



(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(11) 공개번호 10-2017-0043259
(43) 공개일자 2017년04월21일

(51) 국제특허분류(Int. Cl.)
G06Q 30/02 (2012.01) G06Q 50/10 (2012.01)
G06Q 50/32 (2012.01) H04L 12/58 (2006.01)
H04W 4/12 (2009.01)

(52) CPC특허분류
G06Q 30/02 (2013.01)
G06Q 30/0244 (2013.01)

(21) 출원번호 10-2015-0142782
(22) 출원일자 2015년10월13일
심사청구일자 없음

(71) 출원인
(주)비즈스프링
서울특별시 강남구 학동로23길 22, 1층 (논현동, 조광빌딩)

(72) 발명자
황홍순
서울특별시 강남구 학동로23길 22, 조광빌딩 1층
고유정
서울특별시 강남구 학동로23길 22, 조광빌딩 1층

(74) 대리인
정남진

전체 청구항 수 : 총 5 항

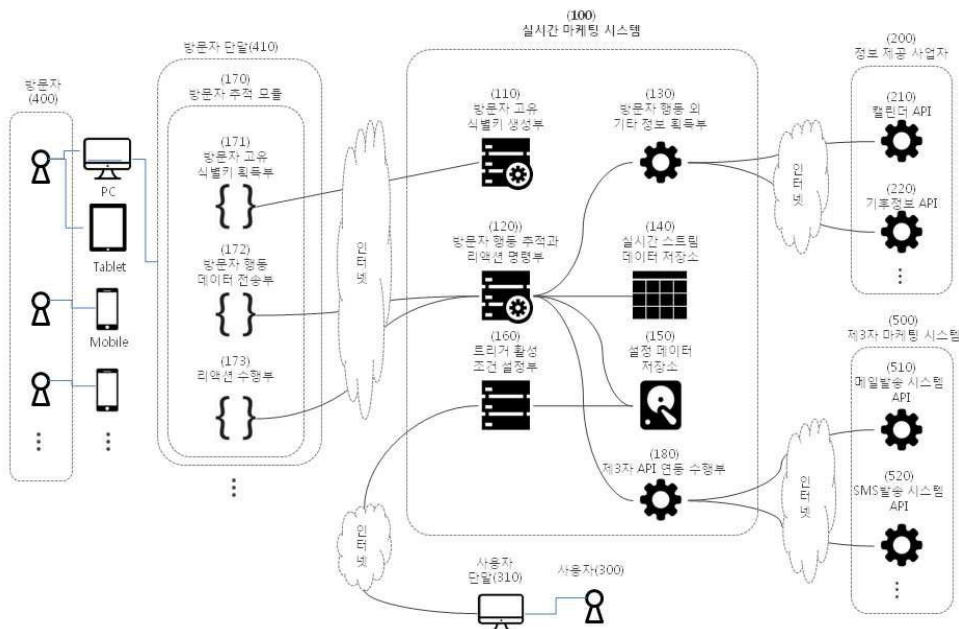
(54) 발명의 명칭 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템

(57) 요약

본 발명은 사이트 방문자의 웹사이트 유입의 유형과 웹사이트 내부에서 방문자의 일련된 행동 패턴을 바탕으로 방문자가 찾고 있는 정보와 혜택 등을 다양한 방법으로 제시하여 웹사이트의 목적 달성을 실시간으로 자동적으로 수행하여 돕는 마케팅 시스템에 대한 것이다.

(뒷면에 계속)

대표도



본 발명의 바람직한 일 실시예는 사용자 고유 식별키 생성부, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부, 실시간 스트림 데이터 저장소, 트리거 활성화 조건 설정부, 설정 데이터 저장소, 방문자 행동 외 기타 정보 획득부, 제3자 API 연동 수행부 및 방문자 추적모듈을 포함하여 구성되는 실시간 마케팅 시스템이 방문자의 방문자 단말, 사용자의 사용자 단말, 정보제공 사업자 및 제3자 마케팅 시스템과 연결되는 환경에서, 사용자가 트리거 활성화 조건 설정부를 통하여 트리거가 활성화될 일련의 조건을 설정 데이터 저장소에 저장한 후, 방문자가 이벤트를 일으킬 경우 행동 내용이 방문자 행동 데이터 전송부에 의해 방문자 행동 추적과 리액션 명령부로 전달되고, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부가 전달받은 방문자 행동 데이터를 실시간 데이터 스트림 저장소에 저장한 후 설정 데이터 저장소에 저장된 일련의 조건과 비교하고, 설정 데이터 저장소의 조건에 정보제공사업자의 조건이 포함된 경우, 방문자 행동 외 기타 정보 획득부를 통해 기타 정보를 비교하여 조건이 만족될 경우 트리거를 활성화하고 리액션 수행부 또는 제3자 API 연동 수행부에 명령을 전달하면, 리액션 수행부 또는 제3자 API 연동 수행부가 설정 데이터 저장소에 저장된 리액션 방법으로 방문자에게 실시간으로 타겟팅된 마케팅 활동을 수행하도록 한다.

(52) CPC특허분류

G06Q 30/0251 (2013.01)

G06Q 50/10 (2015.01)

G06Q 50/32 (2013.01)

H04L 51/04 (2013.01)

H04L 51/22 (2013.01)

H04W 4/12 (2013.01)

명세서

청구범위

청구항 1

사용자 고유 식별키 생성부(110), 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120), 실시간 스트림 데이터 저장소(140), 트리거 활성화 조건 설정부(160), 설정 데이터 저장소(150), 방문자 행동 외 기타 정보 획득부(130), 제3자 API 연동 수행부(180) 및 방문자 고유식별키 획득부(171), 방문자 행동 데이터 전송부(172), 리액션 수행부(173)로 이루어지는 방문자 추적모듈(170)을 포함하여 구성되는 실시간 마케팅 시스템(100)이 방문자(400)의 방문자 단말(410), 사용자(300)의 사용자 단말(310), 정보제공 사업자(200) 및 제3자 마케팅 시스템(500)과 연결되는 환경에서,

사용자(300)가 트리거 활성화 조건 설정부(160)를 통하여 트리거가 활성화될 일련의 조건을 설정 데이터 저장소(150)에 저장한 후,

방문자(400)가 이벤트를 일으킬 경우 행동 내용이 방문자 행동 데이터 전송부(172)에 의해 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)로 전달되고,

방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)가 전달받은 방문자 행동 데이터를 실시간 데이터 스트림 저장소(140)에 저장한 후 설정 데이터 저장소(150)에 저장된 일련의 조건과 비교하고, 설정 데이터 저장소(150)의 조건에 정보 제공사업자(200)의 조건이 포함된 경우, 방문자 행동 외 기타 정보 획득부(130)을 통해 기타 정보를 비교하여 조건이 만족될 경우 트리거를 활성화하고 리액션 수행부(173) 또는 제3자 API 연동 수행부(180)에 명령을 전달하면,

리액션 수행부(173) 또는 제3자 API 연동 수행부(180)가 설정 데이터 저장소(150)에 저장된 리액션 방법으로 방문자에게 실시간으로 타겟팅된 마케팅 활동을 수행하도록 하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템.

청구항 2

청구항 1에 있어서,

방문자 추적 모듈(170) 내 특정 기능 모듈인 방문자 고유식별키 획득부(171) 또는 방문자 행동 데이터 전송부(172) 또는 리액션 수행부(173) 중 최소 하나를 모바일앱(App)내 SDK/라이브러리 형태로 포함시켜, 방문자 또는 모바일앱 사용자의 행동 데이터를 판별하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템.

청구항 3

청구항 1 또는 청구항 2에 있어서,

방문자 행동 데이터 전송부(172)를 생략하고, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)가 네트워크 패킷 스니핑(Network Packet Sniffing)의 방법을 이용하여 방문자(400) 또는 모바일앱 방문자(400)의 행동 데이터를 판별하도록 하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템.

청구항 4

청구항 1 또는 청구항 2에 있어서,

방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)가 명령을 내리는 방법에 있어서, 리액션 수행부(173)를 대상으로 하지 않고 외부의 마케팅 소프트웨어에 추적/추출된 방문자를 식별할 수 있는 정보와 함께 '제3자 API 연동 수행부(180)'를 이용하여 API를 호출하는 방식으로 고객에게 타겟팅된 마케팅 활동을 수행하도록 하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템.

청구항 5

청구항 1 또는 청구항 2에 있어서,

트리거 활성화 조건 설정부(160)에서 생성되어 설정 데이터 저장소(150)에 저장될 '트리거 활성화 조건'을 사용자 단말(310)을 통해 사용자(300)가 수행하지 않고, 제3의 머신러닝(기계학습) 소프트웨어 또는 시스템을 이용하여 실시간 스트림 데이터 저장소(140)의 데이터 또는 사용자 웹사이트/온라인쇼핑몰의 구매데이터를 참고하여 학습하게 한 후 자동적으로 트리거 활성화 조건을 트리거 활성화 조건 설정부(160)에 전달하여 설정하게 하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템.

발명의 설명

기술 분야

[0001] 본 발명은 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템에 관한 것으로서, 더욱 상세하게는 사이트 방문자의 웹사이트 유입의 유형과 웹사이트 내부에서 방문자의 일련된 행동 패턴을 바탕으로 방문자가 찾고 있는 정보와 혜택 등을 다양한 방법으로 제시하여 웹사이트의 목적 달성을 실시간으로 자동적으로 수행하도록 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템에 관한 것이다.

배경 기술

[0002] 본 발명은 온라인 마케팅, 특히 온라인 광고를 통해 웹사이트에 방문한 방문자에 대해서 광고의 효과를 극대화하기 위한 마케팅 시스템에 해당되며, 각 방문자에게 최적화된 마케팅을 판매촉진 메시지, 이메일, 문자메시지, 특정 콘텐츠 제시를 수행한다는 점에서 CRM 및 개인화/추천시스템으로 볼 수 있다.

[0003] 특히 설정된 방문자의 유입조건과 날씨 등 물리적 환경과 사이트 내의 방문자 행동특성을 추적하여 최적화된 마케팅 메시지를 선별하여 전달한다는 점에서는 'Rule Based CRM'(사전설정된 규칙에 기반한 고객대응 CRM)으로 분류할 수 있고, 기능의 특성에 중점을 둘 경우에는 기존에 존재하지 않았던 '사이트 내 방문자 행동(Behavior)기반의 리마케팅(On Site re-marketing) 광고 시스템'으로 분류할 수 있다.

[0004] 종래에는 웹로그분석 및 구매 데이터, 설문조사 데이터 등을 데이터웨어하우스 형태로 적재한 후 별도 웹로그분석 소프트웨어를 이용하여 방문자 행동을 수집 적재하고 각 데이터를 연동하여 데이터마이닝 하는 방법으로 특정 타겟팅된 고객을 선별한 후, 그에 해당하는 추출된 고객리스트를 이용하여 이메일발송, DM발송과 같은 마케팅활동을 수행하는 방식으로 이루어져 왔다.

[0005] 해외의 경우, 좀 더 발전된 형태로서, 실시간 웹로그분석을 통해 방문자의 행동데이터를 수집하여 저장하고, 이 데이터를 빅데이터 분석 시스템에 넣어 타겟팅된 고객리스트를 추출하고, 추출된 고객리스트를 즉각 사용자가 다운로드 받게 하거나, 시스템에 저장하여 해당 고객이 방문할 경우 그에 매칭되는 마케팅 메시지를 전송하게끔 하는 경우도 있으나, 데이터마이닝의 방법과 크게 다르지 않았다.

[0006] 또 다른 방법으로는 통상의 웹로그분석 기술을 응용하여 방문자의 유입경로(Referrer)를 판별한 후 그에 맞는 배너광고 또는 팝업(POP-UP) 창을 띄우는 방법, 방문자가 온라인 쇼핑몰에서 장바구니에 상품을 담은 후 구매 여부를 며칠 후 판별하고 이메일 등을 통해 구매유도 메시지를 전달하는 장바구니 리마인더(reminder)와 같은 기술 등이 존재하였으며, 고객의 구매 이력과 조회한 온라인 쇼핑몰의 상품의 리스트를 기록한 후, 추천 알고리즘을 통해 제안할 상품과 메시지를 매칭하고 해당 고객이 방문할 경우 해당 상품과 메시지를 전송하는 방법 등도 있었다.

[0007] 그러나 상기와 같은 종래기술은 제한적이었던 데이터마이닝 방법에서의 시간과 비용의 문제, 빅데이터 처리시스템을 통한 처리에서의 기술적 난이도 문제, 유입경로 판별의 단순한 방법에서 나타나는 잠재고객 타겟팅의 정교하지 못한 문제, 장바구니 리마인더에서와 같이 회원가입 또는 첫 구매 이전의 잠재고객이 아닌 고객만을 대상으로 하는 활용범위의 협소한 문제, 추천엔진과 개인화 엔진의 시스템 구축비용과 기존 구매 이력에 대한 의존도가 높아 그 적용 대상이 기존 구매고객에 집중되어 구매전 잠재고객에게 소홀하고 그 타겟이 협소한 문제 등이 있었다.

[0008] 본 발명의 배경이 되는 기술로는 특허등록 제0705321호 "유/무선 인터넷을 이용한 실시간 타겟마케팅 시스템"(특허문헌 1)이 있다. 상기 배경기술에서는 '유선 인터넷 또는 무선 애플리케이션 프로토콜(WAP) 기반의 무선 인터넷 상에 수신자 부담방식이나 발신자 부담방식으로 데이터 서비스를 제공하거나 매장을 가지고 고객을 상대로 서비스를 제공하는 다수의 서비스 제공업체와, 각 서비스 제공업체별 고객 데이터베이스에 등록된 고객을 타

겟으로 하는 마케팅시스템에 있어서, 상기 각 서비스 제공업체에서 실시하는 소정의 실시간 모바일 타겟마케팅 실행조건과 대고객 이벤트개시조건을 설정하고 각 업체별 실시간 예약상황 또는 주문/배달상황을 실시간 모니터링하여 상기 소정의 타겟 마케팅 실행조건 또는 대고객 이벤트개시조건을 만족하는 경우 해당되는 업체의 고객 데이터베이스를 검색하여 단문메시지를 발송할 고객들을 추출하여 각 업체별 이벤트 내용을 포함하는 구매유도 단문메시지를 발송하고 그 발송내역을 SMS 발송 데이터 베이스에 저장하는 실시간 모바일 타겟 마케팅서버를 구비한 것을 특징으로 하는 유/무선 인터넷을 이용한 실시간 타겟마케팅 시스템'을 제안한다.

[0009] 그러나 상기 배경기술은 이벤트 조건 및 매장 상황에 따라 서비스 이용 경험이 있는 회원들에게 구매유도를 위한 단문메시지를 발송해 구매로 유도할 수 있도록 하는 것으로 기존 서비스 이용 경험 이력에 대한 의존도가 높아 그 적용 대상이 기존 구매고객에 집중되어 구매 전 잠재고객에게 소홀하고 그 타겟이 협소한 문제점이 있었다.

선행기술문헌

특허문헌

[0010] (특허문헌 0001) 특허등록 제0705321호 "유/무선 인터넷을 이용한 실시간 타겟마케팅 시스템"

발명의 내용

해결하려는 과제

[0011] 본 발명은 상기와 같은 문제점을 해결하기 위한 것으로, 회원가입 또는 첫 구매 이력이 없는 방문자를 포함한 잠재고객과 기존고객을 대상으로 하여 그 적용 대상이 넓고, 방문조건(예: 유입경로, 영향받은 광고)과 물리적/심리적 상태(예: 날씨, 기온, 지리적 위치, 주가 등)를 판단조건(Rule)에 포함 시킬 수 있어 보다 구체적인 고객 타겟팅이 가능하고, 웹사이트 내 방문자의 특정행동(이벤트 발생) 여부와 일련된 행동으로 이루어진 행동 패턴으로 이루어진 트리거(마케팅 행동을 실행하게 하는 조건)에 의해 자동적으로 마케팅 기능이 수행되므로 실시간으로 고객별 최적의 시점에 마케팅이 이루어질 수 있는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템을 제공하는데 그 목적이 있다.

[0012] 또한, 각 트리거별로 사전에 정해놓은 마케팅 활동(이메일발송, SMS발송, 쿠폰발송, 배너노출, 특정 페이지로의 이동)을 연결하거나 확장하여 작동하게 함으로써 자동화된 사이트 내 구매전환 촉진효과를 얻을 수 있는 효과가 있으며, 이를 구현함에 있어서, 기존 CRM시스템의 구축여부와 웹로그분석 시스템, 추천/개인화 시스템등의 구축 여부와 그 절차진행에 따른 인력소모가 없으므로 비용이 절감되고, 기존의 방법에 비해 수집-저장-분석-추출-실행의 단계가 사전 설정된 규칙에 따라 실시간으로 조건별 분기되어 자동적으로 즉시 대응되므로 시간이 절감되고, 고객의 기존 정보와 구매이력 등 CRM 시스템에서 획득될 수 있는 정보보다 방문자의 유입경로/유형 및 사이트 내 행동패턴에 대한 비중을 높임으로써 상대적으로 소홀하게 다루어져왔던 구매 전 잠재고객에 대한 마케팅 성과를 높일 수 있는 매우 유용한 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템을 제공하는데 또 다른 목적이 있다.

과제의 해결 수단

[0013] 본 발명은 사용자 고유 식별키 생성부, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부, 실시간 스트림 데이터 저장소, 트리거 활성화 조건 설정부, 설정 데이터 저장소, 방문자 행동 외 기타 정보 획득부, 제3자 API 연동 수행부 및 방문자 고유식별키 획득부, 방문자 행동 데이터 전송부, 리액션 수행부로 이루어지는 방문자 추적모듈을 포함하여 구성되는 실시간 마케팅 시스템이 방문자의 방문자 단말, 사용자의 사용자 단말, 정보제공 사업자 및 제3자 마케팅 시스템과 연결되는 환경에서, 사용자가 트리거 활성화 조건 설정부를 통하여 트리거가 활성화될 일련의 조건을 설정 데이터 저장소에 저장한 후, 방문자가 이벤트를 일으킬 경우 행동 내용이 방문자 행동 데이터 전송부에 의해 방문자 행동 추적과 리액션 명령부로 전달되고, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부가 전달받은 방문자 행동 데이터를 실시간 데이터 스트림 저장소에 저장한 후 설정 데이터 저장소에 저장된 일련의 조건과 비교하고, 설정 데이터 저장소의 조건에 정보제공사업자의 조건이 포함된 경우, 방문자 행동 외 기타 정보 획득부를 통해 기타 정보를 비교하여 조건이 만족될 경우 트리거를 활성화하고 리액션 수행부 또는 제3자 API 연동 수행부에 명령을 전달하면, 리액션 수행부 또는 제3자 API 연동 수행부가 설정 데이터 저장소에 저장된 리액션 방법으로

방문자에게 실시간으로 타겟팅된 마케팅 활동을 수행하도록 하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템을 제공하고자 한다.

- [0014] 또한, 방문자 추적 모듈 내 특정 기능 모듈인 방문자 고유식별키 획득부 또는 방문자 행동 데이터 전송부 또는 리액션 수행부 중 최소 하나를 모바일앱(App)내 SDK/라이브러리 형태로 포함시켜, 방문자 또는 모바일앱 사용자의 행동 데이터를 판별하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템을 제공하고자 한다.
- [0015] 또한, 방문자 행동 데이터 전송부를 생략하고, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부가 네트워크 패킷 스니핑(Network Packet Sniffing)의 방법을 이용하여 방문자 또는 모바일앱 방문자의 행동 데이터를 판별하도록 하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템을 제공하고자 한다.
- [0016] 또한, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부가 명령을 내리는 방법에 있어서, 리액션 수행부를 대상으로 하지 않고 외부의 마케팅 소프트웨어에 추적/추출된 방문자를 식별할 수 있는 정보와 함께 '제3자 API 연동 수행부'를 이용하여 API를 호출하는 방식으로 고객에게 타겟팅된 마케팅 활동을 수행하도록 하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템을 제공하고자 한다.
- [0017] 또한, 트리거 활성화 조건 설정부에서 생성되어 설정 데이터 저장소에 저장될 '트리거 활성화 조건'을 사용자 단말을 통해 사용자가 수행하지 않고, 제3의 머신러닝(기계학습) 소프트웨어 또는 시스템을 이용하여 실시간 스트림 데이터 저장소의 데이터 또는 사용자 웹사이트/온라인쇼핑몰의 구매데이터를 참고하여 학습하게 한 후 자동적으로 트리거 활성화 조건을 트리거 활성화 조건 설정부에 전달하여 설정하게 하는 것을 특징으로 하는 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템을 제공하고자 한다.

발명의 효과

- [0018] 본 발명의 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템은 회원가입 또는 첫 구매 이력이 없는 방문자를 포함한 잠재고객과 기존고객을 대상으로 하여 그 적용 대상이 넓고, 방문조건(예: 유입경로, 영향받은 광고)과 물리적/심리적 상태(예: 날씨, 기온, 지리적 위치, 주가 등)를 판단 조건(Rule)에 포함 시킬 수 있어 보다 구체적인 고객 타겟팅이 가능하고, 웹사이트 내 방문자의 특정행동(이벤트 발생) 여부와 일련된 행동으로 이루어진 행동 패턴으로 이루어진 트리거(마케팅 행동을 실행하게 하는 조건)에 의해 자동적으로 마케팅 기능이 수행되므로 실시간으로 고객별 최적의 시점에 마케팅이 이루어질 수 있는 효과가 있다.
- [0019] 또한, 각 트리거별로 사전에 정해놓은 마케팅 활동(이메일발송, SMS발송, 쿠폰발송, 배너노출, 특정 페이지로의 이동)을 연결하거나 확장하여 작동하게 함으로써 자동화된 사이트 내 구매전환 촉진효과를 얻을 수 있는 효과가 있으며, 이를 구현함에 있어서, 기존 CRM시스템의 구축여부와 웹로그분석 시스템, 추천/개인화 시스템등의 구축여부와 그 절차진행에 따른 인력소모가 없으므로 비용이 절감되고, 기존의 방법에 비해 수집-저장-분석-추출-실행의 단계가 사전 설정된 규칙에 따라 실시간으로 조건별 분기되어 자동적으로 즉시 대응되므로 시간이 절감되고, 고객의 기존 정보와 구매이력 등 CRM 시스템에서 획득될 수 있는 정보보다 방문자의 유입경로/유형 및 사이트 내 행동패턴에 대한 비중을 높임으로써 상대적으로 소홀하게 다루어져왔던 구매 전 잠재고객에 대한 마케팅 성과를 높일 수 있는 매우 유용한 효과가 있다.

도면의 간단한 설명

[0020] 본 명세서에서 첨부되는 다음의 도면들은 본 발명의 바람직한 실시 예를 예시하는 것이며, 발명의 상세한 설명과 함께 본 발명의 기술사상을 더욱 이해시키는 역할을 하는 것이므로, 본 발명은 첨부한 도면에 기재된 사항에만 한정되어서 해석되어서는 아니 된다.

- 도 1은 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템(100)의 전체적인 구성과 흐름을 나타낸 도이다.
- 도 2는 방문자 고유 식별키 생성부(110)의 작동순서와 기능을 나타낸 도이다.
- 도 3은 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)의 작동순서와 기능을 나타낸 도이다.
- 도 4는 실시간 스트림 데이터 저장소(140) 저장 형식의 예시를 이용하여 나타낸 도이다.

도 5는 사용자 정의 트리거 활성화 조건 저장 형식의 예시를 이용하여 나타낸 도이다.

도 6은 트리거 활성화 조건 설정부(160)로서, 사용자가 본 시스템을 사용하기 위해 트리거를 생성하고 트리거 활성화 시 리액션을 등록하는 과정을 나타낸 도이다.

도 7은 웹사이트의 방문자 관점에서 보게 되는 실시간 마케팅 시스템(100)의 작동 예시로서, 방문자가 본 시스템이 적용된 사이트에 방문 후 특정 방문자의 행동패턴에 부합되어 트리거 활성화가 된 경우, 해당 트리거에 정의된 리액션 타입과 콘텐츠를 보게되는 예시도이다.

발명을 실시하기 위한 구체적인 내용

- [0021] 아래에서 본 발명은 첨부된 도면에 제시된 실시 예를 참조하여 상세하게 설명이 되지만 제시된 실시 예는 본 발명의 명확한 이해를 위한 예시적인 것으로 본 발명은 이에 제한되지 않는다.
- [0022] 이하 바람직한 실시예에 따라 본 발명의 기술적 구성을 상세히 설명하면 다음과 같다.
- [0023] 본 발명은 온라인 마케팅의 기본적 단계인 온라인광고-웹사이트방문-전환성과(구매/회원가입 등)의 사이클을 가속화시키기 위해서 광고를 포함한 유입특성으로부터 방문자의 관심사를, 웹사이트 방문 후 행동을 추적하여 전환성과를 높이기 위한 메시지를 전달해야 할 최적의 시점을 사전 설정된 규칙에 기반하여 판단하고 실시간으로 자동화된 방법으로 판매촉진 메시지를 보냄으로써, 비용부담이 큰 CRM시스템, 빅데이터시스템, 개인화 및 추천 엔진등을 이용할 수 없는 온라인 비즈니스 기업에게 저비용으로 고효율의 마케팅 자동화(Marketing Automation) 도구를 제공하도록 한다.
- [0024] 도 1은 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템(100)의 전체적인 구성 과 흐름을 나타낸 도이다.
- [0025] 본 발명의 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템은 실시간 마케팅 시스템(100)을 이용하는 방문자(400)의 방문자 단말(410), 사용자(300)의 사용자 단말(310), 정보제공 사업자(200) 및 제3자 마케팅 시스템(500)과 실시간 마케팅 시스템(100)이 연결되어 실시간 마케팅을 수행하는 데 이다.
- [0026] 상기 실시간 마케팅 시스템(100)은 서버 시스템과 클라이언트 시스템으로 구성되어 있는데, 서버 시스템은 방문자 고유 식별키 생성부(110)와, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)와, 실시간 데이터 스트림 저장소(140)와 트리거 활성화 조건 설정부(160)와 설정 데이터 저장소(150)와, 방문자 행동 외 기타 정보 획득부(130)와 제3자 API 연동 수행부(180)로 구성되어 있으며, 클라이언트 시스템은 방문자 추적 모듈(170)로 구성되어 있고, 방문자 추적 모듈(170)은 방문자 고유 식별키 획득부(171)와 방문자 행동 데이터 전송부(172)와 리액션 수행부(173)의 하위 구성 요소로 구성되며, 사용자(300)가 트리거 활성화 조건 설정부(160)를 통하여 트리거가 활성화될 일련의 조건을 트리거 활성화 조건 설정부(160)에 설정한 후, 설정 데이터 저장소(150)에 저장되게 하며, 방문자(400)가 이벤트를 일으킬 경우 행동 내용이 방문자 행동 데이터 전송부(172)에 의해 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)로 전달되고, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)는 전달된 방문자 행동을 실시간 데이터 스트림 저장소(140)에 저장한 후 설정 데이터 저장소(150)에 저장된 일련의 조건과 비교하여 조건이 만족될 경우 트리거를 활성화하고 리액션 수행부(173) 또는 제3자 API 연동 수행부(180)에 명령을 전달하면, 리액션 수행부(173) 또는 제3자 API 연동 수행부(180)가 설정 데이터 저장소(150)에 저장된 리액션 방법으로 방문자에게 일련의 활동을 실행시키는 방법을 이용하여 방문자에게 실시간으로 타겟팅된 마케팅 활동을 수행하도록 한다.
- [0027] 서버 시스템의 '방문자 고유 식별키 생성부(110)'는, 클라이언트 시스템의 '방문자 고유 식별키 획득부(171)'의 요청에 따라 방문자마다 고유한 키를 발행하는 역할을 하며, 다른 서버 시스템의 구성부와는 독립적으로 작동하고, 도 2를 통해 간략하게 기술하였다.
- [0028] 서버 시스템의 '방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)'는 클라이언트로 부터 방문자(400)의 행동 정보를 수신하고 '실시간 데이터 스트림 저장소(140)'에 저장한 후, 마케팅활동(리액션)의 수행 여부를 판단 하여 '제3자 API 연동 수행부(180)' 또는 클라이언트 시스템의 '리액션 수행부(173)'로 명령을 내리는 역할을 하고, 도 3을 통해 간략하게 기술하였다.
- [0029] 서버 시스템의 '실시간 데이터 스트림 저장소(140)'는 방문자 행동 데이터를 저장하는 역할을 수행하며, 도 4에 기술된 예와 같이 세션마다 발생할 수 있는 데이터(30), 방문자 행동이 발생할 때마다 저장되는 데이터(20) 등을 적재한다.

- [0030] 서버 시스템의 '설정 데이터 저장소(150)'는 '방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)'가 작동하기 위해 사용자(300)가 지정하는 조건을 저장하는 역할을 하며, 도 5에 도시된 바와 같이 일련의 행동양식 등의 트리거 활성화 조건(40)과 그 부속으로 개별의 행동양식을 구성하는 시나리오시퀀스(50)와, 행동양식의 조합이 모두 만족할 경우 활성화될 트리거(60)와, 트리거가 활성화될 경우 명령할 리액션(70)이 연관되어 구성된다.
- [0031] 서버 시스템의 '트리거 활성화 조건 설정부(160)'는 사용자가 방문자의 행동 양식, 방문자 특성, 방문자 데이터 외 데이터 등을 조합하여 '설정 데이터 저장소(150)'에 저장 또는 수정하는 역할을 한다.
- [0032] 서버 시스템의 '방문자 행동 외 기타 정보 획득부(130)'는 상기 '실시간 마케팅 시스템(100)'과 별도의 정보 제공 사업자(200)로부터 획득할 수 있는 정보를 수집하여 트리거 활성화 조건(40)을 구성할 수 있는 요소로 활용할 수 있도록 하며, 정보 제공 사업자(200)는 캘린더 API(210) 및 기후정보 API(220) 등의 기능을 제공하도록 할 수 있으며, 획득할 수 있는 정보의 예로 캘린더 사업자로부터의 사용자의 일정, 주식 정보 사업자로부터 종합주가지수, 날씨 예보 사업자로부터 지역별 강수 확률 등을 획득할 수 있다.
- [0033] 제3자 마케팅 시스템(500)은 메일 발송 시스템 API(510), SMS 발송 API(520) 등의 기능을 제공하도록 하며, 서버 시스템의 제3자 API 연동 수행부(180)는 제3자 마케팅 시스템(500)이 제공하는 메일 발송 시스템 API(510)나 SMS 발송 API(520) 등의 기능을 이용하여 방문자가 사용하는 웹사이트나 애플리케이션이 아닌 다른 매체로의 마케팅을 수행한다.
- [0034] 방문자 추적 모듈(170)은 방문자 고유 식별키 획득부(171)와 방문자 행동 데이터 전송부(172)와 리액션 수행부(173)의 하위 구성 요소로 구성된다.
- [0035] 클라이언트 시스템의 '방문자 추적 모듈(170)' 중 방문자 '방문자 고유 식별키 획득부(171)'는 '방문자 고유 식별키 생성부(110)'로부터 방문자마다 유일한 값을 가지는 키를 획득하는 역할을 하며, 이 키는 방문자 활동을 전송할 때 같이 사용되어 방문자를 구분하는 데 사용된다.
- [0036] 클라이언트 시스템의 '방문자 행동 전송부(172)'는 방문자의 환경, 방문자가 일으키는 여러 행동의 정보를 수집하여 서버 시스템의 방문자 행동을 수집한 후 '방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)'에 수집 정보를 전달하는 역할을 한다.
- [0037] 클라이언트 시스템의 '리액션 수행부(173)'는 서버 시스템의 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)로부터 전달되는 응답에 따라 방문자에게 메시지를 전달하는 일련의 행동을 수행한다.
- [0038] 도 2는 방문자 고유 식별키 생성부(110)의 작동순서와 기능을 나타낸 도로써, 클라이언트 시스템의 '방문자 고유 식별키 획득부(171)'와 서버 시스템의 '방문자 고유 식별키 생성부(110)' 간에 방문자 고유 식별키를 생성하거나 유지시키는 방법을 설명하는 그림이며, 웹사이트에서의 스크립트 임베딩 방식을 예시로 작성하였다.
- [0039] 방문자의 행동을 단일 세션 단위의 scope가 아닌 전역 단위에서 추적하고자 할 때 추적할 수 있는 일관된 키값이 필요하며 이를 명명한 것이 방문자 고유 식별키이다.
- [0040] 예시에서 스크립트로 표시된 부분에 대하여 웹사이트가 아닌 응용 프로그램에서는 프로그래밍 언어로 구현된 코드의 집합 형태(라이브러리)로 모듈 또는 개발도구(SDK)의 형태로도 이용될 수 있다.
- [0041] 도 2에서와 같이, '방문자 고유 식별키 획득부(171)'가 방문자의 클라이언트에서 실행되면(S201), 클라이언트의 저장소(예시에서는 쿠키)에서 방문자 고유 식별키가 존재하는지 검사하고, 존재할 경우 그 값을 재사용 하며(S208), 그렇지 않을 경우 방문자 고유 식별키 생성부(110)로 키를 요청하게 된다(S203).
- [0042] 이때 '방문자 고유 식별키 획득부(171)'에서 읽고, 쓸 수 있는 쿠키는 사용자(300)의 웹사이트 도메인이나 IP로 발행되는 1사 쿠키이며, '방문자 고유 식별키 생성부(110)'를 포함하는 실시간 마케팅 시스템의 도메인으로 3사 쿠키가 발행될 수 있다.
- [0043] '방문자 고유 식별키 생성부(110)'는 과거에 3사 쿠키가 발행된 이력이 있는지 HTTP Cookie 헤더값을 검사하여(S204) 값이 존재할 경우 유일한 키값을 생성하지 않고 기존의 값을 그대로 반환하며(S207), 값이 존재하지 않는 경우 무작위 값을 이용하여 고유한 키값을 생성하고(S205) 이를 HTTP 응답 헤더의 Set-Cookie 항목을 이용하여 발행한다(S206).
- [0044] '방문자 고유 식별키 생성부(110)'에 의해 생성되거나 재확인된 사용자 고유 식별키는 클라이언트의 '방문자 고유 식별키 획득부(171)'에 응답되어 다시 1사 쿠키로 저장된다(S208).

- [0045] 도 3은 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)의 작동순서와 기능을 나타낸 도로써, 방문자(클라이언트)(400)의 행동이 서버쪽으로 전송되고 행동을 판별하여 다시 방문자에게 리액션을 일으키는 일련의 과정을 그린 그림이며, 웹사이트에서의 스크립트 임베딩 방식을 예시로 작성하였다.
- [0046] 먼저 방문자(400)가 사용자의 웹사이트에 방문하게 되면, '방문자 추적 모듈(170)'이 임베딩된 HTML을 내려받게 되고 '방문자 추적 모듈(170)'은 순차실행 스크립트로써 자동으로 실행된다.
- [0047] '방문자 추적 모듈(170)'의 부속인 '방문자 고유 식별키 획득부(171)'와 '방문자 행동 데이터 전송부(172)'는 순차 실행 스크립트로써 자동으로 실행되거나 의도적인 요청에 의해 실행되고, '리액션 수행부(173)'는 요청에 의해 실행된다.
- [0048] '방문자 추적 모듈(170)'의 부속인 '방문자 행동 데이터 전송부(172)'가 최초 실행되면(S301) 세션이 생성되고, 세션이 만료되기 전에 방문자의 행동이 발생할 때마다 세션 만료 기간이 연장되며(S302~S306), 이 과정에 포함된 방문자 고유 식별키의 확인(S306)(이전의 도 2 과정)은 '방문자 행동 데이터 전송부(172)'가 실행되기 전에 먼저 수행되어도 무방하다.
- [0049] 또한, 방문자 행동 데이터 전송부(172)를 생략하고, 네트워크 패킷 스니핑(Network Packet Sniffing)의 방법을 이용하여 방문자 또는 모바일앱 사용자의 행동 데이터를 판별하도록 하는 것도 동일한 기능이 수행된다.
- [0050] 도 4는 실시간 스트림 데이터 저장소(140) 저장 형식의 예시를 이용하여 나타낸 도이며, 쿠키 값에서 획득할 수 있는 누적 방문 횟수, 평균 방문 간격 등 추가 데이터는 표에서 생략하였다.
- [0051] 세션키, 방문자 고유 식별키의 획득이 끝나면 방문자의 환경(도 4-30)을 포함하여, 주요 정보인 방문자 행동 정보(도 4-20)를 획득하여 '실시간 스트림 데이터 저장소(140)'에 도 4와 같은 유형으로 저장한다(S308).
- [0052] 방문자의 환경(도 4-30) 정보로는 매핑을 통한 방문자의 성별, 연령대, 등급과 같은 방문자 특성이나 누적 방문 횟수(도 4-35), 방문 간격(도 4-31,34,35를 이용하여 연산), 기타 매핑을 통한 사용자 정의값 등이 사용될 수 있다.
- [0053] 방문자 행동 정보(도 4-20)로는 랜딩(세션의 시작 - 웹사이트에 도달), 페이지 뷰(로딩), 클릭, 특정 페이지 도달, 상품 조회, 장바구니 담기, 주문, 게시글 작성 등의 이벤트 유형(도 4-25)을 코드화한 코드, 코드를 보충할 문장 또는 텍스트(도 4-26), 방문자의 유입경로(referrer)(도 4-27), 현재 페이지 URL(도 4-28), 이벤트의 발생 시각(도 4-21), 발생 순서(도 4-24) 등이 사용될 수 있다.
- [0054] 도 5는 사용자 정의 트리거 활성화 조건 저장 형식의 예시를 이용하여 나타낸 도이다.
- [0055] 상기와 같이, 수집된 정보는 도 5에서 기술된 형태의 설정을 참조하여 트리거를 활성화할 것인지 검사하게 되고 (S309), 트리거가 활성화 되면(S310), 이미 중복으로 리액션을 발생시키는 것을 회피하여(S311), 정의된 리액션 (도 5-70)을 발생시키게 한다.
- [0056] 트리거가 활성화 되면, 도 5-70과 같이 정의된 리액션을 찾아 '리액션 수행부(173)'로 콜백 명령을 전달하고 (S314), '리액션 수행부(173)'에 의해 리액션 수행이 완료되면, 다시 '방문자 행동 데이터 전송부(172)'로 수행 결과를 전송하여(S316), 리액션 이력을 저장할 수 있도록 하여 S311 단계에서 중복으로 리액션이 발생하는 것을 회피할 수 있도록 한다.
- [0057] S314~S316 과정은 정의된 리액션(도 5-70)의 종류에 따라 '리액션 수행부(173)'로 콜백하는 대신 '제3자 API 연동 수행부(180)'를 이용하여 '제3자 마케팅 시스템(500)'의 기능을 이용하고 그 결과를 수신하는 것으로 대체가 가능하다.
- [0058] 도 6은 트리거 활성화 조건 설정부(160)로서, 사용자(300)가 본 시스템을 사용하기 위해 트리거를 생성하고 트리거 활성화 시 리액션을 등록하는 과정을 나타낸 도이다.
- [0059] 도 6은 사용자(300)가 '트리거 활성화 조건 설정부(160)'를 통하여 '설정 데이터 저장소(150)' 트리거 활성화 조건을 도 5에서 기술된 형태의 설정을 저장할 수 있도록 하는 방법을 기술하고 있으며 다음의 과정을 진행한다.
- [0060] 사용자가 트리거를 등록(S602)하고, 트리거를 활성화할 조건 - 방문자의 환경(도 4-30)(S603), 방문자 행동 정보(도 4-20)(S604) - 을 정의한 후, 트리거가 활성화 될 경우 실행할 리액션(도 5-70)을 저장한다.
- [0061] 상기와 같이, 사용자(300)가 트리거 활성화 조건 설정부(160)를 통하여 트리거가 활성화될 일련의 조건을 트리거 활성화 조건 설정부(160)에 설정한 후, 방문자(400)가 이벤트를 일으킬 경우 행동 내용이 방문자 행동 전송부

(172)에 의해 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)로 전달되고, 방문자 행동 추적과 리액션 명령부(120)는 전달된 행동을 실시간 데이터 스트림 저장소(140)에 저장한 후 설정 데이터 저장소(150)에 저장된 일련의 조건과 비교하고, 설정 데이터 저장소(150)의 조건에 정보제공사업자(200)의 조건이 포함된 경우, 방문자 행동 외 기타 정보 획득부(130)를 통해 기타 정보를 비교하여 조건이 만족될 경우 트리거를 활성화하고 리액션 수행부(173) 또는 제3자 API 연동 수행부(180)에 명령을 전달하면, 리액션 수행부(173) 또는 제3자 API 연동 수행부(180)가 설정 데이터 저장소(150)에 저장된 리액션 방법으로 방문자에게 일련의 활동을 실행시키는 방법을 이용하여 방문자에게 실시간으로 타겟팅된 마케팅 활동을 수행하도록 한다.

[0062] 또한, 트리거 활성화 조건 설정부(160)에 설정함에 있어서 트리거 활성화 조건 설정부(160)에서 생성되어 설정데이터 저장소(150)에 저장될 트리거 활성화 조건을 사용자 단말(310)을 통해 사용자(300)가 수행하지 않고, 제3의 머신러닝(기계학습) 소프트웨어 또는 시스템을 이용하여 실시간 스트림 데이터 저장소(140)의 데이터 또는 사용자 웹사이트/온라인쇼핑몰의 구매데이터를 참고하여 학습하게 한 후 자동적으로 트리거 활성화 조건을 트리거 활성화 조건 설정부(160)에 전달하여 설정하게 되는 것도 가능하다.

[0063] 도 7은 방문자(400) 관점에서 보게되는 실시간 마케팅 시스템(100)의 작동 예로, '리액션 수행부(173)'의 작동으로 방문자 웹사이트에서 토스트 배너 형태의 알림(81), '제3자 API 연동 수행부(180)'을 이용한 SMS(82), 이메일(83) 등을 활용하여 마케팅을 수행할 수 있다.

[0064] 상기와 같은 본 발명의 사이트 방문자의 웹페이지 내 일련의 행동에 따른 자동화된 실시간 마케팅 시스템(100)은 회원가입 또는 첫 구매 이력이 없는 방문자를 포함한 잠재고객과 기존고객을 대상으로 하여 그 적용 대상이 넓고, 방문조건(예: 유입경로, 영향받은 광고)과 물리적/심리적 상태(예: 날씨, 기온, 지리적위치, 주가 등)를 판단조건(Rule)에 포함시킬 수 있어 보다 구체적인 고객 타겟팅이 가능하고, 웹사이트 내 방문자의 특정행동(이벤트 발생) 여부와 관련된 행동으로 이루어진 행동 패턴으로 이루어진 트리거(마케팅 행동을 실행하게 하는 조건)에 의해 자동적으로 마케팅 기능이 수행되므로 실시간으로 고객별 최적의 시점에 마케팅이 이루어질 수 있는 효과가 있다.

[0065] 또한, 각 트리거별로 사전에 정해놓은 마케팅 활동(이메일발송, SMS발송, 쿠폰발송, 배너노출, 특정 페이지로의 이동)을 연결하거나 확장하여 작동하게 함으로써 자동화된 사이트 내 구매전환 촉진효과를 얻을 수 있는 효과가 있으며, 이를 구현함에 있어서, 기존 CRM시스템의 구축여부와 웹로그분석 시스템, 추천/개인화 시스템 등의 구축 여부와 그 절차진행에 따른 인력소모가 없으므로 비용이 절감되고, 기존의 방법에 비해 수집-저장-분석-추출-실행의 단계가 사전 설정된 규칙에 따라 실시간으로 조건별 분기되어 자동적으로 즉시 대응되므로 시간이 절감되고, 고객의 기존 정보와 구매이력 등 CRM 시스템에서 획득될 수 있는 정보보다 방문자의 유입경로/유형 및 사이트 내 행동패턴에 대한 비중을 높임으로써 상대적으로 소홀하게 다루어져왔던 구매 전 잠재고객에 대한 마케팅 성과를 높일 수 있는 매우 유용한 효과가 있다.

[0066] 지금까지 본 발명은 제시된 실시 예를 참조하여 상세하게 설명이 되었지만 이 분야에서 통상의 지식을 가진 자는 제시된 실시 예를 참조하여 본 발명의 기술적 사상을 벗어나지 않는 범위에서 다양한 변형 및 수정 발명을 만들 수 있을 것이다. 본 발명은 이와 같은 변형 및 수정 발명에 의하여 제한되지 않으며 다만 아래에 첨부된 청구범위에 의하여 제한된다.

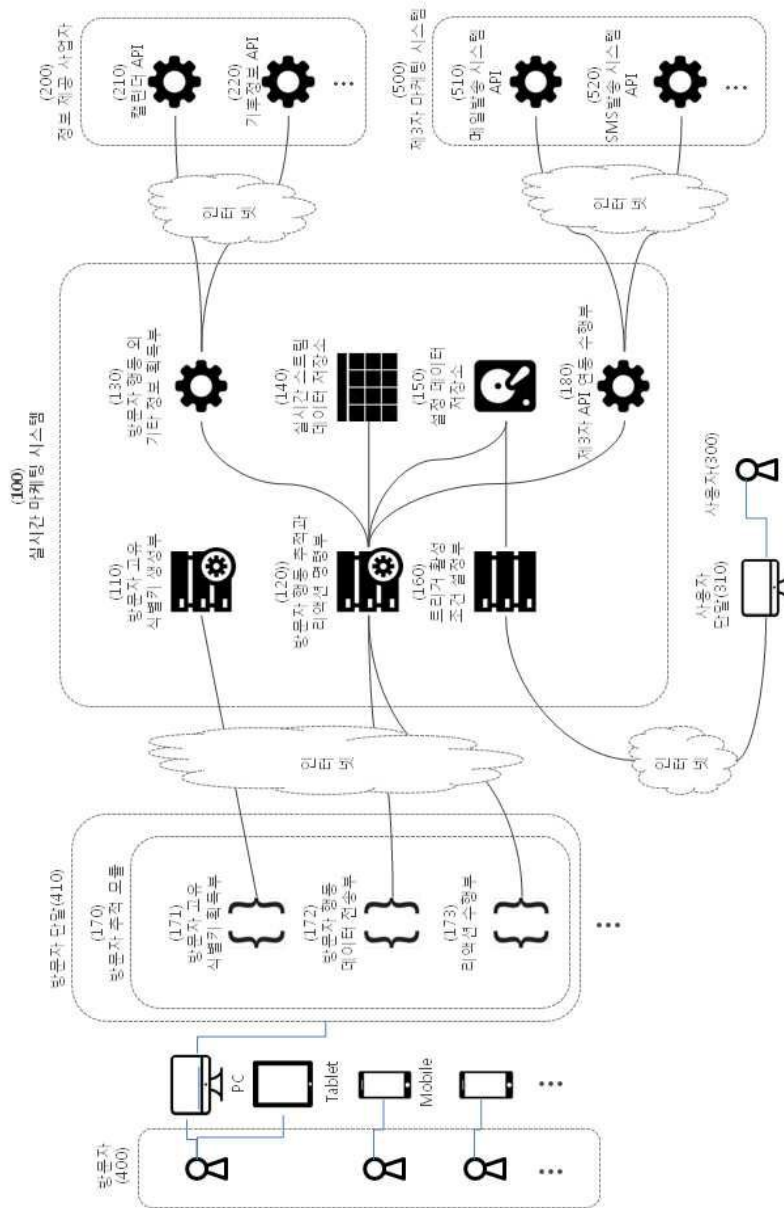
부호의 설명

- [0067] 100 : 실시간 마케팅 시스템
- 110 : 방문자 고유 식별키 생성부
- 120 : 방문자 행동 추적과 리액션 명령부
- 130 : 방문자 행동 외 기타 정보 획득부
- 140 : 실시간 스트림 데이터 저장소
- 150 : 설정 데이터 저장소
- 160 : 트리거 활성화 조건 설정부
- 170 : 방문자 추적 모듈
- 171 : 방문자 고유 식별키 획득부

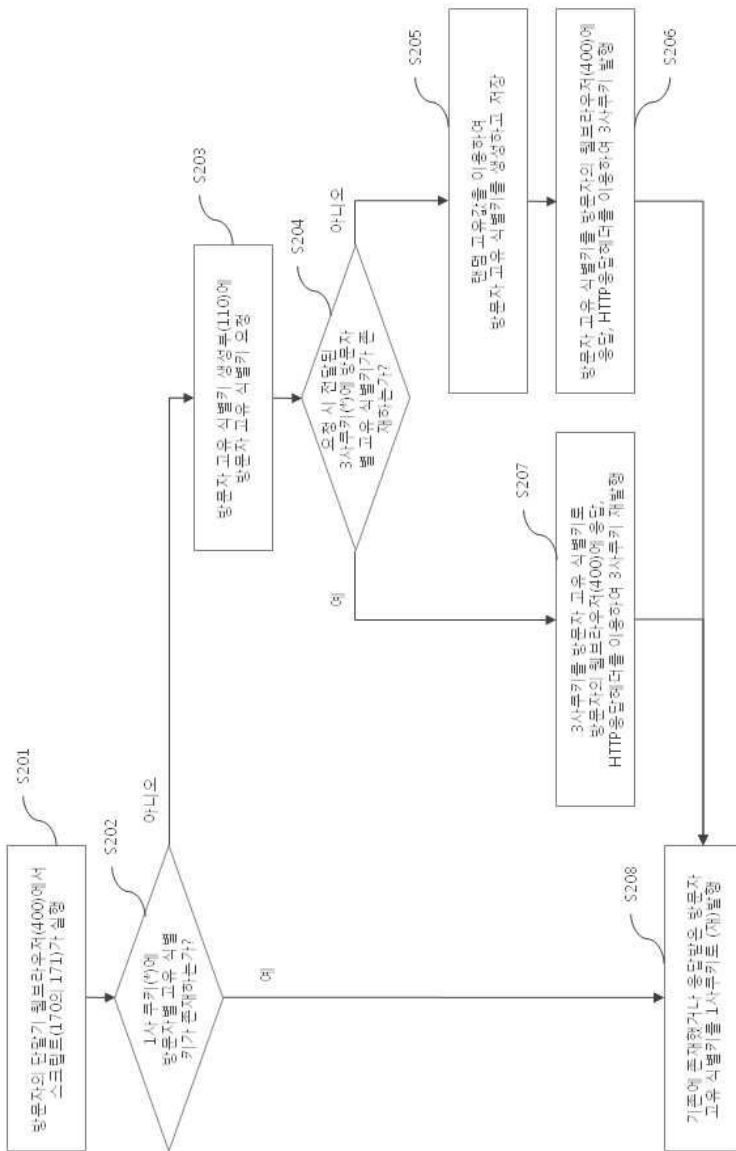
- 172 : 방문자 행동 데이터 전송부
- 173 : 리액션 수행부
- 180 : 제3자 API 연동 수행부
- 200 : 정보 제공 사업자
- 210 : 캘린더 API
- 220 : 기후정보 API
- 300 : 사용자
- 310 : 사용자 단말
- 400 : 방문자
- 410 : 방문자 단말
- 500 : 제3자 마케팅 시스템
- 510 : 메일발송 시스템 API
- 520 : SMS 시스템 API

도면

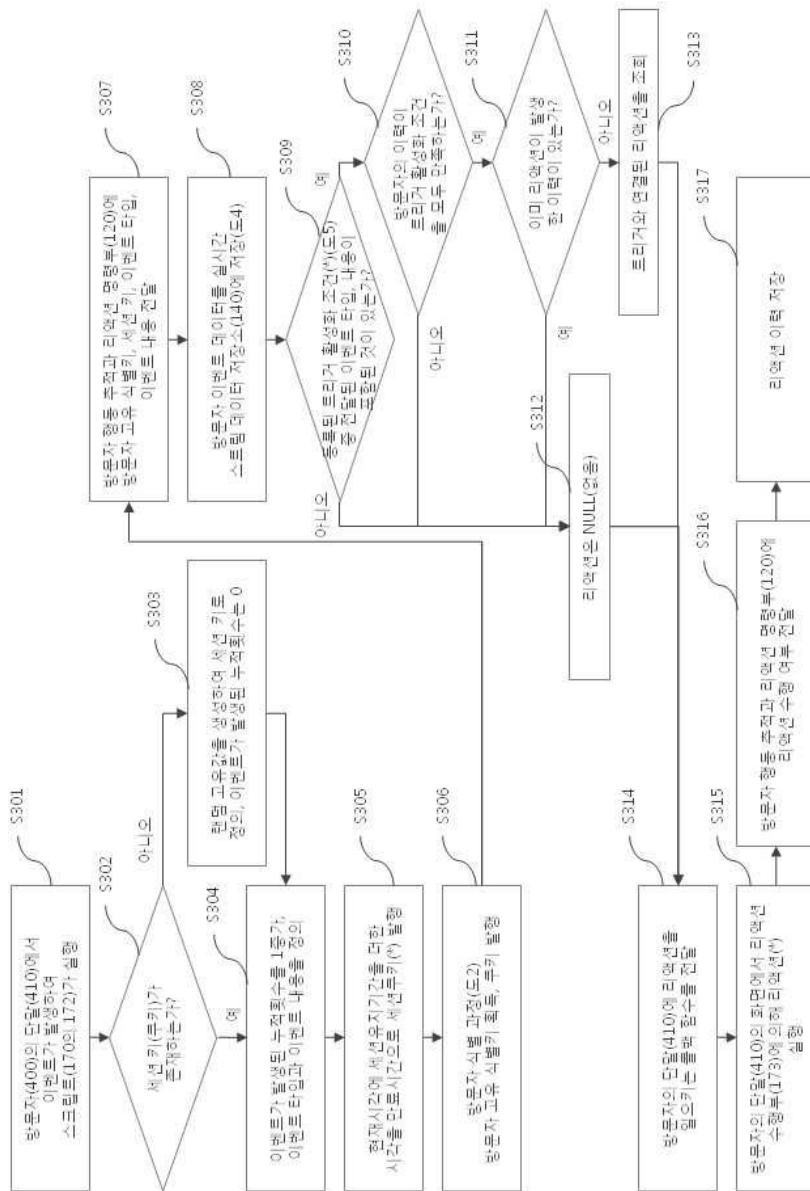
도면1



도면2



도면3



도면4

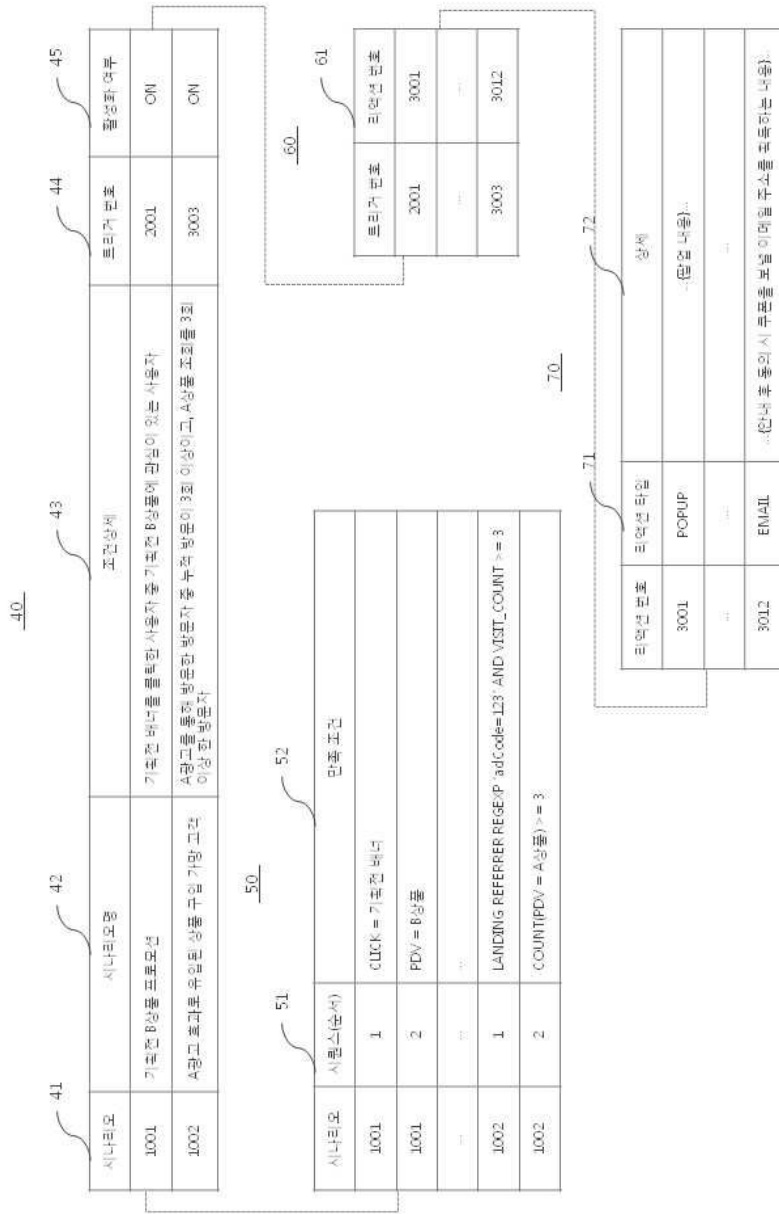
_ 20 _

21	22	23	24	25	26	27	28	27
일시	방문자 고유 식별키	세션 키	시퀀스	이벤트 타입	이벤트 내용	방문 경로	페이지 URL	페이지 식별코드
2015-01-22 13 51 22	ab8d2c779card45a c8c9	a7d34cee1ba67d ba1eb	1	LANDING		http://some.ad.site/?adCode =123	http://my.site.com/	(NULL)
2015-01-22 13 51 27	ab8d2c779card45a c8c9	a7d34cee1ba67d ba1eb	2	PAGEVIEW	UD001	http://my.site.com/	http://my.site.com/event.ht ml?text=10	UD001
2015-01-22 13 51 39	ab8d2c779card45a c8c9	a7d34cee1ba67d ba1eb	3	PAGEVIEW		http://my.site.com/event.ht ml?text=10		(NULL)
2015-01-22 13 52 25	ab8d2c779card45a c8c9	a7d34cee1ba67d ba1eb	4	CLICK	기획권배너			
2015-01-22 13 52 32	ab8d2c779card45a c8c9	a7d34cee1ba67d ba1eb	5	PDV	A상품		http://my.site.com/item/vie w?itemCode=1001	PDV
2015-01-22 13 52 48	ab8d2c779card45a c8c9	a7d34cee1ba67d ba1eb	6	PDV	B상품	http://my.site.com/item/view ?itemCode=1001	http://my.site.com/item/vie w?itemCode=1004	PDV
2015-01-22 13 53 03	ab8d2c779card45a c8c9	a7d34cee1ba67d ba1eb	7	PDV	C상품	http://my.site.com/item/view ?itemCode=1004	http://my.site.com/item/vie w?itemCode=1001	PDV

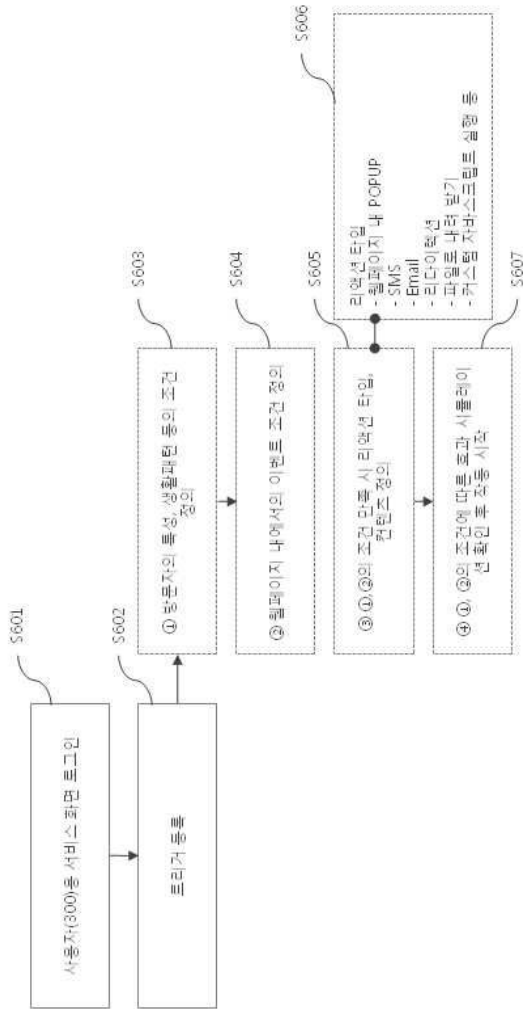
_ 30 _

31	32	33	34	35	36	37	38	39
일시	방문자 고유 식별키	세션 키	추출방문일시	방문교구	User-Agent Header 값	IP주소	국가	시도
2015-01-22 13 51 22	ab8d2c779card45a8c9	a7d34cee1ba67c1ba1eb	2015-01-20 13 51 22	4	Mozilla/5.0 (Mac...	123.123.123.123	KR	SEOUL
..								

도면5



도면6



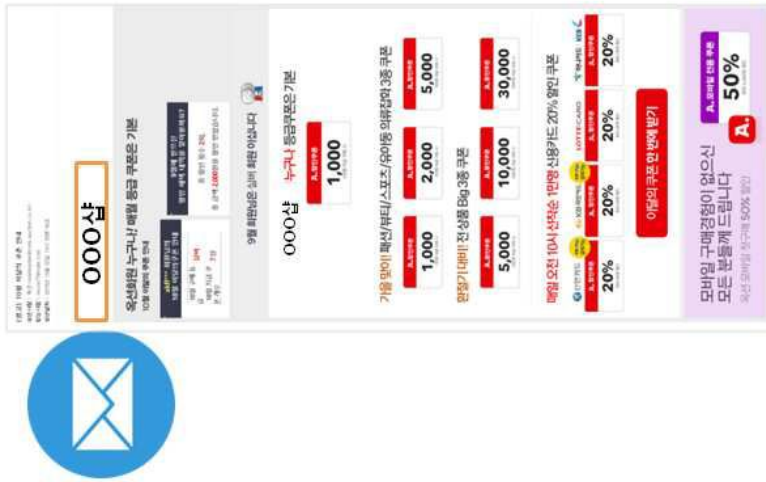
도면7

① 방문자 행동 분석 결과 리얼타임 평점(1.20)에서 리얼타임 수평복(1.73)에 의해 이자나 텍스트뷰 푸노클이 수평되게 한 경우



81

② 방문자 행동 분석 결과 리얼타임 평점(1.20)에서 이자나 텍스트뷰 푸노클이 수평되게 한 경우



③ 방문자 행동 분석 결과 리얼타임 평점(1.20)에서 SMS 발송을 보낼 경우



82