

23회 카카오 광고주 교육

Session3. DDN 광고 운영하기

광고마케팅셀 박은주 | 2017.06.15

목차

1 DDN 광고 현황 확인

1-1. 광고리포트 살펴보기

1-2. Clix 보고서+α

2 DDN 운영 요소의 이해

2-1. 타겟팅

2-2. 타겟팅과노출

2-3. 타겟팅과클릭

2-4. 소재와클릭

2-5. 전환

2-6. 광고현황점검사례

3 DDN 광고 최적화 사례

1.DDN 광고 현황 확인

- 광고리포트 살펴보기
- Clix 보고서 + α

실시간 리포트 : 1시간 단위의 시간대별 광고 현황 (당일에만 제공)

광고운영 보고서

광고대상

수익 ? 그룹명	ON/OFF	광고대상	노출수 ?	클릭수 ?	클릭률 ?	평균클릭비용 ?	평균노출비용 ?	총비용 ?	직접전환수 ?	직접전환액 ?	간접전환수 ?	간접전환액 ?
검색어타게팅	ON		12,116	71	0.59%	132.9	-	9,438	2	43,300		
리마케팅	ON		6,976	43	0.62%	130.0	-	5,588	-	-		
관심사타게팅	OFF		-	-	-	-	-	-	-	-		
전체합			19,092	114	0.6%	131.8	-	15,026	2	43,300		

시간대별 상세 리포트

날짜	시간대	노출수	클릭수	클릭률	평균클릭비용	총비용	직접전환수	직접전환액	간접전환수	간접전환액	전환율
2017.06.05	00:00 - 01:00	1,442	7	0.49%	104.5	418	-	-	-	-	-
	01:00 - 02:00	1,520	7	0.46%	104.5	-	-	-	-	-	-
	02:00 - 03:00	1,789	8	0.45%	104.5	-	-	-	-	-	-
	03:00 - 04:00	1,425	10	0.70%	104.5	-	-	-	-	-	-
	04:00 - 05:00	1,919	11	0.57%	104.5	-	-	-	-	-	-
	05:00 - 06:00	1,549	9	0.58%	104.5	935	-	-	1	45,100	14.29%
	06:00 - 07:00	3,093	14	0.45%	104.5	913	-	-	-	-	-
	07:00 - 08:00	3,630	26	0.72%	104.5	1,100	-	-	-	-	-
	08:00 - 09:00	3,514	19	0.54%	104.5	1,320	-	-	1	91,500	10%
	09:00 - 10:00	3,514	19	0.54%	104.5	1,430	1	20,400	-	-	9.09%
	10:00 - 11:00	3,514	19	0.54%	104.5	1,133	-	-	1	83,200	11.11%
	11:00 - 12:00	3,514	19	0.54%	104.5	1,815	-	-	1	21,800	7.14%
	12:00 - 13:00	3,514	19	0.54%	104.5	3,509	1	22,900	2	142,000	11.54%
	13:00 - 14:00	3,514	19	0.54%	104.5	2,453	-	-	-	-	-
	14:00 - 15:00	3,514	19	0.54%	104.5	-	-	-	-	-	-
	15:00 - 16:00	3,514	19	0.54%	104.5	-	-	-	-	-	-
	16:00 - 17:00	3,514	19	0.54%	104.5	-	-	-	-	-	-
17:00 - 18:00	3,514	19	0.54%	104.5	-	-	-	-	-	-	
18:00 - 19:00	3,514	19	0.54%	104.5	-	-	-	-	-	-	

✓ **노출점유율: 1일 3회, 광고의 입찰/예산 경쟁력 (당일 8시간 데이터)**

$$\text{노출점유율} + \text{상실노출점유율(입찰)} + \text{상실노출점유율(예산)} = 100\%$$

CLIX | 클릭스 홈 | 광고관리 | 보고서 | 계정 | 결제

충전

광고관리 | DDN 모바일

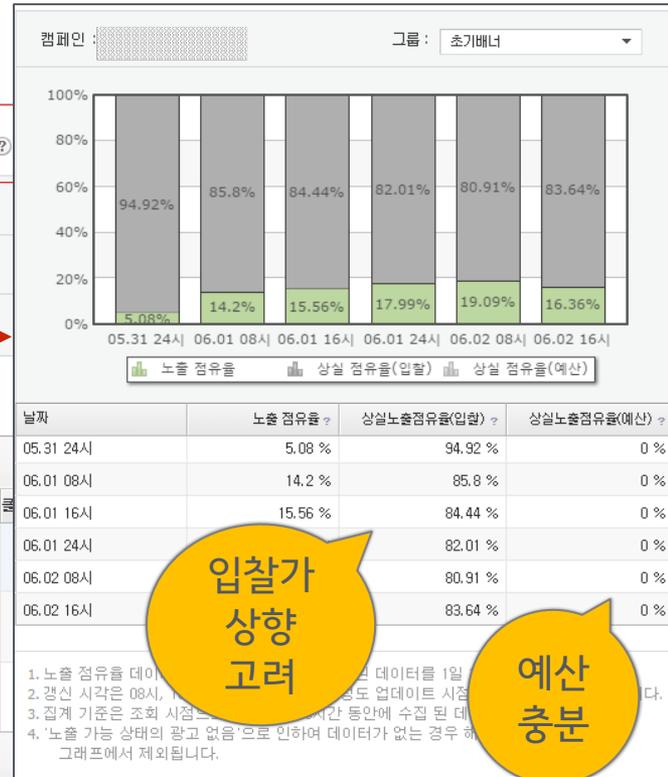
· 캠페인 ON OFF

· 전략 일 예산 : 40,000 전략설정

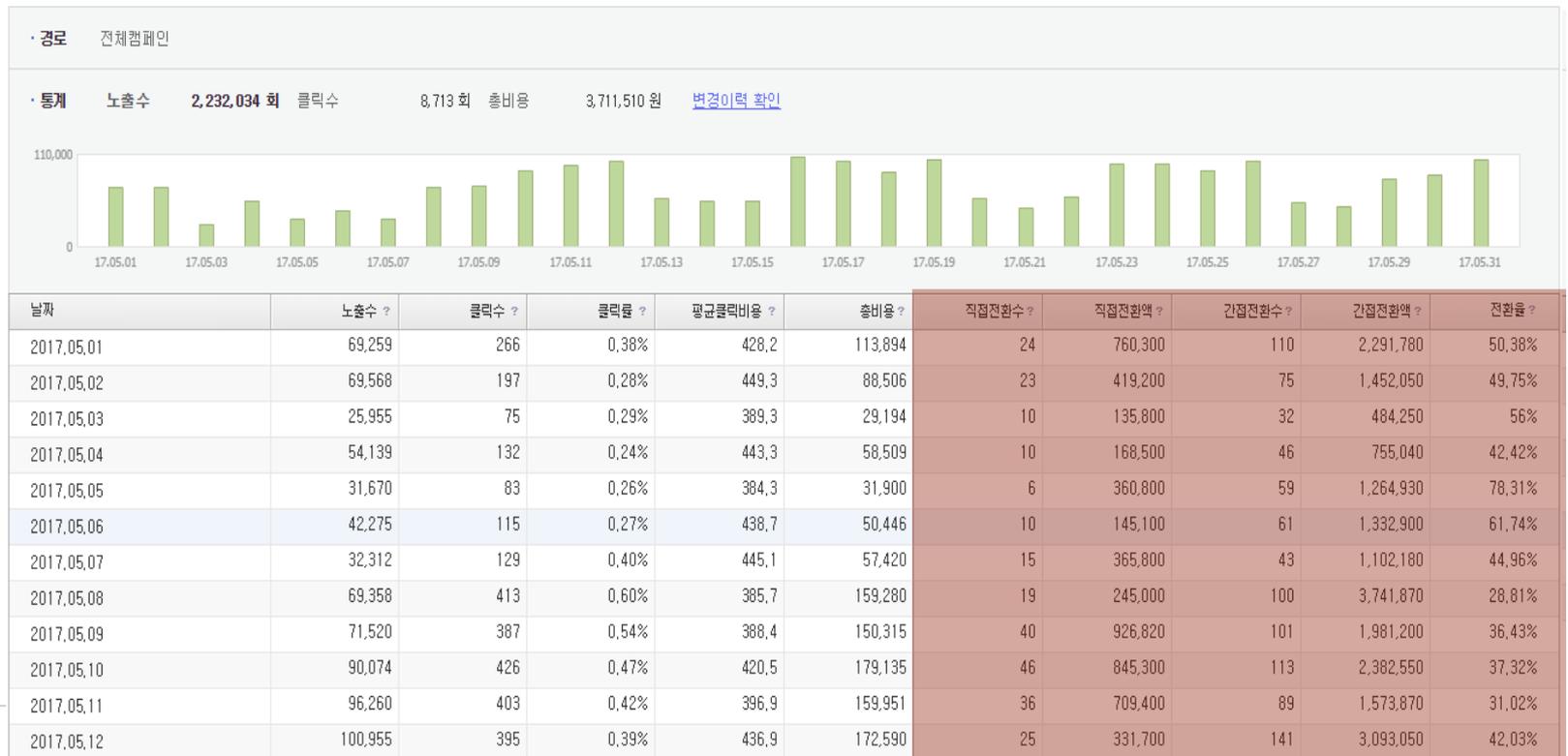
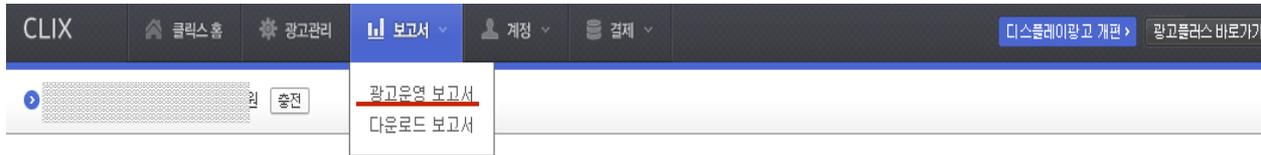
· 통계 노출수 **42,347 회** 클릭수 158 회 총비용 25,355 원 (일평균 25,355 원)

그룹명	ON-OFF	상태	광고대상명	입찰가	일예산	오늘소진액	노출점유율	도달수	노출수	클릭수
DDN 검색어타게팅	ON	운영중	모바	160	25,000	23,122	94.92%	-	28,092	132
DDN 관심사타게팅	OFF	광고그룹 Off	모바	200	10,000	0	14.2%	-	-	-
DDN 리마케팅	ON	운영중	모바	160	15,000	4,851	15.56%	-	14,255	26

조회조건 : 오늘 ?



 전환데이터: Clix에서 제공하는 전환추적설정(CTS) 설치시 보고서내 확인 가능



 전환데이터: 전환추적설정(CTS) 설치시 다양한 타겟팅별/소재별 보고서 확인 가능

광고운영 보고서

일간 월간 이번달 : 2017.06.01 ~ 2017.06.04

> 현황 보고서 | 전체캠페인 > 타겟팅 소재

게재위치	플랫폼	성별	연령	지역	관심사	검색어	쇼핑카테고리	리타겟팅
------	-----	----	----	----	-----	-----	--------	------

- 추이 ? 플랫폼
-
-
-
-
- 전체합

광고운영 보고서

일간 월간 이번달 : 2017.06.01 ~ 2017.06.04

> 현황 보고서 | 전체캠페인 > 타겟팅 소재

게재위치	플랫폼	성별	연령	지역	관심사	검색어	쇼핑카테고리	리타겟팅
------	-----	----	----	----	-----	-----	--------	------

추이 ? 성별

-
-
-
- 전체합

광고운영 보고서

일간 월간 이번달 : 2017.06.01 ~ 2017.06.04

> 현황 보고서 | 전체캠페인 > 타겟팅 소재

게재위치	플랫폼	성별	연령	지역	관심사	검색어	쇼핑카테고리	리타겟팅
------	-----	----	----	----	-----	-----	--------	------

추이 ? 위치

> 현황 보고서 | 전체캠페인 > 타겟팅 소재

추이 ? 소재명	소재유형	미리보기	사이즈	ON-OFF	노
<input type="button" value="소재_11(수정)"/>	이미지소재		320x100	ON	
<input type="button" value="소재_10(수정)"/>	이미지소재		320x50	ON	
<input type="button" value="리타겟(수정)"/>	이미지소재		200x200	ON	

☑️ 전환데이터: 보고서에서 다운로드한 엑셀파일을 열어 추가 지표 계산/확인



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
	날짜	노출수	클릭수	클릭률	평균 클릭비용	총비용	직접 전환수	직접 전환금액	간접 전환수	간접 전환금액	전환율	광고수익률 (ROAS)	구매건당 광고비 (CPA)	평균 구매 단가
1														
2	2017.06.01	42,053	136	0.32%	475	64,614	22	323,700	30	938,680	38.24%	1954%	1,243	24,277
3	2017.06.02	69,533	183	0.26%	474	86,713	23	616,020	32	548,600	30.05%	1343%	1,577	21,175
4	2017.06.03	28,235	45	0.16%	467	21,010	1	-	17	426,370	40.00%	2029%	1,167	23,687
5	2017.06.04	21,357	57	0.27%	465	26,521	7	105,500	14	261,600	36.84%	1384%	1,263	17,481
6														

➤ 광고수익률: 광고비 대비 전환 매출

$$=(H2+J2)/F2$$

➤ 구매건당 광고비: 1건 구매액션에 지출된 광고비

$$=F2/(G2+I2)$$

➤ 평균 구매 단가: 1번의 구매액션시 구매 단가

$$=(H2+J2)/(G2+I2)$$

1

매일 광고

노출/클릭/광고비 소진

현황 확인하기

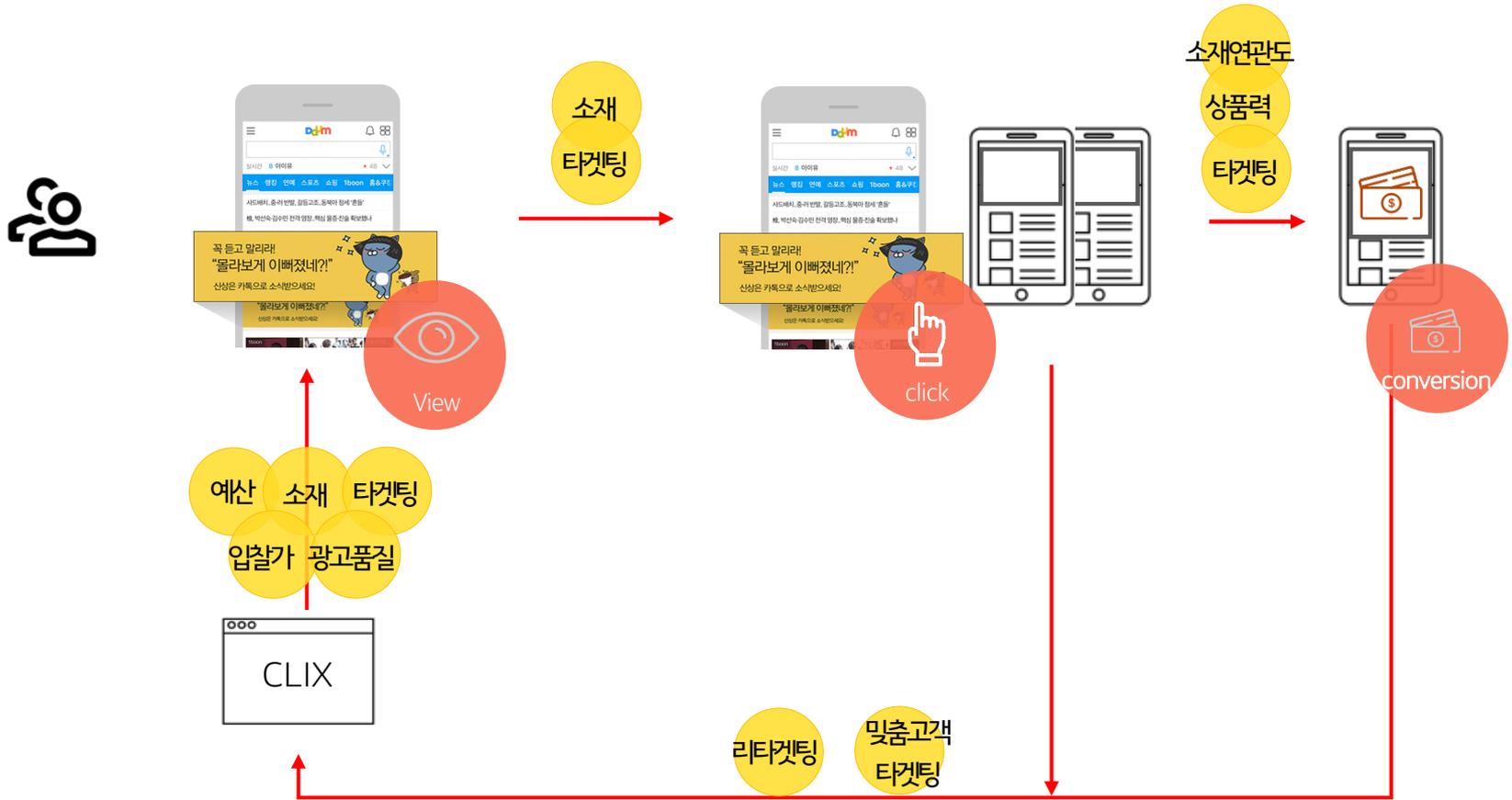
2

상실점유율 / 노출점유율 (누구나 확인가능)

전환데이터 (CTS 설치시 확인 가능)

2. DDN 광고운영 요소의 이해

타겟팅 / 노출 / 클릭 / 소재 / 전환



타겟팅

: 전체 시장을 세분화한 후, 하나 혹은 복수의 소비자 집단을 목표시장으로 선정하는 마케팅 전략

: 표적화

잠재고객 타겟팅

- └ 플랫폼
- └ 연령
- └ 성별
- └ 지역
- └ 관심사
- └ 검색어
- └ 쇼핑카테고리

인지고객 타겟팅

- └ 리타겟팅 (Web)
- └ 맞춤형고객 (App)

DDN 타겟팅과 노출

: DDN은 광고지면내 타겟팅된 노출 대상이 같은 광고끼리, 입찰가와 광고품질에 따라 경쟁을 하여 광고가 노출됩니다.



실시간 입찰을 통한 광고 노출 결정



DDN 타겟팅과 클릭

: 광고지면에 유입된 유저를 비식별자화된 빅데이터 분석을 통해 광고노출대상 여부 파악
 사사의 광고의 관심도가 높은 유저가 타겟되어 노출될 수록 광고 반응을 ↑



DDN 소재와 클릭

: 자사의 상품/서비스/프로모션 등 잠재고객의 클릭을 유도할 수 있는 “광고소재 : 이미지 + 텍스트” 개발

DDN은 기본적으로 성과 우선 노출 지원



전환

- : 타겟팅을 통해 자사의 상품/서비스에 보다 관심이 높을 잠재고객군을 찾아내고, 유입시 빠르게 목적/문제 해결을 지원.
- : 또한 자사의 상품과 사이트의 신뢰도&경쟁력을 높이는 것은 베이스가 되어야 함.

푸드케어 www.eusik.com / 성공사례 상세 : <https://adplus.biz.daum.net/story/644>

리타겟팅그룹:소재+랜딩

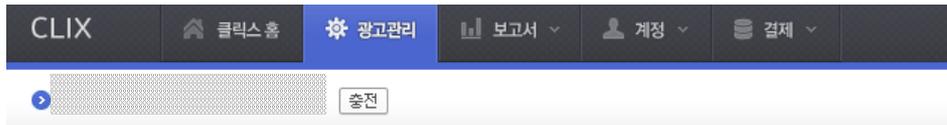
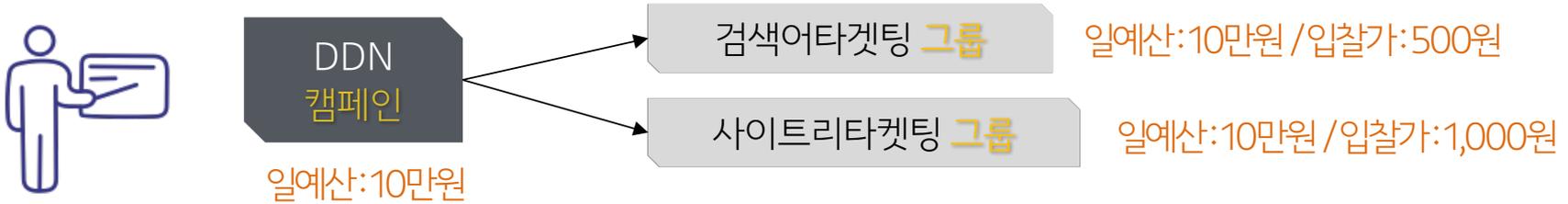


광고소재와 연관된 빠른 동선

1day 신청 + 가격경쟁

브랜드 신뢰도
: 유리병
: 커뮤니티
: 고객센터

교육업종 A광고주



입찰경쟁력 UP 필요?

광고관리 | DDN

· 캠페인 **ON** OFF

· 전략 일 예산 : 100,000 전략설정

· 통계 노출수 **8,301 회** 클릭수 9 회 총비

날짜	노출 점유율 ?	상실노출점유율(입찰) ?	상실노출점유율(예산) ?
06.05 24시	13.37 %	86.63 %	0 %
06.06 08시	9 %	91 %	0 %
06.06 16시	6.13 %	93.87 %	0 %
06.06 24시	14.12 %	85.88 %	0 %
06.07 08시	8.03 %	91.97 %	0 %
06.07 16시	5.18 %	94.82 %	0 %

그룹명	ON-OFF	상태 ?	광고대상명	입찰가	일예산 ?	오늘소진액 ?	노출점유율	도달수 ?	노출수 ?	클릭수 ?	클릭률 ?	평균클릭비용 ?	총비용 ?
DDN 검색어타겟팅	ON	운영중		500	100,000	2,860		-	4,115	5	0.12%	479.6	2,398
DDN 사이트리타겟팅	ON					3,949		-	3,019	4	0.13%	819.5	3,278

1일광고비 소진액약6000원

검색어타겟팅 그룹

일예산:10만원 /입찰가:500원

타겟팅

Web 10만미만
App 1만미만

소재

광고관리 사용 Tip ②

게재 위치 소재

+ 새소재 ON-OFF 삭제 보고서 바로가기 전체

소재명	ON-OFF	상태 ?	미리보기 ?	사이즈	등록일시	노출수 ?	클릭수 ?	클릭률 ?
소재_3	OFF	● 소재 Off			2017,04,20	-	-	-
초기배너(수정)	ON	▶ 운영중		655x120	2017,04,20	4,115	5	0.12%

+ 새소재 ON-OFF 삭제 보고서 바로가기

운영소재1개사이즈,1개

사이트리타겟팅 그룹

일예산:10만원 /입찰가:1000원

타겟팅 →

인지고객 타겟팅

맞춤고객 미설정 설정
 노출 범위가 제한되지 않습니다.
 맞춤고객 타겟팅은 '모바일앱'에 노출되는 광고에만 적용됩니다.

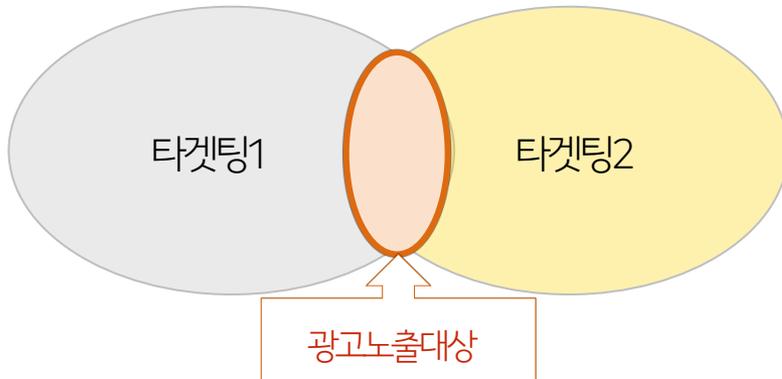
리타겟팅 ? 미설정 설정

코드명 (1) 타겟 고객수 ?

[타겟코드] 1,238

**타겟고객수
약1200명**

* 계정 > 리타겟팅 설정 에서 리타겟팅 코드 생성 후 사용 가능합니다.
 * 타겟고객수가 일정수준 이상은 되어야 타겟팅 효과 측정이 가능합니다.
 * 리타겟팅은 잠재고객수 계산에 포함되지 않습니다.



한그룹내 다중의타겟팅을 적용할 경우
노출량확보 어려움

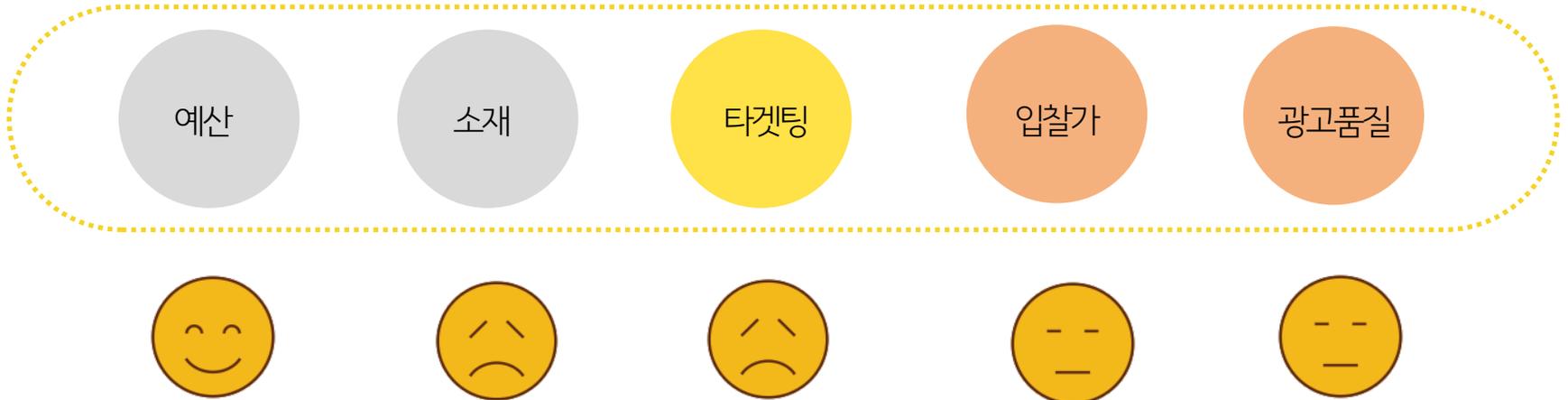
스포츠웨어업종 B광고주



DDN 캠페인

일예산: 10만원
현재(6월 기준)

	일예산	일소진액	입찰가	모수
리타겟팅	20,000	3,872	300	1500명
검색어	50,000	1,221	300	10만 미만
관심사	20,000	2,322	300	1300만 미만
쇼핑카테고리	20,000	4,543	300	1만 미만



보고서>광고운영보고서 : 2017.03~05 3개월

광고그룹명	노출수	클릭수	클릭률	평균 클릭비용	총비용	직접 전환수	직접 전환금액	간접 전환수	간접 전환금액	전환율	광고수익률 (ROAS)	구매건당 광고비 (CPA)	평균 구매 단가
관심사	3,206,790	1,939	0.06%	311	603,647	2	138,000	2	158,500	0.21%	49%	150,912	74,125
카테고리	2,726,467	1,909	0.07%	311	592,834	5	402,000	4	358,500	0.47%	128%	65,870	84,500
검색어	996,964	896	0.09%	297	266,024	1	78,000	4	304,000	0.56%	144%	53,205	76,400
리타게팅	437,953	826	0.19%	272	224,433	6	466,000	6	473,000	1.45%	418%	18,703	78,250
합계	7,368,174	5,570	0.08%	303	1,686,938	14	1,084,000	16	1,294,000	0.54%	141%	56,231	79,267

CTR과 전환율 → 광고수익률이 낮은데...

타겟팅&예산
검토

소재경쟁력
검토

3. DDN 광고 최적화 사례

최적화



주어진 범위 안에서
최댓값 또는 최솟값을 찾아
자원 또는 비용의 효율성을 추구하는 것이다.



스타일꼬맹 www.styleggom.co.kr

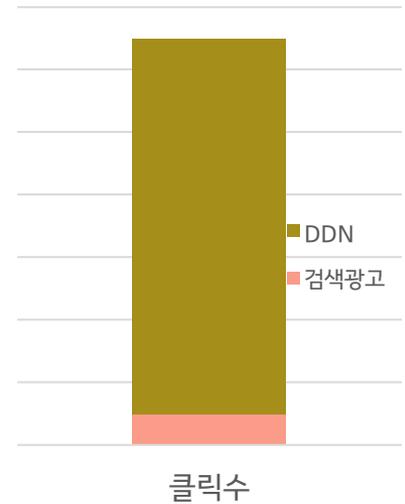
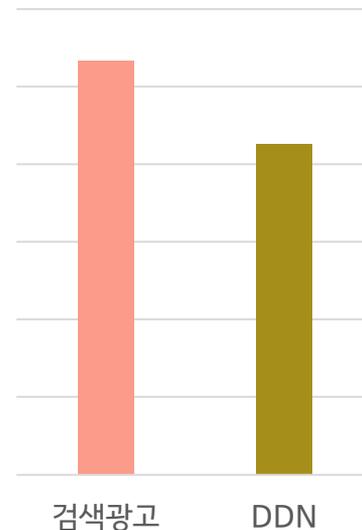
- 광고 목적: 매출 증대 및 유입자 확대
- 광고 결과: 매출 2배 성장(전 동시즈 대비),
일평균 신규 가입자 58%▲

■ 검색+DDN 전환매출 ■ 검색+DDN 광고비

DDN 시작

2016.08.01 2016.09.01 2017.04.01

전환율





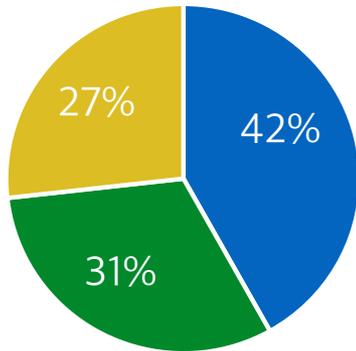
※타겟팅

↳ 검색어타겟팅: 잠재고객의 유입+전환 확대+리타겟팅 모수 확보

↳ 리타겟팅: 전환 극대화

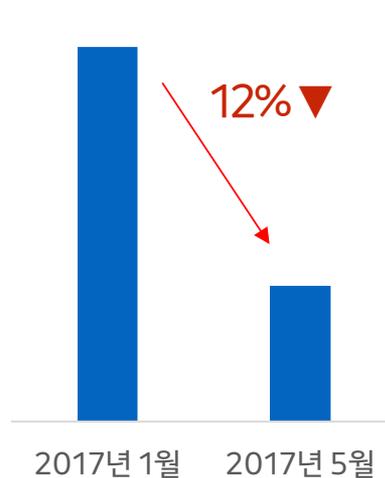
※소재: 1개월에 1회, 전사이즈 교체

클릭수

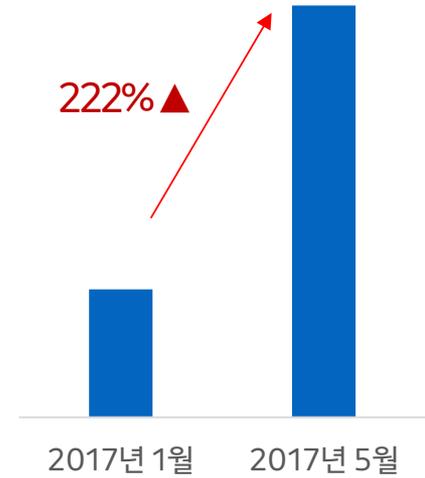


■ 검색어_경쟁사 ■ 리타겟팅 ■ 검색어_아동복

평균클릭비용



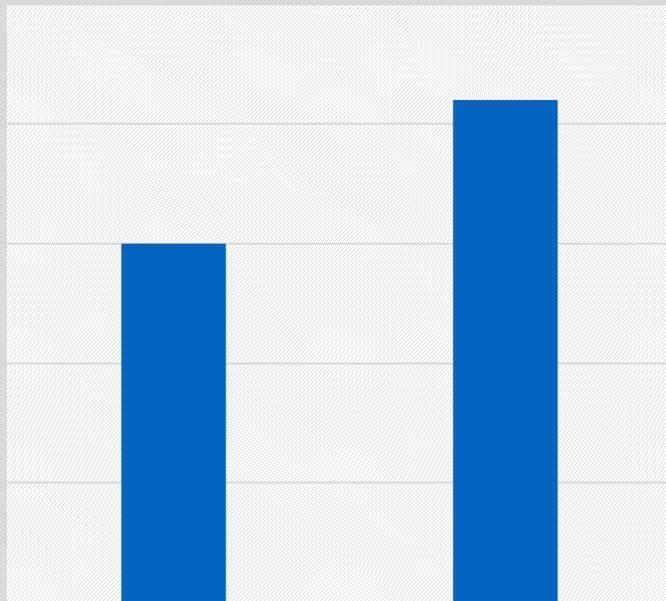
광고수익률





CTS 설치된 계정의 평균 클릭율이
미설치 계정대비 40% 높아요!

클릭율



CTS 미설치

CTS 설치

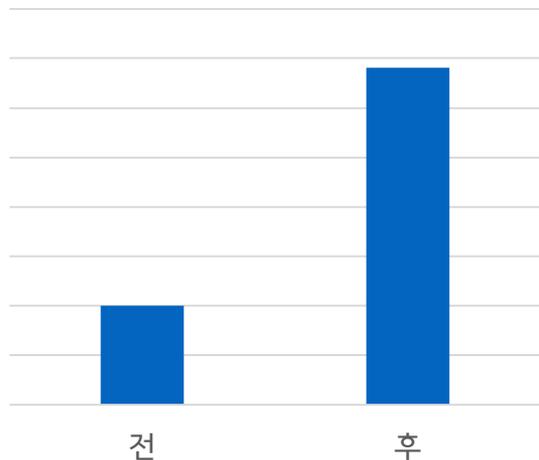
쇼핑몰
출산/육아
미용
컴퓨터
...



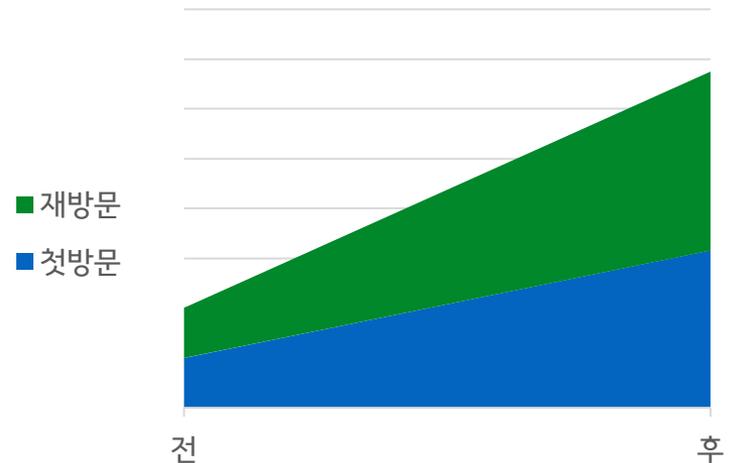
헤미쉬 www.myheimish.com

- 광고 목적: 브랜딩, 트래픽 확대
- 광고 결과: 사이트방문자 확대 (첫방문 216%▲ 재방문 259%▲)
광고수익율 241%▲, 노출수 188%▲ [초기배너 확장 전후]

광고수익율

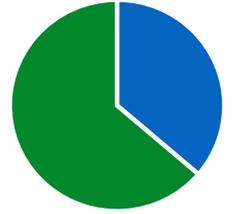


방문자





클릭



■ 그외 지면 ■ Daum_초기화면

※타겟팅

리타겟팅과 검색어에 집중
 리타겟팅의 경우, 전체방문자와 장바구니 방문자로 세분화
 → 장바구니 방문자의 노출량 확대 전략

※광고지면

게재위치중 유입수 및 광고수익율이 높은 초기화면 노출량 확대 전략
 CTS 설치로 현황보고서>게재위치 보고서에서 확인 가능



게재지면에 대해 개별 on/off와 입찰가 설정이 가능해요

게재위치	소재	ON-OFF	입찰가수정	보고서	바로그가기
<input type="checkbox"/> ☆ 게재위치(15개)	게재위치 정보	ON-OFF	상태 ?	개별 입찰가 ?	
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_초기화면	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_뉴스_상단	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_뉴스_하단	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_미디어_상단	상세보기 >		▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_미디어_하단	상세보기 >		▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_카페	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_메일	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_미즈넷	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_금융_상단	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_금융_하단	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_섹션	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ 카카오톡_채널팁	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_라이프	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_부동산_상단	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_부동산_하단	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_블로그	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_자동차	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_사진	상세보기 >	ON	▶ 노출가능		-

YTN

세이클럽

이투데이

국민일보

JTBC

slrclub

조선일보

아시아경제

전자신문

아주경제

스포츠경향

스포조이

TV데일리

해피캠퍼스

조인스닷컴

스포츠큐

Zum / Egloos

한국경제

서울경제신문

헤럴드경제

업다운뉴스

노라라

뉴스엔

플래시365

디스패치

텐아시아

한국경제TV

매일신문

오마이뉴스

허핑턴포스트코리아

플래시24

한국일보

건강 App지면

교육

금융

날씨

뉴스

도서/참고자료

도구

라이프스타일

엔터테인먼트

사진/동영상

비즈니스

생산성

소셜/커뮤니케이션

쇼핑

스포츠

여행

음악

의료

게임

교통



C대학교

· 광고 목적 : 노출 및 유입수 확대 / 시즌별 광고

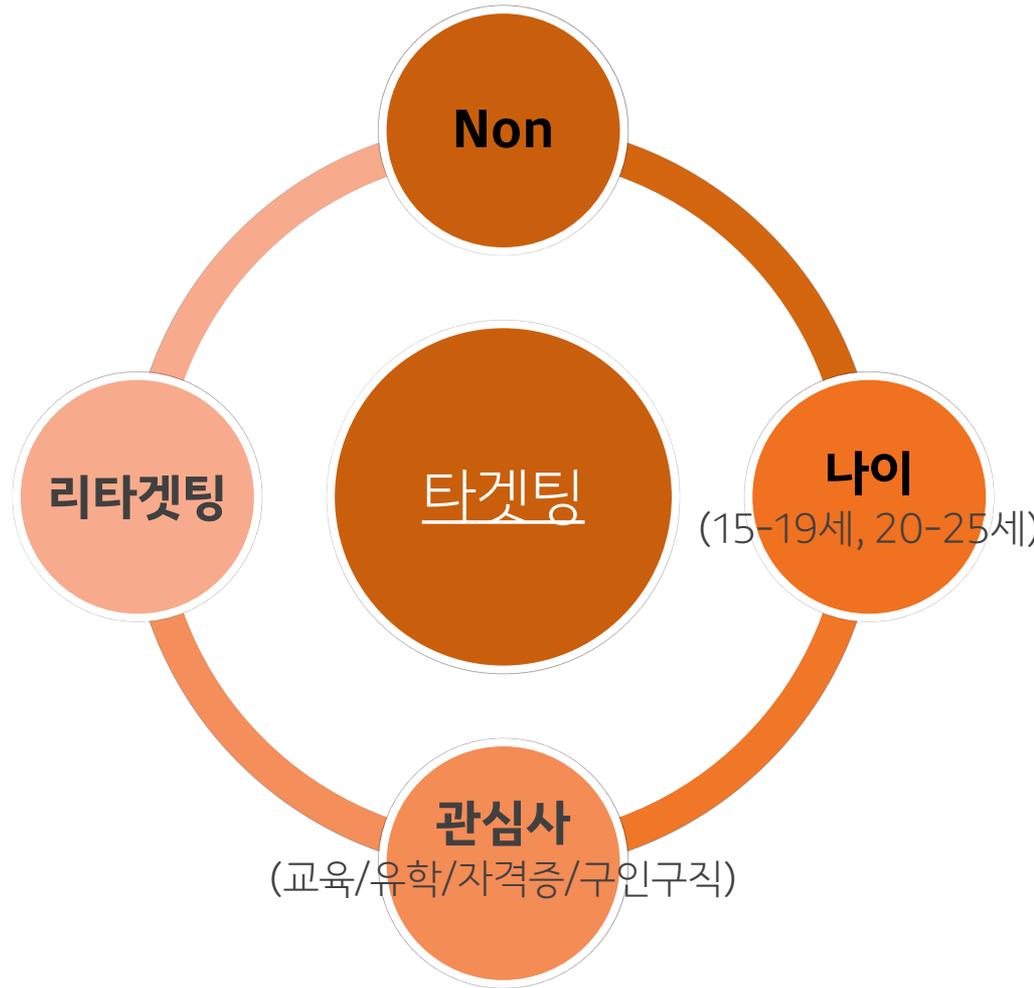
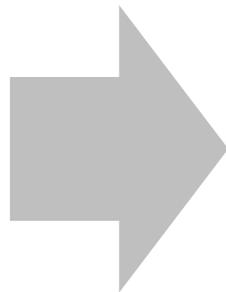
› 현황 보고서 | 전체캠페인 >

추이 ? 그룹명
DDN 초기_관심사
DDN 모바일
DDN 모바일_나이
DDN 초기_나이
DDN 초기
DDN 메인
DDN 브스_관심사
DDN 메인_나이
DDN 초기_리타겟팅
DDN 브스_리타겟팅

1개 캠페인 > 16개 그룹

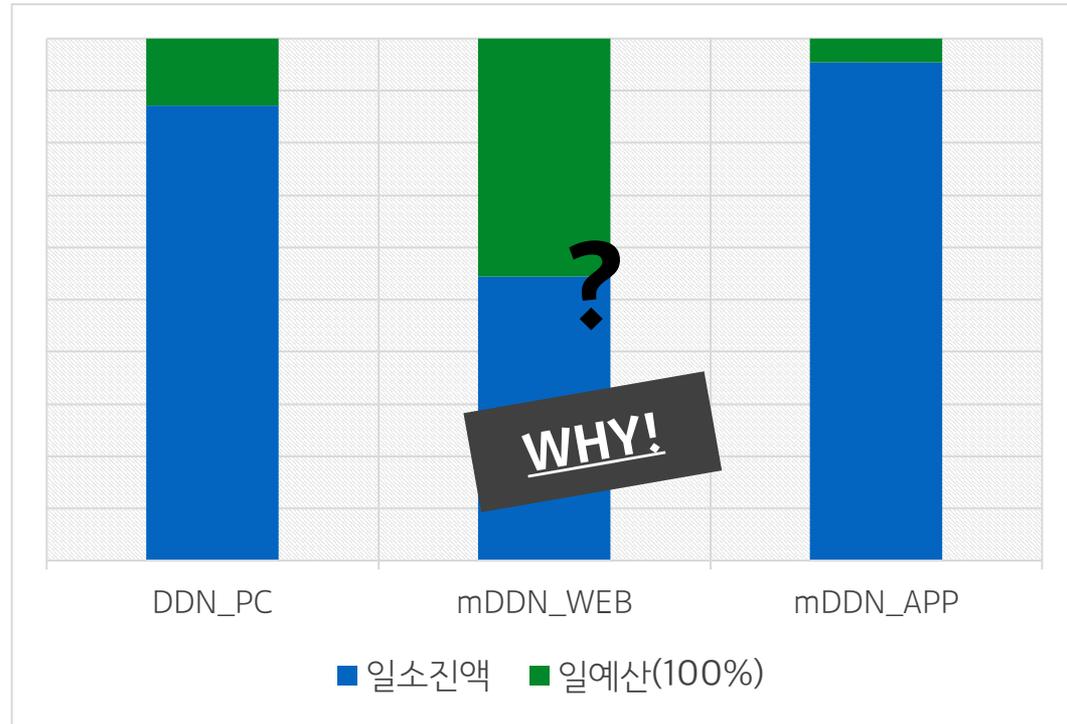
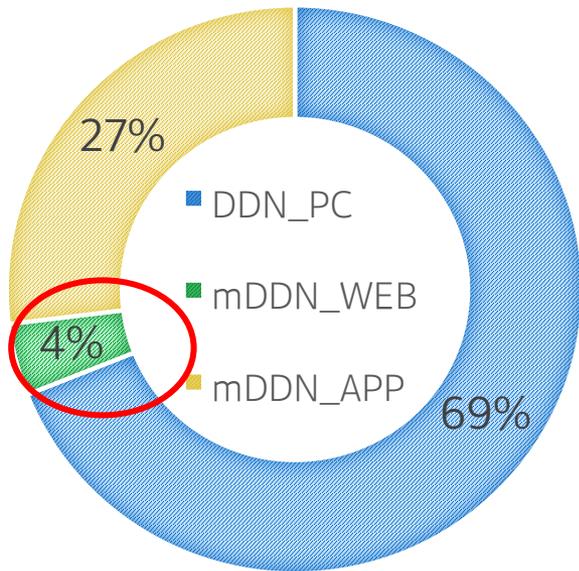
지면 / 타겟팅 / 디바이스

그룹명	ON/OFF	상태	광고대상명
☆ DDN 메인	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 메인_관심사	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 메인_나이	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 메인_리타겟팅	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 모바일	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 모바일_관심사	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 모바일_나이	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 모바일_리타겟팅	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 브스	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 브스_관심사	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 브스_나이	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 브스_리타겟팅	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 초기	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 초기_관심사	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 초기_나이	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
☆ DDN 초기_리타겟팅	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교



- 2017.04 광고비 월소진액 비교 → **PC : MO = 7 : 3**
- 현황 : 캠페인에 일예산 캡을 씌우고 그룹별 일예산은 소진 정도에 따라 어느 정도 편차를 두되 비슷한 수준으로 여유를 두고 설정, 다만 소진 자체는 **mDDN_WEB**에서 상당히 저조하게 진행 중

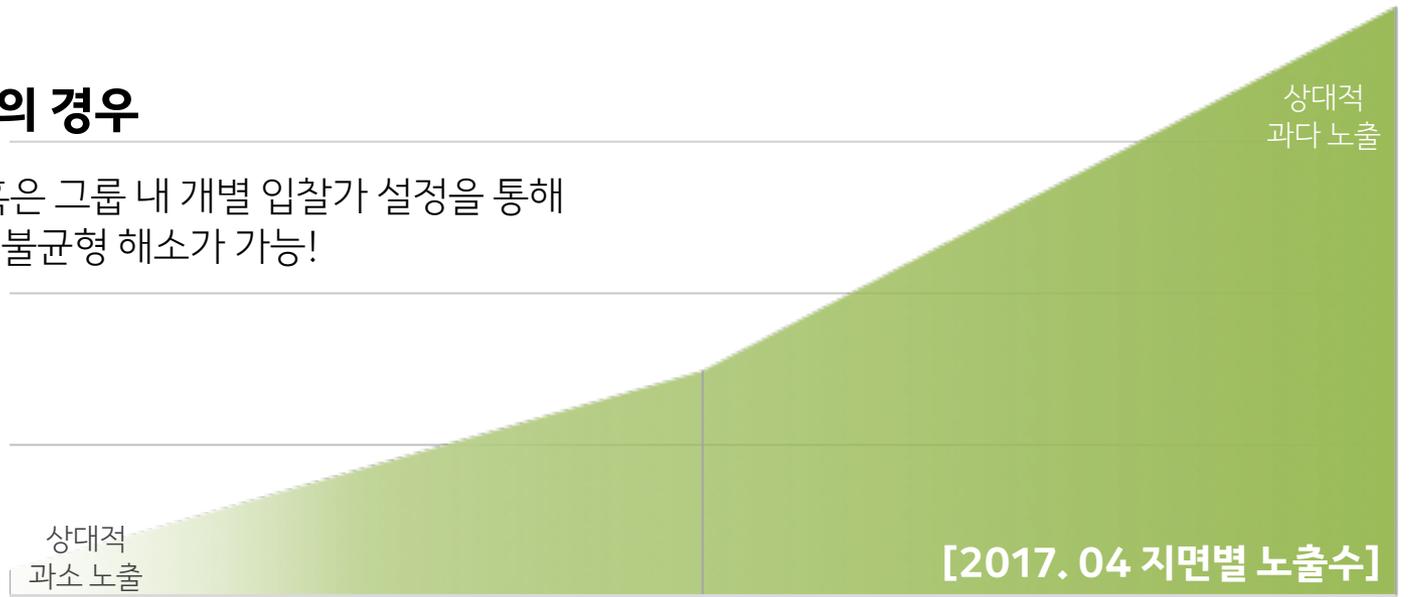
[2017.04 광고비 월소진액 비중]



3. DDN 광고 최적화 사례

ex) '모바일' 그룹의 경우

그룹 분리 운영 혹은 그룹 내 개별 입찰가 설정을 통해
지면별 노출수의 불균형 해소가 가능!



기존

대안

(내부) in Daum지면

(외부) WEB지면

(외부) APP지면

그룹	계재위치	소재						
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> + 새그룹 ON/OFF 삭제 그룹전략설정 그룹타겟팅설정 보고서 바로가기 </div>								
<input type="checkbox"/> ☆ 그룹명	ON/OFF	상태 ?	광고대상명	입찰가	일예산 ?			
<input type="checkbox"/> ☆ DDN 모바일	ON	잔액부족 (2)	학교 mo	30	150,000			

100~150원



60~80원



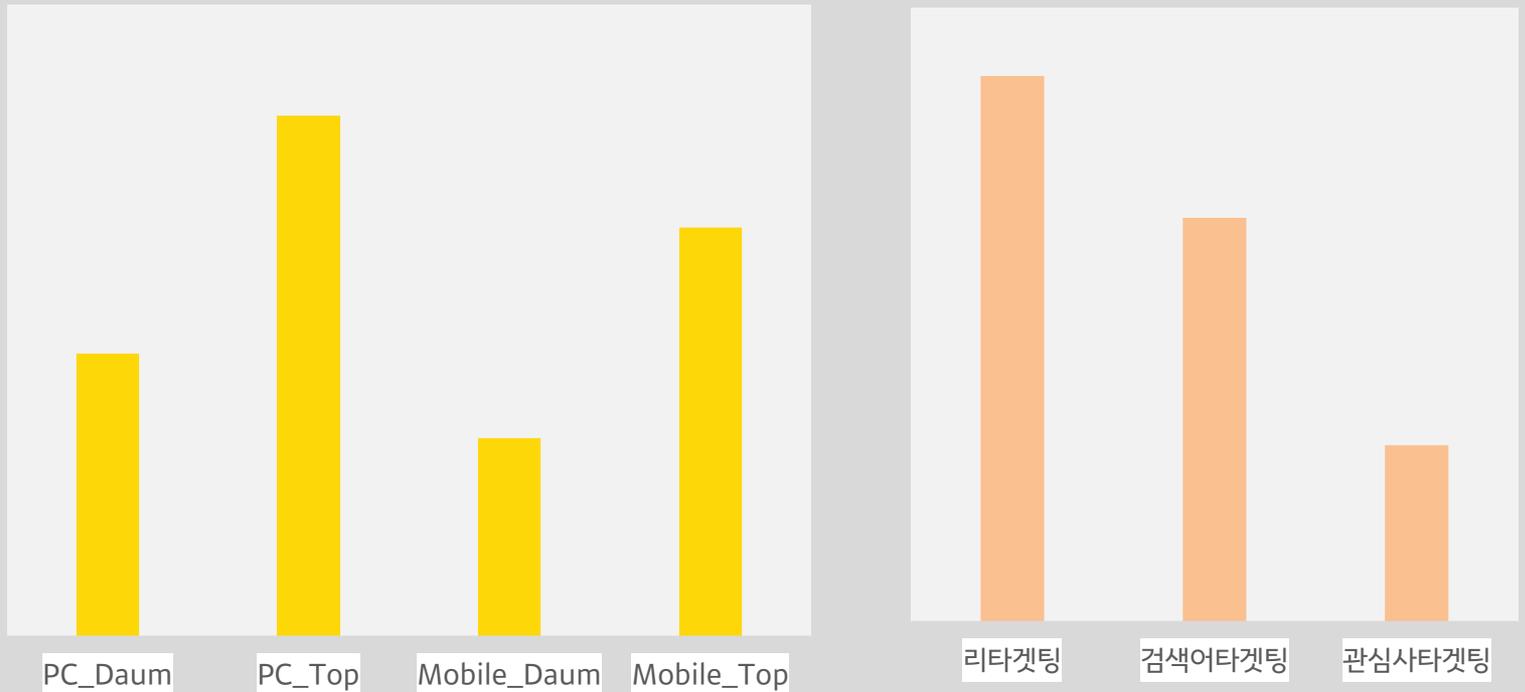
30원



주요한 광고 운영 전략에 따라 그룹을 분리 운영하고 그룹명에 해당 전략을 반영

- ODN 메인
- ODN 메인_관심사
- ODN 메인_나이
- ODN 메인_리타겟팅
- ODN 모바일
- ODN 모바일_관심사
- ODN 모바일_나이
- ODN 모바일_리타겟팅
- ODN 브스
- ODN 브스_관심사
- ODN 브스_나이
- ODN 브스_리타겟팅
- ODN 초기
- ODN 초기_관심사
- ODN 초기_나이
- ODN 초기_리타겟팅

주요 지면 · 디바이스 · 타겟팅 광고반응율



감사합니다 😊