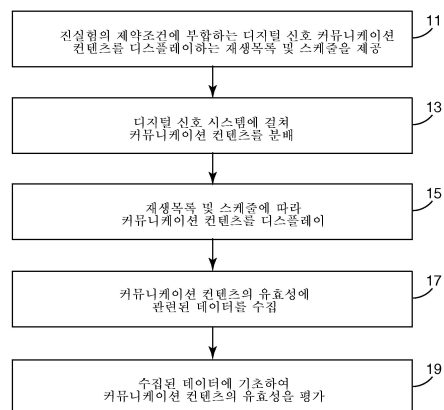


	(19) (12)	(KR) (A)	(11) (43)	10- 2010- 0039875 2010 04 16
(51)	Int. Cl.	(71)		
(21)	0000 50/00 (2006.01)	10- 2010- 7002364	55133- 3427 33427	
(22)	( ) 2008 07 02	(72)		
(85)	2010 02 02	55133- 3427		
(86)	PCT/US2008/069077	33427		
(87)	WO 2009/006546	55133- 3427		
(30)	2009 01 08	33427		
60/947, 803 2007 07 03	(US)	(74)		
:	27			

(54)

(57)

- 2b



**1**

,

;

,

**2**

1 ,

**3**

1 ,

,

**4**

1 ,

.

**5**

1 ,

**6**

1 ,

**7**

1 ,

**8**

1 ,

**9**

8 ,

**10**

1 ,

,

**11**

1 ,  
 ,

**12**

1 ,

**13**

1 ,

**14**

1 ,

**15**

**16**

15 ,

**17**

15 ,

**18**

17 ,

**19**

15 ,

**20**

15 ,

**21**

15 ,

**22**

15 ,

23

22

24

15

25

15

26

15

27

[0001]

[0002]

[0003]

[0004]

[0005]

[0006]

119 (e)

60/947,803

, 2007 7 3

(Point of Purchase) (POP)

170

430

(Chief Marketing

Officer)

22 9

(correlational or matched control study) , " ( [Don E. Schultz, Market Research Deserves Blame for Marketing's Decline, Marketing News, February 15, 2005]). , 80 ,

[0007]

[0008]

[0009]

[0010]

[0011]

1a 1b (between-location confound) (within-  
location confound)  
2a ,  
2b ,  
3 , (true experiment)  
4a ,  
(location carryover effect)  
4b ,  
5 ,

6a	,	.
6b	,	.
6c	,	(complete randomization process)
6d	,	.
6e	,	(experimental design playlist)
6f	,	.
6g	,	,
6h	,	,
6i	,	(optimization factor constraint)
6j	,	(blocking factor constraint)
7a	,	,
7b	,	(location confound)
7c	7f	.
7g	7j	.
8a	,	,
8b	,	.
8c	.	.
8d	,	,
9a	9e	,
10a	10p	,

11a

11b

[0012]

[0013]

[0014]

[0015]

[0016]

[0017]

[0018]

(actionable intelligence)

2

true experimental)

2

(confounding variable)

(Hawthorne)

[0019] ( ) ( )  
(statistical inference)

[0020] " " 3

[0021] 1. 2 .

[0022] 2 . ,

[0023] 3 .

[0024] 3 ,

( ) ,  
[Campbell, D. T., & Stanley, J. C., Experimental and Quasi-Experimental Designs for Research, Rand McNally, (1963)]

[0025] " 3 (third variable problem)" " (directionality problem)" 3  
3  
(positive correlation)

[0026] B A B A 3

[0027] (Internet analytics) ,  
(POS)

[0028] " " ,  
("matched" control store)



(roll-out) ,  
(no-signage control group) ,

[0029] " (gold standard)"  
" "

[0030] (Internet-focused)  
(click-through rate)  
" "

[0031] ,

[0032] ,

[0033] ,

[0034] ( , POS ,  
( , ) ,  
( , ) ,

[0035] 2 ,  
( , )  
( , )

[0036] 1a .  
( , ) .

[0037] 1b .

[0038]

regression analysis) (artificial neural network) (multivariate regression analysis)

[0039]

[0040]

[0041]

[0042]

[0043]

[0044]

[0045]

[0046]

), , ( ,  
( ,  
). ,

[0047]

, , ( ,  
). ,  
, ( ,  
).

[0048]

, , ( ,  
, , )  
, ( ,  
)

[0049]

(internal validity) (external validity)

, " (real-world)"  
.  
,  
, (focus group)

[0050]

, , "  
"  
,  
( , ,  
) . ( ,  
)

[0051]

,  
, 800 A B  
( .05 )  
,  
,  
(multiple regression)  
( , )( , , )

[0052]

,  
2 ,  
,  
( ,  
(  
)

( ,  
( , , )

[0053]

, ,  
, (double-blind)

[0054] , 2 ( , )

[0055] /

[0056] ( , 95%)

( , 5% ) (counterbalancing) ( , )

[0057] ( )

[0058] 2 , (factorial analysis) ( , A B ). (variability) (statistical power)

[0059] ( , )

[0060] ( , )

[0061] 1 (scalability) 5

[0062]

2

( VAL-MART) TV 125,000 LCD

300 400

[0063]

20

[0064]

3

(data point)

[0065]

(electronic billboard)

[0066]

6,934,748

7,130,808

[0067]

2006/0287913

[0068]

( )

[0069]

2a

(10)

(10)

- [0070] 2b (14), (12). 2a (16).  
2b (11).
- [0071] (11)
- [0072] (13). (15). (17), (19).  
( , PC , ) 2a  
2b , 1  
2  
3 ( )  
4 ( )  
5 ( )
- [0073] ( ) , 1 ( )  
, 2  
( )  
( ) ,  
( )
- [0074] 3 4 , 3
- [0075] 3 ,  
( , 95%)  
(30) 95%  
95% ,
- [0076] ( , )



[0085] 5 7b , , ( , ,  
 PCS ), ( , ),  
 (CD); (DI) ( ,  
 ); (CR) ( , A B  
 ?); (LR) ( , A  
 B );  
 (CF); ,  
 (SS); ( , 95%)  
 ( (WD);  
 / (TI); ( ,  
 ); ;

[0086] . WD WD ,  
 WD . WD  
 ,  
 .

[0087] WD WD .  
 WD , ( ,  
 ) . WD

[0088] " " ( ) ,  
 ( ) .  
 , ( )  
 ( , )  
 ( TV  
 !!!) ( TV ) .

[0089] ( , )  
 ( )  
 , ,  
 ,  
 2 ( ) .

[0090] WD .  
 ( , )  
 , WD  
 WD  
 / ( , )

[0091] ,  
 ,  
 (1) (2)



[0092]

/

( , 1a 1b " ") . , ( , " ") . ,

[0093]

WD II ,

[0094]

5 , (40) .

[0095]

(42) ( , )

(45) , ( , )

(46) , (47) ,

(48) , (49) ,

(balanci ng) (50) ,

(44) .

[0096]

(52) . ,

(52) .

(54) .

/

[0097]

(55) . ,

( , POS )

[0098]

6a , 6a

(53) .

(57) . ,

(59) ,

[0099]

6a ,

" " ,

" " .

[0100]

,

( ,

),  
 ,  
 (TSS) TSS  
 " " . TSS  
 .

[0101] 6b ,  
 6b ,  
 (61). 6b  
 (63) .

[0102] 6b , ,  
 ( , ) . 6b  
 ,  
 ,  
 , 6b

[0103] 6c ,  
 6c ,  
 (II) (62). (WD)  
 (64). , II , WD  
 ( , 95%) .

[0104] (TSSD) (66).  
 TSSD ,  
 , 6c (68 70,  
 72) ,

[0105] II WD ?

[0106] , TSSD = WD \* 2

[0107] , TSSD = II + WD [ 1]

[0108] [ 1] II WD ( , II 1 ),

, ( , TSSD )

[0109] [ 1] , II WD ( , II 6 WD 5 ),

(TSS) (74) .

[0110] II WD TSSD = II + WD , 4b , TSS II  
 WD II ( , )  
 , II

[0111] 4b , WD = 15 PCS  
 2 ( , 8AM 10AM , 10AM 12PM ,

12PM 2PM TI = 2 ). 4b , TI 2 10AM 12PM  
 , TSS1( ) 9: 45AM 12PM . 10AM 12PM  
 . PCS , 12: 01PM 1: 59PM  
 , TI = 2 ,  
 12PM 2PM .  
 TSS 3: 45PM , TSS 1: 45PM , TI  
 15 . 2 " (dead  
 period) " .

[0112] " " .  
 , WD TI ( , 5 WD 2 TI), 2 5  
 . , WD TI ,  
 .

[0113] , ( , )  
 ( , 95%)  
 . ,  
 .

[0114] , ,  
 , ,  
 , . ( ) ,  
 .

[0115] , .  
 , .  
 .

[0116] ,  
 . , ,  
 , , ,  
 , .

[0117] , , ,  
 5% 50% ,  
 , ( ,  
 ) 100% ,  
 100% , .

[0118] ,  
 , WD (skew) , WD  
 .

[0119] , ( 76) .  
 TSSD " "

[0120] TI TSSD ( 77) .  
 ( 76, 77, 78) TSS TI .



- [0128] WD , WD  
/ WD ,  
/ .
- [0129] , TSSD WD  
WD ,  
WD WD  
WD  
( ,  
A B [ / ]).
- [0130] .  
 , 10 10  
.
- [0131] .
- [0132] 7c 7j  
7c 7j  
 , 7c 7j  
( , A B ); ( ,  
); ( ,  
); ( ,  
)
- [0133] 7c 7f ( (day) )  
7c 7f , , , 1( 7c)  
6( 7d) , 10( 7e) 16( 7f) . 7c 7f ( ,  
1 TSS 22.3 16 TSS 1.4 ).
- [0134] 7g 7j ( )  
7g 7j , , , 1( 7g) 20( 7h) , 100( 7  
i) 1000( 7j) . 7g 7j ( , 1  
139.6 1000 0.14 ).
- [0135] 6e ,  
6e (82)  
6e ,  
2

[0136]

, 2

[0137]

6e

(87)

6e

(88)

(89)

(Latin Squarin

g))

[0138]

6f

6f

(502)

(504)

TSS

(506)

[0139]

(502, 504, 506)

(508).

(510).

5

[0140]

( )

6g

6g

(520)

(522)

TSS

(524)

[0141]

(526)

(520, 522, 524)

(526).

(528).

[0142]

6h

6h

(540)

(542)

[0143]

6i

[0144]

6i

( 1)

(550) ,

( 1)

(552)

( 1)

$$(1) \quad (554).$$

[0145]

	G <sub>i</sub>	( - 1)			
	( - 2)	( 556)	.	( - 1)	( - 2)
		( 558) .	TSS	( - 1)	
	TSS	( 560) .			

[0146] Gi ( 2 ) ( 562 ) , ( 2 )  
 ( 552 560 ) ( 564 ) .  
 ( ,  
 ) ( 550 564 ) ( 566 ) .

[0148] 6j ( 1) ( 602) , ( 1) ( 604) . ( 1) ( 1) ( 606) .

[0149]

6j	( 1)			
( 2)	(608)	.	( 1)	( 2)
	(610).	TSS	( 1)	
TSS		(612).		

[0150]  $\mathfrak{g}$  ( 2) (614) , ( 2)  
(604 612) (616) .  
( ,  
) (602 616) (618) .

[0152]

7a

( 640)

( 644) . 7a

( 646)

,

( 642) ,

TSS

TSS

( 648) .

TSS

,

( 646, 648)

[0153] TSS (652) . 7a TSS (654) . TSS ,

[0154] TSS (656). TSS (658).

. ( 658) , TSS ( 660) ,  
TSS , TSS ( 646 654)  
TSS ( 640 660)

[0155] 7b ,  
7b  
,  
7b

[0156] ,  
6h  
7b

[0157] 7b ( 670) ,  
( 672) 2  
( 670, 672) ( 674) .  
( 676) . ( 676)  
( 670, 672) ( 678) .  
2 ( 676, 678)  
( 680) . ( 676 680)

[0158] #1

[0159] ,  
" (upselling) "

[0160] (

[0161] 2 ,

[0162] ,  
( ) ,

[0163] , 800  
" "



[0164]

( ) ; , ;  
 , ; , 800 ) .  
 9, 600(2 x 2 x 2 x 800)

[0165]

, (1)  
 ,  
 (2)  
 (3) (4)  
 ( , ) a) , b)  
 , c) , d)  
 (5) , 95% 1

[0166]

, 2  
 , ( , )  
 ( , 4 a d) ( , )  
 ,

[0167]

,  
 ( , PCS ) ,

[0168]

, ( , )  
 25%  
 ,  
 ,  
 ,  
 ,  
 ,

[0169]

#2

[0170]

,  
 " " ,  
 ,  
 3  
 ( 20 ) ( , )  
 ,  
 ). 5 ,

[0171]

1. \_\_\_\_\_ ;

[0172]

(WD) (II)  
 6d 95%  
 5 , WD = 5

[0173]

II (PCS) . PCS

, PCS  
,  $\Pi$  25 PCS 99%  
,  $\Pi = 25$  , 1

[0174] TSSD TSS , WD  $\Pi$  6d .  $\Pi$  (25  
) WD (5 ) , [ 1] , TSSD =  $\Pi$  + WD , TSSD = 30 .

[0175] 6d , , PCS

30  
, .05 .8 , 20%  
700 . 18  
, 864 .  
, 864 , 18

[0176] TSSD  
 $\Pi$  12:30am . ,  
TSSD TSSD  $\Pi$  1:00am .  
12:30( TSS TSSD)  
18 1  
12

1

시간 슬롯 샘플	시간 슬롯 샘플 시작 시간	시간 슬롯 샘플 종료 시간
시간 슬롯 샘플 1	0:00:00	0:30:00
시간 슬롯 샘플 2	0:30:00	1:00:00
시간 슬롯 샘플 3	1:00:00	1:30:00
시간 슬롯 샘플 4	1:30:00	2:00:00
시간 슬롯 샘플 5	2:00:00	2:30:00
시간 슬롯 샘플 6	2:30:00	3:00:00
시간 슬롯 샘플 7	3:00:00	3:30:00
시간 슬롯 샘플 8	3:30:00	4:00:00
시간 슬롯 샘플 9	4:00:00	4:30:00
시간 슬롯 샘플 10	4:30:00	5:00:00
시간 슬롯 샘플 11	5:00:00	5:30:00
시간 슬롯 샘플 12	5:30:00	6:00:00

[0177]  
[0178] 2 ( ):

[0179] 30 20

5

[0180] 1. : , ,

[0181] 2. : , 4

[0182] 3. : , 2

[0183] 4. : , ( , 18 ) ,

[0184]

[0185]

2

2

2

[0186]

[0187]

3 \_\_\_\_\_ :

[0188]

(3M<sup>4</sup>)

Digital Signage Software- Network Edition)

[0189]

4 \_\_\_\_\_

[0190]

( , )

[0191]

5 \_\_\_\_\_

[0192]

( , )

POS

POS

3

3

[0193]

[0194]

, ANOVA

,

,

( ,

"A"

"B"

( . 05

)

).

블록	시간 슬롯 시작	시간 슬롯 종료	실험 조건	객실 업그레이드의 수
블록 1	13:30:00	14:00:00	업그레이드 .0	0
	14:00:00	14:30:00	업그레이드 .2	2
	14:30:00	15:00:00	업그레이드 .0	1
	15:00:00	15:30:00	업그레이드 .3	1
	15:30:00	16:00:00	업그레이드 .1	1
	16:00:00	16:30:00	업그레이드 .0	0
블록 2	16:30:00	17:00:00	업그레이드 .0	0
	17:00:00	17:30:00	업그레이드 .3	1
	17:30:00	18:00:00	업그레이드 .0	2
	18:00:00	18:30:00	업그레이드 .2	3
	18:30:00	19:00:00	업그레이드 .0	0
	19:00:00	19:30:00	업그레이드 .1	0

[0195]

, " " 4 ( , )

4

컨텐츠 변화	컨텐츠	시간 스탬핑된 업그레이드
13:30:00	레지 활동 3	
13:30:20	업그레이드.0	
13:30:40	업그레이드.0	
13:31:00	레지 활동 2	
13:31:20	업그레이드.0	
13:31:40	레지 활동 3	
13:32:00	레지 활동 2	
13:32:20	업그레이드.0	
13:32:40	레지 활동 2	
13:33:00	업그레이드.1	
13:33:20	업그레이드.2	13:33:31
13:33:40	업그레이드.0	
13:34:00	레지 활동 1	
13:34:20	레지 활동 1	
13:34:40	업그레이드.0	
13:35:00	업그레이드.3	
13:35:20	레지 활동 3	
13:35:40	업그레이드.1	
13:36:00	업그레이드.3	
13:36:20	레지 활동 1	13:36:22
13:36:40	레지 활동 1	
13:37:00	레지 활동 2	
13:37:20	업그레이드.2	
13:37:40	레지 활동 3	

[0196]

[0197]

, ( , ) . , PCS , PCS , PCS

( )

[0198]

[0199]

a. : , ,

( ) .

[0200]

b. 740 2

[0201]

c. ,

[0202]

[0203]

600

5

[0204]

(  
 [Power & Money: Designing Statistically Powerful Studies While Minimizing Financial Costs, D  
 Allison and R Allison, Physiological Methods, 1997, Vol. 2, No. 1, 20-33] ).

[0205]

(strong performer) " (promote)"  
 (weak performer) " (denote)"  
 a)  
 (instantiation) , b)  
 , c)

[0206]

2

[0207]

2

A

B

[0208]

" "  
 6c II

[0209]

" "

DIY(Do-It-Yourself)

A

PCS

B

PCS

[0210]

95

95+

[0212]

[0213]

[0214]

[0215]

[0216]

[0217]

[0218]

(domain general)

, ( , 680 ) ( , 8 )

, Z /

[0219]

,  
" ?"  
,

[0220]

-

[0221]

-

[0222]

-

[0223]

-

[0224]

:

, ( , )

, 35 40 ( , 65 )

[0225]

:

,  
P , P<sup>2</sup>  
, X Y , Z ( , Z ) , P<sup>2</sup>  
, P X Y  
( , P Z X Y ).

[0226]

-

p

[0227]

-

( )

[0228]

-

[0229]

-

, II (commit) ( )

[0230]

- IV

[0231] - (treatment presentation)

[0232] -

[0233] -

[0234] ,

[0235] 8a , (110)  
 , (CPU) (105) (106)  
 (106)  
 , CPU (105) (110)  
 (120)

[0236] , (120) (LCD)  
 (120)  
 , , , ,  
 ( )  
 (110)

[0237] 8a ( , 2a 5  
 )  
 5 7b 8a ( ,  
 ) , ( ,  
 )

[0238] 8b , 8b  
 , 5 7b

[0239] (140)  
 (150) , (160),  
 (170), (180).

[0240] , X Y  
 , , , ,

[0241] 8c  
 , 2 ,

[0242] , , 1)  
 , 2) 2 , 3)



95%

[0243]

[0244]

[0245]

[0246]

[0247]

[0248]

[0249]

(Chi - Squared)

( 145)

( 110)

( 145)

[0250]

[0251]

(reader)

[0252]

9a

9e

(110) ( 8a 8d)

9a

9e

10a

10p

(extrapolate)

[0253]

9a

(operational hypothesis)

(202) ,

IV

( 204 )

(nuisance variable)

( 206 ) ,

( 208 ) .

[0254]

9b

(204)

(210)

(212)

$$(214),$$

(216)

[0255]

9c

(212)

2

3

X

X

[0256]

 $(222),$

( 224 ) , ( 226 ) ( 228 ) . 10a 10p

, .  
 ,  
 - 4 ( (conservative estimate) ).

[0257]

9d ( 206 ) .

[0258]

IV

, , 2 ,  
 ( , ),  
 . , , .

[0259]

9d , , ( 231 ) , (selection bias) ( 232 ) ,  
 IV ( , (clip board) )  
 ( 235 ) ,  
 (experimental mortality) ( 236 ) , ( 237 ) , ( 238 )

[0260]

9e ( 231 ) ( 232 )  
 .  
 ( 234 ) .

[0261]

. 10a  
 ( 300 ) . 10a ( 300 )  
 ,  
 . /

[0262]

, ( 300 ) / ( 305 )  
 ( 310 ) 316 . ( 310 )  
 316 / ( 310 )  
 316 ( 310 )  
 ( 320 ) 322 . ( 320 ) 322

[0263]

10a 10p

[0264]

[0265]

[0266]

[0267]

[0268]

[0269]

[0270]

39 ) . , (underlying  
continuum) . , (7 , 1 7  
)

[0271]

," " /

[0272]

10e " "

[0273]

(granularity) 10f 10g 10f , 10f " , 10f

[0274]

10g 10g 10g

[0275]

10h " " ( 10i). 10j 10k ( 10j 10k (entry)

[0276]

90% 95%

[0277]

10l

[0278]

10m

10m

10o 10p ,

[0279] 11a

( , 5 7b )  
(DSS) , 11a( 11b) DSS 1 8  
11a DSS  
DSS

[0280]

11a

[0281]

11a

DSS , /  
DSS  
( 410) DSS ( 405) DSS ( 405)  
, DSS ( 415)  
( 415)  
, / /

[0282]

, DSS ( 405)  
( 415) ( 420) 11a ( 420)  
DSS ( 405)  
( 420) ( 415) /  
( 415)  
, DSS ( 405) ( 420)  
, ( 415) ( 415)

[0283]

, DSS ( 405) ( 420)  
( 420) ( 420)  
( 425) ( 425) DSS  
( 420)  
( 415) ( 420) DSS ( 405)

[0284]

, DSS ( 405) /  
, DSS ( 405)  
/  
/  
DSS ( 405)

- [0285] , DSS , / , (attention) ,
- [0286] , / (430) , DSS , / DSS (430) ,
- [0287] , (430) , / (430) (430) ,
- [0288] , DSS (405) (430) , / , /
- [0289] " (Content Development and Distribution Using Cognitive Sciences Database)" 61288V0003 US2006/049662 2006 12 29 12/159106 (430) ,
- [0290] DSS , ( LCD ).
- [0291] DSS ,
- [0292] DSS (435) DSS ,

[0293] ( , ) .  
 (profit margin)  
 ,  
 ,  
 [0294] DSS , 1)  
 , 2)  
 ( , ) , DSS  
 . DSS  
 .  
 [0295] ( , )  
 (415) ,  
 ,  
 ( , , , )  
 [0296] ,  
 .  
 .  
 . 11a  
 DSS (440) (410)  
 [0297] 11b ( , 5 7b )  
 ,  
 (440)  
 (440) (410) (440)  
 , (440)  
 DSS (440)  
 , (445), (435) (450)  
 [0298] (440) ,  
 , , /  
 , DSS , ( )  
 ( )  
 [0299] (440) DSS  
 / (440)  
 (440)  
 DSS  
 ,  
 ,  
 [0300] , (445) (445)



DSS , ( 445)

( 415) ( 420)

[0301]

( 435)  
( 435) DSS , ( 435) ,  
/ ( 462, 464, 466)  
( 462) ,  
( PCS) ( 464)  
( 466)

( 435)

[0302]

( 435) ( 435)  
( 450) ( 450)  
/ DSS ,

[0303]

( 450) ( , IV DV )  
( 450) , 2 IV DV  
T , 2 IV 2  
DV ,  
( 440)  
( 450)

[0304]

( 472)  
( 474)  
( 450) ( 476) ( 450)  
( 478)  
( 478)

[0305]

"  
(Expert System for Designing Experiments)" 612920003  
US2006/049657 2006 12 29 12/159107 2005 12 29  
11/321, 340

[0306]

[0307]

(Power & Money) ( Allison & Allison)  
2 , (1)  
( 2)

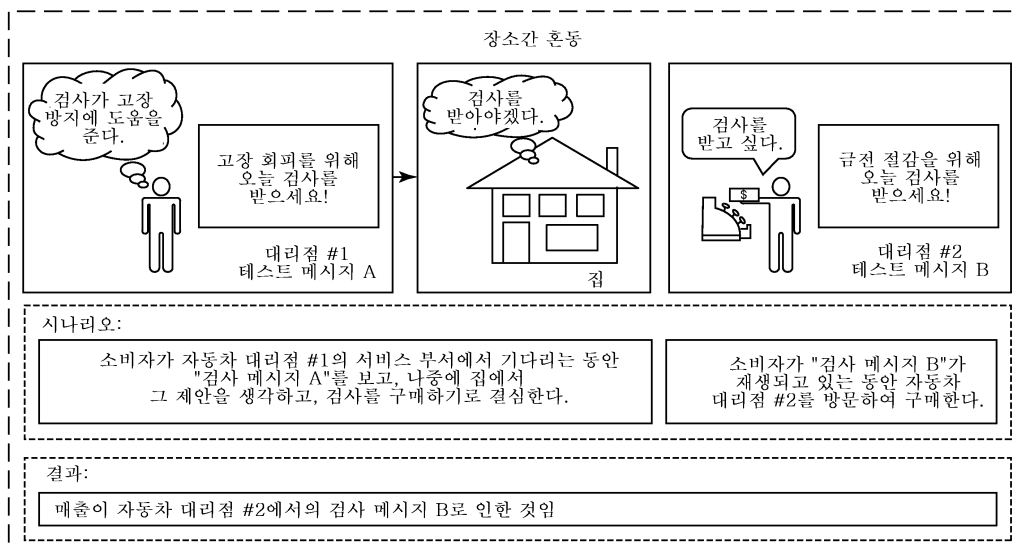
[0308]

[0309]

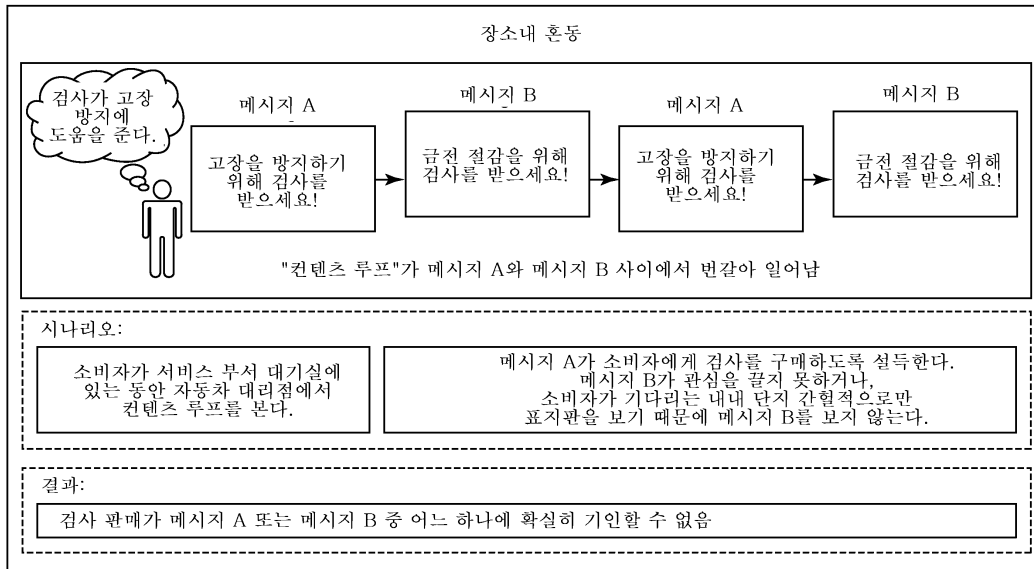
[0310]

[0311]

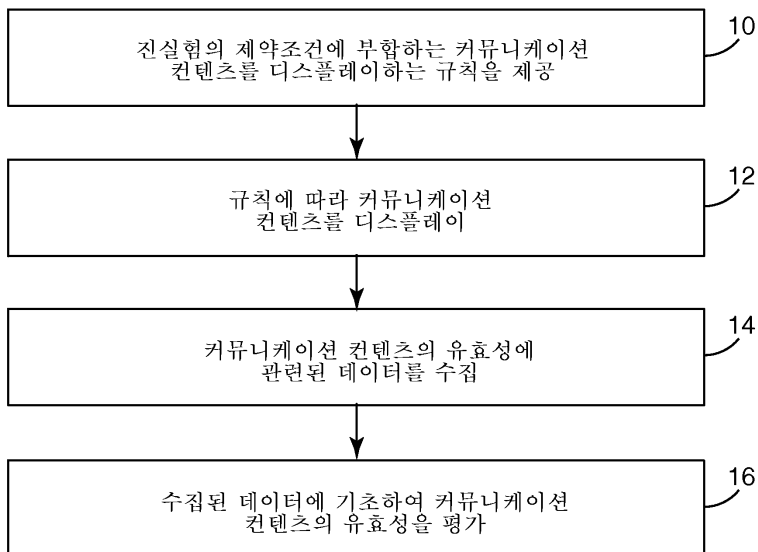
1a



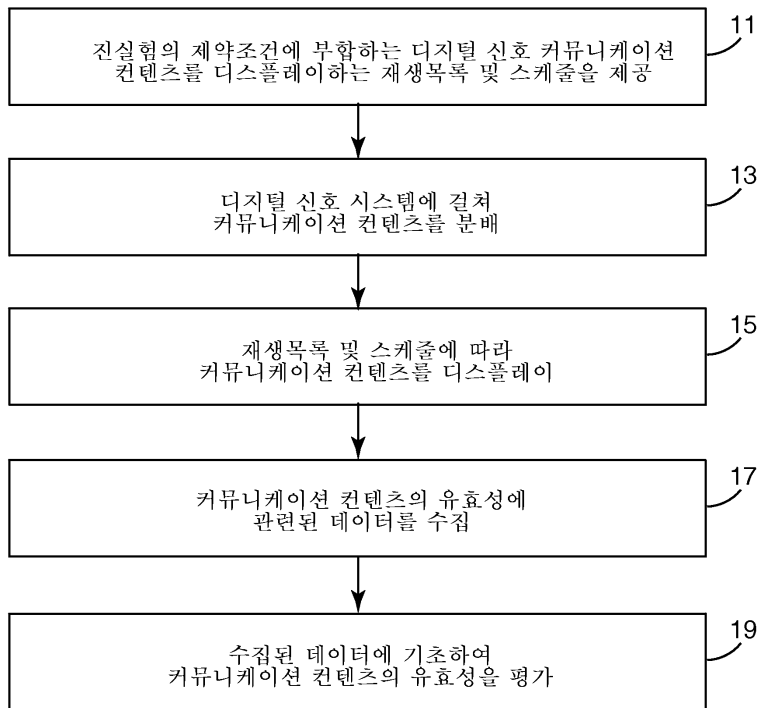
1b



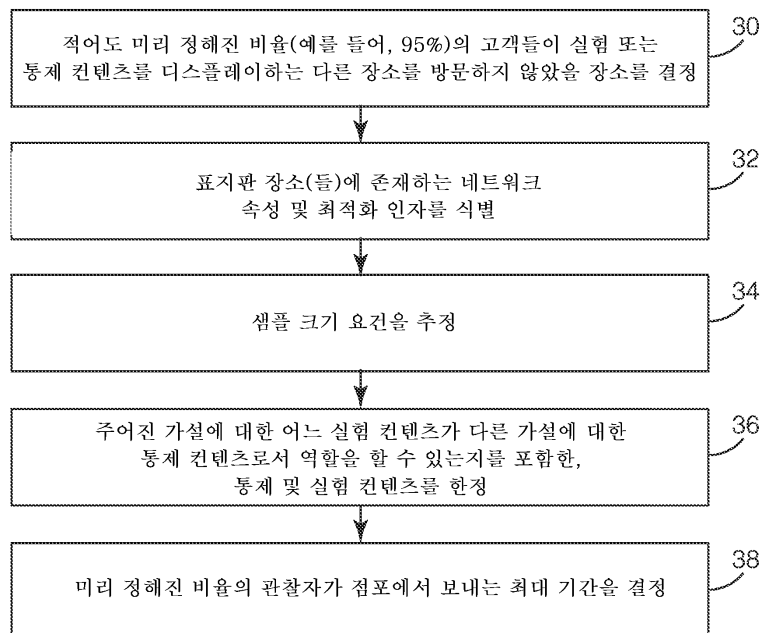
2a



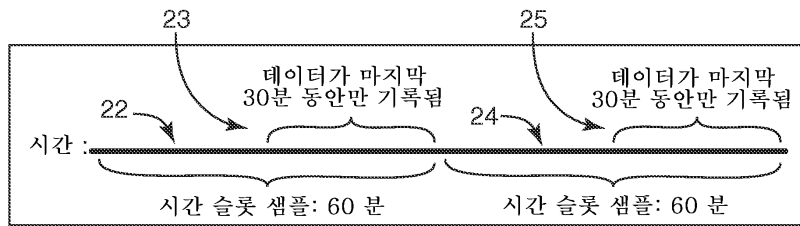
2b



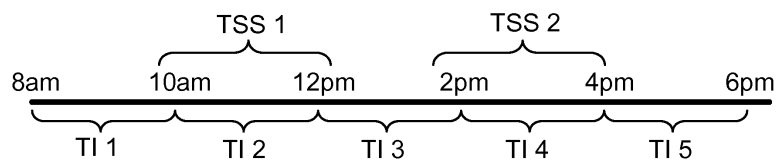
3



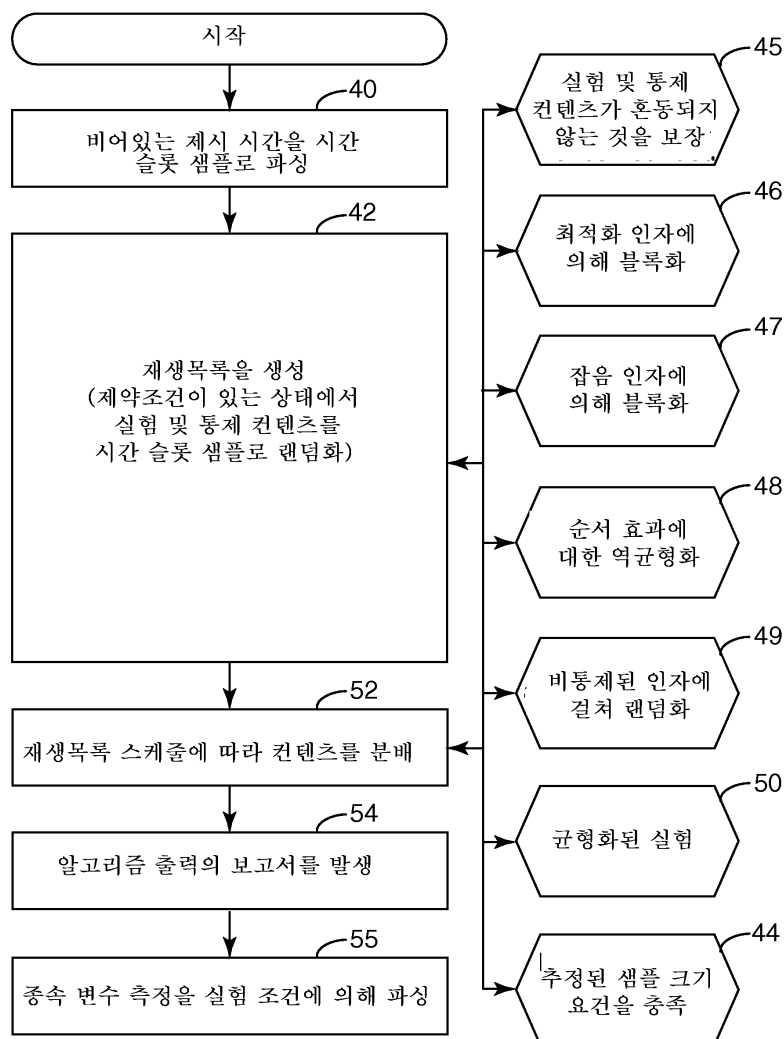
4a



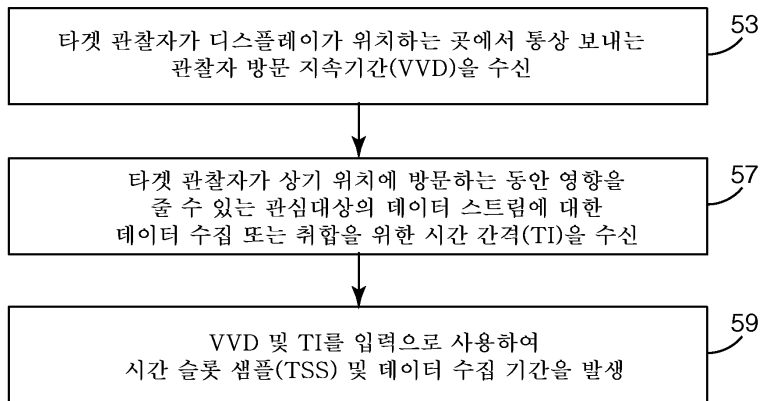
4b



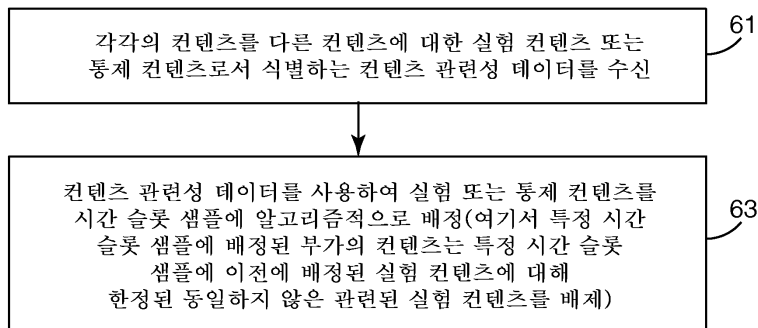
5



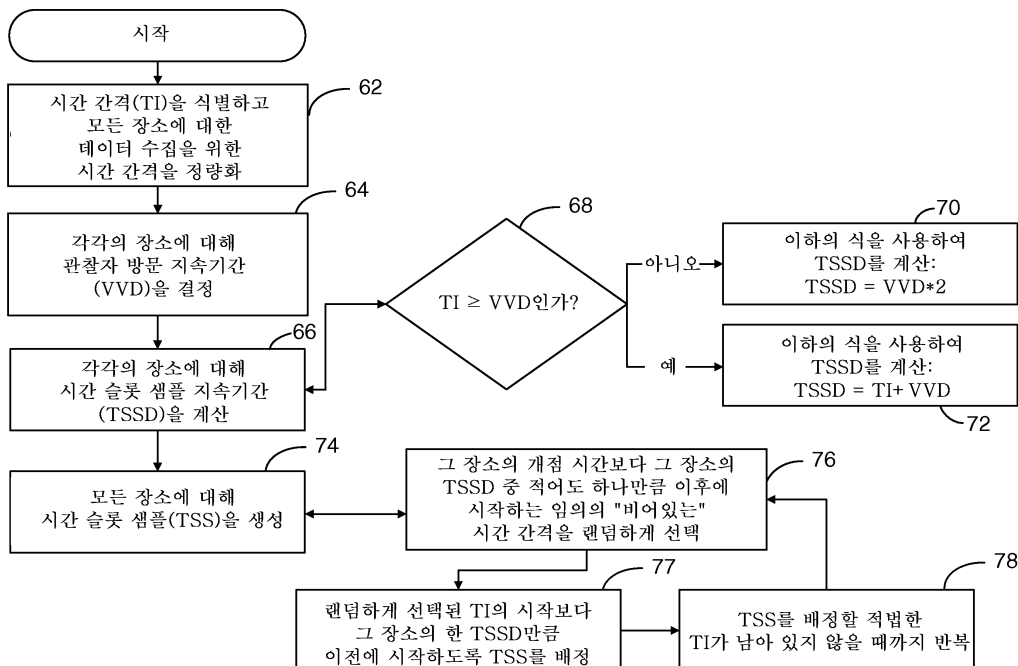
6a



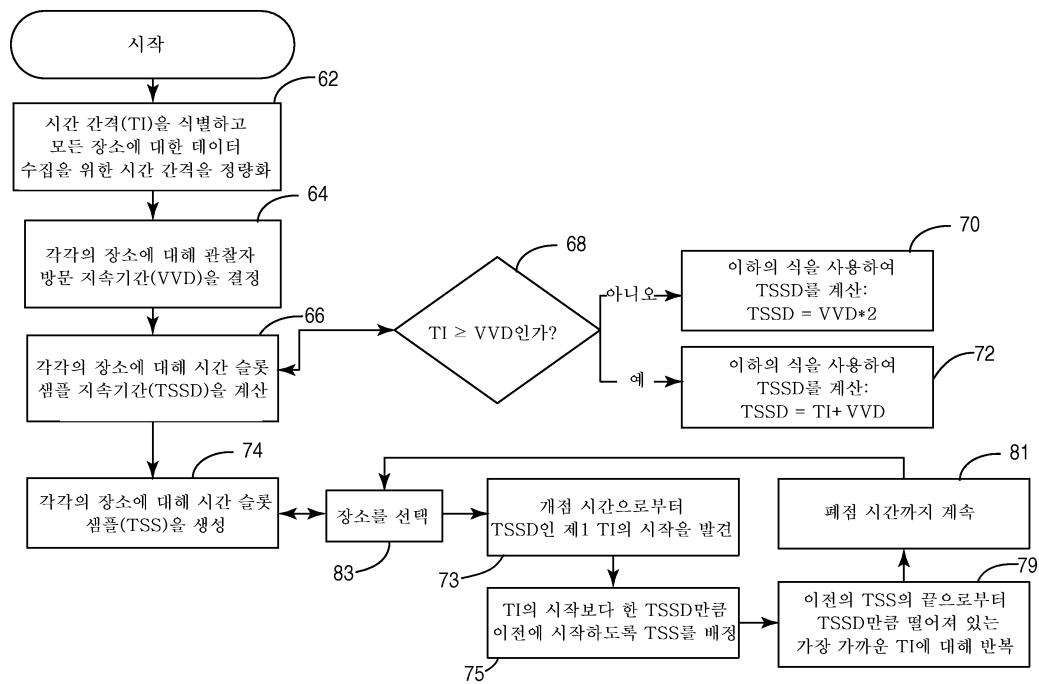
6b



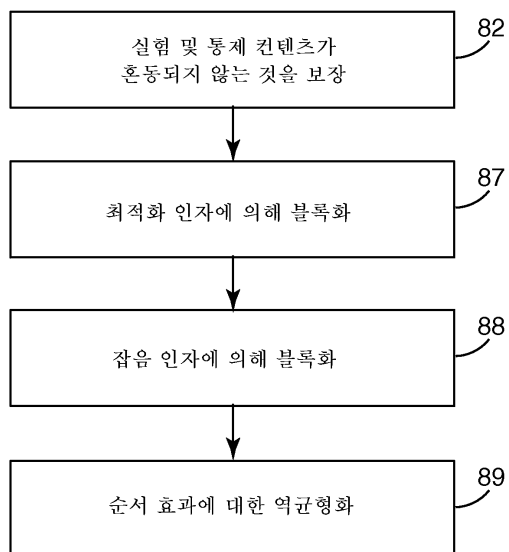
6c



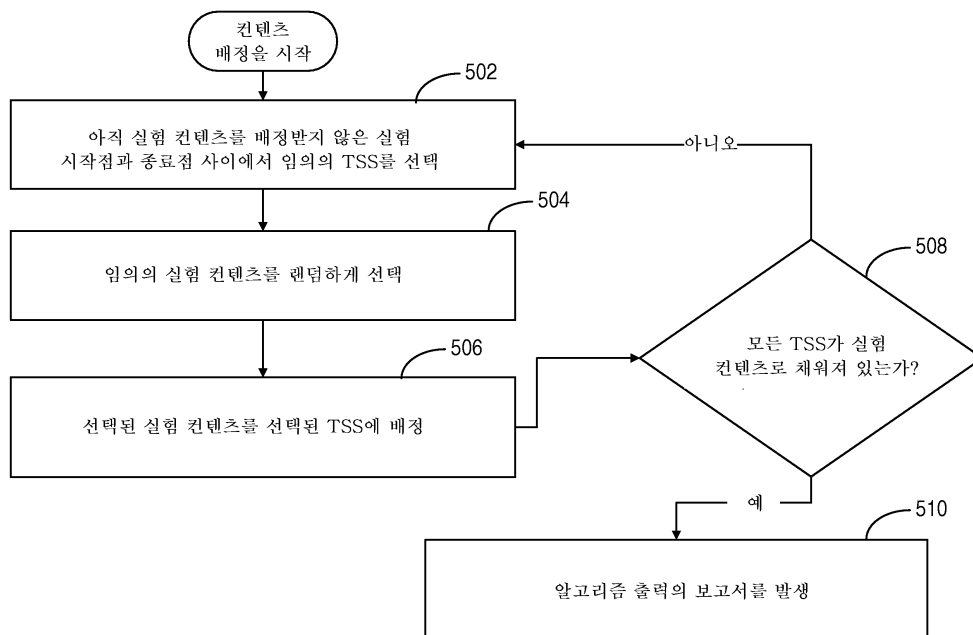
6d



6e

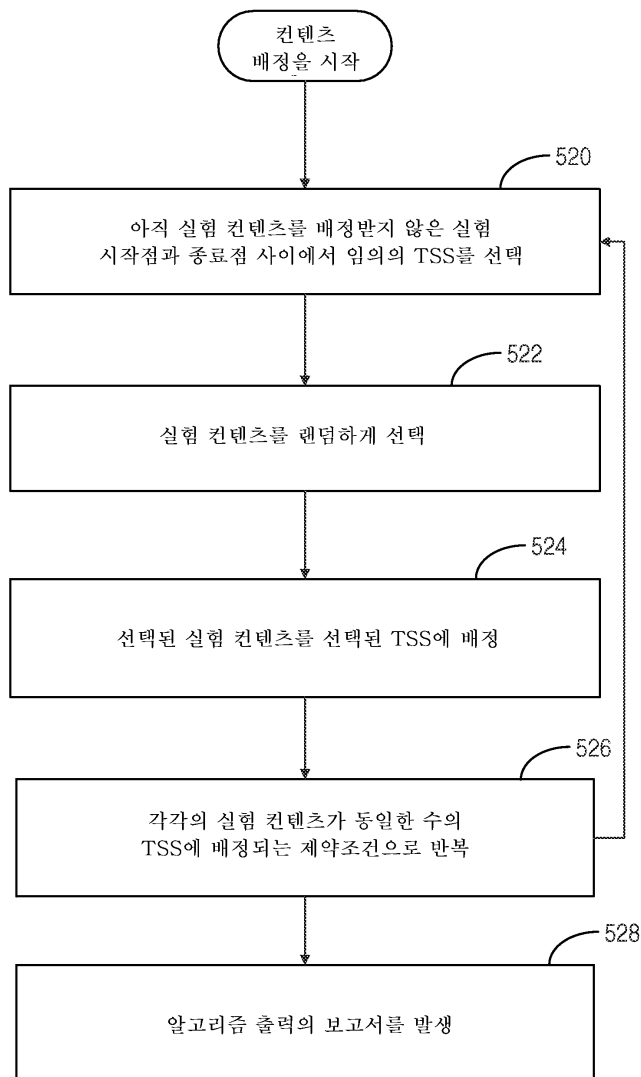


6f

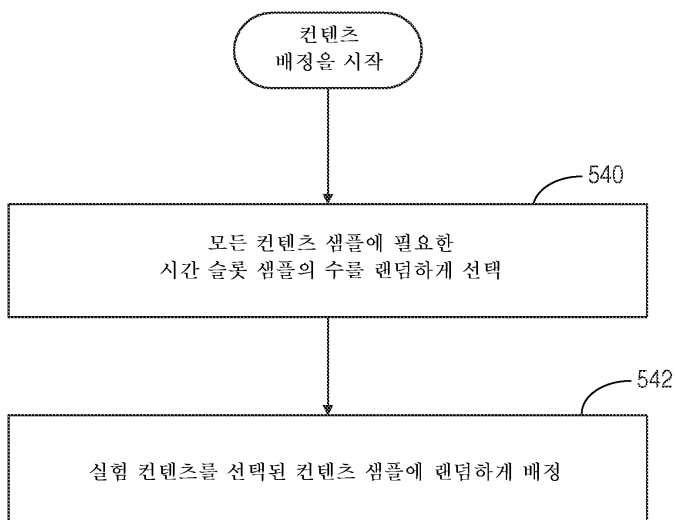




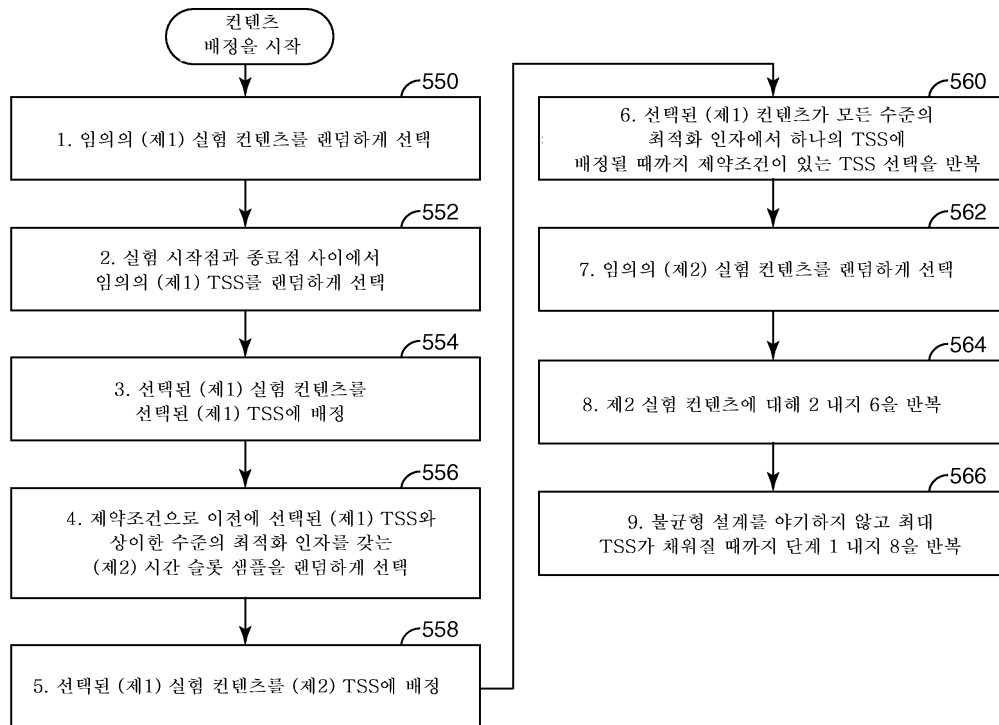
6g



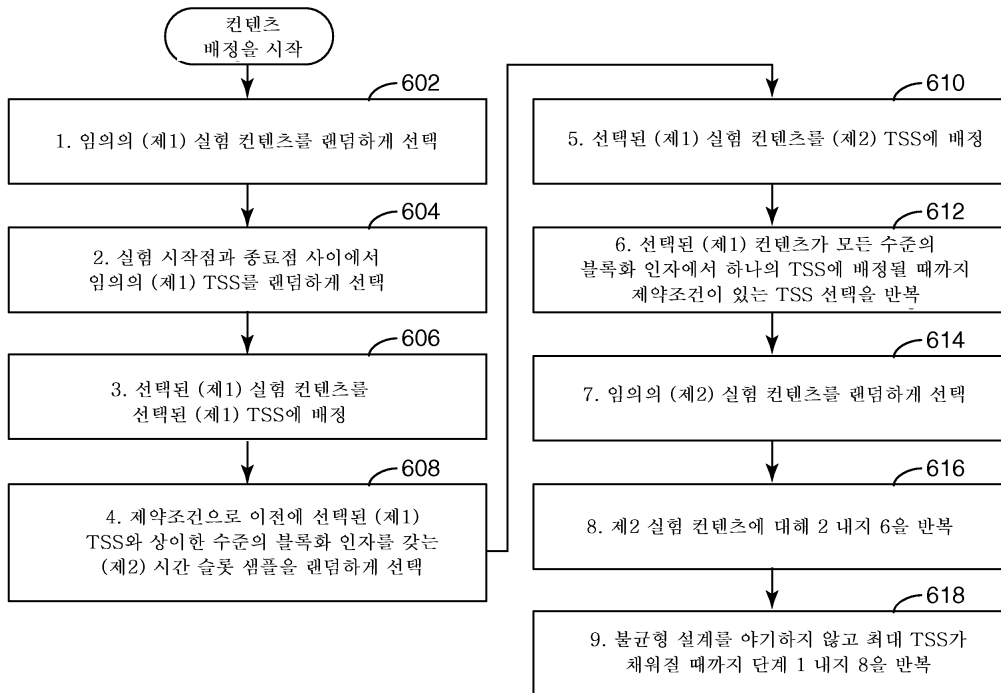
6h



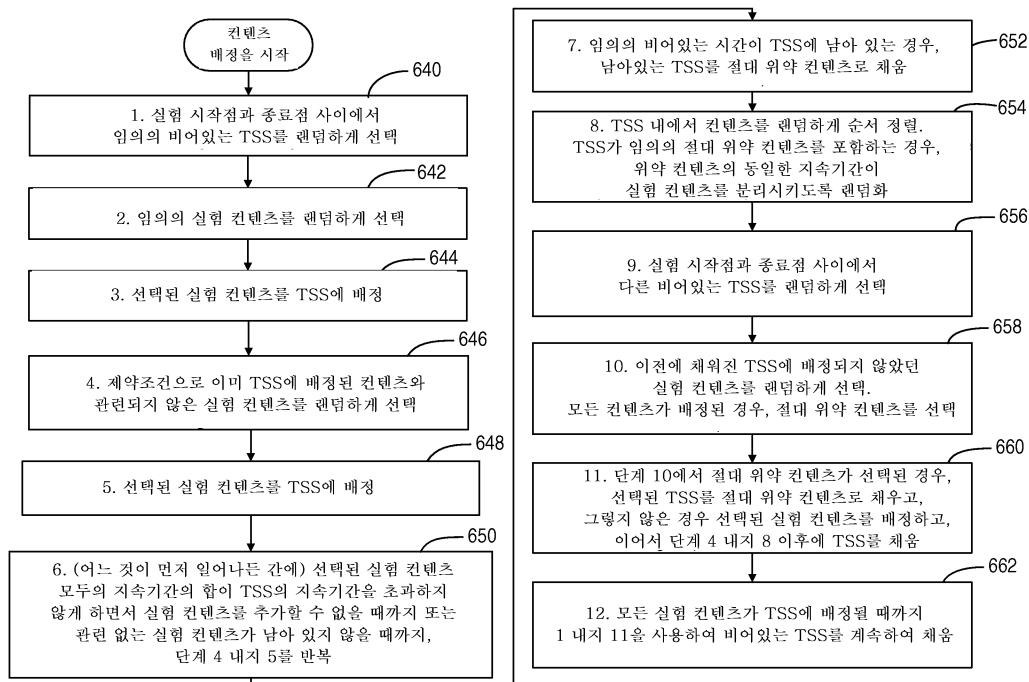
6



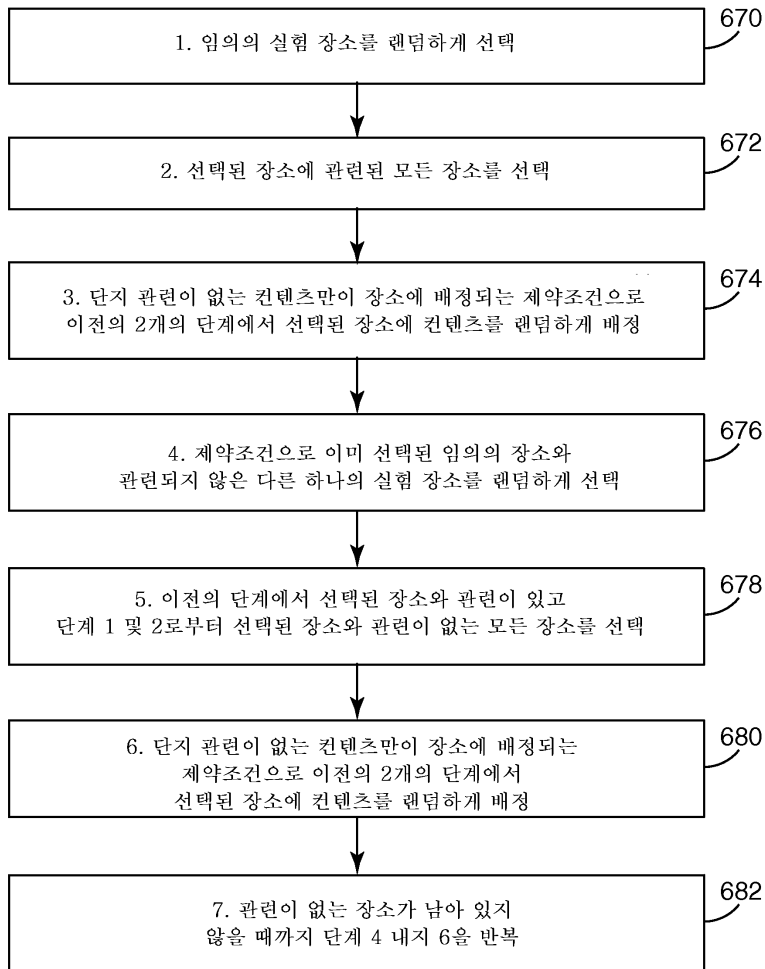
9



7a



7b



7c

조건의 수 :	2
종속 변수의 분산 :	231886.29
최대 관심 차이 :	60
일별 시간 슬롯의 수 :	1
장소의 수 :	50

완료의 일수 : 22.3384

7d

조건의 수 :	2
종속 변수의 분산 :	231886.29
최대 관심 차이 :	60
일별 시간 슬롯의 수 :	6
장소의 수 :	50

완료의 일수 : 3.72306

7e

조건의 수 :	2
종속 변수의 분산 :	231886.29
최대 관심 차이 :	60
일별 시간 슬롯의 수 :	10
장소의 수 :	50

완료의 일수 : 2.23384

7f

조건의 수 :	2
종속 변수의 분산 :	231886.29
최대 관심 차이 :	60
일별 시간 슬롯의 수 :	16
장소의 수 :	50

완료의 일수 : 1.39615

7g

조건의 수 :	2
종속 변수의 분산 :	231886.29
최대 관심 차이 :	60
일별 시간 슬롯의 수 :	8
장소의 수 :	1

완료의 일수 : 139.615

7h

조건의 수 :	2
종속 변수의 분산 :	231886.29
최대 관심 차이 :	60
일별 시간 슬롯의 수 :	8
장소의 수 :	20

완료의 일수 : 6.98074

7i

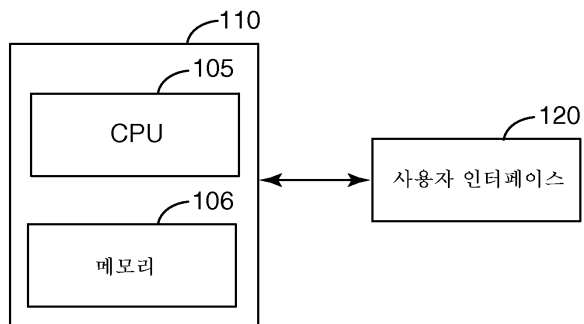
조건의 수 :	2
종속 변수의 분산 :	231886.29
최대 관심 차이 :	60
일별 시간 슬롯의 수 :	8
장소의 수 :	100

완료의 일수 : 1.39615

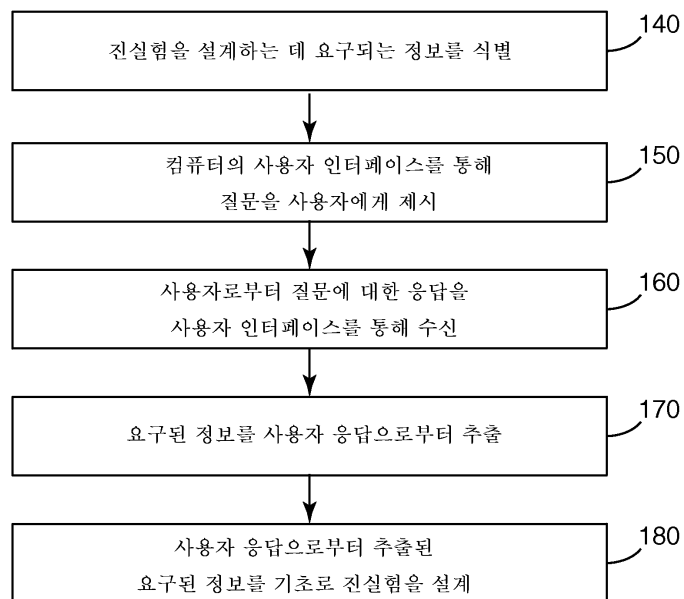
7

조건의 수 :	2
종속 변수의 분산 :	231886.29
최대 관심 차이 :	60
일별 시간 슬롯의 수 :	8
장소의 수 :	1000
완료의 일수 : 0.13961	

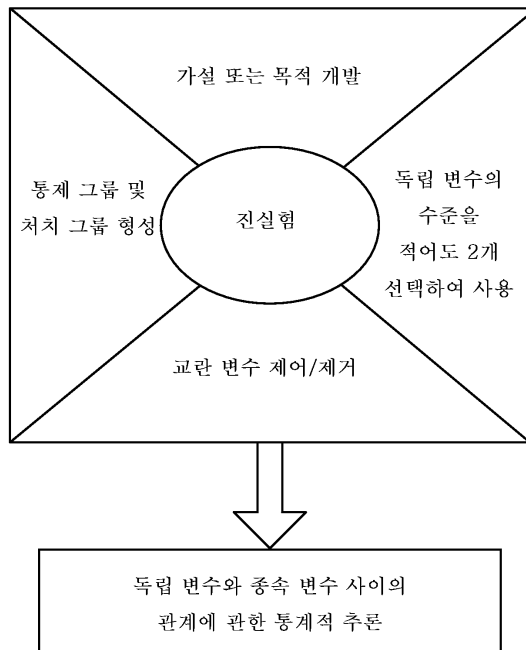
8a



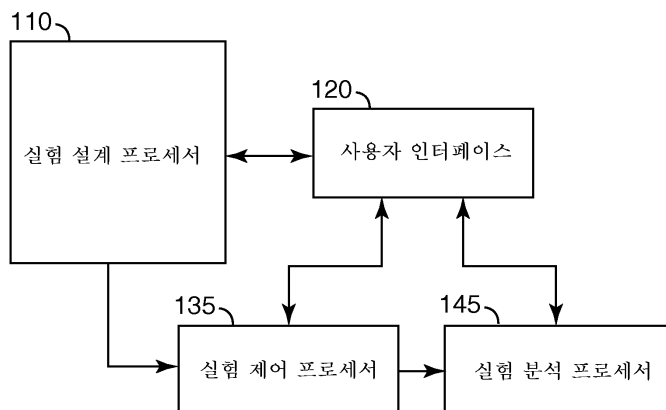
8b



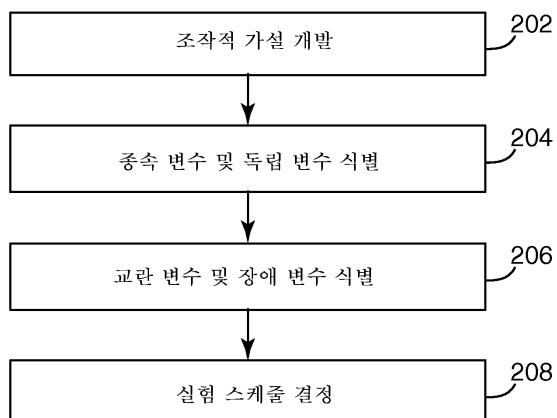
8c



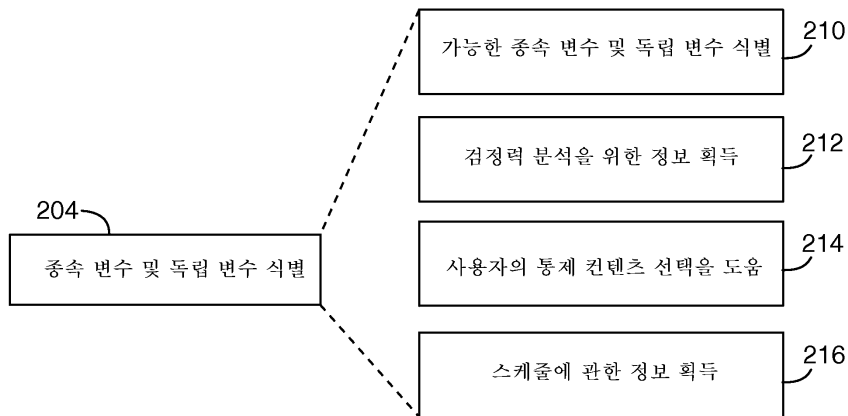
8d



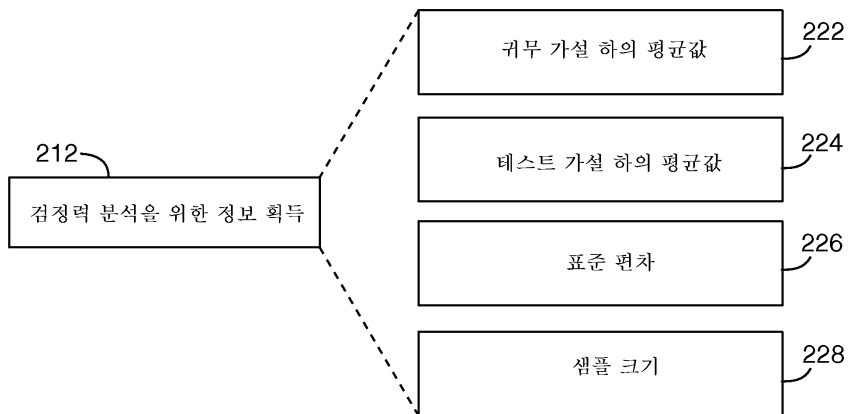
9a



9b

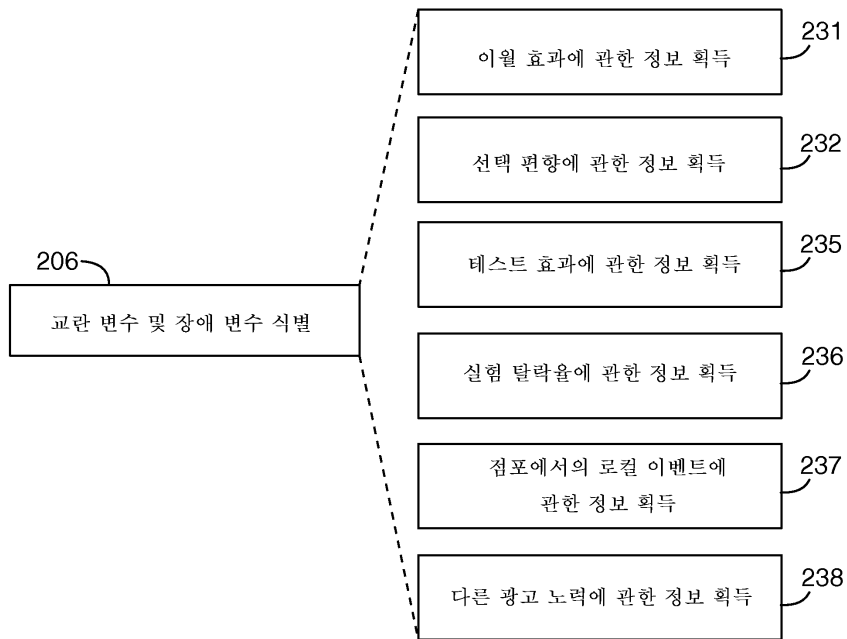


9c

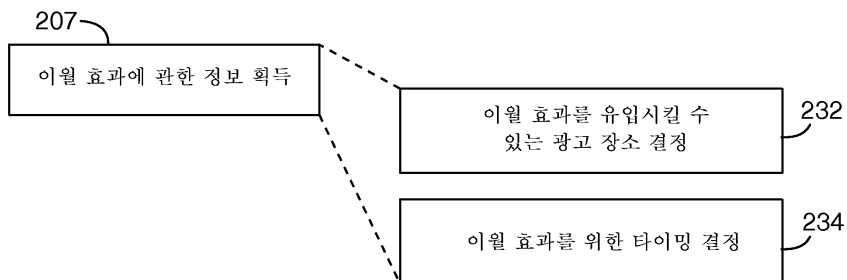




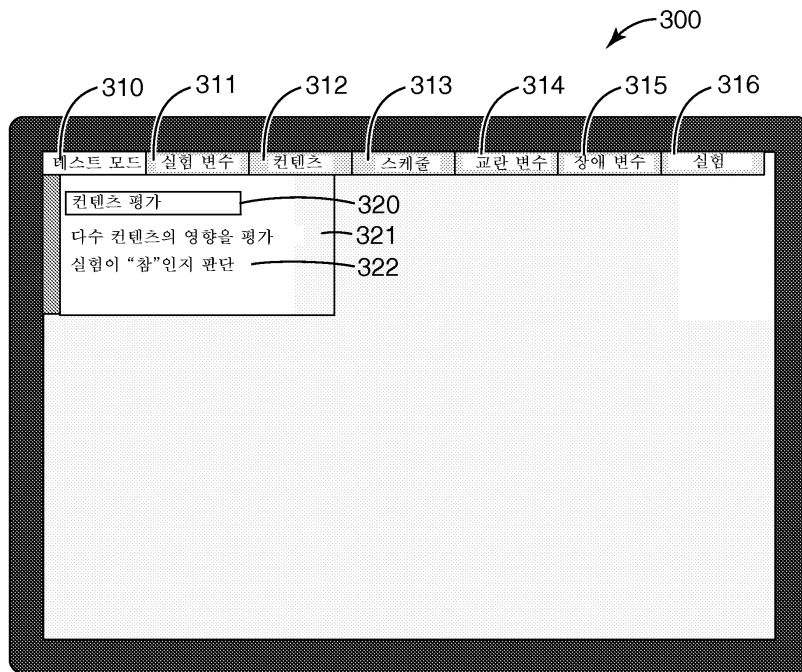
9d



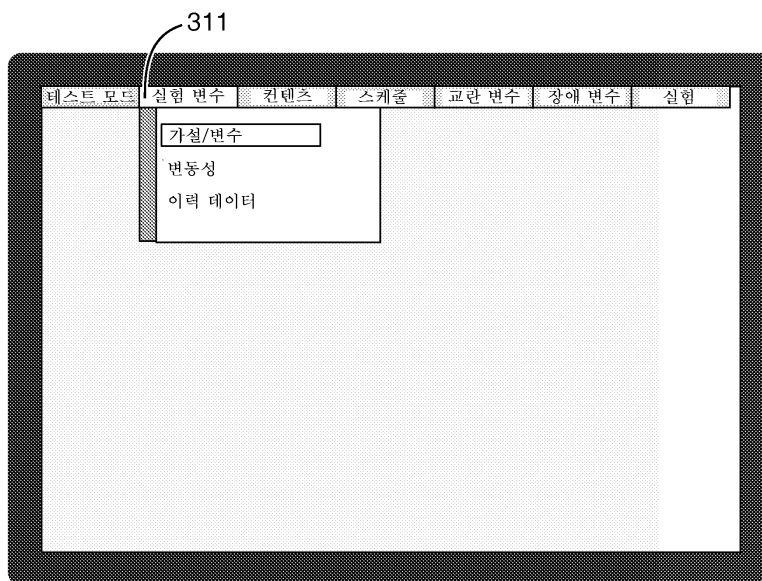
9e



10a



10b



10c

300

310 311 312 313 314 315 316

테스트 모드 실험 변수 컨텐츠 스케줄 교란 변수 장애 변수 실험

컨텐츠가 원하는 효과를 갖는 경우, 결과적으로 무엇이 변하는가?  
당신이 관심 있는 것을 모두 체크하십시오

323

☒ 매출이 증가할 것이다.

☐ 통행 흐름에 증가가 있을 것이다.

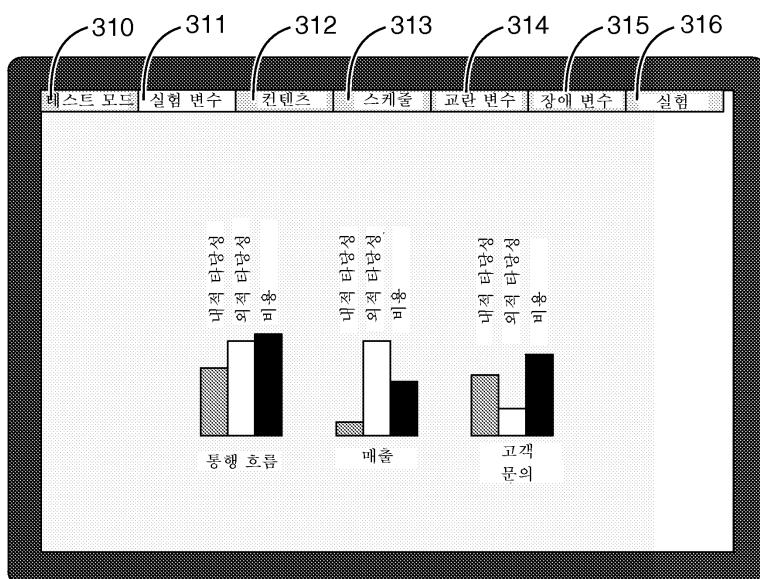
☐ 소비자가 판매 직원에게 문의할 것이다.

☐ 소비자는 선반에서 특정 제품을 집어 들고 싶어 할 것이다.

☐ 조사받는 경우, 소비자들이 특별한 질문에 다르게 대답할 것이다.

☐ 기타 변화.

10d



10e

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
<div> <div>가설/변수</div> <div>변동성</div> <div>이력 데이터</div> </div>						

10f

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
<p>매출이 측정될 수 있는 최소 시간 증분이 얼마인가?</p> <p> <input checked="" type="radio"/> 매시간  <input type="radio"/> 매 근무 교대 후  <input type="radio"/> 매일  <input type="radio"/> 매주  <input type="radio"/> 매월  <input type="radio"/> 기타 <input type="text"/> </p> <p>최소 시간 증분에서 매출 측정 비용을 입력하라.</p> <p> <input type="text"/> \$ <input type="text"/> 일별         </p>						

10g

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
<p>매출이 측정되기에 편리한 시간 간격은 얼마인가?</p> <p> <input type="radio"/> 매시간  <input type="radio"/> 매 근무 교대 후  <input checked="" type="radio"/> 매일  <input type="radio"/> 매주  <input type="radio"/> 매월  <input type="radio"/> 기타 <input type="text"/> </p> <p>편리한 시간 간격에서 매출 측정 비용을 입력하라.</p> <p>\$ <input type="text"/> 일별</p>						

10h

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
<p>가설/변수</p> <p>변동성</p> <p>이력 데이터 <input type="text"/></p>						

1a

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
매출에 대한 이력 데이터를 갖고 있는가?						
<input checked="" type="radio"/> 예						
<input type="radio"/> 아니오						

1g

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험																		
최소 시간 간격을 기초로 매출 이력 데이터를 입력하라.																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>시간</th> <th>매출</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>8:00 am – 9:00 am</td><td></td></tr> <tr><td>9:00 am – 10:00 am</td><td></td></tr> <tr><td>10:00 am – 11:00 am</td><td></td></tr> <tr><td>11:00 am – 12 noon</td><td></td></tr> <tr><td>12:00 noon – 1:00 pm</td><td></td></tr> <tr><td>1:00 pm – 2:00 pm</td><td></td></tr> <tr><td>2:00 pm – 3:00 pm</td><td></td></tr> <tr><td>3:00 pm – 4:00 pm</td><td></td></tr> </tbody> </table>							시간	매출	8:00 am – 9:00 am		9:00 am – 10:00 am		10:00 am – 11:00 am		11:00 am – 12 noon		12:00 noon – 1:00 pm		1:00 pm – 2:00 pm		2:00 pm – 3:00 pm		3:00 pm – 4:00 pm	
시간	매출																							
8:00 am – 9:00 am																								
9:00 am – 10:00 am																								
10:00 am – 11:00 am																								
11:00 am – 12 noon																								
12:00 noon – 1:00 pm																								
1:00 pm – 2:00 pm																								
2:00 pm – 3:00 pm																								
3:00 pm – 4:00 pm																								

10k

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
편리한 시간 간격을 기초로 매출 이력 데이터를 입력하라.						
시간		매출				
1일						
2일						
3일						
4일						
5일						
6일						
7일						
8일						

1a

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
표지판이 당신에게 가지 있게 할 매출 증가를 입력하라.						
<div>\$ <input type="text"/></div>						

10m

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
				<div>이월 효과</div> <div>선택 편향</div> <div>테스트 효과</div> <div>실험 탈락율</div>		

10m

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
관심 장소 및 광고가 보일 수 있는 다른 장소를 식별하라.						
관심 장소:		세인트 폴				
다른 장소:		<div>미네아폴리스</div> <div>에디나</div> <div>샌프란시스코</div> <div>파리</div> <div></div> <div></div>				



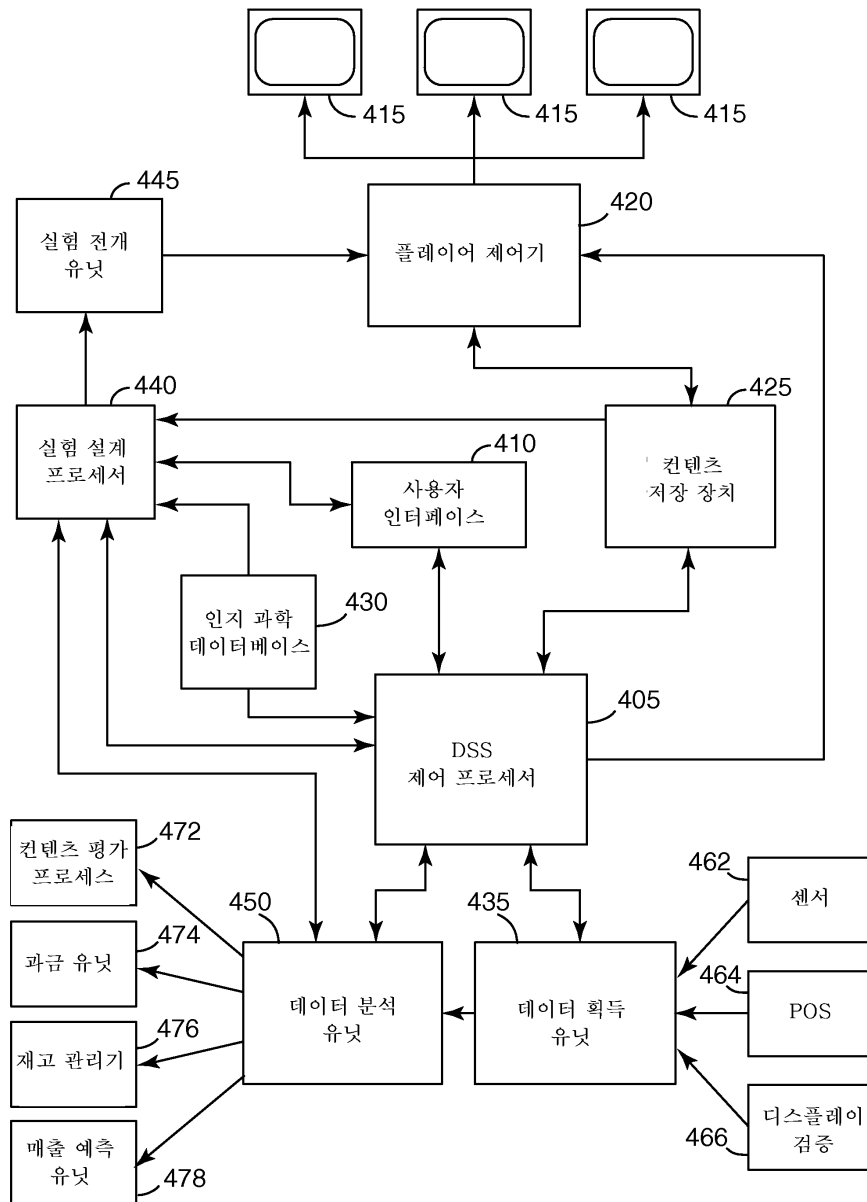
10b

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
<p>고객이 <input type="text" value="미네아폴리스"/> 에서 광고를 보고 구매를 위하여  <input type="text" value="세인트 폴"/> 로 가겠습니까?</p> <p><input checked="" type="radio"/> 예    <input type="radio"/> 아니오</p> <p>고객이 <input type="text" value="에디나"/> 에서 광고를 보고 구매를 위하여  <input type="text" value="세인트 폴"/> 로 가겠습니까?</p> <p><input checked="" type="radio"/> 예    <input type="radio"/> 아니오</p> <p>고객이 <input type="text" value="샌프란시스코"/> 에서 광고를 보고 구매를 위하여  <input type="text" value="세인트 폴"/> 로 가겠습니까?</p> <p><input type="radio"/> 예    <input checked="" type="radio"/> 아니오</p> <p>고객이 <input type="text" value="파리"/> 에서 광고를 보고 구매를 위하여  <input type="text" value="세인트 폴"/> 로 가겠습니까?</p> <p><input type="radio"/> 예    <input checked="" type="radio"/> 아니오</p>						

10p

테스트 모드	실험 변수	컨텐츠	스케줄	교란 변수	장애 변수	실험
<p>고객이 구매를 하려고 했다면, 광고를 본 후에 시간이 얼마나 지난 후에          고객의 95%가 구매할 것이라 예상하는가?</p> <p><input type="text"/></p>						

11a



11b

