



잘하셨습니다. 거의 다 끝나 갑니다.

비즈니스는 사이트 전체 태그, 웹용 향상된 전환, 동의 모드, Google 애널리틱스 4를 함께 사용하여 자사 데이터를 생성하고 사용할 수 있습니다. 이를 통해 사용자 광고 캠페인의 성과를 정확하게 측정하고 결과를 이끌어 낼 수 있습니다.

사용자 결과를 기반으로 다음의 솔루션을 구현하여 개인정보 보호 우선 광고 전략을 개선하기 위한 추가 조치를 취할 수 있습니다.

1. 웹용 향상된 전환 활성화하기

이점

향상된 전환은 귀하의 Google 태그가 수집할 수 있는 관찰 가능한 자사 데이터의 양을 증가시켜 사용자의 전환 측정 정확성을 개선할 수 있습니다.

[디지털 광고 솔루션 설정하기](#)



작동 방식

고객이 전환할 때 수집하는 자사 데이터는 로그인한 Google 계정과 일치하도록 해시화된 형태로 Google에 전송됩니다. 이 방식을 통해 전환은 개인정보 보호를 중심으로 하는 방식으로 광고에 기여할 수 있습니다.

[디지털 광고 솔루션 설정하기](#)

시작 방법

귀하의 백엔드 웹사이트, Google Ads, Google 태그 관리자(사용하는 경우)에 관리자로 액세스해야 합니다. 또한, 고객 데이터를 귀하의 전환 페이지에서 사용할 수 있는지 확인하기 위해 테스트 전환을 실시해야 합니다.

[디지털 광고 솔루션 설정하기](#)



튜토리얼 보기

웹용 향상된 전환 및 태그 구현을 설정하여 전환 측정의 정확도를 개선하는 방법을 알아보세요. YouTube에서 이 Google Ads 튜토리얼을 시청하고 시작해 보세요.

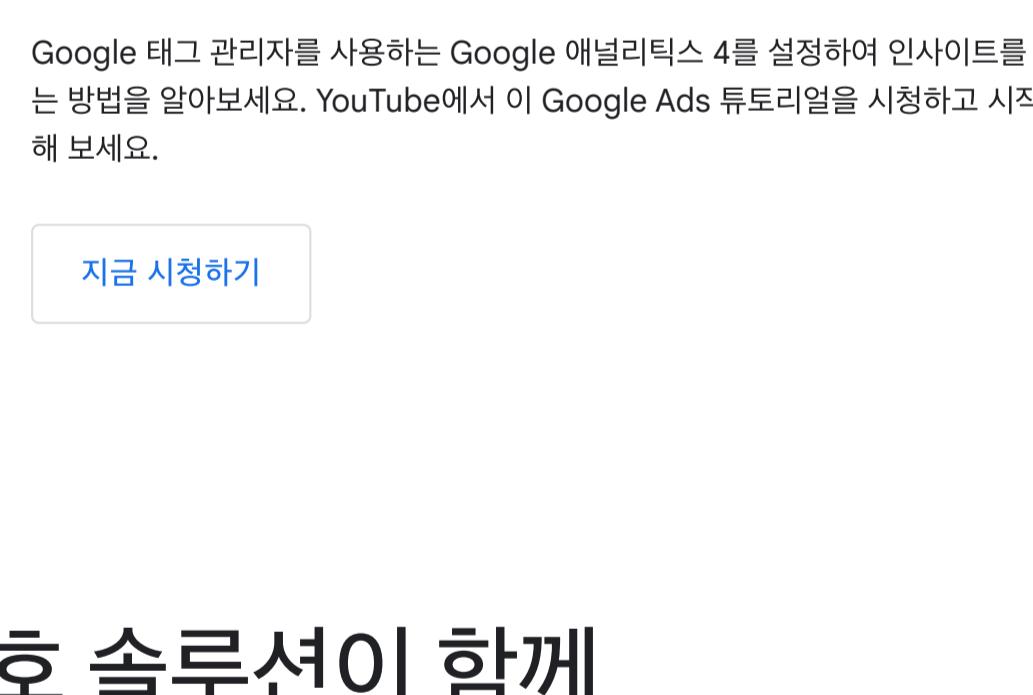
[지금 시청하기](#)

2. Google 애널리틱스 4 설정하기

이점

Google 애널리틱스 4는 Google AI를 사용하여 사용자의 자사 데이터를 통해 고객 인사이트를 도출하여 고객을 완전히 이해하고 마케팅 ROI를 향상시킬 수 있습니다.

[디지털 광고 솔루션 설정하기](#)



시작 방법

귀하의 웹사이트 및 Google 애널리틱스에 관리자로 액세스해야 합니다. 또한, 최대 다섯 명의 참가 고객 목록 및 설정하고자 하는 이벤트를 준비합니다.

[디지털 광고 솔루션 설정하기](#)

웹사이트를 탐색

Google 애널리틱스 4는 고객 여정의 완전한 그림을 축정하기 위해 구매 행동을 이끄는 사이트 전체 태그는 참여 키워드, 가동한 전환을 축정하기 위해 구매하는 사이트에 자세히 알 수 있습니다.

작동 방식

Google 애널리틱스 4는 사용자가 수집한 자사 데이터를 사용하여 고객 인사이트를 제공하고 사용자화된 참가 고객을 보고서를 생성할 수 있습니다.

[디지털 광고 솔루션 설정하기](#)

구매

웹용 향상된 전환은 사용자 전환 정확성을 개선하기 위해 격차를 메우고 등의 모드의 방향으로 해결합니다. 이로 인해 함께 사용되는 쿠키에 동의하지 않은 경우의 성과를 기준으로 향상하게 이해할 수 있게 됩니다.

