



주요 기능 소개

# Adobe Journey Optimizer: 지능형 의사 결정

여정 전반에서 각 고객에게 최적의 콘텐츠, 제안, 경험을 전달하세요.

브랜드는 고객과 연관성 높은 개인화된 경험을 전달하고, 대용량 콘텐츠를 관리하고, 모든 채널에서 일관성을 유지하는 데 어려움을 겪습니다.

고객에게 개인화된 콘텐츠와 제안을 전달하는 과정이 갈수록 복잡해지고 있습니다. 브랜드는 고객과 연관성 높은 개인화된 경험을 전달하고, 대용량 콘텐츠를 관리하고, 모든 채널에서 일관성을 유지하는 데 어려움을 겪습니다. 생성형 AI는 콘텐츠를 다양한 버전으로 제작하고, 제작 속도를 높이고, 복잡한 워크플로우를 콘텐츠 공급망으로 가져오기 위한 새로운 방안으로 부상하고 있습니다. AI를 활용하여 고도로 개인화된 경험을 빠르게 제작하고 대규모로 전달하기 위해서는 모든 고객 여정과 채널로 전달되는 콘텐츠와 제안을 한곳에서 일관되게 관리하고, 개인화하고, 최적화해야 합니다.

Adobe Journey Optimizer의 의사 결정 기능을 사용하면 다음과 같은 이점을 통해 고객 여정의 모든 접점에서 최적의 콘텐츠와 제안을 전달할 수 있습니다.



**실시간 고객 프로파일.** 여러 소스의 데이터를 통합하고 지속적으로 업데이트하는 종합적인 고객 뷰를 통해 최적의 경험을 전달할 수 있습니다.



**의사 결정 중앙 관리.** 채널, 오디언스, 여정에 관계없이 표준화된 의사 결정 프레임워크를 통해 한곳에서 콘텐츠와 제안을 작성하고 관리할 수 있습니다.



**지능형 의사 결정.** 확장성과 개방성을 모두 갖춘 의사 결정 엔진을 사용하여 비즈니스 규칙, AI, 머신 러닝, 실험을 바탕으로 제안의 적격성과 순위를 정하고, 고객 개개인에게 가장 적합한 콘텐츠를 파악할 수 있습니다.



**포괄적인 인사이트.** 대시보드를 통해 매출, 참여도, 맞춤형 지표 등 의사 결정을 위한 인사이트를 살펴보고, AI 모델의 성과를 확인할 수 있습니다.



**안전한 개인정보 처리, 높은 신뢰도.** 다양한 툴과 프레임워크를 통해 데이터 거버넌스, 개인정보, 내부 정책 및 규정, 고객 선호 사항을 준수할 수 있습니다.

## 모든 채널에서 고객 ID를 연결

개인화된 경험을 대규모로 전달하려면 데이터 전략부터 세워야 합니다. 시대에 뒤떨어진 데이터 거버넌스와 격리된 데이터베이스는 팀 간 단절로 이어집니다. 또한 고객 프로파일과 여정을 한눈에 파악할 수 없다면 마케터와 고객 대면 팀은 고객의 상황을 명확히 파악하지 못하고, 파편화된 데이터로 인해 연관성이 낮은 제안을 하게 됩니다. 따라서 브랜드는 모든 채널에서 고객 ID를 연결하고 통합 고객 데이터를 활성화하여 더 연관성 높고 개인화된 콘텐츠와 제안을 전달할 방법을 찾아야 합니다.

## 단일 소스

Journey Optimizer의 의사 결정 기능은 각 고객에 대한 신뢰할 수 있는 단일 소스로 Adobe Experience Platform 실시간 고객 프로파일을 활용하여 최적의 콘텐츠와 제안을 결정합니다. 실시간 고객 프로파일은 모든 엔터프라이즈 데이터, 고객 데이터, 상황별 데이터를 통합해 하나의 통합 고객 프로파일을 만들고 고객 선호 사항, 행동, 특성, 상황별 데이터를 기반으로, 지속적으로 업데이트합니다.

## 실시간 및 일괄 오디언스 업데이트

실시간 고객 프로파일은 오디언스를 실시간으로 일괄 업데이트합니다. Journey Optimizer의 의사 결정 엔진은 오디언스 멤버십을 고려하여 제안 규칙을 기반으로 고객의 적격성을 판단합니다. 실시간 프로파일 업데이트를 통해 적시에 데이터를 기반으로 의사 결정을 내릴 수 있으므로 연관성과 참여도를 높일 수 있습니다.

## 네이티브 플랫폼 접근 방식

의사 결정 엔진이 콘텐츠 또는 제안을 전달하면 실시간 고객 프로파일은 각 고객의 응답을 업데이트하고 기록합니다. 따라서 네이티브 데이터 거버넌스와 워크플로우에서 최신 데이터를 이용하고 전사적으로 공유할 수 있습니다. 또한 의사 결정 시 최신 데이터를 기반으로 고객의 경험을 명확히 파악해 최적의 콘텐츠와 제안을 전달할 수 있습니다.

## 모든 채널에서 일관된 콘텐츠 및 제안

메시지 디자이너를 사용하면 콘텐츠와 제안을 기본 채널에 쉽게 추가할 수 있지만, 새로운 코드 기반의 경험 채널 또는 Edge API를 사용하면 모든 인바운드 채널 또는 서드파티가 제공하는 REST API에 의사 결정 기능을 통합할 수 있습니다. 마케터와 개발자는 고객 여정 전반에서 실시간 메시지에 개인화된 콘텐츠와 제안을 추가할 수 있습니다. 실시간 고객 프로파일은 어떤 채널로든 콘텐츠 또는 제안이 전달되면 그 즉시 업데이트되므로, 소비자는 모든 접점과 디바이스에서 일관된 옴니채널 경험을 누리게 됩니다.

# 확장성이 뛰어난 의사 결정 모델 구축 및 관리

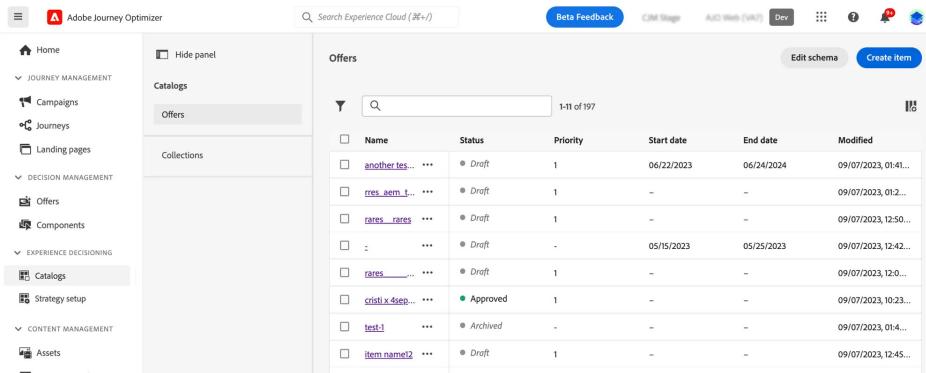
채널에 대한 콘텐츠 및 제안 전달 과정을 간소화하려면 모든 마케팅 툴과 고객 대면 툴을 통합한 중앙 관리 시스템이 필요합니다. 의사 결정을 위한 중앙 관리 방식의 콘텐츠 카탈로그와 컬렉션을 활용하면 사용자가 한곳에서 제안과 의사 결정 항목을 만들어 관리할 수 있습니다. 통합된 의사 결정 항목 라이브러리를 통해 콘텐츠를 빠르게 게시하고 운영 효율성을 높여 더욱 일관되고 개인화된 경험을 전달할 수 있습니다.

## Adobe Experience Platform XDM 프레임워크

Adobe Experience Platform의 XDM(Experience Data Model) 프레임워크와 스키마 기반의 접근 방식은 데이터, 인텔리전스, 고객의 상황을 종합해 AI 기반으로 오디언스, 채널, 콘텐츠, 여정에 대한 의사 결정을 내립니다. 이 접근 방식을 통해 Journey Optimizer는 비즈니스 가치를 높일 최적의 경험을 고객에게 전달합니다. XDM 클래스를 생성하면 고객 프로파일, 서비스 상호 작용, 이벤트 등 여러 카테고리로 데이터를 분류할 수 있습니다. 이렇게 구조화된 클래스는 Journey Optimizer의 의사 결정 모델에 사용되는 Experience Platform 스키마를 구축하고 각 카탈로그에서 특정 속성과 상관관계를 상세히 제공하는 데 활용됩니다.

## 콘텐츠 및 제안 카탈로그

콘텐츠 및 제안 카탈로그는 모든 채널에서 실시간 개인화를 위해 사용되는 의사 결정 항목을 관리하고 구성하기 위한 중앙 컨테이너 역할을 합니다. 각 카탈로그는 속성으로 구성된 XDM 스키마와 연결하고 변경할 수 있습니다. 의사 결정 기능은 문자열, 정수, 부울, 날짜, 시간, 카탈로그 내 의사 결정 에셋의 데이터 유형 등을 지원하며, 앞으로 더 많은 유형이 추가될 예정입니다.



The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, there's a navigation sidebar with sections like Home, JOURNEY MANAGEMENT (Campaigns, Journeys, Landing pages), DECISION MANAGEMENT (Offers, Components), EXPERIENCE DECISIONING (Catalogs, Strategy setup), and CONTENT MANAGEMENT (Assets). The main area is titled 'Offers' under 'Catalogs'. It features a search bar, a table with columns for Name, Status, Priority, Start date, End date, and Modified, and a list of items such as 'another test...', 'ires\_aem\_t...', 'rares\_rares...', etc. Each item has a preview thumbnail, a status indicator (Draft or Approved), and a date range.

카탈로그를 통해 크로스채널 개인화에 사용할 의사 결정 항목과 의사 결정 항목 컬렉션을 관리할 수 있습니다.

## XDM이란?

XDM(Experience Data Model)은 다양한 애플리케이션과 서비스에서 고객 경험 데이터를 일관되게 구조화하기 위해 개발된 Adobe 표준 프레임워크입니다. Experience Platform 서비스를 통해 데이터 관리를 위한 공통의 언어와 스키마, 빠른 인사이트, 원활한 상호 운용성, 정교한 개인화를 제공합니다. Adobe Experience Platform의 기반이 되는 XDM을 사용하면 모든 업계와 채널에서 맞춤형 고객 경험을 적시에 전달할 수 있습니다.

## XDM 스키마란?

Adobe Experience Platform에서 XDM 스키마는 데이터가 모든 시스템에서 가치를 유지하도록 일관되고 재사용 가능한 방식으로 데이터 구조를 정의합니다. 기본 클래스와 선택적 필드 그룹으로 스키마를 구성하여 데이터를 표준화하면 데이터를 원활하게 통합하고, 유용한 인사이트를 확보하고, 데이터의 가치를 높일 수 있습니다.

카탈로그를 통해 의사 결정 항목의 스키마에 액세스하고, 스키마와 연결된 속성을 비즈니스 니즈에 따라 편집할 수 있습니다.

## 의사 결정 항목

의사 결정 항목이란 중앙 카탈로그와 카탈로그 컬렉션에서 표준 속성과 특정 비즈니스 니즈에 맞게 조정된 맞춤 속성을 기준으로 구성할 수 있는 콘텐츠 및 제안입니다. 의사 결정 항목이 정의되면 여러 규칙을 기반으로 카탈로그 스키마에서 무작위 속성을 활용하는 컬렉션으로, 동적으로 그룹이 지정됩니다. 의사 결정 항목의 우선순위를 정하면 의사 결정 엔진이 이를 바탕으로 적격성을 판단합니다. Adobe Experience Platform의 통합 태그는 의사 결정 항목을 분류하여 검색률을 높입니다.

## 빈도 제한

빈도 제한을 사용하면 인바운드 채널에서 콘텐츠 또는 제안을 전달하거나 클릭할 수 있는 최대 수를 정할 수 있습니다. 방문자, 오디언스, 프로파일별로 적용할 수 있으며, 맞춤 이벤트를 생성하여 적용할 수도 있습니다. 예를 들어, 쿠폰을 한 번 사용한 고객에게 쿠폰 제안을 제한할 수 있습니다. 의사 결정 항목에 적격하지 않은 고객에게는 미리 정의된 대체 제안 및 콘텐츠를 전달할 수 있습니다. 참여도를 유지하면서 접점을 최적화하기 위해 의사 결정 항목당 최대 10회로 제한하는 규칙을 정의할 수도 있습니다.

빈도 제한 규칙은 모든 접점에서 고객이 제안 또는 콘텐츠 의사 결정 항목을 수신하거나 참여하는 빈도수를 제어하여 고객의 피로도를 최소화합니다.

# 각 고객에게 최적의 경험 제공

브랜드는 자주 이용하는 채널, 고객 여정 단계, 고객 적격성 등을 고려해 각 고객에게 최적의 콘텐츠와 제안을 제공해야 합니다. 그러려면 적격성과 우선순위를 판단할 수 있는 규칙이 필요합니다. Journey Optimizer 의사 결정 기능이 제공하는 중앙 관리 방식의 정교한 의사 결정 엔진을 사용하면 규칙, 우선순위, 제약 사항을 적용하고, 비즈니스 가치를 최적화할 수 있습니다.

## 적격성 규칙

Journey Optimizer에서 의사 결정 항목에 대한 규칙을 구성할 때 콘텐츠 또는 제안의 적격성에 대한 의사 결정 규칙을 정의하면 각 의사 결정 항목이 모든 접점과 채널에서 의도된 개인에게 표시됩니다. 의사 결정 규칙은 의사 결정 항목별 또는 특정 전략에 제약 사항을 적용하는 방식으로, 특정 의사 결정 항목을 표시할 오디언스를 정의합니다. 기본적으로 모든 프로파일에 의사 결정 항목을 적용할 수 있습니다. 타겟팅을 세분화하고, 일관성을 유지하고, 의사 결정 전략에 맞게 조정하려면 광범위한 세분화를 통해 오디언스를 타겟팅하거나, 제안 및 콘텐츠에 적격한 프로파일에 상세한 규칙을 적용합니다.

The screenshot shows the Journey Optimizer interface with the 'Decision rules' screen open. On the left, there's a sidebar with navigation links for Home, JOURNEY MANAGEMENT (Campaigns, Journeys, Landing pages, Reports), DECISION MANAGEMENT (Offers, Components), and EXPERIENCE DECISIONING (Catalogs, Strategy setup). The 'Decision rules' link under 'Eligibility' is highlighted. The main area displays a table of existing decision rules:

Name	Description	Modified
nick test audit new	Eligibility PQL Test plat9	-
Test pql datastream 2	Eligibility PQL Test plat8	-
Test pql datastream 1	Eligibility PQL Test plat8	-
Test pql datastream 1	Eligibility PQL Test plat8	-
Test pql 2 plat8	Eligibility PQL Test plat8	-
Test pql 2 plat8	Eligibility PQL Test plat8	-
Test pql 2 plat8	Eligibility PQL Test plat8	-

Below this is the 'Create rule' dialog, which is divided into three sections: Fields (Attributes, Context Data, Audiences), Attributes (with a search bar and 'BROWSE ATTRIBUTES' button), and Audience properties. The Audience properties section includes a summary of 114.44K profiles, a progress bar showing 37.98% of total, and buttons for 'Refresh estimate', 'View profiles', and 'Code view'. It also has fields for 'Name' and 'Description', and a detailed 'Attributes' section showing the current rule definition: 'Include Gender equals Female AND City equals London'.

적격성 의사 결정 규칙은 제안 또는 콘텐츠 의사 결정 항목을 수신할 자격이 있는 프로파일을 정의합니다. 적격한 프로파일을 우선으로 적용하고, 의사 결정 항목에 대한 프로파일이 적격성을 유지할 때까지 제약 사항을 적용합니다.

## 선택 전략 및 의사 결정 정책

선택 전략 및 의사 결정 정책 프레임워크를 사용하면 의사 결정 항목을 타겟팅할 수 있습니다. 특정 순서로 배열 및 재사용할 수 있는 선택 전략은 의사 결정의 초석이 될 수 있습니다. 의사 결정 정책에서 표시되는 최적의 콘텐츠 또는 제안의 기준이 되는 선택 전략은 의사 결정 항목 수집, 적격성 제약 사항, 순위 결정 방식으로 구성됩니다. 의사 결정 정책에는 의사 결정 엔진이 각 프로파일에 최적의 콘텐츠 및 제안을 선정하기 위해 필요한 선택 로직이 모두 포함됩니다. 사용자는 단일 의사 결정 항목을 순차적으로 드래그하여 놓고, 여러 대체 항목을 제공할 수도 있습니다.

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, there's a navigation sidebar with sections like Home, JOURNEY MANAGEMENT (Campaigns, Journeys, Landing pages), DECISION MANAGEMENT (Offers, Components - Experience Decisioning, Content Management), DATA MANAGEMENT (Schemas, Datasets, Queries, Monitoring), and CONNECTIONS (Sources). A red box highlights the 'Components' section under 'EXPERIENCE DECISIONING'. Another red box highlights the 'Selection strategies' section within the 'Components' area. The main content area is titled 'Selection strategies' and contains a table of selection strategies. The table has columns for Name, Collection, Ranking method, Eligibility, and Last modified. There are 1-13 of 122 results. The first few rows include 'E2E Selection Strat' (Audi Collection, Offer priority, Rule, 09/07/2023), 'cristi sele' (parrots, Offer priority, None, 09/07/2023), and 'cristi routing tes...' (Offer priority, None, 09/05/2023). A blue button at the top right says 'Create selection strategy'.

Name	Collection	Ranking method	Eligibility	Last modified
E2E Selection Strat	Audi Collection	Offer priority	Rule	09/07/2023
cristi sele	parrots	Offer priority	None	09/07/2023
cristi routing tes...		Offer priority	None	09/05/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	Rule	09/02/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	Any	09/02/2023
cristi rules	PINEAPPLES	Offer priority	None	09/01/2023
cristi audiences	APPLES	Offer priority	None	09/01/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	None	09/01/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	Any	08/31/2023
Pierre's 2nd coll...		AI model	Rule	08/31/2023
Pierre's SS2	Pierre's 2nd coll...	Offer priority	Rule	08/31/2023
0830	ItemCollection1...	Offer priority	Rule	08/31/2023
Pierre's SS	Pierre's 2nd coll...	Formula	Rule	08/31/2023

선택 전략은 의사 결정 항목, 적격성 규칙, 순위 방법을 지정하여 프로파일 또는 오디언스에 전달할 최적의 제안 또는 콘텐츠를 결정합니다.

## 순위 공식

의사 결정을 위해 제안 및 콘텐츠 우선순위 스코어를 수동으로 설정해 사용할 수 있지만, 제안 또는 콘텐츠의 우선순위 공식을 만들 수도 있습니다. 예를 들어, 24시간 내에 종료되는 모든 제안을 우선하는 공식을 적용할 수 있습니다. 또는 프로파일의 관심 영역이 '달리기'인 경우, 해당 카테고리에 있는 제안을 우선할 수 있습니다.

선택 전략에 적용되는 순위 공식은 가장 먼저 제시할 콘텐츠 및 제안을 결정하기 위해 다양한 속성으로 구성된 맞춤형 의사 결정 로직을 제공합니다.

순위 공식은 루프, 카운터, 비교 등 맞춤형 의사 결정 로직을 제공합니다. 이러한 옵션은 프로파일 속성, 상황 데이터, 의사 결정 항목과 관련된 속성을 사용합니다. 공식이 생성되면 선택 전략에 적용할 수 있습니다. 선택 전략에서 한 개 이상의 제안과 콘텐츠가 조건을 충족하는 경우, 의사 결정 기능을 통해 선택된 공식을 기반으로 가장 먼저 전달할 제안을 정합니다.

## AI 순위

AI 기반의 의사 결정 기능은 학습된 모델을 사용하여 개인 프로파일에 맞춤화된 제안에 자동으로 순위를 지정합니다. AI 모델은 지속적으로 실시간 평가와 스코어링을 실행하면서 맞춤화된 비즈니스 목표를 최적화하여 고객의 상황에 맞는 경험을 전달합니다. AI 모델을 구축한 다음에는 선택 전략에 적용할 수 있습니다. 한 개 이상의 제안이 조건을 충족하는 경우, AI 모델이 어떤 제안을 먼저 제시해야 하는지 판단합니다.

선택 전략에 적용할 수 있는 AI 모델은 비즈니스에 최적화된 학습 모델로, 비즈니스 지표를 기반으로 제안 순위를 자동으로 설정합니다.

Journey Optimizer는 두 가지 유형의 AI 모델인 자동 최적화 모델과 개인화된 최적화 모델을 제공합니다. 자동 최적화 모델은 AI를 기반으로 비즈니스 사용자가 지정한 KPI(예: 전환율, 매출)를 극대화하는 제안을 제공하고, 해당 제안 또는 콘텐츠의 전체적인 성과를 바탕으로 최적화합니다. 개인화된 최적화 모델은 사용자 대신 비즈니스 목표를 정의하고, 모델에서 정의된 목표를 달성하기 위한 개인화된 제안 및 콘텐츠를 제공하기 위해 고객 데이터를 학습시킵니다.

브랜드는 Customer Journey Analytics 지표를 바탕으로 모델을 최적화할 수 있습니다. 예를 들어, 개인화된 최적화 모델을 Journey Optimizer에서 제공되는 지표가 아닌, 맞춤형 구매 지표를 바탕으로 최적화할 수 있습니다. 개발 팀과 머신 러닝 팀은 AI 모델 생성 중에 Customer Journey Analytics 데이터 뷰를 선택하여 비즈니스 목표와 일치되도록 할 수 있습니다.

## Customer Journey Analytics 지표를 바탕으로 모델을 최적화할 수 있습니다.

## 대규모 실험

AI 모델과 맞춤형 성향 스코어링 기술의 혁신 덕분에 제목, 본문, 이미지는 물론, 채널 조합, 콘텐츠 길이, 시간 순서 등 콘텐츠 요소를 수정할 때 그 효과를 테스트하는 것이 훨씬 수월해졌습니다. 또한 규칙 기반의 순위 지정과 AI 모델의 성과를 비교하여 시각화하면 제안 및 콘텐츠의 최적화된 전달 방식을 찾을 수 있습니다. Journey Optimizer 의사 결정 기능을 사용하면 수천 개 버전의 경험을 대규모로 실험하고, 고객 개개인에게 최적의 콘텐츠와 제안을 전달하여 ROI를 향상하고 충성도를 높일 수 있습니다. 이를 위해 이미지, 채널 조합, 고객 선호 사항, 인센티브 등 다양한 요소를 통합합니다.

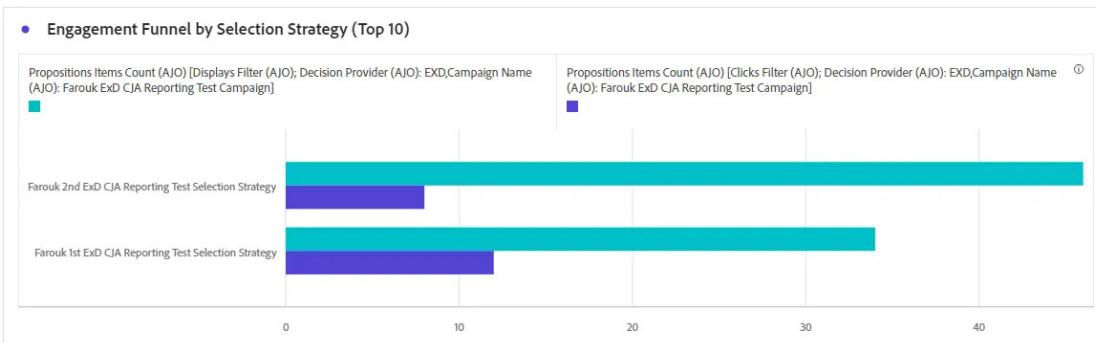
의사 결정 알고리즘 기반의 실험을 통해 AI 모델이 의사 결정에 미치는 효과를 확인하고, 성과가 가장 높은 규칙과 순위 지정 방식, 인센티브 조합을 빠르게 테스트하고 검증할 수 있습니다. 코드 기반의 경험 채널에서 의사 결정 정책을 수립할 때 실험을 추가해 다양한 순위 공식, AI 모델, 선택 전략을 테스트할 수 있습니다. 예를 들어, 실험을 통해 순위 공식과 AI 자동 최적화를 비교 테스트하여 전환율을 높이는 최고의 방식을 찾을 수 있습니다. 또는 실험을 통해 제안에 포함된 여러 이미지 속성을 테스트하여 어떤 속성이 가장 높은 전환율을 달성하는지 확인할 수 있습니다. 기여도 분석 리포팅 대시보드를 통해서는 AI 및 머신 러닝 순위 모델을 통해 가치 실현을 시각적으로 확인할 수 있습니다.

## 참여도 및 고객 생애 가치 영향 시각화

리포팅 대시보드와 인사이트를 통해 의사 결정 데이터를 비즈니스 전략으로 전환할 수 있습니다. 브랜드는 의사 결정 인사이트를 통해 트렌드를 발견하고, 데이터를 바탕으로 의사 결정을 내리고, 실시간으로 고객 여정을 최적화할 수 있습니다. 직관적인 시각적 요소와 상세한 지표를 통해 사용자는 선택 전략과 의사 결정 정책을 비즈니스 목표에 맞게 조정하여 제안과 콘텐츠의 효과를 높일 수 있습니다.

## 리포팅 대시보드 및 리포팅 뷰

직관적이고 바로 사용 가능한 의사 결정 대시보드는 제안 및 콘텐츠 전달, 디스플레이 및 클릭을 통한 참여도, 폴백(fallback) 사용률, AI 및 머신 러닝 순위 모델의 기여도 등 주요 KPI에 기여하는 캠페인 및 여정의 성과를 보여줍니다. 마케팅 팀, 제품 팀, 엔지니어링 팀은 모든 고객 경험에서 방문자 참여도에 대한 캠페인 및 고객 여정 인사이트를 살펴볼 수 있고, 선택 전략, 의사 결정 항목 성과, 모델 전환율을 바탕으로 참여도가 가장 높은 영역을 의사 결정 리포팅 뷰에서 확인할 수 있습니다.



● Decision Item Performance

Farouk ExD CJA Reporting Test Campaign			
EXD			
Propositions Items Count (AJO)			
Item Name (AJO)	Displays Filter (AJO)	Clicks Filter (AJO)	
Page: 1 / Rows: 50 1-4 of 4	Oct 10 Oct 24 ↓ out of 80	Oct 10 Oct 24 ↓ out of 20	20
1. ExD CJA Reporting Test Offer Item 2	27 33.8%	5 25.0%	
2. ExD CJA Reporting Test Offer Item 1	19 23.8%	3 15.0%	
3. Farouk ExD CJA Reporting Test Offer Item 1	17 21.3%	7 35.0%	
4. Farouk ExD CJA Reporting Test Offer Item 2	17 21.3%	5 25.0%	

리포팅 뷰는 선택 전략, 의사 결정 항목 등 의사 결정 성과에 대한 인사이트를 제공합니다.

## 맞춤형 최적화 지표

Journey Optimizer는 Customer Journey Analytics와 보고 방식을 표준화하여 데이터의 일관성과 안정성을 높입니다. Journey Optimizer와 Customer Journey Analytics 간의 매끄러운 통합을 통해 성과 지표를 명확히 파악할 수 있을 뿐만 아니라 간단한 지표를 만들고, 오디언스를 생성 및 게시하고, 인사이트 빌더를 통해 질문하고, 특정 수신자에 대한 자동 이메일 전송 보고서 일정 관리 등의 새로운 기능을 추가로 활용할 수 있습니다.

리포팅 대시보드를 사용하면 맞춤형 필터링과 보고서 일정 예약 기능을 통해 모든 채널, 캠페인, 여정에 대한 성과 및 인사이트를 빠르게 확인할 수 있습니다.

The screenshot shows the Adobe Experience Platform interface for Journey Optimizer. On the left, there's a sidebar with a 'TABLE OF CONTENTS' section containing categories like 'Highlights', 'Journey Engagement', 'Journey Failures', 'CTR', 'CTOR', 'People', 'Clicks', 'Spam Complaints', 'Unsubscribes', 'Journeys', and 'Campaigns'. Below that is another 'Channels' section with 'Channels' listed. At the top right, there are filter options for 'Campaign Name (AJO) (Event)', 'Channel (Event)', and a 'Reset all' button. The main area displays a table titled 'Campaigns' with columns for 'People', 'CTR (AJO)', 'Delivered (AJO)', 'Displays (AJO)', and 'Clicks (AJO)'. A blue button labeled 'Create metric from selection' is visible. The table lists various campaigns with their respective metrics. At the bottom, there's a 'Channels' section with filter options and a 'Last 7 full days' time range.

Journey Optimizer와 Customer Journey Analytics의 기본 통합으로 캠페인과 여정에 대한 심도 있는 인사이트를 확보하여 의사 결정 항목과 기타 의사 결정을 최적화할 수 있습니다.

## 책임 있는 데이터 사용, 규정 준수, 신뢰 향상

데이터 거버넌스, 개인정보 관리 및 보안, 고객 동의 관리는 국제 표준을 준수하는 신뢰할 수 있는 고객 여정에 필수입니다. 소비자는 자신의 데이터가 안전하게 관리되기를 바라는 만큼, 강력한 보안 조치와 투명한 데이터 관리가 필요합니다.

Adobe Experience Platform을 사용하면 브랜드는 데이터를 통합, 분석, 최적화하고, 고객 경험을 향상할 수 있습니다. 특히 효과적인 데이터 관리 및 거버넌스를 통해 정확하고, 일관되고, 윤리적으로 정보를 활용하고, 민감한 고객 데이터를 안전하게 보호할 수 있습니다. 고객 인게이지먼트에서 이러한 요소에 우선순위를 두면 리스크를 줄이고 브랜드 충성도를 높일 수 있습니다.

## 데이터 거버넌스

Adobe Experience Platform의 ‘데이터 사용 표시 및 실행(DULE)’ 프레임워크가 Journey Optimizer의 효과적인 데이터 거버넌스를 보장합니다. 이를 통해 데이터 분석 팀과 거버넌스 팀은 데이터 필드를 표시하고 특정 채널에 대한 마케팅 작업을 정의할 수 있습니다. Adobe Experience Platform에서 데이터 분석에 허용 또는 제한하는 마케팅 활동을 지정하는 데이터 사용 정책 내에서 레이블과 활동을 적용해 데이터 규정 준수를 효과적으로 지원할 수 있습니다.

Adobe Experience Platform은 현재 수행 중인 마케팅 활동을 바탕으로 데이터 활성화를 제한하는 데이터 거버넌스 정책과 데이터 사용 레이블을 지원합니다. 예를 들어, 거버넌스 정책에 ‘ePHI’로 표시된 개인 건강 정보 관련 데이터가 이메일 개인화에 사용되지 않도록 제약 조항을 추가할 수 있습니다. 또한 고객의 동의 또는 선호 사항에 따라 활성화되는 프로파일을 필터링하는 동의 정책을 지원합니다.

데이터 사용 정책은 캠페인, 여정, 맞춤 활동에 적용되어 모든 채널에서 규정 준수 및 윤리적 데이터 사용을 지원합니다. 이를 통해 데이터 무결성과 규정 준수를 유지하며 고객 경험을 최적화할 수 있습니다.

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, there's a sidebar with categories: Home, JOURNEY MANAGEMENT (Campaigns, Journeys, Landing pages), DECISION MANAGEMENT (Offers, Components), CONTENT MANAGEMENT (Assets), DATA MANAGEMENT (Schemas, Datasets, Queries, Monitoring), and CONNECTIONS. The 'Schemas' option under 'DATA MANAGEMENT' is selected. In the main area, the path 'Schemas > Medical information' is shown. A modal window titled 'Apply access and data governance labels' is open, listing labels categorized by type: All, Identity labels, Sensitive labels, Contract labels, and Custom labels. The 'ePHI' label is selected (indicated by a checked checkbox) and is described as 'Electronic Protected Health Information'. Other labels listed include 'demo-label', 'e2e\_test\_da', and 'green'. There are tabs for 'Summary', 'Fields', 'Applied labels', and 'ePHI - Electronic Health Information'.

데이터 사용 표시 및 실행(DULE) 프레임워크를 통해 필드에 레이블을 지정하고 채널마다 마케팅 활동을 생성하여 모든 마케팅 채널에서 데이터 거버넌스를 효과적으로 실행할 수 있습니다.

Adobe Experience Platform의 애드온 기능인 Healthcare Shield와 Privacy and Security Shield는 고급 개인정보 관리, 거버넌스, 보안 기능을 제공합니다. Journey Optimizer의 고객 생애주기 최적화는 모든 고객 여정에서 실시간으로 이뤄지는 지능형 의사 결정을 기반으로 합니다. 브랜드는 모든 채널과 캠페인에서 직관적인 개인화 제어를 통해 AI를 기반으로 최선의 후속 조치와 경험을 제공함으로써 고객 생애 가치와 ROI를 높여 비즈니스 목표를 최적화할 수 있습니다.

# Adobe Journey Optimizer

업계를 선도하는 Adobe Experience Platform에 기본 통합된 Adobe Journey Optimizer를 사용하면 단일 클라우드 기반의 애플리케이션에서 옴니채널 캠페인 일정은 물론, 수백만 고객과 일대일로 만나는 순간을 관리하고, 지능형 의사 결정과 인사이트로 전체 고객 여정을 최적화할 수 있습니다.

**Adobe Journey Optimizer의 지능형 의사 결정에 대해 더 자세히 알아보세요.**

[자세히 보기](#)



© 2025 Adobe. All rights reserved.

Adobe, the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.