BizSpring **LOGGER**

USER MANUAL · NEW CONSOLE

# LOGGER 사용자 매뉴얼

신규 콘솔 이용 가이드
리포트 · 기능 · 설치 · 설정


| 발행일 | 문서 버전 | 발행 |
| --- | --- | --- |
| **2026. 11. 14.** | **v1.0 신규 콘솔용** | **BizSpring Inc.** |


| | |
| --- | --- |
| 서비스 페이지 | logger.co.kr/console/ |
| 온라인 매뉴얼 | logger.co.kr/console/manual |
| HTML 매뉴얼 | logger.co.kr/console/manual stt/index.html |


BizSpring Inc. All rights reserved. 본 문서는 온라인 매뉴얼을 기준으로 2026. 11. 14. 에 작성되었으며, 최신 내용은 온라인 매뉴얼에서 확인하실 수 있습니다.

# 문서 안내

이 문서는 LOGGER 신규 콘솔의 리포트와 기능, 분석 스크립트 설치, 설정 방법을 한 권으로 정리한 사용자 매뉴얼입니다.

## 서비스 페이지와 온라인 매뉴얼

| | |
|---|---|
| **서비스 페이지** | https://logger.co.kr/console/ LOGGER 콘솔 로그인 |
| **온라인 매뉴얼** | https://logger.co.kr/console/manual 동적 매뉴얼, 로그인 없이 열람 |
| **HTML 매뉴얼** | https://logger.co.kr/console/manual stt/index.html 검색 · 공유용 정적 매뉴얼 |
| **LOGGER 소개** | https://logger.co.kr/ |
| **문의** | service logger.co.kr |

## 이 문서의 구성

- **시작하기** 문서 7건
- **설치 및 문제 해결** 문서 24건
- **리포트 매뉴얼** 문서 132건
- **설정** 문서 27건
- **MCP/API 서비스** 문서 6건
- **기타** 문서 25건

각 문서의 제목 아래에 해당 문서의 온라인 매뉴얼 주소를 표시했습니다. 본문의 문서 간 링크를 누르면 이 문서 안의 해당 쪽으로 이동하며, PDF 뷰어의 책갈피 목차 창 로도 이동할 수 있습니다.

## 문서 정보

| | |
|---|---|
| **발행일** | 2026. 11. 14. |
| **문서 버전** | v1.0 신규 콘솔용 |
| **수록 문서** | 221건 새 매뉴얼 · 이전 매뉴얼 포함 · 글꼴 Pretendard |

**이용 시 유의사항**

이 문서는 발행일 기준의 온라인 매뉴얼을 묶은 것입니다. 화면과 기능은 개선에 따라 달라질 수 있으므로, 최신 내용은 온라인 매뉴얼을 기준으로 확인해 주십시오. 일부 문서에는 이전 버전 화면의 설명이 포함되어 있을 수 있습니다.

# 목차


## 시작하기 ..... 9

서비스 및 솔루션의 개요 ..... 10

**리포트 화면** ..... 13

리포트 전체 화면 ..... 13

리포트 선택 메뉴 ..... 14

리포트 기간선택 달력 메뉴 ..... 15

리포트 그래프 영역 ..... 16

리포트 데이터 영역 ..... 19

리포트 옵션 메뉴 ..... 20

## 설치 및 문제 해결 ..... 23

**분석스크립트** ..... 24

웹페이지 분석스크립트 필수 적용 ..... 24

SPA 환경 분석스크립트 설치 React · Vue ..... 28

React 환경 태깅 가이드 개발자용 ..... 34

**환경변수 스크립트** ..... 38

환경변수 설정 기본 규칙 ..... 38

TRK CP 값의 설정 Contents Path ..... 41

TRK PI 값의 설정 Page Identity ..... 44

TRK PN 값의 설정 Product Name ..... 47

TRK MF 값의 설정 Manufacturer ..... 49

TRK OA 값의 설정 Ordered Amount ..... 51

TRK OP 값의 설정 Ordered Products ..... 53

TRK OE 값의 설정 Ordered EA. ..... 55

TRK CC 값의 설정 Campaign Code ..... 57

TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U ..... 60

TRK AG 값의 설정 Member Age ..... 62

TRK IK 값의 설정 Inner Search Keyword ..... 64

TRK RK 값의 설정 Reserved Key ..... 65

TRK CN 값의 설정 Conversion Name ..... 66

임대형쇼핑몰 전용 스크립트 적용 ..... 67

호스트/캠페인 스크립트 ..... 69

**문제 해결 및 참고** ..... 71

방문경로 검출 불가 문제 ..... 71

방문경로 강제 지정 방법 ..... 75

자동 Submit되는 페이지의 분석스크립트 실행 ..... 77

캠페인 효과 지속일수 ..... 78

네이버 전환값 사용자 설정 ..... 79

## 리포트 매뉴얼 ..... 81


요약 대시보드 ..... 82

KPI 모니터링 ..... 83

실시간 방문자 상세 ..... 85

**트래픽** ..... 87

- 방문 트래픽 분석 ..... 87
  - 페이지뷰 ..... 88
  - 방문수 ..... 89
  - 접속 IP 수 ..... 90
  - 방문당 평균 페이지뷰 ..... 92
  - 평균 체류시간 ..... 93
- 순방문자 분석 ..... 94
  - 일별 순방문자 수 ..... 95
  - 주별 순방문자 수 ..... 96
  - 월별 순방문자 수 ..... 96
  - 순방문자당 방문수 ..... 97
- 방문 집중도 분석 ..... 98
  - 방문 집중 시간대 ..... 99
  - 방문 집중 요일 ..... 100

**유입** ..... 102

- 방문 방법 ..... 102
  - 방문 방법 ..... 103
  - 웹메일 서비스 ..... 106
  - 커뮤니티/블로그 ..... 107
- 소셜 네트워크 ..... 109
  - 소셜 네트워크 ..... 110
  - SNS ..... 111
- 검색엔진 ..... 112
  - 검색엔진 상세 ..... 114
  - 검색유형 유료검색·자연검색 ..... 115
- 검색어 ..... 116
  - 검색어 성과 ..... 117
  - 검색어별 검색엔진 ..... 119
- 유입 도메인 ..... 120
  - 참조링크 페이지 웹사이트 ..... 121
  - 참조링크 사이트 Host/Domain ..... 123
  - 유입 도메인별 회원가입·주문·매출 ..... 124
- UTM 분석 ..... 125
- AI 유입 분석 ..... 126

**광고성과** ..... 128

- 검색광고 추세 ..... 128
  - 검색광고 클릭 추세 ..... 129
  - 시간대별 검색광고 성과 ..... 131

CPC 광고 요일별 클릭 133
검색광고 성과 135
키워드 광고매체 성과 137
키워드 성과 주문·매출 138
키워드별 전환 139
광고매체 키워드 성과 140
광고매체 성과 주문·매출 141
광고매체별 체류 143
광고매체별 전환 144
간편 광고 분석 145
배너 노출·클릭 분석 147
배너별 성과 노출·클릭 148
캠페인 추세 149
캠페인별 성과 비교 151
캠페인 유입·이탈 흐름 153
캠페인 그룹 유입·이탈 흐름 154
캠페인 성과 156
캠페인별 전환 성과 157
캠페인별 회원가입·주문·매출 158
캠페인 회원 특성 161
캠페인 주문 상품 162
부정클릭 163
CPC 광고 클릭 상세 165
CPC 광고 중복 클릭 168
**콘텐츠** 175
콘텐츠 개요 175
디렉토리 분석 176
카테고리 분석 177
카테고리별 성과 178
카테고리별 체류시간 180
페이지 분석 181
인기 페이지 182
처음 접속페이지 183
파라미터 분석 184
파라미터별 분석 185
간편 페이지 파라미터 분석 186
내부 검색어 187
**행동** 189
방문 경로 분석 189
주요 경로 패턴 190
페이지 유입 및 유출 경로 191
경로 추적 192
유입 경로 이전 페이지 193
유출 경로 이후 페이지 194
클릭 이벤트 195
다운로드 196

내부 클릭이벤트 클릭수 197
내부 클릭이벤트 순수클릭 수 198
외부 링크 199

**전환·매출** 200
전환 퍼널 200
전환 퍼널 현황 202
사용자정의 전환 시나리오 203
단계별 도달수 205
단계 전환율 205
단계별 전환 추세 206
회원등록완료 단계 사용자 상세 207
로그인완료 단계 사용자 상세 208
주문완료 단계 사용자 상세 208
상품 성과 209
상품 성과 211
상품 조회수 212
상품별 체류시간 213
상품별 주문·매출 214
브랜드 성과 215
장바구니 분석 215
장바구니에 많이 담긴 상품 216
장바구니에서 많이 이탈한 상품 217
상품 구매 분석 218
구매 회원 특성 219
동시구매상품 220

**방문자** 222
재방문 분석 222
신규/재방문 구성 223
재방문 간격 분포 224
재방문 횟수 분포 225
평균 재방문 간격 226
평균 재방문 횟수 227
재구매 간격별 주문/매출 228
방문자 특성 229
회원/비회원별 방문 230
성별 방문 231
연령대·등급별 방문 232
회원 방문자 비율 233
방문 환경 분석 234
국가 235
시/도 236
디바이스 237
브라우저 248
운영체제 OS 249
해상도 249
회원 ID 분석 250
주문 회원 251

캠페인 유입·상품 관련 회원 ..... 252
전환·이탈 회원 ..... 254
중요 페이지 경유 회원 ..... 256
접속 로그 ..... 257

**설정 ..... 259**

**광고 분석 스크립트 설정** ..... 260
광고 분석 스크립트 설정 ..... 260
이메일 뉴스레터  분석스크립트 생성 ..... 261
이미지배너 분석스크립트 생성 ..... 264
텍스트 광고 분석스크립트 생성 ..... 267

**캠페인 생성 및 관리** ..... 270
캠페인 생성 및 관리 ..... 270
캠페인 분석코드 생성 ..... 271
간편광고 분석 URL 생성 ..... 275
CPC광고 분석 URL 생성 ..... 277
모바일 배너광고 분석 URL 생성 ..... 283

**동적페이지 설정** ..... 288
동적페이지 설정 ..... 288
디렉토리 메뉴명 설정 ..... 289
페이지명 설정 ..... 290
동적 페이지 설정 ..... 291
페이지 컨텐츠 카테고리 설정 ..... 292

**전환단계 페이지 설정** ..... 294
전환단계 페이지 설정 ..... 294
전환단계/전환단계 페이지 설정 ..... 295
전환 시나리오 설정 ..... 296
사용자정의 전환 시나리오 설정 ..... 298
간편 전환 시나리오 설정 ..... 300
장바구니 분석 ..... 302

**KPI 설정** ..... 304
KPI 그룹 및 항목 설정 ..... 304
쉬운 KPI 목표설정 ..... 306

**클릭 이벤트 설정** ..... 309
내부 클릭이벤트 설정 ..... 309
외부 유출링크 설정 ..... 311
파일 다운로드 설정 ..... 312

**기타 설정** ..... 313
채널 분석 기능 설정 ..... 313
전환  버튼 클릭수 전환 측정 ..... 316

**MCP/API 서비스 ..... 318**

MCP/API 서비스 개요 ..... 319

MCP 연결 방법 Claude, ChatGPT, Claude Code ..... 320

REST API 사용 방법 ..... 323

활용 사례 1: LOGGER, 인터넷트렌드, 광고 데이터를 합친 비교 통계 ..... 325

활용 사례 2: Claude에서 주간 성과 보고서 작성 ..... 328

활용 사례 3: 매일 아침 조회하여 조건에 맞으면 Slack으로 알리는 예약 작업 ..... 331

**기타 ..... 334**

인터넷트렌드 · MCP 관련 블로그 글 ..... 335

관련 용어 ..... 336

**계산 기준** ..... 353

방문수/방문자수 ..... 353

평균값과 예측값 ..... 354

통계값과 그래프의 값 ..... 355

방문당 페이지 뷰 ..... 355

재방문 간격 ..... 356

반송률 계산식 ..... 356

회원가입률 계산식 ..... 357

주문율 계산식 ..... 357

**검출 기준** ..... 358

참조링크 방문경로/레퍼러 의 검출 ..... 358

검색엔진 레퍼러 검출 ..... 359

이메일 레퍼러 검출 ..... 361

커뮤니티/블로그/SNS 등 검출 ..... 362

포털 사이트의 지식 쇼핑별 카테고리 검출 기준 ..... 364

쇼핑채널 사이트 검출 ..... 365

방문자 국가 검출 ..... 367

서비스 접속 ISP 검출 ..... 367

방문자 표준시간대 검출 ..... 369

시/도 명 검출 ..... 371

웹 브라우저 검출 ..... 372

방문자 언어 검출 ..... 373

운영체제 OS 검출 ..... 374

화면 색상/해상도 검출 ..... 375

Java/JavaScript/Cookie 검출 ..... 376

PART

# 01

# 시작하기

문서 7건

---

– 리포트 화면

# 서비스 및 솔루션의 개요

최종 수정일 2011 05 31 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/800

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

## LOGGER 소개

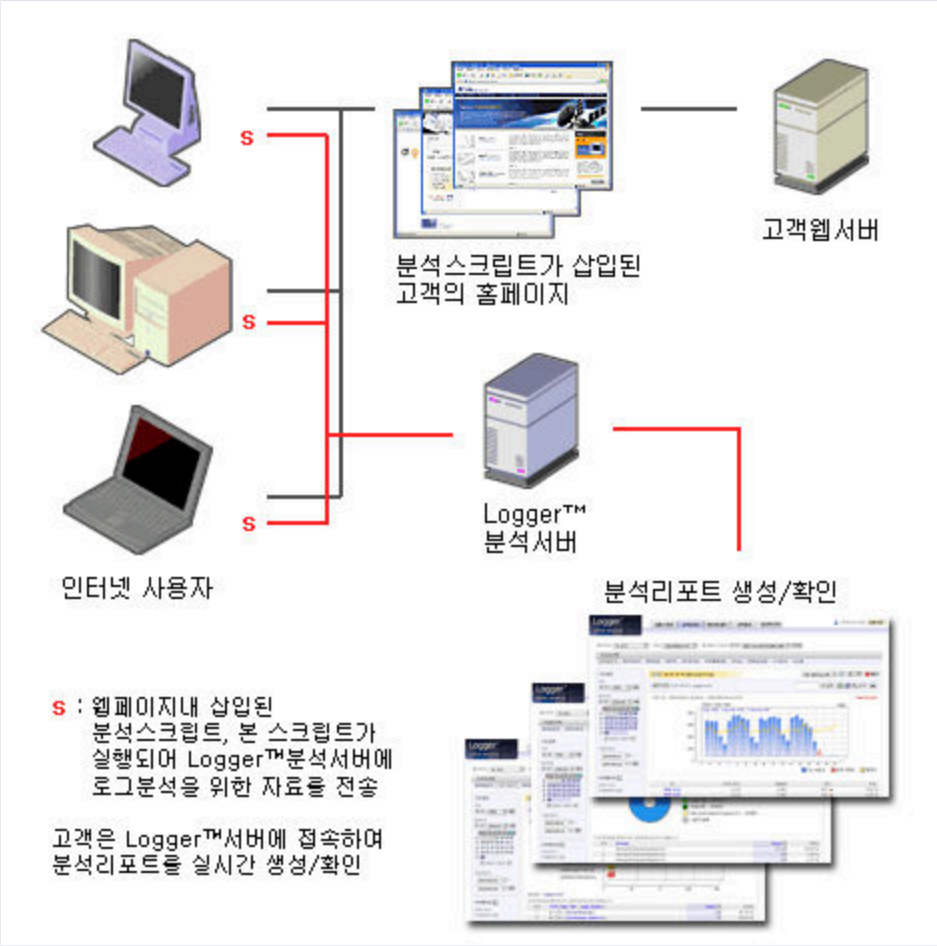
LOGGER 로거 는 비즈스프링이 2002년에 시작한 국내 선도적인 방문자 행동 분석·웹로그 분석 서비스입니다. 웹사이트를 방문한 사람이 어디에서 들어와 어떤 페이지를 보고, 무엇을 클릭하고, 회원가입·주문 같은 성과로 이어졌는지를 측정합니다. 다른 회사의 API에서 데이터를 받아 오지 않고 웹로그를 직접 수집하며, 20년 넘게 자체 규격으로 쌓아 온 측정 체계로 마케팅 성과를 판단합니다.

이번 콘솔 리뉴얼로 리포트 화면과 메뉴를 새로 정리하였고, AI·AX AI 전환 시대에 맞추어 기능을 계속 고도화할 계획입니다.

## 측정 방식 스크립트 태깅 임베딩

LOGGER 는 Google Analytics와 같은 스크립트 태깅 Script Tagging, 스크립트 임베딩 방식으로 측정합니다. 웹페이지에 분석 스크립트 JavaScript 를 한 번 삽입하면, 방문자가 페이지를 열 때마다 스크립트가 실행되어 방문·페이지뷰·유입 경로 등 분석에 필요한 정보를 LOGGER 분석 서버로 전송합니다. 별도의 하드웨어나 소프트웨어를 구입·설치할 필요가 없으며, 스크립트를 삽입하는 것만으로 분석이 시작됩니다.

다음은 서비스의 흐름도입니다.




고객 웹사이트의 웹페이지에 LOGGER 분석 스크립트를 삽입합니다. 웹페이지 분석스크립트 필수 적용

인터넷 사용자가 웹페이지를 열면 분석 스크립트가 실행되어 분석에 필요한 정보를 LOGGER 분석 서버로 전송합니다 그림의 S .

LOGGER 분석 서버가 수집한 데이터를 집계해 리포트를 만듭니다.

고객은 LOGGER 콘솔에 접속해 웹브라우저에서 분석 리포트를 조회합니다.

상품명·주문 금액·회원 특성·캠페인 코드처럼 페이지마다 다른 값은 환경변수 스크립트로 함께 전달하면 상품·매출·회원·캠페인 분석에 활용됩니다. 환경변수 설정 기본 규칙

## 국내 환경에 맞춘 캠페인 택소노미

LOGGER 는 국내 광고·마케팅 환경에 맞춘 캠페인 택소노미 분류 체계 를 제공합니다. 캠페인 매체 광고 키워드·상품 순으로 유입을 분류하고, 같은 기준으로 방문·회원가입·주문·매출까지 이어서 집계하므로 캠페인과 매체의 성과를 한 기준으로 비교할 수 있습니다.

- 네이버 검색광고, 카카오 키워드광고, 구글 애즈 등 국내에서 주로 쓰는 검색광고는 자동으로 분석합니다.
- 추적 URL을 제공하지 않는 매체, 이메일·배너·모바일 배너 광고는 콘솔에서 분석 URL과 캠페인 코드를 만들어 적용합니다. 캠페인 생성 및 관리, 캠페인 분석코드 생성
- UTM 파라미터를 붙여 들어온 방문도 별도 리포트로 분석합니다. UTM 분석
- CPC 광고의 중복 클릭 IP를 확인하는 부정클릭 분석을 제공합니다.

## Google Analytics와 다른 점

LOGGER 는 Google Analytics와 같은 태깅 방식을 쓰면서, 국내 고객이 별도의 전문 인력 없이도 운영할 수 있도록 다음 사항에 집중합니다.

| 구분 | LOGGER 의 특징 |
|---|---|
| 간소화된 태깅 | 공통 분석 스크립트 하나로 기본 분석이 시작되며, 상품·주문·회원 정보는 정해진 환경변수 TRK PN, TRK OA 등 에 값을 넣는 방식으로 추가합니다. 이벤트 설계나 태그 관리 도구 설정 없이 적용할 수 있습니다. |
| 무상 태깅 지원 | 분석 스크립트와 환경변수 적용을 비즈스프링이 무상으로 지원합니다. 임대형 쇼핑몰은 전용 스크립트를 제공합니다. |
| 국내 매체 기준의 분석 | 국내 검색엔진·포털·검색광고 매체를 기준으로 유입과 광고 성과를 분류하며, 캠페인 택소노미로 매체별 성과를 같은 기준에서 비교합니다. |
| 자체 수집 데이터 | 웹로그를 직접 수집해 측정합니다. 구축형으로 도입하면 데이터가 고객사 서버 밖으로 나가지 않습니다. |

## 주요 분석 영역

콘솔의 리포트 메뉴는 다음과 같이 구성되어 있습니다. 메뉴별 설명은 이 매뉴얼의 리포트 매뉴얼 에서 확인할 수 있습니다.

- 홈·KPI 관리: 요약 대시보드, KPI 목표 설정과 모니터링
- 실시간 방문자 상세: 지금 사이트에 있는 방문자와 방문 이력
- 트래픽: 방문·페이지뷰, 순방문자, 방문 집중 시간대·요일
- 유입: 방문 방법, 소셜 네트워크, 검색엔진·검색어, 유입 도메인, UTM, AI 유입
- 광고성과: 검색광고, 간편 광고, 배너, 캠페인 추세·성과, 부정클릭
- 콘텐츠: 페이지·디렉토리·카테고리, 처음 접속페이지, 파라미터, 내부 검색어
- 행동: 방문 경로, 클릭 이벤트
- 전환·매출: 전환 퍼널, 상품 성과, 장바구니, 상품 구매 분석
- 방문자: 재방문, 방문자 특성, 방문 환경, 회원 ID, 접속 로그

## AI·AX 시대를 위한 버전업

LOGGER 는 이번 리뉴얼을 시작으로 AI·AX 시대에 맞춘 버전업을 계속 진행합니다.

- ChatGPT·Perplexity·Gemini 등 생성형 AI 서비스에서 들어온 방문을 따로 분석합니다. AI 유입 분석
- 리포트 데이터를 API와 MCP로 제공해, AI 어시스턴트에서 LOGGER 데이터를 조회하고 분석할 수 있습니다.
- 매뉴얼의 각 문서를 마크다운으로 복사하거나 AI 서비스로 보내 질문할 수 있습니다.
- 측정 데이터를 바탕으로 한 AI 분석과 실행 기능은 비즈스프링의 Growth Platform 등과 연계해 단계적으로 확대할 예정입니다.

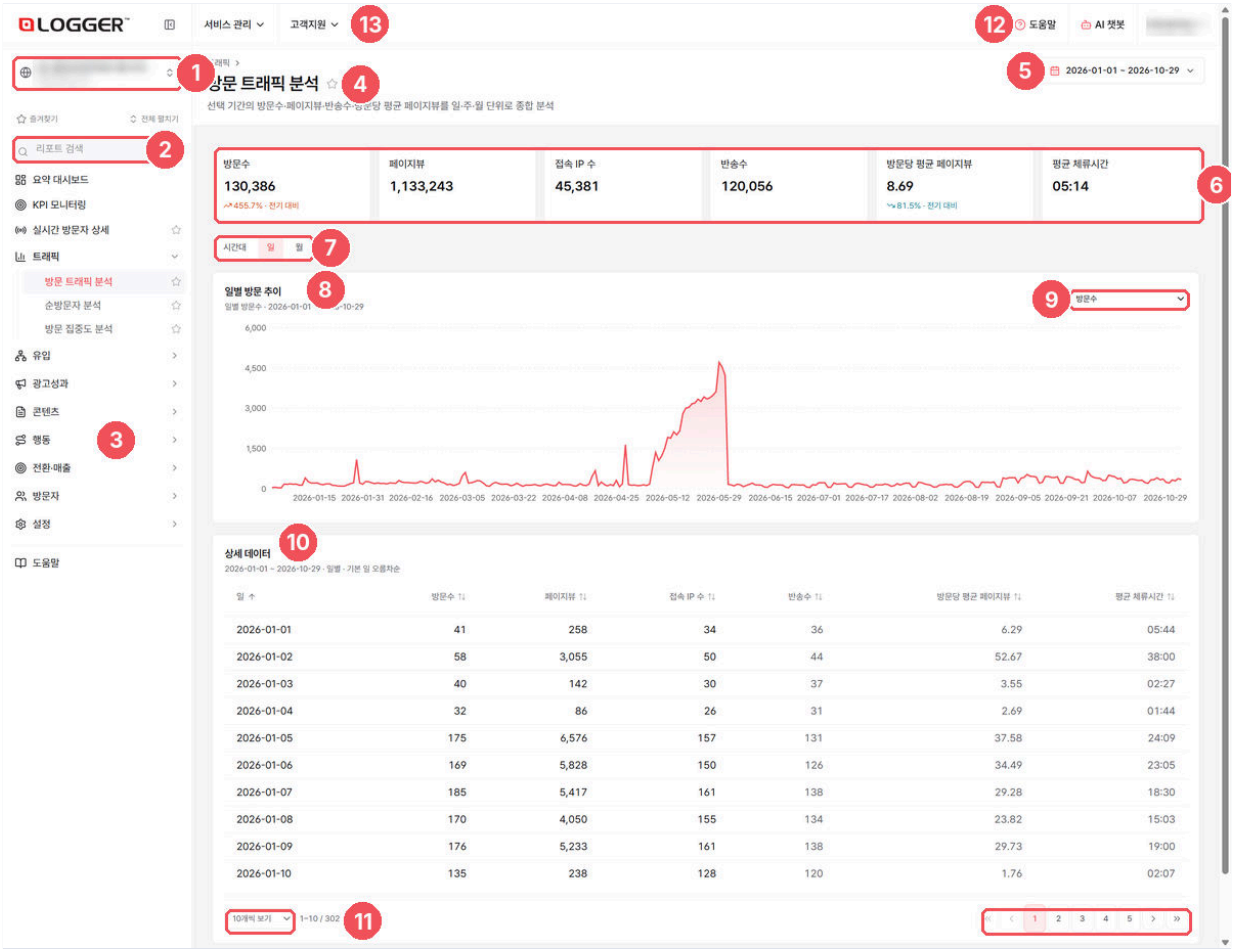
# 리포트 화면

## 리포트 전체 화면

최종 수정일 2025 03 25 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/903

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

리포트 화면은 다음과 같은 요소로 구성되어 있습니다.
아래 샘플 화면은 방문 트래픽 분석 리포트의 경우입니다.




**1. 서비스 선택** 상자입니다. 조회할 서비스 웹사이트 를 선택할 수 있습니다.

**2. 리포트 검색**입니다. 리포트명을 입력하여 원하는 리포트를 바로 찾을 수 있습니다.

**3. 리포트 선택 메뉴**입니다. 요약 대시보드, KPI 모니터링, 실시간 방문자 상세와 트래픽, 유입, 광고성과, 콘텐츠, 행동, 전환·매

출, 방문자, 설정 등 분류별로 **조회할 리포트를 선택**할 수 있는 메뉴입니다.

**4. 리포트명**과 리포트 설명입니다. 리포트명 옆의 별 아이콘을 클릭하면 해당 리포트를 **즐겨찾기**에 추가할 수 있습니다.

**5. 기간선택 메뉴**입니다. 리포트할 조회 기간을 선택합니다.

**6.** 적용한 기간에 대한 **주요성과지표** 방문수, 페이지뷰, 접속 IP 수, 반송수, 방문당 평균 페이지뷰, 평균 체류시간 와 전기 대비 증감률을 확인할 수 있습니다.

**7. 집계 단위**입니다. 시간대, 일, 월 단위로 리포트를 전환하여 조회할 수 있습니다.

**8. 추이 그래프**입니다. 선택한 기간과 집계 단위에 따른 측정값의 변화를 나타냅니다.

**9. 지표 선택** 메뉴입니다. 그래프에 표시할 측정 지표 방문수 등 를 선택할 수 있습니다.

**10. 상세 데이터**, 리포트의 자세한 값을 표로 나타냅니다. 열 이름을 클릭하면 해당 항목 기준으로 오름차순 또는 내림차순으로 정렬됩니다.

**11.** 한 화면에 표시할 행 수 **10개씩 보기** 등 를 선택하고, 우측의 페이지 번호로 다음 데이터를 조회할 수 있습니다.

**12. 도움말**과 **AI 챗봇** 메뉴입니다. 현재 리포트에 대한 도움말을 보거나 AI 챗봇을 이용할 수 있습니다.

**13. 서비스 관리**와 **고객지원** 메뉴입니다. 서비스 관리 및 고객지원 관련 화면으로 이동할 수 있습니다.

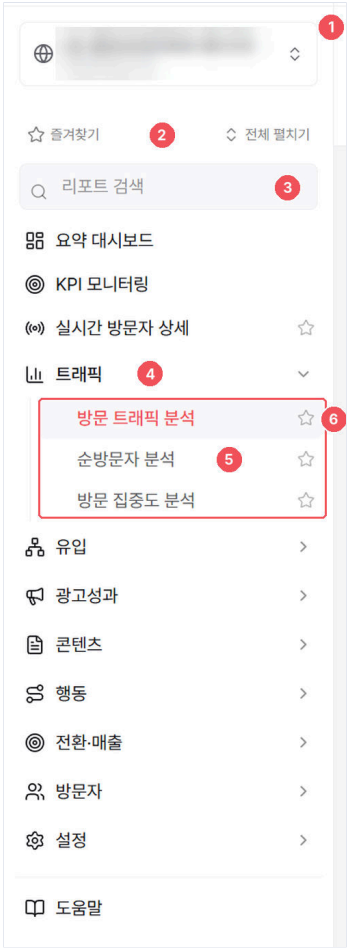
***** 각 리포트 요소별 상세내역은 해당 도움말을 참고하시기 바랍니다.

## 리포트 선택 메뉴

최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/904

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |

리포트 화면의 좌측에 위치한 **리포트 선택 메뉴** 입니다.




**1.** 조회할 웹사이트 서비스 를 선택합니다.

**2. 즐겨찾기**를 클릭하면 즐겨찾기에 추가한 리포트를 모아 볼 수 있으며, **전체 펼치기**를 클릭하면 모든 리포트 분류의 서브메뉴를 한 번에 펼칩니다.

**3. 리포트 검색**입니다. 리포트명을 입력하여 원하는 리포트를 찾을 수 있습니다.

**4.** 트래픽, 유입, 광고성과, 콘텐츠, 행동, 전환·매출, 방문자, 설정 등 **리포트의 카테고리**를 나타냅니다. 카테고리를 클릭하면 서브메뉴가 펼쳐집니다.

**5.** 실제 **리포트를 선택**하는 서브메뉴입니다. 현재 조회 중인 리포트는 강조 색으로 표시됩니다.

**6.** 리포트명 우측의 별 아이콘을 클릭하면 해당 리포트를 **즐겨찾기**에 추가할 수 있습니다.

## 리포트 기간선택 달력 메뉴

최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/907

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

각 리포트 내에서 **리포트의 조회 기간을 선택**하는 메뉴입니다. 리포트 화면 오른쪽 위에 위치합니다.




**빠른 선택 기간 또는 직접 지정한 시작일·종료일로 리포트를 조회**할 수 있도록 하며,
서비스 내 어떠한 리포트에서도 본 기간설정 메뉴의 사용방법은 동일합니다.

**1.** 기간 버튼에는 현재 조회 기간과 기간의 길이 예: 3개월 가 표시됩니다. 버튼을 클릭하면 기간 선택 창이 열립니다.

**2.** 빠른 선택 에서 오늘, 7일, 30일, 3개월, 6개월, 12개월 중 하나를 클릭하면 해당 기간이 지정됩니다.

**3.** 시작 과 끝 에 날짜를 입력하거나 달력 아이콘을 클릭하여 날짜를 선택하면 원하는 기간을 직접 지정할 수 있습니다.

**4.** 적용 버튼을 클릭하면 선택한 기간으로 리포트가 조회됩니다. 닫기 버튼을 클릭하면 기간을 바꾸지 않고 창을 닫습니다.

* 조회 기간의 데이터를 시간대·일·월 단위로 나누어 보시려면 리포트의 시간대 , 일 , 월 탭을 이용하시기 바랍니다. 자세한 내용은 리포트 옵션 메뉴를 참고하시기 바랍니다.

## 리포트 그래프 영역

최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/906

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

리포트 화면에서 데이터를 그래프로 보여 주는 영역입니다. 새 콘솔의 그래프는 표현하려는 내용에 따라 다음과 같이 나뉩니다.

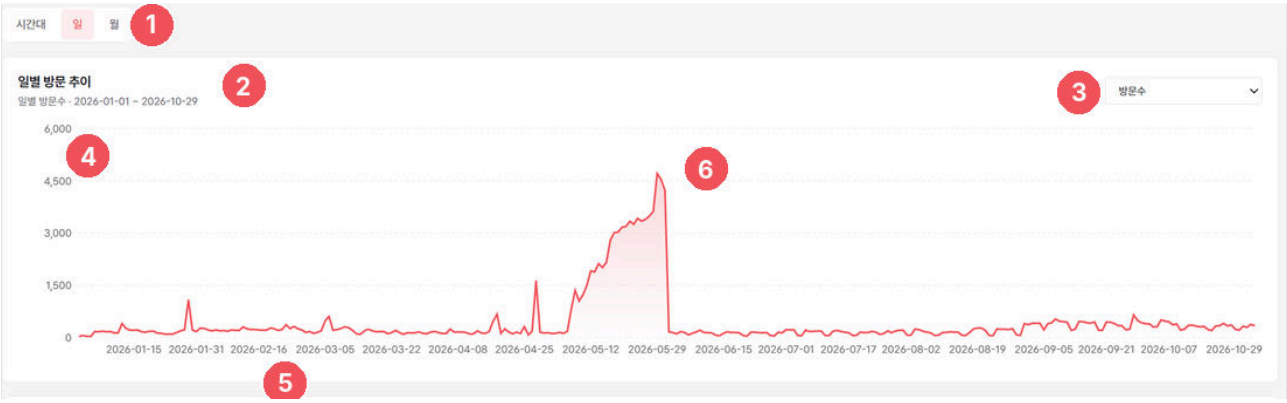
- **A. 추이 그래프 선·영역** : 시간의 흐름에 따른 변화
- **B. 비중 그래프 도넛 와 항목별 추이**: 특정 기간의 항목별 구성 비율과 항목별 변화

- **C. 집중도 그래프 막대·선** : 요일·시간대처럼 정해진 구간의 비교, 최다·최소 구간 강조
- **D. 전환 퍼널 그래프**: 전환 단계별 도달수와 이탈

모든 그래프는 마우스를 올리면 그 지점의 날짜 구간 와 값을 말풍선으로 보여 줍니다. 정확한 값은 그래프 아래의 데이터 표에서 확인할 수 있습니다.

## A. 추이 그래프 선·영역

조회 기간 동안 지표가 어떻게 변했는지 보여 주는 그래프입니다. 다음은 방문 트래픽 분석의 일별 방문 추이 입니다.




**1. 집계 단위 탭**입니다. 시간대 , 일 , 월 중에서 고르면 그래프의 가로축 단위가 바뀝니다. 리포트 옵션 메뉴
**2. 그래프 제목과 설명**입니다. 선택한 지표와 조회 기간을 함께 표시합니다.
**3.** 그래프에 표시할 **지표 선택 상자**입니다. 방문 트래픽 분석에서는 방문수·페이지뷰·접속 IP 수·반송수·방문당 평균 페이지뷰·평균 체류시간 중에서 고를 수 있습니다.
**4. 세로축**은 지표 값입니다. 조회한 값의 크기에 맞추어 눈금이 자동으로 정해집니다.
**5. 가로축**은 날짜 또는 시간대·월 입니다. 기간이 길면 날짜 표시를 일정 간격으로 줄여서 보여 줍니다.
**6. 추이 선과 영역**입니다. 값이 크게 늘거나 줄어든 시점을 찾고, 같은 시점의 캠페인·이벤트와 비교해 원인을 확인합니다.

조회 기간에 오늘 또는 이번 주·이번 달 이 포함되면, 아직 집계 중인 구간은 **점선**으로 표시하고 그래프 오른쪽 위에 점선은 집계 중인 잠정치입니다 라고 안내합니다. 잠정치는 집계가 끝나면 바뀔 수 있습니다.

## B. 비중 그래프 도넛 와 항목별 추이

조회 기간 전체에서 항목별로 차지하는 비율과, 항목별 변화를 함께 보여 줍니다. 다음은 방문 방법 리포트입니다.




**1. 도넛 그래프**입니다. 각 항목의 비중을 면적으로 표현합니다. 조각에 마우스를 올리면 항목명과 값을 보여 줍니다.
**2. 항목 범례**입니다. 도넛 조각의 색과 항목명을 짝지어 보여 줍니다.
**3. 항목별 추이 그래프**입니다. 같은 기간의 항목별 방문수를 선으로 겹쳐 보여 주므로, 어느 항목이 전체 변화를 이끌었는지 확인

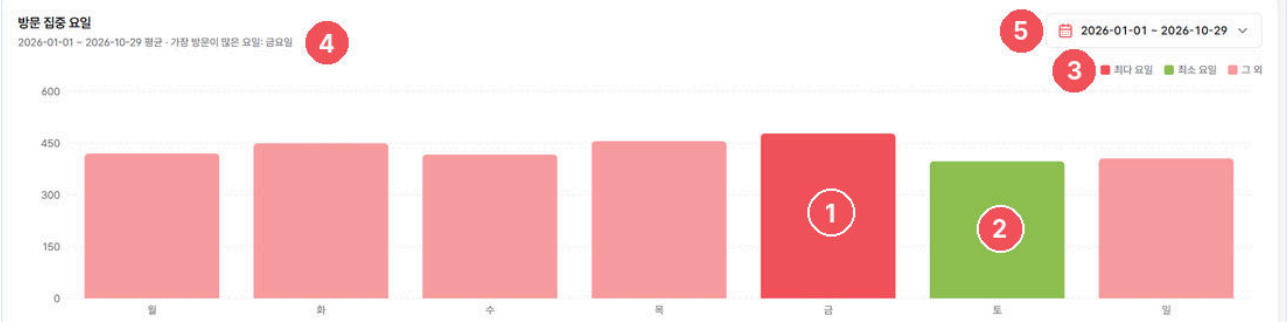
할 수 있습니다.

**4.** 추이 그래프의 **계열 범례**입니다. 선의 색과 항목명을 짝지어 보여 줍니다.

항목이 많은 리포트는 상위 항목만 그래프에 표시하고, 전체 항목은 아래 요약 표에서 보여 줍니다.

## C. 집중도 그래프 막대·선

요일·시간대처럼 정해진 구간을 서로 비교할 때 쓰는 그래프입니다. 가장 많은 구간과 가장 적은 구간을 색으로 구분합니다. 다음 은 방문 집중도 분석의  방문 집중 요일 입니다.




**1. 최다 구간** 가장 방문이 많은 요일 은 진한 빨간색 막대로 표시합니다.

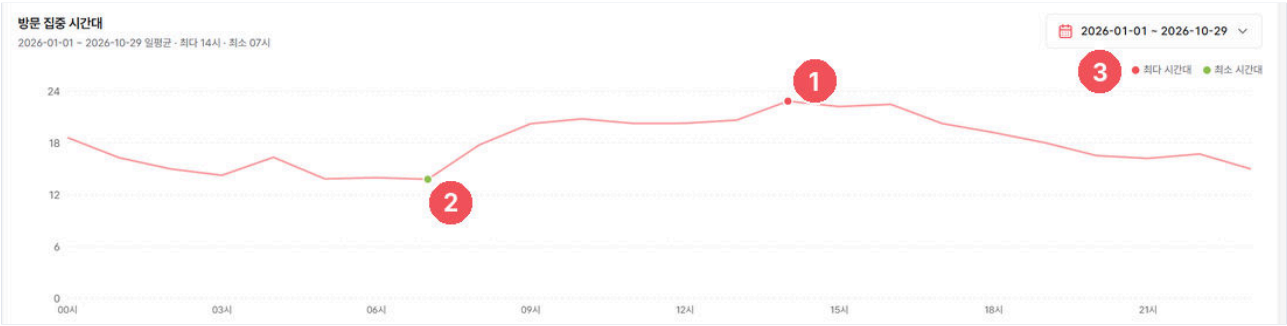
**2. 최소 구간** 가장 방문이 적은 요일 은 초록색 막대로 표시합니다.

**3. 색 범례**입니다.  최다 요일 ,  최소 요일 ,  그 외 를 구분합니다.

**4.** 그래프 설명에 **집계 기준과 결과** 예:  평균 · 가장 방문이 많은 요일: 금요일  를 함께 표시합니다.

**5.** 이 그래프만의 **조회 기간**입니다. 화면 상단의 조회 기간과 별도로 이 영역의 기간을 바꿀 수 있습니다.

시간대 집중도는 선 그래프로 표시하며, 최다·최소 시간대를 점으로 강조합니다.




**1. 최다 시간대**는 빨간 점으로 표시합니다.

**2. 최소 시간대**는 초록 점으로 표시합니다.

**3.** 점의 색 범례입니다. 그래프 설명에는  일평균 · 최다 14시 · 최소 07시 처럼 결과를 함께 표시합니다.

## D. 전환 퍼널 그래프

전환 퍼널 리포트는 전환 시나리오의 단계 예: 방문  회원가입 완료  상품조회  장바구니  주문완료 를 막대로 나란히 보여 줍니다. 막대의 높이는 각 단계의 도달수이며, 막대 위에 이전 단계 대비 이탈률을 표시합니다. 그래프 아래의 단계 카드와  단계별 상세 데이터  표에서 단계별 도달수·전환율·이탈률을 확인할 수 있습니다. 자세한 내용은 전환 퍼널 매뉴얼을 참고해 주십시오.

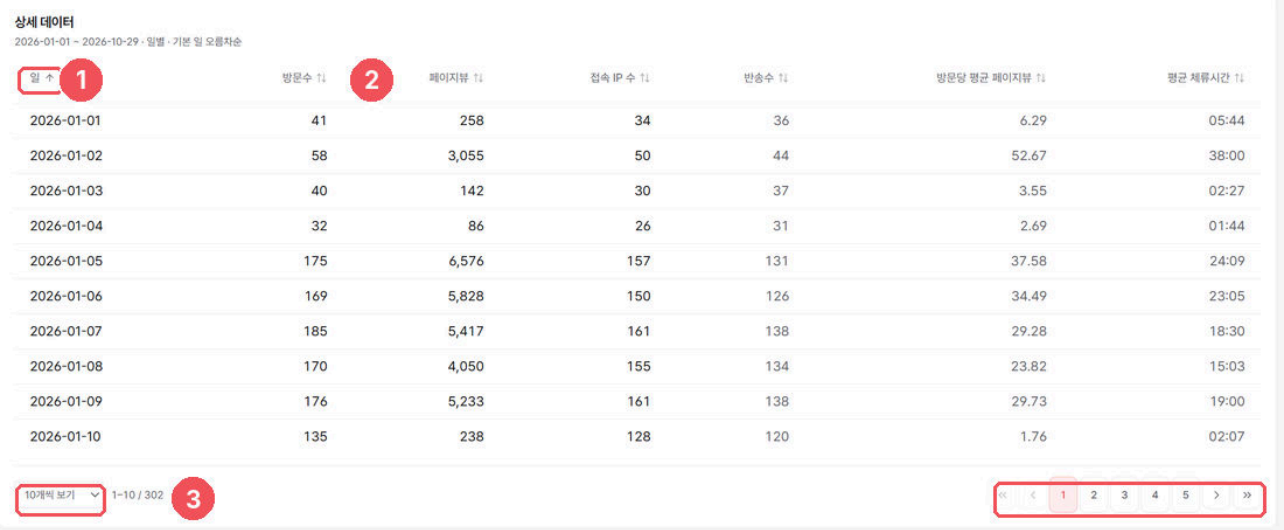
# 리포트 데이터 영역

최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/908

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

리포트 **그래프 영역 하단에 위치한 것이 리포트 데이터 영역**입니다.
이 부분은 리포트의 분석 결과를 숫자 표로 나타냅니다.

다음은 방문 트래픽 분석 리포트의 일별 상세 데이터 샘플입니다.

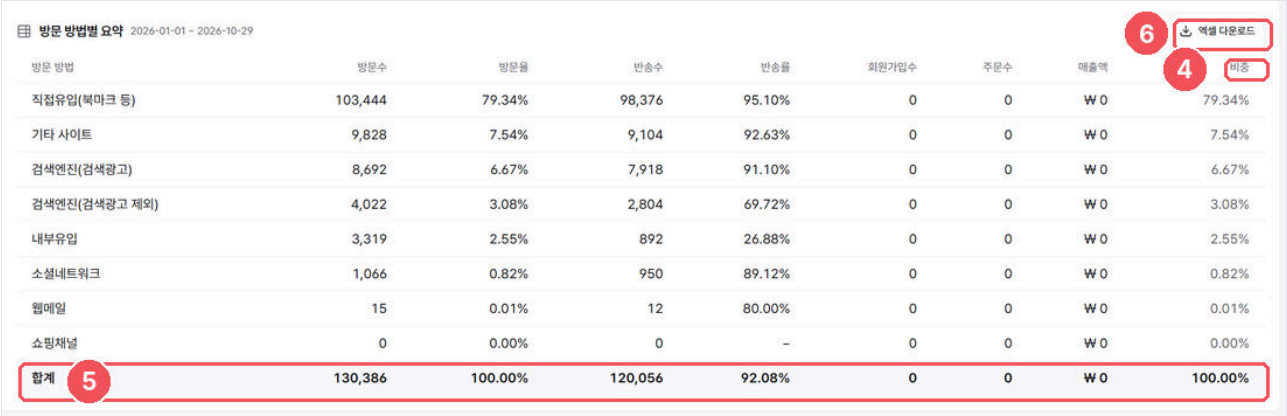



**1. 첫 번째 항목은 기간**을 나타냅니다. 위의 경우는 일 날짜 을 나타내고 있으며, 집계 단위 시간대, 일, 월 에 따라 기간 표시가 달라집니다.

**2.** 표의 **항목명 열 이름** 을 클릭하시면 **해당 항목명으로 오름차순 및 내림차순으로 정렬**됩니다. 현재 정렬 기준인 항목에는 화살표가 표시됩니다.

**3.** 한 화면에 표시할 행 수 **10개씩 보기** 등 를 선택할 수 있으며, 우측의 페이지 번호를 클릭하여 다음 데이터를 조회할 수 있습니다.

다음은 방문 방법 리포트의 데이터 영역 샘플입니다.




**4. 비중**은 각 항목이 **전체에서 차지하는 점유율**을 의미합니다.

**5.** 해당기간 내의 **합계값**을 나타냅니다.

**6. 엑셀 다운로드**를 클릭하면 표의 데이터를 엑셀 파일로 내려받을 수 있습니다.

## 리포트 옵션 메뉴

최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/905

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

옵션 선택 메뉴는 리포트 명 하단에 위치합니다.
리포트의 종류에 따라 나타나는 경우와 나타나지 않는 경우가 있습니다.

방문 트래픽 분석 등 트래픽 Traffic 관련 리포트의 집계 단위 옵션메뉴는 다음과 같습니다.




**1. 현재 리포트명을 나타냅니다.** 위 예시는 방문 트래픽 분석 리포트입니다.

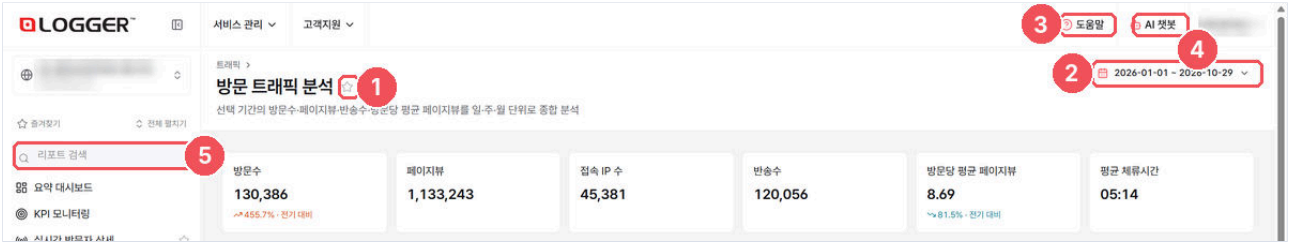
**2. 집계 단위를 선택하는 탭**입니다. 시간대 , 일 , 월 중 하나를 클릭하면 선택한 조회 기간의 데이터를 해당 단위로 나누어 보여 줍니다.

**3.** 선택한 단위에 맞게 **차트가 바뀝니다**. 위 예시는 시간대 탭을 선택한 경우로, 조회 기간의 시간대별 평균 방문수 일평균 를 평균 시간대 방문 추이 차트로 보여 줍니다.

**4.** 차트에 표시할 **지표를 선택**하는 상자입니다.

**5.** 상세 데이터 표도 선택한 단위 위 예시는 시간대 별로 집계되어 표시됩니다.

리포트 상단에는 **리포트 부가기능에 대한 메뉴**가 위치하며 즐겨찾기, 기간 선택, 도움말, AI 챗봇, 리포트 검색 메뉴 등이 위치합니다.



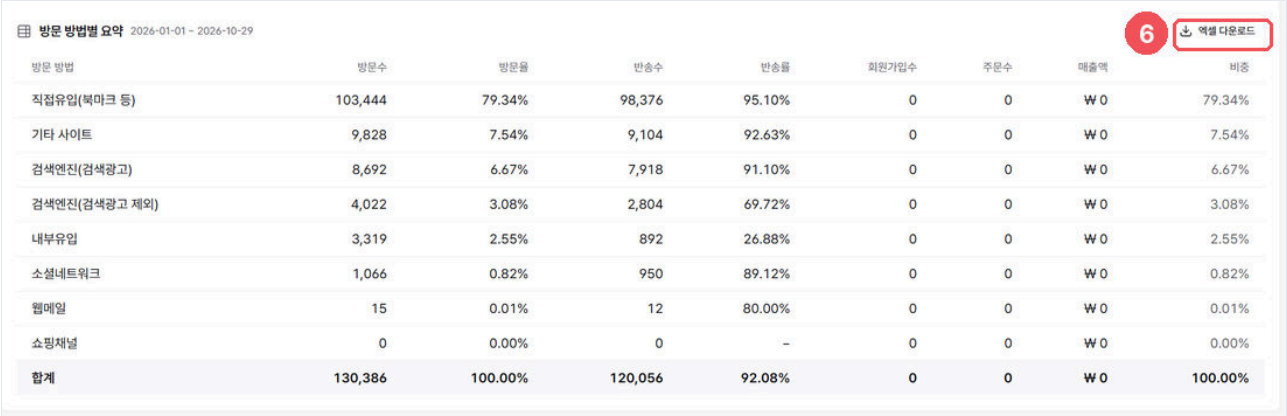
**1. 즐겨찾기** 메뉴입니다. 리포트명 옆의 별 아이콘을 클릭하면 현재 화면의 리포트를 즐겨찾기에 추가하실 수 있습니다.

**2. 기간 선택** 메뉴입니다. 현재 화면의 리포트를 조회할 기간을 선택하실 수 있습니다.

**3. 도움말** 메뉴입니다. 현재 화면의 리포트에 대한 상세한 도움말을 보실 수 있습니다.

**4. AI 챗봇** 메뉴입니다. AI 챗봇을 열어 이용하실 수 있습니다.

**5. 리포트 검색** 메뉴입니다. 원하시는 리포트명을 직접 입력하여 검색하실 수 있습니다.




| 방문 방법 | 방문수 | 방문율 | 반송수 | 반송률 | 회원가입수 | 주문수 | 매출액 | 비중 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 직접유입(북마크 등) | 103,444 | 79.34% | 98,376 | 95.10% | 0 | 0 | ₩ 0 | 79.34% |
| 기타 사이트 | 9,828 | 7.54% | 9,104 | 92.63% | 0 | 0 | ₩ 0 | 7.54% |
| 검색엔진(검색광고) | 8,692 | 6.67% | 7,918 | 91.10% | 0 | 0 | ₩ 0 | 6.67% |
| 검색엔진(검색광고 제외) | 4,022 | 3.08% | 2,804 | 69.72% | 0 | 0 | ₩ 0 | 3.08% |
| 내부유입 | 3,319 | 2.55% | 892 | 26.88% | 0 | 0 | ₩ 0 | 2.55% |
| 소셜네트워크 | 1,066 | 0.82% | 950 | 89.12% | 0 | 0 | ₩ 0 | 0.82% |
| 웹메일 | 15 | 0.01% | 12 | 80.00% | 0 | 0 | ₩ 0 | 0.01% |
| 쇼핑채널 | 0 | 0.00% | 0 | - | 0 | 0 | ₩ 0 | 0.00% |
| **합계** | **130,386** | **100.00%** | **120,056** | **92.08%** | **0** | **0** | **₩ 0** | **100.00%** |

**6. 엑셀 다운로드** 메뉴입니다. 리포트의 표 우측 상단에 위치하며, 현재 화면의 리포트 표를 **EXCEL** 파일로 다운로드하실 수 있습니다.

PART

# 02

# 설치 및 문제 해결

문서 24건

---

- 분석스크립트
- 문제 해결 및 참고

# 분석스크립트

## 웹페이지 분석스크립트 필수  적용

최종 수정일 2011  02  15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/204

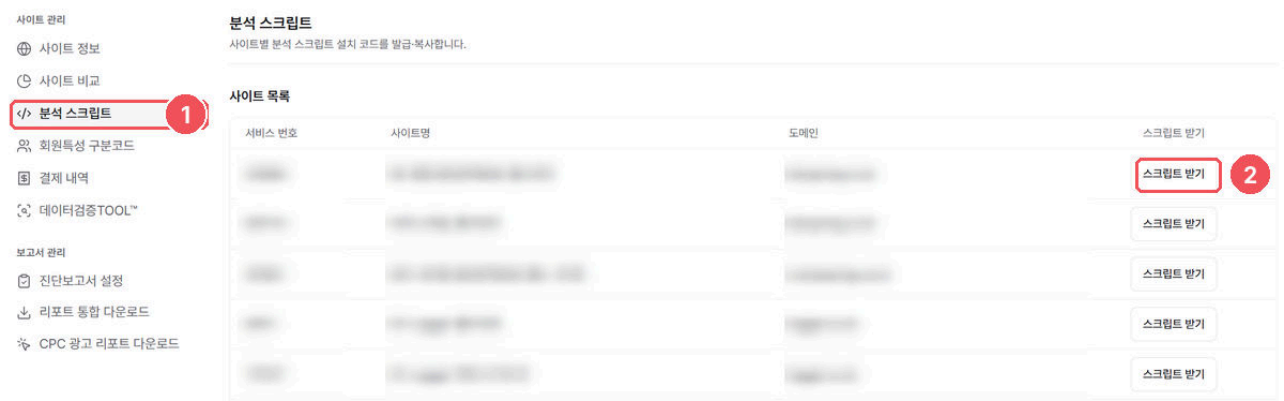
| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨  이상 |
|---|---|

웹사이트 분석을 위하여 필수적으로 삽입해야 하는 분석스크립트 적용 방법입니다.
분석스크립트는 서비스를 추가하게 되면 자동으로 생성이 됩니다.

2009년 6월 2일부터 웹페이지 분석 스크립트 필수 로 플래시 컨텐츠 분석이 가능하도록 업데이트 되었습니다.

### 분석스크립트 받기

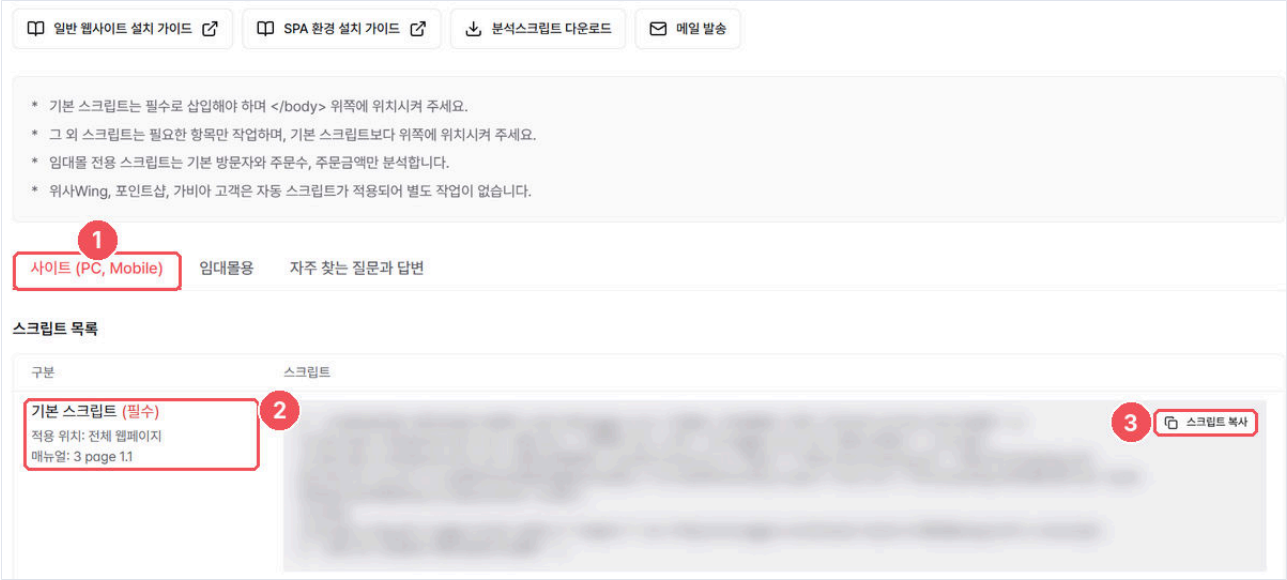
경로: 서비스 관리  분석 스크립트




① 서비스 관리 화면 왼쪽 메뉴에서  분석 스크립트 를 선택합니다.
② 사이트 목록 에서 분석스크립트를 적용할 사이트의  스크립트 받기 를 클릭하면, 해당 사이트의 분석 스크립트 설치 코드를 발급·복사할 수 있습니다.

### 1. 일반사이트

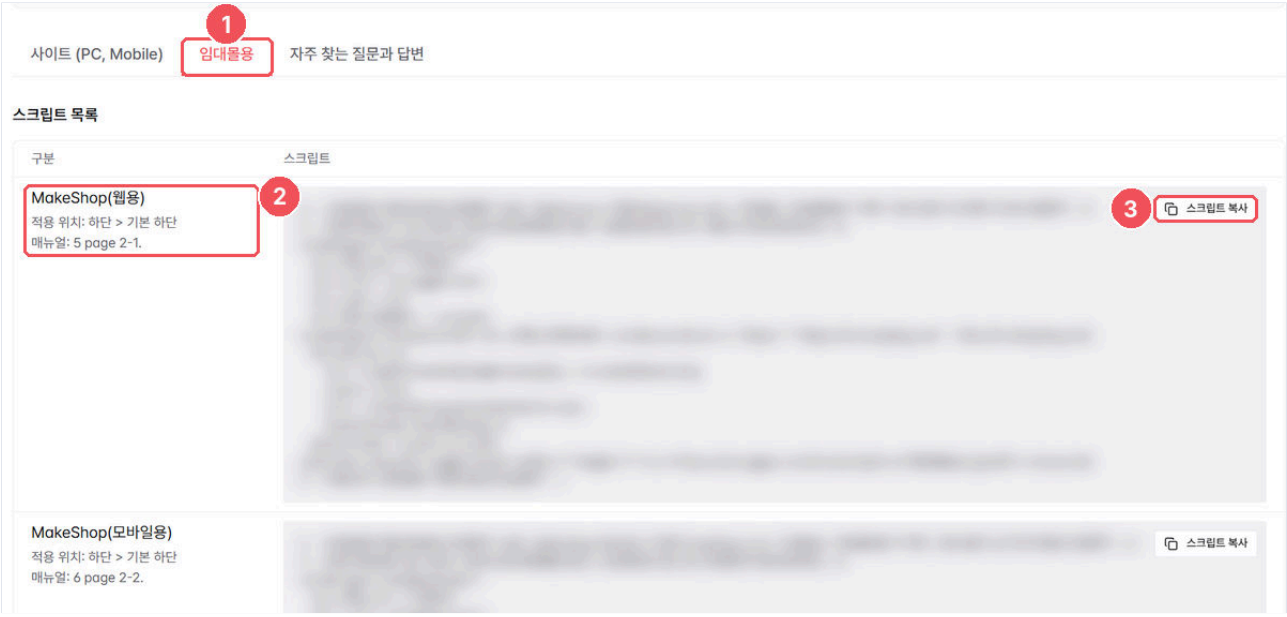
일반적으로 구축하신 사이트는 일반사이트  기본스크립트 를 설치해 주시기 바랍니다.




① 스크립트 받기 후 열리는 화면에서 사이트 PC, Mobile 탭을 선택합니다.
② 스크립트 목록 의 기본 스크립트 필수 가 모든 웹페이지에 설치하는 기본스크립트입니다. 적용 위치와 참고할 매뉴얼 쪽수가 함께 표시됩니다.
③ 스크립트 복사 버튼을 클릭하여 스크립트를 복사한 뒤 웹페이지에 붙여 넣습니다.

### 2. 임대형 쇼핑몰

메이크샵, cafe24, 후이즈몰, 고도몰, 아이네임즈, 위사몰, 포인트샵을 이용하시는 사이트는 임대형 쇼핑몰 전용스크립트를 사용해 주시기 바랍니다.
임대형 쇼핑몰에서 분석스크립트 길이 제한, 스크립트 깨짐 현상 없이 분석이 가능합니다.
또한 매출분석이 자동으로 분석되기 때문에 편리하게 데이터를 받으실 수 있습니다.




① 임대몰용 탭을 선택합니다.
② 스크립트 목록 에 MakeShop 웹용 , MakeShop 모바일용 등 임대몰별 전용 스크립트가 적용 위치와 함께 표시됩니다. 사

용 중인 임대형 쇼핑몰의 스크립트를 확인합니다.

③ 스크립트 복사 버튼을 클릭하여 스크립트를 복사합니다.

화면 안내와 같이 임대몰 전용 스크립트는 기본 방문자와 주문수, 주문금액만 분석하며, 위사Wing, 포인트샵, 가비아 고객은 자동 스크립트가 적용되어 별도 작업이 없습니다.

**적용 방법**

1. 일반사이트: 웹페이지의 HTML 태그내의 사이의 적절한 위치에 삽입



```
<html>
<head>
<title>2N9Soft</title>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=euc-kr">
</head>

<body>

<table width="100%" border="0" cellspacing="0" cellpadding="5" height="20">
  <tr>
    <td bgcolor="#EFEFEF">   <span class="bold">L O G - I N</span></td>
    <td bgcolor="#EFEFEF"> </td>
  </tr>
</table>
<!-- LOGGER TRACKING SCRIPT V.27 : FAIL-SAFE TYPE / DO NOT MODIFY THIS SCRIPT. -->
<!-- COPYRIGHT (C) 2002-2004 BIZSPRING INC. LOGGER(TM) ALL RIGHTS RESERVED. -->
<script language="JavaScript">/* LOGGER TRACKING SCRIPT V.27 : 1049 *//*X*//* COPYRIGHT
2002-2004 BIZSPRING INC. *//*X*//* DO NOT MODIFY THIS SCRIPT. *//*X*/var
_TRK_DOMAIN="logger.co.kr";var _trk_bMSIE=(document.all)?true:false;var _trk_bJS12=
(window.screen)?true:false;function _trk_escape(_str) { var str, ch; var bEncURI = "N"; eval("try
{bEncURI=encodeURI('Y');}catch(_e){ }" ); if( bEncURI == "Y" ) str=encodeURI(_str); else str =
escape(_str); while((ch=str.indexOf("+"))>0) str=str.substr(0,ch)+"%2B"+str.substr

                    중간내용생략

_trk_code_click=_trk_code_base.substr(0,_trk_code_base.indexOf("tracker.tsp"));
_trk_code_click=_trk_code_click+"tracker_click.tsp?rnd="+Math.random()
+"&CKFL="+_TRK_CKFL+"&CKDATA="+_trk_escape(_TRK_CKDATA);
_trk_img_base_click.src=_trk_code_click+"&u=1049"; if(_TRK_U!="")
_trk_img_chan_click.src=_trk_code_click+"&u="+_TRK_U;}</script>
<noscript><img src="http://trk1.logger.co.kr/tracker.tsp?u=1049&js=N" width=0
height=0></noscript>
<!-- END OF LOGGER TRACKING SCRIPT -->

</body>
 <html>
```

HTML 코드내에서 태그 바로 윗줄에 넣으시는 것이 좋습니다.

JSP/PHP/ASP 등 프로그래밍 언어로 구성된 웹사이트인 경우 회사정보/Copyright 등을 표시하는 Footer 파일 또는 메뉴를 표시하는 Header 파일 등을 Include 하여 작동하는 경우가 대부분입니다. 이 경우 Footer 또는 Header 중 1개 파일을 선택하여 /body 태그 사이에 출력될 수 있도록 삽입해 주시기 바랍니다.

Footer에 넣는 것이 차후 업그레이드에 편리합니다.

2. 임대형 쇼핑몰 EC 호스팅

회사의 등록정보 회사명, 사업자등록번호 등 를 입력하는 관리자화면 디자인관리 에서, 해당 부분에 분석스크립트를 삽입하시면 됩니다.

이러한 EC호스팅 서비스의 경우, 일반적으로 회사의 등록정보를 입력하는 란에 HTML 적용여부를 선택하게 되어 있으므로, HTML 형식으로 입력함을 체크하시고 분석스크립트를 붙여넣으시면 모든 페이지에 일괄 적용되게 됩니다.

임대형 쇼핑몰 분석스크립트 적용 가이드

3. 프레임으로 표시하는 HTML 페이지 FRAMESET 이며, 프레임 내부 웹페이지와 도메인 호스트 이 다른 경우
이 경우는 프레임을 이용한 도메인 포워딩 서비스 등에서 자주 발생하는 문제입니다. 웹브라우저 창에 표시되는 도메인과 실제 프레임내에 표시되는 웹페이지의 도메인이 다른 경우 이 방법을 사용하셔야 합니다.
FRAMESET을 표현하는 웹페이지와 프레임 내부의 웹페이지의 도메인 호스트명 이 같을 경우에는 프레임을 표시하는 HTML 페이지 FRAMESET 내에 분석스크립트를 삽입하실 필요가 없습니다.

도메인 포워딩 서비스 등을 사용하시는 경우에는 아래 예시와 같이 분석스크립트를 삽입하셔야 합니다.

```
<html>

<!-- HTML 태그 시작후 HEAD 태그가 반드시 있어야 합니다. -->
<head>
<title>프레임(도메인포워딩등을 위한)내에서 분석스크립트의 사용예</title>

<!-- 프레임셋을 구성하는 HTML 페이지 내에서 분석스크립트 사용시에는 반드시 HEAD 태그내에 존재해야합니다. -->
<!-- 로그분석스크립트 시작 -->
이곳에 해당상점의 로그분석 스크립트가 들어갑니다.
<!-- 로그분석스크립트 종료 -->

</head>
<!-- 반드시 HEAD 태그가 닫혀져야 합니다. -->

<!-- 프레임셋을 구성하는 HTML 페이지내에서는 BODY 태그가 사용되어서는 안됩니다. -->

<!-- 다음 프레임셋 구성은 샘플입니다. -->
<frameset rows="24,*" frameborder="NO" framespacing="0">
<frame name="sohobar" noresize src="http://yourdomain.com/a.html" marginheight="0">
<frame name="ecdinit" src="http://yourdomain.com/b.html" marginheight="0">
</frameset>

<!-- NOFRAMES 태그는 생략하셔도 무방합니다. -->
<noframes>
<body>
<!-- NOFRAMES 태그내에서만은 BODY 태그가 사용될수 있습니다(주의) -->
이 웹사이트는 프레임을 지원하는 웹브라우저가 필요합니다.
</body>
</noframes>

<!-- 프레임셋을 구성하는 HTML 페이지내에서는 BODY 태그가 사용되어서는 안됩니다. -->

</html>
```

**React · Vue 등 SPA 싱글 페이지 애플리케이션 웹사이트**
화면을 이동해도 문서 전체를 다시 불러오지 않는 SPA 웹사이트는 위와 같이 공통 영역에 기본 스크립트만 넣으면 최초 진입 화면만 집계됩니다. 라우팅마다 스크립트를 다시 실행하도록 설치해야 하므로 다음 문서를 참고해 주십시오.
SPA 환경 분석스크립트 설치 React · Vue · React 환경 태깅 가이드 개발자용

**TIP 1 방문경로가 모두 Bookmark/Direct 로 나타나는 문제**
방문경로 리포트에서 모든 방문자의 방문방법이 Bookmark/Direct로 나타나며, 웹페이지나 검색엔진으로부터의 접속이 검출되지 않는 경우입니다.
이 경우는 META TAG 또는 자바스크립트를 이용하여, 웹사이트의 첫페이지에서 메인 프레임셋페이지 또는 2차페이지로 이동시키면서 웹브라우저가 자체적으로 가지고 있던 참조페이지정보 Referrer 를 잃게 됩니다
이와 관련된 문제는 다음 도움말을 참고하시기 바랍니다.
방문경로 검출 불가 문제

**TIP 2 채널별 분석 적용**

특정 광고/제휴사 페이지로부터 접속하는 방문자에 대하여 로그분석 리포트를 별도 채널로 분리할 수 있습니다.

이 부분은 다음 항목을 참고하시기 바랍니다.

채널 분석 기능 설정

**TIP 3 방문 방법 리포트에서 E Mail로 잡히지 않을 경우**

대량메일을 발송할 경우 클릭률을 잡기 위해 메일이 발송될 때 링크주소를 변형하여 웹메일서버에 도착한 다음 해당 링크주소로 이동하게 됩니다.

이 때 레퍼러 값을 함께 전달해줘야 하는데 메일업체마다 차이가 있습니다.

레퍼러 값을 전달해주지 않는 메일업체를 사용할 경우에는 E Mail로 잡히지 않고 대부분 북마크나 웹사이트로 잡히게 됩니다.

# SPA 환경 분석스크립트 설치 React · Vue

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 서비스 관리 분석 스크립트 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console install spa

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 . CTS 서비스는 아래 CTS 서비스의 SPA 설치 를 함께 참고해 주십시오.

## 문서 정의

React·Vue처럼 화면을 이동해도 문서 전체를 다시 불러오지 않는 SPA Single Page Application 웹사이트에 로거 분석스크립트를 설치하는 방법입니다. 일반 웹사이트처럼 공통 영역에 기본 스크립트만 넣으면 최초 진입 화면만 집계되고 이후 화면 이동은 집계되지 않으므로, 라우팅이 바뀔 때마다 스크립트를 다시 실행하도록 설치해야 합니다.

## 가이드 내려받기

- 로거 SPA 환경 태깅 가이드 v2.1 React · Vue, PDF : 내려받기
- CTS SPA 환경 태깅 가이드 v1.0 React · Vue, PDF : 내려받기
- 일반 웹사이트 설치 가이드 개발자용 매뉴얼, PDF : 내려받기
- 로거 자료실 2130번 글: 가이드 로거 SPA 환경 스크립트 설치 매뉴얼 가이드 업데이트 로거 로그인 후 열람
- 같은 가이드는 콘솔 서비스 관리 분석 스크립트 의 SPA 환경 설치 가이드 버튼으로도 받을 수 있으며, 기존 LOGGER 리포트의 분석스크립트 다운로드·메일 첨부 파일에도 포함되어 있습니다.

## SPA에서 로거가 동작하는 원리

로거 기본 스크립트는 문서를 불러올 때 1회 동작하도록 만들어져 있습니다. SPA에서는 다음 네 가지를 반드시 따로 처리해야 합니다.

| 구분 | 내용 | 처리 방법 |
|---|---|---|
| 1회만 실행 | 기본 스크립트가 불러오는 bstrk.1.js 는 중복 실행을 막기 위해 window. BSTRK LOADED 가 정의되어 있지 않을 때만 동작합니다. SPA에서는 최초 진입 후 이 값이 남아 있어 이후 라우팅에서는 아무 일도 일어나지 않습니다. | 라우팅마다 **BSTRK LOADED 를 undefined 로 초기화**하고 추적 스크립트를 다시 삽입합니다 가상 페이지뷰 . |

| 구분 | 내용 | 처리 방법 |
|---|---|---|
| 첫 화면 중복 집계 | 스크립트는 불러오는 즉시 페이지뷰 1건을 자동 전송합니다. 라우터 훅은 최초 진입에도 실행되므로 그대로 두면 첫 화면이 2건으로 집계됩니다. | 라우터 훅에서 **최초 내비게이션 1건은 건너뜁니다** firstNavigationDone 플래그 . |
| 환경변수 순서 | 완료 페이지의 전환 정보 TRK PI 등 는 기본 스크립트가 로드되는 시점에 이미 설정되어 있어야 수집됩니다. | 완료 화면이 별도 라우트이면 **window 환경변수를 설정한 뒤 스크립트를 다시 삽입**합니다. SPA에서는 trk flashEnvView 를 쓰지 않습니다 로드 시점 URL에 고정되기 때문 . |
| 비동기 로딩 | 스크립트는 async 로 로드되어 완료 시점이 정해져 있지 않습니다. 로드 전에 발생한 전환 호출은 그대로 버려집니다. bstrk.1.js 에는 공식 커맨드 큐가 없습니다. | 로드 전 호출을 보관했다가 순서대로 실행하는 **호출 큐 withLogger** 를 둡니다. |

## 설치 구성

Vue 3 Vue Router 4 History Mode 기준이며, React도 같은 모듈을 사용합니다 React는 라우터 연결 부분만 다릅니다 .

| 파일 | 역할 |
|---|---|
| index.html | 전역 설정 변수 TRK LID 등 만 선언합니다. 추적 스크립트 자체는 넣지 않습니다. |
| src/analytics/logger.js | 스크립트 로딩, 호출 큐, 가상 페이지뷰 전송, 전환 전송 함수를 모은 모듈 |
| src/router/index.js | installRouterHook router 로 afterEach 훅 등록 |
| src/main.js | 라우터 준비 후 로거 로드 |
| 각 화면 컴포넌트 | 전환이 필요한 화면에서만 전환 전송 함수 호출 |

## 1단계 index.html 전역 설정 변수

서비스번호 는 로거 서비스를 만들 때 발급된 서비스번호로 바꿉니다 콘솔 서비스 관리 분석 스크립트 에서 확인 .

```
<!-- LOGGER(TM) TRACKING SCRIPT V.40 : 전역 설정만 선언 -->
<script id="logger_{서비스번호}_tracker_id" type="text/javascript">
  var _TRK_LID = "{서비스번호}";
  var _L_TD     = "ssl.logger.co.kr";
  var _TRK_CDMN = "";
</script>
...
<noscript id="logger_{서비스번호}_noscript_tracker">
  <img alt="Logger Script" width="1" height="1"
       src="//ssl.logger.co.kr/tracker.1.tsp?u={서비스번호}&amp;js=N" />
</noscript>
```

noscript 이미지 주소는 http:// 대신 프로토콜 상대 경로 // 로 씁니다. https 사이트에서 혼합 콘텐츠로 차단되지 않게 하기 위해서입니다.

## 2단계 로거 모듈 src/analytics/logger.js

추적 스크립트는 index.html 이 아니라 모듈에서 동적으로 불러옵니다. 라우팅 때 재실행을 제어하기 위해서입니다. 모듈은 로딩 호출 큐 가상 페이지뷰 전환 전송 순서로 구성합니다 전체 코드는 가이드 2.3 2.7절 .

```
const SERVICE_NO = '{서비스번호}';
const SCRIPT_ID  = `logger_${SERVICE_NO}_tracking_script`;
const SCRIPT_SRC = '//fs.bizspring.net/fs4/bstrk.1.js';
const ENV_VARS = ['_TRK_PI','_TRK_PN','_TRK_PND','_TRK_OA','_TRK_OE','_TRK_OP',
                  '_TRK_CP','_TRK_MF','_TRK_SX','_TRK_AG','_TRK_IK'];
let ready = false, conversionHandled = false;
const queue = [];
const isLoggerReady = () => typeof window._trk_flashEnvView === 'function';

// 앱 부팅 시 1회 — 스크립트 로드 후 큐에 쌓인 호출을 순서대로 실행
export function loadLogger() {
  if (document.getElementById(SCRIPT_ID)) return;
  const s = document.createElement('script');
  s.id = SCRIPT_ID; s.type = 'text/javascript'; s.async = true; s.src = SCRIPT_SRC;
  s.onload = () => waitUntilReady(flushQueue);   // 전역 함수 정의를 100ms 간격으로 확인
  document.head.appendChild(s);
}

// 모든 로거 호출은 이 함수로 — 로드 전이면 큐에 보관
export function withLogger(job) {
  if (ready && isLoggerReady()) job(); else queue.push(job);
}

// 공통 — _BSTRK_LOADED 초기화 후 추적 스크립트 재삽입
function reinsertBstrk(onDone) {
  document.getElementById(SCRIPT_ID)?.remove();
  if (onDone) window._trk_flashEnvView = undefined;
  window._BSTRK_LOADED = undefined;
  const s = document.createElement('script');
  s.id = SCRIPT_ID; s.type = 'text/javascript'; s.async = true; s.src = SCRIPT_SRC;
  if (onDone) s.onload = () => {
    const wait = () => typeof window._trk_flashEnvView === 'function' ? onDone() : setTimeout(wait, 30);
    wait();
  };
  document.head.appendChild(s);
}

// 가상 페이지뷰
export function sendPageView() { withLogger(() => reinsertBstrk()); }

// 전환 — vars 예: { _TRK_PI: 'ODR', _TRK_OP: 'A001;B002', _TRK_OE: '1;2', _TRK_OA: '1000;500' }
export function sendConversion(vars) {
  conversionHandled = true;                      // 같은 라우팅의 페이지뷰 재전송을 건너뜀
  withLogger(() => {
    Object.entries(vars).forEach(([k, v]) => { window[k] = v; });
    reinsertBstrk(() => ENV_VARS.forEach(k => { window[k] = ''; }));  // 다음 화면 오염 방지
  });
}

// 링크·버튼 클릭 수
export function sendClick(type, label) {
  withLogger(() => window._trk_clickTrace?.(type, label));
}
```

bstrk.1.js 에는 가상 페이지뷰 전송용 공개 함수와 공식 커맨드 큐가 없습니다. 재삽입 방식과 withLogger 자체 구현이 현재 유일한 방법이며, 실데이터 수집 시험에서 세션 연속성이 정상으로 확인되었습니다.

### 3단계 라우터 연결 Vue Router

router.afterEach 에서 가상 페이지뷰를 보냅니다. 최초 내비게이션은 스크립트 로드로 이미 1건이 전송되므로 건너뜁니다. 로거 로드는 라우터가 준비된 뒤에 합니다.

```
// src/analytics/logger.js (이어서)
export function installRouterHook(router) {
  let firstNavigationDone = false;
  router.afterEach((to, from, failure) => {
    if (failure) return;
    if (!firstNavigationDone) { firstNavigationDone = true; return; }  // 최초 1건 skip
    if (to.fullPath === from.fullPath) return;
    conversionHandled = false;
    setTimeout(() => { if (!conversionHandled) sendPageView(); }, 0);
  });
}

// src/router/index.js
installRouterHook(router);

// src/main.js — 라우터 준비 후 로드해 최초 페이지뷰가 확정된 경로로 전송되게 한다
router.isReady().then(() => { loadLogger(); app.mount('#app'); });
```

### 4단계 전환 환경변수 전송

- **완료 화면이 별도 라우트인 경우** 주문완료·신청완료 화면 : 완료 화면 컴포넌트가 화면에 붙은 뒤 onMounted / useEffect sendConversion 을 호출합니다. 같은 라우팅의 페이지뷰는 자동으로 한 번만 전송됩니다.
- **완료 화면 없이 응답만 받는 경우** 버튼 클릭, fetch·axios 응답 : 응답이 성공한 시점에 sendConversion 을 호출합니다. 현재 URL 기준으로 전환이 전송됩니다.
- 여러 상품은 값 안에서 세미콜론 ; 으로 구분합니다 TRK OP · TRK OE · TRK OA .
- 링크·버튼 클릭 수는 sendClick type, label 로 보냅니다. type 은 EVT 링크 클릭 , DNL 다운로드 , RFO 외부 사이트 연결 , SCI 장바구니 담기 , SCO 장바구니 삭제 입니다.

```
// 완료 화면형 (Vue) — src/views/ApplyComplete.vue
onMounted(() => {
  sendConversion({ _TRK_PI: 'ODR', _TRK_OP: 'APPLY', _TRK_OE: '1', _TRK_OA: '1' });
});

// 완료 화면이 없는 경우 — 응답 성공 시점
async function submitInquiry(payload) {
  const res = await fetch('/api/inquiry', { method: 'POST', body: JSON.stringify(payload) });
  if (!res.ok) return;
  sendConversion({ _TRK_PI: 'RES' });   // 문의 완료
}
```

### React에서 설치할 때

로거 모듈 큐·전환 함수 은 프레임워크와 무관하므로 그대로 씁니다. 라우터 연결은 React Router 의 useLocation 으로 경로 변화를 구독하는 컴포넌트를 Router 안에 한 번 배치합니다.

**흔한 실수**: useLocation 을 import 만 하고 const location = useLocation 을 호출하지 않으면 라우팅이 바뀌어도 다시 실행되지 않아 최초 진입만 집계됩니다. 또한 cleanup return … 에서 스크립트를 지우면 언마운트 경합이 생기므로, 다음 삽입 직전에 지웁니다.

```
// src/analytics/LoggerScript.jsx
const LoggerScript = () => {
  const location = useLocation();            // ★ 반드시 필요
  useEffect(() => {
    if (!document.getElementById(TRACKER_ID)) {   // 전역 설정 변수는 최초 1회만
      const config = document.createElement('script');
      config.id = TRACKER_ID; config.type = 'text/javascript';
      config.text = `var _TRK_LID = "${SERVICE_NO}"; var _L_TD = "ssl.logger.co.kr"; var _TRK_CDMN = "";`;
      document.head.appendChild(config);
    }
    if (typeof window._BSTRK_LOADED !== 'undefined') window._BSTRK_LOADED = undefined;
    document.getElementById(SCRIPT_ID)?.remove();   // 이전 추적 스크립트 제거 후 재삽입
    const script = document.createElement('script');
    script.id = SCRIPT_ID; script.type = 'text/javascript'; script.async = true; script.src = SCRIPT_SRC;
    document.head.appendChild(script);
  }, [location.pathname, location.search]);   // ★ 라우터 상태를 구독
  return null;
};

// src/App.jsx — Router 안에 한 번만
<BrowserRouter>
  <LoggerScript />
  <Routes>{/* ... */}</Routes>
</BrowserRouter>
```

GTM을 사용하는 React 사이트는 React 환경 태깅 가이드 개발자용 를 참고해 주십시오.

### GTM을 사용하는 경우 요약

- 태그: 맞춤 HTML에 기본 스크립트를 넣고 서비스번호를 바꿉니다.
- 트리거: **All Pages 기록 변경 History Change** 두 개를 함께 연결합니다. 초기 로드는 All Pages, 이후 라우팅은 기록 변경이 담당합니다. 기본 제공 변수의 기록 항목 History Source, New History Fragment 등 을 모두 켭니다.
- 모든 SPA 구조에서 기록 변경 트리거가 동작하지는 않습니다. 미리보기 모드에서 확인하고, 동작하지 않으면 dataLayer 맞춤 이벤트로 대체합니다.
- 전환은 애플리케이션에서 dataLayer.push event: loggerOrderResult, loggerPI: ODR, … 로 보내고, 맞춤 이벤트 트리거에 연결한 맞춤 HTML 태그에서 TRK PI loggerPI ; 처럼 설정합니다. 중괄호 안에 따옴표를 넣지 않습니다 TRK SX loggerSX ; 가 올바른 표기 .

### CTS 서비스의 SPA 설치

CTS 스크립트 l4cts.v4.2.js 는 GA4와 같은 방식의 커맨드 큐를 내장하고 있어, 로드 전에 호출한 tcts m 도 보관했다가 로드 후 자동으로 실행합니다. 따라서 큐를 따로 만들 필요가 없고, 라우팅마다 tcts m 서비스번호, 매체코드 를 호출하면 됩니다. 서비스번호와 매체코드는 서비스 관리 분석 스크립트 에서 확인합니다.

```
<!-- index.html : 기본 CTS 스크립트보다 위에 -->
<script type="text/javascript">
  var _L_LALT = "30";          /* 간접전환 기간(일) — 기본 30 */
  window._tcts_m = window._tcts_m || function() {
    (window._tcts_m.q = window._tcts_m.q || []).push(arguments);
  };
</script>

// src/analytics/cts.js
const SERVICE_NO = '서비스번호', MEDIA_CODE = '매체코드';
export function sendPageView() { window._TRK_PI = ''; window._tcts_m(SERVICE_NO, MEDIA_CODE); }
export function sendConversion(pi, order = {}) {
  window._TRK_PI = pi;
  if (order.amount != null)   window._TRK_OA  = String(order.amount);
  if (order.quantity != null) window._TRK_OE  = String(order.quantity);
  if (order.product != null)  window._TRK_OP  = String(order.product);
  if (order.orderNo != null)  window._TRK_ODN = String(order.orderNo);
  window._tcts_m(SERVICE_NO, MEDIA_CODE);
  window._TRK_PI = window._TRK_OA = window._TRK_OE = window._TRK_OP = window._TRK_ODN = '';
}
```

CTS는 스크립트 https://fs.bizspring.net/fs4/l4cts.v4.2.js 를 불러온 뒤 sendPageView 를 한 번 호출하고, 이후 라우팅 Vue: afterEach, React: useEffect location 마다 다시 호출합니다. 전환은 sendPageView 와 별도로 sendConversion ODR, … · sendConversion RGR 처럼 호출합니다.

## 설치 체크리스트

index.html 에 전역 설정 변수 블록을 넣고 서비스번호를 확인합니다.

src/analytics/logger.js 로딩·큐·가상 페이지뷰·전환 를 추가합니다.

라우터 훅을 연결합니다 Vue: afterEach / React: LoggerScript 컴포넌트 .

라우터가 준비된 뒤 loadLogger 를 호출합니다.

전환 완료 지점에 sendConversion 을 넣습니다.

History Mode 서버 rewrite 설정을 확인합니다 아래 유의사항 .

데이터검증 TOOL 로 페이지뷰·전환 수집을 확인합니다.

## 데이터 검증

- 리포트에 로그인해 데이터검증 TOOL 에서 대상 사이트를 고르고 조회 를 누른 뒤, 사이트를 방문해 표시되는 정보를 확인합니다.
- **SPA 검증 포인트**: 최초 진입 1건이 기록되는지, 메뉴를 이동할 때마다 페이지뷰가 1건씩 늘어나는지, 첫 화면이 2건으로 중복 집계되지 않는지 확인합니다.
- **전환 검증 포인트**: 전환이 완료될 때 TRK PI 값이 의도한 코드로 들어오는지 확인합니다.
- 데이터검증 TOOL 은 본인 IP에서만 실시간 검증할 수 있습니다. 시크릿 모드를 쓰거나 쿠키를 지운 뒤 검증합니다. 표시되지 않으면 ① 스크립트 설치 상태 ② 분석제외 IP 등록 여부를 확인합니다.

### 주요 환경변수와 TRK PI 코드

| 변수 | 용도 | 비고 |
|---|---|---|
| TRK PI | 웹페이지 성격 / 전환 유형 | RGR 회원가입 결과, LIR 로그인 결과, PDV 상품 상세, OCV 장바구니 보기, ODF 주문 입력, ODR 주문 완료, RES 문의 완료, PNF 404 등 |
| TRK PN · TRK PND | 상품 항목 코드 · 상품 항목 명 | |
| TRK OA · TRK OE · TRK OP | 주문 금액 · 수량 · 상품 코드 | 여러 항목은 ; 로 구분 |
| TRK CP | 카테고리 | 예: /회사소개/제휴안내/ |
| TRK MF | 브랜드 제조사 명 | |
| TRK SX · TRK AG | 회원 성별 M/F/U · 회원 특성 연령 코드 | |
| TRK IK | 내부 검색어 | |

변수별 상세 설정은 환경변수 스크립트 이하 문서를 참고해 주십시오.

### 유의사항

- History Mode 에서는 서버가 모든 경로를 index.html 로 응답하도록 rewrite 를 설정해야 합니다 예: Nginx try files uri uri/ /index.html; . 설정이 없으면 주소로 직접 들어올 때 404가 나고 그 페이지뷰가 수집되지 않습니다.
- Nuxt 등 SSR 환경에서는 로거 스크립트가 서버에서 실행되지 않도록 클라이언트 전용 플러그인 .client 으로 분리하고, 라우팅 훅도 클라이언트에서만 등록합니다. 전환 호출은 onMounted 이후에 둡니다.
- 가이드의 코드는 일반적인 구조를 기준으로 한 예시입니다. 고객사 애플리케이션 구조에 따라 연결 위치는 달라질 수 있으며, 설치 지원이 필요하면 service logger.co.kr 로 문의해 주십시오.

**함께 보면 좋은 문서**

- 웹페이지 분석스크립트 필수 적용
- React 환경 태깅 가이드 개발자용

## React 환경 태깅 가이드 개발자용

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 서비스 관리 분석 스크립트 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console install react

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 .

### 문서 정의

React 로 만든 웹사이트에 GTM Google Tag Manager 을 이용해 로거 기본 스크립트와 환경변수 전환·상품·회원 등 를 태깅하는 방법과, GTM 없이 직접 설치할 때의 주의점을 개발자용으로 정리한 문서입니다.

### 가이드 내려받기

- React 환경 태깅 가이드 개발자용, PDF : 내려받기
- 로거 자료실 2108번 글: 가이드 로거 React 환경 스크립트 태깅 가이드 개발자용 로거 로그인 후 열람
- SPA 환경 태깅 가이드 v2.1 React · Vue, PDF : 내려받기 GTM 없이 직접 설치하는 최신 방법

### 사전 준비

- 로거 계정과 서비스번호 서비스를 만들 때 자동 발급
- GTM 계정과 웹사이트용 컨테이너, 기본 GTM 스니펫 설치
- 웹사이트 소스 코드 접근·수정 권한
- React 에서 GTM 으로 값을 넘기는 dataLayer 객체 사용법

### 1. 기본 스크립트 설치 GTM 맞춤 HTML 태그

GTM 작업 공간 태그 새로 만들기 태그 구성 맞춤 HTML 을 고릅니다.

아래 스크립트를 붙여 넣고 서비스번호 를 발급받은 서비스번호로 바꿉니다.

태그 이름을 정해 예: HTML Logger Base Script 저장합니다.

```
<script id="pre_서비스번호_script">
  // 라우팅마다 다시 실행되도록 이전에 삽입된 로거 요소를 먼저 지운다
  ["logger_서비스번호_tracker_id", "logger_서비스번호_tracking_script",
   "logger_서비스번호_noscript_tracker", "pre_서비스번호_script"].forEach(function (id) {
    var el = document.getElementById(id); if (el) el.remove();
  });
  var old = document.querySelector('script[src="//fs.bizspring.net/fs4/bstrk.1.js"]'); if (old)
old.remove();
</script>
<script id="logger_서비스번호_tracker_id" type="text/javascript">
  var _TRK_LID = "서비스번호";
  var _L_TD = "ssl.logger.co.kr";
  var _TRK_CDMN = "";
</script>
<script id="logger_서비스번호_tracking_script" type="text/javascript">
  if (typeof(_BSTRK_LOADED) != 'undefined') { _BSTRK_LOADED = undefined; }
  (function (b, s) {
    var f = b.getElementsByTagName(s)[0], j = b.createElement(s);
    j.async = true; j.src = "//fs.bizspring.net/fs4/bstrk.1.js";
    f.parentNode.insertBefore(j, f);
  })(document, "script");
</script>
<noscript id="logger_서비스번호_noscript_tracker">
  <img alt="Logger Script" width="1" height="1" src="//ssl.logger.co.kr/tracker.1.tsp?u=서비스번호&amp;js=N" /
>
</noscript>
```

원본 가이드는 기존에 삽입된 요소를 하나씩 지우는 형태로 작성되어 있으며, 위 코드는 같은 동작을 줄여 쓴 것입니다. 핵심은 이전 요소를 지우고 BSTRK LOADED 를 초기화한 뒤 bstrk.1.js 를 다시 불러오는 것입니다.

## 2. 트리거 설정 History Change

변수 기본 제공 변수 구성에서 페이지 Page URL·Page Hostname·Page Path 와 기록 History Source, New History Fragment, New History State, Old History Fragment, Old History State 을 모두 켭니다.

트리거 새로 만들기 기록 변경 모든 기록 변경 으로 트리거를 만듭니다 예: History Change Page View .

기본 스크립트 태그에 **History Change Page View 와 All Pages 를 함께** 연결합니다. 초기 로드는 All Pages, 이후 화면 이동은 기록 변경이 담당합니다.

컨테이너를 게시하면 초기 로드와 가상 페이지뷰가 모두 로거로 전송됩니다.

모든 SPA 구조에서 기록 변경 트리거가 동작하지는 않습니다. 미리보기 모드에서 동작을 확인하고, 동작하지 않으면 dataLayer 맞춤 이벤트로 페이지뷰를 보내도록 구성합니다.

## 3. 환경변수 전달 React dataLayer GTM

버튼 클릭·회원가입 완료·구매 완료 같은 행동은 React 컴포넌트에서 window.dataLayer.push 로 GTM 에 값을 넘기고, GTM 에서 로거 환경변수로 옮겨 전송합니다. 환경변수는 값이 필요한 화면에만 선별적으로 보냅니다.

```
// 상품 상세 — 상품 정보가 준비되면 전송
useEffect(() => {
  if (!product) return;
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  window.dataLayer.push({
    event: 'loggerProductView',   // GTM 맞춤 이벤트 이름
    loggerPI: 'PDV',              // → _TRK_PI
    loggerPN: product.productId,  // → _TRK_PN
    loggerPND: product.productName // → _TRK_PND
  });
}, [product]);

// 주문 완료 — 여러 상품은 세미콜론(;)으로 이어서
window.dataLayer.push({
  event: 'loggerOrderResult',
  loggerPI: 'ODR',
  loggerOA: items.map(i => i.price * i.quantity).join(';'),
  loggerOE: items.map(i => i.quantity).join(';'),
  loggerOP: items.map(i => i.productId).join(';'),
});
```

## 4. GTM 변수·트리거·태그 설정

**데이터 영역 변수**: 변수 새로 만들기 데이터 영역 변수. 이름에 dataLayer 키 예: loggerPI 를 넣고 버전 2 를 고릅니다. 보내는 키마다 만듭니다.

**맞춤 이벤트 트리거**: 트리거 새로 만들기 맞춤 이벤트. 이벤트 이름에 dataLayer 의 event 값 예: loggerProductView 을 넣습니다. 이벤트마다 만듭니다.

**이벤트 전송 태그**: 맞춤 HTML 태그에 아래처럼 로거 환경변수를 설정하고, 해당 맞춤 이벤트 트리거에 연결합니다. 이벤트에 필요한 변수만 넣습니다.

```
<script type="text/javascript">
  _TRK_PI = "{{loggerPI}}";
  _TRK_OA = "{{loggerOA}}";
  _TRK_OE = "{{loggerOE}}";
```

```
  _TRK_OP = "{{loggerOP}}";
  // 값이 있을 때만 설정하려면: if ("{{loggerPI}}" && "{{loggerPI}}" !== "undefined") _TRK_PI = "{{loggerPI}}";
</script>
```

안에는 실제로 만든 데이터 영역 변수 이름을 넣고, 중괄호 안에 따옴표를 넣지 않습니다 TRK SX loggerSX ; 가 올바른 표기 .

## 5. 주요 환경변수 대응표

| 로거 변수 | dataLayer 키 예 | 설명 |
|---|---|---|
| TRK PI | loggerPI | 화면 성격·전환 유형 예: ODR 주문 완료, PDV 상품 상세, RGR 회원가입 결과, RES 문의 완료 |
| TRK PN / TRK PND | loggerPN / loggerPND | 상품 코드 / 상품명 |
| TRK OA / TRK OE / TRK OP | loggerOA / loggerOE / loggerOP | 상품별 주문 금액 / 수량 / 상품 코드 여러 상품은 ; 구분 |
| TRK CP | loggerCP | 페이지 카테고리 예: /회사소개/제휴안내 |
| TRK MF | loggerMF | 상품 브랜드 제조사 명 |
| TRK SX / TRK AG | loggerSX / loggerAG | 회원 성별 / 회원 특성 |
| TRK IK | loggerIK | 내부 검색어 |

원본 가이드에는 회원가입수·상담신청수·버튼 클릭 전환·인기 콘텐츠·회원 특성·내부 검색어·특정 링크 클릭·이동경로 시나리오 측정의 React 예시 코드가 모두 실려 있습니다. 변수별 상세 의미는 환경변수 스크립트 이하 문서를 참고해 주십시오.

## 6. 버튼 클릭 측정

장바구니 담기처럼 클릭 자체를 측정할 때는 로거의 trk clickTrace 를 직접 호출합니다. 인자는 클릭 유형 EVT 링크 클릭, DNL 다운로드, RFO 외부 사이트 연결, SCI 장바구니 담기, SCO 장바구니 삭제 과 대상 값입니다.

```
const handleAddToCart = () => {
  try {
    if (typeof _trk_clickTrace === 'function') _trk_clickTrace('SCI', productId);
  } catch (e) { console.error('Logger clickTrace error:', e); }
  // 실제 장바구니 로직
};
```

## 7. 테스트 및 디버깅

GTM 미리보기 모드로 사이트에 접속합니다.

Tag Assistant 에서 화면을 이동할 때 History 이벤트와 로거 기본 스크립트 태그가 실행되는지 확인합니다.

버튼 클릭 등 이벤트를 발생시켜 event 이름이 이벤트 목록에 나타나고, 연결한 로거 이벤트 태그가 Tags Fired 에 표시되는지 확인합니다.

실행된 태그의 Variables 탭에서 데이터 영역 변수 값이 React 에서 보낸 값으로 채워졌는지, Data Layer 탭에서 전송 구조를 확인합니다.

리포트의 데이터검증 TOOL 에서 페이지뷰와 이벤트가 수집되는지 확인합니다. 모든 GTM 변경은 제출·게시해야 실제 사이트에 적용됩니다.

### 8. GTM 없이 직접 설치할 때

- **재실행 제한**: bstrk.1.js 는 window. BSTRK LOADED 가 없을 때만 실행되므로, 라우팅이 바뀔 때마다 BSTRK LOADED 를 undefined 로 초기화하고 스크립트를 다시 삽입해야 합니다.
- **실행 순서**: 완료 페이지가 있으면 환경변수가 기본 스크립트보다 먼저 설정되어야 합니다. 완료 페이지가 없는 버튼 클릭·비동기 응답은 그 시점에 전환을 보냅니다.
- 직접 설치 코드는 useLocation 구독 누락 등 실수를 바로잡은 SPA 환경 분석스크립트 설치의 React에서 설치할 때 코드를 사용해 주십시오. 이 문서 원본 PDF 의 직접 설치 예시는 이전 판이므로 SPA 가이드 v2.1을 기준으로 합니다.

### 유의사항

- 이 가이드는 일반적인 React GTM 구성을 기준으로 합니다. 데이터 구조와 전송 방식은 사이트 구현에 따라 달라질 수 있으므로 미리보기 모드와 데이터검증 TOOL 로 반드시 확인합니다.
- 주문 금액 등 숫자 값은 문자열로 넘기는 편이 안전합니다 String ... .
- GTM 태깅 지원·설치 대행이 필요하면 service logger.co.kr 로 문의해 주십시오.

**함께 보면 좋은 문서**

- SPA 환경 분석스크립트 설치 React · Vue
- 환경변수 스크립트

## 환경변수 스크립트

## 환경변수 설정 기본 규칙

최종 수정일 2010 07 20 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/205

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**환경변수 설정 스크립트 란 ?**

웹페이지에 삽입되어 작동하는 웹페이지분석 스크립트의 상단에 위치하는 변수를 나열한 분석스크립트로서, 웹사이트의 페이지 중 특별한 웹페이지에 선별적으로 들어가 작동하여 고급데이터를 생성하는데 필수적인 역할을 합니다.
ex 데이터베이스에서 얻어온 값들을 전달, 시나리오 단계의 식별, 회원특성의 식별 등.

환경변수 설정에 영향을 받는 리포트는 다음과 같습니다.

접속량분석 부분
회원특성별 방문추세 리포트

방문자 부분
회원/비회원 방문자, 회원 성별 방문자, 회원 연령별 방문자 리포트

컨텐츠/상품 부분
인기 컨텐츠/상품 카테고리 방문자/페이지뷰 , 컨텐츠/상품 카테고리별 방문회원 특성, 상품상세 노출수, 상품상세 노출수 추세, 상품상세 방문자수 전체,브랜드별 , 상품별 방문회원 특성, 상품상세 방문자 변화추세, 내부 컨텐츠/상품검색어

시나리오 전환율 부분
시나리오분석, 사용자 정의 시나리오, 회원등록단계 회원특성, 로그인 단계 회원특성, 주문단계 회원특성

**환경변수 설정 스크립트 템플릿 받기**

제공되는 환경변수 설정스크립트 는 환경변수의 값이 설정되지 않은 기본 Template입니다.
서비스 관리 분석스크립트/URL 환경변수 설정스크립트 메뉴에서 기본 Template 스크립트를 받으실 수 있습니다.

환경변수 설정스크립트는 다음과 같이 구성되어 있습니다. 각각 자바스크립트 변수명으로 되어 있으며 변수명 우측의 주석은 각 변수에 대한 용도를 간략히 설명하고 있습니다.

```
 !   START OF ENVIRONMENT SCRIPT
 script language= JavaScript
/* FOR BIZ., COM. AND ENT. SERVICE. */
 TRK_CP     ; /* Contents Path 동적 컨텐츠, 상품카테고리등을 전달 */
 TRK_PI     ; /* Page Identity 웹페이지의 시나리오단계명 지정 */
 TRK_PN     ; /* Product Name 상품명 컨텐츠상세명 의 전달 */
 TRK_MF     ; /* Manufacture Name 상품의브랜드 컨텐츠제작자 의 전달 */
 TRK_OA     ; /* Order Amount s with ; Separated 주문상품금액 전달 */
 TRK_OP     ; /* Order Product s with ; Separated 주문상품명 전달 */
 TRK_OE     ; /* Order EA with ; Separated 주문상품수량전달 */
 TRK_CC     ; /* Campaign Code 캠페인코드의 강제지정에 사용 */
 TRK_SX     ; /* Members Gender   M,F,U ?회원성별구분 남,여,기타 */
 TRK_AG     ; /* Member Age   A,B,C,D,E,F,G 회원특성값코드전달 연령,학력등 */
 TRK_IK     ; /* Inner Search Keyword 내부검색어 전달 */
 /script
 !   END OF ENVIRONMENT SCRIPT
```

* 환경변수 중 붉은색으로 표시된 환경변수는 비즈니스서비스 에서 사용가능하며, 기타 환경변수는 커머스/엔터프라이즈 서비스에서 사용가능합니다.
* 환경변수 설정스크립트는 웹페이지분석 스크립트처럼 모든 페이지에 삽입/적용되는 것이 아니며, 필요한 Action 이 발생하는 페이지에 선별적으로 적용됩니다. TRK_CP 는 전체웹사이트의 적용이 필요한 경우가 있음.

**환경변수 설정 스크립트 의 기본 적용 규칙**

환경변수 설정스크립트는 HTML소스코드상에서 웹페이지 분석스크립트보다 반드시 위쪽에 위치하여야 합니다. 따라서, 기본 웹페이지분석 스크립트를 인클루드되는 헤더에 삽입하는 것보다 풋터의 하단에 위치시키는 것이 유리합니다.

1. 환경변수 설정스크립트는 모든 웹페이지에 적용하지 않으며, 해당 환경변수의 설정이 필요한 웹페이지에만 선별적으로 적용됩니다.

환경변수 설정스크립트는 헤더 또는 풋터에 적용되지 않고 각 해당 웹페이지의 소스코드 내에 개별적으로 적용되는 것이 편리합니다. TRK CP 환경변수와 같이 웹사이트 전체적으로 적용가능한 동적컨텐츠/상품카테고리의 분석은 웹사이트 전체에 적용가능합니다.

2. 환경변수 설정스크립트는 제공되는 환경변수의 모든 변수를 적용할 필요는 없으며, 해당 환경변수중 필요한 변수만 적용하는 것이 가능합니다.
ex TRK PI 값을 이용하여 로그인화면 양식.FORM 임을 지정한 경우
웹페이지가 헤더 본페이지 풋터 로 구성된 경우.

**공통 인클루드 Include 헤더**
HTML
HEAD
...생략...
BODY
...생략...

**로그인 화면 웹페이지 프로그램본문**
...생략...
script language=JavaScript
TRK PI LGF ; // 시나리오분석을 위한 로그인화면임을 지정
/script
...생략...

**공통 인클루드 Include 풋터**
...생략...
웹페이지 분석스크립트가 위치되는 곳
/body
/html

3. 환경변수는 웹페이지내에서 자바스크립트 변수의 값이 전역변수로 지정되기만 하면 됩니다. 따라서 다음과 같이 여러가지 형태로 HTML 소스코드내에 출력될 수 있습니다. 단, 웹페이지 분석스크립트보다 위에서 정의되기만 하면 됩니다.

ex 변수값의 지정이 가능한 곳에서 자유롭게 환경변수스크립트를 분리하여 출력가능.
html
body
...생략...
**script language=JavaScript TRK PN 샘플상품명 ; /script**
...생략...
**script language=JavaScript TRK PI PDV ; /script**

...생략...
**웹페이지분석스크립트 위치**
...생략...
/body
/html

위 환경변수 부분은 다음과 같이 표현될 수도 있습니다.
**script language=JavaScript**
**TRK_PN 샘플상품명 ;**
**TRK_PI PDV ;**
**/script**

4. 환경변수는 HTML 소스코드 레벨수준에서 호환되므로 다음과 같이 자바스크립트 변수 또는 DB 에서 가져온 프로그램변수를 지정할 수 있습니다.

ex 프로그램 변수를 환경변수에 전달
TRK_PN =productName ;

ex 자바스크립트 변수 SomeVariables 를 환경변수에 전달
TRK_PN SomeVariables;

5. 환경변수값에는 쌍따옴표 또는 작은따옴표 가 들어갈 수 없습니다.

ex TRK_PN 우리집 멋쟁이 꼬마 ; X
ex TRK_PN 우리집 멋쟁이 꼬마 ; X

## TRK_CP 값의 설정 Contents Path

최종 수정일 2026 10 19 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/206

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK_CP |
| **제공되는 리포트** | 인기 카테고리<br>회원특성별 인기 카테고리<br>카테고리별 회원특성 순수페이지뷰<br>카테고리별 체류시간 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK_CP 값은 웹사이트의 동적컨텐츠에 대하여 TREE형 구조로 데이터를 수집하기 위한 부분입니다.**

페이지변수값 설정작업은 웹사이트의 시스템 엔지니어 또는 프로그래머에게 도움을 청하십시오.
귀사의 웹사이트 개발자는 어렵지 않게 본 사항을 적용해 드릴 것입니다.

* 서비스 운영자에게 문의 주시면 귀사의 웹사이트를 살펴본 후 웹사이트의 특성에 맞는 가장 쉬운 방법을 제시해드릴 것입니다.
* 웹사이트 개발자 또는 시스템 엔지니어등의 도움을 받을 수 없는 경우에는 고객지원팀에 작업을 의뢰하시면
웹사이트의 특성에 맞도록 설정작업을 대행하여 드립니다. 유료 부가 서비스 입니다.

**TRK CP 의 적용**

##################################################
환경변수명 : TRK CP
변수의 목적 : DB연동가능한 동적 컨텐츠, 상품카테고리등의 전달
지정가능한 값 : / 슬래시 로 구별된 DEPTH를 구별하는 문자열 쌍따옴표 배제
적용가능한 페이지 : 모든 웹페이지
##################################################

다른 환경변수가 특정 Action이 일어나는 하나의 웹페이지내에 개별적으로 적용됨과 달리 본 **TRK CP 환경변수는 전체 웹페이지등에 적용되는 경우가 많으므로, 개별 웹페이지의 적용이 아닌 인클루드되는 공용 헤더등에 적용되는 경우가 많습니다.**

**Contents Path에 할당될 수 있는 값**

TRK CP 값은 웹사이트내의 컨텐츠를 그룹화하여 통합하여 웹사이트의 사용추세를 파악하거나, 쇼핑몰내에서 제품의 카테고리를 구분하여, 어떤 제품군이 많이 노출되고, 방문자가 찾는지를 파악하기 위해 사용됩니다.
**TRK CP 에 할당될 수 있는 값은 / 로 시작하는 / 로 각 단계별 구분된 문자열 String 입니다.**
마지막 카테고리명에는 / 를 붙이지 않습니다.

- TRK CP 값은 최대 255자까지 저장되며, 초과분은 잘려서 저장됩니다. 한글, 영문 모두 글자 수 기준
- 카테고리명에 띄어쓰기를 사용할 수 있습니다. 값의 맨 앞뒤 공백은 자동으로 제거되고, 중간 공백은 그대로 저장됩니다.
- 값이 / 로 시작하지 않으면 앞에 / 가 자동으로 붙습니다.
- 이모지 같은 특수 이모티콘은 저장되지 않으므로 사용하지 마십시오.

* 실제로는 TRK CP 의 값이 아래와 같이 하드코딩되지 않으며, 변수의 값을 할당하게 됩니다.

할당예시 1 쇼핑몰내 청바지만 리스팅되는 화면에서 : TRK CP /쇼핑몰/의류/청바지 ;
할당예시 2 쇼핑몰내 여러 의류를 포함하는 화면에서 : TRK CP /쇼핑몰/의류 ;
할당예시 3 쇼핑몰의 첫페이지에서 : TRK CP /쇼핑몰 ;
할당예시 4 웹사이트의 고객지원내 FAQ 페이지에서 : TRK CP /고객지원/FAQ ;

할당값은 사용자가 임의로 정할 수 있지만 너무 세부적으로 나눌 경우는 도리어 불편할 수도 있으므로 웹사이트의 특성에 맞도록 적정수준까지 레벨을 설정하시는 것이 나중에 리포트를 확인하실 경우 편리합니다.

예1 현재 웹페이지에 적합한 카테고리 구분명을 할당합니다.
TRK CP /회사소개/제휴안내 ;

예2 해당 웹페이지가 쇼핑몰 카테고리의 쇼핑몰 의류 청바지 인 경우
TRK CP /쇼핑몰/의류/청바지 ;

```
변수값 할당예 DB연동에 의한 변수값을 지정
############ 프로그램 파일 코딩 예시 ###############

// header 인클루드
..생략...
// 프로그램 코딩, DB연동 및 프로그램에 의한 컨텐츠명 획득.
 categoryString = .....; // ex HOME 분류1 분류2
// 이하는 필요에 따라 응용 PHP 샘플코드
 categoryString = str replace , / , category ; // 를 / 로 변경
 categoryString = str replace \ , , category ; // 쌍따옴표 제거
 categoryString = str replace , , category ; // 공백문자의 제거 권장
 categoryString = str replace HOME , , category ; // HOME 문자의 제거

...생략...
 script language= JavaScript TRK CP ? categoryString? ; /script
...생략...

..생략...
// footer 인클루드
..생략...

############################################################
```

* 위에서 categoryString 은 웹페이지의 컨텐츠카테고리를 나타내는 문자열로서 앞서 설명한 바와 같이 /대분류명1/중분류명2/소분류명3.... 와 같은 형식의 값입니다.

* categoryString 은 쇼핑몰에서 쇼핑몰 상품카테고리일 수도 있으며, 웹사이트의 네비게이션 위치를 나타내는 문자열을 수정한 값일 수도 있습니다.

* 대부분의 웹사이트는 **네비게이션 위치를 나타내는 문자열**을 갖는 경우가 많습니다.

ex HOME 대메뉴명1 중분류명2 소분류명3 등의 문자열

이 경우 **HOME 대메뉴명1 중분류명2 소분류명3** 의 문자열을 프로그램으로 처리하여
**/대메뉴명1/중분류명2/소분류명3** 과 같이 변경한 후 TRK CP 변수에 할당하시면 전체 웹사이트에 대하여 처리가능하므로 편리합니다.

**중요!! 스마트MD 설정 방법**

스마트MD를 사용하는 경우에는 TRK CP 값을 **상품 상세 페이지 에 태깅**해 주시기 바랍니다.
상품 상세 페이지 의 카테고리 메뉴 구조의 대분류에서 소분류까지 넣어주시면 됩니다.

예시 1 BOTTOM SKIRT 카테고리 내의 상품 상세 페이지 태깅

TRK CP /BOTTOM/SKIRT ;

예시 2 하의 스커트 A라인 스커트 카테고리 내의 상품 상세 페이지 태깅

TRK CP /하의/스커트/A라인 스커트 ;

**주의**

/HOME 과 같이 모든 페이지에서 공통적으로 나타나는 부분은 TRK CP 에 제외하고 전달하는 것이 리포트 조회시 보기 좋습니다.

categoryString 의 변수값에는 쌍따옴표 및 작은따옴표 가 포함되지 않도록 하십시오.

TRK CP 의 값을 웹페이지 프로그램 본문 또는 헤더에서 지정한 후, 이후 빈 환경변수 템플릿이 추가 출력되거나 해당 환경변수를 Null String 으로 재지정하지 않도록 주의하십시오.

카테고리명에 를 넣으시면 하위 depth 가 나오지 않으므로 다른 값으로 대체해서 넣어주십시오.

카테고리명에 와 는 사용하지 마십시오. 리포트 조회 시 검색 기호로 해석되어 다른 값이 함께 조회될 수 있습니다.

카테고리명에 / : ; . , 를 의미 없이 넣지 않도록 주의하십시오. 구분 기호로 사용됩니다.

## TRK PI 값의 설정 Page Identity

최종 수정일 2012 10 23 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/207

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK PI |

| | |
|---|---|
| **제공되는 리포트** | 캠페인별 회원등록 추세<br>캠페인별 주문 추세<br>캠페인별 매출 추세<br>캠페인별 회원등록당 비용<br>캠페인별 주문당 비용<br>캠페인별 비용대비 매출 ROI<br>재구매 간격별 주문/매출액<br>동시구매상품<br>캠페인별 주문상품<br>방문당 주문,수량,매출액 추세<br>참조도메인별 회원/주문/매출<br>검색어별 검색엔진 회원/주문/매출<br>캠페인별 회원/주문/매출<br>상품별 주문/매출액<br>회원등록완료 단계 회원특성<br>로그인완료 단계 회원특성<br>주문완료 단계 회원특성<br>상품별 주문 회원특성<br>전환 시나리오<br>사용자정의 전환 시나리오<br>검색엔진별 검색어 회원/주문/매출<br>CPC 광고매체별 주문/매출<br>CPC 키워드별 주문/매출<br>전환 단계별 전환수<br>전환 단계별 전환율<br>광고명별 회원/주문/매출<br>유입경로별 회원/주문/매출 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK PI 값은 웹사이트의 페이지 성격을 정의합니다.**

**TRK PI 의 적용**

환경변수명 : TRK PI

변수의 목적 : 웹페이지의 성격을 정의하여, 연관된 분석 시나리오, 구매율, 회원가입률 등 분석에 활용

지정가능한 값 : 이미 정의된 3글자의 알파벳코드 값, 사용자가 임의로 정한 3글자의 알파벳코드값

적용가능한 페이지 : 모든 웹페이지

**페이지특성 코드의 할당방법**

위 1번에 설명된 변수값중 굵은 글자체로 표시된 부분이 **비즈니스 이상**의 서비스에서 사용될 환경변수 설정부분입니다.
이중 붉은색으로 표시된 **TRK PI ; //Page Identity** 에 위 2번에서 나열한 코드 3자리 영문자 를 할당함으로써

분석시스템에 페이지의 특성을 알려주게 됩니다. 이는 전환율 및 시나리오 분석 등 다양한 용도에 사용됩니다.

웹사이트 전체에 적용할 필요가 없으며, 해당 특성을 지닌 페이지의 본문내에 본 환경변수가 설정되면 됩니다.

> ex1 장바구니 보기 페이지인 경우
> **TRK PI OCV ; //Page Identity**
>
> ex2 주문정보입력 결제정보입력 페이지인 경우
> **TRK PI ODF //Order Form**

* 아래 **시스템 기본정의 항목은 모두 설정 적용** 하시는 것이 전체적인 리포트의 생성을 위해 좋습니다.

**페이지특성 PI 코드의 할당값 이미 시스템에서 정의된 항목**

> *** 시스템 기본정의 필수**
> **VST** 방문수 Visit 전체 방문수를 표시 별도의 페이지 설정 필요없음
> **LIF** 로그인화면 Log In Form
> **LIR** 로그인 후 결과화면 Log In Result
> **RGI** 회원가입안내 약관 화면 Register Information
> **RGF** 회원가입양식 화면 Register Form
> **RGR** 회원가입 결과화면 Register Result
> **PLV** 상품리스트 Product List View
> **PDV** 상품상세보기 Product Detail View
> **OCV** 장바구니 보기화면 Order Cart View
> **ODF** 주문정보 입력 화면 Order Form
> **ODR** 주문완료 화면 Order Result
> **RES** 예약/상담완료 화면 REServation
>
> * 시스템 기본정의 사용자정의용 필요에 따라
> **UD1** 사용자 정의1 User Defined 1
> **UD2** 사용자 정의2
> **UD3** 사용자 정의3
> **UD4** 사용자 정의4
> **UD5** 사용자 정의5
> **UD6** 사용자 정의6

* VST의 경우 별도 설정이 필요 없이 전체 방문수를 나타냅니다.
예를 들어 아래와 같이 시나리오를 구성할 경우,

**1단계**: VST 전체 방문수
**2단계**: LIF 로그인화면
**3단계**: LIR 로그인결과화면

위와 같은 시나리오에서 1단계의 전체 방문수는 별도의 페이지에 TRK PI값을 통해 **VST** 값을 설정하지 않아도 리포트에서 자동으로 전체 방문수를 표시하게 되며 나머지 로그인화면, 또는 로그인 결과화면에서는 TRK PI값을 통해 LIF,LIR값을 설정하여야 합니다.

**사용자정의 코드값 생성과 사용***

리포트매니저 서비스관리화면 의 서비스관리 서비스설정 시나리오사용자정의 메뉴에서 시나리오를 직접 설정할 수 있으며,
시스템 기본정의 사용자정의용 코드값이 아닌 **귀사의 마케팅활동에 적합한 시나리오 단계명과 함께 페이지특성코드값을 임의로 정의하여 사용하실 수 있습니다.**

**주의**

사용자 정의 코드값을 생성할 때 기존 시스템 기본 코드값과 중복되어 생성할 수 없습니다.
VST의 경우 별도 페이지에 설정할 필요가 없으며 시나리오 구성시 전체 방문수를 나타냅니다.

**참고**

스탠다드 서비스 이상의 경우에는 간편 전환 시나리오 설정 을 이용하여 부분적인 추가분석이 가능합니다.

---

※ 웹사이트 웹페이지 내 환경변수 셋팅이 어려우시면 **이지셋 EasySet 을 이용하여 쉽고 빠르게 설정가능**합니다.

**이지셋이란?**

기존 고급설정은 실제 페이지 내에 환경변수를 적용하는 코딩 작업이 필요하므로 개발자의 도움이 필요합니다. 그래서 개발자 팀 의 협조가 없으면 적용이 불가능했습니다. 하지만 EasySet 은 개발자의 도움 없이 사용자 기획자, 마케터 등 가 직접 EasySet 설정을 통해 몇 가지 입력만으로 설정이 완료되어 빠르고 쉽게 데이터를 수집할 수 있습니다.

자세히 보기 https://logger.co.kr/subjoin/easyset 01.tsp

이지셋 PI 설정 https://logger.co.kr/manual FR/help.tsp?node=284

## TRK PN 값의 설정 Product Name

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/208

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK PN |
| **제공되는 리포트** | 상품/브랜드 추세<br>상품/브랜드<br>상품/브랜드 순수페이지뷰<br>상품/브랜드 순수페이지뷰 추세<br>상품/브랜드별 회원특성 순수페이지뷰<br>상품/브랜드별 체류시간 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK PN 값은 웹페이지내의 Product 상품 또는 특정컨텐츠 이름을 전달하기 위한 부분입니다.**

**제품명 컨텐츠상세명 에 할당될 수 있는 값**

TRK PN 값은 웹사이트 특히 쇼핑몰 에서 특정 컨텐츠 상품 가 노출된 횟수와 이를 본 방문자수를 체크하기 위하여 사용됩니다.
컨텐츠 그룹 및 쇼핑몰 카테고리등은 TRK CP를 이용하며 TRK PN 에는 오직 제품 상품 이름만이 할당됩니다.
**제품 상품 의 제조사 브랜드명 는 별도 변수인 TRK MF 에 할당합니다.**

**TRK PN 에 할당될 수 있는 값은 문자열 String 입니다.**

> 할당예시 1 쇼핑몰내 청바지중 ABC청바지라면 **TRK PN ABC청바지 ;**
> 할당예시 2 쇼핑몰내 제품이름이 가나다초콜릿 이라면 **TRK PN 가나다초콜릿 ;**
> 할당예시 3 웹사이트에서 특정 상세보기 내용이 강아지 라면 **TRK PN 강아지 ;**

제품공급사 제조사 를 할당하는 변수가 별도 존재하므로, TRK PN에는 제품명만 입력하는 것이 좋습니다.
제품명내에 특수문자 쌍따옴표, 작은따옴표, HTML태그 는 넣지 않는 것이 좋습니다.

동시에 여러 개의 상품을 할당할 수 없습니다. 이런 경우에는 TRK CP 를 통하여 제품 카테고리를 할당하십시오.

**변수값 할당예 기본**

웹페이지에 삽입된 분석스크립트중 해당부분을 아래와 같이 할당합니다.

> ex1 현재 웹페이지에 해당하는 상품명 또는 컨텐츠상세명 을 할당합니다.
> **TRK PN ABC초콜릿 ;**

**DB에서 가져온 상품명 컨텐츠상세명 을 할당**

> ex1 현재 웹페이지에 해당하는 상품명 또는 컨텐츠상세명 을 할당합니다. PHP변수의 예
> **TRK PN ? ProductName? ;**

**참고**
**상품 컨텐츠 명은 상품 컨텐츠 상세보기에서** 사용되므로 일반적으로 다음 환경변수값과 함께 사용될 것입니다. PHP변수의 예

```
TRK MF ? BrandName? ; // 상품의 제조사,브랜드 명
TRK PI PDV ; //상품상세보기 Product Detail View
```

따라서 다음과 같은 **전형적 형태로 사용**될 것입니다. PHP변수의 예

```
Script Language= JavaScript
TRK_PN = ? ProductName? ;
TRK_MF = ? BrandName? ; // 상품의 제조사,브랜드 명
TRK_PI = PDV ; //상품상세보기 Product Detail View
/script
```

**TRK_PN 의 적용**

환경변수명 : TRK_PN

변수의 목적 : 상품상세보기 페이지 컨텐츠 상세보기 페이지 에서 상품 컨텐츠 의 상세명을 전달

지정가능한 값 : HTML코드 및 쌍따옴표 , 작은따옴표 를 포함하지 않는 임의의 문자열

적용가능한 페이지 : 상품/컨텐츠 상세보기 페이지

## TRK_MF 값의 설정 Manufacturer

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/210

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK_MF |
| **제공되는 리포트** | 상품/브랜드 추세<br>상품/브랜드<br>상품/브랜드 순수페이지뷰<br>상품/브랜드 순수페이지뷰 추세<br>상품/브랜드별 체류시간 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK_MF 값은 웹페이지내의 Product 상품 또는 컨텐츠 의 옵션 제조사 등 을 전달하기 위한 부분입니다.**

**TRK_MF 의 적용**

환경변수명 : TRK_PN

변수의 목적 : 상품상세보기 페이지 컨텐츠 상세보기 페이지 에서 상품 컨텐츠 의 상세명을 전달

지정가능한 값 : HTML코드 및 쌍따옴표 , 작은따옴표 를 포함하지 않는 임의의 문자열

적용가능한 페이지 : 상품/컨텐츠 상세보기 페이지

**제조사 브랜드 명 Manufacture Name 에 할당될 수 있는 값**

TRK MF 값은 웹사이트 특히 쇼핑몰 에서 특정 제조사 공급사 컨텐츠 상품 가 노출된 횟수와 이를 본 방문자수를 체크하기 위하여 사용됩니다. 또는 컨텐츠의 생산자/제작자를 할당하는 것도 좋은 방법입니다.

**TRK MF 에 할당될 수 있는 값은 문자열 String 입니다.**

> 할당예시 1 쇼핑몰내 제품중 제조사가 ABC상사 라면 **TRK MF ABC상사 ;**
> 제품명 할당용 환경변수 TRK PN 가 별도 존재하므로 TRK MF에는 제조사/브랜드/컨텐츠제작자명등을 입력합니다.
> 특수문자 쌍따옴표, 작은따옴표, HTML태그 는 넣지 않는 것이 좋습니다.

**변수값 할당예 기본**

웹페이지에 삽입된 분석스크립트중 해당부분을 아래와 같이 할당합니다.

> ex1 현재 상품에 맞는 제조사/브랜드/컨텐츠제작자명을 할당합니다.
> **TRK MF ABC브랜드 ;**

**DB에서 가져온 브랜드/컨텐츠제작자명을 할당**

> ex1 현재 웹페이지에 해당하는 상품명 또는 컨텐츠상세명 을 할당합니다. PHP변수의 예
> **TRK PN ? BrandName? ;**

**참고**

**제조자 브랜드 /컨텐츠생산자명은 상품 컨텐츠 상세보기에서** 사용되므로 일반적으로 다음 환경변수값과 함께 사용될 것입니다.
PHP변수의 예

> **TRK PN ? ProductName? ;** // 상품의 제조사,브랜드 명
> **TRK PI PDV ; //**상품상세보기 Product Detail View
>
> 따라서 다음과 같은 **전형적 형태로 사용**될 것입니다. PHP변수의 예
>
> Script Language= JavaScript
> **TRK PN ? ProductName? ;**
> **TRK MF ? BrandName? ;** // 상품의 제조사,브랜드 명
> **TRK PI PDV ; //**상품상세보기 Product Detail View
> /script

# TRK OA 값의 설정 Ordered Amount

최종 수정일 2009 06 17 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/211

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK OA |
| **제공되는 리포트** | 캠페인별 주문 추세<br>캠페인별 매출 추세<br>캠페인별 주문당 비용<br>캠페인별 비용대비 매출 ROI<br>재구매 간격별 주문/매출액<br>동시구매상품<br>캠페인별 주문상품<br>방문당 주문,수량,매출액 추세<br>참조도메인별 회원/주문/매출<br>검색어별 검색엔진 회원/주문/매출<br>캠페인별 회원/주문/매출<br>상품별 주문/매출액<br>상품별 주문 회원특성<br>검색엔진별 검색어 회원/주문/매출<br>CPC 광고매체별 주문/매출<br>CPC 키워드별 주문/매출 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK OA 는 주문상품금액 Ordered Amount 을 받기 위한 변수**입니다.

환경변수명 : TRK OA
변수의 목적 : 주문완료페이지등에서 주문상품금액을 전달
지정가능한 값 : 세미콜론 ; 으로 구분된 상품종류별 합계금액
적용가능한 페이지 : 주문완료페이지

주문상품 금액의 전달은 다음과 같이 **주문상품의 각 합계금액을 ; 로 구분하여 전달**하는 것으로 이루어집니다.

**ex1** A상품 단가 300원 10개주문, B상품 단가 200원 4개 주문, C상품 단가 500원 1개 주문인 경우

```
분석코드의 환경설정부분 이상생략
...
TRK OA    3000;800;500 ;
TRK OP    A상품;B상품;C상품 ;
TRK OE    10;4;1 ;
```

...
분석코드의 환경설정부분 이하생략

* TRK OA 값은 각 상품의 합계금액을 세미콜론 ; 으로 구분하여 전달하므로,
A상품 300원 x 수량 10 **3000** , B상품 200원 x 수량 4 **800** , C상품 500원 x 수량 1 **500** 이 됩니다.
이에 해당하는 각 합계금액을 순서대로 나열하여 TRK OA 값을 **3000;800;500** 으로 할당합니다.

**ex2** A상품 단가 300원 1개 주문시

분석코드의 환경설정부분 이상생략
...
**TRK OA 300 ;**
TRK OP A상품 ;
TRK OE 1 ;
...
분석코드의 환경설정부분 이하생략

* 주문수량, 상품종류 모두 1개씩이므로 ; 으로 구분하지 않으셔도 됩니다.

**주의**
* 금액은 쉼표 , 의 구분이 없이 숫자로만 전달하여 주십시오.
* TRK OA 값내에 공백이 없도록 하십시오.
* TRK OP 및 TRK OE 와 상품 및 주문수량의 순서가 틀리지 않도록 하십시오.

**참고**
다음 3개 환경변수는 동시에 사용되며, 쌍을 이루어 작동합니다. 따라서, 함께 사용되어야 하며, 1개 환경변수만 독립적으로 사용될 수 없습니다.

TRK OA : 주문상품의 각 판매가를 받습니다. Ordered Amount
TRK OP : 주문상품의 각 상품명칭을 받습니다. Ordered Product
TRK OE : 주문상품의 각 수량을 받습니다. Ordered EA.

TRK OP 값의 설정 Ordered Products
TRK OE 값의 설정 Ordered EA.

또한 위 3개 환경변수가 사용될 경우는 대부분 주문결제완료 페이지인 경우이므로
**반드시 위 3개 환경변수 사용시 TRK PI 의 값이 ODR 이어야 합니다.**

# TRK_OP 값의 설정_Ordered Products

최종 수정일 2009_06_17 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/212

| | |
|---|---|
| **해당 제품_서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨_이상 |
| **환경변수 적용** | TRK_OP |
| **제공되는 리포트** | 캠페인별 주문 추세<br>캠페인별 매출 추세<br>캠페인별 주문당 비용<br>캠페인별 비용대비 매출 ROI<br>재구매 간격별 주문/매출액<br>동시구매상품<br>캠페인별 주문상품<br>방문당 주문,수량,매출액 추세<br>참조도메인별 회원/주문/매출<br>검색어별 검색엔진 회원/주문/매출<br>캠페인별 회원/주문/매출<br>상품별 주문/매출액<br>상품별 주문 회원특성<br>검색엔진별 검색어 회원/주문/매출<br>CPC 광고매체별 주문/매출<br>CPC 키워드별 주문/매출 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK_OP 는 주문상품명_Ordered Products_을 받기 위한 변수**입니다.

환경변수명 : TRK_OP
변수의 목적 : 주문완료페이지등에서 주문 상품명을 전달
지정가능한 값 : 세미콜론 ; 으로 구분된 상품명
적용가능한 페이지 : 주문완료페이지

주문상품명의 전달은 다음과 같이 **주문상품의 각 명칭을 ; 로 구분하여 순서대로 전달**하는 것으로 이루어집니다.

**ex1** A상품_단가 300원 10개주문, B상품_단가 200원 4개 주문, C상품_단가 500원 1개 주문인 경우

```
분석스크립트의 환경설정부분 이상생략
...
TRK_OA    3000;800;500 ;
TRK_OP    A상품;B상품;C상품 ;
TRK_OE    10;4;1 ;
```

...
분석스크립트의 환경설정부분 이하생략

* TRK OP 값은 각 상품의 이름을 세미콜론 ; 으로 구분하여 전달하므로, TRK OP 에 할당된 순서에 맞추어 A상품, B상품, C상품 의 순서, 즉 **TRK OP A상품;B상품;C상품** 로 할당되면 됩니다.

* TRK OP 는 각 상품명내에 공백문자가 포함될 수 있습니다. 단 ; 앞뒤로는 공백을 두지 않는 것이 좋습니다.
ex TRK OP 서울 키위;대구 사과;제주 바나나 ;

*** 상품명내에 쌍따옴표 및 작은따옴표 는 들어갈 수 없습니다.** 값을 할당하기 전에 해당 특수문자를 제거하시고 할당하여 주십시오.

**ex2** A상품 단가 300원 1개 주문시

분석스크립트의 환경설정부분 이상생략
...
TRK OA 300 ;
**TRK OP A상품 ;**
TRK OE 1 ;
...
분석스크립트의 환경설정부분 이하생략

* 주문수량, 상품종류 모두 1개씩이므로 ; 으로 구분하지 않으셔도 됩니다.

**주의**
*** 상품명내에 쌍따옴표 및 작은따옴표 는 들어갈 수 없습니다.** 값을 할당하기 전에 해당 특수문자를 제거하시고 할당하여 주십시오.
* TRK OA 및 TRK OE 와 상품 및 주문수량의 순서가 틀리지 않도록 하십시오.

**참고**
다음 3개 환경변수는 동시에 사용되며, 쌍을 이루어 작동합니다. 따라서, 함께 사용되어야 하며, 1개 환경변수만 독립적으로 사용될 수 없습니다.

TRK OA : 주문상품의 각 판매가를 받습니다. Ordered Amount
TRK OP : 주문상품의 각 상품명칭을 받습니다. Ordered Product
TRK OE : 주문상품의 각 수량을 받습니다. Ordered EA.

TRK OA 값의 설정 Ordered Amount
TRK OE 값의 설정 Ordered EA.

또한 위 3개 환경변수가 사용될 경우는 대부분 주문결제완료 페이지인 경우이므로
**반드시 위 3개 환경변수 사용시 TRK PI 의 값이 ODR 이어야 합니다.**

# TRK_OE 값의 설정_Ordered EA.

최종 수정일 2009_06_16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/213

| | |
|---|---|
| **해당 제품_서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨_이상 |
| **환경변수 적용** | TRK_OE |
| **제공되는 리포트** | 캠페인별 주문 추세<br>캠페인별 매출 추세<br>캠페인별 주문당 비용<br>캠페인별 비용대비 매출 ROI<br>재구매 간격별 주문/매출액<br>동시구매상품<br>캠페인별 주문상품<br>방문당 주문,수량,매출액 추세<br>참조도메인별 회원/주문/매출<br>검색어별 검색엔진 회원/주문/매출<br>캠페인별 회원/주문/매출<br>상품별 주문/매출액<br>상품별 주문 회원특성<br>검색엔진별 검색어 회원/주문/매출<br>CPC 광고매체별 주문/매출<br>CPC 키워드별 주문/매출 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK_OE 는 주문상품 수량_Ordered EA._ 을 받기 위한 변수**입니다.

환경변수명 : TRK_OE
변수의 목적 : 주문완료페이지등에서 주문상품 수량을 전달
지정가능한 값 : 세미콜론 ; 으로 구분된 상품별 주문수량
적용가능한 페이지 : 주문완료페이지

주문상품 수량의 전달은 다음과 같이 **주문상품의 수량을 ; 로 구분하여 순서대로 전달**하는 것으로 이루어집니다.

**ex1** A상품_단가 300원 10개주문, B상품_단가 200원 4개 주문, C상품_단가 500원 1개 주문인 경우

```
분석스크립트의 환경설정부분 이상생략
...
TRK_OA    3000;800;500 ;
TRK_OP    A상품;B상품;C상품 ;
TRK_OE    10;4;1 ;
```

```
...
 분석스크립트의 환경설정부분 이하생략
```

* TRK OE 값은 각 상품의 수량을 세미콜론 ; 으로 구분하여 전달하므로, TRK OP 에 할당된 순서에 맞추어 A상품, B상품, C상품 의 순서, 즉 **TRK OE 10;4;1** 로 할당되면 됩니다.

* TRK OE 의 값내에는 공백문자가 들어갈 수 없으며, 숫자로만 구성되어야 합니다.

**ex2** A상품 단가 300원 1개 주문시

```
 분석스크립트의 환경설정부분 이상생략
...
 TRK OA   300 ;
 TRK OP   A상품 ;
 TRK OE   1 ;
...
 분석스크립트의 환경설정부분 이하생략
```

* 주문수량, 상품종류 모두 1개씩이므로 ; 으로 구분하지 않으셔도 됩니다.

**주의**

*** 상품수량값은 숫자로만 구성되어야 합니다.**

* TRK OA 및 TRK OP 와 상품 및 주문수량의 순서가 틀리지 않도록 하십시오.

**참고**

다음 3개 환경변수는 동시에 사용되며, 쌍을 이루어 작동합니다. 따라서, 함께 사용되어야 하며, 1개 환경변수만 독립적으로 사용될 수 없습니다.

TRK OA : 주문상품의 각 판매가를 받습니다. Ordered Amount
TRK OP : 주문상품의 각 상품명칭을 받습니다. Ordered Product
TRK OE : 주문상품의 각 수량을 받습니다. Ordered EA.

TRK OA 값의 설정 Ordered Amount
TRK OP 값의 설정 Ordered Products

또한 위 3개 환경변수가 사용될 경우는 대부분 주문결제완료 페이지인 경우이므로
**반드시 위 3개 환경변수 사용시 TRK PI 의 값이 ODR 이어야 합니다.**

# TRK CC 값의 설정 Campaign Code

최종 수정일 2011 04 27 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/214

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK CC |
| **제공되는 리포트** | 캠페인별 회원등록 추세<br>캠페인별 주문 추세<br>캠페인별 매출 추세<br>캠페인별 회원등록당 비용<br>캠페인별 방문당 비용<br>캠페인별 방문 추세<br>캠페인별 주문당 비용<br>캠페인별 비용대비 매출 ROI<br>캠페인별 주문상품<br>캠페인별 회원등록/등록율<br>캠페인별 회원/주문/매출<br>캠페인별 회원특성 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK CC 환경변수는 캠페인코드를 적용하기 위하여 사용**됩니다.

**아래 관련항목을 먼저 참고**하시면 도움이 되실 것입니다.
캠페인 분석코드 생성

캠페인 코드는 위 캠페인 분석코드 생성 에서 설명드린 바와 같이 C =캠페인코드숫자 의 형식으로 사용됩니다.
하지만, 위 방법의 적용이 어려운 경우에 TRK CC 환경변수 설정에 의하여 캠페인코드를 적용하시면 됩니다.

* 캠페인코드는 일반적으로 외부에서 웹사이트접속시 파라미터 전달방법으로 적용되지만,
이 방법이 불가능할 경우와 내부페이지 서핑도중 특정페이지를 조회할 경우 캠페인의 영향을 받은 사용자로 지정할 경우
아래의 방법을 사용합니다.

**따라서 TRK CC를 사용하는 경우는 크게 다음 2가지 경우입니다.**
1. 외부 링크를 통한 접속시 캠페인코드를 전달하기 위한 C 파라미터를 사용하실 수 없는 경우
2. 사이트 내부 서핑도중 특정 이벤트 페이지를 본 사용자에 대하여 캠페인을 적용하고자 하는 경우

**1. 파라미터를 통해 캠페인 코드를 전달할 수 없는 경우**

외부의 웹사이트에 귀사의 접속링크를 제공하는 경우, 대부분 파라미터를 포함하여 제공할 수 있습니다.

ex yoursite.com/index.html? C 1000 L 30
일부 키워드 광고 서비스들은 접속URL에 ? 나 등 특수문자가 포함되는 것을 제한하며, 이 경우에는 파라미터를 사용하지 못할 수 있습니다.

이때는 해당캠페인을 위한 별도페이지 캠페인을 위한 랜딩페이지/이벤트페이지 를 작성하신 후, 페이지내의 로그분석 스크립트의 환경변수 TRK CC 캠페인코드값 의 형태로 사용합니다. 물론 캠페인에 해당하는 접속URL은 캠페인을 위하여 새로 작성된 페이지여야 합니다.

예 A사의 검색키워드 캠페인 광고등 에 대하여 분석하고자 합니다.
캠페인 코드를 등록하여 캠페인코드 0001번을 할당 받았습니다. 캠페인코드는 캠페인마다 모두 다릅니다.
A사에서는 접속URL로 파라미터 사용이 금지되어 있기에, 별도 캠페인/이벤트 페이지를 작성하였습니다.
작성된 별도 캠페인을 위한 페이지는 yoursite.com/camp 0001.html 로 하였습니다.
캠페인페이지 camp 0001.html 내에 로그분석 코드를 삽입하였으며, 환경변수 TRK CC 0001 ; 로 할당받은 캠페인 코드를 적용하였습니다.
위 캠페인용 페이지에 접속하는 방문자는 해당 캠페인에 의하여 영향을 받은 방문자로 처리됩니다.

**참고: 캠페인을 위한 페이지 작성**

캠페인 접속자를 위한 페이지는 일반적인 홈페이지 방문자가 접속하는 첫 페이지가 아닌, 특정 캠페인을 홍보하기 위하여 존재하는 독립된 페이지인 경우가 많습니다. 이러한 페이지는 방문자가 서핑도중 착륙 Landing 한다고 하여 **랜딩페이지 Landing Page ,** 또는 이전사이트와 접속사이트의 다리 Bridge 역할을 한다고 하여 **브릿지페이지 Bridge Page** 라고 불려지기도 합니다.

랜딩/브릿지 페이지는 그 용도 및 형태에 따라 크게 2종류로 나누어볼 수 있습니다.

A. 실제 이벤트등 각종 캠페인을 설명하고 있는, 사용자에게 보여질 HTML 페이지
이러한 페이지는 캠페인페이지, 이벤트페이지, 마이크로사이트, 미니사이트 등으로 불려지기도 합니다.
B. 디자인 및 내용등이 존재하지 않으며, 방문자 분석을 위해 존재하는 숨겨진 HTML 페이지

위 A의 경우에는 본 도움말 페이지의 2 번 항목을 참고하여 주십시오.
B의 경우에 해당하는 샘플코드와 설명은 다음과 같습니다. 굵은 글자부분을 참고하여 주십시오.

```
        ex 사용자에게 보여지지 않는 캠페인측정용 브릿지/랜딩 페이지
html
head
title 샘플 브릿지페이지 /title
/head
body

!  Set Environment
script language= JavaScript
// Reserved variables for business service
```

```
TRK CP ; //Contents Path
TRK PI ; //Page Identity
TRK PN ; //Product Name
TRK MF ; //Manufacture Name
TRK OA ; //Order Amount s with ; Separated
TRK OP ; //Order Product s with ; Separated
TRK OE ; //Order EA with ; Separated
TRK CC 0000 ; //Campaign Code, 0000값은 예시값이며 실제 캠페인 코드 숫자를 할당하셔야 합니다.
/script
! Tracking
script language= JavaScript src= http://trk1.logger.co.kr/trk code.tsp?u=0000 /script
noscript img src= http://trk1.logger.co.kr/tracker.tsp?u=0000 js=N width=0 height=0 /noscript
a href= https://logger.co.kr ! Reserved /a
! /logger tracking code

script language= javascript
// 해당페이지로 이동
document.location = http://youriste.com/yourpage.html? C 0000 L 30 ;
/script

/body
/html
```

위 예시에서는 이동할 URL에 C 파라미터 및 L 파라미터를 사용하여 효과인정 일자를 설정하고 있습니다.
파라미터에 의한 캠페인코드 사용은 캠페인 분석코드 생성 을 참고하십시오.

만약, 이동할 페이지의 주소를 **document.location = http://yoursite.com/yourpage.html ;** 과 같이 하실 경우, 환경설정 변수부분에서 TRK CC 0000 ; 과 같이 설정하였으므로 캠페인은 적용됩니다만, 효과인정기간은 설정할 수 없으므로 기본 기간인 14일로 설정됩니다.

### 2. 사이트의 특정 페이지를 본 사용자에 대하여 캠페인을 적용하고자 하는 경우

위에 설명드린 캠페인을 위한 페이지 작성 항목의 A의 경우에 해당됩니다.
사이트 외부에서의 접속은 물론 내부 서핑도중에 캠페인을 방문자에게 적용하고자 할 때 적합합니다.

이때는 해당 캠페인페이지 미니사이트, 마이크로사이트 내에 로그분석 스크립트를 삽입하시고, 환경변수중 TRK CC 항목에 해당캠페인에 맞는 분석코드 숫자를 할당하시면 됩니다.

```
ex 일반적인 웹페이지에서 캠페인 코드 적용
! Set Environment
script language= JavaScript
```

```
// Reserved variables for business service
 TRK_CP      ; //Contents Path
 TRK_PI      ; //Page Identity
 TRK_PN      ; //Product Name
 TRK_MF      ; //Manufacture Name
 TRK_OA      ; //Order Amount s  with ; Separated
 TRK_OP      ; //Order Product s  with ; Separated
 TRK_OE      ; //Order EA with ; Separated
 TRK_CC     0000 ; //Campaign Code, 0000값은 예시값이며 실제 캠페인 코드 숫자를 할당하셔야 합니다.
 /script
 !   Tracking
 script language= JavaScript  src= http://trk1.logger.co.kr/trk_code.tsp?u=0000     /script
 noscript    img src= http://trk1.logger.co.kr/tracker.tsp?u=0000  js=N  width=0 height=0    /noscript
 a href= https://logger.co.kr     !   Reserved      /a
 !   /logger tracking code
```

외부 경로를 통한 접속뿐만 아니라, 내부에서 특정페이지를 보았을 때 캠페인효과 대상자로 적용됩니다.

**유의하실 점**

1. TRK_CC 환경변수에 값이 할당된 페이지가 방문자에게 보여질 때 캠페인 대상자로 처리되는 특성상, 홈페이지의 메인페이지나 메인페이지의 POPUP 등에 캠페인을 적용하시면 방문자 전부가 해당 캠페인 대상자로 적용될 수 있습니다.
전체 방문자가 캠페인 대상자로 설정될 경우 캠페인 분석 리포트가 무의미해지므로, 실제 캠페인 페이지에만 캠페인코드를 할당하실 것을 권해드립니다.
예  캠페인 POPUP에는 캠페인코드를 적용하지 않고, 캠페인 POPUP을 클릭하여 접속하는 캠페인안내 상세페이지에만 캠페인코드를 적용합니다.
2. 특정 캠페인코드의 적용을 받은 방문자가 또다른 캠페인을 접할 경우 최후에 적용된 캠페인이 우선으로 적용됩니다. 예를 들어 웹사이트내에 다수의 캠페인이 동시적으로 진행될 경우 방문자가 마지막으로 접한 캠페인이 우선 적용되게 되므로 최후 적용된 캠페인 이전의 캠페인은 더 이상 해당 방문자에 대하여 유효하지 않습니다. 따라서 캠페인 코드 사용시에는 해당 캠페인에 적용된 이후에 다시 다른 캠페인에 적용되지는 않는지를 고려하여 사용하시면 더욱 정확한 데이터를 얻으실 수 있습니다.

## TRK_SX 값의 설정  Members Gender  M,F,U

최종 수정일 2010_01_19 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/215

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨  이상 |
| **환경변수 적용** | TRK_SX |

| | |
|---|---|
| **제공되는 리포트** | 회원특성별 방문 추세<br>회원/비회원별 방문<br>회원성별 방문<br>회원특성 연령대등 별 방문<br>회원등록완료 단계 회원특성<br>로그인완료 단계 회원특성<br>주문완료 단계 회원특성<br>상품/브랜드별 회원특성 순수페이지뷰<br>상품별 주문 회원특성<br>캠페인별 회원특성<br>회원 방문자 비율 |

먼저 환경변수 설정의 기본규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK_SX** 값은
회원/비회원 구분이 가능한 웹페이지에서 접속한 **방문자의 회원여부와 성별구분**값을 전달하기 위한 부분입니다.

환경변수명 : TRK_SX

변수의 목적 : 현재 웹사이트를 이용중인 회원의 성별구분을 지정

지정가능한 값 : M,F,U 의 3가지 알파벳코드중 하나, 값이 전달될 경우 회원으로 판단

적용가능한 페이지 : 모든페이지, 일반적으로 로그인완료페이지 권장

**회원 성별 Members Gender 에 할당될 수 있는 값**
TRK_SX 값은 웹사이트에 접속한 방문자의 회원여부와 성별을 체크하기 위하여 사용됩니다.

TRK_SX 값에는 M, F, U 의 세 가지 값이 올 수 있으며, **TRK_SX 값이 주어지면 회원으로, 그렇지 않으면 비회원으로** 처리됩니다.
M 은 남성 Male , F 는 여성 Female , U 는 중성 또는 성별구분이 불가한 경우 Unknown 를 나타냅니다.
TRK_SX 값을 사용하기 위해서는 웹사이트가 회원/비회원 구분이 가능해야 하며 회원에 대한 로그인 등의 인증절차를 거쳐 회원여부의 값과 성별에 대한 값을 사용할 수 있어야 합니다.
TRK_SX 에 할당될 수 있는 값은 반드시 M,F,U 의 영문 문자열값 중 하나이어야만 합니다. 다른 임의값일 경우 분석되지 않습니다.

> 할당예시 1 접속한 방문자가 회원이며 남성인 경우 TRK_SX **M** ;
> 할당예시 2 접속한 방문자가 회원이며 여성인 경우 TRK_SX **F** ;
> 할당예시 3 접속한 방문자가 회원이며 성별이 존재하지 않는 경우 기업회원 등 TRK_SX **U** ;

사이트에 회원이 접속하여 로그인할 경우 TRK_SX 값에 회원에 맞는 성별값이 입력될 수 있도록 합니다.
최초 사이트에서 회원로그인하여 TRK_SX 값에 성별값이 설정되었던 방문자는 이후 방문시 로그인 등의 인증과정을 거치지 않

아도 동일한 성별로 분석됩니다.
그러나 동일한 PC 에서 최초로그인했던 정보와는 다른 회원정보로 로그인하여 TRK SX 값에 새로운 회원정보의 성별값이 설정된다면 이후 방문시에는 새로 설정된 성별값으로 분석되게 됩니다.

**성별 값의 할당방법**
위 1번에 설명된 변수값중 굵은글자체로 표시된 부분이 비즈니스 이상의 서비스에서 사용될 환경변수 설정부분입니다.
이중 붉은색으로 표시된 TRK SX ; /* Members Gender M,F,U */ 에 위 2번에서 설명한 성별 Gender 문자열이 할당되면 됩니다.
TRK SX 값은 로그인 등의 회원인증과정시 한 번만 설정되게 하시고 TRK SX 값이 설정된 아래 부분에 웹페이지 분석스크립트가 반드시 출력되어야만 합니다.
웹페이지 분석스크립트보다 TRK SX 값이 아래부분에 설정되면 설정값이 로그분석에 적용되지 않습니다.

변수값 할당예 기본
웹페이지에 삽입된 분석스크립트중 해당부분을 아래와 같이 할당합니다.

> ex1 로그인시 회원의 성별에 따라 다음과 같이 할당합니다. 남성일 경우 M, 여성일 경우 F
> **TRK SX M ;**
>
> ex2 기업회원 또는 성별구분을 할 수 없는 경우에는 다음과 같이 할당합니다.
> **TRK SX U ;**
>
> ex3 로그인하지 않는 회원 또는 비회원인 경우에는 값을 할당하지 않습니다.
> **TRK SX ;**

다음 2개 환경변수는 로그인결과 페이지 또는 회원등록 결과페이지에서 동시에 사용되는 경우가 많습니다.

TRK SX : 회원여부와 성별구분을 위한 값을 받습니다. Members Gender M,F,U
TRK AG : 회원의 연령대에 해당하는 값을 받습니다. Member Age A,B,C,D,E,F,G

TRK AG 값의 설정 Member Age A Z

또한 위 2개 환경변수가 사용될 경우는 대부분 로그인결과 페이지인 경우이므로
**위 2개 환경변수 사용시 TRK PI 의 값이 LIR 로 설정되는 경우가 많습니다.**

## TRK AG 값의 설정 Member Age

최종 수정일 2010 01 19 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/216

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK AG |

| | |
|---|---|
| **제공되는 리포트** | 회원특성별 방문 추세<br>회원특성 연령대등 별 방문<br>회원등록완료 단계 회원특성<br>로그인완료 단계 회원특성<br>주문완료 단계 회원특성<br>상품/브랜드별 회원특성 순수페이지뷰<br>상품별 주문 회원특성<br>캠페인별 회원특성 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK AG 는 회원특성 연령대, 학력등 값을 받기 위한 변수**입니다.

환경변수명 : TRK AG
변수의 목적 : 현재 웹사이트를 이용중인 회원의 특성 연령대, 학력등 을 지정
지정가능한 값 : A Z 까지 26개 알파벳코드중 하나, 각 코드값의 특성은 사용자 지정
적용가능한 페이지 : 모든페이지, 일반적으로 로그인완료페이지 권장

**TRK AG** 환경변수 설정에 대한 기본설명은 비즈니스에 해당하는 TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U 를 살펴보시면 도움이 되실 것입니다.

TRK AG 값은 반드시 다음과 같이 A Z까지의 각 회원특성 연령대등 을 표시하는 알파벳값중 하나가 입력되어야 합니다.
A, Z 의 각 알파벳이 나타내는 연령대는 리포트매니저의 서비스 관리 서비스 설정 회원특성 설정 메뉴에서 사용자의 필요에 맞게 설정되어 있어야 합니다.

**로그인결과 페이지** 또는 **회원등록결과 페이지**에 다음과 같이 **TRK AG** 값이 설정되도록 합니다.

연령대 사용자 정의 설정에서 **A:10대이하, B:10대, C:20대, D:30대, E:40대, F:50대, G:60대로 설정**한 상태에서

**ex1** 20대의 여성회원이 로그인하였을 경우

```
환경변수 설정스크립트부분 이상생략
...
TRK PI LIR ;
TRK SX F ;
TRK AG C ;
...
환경변수 설정스크립트부분 이하생략
```

* TRK PI 값은 페이지의 속성이 로그인결과 페이지이므로 TRK PI LIR ;와 같이 값을 할당합니다.
TRK PI 값의 설정 Page Identity 참조
* TRK SX 값은 회원의 성별이 여성이므로 TRK SX F ;와 같이 값을 할당합니다.

> TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U 참조
> * **TRK AG** 는 회원의 연령이 20대에 해당하므로 **TRK AG C ;**와 같이 값을 할당합니다.

연령대가 아닌 직업별로 구분하고자 할 경우에는 아래와 같이 설정하는 방법도 가능합니다.
연령대 사용자 정의 설정에서 **A:초등학생, B:중학생, C:고등학생, D:대학생, E:직장인, F:주부, G:무직 으로 설정**한 상태에서

**ex2** 대학생 남성회원이 로그인 하였을 경우

```
환경변수 설정스크립트부분 이상생략
...
TRK PI LIR ;
TRK SX M ;
TRK AG D ;
...
환경변수 설정스크립트부분 이하생략
```

> * TRK PI 값은 페이지의 속성이 로그인결과 페이지이므로 TRK PI LIR ;와 같이 값을 할당합니다.
> TRK PI 값의 설정 Page Identity 참조
> * TRK SX 값은 회원의 성별이 남성이므로 TRK SX M ;와 같이 값을 할당합니다.
> TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U 참조
> * **TRK AG** 는 회원의 직업이 대학생이므로 **TRK AG D ;**와 같이 값을 할당합니다.

**참고**
다음 2개 환경변수는 로그인결과 페이지 또는 회원등록결과 페이지에서 동시에 사용되는 경우가 많습니다.

TRK SX : 회원여부와 성별구분을 위한 값을 받습니다. Members Gender M,F,U
TRK AG : 회원의 연령대에 해당하는 값을 받습니다. Member Age A Z

또한 위 2개 환경변수가 사용될 경우는 대부분 로그인결과 페이지인 경우이므로
**위 2개 환경변수 사용시 TRK PI 의 값이 LIR 로 설정되는 경우가 많습니다.**

TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U

## TRK IK 값의 설정 Inner Search Keyword

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/217

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK IK |
| **제공되는 리포트** | 내부 컨텐츠/상품 검색어 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK IK 는 내부 상품/컨텐츠 검색어 분석을 위한 검색어 값을 할당하는 환경변수**입니다.

환경변수명 : TRK IK
변수의 목적 : 웹사이트 내부검색 상품검색, 컨텐츠검색 에 사용된 검색어 검출
지정가능한 값 : 특수문자, HTML태그를 제외한 문자열
적용가능한 페이지 : 검색결과 페이지

**내부 검색결과 페이지**에 아래와 같이 **TRK IK** 값이 설정되도록 합니다.

**검색어의 지정예** PHP변수의 예
내부검색어에 의한 결과페이지에서 검색어를 저장하고 있는 프로그램변수가
SearchKeyword 일 경우

**TRK IK ? SearchKeyword? ;**

**검색결과 페이지에서 응용** PHP변수의 예

검색결과 페이지 리스트 등은 검색결과 또는 일반 항목이동에 의해서도 표현되는 경우가 많으므로 다음과 같이 코딩하는 것이 편리합니다.

**?**
**if trim SearchKeyword !**
**? script language= JavaScript TRK IK ? SearchKeyword? ; /script ?**

**?**

**주의**
특수문자 쌍따옴표, 작은따옴표 , HTML태그를 제외한 문자열이 TRK IK 내 값으로 지정되어야 합니다.

## TRK RK 값의 설정 Reserved Key

최종 수정일 2012 10 24 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/687

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK RK |
| **제공되는 리포트** | 전환자 채널/유형분석 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK_RK 는 회원ID 분석을 위한 ID값을 할당하는 환경변수**입니다.

환경변수명 : TRK_RK
변수의목적 : 전환이 일어난 회원ID 검출
지정가능한 값 : 특수문자, HTML태그를 제외한 문자열
적용가능한 페이지 : 전환완료페이지

**회원가입, 상담신청완료 등 전환 완료 페이지**에 아래와 같이 **TRK_RK** 값이 설정되도록 합니다.

**ex1** 회원가입완료 인 경우

```
...
 TRK_PI   RGR
 TRK_CN   회원가입
 TRK_RK   변수값
...
```

**/ 참 고 사 항 /**
회원ID 분석 을 원하시는 경우, 고객센터로 개별 문의 주시기 바라며, 별도 요금이 책정됩니다.

## TRK_CN 값의 설정 Conversion Name

최종 수정일 2012 10 29 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/688

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 전환자 채널/유형분석 |

먼저 환경변수 설정 기본 규칙 을 살펴보시기 바랍니다.

**TRK_CN 은 전환종류 분석을 위한 전환상품명을 할당하는 환경변수**입니다.

환경변수명 : TRK_CN
변수의목적 : 전환이 일어난 전환상품명 검출
지정가능한 값 : 특수문자, HTML태그를 제외한 문자열

적용가능한 페이지 : 전환완료페이지

**회원가입, 상담신청완료 등 전환 완료 페이지**에 아래와 같이 **TRK CN** 값이 설정되도록 합니다.

ex1 회원가입 완료페이지의 경우,

```
TRK PI  RGR
TRK CN  회원가입
TRK RK    /* 회원ID */
```

ex2 회원가입 외 전환완료페이지의 경우,

```
TRK PI  RES
TRK CN    /* 전환종류명 */
TRK RK    /* 전환자명 */
```

**/ 참 고 사 항 /**
해당 환경변수는 전환 커머스 전환자 채널/유형분석 으로 리포팅되며,
해당 리포트는 비즈니스 이상 레벨 회원ID 분석을 하고 있으시면 제공되는 리포트이므로,
자세한 내용은 고객센터로 문의주시기 바랍니다.

## 임대형쇼핑몰 전용 스크립트 적용

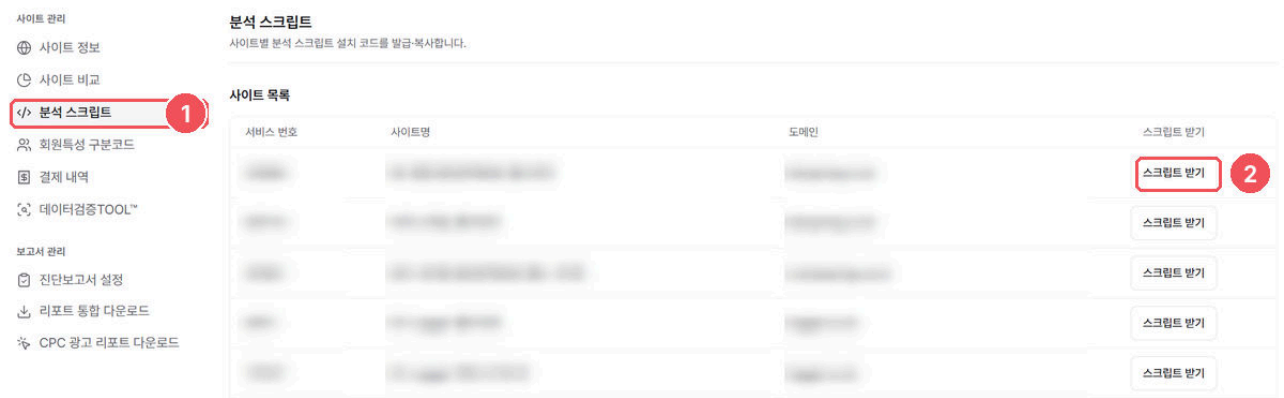
최종 수정일 2009 09 28 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/255

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 베이직에디션 레벨 이상 |
|---|---|

웹사이트 분석을 위하여 필수적으로 삽입해야 하는 분석스크립트 적용 방법입니다.
분석스크립트는 서비스를 추가하게 되면 자동으로 생성이 됩니다.

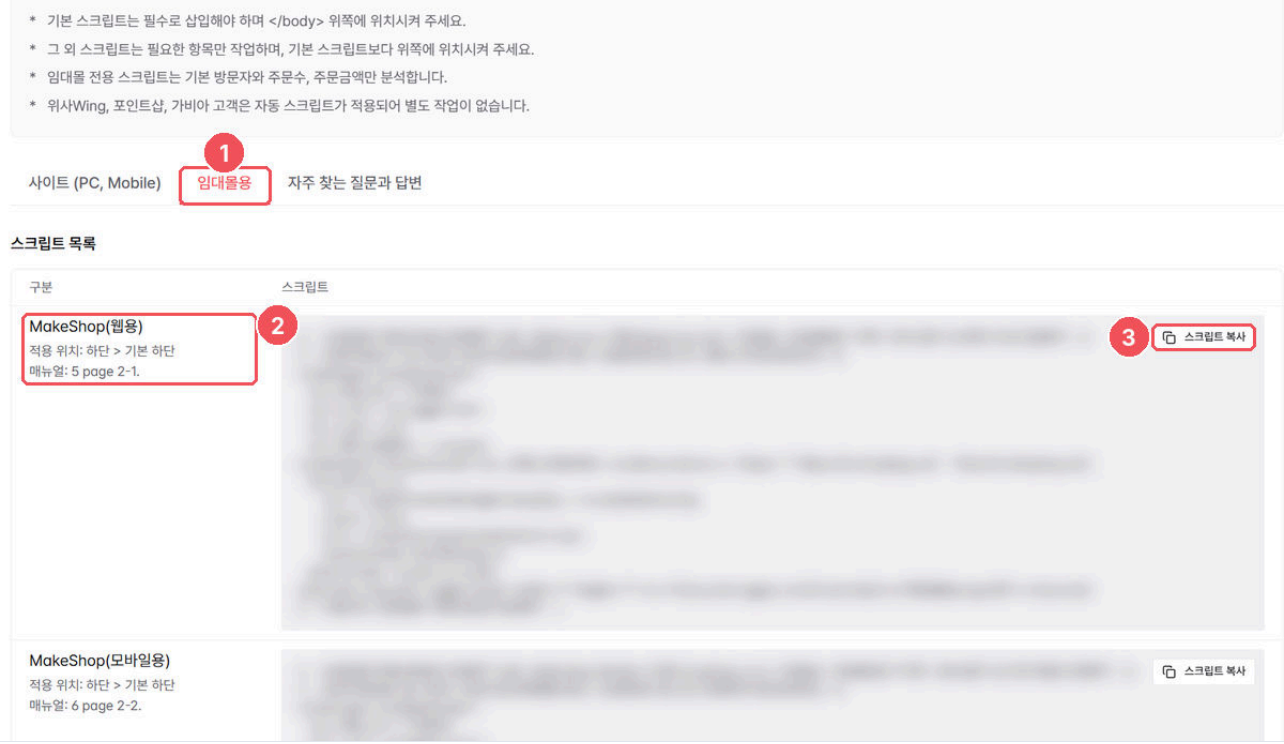
**임대형쇼핑몰 전용 스크립트를 사용하시면 매출관련 환경변수를 설정하지 않아도, 캠페인을 통한 매출액을 확인하실 수 있습니다.**
**매출관련 데이터 분석은 커머스 레벨 이상 해당**

**분석스크립트 받기**
경로: 서비스 관리 분석 스크립트




① 서비스 관리 화면 왼쪽 메뉴에서 분석 스크립트 를 선택합니다.
② 사이트 목록 에서 분석스크립트를 적용할 사이트의 스크립트 받기 를 클릭합니다.

분석스크립트를 적용할 웹사이트의 스크립트 받기 를 클릭하시면 다음과 같이 임대형쇼핑몰 전용 분석스크립트를 받으실 수 있습니다.
이 중 사용하고 계신 임대형쇼핑몰 전용 스크립트를 선택하여 적용하시면 됩니다.

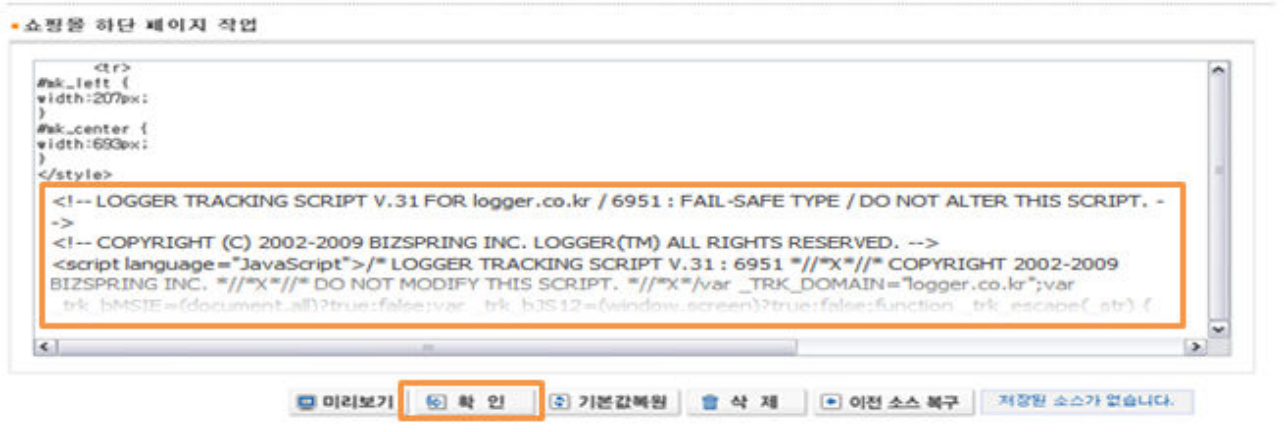



① 임대몰용 탭을 선택합니다.
② 스크립트 목록 에 MakeShop 웹용 , MakeShop 모바일용 , Cafe24 스마트 디자인 등 임대몰별 전용 스크립트가 적용 위치와 함께 표시됩니다. 사용 중인 임대형쇼핑몰의 스크립트를 확인합니다.
③ 스크립트 복사 버튼을 클릭하여 스크립트를 복사합니다.
화면 안내와 같이 임대몰 전용 스크립트는 기본 방문자와 주문수, 주문금액만 분석하며, 위사Wing, 포인트샵, 가비아 고객은 자동 스크립트가 적용되어 별도 작업이 없습니다.

**적용 방법**

회사의 등록정보 회사명, 사업자등록번호 를 입력하는 관리자화면 디자인관리 에서, 해당 부분에 분석스크립트를 삽입하시면 됩

니다.
이러한 EC호스팅 서비스의 경우, 일반적으로 회사의 등록정보를 입력하는 란에 HTML 적용여부를 선택하게 되어 있으므로, HTML 형식으로 입력함을 체크하시고 분석스크립트를 붙여넣으시면 모든 페이지에 일괄 적용되게 됩니다.




임대형쇼핑몰 유형별 자세한 적용방법은 분석스크립트 적용 가이드 임대형쇼핑몰 을 참고하시기 바랍니다.

참고 캠페인별 매출분석은 커머스레벨 이상일 경우에 해당됩니다. 비즈니스 이하 레벨의 경우 필수 분석스크립트를 삽입하시면 됩니다.

## 호스트/캠페인 스크립트

최종 수정일 2012 08 17 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/3002

| 해당 제품 서비스 | |
|---|---|

로거 캠페인으로 유입된 방문자가 호스트가 다른 페이지로 이동하여 발생시킨 전환은 캠페인에 대한 전환으로 리포팅되지 않습니다. 호스트가 변경되면 이전 호스트의 캠페인 정보를 유지하지 못하기 때문입니다.

**현상**

요즘 많은 웹사이트들은 여러 개의 호스트를 혼용하여 사용하고 있습니다. 프론트페이지의 www.yourdomain.com, 회원가입 페이지의 join.yourdomain.com, 주문페이지의 pay.yourdomain.com처럼 www, join, pay 등의 호스트를 구분하는 경우입니다.

예를 들어, A라는 사람이 로거의 캠페인을 통해 www.yourdomain.com이라는 쇼핑몰에 방문했습니다. A는 쇼핑몰 이곳저곳을 돌아다니다가 물건을 하나 구매했는데, 구매완료 페이지의 호스트는 pay.yourdomian.com으로 캠페인 랜딩페이지의 호스트와 다릅니다. 이런 경우, 구매전환은 측정되지만 캠페인의 저장과 유지를 위해 쿠키라는 메서드를 사용함으로 인해, 이 전환을 캠페인의 성과로 인식하지는 못합니다.

**해결 방안**

캠페인 랜딩페이지와 전환 페이지의 호스트가 다르더라도, 캠페인 정보를 유지하기 위해서는 추가적인 스크립트 태깅이 필요합니다. 캠페인 랜딩페이지에 캠페인의 쿠키를 발행하는 스크립트를 추가하는 것입니다. 아래 스크립트를 캠페인 랜딩페이지 로거 기본스크립트 밑에 추가하시면 됩니다.

```
**********************************************************************************************

 !   LOGGER ADDED TRACKING SCRIPT FOR USERS OF MULTIPLE HOST

 script type= text/javascript

// Replace  myDomain.com  into your root domain.

var  TRK ROOT DOMAIN    yourdomain.com ;

 TRK ROOT DOMAIN    .    TRK ROOT DOMAIN;

var  TRK CC EXIST    trk getCookie   TRK CC  ;

if  TRK CC EXIST !          TRK CC EXIST != null

var today=new Date  ;

today.setTime today.getTime      TRK LIFE  ;

document.cookie=  TRK CC      TRK CC EXIST   ; path=/;

domain=    TRK ROOT DOMAIN   ; expires=   today.toGMTString     ; ;

 /script

 !   END OF LOGGER ADDED TRACKING SCRIPT FOR USERS OF MULTIPLE HOST

**********************************************************************************************
```

* 위의 빨간색으로 표시된 부분은 사용자의 도메인으로 대체하여 작성. www 제외.

**관련 리포트**

- 마케팅캠페인 캠페인 효과 캠페인별 회원/주문/매출
- 마케팅캠페인 캠페인 효과 캠페인별 방문/회원가입/주문/매출 추세
- 마케팅캠페인 캠페인 효과 캠페인별 방문/회원가입/주문당 비용
- 마케팅캠페인 캠페인 특성 캠페인별 회원특성
- 마케팅캠페인 캠페인 특성 캠페인별 주문상품

# 문제 해결 및 참고

## 방문경로 검출 불가 문제

최종 수정일 2011 11 30 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/258

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**참조 referrer 의 미검출 문제해결 방문경로가 모두 Bookmark/Direct 로 나타나는 문제**

**A. 프레임을 이용한 도메인 포워딩**을 사용하실 경우

프레임을 이용한 도메인 포워딩 서비스등을 사용하여, 웹브라우저 주소창에 표시되는 도메인과 실제 웹페이지의 도메인이 다른 경우 이 방법을 사용하셔야 합니다.

Frameset를 표현하는 웹페이지와 프레임 내부의 웹페이지의 도메인 호스트명 이 같을 경우에는 프레임을 표시하는 HTML 페이지 Frameset 내에 분석스크립트를 삽입하실 필요가 없습니다.

도메인 포워딩 서비스 등을 사용하시는 경우에는 아래 예시와 같이 분석스크립트를 삽입하시기 바랍니다.

```
<html>

<!-- HTML 태그 시작후 HEAD 태그가 반드시 있어야 합니다. -->
<head>
<title>프레임(도메인포워딩등을 위한)내에서 분석스크립트의 사용예</title>

<!-- 프레임셋을 구성하는 HTML 페이지 내에서 분석스크립트 사용시에는 반드시 HEAD 태그내에 존재해야합니다. -->
<!-- 로그분석스크립트 시작 -->
이곳에 해당상점의 로그분석 스크립트가 들어갑니다.
<!-- 로그분석스크립트 종료 -->

</head>
<!-- 반드시 HEAD 태그가 닫혀져야 합니다. -->

<!-- 프레임셋을 구성하는 HTML 페이지내에서는 BODY 태그가 사용되어서는 안됩니다. -->

<!-- 다음 프레임셋 구성은 샘플입니다. -->
<frameset rows="24,*" frameborder="NO" framespacing="0">
<frame name="sohobar" noresize src="http://yourdomain.com/a.html" marginheight="0">
<frame name="ecdinit" src="http://yourdomain.com/b.html" marginheight="0">
</frameset>

<!-- NOFRAMES 태그는 생략하셔도 무방합니다. -->
<noframes>
<body>
<!-- NOFRAMES 태그내에서만은 BODY 태그가 사용될수 있습니다(주의) -->
이 웹사이트는 프레임을 지원하는 웹브라우저가 필요합니다.
</body>
</noframes>

<!-- 프레임셋을 구성하는 HTML 페이지내에서는 BODY 태그가 사용되어서는 안됩니다. -->

</html>
```

**B. 이외의 경우에는 아래의 2가지 방법이 가능합니다.**

1. 표준 HTTP 리다이렉션 redirection 을 이용한 방법 추천

외부에 링크된 홈페이지의 주소가
http://domain.com/인 경우 보통 기본 페이지인
index.html 또는 default.html 등이 나타납니다.

하지만 실제 사용자에게 보여지는 웹페이지는 http://domain.com/main/frame.html 등으로
구성되어 meta 태그 등으로 이동시키는 경우 index.html 또는 default.html 등의 페이지에 다음과 같이 코딩이 되어 있는 경우  발생하는 문제입니다.
외부 검색엔진이 쉽게 웹사이트에 들어오기 힘드므로 인터넷 마케팅 목적으로도 중요한 사항입니다.

* 표준 HTTP프로토콜의 리다이렉션을 사용하셔야 합니다.

```
        index.html
  html
  head
  meta http  equiv=Refresh content=0;url=main/frame.html
  /head
  /html

또는
        index.html
  html
  head
  script language=javascript
document.location =  main/frame.html ;
  /script
  /head
  /html
```

위와 같이 되어 있는 경우
HTTP프로토콜의 REDIRECT기능을 사용하지 않고, HTML이 제공하는 REFRESH 또는 자바스크립트의 URL지정방식을 사용하는 경우입니다.
웹브라우저가 참조페이지 REFERRER 를 모두 잃어버리게 되며, 따라서 모두 북마크접속 또는 직접접속으로 나타나게 됩니다.

이를 해결하기 위해서는 다음과 같이 index.php 또는 default.asp를 생성하여 index.html을 삭제하고 대체해야 합니다.

* 아래 예시에서 main/frame.html을 실제 이동될 URL로 대체하세요.

**PHP를 사용하는 경우**

```
    ex  index.php
  ?
  retRef =    SERVER  HTTP  REFERER  ;
  retUrl =    SERVER  QUERY  STRING  ;
header    Location: target.html? .  retUrl.   source= .  retRef  ;
?
```

**ASP를 사용하는 경우**

```
    ex  default.asp

retRef = Request.Servervariables   HTTP  REFERER
retUrl = Request.ServerVariables   QUERY  STRING
response.redirect   target.html?     retUrl       source=     retRef
```

**JSP를 사용하는 경우**

```
    ex  index.jsp

retRef = request.getHeader   referer  ;
retUrl = request.getQueryString  ;
response.sendRedirect    target.html?     retUrl       source=     retRef  ;
```

**HTML를 사용하는 경우**

```
    ex  index.html
  script language=  javascript
var logtrk  goURL     target.html ;

//아래 라인은 수정하지 않습니다.
var logtrk  ref =      document.referrer.replace /\?/g,     3F    .replace /  /g,     26  ;
var logtrk  param =      document.location.search.substr 1 ;

if  logtrk  param !
if  logtrk  goURL.indexOf   ?       0
logtrk  goURL = logtrk  goURL            logtrk  param;
  else
logtrk  goURL = logtrk  goURL     ?     logtrk  param;
```

```
if  logtrk  ref !
if  logtrk  goURL.indexOf   ?       0
logtrk  goURL = logtrk  goURL       retRef=Y  source=     logtrk  ref;
  else
logtrk  goURL = logtrk  goURL     ?retRef=Y  source=     logtrk  ref;


document.location = logtrk  goURL;

  /script
```

위와 같이 HTML리프레시 메타태그 및 자바스크립트를 이용한 URL이동이 아닌
HTTP 헤더를 통해 redirection을 해야 외부참조 페이지 검색엔진 및 검색키워드  등이 정확히 검출됩니다.

2. Refresh 또는 자바스크립트 Location 이전에 분석스크립트를 삽입하는 방법

첫페이지에서 메인페이지로의 이동방법으로서 사용하는 방법은 크게 3가지가 있습니다.

1. HTTP 표준 redirect 를 사용하는 방법.  추천되는 방법
2. HTML 태그의 meta refresh 태그를 사용하는 방법.
3. Javascript 의 document.location =  URL ; 을 사용하는 방법입니다.

위의 2,3 번째는 브라우저가 referer 참조링크 정보를 잃은 후에 분석스크립트가 있는 메인페이지로 이동되므로, 방문자경로 정보를 얻을 수 없게 됩니다.

이 경우 1번의 방법으로 변경하는 것을 추천드립니다만, meta 태그의 노출 및 기타사유 등으로 인하여 불가능한 경우에는,
다음의 방법과 같이 페이지 이동을 위해 존재하는 인덱스페이지 내까지 분석스크립트를 삽입하시면 이동명령보다 위쪽 라인에 삽입  방문자경로를 얻을 수 있습니다.

* 2번, 3번의 경우 각 해당 명령라인이 분석스크립트 이후에 위치하도록 합니다.

* 2번의 META REFERESH 사용의 예시  정확한 HTML문법은 아닙니다만, 정상적으로 작동됩니다.

*** HTML REFERSH 에 의한 이동방법**

```
HTML
HEAD
TITLE  웹사이트타이틀  /TITLE
META content=  메타태그 디스크립션 문자열  name=DESCRIPTION
META content=  메타태그 키워드 문자열  name=KEYWORD
```

```
  /HEAD
  BODY
  !  분석스크립트 시작
이 부분에 분석스크립트가 위치합니다.
  !  /분석스크립트 끝

  !  웹사이트의 메인페이지로 이동하는 자바스크립트
  META http  equiv=  refresh  content=  0; url=/main/main.html
  !  /웹사이트의 메인페이지로 이동하는 자바스크립트
  /BODY
  /HTML
```

*** JAVASCRIPT에 의한 이동방법**

```
  HTML
  HEAD
  TITLE  웹사이트타이틀  /TITLE
  META content=  메타태그 디스크립션 문자열  name=DESCRIPTION
  META content=  메타태그 키워드 문자열  name=KEYWORD
  /HEAD
  BODY
  !  분석스크립트 시작
이 부분에 분석스크립트가 위치합니다.
  !  /분석스크립트 끝

  !  웹사이트의 메인페이지로 이동하는 자바스크립트
  script language= JavaScript
document.location =  /main/main.html ;
  /script
  !  /웹사이트의 메인페이지로 이동하는 자바스크립트
  /BODY
  /HTML
```

## 방문경로 강제 지정 방법

최종 수정일 2011 12 27 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/260

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

플래시 배너 Flash Banner 광고 등과 같이 ActiveX/OCX 계열을 통한 링크는 웹브라우저와 별도로 이동 URL 주소를 전송하므로 웹브라우저는 서버에 어떠한 방문경로 정보 REFERER/REFERRER 를 전달하지 않습니다.

따라서, 이와 같이 방문경로 정보를 전달하지 않는 인터넷 환경에서는 별도로 방문경로 검출을 위한 설정이 필요합니다.
본 시스템에서는 다음과 같은 기본적인 방법을 제공합니다.

간편 광고분석 기능을 이용한 방문수 검출방법 : 간편 광고분석 베이직서비스 이상
광고분석기능을 이용한 노출/클릭/클릭율의 검출방법 : 플래시 광고 분석스크립트 생성 스탠다드서비스 이상
캠페인 분석기능을 이용한 방문자 및 재방문, 시나리오 전환율, 회원가입율, 주문율, 매출액 등 캠페인 ROI 분석 : 캠페인 분석 코드 생성 커머스서비스 이상

위 방법 외에 본 도움말 페이지에서는 방문경로 정보를 사용자가 강제적으로 지정하여 방문경로 관련 리포트들 방문방법, 참조링크페이지, 참조링크 호스트/도메인 에서 포함되도록 하며, 방문경로와 연관된 리포트 참조 도메인별 주문,매출,회원가입,등록율까지 연관을 미치게 하는 **방문경로 정보 강제지정 방법** 에 대하여 설명합니다.

**방문경로 정보를 강제적으로 지정하는 방법**

플래시 배너와 같이 방문경로정보 REFERER 를 전달하지 않는 방법에서 다음과 같이 플래시 내의 클릭시 이동할 URL 뒤에 파라미터를 추가합니다.

> ex1 플래시 배너가 http://www.partnerdomain.com 에서 게재될 경우
> 기존 이동 URL http://www.yourdomain.com/
> 변경후 이동 URL http://www.yourdomain.com/?retRef=Y source=http://www.partnerdomain.com
>
> ex2
> 기존 이동 URL http://www.yourdomain.com/main.jsp
> 변경후 이동 URL http://www.yourdomain.com/main.jsp?retRef=Y source=http://www.partnerdomain.com
>
> ex3
> 기존 이동 URL http://www.yourdomain.com/main.jsp?para=apple
> 변경후 이동 URL http://www.yourdomain.com/main.jsp?para=apple retRef=Y source=http://www.partnerdomain.com

위 예시와 같이 기존 이동할 URL 뒤에 retRef=Y source=방문경로URL 와 같이 파라미터를 추가합니다.

**유의하실 점**

방문경로 URL 은 반드시 http:// 로 시작되어야 합니다.

**지정할 방문경로 URL은 호스트명 Host Name 또는 도메인명 Domain Name 까지만 입력하도록 합니다.**
* 본 기능은 방문경로 호스트/도메인을 검출하여 연관리포트에 반영하도록 하는 것이 목적입니다.
호스트 도메인 명 뒤에 상세 URL을 추가하여도 호스트명까지만 검출하여 리포트에 반영됩니다.

방문경로 URL 호스트명 을 직접 지정하시는 방법이므로, 플래시배너가 게재되는 웹사이트에 맞도록 retRef=Y source= 뒤의 방문경로URL에 맞는 곳에서 게재되도록 하셔야 하겠습니다.
retRef=Y source=http://aaa.com 과 같이 적용된 플래시 배너를 http://bbb.com 웹사이트에 게재하더라도 방문경로에서 http://aaa.com으로 잡히게 되기 때문입니다.

## 자동 Submit되는 페이지의 분석스크립트 실행

최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/261

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

* 특정 프로세스 페이지로 페이지 로딩 시 자동적인 FORM SUBMIT이 이루어지는 웹페이지에서의 분석스크립트 적용방법

**현상**
위 제목과 같은 웹페이지는 일반적으로 HTML페이지내에서 자바스크립트 태그를 이용하여 FORM SUBMIT이 이루어지며,
FORM SUBMIT이 이루어지는 자바스크립트의 실행은
1. HTML 내 JavaScript 태그내 inline으로 form submit 함수를 호출하거나,
2. HTML Body태그의 onLoad 이벤트에서 form submit 함수를 호출합니다.

이때 HTML페이지의 로딩완료 후 로그분석 스크립트 가 실행되어 분석데이터를 로그분석 서버에 전송해야 합니다만,
이에 앞서, 또는 이와 동시에 form submit이 이루어져 HTML Page가 unLoad되면 해당 페이지내의 스크립트 실행과 네트워크연결을 통한 작업이 중단되게 됩니다.

위와 같은 현상으로 인해 로그분석 스크립트의 정상적인 실행을 막아 분석이 올바르게 이루어지지 못하게 됩니다.
이는 사용자 PC의 CPU속도 및 네트워크 응답속도에 따른 브라우저의 작동속도에 영향을 받습니다.

**해결방법**
본 현상은 스크립트임베딩 Script Embedding 방식의 로그분석 방법에서 발생할 수 있는 일반적 사항으로서, 다음과 같은 방법을 제시합니다.
이미 몇 차례 본 방법으로 원활한 분석이 이루어지도록 한 바가 타 사례에 있는 관계로, 귀사의 경우에도 어렵지 않게 적용될 것으로 예상됩니다.

적용방법은 로그분석 스크립트가 실행된 후 form submit이 실행되도록 하는 것으로써, form submit하는 함수의 호출시점과 로그분석 스크립트 실행시점에 시간적 차이를 두는 것이 목적입니다.

setTimeout form submit 함수호출명령, 지연시간 ;

위에서 지연시간은 msec 밀리세컨드 단위의 정수이며, 함수호출명령은 문자열 값입니다.

ex1 setTimeout document.formA.submit , 100 ;
ex2 setTimeout mySubmitFunction , 200 ;
ex3 body

위 지연시간은 100  300 밀리세컨드 0.1초  0.3초 정도를 권장하여 드립니다.

**참고**

**Q** 지연시간 적용으로 인해 사용자가 불편을 느끼지는 않습니까 ?

**A** 일반 웹페이지의 경우 페이지 로딩에서 차이를 느낄 수 있겠지만, 자동적인 Form Submit에 의해 Process처리하는 페이지로 이동하는 경우에는 Process와
함께 인식되므로 0.1  0.3초의 차이를 사용자는 느끼기 어렵습니다.

**Q** setTimeout에 의한 명령 지연실행이 실행되지 않을 수도 있나요 ?

**A** setTimeout명령은 이미 사용자의 브라우저에 전달된 후, 지연시간 후 최종실행되는 방식으로써, 사용자가 stop버튼을 누르거나, ESC키를 눌러도 반드시 실행됩니다.

## 캠페인 효과 지속일수

최종 수정일 2011 04 27 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/528

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨  이상 |
| **제공되는 리포트** | 캠페인별 회원등록 추세<br>캠페인별 주문 추세<br>캠페인별 매출 추세<br>캠페인별 회원등록당 비용<br>캠페인별 방문당 비용<br>캠페인별 방문 추세<br>캠페인별 주문당 비용<br>캠페인별 비용대비 매출 ROI<br>캠페인별 주문상품<br>캠페인별 회원등록/등록율<br>캠페인별 회원/주문/매출<br>캠페인별 회원특성<br>캠페인별 랜딩페이지 반송률 |

캠페인을 통한 방문자가 방문 당시 회원가입 또는 구매를 하지 않고 웹사이트를 떠난 뒤,
얼마의 기간이 지난 후 해당 캠페인을 기억하고 다시 웹사이트를 재방문하여 회원가입 또는 상품을 주문하였다면
이러한 방문자와 회원가입 및 주문은 캠페인을 통한 효과로 볼 수 있습니다.

위와 같이 캠페인을 통한 웹사이트 방문자가 이후 웹사이트를 재방문하였을 때 어느 정도의 기간까지 해당 재방문자를 캠페인의 효과로 인한 방문으로 인정할 것인지에 대하여 기간을 설정하는 기능이 **캠페인 효과 지속일수** 입니다.

캠페인이 종료된 이후라도, 지정한 캠페인 효과 지속일수 캠페인코드 사용 시  L  파라미터  캠페인 분석코드 생성 참고 까지 방문에 의한 주문이 있다면, 해당 캠페인에 의한 주문수로 측정됩니다.

캠페인의 효과지속기간이 예를 들어 30일일 때, 캠페인이 종료된 이후라도 30일간 해당 캠페인에 의한 주문수가 측정될 수 있습니다.

만약 이메일 캠페인과 같이 캠페인에 의한 방문시기가 예측이 불가능한 경우, 해당 사용자가 캠페인에 의한 접속주소를 고의적으로 북마크한 경우에는, 캠페인의 종료기간에 효과인정기간을 더한 기간보다 더 늦은 시기에라도 캠페인에 의한 효과가 발생할 수 있습니다.

* 캠페인의 효과인정 기간을 표현하는 파라미터명은 **L** 입니다.
* 캠페인 효과인정 지속 기간 설정은 선택사항이며, 사용하지 않을 경우 14일로 기본설정됩니다.
* 단위는 일 day 입니다.

ex 30일의 효과인정 캠페인인 경우
http:// yoursite.co.kr/**? C 0000 L 30**
http:// yoursite.co.kr/abc.html**?**parameter=value **C 0000 L 30**

캠페인 기능의 사용방법은 아래 항목을 참고하시기 바랍니다.
캠페인 분석코드 생성

## 네이버 전환값 사용자 설정

최종 수정일 2010 03 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/2001

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

네이버 전환값은 키워드를 통하여 방문한 방문자가 웹사이트 내에서 회원가입이나 주문 등 성과를 일으킨 값을 말합니다.
아래의 화면은 전환 분석에 필요한 페이지 URL 정보 입력과 전환가치를 간편하게 설정하는 방법입니다.
예 전환수 : 회원가입수, 주문수 등 /전환매출 : 매출액, 회원가입당 성과비용 등

**전환 페이지 생성/수정**
경로: 리포트 매니저 리포트 설정 네이버 전환값 사용자 설정 전환 페이지 설정




1. 분석하고자 하는 서비스를 선택합니다.
2. 페이지 URL을 예제와 같이 입력합니다.
예1 http://yourdomain.co.kr/support FR/news vw.tsp?id=678 catCode=report

파라미터까지 모두 포함된 전체 페이지 URL을 전환 분석하고 싶다면,
span style= / http://yourdomain.co.kr/support FR/news vw.tsp?id=678 catCode=report 입력합니다.
예2 http://yourdomain.co.kr/support FR/news vw.tsp?id=678 catCode=report
id 파라미터 값까지 포함된 페이지를 전환 분석하고 싶다면,
http://yourdomain.co.kr/support FR/news vw.tsp?id=678 catCode=.* id 파라미터 값 이외의 파라미터 값들은 .* 표기하고 입력합니다.
예3 http://yourdomain.co.kr/support FR/news vw.tsp?id=678 catCode=report
파라미터와 상관없이 해당 페이지만을 전환 분석하고 싶다면,
http://yourdomain.co.kr/support FR/news vw.tsp?id=.* catCode=.* id 모든 파라미터 값들을 .* 표기하고, URL 을 적습니다.
3. 해당 페이지 URL을 읽을 때마다 부여하고 싶은 전환가치를 입력합니다.

**주의사항**

최초 로거 고객 센터와 통화시 위의 방법으로 간편 설정을 할 경우에만 URL이 입력되어 있으며
고객님께서 직접 설정했을 경우는 URL이 입력되어 있지 않습니다.
웹사이트의 HTML 소스코드에 직접 환경변수 설정을 변경하고 싶을 경우 아래를 참고하시어
설정을 변경하시면 됩니다.

1. 페이지내 직접 설정
웹사이트의 HTML 소스코드에 직접 환경변수를 설정합니다.
온라인 Help 환경변수 설정 스크립트란?
PDF 문서 분석스크립트 적용가이드
2. 직접설정 상세 가이드
주문상품금액 설정 : 환경변수 TRK OA 설정방법
주문상품명 설정 : 환경변수 TRK OP 설정방법
주문상품 수량 : 환경변수 TRK OE 설정방법
웹페이지 성격 정의 : 환경변수 TRK PI 설정방법

**TIP**

전환값 설정에 대한 이해와 설정 문서를 참고하시기 바랍니다.
설정 진행 중 어려움이 있으시면 언제든지 고객센터로 문의 주시기 바랍니다.

PART

# 03

# 리포트 매뉴얼

문서 132건

---

- 트래픽
- 유입
- 광고성과
- 콘텐츠
- 행동
- 전환·매출
- 방문자

# 요약 대시보드

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 홈 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console summary

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 . 서비스 레벨에 따라 매출액 등 일부 지표는 표시되지 않을 수 있습니다.

## 리포트 정의

로그인 후 처음 보이는 화면으로, 선택한 서비스의 주요 지표와 핵심 리포트를 한 화면에 요약한 대시보드입니다.

## 리포트 설명

조회기간 동안의 트래픽 추이, 전환 퍼널, 채널별 유입, 인기 유입 페이지를 위젯 형태로 보여 줍니다.

각 위젯은 상세 리포트로 이어지는 요약이므로, 세부 분석은 위젯 제목 또는 왼쪽 메뉴의 해당 리포트에서 확인합니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 핵심 지표 KPI | 전체 방문수, 순수 방문자 수, 페이지뷰, 방문당 페이지뷰, 평균 체류시간, 신규방문자 비율, 전체 반송수, 매출액 |
| 트래픽 추이 | 일자별 방문수·페이지뷰·반송수 추이 |
| 전환 퍼널 | 방문에서 회원가입·주문까지 단계별 전환 흐름 |
| 채널별 유입 | 유입 채널별 방문 비중 |
| 캠페인별 방문수·반송수 | 등록한 캠페인의 방문수와 반송수 비교 |
| 유입 페이지 TOP 5 | 방문이 시작된 페이지 랜딩 페이지 상위 5개 |

## 사용 방법

화면 위쪽에서 분석할 서비스를 고릅니다.

조회기간을 선택합니다. 기간을 바꾸면 모든 위젯이 같은 기간으로 다시 계산됩니다.

더 자세히 볼 위젯은 해당 상세 리포트로 이동해 확인합니다.

## 리포트 활용

- 매일 사이트의 방문·전환 상태를 한눈에 점검
- 트래픽이 급증하거나 급감한 날을 찾아 원인 리포트로 이동
- 캠페인·유입 채널별 성과를 빠르게 비교

## 유의사항

- 리포트 데이터는 집계 주기에 따라 반영되므로 당일 데이터는 실시간 리포트에서 확인합니다.
- 전환 퍼널은 전환단계 페이지 설정 회원가입 완료·주문완료 페이지 등 이 되어 있어야 의미 있는 값이 나옵니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 페이지뷰

# KPI 모니터링

최종 수정일 2020 02 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1340

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **리포트 설정방법** | KPI 그룹 및 항목 설정<br>알람 설정 |

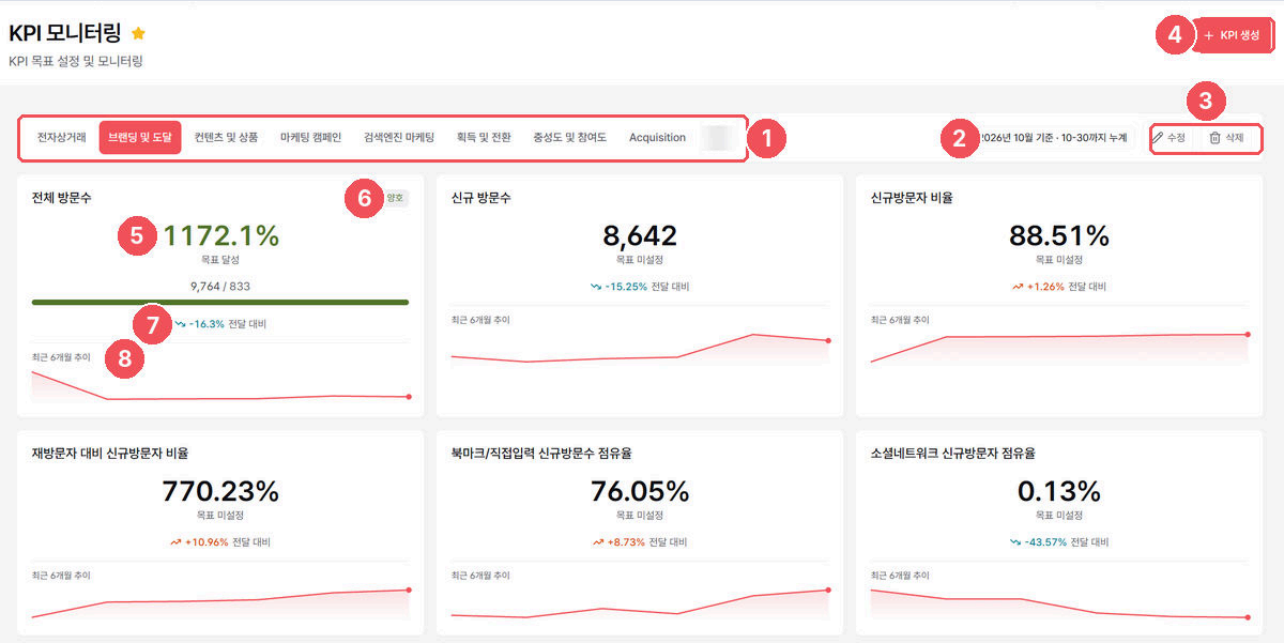
**리포트 정의**

KPI 주요성과지표, Key Performance Indicator 에 대한 주간 변화값과 변화율을 한눈에 모니터링할 수 있도록 그래프와 리스트를 제공하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 리포트는 110개의 주요성과지표 재방문자 대비 처음방문자 비율, 블로그/커뮤니티 처음방문자 점유율, 검색엔진 처음방문자 점유율, 캠페인 방문수 기여율, 방문당 평균 매출액 등 의 주간 변화값과 변화율을 나타냅니다.

본 리포트에서는 KPI 그룹별로 각 KPI 주요성과지표, Key Performance Indicator 의 현재 값과 목표 달성률, 전달 대비 변화율, 최근 6개월 추이를 카드 형태로 확인할 수 있습니다.



1 KPI 그룹 탭입니다. 탭을 선택하면 해당 KPI 그룹 예: 전자상거래, 브랜딩 및 도달, 컨텐츠 및 상품, 마케팅 캠페인 등 에 속한 KPI 항목을 확인할 수 있습니다.

2 조회 기준을 나타냅니다. 예를 들어 2026년 10월 기준 · 10 30까지 누계 와 같이 기준 월과 누계 기준일이 표시됩니다.

3 KPI 그룹 탭 영역의 수정, 삭제 버튼으로 KPI 설정을 수정하거나 삭제할 수 있습니다.

4 KPI 생성 버튼으로 새 KPI를 만들 수 있습니다.

5 목표가 설정된 KPI 항목은 목표 대비 달성률 목표 달성 과 실적 / 목표 값, 진행 막대가 표시됩니다. 목표가 설정되지 않은 항목은 현재 측정값과 함께 목표 미설정 으로 표시됩니다.

6 목표가 설정된 KPI 항목의 상태 예: 양호 가 표시됩니다.

7 전달 대비 변화율은 지난달에 비해 이번 달의 측정값이 어느 정도의 비율로 증가 또는 감소하였는지를 나타냅니다. 예를 들어 지난달의 측정값이 100, 이번 달의 측정값이 110일 경우 10 로 표현됩니다.

8 최근 6개월 추이 그래프로 해당 KPI 항목의 측정값 변화를 확인할 수 있습니다.

TIP 알람설정 기능을 통해 상태값을 이메일로 매주 받아보실 수 있습니다.

**리포트 활용**

KPI 주요 성과지표 모니터링은 웹사이트의 운영목적과 개별 마케팅활동의 결과와 변화를 정기적으로 파악하기 위해 이용됩니다.
따라서 KPI모니터링을 통해 변화가 감지될 때에는 해당 상세 분석리포트를 살펴보아야 합니다.
KPI 모니터링 리포트는 정기 특히 주간 웹사이트 운영 보고서 또는 특정 마케팅활동에 대한 성과보고서 등에 활용할 수 있습니다.
이를 위해서는 코멘트 기능을 활용하시는 것이 편리합니다.
TIP 화면 우측상단의 리포트 검색 기능을 이용하시면 관련 리포트를 쉽게 찾으실 수 있습니다.

**리포트 설정**

KPI 그룹 및 항목설정 을 이용하여 모니터링할 KPI그룹 및 항목을 설정하실 수 있습니다.
KPI 그룹 및 항목 설정, 알람 설정을 참고하시기 바랍니다.
* KPI모니터링 리포트는 KPI항목별 목표관리 설정 없이도 이용 가능합니다.

**참고**

KPI 목표관리
KPI A/B 기간비교
KPI A/B 사이트/채널 비교

**관련 자료**

KPI 리포트 활용하기 로거 추천 프레임 셋, AARRR
성과 측정을 위한 KPI 리포트 사용법

# 실시간 방문자 상세

최종 수정일 2016 02 23 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1227

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**리포트 정의**

필터 옵션에 맞추어 50건 이내의 최근 방문자를 실시간으로 보여주는 리포트입니다.

**리포트 설명**

오늘 현재 시간을 기준으로 가장 최근에 방문한 사람들의 상세데이터를 필터옵션에 맞추어 50건 이내로 보여주는 리포트입니다. 해당 방문에 대한 첫 방문 페이지부터 방문경로, 방문일시, 방문횟수, 방문간격을 비롯하여 검색엔진, 검색어, 서핑경로, CPC광고매체, CPC키워드, 어떤 캠페인에 적용되었는지의 데이터까지 볼 수 있습니다.

* 네이버 클릭초이스 광고의 경우 CPC 키워드/상품 항목에 클릭 시 노출되었던 순위가 표기됩니다. 2016년 2월 18일 오전10시부터 제공

클릭 순위 수집 기준 : PC 파워링크 1위 10위, 비즈사이트 1위 5위 더보기 영역 제외
모바일 파워링크 모바일 1위 제한없음 더보기 영역도 포함

※PC의 경우 네이버에서 더보기 영역에 대한 순위정보는 제공하여 주지 않기 때문에, 최대 비즈사이트 5위까지만 수집합니다.
※제공시간 이후부터 수집된 키워드 정보에만 순위정보가 기입되어 표기됩니다.

리스트의 각 행의 좌측 끝의 방문자 정보에서 아래와 같은 방문자의 정보를 볼 수 있습니다.
성별 비지니스서비스 이상에서 성별값을 세팅하였을 경우 최근 방문자들의 회원 성별을 보여줍니다.
특성 비지니스서비스 이상에서 회원별 특성값을 세팅하였을 경우 최근 방문자들의 회원 특성을 보여줍니다.
IP IP정보를 보여줍니다.
관심방문자 지정 관심 방문자를 등록하고, 확인이 가능합니다.

**리포트옵션**

필터 초기화 최근 데이터로 업데이트할 때 사용합니다.
페이지 선택 페이지를 직접 선택하여 그 페이지의 최근방문자를 조회합니다.
컨텐츠/상품 카테고리 선택 비지니스서비스 이상에서 가능하며 컨텐츠/상품 카테고리를 선택하면 선택한 카테고리에 해당하는 최근 방문자를 보여줍니다.
상품 선택 비지니스서비스 이상에서 가능하며 상품을 선택하면 그 상품을 구매한 최근 방문자를 보여줍니다.
구매 방문자 비지니스서비스 이상에서 최근 방문자중 상품을 구매 주문 한 방문자를 조회할 때 사용합니다.
관심 방문자 관심방문자 지정에 등록한 리스트를 보여줍니다.

**리포트 활용**

최근 방문자 리스트를 통해 방문자의 회원특성, 성향 등을 분석, 사이트 운영 및 마케팅에 활용 가능합니다. 관심있는 회원특성 또는 성향의 방문에 대하여는 관심 방문자로 지정, 이후 웹사이트에 재방문시에도 구분이 가능하도록 하여 특정 회원 특성군에 속하는 방문의 지속적인 분석이 가능합니다.

**유의사항**

본 리포트는 정제되기 이전의 데이터만 리스트로 보여지며, 현재 접속중이라도 장시간 접속중인 방문자는 해당 데이터가 정제 과정을 거친 후라면 본 리포트에 보이지 않을 수 있습니다.

1시간 단위로 데이터가 새로 쌓이며, 그 전 데이터는 리포트에서 보여지지 않습니다.  데이터가 새로 쌓이는 시간은 고객마다 달라 특정지을 수 없습니다.

# 트래픽

## 방문 트래픽 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 트래픽 방문 트래픽 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console visits

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web. 평균 체류시간은 스탠다드 에디션 레벨 이상에서 제공됩니다.

### 리포트 정의

선택한 조회 기간의 방문수·페이지뷰·접속 IP 수·반송수·방문당 평균 페이지뷰·평균 체류시간을 시간대·일·월 단위로 종합 분석하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

사이트 트래픽의 규모 방문수·페이지뷰·접속 IP 수 와 품질 반송수·방문당 평균 페이지뷰·평균 체류시간 을 한 화면에서 확인합니다.

레거시 리포트 페이지뷰 , 방문수 , 접속 IP 수 , 방문당 평균 페이지뷰 , 평균 체류시간 5개가 이 화면으로 합쳐졌습니다. 반송수는 방문 방법 리포트의 반송수 값을 사용합니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 핵심 지표 카드 | 방문수 · 페이지뷰 · 접속 IP 수 · 반송수 · 방문당 평균 페이지뷰 · 평균 체류시간. 방문수와 방문당 평균 페이지뷰는 직전 동일 기간 대비 증감률 전기 대비 을 함께 표시 |
| 분석 단위 탭 | 시간대 · 일 · 월 기본 일 . 시간대 는 조회 기간의 시간대별 일평균을 표시 |
| 방문 추이 차트 | 분석 단위에 따라 평균 시간대 방문 추이 , 일별 방문 추이 , 월별 방문 추이 로 표시. 오른쪽 선택 상자에서 표시할 지표를 고르며 기본 방문수 , 집계 중인 구간은 점선으로 표시 |
| 상세 데이터 표 | 선택 단위별 방문수 · 페이지뷰 · 접속 IP 수 · 반송수 · 방문당 평균 페이지뷰 · 평균 체류시간. 열 제목을 눌러 정렬하며, 일·월 단위는 페이지를 나누어 표시 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 페이지뷰: 페이지뷰
- 방문수: 방문수
- 접속 IP 수: 접속 IP 수
- 방문당 평균 페이지뷰: 방문당 평균 페이지뷰
- 평균 체류시간: 평균 체류시간

### 유의사항

- 방문수는 페이지뷰 발생 간격이 30분 이내로 이어진 활동을 하나의 방문 세션 으로 집계합니다. 같은 사람이 30분 이상 활동을 멈춘 뒤 다시 접속하면 방문수는 2가 됩니다.
- 새로고침으로 다시 열린 페이지도 페이지뷰 1로 집계합니다. 분석 스크립트가 삽입된 페이지만 측정하며, 검색엔진의 검색로봇·스파이더 접속은 포함하지 않습니다.
- 접속 IP 수는 인터넷으로 나가는 최종 IP를 기준으로 합니다. 프록시 서버나 네트워크 주소 변환 NAT 을 쓰는 기업·학교 등에서는 여러 사용자가 1개의 IP로 집계됩니다.
- 시간대 단위는 시간대별 일평균 방문수·페이지뷰만 제공하므로 접속 IP 수·반송수·평균 체류시간은 로 표시되고, 차트의 지표 선택 상자에서도 제외됩니다.
- 평균 체류시간은 마지막 페이지를 열어 둔 채 장시간 자리를 비운 방문도 포함될 수 있으므로 이 점을 감안하여 해석합니다.
- 서비스 레벨에 따라 제공되지 않는 지표는 카드와 표에 로 표시됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 일별 순방문자 수
- 방문 집중 시간대
- 방문 방법

## 페이지뷰

최종 수정일 2018 09 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1001

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

전체 사이트 및 개별 페이지에 대한 페이지뷰 Page View 추세 리포트입니다.

**리포트 설명**

페이지뷰는 웹사이트에 대한 일반적인 트래픽 Traffic 을 측정하는 수단으로 활용됩니다.
로그분석에 있어서 일반적으로 사용되는 측정항목으로, 웹사이트에 대한 접속정도를 가늠하는 데 사용되는 리포트입니다.
따라서 트래픽 Traffic 이라는 용어가 페이지뷰를 의미하는 것으로 사용되는 경우도 있습니다.
페이지뷰 리포트는 웹사이트내 분석스크립트가 삽입된 페이지에 대한 방문자들의 페이지뷰 Page View 를 전체 웹사이트 및 개별 페이지별로 나타낼 수 있습니다.
방문자가 웹사이트에 접속하여 4개의 웹페이지를 보았다면 중복포함 페이지뷰는 4가 됩니다.

**리포트 활용**

캠페인 이메일발송, 배너광고교환 등에 의해 사용자들이 어느 정도 반응하여 접속이 증가하는지 파악
사용자들이 주로 접속하는 시간대 Rush Hour , 요일 등의 파악
웹사이트에 대한 접속수의 변화 추세 파악 연/월/주/일

평균값과 비교하여 웹사이트에 대한 트래픽이 어느 정도 변화가 있었는지 비교
제공되는 예측값을 통하여 현 추세의 속도로 페이지뷰가 증가할 경우의 결과값 예측

### 유의사항

새로고침 Reload 에 의한 페이지 재전송을 통한 페이지 역시 하나의 페이지뷰로 산정합니다.
ex A페이지 B페이지 C페이지 B페이지 B페이지 리로드 로 이동하였을 경우 페이지뷰는 5가 됩니다.
웹페이지 분석스크립트가 삽입된 모든 웹페이지에 한해서 페이지뷰를 측정합니다.
검색엔진의 검색로봇 Robot , 스파이더 Spider 등을 통한 접속은 페이지뷰에 포함되지 않습니다.

### 참고

평균값과 예측값의 산출방법은 평균값과 예측값 을 참고하시기 바랍니다.

## 방문수

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1002

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
|---|---|

### 리포트 정의

웹사이트에 대한 방문수 추세 리포트입니다.

### 리포트 설명

웹페이지 분석스크립트가 삽입된 모든 웹페이지에 대한 방문수의 변화 추세를 기간별 연/월/주/일 로 파악할 수 있습니다.
방문수 Visit 는 웹사이트에 접속하여 사이트내에서 활동한 방문의 수를 나타내는 데 사용되며 페이지뷰 Page View 와 함께 웹사이트의 트래픽 Traffic 을 나타내는 데 많이 사용되는 항목 중 하나입니다.
방문수 Visit 는 실제 방문한 사람의 수가 아니며, 사이트내에서 각 페이지뷰 발생시 페이지뷰 Page View 발생간격이 30분 이내로서, 지속적인 움직임이 있었던 활동을 하나의 단위 Session 로 하여 그 수를 측정한 것입니다.
예를 들어, 어느 사용자가 아침에 출근하여 웹사이트를 둘러본 후, 점심식사 후 다시 한번 동일한 웹사이트에 접속하여 둘러본다면 방문수 Session 또는 Visit 는 2로 측정됩니다. 하지만 아침에 출근하여 웹사이트를 방문 후 점심식사 후까지 30분 이상의 중단 없이 지속적인 활동을 했다면 방문수는 1로 측정됩니다.

ex A페이지 B페이지 C페이지 B페이지 B페이지 리로드 로 이동하는 경우 각 이동간 시간 소요가 30분을 넘지 않는 경우 하나의 세션 Session 으로 측정되므로 1명의 방문자로 측정됩니다.

트래픽 Traffic 측정에 사용되는 페이지뷰 PageView , 방문수 Visit , 접속IP수/방문자수 Visitor 를 나무에 비유하여 설명할 경우, 나무의 기둥은 접속IP Unique IP /방문자수 Visitor , 나무에 붙은 여러 나뭇가지는 방문수 Visit , 나뭇가지에 붙은 여러 나뭇잎은 페이지뷰 Page View 라고 생각할 수 있습니다. 즉, 하나의 IP 또는 방문자수에서 다수의 방문수가 나올 수 있으며, 하나의 방문수에서 다수의 페이지뷰가 나옵니다.

**리포트 활용**

페이지뷰 Page View 와 방문수 Visit 는 트래픽 측정수단으로서 활용용도는 같습니다. 하지만 측정대상이 페이지뷰가 아니라 방문수인 것이 다릅니다.

캠페인활동 등에 의해 방문자수가 얼마만큼 증가하는지 파악하여 캠페인의 효과를 측정할 수 있습니다.

사용자들이 주로 접속하는 시간대 Rush Hour , 요일, 월 등의 파악이 가능하므로 방문이 몰리는 특정기간에 대하여 서버의 증설 또는 실시간 모니터링 등의 보완대책 준비에 많은 도움이 됩니다.

**유의사항**

쿠키 Cookie 를 지원하지 않는 브라우저를 사용한 경우, IP를 이용하여 최후 접속시간으로부터 일정시간을 측정하여 해당 IP로 재접속이 있는 경우 연속된 세션으로 측정됩니다. Proxy 등을 통한 접근인 동시에 쿠키 Cookie 를 사용하지 않는 방문자의 경우 측정되는 세션의 숫자와 Unique IP의 연관성이 낮아집니다.

검색엔진의 검색로봇 Robot , 스파이더 Spider 등을 통한 접속은 방문수에 포함되지 않습니다.

**참고**

하루 동안의 순수방문자수는 일 순수 방문자 리포트를 참고하시기 바랍니다.

주간 순수방문자수는 주간 순수 방문 리포트를 참고하시기 바랍니다.

월간 순수방문자수는 월 순수 방문자 리포트를 참고하시기 바랍니다.

처음 방문한 방문자수는 처음방문 추세 리포트를 참고하시기 바랍니다.

방문자당 평균 페이지뷰는 방문당 평균 페이지뷰 리포트를 참고하시기 바랍니다.

자세한 Logger의 방문자 측정방법은 검출 및 계산기준 의 방문수/방문자수 항목을 참고하시기 바랍니다.

## 접속 IP 수

최종 수정일 2009 06 15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1003

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

웹사이트에 접속한 컴퓨터의 접속IP Unique IP 수의 변화 추세 리포트입니다.

**리포트 설명**

접속IP Unique IP 수는 웹사이트에 접속한 컴퓨터의 IP 수를 나타냅니다. 페이지뷰 Page View , 방문수 Visit 와 함께 트래픽 Traffic 을 나타내는 데 많이 사용되는 항목입니다.

방문자수가 웹사이트에 접속하여 일정한 행동의 단위를 묶어 산출한 접속한 사람 또는 컴퓨터 브라우저 의 수를 나타낸 것에 비해, 접속IP수는 웹사이트에 접속하여 활동한 시간의 연속성을 무시하고 단순히 일정기간 내에 접속한 IP의 개수를 측정하여 나타낸 것입니다.

예를 들어, 어느 공공장소에 놓여진 하나의 컴퓨터를 통하여 10명의 사람이 동일한 웹사이트에 충분한 시간간격 30분 이상 을 두고 접속을 한다면, 발생하는 세션 Session 또는 방문수 Visit 는 10명이 되며, 접속한 IP의 수는 1개가 됩니다.

트래픽 Traffic 측정에 사용되는 페이지뷰 PageView , 방문수 Visit , 접속IP수/방문자수 Visitor 를 나무에 비유하여 설명할 경우, 나무의 기둥은 접속IP Unique IP /방문자수 Visitor , 나무에 붙은 여러 나뭇가지는 방문수 Visit , 나뭇가지에 붙은 여러 나뭇잎은 페이지뷰 Page View 라고 생각할 수 있습니다. 즉, 하나의 IP 또는 방문자수에서 다수의 방문수가 나올 수 있으며, 하나의 방문수에서 다수의 페이지뷰가 나옵니다.
* 좀 더 자세한 Logger의 방문자 측정방법은 검출 및 계산기준 의 방문수/방문자수 항목을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 활용**

하나의 IP접속으로부터 다수의 방문자수가 산출될 수 있으며 이와 같은 접속IP수와 방문자수와의 관계를 통해 다음과 같은 추정이 가능합니다.

방문자수 / 접속IP수의 비율이 매우 높은 경우 하나의 컴퓨터로부터 여러 번의 웹사이트 접속이 일어나는 경우입니다. 즉 고객 방문자 의 웹사이트 선호도/충성도가 높다고 볼 수 있습니다.
* 위의 경우 PC방 등 공공장소의 컴퓨터를 통한 접속인 경우를 감안하여야 합니다.

방문자수 / 접속IP수의 비율이 낮아 1.0 에 가까운 경우 사용자들이 보통 리포트기간 내에 1회 정도 접속하는 사이트로서 충성도가 그리 높지 않다고 볼 수 있습니다.

위의 계산에 의한 리포트는 방문자당 페이지뷰 리포트가 별도 제공되는 것과는 달리 그 활용도가 낮아 별도 제공되지 않습니다.

방문자수는 인간의 활동을 기준으로 측정하는 것에 비해, 접속IP수는 단순 기계적인 측정값으로서 마케팅에 대한 활용도가 낮을 것으로 판단되기도 하나, 방문자수에 비해 절대적인 수치를 제공한다는 점에서 중요성을 찾을 수 있습니다.
따라서 접속 IP수는 방문자수, 페이지뷰와 더불어 상호 보완적인 용도로 활용됩니다.

**유의사항**

본 리포트는 시간당 순수 방문자 수 Session 수 리포트와의 연관분석을 위하여 시간당 중복되지 않는 순수 IP수의 추세를 나타낸 리포트입니다.

검색엔진의 검색로봇 Robot , 스파이더 Spider 등을 통한 접속은 포함되지 않습니다.

IP의 숫자는 방문자 브라우저 또는 PC 를 기준으로 한 측정방법과는 달리, 인터넷으로 나가게 되는 최종 IP를 기준으로 합니다. 프록시서버 Proxy Server 및 네트워크주소변환 NAT 등이 주로 사용되는 기업체, 대규모조직, 학교, 사설네트워크 등에서의 접속인 경우에는 다수의 사용자가 1개의 IP로 측정됩니다. 브라우저 및 PC를 기준으로 한 방문자수 리포트와 상관관계가 낮아질 수 있습니다.

**참고**

각 IP별 전체 방문수는 접속 HOST/IP 리포트를 참고하시기 바랍니다.

# 방문당 평균 페이지뷰

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1004

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

방문자가 한 번의 방문 Visit 을 통해 웹사이트에서 본 평균 페이지뷰 Page View 수의 변화 추세 리포트입니다.

**리포트 설명**

페이지뷰 Page View 를 방문 Visit 수로 나누어 한 명의 방문자가 한 번의 방문 Visit 동안 본 평균 페이지뷰 Page View 수를 나타냅니다.

방문수와 페이지뷰를 이용한 계산에 의해 산출되는 측정값이며, 일반적으로 웹사이트 내용 컨텐츠 의 질과 방문자의 관심도를 나타내는 데 사용됩니다.

이와 유사한 목적으로 이용되는 리포트는 재방문 간격 및 재방문 횟수 리포트가 있습니다.

**리포트 활용**

다음은 본 리포트를 통해 추정할 수 있는 내용입니다.

**1. 방문자당 페이지뷰가 1에 가깝다.**

예상원인 :

웹사이트의 내용이 충실치 못하여 방문자가 첫페이지 접속 후 바로 떠나버립니다.

검색엔진 등을 통해 접속하였으나, 원하는 사이트가 아닙니다.

웹사이트의 디자인이 허술해보여, 지레짐작으로 내용이 부실할 것이라 판단하고 떠나버립니다.

이벤트성 단독페이지의 페이지뷰가 차지하는 비율이 매우 높습니다.

대처방안 :

웹사이트의 내용을 충실히 보완하여, 방문자가 많은 내용을 보고 떠나도록 합니다.

검색엔진 등록시 정확한 내용을 설명하도록 합니다.

웹사이트 방문에 사용되는 주요 검색키워드를 참조하여 방문자가 원하는 내용 또는 내용으로 연결되는 메뉴들을 메인화면 및 메뉴 등에 배치하여 방문자가 쉽게 찾을 수 있도록 합니다.

디자인 및 네비게이션 Navigation 등을 보완하여 사용하기 좋은 웹사이트로 개선합니다.

**2. 별다른 변화 없이 사이트의 메뉴체계를 변경한 이후로 이전 동일기간의 평균값보다 측정값이 증가하였다.**

예상원인 :

네비게이션 Navigation 등이 잘못 디자인되어, 사용자는 불편하게 원하는 페이지를 찾기 위해 여러 페이지를 돌아다녔습니다.

대처방안 :

네비게이션 관련 리포트를 참고하여 사용자들의 흐름을 분석하고 어떠한 페이지를 사용자들이 원하는가 파악하여, 이러한 페이지를 쉽게 접근할 수 있도록 첫페이지에서 보이기 쉽게 연결링크를 위치시키거나 상위메뉴로 옮겨놓습니다.

* 이와 같이 방문자당 페이지뷰 리포트는 여러 가지 원인으로 변동되며, 각 사이트의 특성에 따라 매우 상대적인 값이 나타납니다. 단기간의 측정값에 주목하기보다는 장기간의 추세를 파악하여 기존 평균값과의 비교가 중요합니다.

**유의사항**

검색엔진의 검색로봇 Robot , 스파이더 Spider 등을 통한 접속은 측정되지 않습니다.

본 리포트는 두 가지 이상의 요인에 의해 변화하며, 해당구간내 시간변화에 따른 예측값의 측정이 불가능하므로 예측값이 제공되지 않습니다. 평균값을 통해 대략적인 예측값을 추정하시기 바랍니다.

**참고**

더 자세한 설명을 원하시면 방문자당 페이지 뷰의 산출방법을 참고하시기 바랍니다.

## 평균 체류시간

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1292

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

웹사이트 방문자들의 평균적인 웹사이트 체류시간 추세를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

웹사이트 방문자들이 평균적으로 웹사이트에 얼마나 시간을 할애하는지 방문자의 웹사이트 집중도를 볼 수 있습니다.
그래프의 세로축은 평균 체류시간을 나타내며, 가로축은 조회기간을 나타내어, 조회기간내 방문자들의 평균 재방문 횟수 추세를 확인하시기 편리합니다.

**리포트 활용**

평균 체류시간이 길수록 방문자가 웹사이트에 친숙하고, 많은 정보를 얻고 있다고 할 수 있습니다.

평균 체류시간이 0 에 가깝다면, 웹사이트 컨텐츠를 보강하여 오랜 시간 머무를 수 있도록 하는 노력이 필요합니다.

평균 재방문 횟수가 적은 경우 이벤트 진행이나 지속적인 컨텐츠 제공으로 재방문 횟수를 높이는 노력이 필요합니다.

**유의사항**

마지막 접속페이지의 경우, 한 페이지를 열어 놓은 상태로 점심식사 등 기타 활동으로 장시간 페이지가 노출된 상태로 있는 경우가 있으므로 그런 점을 감안하여야 합니다.

**참고**

페이지별 체류시간 분석은 서핑/체류 시간 페이지별  리포트를 참고하시기 바랍니다.
시간대별 방문수 체류시간 분석은 서핑/체류 시간대별 방문수 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 순방문자 분석

최종 수정일 2026  10  30 · 콘솔 화면: 트래픽  순방문자 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console  uv  analysis

### 해당 제품  서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨  이상, 모바일 App. 순방문자당 방문수는 웹사이트 서비스에서 제공됩니다.

### 리포트 정의

일·주·월 단위로 중복을 제거한 순방문자 수와, 순방문자 1명이 평균적으로 방문한 횟수 순방문자당 방문수 를 분석하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

단위 탭에서 일별·주별·월별을 고르면 해당 단위의 순방문자 수와 같은 단위의 순방문자당 방문수를 차트와 표로 함께 보여 줍니다.

레거시 리포트  일별 순방문자 수 ,  주별 순방문자 수 ,  월별 순방문자 수 ,  순방문자당 방문수  4개가 이 화면으로 합쳐졌습니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 핵심 지표 카드 | 일 평균 순방문자  주별 탭은  주 평균 순방문자 , 월별 탭은  월 평균 순방문자  와  순방문자당 방문수 평균 |
| 단위 탭 | 일별 · 주별 · 월별 기본  일별  . 일별 순방문자 수 · 주별 순방문자 수 · 월별 순방문자 수 |
| 순방문자 추이 차트 | 선택한 단위의 순방문자와 순방문자당 방문수 추이. 집계 중인 오늘·이번 주·이번 달 구간은 점선으로 표시. 순방문자당 방문수 |
| 순방문자 상세 표 | 기간구분 · 순방문자 · 순방문자당 방문수. 페이지를 나누어 표시 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 일별 탭: 일별 순방문자 수
- 주별 탭: 주별 순방문자 수
- 월별 탭: 월별 순방문자 수
- 순방문자당 방문수: 순방문자당 방문수

### 유의사항

- 순방문자는 각 일·주·월 안에서 처음 방문한 1회만 집계합니다. 같은 기간 안에 다시 방문해도 순방문자 수는 늘지 않습니다.
- 서로 다른 일·주·월의 순방문자를 더하면 같은 방문자가 중복 집계되므로, 핵심 지표 카드는 합계가 아닌 단위별 평균으로 표시합니다. 같은 이유로 일별 순방문자를 한 달 동안 더한 값은 월별 순방문자 수와 다릅니다.

- 주별·월별 탭에서 조회 기간의 처음과 끝에 걸친 주·월은 조회 기간에 포함된 날짜만 집계합니다.
- 방문자는 브라우저 쿠키로 구분합니다. 방문자가 쿠키를 삭제하거나 다른 기기를 사용하면 새로운 방문자로 집계됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 방문수

## 일별 순방문자 수

최종 수정일 2013 12 13 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1107

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App |
|---|---|

**리포트 정의**

일 day 을 기준으로 하여 하루 00:00:00 23:59:59 내에서 중복되지 않은 방문자 Unique Visit or Unique Session 수의 변화 추세 리포트입니다.

**리포트 설명**

하루 중 웹사이트에 처음 방문한 최초 1회만 카운트되며 이후의 방문은 카운트되지 않습니다. 오전에 방문하고 오후에 방문하여 새로운 세션이 발생하여도 하루 내에 중복이 제거되므로 일 순수 방문자수는 1이 됩니다.
일 day 단위의 순수 방문자수 리포트이므로, 금일 방문자가 내일 다시 방문한다면 내일은 다시 한번 처음 1회에 한하여 일 순수 방문자로 집계됩니다.

**리포트 활용**

리포트 조회시 기간 설정에 따라,
년 월 추세리포트 조회시는 각 일자별 월합계의 추세리포트의 성격을 갖게 되며,
월 일 추세리포트 조회시는 리포트의 성격에 가장 맞는 일별 순수 방문자수 추세리포트의 성격을 갖게 되며,
일 시간 추세리포트는 하루내의 순수 방문자수의 증가추세 리포트의 성격을 갖습니다.

**유의사항**

일 순수 방문자 추세 리포트에서 기간을 년도 년 월 추세리포트 로 선택하신 후 조회하여 나온 월별 측정값은 각 일별 순수 방문자수의 월별 합계값입니다. 한달 내의 중복되지 않는 방문자수를 분석하는 월 순수 방문자 추세 리포트에서 년도 년 월 추세리포트 로 선택하신 후 조회한 결과값과는 다른 값임을 유의하시기 바랍니다.

**참고**

주간 week 을 기준으로 하여, 일주일 일요일 토요일 내에 중복되지 않은 방문자수의 추세는 주간 순수 방문자 를 참고하시기 바랍니다.

월 month 을 기준으로 하여, 한달 매월1일 매월말일 내에서 중복되지 않은 방문자수의 추세는 월 순수 방문자 를 참고하시기

바랍니다.
방문시기에 상관없이 웹사이트에 처음으로 방문한 방문자수의 추세는 처음방문 추세 를 참고하시기 바랍니다.

## 주별 순방문자 수

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1255

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App |
|---|---|

**리포트 정의**

주간 week 을 기준으로 하여 일주일 일요일 토요일 내 중복되지 않은 방문자 Unique Visit or Unique Session 수의 변화 추세 리포트입니다.

**리포트 설명**

일주일 중 웹사이트에 처음 방문한 최초 1회만 카운트됩니다. 어제 방문하고 달력기준으로 이번주 내에 재방문하여 새로운 세션이 발생하여도 일주일 내에 중복이 제거되어 주간 순수 방문자수는 1이 됩니다. 이번주에 방문한 후 다음주에 방문하게 되면 이번주 1회, 다음주 1회에 한하여 새로운 주간 순수 방문자로 집계됩니다.

**리포트 활용**

리포트 조회시 기간설정에 따라,
년 월 추세리포트 조회시는 각 주간별 월합계의 추세리포트의 성격을 갖게 되며,
월 일 추세리포트 조회시는 주간 순수 방문자수의 일별 증가추세 리포트가 되며,
일 시간 추세리포트는 주간 순수 방문자수의 시간당 증가추세 리포트의 성격을 갖게 됩니다.

**유의사항**

일 순수 방문자 추세 리포트에서 기간을 년도 년 월 추세리포트 로 선택하신 후 조회하여 나온 월별 측정값은 각 일별 순수 방문자수의 월별 합계값입니다. 한달 내의 중복되지 않는 방문자수를 분석하는 월 순수 방문자 추세 리포트에서 년도 년 월 추세리포트 로 선택하신 후 조회한 결과값과는 다른 값임을 유의하시기 바랍니다.

**참고**

일 day 을 기준으로 하여, 하루 00:00:00 23:59:59 내에서 중복되지 않은 방문자수의 추세는 일 순수 방문자 를 참고하시기 바랍니다.
월 month 을 기준으로 하여, 한달 매월1일 매월말일 내에서 중복되지 않은 방문자수의 추세는 월 순수 방문자 를 참고하시기 바랍니다.
방문시기에 상관없이 웹사이트에 처음으로 방문한 방문자수의 추세는 처음방문 추세 를 참고하시기 바랍니다.

## 월별 순방문자 수

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1108

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App |
|---|---|

**리포트 정의**

월 month 을 기준으로 하여 한달 매월1일  매월말일 내에 중복되지 않은 방문자수의 추세 리포트입니다.

**리포트 설명**

한달 중 웹사이트에 방문한 최초 1회만 월 순수 방문자로 카운트됩니다. 어제 방문하고 달력기준으로 이번달 내에 재방문하여 새로운 세션이 발생하여도 한달 내에 중복이 제거되므로 월 순수 방문자수는 1이 됩니다.
이번달에 방문한 후 다음달에 방문하게 되면, 다음달에 최초 1회에 한하여 새로운 월 순수 방문자로 집계됩니다.

**리포트 활용**

 리포트 조회시 기간설정에 따라,
년 월 추세리포트 조회시는 리포트의 성격에 가장 맞는 각 월별 순수방문자수의 추세리포트가 되며,
월 일 추세리포트 조회시는 월 순수방문자수의 일별 증가추세 리포트가 되며,
일 시간 추세리포트는 월 순수방문자수의 시간당 증가추세 리포트의 성격을 갖게 됩니다.

**유의사항**

 일 순수 방문자 추세 리포트에서 기간을 년도 년 월 추세리포트 로 선택하신 후 조회하여 나온 월별 측정값은 각 일별 순수 방문자수의 월별 합계값입니다. 한달 내의 중복되지 않는 방문자수를 분석하는 월 순수 방문자 추세 리포트에서 년도 년 월 추세리포트 로 선택하신 후 조회한 결과값과는 다른 값임을 유의하시기 바랍니다.

**참고**

 일 day 을 기준으로 하여, 하루 00:00:00  23:59:59 내에서 중복되지 않은 방문자수의 추세는 일 순수 방문자 를 참고하시기 바랍니다.

 주간 week 을 기준으로 하여, 일주일 일요일  토요일 내에 중복되지 않은 방문자수의 추세는 주간 순수 방문자 를 참고하시기 바랍니다.

 방문시기에 상관없이 웹사이트에 처음으로 방문한 방문수의 추세는 처음방문 추세 를 참고하시기 바랍니다.

## 순방문자당 방문수

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1288

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨  이상 |
|---|---|

**리포트정의**

일 순수, 주간 순수, 월 순수 방문자들의 평균 방문수를 알 수 있는 리포트입니다.

**리포트 설명**

일/주/월 순수 방문자 visitor 가 평균적으로 얼마나 방문 visit 을 하는지 알 수 있는 리포트입니다.
일 순수 방문자, 주간 순수 방문자, 월 순수 방문자 로 구분하여,
1. 일순수 방문자가 하루동안 얼마나 재방문을 하는지
2. 주간순수 방문자가 일주일동안 얼마나 재방문을 하는지
3. 월순수 방문자가 한달동안 얼마나 재방문이 일어나는지 알 수 있습니다.
순수 방문자당 방문수가 높을수록 웹사이트 컨텐츠 등에 흥미를 가지고 적극적인 활동을 하고 있다는 뜻입니다.

**리포트옵션**

리포트 옵션 버튼 셀렉트박스를 클릭하면 일 순수 방문자, 주간 순수 방문자, 월 순수 방문자 를 선택하여 리포트를 변경할 수 있습니다.

**리포트 활용**

웹사이트 성격에 따라 활용 방안이 달라질 수 있습니다. 구매 혹은 유료 정보를 제공하는 사이트의 경우 순방문자의 방문수가 적다면, 많은 방문이 있을수록 구매 확률이 높아지므로 지속적인 방문을 하도록 유도하여야 합니다.

**유의사항**

방문자의 브라우저에 쿠키설정을 통해서 저장된 후 웹사이트 접속시 추출되어 처리됩니다. 따라서 사용자가 웹브라우저의 쿠키를 삭제하거나, 다른 컴퓨터를 사용한다면, 그 방문자는 새로운 방문자로 인식됩니다.

**참고**

일 day 을 기준으로 하여, 하루 00:00:00 23:59:59 내에서 중복되지 않은 방문자수의 추세는 일 순수 방문자 를 참고하시기 바랍니다.

주간 week 을 기준으로 하여, 일주일 일요일 토요일 내에 중복되지 않은 방문자수의 추세는 주간 순수 방문자 를 참고하시기 바랍니다.

월 month 을 기준으로 하여, 한달 매월1일 매월말일 내에서 중복되지 않은 방문자수의 추세는 월 순수 방문자 를 참고하시기 바랍니다.

## 방문 집중도 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 트래픽 방문 집중도 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console visit time

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web.

### 리포트 정의

선택한 기간의 방문수와 페이지뷰가 어느 요일 월 일 과 시간대 00 23시 에 집중되는지 분석하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

요일별·시간대별 방문수와 페이지뷰, 각각의 비율, 방문당 페이지뷰를 보여 주고 가장 방문이 많은 요일·시간대와 가장 적은 시간대를 강조합니다.

레거시 리포트 방문 집중 시간대 , 방문 집중 요일 2개가 이 화면으로 합쳐졌습니다. 두 패널은 각각 조회 기간을 따로 지정할 수 있습니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 방문 집중 요일 | 패널별 기간 선택, 요일별 방문수 막대 차트 최다 요일 · 최소 요일 · 그 외 구분 , 요일 · 방문수 · 방문수 점유율 · 페이지뷰 · 페이지뷰 점유율 · 방문당 페이지뷰 표. 기간이 7일 이상이면 요일별 평균으로 표시. 방문 집중 요일 |
| 방문 집중 시간대 | 패널별 기간 선택, 00 23시 평균 방문수 차트 최다 시간대 · 최소 시간대 표시 , 시간대 · 평균 방문수 · 방문 비율 · 평균 페이지뷰 · 페이지뷰 비율 · 방문당 페이지뷰 표. 조회 기간 끝이 오늘이면 집계 중인 지금 시간대를 점선으로 표시. 방문 집중 시간대 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 방문 집중 시간대: 방문 집중 시간대
- 방문 집중 요일: 방문 집중 요일

## 유의사항

- 시간대 패널은 조회 기간의 시간대별 일평균 방문수·페이지뷰를 표시합니다.
- 요일 패널은 조회 기간이 7일 이상이면 각 요일이 기간 안에 나온 일수로 나눈 평균을, 7일 미만이면 요일별 합산 값을 표시합니다. 표의 열 이름도 평균 방문수 또는 방문수 로 바뀝니다.
- 요일에 따라 시간대별 분포가 크게 다르므로 시간대 패널은 1주일 이상, 월초와 월말의 차이가 있으므로 요일 패널은 1개월 이상으로 기간을 지정하는 것이 좋습니다.
- 각 패널의 기간은 상단 조회 기간을 기본값으로 하며, 패널에서 따로 지정한 기간은 해당 패널에만 적용됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 방문수
- 페이지뷰

# 방문 집중 시간대

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1110

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
|---|---|

### 리포트 정의

설정한 기간 내의 각 시간대별 페이지뷰와 방문 Visit 수의 평균값을 나타내는 리포트입니다.

### 리포트 설명

일자별 시간대에 방문수의 평균값을 표시하므로, 항상 시간대별 리포트로 표시됩니다.
본 리포트를 통해서 웹사이트의 방문이 어느 시간대에 집중되는지 페이지뷰와 방문수로 방문자의 분포를 파악할 수 있습니다.
두 가지 타입으로 그래프가 제공되어
1. 방문과 페이지뷰의 시간대별 추세와
2. 방문당 페이지뷰가 높은 시간대를 알 수 있습니다.

**리포트 옵션**

그래프를 방문 및 페이지뷰 와 방문당 페이지뷰 로 변경할 수 있습니다.

**리포트 활용**

새벽/주간/저녁/야간의 방문 집중도에 따라, 웹사이트의 고객/방문자의 성향을 유추해 볼 수 있습니다.

사이트 점검작업 등 웹사이트의 일시적인 운영 중단이 불가피한 경우, 방문수가 가장 적은 시간대를 선택하여 작업하면 고객의 불만을 최소화할 수 있습니다.

**유의사항**

요일에 따라서 시간대별 방문수의 분포가 크게 차이가 있으므로 리포트의 기간을 최소 1주일 이상으로 설정하는 것이 좋습니다.

**참고**

요일별 방문집중도를 보시려면 방문 집중요일 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 방문 집중 요일

최종 수정일 2022 03 10 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1112

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |

**리포트 정의**

설정한 기간 내의 각 요일별 페이지뷰와 방문 Visit 수의 평균값을 나타내는 리포트입니다.
단, 기간 1일 선택 시 해당 일자가 포함된 월 데이터가 조회됩니다.

**리포트 설명**

각 요일별 방문수의 평균값을 표시하므로, 항상 요일별 리포트로 표시됩니다.
본 리포트를 통해서 웹사이트의 방문이 어느 요일에 집중되는지 페이지뷰와 방문수로 방문자의 분포를 파악할 수 있습니다.
두 가지 타입으로 그래프가 제공되어
1. 방문과 페이지뷰의 요일별 추세와
2. 방문당 페이지뷰가 높은 요일을 알 수 있습니다.

**리포트 옵션**

그래프를 방문 및 페이지뷰 와 방문당 페이지뷰 로 변경할 수 있습니다.

**리포트 활용**

방문 집중요일로 웹사이트의 고객/방문자의 생활패턴 등을 유추해 볼 수 있습니다.

사이트 점검작업 등 웹사이트의 일시적인 운영 중단이 불가피한 경우, 방문수가 가장 적은 요일을 선택하여 작업하면 고객의 불만을 최소화할 수 있습니다.

**유의사항**

월초와 월말의 요일별 방문수가 크게 차이가 있으므로 리포트의 기간을 최소 1개월 이상으로 설정하시는 것이 좋습니다.

**참고**

시간대별 방문집중도를 보시려면 방문 집중 시간대 리포트를 참고하시기 바랍니다.

# 유입

## 방문 방법

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 유입 방문 방법 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console channel

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상, 모바일 Web.

### 리포트 정의

방문자가 사이트에 들어온 방법 직접유입, 검색엔진, 소셜네트워크, 웹메일 등 을 분류하여 방법별 유입 구성과 전환 성과를 분석하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

레거시 방문 방법 리포트의 방문 방법별 방문수·반송수·회원가입·주문·매출을 핵심 지표, 구성 비중, 일별 추이, 요약 표로 보여줍니다.

방문 방법은 이전 페이지 정보 레퍼러 를 기준으로 직접유입 북마크 등 · 내부유입 · 검색엔진 검색광고 · 검색엔진 검색광고 제외 · 소셜네트워크 · 쇼핑채널 · 웹메일 · 기타 사이트로 분류합니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 핵심 지표 카드 | 총 방문수 · 회원가입 · 주문 · 전환율 · 매출 · 방문당 매출. 전환율은 주문 총 방문수, 방문당 매출은 매출 총 방문수 |
| 방문 방법 유형별 비중 | 방문수 기준 방문 방법 구성 비중 도넛 차트 상위 7개 . 방문 방법 |
| 방문 방법별 방문수 추이 | 조회 기간의 방문 방법별 일별 방문수 추이. 집계 중인 오늘 구간은 점선으로 표시 |
| 방문 방법별 요약 | 방문 방법 · 방문수 · 방문수 점유율 · 반송수 · 반송률 · 그 밖의 전환 지표 · 매출액 비중과 합계 행. 엑셀 다운로드 지원. 웹메일 항목은 웹메일 서비스, 소셜네트워크 항목은 커뮤니티/블로그 참고 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 방문 방법 전체 : 방문 방법
- 웹메일 항목: 웹메일 서비스
- 소셜네트워크 커뮤니티·블로그 항목: 커뮤니티/블로그

### 유의사항

- 방문 방법은 레퍼러로 판정합니다. 플래시 배너처럼 브라우저가 레퍼러를 전달하지 않는 경우에는 직접유입 북마크 등 으로 집계됩니다.

- Outlook 등 개인용 메일 프로그램의 링크로 들어온 방문은 웹메일이 아닌 직접유입으로 집계됩니다. 웹메일·커뮤니티·블로그는 미리 정의한 주요 사이트 목록에 포함된 사이트만 분석합니다.
- 회원가입·주문·매출 등 전환 지표는 서비스 레벨과 전환 설정에 따라 제공 여부가 다릅니다.
- 방문 방법별 비율의 변화는 마케팅 활동과 사이트 변경 등 여러 요인의 영향을 받으므로 다른 유입 리포트와 함께 해석하는 것이 좋습니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 검색엔진 상세
- 소셜 네트워크
- 참조링크 사이트 Host/Domain

## 방문 방법

최종 수정일 2020 09 14 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1007

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

### 리포트 정의

방문자가 웹사이트에 접속한 방법을 분류하여 그 분포를 파이그래프로 나타냅니다.

### 리포트 설명

본 리포트는 고객이 어떻게 웹사이트에 방문하게 되는가에 대한 중요한 정보를 제공합니다.

방문방법은 다음과 같은 방법으로 분류하여 제공합니다.

| 구분 | 수집 기준 | 상황 및 예시 |
|---|---|---|
| 직접유입 북마크 등 | 이전 페이지 정보 레퍼러 가 없는 경우 | 즐겨찾기 또는 직접URL 입력 후 접속한 경우 |
| 내부유입 | 이전 페이지 정보 레퍼러 가 분석사이트 도메인과 같은 경우 | 예 랜딩페이지에 스크립트가 없는 경우 |
| 검색엔진 검색광고 | 이전 페이지 정보 레퍼러 가 광고매체이면서, 광고추적코드를 가지고 사이트에 유입한 경우 | 검색엔진을 통한 방문 중 CPC, CPT 광고와 같이 비용을 지불하는 광고 영역을 통해 유입된 경우 |
| 검색엔진 검색광고 제외 | 이전 페이지 정보 레퍼러 가 광고매체이면서, 광고추적코드 없이 사이트에 유입한 경우 | 검색엔진을 통한 방문 중 유료검색 광고를 제외한 영역을 통해 사이트에 유입된 경우 |
| 소셜네트워크 | 이전 페이지 정보 레퍼러 가 소셜네트워크 사이트인 경우 | 페이스북, 트위터와 같은 SNS나 블로그, 카페 등을 통해 사이트에 유입된 경우 |

| 구분 | 수집 기준 | 상황 및 예시 |
|---|---|---|
| 쇼핑채널 | 이전 페이지 정보 레퍼러 가 쇼핑채널 목록 네이버 쇼핑·쇼핑박스, 네이버 페이 등 에 해당하는 경우. 광고 추적 파라미터가 있으면 제외합니다. 쇼핑채널 사이트 검출 | 네이버 지식쇼핑, 다음 쇼핑하우 등 쇼핑채널을 통해 사이트에 유입된 경우 |
| 웹메일 | 이전 페이지 정보 레퍼러 주소가 웹메일 패턴 다음·네이버·구글 메일 등에 해당하는 경우. 웹메일 판별이 가장 먼저 적용됩니다. 이메일 레퍼러 검출 | 뉴스레터, 홍보메일 등을 통해 사이트에 유입된 경우 |
| 기타 사이트 | 위 7가지 나열된 방문경로를 제외한 영역을 통해 사이트에 유입된 경우 | 예 뉴스기사, 제휴 사이트 등 |

**리포트 활용**

북마크/직접입력 등을 통해 접속하는 방문자수가 많을수록 자주 방문하는 단골 사용자가 더 많다고 볼 수 있습니다.
외부 웹사이트로부터의 링크는 상호간 링크교환이나, 다른 웹사이트에서 소개가 많이 되었다고 볼 수 있습니다.
웹메일 등에 의한 접속수가 증가한다면, 메일발송 등에 따른 효과가 있었다고 볼 수 있습니다.
검색엔진 내 링크를 통한 접속이 많다면, 검색엔진 내 웹사이트가 상위에 랭크되었거나, 좋은 위치에 사이트 설명이 있어 검색결과에서 사이트로의 접근이 용이하도록 되었다고 볼 수 있습니다.

본 리포트는 단순 비율 변화만으로 분석하기는 어려우며, 웹사이트의 마케팅 활동과 각종 웹사이트 내 변화 등에 따라 다양하므로 다각적인 분석이 필요합니다. 일반적인 비율 변화에 따른 견해를 설명하면 다음과 같습니다.
각 항목의 P 는 긍정적 의견, N 는 부정적 의견을 나타냅니다. 증가의 경우가 아닌 감소의 경우 반대의 설명으로 이해하시면 됩니다.

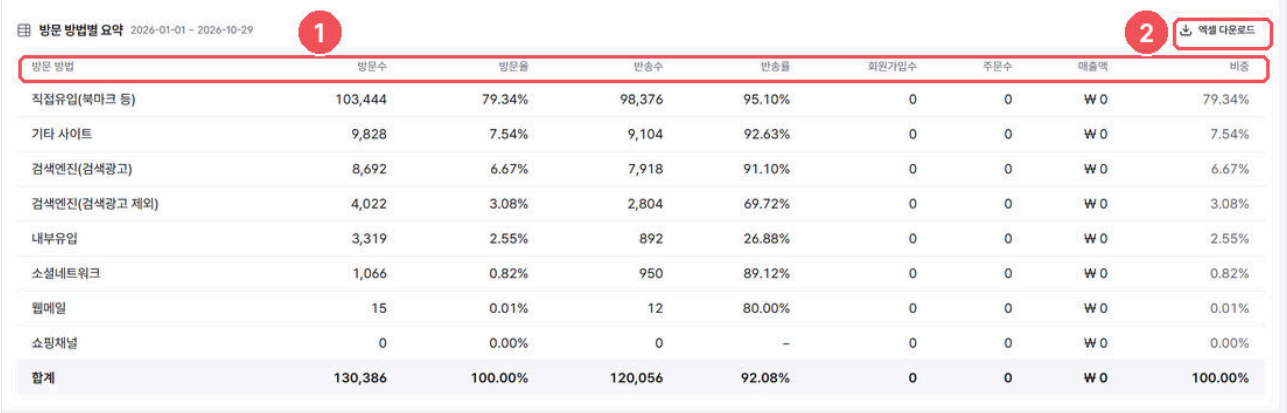
> 북마크 비율증가
> P 기존 단골 방문자의 활동이 상대적으로 증가 또는 플래시배너 등을 통한 방문 증가
> N 검색엔진 마케팅 및 제휴/파트너사 링크, 웹메일 등의 효과 감소
>
> 검색엔진 비율증가
> P 검색엔진 마케팅 효과의 증가, 검색순위 상승 또는 해당 검색어의 인기 상승.
> N 기존 단골 방문자의 활동 감소, 제휴 웹사이트를 통한 방문 및 이미지 배너 등의 효과 감소
>
> 웹사이트 방문비율 증가
> P 제휴/파트너사 등 기타 웹사이트에서 제공하는 링크를 통해 방문자수 증가, 일반 이미지 배너 및 링크효과 증가
> N 기존 단골방문자 감소 및 검색엔진 마케팅 효과 감소 순위하락, 해당 검색어의 인기하락 등
>
> 웹메일 방문비율 증가
> P 이메일 마케팅 효과증가 및 구전효과를 통한 웹사이트 방문 증가
> N 기존 단골방문자, 검색엔진, 제휴파트너사링크등 대부분의 방문자 감소.

리스트의 각 항목명 website/email 등 링크를 클릭하면 해당항목의 상세리포트로 이동하게 됩니다.
* Bookmark/Direct 는 클릭하셔도 이동되지 않습니다.

**리포트 옵션**

방문 방법별 요약 표에서 분석하려는 측정 지표의 데이터를 확인하실 수 있습니다.

* 측정 지표는 서비스 레벨에 따라 다음의 내용으로 제공됩니다.
  방문수, 방문율, 반송수, 반송률 베이직 이상
  회원가입수, 주문수 스탠다드 이상
  매출액 커머스 이상




| 방문 방법 | 방문수 | 방문율 | 반송수 | 반송률 | 회원가입수 | 주문수 | 매출액 | 비중 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 직접유입(북마크 등) | 103,444 | 79.34% | 98,376 | 95.10% | 0 | 0 | ₩0 | 79.34% |
| 기타 사이트 | 9,828 | 7.54% | 9,104 | 92.63% | 0 | 0 | ₩0 | 7.54% |
| 검색엔진(검색광고) | 8,692 | 6.67% | 7,918 | 91.10% | 0 | 0 | ₩0 | 6.67% |
| 검색엔진(검색광고 제외) | 4,022 | 3.08% | 2,804 | 69.72% | 0 | 0 | ₩0 | 3.08% |
| 내부유입 | 3,319 | 2.55% | 892 | 26.88% | 0 | 0 | ₩0 | 2.55% |
| 소셜네트워크 | 1,066 | 0.82% | 950 | 89.12% | 0 | 0 | ₩0 | 0.82% |
| 웹메일 | 15 | 0.01% | 12 | 80.00% | 0 | 0 | ₩0 | 0.01% |
| 쇼핑채널 | 0 | 0.00% | 0 | - | 0 | 0 | ₩0 | 0.00% |
| **합계** | **130,386** | **100.00%** | **120,056** | **92.08%** | **0** | **0** | **₩0** | **100.00%** |

**1.** 방문 방법별 방문수, 방문율, 반송수, 반송률, 회원가입수, 주문수, 매출액, 비중을 확인하실 수 있습니다.
**2. 엑셀 다운로드**를 클릭하면 표의 데이터를 엑셀 파일로 내려받을 수 있습니다.

**유의사항**

대부분의 접속이 Bookmark/Direct 항목으로 분석된다면 방문경로 분석을 위한 레퍼러 검출이 정상으로 이루어지고 있는지 확인해 볼 필요가 있습니다. 크게 2가지 내용에 해당됩니다.

1. 사이트에 접속하는 첫페이지에서 자바스크립트를 이용해 다른 페이지로 포워딩이 이루어지고 있다면 레퍼러가 유실되게 되어 방문경로가 대부분 Bookmark/Direct 로 분석됩니다.
레퍼러 유실에 관한 자세한 사항은 참고 방문경로 검출 불가 문제 항목을 참고하시기 바랍니다.

2. 도메인 URL 구성에 따라 레퍼러가 유실됩니다.
IE 브라우저와 Apple 기기에서 URL이 HTTPS에서 비HTTPS로 전환되는 경우, 레퍼러를 보내지 않거나 다운그레이드합니다.
관리하는 사이트의 도메인을 HTTPS 로 전환한다면 레퍼러는 유실되지 않습니다.

ex 일부 기기/브라우저에서 구글 **https**://google.co.kr 검색을 통해 사이트에 방문하는 경우,
사이트 URL이 구글과 동일하게 https이 아닌 http라면 이전페이지 검색 정보 구글 도메인과 검색어 정보 를 제공하지 않습니다.

**TIP**

방문경로 정보 REFERER 의 강제지정

플래시 배너광고와 같이 브라우저에서 방문경로 정보 REFERER 를 전달하지 않는 환경에서는 플래시 배너광고에 의한 방문자는 기존 방문경로 리포트 방문방법, 방문 호스트/도메인 등 에 포함되지 않고, Bookmark/Direct 에 의한 방문자로 처리됩니다.

이 경우 방문경로 리포트에서 통합 합산하여 리포트를 조회하시고자 할 경우에는 다음 항목을 참고하시기 바랍니다.
참고 방문경로 강제 지정 방법

**참고**

레퍼러 referrer 의 검출에 관하여 자세히 보시려면 참조링크 방문경로/레퍼러 의 검출을 참고하시기 바랍니다.
검색엔진 레퍼러 검출에 관한 자세한 사항은 검색엔진 레퍼러 검출 을 참고하시기 바랍니다.
이메일 레퍼러 검출에 관한 자세한 사항은 이메일 레퍼러 검출 을 참고하시기 바랍니다.
소셜네트워크 레퍼러 검출에 관한 자세한 사항은 소셜네트워크 레퍼러 검출 을 참고하시기 바랍니다.
쇼핑채널 레퍼러 검출에 관한 자세한 사항은 쇼핑채널 레퍼러 검출 을 참고하여 주시기 바랍니다.

**자주하는 질문**

Q. 방문방법 리포트에서 **내부유입** 비중이 너무 높아요. 왜 그런 것이죠?
A. 크게 아래 3가지 경우에서 내부유입 데이터를 수집합니다.
①외부에서 사이트로 유입 중, 스크립트가 호출되기 전에 페이지가 강제이동하여, 이전 페이지 레퍼러 가 분석 사이트 도메인과 같을 경우
②외부에서 유입한 첫 랜딩페이지에 스크립트가 설치되어 있지 않은 경우
③사이트에 유입한 방문자가 장시간 30분 이상 페이지 이동을 하지 않아, 세션이 종료된 후 다시 페이지를 이동한 경우




## 웹메일 서비스

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1010

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

웹메일 예: 한메일, 핫메일, 깨비메일 등 로부터 참조링크를 제공하는 외부 웹페이지의 통계 리포트입니다.

**리포트 설명**

어떤 웹메일 서비스로부터 얼마나 방문하고, 방문자가 증가하는지 파악할 수 있습니다.

**리포트 옵션**

리포트의 처음/재방문 옵션 셀렉트 박스를 클릭하면 처음 혹은 재방문 에 대한 데이터로 필터링이 가능합니다. 필터링 기능은 2007년 5월 4일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2007년 5월 4일 이전이 선택될 경우 데이터 오류가 있을 수 있습니다.

**리포트 활용**

어떤 이메일 서비스에서 방문자가 많이 오는지 알 수 있습니다. 이를 홍보용 이메일 발송 후 효과를 확인할 경우에 유용합니다.

**유의사항**

본 리포트는 Outlook Express 와 같은 개인용 메일 클라이언트 프로그램에서의 링크를 통한 방문은 분석이 되지 않으며, 이러한 경우는 Bookmark/Direct 즐겨찾기/URL입력하여 접속 를 통한 방문으로 분석됩니다.

모든 웹메일 서비스 사이트에서의 접속을 분석하는 것은 아니며, 사용자들이 주로 많이 이용하는 웹메일 사이트를 미리 정의하여 관리하며 이러한 사이트를 통한 접속만을 분석합니다.

스탠다드 서비스 이상의 이메일 광고분석을 진행하면 본 리포트에는 카운트되지 않습니다.

**참고**

분석가능한 웹메일 사이트 리스트는 이메일 레퍼러 검출 항목을 참고하시기 바랍니다.

레퍼러 referrer 의 검출

## 커뮤니티/블로그

최종 수정일 2011 08 18 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1104

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

커뮤니티, 블로그 서비스 및 게시판 예: 다음까페, 프리챌 커뮤니티, 수퍼보드, 티티보드 등 으로부터 접속한 방문을 나타내는 통계 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 리포트는 외부 웹사이트중 커뮤니티, 블로그, 게시판 사이트의 링크를 통해 접속한 방문수 및 전환값을 분석하며 어떤 커뮤니티 또는 게시판 사이트 등에서 관심도를 나타내며 접근하는지 파악할 수 있습니다.

상세 접속페이지 URL은 참조링크페이지 웹페이지 에 포함되어 리포팅되므로 참조링크페이지 웹페이지 를 참고하시기 바랍니다.

따라서, 방문방법 리포트에서는 WebSite 로부터의 접속으로 합산되어 나타납니다.

검출되는 커뮤니티/블로그 서비스 리스트는 다음 도움말을 참고하시기 바랍니다.

커뮤니티/블로그/SNS 등 검출

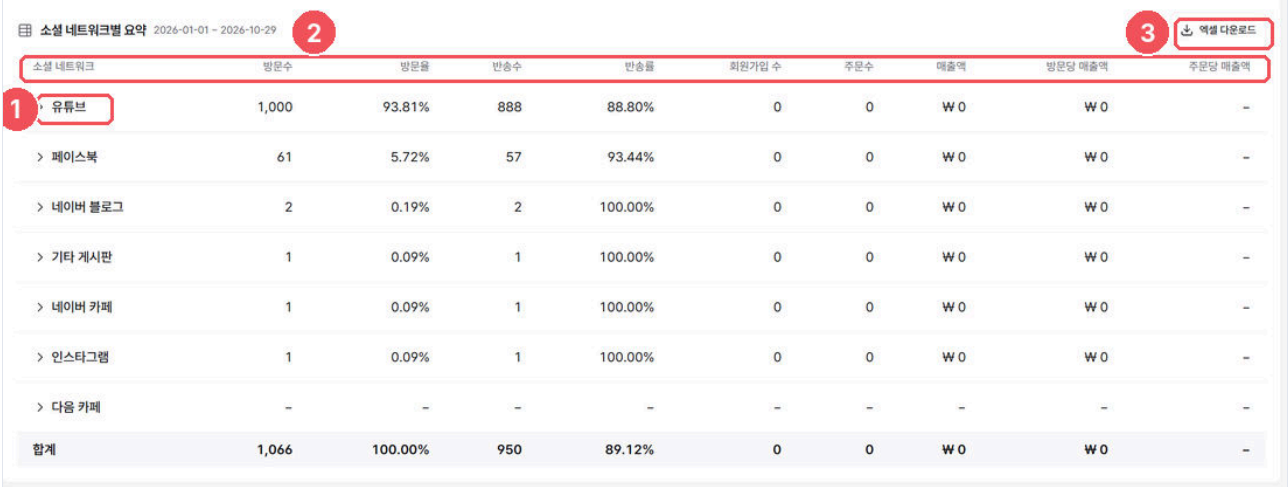
**리포트 옵션**

커뮤니티, 블로그, 카페, 게시판 등을 통한 유입은 **유입 소셜 네트워크** 리포트에서 확인하실 수 있습니다.

리포트의 각 행 왼쪽의 를 클릭하면 해당 항목의 상세 내역을 펼쳐 볼 수 있습니다. 상세 url 제공은 2010년 10월 07일 부터 데이타 확인 가능하며, 리포트의 조회기간이 2010년 10월 07일 이전의 선택일 경우 데이터 오류가 있을 수 있습니다.

소셜 네트워크별 요약 표에서 분석하려는 측정 지표의 데이터를 확인하실 수 있습니다.

* 측정 지표는 서비스 레벨에 따라 다음의 내용으로 제공 되어집니다.
방문수, 방문율, 반송수, 반송률 베이직 이상
회원가입 수, 주문수 스탠다드 이상
매출액, 방문당 매출액, 주문당 매출액 커머스 이상




**1.** 행 왼쪽의 를 클릭하면 해당 항목의 상세 내역을 펼쳐 볼 수 있습니다.
**2.** 방문수, 방문율, 반송수, 반송률, 회원가입 수, 주문수, 매출액, 방문당 매출액, 주문당 매출액을 확인하실 수 있습니다.
**3. 엑셀 다운로드**를 클릭하면 표의 데이터를 엑셀 파일로 내려받을 수 있습니다.

**리포트 활용**

온라인 프로모션 대상을 선정한다거나, 기존 프로모션에 대한 효과 등을 비교할 때 사용 가능합니다.

**유의사항**

본 리포트에서는 모든 커뮤니티, 블로그 서비스 사이트에서의 접속을 분석하는 것은 아니며 사용자들이 주로 많이 이용하는 사이트를 미리 정의하여 관리하며 이 목록에 포함된 사이트를 통한 접속만을 분석합니다.

**참고**

분석가능한 커뮤니티, 블로그, SNS 사이트 리스트는 커뮤니티/블로그/SNS 등 검출 항목을 참고하시기 바랍니다.

# 소셜 네트워크

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 유입 소셜 네트워크 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console social network

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상, 모바일 Web.

## 리포트 정의

SNS·커뮤니티·블로그·카페·게시판 서비스의 링크를 통해 들어온 방문의 유입 구성과 전환 성과를 분석하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

소셜 네트워크별 방문수·반송수·회원가입·주문·매출을 핵심 지표, 구성 비중, 일별 추이, 요약 표로 보여 주며, 요약 표의 행을 펼치면 해당 서비스의 상세 URL별 성과를 확인할 수 있습니다.

레거시 소셜 네트워크 리포트를 기준으로 하며, 이 리포트는 레거시에서 커뮤니티/블로그 와 SNS 리포트가 통합되어 만들어졌습니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 핵심 지표 카드 | 총 방문수 · 회원가입 · 주문 · 전환율 · 매출 · 방문당 매출. 전환율은 주문 총 방문수 |
| 소셜 네트워크 유형별 비중 | 방문수 기준 소셜 네트워크 구성 비중 도넛 차트 상위 7개 |
| 소셜 네트워크별 방문수 추이 | 조회 기간의 소셜 네트워크별 일별 방문수 추이. 집계 중인 오늘 구간은 점선으로 표시 |
| 소셜 네트워크별 요약 | 소셜 네트워크 · 방문수 · 방문수 점유율 · 반송수 · 반송률 · 회원가입 수 · 주문수 · 매출액 · 방문당 매출액 · 주문당 매출액과 합계 행. 행을 펼치면 상세 URL별 같은 지표를 표시. 엑셀 다운로드 지원. 소셜 네트워크 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 소셜 네트워크 전체 : 소셜 네트워크
- SNS 서비스 페이스북 등 : SNS

## 유의사항

- 모든 SNS·커뮤니티·블로그 사이트를 분석하지 않으며, 미리 정의한 주요 사이트 목록에 포함된 사이트를 통한 방문만 집계합니다.
- 방문율은 소셜 네트워크 방문수 합계 대비 비율, 반송률은 해당 항목의 반송수 방문수입니다.
- 다음 카페 와 기타 게시판 은 해당 기간에 방문이 없어도 요약 표에 항목으로 표시됩니다.
- 측정 지표는 서비스 레벨에 따라 제공 범위가 다릅니다. 방문수·방문율·반송수·반송률은 베이직 이상, 회원가입 수·주문수는 스탠다드 이상, 매출액·방문당 매출액·주문당 매출액은 커머스 이상에서 제공됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 방문 방법
- 참조링크 페이지 웹사이트

## 소셜 네트워크

최종 수정일 2012 07 30 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1564

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **제공되는 리포트** | 소셜네트워크 |

**리포트 정의**

SNS, 커뮤니티, 블로그, 게시판 서비스 수퍼보드, 티티보드 등 로부터 접속한 방문을 나타내는 통계 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 리포트는 외부 웹사이트 중 SNS, 커뮤니티, 블로그, 게시판 사이트의 링크를 통해 접속한 방문수 및 전환값을 분석하며 어떤 커뮤니티 또는 게시판 사이트 등에서 관심도를 나타내며 접근하는지 파악할 수 있습니다. 상세 접속페이지 URL은 참조링크페이지 웹페이지 에 포함되어 리포팅되므로 참조링크페이지 웹페이지 를 참고하시기 바랍니다. 따라서, 방문방법 리포트에서는 WebSite 로부터의 접속으로 합산되어 나타납니다.

**검출 서비스 목록**

검출되는 SNS, 커뮤니티, 블로그, 게시판 서비스 목록은 다음 도움말을 참고하시기 바랍니다.
커뮤니티/블로그/SNS 등 검출

**리포트 옵션**

본 리포트는 다음과 같은 리포트 옵션을 제공합니다.
리포트의 처음/재방문 옵션 셀렉트 박스를 클릭하면 처음 혹은 재방문 에 대한 데이터로 필터링이 가능합니다. 필터링 기능은 2007년 5월 4일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2007년 5월 4일 이전이 선택될 경우 데이터 오류가 있을 수 있습니다.
리포트의



버튼 상세 url 제공은 2010년 10월 07일 부터 데이타 확인 가능하며, 리포트의 조회기간이 2010년 10월 07일 이전의 선택일 경우 데이터 오류가 있을 수 있습니다.

**리포트 활용**

온라인 프로모션 대상을 선정한다거나, 기존 프로모션에 대한 효과 등을 비교할 때 사용 가능합니다.

**유의사항**

본 리포트에서는 모든 커뮤니티, 블로그 서비스 사이트에서의 접속을 분석하는 것은 아니며 사용자들이 주로 많이 이용하는 사이트를 미리 정의하여 관리하며 이 목록에 포함된 사이트를 통한 접속만을 분석합니다.

**리포트 업데이트**

본 리포트는 2012년 7월 30일 커뮤니티/블로그 리포트와 SNS 리포트가 통합되어 생성되었습니다.

## SNS

최종 수정일 2011 08 18 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1552

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

SNS Social Network Service 서비스 예: 트위터, 페이스북 등 로부터 접속한 방문을 나타내는 통계 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 리포트는 외부 웹사이트 중 SNS Social Network Service 사이트의 링크를 통해 접속한 방문수 및 전환값을 분석하며 어떤 커뮤니티 사이트에서 관심도를 나타내며 접근하는지 파악할 수 있습니다.

상세 접속페이지 URL은 참조링크페이지 웹페이지 에 포함되어 리포팅되므로 참조링크페이지 웹페이지 를 참고하시기 바랍니다.
따라서, 방문방법 리포트에서는 WebSite 로부터의 접속으로 합산되어 나타납니다.

검출되는 SNS 서비스 리스트는 다음 도움말을 참고하시기 바랍니다.

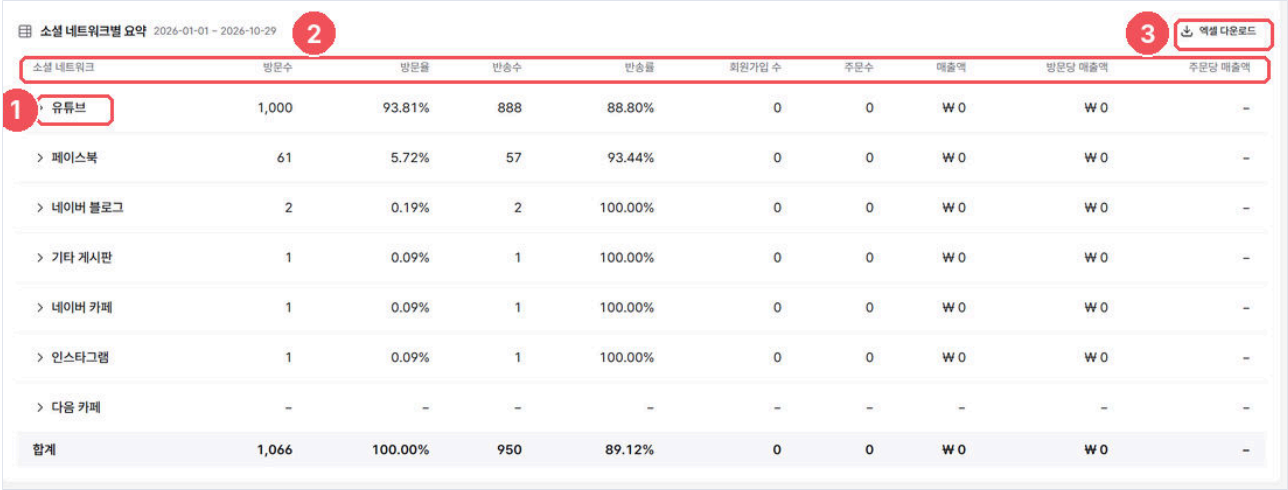
커뮤니티/블로그/SNS 등 검출

**리포트 옵션**

SNS를 통한 유입은 **유입 소셜 네트워크** 리포트에서 확인하실 수 있습니다.
리포트의 SNS 데이터는 2010년 8월 21일 부터 데이터 확인 가능합니다.
리포트의 각 행 왼쪽의 를 클릭하면 해당 항목의 상세 내역을 펼쳐 볼 수 있습니다. 상세 url 제공은 2010년 10월 07일 부터 데이타 확인 가능하며, 리포트의 조회기간이 2010년 10월 07일 이전의 선택일 경우 데이터 오류가 있을 수 있습니다.

소셜 네트워크별 요약 표에서 분석하려는 측정 지표의 데이터를 확인하실 수 있습니다.

* 측정 지표는 서비스 레벨에 따라 다음의 내용으로 제공 되어집니다.
방문수, 방문율, 반송수, 반송률 베이직 이상
회원가입 수, 주문수 스탠다드 이상
매출액, 방문당 매출액, 주문당 매출액 커머스 이상




| 소셜 네트워크 | 방문수 | 방문율 | 반송수 | 반송률 | 회원가입 수 | 주문수 | 매출액 | 방문당 매출액 | 주문당 매출액 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 유튜브 | 1,000 | 93.81% | 888 | 88.80% | 0 | 0 | ₩0 | ₩0 | - |
| 페이스북 | 61 | 5.72% | 57 | 93.44% | 0 | 0 | ₩0 | ₩0 | - |
| 네이버 블로그 | 2 | 0.19% | 2 | 100.00% | 0 | 0 | ₩0 | ₩0 | - |
| 기타 게시판 | 1 | 0.09% | 1 | 100.00% | 0 | 0 | ₩0 | ₩0 | - |
| 네이버 카페 | 1 | 0.09% | 1 | 100.00% | 0 | 0 | ₩0 | ₩0 | - |
| 인스타그램 | 1 | 0.09% | 1 | 100.00% | 0 | 0 | ₩0 | ₩0 | - |
| 다음 카페 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 합계 | 1,066 | 100.00% | 950 | 89.12% | 0 | 0 | ₩0 | ₩0 | - |

**1.** 행 왼쪽의 ▸ 를 클릭하면 해당 항목의 상세 내역을 펼쳐 볼 수 있습니다.
**2.** 방문수, 방문율, 반송수, 반송률, 회원가입 수, 주문수, 매출액, 방문당 매출액, 주문당 매출액을 확인하실 수 있습니다.
**3.** **엑셀 다운로드**를 클릭하면 표의 데이터를 엑셀 파일로 내려받을 수 있습니다.

#### 리포트 활용

온라인 프로모션 대상을 선정한다거나, 기존 프로모션에 대한 효과 등을 비교할 때 사용 가능합니다.

#### 유의사항

본 리포트에서는 모든 SNS 서비스 사이트에서의 접속을 분석하는 것은 아니며 사용자들이 주로 많이 이용하는 사이트를 미리 정의하여 관리하며 이 목록에 포함된 사이트를 통한 접속만을 분석합니다.

#### 참고

분석가능한 커뮤니티, 블로그, SNS 사이트 리스트는 커뮤니티/블로그/SNS 등 검출 항목을 참고하시기 바랍니다.

## 검색엔진

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 유입 검색엔진 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console search engine

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상, 모바일 Web.

### 리포트 정의

검색엔진을 통해 들어온 방문을 검색엔진별로 집계하고, 검색유형 유료검색·자연검색 과 검색어별 성과까지 계층으로 분석하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

검색 유입 규모와 이탈률, 검색엔진별 방문수·반송수를 보여 주고, 상세 표에서 검색엔진 행을 펼치면 검색유형과 검색어별 방문수·반송수를 확인할 수 있습니다.

레거시 리포트  검색엔진 상세 ,  검색유형 유료검색·자연검색  이 이 화면으로 합쳐졌습니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 안내 문구 | 엔진별 방문수와 레거시  검색엔진별 검색어  집계 기준의 차이 안내 |
| 검색 지표 카드 | 검색 유입 방문 검색엔진 방문 전체, 검색광고 포함  · 검색 유입 비중 · 이탈률 |
| 검색엔진별 방문 · 반송 | 검색엔진별 방문수와 반송수 막대 차트. 검색엔진 상세 |
| 검색엔진 상세 | 검색엔진 ▸ 검색유형 유료검색/자연검색  ▸ 검색어 계층 표. 열: 검색엔진 · 검색유형 · 검색어 · 방문수 · 방문수 점유율 · 반송수 · 반송률, 합계 행. 엑셀 다운로드 지원. 검색유형은 검색유형 유료검색·자연검색  참고 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 검색엔진별 방문: 검색엔진 상세
- 검색유형 유료검색·자연검색 : 검색유형 유료검색·자연검색

## 참고

- 검색엔진 추세: 검색엔진 리포트는 레퍼러를 통해 분석하므로, 검색엔진에서 사이트로 들어올 때 레퍼러가 정상적으로 전달되지 않는 구조라면 검색엔진 방문으로 집계되지 않을 수 있습니다. 2014년 1월 14일 이후 네이트 통합검색 유입은 다음 통합검색으로 분석됩니다.
- 유료검색 방문 추세: 유료검색 방문수는 CPC·CPM 광고를 통해 유입된 방문수로, 레퍼러와 광고 분석 코드의 유무로 판정합니다. 검색광고로 유입되었더라도 광고 분석 코드가 적용되지 않으면 유료검색 방문으로 집계되지 않습니다.
- 자연검색 방문 추세: 자연검색 방문수는 검색엔진 방문 중 유료검색을 제외한 방문수 예: 웹문서 이며, 블로그·지식인 마케팅 등 검색엔진 최적화 SEO  활동의 효과를 확인하는 데 활용할 수 있습니다.

## 유의사항

- 검색엔진별 방문수는 검색엔진에서 들어온 방문 전체 검색광고 포함 로,  방문 방법 의 검색엔진과 검색광고 방문 합계와 같습니다.
- 검색유형·검색어 단계는 검색어가 함께 수집된 방문만 집계합니다. 구글·네이버 등은 대부분 검색어를 전달하지 않으므로 하위 행의 합계가 검색엔진 행의 방문수보다 작을 수 있습니다.
- 검색유형 정보가 제공되지 않는 경우에는 검색유형 단계 없이 검색어만 펼쳐 표시합니다.
- 검색 지표 카드는 방문·반송 기준 지표만 제공합니다. 사이트 전체의 방문당 페이지뷰·평균 체류시간은 방문 트래픽 분석에서 확인합니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 검색어 성과
- 방문 방법

## 검색엔진 상세

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1009

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

참조링크를 제공하는 웹페이지 중 검색엔진에 해당하는 부분만 통계 처리한 리포트입니다.

**리포트 설명**

검색엔진으로부터 방문이 발생하는 경우 참조링크를 제공한 웹페이지의 통계값을 제공합니다.
어떤 검색엔진의 어떤 페이지로부터 웹사이트 방문자가 많이 오는가를 파악할 수 있습니다.
* 검색엔진 리포트 는 검색엔진내의 페이지 구분없이 검색엔진별 방문자를 측정합니다.

리포트는 파이그래프 형태로 상위 5개 링크가 리스트 되며, 하단부의 세부 내역리스트는 모든 검색엔진으로부터의 참조페이지가 리스팅 됩니다. 해당 웹페이지 URL을 클릭하면 바로 검색엔진내의 웹페이지를 확인할 수 있습니다.

* 2010.04.08 부터 리포트의 속도 개선을 위하여 리포트의 페이지 URL 저장 개수를 시간당 300건의 데이타만 저장하며, 300위 이하의 데이터는 기타항목으로 수집합니다.

**리포트 옵션**

리포트의 처음/재방문 옵션 셀렉트 박스를 클릭하면 처음 혹은 재방문 에 대한 데이터로 필터링이 가능합니다. 필터링 기능은 2007년 5월 4일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2007년 5월 4일 이전이 선택될 경우 데이터 오류가 있을 수 있습니다.

**리포트 활용**

어떤 검색엔진의 어떤 페이지에서 방문자가 많이 오는지 알 수 있습니다.
웹사이트가 검색엔진내 어떤 페이지에서 소개되어 링크가 제공되는지 알 수 있습니다.
검색엔진별 방문자비율 분석을 통해 어떤 검색엔진에 프로모션 광고 등을 진행할 경우 더욱 효과가 좋은지를 알 수 있습니다.

**유의사항**

외부의 참조페이지가 동적으로 생성된 페이지 ASP/JSP/PHP등 이거나 로그인이 필요한 페이지라면 확인 못할 수도 있습니다.

**TIP**

방문경로 정보 REFERER 의 강제지정

플래시 배너광고와 같이 브라우저에서 방문경로 정보 REFERER 를 전달하지 않는 환경에서는 기존 방문경로 리포트 방문방법, 방문 호스트/도메인등 에 포함되지 않고, Bookmark/Direct 에 의한 방문자로 처리됩니다.

방문경로 리포트에서 통합 합산하여 리포트를 조회하고자 할 경우에는 다음 항목을 참고하기 바랍니다.

참고 방문경로 강제 지정 방법

**참고**

참조링크 방문경로/레퍼러 의 검출

검색엔진 레퍼러 검출

이메일 레퍼러 검출

검색 엔진

## 검색유형 유료검색·자연검색

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1509

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **리포트 설정방법** | 정액제 광고 분석 URL 생성<br>CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

검색엔진 방문 중 유료검색 방문과 자연검색 방문 비율을 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

유료검색 방문수는 검색엔진을 통한 방문 중 CPC/CPM과 같은 유료 검색어를 통한 방문수입니다.

자연검색 방문수는 검색엔진을 통한 방문 중 유료검색을 제외한 방문수입니다. 예 : 웹문서

유료검색/자연검색 방문수는 2009년 3월 1일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2009년 3월 1일 이전이 포함될 경우 유료검색/자연검색 방문수의 합이 전체 방문자수와 다를 수 있습니다.

데이터의 추세아이콘을



클릭하면, 해당 방문의 추세 리포트를 확인할 수 있습니다.

**리포트 활용**

유료검색 방문과 자연검색 방문 비율을 한눈에 파악할 수 있습니다.

유료검색 방문과 자연검색 방문을 비교하여 온라인 마케팅, 또는 SEO 에 대한 대략적인 현황 파악을 할 수 있습니다.

**유의사항**

유료검색 방문의 경우 레퍼러 Referrer 를 통해 분석되며 광고 코드 유무에 따라 결정됩니다. 분석 가능한 검색광고는 오버추어, 구글 애즈워드, 리얼클릭, 네이버 검색광고, 다음 검색광고입니다. 설정 관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성/CPM 광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.
데이터의 추세아이콘을 클릭하면, 해당 방문의 추세 리포트를 확인할 수 있습니다.

유료검색 광고를 통해 방문자가 유입되었더라도 광고 분석 코드가 적용되지 않으면 유료검색 방문수가 분석되지 않습니다.

자연검색 방문수는 검색엔진 방문수 중 CPC/CPM 과 같은 유료검색 방문수를 제외한 방문수입니다.

**참고**

CPC 광고 설정에 관한 사항은 CPC 광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

CPM 광고 설정에 관한 사항은 CPM 광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

# 검색어

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 유입 검색어 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console search keyword

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상, 모바일 Web.

## 리포트 정의

검색엔진의 검색 결과에서 사이트로 들어온 방문을 방문자가 사용한 검색어와 검색엔진의 조합별로 분석하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

자연검색과 유료검색을 포함한 검색어별 방문수·반송수를 순위 차트와 상세 표로 보여 주며, 상세 표에서는 같은 검색어를 검색엔진별 행으로 나누어 표시합니다.

레거시 리포트 검색어 성과 검색엔진별 검색어 , 검색어별 검색엔진 이 이 화면으로 합쳐졌습니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 검색 지표 카드 | 검색 유입 방문 검색엔진 방문 전체, 검색광고 포함 · 검색 유입 비중 · 이탈률 |
| 검색어 성과 순위 | 방문수 기준 상위 검색어 막대 차트. 검색어 성과 |
| 검색어 성과 상세 | 검색어 · 검색엔진 · 방문수 · 방문수 점유율 · 반송수 · 반송률과 합계 행. 표 위에 집계 기준 안내를 표시. 엑셀 다운로드 지원. 검색엔진 열은 검색어별 검색엔진 참고 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 검색어 성과: 검색어 성과

- 검색어별 검색엔진: 검색어별 검색엔진

### 참고

- 검색어 추세: 검색어는 검색엔진 결과 페이지에서 레퍼러를 통해 전달되므로, 레퍼러가 정상적으로 전달되지 않는 구조에서는 검색어가 집계되지 않을 수 있습니다. 2014년 1월 14일 이후 네이트 통합검색 유입은 다음 통합검색으로 분석됩니다.
- 검색엔진별 검색어 추세: 검색엔진과 검색어를 조합하여 보면 키워드 광고·검색 설명문 변경 등 검색엔진별 프로모션의 효과를 검색엔진별·검색어별로 구분하여 비교할 수 있습니다.

### 유의사항

- 상세 표는 검색어가 확인된 방문만 집계합니다. 구글 등 다수 검색엔진은 검색어를 전달하지 않으므로, 상단  검색 유입 방문  검색엔진 방문 전체, 검색광고 포함 보다 합계가 작습니다.
- 유료검색 방문은 광고 분석 코드로 판정하므로, 검색광고로 유입되었더라도 광고 분석 코드가 적용되지 않으면 유료검색 방문으로 구분되지 않습니다.
- 검색엔진별 방문 규모와 유료검색·자연검색 구분은 검색엔진 리포트에서 확인합니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 검색엔진 상세
- 검색유형 유료검색·자연검색

## 검색어 성과

최종 수정일 2014 02 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1513

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨  이상, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 정액제 광고 분석 URL 생성<br>CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

검색엔진의 검색결과에서 웹사이트를 접속했을 경우, 방문자가 사용한 검색엔진별 검색어를 추출한 리포트입니다.

**리포트 설명**

검색어의 검색엔진별 분류가 가능하며, 검색엔진별 상위 검색어를 파악할 수 있습니다. 검색엔진명 앞의  버튼을 클릭하시면 해당 검색엔진의 검색어 확인이 가능합니다.

각 검색엔진 검색어별 방문수와 함께 유료검색 방문수와 자연검색 방문수를 확인할 수 있습니다.

유료검색/자연검색 방문수는 2009년 3월 1일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2009년 3월 1일 이전이 포함될 경우 유료검색/자연검색 방문수의 합이 전체 방문자수와 다를 수 있습니다.

유료검색 방문수는 검색엔진을 통한 방문 중 CPC/CPM과 같은 유료 검색어를 통한 방문수입니다.

자연검색 방문수는 검색엔진을 통한 방문 중 유료검색을 제외한 방문수입니다. 예 : 웹문서

**리포트 옵션**

리포트의 처음/재방문 옵션 셀렉트 박스를 클릭하면 처음 혹은 재방문 에 대한 데이터로 필터링이 가능합니다. 필터링 기능은 2007년 5월 4일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간을 2007년 5월 4일 이전으로 선택할 경우 필터 적용이 되지 않습니다.

랜딩페이지 선택 에서 검색엔진으로 방문한 방문자가 첫 방문페이지로 사용한 페이지를 선택하실 수 있습니다.

**리포트 활용**

검색엔진별 키워드를 비교하여, 특정 검색엔진에서 추가적으로 방문자를 유도할 수 있는 키워드를 예측할 수 있습니다.
ex 네이버에서 감자 라는 단어가 인기가 많지만, 야후에서 감자 라는 단어로 검색하여 접속이 없을 경우는,
야후에 등록된 홈페이지 설명문구에 감자 라는 단어를 추가하도록 수정하여, 추가적인 방문자의 접속을 유도할 수 있습니다.

검색엔진별 사용자가 사용하는 검색어로부터 검색엔진별 사용자의 성향을 파악할 수 있습니다.

검색엔진별 검색어 방문수의 세부적인 유료검색 방문수와 자연검색 방문수를 비교하여 SEO에 활용할 수 있습니다.

**유의사항**

검색키워드는 검색엔진의 결과 페이지로부터 레퍼러 Referrer 를 통해 분석서버에 전달됩니다.

만약 방문자가 검색엔진 등을 통해 웹사이트를 방문 시 레퍼러가 정상적으로 전달되지 못하는 구조라면 본 리포트는 정상적으로 보여지지 않을 수 있습니다. 이러한 경우에는 방문경로 검출 불가 문제 의 도움말을 참조하여 레퍼러 값이 정상적으로 전달될 수 있는 상태인지 확인하여야 합니다.

유료검색/ 자연검색 방문수는 전체 검색엔진 방문수의 세부 항목으로서, 유료검색/자연검색의 합은 전체 방문수와 같습니다.
조회 기간이 2009년 3월 1일 이전이 포함될 경우 유료검색/자연검색 방문수의 합이 전체 방문수와 같지 않을 수 있습니다.

유료검색 방문수는 CPC/CPM 광고를 통해 유입된 방문수를 뜻합니다.
따라서 CPC/CPM 관련 리포트와 동일한 방법으로 분석되므로 CPC/CPM 분석 URL 생성 을 해야 합니다.
분석 가능한 검색광고는 오버추어, 구글 애즈워드, 리얼클릭, 네이버 검색광고, 다음 검색광고입니다. 설정 관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성/CPM 광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

유료검색 광고를 통해 방문자가 유입되었더라도 광고 분석 코드가 적용되지 않으면 유료검색 방문수가 분석되지 않습니다.

2014년 1월 14일 네이트 통합검색이 다음 통합검색 결과를 제공하게 되어, 네이트 통합검색은 모두 다음 통합검색으로 분석되게 됩니다.

**참고**

레퍼러 Referrer 에 대해서는 참조링크 방문경로/레퍼러 의 검출 참고하시기 바랍니다.

레퍼러 Referrer 또는 방문경로의 검출시 문제에 대하여는 방문경로 검출 불가 문제 항목을 참고하시기 바랍니다.

검색어 리포트에 관한 사항은 검색어 항목을 참고하시기 바랍니다.

검색엔진 리포트에 관한 사항은 검색 엔진 항목을 참고하시기 바랍니다.

CPC 광고 설정에 관한 사항은 CPC 광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

CPM 광고 설정에 관한 사항은 CPM 광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

# 검색어별 검색엔진

최종 수정일 2014 02 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1514

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 정액제 광고 분석 URL 생성<br>CPC광고 분석 URL 생성 |

### 리포트 정의

검색엔진의 검색결과에서 웹사이트를 접속했을 경우, 방문자가 사용한 검색어별 검색엔진을 추출한 리포트입니다.

### 리포트 설명

각 검색어별 이용된 검색엔진의 비율을 분석한 리포트로서, 특정 검색어가 어떤 검색엔진에서 얼마나 사용되었는지 파악할 수 있습니다. 검색어 앞의 버튼을 클릭하면 해당 검색어로 들어온 검색엔진을 확인할 수 있습니다.

유료검색/자연검색 방문수는 2009년 3월 1일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2009년 3월 1일 이전이 포함될 경우 유료검색/자연검색 방문수의 합이 전체 방문자수와 다를 수 있습니다.

유료검색 방문수는 검색엔진을 통한 방문 중 CPC/CPM과 같은 유료 검색어를 통한 방문수입니다.

자연검색 방문수는 검색엔진을 통한 방문 중 유료검색을 제외한 방문수입니다. 예 : 웹문서

### 리포트 옵션

리포트의 처음/재방문 옵션 셀렉트 박스를 클릭하면 처음 혹은 재방문 에 대한 데이터로 필터링이 가능합니다. 필터링 기능은 2007년 5월 4일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간을 2007년 5월 4일 이전으로 선택할 경우 필터 적용이 되지 않습니다.

랜딩페이지 선택 에서 검색엔진으로 방문한 방문자가 첫 방문페이지로 사용한 페이지를 선택하실 수 있습니다.

### 리포트 활용

검색어별 검색엔진을 비교하여, 특정 검색엔진에 추가적으로 방문자를 유도할 수 있는 키워드를 예측할 수 있습니다.
ex 네이버에서 감자 라는 단어가 인기가 많지만, 야후에서 감자 라는 단어로 검색하여 접속이 없을 경우는,
야후에 등록된 홈페이지 설명문구에 감자 라는 단어를 추가하도록 수정하여, 추가적인 방문자의 접속을 유도할 수 있습니다.

검색어별 검색엔진 방문수의 세부적인 유료검색 방문수와 자연검색 방문수를 비교하여 SEO에 활용할 수 있습니다.

### 유의사항

검색키워드는 검색엔진의 결과 페이지로부터 레퍼러 Referrer 를 통해 분석 서버에 전달됩니다.

만약 방문자가 검색엔진 등을 통해 웹사이트를 방문 시 레퍼러가 정상적으로 전달되지 못하는 구조라면 본 리포트는 정상적으로 보여지지 않을 수 있습니다. 이러한 경우에는 방문경로 검출 불가 문제의 도움말을 참조하여 레퍼러값이 정상적으로 전달될 수 있는 상태인지 확인하여야 합니다.

유료검색/ 자연검색 방문수는 전체 검색엔진 방문수의 세부 항목으로서, 유료검색/자연검색의 합은 전체 방문수와 같습니다.
조회 기간이 2009년 3월 1일 이전이 포함될 경우 유료검색/자연검색 방문수의 합이 전체 방문수와 같지 않을 수 있습니다.

유료검색 방문수는 CPC/CPM 광고를 통해 유입된 방문수를 뜻합니다.
따라서 CPC/CPM 관련 리포트와 동일한 방법으로 분석되므로 CPC/CPM 분석 URL 생성 을 해야 합니다.

분석 가능한 검색광고는 오버추어, 구글 애즈워드, 리얼클릭, 네이버 검색광고, 다음 검색광고입니다. 설정 관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성/CPM 광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.
유료검색 광고를 통해 방문자가 유입되었더라도 광고 분석 코드가 적용되지 않으면 유료검색 방문수가 분석되지 않습니다.
2014년 1월 14일 네이트 통합검색이 다음 통합검색 결과를 제공하게 되어, 네이트 통합검색은 모두 다음 통합검색으로 분석되게 됩니다.

**참고**

레퍼러 Referrer 에 대해서는 참조링크 방문경로/레퍼러 의 검출 항목을 참고하시기 바랍니다.
레퍼러 Referrer 또는 방문경로의 검출시 문제에 대하여는 방문경로 검출 불가 문제 참고하시기 바랍니다.
검색어 리포트에 관한 사항은 검색어 항목을 참고하시기 바랍니다.
검색엔진 리포트에 관한 사항은 검색 엔진 항목을 참고하시기 바랍니다.
CPC 광고 설정에 관한 사항은 CPC 광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.
CPM 광고 설정에 관한 사항은 CPM 광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

# 유입 도메인

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 유입 유입 도메인 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console referrer domain

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상, 모바일 Web. 회원가입·주문·매출 지표는 스탠다드 에디션 레벨 이상에서 제공됩니다.

## 리포트 정의

다른 웹사이트의 링크를 통해 들어온 방문을 참조 사이트 호스트·도메인 또는 참조 페이지 URL 기준으로 분석하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

분석 기준 선택 상자에서 참조링크 사이트 Host/Domain 와 참조링크 페이지 웹사이트 를 바꿔 가며 어떤 사이트·페이지에서 방문이 들어오는지와 그 성과를 확인합니다.

레거시 리포트 참조링크 사이트 Host/Domain , 참조링크 페이지 웹사이트 , 유입 도메인별 회원가입·주문·매출 3개가 이 화면으로 합쳐졌습니다. 회원가입·주문·매출 지표는 참조링크 사이트 기준 표의 열로 표시됩니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 요약 지표 카드 | 선택한 분석 기준 리포트의 지표별 합계 비율·시간 지표는 평균 |
| 분석 기준 | 참조링크 사이트 Host/Domain 기본 · 참조링크 페이지 웹사이트 선택 상자. 해당 리포트가 없는 서비스에서는 미제공 으로 표시 |
| 순위 차트 | 참조링크 사이트 Host/Domain 순위 또는 참조링크 페이지 웹사이트 순위 . 방문수 기준 상위 항목 막대 차트 |

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 상세 표 참조링크 사이트 기준 | 참조링크 사이트 · 방문수 · 방문률 · 반송수 · 반송률 · 회원가입수 · 주문수 · 매출액과 합계 행. 엑셀 다운로드 지원. 참조링크 사이트 Host/Domain · 유입 도메인별 회원가입·주문·매출 |
| 상세 표 참조링크 페이지 기준 | 참조 페이지 URL별 리포트 지표와 합계 행. 엑셀 다운로드 지원. 참조링크 페이지 웹사이트 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 분석 기준 참조링크 사이트 Host/Domain : 참조링크 사이트 Host/Domain
- 분석 기준 참조링크 페이지 웹사이트 : 참조링크 페이지 웹사이트
- 회원가입수·주문수·매출액 열: 유입 도메인별 회원가입·주문·매출

### 유의사항

- 참조링크 페이지는 검색엔진을 제외한 외부 웹사이트의 참조 페이지만 집계하며, 사이트 내부 링크는 포함하지 않습니다.
- 참조 URL은 시간당 상위 300건까지만 저장하며, 그 밖의 데이터는 기타 항목으로 수집됩니다.
- 플래시 배너처럼 브라우저가 레퍼러를 전달하지 않는 경우에는 참조 사이트로 집계되지 않고 직접유입 북마크 등 으로 처리됩니다.
- 참조 도메인별 회원가입·주문·매출은 쿠키로 해당 참조 도메인의 방문자를 구분하며, 이 구분은 기본 14일 동안 유효하고 재방문을 포함합니다. 매출 관련 값은 커머스 이상에서 주문 환경변수 TRK PI · TRK OA · TRK OP · TRK OE 를 설정해야 집계됩니다.
- 서비스 레벨이나 설정에 따라 제공되지 않는 지표는 0이 아닌 로 표시됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 방문 방법
- 소셜 네트워크

## 참조링크 페이지 웹사이트

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1008

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| --- | --- |

**리포트 정의**

방문자가 타 웹사이트로부터 고객님의 웹사이트로 방문함에 있어, 특정 링크를 클릭하여 접속했을 때, 웹사이트를 참조하는 웹페이지의 통계를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

참조링크 는 보통 유입경로 라고 표현하기도 하며 어떤 사이트를 통하여 현재 웹사이트를 들어왔는지를 나타냅니다.

인터넷상의 어떤 웹페이지들이 웹사이트로 이동하는 링크URL을 제공하였는가와 횟수, 분포정도를 측정할 수 있습니다.
레퍼러 Referrer 참조페이지는 인터넷 마케팅을 위한 데이터로서 중요한 요소입니다.
어떤 웹사이트로부터 고객이 유도되어 오는가와 어떤 웹사이트에서 우리 사이트로의 연결링크를 가지고 있는지를 파악할 수 있습니다.
하단부의 세부 내역리스트는 모든 외부 참조페이지가 리스팅 되며, **해당 웹페이지 URL을 클릭하시면 바로 웹페이지를 확인**할 수 있습니다.

* 2010.04.08 부터 리포트의 속도 개선을 위하여 리포트의 페이지 URL 저장 개수를 시간당 300건의 데이타만 저장하며, 300위 이하의 데이터는 기타항목으로 수집합니다.

**리포트 옵션**

리포트의 처음/재방문 옵션 셀렉트 박스를 클릭하면 처음 혹은 재방문 에 대한 데이터로 필터링이 가능합니다. 필터링 기능은 2007년 5월 4일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2007년 5월 4일 이전이 선택될 경우 데이터 오류가 있을 수 있습니다.

**리포트 활용**

링크/배너 교환으로 이루어진 타 웹사이트와의 제휴 등에 있어, 여러 웹사이트로부터 어느 정도의 방문자가 유도되는가를 파악할 수 있습니다. 이로부터 어떠한 제휴업체가 웹사이트에 가장 많은 방문 효과를 제공하는지 쉽게 알 수 있습니다.

특정 사이트에서의 방문이 많을 경우 그 사이트로부터 방문하는 방문자들의 성향들을 파악하여 맞춤형 컨텐츠/상품 등을 기획하여 제공한다면 구매율을 높일 수 있습니다.

**유의사항**

본 리포트는 검색엔진을 제외한 일반 외부 웹사이트로부터 참조되는 링크 페이지를 제공하며, 내부 웹사이트내 링크는 포함되지 않습니다.

외부의 참조페이지가 동적으로 생성된 페이지 ASP/JSP/PHP등 이거나 로그인이 필요한 페이지라면 확인 못할 수도 있습니다.

**TIP**

방문경로 정보 REFERER 의 강제지정

플래시 배너광고와 같이 브라우저에서 방문 경로정보 REFERER 를 전달하지 않는 환경에서는 기존 방문경로 리포트 방문방법, 방문 호스트/도메인등 에 포함되지 않고, Bookmark/Direct 에 의한 방문자로 처리됩니다.

방문경로 리포트에서 통합 합산하여 리포트를 조회하고자 할 경우에는 다음 항목을 참고하시기 바랍니다.

참고 방문경로 강제 지정 방법

**참고**

참조링크 방문경로/레퍼러 의 검출

검색엔진 레퍼러 검출

이메일 레퍼러 검출

내부 레퍼러를 이용한 리포트는 서핑경로 추적 리스트형식 을 참고하시기 바랍니다.

# 참조링크 사이트 Host/Domain

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1011

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

참조페이지의 호스트 host 명 , 도메인 domain 명 포함 을 그룹화하여 어떤 도메인/호스트로부터 웹사이트의 접속이 일어나는지 알 수 있습니다.

**리포트 설명**

참조링크 페이지 리포트의 참조링크 페이지들의 URL중 도메인 및 호스트부분만 분리하여 묶은 것이라고 보면 됩니다.
이로부터 참조링크를 제공하는 웹사이트로 구분하여 분석이 쉽도록 합니다.
분석값의 리스트 항목에서 해당 호스트/도메인을 클릭하면 해당 웹사이트로 접속합니다. 이를 통해 참조링크를 제공한 웹사이트를 둘러볼 수 있습니다.

* 2010.04.08 부터 리포트의 속도 개선을 위하여 리포트의 페이지 URL 저장 개수를 시간당 300건의 데이타만 저장하며, 300위 이하의 데이터는 기타항목으로 수집합니다.

**리포트 옵션**

리포트의 처음/재방문 옵션 셀렉트 박스를 클릭하면 처음 혹은 재방문 에 대한 데이터로 필터링이 가능합니다. 필터링 기능은 2007년 5월 4일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2007년 5월 4일 이전이 선택될 경우 데이터 오류가 있을 수 있습니다.

**리포트 활용**

검색엔진 및 기타 웹사이트에 대한 모든 방문경로에 대하여 표시되므로 사이트 전체에 대해서 어떤 웹사이트에서의 방문이 많은지 알 수 있습니다.

링크교환 배너교환 등을 통해 어느 정도의 방문자가 증가하게 되는지 알 수 있습니다.

어떤 사이트를 통한 방문자가 많은지를 판단하여 해당 사이트와의 제휴 등을 통한 마케팅 및 캠페인을 진행하거나 해당 사이트를 통해 방문하는 방문자를 위한 별도 메뉴를 구성한다면 이러한 방문자들의 구매고객 전환율을 높일 수 있습니다.

**유의사항**

웹사이트의 운영이 정지된 곳이라면 접속이 되지 않을 수도 있습니다.

**TIP**

방문경로 정보 REFERER 의 강제지정

플래시 배너광고와 같이 브라우저에서 방문경로 정보 REFERER 를 전달하지 않는 환경에서는 기존 방문경로 리포트 방문방법, 방문 호스트/도메인등 에 포함되지 않고, Bookmark/Direct 에 의한 방문자로 처리됩니다.

방문경로 리포트에서 통합 합산하여 리포트를 조회하고자 할 경우에는 다음 항목을 참고하시기 바랍니다.

참고 방문경로 강제 지정 방법

**참고**

참조링크 페이지 웹사이트
참조링크 페이지 검색엔진

## 유입 도메인별 회원가입·주문·매출

최종 수정일 2011 08 17 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1185

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE |

**리포트 정의**

북마크 즐겨찾기 , 외부참조링크 Referrer 를 통해 접속하는 방문자의 각 참조 Referrer 도메인 Domain Name 별 방문수, 주문수, 방문당주문율, 매출액, 방문당매출액을 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

북마크, 외부참조링크 Referrer 도메인별 주문수, 방문수와 방문당주문율, 매출액, 방문당매출액을 리포팅합니다.
캠페인분석이 다양한 마케팅활동을 통해 발생할 수 있는 접속경로 Referrer 이메일/광고/제휴페이지 등 를 캠페인별로 통합하여 분석하는 것에 반하여, 참조도메인별 회원/주문/매출 리포트 는 별도의 캠페인의 설정 및 캠페인코드의 활용 없이 참조도메인 Referrer Domain 만을 기준으로 자동적으로 분석을 수행한 결과입니다.
미처 캠페인으로 처리하지 못하거나 캠페인에 의한 분석이 필요없는 경우, 편리하게 캠페인에 준하는 간단한 결과를 살펴보실 수 있습니다. 단, 캠페인분석과 달리 비용관련 정보가 없기 때문에 ROI 등의 정보는 계산해내지 못합니다.

**리포트 옵션**

참조도메인에 의한 방문자는 쿠키 Cookie 를 통해 해당 참조도메인의 방문자로 구분되며, 이 구분이 유효한 기간은 기본적으로 14일로 설정하고 있습니다.
본 리포트에서 참조도메인 Referrer domain 에 의한 방문수는 해당 방문자의 재방문을 포함한 값입니다.

**리포트 활용**

본 리포트를 통해 방문수를 많이 일으키는 도메인이 아닌 실제 매출전환율이 높은 참조도메인을 분석하실 수 있습니다.

**설정**

1. 이번 리포트 업그레이드로 기존 커머스 이상에서 제공되었던 리포트가 금액관련 부분을 제외한 재 방문수, 주문수, 방문당주문율 데이터를 확인하실 수 있게 되었습니다.
사용방법은 리포트설정 전환단계 시나리오 전환단계 설정에서 회원가입완료 페이지, 주문완료 페이지 URL을 등록하여 주시기 바랍니다.

2. 커머스 이상
주문 측정을 위해서는 다음에 해당하는 환경변수의 설정이 선행되어 있어야 합니다.

비즈니스 서비스 이상에서 TRK PI 값의 설정 Page Identity 에 의한 주문의 검출,
커머스 서비스 이상에서 다음 3개의 환경변수 설정을 함께 적용할 것을 권해드립니다.
TRK OA 값의 설정 Ordered Amount
TRK OP 값의 설정 Ordered Products
TRK OE 값의 설정 Ordered EA.

**유의사항**
본 리포트는 한시간 이전의 데이터가 조회됩니다.

**TIP**
방문경로 정보 REFERER 의 강제지정
플래시 배너광고와 같이 브라우저에서 방문경로정보 REFERER 를 전달하지 않는 환경에서는 플래시배너광고에 의한 방문자는 기존 방문경로 리포트 방문방법, 방문 호스트/도메인 등 에 포함되지 않고, Bookmark/Direct에 의한 방문자로 처리됩니다.
이 경우 방문경로 리포트에서 통합 합산하여 리포트를 조회하시고자 할 경우에는 다음 항목을 참고하시기 바랍니다.
방문경로 강제 지정 방법

# UTM 분석

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 유입 UTM 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console utm analysis

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스. UTM 리포트가 활성화된 서비스에서 제공됩니다 활성화 전에는 화면에 안내 문구가 표시됩니다 .

## 리포트 정의

랜딩 URL에 붙은 UTM 파라미터 utm source·utm medium·utm campaign·utm term·utm content 기준으로 유입과 전환 성과를 분석하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

광고·이메일·SNS 등에서 UTM 파라미터를 붙인 링크로 방문한 경우, 파라미터 값별로 방문수·회원가입수·주문수·매출액·페이지뷰·총 체류시간을 집계합니다.

1차 분석 기준과 2차 분석 기준을 골라 예를 들어 source campaign 처럼 계층으로 펼쳐 볼 수 있습니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| UTM 핵심 지표 | UTM 방문수와 전체 방문 대비 비중, 회원가입수·주문수·매출액 등. 비교 기간을 고르면 이전 기간 대비 증감을 함께 표시 |
| UTM 성과 추이 | 선택한 지표의 일·주·월 단위 추이 |
| UTM 상세 | 1차 분석 기준별 표. 행을 펼치면 2차 분석 기준의 하위 항목을 표시. 엑셀 다운로드 지원 |

### 리포트 옵션

- 1차·2차 분석 기준: source, medium, campaign, term, content 중 선택 2차는  선택 안 함  가능
- 비교 기간:  비교 안 함  또는  이전 동일 기간
- 추이 단위: 일·주·월

### 리포트 활용

- 광고 매체 source ·광고 유형 medium 별 유입과 매출 비교
- 같은 캠페인 안에서 소재 content ·키워드 term 별 성과 비교
- 캠페인 기간 전후의 유입·전환 변화 확인

### 유의사항

- UTM 파라미터가 없는 방문은 이 리포트에 포함되지 않습니다. 전체 방문 대비 비중으로 UTM 유입의 크기를 확인합니다.
- 같은 의미의 값을 대소문자나 철자를 다르게 쓰면 예: naver와 Naver  다른 항목으로 집계됩니다. 링크를 만들 때 값을 통일해 주십시오.

### 참고

- 캠페인 코드 기반 추적 URL은  설정  캠페인 생성 및 관리 에서 만들 수 있습니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 캠페인
- 캠페인별 회원/주문/매출

## AI 유입 분석

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 유입  AI 유입 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console ai referral analysis

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스. 페이지뷰·체류시간 등 방문 품질 지표는 서비스 레벨에 따라 제공 범위가 다릅니다.

### 리포트 정의

ChatGPT·Perplexity·Gemini 등 생성형 AI 서비스에서 링크를 눌러 사이트로 들어온 방문을 분석하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

방문의 참조 주소 레퍼러 가 AI 서비스 도메인이면 AI 유입으로 분류해, 서비스별 방문 추이와 처음 접속한 페이지 랜딩 , 방문 품질을 보여 줍니다.

분류 대상: ChatGPT, Perplexity, Gemini, Claude, Microsoft Copilot, Grok, Poe, DeepSeek

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| AI 핵심 지표 | AI 방문수, 전체 방문 대비 AI 유입 비중, 방문당 PV, 평균 체류 시간, 이탈률 |
| AI 서비스별 추이 | 서비스별 방문수의 일·주·월 단위 추이 |
| 방문 품질 비교 | AI 유입과 전체 평균의 방문당 PV·체류 시간·이탈률 비교 |
| AI 유입 계층형 상세 | AI 서비스 랜딩 페이지 순으로 펼쳐 보는 표 방문수·비중·반송수·반송률 |

## 리포트 활용

- 생성형 AI 답변에 사이트가 인용·노출되어 실제 방문으로 이어지는지 확인 GEO 성과 점검
- AI가 주로 연결해 주는 랜딩 페이지를 찾아 해당 콘텐츠를 보강
- AI 유입과 전체 유입의 방문 품질 차이 비교

## 유의사항

- AI 서비스나 앱 환경에 따라 참조 주소를 전달하지 않으면 북마크/직접 방문으로 집계되어 이 리포트에 포함되지 않습니다.
- 분류 대상에 없는 AI 서비스의 유입은 참조링크 리포트에서 도메인으로 확인합니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 참조링크 사이트 Host/Domain
- 처음 접속페이지

# 광고성과

## 검색광고 추세

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 광고성과 검색광고 추세 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console paid search trend

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상, 모바일 Web. 시간대별·요일별 클릭 문서 시간대별 검색광고 성과, CPC 광고 요일별 클릭 는 스탠다드 에디션 레벨 이상에서 제공됩니다.

### 리포트 정의

CPC 광고 상품을 통한 클릭수와 반송수의 추세를 시간·일·월 단위로 보여 주는 리포트입니다. 같은 방문자의 중복 접속 중복 클릭 을 포함해 집계합니다.

### 리포트 설명

분석 기준 전체·매체별·키워드별 과 매체·키워드 필터를 고르면 해당 조건의 클릭수·반송수 추세와 기간 단위별 상세 표를 보여 줍니다.

레거시 리포트 CPC 광고 클릭 전체 추세 과 CPC 광고 시간대별 클릭 이 이 화면으로 합쳐졌습니다. 매체별·키워드별 추세는 광고매체별·광고매체 키워드 클릭 리포트를 원천으로 조회합니다.

레거시 CPC 광고 요일별 클릭 은 새 콘솔에서 검색광고 성과 화면의 요일별 · 시간대별 클릭 패널로 제공됩니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 조회 조건 | 분석 기준 전체·매체별·키워드별 , 매체, 광고그룹, 키워드 필터. 광고그룹 기준과 광고그룹 필터는 원천 리포트가 없어 선택할 수 없습니다. |
| 핵심 지표 | 조회 기간의 클릭수 · 반송수 합계 |
| 성과 추세 | 선택한 지표 최대 2개 의 꺾은선 추세. 시간 · 일별 단위를 전환할 수 있으며, 집계 중인 구간은 점선으로 표시합니다. 검색광고 클릭 추세 |
| 성과 상세 | 시간대별 · 일별 · 월별 표 일시, 분석 기준 항목, 클릭수, 클릭수 점유율, 반송수, 반송률 와 엑셀 다운로드 . 시간대별 표는 시간대별 검색광고 성과 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 클릭수·반송수 추세 일별·월별 : 검색광고 클릭 추세
- 시간 단위 추세 · 시간대별 성과 상세: 시간대별 검색광고 성과
- 요일별 클릭 검색광고 성과 화면의 요일별 · 시간대별 클릭 패널 : CPC 광고 요일별 클릭

### 참고

- CPC 광고매체별 주문/매출 추세: 광고매체를 골라 기간 추세를 보면 특정 시기의 광고매체별 효과를 파악할 수 있어 키워드 노출 요일·일자 전략 수립에 참고할 수 있습니다. 광고매체별 방문수·회원가입수·주문수·매출액은 광고매체 성과 주문·매출 에서 확인합니다.

### 유의사항

- 클릭수는 같은 방문자의 중복 접속 중복 클릭 을 포함한 값입니다. 중복 클릭과 유효 클릭의 구분은 부정클릭 화면에서 확인합니다.
- 원천 리포트 CPC 광고 클릭 계열 는 클릭수·반송수만 제공하므로, 방문수·전환·매출액·광고비·ROAS 는 이 화면에 표시되지 않습니다.
- 반송수는 같은 기준 차원을 제공하는 CPC 리포트에서 보강해 표시합니다. 보강할 원천이 없는 조건 예: 키워드 필터 에서는 로 표시합니다.
- 광고에 등록한 연결 URL 이 리다이렉션·Meta Refresh·JavaScript 이동 등으로 다른 페이지로 자동 이동하면 logger kw 파라미터가 유실되어 올바르게 측정되지 않습니다.
- CPC 광고 분석 설정 방법은 CPC광고 분석 URL 생성을 참고하십시오.

**함께 보면 좋은 문서**

- CPC광고 분석 URL 생성
- 광고매체 성과 주문·매출
- CPC 광고 클릭 상세

## 검색광고 클릭 추세

최종 수정일 2021 12 20 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1233

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

CPC 광고 상품을 통해 들어온 방문자의 클릭수 중복 접속 포함 와 반송수의 추세를 보여 주는 리포트입니다. 새 콘솔에서는 검색광고 추세 화면의 성과 추세 차트와 성과 상세 표로 제공합니다.

**리포트 설명**

CPC 광고 상품별로 중복 접속을 포함한 클릭수의 변화를 분석할 수 있습니다. 같은 기간이라면 검색광고 성과 광고매체·키워드 기준 와 부정클릭 CPC 광고 클릭 상세 의 클릭수와 같은 기준으로 집계됩니다.

로거가 수집하는 네이버 사이트검색 CPC 광고 영역은 다음과 같습니다.

| 구분 | 검색광고상품 | 광고영역 | n media |
|---|---|---|---|
| CPC | 네이버 사이트검색 | 통합검색 | 27758 |

| 구분 | 검색광고상품 | 광고영역 | n media |
|---|---|---|---|
| | | 통합검색 모바일 | 8753 |
| | | 검색탭 | 122876 |
| | | 통합검색 광고더보기 | 122875 |
| | | 쇼핑 | 11068 |
| | | 쇼핑 모바일 | 33421 |
| | | 지식iN | 1525 |
| | | 지식iN 모바일 | 36010 |
| | | 카페 | 96499 |
| | | 카페 모바일 | 96500 |
| | | 밴드 모바일 | 10384 |

**콘솔에서 보는 방법**

광고성과  검색광고 추세 화면에서 다음과 같이 나누어 볼 수 있습니다.

- **분석 기준**:  전체 ,  매체별 ,  광고그룹별 ,  키워드별  중에서 고릅니다. 서비스에 해당 리포트가 있는 기준만 표시됩니다.
- **필터**: 매체·광고그룹·키워드를 골라 해당 광고의 클릭 추세만 볼 수 있습니다.
- **집계 단위**: 차트는  일별 · 시간대별 로,  성과 상세  표는 시간대별·일별·월별로 볼 수 있습니다. 시간대별 분석은 시간대별 검색광고 성과를 참고해 주십시오.

화면 구성과 지표에 대한 자세한 설명은 검색광고 추세 매뉴얼을 참고해 주십시오.

**분석 가능한 CPC 광고 상품**

네이버 사이트검색광고

네이버 클릭초이스 상품광고

네이버 쇼핑검색광고

네이버 GFA

카카오 키워드광고

네오클릭

구글 애즈

리얼클릭

모비온

서비N클릭

카카오모먼트

광고 URL 설정은 CPC광고 분석 URL 생성을 참고해 주십시오.

**유의사항**

- 등록한 연결 URL이 HTTP 리다이렉션, Meta Refresh, JavaScript 의 document.location 등으로 다른 페이지로 자동 이동하면 주소창의 logger kw=광고명 파라미터가 사라져 올바르게 측정할 수 없습니다.

**참고**

CPC 광고 클릭의 IP 정보와 재접속을 포함한 방문자 상세는 CPC 광고 클릭 상세, CPC 광고 중복 클릭을 참고해 주십시오.

## 시간대별 검색광고 성과

최종 수정일 2021 12 20 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1529

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **제공되는 리포트** | CPC 광고 시간대별 클릭 |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

설정한 기간 내의 각 시간대별 CPC 광고 매체의 클릭수와 반송수의 평균값을 나타내는 리포트입니다.

**리포트 설명**

각 시간대별 클릭수의 평균값을 표시하므로, 항상 시간대별 리포트로 표시됩니다.
본 리포트를 통해서 CPC 광고 매체의 클릭이 일자별 어느 시간대에 집중되는지 클릭의 분포를 파악할 수 있습니다.

* 네이버 사이트 검색광고 키 값 업데이트
네이버 검색탭이 확장되어 추가된 클릭초이스에 대한 키 값을 업데이트하였습니다.

로거에서 수집하는 네이버 사이트 검색광고 cpc 광고 영역은 다음과 같습니다.

* 수집 가능한 네이버 사이트 검색 광고 영역

| 구분 | 검색광고상품 | 광고영역 | n media |
|---|---|---|---|
| CPC | 네이버 사이트검색 | 통합검색 | 27758 |
| | | 통합검색 모바일 | 8753 |
| | | 검색탭 | 122876 |
| | | 통합검색 광고더보기 | 122875 |
| | | 쇼핑 | 11068 |
| | | 쇼핑 모바일 | 33421 |
| | | 지식iN | 1525 |

| 구분 | 검색광고상품 | 광고영역 | n media |
|---|---|---|---|
| | | 지식iN 모바일 | 36010 |
| | | 카페 | 96499 |
| | | 카페 모바일 | 96500 |
| | | 밴드 모바일 | 10384 |

참고로 CPC 광고 클릭, CPC 광고 시간대별 클릭, CPC광고 클릭 상세 IP, CPC 키워드별 광고매체, CPC 키워드별 검색엔진, CPC 광고매체별 검색엔진, CPC 광고매체별 키워드, CPC 광고매체별 게재위치 의 리포트를 비교해보시면 클릭수가 동일합니다.
* 2010년 4월 23일 이전 데이터는 다를 수 있습니다.

* 분석가능한 CPC 광고상품
1. 네이버 사이트검색광고
2. 네이버 클릭초이스 상품광고
3. 네이버 쇼핑검색광고 2016년 11월 21일부터
4. 네이버 GFA
5. 카카오 키워드 광고
6. 네오클릭
7. 구글 애즈
8. 리얼클릭
9. 모비온
10. 서비N클릭
11. 카카오모먼트

설정관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.
2010년 1월 28일 오전8시 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2010년 1월 28일 이전일 경우 리포트가 생성되지 않습니다.

**리포트 옵션**
1. 광고매체별로 클릭수, 반송수 지표를 나누어 볼 수 있습니다.
2. 레퍼러 Referrer 별로 클릭수, 반송수 수치를 나누어 볼 수 있습니다. 기본 설정 값은 전체 선택 입니다.

**리포트 활용**
새벽/주간/저녁/야간의 CPC 클릭 집중도에 따라, 웹사이트의 고객/방문자의 클릭 성향을 유추해 볼 수 있습니다.
사이트 점검작업 등 웹사이트의 일시적인 운영 중단이 불가피한 경우, 클릭수가 가장 적은 시간대를 선택하여 작업하면 고객의 불만을 최소화할 수 있습니다.

**유의사항**
등록한 연결URL주소가 다른 페이지로 HTTP 리다이렉션 Redirection 또는 Meta Refresh 또는 JavaScript 의

document.location 등을 이용하여 다른 페이지로 자동이동시킨다면, 웹브라우저의 주소창에 logger kw=광고명 의 파라미터를 유실하게 되어 올바른 측정을 할 수 없게 됩니다.

**참고**

CPC 광고 매체의 요일별 클릭 집중도를 보시려면 CPC 광고 요일별 클릭 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## CPC 광고 요일별 클릭

최종 수정일 2021 12 20 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1528

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **제공되는 리포트** | CPC 광고 요일별 클릭 |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

설정한 기간 내의 각 요일별 CPC 광고 매체를 통한 클릭수와 반송수의 평균값을 나타내는 리포트입니다.

**리포트 설명**

각 요일별 클릭수의 평균값을 표시하므로, 항상 요일별 리포트로 표시됩니다.
본 리포트를 통해서 CPC 광고 매체의 클릭이 어느 요일에 집중되는지 클릭수와 반송수로 클릭의 분포를 파악할 수 있습니다.

* 네이버 사이트검색광고 키 값 업데이트

로거에서 수집하는 네이버 사이트검색 cpc 광고 영역은 다음과 같습니다.

* 수집 가능한 네이버 사이트검색 광고 영역

| 구분 | 검색광고상품 | 광고영역 | n media |
|---|---|---|---|
| CPC | 네이버 사이트검색 | 통합검색 | 27758 |
| | | 통합검색 모바일 | 8753 |
| | | 검색탭 | 122876 |
| | | 통합검색 광고더보기 | 122875 |
| | | 쇼핑 | 11068 |
| | | 쇼핑 모바일 | 33421 |
| | | 지식iN | 1525 |

| 구분 | 검색광고상품 | 광고영역 | n media |
|---|---|---|---|
| | | 지식iN 모바일 | 36010 |
| | | 카페 | 96499 |
| | | 카페 모바일 | 96500 |
| | | 밴드 모바일 | 10384 |

참고로 CPC 광고 클릭, CPC 광고 시간대별 클릭, CPC광고 클릭 상세 IP, CPC 키워드별 광고매체, CPC 키워드별 검색엔진, CPC 광고매체별 검색엔진, CPC 광고매체별 키워드, CPC 광고매체별 게재위치 의 리포트를 비교해보시면 클릭수가 동일합니다.

* 2010년 4월 23일 이전 데이터는 다를 수 있습니다.

* 분석가능한 CPC 광고상품

1. 네이버 사이트검색광고
2. 네이버 클릭초이스 상품광고
3. 네이버 쇼핑검색광고 2016년 11월 21일부터
4. 네이버 GFA
5. 카카오 키워드광고
6. 네오클릭
7. 구글 애즈
8. 리얼클릭
9. 모비온
10. 서비N클릭
11. 카카오모먼트

설정관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

2010년 1월 28일 오전8시 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2010년 1월 28일 이전일 경우 리포트가 생성되지 않습니다.

**리포트 옵션**

1. 광고매체별로 클릭수, 반송수 지표를 나누어 볼 수 있습니다.
2. 레퍼러 Referrer 별로 클릭수, 반송수 수치를 나누어 볼 수 있습니다. 기본 설정 값은 전체 선택 입니다.

**리포트 활용**

요일별 CPC 클릭 집중도에 따라 웹사이트의 고객/방문자의 클릭 패턴 등을 유추해 볼 수 있습니다.

사이트 점검작업 등 웹사이트의 일시적인 운영 중단이 불가피한 경우, 클릭수가 가장 적은 요일을 선택하여 작업하면 고객의 불만을 최소화할 수 있습니다.

**유의사항**

등록한 연결URL주소가 다른 페이지로 HTTP 리다이렉션 Redirection 또는 Meta Refresh 또는 JavaScript 의 document.location 등을 이용하여 다른 페이지로 자동이동시킨다면, 웹브라우저의 주소창에 logger kw=광고명 의 파라미터를 유실하게 되어 올바른 측정을 할 수 없게 됩니다.

**참고**

CPC 광고 매체의 시간대별 클릭 집중도를 보시려면 CPC 광고 시간대별 클릭 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 검색광고 성과

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 광고성과 검색광고 성과 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console paid search

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 스탠다드 에디션 레벨 이상, 모바일 Web. 매출액과 전환 지표 키워드별 전환, 광고매체별 전환 는 커머스 에디션 레벨 이상에서 제공됩니다.

### 리포트 정의

CPC 광고를 통해 들어온 방문을 광고매체·키워드 등 분석 기준별로 나누어, 광고 클릭부터 방문·전환·주문·매출까지의 성과를 보여 주는 리포트입니다.

### 리포트 설명

1차 분석 기준 광고매체·광고그룹·키워드·브랜드 별 성과를 표로 보여 주고, 2차 분석 기준을 고르면 1차 항목 아래에 하위 항목을 펼쳐 보여 줍니다. 클릭수는 광고 데이터, 방문수·전환·주문수·매출액은 Logger 가 측정한 사이트 데이터입니다.

레거시 CPC 리포트 가운데 키워드별 광고매체, 키워드별 주문/매출, 키워드별 전환, 광고매체별 키워드, 광고매체별 주문/매출, 광고매체별 체류시간, 광고매체별 전환 등 7개 리포트가 이 화면으로 합쳐졌고, 요일별·시간대별 클릭도 보조 패널로 함께 제공합니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 설정 이동 | 전환단계 페이지 설정 · CPC 광고 URL 관리 버튼 |
| 방문수 기준 안내 | 이 화면의 방문수 집계 기준과 간편 광고 분석·캠페인 추세 화면의 기준 차이 |
| 핵심 지표 | 클릭수 광고 · 방문수 · 주문수 · 매출액 사이트 . 직접/간접 전환을 나누어 보면 해당 유형으로 표시 |
| 조회 기준 | 1차 분석 기준, 2차 분석 기준 조합에 맞는 리포트가 없으면 제공 안 함 , 직접/간접 전환 전체·직접 전환·간접 전환 |
| 성과 상세 | 1차 기준 2차 기준 성과 상세 계층형 표. 열: 클릭수 광고 데이터 , 방문수 · 전환수 · 전환율 · 주문수 · 매출액 사이트 데이터 . 광고매체 기준은 전환 열이 회원가입수 · 방문당 주문율 로 바뀝니다. 전환 지표 선택, 행별 구매 상품 펼치기, 엑셀 다운로드 . 광고매체 성과 주문·매출 , 키워드 성과 주문·매출 |
| 광고매체별 체류 | 광고매체별 방문수 · 평균 페이지뷰 · 평균 체류시간 표. 광고매체별 체류 |

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 요일별 · 시간대별 클릭 | 요일별 평균 클릭수와 시간대별 평균 클릭수의 막대 차트·표. CPC 광고 요일별 클릭, 시간대별 검색광고 성과 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 1차 키워드 · 2차 광고매체: 키워드  광고매체 성과
- 1차 키워드 주문·매출 : 키워드 성과 주문·매출
- 1차 키워드 · 직접/간접 전환: 키워드별 전환
- 1차 광고매체 · 2차 키워드: 광고매체  키워드 성과
- 1차 광고매체 주문·매출 : 광고매체 성과 주문·매출
- 광고매체별 체류 패널: 광고매체별 체류
- 1차 광고매체 · 직접/간접 전환: 광고매체별 전환

## 유의사항

- 광고 데이터 클릭수 와 사이트 데이터 방문·전환·주문·매출 가 연결되지 않는 항목은  로 표시합니다. 2차 기준을 펼친 하위 행에는 클릭수를 보강하지 않습니다.
- CPC 광고로 들어온 방문자는 쿠키로 구분하며, 구분이 유효한 기간은 기본 14일입니다. 이 기간 안의 재방문과 그 주문·매출도 해당 광고의 성과로 집계되므로, 방문수는 재방문을 포함한 값입니다.
- 직접/간접 전환은 1차 분석 기준이 광고매체 또는 키워드이고 2차 분석 기준을 선택하지 않은 경우에만 나누어 볼 수 있습니다.
- 광고비·CPC·ROAS 지표는 이 화면에서 제공하지 않습니다.
- 구글 키워드 광고의 키워드를 수집하려면 별도 설정이 필요하며, 설정하지 않으면 키워드가  구글애즈 로 표기됩니다. 카카오 키워드 광고 중 키워드가 없는 프리미엄 콘텐츠 상품은  카카오 콘텐츠 로 표기됩니다.
- 회원가입수·주문수는 전환단계 페이지 회원가입 완료·주문완료 페이지  설정이 필요하고, 매출액은 커머스 에디션 이상에서 주문 환경변수  TRK_OA· TRK_OP· TRK_OE  설정이 필요합니다.
- 광고에 등록한 연결 URL 이 다른 페이지로 자동 이동하면  logger_kw  파라미터가 유실되어 올바르게 측정되지 않습니다. 설정 방법은 CPC광고 분석 URL 생성을 참고하십시오.

**함께 보면 좋은 문서**

- CPC광고 분석 URL 생성
- 검색광고 클릭 추세
- 시간대별 검색광고 성과
- CPC 광고 요일별 클릭

# 키워드　광고매체 성과

최종 수정일 2022  01  10 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1535

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨  이상, 모바일 Web |
| **제공되는 리포트** | CPC 키워드별 광고매체 |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

유입된 CPC 광고매체를 키워드별로 나열한 리포트입니다.

**리포트 설명**

 본 리포트를 통해 각각의 키워드별 광고매체의 분포를 알 수 있습니다.

 2010년 1월 28일 오전8시 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2010년 1월 28일 이전일 경우 리포트가 생성되지 않습니다.

 구글 키워드 광고의 키워드를 수집하기 위해서는 별도의 설정이 필요합니다. 별도의 설정을 하지 않은 경우 구글 CPC 광고 분석코드가 없는 키워드의 경우 구글애즈로 표기됩니다.

 카카오 키워드 광고에서 키워드가 없는 프리미엄 콘텐츠 상품의 경우, 키워드가  카카오 콘텐츠 로 표기됩니다.  2022년 1월 5일 오후2시부터 제공

* 분석가능한 CPC 광고 매체
1. 네이버 사이트검색광고
2. 네이버 클릭초이스 상품광고
3. 네이버 쇼핑검색광고 2016년 11월 21일부터
4. 네이버 GFA
5. 카카오 키워드광고
6. 네오클릭
7. 구글 애즈
8. 리얼클릭
9. 모비온
10. 서비N클릭
11. 카카오모먼트

**리포트 옵션**

1. 랜딩페이지 CPC 광고 매체를 통해 유입된 클릭의 첫 도달페이지 로 데이터를 필터링할 수 있습니다.
2. 레퍼러 Referrer  별로 클릭수, 반송수 수치를 나누어 볼 수 있습니다. 기본 설정 값은  레퍼러가 있음  입니다.

**설정**

1. 스탠다드 이상. 설정관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**

등록한 연결URL주소가 다른 페이지로 HTTP 리다이렉션 Redirection 또는 Meta Refresh 또는 JavaScript 의 document.location 등을 이용하여 다른 페이지로 자동이동시킨다면, 웹브라우저의 주소창에 logger kw=광고명 의 파라미터를 유실하게 되어 올바른 측정을 할 수 없게 됩니다.

## 키워드 성과 주문·매출

최종 수정일 2022 01 10 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1240

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

CPC 광고를 통해 접속하는 방문자에 한하여 CPC광고 키워드별 방문수, 주문수, 방문당주문율, 매출액, 방문당매출액, 주문상품을 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

CPC광고 프로그램의 어떤 키워드를 통한 방문자가 얼마나 주문을 하고 매출을 일으키는지를 나타내는 리포트입니다.
CPC광고 프로그램에 의한 방문자는 쿠키 Cookie 값을 통해 어떤 CPC광고를 통한 방문자인지가 구분되며, 이 구분이 유효한 기간은 기본적으로 14일로 설정하고 있습니다.
예를 들어, CPC광고 프로그램을 통한 방문자가 14일 이내 다시 사이트를 찾아서 상품을 구매하였을 경우, 이 주문은 CPC광고 프로그램의 효과로 측정되게 됩니다.
이때 방문자가 CPC광고 프로그램을 통해 사이트를 방문할 당시 사용된 CPC광고 등록 키워드별로 주문 및 매출을 분석하여 어떤 키워드가 주문 및 매출로 많이 연결되는지를 분석할 수 있습니다.
주문, 매출이 일어난 키워드 및 광고매체 별 주문 상품을 함께 표시해줍니다. 2016년3월9일부터 제공
* 본 리포트에서 키워드에 의한 방문수는 해당 방문자의 재방문을 포함한 값입니다.
구글 키워드 광고의 키워드를 수집하기 위해서는 별도의 설정이 필요합니다. 별도의 설정을 하지 않은 경우 구글 CPC 광고 분석 코드가 없는 키워드의 경우 구글애즈로 표기됩니다.
* 카카오 키워드 광고에서 키워드가 없는 프리미엄 콘텐츠 상품의 경우, 키워드가 카카오 콘텐츠 로 표기됩니다. 2022년 1월 5일 오후2시부터 제공
* 본 리포트의 데이터는 직접전환과, 간접전환 데이터를 별도로 분류하여 확인이 가능하며, 필터 및 옵션 선택 에서 설정이 가능합니다. 2016년1월29일부터 제공

**리포트 활용**

실제 주문/매출로의 전환율이 높은 CPC광고 키워드를 분석하실 수 있습니다.
캠페인분석이 다양한 마케팅활동을 통해 발생할 수 있는 접속경로 Referrer 이메일/광고/제휴페이지 등 를 캠페인별로 통합하

여 분석하는 것에 반하여, 본 리포트는 별도의 **캠페인의 설정 및 캠페인코드의 활용 없이 CPC광고 키워드만을 기준으로 자동적으로 분석을 수행**한 결과입니다.
따라서, 미처 캠페인으로 처리하지 못하거나 캠페인에 의한 분석이 필요없는 경우, 편리하게 캠페인에 준하는 간단한 결과를 살펴보실 수 있습니다. 단, 캠페인분석과 달리 비용관련 정보가 없기 때문에 ROI 등의 정보는 계산해내지 못합니다.

주문/매출이 일어난 키워드 및 광고매체별 주문한 상품 데이터를 확인하여 키워드 광고 문구 수정 및 키워드 광고 운영 시 참고자료로 활용할 수 있으며 이를 통해 매출 향상에 도움을 줄 수 있습니다.

**설정** * 이 작업은 사이트 내 소스 수정 및 스크립트 설치가 필요한 내용으로, 개발 지식이 있는 개발 담당자가 필요합니다.
1.이번 리포트 업그레이드로 기존 커머스 이상에서 제공되었던 리포트가 금액관련 부분을 제외한 재 방문수, 주문수, 방문당 주문율 데이터를 확인하실 수 있게 되었습니다.
사용방법은 리포트설정 전환단계 시나리오 전환페이지설정에서 회원가입완료 페이지, 주문완료 페이지 URL을 등록하여 주시기 바랍니다.

2. 커머스 이상
주문 측정을 위해서는 다음에 해당하는 환경변수의 설정이 선행되어 있어야 합니다.
비즈니스 서비스 이상에서 TRK PI 값의 설정 Page Identity 에 의한 주문의 검출,
커머스 서비스 이상에서 다음 3개의 환경변수 설정을 함께 적용하셔야 합니다.
TRK OA 값의 설정 Ordered Amount
TRK OP 값의 설정 Ordered Products
TRK OE 값의 설정 Ordered EA.

**유의사항**
본 리포트는 한시간 이전의 데이터가 조회됩니다.

**참고**
CPC 키워드별 회원등록
CPC 프로그램별 키워드 주문/매출
CPC 프로그램별 키워드 회원등록

## 키워드별 전환

최종 수정일 2021 05 10 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1669

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상 |
|---|---|

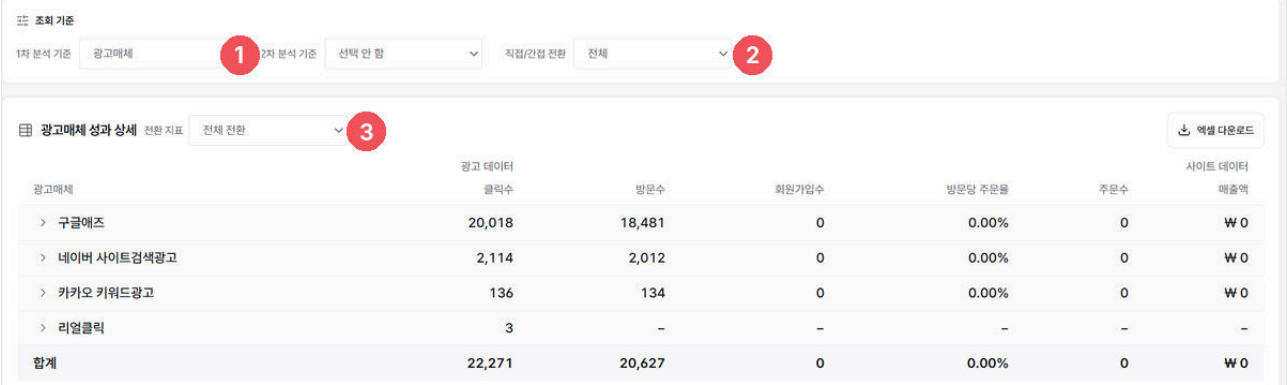
**리포트 설명**

CPC 광고 키워드 별 전환값을 확인할 수 있으며, 기본 전환 데이터인 회원가입수, 주문수, 매출액 외 추가 10개까지 전환값을 확인 가능합니다.

**리포트 지표**

CPC 광고 키워드 별 방문수, 회원가입수, 회원가입률, 주문수, 방문당주문율, 매출액, 방문당매출액, 평균 재구매 간격, 사용자정의전환수 1  10

**CPC 키워드별 전환 리포트 화면**




경로: 광고성과  검색광고 성과  아래 그림은 1차 분석 기준이  광고매체 인 상태입니다.
1. 1차 분석 기준에서  키워드 를 선택하고, 2차 분석 기준은  선택 안 함 으로 둡니다.
2. 직접/간접 전환에서  전체 ,  직접 전환 ,  간접 전환  중 하나를 선택합니다. 직접/간접 전환은 1차 분석 기준이 광고매체 또는 키워드이고 2차 분석 기준을 선택하지 않은 경우에만 나누어 볼 수 있습니다.
3. 전환 지표에서  전체 전환  또는 설정  전환단계 페이지 설정에 등록한 전환 페이지를 선택합니다. 성과 상세 표에서 키워드별 클릭수, 방문수, 회원가입수, 방문당 주문율, 주문수, 매출액을 확인할 수 있으며,  엑셀 다운로드 로 표를 내려받을 수 있습니다.

**활용 방법**

지원 전환 지표 사용자 정의 전환수 를 통해 CPC 광고 별 주요 목적에 영향을 주는 활동을 하는 비중이 얼마큼 되는지를 알 수 있으며, 이를 통해 단순히 클릭, 방문과 같은 기본 데이터뿐만 아니라 장바구니 담기, 이벤트 참여수 등과 같이 주요 목적에 근접한 활동을 하는 광고가 무엇인지를 확인하여 광고 운영 전략에 참고할 수 있는 데이터를 확인할 수 있습니다.

**설정 방법**

https://logger.co.kr/manual  FR/help.tsp?node=259

## 광고매체  키워드 성과

최종 수정일 2022  01  10 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1533

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨  이상, 모바일 Web |
| **제공되는 리포트** | CPC 광고매체별 키워드 |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

CPC광고 클릭을 유도하는 키워드를 광고매체별로 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 리포트를 통해 광고매체별 키워드의 순위와 클릭수, 반송수를 알 수 있습니다.

2010년 1월 28일 오전8시 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2010년 1월 28일 이전일 경우 리포트가 생성되지 않습니다.

구글 키워드 광고의 키워드를 수집하기 위해서는 별도의 설정이 필요합니다. 별도의 설정을 하지 않은 경우 구글 CPC 광고 분석코드가 없는 키워드의 경우 구글애즈로 표기됩니다.

카카오 키워드 광고에서 키워드가 없는 프리미엄 콘텐츠 상품의 경우, 키워드가 카카오 콘텐츠 로 표기됩니다. 2022년 1월 5일 오후2시부터 제공

* 분석가능한 CPC 광고 매체
1. 네이버 사이트검색광고
2. 네이버 클릭초이스 상품광고
3. 네이버 쇼핑검색광고 2016년 11월 21일부터
4. 네이버 GFA
5. 카카오 키워드광고
6. 네오클릭
7. 구글 애즈
8. 리얼클릭
9. 모비온
10. 서비N클릭
11. 카카오모먼트

**리포트 옵션**

1. 랜딩페이지 CPC 광고 매체를 통해 유입된 클릭의 첫 도달페이지 로 데이터를 필터링할 수 있습니다.
2. 레퍼러 Referrer 별로 클릭수, 반송수 수치를 나누어 볼 수 있습니다. 기본 설정 값은 레퍼러가 있음 입니다.

**설정**

1. 스탠다드 이상. 설정관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**

등록한 연결URL주소가 다른 페이지로 HTTP 리다이렉션 Redirection 또는 Meta Refresh 또는 JavaScript 의 document.location 등을 이용하여 다른 페이지로 자동이동시킨다면, 웹브라우저의 주소창에 logger kw=광고명 의 파라미터를 유실하게 되어 올바른 측정을 할 수 없게 됩니다.

## 광고매체 성과 주문·매출

최종 수정일 2022 01 10 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1238

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

| | |
|---|---|
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE |
| **제공되는 리포트** | CPC 광고매체별 주문/매출 |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

CPC광고 매체를 통해 접속하는 방문자에 한하여 각 CPC광고 매체별 방문수, 주문수, 방문당주문율, 매출액, 방문당매출액을 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

CPC광고 매체에 의한 방문자는 쿠키 Cookie 값을 통해 어떤 CPC광고의 방문자인지 구분되며, 이 구분이 유효한 기간은 기본적으로 14일로 설정하고 있습니다.

예를 들어, CPC광고 매체를 통한 방문자가 14일 이내 다시 사이트를 찾아서 상품을 구매하였을 경우, 이 주문은 CPC광고 매체의 효과로 측정되게 됩니다.

주문, 매출이 일어난 키워드 및 광고매체 별 주문 상품을 함께 표시해줍니다. 2016년3월9일부터 제공

*본 리포트에서 방문수는 해당 방문자의 재방문을 포함한 값입니다.

구글 키워드 광고의 키워드를 수집하기 위해서는 별도의 설정이 필요합니다. 별도의 설정을 하지 않은 경우 구글 CPC 광고 분석 코드가 없는 키워드의 경우 구글애즈로 표기됩니다.

* 카카오 키워드 광고에서 키워드가 없는 프리미엄 콘텐츠 상품의 경우, 키워드가 카카오 콘텐츠 로 표기됩니다. 2022년 1월 5일 오후2시부터 제공

* 본 리포트의 데이터는 직접전환과, 간접전환 데이터를 별도로 분류하여 확인이 가능하며, 필터 및 옵션 선택 에서 설정이 가능합니다. 2016년1월29일부터 제공

해당 키워드로 접속했을 때 해당 키워드에 대한 주문 상품을 함께 표시해줍니다. 2016년3월9일부터 제공

**리포트 활용**

본 리포트를 통해 실제 매출전환율이 높은 CPC광고매체를 분석할 수 있습니다.

해당 키워드로 접속했을 때 주문한 상품도 표시됨으로써 광고에 해당하는 키워드를 수정하는데 있어 참고자료로 활용할 수 있으며 이를 통해 매출 향상에 도움을 줄 수 있습니다.

캠페인분석이 다양한 마케팅활동을 통해 발생할 수 있는 접속경로 Referrer 이메일/광고/제휴페이지 등 를 캠페인별로 통합하여 분석하는 것에 반하여, 본 리포트는 별도의 캠페인 설정 및 캠페인코드의 활용 없이 검색엔진 Search Engine 만을 기준으로 자동적으로 분석을 수행한 결과입니다.

따라서, 미처 캠페인으로 처리하지 못하거나 캠페인에 의한 분석이 필요없는 경우, 편리하게 캠페인에 준하는 간단한 결과를 살펴볼 수 있습니다. 단, 캠페인분석과 달리 비용관련 정보가 없기 때문에 ROI 등의 정보는 계산해내지 못합니다.

주문/매출이 일어난 키워드 및 광고매체별 주문한 상품 데이터를 확인하여 키워드 광고 문구 수정 및 키워드 광고 운영 시 참고자료로 활용할 수 있으며 이를 통해 매출 향상에 도움을 줄 수 있습니다.

**설정 * 이 작업은 사이트 내 소스 수정 및 스크립트 설치가 필요한 내용으로, 개발 지식이 있는 개발 담당자가 필요합니다.**

1. 스탠다드 이상

회원가입수, 주문수 수집을 위해서는 전환페이지를 등록해야 합니다. 다음 위치에서 **회원가입완료 페이지**와 **주문완료 페이지**를 등록하시기 바랍니다.

리포트설정 스탠다드용 기본 전환 설정

2. 비즈니스 이상

비즈니스 이상부터는 TRK PI 환경변수를 웹페이지에 직접 태깅할 수 있습니다. TRK PI 환경변수를 태깅하면 회원가입수, 주문수를 수집할 수 있습니다. 전환페이지를 등록한 사용자는 태깅작업이 필요없습니다.

TRK PI 값의 설정 Page Identity 클릭

3. 커머스 이상

커머스부터 매출액 수집이 가능합니다. 주문완료 페이지에 다음 환경변수를 태깅하십시오.

TRK OA 값의 설정 Ordered Amount 클릭

TRK OP 값의 설정 Ordered Products 클릭

TRK OE 값의 설정 Ordered EA. 클릭

**유의사항**

본 리포트는 한시간 이전의 데이터가 조회됩니다.

## 광고매체별 체류

최종 수정일 2022 01 10 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1649

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **제공되는 리포트** | CPC 광고매체별 체류시간 |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

CPC광고를 통해 유입된 방문자들의 광고매체별 평균 체류시간을 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 리포트를 통해 CPC광고매체별 방문수, 평균 페이지뷰, 평균 체류시간을 확인할 수 있으며, 해당 광고매체에 게재되고 있는 키워드도 함께 확인할 수 있습니다.

2015년 9월 17일 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2015년 9월 17일 이전일 경우 리포트가 생성되지 않습니다.

구글 키워드 광고의 키워드를 수집하기 위해서는 별도의 설정이 필요합니다. 별도의 설정을 하지 않은 경우 구글 CPC 광고 분석코드가 없는 키워드의 경우 구글애즈로 표기됩니다.

카카오 키워드 광고에서 키워드가 없는 프리미엄 콘텐츠 상품의 경우, 키워드가 카카오 콘텐츠 로 표기됩니다. 2022년 1월 5일 오후2시부터 제공

* 분석가능한 CPC 광고 매체

1. 네이버 사이트검색광고
2. 네이버 클릭초이스 상품광고
3. 네이버 쇼핑검색광고 2016년 11월 21일부터
4. 네이버 GFA
5. 카카오 키워드광고

6. 네오클릭
7. 구글 애즈
8. 리얼클릭
9. 모비온
10. 서비N클릭
11. 카카오모먼트

**리포트 활용**

본 리포트를 통해 체류시간이 높은 광고매체를 알 수 있습니다.
체류시간이 높은 광고매체별 키워드를 확인하여 체류시간에 효과 있는 키워드와 광고매체별 특성을 파악할 수 있습니다.

**설정**

스탠다드 이상. 설정관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**

등록한 연결URL 주소가 다른 페이지로 HTTP 리다이렉션 Redirection 또는 Meta Refresh 또는 JavaScript 의 document.location 등을 이용하여 다른 페이지로 자동이동시킨다면, 웹브라우저의 주소창에 logger kw=광고명 의 파라미터를 유실하게 되어 올바른 측정을 할 수 없게 됩니다.

## 광고매체별 전환

최종 수정일 2017 01 24 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1670

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

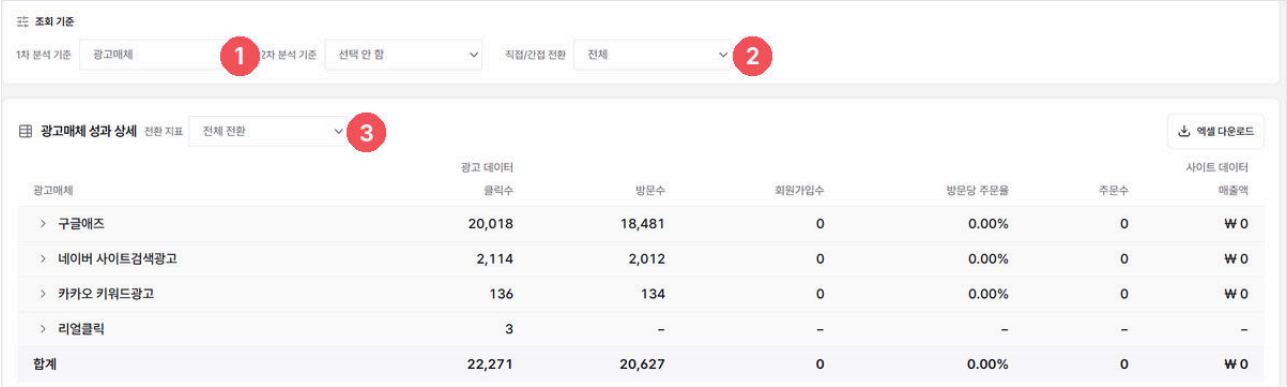
**리포트 설명**

CPC 광고매체 전환값을 확인할 수 있으며, 기본 전환 데이터인 회원가입수, 주문수, 매출액 외 추가 10개까지 전환값을 확인 가능합니다.

**리포트 지표**

CPC 광고매체 별 방문수, 회원가입수, 회원가입률, 주문수, 방문당주문율, 매출액, 방문당매출액, 평균 재구매 간격, 사용자정의 전환수 1 10

**CPC 광고매체별 전환 리포트 화면**




경로: 광고성과 검색광고 성과

1. 1차 분석 기준에서 광고매체 를 선택하고, 2차 분석 기준은 선택 안 함 으로 둡니다.
2. 직접/간접 전환에서 전체 , 직접 전환 , 간접 전환 중 하나를 선택합니다. 직접/간접 전환은 1차 분석 기준이 광고매체 또는 키워드이고 2차 분석 기준을 선택하지 않은 경우에만 나누어 볼 수 있습니다.
3. 전환 지표에서 전체 전환 또는 설정 전환단계 페이지 설정에 등록한 전환 페이지를 선택합니다. 성과 상세 표에서 광고매체별 클릭수, 방문수, 회원가입수, 방문당 주문율, 주문수, 매출액을 확인할 수 있으며, 엑셀 다운로드 로 표를 내려받을 수 있습니다.

**활용 방법**

간접 전환 지표 사용자 정의 전환수 를 통해 CPC 광고 별 주요 목적에 영향을 주는 활동을 하는 비중이 얼마큼 되는지를 알 수 있으며, 이를 통해 단순히 클릭, 방문과 같은 기본 데이터뿐만 아니라 장바구니 담기, 이벤트 참여수 등과 같이 주요 목적에 근접한 활동을 하는 광고가 무엇인지를 확인하여 광고 운영 전략에 참고할 수 있는 데이터를 확인할 수 있습니다.

**설정 방법**

https://logger.co.kr/manual FR/help.tsp?node=259

## 간편 광고 분석

최종 수정일 2021 12 20 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1147

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **리포트 설정방법** | 간편광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

URL뒤에 파라미터를 추가하여 해당 URL을 통한 페이지뷰수를 분석하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

별도 광고분석코드의 사용없이 즉각적이고 빠른 광고분석 방문경로측정위주 을 시작하기 위해 제공되는 리포트입니다.
스탠다드의 광고분석코드 이미지/플래시 및 커머스의 캠페인분석에 비하여 리포팅되는 정보의 수준은 낮지만, 별도의 코드 등록절차 없이 쉽게 사용할 수 있다는 점에서 간편 광고분석 리포트로서 매우 유용합니다.

간편광고분석 리포트는 외부사이트 또는 이메일내 링크 에서 귀사의 웹사이트로 접속할 때 URL뒤 파라미터를 근거로 하여 판단합니다. URL뒤 파라미터명은 정해져 있으며, 파라미터의 값은 사용자가 임의로 정하실 수 있습니다.

설정관련해서는 간편광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

리포트 결과는 광고명 또는 키워드명 으로 그 순수페이지뷰수를 기준으로 정렬되어 나타납니다.
접속횟수가 아닌 방문수 세션, Session 로 리포팅됨에 유의하십시오.

**리포트 옵션**



선택한 라인까지 보여주는 기능입니다.

**리포트 활용**

* 오버추어 등 CPC광고와 함께 사용

구글애즈 또는 오버추어에서 홈페이지 주소 등록시 다음과 같이 키워드명 등을 추가할 경우 명시적으로 해당 키워드에 의한 접근을 분리하여 본 리포트에서 확인할 수 있습니다.

구글 애즈의 예 http://www.yourdomain.com/?source=adwords logger kw=mykeyword
위 mykeyword 부분은 귀하께서 판별할 수 있는 임의의 문자열입니다.

* 캠페인코드의 동시적용

로거 커머스 서비스 를 사용하시는 경우 캠페인코드를 함께 적용할 수도 있습니다.

ex5 ... 생략 ...yourdomain.com/?logger kw=광고명칭 C 0000
이 경우 0000 은 커머스 서비스에 등록된 캠페인 코드번호이며,
해당 광고를 통한 방문자를 캠페인 대상으로 처리하여, 고급분석 리포트를 생성하게 됩니다.

**유의사항**

1. 사이트 첫 페이지에서 리다이렉션이 일어나는 경우

접속하게 되는 홈페이지가 다른 페이지로 HTTP 리다이렉션 Redirection 또는 Meta Refresh 또는 JavaScript 의 document.location 등을 이용하여 다른 페이지로 자동이동시킨다면, 간편 광고분석 을 위해 추가한 파라미터를 유실하게 되며, 올바른 측정을 하지 못하게 됩니다.

따라서, 광고 및 제휴사 등에 등록 및 제공하실 URL은 실제 페이지가 나타나는 주소로 등록하셔야 합니다.
ex 귀사의 웹사이트 test.com 에 접속시 자동으로 test.com/main/main.html 로 이동하게끔 되어 있다면,
홈페이지 주소는 test.com/?logger kw=광고명칭 이 아닌 test.com/main/main.html?logger kw=광고명칭 로 하셔야 합니다.
* 물론 해당 홈페이지에는 로그분석 코드가 삽입되어 있으셔야 합니다.

귀사의 웹페이지가 다른 페이지로 자동 이동시키는지 여부는 https://logger.co.kr/tools/getSource.tsp 에서 확인할 수 있습니다.
홈페이지 주소를 입력한 후 확인버튼을 클릭하신 후 나타나는 HTTP 통신 내용 및 HTML소스에서

Location: 또는 meta refresh 또는 location = 등의 내용이 나타날 경우 강제 이동시키는 페이지입니다.

**참고**

CPC 광고 방문
CPC 광고 방문자/클릭 상세
이메일/배너 광고 진행 상태
이메일/배너 노출수 추세
이메일/배너 클릭수 추세
이메일/배너 클릭율 추세

## 배너 노출·클릭 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 광고성과 배너 노출·클릭 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console banner

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 스탠다드 에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web.

### 리포트 정의

광고 분석 스크립트 이미지·텍스트 배너, 이메일/뉴스레터 로 등록한 광고별로 조회 기간의 노출수·클릭수·CTR 을 보여 주는 리포트입니다.

### 리포트 설명

레거시 리포트 이메일/배너 광고 노출/클릭 을 원천으로, 광고 ADcode 별 노출수와 클릭수를 집계하고 CTR 클릭수 노출수 을 계산해 보여 줍니다.

설정에 등록된 광고는 ADcode 와 광고명으로 연결해 표시하며, 등록만 되고 조회 기간에 데이터가 없는 광고는 노출수·클릭수를 로 표시합니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 설정 이동 | 광고 분석 스크립트 설정 버튼 광고 등록 화면으로 이동 |
| 핵심 지표 | 노출수 · 클릭수 · CTR |
| 배너별 성과 상세 | ADcode, 배너명, 노출수, 클릭수, CTR 표와 합계 행, 엑셀 다운로드 . 배너 노출·클릭 분석 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 배너별 노출수·클릭수·CTR: 배너 노출·클릭 분석

### 참고

- 이메일/배너 노출수 추세: 노출수는 광고의 노출 Impression 횟수입니다. 이메일·뉴스레터에 적용하면 노출수로 이메일이 얼마나 열람되었는지 가늠할 수 있습니다.

- 이메일/배너 클릭수 추세: 클릭수로 광고에서 웹사이트로 유도된 방문 규모를 파악하고, 광고 디자인·문구·내용 변경에 따른 효과 변화를 CTR 과 함께 비교할 수 있습니다.
- 이메일/배너 클릭율 추세: 클릭률 CTR 은 클릭수를 노출수로 나눈 비율입니다. 진행 중인 광고의 CTR 이 떨어지기 시작하면 광고의 디자인·내용을 바꾸어야 한다는 신호로 볼 수 있습니다.

### 유의사항

- 광고를 등록해 광고 분석 스크립트를 생성하고 적용해야 데이터가 수집됩니다. 등록 방법은 이미지배너 분석스크립트 생성, 텍스트 광고 분석스크립트 생성, 이메일 뉴스레터  분석스크립트 생성을 참고하십시오.
- 이메일·뉴스레터에 적용할 때 광고 코드가 출력하는 이미지가 메일에 포함 인코딩 되어 발송되면 노출수는 측정되지 않고 클릭수만 측정됩니다.
- 스탠다드 서비스 이상에서 광고 코드 사용으로 월 광고 노출수가 100만 회를 넘으면 초과 요금이 적용됩니다.
- 이 화면은 이메일/배너 광고 분석 리포트입니다. 모바일 배너광고 간편 URL 방식 의 성과는 이 화면에 포함되지 않습니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 이미지배너 분석스크립트 생성
- 텍스트 광고 분석스크립트 생성
- 이메일 뉴스레터  분석스크립트 생성

## 배너별 성과 노출·클릭

최종 수정일 2026 09 01 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1015

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨  이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 이메일 뉴스레터  분석스크립트 생성<br>이미지배너 분석스크립트 생성<br>텍스트 광고 분석스크립트 생성 |

**리포트 정의**

광고분석 텍스트/이미지/플래시 광고분석 기능을 사용하여 리포트 기간 내에 진행된 되었던  광고를 모두 나타내는 리포트입니다.

*본 리포트 종합분석 화면 는 **약 1시간 간격으로 갱신됩니다.**

**리포트 활용**

외부사이트의 배너 또는 내부배너 등에 대한 노출 및 클릭수 분석을 통해 광고효과를 분석할 수 있습니다.
내부배너의 경우 위치를 변경해가며 측정하여 위치별 선호도를 분석할 수 있습니다.
광고분석코드를 응용하여, 홍보이메일/뉴스레터 등의 효과측정 등에 사용하실 수 있습니다.

*스탠다드 서비스이상에서 광고코드 사용으로 인해 월 광고노출수가 100만회를 초과하는 경우 초과 요금이 적용됩니다.

또한 광고코드의 과다 사용으로 서버 과부하가 발생될 경우 고객님께 광고코드의 사용중단을 요청할 수 있습니다.
초과요금 안내

**설정**

본 리포트를 이용하기 위해서는 먼저 광고를 등록하여 광고분석스크립트를 생성하여야 합니다.
이메일 뉴스레터 등록방법은 이메일 뉴스레터 분석스크립트 생성 항목을 참고하시기 바랍니다.
이미지 배너광고 등록방법은 이미지배너 분석스크립트 생성 항목을 참고하시기 바랍니다.
플래시 배너광고 등록방법은 플래시배너 분석스크립트 생성 항목을 참고하시기 바랍니다.
텍스트 배너광고 등록방법은 텍스트 광고 분석스크립트 생성 항목을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**

광고분석코드를 응용하여, 홍보이메일/뉴스레터등의 효과측정 등에 사용할 경우,
이때는 광고코드 및 광고코드에 의해 출력되는 이미지 플래시는 메일클라이언트, 즉 메일보는 프로그램에 따라 지원이 안 될 수 있으므로 이미지광고 분석을 이용하시는 것이 좋습니다. 가 메일에 포함되지 않도록 하여야 합니다.

그러기 위해서는 예를 들어, 아웃룩 익스프레스를 사용하여 개별적으로 메일을 발송한다고 가정하였을 때,
새로메일작성 창에서 서식 메뉴의 메시지와 함께 그림보내기 항목이 선택 해제되어 있어야 합니다.

일반적으로 대량 이메일을 발송하는 프로그램에서는 이미지를 이메일에 포함 인코딩 하여 보낼 경우 용량이 과다하여 부하가 크므로, 자동적으로 이미지는 포함되지 않고 발송됩니다만, 간혹 이미지를 포함하여 발송하는 메일발송 프로그램에서는 이에 대한 주의가 필요합니다. 이미지가 인코딩되어 포함발송될 경우 이메일의 노출수 분석이 되지 않고 클릭수 분석만 됩니다.

**참고**

이메일/배너 노출수 추세
이메일/배너 클릭수 추세
이메일/배너 클릭율 추세

# 캠페인 추세

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 광고성과 캠페인 추세 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console campaign

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 커머스 에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web.

## 리포트 정의

캠페인 코드가 적용된 광고로 들어온 방문의 방문수·반송수·회원가입수·주문수·매출액을 캠페인 또는 캠페인 그룹 별로 비교하고, 캠페인별 일별 추세를 보여 주는 리포트입니다.

## 리포트 설명

분석 기준을 캠페인 또는 캠페인 그룹으로 골라 선택한 지표 기준 상위 10개 항목의 성과를 비교하고, 유입·이탈 흐름 표에서 항목별 방문수·반송수·반송률·회원가입수·주문수·매출액을 확인합니다. 행의 추세 상세 버튼을 누르면 같은 화면 안에서 해당 캠페인의 일별 추세를 보여 줍니다.

레거시 리포트 캠페인별 방문/회원가입/주문/매출 추세 , 캠페인별 랜딩페이지 반송률 , 캠페인그룹별 랜딩페이지 반송률 등이 이 화면으로 합쳐졌습니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 설정 이동 | 캠페인 관리 버튼 설정 캠페인 생성 및 관리 |
| 방문수 기준 안내 | 이 화면의 방문수 집계 기준 캠페인 코드 방문 기여기간 내 재방문 과 간편 광고 분석·검색광고 성과 화면의 기준 차이 |
| 유입·이탈 핵심 지표 | 방문수 · 반송수 · 반송률 · 회원가입수 · 주문수 · 매출액 |
| 조회 필터 | 분석 기준 캠페인·캠페인 그룹 , 캠페인 그룹, 캠페인 또는 캠페인 그룹 선택 최대 5개 |
| 캠페인별 성과 비교 | 1차·2차 지표를 골라 1차 지표가 높은 상위 10개 항목을 가로 막대로 비교. 캠페인별 성과 비교 |
| 캠페인 유입·이탈 흐름 | 캠페인 또는 캠페인 그룹 별 방문수·반송수·반송률·회원가입수·주문수·매출액 표, 열 정렬, 추세 상세 버튼, 엑셀 다운로드 . 캠페인 유입·이탈 흐름, 캠페인 그룹 유입·이탈 흐름 |
| 추세 상세 | 선택한 캠페인의 일별 추세 차트 방문수·반송수·반송률·회원가입수·주문수·매출액 와 일시별 추이 표. 목록으로 로 돌아갑니다. 캠페인별 성과 비교 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 캠페인별 성과 비교 · 추세 상세 방문·회원가입·주문·매출 추세 : 캠페인별 성과 비교
- 분석 기준 캠페인 유입·이탈 흐름: 캠페인 유입·이탈 흐름
- 분석 기준 캠페인 그룹 유입·이탈 흐름: 캠페인 그룹 유입·이탈 흐름

## 참고

- 캠페인별 체류시간 추세: 캠페인이 종료된 뒤에도 지정한 캠페인 효과 지속일수 이내에 방문하면 해당 캠페인에 의한 방문으로 측정합니다. 캠페인 추세는 시간대별 분석을 제공하지 않으며 일 단위로 집계합니다.

## 유의사항

- 캠페인 방문수는 캠페인 코드가 적용된 광고로 들어온 방문에 더해, 기여기간 캠페인 효과 지속일수, 기본 14일 안에 북마크 등 다른 경로로 다시 들어온 방문까지 포함합니다. 캠페인 코드에 L 파라미터를 붙이면 해당 기간이 기여기간이 됩니다. 자세한 내용은 캠페인 효과 지속일수를 참고하십시오.
- 반송수는 캠페인으로 들어온 방문 가운데 처음 접속한 페이지에서 다른 페이지로 이동하지 않고 이탈한 방문수이며, 반송률은 방문수 대비 반송수의 비율입니다.
- 추세 상세는 일 단위로만 제공합니다.
- 캠페인 그룹 기준의 방문수·반송수는 캠페인 그룹 리포트 캠페인그룹별 랜딩페이지 반송률 기준이며, 캠페인 기준 합계와 집계 기준이 달라 값이 다를 수 있습니다. 캠페인 그룹은 설정에서 그룹을 등록해야 선택할 수 있습니다.
- 회원가입수·주문수는 TRK PI 설정 주문완료 페이지 ODR 등 이, 매출액은 커머스 에디션 이상에서 TRK OA· TRK OP· TRK OE 설정이 선행되어야 집계됩니다.

- 캠페인 코드 등록·적용 방법은 캠페인 분석코드 생성을 참고하십시오.

**함께 보면 좋은 문서**

- 캠페인 분석코드 생성
- 캠페인 효과 지속일수
- 캠페인별 회원가입·주문·매출

## 캠페인별 성과 비교

최종 수정일 2015 09 23 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1550

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE, TRK CC |
| **리포트 설정방법** | 캠페인 분석코드 생성<br>캠페인 효과 지속일수 |

**리포트 정의**

각 캠페인 Campaign 에 의한 방문자가 웹사이트에 방문한 횟수, 회원가입 수 , 주문수, 주문을 통해 발생하는 매출액의 추세를 리포팅 합니다.

**리포트 설명**

본 리포트는 캠페인에 의한 방문자의 시간의 변화에 따른 방문수의 추세, 회원등록, 주문 수, 방문자의 주문을 통해 발생한 매출액의 추세를 보여드립니다.

캠페인을 통하여 방문, 회원가입, 주문, 매출액이 실제 얼마나 효과가 있었는지에 대한 분석 및 여러가지 캠페인 중 어떤 캠페인이 항목별로 방문, 회원가입, 주문, 매출 더 많은 효과가 있었는지에 대한 분석이 가능합니다.
또한 이러한 분석을 시간의 변화에 따라 분석하여 캠페인 시행 초기와 종료시점까지 어느 시점에서 효과가 많이 이루어지는지에 대하여도 분석이 가능합니다.

* 본 리포트는 2011.03.25 캠페인별 방문 추세/ 캠페인별 회원등록 추세 /캠페인별 주문추세/캠페인별 매출추세 리포트를 통합하여 **캠페인별 방문/회원가입/주문/매출 추세** 하나의 리포트로 제공됩니다.

*캠페인 효과 지속일수
캠페인이 종료된 이후라도, 지정한 캠페인 효과 지속일수 캠페인코드 사용시 L 파라미터 캠페인 분석 commerce 참고까지 해당 캠페인에 의한 방문자에 의해 주문이 발생한다면, 해당 캠페인에 의한 주문수로 측정됩니다.

캠페인 효과 지속일수에 대한 자세한 설명은 캠페인 효과 지속일수 항목을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 캠페인선택** 버튼을 클릭하여 캠페인 선택 POPUP창을 통해 분석할 캠페인을 선택합니다.

**필터 및 옵션 선택에서 회원특성 선택** 을 이용하여 원하는 회원특성에 대한 캠페인 방문수 추세를 분석할 수 있습니다.

**리포트 활용**

기간 변화에 따른 캠페인별 방문수, 회원가입 수, 주문수, 매출액의 증감추세를 분석할 수 있습니다.

각 캠페인 중 어떤 캠페인이 항목별로 방문, 회원가입,주문, 매출 가장 많은 효과를 유도하였는지 확인할 수 있습니다.

캠페인을 통한 방문회원 분석을 통해 캠페인에 주로 관심을 보이는 회원특성군을 파악하여 회원들의 성향에 맞는 맞춤형 캠페인을 기획할 수 있습니다.

특정 회원특성을 선택하여 해당 회원특성을 가진 캠페인 방문수, 회원가입 수, 주문수, 매출액에 대한 추세를 분석할 수 있습니다.

웹사이트에 트래픽을 증가, 회원가입, 주문유도, 매출증대를 목적으로 한 마케팅 캠페인 ex: 세일 이벤트, 사은품이벤트 등 이라면, 본 리포트를 참고하시는 것이 유용할 것입니다.

**환경변수 설정**

1. 리포트 매니저에서 캠페인을 등록하고 해당 생성된 캠페인코드를 웹사이트에 적용하여야 합니다.

* 캠페인 분석을 위해서는 이와 관련된 항목이 먼저 준비되어 있어야 합니다.

캠페인코드의 등록방법과 캠페인코드의 활용방법은 각 해당 항목을 참고하시기 바랍니다.

캠페인 분석코드 생성

TRK CC 값의 설정 Campaign Code

환경변수 설정 기본 규칙

2. 캠페인 코드 등록단계 없이 사용자가 임의의 코드를 부여하여 사용할 수 있습니다.

단 C 변수명을 사용하셔야 하며, 캠페인 코드 선배포시 코드값의 형식은 10만 이상 1억 미만의 값으로 1씩 증가하여 사용하시면 됩니다.

ex http:// yoursite.co.kr/**? C 100001** 임의의 숫자

3. 비즈니스서비스 이상에서 제공되는 환경변수인 TRK PI 값을 주문완료 페이지 TRK PI ODR 에 설정하여야 합니다.

TRK PI 값 설정방법에 대한 자세한 설명은

TRK PI 값의 설정 Page Identity 항목을 참고하시기 바랍니다.

4. 커머스 서비스 이상에서 제공되는 환경변수인

TRK OA 상품금액 , TRK OP 상품명 , TRK OE 상품수량 값을 주문완료 페이지에 설정하여야 합니다.

설정방법은 아래의 항목들을 참고하시기 바랍니다.

TRK OA 값의 설정 Ordered Amount

TRK OP 값의 설정 Ordered Products

TRK OE 값의 설정 Ordered EA.

**유의사항**

본 리포트는 시간대별 분석이 제공되지 않으며, 년 월별, 월 일별, 주 일별 리포트가 제공됩니다.

캠페인에 의한 주문수의 측정은 비즈니스서비스 이상에서 제공되는 TRK PI 값의 설정 Page Identity 에 의해 검출되므로, TRK PI 의 값의 설정이 선행되어야 합니다.

**참고**
캠페인별 방문당 비용
캠페인별 회원등록/등록율
캠페인별 회원등록당 비용
캠페인별 주문 추세
캠페인별 주문당 비용
캠페인별 비용대비 매출 ROI

## 캠페인 유입·이탈 흐름

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1301

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 캠페인 분석코드 생성<br>캠페인 효과 지속일수 |

**리포트 정의**
캠페인 분석을 이용하는 경우, 캠페인을 통하여 방문에 이용한 첫 페이지를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**
방문에 이용한 캠페인이 어떤 페이지로 접속이 되었는지 분석한 리포트입니다. 기본적으로 캠페인 전체 방문에 이용된 페이지 리스트를 보실 수 있으며, 상단의 옵션 버튼으로 캠페인별로 분석하실 수 있습니다.

반송수는 사이트 접속 후 다른 페이지로 이동이 이루어지지 않고, 사이트를 이탈한 방문수를 나타냅니다. 방문 품질을 측정하는 데이터로, 반송률이 높으면 일반적으로 귀사의 접속 페이지가 방문자와 상관관계가 없다는 뜻이므로, 반송률이 낮을수록 좋습니다.

본 리포트에서 반송수는 접속 페이지에서 바로 이탈한 방문수를 의미하며, 처음 방문수는 각 방문자가 접속한 처음 페이지에 대한 방문수의 합을 의미합니다.

예를 들어 설명하면, 다음과 같습니다.

**유의사항**
마케팅 캠페인의 재 방문수의 경우 캠페인을 통하여 방문한 후, 캠페인 유효기간 내에 북마크 등 다른 방법으로 재방문을 하더라도 캠페인에 의해 방문한 것으로 분석됩니다.
본 리포트도 마케팅 캠페인의 분석 기준과 동일하게 캠페인 유효기간이 적용된 방문까지 분석됩니다.

| 방문자 | 랜딩페이지 | 사이트접속 후 이동페이지 |
|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| **A** | **가** | **나** | **다** |
| **B** | **가** | | |
| **C** | **나** | **다** | **가** |

A라는 방문자는 가 나 다 페이지를 접속하고, B라는 방문자는 가 페이지를, C라는 방문자는 나 다 가 페이지를 순서대로 접속하였다면,
가 페이지에 대한 반송수는 1이고, 방문수는 2가 되며,
나 페이지에 대한 반송수는 0이고, 방문수는 1이 됩니다.

반송률은 각 페이지에 해당하는 방문수 대비 반송수의 비율을 나타낸 것입니다.

**리포트 활용**
참조사이트별 이용한 페이지를 분석하여 반송율이 높은 페이지를 방문자의 목적에 맞게 수정, 보강하실 수 있습니다.

**참고**
참조사이트별 접속한 페이지를 확인하시려면, 참조 사이트별 랜딩페이지 반송률을 참고하시기 바랍니다.
검색엔진/검색어별 접속한 페이지를 확인하시려면, 검색엔진별 랜딩페이지 반송률을 참고하시기 바랍니다.

## 캠페인 그룹 유입·이탈 흐름

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1519

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 캠페인 분석코드 생성<br>캠페인 효과 지속일수 |

**리포트 정의**
캠페인 분석을 이용하는 경우, 캠페인을 통하여 방문에 이용한 첫 페이지를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**
방문에 이용한 캠페인이 어떤 페이지로 접속이 되었는지 분석한 리포트입니다. 기본적으로 캠페인별로 방문/반송수를 보실 수 있으며, 하위데이터로 캠페인별 랜딩페이지 리스트를 확인하실 수 있습니다. 상단의 옵션 버튼으로 캠페인 그룹별로 분석하실 수 있습니다.

반송수는 사이트 접속 후 다른 페이지로 이동이 이루어지지 않고, 사이트를 이탈한 방문수를 나타냅니다. 방문 품질을 측정하는 데이터로, 반송률이 높으면 일반적으로 귀사의 접속 페이지가 방문자와 상관관계가 없다는 뜻이므로, 반송률이 낮을수록 좋습니

다.

본 리포트에서 반송수는 접속 페이지에서 바로 이탈한 방문수를 의미하며, 처음 방문수는 각 방문자가 접속한 처음 페이지에 대한 방문수의 합을 의미합니다.

예를 들어 설명하면, 다음과 같습니다.

| 방문자 | 랜딩페이지 | 사이트접속 후 이동페이지 | |
|---|---|---|---|
| A | 가 | 나 | 다 |
| B | 가 | | |
| C | 나 | 다 | 가 |

각 페이지의 해당하는 방문수 대비 반송수의 비율을 나타낸 것입니다.
A라는 방문자는 가 나 다 페이지를 접속하고, B라는 방문자는 가 페이지를, C라는 방문자는 나 다 가 페이지를 순서대로 접속하였다면,
가 페이지에 대한 반송수는 1이고, 방문수는 2가 되며,
나 페이지에 대한 반송수는 0이고, 방문수는 1이 됩니다.

반송률은 각 페이지의 해당하는 방문수 대비 반송수의 비율을 나타낸 것입니다.

**리포트 활용**
참조사이트별 이용한 페이지를 분석하여 반송율이 높은 페이지를 방문자의 목적에 맞게 수정, 보강하실 수 있습니다.

**유의사항**
마케팅 캠페인의 재 방문수의 경우 캠페인을 통하여 방문한 후, 캠페인 유효기간 내에 북마크 등 다른 방법으로 재방문을 하더라도 캠페인에 의해 방문한 것으로 분석됩니다.
본 리포트도 마케팅 캠페인의 분석 기준과 동일하게 캠페인 유효기간이 적용된 방문까지 분석됩니다.

**참고**
참조사이트별 접속한 페이지를 확인하시려면, 참조 사이트별 랜딩페이지 반송률을 참고하시기 바랍니다.
검색엔진/검색어별 접속한 페이지를 확인하시려면, 검색엔진별 랜딩페이지 반송률을 참고하시기 바랍니다.

# 캠페인 성과

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 광고성과 캠페인 성과 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console campaign conversion

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 커머스 에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web.

## 리포트 정의

캠페인 또는 캠페인 그룹 별 방문·회원가입·주문·매출과 전환 지표를 비교하고, 캠페인별 주문 상품과 회원 특성을 확인하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

표시할 지표를 골라 캠페인별 전환 성과 표와 상위 10개 차트로 비교합니다. 표에서 캠페인의 성과 상세 버튼을 누르면 해당 캠페인의 성과 상세 화면에서 주문 상품과 회원 특성 성별·연령대별 방문수 을 확인할 수 있습니다.

레거시 리포트 캠페인별 회원/주문/매출 , 캠페인별 전환 , 캠페인별 회원특성 , 캠페인별 주문상품 등이 이 화면으로 합쳐졌습니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 설정 이동 | 캠페인 관리 버튼 설정 캠페인 생성 및 관리 |
| KPI 카드 | 기본 방문수 · 페이지뷰 · 주문수 · 매출액 페이지뷰는 서비스에 해당 지표가 있을 때 표시 . KPI 추가 로 카드를 추가하고 순서를 바꾸거나 제거할 수 있습니다. |
| 조회 필터 | 캠페인 그룹, 캠페인 개별 선택 |
| 전환 성과 TOP 10 | 차트 지표를 골라 상위 10개 캠페인을 막대 차트로 비교 표의 지표 선택과 별도 |
| 표시 지표 | 지표 추가 로 표에 표시할 지표를 추가하고 화살표로 순서를 바꾸거나 X 로 제외. 선택 가능 지표: 방문수, 방문율, 페이지뷰, 회원가입수, 회원가입률, 주문수, 주문율, 상담수, 신청예약수, 방문당 매출액, 주문당 매출액, 매출액 페이지뷰·상담수·신청예약수는 서비스에 해당 전환 지표가 있을 때만 표시 |
| 캠페인별 전환 성과 | 캠페인 또는 캠페인 그룹 별 선택 지표 표, 검색, 열 정렬, 합계 행, 성과 상세 버튼, 엑셀 다운로드 . 캠페인별 회원가입·주문·매출, 캠페인별 전환 성과 |
| 성과 상세: 캠페인 성과 상세 | 선택한 캠페인의 방문수 · 페이지뷰 · 주문수 · 방문당 매출액 · 주문당 매출액 · 매출액 |
| 성과 상세: 주문 상품 | 상품명 · 판매수량 · 매출 표와 엑셀 다운로드 . 캠페인 주문 상품 |
| 성과 상세: 회원 특성 | 캠페인으로 방문한 회원의 성별·연령대별 방문수. 캠페인 회원 특성 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 캠페인별 전환 성과 전환 지표 : 캠페인별 전환 성과
- 캠페인별 전환 성과 회원가입·주문·매출 : 캠페인별 회원가입·주문·매출
- 성과 상세 회원 특성: 캠페인 회원 특성
- 성과 상세 주문 상품: 캠페인 주문 상품

### 유의사항

- 캠페인 성과는 캠페인 코드가 적용된 광고로 들어온 방문과, 기여기간 캠페인 효과 지속일수, 기본 14일 안에 다른 경로로 다시 들어온 방문까지 포함해 집계합니다. 캠페인이 끝난 뒤에도 기여기간 안에 발생한 주문은 해당 캠페인의 주문으로 측정됩니다. 자세한 내용은 캠페인 효과 지속일수를 참고하십시오.
- 방문율은 현재 필터로 조회한 전체 방문수 대비 해당 캠페인 방문수의 비중입니다.
- 회원가입수·주문수는 TRK PI 설정 주문완료 페이지 ODR 등 이, 매출액·주문 상품은 커머스 에디션 이상에서 TRK OA· TRK OP· TRK OE 설정이 선행되어야 집계됩니다.
- 회원 특성은 캠페인 기준 캠페인 그룹 기준 제외 에서 제공하며, 로그인 등으로 회원 연령 TRK AG ·성별 TRK SX 값이 할당된 방문만 분류됩니다.
- 캠페인 코드 등록·적용 방법은 캠페인 분석코드 생성을 참고하십시오.

**함께 보면 좋은 문서**

- 캠페인 분석코드 생성
- 캠페인 효과 지속일수
- 캠페인별 성과 비교

## 캠페인별 전환 성과

최종 수정일 2021 06 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1672

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 캠페인별 전환 |
| **리포트 설정방법** | 캠페인 분석코드 생성<br>캠페인별 전환 |

**리포트 정의**

네이버, 다음 검색엔진을 통한 방문에서 이전 검색어와 유입 검색어의 방문수를 확인할 수 있는 리포트입니다.

**리포트 설명**

네이버, 다음 검색엔진을 통해 방문한 이전 검색어와 유입 검색어를 확인할 수 있습니다.

①네이버 통합검색 PC, 모바일

②네이버 쇼핑 통합검색 모바일

③다음 통합검색 PC, 모바일

검색어 앞의 버튼을 클릭하면 이전 검색어 이후 사이트 유입에 사용된 유입 검색어를 확인할 수 있습니다.

**리포트 활용**

유입한 방문자의 이전 검색어를 통해 방문 배경 및 흐름을 확인할 수 있습니다.

이전 검색어에서 확인한 타상호명을 통해 경쟁업체, 방문자의 방문 의도 등을 파악할 수 있습니다.

**유의사항**

검색엔진의 결과 페이지로부터 레퍼러 Referrer 가 유실된 경우, 수집이 불가합니다.

만약 방문자가 검색엔진 등을 통해 웹사이트를 방문시 레퍼러가 정상적으로 전달되지 못하는 구조라면 본 리포트는 정상적으로 보여지지 않을 수 있습니다. 이러한 경우에는 방문경로 검출 불가 문제의 도움말을 참조하여 레퍼러값이 정상적으로 전달될 수 있는 상태인지 확인하여야 합니다.

## 캠페인별 회원가입·주문·매출

최종 수정일 2017 05 25 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1189

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE, TRK CC |
| **리포트 설정방법** | 캠페인 분석코드 생성<br>캠페인 효과 지속일수 |

**리포트 간략 설명**

각 캠페인 Campaign 에 의한 방문에 대하여 회원가입 수 , 반송수, 주문수, 주문을 통해 일어나는 매출액을 분석하고 방문당매출액과 각 항목의 등록율을 종합하여 리포팅합니다.

**리포트 상세 설명**

캠페인 코드가 적용된 광고를 통해 발생된 방문수, 반송수, 회원가입수, 주문수, 매출액을 각 캠페인 별로 확인할 수 있으며,

광고가 종료된 후에도 캠페인 코드가 적용된 광고 외 다른 경로로 접속하게 되면 기여기간 내 데이터까지 수집됩니다.

* 기여기간은 각 캠페인 별 효과일수를 의미하며 기본 14일입니다. 또한 캠페인 코드 뒤에 L 30 기여기간 이 적용되어 있는 경우

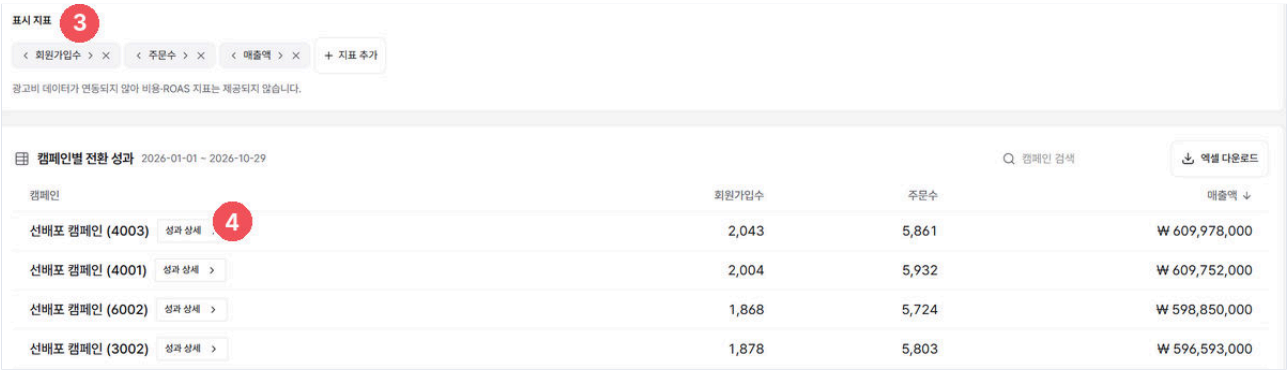
해당 캠페인의 기여기간은 L 에 적용된 기간으로 데이터를 수집합니다.

캠페인 기여기간에 대한 자세한 설명은 캠페인 효과 지속일수 항목을 참고하시기 바랍니다.




1 광고성과 캠페인 추세 화면의 캠페인 유입·이탈 흐름 표에서 각 캠페인 별 방문수, 반송수, 반송률, 회원가입수, 주문수, 매출액을 확인할 수 있습니다.

2 각 캠페인 우측 추세 상세 버튼을 클릭하면 해당 캠페인의 방문수, 반송수, 회원가입수, 주문수, 매출액 데이터를 일별 추세로 확인할 수 있습니다.




3 광고성과 캠페인 성과 화면의 표시 지표에서 지표 추가 로 캠페인별 전환 성과 표에 표시할 지표를 추가하고, 각 지표의 화살표로 순서를 바꾸거나 X로 제외할 수 있습니다.

4 캠페인별 전환 성과 표에서 각 캠페인 우측 성과 상세 버튼을 클릭하면 해당 캠페인의 성과 상세 화면으로 이동하며, 행을 클릭하면 해당 캠페인의 주문 상품과 회원 특성 성별 · 연령대별 방문수 을 확인할 수 있습니다.

* 2011.03.03 캠페인 방문/주문/매출액 리포트와 캠페인별 회원등록/등록율 리포트를 통합하여 **캠페인별 회원/주문/매출** 리포트로 제공됩니다.
* 2009.06.12 유효방문수와 반송방문수 필드가 추가되었습니다.
* 2009.06.12 이전 기존 데이터에 대해서는 유효방문수로 표시됩니다.
* 반송수 : 캠페인을 통해 접속한 방문자가 사이트 방문 이후 첫 페이지에서 다른 페이지로 이동하지 않고 30분이 지난 방문수를 의미합니다.

**리포트 옵션**

캠페인 추세 · 캠페인 성과 화면 상단의 캠페인 그룹과 캠페인 선택 캠페인 개별 선택 으로 조회할 캠페인을 좁혀서 볼 수 있으며, 표시할 지표는 위 3 의 표시 지표에서 선택합니다.

**리포트 활용**

캠페인 중 어떤 캠페인을 통한 방문자가 회원가입을 많이 하였는지 분석할 수 있습니다.
캠페인 중 어떤 캠페인이 가장 매출에 기여하였는지, 방문당 매출액이 얼마인지 확인할 수 있습니다.
회원 성별, 연령대 또는 직업 에 따른 필터링이 가능하여 회원특성별로 캠페인을 통한 회원등록현황을 분석할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

1. 리포트 매니저에서 캠페인을 등록하고 해당 생성된 캠페인코드를 웹사이트에 적용하여야 합니다.

* 캠페인 분석을 위해서는 이와 관련된 항목이 먼저 준비되어 있어야 합니다.

캠페인코드의 등록방법과 캠페인코드의 활용방법은 각 해당 항목을 참고하시기 바랍니다.

캠페인 분석코드 생성

환경변수 설정 기본 규칙

TRK CC 값의 설정 Campaign Code

2. 캠페인 코드 등록단계 없이 사용자가 임의의 코드를 부여하여 사용할 수 있습니다.

단 C 변수명을 사용하셔야 하며, 캠페인 코드 선배포시 코드값의 형식은 10만 이상 1억 미만의 값으로 1씩 증가하여 사용하시면 됩니다.

ex http:// yoursite.co.kr/**? C 100001** 임의의 숫자

3. 비즈니스서비스 이상에서 제공되는 환경변수인 TRK PI 값을 주문완료 페이지 TRK PI ODR 에 설정하여야 합니다.

TRK PI 값 설정방법에 대한 자세한 설명은

TRK PI 값의 설정 Page Identity 항목을 참고하시기 바랍니다.

4. 커머스 서비스 이상에서 제공되는 환경변수인

TRK OA 상품금액 , TRK OP 상품명 , TRK OE 상품수량 값을 주문완료 페이지에 설정하여야 합니다.

설정방법은 아래의 항목들을 참고하시기 바랍니다.

TRK OA 값의 설정 Ordered Amount

TRK OP 값의 설정 Ordered Products

TRK OE 값의 설정 Ordered EA.

**유의사항**

본 리포트는 웹사이트의 통계 및 캠페인 효과분석 이외의 회계상의 활용목적으로 이용되기에 부적합합니다.

테이블 라인수를 전체 로 선택했을 경우 캠페인명이 기타 인 경우는 아래의 사항에 해당하므로 참고하시기 바랍니다.

1 동일한 고객의 다른 서비스번호 캠페인 코드의 영향을 받았을 경우

2 해당 캠페인을 삭제하여 캠페인명을 찾을 수 없을 경우

**참고**

캠페인별 회원특성

캠페인별 방문 추세

캠페인별 주문 추세

캠페인별 회원등록 추세

캠페인별 매출 추세

# 캠페인 회원 특성

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1230

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK CC, TRK SX, TRK AG |
| **리포트 설정방법** | 캠페인 분석코드 생성<br>캠페인 효과 지속일수 |

**리포트 정의**

캠페인을 통한 웹사이트 방문자중 회원에 대하여 연령대 및 성별로 분류하여 제공하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

캠페인을 통해 방문하는 방문자중 회원의 연령대별 방문자수 및 구성비율을 분석하고 각 연령대의 성별로 분류하여 사이트의 주요고객 연령대 및 성별에 맞는 마케팅활동에 활용하실 수 있습니다.

연령대는 A,B,C,D,E,F,G의 7가지로 나누어 분류할 수 있고 각각의 연령대 설정은 리포트매니저 서비스 설정 연령대 사용자 정의 메뉴에서 사용자의 용도에 맞게 정의하실 수 있습니다.

연령대뿐만 아니라, 웹페이지에서 AG 회원연령 값에 할당되는 값에 따라 직업별, 거주지별, 업종별 등 필요에 맞게 분류하여 활용하실 수도 있습니다.

예를 들어,

회원의 직업을 7가지로 분류하여 연령대 사용자 정의에 설정하고 각각의 직업에 해당하는 알파벳값 **A,B,C,D,E,F,G 중 하나** 을 웹페이지의 AG 회원연령 값에 설정하면, 연령대가 아닌 직업별 분류리포트를 보실 수 있습니다.

성별은 남성, 여성, 기타의 항목으로 분류되며 기타 항목은 기업고객과 같이 성별을 구분할 수 없는 경우 TRK SX U 에 해당합니다.

**리포트 옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 캠페인 선택** 옵션을 통하여 특정 캠페인을 통해 방문한 회원의 특성을 분석할 수 있습니다.

**리포트 활용**

캠페인을 통한 방문회원 분석을 통해 캠페인에 주로 관심을 보이는 회원특성군을 분석할 수 있습니다.

특정 캠페인에 관심있는 주요 회원특성군을 파악하여 회원들의 성향에 맞는 맞춤형 캠페인을 기획할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

환경변수 설정스크립트 내의 TRK CC 캠페인 , TRK AG 회원연령등 , TRK SX 회원성별 값을 웹페이지에서 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.

아래의 TRK AG 회원연령 , TRK SX 회원성별 , TRK CC 캠페인 값의 설정에 대한 도움말을 참조하시기 바랍니다.

TRK CC 값의 설정 Campaign Code

TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U

TRK AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G

**유의사항**

캠페인을 통해 방문한 회원에 대한 회원특성 분석리포트이므로, 캠페인 기능을 사용하지 않을 경우에는 표시되지 않을 수 있습니다.

환경변수 설정스크립트 내의 AG 회원연령 값을 할당할 경우 분석되므로, 환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 회원이 사이트를 방문하여도 로그인하여 AG 회원연령 값이 할당되지 않으면 회원연령대를 구분할 수 없게 됩니다.

환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 로그인을 거쳐 AG 회원연령 값이 할당된 경우에는 그 값이 회원 PC의 쿠키에 영구적으로 남아 이후 방문시에는 로그인하지 않아도 회원연령대가 자동인식되며 재로그인시에는 재할당되는 값으로 변경됩니다.

## 캠페인 주문 상품

최종 수정일 2011 09 07 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1165

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE, TRK CC |
| **리포트 설정방법** | 캠페인 분석코드 생성<br>캠페인 효과 지속일수 |

**리포트 정의**

캠페인별 주문상품 리포트는 각 주문상품별 주문수량/매출액을 캠페인 Campaign 별로 필터링하여 조회할 수 있도록 한 리포트입니다.

**리포트 설명**

캠페인에 의하여 발생하는 주문의 상품별 주문수량 및 매출액을 캠페인별로 보여줌으로써,
각 캠페인별로 어떠한 상품이 많이 주문되었는지에 대한 주문수 및 매출액을 분석할 수 있습니다.

* 캠페인 효과 지속일수

캠페인이 종료된 이후라도, 지정한 캠페인 효과 지속일수 캠페인코드 사용시 L 파라미터 캠페인 분석 commerce 참고까지 방문에 의한 주문이 있다면, 해당 캠페인에 의한 주문수로 측정됩니다.

캠페인 효과 지속일수에 대한 자세한 설명은 캠페인 효과 지속일수 항목을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 캠페인 선택** 버튼을 클릭하여 조회할 캠페인을 선택할 수 있습니다.

**리포트 활용**

각 캠페인 중 어떤 캠페인이 가장 효과적으로 주문을 유도하였는지 확인할 수 있습니다.

각 캠페인을 통한 주문에서 특정상품이 차지하는 주문건수 및 매출액의 비율을 통하여 특정 캠페인에 관심을 보인 방문자가 주로 관심을 보이는 상품을 알 수 있으며 이는 새로운 이벤트 및 캠페인 기획시 중요한 자료로 사용될 수 있습니다.

**환경변수 설정**

1. 리포트 매니저에서 캠페인을 등록하고 해당 생성된 캠페인코드를 웹사이트에 적용하여야 합니다.

* 캠페인 분석을 위해서는 이와 관련된 항목이 먼저 준비되어 있어야 합니다.

캠페인코드의 등록방법과 캠페인코드의 활용방법은 각 해당 항목을 참고하시기 바랍니다.
캠페인 분석코드 생성
TRK CC 값의 설정 Campaign Code
환경변수 설정 기본 규칙

2. 캠페인 코드 등록단계 없이 사용자가 임의의 코드를 부여하여 사용할 수 있습니다.
단 C 변수명을 사용하셔야 하며, 캠페인 코드 선배포시 코드값의 형식은 10만 이상 1억 미만의 값으로 1씩 증가하여 사용하시면 됩니다.
ex http:// yoursite.co.kr/**? C 100001** 임의의 숫자

3. 비즈니스서비스 이상에서 제공되는 환경변수인 TRK PI 값을 주문완료 페이지 TRK PI ODR 에 설정하여야 합니다.
TRK PI 값 설정방법에 대한 자세한 설명은
TRK PI 값의 설정 Page Identity 항목을 참고하시기 바랍니다.

4. 커머스 서비스 이상에서 제공되는 환경변수인
TRK OA 상품금액 , TRK OP 상품명 , TRK OE 상품수량 값을 주문완료 페이지에 설정하여야 합니다.
설정방법은 아래의 항목들을 참고하시기 바랍니다.
TRK OA 값의 설정 Ordered Amount
TRK OP 값의 설정 Ordered Products
TRK OE 값의 설정 Ordered EA.

**유의사항**
캠페인에 의한 주문수의 측정은 비즈니스서비스 이상에서 제공되는 TRK PI 값의 설정 Page Identity 에 의해 검출되므로 TRK PI 의 값의 설정이 선행되어야 합니다.

**참고**
캠페인별 주문 추세
캠페인별 주문당 비용

## 부정클릭

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 광고성과 부정클릭 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console click fraud

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상.

### 리포트 정의

CPC 광고 클릭에 의한 방문과 접속 기록을 IP·UID 및 클릭 단위로 나열해, 같은 방문자의 반복 클릭 등 부정클릭이 의심되는 경우를 점검하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

CPC 광고 중복 클릭 탭에서는 기간 내 중복 방문 IP 또는 UID 별 클릭수·유효한 클릭수·중복된 클릭수를, CPC 광고 클릭 상세 탭에서는 클릭별 상세 내역을 확인합니다. 의심되는 IP 는 네이버 광고 노출 제한 IP 로 등록할 수 있습니다.

레거시 리포트 CPC 광고 중복 클릭 IP 와 CPC 광고 클릭 상세 IP 가 이 화면의 두 탭으로 합쳐졌습니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 탭 | CPC 광고 중복 클릭 · CPC 광고 클릭 상세 |
| 요약 카드 | 클릭수 · 중복 클릭수 · 유효 클릭수 선택한 기간 전체 합계 |
| 측정항목 중복 클릭 탭 | 리퍼러 네이버·Google·다음·기타 , 광고상품 리퍼러가 네이버일 때 선택 , 유입횟수, 클릭수 조건을 고른 뒤 확인 |
| 중복 클릭 IP 목록 | IP 기준·UID 기준 전환, IP·UID 검색. 열: UID, 기간내 중복방문 IP 또는 UID , 상세조회 상세보기 로 클릭 내역 펼치기 , 클릭수, 유효한 클릭수, 중복된 클릭수, 네이버 CSV, 다음 카카오 CSV, 광고노출 차단 관리 노출제한 . 네이버 노출 제한 IP 등록 · 네이버 IP 차단 이력 및 관리 버튼. CPC 광고 중복 클릭 |
| IP 차단 이력 및 관리 | 광고 매체, 광고계정 / 아이디, 광고 노출제한 IP, 설명, 등록일시 목록과 차단 해제. 되돌아가기 로 목록으로 돌아갑니다. CPC 광고 중복 클릭 |
| 클릭 상세 조회 조건 클릭 상세 탭 | CPC 광고 매체, 시간 기준 전체 시간·업무 시간 09 18시 ·야간 18 09시 , 리퍼러 여부 전체·리퍼러 있음·리퍼러 없음 , CPC 키워드/상품, 클릭수 |
| CPC 광고 클릭 상세 | 클릭일시, 최초방문일시, UID, 방문자 IP, CPC 광고매체, CPC 키워드/상품, 도메인, 검색어 표와 검색. 의심 방문자 IP 는 사유와 함께 표시합니다. CPC 광고 클릭 상세 |

## 탭·지표별 세부 문서

- CPC 광고 클릭 상세 탭: CPC 광고 클릭 상세
- CPC 광고 중복 클릭 탭 · IP 차단 이력 및 관리: CPC 광고 중복 클릭

## 유의사항

- 최근 100일 동안의 데이터만 조회할 수 있으며, 빠른 조회를 위해 금일 1시간 이전 데이터를 조회합니다. 이전 데이터가 필요하면 다운로드해 별도로 보관하십시오.
- 상단 클릭수·중복 클릭수·유효 클릭수는 선택한 기간 전체 합계 CPC 광고 클릭 상세 기준 이며, 아래 목록은 IP 별 묶음이므로 목록을 더한 값과 다를 수 있습니다.
- 세션 발생 시각 최초방문일시 과 클릭일시가 다를 때 표시되는 마크는 의심되는 클릭에 대한 표시이며, 반드시 클릭 조작을 뜻하지는 않습니다.
- NAT·프록시 서버·인터넷 공유기 등으로 여러 PC 가 하나의 IP 로 검출될 수 있으므로, 같은 IP 가 반복된다는 사실만으로 고의적인 클릭으로 단정할 수 없습니다.
- 분석 제외 대상으로 등록한 IP 는 검출되지 않습니다.
- 네이버 키워드 광고 CPC 유입을 확인하려면 네이버 검색광고에서 추적 URL 이 설정되어 있어야 합니다. 네이버 IP 차단 관리는 매니저콘솔 매체 연결 관리에서 네이버 계정을 연동해야 사용할 수 있으며, 차단 해제는 적용까지 약 2분이 걸립니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- CPC광고 분석 URL 생성
- 검색광고 클릭 추세

# CPC 광고 클릭 상세

최종 수정일 2022 01 10 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1537

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

각 CPC 광고의 클릭에 의한 방문 및 접속기록을 리스팅한 리포트입니다.
본 리포트는 최근 100일간의 데이터만 저장 및 조회가 가능합니다.

**리포트 설명**

본 리포트를 통하여 다음과 같은 4가지 사항에 대하여 활용이 가능합니다.

1. 선택한 기간 내에 클릭수, 중복 클릭수, 유효 클릭수 수치를 한눈에 살펴볼 수 있습니다.
2. 어떤 검색엔진에 게재된 어떠한 CPC 광고를 통해 얼마나 클릭하고 방문자가 발생하는지,
3. 클릭 및 방문을 일으킨 검색어와 CPC 광고의 등록키워드,
4. 혹시 CPC 광고를 반복적으로 클릭하는 악의적인 방문자로 **의심** 되는 경우가 존재하는지, 존재한다면 방문자의 IP는 어떤 네트워크정보 ISP/지역/회사/조직등 WHOIS정보 를 갖고 있는지 확인하실 수 있습니다.

* 분석가능한 CPC 광고상품
1. 네이버 사이트검색광고
2. 네이버 클릭초이스 상품광고
3. 네이버 쇼핑검색광고 2016년 11월 21일부터
4. 네이버 GFA
5. 카카오 키워드광고
6. 네오클릭
7. 구글 애즈
8. 리얼클릭
9. 모비온
10. 서비N클릭
11. 카카오모먼트

설정관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

추적 URL 설정이 on 일 경우 검색광고를 통한 방문 및 전환이 자동 분석됩니다.

* 검색어와 등록된 광고키워드는, 네이버 클릭초이스, 카카오 키워드광고만 제공되며 추후 각 업체의 기능 제공여부에 따라 추가 제공될 예정입니다.

**조회순서별 설명**

**1. CPC 광고 매체 :** 분석을 원하는 매체를 선택합니다. 구글애즈,리얼클릭,네이버 사이트검색광고,네이버 쇼핑검색광고,네이버 클릭초이스 상품광고,카카오 키워드광고,네이트 비즈클릭

**2. 레퍼러** Referrer **여부 :** 기존의 CPC 광고 방문자/클릭 상세의 경우 레퍼러 CPC 광고 클릭을 유도한 전 페이지의 주소 가 있어야 CPC 광고 클릭으로 수집하였지만,
현재의 CPC 광고 클릭 상세 IP의 경우 레퍼러를 옵션으로 필터링할 수 있습니다. 기본 설정 값은 레퍼러가 있음 입니다.
레퍼러 여부는 2010년 1월 28일 오전8시 이후 데이터에만 적용됩니다. 리포트 조회기간이 2010년 1월 28일 이전일 경우 리포트가 생성되지 않습니다.

각 항목에 대한 설명은 다음과 같습니다.

**CPC 광고 매체:** 어떤 CPC 광고 매체를 통해 방문했는지에 대한 광고 매체 ex: 네이버 or 구글 애즈 등

**CPC 키워드/상품 :** CPC 광고 매체에 등록한 광고키워드입니다.
*경우에 따라 키워드가 정상적으로 보여지지 않는 경우가 있을 수도 있습니다. 원인은 매체에서 제공되는 트래픽출처 옵션을 활성화하지 않았거나, 활성화되어 있더라도 귀사의 웹사이트에 전달된 트래픽출처 URL의 길이가 길어서 일부분이 잘려 손실된 경우, 방문자의 고의적인 URL조작등 다양한 원인이 있을 수 있습니다.
* 구글 키워드 광고의 키워드를 수집하기 위해서는 별도의 설정이 필요합니다. 별도의 설정을 하지 않은 경우 구글 CPC 광고 분석코드가 없는 키워드의 경우 구글애즈로 표기됩니다.
* 카카오 키워드 광고에서 키워드가 없는 프리미엄 콘텐츠 상품의 경우, 키워드가 카카오 콘텐츠 로 표기됩니다. 2022년 1월 5일 오후2시부터 제공

* 네이버 사이트검색광고의 경우 CPC 키워드/상품 항목에 클릭 시 노출되었던 순위가 표기됩니다. 2016년 2월 18일 오전10시부터 제공
클릭 순위 수집 기준 : PC 파워링크 1위 10위, 비즈사이트 1위 5위 더보기 영역 제외
모바일 파워링크 모바일 1위 제한없음 더보기 영역도 포함

※PC의 경우 네이버에서 더보기 영역에 대한 순위정보는 제공하여 주지 않기 때문에, 최대 비즈사이트 5위까지만 수집합니다.
※제공시간 이후부터 수집된 키워드 정보에만 순위정보가 기입되어 표기됩니다.

**클릭일시 :** CPC 광고를 방문자가 클릭한 시각으로서 초 second 단위까지 표현됩니다.
고의적인 클릭으로 부정클릭 의심 되는 부분 세션발생시각, 즉 최초방문시각과 클릭시각이 다를 경우 에서는 클릭일시 옆에 느낌표



마크가 나타납니다.
이는 의심되는 클릭에 대한 표시이며, 반드시 클릭조작이라고 볼 수는 없습니다.



**부정클릭 의심 표시 :** 세션발생시각, 즉 최초방문일시와 클릭일시가 다를 경우 표시되며 이는 의심되는 클릭에 대한 표시이며, 반드시 클릭조작이라고 볼 수는 없습니다.
* 리포트 활용부분의 내용을 참조하시기 바랍니다.

**최초방문일시 :** 귀사의 웹사이트에 방문한 최초시각입니다. 즉, 세션이 발생한 시각입니다.
클릭일시와 방문일시가 다를 경우 이미 귀사의 웹사이트에 방문한 방문자가 세션 Session 이 유지되고 있는 동안, CPC 광고를 클릭하여 귀사의 웹사이트에 방문한 경우입니다.



**방문자 IP의 정보조회 :** 방문자 IP의 네트워크 상세정보 WHOIS 를 살펴볼 수 있습니다.
WHOIS정보는 nic.or.kr 에 등록된 정보로서 국내정보만을 다루고 있습니다. 국외 IP 정보의 경우에는 WHOIS 조회화면 하단에서
제시하는 외국의 WHOIS 정보기관에 접속해서 조회하셔야 합니다.
조회되는 WHOIS정보는 IP를 관할하는 네트워크 소유기관/기업체명/ISP명 등을 나타내고 있습니다.
기업체명/학교명/단체명등이 조회될 경우에는 IP가 해당 조직의 것으로 판단할 수 있습니다만,
ISP 인터넷 서비스 제공업체, 한국통신/하나로통신 등 의 경우에는 해당 IP가 관리되는 관리지소의 정보를 나타내는 경우가 대부분입니다.



**방문기록 :** 방문자 IP의 방문기록을 보여줍니다.
해당 방문자 IP의 방문기록을 보여주는 리스트입니다.

**방문자IP :** 방문자의 IP입니다. IP옆의 돋보기버튼을 클릭하시면 IP의 네트워크정보 WHOIS 를 볼 수 있습니다.
제공되는 IP의 상세 네트워크 정보는 http://whois.nida.or.kr 에서 제공되는 것입니다.
동일한 IP끼리는 동일한 배경색으로 표현되므로 같은 IP의 재접속등을 살펴보기 편하도록 되어 있습니다.
IP값 또는 IP대역이 근접할수록 상호 유사한 색상으로 표현됩니다.

본 리포트를 이용하기 위해서는 각 CPC 광고 상품별로 사전 설정작업이 이루어져야 합니다.
* 준비사항에 대한 설명은 CPC 광고 클릭 도움말의 준비사항을 참고하시기 바랍니다.

**도메인 :** CPC 광고가 게재된 검색엔진 또는 도메인으로서, 해당 방문자가 웹사이트에 방문할 때 사용된 검색엔진과 검색어입니다. 이 값은 최초방문일시 항목의 값과 연계되므로 방문자가 세션이 유지된 상태에서 CPC 광고를 재클릭할 경우 표시되지 않을 수도 있습니다.

**검색어 :** 검색엔진에서 방문자가 검색한 검색어입니다. 해당 검색어를 통해 CPC 광고가 노출되어 클릭되었음을 나타냅니다.

리포트의 CPC 키워드/상품 부분이 손상되었을 경우 본 검색어 항목을 통해 추정하실 수 있습니다.

**리포트 활용**

*** 광고를 통해 방문한 방문자에 대한 정상/비정상 여부 판단하기**

CPC 광고를 통한 방문자의 상세 내역을 확인할 수 있으며, 동일 방문자에 의한 재클릭 여부 또는 부정클릭에 대한 시도 여부를 살펴볼 수 있습니다.

일반적인 CPC 광고를 통한 방문인 경우 정상적인 방문 :

클릭일시와 최초방문일시가 일치하며, 방문에 사용된 검색엔진 또는 도메인 및 검색어가 존재합니다.

비정상적인 CPC 광고를 통한 방문으로 의심 되는 경우 :

동일 IP에 의해서 CPC 광고가 방문 세션,Session 내에서 재차 여러 번 클릭된 경우입니다.

1 클릭일시가 최초방문일시보다 이후시각이거나, 클릭일시 옆에 느낌표마크가 나타납니다.

2 방문에 사용된 검색엔진 또는 도메인 또는 검색어가 존재하지 않습니다.

3 동일한 IP가 연속되어 존재합니다.

위의 비정상적인 경우에 대한 예외사례 :

1 이미 귀사의 웹사이트에 방문한 방문자가 세션 Session 이 유지되고 있는 상태에서 CPC 광고의 클릭을 통해 방문할 경우에 해당됩니다.

2 해당 IP가 NAT Network Address Translation , Proxy Server, 인터넷공유기, Router 등을 통해 접속되는 경우 다수의 PC가 하나의 IP로 검출되므로, 동일한 IP가 존재한다고 하여 고의적인 클릭으로 단정지을 수 없습니다.

* 하지만 위 사항에 대하여 동일 IP에서 일정간격 예: 5초, 10초, 20초 등 을 두고 지속적인 클릭이 있다면 고의적인 클릭을 유발한 방문자로 추정할 수 있습니다.

* 본 리포트에서 비정상적인 CPC 광고클릭으로 추정되어 느낌표 마크가 붙는 경우에 대한 모든 클릭이 실제 CPC 광고클릭에 대한 비용으로 지불되지는 않습니다.

**유의사항**

본 리포트는 **최근 100일**간의 데이터만 저장 및 조회가 가능하므로 이전의 데이터는 엑셀/워드/CSV/HTML 등으로 별도 다운로드 받으셔서 저장하셔야 합니다.

분석 제외대상으로 등록한 IP의 경우 검출되지 않습니다.

**참고**

CPC 광고 클릭 추세에 대한 분석은 CPC 광고 클릭을 참고하시기 바랍니다.

## CPC 광고 중복 클릭

최종 수정일 2022 01 10 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1538

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **리포트 설정방법** | CPC광고 분석 URL 생성 |

**리포트 정의**

각 CPC 광고의 클릭에 의한 방문 및 접속기록을 리스팅한 리포트입니다.
본 리포트는 최근 100일간의 데이터만 저장 및 조회가 가능합니다.

**리포트 설명**

본 리포트를 통하여 다음과 같은 4가지 사항에 대하여 활용이 가능합니다.

1. 선택한 기간 내에 클릭수, 중복 클릭수, 유효 클릭수 수치를 한눈에 살펴볼 수 있습니다.
2. 어떤 검색엔진에 게재된 어떠한 CPC 광고를 통해 얼마나 클릭하고 방문자가 발생하는지,
3. 클릭 및 방문을 일으킨 검색어와 CPC 광고의 등록키워드,
4. 혹시 CPC 광고를 반복적으로 클릭하는 악의적인 방문자로 **의심** 되는 경우가 존재하는지, 존재한다면 방문자의 IP는 어떤 네트워크정보 ISP/지역/회사/조직등 WHOIS정보 를 갖고 있는지 확인하실 수 있습니다.
5. 네이버 클릭초이스의 경우 부정클릭 의심 표시가 많은 IP는 광고매체에 연동되어 리포트 상에서 자동으로 차단 설정이 가능합니다.

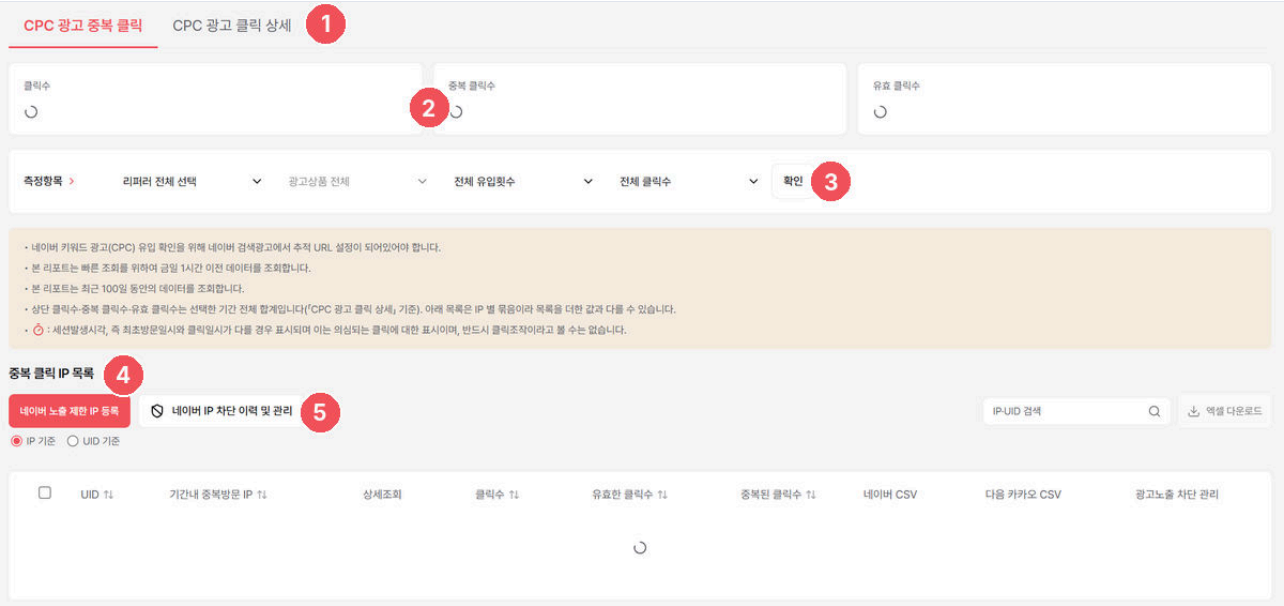
* 분석가능한 CPC 광고상품
1. 네이버 사이트검색광고
2. 네이버 클릭초이스 상품광고
3. 네이버 쇼핑검색광고 2016년 11월 21일부터
4. 네이버 GFA
5. 카카오 키워드광고
6. 네오클릭
7. 구글 애즈
8. 리얼클릭
9. 모비온
10. 서비N클릭
11. 카카오모먼트

설정관련해서는 CPC광고 분석 URL 생성을 참고하시기 바랍니다.

* 검색어와 등록된 광고키워드는, 네이버 클릭초이스 광고만 제공되며 추후 각 업체의 기능 제공여부에 따라 추가 제공될 예정입니다.

**조회순서별 설명**

경로: 광고성과 부정클릭




**1. 탭 :** CPC 광고 중복 클릭 탭에서는 중복 클릭 IP 목록을, CPC 광고 클릭 상세 탭에서는 클릭별 상세 내역을 확인합니다. CPC 광고 클릭 상세 탭의 리퍼러 여부에서 전체 , 리퍼러 있음 , 리퍼러 없음 을 선택하여 레퍼러 CPC 광고 클릭을 유도한 전 페이지의 주소 유무로 걸러 볼 수 있습니다.

**2. 클릭수 · 중복 클릭수 · 유효 클릭수 :** 선택한 기간 전체의 합계입니다.

**3. 측정항목 :** 분석을 원하는 리퍼러 네이버, Google, 다음, 기타 와 광고상품 리퍼러가 네이버인 경우 선택 , 유입횟수, 클릭수 조건을 선택한 뒤 확인 을 클릭합니다.

**4. 중복 클릭 IP 목록 :** IP 기준 또는 UID 기준으로 기간 내 중복방문 IP별 클릭수, 유효한 클릭수, 중복된 클릭수를 확인합니다. 상세조회 열의 상세보기 를 클릭하면 해당 IP의 클릭 내역이 펼쳐지며, 네이버 CSV · 다음 카카오 CSV 열에서 IP별 CSV 파일을 내려받을 수 있습니다.

**5. 광고노출 차단 :** 네이버 노출 제한 IP 등록 으로 네이버 광고노출을 제한할 IP를 등록하고, 네이버 IP 차단 이력 및 관리 에서 차단 이력을 확인합니다. 목록의 광고노출 차단 관리 열에서 노출제한 을 클릭하여 해당 IP를 바로 등록할 수도 있습니다.

각 항목에 대한 설명은 다음과 같습니다.

**CPC 광고 매체:** 어떤 CPC 광고 매체를 통해 방문했는지에 대한 광고 매체 ex: 네이버 or 구글 애즈 등

**CPC 키워드/상품 :** CPC 광고 매체에 등록한 광고키워드입니다.

*경우에 따라 키워드가 정상적으로 보여지지 않는 경우가 있을 수도 있습니다. 원인은 매체에서 제공되는 트래픽출처 옵션을 활성화하지 않았거나, 활성화되어 있더라도 귀사의 웹사이트에 전달된 트래픽출처 URL의 길이가 길어서 일부분이 잘려 손실된 경우, 방문자의 고의적인 URL조작등 다양한 원인이 있을 수 있습니다.

* 구글 키워드 광고의 키워드를 수집하기 위해서는 별도의 설정이 필요합니다. 별도의 설정을 하지 않은 경우 구글 CPC 광고 분석코드가 없는 키워드의 경우 구글애즈로 표기됩니다.

* 카카오 키워드 광고에서 키워드가 없는 프리미엄 콘텐츠 상품의 경우, 키워드가 카카오 콘텐츠 로 표기됩니다. 2022년 1월 5일 오후2시부터 제공

* 네이버 사이트 검색광고의 경우 CPC 키워드/상품 항목에 클릭 시 노출되었던 순위가 표기됩니다. 2016년 2월 18일 오전 10시부터 제공

* 네이버 사이트검색광고의 경우 네이버 정책 변경으로 인해 **파워링크,비즈사이트**가 **네이버 통합검색**으로 표기됩니다. 2016년 7월 1일 오전 9시 30분부터 제공

**클릭일시 :** CPC 광고를 방문자가 클릭한 시각으로서 초 second 단위까지 표현됩니다.
고의적인 클릭으로 부정클릭 의심 되는 부분 세션발생시각, 즉 최초방문시각과 클릭시각이 다를 경우 에서는 클릭일시 옆에 느낌표



마크가 나타납니다.
이는 의심되는 클릭에 대한 표시이며, 반드시 클릭조작이라고 볼 수는 없습니다.



**부정클릭 의심 표시 :** 세션발생시각, 즉 최초방문일시와 클릭일시가 다를 경우 표시되며 이는 의심되는 클릭에 대한 표시이며, 반드시 클릭조작이라고 볼 수는 없습니다.
* 리포트 활용부분의 내용을 참조하시기 바랍니다.

**최초방문일시 :** 귀사의 웹사이트에 방문한 최초시각입니다. 즉, 세션이 발생한 시각입니다.
클릭일시와 방문일시가 다를 경우 이미 귀사의 웹사이트에 방문한 방문자가 세션 Session 이 유지되고 있는 동안, CPC 광고를 클릭하여 귀사의 웹사이트에 방문한 경우입니다.



**방문자 IP의 정보조회 :** 방문자 IP의 네트워크 상세정보 WHOIS 를 살펴볼 수 있습니다.
WHOIS정보는 nic.or.kr 에 등록된 정보로서 국내정보만을 다루고 있습니다. 국외 IP 정보의 경우에는 WHOIS 조회화면 하단에서
제시하는 외국의 WHOIS 정보기관에 접속해서 조회하셔야 합니다.
조회되는 WHOIS정보는 IP를 관할하는 네트워크 소유기관/기업체명/ISP명 등을 나타내고 있습니다.
기업체명/학교명/단체명등이 조회될 경우에는 IP가 해당 조직의 것으로 판단할 수 있습니다만,
ISP 인터넷 서비스 제공업체, 한국통신/하나로통신 등 의 경우에는 해당 IP가 관리되는 관리지소의 정보를 나타내는 경우가 대부분입니다.



**방문기록 :** 방문자 IP의 방문기록을 보여줍니다.
해당 방문자 IP의 방문기록을 보여주는 리스트입니다.

**방문자IP :** 방문자의 IP입니다. IP옆의 돋보기버튼을 클릭하시면 IP의 네트워크정보 WHOIS 를 볼 수 있습니다.
제공되는 IP의 상세 네트워크 정보는 http://whois.nida.or.kr 에서 제공되는 것입니다.
동일한 IP끼리는 동일한 배경색으로 표현되므로 같은 IP의 재접속등을 살펴보기 편하도록 되어 있습니다.
IP값 또는 IP대역이 근접할수록 상호 유사한 색상으로 표현됩니다.

본 리포트를 이용하기 위해서는 각 CPC 광고 상품별로 사전 설정작업이 이루어져야 합니다.

* 준비사항에 대한 설명은 CPC 광고 클릭 도움말의 준비사항을 참고하시기 바랍니다.

**도메인 :** CPC 광고가 게재된 검색엔진 또는 도메인으로서, 해당 방문자가 웹사이트에 방문할 때 사용된 검색엔진과 검색어입니다. 이 값은 최초방문일시 항목의 값과 연계되므로 방문자가 세션이 유지된 상태에서 CPC 광고를 재클릭할 경우 표시되지 않을 수도 있습니다.

**검색어 :** 검색엔진에서 방문자가 검색한 검색어입니다. 해당 검색어를 통해 CPC 광고가 노출되어 클릭되었음을 나타냅니다. 리포트의 CPC 키워드/상품 부분이 손상되었을 경우 본 검색어 항목을 통해 추정하실 수 있습니다.

**리포트 활용**

*** 광고를 통해 방문한 방문자에 대한 정상/비정상 여부 판단하기**

CPC 광고를 통한 방문자의 상세 내역을 확인할 수 있으며, 동일 방문자에 의한 재클릭 여부 또는 부정클릭에 대한 시도 여부를 살펴볼 수 있습니다.

일반적인 CPC 광고를 통한 방문인 경우 정상적인 방문 :
클릭일시와 최초방문일시가 일치하며, 방문에 사용된 검색엔진 또는 도메인 및 검색어가 존재합니다.

비정상적인 CPC 광고를 통한 방문으로 의심 되는 경우 :
동일 IP에 의해서 CPC 광고가 방문 세션,Session 내에서 재차 여러 번 클릭된 경우입니다.

1 클릭일시가 최초방문일시보다 이후시각이거나, 클릭일시 옆에 느낌표마크가 나타납니다.
2 방문에 사용된 검색엔진 또는 도메인 또는 검색어가 존재하지 않습니다.
3 동일한 IP가 연속되어 존재합니다.

위의 비정상적인 경우에 대한 예외사례 :

1 이미 귀사의 웹사이트에 방문한 방문자가 세션 Session 이 유지되고 있는 상태에서 CPC 광고의 클릭을 통해 방문할 경우에 해당됩니다.

2 해당 IP가 NAT Network Address Translation , Proxy Server, 인터넷공유기, Router 등을 통해 접속되는 경우 다수의 PC가 하나의 IP로 검출되므로, 동일한 IP가 존재한다고 하여 고의적인 클릭으로 단정지을 수 없습니다.

* 하지만 위 사항에 대하여 동일 IP에서 일정간격 예: 5초, 10초, 20초 등 을 두고 지속적인 클릭이 있다면 고의적인 클릭을 유발한 방문자로 추정할 수 있습니다.
* 본 리포트에서 비정상적인 CPC 광고클릭으로 추정되어 느낌표 마크가 붙는 경우에 대한 모든 클릭이 실제 CPC 광고클릭에 대한 비용으로 지불되지는 않습니다.

**리포트 활용 Tip**

무효클릭으로 인한 광고비 소진을 막기 위해 광고매체사에 무효클릭으로 의심되는 클릭정보 클릭로그 를 제출하는데요.
로거에서는 원하는 기간의 부정클릭 무효클릭 으로 의심되는 클릭정보를 매체사별 제출형식에 맞게 다운로드할 수 있습니다.

**다운로드 파일 예시**



**네이버 사이트 검색 광고**

파일명: NAVER 무효클릭 클릭로그 로거에 등록한 분석사이트 도메인 조회 시작일 조회 마지막일 .csv
Ex.NAVER 무효클릭 클릭로그 logger.co.kr 2018 10 11 00 00 00 2018 10 16 23 59 59 .csv

| | 가 A | 나 B | 다 C | 라 D | 마 E | F |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 클릭일시 | 키워드 | IP | 광고주URL | 부가설명 | |
| 2 | 2018-10-15 16:04 | 웹분석 | 210. | bizspring.co.kr | 웹분석 / 네이버 통합검색 1위 | |
| 3 | 2018-10-15 16:58 | 키워드광고마케팅 | 112. | bizspring.co.kr | 키워드광고마케팅 / 네이버 통합검색 4위 | |
| 4 | 2018-10-15 16:58 | 키워드광고마케팅 | 112 | bizspring.co.kr | 키워드광고마케팅 / 네이버 통합검색 4위 | |
| 5 | 2018-10-12 2:00 | 리타겟팅광고 | 61. | bizspring.co.kr | 리타겟팅광고 / 네이버 통합검색 2위 | |
| 6 | 2018-10-12 1:58 | 리타겟팅광고 | 61.37.189. | bizspring.co.kr | 리타겟팅광고 / 네이버 통합검색 2위 | |
| 7 | 2018-10-12 1:35 | 리타겟팅광고 | 61.37.189. | bizspring.co.kr | 리타겟팅광고 / 네이버 통합검색 2위 | |
| 8 | 2018-10-12 1:10 | 리타겟팅광고 | 61.37.189. | bizspring.co.kr | 리타겟팅광고 / 네이버 통합검색 2위 | |
| 9 | 2018-10-12 1:09 | 리타겟팅광고 | 61.37.189. | bizspring.co.kr | 리타겟팅광고 / 네이버 통합검색 2위 | |
| 10 | 2018-10-16 22:30 | 웹분석 | 114.200. | bizspring.co.kr | 웹분석 / 네이버 통합검색 1위 | |

가: 로거의 클릭수 수집 시각을 의미합니다. CPC 광고 중복클릭 IP 리포트의 클릭일시 항목과 같습니다.
나: 광고클릭이 이루어진 키워드. CPC 광고 중복 클릭 IP 리포트 CPC 키워드/상품 항목의 CPC 키워드 와 같습니다.
다: 광고를 클릭한 단말기의 IP 주소. CPC 광고 중복 클릭 IP 리포트의 방문자 IP 와 같습니다.
라: 로거에서 분석 중인 도메인 주소입니다.
마: CPC 광고 중복 클릭 IP 리포트의 CPC 키워드/상품 과 같습니다.

**무효클릭 클릭정보 제출하기 :**



**네이버 사이트 검색 광고**

1 CPC 광고 중복 클릭 IP 리포트 우측 상단에서 무효클릭 조회 기간 선택
2 리포트 우측 상단의



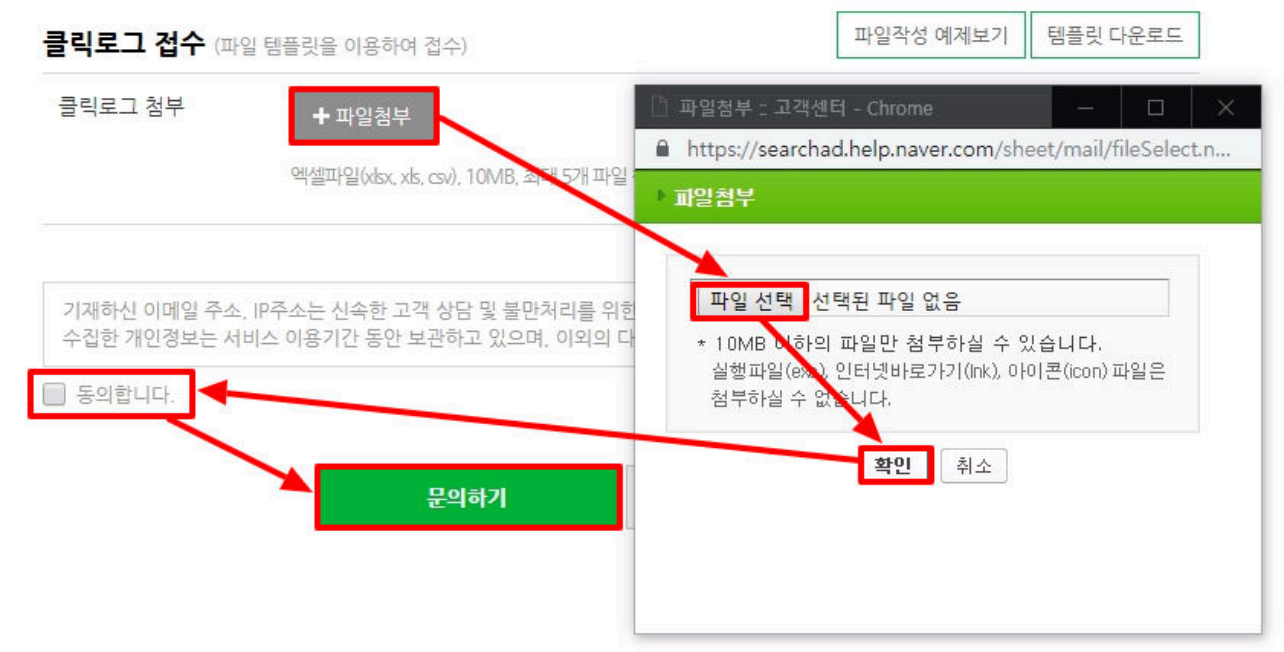

버튼 클릭
3



선택하여 다운로드




4 네이버 클린센터 바로가기 의 무효클릭 문의하기




5 클릭로그 접수 항목의 파일첨부 파일선택 클릭 하여 로거에서 다운로드한
네이버 사이트 검색광고 클릭로그 파일을 선택하여 문의하기 접수합니다.

**유의사항**

본 리포트는 **최근 100일**간의 데이터만 저장 및 조회가 가능하므로 이전의 데이터는 엑셀/워드/CSV/HTML 등으로 별도 다운로드 받으셔서 저장하셔야 합니다.

분석 제외대상으로 등록한 IP의 경우 검출되지 않습니다.

**참고**

CPC 광고 클릭 추세에 대한 분석은 CPC 광고 클릭을 참고하시기 바랍니다.

# 콘텐츠

## 콘텐츠 개요

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 콘텐츠 콘텐츠 개요 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console content overview

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 . 파라미터·카테고리·내부 검색어 영역은 해당 설정과 데이터가 있을 때만 표시됩니다.

### 리포트 정의

페이지·디렉토리/카테고리·내부 검색어 등 콘텐츠 리포트의 상위 현황을 한 화면에 요약한 리포트입니다.

### 리포트 설명

조회기간과 같은 길이의 직전 기간을 비교 기준으로 삼아, 콘텐츠 이용량의 변화와 인기·급상승 콘텐츠를 보여 줍니다.

제공되지 않는 데이터의 영역은 화면에 표시하지 않습니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 전체 현황 | 페이지뷰·방문수·평균 체류시간·이탈률과 직전 기간 대비 증감 |
| 페이지 이용 추세 | 페이지뷰 추이 일·주·월 |
| 인기 페이지 TOP 10 | 페이지뷰 기준 상위 콘텐츠 |
| 급상승 페이지 TOP 10 | 직전 기간 대비 페이지뷰 증가율 상위 페이지 |
| 디렉토리 현황 | 주요 콘텐츠 영역 디렉토리·카테고리 별 이용 비중 |
| 인기 내부 검색어 TOP 5 | 사용자가 사이트 내부 검색창에서 찾은 검색어 |
| 파라미터 페이지 보조 현황 | 파라미터별 페이지 보조 지표 상세는 파라미터 분석 리포트 |

### 리포트 활용

- 주간·월간 콘텐츠 운영 점검 많이 보는 콘텐츠와 새로 뜨는 콘텐츠 확인
- 급상승 페이지의 유입 원인을 유입 리포트로 이어서 분석
- 내부 검색어로 사용자가 찾지 못하는 콘텐츠 발견

### 유의사항

- 급상승은 직전 기간 대비 증가율이므로 직전 기간 페이지뷰가 아주 작은 페이지는 증가율이 크게 보일 수 있습니다.
- 디렉토리·페이지 이름은 설정 동적페이지 설정 에서 지정한 이름으로 표시됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 인기있는 디렉토리/메뉴
- 내부 컨텐츠/상품 검색어

# 디렉토리 분석

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1098

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

웹사이트의 물리적인 디렉토리별 페이지뷰,순수페이지뷰를 페이지뷰가 많은 순으로 정렬한 리포트입니다.

**리포트 설명**

어떤 웹페이지를 포함한 디렉토리/메뉴에 방문자들이 가장 많이 보았는가를 알 수 있습니다.

본 리포트의 목적을 달성하기 위해서는 웹사이트의 웹페이지들이 해당 목적에 맞도록 분류되어 있다는 가정이 성립되어야 합니다. 예를 들면 다음과 같이 웹사이트가 구성된 경우입니다.

ex 로그인관련 웹페이지는 /login/ 이하 디렉토리에 위치
회사소개관련 웹페이지는 /company/ 이하 디렉토리에 위치
서비스 소개관련 웹페이지는 /services/ 이하 디렉토리에 위치

대부분의 웹사이트는 웹페이지 성격에 따라 디렉토리를 구분하여 구축되므로, 대부분의 웹사이트에 적용이 가능합니다.
서비스 옵션 설정 메뉴의 **디렉토리 메뉴명지정** 기능을 사용하시면 각 디렉토리별 이해하기 쉬운 이름을 지정할 수 있습니다.
이를 통해 기본적인 사이트 메뉴기반 분석을 수행하실 수 있습니다.
물리적인 디렉토리로 구분이 모호하거나, 마케터/사용자 측면에서 이해하기 쉬운 동적컨텐츠 분석이 필요한 경우에는 비즈니스 서비스를 검토하시기 바랍니다.

* **비즈니스의 컨텐츠/상품 카테고리 분석**을 이용하시면 유연한 DB연동 데이터에 의한 동적 컨텐츠/메뉴 분석이 가능합니다.

* 2010.05.06 부터 리포트의 속도 개선을 위하여 수집된 URL을 시간당 2000건의 데이터만 정의하며, 2000개 이하 데이터는 기타항목으로 수집합니다.

**리포트 활용**

어떤 디렉토리/메뉴가 가장 많이 보여지는가를 통해 방문자의 관심 성향을 알 수 있습니다.
많이 보여지는 디렉토리/메뉴의 특성을 분석하여 웹사이트 전체적인 서비스의 품질 향상에 참고할 수 있습니다.
가장 많이 보여지는 순서대로 디렉토리를 분석하면 대략적인 방문자들의 관심의 흐름을 파악할 수 있습니다. 이는 클릭스트림 Click Stream 과는 다른, 방문자의 관심도에 따른 네비게이션이라고 볼 수 있습니다.

**TIP**

디렉토리 명을 클릭하면 이하 디렉토리 및 웹페이지의 관심도를 나타내는 리포트로 파고들어가게 됩니다. Drill Down

**참고**

방문자의 네비게이션관련은 네비게이션 항목을 참고하시기 바랍니다.

방문자가 각 페이지에 할애한 시간에 대한 분포는 서핑/체류 시간 페이지별 을 참고하시기 바랍니다.

컨텐츠 중심의 동적연동 페이지에 대한 분석은 인기 카테고리, 상품/브랜드, 상품/브랜드 순수페이지뷰 리포트를 참고하시기 바랍니다.

# 카테고리 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 콘텐츠 카테고리 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console category

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 비즈니스 에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web.

## 리포트 정의

컨텐츠/카테고리별 페이지뷰·순수페이지뷰와 평균 체류시간을 계층 구조로 보여 주는 리포트입니다.

## 리포트 설명

TRK CP 값 또는 페이지 컨텐츠 카테고리 설정으로 수집된 카테고리 경로를 상위 카테고리부터 펼쳐 보며, 카테고리별 페이지뷰·순수페이지뷰·페이지뷰 점유율과 평균 체류시간을 확인합니다.

레거시 리포트 인기 카테고리 와 카테고리별 체류시간 이 이 화면으로 합쳐졌습니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 전체 현황 | 페이지뷰 PV · 순수페이지뷰 · 순수페이지뷰당페이지뷰, 그리고 원천 리포트에 지표가 있을 때 방문수 · 순방문자 UV · 신규 방문자 비율 · 평균 체류시간 · 전체 반송수 |
| 카테고리별 성과 | 카테고리 계층 표 하위 펼치기/접기 , 카테고리명 검색, 열 정렬, 전체 합계 행, 엑셀 다운로드 . 열: 카테고리, 페이지뷰, 순수페이지뷰, 페이지뷰 점유율 , 순수페이지뷰 점유율 , 순수페이지뷰당페이지뷰, 평균 체류시간. 카테고리별 성과 |
| 평균 체류시간 | 카테고리별 체류시간 리포트의 총 체류시간 순수페이지뷰. 카테고리별 체류시간 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 카테고리별 페이지뷰·순수페이지뷰·페이지뷰 점유율: 카테고리별 성과
- 평균 체류시간: 카테고리별 체류시간

## 참고

- 인기 카테고리별 추세: 컨텐츠/카테고리별 페이지뷰·방문수는 TRK CP 값이 할당된 웹페이지의 분석코드에서만 수집되므로, TRK CP 값이 지정되지 않은 페이지는 카테고리 집계에 포함되지 않습니다.

## 유의사항

- 순수페이지뷰는 해당 카테고리를 한 번 이상 조회한 세션의 수입니다. 방문수나 순방문자 수와는 다른 지표입니다.
- 평균 체류시간은 카테고리의 총 체류시간을 순수페이지뷰로 나눈 값입니다.
- 페이지뷰 점유율 와 순수페이지뷰 점유율 는 각각 표 전체 페이지뷰·순수페이지뷰 합계 대비 구성비 행 합 100 입니다.
- TRK CP 값이 페이지에 설정되어 있으면 페이지 컨텐츠 카테고리 설정보다 환경변수가 우선 적용됩니다. 설정을 수정해도 기존 분석 결과에는 소급 적용되지 않습니다.
- 설정 방법은 페이지 컨텐츠 카테고리 설정과 TRK CP 값의 설정 Contents Path 을 참고하십시오.

**함께 보면 좋은 문서**

- 페이지 컨텐츠 카테고리 설정
- TRK CP 값의 설정 Contents Path

# 카테고리별 성과

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1037

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK CP |
| **리포트 설정방법** | 페이지 컨텐츠 카테고리 설정 |

**리포트 정의**

컨텐츠/카테고리별 페이지뷰 및 순수페이지뷰를 통합하여 나타낸 분석 리포트입니다.

**리포트 설명**

일반적인 파이 원 형태의 그래프와 동일하므로 화면없이 설명드립니다.

파이그래프는 처음에 컨텐츠/카테고리의 처음 단계 1레벨 까지만 점유비율을 나타냅니다.

파이그래프 하단에는 현재 컨텐츠/카테고리의 레벨 및 위치가 카테고리구분: 최상위 쇼핑몰 바지 와 같이 나타나며, 항목을 클릭하면 해당레벨로 이동됩니다.

리포트의 리스트항목에는 내용이 점유비율이 높은순서부터 차례대로 리스트되어 나타납니다.

리포트의 리스트항목을 클릭하면 해당 컨텐츠/카테고리 이하의 컨텐츠/카테고리만을 나타내는 리포트로 전환됩니다.

레벨1 레벨2 레벨3 ..... 식으로 Drill Down형식으로 파고들게 됩니다.

리포트설정 컨텐츠 페이지 컨텐츠 카테고리 설정 메뉴를 통해 페이지별 컨텐츠를 생성할 수 있습니다.
설정한 내용은 해당 메뉴에서 언제든지 수정하실 수 있습니다. 단, 수정하실 경우 기존 분석 결과에 소급 적용되지는 않습니다.
자세한 설정 방법은 페이지 컨텐츠 카테고리 설정을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 옵션**



이 아이콘을 클릭하시면 각 상품에 대한 상품관심도 즉 조회수, 순수페이지뷰수, 체류시간, 순수페이지뷰당 체류시간 와 전체 상품 대비 기여도 점유율 및 회원 특성 ex:연령대 등 별로 뷰수를 자세히 확인할 수 있습니다.

**리포트 활용**

컨텐츠/카테고리 별 페이지뷰를 통하여, 웹사이트내의 어떤 컨텐츠, 메뉴, 상품카테고리가 어느 정도의 방문자 Visit 에 의해 얼마나 읽혀지는가 Page View 를 파악할 수 있습니다.

인기있는 컨텐츠, 메뉴, 서비스, 상품카테고리를 선정하여 그 내용과 상품을 강화하거나 하여 웹사이트의 품질, 집중도 및 상품 노출수와 매출을 높이기 위한 작업을 할 수 있습니다.

컨텐츠/카테고리 하위에 또다른 컨텐츠/카테고리가 존재할 경우 리포트의 개별 컨텐츠/카테고리 명을 클릭하여 하위 컨텐츠/카테고리에 대한 리포트를 조회할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

본 리포트는 해당 컨텐츠/카테고리 페이지에 TRK CP 값이 할당되어 있어야 분석됩니다.

* 실제로는 TRK CP 의 값이 아래와 같이 하드코딩되지 않으며, 변수의 값을 할당하게 됩니다.
할당예시 1 쇼핑몰내 청바지만 리스팅되는 화면에서 TRK CP /쇼핑몰/의류/청바지 ;
할당예시 2 쇼핑몰내 여러 의류를 포함하는 화면에서 TRK CP /쇼핑몰/의류 ;
할당예시 3 쇼핑몰의 첫페이지에서 TRK CP /쇼핑몰 ;
할당예시 4 웹사이트의 고객지원내 FAQ 페이지에서 TRK CP /고객지원/FAQ ;

* 자세한 TRK CP 값의 할당방법은 TRK CP 값의 설정 Contents Path 항목을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**

본 리포트는 리포트 설정에서 페이지 컨텐츠 카테고리 설정을 하시면 데이터가 수집되어 리포트를 확인할 수 있습니다.
단, 기존의 TRK CP 값이 설정되어 있으면, 환경변수가 우선 적용되므로 TRK CP 값이 설정된 부분에 한해서 데이터를 수집하여 보고합니다.
따라서, 리포트 설정에 의한 데이터 수집을 원하실 경우에는 기존의 설정된 TRK CP 값을 삭제해 주시기 바랍니다.

**참고**

특정 상품별, 전체상품별, 상품공급사별 추세는 다음 리포트를 참고하시기 바랍니다.

상품/브랜드
상품/브랜드 추세
상품/브랜드 순수페이지뷰
상품/브랜드 순수페이지뷰 추세

## 카테고리별 체류시간

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1217

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK CP |

**리포트 정의**
컨텐츠/카테고리별 총 체류시간, 순수페이지뷰, 순수페이지뷰당 체류시간을 나타낸 분석 리포트입니다.

**리포트 설명**
그래프는 사용하지 않으며 컨텐츠/상품 카테고리 및 하위 컨텐츠/상품 카테고리에 대한 총체류시간 : 순수페이지뷰 : 순수페이지뷰당체류시간 MM:SS 의 값을 리스트 형식으로 한 화면에 모두 나타냅니다.

컨텐츠/상품 카테고리 명은 /HOME/서비스안내/서비스미리보기 등의 형태로 나타냅니다.
총체류시간은 해당 컨텐츠/상품 카테고리에서 방문자가 머문 총체류시간을 나타냅니다.
순수페이지뷰는 해당 컨텐츠/상품 카테고리를 한 번 이상 조회한 세션의 수를 나타냅니다.
순수페이지뷰당 체류시간 MM:SS 은 해당 컨텐츠/상품 카테고리의 총체류시간을 순수페이지뷰수로 나눈 평균 체류시간을 나타냅니다. 총체류시간 / 순수페이지뷰수 순수페이지뷰당체류시간

**리포트 활용**
컨텐츠/카테고리별 체류시간을 통하여 웹사이트내의 어떤 컨텐츠, 메뉴, 상품카테고리에 어느 정도의 방문자 Visit 가 얼마의 시간동안 머무는지 또는 평균 체류시간은 어느 정도인지를 파악할 수 있습니다.
본 리포트와 더불어 인기 카테고리 리포트를 참조하여 인기있는 컨텐츠, 메뉴, 서비스, 상품카테고리를 선정하고 그 내용과 상품을 강화하여 웹사이트의 품질, 집중도 및 상품노출수와 매출을 높이기 위한 작업을 할 수 있습니다.

**환경변수 설정**
환경변수중 TRK CP 값을 웹페이지에 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.
TRK CP 값의 할당방법은 TRK CP 값의 설정 Contents Path 항목을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**

본 리포트는 TRK CP 값이 할당된 웹페이지 분석코드로부터 데이터를 수집하여 보고합니다.
따라서, 웹페이지 분석코드내의 TRK CP 값이 지정되지 않은 경우는 리포트가 생성되지 않습니다.

**참고**

특정 상품별, 전체상품별, 상품공급사별 추세는 다음 리포트를 참고하시기 바랍니다.
상품/브랜드
상품/브랜드 추세
상품/브랜드 순수페이지뷰
상품/브랜드 순수페이지뷰 추세

# 페이지 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 콘텐츠 페이지 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console pages

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web.

## 리포트 정의

분석된 웹페이지별 페이지뷰·순수페이지뷰·페이지뷰 점유율과 유입 경로 북마크·검색엔진·웹사이트 를 보여 주는 리포트입니다.

## 리포트 설명

방문자가 많이 본 페이지를 페이지뷰 또는 순수페이지뷰 기준으로 비교하고, 페이지별 성과 표에서 웹페이지 이름·URL 과 지표를 확인합니다. 표에서 페이지명을 직접 수정하거나 해당 페이지의 방문 경로 유입·유출 화면으로 이동할 수 있습니다.

레거시 리포트 인기있는 페이지 가 이 화면에 대응합니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 설정 이동 | 페이지명 설정 버튼 설정 동적페이지 설정 |
| 핵심 지표 | 페이지뷰 · 순수페이지뷰 · 순수페이지뷰당페이지뷰 |
| 인기 페이지 | 페이지뷰 · 순수페이지뷰 기준을 전환해 상위 페이지를 막대 차트로 표시 |
| 페이지 분석 | 열: 웹페이지 이름, 페이지 URL, 페이지뷰, 순수페이지뷰, 페이지뷰 점유율 , 순수페이지뷰당페이지뷰, 북마크, 검색엔진, 웹사이트. 페이지명/URL 검색, 열 정렬, 합계 · 평균 행, 페이지명 수정, 방문 경로 유입·유출 보기, 엑셀 다운로드 . 페이지 분석 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 인기 페이지 · 페이지 분석 표: 페이지 분석

### 참고

- 페이지별 페이지뷰,순수페이지뷰 추세: 새로고침 Reload 으로 다시 전송된 페이지도 하나의 페이지뷰로 산정합니다 예: A B B 새로고침 이면 A 의 페이지뷰 1, B 의 페이지뷰 2 . 페이지뷰는 분석 스크립트가 삽입된 페이지에 한해 측정하며, 검색엔진의 검색로봇·스파이더 접속은 포함하지 않습니다.

### 유의사항

- 페이지뷰 점유율과 합계는 조회 한도 밖의 페이지까지 포함한 전체 페이지뷰를 기준으로 계산합니다.
- 원천 리포트에 방문수 지표가 없어 이 화면에는 방문수 열을 두지 않습니다.
- 페이지 URL 은 path 와 파일명 확장자 포함 까지 집계하며, 파라미터로 내용이 바뀌는 동적 페이지는 동적 페이지 설정을 해야 구분해 조회할 수 있습니다. 파라미터별 이용 현황은 파라미터 분석 화면에서 확인합니다.
- 페이지명은 설정 동적페이지 설정과 같은 값을 사용합니다. 수집 페이지 목록에 아직 없는 URL 은 이름을 수정할 수 없습니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 동적 페이지 설정
- 처음 접속페이지

## 인기 페이지

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1043

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

분석된 웹페이지의 페이지뷰가 높은 순서로 정렬한 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자들이 가장 많이 본 웹페이지와 해당 페이지의 순수페이지뷰를 알 수 있습니다.
이를 통해 대략적인 웹사이트 내 컨텐츠의 관심도와 네비게이션의 추측이 가능합니다.

2009.06.12 방문방법에 대한 필드가 추가되었으며 스탠다드 레벨이상부터 구분이 됩니다. 방문방법: 북마크, 웹사이트. 검색엔진, 메일
* 2009.06.12 이전 기존 데이터에 대해서는 모두 북마크로 표시됩니다.

* 네비게이션 Navigation 관련 분석은 네비게이션 리포트 분야를 참고하시기 바랍니다.

* 2010.05.06 부터 리포트의 속도 개선을 위하여 리포트의 페이지 URL 저장 개수를 시간당 2,000건의 데이타만 저장하며, 2,000개 이하 데이터는 기타항목으로 수집합니다.

* 2010.05.10 이후부터 동적 페이지에 대한 데이터 조회가 가능합니다. 동적 페이지 분석을 원하신다면 동적 페이지 설정을 먼저 해주시기 바랍니다.
자세한 설정방법은 동적 페이지 설정을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 활용**

어떤 페이지가 많이 보여지는가를 통해 방문자의 관심 성향을 알 수 있습니다.
많이 보여지는 페이지의 특성을 분석하여 웹사이트 전체적인 서비스의 품질 향상에 참고할 수 있습니다.
많이 보여지는 순서대로 페이지를 분석하면 대략적인 방문자들의 관심의 흐름을 파악할 수 있습니다. 이는 클릭스트림 Click Stream 과는 다른, 방문자의 관심도에 따른 네비게이션이라고 볼 수 있습니다.

**유의사항**

페이지가 파라미터에 의하여 동적으로 연동되는 페이지인 경우, 링크를 클릭시 해당 페이지로 정상적인 연결이 되지 않을 수 있습니다.
인기있는 페이지 리포트에서는 해당 페이지의 path와 파일명 확장자포함 까지 조회할 수 있습니다. 그 외의 파라미터 등은 조회되지 않으므로 파라미터를 통하여 동적연동되는 페이지의 컨텐츠별 페이지뷰,방문수 분석은 비즈니스 서비스 이상에서의 인기 카테고리 리포트 및 상품/브랜드 리포트를 이용하면 각 물리적인 페이지 기준이 아닌 컨텐츠 기준으로 분석이 가능합니다.

**TIP**

페이지의 실제 타이틀명이 아닌 웹페이지/FILE의 URL로만 구분이 가능한 경우는 리포트 매니저의 상단 메뉴에서 리포트 설정 컨텐츠 페이지명수정 메뉴에서 직접 알아보기 쉬운 이름으로 수정하여 리포트에 적용하실 수 있습니다.
예 회원가입안내, 상품소개, 상품리스트 등으로 수정.

**참고**

방문자의 네비게이션관련은 네비게이션 항목을 참고하시기 바랍니다.
방문자가 각 페이지에 할애한 시간에 대한 분포는 서핑/체류 시간 페이지별 을 참고하시기 바랍니다.
컨텐츠 중심의 동적연동 페이지에 대한 분석은 인기 카테고리, 상품/브랜드, 상품/브랜드 순수페이지뷰 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 처음 접속페이지

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1044

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

참조링크 Referrer 또는 북마크/URL직접입력 등으로 접속하는 경우 웹사이트에 처음으로 접속을 한 페이지를 나타내는 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자들이 사이트를 방문하는 출입구 역할을 하는 페이지가 어떤 페이지인지를 파악할 수 있습니다. 웹페이지가 외부에 잘 알려져 있고, 방문자가 북마크등을 통해서 자주 접속을 하는 페이지인 경우 또는 검색엔진을 통해 검색되는 페이지인 경우에도 처음 접속페이지로 분석될 수 있습니다.
방문자를 고객으로 바꾸는 데는 방문자와 웹사이트가 접하는 첫페이지가 매우 중요한 역할을 하기 때문에 사이트의 출입구가 되는 주요 페이지들은 특별히 내용에 충실함을 기할 필요가 있습니다.

**리포트 활용**

홈페이지가 아닌 페이지로 처음 접속이 많다면, 일반적인 사용자들이 유용하게 느끼는 내용을 담고 있는 페이지이거나 외부에 널리 알려진 인기있는 페이지 또는 검색엔진을 통해 검색된 페이지인 경우가 많습니다.

외부에 널리 알려진 인기 페이지들은 웹사이트 개편으로 인해 페이지의 URL등이 바뀌더라도 삭제하지 않고, 접속시 새로운 URL등을 안내할 수 있도록 유지하는 것이 좋습니다.

마지막 접속 페이지 리포트와 비교하여, 처음 접속한 페이지에서 바로 사이트를 떠난 경우라면 페이지의 내용을 방문자의 목적에 맞게 보강하는 것이 필요합니다.

**유의사항**

보통 처음 접속페이지는 웹사이트의 홈페이지인 경우가 많으므로 홈페이지는 처음 접속페이지에서 가급적 제외하고 판단하는 것이 좋습니다.

홈페이지가 아닌 페이지로, 지나치게 많은 처음접속 페이지를 나타낸다면 혹시 외부에서 프레임내에 무단링크를 걸고 있는 것이 아닌지 확인할 필요가 있습니다. 이때는 참조링크페이지 웹사이트 를 통해서 추정이 가능합니다.

**참고**

방문자가 사이트를 떠난 마지막 접속 페이지를 보시려면 마지막 접속 페이지 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 파라미터 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 콘텐츠 파라미터 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console page params

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스. 페이지 파라미터 분석은 비즈니스 에디션 레벨 이상, 간편 페이지 파라미터 분석은 전체 에디션 레벨 이상에서 제공됩니다.

### 리포트 정의

동적 페이지 URL 의 ? 뒤에 붙는 파라미터와 그 값별로 페이지뷰·순수페이지뷰와 이용 현황을 보여 주는 리포트입니다.

## 리포트 설명

하나의 표 안에서 파라미터 종류  파라미터 값  기간별 추이 순으로 펼쳐 보며, 게시판 분류·상품 카테고리처럼 같은 프로그램 페이지를 파라미터 값으로 나누어 운영하는 경우의 이용 현황을 확인합니다.

서비스에  페이지 파라미터 분석  리포트가 있으면 그 리포트를, 없으면  간편 페이지 파라미터 분석  리포트를 조회합니다. 두 레거시 리포트가 이 화면 하나로 제공됩니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 설정 이동 | 동적 페이지 설정  버튼 설정  동적페이지 설정 |
| 파라미터 전체 현황 | 페이지뷰 PV  · 순수페이지뷰 · 순수페이지뷰당페이지뷰 · 페이지뷰 점유율 사이트 전체 대비 |
| 파라미터별 분석 | 열: 파라미터 종류, 페이지뷰, 페이지뷰 점유율 사이트 전체 대비 , 순수페이지뷰, 순수페이지뷰당페이지뷰. 행을 펼치면 파라미터 값별 표 페이지뷰 점유율은 파라미터 안 기준 가 나오고, 값을 고르면 일별 페이지뷰 추이 차트를 표시합니다.  엑셀 다운로드 는  전체 다운로드  ·  선택한 파라미터 다운로드 를 제공합니다. 파라미터별 분석, 간편 페이지 파라미터 분석 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 페이지 파라미터 분석 비즈니스 이상 : 파라미터별 분석
- 간편 페이지 파라미터 분석: 간편 페이지 파라미터 분석

## 유의사항

- 설정에서 페이지 URL, 파라미터 변수명, 파라미터 값의 설명을 지정해야 분석이 시작됩니다. 설정을 수정해도 기존 분석 결과에는 소급 적용되지 않습니다.
- 페이지뷰 점유율 사이트 전체 대비 의 분모는 사이트 전체 페이지뷰입니다. 파라미터 값별 표의 페이지뷰 점유율은 해당 파라미터 안에서의 점유율입니다.
- 간편 페이지 파라미터 분석은 파라미터 값의 변화가 10개 이하인 경우에 적합한 간편 기능입니다. 비즈니스 서비스 이상에서는  TRK  CP 환경변수를 사용하는 컨텐츠/카테고리 분석이 더 유리합니다  TRK  CP 값의 설정  Contents Path  참고 .

**함께 보면 좋은 문서**

- 동적 페이지 설정
- TRK  CP 값의 설정  Contents Path

# 파라미터별 분석

최종 수정일 2013  12  05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1516

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨  이상 |
|---|---|

| | |
|---|---|
| **리포트 설정방법** | 페이지 파라미터 설정 |

**리포트 정의**

비즈니스 서비스 이상 사용자를 위해 제공되는 동적페이지 분석 기능입니다.

**리포트 설명**

페이지 파라미터란 다음과 같은 동적페이지 URL의 ? 뒤의 부분을 뜻합니다.  붉은색 부분

ex  http://www.domain.com/page.jsp?parameter1=value1  parameter2=value2

각종 게시판의 분류/카테고리 또는 상품 대분류 카테고리 등 특정 파라미터와 해당값의 변화가 있는 경우 본 기능을 사용하는 것이 편리합니다.

측정 결과는  페이지  페이지 파라미터 분석  리포트에서 확인하실 수 있습니다.

리포트설정  컨텐츠  페이지 파라미터 설정 메뉴를 통해 페이지URL과 파라미터 변수명, 파라미터 변수값의 설명을 지정해야 분석이 시작됩니다.

설정한 내용은 해당 메뉴에서 언제든지 수정하실 수 있습니다. 단, 수정하실 경우 기존 분석 결과에 소급 적용되지는 않습니다.

자세한 설정 방법은 페이지 파라미터 설정 을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 활용**

하나의 게시판 프로그램으로 여러 가지 분류의 게시판을 운영하는 경우 물리적인 디렉토리 또는 파일 기준 분석으로 알 수 없었던 게시판 분류별 이용 현황을 볼 수 있습니다.

**유의사항**

비즈니스 서비스 이상에서는 DB 및 프로그램연동 가능하며, 분석 제한이 없는  사이트맵 기반, 동적컨텐츠 분석기능 을 사용하는 것이 더욱 유리합니다.

ex  비즈니스 서비스의 컨텐츠/상품 리포트 메뉴 및  TRK  CP 환경변수의 사용부분 참고

**참고**

컨텐츠 중심의 동적연동 페이지에 대한 분석은 인기 카테고리, 상품/브랜드, 상품/브랜드 순수페이지뷰 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 간편 페이지 파라미터 분석

최종 수정일 2013  12  05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1146

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨  이상 |
| **리포트 설정방법** | 간편 페이지 파라미터 설정 |

**리포트 정의**

베이직 및 스탠다드 서비스 사용자를 위해 제공되는 간편 동적페이지 분석 기능입니다.

**리포트 설명**

서비스옵션설정 페이지파라미터설정 메뉴를 통해 1개 페이지URL과 파라미터명, 그리고 해당값과 설명을 지정해야 분석이 시작됩니다. 설정한 내용은 해당 메뉴에서 언제든지 수정할 수 있습니다. 단, 수정하실 경우 기존 분석 결과에 소급 적용되지는 않습니다.
페이지URL, 파라미터명, 파라미터값과 설명의 지정방법은 해당 설정화면에 상세히 설명되어 있습니다.

페이지 파라미터란 다음과 같은 동적페이지 URL의 ? 뒤의 부분을 뜻합니다 붉은색 부분 .
ex http://www.domain.com/page.jsp?parameter1=value1 parameter2=value2
각종 게시판의 분류/카테고리 또는 상품 대분류 카테고리 등 특정 파라미터와 해당값의 변화가 10개 이하인 경우에 본 기능을 사용하는 것이 편리합니다.
측정결과는 페이지/디렉토리 분석 이하 간편 페이지 파라미터 분석 리포트에서 확인할 수 있습니다.

**리포트 활용**

하나의 게시판 프로그램으로 여러가지 분류의 게시판을 운영하는 경우 물리적인 디렉토리 또는 파일 기준 분석으로 알 수 없었던 게시판 분류별 이용 현황을 볼 수 있습니다.

**유의사항**

본 기능은 비즈니스 서비스의 동적컨텐츠 분석을 사용하지 못하는 베이직, 스탠다드 서비스 사용자를 위해 추가제공되는 간편 동적페이지 분석기능입니다. 상세한 분석이 필요한 경우 비즈니스 서비스 를 사용해야 합니다.
비즈니스 서비스 이상에서는 DB 및 프로그램연동 가능하며, 분석 제한이 없는 사이트맵 기반, 동적컨텐츠 분석기능 을 사용하는 것이 더욱 유리합니다.
ex 비즈니스 서비스의 컨텐츠/상품 리포트 메뉴 및 TRK CP 환경변수의 사용부분 참고.
비즈니스 서비스 이상의 사용자께서도 본 기능을 사용할 수 있습니다.

**참고**

컨텐츠 중심의 동적연동 페이지에 대한 분석은 인기 카테고리, 상품/브랜드, 상품/브랜드 방문 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 내부 검색어

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1163

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK SX, TRK AG, TRK IK |

**리포트 정의**

내부 상품/컨텐츠 검색어의 사용결과를 분류하여 제공합니다.

**리포트 설명**

내부 상품/컨텐츠 검색기능에 사용된 검색어를 분석하여 방문자들이 사이트에서 관심을 보이는 내용이 무엇인지 판단할 수 있습니다.

**리포트 옵션**

웹사이트 내부에 검색기능이 있는 경우 어떤 검색어가 얼마나 검색되었는지 분석가능하며 **회원특성 선택** 버튼을 클릭하여 회원여부, 회원성별 및 연령대로 필터링하여 분석이 가능합니다.

**리포트 활용**

방문자들이 고객님의 사이트 내에서 어떤 검색어를 주로 검색하는지 또는 어떤 컨텐츠에 관심이 많은지를 분석하여 해당 컨텐츠를 보완 및 강화하거나 해당 컨텐츠에 대한 이벤트 등을 기획할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

환경변수 설정스크립트 내의 IK 내부검색어 값을 **내부 검색결과** 등의 웹페이지에서 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.
IK 회원연령 값에 대한 자세한 설명은 TRK IK 값의 설정 Inner Search Keyword 를 참고하시기 바랍니다.

TRK IK 값의 설정 Inner Search Keyword
TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U
TRK AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G

**유의사항**

환경변수 설정스크립트 내의 IK 내부검색어 값을 할당할 경우 분석되므로 내부 검색결과 페이지 등에 IK 내부검색어 값이 할당되도록 설정하여야 합니다.

# 행동

## 방문 경로 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 행동 방문 경로 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console paths

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web.

### 리포트 정의

방문자가 사이트 안에서 어떤 페이지를 거쳐 이동하는지와, 선택한 페이지의 직전·직후에 어떤 페이지를 방문했는지를 분석하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

기존 LOGGER의 서핑경로 패턴 순위 , 페이지 유입 및 유출 , 서핑경로 추적 리스트형식 3개 리포트를 하나의 화면으로 통합했습니다.

주요 경로 패턴 탭에서는 방문자가 가장 많이 이용한 페이지 이동 패턴을 단계별 흐름 차트 Sankey 와 순위 표로 보여 주고, 표에서 패턴을 선택하면 단계별 페이지를 차례로 확인할 수 있습니다. 페이지 유입 및 유출 경로 탭에서는 기준 페이지를 하나 골라 그 페이지로 들어온 경로와 나간 경로의 분포를 보여 줍니다.

웹사이트의 네비게이션이 의도한 대로 이용되는지, 중요한 페이지에 도달하기까지 몇 단계를 거치는지, 특정 페이지 안의 어떤 링크로 이동하는지를 파악하는 데 활용합니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 페이지 관리 | 탭 줄 오른쪽 끝에 있는 버튼으로, 분석 설정의 페이지 관리 화면으로 이동합니다. |
| 주요 경로 패턴 탭 · 안내 문구 | 괄호 안 숫자의 의미, 집계 대상 2페이지 이상 방문 , 시간당 상위 100건 기준을 안내합니다. |
| 경로 흐름 | 상위 패턴의 단계별 페이지 이동을 Sankey 차트로 보여 줍니다. 선 굵기는 방문수이며, 상위 50건 기본 · 상위 100건 중에서 고를 수 있습니다. 단계마다 방문수 상위 8개 페이지를 표시하고 나머지는 기타 로 묶으며, 5단계까지 표시합니다. |
| 주요 경로 패턴 | 경로 흐름과 같은 상위 건수의 순위·방문 경로·방문수·방문수 점유율 표입니다. 방문수 점유율은 상위 100건 합계 기준입니다. 방문 경로 아래에 각 단계의 URL을 함께 표시합니다. 경로 검색 으로 페이지명이나 URL을 포함한 패턴만 거를 수 있고, 엑셀 다운로드를 지원합니다. 주요 경로 패턴 |
| 경로 추적 | 주요 경로 패턴 표에서 행을 선택하면 열리는 창입니다. 패턴을 이루는 페이지를 순서대로 나열하고 각 페이지의 페이지뷰 PV 를 표시합니다. 경로 추적 |
| 페이지 유입 및 유출 경로 탭 · 기준 페이지 선택 | 분석할 페이지를 검색해 선택합니다. 목록에는 페이지명·URL과 조회수가 표시됩니다. 페이지 유입 및 유출 경로 |

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 기준 페이지 정보 | 기준 페이지 선택 바로 아래에 선택한 페이지의 페이지뷰, 순수페이지뷰, 순수PV당 체류시간을 표시합니다. 페이지 유입 및 유출 경로 |
| 유입 경로 | 선택한 페이지 직전에 방문한 페이지입니다. 내부참조·외부유입 비중 막대, 이전 페이지·유입수·유입수 점유율 표, 외부 유입 참조 도메인, 북마크/직접접속 합계를 표시합니다. 유입 경로 이전 페이지 |
| 유출 경로 | 선택한 페이지 다음에 방문한 페이지입니다. 내부이동·서핑종료 비중 막대, 다음 페이지·유출수·유출수 점유율 표, 서핑종료/외부유출 합계를 표시합니다. 유출 경로 이후 페이지 |
| 페이지명 수정 | 유입·유출 표의 페이지 이름 옆 수정 버튼으로 화면에 표시할 페이지명을 저장합니다. |

### 탭·지표별 세부 문서

- 주요 경로 패턴 탭: 주요 경로 패턴
- 페이지 유입 및 유출 경로 탭: 페이지 유입 및 유출 경로
- 경로 추적 패턴 선택 창 : 경로 추적
- 유입 경로 패널: 유입 경로 이전 페이지
- 유출 경로 패널: 유출 경로 이후 페이지

### 유의사항

- 주요 경로 패턴은 한 방문 세션 에서 2페이지 이상을 본 경우에만 집계합니다.
- 방문자마다 경로가 다양하므로 주요 경로 패턴은 시간당 상위 100건의 패턴만 누적해 제공합니다.
- 경로의 괄호 안 숫자는 같은 페이지가 연속으로 다시 불린 횟수입니다. 동적 페이지 등에서 나타날 수 있습니다.
- 페이지 URL은 시간당 2,000건까지 저장하며, 그 밖의 데이터는 기타 항목으로 수집합니다.
- 페이지는 경로와 파일명 확장자 포함 까지만 구분하며, 파라미터는 구분하지 않습니다. 파라미터로 내용이 바뀌는 동적 페이지는 링크로 열었을 때 해당 내용이 정상적으로 표시되지 않을 수 있습니다.
- 서비스에서 방문 경로 리포트를 제공하지 않으면 화면에 이 서비스에서는 방문 경로 리포트를 제공하지 않습니다. 라는 안내가 표시됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 페이지 분석

## 주요 경로 패턴

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1047

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| --- | --- |

**리포트 정의**

Click Stream 방문자의 클릭에 의한 서핑경로 패턴을 나타내는 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자가 웹사이트를 방문하여 어떤 페이지들을 통해 이동하는지 서핑경로의 패턴을 분석하는 리포트로 웹사이트가 초기 **네비게이션 Navigation** 디자인 등이 어느 정도 의도한 대로 방문자에게 적용되는가를 파악할 수 있는 리포트입니다.
또한, 방문자가 웹사이트 내 어떤 컨텐츠에 관심을 가지고 있는지, 어떤 형태의 링크 배너/이미지 등 에 반응을 많이 보이는지를 파악할 수 있습니다.

**리포트 활용**

방문자의 네비게이션 파악으로 중요한 컨텐츠를 더욱 많이 볼 수 있도록 배치할 수 있습니다.
특정 컨텐츠를 접하기 위해 어느 정도의 클릭을 통해서 접근하는지, 접근의 용이성을 판별할 수 있습니다.
중요한 페이지이지만, 여러 단계를 거쳐 보여진다면, 첫페이지에서 바로 갈 수 있도록 눈에 잘 띄는 링크를 만들면 방문자들이 쉽게 페이지에 접근할 수 있습니다.

**유의사항**

방문자마다 서핑경로 패턴이 다양하므로, 본 리포트에서는 각 시간당 상위 100건에 대한 패턴만을 분석하여 제공합니다.
2페이지 이상을 방문한 경우에만 리포트에 포함됩니다.
안의 붉은색으로 표시된 수는 동일한 페이지가 브라우저에 연속으로 보여진 횟수입니다. 예: 2회반복

**참고**

서핑경로 리포트의 특성상 쉽게 보기가 어렵습니다. 특정 페이지로부터의 이동성향이나 특정페이지로의 이동성향의 파악을 위해서는 서핑경로 추적 리스트형식 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 페이지 유입 및 유출 경로

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1251

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

각 페이지별 순수페이지뷰와 페이지뷰, 체류시간, 해당 페이지의 이전/이후 경로를 나열한 리포트입니다.

**리포트 설명**

선택한 페이지의 순수페이지뷰와 페이지뷰, 체류시간 등을 한눈에 파악할 수가 있습니다.
선택된 페이지 이전경로와 이후경로를 아래와 같이 분류하여 제공하며 상위 5위까지만 보여드립니다.

선택된 페이지 이전경로
이전페이지: 웹사이트 내부 어떤 페이지를 통해 선택된 페이지로 이동하여 왔는지 파악할 수 있음.
참조도메인: 어떤 검색엔진을 통해 방문했는지 파악할 수 있음.
북마크/직접접속: 선택한 페이지의 URL을 직접 입력하고 방문한 리스트를 파악할 수 있음.

선택된 페이지 이후경로
다음페이지: 해당 페이지에서 웹사이트 어떤 페이지로 이동했는지 파악할 수 있음.
서핑종료/외부유출: 웹사이트에서 빠져나가 종료하는 리스트를 보여줌.

* 2010.05.06 부터 리포트의 속도 개선을 위하여 리포트의 페이지 URL 저장 개수를 시간당 2,000건의 데이타만 저장하며, 2,000개 이하 데이터는 기타항목으로 수집합니다.

**리포트 활용**

각 페이지의 순수페이지뷰수와 페이지뷰 그리고 순수페이지뷰당 체류시간을 보여줌으로써 해당페이지의 관심 성향을 알 수 있습니다.

가장 많이 이동하는 경로를 분석하면 대략적인 방문자들의 관심의 흐름을 파악할 수 있습니다.

각 페이지의 이전 경로와 이후 경로를 파악하여 중요한 컨텐츠나 홍보가 필요한 사항들을 적절히 배치함으로써 마케팅에 도움을 받을 수 있습니다.

**유의사항**

페이지가 파라미터에 의하여 동적으로 연동되는 페이지인 경우, 링크를 클릭시 해당 페이지로 정상적인 연결이 되지 않을 수 있습니다.

해당 페이지의 path와 파일명 확장자포함 까지 조회할 수 있으며, 그 외의 파라미터 등은 조회되지 않습니다. 파라미터를 통하여 동적 연동되는 페이지의 컨텐츠별 페이지뷰, 순수페이지뷰수 분석은 비즈니스 서비스 이상에서 인기 카테고리/상품브랜드 리포트 및 상품브랜드 순수페이지뷰 리포트를 이용하면, 각 물리적인 페이지 기준이 아닌 컨텐츠 기준으로 분석이 가능합니다.

**참고**

방문자의 네비게이션 관련은 네비게이션 항목을 참고하시기 바랍니다.

방문자가 각 페이지에 할애한 시간에 대한 분포는 서핑시간 페이지별 을 참고하시기 바랍니다.

컨텐츠 중심의 동적연동 페이지에 대한 분석은 인기카테고리, 상품/브랜드, 상품/브랜드 순수페이지뷰 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 경로 추적

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1048

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

웹사이트의 해당 페이지를 본 후, 다음에 본 페이지의 비율을 나타내는 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자가 특정 페이지의 다양한 링크 중 어떠한 내부 링크를 선호하였는지 MicroAction 분석 와 함께 서핑경로의 큰 흐름을 분석할 수 있습니다.
서핑 경로별 순위가 각 CASE별 순위를 표시하므로, 서핑패턴이 매우 다양할 경우 충분한 분석이 어려울 경우가 있습니다. 이때

는 본 리포트를 활용하여 첫 메인페이지와 그 다음페이지, 또 그 다음페이지를 계속적으로 조회하는 방법을 통해, 서핑의 주된 흐름을 파악하는 데 이용됩니다.

해당 리포트의 리스트에서 우측의 버튼을 클릭하면 이동해간 다음페이지를 새창에 띄워 그 횟수 및 비율을 볼 수 있습니다. 새창 POPUP 페이지에 존재하는 각 페이지항목 우측의 버튼을 클릭하여, **다음 이동해간 페이지를 추적**할 수 있습니다.

* 2010.05.06 부터 리포트의 속도 개선을 위하여 리포트의 페이지 URL 저장 개수를 시간당 2,000건의 데이타만 저장하며, 2,000개 이하 데이터는 기타항목으로 수집합니다.

**리포트 활용**

중요페이지의 이전페이지를 분석함으로써, 방문자의 클릭스트림 Click Stream 중 가장 최근의 중요한 경로 페이지를 알아낼 수 있습니다.

특정페이지로부터 클릭을 통해 이동해간 다음페이지를 분석함으로써, 방문자가 특정페이지내에서 어떤 링크/내용에 관심을 가지고 있는지 알아낼 수 있습니다.

위 정보를 통해서 중요한 정보를 방문자가 쉽게 찾을 수 있도록 배치시키거나, 특정페이지 내에 삽입된 링크가 제 역할을 하는지 알 수 있습니다.

방문자가 보다 서핑을 쉽게 할 수 있도록 네비게이션 Navigation 을 변경하거나, 전달하고자 하는 내용을 눈에 잘 띄게 할 수 있습니다.

**참고**

서핑경로 패턴 순위

## 유입 경로 이전 페이지

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1049

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**리포트 정의**

웹사이트의 해당 페이지로 이동해오기 이전페이지의 순위를 나타내는 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자가 특정 페이지의 다양한 링크 중 어떠한 내부 링크를 선호하였는지 MicroAction 분석 와 함께 서핑경로의 큰 흐름을 분석할 수 있습니다.

서핑 경로별 순위가 각 CASE별 순위를 표시하므로, 서핑패턴이 매우 다양할 경우 충분한 분석이 어려울 경우가 있습니다. 이때는 본 리포트를 활용하여 현재페이지와 그 이전페이지, 또 그 이전페이지를 계속적으로 역추적하는 방법을 통해 서핑의 주된 흐름을 파악하는 데 이용됩니다.

해당 리포트의 리스트에서 우측의 버튼을 클릭하면 이동하기 이전페이지가 리스팅되어 그 횟수 및 비율을 볼 수 있습니다. 각 페이지에 존재하는 각 페이지항목 우측의 버튼을 클릭하여, **이동하기 전 페이지를 추적**할 수 있습니다.

**리포트 활용**

중요페이지의 이전페이지를 분석함으로써, 방문자의 클릭스트림 Click Stream 중 가장 최근의 중요한 경로 페이지를 알아낼

수 있습니다.
현재페이지로 이동하기 전 페이지를 분석함으로써, 방문자가 특정페이지 내에서 어떤 링크/내용에 관심을 가지고 있는지 알아낼 수 있습니다.
위 정보를 통해서 중요한 정보를 방문자가 쉽게 찾을 수 있도록 배치시키거나, 특정페이지 내에 삽입된 링크가 제 역할을 하는지 알 수 있습니다.
방문자가 보다 서핑을 쉽게 할 수 있도록 네비게이션 Navigation 을 변경하거나, 전달하고자 하는 내용을 눈에 잘 띄게 할 수 있습니다.

**참고**

서핑경로 패턴 순위

## 유출 경로 이후 페이지

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1050

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**리포트 정의**

웹사이트의 해당 페이지에서 이동해간 이후페이지의 순위를 나타내는 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자가 특정 페이지의 다양한 링크 중 어떠한 내부 링크를 선호하였는지 MicroAction 분석 와 함께 서핑경로의 큰 흐름을 분석할 수 있습니다.
서핑 경로별 순위가 각 CASE별 순위를 표시하므로, 서핑패턴이 매우 다양할 경우 충분한 분석이 어려울 경우가 있습니다. 이때는 본 리포트를 활용하여 첫 메인페이지와 그 다음페이지, 또 그 다음페이지를 계속적으로 조회하는 방법을 통해 서핑의 주된 흐름을 파악하는 데 이용됩니다.

해당 리포트의 리스트에서 우측의 버튼을 클릭하면 이동해간 다음페이지가 리스팅되어 그 횟수 및 비율을 볼 수 있습니다. 각 페이지에 존재하는 페이지항목 우측의 버튼을 클릭하여, **이동한 다음 페이지를 추적**할 수 있습니다.

**리포트 활용**

중요페이지의 이전페이지를 분석함으로써, 방문자의 클릭스트림 Click Stream 중 가장 최근의 중요한 경로 페이지를 알아낼 수 있습니다.
특정페이지로부터 클릭을 통해 이동해간 다음페이지를 분석함으로써, 방문자가 특정페이지 내에서 어떤 링크/내용에 관심을 가지고 있는지 알아낼 수 있습니다.
위 정보를 통해서 중요한 정보를 방문자가 쉽게 찾을 수 있도록 배치시키거나, 특정페이지 내에 삽입된 링크가 제 역할을 하는지 알 수 있습니다.
방문자가 보다 서핑을 쉽게 할 수 있도록 네비게이션 Navigation 을 변경하거나, 전달하고자 하는 내용을 눈에 잘 띄게 할 수 있습니다.

**참고**

서핑경로 패턴 순위

# 클릭 이벤트

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 행동 클릭 이벤트 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console events

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web. 내부 클릭이벤트의 순수클릭 수는 웹사이트 서비스 기준으로 제공됩니다.

## 리포트 정의

사이트 안의 파일 다운로드 링크, 메뉴·버튼·배너 등 내부 클릭이벤트, 외부 사이트로 연결되는 링크의 클릭을 분석하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

기존 LOGGER의 파일 다운로드 , 내부 클릭이벤트 분석 , 외부 유출링크 분석 3개 리포트를 하나의 화면으로 통합했습니다. 화면 상단의 유형 탭으로 다운로드 · 내부 클릭이벤트 · 외부 링크 를 전환합니다.

내부 클릭이벤트는 클릭수와 순수클릭 수뿐 아니라, 해당 링크가 회원가입·주문·매출에 얼마나 기여했는지를 기여도로 함께 보여줍니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 유형 탭 | 다운로드 · 내부 클릭이벤트 · 외부 링크 중 하나를 선택합니다. 탭마다 아래 KPI 카드와 상세 표가 바뀝니다. |
| KPI 카드 · 다운로드/외부 링크 | 파일 수 외부 링크 수 와 서비스 리포트가 제공하는 기본 지표의 기간 합계를 표시합니다. 다운로드 · 외부 링크 |
| KPI 카드 · 내부 클릭이벤트 | 클릭 이벤트 수, 순수클릭 수, 클릭수, 회원가입 기여도, 주문 기여도, 매출 기여도의 기간 합계를 표시합니다. 내부 클릭이벤트 클릭수 |
| 다운로드 상세 · 외부 링크 상세 | 순위·파일 외부 링크 ·지표·비중 표입니다. 파일 찾기 외부 링크 찾기 로 항목을 거를 수 있고 엑셀 다운로드를 지원합니다. 다운로드 · 외부 링크 |
| 내부 클릭이벤트 상세 | 순위·클릭 이벤트·순수클릭 수·순수 클릭수당 클릭수·클릭수·클릭수 점유율 ·순수클릭 수 점유율·회원가입 기여도·주문 기여도·매출 기여도 표와 합계 행입니다. 계층으로 이름 붙인 이벤트는 상위 이벤트를 펼쳐 하위 이벤트를 확인합니다. 클릭이벤트 찾기 와 엑셀 다운로드를 지원합니다. 내부 클릭이벤트 클릭수 · 내부 클릭이벤트 순수클릭 수 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 다운로드 탭: 다운로드
- 내부 클릭이벤트 탭 · 클릭수와 기여도: 내부 클릭이벤트 클릭수
- 내부 클릭이벤트 탭 · 순수클릭 수: 내부 클릭이벤트 순수클릭 수
- 외부 링크 탭: 외부 링크

### 유의사항

- 클릭을 측정할 링크가 있는 페이지에는 웹페이지 분석스크립트가 삽입되어 있어야 하며, LOGGER가 제공하는 함수로 링크마다 클릭 측정을 설정해야 집계됩니다.
- 다운로드 측정 함수의 첫 번째 인수 DNL은 반드시 대문자로 입력해야 합니다.
- 내부 클릭이벤트 이름에 , ? 등의 특수문자를 사용하면 리포트에서 이름이 제대로 표시되지 않을 수 있습니다.
- 순수클릭 수는 해당 클릭이벤트를 클릭한 순수페이지뷰 세션 수 기준입니다. 순수 클릭수당 클릭수는 클릭수 순수클릭 수, 클릭수 점유율 · 순수클릭 수 점유율은 각 값 전체 합계로 계산합니다.
- 회원가입·주문·매출 기여도는 방문자가 클릭한 링크마다 1/n씩 나누어 부여하므로 소수가 생길 수 있어 소수 둘째 자리까지 표시합니다. 기여도 데이터는 2015년 2월 27일부터 제공됩니다.
- 내부 클릭이벤트는 한 시간 이전의 데이터까지 조회됩니다.
- 서비스에서 해당 유형의 리포트를 제공하지 않으면 이 서비스에서는 ... 리포트를 제공하지 않습니다. 라는 안내가 표시됩니다.

## 다운로드

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1180

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 파일 다운로드 설정 |

#### 리포트 정의

웹사이트의 자료파일 등을 다운로드 하는 링크 클릭수의 측정값을 제공하는 리포트입니다.

#### 리포트 설명

스탠다드 서비스 이상에서 사용가능하며 본 서비스가 제공하는 함수를 이용하여 다운로드의 클릭 횟수를 분석할 수 있습니다. 따라서 측정할 링크가 위치하는 페이지에는 반드시 웹페이지 분석스크립트가 삽입되어 있어야 합니다.

본 리포트는 자바스크립트 함수를 이용하여 해당항목의 클릭을 검출할 수 있습니다.

파일 다운로드 설정 관련해서는 파일 다운로드 설정을 참고하시기 바랍니다.

#### 리포트 활용

어떤 자료를 얼마나 다운로드 했는지 분석하여 많은 다운로드를 기록한 자료를 좀 더 보강하고 관련자료를 보충하는 등의 활동을 통해 사이트의 충실도를 높일 수 있습니다.

#### 유의사항

함수의 첫번째 인수값으로 사용되는 DNL은 반드시 대문자이어야 합니다.

**참고**

비슷한 기능의 리포트로 다운로드 링크가 아닌 메뉴링크 또는 이벤트 링크 등의 분석은 내부 클릭이벤트 분석 페이지뷰 , 내부 클릭이벤트 분석 방문 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 내부 클릭이벤트 클릭수

최종 수정일 2021 02 19 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1179

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 내부 클릭이벤트 설정 |

**리포트 정의**

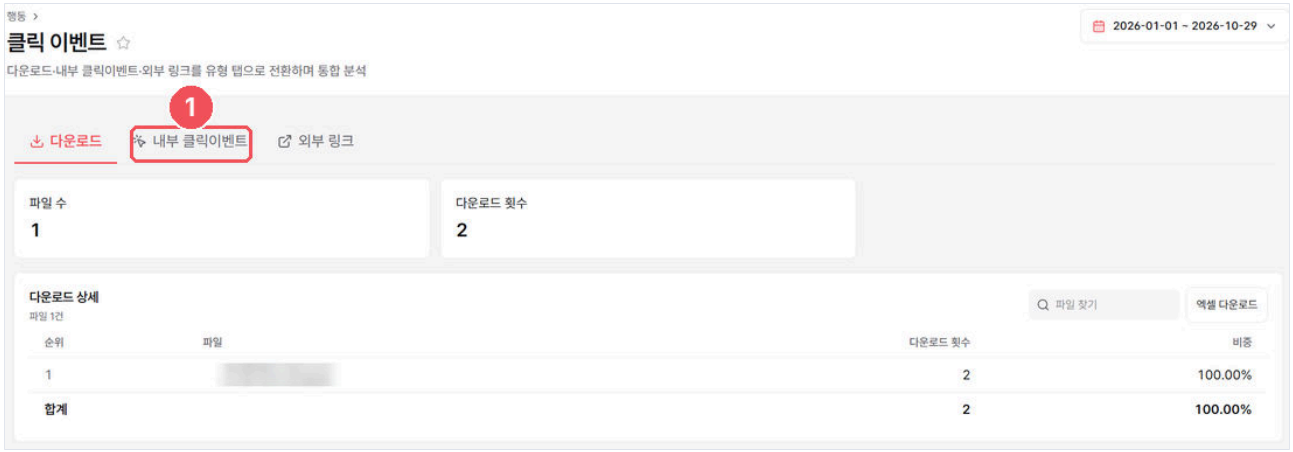
웹사이트 내의 링크에 대한 클릭수, 순수 클릭수, 회원가입 기여도, 주문기여도, 매출기여도를 분석하여 제공하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 서비스가 제공하는 함수를 이용하여 내부 클릭이벤트의 클릭횟수를 분석할 수 있으며, 해당 링크가 전환에 얼마만큼의 영향을 미치고 있는지에 대한 회원가입, 주문, 매출의 기여도를 분석할 수 있습니다. 이때, 해당 페이지에는 웹페이지 분석스크립트가 삽입되어 있어야 합니다.

본 리포트에서 기여도는 방문자가 클릭한 링크마다 1/n 하여 부여합니다.

리포트는 행동 클릭 이벤트 화면에서 ① 내부 클릭이벤트 탭을 선택하여 조회합니다.




설정관련해서는 내부 클릭이벤트 설정을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 활용**

내부 클릭이벤트가 얼마나 클릭되었는지 분석하여

페이지 내부 링크의 기능 활용도 측정

링크가 전환에 미치는 영향 및 기여도 분석

네비게이션/클릭스트림분석

특정 버튼이 얼마나 클릭되어 전환효과가 높은 배너가 무엇인지 예: 이벤트 참여버튼 등

의 효과를 측정하는데 활용할 수 있습니다.

**유의사항**

내부 클릭이벤트 분석기능은 웹페이지 내에 웹분석스크립트가 삽입되어 있어야 합니다. 웹분석스크립트 삽입이 어려운 외부사이트의 배너 및 링크 등에는 스탠다드 서비스의 광고분석 기능을 이용한 클릭 및 노출 분석을 이용하시는 것이 효과적입니다.

내부 클릭이벤트 이름에 , ? 등의 특수문자를 사용하면 리포트에서 제대로 표현되지 않을 수 있습니다.

본 리포트는 한시간 이전의 데이터가 조회됩니다.

**참고**

외부사이트로의 링크인 경우에는외부 유출링크 분석 항목을 참고하시기 바랍니다.

다운로드 링크의 분석은 파일 다운로드 항목을 참고하시기 바랍니다.

* 회원가입, 주문, 매출 기여도 데이터는 2015.02.27일부터 제공됩니다.

## 내부 클릭이벤트 순수클릭 수

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1181

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상 |
| **리포트 설정방법** | 내부 클릭이벤트 설정 |

**리포트 정의**

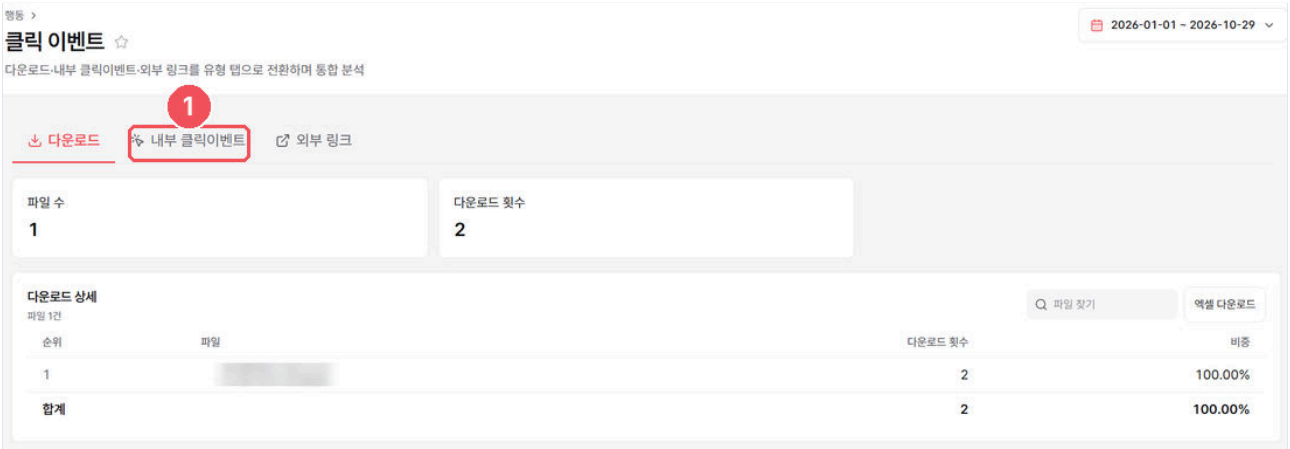
웹사이트 내에 클릭이벤트 링크 에 대하여 클릭한 순수페이지뷰를 분석하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

logger가 제공하는 함수를 이용하여 내부 클릭이벤트를 클릭한 방문수를 분석할 수 있으며 이때 해당 페이지에는 웹페이지 분석스크립트가 삽입되어 있어야 합니다.

본 리포트의 기준값은 순수페이지뷰 session 수입니다.

리포트는 행동 클릭 이벤트 화면에서 ① 내부 클릭이벤트 탭을 선택하여 조회합니다.



설정관련해서는 내부 클릭이벤트 설정을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 활용**

내부 클릭이벤트를 얼마나 많은 방문자가 클릭하였는지 분석하여 이벤트의 효과를 측정하는데 활용할 수 있습니다.

**참고**

외부사이트로의 링크인 경우에는 외부 유출링크 분석 항목을 참고하시기 바랍니다.

다운로드 링크의 분석은 파일 다운로드 항목을 참고하시기 바랍니다.

## 외부 링크

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1178

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 외부 유출링크 설정 |

**리포트 정의**

웹사이트 내에 외부사이트로 연결되는 링크에 대하여 클릭횟수를 분석하여 제공하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

제공되는 함수를 이용하여 외부유출 링크의 클릭횟수를 분석할 수 있으며 이때 해당 웹페이지에는 웹페이지 분석스크립트가 삽입되어 있어야 합니다.

설정관련해서는 외부 유출링크 설정을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 활용**

사이트 내의 외부유출 링크의 클릭수를 분석하여 어떤 클릭을 통하여 타사이트로 이동하는지 알아볼 수 있습니다.

**참고**

외부사이트로의 링크가 아닌 경우에는 내부 클릭이벤트 분석 페이지뷰 항목을 참고하시기 바랍니다.

다운로드 링크의 분석은 파일 다운로드 항목을 참고하시기 바랍니다.

# 전환·매출

## 전환 퍼널

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 전환·매출 전환 퍼널 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console funnel

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 Web. 단계별 사용자 상세는 회원 ID를 수집하는 레벨 3 이상 서비스에서 제공됩니다. 상단 성과 KPI 회원가입 · 주문 · 매출 등 를 볼 수 없는 서비스는 KPI 영역에만 안내를 표시하고, 전환 퍼널 · 단계별 추세 · 사용자 상세는 그대로 제공합니다.

### 리포트 정의

방문에서 회원가입·주문 등 목표 행동까지 정해 둔 전환 단계별로 도달수, 전환율, 이탈률과 그 추세를 분석하고, 각 단계에 도달한 회원을 확인하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

기존 LOGGER의 전환 시나리오 , 전환 단계별 전환수 , 전환 단계별 전환율 , 시계열 시나리오 분석 , 회원등록완료 단계 회원특성 , 주문완료 단계 회원특성 리포트와 간편 전환 시나리오를 하나의 화면으로 통합했습니다.

기본 시나리오는 방문 상품상세 주문완료 와 방문 상품상세 장바구니 주문완료 두 시나리오의 차이는 장바구니 유무뿐입니다 이며, 상품리스트 상품상세 장바구니 , 장바구니 주문정보입력 주문완료 , 방문 회원등록양식 회원등록 , 방문 로그인 양식 로그인 , 방문 예약상담 과 직접 저장한 시나리오 중에서 고를 수 있습니다.

방문 단계는 방문수이고, 나머지 단계는 그 단계의 전환 페이지 상품상세 PDV, 장바구니 OCV, 주문정보입력 ODF, 주문완료 ODR, 회원등록양식 RGF, 회원등록 RGR, 로그인양식 LIF, 로그인 LIR, 예약상담 RES 등 가 찍힌 세션수로 같은 단위입니다. 단계마다 세션수를 따로 센 값이라 같은 세션의 이어짐은 아니며, 상품상세를 거치지 않고 주문한 세션이 있으면 직전 단계보다 값이 커져 단계 전환율이 100 를 넘고 이탈률이 음수로 표시될 수 있습니다. 전환 단계 데이터가 없어도 시나리오는 목록과 화면에 그대로 표시되며, 데이터가 없는 단계는 데이터 없음 으로 나오고 화면 안에 그 사유 서비스 레벨, 최근 1년 수집 여부 등 를 안내합니다. 전환 단계 데이터는 서비스 레벨 3 이상에서 집계되며, 전환 페이지 관리 또는 페이지의 TRK PI 설정으로 단계 페이지를 지정해야 합니다.

퍼널 그래프나 단계 카드에서 단계를 선택하면 전환 추세와 사용자 상세가 그 단계 기준으로 바뀝니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 전환 시나리오 관리 | 저장된 시나리오의 전환 단계와 순서를 관리합니다. 전환 페이지를 골라 최대 10단계까지 구성할 수 있습니다. 사용자정의 전환 시나리오 |

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 전환 페이지 관리 | 전환 단계 예: 회원가입 완료·주문완료 별 페이지 URL과 파라미터를 등록합니다. 별도의 환경변수 설정 없이 전환을 집계하기 위한 설정입니다. |
| 상단 필터 | 전환 시나리오와 캠페인 전체 또는 개별 캠페인 을 선택합니다. 전환 단계 데이터가 없어도 시나리오는 숨기지 않고, 데이터가 없는 단계를  데이터 없음 으로 표시합니다. 캠페인을 고르면 방문과 나머지 단계 모두 그 캠페인으로 유입된 세션수로 집계합니다. |
| 전환 퍼널 현황 | 단계별 도달수 막대 그래프와 직전 단계 대비 이탈률, 단계 카드 도달수, 전환율·이탈률 를 표시합니다. 막대나 카드를 누르면 해당 단계를 선택하거나 선택을 해제합니다. 전환 퍼널 현황 · 단계별 도달수 |
| 단계별 상세 데이터 | 단계·단계명·도달수 세션 기준 ·방문 대비 첫 단계가 방문이 아니면 첫 단계 대비 ·단계 전환율·이탈률 표로 전환수와 전환율을 함께 비교합니다. 단계 전환율 |
| 전환 추세 | 선택한 단계의 일자별 도달수와 방문 대비 전환율입니다. 단계를 선택하지 않으면 전체 방문의 일자별 추이를 표시합니다. 단계별 전환 추세 |
| 사용자 상세 | 선택한 단계에 도달한 회원의 아이디·성별·회원특성·캠페인명·방문수 표입니다. 단계를 선택하지 않으면 방문한 회원을 표시합니다.  아이디 검색 과  전환회원 상세  ·  이탈회원 상세  버튼을 제공합니다. 두 버튼은 회원 ID 분석으로 이동하며, 1단계는 시나리오의 첫 단계, 2단계는 선택한 단계  전체 이거나 첫 단계를 고른 경우 시나리오의 둘째 단계 로 조회합니다. 회원등록완료 단계 사용자 상세 · 로그인완료 단계 사용자 상세 · 주문완료 단계 사용자 상세 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 전환 퍼널 현황: 전환 퍼널 현황
- 전환 시나리오 관리: 사용자정의 전환 시나리오
- 도달수: 단계별 도달수
- 단계 전환율: 단계 전환율
- 전환 추세: 단계별 전환 추세
- 사용자 상세 · 회원가입 완료 단계: 회원등록완료 단계 사용자 상세
- 사용자 상세 · 로그인 단계: 로그인완료 단계 사용자 상세
- 사용자 상세 · 주문완료 단계: 주문완료 단계 사용자 상세

## 참고

- 간편 전환 시나리오: 환경변수  TRK  PI  설정 없이 시나리오 단계 페이지의 URL을 등록해 전환을 분석하는 방식입니다. 콘솔에서는  전환 페이지 관리 에서 단계별 페이지 URL을 등록하고  전환 시나리오 관리 에서 단계를 묶어 같은 방식으로 분석하며, 별도의 간편 전환 시나리오 화면은 두지 않습니다.

## 유의사항

- 도달수는 방문 세션  기준입니다. 단계 전환율은 직전 단계 대비, 방문 대비는 첫 단계 대비 비율이며, 이탈률은 100  에서 단계 전환율을 뺀 값입니다.
- 단계마다 집계 원천이 달라 직전 단계보다 도달수가 많을 수 있습니다. 이 경우에도 계산한 값을 그대로 표시하므로 전환율이 100  를 넘거나 이탈률이 음수로 표시될 수 있습니다.

- 상품리스트·주문정보입력·등록양식입력 단계는 현재 집계 데이터를 제공하지 않아 퍼널에서 제외되며 미제공 단계 제외 로 표시됩니다.
- 캠페인을 선택하면 방문·회원가입 완료·주문완료 단계만 캠페인 기준으로 집계하고, 캠페인별 데이터가 없는 상품조회·장바구니·로그인 단계는 제외합니다.
- 전환 페이지를 등록한 뒤에는 다음날 리포트부터 전환으로 집계됩니다. 전환 단계 명은 계정 단위로 저장되어 같은 계정의 모든 서비스에 적용됩니다.
- 단계 페이지에 TRK PI 값이 할당되지 않았거나 정확하지 않으면 리포트 값이 올바르게 표시되지 않을 수 있습니다. 사용자 상세의 성별·회원특성은 로그인 완료·회원가입 완료 페이지에 TRK SX, TRK AG 값이 설정된 경우에 구분됩니다.
- 사용자 상세는 방문수가 많은 순으로 최대 1,000명까지 표시합니다. 회원 ID를 수집하지 않는 서비스나 레벨 3 미만 서비스에서는 안내 문구가 표시됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 캠페인별 회원가입·주문·매출
- 주문 회원

## 전환 퍼널 현황

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1214

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI |

**리포트 정의**

환경변수 **TRK PI** 값을 사용하는 시나리오 분석 단계 중 8가지 시나리오 전환비율 분석리포트입니다.

**리포트 설명**

사용자가 리포트 설정 전환단계 시나리오 전환단계 설정 기본 전환설정 메뉴에서 각각의 단계를 선택하여 시나리오에 대한 전환비율 분석리포트를 제공합니다.

자세한 설정 방법은 전환단계/전환단계 페이지 설정을 참고하시기 바랍니다.

본 리포트는 TRK PI 변수값을 할당하면서 웹페이지의 특성을 로거 Logger 에게 알리기 때문에, TRK PI값을 할당하여 분석하실 수도 있습니다.
TRK PI 값을 사용하는 전환비율 분석 리포트는 일종의 시나리오 scenario 분석입니다.

**리포트 활용**

그래프 하단의 데이터의 추세 버튼을 클릭하면, 해당 시나리오 단계추세, 전환추세 리포트로 이동할 수 있습니다.

시나리오 선택에서 아래에 나와있는 항목들 중에 원하는 항목을 선택하고 캠페인 선택 과 회원특성 선택 을 통하여 개별 캠페인 및 회원특성별로 필터링된 분석이 가능합니다.

- 방문 로그인화면 로그인
- 방문 회원등록양식 등록완료
- 방문 장바구니보기 주문완료
- 방문 사용자정의1 사용자정의2
- 방문 사용자정의3 사용자정의4
- 방문 사용자정의5 사용자정의6
- 회원등록안내 약관 등록양식 완료
- 장바구니 주문정보입력 주문완료
- 상품리스트 상품상세 장바구니 페이지뷰기준

**리포트 설정**

리포트 설정 전환단계 시나리오 전환단계 설정 메뉴를 통해 전환단계 시나리오 설정을 할 수 있습니다.
설정한 내용은 해당 메뉴에서 언제든지 수정 및 삭제가 가능합니다.
자세한 설정 방법은 전환단계/전환단계 페이지 설정을 참고하시기 바랍니다.

**환경변수 설정**

PI값을 할당하는 방법은 TRK PI 값의 설정 Page Identity 을 참고하시기 바랍니다.

## 사용자정의 전환 시나리오

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1215

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI |
| **리포트 설정방법** | 전환 시나리오 설정 |

**리포트 정의**

본 리포트는 사용자가 특정 웹페이지들을 조합하여 미리 정의한 시나리오에 대하여 각 단계별 및 총 전환율을 분석하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

사용자가 리포트 설정 전환단계 시나리오 사용자 정의 시나리오 메뉴에서 각각의 단계를 선택하여 설정한 시나리오에 대한 전환비율 분석리포트를 제공합니다.

설정한 내용은 해당 메뉴에서 언제든지 수정하실 수 있습니다. 단, 수정하실 경우 기존 분석 결과에 소급 적용되지는 않습니다.
자세한 설정 방법은 전환시나리오 설정을 참고하시기 바랍니다.

본 리포트는 TRK PI 변수값을 할당하면서 웹페이지의 특성을 로거 Logger 에게 알리기 때문에, TRK PI값을 할당하여 분석하실 수도 있습니다.
TRK PI 값을 사용하는 전환비율 분석 리포트는 일종의 시나리오 scenario 분석입니다.

**리포트 활용**
웹사이트의 방문자가 웹사이트를 설정한 사용자정의 시나리오대로 따라주었는지를 분석하여, 기획/설계자의 의도대로 활용되고 있는지를 판단하는데 사용됩니다.

비율이 낮은 경우 : 방문자가 설정한 시나리오대로 웹사이트를 적게 이용함을 나타냅니다.
기획 또는 설계에 문제가 없는지 점검이 필요하며 실제 시나리오에서 연결되지 않는 step을 점검해 방문자를 이끌어야 합니다.

비율이 높은 경우 : 방문자가 설정한 시나리오대로 웹사이트를 많게 이용함을 나타냅니다.
기획/설계한 의도대로 방문자가 이용하고 있는 바람직한 경우입니다.

**설정**
전환단계 설정관련해서는 전환시나리오 설정을 참고하시기 바랍니다.
시나리오의 각 단계별 PI TRK PI 값을 각 단계별 웹페이지에 설정하는 작업이 필요합니다.
PI값을 할당하는 방법은 TRK PI 값의 설정 Page Identity 을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**
본 리포트는 리포트 설정에서 사용자 정의시나리오 설정을 하시면 데이터가 수집되어 리포트를 확인할 수 있습니다.
리포트설정 전환단계 시나리오 전환 시나리오 설정 메뉴에서 시나리오를 설정하실 수 있습니다.
자세한 설정 방법은 전환 시나리오 설정매뉴얼을 참고하시기 바랍니다.

단, 전환단계/전환단계 페이지 설정 시 기존의 TRK PI 값이 설정되어 있으면, 환경변수가 우선 적용되므로 TRK PI 값이 설정된 부분에 한해서 데이터를 수집하여 보고합니다.
따라서, 리포트 설정에 의한 데이터 수집을 원하실 경우에는 기존의 설정된 TRK PI 값을 삭제해 주시기 바랍니다.

* 각 단계별 비율 step n 1 / step n x 100 을 나타내는 경우 분모 이때 분모는 step n 값이 틀리면, 실제 방문자들이 수행하지 않아서 값이 0인 경우는 계산이 산술적으로 불가능해 값이 표현되지 않습니다.
이런 경우 측정값으로 상태를 추정합니다.

**TIP**
시나리오를 하나의 단계로 구성하여 해당 페이지에 PI값을 설정한다면 특정 캠페인을 통한 해당 페이지의 방문수를 분석할 수 있으며 회원특성별 필터링 기능을 이용하여 해당 페이지에 대한 성별, 연령대별, 회원/비회원별 분석이 가능합니다.

## 단계별 도달수

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1286

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK PI |

**리포트 정의**

특정 시나리오 단계의 추세를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

전환 시나리오 나 사용자정의 전환 시나리오 분석에 설정된 각 시나리오 단계에 대한 추세를 분석한 리포트입니다.

**리포트 옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 캠페인 선택** 버튼을 클릭하여 캠페인 선택 POPUP창을 통해 분석할 캠페인을 선택합니다. **커머스 서비스 이상**

**필터 및 옵션 선택에서 회원특성 선택** 을 이용하여 원하는 회원특성에 대한 전환 단계별 전환수를 분석할 수 있습니다.

현재 리포트에서 분석할 전환단계명을 선택하여 조회할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

비즈니스서비스 이상에서 제공되는 환경변수인 TRK PI 값을 시나리오의 각 단계별 웹페이지에 설정합니다.

TRK PI 값 설정방법에 대한 자세한 설명은 TRK PI 값의 설정 Page Identity 항목을 참고하시기 바랍니다.

**참고**

사용자가 직접 시나리오 단계를 구성한 분석은 사용자정의 전환 시나리오를 참고하시기 바랍니다.

## 단계 전환율

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1287

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK PI |

**리포트 정의**

특정 시나리오 단계 전환에 따른 추세를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

전환 시나리오 나 사용자정의 전환 시나리오 분석에 설정된 시나리오에서 단계와 단계 사이의 전환에 대한 추세를 분석한 리포

트입니다.

**리포트 옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 캠페인 선택** 버튼을 클릭하여 캠페인 선택 POPUP창을 통해 분석할 캠페인을 선택합니다. **커머스서비스 이상**

**필터 및 옵션 선택에서 회원특성 선택** 을 이용하여 원하는 회원특성에 대한 전환 단계별 전환수를 분석할 수 있습니다.

현재 리포트에서 분석할 전환단계명을 선택하여 조회할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

비즈니스서비스 이상에서 제공되는 환경변수인 TRK PI 값을 시나리오의 각 단계별 웹페이지에 설정합니다.

TRK PI 값 설정방법에 대한 자세한 설명은 TRK PI 값의 설정 Page Identity 항목을 참고하시기 바랍니다.

**참고**

사용자가 직접 시나리오 단계를 구성한 분석은 사용자정의 전환 시나리오를 참고하시기 바랍니다.

## 단계별 전환 추세

최종 수정일 2010 02 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1343

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK PI |

**리포트설명**

미리 정의한 시나리오에 대하여 방문자들의 각 시나리오 단계에 따른 전환율을 분석하는 리포트입니다.

시나리오 분석, 사용자정의 시나리오 분석 리포트와 달리, 시계열시나리오 분석 리포트는 각각의 순서에 선행된 방문자에 대해서만 분석이 이루어집니다.

**리포트옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 캠페인 선택** 버튼을 클릭하시어 캠페인 방문자에 따른 전환율 데이터를 확인하실 수 있습니다.

시나리오단계는 10단계까지 설정 가능합니다.

**준비사항**

리포트설정 전환단계 시나리오 시계열 시나리오에서 시나리오 설정을 하셔야 합니다.

설정방법은 전환 시나리오 설정을 참고하시기 바랍니다.

**리포트활용**

웹사이트의 방문자가 웹사이트를 설정한 시나리오대로 따라주었는지 분석하여, 기획/설계자의 의도대로 활용되고 있는지 판단하는 데 사용됩니다.

전환비율이 낮은 경우, 전환율을 높이기 위하여 이탈율이 높은 단계에 대한 개선이 필요합니다.

**참고**

환경변수 PI값을 할당하는 방법은 TRK PI 값의 설정 Page Identity 을 확인하시기 바랍니다.

## 회원등록완료 단계 사용자 상세

최종 수정일 2009 06 17 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1193

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK SX, TRK AG |

**리포트 정의**

회원가입을 완료한 방문자의 회원특성별 비율을 파악하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

환경변수 TRK PI 값을 사용하는 시나리오 분석 단계 중 회원등록완료 페이지로 전환된 방문수 중 회원특성별 비율을 파악하는 리포트입니다.

회원등록 프로세스 중에서 어느정도의 방문자가 회원등록을 하였으며 이러한 회원들을 회원특성별 성별,연령별 등 로 세분화하여 파악하실 수 있습니다.

**리포트 활용**

회원등록완료한 신규회원이 많을수록 웹사이트의 내용이 방문자의 요구사항에 적합하다고 볼 수 있습니다.

신규회원에 대한 성별,연령대 등을 파악해 주요 고객층의 특성을 파악하고 웹사이트의 운영 및 마케팅 전략 수립시에 적용하실 수 있습니다.

특정 회원군의 비율이 높고 낮음을 판단하여 웹사이트의 주요 고객층을 알 수 있습니다.

**환경변수 설정**

회원등록 완료시 브라우저에 로딩되는 페이지내에 환경변수 TRK PI값을 할당하여야 하며

로그인 완료시의 웹페이지와 회원가입완료 시의 웹페이지에 환경변수 TRK SX와 TRK AG 값이 설정되었을 경우에 분석이 가능합니다.

TRK PI 값에 대한 설정방법은 TRK PI 값의 설정 Page Identity 항목을 참고하시기 바랍니다.

TRK SX 값에 대한 설정방법은 TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U 항목을 참고하시기 바랍니다.

TRK AG 값에 대한 설정방법은 TRK AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G 항목을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**

TRK PI 값을 통하여 페이지의 성격을 분석하므로, TRK PI 값이 할당되지 않았거나, 정확히 사용되지 않았을 경우는 리포트의 값이 올바르게 표현되지 않을 수 있습니다.

회원특성 옵션값은 환경변수 설정스크립트 내의 SX 회원성별 값을 할당할 경우 분석되므로 TRK SX 회원성별 값이 할당되지 않으면 회원여부 및 회원성별을 구분할 수 없게 됩니다.

# 로그인완료 단계 사용자 상세

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1194

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK SX, TRK AG |

**리포트 정의**

로그인을 완료한 방문자의 회원특성별 비율을 파악하실 수 있는 리포트입니다.

**리포트 설명**

환경변수 TRK PI 값을 사용하는 시나리오 분석 단계중에 로그인완료 페이지로 전환된 방문수중 회원특성별 비율을 파악하실 수 있는 리포트입니다.
로그인이 필요한 페이지에서 어느정도의 방문자가 최종 로그인을 하였으며 그 방문자중 회원특성별 성별,연령별 등 로 세분화하여 파악하실 수 있습니다.

**리포트 활용**

전체 방문수 중 로그인 완료 단계로 전환된 회원이 많으면 회원 충성도가 높다고 할 수 있습니다.
로그인완료 단계로 전환된 회원수가 증가하거나 감소하는 추세에 따라 회원충성도의 변화를 알 수 있습니다.
한눈에 특정 회원군의 비율이 높고 낮음을 판단하여 웹사이트의 주요 회원층을 알 수 있습니다.

**환경변수 설정**

로그인 완료시 브라우저에 로딩되는 페이지내에 환경변수 TRK PI값을 할당하여야 하며
로그인 완료시의 웹페이지와 회원가입완료 시의 웹페이지에 환경변수 TRK SX와 TRK AG 값이 설정되었을 경우에 분석이 가능합니다.
TRK PI 값에 대한 설정방법은 TRK PI 값의 설정 Page Identity 항목을 참고하시기 바랍니다.
TRK SX 값에 대한 설정방법은 TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U 항목을 참고하시기 바랍니다.
TRK AG 값에 대한 설정방법은 TRK AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G 항목을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**

TRK PI 값을 통하여 페이지의 성격을 추출하여 분석하므로, TRK PI 값이 할당되지 않거나, 정확히 사용되지 않으면 리포트의 값이 올바르게 표현되지 않을 수 있습니다.
회원특성 옵션값은 환경변수 설정스크립트 내의 SX 회원성별 값을 할당할 경우 분석되므로 TRK SX 회원성별 값이 할당되지 않으면 회원여부 및 회원성별을 구분할 수 없게 됩니다.

# 주문완료 단계 사용자 상세

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1195

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 Web |

| | |
|---|---|
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK SX, TRK AG |

**리포트 정의**

주문을 완료한 방문자의 회원특성별 비율을 파악하실 수 있는 리포트입니다.

**리포트 설명**

환경변수 TRK PI 값을 사용하는 시나리오 분석 단계 중 주문완료 페이지로 전환된 방문수 중 회원특성별 비율을 파악하실 수 있는 리포트입니다.
상품주문 완료 시 브라우저에 보여지는 페이지에 TRK PI 값을 설정하여 어느정도의 방문자가 최종 상품주문 하였는지, 이러한 주문완료 회원들을 회원특성별 성별,연령별 등 로 세분화하여 파악하실 수 있습니다.

**리포트 활용**

상품을 주문한 회원의 성별, 연령대별 분석을 통해 상품구성에 변화를 줄 수 있습니다.
주요 회원특성에 대한 추가적인 상품구성을 고려할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

주문 완료시 브라우저에 로딩되는 페이지 내에 환경변수 TRK PI값을 할당하여야 하며
로그인 완료시의 웹페이지와 회원가입완료 시의 웹페이지에 환경변수 TRK SX와 TRK AG 값이 설정되었을 경우에 분석이 가능합니다.
TRK PI 값에 대한 설정방법은 TRK PI 값의 설정 Page Identity 항목을 참고하시기 바랍니다.
TRK SX 값에 대한 설정방법은 TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U 항목을 참고하시기 바랍니다.
TRK AG 값에 대한 설정방법은 TRK AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G 항목을 참고하시기 바랍니다.

**유의사항**

TRK PI 값을 통하여 페이지의 성격을 추출하여 분석하므로, TRK PI 값이 할당되지 않거나, 정확히 사용되지 않았을 경우는 본 리포트의 값이 올바르게 표현되지 않을 수 있습니다.
회원특성 옵션값은 환경변수 설정스크립트 내의 SX 회원성별 값을 할당할 경우 분석되므로 TRK SX 회원성별 값이 할당되지 않으면 회원여부 및 회원성별을 구분할 수 없게 됩니다.

## 상품 성과

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 전환·매출 상품 성과 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console products

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web. 상품 조회수·체류시간은 비지니스에디션 레벨 이상에서 제공됩니다.

### 리포트 정의

상품·브랜드·카테고리별로 조회 장바구니 주문 매출의 흐름과 조회 대비 주문 전환율을 분석하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

기존 LOGGER의 상품/브랜드 , 상품/브랜드별 체류시간 , 상품별 주문/매출액 리포트와 브랜드 성과를 하나의 화면으로 통합했습니다.

분석 기준을 상품·브랜드·카테고리 중에서 골라, 상위 항목을 그래프로 비교하고 전체 목록을 표로 확인합니다. 장바구니 이탈은 장바구니 분석 , 구매 회원 특성과 동시구매는 상품 구매 분석 에서 제공합니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| KPI 카드 | 상품 조회수, 장바구니 담김, 주문수, 판매수량, 매출액, 조회 주문 전환율의 기간 합계입니다. |
| 분석 기준 | 상품·브랜드·카테고리 중 하나를 선택합니다. 오른쪽에 조회 기간을 표시합니다. 상품 성과 · 브랜드 성과 |
| 분석 기준 성과 비교 | 성과 지표 조회수·장바구니·주문수·판매수량·매출액 를 골라 상위 10개 항목을 막대 그래프로 비교합니다. |
| 분석 기준 성과 상세 | 항목·조회수·장바구니·주문수·판매수량·매출액·조회 주문 전환율·평균 체류시간 표와 합계 행입니다. 열 제목을 눌러 정렬하고, 엑셀 다운로드를 지원합니다. 조회수 상품 조회수 · 평균 체류시간 상품별 체류시간 · 주문수·판매수량·매출액 상품별 주문·매출 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 분석 기준 · 상품: 상품 성과
- 조회수: 상품 조회수
- 평균 체류시간: 상품별 체류시간
- 주문수·판매수량·매출액: 상품별 주문·매출
- 분석 기준 · 브랜드: 브랜드 성과

## 참고

- 상품/브랜드 추세: TRK MF 값 없이 TRK PN 값만 설정하면 브랜드별 분석은 할 수 없지만 상품 순위는 분석됩니다. 상품 상세페이지 설정만 한 경우에는 상품코드 값으로 수집되므로, 브랜드·상품명으로 보려면 브랜드/상품명 설정도 해야 합니다. 설정을 수정해도 기존 분석 결과에 소급 적용되지 않습니다.
- 방문당 주문,수량,매출액 추세: 매출액은 각 주문의 주문액 합계이며, 주문 후 발생한 반품·환불·주문취소에 따른 변동은 반영하지 않습니다. 분석코드에 TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE 값이 지정되지 않으면 주문·매출이 집계되지 않습니다.

## 유의사항

- 조회수의 기준은 분석 기준에 따라 다릅니다. 상품 기준은 상품을 조회한 순수페이지뷰 방문 수, 브랜드 기준은 상품상세 페이지뷰 수, 카테고리 기준은 카테고리 조회 지표입니다.
- 카테고리 기준은 조회 지표만 제공하며, 장바구니·주문·매출은 로 표시합니다. 평균 체류시간은 상품 기준에서만 제공합니다. 제공되지 않는 지표는 로 표시하며 임의의 값을 만들지 않습니다.
- 평균 체류시간은 해당 상품의 총 체류시간을 순수페이지뷰로 나눈 값입니다.
- 상품 기준 표는 상위 500개 상품까지 표시하며, 상품 기준 KPI 카드와 합계 행은 일자별 집계를 더한 기간 전체 값입니다.

- 상품 데이터는 TRK PN, TRK MF 값을 할당하거나 상품상세페이지 설정을 한 경우에 수집됩니다. 기존에 TRK PN, TRK MF 값이 설정되어 있으면 환경변수가 우선 적용됩니다.
- 주문·매출은 TRK PI 값에 의한 주문 검출과 TRK OA, TRK OP, TRK OE 값 설정이 있어야 집계됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 카테고리별 성과

## 상품 성과

최종 수정일 2013 12 19 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1029

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK PN, TRK MF |
| **리포트 설정방법** | 상품상세페이지 설정<br>브랜드/상품명 설정 |

**리포트 정의**

웹사이트 내의 상품별 상세보기 페이지의 노출 페이지뷰 수를 분석한 리포트입니다.

**리포트 설명**

분석결과의 측정값은 페이지뷰 Page View 를 기준으로 나타낸 값입니다.

막대그래프는 모든 브랜드 공급사,제조사 의 상품을 그 노출수에 따라 점유비율을 나타냅니다.
리포트 리스트 항목에는 막대그래프에 표현된 값을 나열합니다.
해당항목의 상품명을 클릭하면 해당상품의 노출수 변화추세의 리포트로 이동합니다.
필터 및 옵션 선택 **브랜드/작성자 필터** 버튼을 이용하여 특정 브랜드의 상품만 리스트되도록 분석결과를 전환할 수 있습니다.

리포트설정 컨텐츠 상품상세페이지 설정, 브랜드/상품명 설정 메뉴를 통해 상품코드 파라미터 생성과 브랜드/상품명을 생성할 수 있습니다.
설정한 내용은 해당 메뉴에서 언제든지 수정하실 수 있습니다. 단, 수정하실 경우 기존 분석 결과에 소급 적용되지는 않습니다.
자세한 설정 방법은 상품상세페이지 설정, 브랜드/상품명 설정을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 옵션**



이 아이콘을 클릭하시면 각 상품에 대한 상품관심도 즉 조회수, 방문수, 체류시간, 방문당 체류시간 와 전체 상품 대비 기여도 점유율 및 회원 특성 ex:연령대 등 별로 방문수를 자세히 확인할 수 있습니다.

**브랜드 선택** 버튼을 클릭하여 특정 브랜드의 상품만 리스트되도록 분석결과를 전환할 수 있습니다.

**리포트 활용**

상품상세보기 노출수의 비율을 통해서, 유료컨텐츠/쇼핑몰내 상품의 고객관심도와 인기도를 파악할 수 있습니다.

관심이 높은 제품을 중심으로 할인이벤트 등의 혜택을 부여함으로써 매출을 증대하는 방법등 다양한 마케팅 방법을 적용해 볼 수 있습니다.

**환경변수 설정**

분석코드내 TRK PN 및 TRK MF 값을 웹페이지에 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.

TRK PN 값의 할당방법은 TRK PN 값의 설정 항목을 확인하여 주시기 바랍니다.

TRK MF 값의 할당방법은 TRK MF 값의 설정 항목을 확인하여 주시기 바랍니다.

**유의사항**

본 리포트는 리포트 설정에서 상품상세페이지 설정을 하시면 데이터가 수집되어 리포트를 확인할 수 있습니다.
이때, 상품상세페이지만 설정하였을 경우 상품코드 값으로 데이터가 수집되므로 브랜드/상품명별로 데이터 수집을 원하실 경우에는 상품상세페이지 설정 후, 브랜드/상품명 설정을 해주시기 바랍니다.

단, 기존의 TRK PN 및 TRK MF 값이 설정되어 있으면, 환경변수가 우선 적용되므로 TRK PN 와 TRK MF 값이 설정된 부분에 한해서 데이터를 수집하여 보고합니다.
따라서, 리포트 설정에 의한 데이터 수집을 원하실 경우에는 기존의 설정된 TRK PN 와 TRK MF 값을 삭제해 주시기 바랍니다.

TRK MF값의 설정없이 TRK PN 만 설정했을 때는 브랜드별 분석은 불가능하지만, 제품의 순위는 분석될 수 있습니다.

**참고**

관련 리포트는 다음과 같습니다.

인기 카테고리
상품/브랜드 조회 추세
상품/브랜드 방문
상품/브랜드 방문 추세

## 상품 조회수

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1030

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PN, TRK MF |

**참고 :** 상품/브랜드

위 리포트와 유사한 리포트로서 다른 점은 Page View가 아니라 **방문자의 순수페이지뷰에 근거한 리포트**입니다.
리포트의 사용용도 및 설명은 위 리포트의 설명을 참고하시기 바랍니다.
*** 본 리포트는 노출수가 아닌 순수페이지뷰에 근거한 측정 리포트임을 유의하십시오.**

## 상품별 체류시간

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1297

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PN, TRK MF |

**리포트 정의**
카테고리/상품별 총체류시간, 순수페이지뷰, 순수페이지뷰당 체류시간을 나타낸 분석 리포트입니다.

**리포트 설명**
카테고리/상품에 대한 총체류시간 , 순수페이지뷰 , 순수페이지뷰당체류시간의 값을 그래프 및 리스트 형식으로 한 화면에 모두 나타냅니다.

총 체류시간은 해당 상품에서 방문자가 머문 총체류시간을 나타냅니다.
순수페이지뷰는 해당 상품을 한 번 이상 조회한 세션의 수를 나타냅니다.
순수페이지뷰당 체류시간은 해당 상품의 총체류시간을 순수페이지뷰로 나눈 평균 체류시간을 나타냅니다. 총체류시간 / 순수페이지뷰 순수페이지뷰당체류시간

**리포트 활용**
상품별 체류시간을 통하여 웹사이트 내의 어떤 컨텐츠, 메뉴, 상품카테고리에 어느 정도의 방문자 Visit 가 얼마의 시간동안 머무는지 또는 평균 체류시간은 어느 정도인지를 파악할 수 있습니다.
본 리포트와 더불어 인기 카테고리 리포트를 참조하여 인기있는 컨텐츠, 메뉴, 서비스, 상품 카테고리를 선정하고 그 내용과 상품을 강화하여 웹사이트의 품질, 집중도 및 상품노출수와 매출을 높이기 위한 작업을 할 수 있습니다.

**환경변수 설정**
환경변수 중 TRK PN 값과 TRK MF 값을 웹페이지에 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.
TRK PN 값의 할당방법은 TRK PN 값의 설정 Product Name 항목을 확인하여 주시기 바랍니다.
TRK MF 값의 할당방법은 TRK MF 값의 설정 Manufacturer 항목을 확인하여 주시기 바랍니다.

**유의사항**

본 리포트는 TRK PN 값과 TRK MF 값이 할당된 웹페이지 분석코드로부터 데이터를 수집하여 보고합니다.
따라서, 웹페이지 분석코드내의 TRK PN 값과 TRK MF 값이 지정되지 않은 경우는 리포트가 생성되지 않습니다.

**참고**

특정 상품별, 전체상품별, 상품공급사별 추세는 다음 리포트를 참고하십시오.

상품/브랜드

상품/브랜드 조회 추세

상품/브랜드 순수페이지뷰

상품/브랜드 순수페이지뷰 추세

상품/브랜드 순수페이지뷰 회원특성

## 상품별 주문·매출

최종 수정일 2013 12 19 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1191

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE |

**리포트 정의**

상품별 주문수와 매출액을 그 비율과 함께 리포팅합니다.

**리포트 설명**

비즈니스 서비스 이상에서 **TRK PI** 값의 설정 Page Identity 에 의한 주문의 검출에 따라 환경변수 TRK OA, TRK OP, TRK OE를 설정하여 주문한 상품명 및 금액이나 수량을 측정하는 리포트입니다.

**리포트 옵션**

리포트 내 표 Sheet 부분의 항목명 Column Header 를 클릭함으로써, 해당 항목으로 오름차순 및 내림차순으로 정렬하실 수 있습니다.

**리포트 활용**

남성 혹은 여성 고객층은 어떤 상품을 주로 구매하는지, 특정 연령층은 어떤 상품을 구매하는지 성별 및 연령별, 다양하게 회원특성을 조합하여 특정 회원층이 구매한 상품을 조회하실 수 있습니다.

조회기간동안 주문 매출 액 기준으로 해당 상품페이지의 순수페이지뷰수, 주문수, 주문액을 순서대로 각 비율과 함께 나타냅니다.

특정 항목별로 정렬해 보시면 상품의 관심도 및 주문기여 정도를 쉽게 파악하실 수 있습니다.

순수페이지뷰당주문율, 순수페이지뷰당주문액이 높을수록 특정 고객에게 매력적이거나 전체 고객에게 인기가 높은 상품입니다.

주문발생 이후 주문의 취소/변경 등은 적용되지 않은 값입니다.

**환경변수 설정**

비즈니스 서비스 이상에서

TRK_PI 값의 설정_Page Identity 에 의한 주문의 검출,

상품명칭과 더불어 주문금액을 위하여 다음 3개의 환경변수를 설정하여야 합니다.

TRK_OA 값의 설정_Ordered Amount

TRK_OP 값의 설정_Ordered Products

TRK_OE 값의 설정_Ordered EA.

**참고**

방문당 주문,수량,매출액 추세

캠페인별 매출액 추세

## 브랜드 성과

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1615

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK_PI, TRK_PN, TRK_MF, TRK_OA, TRK_OP, TRK_OE |

## 장바구니 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 전환·매출 장바구니 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console_cart

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web.

### 리포트 정의

장바구니에 담긴 상품이 주문으로 이어지는지, 장바구니에서 얼마나 삭제 이탈 되는지를 상품 단위로 분석하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

기존 LOGGER의 장바구니 담긴상품 , 장바구니에서 버린상품 2개 리포트를 하나의 화면으로 통합했습니다.

상품별 장바구니 담김 수, 주문수, 이탈수와 장바구니 주문 전환율을 한 표에서 비교하고, 주요 분석 선택에 따라 담김 상위·이탈 상위·전환율 상위·전환율 하위 상품을 그래프로 보여 줍니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| KPI 카드 | 장바구니 담김 수, 주문수, 장바구니 이탈수, 장바구니 주문 전환율, 장바구니 이탈률의 기간 합계입니다. |
| 주요 분석 | 장바구니에 많이 담긴 상품 , 장바구니에서 많이 이탈한 상품 , 장바구니 주문 전환이 높은 상품 , 장바구니 주문 전환이 낮은 상품 중 하나를 선택합니다. 선택한 기준의 상위 10개 상품을 막대 그래프로 표시합니다. 장바구니에 많이 담긴 상품 · 장바구니에서 많이 이탈한 상품 |
| 장바구니 상세 | 상품·장바구니·주문수·이탈수·장바구니 주문 전환율 표와 합계 행입니다. 주요 분석에서 고른 기준으로 정렬되며, 엑셀 다운로드를 지원합니다. |

## 탭·지표별 세부 문서

- 장바구니에 많이 담긴 상품 · 장바구니 담김 수 · 주문수: 장바구니에 많이 담긴 상품
- 장바구니에서 많이 이탈한 상품 · 이탈수: 장바구니에서 많이 이탈한 상품

## 유의사항

- 장바구니 주문 전환율은 주문수 장바구니 담김 수, 장바구니 이탈률은 이탈수 장바구니 담김 수로 계산합니다.
- 전환율 상위·하위 분석은 장바구니 담김이 10건 이상인 상품만 대상으로 합니다.
- 장바구니 담김은 상품별로 담긴 횟수만 측정합니다. 이탈수는 장바구니의 버리기 또는 삭제 버튼에 클릭 측정용 스크립트를 삽입한 경우에 집계됩니다.
- 표는 상위 500개 상품까지 표시하며, KPI 카드와 합계 행은 일자별 집계를 더한 기간 전체 값입니다. 제공되지 않는 값은 로 표시합니다.
- 장바구니 데이터는 1시간 이전 데이터까지 리포팅됩니다.

# 장바구니에 많이 담긴 상품

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1200

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 장바구니 분석 |

**리포트 정의**

조회기간 동안 장바구니에 담긴 상품명과 수를 나타냅니다.

**리포트 설명**

조회기간 동안 장바구니에 담긴 상품수를 구매로 이어진 구매수와 함께 리포팅합니다.
조회기간 동안 해당 상품페이지의 순수페이지뷰 대비 장바구니에 담긴 수, 구매수를 순서대로 각 비율과 함께 나타냅니다.
특정 항목별로 정렬해 보시면 상품의 관심도 및 구매기여 정도를 쉽게 파악하실 수 있습니다.

설정관련해서는 장바구니 분석을 참고하시기 바랍니다.

**리포트 옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 회원특성 선택** 메뉴를 통해 장바구니에 담긴 상품 중 특정 회원층이 장바구니에 담은 상품을 조회하실 수 있습니다.

자사의 특정 회원층은 어떤 상품을 얼마나 장바구니에 담는지, 또 얼마나 구매로 연결되는지 등을 쉽게 조회하실 수 있습니다.

리포트 내 표 Sheet 부분의 항목명 Column Header 옆 아이콘을 클릭하여 해당 항목에 대한 오름차순 및 내림차순 정렬이 가능합니다.

**리포트 활용**

장바구니에 담긴 비율이 높으나 구매로 연결되는 비율이 낮을 경우 해당 상품의 특장점을 보충 설명하거나 이메일, 문자메세지, 전화상담을 통해 적극적인 판매 활동을 펼쳐 구매 비율을 높일 필요가 있습니다.
장바구니에 담긴 비율, 구매비율이 높을수록 인기가 높은 상품입니다.

**유의사항**

각 상품별 장바구니에 담긴 횟수만을 측정합니다.

각 상품별 버려진 횟수는 장바구니에서 버린상품 분석 리포트를 참조하시기 바랍니다.

본 리포트는 1시간 이전 데이터까지 리포팅됩니다.

**참고**

장바구니에서 버린상품

## 장바구니에서 많이 이탈한 상품

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1201

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **리포트 설정방법** | 장바구니 분석 |

**리포트 정의**

장바구니에서 버려진 상품명을 나타냅니다.

**리포트 설명**

장바구니 Cart 에 담긴 상품을 버리기 또는 삭제 버튼을 통해 장바구니에서 특정상품을 삭제하는 경우
버리기 또는 삭제 버튼에 버려지는 상품을 측정하기 위한 클릭측정용 스크립트를 삽입하여 어떠한 상품이 얼마나 버려지는지를 측정할 수 있습니다.

설정관련해서는 장바구니 분석을 참고하시기 바랍니다.

**리포트의 옵션**

리포트 내 표 Sheet 부분의 항목명 Column Header 옆 아이콘을 클릭하여 해당 항목에 대한 오름차순 및 내림차순 정렬이 가능합니다.

**리포트 활용**

특정 항목별로 정렬해 보시면 상품의 관심도 및 장바구니 이탈 정도를 쉽게 파악하실 수 있습니다.

장바구니에서 버려진 비율이 낮을수록 인기가 높으며 구매로 이어질 가능성이 높은 상품으로 파악할 수 있습니다.

장바구니에 담긴 상품중 특정 회원층이 장바구니에서 버린 상품을 조회하실 수 있으며 자사의 특정 회원층은 어떤 상품을 얼마나 장바구니에 담고 다시 또 얼마나 버리는지 등을 쉽게 조회하실 수 있습니다.

**유의사항**

본 리포트는 1시간 이전 데이터까지 리포팅됩니다.

**참고**

장바구니 담긴상품

## 상품 구매 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 전환·매출 상품 구매 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console product buyers

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web.

### 리포트 정의

구매 상품을 하나 골라 함께 구매된 상품과 구매 회원의 성별·연령대 분포를 확인하고, 재구매 간격별 주문·매출을 함께 분석하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

기존 LOGGER의 상품별 주문 회원특성 , 동시구매상품 2개 리포트를 하나의 화면으로 통합했습니다. 재구매 간격별 주문/매출액도 같은 화면에 함께 표시합니다.

화면 상단에서 분석 상품을 고르면 동시구매상품 표가 그 상품 기준으로 바뀝니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 분석 상품 | 조회 기간에 주문된 상품 중 분석할 상품을 선택합니다. 오른쪽에 조회 기간을 표시합니다. |
| 동시구매상품 | 선택한 상품과 함께 구매된 상품의 동시 구매상품명·구매 횟수·비율 표입니다. 엑셀 다운로드를 지원합니다. 동시구매상품 |
| 구매 회원 특성 | 구매 회원의 성별·연령대별 주문수 분포입니다. 구매 회원 특성 |

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 재구매 간격별 주문/매출액 | 전체 구매자 기준으로 평균 재구매 간격·주문수·매출액·주문당 매출액을 표시합니다. 선택 상품과 관계없이 집계됩니다. 재구매 간격별 주문/매출 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 구매 회원 특성: 구매 회원 특성
- 동시구매상품: 동시구매상품

### 유의사항

- 동시구매는 같은 방문 세션, 30분 유지  동안 2개 이상의 상품을 주문한 경우를 동시·연속 구매로 판단해 집계합니다.
- 구매 회원 특성은 서비스에서 상품별로 나누어 조회할 수 없으면 선택 상품과 관계없이 전체 구매 상품 기준으로 표시하며, 이때 화면에 안내 문구가 표시됩니다.
- 구매 회원 특성은 로그인 회원의 성별·연령대 정보  TRK SX,  TRK AG 를 함께 보내는 분석 스크립트 설정이 있어야 집계됩니다. 회원 정보가 없는 구매만 있으면 분포가 표시되지 않습니다.
- 주문 측정을 위해서는  TRK PI 값에 의한 주문 검출과  TRK OA,  TRK OP,  TRK OE 값 설정이 선행되어야 합니다.
- 구매 회원 특성 데이터는 1시간 이전 데이터까지 리포팅됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 재구매 간격별 주문/매출
- 상품별 주문·매출

## 구매 회원 특성

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1198

| | |
| --- | --- |
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨  이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI,  TRK OA,  TRK OP,  TRK OE,  TRK SX,  TRK AG |

**리포트 정의**

상품을 주문한 회원들의 회원 성별,연령대 을 측정하여 리포팅합니다.

**리포트 설명**

상품을 주문한 회원들의 성별,연령대 등의 특성을 분석하여 나타냅니다.
기본 화면에서는 모든 상품에 대한 주문 회원의 특성이 표시되며  상품선택  리포트 옵션을 사용하여
특정상품을 주문한 회원에 대한 회원특성을 보실 수 있습니다.

**리포트 옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 브랜드, 상품 필터** 버튼을 클릭하여 특정상품을 선택하고 이에 대한 주문회원의 회원특성 리포트를 볼 수 있습니다.

리포트 내 표 Sheet 부분의 항목명 Column Header 옆 아이콘을 클릭하여 해당 항목에 대한 오름차순 및 내림차순 정렬이 가능합니다.

**리포트 활용**

조회기간동안 해당 상품을 주문한 회원에 대해 특성별로 분류하여 제공합니다.

특정 항목별로 정렬해 보시면 특정상품에 대한 각 특성별 회원의 기여도 정도를 쉽게 파악하실 수 있습니다.

회원이 구매한 상품 중 선택하여 해당 상품을 구매한 회원의 특성을 조회하실 수 있습니다.

**유의사항**

본 리포트는 1시간 이전 데이터까지 리포팅됩니다.

## 동시구매상품

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1164

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE |

**리포트 정의**

동일한 Session의 방문자가 2개 이상의 상품을 동시/연속으로 구매하였을 경우 해당 상품의 리스트를 제공합니다.

**리포트 설명**

방문자가 웹사이트에 접속하여 세션 30분 이 유지되고 있는 동안 2개 이상의 상품을 주문하였을 경우 동시/연속구매라고 판단하여 구매한 상품리스트 및 구매가 이뤄진 횟수를 리포팅 합니다.

동일한 Session의 방문자가 2개 이상의 상품을 구매하였을 경우 해당 상품들을 분석하여 서로 연관구매가 강한 상품에 대하여 서로의 상세페이지에 연결링크를 제공하는 등의 마케팅 활동을 할 수 있습니다.

**리포트 옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 회원특성 선택** 메뉴를 통해 전체 방문자 중 특정 회원층을 선택하여 해당 회원층의 동시구매 상품을 알 수 있습니다.

이메일 발송 혹은 이벤트, 기획전, 프로모션, 캠페인 활동후 어떤 회원층의 동시구매 상품 횟수가 증가하는지 파악하여 해당 회원층에 맞는 마케팅 활동을 전개하실 수 있습니다.

**리포트 활용**

동시구매한 횟수가 많을수록 상품간 크로스셀링 기회가 많은 것을 파악할 수 있습니다.

서로 연관된 상품 또는 계절 및 유행에 따라 함께 구매되는 상품 등을 파악할 수 있습니다.

A라는 상품을 구매한 고객이 B라는 상품을 함께 구매할 확률이 높을 경우 묶음 판매, 할인혜택 등의 판매활동을 할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

주문 측정을 위해서는 다음에 해당하는 환경변수의 설정이 선행되어 있어야 합니다.

비즈니스 서비스 이상에서 TRK_PI 값의 설정 Page Identity 에 의한 주문의 검출,

커머스 서비스 이상에서 다음 3개의 환경변수 설정을 함께 적용할 것을 권해드립니다.

TRK_OA 값의 설정 Ordered Amount

TRK_OP 값의 설정 Ordered Products

TRK_OE 값의 설정 Ordered EA.

# 방문자

## 재방문 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 방문자 재방문 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console revisit

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App. 재구매 간격별 주문/매출은 커머스에디션 레벨 이상에서 제공됩니다.

### 리포트 정의

방문자의 신규 방문과 재방문 구성, 재방문 횟수·간격의 분포와 평균값을 분석해 방문자의 충성도를 파악하는 리포트입니다.

### 리포트 설명

기존 LOGGER의 신규방문 vs 재방문 , 재방문 간격 , 재방문 횟수 , 평균 재방문 간격 , 평균 재방문 횟수 , 재구매 간격별 주문/매출액 6개 리포트를 하나의 화면으로 통합했습니다.

탭 구분 없이 KPI 카드와 신규/재방문 구성, 재방문 횟수 분포, 재방문 간격 분포, 재구매 간격별 주문/매출 패널을 한 화면에 함께 표시합니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| KPI 카드 | 신규 방문, 재방문, 재방문 비중, 평균 재방문 횟수, 평균 재방문 간격을 표시합니다. 서비스에서 주문·매출 지표를 제공하면 신규·재방문별 주문·매출 카드를 함께 표시합니다. 평균 재방문 횟수 · 평균 재방문 간격 |
| 신규/재방문 구성 | 신규 방문과 재방문의 막대 그래프와 표 제공되는 지표, 비중 입니다. 상세 리포트 버튼으로 해당 리포트의 상세 화면을 엽니다. 신규/재방문 구성 |
| 재방문 횟수 분포 | 2 3번째·4 5번째·6 10번째·11 20번째·21번째 이상 방문 구간별 그래프와 표입니다. 상세 리포트 버튼을 제공합니다. 재방문 횟수 분포 |
| 재방문 간격 분포 | 2 3일 이내·4 5일 이내·6 10일 이내·11 20일 이내·20일 이후 구간별 그래프와 표입니다. 상세 리포트 버튼을 제공합니다. 재방문 간격 분포 |
| 재구매 간격별 주문/매출 | 처음 구매 이후 재구매까지 걸린 기간별 주문·매출 표입니다. 상세 리포트 버튼을 제공합니다. 재구매 간격별 주문/매출 |

### 탭·지표별 세부 문서

- 신규/재방문 구성: 신규/재방문 구성
- 재방문 간격 분포: 재방문 간격 분포
- 재방문 횟수 분포: 재방문 횟수 분포
- 평균 재방문 간격 KPI : 평균 재방문 간격
- 평균 재방문 횟수 KPI : 평균 재방문 횟수

- 재구매 간격별 주문/매출: 재구매 간격별 주문/매출

### 참고

- 처음방문 추세: LOGGER로 분석을 시작한 이후 방문자가 처음 방문한 최초 1회만 처음 신규 방문으로 분석하며, 이후의 방문은 신규 방문으로 분석하지 않습니다. 전체 방문은 늘었는데 신규 방문이 적다면 해당 이벤트·마케팅 활동에 기존 고객의 반응이 높았던 것으로 해석할 수 있습니다.
- 재방문 추세: 재방문은 처음 방문 이후의 방문을 재방문 횟수와 관계없이 모두 포함합니다.
- 재방문 간격 추세: 평균 재방문 간격이 짧을수록 방문자가 웹사이트에 친숙하다고 볼 수 있으며, 방문 간격을 줄이려는 이벤트의 효과를 평균 재방문 간격의 변화로 판단할 수 있습니다.

### 유의사항

- 재방문 여부·횟수·간격은 방문자 브라우저의 쿠키에 저장된 값으로 계산합니다. 방문자가 쿠키를 삭제하거나 다른 기기·브라우저를 사용하면 처음 방문으로 인식됩니다.
- 재방문 횟수 분포는 첫 방문 0·1회 을 제외하고 5개 구간으로 합산해 표시합니다. 재방문 간격 분포는 처음 방문과 1일 이내 재방문을 제외하고 5개 구간으로 합산해 표시합니다. 구간에 맞지 않는 항목은 표준 구간 뒤에 원래 이름으로 표시합니다.
- 평균 재방문 횟수·평균 재방문 간격 KPI는 조회 기간의 평균값입니다. 조회에 실패했거나 제공되지 않으면 로 표시합니다.
- 마케팅 캠페인 으로 방문자가 늘면 재방문 비중이 일시적으로 줄어들 수 있습니다. 시간이 지나 재방문 비중이 회복되면 새 방문자가 주 방문자로 전환된 것으로 볼 수 있습니다.
- 재방문은 사이트 재방문 행동, 재구매는 상품 재구매 행동을 뜻합니다. 재구매 간격별 주문/매출은 TRK PI 값에 의한 주문 검출과 TRK OA, TRK OP, TRK OE 값 설정이 있어야 집계됩니다.

## 신규/재방문 구성

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1284

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App |
|---|---|

#### 리포트 정의

웹사이트 방문자의 처음방문과 재방문의 비율을 나타낸 리포트입니다.

#### 리포트 설명

웹사이트 분석을 시작한 이후 처음 방문한 방문자와 2번 이상 방문한 재방문 수치를 비교하여 분석됩니다.
데이터의 추세아이콘을



클릭하면, 해당 방문의 추세 리포트를 확인할 수 있습니다.

#### 리포트 활용

그동안의 처음방문 리포트, 재방문 리포트로 각각 확인하는 번거로움을 해소할 수 있습니다.

처음방문 대비 재방문수를 확인하여 특정 프로모션을 진행했다면 얼마나 신규 방문자를 확보하였는지, 기존 방문자의 반응을 보였는지 추측할 수 있습니다.

**유의사항**

재방문 간격은 방문자의 이전 웹사이트 방문시 브라우저에 쿠키설정을 통해서 저장된 방문시간 값을 추출하여 현재의 방문시점과의 간격을 계산하여 처리됩니다. 따라서 사용자가 웹브라우저의 쿠키를 삭제하거나, 다른 컴퓨터를 사용한다면 해당 방문은 처음 방문 으로 인식됩니다.

**참고**

일 day 을 기준으로 하여, 하루 00:00:00 23:59:59 내에서 중복되지 않은 방문자수의 추세는 일 순수 방문자 리포트를 참고하시기 바랍니다.

주간 week 을 기준으로 하여, 일주일 일요일 토요일 내에 중복되지 않은 방문자수의 추세는 주간 순수 방문자 를 참고하시기 바랍니다.

월 month 을 기준으로 하여, 한달 매월1일 매월말일 내에서 중복되지 않은 방문자수의 추세는 월 순수 방문자 리포트를 참고하시기 바랍니다.

재방문 횟수별 방문수는 재방문 횟수 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 재방문 간격 분포

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1005

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App |
|---|---|

**리포트 정의**

방문자가 다시 웹사이트에 접속하였을 때, 이전 최종 방문시점으로부터 재방문에 소요된 시간간격을 일별 추세로 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자가 웹사이트에 어느 정도의 관심을 가지고 접속하는지의 고객 충성도를 파악할 수 있습니다.
재방문 간격은 소요된 일 day 의 수로 나타내며, 재방문한 간격에 따라 구분하여 리포트를 확인할 수 있습니다.

**리포트 옵션**

리포트의 옵션 버튼 셀렉트박스를 클릭하여 처음방문, 당일 재방문, 2 3일 이내 재방문, 4 5일 이내 재방문, 6 10일 이내 재방문, 11 20일 이내 재방문, 20일이후 재방문 선택하여 추세 리포트를 변경할 수 있습니다.

**리포트 활용**

짧은 기간 내 재방문이 많을수록 더욱 웹사이트에 친숙한 방문자가 많다고 볼 수 있습니다.

마케팅 캠페인 에 의해 방문자수가 증가함에 따라 재방문자의 비중이 일시적으로 줄어들게 됩니다. 이런 경우 시간이 흐름에

따라 이전의 재방문자의 수를 회복하게 되면, 새로운 방문자가 주 방문자 단골 로 전환됨을 의미합니다.

전체 방문자수가 증가하는 추세에서 만약 방문자수에 비해 재방문자의 수/비중이 적다면, 지속적으로 캠페인이 진행되어 재방문자보다 신규방문자가 많은 경우입니다. 하지만 전체 방문자의 수가 비슷하거나 줄어드는 상황에서 재방문자의 비중이 줄어든다면 웹사이트가 방문자에게 특별한 메리트 merit 를 주지 못하여 재방문이 줄어드는 것으로 추정할 수 있습니다. 후자의 경우 웹사이트 운영에 위험신호라고 할 수 있겠습니다.

**유의사항**

재방문 간격은 방문자의 이전 웹사이트 방문시 브라우저에 쿠키설정을 통해서 저장된 방문시간값을 추출하여 현재의 방문시점과의 간격을 계산하여 처리됩니다. 따라서 사용자가 웹브라우저의 쿠키를 삭제하거나, 다른 컴퓨터를 사용한다면, 해당 방문은 처음 방문 으로 인식됩니다.

**참고**

재방문 간격의 평균을 기준으로 한 분석은 평균 재방문 간격 리포트를 참고하시기 바랍니다.

방문자의 웹사이트 방문횟수는 재방문 횟수 리포트를 참고하시기 바랍니다.

더 자세한 측정값의 산출방법을 원하시면 재방문간격 을 참고하시기 바랍니다.

## 재방문 횟수 분포

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1006

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App |
|---|---|

**리포트 정의**

웹사이트를 방문한 총 방문횟수에 따라 구간별로 측정값을 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

리포트를 생성하는 특정 시간구간대에 접속한 방문에 한하여, 재방문한 횟수를 나타낸 리포트입니다.

재방문 간격 리포트 분석과는 달리, 방문횟수를 기준으로 접속하는 방문자 중 웹사이트의 사용자가 어느 정도 웹사이트에 대한 의존도를 알 수 있습니다.

**리포트 활용**

재방문 횟수가 높은 비중일 경우, 웹사이트에 신규방문자보다 기존방문자의 활동이 더욱 왕성하다고 볼 수 있습니다.

이러한 경우 별도의 신규회원/접속자의 유도를 위한 캠페인이 적은 사이트이지만, 특정한 컨텐츠를 지속적으로 제공하는 사이트로서 커뮤니티의 성격이 강한 경우에 주로 나타납니다.

새로운 방문자 접속을 위한 캠페인 등이 없는 경우 시간이 흐름에 따라 점차 기존 방문자가 감소할 위험이 있으므로, 신규방문자의 유도를 위한 조치가 필요합니다.

재방문횟수가 적은 사이트의 경우는, 캠페인 등에 의해 초기 방문자를 많이 유치한 경우에 많이 나타납니다. 웹사이트의 운영이

시작 단계인 사이트에서 볼 수 있습니다. 초기 방문자를 계속 방문하도록 유도하여 웹사이트에 대한 충성도를 높이는 여러 가지 노력이 필요합니다.

**유의사항**

재방문 횟수는 방문자의 브라우저에 쿠키설정을 통해서 저장된 후 웹사이트 접속시 추출되어 처리됩니다. 따라서 사용자가 웹 브라우저의 쿠키를 삭제하거나, 다른 컴퓨터를 사용한다면, 그 방문자는 새로운 방문자로 인식됩니다.

**참고**

재방문 간격의 평균을 기준으로 한 분석은 평균 재방문 간격 리포트를 참고하시기 바랍니다.

## 평균 재방문 간격

최종 수정일 2026 07 30 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1290

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**리포트 정의**

방문자 uid 별로 발생한 재방문 간격들을 평균하여, 그 평균 재방문 간격값을 구간별로 범주화하여 분포로 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자가 웹사이트에 어느 정도의 관심을 가지고 접속하는지의 고객 충성도를 파악할 수 있습니다.
리포트의 특성상 막대그래프형식이 아닌 파이그래프 형식으로 나타냅니다.
재방문 간격은 소요된 일 day 의 수로 나타내며, 리포트는 처음방문, 당일 재방문, 2 3일 이내 재방문, 4 5일 이내 재방문, 6 10일 이내 재방문, 11 20일 이내 재방문, 20일이후 재방문 으로 구분되어 있습니다.

**리포트 옵션**

방문간격 옆의 막대그래프 아이콘을 선택하면 재방문간격 추세 리포트를 확인할 수 있습니다.

**리포트 활용**

짧은기간내 재방문이 많을수록 더욱 웹사이트에 친숙한 방문자가 많다고 볼 수 있습니다.

마케팅 캠페인 에 의해 방문자수가 증가함에 따라 재방문자의 비중이 일시적으로 줄어들게 됩니다. 이런 경우 시간이 흐름에 따라 이전의 재방문자의 수를 회복하게 되면, 새로운 방문자가 주 방문자 단골 로 전환됨을 의미합니다.

전체 방문자수가 증가하는 추세에서 만약 방문자수에 비해 재방문자의 수/비중이 적다면, 지속적으로 캠페인이 진행되어 재방문자보다 신규방문자가 많은 경우입니다. 하지만 전체 방문자의 수가 비슷하거나 줄어드는 상황에서 재방문자의 비중이 줄어든다면 웹사이트가 방문자에게 특별한 메리트 merit 를 주지 못하여 재방문이 줄어드는 것으로 추정할 수 있습니다. 후자의 경우 웹사이트 운영에 위험신호라고 할 수 있겠습니다.

**유의사항**

평균 재방문 간격은 방문자의 브라우저에 쿠키설정을 통해 저장된 방문시간값을 기준으로, 해당 방문자가 발생시킨 여러 재방문 간격들을 평균 낸 값입니다. 따라서 사용자가 웹브라우저의 쿠키를 삭제하거나, 다른 컴퓨터를 사용한다면, 해당 방문은 처음 방문 으로 인식되며 기존 재방문 이력과 별도로 집계됩니다.

**참고**

재방문 간격의 추세를 기준으로 한 분석은 재방문 간격 리포트를 참고하시기 바랍니다.
방문자의 웹사이트 방문횟수는 재방문 횟수 리포트를 참고하시기 바랍니다.
더 자세한 측정값의 산출방법을 원하시면 재방문 간격 을 참고하시기 바랍니다.

## 평균 재방문 횟수

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1291

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**리포트 정의**

웹사이트 방문자들의 평균 재방문 횟수를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

웹사이트 방문자들이 평균 몇 번째 방문인지 나타낸 리포트로, 시기별로 방문자의 웹사이트 의존도를 알 수 있습니다.
그래프의 세로축은 평균 재방문횟수를 나타내며, 가로축은 조회기간을 나타내므로 조회기간내의 웹사이트의 평균 재방문 횟수를 확인하시기 편리합니다.

**리포트 활용**

평균 재방문 횟수가 많을수록 방문자들이 웹사이트에 친숙하다고 볼 수 있습니다.
평균 재방문 횟수가 적은 경우 이벤트 진행이나 지속적인 컨텐츠 제공으로 재방문 횟수를 높이는 노력이 필요합니다.

**유의사항**

평균 재방문 횟수는 방문자의 브라우저에 쿠키설정을 통해서 저장된 후 웹사이트 접속시 추출되어 처리됩니다. 따라서 사용자가 웹브라우저의 쿠키를 삭제하거나, 다른 컴퓨터를 사용한다면, 그 방문자는 새로운 방문자로 인식됩니다.

**참고**

방문당 평균 페이지뷰 분석은 방문당 평균 페이지뷰 분석 리포트를 참고하시기 바랍니다.

# 재구매 간격별 주문/매출

최종 수정일 2013 12 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1161

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK OA, TRK OP, TRK OE |

**리포트 정의**

재구매 간격은 웹사이트에서 처음 구매한 방문자가 다시 재구매하였을 경우, 재구매까지 소요된 기간별로 그 분포를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

구매자가 웹사이트의 유료 컨텐츠 및 상품에 얼마나 관심을 가지고 있는지 파악할 수 있습니다.
이러한 리포트의 특성상 막대그래프형식이 아닌 파이그래프 형식으로 나타냅니다.
구매 간격은 소요된 일 day 의 수로 나타내며, 처음구매, 7일이내 재구매, 15일이내 재구매, 30일이내 재구매, 60일이내 재구매, 90일이내 재구매, 91일 이상으로 구분되어 있습니다.

**리포트 옵션**

**필터 및 옵션 선택에서 회원특성 선택** 메뉴를 통해 전체 방문자 중 특정 회원층을 선택하여 해당 회원층의 재구매 간격을 알 수 있습니다.

**리포트 활용**

이메일 발송 혹은 이벤트, 기획전, 프로모션, 캠페인 활동 후 어떤 회원층의 재구매수가 증가하는지 파악하여 해당 회원층에 맞는 마케팅 활동을 전개하실 수 있습니다.

재구매 주문수가 많을수록 고객이 주문을 통한 만족도 및 신뢰도가 높다고 판단할 수 있습니다.

마케팅 캠페인 에 의해 처음 구매가 증가함에 따라 재구매수의 비중이 일시적으로 줄어들 수 있습니다.
이런 경우 시간이 흐름에 따라 이전의 재구매의 수를 회복하게 되면, 처음 구매자가 단골 구매자로 전환되었음을 의미합니다.

**환경변수 설정**

주문 측정을 위해서는 다음에 해당하는 환경변수의 설정이 선행되어 있어야 합니다.
비즈니스 서비스 이상에서 TRK PI 값의 설정 Page Identity 에 의한 주문의 검출,
커머스 서비스 이상에서 다음 3개의 환경변수 설정을 함께 적용할 것을 권해드립니다.

TRK OA 값의 설정 Ordered Amount
TRK OP 값의 설정 Ordered Products
TRK OE 값의 설정 Ordered EA.

# 방문자 특성

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 방문자 방문자 특성 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console visitor profile

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web.

## 리포트 정의

방문자를 회원/비회원, 회원의 성별, 연령대·등급 등 회원 특성별로 나누어 방문과 활동을 분석하고, 시간대별 회원 방문자 비율을 확인하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

기존 LOGGER의 회원/비회원별 방문 , 회원성별 방문 , 회원특성 연령대등 별 방문 , 회원 방문자 비율 4개 리포트를 하나의 화면으로 통합했습니다.

탭 구분 없이 세 가지 회원 특성 패널과 회원 방문자 비율을 한 화면에 함께 표시합니다. 국가·디바이스 등 방문 환경은 방문 환경 분석 에서 제공합니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 회원 정보 미수집 안내 | 조회 기간에 회원 정보가 함께 수집된 방문이 없으면 표시됩니다. 분석 스크립트 , 회원특성 구분코드 설정 화면으로 이동하는 링크를 제공합니다. |
| 회원/비회원별 방문 및 활동 | 회원·비회원의 원형 그래프와 표 제공되는 지표 최대 8개, 매출액 지표 우선, 비중 입니다. 엑셀 다운로드를 지원합니다. 회원/비회원별 방문 |
| 성별별 방문 및 활동 | 회원 성별 남성·여성·기타 의 원형 그래프와 표입니다. 엑셀 다운로드를 지원합니다. 성별 방문 |
| 연령대·등급별 방문 및 활동 | 연령대·등급별 원형 그래프와 표입니다. 표에는 연령대별 여성·남성·기타 방문수 열이 함께 표시됩니다. 엑셀 다운로드를 지원합니다. 연령대·등급별 방문 |
| 회원 방문자 비율 | 시간대별 회원 방문 지표 0 23시, 조회 기간 평균 그래프와 1시간 단위 시간대별 상세 표입니다. 서비스가 시간 단위 조회를 지원하지 않으면 일 단위 회원 방문자 비율 추세 를 표시합니다. 회원 방문자 비율 |

## 탭·지표별 세부 문서

- 회원/비회원별 방문 및 활동: 회원/비회원별 방문
- 성별별 방문 및 활동: 성별 방문
- 연령대·등급별 방문 및 활동: 연령대·등급별 방문
- 회원 방문자 비율: 회원 방문자 비율

## 참고

- 회원특성별 방문 추세: 전체 방문 중 회원 방문의 비중과 그 증감으로 회원 충성도의 변화를 파악할 수 있으며, 이메일 발송·이벤트·프로모션 후 어떤 회원군의 방문이 늘었는지 비교해 회원군에 맞는 마케팅에 활용할 수 있습니다.

### 유의사항

- 회원 여부는 분석 스크립트의 TRK SX 회원성별 값으로 구분합니다. M, F, U 중 하나가 설정된 방문자는 회원, 값이 없거나 그 밖의 값이면 비회원으로 분류합니다.
- 성별의 기타 는 기업고객처럼 성별을 구분할 수 없는 경우 TRK SX U 입니다.
- 연령대·등급은 TRK AG 값으로 분류합니다. 할당하는 값의 의미를 사용자가 정의하면 연령대 대신 직업·거주지·업종 등으로 분류해 활용할 수도 있습니다.
- TRK SX, TRK AG 값은 로그인 완료 또는 회원가입 완료 페이지에서 할당해야 합니다. 한 번 할당된 값은 방문자 기기의 쿠키에 남아 이후에는 로그인하지 않아도 자동 인식되며, 다시 로그인하면 새로 할당된 값으로 바뀝니다.
- 각 패널은 서비스 리포트가 제공하는 지표만 표시합니다.

## 회원/비회원별 방문

최종 수정일 2009 06 17 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1174

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK SX |

#### 리포트 정의

방문자의 회원/비회원 여부를 분류하여 제공합니다.

#### 리포트 설명

환경변수인 SX 회원성별 값의 설정여부에 따라 회원/비회원여부가 구분되며 이에 따라 각각의 구성비율을 분석합니다.
SX값이 설정이 M,F,U 값중 하나가 설정이 되어진 방문자이면 회원으로 분류하며 그 외 값이 설정이 되지 않거나 M,F,U 의 세가지 값 이외의 값이 설정이 될 경우에는 비회원으로 분류됩니다.

#### 리포트 활용

웹사이트에 방문하는 방문자중 회원과 비회원의 방문자수 및 구성비율을 분석하여 회원 및 비회원 대상의 마케팅 시 참조할 수 있습니다.

#### 환경변수 설정

환경변수 설정스크립트 내의 SX 회원성별 값을 웹페이지에서 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.
SX 회원성별 값에 대한 자세한 설명은 TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U 를 참조하시기 바랍니다.

#### 유의사항

본 리포트는 환경변수 설정스크립트 내의 SX 회원성별 값을 할당하여 분석하게 됩니다.
SX 회원성별 값이 할당되지 않으면 회원이 사이트를 방문하여 로그인하여도 SX 회원성별 값이 할당되지 않아 회원여부 및 회원성별을 구분할 수 없게 됩니다.
이와 반대로 회원이 웹사이트에 방문한 경우 환경변수 설정스크립트 내의 SX 회원성별 값이 할당됩니다.

그 값이 회원 PC의 쿠키에 영구적으로 남아 이후 방문시에는 로그인하지 않아도 회원여부 및 회원성별이 자동 인식되며 재로그인시에는 재할당되는 값으로 변경됩니다.

**참고**

환경변수 설정 기본 규칙

TRK_SX 값의 설정_Members Gender_M,F,U

## 성별 방문

최종 수정일 2009_08_12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1176

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨_이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK_SX |
| **리포트 설정방법** | 환경변수 스크립트 |

**리포트 정의**

웹사이트 방문자 중 회원의 성별을 분류하여 제공합니다.

**리포트 설명**

웹사이트에 방문하는 방문자 중 회원의 성별 방문자수 및 구성비율을 분석하는 리포트입니다.
성별은 남성,여성,기타의 항목으로 분류되며_기타_항목은 기업고객과 같이 성별을 구분할 수 없는 경우_TRK_SX_U_에 해당합니다.

**리포트 활용**

웹사이트 방문 회원에 대한 성별 구성비를 통하여 마케팅 또는 웹사이트 운영시 고객층의 성별에 따라 여러 가지 변화를 줄 수 있습니다.

**환경변수 설정**

환경변수 설정스크립트 내의_TRK_SX 회원성별 값을 로그인완료 또는 회원가입완료 페이지에서 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.
TRK_SX 회원성별 값에 대한 설정방법은_TRK_SX 값의 설정_Members Gender_M,F,U_항목을 참고하기 바랍니다.

**유의사항**

본 리포트는 환경변수 설정스크립트내의 SX 회원성별 값을 할당할 경우 분석되므로 환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 회원이 사이트를 방문하여도 로그인하여 SX 회원성별 값이 할당되지 않으면 회원여부 및 회원성별을 구분할 수 없게 됩니다.
이와 반대로 환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 로그인을 거쳐 SX 회원성별 값이 할당된 경우에는 그 값이 회원 PC의 쿠키에

영구적으로 남아 이후 방문시에는 로그인하지 않아도 회원여부 및 회원성별이 자동 인식되며 재로그인시에는 재할당되는 값으로 변경됩니다.

**참고**

환경변수 설정 기본 규칙

TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U

## 연령대·등급별 방문

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1177

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
| **환경변수 적용** | TRK SX, TRK AG |

**리포트 정의**

방문자 중 회원에 대한 연령대 및 성별로 분류하여 제공하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자 중 회원의 연령대별 방문자수 및 구성 비율을 분석하고, 각 연령대의 성별로 분류하여 고객별 마케팅 활동에 활용할 수 있습니다.

연령대는 A Z 까지의 26가지로 나누어 분류할 수 있고, 각각의 연령대에 대한 설정은 리포트설정 기타설정 회원특성 연령대 등 설정 메뉴에서 사용자의 용도에 맞게 정의할 수 있습니다.

또한 연령대뿐만 아니라 웹페이지에서 TRK AG 회원연령 에 할당되는 값에 따라 직업별,거주지별,업종별 등 필요에 맞게 분류하여 활용할 수도 있습니다.

예를 들어

회원의 직업을 26가지로 분류하여 연령대 사용자 정의에 설정하고, 각각의 직업에 해당하는 알파벳값 **A Z 중 하나** 을 웹페이지의 TRK AG 회원연령 값에 설정하면 연령대가 아닌 직업별 분류 리포트를 볼 수 있습니다.

성별은 남성,여성,기타의 항목으로 분류되며 기타 항목은 기업고객과 같이 성별을 구분할 수 없는 경우 TRK SX U 에 해당합니다.

**리포트 활용**

회원의 연령대 및 성별 구성비를 파악하여 웹사이트 운영 및 마케팅시 참고할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

환경변수 설정스크립트내의 TRK AG 회원연령등 , TRK SX 회원성별 값을 웹페이지에서 할당할 경우 분석되는 리포트입

니다.

TRK AG 회원연령 , TRK SX 회원성별 값의 설정에 대한 도움말을 참조하시기 바랍니다.

**유의사항**

본 리포트는 환경변수 설정스크립트 내의 AG 회원연령 값을 할당하여 분석하게 됩니다.

AG 회원연령 값이 할당되지 않으면 회원이 사이트를 방문하여 로그인하여도 AG 회원연령 값이 할당되지 않아 회원연령대를 구분할 수 없게 됩니다.

이와 반대로 회원이 웹사이트에 방문한 경우 환경변수 설정스크립트내의 AG 회원연령 값이 할당됩니다.

그 값이 회원 PC의 쿠키에 영구적으로 남아 이후 방문시에는 로그인하지 않아도 회원연령대가 자동 인식되며 재로그인시에는 재할당되는 값으로 변경됩니다.

**참고**

TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U

TRK AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G

## 회원 방문자 비율

최종 수정일 2009 06 15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1293

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK SX |

**리포트 정의**

웹사이트 전체 방문자 중 회원 방문자의 비율 추세를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

웹사이트에 방문하는 방문자 중 비회원 방문자 대비 회원에 해당하는 방문자의 비율을 나타낸 리포트입니다. 웹사이트가 회원 중심의 사이트인지, 비회원 중심의 사이트인지 분석할 수 있습니다.

SX값이 설정이 M,F,U 값중 하나가 설정이 되어진 방문자면 회원으로 분류하며 그 외 값이 설정이 되지 않거나 M,F,U 의 세가지 값 이외의 값이 설정이 될 경우에는 비회원으로 분류됩니다.

**리포트 활용**

회원 방문자의 비율이 80 90 정도 차지하는 웹사이트의 경우 신규 방문자를 유도할 마케팅이 필요합니다.

**환경변수 설정**

환경변수 설정스크립트 내의 TRK SX 회원성별 값을 로그인완료 또는 회원가입완료 페이지에서 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.

TRK SX 회원성별 값에 대한 설정방법은 TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U 항목을 참고하기 바랍니다.

**유의사항**

본 리포트는 환경변수 설정스크립트 내의 SX 회원성별 값을 할당할 경우 분석되므로 환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 회원이 사이트를 방문하여도 로그인하여 SX 회원성별 값이 할당되지 않으면 회원여부 및 회원성별을 구분할 수 없게 됩니다.

이와 반대로 환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 로그인을 거쳐 SX 회원성별 값이 할당된 경우에는 그 값이 회원 PC의 쿠키에 영구적으로 남아 이후 방문 시에는 로그인하지 않아도 회원여부 및 회원성별이 자동 인식되며 재 로그인 시에는 재할당되는 값으로 변경됩니다.

**참고**

환경변수 설정 기본 규칙

TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U

# 방문 환경 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 방문자 방문 환경 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console visitor env

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App. 브라우저는 모바일 Web, 디바이스·운영체제 OS ·해상도는 모바일 Web에서도 제공됩니다.

## 리포트 정의

방문자가 접속한 국가·시/도와 사용한 디바이스·브라우저·운영체제 OS ·화면 해상도별로 방문 현황을 분석하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

기존 LOGGER의 국가 , 시/도 , 모바일 기기 , 브라우저 , 운영체제 OS , 화면 해상도 6개 리포트를 하나의 화면으로 통합했습니다.

화면 상단에서 분석 축을 고르면 KPI 카드, 구성 비중, 항목별 추이, 방문 현황 표가 모두 그 축 기준으로 바뀝니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 분석 축 | 국가 · 시/도 · 디바이스 · 브라우저 · 운영체제 OS · 해상도 중 하나를 선택합니다. 국가 · 시/도 · 디바이스 · 브라우저 · 운영체제 OS · 해상도 |
| KPI 카드 | 분석 축 수, 기본 지표의 기간 합계, 상위 분석 축 , 상위 분석 축 비중을 표시합니다. |
| 분석 축 별 비중 | 기본 지표 기준 상위 5개와 기타의 구성 비중 도넛 그래프입니다. |

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 분석 축 별 지표 추이 | 일별 추이 그래프입니다. 상위 항목 중 표시할 항목을 선택합니다. 브라우저는 세부 항목 상위 10개를 브라우저 종류별로 합산해 표시합니다. |
| 분석 축 별 방문 현황 | 항목별 지표와 비중 표입니다. 국가·시/도는 방문수·반송수·회원가입 수·주문수·매출액, 디바이스는 방문수·방문율·반송수·반송률·회원가입수·회원가입률·매출액·방문당 매출액·주문당 매출액을 표시하고, 그 밖의 축은 제공되는 지표를 최대 6개까지 표시합니다. 브라우저는 종류별로 묶어 펼쳐 볼 수 있습니다. 엑셀 다운로드를 지원합니다. |

### 탭·지표별 세부 문서

- 국가: 국가
- 시/도: 시/도
- 디바이스: 디바이스
- 브라우저: 브라우저
- 운영체제 OS : 운영체제 OS
- 해상도: 해상도

### 유의사항

- 국가는 방문자 IP의 등록 정보에서 국가 코드를 검출합니다. 네트워크 정보에 국가가 명확히 명시되지 않았거나 ISO 3166 국가 코드를 따르지 않는 경우에는 검출되지 않을 수 있습니다.
- 시/도는 IP를 소유한 네트워크 관리처의 주소로 검출하므로, 방문자의 회선이 인근 지역의 회선을 사용하면 실제 주소지와 다른 시/도로 집계될 수 있습니다. 2026년 4월 27일부터 행정구 단위 없이 시/도 단위로만 제공합니다.
- 디바이스의 방문율·반송률·회원가입률·방문당 매출액·주문당 매출액은 서비스가 값을 제공하지 않으면 제공된 지표로 계산해 표시합니다. 디바이스 확장 지표는 서비스 레벨에 따라 방문수·방문율·반송률 베이직 이상 , 회원가입수·회원가입률·주문수·주문율 스탠다드 이상 , 매출액·방문당 매출액·주문당 매출액 커머스 이상 범위로 제공됩니다.
- 표는 항목을 최대 1,000개까지 받아 표시하며, 그 밖의 나머지는 기타 행으로 모아 행의 합이 전체 합계와 같도록 합니다. 기타 행은 그래프·KPI에는 포함하지 않습니다.
- 비중의 분모는 서비스가 제공하는 전체 합계이며, 제공되지 않으면 표시된 항목의 합계를 사용합니다.

## 국가

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1039

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App |
| --- | --- |

#### 리포트 정의

방문자의 IP를 근거로 국가를 검출한 후, 그 분포를 나타낸 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자의 IP정보를 조회 Whois 검색 하여 국가명을 검출하여 분석합니다.

**리포트 활용**

웹사이트가 전세계를 대상으로 하는 경우 방문자의 국가정보로 웹사이트의 컨텐츠 개발 및 언어별 사이트 추가등을 고려할 수 있습니다.

**유의사항**

IP에 근거하여 국가코드를 검출하여 이를 바탕으로 리포트를 작성합니다. 따라서 해당 IP를 추적한 결과 네트워크의 정보부분에 명확한 국가 구분이 명시되지 않은 경우, 또는 ISO 3166 국가코드에 따르지 않은 경우는 검출되지 않을 수 있습니다.

**참고**

방문자 국가코드 ISO 3166 및 검출방법에 대한 상세내용은 방문자 국가 검출을 참고하시기 바랍니다.

KRNIC whois.nida.or.kr 또는 APNIC www.apnic.net 등에 등록되어 있는 방문자의 IP정보를 기반으로 분석됩니다.

## 시/도

최종 수정일 2026 03 27 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1061

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**리포트 정의**

방문자의 IP를 근거로 하여 시/도별로 구분한 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자의 IP정보를 조회 Whois 검색 하여 IP를 소유하고 있는 네트워크 관리처의 주소로 시/도를 추출합니다.

**리포트 활용**

국내 어느 시/도로부터 방문자가 주로 접속하는지 알 수 있습니다.

e Biz진행시 온라인과 오프라인의 연계를 위한 마케팅 및 캠페인에 필요한 정보를 제공합니다.

**유의사항**

IP에 근거하여 네트워크 관리처의 주소로부터 시/도를 검출하므로, 방문자의 ISP회선이 근처 타 도시/도의 회선을 사용한다면, 실제 주소지와 다른 근방의 도/시 명이 될 수 있습니다.

**참고**

시/도 명의 검출항목 등 자세한 내용은 시/도 명 검출 을 참고하시기 바랍니다.
KRNIC whois.nida.or.kr 또는 APNIC www.apnic.net 등에 등록되어 있는 방문자의 IP정보를 기반으로 분석됩니다.

**리포트 변경 안내**
적용 일시 : 2026년 4월 27일 예정

변경 내용
· 기존에는 시/도 단위와 함께 행정구 단위 예: 용산, 서초 등 정보가 함께 제공될 수 있었으나,
· 시/도 단위 기준으로만 데이터를 제공하도록 수집 체계가 개선되었습니다.

시/도 제공 기준
· 광역시 및 특별시 : 서울특별시, 인천광역시, 부산광역시, 광주광역시, 대전광역시, 울산광역시, 대구광역시, 세종특별자치시
· 도 : 경기도, 강원도, 충청북도, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 경상북도, 경상남도, 제주특별자치도

## 디바이스

최종 수정일 2026 01 29 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1539

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
|---|---|

리포트 정의
모바일 기기로 웹사이트에 유입되는 방문수를 파악하고 회원가입, 주문수, 매출액에 대한 전환율 분석과
방문자들이 사용하는 모바일 기기에 대한 분포를 알 수 있는 리포트입니다.

리포트 활용
방문자들이 사용하는 모바일 기기에 대한 분포도를 통해 고객성향을 판단하는 마케터나 모바일 기기를 개발하는 개발자에게 마케팅 및 기타 자료 등으로 활용될 수 있습니다.

방문자 방문 환경 분석 화면의 디바이스 탭에서 모바일 기기별 방문 현황을 확인하실 수 있습니다.
모바일 기기 리포트의 확장된 지표는 2011년 11월 25일부터 적용되었습니다.




① 디바이스 탭을 선택하면 모바일 기기별 방문 현황 그래프와 표가 표시됩니다. 표에는 측정 지표가 별도의 셀편집 없이 함께 표시됩니다.

* 확장된 측정 지표는 서비스 레벨에 따라 다음의 내용으로 제공되어집니다.
방문수, 방문율, 반송률 베이직 이상
회원가입수, 회원가입률, 주문수, 주문율 스탠다드 이상
매출액, 방문당매출액, 주문당 매출액 커머스 이상

참고
다음은 검출 가능한 모바일 기기 리스트입니다.

1. SmartPhone/Tablet

SmartPhone/Nokia : Nokia
SmartPhone/iPhone : Apple iPhone
Mobile/iPod : Apple iPod
Mobile/iPad : Apple iPad

** Android 중 아래의 모델로 잡히는 기기들은 모델명 표시

SmartPhone/DROIDX MOTOROLA : 모토로라 드로이드X
SmartPhone/MOTO QRTY MOTOROLA : 모토로라 모토쿼티
SmartPhone/MOTO GLAM MOTOROLA : 모토로라 모토글램
SmartPhone/MOTO ROI MOTOROLA : 모토로라 모토로이
SmartPhone/MOTO DEFY MOTOROLA : 모토로라 디파이
SmartPhone/MOTO MIX MOTOROLA : 모토로라 모토믹스
SmartPhone/ATRIX MOTOROLA : 모토로라 아트릭스
SmartPhone/Droid Razr MOTOROLA : 모토로라 레이저
Mobile/ZOOM MOTOROLA : 모토로라 줌
SmartPhone/MOTOLUXE MOTOROLA : 모토로라 모토룩스
SmartPhone/DEFY MINI MOTOROLA : 모토로라 디파이 미니
SmartPhone/XT928 MOTOROLA : 모토로라 XT 928

SmartPhone/OPTIMUS Q LG : LG 옵티머스 Q
SmartPhone/OPTIMUS Z LG : LG 옵티머스 Z
SmartPhone/OPTIMUS ONE LG : LG 옵티머스원
SmartPhone/OPTIMUS MACH LG : LG 옵티머스마하
SmartPhone/OPTIMUS CHIC LG : LG 옵티머스시크
SmartPhone/ANDRO ONE LG : LG 안드로 1
SmartPhone/OPTIMUS BIG LG : LG 옵티머스빅
SmartPhone/OPTIMUS BLACK LG : LG 옵티머스블랙
SmartPhone/OPTIMUS 3D LG : LG 옵티머스 3D
SmartPhone/OPTIMUS 2X LG : LG 옵티머스 2X
SmartPhone/OPTIMUS LTE LG : LG 옵티머스 LTE
Mobile/OPTIMUS Pad LG : LG 옵티머스 패드
SmartPhone/PRADA 3.0 LG : LG 프라다 3.0
SmartPhone/OPTIMUS Q2 LG : LG 옵티머스Q2
SmartPhone/OPTIMUS Vu LG : LG 옵티머스 뷰
SmartPhone/OPTIMUS 3D CUBE LG : LG 옵티머스 3D 큐브
SmartPhone/OPTIMUS LTE TAG LG : LG 옵티머스 LTE 태그

SmartPhone/OPTIMUS G LG ：LG 옵티머스 G
SmartPhone/OPTIMUS Vu2 LG ：LG 옵티머스 뷰2
SmartPhone/OPTIMUS G Pro LG ：LG 옵티머스 G 프로
SmartPhone/OPTIMUS LTE 3 LG ：LG 옵티머스 LTE 3
SmartPhone/OPTIMUS G2 LG ：LG 옵티머스 G2
SmartPhone/OPTIMUS Vu3 LG ：LG 옵티머스 뷰3
SmartPhone/OPTIMUS L9 LG ：LG 옵티머스 L9
SmartPhone/Nexus 5 LG ：LG 넥서스 5
SmartPhone/L70 LG ：LG L70
SmartPhone/G3 LG ：LG G3
SmartPhone/Gx LG ：LG Gx
SmartPhone/G Flex LG ：LG G 플렉스
SmartPhone/G Pro2 LG ：LG G 프로2
SmartPhone/F70 LG ：LG F70
SmartPhone/G3 Liger LG ：LG G3 라이거
SmartPhone/G Pro Lite LG ：LG G 프로 Lite
SmartPhone/G Pro Lite dual LG ：LG G 프로 Lite dual
SmartPhone/G3 Prime LG ：LG G3 프라임
SmartPhone/G3 Beat LG ：LG G3 비트
SmartPhone/G3 Screen LG ：LG G3 스크린
SmartPhone/OPTIMUS GK LG ：LG 옵티머스 GK
SmartPhone/Wine Smart LG ：LG 와인 스마트
SmartPhone/V10 LG ：LG V10
SmartPhone/G Flex 2 LG ：LG G 플렉스 2
SmartPhone/G4 LG ：LG G4
SmartPhone/AKA LG ：LG 아카
SmartPhone/Nexus 5X LG ：LG 넥서스 5X
SmartPhone/Class LG ：LG 클래스
SmartPhone/Gentle LG ：LG 젠틀
SmartPhone/K10 LG ：LG K10
SmartPhone/G5 LG ：LG G5
SmartPhone/Wine Smart Jazz LG ：LG 와인 스마트 재즈
SmartPhone/Band Play LG ：LG 밴드 플레이
SmartPhone/G Stylo LG ：LG G Stylo
SmartPhone/Icecream Smart LG ：LG 아이스크림 스마트
SmartPhone/Volt LTE LG ：LG Volt LTE

SmartPhone/GALAXY A SAMSUNG ：삼성 갤럭시 A
SmartPhone/GALAXY S SAMSUNG ：삼성 갤럭시 S
SmartPhone/GALAXY U SAMSUNG ：삼성 갤럭시 U
SmartPhone/GALAXY K SAMSUNG ：삼성 갤럭시 K
Mobile/GALAXY Tab SAMSUNG ：삼성 갤럭시탭
Mobile/GALAXY Tab 10.1 SAMSUNG ：삼성 갤럭시탭 10.1

Mobile/GALAXY Tab 7.7 SAMSUNG : 삼성 갤럭시탭 7.7
Mobile/GALAXY Tab 8.9 SAMSUNG : 삼성 갤럭시탭 8.9
Mobile/GALAXY Player SAMSUNG : 삼성 갤럭시플레이어
SmartPhone/GALAXY S2 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S 2
SmartPhone/GALAXY ACE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 ACE
SmartPhone/GALAXY NEO SAMSUNG : 삼성 갤럭시 네오
SmartPhone/GALAXY S2 LTE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S2 LTE
SmartPhone/GALAXY S2 HD LTE SAMSUNG : 삼성 갤럭시S2 HD LTE
SmartPhone/GALAXY Nexus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 넥서스
SmartPhone/GALAXY Note LTE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 노트
SmartPhone/GALAXY M STYLE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M 스타일
SmartPhone/GALAXY S3 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S3
SmartPhone/GALAXY S3 LTE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S3 LTE
SmartPhone/GALAXY Note 2 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 노트2
Mobile/GALAXY Note 10.1 SAMSUNG : 삼성 갤럭시노트 10.1
SmartPhone/GALAXY POP SAMSUNG : 삼성 갤럭시 팝
SmartPhone/GALAXY GRAND SAMSUNG : 삼성 갤럭시 그랜드
SmartPhone/GALAXY Note 3 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 노트3
SmartPhone/GALAXY S4 ZOOM SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S4 줌
SmartPhone/GALAXY ROUND SAMSUNG : 삼성 갤럭시 라운드
SmartPhone/GALAXY WIN SAMSUNG : 삼성 갤럭시 윈
SmartPhone/GALAXY S4 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S4
SmartPhone/GALAXY S4 LTE A SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S4 LTE A
SmartPhone/GALAXY S4 MINI SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S4 미니
SmartPhone/GALAXY GOLDEN SAMSUNG : 삼성 갤럭시 골든
Mobile/GALAXY Note 8.0 SAMSUNG : 삼성 갤럭시노트 8.0
Mobile/GALAXY Tab3 8.0 SAMSUNG : 삼성 갤럭시탭3 8.0
Mobile/GALAXY Tab3 Kids SAMSUNG : 삼성 갤럭시탭3 키즈
Mobile/GALAXY Note Pro SAMSUNG : 삼성 갤럭시노트 프로
Mobile/GALAXY Tab Pro SAMSUNG : 삼성 갤럭시탭 프로
Mobile/GALAXY W SAMSUNG : 삼성 갤럭시 W
SmartPhone/GALAXY S4 Active SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S4 액티브
SmartPhone/GALAXY Note3 Neo SAMSUNG : 삼성 갤럭시 노트3 네오
SmartPhone/GALAXY Grand2 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 그랜드2
SmartPhone/GALAXY Zoom2 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 줌2
SmartPhone/GALAXY S5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S5
SmartPhone/GALAXY S5 LTE A SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S5 LTE A
SmartPhone/Galaxy Express SAMSUNG : 삼성 갤럭시 익스프레스
SmartPhone/Galaxy Grand NeoPlus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 그랜드 네오플러스
SmartPhone/Galaxy Mega 5.8 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 메가 5.8
SmartPhone/Galaxy Mega 6.3 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 메가 6.3
SmartPhone/GALAXY Note 4 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 노트 4
SmartPhone/GALAXY Note Edge SAMSUNG : 삼성 갤럭시 노트 엣지

SmartPhone/GALAXY Pocket Neo SAMSUNG : 삼성 갤럭시 포켓
SmartPhone/GALAXY S3 Alpha SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S3 알파
SmartPhone/GALAXY S6 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S6
SmartPhone/GALAXY Note 5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 노트 5
SmartPhone/GALAXY A8 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A8
SmartPhone/GALAXY S6 Edge Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S6 엣지 플러스
SmartPhone/GALAXY S6 Edge SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S6 엣지
SmartPhone/GALAXY A7 2016 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A7 2016
SmartPhone/GALAXY A5 2016 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A5 2016
SmartPhone/GALAXY A01 Core SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A01 Core
SmartPhone/GALAXY A02 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A02
SmartPhone/GALAXY A03 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A03
SmartPhone/GALAXY A03s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A03s
SmartPhone/GALAXY A04e SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A04e
SmartPhone/GALAXY A04 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A04
SmartPhone/GALAXY A04s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A04s
SmartPhone/GALAXY A05 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A05
SmartPhone/GALAXY A05s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A05s
SmartPhone/GALAXY A06 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A06
SmartPhone/GALAXY A07 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A07
SmartPhone/GALAXY A14 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A14
SmartPhone/GALAXY A15 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A15
SmartPhone/GALAXY A16 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A16
SmartPhone/GALAXY A17 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A17
SmartPhone/GALAXY A21 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A21
SmartPhone/GALAXY A21 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A22
SmartPhone/GALAXY A23 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A23
SmartPhone/GALAXY A24 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A24
SmartPhone/GALAXY A25 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A25
SmartPhone/GALAXY A26 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A26
SmartPhone/GALAXY A3 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A3
SmartPhone/GALAXY A3s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A3s
SmartPhone/GALAXY A3 2016 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A3 2016
SmartPhone/GALAXY A3 2017 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A3 2017
SmartPhone/GALAXY A34 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A34
SmartPhone/GALAXY A35 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A35
SmartPhone/GALAXY A36 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A36
SmartPhone/GALAXY A41 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A41
SmartPhone/GALAXY A54 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A54
SmartPhone/GALAXY A55 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A55
SmartPhone/GALAXY A56 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A56
SmartPhone/GALAXY A70s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A70s
SmartPhone/GALAXY A71 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A71

SmartPhone/GALAXY A72 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A72
SmartPhone/GALAXY A8 Plus 2018 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A8 Plus 2018
SmartPhone/GALAXY A73 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 A73
SmartPhone/GALAXY C5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 C5
SmartPhone/GALAXY C5 Pro SAMSUNG : 삼성 갤럭시 C5 Pro
SmartPhone/GALAXY C55 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 C55
SmartPhone/GALAXY J7 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J7 Plus
SmartPhone/GALAXY C9 Pro SAMSUNG : 삼성 갤럭시 C9 Pro
SmartPhone/GALAXY F02s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F02s
SmartPhone/GALAXY F04 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F04
SmartPhone/GALAXY F05 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F05
SmartPhone/GALAXY F06 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F06
SmartPhone/GALAXY F12 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F12
SmartPhone/GALAXY F13 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F13
SmartPhone/GALAXY F14 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F14
SmartPhone/GALAXY F15 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F15
SmartPhone/GALAXY F16 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F16
SmartPhone/GALAXY F17 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F17
SmartPhone/GALAXY F22 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F22
SmartPhone/GALAXY F23 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F23
SmartPhone/GALAXY F34 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F34
SmartPhone/GALAXY F36 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F36
SmartPhone/GALAXY F41 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F41
SmartPhone/GALAXY F42 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F42
SmartPhone/GALAXY F52 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F52
SmartPhone/GALAXY F54 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F54
SmartPhone/GALAXY F55 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F55
SmartPhone/GALAXY F62 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 F62
SmartPhone/GALAXY Z FLIP5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Z 플립5
SmartPhone/GALAXY Z FLIP6 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Z 플립6
SmartPhone/GALAXY Z FLIP7 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Z 플립7
SmartPhone/GALAXY Z FLIP7 FE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Z 플립7?FE
SmartPhone/GALAXY Z FOLD5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Z 폴드5
SmartPhone/GALAXY Z FOLD6 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Z 폴드6
SmartPhone/GALAXY Z FOLD6 SE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Z 폴드6 SE
SmartPhone/GALAXY Z FOLD7 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Z?폴드7
SmartPhone/GALAXY Z TRIFOLD SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Z 트라이폴드
SmartPhone/GALAXY Core Prime SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Core Prime
SmartPhone/GALAXY XCover 5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 XCover 5
SmartPhone/GALAXY On5 Duos SAMSUNG : 삼성 갤럭시 On5 Duos
SmartPhone/GALAXY XCover 7 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 XCover?7
SmartPhone/GALAXY J7 Max SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J7 Max
SmartPhone/GALAXY Xcover Pro SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Xcover Pro

SmartPhone/GALAXY XCover 7 Pro SAMSUNG : 삼성 갤럭시 XCover 7 Pro
SmartPhone/GALAXY S3 mini SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S3 mini
SmartPhone/GALAXY Xcover 4 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Xcover 4
SmartPhone/GALAXY Xcover 4s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Xcover 4s
SmartPhone/GALAXY Grand Prime SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Grand Prime
SmartPhone/GALAXY Xcover 6 Pro SAMSUNG : 삼성 갤럭시 XCover6 Pro
SmartPhone/GALAXY S7 Active SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S7 Active
SmartPhone/GALAXY S21 FE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S21 FE
SmartPhone/GALAXY J1 mini Prime SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J1 mini Prime
SmartPhone/GALAXY J1 Ace Neo SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J1 Ace Neo
SmartPhone/GALAXY J2 2018 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J2 2018
SmartPhone/GALAXY J2 Core SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J2 Core
SmartPhone/GALAXY J3 Pro 2016 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J3 Pro 2016
SmartPhone/GALAXY J3 2016 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J3 2016
SmartPhone/GALAXY J3 2017 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J3 2017
SmartPhone/GALAXY J3 V 2018 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J3 V 2018
SmartPhone/GALAXY J4 2018 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J4 2018
SmartPhone/GALAXY J4 Core SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J4 Core
SmartPhone/GALAXY J4 Plus 2018 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J4 Plus 2018
SmartPhone/GALAXY J6 2018 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J6 2018
SmartPhone/GALAXY J6 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J6 Plus
SmartPhone/GALAXY J7 Core SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J7 Core
SmartPhone/GALAXY J7 Duo SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J7 Duo
SmartPhone/GALAXY J7 2017 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J7 2017
SmartPhone/GALAXY J8 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J8
SmartPhone/GALAXY M01 Core SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M01 Core
SmartPhone/GALAXY M01 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M01
SmartPhone/GALAXY M01s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M01s
SmartPhone/GALAXY M02 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M02
SmartPhone/GALAXY M02s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M02s
SmartPhone/GALAXY M04 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M04
SmartPhone/GALAXY M05 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M05
SmartPhone/GALAXY M06 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M06
SmartPhone/GALAXY M10 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M10
SmartPhone/GALAXY M10s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M10s
SmartPhone/GALAXY M11 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M11
SmartPhone/GALAXY M12 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M12
SmartPhone/GALAXY M13 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M13
SmartPhone/GALAXY M14 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M14
SmartPhone/GALAXY M15 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M15
SmartPhone/GALAXY M16 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M16
SmartPhone/GALAXY M17 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M17
SmartPhone/GALAXY M21 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M21

SmartPhone/GALAXY M22 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M22
SmartPhone/GALAXY M23 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M23
SmartPhone/GALAXY M30 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M30
SmartPhone/GALAXY M30s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M30s
SmartPhone/GALAXY M31s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M31s
SmartPhone/GALAXY M32 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M32
SmartPhone/GALAXY M33 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M33
SmartPhone/GALAXY M34 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M34
SmartPhone/GALAXY M36 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M36
SmartPhone/GALAXY M40 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M40
SmartPhone/GALAXY Jump 3 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Jump 3
SmartPhone/GALAXY M52 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M52
SmartPhone/GALAXY M53 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M53
SmartPhone/GALAXY M54 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M54
SmartPhone/GALAXY M55 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M55
SmartPhone/GALAXY M55s SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M55s
SmartPhone/GALAXY M62 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 M62
Mobile/Tab A 8.0 with S Pen 2019 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A 8.0 with S Pen 2019
Mobile/Tab S6 Lite 2022 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S6 Lite 2022
Mobile/Tab S6 Lite 2024 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S6 Lite 2024
SmartPhone/GALAXY NOTE Pro 12.2 LTE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 노트 Pro 12.2 LTE
SmartPhone/GALAXY NOTE 10 Lite SAMSUNG : 삼성 갤럭시 노트 10 Lite
SmartPhone/GALAXY Sky SAMSUNG : 삼성 갤럭시 Sky
SmartPhone/GALAXY J3 Luna Pro SAMSUNG : 삼성 갤럭시 J3 Luna Pro
SmartPhone/GALAXY On5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 On5
SmartPhone/GALAXY S23 FE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S23 FE
SmartPhone/GALAXY S24 FE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S24 FE
SmartPhone/GALAXY S25 FE SAMSUNG : 삼성 갤럭시?S25 FE
SmartPhone/GALAXY S23 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S23
SmartPhone/GALAXY S23 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S23 Plus
SmartPhone/GALAXY S23 Ultra SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S23 Ultra
SmartPhone/GALAXY S24 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S24
SmartPhone/GALAXY S24 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S24 Plus
SmartPhone/GALAXY S24 Ultra SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S24 Ultra
SmartPhone/GALAXY S25 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S25
SmartPhone/GALAXY S25 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S25 Plus
SmartPhone/GALAXY S25 Edge SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S25 Edge
SmartPhone/GALAXY S25 Ultra SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S25 Ultra
SmartPhone/GALAXY S26 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S26
SmartPhone/GALAXY S26 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S26?Plus
SmartPhone/GALAXY S26 Ultra SAMSUNG : 삼성 갤럭시 S26?Ultra
Mobile/Tab A7.0 2016 Lite SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A7.0 2016 Lite
Mobile/Tab A8.4 2020 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A8.4 2020

Mobile/Tab A8.0 2015 LTE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A8.0 2015 LTE
Mobile/Tab A8.0 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A8.0
Mobile/Tab Active 8.0 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 Active 8.0
Mobile/Tab Active 2 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 Active 2
Mobile/Tab A7 10.4 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A7 10.4
Mobile/Tab Active Pro SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 Active Pro
Mobile/Tab E 9.6 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 E 9.6
Mobile/Tab Advanced2 10.1 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 Advanced2?10.1
Mobile/Tab S2 8.0 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S2 8.0
Mobile/Tab S4 10.5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S4 10.5
Mobile/Tab S7 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S7
SmartPhone/GALAXY W20 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 W20
SmartPhone/GALAXY W23 FLIP SAMSUNG : 삼성 갤럭시 W23 FLIP?
SmartPhone/GALAXY W24 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 W24
SmartPhone/GALAXY W25 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 W25
Mobile/Tab A9 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A9
Mobile/Tab A9 8.7 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A9 8.7
Mobile/Tab A8 10.5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A8 10.5
Mobile/Tab A9 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A9 Plus
Mobile/Tab A11 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 A11 Plus
Mobile/Tab Active 5 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 Active?5
Mobile/Tab S10 Lite SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S10 Lite
Mobile/Tab S9 FE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S9 FE
Mobile/Tab S10 FE SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭?S10?FE
Mobile/Tab S9 FE Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S9 FE Plus
Mobile/Tab S10 FE Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S10?FE Plus
Mobile/Tab S9 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S9
Mobile/Tab S11 SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S11
Mobile/Tab S9 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S9 Plus
Mobile/Tab S10 Plus SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S10 Plus
Mobile/Tab S9 Ultra SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S9 Ultra
Mobile/Tab S10 Ultra SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S10 Ultra
Mobile/Tab S11 Ultra SAMSUNG : 삼성 갤럭시 탭 S11 Ultra

SmartPhone/SIRIUS SKY : SKY 시리우스
SmartPhone/IZAR SKY : SKY 이자르
SmartPhone/VEGA SKY : SKY 베가
SmartPhone/MIRACH SKY : SKY 미라크
Mobile/The Player SKY : SKY 더 플레이어
SmartPhone/VEGA X SKY : SKY 베가 X
SmartPhone/VEGA S SKY : SKY 베가 S
SmartPhone/VEGA Racer SKY : SKY 베가 레이서

SmartPhone/Vega No.5 SKY : SKY 베가 넘버5
SmartPhone/VEGA LTE SKY : SKY 베가 LTE
SmartPhone/VEGA Racer 2 SKY : SKY 베가 레이서 2
SmartPhone/VEGA R3 SKY : SKY 베가 R3
SmartPhone/VEGA S5 SKY : SKY 베가 S5
SmartPhone/VEGA No.6 SKY : SKY 베가 넘버6
SmartPhone/VEGA IRON SKY : SKY 베가 아이언
SmartPhone/VEGA SECRET NOTE SKY : SKY 베가 시크릿노트
SmartPhone/VEGA SECRET UP SKY : SKY 베가 시크릿업
SmartPhone/VEGA IRON2 SKY : SKY 베가 아이언2

SmartPhone/DESIRE HTC : HTC 디자이어
SmartPhone/NEXUS ONE HTC : HTC 넥서스원
SmartPhone/DESIRE HD HTC : HTC 디자이어HD
SmartPhone/Legend HTC : HTC 레전드
SmartPhone/HD2 HTC : HTC HD2
SmartPhone/DESIRE POP HTC : HTC 디자이어팝 wildfire
SmartPhone/Sensation HTC : HTC 센세이션
SmartPhone/Incredibles S HTC : HTC 인크레더블 S
SmartPhone/Titan HTC : HTC 타이탄
SmartPhone/Rezound HTC : HTC 리자운드
SmartPhone/Raider 4G HTC : HTC 레이더
SmartPhone/Holiday HTC : HTC 홀리데이
SmartPhone/BLAST HTC : HTC 블라스트
Mobile/Jetstream LTE HTC : HTC 제트스트림
Mobile/Flyer 4G HTC : HTC 플라이어 4G
SmartPhone/SENSATION XL HTC : HTC 센세이션 XL
SmartPhone/CHA CHA HTC : HTC 차차
SmartPhone/EVO 4G HTC : HTC EVO 4G
SmartPhone/One X HTC : HTC One X
SmartPhone/One M7 HTC : HTC One M7
SmartPhone/One M8 HTC : HTC One M8
SmartPhone/Desire X HTC : HTC 디자이어 X
SmartPhone/Desire Z HTC : HTC 디자이어 Z
SmartPhone/Droid Incredible HTC : HTC 인크레더블
SmartPhone/HD7 HTC : HTC HD7
SmartPhone/Hero HTC : HTC 히어로
SmartPhone/Inspire 4G HTC : HTC 인스파이어 4G
SmartPhone/Tattoo HTC : HTC 타투
SmartPhone/ThunderBolt HTC : HTC 썬더볼트
SmartPhone/Velocity 4G HTC : HTC 벨로씨티

SmartPhone/REACTION SK W : SK 텔레시스 리액션폰

SmartPhone/TAKE KT : KT TAKE
SmartPhone/K PAD KT : K패드 아이덴티티탭
SmartPhone/Smart Ball KT : KT테크 스마트볼
SmartPhone/TAKE 2 KT : KT테크 TAKE2
SmartPhone/TAKE JANUS KT : KT테크 TAKE JANUSf
SmartPhone/TAKE TACHY KT : KT테크 TAKE TACHY
SmartPhone/TAKE HD KT : KT테크 TAKE HD

SmartPhone/Xperia X10 SONY ERICSSON : 소니에릭슨 Xperia X10
SmartPhone/Xperia X10 MINI SONY ERICSSON : 소니에릭슨 Xperia X10 Mini
SmartPhone/Xperia S SONY ERICSSON : 소니에릭슨 Xperia S
SmartPhone/Xperia Z1 SONY : 소니 Xperia Z1
SmartPhone/Xperia Z2 SONY : 소니 Xperia Z2
Mobile/Xperia Tablet S SONY : 소니 Xperia 태블릿 S
Mobile/Xperia Tablet Z SONY : 소니 Xperia 태블릿 Z
Mobile/Xperia Z2 Tablet SONY : 소니 Xperia Z2 태블릿
SmartPhone/Xperia SP 소니 : 소니 Xperia SP

SmartPhone/Venue DELL : Dell Venue
SmartPhone/Streak DELL : Dell Streak

Mobile/EduTab iStation : 아이스테이션 에듀탭
Mobile/i station Buddy iStation : 아이스테이션 버디

Mobile/Transformer ASUS : 에이수스 트랜스포머
Mobile/Transformer Prime ASUS : 에이수스 트랜스포머 Prime
Mobile/Slider ASUS : 에이수스 슬라이더
Mobile/Nexus 7 ASUS : 에이수스 넥서스 7
Mobile/New Nexus 7 ASUS : 에이수스 뉴 넥서스 7
SmartPhone/ZenFone 6 에이수스 : 에이수스 젠폰 6

SmartPhone/Z Phone ZTE : ZTE Z Phone

SmartPhone/Android : Android 중 모델명을 알 수 없는 경우

SmartPhone/BlackJack : Samsung Blackjack SGH I600, SGH I617
SmartPhone/BlackBerry : 블랙베리
Mobile/BlackBerry PlayBook R.I.M : 블랙베리 플레이북
SmartPhone/BlackBerry Q5 R.I.M : 블랙베리 Q5
SmartPhone/BlackBerry BOLD 9900 R.I.M : 블랙베리 볼드 9900

SmartPhone/windows Mobile : windows Mobile

SmartPhone/windows CE : windows CE

2. Feature phone using JVM : 스마트폰이 아닌 일반폰으로 제조사가 구별 가능한 경우 제조사 표시

FeaturePhone/LG : LG Phone
FeaturePhone/Nokia : Nokia Phone
FeaturePhone/SAMSUNG : SAMSUNG Phone
FeaturePhone/SoftBank : SoftBank Phone
FeaturePhone/SonyEricsson : SonyEricsson Phone
FeaturePhone/Vodafone : Vodafone Phone

3. 기타

Mobile/PSP : PSP
PLAYSTATION : PLAYSTATION
Mobile/Web Viewers : Mobile Web Viewers 일반 피쳐폰으로 브라우저가 아닌 어플에서 웹사이트를 방문하는 경우

4. 정체를 알 수 없는 모바일

Unknown : 스마트폰이 아닌 일반폰 Feature phone using JVM 으로 제조사 구별이 불가능한 경우

* 추가적인 검출이 필요한 모바일 기기가 있으면 고객센터 02 6919 5555 로 요청하여 주시기 바랍니다.

* 2011.05.16 오전 12시부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2011.07.26 오후 1시부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2011.11.08 오전 11시부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2011.11.30부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2012.01.26부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2012.03.21부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2012.10.10부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2013.11.28부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2014.06.19부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2016.02.16부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2016.02.22부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.
* 2026.01.27부터 모바일 기기가 리포트에 추가되었습니다.

유의사항
본 리포트는 한 시간 이전의 데이터가 조회됩니다.

## 브라우저

최종 수정일 2009 06 15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1053

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

방문자가 사용하는 웹브라우저 종류와 분포를 나타냅니다.

**리포트 활용**

웹사이트 리뉴얼 및 추가사이트 개발시 어떤 웹브라우저에 적합하게 개발할지 판단합니다.

방문자가 웹사이트 오류를 호소할 경우 어떤 웹브라우저에 맞출지 참고자료를 제공합니다.

**참고**

웹 브라우저 검출

## 운영체제 OS

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1055

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

방문자가 사용하는 컴퓨터의 운영시스템 OS 을 파악한 리포트입니다.

**리포트 활용**

시스템 성격의 리포트이지만, e Biz에 따라 IT분야 및 소프트웨어 판매 등 마케팅 및 기타용으로 활용되기도 합니다.

**참고**

운영체제 OS 의 검출

## 해상도

최종 수정일 2013 12 05 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1057

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상, 모바일 App, 모바일 Web |
|---|---|

**리포트 정의**

방문자가 사용하는 컴퓨터가 지원가능한 화면해상도를 파악한 리포트입니다.

**리포트 활용**

시스템 성격의 리포트로서 웹페이지의 디자인 및 계획등에서 참고자료로 활용됩니다.
최근의 컴퓨터에 부착된 모니터는 최소 800*600 해상도 이상을 지원합니다.
공기업/대기업등에 적은 해상도가 많으며, 가정 및 디자인 업계등은 대체적으로 고해상도가 많습니다.

**참고**

화면 색상/해상도 검출

# 회원 ID 분석

최종 수정일 2026 10 30 · 콘솔 화면: 방문자 회원 ID 분석 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console member id

## 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상. 캠페인 유입 회원·상품 관련 회원은 커머스에디션 레벨 이상에서 제공됩니다. 회원 ID 수집 부가 기능 이 필요합니다.

## 리포트 정의

주문·전환·이탈·캠페인 유입·상품·중요 페이지 경유 등 조건에 해당하는 회원이 누구인지 ID 단위로 찾고, 그 회원의 활동을 확인하는 리포트입니다.

## 리포트 설명

기존 LOGGER의 주문 회원 ID분석 , 캠페인/상품별 ID분석 , 전환/이탈 회원 ID분석 , 중요페이지 경유 회원 ID 분석 4개 리포트를 하나의 화면으로 통합했습니다.

분석 대상 에서 조건을 고르고 검색 필터로 회원을 좁힌 뒤, 회원 ID 목록을 엑셀로 내려받아 개별 타깃 마케팅에 활용할 수 있습니다. 전환 퍼널의 사용자 상세에서 전환회원 상세 · 이탈회원 상세 로 들어오면 분석 대상 전환 회원 · 이탈 회원 이 이어집니다.

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 분석 대상 | 주문 회원 · 전환 회원 · 이탈 회원 · 캠페인 유입 회원 · 상품 관련 회원 · 중요 페이지 경유 회원 중 하나를 선택합니다. |
| 검색 필터 · 주문 회원 | 회원 아이디, 최근 방문 시각, 최근 주문 시각, 주문수·주문상품수·매출총액의 이상/이하 범위를 입력하고 검색 으로 조회합니다. 초기화 는 조건을 처음 상태로 되돌립니다. 처음 열면 최근 방문 시각이 조회 기간으로 지정되어 있습니다. 주문 회원 |
| 검색 필터 · 그 밖의 분석 대상 | 회원 아이디와, 서비스가 제공하는 경우 시각 기간과 주문수·주문 상품수·매출 총액의 이상/이하 범위로 조회 결과를 좁힙니다. 전환 퍼널에서 들어오면 전환 퍼널 연계 · 단계 표시가 나타납니다. 전환·이탈 회원 · 캠페인 유입·상품 관련 회원 · 중요 페이지 경유 회원 |
| 회원 ID 목록 | 회원 ID와 성별·회원특성 등 부가 항목, 방문수·주문수·주문 상품수·매출 총액 등 지표, 최근 방문·주문 시각을 표시합니다. 엑셀 다운로드를 지원합니다. |
| 회원 상세 활동 | 주문 회원 이외의 분석 대상에서 회원 ID 목록의 행을 선택하면 표시됩니다. 선택한 회원의 일자별 지표를 보여 줍니다. |

### 탭·지표별 세부 문서

- 주문 회원: 주문 회원
- 캠페인 유입 회원 · 상품 관련 회원: 캠페인 유입·상품 관련 회원
- 전환 회원 · 이탈 회원: 전환·이탈 회원
- 중요 페이지 경유 회원: 중요 페이지 경유 회원

### 유의사항

- 회원 ID는 분석 스크립트의 TRK RK 회원 ID 값을 할당한 경우에 수집됩니다. 성별·회원특성은 TRK SX, TRK AG 값이 할당되어야 구분됩니다.
- TRK SX, TRK AG 값은 로그인 시 할당되며, 한 번 할당된 값은 방문자 기기의 쿠키에 남아 이후에는 로그인하지 않아도 자동 인식되고 다시 로그인하면 새로 할당된 값으로 바뀝니다.
- 성별의 기타 는 기업고객처럼 성별을 구분할 수 없는 경우 TRK SX U 입니다.
- 주문 회원 목록은 한 번에 최대 1,000명까지 조회합니다. 조건에 맞는 회원이 더 많으면 최근 방문순 상위 회원만 표시하므로 조건을 좁혀 조회해 주십시오.
- 중요 페이지는 TRK PI 값이 설정된 페이지를 말합니다. 캠페인 유입 회원은 TRK CC 캠페인 코드 , 주문 관련 지표는 TRK OA, TRK OP, TRK OE 값 설정이 필요합니다.
- 검색 필터의 시각·범위 항목은 서비스 리포트가 해당 항목을 제공하는 경우에만 표시됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 전환 퍼널 현황

## 주문 회원

최종 수정일 2009 06 15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1275

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK OA, TRK OP, TRK OE, TRK SX, TRK AG, TRK RK |

**리포트 정의**

회원ID별로 주문수, 주문상품수, 매출액을 분석하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 리포트에서는 회원검색 필터 회원아이디, 성별, 회원특성, 주문, 최근방문시각, 최근주문시각 를 통해 분석된 회원상세정보를 파악할 수 있습니다.
각 회원 ID 추출 화면에서 ID를 클릭하여 해당 ID의 상세 히스토리를 조회할 수 있습니다. 방문횟수별 서핑내용, 방문횟수별 주문내역을 확인할 수 있습니다.

연령대는 A,B,C,D,E,F,G의 7가지로 나누어 분류할 수 있고, 각각의 연령대에 대한 설정은 리포트설정 기타설정 회원특성 연령대 등 설정 메뉴에서 사용자의 용도에 맞게 정의할 수 있습니다.
또한 연령대뿐만 아니라 웹페이지에서 TRK AG 회원연령 에 할당되는 값에 따라 직업별,거주지별,업종별 등 필요에 맞게 분류하여 활용할 수도 있습니다.
예를 들어 회원의 직업을 7가지로 분류하여 연령대 사용자 정의에 설정하고, 각각의 직업에 해당하는 알파벳값 **A,B,C,D,E,F,G 중 하나** 을 웹페이지의 TRK AG 회원연령 값에 설정하면 연령대가 아닌 직업별 분류 리포트를 볼 수 있습니다.
성별은 남성,여성,기타의 항목으로 분류되며 기타 항목은 기업고객과 같이 성별을 구분할 수 없는 경우 TRK SX U 에 해당합니다.

**리포트 활용**

해당 회원 ID를 추출하여 개별적인 Target 마케팅활동에 활용할 수 있습니다. 이에 해당하는 회원에게 추가적인 마케팅 메시지를 전달할 경우 Target 마케팅의 성공율은 더욱 높아질 수 있습니다.

**환경변수 설정**

환경변수 설정스크립트 내의 TRK AG 회원연령 등 , TRK SX 회원성별 , TRK RK 회원 ID 값을 웹페이지에서 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.

TRK AG 회원연령 , TRK SX 회원성별 , TRK RK 회원 ID 값의 설정에 대한 도움말을 참고하시기 바랍니다.

TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U
TRK AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G
TRK RK 값의 설정 UUID Reserved Key

**유의사항**

환경변수 설정스크립트 내의 TRK AG 회원연령 값을 할당할 때 분석되므로, 환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 회원이 사이트를 방문하여도 로그인하여 TRK AG 회원연령 값이 할당되지 않으면 회원연령대를 구분할 수 없게 됩니다.

환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 로그인을 거쳐 TRK AG 회원연령 값이 할당된 경우에는 그 값이 회원 PC의 쿠키에 영구적으로 남아 이후 방문시에는 로그인하지 않아도 회원연령대가 자동 인식되며 재로그인시에는 재할당되는 값으로 변경됩니다.

**참고**

전환/이탈 회원 ID 분석
중요페이지 경유 회원 ID 분석

## 캠페인 유입·상품 관련 회원

최종 수정일 2009 06 15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1500

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상 |
|---|---|

| 환경변수 적용 | TRK OA, TRK OP, TRK OE, TRK CC, TRK SX, TRK AG, TRK RK |
|---|---|

**리포트 정의**

마케팅 캠페인에 의한 주문상품/브랜드의 특성과 해당 ID의 추출을 통한 상품별 주문 회원을 분석하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 리포트는 방문자 회원 ID 분석 화면에서 분석 대상을 캠페인 유입 회원 또는 상품 관련 회원 으로 선택하여 조회합니다.
검색 필터를 통해 분석된 회원상세정보를 파악할 수 있습니다.




① 분석 대상: 캠페인 유입 회원 또는 상품 관련 회원 을 선택합니다.
② 회원 아이디: 특정 회원 ID를 입력하여 검색합니다.
③ 최근 방문 시각 · 최근 주문 시각: 조회할 기간을 지정합니다.
④ 주문수 · 주문상품수 · 매출총액 원 등 분석 대상에 맞는 지표의 이상/이하 범위를 입력하여 회원을 좁힙니다.
⑤ 검색 버튼으로 조건을 적용하고, 초기화 버튼으로 조건을 처음 상태로 되돌립니다.
⑥ 회원 ID 목록에 조건에 맞는 회원이 표시되며, 엑셀 다운로드 버튼으로 목록을 내려받을 수 있습니다.

또한, 회원 ID 목록에서 ID를 클릭하여 해당 ID의 상세 히스토리를 조회할 수 있습니다. 방문횟수별 서핑패턴, 방문횟수별 주문내역을 확인할 수 있습니다.

연령대는 A,B,C,D,E,F,G의 7가지로 나누어 분류할 수 있고, 각각의 연령대에 대한 설정은 리포트설정 기타설정 회원특성 연령대 등 설정 메뉴에서 사용자의 용도에 맞게 정의할 수 있습니다.
또한 연령대뿐만 아니라 웹페이지에서 TRK AG 회원연령 에 할당되는 값에 따라 직업별,거주지별,업종별 등 필요에 맞게 분류하여 활용할 수도 있습니다.
예를 들어 회원의 직업을 7가지로 분류하여 연령대 사용자 정의에 설정하고, 각각의 직업에 해당하는 알파벳값 **A,B,C,D,E,F,G 중 하나** 을 웹페이지의 TRK AG 회원연령 값에 설정하면 연령대가 아닌 직업별 분류 리포트를 볼 수 있습니다.
성별은 남성,여성,기타의 항목으로 분류되며 기타 항목은 기업고객과 같이 성별을 구분할 수 없는 경우 TRK SX U 에 해당합니다.

**리포트 활용**

주요 고객에 대한 실제 상세내역을 파악하는 것은 고객의 경험을 간접적으로 체험하는 것이므로 고객에 대한 이해도를 높일 수 있는 기회가 됩니다. 따라서 이를 바탕으로 캠페인별 주문상품/브랜드의 특성과 해당 ID의 추출을 통한 상품별 이벤트에 최적화된 Target 마케팅활동에 활용할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

TRK_OA 값의 설정 Ordered Amount
TRK_OP 값의 설정 Ordered Products
TRK_OE 값의 설정 Ordered EA.
TRK_CC 값의 설정 Campaign Code
TRK_SX 값의 설정 Members Gender M,F,U
TRK_AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G
TRK_RK 값의 설정 UUID Reserved Key

**유의사항**

환경변수 설정스크립트 내의 TRK_AG 회원연령 값을 할당할 때 분석되므로, 환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 회원이 사이트를 방문하여도 로그인하여 TRK_AG 회원연령 값이 할당되지 않으면 회원연령대를 구분할 수 없게 됩니다.

환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 로그인을 거쳐 TRK_AG 회원연령 값이 할당된 경우에는 그 값이 회원 PC의 쿠키에 영구적으로 남아 이후 방문시에는 로그인하지 않아도 회원연령대가 자동 인식되며 재로그인시에는 재할당되는 값으로 변경됩니다.

**참고**

캠페인별 방문/주문/매출액
주문 회원 ID 분석
전환/이탈 회원 ID 분석
중요페이지 경유 회원 ID 분석

## 전환·이탈 회원

최종 수정일 2009 06 15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1501

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK_SX, TRK_AG, TRK_RK |

**리포트 정의**

전환시나리오 분석에서 캠페인 및 회원특성에 따른 전환/이탈회원을 분석하는 리포트입니다.

**리포트 설명**

본 리포트는 방문자 회원 ID 분석 화면에서 분석 대상을 전환 회원 또는 이탈 회원 으로 선택하여 조회합니다. 검색 필터를

통해 분석된 회원상세정보를 파악할 수 있습니다.




① 분석 대상: 전환 회원 또는 이탈 회원 을 선택합니다.
② 회원 아이디: 특정 회원 ID를 입력하여 검색합니다.
③ 최근 방문 시각 · 최근 주문 시각: 조회할 기간을 지정합니다.
④ 주문수 · 주문상품수 · 매출총액 원 등 분석 대상에 맞는 지표의 이상/이하 범위를 입력하여 회원을 좁힙니다.
⑤ 검색 버튼으로 조건을 적용하고, 초기화 버튼으로 조건을 처음 상태로 되돌립니다.
⑥ 회원 ID 목록에 조건에 맞는 회원이 표시되며, 엑셀 다운로드 버튼으로 목록을 내려받을 수 있습니다.

또한 회원 ID 목록에서 ID를 클릭하여 해당 ID의 상세 히스토리를 조회할 수 있습니다. 방문횟수별 서핑내용, 방문횟수별 주문내역을 확인할 수 있습니다.

연령대는 A,B,C,D,E,F,G의 7가지로 나누어 분류할 수 있고, 각각의 연령대에 대한 설정은 리포트설정 기타설정 회원특성 연령대 등 설정 메뉴에서 사용자의 용도에 맞게 정의할 수 있습니다.
또한 연령대뿐만 아니라 웹페이지에서 TRK AG 회원연령 에 할당되는 값에 따라 직업별,거주지별,업종별 등 필요에 맞게 분류하여 활용할 수도 있습니다.
예를 들어 회원의 직업을 7가지로 분류하여 연령대 사용자 정의에 설정하고, 각각의 직업에 해당하는 알파벳값 **A,B,C,D,E,F,G 중 하나** 을 웹페이지의 TRK AG 회원연령 값에 설정하면 연령대가 아닌 직업별 분류 리포트를 볼 수 있습니다.
성별은 남성,여성,기타의 항목으로 분류되며 기타 항목은 기업고객과 같이 성별을 구분할 수 없는 경우 TRK SX U 에 해당합니다.

**리포트 활용**

해당 회원 ID를 추출하여 개별적인 Target 마케팅활동에 활용할 수 있습니다.

**환경변수 설정**

환경변수 설정스크립트 내의 TRK AG 회원연령 등 , TRK SX 회원성별 , TRK RK 회원 ID 값을 웹페이지에서 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.

TRK AG 회원연령 , TRK SX 회원성별 , TRK RK 회원 ID 값의 설정에 대한 도움말을 참조하기 바랍니다.

TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U
TRK AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G

TRK RK 값의 설정 UUID Reserved Key

**유의사항**

환경변수 설정스크립트 내의 TRK AG 회원연령 값을 할당할 때 분석되므로, 환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 회원이 사이트를 방문하여도 로그인하여 TRK AG 회원연령 값이 할당되지 않으면 회원연령대를 구분할 수 없게 됩니다.

환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 로그인을 거쳐 TRK AG 회원연령 값이 할당된 경우에는 그 값이 회원 PC의 쿠키에 영구적으로 남아 이후 방문시에는 로그인하지 않아도 회원연령대가 자동 인식되며 재로그인시에는 재할당되는 값으로 변경됩니다.

**참고**

전환 시나리오
주문 회원 ID 분석
중요페이지 경유 회원 ID 분석

## 중요 페이지 경유 회원

최종 수정일 2009 06 15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1502

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK PI, TRK SX, TRK AG, TRK RK |

**리포트 정의**

웹사이트 내에 있는 중요한 페이지들, 즉 전환을 위한 페이지, 이벤트 페이지, 신청양식 페이지와 같이 고객이 관심을 가졌는지 아닌지 여부를 판단할 수 있는 중요페이지에 대해 경유한 회원을 추출하는 분석 리포트입니다.

* 중요페이지란 TRK PI 값이 설정되어 있는 페이지에 한하여 전환/이탈률과 무관하게 설정된 페이지를 말합니다.

TRK PI 값 설정방법에 대한 자세한 설명은 TRK PI 값의 설정 Page Identity 항목을 참고하십시오.

**리포트 설명**

본 리포트에서는 회원검색 필터 성별, 회원특성, 캠페인명, 시나리오 단계 를 통해 분석된 회원상세정보를 파악할 수 있습니다.
각 회원 ID 추출 화면에서 ID를 클릭하여 해당 ID의 상세 히스토리를 조회할 수 있습니다. 방문횟수별 서핑내용, 방문횟수별 주문내역을 확인할 수 있습니다.

연령대는 A,B,C,D,E,F,G의 7가지로 나누어 분류할 수 있고, 각각의 연령대에 대한 설정은 리포트설정 기타설정 회원특성 연령대 등 설정 메뉴에서 사용자의 용도에 맞게 정의할 수 있습니다.
또한 연령대뿐만 아니라 웹페이지에서 TRK AG 회원연령 에 할당되는 값에 따라 직업별,거주지별,업종별 등 필요에 맞게 분류하여 활용할 수도 있습니다.

예를 들어 회원의 직업을 7가지로 분류하여 연령대 사용자 정의에 설정하고, 각각의 직업에 해당하는 알파벳값 **A,B,C,D,E,F,G 중 하나** 을 웹페이지의 TRK AG 회원연령 값에 설정하면 연령대가 아닌 직업별 분류 리포트를 볼 수 있습니다.
성별은 남성,여성,기타의 항목으로 분류되며 기타 항목은 기업고객과 같이 성별을 구분할 수 없는 경우 TRK SX U 에 해당합니다.

**리포트 활용**

해당 회원 ID를 추출하여 개별적인 Target 마케팅활동에 활용할 수 있습니다. 이에 해당하는 회원에게 추가적인 마케팅 메시지를 전달할 경우 Target 마케팅의 성공률은 더욱 높아질 수 있습니다.

**환경변수 설정**

환경변수 설정스크립트 내의 TRK AG 회원연령 등 , TRK SX 회원성별 , TRK RK 회원 ID 값을 웹페이지에서 할당할 경우 분석되는 리포트입니다.

TRK AG 회원연령 , TRK SX 회원성별 , TRK RK 회원 ID 값의 설정에 대한 도움말을 참고하시기 바랍니다.

TRK PI 값의 설정 Page Identity
TRK SX 값의 설정 Members Gender M,F,U
TRK AG 값의 설정 Member Age A,B,C,D,E,F,G
TRK RK 값의 설정 UUID Reserved Key

**유의사항**

환경변수 설정스크립트 내의 TRK AG 회원연령 값을 할당할 때 분석되므로, 환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 회원이 사이트를 방문하여도 로그인하여 TRK AG 회원연령 값이 할당되지 않으면 회원연령대를 구분할 수 없게 됩니다.

환경변수를 웹사이트에 적용한 이후 로그인을 거쳐 TRK AG 회원연령 값이 할당된 경우에는 그 값이 회원 PC의 쿠키에 영구적으로 남아 이후 방문 시에는 로그인하지 않아도 회원연령대가 자동 인식되며 재 로그인 시에는 재할당되는 값으로 변경됩니다.

**참고**

주문 회원 ID 분석
전환/이탈 회원 ID 분석

## 접속 로그

최종 수정일 2013 12 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1041

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**리포트 정의**

방문자의 IP 를 방문횟수가 많은 순서대로 나열한 리포트입니다.

**리포트 설명**

방문자의 IP 에 따라 방문횟수를 분석하는 리포트로 마케팅 등의 목적보다는 시스템측면에서 활용될 수 있습니다.

**리포트 활용**

방문자의 IP를 통해 어떤 IP HOST 에서 많은 접속이 이루어지는지 알 수 있습니다.
방문 세션에 기준하여 IP수를 측정하므로 정확하다고 볼 수 있습니다.
상위권에 위치한 IP의 경우 특정 기업 또는 네트워크의 Proxy 호스트 또는 Cache 서버인 경우가 많습니다.

**유의사항**

2003년 11월 1일부터 IP에 해당하는 HostName resolved address 을 제공하지 않습니다.

**참고**

이 리포트는 과거 로그분석시 방문자 국가, 서비스ISP, 회사 및 조직 등의 리포트가 개발되기 이전에 사용되던 리포트로서 최근에는 그 사용 정도가 낮아졌습니다.

PART

# 04

# 설정

문서 27건

- 광고 분석 스크립트 설정
- 캠페인 생성 및 관리
- 동적페이지 설정
- 전환단계 페이지 설정
- KPI 설정
- 클릭 이벤트 설정
- 기타 설정

# 광고 분석 스크립트 설정

## 광고 분석 스크립트 설정

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 설정 광고 분석 스크립트 설정 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console settings collect

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 .

### 기능 정의

이메일·배너 광고의 노출과 클릭을 추적하는 광고 분석 스크립트를 만들고 관리하는 설정 화면입니다.

### 기능 설명

광고를 등록하면 광고 코드가 발급되고, 광고 게재 위치에 붙여 넣을 게재용 HTML 스크립트가 만들어집니다. 이 스크립트로 게재한 광고의 노출수·클릭수가 이메일/배너 광고 리포트에 집계됩니다.

광고를 광고 그룹으로 묶어 관리할 수 있고, 더 이상 쓰지 않는 광고는 추적을 중지할 수 있습니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 광고 분석 스크립트 목록 | 광고명·광고 코드, 광고 상품, 광고그룹명, 연결 URL, 등록일. 행을 펼치면 게재용 HTML 스크립트 표시 |
| 검색·필터 | 광고명·광고 코드·URL·그룹명 검색, 광고 상품·추적 상태 필터, 페이지당 표시 개수 선택 |
| 관리 버튼 | 스크립트 보기, 수정, 삭제, 추적 중지·재개 |
| 광고 그룹 관리 | 광고 그룹 추가·이름 수정·삭제, 그룹에 광고 추가 |

### 설정 방법

광고 분석 스크립트 생성 을 누릅니다.

광고 그룹 선택 , 광고명, 광고 상품 이미지·이메일·텍스트 , 이동 URL, 광고 이미지 URL 선택 을 입력하고 생성 을 누릅니다. 광고 상품별 설명은 아래 세부 기능 매뉴얼 을 참고해 주십시오.

목록에서 새 광고 행이 펼쳐지면 게재용 HTML 스크립트를 스크립트 복사 로 복사합니다.

복사한 스크립트를 이메일 본문이나 배너 게재 위치에 붙여 넣습니다.

### 활용

- 제휴 배너·뉴스레터 등 외부 광고의 노출 대비 클릭률 비교
- 광고 그룹별로 묶어 프로모션 단위 성과 확인

### 유의사항

- 등록한 광고의 광고 상품 유형은 바꿀 수 없습니다. 유형을 바꾸려면 새로 등록해 주십시오.
- 삭제하거나 추적을 중지하면 그 이후의 노출·클릭은 수집되지 않습니다.
- 플래시 광고는 브라우저 지원이 종료되어 새로 게재할 수 없습니다. 이미지 광고로 등록해 주십시오.
- 광고 그룹에 등록된 광고가 있으면 그룹을 삭제할 수 없습니다. 광고를 다른 그룹으로 옮긴 뒤 삭제합니다.

### 세부 기능 매뉴얼

- 이메일 광고: 이메일 뉴스레터  분석스크립트 생성
- 이미지 광고 배너 : 이미지배너 분석스크립트 생성
- 텍스트 광고: 텍스트 광고 분석스크립트 생성

**함께 보면 좋은 문서**

- 이메일/배너 광고 노출/클릭

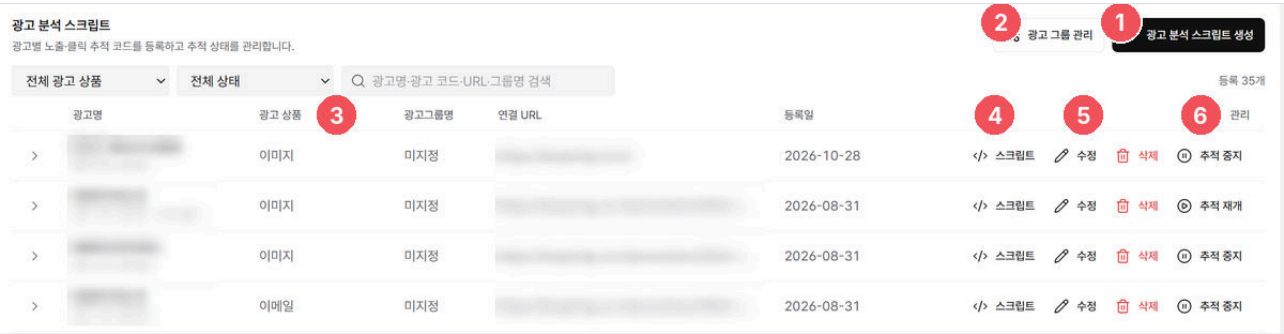
## 이메일 뉴스레터  분석스크립트 생성

최종 수정일 2026 09 01 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/237

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨  이상 |
| **제공되는 리포트** | 이메일/배너 광고 노출/클릭<br>이메일/배너 노출수 추세<br>이메일/배너 클릭수 추세<br>이메일/배너 클릭율 추세 |

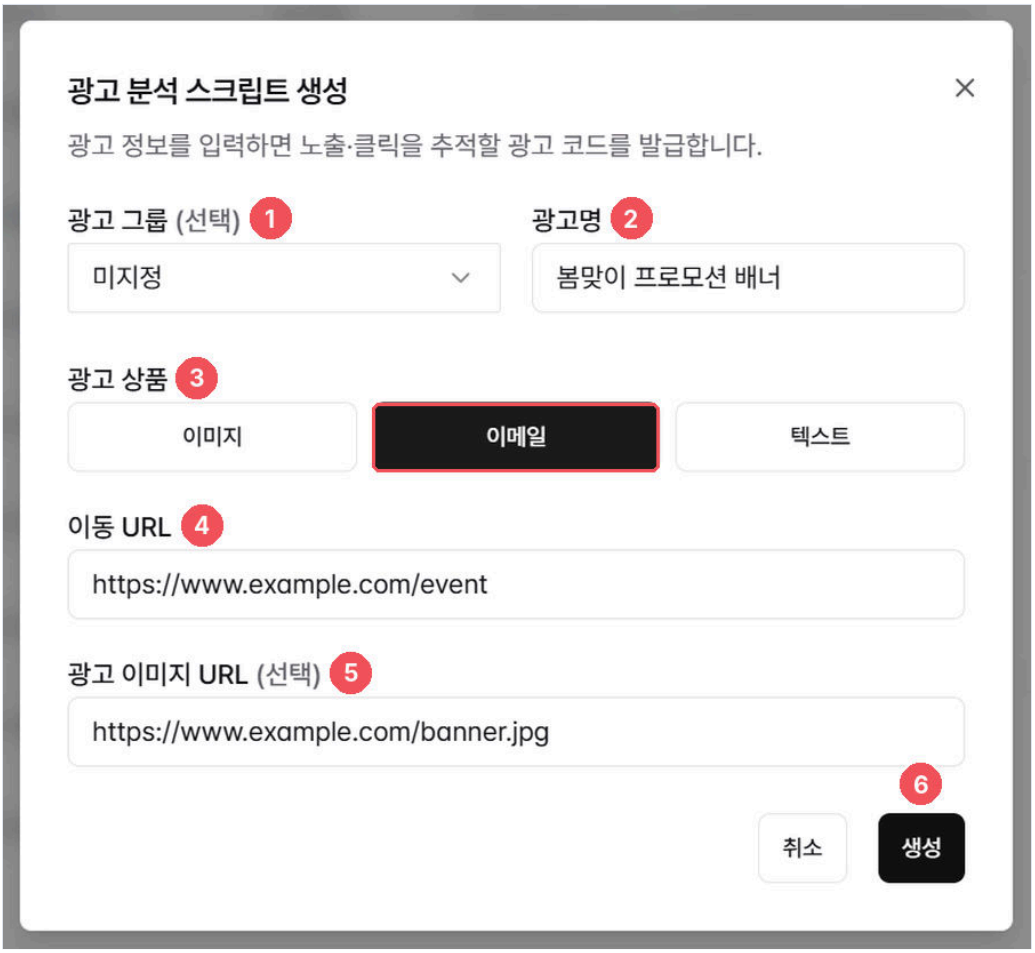
#### 분석스크립트 생성

경로: 설정  광고 분석 스크립트 설정




① 광고 분석 스크립트 생성  버튼을 클릭하여 새 광고를 등록합니다. 등록 항목은 아래 1  6의 설명을 참고하시기 바랍니다.
② 광고 그룹 관리 에서 광고를 묶어 관리할 광고 그룹을 관리합니다.
③ 광고 상품 열에서 등록한 광고의 유형 이미지, 이메일, 텍스트 등 을 확인하며, 상단의  전체 광고 상품  목록으로 유형별로 걸러 볼 수 있습니다.

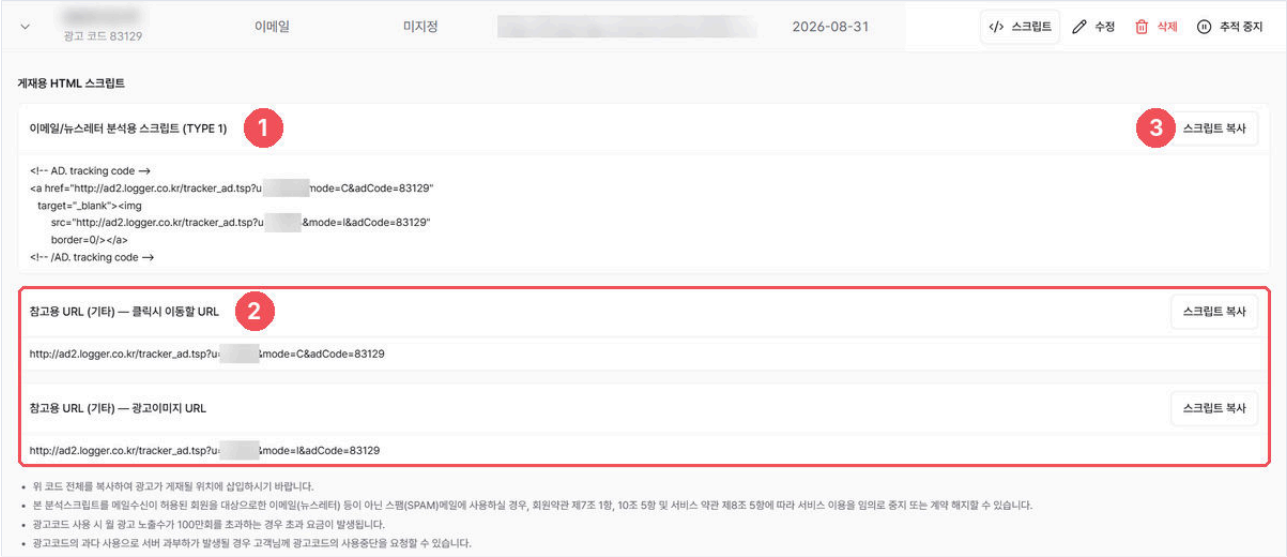
④ 스크립트 버튼을 클릭하면 해당 광고의 분석스크립트를 확인할 수 있습니다.
⑤ 수정 버튼으로 등록한 광고 정보를 수정합니다.
⑥ 추적 중지 버튼으로 광고의 추적을 중지하며, 중지한 광고는 추적 재개 로 다시 추적합니다.




광고 분석 스크립트 생성 버튼을 클릭하면 광고 분석 스크립트 생성 대화상자가 열립니다. 광고는 화면 왼쪽 위 서비스 선택 상자에서 선택되어 있는 서비스에 등록됩니다.

1. 광고 그룹 선택 : 해당 광고를 특정 광고 그룹으로 묶어 관리할 수 있습니다. 묶지 않을 경우 미지정 으로 둡니다. 선택사항
2. 광고명: 사용자가 확인하기 편리한 광고명 이메일 명 을 입력합니다.
ex 6월 뉴스레터, 2008년 로거 소식..... 등
3. 광고 상품: 이메일 을 선택합니다.
4. 이동 URL: 광고를 클릭한 경우 연결되는 URL을 입력합니다. 최대 500자까지 입력 가능합니다. 2026년 8월 31일부터 제공
* 다수의 연결 URL이 있을 경우 대표적인 하나만 입력합니다.
5. 광고 이미지 URL 선택 : 고객님 웹서버에 저장된 광고 이미지의 URL을 입력합니다.
6. 생성 버튼을 클릭하면 광고가 등록되며, 분석스크립트를 받으실 수 있습니다.

**적용방법**




광고 목록에서 해당 광고의 스크립트 버튼을 클릭하면 행 아래에 게재용 HTML 스크립트 가 펼쳐집니다.
1. 이메일/뉴스레터 분석용 스크립트 TYPE 1 입니다.
2. 참고용 URL 기타 클릭시 이동할 URL과 광고이미지 URL입니다.
3. 스크립트 복사 버튼으로 각 스크립트 URL 를 복사합니다.
아래 설명의 위 1번 , 위 2번 은 화면의 번호를 가리킵니다.

1. 기본 적용
위 1번의 분석스크립트를 이메일 광고가 게재될 위치에 삽입하시면 됩니다. 이 스크립트에는 이미지 경로와 광고 클릭시 이동할 URL이 포함되어 있어 이메일 내의 이미지 배너 에 적용할 때 편리하게 이용하실 수 있습니다.

2. 이메일의 노출수와 클릭수를 분리하여 적용
위 2번의 참고용 URL 기타 을 이용하면 됩니다.
노출수 체크
이메일 내의 다수의 링크에 적용하여 통합된 클릭수를 측정하고자 할 경우에는 이미지를 등록하지 않으셔도 됩니다.
광고 이미지URL을 복사하여 img 태그에 적용하여 이메일 내용에 영향을 미치지 않는 HTML에 삽입합니다. 이미지맵 링크에도 적용가능합니다.
ex http://ad2.logger.co.kr/tracker ad.tsp?u=1234 mode=I adCode=1234 width=1 height=1
* 이미지의 노출을 완전히 막으시려면 이미지 태그 앞뒤로 div style= visibility:hidden img... 중략 ... /div 와 같이 하시는 것도 좋습니다.
클릭수 체크
클릭시 이동할 URL은 a href=... 부분에 적용하여 이메일 내에서 클릭하여 넘어가는 부분에 적용합니다.
ex a href=http://ad2.logger.co.kr/tracker ad.tsp?u=1234 mode=C adCode=1234 ..... a

3. 이메일 내 다수의 이동 URL 분석에 적용
위 2번의 분리형 분석스크립트를 이용하면 됩니다. 이메일내의 각각의 링크 URL을 통합된 클릭수를 측정할 수 있습니다.
ex 이동할 주소: www.yourdomain.com/event06/index.asp 일 경우 다음과 같이 적용합니다.
a href= http://ad2.logger.co.kr/tracker ad.tsp?
u=1234 mode=C adCode=1234 URL=www.yourdomain.com/event06/index.asp ..... /a
**주의** 이동할 주소에 ?, 의 파라미터 구분자가 포함되어 있을 경우 urlencode 하여 변경한 값을 지정하셔야 합니다.
? 3F , 26

ex ..... URL=www.yourdomain.com/event06/index.asp**?**para1 AAA para2 BBB
..... URL=www.yourdomain.com/event06/index.asp **3F**para1 AAA **26**para2 BBB

**주의사항**

HTML 형식으로 작성되어 발송되어야 하며, 일반 text 형식의 메일은 측정할 수 없습니다.
플래시 Macromedia Flash 는 대부분의 이메일 클라이언트에서 보여지지 않습니다.
이메일 분석스크립트를 적용한 이메일 발송시 이메일내의 이미지가 메일에 인코딩되어 포함되지 않도록 하여야 합니다.
그러기 위해서는 예를 들어,
아웃룩 익스프레스를 사용하여 개별적으로 메일을 발송한다고 가정하였을 때, 새로 메일작성 창에서 서식 메뉴의 메시지와 함께 그림보내기 항목이 선택 해제되어 있어야 합니다.
일반적으로 대량 이메일을 발송하는 프로그램에서는 이미지를 이메일에 포함 인코딩 하여 보낼 경우 용량이 과다하여 부하가 크므로, 자동적으로 이미지는 포함되지 않고 발송됩니다만, 간혹 이미지를 포함하여 발송하는 메일발송 프로그램에서는 이에 대한 주의가 필요합니다. 이미지가 인코딩되어 발송될 경우 이메일의 노출수 분석이 되지 않고 클릭수 분석만 됩니다.

**TIP 채널별 분석 적용**

특정 광고/제휴사 페이지로부터 접속하는 방문자에 대하여 로그분석 리포트를 별도 채널로 분리할 수 있습니다.

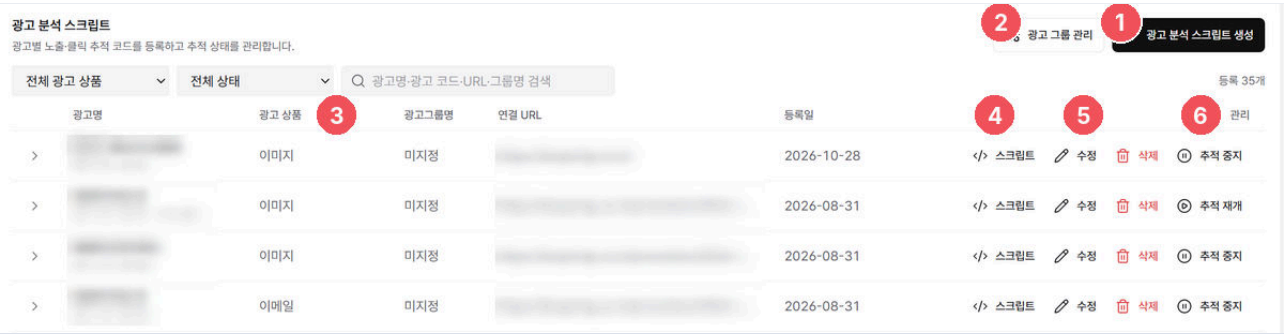
## 이미지배너 분석스크립트 생성

최종 수정일 2026 09 01 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/238

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 이메일/배너 광고 노출/클릭<br>이메일/배너 노출수 추세<br>이메일/배너 클릭수 추세<br>이메일/배너 클릭율 추세 |

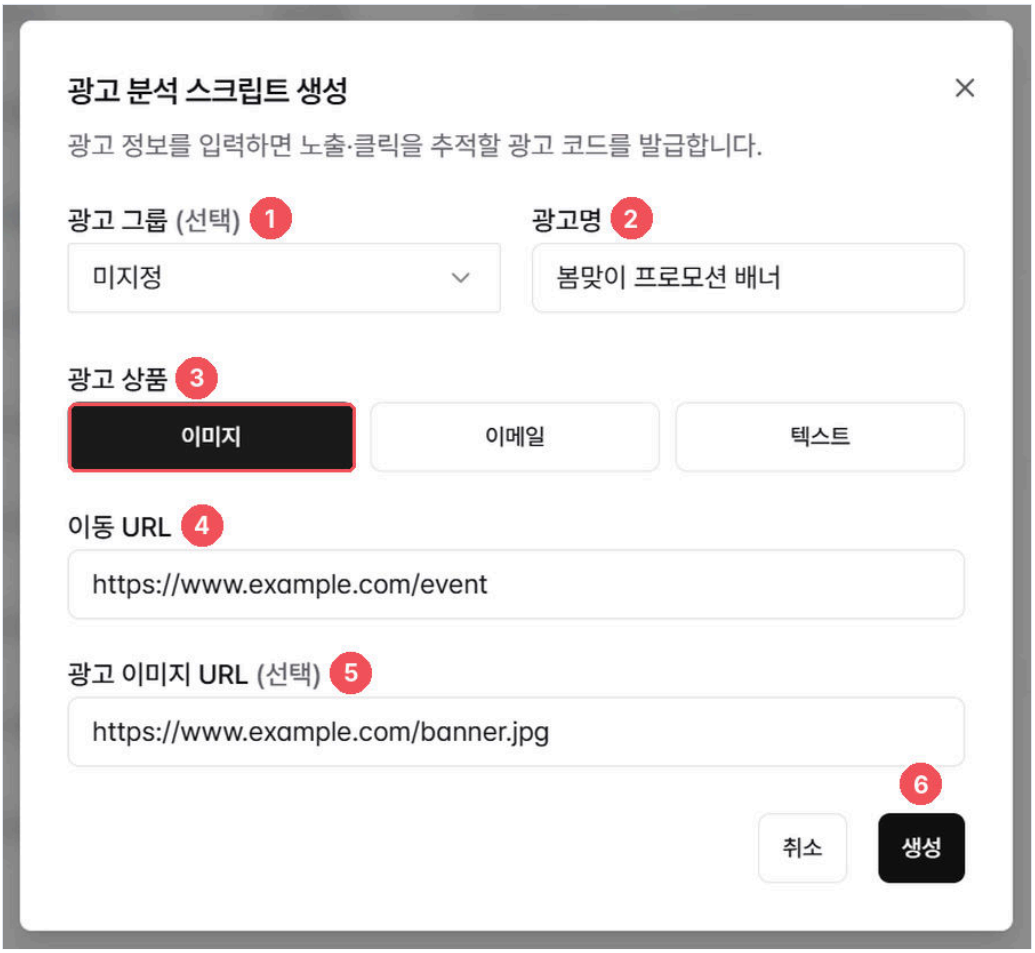
**분석스크립트 생성**

경로: 설정 광고 분석 스크립트 설정




① 광고 분석 스크립트 생성 버튼을 클릭하여 새 광고를 등록합니다. 등록 항목은 아래 1 6의 설명을 참고하시기 바랍니다.
② 광고 그룹 관리 에서 광고를 묶어 관리할 광고 그룹을 관리합니다.
③ 광고 상품 열에서 등록한 광고의 유형 이미지, 이메일, 텍스트 등 을 확인하며, 상단의 전체 광고 상품 목록으로 유형별로 걸러 볼 수 있습니다.

④ 스크립트 버튼을 클릭하면 해당 광고의 분석스크립트를 확인할 수 있습니다.
⑤ 수정 버튼으로 등록한 광고 정보를 수정합니다.
⑥ 추적 중지 버튼으로 광고의 추적을 중지하며, 중지한 광고는 추적 재개 로 다시 추적합니다.




광고 분석 스크립트 생성 버튼을 클릭하면 광고 분석 스크립트 생성 대화상자가 열립니다. 광고는 화면 왼쪽 위 서비스 선택 상자에서 선택되어 있는 서비스에 등록됩니다.

1. 광고 그룹 선택 : 해당 광고를 특정 광고 그룹으로 묶어 관리할 수 있습니다. 묶지 않을 경우 미지정 으로 둡니다. 선택사항
2. 광고명: 사용자가 확인하기 편리한 광고명을 입력합니다.

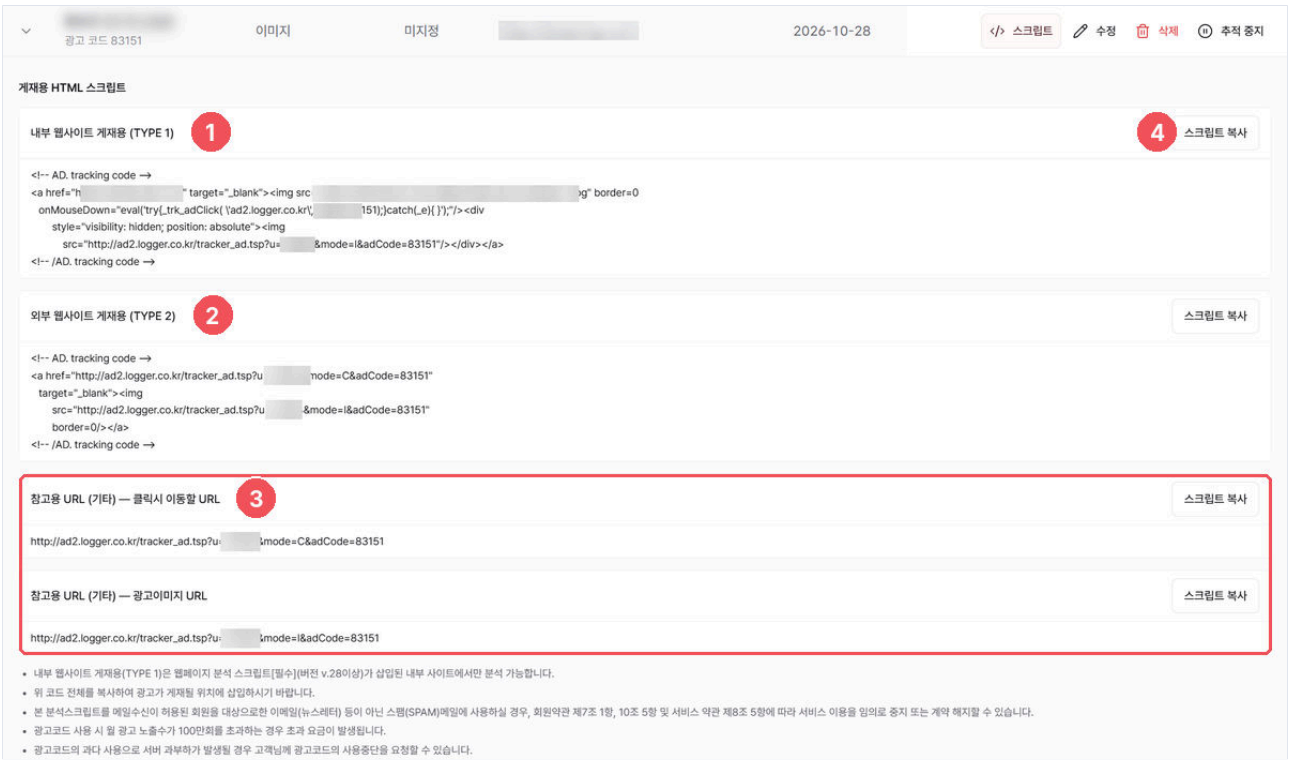
ex 왼쪽 이벤트 배너, 봄맞이 프로모션 배너..... 등

3. 광고 상품: 이미지 를 선택합니다.
4. 이동 URL: 광고를 클릭한 경우 연결되는 URL을 입력합니다. 최대 500자까지 입력 가능합니다. 2026년 8월 31일 업데이트

* 다수의 연결 URL이 있을 경우 대표적인 하나만 입력합니다.

5. 광고 이미지 URL 선택 : 고객님 웹서버에 저장된 광고 이미지의 URL을 입력합니다.
6. 생성 버튼을 클릭하면 광고가 등록되며, 분석스크립트를 받으실 수 있습니다.

**적용방법**




광고 목록에서 해당 광고의 스크립트 버튼을 클릭하면 행 아래에 게재용 HTML 스크립트 가 펼쳐집니다. 아래 1 3은 화면의 번호와 같으며, 4번 스크립트 복사 버튼으로 각 스크립트 URL 를 복사합니다.

1. 내부 웹사이트 게재용
웹페이지 분석 스크립트 필수 v.28이상이 삽입된 내부 사이트에서만 사용될 수 있습니다. 위 코드 전체를 복사하여 광고가 게재될 위치에 삽입하시기 바랍니다.

2. 외부 웹사이트 게재용
웹페이지 분석 스크립트 필수 가 삽입되지 않는 외부 사이트 파트너사, 제휴사 등 에 사용될 수 있습니다. 내부 웹사이트와 마찬가지로 광고가 게재될 위치에 삽입하시기 바랍니다.

3. 분리형
노출수와 클릭수를 분리하여 측정하는 경우 사용합니다.
이미지 광고 내 다수의 이동 링크에 적용
ex 이동할 주소: www.yourdomain.com/event06/index.asp 일 경우 다음과 같이 적용합니다.
a href= http://ad2.logger.co.kr/tracker ad.tsp?
u=1234 mode=C adCode=1234 URL=www.yourdomain.com/event06/index.asp ..... /a
**주의** 이동할 주소에 ?, 의 파라미터 구분자가 포함되어 있을 경우 urlencode 하여 변경한 값을 지정하셔야 합니다.
? 3F , 26
ex ..... URL=www.yourdomain.com/event06/index.asp**?**para1 AAA para2 BBB
..... URL=www.yourdomain.com/event06/index.asp **3F**para1 AAA **26**para2 BBB

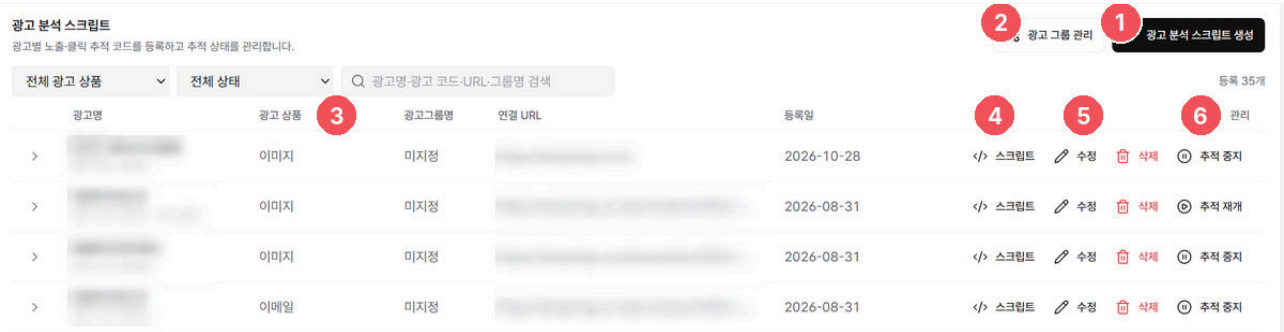
# 텍스트 광고 분석스크립트 생성

최종 수정일 2026 09 01 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/241

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 이메일/배너 광고 노출/클릭<br>이메일/배너 노출수 추세<br>이메일/배너 클릭수 추세<br>이메일/배너 클릭율 추세 |

### 분석스크립트 생성

경로: 설정 광고 분석 스크립트 설정




① 광고 분석 스크립트 생성 버튼을 클릭하여 새 광고를 등록합니다. 등록 항목은 아래 1 6의 설명을 참고하시기 바랍니다.

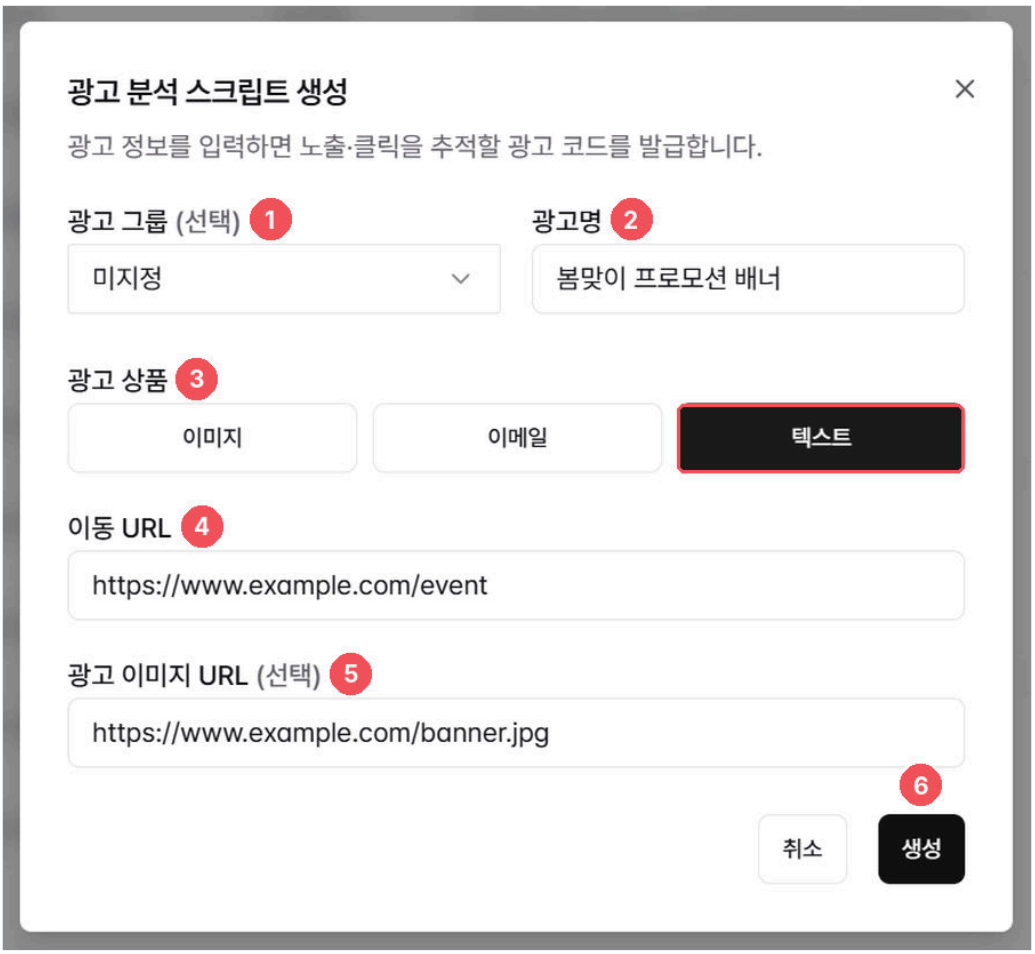
② 광고 그룹 관리 에서 광고를 묶어 관리할 광고 그룹을 관리합니다.

③ 광고 상품 열에서 등록한 광고의 유형 이미지, 이메일, 텍스트 등 을 확인하며, 상단의 전체 광고 상품 목록으로 유형별로 걸러 볼 수 있습니다.

④ 스크립트 버튼을 클릭하면 해당 광고의 분석스크립트를 확인할 수 있습니다.

⑤ 수정 버튼으로 등록한 광고 정보를 수정합니다.

⑥ 추적 중지 버튼으로 광고의 추적을 중지하며, 중지한 광고는 추적 재개 로 다시 추적합니다.




광고 분석 스크립트 생성 버튼을 클릭하면 광고 분석 스크립트 생성 대화상자가 열립니다. 광고는 화면 왼쪽 위 서비스 선택 상자에서 선택되어 있는 서비스에 등록됩니다.

1. 광고 그룹 선택 : 해당 광고를 특정 광고 그룹으로 묶어 관리할 수 있습니다. 묶지 않을 경우 미지정 으로 둡니다. 선택사항
2. 광고명: 사용자가 확인하기 편리한 광고명을 입력합니다.

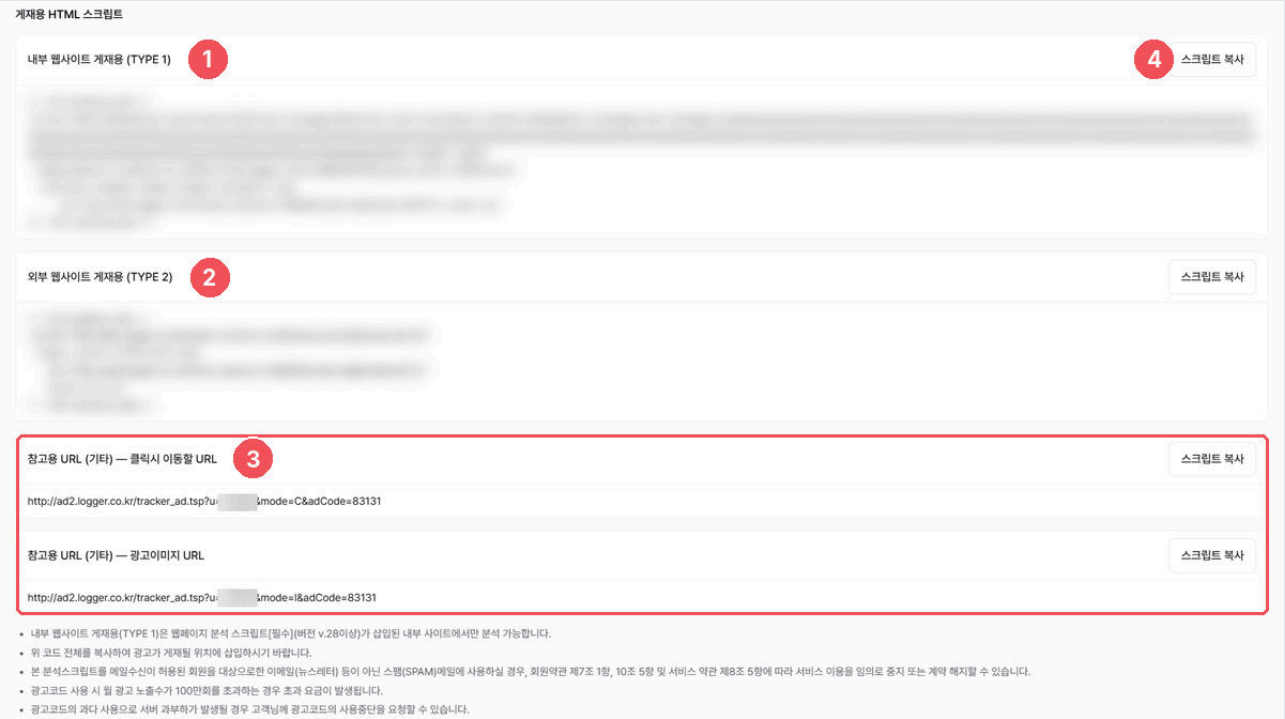
ex 7월 이벤트, 회원가입 안내 문구..... 등

3. 광고 상품: 텍스트 를 선택합니다.
4. 이동 URL: 광고를 클릭한 경우 연결되는 URL을 입력합니다. 최대 500자까지 입력 가능합니다. 2026년 8월 31일 업데이트

* 다수의 연결 URL이 있을 경우 대표적인 하나만 입력합니다.

5. 광고 이미지 URL 선택 : 선택 입력 항목이며, 텍스트 광고에서는 비워 두셔도 됩니다.
6. 생성 버튼을 클릭하면 광고가 등록되며, 분석스크립트를 받으실 수 있습니다.

**적용방법**




광고 목록에서 해당 광고의 스크립트 버튼을 클릭하면 행 아래에 게재용 HTML 스크립트 가 펼쳐집니다. 아래 1 3은 화면의 번호와 같으며, 4번 스크립트 복사 버튼으로 각 스크립트 URL 를 복사합니다.

1. 내부 웹사이트 게재용
웹페이지 분석 스크립트 필수 v.28이상이 삽입된 내부 사이트에서만 사용될 수 있습니다. 위 코드 전체를 복사하여 광고가 게재될 위치에 삽입하시기 바랍니다.

2. 외부 웹사이트 게재용
웹페이지 분석 스크립트 필수 가 삽입되지 않는 외부 사이트 파트너사, 제휴사 등 에 사용될 수 있습니다. 내부 웹사이트와 마찬가지로 광고가 게재될 위치에 삽입하시기 바랍니다.

3. 분리형
노출수와 클릭수를 분리하여 측정하는 경우 사용합니다.
텍스트 광고 다수의 이동 링크에 적용
ex 이동할 주소: www.yourdomain.com/event06/index.asp 일 경우 다음과 같이 적용합니다.
a href= http://ad2.logger.co.kr/tracker ad.tsp?
u=1234 mode=C adCode=1234 URL=www.yourdomain.com/event06/index.asp ..... /a
**주의** 이동할 주소에 ?, 의 파라미터 구분자가 포함되어 있을 경우 urlencode 하여 변경한 값을 지정하셔야 합니다.
? 3F , 26
ex ..... URL=www.yourdomain.com/event06/index.asp**?**para1 AAA para2 BBB
..... URL=www.yourdomain.com/event06/index.asp **3F**para1 AAA **26**para2 BBB

# 캠페인 생성 및 관리

## 캠페인 생성 및 관리

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 설정 캠페인 생성 및 관리 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console settings campaign url

### 해당 제품 서비스

캠페인 생성은 커머스 이상 서비스에서 사용할 수 있습니다. 간편광고·CPC·모바일 배너 URL은 웹사이트 서비스에서 사용할 수 있습니다.

### 기능 정의

마케팅 캠페인과 광고별 추적 URL 간편광고·CPC 광고·모바일 배너광고 을 만들고 관리하는 설정 화면입니다.

### 기능 설명

캠페인을 만들고 광고 URL을 캠페인에 연결하면, 해당 광고로 들어온 방문·전환이 캠페인 리포트에 집계됩니다.

광고 URL마다 추적 URL이 만들어지며, 이 추적 URL을 광고의 링크 주소로 사용합니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 광고 URL 카드 | 간편광고 URL, CPC 광고 URL, 모바일 배너광고의 등록 개수와 설정하기 |
| 캠페인 목록 | 캠페인 코드·그룹·이름·기간 내 집행비용·시작일·종료일. 그룹 필터·검색·정렬·페이지당 표시 개수 |
| 캠페인 펼침 | QR 추적 URL 복사, 연결된 광고 목록, 간편광고·CPC 광고 연결 |
| 캠페인 그룹 관리 | 그룹 생성·이름 수정·삭제, 캠페인을 그룹에 연결 |
| 광고 URL 화면 | 광고명·매체·캠페인·URL·등록일 목록, 캠페인 필터·검색·페이지당 표시 개수, 등록·수정·삭제 |

### 설정 방법

캠페인 생성 으로 캠페인 이름·기간·그룹을 등록합니다 캠페인 분석코드 생성 . 커머스 미만에서는 캠페인 설정이 제공되지 않습니다.

간편광고 URL·CPC 광고 URL·모바일 배너광고 카드의 설정하기 에서 광고 URL을 등록합니다 모바일 배너광고는 CSV 일괄등록 지원 .

캠페인 행을 펼쳐 간편광고 등록 · CPC 광고 등록 으로 광고 URL을 캠페인에 연결합니다.

광고 URL 화면의 추적 URL을 복사해 광고 매체의 링크 주소로 사용합니다.

### 활용

- 프로모션별 캠페인을 만들어 광고 채널을 묶어서 성과 비교
- 오프라인 홍보물에는 QR 추적 URL을 사용해 유입 측정

### 유의사항

- 캠페인 생성은 커머스 이상 서비스 전용입니다. 비즈니스 이하 서비스는 CPC 광고 URL 등록 화면의 캠페인 선택 에 등록된 유효 캠페인이 존재하지 않습니다. 가 표시되며, 캠페인 없이 키워드·URL만 등록하면 됩니다.
- 간편광고 URL은 계정의 모든 서비스에 공통으로 표시됩니다.
- CPC 광고 URL은 선택한 서비스와 서비스가 지정되지 않은 URL을 함께 표시합니다.
- 모바일 배너광고 CSV 파일은 1열 광고명, 2열 이동 URL 형식이며, 한글 엑셀에서 저장한 CSV EUC KR 도 읽을 수 있습니다.
- 같은 광고명·같은 URL을 다시 등록하면 새 행이 늘지 않고 기존 행이 갱신됩니다.

### 세부 기능 매뉴얼

- 간편광고 URL: 간편광고 분석 URL 생성
- CPC 광고 URL: CPC광고 분석 URL 생성
- 모바일 배너광고: 모바일 배너광고 분석 URL 생성
- 캠페인 생성: 캠페인 분석코드 생성

**함께 보면 좋은 문서**

- 간편 광고분석
- 캠페인

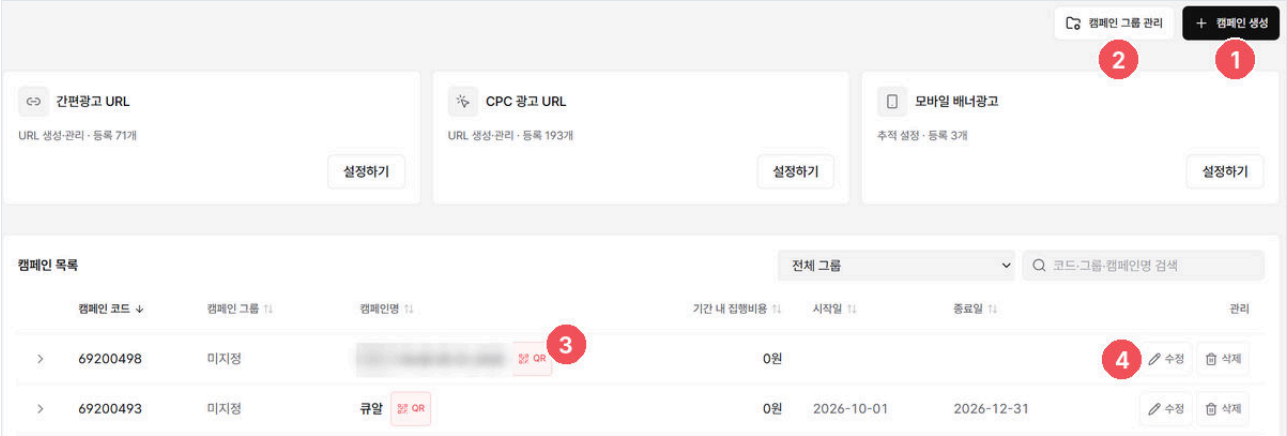
## 캠페인 분석코드 생성

최종 수정일 2018 10 29 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/242

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 캠페인별 회원등록 추세<br>캠페인별 주문 추세<br>캠페인별 매출 추세<br>캠페인별 회원등록당 비용<br>캠페인별 방문당 비용<br>캠페인별 방문 추세<br>캠페인별 주문당 비용<br>캠페인별 비용대비 매출 ROI<br>캠페인별 주문상품<br>캠페인별 회원등록/등록율<br>캠페인별 회원/주문/매출<br>캠페인별 회원특성<br>캠페인별 랜딩페이지 반송률 |

**캠페인코드 생성**

경로: 설정 캠페인 생성 및 관리

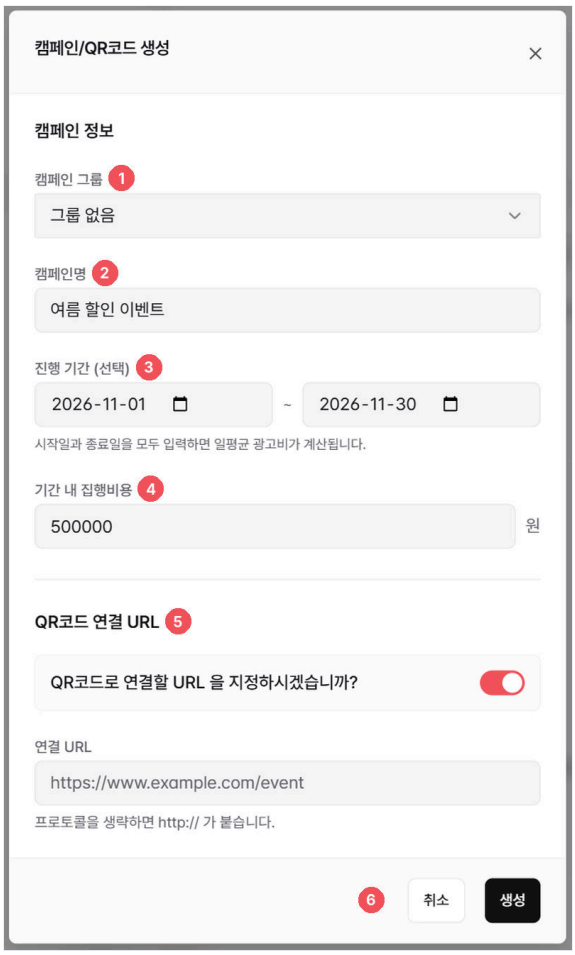



① 캠페인 생성 버튼을 클릭하여 새 캠페인을 등록합니다. 등록 항목은 아래 1 6의 설명을 참고하시기 바랍니다.

② 캠페인 그룹 관리 에서 캠페인을 묶어 관리할 캠페인 그룹을 관리합니다.

③ 캠페인 목록에서 캠페인명 옆 QR 버튼으로 해당 캠페인의 QR코드를 확인합니다. 행 왼쪽의 펼침 버튼을 클릭하면 캠페인 코드가 붙은 QR 추적 URL을 확인 · 복사할 수 있습니다.

④ 수정 버튼으로 캠페인 정보를 수정하고, 삭제 버튼으로 캠페인을 삭제합니다.

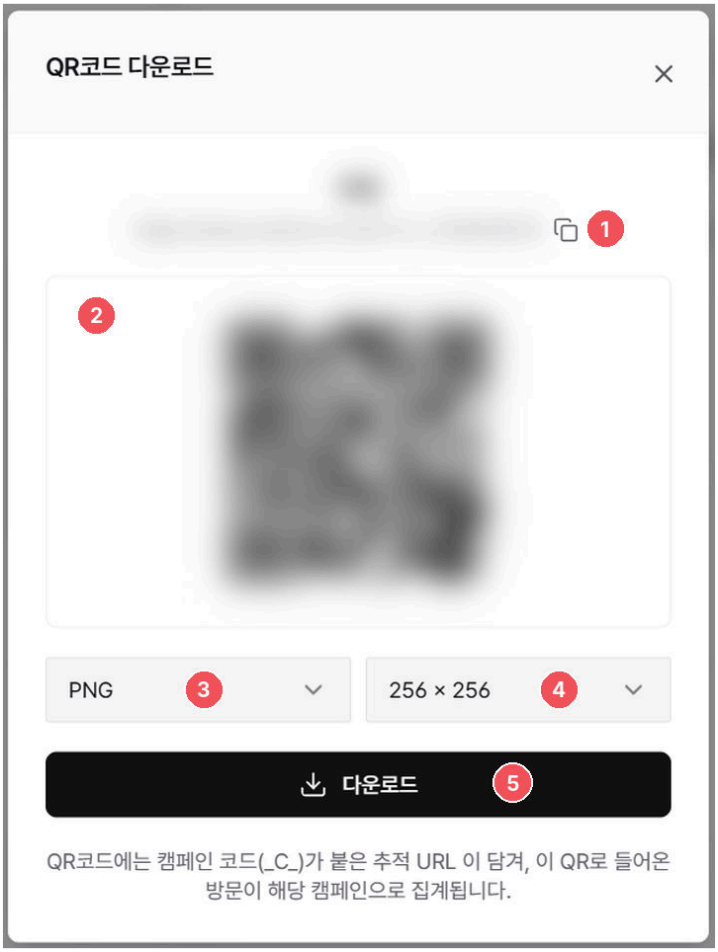



캠페인 생성 버튼을 클릭하면 캠페인/QR코드 생성 대화상자가 열립니다. 캠페인은 화면 왼쪽 위 서비스 선택 상자에서 선택되어 있는 서비스에 등록됩니다.

1. 캠페인 그룹: 해당 캠페인을 특정 캠페인 그룹으로 묶어 관리할 수 있습니다. 묶지 않을 경우 그룹 없음 으로 둡니다. 선택사항

2. 캠페인명: 진행되는 캠페인의 이름을 입력합니다.
ex 여름 이벤트, 회원가입 이벤트
3. 진행 기간 선택 : 캠페인 시작일과 종료일을 입력합니다. 시작일과 종료일을 모두 입력하면 일평균 광고비가 계산됩니다. 선택사항
4. 기간 내 집행비용: 캠페인 집행 비용을 쉼표 , 를 제외하고 원 단위로 입력합니다.
5. QR코드 연결 URL: QR코드로 연결할 URL 을 지정하시겠습니까? 스위치를 켜면 연결 URL 입력란이 나타나며, QR코드를 통해 이동할 랜딩페이지 URL을 입력합니다. 프로토콜을 생략하면 http:// 가 붙습니다. 선택사항
6. 생성 버튼을 클릭하면 캠페인이 생성되며 캠페인 코드를 받을 수 있습니다.

**적용 방법**
캠페인 목록에서 캠페인명 옆 QR 버튼을 클릭하면 QR코드 다운로드 대화상자가 열립니다.




1. 캠페인 코드 C 가 붙은 추적 URL입니다. 복사 아이콘을 클릭하여 복사할 수 있으며, 생성받은 캠페인 코드값은 이 URL의 C 값으로 확인합니다. 캠페인 적용예를 참고하여 적용합니다.
2. 캠페인을 통해 생성된 QR코드 이미지입니다. 이 QR코드로 들어온 방문이 해당 캠페인으로 집계됩니다.
3. 저장할 QR코드 이미지의 형식 PNG 등 을 선택합니다.
4. 저장할 QR코드 이미지의 크기 256 256 등 를 선택합니다.
5. 다운로드 버튼을 클릭하여 QR코드 이미지를 저장합니다.
캠페인 정보 및 QR코드 연결 URL은 캠페인 목록의 수정 버튼으로 변경합니다.

다른 분석코드와는 달리 캠페인 코드는 숫자만으로 구성되어 있으시며, 다양한 방법으로 캠페인 코드를 활용하시면 됩니다.
그 활용방법은 크게 3가지로 나뉘어 집니다.

따라서, 타 분석코드와는 달리 활용방법이 다양하여 사용방법에 있어서는 다소 까다롭게 느껴질 수 있습니다만, 아래 설명을 참고하시면 그리 어렵지 않을 것입니다.
* 아래 설명에서는 캠페인 코드값을 0000 등으로 예를 들어 설명드립니다. 실제 사용시에는 귀사의 해당 캠페인 코드를 사용하셔야 합니다.

**1. 외부 링크 타사 프레임셋트내에서 호출될 경우 포함 를 통해 귀사의 웹사이트에 접속할 때 파라미터로 활용**
캠페인 코드를 통한 측정을 위해서는 다음과 같이, 파라미터 부분 URL의 뒷부분 을 포함하여 붉은색 글자와 같이 사이트에 접속 또는 URL창에 표현 이 되어야 합니다.

캠페인 코드를 전달하는 파라미터명은 **C** 입니다.

ex1 기본페이지가 생략된 접속의 예
http:// yoursite.co.kr/**? C 0000**
http:// yoursite.co.kr/**?**parameter=value **C 0000**
http:// yoursite.co.kr/main/**? C 0000**
http:// yoursite.co.kr/main/**?**parameter=value **C 0000**

ex2 상세접속 페이지가 표현된 예
http:// yoursite.co.kr/index.html**? C 0000**
http:// yoursite.co.kr/index.html**?**parameter=value **C 0000**
http:// yoursite.co.kr/main/main.asp**? C 0000**
http:// yoursite.co.kr/sub/view.html**?**parameter=value **C 0000**

캠페인의 효과인정 기간을 표현하는 파라미터명은 **L** 입니다.

캠페인 효과인정 지속 기간 설정은 선택사항이며, 사용하지 않을 경우 14일로 기본설정됩니다.
* 단위는 일 day 입니다.
ex3 30일의 효과인정 캠페인인 경우
http:// yoursite.co.kr/**? C 0000 L 30**
http:// yoursite.co.kr/abc.html**?**parameter=value **C 0000 L 30**

캠페인 효과 지속일수에 대한 자세한 설명은 캠페인 효과 지속일수 항목을 참고하시기 바랍니다.

실제 예

A키워드 광고 클릭시 이동할 URL은 효과인정 30일로 설정할 경우
http:// yourwebsite.com/home/home.asp? C 0001 L 30
만약 기존 파라미터가 param=value 로 이미 존재한다면,
http:// yourwebsite.com/home/home.asp?param=value C 0001 L 30

B키워드 광고 클릭시 이동할 URL은 효과인정 지속일자 60일로 설정할 경우 위 URL에서 각 C 0001 을 C 0002, L 30 을 L 60 으로 각각 변경하신 URL을 사용하시면 됩니다.

**2. 귀사의 홍보페이지 이벤트페이지 등 등 외부 캠페인을 위한 페이지 내에서 캠페인 코드 사용**

이 방법은 특정 캠페인 페이지에 접속시 해당 방문자를 캠페인의 영향을 받은 방문자로 처리하기 위하여 사용됩니다.
외부 경로를 통한 접속뿐만 아니라, 내부에서 특정페이지를 보았을 때 캠페인 효과 대상자로 측정하는데 편리합니다.

* 이 방법은 TRK CC 값의 설정을 참고하시면 상세히 설명되어 있습니다.
* 외부 캠페인시 제공하는 접속URL에 ? 또는 등 특수문자를 사용하지 못하게 제한된 경우에는, 캠페인을 위한 별도접속페이지 브릿지페이지 또는 랜딩페이지라고 불림 를 작성하시어 TRK CC 값의 설정을 통하여 캠페인을 적용하시는 것이 좋습니다.

**3.QR코드를 생성하여 오프라인에서 진행되는 광고 및 이벤트페이지 캠페인을 분석**

온라인 뿐만 아니라 오프라인에서 진행되는 캠페인을 분석하여 오프라인에서 진행중인 광고 및 이벤트 페이지의 방문수, 주문수, 매출액에 대한 데이타를 확인하실 수 있습니다.
사용을 위한 설정방법은 위 1번에 안내되어 있는 내용을 참조해 주시기 바랍니다.

**주의사항**

참고 방문경로 검출 불가 문제와 같은 경우에 해당하는 페이지 meta refresh 및 javascript 에 의한 페이지 강제이동 인 경우 C 및 L 파라미터를 전달하더라도, 다음페이지로 강제 이동되면서 파라미터가 없어지므로, 캠페인코드가 정상적으로 작동되지 않을 수 있습니다.
* 이 부분에 대하여 실제 적용에 어려움이 있으실 경우 저희 운영자에게 문의바랍니다.

**참고**

위 1번 방법 및 2번 방법은 반드시 위의 예시만 있는 것이 아니며, 다음과 같은 방법도 가능합니다.
* 이벤트 페이지에 로그분석 코드가 삽입되어 있어야 합니다.
  외부접속시 이벤트페이지로 접속시키며, 이벤트 페이지에는 2번의 방법으로 캠페인코드가 설정되어 있는 경우.
  사이트 내부에서 이벤트페이지로 이동시 위 1번과 같이 파라미터를 붙여서 이벤트 페이지로 이동하는 방법.

**TIP**

광고분석 코드에서 클릭시 이동할 URL에 캠페인코드를 적용하시면 ex: 광고분석코드A 및 광고분석코드B에 동일한 캠페인코드 적용시 , 각각 광고분석코드를 통해 개별광고분석을 진행함과 동시에, 각 광고를 통합한 캠페인분석도 가능합니다.

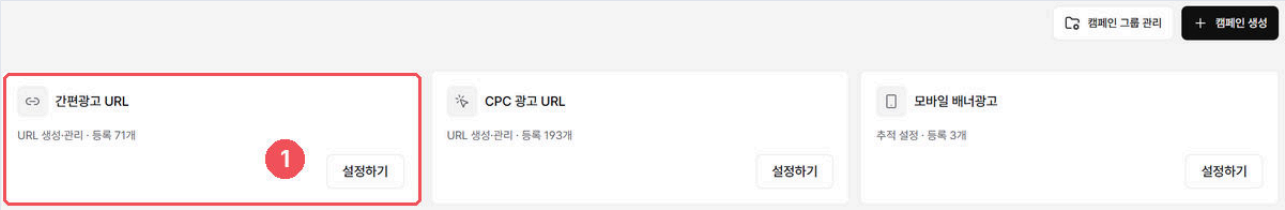
## 간편광고 분석 URL 생성

최종 수정일 2018 09 06 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/233

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 간편 광고분석 |

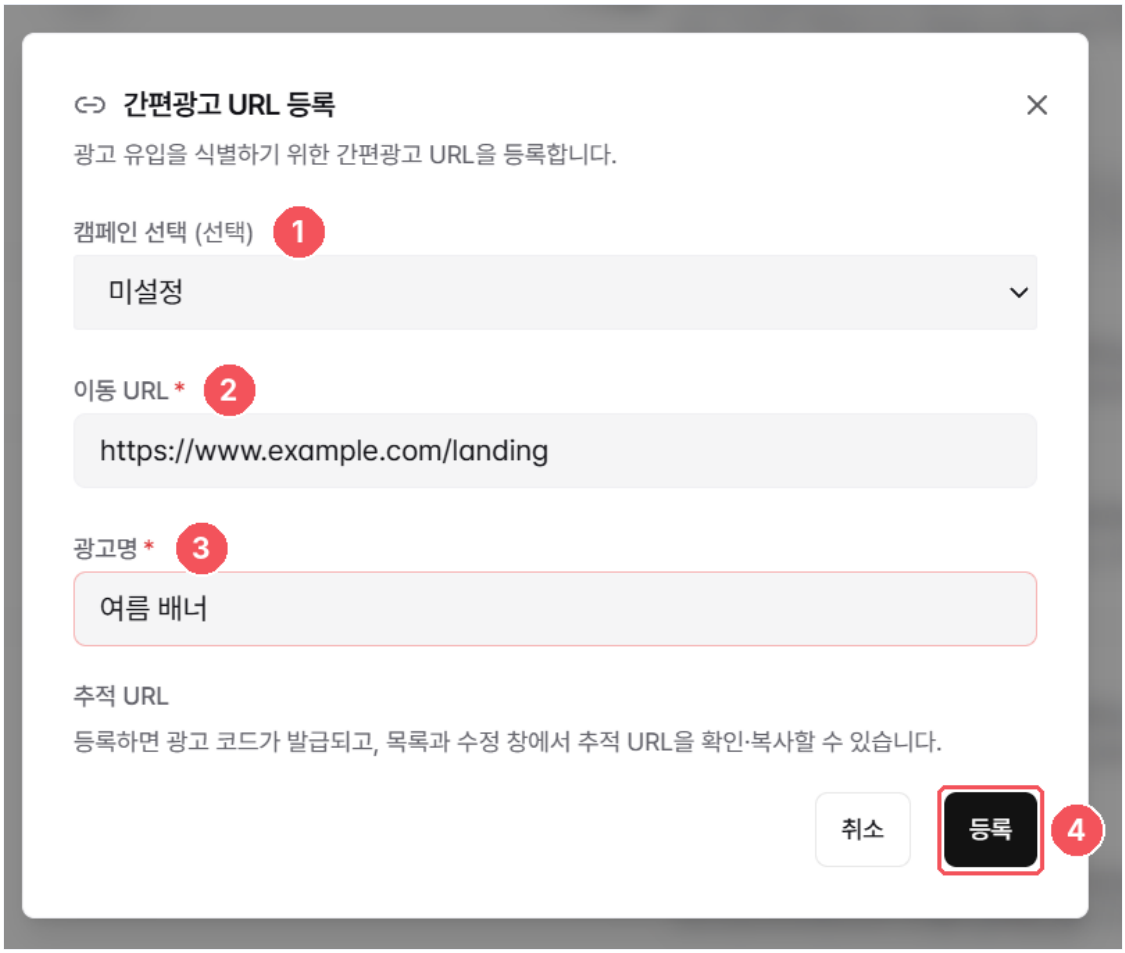
**분석 URL 생성**

경로: 설정 캠페인 생성 및 관리 간편광고 URL



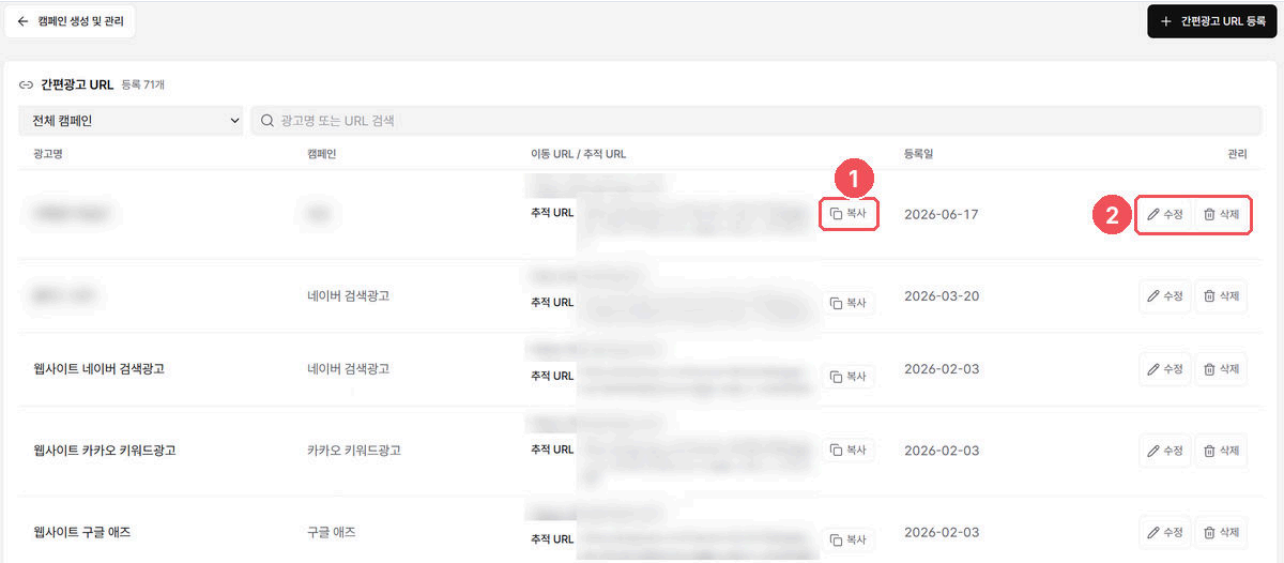

1. 설정 캠페인 생성 및 관리 화면 상단의 간편광고 URL 패널에서 설정하기 버튼을 클릭하면 간편광고 URL 화면으로 이동합니다. 왼쪽 메뉴의 설정 캠페인 생성 및 관리 간편광고 URL로도 이동할 수 있습니다.

2. 간편광고 URL 화면 오른쪽 위의 간편광고 URL 등록 버튼을 클릭하면 간편광고 URL 등록 창이 열립니다.




1. 캠페인 선택 선택 : 커머스 레벨에서 사용 가능한 항목으로, 해당 광고를 캠페인으로 분석할 경우 선택합니다. 선택하지 않으면 미설정 으로 등록됩니다.
2. 이동 URL: 광고를 클릭한 경우 연결되는 URL을 입력합니다. 필수
3. 광고명: 2번으로 연결되는 광고 키워드 혹은 상품명 광고명 을 입력합니다. 필수
4. 등록 버튼을 클릭하면 광고 코드가 발급되며, 목록과 수정 창에서 광고에 사용될 추적 URL을 확인·복사할 수 있습니다.

**적용방법**




위 과정을 통해 생성된 광고 클릭 시 이동할 URL 추적 URL 을 복사한 후 실제 광고에 적용해 주셔야 분석이 이루어집니다.
1. 목록의 이동 URL / 추적 URL 열에서 복사 버튼을 클릭하면 추적 URL이 복사됩니다. 복사한 URL을 광고의 연결 URL로 사용하시면 됩니다.
2. 수정 버튼으로 등록 내용을 수정하고, 삭제 버튼으로 등록한 URL을 삭제할 수 있습니다. 목록 위의 캠페인 선택 상자와 광고명 또는 URL 검색 입력란으로 원하는 광고를 찾을 수 있습니다.

## CPC광고 분석 URL 생성

최종 수정일 2023 07 18 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/235

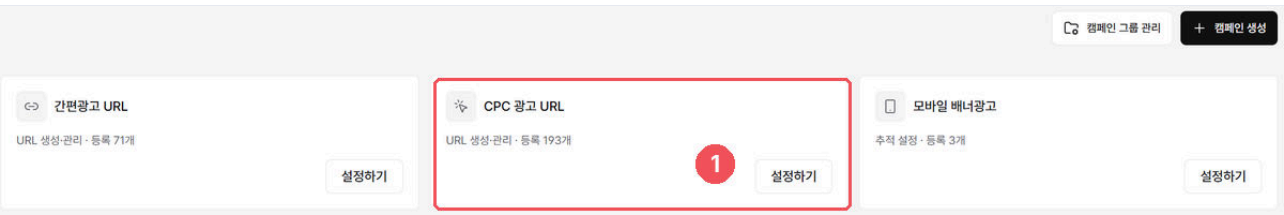
| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | CPC 광고 방문자/클릭 상세<br>CPC 광고 클릭<br>CPC 광고 방문<br>CPC 광고매체별 주문/매출<br>CPC 키워드별 주문/매출 |

### 기능 설명

CPC 광고를 진행할 때 광고 매체사에서 광고를 추적할 수 있는 광고 추적 URL을 제공하지 않는 경우 광고 분석을 위해 URL을 설정할 수 있는 기능입니다.

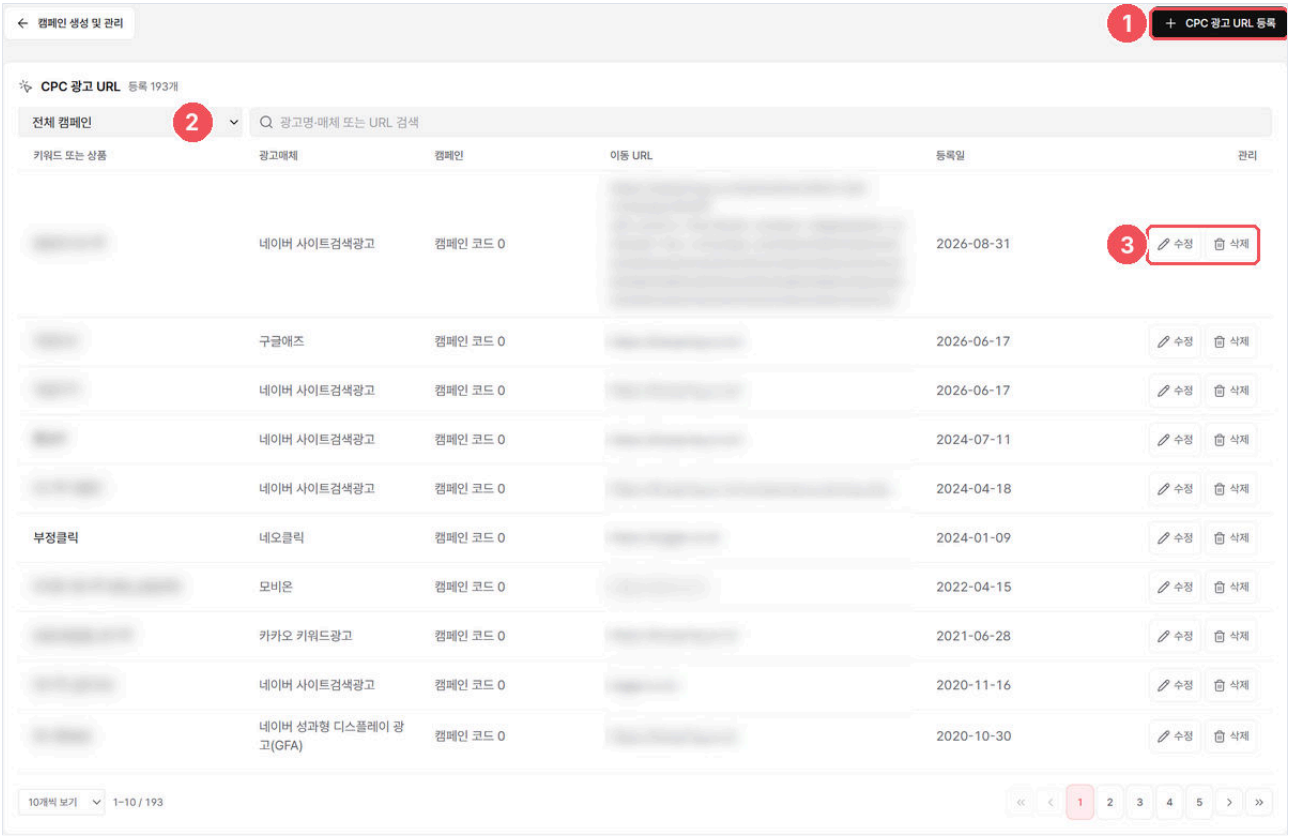
### 분석 URL 생성

경로: 설정 캠페인 생성 및 관리 CPC 광고 URL

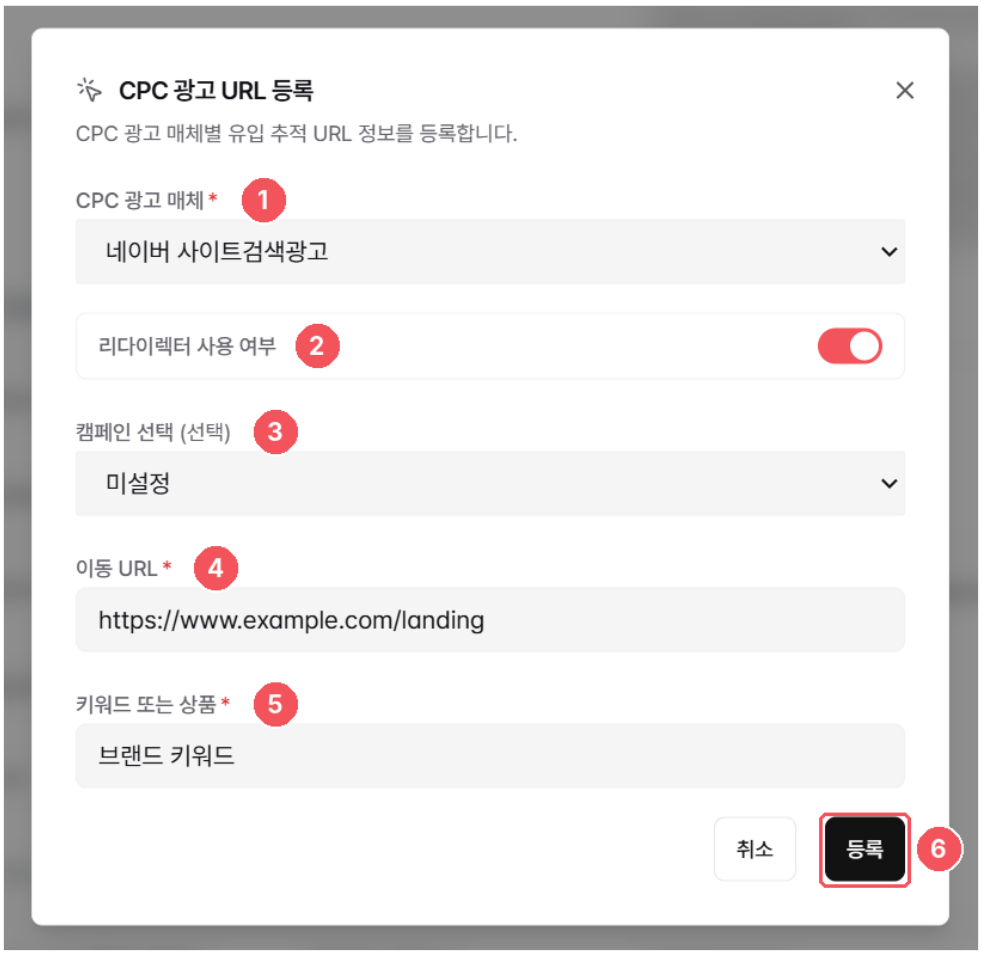


1. 설정 캠페인 생성 및 관리 화면 상단의 CPC 광고 URL 패널에서 설정하기 버튼을 클릭하면 CPC 광고 URL 화면으로 이동합니다. 왼쪽 메뉴의 설정 캠페인 생성 및 관리 CPC 광고 URL로도 이동할 수 있습니다.

### 등록 방법




1. 화면 오른쪽 위의 CPC 광고 URL 등록 버튼을 클릭하면 CPC 광고 URL 등록 창이 열립니다.
2. 목록 위의 캠페인 선택 상자 전체 캠페인 와 광고명·매체 또는 URL 검색 입력란으로 등록된 CPC 광고 URL을 찾을 수 있습니다.
3. 수정 버튼으로 등록 내용을 수정하고, 삭제 버튼으로 등록한 URL을 삭제합니다.




1. CPC 광고 매체: 분석할 CPC 광고 매체를 선택합니다. 필수

***네이버 검색광고, 다음 카카오, 리얼클릭, 구글 애즈는 자동 분석 지원합니다.**

2. 리다이렉터 사용 여부: 켜면 광고 클릭이 LOGGER 리다이렉트 서버를 거쳐 이동 URL로 연결되며, 이 과정에서 클릭이 기록됩니다. 광고 매체의 연결 URL에 추적 파라미터를 붙일 수 없는 경우 등에 사용하며, 일반적으로는 끈 상태로 둡니다.
3. 캠페인 선택 선택 : 커머스 레벨에서 사용 가능한 항목으로, 해당 광고를 캠페인으로 분석할 경우 선택합니다. 선택사항
4. 이동 URL: 광고를 클릭한 경우 연결되는 URL을 입력합니다. 광고 랜딩페이지 입력, 필수
5. 키워드 또는 상품: 4번으로 연결되는 광고 키워드 혹은 상품명을 입력합니다. 필수
6. 등록 버튼을 클릭하면 CPC 광고 URL이 등록됩니다.

※ 새 콘솔의 CPC 광고 URL 등록은 한 건씩 등록하는 방식이며, CSV 파일 일괄등록 기능은 제공하지 않습니다.

**적용방법**

위 과정을 통해 생성된 광고 클릭시 이동할 URL을 복사한 후 실제 광고에 적용해 주셔야 분석이 이루어집니다.

다음과 같이 각 광고 매체의 광고관리 페이지에서 키워드별로 연결URL 혹은 링크URL, 도착 URL 을 로거에서 생성한 URL로 수정합니다.

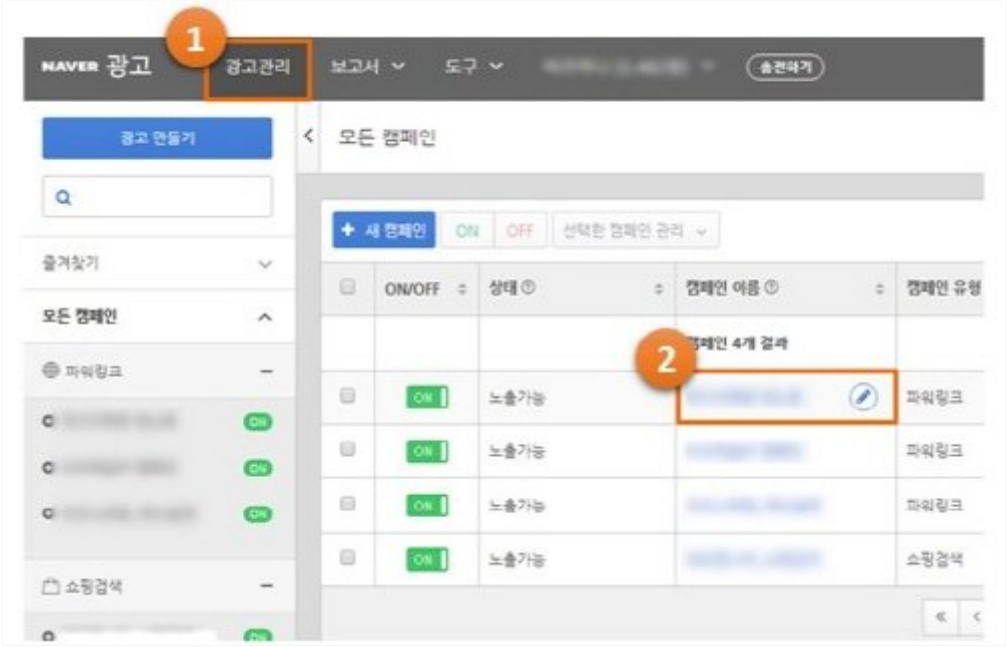
**1. 네이버 광고 자동분석**

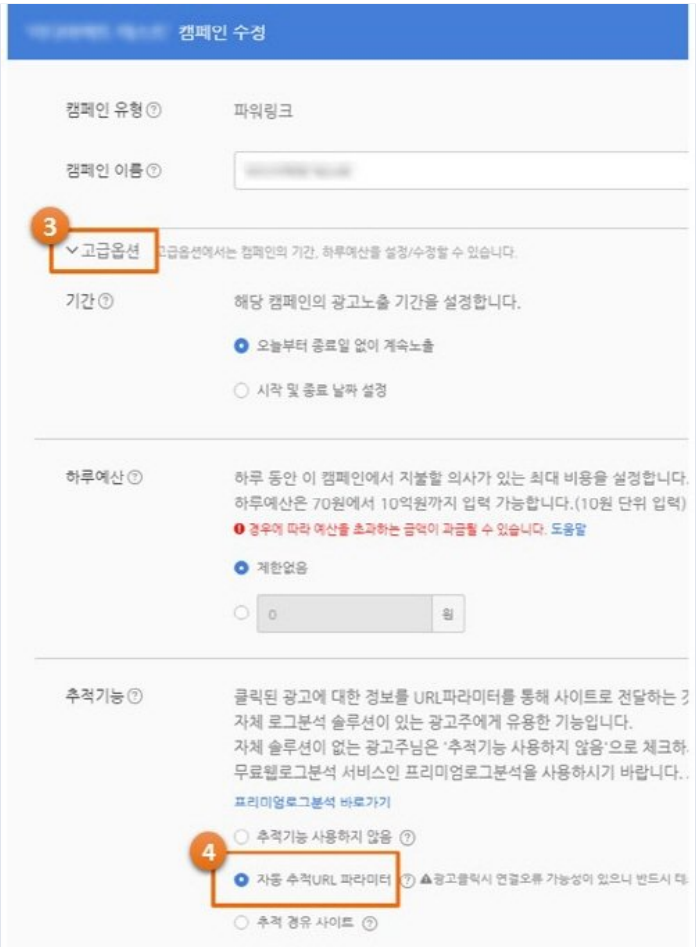
네이버키워드광고 로그인 광고관리 캠페인 수정 고급옵션 자동 추적URL 파라미터 에서 자동 추적URL 파라미터

ON 으로 설정합니다.

**추적 URL 기능 사용의 기본설정은 OFF 입니다.**

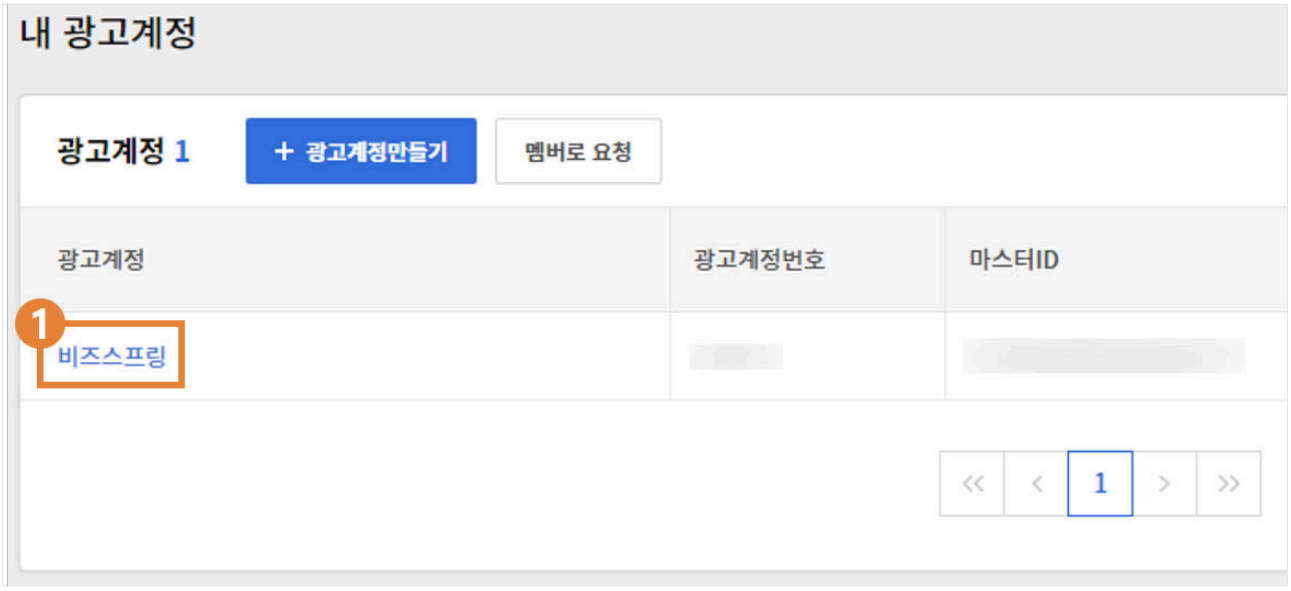
네이버 추적 URL을 On 으로 설정하시면 기존 광고코드가 적용되어있더라도 네이버 추적 URL이 우선 적용됩니다.

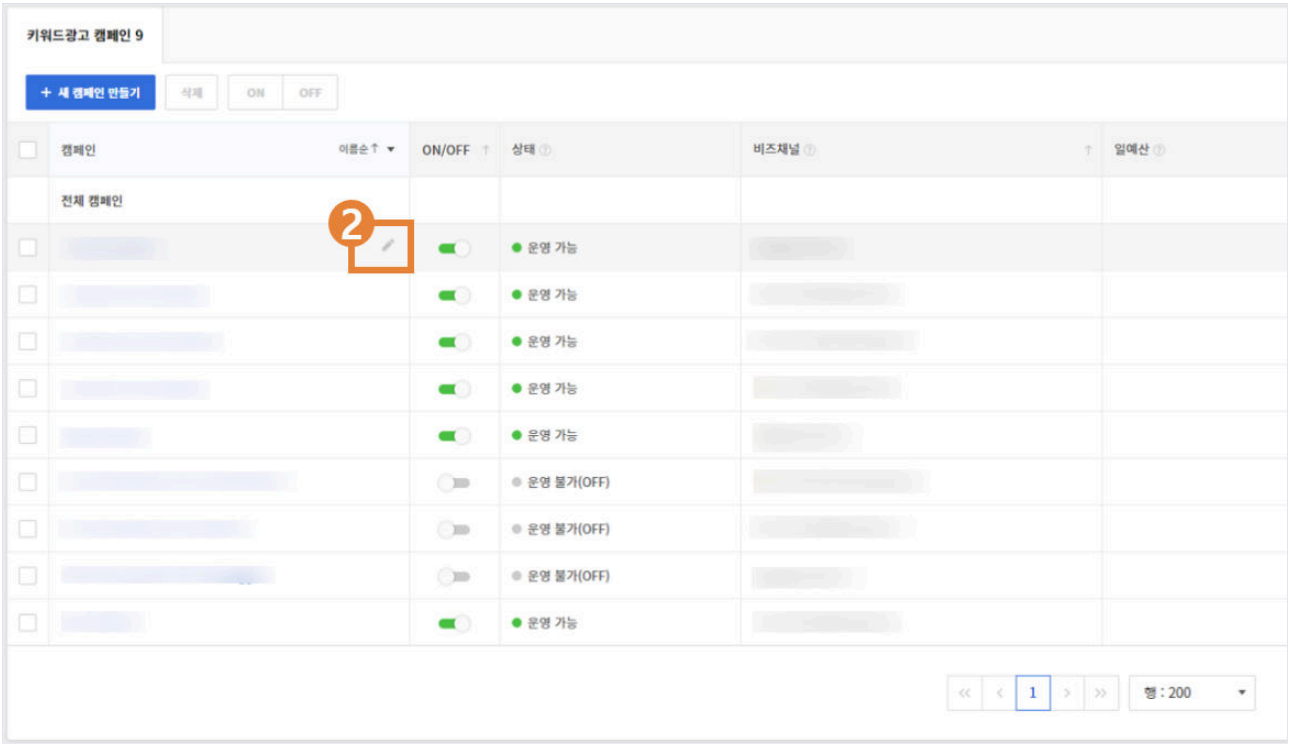


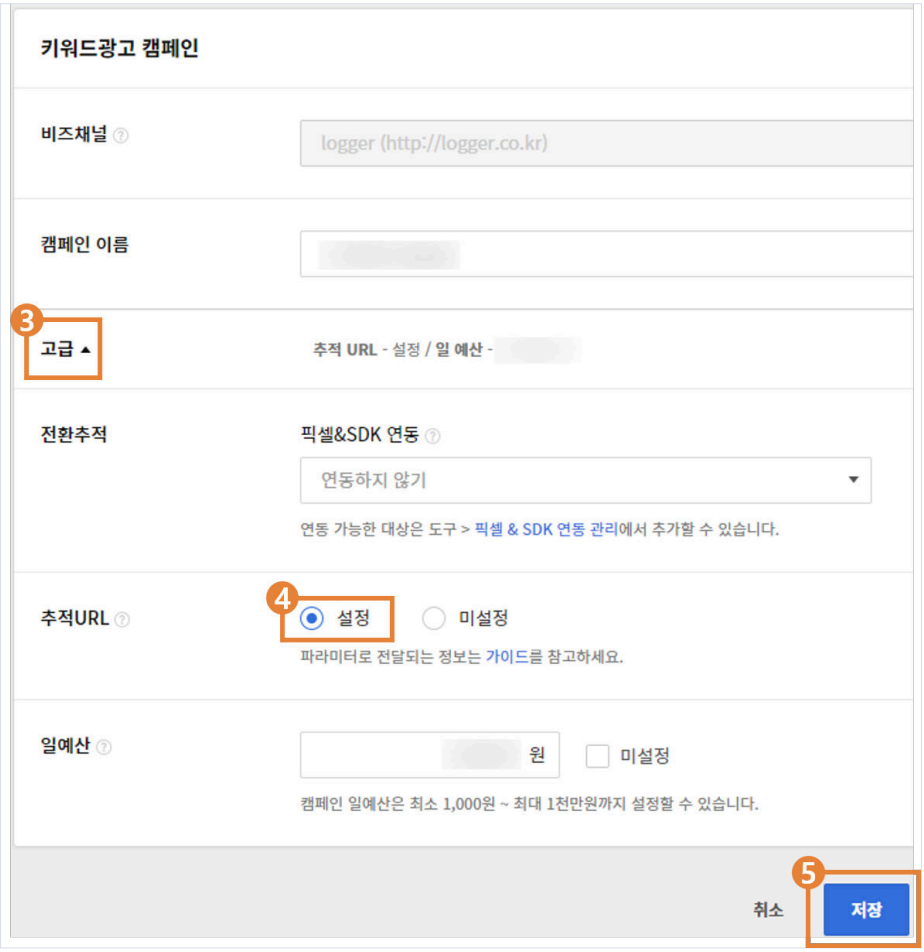



### 2. 카카오 키워드 자동분석

카카오 키워드광고 로그인 광고계정 선택 캠페인 수정 고급 추적URL 에서 추적URL을 설정 으로 저장합니다.






### 3. 구글 애즈

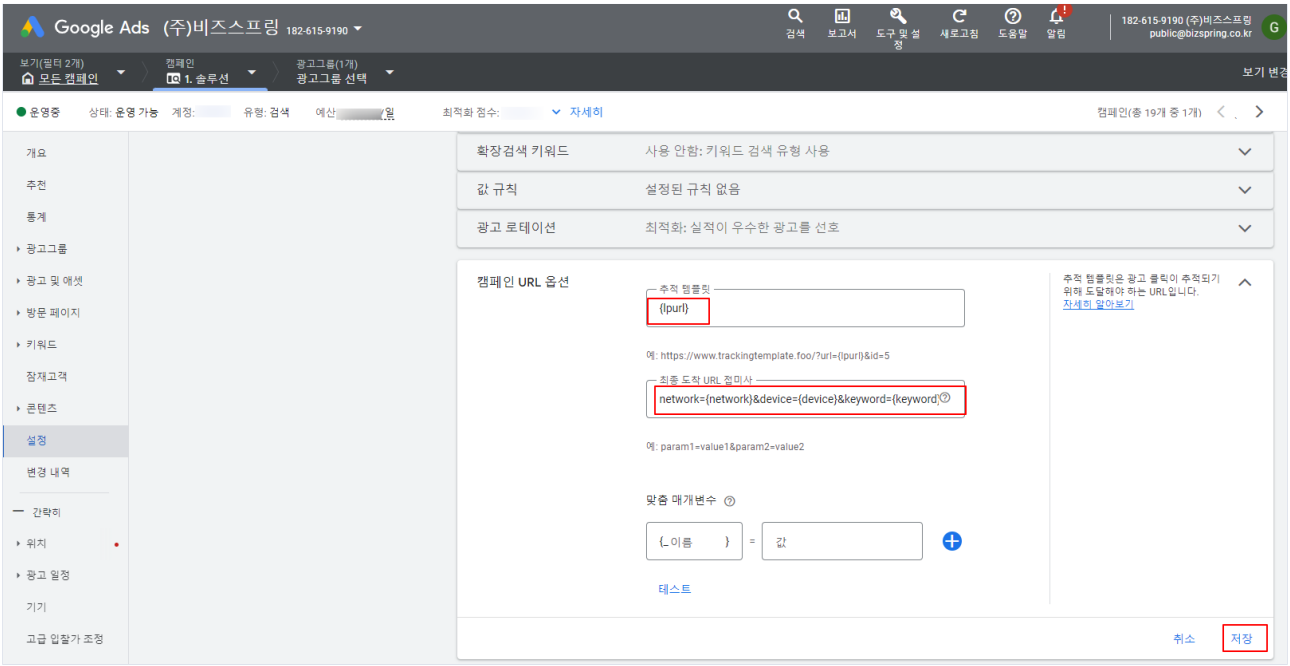
※ 구글 애즈 자동분석
구글 애즈의 자동분석은 어떤 CPC광고매체에서 방문이 되었고, 어떤 검색엔진을 통해서 들어왔는지, 어떤 검색어로 방문이 되었는지 확인하실 수 있습니다.
단, 광고매체사에 실제 구매한 키워드는 알 수 없으며, 구글 키워드 광고의 키워드를 수집하기 위해서는 별도의 설정이 필요합니다.
별도의 설정을 하지 않은 경우 구글 CPC 광고 분석코드가 없는 키워드의 경우 구글애즈로 표기됩니다.

구글에서는 자동태그 추가 광고 추적을 위한 URL 설정 를 비롯하여 추적 템플릿, 최종 도착 URL 접미사를 반드시 추가해야 합니다.
아래 화면 참고하시어 추적 템플릿, 최종 도착 URL 접미사를 그대로 복사하여 구글애즈에 설정해야 합니다.

- 경로 : 구글 애즈 계정 선택 설정 캠페인 설정 캠페인 상세 화면 추가설정 : 캠페인 URL 옵션
- 추적 템플릿
  **lpurl**

- 최종 도착 URL 접미사

  **network= network device= device keyword= keyword creative= creative gclid= gclid**
  **campaignid= campaignid adgroupid= adgroupid matchtype= matchtype**
  **placement= placement sourceid= sourceid**



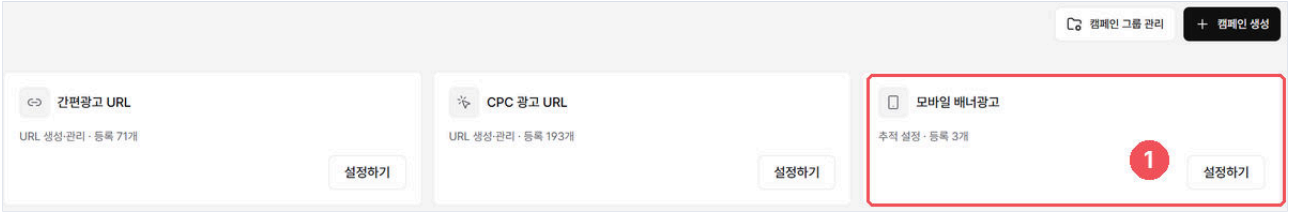

## 모바일 배너광고 분석 URL 생성

최종 수정일 2017 02 22 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/1559

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상, 모바일 Web |
| **제공되는 리포트** | 광고클릭<br>시간대별클릭<br>요일클릭<br>광고명별 회원/주문/매출<br>유입경로별 회원/주문/매출 |

### 분석 URL 생성 위치

경로: 설정 캠페인 생성 및 관리 모바일 배너광고



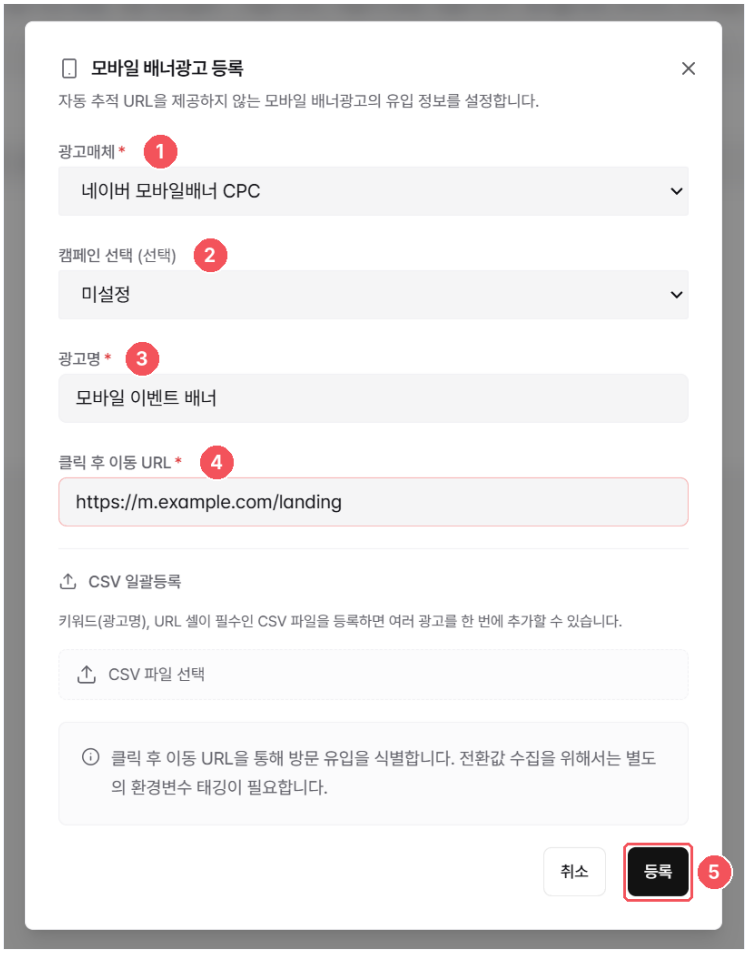
1. 설정 캠페인 생성 및 관리 화면 상단의 모바일 배너광고 패널에서 설정하기 버튼을 클릭하면 모바일 배너광고 화면으로 이동합니다. 왼쪽 메뉴의 설정 캠페인 생성 및 관리 모바일 배너광고로도 이동할 수 있습니다.

### 광고 등록 방법



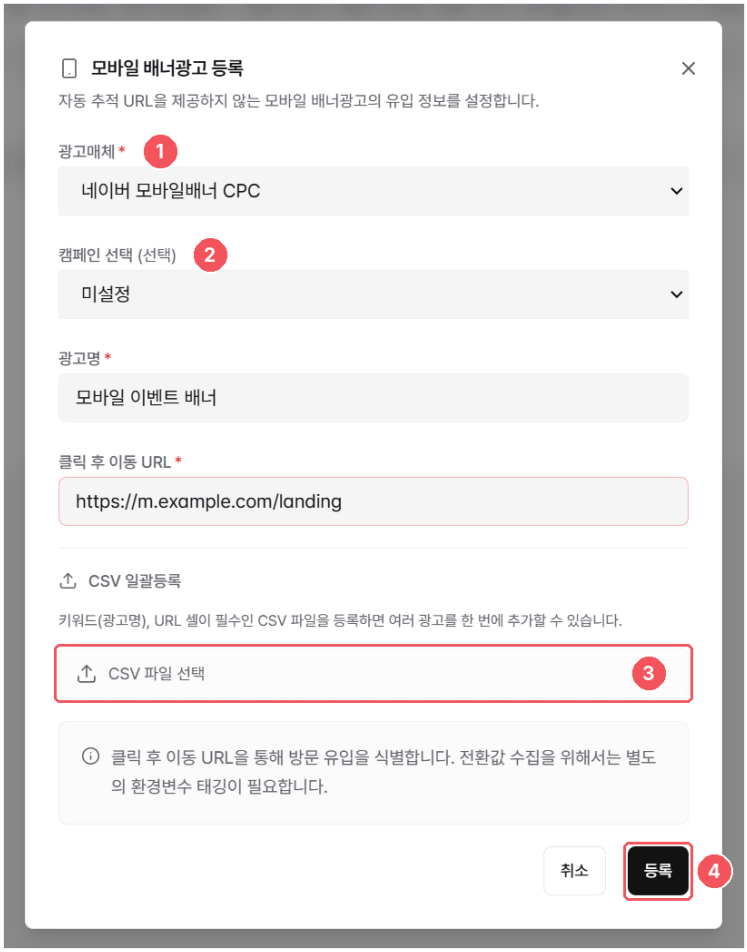

1. 화면 오른쪽 위의 모바일 배너광고 등록 버튼을 클릭하면 모바일 배너광고 등록 창이 열립니다.
2. 목록 위의 캠페인 선택 상자 전체 캠페인 와 광고명·매체 또는 URL 검색 입력란으로 등록된 모바일 배너광고를 찾을 수 있습니다.
3. 수정 버튼으로 등록 내용을 수정하고, 삭제 버튼으로 등록한 광고를 삭제합니다.

### 신규 개별등록



1. 광고매체: 광고를 등록할 광고매체를 선택합니다. 필수 광고매체는 아래와 같습니다.
   네이버 모바일배너 CPC
   다음 아담 CPC, CPM, 클릭스
   카울리 CPC, CPM, CPT
   애드몹 CPC
   맨 MAN CPC, CPM, CPT
   T AD CPC, CPM, CPT
   U AD CPC, CPM
2. 캠페인 선택 선택 : 커머스 레벨에서 사용 가능한 항목으로, 해당 광고를 캠페인으로 귀속시킬 경우 선택합니다. 선택사항
3. 광고명: 등록할 광고명을 입력합니다. 필수
   EX 10주년 기념 이벤트 광고
4. 클릭 후 이동 URL: 광고를 클릭한 경우 연결되는 URL을 입력합니다. 광고 랜딩페이지 입력, 필수
5. 등록 버튼을 클릭하여 광고를 등록합니다.

### 신규 CSV 일괄등록




같은 모바일 배너광고 등록 창 아래의 CSV 일괄등록 영역에서 여러 광고를 한 번에 등록할 수 있습니다.
1. 광고매체: 광고를 등록할 광고매체를 선택합니다. 광고매체 종류는 개별등록과 같습니다.
2. 캠페인 선택 선택 : 해당 광고를 캠페인으로 귀속시킬 경우 선택합니다. 선택사항
3. CSV 파일 선택 을 클릭하여 CSV 파일을 선택합니다. CSV 파일에는 키워드 광고명 와 URL 셀이 반드시 있어야 합니다. 파

일을 선택하면 불러온 내용이 표로 표시되므로 항목이 맞게 들어갔는지 확인합니다.

4. 등록 버튼을 클릭하여 CSV 파일의 광고를 일괄 등록합니다. CSV 파일을 불러오면 버튼 이름이 일괄 등록 으로 바뀝니다.

※ 클릭 후 이동 URL을 통해 방문 유입을 식별합니다. 전환값 수집을 위해서는 별도의 환경변수 태깅이 필요합니다.

**추적 URL 설정 방법**

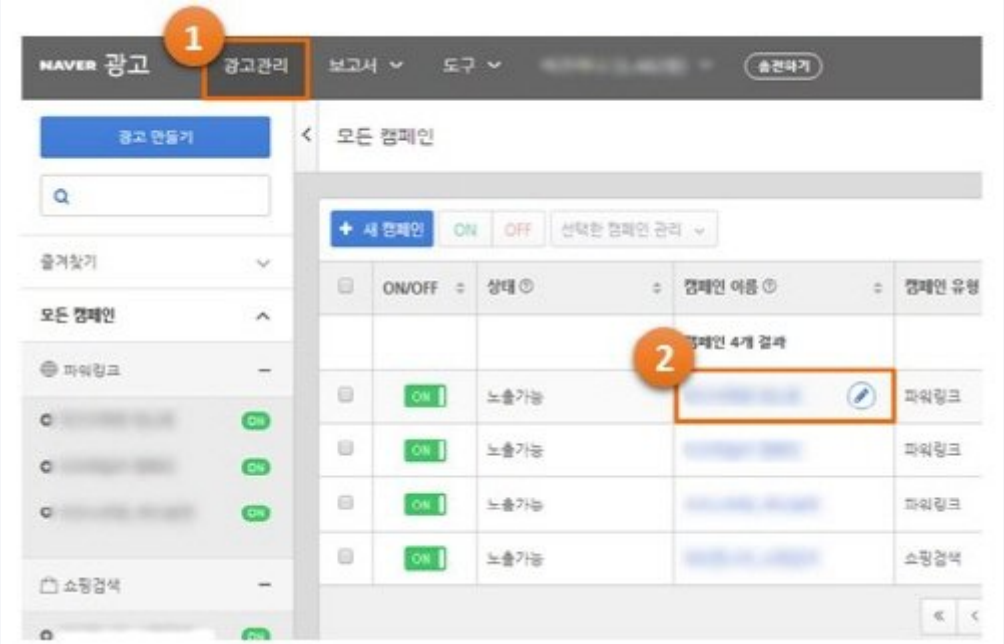
광고매체 중 네이버 모바일 배너는 추적 URL을 ON으로 설정하면 방문수가 자동 수집됩니다.
나머지 광고매체는 반드시 광고명을 등록해야 데이터가 수집됩니다.

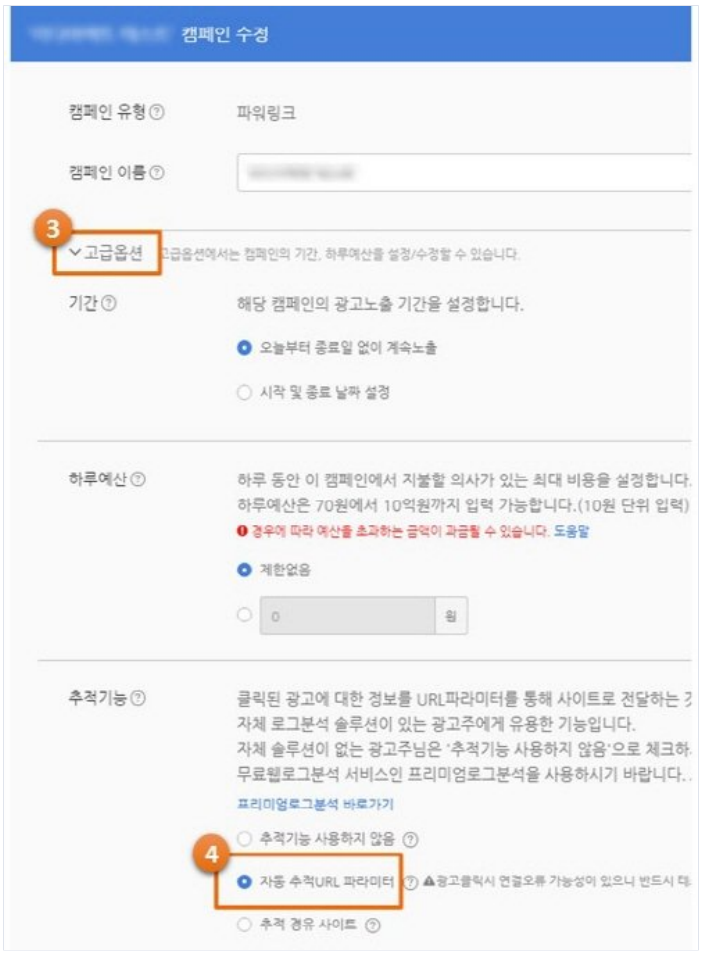
네이버 광고 자동분석 설정 방법

네이버 광고센터 로그인 광고관리 캠페인 수정 고급옵션 자동 추적URL 파라미터 에서 자동 추적URL 파라미터 ON 으로 설정합니다.

**추적 URL 기능 사용의 기본설정은 OFF 입니다.**

네이버 추적 URL을 On 으로 설정하시면 기존 광고코드가 적용되어 있더라도 네이버 추적 URL이 우선 적용됩니다.




캠페인 수정
캠페인 유형
파워링크
캠페인 이름
3
고급옵션
기간
해당 캠페인의 광고노출 기간을 설정합니다.
오늘부터 종료일 없이 계속노출
시작 및 종료 날짜 설정
하루예산
하루 동안 이 캠페인에서 지불할 의사가 있는 최대 비용을 설정합니다.
하루예산은 70원에서 10억원까지 입력 가능합니다.(10원 단위 입력)
제한없음
원
추적기능
프리미엄로그분석 바로가기
4
추적기능 사용하지 않음
자동 추적URL 파라미터
추적 경유 사이트

# 동적페이지 설정

## 동적페이지 설정

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 설정 동적페이지 설정 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console settings page

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 .

### 기능 정의

리포트에 표시할 디렉토리·페이지 이름과, URL 파라미터로 구분되는 페이지 동적 페이지·콘텐츠 카테고리 를 설정하는 화면입니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 디렉토리 메뉴명 설정 | 자동 수집된 디렉토리에 분석용 이름 지정 설정하기 에서 목록·검색·미설정만 보기 |
| 페이지명 설정 | 자동 수집된 페이지에 분석용 이름 지정 |
| 페이지 콘텐츠 카테고리 설정 | 같은 페이지 경로라도 파라미터 값에 따라 다른 콘텐츠 카테고리로 지정 카테고리명은 / 로 계층 구분 |
| 동적 페이지 설정 | 지정한 파라미터 값이 다르면 인기 페이지 리포트에서 서로 다른 페이지로 집계 |

### 설정 방법

디렉토리·페이지명: 설정하기 목록에서 이름 입력 Enter 또는 입력란을 벗어나면 저장됩니다.

콘텐츠 카테고리: 카테고리 추가 카테고리명 예: /회사소개/찾아오시는길 , 페이지 경로, 파라미터 이름 값 를 입력합니다.

동적 페이지: 동적 페이지 추가 파라미터가 포함된 URL을 그대로 붙여 넣으면 경로와 파라미터 이름이 자동 등록됩니다 값은 저장하지 않음 .

### 활용

- URL만으로는 알아보기 어려운 페이지를 이름으로 리포트에서 확인
- 게시판·상품 상세처럼 파라미터로 내용이 바뀌는 페이지를 구분해 분석

### 유의사항

- 목록은 선택한 기간에 자동 수집된 항목입니다. 수집되지 않은 페이지에는 페이지명을 지정할 수 없습니다.
- 동적 페이지·카테고리 변경은 매시 정각에 수집 서버로 전달되어 그 이후 방문부터 적용됩니다 과거 데이터는 바뀌지 않습니다 .

### 세부 기능 매뉴얼

- 디렉토리 메뉴명 설정
- 페이지명 설정
- 페이지 컨텐츠 카테고리 설정
- 동적 페이지 설정

**함께 보면 좋은 문서**

- 인기있는 디렉토리/메뉴
- 페이지 파라미터 분석

## 디렉토리 메뉴명 설정

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 설정 동적페이지 설정 디렉토리 메뉴명 설정 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console settings page directory

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 .

### 기능 정의

자동 수집된 디렉토리에 리포트에서 알아보기 쉬운 이름 디렉토리명 을 지정하는 설정 화면입니다.

### 기능 설명

분석 스크립트가 수집한 디렉토리는 디렉토리 경로로 리포트에 표시됩니다. 디렉토리명을 지정하면 리포트에서 디렉토리 경로 대신 지정한 이름으로 확인할 수 있습니다.

목록은 선택한 기간에 방문 기록이 있는 디렉토리만 표시하며, 새 디렉토리는 첫 방문이 수집되면 자동으로 추가됩니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| 안내 | 방문 기록이 있는 디렉토리만 목록에 표시된다는 안내 |
| 검색 | 디렉토리 경로 또는 디렉토리명 검색 |
| 미설정만 | 디렉토리명이 지정되지 않은 항목만 보기 괄호 안은 미설정 개수 |
| 목록 | 디렉토리 경로, 디렉토리명 입력란. 페이지당 표시 개수 선택 |

### 설정 방법

설정 동적페이지 설정 화면의 디렉토리 메뉴명 설정 에서 설정하기 를 누르거나, 왼쪽 메뉴의 설정 동적페이지 설정 디렉토리 메뉴명 설정을 고릅니다.

조회 기간을 정해 이름을 붙일 디렉토리가 목록에 나오게 합니다. 필요하면 미설정만 이나 검색으로 대상을 좁힙니다.

디렉토리명 입력란에 이름을 입력하고 Enter를 누르거나 입력란을 벗어나면 저장됩니다.

### 활용

- URL만으로는 알아보기 어려운 디렉토리를 메뉴·화면 이름으로 리포트에서 확인
- 새로 생긴 디렉토리를  미설정만 으로 찾아 정기적으로 이름 정리

### 유의사항

- 수집되지 않은 디렉토리에는 이름을 지정할 수 없습니다. 조회 기간을 넓혀 목록에 나오는지 확인해 주십시오.
- 이름은 서비스별로 저장됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 인기있는 디렉토리/메뉴
- 동적페이지 설정

## 페이지명 설정

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 설정 동적페이지 설정 페이지명 설정 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console settings page name

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 .

### 기능 정의

자동 수집된 페이지에 리포트에서 알아보기 쉬운 이름 페이지명 을 지정하는 설정 화면입니다.

### 기능 설명

분석 스크립트가 수집한 페이지는 페이지 URL로 리포트에 표시됩니다. 페이지명을 지정하면 리포트에서 페이지 URL 대신 지정한 이름으로 확인할 수 있습니다.

목록은 선택한 기간에 방문 기록이 있는 페이지만 표시하며, 새 페이지는 첫 방문이 수집되면 자동으로 추가됩니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 안내 | 방문 기록이 있는 페이지만 목록에 표시된다는 안내 |
| 검색 | 페이지 URL 또는 페이지명 검색 |
| 미설정만 | 페이지명이 지정되지 않은 항목만 보기 괄호 안은 미설정 개수 |
| 목록 | 페이지 URL, 페이지명 입력란. 페이지당 표시 개수 선택 |

### 설정 방법

설정  동적페이지 설정 화면의  페이지명 설정 에서  설정하기 를 누르거나, 왼쪽 메뉴의 설정  동적페이지 설정  페이지명 설정을 고릅니다.

조회 기간을 정해 이름을 붙일 페이지가 목록에 나오게 합니다. 필요하면  미설정만 이나 검색으로 대상을 좁힙니다.

페이지명 입력란에 이름을 입력하고 Enter를 누르거나 입력란을 벗어나면 저장됩니다.

### 활용

- URL만으로는 알아보기 어려운 페이지를 메뉴·화면 이름으로 리포트에서 확인
- 새로 생긴 페이지를  미설정만 으로 찾아 정기적으로 이름 정리

### 유의사항

- 수집되지 않은 페이지에는 이름을 지정할 수 없습니다. 조회 기간을 넓혀 목록에 나오는지 확인해 주십시오.
- 같은 페이지가 파라미터 값에 따라 다른 내용을 보여 준다면 동적 페이지 설정으로 먼저 페이지를 나누어 주십시오.
- 이름은 서비스별로 저장됩니다.

**함께 보면 좋은 문서**

- 인기있는 페이지
- 동적페이지 설정

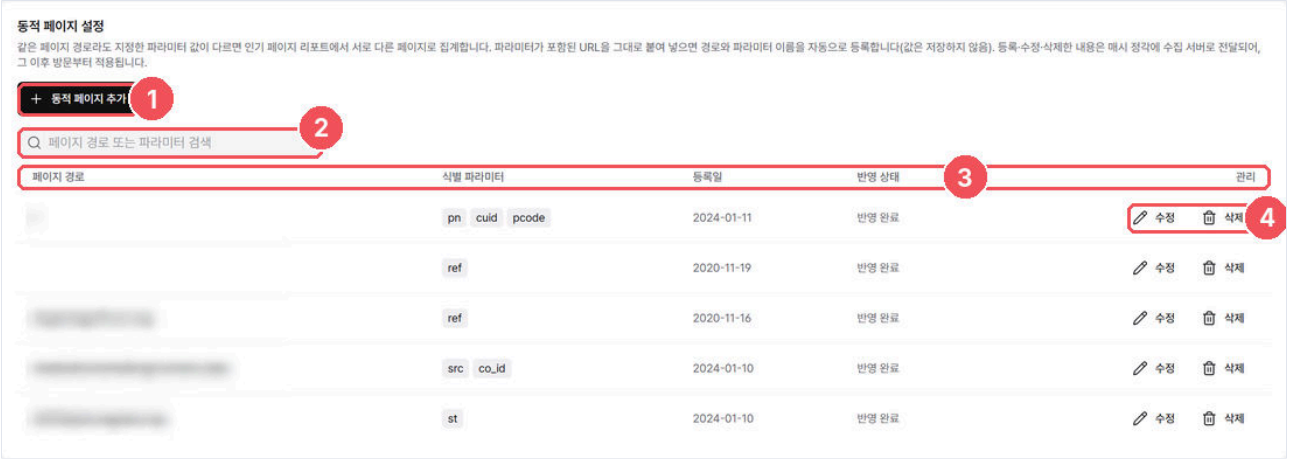
## 동적 페이지 설정

최종 수정일 2020  01  07 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/538

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 베이직에디션 레벨  이상 |
| **제공되는 리포트** | 인기있는 페이지 |

**동적페이지 생성**

경로: 설정  동적페이지 설정  동적 페이지 설정




분석하고자 하는 서비스는 화면 좌측 위의 서비스 선택 상자에서 선택합니다.

1. 동적 페이지 추가 버튼을 클릭하여 분석할 동적 페이지 URL을 입력합니다. * 파라미터가 포함된 URL을 그대로 붙여 넣으면 경로와 파라미터 이름이 자동으로 등록됩니다 파라미터 값은 저장하지 않습니다 .
2. 페이지 경로 또는 파라미터로 등록된 동적 페이지를 검색할 수 있습니다.
3. 목록에서 페이지 경로, 식별 파라미터, 등록일, 반영 상태를 확인합니다.
4. 수정 , 삭제 버튼으로 등록한 내용을 변경합니다. 등록·수정·삭제한 내용은 매시 정각에 수집 서버로 전달되어, 그 이후 방문부터 적용됩니다.

## 페이지 컨텐츠 카테고리 설정

최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/280

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **리포트 설정방법** | 인기 카테고리<br>인기 카테고리별 추세 |

### 페이지 컨텐츠 카테고리 생성

경로: 설정 동적페이지 설정 페이지 콘텐츠 카테고리 설정




분석하고자 하는 서비스는 화면 좌측 위의 서비스 선택 상자에서 선택합니다.

1. 카테고리 추가 버튼을 클릭하여 카테고리명, 페이지 경로, 파라미터를 입력합니다.
   카테고리명은 사용자가 확인하기 편리한 이름으로 입력하며, 최상위부터 구분자 / 를 넣어 계층을 구분합니다. ex /회사소

개/찾아오시는 길

** / 로 구분하는 이유는 웹사이트의 동적컨텐츠에 대하여 TREE형 구조로 데이터를 수집하기 위함입니다.

같은 페이지 경로라도 URL 파라미터 값에 따라 구분되는 페이지를 카테고리로 지정할 수 있습니다. 페이지 경로와 파라미터 값이 모두 일치하는 페이지가 지정한 카테고리로 집계됩니다.

ex 붉은색 글씨를 입력합니다.

http://www.domain.com/page.jsp?parameter1=value1 parameter2=value2

parameter1, parameter2: 파라미터 / value1, value2 : 파라미터 값

2. 카테고리명·페이지 경로·파라미터로 등록된 카테고리를 검색할 수 있습니다.

3. 목록에서 카테고리명, 페이지 경로, 파라미터, 반영 상태를 확인합니다.

4. 수정 , 삭제 버튼으로 등록한 내용을 변경합니다.

# 전환단계 페이지 설정

## 전환단계 페이지 설정

최종 수정일 2026 10 29 · 콘솔 화면: 설정 전환단계 페이지 설정 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console settings conversion

### 해당 제품 서비스

웹사이트 서비스 전체 에디션 레벨 .

### 기능 정의

회원가입 완료·주문완료 등 전환 단계에 해당하는 페이지를 등록해, 별도 환경변수 설정 없이 전환율을 분석하도록 하는 설정 화면입니다.

### 기능 설명

등록한 페이지를 거친 방문을 해당 전환 단계로 집계합니다.

활용 리포트: 검색광고 성과의 키워드별 회원가입·주문, 캠페인 성과, 전환 퍼널, 유입 경로별 회원가입·주문·매출 등

### 설정 방법

전환 페이지 추가 를 누릅니다.

전환 단계를 고릅니다. 목록에 없는 단계는 새 단계 로 단계코드 영대문자·숫자 3 8자 를 만듭니다.

페이지 URL을 수집된 페이지 URL 선택 에서 고르거나 직접입력 으로 입력합니다.

필요하면 파라미터 이름 값, 최대 3개 를 입력하고 저장합니다.

### 화면 구성

| 영역 | 내용 |
| --- | --- |
| 전환 페이지 관리 | 전환 단계 명 단계코드 , 페이지 URL, 파라미터 1 3, 수정·삭제 |
| 검색·페이지 | 단계명·코드·URL·파라미터 검색, 페이지당 표시 개수 선택 |

### 유의사항

- 등록 후 해당 페이지를 직접 거쳐 보면 예: 회원가입 후 다음날 리포트부터 전환으로 집계되는지 확인할 수 있습니다.
- 전환 단계 명은 계정 단위로 저장되어 같은 계정의 모든 서비스에 적용됩니다.

### 세부 기능 매뉴얼

- 전환 단계와 전환 페이지 등록: 전환단계/전환단계 페이지 설정
- 전환 시나리오 전환 퍼널 리포트에서 생성 : 전환 시나리오 설정, 간편 전환 시나리오 설정, 사용자정의 전환 시나리오 설정
- 장바구니 단계: 장바구니 분석

# 전환단계/전환단계 페이지 설정

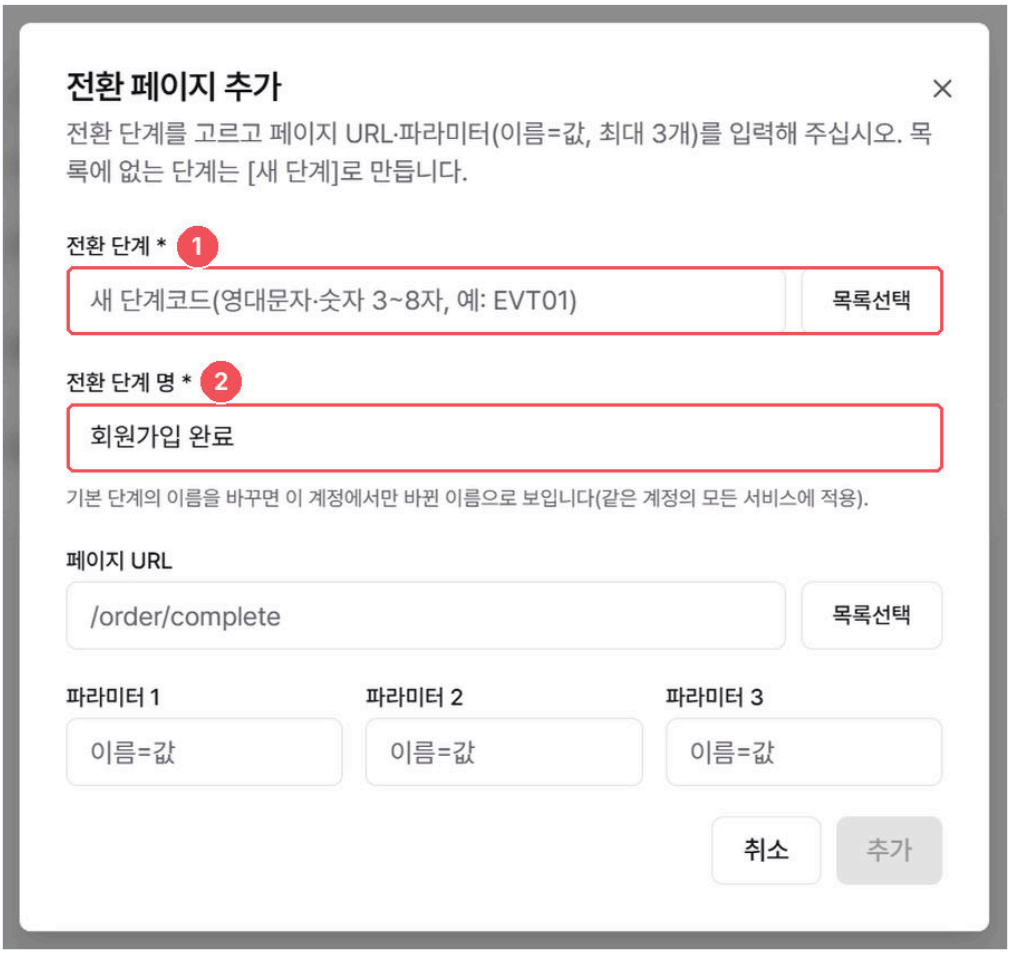
최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/284

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
|---|---|

### 전환단계 설정

경로 : 설정 전환단계 페이지 설정 전환 페이지 추가 새 단계

새 콘솔에서는 전환단계를 별도 화면이 아니라 전환 페이지 추가 대화상자에서 함께 만듭니다. 목록에 없는 전환 단계가 필요하면 전환 단계 오른쪽의 새 단계 버튼을 클릭합니다. 입력 상자가 새 단계코드 입력란으로 바뀌며, 목록선택 을 클릭하면 기존 단계 선택으로 돌아갑니다.




1. 전환 단계 에 새 단계코드를 입력합니다.
2. 전환 단계 명 에 해당 단계코드가 나타내는 명칭을 입력합니다. 이어서 페이지 URL과 파라미터를 입력하고 추가 를 클릭하면 새 전환 단계와 전환 페이지가 함께 등록됩니다.

* 기본 단계의 이름을 바꾸면 이 계정에서만 바뀐 이름으로 보입니다 같은 계정의 모든 서비스에 적용 .

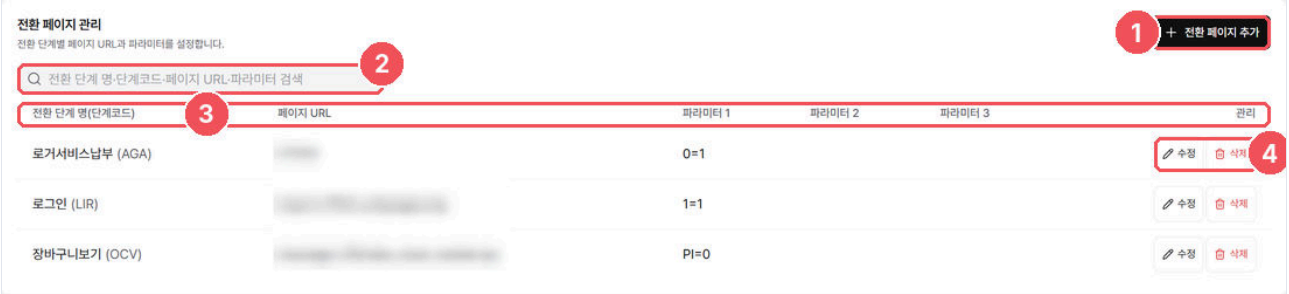
* 전환단계 코드값은 영대문자, 숫자 조합 3자 이상 8자 이하로 구성되어야 합니다

* 다음의 전환단계 코드값은 기본 예약된 값으로 입력하실 수 없습니다.
  예약단계값: LIF, LIR, OCV, ODR, PDV, PLV, RGF, RGI, RGR, UD1, UD2, DU3, UD4, UD5, UD6, VST

### 전환단계 페이지 설정

경로 : 설정  전환단계 페이지 설정

별도의 환경변수 설정 없이도 회원가입수, 주문수 등의 전환율 분석을 위해 설정하실 수 있습니다. 새 콘솔에서는 기본 전환단계와 커스텀 전환단계의 페이지를 하나의  전환 페이지 관리  목록에서 함께 관리합니다.




분석하고자 하는 서비스는 화면 좌측 위의 서비스 선택 상자에서 선택합니다.
1.  전환 페이지 추가  버튼을 클릭하고, 전환 단계 예: 회원가입 완료·주문완료 에 맞는 페이지 URL을 등록합니다. 해당 페이지를 거쳐 간 방문자가 있으면  수집된 페이지 URL 선택  에서 손쉽게 고를 수 있고, 없으면  직접입력  으로 입력합니다.
전환 페이지 URL의 파라미터를 함께 설정할 수 있습니다.  추가옵션이므로 파라미터 값이 없을 경우 입력하지 않아도 됩니다.
ex  붉은색 글씨를 입력합니다.
http://www.domain.com/page.jst?parameter1=value1  parameter2=value2
 parameter1,parameter2:파라미터 / value1, value2 : 파라미터 값
2. 전환 단계 명·단계코드·페이지 URL·파라미터로 등록된 전환 페이지를 검색할 수 있습니다.
3. 목록에서 전환 단계 명 단계코드 , 페이지 URL, 파라미터 1  3을 확인합니다.
4.  수정 ,  삭제  버튼으로 등록한 내용을 변경합니다.

* 등록 후 해당 페이지를 직접 거쳐 보면 예: 회원가입 후  다음날 리포트부터 전환으로 집계되는지 확인하실 수 있습니다.
* 전환 단계 명은 계정 단위로 저장되어 같은 계정의 모든 서비스에 적용됩니다.

## 전환 시나리오 설정

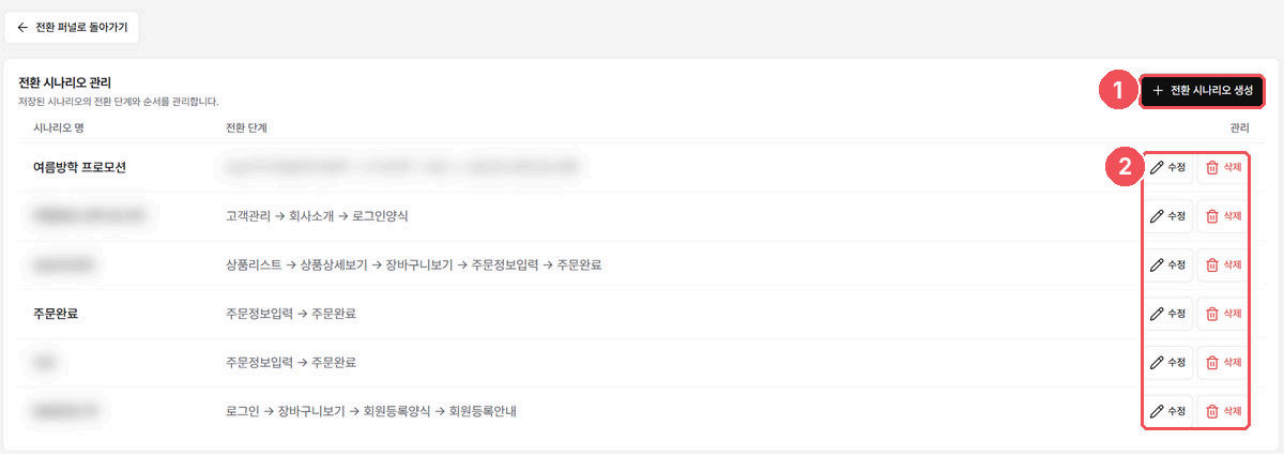
최종 수정일 2009  08  12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/274

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨  이상 |
| **제공되는 리포트** | 사용자정의 전환 시나리오<br>시계열 시나리오 분석 |

### 전환 시나리오 생성

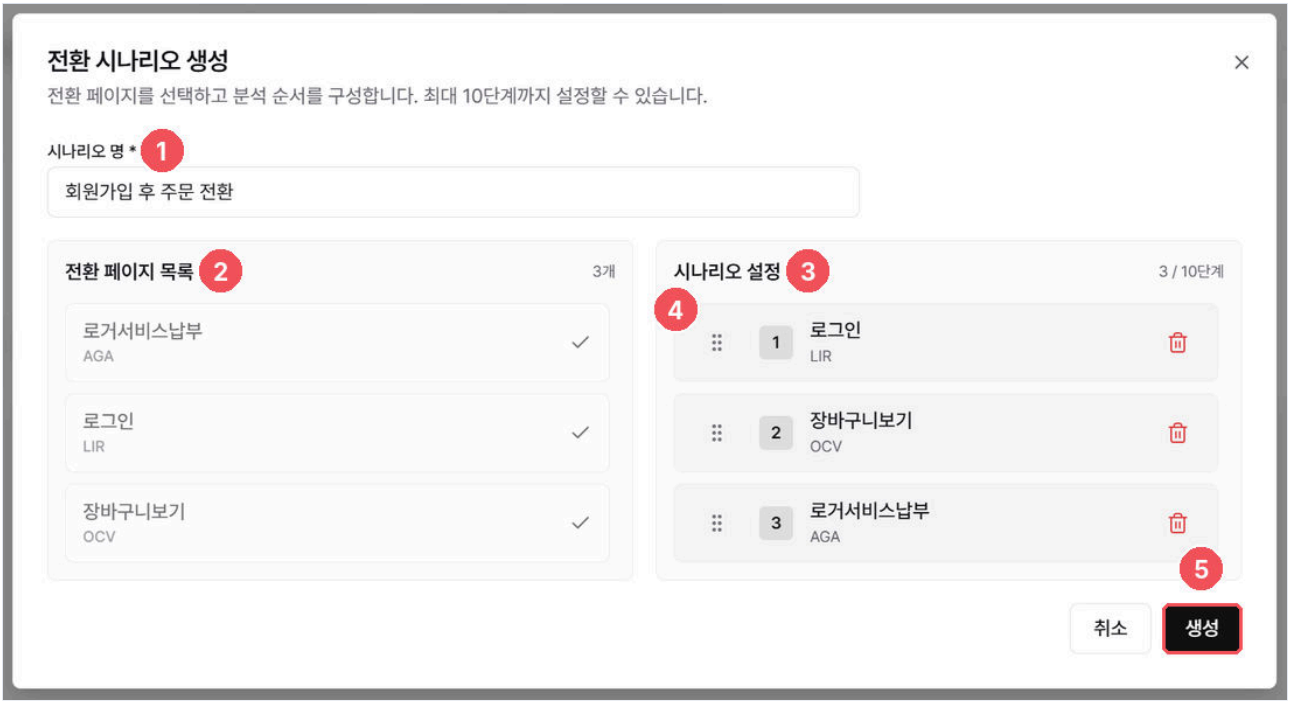
경로: 전환·매출  전환 퍼널  전환 시나리오 관리

새 콘솔에서는 기존의 간편 전환 시나리오와 사용자정의 전환 시나리오가 하나의 전환 시나리오 생성 으로 통합되었습니다. 전환 퍼널 화면의 전환 시나리오 관리 버튼을 클릭하면 저장된 전환 시나리오 목록이 표시됩니다.




분석하고자 하는 서비스는 화면 좌측 위의 서비스 선택 상자에서 선택합니다.

1. 전환 시나리오 생성 버튼을 클릭하여 새 전환 시나리오를 만듭니다.
2. 목록에서 시나리오 명과 전환 단계를 확인하고, 수정 · 삭제 버튼으로 저장된 시나리오를 변경하거나 삭제합니다.




1. 시나리오 명 을 입력합니다.

ex 회원가입 단계별 전환, 여름이벤트 전환 시나리오

2. 전환 페이지 목록 에서 시나리오에 넣을 전환 페이지를 클릭합니다. 클릭한 순서대로 오른쪽 시나리오 설정 에 단계가 추가되고, 추가된 페이지에는 체크 표시가 나타납니다. 전환 페이지 목록에는 전환단계 페이지 설정에서 등록한 전환 페이지가 전환 단계 명과 단계코드로 표시됩니다.
3. 시나리오 설정 에서 구성된 단계와 단계 수를 확인합니다. 최대 10단계까지 설정할 수 있으며, 단계를 빼려면 오른쪽 휴지통 아이콘을 클릭합니다.
4. 각 단계 왼쪽의 손잡이를 드래그 드롭하여 단계 순서를 바꿉니다.
5. 생성 버튼을 클릭하면 전환 시나리오 구성이 완료됩니다.

# 사용자정의 전환 시나리오 설정

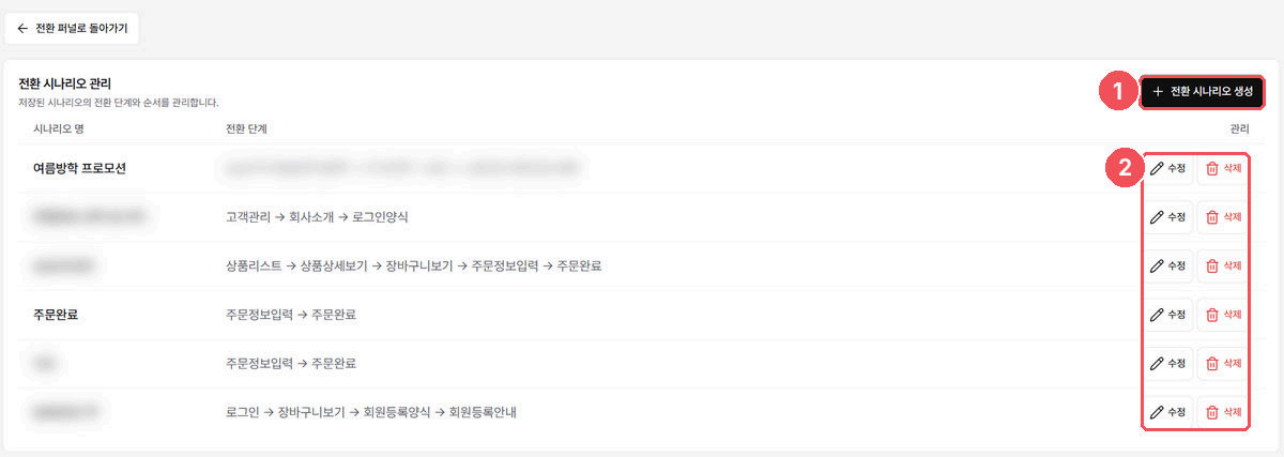
최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/249

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 비지니스에디션 레벨 이상 |
| **환경변수 적용** | TRK PI |
| **제공되는 리포트** | 사용자정의 전환 시나리오<br>전환 단계별 전환수<br>전환 단계별 전환율 |

### 전환 시나리오 생성

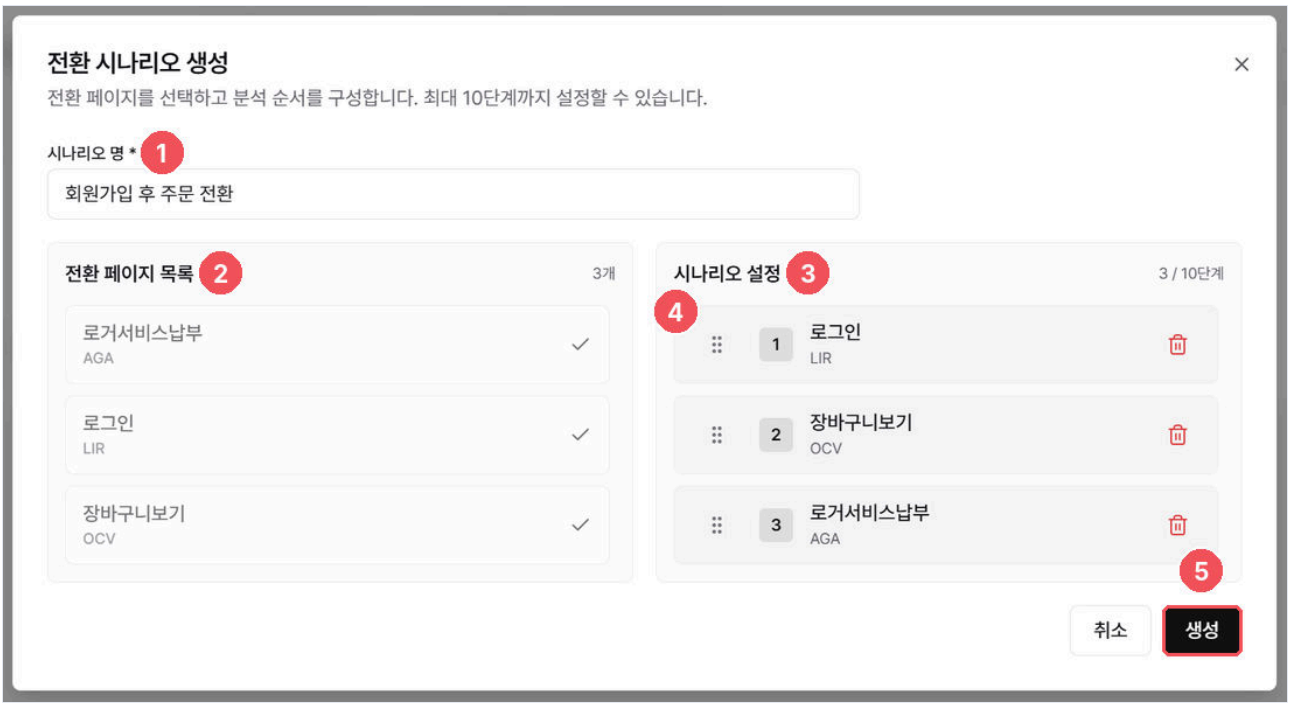
경로: 전환·매출 전환 퍼널 전환 시나리오 관리

새 콘솔에서는 기존의 간편 전환 시나리오와 사용자정의 전환 시나리오가 하나의 전환 시나리오 생성 으로 통합되었습니다. 전환 퍼널 화면의 전환 시나리오 관리 버튼을 클릭하면 저장된 전환 시나리오 목록이 표시됩니다.




분석하고자 하는 서비스는 화면 좌측 위의 서비스 선택 상자에서 선택합니다.

1. 전환 시나리오 생성 버튼을 클릭하여 새 전환 시나리오를 만듭니다.
2. 목록에서 시나리오 명과 전환 단계를 확인하고, 수정 · 삭제 버튼으로 저장된 시나리오를 변경하거나 삭제합니다.




1. 시나리오 명 을 입력합니다.

ex 회원가입 단계별 전환, 여름이벤트 전환 시나리오

2. 전환 페이지 목록 에서 시나리오에 넣을 전환 페이지를 클릭합니다. 클릭한 순서대로 오른쪽 시나리오 설정 에 단계가 추가되고, 추가된 페이지에는 체크 표시가 나타납니다. 전환 페이지 목록에는 전환단계 페이지 설정에서 등록한 전환 페이지가 전환 단계 명과 단계코드로 표시됩니다.

3. 시나리오 설정 에서 구성된 단계와 단계 수를 확인합니다. 최대 10단계까지 설정할 수 있으며, 단계를 빼려면 오른쪽 휴지통 아이콘을 클릭합니다.

4. 각 단계 왼쪽의 손잡이를 드래그 드롭하여 단계 순서를 바꿉니다.

5. 생성 버튼을 클릭하면 전환 시나리오 구성이 완료됩니다.

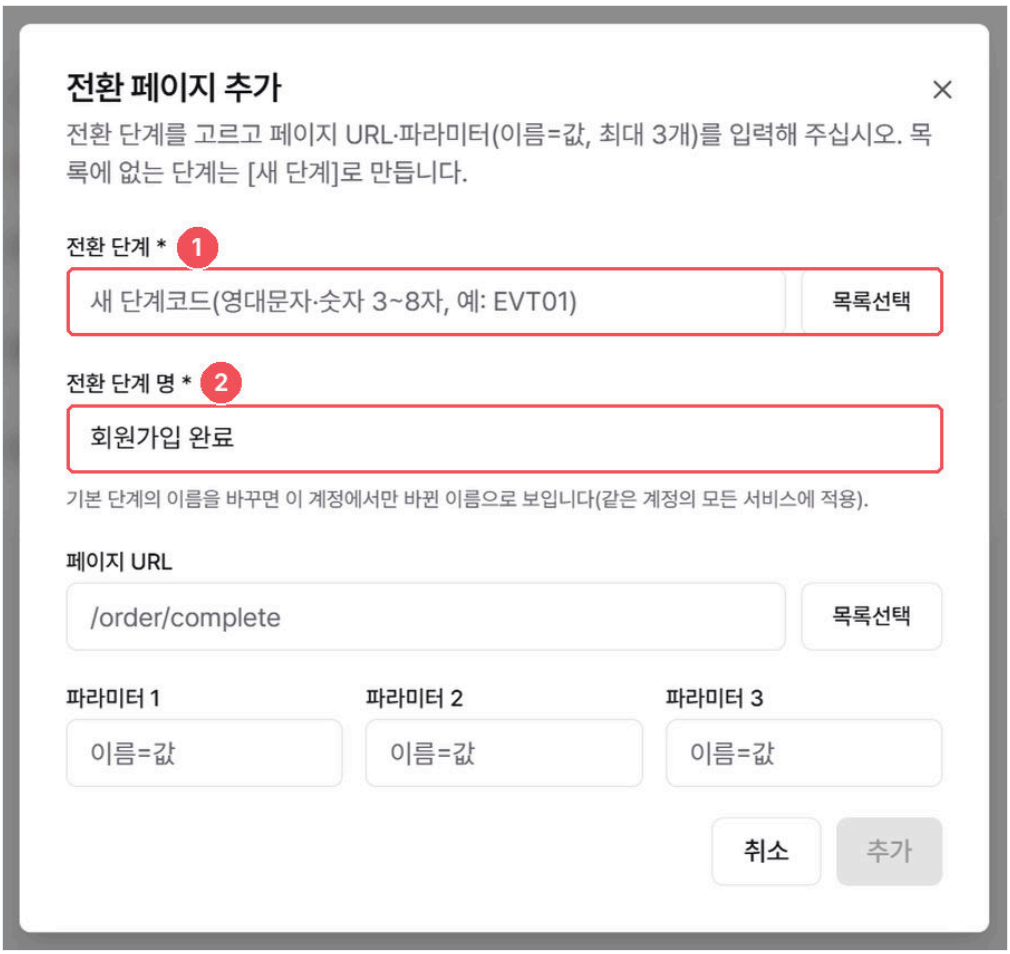
**적용 방법**

위 과정에서 구성한 전환단계 코드를 PI 값이라고 합니다. 이 값을 각 단계별 웹페이지에 설정하는 작업이 필요합니다.

PI값을 할당하는 방법은 TRK PI값의 설정 Page Identity 을 참고하시기 바랍니다.

**참고**

구성하려는 전환 코드값이 없는 경우 사용자 정의에 맞게 전환단계 값을 추가할 수 있습니다. 새 콘솔에서는 전환단계 페이지 설정의 전환 페이지 추가 대화상자에서 새 단계 버튼을 클릭하여 추가합니다.




1. 전환 단계 에 새 단계코드를 입력합니다.
2. 전환 단계 명 에 해당 단계코드가 나타내는 명칭을 입력합니다.

* 전환단계 코드값은 영대문자, 숫자 조합 3자 이상 8자 이하로 구성되어야 합니다.
* 다음의 전환코드값은 기본 예약된 값으로 입력하실 수 없습니다.
예약단계값: LIF, LIR, OCV, ODR, PDV, PLV,RGF,RGI,RGR,UD1,UD2,DU3,UD4,UD5,UD6,VST

## 간편 전환 시나리오 설정

최종 수정일 2009 08 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/248

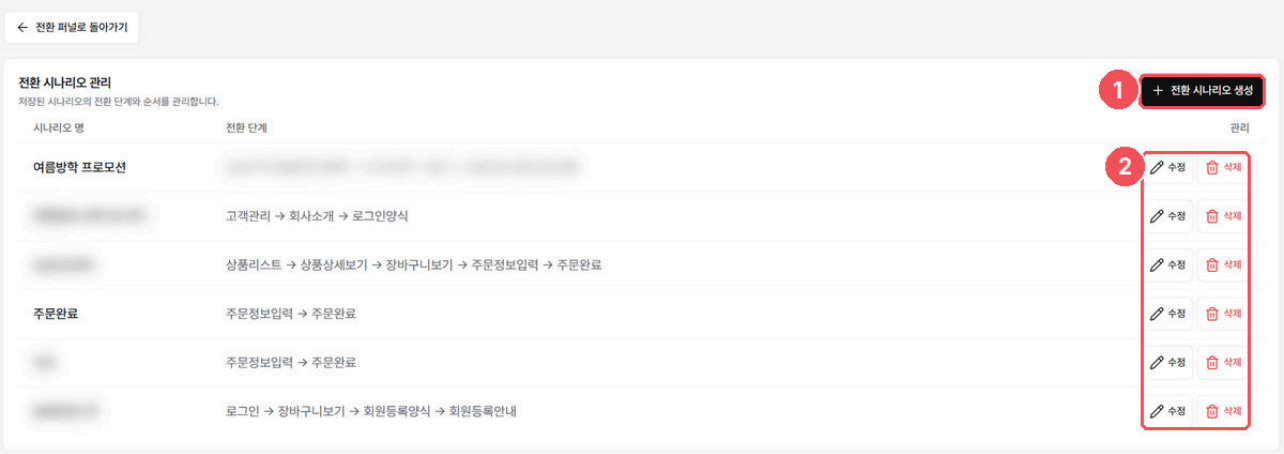
| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 간편 전환 시나리오 |

### 전환 시나리오 생성

경로: 전환·매출 전환 퍼널 전환 시나리오 관리

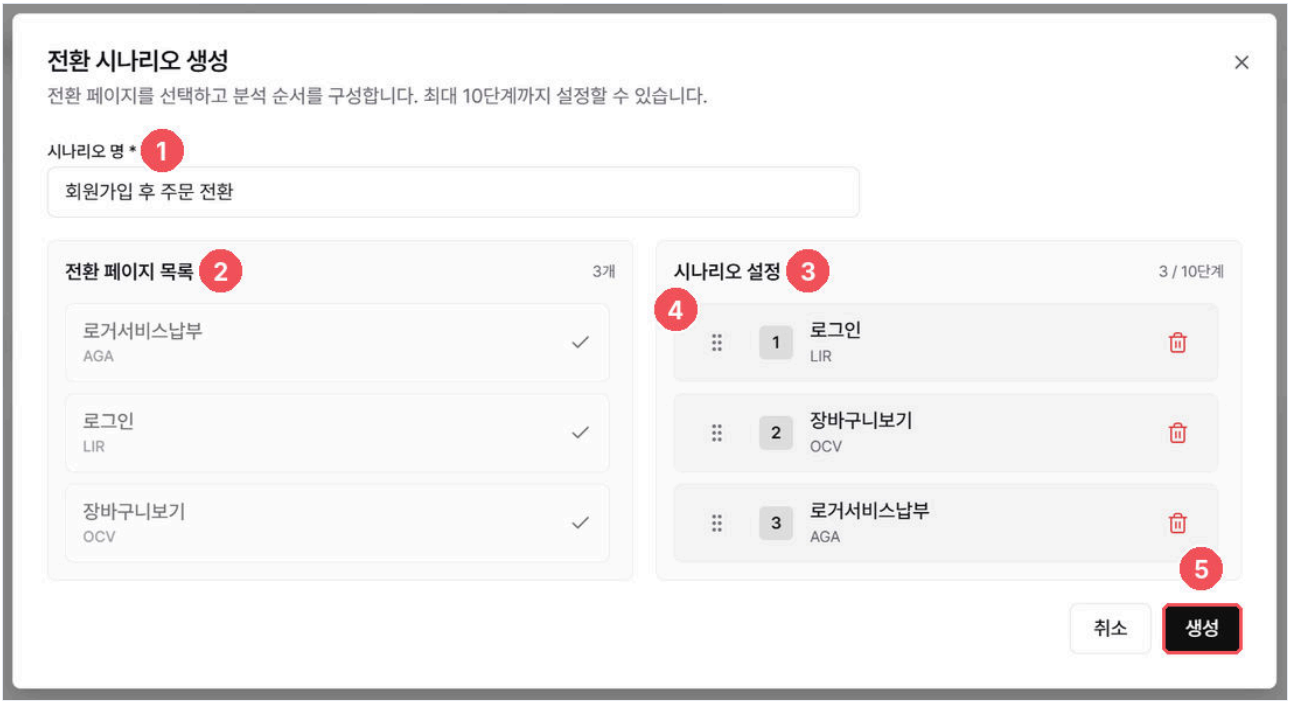
새 콘솔에서는 기존의 간편 전환 시나리오와 사용자정의 전환 시나리오가 하나의 전환 시나리오 생성 으로 통합되었습니다. 전환 퍼널 화면의 전환 시나리오 관리 버튼을 클릭하면 저장된 전환 시나리오 목록이 표시됩니다. 기존 간편 전환 시나리오처럼

수집된 페이지를 단계로 쓰려면, 먼저 전환단계 페이지 설정의 전환 페이지 추가 에서 해당 페이지를 수집된 페이지 URL 선택으로 골라 전환 페이지로 등록합니다. 웹페이지가 1회 이상 노출되어 수집된 경우에만 선택할 수 있습니다.




분석하고자 하는 서비스는 화면 좌측 위의 서비스 선택 상자에서 선택합니다.

1. 전환 시나리오 생성 버튼을 클릭하여 새 전환 시나리오를 만듭니다.
2. 목록에서 시나리오 명과 전환 단계를 확인하고, 수정 · 삭제 버튼으로 저장된 시나리오를 변경하거나 삭제합니다.




1. 시나리오 명 을 입력합니다.

ex 회원가입 단계별 전환, 여름이벤트 전환 시나리오

2. 전환 페이지 목록 에서 시나리오에 넣을 전환 페이지를 클릭합니다. 클릭한 순서대로 오른쪽 시나리오 설정 에 단계가 추가되고, 추가된 페이지에는 체크 표시가 나타납니다. 전환 페이지 목록에는 전환단계 페이지 설정에서 등록한 전환 페이지가 전환 단계 명과 단계코드로 표시됩니다.
3. 시나리오 설정 에서 구성된 단계와 단계 수를 확인합니다. 최대 10단계까지 설정할 수 있으며, 단계를 빼려면 오른쪽 휴지통 아이콘을 클릭합니다.
4. 각 단계 왼쪽의 손잡이를 드래그 드롭하여 단계 순서를 바꿉니다.
5. 생성 버튼을 클릭하면 전환 시나리오 구성이 완료됩니다.

# 장바구니 분석

최종 수정일 2025 03 24 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/246

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 커머스에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 장바구니 담긴상품<br>장바구니에서 버린상품 |

제공되는 함수를 호출하여 장바구니 담긴상품 및 장바구니에서 버려진 상품 의 데이터를 전달합니다.

**장바구니 담기 Action의 검출**

먼저 호출되는 함수의 기본형은 다음과 같습니다.

* 자바스크립트 함수 호출의 기본형 버튼, 이미지버튼, 링크 앵커 태그에서 사용

* 위 형식에서 역슬래시 \ , 쌍따옴표 및 작은따옴표의 사용에 유의하십시오.

ex1 이미지버튼에서

```
a href= javascript:submitForm img src= /images/btn/btn next.gif width= 60 height= 22
vspace= 5 border= 0 onMouseDown= try if typeof trk clickTrace == function
trk clickTrace SCI, 상품코드 ; catch e /a
```

ex2 앵커태그에서

```
a href= javascript:submitForm onMouseDown= try if typeof trk clickTrace == function
trk clickTrace SCI, 상품코드 ; catch e img src= /images/btn/btn next.gif width= 60
height= 22 vspace= 5 border= 0 /a
```

ex3 폼버튼에서

```
input type=button value= 장바구니담기 onMouseDown= try if typeof trk clickTrace == function
trk clickTrace SCI, 상품코드 ; catch e
```

ex4 프로그램변수명을 전달 DB에서 가져온 상품코드 등

```
onMouseDown= try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace SCI, ?
ProductCode? ; catch e
```

ex5 자바스크립트 변수명을 전달 DB에서 가져온 상품코드 사용자가 지정한 옵션 색상등 을 상품코드에 함께 포함할 경우

```
가
나
* 작은따옴표의 사용에 유의하십시오.
```

**장바구니 담기 Action의 검출시점**

함수의 호출은 상품상세보기의 **장바구니 담기 버튼에 적용**되면 됩니다.

바로구매 를 장바구니 분석에 포함하려면 **바로구매 버튼에도 장바구니 담기 버튼에 적용한 바와 같이 동일하게 적용**하면 됩니다.

**장바구니에서 버리기 Action의 검출**

위 장바구니 담기와 동일하되 호출함수의 기본형에서 **SCI SCO로 다릅니다.**

```
onMouseDown= try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace SCO, 상품코드 ;
catch e
```

* 위 형식에서 역슬래시 \ , 쌍따옴표 및 작은따옴표의 사용에 유의하십시오.

**장바구니에서 버리기 Action의 검출시점**

장바구니 보기에서 장바구니에서 버리기 버튼 링크 에 적용합니다.

**참고**

1. 장바구니내에서 수량조정을 0 으로 지정하여 상품을 버리는 경우 Action 검출방법
본 장바구니 Action 검출함수 담기 및 버리기 는 별도 함수로 분리하여 활용도 가능합니다.

```
ex 장바구니버리기 함수의 예
 script language= JavaScript
function cartOut productName
try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace SCO, productCode ;
catch e ;

 /script
```

이후 장바구니 수량조정 버튼 장바구니 새로 고침 을 클릭시 호출되는 함수에서, 각 상품 항목의 수량을 체크하여 주문수량이 0 일 경우 위 함수를 호출하도록 하여 처리하실 수 있습니다.

2. 환경변수 TRK PI OCV ; 의 지정은 장바구니의 상품분석과 무관하며, 시나리오분석에서 사용되는 환경변수입니다.
TRK PI 값의 설정 Page Identity 참고

3. 모바일 사용
모바일 사이트의 경우, onMouseDown를 **ontouchstart**로 변경해서 사용합니다.

4. 과거 클릭이벤트로 사용했던 eval 함수는 웹 보안 취약성의 문제로 **try if typeof trk clickTrace == function** 로 변경하여 사용해 주시기 바랍니다.

* 사용 중 어려운 부분은 기술담당자에게 문의주시기 바랍니다.

# KPI 설정

## KPI 그룹 및 항목 설정

최종 수정일 2020 02 04 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/266

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

### 적용 방법

경로: 로거 로그인 KPI 모니터링

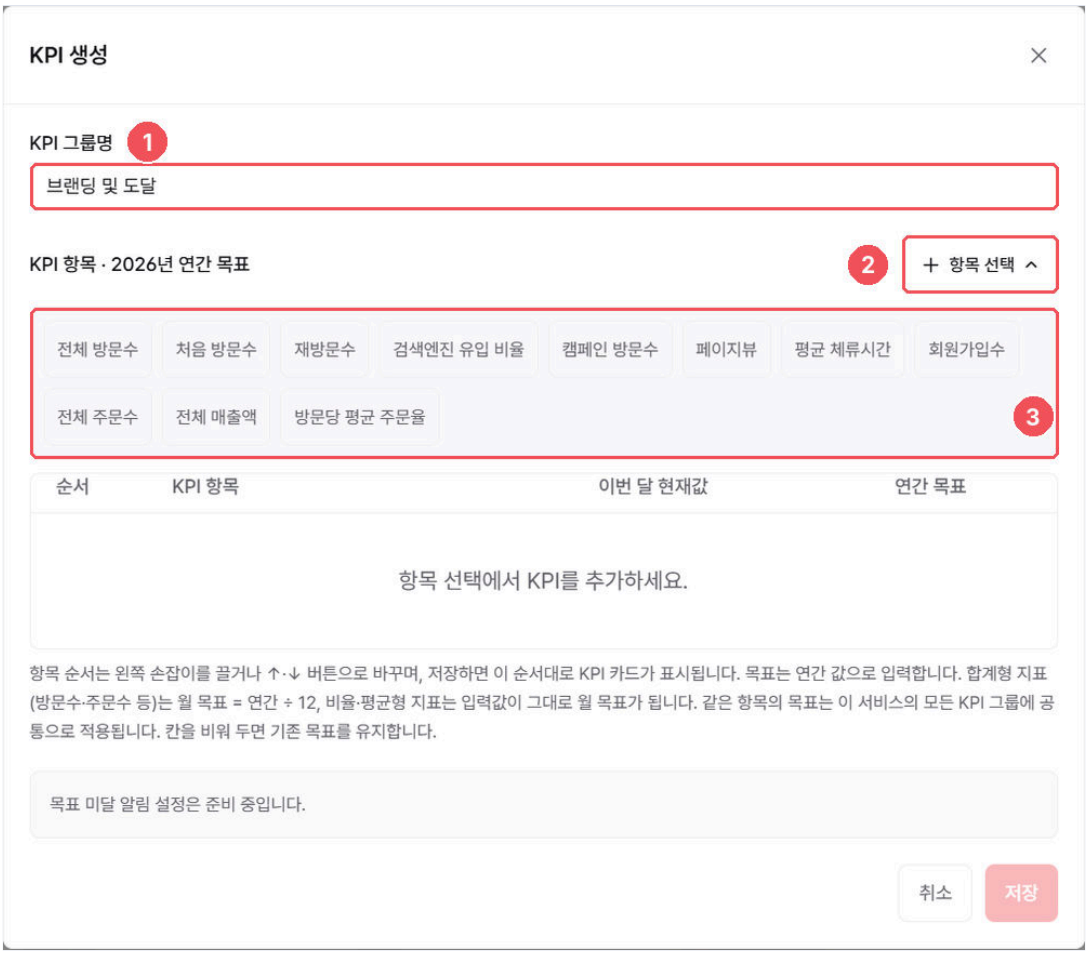
### 1. KPI 그룹 추가




KPI 모니터링 화면에서 사용자 정의에 맞게 KPI 그룹을 생성하실 수 있습니다.

1. KPI 생성 버튼을 클릭하여 KPI 그룹을 등록합니다. KPI 그룹명과 그룹에 포함할 KPI 항목은 이때 열리는 KPI 생성 창에서 설정합니다. 아래 참조
2. 수정 버튼을 클릭하시면 현재 선택한 KPI 그룹의 그룹명과 KPI 항목을 KPI 수정 창에서 변경할 수 있습니다. 삭제 버튼으로 KPI 그룹을 삭제할 수 있습니다.
3. 등록한 KPI 그룹은 탭으로 표시되며, 탭을 클릭하여 그룹별 KPI 현황을 확인합니다. KPI 그룹 탭 의 순서는 KPI 모니터링 화면의 탭 순서 버튼으로 바꿀 수 있습니다.

### 2. KPI 그룹에 KPI 항목 추가




KPI 그룹에 추가할 KPI 항목을 설정할 수 있습니다.

1. KPI 그룹명 에 그룹 이름을 입력합니다.
2. 항목 선택 버튼을 클릭하면 추가할 수 있는 KPI 항목 목록이 펼쳐집니다.
3. 목록에서 추가할 항목을 클릭하여 선택합니다. 여러 항목을 차례로 클릭하여 함께 선택할 수 있으며, 선택한 항목은 아래 KPI 항목 표에 추가됩니다.




4. 순서 열의 왼쪽 손잡이를 마우스로 끌거나 · 버튼을 클릭하여 항목의 순서를 바꿀 수 있습니다. 저장하면 이 순서대로 KPI 카드가 표시됩니다.
5. 항목 오른쪽의 버튼을 클릭하면 해당 항목을 그룹에서 제외합니다.
6. 저장 버튼을 클릭하면 KPI 항목 추가가 완료됩니다.

### 참고

KPI 목표 설정: 각 KPI 항목의 목표 설정 방법은 쉬운 KPI 설정, 고급 KPI 목표설정 을 참고하시기 바랍니다.
알람설정: KPI 상태에 대한 알람 설정 방법은 알람설정 을 참고하시기 바랍니다.

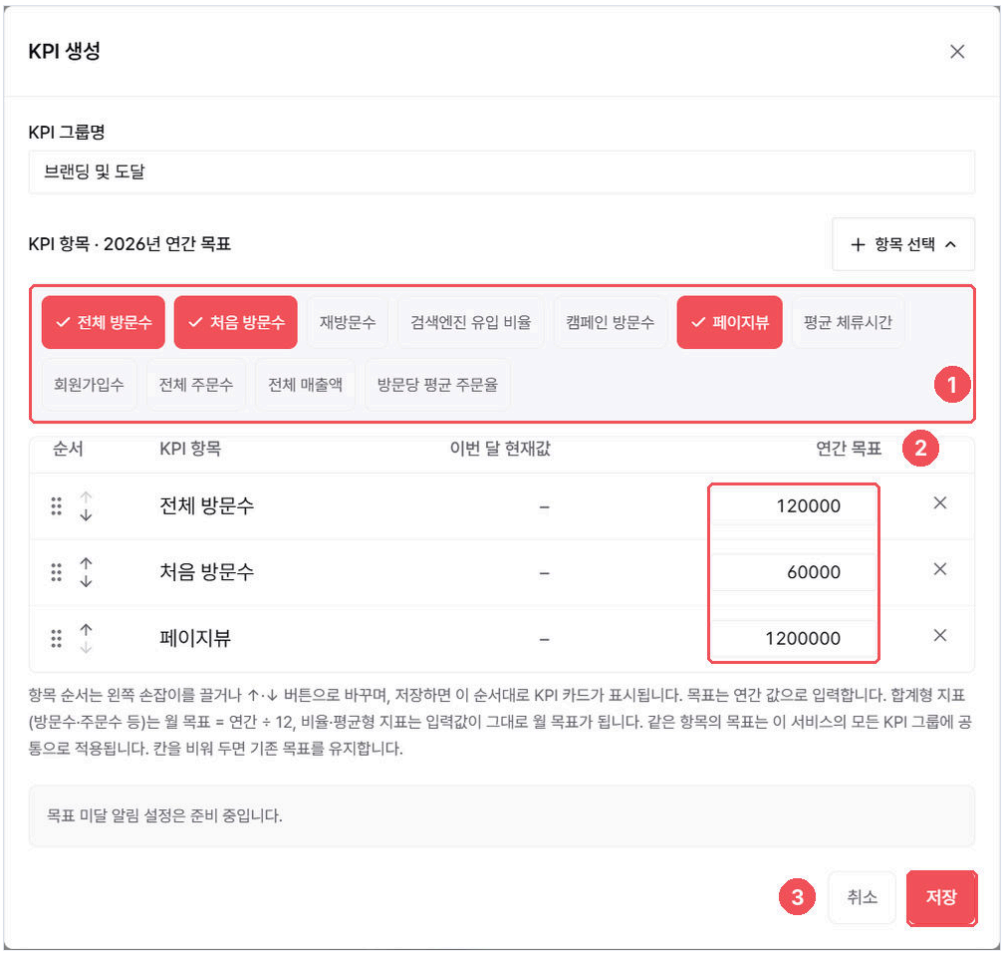
## 쉬운 KPI 목표설정

최종 수정일 2009 06 17 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/269

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

### 설정방법

경로: 로거 로그인 KPI 모니터링 KPI 생성 또는 수정




1. 항목 선택 에서 목표를 관리할 KPI 항목을 선택합니다. 관리할 웹사이트는 화면 왼쪽 위의 서비스 선택 상자에서 선택하며, 목표는 창에 표시된 연도 예: KPI 항목 · 2026년 연간 목표 를 기준으로 설정합니다.
2. 연간 목표 칸에 항목별 연간 목표값을 직접 입력합니다.
3. 저장 버튼을 클릭하면 목표값이 저장됩니다.




4. 이번 달 현재값 에서 항목별 이번 달 실적을 확인하며 목표값을 정할 수 있습니다.
5. 목표를 설정하지 않은 항목은 연간 목표 칸에 미설정 으로 표시됩니다. 비율 지표는 단위로 입력합니다.

목표는 연간 값으로 입력합니다. 방문수·주문수 등 합계형 지표는 연간 목표를 12로 나눈 값이 월 목표가 되고, 비율·평균형 지표는 입력값이 그대로 월 목표가 됩니다.
같은 항목의 목표는 이 서비스의 모든 KPI 그룹에 공통으로 적용되며, 칸을 비워 두면 기존 목표를 유지합니다.

**TIP 고급 KPI 목표설정**
웹사이트의 특성에 맞게 월별 목표값을 지정할 때에는 고급 KPI 목표설정을 참고하시기 바랍니다.

# 클릭 이벤트 설정

## 내부 클릭이벤트 설정

최종 수정일 2026 10 15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/229

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 내부 클릭이벤트 분석 클릭수<br>내부 클릭이벤트 분석 순수페이지뷰<br>내부 클릭이벤트 추세 클릭수<br>내부 클릭이벤트 추세 순수페이지뷰 |

* 이 작업은 사이트 내 소스 수정 및 스크립트 설치가 필요한 내용으로, 개발 지식이 있는 개발 담당자가 필요합니다.

**기능 설명**

웹사이트 내의 링크에 대한 클릭수, 순수 클릭수, 회원가입 기여도, 주문기여도, 매출기여도를 분석하여 제공하는 리포트로, 특정 영역 및 버튼의 클릭수를 분석할 수 있도록 설정합니다

제공되는 함수를 이용하여 내부 클릭이벤트의 클릭수를 분석할 수 있습니다.

해당 페이지에 웹페이지 분석스크립트가 삽입되어 있어야 합니다.

**기능 활용**

1. 스크립트 삽입

클릭수 분석을 희망하는 영역 및 버튼에 아래 스크립트를 설치해주시기 바랍니다.

반드시 함수의 첫번째 인수는 **EVT** 이어야 하며 두번째 인수는 **내부 클릭이벤트 이름**을 설정합니다.

```
try  if typeof  trk clickTrace == function     trk clickTrace  EVT, 내부 클릭이벤트 이름 ;    catch  e
```

2. 사용 예시

ex1 내부 클릭이벤트 이름에 **나의이벤트** 를 설정한 경우

A href= http://yourdomain/event.html target= blank 나의이벤트 /A

ex2 내부 클릭이벤트 이름에 현재 href의 링크 url을 설정한 경우

A href= http://yourdomain/event.html target= blank 나의이벤트 /A

위와 같이 내부 클릭이벤트 링크에 자바스크립트의 onMouseDown 이벤트에 trk clickTrace 함수를 설정합니다.

내부 클릭이벤트 링크가 a href= /a 와 같은 형태의 링크인 경우에는 ex2 와 같이 내부 클릭이벤트 이름에 this.href 와 같이 설정하면 현재 링크의 url http://yourdomain/event.html 이 내부 클릭이벤트 이름으로 설정되어 분석됩니다.

※ 만일 클릭 데이터를 수집하는 trk clickTrace 함수가 호출되기 전에 href로 정의한 링크 이동이 먼저 진행된다면 trk clickTrace 함수 뒤에 setTimeout 함수를 적용해주시기 바랍니다.

*** setTimeout 함수 설정**

내부클릭이벤트 함수 trk clickTrace 뒤에 settimeout함수 적용하여 시간을 준 뒤에 링크 이동할 수 있도록 합니다.

settimeout은 3초 정도로 권장하지만, 사이트마다 호출 속도가 다를 수 있기에 https://logger.co.kr/tools/forensic.tsp 에서 수집되는 내부클릭이벤트 데이터 확인해 보면서 시간 적용을 권장합니다.

ex
a setTimeout http://yourdomain/event.html , 3000 ; class= link

3. 모바일 활용

모바일 사이트의 경우, onMouseDown를 **ontouchstart**로 변경해서 사용합니다.

ex A **onMouseDown**= try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace EVT, 나의이벤트 ; catch e

A **ontouchstart**= try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace EVT, 나의이벤트 ; catch e

4. 환경변수

회원가입,주문,매출 기여도 분석의 측정을 위해서는 다음에 해당하는 환경변수의 설정이 선행되어야 합니다.
비즈니스 서비스이상에서 TRK PI 값의 설정 Page Identity 에 의한 회원가입, 주문의 검출,
커머스 서비스 이상에서 다음 3개의 환경변수 설정을 함께 적용할 것을 권해드립니다.

TRK OA 값의 설정 Ordered Amount
TRK OP 값의 설정 Ordered Products
TRK OE 값의 설정 Ordered EA.

**유의사항**

- 클릭 데이터를 수집하는 trk clickTrace 함수가 호출되기 전에 href로 정의한 링크 이동이 먼저 진행된다면 trk clickTrace 함수 뒤에 setTimeout 함수를 적용해주시기 바랍니다.
- 과거 클릭이벤트로 사용했던 eval 함수는 웹 보안 취약성의 문제로 **try if typeof trk clickTrace == function** 로 변경하여 사용해 주시기 바랍니다.

**내부 클릭이벤트 이름 작성 규칙**

- **글자수:** 내부 클릭이벤트 이름은 최대 250자까지 저장되며, 초과분은 잘려서 저장됩니다. 한글, 영문 모두 글자 수 기준입니다.
- **띄어쓰기:** 이름에 띄어쓰기를 사용할 수 있습니다. 값의 맨 앞뒤 공백은 자동으로 제거되고, 중간 공백은 그대로 저장됩니다.
- **저장되지 않는 문자:** 이모지 같은 특수 이모티콘은 저장되지 않으므로 사용하지 마십시오.
- **수집 과정에서 제거되는 문자:** 작은따옴표 와 역슬래시 \ 는 수집 과정에서 제거됩니다.
- **구분자:** / : ; . , 는 리포트 조회 시 하위 구분자로 사용되므로, 구분 목적이 아닌 곳에는 사용하지 않도록 권장합니다.
- **기타 특수문자:** # 등은 전송 과정에서 인코딩되어 정상적으로 수집됩니다.
- 이름이 지나치게 길면 URL 길이 한도에 걸릴 수 있으므로 가능한 한 짧게 설정하시기 바랍니다.

**참고**

내부 클릭이벤트 이름 을 하위 구분자 / , : , ; , . , , 로 나누어 작성하면 이벤트를 그룹별로 관리하기 쉽습니다.
ex /메인페이지/의 배너를 그룹별 관리하고 싶을 때,
내부클릭이벤트 이름1 : /메인페이지/Right 배너/

내부클릭이벤트 이름2 : /메인페이지/Left 배너/
내부클릭이벤트 이름2 : /메인페이지/Center 배너/

## 외부 유출링크 설정

최종 수정일 2025 03 24 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/230

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 외부 유출링크 분석 |

제공되는 함수를 이용하여 외부유출 링크의 클릭수를 분석할 수 있습니다.
해당 페이지에 웹페이지 분석스크립트가 삽입되어 있어야 합니다.

다음과 같이 자바스크립트 함수를 이용하여 해당항목의 클릭을 검출할 수 있습니다.

**외부유출링크 분석 사용예 :**
**ex1 외부유출링크의 이름에 친구웹사이트 를 설정한 경우**
A href= http://outerdomain.co.kr
내 친구의 웹사이트로 이동 /A

**ex2 외부유출링크의 이름에 현재 href의 링크 url을 설정한 경우**
A href= http://outerdomain.co.kr target= blank 내 친구의 웹사이트로 이동 /A

위와 같이 외부유출 링크에 자바스크립트의 onMouseDown 이벤트에 trk clickTrace 함수를 설정합니다.
반드시 함수의 첫번째 인수는 **RFO** 이어야 하며 두번째 인수는 **외부유출 링크의 이름**을 설정합니다.

```
try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace RFO, 외부유출 링크의 이름 ; catch e
```

외부유출 링크가 **a href= /a** 와 같은 형태의 링크인 경우에는 ex2 와 같이 외부유출 링크의 이름에 **this.href** 와 같이 설정하면 현재 링크의 url http://outerdomain.co.kr 이 외부유출링크의 이름으로 설정되어 분석됩니다.

**참고**

과거 클릭이벤트로 사용했던 eval 함수는 웹 보안 취약성의 문제로 **try if typeof trk clickTrace == function 로 변경**하여 사용해 주시기 바랍니다.

모바일 사이트의 경우, onMouseDown를 **ontouchstart**로 변경해서 사용합니다.

ex A **onMouseDown**= try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace RFO, 외부유출 링크의 이름 ; catch e
A **ontouchstart**= try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace RFO, 외부유출 링크의 이름 ; catch e

# 파일 다운로드 설정

최종 수정일 2025 03 24 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/224

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 스탠다드에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 파일 다운로드 |

제공되는 함수를 이용하여 다운로드의 클릭 횟수를 분석할 수 있습니다.
해당 페이지에 웹페이지 분석스크립트가 삽입되어 있어야 합니다.

다음과 같이 자바스크립트 함수를 이용하여 해당항목의 클릭을 검출할 수 있습니다.

**다운로드 분석 사용예 :**

**ex1 다운로드 이름에 서비스 소개서 를 설정한 경우**
A href= http://yourdomain.com/introfile.pdf target= blank
서비스 소개서 다운로드 /A

**ex2 다운로드 이름에 현재 href의 링크 url을 설정한 경우**
A href= http://yourdomain.com/introfile.pdf target= blank 서비스 소개서 다운로드 /A

위와 같이 다운로드 링크에 자바스크립트의 onMouseDown 이벤트에 trk clickTrace 함수를 설정합니다.
반드시 함수의 첫번째 인수는 **DNL** 이어야 하며 두번째 인수는 **다운로드 이름** 을 설정합니다.

```
try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace DNL, 다운로드 이름 ; catch e
```

다운로드 링크가 **a href= /a** 와 같은 형태의 링크인 경우에는 ex2 와 같이 다운로드 이름에 **this.href** 와 같이 설정하면 현재 링크의 url http://yourdomain.com/introfile.pdf 이 다운로드 이름으로 설정되어 분석됩니다.

**참고**

과거 클릭이벤트로 사용했던 eval 함수는 웹 보안 취약성의 문제로 **try if typeof trk clickTrace == function** 로 변경하여 사용해 주시기 바랍니다.

모바일 사이트의 경우, onMouseDown를 **ontouchstart**로 변경해서 사용합니다.

ex A **onMouseDown**= try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace DNL, 다운로드 이름 ; catch e
A **ontouchstart**= try if typeof trk clickTrace == function trk clickTrace DNL, 다운로드 이름 ; catch e

# 기타 설정

## 채널 분석 기능 설정

최종 수정일 2019 06 28 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/256

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

**채널 필터링 분석 서비스는**
웹사이트에 접속이 발생하여 생성된 리포트중 특정 채널 광고/제휴사 사이트/레퍼러 등 에 의하여 발생하는 접속에 대하여 별도 분리하여 리포트를 생성할 수 있도록 하는 분석 서비스입니다.
이를 통해 **마케팅에 필요한 고급 정보를 획득**하실 수 있습니다.

채널분석 서비스를 위해서는 귀사의 웹사이트에 방문하는 방문자 분석용으로 제공되는 주 main 서비스외에 추가 sub 적으로 채널수에 해당하는 서비스가 추가사용되어야 합니다. 즉 추가적인 서비스 비용이 발생하게 됩니다.

> ex 주 웹사이트 분석외에 이메일효과 분석용과 제휴사 사이트로부터의 방문자를 별도 채널분석할 경우
> 주 서비스 1개 이메일 채널용 분석 서비스 1개 제휴사접속 분석용 1개 3개의 서비스

**본 서비스가 필요한 경우**
주 분석서비스에서 제공되는 방문경로, 방문도메인, 광고분석등을 통해 얻는 정보의 결과부분 접속이후 트래픽, 네비게이션 등에 대하여 상세한 리포트를 필요로 하는 경우에 적합합니다.
특정 채널을 통해 방문하는 사용자에 해당하는 웹사이트의 트래픽 접속수,방문자수등 과 사이트내의 활동 네비게이션, 시나리오, 관심페이지/컨텐츠 등을 주 분석리포트와 분리하여 별도로 확인하실 경우에 필요합니다.

**참고**
모든 채널별로 자동적으로 분석되지 않으며, 별도 추가한 채널분석용 서비스를 활용하는 방법에 따라 분석대상이 달라집니다.
예를 들어 5명의 전체 사용자중 3명은 일반적인 방법으로 웹사이트에 접속하였고, 2명이 특정 채널 이메일등 으로 접속한 경우 주 리포트에는 방문자가 5명으로 검출되며, 채널분석 리포트에는 2명으로 검출됩니다.

**사용절차**
채널분석용 서비스를 추가하시기 위해서는 채널 신규서비스를 추가신청하신 후 사용하시면 됩니다.

동일한 도메인으로 인해 서비스항목간 구별이 어려우실 경우 리포트매니저의 서비스환경관리 도메인 호스트 수정 메뉴에서 인식가능한 임의의 이름을 붙여 놓으시면 편리합니다.

> ex 주 서비스 웹사이트 이름을 사용, 부 서비스 채널: 이메일 등의 명칭으로 구분

채널분석 서비스를 위해서는 채널 서비스의 서비스 번호 ex: 1049 를 알아야 하며,
이는 서비스의 경우 각 서비스에 대한 확인은 관리화면의 현재서비스 리스트 에서 확인하실 수 있습니다.
추가 채널분석용 서비스에 대한 서비스 요금은 서비스 운영자와 협의하여 결정하게 됩니다.

**사용방법**
귀사의 웹사이트에 접속되는 URL 뒤쪽에 다음과 같은 파라미터가 존재할 경우 또는 해당 쿠키가 존재할 경우 웹페이지분석코드 는 자동적으로 해당 방문자를 해당 채널분석 대상자로 할당하여 정의된 기간동안 해당방문자로 처리합니다.

이하 설명에서 사용되는 서비스번호와 트래킹호스트 이름은 부 sub 서비스, 즉 채널분석을 위해 할당된 서비스의 서비스번호/트래킹호스트 이름을 사용하셔야 합니다.

채널분석을 위해 할당된 서비스번호를 구분하여 호출시켜 구분할 수 있습니다

**채널분석 스크립트**

```
 script type= text/javascript
TRK U  채널분석스크립트번호 ;
 /script
```

예를 들어, 분석 사이트에 게이트 페이지가 있습니다.
gate.mysite.com 페이지에서 A지점 , B지점 버튼을 클릭하여 해당 지점의 분석사이트로 방문하게 되는데요.
A지점 버튼을 클릭한 방문데이터와 B지점 버튼을 클릭한 방문데이터를 나누어서 확인할 때,
분석사이트 www.mysite.com 하위에 채널 2개를 추가합니다.
그리고 A지점 과 B지점 각 버튼을 클릭하여 방문하였을 때 채널번호를 나누어 호출시킵니다.

A지점 채널 분석서비스번호 : **12345**
B지점 채널 분석서비스번호 : **678910**

게이트페이지 gate.mysite.com 에서
A지점 버튼을 통해 www.mysite.com 에 방문했을 때는 기본스크립트 보다 상단에 TRK U **12345** ; 를 호출하게 하고,
B지점 버튼을 통해 www.mysite.com 에 방문했을 때는 기본스크립트 보다 상단에 TRK U **678910** ; 를 호출하면 됩니다.

**1. 파라미터 설명** 대문자임과 앞뒤로 언더바 임에 유의하세요.
U : 서비스번호를 의미합니다. 생략불가능한 파라미터입니다. 서비스 리스트에서 확인하실 수 있습니다.
L : 본 파라미터에 의해 채널로 분리된 사용자에 대하여 효과인정 기간을 지정합니다. 단위는 일 day 이며, 생략가능한 파라미터입니다. 생략될 경우 14일로 기본설정됩니다.
R : 예약파라미터입니다. 고객의 이메일주소/아이디등 개인식별가능한 값등에 활용될 수 있으며, RAW데이터 분석에 활용될 수 있습니다. 이 부분의 사용에 대한 결과 리포트는 일반서비스의 경우 제공하지 않으며, 개별적 컨설팅에 의해 제공됩니다.

* 웹페이지분석코드는 위와 같은 파라미터를 받을 경우 각각 다음과 같은 쿠키를 설정합니다.
쿠키는 서비스가 제공되는 해당 도메인의 쿠키로서 귀사의 웹사이트 운영자가 직접 쿠키를 설정하셔도 되도록 유연한 구

조를 갖고 있습니다. 즉, 파라미터에 의한 설정이 아닌 귀사의 웹사이트에서 귀사의 도메인쿠키로 **직접 쿠키값을 설정하셔도 됩니다**.
* 파라미터이름 : 대응되는 쿠키이름
U : TRK U
L : TRK LIFE
R : TRK RK

**2. 일반 링크등에 사용**
U =서비스번호 L =효과인정일수

ex ...domain.com/index.html? **U 0000** L 7 R =test email.com
ex ...domain.com/index.html?yourparameter=value **U 0000** L 7 R =test email.com

* 위의 예시에서 L 및 R 파라미터 및 값은 생략 가능합니다. 파라미터에 해당하는 값만 생략하실 수는 없습니다.
* 위의 예시에서 0000 및 trk1 은 귀사의 채널 분석용 서비스에 해당하는 값으로 사용하셔야 합니다.
* 특정 제휴사로부터 귀사의 사이트로 접속하는 링크, 또는 프레임내에서의 호출, 이메일내에서의 링크로 접속등에서 활용하시면 해당 방문자의 트래픽 및 내부활동 분석을 별도분석 하실 수 있습니다.

**유의사항**
이동할 URL이 다시 특정 URL로 리다이렉션되는 경우 작동하지 않습니다. 따라서 이동할 URL은 최종적으로 접근하게 될 URL을 명시하셔야 합니다.

ex http://abcd.com/에 접속시 http://abcd.com/main.php로 리다이렉션 된다면 이동할 URL은 http://abcd.com/main.php? U 0000로 해야 합니다.

위 제약사항은 U 등의 값을 파라미터를 통해 설정할 때 해당 파라미터를 잃게 되어 발생하는 문제입니다.
이러한 경우에는 귀사의 웹사이트에서 해당 파라미터에 대응하는 쿠키의 이름을 참고하여 직접 설정하시는 방법을 이용해야 합니다.

* 이메일/외부접속링크 등을 통해 접속할 때 해당페이지에 웹페이지분석코드 가 삽입되어 있지 않은 경우 또는 삽입할 수 없는 페이지 에는 해당 페이지/프로그램에서 프로그램수준 차원에서 파라미터를 읽어들여, 해당 쿠키를 설정하시는 것도 좋은 방법입니다.
* 파라미터에 대응하는 쿠키이름은 다음과 같습니다.
U : TRK U
L : TRK LIFE
R : TRK RK

**3. 광고분석코드에 사용**
광고분석코드 생성시 이동할 URL에 위 2번의 예시와 같이 이동할 URL을 설정하시면 해당광고로부터 접속되는 방문자는 별도 채널로 분리되어 리포팅됩니다. 물론 이동할 URL에 해당하는 웹페이지에는 웹페이지분석코드 가 삽입되어 있어야 합니다.
광고코드를 얻는 방법은 이미지배너 분석스크립트 생성를 참고하시기 바랍니다.

**4. 이메일 효과 측정등에 사용**

위 3번과 같이 광고코드를 이메일 효과분석등에 활용할 수 있습니다. 이에 대한 부분은
이메일 뉴스레터 분석스크립트 생성을 먼저 참고하여 주시기 바랍니다.
이때 광고분석코드의 앵커 URL부분에 U / L 등의 파라미터를 동시에 사용하시게 됩니다. 이때는 다음부분에 주의하시기 바랍니다.

주의 이동할주소에 ? 또는 등의 파라미터 구분자가 포함되어 있을 경우 urlencode 하여 변경한 값을 지정하셔야 합니다.
**?** **3F,** **26**
ex ... URL=http://domain.com/index.html**?**param1 A param2 B
... URL=http://domain.com/index.html **3F**param1 A **26**param2 B

따라서 다음과 같이 사용하시게 됩니다.

... URL=http://domain.com/index.html **3F** U 0000 **26** L 5 **26** R =testmail email.com

**5. 기타용도로 활용**

파라미터에 의한 설정외에 귀사의 도메인 쿠키로 설정하는 것도 가능하므로 다음과 같은 응용사용이 가능합니다.

로그인 한 사용자를 별도 채널리포트로 분리하기
특정 이벤트페이지에 접속했던 방문자를 별도 채널 리포트로 분리하기
이외 특정 조건에 따라 채널 리포트로 분리하기

**6. 리포트의 조회**

리포트조회시 상단의 서비스 선택 리스트 셀렉트 박스에서 해당 필터를 선택하시면 됩니다.

**추가적인 안내**

본 기능의 활용 및 사용절차에는 폐사의 서비스운영자와 협의가 필요합니다.
본 매뉴얼하단 온라인 매뉴얼인 경우 의 연락처로 문의주시기 바랍니다.

## 전환 버튼 클릭수 전환 측정

최종 수정일 2025 07 08 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/276

| 해당 제품 서비스 | |
|---|---|

**전환 버튼 클릭수 전환 측정 기능 설명**

전환 완료페이지가 없거나, 문의하기/전화걸기/채팅상담 등 버튼 클릭수를 회원가입수, 주문수 전환수로 수집하고자 할 경우 버튼에 아래 스크립트로 적용하여 분석이 가능합니다.

*** 적용 방법**

1. 적용 페이지 : 버튼 클릭 이미지

2. 적용 스크립트 : 예시 구매정보 측정 적용 스크립트

```
 img src=      if typeof  trk flashEnvView == function
  trk flashEnvView   TRK PI  ODR , TRK OP  ASAN, TRK OE  1, TRK OA  1 ;    catch  e
```

※ OP값의 경우 글씨가 깨지는 현상이 있을 수 있으므로 영문명으로 설정해 주시기 바랍니다.

모바일 웹페이지의 경우, onMouseDown 속성이 정상적으로 작동하지 않기에 ontouchstart 속성으로 적용해서 사용합니다.

PART

# 05

# MCP/API 서비스

문서 6건

---

- MCP/API 서비스 개요
- MCP 연결 방법  Claude, ChatGPT, Claude Code
- REST API 사용 방법
- 활용 사례 1: LOGGER, 인터넷트렌드, 광고 데이터를 합친 비교 통계
- 활용 사례 2: Claude에서 주간 성과 보고서 작성
- 활용 사례 3: 매일 아침 조회하여 조건에 맞으면 Slack으로 알리는 예약 작업

# MCP/API 서비스 개요

최종 수정일 2026 10 31 · 콘솔 화면: MCP/API 서비스 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console integrations

## 해당 제품 서비스

LOGGER 로그인 계정이 있는 모든 사용자에게 제공합니다. 설정 변경 쓰기 은 읽기·쓰기 권한으로 연결한 경우에만 가능합니다.

## 기능 정의

MCP/API 서비스는 LOGGER 리포트 데이터를 콘솔 화면 밖에서 조회하는 두 가지 방법을 제공합니다.

MCP는 Claude, ChatGPT 같은 AI 서비스에 LOGGER를 연결하여 대화로 분석하는 방법입니다. REST API는 개발자가 자사 시스템에서 데이터를 불러오는 방법입니다. 두 방법은 같은 조회 기능과 같은 계정 권한을 사용합니다.

## 방법 선택 기준

| 목적 | 방법 |
|---|---|
| 여러 리포트를 함께 질문하고 표와 해석을 받으려는 경우 | MCP로 Claude 또는 ChatGPT에 연결 |
| 사내 시스템이나 BI 도구에서 정기적으로 수치를 불러오려는 경우 | REST API OpenAPI 명세로 클라이언트 생성 |
| 터미널에서 AI 코딩 도구로 분석하려는 경우 | MCP를 Claude Code에 연결 |

## 화면 구성

| 영역 | 내용 |
|---|---|
| MCP 주소 | 연결에 사용하는 주소와 복사 버튼입니다. 운영 서버에서는 운영 주소를 표시합니다. |
| Claude에 추가 | 이름과 주소가 입력된 Claude 커넥터 추가 창을 엽니다. |
| 주소 복사 후 ChatGPT 열기 | 주소를 복사하고 ChatGPT 커넥터 설정을 엽니다. |
| 질문 예시 | 복사하여 바로 사용할 수 있는 질문 문장입니다. |
| REST API | API 문서 Swagger , OpenAPI 명세 링크, 토큰 발급과 호출 예시입니다. |
| 도움말 | 이 문서를 포함한 상세 도움말을 화면 아래에서 바로 확인할 수 있습니다. |

## 사용 방법

왼쪽 메뉴 하단 가로선 아래의 MCP/API 서비스 를 엽니다.

Claude는 Claude에 추가 버튼으로 추가합니다. ChatGPT는 주소를 복사하여 커넥터 설정에 입력합니다.

연결 중 표시되는 LOGGER 로그인 창에서 로그인하고 허용합니다.

AI에게 첫 요청으로 LOGGER MCP의 skill list를 먼저 읽고 … 라고 요청합니다.

## 활용 사례와 관련 글

- 활용 사례 1: LOGGER, 인터넷트렌드, 광고 데이터를 합친 비교 통계

- 활용 사례 2: Claude에서 주간 성과 보고서 작성
- 활용 사례 3: 매일 아침 조회하여 조건에 맞으면 Slack으로 알리는 예약 작업
- 인터넷트렌드 · MCP 관련 블로그 글: 비즈스프링과 인트렌치컨설팅 블로그

### 호출 한도

- MCP와 REST API를 합산하여 서비스 loggerId 별로 하루 1,000회까지 호출할 수 있습니다. 같은 서비스를 조회하는 모든 계정 주계정, 부계정, 파트너 의 호출을 합산하며 한국 시각 자정에 초기화됩니다. 서비스를 지정하지 않는 호출 서비스 목록 등 은 계정별로 각각 집계합니다.
- 데이터를 대량으로 내보내는 export 용도의 사용을 막기 위한 한도입니다. 많은 자료가 필요하면 리포트 화면의 다운로드와 보고서 관리 리포트 통합 다운로드를 이용해 주십시오.
- 콘솔 화면에서 리포트를 조회하는 호출과 절차서, 매뉴얼 조회는 호출 수에 포함하지 않습니다.
- 한도를 초과하면 429 RATE LIMITED 응답이 반환됩니다. AI는 오늘 호출 한도를 모두 사용했다 고 안내하며, 자정 이후에 다시 시도하십시오.

### 유의사항

- 로그인한 계정이 접근할 수 있는 서비스의 데이터만 조회됩니다.
- AI가 안내한 수치는 조회 기간과 서비스를 함께 확인해 주십시오. 원본 수치는 각 리포트 화면에서 확인할 수 있습니다.
- 연결을 해제하려면 Claude 또는 ChatGPT의 커넥터 설정에서 LOGGER를 삭제합니다.

## MCP 연결 방법 Claude, ChatGPT, Claude Code

최종 수정일 2026 10 31 · 콘솔 화면: MCP/API 서비스 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console integrations mcp

### 해당 제품 서비스

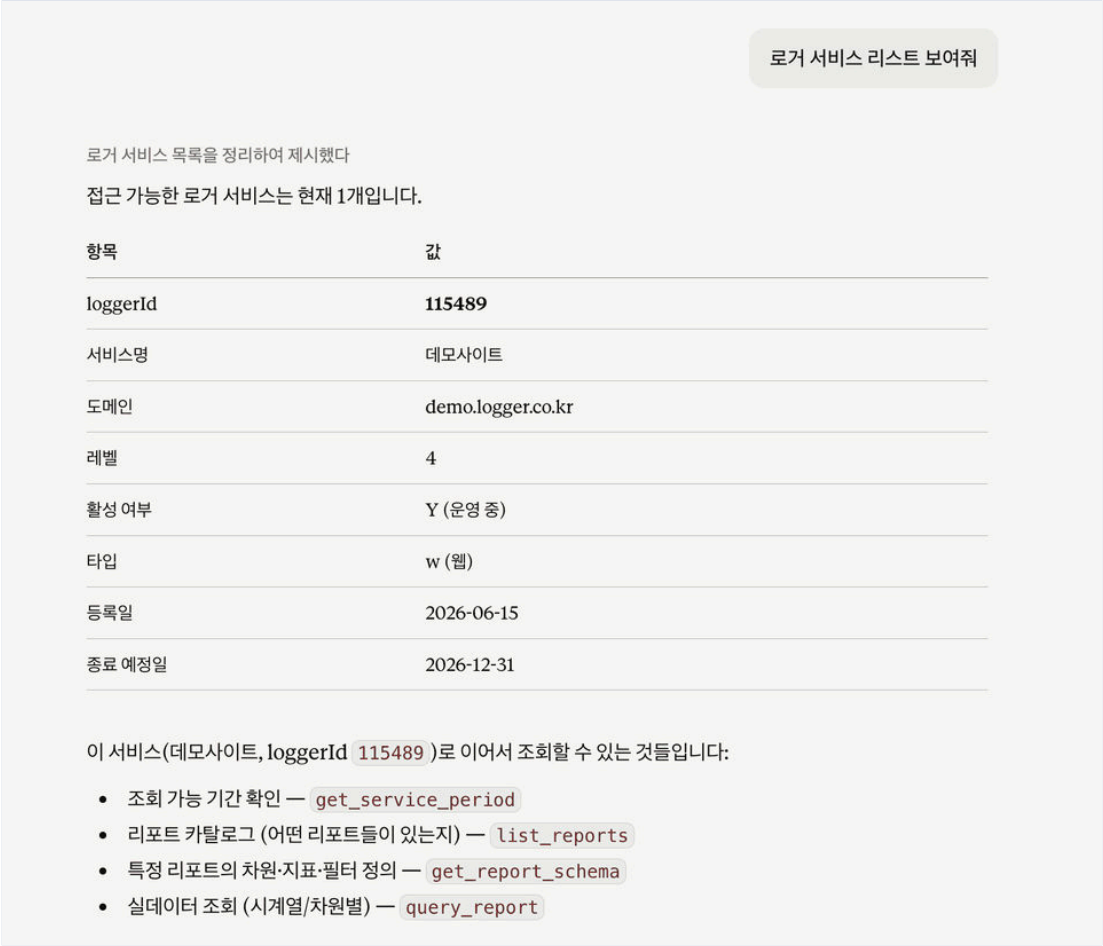
LOGGER 로그인 계정이 있는 모든 사용자에게 제공합니다. 설정 변경 쓰기 은 읽기·쓰기 권한으로 연결한 경우에만 가능합니다.

### MCP 연결 정의

MCP Model Context Protocol 는 AI 서비스가 외부 데이터에 안전하게 접속하는 표준 방식입니다. LOGGER MCP를 연결하면 Claude와 ChatGPT가 로그인한 계정의 권한 범위 안에서 리포트를 직접 조회합니다.

### 연결 방법

| AI 서비스 | 방법 |
| --- | --- |
| Claude 웹, 데스크톱 | 화면의 Claude에 추가 버튼을 누르면 이름 LOGGER 과 주소가 입력된 창이 열립니다. 추가한 뒤 LOGGER 로그인 창에서 허용합니다. |
| ChatGPT | 화면의 주소 복사 후 ChatGPT 열기 버튼으로 주소를 복사하고, 설정 커넥터에서 사용자 지정 커넥터 MCP 를 추가하여 주소를 입력합니다. 메뉴 이름은 요금제에 따라 다를 수 있습니다. |
| Claude Code 터미널 | 화면의 Claude Code 터미널 에서 연결 을 펼쳐 명령을 복사하고 실행합니다. 처음 사용할 때 로그인 창이 열립니다. |




실제 화면 예시 데모 사이트 : 연결한 뒤 첫 질문으로 로거 서비스 리스트 보여줘 를 입력하면 접근할 수 있는 서비스와 이어서 쓸 수 있는 조회 기능이 안내됩니다.

그림 내용을 글로 보기

질문: 로거 서비스 리스트 보여줘

답변: 접근 가능한 로거 서비스는 현재 1개입니다.

표 데모 사이트 : loggerId 115489 / 서비스명 데모사이트 / 도메인 demo.logger.co.kr / 레벨 4 / 활성 여부 Y 운영 중 / 타입 w 웹 / 등록일 2026 06 15 / 종료 예정일 2026 12 31

이어서 조회할 수 있는 것: 조회 가능 기간 확인 get service period , 리포트 카탈로그 list reports , 리포트의 차원 · 지표 · 필터 정의 get report schema , 실데이터 조회 query report

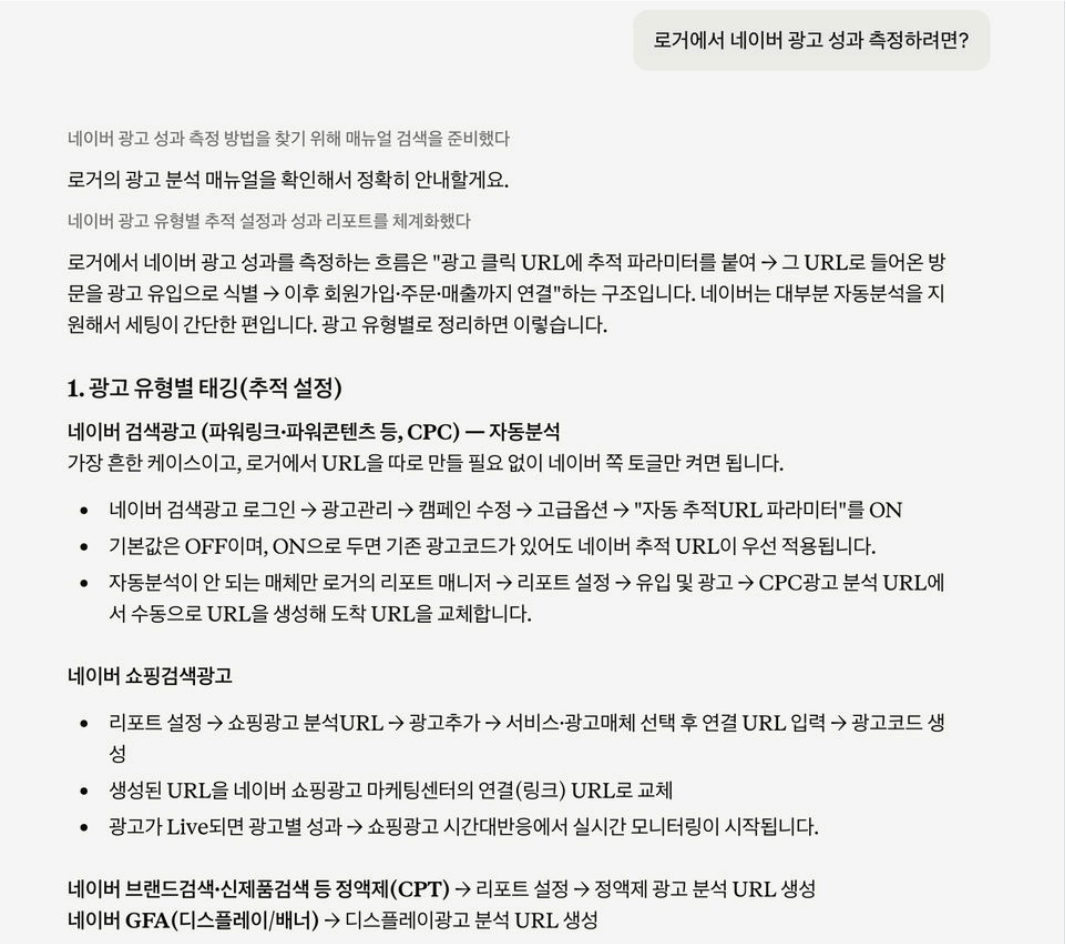
연결 주소는 접속한 LOGGER 서버 주소 뒤에 /mcp를 붙인 형태입니다 예: 운영 서버 https://logger.co.kr/mcp .

## 권한

- 읽기: 서비스, 리포트, 매뉴얼 조회만 가능합니다.
- 읽기·쓰기: 페이지 타이틀, 회원특성 라벨, 캠페인 등 설정의 생성, 수정, 삭제까지 가능합니다. AI가 설정을 변경하기 전에 현재 값과 변경할 값을 확인하도록 요청하십시오.
- 로그인한 계정이 볼 수 있는 서비스만 조회됩니다. 부계정은 주계정이 지정한 서비스 만료일 이내 만 조회할 수 있습니다.

## 질문 요령

- 처음에 한 번 skill list를 먼저 읽어 주십시오 라고 요청하면, AI가 조회 순서와 주의사항이 담긴 절차서를 읽고 정확하게 조회합니다.
- 서비스 이름, 조회 기간, 확인하려는 기준 예: 방문 방법별 을 함께 제시하면 한 번에 답변을 받을 수 있습니다.
- 두 가지 기준으로 나누어 보려면 예: 방문 방법별, 디바이스별 한 번에 한 기준으로 조회하고 나머지는 조건으로 좁히는 방식으로 처리합니다. AI가 여러 번 조회하는 것은 정상 동작입니다.
- 지표 정의는 AI가 LOGGER 매뉴얼을 직접 검색하여 확인할 수 있으므로 이 지표의 정의를 매뉴얼에서 확인하여 설명해 주십시오 라고 요청할 수 있습니다.




실제 화면 예시: 로거에서 네이버 광고 성과 측정하려면? 처럼 물으면 AI가 LOGGER 매뉴얼을 검색해 설정 순서를 안내합니다. 답변은 AI가 정리한 예이므로 실제 설정은 매뉴얼 본문을 확인해 주십시오.

그림 내용을 글로 보기

질문: 로거에서 네이버 광고 성과 측정하려면?

답변 요약: 광고 클릭 URL에 추적 파라미터를 붙이고, 그 URL로 들어온 방문을 광고 유입으로 식별한 뒤 회원가입 · 주문 · 매출까지 연결하는 구조입니다.

1. 광고 유형별 태깅: 네이버 검색광고 CPC 는 자동분석으로, 네이버 광고관리의 캠페인 고급옵션에서 자동 추적URL 파라미터 를 켭니다. 자동분석이 안 되는 매체만 리포트 설정 유입 및 광고 CPC광고 분석 URL에서 수동으로 URL을 만듭니다.

네이버 쇼핑검색광고: 리포트 설정 쇼핑광고 분석URL에서 광고코드를 만들고 생성된 URL을 쇼핑광고 마케팅센터의 연결 URL로 바꿉니다. 정액제 CPT 와 GFA 디스플레이 는 각각 정액제 광고 분석 URL, 디스플레이광고 분석 URL을 생성합니다.

### 문제 해결

| 증상 | 원인과 조치 |
|---|---|
| 연결 중 로그인 창이 열리지 않음 | 팝업 차단을 해제하고 다시 시도합니다. 사내망 전용 설치본은 클라우드 AI가 접근할 수 없으므로 Claude Code에서 토큰 헤더로 연결합니다. |
| 서비스에 접근할 수 없다 는 응답 | 해당 계정의 접근 권한 밖에 있는 서비스입니다. 서비스 목록 조회 결과에 있는 서비스만 조회할 수 있습니다. |
| 설정 변경이 거절됨 | 읽기 권한으로 연결된 상태입니다. 읽기·쓰기 권한으로 다시 연결해야 합니다. |
| 수치가 0건으로 표시됨 | 해당 조건에 데이터가 없거나 필터 값이 화면 표시 이름과 다른 경우입니다. 실제 값을 확인한 뒤 필터를 사용하도록 AI에게 요청합니다. |
| 호출 한도를 모두 사용했다 는 응답 429 | 해당 서비스의 하루 1,000회 한도입니다. 한국 시각 자정에 초기화되며, 대량 자료는 리포트 다운로드를 이용합니다. 질문을 한 번에 묶거나 조회 범위를 좁히면 호출 수를 줄일 수 있습니다. |
| 오류와 함께 ref 코드가 표시됨 | 서버 내부 오류입니다. 문의할 때 ref 코드를 함께 알려 주십시오. |

### 유의사항

- 하루 호출 한도는 서비스별 1,000회 MCP와 API 합산 입니다. 데이터 대량 내보내기 방지가 목적이므로 한 번에 많은 자료가 필요하면 리포트 다운로드를 이용해 주십시오.
- AI의 답변은 참고용입니다. 중요한 수치는 해당 리포트 화면에서 다시 확인해 주십시오.

## REST API 사용 방법

최종 수정일 2026 10 31 · 콘솔 화면: MCP/API 서비스 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console integrations api

### 해당 제품 서비스

LOGGER 로그인 계정이 있는 모든 사용자에게 제공합니다. 연동용 토큰은 조회 전용이며, 설정 변경은 LOGGER 콘솔에서 합니다.

### REST API 정의

REST API는 개발자가 자사 시스템이나 BI 도구에서 LOGGER 리포트 데이터를 HTTP로 불러오는 방법입니다. 계약은 OpenAPI 3.1 명세로 제공하며 MCP와 같은 조회 기능, 같은 계정 권한을 사용합니다.

### 문서와 명세

- API 문서 Swagger : 접속한 LOGGER 서버의 /apis/docs/에서 우측 상단 Authorize에 토큰을 입력하고 Try it out으로 시험합니다.
- OpenAPI 명세: /apis/openapi.yaml OpenAPI 3.1 입니다. ChatGPT Actions, Postman, Make 등에서 주소로 직접 가져올 수 있습니다.
- 공개 명세는 조회 계열 경로입니다. 설정 변경 경로를 포함한 전체 명세는 로그인 후 /apis/docs/full/에서 확인할 수 있습니다.

## 인증

POST /apis/v1/auth/token에 loginId, password, scope read 를 전송하여 토큰 lgr … 을 발급받습니다. 로그인 세션 토큰이므로 12시간 뒤 만료되며, 만료되면 다시 발급합니다.

이후 모든 요청의 Authorization 헤더에 Bearer 토큰 을 입력합니다.

GET /apis/v1/services로 조회 가능한 서비스 loggerId 목록을 확인합니다.

```
curl -X POST https://logger.co.kr/apis/v1/auth/token \
  -H "Content-Type: application/json" \
  -d '{"loginId":"<로그인 ID>","password":"<비밀번호>","scope":"read"}'
```

```
curl https://logger.co.kr/apis/v1/services \
  -H "Authorization: Bearer <발급받은 토큰>"
```

토큰은 비밀번호와 같은 수준으로 보관하고 화면, 문서, 채팅에 노출하지 마십시오.

## 리포트 조회 순서

GET /v1/reports로 리포트 코드를 확인합니다.

GET /v1/reports/ code /schema로 차원, 지표, 필터를 확인합니다 ?include=values로 필터 값 형태를 확인할 수 있습니다 .

GET /v1/reports/ code /data로 실제 데이터를 조회합니다 loggerId, ps, pe, groupBy, filter 등 .

groupBy는 한 요청에 하나만 지정합니다. 두 기준을 함께 보려면 한 기준으로 나누고 다른 기준은 filter로 좁혀 여러 번 조회합니다.

filter 값에는 화면에 표시되는 이름이 아니라 응답 rows의 value를 그대로 입력합니다.

## 응답과 오류

| 구분 | 형식 |
| --- | --- |
| 호출 한도 | 서비스 loggerId 별 하루 1,000회입니다 MCP와 합산, 같은 서비스를 조회하는 모든 계정의 호출 합산, 한국 시각 자정 초기화 . 남은 횟수는 GET /v1/usage?loggerId=로 확인합니다. 초과하면 429 RATE LIMITED와 Retry After가 반환되고, 응답 헤더 X RateLimit Remaining으로도 남은 횟수를 확인할 수 있습니다. 데이터 대량 내보내기 방지가 목적이며 절차서, 매뉴얼 조회, 토큰 발급은 집계하지 않습니다. |
| 성공 | ok: true, data, meta |
| 실패 | ok: false, error: code, message, http, ref? |
| 4xx | message에 수정할 내용이 구체적으로 표시됩니다. |
| 5xx | 내부 구조는 공개하지 않고 ref 참조 코드 만 제공합니다. 문의할 때 ref를 알려 주십시오. |

## 사용 절차서

조회 순서, 드릴다운, 회원 분석, 설정 변경 절차를 정리한 절차서를 API로도 받을 수 있습니다. 목록은 GET /v1/skills, 본문은 GET /v1/skills/ id 입니다. REST 인증과 응답 규약은 id가 api guide인 절차서에 있습니다.

### 유의사항

- 토큰은 비밀번호와 같은 수준으로 보관하고 화면, 문서, 채팅에 노출하지 마십시오.
- 하루 호출 한도는 서비스별 1,000회 MCP와 API 합산 입니다. 한도를 초과하면 429 응답이 반환되므로 재시도하지 말고 자정 이후에 호출하십시오.

## 활용 사례 1: LOGGER, 인터넷트렌드, 광고 데이터를 합친 비교 통계

최종 수정일 2026 10 31 · 콘솔 화면: MCP/API 서비스 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console integrations case compare

### 해당 제품 서비스

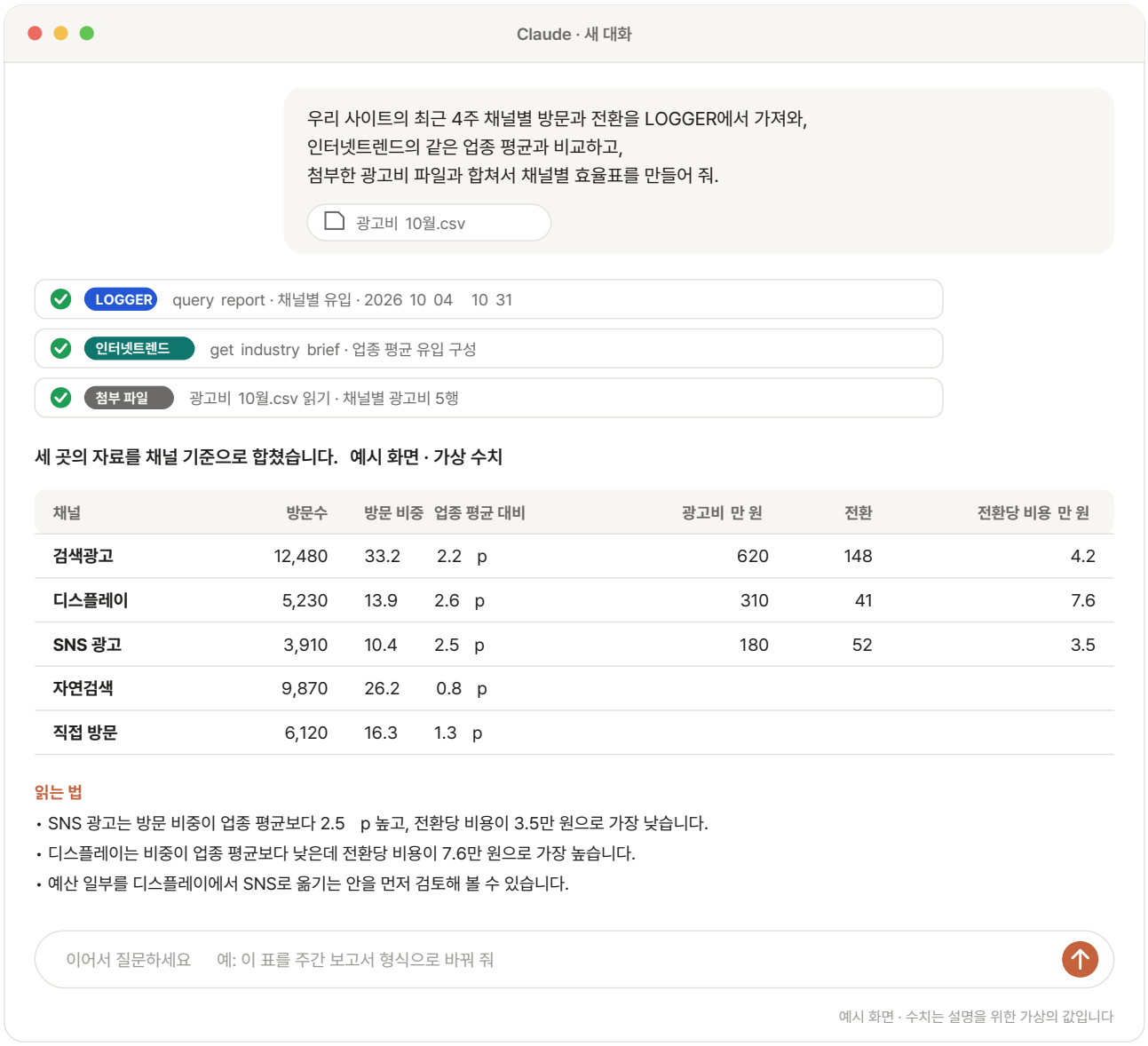
LOGGER MCP를 연결한 Claude 또는 ChatGPT. 인터넷트렌드 MCP와 광고비 자료 광고 관리자에서 내려받은 CSV · 엑셀, 또는 광고 플랫폼의 MCP 를 함께 씁니다.

### 사례 정의

내 사이트의 채널별 성과를 같은 업종의 평균과 견주고, 광고비를 더해 채널별 효율 전환당 비용 까지 한 표로 보고 싶을 때 씁니다. 여러 화면의 표를 옮겨 엑셀에서 합치던 작업을 한 번의 대화로 줄일 수 있습니다.

### 예시 화면

아래 그림은 사용 장면을 설명하기 위한 예시 화면입니다. 실제 앱의 화면과 다를 수 있으며, 수치는 모두 가상의 값입니다.




예시 화면: 한 번의 질문으로 세 가지 자료 LOGGER 방문, 인터넷트렌드 업종 평균, 광고비 파일 를 합친 비교표. 수치는 가상의 값입니다.

그림 내용을 글로 보기

사용자 질문: 우리 사이트의 최근 4주 채널별 방문과 전환을 LOGGER에서 가져와, 인터넷트렌드의 같은 업종 평균과 비교하고, 첨부한 광고비 파일 광고비 10월.csv 과 합쳐서 채널별 효율표를 만들어 줘.

도구 호출 1: LOGGER · query report · 채널별 유입 · 2026 10 04 10 31

도구 호출 2: 인터넷트렌드 · get industry brief · 업종 평균 유입 구성

도구 호출 3: 첨부 파일 · 광고비 10월.csv 읽기

표 가상 수치 채널 / 방문수 / 방문 비중 업종 평균 대비 / 광고비 만 원 / 전환 / 전환당 비용 만 원

검색광고 / 12,480 / 33.2 2.2 p / 620 / 148 / 4.2

디스플레이 / 5,230 / 13.9 2.6 p / 310 / 41 / 7.6

SNS 광고 / 3,910 / 10.4 2.5 p / 180 / 52 / 3.5

자연검색 / 9,870 / 26.2 0.8 p / 광고비 없음

직접 방문 / 6,120 / 16.3 1.3 p / 광고비 없음

읽는 법: SNS 광고는 방문 비중이 업종 평균보다 2.5 p 높고 전환당 비용이 3.5만 원으로 가장 낮습니다. 디스플레이는 비중이 업종 평균보다 낮은데 전환당 비용이 7.6만 원으로 가장 높습니다. 예산 일부를 디스플레이에서 SNS로 옮기는 안을 먼저 검토해 볼 수 있습니다.

## 필요한 것

- LOGGER MCP 연결: MCP 연결 방법 Claude · ChatGPT · Claude Code
- 인터넷트렌드 MCP 연결 구글 로그인 : 업종 평균을 가져오는 데 씁니다.
- 광고비 자료: 채널 · 기간별 광고비가 들어 있는 CSV 또는 엑셀 파일 대화창에 첨부

## 따라 하는 순서

새 대화에서 LOGGER와 인터넷트렌드 연결이 켜져 있는지 확인합니다.

먼저 LOGGER MCP의 skill list를 읽고, 조회 가능한 서비스 목록을 알려 주십시오 라고 요청하여 서비스 번호를 확인합니다.

분석할 서비스, 기간 예: 최근 4주 , 채널 기준 검색광고 · 디스플레이 · SNS 등 을 말합니다.

인터넷트렌드에서 비교할 업종을 고르게 하고, 같은 기간의 업종 평균을 가져오게 합니다.

광고비 파일을 첨부하고 채널 이름이 서로 맞는지 확인해 달라고 요청합니다.

합친 표와 해석을 받은 뒤 필요하면 이 표를 주간 보고서 형식으로 바꾸어 주십시오 와 같이 이어서 요청합니다.

## 질문 예시

아래처럼 기간 · 비교 대상 · 원하는 표의 열을 구체적으로 적을수록 결과가 안정적입니다.

```
LOGGER 서비스 {서비스 이름}(서비스번호)의 최근 4주(2026-10-04 ~ 2026-10-31) 채널별 방문수와 전환수를 조회해 주십시오.
인터넷트렌드에서 같은 기간 {업종} 업종의 채널별 유입 구성비를 가져와 자사 사이트의 방문 비중과 비교해 주십시오(%p 차이).
첨부한 광고비 파일의 채널별 광고비를 합산하여, 채널 · 방문수 · 업종 평균 대비 비중 · 광고비 · 전환 · 전환당 비용 표를 작성해 주십시오.
수치마다 조회 기간과 출처(LOGGER / 인터넷트렌드 / 첨부 파일)를 표기하고, 확인되지 않은 값은 '확인되지 않음'으로 표기해 주십시오.
```

## 결과를 읽을 때 확인할 점

- 기간과 지표의 정의가 세 자료에서 같은지 확인합니다 예: LOGGER의 방문수와 광고 플랫폼의 클릭수는 다른 값입니다 .
- 채널 이름이 서로 다르면 AI가 짐작해 합칠 수 있으므로, 어떤 이름을 같은 채널로 묶었는지 표로 보여 달라고 요청해 확인합니다.
- 인터넷트렌드의 업종 평균은 LOGGER를 설치한 국내 웹사이트의 표본 집계입니다. 정확한 시장 전체 값이 아니라 비교의 기준선으로 읽습니다.
- 인터넷트렌드가 데이터 점검 중 quarantined 으로 표시한 통계는 이용 변화의 근거로 쓰지 않습니다.
- 원인 해석 예: 예산을 옮기면 좋다 은 가설입니다. 결정 전에 LOGGER 화면에서 같은 수치를 다시 확인합니다.

## 유의사항

질문 한 번에 여러 번의 조회가 이루어질 수 있습니다. LOGGER 조회는 서비스 loggerId 별 하루 1,000회의 한도에 포함됩니다 MCP와 REST API 합산 . 한도와 남은 횟수는 MCP/API 서비스 개요를 참고해 주십시오.

### 관련 블로그 글

- 로거와 인터넷트렌드를 Claude · ChatGPT에 연결해 자사 데이터를 업종 평균과 비교 분석하는 법: GA 없이 MCP로 하는 웹 분석 LOGGER와 인터넷트렌드를 함께 연결하여 시간대별 방문, AI 유입 비중, 전환 퍼널을 업종 평균과 비교하는 방법

## 활용 사례 2: Claude에서 주간 성과 보고서 작성

최종 수정일 2026 10 31 · 콘솔 화면: MCP/API 서비스 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console integrations case report

### 해당 제품 서비스

LOGGER MCP를 연결한 Claude 또는 ChatGPT. 업종 평균을 넣으려면 인터넷트렌드 MCP도 연결합니다.

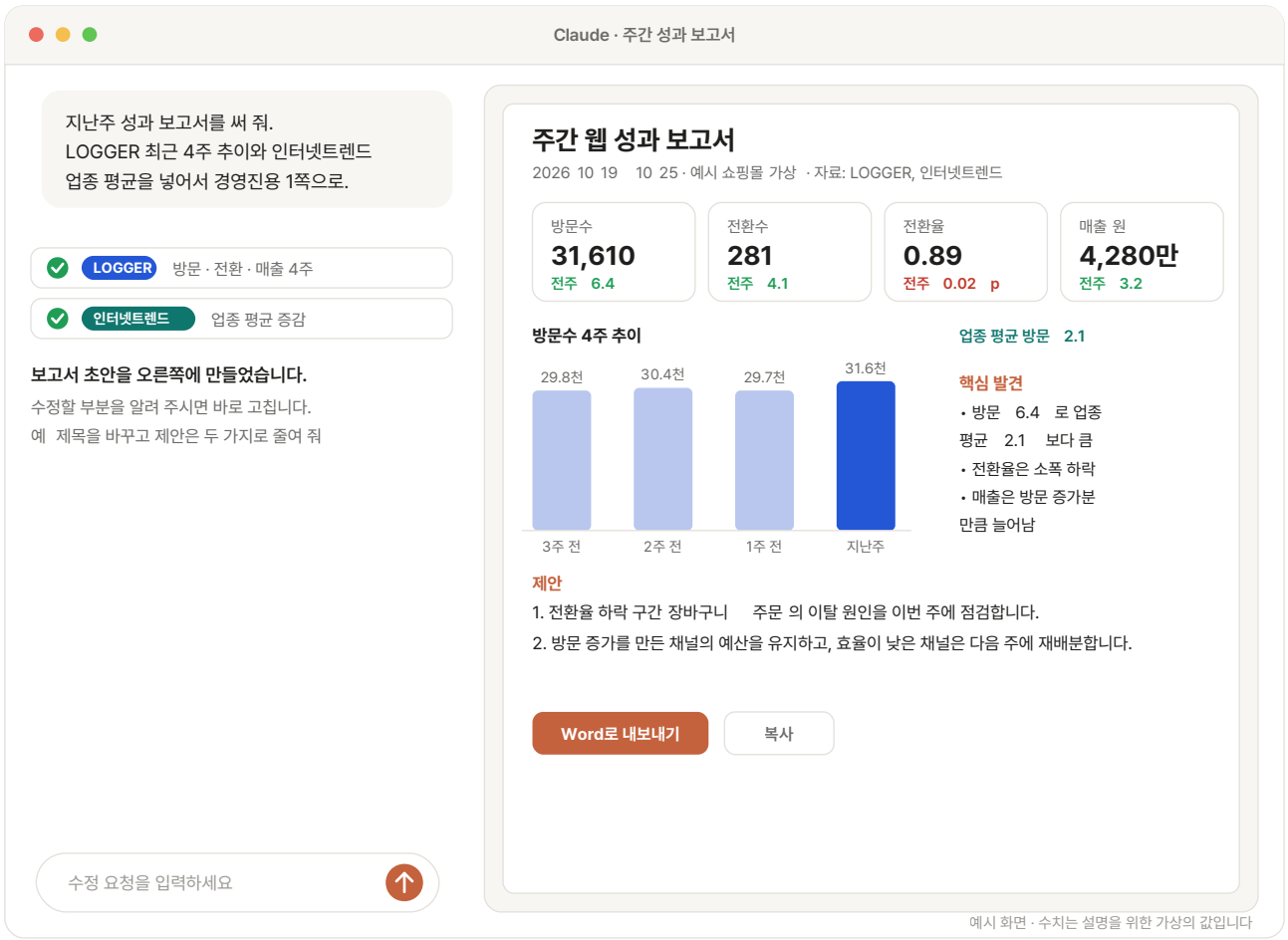
### 사례 정의

매주 반복하는 성과 보고서 주간 · 월간 회의 자료, 경영진 보고, 광고주 보고 의 초안을 대화로 만들고 싶을 때 씁니다. 수치 조회, 전주 비교, 표와 문장 정리를 한 번에 맡기고, 사람은 해석과 결정에 시간을 씁니다.

### 예시 화면

아래 그림은 사용 장면을 설명하기 위한 예시 화면입니다. 실제 앱의 화면과 다를 수 있으며, 수치는 모두 가상의 값입니다.

첫 번째 그림은 설명을 위해 그린 화면이고, 두 번째는 실제 Claude 화면을 캡처한 예입니다.




예시 화면: 대화에서 요청하면 오른쪽에 보고서 초안이 만들어지고, 같은 대화에서 문장과 구성을 고칠 수 있습니다. 수치는 가상의 값입니다.

그림 내용을 글로 보기

사용자 요청: 지난주 성과 보고서를 써 줘. LOGGER 최근 4주 추이와 인터넷트렌드 업종 평균을 넣어서 경영진용 1쪽으로.

도구 호출: LOGGER 방문 · 전환 · 매출 4주 , 인터넷트렌드 업종 평균 증감

보고서 제목: 주간 웹 성과 보고서 2026 10 19 10 25, 가상의 예시 쇼핑몰

핵심 수치 가상 : 방문수 31,610 전주 6.4 , 전환수 281 전주 4.1 , 전환율 0.89 전주 0.02 p , 매출 4,280만 원 전주 3.2

방문수 4주 추이 가상 : 3주 전 29,800 / 2주 전 30,400 / 1주 전 29,700 / 지난주 31,610. 업종 평균 방문 증감은 2.1 .

핵심 발견: 방문 증가 6.4 가 업종 평균 2.1 보다 큽니다. 전환율은 소폭 하락했습니다. 매출은 방문 증가분만큼 늘었습니다.

제안 1: 전환율 하락 구간 장바구니 주문 의 이탈 원인을 이번 주에 점검합니다.

제안 2: 방문 증가를 만든 채널의 예산을 유지하고, 효율이 낮은 채널은 다음 주에 재배분합니다.

버튼: Word로 내보내기, 복사




실제 화면 예시 데모 사이트의 합성 데이터 : 핵심지표를 카드로 정리하고 전월과의 증감을 함께 보여 줍니다. 수치의 집계 기준 완전 집계일만 사용 등 이 아래에 적혀 있습니다.

그림 내용을 글로 보기

페이지뷰 일평균 59,097 6월 58,169, 1.6

방문 일평균 12,074 6월 11,882, 1.6

방문당 페이지뷰 4.90 6월 4.90, 동일

반송률 16.6 6월 16.6 , 동일

주문수 기간 합 52,674 6월 49,470, 6.5

매출액 기간 합 54.6억 원 6월 50.8억 원, 7.5

주석: 일평균과 품질 지표는 부분 집계일 6/15, 7/17 을 뺀 완전 집계일 기준입니다. 주문과 매출 합계는 기간 전체 기준이라 성장률에 일수 효과가 일부 포함됩니다.

## 따라 하는 순서

보고서의 읽는 사람과 분량을 정합니다 예: 경영진용 1쪽, 광고주용 3쪽 .

아래 지시문을 복사해 서비스 이름과 기간을 바꿔 붙여 넣습니다.

초안이 나오면 수치의 기간과 출처를 확인하고, 문장 · 순서 · 제안을 대화로 고칩니다.

마음에 들면 문서 파일 Word 등 로 저장하거나 복사해 사내 문서에 붙입니다. 저장 방법은 사용하는 앱과 요금제에 따라 다릅니다.

같은 지시문을 다음 주에도 쓰도록 대화 · 프로젝트 지침에 저장해 둡니다.

## 지시문 예시

```
LOGGER 서비스 {서비스 이름}(서비스번호)의 지난주(월~일) 데이터로 경영진용 1쪽 주간 성과 보고서를 작성해 주십시오.
구성: 1) 한 줄 요약 2) 핵심 지표 4개(방문수, 전환수, 전환율, 매출)와 전주 대비 3) 최근 4주 방문 추이
4) 채널별 변화가 큰 상위 3개 5) 인터넷트렌드의 같은 업종 평균과 비교 6) 이번 주 제안 2가지.
수치마다 조회 기간과 출처(LOGGER / 인터넷트렌드)를 표기하고, 원인은 '가능성'으로만 기재하고 단정하지 마십시오.
조회되지 않은 값은 '확인되지 않음'으로 표기해 주십시오.
```

### 보고서에 넣기 좋은 질문

| 알고 싶은 것 | 이렇게 요청합니다 |
|---|---|
| 전주 대비 변화 | 방문수, 전환수, 매출을 전주와 비교하고 증감률을 표로 정리해 주십시오. |
| 변화가 큰 채널 | 방문 증감이 큰 채널 상위 3개와 해당 채널의 전환 변화를 알려 주십시오. |
| 업종 평균과의 차이 | 인터넷트렌드의 같은 업종 평균과 방문 증감을 비교해 주십시오. |
| 다음 행동 | 보고서 끝에 이번 주 실행할 일 2가지를 근거 수치와 함께 제안해 주십시오. |

### 유의사항

- 보고서에 들어간 수치는 사람이 한 번 확인합니다. AI가 조회 기간이나 서비스를 잘못 짐작하면 표 전체가 어긋날 수 있습니다. 원본 수치는 콘솔의 각 리포트 화면입니다.
- 회원 ID · 개인 식별이 가능한 정보는 보고서에 넣지 않도록 지시문에 적어 둡니다.
- 외부 광고주 · 투자자 에 보내는 보고서는 인용한 업종 통계의 기준 기간과 출처를 그대로 남깁니다.
- 조회는 서비스 loggerId 별 하루 1,000회 한도에 포함됩니다. 보고서 한 건은 보통 여러 번의 조회로 만들어집니다.

### 관련 블로그 글

- 로거와 인터넷트렌드를 Claude · ChatGPT에 연결해 자사 데이터를 업종 평균과 비교 분석하는 법: GA 없이 MCP로 하는 웹 분석 KPI 월간 보고를 대화로 만드는 예시를 포함합니다

## 활용 사례 3: 매일 아침 조회하여 조건에 맞으면 Slack으로 알리는 예약 작업

최종 수정일 2026 10 31 · 콘솔 화면: MCP/API 서비스 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console integrations case schedule

### 해당 제품 서비스

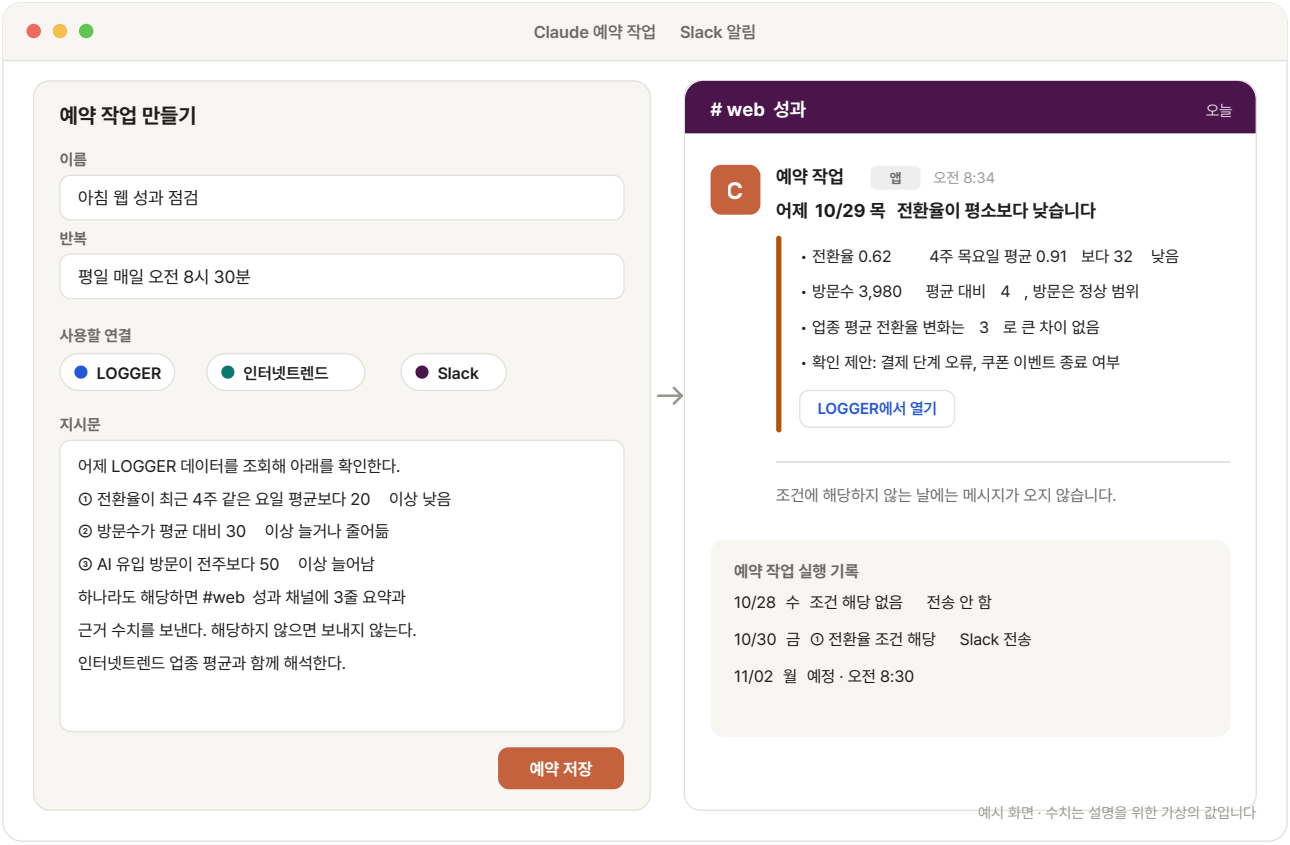
LOGGER MCP와 Slack을 연결할 수 있는 Claude, 그리고 Claude의 예약 작업 기능. 예약 작업의 이름과 제공 범위 데스크톱 앱 · Claude Code 등 는 사용하는 앱과 요금제에 따라 다르므로 Claude의 안내를 함께 확인해 주십시오.

### 사례 정의

매일 아침 LOGGER의 핵심 수치를 조회해 두고, 평소와 다른 조건 전환율 급락, 방문 급변, AI 유입 급증 등 에 해당하는 날에만 Slack 채널로 알려 받고 싶을 때 씁니다. 매일 화면을 열어 확인하지 않아도 평소와 다른 날만 확인할 수 있습니다.

### 예시 화면

아래 그림은 사용 장면을 설명하기 위한 예시 화면입니다. 실제 앱의 화면과 다를 수 있으며, 수치는 모두 가상의 값입니다.




예시 화면: 왼쪽이 예약 작업 설정, 오른쪽이 조건에 맞을 때 Slack 채널에 도착한 알림입니다. 수치는 가상의 값입니다.

그림 내용을 글로 보기

예약 작업 설정 이름: 아침 웹 성과 점검 / 반복: 평일 매일 오전 8시 30분 / 사용할 연결: LOGGER, 인터넷트렌드, Slack

지시문: 어제 LOGGER 데이터를 조회해 아래를 확인한다. ① 전환율이 최근 4주 같은 요일 평균보다 20 이상 낮음 ② 방문수가 평균 대비 30 이상 늘거나 줄어듦 ③ AI 유입 방문이 전주보다 50 이상 늘어남. 하나라도 해당하면 #web 성과 채널에 3줄 요약과 근거 수치를 보낸다. 해당하지 않으면 보내지 않는다. 인터넷트렌드 업종 평균과 함께 해석한다.

Slack 알림 가상 #web 성과, 오전 8:34, 예약 작업 앱: 어제 10/29 목 전환율이 평소보다 낮습니다.

• 전환율 0.62 최근 4주 목요일 평균 0.91 보다 32 낮음

• 방문수 3,980 평균 대비 4 로 방문은 정상 범위

• 같은 기간 업종 평균 전환율 변화는 3 로 큰 차이 없음

• 확인 제안: 결제 단계 오류, 쿠폰 이벤트 종료 여부

조건에 해당하지 않는 날에는 메시지가 오지 않습니다. 실행 기록 가상 : 10/28 조건 해당 없음 전송 안 함 / 10/30 전환율 조건 해당 Slack 전송 / 11/02 예정 오전 8:30

## 동작 흐름

정해진 시각 예: 평일 오전 8시 30분 에 Claude가 예약 작업을 실행합니다.

LOGGER MCP로 어제 수치와 비교 기준 최근 4주 같은 요일 평균 등 을 조회합니다.

지시문에 적은 조건에 해당하는지 판단합니다.

해당하면 Slack의 지정한 채널에 요약과 근거 수치를 보냅니다. 해당하지 않으면 보내지 않습니다.

## 따라 하는 순서

Claude에 LOGGER MCP와 Slack 연결을 추가합니다. 읽기만 하면 되므로 LOGGER는 읽기 전용 권한으로 연결하는 것을 권합니다 MCP 연결 방법 .

알림을 받을 Slack 채널을 정합니다. 수치가 들어가므로 비공개 채널이나 담당자만 있는 채널을 권합니다.

먼저 대화창에서 아래 지시문을 직접 실행해 결과와 Slack 전송이 의도대로 되는지 확인합니다.

문제가 없으면 같은 지시문으로 예약 작업을 만들고 실행 시각을 정합니다.

첫 며칠은 실행 기록을 보며 조건이 너무 자주 또는 너무 드물게 걸리면 기준 값을 조정합니다.

## 지시문 예시

```
매 실행마다 LOGGER 서비스 {서비스 이름}(서비스번호)의 어제 데이터를 조회해 주십시오.
확인 조건:
 1) 전환율이 최근 4주 같은 요일 평균보다 20% 이상 낮음
 2) 방문수가 최근 4주 같은 요일 평균보다 30% 이상 늘거나 줄어듦
 3) AI 유입 방문이 전주보다 50% 이상 늘어남
하나라도 해당하면 Slack #web-성과 채널에 '어떤 조건이 해당했는지' 한 줄 제목과 근거 수치 3줄(어제 값 / 비교 기준 값 / 차이)을 전송해 주십시오.
해당하는 조건이 없으면 Slack에 아무것도 전송하지 마십시오.
조회는 이 확인에 필요한 만큼만 수행하고, 회원 ID 같은 개인 식별 정보는 메시지에 포함하지 마십시오.
조회하지 못한 값은 추정하지 말고 '확인되지 않음'으로 표기해 주십시오.
```

서비스 이름 과 서비스번호 는 실제 값으로 바꿉니다. 서비스번호는 콘솔 서비스 관리 분석 스크립트 에서 확인합니다.

## 조건 예시

| 확인하는 것 | 조회에 쓰는 것 | 보내는 메시지 예 |
|---|---|---|
| 전환율 급락 | 전환 퍼널 · 일별 방문과 전환 | 어제 전환율이 평소 같은 요일보다 20 이상 낮음 방문은 정상인지 |
| 방문 급변 | 페이지뷰 · 방문수 일별 추이 | 방문수가 평균 대비 30 이상 변동, 변동이 발생한 채널 |
| AI 유입 급증 | 유입 AI 유입 분석 | ChatGPT · Perplexity 등 AI 서비스 유입 증가와 랜딩 페이지 |
| KPI 목표 이탈 | KPI 모니터링 | 정해 둔 KPI 가 기준 값을 벗어난 항목과 정도 |

## 유의사항

- 예약 작업은 실행할 때마다 LOGGER를 조회합니다. 조회는 서비스 loggerId 별 하루 1,000회 한도에 포함되므로, 한 번에 조회하는 횟수를 지시문에서 확인에 필요한 만큼만 으로 제한합니다.
- 도구 사용 허용이 없으면 예약 실행이 멈출 수 있습니다. 대화창에서 먼저 직접 실행해 LOGGER와 Slack 도구를 허용한 상태를 확인합니다.
- Slack에 보내는 내용에 회원 ID, 이메일 등 개인 식별 정보가 들어가지 않도록 지시문에 적습니다.
- 알림은 판단의 시작점입니다. 원인 확인은 콘솔 리포트 화면에서 합니다. 같은 수치가 LOGGER 화면과 다르면 조회 기간 · 서비스를 먼저 확인합니다.
- 퇴사 · 담당 변경 때는 연결과 예약 작업을 정리합니다 연결 해제: Claude의 커넥터 설정 .

PART

# 06

# 기타

문서 25건

---

– 계산 기준

– 검출 기준

# 인터넷트렌드 · MCP 관련 블로그 글

최종 수정일 2026 10 31 · 콘솔 화면: MCP/API 서비스 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/console integrations guides

## 해당 제품 서비스

LOGGER 로그인 계정이 있는 모든 사용자에게 제공합니다. 인터넷트렌드 MCP는 구글 로그인으로 사용합니다.

## 블로그 안내 정의

LOGGER와 인터넷트렌드, 그리고 두 서비스를 Claude나 ChatGPT에 연결하는 MCP를 더 자세히 알 수 있는 비즈스프링 블로그 글과, 이 매뉴얼의 MCP 활용 사례를 모아 안내합니다.

## 블로그 바로가기

비즈스프링 블로그 · 인트렌치컨설팅 블로그

## 매뉴얼의 MCP 활용 사례

| 사례 | 내용 |
| --- | --- |
| 활용 사례 1: 비교 통계 | Claude 대화창에서 LOGGER 방문 데이터와 인터넷트렌드 업종 평균, 자사 광고비 파일을 합쳐 채널별 비교표를 만듭니다. |
| 활용 사례 2: 주간 성과 보고서 | LOGGER와 인터넷트렌드 수치로 경영진용 주간 성과 보고서 초안을 대화로 작성하고 고칩니다. |
| 활용 사례 3: 예약 작업과 Slack 알림 | 매일 아침 LOGGER를 조회하여 조건에 맞는 날에만 Slack으로 알립니다. |

연결 방법과 호출 한도는 MCP/API 서비스 개요에서 확인할 수 있습니다.

## LOGGER와 인터넷트렌드를 함께 연결하여 분석할 때

- 로거와 인터넷트렌드를 Claude · ChatGPT에 연결해 자사 데이터를 업종 평균과 비교 분석하는 법: GA 없이 MCP로 하는 웹 분석 자사 데이터를 업종 평균과 비교하는 방법 사례 1과 2의 바탕
- 기초 로거 LOGGER 로 우리 사이트 방문자 분석 시작하기 무엇을 먼저 봐야 할까 LOGGER로 방문자 분석을 시작할 때

## 최근 인터넷트렌드 소개

- 2010년부터 이어 온 인터넷트렌드 리뉴얼: 즐겨찾기 리포트 6가지로 우리 사이트 데이터와 비교하는 법 리뉴얼된 인터넷트렌드의 즐겨찾기 리포트
- 인터넷트렌드 통계 자료실: 직접 분석하지 않아도 매달 변화의 힌트를 얻는 법 매달 변화를 알려 주는 통계 자료실
- 인터넷트렌드 MCP 오픈: 구글 로그인 한 번이면 누구나 Claude · ChatGPT 에서 국내 웹 이용 통계를 분석합니다 인터넷트렌드 MCP 오픈 안내

### 인터넷트렌드 MCP 활용

- 인터넷트렌드 MCP 오픈: 구글 로그인 한 번이면 누구나 Claude · ChatGPT 에서 국내 웹 이용 통계를 분석합니다 연결 방법과 할 수 있는 일
- AI 에이전트의 통계 오인용을 막는 법: 인용 전 데이터 점검 상태 확인 절차 인터넷트렌드 통계를 인용하기 전에 데이터 점검 상태를 확인하는 절차
- 광고대행사 제안서에 업종 시장 데이터를 자동으로 넣는 법: Claude와 인터넷트렌드 MCP로 업종 브리프 작성 업종 브리프로 제안서 근거 만들기
- 마케팅 월간 회의 자료를 국내 인터넷 이용 통계로 자동 정리하는 법: 인터넷트렌드 AI 인사이트와 Claude 월간 회의 자료를 인터넷트렌드 AI 인사이트로 정리
- 쇼핑몰 광고 집행 시간대를 업종 주문 시간대와 비교해 조정하는 법: GA4 데이터와 인터넷트렌드 MCP를 Claude에서 함께 분석 광고 집행 시간대를 업종 주문 시간대와 비교

### 유의사항

- 블로그 글은 작성 시점의 화면과 기능을 기준으로 합니다. 연결 방법과 호출 한도는 이 매뉴얼의 MCP/API 서비스 개요를 우선합니다.
- 일부 글은 GA4 등 다른 분석 도구를 예로 듭니다. LOGGER에서는 같은 질문을 LOGGER MCP에 하면 됩니다.
- 인터넷트렌드 수치는 LOGGER를 설치한 국내 웹사이트의 표본 집계입니다. 인용할 때는 기준 기간과 출처를 함께 적습니다.
- 블로그 글의 수치와 사례는 설명을 위한 것입니다. 자사 사이트의 값은 LOGGER에서 직접 조회하여 확인합니다.

## 관련 용어

최종 수정일 2006 06 21 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/600

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| --- | --- |

웹로그 분석과 LOGGER 리포트에서 쓰는 용어를 알파벳 순으로 한 페이지에 모았습니다. 위 글자 색인을 누르거나, 왼쪽 매뉴얼 검색 Ctrl/ K 으로 용어를 찾을 수 있습니다.

A · B · C · D · E · F · G · H · I · J · L · N · O · P · R · S · T · U · V · W

### A

#### Action script

Adobe Flash 는 2020년 말 지원이 종료되어 현재 웹에서는 쓰이지 않습니다. 과거 리포트·문서 이해를 위한 용어입니다.

액션스크립트 Action script

Macromedia Flash R 을 통해 웹상에서 보여지는 애니메이션 등을 제작할 때 사용되는 스크립트 언어입니다.
플래시 파일내에 포함되어 실행되며, 플래시무비를 인터랙티브 Interactive 하게 제작할 수 있도록 합니다.

#### Active Server Page

Active Server Page의 약어

**MS Windows NT/2000 서버의 IIS Internet Information Server 에서 실행되는 스크립트 언어**

VBScript와 JScript로 작성 가능하며, 동적인 웹페이지 생성을 위하여 웹 프로그래밍 등에 사용됩니다.
주로 Windows NT/2000 의 IIS 웹서버에서 사용됩니다.

**참고:**

PHP

JSP

### Ad Click 광고 클릭

**웹 사용자가 광고 배너 를 클릭한 횟수 / 애드클릭**

Banner Click 도 같은 의미로 사용됩니다.

**참고:** Ad.Click Rate = CTR = Click Through Rate

Ad. Views = Impression

같은 말: Banner Click

### AI 유입 AI Referral

ChatGPT·Perplexity·Gemini 등 생성형 AI 서비스의 답변에 포함된 링크를 눌러 사이트로 들어온 방문입니다. 레퍼러로 AI 서비스 도메인을 판별해 집계하며, LOGGER 는 유입 AI 유입 분석 에서 따로 보여 줍니다. AI 유입 분석

### Applet

Java Applet 은 현재 주요 브라우저에서 지원하지 않습니다. 과거 문서 이해를 위한 용어입니다.

Applet 웹브라우저에서 작동하는 작은 자바 Java 애플리케이션으로서, 웹 브라우저로 다운로드 받아 자바호환되는 웹 브라우저에서 실행이 가능합니다.

### ASP

요즘은 같은 형태의 서비스를 주로 SaaS Software as a Service 라고 부릅니다. LOGGER 는 SaaS 임대형 와 구축형으로 제공됩니다.

**Application Service Provider 의 약자로서 소프트웨어 및 그 기능을 임대 서비스하는 업체, 또는 그 서비스를 말합니다.**

ASP의 특징은 사용자의 하드웨어,소프트웨어의 투자비용이 적거나 발생하지 않는 점 및
소프트웨어의 유지,보수에 대한 리소스가 들지 않는 장점이 있습니다.

**참고:**

스크립팅언어 : Active Server Page의 약자로서의 ASP 가 있습니다.

### Attribution 기여, 어트리뷰션

전환 주문·회원가입 등 이 어느 유입 경로·캠페인·광고 덕분에 일어났는지 성과를 나누어 인정하는 기준입니다. 방문 당시의 경로에 전환을 인정하면 **직접 전환**, 이전 방문의 경로에 일정 기간 동안 전환을 인정하면 **간접 전환**이라고 합니다. LOGGER 의 캠페인 간접 전환 인정 기간은 캠페인 효과 지속일수를 참고해 주십시오.

## B

### Banner

**웹페이지에 포함되는 광고, 링크교환을 목적으로 나타나는 이미지,플래시등을 말함.**
가로/세로비율이 긴 경우는 배너 Banner , 같은 경우는 버튼 Button 광고로 불립니다.

IAB 인터넷 광고관련 단체 에서 정의한 배너의 표준사이즈는 다음과 같습니다.
반드시 다음에 따를 필요는 없습니다만, 웹사이트간 원활한 배너/광고교환을 위해 주로 사용됩니다.

- 468 60 Full Banner
- 234 60 Half Banner
- 392 72 Full Banner with Vertical Navigation Bar
- 120 240 Vertical Banner
- 125 125 Square Button
- 120 90 Button #1
- 120 60 Button #2
- 88 31 Micro Button

2003.2 배너사이즈별 정리내용을 추가함.

468 60 IMU Full Banner
234 60 IMU Half Banner
120 240 IMU Vertical Banner
120 90 IMU Button #1
120 60 IMU Button #2
125 125 IMU Square Button
88 31 IMU Micro Button

120 600 IMU Skyscraper
160 600 IMU Wide Skyscraper
180 150 IMU Rectangle
300 250 IMU Medium Rectangle
336 280 IMU Large Rectangle
240 400 IMU Vertical Rectangle
250 250 IMU Square Pop up

**참고:**

Banner Click = Ad. Click

### Bot Traffic 봇 트래픽

사람이 아닌 검색로봇·크롤러·자동화 프로그램이 만든 접속입니다. 분석 스크립트를 실행하지 않는 로봇은 집계되지 않으며, 페이지뷰 등 지표는 검색로봇을 제외하고 산정합니다. 광고의 의도적인 반복 클릭은 **부정클릭**으로 별도 확인합니다.

### Bounce Rate 반송률

웹사이트 방문 후 이후 페이지 이동이 없이, 첫 접속 페이지에서 바로 사이트를 떠난 방문수 비율입니다.

### Button

#### 배너 Banner 광고에 비해 작은 사이즈를 가지는 광고이미지

일반 배너에 비해 작은 크기로서, 웹페이지의 측면 구석에 배치되는 경우가 보통입니다.
일반적으로 배너/링크교환에서 가장 많이 사용됩니다.

자주 사용되는 버튼/배너 Banner 의 크기는 Banner 항목을 참조

**참고:**

Banner

## C

### Campaign

캠페인 Campaign 은 실제 세부적인 마케팅활동 등 이메일광고, 뉴스레터, 배너광고, 제휴페이지 등 을 통합하여 지칭하는 단어입니다.
예를 들어, 크리스마스 이벤트 캠페인 라는 주제에 대하여 이메일광고, A사에 배너광고, B사에 배너광고, 제휴입점 등을 진행할 경우 광고분석을 이용할 경우 개별적으로 분석하게 되지만, 캠페인 분석을 할 경우 해당 세부마케팅 활동을 통합하여 분석하게 됩니다.

### CGI

#### Common Gateway Interface의 약자

1. 웹페이지를 동적으로 생성 및 사용자로부터 얻은 정보를 웹서버에서 처리하기 위한 프로그래밍을 위한 표준인터페이스
2. 웹서버에서 실행되는 프로그램으로서 웹 사용자와의 데이터 전달 및 처리를 함.

과거와는 달리 CGI의 의미는 2번의 의미가 더욱 강하며, C언어나 Perl 등으로 만든 웹서버에서 작동하는 프로그램으로 한정 지어, Active Server Page A S P /PHP/JSP 등과 구별됩니다.

**참고:**

Active Server Page A S P
PHP
JSP

### Channel 유입 채널, 방문 방법

방문자가 사이트에 들어온 경로의 큰 분류입니다. LOGGER 는 직접유입 북마크 등 , 검색엔진 검색광고·자연검색 , 기타 사이트, 소셜네트워크, 웹메일, 내부유입 등으로 나누어 유입 방문 방법 에서 보여 줍니다. 방문 방법

### Click Fraud 부정클릭

경쟁사·자동 프로그램 등이 CPC 광고를 반복 클릭해 광고비를 소진시키는 행위입니다. LOGGER 는 같은 IP의 반복 클릭을 광고성과 부정클릭 에서 확인하게 합니다. 부정클릭

### Click Stream

**클릭스트림 Click Stream 클릭의 흐름**

방문자는 웹사이트 내 다양한 페이지를 클릭해 둘러보게 되는데 이러한 일련의 클릭을 통한 웹브라우징을 말합니다.
이 때 방문자가 보게 되는 페이지들의 연속적인 분석을 통해서 방문자의 네비게이션 및 성향을 분석하거나,
하나의 페이지 내에서 어떠한 링크 요소들에 대해 방문자의 호감을 얻게 되는지 등을 분석하는데 사용됩니다.

### Cohort 코호트

처음 방문한 시기·가입 시기처럼 같은 조건을 가진 방문자 묶음입니다. 묶음별로 재방문·재구매가 시간이 지나며 어떻게 변하는지 비교할 때 씁니다.

### Conversion 전환

사이트가 목표로 하는 행동이 완료된 것을 말합니다. 회원가입 완료·주문완료·상담신청 등이 대표적이며, LOGGER 는 환경변수 TRK PI 값이나 전환단계 페이지 설정으로 전환을 판별합니다. 전환단계 페이지 설정

### Conversion Rate 전환율

방문 대비 전환이 일어난 비율입니다. 전환율 전환수 방문수 100. 계산 기준은 회원가입률 계산식, 주문율 계산식을 참고해 주십시오.

### Cookie

**Cookie 쿠키 는 웹서버에 의해 웹브라우저에 전송된 후 저장되는 작은 문자열의 정보로서 대부분의 웹사이트에서 개별적인 브라우저를 식별하며, 로그인처리 등 인증을 위해 많이 사용됩니다.**

일반적인 쿠키는 다음과 같은 형태로 웹브라우저 및 개인 PC 에 저장됩니다.
쿠키이름 쿠키값

웹브라우저 창을 닫거나, 웹사이트에서 로그아웃등의 처리를 통해서 삭제됩니다.
쿠키에 유효기간이 함께 저장될 경우 설정한 기간까지 사용자의 PC에 남아 차후 쿠키를 설정한 웹사이트에 접속 시 다시 사용됩니다.
쿠키에 웹사이트 웹서버 가 별도의 개인식별 가능한 정보를 저장하지 않는 한, 사용자가 로그아웃 또는 웹브라우저 창을 닫는 경우 제3자가 쿠키를 획득하여도 획득한 쿠키만으로는 사용자의 개인정보를 파악할 수 없습니다.

### CPA

**CPA**는 **Cost Per Action의 약어**로서, 온라인 광고를 통해서 광고주가 유도하는 행동 Action 이 얼마나 발생했는지에 따라 매체사에게 광고비를 지불하는 광고 단가 산정 기법입니다. CPA의 광고단가 책정 방식은 텍스트, 배너 등의 광고 링크를 통해 광고주가 유도하는 행동 회원가입, 구매 등 이 발생했을 때를 기준으로 합니다. 실적 당 지불 방식 실적당 광고 이라고도 합니다.

**참고용어**

P4P Pay for Performance

### CPC

**CPC 는 Cost Per Click 의 약어**로서, 클릭당 지불하는 인터넷 광고 방법의 명칭입니다.
대표적인 CPC광고로는 오버추어 TM http://overture.com, 애드워즈 TM http://adwords.com 등이 있습니다.
오버추어 TM 광고는 P4P Pay for Performance, 즉 지불한 만큼 성능을 발휘한다는 뜻의 용어로도 불려지고 있습니다.

**참고용어**

P4P Pay for Performance
Overture 오버추어 TM
Adwords 애드워즈 TM

### CPM Cost Per Mille

광고 노출 1,000회당 비용으로 과금하는 방식입니다. 디스플레이·동영상 광고에서 주로 씁니다. 노출 대비 클릭은 CTR 로 확인합니다.

### CPT

**CPT 는**Cost Per Time의 약자로 시간에 따른 과금제입니다.

일정한 단위 예: 1주일 동안의 광고비를 입찰 받아 진행하는 방식으로 광고주가 제시한 입찰가에 따라
광고 비용과 노출 순위가 결정되는 키워드 방식입니다.

### CTR 클릭률, Click Through Rate

**광고가 사용자에게 노출된 수 대비 얼마나 클릭이 되었는지를 나타내는 비율, 즉 광고 클릭율을 말합니다.**
CTR Click Through Rate = Ad.Click Rate

**클릭율 클릭수 / 노출수**

**참고:** Ad. Click
Ad. Views = Impression

같은 말: Ad.Click Rate, Click Through Rate

## D

### dataLayer 데이터 레이어

Google Tag Manager GTM 에 값을 넘기기 위해 웹페이지에 두는 자바스크립트 배열입니다.
window.dataLayer.push event: ..., ... 로 이벤트와 값을 보내면 GTM 이 받아 LOGGER 환경변수로 옮겨 전송합니다.
React 환경 태깅 가이드

### Domain Name

도메인 이름 Domain name 을 말함.
인터넷 상의 호스트컴퓨터의 주소를 분류하기 위한 규칙의 일부

일반적으로 사용하는 인터넷 주소는 프로토콜 명과 호스트 명 그리고 도메인 이름으로 구성되어 있습니다.
**http://www.yourdomain.com 의 주소**가 있다면 **이 중 yourdomain.com 이 Domain Name 도메인 이름 에 해당**하며, 앞부분의 www 는 호스트 명에 해당합니다.

미국에서는 여섯 개의 상위 레벨 도메인인 .com 기업 .edu 교육 ,.net 네트워크 운영 , .gov US 정부 , .mil US 군대 .org 조직 . 등이 있으며,
이외에도 국가를 나타내는 상위 레벨 도메인이 사용됩니다.

.us 미국 , .cn 중국 , .jp 일본 , .kr 한국 , uk 영국 등은 국가분류 도메인에 속합니다.

참고 :
IP Address
Host Name 호스트 명

### Dwell Time 체류시간

방문자가 사이트 또는 페이지 에 머문 시간입니다. 다음 페이지를 요청한 시각과의 차이로 계산하므로, 방문의 마지막 페이지 체류시간은 측정되지 않습니다. LOGGER 는 평균 체류시간 으로 보여 줍니다.

## E

### Event 이벤트

페이지 이동과 별도로 측정하는 사용자 행동입니다. 버튼 클릭, 파일 다운로드, 외부 링크 이동 등이 있으며, LOGGER 는 행동 클릭 이벤트 에서 보여 줍니다. 클릭 이벤트

### Exit Rate 이탈률

특정 페이지가 방문의 마지막 페이지가 된 비율입니다. 첫 페이지에서 바로 떠난 비율인 반송률 Bounce Rate 과 달리, 여러 페이지를 본 뒤 그 페이지에서 떠난 경우도 포함합니다.

## F

### First party Cookie 자사 쿠키

방문한 사이트의 도메인으로 저장되는 쿠키입니다. 다른 사이트 도메인으로 저장되는 서드파티 제3자 쿠키는 브라우저의 차단이 강화되고 있어, 방문자 식별은 자사 쿠키 기준이 일반적입니다. 쿠키를 지우거나 다른 기기·브라우저를 쓰면 새 방문자로 인식됩니다.

### Funnel 전환 퍼널

방문 상품조회 장바구니 주문완료처럼 전환까지의 단계를 순서대로 놓고, 단계마다 도달수와 이탈을 보는 분석입니다. LOGGER 는 전환·매출 전환 퍼널 에서 보여 줍니다. 전환 퍼널

## G

### Google Ads 구 Adwords

Google Adwords 는 2018년 Google Ads 구글 애즈 로 이름이 바뀌었습니다. LOGGER 는 구글 애즈 클릭을 자동 분석합니다 CPC광고 분석 URL 생성 문서 참고 .

Adwords TM 는 구글 http://google.com 에서 운영하는 CPC 광고 서비스의 명칭입니다.
오버추어 TM Overture 광고와 흡사합니다.
자세한 내용은 홈페이지 http://adwords.com 을 참고하시기 바랍니다.

**관련항목**
CPC
P4P
Overture

### Google Tag Manager GTM, 태그 매니저

웹사이트 소스를 직접 고치지 않고 분석·광고 스크립트 태그 를 관리하는 구글의 도구입니다. LOGGER 스크립트도 GTM 맞춤 HTML 태그로 설치할 수 있습니다. React 환경 태깅 가이드

## H

### Hit

측정하는 목적에 따라 웹페이지가 보여지는 수를 뜻하거나 웹브라우저가 서버에 요청한 모든 파일의 수를 말하기도 합니다.

웹 브라우저가 웹서버에 웹페이지를 요청하였을 때, 실제 웹서버의 로그에 남는 기록은 요청받은 HTML페이지 및 HTML페이지가 포함한 이미지 등을 모두 포함합니다.
따라서 이미지가 3개 포함된 HTML페이지를 웹브라우저가 요청하였다면,

HTML페이지 HIT수 1 이미지 HIT수 3 합계 HIT수 4
의 결과가 일어나, 웹서버의 로그에는 4개의 로그기록이 남게 됩니다.

HIT수를 통한 웹로그 분석에서 유의할 점은 이런 경우에서 이미지의 HIT수를 제외한 HTML페이지 만을 판별하여 처리하는 것입니다.
이미지, 페이지 및 각종 파일의 전체적인 HIT수는 웹서버에 걸리는 부하를 측정하는데 주로 사용되며, **웹사이트의 방문자의 행동분석이나, 페이지 뷰의 HIT수를 분석하는데에는 사용자에게 보여지는 HTML 페이지뷰를 HIT수로 사용합니다.**

### Host Name

Host 호스트 : 일반적인 뜻으로는 서버 역할을 하는 하나의 컴퓨터의 이름을 의미하며, 보통 인터넷 상에 존재하는 컴퓨터의 이름을 지칭하는 용어로 사용됨.

일반적으로 사용되는 인터넷 주소를 예를 들어,

**http://www.yourdomain.com 의 주소**가 있다면, 이 중 yourdomain.com 이 Domain Name 도메인 이름 에 해당하며, **앞부분의 www 는 호스트 명에 해당합니다.**

호스트 명으로는 www말고 다른 어떤 이름도 사용이 가능합니다.
ex home.yourdomain.com, apple.domain.com 등
대부분의 웹서버들은 호스트명이 들어오지 않는 접속에 대하여 www로 처리하도록 해놓아 **http://yourdomain.com** 로 접속하여도 작동되도록 합니다.

### HTML

HyperText Markup Language의 약자로서, 인터넷 상에서 문서를 웹브라우저에게 보여지기 위해 사용하는 스크립트 언어임.

HTML페이지를 만들기 위해서는 노트패드 일반 텍스트 편집기 또는 각종 비쥬얼작업이 가능한 웹에디터 드림위버, 홈사이트 등을 사용하여 작성할 수 있습니다.

웹어플리케이션 개발을 위해 사용되는 ASP,PHP,JSP 등은 모두 동적으로 결과적으로는 HTML페이지를 생성하는데 사용됩니다.

자세한 HTML의 규약은 http://w3c.org를 통해서 확인할 수 있습니다.

## I

### Impression 노출, Ad Views

**광고 배너 가 사용자의 웹브라우저로 다운로드되어 보여지는 횟수**
Ad. Views Impression

브라우저 캐싱으로 인해 광고 임프레션 횟수를 과소 산정할 수도 있습니다.
광고배너가 웹서버로부터 읽혀져 로그에 남은 횟수로 산정할 것인지, 아니면 실제 웹브라우저에 나타나 사용자에게 보여진 횟수로 산정할 것인지 논란이 많습니다.

본 시스템은 광고 배너 를 보여주기 이전에, 매번 다른 스크립트를 생성함으로써, 캐시에 상관 없이 정확한 광고 노출 횟수를 측정합니다.

**참고:**
Ad. Click = Banner Click
CTR = Click Through Rate

같은 말: Ad. Views

### Internet

TCP/IP 프로토콜을 사용하며, 1960년대 후반에서 1970년대 초반에 ARPANet으로부터
진화한 약 60,000개 이상의 독립적이고 상호 연계된 일련의 네트워크

### IP Address

인터넷 프로토콜 주소. 인터넷에 연결된 모든 시스템은 고유한 IP 주소를 가지고 있음. 네 개 섹션이 숫자로 구성 IPv4 되어 있고, 각각의 섹션은 0에서 255까지의 십진수로 구성되어 있음.
ex 132.145.254.12 등

대부분의 사람들은 IP 주소 대신에 도메인 명 Domain Name 을 사용하고 있으며, 도메인 명을 사용할 것인지 IP 주소를 사용할 것인지에 대한 결정은 네트워크와 도메인 네임 서버에서 관리됩니다. 버추얼 호스팅으로 한 대의 기계가 여러 대의 기계와 같은 역할을 수행할 수 있습니다.

참고 :
Domain Name 도메인 명
Host Name 호스트 명

## J

### JAVA

컴퓨터 운영시스템 OS 에 독립적으로 작동하기 위해 개발된 프로그래밍 언어로서, Internet 인터넷 등에 적합한 다양한 특징을 가지고 있음.

웹브라우저에서 작동하는 작은 자바 애플리케이션은 자바 애플릿 Java Applet 이라고 부르며, 웹 브라우저로 다운로드 받아 자바호환되는 웹 브라우저에서 실행됩니다.

### Javascript

자바스크립트 Javascript 는 넷스케이프사 netscape.com 에 의해 개발된 스크립팅 언어로 HTML 소스 코드와 함께 작동하며, 웹사이트 페이지 내에 포함되어 동적인 처리를 쉽게 하도록 함.

### JSP

Java Server Page 의 약어이며, **동적인 웹페이지 생성을 위해 사용되는 언어**임.

Java언어에 기반을 두고 있으며, SUN社에 의해 무료로 제공됩니다.

Java언어의 특성을 모두 가지고 있어, OS에 독립적으로 개발할 수 있으며, Windows/UNIX/LINUX 등 다양한 OS에서 실행이 가능합니다.

**참고:**
Active Server Page A S P
PHP

## L

### Landing Page 랜딩페이지, 처음 접속페이지

방문자가 사이트에 들어와 처음 본 페이지입니다. 광고·캠페인의 연결 URL 이 곧 랜딩페이지가 되며, 랜딩페이지의 반송률로 광고 문구와 페이지 내용이 맞는지 판단합니다. 처음 접속페이지

### Log file

Log file 또는 web log file 웹로그파일 등의 명칭으로 불려짐.

컴퓨터 프로그램이 실행중 특정사항을 기록하는 파일로서,

웹서버의 경우는 모든 접속되는 요청에 대하여 특정로그파일에 그 내용을 기록하며, 이를 분석함으로써 웹사이트에 대한 방문자 행동, 접속이 오는 외부 호스트 등 다양한 정보를 얻을 수 있습니다.
그리고 이를 활용하여 다양한 마케팅 및 효과측정등에 활용되므로 매우 중요한 e Biz활동을 위한 절차 중의 하나입니다.

이러한 웹서버로그량이 상당한 용량을 차지하여 분석의 어려움 및 실시간 분석등에 활용되기 어려운 까닭에, 분석스크립트를 해당 웹페이지에 삽입하는 방식등이 많이 선호되고 있습니다. 특히 스크립트를 사용한 분석에서는 웹서버에 로그파일을 생성하지 않으며, 실시간 분석이 용이해 많은 장점을 가지고 있습니다.

## N

### NAT

Network Address Translation 의 약자로서, 하나의 공인 IP주소를 통해 다수의 PC가 인터넷에 접속할 수 있도록 하는 기능을 말함.

주로 비공인 어드레스를 기업 외부에서 사용하는 공인 어드레스로 변환하는 기능을 합니다.

인터넷 공유기 등을 이용하여, 사설IP를 이용하여 인터넷을 사용하는 경우도 일종의 NAT에 해당됩니다.

### Navigation

사전적의미로는 항해라는 뜻을 가지고 있으며, 인터넷관련 용어로는 웹사이트 내의 서핑을 의미함.

웹로그 분석관련 용어로서는, 웹사이트 내에서 어떠한 경로를 거쳐서 웹사이트를 둘러보고, 찾고, 읽는지에 대한 방문자의 행동을 뜻합니다.

### New / Returning Visit 신규 방문 · 재방문

쿠키 기준으로 처음 온 방문을 신규 방문, 그 이후의 방문을 재방문이라고 합니다. LOGGER 는 방문자 재방문 분석 에서 구성비와 재방문 간격·횟수를 보여 줍니다. 재방문 분석

## O

### Organic Search 자연검색

검색광고가 아닌 일반 검색 결과를 눌러 들어온 방문입니다. 광고 분석 코드로 판정되는 유료검색 검색광고 과 구분해 유입 검색엔진 에서 보여 줍니다. 검색엔진

## P

### P4P

오버추어 서비스는 종료되었으며, 국내 검색광고는 네이버 검색광고·카카오 키워드광고·구글 애즈 등으로 운영됩니다.

P4P 는 Pay for Performance 의 약어로서, 지불한 만큼 성능을 발휘하는 뜻을 가진 인터넷광고 방법의 명칭임.

원래는 CPC 광고의 대행업체인 Overture 오버추어 TM 의 광고상품명이었으나, 일반적인 용어로도 쓰여지기도 합니다.

#### 관련용어

Overture 오버추어 TM
Adwords 애드워즈 TM
CPC Cost per Click

### Page View

Page View = Page View s , 페이지뷰

다양한 이미지 및 매체를 포함하여 HTML로 구성된 하나의 웹페이지를 사용자가 웹브라우저를 사용하여 서버로부터 다운로드 받아 보았을 경우 그 1회를 1 Page View라고 합니다.

Page View 페이지뷰 는 웹서버로그의 서버부하측정의 Hit수와는 달리 완성된 하나의 페이지를 한번의 View Hit 로 산정하며, HTML 페이지 내에 포함된 다양한 이미지 및 파일들은 포함되지 않습니다. 따라서, 서버의 기계적 로그량에 따른 Hit가 아니며, 실제 사용자에게 보여진 페이지의 수를 말합니다.

### PHP

Professional Hyper text Pre Processor 의 약어이며, **동적인 웹페이지 생성을 위해 사용되는 스크립트 언어**임.

ASP Active Server Page 와는 달리 Open Source로서, 거의 대부분의 OS에서 작동합니다.

주로 Linux, PHP, Apache, MySQL과 같은 조합으로 많이 사용되며, 무료로 사용할 수 있기 때문에 사용자층이 많습니다.

**참고:**

Active Server Page A S P
JSP

## R

### Referrer

**Referrer 레퍼러 는** HTML 페이지 A 에서 다음 HTML 페이지 B 로 클릭을 통하여 이동할 경우, **웹브라우저에서 웹서버에 전송하는 이전페이지 A 의 URL주소를 말함.**

웹브라우저가 서버에 전송하는 이 정보는 다음과 같은 특징을 가지고 있습니다.
웹브라우저에 따라 레퍼러를 전송하지 않는 경우가 있습니다.
웹브라우저에 따라 HTML 페이지 내 이미지 참조등 기타의 경우 전송을 하지 않는 경우도 있습니다.
네트워크상의 장애 및 PROXY서버를 경유한 경우 오류를 통해 전혀 다른 새로운 레퍼러가 전송되는 경우도 있습니다.

따라서, 레퍼러를 통한 웹사이트 접속의 참조페이지 분석의 정확도는 100 확실하다고 볼 수 없습니다.
그러므로, 배너 광고 등 캠페인을 통한 접속자의 수를 판별하는 경우 레퍼러만을 이용한 것보다 별도 클릭을 판별하는 프로그램을 이용하여 측정하게 됩니다.

* Standard 서비스 사용자는 Logger의 광고측정기능을 이용하십시오.
*본 용어는 여러가지 단어로 사용되기도 합니다. Referrer = Referer = Refferer

같은 말: Referer, Refferer

### Reload

새로고침/웹페이지 Web Page 재 전송

웹브라우저에서 페이지다시읽기/리로드/새로고침 등의 버튼을 클릭하여 웹서버에게 해당 페이지를 재 전송하도록 요청하는 행위를 말합니다.

사용자가 Reload 새로고침 을 하는 경우는 동적으로 생성되는 페이지의 최신정보를 얻기 위해서인 경우와, 네트워크 등의 장애로 인하여 웹페이지 Web Page 가 정상적으로 화면에 나타나지 않을 경우 다시 서버에 웹페이지를 요청하는 경우 등으로 나눌 수 있으며,
후자의 경우는 웹페이지 디자인적 문제로 페이지내 지나치게 많은 이미지가 포함되어 전송에 어려움이 있는 경우이거나, 스크립트/HTML코딩 등의 오류로서, 화면에 잘 나타나지 않는 경우 등이 있습니다.

### Rich Media

다양한 인터넷상의 기술의 발전으로 HTML 페이지 내의 단순한 이미지 삽입이 아닌, 다른 플러그인 Plug In 등의 활용으로 동영상, 애니메이션, 사용자와의 상호작용을 가능하게 하는 애플릿 Applet , 플래시 Flash 등과 같은 매체파일 등을 말함.

### ROAS 광고비 대비 매출

Return On Ad Spend. 광고비 대비 광고로 발생한 매출의 비율입니다. ROAS = 광고 매출 광고비 100. 투자 대비 이익을 보는 ROI 와 달리 매출을 기준으로 합니다.

### ROI

**Return On Investment의 약자**

투자수익률을 말하며,
예를 들어, 인터넷상의 온라인 광고측면에서 말하자면, 지출된 광고비 대비 이를 통해 접속되거나 회원가입 등을 통해서 증가된 이익의 비율을 말함.

초기에는 주로 광고클릭율만으로써, ROI를 유추하였으나, 최근은 다양한 기술응용을 통하여 캠페인별 매출액, 캠페인별 회원가입비율, 장바구니 구매율 등 다양한 결과를 통해 측정하고 있습니다.

## S

### Script Tagging 스크립트 태깅

웹페이지에 분석 스크립트를 삽입해 방문 정보를 수집하는 방식입니다. Google Analytics 와 같은 방식이며, LOGGER 는 공통 분석 스크립트와 환경변수 스크립트로 구성됩니다. 웹페이지 분석스크립트 적용

### Segment 세그먼트

전체 방문 중 조건 유입 경로·기기·회원 여부·캠페인 등 에 맞는 일부만 골라 보는 묶음입니다. 같은 지표라도 세그먼트별로 비교하면 차이의 원인을 찾기 쉽습니다.

### Session

**웹사이트에 접속하여 웹사이트를 떠날 때까지의 일련의 행동의 묶음을 하나의 Session으로 지칭함.**

웹서버와 데이터를 주고 받는 행동이 끊기지 않은 채로 30분간 어떠한 데이터 전송이 없으면 끊긴 것으로 간주 웹브라우징을 지속한 사용자의 수를 나타냅니다.

보통 웹사이트에 접속한 후, 웹사이트를 떠난 시점까지를 말합니다.

참고
Visitor 방문자

같은 말: Visit

### SPA Single Page Application

화면을 이동해도 문서 전체를 다시 불러오지 않고 내용만 바꾸는 웹사이트 구조입니다 React·Vue 등 . 일반 설치로는 첫 화면만 집계되므로 라우팅마다 스크립트를 다시 실행해야 합니다. SPA 환경 분석스크립트 설치

## T

### TCP/IP

Transmission Control Protocol 및 Internet Protocol의 약자로 인터넷상에서 데이터 통신을 하는 주된 방법으로 사용되고 있습니다.

### Traffic

사전적 의미로는 교통량 등을 의미하며,
웹로그 분석시 페이지뷰 Page View 등 사용자 행동으로 인하여 발생하는 Hit수 등을 통칭하는 용어임.

## U

### Unique IP

Unique IP **방문자의 IP의 수를 말함.**

웹로그 분석에 있어서 다양한 방법으로 방문자의 수를 측정하고 있으며,
Unique session, Unique user, Unique IP, Session, Visitor 등 다양한 용어를 사용하고 있습니다.

Unique IP는 방문자 컴퓨터의 IP를 근거로 하여 방문자의 수를 측정하며, Session 등을 이용하여 측정한 것과 그 값이 다릅니다.
1일 내 IP를 이용하여 측정한 방문자가 1명이라도, Session을 이용하여 방문자를 측정한다면 해당 IP를 이용한 사용자가 오전에 1회, 오후에 1회 접속하여 접속 시간대가 서로 Session연결이 되지 않으므로 이 경우에는 2명의 방문자로 측정됩니다.
**참고:**
Unique session
Unique user
Session
Visitor

### Unique Page View

Unique Page View = Unique Page View s = 순수페이지뷰

페이지뷰와 달리 순수페이지뷰는 페이지 컨텐츠 의 세션내 중복 제거된 페이지뷰입니다.

즉 페이지뷰의 횟수를 수집하는 것이 아닌 해당 페이지 컨텐츠 를 한 번 이상 조회한 세션의 수를 카운팅합니다.

### Unique session

**웹사이트에 방문한 웹브라우저에 의해 생성된 세션의 수**

**웹사이트에 접속하여 웹사이트를 떠날때까지의 일련의 행동의 묶음을 하나의 Session으로 합니다.**
이러한 Session의 수를 주로 웹사이트의 방문자수로 사용되며, 때로는 Unique user와 동일한 의미로 사용되기도 합니다.

사용자를 개별 인증을 하지 않는 한 정확한 사용자의 수를 측정하기는 불가능하므로, 웹사이트에 접속한 세션의 수를 주로 사용하게 됩니다.

Unique session은 웹로그 분석에 있어서는 웹사이트에 접속한 사용자 중, 접속하여 웹서버와 데이터를 주고받는 행동이 끊기지 않은 채로 30분간 어떠한 데이터 전송이 없으면 끊긴 것으로 간주 , 웹브라우징을 지속한 사용자의 수를 나타냅니다.

보통 쿠키 Cookie 를 통하여 사용자의 세션 Session 을 추적하며, 이를 통해 Page View 페이지뷰가 아닌 접속자의 수 사용자의 수 를 가늠하게 됩니다.

이러한 Unique user Unique session 이 아닌 IP Address를 이용하여서도 사용자수를 가늠하기도 하며, 이 경우의 차이는 IP는 고정적으로써, 만약 공공의 컴퓨터를 오전에 1회 사용, 오후에 1회 사용한다면, IP수는 1개로 측정되며 Unique user수는 2개로 측정됩니다.

### Unique user

**웹사이트에 방문한 방문자의 수**

웹사이트에 접속한 Unique user 유일한 사용자의 뜻을 가지고 있으나, 사용자를 개별 인증을 하지 않는 한 정확한 사용자의 수를 측정하기는 불가능하며, 일반적으로 Unique session과 같은 의미로 자주 사용됩니다.

Unique session은 웹로그 분석에 있어서는 웹사이트에 접속한 사용자 중, 접속하여 웹서버와 데이터를 주고 받는 행동이 끊기지 않은 채로 30분간 어떠한 데이터 전송이 없으면 끊긴 것으로 간주 , 웹브라우징을 지속한 사용자의 수를 나타냅니다.

보통 쿠키 Cookie 를 통하여 사용자의 세션 Session 을 추적하며, 이를 통해 Page View 페이지뷰가 아닌 접속자의 수 사용자의 수 를 가늠하게 됩니다.

이러한 Unique user Unique session 이 아닌 IP Address를 이용하여서도 사용자수를 가늠하기도 하며, 이 경우의 차이는 IP는 고정적으로써, 만약 공공의 컴퓨터를 오전에 1회 사용, 오후에 1회 사용한다면, IP수는 1개로 측정되며 Unique User수는 2개로 측정됩니다.

### UTM Parameters UTM 파라미터

링크 주소 뒤에 utm source·utm medium·utm campaign·utm term·utm content 를 붙여 유입 출처·매체·캠페인을 표시하는 표준 규칙입니다. LOGGER 는 유입 UTM 분석 에서 보여 주며, 국내 매체 기준의 캠페인 코드도 함께 쓸 수 있습니다.
UTM 분석

## V

### Virtual Page View 가상 페이지뷰

SPA 처럼 문서를 다시 불러오지 않는 화면 이동을 페이지뷰로 집계하기 위해, 스크립트에서 직접 보내는 페이지뷰입니다.
LOGGER 는 라우팅마다 추적 스크립트를 다시 실행하는 방식으로 보냅니다.

### Visitor

웹사이트에 방문한 방문자를 말함.

웹로그 분석에 있어서는 다음과 같은 여러가지 항목으로 실제 방문자의 수를 추정합니다.
Unique session, Unique IP, Unique user, Session

### VRM

**VRM은 Visitor Relationship Management 의 약자**
번역을 한다면, 웹사이트 방문자 관계 관리 라고 할 수 있겠습니다.

VRM의 목적은 단순한 웹로그 분석뿐만 아니라,
웹사이트에 방문하는 **방문자**들의 **행동 패턴**, 방문자별 웹사이트에서 **선호하는 컨텐츠, 상품, 카테고리** 그리고 웹사이트가 목적한 **시나리오에 따라 각 단계별 전환비율 등** 다양한 변수들을 분석하여,

외부 캠페인등을 통해 어떻게 방문자가 찾아오며, 재 방문을 하는가 ?
웹사이트에서 어떤 목적을 갖고 어떤 정보를 얻기 위해 활동을 하는가 ?
쇼핑몰이라면 어떤 카테고리의 어떤 상품들이 고객의 관심을 유도하는가 ?

등 다양한 **방문자와 관련된 정보를 기반**으로 웹사이트를 보다 **활성화하는데 필요한 전략을 수립**하고,

방문자들에게 보다 적극적인 웹사이트의 **사용을 유도**하는 목적.
쇼핑몰 등의 수익을 위한 웹사이트라면 보다 **많은 매출을 위한** 목적.

등 기타 **위와 유사한 같은 목적**을 위해 방문자에게 보다 **효과적으로 다가서기 위한 마케팅 행동**을 말합니다.

## W

### Web beacon

**웹페이지에 포함되는 보통 1x1 크기의 작은 이미지로서, 사용자수의 측정, 로그인쿠키의 유지 등 다양한 목적으로 사용되는 작은 이미지를 말함.**

웹페이지에 주로 사용되며, 또한 전자우편 e mail 등에도 사용되기도 합니다.
웹비콘을 배너형식으로 하여 배너효과와 함께 측정 등의 목적으로 사용되기도 합니다.

### Web Log

웹로그 Web Log 는 웹사이트에서 웹페이지 Web Page 들을 사용자에게 제공하는 웹서버가 기록하는 일련의 정보로서, 이를 분석하여 웹사이트 방문자의 접속경로, 행동패턴, 인기있는 페이지, 주요검색 키워드 등 다양한 정보를 얻을 수 있습니다.

웹로그 분석을 통해 현재 웹사이트의 운영상태를 파악하고, 개선점을 찾아 합리적인 웹사이트 운영, 프로모션 및 마케팅활동에

적극 활용한다면 큰 효과를 볼 수 있습니다. 이는 e biz에서는 필수적인 운영요소 중의 하나입니다.

로그분석이 이루어지지 않는다면 주어지는 황금같은 정보를 사용하지 않고 흘려버리는 것과 다름없으나, e biz를 진행하면서 웹로그 분석을 쉽게 병행하지 못하게 하는 요소는 방대한 웹로그파일 및 주기적으로 필요한 분석인력, 그리고 비싼 솔루션 비용 등을 예로 들 수 있습니다.

이와 같은 문제점을 해결하기 위해 사용되는 방법이 웹로그분석 ASP서비스이며, 별도의 하드웨어 구입 및 소프트웨어 구입비용의 절감, 그리고 자체서버 내에 로그파일을 생성하지 않아도 되므로 리소스/경비 절감효과가 있어 사용자 층이 점차 증가추세에 있습니다.

### Web Page

웹사이트 또는 홈페이지라고도 불려짐 는 다수의 웹페이지에 의해서 구성되며, 웹페이지는 또 다양한 매체 이미지, 음악파일, 동영상파일 를 링크 또는 HTML 페이지 내에 참조로써 포함하고 있습니다.

웹 사용자는 웹브라우저를 사용하여 결과적으로 완성된 하나의 웹페이지를 보게 되며, 이 웹페이지는 **로그분석에서 Page View를 산정하는 기본 단위**가 됩니다.

### Web Property

유사한 비즈니스를 수행하는 자사의 여러 도메인 또는 호스트 등을 하나로 묶어 일컫는 단위입니다.
A회사의 서비스가 메일 mail.aCompany.com , 카페 cafe.aCompany.com , 검색 search.aCompany.com 등으로 구성되어 있을 때 통칭하여 A회사의 서비스 라고 불려지는 부분을 말합니다.

본 서비스/솔루션은 동일한 property 내에서의 방문을 별도 방문으로 서비스를 분리하여 분석하거나, 동일한 방문자로 통합하여 통합분석을 할 수 있습니다.

# 계산 기준

## 방문수/방문자수

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/525

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문<br>일 순수 방문자<br>월 순수 방문자<br>주간 순수 방문자<br>순방문자당 방문수 |

방문수 Visit 를 산출하는 방법으로서, 쿠키에 기반한 세션을 이용합니다.
쿠키 Cookie 를 이용하여 방문자의 **마지막 페이지뷰로부터 30분 이내 페이지뷰가 계속 나타날 경우 쿠키기반 세션을 유지**하며, 30분을 초과할 경우는 쿠키를 삭제하여 본 사용자의 세션을 종료시킵니다.
* 최초 페이지뷰 발생시점부터 30분 경과시점이 아닌, 마지막 페이지뷰 발생시점에서 30분 경과시점에 세션이 종료됨에 유의하십시오.

위의 일련과정을 통해 유지되는 첫 접속으로부터 마지막 접속까지를 세션 Session 으로 관리하여, 각 세션당 1명의 방문수로 측정합니다.
한명의 사용자가 하나의 PC를 이용하여 오전에 30분간 세션의 끊김없이 웹사이트 내에서 서핑을 한 후,
이후 30분간 어떠한 페이지뷰도 발생시키지 않아 세션이 종료되었고,
저녁에 다시 웹사이트에 접속하여 활동 한다면, 방문수는 2명으로 측정되고, 접속한 Unique IP는 1개로 측정됩니다.

따라서 별도 개별 인증을 통하여 개인을 식별하지 않는 한 정확한 방문한 사람 의 수를 측정하는 것은 불가능하며, 접속IP의 수 Unique IP 및 세션, 방문자의수 Unique session, Visitor 등을 이용하여 실제 방문한 사람 의 수를 추정하게 됩니다.

* 쿠키를 지원하지 않는 브라우저를 이용하는 방문자의 경우
접속하는 IP를 시스템 내 임의로 저장한 후 임시번호를 부여하여 추적하며, 해당 IP로부터 30분간 지속적인 요청이 오는 IP에 대하여 하나의 방문자로 측정합니다.

**참고**
방문수가 아닌 순수방문자수 리포트는 일,월 순수 방문자 및 처음방문자수 리포트가 제공되고 있습니다.
이때 방문자수는 중복을 제거한 방문수로부터 계산된 방문자수입니다.
일순수 방문자수 리포트는 매일 00:00:00 23:59:59까지 중복된 방문수를 제거한 순수 방문수 리포트입니다.
월순수 방문자수 리포트는 매월 1일부터 매월 말일까지 중복된 방문수를 제거한 순수 방문수 리포트입니다.
처음방문자수 리포트는 서비스를 받기 시작한 시점부터 2030년까지 즉, 모든 기간에 대하여 중복을 제거한 순수 방문수 리포트입니다.

# 평균값과 예측값

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/512

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 페이지뷰<br>방문<br>접속IP<br>일 순수 방문자<br>월 순수 방문자<br>주간 순수 방문자 |

**평균값**

평균값은 현재 리포트가 포함된 시간 구간대를 제외한 과거의 기간으로만 합산하여 평균을 산출합니다.
연/월/주/일 리포트별로 평균산출 기간이 다릅니다.

연 Year 리포트 바로 작년 1회값을 바로 평균으로 적용합니다. 즉 과거 1년전 값입니다.
월 Month 리포트 현재월을 제외한 과거 3개월의 평균값을 사용합니다.
주 Week 리포트 현재주를 제외한 과거 3주의 평균값을 사용합니다.
일 Day 리포트 현재일을 제외한 해당일 기준 과거 30일 평균값을 사용합니다.

평균값의 산출식은

**AVG V1 V2 ... Vx / C**

AVG 평균, Vx 과거의 해당 측정값, C 과거 측정 값의 개수

**예측값**

막대그래프로 표시되는 그래프 중 변동요인이 한가지 시간 인 경우에 한하여 예측값이 제공됩니다. 예측값의 산출방법은 아래와 같습니다.

**일 Day 및 주 Week 그래프 내 시간에 의한 변동값**

FC MV / MN * MN MR

FC 예측값, MV 현재 측정값, MN 현재 시간의 해당 분, MR 현재 시간구간의 남은 분수

**월 Month 그래프 내 시간에 의한 변동값**

FC HV / HN * HN HR

FC 예측값, HV 현재 측정값, HN 현재 일 day 의 현재시간, HR 현재 일 중 남은 시간

**연 Year 그래프 내 시간에 의한 변동값**

FC DV / DN * DN DR

FC 예측값, DV 현재 측정값, DN 현재 월 day 의 현재일자, DR 현재 일 중 남은 시간

현재 시각에서의 증가추세에 대한 최종 구간의 남은 시간에 대한 비중으로 예측값이 산출되며, 2가지 요인에 의해 생성되는 방문자당 페이지뷰 리포트의 경우는 시간에 의존적이지 않고, 방문한 사람의 행동에 의존적이므로 위와 같은 방법으로 예측값이 적용되지 않습니다.

## 통계값과 그래프의 값

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/513

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

통계값의 리스트는 문자로 리스트화 되어 증감을 표시하므로 확실히 표현되는 것과는 달리, 그래프는 3D 3차원 형태로 표기됨에 따라 약간의 오차에 의한 표현의 왜곡이 발생합니다.
그러므로 직육면체로 표현되는 점을 감안하여 직육면체 그래프가 면으로부터 떨어진 점의 길이만큼 연장하여 추정할 필요가 있습니다.
따라서, 리포트의 그래프는 추세 및 대략적인 값의 변화를 파악하는데 사용하며, 통계측정값의 리스트로부터 정확한 값을 얻습니다.

그래프는 각 리포트의 최대값에 따라 Y좌표값이 변화되며 그 방법 및 한계값은 다음과 같습니다.

**MGV MAX * 1.2**
MGV 그래프의 Y좌표 최대값, MAX 평균 최대값과, 측정치의 최대값 중 큰값

그리고 Y좌표에는 모두 4개의 참고용 값이 표시되며, 그중 최상위 값은 위에 설명한 최대한계값이며, 그외 각 3개의 값은 각각 위에서부터 V3, V2, V1 으로 표시한다면
**V3 MGC * 0.75**
**V2 MGC * 0.50**
**V1 MGC * 0.25**

로 나타낼 수 있습니다.

예측값의 경우 그래프의 한계값보다 크게 예측되는 경우 그래프의 범위를 넘어서 표시되지 않거나, 그래프의 한계값의 위치에 맞추어 표시됩니다.

## 방문당 페이지 뷰

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/526

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|
| 제공되는 리포트 | 방문당 평균 페이지뷰 |

방문당 페이지뷰는 다음과 같은 식에 의해 계산됩니다.

**PPV P / V**
PPV 방문당 페이지뷰, P 페이지뷰, V 방문수
따라서, 나타날 수 있는 방문당 페이지뷰 결과값의 범위는 1.0부터 무한대까지입니다.
결과값은 소수점 한자리로 반올림하여 표시됩니다.

## 재방문 간격

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/501

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 재방문 간격 |

재방문 간격의 산출식은 다음과 같습니다.

**VI T1 T2 T3 ....Tx / V 1**
VI는 평균재방문 간격 일 , Tx는 각 방문횟수별 재방문간격의 간격일수, V는 누적방문 횟수
* V의 값이 1인 경우 VI는 0 이며 처음방문임.
* 위 식에서 T1 T2 T3 .... Tx 값은 방문시점에 측정된 기존 VI x V 1 로 대체 가능합니다.

ex 3번째 방문의 경우 재방문 간격 일수가 각각 2일 3일 이라면
재방문 간격 2 3 / 3 1 2.5 소수점 이하 버린 후 조정하여 2일로 계산

이전 방문시각으로부터 기간을 산정할 때, 사용자에게 설정한 쿠키 2030년까지 보존 를 통해 측정하며, 사용자가 브라우저에서 쿠키가 강제삭제되거나, 다른 컴퓨터의 브라우저를 사용할 경우는 재방문임을 측정할 수 없습니다. 이 경우에는 첫 접속자로 측정됩니다.

## 반송률 계산식

최종 수정일 2010 08 25 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/504

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |

반송률의 산출식은 다음과 같은 식에 의해 계산됩니다.

**BR B / V * 100**
BR 반송률, B 반송수, V 방문수

반송률 반송수 / 방문수 * 100

ex 반송률 20 / 150 *100
결과값은 소수점 둘째자리로 반올림하여 표시됩니다.

## 회원가입률 계산식

최종 수정일 2010 08 25 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/505

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

회원가입률 산출식은 다음과 같은 식에 의해 계산됩니다.

**MB M / V * 100**
MB 회원가입률, M 회원가입수, V 방문수

회원가입률 회원가입수 / 방문수 * 100

ex 회원가입률 10/150 *100
결과값은 소수점 둘째자리로 반올림하여 표시됩니다.

## 주문율 계산식

최종 수정일 2010 08 25 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/506

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
|---|---|

주문율 산출식은 다음과 같은 식에 의해 계산됩니다.

**OB O/V *100**
OB 주문율, O 주문수, V 방문수

주문율 주문수 / 방문수 * 100

ex 주문율 7 / 150 *100
결과값은 소수점 둘째자리로 반올림하여 표시됩니다.

# 검출 기준

## 참조링크 방문경로/레퍼러 의 검출

최종 수정일 2020 03 09 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/524

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문 방법<br>검색엔진<br>소셜 네트워크<br>유입 도메인<br>웹메일 서비스<br>AI 유입 분석 |

### 데이터 검출 기준

방문자가 다른 웹페이지의 링크를 눌러 사이트에 들어오면, 브라우저는 직전 페이지의 주소 레퍼러, Referrer/Referer 를 함께 전달합니다. LOGGER는 방문 세션 마다 이 레퍼러와 처음 접속한 페이지 주소의 파라미터를 저장하고, 일 단위 집계에서 아래 기준으로 방문 방법을 판별합니다.

- 외부 레퍼러: 분석 사이트가 아닌 다른 웹사이트에서 이동해 온 경우의 레퍼러
- 내부 레퍼러: 분석 사이트 안에서 페이지를 이동할 때 발생하는 레퍼러

### 방문 방법 판별 순서

레퍼러가 있는 방문은 위에서부터 차례로 검사하여 처음 일치하는 항목으로 분류합니다. 한 방문은 하나의 방문 방법으로만 집계됩니다.

| 순서 | 방문 방법 | 판별 기준 |
|---|---|---|
| 1 | 웹메일 | 레퍼러 전체 주소가 웹메일 패턴과 일치하는 경우 이메일 레퍼러 검출 참고 |
| 2 | 검색엔진 검색광고 | 레퍼러의 호스트 도메인 가 검색엔진 패턴과 일치하고, 처음 접속한 페이지 주소에 광고 추적 파라미터가 있는 경우 검색엔진 레퍼러 검출 참고 |
| 3 | 검색엔진 검색광고 제외 | 레퍼러의 호스트가 검색엔진 패턴과 일치하고, 광고 추적 파라미터가 없는 경우 |
| 4 | 소셜네트워크 | 레퍼러의 호스트와 첫 번째 경로가 커뮤니티·블로그·SNS 패턴과 일치하는 경우 커뮤니티/블로그/SNS 등 검출 참고 |
| 5 | 쇼핑채널 | 레퍼러의 호스트가 쇼핑채널 패턴과 일치하거나, 처음 접속한 페이지 주소에 쇼핑채널 광고 파라미터 source=... 가 있는 경우. 단, 광고 추적 파라미터가 함께 있으면 제외합니다 쇼핑채널 사이트 검출 참고 |
| 6 | 기타 사이트 | 레퍼러가 있으나 위 1 5 어디에도 해당하지 않는 경우 뉴스 기사, 제휴 사이트, 생성형 AI 서비스 등 |

레퍼러가 없는 방문은 다음과 같이 나눕니다.

- 내부유입: 레퍼러가 없고, 수집 단계에서 분석 사이트 내부 이동으로 표시된 방문
- 직접유입 북마크 등 : 그 밖에 레퍼러가 없는 방문 즐겨찾기, 주소 직접 입력 등

* 판별은 집계 시점의 목록으로 이루어지므로, 목록에 없는 새 서비스에서 들어온 방문은 기타 사이트로 집계됩니다.

**생성형 AI 서비스 유입**

ChatGPT·Perplexity·Claude 등 생성형 AI 서비스에서 들어온 방문은 방문 방법에서 별도 항목이 없으며 주로 기타 사이트로 집계됩니다. 다만 Gemini gemini.google.com 처럼 호스트가 검색엔진 패턴 google. 또는 bing.com 에 포함되는 서비스는 검색엔진으로 집계됩니다.

AI 서비스별 유입은 AI 유입 분석에서 확인하십시오. 이 리포트는 참조 도메인이 아래 서비스 도메인인 방문을 AI 유입으로 분류합니다.

| 서비스 | 판별 도메인 |
|---|---|
| ChatGPT | chatgpt.com, chat.openai.com |
| Perplexity | perplexity.ai |
| Gemini | gemini.google.com, bard.google.com |
| Claude | claude.ai |
| Microsoft Copilot | copilot.microsoft.com |
| Grok | grok.com |
| Poe | poe.com |
| DeepSeek | chat.deepseek.com |

**레퍼러가 전달되지 않는 경우**

브라우저가 레퍼러를 전달하지 않으면 해당 방문은 레퍼러가 없는 방문으로 처리되어 직접유입 북마크 등 으로 집계됩니다. 링크를 연 프로그램이나 이전 사이트가 레퍼러를 전달하지 않도록 설정한 경우가 이에 해당합니다.

처음 접속한 페이지 주소에 광고 추적 파라미터나 UTM 파라미터가 있더라도 레퍼러가 없으면 방문 방법에서는 직접유입으로 집계됩니다. 광고·캠페인 유입은 캠페인 URL 설정으로 추적 URL을 만들어 사용하고, UTM 분석 등 광고 성과 리포트에서 확인하십시오.

추가적인 검출 필터가 필요하다고 판단되시면 제안해 주시기 바랍니다.

## 검색엔진 레퍼러 검출

최종 수정일 2017 05 12 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/502

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문 방법<br>검색엔진<br>검색어 |

### 검출 기준

방문의 레퍼러 호스트 도메인 가 아래 목록의 패턴과 일치하면 검색엔진 유입으로 검출합니다. 웹메일로 판별된 레퍼러와 G마켓 gmarket.co... 레퍼러는 검색엔진에서 제외합니다.
목록에 없는 검색엔진이라도 레퍼러 호스트가 search. 또는 msearch. 로 시작하면 기타 검색엔진으로 분류합니다.

### 검색광고와 자연검색의 구분

검색엔진 유입 중 처음 접속한 페이지 주소에 아래 광고 추적 파라미터 가운데 하나가 있으면 검색엔진 검색광고 , 없으면 검색엔진 검색광고 제외 으로 집계합니다.

overture, source=adwords, source=realclick, source=clickchoice, source=daumclicks, source=bizclick, OVRAW , OVKEY , gkw=, gad=, rctype=, rcsite=, keywd=, gclid=, DWIT CPC, DWIC , NVKWD , NVADKWD , NVAR , n media=, n keyword id=, n keyword=, n query=, DMSKW , DMKW , DMCOL , k keyword id=, k media=

* 네이버 쇼핑 검색 search.shopping.naver.com 에서 광고 추적 파라미터 없이 들어온 방문은 검색엔진 검색광고 제외 이 아닌 쇼핑채널로 집계됩니다.

### 검출되는 검색엔진

| 검색엔진 표시 이름 | 판별 패턴 레퍼러 주소 | 검색어 파라미터 |
|---|---|---|
| NAVER 네이버 | search.naver.com, sadserver.naver.com | query= |
| GOOGLE 구글 | google. | q= |
| KAKAO 카카오 | search.daum.net/kakao | q= |
| DAUM 다음 | search.daum.net, searchams.daum.net, directory.daum.net | q= |
| NATE 네이트 | search.nate, searchplus.nate, nate.search.empas.com | q= |
| MSbing 마이크로소프트 | bing.com | q= |
| ZUM 줌 | zum.com | query= |
| YAHOO 야후 | search.yahoo.com | p= |
| 기타 | 호스트가 search. 또는 msearch. 로 시작 | |

아래 검색엔진도 판별 목록에 남아 있으나, 서비스가 종료되었거나 통합되어 현재 유입은 거의 없습니다 과거 서비스 .
YAHOO Korea 야후코리아 , EMPAS 엠파스 , DREAMWIZ 드림위즈 , CHOL 천리안 , SIMMANI 심마니 , HanaFOS 하나포스 , MSN/LIVE, LYCOS Korea 라이코스코리아 , LYCOS 라이코스 , FREECHAL 프리챌 , KOREA.COM 코리아닷컴 , ALTAVISTA 알타비스타 , HANMIR 한미르 , EXCITE 익사이트 , HOTBOT 핫봇 , iMBC 검색, HAJAI 하자아이검색 , MYM 마이엠검색 , Paran 파란검색 , Megapass 메가패스검색 , CYWORLD 싸이월드

### 검색어 검출

검색어는 레퍼러 주소에 위 표의 검색어 파라미터가 있을 때 그 값을 읽어 집계합니다. 검색엔진이 레퍼러에 검색어를 포함하지 않으면 검색엔진 유입으로는 집계되지만 검색어는 집계되지 않습니다. 기타 로 분류된 검색엔진의 검색어는 집계하지 않습니다.

**참고**

- 검색엔진 판별은 레퍼러의 호스트를 기준으로 합니다. 따라서 blog.naver.com, cafe.naver.com 처럼 검색 포털의 블로그·카페에서 들어온 방문은 검색엔진이 아닌 소셜네트워크로 집계됩니다.
- 호스트에 google. 또는 bing.com 이 포함된 서비스 예: gemini.google.com 에서 들어온 방문도 검색엔진으로 집계됩니다.
- DuckDuckGo 등 목록에 없고 호스트가 search. 로 시작하지 않는 검색 서비스는 기타 사이트로 집계됩니다.

추가적인 검출 필터가 필요하다고 판단되시면 제안해 주시기 바랍니다.

## 이메일 레퍼러 검출

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/503

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문 방법<br>웹메일 서비스 |

**검출 기준**

방문의 레퍼러 전체 주소에 아래 패턴이 포함되면 이메일 웹메일 을 확인한 후 접속한 방문으로 검출합니다. 웹메일 판별은 방문 방법 판별에서 가장 먼저 적용되므로, 웹메일 패턴과 일치하는 방문은 검색엔진·소셜네트워크 등 다른 방문 방법으로 집계되지 않습니다.
웹메일 서비스 이름은 아래 표의 위에서부터 차례로 검사하여 처음 일치하는 이름으로 표시합니다.

**검출되는 웹메일 서비스**

| 웹메일 서비스 표시 이름 | 판별 패턴 레퍼러 주소 |
|---|---|
| 다음 한메일 | hanmail.net, daum.net/Mail, mail.daum.net, mail2.daum.net, daum.net/hanmail |
| MSN 핫메일 | mail.live.com, hotmail.com/, /cgi bin/linkrd, /mail/inbox |
| 야후 메일 | mail.yahoo |
| 네이버 메일 | mail 임의 문자 .naver 예: mail.naver.com, mail1.naver.com |
| 네이트 메일 | mail.nate |
| 구글 메일 | mail.google |
| 기타 메일 | /mail, outlook:, mailbox:, mbox, webmail |

아래 웹메일도 판별 목록에 남아 있으나, 서비스가 종료되어 현재 유입은 거의 없습니다 과거 서비스 .
엠파스 메일 empal.empas, mail.empas , 프리챌 메일 mail.freechal , 드림위즈 메일 mail.dreamwiz , 깨비 메일 kebi.../mbody , 코리아닷컴 메일 mail.korea, mbox...korea , 라이코스 메일 mail.lycos , 네띠앙 메일 netian.../mailview , 하이텔 메일 himail.hitel , 천리안 메일 mail...chol , 싸이월드 메일 mail.cyworld , 파란 메일 mail...paran

**참고**

- 기타 메일 의 /mail 패턴은 레퍼러 주소 어디에든 /mail 이 있으면 일치합니다. 따라서 mail. 로 시작하는 호스트 예: 카카오 메일, 기업 웹메일 에서 들어온 방문과, 경로에 /mail 이 포함된 일반 웹페이지에서 들어온 방문도 기타 메일로 집계될 수 있습니다.
- Outlook outlook.live.com 등 웹메일은 주소 경로에 /mail 이 포함된 경우 기타 메일로 집계됩니다.
- PC·모바일의 메일 프로그램 앱 에서 링크를 열어 레퍼러가 전달되지 않으면 웹메일이 아닌 직접유입 북마크 등 으로 집계됩니다. 뉴스레터·홍보메일 성과는 캠페인 URL 설정으로 추적 URL을 만들어 측정하시기 바랍니다.

추가적인 검출 필터가 필요하다고 판단되시면 제안해 주시기 바랍니다.

## 커뮤니티/블로그/SNS 등 검출

최종 수정일 2022 12 28 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/527

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문 방법<br>소셜 네트워크 |

**검출 기준**

방문의 레퍼러에서 호스트 도메인 와 첫 번째 경로 부분을 떼어 아래 패턴과 비교하고, 일치하면 커뮤니티·카페·블로그·SNS 방문 방법의 소셜네트워크 유입으로 검출합니다. 서비스 이름은 아래 목록의 위에서부터 차례로 검사하여 처음 일치하는 이름으로 표시합니다.

방문 방법에서는 웹메일과 검색엔진 판별이 먼저 적용되므로, 레퍼러 호스트에 google. 이 포함된 주소 예: plus.google.com 는 소셜네트워크가 아닌 검색엔진으로 집계됩니다.

**주요 카페·커뮤니티**

| 서비스 표시 이름 | 판별 패턴 |
|---|---|
| 네이버 카페 | cafe.naver |
| 다음 카페 커뮤니티 | cafe.daum.net/, daum.net/ c21 |
| 네이트 블로그 네이트 판 포함 | blog.nate.com, pann.nate.com |

**주요 블로그**

| 서비스 표시 이름 | 판별 패턴 |
|---|---|
| 네이버 블로그 | blog.naver |
| 네이버 포스트 | post.naver.com |
| Tistory | tistory.com |
| 구글 블로그 | blogger.com |

| 서비스 표시 이름 | 판별 패턴 |
|---|---|
| 블로그 | blog.co.kr |

### 주요 SNS

| 서비스 표시 이름 | 판별 패턴 |
|---|---|
| 페이스북 | facebook.com |
| 인스타그램 | instagram.com |
| 트위터 | twitter.com, t.co/ |
| 유튜브 | youtube.com |
| 카카오스토리 | redirect story.kakao.com |

### 게시판

| 서비스 표시 이름 | 판별 패턴 |
|---|---|
| 제로보드 게시판 | zboard |
| 티티보드 게시판 | ttboard |
| 나보드 게시판 | naboard |
| 한 게시판 | hanrss |
| 크레이지웹보드 게시판 | CrazyWWWBoard |
| 수퍼보드 게시판 | superboard.com/board.cgi |
| 기타 게시판 | board. 또는 board/ 위 목록에 해당하지 않는 경우 |

### 과거 서비스 현재 유입 거의 없음

아래 서비스도 판별 목록에 남아 있으나 서비스가 종료되었거나 통합되어 현재 유입은 거의 없습니다.
다음 블로그, 다음 칼럼, 다음 플래닛, 다음 요즘 , 이글루스, 야후 블로그, 프리챌 커뮤니티·Sum, 드림위즈 커뮤니티·홈피·블로그·클럽, MSN 커뮤니티, 하나포스 커뮤니티·블로그, 네띠앙 커뮤니티, 싸이월드 클럽·미니홈피·블로그·ⓒ로그, 다모임 커뮤니티, 아이플, 아이러브스쿨 커뮤니티·블로그, 인티즌 커뮤니티·마이미디어, 코리아닷컴 커뮤니티, 엠파스 블로그, 파란 푸딩·블로그·클럽, 한미르 블로그, 엔토이 블로그, 블로그인, 블로그엔닷컴, 구글 한국블로그, 미투데이, 트윗kr, 네이트 커넥트 , 플레이톡, 야후 소셜펄스, 구글 버즈, 구글

### 참고

- X x.com , 스레드 threads.net , 밴드 band.us , 링크드인 linkedin.com , 틱톡 등은 현재 판별 목록에 없어 방문 방법에서 기타 사이트로 집계됩니다. 이들 서비스의 유입은 유입 도메인에서 도메인별로 확인하십시오.
- 카카오톡 등 앱 안에서 링크를 열어 레퍼러가 전달되지 않으면 직접유입 북마크 등 으로 집계됩니다.
- 생성형 AI 서비스 유입은 소셜네트워크에 포함되지 않습니다. AI 유입 분석을 참고하십시오.

추가적인 검출 필터가 필요하다고 판단되시면 제안해 주시기 바랍니다.

# 포털 사이트의 지식 쇼핑별 카테고리 검출 기준

최종 수정일 2015 04 17 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/507

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문 방법 쇼핑채널 항목에 합산 |

### 개요

포털 사이트의 쇼핑 서비스·쇼핑광고 지면에서 들어온 방문을 쇼핑채널 유입으로 검출하는 기준입니다. 검출 방법은 두 가지입니다.

- 레퍼러 기준: 레퍼러 주소가 아래 포털 쇼핑 서비스 주소와 일치하는 경우
- 광고 파라미터 기준: 처음 접속한 페이지 주소에 아래 쇼핑광고 파라미터 source=... 가 있는 경우. 쇼핑광고의 연결 URL에 이 파라미터를 붙이면 레퍼러가 없어도 해당 지면을 구분할 수 있습니다.

검출된 방문은 쇼핑채널 사이트 검출의 다른 쇼핑채널과 함께 방문 방법의 쇼핑채널 로 집계됩니다.

### 새 콘솔 제공 범위

새 콘솔에서는 포털별·카테고리 지면 별 상세 리포트를 제공하지 않으며, 방문 방법의 쇼핑채널 합계로만 확인할 수 있습니다. 쇼핑광고 추적 코드를 만드는 쇼핑광고 설정 화면도 새 콘솔에는 없으며, 기존 리포트 설정 화면에서 이용할 수 있습니다.

### 레퍼러 기준 포털 쇼핑 서비스

| 포털 | 구분 | 판별 패턴 레퍼러 주소 |
|---|---|---|
| 네이버 | 쇼핑박스 | castbox.shopping.naver.com |
| 네이버 | 페이 구 체크아웃 | pay.naver.com |
| 네이버 | 쇼핑 기타 | shopping.naver.com, cr2.shopping.naver.com |
| 다음 | 쇼핑박스 | go.shopping.daum.net/link/go.daum...do=, ammonia.daum.net |
| 다음 | 오늘만특가 | go.shopping.daum.net/link/go.daum...t nil onsale=todaysale |
| 다음 | 모바일 | gom.shopping.daum.net |
| 다음 | 메인·더소호·베스트샵·백화점·해외·쇼핑이벤트·항공·도서 | shopping.daum.net/main, /thesoho, /bestshop, /department, /global, /shopevent, /air, /book |
| 다음 | 쇼핑하우 기타 | shopping.daum.net |
| 네이트 | 쇼핑박스 | go.shopping.daum.net/link/go.nate...do= |
| 네이트 | 쇼핑 | go.shopping.daum.net/link/go.nate |

| 포털 | 구분 | 판별 패턴 레퍼러 주소 |
|---|---|---|
| 네이트 | Basket 과거 서비스 | shopping.basket.co.kr |

### 광고 파라미터 기준 쇼핑광고 지면

| 매체 | 파라미터 source 값 |
|---|---|
| 네이버 | NA mens, NA trend a, NA trend b, NA trend, NA mallNm, NA cast, NA recommand, NA power, NA general, NA luckytoday, NA plan |
| 다음 | DA 1Tab, DA fashion, DA brand, DA today, DA preRank, DA newHit, DA codi, DA stylebook, DA soho, DA preSoho, DA item, DA favSoho, DA focusSoho, DA bestSoho, DA m1Tab, DA mDigital, DAM 1Tab, DAM Digital, DA itSoho, DA mHot, DA mPlus |
| 네이트 | NT 1Tab, NT soho, NT sale, NT today, NT fsNow |
| 인스타그램 | insta sh |
| 페이스북 | fb sh |
| 트렌드애비뉴 | trave |
| 줌 | ZMS |

### 참고

- 처음 접속한 페이지 주소에 검색광고 추적 파라미터 gclid=, NVKWD , n media= 등 가 함께 있으면 방문 방법에서 쇼핑채널로 집계하지 않습니다.
- 방문 방법의 쇼핑채널 판별은 레퍼러의 호스트 도메인 만 비교하므로, 위 표에서 경로까지 지정한 항목은 호스트가 shopping.daum.net 등 쇼핑 서비스 주소와 일치하는 경우에 쇼핑채널로 집계됩니다.

추가적인 검출 필터가 필요하다고 판단되시면 제안해 주시기 바랍니다.

## 쇼핑채널 사이트 검출

최종 수정일 2013 10 21 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/508

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문 방법 쇼핑채널 항목 |

### 검출 기준

다음 중 하나에 해당하면 쇼핑채널 유입으로 검출합니다.

- 레퍼러의 호스트 도메인 가 아래 쇼핑채널 사이트 목록과 일치하는 경우
- 처음 접속한 페이지 주소에 포털 쇼핑광고 파라미터 source=... 가 있는 경우 포털 사이트의 지식 쇼핑별 카테고리 검출 기준 참고

방문 방법에서는 웹메일·검색엔진·소셜네트워크 판별이 먼저 적용되며, 처음 접속한 페이지 주소에 검색광고 추적 파라미터 gclid=, NVKWD , n media= 등 가 함께 있으면 쇼핑채널에서 제외합니다.

### 새 콘솔 제공 범위

새 콘솔에서는 방문 방법 리포트의 쇼핑채널 항목으로 방문수와 전환 성과의 합계를 제공합니다. 쇼핑채널 사이트별·카테고리별 상세 화면은 제공하지 않습니다.

### 주요 쇼핑채널 사이트

| 쇼핑채널 | 판별 패턴 레퍼러 주소 |
|---|---|
| 네이버 쇼핑 | shopping.naver.com cr2.shopping.naver.com 등 포함 |
| 네이버 쇼핑박스 | castbox.shopping.naver.com |
| 네이버페이 | pay.naver.com |
| 다음 쇼핑하우 | shopping.daum.net |
| 다음 쇼핑 모바일 | gom.shopping.daum.net |
| 카카오스타일 | kakaostyle.com |
| 지그재그 | zigzag.kr |

* 네이버 쇼핑 검색 search.shopping.naver.com 에서 검색광고 추적 파라미터 없이 들어온 방문도 쇼핑채널로 집계됩니다.

### 과거 서비스 현재 유입 거의 없음

아래 사이트도 판별 목록에 남아 있으나 서비스가 종료되었거나 운영이 확인되지 않아 현재 유입은 거의 없습니다.
네이트 Basket shopping.basket.co.kr , 야후 쇼핑 shopping.yahoo.co.kr , 구글 쇼핑 카테고리 google.co.kr/products/catalog , 웹컴파스 search srv.webcompass.co.kr , 스타일다나와 styledanawa.co.kr , 스타일닷컴 sta1.co... , 이런세상 e runsesang.com , 코디걸스 codigirls.com , 엣지북 edgebook.com , 올씨 allsee.co.kr , 비주 vizooo.com , 패션탑텐 fashiontop10.com , 코디베스트 codibest.com , 아이스토어 istore.co.kr , 스타일미 styleme.co.kr , 인짱 inzzang.com , 쇼온 showon.co.kr , 스타일어라운드 stylearound.co.kr , 스타일차트 style chart.com , 팝클로 popclo.com , 스타일픽 stylepick.me , 최코디 choicodi.com , 보나걸스 bonagirls.com , 코디차트 codichart.com , 쇼핑스타 ksstar.co.kr , 쇼핑몰닷컴 shopping moll.com , 포켓스타일 pocketstyle.com , 스푼 spoon.co.kr , 모아쥬·모아쥼 moazoow.com, moazoom.com

### 참고

- 구글 쇼핑 등 호스트에 google. 이 포함된 주소는 검색엔진 판별이 먼저 적용되어 검색엔진으로 집계됩니다.
- 다나와·에누리 등 가격비교 사이트와 오픈마켓은 쇼핑채널 목록에 포함되지 않아 방문 방법에서 기타 사이트로 집계됩니다. 해당 사이트의 유입은 유입 도메인에서 확인하십시오.

추가적인 검출 필터가 필요하다고 판단되시면 제안해 주시기 바랍니다.

# 방문자 국가 검출

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/514

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| --- | --- |
| 제공되는 리포트 | 방문 환경 분석 국가 탭 |

### 검출 방법

방문자의 국가는 방문자가 접속한 IP 주소를 기준으로 검출합니다. 레퍼러 이전 페이지 도메인의 국가코드는 사용하지 않습니다.

수집 서버는 방문자 IP를 먼저 **국내 IP 대역 정보** 대역별 국가·시/도·통신사 에서 찾고, 없으면 **해외 IP 위치 데이터베이스** 국가·도시·ISP 에서 찾습니다. 두 곳 모두에 없는 IP는 위치 정보를 기록하지 않습니다 N/A .

찾은 국가코드 ISO 3166 1 기준 영문 2자리 를 방문 정보에 기록하고, 일 단위 집계 시 이 코드별로 방문수를 합산합니다.

따라서 방문자가 해외 IP를 사용하는 VPN·프록시를 거쳐 접속하거나, IP 대역의 할당 정보가 실제 사용 국가와 다른 경우에는 실제 거주 국가와 다른 국가로 검출될 수 있습니다.

### 국가명 표기

국가코드는 ISO 3166 1 표준 코드표에 따라 국가명으로 바꾸어 대한민국 KR , 미국 US 처럼 국가명과 코드를 함께 표기합니다. 표준 코드표에 따른 국가 목록은 이 문서에서 생략합니다.

| 검출값 | 표기 | 설명 |
| --- | --- | --- |
| ISO 3166 1 국가코드 | 국가명 코드 | 예 대한민국 KR , 일본 JP , 미국 US |
| EU | 유럽연합 EU | 특정 국가가 아닌 유럽 지역 단위로 할당된 IP 대역입니다. 국가 단위로 구분되지 않습니다. |
| AP, DU, 값 없음 | N/A | 아시아·태평양 지역 단위 할당 대역 AP 등 국가를 특정할 수 없는 경우입니다. |
| 표준 코드표에 없는 코드 | 코드 알수없음 | 국가명으로 변환할 수 없는 코드는 코드 그대로 표기합니다. |

* 과거 데이터 중 국내 시/도 영문명 SEOUL, KYONGGI 등 이 국가 항목에 기록된 경우는 집계 시 대한민국 KR 으로 합산합니다.

* 국내 방문자의 시/도 구분은 시/도 명 검출 기준을 따릅니다.

# 서비스 접속 ISP 검출

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/515

| 해당 제품 서비스 | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| --- | --- |
| 제공되는 리포트 | 서비스 ISP 새 콘솔 미제공 |

### 검출 방법

방문자의 IP 주소로부터 해당 IP를 관리하는 네트워크 서비스 제공자 ISP 의 네트워크명을 검출하여 방문 정보에 기록합니다. 수

집 서버는 방문자 IP를 먼저 **국내 IP 대역 정보** 대역별 국가·시/도·통신사 에서 찾고, 없으면 **해외 IP 위치 데이터베이스** 국가·도시·ISP 에서 찾습니다. 두 곳 모두에 없는 IP는 위치 정보를 기록하지 않습니다 N/A .
일 단위 집계 시 기록된 네트워크명에 아래 표의 키워드가 포함되어 있으면 해당 ISP 대표명으로 묶어 집계합니다. 키워드는 대소문자를 구분하지 않으며, 여러 키워드에 해당하는 경우 표의 위쪽 항목이 우선합니다.

- 표의 키워드에 해당하지 않는 네트워크명: **etc. 기타**
- 네트워크명을 검출하지 못한 경우: **N/A**

* 서비스 ISP 리포트는 새 콘솔에서 제공하지 않습니다. 기존 리포트 화면에서 집계된 데이터에 적용되는 기준입니다.

**주요 ISP 그룹**
리포트에는 과거 사업자명이 그대로 표기됩니다. 합병·사명 변경된 사업자는 현재 사업자를 비고에 적었습니다.

| 리포트 표기 | 키워드 | 비고 |
|---|---|---|
| 한국통신 KORNET | KORNET | 현 KT |
| 한국통신 초고속국가망 PUBNET | PUBNET | 현 KT |
| 하나넷 HANANET | HANANET | 현 SK브로드밴드 구 하나로텔레콤 |
| 두루넷 THRUNET | THRUNET | 현 SK브로드밴드 하나로텔레콤에 인수 |
| 데이콤 DACOM | DACOM | 현 LG유플러스 |
| 데이콤보라넷 BORANET | BORANET | 현 LG유플러스 |
| 파워콤 POWERCOMM | POWERCOMM, XPEED | 현 LG유플러스 |
| 데이콤초고속국가망 PUBNETPLUS | PUBNETPLUS | 현 LG유플러스. 키워드에 PUBNET이 포함되어 있어 실제로는 한국통신 초고속국가망 PUBNET 으로 집계됩니다. |
| 에스케이텔레콤 SYNCROAD | SYNCROAD | SK텔레콤 |
| 에스케이텔레콤 SKSpeedNet | SKSPEEDNET | SK텔레콤 |
| 에스케이텔링크 SKTelink | SKTELINK | SK텔링크 |
| 드림라인 DREAMX | DREAMX | 드림라인 |
| 온세통신 SHINBIRO | SHINBIRO | |
| 한국교육학술정보원 EDUNET | EDUNET | 교육망 |
| 대학교 | UNIVERSITY, COLLEGE, EWHANET, KONKUKNET, HONGIKNET | 대학 네트워크 |
| 한국과학기술정보연구원 KREONet | KREONET | 연구망 |
| 한국과학기술정보연구원 HPCNET | HPCNET | 연구망 |
| 한국인터넷데이타센터 KIDC | KIDC | 데이터센터 |

| 리포트 표기 | 키워드 | 비고 |
|---|---|---|
| 삼성네트웍스 SAMSUNGNETWORKS | SAMSUNGNETWORKS | |
| KRNIC | KRNIC | 한국인터넷정보센터 할당 대역 |
| 대규모할당기관 ISP 1 | ISP 1 | |
| AOL 미국 | AOL | 해외 ISP |
| PSINET | PSINET | 해외 ISP |

**과거 사업자·소규모 사업자 그룹**

다음 그룹도 집계 기준에 남아 있으나 서비스가 종료되었거나 현재 유입이 거의 없는 사업자입니다.

하이텔 HITEL, KOLNET , 넷츠고 NETSGO , 지엔지네트웍스 GNGIDC , 엘림넷 ELIMNET , 한큐넷 HANQ , 한국전산원 6KANet , 케이알라인 KrLine , 한국무역정보통신 KTNET , 새로운넷 SAEROUNNET , 주식회사인터티엔에스 JLAN , 한국케이블TV경기방송 DigitalSystem , 아이즈비전 EYES , 인터넷서비스 HANINTERNET , 서버뱅크 HANNET , 에스케이씨앤씨 주 SK NET , 관악유선방송 KCNET , 주 케이티솔루션스 KITINET , 강남케이블TV KNCTV , 아리수인터넷 Living114 , 엠피엔네트웍스 MAGICPOWER , 모음정보 MoumNet , 한국멀티넷 MULTINET , 리치네트워크서비스코리아 NETPLUS , 나우콤 NOWCOM , 키텔 QPLine , 큐릭스네트웍스 QRIXNET , 슈퍼넷 SUPERNET , 넥스텔 NEXTEL , 한국농림수산정보센터 AFFIS , 한가람정보통신주식회사 BITSRO , 전주반도유선방송 주 CABLELINE , 주 씨피에스테크놀러지 CNIDC , 대전미디어텔레콤 DAEJONMEDIA , 주 아름방송네트워크 DITIZONE , 드림씨티방송 주 DREAMPLUS , NTT Korea 주 GIN , 한솔아이글로브 주 HANSOLNET , 주 한빛아이앤비 HANVITINB , 아이링크코리아 INDICLUB , 프리즘커뮤니케이션스 INTELLICENTER , 아이오시스템 JIGUNET , 과천무역상사 주 KBN , 한국인터넷통신 KITNET , 케이알아이에스피 KRISP , 미래넷 MIRENET , 케이엠아이엑스 주 MIXNET , 주 민스 NCABLENET , 넷큐빅 NETCUBIC , 옥성정보통신 주 OK NET , 주 퍼시픽씨에스아이 PCSI , 지오레이넷 RayNet , 주 이솔테크 SAFELINE24 , 미래온라인 SATCOM , 주 토미스정보통신 TOMISNET , 오늘과내일 TTNet , 다윗정보통신 WEBURO , 케이블아이 XNET , 엠씨아이월드컴코리아 XPRESSNET , 이지오스 EGIOS NET , 아이비샛 IBSat

* 표에 없는 사업자 예: 이동통신 3사의 모바일 네트워크, 신규 케이블·알뜰폰 사업자 등 는 네트워크명이 위 키워드에 해당하지 않으면 etc. 기타 로 집계됩니다.

## 방문자 표준시간대 검출

최종 수정일 2009 07 30 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/516

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 표준 시간대 새 콘솔 미제공 |

**검출 방법**

웹페이지에 삽입된 분석 스크립트가 방문자 PC 기기 에 설정된 시간대의 그리니치 표준시 GMT 대비 시차를 읽어 전송하며, 이 시차에 따라 방문을 분류합니다.

방문자 기기의 설정값을 기준으로 하므로, 방문자가 기기의 시간대를 임의로 바꾸어 사용하면 실제 위치와 다른 시간대로 검출될

수 있습니다. 서머타임이 적용되는 지역은 서머타임이 반영된 시차로 검출됩니다.
분석 스크립트가 실행되지 않은 방문 자바스크립트 미사용 등 은 시차 정보가 없으므로 시간대를 검출하지 않습니다.

### 분류 기준

시간대는 1시간 단위로 GMT 12:00 GMT 13:00 범위에서 분류합니다. 시차 분 를 시간으로 바꿀 때 소수점 이하는 버리므로, 30분 단위 시차를 쓰는 지역은 GMT에 가까운 정수 시간 항목에 포함됩니다 예: 인도 05:30 GMT 05:00, 이란 03:30 GMT 03:00, 캐나다 뉴펀들랜드 03:30 GMT 03:00 .

* 표준 시간대 리포트는 새 콘솔에서 제공하지 않습니다. 기존 리포트 화면에서 집계된 데이터에 적용되는 기준입니다.

| 시간대 | 대표 국가/도시 |
|---|---|
| GMT 12:00 | 날짜 변경선 서쪽 |
| GMT 11:00 | 미드웨이 아일랜드, 사모아 |
| GMT 10:00 | 하와이 |
| GMT 09:00 | 알래스카 |
| GMT 08:00 | 미국/캐나다 태평양 표준시, 티후아나 |
| GMT 07:00 | 미국/캐나다 산지 표준시, 애리조나 |
| GMT 06:00 | 미국/캐나다 중부 표준시, 멕시코시티, 몬테레이 |
| GMT 05:00 | 미국/캐나다 동부 표준시, 인디애나, 보고타, 리마 |
| GMT 04:00 | 캐나다 대서양 표준시, 산티아고, 카라카스, 라파스 |
| GMT 03:00 | 부에노스아이레스, 브라질리아, 뉴펀들랜드 03:30 |
| GMT 02:00 | 중부 대서양 |
| GMT 01:00 | 아조레스, 카보베르데 제도 |
| GMT 00:00 | 그리니치 표준시, 에든버러, 리스본, 런던, 카사블랑카 |
| GMT 01:00 | 프라하, 브뤼셀, 코펜하겐, 파리, 마드리드, 바르샤바, 서중앙아프리카, 암스테르담, 베를린, 로마, 스톡홀름, 빈 |
| GMT 02:00 | 카이로, 예루살렘, 아테네, 이스탄불, 헬싱키, 키예프 |
| GMT 03:00 | 모스크바, 나이로비, 바그다드, 쿠웨이트, 테헤란 03:30 |
| GMT 04:00 | 아부다비, 바쿠, 트빌리시, 예레반, 카불 04:30 |
| GMT 05:00 | 이슬라마바드, 카라치, 뭄바이 05:30 , 뉴델리 05:30 |
| GMT 06:00 | 다카, 아스타나, 알마티, 노보시비르스크 |
| GMT 07:00 | 방콕, 하노이, 자카르타, 크라스노야르스크 |
| GMT 08:00 | 베이징, 홍콩, 우루무치, 충칭 |
| GMT 09:00 | 서울, 도쿄, 오사카, 삿포로, 다윈 09:30 |
| GMT 10:00 | 괌, 브리즈번, 블라디보스토크, 멜버른, 시드니, 캔버라 |
| GMT 11:00 | 마가단, 솔로몬 제도, 뉴칼레도니아 |

| 시간대 | 대표 국가/도시 |
|---|---|
| GMT 12:00 | 오클랜드, 웰링턴, 피지, 캄차카반도, 마셜 제도 |
| GMT 13:00 | 누쿠알로파 |

## 시/도 명 검출

최종 수정일 2026 03 26 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/517

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문 환경 분석 시/도 탭 |

**검출 방법**

방문자의 IP 주소를 기준으로 검출합니다. 국내 IP는 **국내 IP 대역 정보**에 등록된 시/도를, 해외 IP는 **해외 IP 위치 데이터베이스**의 도시명 한글 이름이 있으면 한글, 없으면 영문 을 씁니다. 국내 IP 대역 정보는 2026년 4월 27일에 갱신되었습니다. 검출한 시/도 명은 국가코드와 함께 방문 정보에 기록되며, 일 단위 집계 시 시/도 명 국가코드 단위로 방문수를 합산합니다.
따라서 해당 IP가 속한 네트워크의 정보가 부정확한 경우에는 잘못된 값이 검출될 수 있습니다.
또한 네트워크 관리 조직의 주소지가 인근 지역을 포괄하는 경우, 실제 방문자의 주소지와 다른 이웃 시/도 명이 검출될 수 있습니다.
예 서울에 인접한 경기도에 거주하나, 접속한 ISP의 관리 지점이 서울에 있는 경우 서울의 방문자로 검출될 수 있습니다.

**표기 기준**

| 구분 | 표기 |
|---|---|
| 국내 시/도 | 아래 국내 시/도 구분 의 시/도 명 |
| 국내이나 시/도를 특정할 수 없는 경우 | 국내 미지정 |
| 해외 지역 | 검출된 지역명과 국가코드 예: 지역명 US |
| 지역을 검출하지 못한 경우 | N/A 알수없음 |

* 해외 방문은 네트워크 할당 정보에 등록된 지역명이 그대로 표기되므로 국내와 같은 시/도 단위로 정리되어 있지 않습니다. 해외 방문의 국가별 분포는 국가 탭에서 확인하십시오.

**국내 시/도 구분 2026년 4월 27일부터 적용**

| 구분 | 시/도 |
|---|---|
| 특별시·광역시·특별자치시 | 서울특별시 |
| | 인천광역시 |
| | 부산광역시 |
| | 광주광역시 |

| 구분 | 시/도 |
| --- | --- |
| | 대전광역시 |
| | 대구광역시 |
| | 울산광역시 |
| | 세종특별자치시 |
| 도·특별자치도 | 경기도 |
| | 강원도 |
| | 충청북도 |
| | 충청남도 |
| | 전라북도 |
| | 전라남도 |
| | 경상북도 |
| | 경상남도 |
| | 제주특별자치도 |

## 웹 브라우저 검출

최종 수정일 2020 12 09 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/519

| | |
| --- | --- |
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문 환경 분석 브라우저 탭 |

**검출 방법**

웹브라우저는 분석 스크립트가 수집 서버로 보내는 요청의 HTTP 요청 헤더 User Agent 를 이용하여 검출합니다. 자바스크립트가 동작하지 않는 환경에서도 분석 코드의 이미지 요청 헤더로 검출할 수 있습니다.

수집 서버는 미리 정한 판별 규칙 목록을 위에서부터 차례로 User Agent 에 대조해 처음 일치한 브라우저로 기록하며, 필요한 경우 버전도 함께 기록합니다 예: Chrome 120 . 판별 순서는 Opera Microsoft Internet Explorer Edge 모바일 포함 Samsung Browser Whale Chrome Firefox NAVER 앱 DAUM 앱 Android 기본 브라우저 Mobile Safari Safari UC Browser 순이며, 이 순서 때문에 Chrome 기반인 Edge·Whale·삼성 인터넷은 Chrome 으로 섞이지 않습니다.

웹브라우저가 User Agent 항목을 고의로 수정하였거나 웹서버에 정보를 보내지 않아 판별할 수 없는 경우는 **etc. 기타** 로 집계합니다.

검색엔진의 웹로봇·스파이더처럼 웹페이지의 분석 코드를 실행하지 않는 프로그램은 수집되지 않으며, 실제 사용자가 페이지를 조회할 때 사용하는 브라우저만 검출합니다.

**표기 기준**

- 브라우저는 이름과 버전으로 검출되며, 리포트에는 브라우저 이름별로 묶어 표시합니다. 방문 환경 분석의 브라우저 탭에서는 브라우저 이름을 펼쳐 버전별 세부 항목을 확인할 수 있습니다.
- 같은 브라우저가 서로 다른 이름으로 검출된 경우 하나로 묶어 표시합니다. 예 Samsung Browser 계열 Samsung Browser, Microsoft Internet Microsoft Internet Explorer, Edge 계열 Edge, Mobile Edge 계열 Mobile Edge

**주요 검출 브라우저**

| 구분 | 브라우저 |
|---|---|
| PC | Chrome, Edge, Whale, Firefox, Safari, Opera, Microsoft Internet Explorer |
| 모바일 | Mobile Safari, Samsung Browser, Android Default Browser, Mobile Edge, UC BROWSER |
| 앱 내 브라우저 | NAVER APP, DAUM APP |

**과거 브라우저·기기 현재 유입 거의 없음**

Netscape Mozilla Navigator, Netscape Mozilla Communicator, Netscape Gecko , Swing, Shiretoko Firefox 개발판 , BlackJack, BlackBerry, PSP PlayStation Portable , PLAYSTATION

* 추가 검출이 필요한 브라우저가 있으면 요청하여 주십시오.

## 방문자 언어 검출

최종 수정일 2009 04 13 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/520

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 사용자 언어설정 새 콘솔 미제공 |

**검출 방법**

웹브라우저가 수집 서버에 요청할 때 보내는 Accept Language 헤더 웹브라우저에 설정된 선호 언어 를 참고하여 언어를 판별합니다. 운영체제나 방문 국가가 아닌, 웹브라우저의 언어 설정을 기준으로 합니다. 수집 서버는 Accept Language 값의 **앞 두 글자 첫 번째 선호 언어의 언어 코드** 만 기록하므로, ko KR·en US 처럼 지역이 붙은 설정도 ko·en 으로 집계됩니다.

**언어명 표기**

검출된 언어 코드는 ISO 639 1 표준 영문 소문자 2자리 에 따라 언어명으로 바꾸어 한국어 Korean ko 처럼 언어명과 코드를 함께 표기합니다.

- 아래 표 및 ISO 639 1 코드표에 없는 코드로 검출된 방문과 언어를 검출하지 못한 방문은 **알수없음 N/A** 으로 합산합니다.
- 과거에 쓰이던 코드도 같은 언어로 표기합니다. 예 히브리어 iw·he, 인도네시아어 in·id, 이디시어 ji·yi, 중국어 간체 gb·zh

* 사용자 언어설정 리포트는 새 콘솔에서 제공하지 않습니다. 기존 리포트 화면에서 집계된 데이터에 적용되는 기준입니다.

**주요 언어 코드**

다음은 리포트에서 한국어 언어명으로 표기되는 주요 언어입니다. 그 밖의 언어는 ISO 639 1 영문 언어명으로 표기합니다.

| 코드 | 언어 | 코드 | 언어 |
|---|---|---|---|
| ko | 한국어 | en | 영어 |
| ja | 일본어 | zh, gb | 중국어 간체 |
| de | 독일어 | fr | 프랑스어 |
| es | 스페인어 | pt | 포르투갈어 |
| it | 이탈리아어 | ru | 러시아어 |
| vi | 베트남어 | th | 타이어 |
| id, in | 인도네시아어 | ms | 말레이어 |
| hi | 힌디어 | bn | 벵골어 |
| ar | 아랍어 | he, iw | 히브리어 |
| tr | 터키어 | el | 그리스어 |
| nl | 네덜란드어 | sv | 스웨덴어 |
| da | 덴마크어 | no | 노르웨이어 |
| fi | 핀란드어 | cs | 체코어 |
| hu | 헝가리어 | ro | 루마니아어 |
| bg | 불가리아어 | hr | 크로아티아어 |
| sr | 세르비아어 | sk | 슬로바키아어 |
| sl | 슬로베니아어 | uk | 우크라이나어 |
| lt | 리투아니아어 | lv | 라트비아어 |
| et | 에스토니아어 | mn | 몽골어 |
| my | 버마어 | km | 캄보디아어 |
| ne | 네팔어 | uz | 우즈베크어 |
| kk | 카자흐어 | la | 라틴어 |

## 운영체제 OS 검출

최종 수정일 2026 01 28 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/521

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 방문 환경 분석 운영체제 OS 탭 |

**검출 방법**

운영체제 OS 는 분석 스크립트가 수집 서버로 보내는 요청의 HTTP 요청 헤더 User Agent 를 이용하여 검출합니다.
수집 서버는 미리 정한 판별 규칙 목록을 위에서부터 차례로 User Agent 에 대조해 처음 일치한 운영체제로 기록합니다. 모바일 OS iOS·Android 등 를 PC OS 보다 먼저 검사하므로, 모바일 기기는 모바일 OS 로 분류됩니다. macOS 는 Macintosh 로 표기됩니다.
User Agent로 판별할 수 없는 운영체제는 **etc. 기타** 로 집계합니다.

**검출 가능한 운영체제**

| 구분 | 운영체제 |
|---|---|
| Windows | Windows 10 이상 10/11 통합 , Windows 8.1, Windows 8, Windows 7 64bit, Windows 7 32bit, Windows Vista, Windows XP SP3, Windows XP SP2, Windows XP, Windows 2000, Windows Server 2003, Windows NT, Windows 98, Windows 95, Windows 3.1, Windows 32bit |
| Macintosh | Macintosh, Macintosh/PowerPC, Macintosh/68K |
| UNIX 계열 | UNIX/LINUX, UNIX/FreeBSD, UNIX/BSD, UNIX/SUN, UNIX/IRIX, UNIX/HPUX, UNIX/AIX, UNIX/SCO, UNIX/DEC, UNIX/VAX, UNIX |
| 기타 PC | OS/2 |
| 스마트폰·태블릿 | Android, iPhone Apple iOS , iPad Apple iPadOS , iPod Apple iOS |
| 과거 모바일 OS 현재 유입 거의 없음 | SymbianOS Nokia , BlackJack Samsung SGH I600, SGH I617 , BlackBerry, windows Mobile, windows CE |
| 일반폰 피처폰 | JVM 스마트폰이 아닌 일반폰 통칭 , Unknown 제조사 구분이 불가능한 일반폰 |
| 기타 | etc. 기타 |

* Windows 10과 Windows 11은 웹브라우저가 보내는 User Agent 정보로 구분되지 않으므로 Windows 10 이상 10/11 통합 으로 표기합니다. 표기 기준을 바꾼 2026년 1월 28일 데이터는 수집·집계 반영 시점 차이로 Windows 10 과 Windows 10 이상 10/11 통합 이 함께 표기될 수 있습니다.
* 2010년 9월 3일 이전 데이터는 모바일 OS 앞에 Mobile을 붙여 예: Mobile/iPhone, Mobile/Android 표기하였습니다.
* 추가 검출이 필요한 운영체제가 있으면 요청하여 주십시오.

## 화면 색상/해상도 검출

최종 수정일 2008 10 15 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/522

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 화면 색상 새 콘솔 미제공<br>방문 환경 분석 해상도 탭 |

**검출 방법**

화면 색상과 해상도는 웹페이지에 삽입된 분석 스크립트가 웹브라우저에서 읽은 값을 그대로 전송하여 검출합니다. 검출 가능한

값에 제한은 없으며, 웹브라우저가 알려 주는 값이 그대로 집계됩니다.
분석 스크립트가 실행되지 않은 방문 자바스크립트 미사용 등 은 값이 없으므로 **N/A**로 집계합니다.

| 항목 | 검출값 | 표기 예 |
|---|---|---|
| 화면 색상 | 화면이 한 픽셀에 표현하는 색상 비트 수 | 24, 30, 32 비트 |
| 화면 해상도 | 화면의 가로 x 세로 크기 웹브라우저 기준 픽셀 | 1920 1080, 390 844 |

### 유의 사항

- 화면 해상도는 웹브라우저가 인식하는 크기로, 모니터·기기의 물리적 픽셀 수와 다를 수 있습니다. 운영체제의 화면 배율 확대 설정을 쓰는 PC나 고해상도 화면의 스마트폰·태블릿은 물리적 해상도보다 작은 값으로 검출됩니다. 예 물리적 해상도가 1170 2532인 스마트폰은 390x844로 검출될 수 있습니다.
- 같은 기기라도 가로·세로 방향에 따라 가로와 세로 값이 바뀌어 검출될 수 있습니다.
- 화면 색상 리포트는 새 콘솔에서 제공하지 않습니다. 기존 리포트 화면에서 집계된 데이터에 적용되는 기준입니다.

## Java/JavaScript/Cookie 검출

최종 수정일 2009 06 16 · 온라인 매뉴얼 logger.co.kr/console/manual/523

| | |
|---|---|
| **해당 제품 서비스** | 웹사이트 서비스 전체에디션 레벨 이상 |
| **제공되는 리포트** | 자바 사용 새 콘솔 미제공<br>자바스크립트 사용 새 콘솔 미제공<br>쿠키 허용 새 콘솔 미제공 |

### 검출 방법

JavaScript 사용 여부는 웹페이지 분석 코드에서 구분하여 검출합니다. 분석 스크립트가 실행되면 사용 으로, 자바스크립트가 동작하지 않아 분석 코드의 대체 이미지 요청 noscript 으로 수집되면 사용 불가 로 기록합니다.
Java 사용 가능 여부와 Cookie 허용 여부는 분석 스크립트가 웹브라우저에서 읽어 전송하므로, JavaScript를 사용할 수 없는 방문은 이 두 값을 검출할 수 없습니다.

| 리포트 | 검출값 | JavaScript 미사용 방문의 집계 |
|---|---|---|
| 자바스크립트 사용 | Enabled 자바스크립트 가능 / Disabled 자바스크립트 불가능 | Disabled 자바스크립트 불가능 |
| 자바 사용 | Java Enabled 자바 가능 / Java Disabled 자바 불가능 | Java Disabled 자바 불가능 |
| 쿠키 허용 | Cookie Enabled 쿠키 허용 / Cookie Disabled 쿠키 허용 않음 | N/A 알수없음 |

### 유의 사항

- 현재 주요 웹브라우저는 Java 플러그인을 지원하지 않으므로, 자바 사용 리포트는 대부분 Java Disabled 자바 불가능 으로 집계됩니다.
- 쿠키 허용 여부는 웹브라우저의 쿠키 사용 설정을 기준으로 하며, 특정 사이트·제3자 쿠키만 차단한 설정은 구분하지 않습니다.

- 세 리포트는 새 콘솔에서 제공하지 않습니다. 기존 리포트 화면에서 집계된 데이터에 적용되는 기준입니다.

THANK YOU

# 감사합니다

LOGGER 사용자 매뉴얼을 끝까지 읽어 주셔서 감사합니다.
궁금한 점이나 개선이 필요한 내용은 아래 연락처로 알려 주시기 바랍니다.

| | |
|---|---|
| 서비스 페이지 | https://logger.co.kr/console/ |
| 온라인 매뉴얼 | https://logger.co.kr/console/manual |
| HTML 매뉴얼 | https://logger.co.kr/console/manual  stt/index.html |
| LOGGER 소개 | https://logger.co.kr/ |
| 문의 | service  logger.co.kr |
| 발행 | BizSpring Inc. · 2026. 11. 14. |

BizSpring Inc. All rights reserved.
이 문서의 내용은 사전 동의 없이 무단으로 복제하거나 배포할 수 없습니다. 최신 개정본은 온라인 매뉴얼에서 확인하십시오.