

coupan_g ads

Coupan Media Group 2021

성공적인 매출 최적화 광고 운영을 위한 핵심가이드

Coupang Media Group | 2021.12

성공적인 매출 최적화 광고 운영을 위한 핵심 가이드

성공적인 매출 최적화 광고 운영을 위해서는 광고의 설정 조건과 판매하고자 하는 상품을 확인하는 것이 가장 중요합니다. 이때 중요한 핵심에는 2가지 요소가 있습니다.

광고 설정 시
성공 권장사항

성공권장사항
4가지 조건을 모두 확인 하셨나요?

상품 상세
페이지
가이드라인

고객의 구매를 이끌어낼 수 있는
상품 상세 페이지 체크리스트 3가지
확인 하셨나요?

핵심가이드 왜 중요한가요?

성공 권장사항을 모두 충족한 매출최적화 광고는
구매 의사가 높은 고객에게 나의 상품을
보다 효율적으로 노출해줍니다.

광고를 통해 쿠팡 내 노출 기회가 확대되면,
구매자들을 상품 상세페이지로 유입시킬 수 있습니다

광고로 유입된 구매자들에게 기대하는 정보를
매력적으로 제공해주면 상품 구매로 이어지게 됩니다.

즉, 내 상품의 구매 전환율이 올라가,
광고 효율 달성과 매출 상승까지 연결될 수 있습니다.

광고 영역

상세페이지 영역



성공권장사항
모두 충족



매출최적화광고로
쿠팡 내 상품 노출 확대



상품 상세 페이지로
고객유입



좋은 상품 상세
페이지에서 구매 전환



목표 광고 수익률 달성
& 매출상승

[성공적인 광고 순환 구조]

1단계: 성공권장사항 모두 확인하기

성공적인 매출 최적화 광고 운영과 높은 광고 효율 달성을 위해 추천하는 4가지 광고 설정 기준을 확인해보세요

성공권장사항	자세한 설명
3만원 이상 예산 설정	예산이 등록된 상품에 비해 부족하여 광고가 중단되거나 쿠팡 피크타임 노출을 놓치지 않게 3만원 이상 으로 설정을 권장합니다.
권장수준까지 상품 선택	상품 효율 지수가 올라갈수록 높은 광고 효과를 기대할 수 있습니다. 권장 기준에 최대한 가깝게 상품 수를 추가해주세요.
중복 상품 제거	여러 캠페인 진행 시, 한 상품은 한 캠페인에만 등록을 권장합니다. 중복 상품이 있으면 중복 제거를 해주세요.
적정 광고 수익률 입력	입력하신 예산과 선택한 상품으로 최대 매출을 낼 수 있는 제안 광고 수익률 에 맞춰 설정하는 것을 권장합니다. △ 제안 광고수익률이 없는 경우에는 광고 이익을 고려한 보수적인 수익률로 시작해보세요

△ 입력한 목표 광고 수익률을 기반으로 상품부터 키워드, 노출, 입찰가 등이 최적화되는데 약 7일~14일 기간이 필요합니다. 따라서 광고기간을 충분히 설정해주세요.

성공권장사항의 4가지 조건들은 매출 최적화 광고를 움직이는 알고리즘이 **높은 광고 효율**을 낼 수 있도록 서로서로 영향을 줍니다.

매출 최적화 광고 데이터 분석 결과, **4가지 조건을 “모두” 충족한 캠페인**이 목표 광고 수익률을 달성할 가능성이 높게 나타났습니다.

1단계: 성공 권장사항 모두 확인하기



광고 등록 > 대시보드: 캠페인 목록
> 성공 권장사항 (구. 캠페인 효율지수)

운영중인 캠페인 목록에서 **성공 권장사항** 항목을 확인해보세요. 성공권장사항의 **4가지 기준을 모두 충족하는지**에 따라 **충족/미충족**으로 표시됩니다.

각 항목 별로 광고 운영상황을 **한번에** 진단하고 권장값에 맞춰 캠페인을 개선하고 **광고 효율을 높여보세요**

성공 권장사항 FAQ

구분	질문	답변
상품	상품 효율지수는 어떻게 높일 수 있나요?	상품의 판매 데이터가 쌓이면 상품 효율지수는 올라갈 수 있습니다. 더불어 좋은 가격, 상품 상세 페이지, 고객이 원하는 상품 등으로 고객에게 더 매력적으로 만들고 캠페인에서 품질이 낮은 (예. 잦은 품질 상품) 상품을 제거하면 더욱 도움이 될 수 있습니다.
	최적화 과정 중에 광고에 추가로 상품 등록하게 되면 다시 처음부터 2주 최적화 과정이 필요한가요?	상품을 중간에 추가하게 되면 다시 알고리즘에 반영되는데 일반적으로 7~14일 정도 소요될 수 있습니다.
예산	예산을 높게 잡을 수록 더 좋은 결과를 얻을 수 있나요?	매출 최적화 광고의 알고리즘은 입력한 목표광고 수익률을 달성하기 위해 광고 예산을 효율적으로 사용하여 상품, 키워드, 노출, 입찰가까지 최적의 조건을 만들어냅니다. 예산이 너무 빠듯한 경우, 광고가 중단되거나 쿠팡 피크 타임 노출을 놓칠 수 있어 매출 상승과 최적화에 제한이 될 수 있습니다. 따라서 최적화를 제한하지 않도록 충분한 금액의 일 예산을 설정하는 것이 좋습니다. (최소 3만원 권장)
목표 광고 수익률	시스템이 제안해주는 목표 광고 수익률을 무엇인가요?	'제안 광고수익률'은 기존 집행 광고의 평균 광고수익률 및 선택한 상품의 평균 광고수익률 등을 고려하여 가장 높은 매출을 달성하기 위한 적정 광고수익률입니다. 이는 광고 운영을 안정적으로 시작하기 위해 제공되는 수치입니다. 상품과 캠페인, 카테고리 데이터가 쌓이면 제안 목표 광고 수익률도 새롭게 계산되어 제공됩니다.
	왜 목표 수익률을 보수적으로 시작하는 것이 좋은가요?	목표 광고수익률은 이 너무 높으면 달성 가능한 매출이 낮아질 수 있습니다. 기입한 높은 목표 달성을 위해 알고리즘이 너무 낮은 입찰가를 제안하여 오히려 광고가 덜 노출되거나 원하는 광고 예산의 소진을 이루지 못할 수 있기 때문입니다.
	실제 목표로 하는 광고수익률과 시스템이 제안하는 목표 광고 수익률이 다른데 어떻게 조율하면 되나요?	실제로 고려하는 목표 광고 수익률이 제안된 목표 보다 높은 경우, 우선 안정적인 최적화를 위해 제안된 목표 광고 수익률로 시작하는 것을 권장합니다. 최적화가 이루어진 후 목표 광고 수익률이 달성되면, 매출을 고려하여 점진적으로 높이는 것을 권장합니다.
	목표 광고수익률 기입할 때 주의 사항이 있나요?	목표 광고 수익률을 높일 시에는 급격히 높이는 것보다 변동 값을 적절한 수준으로 유지하고, 7~14일의 충분한 최적화 기간을 가지는 것이 중요합니다. 또한 자주 목표 광고 수익률을 조정하는 것은 최적화에 영향을 미치기 때문에 권장하지 않습니다.
최적화	최적화 되었는지 알 수 있는 방법이 있나요?	7~14일 사이에 광고 수익률과 매출은 비교적 안정적인 상태로 유지되면 최적화가 완료되었다고 판단할 수 있습니다.
	캠페인 세부 내용은 자주 변경하는 것이 좋을까요?	캠페인 세부 내용을 변경하는 경우 다시 최적화가 이뤄지기 때문에 권장하지 않습니다. 광고를 켜다 키는 경우에도 최적화가 다시 시작되기 때문에, 셋팅 후에 충분한 시간을 가지고 수익률 조정이나 상품 추가를 하시는 것을 권장하고 있습니다.
	최적화 기간에는 키워드를 제외해도 되나요?	최적화 과정에서 상품에 맞는 키워드까지 연결해주기 때문에, 해당 기간에 별도로 키워드를 제거하는 것은 권장하지 않습니다.

2단계: 좋은 상품 상세페이지 준비하기

좋은 상세페이지는 고객들이 원하는 정보를 제공하면서 내 상품을 더 사고 싶게 만드는 페이지가 되어야 합니다.
상품 상세페이지 3가지 체크포인트는 내가 구매하는 고객이 입장이 되어서 생각해보면 어렵지 않습니다.
 간단한 체크리스트를 확인하시고 따라해보세요!

체크 포인트	자세한 설명
브랜딩과 제품 이미지로 주목도 높이기	<ul style="list-style-type: none"> • 상품의 브랜드를 잘 보여줄 수 있는 정보를 상단에 노출해주세요. (ex. 상표, 캐릭터, 로고, 회사 인증 등) • 고객 실제로 받게 될 상품의 이미지, 구성품을 정확하게 보여주세요. <p>△ 고객 입장에서 상품의 대표 이미지 = 상품명 = 상품 상세 이미지 => 구매해서 받게 될 상품이 쉽게 보여야 관심을 갖고 신뢰하게 됩니다!</p>
2-3가지 특징점으로 구매 이유 어필하기	<ul style="list-style-type: none"> • 강조하고 싶은 내 상품의 특장점 2-3개 포인트를 정리해보세요 <p>△ 이 포인트에 맞는 상품의 주요 정보와 상세 이미지를 추가하면 더 좋아요 ex. 원산지, 사이즈, 표시 성분 등</p>
프로모션과 배송정보로 구매 의사결정 돕기	<ul style="list-style-type: none"> • 구매 고객에게 제공되는 프로모션 내용을 소개해주세요 ex. 특별 구매 혜택, 사은품 이벤트, 당일 출고 등



2단계: 좋은 상품 상세페이지 준비하기의 실제 예시

위나몰 협력사
B 캠페인 제품 상세 페이지

[상품 상세 페이지 변경 전]



[상품 상세 페이지 변경 후]



좋은 상품 상세페이지는 광고로 유입된 고객의 구매 의사결정을 확실하게 도와주어, **상품의 구매전환율 상승**을 기대할 수 있습니다

이는 목표 광고 수익률 달성과 매출 상승의 기회를 제공하며, 광고운영의 성공적인 선순환을 이끌어냅니다.

위나몰 협력사 실제 사례
 일시 : 10월16일~11월26일 (2021년)
 광고 운영 : 체크리스트에 따라 상품 상세페이지 변경
 결과 : 광고수익률(ROAS)+43% 증가
 캠페인 노출 10배 증가
 캠페인 광고 전환 주문건수 8배 증가
 광고 전환 매출액 10배 증가



성과가 좋은 캠페인과 그렇지 않은 캠페인의 상세 페이지에서 차이를 확연히 볼 수 있었습니다. 내가 상품을 보는(소비자) 입장에서 페이지를 보니 공감감이 되었습니다" -위나몰 장현우 대표님



새로운 광고
지금 바로 시작해보세요!

쿠팡 광고 시작하기



쿠팡 광고의 모든 것
ads.coupang.com

바로가기



광고 무료 컨설팅
선정 시 최대 5만원 지원

신청하기



쿠팡 광고 교실
유튜브에서 만나요!

구독하기

Thank you

Coupang Media Group 2021