

# IFDO

## On-site Marketing Service



(주)니블스카이

# CONTENS

I . IFDO 시작하기 .....	1
II . 오토메시지 만들기 .....	22
III . 효과 리포트.....	40
IV . ANALYTICS .....	44
V . 라이브챗.....	81

# I . IFDO 시작하기

1. IFDO 소개 .....	2
2. IFDO 사용 준비 .....	3
3. 활용사례 따라하기 .....	7
4. IFDO 기능 소개 .....	19

# 1. IFDO 소개

온 사이트 마케팅과 서비스 운영에 최적화 된  
서비스입니다.



사이트 내부 마케팅을 자동화 합니다.

타깃 조건만 설정하면  
나머지는 IFDO에게 맡겨주세요.  
24시간 내내 스스로 마케팅을 집행합니다.



전환율이 좋아집니다.

IFDO의 다양한 마케팅 도구들은  
타겟 고객과의 접점을 만들어내며  
곧바로 성과를 만들어 냅니다.



아이디어가 떠오른 즉시 실행합니다.

타깃 마케팅 아이디어가 떠오르면  
개발/디자인 팀의 도움없이 즉시 마케팅을  
실행할 수 있습니다.



고객 세그멘테이션이 간편해집니다.

사용법이 복잡한 고가의 고객 분석 툴이 필요없습니다.  
누구나 쉽게 고객을 세그멘테이션하고  
실시간으로 결과를 볼 수 있습니다.



마케팅 실적이 좋아집니다.

외부 마케팅으로 방문한 고객을  
사이트 내에서 리타겟팅할 수 있어서  
마케팅 효율이 좋아집니다.



업무 효율성이 좋아집니다.

채팅은 한정된 CS인력으로 많은 고객을 응대할 수  
있는 매우 효율적인 커뮤니케이션 툴입니다.

## 2. IFDO 사용 준비

IFDO 서비스를 사용하기 위해서, IFDO(<http://ifdo.co.kr>)에 접속하여, 로그인 후, [Settings > 분석스크립트] 에서 제공하는 1) 공통스크립트 ~ 8) 위시 리스트 분석용 스크립트까지 각 영역에 맞게 스크립트가 설치되어야 합니다.

**임대 쇼핑몰 (카페 24, 메이크샵, 고도몰, 가비아 퍼스트몰)**은 각 임대물에 맞게 개발된 분석 스크립트를 제공해 드리고 있습니다.

각 쇼핑몰 탭을 선택 후 확인된 스크립트를 [설치가이드]를 참고해 설치해 주시기 바랍니다.

### 1) 분석 스크립트 설치

방문자에 대한 데이터 수집을 위해 가입하신 사이트에 분석 스크립트를 설치해 주세요.

(왼쪽 하단) Settings 메뉴를 누르면 분석 스크립트 페이지가 보여집니다.

1. 공통 스크립트는 사이트의 모든 웹 페이지 소스에 꼭 설치되어야 합니다.
2. 회원 가입 분석 ~ 7. 내부 검색 분석은 해당되는 경우 세팅해 주세요.

- 독립형 사이트 : FTP 접속 후 웹 페이지 소스(HTML)에 설치
- 임대형 쇼핑몰 : 관리자 페이지 로그인 > 디자인 관리에서 공통 영역(header, footer, copyright 영역 등)에 설치

자세한 설치 방법은 설치 가이드를 참고해 주세요.

공통 스크립트가 정상적으로 설치되면, LIVE 메뉴에서 실시간 방문자 리스트를 확인하실 수 있습니다.

## 2) 상담 설정

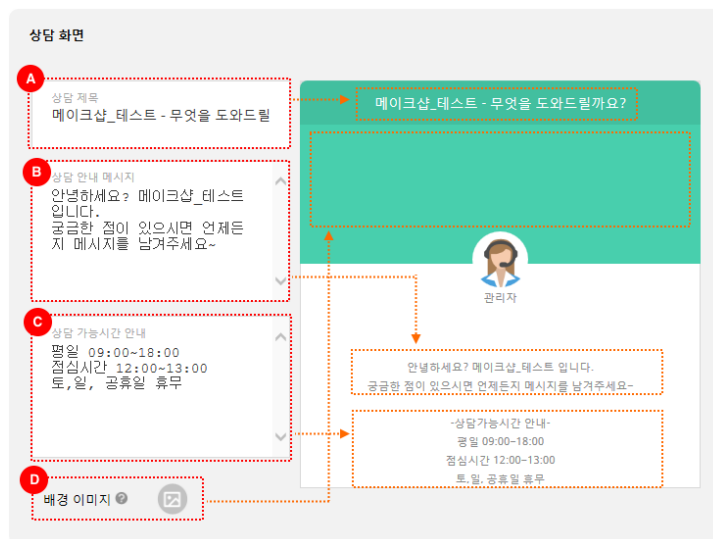
[Settings > 상담설정] 메뉴는 채팅 화면에 대한 표시 여부 및 안내 문구 등을 설정할 수 있습니다.

- A. 아이콘 표시 : 보이기, 숨기기 여부를 선택합니다. 최초 사이트 등록 시 채팅 아이콘은 숨김을 되어 있습니다.
- B. 우측, 하단 간격 : 채팅 아이콘은 우측 하단에 표시됩니다. 우측과 하단에서 상대적으로 배치할 간격을 설정합니다. 단위는 픽셀(pixel) 입니다.
- C. 아이콘 배경색 설정 : 아이콘에 대한 배경색을 설정합니다. 설정한 배경색은 채팅 창에 배경 이미지가 선택되지 않은 경우 배경색으로 적용됩니다.



### [ 상담화면 ]

- A. 상담 제목 : 채팅 화면 상단에 보여질 상담 제목을 설정합니다.
- B. 상담 안내 메시지 : 채팅 화면 중앙 안내 메시지를 설정합니다.
- C. 상담 가능 시간 안내 : 채팅 화면 하단 상담 가능 시간 및 기타 안내를 설정합니다.
- D. 배경 이미지 : 채팅 화면 배경 이미지를 설정합니다. 설정하지 않은 경우 기본색 또는 채팅 아이콘에서 설정한 아이콘 배경색이 적용됩니다.



### 3) 상담 상태와 프로필

IFDO 에 로그인을 하면 우측 상단에서 상담에 대한 상태를 ON(가능)/OFF(불가능) 중에서 선택할 수 있습니다.

로그인하면 자동으로 ON 으로 변경되고, 로그아웃을 누르면 상담도 OFF 로 변경됩니다.

만약, 상담이 불가능 한 경우는 OFF 로 상태를 변경해주세요.

모든 담당자가 OFF 상태인 경우 채팅 메시지를 입력한 방문자에게 문의하기 접수 안내가 보여지게 됩니다.



The screenshot shows the IFDO user profile page. At the top right, there is a navigation bar with the IFDO logo, the website URL [ifdo.cwww.ifdo.co.kr], and a user profile icon. The user's name is '스카이' (Sky) and the chat consultation status is '상담 OFF'. A red box highlights the '스카이' name and the '상담 OFF' toggle. A red arrow points from the '스카이' name to the profile picture area below. The profile information includes: 아이디 (ID): nib, 이름 (Name): 스카, 회사명 (Company Name): 니블, 연락처 (Contact): 031-222-, 이메일 (Email): nib@gmail.com, and a profile picture with '등록' (Register) and '삭제' (Delete) buttons. The '표시이름(선택)' (Display Name) is set to '니블스카이'.

\* 채팅 상담을 사용하지 않는 경우 해당 설정이 필요하지 않습니다.

### 4) 담당자(부관리자) 초대하기

IFDO 서비스를 공유할 담당자(부관리자)를 초대할 수 있습니다.

1. (왼쪽 하단) Account > 담당자 관리 메뉴를 누르세요.
2. 새로운 담당자 초대 버튼을 누르세요.
3. 이메일 주소를 입력하고, 메뉴 권한을 선택하여 초대 메일 보내기를 누르세요.
4. 이메일을 수신한 담당자가 가입하기를 눌러 회원가입을 하면 관리자가 선택한 사이트 별 메뉴 권한이 공유됩니다.

5. 상태에서 담당자의 가입여부가 표시됩니다. 만약 가입을 하지 않은 경우 재 발송을 눌러 메일을 다시 보낼 수 있습니다.

담당자 관리 [이츠 \[www.asellers.co.kr\]](http://www.asellers.co.kr)

순서	구분	아이디	이메일	초대일시 최근접속	상태	메뉴 권한						권한 설정	삭제
						LIVE	MEMBER	MESSAGE	CHAT	REPORT	SETTING		
1	관리	-	df@kim@asellers.co.kr	0000-00-00 00:00:00 3초전	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-

새로운 담당자 초대

**새로운 담당자 초대**

초대할 담당자의 이메일 주소를 입력하세요. 초대 메일 보내기

담당자에게 부여할 권한을 선택하세요. (선택필수)

순서	사이트	메뉴권한					
		LIVE	MEMBER	MESSAGE	CHAT	REPORT	SETTING
1	핫딜링 (hotdealing.com)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	IFDO사이트 (ifdo.co.kr)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- \* 삭제를 누르면 해당 담당자에 대해 탈퇴로 처리되어 로그인에 제한됩니다.
- \* [ Account > 담당자 관리 ] 메뉴는 관리자에게만 보여지게 됩니다. 담당자는 관리자가 메뉴 권한을 선택(체크)한 메뉴에 대해서만 이용이 가능하며 Account 메뉴에 대한 권한이 있어도 담당자 관리는 수정 권한이 제공되지 않게 됩니다.



### 3. 활용사례 따라하기

사이트에 방문한 사용자에게 1) 신규 회원 가입을 유도하는 팝업과 장바구니에 담고 구매하지 않는 사용자에게 구매를 유도하기 위한 2) 장바구니 상품 라마인딩 팝업에 대해 절차에 따라 세팅하는 방법을 보여드리겠습니다.

#### [신규 회원 가입 유도 팝업 설정]

사이트에 방문한 사용자가 첫 방문 일 때, 회원 가입을 유도하는 팝업을 띄웁니다. 이를 위해서 [직접작성하기]에서 첫 방문 조건과 세션 페이지뷰를 선택해 팝업 조건을 만듭니다. 작성한 오토메시지가 실행되면 리포트를 통해 실행 및 전환 결과를 확인할 수 있습니다.

**\* 신규 회원 가입 유도**

클릭 후 48.8% 회원 가입 완료

A쇼핑몰에 적용된 팝업

지금 회원가입하면 !

혜택 1 적립금 2,000원

혜택 2 무료 배송 쿠폰

회원가입하기

오늘 하루 보지 않기

#### 1. 직접작성하기 조건 선택

- 1) 좌측에서 Message 메뉴를 클릭하고,
- 2) 상단에 보이는 메뉴 중 직접작성하기 클릭합니다.
- 3) 좌측 세그먼트 항목 중에 방문을 클릭하고, 펼쳐진 하위 항목 중 방문 횟수를 선택합니다.  
선택한 항목은 우측에 포함 조건 또는 제외 조건 영역에 표시됩니다.  
\*) 기본적으로 포함조건 선택영역에 표시되지만, 제외조건 선택 체크박스를 선택하고, 좌측에 항목을 선택하면, 제외 조건 영역에 선택할 항목이 표시됩니다.
- 4) 포함조건선택 영역에 보이는 방문 횟수 우측 [선택하세요] 로 표기되어 있는 횟수 표시 박스를

클릭합니다. 클릭하면, 6-1 과 같은 입력 화면이 보이며, 이 화면에서 첫 번째 1 회 (방문횟수 1 회는 첫방문 일 때 입니다.) 를 입력합니다.

\*) 첫번째는 (같음:=) 을 의미하고, 두번째는 구간 값 (N1 부터 N2 까지), 세번째는 특정 값 이하, 네번째는 특정 값 이상을 선택할 때 사용합니다.

5) 우측 방문 항목 하단에 세션 페이지뷰 항목을 선택합니다.

\*) 세션 페이지뷰는 현재 방문(세션)에 누적되고 있는 페이지뷰를 말합니다.

6) 화면 중앙 포함 조건 선택에 표시되어 있는, 세션 페이지뷰 우측에 [선택하세요]를 클릭합니다.

6-1) 띄워진 입력창에서 4 페이지뷰 이상을 선택 입력합니다.

\*) 신규 회원 가입 유도 팝업이 첫 방문 조건만 있을 시 방문 시작 시점에 바로 노출될 수 있으므로, 현재 방문에 발생하고 있는 세션 페이지뷰가 특정 수치(4 페이지뷰) 이상 넘게 보고 있을 때 노출되도록 추가합니다.

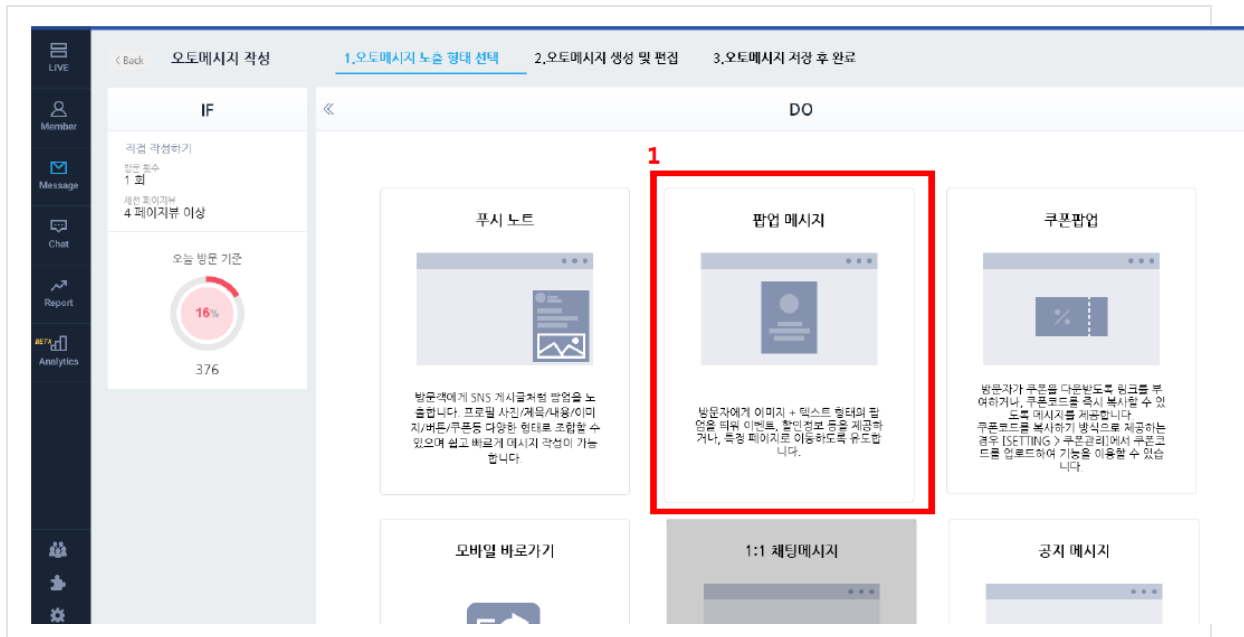
이 값은 관리자가 사이트에 특성에 맞게 이보다 적거나, 또는 많게 설정하세요.

7) 두가지 값을 모두 선택한 다음, [위 조건으로 오토 메시지 작성] 을 클릭합니다.



## 2. 오토메시지 형태 선택 (팝업 메시지)

오토 메시지 형태 중 [팝업 메시지]를 선택합니다.



## 3. 오토메시지 팝업을 편집합니다.

1) 우측에 보이는 팝업 템플릿 목록에서 [지금 회원 가입하시면] 문구가 보이는 템플릿을 선택합니다.

\*) 템플릿 목록은 팝업 메시지를 잘 사용할 수 있도록 미리 디자인된 템플릿을 제공하고 있습니다.

팝업 템플릿은 시기에 따라 새로운 형태의 팝업이 추가될 수 있습니다.

2) 템플릿을 선택하면 중앙에 표시되며, 현재 선택된 템플릿을 구성하는 객체들을 선택해 편집할 수 있습니다.

3) 템플릿 내용 중 혜택받기를 선택합니다.

4) 각 객체를 선택하면, 상단에 객체를 이동하거나, 정렬하거나, 색상과 투명도, 링크 등을 설정할 수 있습니다.

상단 링크 표시를 클릭하여, <http://도메인>을 포함하는 혜택받기를 클릭해 이동할 URL 주소를 입력하며, 적용을 클릭합니다.



#### 4. 오토메시지 팝업을 위한 설정을 진행합니다.

##### 1) 팝업 위치 설정

- 팝업 메시지는 이미지 팝업으로 사이트에 노출되는데, 노출 위치를 8 가지 위치 중 지정할 수 있습니다.


또한, 화면에 고정된 위치에서 표시할지, 페이지 스크롤이 되면 따라 이동되는 유동적 위치에 표시할지 결정합니다.

##### 2) 팝업의 제목 및 설명을 간단하게 입력합니다.

- 3) 타겟 고객에게 얼마나 자주 팝업을 노출할 지 선택합니다.
- 4) 팝업의 노출 기간을 선택합니다.
- 5) 팝업의 노출 시간대를 선택합니다.
- 6) 팝업 하단에 [오늘 다시 보지 않기] 표시 여부를 선택합니다.
- 7) 팝업의 배경 유무 및 투명도를 설정 합니다.
- 8) [저장] 은 현재 설정한 오토메시지를 저장만하고, 이후 [Message 목록]에서 활성화할 수 있습니다.

[저장 후 바로 적용] 버튼을 클릭하면 팝업 노출이 즉시 적용됩니다.

### 팝업위치설정



화면상 고정된 위치에 표시 ?   
  유동적 위치에 표시 ?

---

### 제목 및 설명

오토 메시지 제목

오토 메시지 설명

---

### 실행 빈도

최소 한번 ?   
  방문마다 ?   
  일 1회 ?   
  주 1회 ?   
  월 1회 ?

---

### 노출 기간

기간 제한없음 ?   
 기간 지정 ?

2019-06-18 부터 2019-06-25 까지

---

### 노출 시간

24시간 ?   
 시간 지정 ?

00:00:00 부터 23:59:59 까지

---

### 하루 다시 보지 않기

팝업 하단에 추가 ?   
 있음 ?

[미리보기](#)

---

### 팝업레이어 배경 유무 및 투명도 조정

배경보임 ?

투명도

[미리보기](#)

---

태그 저장 ?

[저장](#)    [저장 후 바로 적용](#)

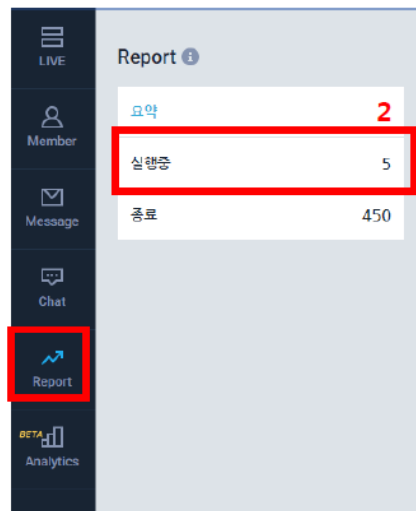
5. [신규 회원 가입 유도] 팝업에 대한 결과를 우측 Report 메뉴를 클릭해 확인 합니다.

[ Report ] 메뉴는 현재 진행되고 있는 오토메시지에 대해 실행, 클릭, 전환에 대한 요약된 리포트를 제공합니다.

또한, 실행되고 있는 각 오토메시지를 요약 > 상세리포트, [실행중 > 오토메시지] 를 클릭해 상세한 리포트를 확인 할 수 있습니다.

작성한 팝업의  
효과 분석 결과는  
Report 메뉴에서  
확인하실 수 있습니다.  
(실행수, 클릭수,  
전환율(설정된 모든 전환),  
매출액 )

1



신규 회원 가입 유도

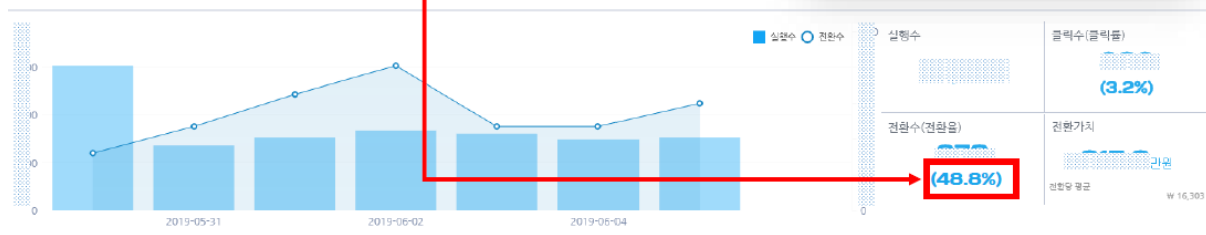
첫 방문자가 사이트 또는 상품에 관심이 높아졌을 때 이미 시행중이던 회원 가입 혜택 정보를 상기 시켜주는 것만으로도 회원 가입률을 상승시킬 수 있었습니다.

**지금 회원가입하면 !**

- 혜택 1: 적립금 2,000원
- 혜택 2: 무료 배송 쿠폰

[회원가입하기](#)

오늘 하루 보지 않기



## [장바구니 상품 리마인딩 팝업 설정]

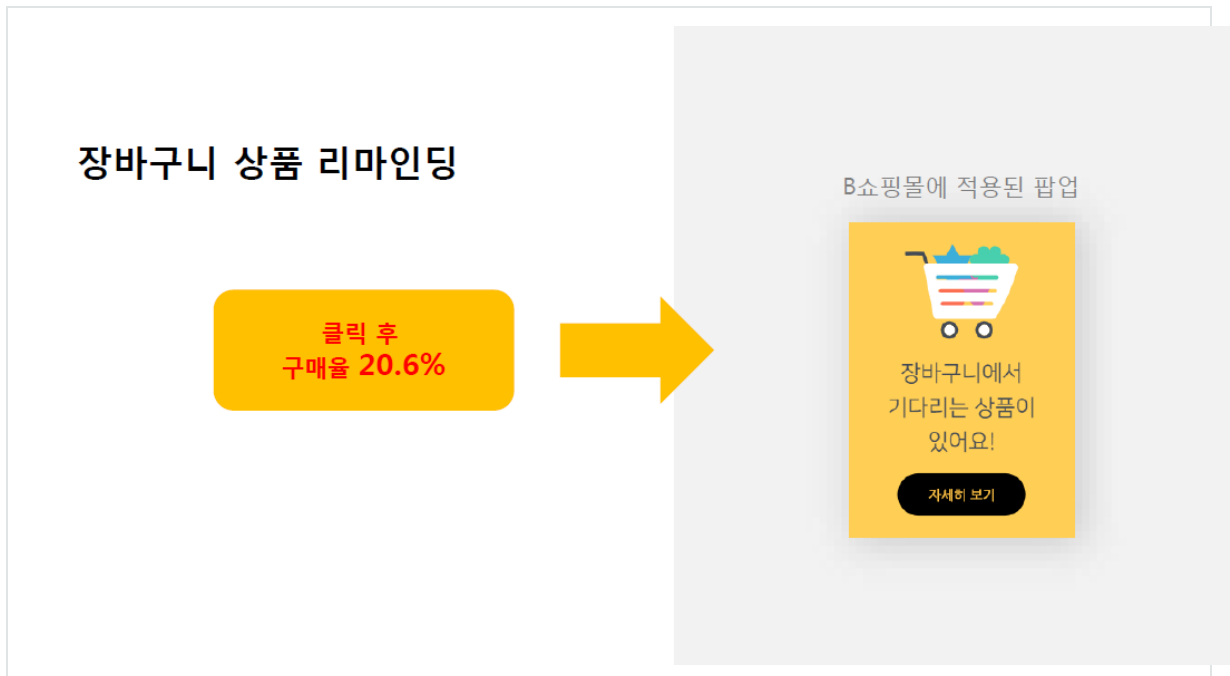
장바구니 리마인딩 팝업은 [Message > 템플릿으로 작성하기]에서 선택해 조건을 지정합니다.

IFDO 에서는 직접 작성하기에서 정의할 수 없는 오토메시지 조건 또는 일반적인 오토메시지 조건 묶음을 템플릿으로 작성하기에서 제공하고 있습니다.

장바구니 리마인딩 팝업을 위한 조건은 전자 상거래 분류 중 장바구니에 포함되어 있습니다.

사이트에 방문한 사용자가 첫 방문 일 때, 회원 가입을 유도하는 팝업을 띄웁니다. 이를 위해서 [직접작성하기]에서 첫 방문 조건과 세션 페이지뷰를 선택해 팝업 조건을 만듭니다.

작성한 오토메시지가 실행되면 리포트를 통해 실행 및 전환 결과를 확인할 수 있습니다.



### 1. 템플릿으로 작성하기로 오토메시지 조건을 선택합니다.

- 1) 우측 Message 메뉴를 클릭합니다.
- 2) 템플릿으로 작성하기를 클릭합니다.
- 3) 전자 상거래 분류를 선택합니다.
- 4) 펼쳐진 전자 상거래 분류 중 장바구니 항목을 선택합니다.
- 5) 우측에 보여지는 오토메시지 템플릿 중 최근 []일 이내 장바구니에 상품을 추가한 사용자를 선택합니다.

\*) 선택한 템플릿은 최근 []일 이내 장바구니에 담았지만, 구매하지 않고, 이탈한 사용자들

의미합니다.

해당 사용자는 장바구니에 담겨있는 상품이 있다고, 인지시켜 구매를 유도할 필요가 있습니다.

6) 최근 [] 일을 선택해 7 을 입력합니다.

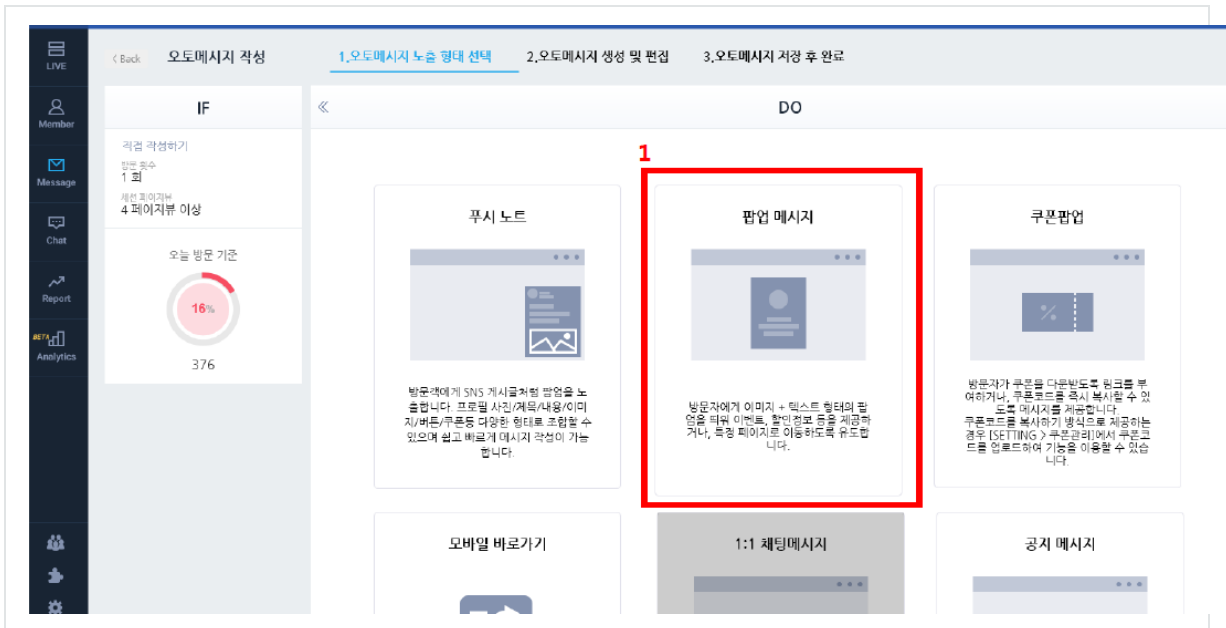
\*) 최근 7 일 (일주일) 이내 장바구니에 상품을 추가한 사용자로 조건에 명시합니다.

7) [위 조건으로 오토 메시지 작성]을 선택합니다.



## 2. 오토메시지 형태 선택 (팝업 메시지)

오토 메시지 형태 중 [팝업 메시지]를 선택합니다.





### 3. 오토메시지 팝업을 편집합니다.

1) 우측에 보이는 팝업 템플릿 목록에서 [장바구니에서 기다리는 상품이 있어요!] 문구가 보이는 템플릿을 선택합니다.

\*) 템플릿 목록은 팝업 메시지를 잘 사용할 수 있도록 미리 디자인된 템플릿을 제공하고 있습니다.

팝업 템플릿은 시기에 따라 새로운 형태의 팝업이 추가 될 수 있습니다.

2) 템플릿을 선택하면, 중앙에 표시되며, 현재 선택된 템플릿을 구성하는 객체들을 선택해 편집할 수 있습니다.

3) 템플릿 내용중 자세히 보기를 선택합니다.

4) 각 객체를 선택하면, 상단에 객체를 이동하거나, 정렬하거나, 색상과 투명도, 링크 등을 설정할 수 있습니다.

상단 링크 표시를 클릭하여, http://도메인을 포함하는 자세히 보기를 클릭해 이동할 URL 주소를 입력하며, 적용을 클릭합니다.

5) 수정이 완료되면, 상단 [편집완료] 버튼을 클릭합니다.





#### 4. 오토메시지 팝업을 위한 설정을 진행합니다.

##### 1) 팝업 위치 설정

- 팝업 메시지는 이미지 팝업으로 사이트에 뜨게 되는데, 뜨는 위치를 8 가지 위치 중 지정할 수 있습니다.

또한, 화면에 고정된 위치에서 표시할지, 페이지 스크롤이 되면 따라 이동되는 유동적 위치에 표시할지 결정합니다.

##### 2) 팝업의 제목 및 설명을 간단하게 입력합니다.

##### 3) 타겟 고객에게 얼마나 자주 팝업을 보여 줄 지 선택합니다.

##### 4) 팝업의 노출 기간을 선택합니다.

##### 5) 팝업의 노출 시간대를 선택합니다.

##### 6) 팝업 하단에 [오늘 다시 보지 않기] 표시 여부를 선택합니다.

##### 7) 팝업의 배경 유무 및 투명도를 설정 합니다.

8) [저장] 은 현재 설정한 오토메시지를 저장만하고, 이후 [Message 목록]에서 활성화할 수 있습니다.

[저장 후 바로 적용] 버튼을 클릭하면 팝업 노출이 즉시 적용됩니다.

### 팝업위치설정



- 화면상 고정된 위치에 표시 ?  유통력 위치에 표시 ?

### 제목 및 설명

오토 메시지 제목

오토 메시지 설명

### 실행 빈도

- 최초 한번 ?  방문마다 ?  일1회 ?  주1회 ?  월1회 ?

### 노출 기간

- 기간 제한없음 ?  기간 지정 ? 2019-06-18 부터 2019-06-25 까지

### 노출 시간

- 24시간 ?  시간 지정 ? 00:00:00 부터 23:59:59 까지

### 하루 다시 보지 않기

- 팝업 하단에 추가 ?  없음 ? [미리보기](#)

### 팝업레이어 배경 유무 및 투명도 조정

- 배경보일 ?  배경안보일 ?  투명도 50 ? [미리보기](#)

### 태그 저장 ?

[저장](#) [저장 후 바로 적용](#)

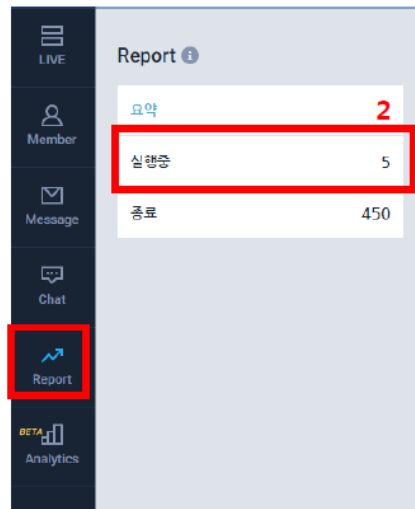
5. [장바구니 상품 리마인딩] 팝업에 대한 결과를 우측 Report 메뉴를 클릭해 확인 합니다.

[Report] 메뉴는 현재 진행되고 있는 오토메시지에 대해 실행, 클릭, 전환에 대한 요약된 리포트를 제공합니다.

또한, 실행되고 있는 각 오토메시지를 요약 > 상세리포트, [실행중 > 오토메시지]를 클릭해 상세한 리포트를 확인 할 수 있습니다.

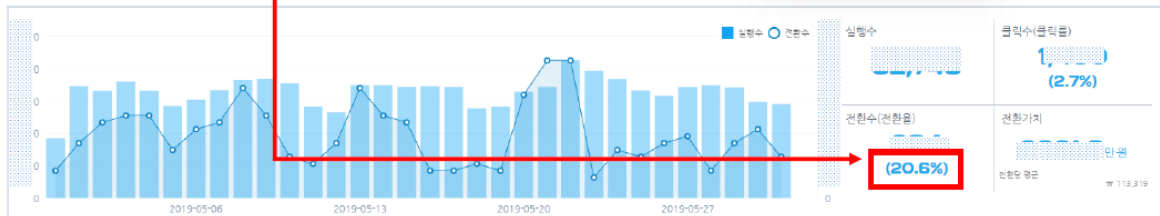
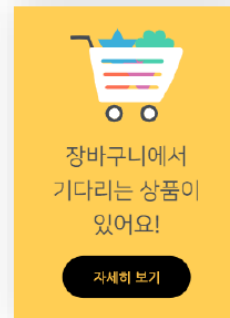
작성한 팝업의  
효과 분석 결과는  
Report 메뉴에서  
확인하실 수 있습니다.  
(실행수, 클릭수,  
전환율(설정된 모든 전환),  
매출액 )

1



장바구니 상품 리마인딩

강요가 아닌 Nudge를 이용한  
Message로 상기시키는 것 만으로도  
기대 이상의 결과를 얻어낼 수 있습니다.



## 4. IFDO 기능 소개

IFDO의 각 기능(메뉴)에 대해 간단한 설명입니다.

자세한 설명은 각 메뉴 별 도움말을 참고해 주세요.

### LIVE (라이브)

1. 실시간 방문자에 대한 모니터링이 가능합니다.
2. 최근 7일 방문자에 대한 조건 검색을 선택하여 해당 비율을 확인할 수 있습니다.
3. 접속중인 방문자에게 1:1 채팅 메시지를 보낼 수 있습니다.
4. (왼쪽) 방문 조건을 선택하여 오토메시지를 만들 수 있습니다.

### Member (멤버)

1. 분석 스크립트에서 회원 로그인에 대한 환경변수(나이, 성별)를 세팅한 경우 회원 조건을 만들 수 있습니다.
2. 회원 조건을 2 가지 이상 선택해 관심 회원그룹으로 저장할 수 있습니다.  
(예. 30대 남성, 20대 여성 등)

### MESSAGE (메시지)

1. 오토메시지 목록 : 등록된 오토메시지에 대한 상태(ON/OFF) 변경 및 수정, 삭제를 선택할 수 있습니다.
2. 템플릿으로 작성 : 미리 생성된 템플릿을 고르고 오토메시지를 만들 수 있습니다.  
(왼쪽)템플릿 그룹을 누르면, 관련된 템플릿에 대한 설명을 확인할 수 있습니다.  
템플릿 선택을 눌러 상세 조건 입력을 한 후 위 조건으로 오토메시지 작성 버튼을 클릭하세요.
3. 직접작성하기 : 화면 왼쪽의 조건목록에서 선택하면 오른쪽에 추가됩니다.  
각 조건에 대해 선택하세요를 클릭해 상세 조건을 선택(입력)하세요.  
모든 조건 선택이 완료되었다면, 위 조건으로 오토메시지 작성 버튼을 클릭하세요.
4. 오토 메시지 작성은 노출 타입 선택 > 편집 > 설정의 3 단계 과정이 필요합니다.

## CHAT (챗)

1. 방문자와 실시간 채팅 상담을 할 수 있는 메뉴입니다.
2. 대기중인 상담은 CHAT 메뉴에 대한 권한이 설정된 모든 담당자에게 보여집니다.
3. 대기중인 상담에 대해 특정 담당자가 메시지를 입력해 전송하면, 진행중인 상담으로 이동됩니다.
4. 방문자(고객)에게 추가문의사항이 없는지 확인 후 상담 종료를 요청하세요. 종료되지 않은 상담은 진행중인 상담 목록에 계속 남아있게 됩니다.
5. 모든 담당자가 OFF 상태인 경우 채팅 상담이 불가능하기 때문에 채팅 메시지를 입력한 방문자에게 문의하기 접수 안내가 보여지게 됩니다. 방문자가 이메일주소와 문의하기 내용을 입력한 경우 문의하기 접수에서 확인하실 수 있습니다.
6. 문의하기 접수에서 답변을 작성해 메일 보내기를 누르면, 문의하기 완료로 이동됩니다.

## REPORT (리포트)

1. 요약 리포트 : 오토 메시지에 대한 분석(실행, 전환) 및 방문수, 페이지뷰, 평균 체류시간을 요약합니다. 각 오토 메시지 형태(팝업, 공지, 채팅, 쿠폰 팝업, 페이지 이동, Dynamic UI)별 리포트가 제공됩니다.
2. 실행/종료 리포트 : 실행중 또는 종료된 오토메시지 각각에 대한 분석 데이터(실행, 전환, 전환가치)를 제공합니다. 우측 실행 또는 종료를 클릭하면, 현재 실행되거나 종료된 오토메시지 목록을 확인할 수 있으며, 각 오토메시지 이름을 클릭하여, 우측에 상세 결과 리포트를 확인 할 수 있습니다.

## ANALYTICS (로그분석)

1. 요약 : 사이트에 방문한 방문자의 방문수, 순방문수, 페이지뷰, 유입, 전환율을 요약합니다.
2. 방문 : 시간대별 평균 방문수, 일별 방문수, 최근 방문 목록, 재방문 간격, 자주 찾는 횟수 등을 제공합니다.
3. 유입 : 유입출처를 검색엔진, 검색어, 유입 도메인, SNS 등에 대한 유입수를 확인할 수 있습니다.
4. 광고 : 검색광고 및 배너광고에 대한 방문 자료를 제공합니다.
5. 콘텐츠 : 내부 콘텐츠 페이지에 대한 사용 통계를 제공합니다.
6. Suggest : IFDO Suggest ( 상품 자동 추천 ) 서비스에 대한 결과를 제공합니다.

7. 회원 : 회원 가입수, 로그인 횟수 등을 확인할 수 있습니다.
8. 구매 : 일별, 요일별 구매를 분석하며, 각 제품별 구매 이력 리포트가 제공됩니다.
9. 시스템 : 시스템 환경 ( 브라우저, 운영체제, 해상도 , 기기 구분 등) 에 따른 방문 이력 리포트가 제공됩니다.

### Customer Profile Manager(사용자 프로필 매니저)

1. 고객 프로필 매니저 : 로그인 회원 DB 연동과 사용자 정의 트리거 연동을 위한 속성을 설정합니다.
2. 데이터 연동 : 데이터 연동을 위한 스크립트를 확인할 수 있으며, 회원 속성에 대해 CSV 파일을 업로드해 연동하는 기능을 제공합니다.

### Connect (커넥트)

1. 연관 상품 추천 : IFDO Analytics 를 통해 수집/분석된 자료를 바탕으로 연관 구매 상품을 추천하는 기능을 제공합니다.
2. 페이지 최적화 : 랜딩페이지에 대한 A/B/n 테스트를 진행하며, 실시간 테스트에 대한 결과를 확인할 수 있습니다.
3. Social Ticker : 상품 정보 페이지에서 현재 사이트에서 방문자들이 선호하는 지 Ticker 형태로 제공하는 서비스입니다.

### Settings(설정)

1. 기본 분석 설정 : IFDO 분석을 위한 분석 스크립트와 전환 페이지 설정, 캠페인 설정 등 IFDO 서비스를 위한 설정을 제공합니다.
2. 사용자 데이터 관리 : 등록된 쿠폰에 대해 추가/삭제 할 수 있는 쿠폰 DB 관리를 제공하며, 등록된 TAG 에 대해 관리할 수 있는 TAG 관리를 제공합니다.
3. 상담 설정 : 랜딩페이지에 대한 A/B/n 테스트를 진행하며, 실시간 테스트에 대한 결과를 확인할 수 있습니다.

### Account(계정 설정)

1. My : 등록된 사용자 정보를 확인 하고 편집할 수 있습니다.
2. 사이트 : IFDO 서비스를 사용중인 사이트 정보를 확인할 수 있으며, 편집할 수 있습니다.
3. 결제 : IFDO 서비스에 대한 사용요금 결제 및 결제 내역을 확인할 수 있습니다.

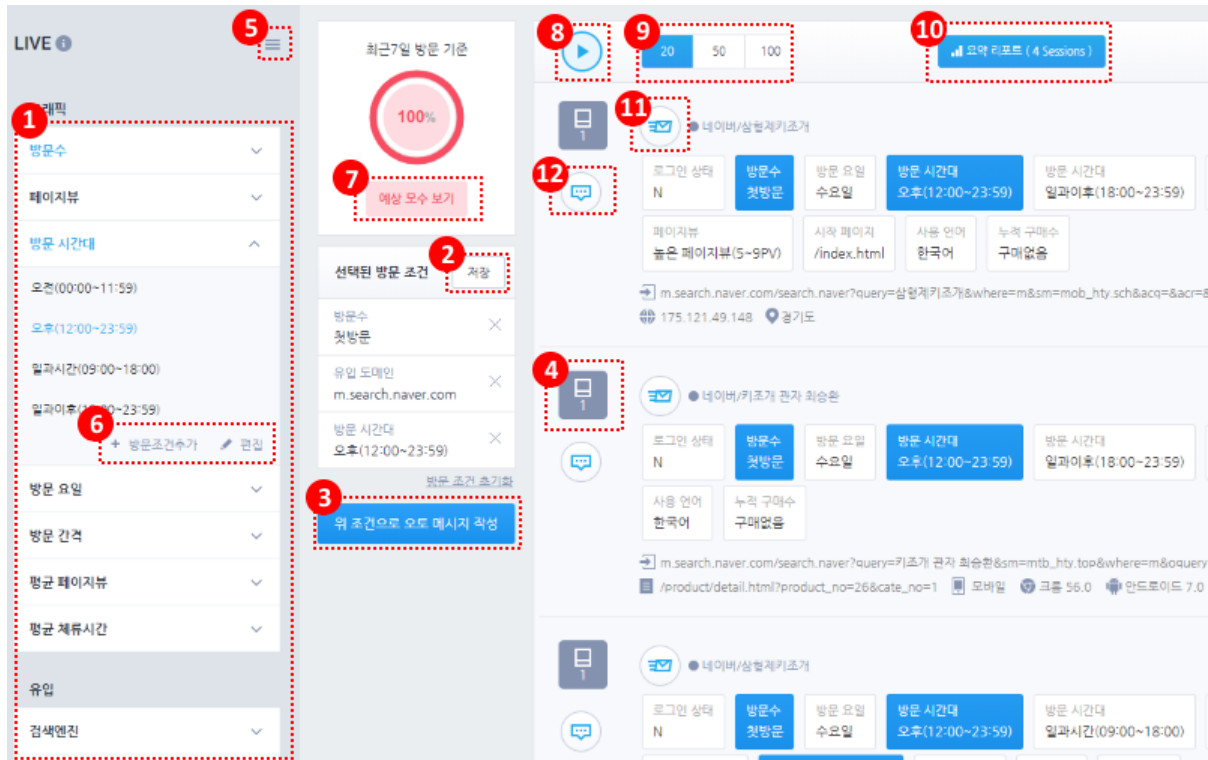
## II. 오토메시지 만들기

1. Live.....	23
2. Member .....	25
3. Message .....	26



# 1. Live

실시간 방문자 목록을 확인할 수 있습니다. 새로운 방문과 같이 업데이트된 새로운 정보가 있으면, 우측 목록 상단에 바뀐 내용을 보여드립니다.



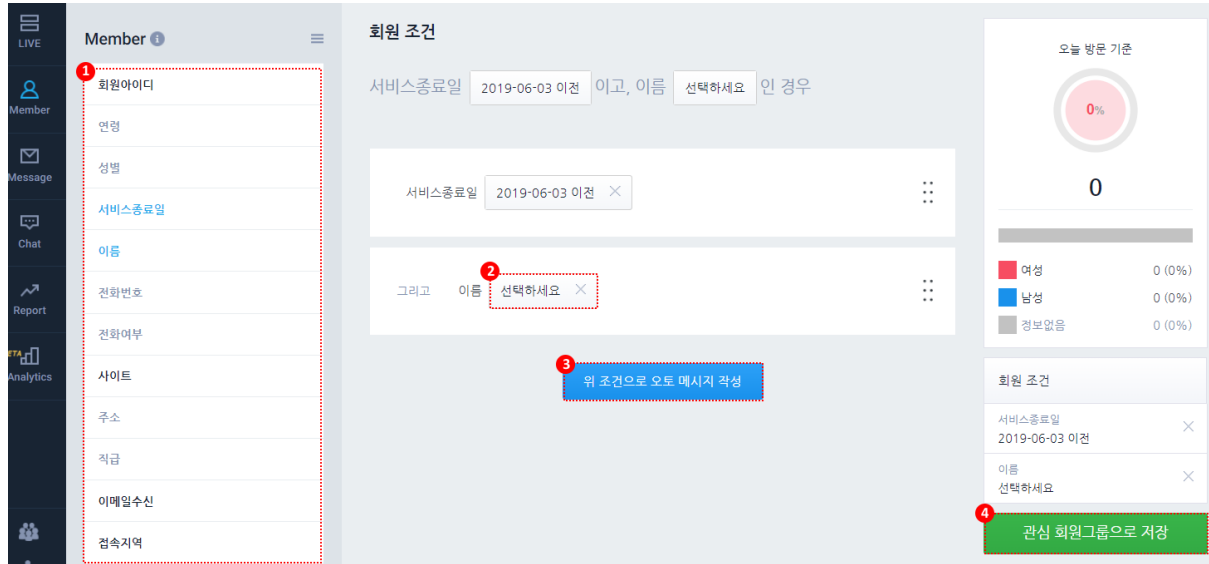
1. (왼쪽) 방문 조건을 선택하면 해당되는 방문자만 오른쪽에 검색됩니다. 다시 누르면 선택이 해제됩니다.
2. 두 가지 이상의 방문 조건을 선택하면 저장 버튼이 보여집니다. 해당 조건을 관심 방문 조건으로 저장할 수 있습니다.
3. 선택한 방문 조건으로 오토 메시지 작성을 물러 오토 메시지 만들기로 이동할 수 있습니다.
4. 아이콘을 누르면 해당 방문자의 상세정보(이동경로/최근상담) 페이지로 이동됩니다.
5. 방문조건 편집 : 방문조건에 대한 대메뉴 보임/숨김을 선택할 수 있습니다.
6. 방문조건을 추가하고 편집할 수 있습니다.
7. 최근 7 일 방문 기준 선택하여, 방문 조건에 맞는 예상 모수를 확인합니다.

8. 최근 24 시간 이내 실시간으로 방문하는 사용자를 현재화면에서 표시합니다.  
기존에 방문자가 페이지를 이동할 경우에는 상단에 최근 정보가 출력됩니다.  
실시간 방문자 확인을 일시 정지하거나 다시 새로운 방문 정보를 업데이트 할 수 있습니다.
9. 현재 화면에 보여지는 방문자 목록에 대한 개수를 선택합니다.
10. 최근 24 시간 이내 방문에 대한 요약 리포트를 출력합니다.
11. 푸시 된 오토메시지가 있을 경우, 가장 최근에 발송된 오토메시지를 표시합니다. 클릭하면 오토메시지 내용을 확인할 수 있습니다.
12. 선택한 사용자에게 채팅 메시지를 보낼 수 있습니다. 클릭하면 채팅 메시지를 주고 받을 수 있는 채팅 관리 화면으로 이동합니다.

## 2. Member

로그인한 사용자를 대상으로 메시지를 작성할 수 있습니다.

또한, 선택한 회원정보를 묶어 관심 회원그룹으로 지정할 수도 있습니다.



1. 왼쪽 회원 조건 목록에서 원하는 조건을 선택하세요.
2. 추가된 회원 조건 각각의 선택하세요를 눌러 상세 조건을 선택하세요.
3. 위 조건으로 오토 메시지 작성을 누르면 오토 메시지 노출 형태를 선택하는 페이지로 이동합니다.  
  
오토 메시지 노출 형태 및 노출 내용을 편집해 오토 메시지를 등록하세요.  
  
방문자가 로그인 했을 때 선택한 조건에 해당하는 경우 설정한 오토 메시지가 보여지게 됩니다.
4. 관심 회원 그룹으로 저장 : 선택한 회원 조건을 관심 회원그룹으로 저장합니다.  
  
관심 회원 그룹은 LIVE 메뉴에도 추가되어 다른 방문 조건과 함께 선택할 수 있습니다.

### 3. Message

#### 1. 오토 메시지 목록

등록된 오토 메시지 목록을 확인할 수 있습니다. 오토 메시지 목록에서는 등록된 오토 메시지를 편집하거나, 조건을 수정할 수 있으며, 동일한 조건의 오토 메시지를 위해 우선 순위를 조정할 수 있습니다.



- 오토 메시지의 상태(ON/OFF) 를 바로 변경할 수 있습니다.  
상태를 변경하실 때 기간을 확인해주세요. 기간이 경과된 오토 메시지는 상태를 ON 으로 변경하더라도 노출될 수 없습니다.
- 오토 메시지를 등록한 담당자 구분을 위해 각 오토 메시지 작성자의 이미지 프로필과 이름을 표시합니다.
- 마우스를 오버(위에 올리면)하면 IF(조건상세)가 보여집니다.
- 설정된 오토 메시지의 미리보기 팝업이 보여집니다.
- 오토 메시지에 대해 선택한 노출 기간이 표시됩니다. 노출 기간이 경과되면 상태가 OFF 로 변경됩니다.  
기간이 종료된 오토 메시지를 다시 실행하기 위해서는 수정을 눌러 기간을 먼저 조정하시고, 상태를 ON 으로 변경하세요.
- 해당 오토 메시지에 대한 REPORT 페이지로 이동합니다.
- 수정 : 오토 메시지에 대한 편집 및 제목, 기간, 노출시간 등을 변경할 수 있습니다.  
(단, IF 조건에 대한 변경은 불가)

8. 삭제 : 등록된 오토 메시지를 삭제합니다. 삭제한 오토 메시지는 즉시 실행이 중지됩니다.
9. 우선순위 : 한 기기에 대해 동일한 조건에 오토 메시지가 푸시 될 때 , 이에 대한 우선 순위를 지정합니다.

마우스로 오토 메시지를 선택해 드래그하여 우선 순위를 조정하시기 바랍니다.

## 2. 오토 메시지 만들기

오토 메시지는 Live, Message > 직접 작성하기, Message > 템플릿으로 작성하기, Member 에서 대상 또는 조건을 선택하고, 방문자에게 푸시 할 오토 메시지를 만들 수 있습니다.

**Live** 는 현재 방문중인 기기 또는 로그인 회원에 대한 대상을 확인하고, 오토 메시지를 작성할 수 있습니다.

**Member** 는 로그인 회원에 대해 회원 속성을 조합해 대상자에 대한 조건을 생성하고, 지정한 대상자에게 보낼 오토 메시지를 작성할 수 있습니다.

**Message > 직접 작성하기** 는 방문, 유입, 광고, 콘텐츠, 구매 등 각 기기 및 로그인 회원 속성을 선택할 수 있으며, 선택한 속성을 조합해 대상자를 지정할 수 있으며, 이 대상에게 보낼 오토 메시지를 작성할 수 있습니다.

**Message > 템플릿으로 작성하기** 는 미리 정의 된 템플릿에 포함된 대상에게 보낼 오토 메시지를 작성할 수 있습니다.

### 3. 오토 메시지 형태 선택

오토 메시지 조건을 선택한 후 다음 11 가지 노출 형태 중 한 가지를 선택하세요.

\*) 추후 메시지 형태는 추가 될 수 있습니다.

<p><b>푸시 노트</b></p>  <p>방문객에게 SNS 게시글처럼 팝업을 노출합니다. 프로필 사진/제목/내용/이미지/버튼/쿠폰등 다양한 형태로 조합할 수 있으며 쉽고 빠르게 메시지 작성이 가능합니다.</p>	<p><b>팝업 메시지</b></p>  <p>방문자에게 이미지 + 텍스트 형태의 팝업을 띄워 이벤트, 할인정보 등을 제공하거나, 특정 페이지로 이동하도록 유도합니다.</p>	<p><b>쿠폰팝업</b></p>  <p>방문자가 쿠폰을 다운받도록 링크를 부여하거나, 쿠폰코드를 즉시 복사할 수 있도록 메시지를 제공합니다. 쿠폰코드를 복사하기 방식으로 제공하는 경우 [SETTING &gt; 쿠폰관리]에서 쿠폰코드를 업로드하여 기능을 이용할 수 있습니다.</p>
<p><b>모바일 바로가기</b></p>  <p>방문객의 모바일 화면에 바로가기 설치를 유도합니다. *안드로이드 모바일 기기이고 네이버 앱을 통해 방문한 경우에 바로가기 유도팝업을 띄울 수 있습니다.</p>	<p><b>1:1 채팅메시지</b></p>  <p>방문자에게 채팅 메시지를 자동으로 보냅니다. 응답한 방문자와 실시간 상담을 통해 추가 정보를 제공할 수 있습니다.</p>	<p><b>공지 메시지</b></p>  <p>방문자에게 작은 팝업 상자를 띄워 정보 탐색에 방해를 주지 않으면서 일시적인 알림 사항을 전달하거나 특정 페이지로 이동을 유도합니다.</p>

1. 푸시노트 : 방문자에게 SNS 게시글과 같은 팝업 메시지를 노출할 수 있습니다.
2. 팝업 메시지 : 회원가입혜택, 세일, 이벤트 등을 팝업으로 편집할 수 있습니다.
3. 쿠폰 팝업 : 금액 할인, 무료배송 등 쿠폰을 제공하는 팝업이 보여지도록 편집할 수 있습니다.
4. 모바일 바로가기 : 안드로이드 모바일 기기이고, 네이버 앱을 통해 방문한 경우 바로가기 유도 팝업을 띄울 수 있습니다.
5. 1:1 채팅 메시지 : 조건에 해당되는 방문자에게 채팅 메시지를 보낼 수 있습니다.  
텍스트뿐 아니라 버튼(링크) 또는 동영상을 적용할 수 있습니다.
6. 공지 메시지 : 간단한 알림 내용이 보여지도록 메시지를 보냅니다.

<p><b>태그 저장</b></p>  <p>선택 조건의 방문자에게 태그를 저장합니다. 추후 마케팅 조건으로 태그를 선택할 수 있습니다. * 고객에게 보여지는 메시지는 아닙니다 예) 드레스 카테고리 자주보는 방문객에게 [드레스 관심고객]으로 태그 저장</p>	<p><b>페이지이동</b></p>  <p>선택한 조건에 해당 되는 방문자를 특정 페이지로 이동시킵니다.</p>	<p><b>Dynamic UI</b></p>  <p>선택 조건에 해당되는 방문자에게 동적인 콘텐츠를 노출합니다. 동적인 콘텐츠가 보여지도록 특정 영역 또는 페이지를 만드는 사전 작업이 필요합니다.</p>
<p><b>추천 상품 팝업 for PC</b></p>  <p>추천 상품을 팝업으로 띄울 수 있습니다. 추천 상품은 마케터가 직접 상품을 선택하거나 IFDO에서 추천하는 상품을 자동으로 노출할 수 있습니다.</p>	<p><b>추천 상품 팝업 for mobile</b></p>  <p>추천 상품을 스와이프 형태의 레이어로 띄울 수 있습니다. 추천 상품은 마케터가 직접 상품을 선택하거나 IFDO에서 추천하는 상품을 자동으로 노출할 수 있습니다.</p>	

7. 태그 저장: 선택한 태그를 저장합니다. 저장된 태그는 [ Live ] 와 [ Live > 상세페이지 ] 에서 확인할 수 있으며, 마케팅 조건으로 선택할 수 있습니다.
8. 페이지 이동 : 조건에 해당되는 방문자를 특정 페이지로 이동시킵니다.
9. Dynamic UI : 지정한 HTML Layer 에 설정한 HTML 을 노출하거나, 설정한 URL 을 Iframe 형태로 지정된 Layer 에 설정할 수 있습니다.
10. 추천 상품 팝업 for PC : PC 방문자에게 지정한 상품 또는 추천 상품이 포함된 팝업을 노출할 수 있습니다.
11. 추천 상품 팝업 for mobile : 모바일 방문자에게 지정한 상품 또는 추천 상품이 포함된 팝업 (스와이프 형태)을 노출할 수 있습니다.

## 4. 오토 메시지 작성 및 편집

오토 메시지는 선택한 각 메시지 형태에 따라 작성 및 편집 방법이 다릅니다. 아래 각 메시지 형태에 맞는 가이드를 참고하세요.

### 1) 푸시 노트

푸시 노트는 방문자에게 SNS 게시글과 같은 팝업 메시지를 노출하는 형태이며, 아래와 같이 프로필 정보와 푸시 노트 문구를 설정할 수 있습니다.

푸시노트 프로필 선택

미리보기

1 프로필 이름 IFDO (최대 15자)

2 프로필 보조 설명 어서오세요~ 환영합니다. (최대 25자)

3 제목 IFDO에 처음 오셨나요? (최대 25자)

4 내용 오늘 너무 덥죠?  
강원도 계곡 물에 ~  
발 담그고 업무보신다고 상상해봐요~ (최대 250자)

5 쿠폰 추가

쿠폰 이름 2019년 6월 여름이벤트 쿠폰 (최대 15자)

쿠폰 선택 쿠폰테스트\_20190328 (찾기)

6 플루 액션 추가  없음  이미지  버튼

7 미리보기

IFDO  
어서오세요~ 환영합니다.

IFDO에 처음 오셨나요?

오늘 너무 덥죠?

강원도 계곡 물에 ~  
발 담그고 업무보신다고 상상해봐요~

2019년 6월 여름이벤트 쿠폰  
1234-5678-ABCD

1. 푸시 노트에 노출될 프로필 이름을 입력합니다.
2. 푸시 노트에 노출될 프로필 보조 설명을 입력합니다.
3. 푸시 노트에 노출될 제목을 입력합니다.
4. 푸시 노트에 노출될 내용을 입력합니다.
5. 쿠폰을 함께 출력하고자 할 때, 쿠폰 추가를 체크(클릭)하고, 등록되어 있는 쿠폰을 선택합니다.
6. 이동할 대상 페이지 URL 이 있다면, 이미지 또는 버튼을 선택하시고, 이미지 또는 버튼 형태를



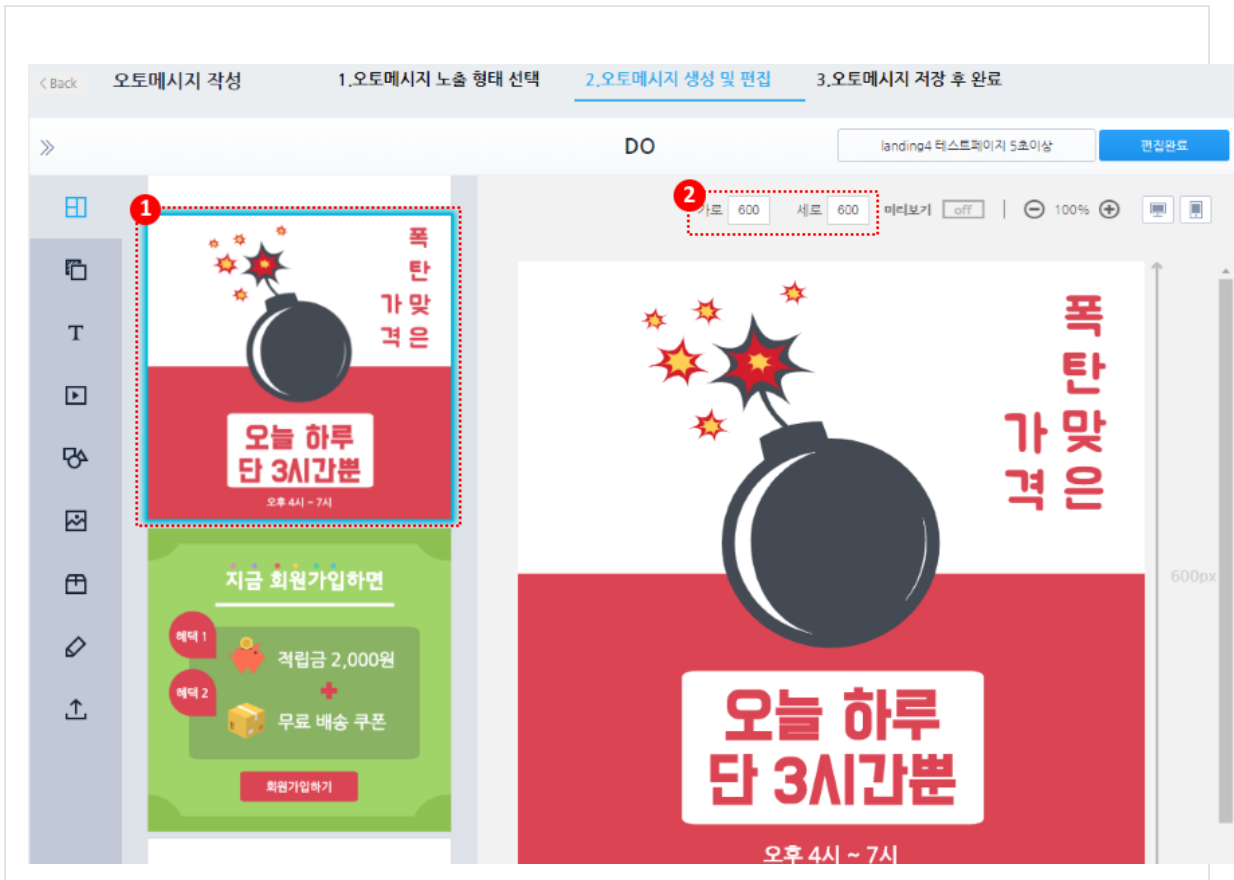
지정하며, 이동할 URL 을 입력합니다.

7. 각 입력창에 입력이 완료되면, 미리보기를 클릭해 노출될 푸시 노트를 확인 합니다.

## 2) 팝업 메시지

팝업 메시지는 방문자에게 관리자가 생성한 팝업 이미지를 띄우는 형태 입니다.

팝업 이미지는 편집기를 통해 다양한 이미지, 객체, 텍스트를 적용해 만들 수 있습니다.



1. 좌측에 템플릿 목록이 보여집니다. 먼저, 템플릿을 선택하세요.

기존에 편집하던 화면이 있을 경우 초기화하고, 선택한 템플릿으로 변경합니다.

2. 선택한 템플릿을 기준으로 팝업 사이즈가 표시되며, 사이즈를 수정해 적용을 누르면 변경할 수 있습니다.



3. 템플릿이 적용된 편집 화면에 새로운 객체(배경 이미지, 텍스트, 도형, 이미지, 클립아트, 내 이미지)를 적용할 수 있습니다.

4. 편집 화면에 적용한 각 객체들은 선택하여, 각 객체에 맞는 색상, 투명도, 링크(연결 주소) 등을 수정할 수 있습니다.

선택한 객체의 크기를 조정할 수 있으며, 각 객체 별 앞/뒤 순서를 조정 할 수 있습니다.

5. 편집 화면에 각 객체는 선택 후 마우스를 클릭해 이동, 확대/축소, 회전시켜 사용자가 원하는 위치 및 형태를 반영할 수 있습니다.

각 객체의 좌측과 하단에 숫자는 객체의 크기이며, 텍스트를 수정해 크기를 지정할 수 있습니다.

각 객체를 감싸도록 마우스를 드래그해 선택하여, 객체 그룹을 생성할 수 있으며, 묶인 그룹에 대한 정렬(가로, 세로, 위, 아래)을 적용할 수 있습니다.

각 객체는 클릭했을 때 이동시킬 링크 URL 을 설정할 수 있습니다.

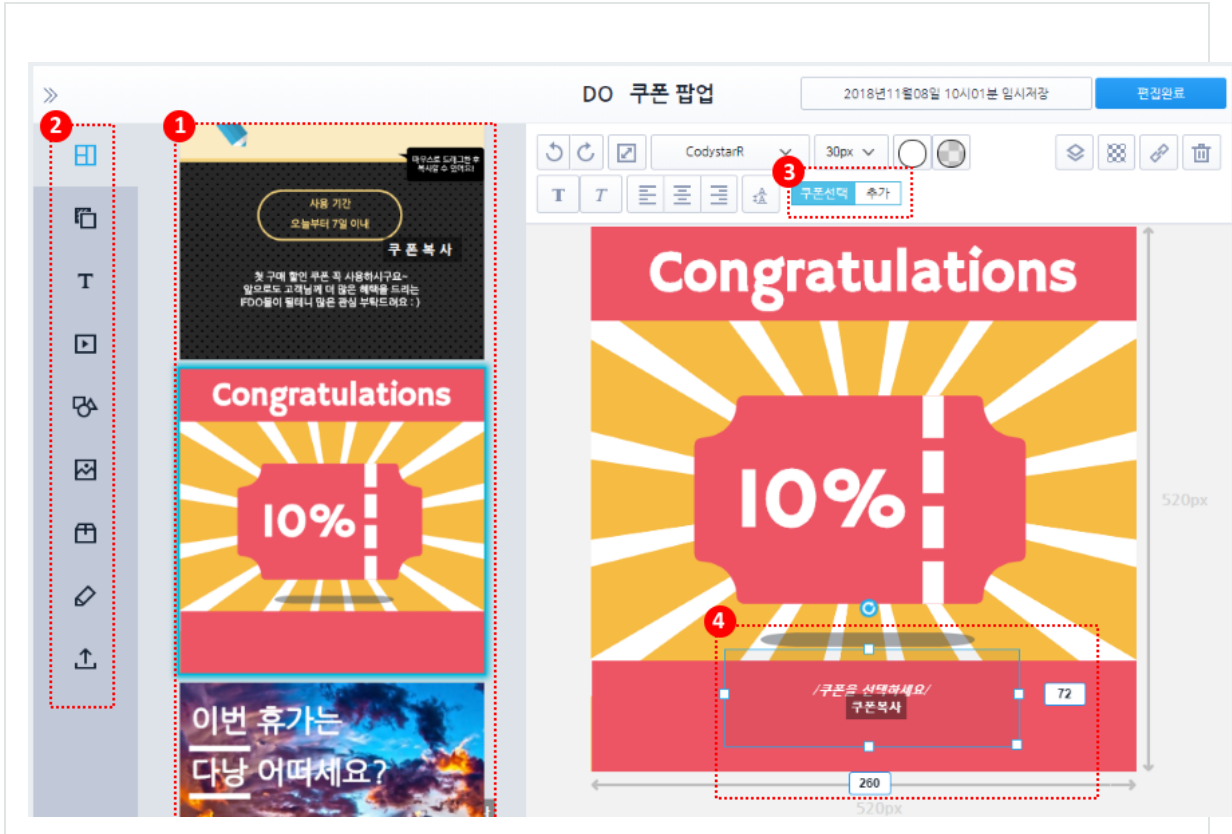
링크 URL 을 입력하신 후 링크 확인을 눌러 페이지가 정상적으로 보이는 확인해주세요. 적용을 누르면 쿠폰 이미지에 링크가 적용됩니다.

모든 내용 편집이 완료한 후 편집 완료를 누르세요.

### 3) 쿠폰 팝업

쿠폰 팝업은 방문자에게 관리자가 생성한 쿠폰 팝업 이미지를 띄우는 형태입니다.

팝업 이미지와 동일하게 편집 할 수 있으며, 쿠폰을 동적으로 생성해 발행하거나, 지정한 쿠폰 페이지로 이동할 수 있는 링크 URL 을 적용할 수 있습니다.



1. 템플릿 목록이 보여집니다. 템플릿을 선택하세요.

기존에 편집하던 화면이 있을 경우 초기화하고, 선택한 템플릿으로 변경합니다.

2. 템플릿이 적용된 편집 화면에 새로운 객체(배경 이미지, 텍스트, 도형, 이미지, 클립아트, 내 이미지를 적용할 수 있습니다.

3. 쿠폰 텍스트가 선택되면 선택한 쿠폰 텍스트 영역에 노출할 쿠폰을 선택 할 수 있습니다.

[ Settings > 쿠폰 DB 관리] 에 미리 등록된 쿠폰 목록을 조회할 수 있으며, 배포 가능한 쿠폰을 선택 합니다.

4. 쿠폰 팝업은 쿠폰 다운로드 버튼 또는 쿠폰 텍스트 중 하나만 선택해 노출할 수 있으며, 쿠폰 텍스트는 선택한 쿠폰이 쿠폰 팝업이 뜰 때마다 동적으로 발행되며, 쿠폰 다운로드 버튼은 지정한 링크 URL 로 이동하도록 처리됩니다.

## 4) 모바일 바로가기

안드로이드 모바일기기이고 네이버 앱을 통해 방문한 경우, 바로가기 유도 팝업을 띄우는 형태입니다.

아래와 같이 프로필 정보와 문구를 입력하세요.

The screenshot shows a form for creating a mobile shortcut. It includes fields for profile selection, name, title, content, button text, and home screen icon settings. Numbered steps 1 through 8 are overlaid on the form to indicate the correct input sequence.

프로필 선택

보내어 이름 1 IFDO (최대 15자)

소제목 2 모바일 바로가기 설치 (최대 25자)

내용 3 핸드폰 바탕화면에 바로가기를 설치하고 편리하게 방문하세요~ (최대 250자)

4 풀 투 액션 추가  이미지  버튼

버튼 레이블 바로가기 설치

홈스크린 아이콘 설정

5 등록할 아이콘 http:// (아이콘확인)

\* 파일 포맷 : png, 크기 : 192 x 192 pixel  
\* 사용자의 모바일 기기의 해상도에 따라서 표시 차이가 발생할 수 있습니다.

아이콘 레이블 6 ex)이프두산 (최대 15자)

터치하면 이동할 사이트 http:// (테스트)

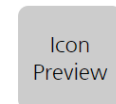
7

8 미리보기

### 메시지 미리보기



### 홈스크린 아이콘 미리보기



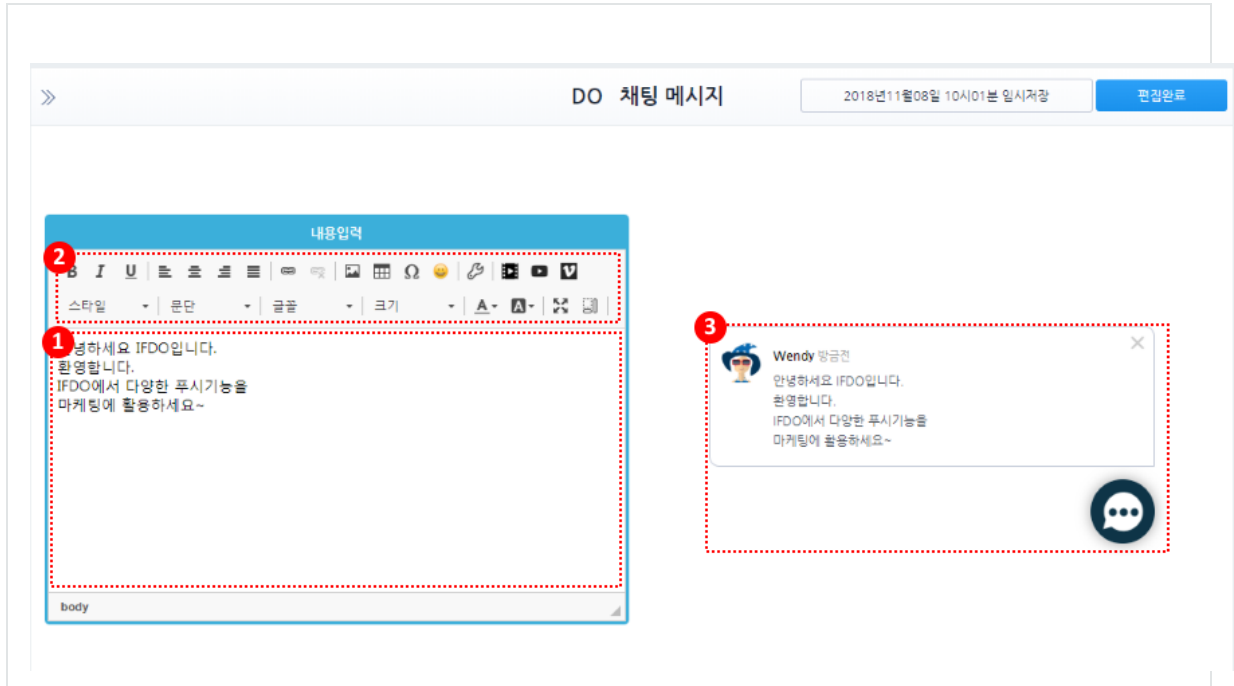
아이콘 이름

1. 바로가기에 표시될 이름을 입력합니다.
2. 바로가기에 표시될 소제목을 입력합니다.
3. 푸시노트에 노출될 내용을 입력합니다.
4. 바로가기 버튼에 표시될 문구와 스타일을 지정합니다.
5. 모바일 홈 스크린에 표시될 아이콘의 이미지 URL 주소와 아이콘 레이블을 설정합니다.
6. 터치하면 이동하게 될 사이트 주소를 입력합니다.

## 5) 1:1 채팅 메시지

상담 기능이 활성화(ON) 되어 있는 경우, 방문자에게 1:1 채팅메시지를 표시 할 수 있습니다.

아래와 같이 채팅 메시지 문구를 입력하세요~



1. 채팅메시지를 작성합니다.
2. 작성한 메시지의 텍스트는 스타일을 변경할 수 있습니다. 또한, 이미지, 아이콘, Video(유튜브, mp4, Vimeo)를 첨부할 수 있습니다.
3. 작성된 1:1 채팅메시지는 우측 미리보기 화면에서 바로 확인 할 수 있습니다.  
모든 내용 편집이 완료한 후 편집 완료를 누르세요.

## 6) 공지 메시지

공지 메시지는 방문자에게 관리자가 생성한 하단에 표시되는 이미지를 띄우는 형태입니다.

공지 메시지는 편집기를 통해 다양한 이미지, 객체, 텍스트를 적용해 만들 수 있습니다.



1. 템플릿 목록이 보여집니다. 템플릿을 선택하세요.

기존에 편집하던 화면이 있을 경우 초기화하고, 선택한 템플릿으로 변경합니다.

2. 템플릿이 적용된 편집 화면에 새로운 객체(배경 이미지, 텍스트, 도형, 이미지, 클립아트, 내 이미지)를 적용할 수 있습니다.

3. 선택한 템플릿을 기준으로 팝업 사이즈가 표시되며, 사이즈를 수정해 적용을 누르면 변경할 수 있습니다.

모든 내용 편집이 완료한 후 편집 완료를 누르세요.

## 7) 태그 저장

태그 저장 기능은 선택한 조건에 맞는 방문자를 입력한 태그로 자동 저장하는 기능입니다.

저장된 태그는 [ Live ] 와 [ Live > 상세 ] 에서 구분하여 볼 수 있도록 태그가 보여지며, 마케팅 조건으로 활용 할 수 있습니다.

< Back   오토메시지 작성   1.오토메시지 노출 형태 선택   **2.오토메시지 생성 및 편집**   3.오토메시지 저장 후 완료

»   DO 태그 저장   2018년11월08일 11시01분 임시저장   편집완료

#

15글자 이내로 입력해주세요. 한글, 영문자, 숫자만 입력할 수 있습니다.

태그명을 입력하시고, 편집 완료를 누르세요.

## 8) 페이지 이동

페이지 이동 기능은 1:1 채팅 메시지와 팝업메시지와 다르게 오토 메시지 조건에 맞으면, 지정한 페이지로 자동 이동 합니다.

페이지 이동할 때 현재 창에서 이동할 지 아니면, 새로운 창을 띄워서 이동 할지 지정 할 수 있습니다.

»   DO 페이지 이동   2018년11월08일 10시51분 임시저장   편집완료

페이지 URL   http://   확인

IF 조건을 만족하면 방문객을 자동으로 이동시킬 페이지 URL을 입력해주세요.

옵션    현재 창에서 이동    새로운 창을 띄워서 이동

태그명을 입력하시고, 편집 완료를 누르세요.

## 9) Dynamic UI

Dynamic UI 는 오토 메시지 조건에 맞는 사용자가 방문할 경우 지정된 Layer ID 에 HTML 또는 Iframe URL 을 노출합니다.

HTML 을 입력하는 형태와, Iframe URL 을 선택적으로 입력할 수 있습니다.

The screenshot shows a configuration window titled "DO 동적 콘텐츠" (DO Dynamic Content) with a timestamp of "2018년 11월 08일 10시 51분 임시저장" (2018 Nov 08 10:51 Temporary Save) and a "편집완료" (Edit Complete) button. The left sidebar has three sections: "구분" (Category) with radio buttons for "HTML" (selected) and "IFRAME"; "Layer ID" with a text input field containing "레이어 영문ID를 입력하세요" (Enter layer English ID); and "HTML" with a large text area containing "HTML 내용" (HTML Content). A "미리보기" (Preview) button is at the bottom. The right side has a "설정안내" (Settings Guide) section with text explaining HTML and IFRAME options and a note about styling.

1. HTML 또는 IFRAME 중 하나를 선택합니다.

2. Layer ID 를 입력합니다. 지정한 Layer (div 또는 HTML 객체) ID 에 설정한 HTML 을 출력합니다.

만약, 지정한 Layer ID 가 없다면, 설정한 HTML 은 출력되지 않습니다.

3. HTML 을 입력합니다.

입력을 완료 한 후 편집 완료를 누르세요.



## 10) 추천 상품 팝업 for PC, 추천 상품 팝업 for Mobile

추천 상품 팝업은 오토 메시지 조건에 맞는 사용자에게 관리자가 지정한 상품이나, 추천 상품을 방문자에게 팝업에 노출합니다.

1. 추천 상품 총수를 선택합니다.
2. 한 페이지에 보여질 추천 상품 수를 선택 합니다.
3. 노출 형태를 에디터 추천(수동) 또는 인기 상품 추천(자동) 중 선택합니다. 둘다 선택할 수도 있습니다.
4. 에디터 추천을 선택 한 경우, 관리자가 현재 상품목록에서 지정 할 수 있습니다.
5. 인기 상품 추천을 선택 한 경우, 추천할 상품의 알고리즘을 지정 할 수 있습니다.
6. 팝업 크기 및 상품 이미지 크기 등 팝업의 스타일을 지정합니다.
7. 팝업내 상세 항목별 폰트 및 색상 등 스타일을 지정 할 수 있습니다.
8. 좌우 페이지징 되는 아이콘의 이미지 URL 을 지정할 수 있습니다. (옵션)  
입력을 완료 한 후 편집 완료를 누르세요.

# III. REPORT

1. 요약 리포트 .....	41
2. 실행/종료 리포트.....	43

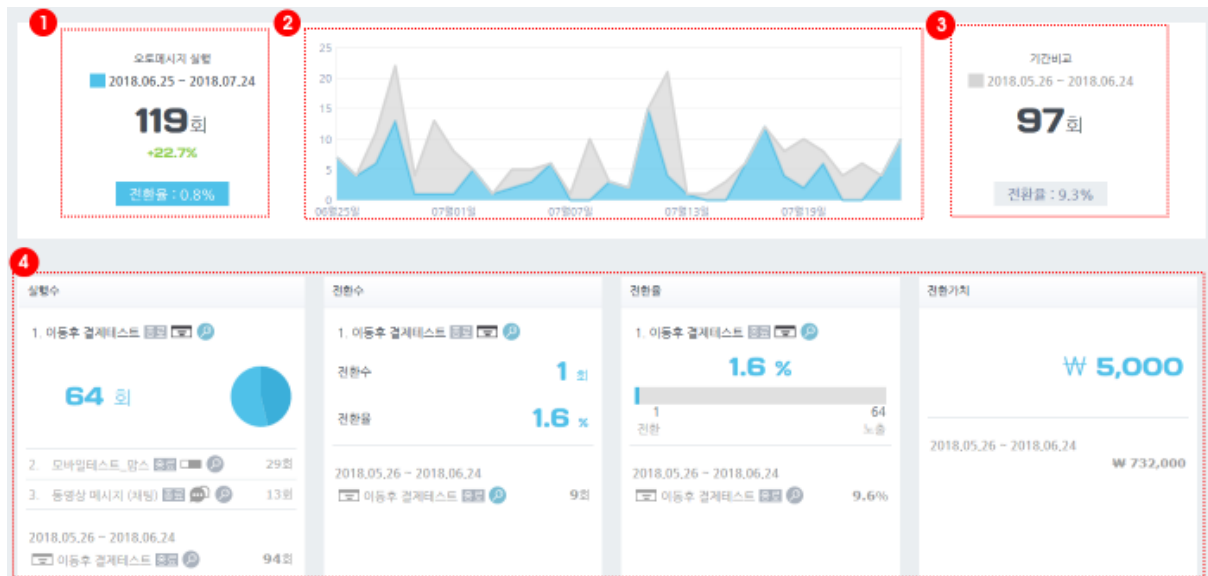
# REPORT

발송된 Auto Message 에 대한 결과 리포트를 확인할 수 있습니다.

## 1. 요약 리포트

IFDO 서비스에서는 집행된 오토 메시지에 대한 통계 리포트를 제공합니다.

요약 리포트는 설정한 오토 메시지 형태별로 실행수, 전환수, 전환율, 전환가치 등을 집계해 표시합니다.



1) 선택한 기간내에 실행한 오토 메시지 실행수 합계와 전환율을 표시합니다. 이전 동일 기간내에 실행수와의 증감 비율을 표시합니다.

2) 선택한 기간내에 실행한 오토 메시지 실행수와 이전 동일 기간내 실행수를 일별 그래프로 표시합니다. 그래프는 현재 기간과 이전 기간 실행수를 합한 누적 영역 그래프로 표시됩니다.

두 영역은 겹치지 않고 위 아래에 누적되어 표시되어, 한눈에 비교 기간에 수치 차이를 확인 하실 수 있습니다.

3) 이전 비교 기간에 대한 실행수와 전환율을 표시합니다.

4) 실행수 요약 정보를 표시합니다. 더불어, 선택한 기간 내 상위 3 개의 메시지 실행수를 비교할 수 있습니다.

전환수 요약 정보를 표시합니다. 전환수 기준, 상위 랭크된 오토메시지를 보여주며, 선택한 기간내 전환수, 전환율을 표시합니다.

전환율은 실행 대비 전환율을 표시합니다.

전환 가치는 현재 기간에 대한 전환 가치 합계를 표시하며, 이전 비교 기간 내 전환 가치 합계를 표시합니다.

### [분석 기준]

IFDO 오토메시지를 통해 발송한 실행수를 일별로 집계합니다.

실행 이후 표시된 팝업에 포함된 링크를 클릭하고, 이동한(페이지 이동) 방문자가 회원가입, 지정한 전환 또는 구매 완료를 한 경우 전환으로 인정하며 전환수 및 전환율 데이터로 환산해 표시합니다.

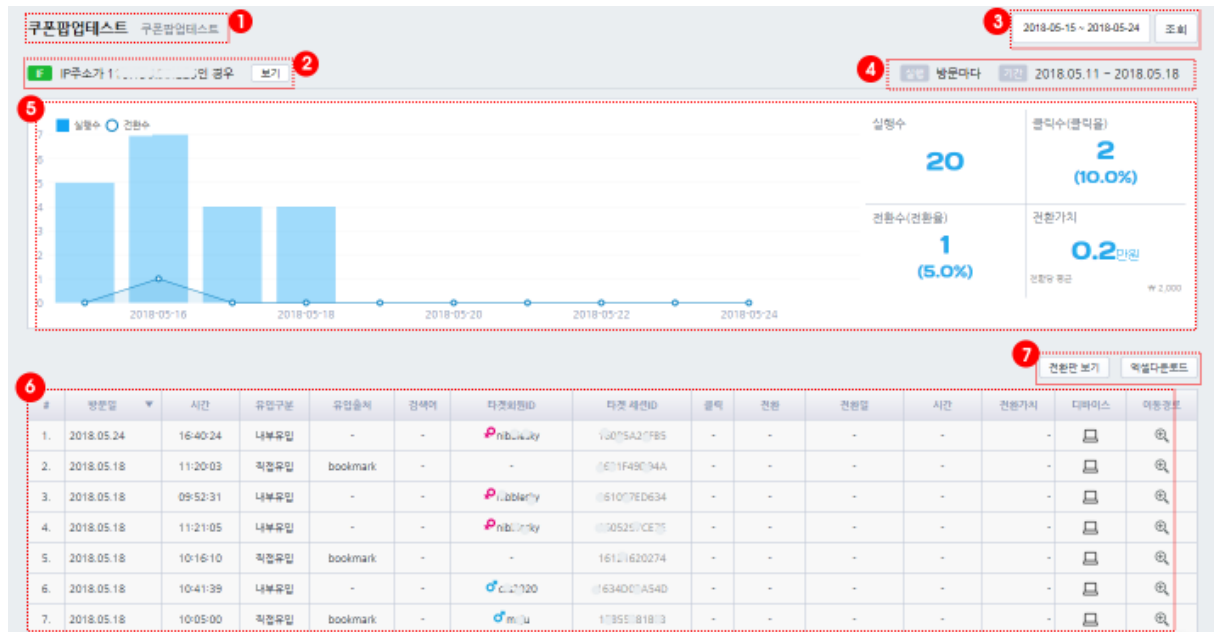
### [용어 설명]

- \* 실행수 : 오토메시지를 실행한 횟수를 말합니다.
- \* 전환수 : 오토메시지를 통해 회원가입, 설정한 전환을 달성한 경우 및 구매 완료한 횟수를 모두 합한 수입니다.
- \* 전환율 : 전환율은 실행수 대비 전환수를 말합니다.
  - \*) 전환율 = 전환수/실행수 \* 100 (비율환산)
- \* 전환가치 : 오토메시지를 통해 달성한 전환(회원가입, 설정한 전환, 구매 완료)에 대한 가치에 대한 합계 입니다.

설정된 전환은 전환 페이지 설정에서 지정한 전환 가치가 반영되며, 구매 완료한 경우 구매 완료 총액이 가치로 인정됩니다.

## 2. 실행/종료 리포트

실행 및 종료 리포트는 설정한 오토메시지를 통해 발송된 메시지(팝업, 쿠폰, 메시지 등)에 대한 요약 정보와 이력을 보여드립니다.



- 1) 오토메시지 이름을 표시합니다.
- 2) IFDO 로 설정한 조건 목록을 서술형으로 표시합니다. 보기를 클릭하면, 현재 설정 저장된 팝업 또는 메시지를 확인할 수 있습니다.
- 3) 기간을 선택할 수 있습니다.
- 4) 실행 빈도 및 실행 기간을 확인할 수 있습니다.
- 5) 오토메시지 실행 및 전환에 대한 일자 별 리포트를 표시하며, 실행, 전환, 클릭, 전환 가치를 요약해 표시합니다.
- 6) 발송한 오토메시지에 대해 이력 및 전환을 표시합니다.
- 7) 현재 리포트를 엑셀 다운로드 할 수 있습니다.

### [분석 기준]

발송한 오토메시지에 대한 실행수 및 전환수에 대한 일별 요약 자료를 출력합니다.

# IV. ANALYTICS

1. 요약 .....	46
2. 방문 .....	48
3. 유입 .....	53
4. 광고 .....	58
5. 콘텐츠 .....	64
6. Suggest .....	70
7. 회원 .....	71
8. 구매 .....	74
9. 시스템 .....	79

# ANALYTICS

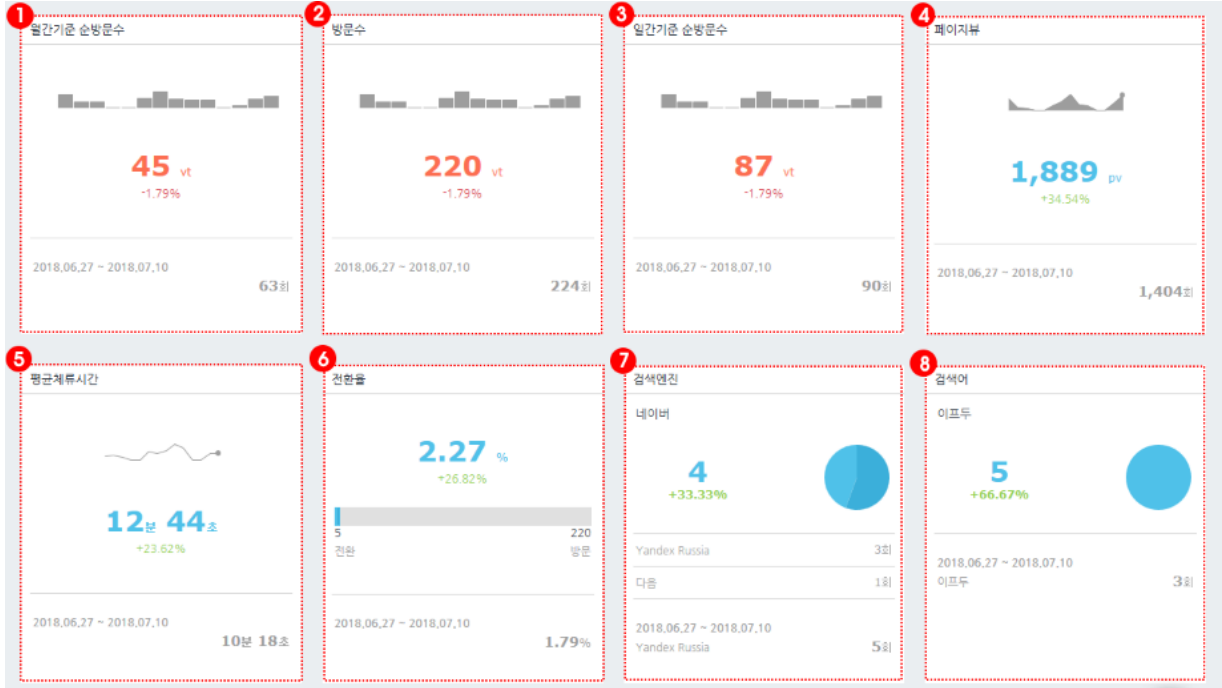
IFDO 서비스에서는 방문자에 대한 로그 분석 데이터를 Analytics 메뉴에서 제공합니다.

Analytics 자료는 [Settings > 공통 분석 스크립트]가 사이트에 설치된 이후 집계됩니다.

- 1. 요약 리포트** : 방문수, 페이지뷰, 검색엔진, 검색어 등 집계된 통계 지표별로 선택된 기간 내 자료를 요약하여 보여드리고, 이전 기간 대비 증감 및 추이를 간략히 보여드립니다.
- 2. 방문** : 시간대별, 일별 방문 추이를 확인할 수 있으며, 방문자의 방문 간격, 회수별 방문 자료를 확인할 수 있습니다.
- 3. 유입** : 사이트에 방문하게 되는 유입출처 별 정보를 보여드립니다. 검색엔진, 검색어 별 유입 자료를 확인할 수 있으며, 유입 도메인 외에도 SNS, 블로그 등 기타 유입출처에 대해서 유입수를 확인 할 수 있습니다.
- 4. 광고** : 검색광고, 배너광고, 캠페인 등 집행한 외부 광고에 대한 방문 자료를 확인할 수 있습니다. 이에 대한 분석은 추적 URL(랜딩 URL)에 기록된 파라미터를 구분해 분석하고 있습니다.
- 5. 콘텐츠** : 각 콘텐츠 (페이지, 페이지 그룹) 별 페이지뷰, 방문수, 반송수를 확인할 수 있습니다. 이외에도 각 페이지 그룹별 구매에 기여한 구매액 및 기여도를 보여드립니다.
- 6. Suggest** : IFDO 에서 제공하는 Suggest (연관 상품 추천)에 대한 결과 리포트를 제공합니다. Suggest 를 사용하기 위해서는 [Connect > IFDO Suggest 설정]에서 각 사이트 형태에 맞게 Suggest 를 등록하고, 제품 상세 페이지 또는 장바구니 페이지에 IFDO Suggest 용 코드(자바스크립트)를 설치하여야 합니다.
- 7. 회원** : 사이트에 로그인 한 회원에 대한 로그인과 회원가입 및 해지수를 분석합니다. 회원 로그인을 분석하기 위해서는 [Settings > 분석 스크립트]에 3. 회원 분석 용 스크립트가 로그인 했을 때 출력되도록 사이트 내에 설치되어야 합니다.
- 8. 구매** : 일별, 제품별 구매 자료를 제공합니다. 이 외에도 재구매 간격, 구매까지 소요된 시간을 분석하여 제공합니다. 또한, 최근 1~3 시간내 실시간 인기 제품을 구매 기준, 조회기준으로 확인 할 수 있습니다. 구매 분석을 위해서는 [Settings > 분석 스크립트]에 4. 상품 조회 분석, 5. 장바구니 분석, 6. 구매 분석 용 스크립트가 상품 조회 페이지, 장바구니 페이지, 구매 완료 페이지에 각각 설치 되어야 합니다.
- 9. 시스템** : 방문한 방문자의 시스템 환경 (브라우저, 운영체제, 모니터 해상도, 색상, 기기 구분)에 대해 분석하여 제공합니다.

# 1. 요약 리포트

요약리포트는 방문수, 페이지뷰, 검색엔진, 검색어 등 각 집계된 통계 지표별로 선택된 기간 내 자료를 요약하여 보여드리고, 이전 기간 대비 증감 및 추이를 간략히 보여드립니다.



## 1) 월간기준 순방문수

- 현재 선택된 기간 내에 월간 기준 순방문수 추이를 그래프에 표시합니다.
- 현재 선택된 기간 내에 월간 순수 방문수 합계를 표시합니다.
- 현재 선택된 기간과 이전 비교 기간과의 증감 비율을 표시합니다.
- 이전 비교 기간의 월간 순수 방문수 합계를 표시합니다.
- 매월 1일~말일까지 기준 기간을 두고 그 기간 내에 순방문을 집계합니다.
- 매월 새로운 기준으로 집계하기 때문에 꾸준한 방문자를 보유하고 있는 사이트는 이 기준 자료가 매월 초에 많은 특징이 있을 수 있습니다.

## 2) 방문수

- 방문자가 브라우저를 통해 사이트에 방문한 횟수를 집계합니다.
- 현재 선택된 기간 내에 방문수 추이를 그래프에 표시합니다.
- 현재 선택된 기간 내의 방문수 합계를 표시합니다.
- 현재 선택된 기간과 이전 비교 기간과의 증감 비율을 표시합니다.
- 이전 비교 기간의 방문수 합계를 표시합니다.
- 현재 방문한 방문(세션)이 유지되고 있을 경우 이 방문수는 증가하지 않지만, 세션 만료 시간 (30분)동안 이동이 없다가, 다시 페이지를 이동하게 되면 방문이 다시 시작된 것으로 인식되어 방문수가 증가합니다.



### 3) 일간기준 순방문수

- . 현재 선택된 기간 내에 일간 기준 순방문수 추이를 그래프에 표시합니다.
- . 현재 선택된 기간 내에 일간 순수 방문수 합계를 표시합니다.
- . 현재 선택된 기간과 이전 비교기간과의 증감 비율을 표시합니다.
- . 이전 비교 기간의 일간 순수 방문수 합계를 표시합니다.
- . 매일 0시 ~ 23시59분까지 기준을 두고 그 시간 내에 순방문을 집계합니다.
- . 자정이 넘어 다시 사이트에 방문하면, 일간 기준 순방문수는 증가합니다.

### 4) 페이지뷰

- . 현재 선택된 기간 내에 페이지뷰 추이를 그래프에 표시합니다.
- . 현재 선택된 기간 내에 페이지뷰 합계를 표시합니다.
- . 현재 선택된 기간과 이전 비교 기간과의 증감 비율을 표시합니다.
- . 이전 비교 기간의 페이지뷰 합계를 표시합니다.

### 5) 평균체류시간

- . 현재 선택된 기간 내에 평균 체류시간을 그래프에 표시합니다.
  - . 현재 선택된 기간 내에 평균 체류시간을 표시합니다.
  - . 현재 선택된 기간과 이전 비교 기간과의 증감 비율을 표시합니다.
  - . 이전 비교 기간의 평균 체류시간을 표시합니다.
- \*) **평균체류시간** = 방문수 / 총 체류시간

### 6) 전환율

- . 현재 선택된 기간 내의 전환율을 표시합니다.
  - . 현재 선택된 기간과 이전 비교 기간과의 전환율 증감 비율을 표시합니다.
  - . 현재 선택된 기간내 전체 방문수와 전체 전환수를 막대 그래프에 표시합니다.
  - . 이전 비교 기간내의 전환율을 표시합니다.
- \*) **전환율** = 전환수 / 방문수 \* 100  
**전환수** = [Settings > 전환페이지 설정] 에 설정된 전환 페이지를 본 횟수.  
(세션내 동일 전환은 1번으로 인정합니다.)

### 7) 검색엔진

- . 현재 선택된 기간 내에 방문한 검색엔진 이름 상위 3개를 표시합니다.
- . 상위 첫번째 검색엔진에 대해서는 이전 비교 기간 대비 증감 비율을 함께 표시합니다.
- . 이전 비교 기간 내에 가장 많은 유입이 발생한 검색엔진을 유입수와 함께 표시합니다.

### 8) 검색어

- . 현재 선택된 기간 내에 방문한 검색어(검색엔진 내 검색어) 상위 3개를 표시합니다.
- . 상위 첫번째 검색어에 대해서는 이전 비교 기간 대비 증감 비율을 함께 표시합니다.
- . 이전 비교 기간 내에 가장 많은 유입이 발생한 검색어를 유입수와 함께 표시합니다.

## 2. 방문 리포트

방문 리포트는 방문수, 페이지뷰, 구매 건수 등 각 일자 별 집계된 통계 지표 별로 선택된 기간내 자료를 요약하여 확인 할 수 있습니다.

### 1) 시간대 별 방문수

선택한 기간 내 시간대 별 방문수와 방문을 그래프 및 목록으로 보여드립니다. 페이지뷰와 방문수 모두 각 시간대 별 합계를 보여드리며, 방문당 페이지뷰, 순방문수, 구매건수, 구매 총액을 보여드립니다.

#### [ 용어정리 ]

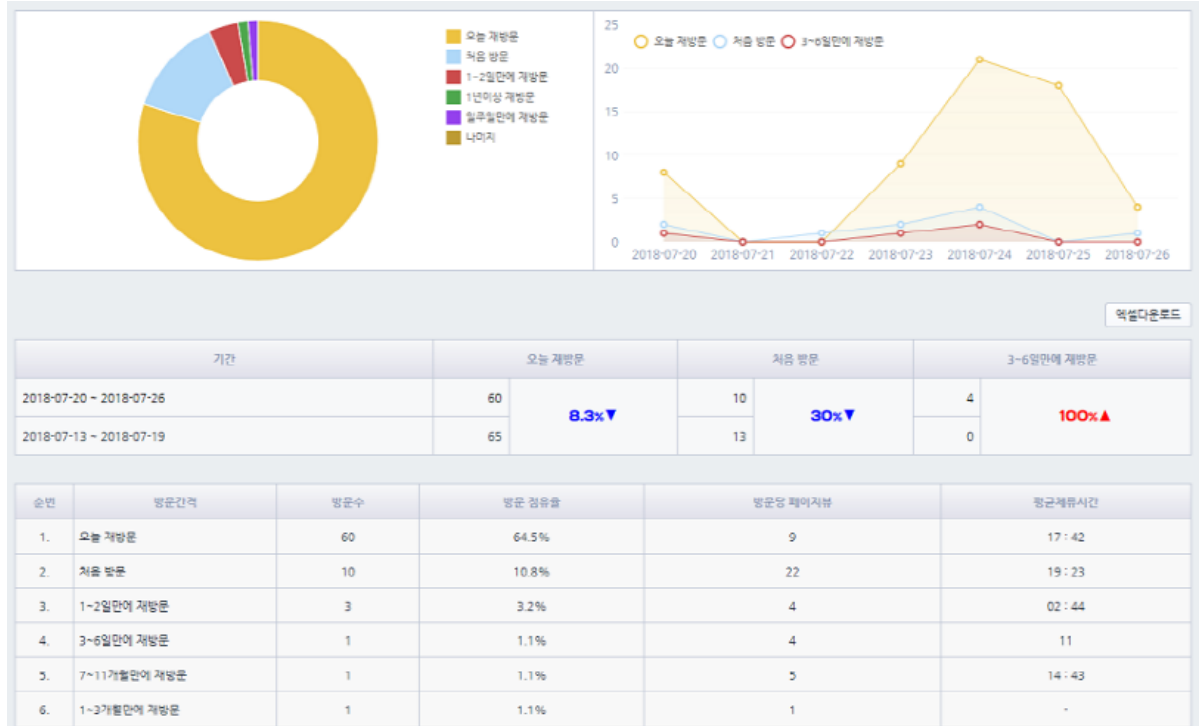
- \* 페이지뷰 : 각 페이지 별 노출된 횟수를 말합니다.
- \* 방문수 : 방문이 시작된 횟수 입니다.
- \* 방문당 페이지 : 각 방문당 평균 페이지뷰를 보여드립니다.
  - \*) 방문당 페이지뷰 = 페이지뷰 / 방문수
- \* 순방문수 : 전체 기준 순방문수 입니다.
- \* 구매건수 : 선택한 기간 내에 발생한 시간대별 구매수를 보여드립니다.
- \* 구매총액 : 선택한 기간 내에 발생한 시간대별 구매액을 보여드립니다.

## 2) 방문수

선택한 기간 내에 발생한 페이지뷰, 방문수, 구매액 등을 일자 별로 집계합니다.

방문 뿐만 아니라 구매에 대한 일별 추이를 그래프와 상세 데이터로 확인할 수 있습니다.

- 일별, 주별, 월별을 선택하 각 기간 기준 단위로 방문수 및 페이지뷰를 합산해 볼 수 있습니다.



- 선택한 기간 내에 발생한 페이지뷰와 방문수를 막대 그래프와 선 그래프로 구분해 표시합니다.

- 페이지뷰, 방문수, 순방문수에 대해 선택된 기간과 이전 기간과 비교해 증감율을 표시합니다.

- 상세 데이터는 각 일자 별 페이지뷰, 방문수, 방문당 페이지뷰, 순방문수, 구매건수, 구매총액, 구매율을 표시합니다.

\*) 방문당 페이지뷰 = 페이지뷰 / 방문수

## 3) 일별 방문수 증감

비교 기간 (하루 전, 1 주일전, 2 주전, 4 주전) 대비 증감수와 비율을 확인할 수 있으며, 상단 그래프에서는 일자 별 증감 비율에 대한 추이를 확인할 수 있습니다.

- 하루 전(1 일), 1 주전(7 일), 2 주전(14 일), 4 주전 (28 일) 을 선택해 비교 기간을 조정하여 방문수에 대한 증감 비율 및 추이를 확인하세요.

#### 4) 최근 방문목록

현재 접속하고 있는 방문자의 방문 이력 정보를 출력합니다. 최근 방문 목록은 접속 후 세션 만료(30 분) 이내에 있는 방문자의 정보를 확인할 수 있습니다.

\*) **구매한 사용자** : 현재 세션 중에 제품을 구매한 사용자(방문자)만 선택합니다.

\*) **로그인 사용자** : 현재 세션 중에 회원로그인 이력이 있는 사용자만 선택합니다.

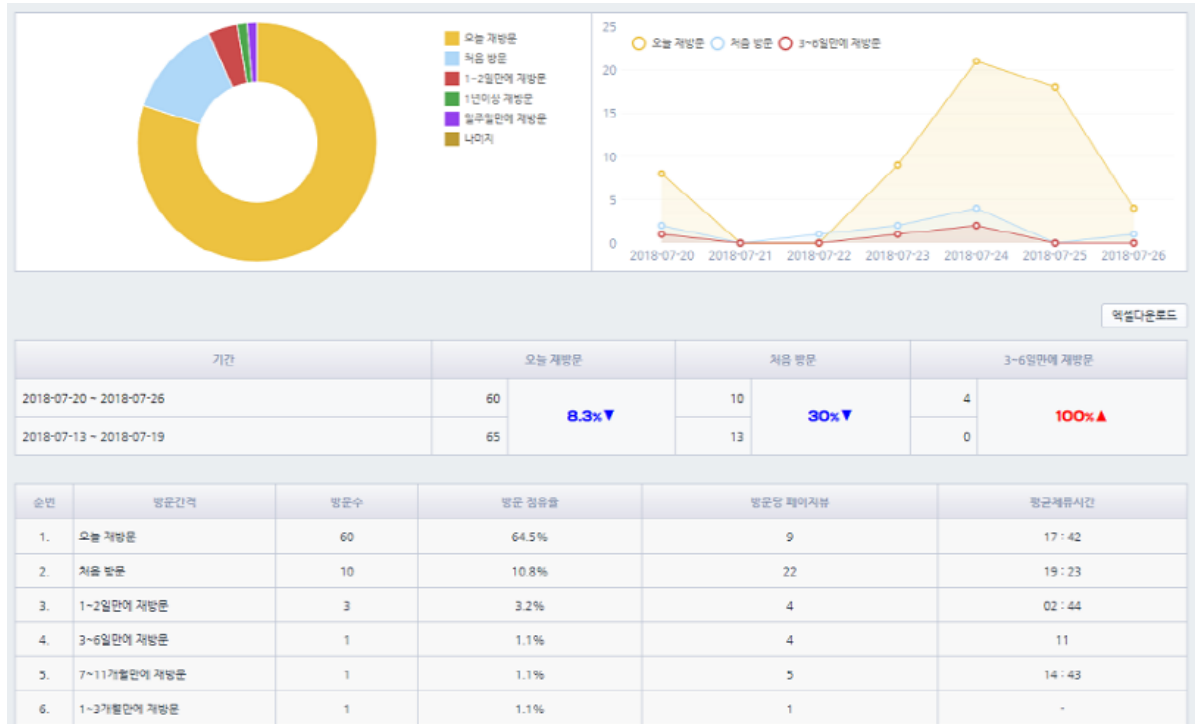
전체								구매한사용자	로그인사용자	역설다운로드
방문시간	2018-07-26 13:25:08	IP주소	114.190.51.225	브라우저	네이버웨일 1.3	운영체제	Windows 7			
유입출처	[검색엔진(키워드광고제외)] 네이버/상월채키즈계 search.naver.com/search.naver?where=nexearch&sm=top_hlv&fbm=1&ie=utf8&query=상월채키즈계									
현재페이지	/member/login.html - 상월채 키즈계									
방문 시작페이지	/index.html	누적페이지	3	체류시간	6초					
방문시간	2018-07-26 13:24:24	IP주소	114.190.51.225	브라우저	파이어폭스 61.0	운영체제	Windows 7			
유입출처	출겨찾기 (북마크)									
현재페이지	/front/php/b/board_list.php - 상월채 키즈계									
방문 시작페이지	/index.html	누적페이지	4	체류시간	17초					
방문시간	2018-07-26 13:24:09	IP주소	114.190.51.225	브라우저	크롬 67.0	운영체제	Windows 7			
유입출처	내부유입									
현재페이지	/product/detail.html?product_no=26&cate_no=1 - 상월채 키즈계									
방문 시작페이지	/index.html	누적페이지	2	체류시간	1초					

#### [ 용어정리 ]

- \* 방문 시간 : 현재 방문 세션의 시작 시간을 보여드립니다.
- \* IP 주소 : 방문한 PC의 IP 주소를 표시합니다.
- \* 브라우저 : 방문한 브라우저를 표시합니다.
- \* 운영체제 : 방문한 운영체제를 표시합니다.
- \* 유입출처 : 사이트에 방문한 유입 출처를 표시합니다.
- \* 현재 페이지 : 현재 보고있는 페이지를 표시합니다.
- \* 방문 시작 페이지 : 현재 방문의 시작페이지를 표시합니다.
- \* 누적 페이지 : 누적 페이지를 표시합니다.
- \* 체류시간 : 현재 방문의 체류시간을 표시합니다.
- \* 로그인 : 로그인한 사용자의 ID 및 기타 정보를 표시합니다.

## 5) 재 방문 간격

방문 후 사이트에 다시 온 방문자의 방문 간격을 표시합니다. 지난주 토요일 방문한 후, 이번주 토요일 다시 사이트에 방문했다면, 7 일만에 방문했다고 집계합니다. 오늘 하루에도 여러 번 방문한 경우 오늘 재방문으로 인정됩니다.



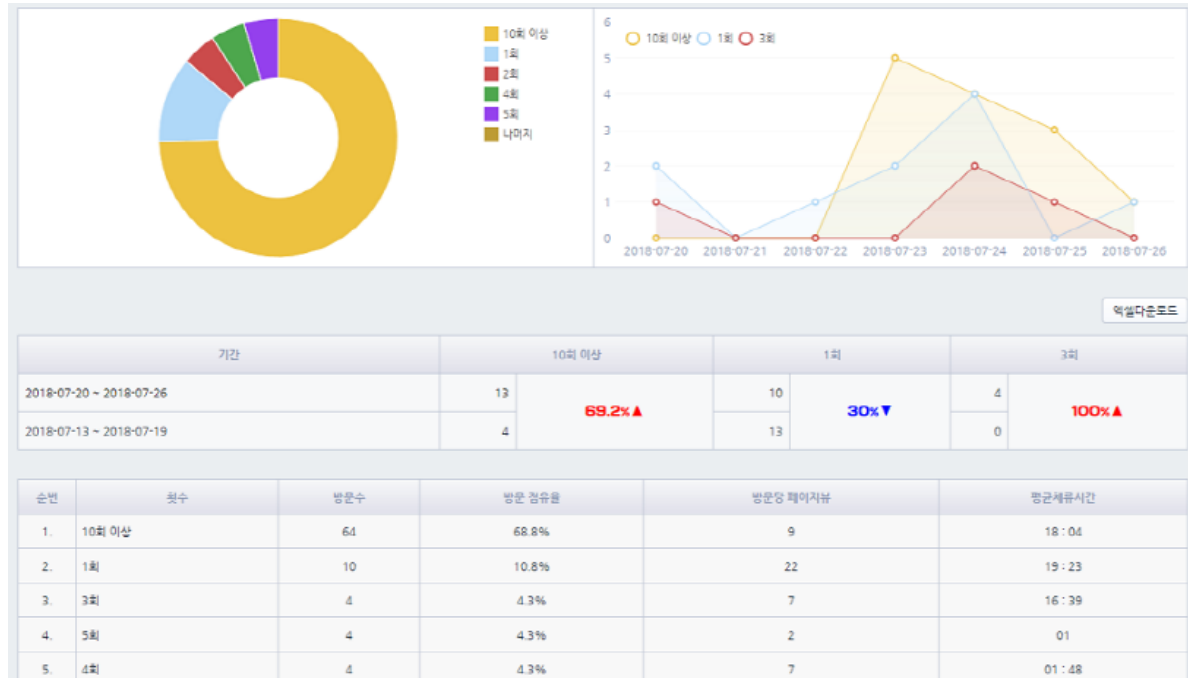
- 요약 그래프는 재방문 간격 별로 상위 4 개에 대해서 점유율을 표시합니다.
- 우측 라인 그래프는 방문 기준 상위 3 개 재방문 간격에 대해서 선택된 기간 내 방문수 변화 추이를 표시합니다.
- 요약 데이터는 방문 기준 상위 3 개 재방문 간격에 대해서 이전 비교 기간대비 증감율을 표시합니다.
- 상세 데이터는 각 방문 간격에 대한 방문수, 방문 점유율, 방문당 페이지뷰, 평균 체류시간을 표시합니다.

\*) 방문당 페이지뷰 = 페이지뷰 / 방문수, 평균 체류시간 = 체류시간 / 방문수

## 6) 자주찾는 횟수

사이트에 방문한 방문자의 방문횟수를 표시합니다.

사이트에 방문할 때 방문 이력을 쿠키에 보관하고 있으며, 이 값에 의해 파악된 방문 횟수를 집계하며 각 횟수 별 합계를 보여드립니다.



- 요약 그래프는 자주 찾는 횟수 별 상위 4 개에 대해서 점유율을 표시합니다.
- 우측 라인 그래프는 방문 기준 상위 3 개 자주 찾는 횟수에 대해서 선택된 기간 내 방문수 변화 추이를 표시합니다.
- 요약 데이터는 방문 기준 상위 3 개 자주 찾는 횟수에 대해서 이전 비교 기간대비 증감율을 표시합니다.
- 상세 데이터는 각 자주 찾는 횟수에 대한 방문수, 방문 점유율, 방문당 페이지뷰, 평균 체류시간을 표시합니다.

\*) 방문당 페이지뷰 = 페이지뷰 / 방문수, 평균 체류시간 = 체류시간 / 방문

## 7) 크로스 기기 분석

최근 지정한 선택한 기간 동안 사용자가 동일한 아이디를 다른 여러기기에서 사용할 경우 이용 행태를 분석하는 리포트 입니다. PC 웹 또는 모바일 웹 등 각 기기에 따른 콘텐츠 이용 및 구매 시점을 확인 할 수 있습니다.

- 1) 필터를 선택해 [PC 웹], [모바일 웹] 등 기기 이동 경로에 맞는 자료만 선택해 추출할 수 있습니다.
- 2) + 를 클릭해 상세한 각 방문(세션) 별 이용 기기 및 페이지 이동 경로 등을 확인 할 수 있습니다.

100개	아이디	방문수	기기이용패턴	방문당 페이지뷰	방문당 체류 시간	구매수	구매액
1.	test	5	PC 웹(전환)<검색엔진(무료) - 네이버> → 모바일 웹<BOOKMARK> → 모바일 웹(구매)<검색엔진(무료) - 네이버> → PC 웹<검색엔진(무료) - 네이버> → 모바일 웹(구매)<검색엔진(무료) - 네이버>	19.2	22분 29초	2	80,000

## 3. 유입 리포트

유입 리포트는 사이트에 방문한 사용자의 바로 이전 유입출처를 분석합니다. 검색엔진, 북마크(즐거찾기), 캠페인, 블로그 등 다양한 외부 유입출처에 대해 확인할 수 있습니다.

### 1) 도메인

유입출처 URL 중 도메인 기준으로 자료를 분석합니다.  
집계된 유입출처에 대한 유입 도메인 별 유입수, 유입 점유율, 유입당 페이지뷰, 유입당 매출, 반송수, 반송율, 구매 총액을 표시합니다.

#### [ 수집/분석 기준 ]

\*) 유입출처 URL (Referrer) 를 Javascript DOM ( document.referrer) 에서 추출하며, 등록된 사이트 도메인 ([Settings > 사이트 정보]) 이 아니면, 외부 유입 도메인으로 판단합니다. 도메인 정보가 없는 경우 북마크(즐거찾기)로 분석됩니다.

## 2) 유입 URL

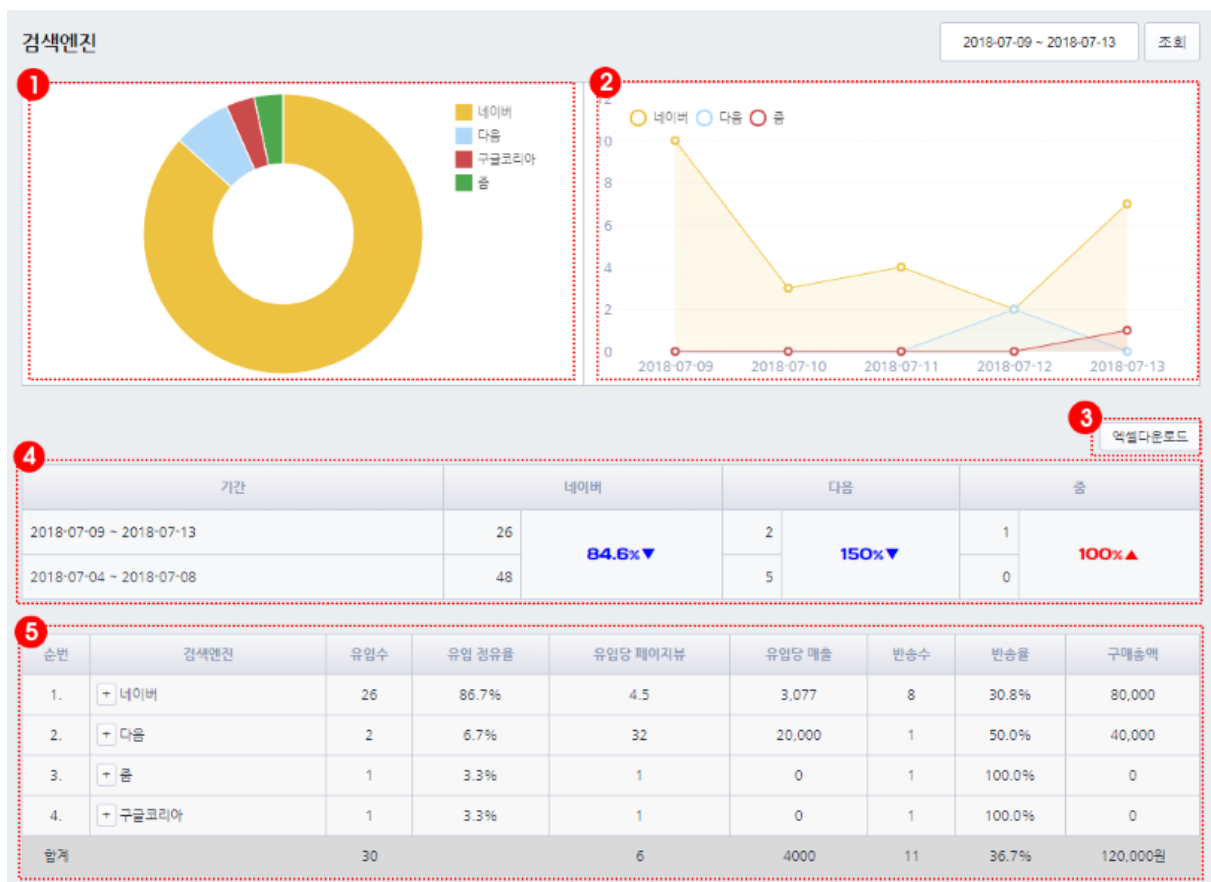
분석된 외부 유입출처에 대한 전체 유입 URL 을 분석합니다.

집계된 유입출처 별 유입수, 유입 점유율, 유입당 페이지뷰, 유입당 매출, 반송수, 반송율, 구매 총액을 표시합니다

## 3) 검색엔진

분석된 외부 유입출처를 통해 분석된 주요 검색엔진을 분석합니다.

주로 네이버, 다음, 구글, 줌 등 등록된 검색엔진에 대한 유입수를 집계해 표시합니다.



- 1) 검색엔진 점유율 기준 상위 4 개를 파이그래프에 표시합니다. 그 외 검색엔진은 나머지로 표시됩니다.
- 2) 검색엔진 점유율 기준 상위 3 개에 대해 지정한 기간 내에 일자 별 유입수 추이를 라인 그래프로 비교합니다.
- 3) 하단 검색엔진 자료를 엑셀파일로 다운로드 받을 수 있습니다.
- 4) 검색엔진 점유율 기준 상위 3 개에 대해서 선택한 기간 이전 비교 기간과 유입수 증감을 표시합니다.
- 5) 검색엔진에 대한 유입수, 점유율, 매출, 반송수 등을 표시합니다.



#### 4) 검색엔진 전환목표

검색엔진(네이버, 다음 등) 에서 검색어를 입력하고 출력된 검색 결과를 클릭해 방문한 방문자의 유입수 및 전환수를 분석합니다.

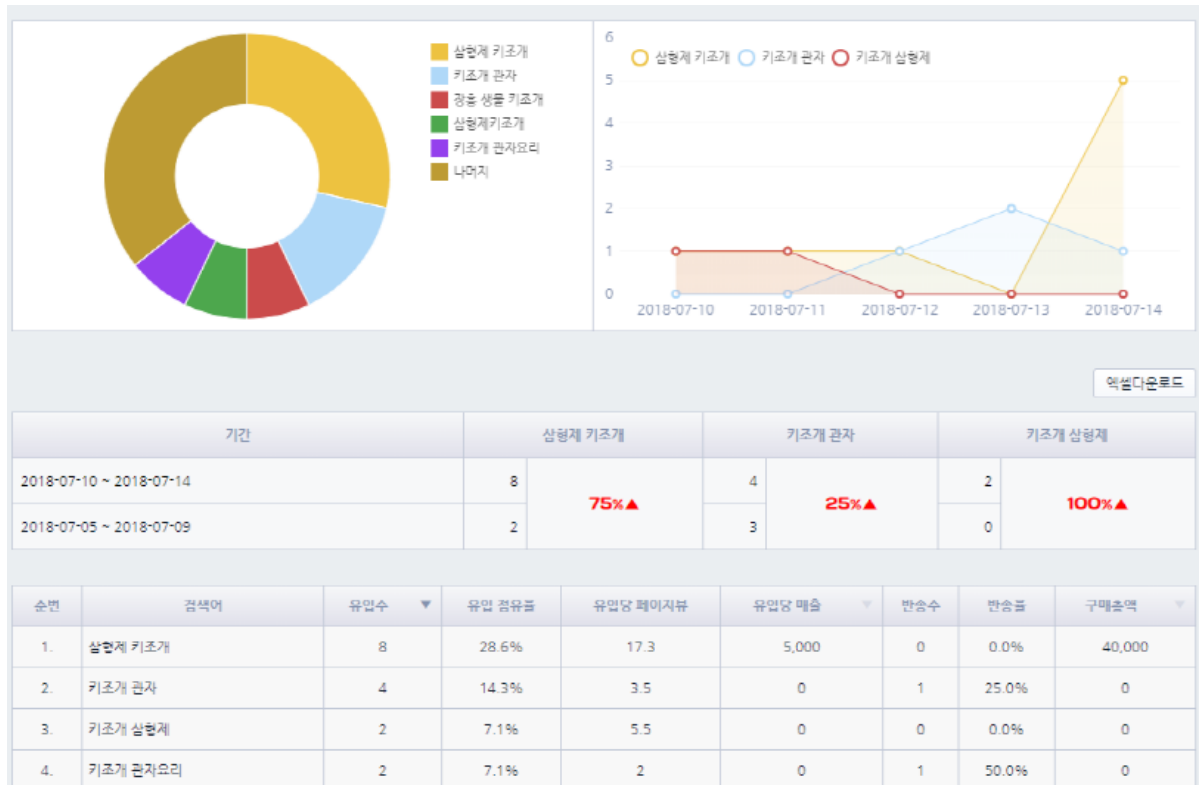
전환 목표 분석은 각 전환에 대한 전환수를 확인할 수 있습니다.

또한, 무료(검색광고를 제외한 일반 검색 결과를 통한 유입), 유료 (검색결과 내 검색광고를 통한 유입)을 구분해 데이터를 확인할 수 있습니다.

#### 5) 검색어

네이버, 다음, 구글, 줌 등 등록된 검색엔진에 검색어를 포함한 경우 유입수를 집계해 표시합니다.

\*) 구글은 유입출처 정보에 검색어를 포함하지 않고 있어 검색어가 분석되지 않습니다.



- 요약 그래프는 상위 5 개 검색어에 대한 점유율을 표시합니다.

- 우측 추이 그래프는 유입 기준 상위 3 개 검색어에 대한 선택한 기간 내 유입수 추이를 보여드립니다.

- 요약 데이터는 유입 기준 상위 3 개 검색어에 대한 이전 비교 기간과의 유입수 증감률을 표시합니다.

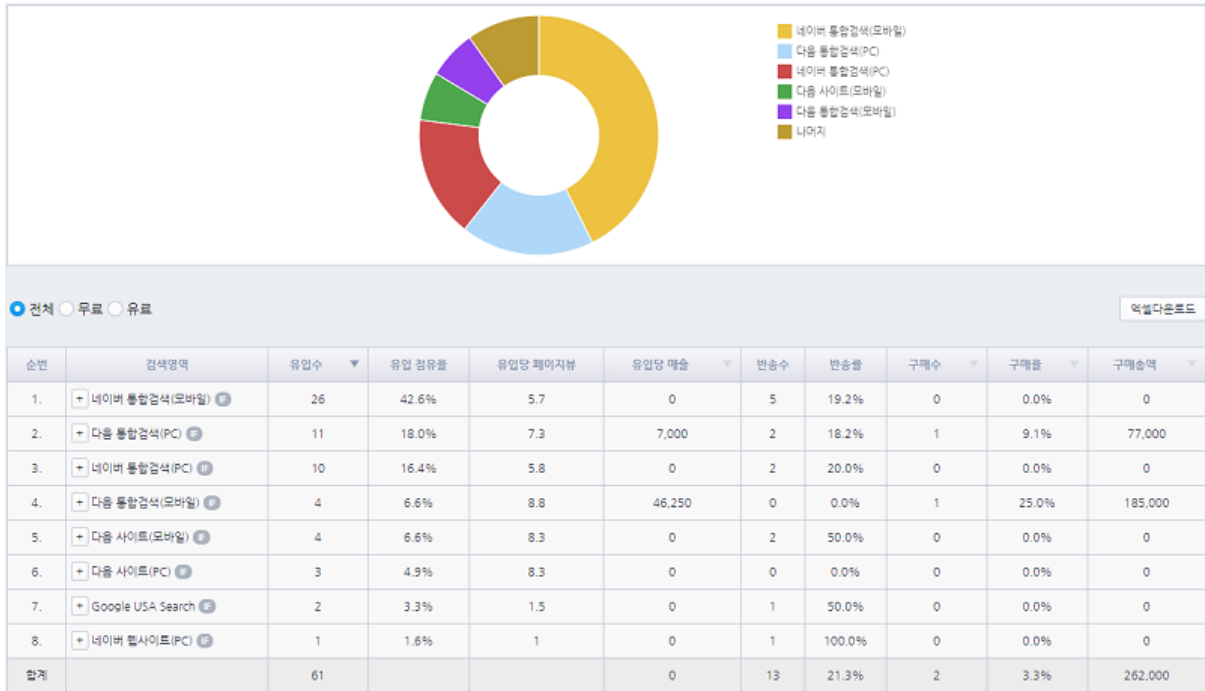
- 상세 데이터는 각 검색어에 대한 유입수, 유입 점유율, 유입당 페이지뷰, 유입당 매출, 반송수, 반송율, 구매액을 표시합니다.

\*) 유입당 페이지뷰 = 페이지뷰 / 유입수, 유입당 매출 = 구매총액 / 유입수, 반송율 = 반송수 / 유입수

## 6) 검색영역

네이버, 다음, 구글 등 등록된 검색엔진 중 검색 영역을 통해 방문한 경우 각 검색영역 별 유입수를 집계해 표시합니다.

집계된 검색 영역 별 유입수, 유입 점유율, 유입당 페이지뷰, 유입당 매출, 반송수, 반송율, 구매 총액을 표시합니다.



### [ 분석기준 ]

방문하기 바로 이전 유입출처 정보(referrer)를 통해 분석합니다.

유입출처 중 등록된 검색엔진 패턴을 포함하는 경우 검색엔진으로 인정해 유입을 집계합니다  
 등록된 검색엔진은 검색 영역 및 검색어 정보를 포함하며, 검색어가 있을 경우 검색어를 추출해 집계하고, 검색 영역 정보가 있을 경우 검색 영역 자료로 집계합니다.

## 7) SNS

페이스북, 트위터 등 등록된 SNS 패턴을 포함한 경우 SNS 유입출처로 집계해 표시합니다.  
집계된 유입출처 중 SNS 별 유입수, 유입 점유율, 유입당 페이지뷰, 유입당 매출, 반송수, 반송율,  
구매 총액을 표시합니다

### [ 분석기준 ]

- \* 유입출처 URL 주소 중에 SNS(페이지북, 트위터 등) 도메인을 포함하고 있는 경우 유입 자료를 분석합니다.
- \* 페이스북 : \*facebook.com\*
- \* 트위터 : \*twtkr.com\*
- \* 핀터레스트 : \*.pinterest.com\*

## 8) 블로그/카페

- 유입출처 중 등록된 블로그/카페 패턴을 포함한 경우 집계해 표시합니다.

### [ 분석기준 ]

- \* 다음 CAFE : cafe\*.daum.net/\_c21\_/\*
- \* 네이버 CAFE : cafe.naver.com\*

### [ 용어 정리 ]

- \* 유입수 : 유입출처를 통해 유입한 횟수를 의미합니다.  
동일한 방문에 또다른 유입출처로 이동해 유입할 수 있습니다. 따라서, 방문수 대비 유입수가 더 많이 집계될 수 있습니다.
- \* 유입 점유율 : 전체 유입 대비 지정한 유입출처의 점유율을 표시합니다.
- \* 유입당 페이지뷰 : 유입당 페이지뷰를 표시합니다. \*) = 페이지뷰 / 유입수
- \* 유입당 매출 : 유입당 발생시킨 평균 매출을 표시합니다. \*) = 매출 / 유입수
- \* 반송수 : 유입출처를 통해 방문 후 한 페이지만 보고 빠져나간 경우 반송으로 인정하고 반송수로 집계합니다.
- \* 반송율 : 유입수 대비 반송수 비율을 표시합니다. \*) = 반송수/유입수
- \* 구매 총액 : 유입출처를 통해 발생한 구매 총액을 표시합니다.

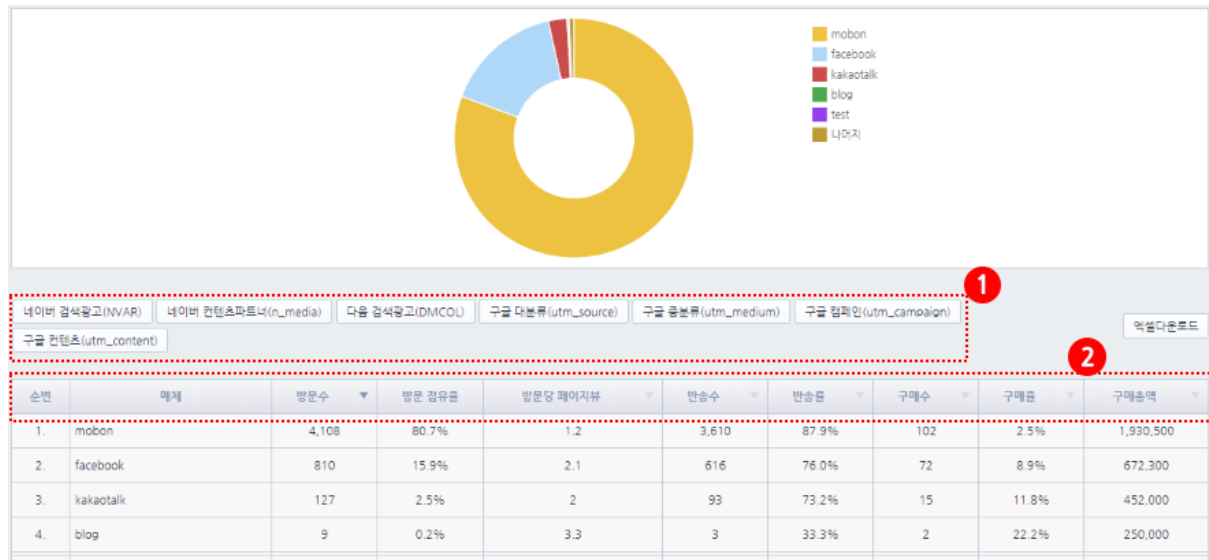
## 4. 광고 리포트

광고 리포트는 검색광고 또는 캠페인 광고 등 외부 마케팅을 통해 방문한 광고 효과를 분석합니다.

구글 UTM 태그를 통한 방문 외에, 검색엔진을 통한 검색광고, 마케팅 채널을 이용한 마케팅 효과 분석 등 다양한 리포트 데이터를 확인할 수 있습니다.

### 1) 광고 파라미터 분석

네이버, 다음, 구글 등에서 추적 URL 에 포함시키는 파라미터 값으로 구분해 유입을 집계합니다. 이 외에도 구글 UTM 태그 (utm\_source, utm\_medium, utm\_campaign, utm\_content)를 구분해 분석하며, [Settings > 기타 분석 설정] 에서 추가한 사용자 파라미터를 별도로 분석할 수 있습니다.



1) utm\_source, utm\_medium, utm\_campaign, utm\_contents, NVAR, n\_media, DMCOL 을 기본 광고 파라미터로 인정하고 집계합니다.

\*) 사이트에 따라 별도로 사용중인 광고 파라미터가 있다면, [Account > 정보수정]에서 파라미터 목록에 등록하여, 함께 분석할 수 있습니다.

2) 매체에는 분석된 각 파라미터 값을 표시하며, 방문, 방문당 페이지뷰, 반송수, 반송률, 구매수, 구매율, 구매 총액을 분석 리포팅합니다.

### [ 분석 기준 ]

- \* 네이버 검색광고(NVAR) : NVAR=?? 패턴의 코드 값을 분석합니다.
- \* 네이버 콘텐츠파트너(n\_media) : n\_media=?? 패턴의 코드 값을 분석합니다.
- \* 다음 검색광고(DMCO) : DMCO=??? 패턴의 코드 값을 분석합니다.
- \* 구글 대분류(utm\_source) : utm\_source=??? 패턴의 코드 값을 분석합니다.
- \* 구글 중분류(utm\_medium) : utm\_medium=?? 패턴의 코드 값을 분석합니다.
- \* 구글 캠페인(utm\_campaign) : utm\_campaign=???패턴의 코드 값을 분석합니다.
- \* 구글 콘텐츠(utm\_contents) : utm\_contents=???패턴의 코드 값을 분석합니다.

## 2) 검색광고 매체별 분석

네이버, 다음을 통한 검색광고에 대해서 각 검색광고 매체 별 유입수를 분석합니다.

### [ 분석 기준 ]

\* 랜딩 URL 에 포함되어 있는 광고 구분자(추적 URL)를 참고해 검색 광고명을 판단합니다.  
네이버는 NVAR 값 중 등록된 값과 n\_media 값을, 다음은 DMCO 값 중 등록된 값이 있을 경우 각 포털에 검색광고로 인정합니다.

이 외에 방문하게 된 유입출처 URL 이 등록된 검색엔진 패턴에 포함되어 있고, 검색 영역을 구분할 수 있는 경우 검색 영역값을 표시합니다.

등록되어 있는 각 검색 포털의 광고 구분자가 아니거나, 유입출처 URL(referrer) 이 없는 경우, 검색광고 매체 데이터에서 제외됩니다.

- 검색광고 매체 : 검색광고 매체는 각 검색 포털의 광고 이름과 검색 영역 구분 값을 의미합니다.  
광고 이름은 검색 결과에서 클릭 후 이동할 때 URL 뒤에 추적 URL 값을 참조합니다. (네이버 : NAVR=..., n\_media=..., 다음 : DMCO=.. 등) 검색 영역은 각 검색 포털의 검색 결과가 노출되는 검색 영역 (통합검색, 블로그, 지식인, 이미지, 블로그 등)을 말합니다.

\* 랜딩 URL 에 광고 구분자 (추적 URL) 이 포함되어 있으나, 검색엔진 및 검색 영역을 판단하기 위한 유입출처(Referrer) 값이 없는 경우에는 결과 리포트 값에 포함되지 않습니다.

- 검색광고 집계 기준 : IFDO Analytics 에서는 네이버 추적 URL 또는, 다음 추적 URL 을 확인하여 각 검색 매체에서 유입된 방문자에 대해 검색광고 출처를 확인하고 있습니다.

## 네이버 추적 URL

예시)

```
https://m.domain.com/product/list.html?
cate_no=3&n_media=8753&n_campaign_type=1&n_query=%EB%82&n_rank=2&n_ad_gro
up=grp-m234234-34&
n_ad=nad-a001-01-XXX&n_keyword_id=nkw-a001-01-XXXX&n_keyword=%EB%82
```

## 다음 추적 URL

예시)

```
http://domain.co.kr/product/detail.html?product_no=14&
cate_no=2&DMKW=%EC%9B&DMSKW=%EC%9B&DMCOL=SPLUS
```

## [ 네이버 검색광고 ]

1) 광고명칭 : 사이트검색광고

집계기준 :

- 추적 URL 값 중 n\_campaign\_type=1 또는 n\_media 값을 포함하는 경우
- 추적 URL 값 중 기존 파워링크 파라미터값 ( NVAR=PL, MPL ) 이 포함된 경우

2) 광고명칭 : 쇼핑검색광고

집계기준 :

- 추적 URL 값 중 n\_campaign\_type=2 값을 포함하는 경우

3) 광고명칭 : 브랜드검색

집계기준 :

- 추적 URL 값 중 n\_campaign\_type=4 값을 포함하는 경우

4) 광고명칭 : 클릭초이스플러스

집계기준 :

- 추적 URL 값 중 NVAR=MPS 값을 포함하는 경우

5) 광고명칭 : 클릭초이스상품광고

집계기준 :

- 추적 URL 값 중 NVAR=PLAPRE\_PC, NVAR=PLAPRE, NVAR=PLAPRE\_BAND 값을 포함하는 경우

## [ 다음 검색광고 ]

1) 광고명칭 : 프리미엄링크

집계기준 :

- 추적 URL 값 중 DMCOL=MOBILESA, DMCOL=PM 을 포함하는 경우

2) 광고명칭 : 쇼핑플러스

집계기준 :

- 추적 URL 값 중 DMCOL=SPLUS 을 포함하는 경우

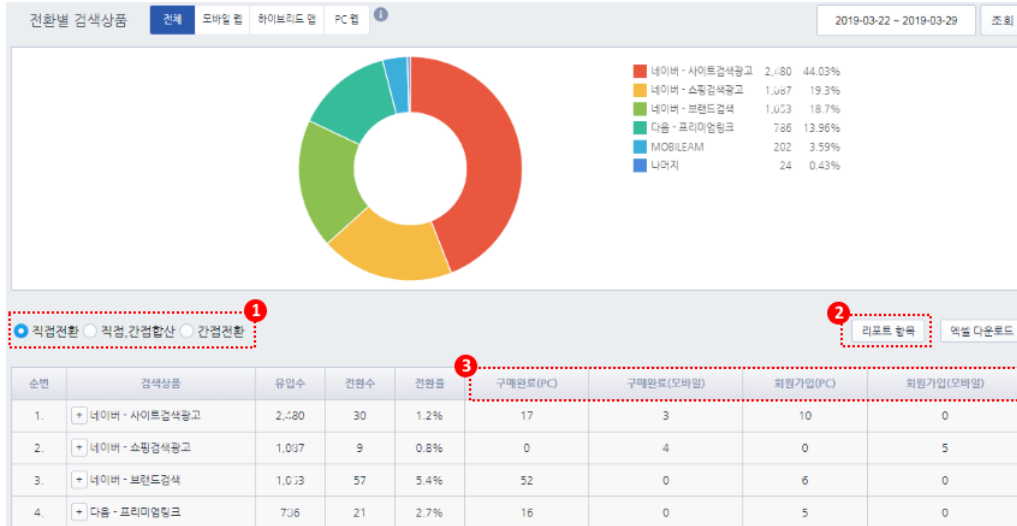
3) 광고명칭 : 스타일포커스

집계기준 :

- 추적 URL 값 중 DMCOL=SFOCUS, DMCOL=SFOCUS\_MO 을 포함하는 경우

### 3) 검색광고 전환목표 분석

검색엔진(네이버, 다음)의 검색광고를 통해 유입한 방문자에 대해 유입수, 전환수, 각 전환별 전환수를 분석합니다



- 직접 전환, 직간접 전환 합계, 간접 전환을 선택해 자료를 확인할 수 있습니다.  
\* 간접 전환을 판단하는 기간은 3 일이 기본값으로 설정되어 있습니다.
- 현재 리포트에 보여지는 데이터 항목을 선택해 볼 수 있으며, 위치를 바꿔 볼 수 있습니다.  
리포트 항목에는 현재 집계되고 있는 각각의 전환 또한 선택할 수 있습니다.
- 구매 또는 회원가입, 전환페이지로 설정되어 집계된 전환을 모두 확인할 수 있으며, 각각의 전환수를 확인할 수 있습니다

#### [ 분석 기준 ]

설정된 간접전환 기간 이내에 검색광고, 배너광고가 아닌 다른 유입출처를 통해 방문한 방문자가 전환(구매, 회원가입, 설정된 전환 페이지 도달) 이 발생하면, 간접전환으로 인정합니다.

### 4) 검색광고 간접전환 분석

검색엔진(네이버, 다음)의 검색광고를 통해 유입한 방문자에 대해 유입수, 전환수, 각 전환 별 전환수를 분석합니다.

간접전환수를 별도로 확인 할 수 있으며, 직접전환과 간접전환수를 합한 직간접전환수를 확인하여 비교할 수 있습니다.

#### [ 분석 기준 ]

설정된 간접전환 기간 이내에 검색광고, 배너광고가 아닌 다른 유입출처를 통해 방문한 방문자가 전환(구매, 회원가입, 설정된 전환 페이지 도달)이 발생하면, 간접전환으로 인정합니다.

## 5) 검색광고 중복클릭 분석

검색광고 클릭에 대해 각 기기 별 중복 방문한 이력을 조회합니다.

모바일 환경에서 접속하는 경우 동일한 기기에서 다른 IP 로 여러번 집계될 수 있습니다.

- +를 클릭해서, 한 기기에서 중복된 유입이 어느 간격으로 IP 및 검색어로 유입이 되는지 확인하세요.

## 6) 검색광고 방문자 상세

검색광고에 대한 방문 이력을 보여드립니다.

방문날짜, IP 주소 및 검색광고 집행한 매체(검색엔진), 검색어, 광고 검색어 등을 표시합니다.

네이버 검색광고는 순위를 함께 표시합니다.

### [ 분석기준 ]

\* 네이버 클릭초이스 및 다음 클릭스 등 CPC 검색광고를 통해 방문한 이력을 분석 합니다.  
클릭초이스와 클릭스에 대한 구분은 추적 URL 에 포함된 광고 구분자를 통해 분석합니다.

## 7) 캠페인 분석

[Setting > 캠페인설정] 을 통해 배포된 URL 을 통해 방문한 유입에 대해 유입수를 표시합니다.

네이버 검색광고는 순위를 함께 표시합니다.

### [ 분석기준 ]

\* 랜딩 URL 에 [Settings > 캠페인 설정] 에서 등록한 광고 구분자가 있는 경우 별도 분석합니다.  
[Settings > 캠페인 설정] 에서 외부 광고를 등록할 수 있으며, 등록된 광고 파라미터가 배포된 이후 분석 할 수 있습니다.

## 8) 캠페인 전환 목표 분석

[Settings > 캠페인 설정] 에서 배포한 URL 을 통해 유입한 방문자에 대해 유입수, 전환수, 각 전환별 전환수를 분석합니다. 직접전환, 직간접전환합계, 간접전환을 선택해 자료를 확인 할 수 있습니다.



## 9) 캠페인 간접전환 분석

[Settings > 캠페인 설정] 에서 배포한 URL 을 통해 유입한 방문자에 대해 유입수, 전환수, 각 전환별 전환수를 분석합니다. 간접전환수를 별도로 확인할 수 있으며, 직접전환과 간접전환수를 합한 직간접전환수를 확인하여 비교할 수 있습니다.

## 10) 캠페인 방문자 상세

캠페인 광고에 대한 방문 이력을 표시합니다.  
날짜, 매체명, 페이지뷰, 체류시간, 구매금액, 구매수 등을 표시합니다.

## 11) 쇼핑광고 분석

네이버 지식쇼핑, 다음 쇼핑하우 등 각 포털 및 등록된 쇼핑 매체에 대한 유입수를 표시합니다.

### [ 분석기준 ]

\* 유입출처 URL(referrer) 가 네이버 쇼핑 도메인 또는, 다음 쇼핑하우 도메인으로 방문한 경우, 쇼핑 광고로 인정됩니다.

### [네이버 지식쇼핑]

- shopping.naver.com, m.shopping.naver.com 등

### [네이버 캐스트박스]

- cr2.shopping.naver.com, cr.shopping.naver.com, m.cr2.shopping.naver.com 등

### [다음 쇼핑하우]

- shopping.daum.net , go.shopping.daum.net 등

## 12) 쇼핑광고 방문자 상세

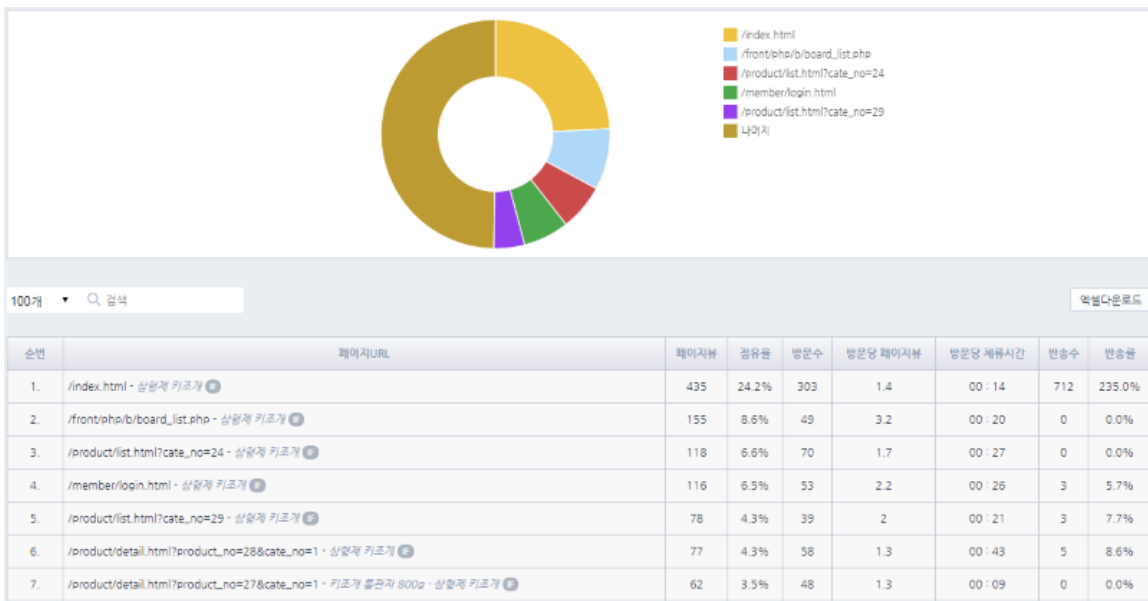
캠페인 광고에 대한 방문 이력을 표시합니다.  
날짜, 매체명, 페이지뷰, 체류시간, 구매금액, 구매수 등을 표시합니다.

## 5. 콘텐츠 리포트

콘텐츠 리포트는 사이트 내부 콘텐츠(페이지, 내부 검색어, 기획전 등)에 대한 방문자의 사용성을 분석합니다.

### 1) 많이 찾는 페이지

각 페이지 별 페이지뷰 및 방문수, 방문당 페이지뷰, 방문당 체류시간, 반송수, 반송률을 분석합니다.



#### [ 분석 기준 ]

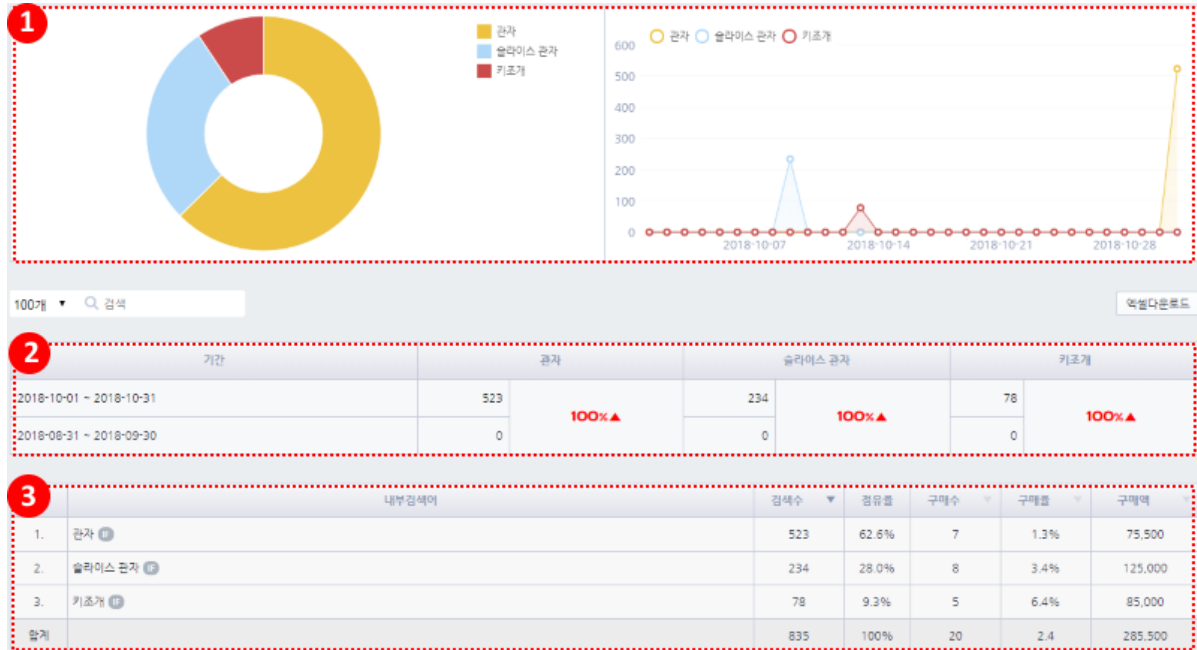
- \* 스크립트가 설치된 각각의 페이지 단위로 분석합니다.
- \* 동적 페이지의 경우 [Settings > 동적 페이지 설정]에서 등록된 파라미터 기준으로 페이지 URL 이 생성되며, 각각의 페이지뷰를 확인할 수 있습니다.

#### [ 지표 정리 ]

- \* 페이지뷰 : 페이지 조회수
- \* 점유율 : 전체에 대한 페이지뷰 점유율
- \* 방문수 : 각 페이지에 대한 방문수
- \* 방문당 페이지뷰 : 각 방문이 본 현재 페이지 평균 페이지뷰
- \* 방문당 체류시간 : 각 방문이 체류한 현재 페이지 평균 체류시간
- \* 반송수 : 현재 페이지에서 반송한(빠져나간) 횟수
- \* 반송율 : 현재 페이지에서 반송한 비율 ( 반송수 / 방문수 \* 100 )

## 2) 내부 검색

내부 검색엔진에서 검색한 검색어에 대한 검색수, 구매수, 구매율, 구매액을 분석합니다.



- 1) 집계된 내부 검색어 중 상위 5 개에 대한 자료를 파이 그래프에 표시합니다.  
집계된 내부 검색어 중 상위 3 개에 대한 최근 조회 기간 내 추이를 라인 그래프에 표시합니다.
- 2) 상위 3 개 내부 검색어에 대해 조회 기간 이전 기간과 비교해 증감을 표시합니다.
- 3) 조회 기간내 내부 검색어에 대한 결과 리포트를 테이블 형태로 표시합니다.

### [ 분석 기준 ]

\* IFDO 공통 스크립트가 설치되어 있으며, 검색 결과 페이지에 검색어 변수가 설치되어 있는 경우 분석합니다.

[Settings > 분석 스크립트] 7. 내부검색 분석에 해당하는 스크립트를 설치하시기 바랍니다.

\* 구매는 각 내부 검색이 이루어진 후 발생한 구매에 대해 집계합니다.

### 3) 내부 검색 이용패턴

[Analytics > 콘텐츠 > 내부검색 이용패턴] 리포트는 사이트 방문자들이 사이트 내에서 어떤 상품이나 콘텐츠를 찾고 있는 내부 검색어에 대한 이용 형태를 검색한 순서에 따라 보여드립니다. 뿐만 아니라, 현재 검색한 검색 결과수도 함께 표기합니다.

\*) 단, [Settings > 분석스크립트 > 7. 내부검색 분석] 스크립트에 검색 결과수에 대한 변수값이 세팅되어야 합니다.

이외에도, 내부검색 이용에 따른 구매수, 구매액 등도 보여드립니다.

100개 ▾	내부검색어 이용 패턴	방문수	구매수	구매액	경유율
1.	바지 (15개) → 런턴 (0개) → 낚시배 (0개) → 침선 (1개) → 근해 (0개)	1	0	0	10.0%
2.	일바지 (15개) → 바늘 (360개) → 침선 (1개) → 수틀 (65개)	1	0	0	10.0%
3.	침선 (1개) → 바늘 (360개)	1	0	0	10.0%
4.	키조개 (3개) → 피꼬막 (8개) → 관자 (3개) → 도시어부 (9개)	1	1	95,000	10.0%
5.	5호 (77개) → 나일론 5호 (0개) → 합사1호 (2개) → 침선 (1개)	1	0	0	10.0%
6.	합사1호 (2개) → 광록 (29개)	1	0	0	10.0%

- 1) 포함된 검색어를 검색할 수 있습니다.
- 2) 현재 보여지는 데이터 테이블 자료를 엑셀로 다운로드 받을 수 있습니다.
- 3) 내부검색어에 대한 이용 형태를 순차적으로 경로 형태로 표시합니다.  
괄호 안에 수치는 각 내부 검색어에 대한 검색 결과수입니다.

#### 4) 페이지 이동경로

각 페이지 별 이동경로 별 방문수 및 전환수를 분석합니다.

100개 ▼	페이지 이동경로	방문수	점유율	전환수	전환율
1.	/index.html - 상품재 키즈계 ↳ /product/detail.html?product_no=27&cate_no=1 - 키즈계 통관자 800g - 상품재 키즈계 ↳ /product/list.html?cate_no=29 - 상품재 키즈계 ↳ /product/list.html?cate_no=30 - 상품재 키즈계 ↳ /member/login.html - 상품재 키즈계 ↳ /member/login_result.html - 상품재 키즈계 ↳ /front/shop/b/board_list.php - 상품재 키즈계	1	12.5%	1	100.0%
2.	/index.html - 상품재 키즈계 ↳ /product/detail.html?product_no=23&cate_no=1 - 상품재 키즈계 ↳ /index.html - 상품재 키즈계 ↳ /product/detail.html?product_no=23&cate_no=1 - 상품재 키즈계 ↳ /index.html - 상품재 키즈계 ↳ /product/list.html?cate_no=24 - 상품재 키즈계 ↳ /front/shop/b/board_list.php - 상품재 키즈계 ↳ /front/shop/b/board_list.php - 상품재 키즈계 ↳ /front/shop/b/board_list.php - 상품재 키즈계 ↳ /shopinfo/m_s11.html - 상품재 키즈계 ↳ /product/list.html?cate_no=24 - 상품재 키즈계 ↳ /product/detail.html?product_no=28&cate_no=24 - 키즈계 통관자 1kg - 상품재 키즈계 ↳ /product/list.html?cate_no=24 - 상품재 키즈계 ↳ /product/detail.html?product_no=23&cate_no=24 - 키즈계 슬라임스 관자 1kg - 상품재 키즈계 ↳ /member/login.html - 상품재 키즈계 ↳ /member/agreement.html - 상품재 키즈계	1	12.5%	1	100.0%

1) 페이지를 지정해 해당 페이지를 거쳐간 이동경로 자료를 추출할 수 있습니다.

선택한 페이지는 여러 페이지의 경로 형태를 만들어 조회할 수 있습니다.

예) 페이지 A => 임의 페이지 => 페이지 B => 임의 페이지 => 페이지 C

2) 선택된 지정 페이지가 색이 다르게 선택되어 표시됩니다.

#### [ 분석 기준 ]

\* 방문 후 이동한 페이지를 이동 경로 리포트에 표시합니다.

세션이 만료된 이후 (마지막 페이지를 본 후 30 분동안 이동이 없다가, 다시 페이지를 이동한 경우) 페이지를 본 경우, 새로운 방문으로 인정되며, 방문의 첫 페이지는 만료된 이후 이동한 페이지가 이동 경로의 시작 페이지가 됩니다.

#### 5) 페이지 그룹 이동경로

[Settings > 페이지 그룹] 설정에서 등록된, 페이지 그룹으로 지정된 페이지 묶음에 대한 이동경로를 표시합니다.

#### [ 분석 기준 ]

\* 페이지 그룹은 [Settings > 페이지 그룹] 설정 또는 Live [페이지 그룹 > 편집하기] 에서 페이지 그룹 이름 및 페이지 패턴을 등록할 수 있습니다.

등록한 페이지 패턴이 포함된 페이지들은 각 페이지 그룹 이름으로 표시 됩니다.

## 6) 페이지 경로 깊이

각 방문에 이동한 방문자의 경로 깊이 (페이지 이동수=페이지뷰) 별 방문수를 분석합니다.

## 7) 랜딩 페이지 유입출처

사이트에 방문하게 되는 랜딩 페이지 별 유입출처를 분석합니다.  
+를 클릭해 각 랜딩 페이지 별 세부 유입출처 목록을 확인 할 수 있습니다.

### [ 분석 기준 ]

\* 사이트에 방문할 때 방문자는 검색엔진 또는 외부 사이트에 링크를 통해 이동하게 됩니다.  
이때 검색엔진 또는 외부 사이트의 주소가 유입출처(Referrer)이고, 사이트에 방문할 때 사이트의 URL 이 랜딩 페이지입니다.  
방문이 시작되는 랜딩 페이지가 어느 유입출처를 통해 방문했는지 분석하는 리포트 입니다.

## 8) 구매 기여 콘텐츠 (요약)

구매에 기여한 콘텐츠 별 (페이지 그룹)별 유입수, 구매수, 구매율을 분석합니다.

### [ 분석 기준 ]

[Settings > 페이지 그룹] 에서 설정한 콘텐츠(페이지 그룹) 에 대한, 구매 기여도를 각각 분석합니다.

## 9) 구매 기여 콘텐츠 (상세)

구매에 기여한 콘텐츠(페이지 그룹)별 상세 제품에 대한 유입수, 구매수, 구매율을 분석합니다.  
각 카테고리 별 제품별 유입수 및 구매수를 확인할 수 있습니다.  
또한, 메인 페이지와 카테고리 간 구매에 대한 기여도를 살펴볼 수 있습니다.

### [ 분석 기준 ]

각 제품에 대한 [Settings > 페이지 그룹] 에서 설정한 콘텐츠(페이지 그룹) 에 별로 구매 기여도를 각각 분석합니다.

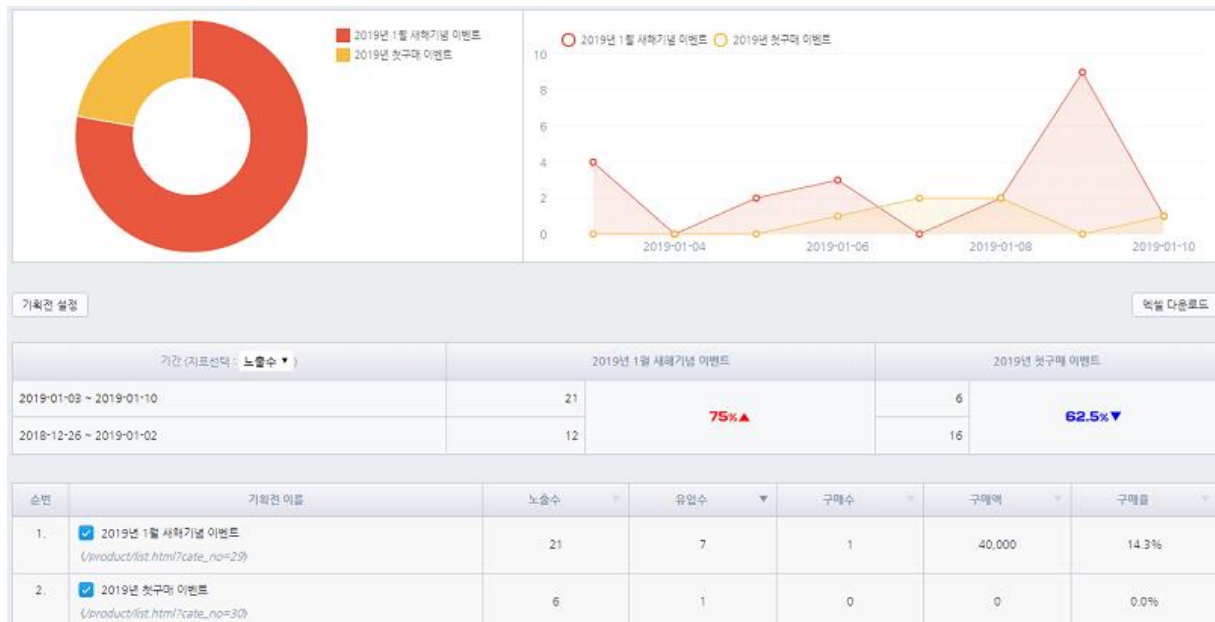
- 유입 : 등록된 콘텐츠(페이지 그룹)에서 상품을 클릭해 본 경우 유입수로 인정합니다.
- 구매 : 등록된 콘텐츠(페이지 그룹)에서 상품을 클릭한 이후 해당 상품을 구매한 경우 구매수로 인정합니다.

## 10) 기획전 분석

이벤트로 기획한 페이지를 등록해 해당 페이지를 통해 발생한 페이지뷰 및 상품에 대한 유입수, 최종적으로 구매한 구매수, 구매액을 집계합니다.

\* 기획전 분석은 [Settings > 기획전 설정] 에서 기획전 이름 및 페이지 URL 을 등록해야 리포트 자료를 확인할 수 있습니다.

\* 기획전 분석에 등록하는 페이지는 상품 상세 페이지로 이동하는 링크 또는 이미지가 보여지는 페이지입니다.



### [ 분석 기준 ]

- \* 지정한 기획전 페이지가 보여진 페이지뷰를 노출수로 표시합니다.
- \* 지정한 기획전 페이지에서 상품 상세 페이지로 이동되면, 유입으로 인정합니다.
- 조회한 상품이 최종적으로 구매 되었을때 구매수 및 구매액으로 반영됩니다.

## 6. Suggest 리포트

Suggest 리포트는 IFDO 에서 제공하는 **연관 상품 추천 (IFDO Suggest)** 를 통해 발생한 트래픽을 분석합니다.

[Connect > IFDO Suggest] 메뉴에서 **가로형, 세로형, 모바일형, 장바구니형**과 같이 다양한 형태로 연관 상품을 추천해 드리고 있습니다.

IFDO Suggest 에서 안내와 절차에 따라 설정을 마친 후 **발행되는 코드(스크립트)를 제품 상세 페이지 또는 장바구니 페이지에 설치**하시기 바랍니다.

만약, 설정 및 설치가 올바르게 적용된다면, Suggest 를 통해 발생한 다양한 분석 자료를 확인할 수 있습니다.

### 1) 슬롯 분석

Suggest 가 설치된 광고 슬롯의 노출수 및 유입수, 구매수, 구매율 등을 확인할 수 있습니다.

Suggest 코드는 모바일과 PC 버전 각각 다르게 설정해 코드를 설치해 주시기 바랍니다.

#### [ 분석 기준 ]

- \* Suggest 는 상품 상세 페이지에 설치되는 형태와 장바구니에 설치되는 형태로 나뉩니다.
- \* Suggest 코드가 노출되면, 추천하는 상품 목록이 상품 상세 또는 장바구니에 설치된 위치에 표시됩니다.
- 추천한 상품에서 클릭해 이동한 사용자의 구매수 및 구매액을 집계합니다.

#### [ 지표 정리 ]

- \* 상품 추천명 : 등록된 Suggest 추천명을 표시합니다.
- \* 노출수 : Suggest 슬롯에 대한 노출된 횟수를 말합니다.
- \* 클릭수 : Suggest 내 노출된 상품을 클릭한 횟수입니다.
- \* 클릭률 =  $\text{노출수} / \text{클릭수} * 100$
- \* 점유율 : 현재 Suggest 추천에 대한 전체 클릭수 대비 점유율입니다.
- \* 구매수 : Suggest 내 상품을 클릭하고 구매한 구매수입니다.
- \* 구매액 : Suggest 내 상품을 클릭하고 구매한 구매액입니다.



## 2) 제품 분석

Suggest 에 대한 제품별 유입수, 구매수, 구매율, 반송수, 반송률을 확인할 수 있습니다.

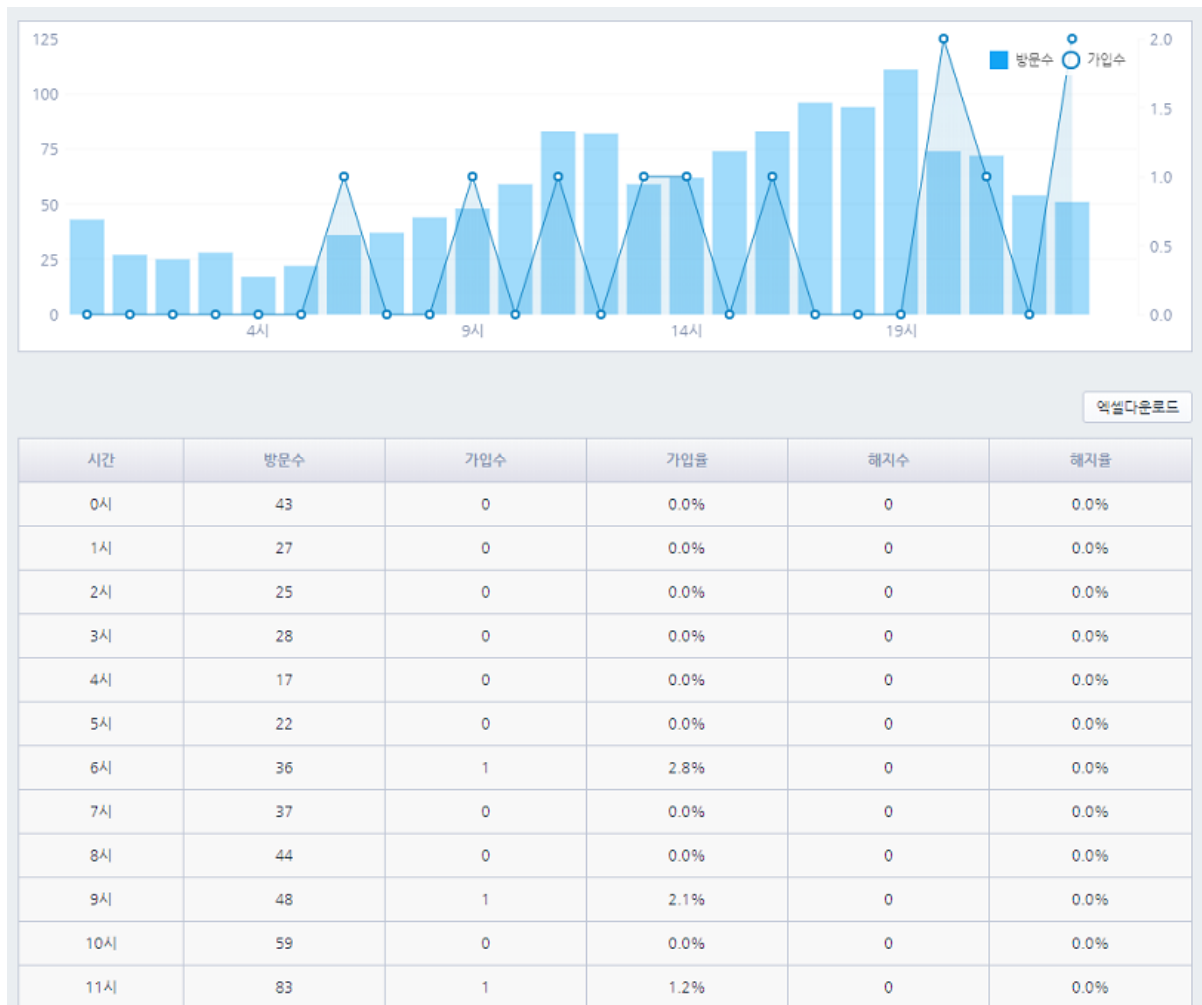
## 7. 회원 리포트

회원 리포트는 사이트에 가입한 회원의 가입수와, 로그인 한 회원에 대한 구매수를 분석해 보여드립니다.

### 1) 시간대 별 가입/해지

선택한 기간 내에 분석된 시간대 별 가입수와 해지수를 표시합니다.

\*) 가입율 = 가입수 / 방문수 \* 100, 해지율 = 해지수 / 방문수 \* 100



그래프는 방문수와 가입수를 표시합니다. 좌측 Y 축 기준 지표는 방문수이며, 우측 Y 축 지표는 가입수입니다.

상세 데이터에는 각 시간대별, 방문수, 가입수, 가입율, 해지수, 해지율을 표시합니다.

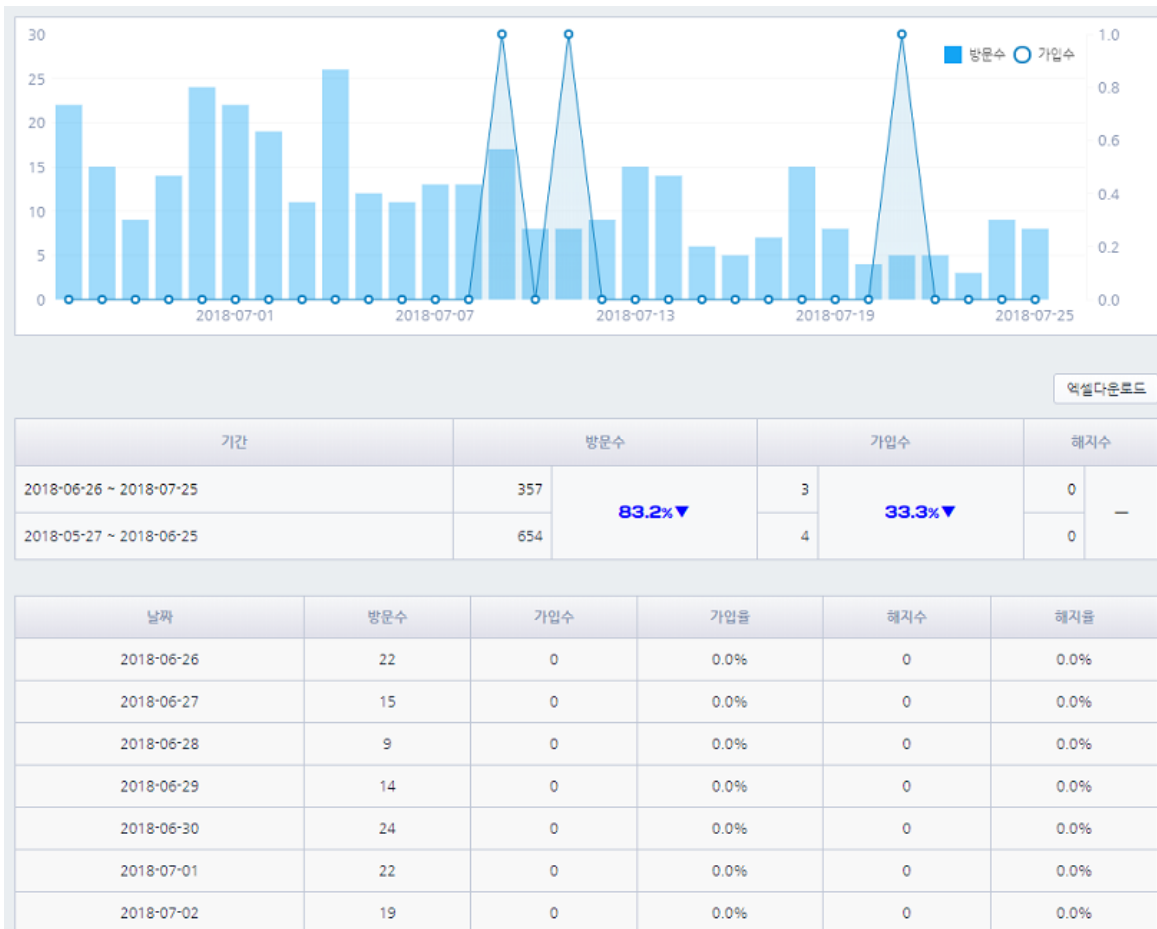
**[ 분석 기준 ]**

회원 가입은 [회원 가입용 분석용 스크립트]를 가입 완료 페이지에 설치해야 집계할 수 있습니다.  
 [회원 가입용 분석 스크립트는] 공통 스크립트보다 위에 노출되도록 HTML 작업 되어야 합니다.

- \*) 회원가입해지 구분 변수
- 가입\_NB\_jn = 'join';
- 해지\_NB\_jn = 'withdraw';

**2) 일별 가입/해지**

회원 가입수와 해지수를 일별로 집계하여 표시합니다.



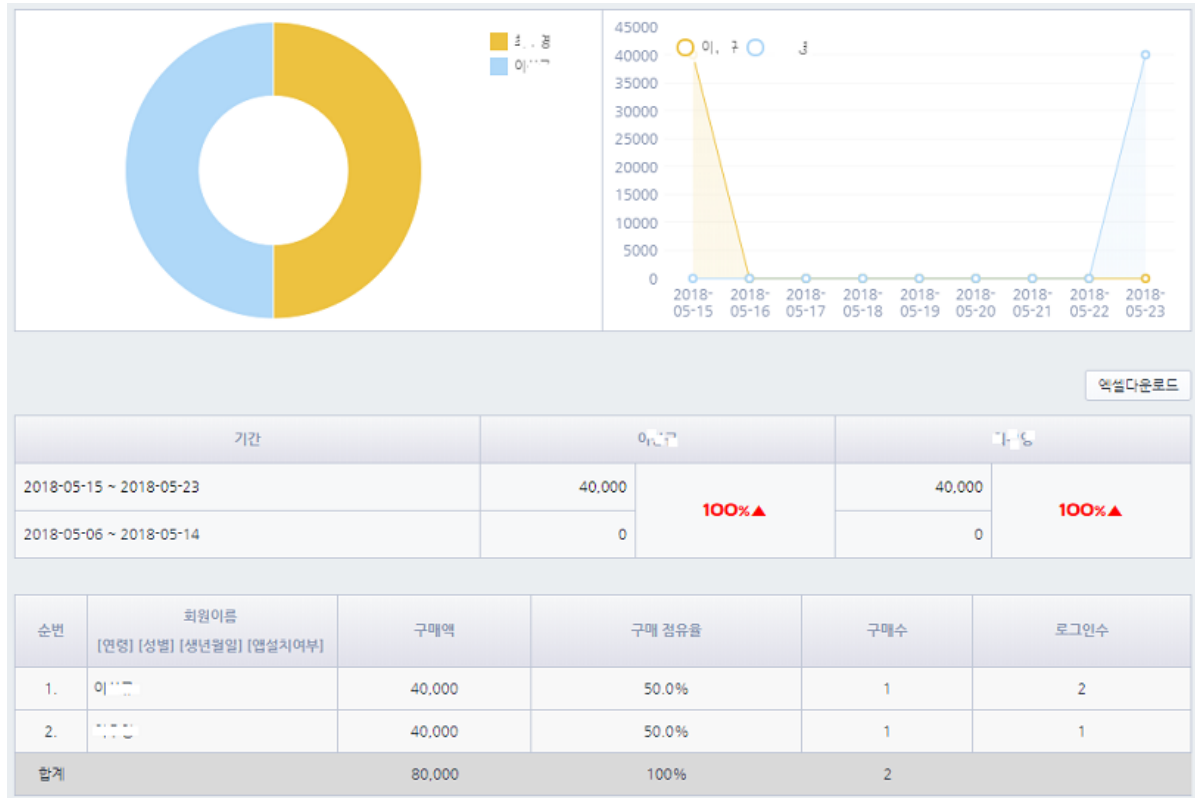
그래프는 일별 가입수를 막대 그래프, 가입수는 선 그래프로 표시합니다.

요약 데이터는 선택된 기간 내 데이터와 이전 비교 기간 데이터를 비교해 방문수, 가입수, 해지수에 대한 증감율을 표시합니다.

상세 데이터는 일자 별 방문수, 가입수, 가입율, 해지수, 해지율을 표시합니다.

### 3) 회원 변수 별 구매

현재 설정된 회원 변수에 대해 각각 구매액 및 구매수, 로그인수를 표시합니다.



그래프는 현재 선택한 변수에 대한 점유율을 표시합니다.

우측 추이 그래프는 선택된 변수값 상위 3 개에 대한 기간별 추이를 표시합니다.

요약 데이터는 변수값 상위 3 개에 대해 이전 비교 기간 대비 증감율을 표시합니다.

상세 데이터는 현재 선택된 변수값 각각에 대해 구매액, 점유율, 구매수, 로그인수를 표시합니다.

각 변수 별로 선택해 집계된 값들에 따른 데이터를 확인할 수 있습니다.

#### [ 분석 기준 ]

회원 변수는 [Settings > 회원 변수설정] 에서 [ON] 한 변수가 대상이 되며, [Settings > 분석스크립트] 중 3.회원 분석 스크립트가 회원 로그인 후 노출되어야 합니다.

각 지정한 회원 변수에 맞게 3.회원 분석 스크립트에서 회원 변수값을 출력하여야 합니다.

## 8. 구매 리포트

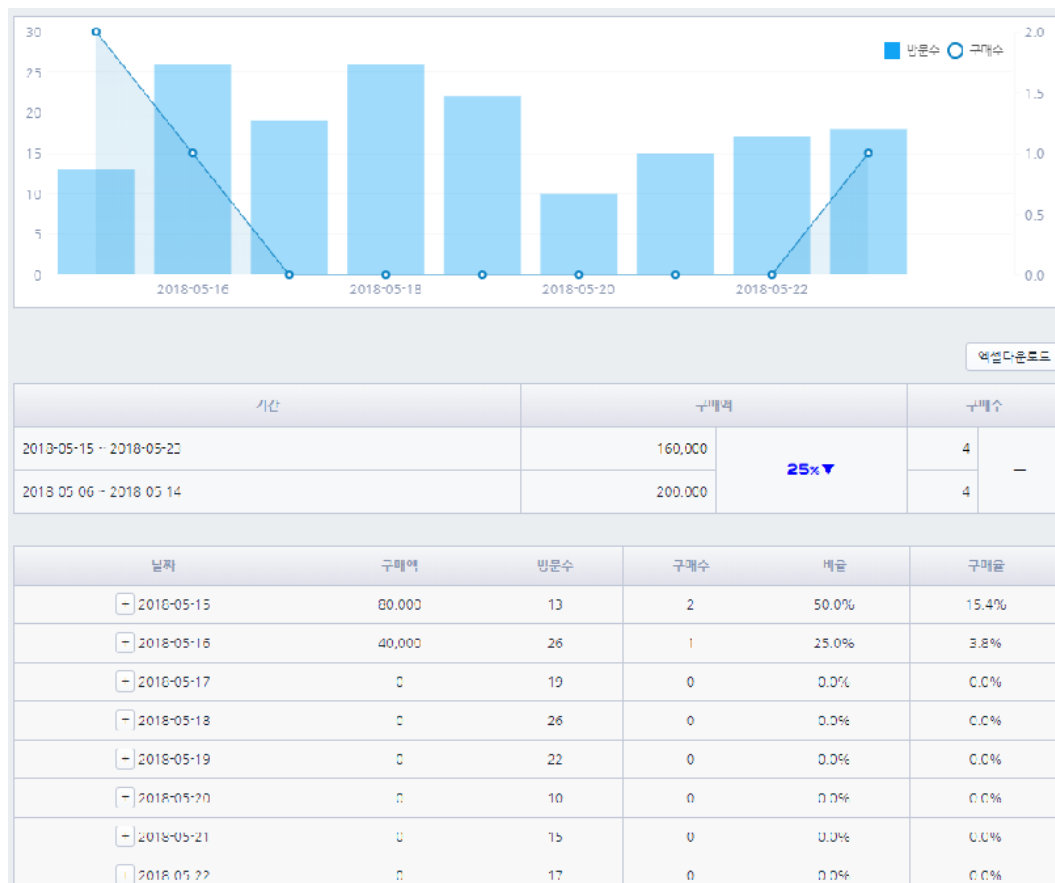
구매 리포트는 사이트 방문자가 구매한 구매 합계 및 이력을 분석하여 표시합니다.

각 일자 별 구매액을 확인 할 수 있으며, 제품별 구매와 유입출처 또한 추적할 수 있습니다.

더불어, 현재시간 기준, 인기 상품을 조회할 수 있습니다.

### 1) 일별 구매

선택한 기간 내 구매 자료를 일별로 합해 그래프와 상세 데이터로 보여드립니다.



그래프는 막대 그래프에 방문수, 선 그래프에 구매수를 표시합니다.

요약 데이터는 현재 기간 대비 비교 기간에 대한 구매액, 구매수에 대한 증감율을 표시합니다.

상세 데이터는 일자 별 구매액, 방문수, 구매수, 비율, 구매율을 표시합니다.

#### [ 분석 기준 ]

[SETTING > 분석스크립트] 6. 구매 분석 에서 제공하고 있는 구매 분석용 스크립트가 구매 완료 페이지에 설치되어야 합니다.

## 2) 요일 구매

요일 별 구매수 및 구매액을 합산해 표시합니다.

## 3) 제품별 구매

집계된 제품 별 노출수, 구매수, 구매수량, 구매액, 구매율을 표시합니다.  
노출수, 구매수, 구매액은 클릭해 정렬할 수 있습니다.



그래프는 구매 기준 상위 5 개 제품에 대해 점유율을 표시합니다.

우측 태그 클라우드는 현재 구매수 및 노출수 가중치가 적용된 태그 클라우드 화면을 노출합니다.

상세 데이터에는 각 제품별 노출수, 구매수, 구매수량, 구매액, 구매율을 표시합니다.

## 4) 제품별 연관분석

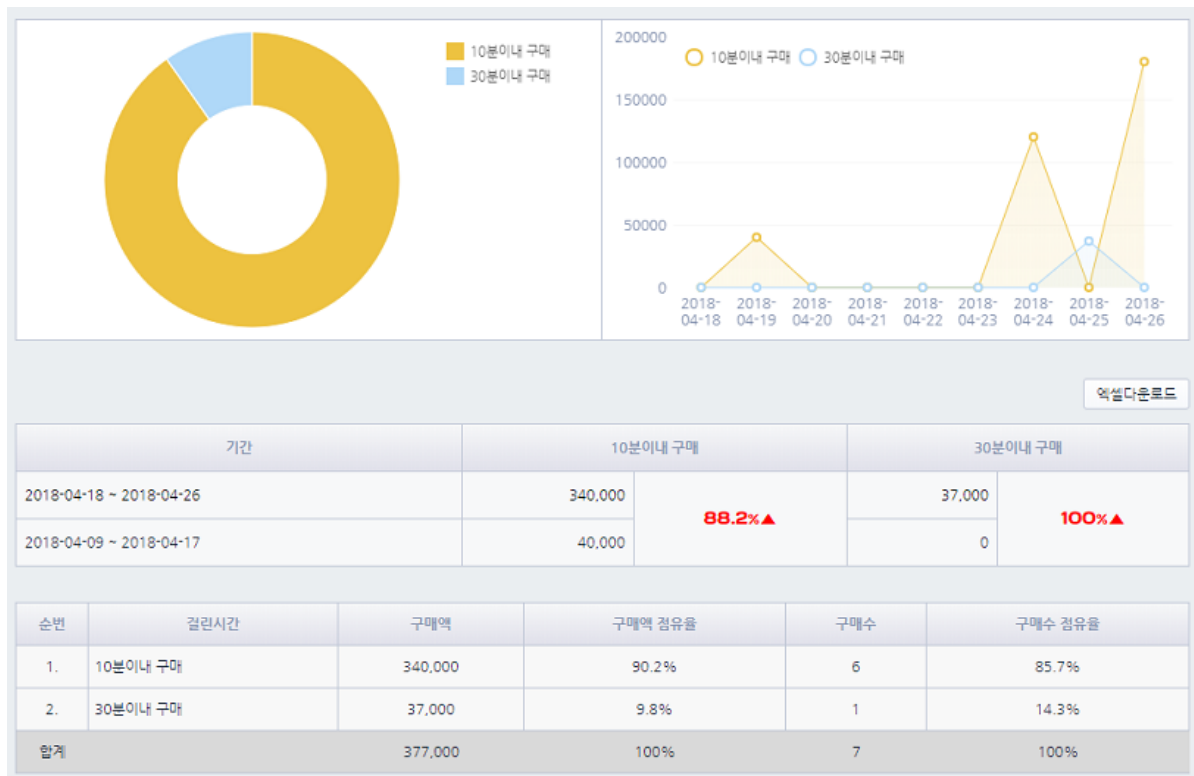
각 제품에 대해 선택한 기간 내 구매를 연관지어 분석합니다.

두 가지 기준 제품에 대해 제품 A, 제품 B 로 나눠 표시하며, 각각 함께 팔린수, 지지도, 신뢰도, 향상도를 표시합니다.

- \* **함께 팔린수** : 제품별 함께 구매한 횟수를 표시합니다.
- \* **지지도** : 전체 구매 중 제품 A와 B가 포함된 구매수의 비율을 표시합니다.  
A와 B가 함께 구매한 횟수 / 전체구매수
- \* **신뢰도** : 제품 A의 구매 중에서 제품 B가 포함된 거래의 비율을 의미합니다. (신뢰도 A)  
신뢰도 B는 제품 B의 구매 중에서 제품 A가 포함된 거래의 비율을 의미합니다.
- \* **향상도** : A에서 B의 연관 규칙에서 임의로 B가 구매되는 경우에 비해 A와의 관계가 고려되어 구매되는 경우의 비율입니다.

## 5) 구매까지 걸린 시간

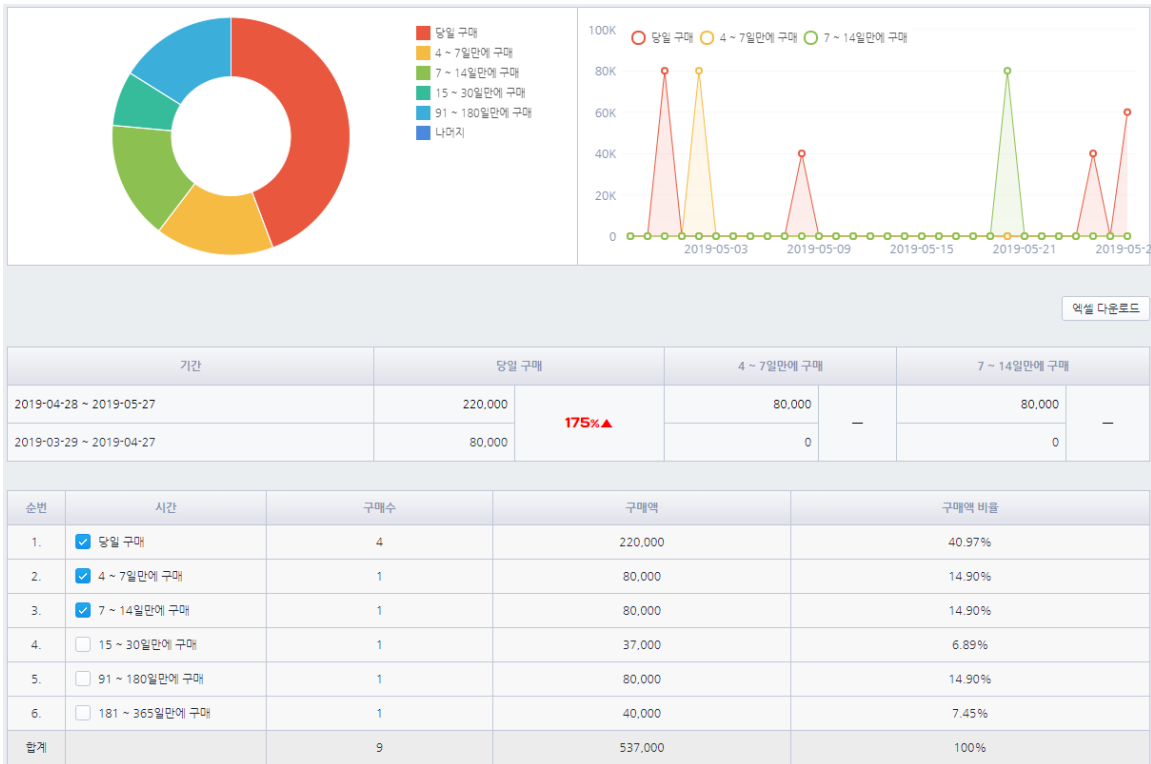
방문 후 구매까지 걸린 시간을 각 시간 간격별로 표시합니다.



## 6) 첫 방문 후 첫 구매까지 걸린 시간

사이트에 첫 방문 이후 구매까지 소요된 시간(일자)를 집계합니다.

오늘 방문 후 오늘 구매한 방문자는 [당일 구매] 로 표기하며, 오늘 방문 후 다음날인 내일 구매한 사용자는 [다음 날 구매]로 집계 합니다.



### [ 분석 기준 ]

첫 방문 후 첫 구매까지 걸린 시간 리포트는 방문한 기기 기준으로 이후 방문해 구매까지 걸린 시간(일자)을 측정합니다.

### 7) 첫 방문 후 재 구매까지 걸린 시간

사이트에 첫 방문 이후 구매까지 소요된 시간(일자)를 집계합니다.  
 오늘 방문 후 오늘 구매한 방문자는 [당일 구매] 로 표기하며, 오늘 방문 후 다음날인 내일 구매한 사용자는 [다음 날 구매]로 집계합니다.

### [ 분석 기준 ]

첫 방문 후 재 구매까지 걸린 시간 리포트는 방문한 기기 기준으로 첫 구매 이후 방문해 재 구매까지 걸린 시간(일자)을 측정합니다.

## 8) 재구매 간격

구매 후 다시 구매하기까지 걸린 일수(날짜)를 표시합니다.

### [ 분석 기준 ]

구매 후 동일한 기기에서 재 구매하기까지 걸린 일수(날짜)를 표시합니다.

재 구매 간격 데이터는 클라이언트에 기록되어 있는 IFDO 쿠키 데이터를 기준으로 집계하며, 해당 쿠키의 삭제 여부에 따라 오차가 발생할 수도 있습니다.

## 9) 현재시간 조회기준 인기상품

현재 시간 조회수 기준으로 상위 100 개의 인기상품을 표시합니다.

현재 시간 외에 이전 시간에 대해서도 이동해 데이터를 확인할 수 있습니다.

시간 기준 노출수가 이전 시간대비 노출수 기준 순위 변화를 확인 할 수 있습니다.

## 10) 현재시간 구매기준 인기상품

현재 시간 구매수 기준으로 상위 100 개에 대한 인기상품을 표시합니다.

현재 시간 외에 이전 시간에 대해서도 데이터를 확인할 수 있습니다.

시간 기준 구매수가 이전 시간대비 구매수 기준 순위 변화를 확인 할 수 있습니다.

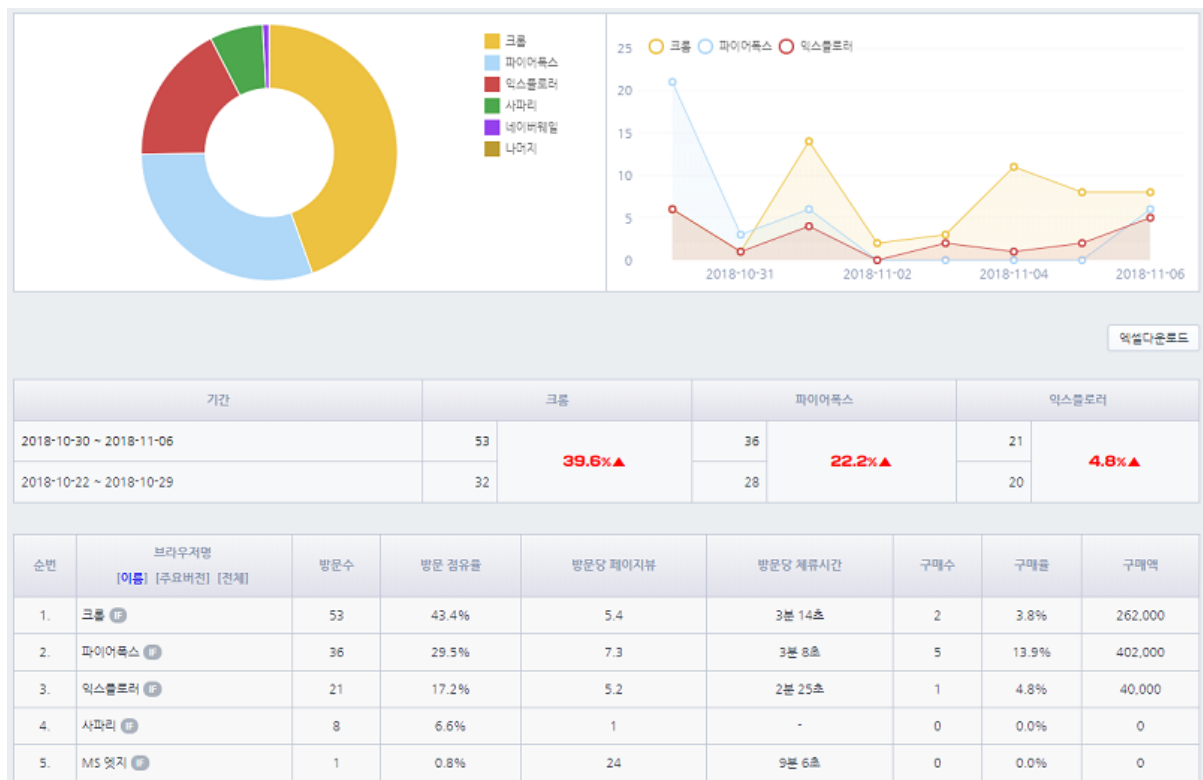


## 9. 시스템 리포트

시스템 리포트는 브라우저, 운영체제, 해상도, 화면 색상, PC/모바일, 사용 언어에 대해 분석합니다.

### 1) 브라우저

브라우저 이름 별 방문수, 방문 점유율, 방문당 페이지뷰, 방문당 체류시간, 구매수, 구매율, 구매액을 분석합니다.



\* [주요버전] 을 클릭하면, 브라우저에 대한 주요 버전(Major Version)을 기준으로 분석합니다.

\* [전체] 를 클릭하면, 브라우저에 대한 상세 버전을 기준으로 분석합니다.

\* [이름] 을 클릭하면, 브라우저에 대한 이름을 기준으로 분석합니다.

\* 주요 상위 3 개 브라우저에 대한 현재 선택 기간 내의 추이를 그래프에 표시합니다.

\* 주요 상위 3 개 브라우저에 대한 이전 비교 기간과의 증감 수치 및 비율을 표시합니다.

## 2) 운영체제

운영체제 이름 별 방문수, 방문 점유율, 방문당 페이지뷰, 방문당 체류시간, 구매수, 구매율, 구매액을 분석합니다.

- \* [주요버전] 을 클릭하면, 운영체제에 대한 주요 버전(Major Version)을 기준으로 분석합니다.
- \* [전체] 를 클릭하면, 운영체제에 대한 상세 버전을 기준으로 분석합니다.
- \* [이름] 을 클릭하면, 운영체제에 대한 이름을 기준으로 분석합니다.
- \* 주요 상위 3 개 운영체제에 대한 현재 선택 기간 내의 추이를 그래프에 표시합니다.
- \* 주요 상위 3 개 운영체제에 대한 이전 비교 기간과의 증감 수치 및 비율을 표시합니다.

## 3) 해상도

화면 해상도 별 방문수, 방문 점유율, 방문당 페이지뷰, 방문당 체류시간, 구매수, 구매율, 구매액을 분석합니다.

- \* 주요 상위 3 개 해상도에 대한 현재 선택 기간 내의 추이를 그래프에 표시합니다.
- \* 주요 상위 3 개 해상도에 대한 이전 비교 기간과의 증감 수치 및 비율을 표시합니다.

## 4) 화면색상

화면 색상 별 방문수, 방문 점유율, 방문당 페이지뷰, 방문당 체류시간, 구매수, 구매율, 구매액을 분석합니다.

- \* 주요 상위 3 개 화면 색상에 대한 현재 선택 기간 내의 추이를 그래프에 표시합니다.
- \* 주요 상위 3 개 화면 색상에 대한 이전 비교 기간과의 증감 수치 및 비율을 표시합니다.

## 5) 기기구분(PC/모바일)

기기 구분 별 방문수, 방문 점유율, 방문당 페이지뷰, 방문당 체류시간, 구매수, 구매율, 구매액을 분석합니다.

- \* 주요 상위 3 개 기기 구분에 대한 현재 선택 기간 내의 추이를 그래프에 표시합니다.
- \* 주요 상위 3 개 기기 구분에 대한 이전 비교 기간과의 증감 수치 및 비율을 표시합니다.

## 6) 사용언어

브라우저에 대한 사용 언어 별 방문수, 방문 점유율, 방문당 페이지뷰, 방문당 체류시간, 구매수, 구매율, 구매액을 분석합니다.

# V. 라이브챗

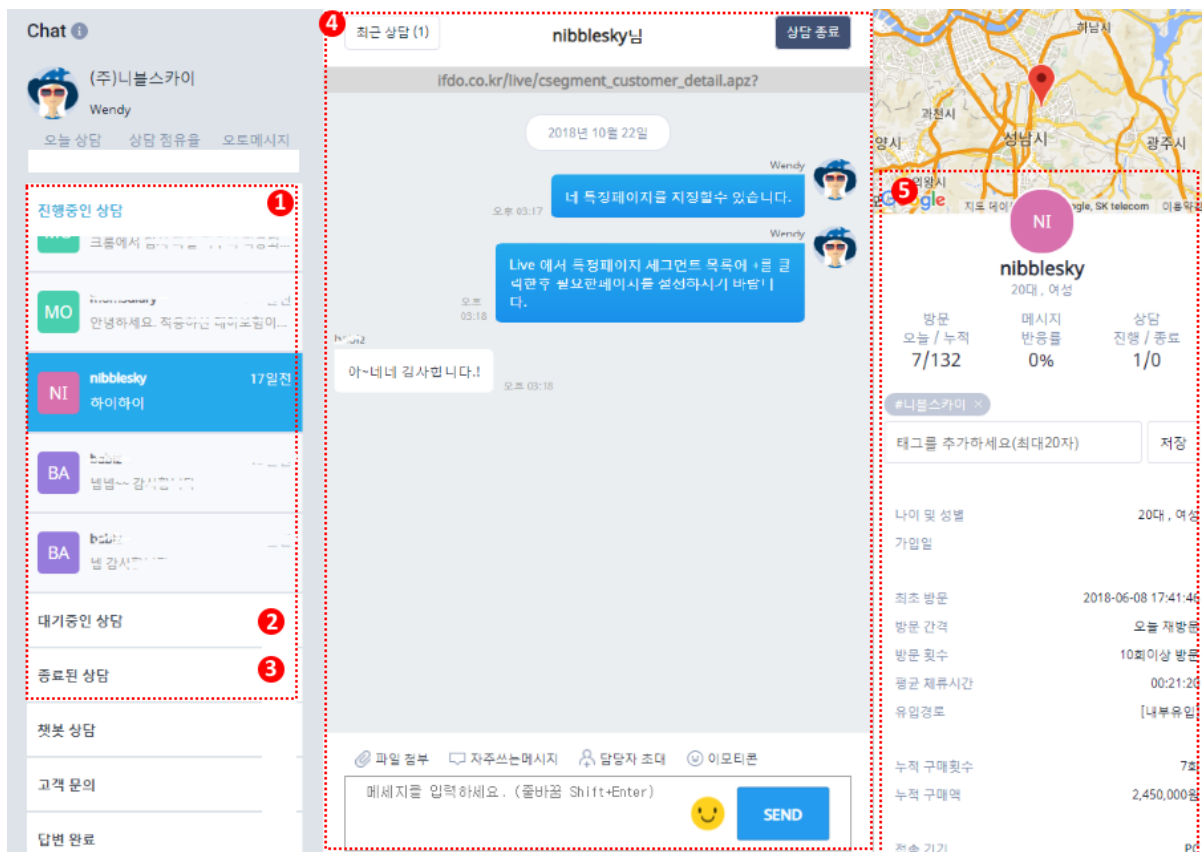
1. 방문자와 상담하기 .....	82
2. 문의하기 관리.....	84

# CHAT

상담 기능은 [Settings > 상담설정]에서 채팅 위젯을 활성화(ON)하면, 사이트 화면, 우측 하단 (기본 위치)에 채팅 위젯이 표시됩니다. 상담시간을 지정할 수 있으며, [Account > 담당자 관리]에 등록된 여러 담당자를 상담자로 활성화 할 수 있습니다.

## 1. 방문자와 상담하기

- 1) **진행중인 상담** : 방문자와 상담이 종료되지 않은 목록입니다. 진행중인 상담은 대화를 시작한 담당자에게만 보여집니다.
- 2) **대기중인 상담** : 담당자가 할당되지 않은 목록입니다. 관리자 및 상담 권한이 있는 모든 담당자에게 목록이 보여집니다.  
대화를 입력하고 SEND 를 누르면 진행중인 상담으로 이동됩니다.
- 3) **종료된 상담** : 방문자가 상담 종료를 했거나, 담당자가 우측 상단 상담 종료를 눌러 상담을 종료할 수 있습니다.



4) 상담내용이 표시됩니다.

- ① 최근 상담 : 상담한 이력이 있는 경우 눌러서 이전 상담 내용을 확인할 수 있습니다.
- ② 상담 종료(진행중인 상담) : 상담이 완료되면 방문자가 상담을 종료하거나, 상담원이 상담 종료를 눌러 종료된 상담으로 상태를 변경할 수 있습니다.
- ③ 자주 쓰는 메시지 : 반복적으로 사용하게 되는 인사말, 질문에 대한 답변 등을 미리 등록할 수 있습니다. + 를 눌러 자주 쓰는 메시지를 추가할 수 있습니다. 저장된 목록에서 내용을 누르면 메시지가 바로 입력됩니다. 자주 사용하는 메시지 내용을 수정하거나, 삭제할 수 있습니다.
- ④ 초대할 담당자 (진행중인 상담) : 상담 내용을 다른 담당자와 공유하기 위해 담당자를 초대할 수 있습니다. 초대가 가능(상담 ON)한 담당자 목록에서 담당자를 선택한 후 초대 메시지를 보내세요. 상대방이 수락하면 함께 채팅 상담이 가능합니다.

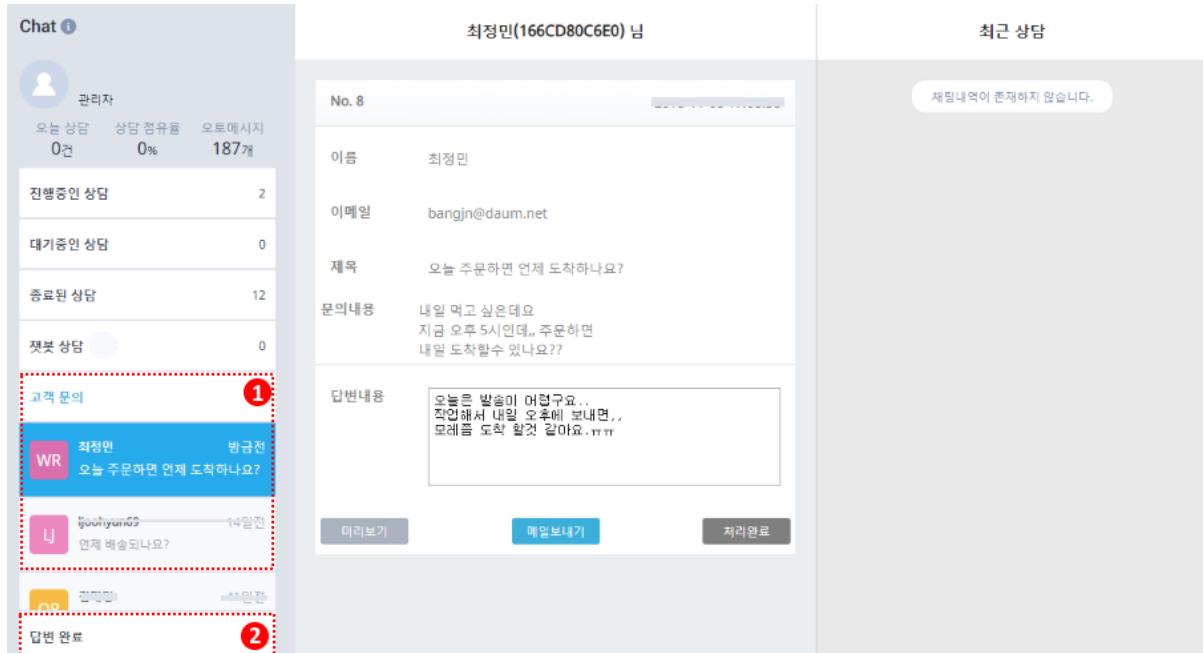
5) 상담중인 방문자에 대한 상세 정보(회원정보, 방문 이력 등)가 표시됩니다.

\* 참고 : [ **SETTING > 상담설정** ] 에서 채팅 아이콘의 아이콘 표시가 보이기로 선택되어 있어야 상담이 가능합니다.

## 2. 문의하기 관리

모든 담당자가 상담 OFF 상태이면, 채팅 상담이 불가능하므로, 방문자가 채팅 메시지를 입력했을 때 문의하기 접수 안내가 표시됩니다.

접수된 문의하기 내용은 답변 내용을 작성해 문의한 이메일로 바로 회신할 수 있습니다.



1) **문의하기 접수** : 방문자가 문의 내용을 입력해 메시지를 남긴 경우, 문의하기 접수에서 목록이 보여집니다.

고객이 남긴 문의 내용에 대해 답변을 입력한 후 미리보기를 눌러 발송될 이메일을 확인하세요. 메일 보내기를 누르면 고객이 남긴 이메일 주소로 즉시 메일이 발송됩니다.

만약, 유선 상담이나 이후 채팅 상담으로 해결된 경우, 내용을 입력한 후 처리 완료로 상태만 변경할 수 있습니다.

동일한 방문자에 대한 문의하기 이력이 있는 경우, 참고하실 수 있도록 하단에 함께 표시됩니다.

2) **문의하기 완료** : 문의하기 접수에서 답변을 작성해 메일 보내기를 하였거나, 처리가 완료된 이력입니다. 문의 내용에 대해 검색하여 해당되는 문의 내용만 확인하실 수 있습니다.

[SETTING > 상담설정]에서 문의하기 메일 설정을 확인하세요.

보낸 사람의 이메일 주소와 상단에 적용될 로고 이미지를 설정 할 수 있습니다.