

비즈스프링 Logger™

클릭존Ⅱ (ClickZone™)

설정 및 활용 가이드

본 문서는 클릭존™ 리포트를 활용한 웹사이트 방문자의 클릭분석 방법에 대해 설명하였다. 클릭존™ 리포트의 소개와 설정 및 활용방안 등 실무에서 활용할 수 있도록 구성하였다.

목차

1. 클릭을 분석하면 고객이 보인다.....	3
1) 클릭존™ 리포트 분석 방법.....	3
2) 클릭존™ 리포트 구성.....	4
1-1) 화면조회.....	4
1-2) 리스트조회.....	5
2. 클릭존™ 설정 방법.....	6
1) 분석할 웹페이지 캡처하기.....	6
2) 클릭존™ 리포트 설정하기.....	8
3) 클릭영역 설정하기.....	9
4) 분석 스크립트 적용.....	9
3. 클릭존™ 100% 활용하기.....	10
1) 클릭률이 높은 영역 분석하기.....	10
2) 처음/재방문자별 선호 콘텐츠 분석하기.....	10
3) 회원특성별 선호 콘텐츠 분석하기.....	10
4) 주문/매출/회원가입 등 전환에 기여도가 높은 콘텐츠 분석하기.....	11
5) 캠페인 랜딩페이지 분석하기.....	11
6) 영역별 검색어 분석하기.....	12

1. 클릭을 분석하면 고객이 보인다.

웹사이트에서 모든 것은 마우스를 통해 표현되며 그 중 클릭이 가장 많이 사용된다.

어떤 방문자가 웹사이트에 방문했을 때 관심 콘텐츠는 클릭해 더 자세히 보지만 원하던 콘텐츠가 없으면 '뒤로'나 '닫기' 버튼을 클릭함으로써 자신의 생각을 직접적으로 표현한다.

이처럼 클릭은 온라인 상에서 의사표현 수단으로 사용되는 만큼 클릭분석 데이터는 유용한 마케팅 자료로 사용된다.

클릭존™은 영역을 이용한 비주얼 리포트로 방문자들이 어떤 콘텐츠에 관심을 가졌는지 직관적인 판단을 할 수 있다.

클릭존™ 분석 포인트!

- **쉬운 분석**
웹페이지 내 다양한 콘텐츠, 상품, 배너광고 등을 영역설정만으로 손쉽게 분석
- **고급 분석**
각 영역에 마우스오버 시 요약된 추세그래프가 제공 클릭수/방문수/회원가입수/매출액 등의 순위를 한눈에 확인
- **직관적인 분석**
데이터 리스트 형식의 리포트로는 알기 힘든 웹사이트 내 선호 영역, 콘텐츠 등 직관적인 분석 데이터 제공

1) 클릭존™ 리포트 분석 방법

클릭존™ 설정과 활용의 이해를 돕기 위해 리포트 분석 방법에 대해 알아보자.

클릭존™은 웹페이지 내에서 사용자가 클릭한 좌표를 분석한다.

즉, 방문자가 클릭존™ 스크립트가 설정된 페이지 내에서 클릭을 하면 클릭 좌표를 통해 해당 영역을 분석하여 클릭수, 회원가입수, 검색어 등의 주요지표로 표현한다.

[그림 1] 클릭존™ 분석 방법



2) 클릭존™ 리포트 구성

클릭존™ 리포트는 실제 웹페이지 위에 영역으로 표현한 화면조회 형식과 추세를 파악할 수 있는 리스트 형식의 두 종류로 제공된다.

1-1) 화면조회

실제 웹페이지 화면 위에 설정 된 영역에 주요지표(클릭수, 회원가입수, 주문수 등)의 추세그래프와 검색어가 표시된다. 순위가 높을수록 짙은 색으로 표현되어 직관적으로 영역 선호도를 확인할 수 있다.

① 필터 및 옵션

필터 및 옵션 선택에서 조회기간 뿐만 아니라 캠페인 선택, 처음/재방문 선택, 회원 선택 등을 통해서 다차원 세그мент이션이 가능하며 이를 통해 보다 고급 정보를 얻을 수 있다.

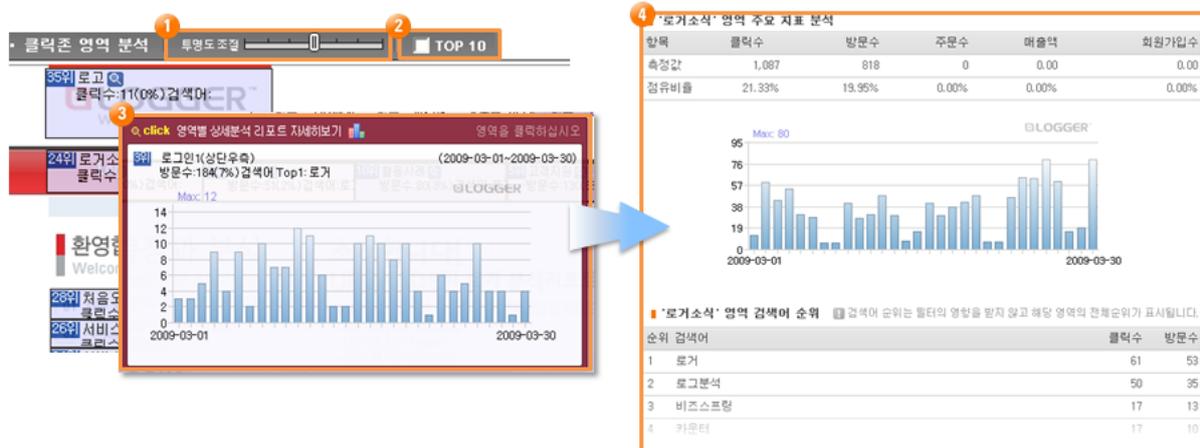
[그림 2] 클릭존™ 필터 및 옵션

- ① 조회기간을 선택하여 특정 기간 동안 클릭 분석데이터 확인
- ② 캠페인을 통해서 들어온 방문의 클릭 분석데이터 확인
- ③ 처음방문 또는 재방문에 대한 클릭 분석
- ④ 회원/비회원, 회원성별, 회원특성 등 방문자 특성을 세분화하여 클릭 분석
- ⑤ 측정 지표를 클릭수 뿐만 아니라 방문수, 회원가입수 등 선택 분석
 - ※ 회원가입수/주문수 : 스탠다드 이상 분석가능 (전환페이지 설정 필요)
 - 매출액 : 커머스 이상 분석가능 (커머스 환경변수 설정 필요)

② 클릭존™ 영역 분석

실제 분석 데이터가 표현되는 부분으로 설정된 영역에 마우스 오버 시 미니 추세그래프와 검색어 등이 표기되며 클릭 시 상세데이터를 확인할 수 있다.

[그림 3] 클릭존™ 영역분석 화면



- ① 영역의 투명도 조절을 통해 영역 내 콘텐츠 확인 가능
- ② 체크박스 선택 시 측정지표 TOP 10에 해당하는 영역 표기
- ③ 해당 영역에 마우스 오버 시 추세 그래프 및 검색어 Top 1 표기
- ④ 해당 영역 클릭 시 상세 데이터 조회 가능

1-2) 리스트조회

리스트 조회 형태는 추세분석이 가능한 형식으로 제공되어진다.

각 영역별로 모든 측정지표의 데이터 값을 보여주어 비교 분석하기가 편리하며 영역명 옆에 있는 아이콘 클릭 시 클릭 추세분석에 대한 데이터 확인이 가능하다.

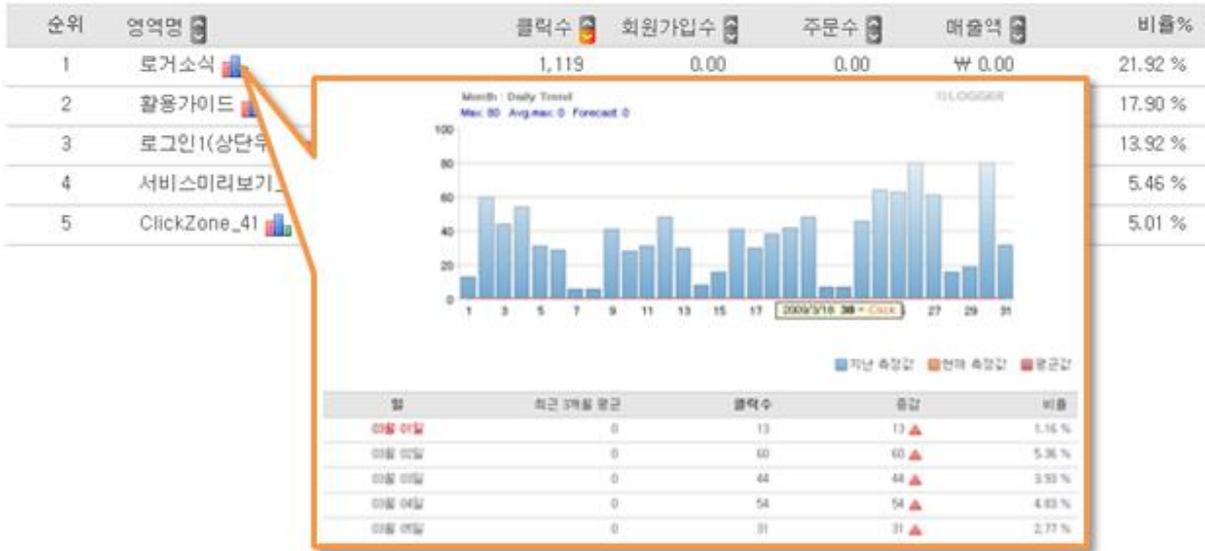
[그림 4] 클릭존™ 리스트조회 화면

Total : 5,106

LOGGER



- 로거소식 (21.92 %)
- 활용가이드 (17.9 %)
- 로그인1(상단우측) (13.92 %)
- 서비스미리보기_커머스 (5.46 %)
- ClickZone_41 (5.01 %)
- 서비스미리보기_부가서비스 (4.19 %)
- 나머지항목 (31.60 %)



2. 클릭존™ 설정 방법

클릭존™은 분석에 사용할 웹사이트 이미지와 설정이 정확하게 이루어져야 제대로 된 분석결과를 얻을 수 있다.

설정 방법은 간단하지만 유의할 점이 있기 때문에 몇 가지 프로그램을 사용하면 클릭존™을 쉽게 설정할 수 있다.

(본 문서에서 사용하는 프로그램은 개인 및 공공기관에서 사용할 수 있는 프리웨어이지만 이외 유사한 프로그램을 사용해도 무방하다.)

[Sizer' 다운로드] [네이버툴바 다운로드]

1) 분석할 웹페이지 캡처하기

클릭존™은 클릭 좌표를 분석하기 때문에 웹 사이트의 최적 해상도에 맞지 않는 사이즈로 설정하면 클릭좌표가 달라져 제대로 된 분석을 할 수가 없다.

그렇기 때문에 분석할 웹사이트의 화면캡처 이전에 웹사이트의 해상도에 맞게 브라우저 크기를 맞추는 후 캡처를 해야 한다.

웹사이트의 최적 해상도는 웹페이지를 제작한 웹디자이너에게 문의하면 쉽게 알 수 있을 것이며 1024*768 해상도에 맞춰진 웹 브라우저를 예로 들어 설명하겠다.

① 'Sizer'를 사용하여 브라우저 사이즈를 1024*768 로 맞추는.

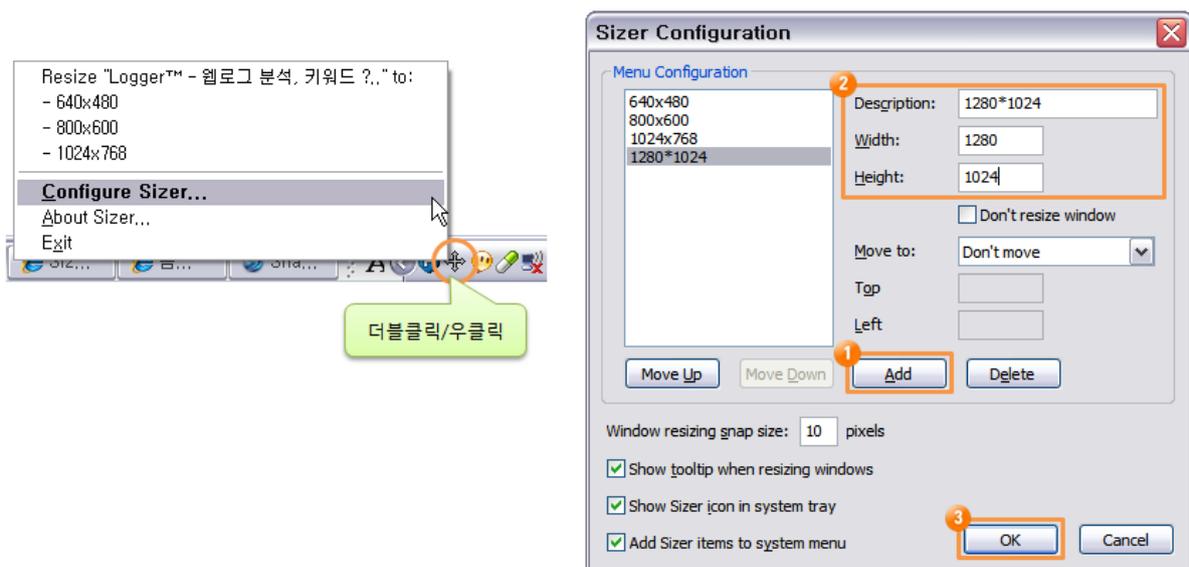
'Sizer'는 모니터 해상도 단위로 브라우저 크기를 자동으로 조절해주는 프로그램으로 활성화된 브라우저의 제목 표시줄을 우클릭 하면 'Resize/reposition' 메뉴가 보이고 여기서 원하는 사이즈로 변경할 수 있다.

[그림 5] 브라우저 사이즈 맞추기



선택 리스트에 원하는 해상도가 없을 경우 사용자정의 해상도를 추가하여 사용할 수 있다.

[그림 6] 사용자정의 해상도 추가하기

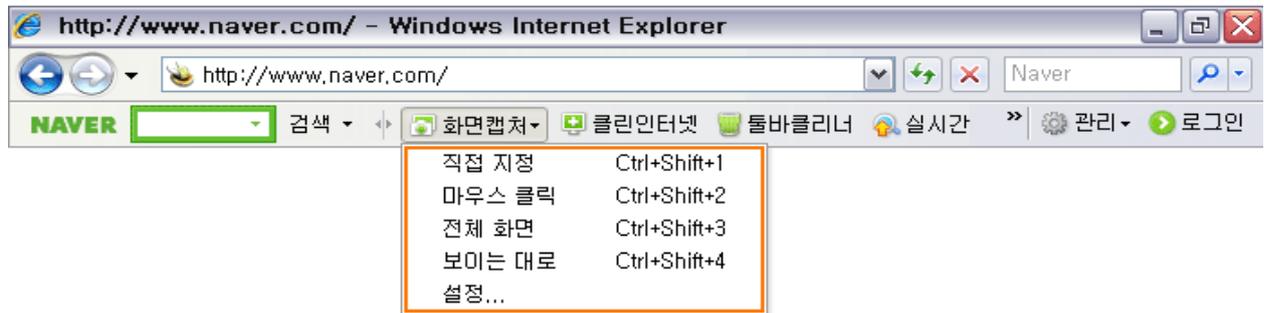


Sizer 설정창에서 'Add'를 클릭하면 기본해상도가 추가되며 이를 원하는 해상도로 변경한 후 'OK'를 클릭하면 추가가 완료된다.

② 네이버툴바에 있는 화면캡처를 사용하여 전체화면을 캡처한다.

네이버툴바는 브라우저에 여러 유용한 기능을 모아 제공하는 프로그램으로 화면캡처에서 '전체화면'을 선택하면 스크롤 아래까지 한번에 캡처할 수 있다.

[그림 7] 전체화면 캡처하기



③ 캡처한 웹사이트 이미지를 저장한다.

④ ftp 를 이용하여 운영중인 웹서버에 업로드하고 해당 이미지의 URL 을 메모한다.

ex) <http://logger.co.kr/img/clickzone.jpg>

2) 클릭존™ 리포트 설정하기

리포트 로그인 후 '리포트설정>클릭존™ 영역설정' 이동 후 '클릭존™추가'를 클릭한다.

추가 페이지에서 각 항목을 모두 입력 후 확인을 클릭한다.

[그림 8] 클릭존™ 추가 화면

ClickZone™ 신규 추가

웹사이트 선택	1	0. 메인 사이트
ClickZone™명	2	logger 메인페이지
분석대상 웹페이지	3	logger.co.kr/index.tsp
스크린샷 저장URL	4	http://logger.co.kr/imagesN/clickzone/logger.jpg
		! 스크린샷의 가로값(px)은 설정하는 화면폭의 사이즈의 가로값(ex:1024px,800px)과 정확히 일치하여야 합니다.
웹페이지 특성	5	웹사이트 최소 화면폭 1024x768 해상도 화면 웹사이트 내용 고정폭 좌측정렬
		잘못된 정렬방식을 선택한 경우에는 데이터 왜곡이 발생할 수 있습니다.

리스트 확인

- ① 분석할 페이지의 웹사이트를 선택한다.
- ② 사용자가 관리하기 쉬운 웹페이지의 이름을 입력한다.
ex) 메인페이지, 이벤트페이지 등
- ③ 분석할 웹페이지의 URL 을 입력한다.
- ④ 캡처한(서버에 저장된) 웹페이지 이미지의 URL 을 입력한다.
- ⑤ 웹페이지의 최적 해상도와 정렬방식을 입력한다.

3) 클릭영역 설정하기

리포트 설정 완료 후, 상세 정보 페이지로 이동하면, '클릭존™ 분석 영역 설정'을 이용하여 영역을 설정한다,

[그림 9] 클릭존™ 분석 영역설정



- ① 사용할 영역을 체크하고 영역명을 입력 후 이름변경을 클릭한다.
- ② 웹사이트 이미지 위에 생성된 영역박스를 분석할 부분에 놓고 'Shift + 마우스'로 크기를 조절한다.
(‘Shift + 마우스’로 크기 조절 시 마우스 포인트가 영역 내에 위치한 상태에서 조절을 해야 한다.)
- ③ 모든 영역설정 후에 저장을 클릭한다.

4) 분석 스크립트 적용

분석페이지 상세 정보 창에서 클릭존™ 분석 스크립트를 선택 복사 후 분석 할 웹사이트의 html 소스에 붙여 넣는다.

(클릭존 분석스크립트는 삽입 위치에 따라 영향을 받지는 않지만, 분석할 웹페이지에 필수 분석스크립트가 적용되어 있어야 한다.)

[그림 10] 클릭존™ 분석스크립트 적용



3. 클릭존™ 100% 활용하기

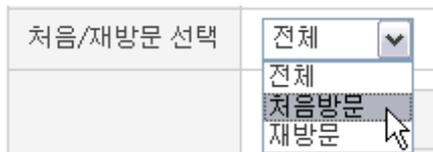
1) 클릭률이 높은 영역 분석하기

높은 클릭률에는 콘텐츠의 영향이 가장 크겠지만 어디에 위치해 있느냐에 따라서도 클릭률이 달라진다.

웹사이트 내에서 방문자의 시선이 쉽게 닿아 상대적으로 클릭률이 높은 영역이 있기 때문이다. 클릭존™ 리포트를 통해 클릭률이 높은 영역을 분석하여 주력 상품 및 이벤트를 배치함으로써 효과를 극대화 할 수 있다.

2) 처음/재방문자별 선호 콘텐츠 분석하기

[그림 10] 처음/재방문 선택



처음방문자와 재방문자가 선호하는 콘텐츠는 분명 차이가 있지만 객관적으로 판단하기란 쉽지 않다.

클릭존™ 리포트를 활용하면 처음/재방문 옵션을 통해 선택 방문자별 콘텐츠 선호도를 분석할 수 있다.

3) 회원특성별 선호 콘텐츠 분석하기

[그림 11] 회원특성 선택

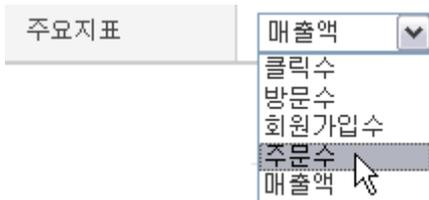
회원특성 선택	회원여부	<input checked="" type="radio"/> 전체 <input type="radio"/> 회원 <input type="radio"/> 비회원
	성별	<input type="checkbox"/> 전체 <input type="checkbox"/> 남자 <input checked="" type="checkbox"/> 여자 <input type="checkbox"/> 기타 - '기타'는 기업회원의 경우처럼 성별의 구분이 없는 경우입니다.
	회원특성	<input type="checkbox"/> 전체 <input type="checkbox"/> 0~9 <input type="checkbox"/> 10~19 <input checked="" type="checkbox"/> 20~29 <input type="checkbox"/> 30~39 <input type="checkbox"/> 40~49 <input type="checkbox"/> 50~59 <input type="checkbox"/> 60세 이상

클릭존™ 필터 및 옵션 선택을 통해 회원/비회원, 남자/여자, 연령 등 회원특성별 선호 콘텐츠를 분석할 수 있다. 예를 들어, 20대 여성이 선호하는 영역을 분석하여 해당 영역에 관련 상품을 배치함으로써 고객 방문을 높일 수 있다.

또한 특정 타겟을 대상으로 한 콘텐츠를 배치 한 후 반응 분석을 통해 클릭률이 낮을 경우 콘텐츠를 보강, 변경하거나 위치이동을 함으로써 클릭률을 향상 시킬 수 있다.

4) 주문/매출/회원가입 등 전환에 기여도가 높은 콘텐츠 분석하기

[그림 14] 주요지표 선택



영역별 전환 분석은 방문자가 전환되기까지 클릭한 영역에 대한 분석을 통하여 주요지표(방문수, 회원가입수, 주문수, 매출액)의 기여도를 분석 할 수 있다.

매출액에 기여도가 높은 영역을 확인하여 주요 콘텐츠 및 영역별 분석을 통하여 마케팅효과를 향상 시킬 수 있다.

5) 캠페인 랜딩페이지 분석하기

[그림 12] 캠페인 선택



온라인마케팅 효과 측정 시 방문자 획득과 함께 유효방문수와 전환까지 분석해야 한다.

클릭존™ 리포트의 캠페인별 분석을 통하여 어떤 영역이 현재 진행중인 캠페인(ex. 이벤트, 핵심 키워드)의 기여도가 높은지를 파악하여 해당 영역을 지속적인 관리하면 캠페인의 효과를 향상 시킬 수 있다.

Tip. 캠페인 분석은?

캠페인은 온라인마케팅 캠페인으로서 각종 프로모션/마케팅활동/광고활동/제휴 등 다양한 경로를 통해 웹사이트에 방문자를 유입시키기 위한 활동과 웹사이트 내부에서 방문자가 특정활동을 유도하기 위한 활동을 말한다.

캠페인의 랜딩페이지 URL 에 캠페인 코드를 적용시켜 방문수/회원가입수/주문수/매출액 등 분석할 수 있다.

캠페인 설정 방법은 [효과적인 검색광고(CPC) 전략 짜기 2. 광고설정]에 간략하게 설명되어 있다.



BizSpring®
run your business smarter

(주)비즈스프링

(주)비즈스프링은 2002년 설립된 국내의 대표적인 e-Business 최적화 솔루션 업체로서, 실시간 웹로그분석 솔루션인 BizSpring Logger™ 와 타겟 메일 발송 효과분석 솔루션 및 웹분석 컨설팅/교육서비스의 제공을 통해, 고객사 e-Business의 '과학적 분석-실측에 근거한 의사결정-효율적 마케팅 진행' 프로세스를 최적화 하는것에 역점을 두고 있습니다. 솔루션 및 서비스는 대한민국전자정부, 하나은행, NCSOFT, 대한항공, 모토롤라등을 포함한 약 1천여 고객사에 소프트웨어 임대형(ASP/SaaS) 및 공급설치형 Solution으로 제공되고 있으며, 2007년 우수 ASP 서비스 선정, 2005년 한국정보통신기술협회(TTA) GS 인증, 2004년 디지털이노베이션대상 최우수상 수상등을 통해 독자적인 기술과 품질을 인정받고 있습니다. 현재 서울에 본사를 두고 있으며, 일본 해외지사의 사업을 지원하고 있습니다.

URL : <http://bizspring.co.kr> Email : service@bizspring.co.kr Copyright 2002-2010 BizSpring Inc. All Rights Reserved.