

IBM Unica Optimize
버전 8.5.0 게시일: 2011년 6월 7일

사용자 가이드



Copyright

© Copyright IBM 2011
IBM Corporation
Reservoir Place North
170 Tracer Lane
Waltham, MA 02451-1379

모든 소프트웨어와 관련 문서에는 미국 정부 사용자에게 대한 제한된 권리 및 관련 수출 규정과 함께 IBM International 프로그램 라이선스 계약에 설명된 사용 및 공개에 대한 제한 조건 규정이 적용됩니다.

예제에 사용된 회사, 이름 및 데이터는 다른 설명이 없는 한 사실이 아닙니다.

IBM, IBM 로고, Unica, Unica 로고, NetInsight, Affinium 및 MarketingCentral은 미국, 기타 국가 또는 영국 모두에서 등록된 IBM Corporation의 상표 또는 등록 상표입니다. 기타 제품과 서비스 이름은 IBM이나 기타 회사의 등록 상표일 수 있습니다. © Copyright IBM Corporation 2011. All rights reserved.

목차

머리말 IBM Unica 기술 지원 문의.....	9
1 소개	10
IBM Unica Optimize 정보.....	10
Optimize 사용의 장점	10
Optimize 데이터 흐름 이해	12
Campaign 정보	13
Campaign 주요 개념.....	13
캠페인	13
플로차트.....	13
오퍼.....	14
셀.....	14
Optimize 주요 개념	14
Optimize 사용	17
다중 로케일 환경의 Optimize.....	18
2 IBM Unica Optimize 시작하기	19
Optimize를 사용하기 전에.....	19
Optimize 계획	19
필요한 데이터	21
Optimize 구현	21
대상 수준 정의.....	22
Optimize에 대한 새 대상 수준을 정의하는 방법	22
템플릿 테이블 생성.....	22
템플릿 테이블을 생성하는 방법.....	24
Optimize에 대한 오퍼 템플릿 생성	24
3 최적화 세션 작업	25
Optimize 세션.....	25
Optimize 세션 수준 고급 설정.....	26
새 세션 생성.....	26
새 최적화 세션 페이지를 사용하여 새 세션을 생성하는 방법.....	27

다른 세션을 템플릿으로 사용하여 새 세션을 생성하는 방법	27
Optimize 세션 페이지 참조	28
4 최적화 규칙 설정	29
최적화 규칙	29
규칙 및 제한조건	29
규칙 순서	30
최소 제한조건	30
컨택 추적	30
규칙 유형	31
고객 소속 규칙	33
고객 소속 규칙 정의	34
상호 접촉 조건 규칙	35
상호 접촉 조건 규칙 정의	35
최소/최대 오퍼 용량 규칙	35
최소/최대 오퍼 용량 규칙 정의	36
사용자 정의 용량 규칙	37
사용자 정의 용량 규칙 정의	38
각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙	39
각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙 정의	39
최대 패키지 수 규칙	41
최대 패키지 수 규칙 정의	41
최대 중복 오퍼 수 규칙	42
최대 중복 오퍼 수 규칙 정의	43
B를 포함한 A일 수 없음 규칙	44
B를 포함한 A일 수 없음 규칙 정의	44
A 다음에 B일 수 없음 규칙	46
A 다음에 B일 수 없음 규칙 정의	46
A만 포함한 B 규칙	47
A만 포함한 B 규칙 정의	48
규칙 정의	49
최적화 규칙에서 세그먼트 사용	50
최적화 규칙에서 세그먼트를 사용하는 방법	50
최적화 규칙에서 오퍼 리스트 사용	51
최적화 규칙에 오퍼 리스트를 사용하는 방법	51

최적화 규칙에서 오퍼 버전 사용	52
오퍼 버전 쿼리 빌더 정보	53
조건 및 그룹화	53
최적화 규칙에 오퍼 버전을 사용하는 방법	55
스마트 리스트 및 오퍼 버전 쿼리 빌더	56
폐기된 오퍼 또는 오퍼 리스트	58
규칙 작업	58
규칙을 생성하는 방법	58
규칙을 편집하는 방법	58
규칙을 삭제하는 방법	59
Optimize 세션 규칙 일반 참조	59
예외 규칙 정보	59
최소/최대 오퍼 용량 규칙에 예외 규칙을 추가하는 방법	60
예외 규칙 정의	60
최적화 규칙 예	61
5 점수 설정	65
점수 개요	65
PCT의 점수 필드를 사용하도록 최적화 세션 구성	66
PCT의 점수 필드를 사용하도록 Optimize를 구성하는 방법	66
점수 행렬을 사용하여 수동으로 점수 입력	67
빈 셀	67
여러 전략적 세그먼트에 속하는 컨택	69
점수 행렬을 사용하여 점수를 수동으로 입력하는 방법	69
점수 행렬에 대한 오퍼 및 전략적 세그먼트 선택	70
오퍼 및 전략적 세그먼트를 선택하는 방법	70
6 최적화를 위한 제안된 컨택 리스트 생성	71
제안된 컨택 리스트 생성	71
최적화 프로세스를 사용하여 플로차트 생성	71
최적화 프로세스를 사용하여 플로차트 생성	72
대상 컨트롤 스프레드시트 및 최적화 전 플로차트	72
최적화 프로세스 구성	73
최적화 프로세스 지정 탭	73
입력할 셀을 선택하는 방법	74
컨택 날짜를 모든 컨택에 지정하는 방법	74

오퍼 또는 오퍼 리스트를 셀에 지정하는 방법	74
최적화 프로세스 지정 탭 참조	75
최적화 프로세스 매개변수 탭	75
매개변수화된 오퍼 속성 값을 지정할 대상 셀을 선택하는 방법	76
매개변수화된 오퍼 속성에 값을 지정하는 방법	77
최적화 프로세스 매개변수 탭 참조	77
최적화 프로세스 최적화 탭	78
Optimize 세션을 지정하는 방법	78
PCT에 필요한 추가 테이블 필드를 매핑하는 방법	78
최적화 프로세스 최적화 탭 참조	79
최적화 프로세스 점수 탭	79
최적화 프로세스에서 점수 필드를 지정하는 방법	80
최적화 프로세스 점수 탭 참조	80
플로차트 실행	81
최적화 프로세스 및 플로차트 테스트 실행 정보	81
Optimize 세션의 운용 실행 수행	81
Optimize 세션의 운용 실행을 수행하는 방법	82
최적화 결과 검토	82
7 마케팅 캠페인에서 최적화된 컨택 사용	83
최적화된 컨택 사용	83
최적화된 컨택 선택	83
최적화된 컨택이 포함된 패키지를 선택하는 방법	84
PCT/OCT 필드별로 최적화된 컨택을 검색하는 방법	85
컨택 프로세스에 최적화된 컨택 연결	85
최적화 후 플로차트 실행	86
(선택 사항) 최적화 후 플로차트를 시작하는 트리거 정의	86
여러 패키지 처리	86
패키지별로 추출 프로세스를 하나씩 포함하는 방법	87
단일 추출 프로세스에서 여러 패키지를 선택하는 방법	87
홀드아웃 컨트롤 그룹을 위한 샘플링	89
대상 ID 수준에서 샘플링하는 방법	90
오퍼 수준에서 샘플링하는 방법	90
최종 셀 코드 지정	91
대상 컨트롤 스프레드시트 및 최적화 후 플로차트	92

최종 셀 코드를 지정하는 방법.....	92
8 보고서 보기	94
보고서 보기.....	94
보고서를 보는 방법.....	95
실행 기록을 지우는 방법.....	95
오퍼 필터링 요약 보고서.....	95
캠페인별 고객 재분포 보고서.....	96
유형 및 세그먼트별 오퍼 보고서.....	97
오퍼 및 전략적 세그먼트를 선택하는 방법.....	98
캠페인 최적화 요약 보고서.....	99
일정 기간 동안 채널 사용 보고서.....	100
고객 상호 작용 볼륨 보고서.....	101
용량 규칙 민감도 보고서.....	102
Optimize 리스트 포틀릿.....	102
A IBM Unica Optimize 관리.....	103
Optimize 관리.....	103
Optimize 유틸리티 사용.....	103
Optimize 유틸리티에 대한 선행 조건.....	103
Optimize 명령행 유틸리티.....	104
Optimize 리스너.....	105
다중 로케일 환경을 위한 Optimize 구성.....	105
데이터베이스 로드 유틸리티 구성.....	105
프로세스에 대한 가상 메모리 할당 증가(UNIX만 해당).....	106
최적화 알고리즘 조정.....	107
멀티 스레드 최적화.....	107
고객 샘플 크기 설정.....	108
Optimize 테이블 인덱싱.....	109
컨택 기록에 대한 쿼리 제어.....	111
B IBM Unica Optimize 구성 등록 정보.....	112
Optimize 구성 등록 정보.....	112
unica ACOListener 범주.....	112
세션 실행 모니터 범주.....	115
메모리 조정 범주.....	115
사용자 템플릿 테이블 범주.....	115

알고리즘 조정 범주	116
디버그 범주	120
로깅 범주	120
unicaACOOptAdmin 범주	122

머리말

- IBM Unica 기술 지원 문의

IBM Unica 기술 지원 문의

이 설명서를 참조하여 해결할 수 없는 문제가 있으면 사내의 지원 문의 담당자가 IBM Unica 기술 지원에 문의하도록 합니다. 원만한 문제 해결을 위해서는 이 섹션에서 설명하는 정보가 필요합니다.

사내의 지원 문의 담당자가 아니라면 IBM Unica 관리자에게 다음 정보를 문의하십시오.

확인해야 할 정보

IBM Unica 기술 지원에 문의하기 전에 먼저 다음과 같은 정보를 준비해야 합니다.

- 문제 상황에 대한 간단한 설명
- 문제가 발생할 때 나타나는 자세한 오류 메시지
- 문제를 유발하는 구체적인 절차
- 관련 로그 파일, 세션 파일, 구성 파일 및 데이터 파일
- 제품 및 시스템 환경에 대한 정보를 확인하는 방법은 아래에 있는 "시스템 정보"를 참조하십시오.

시스템 정보

IBM Unica 기술 지원에 전화하면 현재 사용 환경 정보를 알려 달라는 요청을 받게 됩니다.

문제가 발생했다라도 응용 프로그램에 로그인할 수 있으면 대부분의 정보를 해당 정보 페이지에서 확인할 수 있습니다. 이 페이지에는 설치한 IBM Unica 응용 프로그램에 대한 정보가 나와 있습니다.

도움말 > 정보를 선택하여 해당 정보 페이지에 액세스할 수 있습니다. 정보 페이지에 액세스할 수 없는 경우에는 각 응용 프로그램의 설치 디렉토리에 있는 `version.txt` 파일에서 IBM Unica 응용 프로그램의 버전 번호를 확인할 수 있습니다.

IBM Unica 기술 지원 정보 문의

IBM Unica 기술 지원에 문의하는 방법은 다음 IBM Unica 제품 기술 지원 웹 사이트를 참조하십시오. <http://www.unica.com/about/product-technical-support.htm>

1 소개

- IBM Unica Optimize 정보
- Optimize 사용의 장점
- Optimize 데이터 흐름 이해
- Campaign 정보
- Campaign 주요 개념
- Optimize 주요 개념
- Optimize 사용
- 다중 로케일 환경의 Optimize

IBM Unica Optimize 정보

Optimize는 여러 마케팅 캠페인에서 제안된 오퍼와 채널을 검토하여 일정 기간 동안 고객 별로 최선의 컨택 전략을 결정할 수 있는 웹 기반 Campaign 확장입니다. Optimize를 사용하면 컨택 피로도를 제한하고 오퍼 충돌을 방지하며 채널 또는 인벤토리 용량 제한을 충족하고 마케팅 투자 수익(ROI) 또는 수익성을 최대화할 수 있습니다.

Optimize를 사용하면 관련 오퍼를 가진 대상 고객을 시기에 맞게 효과적으로 지정하여 응답 가능성을 높이고 실질적인 ROI를 창출하며 장기적으로 지속되는 유익한 고객 관계를 구축하면서 회사의 목표와 목적을 달성할 수 있습니다.

Optimize 사용의 장점

Optimize를 사용하면 대상의 대규모 풀을 가져와 복합 규칙 집합과 비교하여 특정 오퍼에 가장 적합한 대상을 찾을 수 있습니다. 이때 단일 캠페인에서 구할 수 있는 로컬 데이터뿐 아니라 여러 캠페인에서 가져올 수 있는 데이터를 고려하고 훨씬 더 높은 수준의 비즈니스 제한조건(예: 아웃바운드 콜 센터 용량)을 감안합니다. 다시 말해서 Optimize를 사용하면 단일 캠페인이나 오퍼뿐만 아니라 비즈니스 전반에서 마케팅을 극대화할 수 있습니다. Optimize는 여러 캠페인에 적용되기 때문에 과도한 컨택으로부터 고객을 보호할 수 있으며 중요 고객이 향후의 통신에서 옵트아웃하거나 통신을 해석하지 않고 단순히 처리할 가능성을 줄여 줍니다. 초기 선택 범위를 크게 시작하면 이전에 자원이 부족한 고객 기반 세그먼트에 연결할 기회가 커지며 동시에 비즈니스 제한조건 내에서 전체적인 최적성이 극대화됩니다.

고객 데이터로부터 마케팅 캠페인의 대상을 선택하도록 Campaign을 구성합니다. 이 선택 프로세스는 다음 예와 같이 매우 간단할 수 있습니다.

- 모든 여성 고객

또는 다음 예와 같이 더 복잡할 수도 있습니다.

- 연간 수입이 \$45,000 이상이며 지난 90일 이내에 제품을 구매한 적이 있으며 최소 30일 동안 컨택을 수신한 적이 없는 25세에서 45세 사이의 모든 여성 고객

하지만 제품 또는 오퍼 중심의 마케팅 조직에서는 여러 캠페인 디자이너가 제품 또는 오퍼에 대한 최우수 고객을 유치하기 위해 경쟁하고 있습니다. 따라서 다음과 같은 어려움이 발생합니다.

- 캠페인 간 충돌 - 여러 캠페인에서 동일한 고객을 대상으로 할 때 캠페인 간 충돌이 발생합니다. 예를 들어, 한 사람은 최근에 새 집으로 이사한 고객을 위한 모기지 재융자 오퍼를 생성하고 다른 한 사람은 최근에 계좌를 개설한 고객을 위한 무료 온라인 बैं킹 오퍼를 생성하는 두 가지 캠페인이 있다고 가정합니다. 이 경우 많은 고객이 두 캠페인 모두에 해당될 수 있습니다.
- 고객 피로 - 동일한 고객에게 반복적으로 컨택하여 시간이 지남에 따라 응답 비율이 감소합니다. 다수의 우수 고객이 실질적으로 모든 오퍼에 대한 대상이 됩니다. 캠페인에서는 최상위 및/또는 충성도가 가장 높은 고객을 대상으로 선택하므로 일반적으로 대상이 겹칩니다.
- 누락된 기회 - 일부 고객은 오퍼 대상으로서 자격이 충분하지만 현재 선택 프로세스에서 계속해서 무시되었을 수 있습니다.

Optimize 활용 실습

다음과 같은 시나리오를 가정합니다.

마케팅 팀의 한 구성원이 지역 상점에서의 최근 고객 카드 사용을 기반으로 고가치(high-value) 고객을 식별하는 캠페인을 생성합니다. 기준을 충족하는 고객에게는 일부 대형 점포에서 초청장 받은 고객만 대상으로 하는 비공개 세일 이벤트에 참여할 수 있는 티켓이 전송됩니다.

마케팅 팀의 다른 구성원은 웹 사이트 채널을 통한 중요 지출을 기반으로 고마진(high-margin) 고객을 식별하는 캠페인을 생성합니다. 기준을 충족하는 고객은 다음에 온라인 상점에 로그인할 때 온라인 전용 특별 쿠폰을 받게 됩니다.

마케팅 팀의 또 다른 구성원은 장기적이고 지속적인 고객 카드 사용과 이에 따른 높은 소비 습관을 기반으로 최상위 고객을 식별하는 캠페인을 생성합니다. 기준을 충족하는 고객에게는 매장 쿠폰이 첨부된 특별 메일이 전송됩니다.

상당수의 고객이 위의 각 마케팅 캠페인 중 세 개 모두는 아니더라도 적어도 두 캠페인의 대상이 됩니다. 지나친 컨택은 일부 비즈니스에 방해가 될 수 있으며 마케팅 캠페인 간의 성공과 실패가 교차할 수 있습니다. 예를 들어, 고가치(high-value) 고객이 웹 쿠폰과 매장 쿠폰을 모두 받은 경우 고객은 이 사실과 상관없이 금액을 지출할 수 있으며, 이렇게 되면 두 캠페인 중 한쪽에서는 컨택 낭비 및 응답 비율 저하의 결과를 가지게 됩니다. 또한 동일한 기간에 사용 가능한 15% 할인 쿠폰과 20% 할인 쿠폰을 동일한 고객에게 보낼 경우 15% 오퍼의 응답 비율이 예상보다 낮을 것입니다. 피로 문제를 해결하기 위해 "1개월에 전자 메일 컨택 4회만 허용" 또는 "DM 발송 간격 최소 14일 이상 유지" 등과 같은 다른 비즈니스 규칙을 적용할 수 있습니다. 하지만 개별 캠페인이 서로 상호 작용하지 않기 때문에 이 전략은 "초청장 받은 고객만 대상으로 하는 비공개 세일 이벤트 오퍼를 수신하는 고객은 매장 쿠폰 수신 불가"와 같은 다른 지침을 지원하지 않습니다.

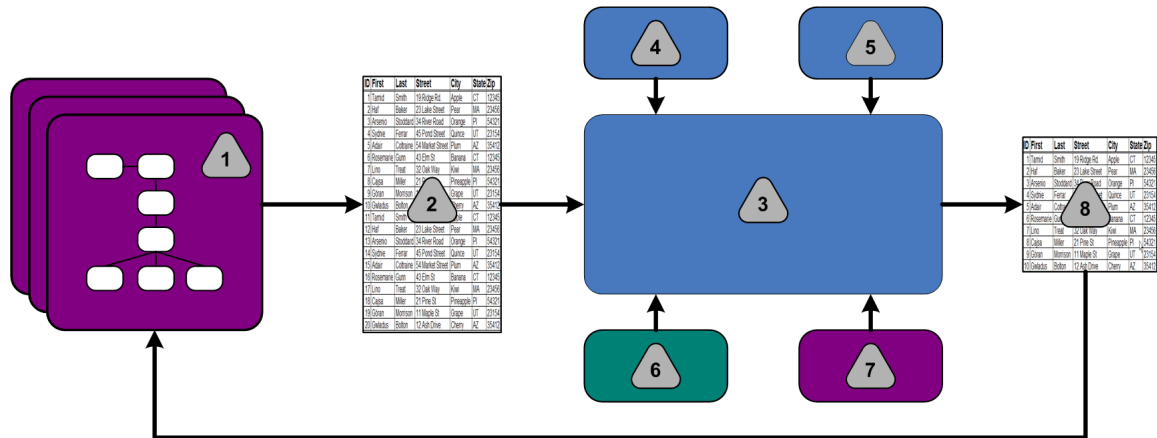
고객 중심(예: 세그먼트 기반) 마케팅의 방향으로 전개하는 회사에서는 주로 단일 개인이 고객 세그먼트로 전송되는 전체 통신 스트림을 제어하기 때문에 이러한 유형의 오퍼 충돌이 발생하지 않습니다. 이러한 세그먼트 기반 방식은 이점이 있지만 회사가 제품 중심 마케팅 조직에서 고객 중심 마케팅 조직으로 전환하는 프로세스는 일반적으로 어렵고 시간이 많이 소요됩니다.

Optimize를 사용하여 전체 고객 풀에서 각각에 가장 적합한 마케팅 대상을 결정하기 위해 이러한 세 가지 상황을 모두 해결하는 일련의 제한조건 또는 규칙을 생성합니다. 최대 패키지 수 규칙을 사용하여 고객이 수신하는 오퍼의 수를 제한할 수 있습니다. B를 포함한 A일 수 없음 규칙을 사용하면 초청장 받은 고객만 대상으로 하는 세일 이벤트 오퍼를 수신하는 고객에게 쿠폰이 발송되지 않도록 제한할 수 있습니다. 각 마케팅 담당자가 각 오퍼에 대한 점수를 결정합니다. Optimize는 지정된 규칙과 제한조건을 충족하는 나머지 컨택 리스트를 제공하여 컨택을 최적화합니다. 그런 다음 마케팅 담당자는 해당 오퍼에 대한 컨택을 추출하여 캠페인을 완료하여, 각 캠페인이 전역적으로 최적화된 최우수 고객에게 전달됩니다.

Optimize 데이터 흐름 이해

Optimize는 여러 Campaign 플로차트에서 제안된 컨택 리스트를 가져와서 제안된 리스트에 규칙을 적용한 다음 최적화된 컨택 리스트를 생성하여 작업합니다.

다음 그림에는 Campaign과 Optimize 사이의 데이터 흐름이 나와 있습니다.



1. Campaign 플로차트
2. 제안된 컨택
3. Optimize 최적화 알고리즘
4. Optimize 세션의 제한조건 규칙
5. Optimize 세션의 비즈니스 규칙
6. 컨택 기록
7. Campaign의 세그먼트 및 오퍼 리스트
8. 최적화된 컨택

Campaign에서 제안된 컨택을 선택할 플로차트를 생성합니다. 그런 다음 생성된 제한조건과 비즈니스 규칙, 컨택 기록, 고객 데이터에서 구한 기타 필수 데이터 등을 가져와 최적화 알고리즘을 통해 제안된 컨택에 모두 적용하는 Optimize 세션을 생성합니다.

Optimize 세션에서 최적화된 컨택 리스트를 Campaign으로 반환합니다. 그러면 컨택 프로세스를 사용하는 플로차트에서 이 최적화 리스트를 사용할 수 있습니다. 컨택 프로세스는 컨택 리스트 관리 및 출력, 대상 처리, 데이터 기록 등 완료된 캠페인의 실제 실행을 제어합니다.

Campaign 정보

Campaign은 사용자가 다이렉트 마케팅 캠페인을 설계, 실행 및 분석할 수 있는 웹 기반 EMM(Enterprise Marketing Management) 솔루션입니다. Campaign에서 제공하는 사용하기 쉬운 그래픽 사용자 인터페이스에서는 고객 ID 리스트에 대해 선택, 표시 안 함, 구분, 샘플링 등을 수행하는 다이렉트 마케팅 프로세스를 지원합니다.

대상을 선택하고 나면 Campaign을 사용하여 오퍼 지정, 전자 메일 보내기 등을 수행하여 마케팅 캠페인을 정의하고 실행할 수 있습니다. 또한 Campaign을 사용하면 출력 리스트를 생성하고 컨택 기록에 컨택을 기록하여 캠페인에 대한 응답을 추적하고 이 정보를 다음 캠페인에서 사용할 수 있습니다.

Campaign 주요 개념

Optimize를 사용하기 전에 이러한 Campaign 개념을 숙지해야 합니다.

자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

캠페인

마케팅에서 캠페인은 마케팅 커뮤니케이션이나 판매 목표를 달성하기 위해 수행되는 관련 활동과 프로세스의 집합입니다. 또한, Campaign에는 설계, 테스트, 자동화 및 분석을 용이하게 하는 마케팅 캠페인을 표현하는 캠페인이라고 하는 개체가 있습니다.

캠페인에는 하나 이상의 플로차트가 있으며 이 플로차트는 캠페인을 실행하는 데 필요한 데이터에 일련의 액션을 수행하도록 설계됩니다.

플로차트

Campaign에서 플로차트는 데이터를 대상으로 수행되는 일련의 액션을 나타내며, 프로세스라고 하는 구성 요소로 정의됩니다. 플로차트는 수동으로 실행할 수 있으며, 스케줄러에 의해 실행되거나 정의된 일부 트리거에 대한 응답으로 실행될 수도 있습니다.

DM 캠페인의 유자격 수신자를 결정하고, 이러한 수신자 그룹의 메일링 리스트를 생성하고, 각 수신자를 하나 이상의 오퍼와 연결하는 등의 특정 마케팅 목표를 달성하기 위해 플로차트를 사용합니다. 또한 캠페인 응답자를 추적 및 처리하고 캠페인의 투자 수익률(ROI)을 계산할 수도 있습니다.

캠페인마다 하나 이상의 플로차트를 설계하여 캠페인을 구현하고, 필요한 데이터 조작이나 액션을 수행할 플로차트로 이루어진 프로세스를 구성합니다.

각 플로차트는 다음 요소로 구성됩니다.

- 이름
- 설명
- 하나 이상의 데이터 소스에서 가져온 하나 이상의 매핑된 테이블

- 마케팅 로직을 구현하는 상호 연결된 프로세스

오퍼

오퍼는 단일 마케팅 메시지를 나타내며, 다양한 방법으로 전달할 수 있습니다.

Campaign에서는 하나 이상의 캠페인에 사용할 수 있는 오퍼를 작성합니다.

오퍼는 다음과 같이 재사용할 수 있습니다.

- 여러 캠페인에서
- 여러 시점에
- 여러 사용자 그룹이나 셀 그룹을 대상으로
- 오퍼의 매개변수화된 필드를 다르게 지정하여 여러 "버전"으로

컨택 프로세스 중 하나를 사용하여 플로차트의 대상 셀에 오퍼를 지정하고, 오퍼를 받은 고객과 응답한 고객에 대한 데이터를 수집하여 캠페인 결과를 추적합니다.

셀

간단히 말해서 셀은 데이터베이스에 있는 식별자(예: 고객 또는 잠재 고객 ID)로 구성된 리스트입니다. Campaign에서는 플로차트에서 데이터 조작 프로세스를 구성하고 실행하여 셀을 작성합니다. 이러한 출력 셀은 동일한 플로차트의 다른 프로세스(셀이 작성된 프로세스에 대한 다운스트림 프로세스)에서 입력으로 사용될 수도 있습니다. 만들 수 있는 셀 수에는 제한이 없습니다.

Campaign에서는 하나 이상의 오퍼가 지정되는 셀을 대상 셀이라고 합니다. 대상 셀은 같은 유형의 개체로 이루어진 별도의 그룹입니다. 예를 들어 고가치(high-value) 고객, 웹 쇼핑을 좋아하는 고객, 정시 결제 계정, 전자 메일 메시지 수신을 선택한 고객, 반복적으로 구매하는 충성 고객 등에 대한 셀을 만들 수 있습니다. 작성한 각 셀이나 세그먼트는 다른 오퍼나 컨택 채널과 함께 다양하게 처리할 수 있으며 또는 다양한 방법으로 추적하여 성과 비교 보고서를 작성할 수도 있습니다.

오퍼 수신 자격을 부여받은 ID를 포함하지만 분석을 위해 오퍼 수신에서 제외된 셀을 컨트롤 셀이라고 합니다. Campaign에서는 컨트롤이 항상 홀드아웃 컨트롤입니다.

"셀"이라는 용어는 "세그먼트"와 서로 바꾸어 사용되기도 합니다. 전략적 세그먼트는 캠페인 플로차트가 아닌 세션에 작성된 셀입니다. 전략적 세그먼트는 모든 캠페인에서 전역적으로 사용할 수 있다는 점을 제외하고 다른 셀(예: 세그먼트 프로세스 시 플로차트에 작성된 셀)과 다르지 않습니다. 전략적 세그먼트는 처음 작성했던 플로차트가 다시 실행되지 않는 한 ID의 정적 리스트 상태로 유지됩니다.

Optimize 주요 개념

이 섹션에서는 Optimize 작업 시 알아 두어야 할 주요 개념에 대해 설명합니다.

제안된 컨택 테이블

제안된 컨택 테이블(PCT)은 Optimize에서 최적화 규칙과 제한조건을 적용하는 컨택, 연결된 오퍼, 채널, 컨택 날짜 및 점수의 리스트입니다. 생성된 규칙과 제한조건을 사용하여 Optimize에서 PCT를 정렬하면 최적화된 컨택 리스트가 생성됩니다.

Optimize 세션을 생성하면 PCT가 생성됩니다. Campaign에서는 제안된 컨택 및 관련 오퍼로 PCT를 채웁니다. 특히, Campaign 플로차트에 최적화 프로세스를 포함하여 Campaign을 Optimize에 연결합니다. 최적화 프로세스를 구성할 때 이 플로차트와 연결할 Optimize 세션을 선택합니다. 플로차트를 실행하면 Campaign에서 선택된 Optimize 세션에 연결된 PCT에 기록합니다.

PCT는 여러 플로차트 또는 캠페인에서 제안된 컨택을 포함할 수 있습니다.

PCT의 열은 Optimize 세션에서 선택하고 Campaign에 정의되어 있는 대상 수준, `UACO_PCTBASE` 테이블의 사전 정의 필드, Optimize 템플릿 테이블에 정의된 열(Optimize 세션에서 Optimize 템플릿 테이블을 선택한 경우) 등으로 구성됩니다.

최적화된 컨택 테이블

최적화된 컨택 테이블(OCT)은 PCT에 규칙과 제한조건을 적용한 후 Optimize에서 생성되는 연결된 오퍼와 최적화된 컨택의 리스트입니다.

Optimize 세션을 생성하면 OCT가 생성됩니다. Optimize 세션을 실행할 때 Optimize에서는 구성된 최적화 규칙과 제한조건을 사용하여 Campaign에서 채워진 PCT를 분석합니다. Optimize에서는 이 프로세스 중에 최적화된 컨택과 해당 연결 오퍼로 OCT를 채웁니다. 그러면 Campaign에서 마케팅 캠페인에 사용할 수 있도록 결과를 OCT로부터 가져옵니다. OCT는 PCT 필드 하위 집합과 최적화에 사용되는 점수 필드(즉, 최대화할 점수)로 구성됩니다.

최적화 기간

최적화 기간은 가장 먼저 제안된 컨택과 마지막으로 제안된 컨택 사이의 경과 시간을 말합니다. 예를 들어 PCT에 있는 제안된 컨택 날짜가 4월 1일부터 4월 30일 사이인 경우, 최적화 기간은 30일입니다.

최적화 기간은 PCT의 컨택 날짜 필드에 지정된 날짜에 의해 결정되며 최적화 프로세스의 지정 탭에서 채워집니다.

Optimize 템플릿 테이블

Optimize(UO) 템플릿 테이블은 Optimize에서 작업하기 전에 생성하도록 선택할 수 있는 데이터베이스 테이블입니다. 여러 최적화 규칙에서 참조하기 위해 PCT에 사용자 정의 열을 포함하려면 Optimize 템플릿 테이블을 생성해야 합니다. Optimize에서 세션을 생성할 때 생성된 Optimize 템플릿 테이블 중 하나를 선택할 수 있습니다. 시스템 테이블이 위치한 데이터베이스에서 Optimize 템플릿 테이블을 생성해야 합니다.

최적화 프로세스 중에 이 테이블에 생성된 열은 정의된 데이터 유형 및 크기와 함께 `UACO_PCTBASE` 테이블에 포함된 기본 PCT 필드에 자동으로 추가됩니다. 그러면 이러한 필드가 Campaign 플로차트에 의해 채워진 다음 Optimize의 규칙에 사용될 수 있습니다.

이러한 필드는 OCT에 추가되지 않습니다. 하지만 OCT에서 PCT를 참조하므로 최적화 후 플로차트의 추가 필드에서 데이터를 추출할 수도 있습니다.

템플릿 테이블에 추가할 수 있는 정보(열)에는 제공업체 이름, 나이, 계정 유형 등이 있습니다. 이 정보는 일반적으로 비즈니스 특성별로 고유합니다. 이 예를 기반으로 AccountTypes = "Good Standing"인 경우에만 "신용 오퍼"를 수신할 수 있도록 지정하는 포함 규칙을 작성할 수 있습니다.

Optimize 세션

Optimize 세션에서는 컨택 및 관련 오퍼를 PCT에 포함하거나 PCT에서 제거하기 위해 Optimize에서 사용되는 규칙을 정의합니다. Optimize 세션을 생성할 때 PCT 및 OCT에 추가할 대상 수준을 선택합니다. 또한 PCT 및 OCT에 추가할 필드가 들어 있는 최적화 템플릿 테이블을 포함할 수도 있습니다.

다음과 같은 방법으로 마케팅 캠페인을 Optimize 세션에 연결합니다.

1. Campaign에서 새 플로차트를 작성합니다.
2. 플로차트에 최적화 프로세스를 추가합니다.
3. 최적화 프로세스를 구성할 때 Optimize 세션을 선택합니다.

동일한 Optimize 세션이 다수의 플로차트 및 캠페인에서 제안된 컨택을 수신할 수 있습니다.

최적화 규칙 및 제한조건

Optimize 규칙 및 제한조건을 통해 최종 컨택 집합(OCT)을 결정할 기준을 정의할 수 있습니다. 단일 최적화 내에서 여러 규칙과 제한조건을 정의할 수 있으며 이러한 규칙과 제한조건은 Optimize 세션에 참여하는 모든 캠페인에 적용됩니다.

"규칙" 및 "제한조건"이라는 용어는 서로 바꿔 사용되기도 하며 그 차이는 미묘합니다. 엄격하게 정의하자면, 제한조건은 대체 솔루션을 많이 가지며 목표 기능을 최대화(예: 스코어 값 최대화)하여 "가장 적합한 대안"을 결정하는 반면에 규칙은 가능한 대안을 제거합니다.

제한조건의 이해를 돕기 위해 예를 들겠습니다. 각 고객이 주어진 30일 창에서 오퍼를 세 개만 수신할 수 있도록 제한조건으로 지정하면 오퍼 A, B, C, D를 수신할 수 있는 고객의 경우 이 제한조건을 충족하는 대체 조합은 A, B, C, AB, AC, AD, BC, BD, ... ABC, ABD, BCD 등입니다.

규칙의 이해를 돕기 위해 예를 들자면, 90일간의 Platinum 신용 카드 오퍼 이내에 Gold 신용 카드 오퍼를 보낼 수 없습니다.

규칙 및 제한조건 작업에서는 다음과 같은 용어가 사용됩니다.

- **고객** - 고객은 마케팅 대상 주체를 나타냅니다. 사용자 구현에서 고객은 개인, 가정, 계정 또는 Campaign에 정의된 기타 대상 수준일 수 있습니다.
- **상호 작용** - 한 오퍼와 고객 간의 통신입니다. 컨택이라고도 합니다.
- **오퍼** - 낮은 신용 카드 금리, 소매점에서 특정 비율의 할인이 제공되는 쿠폰 등과 같이 특정 날짜에 컨택 채널을 통해 고객에게 전송되는 메시지(주로 홍보용 메시지)입니다.
- **채널** - 컨택을 주고 받거나 캠페인의 일환으로 고객 또는 잠재 고객과 상호 작용하는 데 사용되는 수단입니다. 예를 들어, DM, 텔레마케팅, 팩스, 고객 서비스 또는 지원, POS(Point of Sale), 전자 메일, 웹 사이트 등이 있습니다.

- 패키지 - Campaign에서 동일한 컨택 프로세스를 통해 동일한 고객에게 전송되어 동일한 시간에 동일한 채널에 전달되는 모든 오퍼입니다. 패키지는 수신자에 대한 단일 "중단"을 나타내지만 여러 통신 또는 오퍼를 포함할 수 있습니다. 예를 들어, 패키지의 쿠폰 북에 여러 쿠폰이 들어 있거나 동일한 전자 메일에 여러 오퍼가 제공될 수 있습니다. 컨택 피로도 제한조건은 오퍼가 아니라 패키지를 기반으로 합니다. 예를 들어 마케팅 회사에서 패키지를 기반으로 잠재 고객이 수신할 수 있는 DM의 수를 제한할 수 있으며, 고객은 개인이 수신하는 오퍼를 패키지로 그룹화하는 방법에 상관없이 해당 오퍼의 총 개수를 추가로 제한할 수도 있습니다.
- 범위 - 전략적 세그먼트, 오퍼나 오퍼 리스트 및/또는 채널 등을 통해 지정된 규칙의 영향을 받는 컨택입니다. 규칙은 액션과 해당 액션이 적용되는 컨택을 모두 정의합니다. 예를 들어, "고가치(high-value) 고객"은 60일 동안 1~3개의 "할인 오퍼"를 수신해야 한다고 규칙에 명시될 수 있습니다. "고가치(high-value) 고객"은 Campaign에 정의된 전략적 세그먼트이고 "할인 오퍼"는 Campaign에 정의된 스마트 오퍼 리스트일 수 있습니다. 이 규칙의 범위는 이 세그먼트와 오퍼 리스트로 제한됩니다. 액션은 60일 동안의 최소 컨택 수와 최대 컨택 수를 지정하는 것입니다.

Optimize 사용

다음 단계에서는 Optimize를 사용하여 여러 캠페인에 전체적인 최적의 통신 전략을 결정하는 방법을 간략하게 설명합니다.

1. (선택 사항) Optimize 템플릿 테이블을 생성하려면 Campaign 시스템 테이블 데이터베이스에서 이 테이블을 생성합니다.

2. 적용할 규칙과 제한조건을 포함하는 Optimize 세션을 생성합니다.

단일 Optimize 세션을 생성하여 최적화할 모든 캠페인을 처리할 수 있습니다. 또는 개별 Optimize 세션을 생성하여 여러 유형의 캠페인, 다양한 통신 채널을 사용하는 캠페인 또는 여러 비즈니스 라인에 대한 캠페인을 처리할 수 있습니다. 단일 Optimize 세션의 범위가 넓을수록 비즈니스 전반에서 최적화될 가능성이 더 커집니다. 비즈니스 규칙과 제한조건을 지정하고 점수(예: 응답 가능성)를 활용하면 최적의 통신 전략을 수립하여 각 고객 컨택의 가치를 극대화할 수 있습니다.

3. 하나 이상의 최적화 프로세스로 구성된 플로차트를 가진 캠페인을 설정합니다.

최적화 프로세스를 구성할 때 이 프로세스와 연결할 Optimize 세션을 선택합니다. 선택한 Optimize 세션의 PCT에 연관된 오퍼와 함께 적합한 컨택이 기록됩니다.

4. 이전 단계에서 언급한 캠페인에서 다른 플로차트를 설정합니다.

이 플로차트는 Optimize 세션에서 최적화된 컨택을 가져오고 컨택 리스트에 대한 마케팅 통신을 실행합니다.

5. 최적화 프로세스가 포함된 프로세스를 실행합니다.

플로차트를 실행하면 Campaign에서 PCT에 기록하여 Optimize에서 제안된 컨택 및 오퍼 리스트에 액세스할 수 있습니다. 캠페인이 여러 개인 경우 각 캠페인 관리자가 자신의 Campaign 세션을 실행하여 최적화를 위해 제안된 전체 컨택 리스트를 생성해야 합니다.

6. Optimize 세션의 운용 실행을 수행하여 최적화된 컨택 리스트를 생성합니다.

규칙 및 최적화 결과 검토는 반복적인 프로세스일 수 있으며, 특히 처음에 더욱 그렇습니다. 검토 프로세스 중에 각 캠페인 관리자의 목표를 충족하기 위해 규칙 또는 초기 선택 기준을 변경할 수 있습니다. 조정이 필요한 경우 정의, 규칙 및 세션에 대한 점수 부여(Optimize에서 내부 점수 부여 테이블을 사용하는 경우)를 편집할 수 있습니다. Campaign 관리자는 컨택 및/또는 점수를 Optimize에 제출하는 플로차트를 수정한 다음 플로차트를 다시 실행할 수도 있습니다.

7. Optimize 세션에서 최적화된 컨택 리스트를 가져오고 마케팅 통신을 보내는 플로차트를 트리거하거나 수동으로 실행합니다.

관련 주제

- 템플릿 테이블 생성
- Optimize 세션
- 점수 개요
- 최적화 규칙
- 제안된 컨택 리스트 생성
- 최적화된 컨택 사용

다중 로케일 환경의 Optimize

Optimize를 여러 언어로 표시하는 기능은 로케일 개념을 기반으로 지원됩니다. 로케일이란 사용자 인터페이스에 표시되는 언어 및 인터페이스에서 시간, 숫자 및 날짜를 표시하는 방법을 말합니다.

각 IBM Unica Marketing 응용 프로그램은 기본 로케일을 포함하여 구체적인 로케일 집합을 지원합니다. Campaign 및 Optimize를 표시하는 데 사용되는 로케일은 로케일 지원 상호 작용, 응용 프로그램에 대한 기본 로케일 및 사용자의 로케일 기본 설정에 따라 결정됩니다. IBM Unica Marketing 관리자는 사용자에게 대한 기본 로케일을 정의할 수 있습니다.

Optimize와 Campaign은 여러 사용자가 서로 다른 로케일 기본 설정으로 동시에 액세스할 수 있도록 지원합니다. 사용 가능한 로케일은 IBM Unica Marketing 관리자에게 문의하십시오.

Optimize 또는 Campaign에서 개체에 지정하는 이름에 대한 로케일 기본 설정 또는 제한은 없습니다. 원하는 언어를 사용하여 Optimize 세션 또는 규칙에 이름을 지정할 수 있습니다. 하지만 사용하는 이름은 변환되지 않습니다. 예를 들어, 프랑스어 로케일 Optimize 사용자에게 스페인어 로케일 Optimize 사용자의 Optimize 세션을 볼 수 있는 권한을 부여하는 경우 해당 프랑스어 로케일 사용자는 Optimize 세션과 규칙 이름을 스페인어로 보게 됩니다.

관련 주제

- 다중 로케일 환경을 위한 Optimize 구성

2 IBM Unica Optimize 시작하기

- Optimize를 사용하기 전에
- Optimize 계획
- 대상 수준 정의
- 템플릿 테이블 생성
- Optimize에 대한 오퍼 템플릿 생성

Optimize를 사용하기 전에

Optimize를 최대한으로 활용하려면 사전에 신중하게 계획해야 합니다. Optimize를 사용하면 마케팅 캠페인을 최적화하고 고객의 응답을 개선할 수 있지만 이것은 최적화하려는 내용을 정확하게 알고 있는 경우에 한합니다. 따라서 사전에 계획하고, 계획을 지원할 데이터를 수집하며, 구현 방법을 구축해야 합니다.

최적화는 정적인 개념이 아닙니다. 비즈니스 계획이 성장하고 변화하면 최적화도 성장하고 변해야 합니다. 캠페인 결과를 추적하여 최적화 효과를 분석하고 필요에 따라 수정할 수 있습니다. 일정 기간 동안 Optimize 구현 방법을 다시 평가하여 "최적화를 최적화"할 수 있습니다.

Optimize 계획

Optimize를 구현하기 전에 몇 가지 질문에 대답해야 합니다.

대상 수준 선택

Optimize 세션은 단일 대상 수준에서 작동하므로 최적화할 대상 수준 즉, 컨택 가능한 개체(예: 고객, 잠재 고객, 계정, 가정 등)에 따라 Optimize 세션이 여러 개 필요할 수도 있습니다.

최적화 메트릭 선택

대상 수준을 결정한 경우 먼저 "최적화하려는 메트릭 또는 목표는 무엇입니까?"라는 질문에 대답해야 합니다. 예를 들어 수익을 최적화할지, 매출이나 ROI를 최적화할지를 결정해야 합니다. 이 경우 최적화에 사용할 "점수"(예: 순이익 금액, 총수익 금액, 응답 확률, 예상 이익 금액, 오퍼당 원가를 제외한 이익 금액 등)를 결정합니다. Optimize는 최적화된 존속 트랜잭션에서 이 점수의 합계를 최대화합니다. 동일한 최적화 세션에 참여하는 모든 마케팅 캠페인과 플로차트는 최적화에 대해 동일한 의미의 "점수"를 사용해야 합니다.

규칙 및 제한조건 결정

최적화 메트릭을 알고 있는 경우 "내 비즈니스에서 최적화 프로세스를 구동하는 데 적용되는 규칙 또는 제한조건은 무엇입니까?"라고 질문해야 합니다. 다음은 최적화를 통해 해결할 수 있는 다양한 유형의 비즈니스 문제에 대한 설명입니다.

- 채널 용량 최적화 - 채널 용량이 고정적인 경우 어느 채널을 사용하여 어느 고객과 언제 통신해야 하나요?
- 고객 최적화 - 고객과의 통신 기회가 제한된 경우 컨택 피로도를 관리하면서 어느 고객에게 어떤 오퍼를 제공해야 하나요?
- 오퍼 최적화 - 오퍼 X를 받는 고객은 누구이며 제한된 개수만 배포해야 하는 경우는 언제입니까?
- 시간 최적화 - 서로 충돌하는 오퍼는 무엇입니까? 다른 오퍼가 이미 제공된 상태에서만 제공해야 하는 오퍼는 무엇입니까? 특정 고객에게 먼저 제공하는 것이 가장 좋은 오퍼는 무엇입니까?
- 예산 최적화 - 다양한 캠페인, 오퍼 또는 고객에게 자금을 할당하려면 어떻게 해야 하나요?

이러한 문제를 상당수 해결하는 최적화를 생성할 수 있습니다. 또한 전역 제외(예: 전자 메일을 수신하지 않도록 선정된 고객에게 전자 메일로 연락 안 함)를 비롯하여 조직 전체에서 사용할 규칙 및 제한조건과 컨택 피로도를 관리하는 데 사용할 규칙(세그먼트별, 채널별, 기간별, 특정 오퍼별)을 고려해야 합니다.

기간 선택

조직에 적합한 규칙과 제한조건을 결정한 후 "최적화해야 하는 기간은 어떻게 됩니까?"라고 질문해야 합니다. 시간 창이 클수록, 다시 말해서 아직 제공되지 않은 제안된 컨택을 통해 향후 조사할 시간이 길수록 최적화 기회가 더 많습니다. 하지만 다양한 이유로 인해 시간 창이 지나치게 커지는 것은 피하는 것이 좋을 수도 있습니다. 예를 들어 6개월 시간 창을 사용하려면 최소 6개월 이전에 모든 캠페인을 설계하여 구현해야 합니다.

점수 부여 방법 선택

또한 Optimize에서는 최적화 문제를 해결할 때 하나의 제안된 트랜잭션을 선택하는 데 있어서 점수를 척도로 사용합니다. 따라서 스코어를 생성하는 방법이 필요합니다. 일반적으로 사용되는 방법은 다음과 같습니다.

- 오퍼별로 또는 오퍼 셀 조합별로 일정
- 개인, 오퍼 또는 오퍼 셀 조합별 계산
- 예측 모델(개인, 오퍼, 채널 또는 시간 기준)

최적화 범위 결정

이러한 내용을 자문하면서 일부 캠페인이나 하나의 제품 라인 또는 하나의 비즈니스 부서로 작게 시작할 수 있습니다. 또한 간단한 최적화 문제부터 시작해야 합니다. 오퍼, 예산 및 고객 최적화 작업을 하면서 수익을 극대화할 수도 있지만, 처음에는 적은 수의 규칙과 제한조건을 적용하여 결과를 분석한 다음 규칙과 제한조건을 더 추가할 수 있습니다. 제한조건을 추가할 때마다 결과의 최적화 가능성이 감소됩니다. 따라서 가장 중요한 제한조건을 위주로 먼저 적용하고 추가 제한조건이 비즈니스에 미치는 이점을 주의 깊게 평가해야 합니다. 초기 최적화 세션의 결과를 검토한 후 필요한 경우 규칙과 제한조건을 추가하여 복잡도를 높일 수 있습니다. 비즈니스에 사용할 적절한 규칙 및 제한조건을 집합을 파악하여 이에 대한 테스트를 거치기도 하며 일정 기간 동안 규칙을 구체화해야 할 수 있습니다.

필요한 데이터

수행할 작업을 파악하고 나면 계획을 구현하는 데 필요한 데이터가 모두 있는지 확인해야 합니다. Optimize에서는 Campaign을 사용하며 다음과 같은 사항이 필요합니다.

- 응답 추적 및 분석(컨택 및 응답 기록 포함) - 동일한 사람에게 오퍼를 너무 많이 보내지 않도록 컨택 피로도를 관리하려면 보내는 내용을 추적해야 합니다. 캠페인 및 최적화의 효과를 모니터링하려면 고객 응답을 추적해야 합니다. 대상 그룹에 컨택할 때와 통계적으로 비슷한 컨트롤 그룹의 구성원과 컨택하지 않을 때의 결과를 비교할 수 있습니다. 또한 Optimize 사용 효과를 평가하려면 최적화를 거치지 않은 제안된 컨택 그룹을 유지하면서 최적화된 컨택 결과와 비교할 수 있습니다. 최적화의 이점은 응답 비율 또는 ROI 증가, 옵트아웃 감소, 고객 만족도 증가 등과 같이 다양한 형태로 나타날 수 있습니다.
- 정의된 오퍼 - 특정 오퍼 그룹에 적용될 수 있는 규칙 및 제한조건을 설계할 때 최적화에 포함된 오퍼를 모두 보여 주는 리스트가 필요합니다(일반적으로 오퍼 속성 또는 오퍼 유형을 기반으로 오퍼 리스트로 정의됨). 중앙 집중식 점수 행렬에 점수를 직접 입력하려면 점수 값을 입력할 대상 오퍼 리스트가 있어야 합니다.
- 정의된 세그먼트 - 규칙과 제한조건을 설계할 때 최적화할 모든 세그먼트에 대해 잘 알고 있어야 하며, 규칙과 제한조건을 적용 가능성과 범위를 특정 세그먼트로 제한할 수 있습니다. 중앙 집중식 점수 행렬에 점수를 직접 입력하려면 점수 값을 입력할 대상 세그먼트 리스트가 있어야 합니다.
- 정의된 스코어 - 구현을 계획할 때 스코어 부여 방법을 선택했습니다. 이러한 스코어를 생성하는 프로세스가 있어야 합니다. 예를 들어, 스코어 부여 행렬에 상수를 채울 경우 스코어를 표시할 세분 단위(즉, 오퍼 및 세그먼트)를 선택하고 실제 스코어 값을 결정해야 합니다. 계산을 사용할 경우(예: 파생 필드를 사용하여 개인의 평균 잔액을 기준으로 제안된 신용 한도액 증가 오퍼의 수익성 계산) 방정식을 정의해야 합니다. 예측 모델을 사용할 경우 모델링 응용 프로그램에서 데이터를 수집, 집계, 사전 처리 및 모델링해야 합니다.

Optimize 구현

다음 단계에 따라 구현을 시작합니다.

- Campaign에서 대상 수준, 오퍼, 오퍼 리스트 및 세그먼트를 정의합니다.

오퍼 템플릿 요구 사항은 [Optimize에 대한 오퍼 템플릿 생성](#)을 참조하십시오.

- Optimize 세션을 생성하고 여기서 규칙 및 제한조건을 정의한 다음 Optimize 세션을 캠페인에 연결합니다.
- Campaign에서 구성 요소(오퍼, 오퍼 리스트 및 세그먼트)가 생성되면 캠페인 및 플로 차트를 생성합니다.

대상 수준 정의

Optimize 세션을 생성할 때 해당 세션에 대한 대상 수준을 선택해야 합니다. Optimize 세션은 단일 대상 수준에서 작동합니다. 회사에서 Campaign을 사용하여 다양한 대상 수준(예: 고객, 가정 및 계정 대상 수준)의 연락처와 통신하는 경우 최적화할 대상 수준마다 별도의 Optimize 세션을 생성해야 합니다.

세션에 대해 선택한 대상 수준은 제안된 연락처 테이블(PCT) 및 최적화된 연락처 테이블(OCT)의 필드가 됩니다. 이 필드에서는 조직으로부터 최종적으로 통신을 수신하는 연락처 유형을 정의합니다.

Optimize에 대한 새 대상 수준을 정의하는 방법

Optimize 세션에 대해 새 대상 수준을 정의해야 할 수 있습니다. 이 작업은 Campaign 관리자가 수행할 수 있습니다. 새 대상 수준을 생성할 때마다 Campaign 시스템 테이블에 가상 연락처 기록 테이블(연락처 기록 테이블 "매핑")이 생성됩니다. 관리자는 Campaign 연락처 기록 테이블 매핑을 데이터베이스 연락처 기록 테이블("실제" 연락처 기록 테이블)에 매핑해야 합니다. 이 단계를 수행하면 고객 연락처에 대한 레코드가 보존됩니다. 특정 최적화 규칙은 이전의 통신이 제안된 연락처에 대해 수행되었는지 여부(이 정보는 데이터베이스 연락처 기록 테이블에 저장됨)를 기준으로 결정되므로 이 단계는 중요한 단계입니다.

관리자가 대상 수준을 생성하고 연락처 기록 테이블에 매핑한 후에는 Optimize 세션에서 대상 수준을 사용할 수 있습니다.

새 대상 수준 정의에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 관리자 가이드*를 참조하십시오.

템플릿 테이블 생성

Optimize에서 세션을 생성할 때 템플릿 테이블을 선택할 수 있습니다. 템플릿 테이블은 데이터베이스에서 사용자 정의 필드를 PCT 및 OCT에 추가하기 위해 생성할 수 있는 테이블입니다. 세션에 대해 템플릿 테이블을 선택하면 PCT 및 OCT에는 해당 템플릿 테이블의 필드를 비롯하여 UACO_OCTBASE 테이블에 지정된 사전 정의된 필드 및 세션 생성 시 선택한 대상 수준이 포함됩니다.

금지된 필드

최적화 템플릿 테이블은 다음에 들어가는 필드를 포함할 수 없습니다.

- Optimize 세션에 대해 선택한 대상 수준. 예를 들어, 고객을 세션의 대상 수준으로 선택하고 해당 대상 수준에 CustomerID라는 필드를 포함하는 경우 동일한 이름을 가진 최적화 템플릿 테이블 필드를 포함할 수 없습니다.
- UACO_PCTBase 테이블. 예를 들어, ScorePerOffer 또는 CostPerOffer라는 Optimize 템플릿 테이블 필드는 UACO_PCTBase 테이블의 필드이기 때문에 포함할 수 없습니다.

필드 이름이 반복되는 경우 Optimize에서 ContactHistory 테이블의 정보를 검색할 때 혼란을 줄 수 있습니다.

데이터베이스 뷰 사용

Optimize 세션에서 사용할 수 있는 사용자 정의 필드를 모두 포함하는 단일의 물리적 데이터베이스 테이블을 생성해야 합니다. 이 방법은 각 세션에 대해 특정 필드 쌍을 포함하는 별도의 물리적 테이블을 생성하는 것보다 좋습니다. 예를 들어, 각각 A, C, E 필드와 B, D 필드를 포함하는 두 개의 최적화 템플릿 테이블을 생성하는 대신 A, B, C, D, E 필드를 포함하는 단일 데이터베이스 테이블을 생성하는 것이 좋습니다.

그런 다음 동일한 물리적 테이블을 기반으로 하여 원하는 순열을 포함하는 표준 데이터베이스 뷰를 생성할 수 있습니다. 생성되는 각 뷰에는 최적화 세션에서 사용할 수 있는 별도의 최적화 템플릿 테이블이 표시됩니다.

최적화 프로세스를 나타내는 필드 생성

고객 ID를 다시 개별 패키지로 나누려면 최적화 후 플로차트에 세그먼트 프로세스를 포함해야 할 수 있습니다. 패키지의 출처는 최적화 프로세스입니다. 최적화 프로세스 또는 패키지를 구분 기준 필드로 선택하려면 이 표시기 역할을 할 필드를 최적화 템플릿 테이블에 포함해야 합니다. 예를 들어, 나중에 구분 기준 필드로 선택할 OptimizeProcess 라는 필드를 최적화 템플릿 테이블에 포함할 수 있습니다.

점수 필드 생성

기본적으로 PCT 템플릿에는 최적화 세션에서 점수를 지정할 때 사용할 수 있는 ScorePerOffer 필드가 포함되어 있습니다. 하지만 Optimize에서는 최적화 세션의 점수에 대해 템플릿 테이블에서 임의의 숫자 필드를 사용할 수 있습니다. ScorePerOffer 필드에는 float 데이터 유형이 있기 때문에, 다른 데이터 유형을 점수에 사용해야 할 경우 템플릿 테이블에서 새 열을 생성하거나 기존 점수 열을 편집해야 합니다. 또한 특정 Optimize 세션에 가장 적합한 점수를 결정하기 위해 비교할 다양한 유형의 점수를 사용할 수 있습니다. 템플릿 테이블에서 가능한 많은 점수 필드를 생성하면 최적화 세션을 구성할 때 참여하는 캠페인과 플로차트를 각각 다시 실행하지 않고도 점수 유형을 쉽게 전환할 수 있습니다.

관련 주제

- 단일 추출 프로세스에서 여러 패키지를 선택하는 방법
- PCT/OCT 필드별로 최적화된 연락처 검색하는 방법
- PCT의 점수 필드를 사용하도록 최적화 세션 구성

템플릿 테이블을 생성하는 방법

1. Optimize 세션에서 사용할 수 있는 사용자 정의 필드가 모두 포함된 데이터베이스 테이블을 생성합니다.
2. Optimize 세션에서 사용할 데이터베이스 뷰를 각 필드 조합에 대해 생성합니다.

☀ 데이터베이스 테이블 및 데이터베이스 뷰는 시스템 테이블이 위치한 것과 동일한 데이터베이스에 있어야 합니다.

3. 새 테이블 및 데이터베이스 뷰를 심포로 구분된 리스트와 함께 Campaign > partitions > partitionn > Optimize > userTemplateTables > tablenamees 구성 매개변수에 추가합니다.

예를 들면 Database1.UACO_UserTable, Database1.view1과 같습니다.

☀ 테이블 및 데이터베이스 뷰의 이름은 정규화된 이름이어야 합니다. 예를 들면 다음과 같습니다. database_schema.table_name 또는 database_schema.view_name

Optimize에 대한 오퍼 템플릿 생성

Optimize에서 작업하는 모든 오퍼에는 오퍼당 비용 및 채널 속성이 포함되어야 합니다. 이 오퍼 속성에 포함할 오퍼 템플릿을 확인해야 합니다. 템플릿을 포함하지 않는 경우 최적화 규칙에서 채널 속성 및 오퍼당 비용 속성의 기본값은 규칙을 비효율적으로 만들 수 있습니다.

오퍼 템플릿 생성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 관리자 가이드*를 참조하십시오.

3 최적화 세션 작업

- Optimize 세션
- Optimize 세션 수준 고급 설정
- 새 세션 생성

Optimize 세션

IBM Unica Optimize 사용을 시작하려면 Optimize 세션을 생성해야 합니다.

Optimize 세션은 제안된 컨택 집합에 적용되는 규칙 및 점수(포함된 경우)의 조합입니다. Optimize 세션을 생성한 후 다양한 제한조건(규칙)을 정의합니다.

Optimize 세션은 단일 대상 수준에서 작동합니다. 회사에서 Campaign을 사용하여 다양한 대상 수준(예: 고객, 가정 및 계정 대상 수준)의 컨택과 통신하는 경우 최적화할 대상 수준마다 별도의 Optimize 세션을 생성해야 합니다.

예를 들어, 회사의 특정 지점이나 부서를 위해 특정 유형의 캠페인에 대한 소규모 Optimize 세션을 생성하도록 선택할 수 있습니다. 또한 Optimize를 사용하면 제외 사항을 관리하고 컨택 기록을 사용하여 컨택 피로도를 방지하며 일정 기간 동안 일관성 있는 통신을 보장하여 단일 캠페인 내에서 최적화할 수도 있습니다.

Optimize 세션에는 적용할 규칙 및 제한조건을 포함합니다. 제안된 트랜잭션별로 사용할 점수를 포함할 수도 있습니다. 점수는 제안된 트랜잭션의 가치를 나타내며 각 플로차트에서 제안된 트랜잭션(제안된 컨택 테이블의 점수 필드)으로 전달되거나 Optimize 세션 내의 세그먼트/오퍼 점수 행렬에서 지정될 수 있습니다. 제안된 트랜잭션마다 별도의 점수(예: 예측 모델에 의해 생성된 점수)를 부여하면 보다 나은 최적화 결과를 얻을 수 있습니다. 개별 스코어를 사용할 수 없는 경우에는 스코어 행렬을 사용하여 수신자가 속하는 전략적 세그먼트와 제안 대상 오퍼를 기준으로 스코어를 입력할 수 있습니다. 이 행렬을 사용하면 특정 세그먼트에 대해 오퍼의 순위를 지정할 수 있지만 같은 전략적 세그먼트 내에서 개별 수신자가 구별되지 않습니다. 즉, 같은 세그먼트에서 오퍼 X를 수신하면 같은 점수 Y를 갖습니다.

Optimize 세션에 참여하는 각 Campaign 플로차트는 최적화 프로세스를 사용하여 최적화를 위해 제안된 컨택을 제출합니다. 최적화 프로세스에서는 제안된 컨택을 쓸 대상 최적화 세션을 지정합니다. 하나의 Optimize 세션에서 여러 캠페인의 제안된 컨택을 수신할 수 있습니다. Campaign 플로차트에서는 오퍼를 수신할 수 있는 자격 기준을 결정하고 해당 오퍼를 가능한 통신으로서 수신자에게 지정합니다. Optimize에서는 다른 캠페인에서 생성된 컨택을 비롯하여 수신자에 대해 가능한 모든 컨택을 해당 수신자의 컨택 기록과 함께 고려하며 Optimize 세션의 규칙과 제한조건을 적용하여 해당 개인에게 보낼 가장 적합한 오퍼 집합을 식별합니다.

캠페인 관리자가 Campaign 플로차트를 실행하여 Optimize 세션에 대한 제안된 컨택 테이블(PCT)을 채우고 나면 사용자가 Optimize 세션을 실행할 수 있습니다. 그런 다음 Optimize 세션에서는 작성된 규칙을 적용하여 Campaign으로부터 수신된 제안된 컨택을 최적화합니다. 이러한 규칙에서는 Campaign 마케팅 캠페인에 사용할 수 있는 최적화된 컨택 리스트를 생성하기 위해 제안된 컨택의 하위 집합이 제외됩니다.

관련 주제

- 제안된 컨택 리스트 생성
- 최적화된 컨택 사용

Optimize 세션 수준 고급 설정

Optimize 세션에는 집중적 프로세싱이 필요합니다. 몇 가지 구성 등록 정보를 사용하여 이 프로세싱을 조정할 수 있습니다. 하지만 이 구성 설정은 전체 Optimize 설치에 대한 것입니다. Optimize 세션 및 최적화 규칙에 포함된 캠페인에 따라 어떤 Optimize 세션에 적합한 설정이 다른 Optimize 세션에 최적이지 아닐 수 있습니다.

각 Optimize 세션의 고급 설정을 사용하여 세션 수준에서 구성 등록 정보에 대한 값을 설정할 수 있습니다. 이러한 설정은 특정 Optimize 세션에 적용되는 것을 제외하고 구성 등록 정보와 동일한 기능을 합니다. 예를 들어, 어떤 Optimize 세션의 CustomerSampleSize에 1000을 설정하고 다른 Optimize 세션에는 1500을 설정할 수 있습니다.

고급 설정을 적용하려면 Optimize 세션 등록 정보에서 사용자 정의 세션 설정 사용을 선택합니다. 사용자 정의 세션 설정 사용 확인란을 선택한 후 Optimize 세션에 대한 값을 정의할 수 있습니다. Optimize 세션에서 알고리즘 조정 및 로깅 설정을 정의하는 경우 모든 세션 등록 정보가 구성 등록 정보의 설치 수준 설정보다 우선합니다.

고급 설정을 편집하려면 Optimize 세션의 고급 설정 섹션을 확장하고 고급 설정 편집을 클릭합니다. Optimize 세션 요약 페이지에서 세션 등록 정보 편집을 클릭할 수도 있습니다.

관련 주제

- Campaign > 파티션 > 파티션[n] > Optimize > 알고리즘 조정
- Campaign > 파티션 > 파티션[n] > Optimize > 로깅

새 세션 생성

다음 중 한 가지 방법으로 새 Optimize 세션을 생성할 수 있습니다.

- 새 최적화 세션 페이지를 사용하여 최적화 세션을 처음부터 생성
- 기존 Optimize 세션을 템플릿으로 사용하여 복사본 생성

다른 Optimize 세션을 템플릿으로 사용하는 경우 생성되는 복사본은 템플릿 세션의 규칙과 점수를 복사합니다. 새 Optimize 세션을 원하는 대로 수정할 수 있습니다. 원본 템플릿 세션은 변경되지 않습니다. 표준 최적화 규칙이 모두 포함된 Optimize 세션을 생성한 다음 해당 세션을 다른 모든 신규 세션에 대한 템플릿으로 사용하여 데이터 재입력을 최소화할 수 있습니다. 그러면 시간을 절약할 수 있을 뿐만 아니라 모든 Optimize 세션에 비즈니스 규칙과 목표를 일관되게 적용할 수 있습니다.

이 섹션에서는 새 Optimize 세션을 생성하는 두 가지 방법과 기존 Optimize 세션을 편집하는 방법에 대해 설명합니다.

관련 주제

- 새 최적화 세션 페이지를 사용하여 새 세션을 생성하는 방법
- 다른 세션을 템플릿으로 사용하여 새 세션을 생성하는 방법

새 최적화 세션 페이지를 사용하여 새 세션을 생성하는 방법

1. 캠페인 > 최적화를 선택합니다.
모든 최적화 세션 페이지가 나타납니다.
2. 최적화 세션 추가 아이콘을 클릭합니다.
새 최적화 세션 페이지가 나타납니다.
3. 새 최적화 세션 페이지의 필드를 작성합니다.
4. 변경 내용 저장을 클릭합니다.

세션에 대한 요약 탭이 나타납니다. 이제 Optimize 규칙과 점수를 세션에 추가할 수 있습니다.

세션 이름, 목표 또는 최적화 세션의 설명을 편집하려면 최적화 요약 탭에서 세션 등록 정보 편집 링크를 클릭합니다. Optimize 세션을 생성한 후 대상 수준 또는 Optimize 템플릿 테이블을 변경할 수 없습니다.

Optimize 세션을 삭제하려면 이 세션 삭제 아이콘을 클릭합니다.

관련 주제

- Optimize 세션 페이지 참조

다른 세션을 템플릿으로 사용하여 새 세션을 생성하는 방법

※ 새 세션의 대상 수준과 Optimize 템플릿 테이블은 편집할 수 없습니다. 이 값은 원래 Optimize 세션과 동일합니다.

1. 복사할 Optimize 세션의 요약 탭으로 이동합니다.
2. 중복 세션 생성 아이콘을 클릭합니다.

세션을 복사할지 확인하는 메시지가 나타납니다.

3. 확인을 클릭합니다.

새 세션의 등록 정보 편집 페이지가 나타납니다.

4. 등록 정보 편집 페이지에서 필드를 작성합니다.

5. 변경 내용 저장을 클릭합니다.

세션에 대한 요약 탭이 나타납니다. 새 세션에는 템플릿 세션의 규칙과 점수가 포함됩니다. 이제 필요한 경우 새 세션을 편집할 수 있습니다.

관련 주제

- Optimize 세션 페이지 참조

Optimize 세션 페이지 참조

필드	설명
세션 이름	<p>세션의 이름을 입력합니다. 각 세션에는 고유한 이름이 있어야 합니다. 파운드(#), 달러(\$), 앰퍼샌드(&), 보다 작음(<), 아포스트로피(') 문자를 사용하지 마십시오.</p> <p>이 세션을 저장하면 모든 최적화 세션 페이지에 이름이 나타납니다.</p>
대상 수준	<p>이 세션에 대한 대상 수준을 선택합니다.</p> <p>선택한 대상 수준은 제안된 컨택 테이블(PCT) 및 최적화된 컨택 테이블(OCT)에서 하나 이상의 필드로서 추가됩니다. 대상 수준은 조직에서 보내는 통신을 최종적으로 수신할 컨택 유형을 정의합니다.</p> <p>대상 수준은 Campaign에서 관리자가 정의합니다. 대상 수준에 대한 자세한 내용은 <i>IBM Unica Campaign 관리자 가이드</i>를 참조하십시오.</p>
Optimize 템플릿 테이블	<p>(선택 사항) 최적화 템플릿 테이블을 선택하여 사용자 정의 필드를 이 세션의 PCT 및 OCT에 포함합니다.</p> <p>테이블을 선택하면 템플릿 테이블 세부 정보가 인접 섹션에 나타납니다.</p>
목표	<p>(선택 사항) 세션의 목표를 입력합니다.</p>
설명	<p>(선택 사항) 세션에 대한 설명을 입력합니다.</p> <p>이 세션을 저장하면 모든 최적화 세션 페이지에서 세션 이름 아래 설명이 나타납니다.</p>

4 최적화 규칙 설정

- 최적화 규칙
- 규칙 및 제한조건
- 규칙 유형
- 규칙 정의
- 최적화 규칙에서 오퍼 버전 사용
- 규칙 작업
- 최적화 규칙 예

최적화 규칙

IBM Unica Optimize에서는 Optimize 세션에서 정의하는 모든 규칙과 점수를 사용하여 마케팅 캠페인에 사용할 수 있는 가장 적합한 최종 컨택 조합을 수학적으로 결정합니다.

Optimize에서 생성할 수 있는 규칙 수는 무제한이며 이러한 규칙을 사용하여 간단하거나 매우 복잡한 최적화 전략을 구현할 수 있습니다. 이러한 규칙에는 전략적 세그먼트, 오퍼, 오퍼 리스트, 오퍼 속성, 채널, 기간, 예산 등을 포함할 수 있습니다.

규칙 및 제한조건

Optimize의 Optimize 세션에서 여러 규칙 및 제한조건 조합을 정의하여 최적화 작업 방법을 정의합니다. 본 가이드에서는 규칙과 제한조건을 서로 바꾸어 사용하는 경우가 많으며 Optimize 내의 모든 규칙과 제한조건을 "규칙"으로 부릅니다. 엄격하게 정의하자면 규칙은 단일 솔루션이 있는 요구 사항으로서, 예를 들면 상호 접촉 조건 규칙이나 B를 포함한 A일 수 없음 규칙을 사용한 전역 제외가 이에 해당합니다. 개인을 위한 특정 오퍼 집합의 경우 조합이 허용될 수도 있고 허용되지 않을 수도 있습니다. 즉, 규칙이 참일 수도, 그렇지 않을 수도 있습니다. 예를 들어, B 다음에 A일 수 없음 규칙에서 오퍼 B를 제공한 지 30일 이내에 오퍼 A를 제공할 수 없다고 지정합니다. 그러면 오퍼 A 대상 고객인 Jones 씨는 지난 30일 이내에 오퍼 B를 받은 적이 없으면 오퍼 A를 수신하게 되고 지난 30일 이내에 오퍼 B를 받았으면 오퍼 A를 수신할 수 없게 됩니다. Jones씨가 이전에 오퍼 A나 B 어느 것도 수신한 적이 없으며 그에게 오퍼 A 및 B를 제안하려는 경우, 이 고객은 30일 창에서 두 오퍼 중 하나만 수신할 수 있으므로 제안된 오퍼 조합이 이 조건을 충족해야 합니다.

제한조건은 일반적으로 초과 불가능한 최소 또는 최대 임계값을 지정하지만, 특정 목표 기능을 최대화(예: 스코어 합계 최대화)하는 솔루션 선택을 목표로 하는 제한조건을 충족하는 솔루션이 많이 존재할 수 있습니다. 제한조건에서는 영업 팀에서 1주일 동안 생성할 수 있는 최대 호출 수, 예산에 따른 마케팅 활동량 또는 재고에 사용 가능한 담보물을 기준으로 컨택을 제한할 수 있습니다.

대답이 하나인 규칙(예: "customerA가 Platinum 신용 카드 오퍼를 수신한 경우 같은 달에 Gold 오퍼를 수신할 수 없음")을 생성할 수 있습니다. 이와 달리, 가능한 답이 여러 개인 규칙을 생성할 수도 있습니다. 이러한 규칙에서는 영업 팀에서 생성할 수 있는 최대 호출 수, 예산에 따른 활동량 또는 재고에 사용 가능한 담보물을 기준으로 컨택을 제한할 수 있습니다. 또한 컨택 빈도, 채널 용량 등과 같은 고객 기본 설정을 규칙에 정의할 수 있습니다.

규칙 순서

Optimize에서는 AND 논리 연산을 사용하여 세션 내의 모든 최적화 규칙을 실행합니다. 따라서 Optimize에서의 규칙 적용 순서가 최적화 결과에 영향을 주지 않으며 예외적으로 트랜잭션 필터링 요약 보고서에서의 분석에는 영향이 있습니다. 트랜잭션 필터링 요약 보고서에는 각 규칙에 의해 제거된 트랜잭션에 대한 분석 사항이 규칙 입력 순서대로 표시됩니다. 단일 컨택이 여러 규칙에서 거부되는 경우 트랜잭션 필터링 요약 보고서에서는 리스트 내 첫 번째 해당 규칙만 신뢰합니다.

최소 제한조건

Optimize에서는 제한조건이 사용되는 규칙 유형에 따라 최소 제한조건을 서로 다르게 처리합니다. 용량 규칙(예: 최소/최대 오퍼 수)에서 Optimize는 오퍼를 최대한 많이 제공합니다. 최소값에 도달하기가 불가능할 수 있습니다. 예를 들어, 오퍼 X를 최소 10,000개 제공해야 한다는 규칙이 있는 경우 PCT에서 제안되는 오퍼 X의 수는 10,000 미만일 수 있으며 또는 PCT에서 오퍼 X의 인스턴스 수가 10,000개를 초과하는 경우라도 이전에 이미 수신한 오퍼와 충돌할 수 있으므로 해당 인스턴스 일부를 제공하지 못할 수도 있습니다.

각 고객의 경우 규칙을 사용하면 Optimize에서는 오퍼를 최소 개수로 제공하거나 해당 수신자에게 오퍼를 전혀 제공하지 않습니다. 예를 들어, 고객별로 최소 6개 오퍼를 제공하라는 규칙이 있을 때 customerX가 5개만 수신할 자격이 있는 경우 Optimize에서는 customerX에 대해 오퍼를 제안하지 않습니다.

최적화 세션이 최소값을 충족하지 않는 경우 Optimize 세션에 있는 관련 제안 컨택 수를 확장하거나 Optimize 세션에서 다른 규칙을 재검토하여 과도하게 제한적이지 않은지 확인할 수 있습니다.

컨택 추적

컨택 피로도 규칙(예: 최대 패키지 수 규칙)을 관리할 때 Optimize에서는 Campaign의 시스템 테이블에 기록된 컨택 기록을 자동으로 사용합니다. Campaign에서 컨택 기록에 기록된 각 "컨택"은 컨택 프로세스 구성 시 지정된 특정 "컨택 상태"로 기록됩니다. 컨택 상태는 이후에 추적 프로세스를 사용하여 업데이트할 수 있습니다(예: "컨택됨" 상태를 "전달할 수 없음"으로 업데이트). 컨택 상태는 특정 구현에 대해 사용자 정의됩니다.

UA_ContactStatus.CountsAsContact 필드는 특정 컨택 상태 값을 사용한 통신이 Optimize 컨택 피로도 관점에서 컨택으로 취급되는지 여부를 결정합니다. Optimize에서는 UA_ContactStatus.CountsAsContact이 1인 경우에만 컨택을 고려합니다.

컨택 상태 구성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 관리자 가이드*를 참조하십시오. 메일 리스트 또는 추적 프로세스에서 컨택 상태 채우기에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

규칙 유형

최적화 규칙은 다음과 같은 세 가지 범주 중 하나에 속합니다.

- 제외/포함
- 용량
- 각 고객의 경우(FEC)

다음 섹션에서는 각 규칙 유형을 정의하고 해당 유형에 대해 사용 가능한 규칙을 보여 줍니다.

제외/포함

이 규칙 유형은 Optimize에서 최적화된 컨택 리스트에 컨택을 포함할지 아니면 제외할지를 결정합니다. 전역 제외와 옵트인 및 옵트아웃 리스트를 적용하거나 특정 고객이 특정 유형의 오퍼를 수신하지 않도록 하려면 이 규칙 유형을 사용합니다. 이 범주에는 다음과 같은 규칙이 포함됩니다.

- **고객** - 특정 전략적 세그먼트의 고객이 특정 오퍼를 수신할 수 있도록 할지 그렇지 않을지 지정할 수 있습니다. 예를 들어, 금융기관에서 신용 등급이 낮은 개인에 대한 신용 오퍼를 제외할 수 있습니다.
- **상호 접촉 조건** - 제안된 컨택 테이블의 속성을 기준으로 특정 트랜잭션을 포함시키거나 제외할 수 있습니다. 예를 들어, 소매점에서는 스코어가 0점 이하인 제안된 트랜잭션을 전달에서 제외시킬 수 있습니다.

용량

이 규칙 유형은 롤링 주기 동안 특정 채널에서 발생할 수 있는 최소/최대 컨택 수를 지정합니다. 예를 들어, 오퍼 X에 대한 최대값을 설정해서 7일간 1,000회를 초과하여 제공할 수 없고 제한조건 범위는 모든 고객이 되도록 지정할 수 있습니다. 이 범주에는 다음과 같은 규칙이 포함됩니다.

- **최소/최대 오퍼 수** - 롤링 주기 동안 보낼 최소 오퍼 수나 최대 오퍼 수를 지정할 수 있는 오퍼 용량 규칙입니다. 예를 들어, 통신사에서 임의의 30일 동안 제공되는 무료 휴대폰 오퍼 수를 100,000으로 제한할 수 있습니다.

특정 기간에 대한 용량을 변경해야 할 경우 최소/최대 오퍼 수에 대한 예외 규칙을 추가할 수 있습니다.

- **사용자 정의 용량** - 점수 필드 집계(합계 또는 평균)를 기준으로 지정할 수 있는 추가 제한조건입니다. 예를 들어, 대출 오퍼를 제공하는 은행에서 평균 "위험 스코어"를 특정 임계값 미만으로 지정할 수 있습니다.

각 고객의 경우(FEC)

이 규칙 유형은 고객별 컨택 전략을 결정합니다. 즉, 시간이 지남에 따라 조직에서 각 고객과 통신하는 방법을 결정합니다. 예를 들어, 최대 오퍼 수를 Y개로 설정할 경우 각 고객은 지정 기간 동안 오퍼를 Y개만 수신할 수 있습니다. 이 범주에는 다음과 같은 규칙이 포함됩니다.

- **최소/최대 오퍼 수** - 시간이 지남에 따라 채널의 특정 세그먼트에 제공할 최소 오퍼 수나 최대 오퍼 수를 지정할 수 있는 오퍼 용량 규칙입니다. 예를 들어, 수집품 회사에서 주어진 30일 기간 동안 최소 3개, 최대 25개의 오퍼로 최상의 고객을 대상으로 함으로써 다수의 오퍼로 인한 가치 저하를 제한할 수 있습니다.
- **최대 패키지 수** - 지정된 기간 동안 수신자에게 허용되는 패키지 또는 간섭 수를 제어하여 고객과의 과도한 통신을 방지하는 컨택 피로도 컨트롤입니다. 예를 들어, 호텔에서 저가치(low value) 고객에게 보내는 통신 수를 분기별 최대 1회로 제한할 수 있습니다.
- **최대 중복 오퍼 수** - 지정된 기간 동안 동일한 수신자에게 동일한 오퍼를 제공하는 최대 횟수를 제어하는 규칙입니다. 예를 들어, 온라인 웹 소매점에서 웹 고객에게 6개월 동안 교차 판매 오퍼를 최대 7회까지 제공할 수 있습니다.
- **B를 포함한 A일 수 없음** - 충돌하는 두 오퍼 또는 오퍼 집합이 지정된 기간 내에 함께 제공되지 않도록 하는 오퍼 충돌 해결 규칙입니다. 예를 들어, 소매점에서 "웹에서 \$100 구매 시 \$10 할인" 오퍼와 "매장에서 \$100 구매 시 \$20 할인" 오퍼를 동일한 달에 동일한 개인에게 제공하지 않도록 할 수 있습니다.
- **A 다음에 B일 수 없음** - 특정 오퍼가 다른 오퍼 이후 지나치게 이른 시점에 나오지 않도록 하는 순서 규칙입니다. 예를 들어, 은행에서 고객에게 신용 한도액 축소 통지를 보낸 이후에 고금리 CD(양도성 예금증서) 오퍼를 보내기까지 적절한 시간 간격을 둘 수 있습니다.
- **A만 포함한 B** - 오퍼 A 전송 후에만 오퍼 B를 보낼 수 있도록 지정하는 순서 규칙입니다. 예를 들어, 모기지 회사에서 콜 센터 담당자는 최초 모기지 오퍼가 DM으로 발송된 이후에만 후속 호출을 시작할 수 있도록 지정할 수 있습니다.

규칙 범위

규칙의 범위는 해당 규칙이 적용되는 제안된 컨택 집합이며 고객, 오퍼, 채널, 비용, 시간 등 다양한 차원을 사용하여 지정할 수 있습니다. 다음 표에서는 각 규칙에 사용할 수 있는 범위를 보여 줍니다.

	포함/제외	채널	오퍼/오퍼 리스트	오퍼 속성	PCT 열	세그먼트	시간	채널 B	오퍼/오퍼 리스트 B	오퍼 속성 B	최소 개수	최대 개수
고객	X	X	X	X		X						
상호 작용 위치	X				X							
최소/최대 오퍼 용량		X	X				X				X	X
사용자 정의 용량		X	X		X							
각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수		X	X	X		X	X				X	X
최대 패키지 수		X				X	X					X
최대 중복 오퍼 수		X	X	X		X	X					X
B를 포함한 A일 수 없음		X	X	X		X	X	X	X	X		
A 다음에 B일 수 없음		X	X	X		X	X	X	X	X		
A만 포함한 B		X	X	X		X		X	X	X		

관련 주제

- 예외 규칙 정보

고객 소속 규칙

고객 소속 규칙을 사용하면 Campaign에 정의된 전략적 세그먼트를 기준으로 연락처를 포함하거나 제외할 수 있습니다. 이 규칙의 범위를 구체화하여 Campaign에 정의된 특정 채널이나 특정 오퍼 또는 오퍼 리스트에만 적용할 수 있습니다.

모든 참여 캠페인에 전역 제외를 적용하려면 이 규칙을 사용합니다. 예를 들면 다음과 같습니다.

- '컨택 안 함' 리스트를 생성하거나 전역 컨트롤 그룹을 지원합니다(채널별).
- 채널에서 이탈한 고객에게 해당 채널에서 메시지가 발송되지 않도록 합니다.
- 제품 반품이 지나치게 많거나, 지급 불능 상태이거나, 신용 등급 불량 등과 같이 특정 특성을 가진 고객에게 특정 오퍼 리스트(예: 최고가 오퍼, 신용 한도 확대) 또는 개별 오퍼가 발송되지 않도록 합니다.

전화로 컨택하지 않도록 요청한 최우수 고객을 나타내는 "DoNotCall" 세그먼트가 있을 수 있으며, 이 규칙을 사용하여 "DoNotCall" 세그먼트의 모든 개인이 텔레마케팅 오퍼를 수신하지 않도록 합니다.

고객 소속 규칙 정의

필드	값
이 최적화 세션은 다음을 수행해야 합니다.	<ul style="list-style-type: none"> • 제외 - 적용 기준을 충족하는 컨택을 제거합니다. • 포함 - 나열된 기준을 충족하는 컨택만 유지합니다. 세그먼트에 대해 이 옵션을 사용하면 Optimize는 오퍼, 컨택, 채널 기준에 부합하는 컨택만 세그먼트 외부로 이동합니다.
세그먼트의 고객	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 고객 - 다른 기준을 충족하는 모든 컨택을 포함하거나 제외합니다. • 세그먼트 이름 - 선택한 세그먼트에 있는 모든 고객에게 적용된 후속 채널 및 오퍼 기준에 부합하는 컨택을 포함하거나 제외합니다.
채널의 오퍼	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 채널 - 전달 채널과 상관없이 오퍼에 적용됩니다. • 채널 이름 - 지정한 채널에 있는 오퍼만으로 포함 또는 제외 범위를 좁힙니다.
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 오퍼 - 모든 오퍼에 적용됩니다. • 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 특정 오퍼 또는 오퍼 리스트만으로 포함 또는 제외 범위를 좁힙니다. • 오퍼 버전 - 쿼리 생성기에서 지정한 오퍼 속성이 있는 오퍼 버전으로 포함 또는 제외 범위를 좁힙니다. 그러면 매개변수화된 오퍼 속성을 통해 정의된 특정 오퍼 버전에만 적용 되도록 규칙 범위를 설정할 수 있습니다.

고객 소속 규칙의 예

"이 최적화 세션에서는 모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼에 대해 *OptOutTable* 세그먼트의 고객을 제외해야 합니다." 이 규칙을 적용하면 *OptOutTable*에서 모든 고객에 대해 제안된 컨택이 모두 제거됩니다.

"이 최적화 세션에서는 신용 오퍼 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼에 대해 *GoodCreditRating* 세그먼트의 고객을 포함해야 합니다." 이 규칙을 적용하면 채널과 상관없이 *GoodCreditRating* 세그먼트의 고객만 신용 오퍼를 수신합니다.

"이 최적화 세션에서는 모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트 관련 콜 센터 채널의 오퍼에 대해 *DoNotCall* 세그먼트의 고객을 제외해야 합니다." 요청 호출을 원하지 않는다는 내용의 폼을 작성한 고객이 모두 포함된 *DoNotCall*이라는 세그먼트를 생성하면 해당 고객이 콜 센터 채널을 통해 전달되는 오퍼를 수신하지 않도록 제외할 수 있습니다.

"이 최적화 세션에서는 모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트 관련 전자 메일 채널의 오퍼에 대해 전자 메일 세그먼트의 고객을 포함해야 합니다." 이 규칙을 적용하면 최적화된 컨택 리스트에는 전자 메일 세그먼트의 고객에 대한 전자 메일 오퍼만 포함됩니다.

"이 최적화 세션에서는 *Platinum* 카드 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼에 대해 *HighCreditScores* 세그먼트의 고객을 포함해야 합니다." 이 규칙을 적용하면 최적화된 컨택 리스트는 *HighCreditScores* 세그먼트의 고객에게만 *Platinum* 카드 오퍼를 제공합니다.

“이 최적화 세션에서는 만료 날짜가 1/30/07 이후인 *Platinum* 카드 전자 메일 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼에 대해 모든 고객 세그먼트의 고객을 포함해야 합니다.” 이 규칙을 적용하면 최적화된 컨택 리스트에는 1/30/07 이후에 만료되는 *Platinum* 카드 전자 메일 오퍼만 포함됩니다.

상호 접촉 조건 규칙

상호 접촉 조건 규칙을 사용하면 PCT 데이터에서 사용 가능한 기준에 따라 컨택을 포함하거나 제외할 수 있습니다.

특정 고객, 캠페인 오퍼, 채널, 비용, 시간 등의 기준을 사용하여 구체적으로 제안된 오퍼를 제외하려면 이 규칙을 사용합니다. 이러한 기준은 Campaign에서 사용하는 것과 동일한 테이블에서 가져옵니다. 이 규칙은 제외할 명시적 세그먼트가 없는 경우에 특히 유용합니다. 또한 복합적인 표시 안 함을 훨씬 강력하고 유연하게 구현할 수 있습니다.

이 규칙을 사용하면 최적화 템플릿 테이블 및 제안된 컨택 테이블(PCT)에 포함된 옵션 필드에 직접 액세스할 수 있습니다. 예를 들어, 상호 접촉 조건 규칙을 사용하여 제품 반품률이 10%를 넘는 고객에게는 할인 오퍼가 발송되지 않도록 할 수 있습니다. 이 규칙을 사용하려면 최적화 세션에 사용된 최적화 템플릿 테이블에 제품 반품률을 나타내는 변수가 포함되고 제출된 각 대상 ID에 대해 참여하는 각 캠페인에서 변수를 채워야 합니다.

상호 접촉 조건 규칙 정의

필드	값
이 최적화 세션은 다음을 수행해야 합니다.	<ul style="list-style-type: none"> 제외 - 적용 기준을 충족하는 오퍼를 제거합니다. 포함 - 적용 기준을 충족하는 오퍼만 유지합니다.
상호 접촉 조건	쿼리 빌더에서 지정한 오퍼 기준으로 포함 또는 제외 범위를 좁힙니다.

상호 접촉 조건 규칙의 예

“이 최적화 세션에서는 *CustomerValue*가 100보다 작고 *OfferValue*가 10보다 크며 채널이 전화인 상호 작용을 제외해야 합니다.” 이 규칙을 적용하면 비용이 많이 드는 통신 채널(전화)을 사용하여 저가치(low-value) 고객에게 고가치(high-value) 오퍼가 제공되지 않습니다.

“이 최적화 세션에서는 점수가 10보다 크거나 같은 상호 작용을 포함해야 합니다.” 이 규칙을 적용하면 최적화된 컨택 리스트에는 점수 필드의 값이 10보다 크거나 같은 제안된 오퍼만 포함됩니다.

최소/최대 오퍼 용량 규칙

최소/최대 오퍼 용량 규칙을 사용하면 고객에게 또는 특정 오퍼, 채널 및/또는 롤링 주기에 대해 보내야 하는 최소/최대 오퍼 수를 정의하여 용량 제한조건을 설정할 수 있습니다.

특정 기간에 대한 용량을 변경해야 할 경우 이 규칙에 대해 예외를 추가할 수 있습니다.

롤링 주기 동안 주어진 오퍼 및/또는 채널 사용을 제어하려면 이 규칙을 사용합니다. 롤링 주기는 일 수(예: 7일)입니다. Optimize 세션이 언제 실행되는지에 따라 7일은 달라집니다. 예를 들어, 1월 1일 실행되는 경우 1월 1일부터 1월 7일까지이며 1월 2일에 실행되는 경우 1월 2일부터 1월 8일까지입니다.

개인에게 제공되는 오퍼 수를 제어하려면 **각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙**을 참조하십시오.

※ 오퍼 용량 제한조건을 사용하면 전체 솔루션의 최적화 가능성이 감소되므로 가능하면 오퍼 용량 제한조건을 사용하지 마십시오. 오퍼 용량 제한조건을 사용해야 하는 경우 최소값과 최대값 모두를 사용하는 대신 둘 중 하나만 사용해 보십시오. 최소값과 최대값을 모두 사용해야 하는 경우에는 최소값과 최대값을 지나치게 근사한 값으로(예: 최소값과 최대값을 동일하게 설정) 지정하지 마십시오. 범위를 좁게 지정하면 Optimize의 최적화 유연성이 줄어듭니다.


프리미엄 요금제로 업그레이드하는 기존 고객에게 무료로 제공하는 휴대폰 기기 수를 제한하려는 경우, "프리미엄 2년제 가입 조건 무료 핸드폰" 오퍼의 최대 수를 예를 들어 20,000으로 제한하는 오퍼 용량 규칙을 생성할 수 있습니다.

관련 주제

- 예외 규칙 정보
- 최소/최대 오퍼 용량 규칙에 예외 규칙을 추가하는 방법

최소/최대 오퍼 용량 규칙 정의

필드	값
채널의 총 오퍼 수	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 채널 - 전달 채널과 상관없이 오퍼에 제한을 적용합니다. • 채널 이름 - 지정된 채널의 오퍼로 규칙을 제한합니다.
일정 기간 동안	<ul style="list-style-type: none"> • 지정한 기간 - 지정된 길이의 모든 기간에 규칙을 적용합니다. 기간은 일수입니다. 다시 말해서, 지정된 모든 기간에 대해 규칙이 '사실'이어야 합니다. 예를 들어, 30일 동안 임의의 고객에게 최대 3개의 오퍼를 보낼 수 있다는 규칙을 생성하는 경우 Optimize는 임의의 30일 창에서 최적화된 오퍼(컨택 기록에서 이미 지정된 오퍼도 고려됨)가 3을 초과하도록 허용하지 않습니다. 기간에 대해 이러한 "슬라이딩 창" 해석을 사용하면 오퍼 프레젠테이션 전략을 실제로 제어할 수 있습니다. • 0은 "이 최적화 기간"을 나타내며 이 Optimize 세션 내의 모든 참여 캠페인에서 제안된 컨택에 대해 전체 시간 범위 동안(즉, PCT에서 가장 먼저 제안된 날짜와 가장 마지막에 제안된 날짜 사이) 생성된 최소 및 최대 오퍼 수를 설정합니다. 0 값을 사용하면 슬라이딩 창이 사용되지 않습니다(전체 최적화 기간이 단일 시간 창으로 간주됨). 뿐만 아니라, 컨택 기록도 고려되지 않습니다.

필드	값
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 오퍼 - 오퍼와 상관없이 용량 제한을 적용합니다. • 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 규칙을 제한합니다.
다음 사이여야 함	<ul style="list-style-type: none"> • 최소를 사용하면 전송할 최소 오퍼 수를 지정할 수 있습니다. 제한조건을 지정하면 Optimize에서는 가능한 경우 최소한 이 오퍼 수가 제공되도록 오퍼를 최적화합니다. <p> 최소값에 도달하기가 불가능할 수 있습니다.</p> <p>예를 들어 오퍼 X를 최소 10,000개 제공해야 한다는 규칙이 있는 경우, 다음 중 한 가지 상황에서 이 최소값에 도달할 수 없습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • PCT에 포함된 연락처가 10,000개 미만인 경우 • PCT에 오퍼에 적합한 연락처 10,000개가 없는 경우. 예를 들어 B를 포함한 A일 수 없음 규칙에 의해 연락처 제한된 경우가 있습니다. <p>Optimize는 지정된 제한조건에서 최대한 많은 오퍼를 제공합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 최대 - 전송할 최대 오퍼 수를 지정할 수 있습니다. 이 값은 Optimize에서 지정된 기간 이내에 허용되는 이 유형의 특정 오퍼/채널 또는 오퍼 리스트/채널 조합의 최대 개수입니다.

최소/최대 오퍼 용량 규칙의 예

"1일 동안 모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트 관련 텔레마케팅 채널의 오퍼 수는 최소 0 및 최대 3,000 사이여야 합니다." 이 규칙을 적용하면 최적화된 연락처 리스트의 텔레마케팅 호출 수가 일일 3,000건으로 제한됩니다.

"30일 동안 Platinum 카드 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 총 오퍼 수는 최소 0 및 최대 50,000 사이여야 합니다." 이 규칙을 적용하면 30일 롤링 주기마다 최적화된 연락처 리스트의 Platinum 카드 오퍼 수가 50,000건으로 제한됩니다.

"7일 동안 Platinum 카드 오퍼/오퍼 리스트 관련 텔레마케팅 채널의 총 오퍼 수는 최소 5,000 및 최대 15,000 사이여야 합니다." 이 규칙을 적용하면 Optimize에서는 7일 롤링 주기마다 최적화된 연락처 리스트에 최소 5,000개, 최대 15,000개 사이의 Platinum 카드 텔레마케팅 호출이 포함됩니다.

관련 주제

- 예외 규칙 정의
- 최소/최대 오퍼 용량 규칙에 예외 규칙을 추가하는 방법

사용자 정의 용량 규칙

사용자 정의 용량 규칙을 사용하면 PCT에서 열의 합계 또는 평균을 기준으로 고유한 제한조건을 생성할 수 있습니다.

이 규칙은 다양한 상황에서 유연하게 사용될 수 있습니다. 예를 들어, 이 규칙을 사용하여 예산 범위 내에서 Optimize 세션을 지속할 수 있습니다. PCT에서 CostPerOffer 열의 합계가 10,000 이하여야 하는 사용자 정의 용량 규칙을 생성할 경우 제공되는 모든 오퍼의 비용이 10,000달러 미만이 되도록 정의했습니다.

이 규칙을 사용하여 제공되는 오퍼의 범위를 제한할 수도 있습니다. 오퍼의 APR 평균이 7 이상인 사용자 정의 용량 규칙을 생성하면 APR이 매우 낮은 오퍼를 지나치게 많이 제공하지 않게 됩니다.

사용자 정의 용량 규칙 정의

필드	값
합계 또는 평균	<ul style="list-style-type: none"> 합계 - Optimize에서 값을 비교하기 전에 PCT 열의 값을 더하도록 지정합니다. 평균 - Optimize에서 값을 비교하기 전에 PCT 열에서 값의 평균을 계산하도록 지정합니다. <p>☀ PCT에서 값을 사용하는 동안 합계 또는 평균은 최종 OCT 값을 기준으로 계산됩니다.</p>
PCT 열	PCT에서 Optimize 세션을 제한하는 기준으로 사용할 숫자 열의 이름입니다.
다음이어야 함	PCT 열과 값을 비교할 연산자를 선택합니다. 작거나 같음 또는 크거나 같음을 선택합니다.
값	PCT 열의 합계 또는 평균을 비교하는 양의 수입니다. 이 숫자는 정수 또는 소수일 수 있습니다.
오퍼/오퍼 리스트의 트랜잭션	<ul style="list-style-type: none"> 모든 오퍼 - Optimize에서 모든 오퍼 및 오퍼 리스트를 고려하도록 지정합니다. 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 규칙을 제한합니다.
오퍼 전달 채널	<ul style="list-style-type: none"> 모든 채널 - 모든 채널에 규칙을 적용합니다. 채널 이름 - 지정한 채널의 오퍼로 규칙을 제한합니다.

사용자 정의 용량 규칙의 예

"CostPerOffer의 합계는 모든 채널 채널의 모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트에서 실행된 트랜잭션에 대한 값 100000보다 작거나 같아야 합니다." 이 규칙을 적용하면 전체 캠페인(임의의 채널의 임의의 오퍼)의 예산이 \$100,000로 제한됩니다.

"RiskScore의 합계는 모든 채널 채널의 모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트에서 실행된 트랜잭션에 대한 값 100보다 작거나 같아야 합니다." 이 규칙을 적용하면 캠페인에 따라 비즈니스가 위험에 노출되는 위험량이 제한됩니다.

"APR의 평균은 모든 채널 채널의 CreditOffers 오퍼/오퍼 리스트에서 실행된 트랜잭션에 대한 값 8보다 크거나 같아야 합니다." 이 규칙을 적용하면 낮은 금리의 오퍼만 제공하는 일을 막음으로써 수익성을 보장할 수 있습니다.

각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙

각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙을 사용하면 고객이 수신하는 오퍼의 수를 제한할 수 있습니다. 많은 수의 오퍼가 적은 수의 실제 컨택 및 패키지로 집중되어 쇠도하거나 메시지가 희박해지는 사례를 방지할 수 있습니다(예: 단일 전자 메일에 50개의 다른 오퍼 전송).

✧ 이것은 고객이 수신하는 중단 또는 "패키지" 수와는 다릅니다. 고객 컨택 피로도를 관리하려면 대신 "최대 패키지 수" 규칙을 사용하십시오.

특정 전략적 세그먼트, 채널 또는 오퍼 집합에 관련된 제한조건을 정의할 수 있습니다.



이 규칙을 사용하여 개인에게 보내는 다양한 메시지의 수를 관리할 수 있습니다. 특히, 이 규칙을 사용하여 고객별로 고객 오퍼 전략을 제어할 수 있습니다. 구체적으로 말하자면, 이 규칙은 특정 기간 동안 개인에게 제공할 최소/최대 오퍼 수 또는 특정 종류의 오퍼를 제어합니다. 다양한 유형의 통신 수(교차 판매, 보존, 상향 판매 등)를 제한하기 위해 채널 기준으로 이 규칙을 생성하는 경우도 있습니다.

이 규칙에서 최소값을 지정하면 다양한 마케팅 메시지가 고객에게 도달하도록 사용할 수 있습니다. 고가치(high-value) 고객에게 상향 판매 또는 교차 판매 오퍼와 보존 오퍼를 제공하기 위해 최대 두 번 컨택을 발송하는 조건을 설정할 수 있습니다.

또한, 고비용 오퍼 집합을 생성한 다음 각 고객이 해당 집합에서 오퍼를 수신할 수 있는 횟수를 제한할 수도 있습니다.

각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙 정의

필드	값
세그먼트의 각 고객의 경우	<ul style="list-style-type: none"> 모든 고객 - 모든 고객에게 규칙을 적용합니다. 세그먼트 - 선택한 세그먼트의 고객으로 규칙을 제한합니다.
채널의 오퍼 수	<ul style="list-style-type: none"> 모든 채널 - 모든 채널에 규칙을 적용합니다. 채널 이름 - 지정한 채널의 오퍼로 규칙을 제한합니다.

필드	값
일정 기간 동안	<ul style="list-style-type: none"> 지정한 기간 - 지정된 길이의 모든 기간에 규칙을 적용합니다. 기간은 일수입니다. 다시 말해서, 지정된 모든 기간에 대해 규칙이 '사실'이어야 합니다. 예를 들어 30일 기간에 임의의 고객에게 최대 3개의 오퍼를 보낼 수 있다는 규칙을 생성할 경우 Optimize는 임의의 30일 창에서 최적화된 오퍼(컨택 기록에서 이미 지정된 오퍼도 고려됨)가 3을 초과하도록 허용하지 않습니다. 기간에 대해 이러한 "슬라이딩 창" 해석을 사용하면 오퍼 프레젠테이션 전략을 실제로 제어할 수 있습니다. 0은 "이 최적화 기간"을 나타내며 이 Optimize 세션 내의 모든 참여 캠페인에서 제안된 컨택에 대해 전체 시간 범위 동안(즉, PCT에서 가장 먼저 제안된 날짜와 가장 마지막에 제안된 날짜 사이) 생성된 최소 및 최대 오퍼 수를 설정합니다. 0 값을 사용하면 슬라이딩 창이 사용되지 않습니다(전체 최적화 기간이 단일 시간 창으로 간주됨). 뿐만 아니라, 컨택 기록도 고려되지 않습니다.
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> 모든 오퍼 - Optimize에서 모든 오퍼 및 오퍼 리스트를 고려하도록 지정합니다. 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 규칙을 제한합니다. 오퍼 버전 - 매개변수화된 오퍼 속성 값을 포함하여 쿼리 생성기에서 지정한 오퍼 속성이 포함된 오퍼로 규칙을 제한합니다.
다음 사이여야 함	<ul style="list-style-type: none"> 최소를 사용하면 전송할 최소 오퍼 수를 지정할 수 있습니다. Optimize에서는 이 수에 도달하도록 오퍼를 최적화합니다. <ul style="list-style-type: none">  FEC 규칙에 따라 특정 개인에 대해 최소값을 충족할 수 없으면 해당 수신자에게 오퍼가 제공되지 않습니다. 최대 - 전송할 최대 오퍼 수를 지정할 수 있습니다. <ul style="list-style-type: none">  최소값 및 최대값을 지나치게 근사한 값으로 지정하지 마십시오(예: 최소값 2와 최대값 3). 두 값이 너무 가까운 범위를 사용하면 솔루션의 최적성이 감소됩니다.

각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙의 예

“최근 계정 세그먼트의 각 고객에 대해 30일 동안 모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼 수는 최소 0 및 최대 2 사이여야 합니다.” 이 규칙을 적용하면 최적화된 컨택 리스트의 컨택이 제한되어 최근에 계정을 개설한 각 고객에 대한 오퍼 수가 임의의 30일 동안 두 개를 초과하지 않게 됩니다.

“모든 고객 세그먼트의 각 고객에 대해 30일 동안 모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트 관련 전자 메일 채널의 오퍼 수는 최소 0 및 최대 2 사이여야 합니다.” 이 규칙을 적용하면 임의의 고객에 대해 최적화된 컨택의 전자 메일 오퍼 수는 임의의 30일 동안 5개를 넘지 않습니다.

“모든 고객 세그먼트의 각 고객에 대해 30일 동안 Gold 카드 오퍼/오퍼 리스트 관련 DM 채널의 오퍼 수는 최소 0 및 최대 3 사이여야 합니다.” 이 규칙을 사용하면 임의의 고객에 대해 최적화된 컨택 리스트의 Gold 카드 메일링 수는 임의의 30일 동안 세 개로 제한됩니다.

“모든 고객 세그먼트의 각 고객에 대해 30일 기간 경과 후 오퍼 버전 만료 날짜가 1/30/07인 오퍼/오퍼 리스트 관련 DM 채널의 오퍼 수는 최소 0 및 최대 3 사이여야 합니다.” 이 규칙을 적용하면 만료일이 1/30/07인 모든 오퍼에 대한 메일링 수는 임의의 고객에 대해 임의의 30일 기간에 세 개로 제한됩니다.

최대 패키지 수 규칙

최대 패키지 수 규칙을 사용하면 고객이 특정 기간 동안 수신하는 최대 패키지 또는 중단 수를 정의하여 컨택 피로도를 덜고 잠재적인 옵트아웃 또는 고객 반발을 방지할 수 있습니다. 이 규칙의 여러 인스턴스를 사용하여 고객이나 잠재 고객이 메시지 홍수에 빠지지 않도록 하면서 적절한 통신 간격을 확보하는 컨택 전략을 수립할 수 있습니다. Campaign에서 패키지는 동일한 플로차트 실행 내의 동일 컨택 프로세스에서 동일한 대상 개체에 대해 생성된 모든 컨택으로 정의됩니다. 패키지는 중단을 나타내며 Optimize에서 컨택 피로도 규칙이 사용될 경우 Campaign에서 컨택 프로세스는 이 정의에 맞게 구성해야 합니다.

특정 채널에 대한 최대 패키지 수 규칙을 정의할 수 있습니다. 규칙의 범위를 세그먼트로 제한할 수도 있습니다.

이 규칙을 사용하면 각 고객에게 발송되는 "간섭" 또는 패키지 수 제어를 통해 컨택 피로도를 방지하도록 컨택 전략을 관리할 수 있습니다. 고객과의 과도한 통신을 방지할 수 있는 중요한 규칙이기도 합니다. 예를 들어, 30일 동안 고가치(high-value) 고객에게 보내는 최대 패키지 수를 3개로 제한하는 규칙을 정의할 수 있습니다.

✧ 패키지는 Campaign에 정의됩니다. 동일한 컨택 프로세스를 통해 동일한 고객에게 전송되는 모든 오퍼는 동일한 채널에서 동시에 전달된 단일 "패키지"로 간주됩니다. 예를 들어, 쿠폰집에 있는 여러 쿠폰이나 동일한 전자 메일에 있는 여러 오퍼를 들 수 있습니다. Campaign에서 생성되는 플로차트는 이 방법을 따라야 합니다. 다시 말해서, 다양한 채널을 통한 통신이나 서로 다른 시점에 동일한 개인에게 제공되는 오퍼에 대해 별도의 컨택 프로세스를 사용해야 합니다. 반대로 여러 오퍼가 한 수신자에게 단일 "패키지"로 전달될 경우, 해당 오퍼를 모두 동일한 컨택 프로세스 내에서 지정해야 합니다.

최대 패키지 수 규칙 정의

필드	값
세그먼트의 각 고객의 경우	<ul style="list-style-type: none"> 모든 고객 - 모든 고객에게 이 제한조건을 적용합니다. 세그먼트 - 선택한 세그먼트의 고객으로 규칙을 제한합니다.

필드	값
일정 기간 동안	<ul style="list-style-type: none"> 지정한 기간 - 지정된 길이의 모든 기간에 규칙을 적용합니다. 기간은 일수입니다. 다시 말해서, 지정된 모든 기간에 대해 규칙이 '사실'이어야 합니다. 예를 들어 30일 기간에 임의의 고객에게 최대 3개의 오퍼를 보낼 수 있다는 규칙을 생성할 경우 Optimize는 임의의 30일 창에서 최적화된 오퍼(컨택 기록에서 이미 지정된 오퍼도 고려됨)가 3을 초과하도록 허용하지 않습니다. 기간에 대해 이러한 "슬라이딩 창" 해석을 사용하면 오퍼 프레젠테이션 전략을 실제로 제어할 수 있습니다. 0은 "이 최적화 기간"을 나타내며 이 Optimize 세션 내의 모든 참여 캠페인에서 제안된 컨택에 대해 전체 시간 범위 동안(즉, PCT에서 가장 먼저 제안된 날짜와 가장 마지막에 제안된 날짜 사이) 생성된 최소 및 최대 오퍼 수를 설정합니다. 0 값을 사용하면 슬라이딩 창이 사용되지 않습니다(전체 최적화 기간이 단일 시간 창으로 간주됨). 뿐만 아니라, 컨택 기록도 고려되지 않습니다.
채널의 패키지 수	<ul style="list-style-type: none"> 모든 채널 - Optimize에서 모든 채널의 패키지를 고려하도록 지정합니다. 채널 이름 - 지정한 채널의 패키지로 규칙을 제한합니다.
다음을 초과하면 안 됨	각 고객에게 보낼 수 있는 최대 패키지 수를 입력 값으로 제한합니다.

최대 패키지 수 규칙의 예

“최근 계정 세그먼트의 각 고객에 대해 30일 동안 모든 채널 채널의 패키지 수는 최소 0 및 최대 2 사이여야 합니다.” 이 규칙을 적용하면 최적화된 컨택 리스트의 컨택이 제한되어 최근에 계정을 개설한 각 고객에 대한 패키지 수가 임의의 30일 동안에 두 개를 초과하지 않게 됩니다.

“모든 고객 세그먼트의 각 고객에 대해 30일 기간 경과 후 전자 메일 채널의 패키지 수가 최소 0 및 최대 5 사이여야 합니다.” 이 규칙을 적용하면 고객이 수신하는 전자 메일 패키지 수가 임의의 30일 기간 동안 5개로 제한됩니다.

최대 중복 오퍼 수 규칙

최대 중복 오퍼 수 규칙을 사용하면 고객이 지정된 기간 내에 특정 채널을 통해 동일한 오퍼를 수신하는 횟수를 제한할 수 있습니다. 오퍼 집합의 모든 오퍼에 대해 단일의 최대 중복 오퍼 수 규칙을 생성할 수 있습니다. 예를 들어 최대값을 0으로 설정하여 오퍼 집합에 대한 최대 중복 오퍼 수 규칙을 생성할 경우, 각 고객은 오퍼를 한 번만 수신할 수 있습니다. 이때 중복 오퍼 수는 0이지만 고객은 다른 오퍼를 상당수 수신할 수 있습니다.

잠재적으로 다양한 채널을 통해 동일한 개인에게 제공될 수 있는 중복 오퍼 수를 제한하려면 이 규칙을 사용합니다. Campaign에서 모든 오퍼를 나타내는 스마트 오퍼 리스트를 생성하여 오퍼 중복을 방지할 수 있습니다. 예를 들어, 이 규칙을 사용하면 전자 메일을 통해 고객에게 오퍼를 보낸 경우 1개월 이내에 해당 고객에게 일반 우편으로 동일한 오퍼를 보내지 않도록 할 수 있습니다.

최대 중복 오퍼 수 규칙 정의

필드	값
세그먼트의 각 고객의 경우	<ul style="list-style-type: none"> 모든 고객 - 모든 고객에게 이 제한조건을 적용합니다. 세그먼트 - 선택한 세그먼트의 고객으로 규칙을 제한합니다.
채널의 중복 오퍼 수	<ul style="list-style-type: none"> 모든 채널 - Optimize에서 모든 채널의 오퍼를 고려하도록 지정합니다. 채널 이름 - 지정한 채널의 오퍼로 규칙을 제한합니다.
일정 기간 동안	<ul style="list-style-type: none"> 지정된 기간 - 지정된 길이의 모든 기간에 규칙을 적용합니다. 기간은 일수입니다. 다시 말해서, 지정된 모든 기간에 대해 규칙이 '사실'이어야 합니다. 예를 들어 30일 기간에 임의의 고객에게 최대 3개의 오퍼를 보낼 수 있다는 규칙을 생성할 경우 Optimize는 임의의 30일 창에서 최적화된 오퍼(컨택 기록에서 이미 지정된 오퍼도 고려됨)가 3을 초과하도록 허용하지 않습니다. 기간에 대해 이러한 "슬라이딩 창" 해석을 사용하면 오퍼 프레젠테이션 전략을 실제로 제어할 수 있습니다. 0은 "이 최적화 기간"을 나타내며 이 Optimize 세션 내의 모든 참여 캠페인에서 제안된 컨택에 대해 전체 시간 범위 동안(즉, PCT에서 가장 먼저 제안된 날짜와 가장 마지막에 제안된 날짜 사이) 생성된 최소 및 최대 오퍼 수를 설정합니다. 0 값을 사용하면 슬라이딩 창이 사용되지 않습니다(전체 최적화 기간이 단일 시간 창으로 간주됨). 뿐만 아니라, 컨택 기록도 고려되지 않습니다.
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> 모든 오퍼 - Optimize에서 모든 오퍼 및 오퍼 리스트를 고려하도록 지정합니다. 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 규칙을 제한합니다. 오퍼 버전 - 매개변수화된 오퍼 속성을 포함하여 쿼리 빌더에서 지정한 오퍼 속성 값이 포함된 오퍼로 규칙을 제한합니다.
다음을 초과하면 안 됨	각 고객에게 보낼 수 있는 최대 중복 오퍼 수를 입력 값으로 제한합니다. 이 값을 1로 설정하면 고객은 동일한 오퍼를 최대 두 개(또는 중복 오퍼 한 개) 수신합니다. 중복 오퍼의 가능성을 제거하려면 0을 사용합니다.

최대 중복 오퍼 수 규칙의 예

“고가치 고객 세그먼트의 각 고객에 대해 30일 동안 모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 중복 오퍼 수가 4를 초과하면 안 됩니다.” 이 규칙을 사용하면 임의의 30일 동안 모든 고가치(high-value) 고객에 대해 최적화된 컨택 리스트에는 동일한 오퍼가 네 개만 나타날 수 있습니다.

“모든 고객 세그먼트의 각 고객에 대해 30일 동안 모든 오퍼/오퍼리스트 관련 DM 채널의 중복 오퍼 수가 2를 초과하면 안 됩니다.” 이 규칙을 사용하면 임의의 30일 동안 각 고객에 대해 최적화된 컨택 리스트에는 동일한 오퍼가 두 개만 나타날 수 있습니다.

“모든 고객 세그먼트의 각 고객에 대해 30일 동안 증권 상품 오퍼/오퍼리스트 관련 모든 채널 채널의 중복 오퍼 수가 3을 초과하면 안 됩니다.” 이 규칙을 사용하면 임의의 30일 동안 각 고객에 대해 최적화된 컨택 리스트 내에는 동일한 증권 상품 오퍼가 최대 4개(원본 하나와 중복 3개) 나타날 수 있습니다.

“모든 고객 세그먼트의 각 고객에 대해 90일 동안 증권 상품 무료 상담인 오퍼/오퍼리스트 관련 모든 채널 채널의 중복 오퍼 수가 2를 초과하면 안 됩니다.” 이 규칙을 사용하면 임의의 90일 동안 각 고객에 대해 최적화된 컨택 리스트 내에는 무료 상담 증권 상품 오퍼가 최대 세 개(원본 하나와 중복 두 개) 나타날 수 있습니다.

B를 포함한 A일 수 없음 규칙

B를 포함한 A일 수 없음 규칙을 사용하면 고객이 특정 기간 내에 오퍼 쌍을 함께 수신하지 못하도록 할 수 있습니다. 이 규칙을 고객 세그먼트, 채널 및 오퍼 집합별로 세분화할 수 있습니다.

적합하지 않은 오퍼를 동일한 컨택에 제공하지 않으려면 이 규칙을 사용합니다. 오퍼 집합을 지정하여 첫 번째 집합의 오퍼를 두 번째 집합의 오퍼와 함께 동일한 수신자에게 제공하지 않도록 지정할 수 있습니다.

이 규칙을 사용하면 충돌하는 오퍼가 동일한 개인에게 전송되지 않으므로 고객에게 보내는 메시지의 일관성을 확보할 수 있습니다. 고객이 특정 유형의 오퍼를 지속적으로 받는 경우, 이 규칙을 사용하여 고객이 해당 유형의 오퍼를 계속해서 받도록 할 수 있습니다. 예를 들어 서로 충돌하는 두 오퍼인 신규 전화 갱신 오퍼와 전화 업그레이드 오퍼를 60일 이내에 동일한 개인에게 보내지 않으려면, “모든 세그먼트에 속하는 각 고객은 신규 전화 갱신 관련 상호 작용 A를 모든 채널을 통해 수신한 지 60일 이내에 전화 업그레이드 관련 상호 작용 B를 모든 채널을 통해 수신할 수 없음”이라는 규칙을 작성할 수 있습니다.

B를 포함한 A일 수 없음 규칙 정의

필드	값
세그먼트의 각 고객의 경우	<ul style="list-style-type: none"> 모든 고객 - Optimize에서 모든 세그먼트의 고객을 고려하도록 지정합니다. 세그먼트 - 선택한 세그먼트의 고객으로 규칙을 제한합니다.
채널에서 오퍼 수신	<ul style="list-style-type: none"> 모든 채널 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 채널의 오퍼를 고려하도록 지정합니다. 채널 이름 - 지정한 채널의 오퍼로 이 필드를 제한합니다.

필드	값
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 오퍼 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 오퍼 및 오퍼 리스트를 고려하도록 지정합니다. • 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 이 필드를 제한합니다. • 오퍼 버전 - 매개변수화된 오퍼 속성을 포함하여 쿼리 빌더에서 지정한 오퍼 속성 값이 포함된 오퍼로 규칙을 제한합니다.
채널에서 오퍼를 수신할 수 없음	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 채널 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 채널의 오퍼를 고려하도록 지정합니다. • 채널 이름 - 지정한 채널의 오퍼로 이 필드를 제한합니다.
기간 내	<ul style="list-style-type: none"> • 지정한 기간 - 지정된 길이의 모든 기간에 규칙을 적용합니다. 기간은 일수입니다. 다시 말해서, 지정된 모든 기간에 대해 규칙이 '사실'이어야 합니다. 예를 들어 30일 기간에 임의의 고객에게 최대 3개의 오퍼를 보낼 수 있다는 규칙을 생성할 경우 Optimize는 임의의 30일 창에서 최적화된 오퍼(컨택 기록에서 이미 지정된 오퍼도 고려됨)가 3을 초과하도록 허용하지 않습니다. 기간에 대해 이러한 "슬라이딩 창" 해석을 사용하면 오퍼 프레젠테이션 전략을 실제로 제어할 수 있습니다. • 0은 "이 최적화 기간"을 나타내며 이 Optimize 세션 내의 모든 참여 캠페인에서 제안된 컨택에 대해 전체 시간 범위 동안(즉, PCT에서 가장 먼저 제안된 날짜와 가장 마지막에 제안된 날짜 사이) 생성된 최소 및 최대 오퍼 수를 설정합니다. 0 값을 사용하면 슬라이딩 창이 사용되지 않습니다(전체 최적화 기간이 단일 시간 창으로 간주됨). 뿐만 아니라, 컨택 기록도 고려되지 않습니다.
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 오퍼 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 오퍼 및 오퍼 리스트를 고려하도록 지정합니다. • 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 이 필드를 제한합니다. • 오퍼 버전 - 쿼리 빌더에서 지정한 오퍼 속성이 포함된 오퍼로 이 필드를 제한합니다.

B를 포함한 A일 수 없음 규칙의 예

“무선 세그먼트의 각 고객에 대해 신규 전화 갱신 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼를 수신하는 고객은 90일 기간 내에 전화 업그레이드 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼를 수신할 수 없습니다.” 이 규칙을 적용하면 최적화된 컨택 리스트에서 이전 90일 내에 신규 전화 갱신 오퍼를 수신한 고객에 대한 전화 업그레이드 오퍼가 제거됩니다.

“모든 세그먼트 세그먼트의 각 고객에 대해 10%보다 큰 금리 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼를 수신한 고객은 60일 기간 내에 5% 미만 금리 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼를 수신할 수 없습니다.” 이 규칙을 적용하면 최적화된 컨택 리스트에서 이전 60일 내에 10%를 넘는 금리의 오퍼를 수신한 고객에 대해 5% 미만 금리의 오퍼가 제거됩니다.

A 다음에 B일 수 없음 규칙

A 다음에 B일 수 없음 규칙을 사용하면 하나의 오퍼를 수신한 고객이 특정 기간 동안 다른 오퍼를 수신하지 않도록 할 수 있지만 두 번째 오퍼를 수신한 고객이 첫 번째 오퍼를 수신하지 않도록 할 수는 없습니다. A 다음에 B일 수 없음 규칙은 단방향성이므로 한 방향으로만 오퍼 표시 안 함이 실행됩니다. 반면에 B를 포함한 A일 수 없음 규칙은 양방향성이므로 순서에 상관없이 오퍼가 전혀 허용되지 않습니다. A 다음에 B일 수 없음 규칙을 고객 세그먼트, 채널 및 오퍼 집합별로 세분화할 수 있습니다.

이 규칙을 사용하여 고객 서비스의 관점에서 올바른 오퍼 순서를 유지할 수 있습니다. 예를 들어, 오퍼를 하위 계층과 상위 계층으로 분류한 다음 상위 오퍼를 수신하는 고객이 동일한 30일 기간 내에 후속 하위 오퍼를 수신할 수 없도록 지정할 수 있습니다.

다음은 이 규칙에 적용할 수 있는 특정 제한조건의 예입니다.

- 높은 수준의 오퍼 다음에 더 낮은 수준의 오퍼를 보내지 마십시오. 예를 들어 항공 마일리지 10,000마일 제공 오퍼를 보낸 다음 5,000마일 오퍼를 보내지 마십시오.
- 긍정적인 오퍼 다음에 부정적인 오퍼를 보내지 마십시오. 예를 들어, 낮은 신용 등급으로 인해 신용 카드 신용 한도액 하향 조정이 있는 지 며칠 후에 교차 판매 오퍼를 보내지 마십시오.

A 다음에 B일 수 없음 규칙 정의

필드	값
세그먼트의 각 고객의 경우	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 고객 - 모든 고객에게 제한조건을 적용합니다. • 세그먼트 - 선택한 세그먼트의 고객으로 규칙을 제한합니다.
채널에서 오퍼 최초 수신	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 채널 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 채널의 오퍼를 고려하도록 지정합니다. • 채널 이름 - 지정한 채널의 오퍼로 이 필드를 제한합니다.
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 오퍼 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 오퍼 및 오퍼 리스트를 고려하도록 지정합니다. • 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 이 필드를 제한합니다. • 오퍼 버전 - 매개변수화된 오퍼 속성을 포함하여 쿼리 빌더에서 지정한 오퍼 속성 값이 포함된 오퍼로 규칙을 제한합니다.
나중에 채널에서 오퍼를 수신할 수 없음	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 채널 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 채널의 오퍼를 고려하도록 지정합니다. • 채널 이름 - 지정한 채널의 오퍼로 이 필드를 제한합니다.

필드	값
기간 내	<ul style="list-style-type: none"> 지정한 기간 - 지정된 길이의 모든 기간에 규칙을 적용합니다. 기간은 일수입니다. 다시 말해서, 지정된 모든 기간에 대해 규칙이 '사실'이어야 합니다. 예를 들어 30일 기간에 임의의 고객에게 최대 3개의 오퍼를 보낼 수 있다는 규칙을 생성할 경우 Optimize는 임의의 30일 창에서 최적화된 오퍼(컨택 기록에서 이미 지정된 오퍼도 고려됨)가 3을 초과하도록 허용하지 않습니다. 기간에 대해 이러한 "슬라이딩 창" 해석을 사용하면 오퍼 프레젠테이션 전략을 실제로 제어할 수 있습니다. 0은 "이 최적화 기간"을 나타내며 이 Optimize 세션 내의 모든 참여 캠페인에서 제안된 컨택에 대해 전체 시간 범위 동안(즉, PCT에서 가장 먼저 제안된 날짜와 가장 마지막에 제안된 날짜 사이) 생성된 최소 및 최대 오퍼 수를 설정합니다. 0 값을 사용하면 슬라이딩 창이 사용되지 않습니다(전체 최적화 기간이 단일 시간 창으로 간주됨). 뿐만 아니라, 컨택 기록도 고려되지 않습니다.
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> 모든 오퍼 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 오퍼 및 오퍼 리스트를 고려하도록 지정합니다. 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 이 필드를 제한합니다. 오퍼 버전 - 매개변수화된 오퍼 속성을 포함하여 쿼리 빌더에서 지정한 오퍼 속성 값이 포함된 오퍼로 규칙을 제한합니다.

A 다음에 B일 수 없음 규칙의 예

"모든 세그먼트 세그먼트의 각 고객에 대해 *Platinum* 카드 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼를 처음 수신한 고객은 나중에 90일 기간 내에 *Gold* 카드 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼를 수신할 수 없습니다." 이 규칙을 적용하면 이전 90일에 *Platinum* 카드 오퍼를 처음 수신한 고객에 대해 최적화된 컨택 리스트에서 *Gold* 카드 오퍼가 제거됩니다.

"모든 세그먼트 세그먼트의 각 고객에 대해 *CreditLimitReduction* 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼를 처음 수신한 고객은 나중에 90일 기간 내에 *CrossSellCreditCardInsurance* 오퍼/오퍼 리스트 관련 모든 채널 채널의 오퍼를 수신할 수 없습니다." 이 규칙을 적용하면 이전 90일에 신용 한도액 축소 통지를 수신한 고객에게 신용 카드 보험 관련 오퍼가 제공되지 않습니다.

A만 포함한 B 규칙

A만 포함한 B 규칙을 적용하면 Optimize에서는 초기 오퍼를 보내지 않은 경우 후속 오퍼를 보내지 않습니다. Optimize에서는 또한 오퍼 A를 보내지 않은 경우 오퍼 B를 보낼 수 없습니다. Optimize에서 오퍼 B에 대한 오퍼 집합을 사용할 경우 해당 집합과 일치하는 모든 오퍼에 규칙이 적용됩니다. 오퍼 A에 대한 오퍼 집합을 사용할 경우 해당 집합에 포함되는 모든 오퍼는 제안된 오퍼 B 모두에 대한 요구 사항을 충족합니다. 즉, 단일 초기 오퍼에서 허용되는 후속 오퍼의 수에 제한이 없습니다. 이 규칙을 사용하면 예를 들어 오퍼 A를 보낸 경우에만 오퍼 B를 수신자에게 보내도록 지정하는 경우와 같이 관련 오퍼의 순서를 제어할 수 있습니다. 따라서 최적화 전략에 맞게 후속 통신을 관리할 수 있습니다.


마케팅 조사에 따르면 통신 두 개를 연결하여(예: DM 발송 이후 서비스 담당자 호출) 사용할 경우 개별 통신을 사용할 때보다 리프트를 더 얻을 수 있습니다. A만 포함한 B 규칙을 사용하면 연결된 오퍼를 제안할 수 있으며 오퍼 A를 받은 수신자에게만 오퍼 B가 제공되도록 할 수 있습니다. 따라서 오퍼 A만 제공하거나 오퍼 A와 오퍼 B를 함께 제공하는 조합은 허용되지만 오퍼 B만 제공할 수는 없습니다. 예를 들어, DM을 사용하여 오퍼를 만든 다음 텔레마케팅 호출을 사용하여 후속 작업을 하려면 텔레마케팅 호출을 오퍼 B로, DM을 오퍼 A로 생성할 수 있습니다. Optimize에서 고객이 DM을 수신하지 않도록 결정할 경우 이 규칙에 따라 쌍으로 연결된 텔레마케팅 호출이 자동으로 제거됩니다.


또한 두 오퍼 Offer1 및 Offer2를 함께 보내거나 어느 오퍼도 보내지 않아야 하는 경우에는 A만 포함한 B 규칙을 두 개 생성할 수 있습니다. 한 규칙은 Offer2만 포함한 Offer1으로, 다른 규칙은 Offer1만 포함한 Offer2로 생성합니다. Optimize는 두 오퍼를 모두 전달하거나 모두 전달하지 않습니다. 이 시나리오에서 Optimize는 필요한 채널에 Offer1과 Offer2를 모두 보낼 수 있는 충분한 컨택 기회가 있는지, 그리고 오퍼 조합이 해당 채널에서 대신 제공될 수 있는 다른 대체 오퍼와 달리 최적인지를 확인합니다.

한 오퍼가 항상 다른 오퍼보다 우선해야 할 경우 이 규칙을 사용합니다.

A만 포함한 B 규칙의 범위는 항상 현재 최적화 기간입니다. 즉, Optimize에서는 Optimize 세션 내에 제안된 컨택만 고려하며 오퍼 A가 이전에 제공된 경우 Optimize는 오퍼 B를 제공하지 않습니다. 따라서 현재 Optimize 세션 중에 고려된 제안된 트랜잭션 내에서 오퍼 A가 선택된 경우에만 오퍼 B가 선택됩니다. 이 규칙에서는 오퍼 A가 이전에 수신되었는지 여부를 확인하기 위해 컨택 기록을 조사하지 않습니다.

A만 포함한 B 규칙 정의

필드	값
세그먼트의 각 고객	<ul style="list-style-type: none"> 모든 고객 - 모든 고객에게 제한조건을 적용합니다. 세그먼트 - 선택한 세그먼트의 고객으로 규칙을 제한합니다.
채널에서 오퍼를 수신할 수 있음	<ul style="list-style-type: none"> 모든 채널 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 채널의 오퍼를 고려하도록 지정합니다. 채널 이름 - 지정한 채널의 오퍼로 이 필드를 제한합니다.
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> 모든 오퍼 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 오퍼 및 오퍼 리스트를 고려하도록 지정합니다. 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 이 필드를 제한합니다. 오퍼 버전 - 매개변수화된 오퍼 속성을 포함하여 쿼리 빌더에서 지정한 오퍼 속성 값이 포함된 오퍼로 규칙을 제한합니다. <p> 이 값은 후속 오퍼에 대한 선행 조건 오퍼입니다. 이 필드에서 오퍼 리스트를 선택할 경우 해당 리스트 내의 모든 오퍼는 제안된 모든 후속 오퍼에 대한 요구사항을 충족합니다.</p>

필드	값
채널에서 오퍼를 수신한 경우에만	<ul style="list-style-type: none"> 모든 채널 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 채널의 오퍼를 고려하도록 지정합니다. 채널 이름 - 지정한 채널의 오퍼로 이 필드를 제한합니다.
관련된 오퍼/오퍼 리스트	<ul style="list-style-type: none"> 모든 오퍼 - Optimize에서 이 필드에 대한 모든 오퍼 및 오퍼 리스트를 고려하도록 지정합니다. 오퍼/오퍼 리스트 - 선택한 오퍼 또는 오퍼 리스트로 이 필드를 제한합니다. 이 값은 두 번째 오퍼 필드의 오퍼에 대한 선행 조건 오퍼입니다. 이 필드에서 오퍼 리스트를 선택할 경우 해당 리스트 내의 모든 오퍼는 두 번째 오퍼 필드에서 제안된 모든 오퍼에 대한 요구사항을 충족합니다. 오퍼 버전 - 매개변수화된 오퍼 속성을 포함하여 쿼리 빌더에서 지정한 오퍼 속성 값이 포함된 오퍼로 규칙을 제한합니다. <p> 이 값은 후속 오퍼입니다. 후속 오퍼에 대해 오퍼 리스트를 사용할 경우 이 규칙은 해당 리스트에서 고객에게 제공된 모든 오퍼에 적용됩니다.</p>

A만 포함한 B 규칙의 예

“새 고객 세그먼트의 각 고객은 초기 오퍼/오퍼 리스트 관련 전자 메일 채널에서 오퍼를 수신한 경우에만 후속 오퍼/오퍼 리스트 관련 전자 메일 채널에서 오퍼를 수신할 수 있습니다.” 이 규칙을 적용하면 새 고객 세그먼트의 고객에게 초기 오퍼가 전송되지 않은 경우 후속 오퍼를 전송하지 않습니다.

“모든 세그먼트 세그먼트의 각 고객은 목적지가 플로리다주 올랜도인 오퍼 버전과 관련하여 DM 채널에서 오퍼를 수신한 경우에만 FreeNightAtDisney 오퍼/오퍼 리스트와 관련하여 텔레마케팅 채널에서 오퍼를 수신할 수 있습니다.” 이 규칙은 항공 여행 오퍼에 목적지라는 매개변수화된 속성이 있다고 가정합니다. 이 규칙을 적용하면 목적지가 플로리다주 올랜도인 오퍼를 수신한 고객만 Walt Disney World 리조트 무료 숙박 오퍼를 수신합니다.

규칙 정의

규칙 정의를 사용하여 규칙의 범위를 생성하거나 해당 범위에서 수행되는 액션을 결정할 수 있습니다. 규칙의 범위는 해당 규칙이 적용되는 제안된 컨택 집합이며 고객, 오퍼, 채널, 시간 등 다양한 차원을 사용하여 지정할 수 있습니다.

예를 들어, 낮은 값 오퍼라는 세그먼트 내에 전자 메일 채널을 통해 컨택이 이루어지고 10% 할인 관련 오퍼를 포함하는 컨택 집합으로 범위를 정의할 수 있습니다. 이 컨택 집합이 이러한 통신을 한 달에 두 번 이상 수신하지 않도록 각 고객에 대한 최대 오퍼 수 규칙을 정의할 수 있습니다.

이 섹션에서는 세 가지 주요 규칙 정의에 대해 설명합니다.

- 세그먼트 - 특정 고객 및 대상 ID와 관련된 규칙의 범위 지정

세그먼트는 고객 소속 규칙, 각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙, 최대 패키지 수 규칙, 최대 중복 오퍼 수 규칙, 최소 고유 오퍼 수 규칙, B를 포함한 A일 수 없음 규칙, A 다음에 B일 수 없음 규칙, A만 포함한 B 규칙에 사용될 수 있습니다.

- 오퍼 리스트 - 특정 오퍼에 규칙 적용

오퍼 리스트는 고객 소속 규칙, 최소/최대 오퍼 용량 규칙, 최소/최대 총 비용 규칙, 각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙, 최대 중복 오퍼 수 규칙, 최소 고유 오퍼 수 규칙, B를 포함한 A일 수 없음 규칙, A 다음에 B일 수 없음 규칙, A만 포함한 B 규칙에 사용될 수 있습니다.

- 오퍼 버전 - 오퍼 속성 값으로 정의된 특정 오퍼 버전에만 규칙 적용

오퍼 버전은 고객, 각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수, 최대 중복 오퍼 수, 최소 고유 오퍼 수, B를 포함한 A일 수 없음, A 다음에 B일 수 없음, A만 포함한 B 규칙에 사용될 수 있습니다.

최적화 규칙에서 세그먼트 사용

일부 최적화 규칙에서는 규칙 정의에 전략적 세그먼트를 지정할 수 있습니다. 전략적 세그먼트는 Campaign에서 생성되며 Optimize에서 사용될 수 있습니다. 세그먼트 또는 전략적 세그먼트란 의미 있는 방식으로 분류한 대상 ID 집합(모두 동일한 대상 수준)입니다. 예를 들어, 여성 연락처를 모두 분류하는 세그먼트를 여성이라는 이름으로 생성할 수 있습니다. 그리고 지난 3개월 이내에 \$1000 이상을 지출한 연락처를 모두 분류하는 다른 세그먼트를 생성하여 고가치라고 명명할 수 있습니다.

이제 세그먼트에 대해 규칙 정의에 지정된 액션을 수행할 수 있습니다. 예를 들어, 모든 고가치 연락처가 매월 3회 이상의 전자 메일 연락처를 수신하도록 지정하는 규칙을 생성할 수 있습니다.

✧ 최적화 규칙은 모든 고객에게 적용되거나 단일 전략적 세그먼트에 적용될 수 있습니다. 최적화 규칙을 여러 전략적 세그먼트에 적용하려면 Campaign에서 원하는 연락처를 모두 포함하는 새 전략적 세그먼트를 생성하거나 적용 대상 전략적 세그먼트마다 하나씩 규칙 복사본을 여러 개 생성합니다.

전략적 세그먼트에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

IBM Unica Interact를 사용하는 경우 Optimize에서 스마트 세그먼트를 사용할 수 없습니다.

최적화 규칙에서 세그먼트를 사용하는 방법

1. 최적화 규칙 페이지의 규칙 정의 섹션에서 세그먼트를 클릭합니다.
빈 필드와 선택 단추가 나타납니다.
2. 선택 단추를 클릭합니다.
세그먼트 추가/제거 창이 나타납니다.
3. 세그먼트를 선택합니다.
4. 적용 및 닫기를 클릭합니다.

세그먼트가 세그먼트 필드에 채워집니다. 최적화 세션을 실행하면 Optimize에서 세그먼트의 제한조건이 적용됩니다.

최적화 규칙에서 오퍼 리스트 사용

여러 오퍼에 적용할 최적화 규칙을 정의할 경우 오퍼 리스트를 사용하는 것이 좋습니다. 오퍼 리스트는 구성을 위해 생성할 수 있는 관련 오퍼 그룹입니다. 오퍼 리스트는 Campaign에서 정의되며 오퍼를 정의할 때 Optimize에서 사용할 수 있습니다. 다음과 같은 두 가지 유형의 오퍼 리스트가 있습니다.

- 정적 - 사전 정의된 오퍼 리스트로서 명시적으로 편집하지 않는 한 변경되지 않습니다.
- 스마트 - 동적 오퍼 리스트를 말합니다. 스마트 리스트의 기준을 충족하는 새 오퍼가 자동으로 추가되면 스마트 리스트의 내용이 변경됩니다. 스마트 오퍼 리스트를 사용하면 최적화 규칙에 중요한 주요 오퍼 특성을 정의하는 기준을 지정할 수 있습니다.

대부분의 경우 Optimize에서 스마트 오퍼 리스트를 사용해야 합니다. 스마트 오퍼 리스트는 Optimize 세션 실행 시점에 평가되어 오퍼 쿼리를 충족하는 시점에 Campaign에서 오퍼를 확인합니다. 정적 오퍼 리스트는 정적 오퍼 리스트가 생성될 때 사용자가 지정 한 오퍼만 포함하며 명시적으로 수정하지 않는 한 일정 기간 동안 변경되지 않습니다.

예를 들어, 12월과 1월의 항공료 할인에 대한 모든 오퍼를 포함하는 Holiday Travel이라는 오퍼 리스트를 가정합니다. 이 경우 개인이 12월에 수신할 수 있는 Holiday Travel 오퍼 수를 2회로 제한하는 최적화 규칙을 생성할 수 있습니다.



이 오퍼 리스트가 정적 리스트이고 모든 다른 규칙 기준은 동일할 경우 Optimize 세션을 실행할 때마다 동일한 오퍼가 포함됩니다. 이 오퍼 리스트가 스마트 오퍼 리스트인 경우 Optimize 세션을 실행할 때마다 포함되는 오퍼는 스마트 오퍼 리스트 기준을 충족하는 새 오퍼가 생성되었는지 여부에 따라 달라질 수 있습니다. 이 경우에는 후속 Optimize 세션을 실행할 때마다 추가 오퍼가 생성됩니다.

스마트 오퍼 리스트의 예로는 "대출 오퍼"가 있습니다. 이 오퍼 리스트는 "대출 상품 오퍼" 폴더와 그 하위 폴더에 있는 모든 오퍼를 포함하도록 정의할 수 있습니다. 그러면 개인이 단기간 내에 다수의 신용 오퍼를 수락하여 신용을 과도하게 사용하는 위험을 방지하기 위해 개별 고객이 60일 기간에 3회 이상의 대출 오퍼를 수신하지 않도록 제한하는 규칙을 생성할 수 있습니다. 이 스마트 오퍼 리스트는 신규 대출 상품 오퍼가 생성되면 자동으로 이를 포함하기 때문에 이 규칙을 사용하여 Optimize 세션을 주기적으로 실행하면 항상 대출 상품 오퍼 최신 리스트가 생성됩니다.

오퍼 리스트 정의에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

최적화 규칙에 오퍼 리스트를 사용하는 방법

1. 최적화 규칙 페이지의 규칙 정의 섹션에서 오퍼를 클릭합니다.
빈 필드와 선택 단추가 나타납니다.
2. 선택 단추를 클릭합니다.
오퍼 선택 창이 나타납니다.
3. 오퍼 리스트를 선택합니다.

오퍼 리스트는 다수의 오퍼 그림이 있는 아이콘 으로 식별됩니다. 스마트 오퍼 리스트 아이콘에는 돋보기 그림 이 포함됩니다.

4. 적용 및 달기를 클릭합니다.

오퍼 리스트가 오퍼 필드에 채워집니다. Optimize 세션을 실행하면 Optimize에서 오퍼 리스트의 제한조건이 적용됩니다.

최적화 규칙에서 오퍼 버전 사용

특정 최적화 규칙을 사용하여 오퍼 버전을 규칙 정의의 일부로 지정할 수 있습니다. 그러면 특정 규칙이 적용되는 오퍼 버전 집합을 정확히 결정하는 쿼리를 작성할 수 있습니다. 예를 들어, 임의 버전의 "Gold 신용 카드" 오퍼에 규칙을 적용하는 대신 "특별 금리"가 현재 우대 금리보다 낮은 오퍼 버전에만 규칙을 적용할 수 있습니다. 여기서 "특별 금리"는 "Gold 신용 카드" 오퍼의 매개변수화된 속성입니다. 오퍼 속성을 기반으로 쿼리를 생성하고 규칙 범위에 포함되는 정확한 오퍼 버전을 지정할 수 있습니다(예: `go_to_interest_rate < 5`).

오퍼 버전은 매개변수화된 오퍼 속성을 사용하여 생성되는 고유한 오퍼 인스턴스입니다. 매개변수화된 오퍼 속성은 마케팅 캠페인에 오퍼가 사용될 때 사용자가 고유한 값을 제공할 수 있는 해당 오퍼 속성입니다. 오퍼 속성의 각 고유 순열이 새 오퍼 버전을 생성합니다. 예를 들어, "Gold 신용 카드" 오퍼에 "판촉 금리" 및 "특별 금리"라는 2개의 매개변수화된 오퍼 속성이 있고 판촉 금리 값은 0% 또는 2.9%이고 특별 금리 값은 18.9% 또는 21.9%일 경우 총 4개의 오퍼 버전이 생성될 수 있습니다.

판촉 금리	특별 금리
0%	18.9%
0%	21.9%
2.9%	18.9%
2.9%	21.9%

이제 주어진 30일 기간 내에 회사에서 제공할 0% 판촉 금리 오퍼 수를 제한하는 규칙을 작성할 수 있습니다. 매개변수화되지 않은 오퍼 속성 값은 오퍼의 일부로 사전 정의됩니다.

예를 들어, Campaign 관리자는 오퍼 템플릿에서 매개변수화된 오퍼 속성으로 Card Type을 생성할 수 있습니다. 사용자는 Campaign(예: 최적화 프로세스)의 셀에 오퍼를 지정할 때 오퍼 속성 값(Gold, Silver 또는 기타 값)을 제공합니다.

그러면 이러한 오퍼 버전을 Optimize의 특정 규칙에서 검색할 수 있습니다. 예를 들어, 범위에 유형이 Gold(Card Type=Gold)인 모든 항목을 포함하는 고객 소속 규칙을 생성할 수 있습니다. 오퍼 버전 쿼리 생성기를 사용하여 규칙에 오퍼 버전을 포함시킵니다. 그러면 규칙이 적용될 오퍼 속성에 대한 값을 선택할 수 있습니다.

- 매개변수화된 오퍼 속성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 관리자 가이드*를 참조하십시오.

- 오퍼 버전에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

오퍼 버전 쿼리 빌더 정보

일부 규칙 페이지의 규칙 정의 섹션에 있는 오퍼 버전 쿼리 빌더는 특정 오퍼 버전을 선택할 수 있는 필드 집합입니다.

쿼리 빌더에서 지정된 기준은 기간, 고객 세그먼트, 상호 작용 채널 등과 같은 기타 제한 조건과 함께 규칙의 범위를 정의합니다. 쿼리 생성기에 사용되는 오퍼 속성은 규칙을 적용할 정확한 오퍼 버전을 지정합니다.

쿼리 생성기에 나열되는 오퍼 속성은 표준 또는 사용자 정의 오퍼 속성입니다. 표준 오퍼 속성은 만료 날짜, 오퍼당 비용, 컨택 채널 등 다수의 Optimize 구현과 관련된 사전 정의된 속성입니다. 사용자 정의 오퍼 속성은 금리, 연회비, 부서, 제품 SKU 등과 같이 Campaign에서 정의되며 해당 산업에 고유한 오퍼 속성입니다.

쿼리 빌더에서 쿼리를 구성하는 데 사용되는 오퍼 속성은 매개변수화된 속성이 될 수도 있고 그렇지 않을 수도 있습니다. 쿼리 생성기는 오퍼(매개변수화된 오퍼 속성이 없는 오퍼 템플릿을 기반으로 하는 마케팅 통신) 또는 오퍼 버전(셀에 오퍼 지정 시 사용자 정의된 하나 이상의 매개변수화된 오퍼 속성을 가진 마케팅 통신)을 반환할 수 있습니다. 하지만 쿼리 생성기는 규칙 범위에 포함할 오퍼 버전에 액세스할 수 있는 유일한 수단입니다. 모든 오퍼 버전이 동일할 경우 최적화를 위해 오퍼 버전을 구별할 필요가 없습니다. 하지만 매개변수화된 오퍼 속성의 값에 따라 오퍼의 "의미"가 사실상 달라지는 개인 설정에 매개변수화된 오퍼 버전이 사용되는 경우 최적화 규칙에서 오퍼 속성별로 쿼리하여 규칙의 범위를 적절하게 지정해야 할 수 있습니다. 마케팅 통신의 본질을 변경하는 매개변수화된 오퍼 속성의 예로는 "제품 SKU"를 들 수 있습니다. 여기서는 개인에 따라 항목이 예를 들어 TV나 냉장고 등이 될 수 있습니다.

Optimize 세션을 실행할 때 모든 규칙에 지정된 다른 기준과 함께 쿼리 생성기를 사용하여 설정한 제한조건을 통해 최적화된 컨택 테이블을 채울 고객을 결정할 수 있습니다.

오퍼 사용자 정의 속성 정의, 오퍼 또는 오퍼 템플릿 생성, Campaign에서 오퍼 속성 매개변수화 등의 방법에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 관리자 가이드*를 참조하십시오.

조건 및 그룹화

조건

조건은 오퍼 속성(매개변수화되었거나 그렇지 않음), 연산자 및 값으로 구성됩니다.

다음 쿼리에서

```
Expiration Date = 12/31/08
```

Expiration Date는 사용자 정의 속성이고 "="는 연산자이며 12/31/08은 값입니다.

Optimize 쿼리 빌더의 오퍼 속성 드롭다운 리스트에는 Campaign에 정의된 사용자 정의 오퍼 속성과 모든 표준 속성이 포함됩니다. 나열된 속성은 Campaign에 정의된 임의의 오퍼 템플릿에서 사용 중일 수 있습니다. 쿼리 빌더에서 지정한 오퍼 속성이 매개변수화된 값인 경우 쿼리 빌더 검색에서 오퍼 버전이 산출될 수 있습니다.

다음 표에서는 쿼리 생성기에서 사용할 수 있는 연산자를 나열합니다.

연산자	정의
=	같음
>	보다 큼 날짜와 함께 이 연산자를 사용하면 지정한 날짜 이후에 해당하는 날짜를 나타냅니다. 예를 들어 만료 날짜 > 12/31/08은 12/31/08 이후의 날짜를 나타냅니다.
>=	크거나 같음 날짜와 함께 이 연산자를 사용하면 지정한 날짜 당일 및 이후에 해당하는 날짜를 나타냅니다. 예를 들어, 만료 날짜 >= 12/31/08은 12/31/08 당일 및 이후의 날짜를 나타냅니다.
<	보다 작음 날짜와 함께 이 연산자를 사용하면 지정한 날짜 이전에 해당하는 날짜를 나타냅니다. 예를 들어 만료 날짜 < 12/31/08은 12/31/08 이전의 날짜를 나타냅니다.
<=	작거나 같음 날짜와 함께 이 연산자를 사용하면 지정한 날짜 당일 및 이전에 해당하는 날짜를 나타냅니다. 예를 들어 만료 날짜 <= 12/31/08은 12/31/08 당일 및 이전의 날짜를 나타냅니다.
<>	같지 않음

그룹화

그룹화는 앞에 ANY 또는 ALL 문이 있는 조건 한 개 이상으로 구성됩니다. 쿼리에서 다음과 같이 드롭다운 리스트의 선택 항목에서 모두 또는 임의를 선택합니다.

- 모두 - 오퍼가 제시된 각 조건을 충족해야 함을 지정합니다. 예를 들어 비용이 \$5 미만이고 12/31/08 이전 또는 이후에 만료되는 오퍼를 찾을 수 있습니다.

ALL 연산자는 AND 연산자와 같으며 다음과 같이 표현할 수 있습니다.

```
(Grouping) AND (Grouping) ... AND (Grouping)
```

where

```
Grouping = (Condition) AND (Condition) ... AND (Condition)
```

- 임의 - 오퍼가 제시된 임의의 조건에 속할 수 있음을 지정합니다. 예를 들어 항목 범주가 전자제품이나 컴퓨터인 오퍼를 찾을 수 있습니다.

ANY 연산자는 OR 연산자와 같으며 다음과 같이 표현할 수 있습니다.

```
(Grouping) OR (Grouping) ... OR (Grouping)
```

where

```
Grouping = (Condition) OR (Condition) ... OR (Condition)
```

오퍼 버전 쿼리 빌더 예

다음 예에서는 쿼리 빌더를 사용하여 사용자 정의 오퍼 속성에 따라 연락처를 대상으로 지정하는 방법을 설명합니다.

다음 모든 조건과 일치하는 연락처를 연락처 리스트에서 제외하려는 경우를 가정합니다.

- 오퍼 만료 날짜는 12/31/08 당일 또는 이전
- 오퍼당 비용 \$10보다 큼
- 채널은 전자 메일 또는 전화

이 예에서 all 연산자는 특정 만료 날짜의 오퍼를 포함하고, 비용이 특정 금액 이상이며, 전자 메일 또는 전화 채널을 통해 발송한 연락처라는 각 조건에 부합해야만 제안된 연락처 테이블에서 연락처를 제외할 수 있음을 지정하는 데 사용됩니다. ANY 연산자는 고려해야 할 특정 채널 유형(전자 메일 또는 전화)을 정의하는 데 사용됩니다.

최적화 규칙에 오퍼 버전을 사용하는 방법

1. 최적화 규칙 페이지의 규칙 정의 섹션에서 오퍼 버전을 클릭합니다.
기본 그룹화가 나타납니다.
2. 아래의 드롭다운 리스트에서 모두 또는 임의 연산자를 선택합니다.
3. 조건을 지정합니다.
 - a. 조건의 첫 번째 필드에 있는 드롭다운 리스트에서 오퍼 속성을 선택합니다.
 - b. 조건의 두 번째 필드에 있는 드롭다운 리스트에서 연산자를 선택합니다.
 - c. 조건의 세 번째 필드에 값을 입력합니다.

조건의 첫 번째 필드에서 날짜 관련 오퍼 속성을 선택한 경우 팝업 달력에서 날짜를 선택하는 옵션이 있습니다.

다음은 완료된 조건의 예입니다.

```
Effective Date <= 1/1/07  
Item type = Clothing  
Cost per offer >= 10
```

4. (선택 사항) 추가 조건 또는 그룹화를 쿼리 빌더에 추가합니다.

- a. 그룹화를 추가할 모든 추가 조건에 대해 새 조건 삽입을 클릭합니다.
새 조건이 쿼리 생성기에 추가됩니다.
 - b. 오퍼 속성, 연산자를 선택하고 값을 입력하여 새 조건을 생성합니다.
 - c. 추가할 모든 그룹화에 대해 새 그룹화 삽입을 클릭합니다.
새 그룹화가 쿼리 생성기에 추가됩니다.
 - d. 모든 새 그룹화에 대해 모두 또는 임의를 선택합니다.
모두와 임의 중에서 선택할 때는 전체 쿼리 생성기에 대한 선택과 동일한 규칙을 따릅니다.
5. 쿼리 생성기에서 조건이나 그룹화를 제거하려면 해당 조건 또는 그룹화 옆에 있는 체크박스를 클릭하고 선택된 대상 제거를 클릭합니다.
6. 조건이나 그룹화를 이동하려면 관련 번호를 클릭하고 조건이나 그룹화를 배치할 위치로 끌어온 다음 빨간색으로 강조 표시된 막대가 나타나면 놓습니다.
- Optimize 세션을 실행하면 쿼리 빌더를 사용하여 설정한 제한조건이 Optimize에서 적용됩니다.

관련 주제

- 조건 및 그룹화

스마트 리스트 및 오퍼 버전 쿼리 빌더

최적화 규칙에 오퍼 속성 수준에서 정의된 오퍼를 포함할 수 있습니다. 이 작업은 스마트 오퍼 리스트를 사용하거나 오퍼 버전 쿼리 빌더를 사용하여 수행할 수 있습니다.

특정 값을 가진 특정 오퍼 속성에 대한 검색 결과는 스마트 오퍼 리스트를 사용하는지 오퍼 버전 쿼리 빌더를 사용하는지에 따라 달라질 수 있습니다. 스마트 오퍼 리스트와 오퍼 버전 쿼리 빌더는 모두 오퍼 속성을 기반으로 쿼리하는 데 사용될 수 있지만, 스마트 오퍼 리스트는 매개변수화된 오퍼 속성에 대한 기본값만 조사합니다. 따라서 오퍼 버전에는 적용되지 않고 오퍼에만 적용됩니다.

스마트 리스트

스마트 리스트는 오퍼 속성 수준에서 쿼리를 통해 정의되는 오퍼 리스트입니다. 정적 오퍼 속성은 해당 오퍼와 연관된 값을 사용하고, 매개변수화된 오퍼 속성은 기본값을 사용합니다. 스마트 오퍼 리스트는 매개변수화되지 않은 오퍼 속성에 대해 쿼리하는 경우, 다시 말해서 오퍼가 사용될 때 해당 오퍼 속성에 다른 값을 제공할 수 없는 경우에 가장 적합합니다. 스마트 오퍼 리스트의 범위를 형성할 오퍼 속성과 속성 값을 지정하는 쿼리를 생성하여 Campaign에서 스마트 오퍼 리스트를 생성합니다.

예를 들어, 스마트 오퍼 리스트를 생성하여 특정 값을 가진 모든 오퍼를 분류할 수 있습니다. 여기서 오퍼 값은 각 오퍼와 연결된 정적 사용자 정의 속성입니다. 특히, 스마트 오퍼 리스트 쿼리는 값이 \$1 미만인(오퍼 값 < 1) 모든 오퍼를 지정할 수 있습니다. 스마트 오퍼 리스트를 낮은 값 오퍼라고도 합니다.

그런 다음 낮은 값 오퍼 스마트 오퍼 리스트를 최적화 규칙에 포함할 수 있습니다. 예를 들어, 콜 센터와 같은 고비용 채널의 낮은 값 오퍼 리스트에서 모든 오퍼를 제외하는 고객 소속 규칙을 생성할 수 있습니다.

스마트 오퍼 리스트에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

오퍼 버전 쿼리 빌더의 다양한 결과

또한 오퍼 버전 쿼리 빌더를 사용하여 매개변수화된 오퍼 속성에 대해 쿼리할 수 있습니다. 이때 오퍼가 사용될 때마다 해당 값을 변경할 수 있어 여러 오퍼 버전이 생성됩니다. 예를 들어, 오퍼당 비용이 \$1 미만인 오퍼를 포함시킬 수 있습니다. 여기서 오퍼당 비용은 매개변수화된 오퍼 속성입니다.

오퍼당 비용 속성이 매개변수화된 오퍼 속성이 아닌 경우에는 스마트 오퍼 리스트와 오퍼 버전 쿼리 생성기가 동일한 결과를 반환합니다. 하지만 오퍼당 비용이 오퍼 템플릿에 정의된 대로 매개변수화된 오퍼 속성인 경우, 낮은 값 오퍼 스마트 오퍼 리스트를 사용하여 \$1 미만인 오퍼를 포함할 때 Optimize에서 반환되는 오퍼는 오퍼 버전 쿼리 빌더를 사용하여 비용이 \$1 미만인 오퍼를 검색할 때 Optimize에서 반환되는 결과와 다를 수 있습니다. 오퍼 속성이 매개변수화되면 스마트 오퍼 리스트에는 기본 오퍼 속성 값만을 기준으로 결과가 반환되기 때문입니다. 그러나 오퍼 버전 쿼리 빌더에는 매개변수화된 오퍼 속성 값의 실제 매개변수화된 값이나 오퍼 버전을 기준으로 결과를 반환하는 기능이 있습니다.

✦ 매개변수화된 오퍼 속성을 최적화 규칙 범위에 포함하려면 오퍼 버전 쿼리 빌더를 사용해야 합니다.

스마트 오퍼 리스트에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

예

각 예에는 다음과 같은 데이터가 적용됩니다.

오퍼/오퍼 버전	매개변수	매개변수화된 값	기본값	매개변수화 여부
1	오퍼당 비용	\$12	\$7	Y
2	오퍼당 비용	---	\$5	N
3	오퍼당 비용	\$9	\$10	Y

스마트 오퍼 리스트 - 비용이 \$10 미만인 모든 오퍼를 포함하는 스마트 오퍼 리스트를 생성한 다음 이 스마트 리스트를 최적화 규칙에 포함합니다. 세션을 실행하면 Optimize에서 오퍼 버전 1과 오퍼 2를 반환합니다.

오퍼 버전 쿼리 빌더 - Optimize 오퍼 버전 쿼리 빌더에서 비용이 \$10 미만인 모든 오퍼를 지정하는 쿼리를 생성합니다. 세션을 실행하면 Optimize에서 오퍼 2 및 오퍼 3을 반환합니다.

이러한 불일치는 스마트 오퍼 리스트에서는 매개변수화된 값 또는 오퍼 버전을 검색하지 않지만 쿼리 빌더에서는 검색하기 때문에 발생합니다. 따라서 오퍼 버전 쿼리 빌더는 오퍼 버전 3에 대해 매개변수화된 값 \$9를 고려할 수 있지만, 스마트 오퍼 리스트에서는 기본값 \$10만 고려합니다.

폐기된 오퍼 또는 오퍼 리스트

Campaign에서 폐기된 오퍼 또는 오퍼 리스트는 Optimize에서 사용될 수 없습니다. 폐기된 오퍼 또는 오퍼 리스트는 사용자 인터페이스에 회색으로 표시되며 오퍼 이름 옆에 "(폐기)"라고 표시됩니다. 특히, 최적화 규칙에 사용할 오퍼 또는 오퍼 리스트를 선택할 때 오퍼 선택 창에 회색으로 표시됩니다.

최적화 규칙에 사용되는 오퍼를 나중에 폐기할 수 있습니다. 폐기된 오퍼에 적용되는 규칙이 있는 경우에도 Optimize 세션은 유효한 것으로 간주되지만, 폐기된 오퍼를 사용하여 새 최적화 규칙을 생성할 수는 없습니다.

Optimize에서는 폐기된 오퍼 또는 오퍼 리스트가 포함된 규칙 앞에 "경고"라는 단어를 표시하며, 이는 규칙 탭에 나타납니다. 폐기된 오퍼 또는 오퍼 리스트에 대한 참조를 제거하도록 이러한 규칙을 편집할 수 있으며, 이 규칙이 더 이상 필요 없는 경우 규칙을 삭제할 수 있습니다.

폐기된 오퍼 및 오퍼 리스트에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

규칙 작업

이 섹션에서는 Optimize 세션에서 규칙을 추가, 편집 및 삭제하는 방법에 대해 설명합니다.

세션에 추가할 수 있는 규칙 개수는 무제한입니다. 생성한 규칙에서는 최종(최적화된) 컨택 집합을 결정하는 기준을 정의합니다.

운용 실행을 수행한 후 규칙이 예상대로 수행되지 않은 경우에는 규칙을 편집할 수 있습니다.

사용하지 않는 규칙을 삭제할 수 있으며, 규칙을 삭제해도 다른 규칙에는 영향을 주지 않습니다.

규칙을 생성하는 방법

1. Optimize 세션의 규칙 탭에서 생성할 규칙 유형 옆에 있는 추가를 클릭합니다.
새 규칙 유형 추가 페이지가 나타납니다.
2. 필드를 작성합니다.
각 규칙의 필드에 대한 자세한 내용은 규칙 설명을 참조하십시오.
3. 변경 내용 저장을 클릭합니다.

규칙 탭에서 해당 유형의 규칙이 나열된 리스트에 규칙이 추가됩니다.

규칙을 편집하는 방법

1. Optimize 세션의 규칙 탭에서 편집할 규칙을 클릭합니다.
규칙 페이지가 열립니다.

2. 규칙을 변경합니다.
3. 변경 내용 저장을 클릭합니다.

규칙 탭에서 해당 유형의 규칙이 나열된 리스트에 업데이트된 규칙이 추가됩니다.

규칙을 삭제하는 방법

1. Optimize 세션의 규칙 탭에서 삭제할 규칙 옆에 있는 제거를 클릭합니다.

이 규칙이 영구적으로 제거됨을 확인합니다. Optimize 세션에서 삭제한 후에는 규칙을 복원할 수 없습니다.

2. 확인을 클릭합니다.

규칙이 규칙 리스트에서 영구적으로 제거되어 이제 Optimize 세션에 포함되지 않습니다. 한 규칙을 삭제해도 세션 내의 다른 규칙 또는 다른 Optimize 세션의 규칙에는 영향이 없습니다.

Optimize 세션 규칙 일반 참조

필드	설명
규칙 이름	<p>이 규칙의 이름을 입력합니다(최대 64자). 이 이름은 규칙 탭에 나타납니다.</p> <p>이 이름은 Campaign 개체와 동일한 문자 제한을 따릅니다. 제한에 대한 자세한 내용은 <i>IBM Unica Campaign 사용자 가이드</i>를 참조하십시오.</p> <p>Optimize 세션 내에서 고유한 규칙 이름을 사용해야 합니다.</p>
주석	(선택 사항) 이 규칙에 대한 설명을 입력합니다.
규칙 정의	이 섹션의 필드는 규칙 유형에 따라 다릅니다. 각 규칙 유형과 연관된 필드에 대한 설명은 특정 규칙을 참조하십시오.

예외 규칙 정보

때때로 특정 기간에 대한 일부 최소/최대 오퍼 용량 규칙을 변경해야 할 경우가 있습니다. 예를 들어 하절기에는 휴가를 가는 직원이 적을 수 있습니다. 따라서 하절기 동안 주당 필요한 마케팅 전화 통화 수를 줄이려는 경우 Optimize 세션 설정의 나머지가 동일해야 합니다. 마찬가지로 휴가철에는 직원 수를 늘려서 이용 가능한 용량을 증가시킬 수 있습니다.

이와 같이 조정하려면 최소/최대 오퍼 용량 규칙에 예외 규칙을 추가합니다. 예외 규칙을 사용하면 특정 기간 또는 날짜에 대한 최소/최대 용량을 변경할 수 있습니다.

예외 규칙은 최소/최대 오퍼 용량 규칙에만 사용 가능합니다. 또한 기간을 기준으로 예외를 만들 수만 있습니다.

최소/최대 오퍼 용량 규칙에 예외 규칙을 추가하는 방법

최소/최대 오퍼 용량 규칙에 예외 규칙을 추가하려면 용량 규칙 페이지의 규칙 정의 영역 아래에 있는 예외 규칙 영역에서 예외 규칙 추가 링크를 클릭합니다. 이 옵션은 용량 규칙에 기간을 추가한 후에 사용할 수 있습니다.

용량 규칙당 최대 5개의 예외 규칙을 추가할 수 있습니다.

규칙 및 Optimize 세션 규칙 요약 페이지 둘 다에서 예외 규칙을 확인, 편집 및 제거할 수 있습니다.

예외 규칙 정의

필드	값
일정 기간 동안	<ul style="list-style-type: none"> 지정한 기간 - 지정된 길이의 모든 기간에 규칙을 적용합니다. 기간은 일수입니다. 다시 말해서, 지정된 모든 기간에 대해 규칙이 '사실'이어야 합니다. 예를 들어, 30일 동안 임의의 고객에게 최대 3개의 오퍼를 보낼 수 있다는 규칙을 생성하는 경우 Optimize는 임의의 30일 창에서 최적화된 오퍼(컨택 기록에서 이미 지정된 오퍼도 고려됨)가 3을 초과하도록 허용하지 않습니다. 기간에 대해 이러한 "슬라이딩" 또는 "롤링" 창 해석을 사용하여 오퍼 프레젠테이션 전략을 실제로 제어할 수 있습니다. 0은 "이 최적화 기간"을 나타내며 이 Optimize 세션 내의 모든 참여 캠페인에서 제안된 컨택에 대해 전체 시간 범위 동안(즉, PCT에서 가장 먼저 제안된 날짜와 가장 마지막에 제안된 날짜 사이) 생성된 최소 및 최대 오퍼 수를 설정합니다. 0 값을 사용하면 슬라이딩 창이 사용되지 않습니다(전체 최적화 기간이 단일 시간 창으로 간주됨). 뿐만 아니라, 컨택 기록도 고려되지 않습니다. Optimize 세션 기간은 예외보다 훨씬 큰 경우가 많기 때문에 기간에 대해 0을 선택하는 경우는 거의 없습니다.
며칠간	이 예외의 시작 날짜와 종료 날짜를 선택합니다. 하루의 경우 시작 날짜와 종료 날짜를 동일하게 선택합니다(예: 2011년 1월 1일-2011년 1월 1일). 적절한 경우 이 예외는 매년 다음 날짜에 반복되어야 합니다.를 선택합니다. 예를 들어, 매년 1월 1일에 적은 직원이 근무할 경우 이 확인란을 선택합니다. 이 확인란은 특정 일(예: 11월의 세 번째 목요일, 이 경우 매년 적절한 날짜를 설정해야 함)에 적용되는 것이 아니라 지정된 날짜(예: 1월 1일)에 대해서만 적용됩니다.
다음 사이여야 함	이 예외 규칙에 대해 최소 및 최대 용량을 입력합니다. 기본 값은 상위 규칙에서 상속됩니다. 이 값은 상위 규칙과 같은 규칙을 따릅니다. 예를 들어, 최소 제한조건을 충족하는 것이 불가능할 수 있습니다.

예외 규칙의 예

텔레마케팅 운영의 최소/최대 오퍼 수 규칙에서 겨울 휴가철 동안 주당 전화 통화 수를 늘리려는 경우가 있습니다.

상위 규칙: "모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트와 관련하여 7일 동안 텔레마케팅 채널을 통해 보내는 오퍼 수는 최소 0에서 최대 2,000 사이여야 합니다."

예외 규칙: "2011년 12월 1일부터 2011년 12월 24일까지 7일 동안 최소 1500에서 최대 3500 사이여야 합니다." 이 규칙은 12월 1일부터 12월 24일 사이에 전화 통화 수를 증가 시킵니다. 매년 시작 날짜는 달라지지 않으므로 이 예외는 매년 다음 날짜에 반복되어야 합니다.를 선택합니다.

전자 메일 마케팅 캠페인의 최소/최대 오퍼 수 규칙에서 겨울 휴가철 직후 보내는 전자 메일 수를 줄이려는 경우가 있습니다.

상위 규칙: "모든 오퍼 오퍼/오퍼 리스트와 관련하여 30일 동안 전자 메일 채널을 통해 보낼 수 있는 오퍼 수는 최소 0에서 최대 30 사이여야 합니다."

예외 규칙: "2011년 1월 1일부터 2011년 1월 31일까지 30일 동안 최소 0에서 최대 15 사이여야 합니다." 이 규칙은 1월 한 달간 보내는 전자 메일 수를 줄여 휴가철 이후 컨택 피로도를 줄입니다. 매년 시작 날짜는 달라지지 않으므로 이 예외는 매년 다음 날짜에 반복되어야 합니다.를 선택합니다.

최적화 규칙 예

이제 이러한 규칙을 실제 최적화 문제에 적용하는 방법을 알아야 합니다. 대부분의 비즈니스 문제와 관련하여 원하는 작업을 수행하려면 여러 규칙을 함께 적용해야 합니다.

고객 가치 최대화

문제: 콜 센터 및 전자 메일 서버 용량을 넘지 않으면서 내부 오퍼 규칙에 위배되지 않는 최적 오퍼를 예산 범위 내에서 고객에게 제안해야 합니다.

고객에게 개별적으로 전화하면 가장 높은 응답률을 얻을 수 있지만, 전화 호출은 오퍼 전달 방법 중 비용이 가장 많이 듭니다. 또한 콜 센터의 경우 1주일에 최대 5,000 통화만 연결할 수 있지만 전자 메일 서버는 하루에 5백만 통의 아웃바운드 전자 메일을 보낼 수 있습니다. DM은 응답률이 전자 메일의 경우보다 높지만, DM 발송에는 전자 메일 오퍼보다 10배 이상의 비용이 듭니다. 생성된 스코어 필드에서 응답 비율과 수익성을 곱하여 이러한 수익률을 계산했습니다. 이러한 오퍼 비용은 CostPerOffer 속성에 포함되어 있습니다.

또한 고객의 바람을 충족시켜야 합니다. 고객에게 컨택 채널의 일부 또는 모두를 옵트아웃하도록 선택할 수 있게 합니다.

여러 오퍼가 있지만 일부 오퍼는 조합하여 보낼 수 없습니다. 예를 들어, 수표 발행 수수료가 무료 오퍼를 수신하는 동일 고객에게 무료 온라인 बैं킹 오퍼를 보내지 않도록 합니다. 또한 높은 수준의 오퍼를 보낸 이후에 동일한 제품이나 서비스에 대해 더 낮은 수준의 오퍼를 보내지 않아야 합니다. 그리고 동일한 오퍼로 고객 피로를 일으켜서도 안 됩니다.

이 문제는 단일 Optimize 세션에서 해결할 수 있습니다. 다음 규칙은 가능한 해결책 한 가지를 보여 줍니다.

옵트아웃 또는 옵트인 선택을 강제하는 제외/포함 규칙을 생성하여 고객이 원하는 사항을 위반하지 않도록 합니다.

- 각 채널에 대해 옵트아웃 프로그램에 대한 고객 선택을 강제하는 고객 소속 규칙을 생성합니다.

이 최적화 세션에서는 오퍼에 대한 DM 옵트아웃 리스트 세그먼트의 고객을 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 DirectMail 채널에서 제외시켜야 합니다.

이 최적화 세션에서는 오퍼에 대한 전자 메일 Opt-Out 리스트 세그먼트의 고객을 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 전자 메일 채널에서 제외시켜야 합니다.

이 최적화 세션에서는 오퍼에 대한 호출 Opt-Out 리스트 세그먼트의 고객을 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 CallCenter 채널에서 제외시켜야 합니다.

이 최적화 세션에서는 오퍼에 대한 전역 Opt-Out 리스트 세그먼트의 고객을 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 '모든 채널' 채널에서 제외시켜야 합니다.

제한 사항을 정의합니다. 지출할 수 있는 비용, 호출 수, 보내는 전자 메일 수 등에 대한 제한이 있습니다. 다음과 같은 용량 규칙을 사용합니다.

- 주당 텔레마케팅 오퍼 수를 제한하는 최소/최대 오퍼 용량 규칙을 생성합니다.
'모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트와 관련하여 CallCenter 채널에서 7일 동안 보낼 수 있는 오퍼 수는 최소 0에서 최대 5,000회 사이입니다.
- 일일 발송 전자 메일 수를 제한하는 최소/최대 오퍼 용량 규칙을 생성합니다.
'모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트와 관련하여 하루 동안 전자 메일 채널을 통해 보낼 수 있는 오퍼 수는 최소 0에서 최대 5,000,000회 사이입니다.
- 캠페인이 예산 범위를 벗어나지 않도록 하는 사용자 정의 용량 규칙을 생성합니다.
'모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트에서 '모든 채널' 채널을 통해 보내는 트랜잭션에 대한 CostPerOffer의 합계는 1,500,000 이하여야 합니다.

오퍼 지침을 정의합니다. 각 고객의 경우 규칙을 사용하여 순서를 정확하게 지정합니다.

- 무료 온라인 बैं킹 오퍼와 수표 발행 수수료 무료 오퍼가 동일한 사람에게 전송되지 않도록 하는 B를 포함한 A일 수 없음 규칙을 생성합니다.
'모든 채널' 채널을 통해 FreeOnlineBanking 오퍼/오퍼 리스트 관련 오퍼를 수신하는 '모든 세그먼트' 세그먼트 내의 각 고객은 90일 이내에 '모든 채널' 채널을 통해 FreeChecking 오퍼/오퍼 리스트 관련 오퍼를 수신할 수 없습니다.
- 예를 들어 Platinum APR과 같이 높은 수준의 신용 카드 오퍼를 수신한 이후에 상대적으로 낮은 수준의 신용 카드 오퍼(Gold APR)를 수신하지 않도록 하는 A 다음에 B일 수 없음 규칙을 생성합니다.
'모든 채널' 채널을 통해 Platinum 카드 오퍼/오퍼 리스트 관련 오퍼를 수신한 '모든 세그먼트' 세그먼트의 고객은 90일 이내에 '모든 채널' 채널을 통해 Gold 카드 오퍼/오퍼 리스트 관련 오퍼를 수신할 수 없습니다.

컨택 피로도가 발생하지 않도록 합니다. 각 고객의 경우 규칙을 사용하여 요구 사항을 적용할 수 있습니다.

- 채널별로 고객에게 보내는 컨택 수를 제한하는 각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙을 생성합니다. 채널당 규칙을 두 개씩 생성하면 기간 내에 컨택 간격을 적절하게 유지할 수 있습니다. 컨택 수를 기간당 두 개로 제한하는 규칙만 지정하는 경우에는 컨택이 같은 날에 모두 발생할 수도 있습니다.
모든 고객 세그먼트에 속하는 각 고객이 7일 동안 전자 메일 채널을 통해 받을 수 있는 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 오퍼 수는 최소 0개에서 최대 2개 사이입니다.

모든 고객 세그먼트에 속하는 각 고객이 3일 동안 전자 메일 채널을 통해 받을 수 있는 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 오퍼 수는 최소 0개에서 최대 1개 사이입니다.

모든 고객 세그먼트에 속하는 각 고객이 14일 동안 CallCenter 채널을 통해 받을 수 있는 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 오퍼 수는 최소 0개에서 최대 2개 사이입니다.

모든 고객 세그먼트에 속하는 각 고객이 7일 동안 CallCenter 채널을 통해 받을 수 있는 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 오퍼 수는 최소 0개에서 최대 1개 사이입니다.

- 최대 중복 오퍼 수 규칙을 생성하여 고객이 특정 기간 동안 컨택 수신 시 각 고객에게 다른 오퍼가 제공되도록 합니다.

모든 고객 세그먼트에 속하는 각 고객이 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련하여 30일 동안 '모든 채널' 채널을 통해 받을 수 있는 중복 오퍼 수는 1개를 초과해서는 안 됩니다.

오퍼 집합 최적화

Optimize를 사용하는 또 다른 방법은 개인 설정 쿠폰집 생성을 최적화하는 것입니다.

문제: 예산 제한조건을 충족하면서 내부 규칙이나 공급자와의 계약을 위반하지 않는 범위 내에서 사용자별로 고유하게 선정된 쿠폰을 고객에게 보내려고 합니다.

다시 한 번 강조하지만 예산 범위 내에서 작업해야 합니다. 고객에게 발송하는 쿠폰집에 보낼 만한 가치가 있는 쿠폰이 충분히 들어 있어야 하며 모든 고객이 쿠폰집을 한 번만 수신하도록 해야 합니다. 또한 공급자와 합의한 계약에서의 최소값과 최대값을 기준으로 제한 사항이 적용됩니다. 뿐만 아니라, 특정 공급자는 자사의 오퍼가 경쟁사의 오퍼와 함께 제공되는 것을 원치 않습니다.

옵트아웃 또는 옵트인 선택을 강제하는 제외/포함 규칙을 생성하여 고객이 원하는 사항을 위반하지 않도록 합니다.

- 각 채널에 대해 옵트아웃 프로그램에 대한 고객 선택을 강제하는 고객 소속 규칙을 생성합니다.

이 최적화 세션에서는 오퍼에 대한 DM 옵트아웃 리스트 세그먼트의 고객을 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 DirectMail 채널에서 제외시켜야 합니다.

제한 사항을 정의합니다. 지출할 수 있는 비용에 대한 제한이 있으며 공급자 제한 사항을 함께 포함시켜야 합니다. 용량 규칙을 사용하여 다음과 같이 해결할 수 있습니다.

- 오퍼에 대해 제공 가능한 수를 제한하는 최소/최대 오퍼 용량 규칙을 생성합니다. 여기서는 한 가지 규칙만을 예로 들지만, 실제 상황에서는 다수의 규칙이 포함될 수 있습니다.

CompanyC 오퍼/오퍼 리스트와 관련하여 '모든 채널' 채널에서 30일 동안 보낼 수 있는 총 오퍼 수는 최소 1000에서 최대 5000회 사이입니다.

- 전체 캠페인이 예산을 벗어나지 않도록 하는 사용자 정의 용량 규칙을 생성합니다.

'모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트에서 '모든 채널' 채널을 통해 보내는 트랜잭션에 대한 CostPerOffer의 합계는 3,000,000 이하여야 합니다.

오퍼 지침을 정의합니다. 각 고객의 경우 규칙을 사용하여 내부 지침이 위반되지 않도록 할 수 있습니다. 여기서는 규칙 유형별로 규칙 예를 한 가지씩만 들지만, 실제 상황에서는 다수의 규칙이 포함될 수 있습니다.

- 충돌하는 오퍼가 동일한 고객에게 전송되지 않도록 하는 B를 포함한 A일 수 없음 규칙을 생성합니다.

'모든 채널' 채널을 통해 CompanyA 브랜드인 오퍼 버전 관련 오퍼를 수신하는 '모든 세그먼트' 세그먼트 내의 각 고객은 30일 이내에 '모든 채널' 채널을 통해 CompanyB 브랜드인 오퍼 버전 관련 오퍼를 수신할 수 없습니다.

- 각 고객이 제품 유형별로 오퍼를 하나씩만 수신하도록 하는 최대 중복 오퍼 수 규칙을 생성합니다.

모든 고객 세그먼트에 속하는 각 고객이 30일 동안 '모든 채널' 채널을 통해 받을 수 있는 ProductType = ProductA 오퍼 관련 중복 오퍼 수는 1개를 초과해서는 안 됩니다.

쿠폰집을 두 개 이상 보내지 않는지, 각 쿠폰 세트가 발송할 가치가 있는지를 확인합니다. 각 고객의 경우 규칙 조합을 사용하여 요구 사항을 적용할 수 있습니다.

- 각 고객에게 보낼 수 있는 쿠폰 수를 정의하는 각 고객에 대한 최소/최대 오퍼 수 규칙을 생성합니다.

모든 고객 세그먼트에 속하는 각 고객이 30일 동안 DirectMail 채널을 통해 받을 수 있는 '모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트 관련 오퍼 수는 최소 6개에서 최대 12개 사이입니다.

- 각 고객이 쿠폰 세트를 하나씩만 수신하도록 하는 최대 패키지 수 규칙을 생성합니다.

모든 고객 세그먼트에 속하는 각 고객이 30일 동안 '모든 채널' 채널을 통해 받을 수 있는 패키지 수는 1개를 초과해서는 안 됩니다.

5 점수 설정

- 점수 개요
- PCT의 점수 필드를 사용하도록 최적화 세션 구성
- PCT의 점수 필드를 사용하도록 Optimize를 구성하는 방법
- 점수 행렬을 사용하여 수동으로 점수 입력

점수 개요

IBM Unica Optimize에서는 점수를 사용하여 특히 출원 중인 최적화 알고리즘을 통해 각 고객에 대해 가능한 오퍼의 순위를 매기는 기능을 제공합니다. 점수는 사용자가 제공하는 숫자 값입니다. 점수가 높을수록 더 적합한 연락처를 나타냅니다. Optimize에서 캠페인에 사용하기 위해 여러 오퍼 중에서 하나를 선택해야 하는 경우 점수가 더 높은 오퍼를 선택할 수 있습니다.

스코어 부여에서는 주요 마케팅 목표를 정의합니다. 잠재적 가치, 매출, 수익, 노출, 응답 가능성 등 거의 모든 마케팅 목표가 최적화에 사용될 수 있습니다.

최적화 중에 Optimize에서는 최적화 규칙 및 제한조건을 기준으로 남은 연락처나 최적화된 연락처의 점수 합계를 최대화합니다.

Optimize에서 다음 중 한 가지 방법을 사용하여 점수를 설정할 수 있습니다.

- 점수 필드를 사용하여 점수를 Optimize로 전달합니다. Optimize에서 데이터베이스의 필드로부터 연락처당 점수 하나씩 자동으로 지정되도록 하려면 점수 필드를 사용합니다.
- 스코어 행렬을 사용하여 스코어를 수동으로 입력합니다. 각 전략적 세그먼트를 기준으로 오퍼의 순위를 지정하려면 스코어 행렬을 사용합니다.

스코어는 양수나 음수일 수 있으며 정수나 소수일 수 있습니다. 음수 점수를 사용하는 경우 음수 점수를 가진 연락처는 최소 요구 사항만 이행하는 데 사용됩니다.

! 점수 범위는 각각 100,000 이내이어야 합니다. 예를 들어, 점수 범위는 0에서 99,999 사이 또는 -50,000에서 49,999 사이일 수 있습니다. 점수 범위가 100,000를 초과하는 경우 Optimize에서 용량 규칙을 위반할 수 있습니다.

PCT의 점수 필드를 사용하도록 최적화 세션 구성

점수 행렬에서 점수를 수동으로 생성하지 않고 각 최적화 프로세스 상자에서 제안된 컨택 테이블(PCT)에 채워진 점수 필드를 사용할 수 있습니다. 개인별로 설정되어 매우 세부적인 점수를 얻을 수 있으므로 점수 필드를 사용하는 것이 좋습니다. Optimize 세션에 참여하는 각 플로차트에서는 각 컨택에 대한 오퍼별 "값"을 표시하는 합의된 일반 점수 메트릭을 사용하여 지정된 점수 필드를 채워야 합니다.

점수 필드는 예측 모델의 결과를 사용하거나 규칙을 기반으로 채울 수 있습니다. 점수 필드에서는 점수를 제안된 컨택마다 하나씩 Optimize로 전달합니다.

ScorePerOffer 필드는 모든 PCT의 일부이며 각 제안된 컨택에 대한 점수를 Optimize로 전달하기 위해 일반적으로 최적화 프로세스에서 채워집니다. Campaign 사용자가 최적화 프로세스의 점수 부여 탭을 사용하는 경우 PCT에서 이 필드는 항상 채워집니다. ScorePerOffer 필드에 채워지는 값은 일반적으로 데이터베이스의 필드에서 가져오거나 다른 데이터베이스 필드를 기반으로 값을 계산하는 파생 필드에서 가져옵니다.

기본적으로 사용할 수 있는 점수 필드는 ScorePerOffer 필드가 유일합니다. 다른 필드를 PCT에 대한 점수 필드로 사용하려면 최적화 템플릿 테이블에 숫자 필드를 추가해야 합니다. 최적화 템플릿 테이블에 추가된 숫자 필드를 Optimize 세션에 대한 점수 필드로 사용할 수 있습니다.

컨택마다 하나의 점수를 사용하면 점수 행렬이나 일부 파생 필드에서처럼 특정 오퍼를 수신하는 세그먼트의 모든 구성원에 대해 세분되지 않은 일정한 점수를 사용할 때보다 투자 수익(ROI)이 향상됩니다. 점수 필드에서 제공되는 세부 점수는 각 오퍼의 점수를 부여하는 데 사용되는 예측 모델을 통해 주로 생성됩니다. 데이터베이스에서 점수를 생성하면 특정 시점에 특정 채널에서 특정 오퍼에 대한 고객 동작 등을 비롯하여 모든 차원에서 점수 부여를 구현할 수 있습니다.

IBM Unica PredictiveInsight 또는 기타 예측 모델링 소프트웨어를 사용하여 모델 점수를 생성할 수 있습니다.

점수는 양수이거나 음수일 수 있습니다. 음수 점수를 사용할 경우 음수 점수가 지정된 컨택은 최소 제한조건을 충족하는 경우에만 사용됩니다. 점수가 정수인지 소수인지는 템플릿 테이블에서 점수 필드를 생성할 때 정의됩니다. ScorePerOffer 필드는 float 유형입니다. 따라서 시스템 테이블이 포함된 데이터베이스의 모든 숫자 제한이 적용됩니다.

PCT의 점수 필드를 사용하도록 Optimize를 구성하는 방법

1. Optimize 세션의 점수 부여 탭으로 이동합니다.
2. 점수 편집을 클릭합니다.
3. 점수 필드 사용을 클릭합니다.
4. 점수 필드 드롭다운 리스트에서 Optimize에 대한 점수가 포함된 PCT 필드를 선택합니다.

최적화 프로세스의 점수 탭을 사용하여 점수를 Optimize에 전달하는 경우 ScorePerOffer 필드를 사용해야 합니다.

5. 변경 내용 저장을 클릭합니다.

점수 부여 탭이 나타나고 방금 선택한 점수 부여 방법 및 점수 필드가 표시됩니다.

점수 행렬을 사용하여 수동으로 점수 입력

점수 행렬을 사용하여 Optimize 세션 내에서 중앙 집중식으로 점수를 관리할 수 있습니다.

컨택별 점수를 생성하는 데 예측 모델을 사용할 수 없는 경우 점수 행렬에 점수를 수동으로 입력하여 각 전략적 세그먼트를 기준으로 오퍼의 순위를 지정할 수 있습니다. 특정 전략적 세그먼트를 사용하여 특정 오퍼에 대한 점수를 입력하거나 모든 전략적 세그먼트를 사용하여 모든 오퍼에 대한 점수를 입력할 수 있습니다. 점수 행렬의 점수를 사용하도록 Optimize를 구성하면 점수 필드 또는 PCT의 점수는 무시됩니다.

입력한 점수는 숫자 값일 수 있으며 매출, 수익, 순수익, 응답 가능성, 잠재적 가치, 예상 값, 고객 충성도, 브랜드 충성도 등 조직의 주요 관심 대상인 모든 메트릭을 나타낼 수 있습니다. Optimize에서는 OCT에서 점수 합계를 최대화하기 때문에 컨택에 지정한 점수가 높을수록 해당 컨택에 유리합니다. 점수 크기는 데이터베이스의 float 유형에 의해 제한됩니다.

오퍼 및 전략적 세그먼트는 Campaign에서 생성되고 관리됩니다. 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

Optimize 세션의 점수 행렬에 표시되는 오퍼 및 전략적 세그먼트를 지정할 수 있습니다.

빈 셀

Optimize에서는 비워 둔 셀에 대한 점수를 자동으로 생성합니다. 자동으로 생성된 스코어는 스코어 행렬이 편집 모드일 때 셀에 표시되지 않습니다. 이러한 점수 값은 점수 행렬 저장 후 회색으로 표시됩니다.

The screenshot shows the 'My Optimize Session' page with the 'Scoring' tab selected. The 'Scoring Method' is set to 'Manually enter score matrix'. Below this is a 'Score Matrix' table with the following data:

	All Customers	C1	C2	C3
All Offers	10.0	40.0	10.0	10.0
B	10.0	25.0	10.0	10.0
Gold	10.0	25.0	10.0	10.0
Student	20.0	30.0	15.0	15.0

Below the table, there are two explanatory notes:

- * If you do not provide a value for a particular cell, Unica Optimize automatically calculates a value for it. The cell's value will be the average of two scores: the leftmost value in the cell's row, and the topmost value in the cell's column.
- * To specify which offers and segments are displayed on the score matrix, go to the Displayed Offers and Displayed Segments sections on the Summary tab.

Optimize에서는 다음과 같은 방법으로 셀을 자동으로 채웁니다.

- 모든 오퍼(All Offers) 행 또는 모든 고객(All Customers) 열의 셀에 값이 없는 경우 Optimize에서는 모든 오퍼(All Offers) 행과 모든 고객(All Customers) 열이 교차하는 지점에 표시되는 값을 해당 셀에 채웁니다. 위의 예에서 모든 오퍼(All Offers)와 모든 고객(All Customers)의 교차 지점의 값은 10입니다. 모든 오퍼(All Offers)와 전략적 세그먼트 C4 및 C7이 교차하는 지점에는 값이 입력되지 않습니다. 따라서 Optimize에서는 이러한 셀에 값 10을 채웁니다. 마찬가지로 모든 고객(All Customers)과 Gold 오퍼 또는 B 오퍼의 교차 지점에는 값이 입력되지 않습니다. 이러한 셀도 모든 오퍼(All Offers)와 모든 고객(All Customers)의 교차 지점 값인 10을 상속합니다.
- 다른 모든 빈 셀의 경우에는 해당 셀의 열 머리글 및 행 머리글에 있는 값의 평균으로 점수가 계산됩니다. 예를 들어, 위에 표시된 것처럼 Optimize에서는 Gold 오퍼와 전략적 세그먼트 C1의 교차 지점에 대한 값을 25로 계산합니다. 이 값은 Gold 오퍼의 행 머리글에 있는 값 10과 전략적 세그먼트 C1의 열 머리글에 있는 값 40의 평균입니다.

자동으로 생성된 셀에 새 값을 입력하여 해당 셀을 무시할 수 있습니다.

여러 전략적 세그먼트에 속하는 컨택

Optimize에서는 여러 전략적 세그먼트에 속하는 컨택에 대한 점수를 다음과 같이 결정합니다.

- 점수 행렬에 전략적 세그먼트가 표시되지 않을 경우 모든 오퍼와 모든 고객의 교차 지점의 점수가 컨택 점수가 됩니다. 모든 고객과 모든 세그먼트의 교차 지점의 기본값은 0이며 이 셀에 다른 값을 입력할 수도 있습니다.
- 점수 행렬에 전략적 세그먼트 중 하나만 표시되는 경우 표시된 전략적 세그먼트의 점수가 컨택 점수가 됩니다. 특히, 이 점수는 컨택과 연관된 오퍼와 표시된 전략적 세그먼트의 교차 지점에 있습니다.
- 점수 행렬에 전략적 세그먼트가 두 개 이상 표시되는 경우 첫 번째, 즉 제일 왼쪽에 표시된 전략적 세그먼트의 점수가 컨택 점수가 됩니다. 예를 들어, 다음과 같은 점수 행렬을 가정합니다.

	모든 고객	C4	C1	C7
모든 오퍼	10.0	10.0	40.0	10.0
Gold	10.0	10.0	25.0	10.0

컨택이 전략적 세그먼트 C4와 C1 모두에 속하고 Gold 오퍼를 수신할 경우, 해당 컨택에 할당되는 점수는 10입니다. 이 점수는 컨택이 속한 첫 번째 전략적 세그먼트(C4)와 Gold 오퍼의 교차 지점에 있습니다.

점수 행렬을 사용하여 점수를 수동으로 입력하는 방법

1. Optimize 세션의 점수 부여 탭으로 이동합니다.
2. 점수 편집을 클릭합니다.
점수 부여 방법 페이지가 나타납니다.
3. 수동으로 점수 행렬 입력을 클릭합니다.
점수 행렬이 나타납니다.
4. 점수를 입력할 셀을 클릭하고 셀의 값을 입력합니다.
Optimize에서는 비워 둔 셀에 값을 자동으로 삽입하거나 계산합니다.
5. 점수를 추가할 모든 셀에 대해 위의 단계를 반복합니다.
6. 변경 내용 저장을 클릭합니다.

스코어 부여 탭이 나타납니다. 이 탭에는 점수 부여 방법 및 사용자가 입력한 값을 사용한 점수 행렬뿐만 아니라 Optimize에서 자동 계산된 값이 표시됩니다.

점수 행렬에 대한 오퍼 및 전략적 세그먼트 선택

점수 행렬에 표시될 오퍼 및 전략적 세그먼트를 제어할 수 있습니다. 점수 입력과 검토를 쉽게 하기 위해 최적화 규칙에 포함된 오퍼 및 전략적 세그먼트의 하위 집합만 표시하도록 선택할 수 있습니다. 하지만 점수 행렬에서 오퍼 및 전략적 세그먼트의 하위 집합만 표시하더라도 Optimize 세션의 모든 오퍼와 전략적 세그먼트는 최적화 프로세스에 포함됩니다.

업데이트된 점수 행렬을 보려면 점수 부여 탭으로 이동하여 수동으로 점수 행렬 입력 옵션을 선택했는지 확인합니다.

오퍼 및 전략적 세그먼트를 선택하는 방법

1. Optimize 세션의 요약 탭으로 이동합니다.
2. 다음 옵션 중 하나를 클릭합니다.
 - a. 표시된 오퍼
 - b. 표시된 세그먼트

표시된 오퍼 또는 표시된 세그먼트 섹션이 확장됩니다.
3. 다음 옵션 중 하나를 클릭합니다.
 - a. 표시된 오퍼 편집
 - b. 표시된 세그먼트 편집

표시된 오퍼 또는 표시된 세그먼트 페이지가 나타납니다.
4. 포함할 오퍼 또는 전략적 세그먼트를 선택합니다.

Shift 또는 **Ctrl** 키를 누른 채로 클릭하여 여러 오퍼 또는 세그먼트를 선택할 수 있습니다.
5. 오른쪽을 향한 이중 화살표를 클릭하여 오퍼 또는 전략적 세그먼트를 포함된 오퍼 또는 포함된 세그먼트 섹션으로 이동합니다.
6. 오퍼 또는 전략적 세그먼트의 순서를 변경하려면 이동할 항목을 선택하고 위쪽 또는 아래쪽을 향한 화살표를 사용합니다.
7. 변경 내용 저장을 클릭합니다.

요약 탭이 나타납니다.

6 최적화를 위한 제안된 컨택 리스트 생성

- 제안된 컨택 리스트 생성
- 최적화 프로세스를 사용하여 플로차트 생성
- 최적화 프로세스 구성
- 플로차트 실행
- Optimize 세션의 운용 실행 수행

제안된 컨택 리스트 생성

최적화 프로세스에는 Campaign에서 제안된 컨택 리스트 생성, 최적화된 컨택 생성을 위해 IBM Unica Optimize로 컨택 보내기 등이 포함됩니다. 최적화된 컨택은 Campaign에서 검색되어 마케팅 캠페인에 사용됩니다.

제안된 컨택 리스트를 생성하려면 Campaign에서 최적화 프로세스를 하나 이상 사용하여 플로차트를 생성해야 합니다. 이 플로차트를 최적화 전 플로차트라고 합니다. 이 최적화 프로세스를 구성할 때 이 플로차트와 연결할 Optimize 세션을 선택해야 합니다. 이 Optimize 세션은 플로차트 실행 시 생성되는 제안된 컨택을 수신합니다.

특정 Optimize 세션에 대한 컨택 및 오퍼 정보를 생성하도록 구성된 모든 캠페인의 모든 플로차트를 실행하고 나면 해당 최적화 세션을 실행할 수 있습니다. Optimize 세션에서는 생성된 규칙을 적용하여 Campaign의 최적화 후 플로차트에서 검색되는 최적화된 컨택 리스트를 생성합니다. Campaign의 최적화 후 플로차트에서는 홀드아웃 컨트롤 그룹을 샘플링하고 컨택 리스트를 생성하며 컨택 기록을 채울 수 있습니다.

최적화 프로세스를 사용하여 플로차트 생성

최적화를 위해 제안된 컨택을 생성하는 플로차트를 작성할 때 선택, 추출 및 최적화 프로세스와 같은 데이터 조작 프로세스를 포함시켜야 합니다. 데이터 조작 프로세스에서는 제안된 컨택을 최적화 프로세스로 전달합니다. 최적화 프로세스를 구성할 때 해당 컨택을 수신할 Optimize 세션을 지정합니다.

여러 데이터 조작 프로세스에서 최적화 프로세스에 컨택을 공급하도록 만들 수 있습니다. 데이터 조작 프로세스에서 전달되는 모든 컨택이 셀을 구성합니다. 예를 들어, 플로차트에서 단일 최적화 프로세스에 선택 프로세스 두 개가 연결되어 있는 경우 Select1의 컨택이 셀 하나를 생성하고, Select2의 컨택이 다른 셀을 생성합니다.

또한 각 최적화 프로세스는 고유한 패키지를 형성합니다. 패키지는 단일 중단을 나타내므로 Optimize에 있어서 중요한 개념입니다. 단일 "패키지" 내에서 수신자에게 전달되는 모든 오퍼(최적화 프로세스)는 컨택 피로도를 목적으로 Optimize에서 패키지 규칙의 최대 개수를 지정할 때 단일 중단으로 계산됩니다. 정의에 따르면 단일 패키지 내의 모든 통신은 동일한 컨택 날짜에 동일한 채널을 통해 동시에 발생합니다. 다른 채널을 사용해야 하거나 다른 날짜에 통신을 보내야 하는 경우 다수의 최적화 프로세스를 사용해야 합니다. 위의 예에서 Select1 및 Select2의 컨택은 모두 동일한 최적화 프로세스에 포함되기 때문에 동일한 패키지를 형성합니다.

플로차트에 다수의 최적화 프로세스가 존재할 수 있습니다. 여러 최적화 프로세스를 사용하면 동일한 컨택을 여러 Optimize 세션에 보내거나(예: 채널 또는 오퍼 유형별로 하나의 최적화 세션이 있는 경우) 단일 플로차트를 사용하여 여러 패키지를 생성할 수 있습니다.

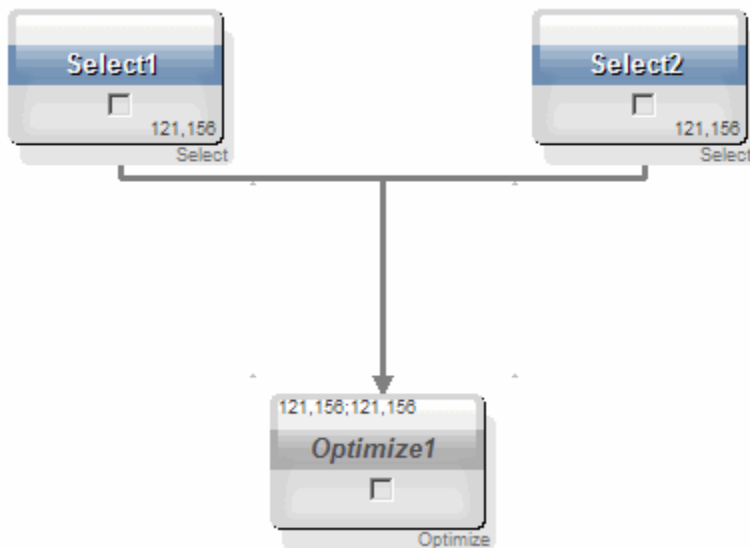
최적화 프로세스를 사용하여 플로차트 생성

1. 일반적으로 사용되는 로직을 사용하여 Campaign에서 플로차트를 생성한 후 메일 리스트, 전화 리스트, eMessage 프로세스와 같은 컨택 프로세스를 추가하는 대신에 최적화 프로세스를 추가합니다.

캠페인에서 플로차트 생성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

2. 선택 프로세스 등과 같은 데이터 조작 프로세스를 최적화 프로세스에 연결합니다.

연결된 최적화 프로세스가 있는 샘플 캠페인 플로차트가 아래와 같이 나타납니다.



대상 컨트롤 스프레드시트 및 최적화 전 플로차트

대상 컨트롤 스프레드시트(TCS)를 Optimize와 함께 사용할 수 있습니다. 오퍼를 셀에 TCS와 함께 지정한 다음 플로차트의 셀을 TCS에 연결하면 Optimize는 최적화 프로세스에서 셀 오퍼 지정을 사용합니다.

TCS 사용에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

TCS를 IBM Unica Marketing Operations 캠페인 프로젝트에서 사용하는 경우 최적화 프로세스는 오퍼를 지정하기 때문에 다른 컨택 프로세스 상자와 마찬가지로 강제 실행됩니다. 따라서 최적화 프로세스에 사용된 모든 셀과 오퍼를 TCS에서 사전 정의 및 승인해야 운용에서 실행할 수 있습니다.

Marketing Operations 캠페인 프로젝트 및 최적화 후 플로차트에서 TCS를 사용하는 방법에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Marketing Operations* 및 *Campaign* 통합 설명서를 참조하십시오.

최적화 프로세스 구성

최적화 프로세스에서는 최적화 세션으로 전송되는 정보(셀, 오퍼, 점수 등)를 정의합니다. 최적화 프로세스를 구성하려면 다음 항목을 구성해야 합니다.

1. 입력할 셀을 선택하는 방법에 설명된 대로 입력할 셀을 선택합니다.
2. 컨택 날짜를 모든 컨택에 지정하는 방법에 설명된 대로 컨택 날짜를 지정합니다.
3. 오퍼 또는 오퍼 리스트를 셀에 지정하는 방법에 설명된 대로 오퍼를 셀에 지정합니다. 매개변수화된 오퍼 속성도 정의할 수 있습니다.
4. Optimize 세션을 지정하는 방법에 설명된 대로 프로세스와 Optimize 세션을 연결합니다. PCT에 추가 열을 매핑할 수도 있습니다.
5. 최적화 프로세스에서 점수 필드를 지정하는 방법에 설명된 대로 점수를 지정합니다.

다음 섹션에서는 이러한 절차와 최적화 프로세스를 자세히 설명합니다.

최적화 프로세스 지정 탭

지정 탭을 사용하여 다음 작업을 수행할 수 있습니다.

- 최적화 프로세스로 전달되는 셀을 선택할 수 있습니다.
- 최적화 프로세스의 컨택이 마케팅 통신(패키지)을 수신하는 날짜를 설정할 수 있습니다.
- 최적화 프로세스에서 오퍼 또는 오퍼 리스트를 셀에 지정할 수 있습니다.

☀ 최적화 프로세스에서 모든 셀에 대한 컨택 날짜는 동일합니다. 최적화 프로세스와 연관된 모든 컨택이 단일 패키지를 구성하기 때문에 해당 컨택의 날짜가 동일해야 합니다.

관련 주제

- 입력할 셀을 선택하는 방법
- 컨택 날짜를 모든 컨택에 지정하는 방법
- 오퍼 또는 오퍼 리스트를 셀에 지정하는 방법


입력할 셀을 선택하는 방법

최적화 프로세스에서는 연결된 셀의 하위 집합 모두 또는 일부를 선택하여 입력 셀을 하나 이상 사용할 수 있습니다. 선택한 셀에는 오퍼를 하나 이상 지정할 수 있으며 최종적으로는 제안된 컨택을 지정 최적화 세션의 제안된 컨택 테이블에 쓸 수 있습니다.

1. 최적화 프로세스에서 지정 탭을 클릭합니다.
지정 탭이 나타납니다.
2. 단일 셀을 입력 셀로 선택하려면 입력 필드의 드롭다운 리스트에서 해당 셀을 선택합니다.
지정 탭의 셀 이름 옆에 셀 이름이 나타납니다.
3. 여러 입력 셀을 선택하려면 다음을 수행합니다.
 - a. 입력 필드의 드롭다운 리스트에서 다수의 셀을 선택합니다.
사용할 셀 선택 창이 나타납니다.
 - b. 최적화 프로세스에 대한 입력 셀로 선택할 셀 옆의 체크박스를 클릭합니다.
 - c. 확인을 클릭합니다.
4. 확인을 클릭하여 프로세스 구성을 저장합니다.

컨택 날짜를 모든 컨택에 지정하는 방법

단일 최적화 프로세스를 통해 이루어진 모든 통신은 단일 패키지 또는 간섭을 나타내므로 컨택 날짜가 동일합니다. 미래의 컨택 날짜(계획한 통신 전달 시점)를 선택하거나 기본 컨택 날짜(플로차트 실행 날짜)를 사용할 수 있습니다. 다수의 통신을 다양한 컨택 날짜에 보내려면 최적화 프로세스를 두 개 이상 사용해야 합니다. 기본적으로 컨택 날짜가 다르면 중단(패키지)도 다릅니다.

1. 최적화 프로세스에서 지정 탭을 클릭합니다.
지정 탭이 나타납니다.
2. 컨택 날짜 필드에 컨택에게 연락할 날짜를 입력합니다.
이 필드에서 줄임표 단추 를 클릭하여 달력에서 날짜를 선택할 수도 있습니다.

※ 컨택 날짜 필드를 비워 두면 플로차트 실행 날짜가 컨택 날짜 기본값이 됩니다.

오퍼 또는 오퍼 리스트를 셀에 지정하는 방법

컨택 프로세스와 마찬가지로 최적화 프로세스에서도 선택한 각 입력 셀에 오퍼를 하나 이상 지정합니다. 각 셀에 제공할 제안된 오퍼를 선택합니다. 이 오퍼는 제안된 컨택 테이블에 기록됩니다.

※ 플로차트에서 생성된 셀을 TCS에서 하향식으로 생성된 셀에 연결하고 TCS 내 셀에 오퍼를 지정한 경우, Optimize는 TCS의 데이터를 사용하여 오퍼를 지정하고 지정 탭을 채웁니다.

1. 최적화 프로세스에서 지정 탭을 클릭합니다.

지정 탭이 나타납니다.


2. 셀 이름 옆에서 셀 이름을 클릭합니다.
셀 이름이 강조 표시됩니다.
3. 오퍼 지정을 클릭합니다.
오퍼 지정 창이 나타납니다.
4. 사용 가능한 오퍼 섹션에서 추가할 모든 오퍼 또는 오퍼 리스트를 선택하고 추가를 클릭합니다.

Shift 또는 **Ctrl** 키를 누른 채로 클릭하여 여러 오퍼를 선택할 수 있습니다. 오퍼 옆에서 아래쪽 화살표를 클릭하여 드롭다운 리스트에서 오퍼를 선택할 수도 있습니다.

5. 확인을 클릭하여 프로세스 구성을 저장합니다.

오퍼 지정 창이 닫힙니다. 오퍼 또는 오퍼 리스트를 한 개 선택하면 오퍼 또는 오퍼 리스트의 이름이 오퍼 옆에 나타나며, 오퍼 또는 오퍼 리스트를 두 개 이상 선택하면 오퍼 옆에 다수의 오퍼라는 단어가 나타나고 이 단어 다음에는 선택한 오퍼 및/또는 오퍼 리스트 개수가 괄호 안에 표시됩니다.

최적화 프로세스 지정 탭 참조

필드	설명
입력	입력 셀을 하나 이상 선택할 수 있습니다.
셀 이름	선택한 입력 셀의 이름을 나열합니다.
오퍼	<p>셀과 연결하는 오퍼 및/또는 오퍼 리스트의 이름을 나열합니다.</p> <p>오퍼 또는 오퍼 리스트를 하나 선택하면 오퍼 또는 오퍼 리스트의 이름이 이 옆에 나타납니다. 오퍼 또는 오퍼 리스트를 두 개 이상 선택하면 다수의 오퍼라는 단어가 여기에 나타나고 선택한 오퍼 및/또는 오퍼 리스트의 수가 괄호 안에 표시됩니다.</p> <p> 오퍼 리스트 내의 오퍼에 대해 매개변수화된 오퍼 속성 값을 지정할 수 없습니다.</p>
오퍼 지정	오퍼 및/또는 오퍼 리스트를 셀에 지정할 수 있습니다.

최적화 프로세스 매개변수 탭

매개변수 탭을 사용하여 다음 작업을 수행합니다.

- 매개변수화된 오퍼 속성 값을 지정할 대상 셀을 선택합니다.
- 매개변수화된 오퍼 속성에 값을 지정합니다.

정적 오퍼 속성과 숨겨진 오퍼 속성은 매개변수 탭에 표시되지 않습니다. 셀에 대해 선택한 오퍼의 매개변수화된 오퍼 속성만 매개변수 탭에 표시됩니다.

다음 단계에서는 생성부터 매개변수 탭에 이르기까지 매개변수화된 오퍼 속성의 수명 주기를 추적합니다.

1. 캠페인 관리자가 오퍼 템플릿을 생성하고 로고, 오퍼당 비용, APR 등과 같은 특정 오퍼 속성을 매개변수화합니다. 또한 관리자는 매개변수화된 오퍼 속성에 대한 기본값을 제공합니다. 예를 들어 로고에 대해 Silver를, 오퍼당 비용에 \$5.00를, APR에 7.99를 기본값으로 제공할 수 있습니다.
2. 사용자는 이 오퍼 템플릿을 기준으로 PlatinumCard, GoldCard 및 SilverCard 오퍼를 생성합니다. 사용자는 각 오퍼에서 매개변수화된 오퍼 속성에 대한 기본값을 유지합니다.
3. 캠페인 관리자는 다음과 같이 최적화 프로세스를 구성합니다.
 - a. 지정 탭에서 PlatinumCard, GoldCard 및 SilverCard 오퍼를 다양한 셀에 지정합니다.
 - b. 매개변수 탭에서 Gold 오퍼에 대해 로고 오퍼 속성에 Gold를 지정하고 오퍼당 비용 속성에 \$9.00를 지정한 다음 고객의 기존 APR에서 1.00을 빼는 APR을 파생 필드에 매핑합니다.
 - c. 매개변수 탭에서 Platinum 오퍼에 대해 로고 오퍼 속성에 Platinum을 지정하고 오퍼당 비용에 \$12.00를 지정한 다음 고객의 기존 APR에서 1.55를 빼는 APR을 파생 필드에 매핑합니다.
 - d. 매개변수 탭에서 Silver 오퍼에 대해 고객의 기존 APR에서 0.50을 빼는 APR을 파생 필드에 매핑합니다.

이제 사용자가 Gold, Platinum 또는 Silver 오퍼를 셀에 지정하면 매개변수화된 오퍼 속성의 값이 적절하게 정의됩니다.

관련 주제

- 매개변수화된 오퍼 속성 값을 지정할 대상 셀을 선택하는 방법
- 매개변수화된 오퍼 속성에 값을 지정하는 방법

매개변수화된 오퍼 속성 값을 지정할 대상 셀을 선택하는 방법

각 입력 셀에 오퍼를 지정한 후 해당 오퍼에 대한 매개변수화된 속성에 사용할 값을 지정할 수 있습니다. 각 오퍼는 매개변수화된 속성(있는 경우)과 함께 매개변수 탭에 나열됩니다. 입력 셀이 여러 개 있는 경우, 한 번에 셀 하나에 대해 또는 동시에 모든 셀에 대해 매개변수화된 속성 값을 지정하도록 선택할 수 있습니다. 예를 들어 고가치(high-value) 고객 및 저가치(low-value) 고객이라는 입력 셀 두 개에 "Gold 신용 카드"라는 동일한 오퍼를 지정하는 경우, 각 셀에 다른 금리(매개변수화된 오퍼 속성)를 사용해야 할 수 있습니다. 이 경우 고가치(high-value) 고객 셀을 선택하여 금리를 12.9%로 설정하고 저가치(low-value) 고객에 대해서는 18.9%로 설정합니다. 물론, 고가치 고객에게 설정된 금리가 더 매력적인 오퍼입니다. 모든 셀에 대해 Gold 신용 카드 오퍼에 동일한 금리를 설정하려는 경우에는 [모든 셀]에 대해 금리를 한 번만 설정하면 됩니다.

1. 최적화 프로세스에서 매개변수 탭을 클릭합니다.
매개변수 탭이 나타납니다.
2. 셀 필드의 드롭다운 리스트에서 셀을 선택하거나 [모든 셀]을 선택합니다.
3. 확인을 클릭하여 프로세스 구성을 저장합니다.

매개변수 탭에 매개변수화된 오퍼 속성 기본값(오퍼 생성 시 입력한 값)이 채워집니다.

매개변수화된 오퍼 속성에 값을 지정하는 방법

매개변수화된 오퍼 속성은 매개변수 탭에서 각 오퍼별로 개별 라인에 나열됩니다. 매개변수화된 속성 각각에 대해 다른 값을 지정할 수 있습니다. 단일 셀을 선택한 경우 해당 셀에 지정된 오퍼가 표시됩니다. [모든 셀]을 선택한 경우에는 입력 셀에 지정된 오퍼가 표시됩니다. 이 오퍼와 관련된 매개변수화된 오퍼 속성이 있는 경우 이것은 고유한 라인에 나타납니다. 동일한 오퍼 속성이 서로 다른 두 오퍼와 연관된 경우 이 속성은 첫 번째 오퍼와 두 번째 오퍼에 대해 한 번씩, 총 두 번 나타납니다.

1. 최적화 프로세스에서 매개변수 탭을 클릭합니다.
매개변수 탭이 나타납니다.
2. 지정된 값 열에서 값을 지정할 매개변수화된 오퍼 속성에 해당하는 셀을 클릭합니다.
3. 다음과 같이 값을 지정합니다.
 - a. 상수 값을 지정하려는 경우 값을 입력합니다.
 - b. 데이터베이스 필드에서 값을 자동으로 생성하려는 경우 셀의 드롭다운 리스트에서 해당 테이블 필드를 선택합니다.

최적화 세션을 실행하면 매개변수화된 오퍼 속성 값이 이 필드에서 자동으로 생성됩니다.
4. 확인을 클릭하여 프로세스 구성을 저장합니다.

최적화 프로세스 매개변수 탭 참조

필드	설명
셀	입력 셀을 하나 이상 선택할 수 있습니다.
오퍼	매개변수화된 오퍼 속성이 포함된 오퍼의 이름을 나열합니다.
매개변수 이름	매개변수화된 오퍼 속성의 이름을 나열합니다.
지정된 값	매개변수화된 오퍼 속성의 값을 입력하거나 Optimize 세션 실행 시 값이 자동으로 생성되는 데이터베이스 필드 또는 파생 필드를 선택할 수 있습니다.
파생 필드	<p>쿼리, 세그먼트, 정렬, 계산 또는 테이블 출력에 사용할 새 변수를 생성할 수 있습니다.</p> <p>파생 필드는 데이터 소스에는 없으며 여러 데이터 소스에서 하나 이상의 기존 필드로부터 새로 생성되는 변수입니다.</p> <p>파생 필드에 대한 자세한 내용은 <i>IBM Unica Campaign 사용자 가이드</i>를 참조하십시오.</p>

최적화 프로세스 최적화 탭

최적화 탭을 사용하여 다음 작업을 수행할 수 있습니다.


- 플로차트를 실행할 때 제안된 컨택을 수신하는 Optimize 세션을 지정할 수 있습니다.
- ✧ Optimize 세션은 최적화 프로세스마다 하나씩만 지정할 수 있습니다. 제안된 컨택을 여러 Optimize 세션에 보내려면 다수의 최적화 프로세스를 포함해야 합니다.
- 매핑되지 않은 PCT 필드를 모두 매핑할 수 있습니다.

관련 주제

- Optimize 세션을 지정하는 방법
- PCT에 필요한 추가 테이블 필드를 매핑하는 방법

Optimize 세션을 지정하는 방법

각 최적화 프로세스에서 참여할 Optimize 세션을 지정해야 합니다. 선택한 Optimize 세션에서는 제안된 컨택뿐만 아니라 다른 참여 캠페인 또는 플로차트의 제안된 컨택에도 최적화 규칙을 적용하며 최적화된 컨택 단일 리스트를 생성합니다.

1. 최적화 프로세스에서 최적화 탭을 클릭합니다.
최적화 탭이 나타납니다.
2. 사용할 최적화 세션 필드에서 줄임표 단추 를 클릭합니다.
UOO 세션 선택 창이 나타납니다.
3. 제안된 컨택을 수신할 Optimize 세션을 선택합니다.
최적화 템플릿 테이블에서 가져온 필드(최적화 세션 생성 시 Optimize 코디네이터가 필드를 선택하여 PCT에 추가한 경우)가 내보낼 필드 섹션의 테이블 필드 옆에 나타납니다.
4. 확인을 클릭하여 프로세스 구성을 저장합니다.

PCT에 필요한 추가 테이블 필드를 매핑하는 방법

최적화 프로세스에서는 대상 키 필드, 지정된 오퍼, 컨택 날짜 등과 같이 제안된 컨택 테이블(PCT)에 필요한 정보가 자동 전달됩니다. 채널, 오퍼당 비용 등과 같이 기존 필드에 매핑하여 채워야 하는 추가 필드가 PCT에 필요할 수 있습니다. 매핑된 테이블 필드 또는 파생 필드를 사용할 수 있습니다. 파생 필드는 예를 들어 "콜 센터 - 중서부" 채널과 같은 정적 텍스트 문자열을 전달하는 데 유용합니다.

1. 최적화 프로세스에서 최적화 탭을 클릭합니다.
최적화 탭이 나타납니다.
2. 필드 이름 옆에서 매핑되지 않은 필드에 매핑할 필드를 클릭합니다.
3. 추가를 클릭합니다.
필드 이름이 매핑되지 않은 필드로 표시되어 내보낼 필드 섹션의 동일한 행에 나타납니다.

4. 매핑할 각 필드에 처음 두 단계를 반복합니다.
5. 확인을 클릭하여 프로세스 구성을 저장합니다.

최적화 프로세스 최적화 탭 참조

다음 표에서는 최적화 탭에 있는 다양한 필드와 단추에 대해 설명합니다.

필드	설명
사용할 UO 세션	이 플로차트에 연결할 Optimize 세션을 선택할 수 있습니다. 이 세션에서는 플로차트를 실행할 때 생성되는 제안된 컨택을 수신합니다.
후보 필드	필드 이름 - 최적화 템플릿 테이블 필드에 매핑할 수 있는 데이터베이스 필드를 나열합니다. 이 열에서 선택한 필드의 데이터는 매핑하는 Optimize 템플릿 테이블 필드에 채워집니다. 유형 - 이 데이터베이스 필드에 있는 데이터의 유형을 나열합니다.
내보낼 필드	필드 이름 - 최적화 템플릿 테이블 필드에 매핑하기 위해 선택한 데이터베이스 필드의 이름을 나열합니다. 이 필드에 매핑된 최적화 템플릿 테이블 필드는 테이블 필드 열 아래 동일한 행에 나타납니다. 테이블 필드 - Optimize 세션 생성 시 PCT에 추가할 최적화 템플릿 테이블을 선택한 경우 이 열에는 최적화 템플릿 테이블을 구성하는 필드가 나열됩니다. 이 필드에 매핑한 데이터베이스 필드는 필드 이름 열 아래 동일한 행에 나타납니다.
프로파일	선택한 필드에 대해 고유 값의 리스트와 값이 발생하는 빈도를 미리 볼 수 있습니다. 개수가 미리 계산되지 않은 경우 현재 셀의 레코드만 개수에 포함됩니다. 프로파일 데이터에 대한 자세한 내용은 <i>IBM Unica Campaign 사용자 가이드</i> 를 참조하십시오.
파생 필드	쿼리, 세그먼트, 정렬, 계산 또는 테이블 출력에 사용할 새 변수를 생성할 수 있습니다. 파생 필드는 데이터 소스에는 없으며 여러 데이터 소스에서 하나 이상의 기존 필드로부터 새로 생성되는 변수입니다. 파생 필드에 대한 자세한 내용은 <i>IBM Unica Campaign 사용자 가이드</i> 를 참조하십시오.

최적화 프로세스 점수 탭

최적화 프로세스의 점수 탭을 사용하면 제안된 컨택 테이블(PCT)의 ScorePerOffer 필드에 오퍼 및 셀 조합에 대한 다양한 점수를 채울 수 있습니다. 최적화 프로세스의 점수 탭에서 지정한 설정을 적용하려면 최적화 세션의 점수 부여 탭에서 점수 부여 방법 점수 필드 사용을 선택하고 점수 필드에 대해 **ScorePerOffer** 필드를 선택해야 합니다. 최적화 프로세스의 점수 탭은 PCT의 ScorePerOffer 필드만 채웁니다.

Optimize 세션의 점수 부여 탭에서 점수 필드 사용을 선택한 경우 PCT의 일부 필드를 최적화에 대한 점수로 채워야 합니다. 최적화 프로세스의 스코어 탭을 완료하면 됩니다. 이 방법 외에도 스코어 프로세스에서 생성된 스코어 필드(예: IBM Unica PredictiveInsight에서 생성된 예측 모델)를 사용하거나 마케팅 데이터베이스에 저장된 예측 모델 스코어 필드를 사용할 수 있으며 파생 필드를 사용하여 스코어를 계산하는 방법도 있습니다. 동일한 최적화 세션에 참여하는 모든 플로차트는 최적화 세션의 스코어 부여 탭에 지정된 PCT 필드에서 동일한 스코어 필드를 채워야 합니다. PCT에서 스코어를 포함할 열을 하나만 선택할 수 있습니다.

최적화 프로세스를 통해 점수를 제출해야 하는 상황에서 최적화 세션의 점수 부여 탭에서 수동으로 점수 행렬 입력을 선택하면 점수가 무시됩니다. 대신 점수 행렬의 값이 사용 됩니다.

관련 주제

- PCT의 점수 필드를 사용하도록 최적화 세션 구성
- 최적화 프로세스에서 점수 필드를 지정하는 방법
- PCT의 점수 필드를 사용하도록 최적화 세션 구성

최적화 프로세스에서 점수 필드를 지정하는 방법

셀 및 오퍼 조합에 점수 필드를 지정할 수 있습니다. 각 셀 및 오퍼 조합에 동일한 점수 필드나 서로 다른 점수 필드를 지정할 수 있습니다. 예를 들어 동일한 오퍼를 3개의 셀 각각에 지정하는 경우 세 개의 셀-오퍼 행 모두에 대한 점수 필드는 "MyOfferScore"일 수 있습니다. 또는, 동일한 셀에 서로 다른 세 개의 오퍼를 지정한 경우 각 셀-오퍼 행에 대한 점수 필드는 "Offer1Score", "Offer2Score", "Offer3Score" 등과 같이 서로 다를 수 있습니다.

1. 최적화 프로세스에서 점수 탭을 클릭합니다.
 점수 탭이 나타납니다. 지정 탭의 내용이 셀 이름 및 오퍼 열에 채워집니다.
2. 각 셀 및 오퍼 조합에 대한 점수 필드 리스트에서 점수에 사용할 필드의 이름을 선택합니다.
 여러 셀-오퍼 행에 동일한 필드를 지정하려면 **Shift** 또는 **Ctrl** 키를 누른 채로 클릭하여 셀-오퍼 행을 여러 개 선택할 수 있습니다.
3. 확인을 클릭하여 프로세스 구성을 저장합니다.

관련 주제

- PCT의 점수 필드를 사용하도록 최적화 세션 구성

최적화 프로세스 점수 탭 참조

다음 표에서는 최적화 프로세스의 점수 탭에 대해 설명합니다.

필드	설명
셀 이름	최적화 프로세스에 연결된 입력 셀의 이름입니다. 이 입력 셀은 최적화 프로세스의 지정 탭에서 선택됩니다.

필드	설명
오퍼	셀에 지정된 오퍼의 이름입니다. 이 지정은 최적화 프로세스의 지정 탭에서 정의됩니다.
점수 필드	PCT의 ScorePerOffer 필드에 매핑할 필드의 이름입니다. 파생 필드를 사용할 수 있습니다.
파생 필드	점수 필드와 함께 파생 필드를 사용할 수 있습니다. 파생 필드에 대한 자세한 내용은 <i>IBM Unica Campaign 사용자 가이드</i> 를 참조하십시오.

플로차트 실행

최적화 프로세스를 구성한 후에는 Campaign에서 플로차트의 운용 실행을 수행하여 PCT를 채울 수 있습니다. 그러면 Optimize가 Campaign의 컨택 및 오퍼 리스트에 액세스할 수 있습니다.

❗ 최적화 프로세스가 포함된 플로차트 또는 브랜치의 테스트 실행에서는 PCT를 채우지 않습니다.

Campaign 플로차트 실행에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

최적화 프로세스 및 플로차트 테스트 실행 정보

최적화 프로세스가 포함된 브랜치 또는 플로차트의 테스트 실행 또는 최적화 프로세스 자체의 테스트 실행은 세션의 일부로 생성된 PCT, OCT 및 POA 테이블을 변경하지 않으며 테스트 실행이 해당 테이블에 포함된 레코드에 영향을 미치지도 않습니다.

테스트 실행이 완료된 후 최적화 프로세스의 툴팁에 프로세스가 플로차트 테스트 실행의 일부로 실행되었으며 실행 중 내보내진 레코드가 없다는 설명이 나타납니다.

Optimize 세션의 운용 실행 수행

캠페인 관리자가 특정 Optimize 세션에 대한 컨택 및 오퍼 정보를 생성하도록 구성된 플로차트를 모두 실행하고 나면 사용자가 해당 Optimize 세션을 실행할 수 있습니다.

운용 실행을 수행하면 최적화된 컨택 리스트 전체가 OCT에 기록되며 이때 이전 결과를 덮어쓰게 됩니다. 세션의 복잡도, 제안된 컨택 리스트의 크기, 세션을 사용하는 캠페인의 수 등에 따라 운용 실행을 완료하는 데 많은 시간이 소요될 수 있습니다.

Marketing Platform 스케줄러를 사용하여 Optimize 세션 실행을 예약할 수 있습니다. 모든 최적화 전 플로차트가 완료되면 스케줄러 트리거를 사용하여 Optimize 세션을 시작할 수 있습니다. 스케줄러 사용에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Marketing Platform 관리자 가이드*를 참조하십시오.

Optimize 세션의 운용 실행을 수행하는 방법

1. 실행할 세션에 대한 요약, 규칙, 점수 부여 또는 분석 탭에서 실행 아이콘을 클릭하고 운용 실행을 선택합니다.

세션 실행 확인 페이지가 나타납니다.

2. 지금 세션 실행을 클릭합니다.

실행 진행 중 탭이 나타납니다.

Optimize는 Optimize 세션의 규칙 및 점수 부여를 기준으로 제안된 컨택 리스트를 최적화합니다. 최적화된 컨택 테이블에 실행 결과가 채워집니다.

✧ 세션의 운용 실행 중에 Optimize에서 작업을 계속할 수 있습니다. 하지만 실행 세션을 삭제하거나 수정할 수는 없습니다.

실행 중단을 클릭하여 세션 실행을 중단할 수 있습니다. 이 명령은 세션을 즉시 중지하는 것이 아니라 최적화 알고리즘의 다음 논리 단계에서 세션을 중지하여 데이터 손상 없는 원활한 종료를 보장합니다. 프로세스가 중지하기까지 몇 분이 걸릴 수 있습니다.

최적화 결과 검토

Optimize 세션 실행이 완료되면 운용 실행의 결과를 검토할 수 있습니다.

1. 다음 중 하나를 클릭합니다.
 - a. 분석 탭으로 이동(실행 진행 중 탭에 있음)
 - b. Optimize 세션의 분석 탭.

기본적으로 오퍼 필터링 요약 보고서가 나타납니다. 오퍼 필터링 요약 보고서에는 Optimize 세션에서 각 규칙에 따라 제거되는 제안된 컨택 수가 표시됩니다.

분석 탭에서는 프로파일 오퍼를 진행하고 규칙 성능, 고객 분포, 오퍼 분포 등을 확인하는데 도움이 되는 추가 요약 및 분석 보고서를 볼 수 있습니다.

관련 주제

- 보고서 보기

7 마케팅 캠페인에서 최적화된 컨택 사용

- 최적화된 컨택 사용
- 최적화된 컨택 선택
- 컨택 프로세스에 최적화된 컨택 연결
- 최적화 후 플로차트 실행
- (선택 사항) 최적화 후 플로차트를 시작하는 트리거 정의
- 여러 패키지 처리
- 홀드아웃 컨트롤 그룹을 위한 샘플링
- 최종 셀 코드 지정

최적화된 컨택 사용

IBM Unica Optimize에서 제안된 컨택을 최적화하면 마케팅 캠페인에서 최종 컨택 리스트를 사용할 수 있습니다. 최적화된 컨택에 마케팅 통신을 전송하려면 먼저 Optimize에서 최적화된 컨택을 가져와야 합니다. 두 작업을 모두 수행하려면 IBM Unica Campaign에서 플로차트를 생성해야 합니다.

이 플로차트는 최적화 후 플로차트라고 하며 일반적으로 사전 최적화된 컨택 리스트를 생성하는 플로차트를 만들 때 생성된 캠페인의 일부로서 생성됩니다.

이 섹션에서는 마케팅 캠페인에 사용할 최적화된 컨택을 가져오기 위한 기본 플로차트를 생성하는 방법에 대해 설명합니다. 또한 여러 패키지 처리, 최적화 후 플로차트에서 홀드아웃 컨트롤 그룹 샘플링 등의 다양한 선택적 고급 작업을 수행하는 방법에 대해 설명합니다.

관련 주제

- 최적화된 컨택 선택
- 컨택 프로세스에 최적화된 컨택 연결
- 최적화 후 플로차트 실행

최적화된 컨택 선택

최적화된 컨택을 Campaign으로 가져오려면 추출 프로세스를 사용하여 플로차트를 생성해야 합니다. 추출 프로세스는 최적화된 컨택 트랜잭션을 Optimize 세션에서 다시 검색할 수 있는 유일한 방법입니다.

추출 프로세스를 사용하여 다음을 수행할 수 있습니다.

- 마케팅 캠페인에 포함시킬 최적화된 컨택이 포함된 패키지를 선택할 수 있습니다.
- 생성한 제안된 컨택 테이블(PCT) 및 최적화된 컨택 테이블(OCT)을 기준으로 최적화된 컨택을 추가로 필터링할 수 있습니다. 예를 들어 월간으로만 최적화되는 주별 캠페인을 실행하는 경우, ContactDate를 통해 추출하면 해당 주에 제공해야 하는 최적화된 트랜잭션만 가져올 수 있습니다.
- 추출 프로세스를 대상 선택 프로세스와 같은 다른 데이터 조작 프로세스로 대체할 수 없습니다. 추출 프로세스를 사용하면 Optimize 세션에 제출된 Optimize에 필요한 최적화된 트랜잭션만 가져올 수 있습니다. 이러한 트랜잭션은 일반적으로 캠페인, 플로차트, 최적화 프로세스 및 기타 기준(예: 채널 또는 날짜)에 의해 범위가 지정됩니다. 다른 데이터 조작 프로세스에서는 대상 ID를 기준으로 가져오기 때문에 특정 캠페인과 관련 없는 최적화된 트랜잭션(즉, 다른 캠페인에 의해 제출된 것과 동일한 트랜잭션에 존속한 컨택 트랜잭션)이 잘못 포함될 수 있습니다.

추출 프로세스 구성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

최적화된 컨택이 포함된 패키지를 선택하는 방법

추출 프로세스를 사용하여 한 번에 패키지 하나에서만 결과를 검색해야 합니다(즉, 동시에 동일한 채널에서 수신자에게 전송된 모든 오퍼). 각 패키지에서 대상으로 하는 대상 ID가 상호 배타적인지, 다시 말해서 각 대상 ID가 한 패키지에서만 처리되고 두 패키지 모두에서 처리되지 않는 상태인지 여부를 확실히 알고 있는 경우에만 단일 추출 프로세스에서 동시에 두 개 이상의 패키지를 선택할 수 있습니다. 그렇지 않은 경우 대상 ID별로 세그먼트하면 해당 개인에게 전송되는 중복 오퍼가 여러 패키지에 속하게 됩니다. 추출 프로세스 하나에서 패키지를 두 개 이상 선택할 경우, 사용하는 Optimize 템플릿에는 최적화 프로세스 또는 패키지에 대한 필드가 있어야 합니다. 그러면 세그먼트 프로세스를 플로차트에 포함하여 각 패키지를 고유의 컨택 프로세스로 분리할 수 있습니다. 각 추출 프로세스가 특정 패키지에 대해 최적화된 트랜잭션을 추출하는 복수 추출 프로세스를 사용하는 것이 더 용이할 수 있습니다.

1. Campaign에서 배치 플로차트를 작성합니다.

캠페인에서 플로차트 생성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

2. 플로차트에 추출 프로세스를 추가합니다.

3. 추출 프로세스를 두 번 클릭합니다.

소스 탭이 나타납니다.

4. 입력 필드의 드롭다운 리스트에서 최적화된 리스트를 선택합니다.

UOO 세션 선택 창이 나타납니다.

5. 모든 세션 리스트를 확장하고 최적화된 컨택을 선택할 최적화 세션을 선택합니다.

UO 세션 선택 창에 선택한 최적화 세션에 대한 정보가 채워집니다. 참가자별 결과 선택 섹션에는 이 Optimize 세션에 포함된 다양한 캠페인이 나열됩니다. 각 행에는 특정 최적화 프로세스나 패키지뿐만 아니라 소속 플로차트도 표시됩니다.

6. 참가자별 결과 선택 섹션에서 최적화된 컨택을 검색할 패키지를 선택합니다.

7. 확인을 클릭합니다.
 UO 세션 선택 창이 닫힙니다.
8. 추출 탭에서 최소 하나의 대상 ID 필드를 선택하고 컨택 프로세스에 필요한 다른 필드도 선택합니다.

관련 주제

- 여러 패키지 처리

PCT/OCT 필드별로 최적화된 컨택을 검색하는 방법

최적화된 컨택이 포함된 패키지를 선택하는 방법에 설명된 단계를 따르는 것 이외에, 다음 단계에 따라 레코드 선택 조건 옵션을 활성화하여 반환된 최적화된 트랜잭션을 필터링할 수 있습니다.

1. 추출 프로세스의 소스 탭에서 레코드 선택 조건을 선택합니다.
 쿼리 빌더가 나타납니다.
2. 사용 가능한 필드 섹션에서 필드를 두 번 클릭하여 선택합니다.
 필드가 쿼리 생성기의 필드 이름 열에 채워집니다.
3. 동일한 방법으로 연산자, 값, And/Or 열의 값을 선택합니다.
4. 프로세스를 반복하여 다른 필드를 기준으로 최적화된 컨택을 필터링합니다.

컨택 프로세스에 최적화된 컨택 연결

마케팅 통신을 최종 컨택 리스트에 전송하려면 메일 리스트, 전화 리스트, eMessage 등과 같은 컨택 프로세스를 플로차트에 추가해야 합니다. 추출 프로세스를 메일 리스트, 전화 리스트 등의 컨택 프로세스에 연결합니다.

컨택 프로세스 구성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

1. 플로차트에 컨택 프로세스를 추가합니다.
2. 추출 프로세스를 컨택 프로세스에 연결합니다.
3. 컨택 프로세스를 두 번 클릭한 후 다음과 같이 구성합니다.
 - a. 처리 방법 탭에서 오퍼가 **Optimize**에서 지정 상태인지 확인합니다.
 - b. *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*의 설명에 따라 이행, 개인 설정 및 로깅 탭을 구성합니다.
 - c. 컨택 기록 로깅 옵션 대화 상자의 컨택 날짜를 원래 제안된 것과 동일한 컨택 날짜(추출 프로세스의 ContactDateTime 필드)로 설정해야 합니다.

로깅 탭에서 기타 옵션을 클릭하여 컨택 기록 로깅 옵션 대화 상자를 엽니다. 다른 컨택 날짜를 선택하면 최적화 제한조건을 위반할 수 있습니다.

이 컨택 프로세스 내의 모든 컨택에 대해 컨택 날짜 및 시간이 하나만 있어야 합니다. 최적화된 컨택이 검색되고 여기에 컨택 날짜가 여러 개 있는 경우 컨택 프로세스에 연결하기 전에 ContactDateTime 및 채널(즉, 패키지)을 기준으로 세그먼트해야 합니다.

최적화 후 플로차트 실행

추출 및 컨택 프로세스를 구성한 후에는 플로차트를 실행하여 캠페인에 대한 최종 컨택 리스트를 생성하고 선택적으로 컨택 기록에 기록할 수 있습니다.

Campaign 플로차트 실행에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

(선택 사항) 최적화 후 플로차트를 시작하는 트리거 정의

Optimize 세션 실행 완료 시 최적화 후 플로차트를 자동으로 실행하는 트리거를 정의할 수 있습니다. 최적화 후 플로차트는 이 최적화된 컨택을 검색하고 이를 캠페인에 사용합니다.

트리거는 실행이 성공적으로 완료된 경우 또는 실패한 경우 Marketing Platform 스케줄러가 보내는 문자열입니다. 완료 시 트리거를 보내도록 예약된 경우 해당 트리거를 수신할 때 실행을 시작하는 다른 예약을 설정할 수 있습니다.

Marketing Platform 트리거 정의에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Marketing Platform 관리자 가이드*를 참조하십시오.

여러 패키지 처리

최적화 후 플로차트에서 다수의 패키지로부터 최적화된 컨택을 수신하는 경우 각 패키지를 별도의 컨택 프로세스로 구별해야 합니다. 그러면 대상 ID를 고가치(High-value) 및 저가치(Low-value) 등의 다양한 그룹으로 분류할 수 있습니다.

다음 중 하나를 수행하여 플로차트에서 여러 패키지를 처리할 수 있습니다.

- 단일 추출 프로세스에서 여러 패키지 선택(대상 ID가 단일 패키지에서만 처리되는 경우)
- 패키지별로 추출 프로세스 하나씩 포함

여러 패키지에서 동일한 대상 ID를 처리할 수 있는 경우 이 방법을 사용해야 하며, 그렇지 않으면 동일한 오퍼가 여러 패키지의 구성원에 중복되어 전송됩니다. 적은 수의 패키지에서 결과를 검색하려는 경우에는 Optimize 템플릿에서 세그먼트 필드(예: 패키지)를 설정한 다음 최적화 후 플로차트에서 세그먼트 프로세스를 사용하는 것보다 최적화 프로세스별로 별개의 추출 프로세스를 생성하는 것이 더 쉬울 수도 있습니다.

컨택 피로도 규칙이 개별적으로 허용된 간섭 수를 기반으로 한 것일 수 있으므로 제안된 패키지가 최적화 후에도 유지되어야 합니다. 존속 오퍼를 여러 패키지로 재배포하여 수신자에게 서로 다른 수의 여러 간섭을 제공할 경우 회사 컨택 피로도 전략을 위반할 수 있으므로 피해야 합니다.

추출 프로세스를 구성할 때 최적화된 컨택 패키지를 여러 개 선택한 경우 플로차트에 세그먼트 프로세스를 포함시켜야 합니다. 세그먼트 프로세스를 사용하여 여러 패키지의 다양한 대상 ID를 개별 패키지로 구분할 수 있습니다. 그러면 각 패키지가 개별적으로 작동할 수 있습니다.

✧ 대상 ID가 여러 패키지에서 상호 배타적인 경우, 다시 말해서 대상 ID가 패키지별로 하나씩만 처리되는 경우에만 단일 추출 프로세스에서 여러 패키지를 검색할 수 있습니다. 그렇지 않으면 여러 패키지에 속한 대상 ID가 중복 오퍼를 수신하게 됩니다.

세그먼트 프로세스를 사용하여 고객 ID를 원래의 패키지로 분류하려면 먼저 패키지가 생성된 원래의 최적화 프로세스에 대한 식별자 역할을 할 필드를 최적화 템플릿 테이블에 포함해야 합니다.

관련 주제

- 템플릿 테이블을 생성하는 방법

패키지별로 추출 프로세스를 하나씩 포함하는 방법

이 섹션에서는 대상 ID가 상호 배타적인지 아니면 겹치는지에 상관없이 Optimize 세션 및 작업에서 최적화된 컨택을 검색하는 가장 좋은 방법을 자세히 설명합니다. 추출 프로세스에서 함께 검색하는 대상 ID가 상호 배타적인지 확실하지 않은 경우 이 방법을 사용합니다.

1. 최적화된 컨택을 검색할 각 패키지에 대해 추출 프로세스를 하나씩 플로차트에 포함합니다.
2. 각 추출 프로세스에서 최적화된 컨택을 검색할 패키지를 선택합니다.
최적화된 컨택이 포함된 패키지를 선택하는 방법의 지침을 따릅니다.
3. 각 패키지를 해당하는 고유의 컨택 프로세스(예: 메일 리스트 또는 전화 리스트 프로세스)에 지정합니다.

컨택 프로세스 구성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

단일 추출 프로세스에서 여러 패키지를 선택하는 방법

1. Campaign에서 배치 플로차트를 작성합니다.
캠페인에서 플로차트 생성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.
2. 플로차트에 추출 프로세스를 추가합니다.

3. **최적화된 컨택이 포함된 패키지를 선택하는 방법**의 지침을 따릅니다. 단, 최적화된 컨택을 검색할 패키지 한 개를 선택하지 말고 동일한 최적화 후 세션에서 처리할 모든 패키지를 선택합니다. 각 패키지에서 처리되는 대상 ID는 상호 배타적이어야 합니다. 다시 말해서, 각 대상 ID는 단일 패키지에서만 처리되어야 합니다.
4. 최적화된 컨택을 추출할 필드를 선택합니다.

☼ 세그먼트 프로세스에서 이 동일 필드를 사용하여 대상 ID를 다시 원래의 패키지로 세그먼트합니다.

- a. 추출 프로세스의 추출 탭에서 후보 필드 섹션의 필드를 선택합니다.
- b. 추가를 클릭합니다.
추출할 필드 섹션에 내용이 채워집니다.
5. 확인을 클릭합니다.
6. 세그먼트 프로세스를 플로차트에 추가하고 추출 프로세스를 세그먼트 프로세스에 연결합니다.
7. 추출 프로세스를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하고 **실행 > 선택한 프로세스 실행 테스트**(또는 **선택한 프로세스 저장 및 실행**)를 선택합니다.
추출 프로세스가 실행되고 세그먼트 프로세스와 정보를 교환합니다.
8. 세그먼트 프로세스를 두 번 클릭합니다.
세그먼트 탭이 나타납니다.
9. 입력 필드의 드롭다운 리스트에서 추출 프로세스를 선택합니다.
10. 필드 기준 세그먼트를 선택합니다.
11. 필드 기준 세그먼트 드롭다운 리스트에서 대상 ID를 다시 원래 패키지로 세그먼트할 기준 필드를 선택합니다.
필드 기준 세그먼트 리스트는 추출 테이블의 필드 리스트입니다.
프로파일 창이 나타납니다.
12. 세그먼트할 패키지를 선택하고 달기를 클릭합니다.
세그먼트할 대상 패키지가 세그먼트 이름 필드에 채워집니다.
13. 추출 생성 테이블 체크박스를 선택합니다.
14. 추출 탭을 작성합니다.
 - a. 대상 데이터 소스를 선택합니다.
 - b. 추출 테이블에 포함할 필드를 선택합니다.
15. 확인을 클릭합니다.
16. 각 패키지를 해당하는 고유의 컨택 프로세스(예: 메일 리스트 또는 전화 리스트 프로세스)에 지정합니다.
컨택 프로세스 구성에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

홀드아웃 컨트롤 그룹을 위한 샘플링

오퍼의 효과를 확인하려면 해당 오퍼를 지정한 셀에 대한 홀드아웃 컨트롤 그룹을 생성하면 됩니다. 홀드아웃 컨트롤 그룹은 오퍼를 수신했지만 대상 셀이 해당 오퍼를 받은 대상 셀의 응답에서 "리프트" 또는 차이를 비교하지 못하도록 선택한 비컨택 그룹입니다.

컨트롤은 셀 수준으로 적용됩니다. 대상 셀 스프레드시트나 플로차트의 컨택 프로세스에서 셀에 오퍼를 지정할 때 각 대상 셀에 대한 컨트롤 셀 역할을 할 셀을 하나 지정할 수 있습니다.

셀을 다른 셀에 대한 컨트롤로 지정하는 방법에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign* 사용자 가이드를 참조하십시오.

홀드아웃 컨트롤 그룹을 만들려면 플로차트에 샘플 프로세스를 포함해야 합니다.

이 섹션에서는 홀드아웃 컨트롤 그룹에 대한 두 가지 샘플링 방법에 대해 설명합니다.

- 대상 ID 수준 샘플링

이 방법은 홀드아웃 컨트롤 그룹의 샘플링에 가장 좋은 방법이며 컨트롤 셀이 Campaign에서 사용되는 방법과 일치합니다. 이 경우, 컨트롤 셀은 오퍼 대상 ID 수준이 아니라 대상 ID 수준이며 다음과 같은 제한이 적용됩니다.

- 컨트롤 셀의 컨택 구성원이 오퍼를 수신하지 않습니다. 플로차트에서 처리 중인 오퍼에 대한 컨택 오퍼가 억제됩니다. 여러 플로차트에서 동일한 컨택이 컨트롤 셀 내에 위치하지 않는 경우도 있으므로, 특정 컨택이 다른 플로차트의 오퍼를 여전히 수신할 수 있습니다.

☀ 모든 회사 통신이 억제되는 범용 홀드아웃 컨트롤 그룹과는 다릅니다. 범용 홀드아웃 컨트롤 그룹을 사용하는 경우 해당 그룹에 존속한 컨택의 구성원을 식별하여 제거해야 합니다. 예를 들어, 범용 컨트롤 전략적 세그먼트와 일치시켜 해당 대상 ID를 제외합니다. 컨트롤 그룹에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign* 사용자 가이드를 참조하십시오.

- 고객 ID 수준 샘플링이 모든 오퍼에 대해 동일하게 표시되지는 않습니다. 예를 들어, 여러 오퍼가 있는 플로차트 내에서 처리되는 모든 고객 ID의 10%를 임의로 선택하면 컨트롤 셀 내의 누구도 오퍼 X를 수신하지 않도록 지정할 수 있습니다. 이 경우 오퍼 X를 분석하면 컨트롤 셀이 비어 있습니다.

- 오퍼 수준 샘플링

홀드아웃 컨트롤 그룹에 대해 임의로 샘플링하는 대체 방법으로서, 셀을 기반으로 하지 않고 오퍼 기준으로 샘플링할 수 있습니다. 더 많은 작업을 수행해야 하지만 이 옵션을 사용하면 특정 오퍼의 특정 백분율(%)이 측정을 위해 유지됩니다. 셀 수준에서는 자주 주어지지 않는 오퍼의 경우 컨트롤 셀에 표시되지 않을 수 있습니다. 따라서 마케팅 담당자는 오퍼 배포가 왜곡될 경우 이 방법을 사용하는 것이 좋습니다.

셀 수준에서 임의로 샘플링할 경우 통계적으로 비슷한 그룹에서 샘플링해야 합니다. 예를 들어, 처음에 고가치(high-value), 중간가치(medium-value) 및 저가치(low-value) 세그먼트로 구분할 경우 컨트롤 그룹에 대해 샘플링하기 전에 해당 세그먼트를 다시 생성해야 합니다. 오퍼 미수신 고가치(high-value) 고객을 오퍼 수신 고가치(high-value) 고객과 비교하고, 중간가치(medium-value) 고객은 중간가치(medium-value) 고객과 비교해야 합니다. 가치와 관계없이 모든 고객에서 임의로 샘플링해서 초기 세그먼트와 비교해서는 안 됩니다.

샘플링하기 전에 적정 세그먼트를 다시 생성해야 합니다. 테스트만을 목적으로(예: 다른 오퍼 지정) 동일한 개체군에서 임의로 선택한 셀을 여러 개 생성한 경우에는 세그먼트를 다시 생성할 필요가 없습니다.

대상 ID 수준에서 샘플링하는 방법

이 절차에서는 처음에 생성한 각 셀이 개별적으로 샘플링된다고 가정합니다.

1. 다음 단계 중 하나를 수행합니다.
 - a. 플로차트의 추출 프로세스에서 **PCT/OCT 필드별로 최적화된 컨택을 검색하는 방법**의 지침에 따라 CellCode 필드에서 최적화된 컨택을 검색합니다.
 - b. 추출 프로세스에 CellCode 필드에서 추출하는 대신에 세그먼트 프로세스를 플로차트에 추가하고 CellCode 필드별로 세그먼트합니다.
2. 무작위로 각 셀을 대상 셀 및 컨트롤 셀로 샘플링합니다.
 - a. 플로차트에 샘플 프로세스를 추가합니다.
 - b. 추출 프로세스를 샘플 프로세스에 연결합니다.
 - c. 샘플 프로세스를 두 번 클릭합니다.

샘플 탭이 나타납니다.

- d. 소스 셀 필드의 드롭다운 리스트를 사용하여 입력 셀을 선택합니다.
- e. 샘플링 방법으로 무작위 샘플을 선택합니다.
- f. 무작위 샘플링을 기준으로 두 개의 출력 셀(대상 셀과 컨트롤 셀)을 생성합니다.

샘플 프로세스 구성에 대한 추가 지침은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

3. 단일 패키지에 속하는 모든 대상 및 컨트롤 셀을 단일 컨택 프로세스에 연결합니다.
여러 셀을 개별 컨택 프로세스에 전달하는 방법에 대한 자세한 내용은 **패키지별로 추출 프로세스를 하나씩 포함시키는 방법**을 참조하십시오.

오퍼 수준에서 샘플링하는 방법

1. 플로차트의 추출 프로세스에서 다음을 수행합니다.
 - a. 패키지 및 오퍼 코드를 기준으로 최적화된 컨택을 검색합니다.
예를 들어 패키지 A에 오퍼 1, 2, 3이 있고 패키지 B에 오퍼 1, 4가 있는 경우, 최적화된 트랜잭션 A1, A2, A3, B1, B4에 대해 각각 하나씩 총 5개의 추출 프로세스가 필요합니다.
 - b. (선택 사항) 통계적으로 유효한 홀드아웃 컨트롤 그룹에 셀별 세그먼트가 필요한 경우 CellCode 필드에서 최적화된 컨택을 검색합니다.
2. (1-b단계를 수행한 경우에만 필수) 통계적으로 관련 있는 컨트롤 그룹을 생성하기 위해 원래 셀로 다시 세그먼트해야 할 경우 플로차트에 세그먼트 프로세스를 추가하고 CellCode 필드 기준으로 세그먼트합니다. 그러면 고객 ID를 고가치(high-value) 및 저가치(low-value) 그룹과 같은 초기 그룹으로 다시 나눌 수 있습니다.

세그먼트 프로세스 구성에 대한 추가 지침은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

3. 무작위로 각 셀을 대상 셀 및 컨트롤 셀로 샘플링합니다.
 - a. 플로차트에 샘플 프로세스를 추가합니다.
 - b. 추출 프로세스를 샘플 프로세스에 연결합니다.
 - c. 샘플 프로세스를 두 번 클릭합니다.

샘플 프로세스 구성에 대한 추가 지침은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.

샘플 탭이 나타납니다.

- d. 소스 셀 필드의 드롭다운 리스트를 사용하여 입력 셀을 선택합니다.
 - e. 샘플링 방법으로 무작위 샘플을 선택합니다.
 - f. 무작위 샘플링을 기준으로 두 개의 출력 셀(대상 셀과 컨트롤 셀)을 생성합니다.
4. 단일 패키지에 속하는 모든 대상 및 컨트롤 셀을 단일 컨택 프로세스에 연결합니다.

여러 셀을 개별 컨택 프로세스에 전달하는 방법에 대한 자세한 내용은 [패키지별로 추출 프로세스를 하나씩 포함시키는 방법](#)을 참조하십시오.

최종 셀 코드 지정

최적화 전 플로차트에서 최적화 프로세스를 구성할 때 셀 코드를 지정하지 않은 경우 최적화 후 플로차트에서 셀을 다시 원래의 셀로 구분한 다음 셀 코드를 지정해야 합니다.

최적화 전 플로차트에서 생성된 셀 코드는 PCT 및 OCT에서 사용할 수 있으며 컨택 리스트에 Campaign 생성 필드(UAFG)로 출력될 수 있습니다. 셀 코드가 이행 벤더에서만 필요한 경우 이 방법만으로 충분할 수 있습니다. 하지만 분석 및 보고를 위해 셀 코드가 필요한 경우 다음 방법을 고려하십시오.

- PCT 및 OCT에서 CellCode 필드를 사용하며 이 필드를 ContactHistory 테이블에 추가로 추적된 필드로 출력합니다.

컨택 프로세스를 통해 플로차트에서 이 작업을 수행하여 PCT의 필드를 컨택 프로세스에 추가로 추적된 필드(예: 메일 리스트)로 출력합니다. 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오. 그런 다음 컨택 기록의 필드를 사용하여 셀별 그룹화를 위해 Campaign 보고서를 사용자 정의할 수 있습니다.

✳ 이 방법에서는 셀 코드를 저장하는 데 많은 비용이 소요됩니다. 이 절차를 반복해야 하기 때문에 셀 코드는 컨택 기록 테이블에 컨택별로 한 번씩 저장됩니다.

- OCT 및 PCT에서 셀 코드별로 다시 구분한 다음 세그먼트 프로세스에서 최종 셀 코드를 지정합니다. 이 방법에서는 Campaign과 함께 제공된 셀 보고서를 통해 표준 보고를 모두 사용할 수 있습니다. 셀 코드 관리의 경우 이 방법을 사용하는 것이 좋습니다.

대상 컨트롤 스프레드시트 및 최적화 후 플로차트

TCS를 사용하여 최적화된 컨택에 대한 셀 코드를 관리할 수 있습니다.

플로차트에서 생성된 셀을 최적화 전 플로차트의 TCS에 정의된 하향식 셀에 연결한 경우 최적화 후 플로차트의 동일한 셀에 연결할 수 없습니다. 다음 두 가지 방법 중 하나를 사용하여 새로운 셀에 연결할 수 있습니다.

- 상향식 - TCS에서 상향식 대상 셀을 생성하는 프로세스에 추출 프로세스를 연결합니다.
- 하향식 - TCS 행을 복사하여 최적화 후 플로차트의 프로세스에서 연결합니다.

TCS 사용에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign* 사용자 가이드를 참조하십시오.

TCS를 IBM Unica Marketing Operations 캠페인 프로젝트에서 사용하는 경우 TCS에 메일 리스트 프로세스 등의 컨택 프로세스에 각 셀 입력에 대한 행 항목을 포함해야 합니다. 플로차트의 각 셀은 TCS로 연결해야 하며 연결된 모든 행을 승인한 다음 운용에서 최적화 후 플로차트를 실행해야 합니다.

- 컨택 프로세스에 연결된 단일 추출 프로세스 상자(캠페인 X에 대한 최적화 컨택 추출)를 사용하는 경우 TCS의 하향식 셀 링크를 만들어 운용 시 플로차트를 실행해야 합니다.
- 추출된 셀을 구분하거나 샘플 프로세스를 사용하여 홀드아웃 컨트롤 셀을 만드는 경우 컨택 프로세스에 대한 각 입력 셀을 하향식 셀로부터 연결해야 합니다. 제안된 컨택을 제출할 때와 같이 이러한 셀을 같은 세그먼트/오퍼로 다시 구분하면 제안된 컨택 플로차트에 사용된 TCS 행을 복사해서 최적화 후 플로차트의 해당 셀에 연결할 수 있습니다. 각 셀은 다른 셀 이름과 코드를 가질 수 있습니다.
- Optimize에서 최적화된 오퍼를 사용하여 처리 후 플로차트의 셀에 연결된 TCS 행의 경우 오퍼를 지정할 필요가 없습니다. 지정된 모든 오퍼는 무시됩니다.

Marketing Operations 캠페인 프로젝트 및 최적화 후 플로차트에서 TCS를 사용하는 방법에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Marketing Operations 및 Campaign* 통합 설명서를 참조하십시오.

최종 셀 코드를 지정하는 방법

1. **최적화된 컨택 선택**의 지침에 따라 플로차트의 추출 프로세스에서 CellCode 필드를 기준으로 최적화된 컨택을 검색합니다.
2. 세그먼트 프로세스를 플로차트에 추가하고 추출 프로세스를 세그먼트 프로세스와 연결합니다.
3. 추출 프로세스를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하고 **실행 > 선택한 프로세스 실행 테스트**(또는 **선택한 프로세스 저장 및 실행**)를 선택합니다.
추출 프로세스가 실행되고 세그먼트 프로세스와 정보를 교환합니다.
4. 세그먼트 프로세스를 두 번 클릭합니다.
세그먼트 탭이 나타납니다.
5. 입력 필드의 드롭다운 리스트에서 추출 프로세스를 선택합니다.

6. 필드 기준 세그먼트를 선택하고 드롭다운 리스트에서 CellCode 필드(고객 ID를 다시 원래의 패키지로 세그먼트하려는 경우 기존 필드)를 선택합니다.

☼ 상호 배타적 세그먼트 옵션을 선택하지 마십시오.

프로파일 창이 나타납니다.

7. 세그먼트할 패키지를 선택하고 닫기를 클릭합니다.
세그먼트할 대상 패키지가 세그먼트 이름 필드에 채워집니다.
8. 일반 탭을 클릭합니다.
9. 각 셀에 최종 셀 코드를 지정합니다.
셀 코드 지정에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 사용자 가이드*를 참조하십시오.
10. 확인을 클릭하여 세그먼트 프로세스를 닫습니다.
11. 필요에 따라 다른 컨택 프로세스에 셀을 연결합니다.

8 보고서 보기

- 보고서 보기
- 보고서를 보는 방법
- 실행 기록을 지우는 방법
- 오퍼 필터링 요약 보고서
- 캠페인별 고객 재분포 보고서
- 유형 및 세그먼트별 오퍼 보고서
- 캠페인 최적화 요약 보고서
- 일정 기간 동안 채널 사용 보고서
- 고객 상호 작용 볼륨 보고서
- 용량 규칙 민감도 보고서
- Optimize 리스트 포틀릿

보고서 보기

운영 실행 시마다 IBM Unica Optimize에서는 최적화 전후의 분석 내용을 제공하여 최적화 과정에서 발생한 사항을 파악할 수 있도록 다수의 보고서를 생성합니다. 포함된 보고서에서는 규칙 성능, 다른 캠페인 또는 오퍼로의 고객 이동, 고객/채널/오퍼 분석 등을 강조합니다.

각 Optimize 세션에 대해 제공되는 규칙 및 최적화 결과에 대한 검토는 반복적인 프로세스입니다. Optimize 보고서를 통해 이 프로세스에 대해 알 수 있습니다. 보고서에서는 회사 또는 각 캠페인 관리자의 목표를 달성하기 위한 규칙을 구체화하거나 참여 캠페인에 대한 최적화 프로세스를 설명하는 데 도움이 되는 정보를 제공합니다.

Optimize 세션의 운영 실행 시마다 보고서가 자동으로 생성됩니다. 예를 들어, 비교할 목적으로 현재 Optimize 세션 실행에 대한 최신 보고서 집합을 보거나 이전 실행에 대한 보고서에 액세스할 수 있습니다. 분석 탭의 보고서 실행 드롭다운 리스트를 사용하면 보려는 특정 Optimize 세션 실행을 선택할 수 있습니다. 최적화 실행은 시간 역순으로 나열되며 날짜 및 시간, 세션을 실행한 사람, 실행 상태 등이 표시됩니다.

모든 Optimize 보고서는 최적화 세션의 분석 탭에서 확인할 수 있습니다. 최적화 세션이 아직 실행되지 않은 경우 보고서에 "보고서 데이터가 존재하지 않습니다."라고 표시됩니다.

보고서를 보는 방법

이 섹션에서는 Optimize 보고서 작업에 대한 기본 정보를 제공합니다. Optimize 세션을 실행하면 항상 일련의 Optimize 보고서가 생성됩니다. 보려는 보고서 집합을 실행 날짜를 기준으로 선택할 수 있으며, Optimize 세션의 분석 탭에서 Optimize 보고서를 볼 수 있습니다.

1. Optimize 세션에서 분석 탭을 클릭합니다.
분석 탭이 열립니다.
2. 보고서 실행 리스트에서 확인할 보고서가 속한 Optimize 세션을 선택합니다.
3. 보고서 유형 리스트에서 보려는 보고서를 선택합니다.
보고서가 표시됩니다.

실행 기록을 지우는 방법

Optimize에서는 Optimize 세션의 모든 운용 실행에서 생성된 모든 데이터가 Optimize 서버 호스팅 시스템에 보존됩니다. 실행 기록을 지워 Optimize 세션과 관련된 모든 운용 실행 데이터를 정기적으로 제거하는 방법으로 디스크 공간을 확보할 수 있습니다. 실행 기록을 지우면 `UACO_SesnRunHist` 테이블도 지워집니다.

※ 실행 기록을 지우면 보고용으로 보존된 모든 통계를 삭제하게 됩니다. 이 Optimize 세션에 대한 모든 Optimize 보고서에 "보고서 데이터가 존재하지 않습니다."라고 표시됩니다.

1. 실행 기록을 삭제할 Optimize 세션을 엽니다.
확인 대화 상자가 나타납니다.
2. 실행 아이콘을 클릭하고 실행 기록 지우기를 선택합니다.
3. 확인을 클릭하여 실행 기록을 삭제합니다.

Optimize에서 모든 실행 기록이 삭제됩니다. Optimize 세션의 분석 탭에 해당하는 데이터도 모두 삭제됩니다.

오퍼 필터링 요약 보고서

오퍼 필터링 요약 보고서에는 Optimize 세션에서 각 규칙에 따라 제거되는 제안된 컨택 수 및 관련 백분율이 표시됩니다.

※ 모든 제외/포함 규칙의 개수는 이 보고서에서 단일 항목으로 보고됩니다(제외 규칙을 개별적으로 구분하는 기능은 지원 안 됨).

최적화된 컨택 리스트의 존속 컨택 수가 너무 많거나 너무 적은 경우, 이 보고서를 통해 각 규칙이 미치는 영향을 파악하고 필요에 따라 규칙을 수정하여 제한 수준을 높이거나 낮출 수 있습니다.

☼ 규칙은 규칙 탭에 나타나는 것과 동일한 순서로 표시되지만 최적화 프로세스 중에는 순차적으로 적용되지 않습니다. Optimize에서의 규칙 적용 순서는 최적화 결과에 영향을 미치지 않습니다.

Optimize는 일반적으로 다음 순서로 규칙을 신뢰합니다.

1. 제외/포함 규칙
2. 용량 규칙

☼ 용량 규칙에 부여된 신뢰도는 대략적인 것일 수 있습니다. 첫째, 오퍼 제외에 적용할 수 있는 용량 규칙이 여러 개인 경우 각 규칙에는 일정 백분율의 신뢰도가 부여됩니다. 예를 들어 세 가지 용량 규칙에 의해 오퍼가 제외된 경우 각 규칙에는 신뢰도가 33%씩 부여됩니다. 둘째, 용량 규칙 및 각 고객의 경우 규칙에 의해 컨택이 제외되는 경우에는 각 고객의 경우 규칙에 신뢰가 부여될 수 있습니다.

3. 각 고객의 경우 규칙

한 규칙 유형 내에서, 오퍼 필터링 요약 보고서는 최적화 세션의 규칙 탭에 나열되는 순서대로 규칙을 신뢰합니다.

페이지의 정보는 다음과 같이 구성됩니다.

요소	설명
오퍼 수(최적화 이전)	제안된 컨택의 총 수입니다.
규칙 이름	규칙의 이름입니다. "제외/포함"은 모든 제외/포함 규칙을 나타냅니다.
이 규칙에 의해 제거	규칙에 의해 제거되는 제안된 컨택의 수이며, 규칙에 의해 제거되는 컨택의 백분율이 괄호 안에 표시됩니다.
이 규칙 이후 나머지	규칙 실행 후 남은 제안된 컨택의 수이며, 남은 컨택의 백분율이 괄호 안에 표시됩니다.
제거된 총 항목	최적화에 따라 제거되는 제안된 컨택의 총 수이며, 규칙에 의해 제거되는 총 컨택의 백분율이 괄호 안에 표시됩니다.
총 나머지(최적화 이후)	최적화 실행 후 남은 총 컨택 수이며, 남은 컨택의 백분율이 괄호 안에 표시됩니다.

캠페인별 고객 재분포 보고서

캠페인별 고객 재분포 보고서에는 최적화 이전 서로 다른 캠페인의 대상 고객을 서로 겹칠 수 있는 방식 및 최적화 이후 고객 이동이 표시됩니다. 고객 이동은 두 개 이상의 캠페인에서 공통으로 대상으로 했을 때 각 캠페인에서 손실된 고객 수에 대한 분석입니다. 이 보고서를 사용하면 마케팅 담당자는 여러 캠페인에 공통되는 수신자를 대상으로 할 경우 여러 캠페인이 서로 어떻게 겹칠 수 있는지 그리고 캠페인이 최적화 규칙을 기반으로 다른 캠페인의 고객을 어떻게 잠식하는지 등을 분석할 수 있습니다.

이 보고서의 정보는 테이블 두 개와 3차원 막대 그래프로 나타냅니다.

최적화 이전 테이블에는 다음 정보가 표시됩니다.

열	설명
캠페인 이름	이 Optimize 세션에 참여하는 캠페인의 이름입니다.
초기 고객 수	옵트아웃 제거 후, 즉 제외/포함 규칙에 따라 고객을 제거한 후 캠페인에서 대상으로 하는 고유 고객의 수입니다.
공유 수	다른 캠페인과 공유된 총 고유 고객 수, 즉 동일한 Optimize 세션 내의 다른 캠페인에서도 동시에 대상으로 하는 고유 고객의 수입니다.
공유된 고객	각 캠페인에서 공통적으로 대상으로 하는(공유된) 고유 고객의 수입니다.
공유되지 않음	해당 캠페인에 고유한 고객의 수, 즉 동일한 Optimize 세션에 참여하는 다른 캠페인에서 대상으로 하지 않는 고객의 수입니다.

최적화 이후 테이블에는 다음 정보가 표시됩니다.

열	설명
캠페인 이름	이 Optimize 세션에 참여하는 캠페인의 이름입니다.
최적화된 고객 수	최적화 이후 캠페인에서 대상으로 하는 존속 고유 고객의 수입니다.
손실 수	Optimize 세션을 통해 이 캠페인에서 제거된 총 고유 고객 수입니다.
손실된 고객	Optimize 세션에 참여하는 다른 캠페인에게 손실된 고유 고객의 수, 즉 이 캠페인에서 컨택이 허용되지 않지만 다른 캠페인에서 컨택이 허용되는 고객의 수입니다.
공유되지 않음	이 캠페인에 있으며 다른 참여 캠페인에서 컨택이 허용되지 않는 고객의 수입니다.

막대 그래프에 최적화 이후 데이터가 그래픽으로 표시됩니다.

유형 및 세그먼트별 오퍼 보고서

유형 및 세그먼트별 오퍼 보고서에서 Optimize 세션 실행 전후에 오퍼를 수신하는 고객의 수는 표시된 각 세그먼트에 나타납니다. 이 보고서를 참고하면 전략적 세그먼트에 대한 오퍼의 분포를 파악할 수 있습니다. 오퍼 및 전략적 세그먼트는 Campaign에 정의되어 있습니다.

☀ Optimize에서는 이 보고서에 표시되는 오퍼 및 고객 세그먼트를 제어합니다. 지정된 오퍼 및 전략적 세그먼트만 이 보고서에 나타나며 오퍼는 페이지 하단에, 세그먼트는 보고서 상단을 가로질러 표시됩니다. 보고서에 표시할 오퍼 및 세그먼트 선택에 대한 자세한 내용은 [오퍼 및 전략적 세그먼트를 선택하는 방법](#)을 참조하십시오.

또한 이 Optimize 세션 내에서 임의의 규칙에 사용된 모든 오퍼는 표시하도록 특별히 선택하지 않더라도 이 보고서에 자동으로 포함됩니다.

최적화 이후 테이블에서는 다음 옵션을 링크로 사용할 수 있습니다.

- **비용 합계 표시** — 고객 세그먼트에 대한 오퍼와 관련하여 제안된 컨택 전체의 비용 합계를 표시하려면 이 옵션을 사용합니다. 제안된 컨택 테이블의 오퍼당 비용 필드가 참여 캠페인에 의해 채워진 경우에만 이 값을 사용할 수 있습니다.
- **스코어 합계 표시** — 최적화 이전 테이블에서 고객 세그먼트에 대한 오퍼와 관련하여 제안된 컨택 전체의 스코어 합계 및 최적화 이후 테이블에서 최적화된 컨택에 대한 스코어 합계를 표시하려면 이 옵션을 사용합니다. 점수 필드는 Optimize 세션의 점수 부여 탭에서 지정된 필드이거나 오퍼/세그먼트 점수 행렬에 입력한 값입니다.

이 옵션 중 하나 또는 모두를 개별적으로 활성화할 수 있습니다. 비용 합계 및/또는 스코어 합계가 표시되고 나면 이들 각각에 대해 비용 합계 숨김 또는 스코어 합계 숨김 링크를 클릭하여 보고서에서 합계를 제거할 수 있습니다. 이 보고서의 정보는 테이블 두 개와 막대 그래프 두 개로 나타납니다.

최적화 이전 및 최적화 이후 테이블에는 각 세그먼트에 대한 다음 정보가 표시됩니다.

요소	설명
오퍼 이름	각 오퍼의 이름이며, 첫 번째 행에는 모든 오퍼가 표시됩니다.
세그먼트	각 열에 전략적 세그먼트가 표시되며, 첫 번째 행에는 모든 고객이 표시됩니다.
수	이 열에는 이 Optimize 세션에 있는 모든 참여 캠페인의 전략적 세그먼트 및 오퍼에 대한 컨택 수가 표시됩니다. 최적화 이전 테이블에서 이 열은 옵트아웃 제거 후, 즉 제외/포함 규칙을 적용한 후의 컨택 수입니다.

첫 번째 막대 그래프에는 최적화 이전 데이터가 그래픽으로 표시되며, 두 번째 막대 그래프에는 최적화 이후 데이터가 그래픽으로 표시됩니다.

오퍼 및 전략적 세그먼트를 선택하는 방법

1. Optimize 세션의 요약 탭으로 이동합니다.
2. 다음 옵션 중 하나를 클릭합니다.
 - a. 표시된 오퍼
 - b. 표시된 세그먼트
 표시된 오퍼 또는 표시된 세그먼트 섹션이 확장됩니다.
3. 다음 옵션 중 하나를 클릭합니다.

- a. 표시된 오퍼 편집
 - b. 표시된 세그먼트 편집
- 표시된 오퍼 또는 표시된 세그먼트 페이지가 나타납니다.
4. 포함할 오퍼 또는 전략적 세그먼트를 선택합니다.
Shift 또는 **Ctrl** 키를 누른 채로 클릭하여 여러 오퍼 또는 세그먼트를 선택할 수 있습니다.
 5. 오른쪽을 향한 이중 화살표를 클릭하여 오퍼 또는 전략적 세그먼트를 포함된 오퍼 또는 포함된 세그먼트 섹션으로 이동합니다.
 6. 오퍼 또는 전략적 세그먼트의 순서를 변경하려면 이동할 항목을 선택하고 위쪽 또는 아래쪽을 향한 화살표를 사용합니다.
 7. 변경 내용 저장을 클릭합니다.
 요약 탭이 나타납니다.

캠페인 최적화 요약 보고서

캠페인 최적화 요약 보고서에는 표시된 각 전략적 세그먼트 관련 패키지, 트랜잭션, 오퍼 프레젠테이션, 고유 오퍼, 개별 컨택 날짜, 고유 컨택 채널의 수가 표시됩니다. Optimize 세션을 실행하기 이전과 이후 이 값의 백분율 변화도 선택적으로 표시할 수 있습니다. 최적화 이후 테이블 아래의 규칙 하단에 있는 비율 표시 링크를 사용하여 이 표시를 제어할 수 있습니다.

최적화 이전 및 최적화 이후 테이블에는 다음 정보가 표시됩니다.

요소	설명
최적화 프로세스 이름	이 Optimize 세션에 참여하는 각 최적화 프로세스의 프로세스 이름입니다.
전송된 패키지 수	<p>지정된 캠페인의 대상 구성원에게 전송되는 총 패키지 수입니다. 패키지는 단일 최적화 프로세스에서 동일한 대상 개체에 제공되는 모든 오퍼로 정의됩니다.</p> <p>예를 들어 대상 셀의 고가치(high-value) 고객 500명이 Optimize1에서 처리되고 중가치(medium-value) 고객 1000명이 Optimize2에서 처리되는 경우, 이 캠페인에서 전송되는 총 패키지 수는 $500+1000=1500$입니다(각 패키지 내의 개별 오퍼의 수와는 관계없음).</p>
오퍼 프레젠테이션 수	<p>지정된 캠페인의 대상 구성원에게 제공되는 개별 오퍼의 수입니다.</p> <p>예를 들어 대상 셀의 고가치(high-value) 고객 100명 각자가 매일당 오퍼 두 개씩 수신한 경우 표시되는 오퍼의 수는 $2*100=200$입니다.</p>

요소	설명
지정된 고유 오퍼 수	<p>지정된 캠페인에서 사용되는 다양한 오퍼의 수입니다.</p> <p>예를 들어 고가치(high-value) 고객에게 오퍼 A 및 B가 제공되고 저가치(low-value) 고객에게 오퍼 B 및 C가 제공되는 경우, 이 캠페인에서 제공되는 고유 오퍼 수는 3개(A, B, C)입니다.</p>
고유한 컨택 날짜 수	<p>지정된 캠페인에서 임의의 구성원에게 제공되는 다양한 컨택 날짜의 수입니다.</p> <p>예를 들어 Optimize1에서 1/1/07에 서신이 전송되고 Optimize2에서 2/1/07에 패키지가 전송되는 경우, 총 고유 컨택 수는 2입니다(1월 1일 및 2월 1일).</p>
고유한 컨택 채널 수	<p>지정된 캠페인에서 임의의 구성원과 통신하는 데 사용되는 다양한 컨택 채널의 수입니다.</p> <p>예를 들어 오퍼 A에 “DM” 채널이 있고 오퍼 B에는 “전자 메일” 채널이 있으며 지정 캠페인에서 두 오퍼를 모두 제공하는 경우 고유 채널 수는 2입니다(DM 및 전자 메일).</p> <p>☀ 이 값은 오퍼의 채널 속성을 기준으로 계산됩니다.</p>

일정 기간 동안 채널 사용 보고서

일정 기간 동안 채널 사용 보고서에는 이 Optimize 세션에 참여하는 모든 캠페인에 대해 컨택 날짜의 총 기간에 걸친 채널별 컨택 수가 표시됩니다.

☀ 채널이 참여 캠페인의 제안된 오퍼에서 사용되었는지와 관계없이 해당 채널 오퍼의 속성 값은 모두 이 보고서에 행으로 나타납니다.

보고서에는 다음 정보가 표시됩니다.

요소	설명
채널 이름	채널의 이름 또는 모든 채널입니다.
초기 오퍼 수	옵트아웃 제거 후, 즉 제외/포함 규칙을 실행한 후 모든 캠페인에서 지정된 채널에 제공되는 오퍼의 수입니다.
최적화된 오퍼 수	Optimize 세션 실행 후 모든 캠페인에서 지정된 채널에 제공되는 오퍼의 수입니다.
날짜	<p>지정된 통신 채널에서 지정된 기간 동안 발생한 컨택 수입니다.</p> <p>이 열은 최적화 기간에 표시된 날짜 범위에 따라 일, 주, 월, 분기의 증분으로 표시됩니다.</p>

각 열은 다음과 같이 날짜 증분으로 표시됩니다.

- 일 - 최적화 기간이 2주 이하인 경우. 예를 들어 최적화 기간이 4/1/07에 시작하여 8일인 경우 각 머리글에 4/1/07, 4/2/07, 4/3/07 등이 있는 8개의 열이 표시됩니다.
- 주 - 최적화 기간이 2주가 넘는 경우. 예를 들어 최적화 기간이 4/1/07에 시작하여 3주인 경우 각 머리글에 4/1/07-4/7/07, 4/8/07-4/14/07, 4/15/07-4/21/07이 있는 3개의 열이 표시됩니다.
- 월 - 최적화 기간이 3개월이 넘는 경우. 예를 들어 최적화 기간이 4/1/07에 시작하여 4개월인 경우 각 머리글에 4/1/07-4/30/07, 5/1/07-5/30/07, 5/31/07-6/29/07, 6/30/07-7/28/07이 있는 4개의 열이 표시됩니다.

☼ 1개월은 30일 기간으로 정의됩니다. 예를 들어 특정 월이 5/07와 같이 31일로 구성된 경우, 열 머리글에는 해당 월 전체가 아니라 30일 기간이 반영되어 나타납니다. 다시 말해서, 5/1/07-5/31/07이 아니라 5/1/07-5/30/07로 표시됩니다.

- 분기 - 최적화 기간이 8개월이 넘는 경우. 예를 들어, 최적화 기간이 4/1/07에 시작하여 9개월인 경우 각 머리글에 4/1/07-6/29/07, 6/30/07-9/28/07, 9/29/07-12/28/07이 있는 3개의 열이 표시됩니다.

☼ 1분기는 90일 기간으로 정의됩니다. 예를 들어 분기 내의 특정 월이 31일로 구성된 경우, 열 머리글에는 해당 분기를 구성하는 전체 3개월이 아니라 90일 기간이 반영되어 나타납니다. 다시 말해서, 4/1/07-6/30/07이 아니라 4/1/07-6/29/07로 표시됩니다.

테이블 아래의 3차원 막대 그래프에는 시간 경과 후 채널 데이터가 그래픽으로 표시됩니다.

고객 상호 작용 볼륨 보고서

고객 상호 작용 볼륨 보고서에는 최적화 후 전략적 세그먼트별로 최소, 최대, 평균 컨택 수가 표시됩니다. 이 보고서를 검토하면 각 전략적 세그먼트에 수행하는 다양한 통신 수의 범위(패키지 또는 간섭)를 알 수 있습니다.

보고서에는 다음 정보가 표시됩니다.

요소	설명
세그먼트 이름	세그먼트의 이름 또는 모든 세그먼트입니다.
평균 패키지 수	지정된 전략적 세그먼트의 각 구성원에게 전송되는 평균 패키지 수입니다. 이 값은 세그먼트에서 수행된 총 컨택 수를 세그먼트의 구성원 수로 나누어 계산됩니다.
최소치	지정된 세그먼트의 고객별 최소 패키지 수입니다.
최대치	지정된 세그먼트 내 임의의 구성원에게 전송되는 최대 패키지 수입니다.

용량 규칙 민감도 보고서

용량 규칙 민감도 보고서에는 최소/최대 오퍼 용량 규칙이나 사용자 정의 용량 규칙과 같은 모든 용량 규칙과 관련 민감도가 나열됩니다.

민감도 값은 자원 단위를 추가하기 위한 한계 수익, 즉 한정된 자원을 한 단위씩 증가해 가면서 예측할 수 있는 전체 스코어 변화입니다. 자원 단위는 생성한 용량 규칙에 대해 정의되며 규칙마다 다를 수 있습니다. 예를 들어 "'모든 오퍼' 오퍼/오퍼 리스트에서 '모든 채널' 채널을 통해 보내는 트랜잭션에 대한 CostPerOffer의 합계는 \$100,000 이하여야 합니다"라는 사용자 정의 용량 규칙이 있다고 가정합니다. 민감도가 67인 경우 예산 값을 \$100,000에서 \$100,001로 한 단위 높이면 최적화된 스코어의 전체 합계는 67만큼 증가합니다. 스코어는 표시를 위해 설정한 값을 의미하며 예를 들어 응답 가능성, 금액(수익이나 매출의 경우) 등이 있습니다. 마찬가지로, 최소/최대 오퍼 용량 규칙을 생성하는 경우 민감도는 사용 가능한 최대 오퍼 수를 1만큼 높여서 구하는 추가 스코어 값을 나타냅니다.

최소값을 사용하여 최소/최대 오퍼 용량 규칙을 생성하는 경우 민감도는 음수일 수 있습니다. 여기서도 민감도는 최소값을 1만큼 높여(예: 100에서 101로 높임) 결정됩니다. 최소값을 증가시키면 문제가 훨씬 더 제한되므로 스코어가 음수로 변경될 가능성이 큼니다.

이 보고서를 사용하면 용량 제한조건 구현 비용을 분석할 수 있습니다. 이상적으로 말하자면, 최소 또는 최대 용량 제한조건이 없으며 비즈니스에서 최적화 결과를 사용하여 스코어를 최대화하는 방식으로 재고 및 기타 자원을 적용하는 것이 좋습니다. 민감도 값을 살펴보면 현재 임계값과 함께 최대 용량 규칙을 적용하여 비용(손실되는 스코어의 양)을 확인할 수 있습니다. 예산 규칙의 예에서 민감도 값이 1,000이라면(이 스코어는 수익성을 달러 단위로 나타냄) 추가 1달러 소비 시 추가로 \$1,000의 수익이 발생함을 의미합니다. 민감도 값이 높으면 최대 용량 제한조건을 제거하거나 완화하는 방법을 고려해야 합니다. 같은 원리로, 민감도 값이 낮으면 기회 손실이 적음을 나타냅니다. 예를 들어 민감도 값이 \$0.25인 경우에는 추가 1달러를 소비하여 25센트의 수익을 획득하는 것이 허용할 만한 수준입니다.

Optimize 리스트 포틀릿

이 섹션에서는 대시보드에서 사용할 수 있는 표준 Optimize 포틀릿에 대해 설명합니다.

이러한 포틀릿은 IBM Unica Marketing 대시보드에서만 사용할 수 있습니다.

보고서	설명
내 최근 최적화 세션	30일 이내에 보고서를 본 사용자가 실행한 최근 10개의 Optimize 세션 리스트.
최근 성공한 최적화 실행 인스턴스	30일 이내에 성공적으로 완료된 보고서를 본 사용자가 실행한 최근 10개의 Optimize 세션 리스트.
최근 실패한 최적화 실행 인스턴스	30일 이내에 성공적으로 완료되지 않은 보고서를 본 사용자가 실행한 최근 10개의 Optimize 세션 리스트.

A IBM Unica Optimize 관리

- Optimize 관리
- Optimize 유틸리티 사용
- Optimize 리스너
- 다중 로케일 환경을 위한 Optimize 구성
- 데이터베이스 로드 유틸리티 구성
- 프로세스에 대한 가상 메모리 할당 증가(UNIX만 해당)
- 최적화 알고리즘 조정

Optimize 관리

최적화 규칙과 최적화 전 및 최적화 후 플로차트를 구성하는 것 이외에도 Optimize의 다른 측면을 구성하여 성능을 향상하고 Campaign 다중 로케일 기능을 사용하는 등의 작업을 할 수 있습니다. 이 섹션에서는 Optimize 설치를 향상시키기 위해 수행할 수 있는 여러 선택적 구성 단계에 대해 설명합니다.

Optimize 유틸리티 사용

Optimize 유틸리티에서 명령행 유틸리티를 사용하여 Optimize 세션을 로드, 실행 및 모니터링할 수 있습니다. cron 또는 Microsoft Windows 작업 스케줄러와 같이 Marketing Platform과 함께 제공되지 않는 일반 일정 도구를 사용하여 Optimize 세션의 자동 실행을 설정할 수 있습니다. 지원되는 모든 플랫폼에서 Optimize 유틸리티를 실행할 수 있습니다.

Optimize 유틸리티에 대한 선행 조건

Optimize 유틸리티를 사용하는 데 필요한 선행 조건은 다음과 같습니다.

- Campaign 웹 응용 프로그램 및 Marketing Platform이 실행 중이어야 합니다.
- Optimize 서버가 Campaign 웹 응용 프로그램의 HTTP(S) 포트에 액세스할 수 있어야 합니다.
- Optimize 서버에 Java가 설치되어야 합니다.

- OPTIMIZE_HOME 환경 변수가 Optimize 서버에 정의되고 Optimize 설치 디렉토리를 가리켜야 합니다.
- JAVA_HOME 환경 변수가 Optimize 서버에 정의되고 Java가 설치된 위치를 가리켜야 합니다.

Optimize 명령행 유틸리티

명령행에서 Optimize 유틸리티를 시작합니다. 명령 프롬프트를 열고 Optimize를 설치한 디렉토리의 /tools/bin directory로 이동합니다.

```
ACOOptAdmin -sn 세션 -u username [-p password] [-async] [-locale localecode] [-stop]
```

ACOOptAdmin 유틸리티에는 다음 매개변수가 있습니다.

- **-sn session** - Optimize 세션 이름을 지정합니다. 이 항목은 필수 매개변수입니다. 예를 들어 HolidayFundRaiser라는 세션을 지정하려면 다음을 입력합니다.

```
ACOOptAdmin -sn HolidayFundRaiser
```

세션이 폴더 안에 있는 경우 슬래시(/) 또는 백슬래시(\)로 분리하여 폴더 이름을 넣습니다. 예를 들면 다음과 같습니다.

```
ACOOptAdmin -sn MktFolder/HolidayFundRaiser
```

텍스트에 공백을 허용하려면 세션 이름을 큰따옴표로 묶습니다. 예를 들면 다음과 같습니다.

```
ACOOptAdmin -sn "Holiday Mailing"
```

- **-u username** - Optimize에 로그인하는 데 사용하는 사용자 이름을 지정합니다. 이 항목은 필수 매개변수입니다.
- **-p password** - 사용자 이름에 대한 암호를 지정합니다. 암호가 비어 있는 경우 이 매개변수를 생략할 수 있습니다.
- **-async** - Optimize 세션을 비동기식으로 실행하여 즉시 반환합니다. 이 항목은 옵션 매개변수입니다. 기본 설정은 Optimize 유틸리티를 동기식으로 실행하여 Optimize 세션 실행이 완료되면 반환하는 것입니다.
- **-locale localecode** - Optimize 유틸리티에서 생성된 메시지를 인쇄할 언어를 지정합니다. 이 항목은 옵션 매개변수입니다. 기본값은 en_US입니다.
- **-stop** - 최적화 세션 실행을 중지합니다.

이 명령은 세션을 즉시 중지하는 것이 아니라 최적화 알고리즘의 다음 논리 단계에서 세션을 중지하여 데이터 손상 없는 원활한 종료를 보장합니다. 프로세스가 중지하기 까지 몇 분이 걸릴 수 있습니다.

이러한 매개변수를 명령행에서 임의의 순서로 지정할 수 있습니다.

Optimize 리스너

명령행에서 Optimize 리스너를 시작 및 중지할 수 있습니다. 명령 프롬프트를 열고 Optimize를 설치한 디렉토리의 `/bin` 디렉토리로 이동합니다.

```
ACOServer -start|stop
```

Windows 시스템에서는 `ACOServer.bat`를 사용하고 UNIX 시스템에서는 `ACOServer.sh`를 사용합니다.

ACOServer 유틸리티에는 다음 매개변수가 있습니다.

- `-start` - Optimize 리스너를 시작합니다.
- `-stop` - Optimize 리스너를 중지합니다.

ACOServer가 올바르게 실행되도록 몇 가지 구성을 변경해야 합니다. 자세한 내용은 *IBM Unica Optimize 설치 가이드*를 참조하십시오.

다중 로케일 환경을 위한 Optimize 구성

Optimize는 단일 설치에 다국어와 다중 로케일을 지원합니다. 다중 로케일 기능을 사용하려면 데이터베이스에 몇 가지 설정을 구체적으로 지정해야 합니다. 다중 로케일 기능에 대한 자세한 내용은 *IBM Unica Campaign 설치 가이드*를 참조하십시오.

- Optimize 서버 설정을 구성할 때 Oracle 데이터베이스를 사용하는 경우 다음을 Optimize 서버 파일에 추가하십시오.

```
set NLS_LANG=AMERICAN_AMERICA.UTF8
```

- 데이터베이스 테이블을 구성할 때에는 `Campaign/ddl/unicode` 디렉토리에서 다음 스크립트 중 하나를 실행하여 시스템 테이블을 만듭니다.
 - SQL 서버 데이터베이스의 경우 `aco_systab_sqsvr.sql`
 - DB2 데이터베이스의 경우 `aco_systab_db2.sql`
 - Oracle 데이터베이스의 경우 `aco_systab_ora.sql`

데이터베이스 로드 유틸리티 구성

Optimize는 데이터베이스 로드 유틸리티 구현에 대해 Campaign과 같은 구성 설정을 사용합니다. Campaign이 데이터베이스 로드 유틸리티와 작동하도록 구성된 경우 Optimize가 같은 명령을 사용하도록 구성된 것입니다. 마찬가지로 Optimize가 데이터베이스 로드 유틸리티와 작동하도록 구성하면 Campaign이 데이터베이스 로드 유틸리티와 작동하도록 구성하는 것입니다. 각 다른 루트 디렉토리(Campaign의 경우 `/Campaign`, Optimize의 경우 `/Optimize`)를 가정하므로 loader 명령과 템플릿 파일에 다른 명령을 지정할 수 있습니다.

최적화 세션의 많은 부분은 PCT에서 데이터를 읽고 OCT에 데이터를 쓰는 작업입니다. 데이터베이스 로드 유틸리티를 구성하면 최적화 세션의 성능이 향상되므로 사용하는 것이 좋습니다. 데이터베이스 로드 유틸리티는 또한 PCT 테이블에 Campaign 플로차트를 채울 때에도 성능을 향상시킵니다.

- Campaign 설명서에 나와 있는 대로 Campaign 파티션에서 데이터베이스 로드 유틸리티 구성을 완료하십시오.
- Optimize 설치가 Campaign과 같은 위치에 데이터베이스 로드 유틸리티 명령을 가지고 있는지 확인합니다.

Campaign과 Optimize 모두 Campaign > Partitions > PartitionN > DataSources > DataSourceName > LoaderCommand 등록 정보를 참조하므로 두 시스템에 같은 상대 폴더 구조를 만들어야 합니다.

예를 들어, LoaderCommand가

/app/Unica/Campaign/partitions/partition1/scripts/load.sh인 경우 load.sh를 Optimize 시스템의

/app/Unica/Optimize/partitions/partition1/scripts로 복사해서 필요에 따라 디렉토리를 만듭니다.

- Optimize 설치가 Campaign과 같은 위치에 데이터베이스 로드 유틸리티에 대한 컨트롤 파일 템플릿을 가지고 있는지 확인합니다.

Campaign > Partitions > PartitionN > DataSources > DataSourceName > LoaderControlFileTemplate에 정의된 파일은 Campaign 및 Optimize 시스템에 모두 존재해야 합니다. 컨트롤 파일 템플릿은 같은 상대 디렉토리에 있어야 합니다.

Campaign 시스템에서 파일은 /Campaign에 상대적이어야 합니다(예: /Campaign/partitions/partition1/scripts). Optimize 시스템에서 파일은 /Optimize에 상대적이어야 합니다(예: /Optimize/partitions/partition1/scripts).

UNIX 시스템에서는 소프트링크를 사용하여 Optimize 디렉토리에 컨트롤 파일 템플릿을 만듭니다. 예를 들어, /Optimize/partitions/partition1/scripts 디렉토리에서 다음 명령을 실행합니다.

```
ln -s /Campaign/partitions/partition1/scripts/load.ctr load.ctr
```

프로세스에 대한 가상 메모리 할당 증가(UNIX만 해당)

많은 양의 데이터를 처리하거나 멀티 스레드 최적화를 사용하는 경우 Optimize에서 더 많은 가상 메모리를 사용하도록 허용해야 할 수 있습니다. /bin/ACOServer.sh에서 ulimit를 설정하여 가상 메모리를 구성할 수 있습니다. Optimize는 기본적으로 ulimit를 1Gb(1048576)로 설정합니다.

Optimize 서버가 전용 서버에서 실행되는 경우 ulimit를 unlimited로 설정해야 합니다. 그렇지 않을 경우 ulimit를 가능한 높게 설정하십시오.

ulimit 값을 변경하려면 ACOServer.sh의 다음 텍스트 줄을 편집합니다.

```
iDataMin=1048576
```

1048576을 가상 메모리의 유효한 양으로 변경합니다. 유효 값을 포함하여 ulimit에 대한 자세한 내용은 운영 체제의 설명서를 참조하십시오.

Windows 시스템에는 ulimit와 같은 것이 없으며 유효 값은 unlimited입니다.

최적화 알고리즘 조정

최적화 알고리즘의 동작을 변경하기 위해 구성할 수 있는 설정이 몇 가지 있습니다. 이 설정을 변경하여 최적성을 향상하거나 성능을 개선할 수 있습니다. 이러한 매개변수는 전역적으로 또는 Optimize 세션당 설정할 수 있습니다. 전역 설정은 Campaign > partitions > partition[n] > Optimize > AlgorithmTuning 범주의 구성 페이지에서 사용 가능한 구성 매개변수입니다. Optimize 세션 수준 매개변수는 Optimize 세션 요약 탭에서 고급 설정으로 사용 가능합니다.

이 세션을 정밀 조정하는 것은 반복적 과정이며 하드웨어 유형 및 구성, 데이터 집합 및 최적화 규칙을 포함한 특정 환경에 따라 매우 다릅니다. 다음 섹션에서는 Optimize 성능을 조정할 때 따라야 할 지침을 제공합니다.

관련 주제

- Optimize 세션 수준 고급 설정

멀티 스레드 최적화

멀티 스레드 최적화를 활성화하여 Optimize 성능을 향상시킬 수 있습니다. 즉, Optimize 세션을 실행하는 데 소요되는 시간을 줄일 수 있습니다. 멀티 스레드 최적화를 활성화하려면 EnableMultithreading 구성 등록 정보를 true로 설정합니다.

✧ 여러 CPU 또는 코어가 있는 경우 사용할 수 있는 CPU 또는 코어 수, 다시 말해 최대 스레드 수는 Optimize 라이선스로 제한할 수 있습니다. 자세한 내용은 IBM Unica 담당자에게 문의하십시오.

멀티 스레드 최적화를 활성화하면 Optimize 성능을 크게 증가시킬 수 있습니다. 성능 향상 정도는 사용하는 최적화 규칙의 유형, 해당 규칙과 데이터와의 상호 작용, 데이터베이스 I/O의 속도, 하드웨어의 유형 및 구성 등 다양한 요소에 따라 달라집니다. 달성 가능한 최대 병렬 단계는 프로세싱의 비병렬 부분의 제어를 받으며 Optimize 세션에서 Optimize 세션에 따라 다릅니다.

일반적으로 다음과 같은 지침을 사용합니다.

- 멀티 스레드 최적화를 활성화하면 최적화 단계의 성능만 향상시킬 수 있습니다.

최적화 세션 실행의 많은 부분에는 최적화 규칙을 나타내는 제안된 컨택 테이블(PCT)에서 데이터 읽기, 데이터베이스에서 데이터 준비 및 가져오기, 청크 무작위화 및 생성, 최적화된 컨택 테이블(OCT)에 쓰기가 포함됩니다. 멀티 스레드 최적화는 순차적으로 실행되는 이러한 프로세스에 영향을 미치지 않습니다. PCT 읽기와 OCT 쓰기의 성능을 향상시키려면 데이터베이스 로드 유틸리티를 사용하고 데이터베이스 구성을 최적화해 보십시오.

- 최적화 세션에 고객 교차적 규칙을 사용하지 않을 경우 멀티 스레드 최적화의 향상은 제한적입니다.

Optimize는 고객 교차적 규칙을 구현하는 알고리즘을 처리할 때 멀티 스레드 최적화를 가장 많이 활용합니다.

- 일반적으로 성능을 극대화하기 위해서는 사용 가능한 최대 스레드 수가 최고로 달성 가능한 병렬 단계와 같거나 높아야 합니다. 하지만 다른 하드웨어 제한으로 인해 멀티 스레드의 성능 향상이 줄어들 수 있습니다. 예를 들어, 사용 중인 스레드 수를 지원하는 데 사용 가능한 RAM이 충분하지 않은 경우 최적화 세션이 실행되지 않을 수 있습니다. 또는 하드웨어에 여러 CPU 대신 여러 코어가 있는 경우 여러 하드웨어 스레드가 같은 캐시를 사용하므로 성능이 캐시 I/O에 의해 제한될 수 있습니다.

고객 교차적 규칙을 처리하는 스레드의 수는

MaxCustomerSampleProcessingThreads 구성 등록 정보를 사용하여 정의할 수 있습니다. 사용 가능한 RAM과 하드웨어 성능 특성에 따라 이 설정의 최적 값을 찾기 위해 시스템을 조정해야 할 수 있습니다.

- 스레드당 RAM 사용은 감소하므로 CustomerSampleSize가 작을수록 더 많은 스레드를 병렬로 실행할 수 있습니다. 하지만 이 값을 감소시키면 청크를 처리하는 데 필요한 시간도 감소하면서 청크 처리와 전처리 간의 할당량이 감소되어 전처리 할당량은 곧 병목이 됩니다.
- 고객 교차적 규칙을 처리하는 스레드 수를 최적화한 경우 고객 샘플에서 데이터를 읽는 데 사용하는 스레드 수 또는 최적화된 컨택을 스테이징 테이블에 쓰는 데 사용하는 스레드 수를 증가시켜 성능을 더욱 향상시킬 수 있습니다.

고객 샘플에서 데이터를 읽는 스레드의 수는 ProcessingThreadQueueSize 구성 등록 정보를 사용하여 정의할 수 있습니다. 스테이징 테이블에 데이터를 쓰는 스레드의 수는 PostProcessingThreadQueueSize 구성 등록 정보를 사용하여 정의할 수 있습니다.

구체적인 Optimize 구현을 위해 멀티 스레드 최적화를 조정하는 방법은 IBM Unica 담당자에게 문의하십시오.

고객 샘플 크기 설정

최적성을 유지하면서 최고의 Optimize 세션 실행 시간을 위해 CustomerSampleSize를 올바르게 구성하려면 몇 가지 고려할 사항이 있습니다.

고객 샘플 크기 및 "청크"

Optimize는 제안된 컨택을 "청크"라는 고객의 무작위 하위 샘플로 나눕니다. 단일 고객에 속하는 모든 제안된 컨택과 컨택 기록은 해당 고객이 속한 청크의 해당 고객과 함께 처리됩니다(한 고객은 단일 청크에만 속할 수 있음). 최적화 알고리즘의 정확성은 통계적으로 서로 유사한 고객 청크에 따라 달라지며 청크 크기가 클수록 정확성이 높아집니다. 고객 교차적 용량 제한조건은 청크 간 균일하게 배분됩니다. 예를 들어, Optimize 세션에 최대 1000개의 오퍼 A가 허용되는 제약조건이 포함되어 있고 Optimize 세션이 10개의 청크로 실행되는 경우 각 청크에는 최대 100개의 오퍼 A만 허용하는 용량 규칙이 적용됩니다.

알고리즘 조정 변수 `CustomerSampleSize`를 사용하여 최대 청크 크기를 설정할 수 있습니다. 청크가 클수록 결과가 정확해지지만 세션 런타임과 필요한 메모리 리소스도 증가합니다. 대부분의 시스템에는 한 번에 10,000명을 초과하는 고객을 처리할 수 있는 충분한 메모리 리소스가 없어 Optimize 세션 실행이 실패하기 때문에(메모리 부족 오류) 신중한 계획 없이 10,000보다 훨씬 큰 청크 크기를 사용하지 마십시오. 대부분의 경우 큰 청크 크기를 사용한다고 해서 솔루션의 최적성(최적화된 컨택 테이블에서 존속 트랜잭션의 점수 합계로 측정됨)이 크게 증가하는 것은 아니지만 실행에 더 많은 시간과 메모리가 소요됩니다. 특정 최적화 문제 및 성능 요구사항을 기준으로 `CustomerSampleSize`를 조정해야 합니다.

고객 교차적 용량 규칙이 정의되어 있지 않는 간단한 최적화 시나리오에서는 큰 청크 크기를 사용하더라도 추가되는 장점이 없습니다.

고객 샘플 크기 및 고객 교차적 용량 규칙

고객 교차적 용량 규칙이 사용된 사례를 이해하려면 이러한 규칙이 여러 청크에 적용되는 방식을 이해해야 합니다. 채널 전자 메일에 대해 최소 20, 최대 1,000을 설정한 단일 최소/최대 오퍼 용량 규칙을 가정해 보겠습니다. 고객이 100,000명이고 최대 청크 크기가 10,000일 경우 각 청크는 최대 100의 수정된 규칙으로 처리됩니다(규칙 최대 값을 청크 수로 나눈 값, 이 예에서는 10).

최대 청크 수를 줄이면 더 많은 청크가 생성됩니다. 이 경우 청크 수보다 적은 일부 요소(예: 전자 메일 채널)에 따라 규칙이 달라질 가능성이 높아집니다. 청크 크기를 100으로 줄이면 청크 수는 1,000개가 됩니다. 이제 규칙의 최소 값이 청크 수보다 실제로 작기 때문에 수정된 규칙은 0.02(20을 1,000으로 나눈 값)입니다. 이 경우 청크의 2%가 최소 1의 규칙을 사용하며 청크의 나머지 98%는 최소 0을 사용합니다. 각 청크가 채널 전자 메일과 관련하여 통계적으로 유사하면 Optimize는 규칙을 예상대로 처리합니다. 전자 메일을 받은 고객 수가 청크보다 작을 경우 문제가 발생합니다. 500명의 고객만 전자 메일을 받는 경우 각 청크에 전자 메일을 받은 고객이 포함될 확률은 50%에 불과하며 특정 청크에 전자 메일을 받은 고객과 최소 1의 규칙이 포함될 확률은 1%에 불과합니다. Optimize는 지정된 최소 값 20을 충족하는 대신 평균적으로 5만 반환합니다.

청크 수는 청크 크기와 총 고객 수에 따라 다릅니다. 최대 청크 크기가 10,000이므로 중요 요소(규칙에 사용된 항목)를 가진 고객의 최소 수가 고객 수를 10,000으로 나눈 것보다 작지 않아야 최적의 결과를 얻을 수 있습니다. 통계적 유사성을 유지하기 위해 제안된 컨택 수를 늘리면 성능이 감소하는 것처럼 보이며, 제안된 컨택이 증가하면 오버헤드에 추가되는 것이 사실입니다. 청크 크기가 작으면 더 빠르게 처리할 수 있으므로 더 작은 청크 크기를 사용할 수 있으면 상쇄 이상의 효과가 나타납니다.

Optimize 테이블 인덱싱

✧ Optimize 설치 프로그램은 이 테이블을 올바르게 인덱싱해야 합니다. 하지만 설치 또는 업그레이드에 문제가 있는 경우 이 테이블을 수동으로 인덱싱해야 할 수 있습니다.

최고의 성능을 위해 여러 Optimize 테이블에 인덱스를 만들어야 합니다. 대상 테이블(예: `UA ContactHistory` 테이블)마다 인덱스를 만드는 경우 각 테이블에 대해 이러한 인덱스를 작성합니다.

인덱스를 만드는 정확한 명령은 데이터베이스 설명서를 참조하십시오. 예를 들면 다음과 같습니다.

```
CREATE INDEX IndexName ON TableName ( ColumnName )
```

다음 표는 인덱싱해야 할 테이블 이름과 열을 보여 줍니다. 이러한 테이블은 모두 Campaign 시스템 테이블에 존재합니다.

테이블	열	참고
audience_segMembers hip	<ul style="list-style-type: none"> 대상 ID SegmentID 	<p>Campaign 플로차트 및 Optimize 세션에 전략적 세그먼트를 사용하는 것은 선택 사항입니다.</p> <p>전략적 세그먼트를 사용하는 경우 대상 수준당 하나의 세그먼트 구성원 테이블이 있어야 합니다. 모든 세그먼트 구성원 테이블에 인덱스를 만들어야 합니다.</p> <p>각 대상 ID 열은 Campaign에 정의된 해당 Audience ID와 일치해야 합니다.</p>
UACO_PCTsessionID	<ul style="list-style-type: none"> OptimizeID ContactDateTime 대상 ID ContactID TempOfferHistID OfferID 	<p>이 테이블은 Optimize 7.5.2 이후 버전에서 생성된 경우 자동으로 인덱싱됩니다. 이전 버전의 Optimize에서 업그레이드하는 경우 이러한 테이블을 수동으로 인덱싱해야 합니다.</p> <p>UACO_PCTsessionID 테이블(각 Optimize 세션에 대해)에서 세션은 ACOSessionID입니다. ACOSessionID는 UACO_OptSession 테이블에 정의된 각 Optimize 세션의 고유한 식별자입니다.</p> <p>각 대상 ID 열은 Campaign에 정의된 해당 Audience ID와 일치해야 합니다.</p>
UACO_POAsessionID	<ul style="list-style-type: none"> OptimizeID TempOfferHistID 	<p>이 테이블은 Optimize 7.5.2 이후 버전에서 생성된 경우 자동으로 인덱싱됩니다. 이전 버전의 Optimize에서 업그레이드하는 경우 이러한 테이블을 수동으로 인덱싱해야 합니다.</p> <p>UACO_POAsessionID 테이블(각 Optimize 세션에 대해)에서 세션은 ACOSessionID입니다. ACOSessionID는 UACO_OptSession 테이블에 정의된 각 Optimize 세션의 고유한 식별자입니다.</p>

테이블	열	참고
UACO_RCsessionID	<ul style="list-style-type: none"> RandomIndex 대상 ID 	<p>이 테이블은 Optimize 7.5.2 이후 버전에서 생성된 경우 자동으로 인덱싱됩니다. 이전 버전의 Optimize에서 업그레이드하는 경우 이러한 테이블을 수동으로 인덱싱해야 합니다.</p> <p>UACO_RCsessionID 테이블(각 Optimize 세션에 대해)에서 세션은 ACOSessionID입니다. ACOSessionID는 UACO_OptSession 테이블에 정의된 각 Optimize 세션의 고유한 식별자입니다.</p> <p>각 대상 ID 열은 Campaign에 정의된 해당 Audience ID와 일치해야 합니다.</p>
audience_ContactHistory	<ul style="list-style-type: none"> PackageID 대상 ID CellID ContactDateTime 	<p>PackageID 및 CellID 열은 Campaign을 설치할 때 생성된 샘플 UA_ContactHistory 테이블에 이미 인덱싱되어 있습니다.</p> <p>각 대상 ID 열은 Campaign에 정의된 해당 Audience ID와 일치해야 합니다.</p>
audience_dtlContactHist	<ul style="list-style-type: none"> 대상 ID ContactDateTime TreatmentInstID 	<p>각 대상 ID 열은 Campaign에 정의된 해당 Audience ID와 일치해야 합니다.</p>

컨택 기록에 대한 쿼리 제어

컨택을 최적화할 때 Optimize에는 최대 중복 오퍼 수, 최대 패키지 수, 최소/최대 오퍼 수 등의 컨택 피로도를 관리하는 몇 가지 규칙이 있습니다. 이러한 규칙에는 모두 일정 기간 동안 또는 기간 내 섹션이 포함되어 있습니다.

모든 규칙에 대해 항상 0의 기간을 설정하면 이 Optimize 세션에서 모든 규칙에 대해 기간을 사용하지 않는다는 것을 나타냅니다. 이 경우 Optimize에서 Optimize 세션 실행 동안 UseFutureContacts 구성 등록 정보를 사용하여 컨택 기록 테이블을 쿼리하는 방식을 제어할 수 있습니다.

UseFutureContacts 를 false로 설정하는 경우 규칙에 기간이 포함되어 있으면 Optimize는 컨택 기록 테이블과의 조인을 최적화합니다. 규칙에 기간을 사용하지 않는 경우 Optimize에서 컨택 기록 테이블을 쿼리하지 않으므로 성능이 향상될 수 있습니다.

UseFutureContacts 를 true로 설정하는 경우 Optimize는 항상 컨택 기록 테이블을 쿼리합니다. 이 설정은 성능에 영향을 미치지만 또한 컨택 피로도를 관리할 때 다음에 전송할 컨택의 자리 표시자도 고려할 수 있습니다.

B IBM Unica Optimize 구성 등록 정보

- Optimize 구성 등록 정보
- unica ACOListener 범주
- 세션 실행 모니터 범주
- 메모리 조정 범주
- 사용자 템플릿 테이블 범주
- 알고리즘 조정 범주
- 디버그 범주
- 로깅 범주
- unicaACOOptAdmin 범주

Optimize 구성 등록 정보

이 섹션은 구성 페이지에 나오는 Optimize 구성 등록 정보에 대해 설명합니다.

Optimize에 관련된 추가 구성 등록 정보 `UOSQLOnConnect`는 `Campaign|Partitions|partition[n]|dataSources`에 있습니다. `UOSQLOnConnect`에 대한 자세한 내용은 IBM Unica Campaign 설명서를 참조하십시오.

Campaign > unica ACOListener

이 구성 등록 정보는 Optimize 리스너 설정에 대한 것입니다.

서버 호스트

Optimize 설치에 대해 호스트 시스템 이름으로 설정합니다.

기본값

localhost

서버 포트

Optimize 설치에 대해 호스트 시스템 포트로 설정합니다.

기본값

없음

SSL 사용

SSL을 사용하여 Marketing Platform 시스템에 연결하려면 `True`로 설정합니다. 그렇지 않을 경우 `False`으로 설정합니다.

유효한 값

True | False

기본값

False

활성 유지

연결을 활성 상태로 유지하기 위해 ACOListener에 메시지를 보낼 때 Campaign 웹 응용 프로그램에서 대기하는 시간 간격(초)입니다. 네트워크가 비활성 연결을 닫도록 구성된 경우 `keepalive`를 사용하여 연결을 유지할 수 있습니다.

0으로 설정된 경우 웹 응용 프로그램에서 메시지를 보내지 않습니다.

이 `keepalive` 등록 정보는 JAVA 소켓 `keepAlive`와 별개입니다.

유효한 값

양의 정수

기본값

0

로그 프로세스 ID

Optimize 리스너 로그(

`Optimize_installation_directory/logs/unica_acolsnr.log`)에 Optimize 리스너 프로세스의 ID를 로깅하려면 `yes`로 설정합니다. 그렇지 않을 경우 `no`로 설정합니다.

유효한 값

yes | no

기본값

yes

로깅 수준

로깅하는 Optimize 리스너 데이터에 대한 세부 정보를 설정할 수 있습니다.

이 설정은 `Optimize_installation_directory/logs/unica_acolsnr.log` 파일에 영향을 미칩니다.

유효한 값

LOW | MEDIUM | HIGH | ALL

기본값

MEDIUM

로그 최대 파일 크기

이 정수를 로그 파일의 최대 크기(바이트)로 설정합니다. 로그 파일이 이 크기에 도달하면 Optimize에서 새 파일을 생성합니다. 이 설정은

*Optimize_installation_directory/logs/unica_acolsnr.log*에 영향을 미칩니다.

기본값

20485760

로깅 활성화

로깅을 활성화하려면 True로 설정합니다. 그렇지 않을 경우 False으로 설정합니다. 이 설정은 *Optimize_installation_directory/logs/unica_acolsnr.log*에 영향을 미칩니다.

유효한 값

True | False

기본값

True

로그 최대 백업 인덱스

이 정수를 저장할 백업 파일의 수로 설정합니다. 이 설정은

*Optimize_installation_directory/logs/unica_acolsnr.log*에 영향을 미칩니다.

기본값

5

로깅 범주

선택으로 구분된 목록에 로깅하려는 데이터의 범주를 지정할 수 있습니다. 이 설정은 *Optimize_installation_directory/logs/unica_acolsnr.log*에 영향을 미칩니다.

유효한 값

all | bad_order | cell_access | commands | config | data_errors |
dbload | file_access | general | memory | procrun | query | sort |
sysquery | table_access | table_io | table_mapping | webproc

기본값

all

Campaign > 파티션 > 파티션[n] > Optimize > 세션 실행 모니터

진행 가져오기 지연

이 정수를 리스너로부터 진행 정보를 얻기 전에 웹 응용 프로그램이 대기하는 시간(밀리초)으로 설정합니다.

기본값

250

Campaign > 파티션 > 파티션[n] > Optimize > 메모리 조정

최대 램 사용량

컨택 기록을 캐시하는 데 사용할 최대 메모리(MB)를 정의합니다. 이 값은 최소한 하나의 컨택 기록 레코드 크기 이상이어야 합니다.

기본값

128

Campaign > 파티션 > 파티션[n] > Optimize > 사용자 템플릿 테이블

이 등록 정보는 PCT 및 OCT에 사용하는 템플릿 테이블을 정의합니다.

테이블 이름

제안된 컨택 테이블(PCT) 또는 최적화 컨택 테이블(OCT)에 사용자별 필드를 추가하는데 사용할 수 있는 테이블을 쉼표로 구분된 테이블 이름 목록으로 입력합니다.

기본값

UACO_UserTable

Campaign > 파티션 > 파티션[n] > Optimize > 알고리즘 조정

이 구성 등록 정보는 최적화를 조정하는 데 사용할 수 있는 설정을 정의합니다.

고객당 최대 대체 평가

고객을 위한 최적의 대체 조합을 찾기 위해 Optimize에서 제안된 트랜잭션의 조합 또는 대체 조합을 테스트하는 최대 횟수입니다.

예를 들어, 다음이 참이면

- 제안된 컨택 테이블(PCT)에서 고객과 연관된 오퍼가 A, B, C, D이고 각 오퍼의 스코어가 A=8, B=4, C=2, D=1이다.
- 고객당 최대 대체 평가 등록 정보가 5이다.
- 최대 오퍼 수=3이라는 규칙이 존재한다.

그러면 다음과 같은 대체 조합을 시도할 수 있습니다.

- ABC 점수 = 14
- ABD 점수 = 13
- AB 점수 = 12
- ACD 점수 = 11
- AC 점수 = 10

테스트할 대체 조합의 수가 매우 많을 수 있으므로 이 값을 사용하면 Optimize에서 PCT 내 다음 고객으로 이동하기 전에 핵심 알고리즘에 따라 고객에 대해 수행하는 작업량을 제한할 수 있습니다.

기본값

1000

고객 샘플 크기

최적화할 고객 수가 `CustomerSampleSize`보다 크면 Optimize에서는 `CustomerSampleSize`보다 크지 않은 그룹으로 고객을 분류하고 각 샘플 그룹을 개별적으로 최적화합니다. 사용자 정의 용량 규칙과 같이 그룹 전체에 적용되는 규칙은 여전히 적용됩니다. 이 수를 높이면 최적성은 향상되지만 성능에는 방해가 됩니다.

최적의 `CustomerSampleSize`는 고객 수와 같습니다. 하지만 대용량 데이터 집합을 처리할 때는 지나치게 많은 시간이 걸릴 수 있습니다. Optimize에서 한 번에 처리할 수 있도록 작은 그룹으로 고객을 나누면 최적성 손실을 최소화하면서 성능을 향상할 수 있습니다.

유효한 값

양의 정수

기본값

1000

고객 무작위 초기값

무작위 초기값은 `CustomerSampleSize`에 정의된 샘플 그룹을 채우기 전에 Optimize에서 레코드를 무작위로 선택하는 데 사용하는 시작점을 나타냅니다.

`CustomerSampleSize`보다 고객이 적은 경우 이 등록 정보는 최적화에 영향을 미치지 않습니다.

현재 무작위 샘플을 사용하면 매우 편중된 결과가 생성될 것으로 판단되는 경우 무작위 초기값을 변경할 수 있습니다.

유효한 값

양의 정수

기본값

1928374656

고객당 최대 반복 샘플

Optimize에서 고객 그룹을 처리하는 최대 반복 횟수입니다. Optimize에서는 최적성에 도달하거나 반복 횟수가 `MaxIterationsPerCustomerSample`과 같아질 때까지 고객 그룹을 처리합니다.

세션 로그의 다음 정보를 통해 `MaxIterationsPerCustomerSample` 설정을 변경할 경우 어떤 영향이 있는지 관찰할 수 있습니다.

- 고객 청크당 최대, 최소 및 평균 반복 횟수
- 고객당 생성된 대체 조합의 최대, 최소 및 평균 수
- 고객당 시도된 대체 조합의 최대, 최소 및 평균 수
- 반복 횟수의 표준 편차

유효한 값

양의 정수

기본값

1000

최대 고객 샘플 프로세싱 스레드

Optimize가 최적화 알고리즘을 처리하는 데 사용하는 최대 스레드 수입니다. 일반적으로 `MaxCustomerSampleProcessingThreads`를 높게 설정할수록 성능이 향상됩니다. 하지만 성능 향상은 사용하는 최적화 규칙의 유형 및 개수, 하드웨어를 포함한 몇 가지 요소에 의해 제한됩니다. Optimize 구현 조정에 대한 자세한 지침은 IBM Unica 담당자에게 문의하십시오.

유효한 값

양의 정수

기본값

1

프로세싱 스레드 대기열 크기

PCT에서 고객 샘플을 읽을 때 Optimize가 사용할 수 있는 스레드의 수입니다. 스레드의 수가 증가하면 Optimize 세션의 성능이 향상될 수도 있습니다. Optimize 구현 조정에 대한 자세한 지침은 IBM Unica 담당자에게 문의하십시오.

유효한 값

양의 정수

기본값

1

프로세싱 후 스레드 대기열 크기

고객 샘플을 OCT의 스테이징 테이블에 쓸 때 Optimize에서 사용할 수 있는 스레드의 수입니다. 스레드의 수를 증가시키면 Optimize 세션의 성능이 향상될 수도 있습니다. Optimize 구현 조정에 대한 자세한 지침은 IBM Unica 담당자에게 문의하십시오.

유효한 값

양의 정수

기본값

1

다중 스레드 활성화

사실인 경우 Optimize에서 최적화 알고리즘을 처리할 때 복수 스레드를 사용하려고 시도합니다. 스레드의 수는 `MaxCustomerSampleProcessingThreads`, `ProcessingThreadQueueSize` 및 `PostProcessingThreadQueueSize` 구성 등록 정보를 사용하여 구성할 수 있습니다. 거짓인 경우 Optimize는 최적화 알고리즘을 처리할 때 단일 스레드를 사용합니다.

유효한 값

사실 | 거짓

기본값

true

버퍼링 기록 트랜잭션 활성화

사실인 경우 Optimize는 Optimize 세션 실행 중 읽는 파일에 컨택 기록 트랜잭션을 씁니다. 거짓인 경우 Optimize는 Campaign 시스템 테이블의 UA_ContactHistory 테이블에서 읽습니다.

거짓인 경우 Optimize는 Optimize 세션 시간 동안 UA_ContactHistory 테이블에 읽기 잠금을 생성합니다. 그러면 데이터베이스 로드 유틸리티를 사용할 경우 테이블에 쓰려는 시도가 실패할 수 있습니다. 사실인 경우 Optimize는 쿼리를 파일에 쓰는 데 걸리는 시간 동안만 테이블에 대한 읽기 잠금을 생성합니다.

유효한 값

사실 | 거짓

기본값

false

최소 활용률

이 구성 등록 정보를 사용하여 최적화 속도가 지정된 수준에 도달할 경우 고객 그룹 처리를 중지할 수 있습니다. MinImprovementPercent 등록 정보를 사용하여 반복을 계속하기 위한 점수 증가 속도(백분율로 측정)를 설정할 수 있습니다. 기본값은 0이며 가능한 반복 횟수에 제한이 없음을 의미합니다.

기본값

0.0

이후 컨택 사용

최적화 규칙에 기간을 사용하지 않는 경우 성능 향상을 위해 Optimize에서 컨택 기록 테이블을 쿼리하지 못하도록 할 수 있습니다. 이 동작은 UseFutureContacts 구성 등록 정보를 사용하여 제어할 수 있습니다.

UseFutureContacts 를 '거짓'으로 설정하고 Optimize 세션의 최적화 규칙에서 기간을 사용하지 않는 경우 Optimize는 컨택 기록 테이블을 쿼리하지 않습니다. 그러면 Optimize 세션을 실행하는 데 필요한 시간이 향상됩니다. 하지만 Optimize 세션에서 기간을 사용할 경우 컨택 기록 테이블이 쿼리됩니다.

컨택 기록에 미래의 잠재적 컨택을 기록하는 경우 UseFutureContacts 을 '사실'로 설정해야 합니다. 예를 들어 다음 주 특정 고객에게 특별 프로모션에 대한 전자 메일을 발송할 것이라는 것을 알고 있는 경우 해당 컨택은 이미 컨택 기록 테이블에 자리 표시자로 되어 있을 수 있습니다. 이 경우 UseFutureContacts 을 '사실'로 설정해야 Optimize에서 항상 컨택 기록 테이블을 쿼리할 수 있습니다.

유효한 값

True | False

기본값

False

Campaign > 파티션 > 파티션[n] > Optimize > 디버그

이 등록 정보는 PCT 처리를 위한 디버그 수준을 정의합니다.

추가 정보

제안된 컨택 테이블에서 처리된 행에 대한 자세한 로그를 제공하려면 이 값을 `yes`로 설정합니다. 이 값을 `yes`로 설정하면 기본적으로 모든 행이 로깅됩니다.

제안된 컨택 테이블의 처리된 행을 로깅하지 않으려면 이 값을 `no`로 설정합니다.

유효한 값

yes | no

기본값

no

Campaign > 파티션 > 파티션[n] > Optimize > 로깅

이 등록 정보는 Optimize에 대한 로깅 설정을 정의합니다.

비상 로깅 활성화

True로 설정하는 경우, Optimize가 `MaxAlternativesPerCustomerEvaluated`에서 설정한 한도를 초과하고 고객에 대해 올바른 대체 조합이 없으면 Optimize는 한도를 초과한 고객을 세는 일반적 로그 이외에도 해당 고객에 대한 로그를 생성합니다.

True로 설정하는 경우 Optimize에서는 쉼표로 구분된 값(CSV) 파일에서 처리할 수 없는 고객의 세부 정보가 들어 있는 별도 파일도 얻습니다. 각 행은 고객 한 명에 해당합니다. 첫 번째 열은 고객 ID이며 두 번째 열은 Optimize에서 고객을 처리할 수 없는 이유입니다. 파일 이름은 `unprocessables_sessionID.csv`이며

`OptimizeInstallationDirectory/partitions/partition[n]/logs` 디렉토리에 있습니다.

유효한 값

True | False

기본값

False

로그 프로세스 ID

Optimize 서버 로그(
Optimize_installation_directory/partitions/partition[n]/logs/unic
a_acosvr_SESSIONID.log)에서 Optimize 서버 프로세스의 ID를 로깅하려면 True로
 설정합니다. 그렇지 않을 경우 False으로 설정합니다.

유효한 값
 True | False

기본값

False

기본값

False

로깅 수준

로깅하는 서버 데이터에 대한 세부 정보를 설정할 수 있습니다.

이 설정은 Optimize 서버 로그(
Optimize_installation_directory/partitions/partition[n]/logs/unic
a_acosvr_SESSIONID.log)에 영향을 미칩니다.

유효한 값
 LOW | MEDIUM | HIGH | ALL

기본값

MEDIUM

기본값

MEDIUM

로그 최대 파일 크기

이 정수를 로그 파일의 최대 크기(바이트)로 설정합니다. 로그 파일이 이 크기에 도달하면 Optimize에서 새 파일을 생성합니다. 이 설정은 Optimize 서버 로그(
Optimize_installation_directory/partitions/partition[n]/logs/unic
a_acosvr_SESSIONID.log)에 영향을 미칩니다.

기본값

10485760

로깅 활성화

로깅을 활성화하려면 True로 설정합니다. 그렇지 않을 경우 False으로 설정합니다. 이 설정은 Optimize 서버 로그(
Optimize_installation_directory/partitions/partition[n]/logs/unic
a_acosvr_SESSIONID.log)에 영향을 미칩니다.

유효한 값

True | False

기본값

True

로그 최대 백업 인덱스

이 정수를 저장할 백업 파일의 수로 설정합니다. 이 설정은 Optimize 서버 로그(*Optimize_installation_directory/partitions/partition[n]/logs/unica_acosvr_SESSIONID.log*)에 영향을 미칩니다.

기본값

5

로깅 범주

쉼표로 구분된 목록에 로깅하려는 데이터의 범주를 지정할 수 있습니다. 이 설정은 Optimize 서버 로그(*Optimize_installation_directory/partitions/partition[n]/logs/unica_acosvr_SESSIONID.log*)에 영향을 미칩니다.

유효한 값

all | bad_order | cell_access | commands | config | data_errors | dbload | file_access | general | memory | procrun | query | sort | sysquery | table_access | table_io | table_mapping | webproc

기본값

all

Campaign > unicaACOOptAdmin

이 구성 등록 정보는 unicaACOOptAdmin 도구에 대한 설정을 정의합니다.

프로세스 가져오기 명령

내부적으로 사용되며 변경하면 안 되는 값을 지정합니다.

유효한 값

optimize/ext_optimizeSessionProgress.do

기본값

optimize/ext_optimizeSessionProgress.do

세션 실행 명령

내부적으로 사용되며 변경하면 안 되는 값을 지정합니다.

유효한 값

optimize/ext_runOptimizeSession.do

기본값

optimize/ext_runOptimizeSession.do

로깅 수준

loggingLevels 등록 정보는 Optimize 명령행 도구에서 심각도를 기준으로 로그 파일에 쓰여지는 세부 정보의 양을 제어합니다. 사용 가능한 수준은 LOW, MEDIUM, HIGH 및 ALL이며, LOW는 가장 적은 세부 정보를 제공합니다(가장 심각한 메시지만 씬). ALL 수준에는 추적 메시지가 포함되며 기본적으로 진단 목적입니다.

유효한 값

LOW | MEDIUM | HIGH | ALL

기본값

HIGH

세션 취소 명령

내부적으로 사용되며 변경하면 안 되는 값을 지정합니다.

유효한 값

optimize/ext_stopOptimizeSessionRun.do

기본값

optimize/ext_stopOptimizeSessionRun.do

로그아웃 명령

내부적으로 사용되며 변경하면 안 되는 값을 지정합니다.

유효한 값

optimize/ext_doLogout.do

기본값

optimize/ext_doLogout.do

프로세스 가져오기 대기 간격

진행 정보를 얻기 위해 웹 응용 프로그램에 보내는 두 번의 연속적 폴 사이의 시간 간격(밀리초)을 설정합니다. getProgressCmd를 설정하지 않으면 이 값은 사용되지 않습니다.

유효한 값

An integer greater than zero

기본값

1000