에서는 더 이상 사용되지 않는 카테고리로 인해 발생하는 오류를 사용자에게 알리는 다수의 방법도 제공합니다.

- Digital Recommendations는 SFTP 작업에서 권장사항 파일을 씁니다. 더 이상 사용되지 않는 카테고리의 규칙이 있는 오퍼가 발견되면, 각 오퍼마다 이메일이 생성됩니다. 오퍼에 대한 이메일 컨택 목록에 나열된 모든 사용자는 이메일을 수신합니다. 이메일에는 오류가 있는 규칙과 함께 해당 규칙에 존재하는 더 이상 사용되지 않는 카테고리에 대한 정보가 포함됩니다.
- 사용자 인터페이스에서, 더 이상 사용되지 않는 카테고리로 인한 오류가 포함된 규칙은 경고 아이콘으로 표시됩니다. 경고 아이콘은 오류가 있는 규칙을 식별하는 툴팁도 포함합니다.

더 이상 사용되지 않는 카테고리로 인한 오류에 대해 알림을 받은 경우에는 다음 권장사항 실행이 정정된 규칙을 오퍼에 적용할 수 있도록 오류가 있는 규칙을 정정해야 합니다.

## 레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오퍼에 비즈니스 규칙 적용

제품을 포함, 제외, 프로모션 또는 강조 해제하기 위해 오퍼가 세부 조정되어야 하는 경우 비즈니스 규칙을 사용하십시오.

예:

- 카테고리 규칙을 사용하여 남성 제품이 여성 부문에 나타나는 것을 방지합니다.
- 재고 규칙을 사용하여 품절 항목을 권장하지 않도록 합니다.
- 가격 규칙을 사용하여 상향 판매 및 하향 판매를 촉진합니다.
- 마진 규칙을 사용하여 마진이 낮은 항목을 제거합니다.

규칙은 가져오기 파일을 사용하여 Digital Analytics에 제공되는 데이터를 기반으로 합니다. 사용 가능한 규칙은 오퍼 유형에 따라 다릅니다. 예를 들어, 제품 교차 판매 오퍼에서는 카테고리 또는 검색어 기반 오퍼와 다른 규칙이 사용 가능합니다. 규칙의 유형은 4가지가 있습니다.

### 제외 규칙

제외 규칙은 정의된 기준을 기반으로 하는 권장사항에서 항목을 제거합니다. 예를 들어, 제외 규칙은 "제품의 재고가 10 미만인 권장사항 제외"로 표현됩니다.

### 강조 해제 규칙

강조 해제 규칙은 항목을 제외하기보다 후보 목록의 끝으로 이동합니다. 예를 들어, 제품의 판매 마진이 낮지만 높은 관련성을 갖는 것으로 순위가 지정된 경우, 강조 해제 규칙은 해당 제품을 유효한 권장사항 후보 목록의 뒤로 이동하고 높은 마진 항목을 앞으로 이동합니다. 특정 대상에 대해 제한된 권장사항 데이터가 있거나 모든 권장사항의 마진이 낮은 경우에도 방문자에게 표시할 데이터는 사용 가능합니다.

### 프로모션 규칙

신제품을 출시하려고 하거나 재고가 많은 항목이 있는 조직은 지정된 제품을 동작 권장사항의 앞에 삽입하는 프로모션을 설정할 수 있습니다. Digital Analytics의 권장사항에 대해 수동으로 지정된 제품의 우선순위를 지정하는 프로모션 규칙을 작성할 수 있습니다. Digital Recommendations가 도움이 될 수 있습니다. "남성 부문의 제품 중 50%에 대해 이러한 두 제품을 첫 번째 위치에 표시"라는 백분율 가중치를 설정할 수 있습니다.

### 블랙리스트 지정

Digital Recommendations가 권장사항을 웹 사이트에 실시간으로 전달할 때 항목을 권장사항에서 즉시 제거해야 하는 경우가 있습니다. 블랙리스트 기능을 사용하여 이를 수행할 수 있습니다. 블랙리스트 지정은 사

이트 구역에 대한 권장사항으로 표시되지 않도록 ID 목록을 제거합니다. 블랙리스트 지정은 블랙리스트를 시작한지 약 1시간 내에 적용됩니다. 블랙리스트 지정은 동적으로 전달된 권장사항에 대해서만 사용 가능합니다.

### 오피의 비즈니스 규칙에 대한 자세한 정보

오피에 대해 작성하는 비즈니스 규칙은 ECDF 및 EPCMF 데이터 파일에 제공하는 속성(최대 50개)을 기반으로 합니다. 이러한 파일에 대한 정보는 IBM Product Recommendations 구성 안내서의 ECDF 및 EPCMF 데이터 파일 장을 참조하십시오.

#### 연관관계 데이터로 시작

규칙이 처리되기 전에 Digital Recommendations는 오피에 대해 설정된 연관관계 가중치를 기반으로 권장사항을 생성합니다. Digital Recommendations는 대상마다 최대 50개의 권장사항을 생성하여 규칙을 적용할 대상에 많은 데이터 세트가 사용 가능하도록 합니다. Digital Recommendations가 권장사항을 생성하는 능력은 데이터 분석 기간 및 사이트가 수신하는 트래픽 정도에 따라 크게 달라집니다. 수신하려는 최종 권장사항의 수를 지정하려면 다음 예에 따라 수행하십시오.

- 플랫폼 파일 오피의 경우, **오피 설정** 탭에서 최대 30개의 권장사항을 지정하십시오.
- 동적 오피의 경우, 오피가 사용되는 사이트 구역을 구성할 때 최대 12개의 권장사항을 지정하십시오. 12개보다 많은 권장사항이 필요한 경우, IBM Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트에게 문의하십시오.

#### 규칙 구체성

속성 값을 사용하여 규칙을 작성할 때는 규칙 인터페이스에서 입력하는 값이 ECDF 및 EPCMF 파일을 사용하여 로드되는 값과 **정확하게 일치해야 합니다**.

**참고:** 규칙 구체성에는 공백 및 대문자 사용이 포함됩니다.

#### 비즈니스 규칙 정책

비즈니스 규칙 정책은 모든 규칙의 실행을 제어하며 규칙 세트 또는 개별 규칙에 의해 지정될 수 없습니다. 추가 정보는 59 페이지의 [『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오피에 대한 비즈니스 규칙 정책 구성』](#)의 내용을 참조하십시오.

#### 규칙 데이터

모든 규칙 데이터가 Digital Analytics 데이터베이스에 로드될 때까지 활성 오피에 규칙을 작성하지 마십시오. 규칙 데이터가 제공되지 않았을 때 작성된 규칙은 항목을 잘못 제거하므로 예기치 않은 결과가 발생할 수 있습니다. 예를 들어, 규칙 데이터는 화요일에 **전사적 상품 보고서** 또는 **제품 보기 추가 필드**를 사용하여 Digital Analytics에 로드됩니다. 이 데이터는 수요일 전달로 스케줄링된 오피에서 처리될 수 있습니다.

## 노드의 개념

노드 레벨을 규칙 작성을 위한 비교 옵션으로 사용하십시오.

노드는 카테고리 계층 구조의 카테고리 레벨입니다. 계층 구조의 최상위 레벨 노드는 다음과 같습니다.

#### 노드 1

첫 번째 레벨

#### 노드 2

두 번째 레벨

#### 노드 3

세 번째 레벨

예를 들면 다음과 같습니다.

표 10: 노드에 대한 설명.		
노드 1	노드 2	노드 3
남성 용		
	남성 신 발	
		운동화

표 10: 노트에 대한 설명. (계속)		
노트 1	노트 2	노트 3
		정장용 구두
	남성 바지	
		캐주얼 바지
		정장 바지
여성용		
	숙녀화	
		부츠
		샌달
	여성 상의	
		블라우스
		스웨터

## 개별 규칙 그룹 정의

비즈니스 규칙을 정의하는 첫 번째 단계는 규칙 그룹을 작성하는 것입니다. 이 프로시저를 사용하여 현재 오피어 서만 사용할 수 있는 규칙 그룹을 작성합니다.

### 이 태스크 정보

여러 규칙이 있으면 규칙을 찾기 쉽도록 비슷한 규칙을 그룹화하는 규칙 그룹을 사용하는 것이 편리합니다. 또한 규칙 그룹을 사용하면 여러 사람이 동일한 오피어에 대해 동시에 서로 다른 규칙 그룹에서 작업하고 규칙을 독립적으로 관리할 수 있습니다.

규칙 그룹을 작성한 후에 해당 그룹에서 비즈니스 규칙을 하나 이상 정의합니다.

### 프로시저

1. 오피어를 열고 **규칙** 탭을 클릭하십시오.
2. **새 그룹 추가**를 클릭하고 규칙 그룹 이름을 제공하십시오.

### 관련 태스크

[23 페이지의 『규칙 작성』](#)

규칙 그룹이 작성된 후에 해당 규칙 그룹에서 규칙을 하나 이상 작성합니다.

## 규칙 작성

규칙 그룹이 작성된 후에 해당 규칙 그룹에서 규칙을 하나 이상 작성합니다.

### 프로시저

1. 규칙을 추가할 규칙 그룹을 선택하십시오.
2. 규칙 탭에서 **규칙 추가**를 클릭하십시오.
3. [49 페이지의 『규칙 대상』](#)의 내용을 참조하십시오.
4. **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.
5. 규칙 매개변수를 정의하십시오. [49 페이지의 『규칙 클래스 및 규칙 유형』](#)의 내용을 참조하십시오.
6. **저장**을 클릭하십시오.

## 규칙 대상

규칙 대상은 권장사항을 생성하는 대상입니다. 다음은 대상 규칙이 적용되는 항목입니다.

### 모든 활성 대상

이 오피에 대해 설정된 데이터 분석 기간 동안 Digital Analytics에 의해 수집되는 데이터의 모든 활성 대상 또는 카테고리를 포함합니다.

### 카테고리에서 선택

대상의 카테고리를 정의합니다. 이 규칙 세트에 대해 허용된 대상으로 포함할 카테고리를 하나 이상 선택할 수 있습니다.

**참고:** 이 카테고리는 전사적 상품 보고서에 대한 가져오기 파일에 의해 정의됩니다. 이 기능을 사용하려면 해당 가져오기 파일을 제공해야 합니다. Category Definition File에 정의된 카테고리는 지원되지만 Digital Analytics 지원 구성원에 의해 구성되어야 합니다.

### 입력 목록

항목 ID를 지정하여 대상의 목록을 지정할 수 있습니다. 999개 항목까지 이 목록에 정의할 수 있습니다. 사이트 카테고리, EPR 카테고리 및 검색 오피는 개별 항목을 기준으로 하는 대상을 가지지 않으므로 이 옵션을 사용할 수 없습니다.

### 속성에서 선택

속성을 하나 이상 지정하여 대상을 지정합니다. 사이트 카테고리, EPR 카테고리 및 검색 오피는 개별 항목을 기준으로 하는 대상을 가지지 않으므로 이 옵션을 사용할 수 없습니다.

**참고:** 이 속성은 전사적 상품 보고서에 대한 가져오기 파일에 의해 정의됩니다. 이 기능을 사용하려면 해당 가져오기 파일을 제공하고 별명을 지정해야 합니다.

### 규칙 대상에 대한 복합 로직 빌드

속성 규칙 도구는 유연합니다. 속성 및 속성 값 조합을 사용하여 각기 다른 유스 케이스를 수용할 수 있습니다.

속성 규칙 도구는 지원되는 AND 및 OR 로직을 사용하여 규칙을 생성 중일 때 동적으로 규칙을 시각화합니다. 다음과 같은 규칙이 속성 대상 선택에 적용됩니다.

- 연산자가 특정 속성에 대해 긍정(is) 또는 부정(is not)인 것으로 선택되면 사용 가능한 연산자는 인터페이스에서 선택된 유형으로 제한됩니다.
  - 연산자가 긍정이면 조건은 항상 OR입니다.
  - 연산자가 부정(is not)이면 조건은 항상 AND입니다.
  - 여러 속성이 함께 사용되는 경우 속성 사이의 조건은 AND입니다.

규칙 대상을 식별한 후에는 규칙 세트가 연관된 대상과 함께 표시됩니다.

## 규칙 클래스 및 규칙 유형

규칙을 작성할 때 규칙 클래스를 정의합니다.

다음은 사용 가능한 규칙 클래스입니다.

- 프로모션
- 제외
- 강조 해제

각 클래스에 대해 규칙 작성에 유연성을 제공하는 규칙 유형을 해당 클래스 내에 지정할 수 있습니다. 다음 테이블에는 규칙 클래스 및 유형에 대한 요약과 자세한 정보의 참조 위치에 대한 정보가 있습니다.

표 11: 규칙 클래스 및 유형 테이블.			
규칙 클래스	규칙 유형	규칙 하위 유형	관련 프로시저
프로모션	특정 항목 프로모션	없음	50 페이지의 <a href="#">『제품 프로모션』</a>
제외	카테고리별 제외	없음	51 페이지의 <a href="#">『제품의 카테고리 제외』</a>
제외	ID별 제외	없음	52 페이지의 <a href="#">『특정 항목 제외』</a>

표 11: 규칙 클래스 및 유형 테이블. (계속)

규칙 클래스	규칙 유형	규칙 하위 유형	관련 프로시저
제외	속성별 제외	권장사항 속성 제외	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』
제외	속성별 제외	권장사항 속성 대 대상 속성 제외	53 페이지의 『속성을 대상과 비교하여 제외』
기준별 강조 해제	카테고리별 강조 해제	없음	51 페이지의 『제품의 카테고리 강조 해제』
기준별 강조 해제	ID별 강조 해제	없음	52 페이지의 『특정 항목 강조 해제』
기준별 강조 해제	속성별 강조 해제	권장사항 속성 강조 해제	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해제』
기준별 강조 해제	속성별 강조 해제	권장사항 속성 대 대상 속성 강조 해제	53 페이지의 『속성을 대상과 비교하여 강조 해제』
유사성별 강조 해제	속성별 강조 해제	없음	54 페이지의 『상위 순위 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조 해제』

### 제품 프로모션

프로모션을 사용하여 지정된 항목을 권장사항 목록의 시작 부분에 배치할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

신제품을 출시하려고 하거나 재고가 많은 항목이 있는 경우, 제품을 동작 권장사항의 앞에 삽입하는 프로모션을 사용할 수 있습니다. 제품을 프로모션하면 Digital Recommendations 알고리즘에서 생성된 권장사항에 대해 해당 항목이 우선순위화됩니다.

항목이 목록의 앞에 표시되는 횟수의 백분율을 지정할 수도 있습니다.

54 페이지의 『세트의 일부인 항목 권장』도 참조하십시오.

이 기능은 사이트 카테고리, EPR 카테고리 또는 검색어와 함께 사용할 수 없습니다.

프로모션을 설정하려면 다음 단계를 수행하십시오.

### 프로시저

1. 프로모션할 대상에 해당하는 규칙 세트에서 **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.
2. **제외/프로모션**을 선택하십시오.
3. **규칙 유형**을 선택하십시오. 그런 다음 **특정 항목 프로모션**을 선택하십시오.
4. **ID** 필드에서, 연관된 대상의 동작 권장사항 앞에 배치할 ID를 하나 이상 입력하십시오.  
ID의 문자는 모두 대문자로 입력해야 합니다. 여기에 나열된 제품은 순서대로 배치됩니다.
5. 프로모션이 적용되는 연관된 대상의 백분율을 제어하기 위해 **빈도 백분율**을 설정하십시오.  
예를 들어, 브랜드 A 카메라를 카메라 부문의 모든 대상에 대한 프로모션으로 지정하는 경우 이 항목이 웹사이트에서 카메라 부문의 모든 제품에 대한 첫 번째 권장사항으로 표시되는 것을 원하지 않을 수도 있습니다. 빈도 백분율을 25%로 설정하면 브랜드 A 카메라가 카메라 부문에 있는 대상 중 25%에 대한 첫 번째 권장사항으로 무작위 삽입됩니다.

**참고:** 단일 대상에 두 개 이상의 프로모션 규칙을 적용하는 경우 Digital Recommendations가 충돌을 해결하여 한 개의 프로모션 규칙만 대상에 적용되도록 합니다. 다음 순서로 우선순위가 프로모션에 지정됩니다.

- a. 항목 목록에 적용되는 프로모션
- b. 프로모션이 카테고리 계층 구조에 적용되는 위치(카테고리 깊이)를 기반으로 하는 프로모션
- c. 모든 항목에 적용되는 프로모션
- d. 나머지 충돌은 무작위 선택에 의해 해결됩니다.

6. 항목에 적용되는 기존 규칙을 적용하려면 **제외 규칙 적용** 선택란을 선택하십시오. 이 선택란이 선택되지 않으면 기존 규칙이 이 프로모션 항목에 영향을 미치지 않습니다.

7. **프로모션 스케줄**을 설정하십시오.

프로모션을 스케줄링하는 옵션은 다음과 같습니다.

#### 항상 적용

**항상 적용**으로 설정된 프로모션은 프로모션 규칙이 삭제되거나 해당 스케줄이 변경될 때까지 실행됩니다.

#### 스케줄링된 프로모션

특정 시작 및 종료 날짜로 설정된 프로모션은 지정된 기간 동안 유효합니다.

**참고:** 이 프로모션은 연관된 오퍼가 업데이트되도록 스케줄링되어 있는 경우에만 처리됩니다. 예를 들어, 오퍼가 매주 수요일에 업데이트되는 경우 프로모션이 월요일에 종료되도록 스케줄링되어 있으면 Digital Recommendations가 다음 수요일에 실행될 때까지 해당 프로모션은 오퍼에서 제거되지 않습니다.

8. **저장**을 클릭하십시오.

### 속성을 기반으로 제품 프로모션

제품 속성을 사용하여 제품을 프로모션할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

EPCMF 파일을 작성할 때 제품을 자세히 설명하기 위한 속성 필드를 작성할 수 있습니다. 이 경우에는 속성 중 하나의 값을 기반으로 제품을 프로모션할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 제품 교차 판매 오퍼를 작성하거나 여십시오. **설정** 탭에서 **고급 옵션**을 클릭하십시오.
2. **제품 프로모션 옵션** 영역에서 **속성을 통해 프로모션 사용**을 선택하십시오.
3. 프로모션이 기반으로 할 속성을 선택하십시오.
4. **동작 드롭**다운 목록에서 관련 항목의 우선순위 지정 방식(일반적으로 결정된 권장사항 목록의 앞에, 해당 목록 뒤에, 대체 권장사항을 비롯한 모든 항목 뒤에)을 지정하십시오.
5. **적용**을 클릭하십시오.

### 결과

런타임에, 이러한 관계가 있는 항목은 비즈니스 규칙이 목록에 적용되기 전에 권장사항 목록에 포함됩니다.

**참고:** (오퍼의 **규칙** 탭에서) 비즈니스 규칙을 작성하여 해당 ID별로 특정 항목을 프로모션할 수도 있습니다. 자세한 정보는 [50 페이지의 『제품 프로모션』](#)의 내용을 참조하십시오.

### 제품의 카테고리 제외

권장사항 목록에서 하나 이상의 카테고리에 포함된 항목을 제외할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 규칙 세트에서 **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.
2. **제외/프로모션**을 **규칙 클래스**로 선택하십시오.
3. **카테고리별 제외**를 **규칙 유형**으로 선택하십시오.
4. 카테고리를 하나 이상 지정하십시오.

### 제품의 카테고리 강조 해제

하나 이상의 카테고리에 포함된 항목을 권장사항 목록의 끝으로 이동할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 규칙 세트에서 **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.
2. **기준별 강조 해제**를 **규칙 클래스**로 선택하십시오.
3. **카테고리별 강조 해제**를 **규칙 유형**으로 선택하십시오.

4. 카테고리를 하나 이상 지정하십시오.

#### **특정 항목 제외**

권장사항 목록에서 하나 이상의 특정 항목을 제외할 수 있습니다.

#### **이 태스크 정보**

이 규칙 유형은 항목을 권장 대상에서 제외하지만 오피 대상에서는 항목을 제외하지 않습니다.

제공된 목록에 없는 모든 항목을 제외할 수도 있습니다. 이 기능은 지정된 목록에 있는 항목만 권장사항에 포함해야 하는 인쇄 카탈로그 또는 콜 센터 권장사항을 위한 것입니다. 제공된 목록에 없는 항목을 제외하면 카탈로그 자체에서 교차 판매를 가능하게 할 수 있습니다. 항목을 제외하면 콜 센터 담당자가 전화를 건 사람이 가지고 있는 특정 인쇄 카탈로그로 제한된 권장사항을 제공할 수 있습니다. 지정된 목록에 없는 모든 항목을 제외하려면 디스크립터 앞에 물결 기호(~)를 입력하십시오.

#### **프로시저**

1. 규칙 세트에서 **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.
2. **제외/프로모션**을 규칙 클래스로 선택하십시오.
3. **ID별 제외**를 규칙 유형으로 선택하십시오.
4. 최대 99개의 항목에 대해 ID를 지정하십시오.

#### **특정 항목 강조 해제**

하나 이상의 특정 항목을 권장사항 목록의 끝으로 이동할 수 있습니다.

#### **프로시저**

1. 규칙 세트에서 **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.
2. **기준별 강조 해제**를 규칙 클래스로 선택하십시오.
3. **ID별 강조 해제**를 규칙 유형으로 선택하십시오.
4. 최대 99개의 항목에 대해 ID를 지정하십시오.

#### **속성의 가치를 기준으로 제외**

지정된 속성의 값을 평가하여 권장사항 목록에서 항목을 제외할 수 있습니다.

#### **이 태스크 정보**

EPCMF 및 ECDF 파일을 사용하여 Digital Recommendations에 속성을 로드하고 이를 규칙 작성의 기준으로 사용합니다.

#### **프로시저**

1. 규칙 세트에서 **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.
2. **제외/프로모션**을 규칙 클래스로 선택하십시오.
3. **속성별 제외**를 규칙 유형으로 선택하십시오.
4. **권장사항 속성 제외**를 규칙 하위 유형으로 선택하십시오.
5. 평가할 속성을 선택하십시오.
6. 속성의 가치를 평가하는 방식을 지정하십시오.  
사용 가능한 연산자 목록은 속성이 사용하는 데이터의 유형에 따라 달라집니다.
7. 속성을 평가하려는 대상 값을 지정하십시오.

#### **속성의 가치를 기준으로 강조 해제**

지정된 속성의 값을 평가하여 항목을 권장사항 목록의 끝으로 이동할 수 있습니다.

#### **프로시저**

1. 규칙 세트에서 **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.

2. **기준별 강조 해제**를 **규칙 클래스**로 선택하십시오.
3. **속성별 강조 해제**를 **규칙 유형**으로 선택하십시오.
4. **권장사항 속성 제외**를 **규칙 하위 유형**으로 선택하십시오.
5. 평가할 속성을 선택하십시오.
6. 속성의 가치를 평가하는 방식을 지정하십시오.  
사용 가능한 연산자 목록은 속성이 사용하는 데이터의 유형에 따라 달라집니다.
7. 속성을 평가하려는 대상 값을 지정하십시오.

### 속성을 대상과 비교하여 제외

속성의 값을 대상에 있는 동일한 속성의 값과 비교하여 항목을 제외할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

할인 판매 항목은 속성에서 대상을 선택하는 데 일반적으로 사용됩니다. 대상이 할인 판매되고 있지 않은 경우 다수의 판매자는 권장사항에서 모든 할인 판매 항목을 제거하려고 합니다. 그러나 대상이 할인 판매되고 있는 경우 해당 판매자는 할인 판매 항목 및 비할인 판매 항목을 권장사항으로 허용하려고 합니다. 할인 판매 속성이 전사적 상품 보고서에 제공되는 경우에는 이 규칙을 사용하여 할인 판매되고 있지 않은 모든 대상을 선택할 수 있습니다. 그런 다음, 후속 제외 규칙을 작성하여 할인 판매 중인 모든 항목을 제거할 수 있습니다. 그 결과, 정가 항목이 표시될 때 할인 판매 항목은 권장되지 않지만 할인 판매 항목이 표시될 때는 정가 항목과 할인 판매 항목이 모두 권장됩니다.

비교 옵션 중 하나는 노드별입니다. 추가 정보는 [47 페이지의 『노드의 개념』](#)의 내용을 참조하십시오.

### 프로시저

1. 규칙 세트에서 **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.
2. **제외/프로모션**을 **규칙 클래스**로 선택하십시오.
3. **속성별 제외**를 **규칙 유형**으로 선택하십시오.
4. **대상 속성에 대한 권장사항 속성 제외**를 **규칙 하위 유형**으로 선택하십시오.
5. 비교할 속성을 선택하십시오.
6. 속성의 값을 비교하는 방식을 지정하십시오.  
사용 가능한 연산자 목록은 속성이 사용하는 데이터의 유형에 따라 달라집니다.

### 속성을 대상과 비교하여 강조 해제

속성의 값을 대상에 있는 동일한 속성의 값과 비교하여 항목을 권장사항 목록의 끝으로 이동할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

비교 옵션 중 하나는 노드별입니다. 추가 정보는 [47 페이지의 『노드의 개념』](#)의 내용을 참조하십시오.

항목은 세트 또는 일치의 관계를 가질 수 있는 것처럼 또한 상호 배타적으로 되는 관계도 가질 수 있습니다. 예를 들어, 항목 사이에 이 같은 관계가 있는 경우 항목 A는 항목 B의 권장사항에 포함되어서는 안 됩니다.

카탈로그에 이러한 유형의 관계가 있고 일대일 관계를 기준으로 항목을 제외하거나 강조 해제하려는 경우 다음 단계를 완료하십시오.

### 프로시저

1. 규칙 세트에서 **규칙 업데이트**를 클릭하십시오.
2. **기준별 강조 해제**를 **규칙 클래스**로 선택하십시오.
3. **속성별 강조 해제**를 **규칙 유형**으로 선택하십시오.
4. **권장사항 속성 제외**를 **규칙 하위 유형**으로 선택하십시오.
5. 비교할 속성을 선택하십시오.
6. 속성의 값을 비교하는 방식을 지정하십시오.  
사용 가능한 연산자 목록은 속성이 사용하는 데이터의 유형에 따라 달라집니다.

## 상위 순위 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조 해제

권장사항을 동일한 구역 내에 제공되는 다른 권장사항과 비교할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

하위 순위 권장사항에 상위 순위 권장사항과 동일한 속성이 하나 이상 있는 경우 하위 순위 권장사항이 권장사항 목록의 끝으로 이동합니다.

### 프로시저

1. 규칙 세트에서 규칙 업데이트를 클릭하십시오.
2. 유사성별 강조 해제를 규칙 클래스로 선택하십시오.
3. 유사성별 강조 해제를 규칙 유형으로 선택하십시오.
4. 권장사항 필드에서 대상 목록과 비교할 속성을 선택하십시오. 상위 순위 권장사항의 동일한 속성과 일치하는 속성이 있는 경우 더 낮은 순위의 권장사항이 권장사항 목록의 맨 아래로 이동합니다.
5. 규칙을 저장하십시오.

### 여러 강조 해제 규칙이 권장사항에 적용되는 경우

더 많은 비즈니스 규칙을 개발할수록 여러 규칙이 권장사항 목록의 순서에 영향을 미칠 수 있다는 점을 알 수 있습니다.

예를 들어, 4개의 권장사항 A, B, C, D를 생성하는 오퍼가 있으며 권장사항 A, C, D를 강조 해제하는 규칙이 있는 경우, 목록의 새 순서는 B, A, C, D입니다. 권장사항 A와 C를 강조 해제하는 두 번째 규칙이 있는 경우 순서는 B, D, A, C입니다.

다음 규칙 유형을 포함하는 강조 해제 규칙 조합이 있으면 언제든지 다시 정렬될 수 있습니다.

- 카테고리별 강조 해제
- 특정 항목 강조 해제
- 속성의 값을 기반으로 강조 해제
- 속성을 대상과 비교하여 강조 해제

**참고:** 강조 해제를 사용하는 규칙은 권장사항 목록의 항목을 추가로 강조 해제하지 않습니다. 이 유형의 규칙의 예는 54 페이지의 『상위 순위 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조 해제』입니다.

## 세트의 일부인 항목 권장

일치하거나 관련된 항목을 권장사항 목록에 포함할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

온라인 카탈로그의 일부 항목은 다른 제품(예: 세트 또는 일치)에 대한 관계를 가질 수 있습니다. 예를 들어, 테이블은 일치하는 의자가 있을 수 있습니다. 또는 목걸이는 일치하는 팔찌 및 귀걸이를 포함하는 세트의 일부일 수 있습니다.

카탈로그에 이러한 유형의 영구적 관계가 있고 일치하거나 관련된 항목을 권장사항 목록에 포함하려는 경우, 다음 단계를 완료하십시오.

### 프로시저

1. EPCMF에서 속성을 선택하십시오. 이 필드에서 세트의 나머지 제품을 추가하십시오. 각 항목은 파이프 구분 기호로 구분하십시오. 예를 들어, 목걸이가 sku123이고 팔찌가 sku456이며 귀걸이가 sku789인 경우 속성 값을 다음 예제에서와 같이 설정합니다.

표 12: EPCMF 입력 예제					
파일 날짜	클라이언트 ID	항목 ID	항목 이름	항목 기본 카테고리 ID	정적 속성 9
...	...	sku123	목걸이	...	sku456 sku789
...	...	sku456	팔찌	...	sku123 sku789

표 12: EPCMF 입력 예제 (계속)					
파일 날짜	클라이언트 ID	항목 ID	항목 이름	항목 기본 카테고리 ID	정적 속성 9
...	...	sku789	목걸이	...	sku123 sku456

2. 관리 기능으로 이동하고 추가 필드를 선택하십시오.
3. 이전 단계(정적 속성 9)에서 선택한 속성에 해당하는 전사적 상품 정적 속성 필드를 찾으십시오.
4. 별명 필드에 세트의 이름(예: "관련 제품")을 입력하십시오.



5. IBM Digital Analytics Import를 사용하여 EPCMF를 업로드하십시오.
6. 제품 교차 판매 오퍼를 작성하거나 여십시오. 설정 탭에서 고급 옵션을 클릭하십시오.
7. 제품 프로모션 옵션 영역에서 속성을 통해 프로모션 사용을 선택하십시오.
8. 관계를 표시하기 위해 선택한 속성("관련 제품")을 선택하십시오.
9. 동작 드롭 다운 목록에서 관련 항목의 우선순위 지정 방식(일반적으로 결정된 권장사항 목록의 앞에, 해당 목록 뒤에, 대체 권장사항을 비롯한 모든 항목 뒤에)을 지정하십시오.
10. 적용을 클릭하십시오.

## 결과

런타임에, 이러한 관계가 있는 항목은 비즈니스 규칙이 목록에 적용되기 전에 권장사항 목록에 포함됩니다.

**참고:** (오퍼의 규칙 탭에서) 비즈니스 규칙을 작성하여 해당 ID별로 특정 항목을 프로모션할 수도 있습니다. 자세한 정보는 50 페이지의 『제품 프로모션』의 내용을 참조하십시오.

## 항목을 블랙리스트로 지정

권장사항에서 항목을 즉시 제거해야 하는 경우 블랙리스트 규칙을 작성할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

블랙리스트 규칙은 블랙리스트를 공개한 지 한 시간 정도 내에 모든 구역에서 지정된 ID 목록을 권장사항으로 표시되지 않게 합니다. 블랙리스트 규칙은 항목을 권장사항에서 즉시 제거해야 한다고 판단되는 긴급한 상황에서만 사용하도록 만들어졌습니다. 블랙리스트 제외는 항목이 블랙리스트 규칙에서 제거될 때까지 남아 있습니다. 모든 구역 대신 하나의 구역에서만 항목을 제외하려면 Digital Recommendations의 규칙 인터페이스로 이동하여 해당 항목에 대한 목록 제외 규칙을 작성하십시오. 각 활성 오퍼마다 목록 제외를 작성해야 합니다.

**참고:** 오퍼를 편집할 권한이 없는 경우 권장사항 블랙리스트 기능을 사용할 수 없습니다.

블랙리스트 규칙을 작성하려면 다음을 수행하십시오.

### 프로시저

1. 블랙리스트 규칙에 추가할 ID를 결정하십시오.
2. 관리 > 권장사항 블랙리스트 페이지로 이동하십시오.
3. 목록 상자에 ID를 입력하십시오. 모두 대문자를 사용하십시오. 저장을 클릭하십시오.
4. 구성 변경 공개를 수행하여 블랙리스트 업데이트를 완료하십시오. 자세한 정보는 42 페이지의 『구성 변경 공개』의 내용을 참조하십시오.

### 항목을 블랙리스트에서 제거

블랙리스트에서 항목을 제거하여 이를 권장사항에 사용할 수 있게 할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

항목을 권장사항에 사용할 수 있게 하려면 다음 단계를 수행하십시오.

### 프로시저

1. 블랙리스트에서 제거할 ID를 결정하십시오.

2. 관리 > 권장사항 블랙리스트 페이지로 이동하십시오.
3. 목록 상자에서 ID를 제거하십시오.
4. 저장을 클릭하십시오.
5. 구성 변경 공개를 수행하여 블랙리스트 업데이트를 완료하십시오. 추가 정보는 42 페이지의 『구성 변경 공개』의 내용을 참조하십시오.

## 제품의 비즈니스 규칙 예제

이러한 예제를 모델로 사용하여 자체 규칙을 작성하거나 이를 사용하여 규칙 작성 방법을 잘 이해할 수 있습니다. 다음은 일부 비즈니스 규칙의 예입니다. 규칙 유형 및 규칙 클래스의 사용을 보여주기 위해 이 첫 번째 규칙 세트에서의 대상은 **모든 대상**입니다.

예	사용할 프로시저	규칙 대상	예제에 대한 규칙 클래스 및 유형
1. 제품 재고가 많아 추가 판매를 생성해야 합니다. 이 제품을 모든 제품에 대한 권장사항으로 표시되게 하려고 합니다.	50 페이지의 『제품 프로모션』	모든 대상	프로모션>특정 항목 프로모션>제품 ID 지정
2. 모든 제품에 보증을 포함시키지만 보증을 별도로 판매하지는 않습니다. 따라서 보증을 권장사항으로 표시하지 않으려고 합니다.	51 페이지의 『제품의 카테고리 제외』	모든 대상	제외>카테고리별 제외>보증 카테고리 선택
3. 더 다양한 제품을 프로모션하려고 하므로 대상 제품의 동일한 카테고리 레벨 내에 권장사항을 포함하지 않으려고 합니다.	53 페이지의 『속성을 대상으로 비교하여 제외』	모든 대상	제외>속성별 제외>대상 속성에 대한 권장사항 속성 제외>제품 카테고리 ID가 대상 속성의 노드 1과 일치하지 않음
4. 모든 주문에 무료 제품을 포함시키며 이 제품을 권장사항으로 표시되지 않게 하려고 합니다.	52 페이지의 『특정 항목 제외』	모든 대상	제외>ID별 제외>제품 ID 지정
5. 권장될 필요가 없는 상위 판매 제품이 있습니다.	52 페이지의 『특정 항목 제외』	모든 대상	제외>ID별 제외>제품 ID 지정
6. 재고가 10개 미만인 제품은 권장하지 않으려고 합니다.	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	모든 제품	제외>속성별 제외>권장사항 속성 제외>재고 [<] 10
7. 대상 제품과 브랜드 이름이 다른 제품만 권장하려고 합니다.	53 페이지의 『속성을 대상으로 비교하여 제외』	모든 대상	제외>속성별 제외>대상 속성에 대한 권장사항 속성 제외>브랜드가 X
8. 대상 제품과 브랜드 이름이 동일한 제품만 권장하려고 합니다.	53 페이지의 『속성을 대상으로 비교하여 제외』	모든 대상	제외>속성별 제외>대상 속성에 대한 권장사항 속성 제외>브랜드가 X가 아님
9. 기프트 카드(제품 ID 005531)를 판매하지만 다른 권장사항이 없는 경우에만 이를 권장하려고 합니다.	52 페이지의 『특정 항목 강조 해제』	모든 대상	기준별 강조 해제>ID별 강조 해제 >005531

표 13: 제품의 비즈니스 규칙 예제 - 모든 대상 (계속)			
예	사용할 프로시저	규칙 대상	예제에 대한 규칙 클래스 및 유형
10. 재고가 20개 미만인 제품을 권장사항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해제』	모든 대상	제외>속성별>권장사항 속성 제외>재고 [<] 20
11. 가격이 \$10 미만인 제품은 권장사항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해제』	모든 대상	기준별 강조 해제>속성별 강조 해제>권장사항 속성 강조 해제>가격 [<] 10
12. 재고 정리 중인 제품은 권장사항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해제』	모든 대상	기준별 강조 해제>속성별 강조 해제>대상 속성에 대한 권장사항 속성 제외>브랜드 정리 중
13. 대상 제품과 브랜드 이름이 동일한 제품을 권장사항으로 포함하되 권장사항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	53 페이지의 『속성을 대상으로 비교하여 강조 해제』	모든 대상	기준별 강조 해제>속성별 강조 해제>권장사항 속성 강조 해제>브랜드가 대상 속성
14. 여러 카테고리의 제품을 프로모션하려고 합니다. 따라서 권장사항이 더 높은 순위의 권장사항과 동일한 카테고리에 있는 경우 이를 권장사항 목록의 끝으로 이동하려고 합니다.	54 페이지의 『상위 순위 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조 해제』	모든 대상	유사성별 강조 해제>속성별 강조 해제>제품 카테고리 ID
15. 여러 브랜드의 제품을 프로모션하려고 합니다. 따라서 권장사항이 더 높은 순위의 권장사항과 동일한 브랜드 이름을 가진 경우 이를 권장사항 목록의 끝으로 이동하려고 합니다.	54 페이지의 『상위 순위 권장사항의 선택된 속성과 일치하는 항목 강조 해제』	모든 대상	유사성별 강조 해제>속성별 강조 해제>브랜드
16. 가격이 \$5 미만인 제품은 권장하지 않으려고 합니다.	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	모든 대상	제외>속성별 제외>권장사항 속성 제외>가격 [<] 5

다음은 규칙 대상, 규칙 유형 및 규칙 클래스 조합을 사용하는 추가 비즈니스 규칙의 예입니다.

표 14: 제품의 비즈니스 규칙 예제 - 기타 대상			
예	사용할 프로시저	규칙 대상	규칙 유형 및 클래스
17. 카메라 카테고리의 대상 제품에 대해 프로모션 하려는 새 카메라가 있습니다. 이 프로모션은 90일간 지속됩니다.	50 페이지의 『제품 프로모션』	카테고리에서 선택>카메라	프로모션>특정 항목 프로모션>프로모션 스케줄 >90일 날짜 범위 지정
18. 가격이 \$10 미만인 대상 제품의 경우에는 역시 \$10 미만인 제품만 권장합니다.	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	속성에서 선택>가격 [<] 10	제외>속성별 제외>권장사항 속성 제외>가격 [>] 10

표 14: 제품의 비즈니스 규칙 예제 - 기타 대상 (계속)			
예	사용할 프로시저	규칙 대상	규칙 유형 및 클래스
19. \$200를 넘는 대상 제품의 경우 대상보다 가격이 낮은(60%) 제품은 권장하지 않으려고 합니다.	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	속성에서 선택>가격 [>] 200	제외>속성별 제외>대상 속성에 대한 권장사항 속성 제외>가격 [<] 대상 가격의 60%
20. 카메라 제품의 경우, 동일한 브랜드의 제품이 권장사항 목록에서 더 높 이 위치하게 하려고 합니다.	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 강조 해 제』	카테고리에서 선택>카메 라	기준별 강조 해제>속성별 강조 해제>권장사항 속성 강조 해제>브랜드가 대상 속성이 아님
21. 카메라 제품 ID 008221의 경우 브랜드 X의 제품만 권장하려고 합니다.	52 페이지의 『속성의 가치를 기준으로 제외』	카테고리에서 선택>카메 라 입력 목록>008221	제외>속성별 제외> 권장 사항 속성 제외>브랜드가 X가 아님
22. 이익 마진이 더 낮은 제품의 카테고리(카테고 리 이름은 달러)가 권장사 항 목록의 끝에 나타나게 하려고 합니다.	51 페이지의 『제품의 카 테고리 강조 해제』	카테고리에서 선택>달러	기준별 강조 해제>카테고 리별 강조 해제>달러 카테 고리 선택

## 오퍼에 대한 규칙의 영향 보기

오퍼를 활성화하고 오퍼가 한 번 처리된 후에는 규칙 통계를 보고 작성한 규칙의 영향을 볼 수 있습니다. 규칙 통계는 문제점을 해결하고 규칙 프로세스를 향상하도록 도울 수 있습니다.

### 프로시저

- 통계를 보려는 오퍼가 활성 상태인지 확인하십시오.
- 통계를 보려는 오퍼를 선택하십시오.
- 규칙 통계 탭을 클릭하여 사용자가 작성한 각각의 규칙에 의해 제외, 강조 해제, 강조 또는 프로모션되는 항목의 수를 확인하십시오.

## 구성 변경 공개

조정이 필요한 경우 구성을 변경 및 공개할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

다음은 구성 변경이 필요한 예입니다.

- A/B 테스트 설정 - A/B 테스트 결과가 좋지 않습니다. A/B 테스트를 즉시 중지해야 합니다.
- 구역 설정 - 페이지에 세 가지가 아닌 네 가지 권장사항이 표시되어야 합니다.
- 권장사항 계획 - 권장사항 계획에서 단계를 변경해야 합니다.

앞의 경우 변경사항을 완료한 후 다음 단계를 수행하십시오.

### 프로시저

- 시스템 개요를 선택하십시오.
- 구성 변경 공개를 클릭하십시오.

### 결과

시스템이 변경사항을 공개한 후 약 한두 시간 후에 변경사항이 적용됩니다.

**참고:** 이 프로시저는 비즈니스 규칙을 업데이트하지 않습니다.

## 레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오픈에 대한 비즈니스 규칙 정책 구성

비즈니스 규칙 정책은 속성을 평가하는 규칙을 적용할 때 오픈 처리가 수행하는 작업을 정의합니다. 항목이 해당 속성에 대한 값을 가지고 있지 않거나 유효하지 않은 값을 가지고 있습니다.

### EPCMF 구성

구현의 초기 스테이지 동안 일반 데이터 업로드를 위해 EPCMF가 구성됩니다. 제품에 규칙 평가가 시도되는 속성 값이 없는 경우 수행할 작업을 판별하는 것이 해당 구성 중 일부였습니다.

예를 들어 브랜드 규칙이 적용되는 경우, 브랜드 데이터 생략 시 항목이 권장 목록에서 제외되는지 또는 권장 목록에 포함되는지는 해당 데이터 및 규칙 기준에 따라 결정됩니다. 브랜드 속성에 널값으로 표시되는 하우스 브랜드가 있을 수 있습니다. 이러한 경우에 널값이 true와 같다고 지정하면 브랜드 규칙은 권장사항 목록에서 하우스 브랜드를 제외합니다. false와 같다고 지정하면 브랜드 규칙은 다른 모든 일치하지 않는 브랜드와 함께 하우스 브랜드를 포함합니다.

**참고:** 관리자는 Digital Recommendations 구현의 예비 데이터 업로드 스테이지 동안 이러한 결정을 수행했으며 오픈 구성 설정([관리 > 오픈 구성](#))에서 비즈니스 규칙 정책을 구성했습니다. 추가 정보는 59 페이지의 『레거시 규칙 인터페이스를 사용하여 오픈에 대한 비즈니스 규칙 정책 구성』의 내용을 참조하십시오.

특정 속성에 대한 기본값을 정의하면 각 속성마다 별도로 비즈니스 규칙 동작을 제어할 수 있습니다. 레거시 규칙 인터페이스를 사용하는 오픈의 경우, 규칙이 속성을 기반으로 하는 항목을 평가하고 속성에 대해 널값을 갖는 항목을 발견하면 이러한 기본값이 적용됩니다. 예를 들어, 모든 대상에 대해 3보다 큰 등급이 지정된 권장사항을 모두 제거하는 규칙을 정의합니다. 하지만 데이터 피드는 모든 항목의 재고 값을 제공하지 않습니다. 이 경우 관리자는 **제품 속성 정의** 설정을 사용하여 재고 속성에 널값이 있는 모든 항목에 대해 기본값 -1을 지정했습니다. 이와 같이 등급 지정 규칙이 처리될 때 알 수 없는 인벤토리가 있는 항목이 권장사항 목록에서 제외됩니다.

추가 고려사항:

- 비즈니스 규칙 정책은 모든 규칙에 글로벌하며 규칙 세트 또는 개별 규칙으로 지정할 수 없습니다.
- 권장 항목에 누락된 데이터가 있으므로 권장 항목 제거를 최소화하려면 규칙이 적용되는 특정 대상 세트에만 영향을 미치도록 비즈니스 규칙의 범위를 지정하십시오. 예를 들어, 제품의 중량에 따라 권장사항에서 제외되는 항목 세트가 전자제품 카테고리에 있다고 가정해 봅니다. 이 규칙에 대한 대상을 지정할 때 전자제품 카테고리의 대상에만 적용되도록 규칙 대상을 정의하십시오. 이렇게 실행하면 규칙 시스템이 전체 카탈로그에서 이 규칙을 처리하지 않고 누락된 데이터를 기반으로 하는 제외를 전자제품 부문으로만 제한합니다.

### 널값을 가진 항목의 기본값 지정

이 프로시저를 사용하여 속성에 대한 기본값을 정의합니다. 규칙이 속성을 기반으로 하는 항목을 평가하고 속성에 대한 널값이 있는 항목을 발견하는 경우 이러한 기본값이 적용됩니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색 메뉴에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. **제품 오픈** 아래에서 **속성**을 선택하십시오.
3. **속성 정의** 테이블에서 기본값이 필요한 속성을 찾고 이를 **기본값** 필드에 지정하십시오.

문자열을 사용하는 속성을 보호하기 위해 기본값인 "n/a"를 설정할 수 있습니다. 따라서 널값을 처리하는 규칙 대신 "n/a"라는 용어를 사용합니다. 브랜드와 같은 문자 속성에 "n/a" 값이 없으므로 용어 "n/a"가 데이터의 충돌을 발생시킬 가능성이 없습니다.

숫자 값을 사용하는 속성을 보호하기 위해 기본값인 "-1"을 설정할 수 있습니다. 따라서 널값을 처리하는 규칙 대신 "-1"을 사용합니다. 가격 또는 재고와 같은 숫자 속성에는 -1 값이 없으므로 "-1" 값이 데이터의 충돌을 일으킬 가능성이 없습니다.

문자열을 사용하는 속성을 보호하기 위해 기본값인 "n/a"를 설정할 수 있습니다. 그러면 널값을 처리하려고 시도하는 규칙 대신에 용어 "n/a"를 사용합니다. 공개자와 같은 문자 속성에 "n/a" 값이 없으므로 용어 "n/a"가 데이터의 충돌을 발생시킬 가능성이 없습니다.

숫자 값을 사용하는 속성을 보호하기 위해 기본값인 "-1"을 설정할 수 있습니다. 그러면 널값을 처리하려고 시도하는 규칙 대신에 "-1"을 사용합니다. 기사의 등급 또는 길이와 같은 숫자 속성에 -1 값이 없으므로 "-1" 값이 데이터의 충돌을 발생시킬 가능성이 없습니다.

### 기본값이 없는 항목에 대해 널값 정책 작성

널값 속성을 더 안전하게 보호하기 위해 널값을 포함하며 기본값이 지정되지 않은 속성을 처리하는 방법을 판별할 수 있습니다. 자동으로 권장사항에 대해 포함하거나 자동으로 권장사항에서 제외하도록 선택할 수 있습니다. 이 프로시저를 사용하여 정책을 작성하십시오.

#### 프로시저

1. 측면 탐색 메뉴에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. **제품 오피** 아래에서 속성을 선택하십시오.
3. **규칙 처리에서의 속성 동작**에서 다음 작업 중 하나를 수행하십시오.
  - 항목을 권장사항에서 제외하려면 **TRUE**라는 결과를 가지기 위해 사용되는 **규칙 기준 처리**를 선택하십시오.
  - 항목을 권장사항에 포함하려면 **FALSE**라는 결과를 가지기 위해 사용되는 **규칙 기준 처리**를 선택하십시오.

### 유효하지 않은 속성 정책 작성

레거시 규칙 인터페이스를 사용하는 오피의 경우, 유효하지 않거나 잘못 구성된 속성에 대해 보호하기 위해, 기본값을 사용하거나 오피 처리를 중지하는 두 개의 옵션이 있습니다.

#### 이 태스크 정보

이 프로시저를 사용하여 정책을 작성하십시오. 기본값을 사용하기로 결정한 경우 기본값을 설정합니다. [59 페이지](#)의 『널값을 가진 항목의 기본값 지정』의 내용을 참조하십시오.

#### 프로시저

1. 측면 탐색 메뉴에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. **제품 오피** 아래에서 속성을 선택하십시오.
3. **규칙 처리에서의 속성 동작**의 경우 다음을 수행하십시오.
  - 기본 속성 값을 사용하여 오피를 계속 처리하려면 **속성에 기본값 적용 후 오피 계속 처리**를 선택하십시오.
  - 오피 처리를 중지하고 값을 강제로 정정하려면 **오피에 대한 권장사항을 생성하지 않음, 계속하기 전에 값 강제 정정**을 선택하십시오.

## 속성 및 추가 설정에 대한 필드 정의

속성과 추가 설정에 대한 참조 정보입니다.

표 15: 오피 구성 > 제품 오피 > 속성에 대한 참조 정보	
필드	설명
속성	속성의 이름입니다. 이 값은 EPCMF에 정의됩니다.
별명	속성과 연관된 일반 이름입니다. 이 값은 EPCMF에 정의됩니다.
데이터 유형	별명에 대해 설명하는 데이터 유형을 나타냅니다. 이 값은 EPCMF에 정의됩니다.
기본값	처리 중인 데이터 파일의 항목이 이 속성에 대해 지정된 값을 가지고 있지 않은 경우 일괄처리 데이터 프로세스가 제공하는 값입니다.
속성 접두부	대부분의 경우 속성 접두부는 응답 데이터에 포함될 때 속성 값의 시작 부분에 추가되는 값입니다. 특수 값에 이미지 기반 권장사항에 대한 URL로 지정된 속성의 경우 이 값은 런타임 시 URL을 구성하는 데 사용됩니다.
이미지 URL이 포함된 속성	미리보기용 그림 보기 및 이미지 기반 권장사항 기능을 지원합니다. 제품 썸네일 이미지의 URL을 제공하는 속성입니다.
제품 URL이 포함된 속성	이미지 기반 권장사항 기능을 지원합니다. 웹 사이트에서 항목 기본 페이지의 URL을 제공하는 속성입니다.
이미지 권장사항의 이미지에 대해 대체 접두부 사용	이미지 권장사항에 대해 다른 접두부를 사용하려는 경우 사용으로 설정하십시오. 텍스트 상자에 접두부를 입력하십시오.

표 15: 오퍼 구성 > 제품 오퍼 > 속성에 대한 참조 정보 (계속)	
필드	설명
규칙에 사용된 속성에 값이 없고 기본값이 지정되지 않은 경우	이러한 옵션은 비즈니스 규칙에 따라 평가되는 속성에 널값이 있는 항목을 해석하는 방법을 지정합니다. TRUE를 선택하는 경우 고려 중인 속성에 대해 널값을 가지는 항목이 권장사항 목록에서 제외됩니다. FALSE를 선택하면 해당 항목이 포함됩니다.
규칙에 사용된 속성에 비교 시 유효하지 않은 값이 포함되어 있는 경우	이러한 옵션은 유효하지 않은 속성에 대해 수행하는 오퍼 처리를 지정합니다. 오퍼 처리는 기본값을 사용하거나(기본값이 지정된 경우) 처리를 중지하고 오류 메시지를 표시할 수 있습니다.
사용 가능	웹 사이트의 사이트 구역에 표시될 권장사항 목록에 대한 HTTP 응답 데이터에서 사용될 수 있는 모든 속성 목록입니다.
선택됨	HTTP 응답에 포함되는 속성입니다.

표 16: 오퍼 구성 > 제품 오퍼 > 추가 설정에 대한 참조 정보	
필드	설명
데이터의 수명(세션)	시간 범위 추가를 클릭하여 세션 관련 데이터의 시간 범위를 추가하십시오. <b>연관관계 가중치</b> 필드에 지정된 값에 따라 가중치가 부여되는 데이터의 수명(일 수)입니다. 예를 들어, 3을 지정하면 3일보다 오래된 데이터에 연관관계 가중치가 지정되어 있습니다.
연관관계 가중치(세션)	<b>데이터 수명</b> 필드에 지정된 값을 충족하는 데이터에 적용되는 백분율 값입니다.
데이터의 수명(구매에서 구매로)	시간 범위 추가를 클릭하여 구매 대 구매 데이터의 시간 범위를 추가하십시오. <b>연관관계 가중치</b> 필드에 지정된 값에 따라 가중치가 부여되는 데이터의 수명(일 수)입니다. 예를 들어, 3을 지정하면 3일보다 오래된 데이터에 연관관계 가중치가 지정되어 있습니다.
연관관계 가중치(구매에서 구매로)	이벤트 간 기간(일) 필드에서 지정된 기간에 발생하는 구매에 적용되는 백분율 값입니다.
파일 형식	출력 파일에 다음의 형식 옵션을 사용할 수 있습니다. <ul style="list-style-type: none"> <li>테이블: 각 행이 하나의 대상을 나타내고 행에서 가능한 많은 열에 권장사항이 포함되도록 데이터를 형식화합니다.</li> <li>직렬: 각 행이 권장사항을 나타내도록 데이터를 형식화합니다. 이 형식을 사용하면 각 대상에 여러 행이 있습니다(권장사항마다 하나씩).</li> </ul>
순위 유형	다음과 같은 값이 권장사항의 우선순위를 표시하는 데 사용됩니다. <ul style="list-style-type: none"> <li>점수 - 권장사항에 대해 계산되는 연관관계 점수입니다.</li> <li>순위 - 권장사항 목록에서 항목의 위치입니다. 즉, 연관관계 점수가 가장 높은 항목의 순위는 1입니다.</li> </ul>
파일 헤더 포함	테이블 파일에만 해당됩니다. 파일의 콘텐츠에 대해 설명하는 설명 및 메타데이터를 출력에 포함할지 여부를 나타냅니다. 선택하는 값은 출력 파일을 사용하는 데이터 처리 메커니즘에 따라 결정됩니다. 일부 메커니즘은 헤더를 제거할 수 있으며 일부는 그렇지 않습니다. 프로세스가 헤더를 제거할 수 없는 경우 파일 헤더를 제외하도록 이 옵션을 지우십시오.

## 권장사항 계획

권장사항 계획을 사용하여 권장사항을 생성하는 데 사용할 대상, 사용할 오퍼 및 구역의 배너에 표시할 머리글 텍스트를 정의하십시오.

평가될 권장사항 계획에서 마지막 권장사항 요청인 대체 권장사항도 지정합니다. 여전히 필요한 수의 권장사항을 얻지 못하는 경우 기본 대체 처리가 사용됩니다. 추가 정보는 [66 페이지의 『기본 대체 처리』](#)의 내용을 참조하십시오.

### 권장사항 계획 워크플로우

이 프로시저를 사용하여 권장사항 계획을 구성합니다.

1. 단일 단계 권장사항 계획을 작성하십시오. 이 계획에는 기본 권장사항 요청 및 대체가 포함됩니다. [62 페이지의 『단일 단계 권장사항 계획 작성』](#)의 내용을 참조하십시오.
2. 필요한 경우 권장사항 계획에 단계 및 개인화를 추가하여 관련성이 높거나 더 많은 수의 권장사항을 추가하십시오. [62 페이지의 『권장사항 계획에 단계 및 개인화 추가』](#)의 내용을 참조하십시오.

### 단일 단계 권장사항 계획 작성

단순한 1단계 권장사항 계획을 작성하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

#### 프로시저

1. 권장사항 계획에 대한 비즈니스 케이스를 선택하십시오. [63 페이지의 『대상 선택을 위한 비즈니스 케이스』](#)의 내용을 참조하십시오.
2. 측면 탐색 창에서 **권장사항 계획** 링크를 선택하여 **권장사항 계획 목록** 페이지를 시작하십시오.
3. **새 권장사항 계획 작성**을 클릭하여 권장사항 계획 설정 패널을 시작하십시오.
4. **권장사항 계획 이름**을 입력하십시오.  
정의된 권장사항 계획이 구역 설정 패널에 나열됩니다. 권장사항 계획에 해당 용도를 설명하는 이름을 지정하십시오(예: "최근 장바구니 활동 권장사항 계획").
5. **권장사항 계획 설명**을 입력하십시오.  
이 설명은 정보용입니다. 권장사항 계획의 의도를 사용자에게 상기시키는 것이 목적입니다.
6. [62 페이지의 『1』](#) 단계에서 선택한 비즈니스 사례를 기반으로 **권장사항 계획** 테이블에 값을 설정하십시오.
7. **오피 드롭 다운** 목록의 선택한 대상에 사용할 활성 오피 목록에서 선택하십시오. 오피가 표시되지 않는 경우 오피가 활성화되었는지 확인하십시오.
8. **구역 헤더 텍스트 필드**에 이 권장사항 계획을 사용하는 모든 사이트 구역의 배너에 표시될 텍스트를 입력하십시오. 96자까지 입력할 수 있습니다.
9. 대체 프로세스를 지정하십시오. 대체 프로세스는 모든 선행 요청에 대한 권장사항이 없는 경우 수행할 작업을 결정합니다. 대체 오피에 대한 대상, 오피 및 구역 머릿글 텍스트를 선택하십시오. **권장사항 없음**을 선택할 수 있는 추가 옵션이 있습니다. **권장사항 없음**을 선택하면 권장사항 계획이 권장사항을 생성하지 않는 경우 권장사항이 생성되지 않습니다. 권장사항 없음은 특별한 상황에서만 사용합니다.  
예제는 [67 페이지의 『권장사항 계획이 유효한 경우에만 표시되는 구역 작성』](#)의 내용을 참조하십시오.
10. **저장 후 닫기**를 클릭하십시오.

### 권장사항 계획에 단계 및 개인화 추가

이러한 추가 단계를 사용하여 충분한 권장사항을 가지고 있는지 확인할 수 있습니다.

#### 이 태스크 정보

최소한, 하나의 요청 권장사항 계획과 하나의 대체가 필요합니다. 대부분의 환경에서는 이 계획으로 충분합니다. 그러나 권장사항 계획에 단계를 추가할 수 있습니다. 권장사항이 전달될 때까지 추가 단계가 순서대로 실행됩니다. 하나의 대체와 함께 권장사항 계획에서 최대 6개의 단계를 구성할 수 있습니다. 대체 권장사항은 다른 모든 요청이 소진된 경우에만 사용됩니다.

#### 프로시저

1. 권장사항 계획에 추가할 비즈니스 케이스를 선택하십시오. [63 페이지의 『대상 선택을 위한 비즈니스 케이스』](#)의 내용을 참조하십시오.
2. 단계를 추가할 권장사항 계획을 선택하십시오.
3. 권장사항 계획에서 **요청 추가**를 클릭하십시오.

4. 추가 요청에 대한 대상, 오피 및 머리글 텍스트를 지정하십시오.

## 대상 선택을 위한 비즈니스 케이스

권장사항 계획에서 대상을 선택합니다.

표 17: 제품 권장사항 계획 대상.		
비즈니스 케이스	대상에 대해 선택할 항목	정보
특정 제품의 목록에서 권장사항 생성	지정된 제품 ID	여러 제품과 함께 이 옵션을 사용할 수 있습니다. 64 페이지의 『다중 대상을 사용하도록 권장사항 계획의 단계 구성』의 내용을 참조하십시오.
특정 카테고리에서 권장사항 생성	지정된 카테고리 ID	권장사항에 카테고리 ID를 사용합니다. cmRecRequest 함수의 3 위치에서 권장하려는 카테고리 ID를 코드화해야 합니다. 자세한 정보는 IBM Product Recommendations 구성 안내서에서 "cmRecRequest 함수"를 참조하십시오.
검색어에 대한 권장사항 생성	지정된 검색어	방문자의 가장 최근 페이지 보기 및 권장사항의 검색 구문을 사용합니다. cmRecRequest 함수의 5 위치에서 권장하려는 검색어를 코드화해야 합니다. 자세한 정보는 IBM Product Recommendations 구성 안내서에서 "cmRecRequest 함수"를 참조하십시오.
속성 값에 대한 권장사항 생성	지정된 속성 값	권장사항에 속성 값을 사용합니다. cmRecRequest 함수의 6 위치에서 권장하려는 속성 값을 코드화해야 합니다. 자세한 정보는 IBM Product Recommendations 구성 안내서에서 "cmRecRequest 함수"를 참조하십시오.
사용자가 최근에 본 제품을 기반으로 권장사항을 생성하여 권장사항을 개인화합니다.	최근에 본 제품	방문자가 최근에 본 제품을 권장사항의 대상 제품으로 사용합니다. 이 권장사항은 마지막 IBM Digital Analytics 제품 보기 태그에 수신된 데이터에 의해 판별됩니다. 여러 제품과 함께 이 옵션을 사용할 수 있습니다. 64 페이지의 『다중 대상을 사용하도록 권장사항 계획의 단계 구성』의 내용을 참조하십시오.
사용자가 최근에 구매한 제품을 기반으로 권장사항을 생성하여 권장사항을 개인화합니다.	최근에 구매한 제품	방문자가 최근에 구매한 제품을 권장사항의 대상 제품으로 사용합니다. 이 권장사항은 마지막 IBM Digital Analytics shop9 태그에 수신된 데이터에 의해 판별됩니다. 여러 제품과 함께 이 옵션을 사용할 수 있습니다. 64 페이지의 『다중 대상을 사용하도록 권장사항 계획의 단계 구성』의 내용을 참조하십시오.

표 17: 제품 권장사항 계획 대상. (계속)		
비즈니스 케이스	대상에 대해 선택할 항목	정보
사용자가 최근에 장바구니에 담았지만 구매하지 않은 제품을 기반으로 권장사항을 생성하여 권장사항을 개인화합니다.	마지막으로 장바구니에 담긴 제품	방문자가 마지막으로 장바구니에 추가한 항목을 권장사항의 대상 제품으로 사용합니다. 이 권장사항은 IBM Digital Analytics shop5 태그에 수신된 마지막 항목에 의해 판별됩니다. 여러 제품과 함께 이 옵션을 사용할 수 있습니다. 64 페이지의 『다중 대상을 사용하도록 권장사항 계획의 단계 구성』의 내용을 참조하십시오.
사용자가 본 마지막 카테고리 및 연관된 권장사항을 생성하여 권장사항을 개인화합니다.	최근에 본 카테고리	
사용자가 가장 자주 보는 카테고리 및 연관된 권장사항을 생성하여 권장사항을 개인화합니다.	방문자에게 가장 인기가 많은 카테고리	방문자에게 가장 인기가 많은 카테고리를 권장사항의 대상 카테고리로 사용합니다. 이 권장사항은 권장사항 요청에 대한 응답을 통해 각 방문자가 보고, 장바구니에 담고 구매한 제품의 EPR 카테고리를 추적하여 판별됩니다. 그런 다음 각 방문자에 대해 카테고리 순위가 지정됩니다. 가장 많은 상호작용을 받는 카테고리가 가장 높은 순위를 얻고 방문자의 가장 인기 있는 카테고리가 됩니다.  <b>참고:</b> 이 대상은 항상 전사적 상품 보고서 (EPR) 카테고리를 기반으로 합니다. 카테고리 정의 파일(CDF)에 정의된 카테고리는 CDF의 가상 카테고리화에서 문제가 발생했으므로 개인화에 사용되도록 지원되지 않습니다.
사용자의 가장 주목할 만한 구매를 기반으로 권장사항을 생성하여 권장사항을 개인화하십시오.	가장 주목할 만한 구매	방문자의 가장 주목할 만한 구매를 권장사항의 대상 제품으로 사용합니다. 이 권장사항은 최근 6건의 구매 내에서 발생한 최대 구매(가격 기준)에 의해 판별됩니다.

## 다중 대상을 사용하도록 권장사항 계획의 단계 구성

권장사항의 기반을 여러 대상으로 지정하고 더 집중된 권장사항을 제공하거나 권장사항의 다양성으로 권장사항의 개인화를 향상시킬 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

다음은 여러 대상을 사용하여 권장사항을 개선하는 몇 가지 예입니다.

- 고객이 용품을 완벽하게 갖추도록 도움을 주려고 합니다. 예를 들어, 고객이 스웨터를 보고 있지만 청바지와 부츠를 보기도 했습니다. 연관성 있는 용품을 제공하기 위해 여러 대상을 사용하여 스웨터, 부트 및 청바지와 어울리는 액세서리(예: 보석 장신구류, 재킷 및 모자)를 식별할 수 있습니다.
- 권장사항이 고객의 최대 구매를 기반으로 하는지 확인하려고 합니다. 예를 들어, 고객이 공기 압축기와 보호 테이프를 구매합니다. 권장사항의 기준을 보호 테이프보다는 공기 압축기에 두려고 합니다.
- 사용자의 최근 단일 구매가 아니라 고객의 몇 가지 최근 구매를 기준으로 하여 권장사항의 수를 확장하려고 합니다.

여러 대상에 대한 권장사항 계획을 구성하려면 이 프로세스를 사용하십시오.

## 프로시저

1. 다중 대상 개인화를 사용할 권장사항 계획을 식별하십시오.
2. 권장사항을 생성하는 데 사용할 다중 대상 알고리즘을 식별하십시오. 65 페이지의 『여러 대상 알고리즘』의 내용을 참조하십시오.
3. 권장사항 계획을 선택하십시오.
4. 권장사항 계획의 단계를 선택하여 다중 대상 권장사항 단계로 변경하거나 **요청 추가**를 클릭하여 새 단계를 작성하십시오.
5. 여러 대상을 지원하는 나열된 **대상 옵션** 중 하나를 선택하십시오.
  - 지정된 제품 ID
  - 최근에 본 제품
  - 최근에 구매한 제품
  - 마지막으로 장바구니에 담긴 제품
6. **다중 대상 사용** 옵션을 사용으로 설정하십시오.
7. 65 페이지의 『여러 대상 알고리즘』에서 식별한 알고리즘을 선택하십시오. **속성에 최고 값이 있는 대상**을 선택한 경우 사용할 속성을 선택하십시오.
8. 계획을 저장하십시오.

## 결과

지정된 제품 ID를 대상으로 선택한 경우 cmRecRequest 함수의 2 위치에서 권장하려는 제품 ID를 코드화해야 합니다. 자세한 정보는 IBM Product Recommendations 구성 안내서에서 "cmRecRequest 함수"를 참조하십시오.

## 여러 대상 알고리즘

다음 테이블은 서로 다른 여러 대상 알고리즘에 대해 설명합니다.

표 18: 여러 대상 알고리즘		
비즈니스 목적	사용할 알고리즘	권장사항 생성 방법
권장사항이 대상 제품 중 하나의 일부 속성 값을 기준으로 정렬되도록 하려고 합니다. 예를 들어, 가격을 속성으로 사용하여 사용자의 이전 구매 가격을 기준으로 권장사항을 생성할 수 있습니다. 가격이 가장 높은 구매 제품의 권장사항이 먼저 표시되도록 합니다.	속성에 최고 값이 있는 대상	최근 본 여러 제품을 기준으로 권장사항이 생성됩니다. 가장 높은 가격의 제품을 기준으로 하는 권장사항이 먼저 표시됩니다.
여러 대상 제품과의 연관관계 강도를 기준으로 권장사항을 정렬하려고 합니다. 예를 들어, 사용자가 장바구니에 담은 마지막 6개 제품의 연관관계 점수를 기반으로 권장사항을 생성하려고 합니다.	여러 대상에 대한 연관관계	여러 개의 장바구니에 담긴 제품에 대한 연관관계가 강력한 권장사항이 먼저 표시됩니다. 예를 들어, 권장사항이 최근 장바구니에 담긴 제품 모두와 강력한 구매에서 구매로 연관관계를 가지는 경우 해당 권장사항이 첫 번째로 표시됩니다. 제품이 장바구니에 담긴 제품 중 하나와만 강한 구매 대 구매 연관관계만 갖는 경우 이 제품은 목록의 더 아래쪽에 표시됩니다.
사용자가 최근에 본 제품을 권장하려고 합니다. 이 옵션은 최근에 본 제품에만 사용 가능합니다.	대상을 권장사항으로	최근에 본 제품이 권장사항으로 표시됩니다.
권장사항이 정렬되도록 하는 특정 환경 설정이 없습니다.	대상 사이에 균등 배포	최근 대상에 대한 권장사항이 먼저 표시됩니다. 목록이 순환되는 경우 처음부터 다시 시작됩니다.

## 대체 처리

대체 프로세스를 사용하여 권장사항 수가 너무 적게 되지 않도록 할 수 있습니다.

오피 및 권장사항 계획을 작성한 후에 Digital Recommendations에서 대상에 필요한 권장사항 수를 생성하지 못 할 수도 있습니다. 대상에 제한된 데이터가 있거나, 오피에 구성된 규칙이 너무 많은 권장사항을 제한하거나, 데이터 분석 기간에 대상이 5개 미만의 보기를 수신한 경우 권장사항 부족 현상이 발생할 수 있습니다.

권장사항이 너무 적게 되지 않도록 Digital Recommendations는 기본 대체 프로세스를 제공합니다.

### 기본 대체 처리

권장사항 계획에 대한 대체 단계를 구성하지 않는 경우에는 기본 대체 프로세스가 있습니다.

각 오피가 처리될 때 기본 오피/규칙 대체 프로세스가 시작됩니다. 오피 설정 및 비즈니스 규칙이 처리된 후에 Digital Recommendations는 요청된 수의 권장사항이 생성되는지 여부의 유효성을 검사합니다. 대상에 추가 권장사항이 필요한 경우 Digital Recommendations는 대상의 EPR 카테고리에서 상위 판매 항목을 찾아서 해당 항목을 오피에 삽입합니다. 오피가 처리될 때마다 오피의 모든 항목에 대해 이 프로세스가 실행됩니다.

동적 전달을 사용하는 경우 기본 대체 프로세스가 자동으로 발생합니다. 그러나 어떤 이유로 인해 웹 사이트가 동적 권장사항을 요청할 때 이 권장사항을 사용할 수 없는 경우 권장사항 계획에서 대체 단계를 구성하십시오. [62 페이지의 『권장사항 계획에 단계 및 개인화 추가』](#)의 내용을 참조하십시오.

**참고:** 모든 오피/규칙 카테고리 대체 권장사항은 오피 내에 배치된 비즈니스 규칙에 따릅니다.

### 플랫 파일 전달을 위한 대체 처리 구성

플랫 파일 전달 사용 시 권장사항 수가 너무 적지 않게 할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

플랫 파일 구현의 경우, 오피의 전달 옵션에서 **권장사항 수** 필드를 사용하여 권장사항의 수를 정의합니다. 권장사항 수가 너무 적지 않게 하려면 다음 단계를 수행하십시오.

### 프로시저

1. 구성 중인 오피를 여십시오.
2. 전달 옵션 그룹에서 **권장사항 대체 사용**을 선택하십시오.

## 검색어 권장사항 계획 우수 사례

검색어 기반 권장사항 계획을 작성할 때 다음 우수 사례를 따릅니다.

IBM Product Recommendations 구성 안내서의 검색어 기반 cmRecRequest 우수 사례를 참조하십시오.

### 온사이트 검색 권장사항:

- "검색 권장사항" 오피 유형이 설정되었는지 확인하십시오.
- 하나의 단계가 "지정된 검색어"와 동일하게 되도록 권장사항 계획을 설정하십시오.

### 일반적인 유료 검색 랜딩 페이지 권장사항:

- 카테고리
- 검색 결과
- 제품 페이지
- 카테고리 페이지
- 카테고리 페이지에서 카테고리 권장사항을 원하거나 갖고 있는 경우 다음을 수행하십시오.
  - 첫 번째 단계가 "지정된 검색어"이고 두 번째 단계가 "지정된 카테고리 ID"인 권장사항 계획을 설정하십시오.
  - 검색어가 있는 경우 검색어를 기준으로 하는 권장사항을 권장사항 구역에 제공하십시오.
  - 검색어가 없는 경우 랜딩 카테고리에 대한 최상위 판매 항목을 제공하십시오.
- 최상위 판매자 권장사항을 카테고리화하지 않으려면 권장사항 계획에 하나의 단계만 작성하십시오.
- 온사이트 검색 랜딩 페이지로 라우팅되는 유료 검색 트랙픽:

- 권장사항 구역이 모든 검색 트래픽 소스에 사용된다고 가정하십시오.
- 하나의 단계 "지정된 검색어"가 포함된 권장사항 계획을 작성하십시오.
- 유료 검색 트래픽이 항목 세부사항 페이지로 라우팅되는 경우 검색어를 권장사항의 기준으로 두지 마십시오.

## 사이트 구역 구성

구역은 Digital Recommendations의 동적 권장사항을 통해 방문자의 브라우저에 의해 권장사항이 렌더링되는 웹 페이지의 위치를 말합니다.

### 이 태스크 정보

각 구역은 사용자가 **구역 설정** 창에 입력하고 웹 페이지에서 참조하는 고유한 8자 ID를 가집니다. Digital Recommendations에 대한 구역을 식별하려면 다음 단계를 완료하십시오.

### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **구역** 링크를 선택하여 **구역 목록** 페이지를 시작하십시오.
2. **새 구역** 작성을 클릭하여 **구역 설정** 분할창을 시작하십시오.
3. **구역 이름**을 입력하십시오.  
이 구역의 위치를 정확히 설명하는 설명을 사용하십시오. 예: 페이지 구역 오른쪽 상단
4. **구역 ID**를 정의하는 문자(최대 8자)를 입력하십시오. 이 값은 대소문자를 구분하며 영숫자 또는 밑줄 문자만 포함할 수 있습니다. 밑줄이 아닌 다른 특수 문자나 공백을 사용하지 마십시오.  
이 ID는 애플리케이션 전체에서 사용됩니다. 또한 이 ID는 요청에 사용할 구역을 표시하도록 각 권장사항 요청에 전송됩니다. 권장사항 요청을 인코딩하는 페이지 개발자는 사이트의 각 활성 구역에 대해 구성된 구역 ID가 필요합니다.  
**중요사항:** 권장사항 요청에서 전달되는 구역 ID는 이 필드에 지정하는 구역 ID와 정확하게 일치해야 합니다.
5. 이전에 정의된 권장사항 계획에서 선택하십시오. 계획이 없는 경우 **취소**를 클릭하고 **권장사항 계획** 목록 페이지로 이동하여 계획을 작성하십시오.
6. 구역에 전달되는 **권장사항 수**를 입력하십시오.  
한 페이지에 여러 구역이 있는 경우, 항상 구역에서 표시할 수 있는 것보다 많은 권장사항을 전송하십시오. 추가 구역 전달은 항목이 두 개 이상의 구역에 대해 권장될 때 권장사항이 너무 적게 되는 것을 방지할 수 있습니다.
7. **권장사항 필터링**을 설정하십시오.  
이러한 선택사항은 이전에 구매한 항목과 방문자의 장바구니에 있는 항목을 권장사항에서 제거합니다.
8. **저장 후 닫기**를 클릭하십시오.

## 권장사항 계획이 유효한 경우에만 표시되는 구역 작성

구역에 생성된 권장사항이 없는 경우 구역이 페이지에 표시되지 않도록 할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

권장사항 계획 요청이 유효한 결과를 생성하는 경우에만 구역이 표시되도록 권장사항 계획을 구성할 수 있습니다. 예를 들어, 홈 페이지에서 방문자가 장바구니에 항목을 추가한 경우에만 페이지 맨 아래 권장사항과 함께 표시할 구역을 지정할 수 있습니다. 장바구니에 항목이 없는 경우 해당 구역이 표시되지 않습니다.

### 프로시저

1. 요청 단계를 하나 이상 포함하는 권장사항 계획을 작성하십시오. 위 예를 계속하여 **마지막으로 장바구니에 담긴 제품**을 대상으로 선택하십시오.
2. 대체의 경우, **권장사항 없음**을 선택하십시오.
3. 측면 탐색 창의 **구역**을 사용하여 구역을 작성하십시오.
4. 구역 구성에서 1-2단계에서 작성한 권장사항 계획을 선택하십시오.

## 제품 권장사항 개인화

Digital Recommendations를 사용하여 히스토리 및 세션 내 데이터를 기반으로 개별 방문자 프로필을 빌드합니다.

두 방문자의 관심사항이 동일하지도 않고 쇼핑 패턴도 동일하게 나타나지 않으므로 Digital Recommendations는 해당 wisdom-of-the-crowd 알고리즘을 사용하여 각 구매자에게 고유한 권장사항 세트를 자동으로 표시합니다. 방문자 프로필이 실시간으로 생성되므로 권장사항이 빠르게 개인화됩니다. 빠른 개인화를 통해 Digital Recommendations는 모든 방문자에 대한 권장사항을 최적화할 수 있습니다. 익명의 방문자도 관련된 권장사항을 수신합니다. 이전 구매와 현재 장바구니에 담긴 항목이 구성 가능한 설정으로 권장사항에서 자동으로 제거될 수 있습니다.

개인에 대해 제품 페이지, 장바구니 권장사항 및 카테고리 권장사항을 자동으로 최적화할 뿐 아니라 권장사항 계획에서 특정 권장사항 구역을 정의할 수 있습니다. 오피 권장사항에 대한 이 계획은 다음 고객 데이터를 기반으로 합니다.

- 최근에 장바구니에 담긴 항목
- 최근에 구매한 항목
- 관심 있는 카테고리의 최상위 판매 항목
- 최근에 본 항목
- 최근 본 카테고리의 최상위 판매 항목
- 최근에 본 제품 목록

### 개인화 및 전사적 상품 보고서 카테고리

전사적 상품 보고서(EPR) 가져오기의 Enterprise Category Definition File(ECDF)에 정의된 카테고리 구조가 카테고리의 기초를 형성합니다. 이러한 카테고리는 카테고리 권장사항이 사이트 카테고리(Category Definition File카테고리) 또는 EPR 카테고리(Enterprise Category Definition File 카테고리)를 기반으로 하는지에 관계없이 Digital Recommendations 개인화 알고리즘에서 사용됩니다. CDF 카테고리는 가상 카테고리를 사용하므로 개인화 목적으로 사용할 수 없습니다. 데이터 무결성 문제가 발생하여 유효하지 않거나 방문자에 대해 관련성이 없는 권장사항이 전달됩니다. EPR 카테고리는 개인화 알고리즘에 기여하는 정리되고 일관된 카테고리 세트를 제공합니다.

### 개인화 카테고리

개인화 쿠키에서 가장 인기 있는 방문자와 일치하는 카테고리 ID가 있는 권장사항 후보에 대한 연관관계 가중치를 늘리기 위한 설정을 사용할 수 있습니다. 이 설정은 제품 및 검색 오피와 함께 사용할 수 있습니다.

### 추가 개인화 속성

선택적 구성으로 전사적 상품 보고서 파일에서 개인화 알고리즘에 대한 추가 입력으로 사용될 하나의 속성을 정의할 수 있습니다. 권장사항의 정의된 속성 값이 대상의 속성 값과 일치하는 경우 클라이언트가 설정한 미리 결정된 값만큼 연관관계 가중치가 증가합니다. 고려되는 속성은 브랜드, 작성자 또는 고려하는 속성은 브랜드 또는 작성자 또는 장르입니다. 이 추가 속성은 개인화 알고리즘에 대한 기본 속성이 아니며 선택사항으로 제공됩니다. 이 옵션은 제품 및 검색 오피와 함께 사용될 수 있습니다.

**참고:** 이 설정은 오피 구성 창의 고급 설정 탭에 있습니다. 이 설정에 대한 도움말은 Digital Analytics 지원 센터에 문의해야 할 수 있습니다.

### 제품 권장사항 개인화 쿠키에서 EPR 데이터 추적

방문자가 항목을 보거나 장바구니에 담거나 구매할 때마다 라이브러리는 EPR 카테고리 및 선택적 개인화 속성과 Digital Recommendations 개인화 쿠키에 있는 해당 정보의 스코어링을 업데이트합니다. 이러한 조치가 EPR 데이터 정의 및 유지보수 범위를 넘어서 발생하는지 확인하기 위해 수행해야 하는 특정 작업은 없습니다. 자세한 정보는 IBM Product Recommendations 구성 안내서에서 "제품 권장사항 쿠키"를 참조하십시오.

## 제품을 세그먼트에 지정하여 개인화

방문자가 연관된 세그먼트 또는 그룹을 기반으로 권장사항을 개인화할 수 있습니다.

### 시작하기 전에

이 프로시저를 수행하려면 EPCMF 파일에 대해 이해하고 있어야 합니다. IBM Product Recommendations 구성 안내서의 EPCMF를 참조하십시오.

### 이 태스크 정보

방문자 환경 설정을 기반으로 방문자를 특정 세그먼트 또는 그룹에 지정하는 경우 이 프로시저를 사용하여 해당 세그먼트 또는 그룹에 따라 권장사항을 제외하거나 강조 해제할 수 있습니다.

예를 들어, 사용자가 계정을 작성할 때 남성 또는 여성으로 식별하는 선택을 할 수 있습니다. 또는 식품 서비스나 접대와 같은 특정 산업의 일부로 식별할 수 있습니다. 제품이 이 세그먼트 또는 그룹에 맞게 조정되는 경우 방문자에 지정된 세그먼트 또는 그룹을 기반으로 권장사항을 필터링하도록 선택할 수 있습니다.

다른 예로 회사에 관련되지 않은 여러 제품군이 있는 경우 각 제품을 제품군과 연관시키는 세그먼트를 정의할 수 있습니다. 그런 다음, 방문자가 세그먼트로 식별될 때 해당 제품군에 없는 모든 권장사항을 제외할 수 있습니다.

### 프로시저

1. Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트와 함께 작업하여 방문자의 세그먼트와 일치하지 않는 제품을 제외하거나 강조 해제할지 여부를 결정하십시오. 또한 이 필터가 적용되는 사이트 구역 및 필터링에 사용하려는 속성을 판별하십시오. 컨설턴트가 사용자를 위해 이러한 항목을 구성합니다.
2. 세그먼트 속성에 대한 열을 EPCMF에 작성하십시오.
3. 각 제품에 대한 하나 이상의 세그먼트 값을 정의하십시오. 구분 기호(예: | 또는 ^)를 사용하여 여러 값을 구분하십시오.
4. Digital Recommendations 인터페이스에서 **관리 > 오퍼 구성 > 제품 오퍼 > 속성**을 선택하십시오.
5. **제품 속성 정의** 테이블에서 세그먼트 속성과 연관된 **전사적 상품 정적 속성**에 대해 다음 값을 정의하십시오.

옵션	설명
별명	세그먼트
데이터 유형	텍스트
기본값	EPCMF에 정의된 값이 없는 제품에 지정하려는 세그먼트 값입니다.

6. **오퍼 응답에 포함할 속성**에서 **segment** 속성을 **선택됨**으로 이동하십시오.
7. 구성을 저장하십시오.
8. 웹 페이지에 `cmSetSegment`를 코드로 작성하십시오.

이 기능에 대한 자세한 정보는 69 페이지의 『[cmSetSegment 함수](#)』의 내용을 참조하십시오.

### 결과

이 프로시저가 EPCMF를 변경하므로 결과를 확인하려면 다음 날 아침 새 EPCMF가 업로드될 때까지 기다려야 합니다.

### cmSetSegment 함수

방문자가 연관된 세그먼트를 식별하려면 이 함수를 사용하십시오.

이 함수는 세션당 한 번 전달하십시오. `eluminat.js` 라이브러리 이후와 `cmDisplayRecs` 함수 이전에 전달되어야 합니다.

세션 중에 이 함수가 전달될 때 EPCMF의 세그먼트 값이 방문자의 세그먼트 값과 일치하지 않는 권장사항은 제외되거나 강조 해제됩니다. 예를 들어, 방문자는 현대 사용자로 식별됩니다. 권장사항이 표시될 때 현대 세그먼트에 지정되지 않은 제품은 마지막으로 권장되거나(강조 해제됨) 또는 전혀 권장되지 않습니다(제외됨). 이 프리젠테이션 순서는 가장 관련성이 있는 권장사항이 사용자 세그먼트에 맞게 조정되도록 합니다.

## 매개변수

cmSetSegment 함수는 다음과 같은 매개변수를 사용합니다.

표 19: cmSetSegment 응답 매개변수		
매개변수	유효한 매개변수 값	예
segment	방문자가 연관된 세그먼트입니다. 세션 데이터에서 이 값을 채워야 합니다.  세그먼트 매개변수의 값이 공백인 경우 방문자는 지정된 세그먼트에서 제거됩니다. 새 segment 값이 전달되면 이전 값을 겹쳐 씁니다.	cmSetSegment('hospitality')

## 디바이스에서 쿠키 데이터를 동기화하여 개인화

둘 이상의 컴퓨터, 스마트폰 또는 태블릿에서 쿠키 추적을 사용하여 권장사항을 개인화할 수 있습니다.

쿠키는 방문자의 디바이스에 로컬로 저장되므로 다른 디바이스에 저장되는 쿠키의 정보를 추적하고 사용하는 것은 어렵습니다. 예를 들어, 방문자가 작업 컴퓨터에서 사이트에 액세스합니다. 다음 날, 모바일 디바이스를 사용하여 사이트로 돌아갑니다. 작업 컴퓨터의 쿠키 데이터를 사용하여 모바일 디바이스에 개인화된 권장사항을 생성할 수 없습니다. 작업 컴퓨터를 사용하여 사이트로 돌아가는 경우 모바일 디바이스의 쿠키 데이터를 사용하여 작업 컴퓨터에 개인화된 권장사항을 생성할 수 없습니다.

이 제한사항을 해결하기 위해 Digital Recommendations는 여러 디바이스에서 방문자 쿠키의 정보를 추적할 수 있습니다.

이를 수행하기 위해 Digital Recommendations는 방문자 디바이스의 개인화 데이터를 해당 등록 ID와 연관시킵니다. 사용자가 해당 등록 ID를 사용하여 로그인한 디바이스에서 웹 사이트를 방문하는 경우, Digital Recommendations는 캡처되어 Digital Analytics 데이터베이스에 저장된 활동을 해당 등록 ID와 연관시킬 수 있습니다. 방문자가 해당 등록 ID를 사용하여 로그인한 다른 디바이스를 사용하여 사이트로 돌아가면 두 번째 디바이스의 데이터도 데이터베이스에 저장됩니다. 사용자가 두 디바이스 중 하나에서 웹 사이트로 돌아가면 데이터베이스의 모든 데이터가 로컬 쿠키에 추가되고 이제 두 디바이스에서 개인화된 권장사항을 생성하는 데 사용할 수 있습니다.

이 기능을 사용으로 설정하려면 IBM 담당자에게 문의해야 합니다. 또한 옵트 인 요구사항을 구성하는 방법도 결정해야 합니다. 옵트 인 구성은 방문자가 기본적으로 옵트 인되거나 옵트 아웃되는지를 판별하고 cmSetRegId 함수에 대한 호출에서 옵트 인 표시기를 사용하는 방법에 영향을 미칩니다. cmSetRegId 함수는 옵트 인 표시기를 허용하지만 방문자의 옵트 인 상태가 기본값이 아닌 경우에만 표시기가 필요합니다. 선택사항은 다음 테이블에 표시됩니다.

표 20: 옵트 인 옵션	
옵션	설명
필수	cmSetRegId 호출에 대한 옵트 인 표시기가 지정되지 않은 경우 기본적으로 방문자가 옵트 아웃되도록 하려면 필수 옵트 인을 선택하십시오.  방문자를 옵트 아웃하려면 cmSetRegId에 대한 각 호출의 옵트 인 표시기를 <b>false</b> 로 설정하거나 공백으로 두십시오.  방문자를 옵트 인하려면 cmSetRegId에 대한 각 호출의 옵트 인 표시기를 <b>true</b> 로 설정하십시오.  <a href="#">71 페이지의 『쿠키 동기화 함수』</a> 의 내용을 참조하십시오.

표 20: 옵트 인 옵션 (계속)	
옵션	설명
기본값	<p>cmSetRegId 호출에 대한 옵트 인 표시기가 지정되지 않은 경우 기본적으로 방문자가 옵트 인되도록 하려면 기본 옵트 인을 선택하십시오.</p> <p>방문자를 옵트 아웃하려면 cmSetRegId에 대한 각 호출의 옵트 인 표시기를 false로 설정하십시오.</p> <p>방문자를 옵트 인하려면 cmSetRegId에 대한 각 호출의 옵트 인 표시기를 true로 설정하거나 공백으로 두십시오.</p>

쿠키 데이터를 동기화하는 기능에는 다음과 같은 제한사항이 있습니다.

- 데이터베이스가 야간에 업데이트되므로 여러 디바이스의 사용자 데이터를 다음 날까지 사용할 수 없습니다. 예를 들어, 사용자가 낮 동안 노트북 컴퓨터에서 사이트에 방문합니다. 그날 저녁, 사용자는 태블릿을 사용하여 사이트로 돌아옵니다. 노트북 컴퓨터에서 수집된 개인화 데이터를 태블릿에서 사용할 수 없습니다. 그러나 다음 날 태블릿을 사용하여 사이트로 돌아가면 노트북 컴퓨터의 개인화 데이터를 태블릿에서 사용할 수 있습니다.
- 쿠키의 데이터는 사용자가 해당 등록 ID를 사용하여 로그인한 디바이스의 데이터베이스에만 로드됩니다. 디바이스에서 로그인하지 않은 경우 서버는 해당 디바이스의 쿠키에서 데이터를 수집할 수 없습니다. 예를 들어, 사용자가 해당 등록 ID를 사용하여 로그인하지 않은 작업 컴퓨터에서 사이트를 찾아봅니다. 다음 날, 사용자는 해당 등록 ID를 사용하여 로그인한 가정용 컴퓨터에서 사이트를 방문합니다. 개인화된 권장사항을 생성하기 위해 작업 컴퓨터에서 수집된 데이터를 가정용 컴퓨터에서 사용할 수 없습니다.

### 쿠키 동기화 함수

여러 디바이스에서 방문자 쿠키 데이터를 동기화하는 기능을 구현한 경우 이 함수를 사용하십시오. IBM 담당자가 이 기능을 사용으로 설정해야 합니다.

### cmSetRegId 매개변수

cmSetRegId 함수는 두 가지 매개변수를 다음과 같은 순서로 사용합니다.

표 21: cmSetRegId 응답 매개변수		
위치	매개변수	유효한 매개변수 값
1	등록 ID	방문자의 쿠키에서 로드된 방문자의 등록 ID입니다(옵트 인된 경우).
2	옵트 인 표시기	<p>true - 방문자가 쿠키 동기화를 허용하도록 옵트 인했습니다.</p> <p>false - 방문자가 쿠키 동기화를 허용하도록 옵트 인하지 않았습니다.</p> <p>이 매개변수는 옵트 인 요구사항을 구성한 방법에 따라 선택적입니다.</p>

예제 cmSetRegId 함수 호출:

```
cmSetRegId('52D8177F5751', true);
```

추가 정보는 70 페이지의 『디바이스에서 쿠키 데이터를 동기화하여 개인화』의 내용을 참조하십시오.

### 쿠키 동기화에 대한 사용자 개인정보 보호정책

여러 디바이스의 쿠키 추적에 대한 개인정보 보호정책에 포함된 내용을 이해합니다.

이 기능이 코걸 Digital Recommendations 쿠키를 다른 사용자 연관 디바이스에서 수집된 정보로 업데이트할 수 있으므로 사이트 방문자의 개인정보 보호정책을 신중히 고려하십시오.

이 기능 구현의 일부로 이 추가적인 교차 디바이스 정보 공유에 대한 방문자의 옵트 인이 자동인지 또는 수동으로 필요한지를 결정합니다.

- 수동 옵트 인을 사용하기로 결정하는 경우 방문자 대신 Digital Recommendations JavaScript의 함수에 대해 `cmSetRegId` 호출을 작성해야 합니다.
- 자동(기본값) 옵트 인을 사용하기로 결정한 경우 `cmSetRegId` 옵트 인 호출이 필요하지 않습니다. Digital Recommendations가 특별히 사용자를 옵트 아웃하는 `cmSetRegId` 호출을 수신하지 않으면 방문자가 옵트 인된 것으로 간주됩니다. 그러나 각 디바이스에서 방문자를 위해 한 개 이상의 `cmSetRegId` 호출을 작성해서 해당 디바이스에 방문자의 등록 ID를 설정해야 합니다.

방문자가 자동 또는 수동 방법으로 옵트 인된 경우, 방문자가 고객 사이트를 찾아보는 데 사용한 기타 디바이스에서 발생한 제품 활동을 포함하도록 Digital Recommendations 로컬 쿠키를 수정할 수 있습니다. 방문자가 둘 이상의 디바이스에서 등록 ID를 사용하여 등록한 경우, Digital Analytics 서버에서 해당 디바이스(자체 로컬 Digital Recommendations 쿠키가 있는) 사이에 이 등록 ID를 사용하는 링크를 설정할 수 있습니다. 등록 ID를 사용하여 Digital Analytics 활동이 수집되고 해당 활동이 Digital Recommendations 서버에 저장됩니다. 따라서 방문자가 사이트를 방문할 때 새 동기화 처리가 Digital Recommendations 서버를 호출하고 연관된 디바이스에서 활동을 수신할 수 있습니다.

방문자가 디바이스에서 옵트 아웃된 경우 이는 사용자가 등록한 모든 디바이스가 아니라 해당 디바이스에만 적용됩니다. 옵트 아웃하면 로컬 디바이스가 다른 연관 디바이스에서 데이터를 수신할 수 없습니다. 이는 이 디바이스의 활동을 옵트 인된 다른 연관 디바이스와 공유하지 못하도록 하지는 않습니다.

쿠키 동기화 기능을 구현하지 않으면 사용자가 Digital Analytics 쿠키를 허용하는 경우에만 Digital Recommendations가 브라우저 쿠키를 작성하고 사용합니다. Digital Recommendations 쿠키는 지속적이며 개인 정보를 수집하지 않습니다. 일부 추적 정보와 사용자가 찾아보거나 장바구니에 담거나 구매한 제한된 수의 제품 ID 및 연관된 시간소인만 수집합니다. Digital Recommendations 쿠키 내에서 해당 데이터를 암호화합니다.

## 테스트 권장사항 및 규칙 출력 테스트

규칙을 운용하기 전에 테스트하여 예기치 않은 결과를 피할 수 있습니다.

제외 규칙이 너무 제한적이지 않은지, 모든 규칙 데이터가 올바르게 설정되었는지 및 연관관계 가중치가 예상된 결과를 제공하는지 확인하려면 하나 이상의 테스트 파일을 운영하기 전에 실행하고 검사하십시오.

오퍼를 설정할 때는 특정 항목 세트에 대한 권장사항 결과를 검토하는 데 관심이 있는지 또는 **설정** 탭의 미리보기 대상 목록에 있는 샘플링 항목에 대한 권장사항 결과를 검토하는 데 관심이 있는지 여부를 정의합니다. 먼저 오퍼를 활성화하십시오. 오퍼가 실행된 후에 미리보기 기능을 사용하여 결과를 검토할 수 있습니다. 추가 정보는 [17 페이지의 『권장사항 미리보기』](#)의 내용을 참조하십시오.

오퍼 문제점 해결에 사용할 수 있는 다른 방법은 규칙 통계입니다. 이 도구를 사용하면 규칙이 제외한 항목의 수를 표시하여 배치한 규칙의 영향을 볼 수 있습니다. 추가 정보는 [40 페이지의 『오퍼에 대한 규칙의 영향 보기』](#)의 내용을 참조하십시오.

### 테스트 가이드라인

- 많은 조직에서는 Digital Recommendations의 초기 구현 단계 동안 권장사항이 로드되고 권장사항을 쉽게 미리 볼 수 있는 개발 서버를 설정합니다. 팀은 이 개발 서버를 통해 Digital Recommendations의 출력을 쉽게 사용할 수 있습니다.
- 미리보기 결과를 검사하여 예상된 수의 권장사항이 존재하는지 확인하십시오.
- 샘플 대상이 각 비즈니스 규칙을 테스트하는지 확인하십시오. 예를 들어, 남성 부문의 모든 항목에 대해 이를 지정하는 규칙의 경우 여성 항목을 제외하고 하나 이상의 남성 항목을 테스트한 후 해당 권장사항을 검사하십시오. 여성 항목이 목록에 나타납니까?
- 연관관계 가중치가 예상 권장사항을 제공하는지 확인하십시오.

## 테스트 권장사항

처음으로 Digital Recommendations를 구현하거나 처음으로 동적 권장사항을 구현하는 경우 동적 오피 구현을 테스트할 수 있습니다.

1. 제공된 운용 클라이언트 ID를 사용하여 Digital Recommendations에 로그인하십시오.
2. Digital Recommendations에서 테스트하려는 오피, 규칙, 권장사항 계획 및 구역을 설정하십시오.
3. 테스트 웹 사이트에 대응하는 사이트 구역을 작성하십시오.
4. 작성한 오피가 한 번 이상 성공적으로 실행되는지 확인하십시오.

그런 다음, 테스트 클라이언트 ID를 사용하여 권장사항에 대한 요청이 테스트 웹 사이트에서 수신될 때 권장사항이 운용 클라이언트 ID로 요청된 것처럼 시스템에서 자동으로 권장사항을 리턴합니다.

이 자동화된 프로세스는 운용 웹 사이트를 시작하거나 변경하기 전에 운용 클라이언트 ID 아래의 실제 데이터를 사용하여 Digital Recommendations의 구현을 테스트할 수 있도록 합니다. 테스트 클라이언트 ID로 테스트 사이트를 사용하면 운용 웹 사이트에 대한 비즈니스 보고서가 영향을 받지 않습니다.

이미 Digital Recommendations를 실행 중인 경우 동일한 프로시저를 사용하여 새로 작성되거나 변경된 구역, 오피 또는 권장사항 계획을 테스트할 수 있습니다.

### 권장사항 테스트

Digital Recommendations 또는 동적 권장사항을 처음으로 구현하는 경우 동적 오피 구현을 테스트할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

이미 Digital Recommendations를 실행 중인 경우 동일한 프로시저를 사용하여 새로 작성되거나 변경된 구역, 오피 또는 권장사항 계획을 테스트할 수 있습니다.

이 자동화된 프로세스는 운용 웹 사이트를 시작하거나 변경하기 전에 운용 클라이언트 ID 아래의 실제 데이터를 사용하여 Digital Recommendations의 구현을 테스트합니다. 테스트 클라이언트 ID로 테스트 사이트를 사용하면 운용 웹 사이트에 대한 비즈니스 보고서가 영향을 받지 않습니다.

### 프로시저

1. 제공된 운용 클라이언트 ID를 사용하여 Digital Recommendations에 로그인하십시오.
2. Digital Recommendations에서 테스트하려는 오피, 규칙, 권장사항 계획 및 구역을 설정하십시오.
3. 테스트 웹 사이트에 대응하는 사이트 구역을 작성하십시오.
4. 작성한 오피가 한 번 이상 성공적으로 실행되는지 확인하십시오.

### 결과

테스트 클라이언트 ID를 사용하여 테스트 웹 사이트로부터 권장사항에 대한 요청을 받을 때 시스템은 권장사항이 운영 클라이언트 ID를 사용하여 요청된 것처럼 자동으로 권장사항을 리턴합니다.

## 비즈니스 규칙의 결과 문제 해결

정의된 비즈니스 규칙의 결과가 예상대로 오피 권장사항에 영향을 미치지 않는 경우 이 프로시저를 사용하여 문제를 식별하십시오.

1. 오피의 **규칙** 탭으로 돌아가서 규칙이 올바르게 설정되었는지 확인하십시오. 다수의 판매자는 "할인 판매 대상인 항목을 모두 제거"하려고 할 때 "할인 판매 대상이 아닌 항목을 모두 제거"하도록 지정하는 규칙을 설정했습니다.
2. 비즈니스 규칙 정책, 속성 데이터 누락의 영향, 이 정책의 설정을 이해합니다. 의문사항이 있는 경우 **관리 > 제품 오피 > 속성** 탭의 설정을 검사하십시오. 이러한 설정에 대한 액세스 권한이 없으면 관리자에게 문의하십시오.

제품 권장사항에 대한 추가 문제점 해결 단계:

1. 규칙 도구에 값을 입력할 때 입력하는 값이 전사적 상품 보고서 파일을 사용하여 로드된 값과 정확하게 일치하는지 확인하십시오. 예를 들어, 규칙에서 브랜드가 Channel과 동일한 모든 항목을 제외하도록 지정하지만

Enterprise Product Content Mapping File의 브랜드 값이 CHANNEL인 경우 이 항목은 이 규칙 엔진에 의해 제외되지 않습니다.

2. 전사적 상품 보고서(EPR) 파일이 최신 상태인지 확인하십시오. 보고되는 규칙 문제는 구버전의 EPR 파일에 의한 것인 경우가 많습니다.
3. 미리보기 결과에는 오퍼가 실행된 시점의 EPR 파일에 있는 데이터의 값이 표시됩니다. 문제의 항목에 대해 값을 검사하십시오. 규칙을 지원하는 올바른 값을 가지고 있습니까? 값은 대문자인데 규칙 도구에 소문자로 입력되지 않았습니까? 규칙 또는 EPR 데이터에서 불일치를 일으키는 추가 공백이 있습니까?

## 너무 적은 권장사항 문제 해결

대상에 권장사항이 없는 반면 다른 대상에 권장사항이 거의 없는 경우 이 프로시저를 사용하여 문제를 식별하십시오.

1. Digital Recommendations가 권장사항을 생성하는 능력은 설정된 데이터 분석 기간에 항목이 받는 트래픽의 양과, 비즈니스 규칙이 항목을 제거하는 정도에 따라 달라집니다.
2. 비즈니스 규칙이 설정되면 선택된 오퍼에 대한 **규칙 통계** 탭으로 이동하십시오. 테이블에 있는 정보는 특정 규칙이 권장사항에서 항목을 제거하는 정도에 대한 통찰력을 제공합니다.
3. 규칙이 너무 많은 권장사항을 제거하는 경우 규칙을 완화하거나 규칙을 완전히 제거할 것을 고려하십시오. 일부 규칙은 필요하지만 많은 사람들은 속성상 보다 실험적인 규칙을 개념화합니다. 어떤 경우에는 규칙이 많아 질수록 권장사항은 줄어들어 수익 상승의 기회가 줄어듭니다.
4. 모든 대상에 적용되는 규칙의 경우, 규칙이 모든 대상에 적용되어야 하는지 여부를 고려하십시오. 원하는 결과를 달성하기 위해, 규칙을 특정 항목 카테고리에 적용하여 규칙이 불필요하게 많은 항목에 적용되지 않도록 하는 것을 고려하십시오.
5. 항목에 대한 권장사항이 제한되어 있고 규칙이 소스가 아닌 것으로 보이는 경우 카테고리 보고서로 이동하여 조사 중인 오퍼의 데이터 분석 기간과 일치하도록 보고서의 기간을 설정하십시오. 문제의 항목을 찾아서 해당 기간에 몇 개의 뷰와 구매를 수신했는지 확인하십시오. 항목에서 상호작용이 거의 수신되지 않는 경우, Digital Recommendations에서 권장사항을 생성하기에 충분한 데이터가 없다고 볼 수 있습니다. 더 많은 데이터가 캡처되도록 데이터 분석 기간을 연장해 보십시오. 이상적인 데이터 분석 기간은 원하는 양의 권장사항 범위를 얻을 수 있는 최단 기간임을 기억하십시오.
6. 연관관계 가중치를 검사하십시오(제품 권장사항만 해당). 보기 대 보기가 0으로 설정된 경우, 권장사항 생성에 사용 가능한 대다수의 데이터가 해제됩니다. 이 연관관계를 5 또는 10 이상의 작은 가중치까지 열 것을 고려하고 오퍼를 다시 실행하여 영향을 측정하십시오.

## 시스템 개요 대시보드

시스템 대시보드는 권장사항 전략의 모든 측면을 확인하기 쉬운 방법을 제공합니다. 적절한 분할창으로 신속히 이동하여 필요한 구성을 조정할 수 있습니다.

다음은 이 대시보드 사용에 대한 몇 가지 예입니다.

- 모든 구성된 사이트 구역과 권장 계획 및 오퍼와의 관계 및 주요 매개변수 설정을 볼 수 있습니다. 대시보드에서 구역, 권장사항 계획 또는 오퍼 이름을 클릭하여 이러한 구성요소 각각을 편집할 수도 있습니다.
- 활성화된 구역을 식별합니다.
- A/B 테스트의 경우 테스트에 사용된 권장사항 계획 및 테스트의 주요 매개변수를 볼 수 있습니다.
- 이미지 권장사항의 경우 공개 상태, 권장사항을 생성하는 데 사용된 오퍼, 대체 오퍼 및 생성된 권장사항 수를 볼 수 있습니다.

구역 ID, 권장사항 계획 이름, A/B 테스트 이름 또는 이미지 권장사항 템플릿 이름을 클릭하여 구성 설정에 액세스할 수도 있습니다.

## 구역, 오퍼 및 권장사항 계획의 목록 보기

시스템 개요의 **활성 구역** 및 **비활성 구역** 섹션에는 Digital Recommendations에서 구성한 모든 사이트 구역이 표시됩니다. 시스템 개요에는 활성화된 구역 및 각 구역과 연관된 권장사항 계획 및 오퍼가 표시됩니다.

## 프로시저

측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오. 구역은 구역 ID별로 나열됩니다. 구역 이름, 권장사항 계획 및 오퍼를 식별할 수 있습니다. 기타 표시되는 열은 다음과 같습니다.

옵션	설명
권장사항 수	구역에 대해 생성되는 권장사항의 수입니다.
필터링	이전에 장바구니에 담았거나 구매한 항목이 필터링되었는지 여부를 식별합니다.
대상	대상이 판별되는 방법을 식별합니다.
V2V	제품 교차 판매 알고리즘에서 보기 대 보기 선호도 설정을 식별합니다.
V2B	제품 교차 판매 알고리즘에서 보기 대 구매 선호도 설정을 식별합니다.
B2B	제품 교차 판매 알고리즘에서 구매 대 구매 선호도 설정을 식별합니다.
A2B	제품 교차 판매 알고리즘에서 포기 대 구매 선호도 설정을 식별합니다.
규칙 수	오퍼에 정의된 규칙 수를 식별합니다.

## 여러 오퍼에서 사용되는 알고리즘 비교

시스템 개요를 사용하여 여러 오퍼에서 사용되는 제품 교차 판매 알고리즘을 비교할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

여러 구역 위치에 대해 여러 제품 교차 판매 알고리즘을 갖는 방식으로 구역을 구성하려 할 수 있습니다. 예를 들어, 장바구니 페이지에서 보기 대 보기에 비해 보기 대 구매에 더 큰 연관관계를 가지려 할 수 있습니다. 시스템 개요를 사용하여 사이트 구역에서 사용되는 선호도 설정을 확인할 수 있습니다.

## 프로시저

- 측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오.
- 각 구역에 대한 다음 열 값을 보십시오.

옵션	설명
V2V	제품 교차 판매 알고리즘에서 보기 대 보기 선호도 설정을 식별합니다.
V2B	제품 교차 판매 알고리즘에서 보기 대 구매 선호도 설정을 식별합니다.
B2B	제품 교차 판매 알고리즘에서 구매 대 구매 선호도 설정을 식별합니다.
A2B	제품 교차 판매 알고리즘에서 포기 대 구매 선호도 설정을 식별합니다.

## 활성 또는 비활성 구역 식별

시스템 개요를 사용하여 활성 및 비활성인 사이트 구역을 빠르게 확인할 수 있습니다.

## 프로시저

- 측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오.
- 활성 구역** 및 **비활성 구역** 섹션을 펼치십시오.

## 권장사항 수 식별

시스템 개요를 사용하여 구역에 대해 생성된 권장사항 수를 확인할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오.  
구역은 구역 ID별로 나열됩니다.
2. **활성 구역 및 비활성 구역** 섹션을 펼치십시오.
3. 보려는 구역을 찾으십시오. **권장사항 수** 열에 생성된 권장사항 수가 표시됩니다.

### 이미지 권장사항 템플릿에 대한 권장사항 수 식별

시스템 개요를 사용하여 생성된 권장사항의 수를 찾을 수 있습니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오.
2. **이미지 권장사항** 섹션을 펼치십시오.
3. 보려는 템플릿을 찾으십시오. **권장사항 수** 열에 생성된 권장사항 수가 표시됩니다.

### 하나 이상의 A/B 테스트의 매개변수 식별 또는 비교

시스템 개요를 사용하여 A/B 테스트의 매개변수를 식별하거나 비교할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오.
2. **활성 A/B 테스트** 섹션을 펼치십시오.
3. 보려는 A/B 테스트를 찾으십시오.  
A/B 테스트와 연관된 권장사항 계획 및 오퍼에 대한 구성 매개변수에 액세스할 수 있습니다.

### 비활성 권장사항 계획 및 구역 식별

시스템 개요 대시보드를 사용하여 임의의 권장사항 계획 또는 구역이 비활성 상태인지 여부를 판별할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오.
2. 시스템 개요 대시보드에서 빨간색 텍스트로 되어 있는 임의의 권장사항 계획 이름 또는 구역을 검토하십시오.  
빨간색 텍스트는 요소가 비활성임을 나타냅니다.
3. 요소 이름을 클릭하여 구성 화면을 여십시오.

### 오퍼가 사용된 모든 인스턴스 식별

시스템 개요를 사용하여 시스템에서 오퍼가 사용되는 위치를 빠르게 식별할 수 있습니다. 이 프로시저는 시스템 개요의 모든 섹션에서 오퍼의 모든 인스턴스를 강조표시합니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오.
2. 시스템 개요 섹션(활성 구역, 비활성 구역, 활성 A/B 테스트, 이미지 권장사항)을 펼치십시오.
3. 관심 있는 오퍼의 인스턴스를 찾으십시오.
4. 오퍼 이름을 두 번 클릭하십시오.  
사용된 모든 인스턴스에서 오퍼 이름이 강조표시됩니다.

### 권장사항 계획이 사용된 모든 인스턴스 식별

시스템 개요를 사용하면 시스템에서 권장사항 계획이 사용되는 위치를 신속하게 식별할 수 있습니다. 이 프로시저는 시스템 개요의 모든 섹션에서 권장사항 계획의 모든 인스턴스를 강조표시합니다.

## 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오.
2. 시스템 개요 섹션(활성 구역, 비활성 구역, 활성 A/B 테스트, 이미지 권장사항)을 펼치십시오.
3. 관심 있는 권장사항 계획의 인스턴스를 찾으십시오.
4. 권장사항 계획 이름을 두 번 클릭하십시오.  
사용된 모든 인스턴스에서 계획 이름이 강조표시됩니다.

## A/B 테스트로 대체되는 권장사항 계획 식별

시스템 개요를 사용하여 대체되는 구역을 식별할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

구역에서 A/B 테스트를 실시할 때 원래 구역에 대해 지정된 권장사항 계획을 대체합니다.

## 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **시스템 개요**를 클릭하십시오.
2. 권장사항 계획 이름 옆에 있는 노란색 느낌표 아이콘을 찾으십시오. 느낌표는 A/B 테스트가 계획을 대체함을 나타냅니다.

## 보고서

보고서는 권장사항의 성과에 대한 정보를 제공합니다.

Digital Recommendations는 성과 보고서 및 A/B 테스트 성과 보고서를 제공합니다.

## 제품 구역 성과 보고서

제품 구역 성과 보고서에는 Digital Recommendations에서 전달되는 권장사항의 값과 관련된 정보가 표시됩니다. 제품에 대한 사이트 전반 정보와 카테고리별로 구분된 정보(예: 구역 및 해당 구역 내의 하위 카테고리)가 모두 표시됩니다.

차트 아래의 테이블 섹션에 있는 선택란을 사용하여 차트에 카테고리를 추가할 수 있습니다.

제품 오퍼의 경우에는 **관리 > 보고서 구성 > 제품 구역 성과** 기능을 사용하여 Digital Recommendations에 의해 주도되는 판매를 추적하는 데 사용하는 Category Definition File에서 상위 카테고리를 선택하십시오.

### 자동화된 구역 성과 추적

유효한 IBM Digital Recommendations CDF 구조를 자동으로 유지보수하기 위해 자동화된 구역 성과 추적을 사용할 수 있습니다. 자동화된 구역 성과 추적은 또한 권장사항 구역에 제공된 각 제품 페이지 URL에 가상 카테고리 태그를 추가합니다.

자동화된 구역 성과 추적을 사용으로 설정한 후 다음 조치가 자동으로 실행됩니다.

- Digital Analytics에 로드하기 위해 CDF 구조를 전송할 때 모든 활성 제품 기반 구역 ID가 상위 권장사항 카테고리의 하위 카테고리로 추가됩니다.
- 구역 채우기 함수에 전달하기 전에 제품 URL에 `cm_vc=Zone_id`가 추가됩니다.

자동화된 구역 성과 추적을 사용으로 설정한 동안 권장사항을 추적하는 데 추가 조치가 필요하지 않습니다.

### 자동화된 구역 성과 추적 활성화

자동화된 구역 성과 추적을 사용하여 유효한 CDF 구조를 자동으로 제공하고 권장사항 구역에 제공된 각 제품 페이지 URL에 가상 카테고리 태그를 추가할 수 있습니다.

### 시작하기 전에

자동화된 구역 성과 추적을 사용으로 설정하기 전에 EPCMF 파일에서 각 제품의 제품 URL을 전달하고 있는지 확인해야 합니다. 이 제품 URL을 포함하는 속성을 지정하고 있으며 오퍼 응답 필드에 속성을 포함하는지 확인하십시오. 또한 이러한 단계 뒤에 제품 오퍼 속성을 구성해야 합니다.

1. 탐색 창 분할창에서 **관리 > 제품 오픈 > 속성**을 클릭하십시오.
2. **특수 값** 섹션에서 적절한 **제품 URL** 속성을 선택하십시오.
3. **오픈 응답에 포함할 속성** 섹션 아래의 **선택됨** 목록에 선택한 속성이 표시되지 않은 경우 **사용 가능** 목록의 속성에서 속성을 선택하고 **> 단추** 화살표를 클릭하여 **선택함** 목록으로 이동하십시오.

## 이 태스크 정보

IBM Product Recommendations에 대한 자동 구역 성과 추적을 활성화하려면 다음 단계를 완료하십시오.

### 프로시저

1. 탐색 창 분할창에서 **관리 > 보고서 구성 > 제품 구역 성과**를 클릭하십시오.
2. **카테고리 정의 파일 계층 구조** 드롭 다운에서 권장사항을 추적하는 데 사용할 상위 카테고리를 선택하십시오.
3. **자동화된 추적 사용** 선택란을 클릭하십시오.
4. 기본적으로 **구역 세분성**이 선택되어 있습니다.
5. **저장**을 클릭하십시오.

### 다음에 수행할 작업

자동화된 제품 구역 성과 구성의 상태를 보려면 왼쪽 탐색에서 **구역**를 클릭하십시오. 또한 자동화된 구역 성과 추적의 구현 성공을 확인하거나 구역 ID를 변경해야 할 경우 경고를 발행하는 이메일이 전송됩니다. 구역 ID는 고유해야 합니다.

## A/B 테스트 성과 보고서

사용자 사이트가 동적 권장사항을 사용하여 구현된 경우에만 A/B 테스트 기능을 사용할 수 있습니다.

A/B 테스트 성과 보고서는 Digital Analytics 요소를 소스로 하며 Digital Recommendations의 A/B 테스트 도구에 구성된 활성 A/B 테스트의 결과를 표시합니다.

이 보고서에서 리프트 메트릭을 포함한 여러 메트릭을 볼 수 있습니다. 리프트 메트릭은 (테스트 분할 메트릭 - 제어 메트릭) / 제어 메트릭으로 계산됩니다.

## 간접 귀속 보고서

간접 귀속 보고서를 사용하여 다중 세션에서 권장사항이 갖는 영향을 표시할 수 있습니다.

권장사항의 영향은 종종 권장사항이 보이는 세션에 귀속됩니다. 예를 들어, 고객이 제품을 보는 중이며 페이지 맨 아래에서 권장사항의 목록을 봅니다. 판매 또는 기타 성과 지표는 고객이 해당 권장사항에 대해 반응하는 방법을 기반으로 측정됩니다(예: 권장 제품을 장바구니에 놓기 또는 구매).

그러나 권장사항에는 종종 동일한 세션을 넘어서는 영향이 있습니다. 다음은 판매가 Digital Recommendations에 의해 영향을 받을 수 있는 방법의 예입니다.

- 권장사항을 보고 장바구니에 놓은 후에, 후속 세션에서 구매가 이루어짐
- 권장사항을 보고 장바구니에 놓지만, 구매를 의도적으로 후일로 연기함
- 장바구니에 놓지 않고 권장사항을 봅니다. 그러나 나중에 최근에 본 목록에서 제품을 선택한 후에 구매합니다.

이전 예는 판매가 Digital Recommendations에 간접적으로 귀속될 수 있는 방법을 표시합니다.

다음 메트릭은 간접 귀속 보고서에 대해 신규입니다. 이러한 메트릭에 대한 자세한 정보는 [81 페이지의 『제품 권장사항에 대한 보고 메트릭의 용어집』](#)의 내용을 참조하십시오.

- 항목 매출액 합계
- 항목 매출액 동일-세션
- 항목 매출액 크로스-세션
- 판매된 항목 수 합계
- 판매된 항목 수 동일-세션
- 판매된 항목 수 크로스-세션

## 귀속 기간 선택

귀속 기간의 일 수를 선택할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색에서 **보고서**를 클릭하십시오.
2. **간접 귀속 보고서**를 선택하십시오.
3. **귀속 드롭 다운**을 클릭하고 귀속 기간에 대한 일 수(1 - 7)를 선택하십시오. 기본값은 7일입니다.

### 귀속 백분율 할당

간접 속성 보고서 구성으로 마지막 7일 각각에 대해 IBM Digital Recommendations에 귀속된 판매의 서로 다른 백분율을 할당할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

**참고:** 보고서 구성 페이지는 클라이언트 관리자에 대해서만 사용 가능합니다.

귀속 백분율을 할당함으로써, 사용자는 Digital Recommendations에 의해 생성된 권장사항에 간접적으로 귀속되는 판매의 양을 조정합니다. 권장사항을 보는 동일한 날에 판매가 발생하는 경우, 사용자는 권장사항의 직접적인 결과가 판매임을 가정합니다. 따라서 할당은 동일한 날에 대해 100%로 설정됩니다. 그러나 판매가 권장사항을 본 다음 날인 경우에는 다른 요소가 판매에 대한 기여자일 수 있습니다. 따라서 사용자는 2일째에 낮은 판매 백분율(예: 70%)을 할당할 수 있으며, 각각의 일마다 할당을 조정할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. 측면 탐색에서 **보고서 구성**을 클릭하십시오.
3. 측면 탐색에서 **간접 귀속**을 클릭하십시오.
4. IBM Digital Recommendations에 의해 각 일(1 - 7)마다 귀속될 판매의 백분율을 입력하십시오. 당일은 항상 판매의 100%가 귀속됩니다.

일	백분율
당일	100%
1일	80%
2일	20%
3일	10%

5. **구역 성과 보고서**에서 추가 **간접 귀속 정보 표시**를 사용하여 이 구성된 정보를 구역 성과 보고서 및 대시보드에 추가할 수 있습니다.
  - 귀속 %의 구성은 제품 구역 보고서에 표시된 정보에 적용되지 않습니다.
  - 선택란을 선택한 경우 다음 메트릭을 선택하여 대시보드에 표시할 수 있습니다.
    - 판매된 항목 수 동일-세션
    - 판매된 항목 수 크로스-세션
    - 판매된 항목 수 합계
    - 항목 매출액 동일-세션
    - 항목 매출액 크로스-세션
    - 항목 매출액 합계
  - 선택란을 선택하지 않은 경우 다음 두 개의 메트릭만 선택하여 대시보드에 표시할 수 있습니다.
    - 항목 매출액

- 판매된 항목 수
6. **저장**을 클릭하십시오.

## 보고서 옵션 선택

보고서 위에 있는 아이콘 및 목록을 사용하여 추가 옵션을 선택합니다.

모든 보고서에 대해 다음 조치를 수행할 수 있습니다.

- 왼쪽 상단에 있는 아이콘을 클릭하여 그래프 데이터의 모양을 변경합니다.
- **-/+** 또는 각 섹션의 왼쪽 상단에 있는 화살표 아이콘을 클릭하여 섹션을 접거나 펼쳐 데이터, 데이터 그래프 또는 데이터 그리드 위에 제어 장치를 표시합니다.
- **설명**을 클릭하여 저장하려는 설명을 입력합니다. 추가 정보는 80 페이지의 『보고서 저장』의 내용을 참조하십시오.

오른쪽 상단에 있는 **보고서** 목록을 사용하여 성과 데이터를 검토하는 방법을 선택합니다.

- **보고서**는 특정 시점의 데이터를 표시합니다.
- **추세**는 시간에 따른 변경사항을 표시합니다.

선택하는 다음 보기 옵션에 따라 추가 옵션이 사용 가능합니다.

### 보고서 보기에 대한 옵션

- 보고 기간을 정의하려면 오른쪽 상단에 있는 **보고서 옵션** 또는 **기간 A** 필드의 달력 아이콘을 클릭하십시오. 시간 보고서에 대한 자세한 정보는 81 페이지의 『비교 기간 선택』의 내용을 참조하십시오.
- 사전 정의된 목록으로부터 보고서에 포함할 메트릭을 선택하거나 자신의 수식을 작성하려면 **보고서 옵션**을 클릭하고 **메트릭** 탭을 클릭합니다.
- 보고된 값을 사용자가 정의하는 특성과 일치하는 값으로 줄이려면 **보고서 옵션**을 클릭하고 **필터** 탭을 클릭합니다.
- 보고서에 대해 수행할 계산을 2개의 기간으로 지정하려면 **보고서 옵션**을 클릭하고 **비교 설정** 탭을 클릭합니다.

### 추세 보기에 대한 옵션

- 추세 보기에 대한 시간 범위를 지정하려면 오른쪽 상단에 있는 목록을 사용하여 기간의 길이를 지정합니다. 추가 옵션을 사용하려면 오른쪽 상단에 있는 **보고서 옵션** 또는 달력 아이콘을 클릭하십시오.
- 비교를 위해 전년도의 동일한 기간에 대한 데이터를 표시하는 두 번째 추세 행을 포함하려면 오른쪽 상단에 있는 **전년도 표시** 선택란을 선택합니다. 두 개의 추세 행을 포함하는 추세 보기의 경우, X축 값이 현재 연도의 동일한 요일 또는 동일한 달력 날짜와 일치하도록 전년도의 데이터를 표시할 수 있습니다. **날짜별 맞추기** 또는 **일별 맞추기**를 선택하십시오.
- 4주 평균 평활법을 추세 행에 적용하려면 오른쪽 상단에 있는 **보고서 옵션**을 클릭하고 **평활법** 선택란을 선택하십시오.
- 추세 보기의 메트릭을 선택하려면 그래프의 왼쪽 상단에 포함된 **메트릭 선택** 목록을 사용하십시오.

## 보고서 저장

보고서를 저장하고 선택적으로 이를 Digital Recommendations 내에서 공유하거나 인쇄하거나 다운로드하거나 다른 용도로 이메일 전송할 수 있습니다.

보고서에 이러한 옵션을 사용하도록 선택하려면 오른쪽 상단에 포함된 아이콘을 클릭하십시오.

보고서 이메일 전송을 선택하는 경우 다음 옵션을 사용할 수 있습니다.

- 보고서를 한 번만 전송하거나 지정된 기간 A를 기반으로 하는 반복 스케줄로 전송합니다.
- 파일 유형을 지정합니다.
- 비교 기간(기간 B)을 포함하는 보고서의 경우 포함할 기간을 선택합니다.
  - 반복 스케줄로 이메일 전송된 보고서의 경우, 상대 기간 또는 고정 기간을 지정합니다.
  - 이메일 전송된 보고서의 경우, 고정 기간을 지정합니다.
  - 또는 **B 범위 포함 안함**을 클릭하여 보고서에 기간 A만 포함합니다.

- 식별 파일 이름을 입력합니다.
- 수신인 목록 및 이메일 메시지 제목을 지정합니다.

## 비교 기간 선택

단일 기간의 성과 데이터를 검토하거나 두 기간을 비교할 수 있습니다.

Digital Recommendations 보고서를 보려면 특정 또는 상대적인 일, 주, 월, 분기 또는 연도를 표시하여 초기 "기간 A" 시간 프레임을 정의합니다. 포괄적 옵션 세트를 보려면 달력 아이콘을 클릭하십시오.

비교할 두 번째 "기간 B" 시간 범위를 포함하려면 **기간 B** 선택란을 선택하고 기간을 선택하십시오.

**참고:** 추세 보기의 경우, 기간 A와 기간 B를 지정하지 않습니다. 대신, 전년도의 동일한 기간에 대한 추세 행을 표시할 수 있습니다.

## 제품 권장사항에 대한 보고 메트릭의 용어집

보고서 및 대시보드에서 사용되는 모든 메트릭을 설명합니다.

**참고:** A/B 테스트 보고서의 경우 **리프트 메트릭**은 (테스트 분할 메트릭 - 제어 메트릭)/제어 메트릭으로 계산됩니다.

### 구매 포기된 매출액

선택한 기간 동안 구매 포기된 항목에서 손실된 매출액 총계입니다.

### 평균 구매 포기 항목 가격(구매 포기된 매출액 / 구매 포기된 항목 수)

선택한 기간 동안 구매 포기된 모든 항목의 가격 평균입니다.

### 평균 항목 가격

판매된 모든 항목의 평균 가격(항목 매출액 / 판매된 항목 수)입니다.

### 구역에서 주문한 평균 항목 수

판매된 항목/구매 세션 = 구매 세션에 대한 항목의 평균 수입니다.

### 구역에서 주문한 평균 항목 값

판매된 매출액/구매 세션 = 구매 세션에 대한 장바구니의 평균 값입니다.

### 구매 세션 수

주문이 제출된 세션의 수입니다.

### 구매 세션 수 / 보기 세션

선택한 기간 동안 세션에서 구매한 제품이 있는 보기 세션의 백분율입니다.

### 요소 보기 수

요소를 보는 횟수입니다. 요소 태그의 개수입니다. 요소 데이터는 요소 태그에서 수집합니다.

### 요소 보기 수 / 세션

방문자 세션에 대한 요소 보기의 비율입니다. 세션 수로 나눈 요소 보기 수입니다. 요소 데이터는 요소 태그에서 수집합니다.

### 이벤트 포인트

이벤트 포인트의 총계입니다. 이벤트 데이터는 전환 이벤트 태그에서 수집합니다. 동작 유형 =1은 초기화를 반영합니다. 동작 유형 =2은 완료를 반영합니다. 이벤트 포인트 값 전달은 선택적입니다.

### 이벤트 포인트 / 세션

세션당 이벤트 포인트의 평균 수입니다. 세션 수로 나눈 이벤트 포인트입니다. 이벤트 데이터는 전환 이벤트 태그에서 수집합니다. 동작 유형 =1은 초기화를 반영합니다. 동작 유형 =2은 완료를 반영합니다. 이벤트 포인트 값 전달은 선택적입니다.

### 완료된 이벤트 수

완료된 전환 이벤트 수입니다. 유형 =2일 때 수집된 전환 이벤트 태그의 개수입니다. 이벤트 데이터는 전환 이벤트 태그에서 수집합니다. 동작 유형 =1은 초기화를 반영합니다. 동작 유형 =2은 완료를 반영합니다. 이벤트 포인트 값 전달은 선택적입니다.

### 구매 포기된 항목 수

장바구니에는 있었지만 구매하지 않은 항목의 총계입니다.

### 항목 포기율

장바구니에 넣은 항목에 대비 구매 포기한 항목의 비율입니다.

**항목 매출액**

매장 태그로 계산한 항목의 전체 매출액입니다.

**항목 매출액 크로스-세션**

선택된 일 범위(1 - 7일)에 대해 간접적으로 귀속된 항목 매출액의 합계입니다.

**항목 매출액 동일-세션**

하나의 세션에서 항목 매출액의 합계입니다.

**항목 매출액 합계**

지정된 기간 동안 이전 세션 내에 본 권장사항에 귀속된 매출액의 총계입니다.

**판매된 항목 수**

판매된 제품(단위)의 수입입니다.

**판매된 항목 수 크로스-세션**

선택된 일 범위(1 - 7일)에 대해 간접적으로 귀속된 판매된 항목의 수입입니다.

**판매된 항목 수 동일-세션**

하나의 세션에서 판매된 항목의 총계입니다.

**판매된 항목 수 합계**

지정된 기간 동안 이전 세션 내에 본 권장사항에 귀속된 판매된 항목 수의 총계입니다.

**주문 수**

제출된 주문의 총계입니다.

**제품 보기 수**

사용자가 본 제품 세부사항 페이지의 시간 총계입니다. 수집된 제품 보기 태그의 개수입니다.

**제품 보기 수 / 세션**

세션당 평균 제품 보기 수입입니다.

**제품 보기 수 / 판매된 항목 수**

판매된 제품당 평균 제품 보기 수입입니다.

**신규 구매자 수**

지정된 기간 동안 처음 구매한 고유 방문자의 수입입니다. 신규 또는 반복 방문자일 수 있습니다.

**매출액**

주문 태그로 계산한 구매 항목의 전체 매출액입니다.

**세션 수**

세션의 총계입니다. 수집된 레코드 사이에 비활동 시간이 30분 미만인 경우 공통 세션 쿠키에서 수집한 레코드 시퀀스에 따라 세션이 정의됩니다.

**보는 세션 수**

제품 페이지 보기를 포함한 선택한 기간 동안 세션 수입입니다.

**구역 주문/세션 비율**

구매 세션/보기 세션입니다.

## 성과 대시보드

특정 데이터를 보도록 대시보드를 사용자 정의할 수 있습니다. 대시보드는 Digital Recommendations 보고서의 요약을 제공합니다.

**제품 구역 성과 모듈**

Digital Recommendations가 이미 구현되었다는 가정 하에, 애플리케이션에서의 첫 번째 단계는 성과 대시보드를 살펴보는 것입니다. 대시보드는 애플리케이션 내에서 보고 기능을 제공합니다. 제품 사이트 성과 및 제품 구역 성과 모듈을 표시하는 표준 대시보드를 볼 수 있습니다. 제품 사이트 성과 모듈은 Digital Recommendations 구현의 결과로 어떤 판매가 나타났는지 표시합니다. 제품 구역 성과는 Digital Recommendations 권장사항을 표시하는 사이트의 여러 구역에 귀속된 판매를 표시하여 성과를 추가로 분석합니다.

## 컨텐츠 구역 성과 모듈

### 대시보드 보기

표준 대시보드 또는 사용자가 작성한 대시보드를 볼 수 있습니다.

#### 이 태스크 정보

Digital Recommendations는 처음에 표준 대시보드 카테고리의 제품 사이트 성과 및 제품 구역 성과 대시보드로 구성됩니다. 추가 대시보드를 작성한 경우 표준 대시보드가 아닌 카테고리에서 대시보드를 찾을 수 있습니다.

#### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **대시보드**를 클릭하십시오.
2. 대시보드가 위치한 대시보드 카테고리를 클릭하십시오.
3. 보려는 대시보드를 클릭하십시오.

### 표준 대시보드

표준 대시보드를 사용하여 모듈 성과를 모니터링합니다.

Digital Recommendations 구현에는 제품 사이트 성과 및 제품 구역 성과 모듈을 포함하는 표준 대시보드가 포함됩니다.

대시보드 모듈에 대한 자세한 정보는 다음을 참조하십시오.

- [84 페이지의 『A/B 테스트 대시보드 모듈』](#)
- [84 페이지의 『KPI 스파크 대시보드 모듈』](#)
- [85 페이지의 『제품 사이트 성과 대시보드 모듈』](#)

**참고:** 표준 대시보드는 편집할 수 없습니다. 그러나 사용자 정의 대시보드는 작성할 수 있습니다. [83 페이지의 『대시보드 작성』](#)의 내용을 참조하십시오.

### 대시보드 작성

사용자 정의 대시보드를 작성하여 표준 대시보드에서 캡처하지 않는 정보를 캡처할 수 있습니다.

#### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **대시보드**를 클릭하십시오.
2. 대시보드를 작성하려면 **조치** 메뉴에서 **새 대시보드 작성**을 클릭하십시오.
3. 대시보드를 배치할 기존 카테고리를 선택하거나 카테고리를 작성하십시오.
4. 모듈을 클릭하여 **구성 보기**로 끌어와서 대시보드에 추가하십시오. 어느 모듈 조합이든 추가할 수 있습니다(동일한 유형의 여러 모듈도 가능).
5. 대시보드를 저장하십시오.
6. 대시보드 모듈을 편집하십시오.

#### 관련 태스크

[84 페이지의 『A/B 테스트 대시보드 모듈 편집』](#)  
A/B 테스트 대시보드를 사용자 정의할 수 있습니다.

[84 페이지의 『KPI 스파크 대시보드 모듈 편집』](#)  
KPI 스파크 모듈을 편집할 수 있습니다.

[84 페이지의 『제품 구역 성과 대시보드 모듈 편집』](#)  
모듈의 오른쪽 상단 모서리에 있는 **대시보드 편집** 아이콘을 클릭하여 구역 성과 모듈을 편집할 수 있습니다.

[85 페이지의 『제품 사이트 성과 대시보드 모듈 편집』](#)  
사이트 성과 모듈을 사용자 정의하십시오.

## 제품 구역 성과 대시보드 모듈

제품 구역 성과 대시보드 모듈을 사용하여 제품 구역에 대한 단일 메트릭의 성과를 볼 수 있습니다.

제품 구역 성과 대시보드 모듈에는 사용자 사이트에 배포되는 제품 구역에 대한 데이터가 표시됩니다. 이러한 대시보드를 사용하여 지정된 기간 동안 카테고리에 대한 단일 메트릭의 성과를 표시합니다. 여러 모듈을 구성하여 대시보드의 가치를 높일 수 있습니다. 또한 제품 권장사항에도 제품 구역 성과 모듈을 사용할 수 있습니다.

### 제품 구역 성과 대시보드 모듈 편집

모듈의 오른쪽 상단 모서리에 있는 **대시보드 편집** 아이콘을 클릭하여 구역 성과 모듈을 편집할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

구역 성과 대시보드를 편집하는 가장 일반적인 방법은 다음과 같습니다.

- 기간 필드를 사용하여 대시보드에서 다루는 시간 범위를 변경합니다.
- 보고 있는 요소 카테고리를 변경합니다.
- **구역 성과 추적 필터**를 사용하여 대시보드가 포함하는 카테고리를 변경합니다. 제품 구역 성과 대시보드의 카테고리 기본값은 **관리 > 구역 성과 추적 > 제품 구역 성과**에 지정됩니다.
- 대시보드에 모듈을 추가합니다.

## A/B 테스트 대시보드 모듈

A/B 테스트 대시보드 모듈을 사용하여 활성 A/B 테스트의 각 그룹에 대한 성과를 막대형 차트로 표시합니다.

모듈에서 어떤 A/B 테스트를 추적할지와 성과를 평가하는 데 어떤 KPI가 사용되는지를 지정할 수 있습니다. 사용자 구현이 플랫폼 파일 권장사항만 사용하도록 구성된 경우 A/B 테스트 성과 대시보드 모듈 유형은 사용 안함으로 설정됩니다.

### A/B 테스트 대시보드 모듈 편집

A/B 테스트 대시보드를 사용자 정의할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

모듈 오른쪽 상단의 대시보드 편집 아이콘을 클릭하여 A/B 테스트 모듈을 편집할 수 있습니다.

A/B 테스트 모듈을 편집하는 가장 일반적인 방법은 다음과 같습니다.

- 추적 중인 A/B 테스트를 변경합니다. 각 AB 테스트에 대해 별도의 모듈을 작성할 수도 있습니다.
- 모듈에서 보고 있는 메트릭을 변경합니다.
- 대시보드에 모듈을 추가합니다.

## KPI 스파크 대시보드 모듈

핵심성과지표(KPI) 스파크 대시보드 모듈을 사용하여 KPI의 추세를 볼 수 있습니다.

구역 성과 보고서에서 사용 가능한 모든 메트릭은 KPI 보고서에서 사용 가능합니다. 한 번에 5개의 메트릭을 표시할 수 있습니다.

각 메트릭에 대한 스파크(추세) 행은 가장 최근의 메트릭 값과 추세 날짜 범위의 높은 값 및 낮은 값을 강조표시합니다.

### KPI 스파크 대시보드 모듈 편집

KPI 스파크 모듈을 편집할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

모듈의 오른쪽 상단 모서리에 있는 **대시보드 편집** 아이콘을 클릭하여 KPI 스파크 모듈을 편집할 수 있습니다.

KPI 스파크 모듈을 편집하는 가장 일반적인 방법은 다음과 같습니다.

- 모듈에서 보고 있는 메트릭을 변경합니다.
- 보고 있는 데이터의 시간 범위를 지정합니다.

- 구역 성과 추적 필터를 사용하여 대시보드가 포함하는 카테고리를 변경합니다. 카테고리의 기본값은 **관리 > 구역 성과 추적 > 제품 구역 성과**에 지정됩니다.
- 대시보드에 모듈을 추가합니다.

## 제품 사이트 성과 대시보드 모듈

제품 사이트 성과 대시보드 모듈을 사용하여 지정된 기간(일) 동안 권장사항의 전체 성과를 볼 수 있습니다.

제품 사이트 성과 대시보드는 전체 사이트 판매 및 Digital Recommendations 판매와 뷰에서 생성한 권장사항에 귀속되는 사이트 판매를 표시합니다. 모듈에는 다음과 같은 메트릭이 표시됩니다.

- 판매 합계 - 누적된 사이트 전체 판매
- Digital Recommendations 판매 - **관리 > 구역 성과 추적 > 제품 구역 성과 추적** 페이지에서 선택된 상위 카테고리의 모든 제품에 대한 누적 판매 합계입니다.
- 판매 합계의 백분율 - Digital Recommendations 판매를 판매 합계로 나눈 값입니다.

### 제품 사이트 성과 대시보드 모듈 편집

사이트 성과 모듈을 사용자 정의하십시오.

#### 이 태스크 정보

모듈의 오른쪽 상단 모서리에 있는 **대시보드 편집** 아이콘을 클릭하여 사이트 성과 모듈을 편집할 수 있습니다.

사이트 성과 대시보드를 편집하는 가장 일반적인 방법은 다음과 같습니다.

- 기간을 사용하여 대시보드에서 다루는 시간 범위를 변경합니다.
- 구역 성과 추적 필터를 사용하여 대시보드가 포함하는 카테고리를 변경합니다. 제품 사이트 성과 대시보드의 카테고리 기본값은 **관리 > 구역 성과 추적 > 제품 구역 성과**에 지정됩니다.
- 대시보드에 모듈을 추가합니다.

## 대시보드 공유

사용자 정의 대시보드를 팀의 다른 사용자와 공유하거나 사용자 정의 대시보드 중 하나를 사용자만 볼 수 있도록 변경할 수 있습니다.

#### 이 태스크 정보

기본적으로, 사용자 정의 대시보드는 대시보드를 작성한 사용자만 사용 가능합니다. 대시보드를 수정하여 특정 사용자 그룹만 사용할 수 있게 하거나 전역적으로 모든 사용자가 사용할 수 있게 할 수 있습니다. 사용자 정의 대시보드를 다른 사람과 공유한 경우, 사용자에게만 사용 가능하도록 다시 변경할 수 있습니다.

#### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 공유할 대시보드를 선택하십시오.
  2. 조치 메뉴에서 **대시보드 공유**를 선택하십시오. menu.
  3. 다음 옵션 중 하나를 선택하십시오.
    - **대시보드 소유자에게 개인용으로 유지:** 대시보드를 작성한 사용자에게 개인용으로 유지합니다.
    - **다른 사용자와 전역적으로 공유:** 대시보드를 시스템의 모든 사용자가 사용할 수 있게 합니다.
    - **다음과 같은 그룹의 사용자와만 공유:** 목록에서 선택하는 모든 사용자 그룹에서 대시보드를 사용할 수 있게 합니다.
- 참고:** 사용자 그룹은 관리 기능을 사용하여 관리됩니다.

#### 대시보드 이메일 전송

이메일을 통해 대시보드를 공유할 수 있습니다.

#### 이 태스크 정보

다음 단계를 수행하여 대시보드와 연관된 데이터를 모든 이메일 주소에 전송할 수 있습니다.

## 프로시저

1. 이메일을 통해 공유하려는 대시보드로 이동하십시오.
2. 대시보드 오른쪽 상단의 봉투 아이콘을 클릭하십시오.
3. 이메일을 한 번 전송할지 또는 매일, 매주 또는 매월 스케줄로 전송할지 지정하십시오.
4. 저장을 클릭하십시오.

## 제품 권장사항에 대한 보고 메트릭의 용어집

보고서 및 대시보드에서 사용되는 모든 메트릭을 설명합니다.

**참고:** A/B 테스트 보고서의 경우 **리프트 메트릭**은 (테스트 분할 메트릭 - 제어 메트릭)/제어 메트릭으로 계산됩니다.

### 구매 포기된 매출액

선택한 기간 동안 구매 포기된 항목에서 손실된 매출액 총계입니다.

### 평균 구매 포기 항목 가격(구매 포기된 매출액 / 구매 포기된 항목 수)

선택한 기간 동안 구매 포기된 모든 항목의 가격 평균입니다.

### 평균 항목 가격

판매된 모든 항목의 평균 가격(항목 매출액 / 판매된 항목 수)입니다.

### 구역에서 주문한 평균 항목 수

판매된 항목/구매 세션 = 구매 세션에 대한 항목의 평균 수입니다.

### 구역에서 주문한 평균 항목 값

판매된 매출액/구매 세션 = 구매 세션에 대한 장바구니의 평균 값입니다.

### 구매 세션 수

주문이 제출된 세션의 수입니다.

### 구매 세션 수 / 보기 세션

선택한 기간 동안 세션에서 구매한 제품이 있는 보기 세션의 백분율입니다.

### 요소 보기 수

요소를 보는 횟수입니다. 요소 태그의 개수입니다. 요소 데이터는 요소 태그에서 수집합니다.

### 요소 보기 수 / 세션

방문자 세션에 대한 요소 보기의 비율입니다. 세션 수로 나눈 요소 보기 수입니다. 요소 데이터는 요소 태그에서 수집합니다.

### 이벤트 포인트

이벤트 포인트의 총계입니다. 이벤트 데이터는 전환 이벤트 태그에서 수집합니다. 동작 유형 =1은 초기화를 반영합니다. 동작 유형 =2은 완료를 반영합니다. 이벤트 포인트 값 전달은 선택적입니다.

### 이벤트 포인트 / 세션

세션당 이벤트 포인트의 평균 수입니다. 세션 수로 나눈 이벤트 포인트입니다. 이벤트 데이터는 전환 이벤트 태그에서 수집합니다. 동작 유형 =1은 초기화를 반영합니다. 동작 유형 =2은 완료를 반영합니다. 이벤트 포인트 값 전달은 선택적입니다.

### 완료된 이벤트 수

완료된 전환 이벤트 수입니다. 유형 =2일 때 수집된 전환 이벤트 태그의 개수입니다. 이벤트 데이터는 전환 이벤트 태그에서 수집합니다. 동작 유형 =1은 초기화를 반영합니다. 동작 유형 =2은 완료를 반영합니다. 이벤트 포인트 값 전달은 선택적입니다.

### 구매 포기된 항목 수

장바구니에는 있었지만 구매하지 않은 항목의 총계입니다.

### 항목 포기율

장바구니에 넣은 항목에 대비 구매 포기한 항목의 비율입니다.

### 항목 매출액

매장 태그로 계산한 항목의 전체 매출액입니다.

### 항목 매출액 크로스-세션

선택된 일 범위(1 - 7일)에 대해 간접적으로 귀속된 항목 매출액의 합계입니다.

### 항목 매출액 동일-세션

하나의 세션에서 항목 매출액의 합계입니다.

**항목 매출액 합계**

지정된 기간 동안 이전 세션 내에 본 권장사항에 귀속된 매출액의 총계입니다.

**판매된 항목 수**

판매된 제품(단위)의 수입입니다.

**판매된 항목 수 크로스-세션**

선택된 일 범위(1 - 7일)에 대해 간접적으로 귀속된 판매된 항목의 수입입니다.

**판매된 항목 수 동일-세션**

하나의 세션에서 판매된 항목의 총계입니다.

**판매된 항목 수 합계**

지정된 기간 동안 이전 세션 내에 본 권장사항에 귀속된 판매된 항목 수의 총계입니다.

**주문 수**

제출된 주문의 총계입니다.

**제품 보기 수**

사용자가 본 제품 세부사항 페이지의 시간 총계입니다. 수집된 제품 보기 태그의 개수입니다.

**제품 보기 수 / 세션**

세션당 평균 제품 보기 수입입니다.

**제품 보기 수 / 판매된 항목 수**

판매된 제품당 평균 제품 보기 수입입니다.

**신규 구매자 수**

지정된 기간 동안 처음 구매한 고유 방문자의 수입입니다. 신규 또는 반복 방문자일 수 있습니다.

**매출액**

주문 태그로 계산한 구매 항목의 전체 매출액입니다.

**세션 수**

세션의 총계입니다. 수집된 레코드 사이에 비활동 시간이 30분 미만인 경우 공통 세션 쿠키에서 수집한 레코드 시퀀스에 따라 세션이 정의됩니다.

**보는 세션 수**

제품 페이지 보기를 포함한 선택한 기간 동안 세션 수입입니다.

**구역 주문/세션 비율**

구매 세션/보기 세션입니다.

## 워크북

---

워크북을 작성하여 일반적으로 사용되는 탭을 보다 쉽게 액세스할 수 있도록 함께 그룹화할 수 있습니다.

다음은 워크북을 사용하는 방법의 예입니다.

- 다른 사용자와 보고서 및 대시보드를 공유합니다.
- 필요할 때마다 동일한 형식의 보고서 및 대시보드를 다운로드합니다.
- 프리젠테이션 또는 배포를 위해 데이터를 스프레드시트에 다운로드하고 공통 보기를 다른 사용자와 공유합니다.
- 실행 개요에 대한 대시보드 세트를 작성합니다.
- 자주 사용되는 보고서 세트를 작성합니다.

### 워크북 작성

워크북에 포함할 구성요소를 열어 워크북을 작성한 후 이를 워크북으로 저장합니다.

#### 이 태스크 정보

구성요소를 볼 때마다 화면 맨 위의 탭에 구성요소 제목이 표시됩니다. 구성요소를 계속 열면 탭이 추가로 표시됩니다.

### 프로시저

1. 하나 이상의 탭이 표시되면 측면 탐색 창에서 **워크북**을 클릭하십시오.
2. **조치** 메뉴에서 **저장**을 클릭하십시오.

### 결과

열려 있는 모든 탭은 워크북에 저장됩니다.

## 워크북 공유

워크북을 사용하여 다른 사용자와 구성 구성요소 그룹을 공유할 수 있습니다. 또한 중요한 대시보드 및 보고서 세트를 그룹화하여 시스템의 다른 사용자와 공유할 수도 있습니다.

### 프로시저

1. 공유 워크북에 포함하려는 구성 구성요소, 대시보드 또는 보고서를 여십시오.
2. 측면 탐색 창에서 **워크북**을 클릭하십시오.
3. **조치**를 클릭하십시오.
4. **저장**을 선택하십시오.
5. **새 워크북으로 저장**을 선택하고 워크북의 구체적인 이름을 입력하십시오.
6. 측면 탐색 창에서 저장된 워크북을 선택하십시오.
7. **동작** 메뉴에서 **공유**를 선택하십시오.
8. 워크북을 공유할 사용자를 선택하십시오.

### 다음에 수행할 작업

워크북 공유 대화 상자에서 워크북 소유자 **개인용으로 유지**를 선택하여 워크북 공유를 중지할 수 있습니다.

## 자주 사용하는 대시보드 또는 보고서 보기

자주 사용하는 보고서 및 대시보드를 포함하는 워크북을 설정할 수 있습니다.

### 프로시저

1. 자주 보는 모든 보고서 및 대시보드를 여십시오.
2. 측면 탐색 창에서 **워크북**을 클릭하십시오.
3. **조치**를 클릭하십시오.
4. **저장**을 선택하십시오.
5. **새 워크북으로 저장**을 선택하고 워크북의 적절한 이름을 입력하십시오.

### 다음에 수행할 작업

다음에 시스템을 사용할 때 이 워크북을 선택하십시오.

## 반복 다운로드를 위해 대시보드 또는 보고서 세트 그룹화

정기적으로 보고서 및 대시보드를 다운로드하는 경우 보고서 및 대시보드를 워크북으로 그룹화하여 워크북을 다운로드하는 것이 보다 효율적입니다. 이와 같이 실행하면 다운로드할 때마다 정보가 동일하게 보입니다.

### 프로시저

1. 보고하는 모든 보고서 및 대시보드를 여십시오.
2. 측면 탐색 창에서 **워크북**을 클릭하십시오.
3. **조치**를 선택하십시오.
4. **저장**을 선택하십시오.
5. **새 워크북으로 저장**을 선택하고 워크북의 적절한 이름을 입력하십시오.
6. 워크북을 클릭하십시오.

- 측면 탐색 창에서 **조치**를 선택하십시오.
- 다운로드**를 선택하십시오.

#### 다음에 수행할 작업

다음에 이러한 대시보드 및 보고서를 다운로드하려면 이 워크북을 선택하고 5단계를 반복하십시오.

### 빠른 로드를 위한 워크북 구성

자주 사용하는 워크북이 있는 경우 다음에 열 때 좀 더 빠르게 로드되도록 해당 워크북을 캐시에 보관할 수 있습니다.

#### 프로시저

- 측면 탐색 창에서 **워크북**을 클릭하십시오.
- 캐시하려는 워크북을 선택하십시오.
- 조치 메뉴에서 **캐시**를 선택하십시오. 최대 10개의 워크북을 캐시에 보관할 수 있습니다.

### 모든 워크북 탭 닫기

워크북에서 항목 보기 또는 구성을 완료하면 단일 동작으로 모든 탭을 빠르게 닫을 수 있습니다.

#### 프로시저

워크북 동작 > 모든 탭 닫기를 선택하십시오.

## A/B 테스트(A/B testing)

Digital Recommendations에는 사이트 성과에 대한 다양한 Digital Recommendations 설정의 영향을 판별하기 위해 A, B, C 및 D 분할 테스트를 실행하도록 디자인된 A/B 테스트 기능이 포함됩니다.

A/B 테스트를 사용하여 대체 동작 알고리즘, 비즈니스 규칙, 사이트 구역 위치(폴더 위 또는 아래) 및 특정 사이트 구역에 전달되는 권장사항 수를 테스트할 수 있습니다.

동적 권장사항을 사용하는 경우에만 A/B 테스트를 사용할 수 있습니다.

#### A/B 테스트의 작동 방식

새 방문자가 Digital Analytics에 의해 추적되는 웹 사이트에 도착하면 이들이 테스트 대상인지 여부와 상관없이 0 - 99 사이의 임의의 A/B 테스트 번호가 지정됩니다. 이 값은 Digital Recommendations 개인화 쿠키에 설정되어 쿠키가 삭제될 때까지 방문자와 함께 남아 있습니다. A/B 테스트는 사이트 구역과 연관됩니다. 활성 A/B 테스트가 실행 중인 사이트 구역에 방문자가 도착하면 테스트의 이름 및 방문자가 소속된 테스트 그룹의 이름과 함께 단일 Digital Analytics 요소 태그가 Digital Recommendations에 전송됩니다. A/B 테스트의 결과를 보고하기 위해 Digital Recommendations는 적절한 요소 태그 변수를 기준으로 사용하여 보고서 세그먼트를 작성합니다. 보고서 세그먼트 필터링을 지원하는 최상위 라인, 머천다이징 및 기타 Digital Analytics 보고서를 사용하여 각 테스트 그룹의 결과를 결정할 수 있습니다.

#### 테스트 그룹 및 복수 구역 테스트

Digital Recommendations A/B 테스트는 사이트 구역과 연관됩니다. 그러나 일부 테스트 시나리오를 달성하기 위해 동시 작업을 위한 여러 A/B 테스트를 구성하십시오. 일반적으로 가설 또는 시나리오는 한 번에 하나만 테스트하십시오. 여러 가설을 한 번에 테스트하면 전환의 상승 또는 하락에 대한 책임이 어떤 변경에 있는지 판별하기 어렵습니다.

여러 Digital Recommendations A/B 테스트를 사용하여 하나의 가설을 테스트할 때는 각 테스트에 대한 백분율을 균등하게 분할하십시오. 예를 들어, 구역 1에서 A/B 테스트를 실행 중이고 테스트가 제어 그룹과 테스트 A 그룹 간에 50/50으로 분할되는 경우가 있습니다. 구역 2에서 두 번째 A/B 테스트를 실행하는 경우 테스트가 제어 그룹과 테스트 A 그룹 간에 50/50으로 분할되도록 하십시오. 테스트 번호가 지정된 모든 방문자는 두 테스트 모

두에 대해 제어 그룹에 있습니다. 50 - 99 사이의 테스트 번호가 지정된 모든 방문자는 두 테스트 모두에 대해 테스트 A 그룹에 있습니다.

## A/B 테스트 작성

이 프로시저를 사용하여 A/B 테스트를 작성합니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서 **A/B 테스트**를 클릭하십시오.
2. **조치 > 새 A/B 테스트 작성**을 클릭하십시오.
3. 실행하려는 테스트의 적절한 이름 및 설명을 입력하십시오.  
**참고:** 테스트의 이름이 고유하고 카테고리 ID와 충돌하지 않는지 확인하십시오.
4. 테스트가 적용되는 구역을 지정하십시오.
5. 테스트에 대한 시작 및 종료 날짜를 지정하십시오.
6. 테스트에 대한 제어 매개변수를 지정하십시오.
7. 테스트 A 매개변수를 지정하십시오.
8. 변형을 둘 이상 실행하려는 경우, **요청 추가**를 클릭하여 테스트 B를 추가하십시오. **요청 추가**를 다시 클릭하여 테스트 C를 추가할 수 있습니다.
9. % 열에서 테스트 간에 균등하게 테스트를 분할하십시오.  
예를 들어, 제어 및 테스트 A가 있는 경우 둘 모두를 50%로 설정하십시오. 제어, 테스트 A, 테스트 B가 있는 경우 각각을 33%로 설정하십시오.
10. 테스트를 활성화하십시오.

### 관련 개념

93 페이지의 [『A/B 테스트 결과 측정』](#)  
A/B 테스트 결과를 측정하는 방법은 여러 가지가 있습니다.

### 관련 태스크

91 페이지의 [『권장사항 비교』](#)  
Digital Recommendations에서 작성하는 오퍼의 결과를 Digital Recommendations를 사용하지 않는 결과와 비교할 수 있습니다.

90 페이지의 [『오퍼 비교』](#)  
또 다른 유용한 테스트는 다르게 구성된 두 오퍼의 결과를 비교하는 것입니다.

91 페이지의 [『구역 헤더 텍스트 테스트』](#)  
구역 헤더 텍스트에 대한 변경사항의 영향을 테스트할 수 있습니다.

91 페이지의 [『권장사항 수 테스트』](#)  
권장사항 수가 결과를 개선하는지 여부를 테스트할 수 있습니다.

92 페이지의 [『구역 배치 테스트』](#)  
방문자가 서로 다른 구역에 배치된 권장사항에 응답하는 방법을 테스트합니다.

92 페이지의 [『A/B 테스트 비활성화』](#)  
지정된 날에 중지되도록 구성된 A/B 테스트는 지정된 종료 날짜까지 실행됩니다. 테스트는 모든 Digital Recommendations 프로세스가 완료되는 지정된 종료 날짜 다음날 이른 아침에 중지됩니다.

## 오퍼 비교

또 다른 유용한 테스트는 다르게 구성된 두 오퍼의 결과를 비교하는 것입니다.

### 이 태스크 정보

이 시나리오에서는 오퍼를 동일하게 작성하지만 동작 알고리즘과 같은 하나의 매개변수를 변경합니다. 예를 들어, 7일 데이터 분석 기간으로 설정된 하나의 오퍼와 14일 데이터 분석 기간으로 설정된 다른 오퍼가 있습니다.

또한 모든 오퍼 매개변수를 동일하게 작성하지만 다른 규칙 세트를 사용할 수 있습니다. 예를 들어, 동일한 카테고리 고리에 없는 항목을 제외하는 규칙이 있는 오퍼를 하나 설정하고 동일한 카테고리에 없는 항목을 강조 해제하는 규칙이 있는 오퍼를 하나 설정할 수 있습니다.

## 프로시저

1. 두 개의 오퍼(하나는 **제어**이고 다른 하나는 **테스트 A**)를 작성하십시오. 오퍼를 동일하게 구성하고 하나의 매개변수 또는 규칙만 변경합니다.
2. 각 오퍼에 대해 권장사항 계획을 작성하십시오. 두 권장사항 계획에서 모두 동일한 대상을 사용하십시오. 하나의 권장사항 계획에서 제어 오퍼를 선택하고 다른 권장사항 계획에서 테스트 A 오퍼를 선택하십시오.
3. A/B 테스트를 작성하십시오.
  - a) 작성한 구역을 지정하십시오.
  - b) **제어** 테스트 요소의 경우, 제어 오퍼와 연관된 권장사항 계획을 선택하십시오.
  - c) **테스트 A** 테스트 요소의 경우, 테스트 A 오퍼와 연관된 권장사항 계획을 선택하십시오.
4. A/B 테스트 보고서 또는 A/B 성과 대시보드에서 테스트 결과를 보십시오. 테스트에 대해 지정한 종료 날짜가 경과되면 결과가 완성됩니다.

## 권장사항 비교

Digital Recommendations에서 작성하는 오퍼의 결과를 Digital Recommendations를 사용하지 않는 결과와 비교할 수 있습니다.

## 프로시저

1. 테스트의 제어 오퍼가 존재하지 않으면 오퍼를 작성하십시오.
2. 작성한 오퍼를 사용하는 권장사항 계획을 작성하십시오.
3. 작성한 권장사항 계획을 사용하는 구역을 작성하십시오.
4. A/B 테스트를 작성하십시오.
5. 작성된 구역을 **구역 필드**에 지정하십시오.
6. **제어** 테스트 요소의 경우, 작성한 권장사항 계획을 지정하십시오.
7. **테스트 A** 테스트 요소의 경우, **권장사항 없음**을 권장사항 계획으로 선택하십시오.
8. 제어 및 테스트 A에 대해 각각 50%를 지정하십시오.
9. 제어 및 테스트 A에 대해 동일한 수의 권장사항을 지정하십시오.
10. A/B 테스트 보고서 또는 A/B 성과 대시보드에서 테스트 결과를 보십시오. 테스트에 대해 지정한 종료 날짜가 경과되면 결과가 완성됩니다.

## 구역 헤더 텍스트 테스트

구역 헤더 텍스트에 대한 변경사항의 영향을 테스트할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

예를 들어, "다른 고객도 쇼핑함:"과 "다른 고객도 조회함:"을 비교하여 테스트합니다.

## 프로시저

1. 2개의 동일한 권장사항 계획을 작성하십시오.
2. 첫 번째 권장사항 계획의 헤더 텍스트를 테스트할 첫 번째 헤더 텍스트로 변경하십시오.
3. 두 번째 권장사항 계획의 헤더 텍스트를 테스트할 두 번째 헤더 텍스트로 변경하십시오.
4. A/B 테스트를 작성하십시오. 첫 번째 권장 사항 계획을 제어로 지정하고 두 번째 권장사항 계획을 테스트 A로 지정해야 합니다.
5. A/B 테스트 보고서 또는 A/B 성과 대시보드에서 테스트 결과를 보십시오. 테스트에 대해 지정한 종료 날짜가 경과되면 결과가 완성됩니다.

## 권장사항 수 테스트

권장사항 수가 결과를 개선하는지 여부를 테스트할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

4개의 권장사항을 표시하는 것이 6개의 권장사항을 표시하는 것보다 나은지 여부를 테스트합니다.

## 프로시저

1. 구역을 여십시오.

**참고:** 클라이언트 구역 채우기 함수에 전달되는 권장사항 수는 A/B 테스트 설정의 표준 설정입니다.

2. 제어 및 테스트 그룹에 대한 권장사항 수를 구성하십시오.
3. A/B 테스트 보고서 또는 A/B 성과 대시보드에서 테스트 결과를 보십시오. 테스트에 대해 지정한 종료 날짜가 경과되면 결과가 완성됩니다.

## 구역 배치 테스트

방문자가 서로 다른 구역에 배치된 권장사항에 응답하는 방법을 테스트합니다.

## 이 태스크 정보

2개의 구역을 작성합니다. 시간 권장사항의 50%가 한 구역에 표시되고 다른 50%는 다른 구역에 표시됩니다. 방문자는 테스트 시간 동안 동일한 구역 배치를 봅니다. 예를 들어, 가로 구역은 페이지 하단에 있는 구역보다 더 효과적입니다.

## 프로시저

1. 이 테스트에서는 두 구역이 모두 사이트의 페이지에 코드로 작성되고 Digital Recommendations 동적 권장사항을 렌더링하는 기능과 함께 완전하게 작동하도록 테스트된다고 가정합니다.
2. 이 테스트를 수행하려면 두 개의 A/B 테스트를 작성해야 합니다. 다음 단계에 따라 A/B 테스트 1을 작성하십시오. 테스트 1 대 테스트 2에서 상대 테스트 그룹에 권장사항 없음 지정해야 합니다. 두 테스트에서 제어 및 테스트 그룹에 대한 백분율 분할은 동일해야 합니다. 이러한 분할은 테스트 1의 제어에 들어가는 방문자가 테스트 2의 제어에도 들어가게 합니다. 마찬가지로 테스트 1의 테스트 A 그룹에 들어가는 방문자는 테스트 2의 테스트 A 그룹에도 들어갑니다.
  - a) 시간의 50% 동안 제어 그룹이 기본 권장사항 세트를 보는 구역 1에서 첫 번째 테스트를 작성하십시오.
  - b) 또 다른 50%의 시간에는 권장 없음이 표시되도록 테스트 A를 구성하십시오. "권장사항 없음" 옵션은 A/B 테스트 설정의 권장사항 계획 목록에서 사용 가능합니다. "권장사항 없음"을 선택하면 Digital Recommendations는 사이트의 구역 채우기 함수에 "\_NR\_"을 전달합니다. 이 응답은 사이트 구역이 표시되지 않게 합니다.
3. A/B 테스트 2를 다음과 같이 작성하십시오.
  - a) 시간의 50% 동안 제어 그룹이 "권장사항 없음"을 표시하는 구역 2에서 두 번째 A/B 테스트를 작성하십시오.
  - b) 테스트 1의 제어 그룹에 사용된 권장사항 계획을 사용하도록 테스트 A를 구성하십시오.

## A/B 테스트 비활성화

지정된 날에 중지되도록 구성된 A/B 테스트는 지정된 종료 날짜까지 실행됩니다. 테스트는 모든 Digital Recommendations 프로세스가 완료되는 지정된 종료 날짜 다음날 이른 아침에 중지됩니다.

## 이 태스크 정보

테스트가 잘 진행되지 않는 경우 테스트를 즉시 중지할 필요가 있습니다.

## 프로시저

1. 테스트의 종료 날짜를 과거의 날짜로 변경하십시오.
2. 탐색 메뉴에서 관리 > 권장사항 블랙리스트를 선택하십시오.
3. 구성 변경 공개를 클릭하십시오.

## 결과

구성 변경을 공개한 시간으로부터 한 시간 정도 후에 A/B 테스트의 실행이 중지됩니다.

## A/B 테스트 결과 측정

A/B 테스트 결과를 측정하는 방법은 여러 가지가 있습니다.

### 보고서 세그먼트

각 테스트 그룹에 대한 보고서 세그먼트를 작성합니다. 이를 위해서는 적절한 요소 카테고리(테스트 이름) 및 본 요소(테스트 그룹 ID)를 세그먼트에 대한 기준으로 사용하십시오. 최상위 라인 요약 및 카테고리 보고서를 필터링할 보고서 세그먼트를 설정하십시오.

### 제품 카테고리 및 최상위 라인 보고서 필터링

보고서 세그먼트가 설정되면 제품 카테고리 및 최상위 라인 보고서의 **설정 열기** 단추를 사용하여 해당 보고서에 있는 테스트 그룹의 성과를 비교하십시오.

## 이미지 권장사항

이미지 권장사항을 사용하여 권장사항 목록을 가격 및 제품 이름과 같은 속성 값을 포함하는 HTML 이미지로 제공합니다.

목록의 각 이미지는 해당 권장 항목에 대해 사용자 웹 사이트에서 제품 페이지에 대한 링크를 제공합니다. 이미지 권장사항은 동적 전달 방법을 사용하여 권장사항 목록을 다른 출력 형식(가격 및 제품 이름과 같은 속성 값을 포함하는 HTML 이미지)으로 제공합니다. 목록의 각 이미지는 해당 권장 항목에 대해 사용자 웹 사이트에서 제품 페이지에 대한 링크를 제공합니다.

이미지 권장사항에 대한 기본 사용은 이메일 캠페인을 이용한 것입니다. 이 유형의 권장사항은 이메일 메시지의 대상 항목을 기반으로 이메일 수신인이 메시지를 열 때 권장 항목 목록을 생성합니다.

이미지 권장사항은 현재 제품 권장사항에만 사용 가능합니다.

## 이미지 권장사항 작업 방법

이미지 권장사항이 전달되는 방법을 이해합니다.

대부분의 캠페인과 마찬가지로 오퍼부터 시작합니다. 이메일 캠페인용 이미지 권장사항의 경우, 사용자에 대한 메시지에 사용될 오퍼를 작성합니다. 메시지는 포기한 장바구니, 주문 확인, 주문 추적에 대한 것일 수 있습니다. 이미지 권장사항 템플릿을 작성할 때 기본 오퍼(및 필요한 경우 대체 오퍼)를 구성합니다. 그런 다음, 여러 대상에 대해 수행할 작업을 지정하고 필요한 캠페인 추적 매개변수를 추가하며 이미지에 대한 HTML 스타일 및 크기 정보를 구성합니다.

그런 다음 결과를 미리 보고 교정합니다. 이미지 권장사항의 미리보기 탭은 생성된 HTML을 제공합니다. 각 권장사항마다 `img` 태그가 대상에 대한 변수(일반적으로 `%SKU%`와 같음)를 포함하고 있는 `href` 태그에 싸여 있습니다. 그 모양이 만족스러우면 템플릿을 콘텐츠 전달 네트워크(CDN)에 공개합니다.

그 동안 사용자 또는 사용자의 이메일 디자이너는 이메일 서비스 제공자와 작업하여 다음 구성을 작성합니다.

- 템플릿에 대해 생성된 HTML 코드를 이미지 권장사항 템플릿의 미리보기 탭에서 선택하고 이를 이메일 템플릿의 올바른 위치에 배치합니다.
- HTML을 포함하는 이메일 템플릿으로부터 이메일이 생성될 때 대상 변수의 값을 결정하는 적절한 처리를 구성합니다.

누군가 처리된 이메일을 열고 이메일 클라이언트가 메시지를 로드하면 이미지 권장사항 템플릿의 HTML이 CDN(Client Delivery Network)으로 HTTP 요청을 전송합니다. CDN은 권장된 항목으로 응답합니다.

즉, 권장사항 템플릿으로부터 복사된 HTML은 웹 페이지의 동적 사이트 구역과 유사한 방식으로 동작합니다. 이 경우 권장사항 요청 함수 또는 구역 채우기 함수를 사용하지 않습니다. HTML이 요청을 처리하고 CDN의 권장사항 처리가 결과의 형식 지정을 처리합니다.

대상 제품에 대한 권장사항이 없으면 CDN은 1픽셀의 투명 이미지를 전송합니다. 그 결과, 이미지 누락을 나타내는 빨간색 X 표시가 이메일 수신인에게 보이지 않습니다. 대신, 일반적으로 이미지가 나타나는 영역은 공백입니다.

이미지 권장사항은 HTML 이메일 메시지에서만 작동합니다. 이미지 권장사항을 텍스트 전용 이메일 메시지에 사용할 수는 없습니다.

## 데이터 업로드에 필수 데이터 추가

이미지 권장사항에 대한 제품 속성을 추가할 수 있습니다.

이미지 권장사항 기능을 사용하려면 Enterprise Product Content Mapping File에 다음 제품 속성이 포함되어야 합니다.

- 제품 썸네일 이미지의 URL을 보관하는 속성
- (웹 사이트에서) 제품 페이지의 URL을 보관하는 속성

데이터베이스 관리자 및 Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트와 상의하여 이 정보를 포함하도록 데이터 로드 파일을 수정하십시오.

## 디자인 요구사항 결정

이미지를 전달된 영역과 위치에 맞게 디자인해야 합니다.

런타임에, 이미지 권장사항의 결과는 몇 개의 컴포지트 이미지입니다. 각 이미지는 권장되는 제품의 썸네일을 포함하고 템플릿에 지정되는 속성 데이터를 포함합니다. 템플릿을 작성할 때는 권장 항목의 최종 이미지가 이를 표시하는 이메일 메시지의 디자인에 맞도록 디자인 속성을 구성합니다.

시작하기 전에 다음 사양을 판별해야 합니다.

- 썸네일 이미지의 차원. 해당 이미지의 스타일. 예: 사용할 가로 및 세로 위치, 테두리 색상 및 너비
- 속성 값 텍스트의 스타일. 즉, 글꼴 이름 및 크기, 정렬(왼쪽, 가운데, 오른쪽), 가로 및 세로 위치
- 썸네일 및 속성을 포함하는 전체 이미지의 스타일. 즉, 가로 및 세로 위치, 전체 영역의 크기, 배경 색상, 테두리 색상 및 너비
- 이미지 권장사항의 일부로 보조 이미지(예: 별 등급) 포함 여부

## 오피 작성 또는 식별

이미지 권장사항 템플릿을 작성하기 전에 사용할 오피를 결정해야 합니다.

- 전달 방법이 사이트 구역으로 설정되어야 합니다.
- 기본 오피는 제품 교차 판매 오피, 사이트 카테고리 오피, EPR 카테고리 오피 또는 속성 오피여야 합니다. 검색 기반 오피는 사용할 수 없습니다.
- 대체 오피는 카테고리 오피여야 합니다.

여느 오피와 마찬가지로, 사용할 오피는 대상으로 계획하는 오피에 따라 달라집니다. 예를 들어, 주문 확인 이메일에서 이미지 권장사항을 사용할 계획인 경우 대상 항목과 "동반"하는 항목이 권장사항에 포함되도록 사전 설정된 장바구니 페이지 연관관계 설정의 일부 변형을 사용할 수 있습니다. 포기된 장바구니에 대한 이메일의 경우, 보기 대 보기 방법에 대한 가중치를 다른 방법보다 더 많이 부여하는 제품 페이지 연관관계 설정의 일부 변형을 사용할 수 있습니다.

**참고:** 비즈니스 규칙은 예를 들어 권장사항 목록 브랜드 규칙 또는 재고 규칙에 종전과 같이 적용될 수 있지만, 오피가 사이트 구역에 사용되지 않으므로 사이트 방문자 동작 기반 권장사항 목록에서 항목을 필터링하거나 개인화를 사용할 수 없습니다.

또한 이미지 권장사항 양식에 있는 오피 필드의 목록은 활성 오피만 포함합니다. 따라서 사용하려는 오피가 활성화되지 않은 경우 이를 활성화한 후 이미지 권장사항 템플릿을 작성하십시오.

## 이미지 권장사항 구성

이미지 권장사항을 구성합니다.

- 사이트에서 추적 매개변수를 마케팅 보고서(IBM Digital Analytics)에 대해 사용하든 아니면 이메일 서비스 제공자에 대해 사용하든 이미지 권장사항을 구성하려면 다음 제안사항을 고려하십시오.
- 제품 이미지의 URL 루트. 예: <http://MyCompany.com/creatives/images/products/>
- 대상이 없거나 대상에 권장사항이 없는 경우 대체 오피를 작성하십시오. 대체 오피가 되는 오피를 판별하고 대체 대상으로 사용할 제품 ID를 판별하십시오.
- IBM Digital Analytics가 여러 대상이 있는지 여부를 평가할 제품 속성을 판별하게 할 수 있습니다. 가장 높은 값의 제품을 선택합니다. 따라서 가격이나 순위 또는 이윤과 같은 숫자 값을 가진 속성을 사용하십시오.

## 권장사항에 대한 이미지 URL 구성

제품 이미지가 로드되는 방법을 판별하기 위한 이미지 URL을 구성할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

회사의 Digital Recommendations 관리자는 다음 구성 단계를 완료해야 합니다.

**참고:** 제품 이미지 URL 구성은 선택적입니다.

### 프로시저

1. 왼쪽 탐색 창에서 **관리 > 오퍼 구성**을 선택하십시오.
2. 속성 탭의 **제품 속성 정의** 테이블에서, 이미지 썸네일의 URL을 표시하는 속성으로 스크롤하십시오.
3. 이 URL의 **속성 접두부** 필드에서 제품 이미지의 URL 루트를 입력하십시오.  
예: `http://MyCompany.com/creatives/images/products/`
4. **특수 값** 아래에서, 이미지 썸네일의 URL을 포함하는 속성을 지정하십시오.
5. **특수 값** 아래에서, 제품 페이지의 URL을 포함하는 속성을 지정하십시오.
6. **오퍼 응답**에 포함할 속성에서 이미지 및 제품 페이지의 URL이 포함된 속성을 **선택됨**으로 이동하십시오.
7. **저장**을 클릭하십시오.

### 이미지 권장사항 템플릿 작성

다음 단계를 수행하여 오퍼, 권장사항 수 및 이메일 권장사항이 생성될 때 여러 대상에서 수행할 작업을 구성할 수 있습니다.

### 프로시저

1. **이미지 권장사항 > 새 이미지 권장사항 작성**을 선택하십시오.
  2. **템플릿 이름** 필드에 적절하고 짧은 구체적인 이름을 입력하십시오(영숫자를 사용하여 공백 없이).
  3. **이메일 서비스 제공자** 필드의 목록에서 적절한 옵션을 선택하십시오.
  4. **기본 오퍼** 필드에서 기본 오퍼를 선택하십시오. 이 목록은 사이트 구역을 대상으로 하는 현재 활성 상태인 모든 제품 교차 판매, 사이트 카테고리, EPR 카테고리 오퍼 및 속성 오퍼를 포함합니다.
  5. **선택사항**입니다. 대체 오퍼를 선택하고 대체 대상의 ID를 지정하십시오. **대체 오퍼** 필드의 이 목록은 (사이트 구역을 대상으로 하는) 현재 활성 상태인 모든 제품 교차 판매 및 카테고리 오퍼를 포함합니다.
  6. **권장사항 수**의 경우, 이 이미지 권장사항에 사용할 이메일 메시지의 디자인에 맞는 수를 선택하십시오.
  7. **복수 대상에 대한 권장사항** 섹션에서, 이메일 메시지에 여러 대상이 있는 경우 대상이 선택되는 방식을 지정하십시오. 권장사항이 하나의 대상에 대해서만 생성되도록 결정하는 경우 선택할 대상을 판별하는 속성을 선택하십시오.  
예를 들어, 가격이나 (이익) 마진 속성을 선택합니다. 해당 속성 중 가장 큰 값을 가진 제품이 대상이 됩니다.
  8. **설정** 탭의 오른쪽에 있는 설정을 사용하여, 웹 사이트 및 캠페인의 추적과 분석에 필요한 추적 매개변수를 구성하십시오. 런타임 시 권장 항목 목록이 생성되면 제품 페이지의 URL에 추가된 쿼리 문자열은 여기에 나열된 매개변수의 이름 값 쌍을 포함합니다.
    - 참고: `cm_vc` 매개변수가 포함되고 기본적으로 템플릿의 이름으로 설정됩니다. 자세한 정보는 [97 페이지의 『카테고리 정의 파일에서 템플릿 이름을 가상 카테고리로 구성』](#)의 내용을 참조하십시오.
    - 벤더별 마케팅 프로그램 보고서를 사용하는 경우, **URL에 MMC 매개변수 추가** 옵션을 선택하고 매개변수를 구성하십시오.
    - 추적 값을 ESP에 전달하는 경우 매개변수에 대한 이름 값 쌍을 입력하십시오. 해당 이름 값 쌍은 쿼리 문자열에서 URL의 "?" 문자 다음에 추가됩니다.
- 이메일 수신인이 권장 항목의 썸네일 이미지를 클릭하면 지정된 값이 제품 페이지(웹 페이지)에 전달됩니다.
9. **저장**을 클릭하여 작업을 계속하거나, 템플릿이 완성된 경우 **저장 후 닫기**를 클릭하십시오.
  10. 계속해서 [95 페이지의 『템플릿에 의해 생성된 이미지 구성』](#)을 진행하십시오.

### 템플릿에 의해 생성된 이미지 구성

각 권장 항목의 이미지는 권장되는 제품의 썸네일 및 지정된 속성/값 쌍을 포함합니다.

## 이 태스크 정보

권장사항 이미지 템플릿에 의해 생성되는 이미지의 크기 및 기타 디자인 속성을 구성하려면 다음 단계를 완료하십시오.

### 프로시저

1. 발신인 권장사항 템플릿에서(**이미지 권장사항 > 열기**) **속성** 탭을 클릭하십시오.
2. **전체 이미지 사양** 영역에서 전체 이미지에 대한 값을 픽셀로 입력하십시오. 이 이미지는 썸네일 및 적절한 속성/값 쌍을 포함하는 컴포지트 이미지입니다.
3. 전체 이미지에 대한 배경 및 테두리 색상을 16진 색상 코드로 지정하십시오.
4. **썸네일 스펙** 섹션에서 개별 썸네일의 크기 및 위치 속성에 대한 값을 픽셀로 입력하십시오. 또한 썸네일 이미지에 대한 배경 및 테두리 색상을 16진 색상 코드로 지정하십시오.
5. **선택적 보조 이미지 사양** 섹션에서 보조 이미지와 연관된 속성 별명과 이미지의 크기 및 위치를 지정하십시오.  
추가 정보는 96 페이지의 『[보조 이미지를 이미지 권장사항에 추가](#)』의 내용을 참조하십시오.
6. **권장된 이미지에서 사용되는 텍스트 속성** 섹션에서 다음 단계를 완료하십시오.
  - a) 속성 추가를 클릭하십시오.
  - b) 목록에서 속성을 선택하십시오.
  - c) 가로 및 세로 위치 값을 픽셀로 지정하십시오.
  - d) 글꼴 유형, 색상, 스타일을 선택하십시오.
  - e) 글꼴 크기를 입력하고 정렬 옵션을 선택하십시오.
  - f) 포함할 각 속성에 대해 이 단계를 반복하십시오.
7. **저장**을 클릭하여 작업을 계속하거나, 변경이 완료된 경우 **저장 후 닫기**를 클릭하십시오.

### 보조 이미지를 이미지 권장사항에 추가

기존 제품 이미지에 별점 등급과 같은 그래픽 양식의 정보를 추가할 수 있습니다.

### 시작하기 전에

이 프로시저를 수행하려면 EPCMF 파일에 대해 이해하고 있어야 합니다. 자세한 정보는 IBM Product Recommendations 구성 안내서에서 [124 페이지](#)의 『[EPCMF](#)』의 내용을 참조하십시오.

## 이 태스크 정보

### 프로시저

1. 보조 이미지에 대한 열을 EPCMF에 작성하십시오.
2. EPCMF에서 각 제품에 대한 보조 이미지를 정의하십시오.
3. Digital Recommendations 인터페이스에서 **관리 > 제품 오퍼 > 속성**을 선택하십시오.
4. **제품 속성 정의** 테이블에서 보조 이미지 속성과 연관된 **전사적 상품 정적 속성**에 대해 다음 값을 정의하십시오.

옵션	설명
별명	EPCMF 파일에 정의된 보조 이미지의 별명입니다(예: RatingStars).
데이터 유형	텍스트
기본값	EPCMF에 정의된 값이 없는 제품에 지정하려는 보조 이미지 값입니다. 기본 보조 이미지를 사용하지 않으려면 이 속성을 공백으로 두십시오. 보조 이미지가 정의되지 않은 제품의 경우 제품 썸네일 및 텍스트 속성이 표시됩니다.
5. **오퍼 응답에 포함할 속성**에서 RatingStars 속성을 **선택됨**으로 이동하십시오.
6. 구성을 저장하십시오.
7. 속성 탭의 **선택적 보조 이미지 사양** 섹션에 보조 이미지의 추가 필드 속성 이름을 추가하십시오.

- 8. 속성 분할창에 보조 이미지의 높이 및 너비를 추가하십시오.
- 9. 기본 이미지 내에 보조 이미지가 표시될 위치를 추가하십시오.

**결과**

보조 이미지가 전체 이미지 내부에 표시됩니다. 보조 이미지를 사용할 수 없는 경우 전체 이미지가 표시됩니다.

**이미지 미리보기**

템플리트를 공개하기 전에 이미지의 형식 지정을 미리 보고 검토할 수 있습니다.

**이 태스크 정보**

다양한 방식으로 미리보기 할 이미지를 지정할 수 있습니다.

- 기본 오퍼에 지정된 대로 기본 대상의 첫 번째 권장사항을 사용합니다.
- 대체 오퍼에서 기본 대상의 첫 번째 권장사항을 사용합니다.
- 특정 제품 이미지의 제품 ID 또는 카테고리 ID를 지정하십시오.

다음 단계를 완료하십시오.

**프로시저**

1. 이미지 권장사항 템플리트에서 **미리보기** 탭을 클릭하십시오.
2. **미리보기에 사용할 대상** 섹션에서 옵션을 선택하십시오. **기본 오퍼의 기타 제품**을 선택하는 경우 제품 ID 또는 카테고리 ID를 입력하십시오. **설정** 탭에서 대체를 구성하는 경우 **대체 대상** 옵션을 사용할 수 있습니다.  
선택하는 옵션은 저장되지 않습니다. 다음에 미리보기 탭을 확인하면 기본 옵션으로 다시 돌아옵니다.
3. **미리보기 업데이트**를 클릭하십시오. **미리보기 업데이트**를 처음 클릭하면 Digital Recommendations가 일부 임시 파일을 Content Delivery Network에 공개하므로 결과를 가져오는 데 잠시 시간이 걸릴 수 있습니다.
4. 결과를 검토하십시오. 그 모양이 만족스러우십니까? 만족스럽지 않으면 **속성** 탭으로 돌아가서 수정을 하고 변경사항을 저장한 후 **미리보기** 탭으로 돌아오십시오.

**결과**

리턴할 권장사항이 없으면 CDN은 1픽셀의 투명 이미지를 이메일 메시지에 리턴합니다. 문제 해결을 돕기 위해 CDN은 다음 오류 코드 중 하나를 리턴하며 이는 이미지 권장사항 미리보기를 사용하는 동안 표시됩니다.

오류 코드	설명
4	대상에 대한 권장사항이 없습니다.
7	대상에 대한 백업 권장사항이 없습니다.
100	이미지 파일의 형식이 잘못되어 표시할 수 없습니다.
101	이미지 파일을 찾을 수 없습니다.

**카테고리 정의 파일에서 템플리트 이름을 가상 카테고리로 구성**

제품 카테고리 보고서에서 이미지 권장사항 템플리트(구역)에 대한 정보를 제공하십시오.

기본적으로, 시스템은 런타임에 권장 항목의 제품 페이지에 대한 URL을 생성할 때 cm\_vc 매개변수를 추가하고 값을 이미지 권장사항 템플리트 이름에 설정합니다. 제품 카테고리 보고서는 cm\_vc 매개변수의 정보를 사용하여 어떤 권장사항 구역(여기서는 이미지 권장사항 템플리트)이 권장사항을 제공했는지 판별합니다.

제품 카테고리 보고서에서 이미지 권장사항 템플리트(구역)에 대한 정보를 제공하려면 사용자 또는 DBA가 Category Definition File에서 템플리트 이름을 가상 카테고리로 추가해야 합니다. 새 카테고리가 일반 권장사항 카테고리의 하위 카테고리로 추가됩니다.

자세한 정보는 Digital Analytics Digital Recommendations 구성 안내서에서 [12 페이지의 『가상 카테고리』](#)의 내용을 참조하십시오.

## 이메일 템플릿 구성

이미지 권장사항 템플릿의 **미리보기** 탭도 이메일 디자이너가 이메일 템플릿에서 사용하는 생성된 HTML을 제공합니다.

각 권장 항목에 대해 <img> 태그가 <href> 앵커 태그에 싸여 생성됩니다. 예를 들어, 템플릿이 두 개의 권장 항목을 제공하도록 구성된 경우 생성된 HTML은 다음 예제와 같은 두 개의 "img" 및 "href" 태그 세트를 가집니다.

```
<a href="http://recs.coremetrics.com/iorequest/url?cm_cid=00000000&cm_template=OrderConf&cm_target=%SKU%&cm_rank=1">
<imgsrc="http://recs.coremetrics.com/iorequest/image?cm_cid=00000000&cm_template=OrderConf&cm_target=%SKU%&cm_rank=1"/></a>

<ahref="http://recs.coremetrics.com/iorequest/url?cm_cid=00000000&cm_template=OrderConf&cm_target=%SKU%&cm_rank=2">
<imgsrc="http://recs.coremetrics.com/iorequest/image?cm_cid=00000000&cm_template=OrderConf&cm_target=%SKU%&cm_rank=2"/></a>
```

생성된 HTML 코드를 특정 종류의 텍스트 파일에 복사하고 이를 이메일 디자이너에게 제공하여 각 권장 제품 이미지의 적절한 배치를 결정할 수 있도록 합니다. 이들은 사용자 정의 CSS 스타일 지정을 사용하여 배치를 지정할 수 있습니다.

## 대상 변수를 분석하는 이메일 처리 구성

이메일 템플릿에서 생성되는 이메일에 대한 URL에서 대상 변수의 값을 대상 속성의 이름 값 쌍으로 해석하는 적절한 처리를 구성할 수 있습니다. 이메일 서비스 제공자의 지시사항을 따르십시오.

일반적으로 메일 병합 또는 동적 토큰 기능이 이메일 처리를 실행하며 다음 예와 유사합니다.

```
target=sku85039382
```

여러 대상의 경우, 세로 막대 문자(|)를 사용하여 각 값을 구분하십시오. 예:

```
target=sku1|sku5|sku9
```

## 이미지 권장사항 템플릿 공개

이메일 메시지가 콘텐츠 전달 네트워크에서 권장사항을 가져올 수 있으려면 먼저 이미지 권장사항 템플릿을 공개해야 합니다.

## 프로시저

1. **이미지 권장사항** 목록에서 공개할 템플릿을 찾으십시오.
2. **동작 열**에서 해당 템플릿에 대해 **공개**를 클릭하십시오. Digital Recommendations는 이미지 권장사항의 생성 방식을 결정하는 템플릿로부터 정보를 공개합니다.

## 이메일 메시지 테스트 및 캠페인 실행

이미지 권장사항이 공개되고 이미지 권장사항 템플릿에서 사용한 오퍼가 처리된 후에 테스트 메시지를 본인에게 전송하십시오.

해당 메시지를 열고 검토하십시오. 필요한 조정을 수행한 후 다시 전송하십시오.

이메일 서비스 제공자가 전달성 테스트를 제공하는 경우, 메시지에 대한 전달성 테스트를 실행하는 것도 좋은 생각입니다. 이렇게 하면 이메일에 권장사항을 추가해도 메시지의 전달성에 영향을 주지 않게 할 수 있습니다.

이메일 메시지가 만족스러우면 캠페인을 실행하십시오.

## 추가 컨택 정보

제품 개선을 위해 다음 주소로 연락하십시오. [cm\\_feedback@us.ibm.com](mailto: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/](http://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.com](mailto:cm_feedback@us.ibm.com)으로 보내주십시오.)
- 우수 사례에 해박한 담당자와 즉시 대화할 수 있는 **대화**.

## 용어집

---

### 가

#### 개별 방문자 개인화(Individual Visitor Personalization)

두 방문자의 관심사항은 서로 다르며 쇼핑 패턴도 동일하지 않습니다. Digital Recommendations는 기록 및 세션 내 데이터를 기반으로 풍부한 개별 방문자 프로파일을 빌드하여 각 쇼핑객에게 고유한 권장사항 세트를 자동으로 표시합니다. 처음 방문자도 Digital Recommendations의 증명된 **대중의 지혜** 기반 알고리즘을 기반으로 매우 관련성 있는 권장사항을 수신할 수 있습니다. 방문자 프로파일은 실시간으로 생성되므로 권장사항은 빠르게 개인화될 수 있으며 이를 통해 Digital Recommendations가 모든 방문자에 대한 권장사항을 최적화할 수 있습니다. 제품 페이지, 장바구니 권장사항 및 개인에 대한 카테고리 권장사항을 자동으로 최적화하는 것 외에, 특정 권장사항 구역을 정의하여 방문자의 관찰된 동작을 기반으로 권장사항을 제공할 수 있습니다. 이러한 동작에는 다음이 포함됩니다.

- 방문자가 최근에 장바구니에 넣은 항목을 기반으로 하는 권장사항
- 방문자가 최근에 구매한 항목을 기반으로 하는 권장사항
- 방문자가 관심 있는 카테고리의 최상위 판매 항목
- 방문자가 최근에 본 항목을 기반으로 하는 권장사항

## Digital Recommendations 개인화 쿠키(Personalization Cookie)

이 쿠키는 가장 최근에 보거나 장바구니에 넣거나 구매한 항목과 가장 최근에 본 카테고리의 정렬된 목록을 유지보수하는 데 사용됩니다. 연관된 카테고리 수는 조회한 제품에 대해 유지보수되어 방문자의 카테고리 선호도를 이해하는 데 도움을 줍니다. 이 쿠키는 IBM Digital Analytics 라이브러리에 대한 연결을 사용하여 실시간으로 업데이트됩니다.

## 검색어 기반 권장사항(Search Term Based Recommendations)

검색어 기반 권장사항을 사용하면 판매 계획 팀에서 유료 검색 랜딩 페이지가 항상 관련되지는 않음과 방문자 동작을 통해 학습되지 않는 웹 사이트 및 온사이트 검색 결과라는 두 가지 비즈니스 문제를 개선할 수 있습니다. Digital Recommendations는 "낙숫대" 또는 "운동화"와 같은 쿼리를 사용하여 검색하는 방문자에 대해 권장할 최적의 제품을 결정합니다. 모든 검색어에 대해 검색 트래픽의 모든 소스(유료 검색, 일반 검색, 온사이트 검색)에 대한 보기가 Digital Recommendations 알고리즘을 피드합니다. 모든 검색 소스에서의 고객 상호작용 데이터에 대한 이 집계된 보기를 사용하면 단일 고객 쿼리에 대해 가장 풍부한 기본 데이터 세트가 제공됩니다. 검색어 기반 권장사항은 SEM(검색 엔진 마케팅) 또는 온사이트 검색 결과 페이지와 기타 위치(예: 홈 페이지)에서 렌더링될 수 있습니다.

## 교차 판매(Cross-sell)

구매를 고려하는 고객에게 관련되거나 유사한 제품을 권장하는 것입니다.

## 구역 채우기 함수(Zone Population Function)

클라이언트의 웹 페이지에서 Digital Recommendations 권장사항을 렌더링하기 위해 웹 디자이너가 코드로 작성하는 JavaScript 함수입니다. 렌더링을 지원하기 위해 14개의 인수가 구역 채우기 함수에 전달됩니다. 웹 디자이너는 권장사항이 웹 사이트의 디자인과 일치하는 방식으로 표시되도록 함수의 본문을 코드로 작성해야 합니다.

## 구역 ID(Zone ID)

개별 사이트 구역을 식별하는 8자 ID이며 사용자의 웹 팀에서 결정합니다. 구역 ID는 권장사항 목록을 요청할 때 cmRecRequest 함수가 전달하는 변수 중 하나입니다.

## 구역(Zone)

권장사항이 전달되는 하나 이상의 웹 페이지 영역입니다.

## 권장된 항목(Recommended Item)

비즈니스 규칙 및 개인화 함수의 처리 후에 대상 항목 또는 카테고리에 대해 권장되는 최종 항목입니다.

## 권장사항 계획(Recommendation Plan)

오퍼를 동적 권장사항의 사이트 구역에 지정하는 메커니즘입니다. 추가적으로 항목에 대한 권장사항을 사용할 수 없는 경우 대체 대상 및 대체 오퍼를 구성하고 구역의 배너에 표시할 머릿글 텍스트를 지정할 수 있습니다.

## 권장사항 전달(Recommendations Delivery)

Product Recommendations는 플랫폼 파일 또는 동적 전달을 사용하여 고정된 권장사항 목록을 전달하는 유연성을 제공합니다. 플랫폼 파일 전달을 사용하면 선택된 정적 권장사항을 게시할 수 있습니다. 동적 전달을 사용하면 구성 가능한 매개변수를 기반으로 하는 순환 권장사항을 게시할 수 있습니다. 두 전달 방법 모두 적절한 권장사항을 생성하여 추가 판매를 추진하는 데 도움을 줍니다.

## 권장사항 후보(Recommendation Candidate)

대상 제품 또는 카테고리에 대한 권장사항 후보가 되는 제품입니다. 이 후보 제품은 비즈니스 규칙, 개인화 함수 또는 다른 권장사항 대비 낮은 점수로 인해 나중에 제외될 수 있습니다.

## 규칙 대상(Rule Target)

오퍼의 비즈니스 규칙이 적용되는 대상 항목입니다. 규칙은 모든 대상에 적용될 수도 있고 카테고리, 속성 또는 항목 ID로 정의된 대상에 적용될 수도 있습니다. 예를 들어, 특정 카테고리의 항목에만 규칙이 적용될 수 있습니다.

## 규칙 세트(Rule Set)

대상 항목의 선택사항과 해당 규칙 세트입니다. 규칙 세트의 규칙은 규칙 세트에 정의된 대상에만 적용됩니다. 오퍼의 규칙 탭에서 규칙 및 규칙 세트를 구성합니다.

다

## 대상(Target)

권장사항이 생성되는 항목 또는 카테고리입니다.

### 대체 권장사항(Fallback Recommendations)

제품의 동작 데이터 기록이 제한되어 있을 때, 엄격한 비즈니스 규칙으로 인해 요청된 수의 최종 권장사항이 탈락될 때, 또는 *cmRecRequest*에 지정된 대상에 대해 권장사항이 없을 때 대체 권장사항이 사용됩니다. 대체 프로세스는 두 가지가 있습니다. 첫 번째 대체 프로세스는 **대중의 지혜** 동작 데이터가 처리될 때 발생합니다. 요청된 수의 권장사항을 완성하는 데 필요한 사이트 동작 데이터가 충분하지 않거나 비즈니스 규칙으로 인해 권장사항이 탈락되는 경우 대상 제품의 EPR 카테고리의 상위 판매 항목이 기본 권장사항으로 사용됩니다. 두 번째 대체 프로세스는 동적 권장사항 요청이 클라이언트의 웹 사이트로부터 이루어질 때 권장사항이 없는 경우 시작됩니다. 권장사항 계획의 단계 시퀀스는 각 요청에 대한 이 대체 프로세스를 사용자 정의하는 데 사용됩니다.

### 데이터 분석 기간(Data Analysis time period)

권장사항을 생성할 때 데이터가 처리되는 이전 일 수입니다.

### 동적 권장사항(Dynamic Recommendations)

두 권장사항 전달 메커니즘 중 하나인 이 방법은 사전 정의된 로직(예: 상위 판매자 또는 가격 제한조건) 기반의 동적(가변) 권장사항을 웹 페이지에 직접 전달합니다. 플랫폼 파일 권장사항도 참조하십시오.

## 바

### 비즈니스 규칙 데이터(Business Rules Data)

전사적 상품 보고서 파일(EPCMF 및 ECDF)을 사용하여 Digital Analytics에 업로드하는 제품 속성 데이터 및 카테고리 데이터입니다. 이 데이터를 통해 제외 규칙 처리를 사용하여 카테고리, 가격, 마진 및 기타 제품 속성 중심의 비즈니스 규칙을 허용할 수 있습니다.

### 비즈니스 규칙(Business Rule)

비즈니스 규칙을 사용하여 권장사항 출력을 추가로 제한할 수 있습니다. 제외 규칙은 제품을 제거하고, 프로모션 규칙은 제품을 권장사항으로 만들며, 강조 해제 규칙은 제품을 제외하기보다 권장사항의 후보 목록 끝으로 이동합니다. 규칙은 전역적으로(카테고리 레벨에서) 또는 제품 속성별로 구성할 수 있습니다. 규칙이 평가하는 데이터는 시스템에 가져오기 파일로 업로드하는 비즈니스 데이터입니다. 비즈니스 규칙은 항상 대상 제품 세트에 적용되도록 정의됩니다.

## 사

### 상향 판매(Up-sell)

구매를 고려하는 고객에게 유사한 고가의 제품을 권장하는 것입니다.

### 속성(Attribute)

속성은 개별 제품 정보(예: 가격, 브랜드 이름, 마진)입니다. 속성은 Digital Recommendations가 오퍼를 계산할 때 비즈니스 규칙에 의해 평가됩니다. 동적 권장사항을 사용할 때는 권장 항목의 표시에 도움이 되도록 Digital Recommendations가 웹 사이트에 보내는 응답 데이터에 속성/값 쌍이 포함될 수 있습니다.

## 아

### 연관관계 가중치(Affinity Weights)

연관관계 가중치는 제품 교차 판매 알고리즘에서 4가지 주요 데이터 요소의 가중치를 제어합니다. 이 기능을 사용하면 특정 범위의 고객 동작 패턴 및 제품 혼합을 처리하도록 알고리즘을 조정하고 서로 다른 권장사항 스타일을 처리하도록 출력을 변경할 수 있습니다. 예를 들어, 고객이 일반적으로 함께 보는 항목에 대한 권장사항에 가중치를 지정하면 유사 항목의 권장사항을 전달할 수 있습니다. 함께 구매하는 항목을 기반으로 가중치를 지정하면 카테고리 간에 제품의 권장사항을 전달할 수 있습니다. 연관관계 가중치는 특정 범위의 고려사항을 처리하는 수단을 제공합니다. 각 연관관계 유형의 가중치를 변경하면 각 제품에 대해 생성되는 권장사항을 급격하게 변경할 수 있습니다.

### 연관관계 점수(Affinity score)

대상 항목과 특정 연관관계를 가지는 권장 항목의 상대 확률을 요약하는 점수입니다. Digital Recommendations는 4가지 별도의 연관관계 점수를 계산하고 이를 사용하여 모든 권장 항목에 대한 최종 연관관계 색인을 계산합니다.

## 오퍼 설정(Offer Setting)

오퍼 설정은 오퍼가 업데이트되는 빈도(매월, 매주 또는 매일), 고려되는 데이터 양, 권장사항이 생성되는 제품 세트, 제품당 권장사항 수(플랫 파일만 해당), 전달 방법을 정의합니다. 오퍼는 플랫 파일을 사용하여 전달될 수도 있고, 웹 사이트의 프리젠테이션 레이어에 직접 통합하기 위해 Digital Recommendations Recommendation Service를 사용하여 동적으로 생성될 수도 있습니다.

## 오퍼(Offer)

오퍼 유형(제품, 카테고리, 검색, 알고리즘 연관관계 가중치, 데이터 분석 기간 및 권장 항목 목록을 생성하는 비즈니스 규칙을 포함하는 설정 콜렉션입니다.

## 요소 태그(Element Tag) (cmCreateElementTag)

요소 태그는 페이지 내 콘텐츠를 추적하는 데 사용됩니다. 이 함수는 Digital Recommendations에서 요소 콘텐츠 오퍼에 사용할 추가 필드를 전달하는 역할도 합니다.

## 이미지 권장사항(Image Recommendation)

이미지 권장사항은 동적 전달 방법을 사용하여 권장사항을 제품 이름 등의 속성 값이 있는 HTML 이미지로 전달합니다. 각 이미지는 해당 권장 항목에 대해 사용자 웹 사이트에서 제품 페이지에 대한 링크를 제공합니다.

이미지 권장사항에 대한 기본 사용은 이메일 캠페인을 이용한 것입니다. 이 유형의 권장사항은 이메일 메시지의 항목을 대상으로 하고 이메일 수신인이 메시지를 열 때 권장 항목 목록을 생성합니다.

## 자

### 전사적 상품 보고서(EPR, Enterprise Product Report)

Digital Recommendations 및 기타 Digital Analytics 애플리케이션에 제품 및 카테고리 데이터를 가져오기 위한 가져오기 프로세스도 포함하는 보고서입니다. 이 함수는 Digital Recommendations에 포함됩니다. 다음 두 파일은 전사적 상품 보고서와 연관됩니다.

- ECDF(Enterprise Category Definition File). Digital Recommendations가 권장사항을 처리하는 데 사용하는 정보를 가져오기 위해 사용되는 파일입니다. 이 파일은 항목이 하나의 상위 카테고리에만 있을 수 있는 카테고리 구조를 정의합니다. 이 파일은 EPCMF 파일에 포함된 모든 카테고리 및 모든 상위 카테고리를 포함해야 합니다.
- EPCMF(Enterprise Product Content Mapping File). 각 제품, 각 제품이 속하는 카테고리(Enterprise Category Definition File에도 있어야 함) 및 각 제품에 대한 속성(최대 50개)을 정의하는 파일입니다.

### 전체 상위 판매자 권장사항(Overall Top Seller Recommendations)

이러한 권장사항을 사용하면 상품기획자가 홈 페이지, 검색 결과가 없는 페이지 또는 비어 있는 장바구니 페이지 등의 페이지에 대해 제품의 주요 카테고리를 표시하도록 지정할 수 있습니다. 상위  $n$ 개의 판매 항목( $n$ 은 구성 가능한 숫자)은 각각의 주요 카테고리에서 가져와서 각 카테고리가 전체 상위 판매자 권장사항을 통해 표시될 수 있도록 방문자에게 표시됩니다. 따라서 판매가 잘 되고 전환율이 높은 항목이 처음 방문자에게 홍보됩니다. 선택적으로 "R"을 *cmRecRequest* 함수의 네 번째 변수로 전달하여 전체 최상위 판매 항목 권장사항 콜렉션이 제공되는 순서를 페이지 로드에서 무작위로 판별할 수 있습니다.

### 제품 연관관계 색인(Product Affinity Index)

각 특정 대상 제품에 대해 권장되는 제품을 순위 지정하는 데 사용되는 연관관계 점수 합계입니다.

## 카

### 카테고리 권장사항(Category Recommendations)

단위 판매 또는 달러 판매별로 순위 지정되는 사이트 상위 판매 항목을 기준으로 한 권장사항입니다. 이러한 상위 판매자는 Enterprise Category Definition File 파일에 정의되는 카테고리별로 그룹화됩니다. 해당 권장사항은 사용자 웹 사이트의 다양한 지점에 표시될 수 있습니다. 구성 옵션을 사용하여 카테고리 상위 판매자의 결과를 수정할 수 있습니다. 예를 들어, 방문자는 웹 사이트에서의 위치와 상관없이 상위 판매 항목을 찾을 수 있으므로 권장사항에서 상위 판매 항목의 상위 5%, 10% 또는 20%를 제거할 수 있습니다. 이렇게 하여 고객이 다른 방법으로는 스스로 찾기 어려운 추가 제품을 특별히 표시할 수 있습니다. 전체 사이트 상위 판매자는 홈 페이지, 검색 결과가 없는 페이지 또는 비어 있는 장바구니 페이지에 사용하도록 구성할 수도 있습니다.

### 카테고리 정의 파일(CDF, Category Definition File)

온사이트 검색, 제품 권장사항 및 제품 검색과 구매의 기타 비탐색 방법을 통해 판매되는 항목을 추적하기 위한 가상 카테고리가 추가된 사용자 웹 사이트 카테고리상의 카테고리 계층 구조를 정의하는 파일입니다.

### 컨텐츠 전달 네트워크(CDN, Content Delivery Network)

동적 권장사항을 웹 사이트에 전달하기 위한 메커니즘입니다. 이 서비스는 Digital Recommendations의 동적 전달 방법입니다.

## 파

### 페이지 뷰 태그(Page View Tag) (`cmCreatePageViewTag`)

페이지 뷰 태그는 방문자가 사이트 내에서 페이지 사이를 이동할 때 클릭스트림 데이터를 캡처하는 데 사용됩니다. 이 함수는 Digital Recommendations에서 페이지 컨텐츠 오퍼에 사용할 추가 필드를 전달하는 역할도 합니다.

### 플랫 파일 권장사항 전달(Flat file Recommendations Delivery)

두 권장사항 전달 메커니즘 중 하나인 이 방법은 권장사항의 고정된 목록을 플랫 파일로 전달하며 이는 권장사항이 오프라인 채널 또는 사용자 정의 애플리케이션(예: 콜 센터, 종이 카탈로그, 매장 내 매장)과 통합될 수 있음을 의미합니다. 동적 권장사항도 참조하십시오.

## 하

### 항목(Item)

항목은 카탈로그에 있는 고유한 제품입니다.

## A

### A/B 테스트(A/B testing)

사이트 수익 및 전환에 대한 다양한 Digital Recommendations 설정의 영향을 판별할 수 있도록 A, B, C 및 D 분할 테스트를 실행하는 도구입니다. A/B 테스트를 사용하여 대체 알고리즘 연관관계 가중치, 비즈니스 규칙, 사이트 구역 위치(폴더 위 또는 아래)와 특정 사이트 구역에 전달되는 권장사항 수를 테스트할 수 있습니다.

## C

### `cmDisplayRecs`

페이지에서 `cmRecRequest` 호출 목록 바로 다음에 와야 하는 JavaScript 함수입니다. 이 호출이 수신되면 Digital Recommendations 서비스는 개인화 알고리즘을 처리하고 중복 제품을 제거하여 최종 권장사항 세트를 페이지에 있는 클라이언트의 구역 채우기 함수에 전달합니다.

### `cmRecRequest`

제품 권장사항을 요청하는 JavaScript 함수입니다. `cmRecRequest`의 매개변수는 구역 ID, 대상 제품 ID, 대상 카테고리 ID, `Randomize` 함수 및 검색어입니다.

### `cmSetSegment`

방문자가 연관된 세그먼트 또는 그룹을 식별하는 JavaScript 함수입니다.

## E

### `eluminate.js`

Digital Recommendations 개인화 쿠키의 작성 및 관리와 `cmRecRequest` 및 `cmDisplayRecs` 함수의 실행을 처리하는 Digital Recommendations 라이브러리 파일입니다. 이 파일은 로컬로 호스팅된 Digital Analytics 라이브러리를 사용하는 해당 클라이언트에만 제공됩니다. 이 파일은 Digital Analytics가 호스팅한 라이브러리를 사용하는 클라이언트에는 제공되지 않습니다.

# IBM Digital Product Recommendations 구성 안내서

## 구성 안내서 개요

이 안내서의 내용입니다.

IBM Product Recommendations 구성 안내서는 제품에 매일 액세스하여 다음을 수행하는 사용자를 위해 작성되었습니다.

- IBM Product Recommendations에서 사용하는 데이터 파일에 대한 작업
- 웹 사이트와 IBM Product Recommendations 사이의 커뮤니케이션 관리
- 고급 구성 옵션 관리

제품에 대한 개요와 IBM Product Recommendations 사용에 대한 자세한 정보는 *IBM Product Recommendations* 사용자 안내서를 참조하십시오.

## 구성 안내서 가정

이 안내서에서는 사용자가 플랫폼 파일과 동적 권장사항 중 어느 것을 사용하고 있는지 알고 있다고 가정합니다. 이에 대해 알지 못하는 경우에는 Digital Analytics 관리자 또는 Digital Analytics 고객 지원 센터에 문의하십시오. 98 페이지의 『추가 컨택 정보』의 내용을 참조하십시오.

제품의 일상적인 사용에 대한 정보는 *IBM Product Recommendations* 사용자 안내서를 참조하십시오.

## 최신 eluminate.js 파일 사용

최신 지원 파일을 사용하는지 확인합니다.

Digital Recommendations의 최신 버전으로 업그레이드하는 경우, 최신 파일이 활성화 상태인지 확인하십시오. 자세한 정보는 Digital Analytics 담당자에게 문의하십시오.

## 동적 권장사항 배포

동적 권장사항을 사용하면 업로드 파일 및 페이지 요청을 작성하여 사용자 웹 사이트에 권장사항을 로드할 수 있습니다.

Product Recommendations에 대한 최선의 구현 옵션은 동적입니다. 동적 구현에서는 플랫폼 파일 권장사항보다 최신 권장사항을 제공하며 A/B 테스트, 개인화, 검색어 권장사항, 대체 권장사항과 같은 더 많은 제품 기능에 대한 액세스를 제공합니다. 또한 Digital Recommendations의 향후 향상된 기능에서는 플랫폼 파일 기능이 아니라 동적 기능에 초점을 둡니다.

동적 권장사항을 구현하려면 다음 프로세스를 사용하십시오.

1. 다음 두 가지 파일을 작성하십시오.

- Enterprise Product Content Mapping File(EPCMF)은 각각의 제품, 이 각각의 제품이 속하는 카테고리(역시 Enterprise Category Definition File에 있어야 함)와 각 제품에 대한 최대 50개의 속성을 정의하는 파일입니다.
- Enterprise Category Definition File(ECDF)은 Digital Recommendations에서 권장사항을 처리하는 데 사용하는 정보가 포함된 파일입니다. 항목이 하나의 상위 카테고리에만 있는 카테고리 구조를 정의합니다. ECDF에는 EPCMF 파일에 포함된 모든 카테고리 및 모든 상위 카테고리가 포함되어야 합니다.

Digital Recommendations에서는 ECDF 및 EPCMF에 있는 데이터와, 사용자 인터페이스에서 구성하는 오피, 규칙 및 권장사항 계획을 사용합니다. 추가 정보는 [123 페이지의 『ECDF 및 EPCMF 데이터 파일』](#)의 내용을 참조하십시오.

2. IBM Digital Analytics Import를 사용하여 Digital Recommendations에 액세스 가능하게 하십시오.

3. 웹 사이트 관리자는 cmRecRequest 함수, cmDisplayRecs 함수, 하나 이상의 구역 채우기 함수를 삽입하여 Digital Recommendations에서 최신 권장사항 데이터를 요청합니다. 사용자 웹 사이트에 전달되는 권장사항 데이터는 CDN(Content Delivery Network)을 사용합니다.

자세한 정보는 다음을 참조하십시오.

- [106 페이지의 『cmRecRequest 함수』](#)
- [108 페이지의 『cmDisplayRecs 함수』](#)
- [108 페이지의 『구역 채우기 함수』](#)

## 권장사항 요청 함수

권장사항 요청 함수를 사용하여 권장사항 요청 호출을 작성할 수 있습니다.

Digital Recommendations 사이트 구역을 사용하는 웹 페이지에서, 단일 cmDisplayRecs 호출이 뒤따르는 하나 이상의 권장사항 요청 호출(각 구역에 대해 하나)을 작성하십시오. 자세한 정보는 [114 페이지의 『샘플 페이지 소스』](#)의 예를 참조하십시오.

### 관련 개념

[108 페이지의 『cmDisplayRecs 함수』](#)

페이지에서 모든 권장사항 요청 함수 다음에 cmDisplayRecs 함수를 배치합니다.

### cmRecRequest 함수

제품 기반 권장사항을 요청하는 사이트 구역이 있는 페이지에 cmRecRequest 함수를 사용합니다. 예를 들어, 제품 교차 판매, 사이트 카테고리, EPR 카테고리 또는 검색 오퍼를 사용하는 사이트 구역이 있을 수 있습니다.

### 매개변수

cmRecRequest 함수는 최대 5개의 매개변수를 다음과 같은 순서로 사용합니다.

표 23: cmRecRequest 응답 매개변수		
위치	매개변수	유효한 매개변수 값
1	구역 ID(Zone ID)	구역 ID는 8자 이하이며 Digital Recommendations 인터페이스에서 구역을 작성할 때 정의됩니다. 구역 ID는 대소문자를 구분합니다. 구역 ID는 필수입니다.
2	대상 제품 ID	<p>교차 판매 오퍼를 사용하는 경우 대상 상품 ID는 대상 제품의 항목 ID입니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 카테고리 권장사항만 제공하도록 지정되거나 검색어 기반 권장사항을 제공하도록 지정된 구역의 경우 이 매개변수에 비어 있는 작은따옴표(") 또는 비어 있는 큰따옴표("")를 전달하십시오.</li> <li>• 이 값을 사용하려면 구역 ID와 연관된 권장사항 계획에 대상 기호 인수 값이 _SP_(지정된 제품의 경우)인 단계가 있어야 합니다.</li> <li>• 권장사항 계획에서 다중 대상 옵션을 사용하고 있는 경우, 다중 대상 제품 ID를 파이프 문자로 구분하여 포함하십시오. 예를 들어, cmRecRequest ('zone1', '111111 222222 333333', 'catID')</li> </ul> <p>여러 개의 대상 함수를 사용할 경우 최대 20개의 상품 ID를 전달할 수 있습니다.</p>

표 23: cmRecRequest 응답 매개변수 (계속)

위치	매개변수	유효한 매개변수 값
3	대상 카테고리 ID	<p>카테고리 오퍼를 사용하는 경우 대상 카테고리 ID는 대상 제품의 카테고리 ID입니다. 이는 일반적으로 위치 2에 있는 대상 상품 ID 매개변수에 의해 전달되는 대상의 카테고리 ID입니다. 위치 2에 있는 대상 상품 ID 매개변수를 가지고 있으면 Digital Recommendations에서 요청한 항목에 대해 교차 판매 권장사항을 사용할 수 없는 경우 요청된 카테고리에 대한 카테고리 권장사항으로 대체하는 방법을 제공합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 카테고리 권장사항의 경우 카테고리 권장사항의 기반이 되는 카테고리 ID를 전달합니다.</li> <li>• 전체 최상위 판매 항목의 권장사항(카테고리 오퍼 설정 패널에서 구성된 경우)에서는 '_TS_' 값을 전달합니다.</li> </ul> <p>이 값을 사용하려면 구역 ID와 연관된 권장사항 계획에 대상 기호 인수 값이 _SC_(지정된 카테고리의 경우)인 단계가 있어야 합니다. 또한, 여기에 전달된 카테고리 ID는 권장사항 계획에서 _SC_ 단계와 연관된 카테고리 오퍼의 유형에 대한 카테고리 구조와 일치해야 합니다. 사이트 카테고리 오퍼의 경우 대상 카테고리 ID는 웹 사이트 카테고리 ID입니다. EPR 카테고리 오퍼의 경우 대상 카테고리 ID는 엔터프라이즈 카테고리 정의 파일 (ECDF)의 카테고리 ID입니다.</p> <p>이 매개변수에 심표를 사용하지 마십시오.</p> <p><b>참고:</b> 권장사항 계획에는 일반적으로 대상 카테고리 ID가 계획의 마지막 단계로 포함됩니다.</p>
4	무작위화 함수	<p>이 매개변수는 대상 기호 인수 값이 _TS_인 전체 최상위 판매 항목 권장사항에만 사용됩니다. "R"을 이 매개변수의 값으로 전달하면 권장사항의 순서가 각각의 페이지 로드에서 무작위로 정렬됩니다.</p> <p><b>우수 사례 권장사항:</b> 기타 모든 경우에는 알고리즘에서 제공하는 정확한 순서로 권장사항이 제공되지 않는 경우 수익이 감소하는 것으로 입증되었습니다. 통계 유의성이 모든 권장사항에 대해 감소되고 특정 대상에 대해 설정된 권장사항에 있는 항목 목록으로 진행합니다.</p>
5	검색어	<p>검색 오퍼 권장사항에 대해 권장사항이 기반으로 하는 대상 검색어입니다. 검색어 오퍼를 사용하는 경우 이는 사용자가 제공한 검색어입니다. 선행 및 후미 공백을 제거하여 정확한 사용자 쿼리를 전달하십시오. 이는 검색어 기반 권장사항을 제공하도록 지정된 구역에만 필요합니다. 이 값을 사용하려면 구역 ID와 연관된 권장사항 계획에 대상 기호 인수 값이 _SS_(지정된 검색어의 경우)인 단계가 있어야 합니다.</p>
6	속성 값	<p>속성 기반 오퍼를 사용 중인 경우 이는 권장사항 요청의 대상으로 사용하기 위한 속성 값입니다. 이는 속성 기반 권장사항을 제공하도록 지정된 구역에만 필요합니다. 이 값을 사용하려면 구역 ID와 연관된 권장사항 계획에 대상 기호 인수 값이 _SA_(지정된 속성의 경우)인 단계가 있어야 합니다.</p>

**CDN으로부터의 HTTP 응답 콘텐츠 지정**

동적 권장사항 데이터는 HTTP 응답에서 CDN(Content Delivery Network)을 통해 전달됩니다. 사이트 구역에서 cmDisplayRecs 함수를 트리거하면 전달됩니다.

## 이 태스크 정보

CDN으로부터의 HTTP 응답에 포함된 속성/값 쌍을 정의해야 합니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색 창에서, **관리 > 제품 오퍼 > 속성**을 선택하십시오.
2. **오퍼 응답에 포함할 속성**에서, 응답에 포함할 속성을 **사용 가능**에서 **선택됨**으로 바꾸십시오.

### 검색어 기반 cmRecRequest 우수 사례

검색어 기반 권장사항을 구성하는 경우에는 다음과 같은 정보를 사용하십시오.

검색어 기반 권장사항을 구성하는 경우에는 다음과 같은 정보를 사용하십시오. 자세한 정보는 IBM Product Recommendations 사용자 안내서에서 [검색어 기반 권장사항 계획 우수 사례](#)를 참조하십시오.

### 온사이트 검색 권장사항

- 방문자가 온사이트 검색 쿼리를 시작할 때 함수의 5번째 매개변수가 검색어로 채워지도록 페이지를 코드로 작성하십시오.
- Digital Recommendations에 검색어의 권장사항이 없는 경우, 구역을 표시하지 않도록 페이지를 코드로 작성하십시오.

### 유료 검색 랜딩 페이지 권장사항

다음은 일반적인 유료 검색 랜딩 페이지입니다.

- 카테고리
- 검색 결과
- 제품 페이지
- 카테고리 페이지
- 카테고리 페이지에서 카테고리 권장사항을 원하거나 갖고 있는 경우 다음을 수행하십시오.
  - 방문자가 유료 검색어 또는 일반 검색어를 통해 해당 페이지로 직접 이동하는 경우에만 cmRecRequest 함수의 5번째 위치가 검색어로 채워지도록 페이지를 코드로 작성하십시오.
  - 방문자가 유료 검색어나 일반 검색어를 통해 페이지로 직접 이동하지 못하는 경우에는 cmRecRequest 함수의 5번째 위치가 공백으로 남도록 페이지를 코드로 작성하십시오.
- 카테고리 최상위 판매 항목 권장사항을 원하지 않는 경우, 검색어가 없을 때 구역이 표시되지 않도록 페이지를 코드로 작성하십시오.
- 온사이트 검색 랜딩 페이지로 라우팅되는 유료 검색 트래픽:
  - 방문자가 유료 검색어 또는 일반 검색어를 통해 해당 페이지로 직접 이동하는 경우에만 cmRecRequest 함수의 5번째 위치가 검색어로 채워지도록 페이지를 코드로 작성하십시오.
  - Digital Recommendations에 검색어의 권장사항이 없는 경우, 구역을 표시하지 않도록 페이지를 코드로 작성하십시오.
- 유료 검색 트래픽이 항목 세부사항 페이지로 라우팅되는 경우 검색어를 권장사항의 기준으로 두지 마십시오.

### cmDisplayRecs 함수

페이지에서 모든 권장사항 요청 함수 다음에 cmDisplayRecs 함수를 배치합니다.

cmDisplayRecs 함수에는 매개변수가 필요하지 않습니다. 이 함수는 페이지마다 한 번씩만 나타나야 하며, 페이지에서 모든 cmRecRequest 요청 이후에 있어야 합니다. 또한 이 요청은 페이지에 대한 모든 구역 요청이 완료된 Digital Recommendations에게 최종 권장사항을 사용하여 페이지의 구역 채우기 함수를 호출하도록 지시합니다.

## 구역 채우기 함수

구역 채우기 함수는 웹 사이트 개발자가 웹 사이트에 코드로 작성하는 JavaScript 함수입니다.

구역 채우기 함수에 대한 권장사항 렌더링을 지원하는 14개의 인수를 전달할 수 있습니다. 권장사항이 웹 사이트의 디자인과 일관되는 방식으로 표시되도록 함수의 본문을 코드로 작성하십시오. `cmDisplayRecs` 요청의 결과는 클라이언트 정의의 구역 채우기 함수에 대한 하나 이상의 호출입니다.

하나 이상의 구역 채우기 함수를 정의할 수 있습니다. `cmDisplayRecs` 함수는 권장사항 요청에서 구역 ID와 일치하는 구역 채우기 함수를 검색합니다.

### 구역 채우기 함수의 이름 지정 규칙

구역 채우기 함수가 각 구역에 있어야 하고 다음 가이드라인에 따라 이름이 지정되어야 합니다.

`zoneid_zp`

여기서 `zoneid`는 대소문자를 구분하고 영숫자 또는 밑줄 문자만 포함합니다. 밑줄이 아닌 다른 특수 문자나 공백을 사용하지 마십시오. 이 ID는 애플리케이션 전체에서 사용됩니다. 또한 이 ID는 요청에 사용할 구역을 표시하도록 각 권장사항 요청에 전송됩니다. 권장사항 요청을 인코딩하는 페이지 개발자는 사이트의 각 활성 구역에 대해 구성된 구역 ID가 필요합니다. 이 구역 ID는 IBM Digital Recommendations 사용자 인터페이스에서 구역을 정의할 때 사용되는 동일한 값입니다.

**참고:** 모든 구역 채우기 함수는 단일 클라이언트 정의의 JavaScript 라이브러리에 저장되어야 하며 이 라이브러리는 필요한 모든 페이지에 포함되어야 합니다.

### 구역 채우기 함수에 대한 인수

다음과 같은 인수가 구역 채우기 함수에 전달됩니다.

위치	매개변수	설명 및 사용	필드가 항상 채워집니까?	구역 채우기 함수에 의해 사용됩니까?
1	권장 항목 ID	권장 항목 ID의 배열이 위치 1에 리턴됩니다. 구역 채우기 함수를 구성하여 이 구역에 대해 지정된 사이트 부동산에 있는 이 항목 ID에 대한 적절한 콘텐츠(썸네일 이미지 및 간략한 설명이 종종 포함되지만 이에 한하지 않음)를 렌더링하십시오.	예	표준
2	구역 ID(Zone ID)	요청에 지정된 구역 ID입니다.	예	표준
3	대상 기호	권장사항을 생성하는 데 사용된 권장사항 계획에서 단계를 나타내는 값입니다. 각각의 단계는 단계를 식별하여 오퍼를 식별합니다. 이 값은 권장사항 목록이 생성된 방법을 나타냅니다. 권장사항이 구역 채우기 함수에 전달되지 않으면 이 인수에 '_NR_' 값이 포함됩니다. <a href="#">111 페이지의 『대상 기호 인수의 값』</a> 의 내용도 참조하십시오.	예	표준
4	대상 ID	위치 1에 전달된 권장 항목 ID 목록의 기초로 사용되는 항목 ID 또는 카테고리 ID입니다. 선택적으로 이 매개변수를 사용하여 권장사항의 기반이 되는 대상 ID를 렌더링하도록 고급 구역 채우기 함수 기능을 빌드할 수 있습니다.	예	선택사항
5	대상 ID의 카테고리	ECDF 파일에 정의된 대로 위치 4에 전달된 대상 ID에 대한 카테고리 ID입니다.	예	선택사항
6	권장 항목에 대한 속성	매개변수 1에 전달된 권장 항목의 속성에 대한 2차원 배열입니다. 이 매개변수는 EPCMF 파일에 속성을 제공하는 경우에만 유용합니다. 이 속성은 최종 콘텐츠를 렌더링하는 데 사용할 수 있으며 썸네일 이미지의 위치, 제품 페이지 웹 주소, 가격 및 항목의 간략한 설명을 포함할 수 있습니다. 또한 지정된 값을 개인화 알고리즘에 대한 입력으로 사용할 수 있습니다. 예를 들어, 개인화 속성은 브랜드, 작성자 또는 장르가 될 수 있습니다.	구성되어야 함	선택사항

표 24: 구역 채우기 함수 인수 (계속)				
위치	매개변수	설명 및 사용	필드가 항상 채워집니까?	구역 채우기 함수에 의해 사용됩니까?
7	대상 ID의 속성	매개변수 4에 전달된 대상 ID의 속성에 대한 1차원 배열입니다. 하지만 대상 ID 측면에서는 이전 매개변수와 동일합니다.	구성되어야 함	선택사항
8	구역 헤더 텍스트	권장사항 계획을 작성하면 웹 페이지에서 구역 헤더에 표시할 텍스트를 지정할 수 있습니다. 이 매개변수는 사이트 구역의 배너에 대한 해당 헤더 텍스트를 제공합니다.	예	표준
9	A/B 테스트 ID	요청된 테스트 요소에 대한 A/B 테스트 이름, 세미콜론 및 A/B 테스트 ID가 포함된 문자열입니다. A/B 테스트 이름 및 ID는 Digital Recommendations에서 A/B 테스트를 작성할 때 정의됩니다. 구역에 대한 A/B 테스트가 없는 경우에는 'no ab test'가 포함됩니다.	예	선택사항
10	권장 항목의 카테고리	ECDF에서 식별된 대로 위치 1에 전달된 각 항목에 대한 카테고리 ID가 포함된 배열입니다.	예	선택사항
11	대상 페이지 URL	위치 4에 전달된 대상 ID에 대한 페이지 URL입니다.	페이지 콘텐츠 오퍼의 경우에만 채워짐	선택사항
12	대상 페이지 이름	위치 4에 전달된 대상 ID에 대한 페이지 이름입니다.	페이지 콘텐츠 오퍼의 경우에만 채워짐	선택사항
13	권장 항목의 페이지 URL	위치 1에 전달된 각 항목에 대한 페이지 URL이 포함된 배열입니다.	페이지 콘텐츠 오퍼의 경우에만 채워짐	선택사항
14	권장 항목의 페이지 이름	위치 1에 전달된 각 항목에 대한 페이지 이름이 포함된 배열입니다.	페이지 콘텐츠 오퍼의 경우에만 채워짐	선택사항

### 구역 채우기 속성

전사적 상품 보고서 속성 값은 EPCMF와 함께 Digital Analytics 데이터베이스에 제공되고 로드되는 속성 값입니다. 속성 값의 최대 길이는 2000자이며 항목당 최대 속성 수는 50개입니다. 최적의 결과를 위해서는 유스 케이스를 지원하기 위해 필요한 최소 문자 수를 사용하십시오.

또한 썸네일 이미지 URL과 같은 일관된 접두부를 가진 속성이 있는 경우에는 구역 채우기 함수에 접두부의 값을 저장한 후 권장사항 목록에 수신된 각 항목에 추가하거나 **오퍼 구성 창**의 속성 탭에서 속성에 대한 접두부를 구성할 수 있습니다. 참고: 전체 URL을 속성 값으로 EPCMF에 포함하지 마십시오.

### 구역 채우기 접두부

온사이트 검색 키워드에 접두부를 추가해야 할 수 있습니다. 일부 사이트에서 부품 번호별 또는 키워드별 검색과 같이 서로 다른 검색 모드를 사용하는 것과 같은 여러가지 이유가 있습니다. 예: 매장별 검색. 이를 통해 웹 분석가는 검색 모드가 사용되는 수준을 확인할 수 있습니다.

검색 권장사항의 경우 클라이언트가 권장사항 요청에 검색어를 전달할 때 이 유형의 접두부는 클라이언트 페이지 개발자가 검색 쿼리의 일부로 전달해서는 안 됩니다. 전달할 접두부 값이 있는 경우에는 Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트와 의견을 교환하여 데이터 계산을 위해 검색어에서 해당 값을 뽑아내는 적절한 방법을 판별하십시오. 검색어 기반 권장사항의 경우에는 구역 채우기 함수에 전달되는 대상 ID가 권장사항 요청에서 웹 사이

트에 의해 전송된 원래 형식에서 변경됩니다(공백과 마침표가 제거됨). Digital Recommendations가 동일한 검색어 사이에서 의미 없는 변형을 제거할 수 있도록 출력에는 이와 같은 변경이 필요합니다. 예를 들어, "women's blouse"와 "womens blouse"는 모두 "womensblouse"로 리턴됩니다.

### 대상 기호 인수의 값

대상 기호 인수는 권장사항 계획에 있는 단계를 나타내는 값을 보유하고 있으므로 권장사항이 생성되는 방법을 식별합니다.

대상 기호 인수에 의해 리턴된 값에 따라 다른 값을 표시하기 위해 구역 채우기 함수를 코드로 작성해야 합니다. 값을 작은따옴표(') 또는 큰따옴표(")로 묶으십시오.

표 25: 제품 권장사항에 대한 대상 기호 인수 값		
대상 유형	인수 값	설명
제품 대상	_SP_	cmRecRequest의 위치 2에서 지정된 하나 이상의 상품 ID를 기반으로 한 권장사항을 검색합니다. 106 페이지의 『cmRecRequest 함수』의 내용을 참조하십시오.
	_RVP_	방문자가 최근에 본 제품을 기반으로 한 권장사항을 검색합니다.
	_LCP_	방문자의 장바구니에 추가된 제품을 기반으로 권장사항을 검색합니다. 이는 Digital Analytics에 의해 마지막으로 표시된 shop5 태그로 판별됩니다.
	_RPP_	방문자가 최근에 구매한 제품을 기반으로 권장사항을 검색합니다. 이는 Digital Analytics에 의해 마지막으로 표시된 shop9 태그로 된 주문의 마지막 제품으로 판별됩니다.
	_MSP_	최근 6건의 구매 중에서 발생한 최대 구매(가격 기반)로 판별된 방문자가 가장 주목할 만한 구매를 기반으로 권장사항을 검색합니다.
카테고리 대상	_SC_	cmRecRequest의 위치 3에서 지정된 카테고리 ID를 기반으로 한 권장사항을 검색합니다. <b>참고:</b> 이 인수가 cmRecRequest의 위치 2에 권장사항 중 하나로 지정된 항목 ID를 검색하는 경우, Digital Recommendations가 자동으로 이를 제거합니다.
	_RVC_	방문자가 최근에 본 카테고리를 기반으로 권장사항을 검색합니다. 이는 Digital Analytics에 의해 마지막으로 표시된 상품 보기 태그로 판별됩니다.
	_MPC_	방문자에게 가장 인기가 많은 카테고리를 기반으로 권장사항을 검색합니다. 이는 각 방문자에 대해 권장사항 요청에 대한 응답을 통해 표시하고 장바구니에 담고 구매한 제품의 EPR 카테고리를 추적하여 판별됩니다. 그런 다음 각 방문자에 대해 카테고리 순위가 지정됩니다. 가장 많은 상호작용을 받는 카테고리가 가장 높은 순위를 얻고 방문자의 가장 인기 있는 카테고리가 됩니다. <b>참고:</b> 이 대상은 항상 전사적 상품 보고서(EPR) 카테고리를 기반으로 합니다. 카테고리 정의 파일(CDF)에 정의된 카테고리는 문제의 범위가 CDF의 가상 카테고리화 사용에서 비롯된 경우 개인화에 사용하도록 지원되지 않습니다.
검색 대상	_SS_	cmRecRequest의 위치 5에 지정된 검색어를 기반으로 한 권장사항을 검색합니다.
속성 값 대상	_SA_	cmRecRequest의 위치 6에 지정된 속성 값을 기반으로 한 권장사항을 검색합니다.
권장사항 없음	_NR_	구역 채우기 함수에 권장사항이 전달되지 않습니다. 페이지의 연관된 콘텐츠 영역이 방문자에게 표시되지 않는 경우(예: 방문자가 A/B 테스트에 있으며 연관된 테스트 그룹에 권장사항이 표시되지 않는 경우 또는 이 항목에 대한 대체 프로세스가 고갈되었고 이에 대해 사용할 수 있는 권장사항이 없는 경우) 권장사항 없음 값이 예상됩니다.

### 구역 채우기 함수 예

다음은 구역 채우기 함수로 전달된 몇 가지 매개변수 값의 예입니다. 숫자는 각 인수의 위치를 표시합니다.

(

1. ['FUC0-02', 'FUC0-03', 'FUDE-01', 'FUDE-02'],

최종 권장사항 ID의 배열입니다(이 예에서는 4).

2. 'ProdZ1',

권장사항이 요청된 구역의 ID입니다.

3. `'_SP_'`,  
최종적으로 사용된 권장사항 계획 단계의 대상을 식별하는 코드입니다.
  4. `'FUC0-01'`,  
사용된 실제 대상이며 이에 대해 위치 1에 있는 4개의 권장사항이 생성되었습니다.
  5. `'10307'`,  
대상의 카테고리 ID입니다.
  6. `[['Modern Occasional Table','10091','299.95','KIAC_01.jpg'],['Two-Drawer Coffee Table','10073','329.95','KIFR_02.jpg'],['Executive Six-Drawer Desk','10073','1299.95','KIFR-01.jpg'],['Craft Table','10075','299.95','KIAC_06.jpg']]`,  
첫 번째 위치에 전달되는 항목의 배열에 해당하는 속성의 2차원 배열입니다. 이 예에서, 'FUC0-02'에 해당하는 속성 배열은 `['Modern Occasional Table','10091','299.95','KIAC_01.jpg']`입니다. 위치 1에 전달되는 8개의 권장사항이 있고 각각의 권장사항에 5개의 속성이 있는 경우 2차원 배열에는 8개의 행과 5개의 열이 있습니다.
  7. `['Sleek Occasional Table','10039','159.95','FUDEL_02.jpg']`,  
대상에 대한 속성의 배열입니다.
  8. `'Recommendations from a product recently viewed'`,  
구역 헤더 텍스트입니다.
  9. `'PageAB:Ctrl'`,  
AB 테스트 이름, 세미콜론, 요청된 테스트 요소의 AB 테스트 ID가 차례로 포함된 문자열입니다. 이 구역에서 활성인 AB 테스트가 없는 경우, 문자열에는 'no ab test'가 포함됩니다.
  10. `['10091','10073','10073','10075']`,  
첫 번째 위치에 전달되는 항목의 배열에 해당하는 카테고리 ID의 배열입니다.
  11. `''`,  
이 예에서는 사용되지 않습니다.
  12. `''`,  
이 예에서는 사용되지 않습니다.
  13. `[]`,  
이 예에서는 사용되지 않습니다.
  14. `[]`,  
이 예에서는 사용되지 않습니다.
- )

## 라이브러리 및 함수 호출 배치

동적 권장사항을 사용하는 모든 페이지에 다음 라이브러리와 함수를 포함해야 합니다.

`<head></head>` 섹션에서(다음 순서로):

1. `eluminate.js` 로드
2. `cmcustom.js` 로드(필요한 경우)
3. `cmSetClientID` 호출(올바른 도메인을 사용해야 함)

`<body></body>` 섹션에서(다음 순서로):

1. `cmCreateProductView` 및 `cmCreatePageviewTag` 같은 IBM Digital Recommendations 함수 이외의 모든 태그
2. 구역 채우기 함수는 `<head></head>` 또는 `<body></body>`의 어디에나 위치할 수 있지만, 모든 `cmRecRequest` 함수 앞에 있어야 합니다.
3. `cmRecRequest`. 페이지에서 이 함수를 각 구역에 한 번만 포함하십시오.
4. `cmDisplayRecs`. 모든 `cmRecRequest` 호출 다음에 이 함수를 한 번만 호출하십시오.

사이트에 태그를 지정하는 것에 대한 자세한 정보는 IBM Digital Analytics 구현 안내서의 "태그 지정 안내" 장을 참조하십시오.

추가 정보는 [114 페이지의 『샘플 페이지 소스』](#)의 내용을 참조하십시오.

## 검색어 기반 권장사항을 표시하기 위한 특별한 고려사항

조직에서는 페이지에 대한 코드 내 권장사항 영역에 표시되는 모든 헤더 텍스트를 관리합니다.

헤더가 명확하고 방문자에게 적용되도록 사용되는 검색어가 방문자의 헤더 텍스트에 다시 제공되어야 합니다. 다음 예는 구역 헤더에 표시되며, "dress shoes"로 검색 시 권장사항이 표시되는 방식을 보여줍니다.

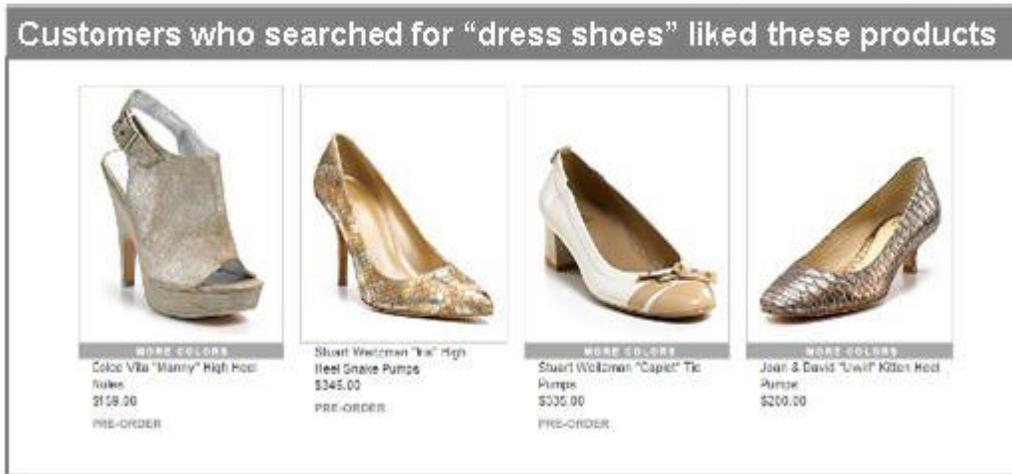


그림 1: 검색어를 기반으로 한 권장사항의 예

## 콘솔 로그 메시지 사용 안함으로 설정

콘솔 로그 메시지는 기본적으로 사용 가능합니다. 콘솔 로그 메시지를 사용 안함으로 설정하려면 다음 프로시저를 따르십시오.

### 프로시저

eluminate.js를 로드한 다음, 페이지 소스에 일반적으로 cmSetClientID와 동일한 스크립트 블록으로 다음 행을 삽입하십시오. cmSetupOther({"IURLRequest.disable\_console\_logging":true});

### 예

예를 들면 다음과 같습니다.

```
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminate.js">
</script>
<script type="text/javascript">
cmSetClientID("99999999",true,"data.coremetrics.com","yoursite.com");
cmSetupOther({"IURLRequest.disable_console_logging":true});
</script>
```

## 콘솔 로그 메시지 사용으로 설정

콘솔 로그 메시지는 기본적으로 사용 가능합니다. 하지만, 콘솔 로그 메시지를 사용 안함으로 설정한 경우, 다음 프로시저를 사용하여 다시 사용으로 설정합니다.

### 프로시저

1. 페이지 소스에서 다음 행을 찾으십시오. 이 행은 일반적으로 cmSetClientID와 동일한 스크립트 블록에 있습니다. cmSetupOther({"IURLRequest.disable\_console\_logging":true});
2. true 문을 false로 변경하십시오.

예를 들면 다음과 같습니다.

## 예

예를 들면 다음과 같습니다.

```
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminate.js">
</script>
<script type="text/javascript">
cmSetClientID("99999999",true,"data.coremetrics.com","yoursite.com");
cmSetupOther({"IORequest.disable_console_logging":false});
</script>
```

## 샘플 페이지 소스

Digital Recommendations 함수는 다른 모든 태그 다음에 실행되어야 합니다.

우수 사례에서는 단일 클라이언트가 정의한 JavaScript 라이브러리에 모든 구역 채우기 함수를 저장하고, 이 라이브러리는 권장사항을 표시하는 모든 페이지에 포함되어 있습니다.

## 제품 권장사항을 위한 IBM 호스트 라이브러리 샘플

다음 코드는 IBM 호스트 라이브러리, cmRecRequest 함수 및 cmDisplayRecs 함수를 사용하는 페이지 소스의 예입니다.

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
<html>
<head>
<!-- Essentially the smallest html file possible to demonstrate Product Recommendations tagging. -->
<title>Bare Bones Example - Product Recommendations</title>

<!-- The eluminate library is the standard library required for all pages. This file contains all necessary information for
Digital Recommendations to function. -->
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminate.js"></script>

<!-- The cmSetClientID function is required and sets values for "Client ID", 1st Party method
("Client Managed" or "Coremetrics Managed"), "Data Collection Domain" and "Cookie Domain". -->
<script type="text/javascript">cmSetClientID ("99999999", true, "data.coremetrics.com", "your_domain");</script>

<!-- product_zpf.js is an example of a zone population function. It is recommended to include zone population
functions in a .js file and embed the file in each page for which recommendations are desired. -->
<script src="product_zpf.js"></script>

<!-- example.css is the example style sheet -->
<LINK REL=StyleSheet HREF="example.css" TYPE="text/css"/>
</head>

<!-- In the body, define a div into which the html created by the zone population function is embedded.
The example div id defined below is "dr_zone1". -->
<body>

<!-- demo_banner is included for appearance only and is not part of Digital Recommendations -->
<div class="demo_banner"></div>

<div class="example_demo">
<div id="dr_zone1"></div>
</div>

<script type="text/javascript">
cmCreateProductviewTag("PROD1234", "Doctor Who TARDIS Blanket", "CAT5678");

// cmRecRequest ("ZoneID","ProdID","CatID") is the call made to the Digital Recommendations library that defines
// the first zone (for this sample page there is only one zone).
//
// "ZoneID" - zone id
// "ProdID" - target product id - for "Specified Product ID(s)" recommendation plan steps, recommendations associated
// with product "ProdID" will be passed to the zone population function
// "CatID" - target category id - for "Specified Category ID" recommendation plan steps, recommendations associated
// with category "TS" (Top Sellers) will be passed to the zone population function
cmRecRequest ("PDPZ1","PROD1234","_TS_");

// cmDisplayRecs triggers the recommendation process. It is required. cmDisplayRecs();
</script>
</body>
</html>
```

## 샘플 구역 채우기 함수

다음 코드는 cmRecRequest 함수로 요청되는 제품 권장사항의 구역 채우기 함수의 예입니다. 사용자의 웹 사이트에 맞게 수정(또는 재작성)해야 합니다.

```
function test_zpfs(
  a_product_ids, // Array of recommended product IDs
  zone,          // Zone ID specified in the request (as entered on zone edit screen)
  symbolic,     // Target type:
                // _SP_ Specified Product ID(s)
                // _SC_ Specified Category ID
```

```

// _RVP_ Last Viewed Product(s)
// _RPP_ Last Purchased Product(s)
// _LCP_ Last Carted Product(s)
// _RVC_ Most Recently Viewed Category
// _MPC_ Visitors Most Popular Category
// _MSP_ Most Significant Purchase
// _SA_ Specified Attribute Value
// _SS_ Specified Search Term
// _NR_ No Recommendations
target_id, // Target ID recommendations are based on
category, // Category of Target item
rec_attributes, // 2 dimensional array of attributes for each recommendation
target_attributes, // Array of attributes for the target
target_header_txt, // Header text (as entered on recommendation plan edit screen)
ab_test_id, // String containing AB Test Name, a semicolon, AB test ID for the test element requested
// "no ab test" if no AB Test
a_cat_ids, // Array of category IDs for each recommended item
div_id) // div id defined in the html - not a standard parameter - added via the function call at bottom
{
var html = zone + "_zp: No recommendations returned";
if (symbolic !== '_NR_')
{
// attribute offset for description (offset is zero based, first attribute is index 0)
var i_description = 2;
// attribute offset for image
var i_image_url = 0;
var image_prefix = '';
var div_recs = '<div class="dr_test_recs">';
var n_recs = a_product_ids.length;
var div_title = '<div class="dr_recs_title">' + target_header_txt + '</div>';
var div_table = '<div class="dr_recs_table">';
var image_table = '<TABLE CELLSPACING="2" CELLPADDING="0" ALIGN="center" style="border-color:white;"><TR>';
var lines = [];
var width = 100 / n_recs;
for (var ii=0; ii < n_recs; ii++)
{
var rec_prod_id = a_product_ids[ii];
var image_description = rec_attributes[ii][i_description];
var image_url = image_prefix + rec_attributes[ii][i_image_url];
var alt_description = image_description;
if (!image_description)
{
alt_description = 'No Image Available';
image_description = '&nbsp;';
}
lines.push('<TD valign="top" class="borderedRollover" width=' + width + '%><div class="bordered_Rollover"><TABLE ALIGN="center"
WIDTH=' + width + '%>');

// Display image and it's description
lines.push('<TR><TD ALIGN="center"><A HREF="' + "'><IMG SRC="' + image_url + '" width=128" + ALT="' + alt_description + "' +
WIDTH=128
+ height=128 + style="border: medium none; cursor: pointer; padding-bottom: 5px; padding-top: 5px;" /></TD></TR>');
lines.push('<TR><TD ALIGN="center"><A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + "'> + image_description + '</A></TD></TR>');

// Display a separator line and then all the attributes
lines.push('<TR><TD ALIGN="center">-----</TD></TR>');
lines.push('<TR><TD ALIGN="center">' + rec_prod_id + '</TD></TR>');
if (a_cat_ids !== undefined) {
lines.push('<TR><TD ALIGN="left">Category:<A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + "'>' + a_cat_ids[ii-1] + '</A></TD></
TR>');
}
for (var jj=0; jj < 50; jj++)
{
var attr = rec_attributes[ii][jj] ? rec_attributes[ii][jj] : '-';
lines.push('<TR><TD ALIGN="left">Attr ' + jj + ':<A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + "'>' + attr + '</A></TD></TR>');
}
lines.push('<TR ><TD><TABLE BORDER="0" CELLSPACING="0" CELLPADDING="0" WIDTH=100%></TABLE></TD></TR>');
lines.push('</TABLE></div></TR>');
}
html = div_recs + div_title + div_table + image_table + lines.join("\n") + '</TR></TABLE></div></div>';
}
// Put the generated html into the div defined in the .html file
document.getElementById(div_id).innerHTML = html;
}
// [ZoneID]_zp, where [ZoneID] is the zone id as entered on zone edit screen
function PDPZ1_zp(a,b,c,d,e,f,g,h,i,j)
{
test_zpfs(a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,'dr_zone1');
}
}

```

## 스타일시트 샘플

다음 샘플은 스타일시트 예입니다.

```

<style type="text/css">
.example_demo
{
width: 700px;
}
.dr_recs_title
{
background-color: #666666;
padding: 5px;
color: white;
font-family: Verdana,Arial,sans-serif;
font-size: 11px;
font-weight: bold;
text-decoration: none;
text-transform: uppercase;
}

```

```

}
.V5_dr_example_recs
{
border: 1px solid #666666;
}
.V5_dr_example_recs td
{
color: #000000;
font-family: Verdana,Arial,sans-serif;
font-size: 11px;
}
td.borderedRollover
{
background-color: #FFFFFF;
border: 1px solid #F7F7F7;
cursor: pointer;
}
td.borderedRollover:hover
{
background-color: #FFFFFF;
border: 1px solid #666666;
}
.rating_bar
{
width: 55px;
background: url(star_x_grey.gif) 0 0 repeat-x;
float: right;
text-align: left;
}
.rating_bar div
{
height: 12px;
background: url(star_x_orange.gif) 0 0 repeat-x;
}
.demo_banner
{
height: 100px;
background-image: url('example.jpg');
}
</style>

```

## 플랫 파일 권장사항 배포

Product Recommendations에 사용할 수 있는 또 다른 배포 옵션은 플랫 파일 배포입니다. 플랫 파일을 사용하여 오프라인 채널 또는 사용자 정의 애플리케이션(예: 콜 센터, 종이 카탈로그, 저장소 내 키오스크)과 통합할 수 있습니다. 제품 교차 판매 및 카테고리 권장사항에만 플랫 파일을 사용할 수 있습니다.

플랫 파일 전달 방법을 사용하는 경우에는 A/B 테스트, 개인화 또는 검색어 기반 권장사항을 사용할 수 없습니다. 이 기능과 향후 로드맵의 개선사항을 사용하려면 동적 권장사항을 배포하십시오.

플랫 파일 권장사항을 구현하려면 다음을 수행하십시오.

### 1. 다음 두 가지 파일을 작성하십시오.

- Enterprise Product Content Mapping File(EPCMF)은 각각의 제품, 이 각각의 제품이 속하는 카테고리(역시 Enterprise Category Definition File에 있어야 함)와 각 제품에 대한 최대 50개의 속성을 정의하는 파일입니다.
- Enterprise Category Definition File(ECDF)은 Digital Recommendations에서 권장사항을 처리하는 데 사용하는 정보가 포함된 파일입니다. 이 파일은 항목이 하나의 상위 카테고리에만 있을 수 있는 카테고리 구조를 정의합니다. 이 파일은 EPCMF 파일에 포함된 모든 카테고리 및 모든 상위 카테고리를 포함해야 합니다.

### 2. ECDF 및 EPCMF를 Digital Analytics로 업로드하도록 프로세스를 설정하십시오. Product Recommendations는 ECDF 및 EPCMF에 있는 데이터와 Digital Recommendations 사용자 인터페이스에서 구성한 오피, 규칙 및 권장사항 계획을 사용하여 권장사항을 생성합니다.

결과 권장사항은 쉽표로 구분된 플랫 파일인 Product Recommendations 파일에 작성됩니다. 이 파일은 선택하는 내보내기 설정(예: 매일, 매주 또는 매일)에 따라 SFTP 서버에 게시됩니다.

### 3. 조직에서는 Product Recommendations 파일을 선택하는 자동화된 프로세스를 작성하여 변환한 후 전자상거래 데이터베이스에 로드합니다. 일반적으로 전자상거래 시스템에는 제품 교차 판매가 저장되는 지정된 테이블이 있습니다.

ECDF 또는 EPCMF 파일이 변경되면 이전 Product Recommendations 파일이 삭제되고 새 파일로 바뀝니다. 자세한 정보는 다음을 참조하십시오.

- [121 페이지의 『플랫 파일의 테이블 또는 직렬 형식 선택』](#)
- [123 페이지의 『ECDF 및 EPCMF 데이터 파일』](#)

### 여러 오퍼에 대한 계획

플랫 파일 구현을 계획하는 경우에는 여러 파일을 로드하는 것을 고려해야 합니다. 예를 들어, 일부 조직은 제품 페이지 권장사항을 위해 디자인된 하나의 Product Recommendations 파일과 장바구니 권장사항을 위한 두 번째 파일을 가지고 있습니다. 일부 조직은 제품 페이지에 대해 두 가지 권장사항 파일을 구현합니다. 하나의 권장사항 파일은 동일한 카테고리에 있는 제품으로 제한됩니다. 예를 들어, 제품 페이지에서 테니스화를 찾는 고객에게는 관련된 테스트화에 대한 권장사항만 표시됩니다. 두 번째 권장사항 파일은 대상 제품의 직접 카테고리에 있는 항목은 제외하고 동일한 매장의 제품만 포함합니다. 예를 들어, 장바구니에 있는 남성 활동 의류에 대해서는 구매자에게 다른 테니스화는 표시되지 않고 양말, 반바지 및 티셔츠에 대한 권장사항이 표시됩니다.

자세한 정보는 다음을 참조하십시오.

- [116 페이지의 『플랫 파일 권장사항 배포』](#)
- [123 페이지의 『ECDF 및 EPCMF 데이터 파일』](#)
- 이 파일의 위치에 대한 정보는 Digital Analytics 담당자에게 문의하십시오.

### 플랫 파일과 동적 권장사항 결합

Digital Recommendations는 단일 클라이언트 웹 사이트에서 플랫 파일 및 동적 메소드의 사용을 둘 다 지원합니다. 하지만 두 메소드를 모두 사용하면 개인화의 효과가 제한됩니다.

예를 들어, 장바구니 및 제품 페이지에 대한 플랫 파일을 사용하여 Digital Recommendations를 배포하는 경우에는 제품 페이지 및 장바구니 구현을 변경하지 않고 동적 권장사항을 사용하여 카테고리 권장사항을 사용할 수 있게 할 수 있습니다. Digital Recommendations는 이 하이브리드 통합 접근 방식을 지원합니다.

이 하이브리드 접근 방식은 개인화 알고리즘에 제한사항을 지정합니다. Digital Recommendations 동적 요청의 제품 페이지 또는 장바구니에서 항목을 볼 때 라이브러리는 자동으로 대상 카테고리 및 속성 정보에 대한 응답 메시지에서 데이터를 수집한 후 이 데이터를 방문자의 개인화 쿠키에 저장합니다.

### Product Recommendations 파일의 테이블 형식

테이블 형식은 Product Recommendations 파일의 기본 파일 형식입니다. 이 파일은 심표로 구분되는 플랫 파일입니다.

테이블 형식의 첫 번째 행은 메타데이터를 정의합니다. [118 페이지의 『테이블 파일 형식의 메타데이터』](#)의 내용을 참조하십시오.

파일의 두 번째 행에서는 파일의 열을 설명합니다. [119 페이지의 『테이블 형식 열 머리글』](#)의 내용을 참조하십시오.

다음은 테이블 형식 Product Recommendations 파일의 샘플입니다.

```
20070317,20070415,1260860,10,9388,20,30,30,20
Target Client Product ID,Recommended Client Product ID 1,...
185,1851,50759.006,191,47586.568,1880,39118.28,1852,34896.816,189,30138.16,...
```

스프레드시트 프로그램에서 이 파일을 열어 행 수를 확인하고 파일에 있는 대상 수를 신속하게 확인하십시오. 이 파일을 보면 Digital Recommendations가 사용자의 전체 카탈로그에 대한 권장사항을 생성하는 수준을 판별할 수 있습니다. 다음은 스프레드시트에 이 파일을 표시하는 방법입니다.

20070317	20070415	1260860	10	9388	20	30	30	20				
Target Client Product ID	Recommended Client Product ID 1	Affinity Score for Recommended Client Product ID 1	Recommended Client Product ID 2	Affinity Score for Recommended Client Product ID 2	Recommended Client Product ID 3	Affinity Score for Recommended Client Product ID 3	Recommended Client Product ID 4	Affinity Score for Recommended Client Product ID 4	Recommended Client Product ID 5	Affinity Score for Recommended Client Product ID 5	Recommended Client Product ID 6	Affinity Score for Recommended Client Product ID 6
185	1851	50759.006	191	47586.568	1880	39118.28	1852	34896.816	189	30138.16	2578712	22373.647
1850	199	50079.958	189	34896.816	103617	31181.142	1851	30221.449	185	17531.699	700851	16383.681
1851	189	66621.196	1852	56394.061	1880	51415.705	185	50759.006	191	41241.692	1850	30221.449
1852	1851	56394.061	191	44414.13	185	34896.816	189	33310.598	143271	32767.36	700630	31181.142
187	189	124224.82	143092	63948.502	8503	62362.284	1871	53931.444	145992	32767.36	1851	23793.284
1871	143590	62362.284	143591	62362.284	1719612	62362.284	189	57103.882	187	53931.444	199	34353.58

그림 2: 스프레드시트 프로그램에 표시되는 테이블 파일의 샘플

**참고:** 이 파일 형식을 사용하려면 전자상거래 시스템 데이터베이스에 로드할 수 있는 형식으로 파일을 변환하는 변환 단계를 빌드해야 합니다.

**참고:** 이 파일 유형을 사용하는 경우에는 파일 헤더 정보를 포함할지 여부도 지정합니다. 데이터 처리 기능을 통해 플랫폼 파일에서 헤더를 제거할 수 없는 경우, [122 페이지](#)의 『플랫폼 파일 헤더 표시 안함』의 내용을 참조하십시오.

테이블 형식 Product Recommendations 파일을 작성한 후, [121 페이지](#)의 『플랫폼 파일의 테이블 또는 직렬 형식 선택』의 내용을 참조하십시오.

### 테이블 파일 형식의 널값

사용할 수 있는 권장사항이 충분하지 않을 경우, "널"이라는 용어는 테이블 권장사항 파일의 일부 행에서 표시됩니다.

"널"은 일부 항목 ID에 대한 데이터가 빈약하기 때문에 표시됩니다. 내보내기에 대해 지정한 수의 권장사항을 채우는 데 사용할 수 있는 권장사항이 충분하지 않을 수 있습니다. 이 상황에서 Digital Recommendations는 해당 권장사항 슬롯에 대해 "널"을 입력합니다.

### 테이블 파일 형식의 메타데이터

데이터 파일의 첫 번째 행에는 권장사항 파일에 대한 메타데이터 레코드가 포함되어 있습니다.

다음 테이블은 이 첫 번째 행에 대한 설명입니다.

필드 데이터	데이터 유형	이전 예의 값	Notes®
데이터 분석 시작 날짜	N 8	20070317	Digital Recommendations는 일반적으로 내보내기 빈도와 일치하는 기간 동안의 연관관계 데이터를 분석합니다. 이 필드에서는 Digital Recommendations 솔루션이 분석을 위해 데이터를 처음 사용한 날짜를 제공합니다.
데이터 분석 종료 날짜	N 8	20070415	이 필드에서는 Digital Recommendations 솔루션이 분석을 위해 데이터를 마지막으로 사용한 날짜를 제공합니다.
분석된 총 세션 수	N 16	1260860	분석에 사용된 개별 세션의 총 수입니다.
제품 권장사항 수	N 2	10	조직에 의해 파일의 각 대상에 대해 포함되도록 구성된 권장사항의 수입니다.
대상 제품의 총 수	N 16	9388	내보내기 파일에 포함된 레코드(행)의 총 수입니다(2개의 머리글 행 제외).
연관관계 가중치 1	N 3	20	조직에 의해 찾아보기에서 찾아보기로 연관관계 점수에 대해 구성되는 가중치입니다.
연관관계 가중치 2	N 3	30	조직에 의해 찾아보기에서 구매로 연관관계 점수에 대해 구성되는 가중치입니다.

표 26: Digital Recommendations 메타데이터 레코드(행 1) (계속)

필드 데이터	데이터 유형	이전 예의 값	Notes®
연관관계 가중치 3	N 3	30	조직에 의해 구매에서 구매로 연관관계 점수에 대해 구성되는 가중치입니다.
연관관계 가중치 4	N 3	20	조직에 의해 구매 포기에서 구매로 연관관계 점수에 대해 구성되는 가중치입니다.

**테이블 형식 열 머리글**

권장사항 파일의 두 번째 행에는 열 머리글 정보가 있습니다.

이 머리글 정보는 내보내기에 있는 데이터의 후속  $n$ 개 행에 대한 정보입니다(여기서  $n$ 은 파일에서 구성한 대상 항목의 수입). 이 행은 Product Recommendations 파일 작성 시 선택사항입니다. 다음 표에는 머리글 행의 열에 대한 설명이 있습니다.

표 27: Digital Recommendations 머리글 레코드(행 2) 및 권장사항 데이터

필드	데이터 유형	참고
대상 클라이언트 제품 ID	C 256	지정된 수의 권장사항이 생성되는 클라이언트 항목 ID입니다.
권장 클라이언트 제품 ID 1	C 256	대상에 대해 가장 높은 제품 연관관계 인덱스 점수를 가진 클라이언트 ID입니다.
권장 클라이언트 제품 ID 1에 대한 연관관계 점수	N 8	권장사항에 대한 전체 연관관계 점수입니다.
권장 클라이언트 제품 ID 2	C 256	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 2에 대한 연관관계 점수	N 8	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 3	C 256	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 3에 대한 연관관계 점수	N 8	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 4	C 256	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 4에 대한 연관관계 점수	N 8	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 5	C 256	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 5에 대한 연관관계 점수	N 8	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 6	C 256	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.

표 27: Digital Recommendations 머릿글 레코드(행 2) 및 권장사항 데이터 (계속)		
필드	데이터 유형	참고
권장 클라이언트 제품 ID 6에 대한 연관관계 점수	N 8	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 7	C 256	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 7에 대한 연관관계 점수	N 8	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 8	C 256	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 8에 대한 연관관계 점수	N 8	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 9	C 256	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 9에 대한 연관관계 점수	N 8	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 10	C 256	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.
권장 클라이언트 제품 ID 10에 대한 연관관계 점수	N 8	선택사항 - 내보내기 파일에 포함할지 여부는 Digital Recommendations 내보내기를 위해 클라이언트에 의해 구성되는 권장사항 수에 따라 결정됩니다.

### 직렬 형식의 제품 권장사항 파일

제품 권장사항 파일에 대해 직렬 형식 옵션을 사용할 수 있습니다.

이 파일 형식은 데이터 처리 메커니즘에서 파일 변환 프로세스 없이 이 파일을 직접 로드할 수 있는 구조로 되었습니다. 이 파일 유형을 사용하면 파일 헤더 정보는 포함되지 않습니다. 데이터 처리 메커니즘이 파일 변환 프로세스 없이 이 파일을 로드할 수 없는 경우, 122 페이지의 『플랫 파일 헤더 표시 안함』의 내용을 참조하십시오.

Target Product	Recommended Product	Priority Order	Offer Name
2819403	2951761	1	Product Page
2819403	2940548	2	Product Page
2819403	2939608	3	Product Page
2819403	2971165	4	Product Page
2819403	2922132	5	Product Page
2819403	2975677	6	Product Page
2819403	2978476	7	Product Page
2819403	2915473	8	Product Page
2819403	2957422	9	Product Page
2819403	2873233	10	Product Page
2822892	2922132	1	Product Page
2822892	2873232	2	Product Page
2822892	2481232	3	Product Page
2822892	2398330	4	Product Page
2822892	2390332	5	Product Page
2822892	2132874	6	Product Page
2822892	2139084	7	Product Page
2822892	2238493	8	Product Page
2822892	2232322	9	Product Page
2822892	2903442	10	Product Page

그림 3: 스프레드시트 프로그램에서 표시되는 샘플 직렬 파일

직렬 형식 Product Recommendations 파일을 작성한 후, [121 페이지의 『플랫 파일의 테이블 또는 직렬 형식 선택』](#)의 내용을 참조하십시오.

## 제품 권장사항 파일에 대한 이름 지정 규칙

제품 권장사항 파일 이름 지정을 위한 이러한 가이드라인을 사용합니다.

플랫 파일 권장사항에 대한 출력 파일에 사용되는 이름 지정 규칙은 두 파일 형식(직렬과 테이블)에 대해 동일합니다. 파일 이름은 밑줄(\_) 문자로 구분된 다음과 같은 6개의 구성요소를 포함하고 있습니다.

IO\_90001006\_CartRecommendations\_20110913\_|.txt

여기서:

### IO

Digital Analytics 데이터 내보내기 유형을 식별합니다(예: Digital Recommendations의 경우 IO).

### 클라이언트 ID

사용자의 클라이언트 ID입니다.

### 오퍼 이름

오퍼의 이름을 식별합니다. 오퍼 이름에 공백이 포함되어 있는 경우 해당 공백 문자는 파일 이름에서 밑줄(\_) 문자로 바뀝니다.

### yyyymmdd

권장사항 파일이 처리되어 조직에 전송된 연도, 월 및 일을 식별합니다.

### 세로 막대(I) 문자

권장사항 파일에 항목 기반 권장사항이 포함되어 있음을 나타냅니다.

### .txt 또는 .zip

파일을 텍스트 또는 압축 파일 형식으로 식별합니다.

## 플랫 파일의 테이블 또는 직렬 형식 선택

사용자 인터페이스에서 제품 권장사항 파일에 사용하는 파일 형식을 식별해야 합니다.

## 프로시저

1. 관리 > 오퍼 구성 > 제품 오퍼 > 추가 설정을 클릭하십시오.
2. 파일 형식 필드에서 형식을 선택하십시오.
3. 설정을 저장하십시오.

## 플랫 파일 헤더 표시 안함

데이터 처리 기능을 통해 플랫 파일에서 헤더를 제거할 수 없는 경우, 다음 프로시저를 사용하여 헤더를 표시하지 않습니다.

## 프로시저

1. 관리 > 오퍼 구성 > 제품 오퍼 > 추가 설정을 클릭하십시오.
2. 플랫 파일 출력 옵션 그룹에서 파일 헤더 포함을 사용 안함으로 설정하십시오.
3. 설정을 저장하십시오.

## 연관관계 점수 또는 순위를 기준으로 플랫 파일 정렬

연관관계 점수 또는 권장사항 순위를 기준으로 플랫 파일을 정렬할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

권장사항 순위 지정의 기준이 되는 매개변수는 오퍼 구성에 정의되어 있습니다. 자세한 정보는 IBM Digital Recommendations 사용자 안내서i>의 "제품 오퍼" 장을 참조하십시오.

## 프로시저

1. 관리 > 오퍼 구성 > 제품 오퍼 > 추가 설정을 클릭하십시오.
2. 순위 유형을 선택하십시오.
3. 설정을 저장하십시오.

## 기본 구분 기호 대체

오퍼를 작성할 때 오퍼 설정 탭에서 기본 구분 기호를 대체하고 쉼표 이외의 문자를 지정할 수 있습니다.

## 이 태스크 정보

## 프로시저

1. 오퍼 탭을 클릭하십시오.
2. 변경할 오퍼를 클릭하십시오.
3. 전달 옵션 섹션에서 파일 구분 기호 필드를 변경하십시오.
4. 오퍼를 저장하십시오.

## SFTP 내보내기 위치 구성

Digital Analytics 스케줄러에서 사용되는 위치와 기타 설정을 지정하여 데이터 파일을 내보냅니다.

## 시작하기 전에

Digital Recommendations의 SFTP 설정을 언제든지 변경할 수 있습니다. 활성 오퍼에서 사용 중인 SFTP 설정을 올바르게 변경하면 오퍼 내보내기 파일이 올바르게 전송되지 않습니다. 이로 인해 Digital Analytics는 조직이 데이터 내보내기 설정 페이지에 대한 액세스 권한을 제한된 수의 사용자(특히 Digital Recommendations 데이터 피드를 수집하고 처리하는 IT 담당자)에게 부여하도록 제안합니다.

## 프로시저

1. 관리를 클릭하십시오.
2. 내보내기 설정 - FTP > SFTP 대상 작성을 클릭하십시오.

3. 대상의 이름을 입력한 후 **SFTP 설정** 및 **SFTP 전송 옵션**을 지정하십시오.  
이 SFTP 대상이 공개되면 데이터 내보내기 대상 이름이 오픈에 대한 **오픈 설정의 내보내기 대상** 목록에 표시됩니다.
4. 새로 작성된 내보내기 대상을 확인하고 **공개**를 클릭하십시오. SFTP 대상은 오픈에 대한 **오픈 설정의 내보내기 대상** 목록에 표시되기 전에 공개되어야 합니다.

## 사이트에 플랫폼 파일 권장사항 표시

웹 사이트 페이지는 페이지 로드 시 Digital Recommendations 권장사항을 보유하는 데이터베이스 테이블을 참조하도록 디자인되어 있습니다.

그런 다음 이 페이지는 Digital Recommendations 파일에 지정된 대로 각 항목에 대한 상위  $n$ 개(여기서  $n$ 은 구성 가능한 매개변수임) 권장사항을 표시합니다. 가장 관련성이 높은 권장사항이 첫 번째 권장 항목이고 두 번째로 관련성이 높은 항목이 두 번째 권장 항목입니다. 대부분의 전자상거래 웹 사이트는 오늘날 수동 권장사항을 사용하여 이를 수행하므로 이 구현은 제품에 간단하게 구현됩니다. 권장사항은 콘텐츠 관리 도구를 사용하여 데이터베이스에 채워집니다.

### 장바구니 권장사항에 대한 특별한 고려사항

조직에서는 장바구니에 적용된 표시 규칙을 작성하여 여러 항목이 장바구니에 추가될 때 표시되는 권장사항을 제어해야 합니다.

예를 들어, 장바구니는 최대 6개의 권장사항을 표시하도록 디자인되어 있을 수 있습니다. 다음은 가능한 장바구니 권장사항 시나리오입니다. 구체적인 비즈니스 목표에 따라 이 결정을 내리십시오.

- 단일 남성 제품이 장바구니에 추가되는 경우 장바구니 페이지에서는 장바구니에 대한 처음 6개 권장사항을 선택하여 표시합니다.
- 남성 항목 외에 여성 항목이 장바구니에 추가되는 경우에는 장바구니의 로직이 표시할 권장사항을 판별합니다.
- 여러 항목을 장바구니에 추가한 경우 장바구니에서 가격이 더 높은 항목을 기반으로 모든 권장사항을 작성할 수 있습니다.
- "전환을 위한 마지막 기회" 전략 및 가격이 더 낮은 항목을 기반으로 권장사항을 작성합니다.
- 구매자에게 남성 항목 3개와 여성 항목 3개가 표시되도록 권장사항을 동일하게 분할합니다.

모든 장바구니 조합에 대한 시나리오를 작성한 후 표시 규칙을 작성하십시오.

## ECDF 및 EPCMF 데이터 파일

규칙이 기반으로 하는 데이터는 ECDF(Enterprise Category Definition File) 및 EPCMF(Enterprise Product Content Mapping File)를 사용하여 제공됩니다. 이 파일은 플랫폼 파일과 동적 구현 모두에 대해 필수입니다.

이 데이터 파일 작성에 대한 추가 정보는 *IBM Digital Analytics Import* 사용자 안내서의 전사적 상품 보고서 가져오기 파일을 참조하십시오.

### ECDF

ECDF는 Digital Analytics Category Definition File(CDF)의 형식과 유사합니다.

전사적 상품 보고서를 사용하거나 Digital Recommendations 비즈니스 규칙을 빌드하려면 ECDF를 제공해야 합니다. 이 파일은 다음을 정의합니다.

- EPR 보고서에 표시되는 계층 구조
- Digital Recommendations 규칙에서 사용되는 카테고리
- 카테고리 권장사항 및 대체 권장사항에 대한 최상위 판매 항목을 정의하는 데 사용되는 카테고리

아래 표에서는 스프레드시트로 볼 때 ECDF의 구조를 보여 줍니다.

표 28: ECDF 파일 구조 예				
파일 날짜	클라이언트 ID	카테고리 ID	카테고리 이름	상위 카테고리 ID
YYYYMMDD	98765432	101GR	남성용	
YYYYMMDD	98765432	201GR	여성용	
YYYYMMDD	98765432	102GR	남성 셔츠	101GR
YYYYMMDD	98765432	103GR	남성 바지	101GR
YYYYMMDD	98765432	202GR	여성 셔츠	201GR
YYYYMMDD	98765432	203GR	여성 바지	201GR

ECDF의 예제 스니펫은 다음과 같습니다.

```

YYYYMMDD,98765432,"101GR","MEN'S",
YYYYMMDD,98765432,"201GR","WOMEN'S",
YYYYMMDD,XXXXXXX,"102GR","MEN'S SHIRTS","101GR"
YYYYMMDD,XXXXXXX,"103GR","MEN'S PANTS","101GR"
YYYYMMDD,XXXXXXX,"202GR","WOMEN'S SHIRTS","201GR"
YYYYMMDD,XXXXXXX,"203GR","WOMEN'S PANTS","201GR"

```

### 파일 이름 지정 규칙

ECDF 파일에 다음 이름 지정 규칙을 사용합니다. ECDF\_[clientID]\_[optionalparameter].csv

일반적으로 날짜를 선택적 매개변수로 사용합니다. 예를 들어, 클라이언트 ID가 1938220이고 날짜가 2011년 7월 18일인 경우 파일 이름은 ECDF\_1938220\_20110718.csv입니다.

### 형식 지정 가이드라인

ECDF를 개발할 때 다음과 같은 가이드라인을 사용하십시오.

- 최상위 레벨 카테고리(예:남성용 및 여성용)에는 상위 카테고리가 없으므로 **상위 카테고리 ID** 필드는 공백으로 둡니다.
- 파일은 RFC 4180에 문서화된 CSV 표준을 따라야 합니다.
- 특수 문자 및 상표 기호를 처리하려면 파일이 UTF-8로 인코딩되어야 합니다.
- 값에는 의도하지 않은 선행 또는 후미 공백이 있어서는 안 됩니다. 후미 공백은 Digital Analytics에 의해 유효한 문자로 처리됩니다.
- 카테고리 ID의 값에는 쉼표(,)가 없어야 합니다.
- 숫자 값에 천 단위 구분 기호가 있으면 안 됩니다.
- 숫자 값은 소수점의 왼쪽으로 10자리 이하, 소수점의 오른쪽으로 4자리 이하여야 합니다.
- 통화 기호를 포함하지 마십시오.
- 각각의 카테고리는 이 파일에서 한 번만 정의되어야 합니다. 예를 들어, 카테고리 ID가 동일한 두 개의 카테고리가 있어서는 안 되며 이름이 동일한 두 개의 카테고리가 있어서는 안 됩니다.
- 따옴표 안에 따옴표를 포함하는 경우에는 다음 예제와 같이 큰따옴표를 사용하십시오.
  - 20070625, xxxxxxxxx,"STR95","Stool - 45" High","166"
  - 이 경우 보고서에 있는 설명은 Stool - 45" High로 표시됩니다.
- ECDF는 최대 15까지의 카테고리 깊이를 지원하며 이는 Category Definition File 및 제품 카테고리 보고서에서 지원하는 깊이와 일치합니다.

## EPCMF

EPCMF는 카테고리에 대한 관계 및 항목에 대한 데이터를 제공합니다.

EPCMF의 예제 스니펫은 다음과 같습니다. 처음 5개의 열은 모든 클라이언트에 대해 동일하고 필수입니다. 열은 ECDF의 열과 일치합니다. 값 6 - 50은 사용자 정의 속성이고 선택사항입니다.

```
YYYYMMDD,98765432,"P12323","Men's knit Shirt","102GR","345.00","45","Blue"
YYYYMMDD,98765432,"W4343","Women's slacks","203GR","15.00","121","Green"
YYYYMMDD,98765432,"W1323","Women's sandals","204GR","33.00","57","Silver"
```

스프레드시트의 예제 스니펫은 다음과 같습니다. 처음 5개의 열은 모든 클라이언트에 대해 동일하고 필수입니다. 열은 ECDF의 열과 일치합니다. 값 6 - 50은 사용자 정의 속성이고 선택사항입니다.

표 29: EPCMF 샘플 파일 구조

파일 날짜	클라이언트 ID	항목 ID	항목 이름	항목 기본 카테고리 ID	가격	재고	색상	전사적 상품의 정적 속성 50
YYYYMMDD	98765432	P12323	남성 니트 셔츠	102GR	34.50	45	파란색	사용자 정의됨
YYYYMMDD	98765432	W4343	여성 슬랙스	203GR	15.00	121	초록색	사용자 정의됨
YYYYMMDD	98765432	W1323	여성 샌들	204GR	33.00	57	은색	사용자 정의됨

### 파일 이름 지정 규칙

파일에 대해 다음 이름 지정 규칙을 사용하십시오. EPCMF\_[clientID]\_[optionalparameter].csv

일반적으로 날짜를 선택적 매개변수로 사용합니다. 예를 들어, 클라이언트 ID가 98765432이고 날짜가 2011년 7월 18일인 경우, 파일 이름은 EPCMF\_98765432\_20110718.csv입니다.

### 형식 지정 가이드라인

Enterprise Product Content Mapping File을 개발할 때 다음과 같은 가이드라인을 사용하십시오.

- 파일은 RFC 4180에 문서화된 CSV 표준을 따라야 합니다.
- 특수 문자 및 상표 기호를 처리하려면 파일이 UTF-8로 인코딩되어야 합니다.
- 값에는 의도하지 않은 선행 또는 후미 공백이 있어서는 안 됩니다. 후미 공백은 Digital Analytics에 의해 유효한 문자로 처리됩니다.
- 카테고리 ID의 값에는 쉼표(,)가 없어야 합니다.
- 숫자 값에 천 단위 구분 기호가 있으면 안 됩니다.
- 숫자 값은 소수점의 왼쪽으로 10자리 이하, 소수점의 오른쪽으로 4자리 이하여야 합니다.
- 통화 기호를 포함하지 마십시오.
- 각 항목 ID에 대한 레코드를 제공하십시오.
- 항목 ID는 Digital Analytics 제품 보기, shop5 및 shop9 태그에 전송 중인 값과 일치해야 합니다.
- 비즈니스 규칙이 제대로 작동하려면 각 레코드의 위치 5에서 각각의 항목 ID가 단 하나의 기본 카테고리 ID에 지정되어야 하고 해당 ID가 Enterprise Category Definition File에 포함되어야 합니다. 즉, 카테고리 ID는 ECDF에 정의된 하나의 유효한 카테고리 ID와 일치해야 합니다.
- 파일에 있는 각각의 행에 있는 항목 수는 동일해야 합니다. 예를 들어, 클라이언트가 행 1에 대한 2개의 정적 속성을 제공하고 행 2에 대한 정적 속성은 제공하지 않는 경우 행 2는 추가적인 쉼표로 끝나야 합니다. 파일이 숫자인 경우에는 널을 표시하는 값을 제공하십시오(예: "99999").

```
1111,98765432,"SKU1000","Table Saw Compact","Tools","200.00","Y"
1111,98765432,"SKU1001","Table Saw Portable","Tools","250.00",,
```

- 보고에서는 정적 메트릭을 기반으로 하는 계산된 메트릭을 지원하지 않습니다.
- 속성에 여러 값을 포함해야 하는 경우, 필드가 텍스트 필드여야 합니다. 값을 하위 구분 기호 문자로 구분하십시오. 캐럿(^) 또는 세로 막대(|)와 같은 하위 구분 기호 문자를 사용하는 것이 좋습니다. 각 속성 값의 최대 길이는 2000자입니다(하위 구분 기호가 사용된 경우에는 하위 구분 기호 포함). 숫자 필드에는 여러 값이 포함될 수 없습니다.

동적 권장사항을 사용하고 있는 경우, Enterprise Product Content Mapping File에 데이터(예: 항목 이름과 가격)를 포함하고 해당 데이터가 권장사항 목록과 함께 속성 데이터로서 리턴되도록 하여 웹 사이트에서 권장 항목의 렌더링을 지원할 수 있습니다. 상표 기호 또는 특수 문자(예: 독일어 움라우트)는 올바르게 처리되지 않는 경우 이 프로세스를 통해 잘못된 형식이 되는 데이터 유형의 예입니다. 전자적 상품 보고서 파일에 있는 멀티바이트 문자를 로드하고 멀티바이트 문자를 Digital Recommendations 응답 메시지의 일부로 수신할 수 있습니다.

### 사용자 인터페이스에서 EPCMF 사용자 정의 속성 정의

Digital Recommendations 인터페이스에서 EPCMF 파일에 정의된 속성을 정의해야 합니다.

### 시작하기 전에

EPCMF를 열고 Digital Recommendations에 로그인하십시오.

### 프로시저

1. 관리를 클릭하여 Digital Analytics 관리 인터페이스를 여십시오.
2. 측면 탐색 창에서 **추가 필드**를 클릭하십시오.
3. 변경사항을 적용할 클라이언트 ID를 선택하십시오.
4. 전자적 상품의 정적 속성을 **추가 필드 유형**으로 선택하십시오.
5. EPCMF 파일에서 6번째 값/열의 이름을 전자적 상품의 정적 속성 1의 별명으로 추가하십시오.  
이전 예에서부터 6번째 값/열이 가격이므로, "Price"를 전자적 상품의 정적 속성 1의 별명으로 입력하십시오. 7번째 값/열은 재고이므로, "Inventory"를 전자적 상품의 정적 속성 1의 별명으로 입력하십시오. 8번째 값/열은 색상이므로, "Color"를 전자적 상품의 정적 속성 1의 별명으로 입력하십시오. ECDF에 있는 모든 값/열은 추가 필드 테이블에서 식별될 때까지 구성하십시오.
6. 전자적 상품의 정적 속성 각각에 대해 데이터 유형을 식별하십시오.  
예를 들어, 가격 및 재고는 둘 다 숫자 값이므로 데이터 유형 필드에서 숫자를 선택하십시오. 색상은 텍스트 필드이므로 데이터 유형 필드에서 텍스트를 선택하십시오.

### 보조 카테고리 및 카테고리 권장사항

여러 카테고리에 제품을 포함할 수 있습니다.

Digital Recommendations를 사용하면 Enterprise Product Content Mapping File에서 보조 카테고리를 정의할 수 있습니다. 여러 카테고리에 있는 제품은 이 속성 필드에 정의된 하위 카테고리 모두 또는 일부에서 최상위 판매 항목으로 처리될 수 있습니다. 다음 예외 같이 카테고리 오퍼에 대해 보조 카테고리를 사용하기 위해 세로 막대()로 구분된 값의 문자열을 각 항목이 연관되는 보조 카테고리를 표시하는 Enterprise Product Content Mapping File 속성 중 하나로 사용하여 하위 카테고리를 전달할 수 있습니다.

description	category	stock_qty	price_type	attribute_value
Snowflake Activity Pads	389551	17385	Regular	Holidays Material Season Theme Christmas Paper Winter Snowmen
Holiday Activity Pads II	389551	56391	Sale	Holidays Material Theme Now On Sale Christmas Paper Assorted themes Going Fast Sale
Noteпад Desk Games Assorted	389551	275	Regular	Color Holidays Material Special Occasion or Event Multicolor Christmas Paper Office Party
Jesus Loves You Snow Much Footballs	389551	1630	Regular	Holidays Theme Sports Christmas Snowmen Sports Inspirational Faith Football
Nativity Bubble Bottles	389551	0	Sale	Holidays Season Special Occasion or Event Theme Christmas Winter Sunday School VBS Inspirational
You Are God's Gift! Prism Kaleidoscopes	389551	0	Sale	Holidays Theme Now On Sale Christmas Inspirational Faith Sale
Religious Make-A-Sticker Assortment	389551	0	Sale	Holidays Theme Christmas Sea Life Animals Inspirational Cross Faith Nativity
Train Tattoos	389551	0	Sale	NA
Nativity Connect Disk Games	389551	0	Regular	Holidays Special Occasion or Event Theme Christmas Sunday School VBS Nativity
Sound The Horn Mini Spiral Notepads	389551	0	Sale	Holidays Material Theme Christmas Paper Angels Inspirational Faith
Sound The Horn Stickers	389551	0	Sale	Holidays Material Theme Christmas Paper Angels Inspirational Faith
Talking Jesus Doll	389551	0	Sale	Special Occasion or Event Theme Now On Sale Sunday School VBS Inspirational Faith Sale
Light Of Jesus Prism Stickers	389551	0	Sale	Holidays Material Theme Now On Sale Christmas Paper Inspirational Faith Sale
Sound The Horn He Is Born! Tattoos	389551	0	Sale	Holidays Special Occasion or Event Theme Christmas Sunday School VBS Angels Inspirational Faith N
Plush Religious Candy Cane Bean Bag Be	389551	1417	Sale	Holidays Special Occasion or Event Theme Now On Sale Christmas Sunday School VBS Bears Inspirati

카테고리 오퍼에 대해 하위 카테고리를 사용하려면 Digital Analytics 지원 부서에 문의하십시오.

### 마스터 카탈로그에 속성 및 제품 ID 추가

마스터 카탈로그에는 EPCMF에서 로드된 모든 제품 ID와 속성이 포함되어 있습니다.

EPCMF가 업로드되면, Product Recommendations가 모든 제품 ID와 지정된 해당 속성의 마스터 카탈로그(MC)를 작성합니다. 이 정보는 오퍼 처리에 사용됩니다.

제품 태그를 사용하여 Product Recommendations의 추가 속성을 보내는 경우, 이 속성이 마스터 카탈로그의 해당 제품 ID에 추가됩니다. 하지만, 제품 ID가 마스터 카탈로그에 없는 경우, 제품 태그로부터 속성이 추가되지 않습니다.

**참고:** 제품 태그를 사용하여 마스터 카탈로그에 제품 ID를 추가할 수 없습니다. Product Recommendations에 제품 ID를 추가하려면 EPCMF 파일을 업데이트하십시오.

Product Recommendations는 항상 마스터 카탈로그에 있는 제품 이름을 사용합니다.

## Product Recommendations에서 비즈니스 규칙에 ECDF 및 EPCMF를 사용하도록 설정

규칙 관리를 위해 ECDF 및 EPCMF 파일에 있는 데이터를 사용하려면 먼저 속성 필드에 대한 별명을 작성해야 합니다.

### 이 태스크 정보

속성 필드에 별명을 지정하면 "가격" 또는 "재고"와 같은 제목이 속성에 제공됩니다. 이 제목은 전사적 상품 보고서에서 보고서에 있는 열의 제목으로 사용할 수 있습니다. 또한 이 제목은 비즈니스 규칙을 작성하는 오퍼의 규칙 탭에 있는 드롭 다운 목록에서 이름으로 사용할 수도 있습니다. 별명 지정 도구는 속성이 숫자와 텍스트 중 어느 것인지도 정의합니다. 이를 통해 오퍼에 대한 규칙을 작성할 때 각 속성에 적용 가능한 연산자의 유형이 판별됩니다.

### 프로시저

1. 관리 > 추가 필드를 클릭하십시오.
2. 추가 필드 유형 드롭 다운 목록에서 별명 지정할 필드를 선택하십시오. 전사적 상품 보고서의 추가 필드에 별명을 지정하려면 전사적 상품 정적 속성을 선택하십시오.
3. 전사적 상품 보고서에 제공되는 값의 위치에 해당하는 각각의 추가 필드에 제목을 지정하십시오.
4. 각 속성의 데이터 유형을 숫자 또는 텍스트로 설정하십시오.
5. 원하는 경우 설명 필드에 설명을 입력하십시오.
6. 완료되면 저장을 클릭하십시오.

### 예

Field	Alias	Data Type	Comments (Limit 30 characters)
Enterprise Product Static Attributes 1	Price	Number	Product Price
Enterprise Product Static Attributes 2	Inventory	Number	Product Inventory
Enterprise Product Static Attributes 3	Rating	Number	Product Ranking
Enterprise Product Static Attributes 4	Age Group	Number	Product Age Group (e.g., 1-3)
Enterprise Product Static Attributes 5	Margin	Number	Product Margin
Enterprise Product Static Attributes 6		Text	
Enterprise Product Static Attributes 7		Text	
Enterprise Product Static Attributes 8		Text	
Enterprise Product Static Attributes 9		Text	
Enterprise Product Static Attributes 10		Text	
Enterprise Product Static Attributes 11		Text	
Enterprise Product Static Attributes 12		Text	
Enterprise Product Static Attributes 13		Text	
Enterprise Product Static Attributes 14		Text	
Enterprise Product Static Attributes 15		Text	

그림 4: Digital Analytics 관리: 추가 필드

## 다음에 수행할 작업

**중요사항:** 속성 필드의 별명은 첫 번째 전사적 상품 보고서 파일이 로드되기 전에 변경할 수 있지만 속성에 별명이 지정된 경우에는 속성의 위치를 변경하지 마십시오. 속성에 별명이 지정된 후 속성의 위치를 변경해야 하는 경우에는 Digital Analytics 지원 부서에 문의하여 연관된 데이터베이스 테이블을 재설정하십시오. 모든 속성에 별명이 다시 지정됩니다.

속성 위치가 최종 가져오기 파일과 맞춰진 경우에는 전사적 상품 보고서 파일을 로드하기 전에 속성에 별명을 지정할 수 있습니다. 규칙은 별명이 지정된 경우 별명 지정된 속성에 대해 정의할 수 있습니다. 주요 원칙은 전사적 상품 보고서를 통해 데이터가 로드될 때까지 해당 속성이 필요한 규칙을 사용하여 오퍼를 활성화하지 않는 것입니다. 이미 운용 중인 오퍼의 경우에는 해당 규칙 데이터가 제공될 때까지 새 규칙을 작성하지 마십시오. 비즈니스 규칙 정책 설정에 따라 Digital Analytics 데이터베이스에 로드되지 않은 정의된 속성인 규칙은 데이터가 제공되지 않은 모든 항목을 제거할 수 있습니다.

## 특별한 유스 케이스에 대한 전사적 상품 보고서 속성

전사적 상품 보고서 속성을 사용하여 다수의 특별한 유스 케이스를 지원할 수 있습니다. 이 설정 중 일부는 **오퍼 구성 영역(관리 > 오퍼 구성)**에 있고 일부는 여전히 Digital Analytics 스템프에 의해 구성됩니다.

### 제품 ID 맵핑

일부 조직은 전자상거래 시스템에 필요한 것과 다른 항목 ID를 사용하는 웹 태그를 사용하여 항목 ID를 Digital Analytics에 전송합니다. Digital Recommendations는 항목 ID 맵핑 기능을 포함시켜 이 요구사항을 해결합니다. 사용 가능한 추가 필드 중 하나에 있는 전사적 상품 보고서의 가져오기 파일을 사용하여 대체 항목 ID를 Digital Recommendations에 로드할 수 있습니다. Digital Recommendations가 생성되면 전사적 상품 보고서 파일에 제공된 맵핑을 사용하여 원하는 항목 ID가 삽입됩니다. [대체 항목 ID 사용의 내용도 참조](#)하십시오.

### 추가 개인화 속성

**관리 > 오퍼 구성 > 속성**을 사용하면 Digital Recommendations 개인화 알고리즘에 대한 입력으로 사용할 하나의 EPR 속성을 지정할 수 있습니다. 예로는 항목 브랜드, 장르 또는 작성자가 있습니다.

### 권장사항 요청 응답에 전사적 상품 보고서 속성 전송

필요한 경우 클라이언트의 구역 채우기 함수에서 사용할 권장사항 요청 응답에 전송할 EPR 속성을 구성할 수 있습니다. 속성은 이미지 ID, 간략한 설명, 페이지 URL을 포함할 수 있습니다.

### EPR 속성에 접두부 추가

EPR 속성 값은 2,000자로 제한됩니다. 속성 값이 제품 썸네일 이미지 URL 또는 제품 페이지 URL과 같은 일관된 접두부를 항상 가지는 경우에는 **오퍼 구성** 창의 속성 탭에 있는 **제품 속성 정의** 설정을 사용하여 속성에 대한 접두부를 포함하십시오. 이 방식으로 2,000자보다 긴 속성 값을 가질 수 있습니다. 이는 권장사항 응답 메시지에 있는 한 위치에 저장되며 구역 채우기 함수에 데이터를 전달하기 전에 io.js 파일에 의해 구성됩니다. 이 솔루션은 Digital Recommendations와 연관된 CDN(Content Delivery Network) 비용을 관리하는 데도 도움이 됩니다.

### EPR 카테고리 오퍼에 대해 보조 카테고리 사용

Digital Recommendations에서는 EPCMF(Enterprise Product Content Mapping File)에 보조 카테고리를 제공할 수 있습니다. 여러 카테고리에 있는 제품은 이 속성 필드에 정의된 모든 하위 카테고리에서 최상위 판매 항목으로 처리될 수 있습니다. 카테고리 오퍼에 대해 보조 카테고리를 사용하기 위해 보조 카테고리에 세로 막대로 구분된 값을 EPCMF 속성 중 하나로 전달할 수 있으며 이는 각각의 항목을 연관시켜야 하는 보조 카테고리를 나타냅니다. 또한 EPCMF에 이미 정의된 카테고리를 카테고리 ID로 포함하는 것이 중요합니다. 카테고리 오퍼에 대해 보조 카테고리를 사용하려면 Digital Analytics 지원 부서에 문의하십시오.

## 카탈로그 변경 시 수행할 작업

대부분의 소매업체에서는 재고가 지속적으로 변합니다. 이들 소매업체는 주기적으로 항목을 삭제하고 새 항목을 추가합니다. 각각의 오퍼에 대해 시스템이 오퍼 처리 중에 EPCMF(Enterprise Product Content Mapping File)에서 업로드된 데이터의 변경사항에 응답하는 방법을 정의할 수 있습니다.

각각의 항목에 대한 권장사항을 계산하는 데 있어 주요 요소는 해당 항목과 다른 항목의 연관관계 강도입니다. Digital Recommendations는 하나의 항목이 다른 항목에 대해 가진 다양한 관계에 대한 데이터를 사용하여 연관 관계를 판별합니다. 시스템에서 권장사항을 생성하는 데 사용하는 주요 관계는 다양한 보기 및 구매 활동입니다.

다음 정의에서는 연관관계 데이터를 사용할 수 없거나 더 이상 EPCMF에 포함되어 있지 않은 항목에 대한 연관관계 데이터를 사용할 수 있는 경우 권장사항이 작성되는 방법에 대한 안내를 제공합니다. 하나의 오퍼에 대해 다음과 같은 선택사항을 작성합니다. 오퍼 화면에서 **고급 옵션**을 클릭하여 이 옵션에 액세스하십시오.



그림 5: 오퍼에 대한 권장사항 설정 정의

### 보기 또는 구매 활동이 충분하지 않은 최신 EPCMF에 있는 항목에 대한 카테고리 기반 권장사항 생성

EPCMF에 새 항목이 추가되는 경우에는 일반적으로 해당 항목을 평가하는 데 필요한 보기 또는 구매 활동이 충분하지 않습니다. 그 결과 시스템은 양호한 권장사항을 생성할 수 없습니다.

- 이 선택란이 선택 취소되면 Digital Recommendations가 연관관계 기반 권장사항을 정확하게 생성할 수 없으므로 이 항목은 오퍼에 대상으로 포함되지 않습니다. 그 결과 해당 항목의 권장사항에 대한 요청이 작성되면 이 오퍼에 대한 권장사항 파일이 존재하지 않으므로 제한시간 초과가 발생합니다.
- 이 선택란이 선택된 경우 시스템은 연관관계 데이터를 기반으로 하는 권장사항을 생성할 수 없으면 항목의 카테고리를 기반으로 하는 권장사항을 대신 생성합니다. 이 카테고리 권장사항은 항목의 카테고리를 확인한 후 해당 권장사항을 검색하여 EPR 카테고리 오퍼에서 직접 검색됩니다. 그 결과 시스템이 이 권장사항을 성공적으로 검색하려면 항목이 올바르게 분류되어야 하고 사용자에게 활성화 EPR 카테고리 오퍼가 있어야 하며 항목 카테고리의 EPR 카테고리 분석 창에서 매출액이 충분해야 합니다. 60일 동안 EPCMF에 항목이 포함되지 않으면 권장사항 생성이 중지됩니다.

이 선택란은 모든 오퍼에 대해 기본적으로 선택됩니다.

### 최신 EPCMF에 없는 권장사항 제외

대상에 대한 권장사항으로 포함된 항목을 더 이상 원하지 않는 여러 상황이 있습니다. 예를 들어, 항목이 사용 중지되면 대부분의 클라이언트 구현에서 이는 해당 항목이 더 이상 EPCMF 파일에 전송되지 않음을 의미합니다.

- 이 선택란이 선택 취소된 경우 연관관계 데이터를 조사하여 계산되는 권장사항은 오퍼의 비즈니스 규칙에 의해 제외되지 않으면 권장사항으로 전달됩니다. EPCMF에서 권장하지 않을 항목의 전송을 중지하는 경우에는 이것이 바람직하지 않을 수 있습니다.
- 이 선택란이 선택된 경우 시스템은 연관관계 데이터를 기반으로 계산되는 권장사항이 최신 EPCMF에 항목으로 전송되는지 확인합니다. 해당 항목이 최신 EPCMF에 없는 경우 해당 항목은 모든 대상에 대한 권장사항으로 제거됩니다. 이는 권장사항에 잠재적으로 사용이 중지된 항목을 포함하지 않도록 하는 데 가장 많이 사용됩니다.

이 선택란은 모든 오퍼에 대해 기본적으로 선택됩니다.

### 최신 EPCMF에 없는 항목에 대한 권장사항 생성 안 함

이 설정은 대상이 더 이상 EPCMF에 전송되지 않는 경우 시스템이 해당 대상에 대한 권장사항을 계속 생성하는지 여부를 정의합니다.

- 이 선택란이 선택 취소되면 시스템이 이 대상에 대한 권장사항을 계속 생성합니다.
- 이 선택란이 선택되면 시스템은 각 대상이 최신 EPCMF에 항목으로 전송되며 해당 파일에 없는 항목에 대한 권장사항을 생성하지 않는지 확인합니다. 일반적으로는 이 상자를 선택하지 않습니다. 대신 연관관계 데이터가 있는 모든 항목에 대한 권장사항을 계속 생성합니다. 이를 통해 권장사항 계획은 최근에 구매된 제품, 마지막으로 장바구니에 담긴 제품, 최근에 본 제품을 참조할 수 있습니다. 방문자가 사이트를 자주 방문하지 않거나 항목이 최근에 사용 중지된 경우에도 사용자는 여전히 항목에 대한 유효한 권장사항을 생성하길 원하므로 이 대상이 오퍼 파일에 포함되길 원합니다.

**참고:** 대상이 오퍼 파일에 포함되지 않은 경우 Content Delivery Network에는 해당 대상에 대해 제공할 권장사항이 없습니다. 이 상황에서는 시스템이 권장사항 계획의 다음 단계를 이행하기 전에 제한시간 초과가 발생합니다.

이 선택란은 모든 오퍼에 대해 기본적으로 선택 취소됩니다.

이 기본 설정은 사용자의 데이터 관리 방법을 반영하지 않을 수 있습니다. 예를 들어, 정기적인 데이터 로드 매번 전체 항목 목록이 포함되지 않고 신규 또는 변경된 항목만 포함되는 경우에는 오퍼에 대한 기본 권장사항 설정을 변경해야 합니다. 이 설정을 변경하려면 다음을 수행하십시오.

1. 저장된 오퍼의 **설정** 탭에서 **고급 옵션**을 클릭하십시오.
2. **권장사항 설정** 영역에서 옵션을 선택하거나 선택 취소하여 사용자의 의도를 반영하십시오.
3. **적용**을 클릭하십시오.

## 입력 데이터 파일 업로드

Digital Analytics에 정기적으로 데이터를 업로드하십시오.

Digital Analytics는 ECDF(Enterprise Category Definition File) 및 EPCMF(Enterprise Product Content Mapping File)를 하루에 한 번 업로드하는 정기적 프로세스를 설정하도록 권장합니다.

계정 설정 프로세스를 진행하는 동안 ECDF, EPCMF 및 Category Definition File을 저장하는 가져오기 파일 위치가 제공됩니다. 다음과 같은 정보를 Digital Recommendations에 추가하십시오.

- [ftp.coremetrics.com](http://ftp.coremetrics.com)
- 사용자 이름: <클라이언트 ID>-가져오기
- 비밀번호

**참고:** 업로드 성공 여부 또는 데이터 로드 오류가 발생했는지 여부에 관계없이 업로드 결과를 알릴 개인 또는 사용자 그룹의 이메일 주소를 항상 입력하십시오.

파일에 대해 다음과 같은 이름 지정 규칙을 사용하십시오.

표 30: 파일에 대한 이름 지정 규칙		
파일	규칙	예
EPCMF(Enterprise Product Content Mapping File)	EPCMF_[client ID]_[optional date]	EPCMF_1938220_07182011.csv
ECDF(Enterprise Category Definition File)	ECDF_[client ID]_[optional date]	ECDF_1938220_07182011.csv
Category Definition File	CDF_[client ID]_[optional date]	CDF_1938220_07182011.csv

<http://import.coremetrics.com>의 Import 사용자 인터페이스를 사용하여 데이터 파일을 업로드할 수도 있습니다.

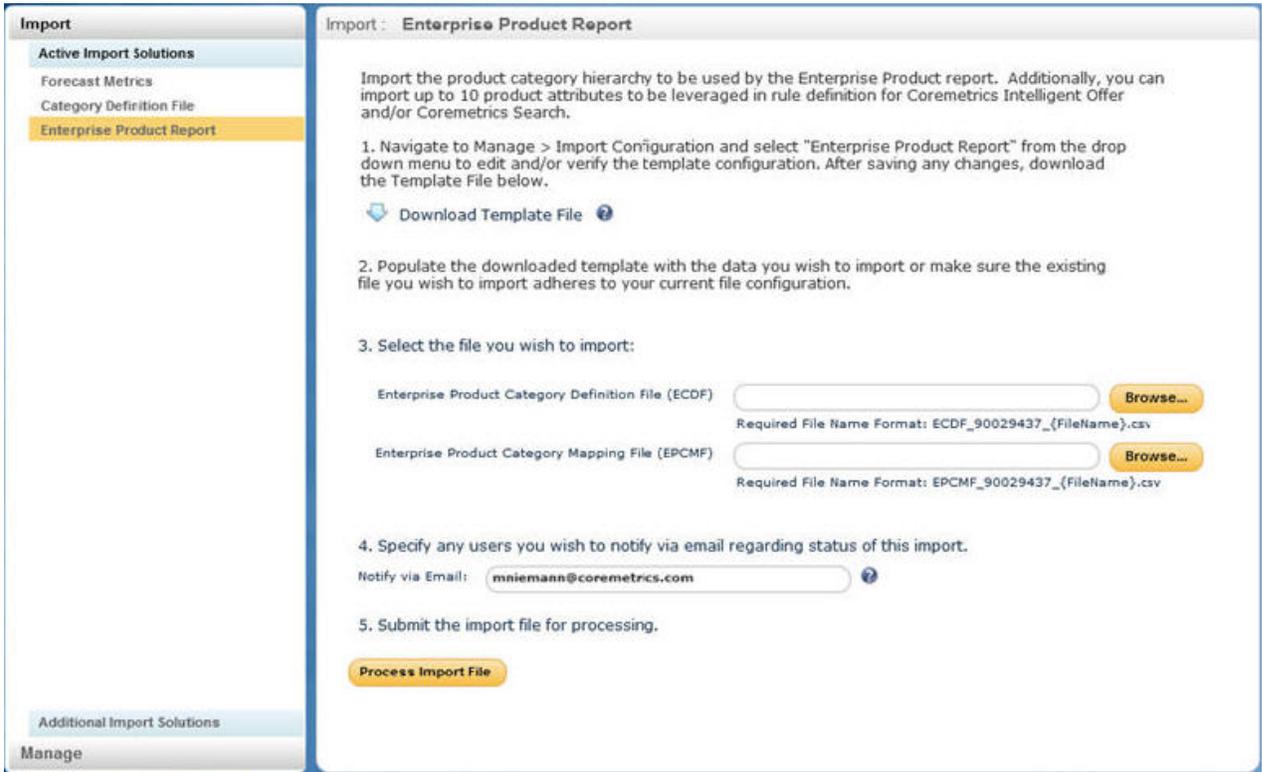


그림 6: Import: 전사적 상품 보고서

EPR 파일은 시간대에서 하루에 한 번 야간에 처리됩니다. 이 파일을 로드한 후 데이터 파일에 오류가 있음을 발견하는 경우 같은 날에 정정된 파일을 업로드할 수 있습니다. 하지만, 다음으로 스케줄링된 야간 프로세스에서 처리됩니다. ECDF와 EPCMF 파일 모두 성공적으로 처리되었는지 확인하려면 매일 15분 이내의 간격으로 또는 동시에 두 파일 모두 로드하십시오.

EPCMF 및 ECDF가 SFTP 또는 사용자 인터페이스를 사용하여 업로드되는 경우 Digital Analytics는 사전 로드 데이터 검사를 수행하여 올바른 파일 형식 및 콘텐츠를 확인합니다. 오류 메시지가 있는 경우에는 가져오기 파일 관리 창에 입력된 이메일 주소로 해당 메시지가 전송됩니다.

## 제품과 카테고리 데이터를 Current® 상태로 유지

비즈니스 규칙이 올바르게 작동하려면 규칙이 기반으로 하는 데이터가 최신 상태를 유지하는 것이 중요합니다.

파일에 대한 소스 데이터가 변경될 때 또는 각각의 새 Digital Recommendations가 실행되도록 스케줄링된 날짜 전날에 조직에서 자동화된 프로세스를 사용하여 전사적 상품 보고서의 파일을 업데이트하는 것이 권장됩니다. 규칙 데이터가 최신 상태를 유지하지 않는 경우에는 권장사항이 오퍼에서 포함되거나 제거되어 설정된 비즈니스 규칙의 의도와 충돌할 수 있습니다.

예를 들어, 여성 매장에 새 제품을 추가하지만 새 제품을 포함하도록 전사적 상품 보고서 파일을 업데이트하지 않으면 남성 항목에 대한 권장사항에서 여성 제품을 제외하는 규칙이 새 제품을 제외하지 않습니다.

## 데이터 파일 업데이트 빈도 판별

Digital Recommendations에서 사용하는 모든 데이터(규칙 및 연관관계 데이터)는 파일이 처리되도록 스케줄링된 날짜 전날에 수신된 전사적 상품 보고서 데이터를 사용합니다.

예를 들어, 오퍼 파일이 화요일에 실행되도록 스케줄링되어 있는 경우 데이터 분석 기간이 7일이면 오퍼에서는 지난 월요일부터 이전 7일 동안 캡처된 규칙 데이터 및 사이트 동작 데이터를 고려합니다. 따라서 각각의 오퍼가 실행되도록 스케줄링된 날짜 전날에 전사적 상품 보고서 파일을 업데이트하십시오. 주간 오퍼 예제의 경우 현지 시간으로 월요일 오후 9시 이전에 전사적 상품 보고서 파일을 업데이트하고 Digital Analytics에 게시하십시오. 매일 오퍼를 실행하는 조직은 매일 또는 소스 데이터가 변경될 때 전사적 상품 보고서 파일을 업데이트해야 합니다. 조직에서는 자동화된 프로세스를 구현하여 전사적 상품 보고서 업데이트를 트리거해야 합니다.

## 속성 변경

전사적 상품 보고서의 추가 필드를 특정 속성(예: 제품 가격 또는 브랜드)으로 지정하는 경우에는 해당 속성을 변경하지 마십시오. 속성을 변경해야 하는 경우, 다음 단계를 수행하십시오.

1. 이전 속성과 관련된 모든 규칙을 삭제하십시오.
2. 전사적 상품 보고서 파일을 업데이트한 후 Digital Analytics SFTP에 게시하십시오.
3. 별명 도구에서 이전 및 신규 필드를 업데이트하십시오.
4. 새 규칙 또는 기준을 작성하십시오.

**팁:** 계층 구조를 정의하는 경우에는 가능한 한 많은 카테고리에서 균등 깊이를 유지하도록 노력하십시오. 이 깊이를 사용하면 모든 카테고리에 적용되는 카테고리 속성 중심 규칙을 작성할 수 있습니다. 이 접근 방식을 사용하면 규칙 빌드 시 카테고리 트리에서 수동으로 카테고리를 선택하는 것보다 적은 유지보수 작업이 필요합니다. 전사적 상품 보고서 계층 구조를 정의하기 전에 *Product Recommendations* 사용자 안내서에서 속성 값을 기반으로 제외를 읽으십시오.

재고정리 또는 가격인하 항목을 제외하려면 전사적 상품 보고서에 재고정리 카테고리를 정의하는 대신 재고정리 항목임을 나타내는 속성을 EPCMF에 제공해 보십시오. 재고정리 또는 가격인하 항목이 일반 카테고리에도 있어야 하는 경우에는 이 시나리오를 카테고리와 함께 처리하지 못할 수 있습니다.

전사적 상품 보고서에서 메트릭 편집을 사용하여 작성되는 메트릭에 대한 규칙은 작성할 수 없습니다.

## SFTP 내보내기 위치 구성

Digital Analytics 스케줄러에서 사용되는 위치와 기타 설정을 지정하여 데이터 파일을 내보냅니다.

### 시작하기 전에

Digital Recommendations의 SFTP 설정을 언제든지 변경할 수 있습니다. 활성 오퍼에서 사용 중인 SFTP 설정을 올바르게 변경하면 오퍼 내보내기 파일이 올바르게 전송되지 않습니다. 이로 인해 Digital Analytics는 조직이 **데이터 내보내기 설정** 페이지에 대한 액세스 권한을 제한된 수의 사용자(특히 Digital Recommendations 데이터 피드를 수집하고 처리하는 IT 담당자)에게 부여하도록 제안합니다.

### 프로시저

1. **관리**를 클릭하십시오.
2. **내보내기 설정 - FTP > SFTP 대상** 작성을 클릭하십시오.
3. 대상의 이름을 입력한 후 **SFTP 설정** 및 **SFTP 전송 옵션**을 지정하십시오.  
이 SFTP 대상이 공개되면 데이터 내보내기 대상 이름이 오퍼에 대한 **오퍼 설정의 내보내기 대상** 목록에 표시됩니다.
4. 새로 작성된 내보내기 대상을 확인하고 **공개**를 클릭하십시오. SFTP 대상은 오퍼에 대한 **오퍼 설정의 내보내기 대상** 목록에 표시되기 전에 공개되어야 합니다.

## 백엔드 시스템에 대한 데이터 요청 줄이기

동적 권장사항 응답 메시지에 항목에 대한 추가 데이터를 수신할 수 있습니다.

동적 권장사항(웹 페이지로부터의 실시간 호출)을 사용하여 Digital Recommendations와 통합하는 경우 항목에 대한 데이터(예: 항목 이름 또는 썸네일 이미지 위치)를 응답 메시지의 일부로 수신할 수 있습니다. 메시지에 이 정보를 포함하면 권장사항이 렌더링되기 전에 이 항목 콘텐츠를 판별하기 위한 백엔드 시스템에 대한 두 번째 요청이 방지됩니다. 이 값은 전사적 상품 보고서 파일에 속성으로 전달됩니다. 사이트 개발자에게 문의하여 정책 및 환경 설정에 대해 알아 보십시오. 각 IT 환경이 고유하므로 항목 ID 이외의 필요한 콘텐츠에 대한 최종 판별은 IT 팀이 수행해야 합니다.

## 데이터 파일 프로세스 요약 매트릭스

다음 표에서는 다수의 Digital Recommendations 프로세스를 요약하고 지원하는 소스 데이터를 식별합니다.

Digital Recommendations 프로세스	소스 데이터
비즈니스 규칙(Business Rule)	ECDF 및 EPCMF
개인화	ECDF 및 EPCMF

## Digital Recommendations 프로세스

오피/규칙 대체 프로세스

동적 권장사항 대체 프로세스

카테고리 권장사항(Category Recommendations)

## 소스 데이터

ECDF 및 EPCMF

ECDF 및 EPCMF 또는 CDF 데이터

ECDF 및 EPCMF 또는 CDF 데이터

## 오피 처리, 속성 및 연관관계 가중치 구성

### 세션 데이터의 시간 기반 가중치 구성

수명에 따라 다르게 데이터에 가중치가 부여되도록 지정하여 세션 데이터에 대한 연관관계 가중치를 사용자 정의할 수 있습니다(보기에서 보기로 및 보기에서 구매로).

#### 이 태스크 정보

예를 들어, 계절별 추세나 기타 유행 추세를 즉시 인식하기 위해 최근 세션 데이터가 지난 주 또는 지난 달의 세션 데이터보다 중요하도록 지정할 수 있습니다. 최근 세션 데이터에 더 높은 값을 부여하면 새로 소개된 항목을 권장 사항 목록에 더 빨리 포함시킬 수도 있습니다.

#### 프로시저

1. 측면 탐색 메뉴에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. **제품 오피 > 추가 설정**을 선택하십시오.
3. **세션 관련 데이터의 연관관계 가중치** 테이블에서 데이터의 수명과 각각의 데이터에 제공할 가중치를 지정하십시오. 목록에 범위를 추가하려면 **시간 범위 추가**를 클릭하십시오.

#### 예

예를 들어, **세션 관련 데이터의 연관관계 가중치** 테이블에서 다음과 같은 시간 범위를 입력할 수 있습니다.

- 6일 이상: 90%
- 16일 이상: 85%
- 31일 이상: 80%

이 경우에는 최근 5일의 데이터에 가중치 100%가 부여됩니다. 6일 전부터 15일 전까지의 데이터는 10%씩 감소됩니다 즉 연관관계 활동에 0.90 연관관계 가중치가 적용됩니다. 16일에서 30일 전까지의 데이터에는 연관관계 가중치 0.85가 적용됩니다. 30일 이전의 데이터에는 연관관계 가중치 0.80이 적용됩니다.

**참고:** 이러한 값은 최종 연관관계 인덱스를 계산하기 위해 연관관계 점수에 적용되는 가중치 부여 비율이며, 항목의 합은 100이 되지 않습니다.

### 구매에서 구매로 데이터에 대한 시간 기반 가중치 구성

이벤트 간격(일)에 따라 다르게 데이터에 가중치가 부여되도록 지정하여 구매에서 구매로 데이터에 대한 연관관계 가중치를 사용자 정의할 수 있습니다.

#### 이 태스크 정보

구매에서 구매로 분석에 사용되는 기간은 각각의 회사에 대해 다르게 설정된 사용자 정의 값입니다. 즉, 데이터 분석 창에는 개별 구매 사이에 연관관계가 있는지를 판별하는 데 사용되는 기간 값이 있습니다.

**참고:** 이 기능은 콘텐츠 오피에 대해 사용할 수 없습니다.

#### 프로시저

1. 측면 탐색 메뉴에서 **관리**를 클릭하십시오.
2. **제품 오피 > 추가 설정**을 선택하십시오.

3. 세션 관련 데이터의 연관관계 가중치 테이블에서 데이터의 수명과 각각의 데이터에 제공할 가중치를 지정하십시오. 목록에 범위를 추가하려면 **시간 범위 추가**를 클릭하십시오.

## 예

예를 들어, 데이터 분석 창은 90일이고 구매에서 구매로 분석 기간은 21이라고 가정해 봅시다. 이 경우에는 90일 내에 구매 간격이 21일 이내인 각각의 방문자 구매가 서로 관련됩니다. 구매 간격이 21일 초과하는 구매는 연관 관계를 가지고 있지 않으므로 구매에서 구매로 알고리즘에서 고려되지 않습니다.

구매에서 구매로 창의 특정 기간 내에 구매된 항목이 강한 연관관계를 가지도록 지정하여 구매에서 구매로 연관 관계 가중치를 더 세부적으로 조정할 수 있습니다. 예를 들어, **구매에서 구매로 데이터의 연관관계 가중치** 테이블에서 다음과 같은 시간 범위를 입력한다고 가정해 봅시다.

- 11일 이상: 85%
- 16일 이상: 80%

이 경우에는 구매 간격이 10일 이내인 각각의 구매가 가장 중요하므로 가중치 100%가 부여됩니다. 10일 이후 발생하는 구매는 여전히 자격이 있지만 중요도는 덜합니다. 구매 간격이 11일에서 15일까지인 각각의 구매에는 연관관계 가중치 0.85가 부여되고 구매 간격이 16일에서 21일까지인 각각의 구매에는 연관관계 가중치 0.80이 부여됩니다.

## 콜 센터 및 이메일 캠페인의 출력 형식 지정

콜 센터나 특정 유형의 이메일 캠페인과 같은 채널과 함께 Digital Recommendations 결과를 사용하려는 경우에는 플랫폼 파일 옵션을 사용하고 이행하기 위해 전송하는 출력 목록을 생성합니다.

추가 설정 탭의 **플랫폼 파일 출력 옵션** 섹션은 출력 파일에서 내보낸 데이터의 형식을 구성하는 위치입니다.

## 구성 변경 공개

조정이 필요한 경우 구성을 변경 및 공개할 수 있습니다.

### 이 태스크 정보

다음은 구성 변경이 필요한 예입니다.

- A/B 테스트 설정 - A/B 테스트 결과가 좋지 않습니다. A/B 테스트를 즉시 중지해야 합니다.
- 구역 설정 - 페이지에 세 가지가 아닌 네 가지 권장사항이 표시되어야 합니다.
- 권장사항 계획 - 권장사항 계획에서 단계를 변경해야 합니다.

앞의 경우 변경사항을 완료한 후 다음 단계를 수행하십시오.

### 프로시저

1. 시스템 개요를 선택하십시오.
2. 구성 변경 공개를 클릭하십시오.

### 결과

시스템이 변경사항을 공개한 후 약 한두 시간 후에 변경사항이 적용됩니다.

**참고:** 이 프로시저는 비즈니스 규칙을 업데이트하지 않습니다.

## 교차 판매 상위 카테고리 선택

Digital Recommendations 보고서 및 대시보드를 사용하려면 상위 레벨 교차 판매 카테고리 정의를 정의해야 합니다. 제품 페이지, 장바구니 페이지 또는 이메일과 같이 권장사항을 사용하는 모든 카테고리를 포함하는 카테고리를 선택하십시오. 이 상위 카테고리는 CDF에서 카테고리의 최상위 레벨에 있어야 합니다.

### 프로시저

1. 측면 탐색에서 **관리 > 구역 성과 추적 > 제품 구역 성과**를 선택하십시오.
2. 보고서와 대시보드에 표시된 최상위 레벨의 카테고리가 될 상위 카테고리를 선택하십시오.

### 3. 저장

#### 교차 판매 성과 추적

추적을 제 위치에 두는 것은 구현 계획의 첫 번째 단계이며 이를 통해 Digital Recommendations에 의해 전달되는 값(리프트)을 측정할 수 있도록 현재 권장사항 프로그램의 기준 측정을 사용할 수 있습니다.

대부분의 경우 권장사항 성과 추적은 가상 분류를 사용하여 Digital Analytics 제품 카테고리 보고서에서 수행됩니다. IBM Digital Analytics Explore를 채택한 다수의 클라이언트는 권장사항 추적을 위해 Digital Analytics Explore도 사용하기 시작했습니다.

추적은 권장사항 구현 주기의 초기에 수행된다는 점이 중요합니다. 다른 권장사항 프로그램이 있을 때 해당 프로그램을 Digital Recommendations로 바꾸는 경우에는 Digital Recommendations를 시작하기 최소 2주 전에 현재 프로그램의 성과를 측정하기 위해 추적을 수행해야 합니다.

#### 가상 카테고리 사용

교차 판매 권장사항을 통해 항목을 찾는 방문자는 제품 카테고리 보고서에서 가상 분류를 사용하여 추적할 수 있습니다. 이 유형의 카테고리는 탐색 계층 구조의 일부가 아니기 때문에 가상 카테고리라고 부릅니다.

일반적으로 사이트 탐색 카테고리를 확인하는 유틸리티를 사용하여 Digital Analytics CDF(Category Definition File)를 생성합니다. 하지만 사이트 검색 및 교차 판매는 탐색 카테고리가 아니므로 수동으로 CDF에 추가해야 합니다. 또한 이메일 캠페인 또는 이미지 기반 권장사항을 통해 전달되는 권장사항을 추적하는 데 필요한 가상 카테고리를 추가해야 합니다.

웹 사이트 데이터에 대한 가상 분류의 경우에는 두 가지 옵션이 있습니다.

- 항목에 대한 세션에 있는 모든 항목 보기 태그를 대체한 후 shop5 및 shop9 태그를 대체하십시오. 이 옵션을 사용하려면 예를 들어 항목을 교차 판매로부터 볼 때 이후 shop5(장바구니에 추가된 경우) 및 shop9(구매된 경우)도 동일한 교차 판매 카테고리를 가지도록 항목에 대한 세션 전체에서 가상 카테고리를 지속해야 합니다.
- 카테고리를 변경하고 대체할 수 없는 경우에는 [136 페이지의 『가상 카테고리 태그 지정』](#)의 내용을 참조하십시오.

Digital Recommendations를 사용하여 권장사항을 웹 페이지에 전달하는 경우에는 이메일 또는 사이트에 있는 모든 구별 권장사항 위치에 대한 가상 카테고리를 설정하는 것이 일반적입니다. 이를 통해 권장사항 활동을 더 세부적으로 보고할 수 있습니다. CDF에서 상위 레벨 마스터 카테고리 ID와 모든 위치를 함께 결합할 수 있습니다. 예를 들어, 제품 페이지와 장바구니에 권장사항을 제공하는 경우 각 위치에 대해 별도의 카테고리를 정의합니다.

권장사항의 동적 전달 방법을 사용하는 경우에는 권장사항 영역에 대해 이미 작성한 사이트 구역 ID와 일치하는 카테고리 ID를 작성할 수 있습니다. 구역 ID를 카테고리 ID로 지정할 필요는 없지만 지정하면 도움이 될 수 있습니다. 이미지 기반 권장사항의 경우에는 각각의 이미지 기반 권장사항 템플릿 이름에 대해 카테고리 ID를 작성하십시오.

다음 예에서는 고객이 웹 사이트에서 제품을 찾고 보고 장바구니에 담고 구매하는 방법에 대한 카테고리가 정의됩니다. 이 예에서는 단일 보고서에 있는 모든 사이트 도구 및 방법을 비교합니다.

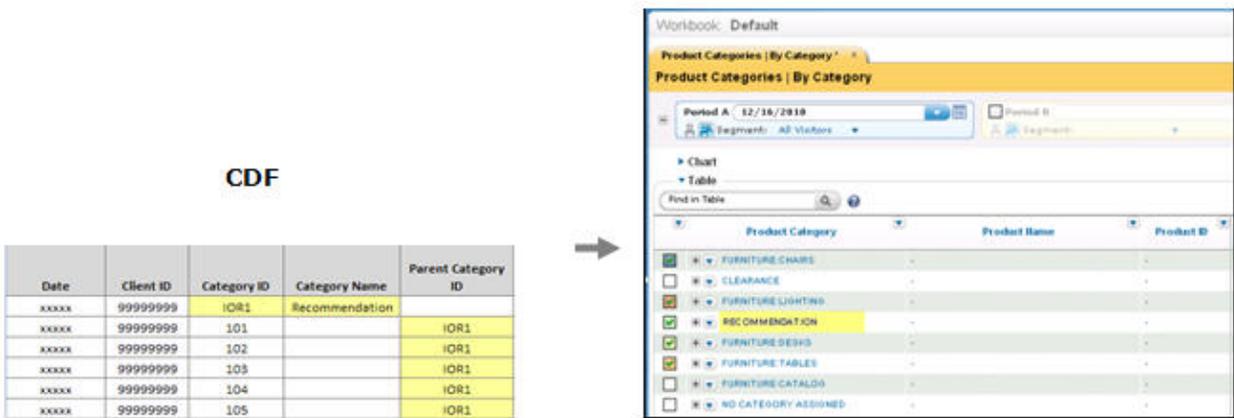


그림 7: 가상 분류

가상 분류를 사용하면 Digital Recommendations가 구현되기 전의 권장사항 성과, Digital Recommendations에 의해 제공된 리프트, 권장사항에 대한 변경사항의 효과(예: 페이지 레이아웃 및 연관관계 가중치)를 추적할 수 있습니다.

### CDF에 대한 변경사항 작성

CDF(Category Definition File)는 가상 카테고리를 사용하여 업데이트해야 합니다. 136 페이지의 『성과 기반 가격 분류』에 있는 예에서는 CDF에서 일반 교차 판매 가상 카테고리를 나타내는 방법을 보여 줍니다. Digital Recommendations 클라이언트 컨설턴트는 CDF의 변경 방법에 대한 조언을 제공합니다. 단일 페이지에 여러 권장사항 스타일이 제공되는 경우에는 "다른 고객이 함께 구매한 항목" 및 "다른 고객이 함께 구입한 항목"과 같은 제품 페이지에 대한 하위 카테고리가 있을 수 있습니다.

전송되는 매개변수의 값은 공백을 포함해서는 안 되며 영숫자여야 합니다. 제품 카테고리 보고서 계층 구조를 지원하려면 매개변수 값이 CDF의 카테고리 ID 필드에 포함되어 있어야 합니다.

### 성과 기반 가격 분류

성과 기반 가격을 기반으로 Digital Recommendations를 계약한 경우에는 CDF에 항목을 추가하여 성과 기반 가격을 구현해야 합니다.

표 31: 성과 기반 가격에 대한 CDF 항목

클라이언트 ID	카테고리 ID	카테고리 이름	상위 카테고리 ID
XXXXXXXX	IOR1	권장사항	
XXXXXXXX	101	제품 페이지 Recs	IOR1
XXXXXXXX	102	장바구니 페이지 Recs	IOR1

### 가상 카테고리 태그 지정

cm\_vc 매개변수는 가상 카테고리에 대한 태그 지정을 단순한 윈스톱 프로세스로 만들도록 디자인되어 있습니다. 방문자가 교차 판매 또는 상향 판매 권장사항을 클릭하면 cm\_vc 매개변수는 권장 항목의 대상 URL에 배치되거나 추가 항목 보기 태그 매개변수로 전송됩니다. Digital Analytics는 cm\_vc 매개변수 옵션을 지원하기 위해 필요한 적절한 라이브러리 함수 핸들러를 제공하며 클라이언트는 이 새 라이브러리를 운용에 푸시해야 합니다. cm\_vc 매개변수가 항목 세부사항 페이지의 대상 URL에서 사용되거나 항목 보기 태그의 적절한 필드에 배치되면 해당 항목에 대한 이후 shop5 및 shop9 태그가 자동으로 적절하게 분류되어 이전의 교차 판매 카테고리 ID를 유지합니다. cm\_vc 매개변수는 항목 보기 태그에서 사용되는 경우에만 작동합니다. 교차 판매된 항목을 장바구니에 직접 추가할 수 있는 경우 클라이언트는 해당 항목이 장바구니에 추가될 때 shop5 태그 외에도 항목 보기 태그를 작성하여 shop5 및 이후 shop9 태그에 대한 가상 카테고리를 설정해야 합니다.

참고: 이미지 기반 권장사항에 대해 생성된 URL은 기본적으로 cm\_vc 매개변수를 포함합니다. 이미지 기반 권장사항 템플릿의 이름을 CDF에 수동으로 추가해야 하지만 cm\_vc 매개변수가 URL에 추가되는지 확인하는 추가 단계는 없습니다.

모든 표준 태그 지정 제한사항이 이 매개변수를 사용하여 전달될 수 있는 텍스트에 적용됩니다. 매개변수 최대 길이는 256자입니다.

```
Product View tag (c.jockey.com)
Tag Type (td): "5" (Product View tag)
Product ID (pr): "830700"
Product Name (pm): "Stretch Waffle Crew Neck"
Category ID (cg): "CrosssellProductPage" Note: the value of "CrossSellmen" is being overridden by the cm_vc parameter in the URL.
Is Page View? (pc): "Y"
Client ID (c): "90224655"
Library Version (vnl): "4.2.3"
Character Set (cs): "utf-8"
Page ID (pi): "PRODUCT: Stretch Waffle Crew Neck (830700)"
Referral URL (rf): "http://www.jockey.com/en-us/catalog/productdetails.aspx?CS_ProductID=830500&CS_Category=Long Underwear&CS_Catalog=Men&List=53"
Destination URL (du): "http://www.jockey.com/en-US/Catalog/ProductDetails.aspx?CS_ProductID=830700&CS_Category=Cold Weather Favorites&CS_Catalog=Men&cm_vc=CrosssellProductPage"
```

그림 8: 대상 URL

클라이언트는 항목 보기 태그에 있는 항목에 대한 표준 카테고리 ID를 계속 채웁니다. Digital Analytics 라이브러리는 cm\_vc 매개변수 값을 선택하고 카테고리 값을 cm\_vc 매개변수 값으로 대체합니다.

```
Product View tag (c.jockey.com)
Tag Type (td): "5" (Product View tag)
Product ID (pr): "830700"
Product Name (pn): "Stretch Waffle Crew Neck"
Category ID (cg): "CrosssellProductPage" *Note: the value of "CrossSellmen" is being overridden by the cm_vc parameter in the URL.
Is Page View? (pc): "Y"
Client ID (ci): "90224655"
cm_vc: "cmCreateProductViewTag(830500,"Stretch Waffle Crew Neck","mens_shirts","103")
Library version (vrl): "4.2.3"
Character Set (ec): "utf-8"
Page ID (pi): "PRODUCT: Stretch Waffle Crew Neck (830700)"
Referral URL (rf): "http://www.jockey.com/en-us/catalog/productdetails.aspx?CS_ProductID=830500&CS_Category=Long Underwear&CS_Catalog=Men&List=53"
Destination URL (ul): "http://www.jockey.com/en-US/Catalog/ProductDetails.aspx?CS_ProductID=830700&CS_Category=Cold Weather Favorites&CS_Catalog=Men&cm_vc=CrosssellProductPage"
```

그림 9: 제품 보기 태그

## 제품 권장사항 쿠키

Digital Recommendations는 두 개의 쿠키 즉, 세션 쿠키와 영구적 첫 파티 쿠키에 의존합니다.

### 세션 쿠키

방문자를 A/B 테스트 그룹으로 지정합니다. A/B 테스트가 활성 상태일 경우에만 설정됩니다.

### 영구적 최초 파티 쿠키

개인화를 위해 방문자 날짜를 관리하고 Digital Analytics 라이브러리에 대한 후크를 사용하여 실시간으로 업데이트합니다. 이는 클라이언트 도메인 아래에 배치됩니다.

다음은 영구 쿠키에 저장되는 일부 정보입니다.

- 최근에 본 제품의 정렬된 목록
- 장바구니에 추가된 항목의 정렬된 목록
- 구매되는 항목 및 구매 가격의 정렬된 목록
- 최근에 본 카테고리의 정렬된 목록
- 방문자에게 가장 인기 있는 카테고리를 판별하기 위해 보는 카테고리에 대한 개수가 유지됩니다.

**중요사항:** 장바구니에 추가된 항목의 정렬된 목록은 언급된 대로 운영됩니다. Digital Recommendations에서는 장바구니의 현재 콘텐츠를 유지할 현재 시도하지 않습니다. 방문자가 항목을 구매한 경우 해당 항목은 쿠키의 이전 구매 목록 외에 장바구니 목록에도 있습니다. 장바구니에 있는 항목을 추적하는 기본 의도는 해당 항목이 방문자에 대한 권장사항에 표시되지 않도록 필터링하는 것입니다.

## 쿠키 개수 관리

Digital Recommendations가 쿠키 수를 관리하는 방법입니다.

활성 A/B 테스트가 있는 경우 Digital Recommendations는 세션 쿠키와 Digital Recommendations 영구(개인화) 쿠키를 둘 다 작성합니다. 활성 A/B 테스트가 없는 경우 Digital Recommendations는 Digital Recommendations 개인화 쿠키만 설정합니다.

Digital Recommendations 개인화 쿠키를 추가하여 IE6 이하의 브라우저에서 개수가 20을 초과하는 경우 세션 쿠키와 Digital Recommendations 개인화 쿠키가 작성되지 않습니다. 기타 모든 브라우저의 경우 Digital Recommendations가 유지하는 제한은 50개입니다. RFC 2109 섹션 6.3에 지정된 대로 한 브라우저가 도메인당 지원해야 하는 최소 쿠키 수는 20이며 이는 IE 6 이하에 대해 지원되는 최대값입니다. 현재 브라우저는 대부분 도메인당 50개의 쿠키를 지원합니다.

## 쿠키 크기 관리

Digital Recommendations가 영구 쿠키 크기를 관리하는 방법입니다.

Digital Recommendations 개인화 기능의 의도는 웹 사이트에서 개인화 유스 케이스를 관리하는 데 충분한 최신 기록을 유지하는 것입니다. 많은 방문자가 3개월마다 쿠키를 삭제하고 사이트의 평균 방문자 구매 횟수는 3개월 동안 1회 미만이므로 Digital Recommendations 접근 방식에서는 사실상 전체 방문자 기록을 보유하고 있습니다.

목록에서 데이터를 롤오프하는 현재 기본 설정을 고려하면 Digital Recommendations 개인화 쿠키의 최대 크기는 270바이트(제한 크기인 4096바이트의 7%)입니다. 크기 제한으로 인해 쿠키 작성에 실패하면 쿠키가 작성되

지 않습니다. Digital Recommendations 쿠키에 저장되는 데이터는 CRC32 체크섬을 사용하여 난독화되어 각 목록의 크기를 압축합니다. 쿠키에 있는 각 목록에는 저장되는 구성 가능한 수의 요소가 포함되어 있습니다.

예를 들어, 저장되는 구매된 항목의 기본 수는 최근 6개 항목입니다. 7번째 항목이 구매되면 목록에서 가장 오래된 항목이 롤오프됩니다.

다양한 브라우저에서 다양한 개별 및 집합 쿠키 크기를 사용할 수 있습니다. 이 동작이 방문자의 브라우저에 허용된 바이트 수를 초과하는 경우 Digital Recommendations는 쿠키에 쓰거나 쿠키를 추가하지 않습니다. 따라서 허용 가능한 최대 쿠키 크기가 모든 쿠키에 대해 4k이든 쿠키당 2k 또는 4k이든 Digital Recommendations 쿠키는 추가 정보가 적합한 경우에만 작성되거나 업데이트됩니다. 이 동작은 브라우저에서 고유한 기본 동작을 따릅니다.

자세한 정보는 <http://support.microsoft.com/kb/306070>의 내용을 참조하십시오.

## REST API

이 API를 사용하여 권장사항 데이터를 JSON 오브젝트로 검색합니다.

Digital Recommendations REST API를 통해 IBM Digital Recommendations 권장사항 데이터에 액세스할 수도 있습니다.

REST API를 사용하면 개발자가 Digital Recommendations 서버와 직접 상호작용하는 애플리케이션을 빌드하여 JSON 오브젝트와 같은 권장사항 데이터를 검색할 수 있습니다. 그런 다음 애플리케이션은 필요에 따라 데이터를 처리하여 적절하게 표시할 수 있습니다.

REST API의 가장 일반적인 유스 케이스는 콜 센터, 모바일 애플리케이션, 서버 측 통합입니다.

### REST API에 전송할 HTTP 요청 구성

REST API에 대한 HTTP 요청은 여기에 지정된 순서대로 정확하게 다음과 같은 URL 구성요소를 포함해야 합니다.

```
http://recs.coremetrics.com/iorequest/restapi?cm_cid=[client ID]&
cm_zoneid=[zone ID]&cm_targetid=[target product ID]&
cm_fallbackid=[fallback target ID]
```

여기서:

#### **cm\_cid**

필수입니다. 사용자의 클라이언트 ID입니다. 예를 들어, 00000002입니다.

#### **cm\_zoneid**

필수입니다. 사이트 구역 ID입니다. 이 구역과 연관된 추천 계획은 권장사항을 검색하기 위해 REST API가 사용하는 오퍼를 판별합니다. 구역에 활성 a/b 테스트가 있는 경우 a/b 테스트의 제어 그룹에서 지정된 추천 계획이 사용됩니다.

#### **cm\_targetid**

필수입니다. 대상의 항목 ID입니다. cm\_zoneid 매개변수로 지정된 구역과 연관된 추천 계획의 1단계에서 지정된 오퍼를 사용하여 대상 ID에 대해 권장사항이 리턴됩니다. REST API는 다중 대상을 지원하지 않습니다.

#### **cm\_fallbackid**

선택사항입니다. 대체 대상의 항목 ID입니다. cm\_targetid 매개변수로 지정된 대상에 대해 권장사항이 리턴되지 않은 경우 이 대상에 대한 권장사항만 요청됩니다. cm\_zoneid 매개변수로 지정된 구역과 연관된 추천 계획의 폴백 단계에서 지정된 오퍼를 사용하여 대상 ID에 대해 권장사항이 리턴됩니다. REST API는 다중 대상을 지원하지 않습니다.

예:

```
http://recs.coremetrics.com/iorequest/restapi?cm_cid=00000002&
cm_zoneid=CartZ1&cm_targetid=PROD550099&cm_fallbackid=CAT002
```

## REST API로부터의 목록 표시

REST API로부터의 응답은 이 절에 설명된 형식으로 된 권장사항 목록에 포함된 JSON 오브젝트입니다. 결과를 표시할 코드를 구성할 때 예제 및 설명을 사용하십시오.

### 예

```
{
  "io":
  {
    "clientid": "00000002",
    "offer_id": 10,
    "offer_type": "P",
    "offer_name": "Product_Cross_Sell",
    "target_id": "FUL0-0101",
    "offer_version": "2016061311",
    "attributes": [
      { "name": "Product Name", "format": "string", "prefix": "" },
      { "name": "Price", "format": "string", "prefix": "$" },
      { "name": "Product Image", "format": "string", "prefix":
        "http://iocdn.coremetrics.com/prodqa/" } ],
    "rec_count": 3,
    "recs": [
      { "id": "FUL0-0201", "score": 867.96, "category": "CHAISES", "rank": 1,
        "Product Name": "RED LEATHER ROLL ARM CHAISE", "Price": "105",
        "Product Image": "images/FUL0-0201.jpg" },
      { "id": "FUDE-0101", "score": 758.2, "category": "DESKS", "rank": 2,
        "Product Name": "EXECUTIVE SIX-DRAWER DESK", "Price": "100",
        "Product Image": "images/FUDE-0101.jpg" },
      { "id": "FUDEL-0201", "score": 653.78, "category": "LAMPS", "rank": 3,
        "Product Name": "DEVINE DESK LAMP", "Price": "103",
        "Product Image": "images/FUDEL-0201.jpg" } ]
  },
  "message": { "code": 200, "text": "OK", "version": "V9" }
```

### 응답 매개변수

다음 표에서는 REST API로부터의 응답에 있는 매개변수를 정의합니다.

표 32: REST API 응답 매개변수		
필드	유형	정의
io	노드	모든 권장사항 데이터가 포함되어 있습니다.
clientid	노드	사용자의 클라이언트 ID입니다.
offer_type	노드	다음 코드 중 하나로 표시된 오퍼의 유형입니다. <ul style="list-style-type: none"> <li>• P = 제품 교차 판매</li> <li>• E = 전자적 상품 보고서 카테고리</li> <li>• C = 웹 사이트 카테고리</li> <li>• S = 검색어</li> <li>• T = 속성 기반 오퍼</li> </ul>
offer_name	노드	오퍼 이름입니다.
offer_version	노드	다음 형식의 시간소인으로 표시된 오퍼 버전입니다. YYYYMMDDHHMISS
target_id	노드	대상의 ID입니다.
attributes	목록	사용 가능한 속성의 목록입니다.
attributes.name	노드	속성 이름입니다.
attributes.format	노드	속성의 형식입니다.

표 32: REST API 응답 매개변수 (계속)		
필드	유형	정의
attributes.prefix	노드	속성에 구성된 접두부가 있는 경우 해당 접두부의 값입니다. 예를 들어, 가격 속성의 경우 통화 기호(\$)입니다.
rec_count	노드	목록에 포함되는 권장사항 수입니다.
recs	목록	권장사항 목록입니다.
recs.id	노드	권장 항목의 ID입니다.
recs.category	노드	권장되는 항목의 카테고리입니다.
recs.score	노드	대상의 컨텍스트에서 항목에 대해 계산되는 연관관계 점수입니다.
recs.rank	노드	권장 항목의 순위입니다(1부터 시작하는 숫자).
recs.attribute	노드	사용 가능한 속성의 수를 기반으로 하는 속성 이름-값 쌍의 바운드되지 않은 목록입니다.

### 응답 코드

REST API는 다음 HTTP 응답 코드 중 하나도 리턴합니다.

표 33: HTTP 응답 코드		
응답 코드	메시지	설명
200	정상	요청이 완료되었습니다.
404	오류	URL이 올바르지 않거나 없습니다.
500	오류	서버에 오류가 있어 요청이 완료되지 않았습니다.

### REST API 오류 코드

REST API의 가능한 오류 코드 목록입니다.

표 34: REST API 오류 코드	
코드	설명
1	템플릿이 공개되지 않음
2	유효하지 않은 템플릿
3	유효하지 않은 권장사항 파일 URL
4	권장사항 파일이 존재하지 않음
5	유효하지 않은 권장사항 파일 형식
6	권장사항 파일을 읽을 수 없음
7	기본/백업을 위한 권장사항 파일이 존재하지 않음
8	IRS(Image Rec Server) 섹션 누락/유효하지 않음
9	PD(Product Detail) 섹션 누락/유효하지 않음
10	권장사항 인스턴스 오류
11	JSON 오류
12	이미지 작성 중 오류

표 34: REST API 오류 코드 (계속)	
코드	설명
13	권장사항 파일에 권장사항이 없음
14	권장사항 파일의 누락/유효하지 않은 대상
15	누락된 입출력 구성 파일
16	유효하지 않은 입출력 구성 파일
17	유효하지 않은 구역 ID
18	입출력 구성 처리 중 오류
19	너무 적은 권장사항
20	유효하지 않은 SSP(Server-Side Personalization) URL
21	SSP(Server-Side Personalization) 파일을 찾을 수 없음
22	누락/유효하지 않은 MIDS 섹션
23	누락/유효하지 않은 AP 섹션
24	누락/유효하지 않은 HD 섹션
25	누락/유효하지 않은 AN 섹션
26	내부 오류가 발생함
27	유효하지 않은 권장사항 파일 형식
100	썸네일 이미지 오류
101	이미지 파일을 찾을 수 없음
201	URL에 연결할 수 없음
202	URL에 대한 연결을 열 수 없음
203	URL에서 읽을 수 없음

## LIVEmail에 Digital Recommendations 사용

IBM LIVEmail 애플리케이션을 사용하면 IBM Digital Analytics의 웹 분석 데이터를 사용하여 이메일 캠페인에 대한 세그먼트의 대상을 지정할 수 있습니다.

다음 방법 중 하나로 Digital Recommendations를 LIVEmail 마케팅 캠페인에 사용할 수 있습니다.

- 이메일 메시지에 플랫폼 파일 권장사항을 출력하는 오퍼의 출력 사용
- *Digital Analytics Digital Recommendations* 사용자 안내서의 이미지 기반 권장사항에 대한 작업에 설명된 새로운 이미지 기반 권장사항 유형을 사용하여 이메일 메시지에 동적 권장사항 전달

### 유스 케이스 및 고려사항

이메일 마케팅 담당자는 프로모션 이메일과 트랜잭션 이메일 모두에 Digital Recommendations 결과를 포함하면 해당 메시지의 관련성이 상당히 증가되어 광고 클릭 및 전환 비율이 향상되고 이메일 기반 구매 빈도 및 불륜이 증가된다는 것을 알고 있습니다.

다음은 포함한 대부분의 이메일 커뮤니케이션에서 Digital Recommendations 결과를 사용할 수 있습니다.

- 구매 후 교차 판매 또는 상향 판매 이메일
- 구매 포기된 장바구니 이메일
- 찾아보기 동작 기반 이메일

- 주문 확인 이메일
- 운송 확인 이메일

이메일 캠페인에 사용될 오퍼를 작성할 때 다음 사항을 고려하십시오.

#### 대상

웹 페이지보다는 적절한 이메일 캠페인을 대상으로 선택하십시오.

#### 빈도

최신 권장사항을 보장하기 위해 이메일이 배포되기 전날 밤에 오퍼가 처리되도록 설정하십시오. 이메일이 매주 금요일 오후에 배포되는 경우에는 오퍼가 이른 아침에 처리되므로 매주 금요일에 오퍼가 처리되도록 설정하십시오. 오퍼는 LIVEmail 일별 피드와 동기화되어야 합니다.

#### 알고리즘 설정

알고리즘 설정을 사용하여 권장사항을 이메일 캠페인의 초점과 맞추십시오. 예를 들어, 이메일이 제품을 구매 포기한 고객에게 전송되는 경우에는 구매 포기에서 구매로 연관관계를 더 강조해야 합니다. 이메일이 방문 제품을 구매한 고객에게 전송되는 경우에는 구매에서 구매로 연관관계를 강조해야 합니다.

#### 전달 옵션

동적 오퍼를 사용하려면 이미지 기반 권장사항을 사용해야 합니다. 이 옵션에 대한 정보는 *Digital Analytics Digital Recommendations* 사용자 안내서의 이미지 기반 권장사항에 대한 작업을 참조하십시오.

플랫 파일 오퍼의 경우에는 Digital Recommendations 내보내기를 검색을 위해 ftp.coremetrics.com에 전달하거나 ESP SFTP 위치에 직접 전달할 수 있습니다. Digital Analytics SFTP에 전송되는 경우에는 ESP에 예상 파일 이름 및 위치를 알리십시오. 이 파일이 ESP에 직접 전송되는 경우에는 ESP로부터 신인 정보를 요청하고 관리 메뉴에서 SFTP 위치를 작성한 후 권장사항 파일을 전송해야 하는 적절한 SFTP 위치를 지정하도록 오퍼를 구성하십시오. ESP가 인증된 LIVEmail 파트너인 경우에는 ESP가 LIVEmail 활동 피드 및 Digital Recommendations 권장사항 파일을 수신하면 데이터는 필요에 따라 변환되어 이메일 크리에이티브 내 권장사항 구역을 채우기 위해 필요할 때까지 저장될 수 있습니다.

#### 추적

이 권장사항을 추적하는 것도 중요합니다. cm\_vc 매개변수와 권장사항에 대해 제공되는 링크에서 mmcs 매개변수를 사용해야 합니다. 자세한 정보는 <https://support.coremetrics.com>에 있는 *Digital Recommendations* 이메일 브리핑을 참조하십시오.

## 응답 시간 및 성과

동적 권장사항을 통해 액세스되는 모든 Digital Recommendations 데이터는 CDN(Content Delivery Network)을 사용하여 전달됩니다.

각 항목에 대한 권장사항이 요청되는 경우에는 이 데이터가 CDN 출처에 있으므로 해당 일의 첫 번째 요청이 전체 라운드트립을 완료하는 데 최대 400<sup>ms</sup>밀리초가 걸릴 수 있습니다. 각각의 후속 응답은 응답 시간이 평균 20밀리초인 에지 에 있는 캐시에서 전달됩니다. 따라서 성과 계획을 위한 일반적인 응답 시간은 20밀리초입니다. 이 응답 시간은 일반적인 판매 계획 사이트의 무거운 코드 요구사항이 적용되지 않는 경량 HTML 페이지를 사용하는 테스트 환경에서 파생됩니다. 따라서 사용자의 실제 경험은 사용자 페이지의 디자인에 따라 다를 수 있습니다. 빠른 응답 시간을 위한 한 가지 중요한 단계는 모든 권장사항 요청 함수가 호출된 직후에 cmDisplayRecs 함수를 배치하는 것입니다.

#### 시작 전 테스트

응용에 들어가기 전에 응용 웹 사이트에 대한 코드 변경사항 릴리스와 마찬가지로 이 변경사항을 테스트하십시오. 이 테스트 주기의 일부로 가장 일반적인 브라우저에서 권장사항을 테스트하십시오.

**중요사항:** 웹 사이트에서 권장사항을 렌더링하는 경우 Digital Recommendations 알고리즘에서 지정하는 권장사항의 순서를 유지해야 합니다. 이 순서를 변경하면 권장사항의 성과에 부정적인 영향을 미칩니다.

## 관리

관리 동작은 애플리케이션 헤더에 있는 **관리** 링크를 사용하여 액세스할 수 있는 관리 콘솔을 사용하여 수행됩니다.

관리 동작(내 계정 업데이트 제외)은 조직의 지정된 관리자를 위해 예약되어 있습니다.

## 사용자 관리

사용자 관리는 내 계정, 사용자 관리, 그룹 관리라는 세 가지 구성요소로 구성되어 있습니다.

### 내 계정

내 계정 영역은 모든 사용자가 액세스할 수 있습니다. 내 계정 영역에서는 사용자가 이름, 직위, 부서 및 연락처 정보를 업데이트할 수 있습니다. 내 계정 영역에서는 사용자가 비밀번호를 변경하는 데 사용할 수 있는 수단도 제공됩니다. 변경 후 **저장**을 클릭하십시오.

### 사용자 관리

사용자 관리 섹션에서는 관리자가 모든 사용자 계정을 관리할 수 있습니다. 양식의 맨 위에 있는 검색 상자를 통해 관리자는 신속하게 보기의 범위를 좁힐 수 있습니다. 열 머리글을 클릭하여 열을 오름차순 또는 내림차순으로 정렬하십시오. 사용자의 계정을 제거하려면 왼쪽에 있는 선택란을 선택한 후 **사용자 삭제**를 클릭하십시오. 사용자 계정을 편집하려면 사용자 이름 열에 있는 하이퍼링크를 클릭하십시오. 사용자 계정 정보 목록을 다운로드하려면 양식의 오른쪽 상단에 있는 **다운로드**를 클릭하십시오. 특정 클라이언트 ID에 대한 액세스 권한을 가진 사용자 세트를 신속하게 검색하거나 모든 관리자를 찾으려면 사용자 관리 - 전체 목록 보기를 사용해 보십시오.

### 사용자 작성

새 사용자를 작성하려면 양식의 맨 위에 있는 **새 사용자**를 클릭하십시오. 새 사용자 양식을 완료하십시오. 이름, 이메일, 사용자 이름, 비밀번호는 필수입니다. 양식의 맨 아래에서 이 사용자가 액세스 권한을 가져야 하는 클라이언트 ID를 선택하십시오(조직에 클라이언트 ID가 둘 이상 있는 경우). 목록이 긴 경우에는 테이블 맨 위에 있는 검색 상자를 사용해 보십시오. 또한 드롭 다운 메뉴를 사용하여 사용자가 속해야 하는 사용자 그룹을 선택하십시오. 완료되면 **저장**을 클릭하십시오.

### 사용자 관리 - 전체 목록

일부 사용자는 여러 클라이언트 ID와 연관되어 있어 여러 사용자 그룹과 연관될 수 있으므로 사용자 관리 - 전체 목록 보기에서는 정렬하고 검색할 수 있는 포괄적인 목록을 제공합니다. 이 보기를 사용하여 신속하게 특정 클라이언트 ID와 연관된 모든 사용자를 찾거나 모든 관리자의 목록을 찾거나 기타 작업을 수행하십시오.

## 그룹 관리

사용자 그룹은 특정 사용자가 액세스 권한을 가지는 항목을 제어합니다. 따라서 각각의 사용자 그룹이 주의 깊게 작성되었고 새 사용자가 적절한 그룹에 배치되었는지 확인하는 것이 중요합니다.

그룹 관리 섹션에서는 관리자가 모든 사용자 그룹을 관리할 수 있습니다. 양식의 맨 위에 있는 검색 상자를 통해 관리자는 신속하게 보기의 범위를 좁힐 수 있습니다(클라이언트 ID 또는 클라이언트 이름에 대한 검색 포함). 열 머리글을 클릭하여 열을 오름차순 또는 내림차순으로 정렬하십시오. 사용자 그룹을 제거하려면 왼쪽에 있는 선택란을 선택한 후 **그룹 삭제**를 클릭하십시오. 사용자 그룹을 편집하려면 사용자 그룹 이름 열에 있는 하이퍼링크를 클릭하십시오. 사용자 그룹 목록을 다운로드하려면 양식의 오른쪽 상단에 있는 **다운로드**를 클릭하십시오.

### 새 사용자 그룹

새 사용자를 작성하려면 양식의 맨 위에 있는 **새 사용자 그룹** 단추를 클릭하십시오. 그룹에 이름을 제공하고 **선택**을 클릭하여 클라이언트 ID를 선택하십시오. 권한 옵션 아래에서, 사용자 그룹에게 액세스 권한을 부여할 모든 기능의 왼쪽에 있는 상자를 선택하십시오.

**참고:** 관리자만 보고서에 대한 액세스 권한을 부여하지 않고 사용자 그룹과 보고서 보기를 공유할 수 있습니다. 예를 들어, 에이전시에 사용자의 모든 마케팅 프로그램에 대한 액세스 권한을 부여하지 않고 디스플레이 광고 캠페인 결과에 대한 액세스 권한만 부여할 수 있습니다. 사용자 그룹에서 "마케팅 프로그램" 보고서에 대한 액세스를 제거하십시오. 그런 다음 마케팅 프로그램으로 이동하여 새 보고서 보기(예: 디스플레이 캠페인)를 작성한 후 저장하십시오. 그런 다음 **공유**를 클릭하여 해당 보기를 에이전시의 그룹과 공유하십시오.

## IP 제한사항 관리

사용자 계정을 주의 깊게 할당하고 관리하면 사용자의 보고서가 충분히 보호되지만 Digital Analytics 보고서에 액세스할 수 있거나 액세스할 수 없는 IP(Internet Protocol) 주소를 지정할 수도 있습니다.

맨 위에 있는 검색 상자에서 IP 범위를 검색하십시오. 열 머리글을 클릭하여 열을 오름차순 또는 내림차순으로 정렬하십시오. 범위를 제거하려면 왼쪽에 있는 선택란을 클릭한 후 IP 범위 삭제를 선택하십시오. 범위를 편집하려면 **IP 범위** 하이퍼링크를 클릭하십시오.

### 새 IP 범위 작성

1. 새 IP 범위를 클릭하십시오.
2. IP 범위를 설정할 **클라이언트 ID**를 선택하십시오.
3. 동작을 결정하십시오.
  - **IP 범위로부터 액세스 허용**: 지정하는 IP 범위에서만 보고서에 액세스할 수 있습니다.
  - **IP 범위로부터 액세스 제한**: 지정하는 IP 범위에서는 보고서에 액세스할 수 없습니다.
4. IP 범위를 입력하십시오.
5. 저장을 클릭하십시오.

### 비밀번호 설정

현재 비밀번호 설정이 비즈니스에 필요한 것보다 엄격하다고 판단되는 경우에는 완화된 설정으로 조정할 수 있습니다. 표준 비밀번호는 길이가 8자여야 하지만 특수 문자는 필요하지 않습니다. 또한 비밀번호 만료 정책을 지정할 수 있습니다.

### 내보내기 설정

내보내기 설정 영역을 사용하면 관리자가 데이터 내보내기에 필요한 매개변수를 보고 편집하고 작성할 수 있습니다. 이 설정은 Digital Recommendations, Import, 표준 데이터 내보내기, LIVEmail 및 Digital Analytics - 다른 내보내기 사이의 WebSphere Commerce 통합에 사용됩니다.

### 내보내기 관리

양식의 맨 위에 있는 검색 상자를 통해 관리자는 설정된 내보내기 설정의 보기를 신속하게 좁힐 수 있습니다. 열 머리글을 클릭하여 열을 오름차순 또는 내림차순으로 정렬하십시오. 내보내기 설정을 제거하려면 왼쪽에 있는 선택란을 선택한 후 **SFTP 대상 삭제**를 클릭하십시오. 내보내기 설정을 편집하려면 내보내기 대상 이름 옆에 있는 하이퍼링크를 클릭하십시오. 대상을 활성화하려면 상자를 선택한 후 **공개**를 클릭하십시오.

### SFTP 대상 작성

SFTP 대상을 작성하려면 **SFTP 대상 작성**을 클릭하십시오. **클라이언트 ID**를 선택하고 대상에 이름을 지정하고 SFTP 서버, 포트, 디렉토리 경로, 사용자 이름 및 비밀번호를 지정하십시오. 그런 다음 **SFTP 전송 옵션**을 선택하십시오.

### 추가 필드

추가 필드를 사용하여 Digital Analytics 태그의 데이터를 전달하는 경우에는 이 페이지에서 이 필드에 사용자 정의 제목(예: "별명")을 지정하여 해당 필드가 이 의미 있는 이름으로 표시되도록 할 수 있습니다. 선택적 또는 추가 필드를 설정하려면 다음을 수행하십시오.

1. 필드 유형이 **전사적 상품 정적 속성**으로 설정됩니다.
2. 적절한 **별명** 필드에서 각 필드에 대해 필요한 별명을 입력하십시오.
3. 드롭 다운 목록에서 이 필드에 대한 데이터 유형을 선택하십시오. 유형은 **텍스트** 또는 **숫자**가 될 수 있습니다.
4. 필드에 대해 적합한 **설명**을 입력하십시오.
5. **저장**을 클릭하십시오.

## 자주 질문되는 내용(FAQ)

이 절에는 Digital Recommendations에 대해 자주 질문되는 내용(FAQ)에 대한 응답이 포함되어 있습니다.

## 오피

### Q. 설정 인터페이스에 제공된 옵션보다 긴(또는 짧은) 데이터 분석 기간을 지정할 수 있습니까?

A. 예. 오피에 기본 데이터 분석 기간이 설정되어 있습니다. 오피를 구성할 때 사용 가능한 것보다 긴 데이터 분석 기간이 필요한 경우에는 Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트에게 문의하여 설정을 변경하십시오.

### Q. 수신되는 활동이 거의 없는 항목이 있는 경우에는 어떻게 합니까? 이 항목이 계속 권장사항을 수신할 수 있습니까?

A. 예. Digital Analytics 지원 부서에 문의하여 오피가 충분한 권장사항을 수신하도록 필요한 설정을 설정하십시오. 기본적으로 Digital Recommendations는 일별 및 주별 오피의 경우에는 항목 페이지 뷰가 있는 세션이 5개 이상인 항목을 활성 항목으로 정의하고 월별 오피의 경우에는 페이지 뷰가 있는 세션이 10개 이상인 항목을 활성 항목으로 정의합니다. 사이트 구역에서 권장사항 요청이 발행되면 볼륨이 적은 항목이 최저 임계값을 충족하는 데 실패하거나 요청된 대상에 대한 권장사항 데이터를 사용할 수 없게 되는 경우 권장사항 제공을 지원하기 위해 동적 권장사항 대체 프로세스를 호출할 수 있습니다. 지정된 대상 항목 ID에 대해 권장사항을 사용할 수 없는 경우 Digital Recommendations는 대상 카테고리에 대한 카테고리 권장사항을 기본값으로 설정할 수 있으며 대상 제품 카테고리의 최상위 판매 항목을 전송합니다.

### Q. 사이트에 소개된 새 제품이 있는 경우에는 어떻게 합니까? 해당 제품이 계속 권장사항을 수신할 수 있습니까?

A. 예. 해당 제품이 Enterprise Product Content Mapping File에 추가된 경우 Digital Analytics는 카테고리 백업 권장사항을 제공할 수 있으며 이는 대상 제품 카테고리의 최상위 판매 제품이 됩니다. Digital Analytics 지원 부서에 문의하여 오피가 충분한 권장사항을 수신하도록 필요한 설정을 설정하십시오.

### Q. Digital Recommendations 사용자 인터페이스에 있는 Digital Recommendations 아카이브에 나열되는 항목은 무엇입니까?

A. Digital Recommendations 아카이브 페이지에는 Digital Recommendations가 최근 3개월 동안 실행한 모든 항목이 포함되어 있습니다. 오피에 있는 대상 제품 수, 오피에서 전달되는 권장사항 수, 사용되는 연관관계 가중치 설정 및 오피의 데이터 분석 기간에 액세스할 수 있습니다.

### Q. 오피에 사용할 방문자 활동 기간을 어떻게 판별합니까?

A. 이에 대한 응답은 제품 혼합 및 고객 상호작용 패턴에 따라 다릅니다. 데이터 분석 기간이 더 길면 더 많은 데이터를 고려하여 일반적으로 Digital Recommendations가 더 많은 수의 대상 제품에 대해 더 많은 수의 권장사항을 작성할 수 있습니다. 또한 데이터 분석 기간이 더 짧으면 구매자 구매 선호도 및 계절적 변동의 변경사항이 더 신속하게 반영됩니다. 최소값으로는 7일이 권장됩니다. 최적 기간을 판별하려면 다양한 기간을 관찰하는 오피를 테스트하십시오. 3개의 오피 내보내기를 작성할 수 있습니다. 7일에 대해 하나, 14일에 대해 하나 그리고 45일에 대해 하나를 설정하십시오. 파일이 처리되면 SFTP 서버에서 해당 파일을 픽업하여 하드 드라이브에 저장한 후 Excel로 여십시오. 각 파일에서 행 수를 세어 보십시오. 이 수를 웹 사이트에서 판매에 현재 사용 가능한 알려진 활성 제품 수의 합계와 비교하십시오. 일반적으로 가장 많은 대상 제품 수를 제공하는 가장 짧은 데이터 분석 기간을 선택해야 합니다. 이는 Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트와 함께 수행해야 합니다. 이때 큰 파일을 탐색하여 제품 ID 및 연관관계 점수를 관찰하여 데이터가 예상 데이터와 동일한지 확인하십시오. 더 긴 데이터 분석 기간은 Digital Analytics 스택에 의해 요청되고 구성될 수 있습니다.

**참고:** 제품이 EPCMF에 존재하며 분석 기간 동안 해당 카테고리의 제품이 판매된 경우 시스템이 해당 제품에 대한 권장사항을 생성하도록 오피에 대한 설정을 사용으로 설정할 수 있습니다. 시스템에서는 카테고리 대체 권장사항을 사용하여 권장사항을 작성합니다.

### Q. 비즈니스 규칙 변경과 같이 오피에 대해 변경사항을 작성하는 경우 웹 사이트에서 해당 변경사항이 적용되는 데 얼마나 걸립니까?

A. Digital Recommendations 인터페이스에서 제어되는 모든 변경사항은 하루에 한번 실행되어 최종 권장사항 세트에 업데이트됩니다. 여기에는 오피 설정, 새 비즈니스 규칙 또는 AB 테스트의 실행이 포함됩니다. 예를 들어, 월요일에 인터페이스에서 오피에 대한 변경사항이 작성되면 이 변경사항은 화요일 이른 아침에 적용되며 동시에 오피 업데이트 처리가 완료됩니다. 이는 일반적으로 클라이언트 ID의 시간대에서 오전 3시와 오전 8시 사이이지만 클라이언트 데이터 처리 로드 볼륨에 따라 다릅니다. 제품을 블랙리스트에 등록하면 한 시간 내에 적용됩니다.

### Q. 모든 대상 제품에 대해 11개 이상의 권장사항을 전달할 수 있도록 Digital Recommendations를 사용자 정의할 수 있습니까?

A. 예. Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트에게 문의하십시오. Digital Recommendations가 일부 또는 모든 항목에 대해 30개의 권장사항을 생성하기에 충분한 데이터를 수신하지 않을 수 있다는 것에 유의해야 합니다. 이는 데이터 분석 기간, 활성 제품의 최저값, 사이트에서 수신되는 트래픽의 볼륨에 따라 다릅니다.

비즈니스 규칙 변경사항은 미리보기를 작성하여 즉시 테스트할 수 있습니다. 미리보기에는 제품의 권장사항에 대한 규칙 변경의 효과가 표시되지만 실제 변경은 스케줄된 다음 정기 처리 시간까지 웹 사이트에서 발생하지 않습니다.

**Q. 30개의 권장사항을 수신하도록 내 오퍼를 설정했지만 Digital Recommendations가 모든 대상에 대해 이보다 적은 수의 권장사항을 생성합니다. 그 이유는 무엇입니까?**

A. Digital Recommendations가 일부 또는 모든 항목에 대해 30개의 권장사항을 생성하기에 충분한 데이터를 수신하지 않을 수 있습니다. 이는 데이터 분석 기간, 활성 제품의 최저값, 사이트에서 수신되는 트래픽의 볼륨에 따라 다릅니다.

**Q. Digital Recommendations의 인터페이스에 요청된 권장사항 수를 선택할 수 있는 위치가 여럿 있습니다. 오퍼 설정 패널에 하나의 설정이 있고 구역 설정 패널에 하나의 설정이 있고 AB 테스트 패널에 하나의 설정이 있습니다. 이들 설정은 어떤 관계입니까?**

A. 오퍼가 플랫폼 파일 전달로 설정된 경우에는 오퍼 설정 패널에서만 요청된 권장사항 수를 설정할 수 있습니다. 동적 권장사항의 경우에는 구역 설정 패널에서 요청된 권장사항 수를 선택합니다. 이 값은 A/B 테스트 설정 패널에서 값을 변경하여 A/B 테스트 중에 대체될 수 있습니다. 기본 설정인 12개보다 많은 수의 권장사항을 사이트 구역에 전송하려면 이를 사용할 수 있도록 Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트가 백엔드 설정을 편집해야 합니다.

## 알고리즘 및 연관관계

**Q. 내 제품 오퍼 작성 시 연관관계 점수 모두를 사용하지 않으려는 경우에는 어떻게 합니까? 예를 들어, 구매 포기에서 구매로 연관관계를 사용하지 않으려면 어떻게 해야 합니까?**

A. 개별 연관관계 유형에 대한 가중치를 0으로 설정하면 최종 제품 연관관계 인덱스의 계산에 미치는 영향이 최소화되며 다른 연관관계 유형으로부터의 데이터가 없는 경우에만 권장사항이 제공됩니다. 하지만 연관관계 가중치를 0으로 설정하는 것은 권장되지 않습니다. 최소 사이트 상호작용을 수신하는 제품에 권장사항이 기반으로 할 데이터가 가능한 한 많이 제공되도록 최소한 각 연관관계 유형으로부터의 일부 데이터를 열어 두는 것이 가장 좋습니다.

**Q. 오퍼에서 제품 연관관계 인덱스 또는 개별 연관관계 값이 나타내는 것은 무엇입니까?**

A. 개별 연관관계 점수에 대해 표시되는 실제 숫자 값은 값만 표시될 때는 실질적인 의미를 가지지 않습니다. 이 값은 서로 또는 제품 사이에서 비교될 때 의미를 가지는 조건부 확률에 해당하는 숫자입니다. 예를 들어, 보기에서 보기로 연관관계 점수 45.343은 그 자체로 의미가 있는 것은 아닙니다. 하지만 이 점수를 제품 쌍을 권장하는 동일한 대상 제품에 대한 보기에서 구매로 연관관계 점수 10.567과 비교하면 대상 제품을 보는 세션에서 권장 제품을 구매하는 비율보다 보는 비율이 약 4배가 된다고 해석할 수 있습니다. 마찬가지로 지정된 대상 제품에 대해 다양한 권장 제품의 보기에서 보기로 연관관계 점수를 비교한 경우에는 대상 제품을 본 세션에서 각각의 권장 제품을 보는 확률을 상대적으로 확인할 수 있습니다.

**Q. 사용자 인터페이스의 오퍼 설정에서 연관관계 가중치의 합이 100이어야 합니까?**

A. 아니요. 최종 제품 연관관계 인덱스를 계산하기 위해 개별 연관관계 점수에 적용되는 승수 값이 있습니다. 1에서 100까지의 모든 정수 값을 입력할 수 있습니다. 0을 연관관계 가중치 값으로 입력할 수 있지만 모든 연관관계 유형에는 0보다 큰 값을 설정하는 것이 좋습니다. 사이트 상호작용을 수신하는 제품에 권장사항이 기반으로 할 데이터가 가능한 한 많이 제공되도록 최소한 각 연관관계 유형으로부터의 일부 데이터를 열어 두는 것이 가장 좋습니다.

**Q. 권장사항을 판별할 때 Digital Recommendations가 여러 세션에서 동작을 조사합니까?**

A. 구매에서 구매로 연관관계는 데이터 분석 기간에 대한 방문자 세션에서 계산됩니다. 기타 연관관계는 모두 동일 세션 데이터만 기반으로 하여 계산됩니다.

**Q. 최종 연관관계 인덱스 점수 0이 의미하는 것은 무엇입니까? 관련성이 0임을 나타내는 것입니까? 만일 그렇다면 이 점수가 파일에 있는 이유는 무엇입니까?**

A. 최종 연관관계 인덱스 점수 0은 다른 권장 항목과 비교하여 관련성이 낮지만 일반적으로 이 항목이 권장사항 파일에 남아 있어야 함을 의미합니다. 일별 및 주별 오퍼의 경우에는 제품 페이지 뷰가 있는 세션이 5개 이상이 되고 월별 오퍼의 경우에는 페이지 뷰가 있는 세션이 10개 이상이 될 때까지 제품은 권장사항에 대해 활성 상태가 되지 않습니다. 이 최저값은 권장사항이 이 최소값에 의해 정의된 데이터 세트를 기반으로 하도록 설정되었습니다. 제품의 최종 연관관계 인덱스(Digital Recommendations 파일에 표시되는 숫자)는 수집된 모든 데이터와 각각의 연관관계 유형에 대한 연관관계 가중치 설정을 고려한 제품의 상대적인 순위입니다. Digital Recommendations 파일에 최종 연관관계 인덱스 0이 표시되는 경우 이는 낮은 점수가 3개의 소수 자릿수를 벗어난 값이어서 0으로 반올림되었기 때문입니다. 이 제품은 대상 제품에 대해 통계적 관련성을 가지고 있지만 이 관련성은 낮습니다. 이 권장사항의 사용 여부를 고려할 때는 사이트에 채워지지 않은 컨텐츠 지점을 가지고 있을 때의 잠재적 기회 비용과 이를 수행하면 발생하는 잠재적 매출액 손실을 평가해야 합니다.

## 비즈니스 규칙(Business Rule)

**Q. 권장사항 규칙의 경우 Digital Analytics 제품 카테고리 보고서 및 카테고리 정의 파일에서 카테고리 규칙을 정의할 수 없는 이유는 무엇입니까?**

A. 초기에는 이 방법을 디자인에서 사용했습니다. 클라이언트가 제품 카테고리 보고서 계층 구조에서 카테고리 규칙을 빌드하도록 허용할 수 있기를 바랐습니다. 기본 규칙 관리 유스 케이스가 제품 카테고리 정보에 대해 빌드되므로 이로 인해 다수의 클라이언트가 추가 데이터 가져오기를 정의하지 않아도 되었습니다. 하지만 대부분의 고객은 제품을 여러 카테고리에 배치하는 방식으로 제품 카테고리 보고서를 사용하고 있다는 것을 알게 되었습니다. 예를 들어, 하나의 제품을 재고정리 카테고리, 여성 매장 및 가상 카테고리(예: 검색 및 교차 판매)에 지정할 수 있습니다. 이때 "항목이 여성 매장에 있는 모든 권장사항 제외"라는 규칙을 빌드하는 경우 여성 매장의 항목은 검색, 교차 판매 및 재고정리 카테고리에도 있으므로 예상한 최종 결과를 달성하지 못하게 될 수 있습니다. 전사적 상품 보고서를 사용하려면 하나의 항목을 하나의 카테고리에 지정해야 합니다. 그러면 규칙을 작성할 수 있는 신뢰할 수 있는 정리된 카테고리가 제공됩니다.

**Q. 전사적 상품 보고서 업로드 파일에 있는 제품에 대한 속성을 제공하고 이에 대한 규칙(예: 재고가 5 미만인 모든 권장사항 제외)을 빌드하는 경우 일부 항목에 대해 제공되는 재고 값이 없으면 어떻게 됩니까? Digital Recommendations는 이를 어떻게 처리합니까?**

A. 비즈니스 규칙 정책이 이를 처리합니다.

**Q. 하나의 오퍼에 대해 다수의 규칙을 작성했으며 지금 새 오퍼를 작성하려고 하는데 모든 규칙을 다시 작성하고 싶지는 않습니다. 기존 파일의 모든 규칙 및 설정을 복사하여 새 오퍼를 작성하는 방법이 있습니까?**

A. 예. Digital Recommendations 목록 페이지로 이동하십시오. 사용할 규칙 및 설정이 포함된 오퍼를 찾으십시오. 다른 이름으로 저장을 클릭하십시오. 새 오퍼에 이름을 지정한 후 Digital Recommendations 설정 화면의 맨 아래에 있는 저장을 클릭하십시오.

**Q. 하나 이상의 제품을 특정 제품 또는 제품 카테고리에 대한 제품 페이지의 첫 번째 권장사항으로 프로모션하려면 어떻게 해야 합니까?**

A. 프로모션 비즈니스 규칙을 사용하여 이를 수행할 수 있습니다.

**Q. 첫 번째 전사적 상품 보고서 파일이 Digital Analytics 데이터베이스에 로드되기 전에 사용자 인터페이스에서 속성 필드의 별명을 지정할 수 있습니까?**

A. 언제든지 속성 필드의 별명을 지정할 수 있습니다. 별명 지정된 속성에 대한 규칙을 정의할 수 있습니다. 주요 원칙은 데이터가 로드될 때까지 해당 속성이 필요한 규칙을 사용하여 오퍼를 '활성화'하지 않는 것입니다. 이미 운용 중인 오퍼의 경우에는 해당 규칙 데이터가 제공될 때까지 클라이언트는 새 규칙을 작성해서는 안 됩니다. 비즈니스 규칙 정책에 따라 Digital Analytics 데이터베이스에 로드된 해당 속성 없이 정의된 규칙은 데이터가 제공되지 않은 모든 항목을 제거할 수 있습니다. 파일에 있는 데이터 필드가 사용자 인터페이스에서 별명 지정된 위치와 올바르게 일치하는지 확인하는 것이 중요합니다.

**Q. 재고 검사를 처리합니까? 클라이언트 측에서 이를 수행할 수 있습니까?**

A. 예. 하지만 이는 사용자의 기능에 따라 다릅니다. 접근 방식은 클라이언트별로 다를 수 있습니다. 하나의 대형 소매업체에서는 재고가 부족한 제품의 이미지를 Akamai에서 가져오고 "사용 가능한 이미지 없음" 표시기로 바꾸는 기법을 사용합니다. 권장사항 렌더링 시 권장사항 세트에 있는 제품이 "이미지 없음" 표시기를 가져오는 경우 클라이언트의 코드는 권장사항 세트에 있는 다음 제품으로 이동합니다. 사용자의 구현에서 권장사항을 표시하기 전에 클라이언트 측 검색을 수행하는 경우 Digital Analytics는 권장사항이 로드 시 해당 세트에서 제거되는 경우 클라이언트가 결과적으로 사용할 권장사항보다 많은 권장사항을 전송하도록 오퍼를 설정하는 것을 권장합니다.

**Q. 제품 재고는 하루 종일 바뀌는데 재고 레벨을 기반으로 제품을 제공하는 비즈니스 규칙을 설정했습니다.**

**Digital Recommendations가 재고가 있는 항목만 권장하게 하려면 어떻게 해야 합니까?**

A: 하루 종일 바뀌는 재고에 대한 기본 유스 케이스를 처리하려면 클라이언트는 두 가지 대안 중 하나를 고려해야 합니다. 일부 클라이언트는 구역 채우기 함수를 사용하여 권장사항 렌더링 시 재고 부족 상태에 대해 cmRecRequest에서 수신되는 제품을 필터링할 수 있습니다. 이 기능이 가장 효율적인 방법입니다. 클라이언트가 이 기능을 가지고 있지 않은 경우에는 재고 규칙을 사용하여 제품이 권장사항에서 제외되는 제품 회전을 기반으로 최소 재고 임계값을 판별해야 합니다. 예: "재고가 5 미만인 권장사항 제외". 이 규칙은 재고가 0인 제품을 권장하는 경우를 최소화합니다. 재고 임계값 규칙은 모든 제품에 대해 글로벌 레벨에서 설정하거나 제한된 레벨에서 설정하여 다양한 제품 카테고리 또는 개별 제품에 대해 서로 다른 최저값을 설정할 수 있습니다.

## 전사적 상품 보고서

**Q. 잘못 작성한 EPR 파일(ECDF 또는 EPCMF)을 이미 업로드했습니다. 파일을 변경하여 다시 업로드할 수 있습니까?**

A. EPR 파일을 변경하여 정정된 파일을 업로드할 수 있습니다. 하지만, 다음으로 스케줄링된 야간 프로세스에서 처리됩니다. ECDF와 EPCMF 파일 모두 성공적으로 처리되었는지 확인하려면 매일 15분 이내의 간격으로 또는 동시에 두 파일 모두 로드하십시오.

**Q. 내 전사적 상품 보고서(EPR) 파일이 시스템에 로드된 것을 어떻게 알 수 있습니까?**

A. 가져오기 도구를 사용하여 EPR 파일 업로드의 기록 및 상태를 확인하십시오. **관리 > 아카이브 가져오기**로 이동하여 파일이 수신되고 로드되었는지 확인하십시오.

**Q. EPR 파일의 마지막 성공적인 로드를 어떻게 판별할 수 있습니까?**

A. 가져오기 도구를 사용하여 EPR 파일 업로드의 기록을 확인하십시오. **관리 > 아카이브 가져오기**로 이동하여 파일이 수신되고 로드되었는지 확인하십시오. 날짜별 마지막 성공적인 업로드를 확인하십시오.

**Q. 전사적 상품 보고서(EPR)에 표시되는 카테고리가 규칙을 정의하기 위해 카테고리에서 선택할 수 있는 Digital Recommendations 규칙 도구에 표시되는 카테고리와 정확하게 일치하지 않습니다. 그 이유는 무엇입니까? 문제가 있는 것입니까?**

A. 대부분의 경우에는 문제가 없습니다. EPR 보고서는 보고서에 지정된 기간 동안 판매가 발생한 카테고리만 표시합니다. Digital Recommendations 규칙 시스템에 있는 Digital Recommendations 카테고리 선택기는 판매 유무에 관계없이 EPR 파일에 의해 정의된 모든 카테고리를 표시합니다. 표시되는 항목 판별 시 이와 같은 차이점으로 인해 혼동이 유발됩니다.

**Q. Enterprise Category Definition File에 정의된 새 계층 구조를 로드했습니다. 규칙 인터페이스로 이동하여 카테고리 트리를 선택하면 이전 계층 구조와 새 계층 구조가 표시됩니다. 그 이유는 무엇입니까?**

A. 시간 경과에 따라 Enterprise Category Definition File 카테고리가 변경될 때 이전 카테고리는 Digital Recommendations 규칙 인터페이스의 카테고리 트리 구조에서 제거되지 않습니다. 이 인터페이스에서는 시스템에 있는 모든 값에 대한 보기를 제공합니다. Enterprise Category Definition File 계층 구조를 완전히 업데이트(변경)하고 이전 카테고리를 제거하려면 Digital Analytics 지원 부서에 문의해야 합니다. 지원 부서에서는 데이터 테이블에서 모든 데이터를 삭제하고 새 Enterprise Category Definition File 계층 구조를 다시 로드합니다.

**참고:** 이 프로세스는 EPR 관련 테이블에서 모든 데이터를 제거합니다. 모든 Digital Recommendations 관련 카테고리 규칙을 다시 작성해야 합니다. 또한 다른 Digital Analytics 애플리케이션이 EPR 데이터(예: 검색 테이블)를 사용할 수 있기 때문에 다음 날 Digital Analytics 프로세스 세트가 시작되기 전에 동일한 날에 EPR 데이터를 정리한 후 다시 로드해야 합니다. 그러면 다른 Digital Analytics 애플리케이션이 예상하는 데이터가 확실하게 제공됩니다.

**Q. Enterprise Category Definition File을 업데이트하고 Digital Analytics가 EPR 테이블을 정리하여 새 제품 분류를 반영하게 했습니다. Digital Recommendations 규칙 도구의 카테고리 트리에는 새 카테고리 구조가 표시되지만 전사적 상품 보고서는 이전 계층 구조를 계속 표시합니다. 지금 두 카테고리 구조가 일치하지 않는 이유는 무엇입니까?**

A. 이전에 처리한 전사적 상품 보고서 데이터는 보고서가 처리될 때 시스템에 있었던 값을 보유하고 있습니다. 이후 처리되는 모든 EPR 보고서는 새 카테고리 값을 표시합니다.

## 카테고리 권장사항(Category Recommendations)

**Q. Category Definition File 카테고리를 기반으로 카테고리 권장사항을 작성하는 경우 다수 제품의 판매가 가상 카테고리(예: "검색" 및 "교차 판매")에 할당되므로 탐색 카테고리의 최상위 판매 항목이 해당 카테고리에 대한 최적의 최상위 판매 항목 목록이 아닐 수 있습니다. 웹 사이트에 다수의 카테고리에 지정된 항목이 있습니다. Digital Recommendations는 대체 권장사항을 제공하기 위해 사용할 카테고리를 어떻게 압니까?**

A. CDF 파일을 기반으로 하는 카테고리 오픈인 "사이트 카테고리"에 대한 카테고리 오픈 설정 인터페이스에서 클라이언트는 상위 10개 가상 카테고리를 입력할 수 있습니다. Digital Recommendations 오픈이 업데이트될 때 백엔드 프로세스는 식별된 가상 카테고리에 있는 항목의 매출액을 사이트 태그를 사용하여 전송된 마지막 가상이 아닌 카테고리에 할당합니다. 카테고리 값은 제품 카테고리 보고서에 표시된 값(사이트 태그에 전달된 값이 아님)을 사용하여 사이트 카테고리 오픈의 인터페이스에 입력해야 합니다. 10개보다 많은 가상 카테고리가 있는 경우에는 매출액을 기준으로 상위 10개 가상 카테고리를 식별하십시오. 일반적으로 10개로도 충분히 가상 카테고리 매출액의 의미 있는 재할당을 제공할 수 있습니다.

## 대체 권장사항

**Q. 오퍼 설정 패널에서 사이트 구역에 전달될(동적 전달) 오퍼를 설정하면 대체 사용 선택 상자가 사라집니다. 사이트 구역에 전달된 오퍼에 대한 오퍼 기반 대체 권장사항을 사용하려면 어떻게 해야 하나요?**

A: 오퍼 기반 대체 권장사항은 사이트 구역 전달에 대해 설정된 모든 오퍼에 대해 자동으로 사용할 수 있습니다. 전사적 상품 보고서 카테고리 권장사항 오퍼를 사용할 수 있으면 필요한 경우 대체 권장사항이 오퍼 및 오퍼 규칙 프로세스에 삽입됩니다.

**Q. 웹 사이트에서 대상에 대한 페이지 뷰가 없는 경우에도 대체 구성요소가 Enterprise Product Content Mapping File에 있는 모든 항목에 대한 카테고리 최상위 판매 항목을 제공합니까?**

A: 예, 사용자가 원할 경우 제공합니다. 오퍼의 오퍼 설정 탭에서 고급 옵션을 클릭하십시오. "최신 Enterprise Product Content Mapping File에서 보기 또는 구매 활동이 충분하지 않은 제품에 대한 카테고리 기반 권장사항 생성" 옵션을 선택하십시오.

**Q. 대체 권장사항이 올바르게 구성된 경우 사용자 인터페이스의 구역 영역에서 설정한 수의 권장사항을 수신할 것으로 예상할 수 있습니까?**

A: 오퍼 대체 프로세스는 요청된 수의 권장사항을 작성하기 위해 작업하지만 예상된 수의 권장사항을 구역에 전달할 수 없는 경우도 있습니다. 일반적으로 권장사항이 기반으로 하는 방문자 활동이 부족하거나 비즈니스에 대한 제한이 과도한 것이 원인입니다. 요청한 수의 권장사항을 항상 전달하려면 가능할 때마다 클라이언트가 제외 규칙 대신 항상 우선순위 지정 해제 비즈니스 규칙을 사용하는 것이 중요합니다.

## 동적 권장사항

**Q. 실시간 권장사항에 의한 요청 로드를 처리하기 위해 시스템이 어떻게 디자인되어 있습니까?**

A. Digital Recommendations 데이터가 CDN(Content Delivery Network)에 전파됩니다. 속도와 가용성을 보장하기 위해 데이터는 전세계의 에지 서버에 있는 캐시에 배치됩니다. 세계 최고의 프리미엄 콘텐츠 전달 네트워크이자 콘텐츠 전달 업계의 선두 주자인 Akamai를 본사의 CDN 제공업체로 사용하고 있습니다. Akamai의 콘텐츠 전달 네트워크는 세계 최대의 분산 컴퓨팅 플랫폼 중 하나이며 전체 웹 트래픽의 15 ~ 30% 정도를 담당하고 있습니다.

**Q. 제품에 대한 권장사항 데이터를 사용할 수 없는 경우에는 어떻게 하나요? 시스템에서는 이를 어떻게 처리합니까?**

A. 사이트 구역에서 cmRecRequest가 발행되면 새 제품 소개, 보기 최저 임계값을 작성하지 않는 낮은 볼륨 항목 또는 요청된 대상에 대한 권장사항 데이터를 사용할 수 없게 되는 경우를 처리하기 위해 대체 프로세스가 제공됩니다. 대상 제품 및 카테고리 ID가 cmRecRequest에서 전달됩니다. 지정된 대상 제품 ID에 대한 권장사항을 사용할 수 없는 경우 Digital Recommendations는 Digital Recommendations 요청에 선택적으로 전달될 수 있는 카테고리 ID에 대한 카테고리 권장사항을 기본값으로 지정하도록 설정될 수 있습니다. cmRecRequest에서 전달된 카테고리 ID는 구성된 카테고리 권장사항 오퍼(CDF 또는 EPR 카테고리)인 사이트 중 하나에서 제공되는 유효한 카테고리 ID여야 합니다. 그리고 이 카테고리 ID 권장사항은 비즈니스 규칙에 의해 처리되지 않습니다.

**Q. 두 개의 구역이 하나의 페이지에 있는 경우 동일한 제품이 두 번 권장되지 않도록 하기 위해 어떤 조항이 배치됩니까?**

A. 동적 권장사항의 일부로서 충돌 해결 기능이 중복 권장사항을 제거합니다. 각 페이지에 대해 전송되는 첫 번째 cmRecRequest에 우선순위가 제공됩니다. 우수 사례는 접기 위의 가시성이 가장 높은 권장사항 구역의 페이지 코드에서 해당 cmRecRequest가 첫 번째 위치에 있는 것입니다.

**Q. 구역 ID는 대소문자를 구분합니까? 특수 문자에 대한 주의사항이 있습니까?**

A. 예, 구역 ID는 대소문자를 구분합니다. 공백은 구역 ID에 대해 유효한 문자가 아닙니다. 지원되는 유일한 특수 문자는 밑줄입니다.

**Q. 동적 권장사항은 페이지 로드 속도에 어떤 영향을 미칩니까? 요청이 페이지 로드를 방해할 수 있습니까?**

A. 모든 Digital Analytics 태그 작성 기능 및 권장사항 요청은 다른 페이지 작업과 비동기로 처리됩니다. 이는 다른 페이지 구성요소를 방해하거나 속도를 저하시키거나 이에 중속되지 않습니다. 일반적인 클라이언트 응용 웹 페이지의 복잡도에 의해 영향을 받지 않는 HTML 페이지로부터의 Digital Recommendations 요청에 대한 일반적인 라운드트립은 20밀리초입니다.

**Q. 장바구니에 둘 이상의 제품이 있는 경우 대상 제품으로 cmRecRequest에 전달되는 제품을 어떻게 판별합니까?**

A. 우수 사례는 마지막으로 장바구니에 추가된 항목 또는 장바구니에서 가장 비싼 항목을 기반으로 권장사항을 작성하는 것입니다. 혼합된 권장사항을 기반으로 권장사항을 작성하면 결과 권장사항이 혼합될 때 "매출액 전환"이 왜곡되므로 더 많은 전환이 발생하는 것으로 입증되지 않았습니다.

**Q. 전사적 상품 보고서 속성을 구역 채우기 함수에 전달하는 옵션이 있는 이유는 무엇입니까?**

A. 최종 콘텐츠의 렌더링을 지원하기 위해 권장 제품에 대한 추가 제품 메타데이터를 다시 전송받기를 원할 수 있습니다. 이 속성은 예를 들어 썸네일 이미지의 위치, 제품 페이지 URL, 가격 및 제품의 간략한 설명을 포함할 수 있습니다. 이 접근 방식은 제품 ID만을 기반으로 권장사항을 렌더링할 수 없는 경우에만 사용해야 합니다.

**Q. EPR 보고서의 Enterprise Product Content Mapping File에 있는 속성 값의 길이가 2,000자로 제한됩니다. 2,000자를 초과하는 전체 URL과 같은 긴 값을 동적 권장사항 응답 메시지에 전달하려면 어떻게 해야 합니까? 이를 수행하는 방법이 있습니까?**

A. 속성 값에 일관된 접두부(예: 제품 썸네일 이미지 URL)가 항상 포함되어 있는 경우 이 접두부는 특정 속성에 대한 Digital Recommendations의 백엔드에서 정의할 수 있습니다. 이를 통해 2,000자보다 긴 값을 처리할 수 있습니다. 이는 권장사항 응답 메시지에 있는 한 위치에 저장되며 구역 채우기 함수에 데이터를 전달하기 전에 io.js 파일에 의해 구성됩니다. 이 기법은 동적 권장사항에 대해서만 지원됩니다. 이 기법은 동적 권장사항에 대해서만 지원됩니다. 이 접두부는 다른 Digital Analytics 애플리케이션 함수에는 사용할 수 없습니다.

**Q. 사용자 안내서에는 구역 채우기 함수에 전달되는 권장사항 배열에 있는 값이 작은따옴표로 묶이고 쉼표로 구분된다고 되어 있습니다. 이 값은 하드 코딩됩니까 아니면 변경할 백엔드 설정이 있습니까?**

A. 구성 가능한 응답 메시지를 제공할 계획이 없습니다.

**Q. 구역 헤더 텍스트의 문자 제한은 몇 자입니까?**

A. 96자입니다.

**Q. 로컬로 호스팅되는 라이브러리의 경우 Digital Recommendations JavaScript 라이브러리는 어느 사이트 페이지에서 추가해야 합니까?**

A. 대부분의 클라이언트는 호스팅된 라이브러리를 사용합니다. 하지만 여전히 로컬로 호스팅된 라이브러리를 사용하는 클라이언트의 경우 사용자는 해당 라이브러리를 Digital Analytics eluminate.js 라이브러리와 동일한 위치에서 추가해야 합니다.

**Q. Digital Analytics에 의해 캡처되는 제품 ID가 전자상거래 시스템이 사이트에 제품을 표시하기 위해 사용하는 제품 ID와 다른 경우에는 어떻게 됩니까? 이 시나리오에서 동적 권장사항은 어떻게 작동합니까?**

A. 각각의 제품 권장사항에 대해 선택적으로 제품에 대한 추가 데이터가 Digital Recommendations 응답 메시지에 포함될 수 있습니다. 이 데이터는 EPR 파일에서 속성으로 제공됩니다. 이 경우 속성 중 하나는 EPR 파일에서 클라이언트에 의해 제공된 후 Digital Recommendations 응답 메시지에서 클라이언트에게 다시 전달되는 대체 제품 ID입니다. 하지만 Digital Recommendations 요청을 작성하는 경우 클라이언트는 Digital Analytics 태그에 전달된 제품 ID를 사용해야 합니다. 클라이언트는 이미 Digital Analytics 태그에서 해당 값을 채우고 있기 때문에 이는 문제가 되지 않습니다. Digital Analytics 지원 부서에 문의하여 대체 제품 ID 사용을 올바르게 설정하십시오.

**Q. 플래시 오브젝트로 권장사항을 렌더링하고 싶습니다. 이것이 가능합니까?**

A. 플래시와 JavaScript 사이에서는 쉽게 커뮤니케이션을 수행할 수 있습니다. 플래시와 JavaScript에 대해 알고 있는 개발자는 문제 없이 이를 수행할 수 있습니다.

## Digital Recommendations 개인화

**Q. 방문자가 Digital Recommendations 개인화 쿠키를 삭제하면 어떻게 됩니까?**

A. 해당 쿠키가 삭제됩니다.

**Digital Recommendations는 쿠키를 어떻게 사용합니까?**

A. Digital Recommendations는 두 가지 쿠키를 사용합니다. 세션 쿠키는 A/B 테스트가 활성 상태인 경우에만 방문자를 A/B 테스트 그룹으로 그룹화하기 위해 사용됩니다. 영구 퍼스트 파티 쿠키는 클라이언트 도메인 아래에 배치됩니다. 이 쿠키는 개인화에 대한 방문자 데이터를 관리하는 데 사용되며 Digital Analytics 라이브러리에 대한 후크를 사용하여 실시간으로 업데이트됩니다. 영구 쿠키에 저장되는 정보는 다음과 같습니다.

- 최근에 본 제품의 정렬된 목록
- 장바구니에 추가된 항목의 정렬된 목록
- 구매된 항목의 정렬된 목록
- 최근에 본 카테고리의 정렬된 목록
- 방문자에게 가장 인기 있는 카테고리를 판별하기 위해 본 카테고리에 대한 개수가 유지됩니다.

**Q. 사이트에서 다수의 쿠키를 사용합니다. 총 쿠키 수와 총 쿠키 크기가 걱정됩니다. 이를 관리하는 방법은 무엇입니까?**

A. Digital Recommendations 개인화 쿠키를 추가하여 IE 6 이하 브라우저에서 쿠키 수가 20개를 초과하는 경우에는 세션 쿠키와 Digital Recommendations 개인화 쿠키가 작성되지 않습니다. 기타 모든 브라우저의 경우 Digital Recommendations가 유지하는 제한은 30개입니다. 하나의 브라우저가 도메인당 지원해야 하는 최소 쿠키 수는 RFC 2109 섹션 6.3에 지정된 대로 20개이며 이 수는 IE 6 이하의 경우 지원되는 최대값입니다. 현재 브라우저는 대부분 도메인당 50개의 쿠키를 지원합니다. Opera는 30개를 지원합니다.

쿠키를 설정할 수 없는 경우에는 권장사항을 개인화할 수 없습니다. 예를 들어, 오퍼가 "마지막으로 구매한 제품"을 기반으로 하는 경우에는 대상을 판별할 수 없습니다. 이로 인해 권장사항 계획에는 언제나 대체 단계가 있어야 합니다. 일반적으로는 대체 단계를 구성하여 전체 최상위 판매 항목을 권장합니다.

Digital Recommendations 쿠키의 일반적인 크기는 약 150바이트입니다. Digital Recommendations 쿠키에 저장되는 데이터는 난독화되어 각 목록의 크기를 압축합니다. 쿠키에 있는 각 목록에는 저장되는 구성 가능한 수의 요소가 포함되어 있습니다. 목록 롤오프에 대한 이 구성은 클라이언트 eluminate.js 파일에서 정의되고 문서화됩니다.

예를 들어, 저장되는 구매한 항목의 기본 수는 최근 7개 항목입니다. 8개 항목이 구매되면 목록에서 가장 오래된 항목이 롤오프됩니다.

다양한 브라우저에서 다양한 개별 및 집합 쿠키 크기를 사용할 수 있습니다. 이 동작이 방문자의 브라우저에 허용된 바이트 수를 초과하는 경우 Digital Recommendations는 쿠키에 쓰거나 쿠키를 추가하지 않습니다. 따라서 허용 가능한 최대 쿠키 크기가 모든 쿠키에 대해 4k이든 쿠키당 2k 또는 4k이든 Digital Recommendations 쿠키는 추가 정보가 적합한 경우에만 작성되거나 업데이트됩니다. 이 동작은 브라우저에서 고유한 기본 동작을 따릅니다.

**Q. 하나의 주문에 여러 항목이 있는 경우 최근에 구매한 제품이 되는 항목을 판별하는 기준은 무엇입니까?**

A. Digital Recommendations는 shop9 레코드로 전송된 마지막 항목을 사용합니다.

**Q. 사용자의 등록 속성 중 일부 유형을 기반으로 개인화를 수행할 수 있습니까? 예를 들어, 등록된 사용자가 사이트로 와서 산업 X에 속하는 경우 해당 산업에 고유한 오퍼를 표시할 수 있습니까?**

A. Digital Recommendations에서는 표시할 수 없습니다. 하지만 이로 인해 더 많은 전환을 전달하는 개인화 접근 방식이 무엇인지에 대한 의문이 생깁니다. 하나의 그룹으로 개인화할까 아니면 개별 방문자로 개인화할까? 개인으로 개인화할 수 있는 경우에는 세부적인 단위 레벨로 작업합니다. 방문자 세그먼트에 있는 개인은 그룹과는 다른 고유 관심사항 및 동작을 가지고 있다는 것을 알고 있습니다. Digital Recommendations 개인화는 개별 방문자 레벨에서 수행됩니다. 방문자가 사이트 이동을 시작하는 즉시 방문자의 관찰된 관심사항에 맞게 권장사항을 조정하는 데 사용되는 데이터가 수집됩니다.

**Q. 권장사항 계획에서 권장사항 대상이 "마지막으로 장바구니에 담긴 제품"이 될 수 있도록 지정할 수 있습니다. Digital Recommendations는 방문자의 장바구니에 마지막으로 추가된 항목을 어떻게 판별합니까?**

A. Digital Recommendations는 Digital Analytics shop5 태그의 마지막 값을 장바구니에 마지막으로 추가된 항목으로 사용합니다.

**Q. 구매한 항목 또는 장바구니에 담긴 항목이 권장사항에서 필터링되도록 개인화 필터링 규칙이 설정되는 위치는 어디입니까?**

A. 해당 규칙은 구역 설정 패널의 설정으로 제공됩니다.

## A/B 테스트

**Q. A/B 테스트 결과를 어떻게 판별합니까?**

A. A/B 테스트가 수행 중일 때 방문자가 A/B 테스트가 활성 상태인 구역에 도달하면 Digital Analytics 요소 태그가 세션당 한 번 전송됩니다. A/B 테스트 결과를 측정하려면 Digital Analytics에서 다음과 같은 도구를 사용하십시오.

- **요소 보고서:** 설정된 테스트 그룹에 속한 방문자에 해당하는 최상위 레벨 메트릭을 보십시오.
- **보고서 세그먼트:** 각각의 테스트 그룹에 대한 키 세그먼트를 작성하십시오. 이를 수행하려면 적절한 요소 카테고리(테스트 이름) 및 본 요소(테스트 그룹 ID)를 세그먼트에 대한 기준으로 사용하십시오. 보고서 세그먼트를 설정하여 최상위 라인 요약 및 제품 카테고리 보고서를 필터링하십시오.
- **제품 카테고리 및 사이트 메트릭 보고서 필터링:** 보고서 세그먼트가 설정되면 제품 카테고리 및 최상위 라인 보고서에 있는 설정 업데이트 단추를 사용하여 이 보고서에 있는 테스트 그룹의 성과를 비교하십시오.

## 태그 지정 및 구현

**Q. 제품 보기 태그를 사용하지 않는 경우에는 어떻게 됩니까? Digital Recommendations를 계속 사용할 수 있습니까?**

A. 아마 사용할 수 있을 것입니다. 조직에 대해 Digital Recommendations를 테스트해야 하지만 네 가지 연관관계 유형 중 두 가지(보기에서 보기로 및 보기에서 구매로 연관관계 점수)는 제품 보기 없이 조직에 대해 "0" 값을 항상 생성한다는 것은 확실하게 알고 있습니다. 하지만 제품 주문을 기반으로 하는 연관관계는 여전히 유효하므로 구매에서 구매로 및 구매 포기에서 구매로 연관관계만을 기반으로 제품 오퍼를 작성하려는 경우 Digital Recommendations를 사용할 수 있습니다.

**Q. Digital Recommendations에 태그 지정 변경이 필요합니까?**

A. 경우에 따라 다릅니다. 기본 집단 지성 동작 권장사항을 제공하기 위해 수집되는 데이터는 표준 Digital Analytics 태그를 사용하여 수집됩니다. 태그 지정 변경은 권장사항을 보고 구매할 때 제품 보기, shop5 및 shop9 태그의 카테고리 ID를 변경하여 Digital Recommendations의 결과가 올바르게 추적되도록 하기 위해 필요합니다. 또한 Digital Recommendations 동적 권장사항을 사용하여 권장사항을 렌더링하는 경우 JavaScript가 사이트에 추가되어 권장사항 데이터를 요청하고 렌더링해야 합니다.

## 플랫 파일

**Q. 동적 권장사항의 도입으로 인해 플랫 파일을 사용하여 권장사항을 계속 수신할 수 있습니까?**

A. 예. 인터페이스에서 오퍼를 설정할 때 클라이언트는 권장사항 데이터 수신 방법을 선택할 수 있습니다. 플랫 파일을 사용하여 권장사항이 전달되는 경우 개인화 및 A/B 테스트는 작동하지 않는다는 점에 유의해야 합니다. 또한 권장사항 응답이 실행되는 경우에는 피드백 루프가 있다는 것에 유의해야 합니다. 제품의 EPR 카테고리에 대한 데이터는 개인화 쿠키에 채워지며 응답 메시지가 전달될 때 가져옵니다. EPR 카테고리는 Digital Recommendations 개인화의 구성요소를 제공하기 위해 사용됩니다. 따라서 이 데이터가 방문자의 쿠키에 채워지지 않기 때문에 클라이언트는 플랫 파일 권장사항과 동적 권장사항을 동일한 웹 페이지에서 혼합해서는 안 됩니다. 이 권장사항을 혼합하면 개인화에 부정적인 영향을 미칩니다.

**Q. 내 권장사항 파일의 일부 행에 "널"이라는 용어가 표시되는 이유는 무엇입니까?**

A. 일부 제품 ID에 대한 데이터가 빈약하고 드물게 오퍼/규칙 대체 권장사항이 요청된 수의 권장사항을 전달하지 않는 것이 원인이 되어 클라이언트가 오퍼 설정에 대해 지정한 수의 권장사항을 채우기 위해 사용할 수 있는 제품 권장사항 데이터가 충분하지 않을 수 있습니다. 이 상황에서 Digital Recommendations는 해당 제품 권장사항 슬롯에 대해 "널"을 입력합니다.

**Q. 플랫 파일을 사용하여 Digital Recommendations 오퍼를 수신하지만 스케줄된 날짜의 오전 8시까지 내 Digital Recommendations 파일이 수신되지 않았습니다. 해당 파일이 약간 늦게 도착했습니다. 그 이유는 무엇입니까?**

A. 로컬 시간으로 오전 8시까지 Digital Recommendations 내보내기를 수신해야 하지만 분석할 데이터 볼륨 수에 따라 이 프로세스가 더 오래 걸릴 수 있습니다. 지금까지 대부분의 클라이언트는 이른 아침에 내보내기를 수신합니다.

Digital Recommendations의 뛰어난 특징은 사용자가 내보내기 전달 날짜를 제어한다는 것입니다. 따라서 매주 또는 매달 지정된 날짜의 오전 5시에 권장사항을 배포하는 것이 아주 중요한 경우에는 배포 전날에 실행되어 전달되도록 내보내기를 설정할 수 있습니다. 이를 수행하면 "데이터 경과 기간"에 하루가 추가되며(권장사항에 크게 영향을 미치지 않음) 기술적으로 '늦은' 이 내보내기는 배포 타이밍 요구사항에 영향을 미치지 않습니다. 또한 장애가 있는지 알려주는 이메일 알림이 애플리케이션에 있습니다. CMC는 클라이언트의 내보내기가 수행되는 방법을 확인하는 뛰어난 도구이며 배포 전날에 장애가 발생하는 경우 Digital Analytics는 시작 요구사항 이전에 반응하여 내보내기를 수정할 수 있는 시간을 가지고 있습니다.

**Q. Digital Recommendations 파일을 압축되지 않은 .txt 파일로 받고 싶습니다. 가능합니까?**

A. 예. 이는 설정 탭에 있는 옵션입니다.

## 보고 및 분석

**Q. 권장사항을 더 자세히 분석하려면 어떻게 해야 합니까? 제품 페이지 권장사항이 수행되는 방법뿐만 아니라 권장사항이 사이트 카테고리별로 수행되는 방식도 알고 싶습니다. 예를 들어, 여성 바지와 여성 탑에서 제품 페이지 권장사항이 어떻게 수행되는지 비교하고 싶습니다.**

A. Digital Analytics Explore에서는 이 레벨의 보고를 사용할 수 있습니다. 이를 수행하려면 제품 카테고리 보고서에서 권장사항 카테고리를 추적하는 데 사용되는 값도 제품 보기, shop5 및 shop9 태그에 Digital Analytics Explore 속성으로 전달되어야 합니다.

**참고:** cm\_vc 카테고리 대체 함수는 이 유스 케이스를 처리하지 않습니다. 클라이언트는 Digital Analytics Explore 사용을 위해 shop5 및 shop9 태그에 올바른 값을 전송하는 작업을 처리해야 합니다.

**Q. 최근 7주 동안 서로 다른 연관관계 가중치를 경험했습니다. 서로 다른 연관관계 가중치가 전환을 변경하는지 확인하기 위해 제품 카테고리 보고서에서 내 교차 판매 프로그램의 성과를 추적하고 있습니다. 내 개인 참고사항에 적어두지 않고도 지난 기간 동안 사용된 연관관계 설정을 참조하려면 어떻게 해야 하나요?**

A: Digital Recommendations 아카이브로 이동하십시오. 최근 90일 동안 전송된 모든 Digital Recommendations 파일의 목록이 표시됩니다. 각각의 내보내기 옆에 있는 노란색 콜아웃 아이콘을 클릭하면 각 Digital Recommendations 파일에 사용된 연관관계 설정이 창에 표시됩니다. 이 정보는 오피 파일의 머리글 행에도 있습니다.

**Q. 교차 판매 성과를 추적하기 위해 태그를 지정하는 경우 제품 카테고리 보고서에 대해 가상 카테고리를 사용하면 내 제품 카테고리에서 매출액을 가져오니까? 제품 카테고리별 매출액 합계를 볼 수 있는 보고서를 가지고 싶습니다. 교차 판매 성과도 추적하고 싶습니다. 어떻게 해야 하나요?**

A. Digital Analytics 제품 카테고리 보고서는 방문자가 제품을 찾고 보고 장바구니에 담고 구매하는 방법에 대한 분석을 제공하기 위해 작성되었습니다. 이 보고서는 탐색 카테고리 및 교차 판매, 검색, 관심 목록 등을 포함할 수 있습니다. Digital Analytics 전사적 상품 보고서는 하나의 항목이 하나의 카테고리에만 있을 수 있는 보고서를 제공합니다. 이 보고서에는 제품 카테고리별 메트릭이 표시됩니다. EPR은 Digital Recommendations와 함께 포함됩니다. 제품 카테고리 보고서를 지원하는 CDF 파일과 매우 비슷한 두 가지 파일을 업로드해야 합니다. Digital Analytics 지원 사이트에서 전사적 상품 보고서 솔루션 브리핑을 참조하십시오.

**Q. 내 권장사항 계획에 여러 단계가 있습니다. 방문자에게 권장사항을 렌더링하기 위해 각각의 단계를 사용하는 빈도를 알려면 어떻게 해야 하나요?**

A: 대상 기호라는 값이 Digital Recommendations 응답 메시지에 전송되었으며 이 값은 권장사항을 제공하는 데 사용된 권장사항 계획에 있는 행을 나타냅니다. 이러한 보고를 제공하기 위해 대상 기호가 Digital Analytics 태그(예: 요소 태그) 또는 제품 보기 추가 필드에서 채워질 수 있습니다.

## 공통 문제 및 해결책

**Q. 내 비즈니스 규칙의 결과가 올바르지 않은 이유는 무엇입니까?**

A. 다음과 같은 여러가지 이유가 있을 수 있습니다.

- 규칙 인터페이스를 확인하여 규칙이 올바르게 설정되었는지 확인하십시오. 다수의 클라이언트는 "할인 판매 대상인 항목을 모두 제거"하려고 할 때 "할인 판매 대상이 아닌 항목을 모두 제거"하도록 지정하는 규칙을 설정했습니다.
- 규칙 도구에 값을 입력할 때 입력한 값이 전사적 상품 보고서 파일을 사용하여 로드된 값과 정확하게 일치하는지 확인하십시오. 예를 들어, 브랜드가 Channel과 동일한 모든 제품을 제외하는 규칙이 있지만 EPCMF 파일에 있는 브랜드 값은 CHANNEL인 경우 해당 항목은 해당 규칙 엔진에 의해 제외되지 않습니다.
- 전사적 상품 보고서 파일이 최신 상태인지 확인하십시오. 보고된 다수의 규칙 문제는 오래된 전사적 상품 보고서 파일로 인해 발생합니다.
- EPR 파일의 최신 사본을 가져오십시오. 해당 제품에 대해 전사적 상품 보고서 파일에 있는 값을 검사하십시오. 규칙을 지원하는 올바른 값을 가지고 있습니까? 데이터가 오래되었습니까? 대문자로 된 값이 소문자로 규칙 도구에 입력되었습니까? 규칙 또는 EPR 데이터에서 불일치를 일으키는 추가 공백이 있습니까? 이들은 규칙이 올바르게 작동하지 않는 가장 일반적인 이유 중 첫 번째, 두 번째 및 세 번째 이유입니다.
- 비즈니스 규칙 정책, 속성 데이터 누락의 의미 및 이 정책에 대한 설정에 대해 이해하십시오. 기본값은 False이며 클라이언트가 Coremetrics로 이를 변경하도록 요청한 경우가 아니면 이와 다르지 않습니다.

**Q. 일부(또는 다수) 대상에는 권장사항이 없고 다른 대상에는 몇 개의 권장사항만 있는 이유는 무엇입니까?**

A. 다음과 같은 여러가지 이유가 있을 수 있습니다.

- Digital Recommendations가 권장사항을 생성하는 기능은 설정된 데이터 분석 기간 내에 제품이 가져오는 트래픽의 양과 비즈니스 규칙이 제품을 제거하는 수준에 따라 다릅니다. 이에 대해 이해하는 것이 이 문제를 해결하는 주요 시작점입니다.
- 비즈니스 규칙이 설정된 경우에는 선택된 오피에 대한 규칙 미리보기 탭으로 이동하십시오. 테이블에 있는 정보에서는 특정 규칙이 권장사항에서 제품을 제거하는 수준에 대한 자세한 보기를 제공합니다. 규칙이 모든 제품을 제거하거나 예상보다 많은 제품을 제거하는 경우 여기에서 조사를 시작할 수 있습니다.

- 규칙이 다수의 권장사항을 제거하는 경우에는 규칙을 완화하거나 규칙을 모두 제거해 보십시오. 일부 규칙은 필요하지만 다수의 클라이언트는 본질적으로 보다 실험적인 규칙을 개념화합니다. 일부 경우에는 규칙이 많으면 권장사항이 적어져서 매출액 상승이 줄어듭니다.
- '모든 대상에 적용됨' 규칙의 경우에는 해당 규칙을 실제로 모든 대상에 적용해야 하는지에 대해 고려해 보십시오. 예상 결과를 얻으려면 제품의 특정 카테고리에 해당 규칙을 적용하여 규칙이 필요한 것보다 많은 제품에 적용되지 않도록 해 보십시오.
- 제품의 권장사항이 제한되어 있는데 규칙이 원인이 아닌 경우에는 제품 카테고리 보고서로 이동하여 조사 중인 오피의 데이터 분석 기간과 일치하도록 보고서의 기간을 설정하십시오. 해당 제품을 찾아서 해당 기간 내에 해당 제품이 수신한 보기 수와 구매 수를 확인하십시오. 해당 제품이 상호작용을 거의 수신하지 않는 경우 Digital Recommendations에는 권장사항이 기반으로 할 데이터가 충분하지 않을 수 있습니다. 더 많은 데이터가 캡처되도록 데이터 분석 기간을 연장해 보십시오. 이상적인 데이터 분석 기간은 원하는 권장사항 범위를 가져오는 가장 짧은 창구라는 것을 기억하십시오.
- 연관관계 가중치를 확인하십시오. 보기에서 보기로가 0으로 설정된 경우에는 권장사항을 작성하는 데 사용할 수 있는 데이터가 대부분 해제됩니다. 이 가중치를 5 또는 10 이상의 작은 가중치까지 개방한 후 오피를 다시 실행하여 영향을 측정해 보십시오.
- 대상의 매출액이 낮아서 권장사항을 생성하지 않을 수 있습니다. 대체 프로세스를 사용하십시오.
- EPR 데이터에 있는 데이터를 확인하십시오. ECDF에서 카테고리가 올바르게 설정되었습니까? 모든 제품에 대해 속성이 지속적으로 제공되었습니까?

**Q. 내 교차 판매 권장사항에서 커피 포트와 의류를 함께 표시하는 이유는 무엇입니까?**

A. 일반적으로 대상이 매출액이 매우 적어서 의외의 항목과 함께 구매되는 경우에 불합리한 교차 판매가 발생합니다. 남성 의류는 다른 남성 의류와만 함께 표시하는 것과 같은 규칙을 작성하여 이 문제가 발생하지 않게 하십시오.

대부분의 문제는 미리보기 기능을 사용하여 식별할 수 있습니다.

## 프로젝트 개요

Product Recommendations 및 샘플 프로젝트 계획을 구현하는 데 필요한 전체 프로세스에 대해 자세히 설명합니다.

표 35: 프로젝트 개요.			
단계	예상 완료 시간	IBM 동작	고객 동작
설정	최대 3일	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 계약 수정 완료 후 모듈 활성화 - 2일</li> <li>• 필수 라이브러리 파일의 업데이트된 버전 제공 - 2일</li> <li>• 태그 지정, FAQ 및 기타 참조 자료에 대해 다루는 문서와 함께 시작 킷 전달 - 1일</li> </ul>	클라이언트 시작 전 설문조사 완료 - 3일

단계	예상 완료 시간	IBM 동작	고객 동작
운용 준비	최대 4주	<ul style="list-style-type: none"> <li>회의 시작: 애플리케이션 소개, 문서 검토, 전략 토론, 클라이언트의 필수 데이터 입력 검토 - 1일</li> <li>오피 전략 및 비즈니스 규칙 문의 - 최대 1주</li> <li>클라이언트 상거래 태그에서 올바른 Digital Recommendations 작동에 대해 감사/조언</li> <li>최종 전략이 작성된 후 오피, 권장사항 계획 및 구역 작성 - 최대 3일</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>비즈니스 규칙에 대한 필수 데이터 파일 생성 및 데이터 표시 - 최대 3주</li> <li>웹 사이트 영역에 대한 오피 전략 계획 - 4일</li> <li>동적 전달 권장사항 클라이언트: 동적 권장사항을 요청하고 수신하고 표시하기 위해 웹 페이지를 코드로 작성 - 최대 3주</li> <li>플랫 파일 전달 클라이언트: 권장사항을 저장할 데이터베이스 계획 - 최대 2주</li> </ul>
운용	1일 이상	<ul style="list-style-type: none"> <li>분석 교육 제공 - 3일</li> <li>시작 후 문제 및 질문에 대한 지원 - 최대 3일</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>보고서 작성 및 분석 애플리케이션에서 데이터 분석 - 최대 1주</li> <li>지속적인 지원, 주문형 교육 및 실시간 채팅을 위해 IBM 고객 지원 센터 사용</li> </ul>

태스크 번호	동작	설명	소유자	참고
1	io.js 라이브러리 파일 작성됨	라이브러리 파일이 클라이언트에 제공됩니다. 호스팅된 라이브러리 Digital Analytics 업데이트를 사용하는 경우입니다.	Digital Analytics	라이브러리가 작성되었는지 확인하십시오.
2	오피 작성	테스트 및 일반 용도로 UI에서 실제 오피(동적) 및 권장사항 계획을 작성합니다.	Digital Analytics	
3	EPR(Enterprise Product Report) 빌드	Enterprise Category Definition File 및 Enterprise Product Content Mapping File을 작성하고 내보냅니다.	사용자의 조직	가져오기를 수행하기 전에 ECDF 및 EPCMF 파일이 작성되었는지 확인하십시오.
4	귀속/인수	권장사항의 프리젠테이션 레이어에 전달하거나 표시해야 하는 인수를 찾습니다.	사용자의 조직 및 Digital Analytics	제품 ID 및 카테고리 ID를 전달해야 하며 사용자의 조직은 프리젠테이션 레이어에서 사용되는 다른 속성을 처리합니다.
5	비즈니스 규칙 판별	비즈니스 규칙을 오피와 함께 사용하여 항목을 권장사항에서 제외하거나 강조 해제하거나 프로모션할 수 있습니다.	사용자의 조직 및 Digital Analytics	

표 36: 샘플 프로젝트 계획 (계속)				
태스크 번호	동작	설명	소유자	참고
6	권장사항 계획 및 사이트 구역 작성	웹 사이트에 표시되는 권장사항이 UI에서 작성되는 대상 및 영역을 정의하는 다단계 전략입니다.	사용자의 조직 및 Digital Analytics	
7	기술 교육	Digital Recommendations와 함께 사용되는 코드에 대한 검토이며 여기에는 권장사항 요청, cmDisplayRecs 및 구역 채우기 함수가 포함됩니다.	사용자의 조직 및 Digital Analytics	오피 테스트를 위한 구역을 작성하는 것이 좋습니다.
8	가상 분류	Digital Recommendations를 추적하고 보고서를 실행할 수 있도록 Category Definition File 및 웹 사이트에 가상 카테고리를 추가합니다.	사용자의 조직	
9	교육	오피 작성 기능, 규칙 및 기본 보고의 사용에 대한 교육입니다.	Digital Analytics	
10	사후 분석	사후 분석 문서가 작성되어 조직에 전송됩니다.	Digital Analytics	최상위 메트릭 및 KPI를 사용하여 Digital Recommendations의 사용 후 분석을 수행하십시오.
11	지속적 Digital Analytics 지원	사용자의 조직은 Digital Analytics 지식 기반 데이터베이스, 교육 자료, 지원(기술 및 사용법 질문, 실시간 채팅에 대한 티켓 지원)에 대한 액세스 권한을 가지고 있습니다.		Digital Analytics 온라인 지원: <a href="https://support.coremetrics.com">https://support.coremetrics.com</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 지원</li> <li>• 지원 요청</li> <li>• 비즈니스 분석가와와의 실시간 채팅</li> <li>• 웹 컨퍼런스 및 사전 기록된 교육 세션에 대한 액세스</li> </ul>

## 프로젝트 준비

프로젝트 준비는 Digital Recommendations를 원활하게 구현하는 데 있어 핵심적인 요소입니다.

원활한 구현 프로세스를 활용하려면 다음과 같은 준비 항목이 도움이 됩니다.

- 운영 사이트에서 업데이트된 Digital Analytics 라이브러리를 로드하십시오. 호스팅된 라이브러리 파일을 사용 중인 경우 해당 파일이 자동으로 업데이트됩니다.
- 시작 킷을 검토하십시오. IBM Digital Recommendations 사용자 안내서 및 구성 안내서에 있는 용어를 이해하는 것이 좋습니다.
- 권장사항을 구현하려는 방식에 대한 지식을 보유하십시오(정적 또는 동적 권장사항, 제품, 카테고리, 장바구니 또는 홈 페이지와 같은 사이트에서의 위치).
- 이해 당사자(일반적으로 판매 계획 관리자)로부터의 입력을 반영하는 상위 레벨 오피 전략을 준비하십시오. 오피 전략에 대한 고려사항에는 속성에 대한 고려사항이 포함됩니다. 제품 권장사항에 대해서는 최대 50개의 속성을 지정할 수 있습니다. 일부 공통 속성(및 예제)은 다음과 같습니다.
  - 가격 - 할인 판매 항목은 다른 할인 판매 항목과 함께만 권장하십시오. 장바구니에 있는 항목의 특정 백분율 미만인 제품은 권장하지 마십시오.
  - 브랜드 - 브랜드 X 제품은 브랜드 Y 제품과 함께 권장하지 마십시오.
  - 재고 레벨 - 재고에 지정된 수보다 적은 수가 있는 경우 항목을 권장하지 마십시오.

- 카테고리 - 드레스는 드레스와 함께 표시하고 드레스를 스웨터와 함께 표시하지 마십시오.
- 이미지 - 이미지가 권장사항과 함께 표시됩니까?
- 각각의 가져오기에 대해 데이터(Enterprise Product Content Mapping File)를 전부 제공할지 아니면 각각의 로드에서 변경된 데이터를 제공할지 판별하십시오. 매번 전체 카탈로그를 로드하는 것이 좋습니다.
- 새 항목이 추가되는 경우 기록 데이터가 충분하지 않아서 권장사항을 제공할 수 없으면 카테고리 최상위 판매 항목을 권장하시겠습니까?
- 규칙을 사용하여 해결해야 하는 전략에 대한 예외를 식별하십시오. 예를 들어, 모든 지갑에 대해 지갑 가격이 \$500를 초과하지 않으면 다른 지갑을 표시하십시오. 지갑 가격이 \$500를 초과하는 경우에는 디자이너 카테고리의 다른 지갑을 표시하십시오.
- 비즈니스 규칙 데이터에 대한 필수 데이터 소스 또는 입력 파일을 식별하십시오.
- 프로젝트 관리자, IT 자원, 판매 계획 관리자와 같은 내부 프로젝트 참여자를 식별하십시오.
- Digital Recommendations를 시작하려는 경우 대략적인 날짜를 설정하십시오.
- 판매 계획 보고를 위해 상위 레벨 분류를 캡처하는 가상 분류 요구사항을 판별하십시오. 예: **비슷한 제품** 또는 **최상위 판매 항목**에 대한 메트릭 캡처.

**참고:** Digital Analytics도 사용하는 경우에는 Digital Recommendations를 지원하는 데 필요한 추가 또는 특수 태그 지정 요구사항이 없습니다. Digital Analytics를 사용하지 않는 경우 Digital Recommendations를 사용하려면 최소 태그 세트를 사용하여 사이트에 태그를 지정해야 합니다. 문서와 안내는 Digital Analytics 담당자에게 문의하십시오.

이 주제는 프로젝트를 시작하기 전에 내부적으로 논의하는 데 유용합니다. Digital Analytics 클라이언트 컨설턴트는 사용자와 함께 작업하여 프로젝트에 대한 접근 방식을 공식화하고 질문에 대한 답을 제공합니다. 클라이언트 컨설턴트는 필요한 전략에 대한 조정사항도 검토합니다.

## 동적 권장사항 구현

Digital Recommendations를 사용한 동적 권장사항 구현에 필요한 기본 단계가 뒤따라옵니다.

### 프로시저

1. 사용될 특정 사이트 위치 및 Digital Recommendations 사이트 구역을 판별하십시오.
2. Digital Recommendations 응답 메시지에 필요한 정보를 판별하십시오.  
응답할 질문은 다음과 같습니다.
  - 항목 ID만 제공하는 경우 권장사항에 대해 필요한 모든 콘텐츠가 Digital Recommendations 응답 메시지에 렌더링되어야 합니까?
  - 항목 이름, 썸네일 이미지 위치, 제품 페이지 대상 웹 주소 또는 기타 정보에 대한 요구사항이 있습니까?
  - 항목 ID 이외의 추가 콘텐츠가 필요합니까? 필요한 경우에는 Enterprise Product Content Mapping File의 추가 속성으로 데이터 피드의 Digital Analytics에 추가 콘텐츠를 제공해야 합니다.
 그런 다음 Digital Recommendations 클라이언트 컨설턴트가 Digital Recommendations 응답 메시지에 콘텐츠를 렌더링하기 위해 필요한 속성만 포함하도록 Digital Recommendations를 구성해야 합니다.
3. 응답 메시지에 추가 콘텐츠가 필요한 경우에는 필수 콘텐츠와 선택적 콘텐츠를 판별하십시오.  
클라이언트 컨설턴트는 예를 들어, 썸네일 이미지 위치가 누락된 권장사항을 제거하도록 Digital Recommendations를 구성합니다.
4. 컨설턴트가 Digital Recommendations 사이트 구역 및 샘플 오퍼를 구성했는지 확인하십시오.
5. 개발 활동을 지원하는 Digital Recommendations 라이브러리와 샘플 HTML 페이지가 있는지 확인하십시오.  
샘플 HTML 페이지는 권장사항을 요청하고 렌더링하는 방법을 보여 주며 권장사항 데이터를 사용하는 기능 샘플입니다. Digital Analytics가 호스팅하는 라이브러리를 사용하는 클라이언트는 자동으로 업데이트됩니다.
6. Digital Recommendations 구현을 철저하게 테스트하십시오.  
운용으로 진행하기 전에 모든 사이트 구역에 대해 예상대로 콘텐츠가 렌더링되고 있는지 확인하십시오. CDN(Content Delivery Network)으로부터의 응답에서 "\_NR\_"을 대상 기호 인수의 값으로 제공하는 경우 구역이 콘텐츠를 표시하지 않으며 페이지에 표시되지 않는지 확인하십시오.

## 추가 컨택 정보

제품 개선을 위해 다음 주소로 연락하십시오. [cm\\_feedback@us.ibm.com](mailto: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/](http://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.com](mailto:cm_feedback@us.ibm.com)으로 보내주십시오.)
- 우수 사례에 해박한 담당자와 즉시 대화할 수 있는 **대화**.

## 용어집

---

### 가

#### 개별 방문자 개인화(Individual Visitor Personalization)

두 방문자의 관심사항은 서로 다르며 쇼핑 패턴도 동일하지 않습니다. Digital Recommendations는 기록 및 세션 내 데이터를 기반으로 풍부한 개별 방문자 프로파일을 빌드하여 각 쇼핑객에게 고유한 권장사항 세트를 자동으로 표시합니다. 처음 방문자도 Digital Recommendations의 증명된 **대중의 지혜** 기반 알고리즘을 기반으로 매우 관련성 있는 권장사항을 수신할 수 있습니다. 방문자 프로파일은 실시간으로 생성되므로 권장사항은 빠르게 개인화될 수 있으며 이를 통해 Digital Recommendations가 모든 방문자에 대한 권장사항을 최

적화할 수 있습니다. 제품 페이지, 장바구니 권장사항 및 개인에 대한 카테고리 권장사항을 자동으로 최적화하는 것 외에, 특정 권장사항 구역을 정의하여 방문자의 관찰된 동작을 기반으로 권장사항을 제공할 수 있습니다. 이러한 동작에는 다음이 포함됩니다.

- 방문자가 최근에 장바구니에 넣은 항목을 기반으로 하는 권장사항
- 방문자가 최근에 구매한 항목을 기반으로 하는 권장사항
- 방문자가 관심 있는 카테고리의 최상위 판매 항목
- 방문자가 최근에 본 항목을 기반으로 하는 권장사항

### Digital Recommendations 개인화 쿠키(Personalization Cookie)

이 쿠키는 가장 최근에 보거나 장바구니에 넣거나 구매한 항목과 가장 최근에 본 카테고리의 정렬된 목록을 유지보수하는 데 사용됩니다. 연관된 카테고리 수는 조회한 제품에 대해 유지보수되어 방문자의 카테고리 선호도를 이해하는 데 도움을 줍니다. 이 쿠키는 IBM Digital Analytics 라이브러리에 대한 연결을 사용하여 실시간으로 업데이트됩니다.

### 검색어 기반 권장사항(Search Term Based Recommendations)

검색어 기반 권장사항을 사용하면 판매 계획 팀에서 유료 검색 랜딩 페이지가 항상 관련되지는 않음과 방문자 동작을 통해 학습되지 않는 웹 사이트 및 온사이트 검색 결과라는 두 가지 비즈니스 문제를 개선할 수 있습니다. Digital Recommendations는 "낙싯대" 또는 "운동화"와 같은 쿼리를 사용하여 검색하는 방문자에 대해 권장할 최적의 제품을 결정합니다. 모든 검색어에 대해 검색 트래픽의 모든 소스(유료 검색, 일반 검색, 온사이트 검색)에 대한 보기가 Digital Recommendations 알고리즘을 피드합니다. 모든 검색 소스에서의 고객 상호작용 데이터에 대한 이 집계된 보기를 사용하면 단일 고객 쿼리에 대해 가장 풍부한 기본 데이터 세트가 제공됩니다. 검색어 기반 권장사항은 SEM(검색 엔진 마케팅) 또는 온사이트 검색 결과 페이지와 기타 위치(예: 홈 페이지)에서 렌더링될 수 있습니다.

### 교차 판매(Cross-sell)

구매를 고려하는 고객에게 관련되거나 유사한 제품을 권장하는 것입니다.

### 구역 채우기 함수(Zone Population Function)

클라이언트의 웹 페이지에서 Digital Recommendations 권장사항을 렌더링하기 위해 웹 디자이너가 코드로 작성하는 JavaScript 함수입니다. 렌더링을 지원하기 위해 14개의 인수가 구역 채우기 함수에 전달됩니다. 웹 디자이너는 권장사항이 웹 사이트의 디자인과 일치하는 방식으로 표시되도록 함수의 본문을 코드로 작성해야 합니다.

### 구역 ID(Zone ID)

개별 사이트 구역을 식별하는 8자 ID이며 사용자의 웹 팀에서 결정합니다. 구역 ID는 권장사항 목록을 요청할 때 cmRecRequest 함수가 전달하는 변수 중 하나입니다.

### 구역(Zone)

권장사항이 전달되는 하나 이상의 웹 페이지 영역입니다.

### 권장된 항목(Recommended Item)

비즈니스 규칙 및 개인화 함수의 처리 후에 대상 항목 또는 카테고리에 대해 권장되는 최종 항목입니다.

### 권장사항 계획(Recommendation Plan)

오퍼를 동적 권장사항의 사이트 구역에 지정하는 메커니즘입니다. 추가적으로 항목에 대한 권장사항을 사용할 수 없는 경우 대체 대상 및 대체 오퍼를 구성하고 구역의 배너에 표시할 머릿글 텍스트를 지정할 수 있습니다.

### 권장사항 전달(Recommendations Delivery)

Product Recommendations는 플랫폼 파일 또는 동적 전달을 사용하여 고정된 권장사항 목록을 전달하는 유연성을 제공합니다. 플랫폼 파일 전달을 사용하면 선택된 정적 권장사항을 게시할 수 있습니다. 동적 전달을 사용하면 구성 가능한 매개변수를 기반으로 하는 순환 권장사항을 게시할 수 있습니다. 두 전달 방법 모두 적절한 권장사항을 생성하여 추가 판매를 추진하는 데 도움을 줍니다.

### 권장사항 후보(Recommendation Candidate)

대상 제품 또는 카테고리에 대한 권장사항 후보가 되는 제품입니다. 이 후보 제품은 비즈니스 규칙, 개인화 함수 또는 다른 권장사항 대비 낮은 점수로 인해 나중에 제외될 수 있습니다.

### 규칙 대상(Rule Target)

오퍼의 비즈니스 규칙이 적용되는 대상 항목입니다. 규칙은 모든 대상에 적용될 수도 있고 카테고리, 속성 또는 항목 ID로 정의된 대상에 적용될 수도 있습니다. 예를 들어, 특정 카테고리의 항목에만 규칙이 적용될 수 있습니다.

## 규칙 세트(Rule Set)

대상 항목의 선택사항과 해당 규칙 세트입니다. 규칙 세트의 규칙은 규칙 세트에 정의된 대상에만 적용됩니다. 오퍼의 규칙 탭에서 규칙 및 규칙 세트를 구성합니다.

## 다

### 대상(Target)

권장사항이 생성되는 항목 또는 카테고리입니다.

### 대체 권장사항(Fallback Recommendations)

제품의 동작 데이터 기록이 제한되어 있을 때, 엄격한 비즈니스 규칙으로 인해 요청된 수의 최종 권장사항이 탈락될 때, 또는 *cmRecRequest*에 지정된 대상에 대해 권장사항이 없을 때 대체 권장사항이 사용됩니다. 대체 프로세스는 두 가지가 있습니다. 첫 번째 대체 프로세스는 **대중의 지혜** 동작 데이터가 처리될 때 발생합니다. 요청된 수의 권장사항을 완성하는 데 필요한 사이트 동작 데이터가 충분하지 않거나 비즈니스 규칙으로 인해 권장사항이 탈락되는 경우 대상 제품의 EPR 카테고리의 상위 판매 항목이 기본 권장사항으로 사용됩니다. 두 번째 대체 프로세스는 동적 권장사항 요청이 클라이언트의 웹 사이트로부터 이루어질 때 권장사항이 없는 경우 시작됩니다. 권장사항 계획의 단계 시퀀스는 각 요청에 대한 이 대체 프로세스를 사용자 정의하는 데 사용됩니다.

### 데이터 분석 기간(Data Analysis time period)

권장사항을 생성할 때 데이터가 처리되는 이전 일 수입니다.

### 동적 권장사항(Dynamic Recommendations)

두 권장사항 전달 메커니즘 중 하나인 이 방법은 사전 정의된 로직(예: 상위 판매자 또는 가격 제한조건) 기반의 동적(가변) 권장사항을 웹 페이지에 직접 전달합니다. 플랫폼 파일 권장사항도 참조하십시오.

## 바

### 비즈니스 규칙 데이터(Business Rules Data)

전사적 상품 보고서 파일(EPCMF 및 ECDF)을 사용하여 Digital Analytics에 업로드하는 제품 속성 데이터 및 카테고리 데이터입니다. 이 데이터를 통해 제외 규칙 처리를 사용하여 카테고리, 가격, 마진 및 기타 제품 속성 중심의 비즈니스 규칙을 허용할 수 있습니다.

### 비즈니스 규칙(Business Rule)

비즈니스 규칙을 사용하여 권장사항 출력을 추가로 제한할 수 있습니다. 제외 규칙은 제품을 제거하고, 프로모션 규칙은 제품을 권장사항으로 만들며, 강조 해제 규칙은 제품을 제외하기보다 권장사항의 후보 목록 끝으로 이동합니다. 규칙은 전역적으로(카테고리 레벨에서) 또는 제품 속성별로 구성할 수 있습니다. 규칙이 평가하는 데이터는 시스템에 가져오기 파일로 업로드하는 비즈니스 데이터입니다. 비즈니스 규칙은 항상 대상 제품 세트에 적용되도록 정의됩니다.

## 사

### 상향 판매(Up-sell)

구매를 고려하는 고객에게 유사한 고가의 제품을 권장하는 것입니다.

### 속성(Attribute)

속성은 개별 제품 정보(예: 가격, 브랜드 이름, 마진)입니다. 속성은 Digital Recommendations가 오퍼를 계산할 때 비즈니스 규칙에 의해 평가됩니다. 동적 권장사항을 사용할 때는 권장 항목의 표시에 도움이 되도록 Digital Recommendations가 웹 사이트에 보내는 응답 데이터에 속성/값 쌍이 포함될 수 있습니다.

## 아

### 연관관계 가중치(Affinity Weights)

연관관계 가중치는 제품 교차 판매 알고리즘에서 4가지 주요 데이터 요소의 가중치를 제어합니다. 이 기능을 사용하면 특정 범위의 고객 동작 패턴 및 제품 혼합을 처리하도록 알고리즘을 조정하고 서로 다른 권장사항 스타일을 처리하도록 출력을 변경할 수 있습니다. 예를 들어, 고객이 일반적으로 함께 보는 항목에 대한 권장사항에 가중치를 지정하면 유사 항목의 권장사항을 전달할 수 있습니다. 함께 구매하는 항목을 기반으로 가중치를 지정하면 카테고리 간에 제품의 권장사항을 전달할 수 있습니다. 연관관계 가중치는 특정 범위의 고려사항을 처리하는 수단을 제공합니다. 각 연관관계 유형의 가중치를 변경하면 각 제품에 대해 생성되는 권장사항을 급격하게 변경할 수 있습니다.

## 연관관계 점수(Affinity score)

대상 항목과 특정 연관관계를 가지는 권장 항목의 상대 확률을 요약하는 점수입니다. Digital Recommendations는 4가지 별도의 연관관계 점수를 계산하고 이를 사용하여 모든 권장 항목에 대한 최종 연관관계 색인을 계산합니다.

## 오퍼 설정(Offer Setting)

오퍼 설정은 오퍼가 업데이트되는 빈도(매월, 매주 또는 매일), 고려되는 데이터 양, 권장사항이 생성되는 제품 세트, 제품당 권장사항 수(플랫 파일만 해당), 전달 방법을 정의합니다. 오퍼는 플랫 파일을 사용하여 전달될 수도 있고, 웹 사이트의 프리젠테이션 레이어에 직접 통합하기 위해 Digital Recommendations Recommendation Service를 사용하여 동적으로 생성될 수도 있습니다.

## 오퍼(Offer)

오퍼 유형(제품, 카테고리, 검색, 알고리즘 연관관계 가중치, 데이터 분석 기간 및 권장 항목 목록을 생성하는 비즈니스 규칙을 포함하는 설정 콜렉션입니다.

## 요소 태그(Element Tag) (cmCreateElementTag)

요소 태그는 페이지내 콘텐츠를 추적하는 데 사용됩니다. 이 함수는 Digital Recommendations에서 요소 콘텐츠 오퍼에 사용할 추가 필드를 전달하는 역할도 합니다.

## 이미지 권장사항(Image Recommendation)

이미지 권장사항은 동적 전달 방법을 사용하여 권장사항을 제품 이름 등의 속성 값이 있는 HTML 이미지로 전달합니다. 각 이미지는 해당 권장 항목에 대해 사용자 웹 사이트에서 제품 페이지에 대한 링크를 제공합니다.

이미지 권장사항에 대한 기본 사용은 이메일 캠페인을 이용한 것입니다. 이 유형의 권장사항은 이메일 메시지의 항목을 대상으로 하고 이메일 수신인이 메시지를 열 때 권장 항목 목록을 생성합니다.

## 자

### 전사적 상품 보고서(EPR, Enterprise Product Report)

Digital Recommendations 및 기타 Digital Analytics 애플리케이션에 제품 및 카테고리 데이터를 가져오기 위한 가져오기 프로세스도 포함하는 보고서입니다. 이 함수는 Digital Recommendations에 포함됩니다. 다음 두 파일은 전사적 상품 보고서와 연관됩니다.

- ECDF(Enterprise Category Definition File). Digital Recommendations가 권장사항을 처리하는 데 사용하는 정보를 가져오기 위해 사용되는 파일입니다. 이 파일은 항목이 하나의 상위 카테고리에만 있을 수 있는 카테고리 구조를 정의합니다. 이 파일은 EPCMF 파일에 포함된 모든 카테고리 및 모든 상위 카테고리를 포함해야 합니다.
- EPCMF(Enterprise Product Content Mapping File). 각 제품, 각 제품이 속하는 카테고리(Enterprise Category Definition File에도 있어야 함) 및 각 제품에 대한 속성(최대 50개)을 정의하는 파일입니다.

### 전체 상위 판매자 권장사항(Overall Top Seller Recommendations)

이러한 권장사항을 사용하면 상품기획자가 홈 페이지, 검색 결과가 없는 페이지 또는 비어 있는 장바구니 페이지 등의 페이지에 대해 제품의 주요 카테고리를 표시하도록 지정할 수 있습니다. 상위  $n$ 개의 판매 항목( $n$ 은 구성 가능한 숫자)은 각각의 주요 카테고리에서 가져와서 각 카테고리가 전체 상위 판매자 권장사항을 통해 표시될 수 있도록 방문자에게 표시됩니다. 따라서 판매가 잘 되고 전환율이 높은 항목이 처음 방문자에게 홍보됩니다. 선택적으로 "R"을 `cmRecRequest` 함수의 네 번째 변수로 전달하여 전체 최상위 판매 항목 권장사항 콜렉션이 제공되는 순서를 페이지 로드에서 무작위로 판별할 수 있습니다.

### 제품 연관관계 색인(Product Affinity Index)

각 특정 대상 제품에 대해 권장되는 제품을 순위 지정하는 데 사용되는 연관관계 점수 합계입니다.

## 카

### 카테고리 권장사항(Category Recommendations)

단위 판매 또는 달러 판매별로 순위 지정되는 사이트 상위 판매 항목을 기준으로 한 권장사항입니다. 이러한 상위 판매자는 Enterprise Category Definition File 파일에 정의되는 카테고리별로 그룹화됩니다. 해당 권장사항은 사용자 웹 사이트의 다양한 지점에 표시될 수 있습니다. 구성 옵션을 사용하여 카테고리 상위 판매자의 결과를 수정할 수 있습니다. 예를 들어, 방문자는 웹 사이트에서의 위치와 상관없이 상위 판매 항목을 찾을 수 있으므로 권장사항에서 상위 판매 항목의 상위 5%, 10% 또는 20%를 제거할 수 있습니다. 이렇게 하여 고객이 다른 방법으로는 스스로 찾기 어려운 추가 제품을 특별히 표시할 수 있습니다. 전체 사이트 상위 판매자는 홈 페이지, 검색 결과가 없는 페이지 또는 비어 있는 장바구니 페이지에 사용하도록 구성할 수도 있습니다.

## 카테고리 정의 파일(CDF, Category Definition File)

온사이트 검색, 제품 권장사항 및 제품 검색과 구매의 기타 비탐색 방법을 통해 판매되는 항목을 추적하기 위한 가상 카테고리가 추가된 사용자 웹 사이트 카테고리상의 카테고리 계층 구조를 정의하는 파일입니다.

## 컨텐츠 전달 네트워크(CDN, Content Delivery Network)

동적 권장사항을 웹 사이트에 전달하기 위한 메커니즘입니다. 이 서비스는 Digital Recommendations의 동적 전달 방법입니다.

## 파

### 페이지 뷰 태그(Page View Tag) (`cmCreatePageViewTag`)

페이지 뷰 태그는 방문자가 사이트 내에서 페이지 사이를 이동할 때 클릭스트림 데이터를 캡처하는 데 사용됩니다. 이 함수는 Digital Recommendations에서 페이지 콘텐츠 오퍼에 사용할 추가 필드를 전달하는 역할도 합니다.

### 플랫 파일 권장사항 전달(Flat file Recommendations Delivery)

두 권장사항 전달 메커니즘 중 하나인 이 방법은 권장사항의 고정된 목록을 플랫 파일로 전달하며 이는 권장사항이 오프라인 채널 또는 사용자 정의 애플리케이션(예: 콜 센터, 종이 카탈로그, 매장 내 매점)과 통합될 수 있음을 의미합니다. 동적 권장사항도 참조하십시오.

## 하

### 항목(Item)

항목은 카탈로그에 있는 고유한 제품입니다.

## A

### A/B 테스트(A/B testing)

사이트 수익 및 전환에 대한 다양한 Digital Recommendations 설정의 영향을 판별할 수 있도록 A, B, C 및 D 분할 테스트를 실행하는 도구입니다. A/B 테스트를 사용하여 대체 알고리즘 연관관계 가중치, 비즈니스 규칙, 사이트 구역 위치(폴더 위 또는 아래)와 특정 사이트 구역에 전달되는 권장사항 수를 테스트할 수 있습니다.

## C

### `cmDisplayRecs`

페이지에서 `cmRecRequest` 호출 목록 바로 다음에 와야 하는 JavaScript 함수입니다. 이 호출이 수신되면 Digital Recommendations 서비스는 개인화 알고리즘을 처리하고 중복 제품을 제거하여 최종 권장사항 세트를 페이지에 있는 클라이언트의 구역 채우기 함수에 전달합니다.

### `cmRecRequest`

제품 권장사항을 요청하는 JavaScript 함수입니다. `cmRecRequest`의 매개변수는 구역 ID, 대상 제품 ID, 대상 카테고리 ID, `Randomize` 함수 및 검색어입니다.

### `cmSetSegment`

방문자가 연관된 세그먼트 또는 그룹을 식별하는 JavaScript 함수입니다.

## E

### `eluminate.js`

Digital Recommendations 개인화 쿠키의 작성 및 관리와 `cmRecRequest` 및 `cmDisplayRecs` 함수의 실행을 처리하는 Digital Recommendations 라이브러리 파일입니다. 이 파일은 로컬로 호스팅된 Digital Analytics 라이브러리를 사용하는 해당 클라이언트에만 제공됩니다. 이 파일은 Digital Analytics가 호스팅한 라이브러리를 사용하는 클라이언트에는 제공되지 않습니다.

## 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, 3IFC  
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 관련된 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](http://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 오퍼링")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 오퍼링에서 쿠키 및 기타 기술을 통해 개인 정보를 수집할 수 있는 경우 우리는 해당 사항에 대한 정보를 아래에 표시합니다.

이 소프트웨어 오퍼링은 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 오퍼링에 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.



