성장을 이끄는 No.1 Partner

BizSpring Data Management 소개서



Contents

01
비즈스프링 소개

BizSpring 소개
BizSpring 주요 사업영역

02
제휴 모델 개요

파트너십 방식 개요
아키텍쳐 모델

03
제휴 모델 활용 사례

데이터 쉐어(Data Share) 방식
프라이빗 DMP 구축 활용 사례

04
비용 체계

05
기타 참고 사항



01

비즈스프링 소개

데이터와 기술을 이용하여 비즈니스를 쉽고 스마트하게 하는 사람들

회사소개 • 일반현황

㈜비즈스프링은 2002년부터 **온라인 고객 행동과 마케팅에 특화된 빅데이터 분석 기술**을 선도해 온 국내 대표적인 e-Business 솔루션 기업입니다.
대표적인 솔루션 BizSpring LOGGER™를 통해 **실시간 웹 분석부터 마케팅 효과 측정까지, 데이터 기반의 과학적인 의사 결정을 지원**합니다.
20여 년간 축적된 기술력을 바탕으로 다양한 솔루션과 데이터를 제공하며, 고객의 e-Business 성장을 위한 최적의 파트너로 자리매김하고 있습니다.

BizSpring®

회사명	㈜비즈스프링
대표자	구자훈, 이철승
설립연도	2002년 2월
웹사이트	www.bizspring.co.kr
사업분야	• 광고 DMP구축 – 터치애드 광고 시스템 연계 구축 • 디베이스엔 광고대행사 전용 T-base 솔루션 구축 • SK플래닛 비즈스프링 텍사노미 데이터 익스체인지 • Appier Bizspring 데이터 익스체인지 • NHN에이스 관심사 타겟팅 데이터 공급
사업장주소	서울특별시 성동구 광나루로 130 서울숲IT캐슬 14층 1410호
전화/팩스	02-6919-5516 / 02-6919-5599

회사소개 • 연혁 및 수상

01

GS(Good Software) 품질인증 획득

ScriptEmbedding방식의 웹분석 솔루션으로는 최초로 ‘Logger™’ TTA GS(Good Software) 품질인증(인증번호 05-0134)을 획득

02

우수 ASP 서비스부문 선정

한국 IT 렌탈산업협회에서 2007년 상반기 ‘BEST ASP Servi-ce in Korea’ 우수 ASP 서비스부문에 선정

03

신 S/W 상품대상 추천작 선정

전자신문/한국정보산업연합회 주최의 ‘신 S/W 상품대상 추천작’으로 선정

04

디지털이노베이션 대상, 최우수상 수상

제4회 디지털이노베이션 大賞에서 실시간 웹사이트 분석 서비스 ‘Logger™’ 최우수상 수상업체로 선정

05

특허등록 및 출원

‘실시간 마케팅 시스템’ (제10-1931551호) 특허등록
‘웹사이트 방문자 시각화’ (제10-0686929호)
‘웹페이지 클릭분포 시각화’ (제10-0835905호) 특허등록

2025

'LG전자' 해외영업본부 글로벌 OBS(Online Brand Shop) 데이터 분석
‘LG전자’ Data Mart 개발 Partnership
'네스프레소' 데이터 엔지니어링 및 분석 컨설팅 - Business Growth & CX Optimization Partnership

2024

'LG전자' 해외영업본부 글로벌 OBS(Online Brand Shop) 데이터 분석
‘LG전자’ Data Mart 개발 Partnership
'캘러웨이골프코리아' GA × Google BigQuery 데이터 엔지니어링
'네스프레소' 데이터 엔지니어링 및 분석 컨설팅 - Business Growth & CX Optimization Partnership
'LG U+' 데이터 분석 컨설팅 - 개인화 캠페인 성과 분석
'런커뮤니케이션즈' 타깃 마케팅 오디언스 설계 및 시스템 구축과 운영
'바이너리큐브' 타깃 오디언스 마케팅 - Technical Partner
2024년 산업맞춤형 혁신바우처 공급기업 등록

2023 ~ 2018

온라인 통합 마케팅 솔루션 Growth Platform SaaS 전환
‘2023년 유망 SaaS 개발·육성 지원’ 우수 과제 기업 선정
‘2023 대한민국 디지털 광고 대상’ 애드테크 부문 수상
‘메트라이프’ Data Readiness Discovery Consulting
‘네스프레소’ Target Audience Manager - GP TAM ‘EASYQUERY SOLUTION’ 구축
‘LG U+’ 데이터 분석 컨설팅 - 개인화 캠페인 성과 분석
광고 DMP 구축 – 카드 이용행태 데이터 기반
부산일보 개인화 추천 시스템 및 개인화 마케팅 솔루션 구축

BizSpring®

MarTech & AdTech 분야
솔루션 및 데이터 전문 기업

회사 소개서 다운로드 →

비즈스프링은 2002년부터 온라인 고객행동과 마케팅에 특화된 데이터의 수집/적재/분석/리포팅 기술을 기반으로 공공/전자상거래/브랜드 웹사이트 채널, 광고/마케팅 에이전시 및 MarTech & AdTech 분야 플랫폼 기업에게 필요한 기술, 솔루션, 3rd party 데이터를 SaaS 형태 및 On-Premise 형태로 제공해왔습니다.

점차 시장 트렌드와 기업 요구에 맞춰 확장되면서, **MarTech & AdTech 연관된 솔루션/서비스와 고객 행동 데이터를 중심으로한 CDP(Customer Data Platform) 관련 기술과 엔진/모듈, 광고의 통합 운영관리 플랫폼**으로 자연스럽게 확장된 상품을 제공하고 있습니다. 최근에는 머신러닝 및 인공지능의 활용에 관심이 증가되면서, 기존 보유하고 있었던 **추천/개인화 엔진 및 마케팅자동화 엔진에 더해, 국내외 유수의 머신러닝/인공지능 기관 및 연구진과 협업을 통해 많은 기업이 쉽게 접근 할 수 있도록 상품화**를 하고 있습니다.
이처럼 기업과 시장의 요구에 맞춰 앞선 요구사항을 해결하는 과정에서, 자연스럽게 다양한 데이터 엔지니어링 역량과 데이터 관련 컨설팅 역량을 갖추게 되었으며, 이를 적극적으로 공유하고 가치를 나누기 위해서 **기업이 보다 쉽고 스마트하게 데이터 드리븐 영역으로 움직일 수 있도록 컨설팅/서비스를 제공하고 있습니다.**

회사소개 • 주요 사업영역

AD-Tech & Mar-Tech

LOGGER™

- 웹로그 데이터 분석과 채널/매체/소재 레벨의 성과기여모델 분석 제공
- 온라인 마케팅 성과 분석과 잠재고객 행동유형 기반의 데이터 분석

ADMONSTER™

- 지능화된 키워드광고 입찰 및 관리
- 프로그래매틱바잉과 키워드 기반의 리타겟팅 플랫폼 제공

BOOST™

- 지능화된 키워드광고 입찰 및 관리

웹로그 분석 솔루션 구축
매일신문, 강원일보, 농협손해보험, 알리안츠생명, 신한금융투자, 기업은행, 미래에셋, 아디다스, 엘지유플러스, 기상청 外

웹로그 분석 솔루션 공급
뉴발란스, 이투스교육, 한화투자증권, NICE지키미, 한국청소년진흥원 外

온라인 광고분석 어트리뷰션 솔루션 제공
CJ오쇼핑, 도미노피자, 29CM, 알라딘 外

DMP · CDP · 개인화마케팅

- 머신러닝/인공지능 활용을 위한 다양한 데이터 항목과 속성값 분류체계의 구조화된 빅데이터 구축

Target Audience Manager™

- 이동경로, 구매정보 등을 통한 커스터머져니 분석을 위한 조회 및 추출
- 고객 정보 및 CRM 데이터(1st Party)와 3rd Party의 행동 성향 데이터까지 고객의 모든 데이터를 통합하여 단일 고객 프로파일을 구축
- 정밀한 타겟 마케팅을 위한 데이터 제공
- 광고 플랫폼 활용 및 DMP 적용

런커뮤니케이션즈 (2024)
타겟 마케팅 오디언스 설계 및 시스템 구축

바이너리큐브 (2024)
타겟 오디언스 마케팅 Technical Partner

네스프레소 (2023)
GP TAM 'EASYQUERY SOLUTION' 구축

부산일보 (2021)
AI/ML 기반으로 한 기사 추천 시스템 및 개인화 마케팅 솔루션 구축

(주)디엑스이 (2018~2019)
광고대행사 전용 솔루션 T-BASE 구축

Data Engineering

- CDP/DMP/CRM 연계 및 온라인 광고 캠페인 데이터의 병합과 연동
- 고객행동, 광고 캠페인, 상품/콘텐츠 데이터의 수집/적재/병합
- 마케팅 플랜/목적에 맞는 데이터 운용 계획과 툴을 제안, 적용하여 프로젝트 수행
- 복잡한 측정/검증 환경에서 커스텀 트래킹을 직접적으로 수행
- 기업이 활용하고 있는 다양한 마케팅 채널 및 API 연동을 통해서 개인화된 마케팅 환경을 구현

LVMH (2022)
CRM DATA Cleaning For CDP

롯데카드 (2021)
행동 데이터 정보계 데이터 엔지니어링

SK스토아 (2021)
SK스토아 정보계 구축 참여 : Web/App 고객별 행동로그 수집 및 데이터 가공/통합/적재

Appier (2019)
비즈스프링 데이터 익스체인지

SK플래닛 / NHN에이스 (2017~2018)
비즈스프링 텍사노미 데이터익스체인지

AI · ML

- 머신러닝/인공지능 활용을 위한 클라우드-빅데이터 환경 구축
- AI 바우처 지원사업 프로젝트 실행(2020 ~2021)
- AI/ML 마케팅 개인화 솔루션 Target Audience Manager™
- 기존 인력에 의해서는 발견할 수 없었던 새로운 타깃 및 가망고객/상품/미디어채널을 찾아내어 새로운 전략을 수립하고 실행
- 한·캐나다 국제공동 AI 기술 개발 프로젝트 실행

예지솔루션 (2022)
다수의 캠페인 수행 효율화를 위한 AI 기반 자동화 분석 및 관리 플랫폼 구축

부산일보 (2021)
AI/ML 기반으로 한 기사 추천 시스템 및 개인화 마케팅 솔루션 구축

키스톤 마케팅 컴퍼니 (2020)
빅데이터 기반 머신러닝을 이용한 광고/마케팅 성과 예측 솔루션 Adpebble 구축

LG상남도서관 (2019)
실시간 인기 콘텐츠 분석 및 맞춤 콘텐츠 추천

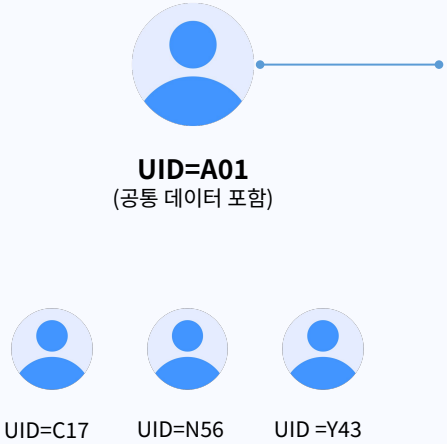
보유 데이터

다양한 기준의 Audience Data를 수집 및 분석하고 있으며,
광고주가 자체 수집한 1st Party Data와 다양한 웹서비스로부터 수집된 3rd Party Data를 함께 이용할 수 있습니다.

비즈스프링 주요 수집 데이터				
사용자 정보(공통)	웹/모바일웹 정보(공통)	제품 정보(관심사)	사이트 외부(관심사,행동)	사이트 내부(관심사,행동)
Unique id	Browser	Product Name	Referrer url	신규방문
Session id	해상도	Manufacturer name	Javascript Enabled	Language
방문시간	OS	Order Amount	Product Name Display	Contents Path
아이피	Cookie	Order Product	Document path	Page Identify
방문횟수	Java Enabled	Order EA	Document Query string	Site Category Code
Referrer	호스팅 정보	Order Count	Document Title	Campaign Code
Member Gender	폰 기종		우회 Referrer	Viral Code
Member Age	제조사		우회 Query String	Color Depth
일첫방문여부				Click Event(예 : 장바구니)
주첫방문여부				Inner Search Keyword
월첫방문여부				Insert Timedate
				Insert Day
				Reserved Key

Audience Data 예시

1명의 Audience 기준으로 방문했던 사이트 히스토리, 관심 키워드, 관심 상품, 장바구니 상품들, 구매했던 상품들, 구매력 등을 알 수 있습니다.



구분	데이터	시간	방문수
방문했던 사이트	NAVER.COM	2025.06.12 11:21:49	5
	DAUM.NET	2025.06.13 13:10:19	3
	NATE.COM	2025.06.14 09:56:35	1
광고상품	네이버 쇼핑 광고배너	2025.06.12 11:21:49	2
	구글 키워드 검색 광고	2025.06.13 13:10:18	2
사이트 카테고리	원피스	2025.06.12 11:30:05	2
	헤어	2025.06.13 13:30:32	2
	구두	2025.06.14 09:59:28	1
유입 검색어	청치마	2025.06.12 11:20:59	2
	오피스룩 추천	2025.06.13 13:10:18	2
	30대 여성 원피스	2025.06.15 14:23:43	2
구매상품	C3121 원피스 총 1개	2025.06.13 18:00:43	2
	T5510 정장구두, T5520 정장구두 총 2개	2025.06.19 22:14:22	1
구매비용	50,000원	2025.06.13 18:00:43	2
	129,000원	2025.06.19 22:14:22	1

기본적인 고객 정보 데이터(OS, 모바일기기 등) + 유사 성향 데이터(산업군 카테고리, 방문사이트, 유입채널, 검색어)

Audience Data 예시 • 키워드 관심사

키워드는 고객의 관심사/흥미/니즈를 불러 일으키는 최대의 관심사의 key 중 하나입니다.
사용자의 최근 검색어들을 조합/분석/추출 하여 새로운 캠페인 및 관심 타겟팅 데이터로 활용할 수 있습니다.



예상 데이터

타깃 : 30대 여성
직업군 : 직장인
이벤트 : 여름휴가

.
.
.

커스터머 져니의 연결 (연속성 유지)

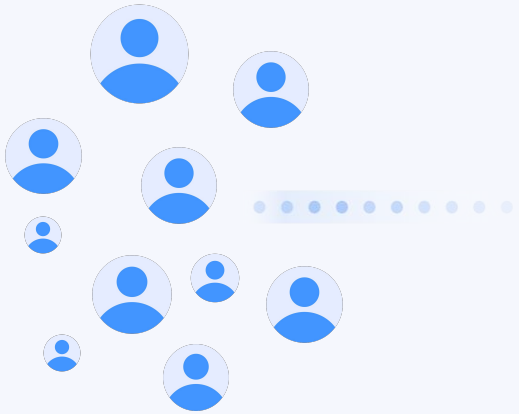
외부 디지털 마케팅 채널을 통해 유입된 잠재 고객에게 랜딩페이지 이후 일관되고 최적화된 고객 경험을 제공하여 캠페인의 최종 성과를 극대화합니다.

개인화된 맞춤 메시지

구매이력, 관심사와 성향, 행동 패턴 등의 다양한 고객 데이터를 기반으로 개인화된 맞춤 메시지를 적절한 시점에 제안합니다.

Audience Data 예시 • 산업 카테고리 (In-Market)

6천여개 웹 서비스를 기준으로 다양한 산업군별 Data의 표준 세그먼트를 제공하고 있으며, 업종별 추천 Audience를 추출할 수 있습니다.



건강/의학	스포츠/레저
게임	엔터테인먼트
교육/학원	여행
온라인교육	유통/판매/운송
금융/부동산	정치/행정
뉴스/미디어	제조
비즈니스/경제	커뮤니티
사회/문화/종교	서비스
생활/가정/취미	정보통신/IT
쇼핑	인터넷/컴퓨터
.	.
.	.
.	.

Target Audience 및 캠페인 계획 수립

데이터에 근거하여 캠페인 계획을 효율적으로 수립할 수 있으며 타깃 Audience 및 고객 구매 여정을 함께 추적합니다.

카테고리 지표 제공

비즈스프링 내 고객을 산업 군 별로 카테고리화 하여 세그먼트 지표의 데이터로 활용하며 산업군 별 특징을 발견하여 마케팅 실행 방안으로 제시합니다.

모수 • 타게팅 모수

웹PC/모바일웹 기준, 쿠키 기반의 유니크 한 모수 (2025년 7월 기준)
일 250만 Audience, 월 3,100만 Audience Data를 제공합니다.





02

제휴 모델 개요

비즈스프링은 20여 년간 축적한 데이터 분석 경험을 바탕으로,
국내 약 3천만 MAU(월간 순 이용자)의 웹사이트 방문 로그 데이터를 비식별화하여 보유하고 있습니다.

파트너십 방식 개요

데이터쉐어(Data Share) 모델

빠른 구축 & 실시간 동기화

BizSpring 데이터를 연동하고 공유하는 방식입니다.
기존 인프라를 활용해 빠르게 데이터 협업을 시작할 수 있습니다.

핵심 특징

- 별도 인프라 구축 없이 API 연동 중심
- BizSpring의 데이터 수집/처리 파이프라인 활용
- 범용적 데이터 세그먼트 생성 및 공유

이런 기업에 적합

- 빠른 구축이 필요한 경우
- 데이터 인프라 투자 대비 선호하는 가치가 필요한 기업
- 다양한 채널의 데이터를 통합적으로 관리하려는 기업

프라이빗 DMP 구축 모델

독점성 & 맞춤형 커스터마이징

기업 내부에 독립적인 데이터 관리 플랫폼(DMP)을 구축하고
BizSpring과 연동하는 방식입니다. 기업 특화 데이터 요구사항에 최적화됩니다.

핵심 특징

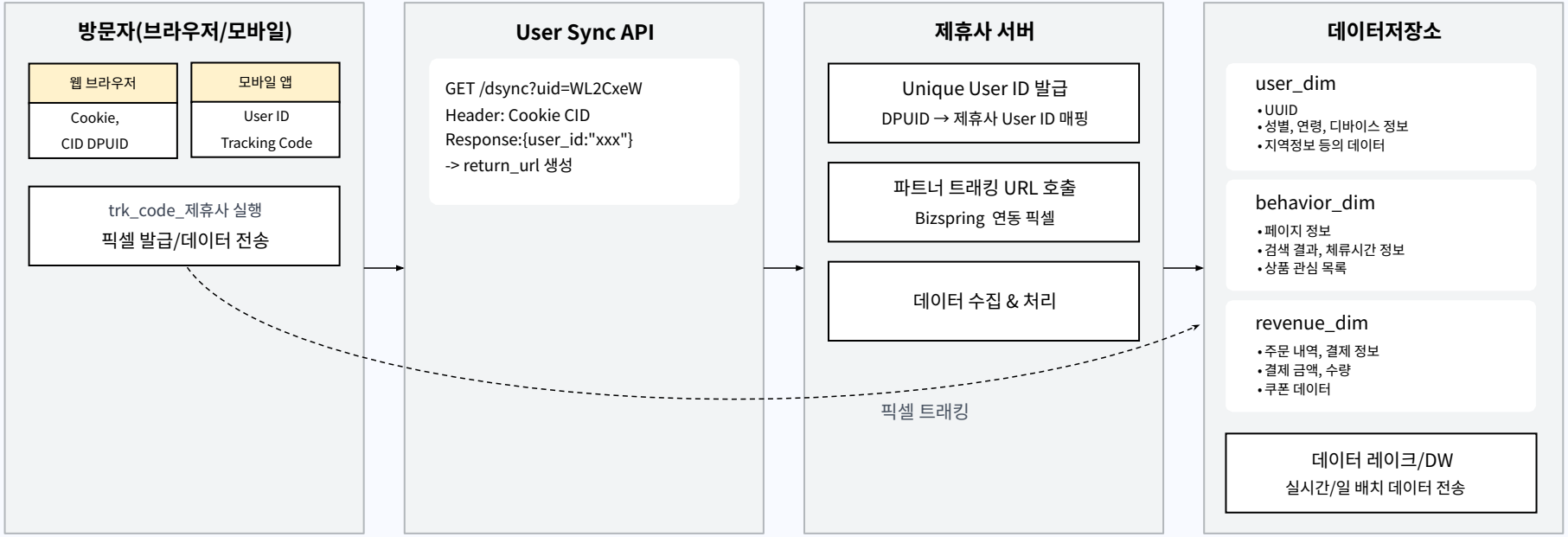
- 자사 데이터에 독점적 통합형 타겟팅 가능
- 데이터 수집 및 보안성 강화
- 투자스펙트럼 성장적 통합 가능

이런 기업에 적합

- 데이터 보안이 중요한 경우
- 금융, 의료 등 데이터 분석 및 규제 준수가 필수적인 산업군
- 특수한 비즈니스 요구에 맞는 맞춤형 데이터 처리가 필요한 기업

Bizspring Data Share Model Architecture

Bizspring Data Share Model은 수집된 원시 데이터를 가공하여 분석과 광고 타겟팅에 적합한 세그먼트로 변환 및 저장합니다.
변환된 광고 타깃 세그먼트는 DSP 및 셀프 서브 매체에 주기적으로 전달되어 효율적인 맞춤형 광고 집행을 지원합니다.
이를 통해 데이터 기반 마케팅 효과 극대화와 사용자 맞춤형 경험 제공이 가능해집니다



***Identity Bridge (ID Bridge)**

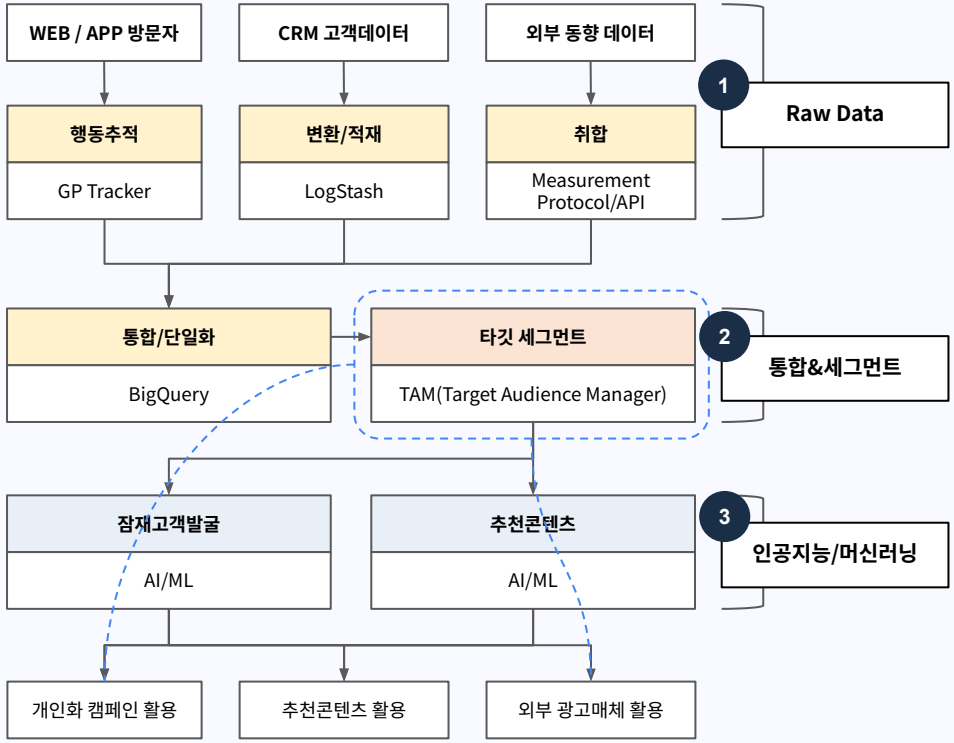
광고주, 매체, 트래킹 시스템 간에 분리되어 있던 쿠키 기반 식별자를 통합·동기화하는 중간 허브 역할을 수행합니다.

광고 클릭 시 사용자를 ID Bridge를 경유하도록 설계함으로써, 공통 식별자(DPUID)를 생성 및 분배하고 이를 매체·광고주·분석 시스템에 동일하게 전달할 수 있습니다.

*선택 적용 가능 : 3사 개별 쿠키 방식과 ID Bridge 방식 선택 적용 가능

Private DMP Architecture Model

프라이빗 DMP 구축 모델은 기업의 1st Party Data와 외부 데이터를 안전하게 통합·정규화하여, 광고 및 마케팅에 최적화된 오디언스 세그먼트로 전환·관리하는 체계입니다.
기업 내부에 독립적인 데이터 관리 플랫폼(DMP)을 구축하고, BizSpring TAM과 연동하여 다양한 속성(Trait) 기반의 세그먼트를 설계할 수 있습니다.
이를 통해 맞춤형 오디언스를 활용한 개인화 캠페인 집행과 외부 광고 매체와의 효율적 연계가 가능합니다.



1. Raw Data

- 행동추적/변환적재/취합 과정을 통해 Raw Data를 최대한 유지
- CRM 데이터

2. 통합&세그먼트

- Raw Data를 BigQuery에 통합하고 단일화 과정을 거쳐 Bizspring TAM을 활용한 세부행동 기록 데이터 분석을 통해 다양한 속성(Trait)기반의 관심사별 세그먼트 구성
- 맞춤형 세그먼트를 활용하여 개인화 캠페인에 적용하고 추천콘텐츠 및 외부 광고매체 활용

3. 인공지능/머신러닝

- GCP(Google Cloud Platform) 에서 제공되는 TensorFlow 및 다양한 엔진 활용 가능
- 새로운 잠재고객 발굴하고 학습을 통해 개인화 고객에게 맞춤형 추천콘텐츠를 제공



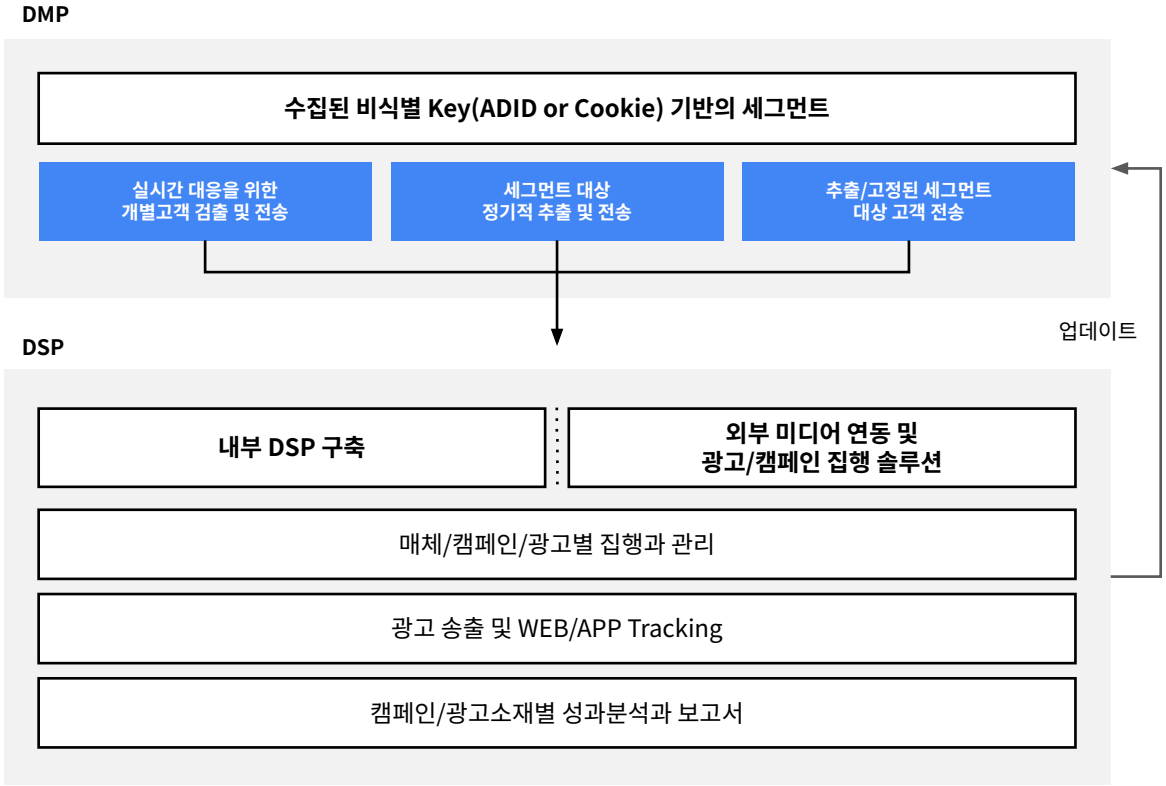
03

제휴 모델 활용 사례

BizSpring은 20년간 축적한 데이터 분석 전문성과 독자적 데이터 자산을 기반으로, 다양한 산업에서 데이터쉐어(Data Share)와 프라이빗 DMP 구축을 통해 정밀 타겟팅, 개인화 캠페인, 광고 성과 최적화를 체계적으로 지원해온 검증된 경험을 보유하고 있습니다.

활용사례 • 데이터쉐어 모델 사례

특정 세그먼트 고객/잠재고객 데이터를 DMP에 전달하여 세그먼트를 정교화 합니다.
DSP 시스템은 DMP로부터 받은 타깃 세그먼트 데이터를 통해 광고 송출 및 캠페인 집행을 수행합니다.



세그먼트 업데이트 및 DSP 주요기능

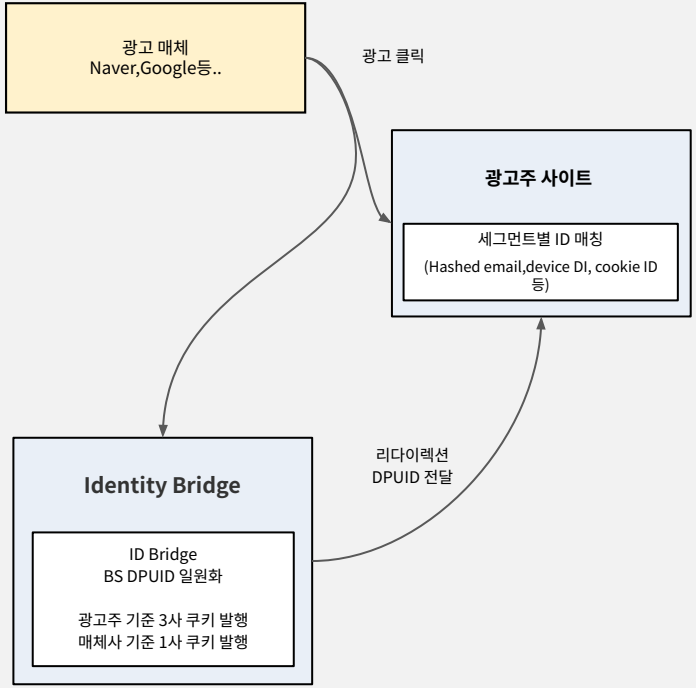
- 광고 성과 및 WEB/APP Tracking 시, 방문자에 대해 해당 잠재고객/고객의 비식별 Key를 DMP 내 세그먼트에 업데이트하고 정기적 추출 및 전송
- 외부 광고채널과의 연결을 통한 광고 송출
- 내부 DSP를 구축하거나 외부 미디어 연동 및 광고/캠페인 집행 솔루션을 통해 매체 상품 생성 및 관리

*** 고객 ID와 비식별 ID 연결**

1) GP Tracker 3사 쿠키 사용
2) 비식별 Key와 회원정보의 결합
3) AI/ML을 통한 사용자 식별

활용사례 ● 데이터쉐어 모델 사례

광고주·매체·분석시스템 간 단절된 식별자를 **Identity Bridge**(ID Bridge)로 통합하고, Data Share Model로 가공·세그먼트화하여 DSP/셀프서브 매체로 안정적 전달 → 타겟팅 정밀도 • 전환 측정 신뢰도 • ROI를 동시에 향상시킨 사례입니다.



동작 원리

ID Bridge로 단일 사용자 식별

- 도메인마다 다른 사용자 식별자를 공통 식별자(BS DPUID)로 일원화
  : **매체 ↔ 광고주 ↔ 분석** End-to-End 매칭률 상승
- HMAC 서명과 만료 시간으로 위·변조 방지, 누락 시 자동 재발급

Data Share Model로 '활용 가능한' 세그먼트 생산

- 통합된 데이터를 비즈니스 관점(최근 N일 행동, RFM, LTV/Churn 스코어, 상품 친화도)으로 재가공, 즉시 마케팅에 활용 가능한 운영형 세그먼트 생성
- 세그먼트 정의에 룰+모델 혼합/버전 관리

안정적인 데이터 연동

- 원하는 주기(실시간/증분/배치)에 맞춰 타깃 시스템(매체/CRM/내부 시스템) 전송 지원
- 전송 실패 시 재시도를 통한 데이터 누락 방지 → 신뢰성 확보
- 매체별 데이터 규격(익명화, 해시, 크기 분할 등)에 최적화 된 표준 커넥터 제공

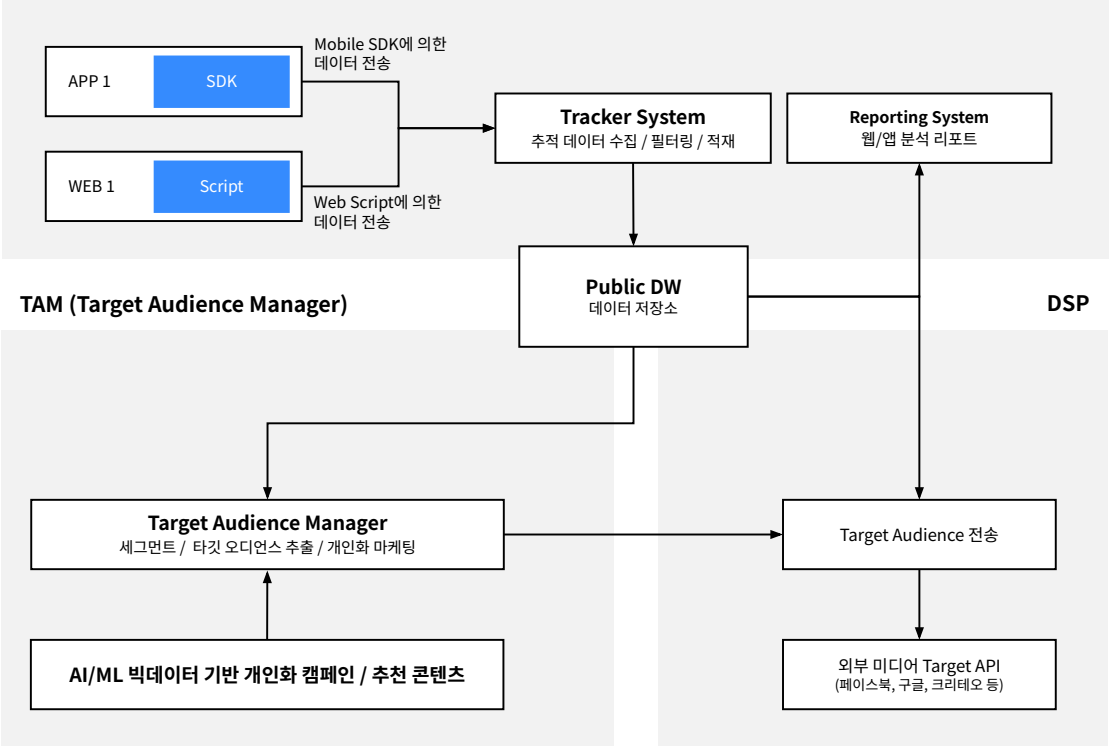
Measurement-학습 루프

- 전환·ROAS·증분효과 피드백을 세그먼트·입찰·캠페인 룰로 재반영 → 지속 최적화

활용사례 • 프라이빗 DMP 구축 사례

Bizspring Tracker System 을 활용하여 데이터를 수집/필터링/적재 하고 Public DW(데이터 저장소)에서
TAM(Target Audience Manager)을 활용하여 세그먼팅 및 타깃 오디언스를 추출, 개인화 마케팅과 외부 미디어에 활용

Tracker System



Tracker System

- WEB/APP Data를 SDK/Script를 활용하여 수집 후 필터링을 통해 적재하여 Public DW에 저장
- Public DW, BigQuery, AWS의 Athena를 사용
- Reporting System 시각화, GDS(Google Data Studio) 또는 Bizspring Reporting Tool 활용

TAM (Target Audience Manager)

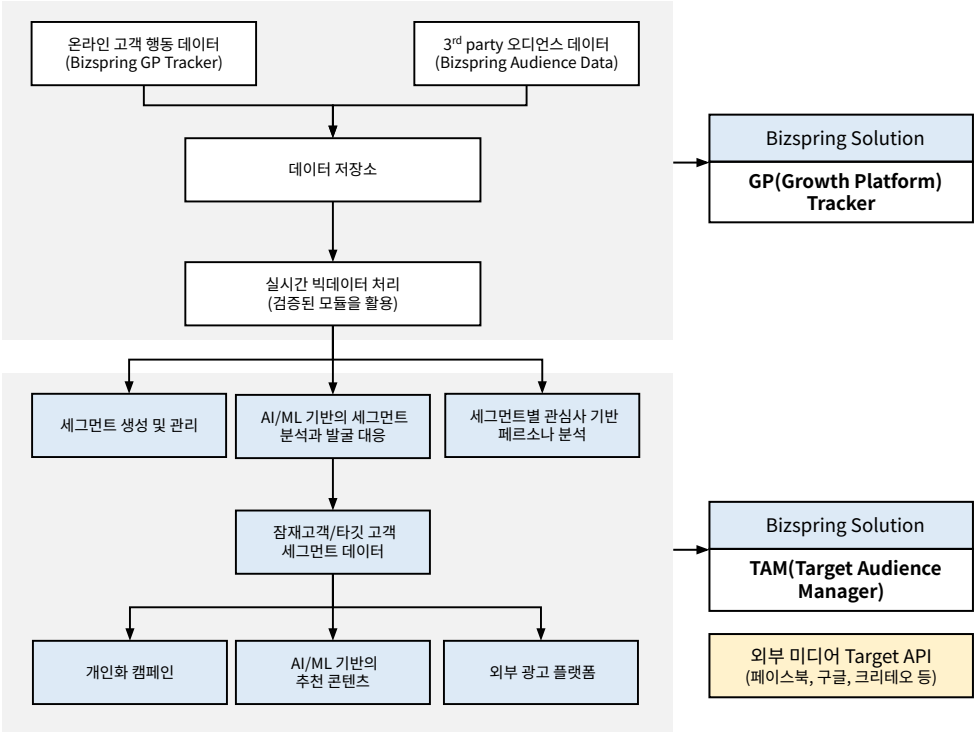
- 세그먼트/타깃 오디언스 추출 활용, 마케팅 최적화 조건별 세그먼트 적용
- 개인화 마케팅, 개인화 캠페인/외부 광고매체 연동
- AL/ML 기반의 캠페인 및 추천 콘텐츠 서비스

DSP

- Public DW Data를 활용한 Target Audience 추출을 통해 외부 미디어, API와 연동

활용사례 • 프라이빗 DMP 구축 사례

Bizspring Tracker System 을 활용하여 데이터를 수집/필터링/적재 하고 Public DW(데이터 저장소)에서
TAM(Target Audience Manager)을 활용하여 세그먼팅 및 타깃 오디언스를 추출, 개인화 마케팅과 외부 미디어에 활용



*** 3rd Party 오디언스 데이터**

잠재고객 특성(Trait) 데이터는 BizSpring Audience Data를 활용하여 타깃 범위와 정밀도를 높임

온라인 고객 행동 데이터

비즈스프링 GP(Growth Platform) Tracker를 주 데이터 수집툴로 사용

데이터 저장소

1안 : 온프레미스 + 클라우드	2안 : 클라우드
GP Tracker : 온프레미스 구축 TAM : 클라우드 플랫폼 구축 (GCP / AWS)	GP Tracker + TAM 클라우드 저장소 활용 (GCP / AWS)

- 클라우드 활용 시 클라우드 상의 빅데이터 플랫폼을 이용하여 빠르게 활용
- 퍼블릭 데이터웨어 (Public DW) : Big Query, AWS Athena 사용

데이터 시각화

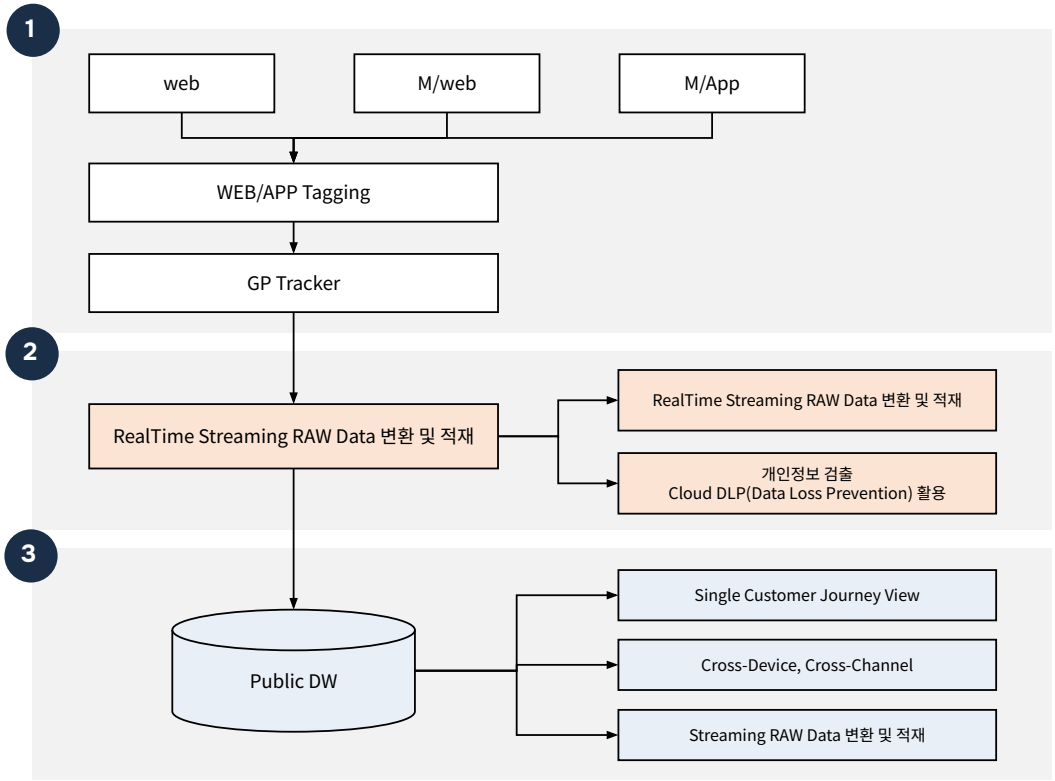
- 적재된 데이터를 직접 비즈스프링 리포트 매니저를 통해 시각화 구현
- 빠른 시각화를 위한 엘라스틱 활용

세그먼트 구성 및 분석

- 오디언스 내 세그먼트를 관리 및 관심사 기반 분석 시행
- 추출된 타깃 오디언스 데이터를 개인화 캠페인과 AI/ML 기반 추천 콘텐츠, 외부광고매체에 연동하여 활용

활용사례 • 프라이빗 DMP 구축 사례

Bizspring Tracker System 을 활용하여 데이터를 수집/필터링/적재 하고 Public DW(데이터 저장소)에서
TAM(Target Audience Manager)을 활용하여 세그먼팅 및 타깃 오디언스를 추출, 개인화 마케팅과 외부 미디어에 활용



1. 고객 행동 데이터 추적/수집

Bizspring GP(Growth Platform) Tracker를 활용하여 고객 행동 데이터를 추적/수집

2. 취합과 변환/적재

- 고객 행동 데이터와 함께 CRM 데이터 및 사용자 생성 데이터를 Import 하여 데이터 확장
- 직접 수집한 온라인 행동 데이터와 추가로 취합된 속성/성과/환경 데이터 등을 실시간 또는 실시간에 준하여 클라우드의 빅데이터 플랫폼에 적재하며, 필요에 따라 바로 사용할 수 있도록 변환을 병행

3. 통합/단일화

- 고객 및 잠재고객 개별 온라인 행동 데이터와 취합된 추가 데이터를 이용하여 Single Customer Journey View 및 Cross-Device/Channel을 통한 복합적 고객접점의 고객 경험을 분석
- 이 과정을 거쳐 머신러닝 및 인공지능을 이용하여 새로운 세그먼트를 발굴하고 정의/활용 할 수 있도록 준비

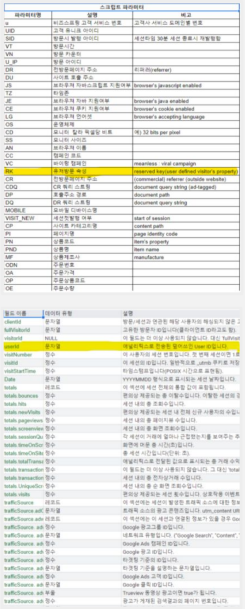
활용사례 • 프라이빗 DMP 구축 사례

Raw 데이터 레벨의 다양한 행동 특성 값으로 최소 분류 단위(Trait)을 구성하고 이를 기반으로 관심사/페르소나 관점의 세그먼트를 생성할 수 있는 구조로 접근합니다.

지표/항목 Trait 구성

Trait 조건별 세그먼트 적용

1 Raw Data 에서 최소분류 단위(Trait) 대상 선정



2 최소분류 단위(Trait) 관리

접속지역별
서울/경기/강원 등
강남/강서/은평 등

접속기기
PC / Mobile / Tablet
iOS / Android

유입매체
Naver/Googl/Kakao
Facebook/Blog/Kakaotalk

유입 검색어
브랜드검색 : Gmarket 등
상품검색 : 신용대출 등

유입 요일/시간대
유입 요일 : 월/화/수 등
시간대 : 01/02/07 등

금융상품 검색고객
금융상품 추천 콘텐츠 조회

3 마케팅 캠페인에 적합한 세그먼트 구성

출퇴근 시 신용대출 검색 잠재고객
직장인대출 관련 정보 제공
온사이트 [신용대출] 추천 콘텐츠 제공

2회이상 방문
유입매체 : 네이버
유입 검색어 : 신용대출
접속지역 : 서울
접속시간 : 출퇴근 시간

온사이트 금융상품 검색 잠재고객
리타겟팅 세그먼트 생성 후 광고 적용

금융상품 추천 콘텐츠 광고 유입
금융상품 추천 콘텐츠 완료한 고객
완료 후 상담신청 한 고객

활용사례

- 프라이빗 DMP 구축 사례

Bizspring 3rd party Audience Data 를 구성하고 있는 특성(Trait)의 분류체계(Taxonomy)를 바탕으로
방문자의 행동 및 잠재고객에게 특성을 부여하고 현업 마케팅 광고 캠페인 인터뷰를 통해 Custom 분류 체계를 추가

경로	이름	설명	모수	App 모수	Web 모수
Demographic > Age	~18	10대	376,974	233,356	143,618
Demographic > Age	19~29	20대	3,913,846	2,231,909	1,681,937
Demographic > Age	30~39	30대	6,379,518	3,648,139	2,731,379
Demographic > Age	40~49	40대	4,346,212	2,740,994	1,605,218
Demographic > Age	50~59	50대	1,356,462	978,923	377,539
Demographic > Age	60~69	60대	334,983	258,814	76,169
Demographic > Age	70~	70대 이상	85,666	65,088	20,578
Interest > Gift certificate [상품권]	Department store	백화점상품권	10,819	8,215	2,604
Interest > Gift certificate [상품권]	Convenience store	편의점상품권	436,572	333,132	103,440
Interest > Gift certificate [상품권]	Movie ticket	영화예매권	59,102	34,392	24,710
Interest > Gift certificate [상품권]	Cafe/Dessert/Bakery	카페/디저트/베이커리 상품권	503,222	351,343	151,879
Interest > Gift certificate [상품권]	Family Restaurant	패밀리레스토랑 상품권	650,695	356,297	294,398
Interest > Gift certificate [상품권]	Concert/Play/Exhibition	전시/공연/티켓	85,654	70,469	15,185
Interest > Gift certificate [상품권]	Fast food	패스트푸드 상품권	209,301	168,589	40,712
Interest > IT equipment [IT기기]			540,822	111,781	429,041
Interest > IT equipment [IT기기]			928,811	242,260	686,551
Interest > IT equipment [IT기기]			251,123	55,299	195,824
Interest > IT equipment [IT기기]			337,226	86,612	250,614
Interest > [	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]			마사지	357,336
Interest > [	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]			스킨케어	2,067,139
Interest > [	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]	Nail care		네일케어	236,052
Interest > [	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]	Men's cosmetics		남성화장품	254,889
Interest > [	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]	Women's cosmetics		여성화장품	2,034,192
Interest > [	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]	Perfume		향수	333,847
Interest > [	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]	Face Correction		얼굴교정	27,709
Interest > [	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]	Beauty tools		미용용품	375,018
Interest > [	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]	Hair care		헤어케어	1,169,964
Interest > A	Interest > Cosmetic/Beauty [미용/뷰티]	Body care		바디케어	773,025
Interest > A	Interest > Education/Learning [교육/학습]	Infant/Children education		어린이/유아교육	321,253
Interest > A	Interest > Education/Learning [교육/학습]	Elementary/Middle school education		초/중등교육	40,118
	Interest > Education/Learning [교육/학습]	High school/ College education		고등/대학교육	25,950
	Interest > Education/Learning [교육/학습] > Foreign language [외국어]	English		영어	103,777
	Interest > Education/Learning [교육/학습] > Foreign language [외국어]	Chinese		중국어	5,955
	Interest > Education/Learning [교육/학습] > Foreign language [외국어]	Japanese		일본어	4,108
	Interest > Education/Learning [교육/학습] > Foreign language [외국어]	foreign languages		기타 외국어	1,442

BizSpring Taxonomy
약 800여개 사전 준비

특성(Trait) 분류 체계

- Bizspring 이 DMP 데이터 구성을 위해 준비 및 실제 공급되어온 Taxonomy 800여 분류 항목을 기반으로 우선 적용
- 현업 Needs 인터뷰를 바탕으로 추가 Custom 체계를 구현



04

비용 체계

비즈스프링은 고객사의 상황과 니즈를 충분히 반영하여 합리적인 비용 체계를 설계합니다.
표준 요율을 기반으로 하되, 프로젝트 목적·규모·운영 방식에 따라 맞춤형으로 조정하여
가장 효율적인 투자 대비 효과를 경험하실 수 있도록 지원합니다.

비용체계

비즈스프링의 Data Management Partnership은 고객사 상황과 활용 목적에 맞춰 다양한 과금 모델을 제공합니다.

운영 광고 비율
Revenue Share / 매체 수수료 모델

광고주당 기본 수수료

10만 원~100만 원

+

총 광고비 3%

광고 집행 금액 대비 일정 비율을
수익으로 정산하는 방식

DMP 구축비용
Initial Setup / Build Fee

1회 2억

월 유지비용 별도 발생

프라이빗 DMP 구축 시 1회 발생하는
초기 설계·개발 비용

DMP 데이터 사용료
구독 방식 / Subscription

월 1천 만원

2천만 웹쿠키 or IP 기반 0.5원

월 단위 구독 방식으로 데이터 사용 가능

※ 실제 과금 모델과 금액은 고객사 비즈니스 구조와 활용 목적에 따라 협의를 통해 결정됩니다.



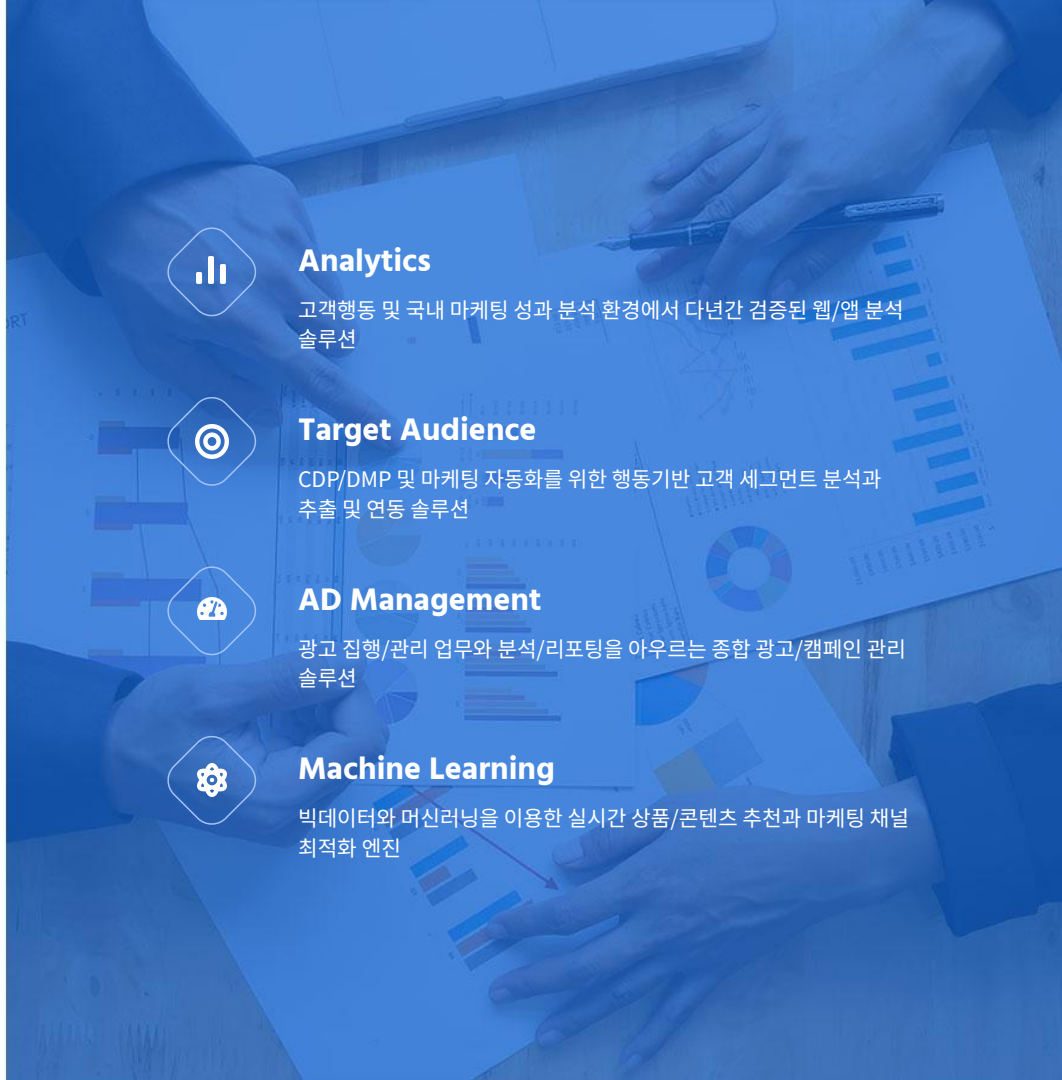
05

기타 참고 사항

비즈스프링은 데이터 수집부터 머신러닝 활용까지 전 과정을 아우르며, 고객·마케팅·커머스 전 영역에서 현업에 최적화된 데이터 활용과 +α의 가치를 제공하는 통합 플랫폼 구축을 지원합니다.

원천 데이터의 수집부터 머신러닝 활용까지

고객행동, 광고 캠페인, 상품/콘텐츠 데이터의 맞춤화된 추적/통합/분석과 타깃오디언스, 광고캠페인 상품의 실시간 추진과 개인화 엔진을 제공합니다.



Analytics

고객행동 및 국내 마케팅 성과 분석 환경에서 다년간 검증된 웹/앱 분석 솔루션

Target Audience

CDP/DMP 및 마케팅 자동화를 위한 행동기반 고객 세그먼트 분석과 추출 및 연동 솔루션

AD Management

광고 집행/관리 업무와 분석/리포팅을 아우르는 종합 광고/캠페인 관리 솔루션

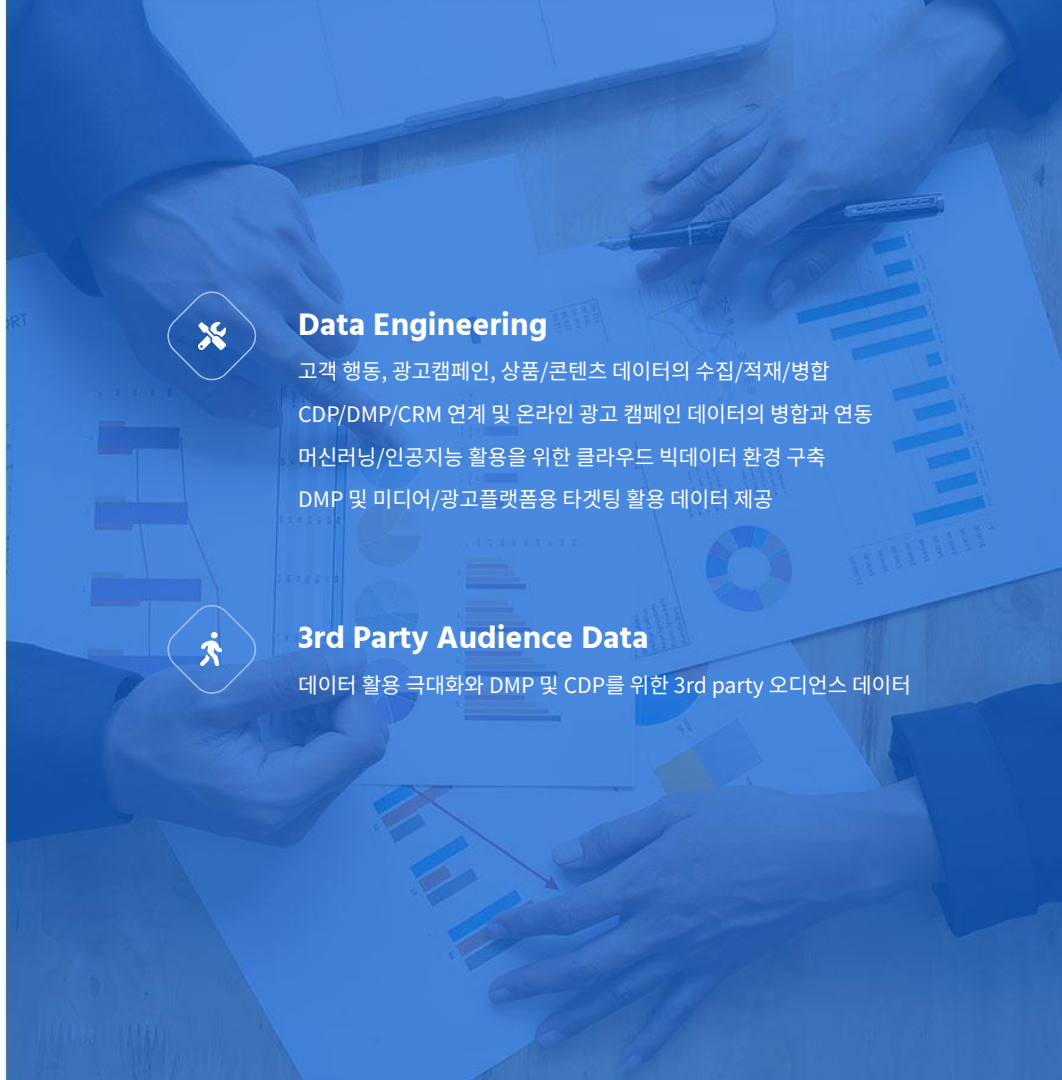
Machine Learning

빅데이터와 머신러닝을 이용한 실시간 상품/콘텐츠 추천과 마케팅 채널 최적화 엔진

솔루션과 툴을 넘어,
나의 비즈니스 현업에 맞는
데이터의 활용과 +α

비즈니스와 현업을 중심으로 데이터와 솔루션/툴의 순서로 연결되어야 합니다만, 데이터 엔지니어링 지원의 부족으로 그 반대인 툴/플랫폼 종속적인 데이터 활용 제약을 겪는 경우가 많습니다.

비즈스프링은 데이터 엔지니어링과 다양한 단위 솔루션, 그리고 3rd party 데이터를 이용하여 비즈니스와 현업 니즈에 맞게 데이터 활용 효율을 높입니다.



Data Engineering

고객 행동, 광고캠페인, 상품/콘텐츠 데이터의 수집/적재/병합

CDP/DMP/CRM 연계 및 온라인 광고 캠페인 데이터의 병합과 연동

머신러닝/인공지능 활용을 위한 클라우드 빅데이터 환경 구축

DMP 및 미디어/광고플랫폼용 타겟팅 활용 데이터 제공

3rd Party Audience Data

데이터 활용 극대화와 DMP 및 CDP를 위한 3rd party 오디언스 데이터

다양한 데이터의 가공/통합과 분석 리포팅

데이터 관련 업무의 흐름 중, 특정 데이터 항목 또는 데이터 처리 프로세스의 포인트에 집중하여, 데이터의 가공/통합/분석리포팅을 수행하거나 대응 방법을 가이드 해드리는 서비스입니다.



- 대시보드 툴(예 : google Data Studio™)을 이용한 데이터 통합 및 템플릿화된 리포트 설계
- 다양한 온라인 데이터 항목을 병합하고 맞춤형 리포트를 구현

데이터의 가공/통합 및 적재

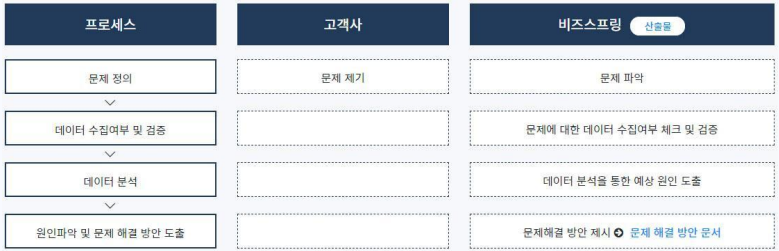
- 광고매체 성과의 통합과 키워드 매칭 후 적재 및 다운로드
- 다양한 데이터 소스로부터 데이터를 병합하여 클라우드 빅데이터 저장소에 적재

데이터 소스간 통합 및 활용 준비

- 온/오프 데이터, 이기종 IoT 데이터, CRM과 신규 Behavior 데이터 등을 통합
- 특정 데이터 항목이 활용될 수 있도록 API 등 추가 구현 또는 가이드

데이터 기반 성장을 위한 데이터 분석과 가설/실행 검증

기업의 데이터 전략과 현업 니즈를 포함한 인터뷰부터 데이터 설계, 수집 계획, 데이터의 정합성 검증, 분석과 인사이트를 바탕으로한 가설 설정, 마케팅 액션 기획참여 그리고 실행 성과의 분석을 통한 검증까지를 가이드 및 수행합니다.



비즈스프링 스마트체크™

데이터 수집과 검증을 통해 문제해결 방안을 제시합니다.

비즈스프링 스마트케어™

온라인 비즈니스 문제해결을 위한 인터뷰부터 데이터 설계, 검증을 통해 데이터 정상 수집 여부를 체크합니다.



목적

로거 서비스를 이용하는 고객사의 단적인 데이터 문제에 대해, 비즈스프링 데이터 전문가들을 투입하여 더욱 빠르고 정확하게 문제를 진단하고 해결

개요

데이터 수집과 검증을 통해 이상징후가 보여지는 데이터에 대한 원인 파악 및 문제 해결 방안 제시

제공되는 리포트 외 1회성 raw 데이터 검증이 필요한 경우

검증 절차

문제 정의 → 데이터 수집여부 및 검증 → 데이터 분석 → 원인파악 및 문제 해결 방안 도출 → 문제 해결 방안 제시 (문제 해결 방안 문서 제공)

경영 진단 대시보드

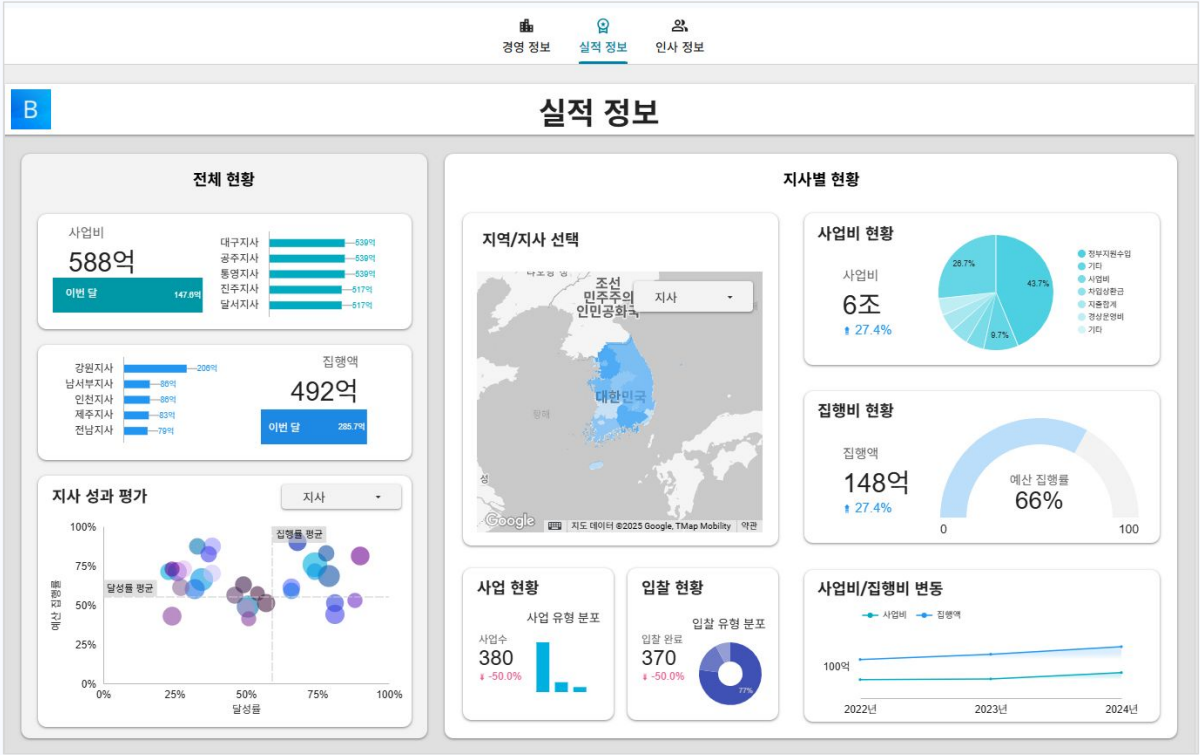
경영, 실적, 인사 등 기관의 핵심 지표(KPI)를 한눈에 파악할 수 있도록 설계되어, 경영진이 조직의 현재 상태를 정확히 진단하고 미래 전략을 수립하는 데 필수적인 통찰력을 제공합니다.

경영 공시 관리에 효과적으로 활용되며, 예산 집행의 효율성, 사업 성과의 투명성 등 기관의 다양한 목표 달성을 지원합니다.

01

경영 KPI 요약지표

경영 현황을 한눈에 파악할 수 있는 통합 분석의 핵심 도구



02

광고 성과 보고서

디지털 매체 광고에 대한 성과를 한눈에 볼 수 있는 대시보드



광고 효과 지속 시간 분석 대시보드

디지털 광고의 지속성과 지출 효과 및 광고 최적 투입 시점 분석하여, 광고 집행의 간격 조절과 광고비 투입 시점 최적화를 통해 광고 성과 극대화를 추구합니다.

03

고객 니즈 맞춤형 대시보드 제작 지원 서비스



성공사례 / 마케팅 에이전시

카드 승인 및 사용자 특성 시각화



통신 서비스

시각화된 데이터 온사이트 캠페인 운영 성과 시각화



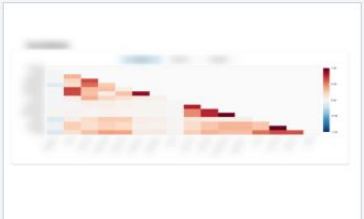
성공사례 / 마케팅 에이전시

실시간 광고 성과 트렌드 시각화



프랜차이즈 창업

광고 데이터 파이프라인 설계를 통한 성과 시각화



글로벌 식음료사

Retention 향상을 위한 데이터 분석 시각화

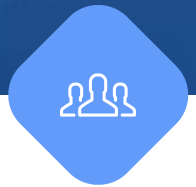


글로벌 가전

Tableau를 통한 매출상승 요인 분석

데이터 활용 프로세스/플랫폼 구축 전략

비즈스프링이 다년간 수행해온 데이터 관련 프로젝트의 분야별 노하우를 바탕으로 기업내 데이터 활용 프로세스/플랫폼의
구축 또는 데이터 기반의 서비스 구축을 위한 컨설팅을 제공합니다.



고객/개인화 연관

- 온라인 고객/잠재고객의 행동 데이터의 빅데이터화 및 사내 연계 활용
  (예: CRM, 콜센터, 고객분류, 메시징/푸시 연동)
- 기존 회원 DB와 온라인 고객 추적 데이터를 이용한 실시간 행동 이벤트 기반의 온사이트 마케팅 메시지 개인화
- 고객 행동/라이프스타일 분류 세그먼트를 이용한 자동 대상자 추출/적재 후 기존 마케팅 시스템과의 연동 활용



광고/마케팅 연관

- 맞춤형 광고 타겟팅을 위한 3rd party 오디언스 행동 데이터의 연동과 관련 Taxonomy
- 인공지능형 광고/마케팅 자동화 플랫폼에서 행동 예측 및 오디언스 발굴을 위한 3rd party 행동/광고 연계 데이터의 활용
- 광고 플랫폼의 개별 캠페인 성과의 제3자 Audit 을 위한 성과트래킹 및 매체사 연동



상품/커머스 연관

- 고객 행동, 주문기록과 상품 특성 분류를 결합한 상품 관리 및 추천 시스템
- 상품설명, 뉴스 콘텐츠등 텍스트 내용의 키워드 추출과 연관 분석을 통한 추천/개인화 시스템
- 머신러닝/인공지능 활용을 위한 다양한 데이터 항목과 속성값 분류체계의 구조화된 빅데이터 구축

No.1 Data Partner for Data-Driven Growth

→ 자료실 바로가기

(04788)서울 특별시 성동구 광나루로 130 서울숲IT캐슬 14층 1410호

Tel 02-6919-5516 **Mail** sales@bizspring.co.kr

(주)비즈스프링