

Kakao 검색광고 품질지수 가이드

광고플러스 | last update 2015.07



목차

1. 품질지수

2. FAQ



1. 품질지수

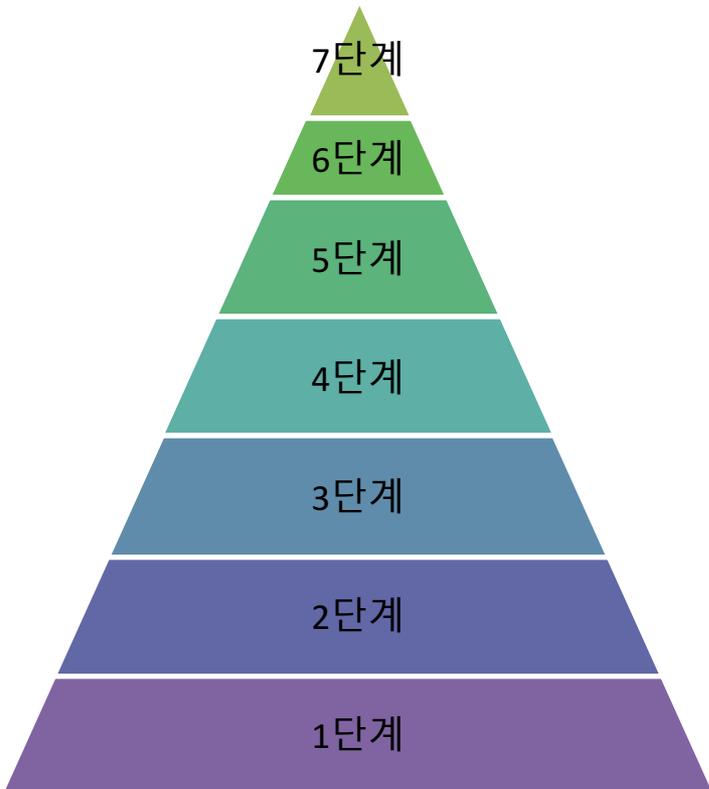
품질지수란?

광고의 품질을 나타내는 지표로, 등록된 광고가 검색 사용자들에게 얼마나 유용한지, 또 얼마나 높은 성과를 내고 있는지가 광고그룹마다 반영되는 지수.



품질지수의 단계

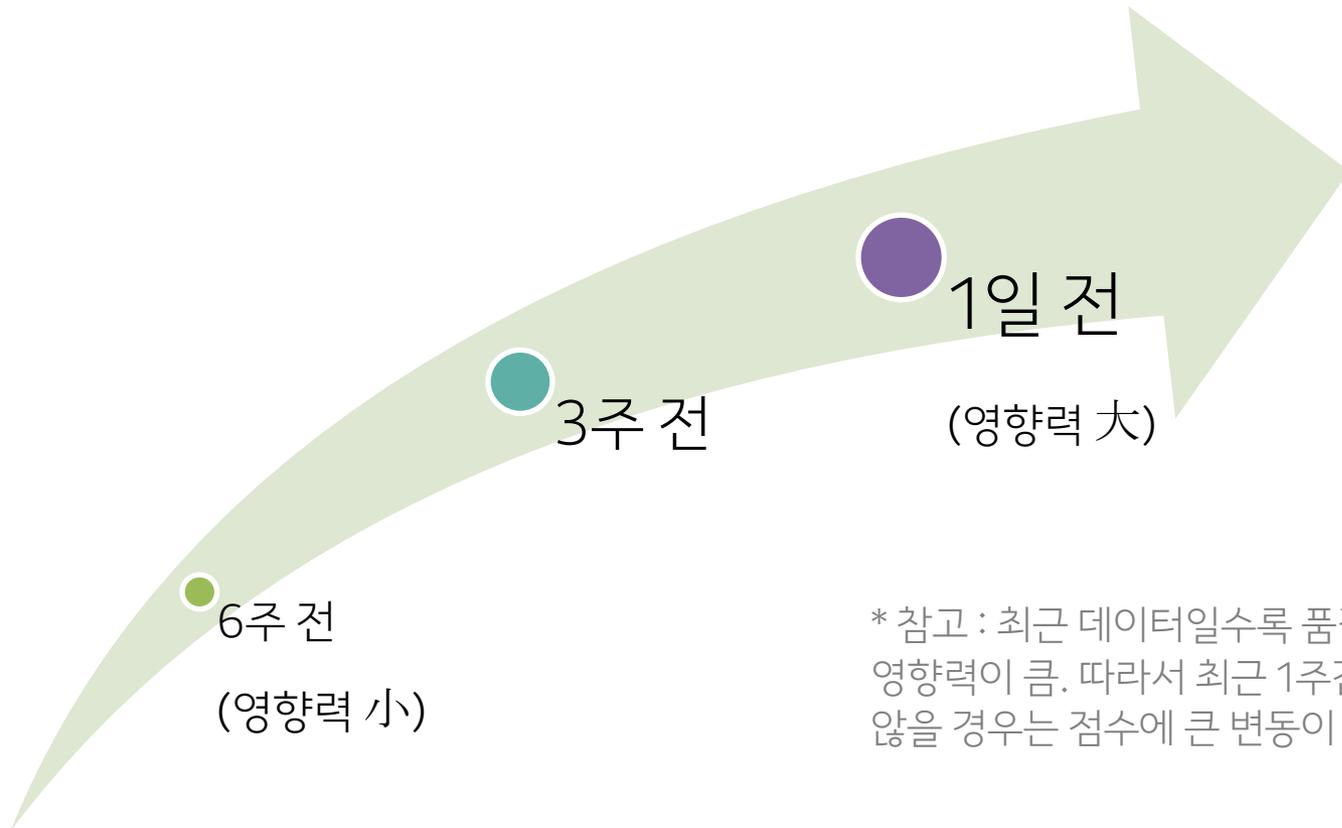
품질지수는 총 7단계로 이루어져 있으며, 각 단계에 따라 다르게 점수가 산정되어 있습니다. 신규로 등록한 그룹에는 1단계가 부여됩니다. 키워드와 소재 등록 후 광고가 집행될 시 빠르면 1일 후에 집행결과에 따라 등급이 부여되며 성과에 따라 단계가 조정됩니다.



- 6 - 7단계 : 광고관리의 품질이 좋아 품질지수가 낮은 경쟁업체보다 노출우대를 받고 있으므로 이 수준을 계속 유지하는 것이 좋은 경우
- 4 - 5단계 : 경쟁업체와 비교했을 때 보통수준이며, 조금 더 관리하면 동일 입찰가로 더 큰 폭의 노출 우대를 받을 수 있는 경우
- 2 - 3단계 : 광고관리에 각별한 주의가 필요한 경우
- 1단계 : 최초로 그룹을 등록한 경우와 광고성과가 극히 나쁜 경우

품질지수 측정 및 업데이트 주기

품질지수 업데이트는 '하루 1번 (매일 새벽)'
측정을 위한 데이터 수집은 '약 6주 전부터 1일전까지'



* 참고 : 최근 데이터일수록 품질지수에 대한 영향력이 큼. 따라서 최근 1주간 광고집행을 하지 않을 경우는 점수에 큰 변동이 있을 수 있음.

1. 품질지수

품질지수 확인

1) 그룹화면 : 각 광고그룹의 품질지수가 그룹 화면 상단에 표시됨

광고관리 | 이경선 > 캠페인_1 > 검색 그룹_1 조

· 그룹 ON OFF | 품질지수 ? : 1 | 광고대상 : [웹사이트] 테스트사이트 (http://www.daum.net/124)

· 전략 일 예산 : 미설정 | 소재 노출 방식 : 랜덤노출

· 통계

노출수	0 회	클릭수	0 회	총비용	0 원 (일평균 0 원)
-----	-----	-----	-----	-----	---------------

0
0

15.08.08 15.08.09

2) 그룹설정 화면 : 각 광고그룹의 품질지수가 표시됨

그룹 설정

▶ 캠페인 : 캠페인_1

▶ 검색그룹

그룹명	그룹_1	4/50자
광고대상	[웹사이트] 테스트사이트 (http://www.daum.net/124)	<input type="button" value="광고대상 정보확인"/>
품질지수 ?	1	



2. FAQ

Q

품질지수를 적용하는 이유와,
품질지수가 높으면 좋은 점을 알려주세요.

품질지수를 보면 자신의 광고가 얼마나 효율적으로 운영되고 있는지를 쉽게 파악할 수 있습니다. 따라서 품질지수는 광고주들이 광고 구조에 맞는 효율적인 광고 운영을 할 수 있도록 유도합니다. 그리고 궁극적으로는 검색 품질을 향상시켜 좋은 광고가 상대적으로 적은 광고비를 사용할 수 있는 직접적 선순환 구조를 만들어 줍니다.

즉, 품질지수를 잘 관리하여 높아지면 경쟁 광고주들보다 저렴한 가격으로 높은 순위에 노출될 수 있어 효율적인 광고 운영이 가능해집니다.

A



Q

품질지수의 반영 비중은 어느 정도인가요?
입찰액을 높여 커버가 가능한가요?

품질지수 반영 비중은 입찰된 광고 현황에 따라 유동적입니다. 품질지수가 낮더라도 입찰액을 높여 원하는 순위에 진입할 수 있습니다. 단, 입찰한 키워드 PPC에 따라 순위 역전을 위해 추가해야 하는 입찰가는 다를 수 있습니다.

A



Q

품질지수를 높이려면 어떻게 해야 하나요?

A

기본적으로 품질지수는 ‘성과(클릭율)+품질’을 통해 측정됩니다.
이 때, “성과(클릭율)”는 순위 효과, 시간대 효과, 시즌성 효과, 키워드 종류에 따른 효과 등을 감안하여, 해당 키워드의 평균 대비 클릭율로 측정하고, “품질”은 구매 키워드와 노출 소재 사이의 연관도, 집행 사이트와 구매 키워드 사이의 연관도, 집행 사이트와 광고소재 사이의 연관도 등을 참고하여 측정됩니다.

따라서 품질지수에 긍정적인 영향을 줄 수 있는 방법들은 아래와 같습니다.

- 1) 소재노출 방식을 ‘성과우선 노출’로 설정할 것을 권장 드립니다.
: 등록하신 소재들 중 성과가 좋은 소재를 우선적으로 노출시켜주기 때문에 광고 성과도 높아질 수 있습니다.
- 2) 사이트와 연관성이 높은 키워드를 구매하고, 서로 관련성이 높은 키워드끼리 묶어서 그룹을 구성해야 합니다.
: 관련이 없는 키워드들이 같은 그룹 안에 있으면 성과가 낮아질 수 있습니다.
- 3) 유효 클릭이 발생하는 키워드를 많이 확보합니다.
: 키워드 확장 시, 기본 클릭수가 일정 수 이상 되는 키워드를 많이 발굴 할 수록 품질지수 향상에 긍정적 영향을 줄 수 있습니다.
- 4) 사용자의 클릭을 많이 이끌어낼 수 있는 좋은 소재를 작성해야 합니다.



Q

품질지수가 노출에 주는 영향은 무엇인가요?

A

Kakao 검색광고·DDN의 노출순위는 입찰가 뿐만 아니라 품질지수의 영향도 받습니다. 그렇기 때문에 입찰가가 낮더라도 품질지수가 좋은 광고가 입찰가는 높지만 품질지수가 낮은 광고보다 높은 순위로 노출될 수 있습니다.



Q

자동입찰로 희망순위를 지정해두어도
품질지수의 영향을 받아 순위가 바뀔 수 있나요?

A

자동입찰 희망순위는 순위를 '보장'하는 기능이 아니라, 희망순위에 최대한 가깝게 노출해주는 기능입니다. 따라서 품질지수의 도입여부에 상관없이 광고주의 실제 노출 순위는 상황에 따라 희망순위와는 다를 수도 있습니다.

다만, 자동입찰에서 희망순위를 설정해두시면 원하는 순위에 최대한 가깝게 맞춰서 계속해서 입찰가를 변경해주기 때문에, 만약 경쟁 광고주들의 품질지수나 해당 광고주의 품질지수의 영향으로 실제 노출순위가 희망순위와 다르게 조정이 될 경우에도 입찰가 변경을 통해 다시 최대한 희망순위에 노출될 수 있도록 조절됩니다.



Q

‘PC 콘텐츠 네트워크’가 품질지수에도 영향을 미치나요?

아니요. 콘텐츠 네트워크 영역에 노출되는 광고의 성과는 품질지수 점수에 영향을 주지 않습니다. 즉, PC 콘텐츠 네트워크를 운영한다고 해서 품질지수가 특별히 낮아지거나 높아지지 않습니다.
다만, PC 콘텐츠 네트워크의 광고 노출은 검색광고와 동일하게 적용되므로 품질지수의 영향을 받아 결정이 됩니다.

A



Q

그룹 내 키워드를 신규그룹으로 이동 및 삭제할 경우 품질지수에 어떤 영향을 주나요?

키워드를 다른 그룹으로 이동할 경우 해당 키워드가 기존 그룹에서 획득한 성과가 이동한 그룹의 품질지수에 영향을 주지 않습니다.
즉, 이동 직후에는 해당 신규그룹의 품질지수 초기값인 1과 키워드의 입찰가가 동시 고려되어 새로운 순위를 부여받습니다.

A

또한 키워드를 삭제할 경우, 해당 성과는 그룹의 품질지수를 산정 하는데에서 제외됩니다.



Q

품질지수 측정에 사용되지 않는 키워드나 소재
혹은 품질지수 미적용 상태로 노출되는
키워드나 소재이 따로 있나요?

A

아니요, 없습니다.
모든 키워드와 소재의 성과는 지수 측정에 사용되며 모든 키워드의 노출은
품질지수가 적용됩니다.



Q

품질지수로 인한 노출 로직이
오픈마켓 광고주에도 적용이 되나요?

A

품질지수는 모든 광고주에게 적용이 되므로, 오픈 마켓(G마켓, 옥션, 11번가 등)에도
적용이 됩니다.



Q

입찰관리나 광고관리 화면에서 보는 순위와 실제 노출순위가 다른 경우가 있습니다. 이걸 품질지수 때문인가요?

A 업데이트가 이루어지는 새벽시간에는 간혹 광고관리에서 확인하는 품질반영순위와 실제 노출되는 순위가 일시적으로 맞지 않는 경우가 있을 수도 있습니다. 업데이트가 모두 완료되면 다시 광고관리 품질반영순위와 실제 노출순위가 동일하게 맞춰집니다.

A



Q

품질지수가 반영되어 순위 변동이 있을 경우, 과금은 어떻게 진행이 되는 것인지 궁금합니다.

A 품질지수로 인해 순위 변동이 생겼을 경우에도, 마찬가지로 '차순위+10원'만큼의 실 과금액이 발생하게 됩니다. (변동된 새로운 순위에 맞게 과금액도 바뀜) 그러나 이때, 광고주 본인의 입찰액과 변동된 과금액 중 더 적은 금액으로 계산이 되므로, 입찰가는 낮지만 품질지수가 높은 광고가 상위에 노출이 된 경우는 해당 순위의 차순위 입찰가에 영향을 받지 않고, 자신의 입찰가만큼만 과금이 됩니다.

A



Q

전체적인 순위를 7순위 이하로 진행하면서
품질지수를 6단계 이상으로
올릴 수 있는 방안이 있나요?

A

품질지수 2.0이 적용되면서 키워드나 소재의 사이트 연관도 등의 영향이 높아졌기 때문에, 키워드 종류, 광고소재 구성, 키워드 태그 활용 여부 등이 사이트에 최적화되어 있다면 하순위에 집행하더라도 좋은 등급을 받을 수 있는 확률이 높아졌습니다.



Q

타 광고와 동일한 품질지수와 동일한 입찰가를
가지고 있는 경우 순위는 어떻게 되나요?

A

입찰시각이 빠른 광고가 상위에 위치합니다.



Q

신규 그룹의 품질지수가
1부터 시작하는 이유는 무엇인가요?

Kakao 검색광고·DDN의 품질지수는 '광고 그룹' 단위로 부여되므로 그룹 내 키워드와 소재의 조합, 그리고 사이트와의 연관성이 해당 그룹 품질지수에 중요한 변수가 될 수 있습니다. 따라서 신규 그룹은 해당 변수의 측정이 없었다고 보기 때문에 1로 시작합니다.

A



Q

신규 그룹의 품질지수가 기존 그룹의 품질지수
정도를 회복하려면 얼마나 걸리나요?

키워드 이동 당일 노출 이력(클릭 수가 없어도)만 있다면 품질지수 자체 보정 로직에 의하여 바로 익일에 일정 정도 품질지수를 회복합니다. (100% 동일하게 보정되지는 않으며 각 키워드의 기존 성과와 그룹/연결 사이트에 따라 다릅니다.)
그룹 내 키워드/소재 조합과 신규 노출이력에 따라 다르므로 100% 동일하게 회복하는데 회복에 얼마나 걸린다고 말씀드리기는 어렵습니다.

A



Q

품질지수 업데이트가 지연될 수도 있나요?

다음의 예외적인 경우 품질지수가 몇 시간~1일 이상 업데이트되지 않을 수 있습니다.

- 1) 야간 전체 DB 점검이나 기타 배포 작업으로 인해 자동 업데이트를 하기 어려운 경우
- 2) 기타 급작스러운 장애 발생의 경우

1)의 경우 늦어도 2일 이내에는 업데이트 작업이 정상적으로 재개되오나,
2)의 경우에는 상황에 따라 그 이상이 걸릴 수도 있는 점 양해 부탁드립니다.

A



감사합니다.