

NAVER

키워드광고 ▼ TM

nhn.

THE BETTER CLICK FOR YOU

new **ClickChoice** TM

▼ TM



NAVER

new

ClickChoice™ 로

네이버 클릭 초이스가

한단계 더

도약합니다

INDEX

04 Upgraded Ad System 업그레이드 된 광고주센터

정교화된 키워드스테이션
키워드삽입 기능 오픈
강화된 스마트입찰 기능

06 Clean ClickChoice 유효하고 의미 있는 클릭 제공

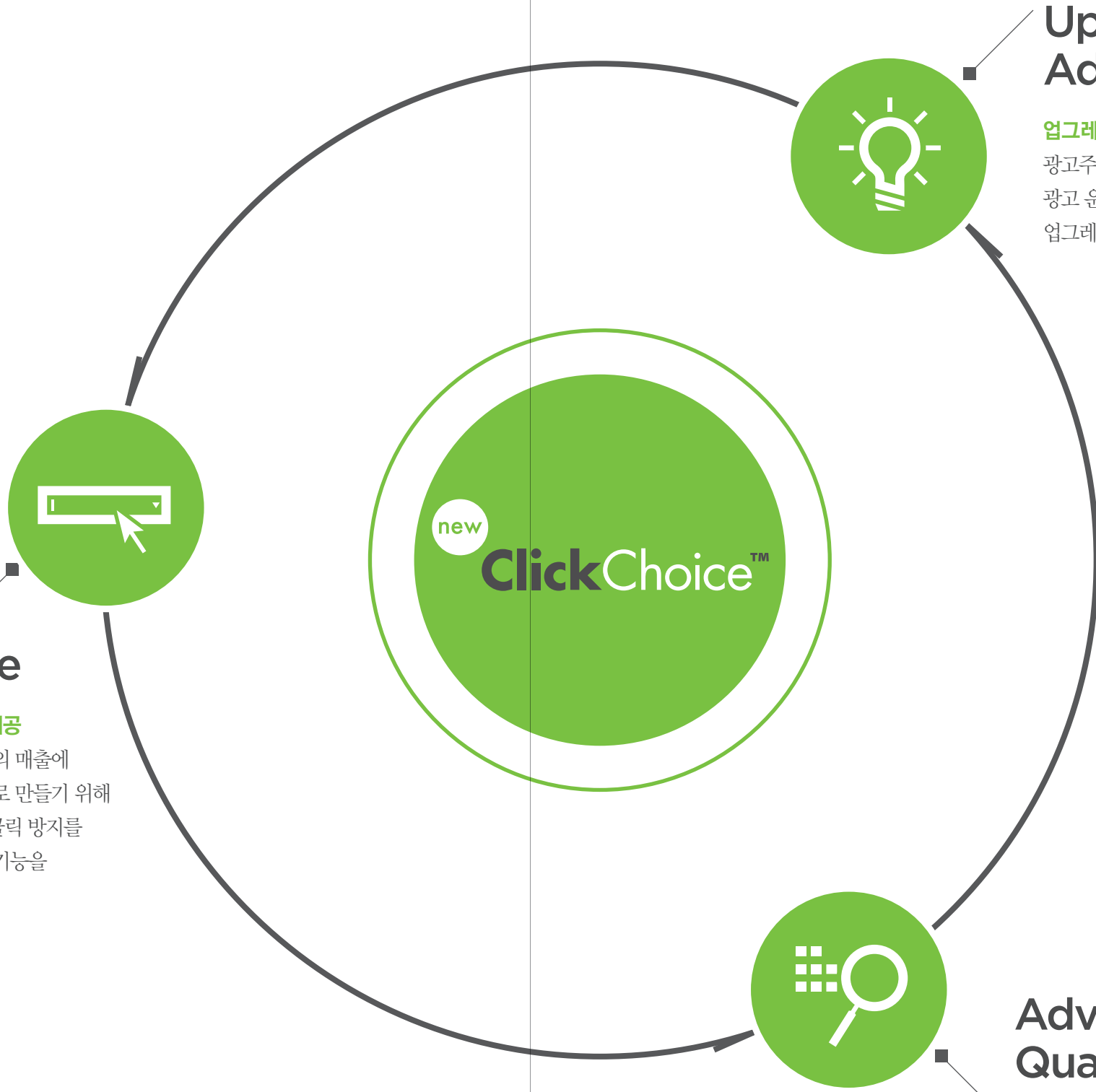
무효클릭제거 기능 강화
광고노출제한IP관리 기능 오픈

08 Advanced Quality Index 정교화된 품질지수

인덱스화된 품질지수
조정된 초기 품질지수

10 FAQ

클릭초이스가 이렇게 바뀝니다



Upgraded Ad System

업그레이드된 광고주센터
광고주님의 보다 편리하고 효율적인
광고 운영을 위해 광고주센터가
업그레이드 됩니다.

Clean ClickChoice

유효하고 의미 있는 클릭 제공
단 하나의 클릭도 광고주님의 매출에
도움이 되는 유효한 클릭으로 만들기 위해
품질지수를 개선하고 무효클릭 방지를
위해 광고노출제한IP관리 기능을
새롭게 오픈합니다.

Advanced Quality Index

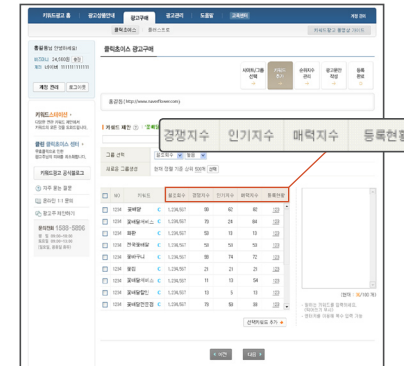
정교화된 품질지수
다른 광고와 비교한 내 광고의 품질을 보다
명확하게 알 수 있도록 품질지수
표현방식을 변화하고, 광고 품질을 보다
객관적이고 합리적으로 측정할 수 있도록
개선됩니다.

UPGRADED AD SYSTEM

광고주센터가 보다 편리하고 효율적으로
광고 운영이 가능하도록 업그레이드 됩니다.



정교해진 키워드스테이션



강화된 추천 변수

키워드 확장에 어려움을 겪으셨던 광고주님께 다양하게 연관 키워드를 검색하여 바로 구매 할 수 있도록 키워드스테이션이 정교화되고 개선됩니다.

1. 키워드 POOL을 확대하여 다양한 키워드를 조회할 수 있도록 개선합니다.
2. 연관 키워드를 다양한 검색할 수 있도록 추천 기능을 강화하였습니다.
3. 아래의 지수에 따라서 키워드를 검색하여 바로 구매할 수 있습니다.

경쟁지수	경쟁 현황을 나타내는 지수로서, 높을 수록 해당 키워드를 구매하고자 하는 경쟁자가 많음을 의미합니다.
인기지수	검색사용자들의 클릭 정도를 나타내는 지수로서, 높을 수록 클릭을 많이 하는 키워드를 의미합니다.
매력지수	광고등록현황 및 광고비용을 고려한 지수로서, 지수가 높을 수록 가격 면에서 유리한 키워드를 의미합니다.
등록현황	해당 키워드에 대한 광고주 입찰 현황을 나타냅니다.

키워드삽입 기능 OPEN!



키워드 삽입 기능

집행 키워드를 광고문안에 일일이 삽입할 필요 없이, 광고주센터에서 간편하게 집행하시는 여러 키워드를 동일한 광고문안에 자동으로 적용시킬 수 있는 편리한 기능입니다.

집행키워드	광고문안	노출문안
초콜릿 사탕 캔디	> 분당에서 <키워드> 저렴한 집	> 분당에서 초콜릿 저렴한 집 > 분당에서 사탕 저렴한 집 > 분당에서 캔디 저렴한 집

1. 키워드태그 (<키워드>) 를 입력하시면 키워드로 자동으로 바꾸어 드립니다.
2. 키워드태그는 수동으로 입력하거나, 자동삽입버튼 <키워드> 이용하여 입력해주세요.
3. 키워드태그를 포함한 키워드 반복 횟수는 3회를 초과할 수 없습니다.

TIP | 광고문안에 키워드를 포함하여 작성하면 어떤 점이 좋을까요?

구매하신 키워드를 광고문안에 포함하면 해당 키워드가 별도로 표시되어 검색사용자(고객)의 주목도가 높아지게 됩니다.

강화된 스마트입찰 기능



강화된 스마트입찰

새로운 클릭초이스의 품질지수 표현방식의 변경에 따라 광고주 여러분의 광고 구매를 돕기 위해 스마트입찰이 편리해집니다.

팝업형태로 보였던 스마트입찰 기능을 광고주센터에 삽입하여 보다 많은 광고주님이 스마트입찰의 편리한 기능을 경험하실 수 있도록 User Interface를 개선하였습니다.

TIP | 스마트입찰이란?

원하시는 노출영역, 순위를 입력하시면 키워드 별로 일일이 입찰가를 입력할 필요 없이, 선택한 키워드에 대해 일괄적으로 입찰이 진행되고, 특정 순위를 진입하기 위한 입찰금액을 제시함으로써, 광고주님이 입찰하는데 드는 시간과 노력을 절감할 수 있는 편리한 기능입니다.

단 하나의 클릭도 광고주님께 의미 있는
클릭이 될 수 있도록 품질지수를 개선합니다.



무효클릭제거 기능 강화

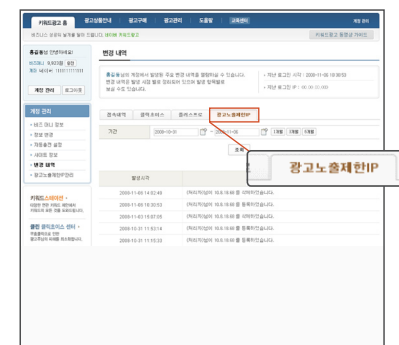
광고 시스템을 개선하고, 품질지수를 정교화하면서 부정적인 목적으로 발생하는 클릭 감지 및 무효클릭 제거 기능이 강화됩니다.

CLEAN 클릭초이스 프로세스



광고노출제한IP관리 기능 OPEN!

경쟁사의 IP나 무효클릭이 의심되는 IP에 광고 노출을 막음으로써 효율적인 광고 집행이 가능합니다.



광고노출제한IP관리

광고노출제한 IP 관리 기능의 특징
무효클릭을 예방하여, 광고비 손실을 방지함으로써 비용 대비 광고효과(RO)를 증대할 수 있습니다.

TIP | 기억하세요!

1. Exact IP에 한하여 적용가능합니다.
2. 최대 20개까지 등록할 수 있습니다.

ADVANCED QUALITY INDEX

내 광고의 품질을 보다 명확하게 알고 효과적으로
광고를 관리할 수 있도록 품질지수 표현방식을 변경합니다.



인덱스화된 품질지수

키워드	클릭회수	최대클릭비용	품질지수	순위지수
웃	48,158	70	1.52	108
니르	72,876	70	2.15	150

키워드	상태	현재순위	최대클릭비용	품질지수	평균 순위	평균 CPC
등산장	계좌중	순위 (1)	70	4.00	-	-

인덱스화된 품질지수

품질지수를 7개의 바(bar)로 표현하여 해당 광고의 상대적 품질을 보다 더 직관적으로 광고주님께 제공합니다.

BEFORE

기존 품질지수는 절대값으로 표현되어, 해석시 기준이 없어 어려움이 많았습니다.

AFTER

변경된 품질지수는 테이블을 통해, 자신의 광고집행성과에 대해 파악이 가능합니다.

TIP | 품질지수 Index bar 해석 테이블 : 이런 뜻이에요.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■	관련 광고들과 비교하여 품질이 좋지않습니다.
■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■	관련 광고들과 비교하여 보통의 품질입니다.
■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■	관련 광고들과 비교하여 최상의 품질입니다.

조정된 초기 품질지수



초기 품질지수

새롭게 진입하는 광고의 품질지수를 기존 광고의 경쟁구도에 맞추어 평균에 근접한 값을 부여하도록 조정하였습니다.

광고가 노출되고 신뢰할 만한 품질 관련 수치가 쌓이면서 본연의 품질지수를 적용 받게 되므로, 품질지수를 높이기 위한 노력은 지속적으로 하셔야 합니다.

품질지수를 높이는 방법

1. 광고문안을 키워드와 연관도가 높도록 구성합니다.
2. 광고주 사이트(Landing Page)를 키워드와 연관도가 높도록 구성합니다.
3. 기타 검색 사용자가 만족할 수 있는 형태로 광고문안이나 광고주 사이트를 관리합니다.

TIP | 기억하세요!

초기 진입한 광고의 품질지수는 4개 바(bar)의 품질지수를 적용받게 됩니다.

Q

기존 품질지수와 새로운 클릭초이스의 품질지수의 의미의 차이점은 무엇인가요?

새로운 클릭초이스 품질지수는 **‘해당 광고가 얼마나 유저들의 키워드 검색을 통한 의도와 요구를 충족하고 있는가’** 를 의미하며 기존 품질지수의 의미와 동일합니다. 단, 변경되는 내용은 해당 광고의 품질이 관련된 타 광고와 비교하여 어느 정도의 품질을 나타내는지 상대적인 값을 표시해 줌으로서 해당 광고의 품질이 좋은지 나쁜지 좀더 직관적으로 나타낼 수 있도록 표현방식을 바꾼 것입니다.

Q

기존의 절대적인 수치를 보여주던 방식에서 인덱스를 보여주는 방식으로 품질지수 표현방식이 바뀐 이유는 무엇인가요?

기존의 품질지수는 절대값으로 표현되어 광고의 품질이 상대적으로 평가한 것임에도 불구하고, 부여 받으신 품질지수가 높은 것인지 낮은 것인지 판단하는 기준이 없어 이를 해석하는데 있어 부족함이 많았습니다. 네이버에서는 새로운 클릭초이스 품질지수를 7단계로 인덱스화 하여 바(bar) 형태로 보여줌으로써 **품질지수 본래의 의미인 다른 광고와 비교한 내 광고의 상대적 품질을 보다 명확하게 표현하고, 품질지수 절대값 노출로 인해 발생했던 부정적인 목적의 클릭 행위들을 방지**하고자 품질지수의 표현방식을 변경하였습니다.

Q

품질지수가 바(bar)형태로 보여지는데 이제 입찰은 어떤 수치를 기준으로 진행하면 되나요?

품질지수와 순위지수의 비공개로 인한 광고 입찰 및 관리의 불편함을 해소하기 위해 스마트입찰의 기능을 개선하였고 계속하여 입찰에 참고할 수 있는 지표와 부가 기능들을 추가해 나갈 예정입니다. 스마트입찰을 사용하시면 희망순위에 적절한 최소 예상 입찰가를 제시해주기 때문에 불필요하게 높은 입찰가를 입력하지 않도록 도와드립니다.

Q

새롭게 진입하는 광고의 초기 품질지수는 어떻게 산정되나요?

새로이 진입하는 광고의 품질지수는 해당 키워드에 등록되어 노출되고 있는 광고들의 경쟁구도에 맞추어 평균에 근접한 값을 받게 됩니다. (즉, 신규광고의 초기 품질지수는 4개의 바(bar)에 속하는 값을 부여받습니다.) 그러나 광고 게재 후 최소 24시간 이내부터 해당 광고의 품질지수가 측정되기 시작하여 실제 측정된 값이 누적됨에 따라 해당 광고의 정확한 품질지수가 적용되게 되므로 광고효과관리, 사이트품질관리, 광고문안관리 등 광고게재 시작부터 광고 품질관리를 위한 지속적인 노력을 하는 것이 중요합니다.

Q

새로운 품질지수의 경우 품질지수를 높이려면 어떻게 해야 하나요?

품질지수의 고려 요소는 기존과 동일하므로 예전과 같은 개선 노력을 하시면 됩니다. 광고의 품질지수를 높이려면 키워드, 광고 문구, 연결 페이지 모두를 고려하셔야 합니다. 기본적으로 키워드와 연결 페이지의 관련도가 높아야 하며 클릭을 유도할수 있는 효과적인 광고 문구의 작성이 필요합니다.

연결 페이지와 연관도가 높은 키워드를 적절히 선택해야 합니다. 특히 키워드 확장을 하시는 경우에는 개선된 키워드 스테이션을 사용하시면 효과적인 키워드를 확장 하시는데 도움이 됩니다.

효과적인 광고문구를 선별하기 위한 노력이 필요합니다. 여러 개의 광고문구를 시험적으로 적용하여 가장 효과적인 문구를 선택하시는 것이 좋습니다. 또한 경쟁광고의 광고문구와 비교하여 차별화하는 것도 중요합니다.

연결 페이지의 품질을 향상 시키십시오. 클릭 시 연결되는 사이트의 품질은 유저들의 구매 전환율을 높여 줄뿐만 아니라 검색 광고 전체에 대한 신뢰성을 높여주기 때문에 장기적인 측면에서도 품질지수 지수 상승에 큰 도움이 됩니다.

THE BETTER CLICK FOR YOU



키워드 광고에 대한 모든 문의는
네이버 고객지원센터에서 친절하게 답변해 드립니다.

네이버 고객지원센터

평 일 09:00 am ~ 08:00 pm
토요일 10:00 am ~ 01:00 pm
TEL 1588-5896
FAX 02-6008-3839

NAVER

당신에게 성공의 날개를 달아드립니다.

nhn.

9th FL. Venture Town Bldg., 25-1, Jeongja-dong, Bundang-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do, Korea
Tel 1588.3830 Fax 031.784.1000 www.nhncorp.com