

질문을 통한 초보 광고주 맞춤형 광고 캠페인 추천

작성자 : 김나연
광고플랫폼 기획 인턴

대외비

목차

1. 사용자 니즈 발굴

- 1.1 SA 광고 사용자 타겟을 위한 Persona
- 1.2 네이버 캠페인 등록의 Customer Journey Map
- 1.3 현 운영 방식의 Pain Point

2. 기능 구체화

- 2.1 네이버 SA 광고 캠페인 특징 및 카테고리 분류
- 2.2 광고주가 추천 받을 수 있는 정보 분석 : 기능과 화면 분석 중심으로
- 2.3 캠페인 추천을 위한 질문 Flowchart

3. 기능 제안과 성과 예측

- 3.1 AS-IS & TO-BE
- 3.2 화면 설계 A/B Test 결과
- 3.3 예상되는 성과 분석 : 유저/시스템/장기적인 관점

4. Appendix

1. 사용자 니즈 발굴

“광고를 시작하긴 해야하는데.. 어디서부터?”



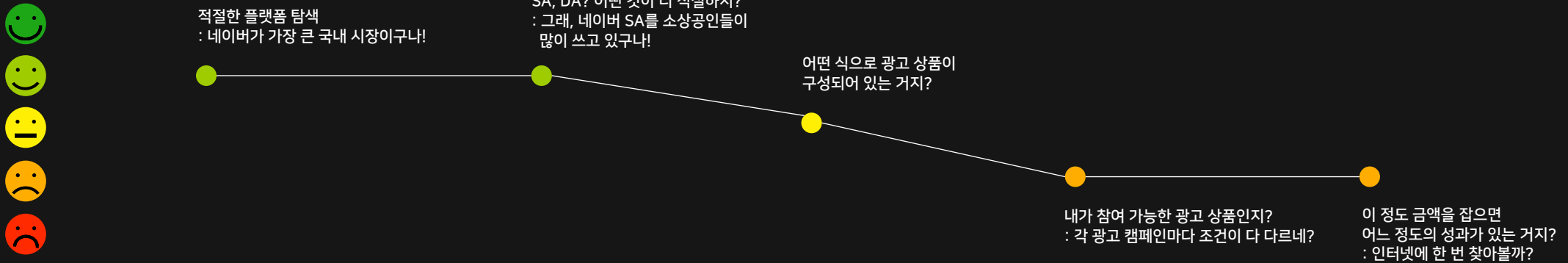
이름	박상현
나이	30대 중반
직업	00대학교 앞에서 떡볶이집을 운영하고 있고, 온라인 밀키트로의 확장을 원하는 사장님

00대학교 학생들에게는 이미 소문난 맛집인 상현씨의 떡볶이집, 사업 규모를 확장하며 밀키트 제작을 하게 되었습니다. 네이버 쇼핑에서 밀키트 판매를 시작하고자 결심했으나 오프라인 지인으로만 홍보를 하기에는 부족하다고 생각했습니다. 이미 네이버 플레이스에 등록되어 있는 가게라 지도에 검색하면 떡볶이집을 쉽게 찾을 수 있기 때문에 근처를 방문하는 사람들에게는 어느정도 인지도가 있다는 점이 경쟁력이라고 할 수 있습니다. 하지만, 항상 오프라인으로만 매장을 운영해왔기 때문에 온라인 광고가 낯선 1인 창업자입니다. 온라인 광고가 필요하지만 수 많은 광고 상품 중 어떤 것을 선택해야 할 지 고민인 요즘입니다.

1.2 네이버 SA 광고 캠페인 등록의 Customer Journey Map

GOAL : "적절한 광고 캠페인을 찾고 광고 등록을 해보자!"

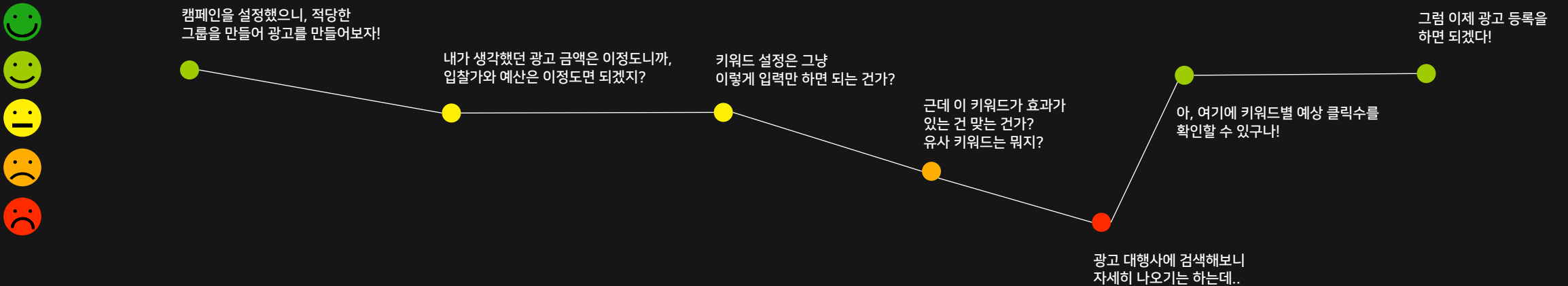
Situation	온라인 광고의 니즈	→ 광고 유형의 선택	→ 광고 캠페인의 선택	
Thinking	오프라인으로는 한계가 있어! 온라인 광고가 필요해!	SA, DA? 어떤 것이 더 적절한 방법이 될 수 있을까?	다섯 개의 광고 캠페인 중 어떤 것이 적절할까?	하루 예산 입력, 어느 정도로 잡으면 좋지?
Touch Point	구글, 페이스북, 인스타그램, 카카오, 네이버	구글링, 네이버 검색	네이버 광고 소개 사이트, 유튜브, 네이버 검색	네이버 광고 소개 사이트, 유튜브, 네이버 검색
Doing	온라인 광고 검색 및 효과적인 광고 상품의 탐색	많은 소상공인 및 초보 광고주의 선택인 SA의 진입	나에게 적합한 광고 캠페인 고려 및 선택	적절한 광고 금액 설정



1.2 네이버 SA 광고 캠페인 등록의 Customer Journey Map

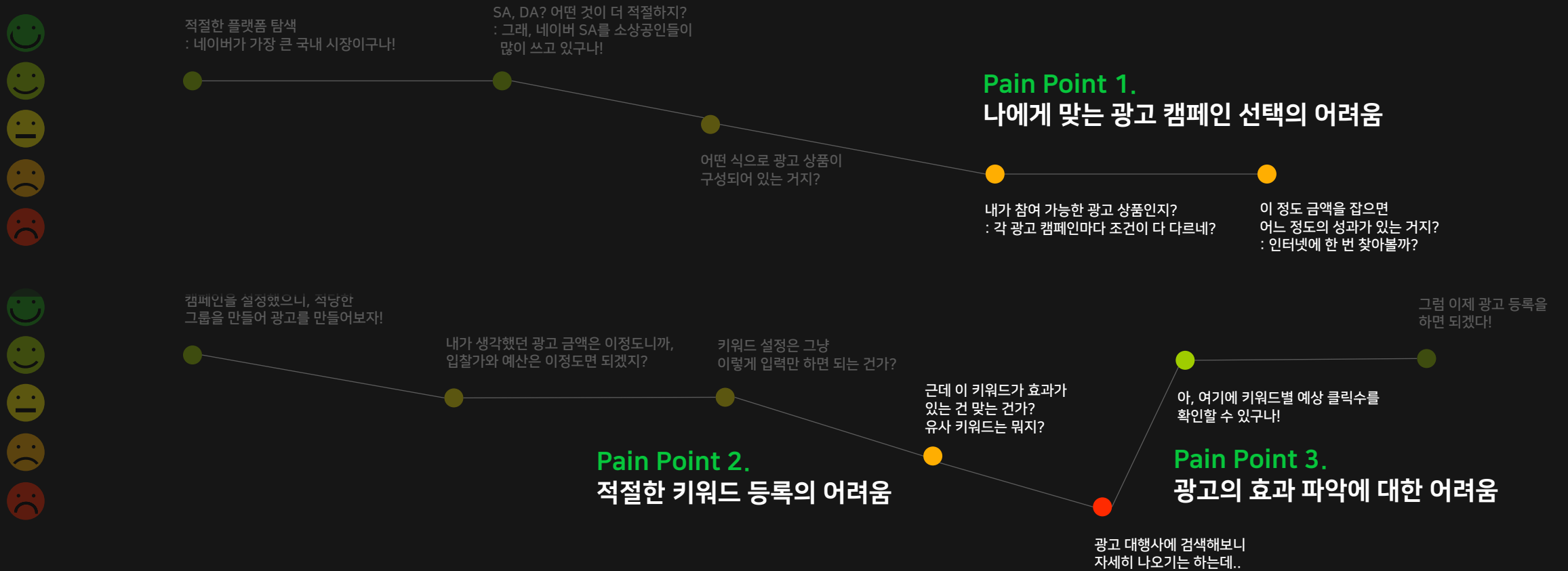
GOAL : "적절한 광고 캠페인을 찾고 광고 등록을 해보자!"

Situation	광고 그룹 만들기		→ 광고 키워드 설정하기		
Thinking	새 광고 그룹을 만들어볼까?	기본 입찰가와 하루 예산을 잡아볼까?	광고 상품에 적절한 키워드를 설정해볼까?	각 키워드는 어느 정도의 광고 효과가 있을까?	이제 소재를 만들고 광고 등록을 하면 되는 걸까?
Touch Point	네이버 광고 플랫폼	네이버 광고 소개 사이트, 유튜브, 네이버 검색	네이버 광고 소개 사이트, 유튜브, 광고/컨설팅 대행사	유튜브, 네이버 검색, 광고/컨설팅 대행사	네이버 광고 플랫폼
Doing	광고 캠페인을 바탕으로 적당한 광고 그룹 생성	해당 광고 그룹에 대한 기본 입찰가와 예산 측정	해당 광고 그룹에 대한 검색 키워드 직접 설정	키워드 광고 효과 확인을 위한 추가실적 예상하기 클릭	광고 제목/설명 등을 입력하여 소재 완성 후 광고 등록



* 타겟 사용자층 세분화 : [Appendix 4.4](#)

1. Customer Journey Map에서 발견한 Pain Point



광고 캠페인 선택을 돕고,
키워드를 좀 더 쉽게 설정할 수 있으며
예상되는 성과를 예측할 수 있도록 하려면?

초보 광고주들을 위한
맞춤형 자동화 광고 상품 제안이 필요

HOW? 이해하기 편한 질문형 UX를 통해

* 구글/페이스북의 상품 제안 방식 참고 : [Appendix 4.2](#)

2. 기능 구체화

2.1 네이버 SA 광고 캠페인 특징 및 카테고리 분류

네이버 SA 광고 캠페인 5가지와 특징

	사이트 검색광고	쇼핑 검색광고	콘텐츠 검색광고	브랜드 검색광고	지역소상공인 광고
광고 목적	사이트 방문 유도 및 홍보	네이버 쇼핑에서 상품 노출/판매	콘텐츠 제공을 통한 업체(상품) 홍보	브랜드 홍보 및 브랜드 가치 향상	오프라인 가게 방문 유도 및 홍보
진행 요건	업종/서비스 제한없음	쇼핑몰 상품형/제품 카탈로그형	네이버 블로그/포스트/카페 콘텐츠로 광고 진행	광고할 브랜드에 대한 검색 이용자의 니즈 필요	네이버 스마트플레이스에 등록된 업체만 가능
광고 비용	선 충전후 클릭시 비용 (최소 비용 70원)	선 충전후 클릭시 비용 (최소 비용 50원)	선 충전후 클릭시 비용 (최소 비용 70원)	정액제, 선 계약 후 집행 최소 비용 50만원	선 충전후 노출 시 비용 (노출 당 0.5원)
키워드	원하는 키워드 등록가능	상품 연관 키워드 자동매칭 (키워드 등록 불가)	지정 키워드만 등록 가능	Check Point 관련 키워드만 등록 가능	광고주 설정 지역에서 관련 키워드만 등록 가능
기본 조건 요약	키워드 등록 O, 제한 X	키워드 등록 O, 네이버 쇼핑몰 O	키워드 등록 O, 블로그/포스트/카페 O	키워드 등록 O, 브랜드 보유 O	키워드 등록 X, 네이버플레이스 등록 O

Check Point
각 광고 캠페인마다 상이한 기본 제약 조건

2.2 광고주가 추천 받을 수 있는 정보 분석 : 기능과 화면 구성 중심으로

* 추천 받은 정보분석 Detail : [Appendix 4.5](#)

1. 목적에 맞는 캠페인 유형

1 새 캠페인 만들기

1_A 캠페인의 마케팅 활동을 목적(광고의 유형, 기간, 예산) 기준으로 목적이 관리하는 단원입니다. 목적에 따라 광고가 노출되는 위치를 확인한 다음 캠페인 유형을 선택해 캠페인을 생성하세요.

1_B 상세 보기

1_C 캠페인 유형

광고 목적에 따라 캠페인 유형을 선택하세요.

- 파워링크 유형** : 네이버 쇼핑검색 및 네이버 내외부의 다양한 영역에 텍스트와 사이트 링크를 노출하는 기본형 검색광고
- 쇼핑검색 유형** : 네이버 쇼핑의 검색 결과 화면 등에 상품 이미지와 쇼핑 콘텐츠를 노출하는 판매 유도형 검색광고
- 파워링크스 유형** : 블로그, 포스트, 카페 콘텐츠를 네이버 통합검색 결과 및 콘텐츠 지면에 노출하는 정보 제공형 검색광고
- 브랜드검색 유형** : 상호 중 브랜드 키워드의 네이버 통합검색 결과에 다양한 광고 콘텐츠를 함께 노출하는 검색광고
- 플레이스 유형** : 네이버 스마트 플레이스의 업체 정보를 네이버 콘텐츠 서비스에 노출하는 지역 정보 광고

1_C 누구나 쉽게 시작하는 디스플레이 광고 상품
 * 실시간 입찰로 네이버 프리미엄 지면에 노출하는 성과형 디스플레이광고 알아보기 >
 구 광고관리시스템에서 등록 가능한 상품
 입찰 이미지 홍보에 적합한 클릭초이스를 알아보기 >
 최신 상품 이미지와 가격을 바로 보아볼 수 있는 클릭초이스상품광고 알아보기 >

2. 캠페인 및 그룹의 하루 예산과 기본 입찰가

2_A 하루예산

하루 동안 이 캠페인에서 지출할 의사가 있는 최대 비용을 설정합니다.

0 원 (70원에서 1,000,000,000원까지 입력 가능(10원 단위 입력))

하루예산을 입력하세요.

예산을 공동해본 합니다.
 예산을 공동해본한 경우, 하루예산에 맞춰 시스템이 광고 노출을 조절합니다. [도움말](#)

제한없음
 ① 경우에 따라 예산을 초과하는 금액이 과금될 수 있습니다. [도움말](#)

2_B 기본 입찰가

2_C 입찰 설정

70 원

① 기본 입찰가는 키워드별 입찰가가 설정된 키워드를 제외한 모든 키워드에 적용되는 입찰가입니다. 광고 만들기 이후에도 광고 그룹의 정보를 수정할 때 기본 입찰가를 변경할 수 있습니다. 콘텐츠 매체 전용입찰가를 설정하지 않은 경우에는 콘텐츠 매체에도 기본 입찰가가 적용됩니다. 최소 입찰가는 70원입니다. (VAT제외) [입찰가 설정 알아보기 >](#)

자동입찰 설정(Beta)

2_C 하루예산

하루 동안 이 광고그룹에서 지출할 의사가 있는 최대 비용을 설정합니다.

0 원 (70원에서 1,000,000,000원까지 입력 가능(10원 단위 입력))

하루예산을 입력하세요.

제한없음
 ① 경우에 따라 예산을 초과하는 금액이 과금될 수 있습니다. [도움말](#)

3. 키워드 추천과 추가 실적 예상

키워드 추가하기

3_A 3(4 / 100) 지우기

3_B 광고그룹기준 연관키워드 | 키워드기준 연관키워드

입구경카페 | 조회

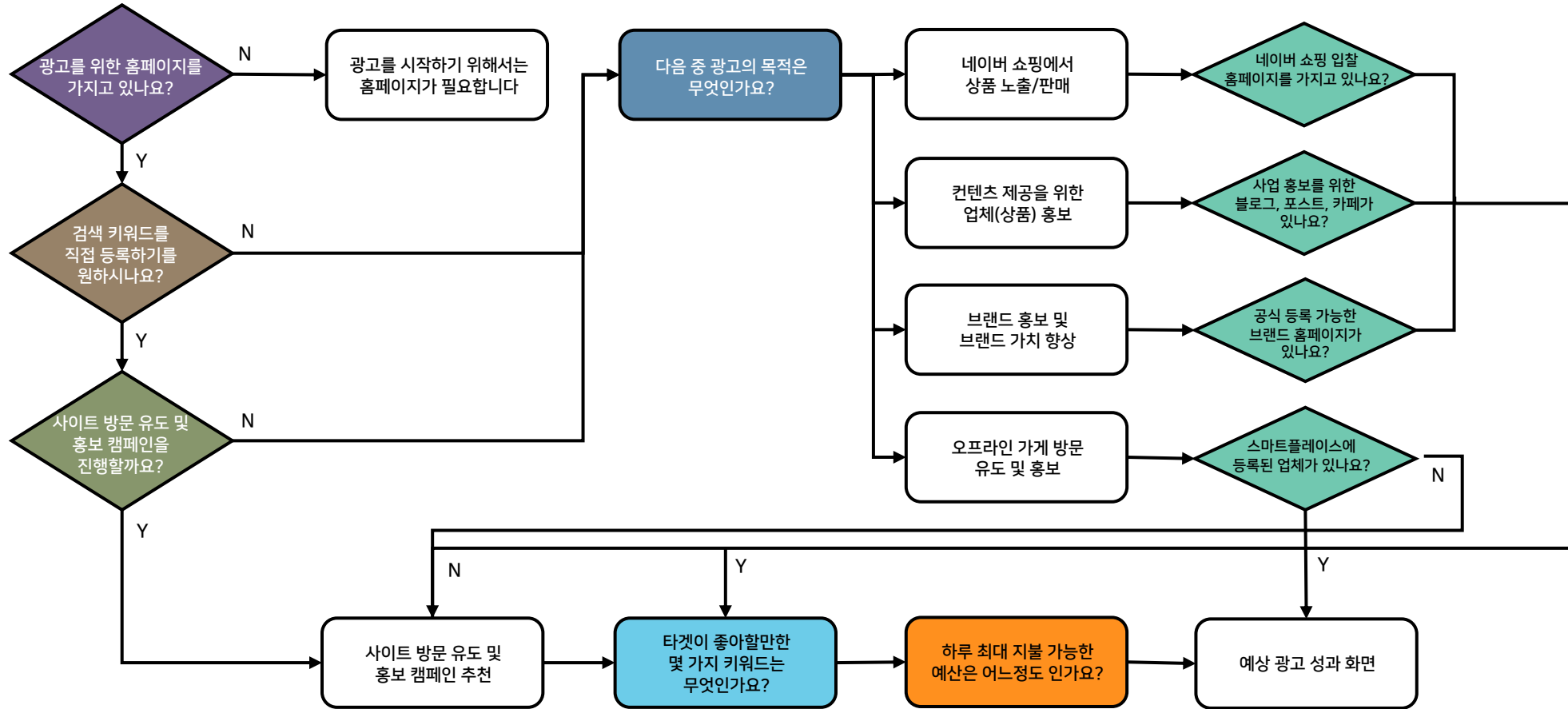
전체 추가	키워드	일간검색수 PC	일간검색수 모바일
추가	가로수길카페	2,670	34,300
추가	서울북카페	280	1,770
추가	입구경데이트	290	1,400
추가	가로수길케이크	260	2,700
추가	호달라운지	420	1,590
추가	서울스튜디오	70	210
추가	브런치카페	2,940	80,600
추가	서울카페	2,290	16,100
추가	입구경스타디카페	120	690
추가	입구경로덕오앗집	4,570	46,800

3_C 추가 실적 예상하기

실적 예상 기준: 기본 입찰가 70 원 PC / 모바일 키워드 확장 미적용
 월 예상 클릭수: 4 ~ 4 클릭
 월 예상 비용: 266 ~ 294 원 (VAT미포함)

① 연관키워드는 과거 데이터 기반으로 통계시스템이 추출한 결과로, 실제 성과나 노출가능을 보장하지는 않습니다. 광고에 따른 모든 법적 책임은 키워드를 선택한 광고주에게 있습니다.

2. Case에 따른 질문 Flowchart



3.

기능 제안과 성과 예측

1. 화면 개선 목적 Point

적절한 광고 캠페인 추천 / 광고 금액 추천 및 설정 / 광고 키워드 추천 및 설정

① 적절한 광고 캠페인 추천

Target : 처음 광고를 사용하는 사용자들

Goal : 광고 캠페인 추천을 받음으로 인해 각 광고 상품에 대한 이해도와 편의성 상승

② 광고 키워드 추천 및 설정

Target : 광고 상품에 따른 키워드 입력과 추천 정보가 부족한 사용자들

Goal : 관련 키워드 추천과 입력 편의성 상승, 해당 키워드의 효용성 확인 직관성 상승

③ 광고 금액 추천 및 설정

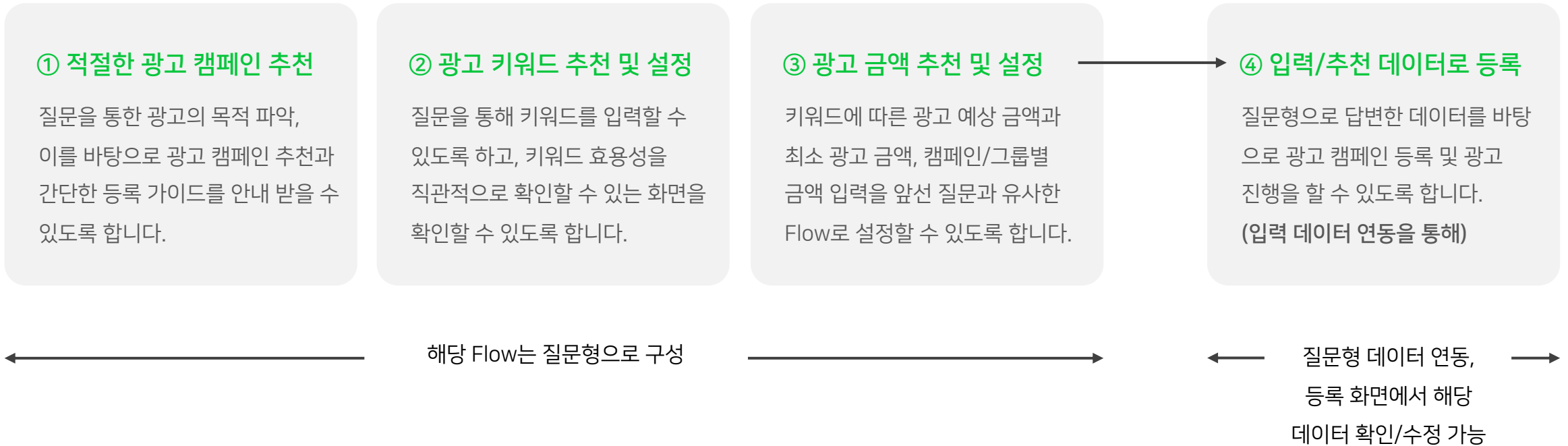
Target : 적절한 광고 금액 설정에 어려움을 겪는 사용자들

Goal : 등록된 키워드에 따른 광고 금액의 성과 확인의 직관성 상승

* 기존의 화면에서 사라지고 추가된 정보 Flow : [Appendix 4.8](#)

2. 개선된 전체 Flow

사용자 니즈를 바탕으로 "질문형 가이드" 도입 시의 개선된 캠페인 등록 Flow



* A/B Test Detail : [Appendix 4.6](#)

2. A/B Test 진행 결과

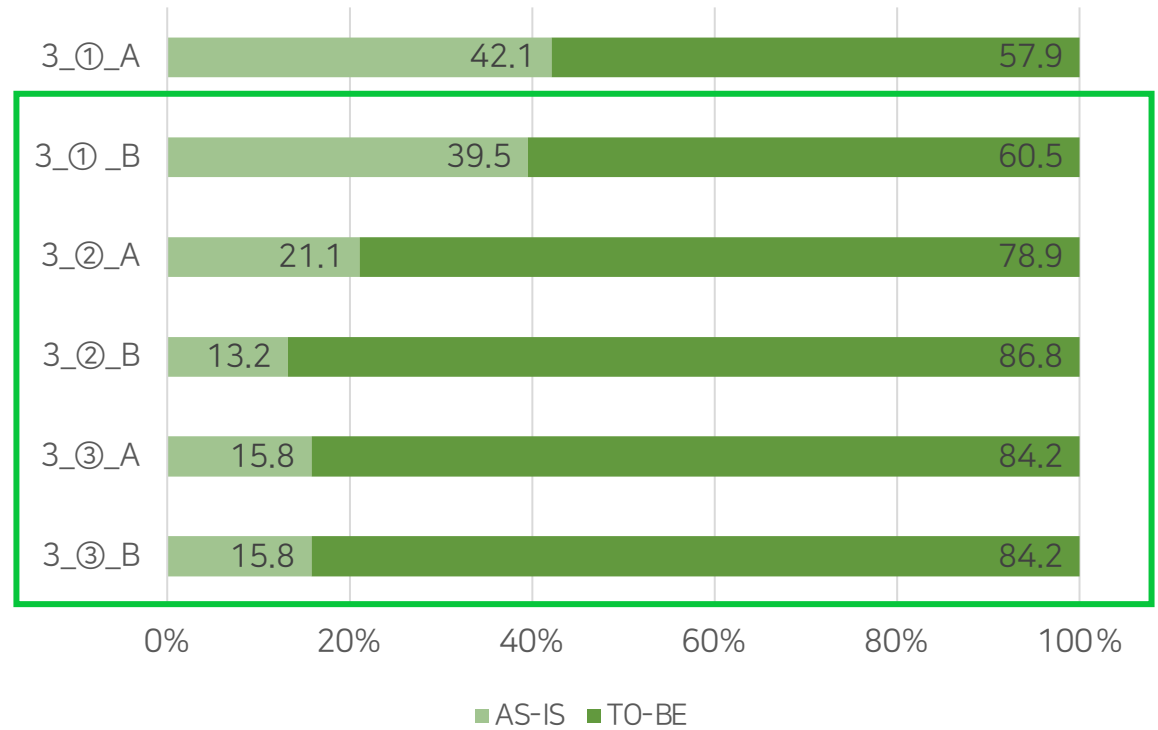
광고/홍보 관련 재학 및 졸업자, 온라인 광고 경험이 있는 사용자 38명을 대상으로 테스트 진행 (2021.03.29 17:00 - 2021.03.30 12:00)

유효성 범위

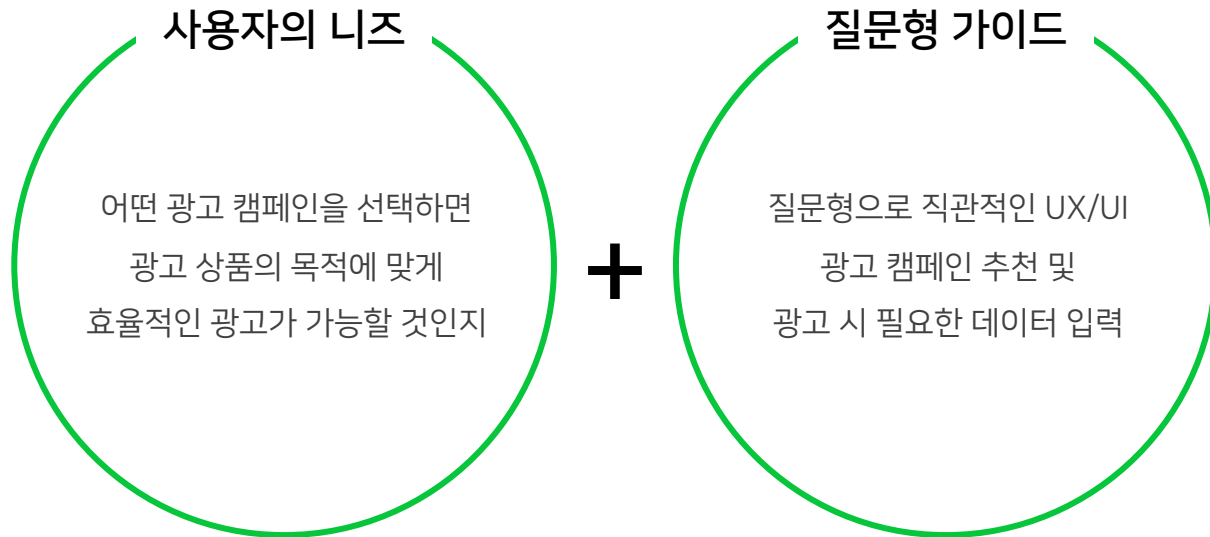
60% 이상이 선호할 시 당위성이 있다고 판단

범위 설정 이유

전체 Flow를 경험하지 않고 단순 화면에서 주어지는 정보의 편의성으로만 평가를 진행했기 때문



* 성과 분석 Detail : [Appendix 4.11](#)



유저 관점에서 예상되는 성과

- ① 광고 캠페인 선택 고민 편의성 향상
- ② 광고 키워드/금액 선택 고민 Depth 최적화 (다른 플랫폼 검색 등)

시스템 효율 증가 관점에서 예상되는 성과

- ① 등록 이탈률 감소로 인한 Retention 유지 측면의 효율화

네이버의 장기적인 관점에서 예상되는 성과

- ① 신규 광고주들을 위한 UX 개선으로 인한 효율성 입증
- ② 더욱 직관적인 키워드 및 금액을 제공한다는 신뢰성 향상
- ③ 광고주들에게 믿을 수 있는 데이터를 바탕으로 광고 투자 비용 증가

-

End of Document

-

Thank You

-

4. Appendix

Appendix 목차

[4.1 기존 광고 비즈니스 가이드 페이지의 어려움](#)

[4.2 경쟁사\(Facebook/Google\)의 광고 상품 등록 및 추천 UX](#)

[4.3 페이스북 자동화 광고 추천 질문 Case](#)

[4.4 Journey Map 제작을 위한 타겟 사용자층 분석](#)

[4.5 광고주가 추천 받을 수 있는 정보 분석 : 기능과 화면 구성 중심으로](#)

[4.6 AB Test Detail](#)

[4.7 적합한 캠페인 추천 측면 Detail View](#)

[4.8 개선된 기존 캠페인 설정 화면](#)

[4.9 고객 이탈 예상에 대한 Check Point](#)

[4.10 개선된 유저 UX 시나리오](#)

[4.11 예상되는 성과 분석 Detail](#)

[4.12 그 외 제안했던 제안서 내용](#)