

보도자료

## Adjust, iOS14.5 광고 정책 변화에 따른 영향 분석 결과 발표

- 기존 예측인 5%와 다르게 10% 이상의 ATT 동의율 보여 긍정적 추세
- 향후 지속적 증가세로 40-50%까지 증가할 것으로 분석됨

(서울, 2021년 6월 8일) — 모바일 측정, 광고 해킹 예방 및 사이버 보안 분야 업계 리더 [Adjust\(에드저스트\)](#)는 애플 소프트웨어 운영체제인 iOS14.5 광고 정책 변화에 따른 영향 분석 결과를 발표했다. Adjust는 모회사인 애플러빈(AppLovin)의 스튜디오 앱 데이터를 통해 iOS14.5가 ATT 동의율, SkAdNetwork, 광고 매출에 미치는 영향을 분석했다.

본 조사 결과에 따르면 iOS14.5 업데이트에 따른 개인정보 보호 정책 변경으로 인한 모바일 앱 사용자의 앱 추적 투명성(AppTrackingTransparency; ATT) 정책 동의율이 예상보다 높은 10%를 기록한 것으로 나타났다. Adjust는 ATT 동의율이 지속적으로 증가하여 평균 40%를 기록할 것이며, 나아가 50%까지 증가할 것으로 예측하고 있다.

### 광고를 통해 앱을 설치하는 경우, ATT 동의율 가장 높아

애플러빈 스튜디오에서 운영하는 하이퍼 캐주얼 게임 앱인 '애니멀 트랜스폼(Animal Transform)'과 '세이브 더 걸!(Save the Girl!)'의 경우 광고를 통해 유입된 사용자로 인해 70% 이상의 동의율을 기록했다. 이는 사용자가 앱 가치를 높게 평가하였으며, 광고를 통해 유사 앱을 소개받는 데 긍정적인 태도를 반영한다. 이 두 사례를 통해 마케터가 데이터 사용 동의 및 공유에 대한 가치를 투명하게 전달하면, 사용자의 신뢰도를 강화하고 인앱 광고에 대한 거부감을 최소화할 수 있다는 것을 알 수 있다.

### 새롭게 도입한 SkAdNetwork, 어트리뷰션 정확도 유지 가능

또한, 작년 iOS14의 일환으로 출시된 애플의 새로운 어트리뷰션 프레임워크인 SkAdNetwork는 정확도에 대한 우려로 인해 앱 개발업체가 채택을 지양할 것이라고 예상됐으나, 이에 대응하는 솔루션을 개발 및 구축하여 이전 어트리뷰션 방법과 동일하게 정확도를 개선할 수 있었다. 대다수 iOS 인벤토리가 SkAdNetwork를 지원해 Adjust의 전환율 분석 정확성도 유지할 수 있었다.

### 초기 광고 매출 축소 우려 불식, 결과적으로 영향 미미

나아가 광고 매출은 iOS14 출시 이후 50% 감소할 것으로 전망되었지만, 전반적으로 이에 대한 영향이 미미한 것으로 나타났다. Adjust가 애플러빈의 인앱 비딩 솔루션인 맥스(MAX)를 통해 데이터를 분석한 결과 ATT 동의를 거부한 사용자는 CPM(노출 당 비용)이 최대 30%까지 감소할 것으로 예상됐다. 다만, ATT 동의 사용자는 보다 높은 CPM을 창출하여 매출 하락을 보완할 수 있을 것으로 보인다.

한편, iOS14.5에 따른 광고 트렌드 분석 결과 전체 내용은 Adjust [웹사이트](#)를 통해 확인 가능하다.

###



## **Adjust 소개**

Adjust 는 글로벌 앱 마케팅 플랫폼이다. 모바일 앱 경제의 핵심 분야에서 시작해 기술에 대한 열정과 함께 글로벌 기업으로 성장한 Adjust 는 현재 전 세계 16 개의 오피스를 운영하고 있다.

Adjust 의 플랫폼에는 모바일 측정, 광고 해킹 예방, 사이버 보안 및 마케팅 자동화 제품이 포함된다. 이 제품군은 Adjust와 협력하는 50,000 개 이상의 앱이 마케팅을 더욱 간단하고 스마트하며 안전하게 수행할 수 있도록 지원한다. 사운드클라우드, 라쿠텐, 라인, 넥슨, 펄어비스, 하이퍼넥트, 미샤, 블루홀, 스마일게이트, 플레로게임즈, Rocket Internet 및 텐센트 게임을 포함한 글로벌 브랜드들이 Adjust 의 솔루션을 통해 예산 안정성을 확보하고 성과를 개선해 나가고 있다.

## **보도자료 문의**

Allison + Partners – 김디아나 AE [deana.kim@allisonpr.com](mailto:deana.kim@allisonpr.com) 010-8205-6865