

Tailor Tech lab

Tailored technology for your success

WVWIVlabs



메타 비즈니스 파트너

국내 최초 FMP 3관왕 파트너로 선정
FMP for Agency, ADtech, (주)Tech Service



구글 공식 파트너

INDEX

01

TAILOR TECH LAB

02

광고주별 솔루션 제안

글로벌/커머스 광고주

이커머스 광고주

소비재/뷰티 광고주

보험/금융/자동차/교육 광고주

가전/아웃도어/스포츠/게임 광고주

전 광고주 공통

03

About WIV Labs

위브랩 멤버

컨텐츠 프로덕션 서비스

캠페인 집행 사례

TAILOR TECH LAB

위브랩은 고객맞춤형

기술 지원 및 솔루션을 개발하는
테일러드형 기술 파트너입니다.

위브랩은

포털 및 미디어렙에서의 경험과 노하우를 갖춘 전문가들을 중심으로
광고주별 맞춤형 솔루션 제안, 캠페인의 전략적 계획부터 실행,
최적화까지 전 과정을 지원합니다.

디지털광고 분야의 실질적 문제를 기술로 해결하고,
여러가지 솔루션을 통해 광고 효과를 즉시 분석하고 최적화함으로써 원하는
목표를 달성하고,
다양한 업종의 클라이언트와 함께 깊이 있는 경험을 축적하여,
디지털 마케팅이 성공적으로 이루어질 수 있도록 돕습니다.



분야별 전문 인력으로 특화된 팀 구성

- 대형 포털 서비스의 빅데이터 분석 및 서비스 개발 리딩 인력을 주축으로 창업
- 각 부서별 특화된 전문인력으로 팀이 구성되었으며, 팀 간의 전문성을 존중하고 연구/실험을 권장하는 기업 문화



비즈니스 개발, 광고 컨설팅
Sales | Business Development

홍병훈

- 2003~2006
CJ엔키노 / CGV / 온라인광고세일즈
- 2006~2012
(주)DMC미디어 미디어플래너 실장
- 2013~2015
(주)CJ E&M 메조미디어본부 본부장
- 2016~
위브랩 CEO



통계, 데이터, 검색
DATA Analysis

김동욱

- 서울대학교 통계학과/동대학원 졸업
- 2002~2005
다음커뮤니케이션 웹로그 /고객 DB 분석
- 2006~2013
다음커뮤니케이션 웹검색개발팀,
검색엔진팀, 검색기획팀, 검색랭킹팀장
- 2013~
위브랩 Co-Founder, CPO



데이터처리및설계 | 플랫폼구현
Tech Platform

장찬규

- 서울대학교 천문학과 졸업
- 2003~2006
다음커뮤니케이션 로그 분석 시스템 및
각종 지능화 시스템 개발
- 2007~2013
다음커뮤니케이션
웹검색개발팀, 검색데이터기술팀 팀장
- 2013~
위브랩 Co-Founder, CTO

매체별 전문성과 긴밀한 파트너십 구축



국내 최초 FMP 3관왕 파트너로 선정

페이스북 비즈니스 파트너 선정

Facebook Marketing Partner for Agency

2019 페이스북 공식 대행사 파트너로 선정

Facebook Marketing Partner for AD Tech

2019 페이스북 공식 기술 파트너로 선정 (솔루션 개발)

(구) Facebook Marketing Partner for Technical Services

2021 페이스북 공식 기술지원 파트너 선정 (마케팅 솔루션 관련 기술지원)



구글 공식 파트너 선정

Google Partner

2018 구글 공식 파트너로 선정

- 각 매체에 따른 마케팅 노하우와 전문성을 지니고 있으며 다수의 영역에서 공식 파트너로 선정되어 긴밀한 파트너십을 구축하였습니다.
- 이외도 네이버, 카카오, 틱톡, 애플, 크리에오, 등 다양한 매체를 운영 지원하고 있습니다.

Full care Service

캠페인 풀케어 서비스

위브랩은 캠페인 전반을 꼼꼼히 점검하고 관리하며, 반복적인 운영 리소스를 줄여 최적의 운영 시스템을 갖추었습니다.



- 광고 계정 생성 및 이관 안내 가이드 전달
- 집행중인 캠페인 운영 의뢰 시 캠페인 분석을 통해
- 보완 및 개선사항 의견 전달 등
- 캠페인 운영 현황 및 이슈 체크 후 의견 전달

- 캠페인 목표(구매, 회원가입 등)에 맞는 트래킹 Tool 별 이벤트 설정 체크
- 필요시 설치 가이드 안내 및 설치 지원

- 캠페인 특성 및 조건에 따라 솔루션 제안/협의 진행

광고 세팅 자동화

대량 소재세팅 자동화

Trigger | 실시간 정보 연동 광고

광고 ON/OFF 자동 컨트롤

통합 리포트 자동화

위브랩 자체 솔루션

구글, 쿠키 수집 중단에 '맞춤광고' 위기설 솔솔

입력 2024.01.09 15:50 수정 2024.01.09 15:52

이뉴스투데이 유은주 기자

올해 온라인 맞춤광고용 쿠키 수집 폐기 수순
연말까지 모든 크롬 사용자 제거 계획 발표
온라인 광고, 매출 급감·위기론 전망도 '솔솔'
전문가들, 개인정보 침해 않는 대안 툴 개발 중



온라인 광고 '구글 쇼크' 덮친다... 크롬도 '맞춤광고' 쿠키 중단

입력 2024.01.05 17:02 업데이트 2024.01.05 17:31

증양일보 김남영 기자 김지아 기자

쿠키리스 시대 ... 광고업계, 어떻게 대응해야 할까요?

입력 2024.02.01 15:40 수정 2024.02.23 15:58

반론보도닷컴 한창희 디지털마케팅 전문가



Cookieless "쿠키리스"

- 기존 퍼포먼스 마케팅에서의 주요한 역할을 하던 3rd Party Data의 축소로 마케팅 시장은 새로운 과도기에 직면함
- 1st Data를 어떻게 준비하고 어떻게 활용해야 할지 적극적으로 대비해야 할 시점

1st Party 데이터

- 직접 수집한 Audience 관련 데이터
- 내부 CRM 데이터
- 자사웹/앱내 사용자행동, 전환 등
- Offline Data 리스트 등



3rd Party 데이터

- 자사웹/웹의 데이터가 통합 가공된 외부 데이터
ex) MMP, Meta SDK, Google SDK
- 외부 API
- 특정 카테고리 기반 DMP 데이터 등



테일러 테크랩, 위브랩 은

기존에 활용하던 픽셀, SDK 연동 데이터 뿐만 아니라 1st Data를 포함하여 CRM, 오프라인 데이터, API 외부 데이터 등 기술력을 바탕으로 폭 넓게 연동할 수 있도록 지원하고 있습니다.

위브랩에서 국내 대부분의 채널들과 연동 가능

주요 DA채널들과 MMP, 호스팅사와 연동되어 데이터 통합 관리가 용이

단순 리포팅 뿐만 아니라 이를 활용한 캠페인 설정, 분석, 조정 등이 가능하여 다양한 방식으로 활용 가능



** 그 외 채널에 대해서는 별도 문의

자동화

WIVbot

Mass-Creative Management
대량 소재 세팅 자동화 / 실시간 효율 모니터링
New Product Target Analysis
프로덕트 타겟 분석 및 최적화 운영

Data driven

Naver related Data Management
스마트스토어 / Npay 전환데이터의 효율적 운영
O2O Campaign Optimization
오프라인 연계 캠페인의 상세한 효율 분석

맞춤화

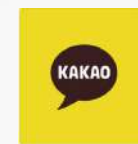
Tailored Solution

TRigger 실시간 데이터 연동 캠페인
외부 API의 특정 데이터 등에 따라 자동 운영
Internal Data utilization
CRM, 오프라인 데이터 연동

WIVAnalytcs

WIVAnalytcs 위브애널리틱스
UA/GA4 계정 셀프진단 서비스

광고주 특성에 따른 다양한 솔루션 제공



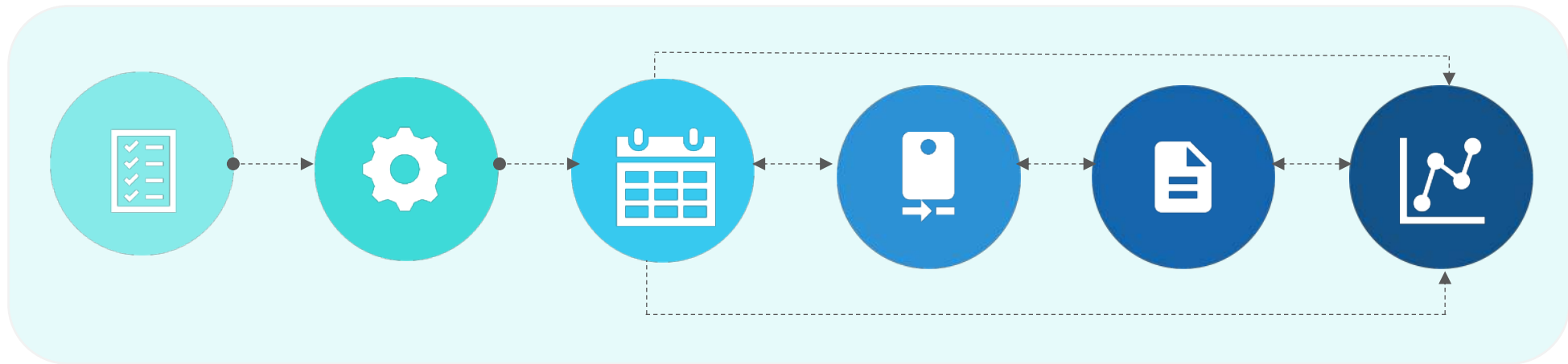
WIVbot – Mass Creative Management



대량 소재 세팅 자동화
실시간 효율 모니터링

수많은 작업이 필요한 캠페인 집행 프로세스

수작업이라 많은 시간이 소요되고, 단순 반복 작업에 의한 담당자 업무 피로도도 증가
낮은 업무 효율로 인한 생산성 저하



Planning

미디어 전략기획
미디어플래닝
매체분석, 소재기획

Implementation

웹사이트/앱 내 트래킹
및 이벤트 설치 - 픽셀,
GA, MMP 등

Campaign Setup

매체별 캠페인 예산,
소재 제작 및 세팅, 타겟
생성 및 설정, 등

Optimization

캠페인 최적화,
모니터링

Reporting

일간, 주간, 월간 리포팅

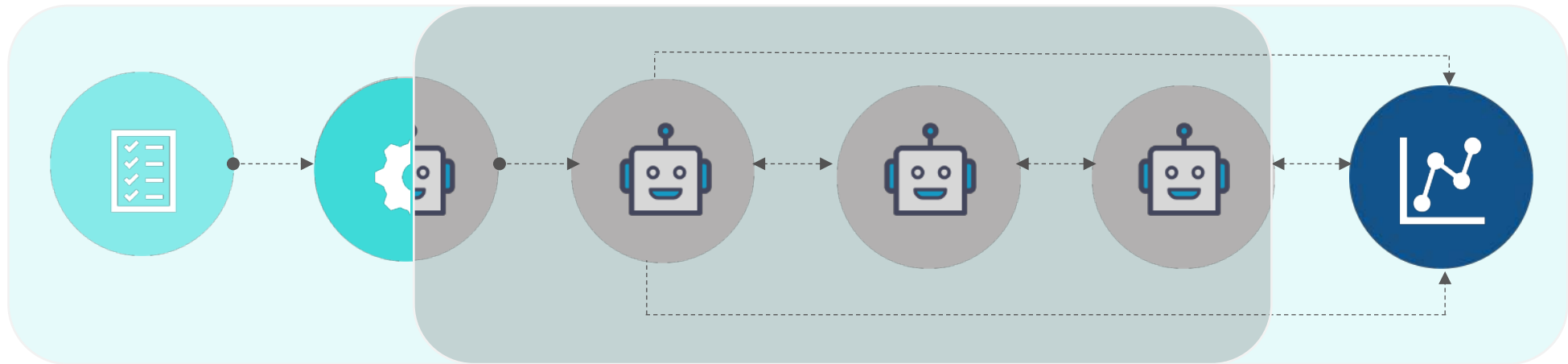
Analysis

캠페인 분석,
고객/사용자 패턴분석,
매체별 매출 분석 등

WIVbot을 통해 효율적이고 효과적인 캠페인 운영

진행 단계에 따른 수많은 작업들을 자동화로 운영

사람과 기계가 최적의 자리에서 보다 효율적이고 효과적으로 캠페인 운영 가능



Planning

미디어 전략기획

미디어플래닝

매체분석, 소재기획

Implementation

웹사이트/앱 내 트래킹

및 이벤트 설치 - 픽셀,

GA, MMP 등

Campaign Setup

매체별 캠페인 예산,

소재 제작 및 세팅, 타겟

생성 및 설정, 등

Optimization

캠페인 최적화,

모니터링

Reporting

일간, 주간, 월간 리포팅

Analysis

캠페인 분석,

고객/사용자 패턴분석,

매체별 매출 분석 등

인력 재배치로 유의미한 작업에 리소스 집중



Planning

미디어 전략기획

미디어플래닝

매체분석, 소재기획



Analysis

캠페인 분석,

고객/사용자 패턴분석,

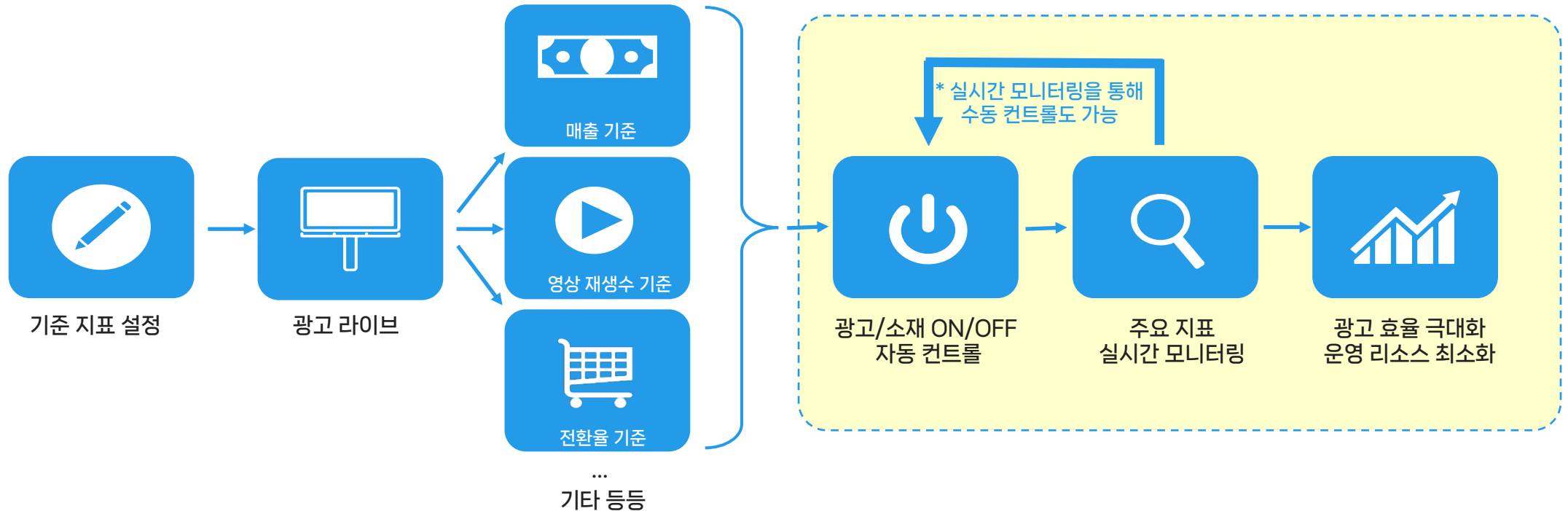
매체별 매출 분석 등

- 대량 물량 운영 가능
- 휴먼 에러 최소화, 작업 처리 정확성
- 실시간 모니터링 / 24시간 자동처리
- 복잡한 캠페인 구조도 집행 가능
- 깊이 있는 캠페인 분석 및 인사이트
- 대량의 데이터 분석 및 가공의 전문성

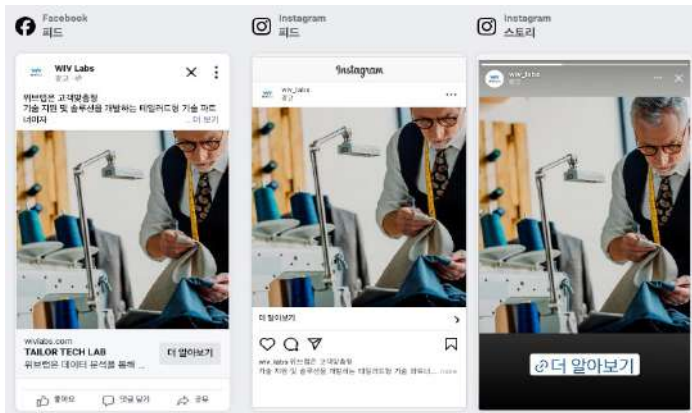
새벽, 주말에도 실시간 효율 모니터링

사전 협의한 캠페인의 KPI 지표에 맞게 자동으로 캠페인 최적화 관리 및 운영
다양한 채널에서의 매출실적을 통합 관리

'실시간 효율 모니터링' 시나리오 예시



매체별 최적화가 잘 작동하도록 세팅,모니터링,튜닝 진행



머신러닝 기반



머신러닝 극대화를 위해 최대한 많은
전환 데이터를 확보하는 운영 방식
효율 극대화를 위해 캠페인 예산 최적화 활용

캠페인 세팅 기반



캠페인-광고그룹-소재의 세팅 다양화 운영
비용 효율, 전환 성과에 따라
즉각적인 소재 투입 및 효율 소재 중심 관리



대량의 광고 소재를 한번에 통합 운영 및 관리 가능

- ✓ 소재 자동 최적화 솔루션 WIV-bot을 통한 자동화 구현
- ✓ 구글 시트를 활용해 불필요한 절차를 없앤 커뮤니케이션
- ✓ 여러 지면, 매체, 채널에 집행 가능



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	
등록완료	설정완료	설정유류	off 제외	소재 Id	광고	셋팅 일시	소재 라이브 일/	1 판단 일시/	2 판단 일/	off 일시	캠페인명	광고그룹명	라이브일자	상품명	소재 이름(=소재 설명)	타이틀	이름 길C	
✓	✓	□	□	24039922	OFF	2023-11-13 2	2023-11-21 00:	2023-11-21 13:00:17		2023-11-21 11	비즈보드 전환 2023	비즈보드 전환	2023-09-01	원코랜턴	원코랜턴2	와이프 몰래 찜짓는데	11	잘
✓	✓	□	□	24039932	OFF	2023-11-13 2	2023-11-20 00:	2023-11-20 11:40:29		2023-11-20 11:40:29	비즈보드 전환 2023	비즈보드 전환	2023-09-01	스마트 머그워머	스마트 머그워머2	커피 마지막까지 따뜻하게...	16	얼마가 세상
✓	✓	□	□	24039934	OFF	2023-11-13 2	2023-11-15 00:	2023-11-15 10:51:38		2023-11-15 10:51:38	비즈보드 전환 2023	비즈보드 전환	2023-09-01	오토 에어펌프	오토 에어펌프1	차에 두면 왜 관한지 알겠어	15	이게 랜턴+
✓	✓	□	□	24039936	OFF	2023-11-13 2	2023-12-06 00:	2023-12-06 17:40:10		2023-12-06 17:40:10	네이티브 전환 픽셀	네이티브 전환 PC	2023-09-01	컬러웨이브	컬러웨이브1	산개 후회 될 지경... 하루종일 애만 봐	23	1삼 단독 최지가
✓	✓	□	□	24039937	OFF	2023-11-13 2	2023-11-28 00:	2023-11-28 11:40:15		2023-11-28 11:40:15	네이티브 수동 2023	네이티브 수동 PC	2023-09-01	무선송풍기	무선송풍기2	네 누가 군대에서 빗자루써... 다 이거 쓰	25	[초특가] 3중
✓	✓	□	□	24039938	OFF	2023-11-13 2	2023-12-07 00:	2023-12-07 09:20:09		2023-12-07 09:20:09	네이티브 전환 픽셀	네이티브 전환 PC	2023-09-01	컬러웨이브	컬러웨이브2	산개 후회 될 지경... 하루종일 애만 봐	23	1삼 단독 최지가
✓	✓	□	□	24039939	OFF	2023-11-13 2	2023-11-15 00:	2023-11-15 10:51:38		2023-11-15 10:51:38	비즈보드 전환 2023	비즈보드 전환	2023-09-01	투명거치대	투명거치대1	자신있어서	13	투명 회로 고
✓	✓	□	□	24039940	OFF	20 3 -1											25	기 손전등도 가
✓	✓	□	□	24039941	ON	20 3 -1											25	1삼 단독 최지가
✓	✓	□	□	24039942	OFF	20 3 -1											24	[초특가] 3중
✓	✓	□	□	24039943	OFF	20 3 -1											17	남녀공용 카
✓	✓	□	□	24039944	OFF	20 3 -1											15	어친한테 선
✓	✓	□	□	24039945	OFF	20 3 -1											17	최대 705
✓	✓	□	□	24039946	ON	2023-11-13 2	2023-12-12 00:	2023-12-12 10:20:12		2023-12-12 10:20:12	비즈보드 전환 2023	비즈보드 전환	2023-09-01	불켄원슈즈	불켄원슈즈1	겨울 대비	15	지비함 12
✓	✓	□	□	24039948	OFF	2023-11-13 2	2023-12-06 00:	2023-12-06 11:00:15		2023-12-06 11:00:15	네이티브 수동 2023	네이티브 수동 PC	2023-09-01	컬러웨이브	컬러웨이브6	습기 잘못 섰다. 하루	25	1삼 단독 최지가
✓	✓	□	□	24039949	OFF	2023-11-13 2	2023-12-08 00:	2023-12-08 16:00:17		2023-12-08 16:00:17	비즈보드 전환 2023	비즈보드 전환	2023-09-01	불켄원슈즈	불켄원슈즈4	올 겨울 커	16	불켄 원슈즈
✓	✓	□	□	24039950	OFF	2023-11-13 2	2023-12-06 00:	2023-12-06 17:00:17		2023-12-06 17:00:17	네이티브 수동 2023	네이티브 수동 PC	2023-09-01	컬러웨이브	컬러웨이브1	내 놓으니까 서로 만	21	1삼 단독 최지가
✓	✓	□	□	24039951	OFF	2023-11-13 2	2023-11-22 00:	2023-11-22 17:00:26		2023-11-22 17:00:26	네이티브 수동 2023	네이티브 수동 PC	2023-09-01	불켄 원슈즈	불켄 원슈즈10	축생중 있는 와이프한테 칭찬 받았어	22	[1만원대] 선
✓	✓	□	□	24039952	OFF	2023-11-13 2	2023-12-08 00:	2023-12-08 16:00:18		2023-12-08 16:00:18	비즈보드 전환 2023	비즈보드 전환	2023-09-01	불켄원슈즈	불켄원슈즈6	따뜻하다며 벗질	13	사무
✓	✓	□	□	24039953	OFF	2023-11-13 2	2023-11-22 00:	2023-11-22 17:00:28		2023-11-22 17:00:28	네이티브 수동 2023	네이티브 수동 PC	2023-09-01	컬러웨이브	컬러웨이브2	습기 잘못 섰다. 하루	25	1삼 단독 최지가
✓	✓	□	□	24039954	OFF	2023-11-13 2	2023-11-15 00:	2023-11-15 13:20:54		2023-11-15 13:20:54	네이티브 수동 2023	네이티브 수동 PC	2023-09-01	아치발창	아치발창2	송합니다. 싸구려를	23	년 낱창 장인
✓	✓	□	□	24039955	OFF	2023-11-13 2	2023-12-10 00:	2023-12-10 20:40:21		2023-12-10 20:40:21	네이티브 수동 2023	네이티브 수동 PC	2023-09-01	컬러웨이브	컬러웨이브1	내 놓으니까 서로 만	21	1삼 단독 최지가
✓	✓	□	□	24039956	ON	2023-11-13 2	2023-12-12 00:	2023-12-12 10:20:15		2023-12-12 10:20:15	네이티브 전환 픽셀	네이티브 전환 PC	2023-09-01	무선송풍기	무선송풍기2	네 누가 군대에서 빗자루써... 다 이거 쓰	25	[초특가] 3중

공유 문서(Google Docs)를 통해 최종 확정된 콘텐츠 정보와 예산/일정 관리
광고 소재 Preview 링크도 함께 제공

실제 세팅 화면 확인

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	메모	광고 목적	최적화	캠페인 이름	캠페인 한도	캠페인 총 예산	캠페인 일 예산	세트 이름
2		objective	optimization_goal	camp_name	spend_cap	tp_lifetime_bud	mp_daily_budg	adset_name
3		트래픽		demo traffic	₩1,000,000		₩100,000	test adset1
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								

위브랩 솔루션을 통한 메타 캠페인 세팅 영상입니다



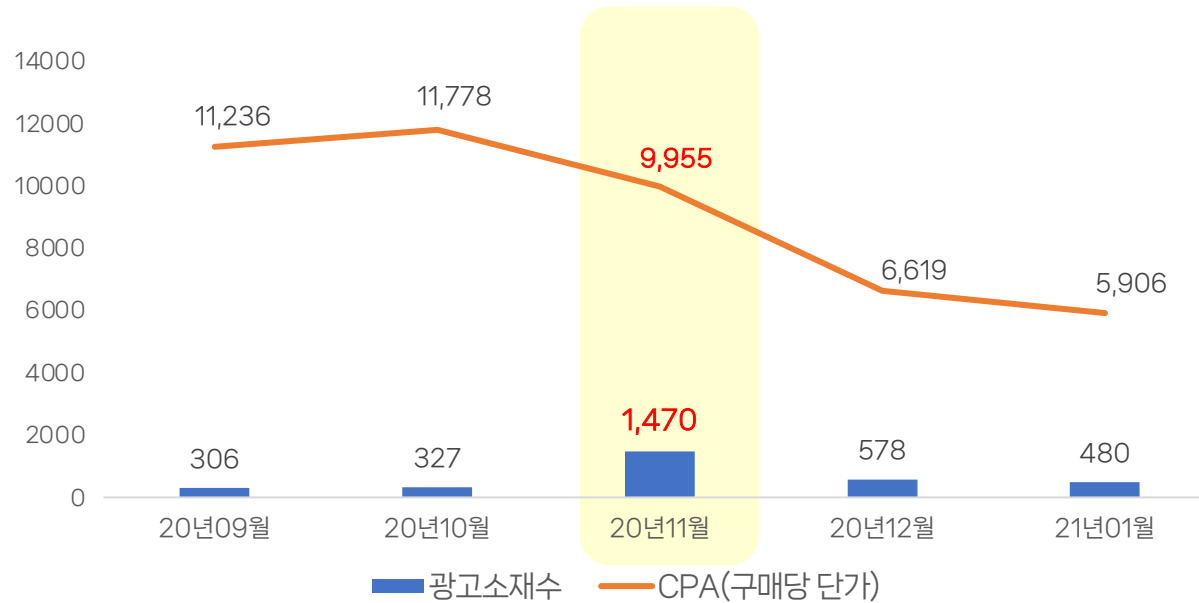
활용 솔루션 : WIVbot

- ✓ 기존에 수동으로 진행하던 인플루언서와 광고계정 연동을 자동으로 진행
- ✓ 오가닉 매출 발생을 파악하여 매출이 발생한 인플루언서의 콘텐츠를 자동으로 광고 세팅
- ✓ 사전설정된 ROAS에 따라 광고 OFF 도는 예산을 증액하도록 설정

- 광고주 : S사 (커머스)
- 집행 매체 : 인스타그램 브랜드 콘텐츠
- 기간 : 2020.05 ~ 2021.06 (약 2년)
- 내용: 마이크로 인플루언서를 활용한 대량 소재 캠페인 운영
- 결과
 - CPA 최대 52% 향상
 - 해당 기간 전환율 최대 72% 상승

최대 1,400여개의 광고 소재를 한번에

시즌/비시즌에 상관없이 안정적인 효율 유지
일반 다이내믹 광고와 견주어도 높은 효율 기록 (CPA 최대 52% 향상)



- 대량의 콘텐츠 운용 시 예산 규모의 확대/축소에도 안정적인 효율 유지
- 시즌별 판매상품의 객단가에 따른 CPA의 변동이 있으나, 평균적으로 높은 CVR를 2년간 유지
- 집행 광고 콘텐츠의 물량이 증가한 시즌의 CPA는 최대 52% 향상 되었으며, 해당 기간의 전환율 또한 최대 72% 높아짐.

활용 솔루션 : WIVbot

- ✓ 구글 스프레드시트 세팅을 통해 세팅 과정을 간소화하고 시간을 단축 시킬 수 있음
- ✓ 복잡한 페이스북 컬렉션 광고 (협력 광고) 역시 자동화로 진행 가능

- 광고주 : C사
- 집행 매체 : Meta
- 기간 : 2021.03 ~ 현재
- 내용: 하루에 80건 가량 메타 소재 세팅

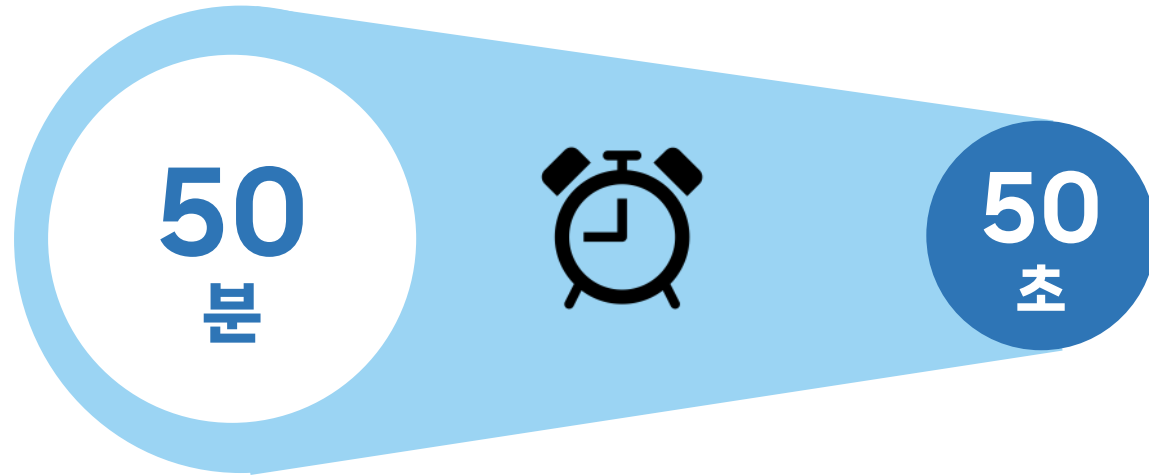
- 광고주 : I 브랜드
- 집행 매체 : Meta
- 기간 : 2024.02 ~ 현재
- 내용: 페이스북 컬렉션 광고 일 수십 건 세팅

세팅 자동화로 소요 시간 단축 가능

일 50건 메타 광고 세팅 시 일반적으로 소요되는 시간 50분

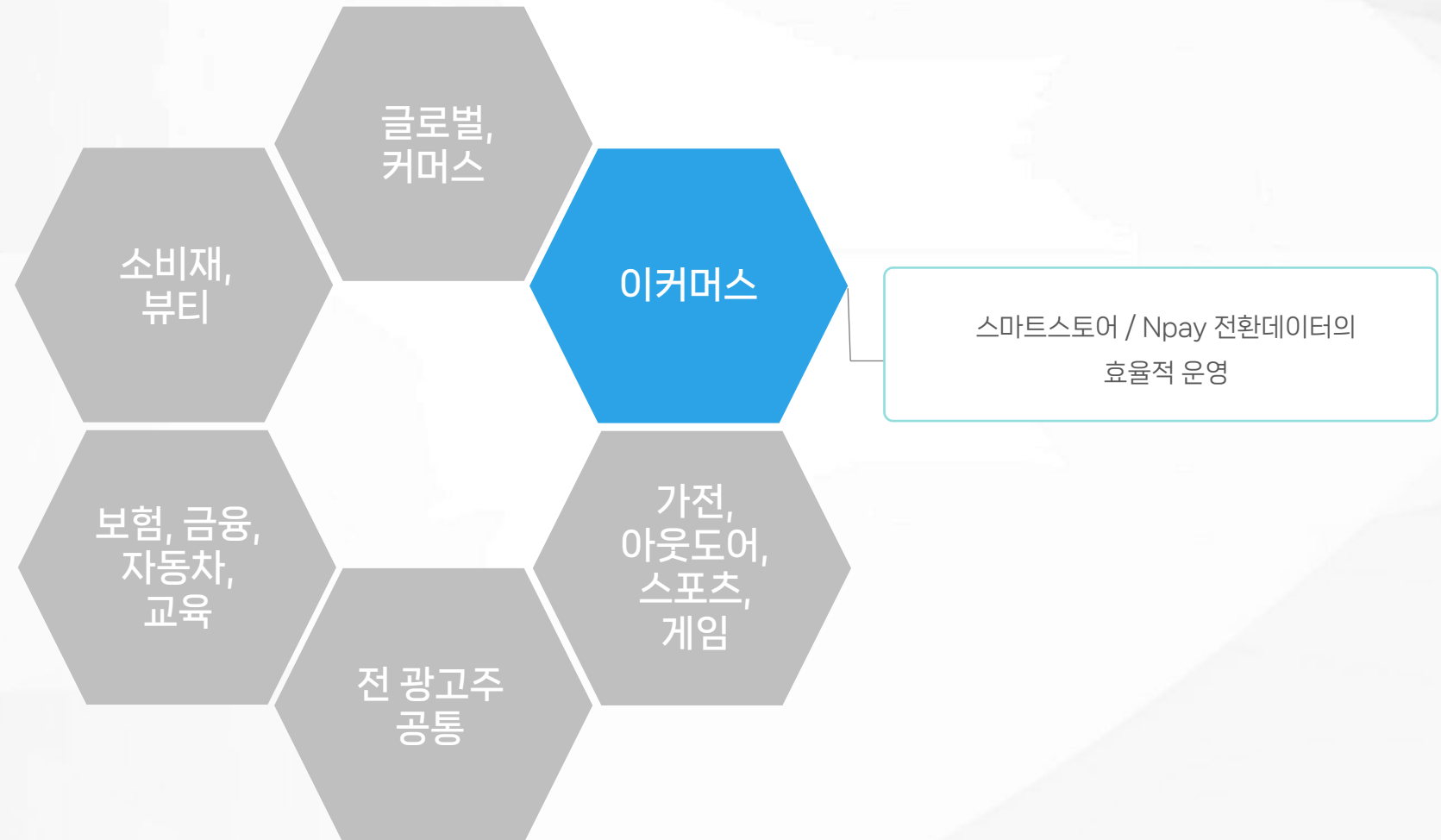
위브봇 통해 50초로 세팅 시간 단축 가능

복잡한 페이스북 협력 광고 - 컬렉션 광고 세팅 자동화도 가능



- 1건 세팅 당 5분 이상 소요될 수 있지만, 세팅 자동화를 통해 건당 1분 내로 빠르게 작업이 가능
- 세팅에 이슈 있을 경우 알람 기능으로 빠르게 확인 가능하며, 세부 히스토리도 확인이 가능

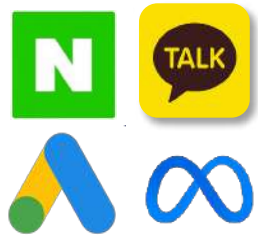
Data Driven : Naver related Data Management



스마트스토어 매출 데이터 연동하여 자동 최적화

매체데이터와 스마트스토어 구매 데이터 맵핑 자동화 진행가능
스마트스토어를 포함한 여러 채널에서의 매출실적을 통합 관리

매체별 구매 효율 확인 및 효율에 따른 캠페인 ON/OFF & 예산변경 처리 프로세스



매체 데이터

X



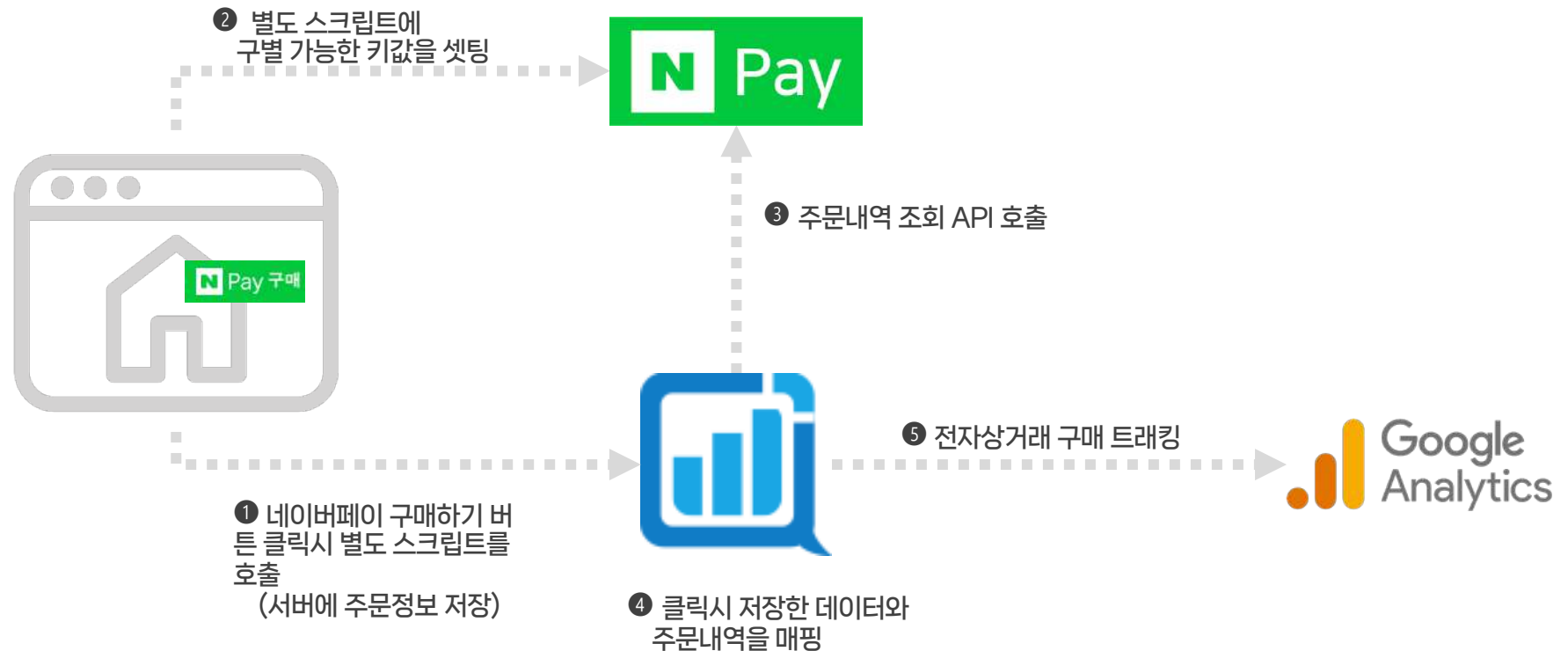
스마트스토어
구매 추적 데이터

매출데이터 예시

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	Media	Campaign Name	Status	Daily budget	Pre_Spend	Pre_Revenue	Pre_ROAS	7d_Spend	7d_Revenue	7d_ROAS	Convert_budget	ON/OFF
2	META	CAMP_META_A	ACTIVE	400,000	413,487	678,500	164.1%	2,975,454	4,244,210	142.6%	450,000	
3	META	CAMP_META_B	ACTIVE	900,000	897,884	1,564,242	174.2%	6,111,248	9,675,002	158.3%	850,000	
4	META	CAMP_META_C	PAUSED									
5	META	CAMP_META_D	ACTIVE	700,000	698,474	974,300	139.5%	4,542,440	8,775,613	193.2%	650,000	
6	META	CAMP_META_E	PAUSED									
7	META	CAMP_META_F	PAUSED									
8	GOOGLE	CAMP_GOOGLE_A	PAUSED									
9	GOOGLE	CAMP_GOOGLE_B	PAUSED									
10	GOOGLE	CAMP_GOOGLE_C	ACTIVE	300,000	312,440	678,412	217.1%	2,186,750	4,513,440	206.4%	400,000	
11	GOOGLE	CAMP_GOOGLE_D	ACTIVE	600,000	597,541	1,103,420	184.7%	4,100,020	8,785,420	165.5%	550,000	
12	GOOGLE	CAMP_GOOGLE_E	PAUSED									
13	NAVER	CAMP_NAVERGA_A	ACTIVE	150,000	145,444	140,000	96.3%	1,120,300	2,475,140	220.9%	120,000	
14	NAVER	CAMP_NAVERGA_B	PAUSED									
15	KAKAO	CAMP_KAKAO_A	PAUSED									
16	KAKAO	CAMP_KAKAO_B	ACTIVE	250,000	249,767	197,465	79.1%	1,445,705	2,112,430	146.1%		OFF

네이버페이 트래킹을 통한 전체 매출 통합 관리

GA 에서 매출 데이터가 네이버페이(추적 불가)로 인한 데이터 오차 문제 해결
API호출을 통해서 주문내역을 직접 매핑해서 GA로 인식해오기 때문에 보다 편하고 정확하게 매출 분석을 진행



활용 솔루션 : Data Driven

- ✓ 네이버페이 결제완료 추적이벤트 추가 (버튼추적방식X)
- ✓ GA에서 매출데이터가 네이버페이(픽셀로 추적불가)로 인한 데이터 오차 문제 해결
- ✓ API호출을 통해 주문내역을 직접 매핑해 GA로 인식해오기 때문에 보다 편하고 정확하게 매출 분석을 진행

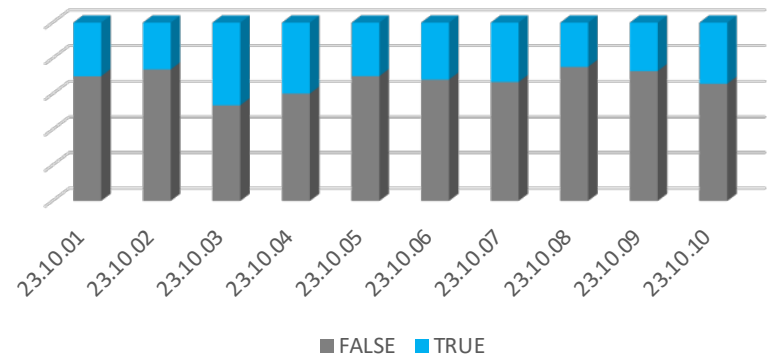
네이버페이 결제완료 데이터 매칭, 매출 합산 내역 오차 최소화

클릭시점 데이터와 네이버페이로 결제가 완료된 데이터를 매칭
 기존의 총 매출 합산 내역의 오차가 최소화되어 채널별 캠페인 효율 분석이 가능

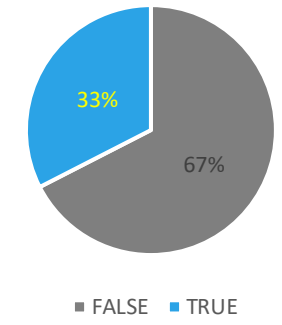
등록일시	client	client_id	매칭여부	매칭일시	pay_type	주문ID	checkout_dt	client_id	매칭여부	market_id
20230914002730	"[*cid** : **1641740242.1694	1641740242.1694600000	FALSE		NCHECKOUT	20230914-0000023	20230914003918	1342087442.1689500000	TRUE	NCHECKOUT
20230914002848	"[*cid** : **1721597230.1694	1721597230.1694600000	FALSE		NCHECKOUT	20230914-0000036	20230914004851	716494694.1694180000	TRUE	NCHECKOUT
20230914003918	"[*cid** : **1342087442.1689	1342087442.1689500000	TRUE	20230914010501	NCHECKOUT	20230914-0000053	20230914021629	61988058.1694625000	TRUE	NCHECKOUT
20230914004851	"[*cid** : **716494694.16941	716494694.1694180000	TRUE	20230914011551	NCHECKOUT	20230914-0000074	20230914040523	62260758.1694337000	TRUE	NCHECKOUT
20230914011033	"[*cid** : **655598134.16946	655598134.1694620000	FALSE		NCHECKOUT	20230914-0000119	20230914074314	1252613231.1690400000	TRUE	NCHECKOUT
20230914021611	"[*cid** : **61988058.169462	61988058.1694625000	FALSE		NCHECKOUT	20230914-0000172	20230914081215	1084707736.1694600000	TRUE	NCHECKOUT
20230914021629	"[*cid** : **61988058.169462	61988058.1694625000	TRUE	20230914030501	NCHECKOUT	20230914-0000184	20230914082659	1350043985.1694600000	TRUE	NCHECKOUT
20230914021949	"[*cid** : **2042696599.1694	2042696599.1694600000	FALSE		NCHECKOUT	20230914-0000230	20230914085346	2095226695.1694300000	TRUE	NCHECKOUT
20230914025605	"[*cid** : **1344082188.1693	1344082188.1693400000	FALSE		NCHECKOUT	20230914-0000255	20230914095121	459279894.1694650000	TRUE	NCHECKOUT
20230914040523	"[*cid** : **62260758.169433	62260758.1694337000	TRUE	20230914050501	NCHECKOUT	20230914-0000261	20230914101941	237187162.1694650000	TRUE	NCHECKOUT
20230914045059	"[*cid** : **1949295662.1694	1949295662.1694300000	FALSE		NCHECKOUT	20230914-0000282	20230914105504	1480208028.1694300000	TRUE	NCHECKOUT

- 매칭 여부를 판단하는 여러가지 키값들의 기준에 따라 True로 처리된 매출내역만 GA로 전송

N페이지 클릭 중, 결제완료된 건수 (TRUE)

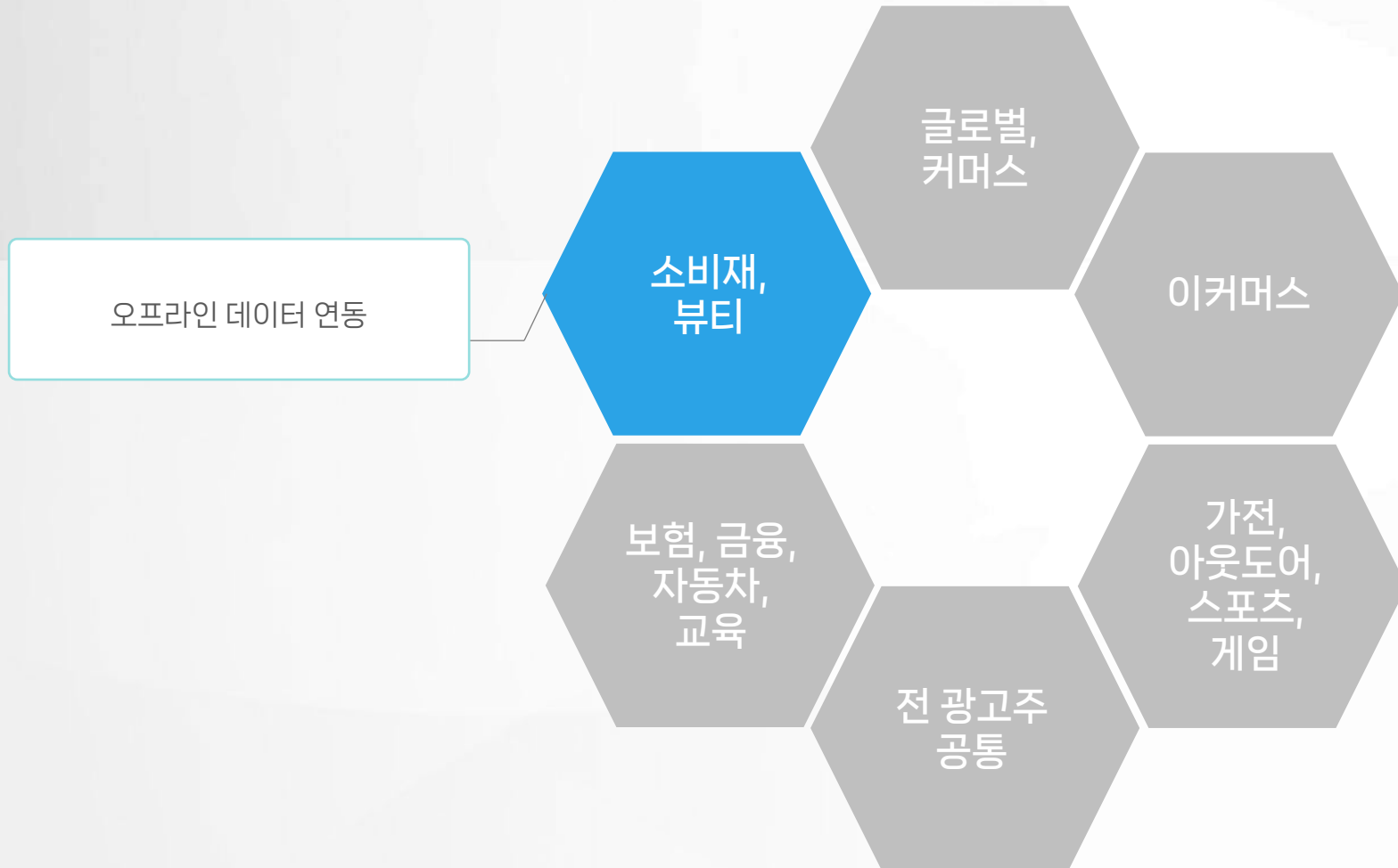


N페이지 전체클릭 중, 결제완료된 건수 비중



- 광고주 : M사 (이커머스)
- 내용 : 네이버페이 결제완료 데이터 매칭 후 총 매출 합산 내역의 오차 최소화

Data Driven : O2O Campaign Optimization



활용 솔루션 : Data Driven

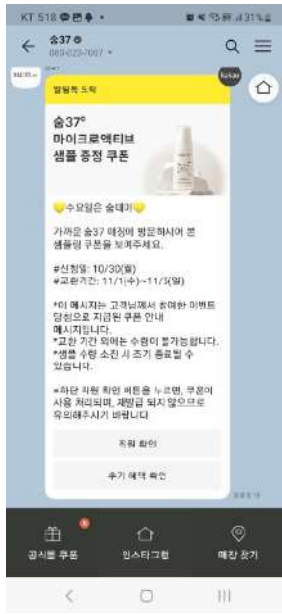
- ✓ 오프라인 이벤트를 추적하는 방식으로 매체별 효율 운영
- 1) 카카오톡 채널 추가 및 이벤트 신청
- 2) 카카오톡 채널 메시지로 쿠폰 발급
- 3) 카카오톡 메시지 수령버튼 클릭
- 4) GA가 심어진 사이트로 이벤트페이지 오픈
- 5) 직원이 수령버튼 클릭 시 4번 트리거 발생 및 이벤트 트래킹

오프라인 연계 캠페인도 상세한 효율 분석 및 관리 가능

카카오 채널을 통한 오프라인 이벤트의 효율 분석 가능
 메타, 카카오 등의 다양한 매체들의 효율을 모니터링하여 효과적인 예산 분배



이벤트 페이지 (마이크로 페이지 운영)



카카오채널 추가 시 샘플증정 메시지 전달



오프라인 매장에서 직원이 확인후 샘플 증정



샘플증정 완료 페이지

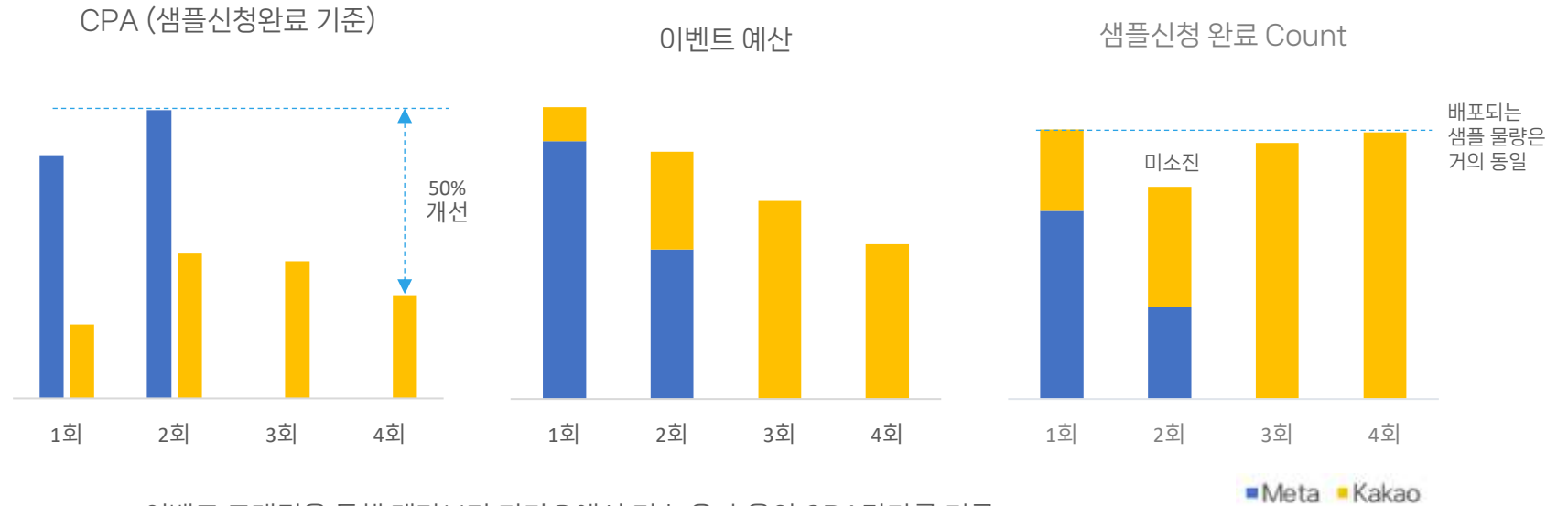
- 광고주 : S사 (뷰티 업종)
- 집행 매체 : 카카오
- 기간: 2023.11 ~
- 내용: 카카오 채널 추가 + 샘플증정 이벤트
- 결과 : 이전 캠페인 대비하여 최대 46~50%의 효율 개선

활용 솔루션 : Data Driven

- ✓ 오프라인 이벤트를 추적하는 방식으로 매체별 효율 운영
- 1) 카카오톡 채널 추가 및 이벤트 신청
- 2) 카카오톡 채널 메시지로 쿠폰 발급
- 3) 카카오톡 메시지 수령버튼 클릭
- 4) GA가 심어진 사이트로 이벤트페이지 오픈
- 5) 직원이 수령버튼 클릭 시 4번 트리거 발생 및 이벤트 트래킹

오프라인 이벤트 트래킹을 통해 최대 46~50%의 효율 개선

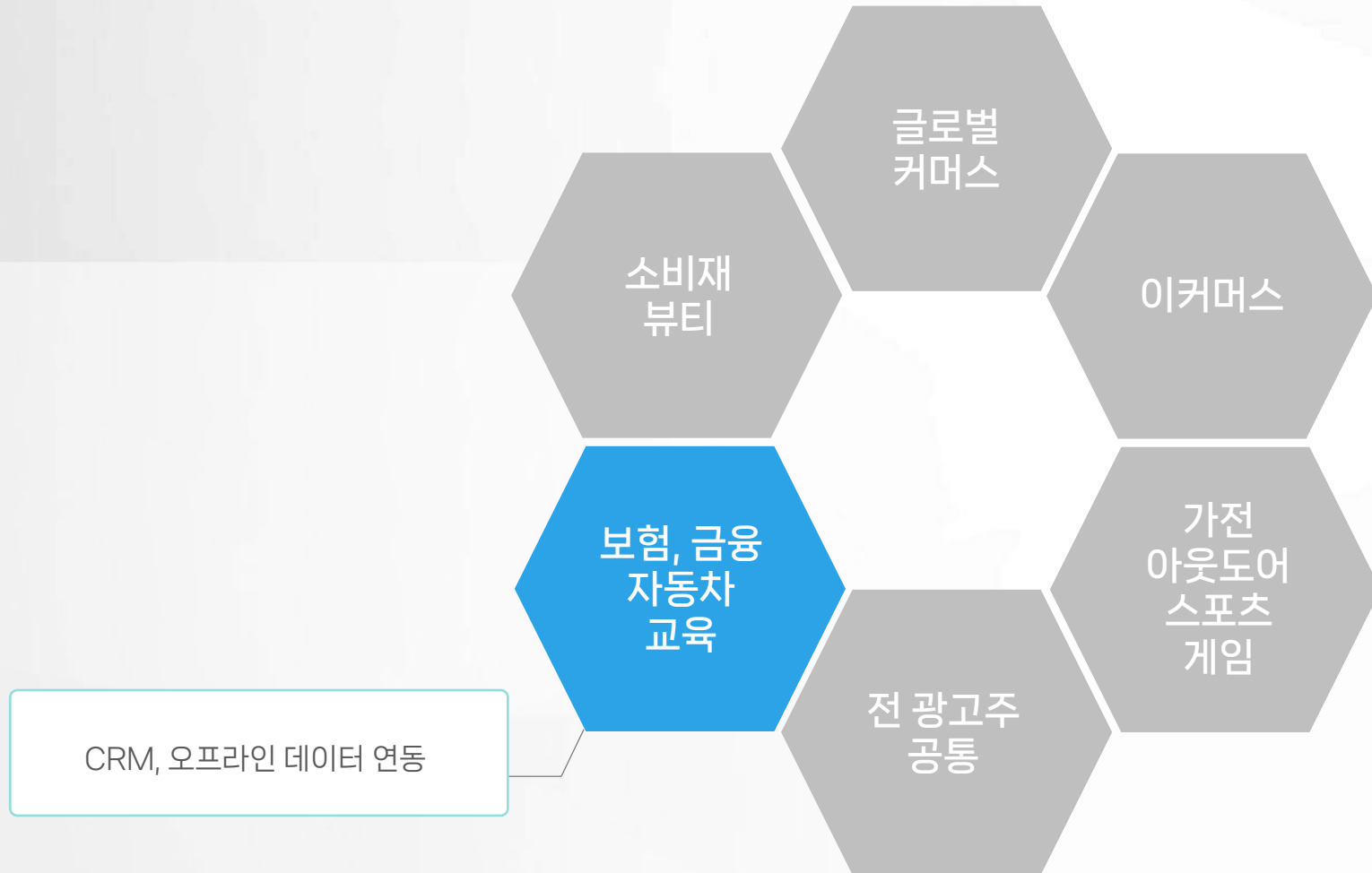
채널별 CPA분석을 통한 효율적인 예산 배분
동일한 샘플 물량을 낮은 CPA로 최적화 진행



- 이벤트 트래킹을 통해 메타보다 카카오에서 더 높은 효율의 CPA단가를 기록
- 3회차부터는 메타를 제외하고 카카오에서만 광고 집행
- CPA단가가 지속적으로 하락하여 이벤트 예산도 점차 감소하는 효과 발생

- 광고주 : S사 (뷰티 업종)
- 집행 매체 : 카카오
- 기간 : 2023.11 ~
- 내용 : 카카오 채널 추가 + 샘플증정 이벤트
- 결과 : 이전 캠페인 대비하여 최대 46~50%의 효율 개선

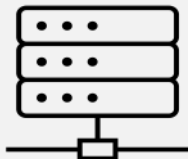
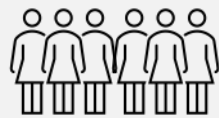
Data Driven : Internal Data utilization



[보험] 보험갱신 캠페인 : CRM 데이터 연동하여 메타 맞춤형 집행

CRM 연동하여 만기 30일 이내 고객들에게 메타 맞춤형 집행

- 캠페인 설계 방식 (예시)
 - 갱신 관련 안내 + 갱신 혜택 노출
 - 갱신 완료 고객 제외
 - 갱신 만기 날짜 지난 고객 제외



CRM 연동



자동차보험 갱신/재가입

자동차보험 갱신은 만기일 기준
약 30일 전부터 가능해요

갱신/재가입



**갱신하기 전
미리 확인하고 더 간편하게
할인받으세요!**

- 마일리지 할인 특약 가입용**
주행거리 계기판, 자동차번호판 사진
- 블랙박스 할인 특약 가입용**
블랙박스 사진
- 자녀사랑 할인 특약 가입용**
자녀 증빙 서류 (임신확인서, 주민등록등본 등)
- 마일리지 환급금 따로 받는 번거로움 없이**
갱신보험료 결제 시 바로 사용



보험만료 30일 이내 사용자 추출
갱신 관련 안내 + 갱신 혜택 노출



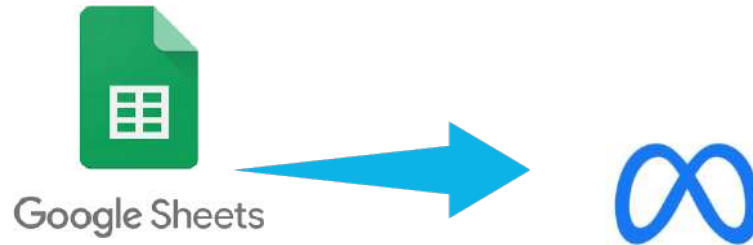
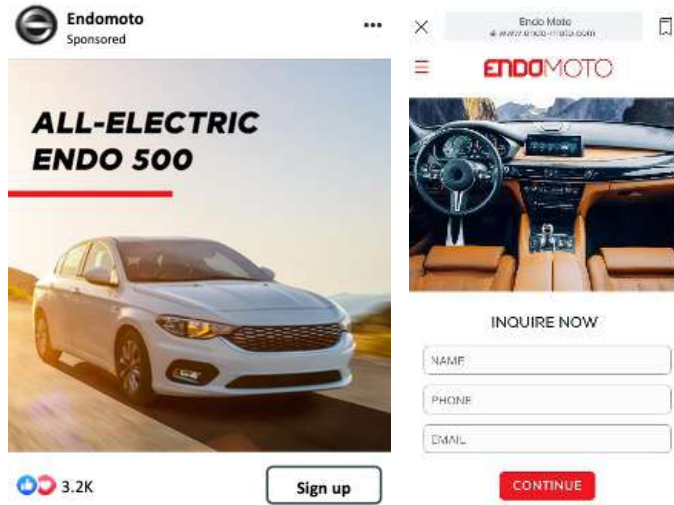
갱신 완료
고객 제외



갱신만기 날짜
지난 고객 제외

[자동차] 시승신청 캠페인 : 오프라인 데이터 연동 후 2차 확장 캠페인

시승신청 캠페인을 통해 예약을 완료한 고객 또는 실제 시승완료한 고객들의 데이터를 연동하여 유사 타겟으로 캠페인 2차 확장 캠페인 진행



	A	B	C	D
1	DO Number	Address	Date	Driver
2	D1	Dummy Address	20/01/2020	Driver 1

유사 타겟 만들기

- 1 유사 소스 선택**
 기존 타겟 또는 데이터 소스를 선택합니다.
 새로운 소스 만들기 ▼
- 2 타겟 위치 선택**
 지역 또는 국가를 검색합니다.
- 3 타겟 크기 선택**
 유사 타겟 수 1 ▼
 0% 1% 2% 3% 4%
 타겟 크기의 범위는 선택된 위치의 총 인구의 1%~10%입니다. 1% 유사 타겟이 만들어집니다.

취소

[교육] 신규회원 모집 캠페인 : 오프라인 매장 CRM과 연동한 타겟팅

- 학원을 내방하여 레벨테스트 또는 수강등록 완료한 고객 CRM을 암호화된 버전으로 활용할 수 있도록 Meta의 전환 API를 통하여 자동 연동
- 실시간으로 추가되는 CRM 데이터를 통하여 모수 타겟을 확장 및 유사한 패턴의 신규 잠재 사용자를 타겟(=유사타겟팅)하여 보다 유의미한 캠페인 전략 설계 가능

Meta 전환 API를 통한 오프라인 이벤트 맵핑 가능한 매개변수

매개변수 이름	매개변수	해상 필수
이메일 주소	email	예
전화번호	phone	예
성별	gen	예
생년월일	db	예
성	ln	예
이름	fn	예
도시	ct	예
미국의 주	st	예
우편번호	zip	예
국가	country	예
Apple 광고 ID	adid	예
Android 광고 ID	adid	예
타사 사용자 ID	external_id	매우 권장
잠재 고객용 광고의 잠재 고객 ID	lead_id	해시하지 않음

email	email	email	phone	phone	phone	madid						
elizabetho@fb.com	olsene@fb.com	eolsen@fb.com	1-(650)-561-5622	1-(650)-782-5622	1-(650)-888-5622	aec52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239	James	McLaughlin	SW1A 1AA	London	GB	
andrewj@fb.com	jamisona@fb.com	ajamison@fb.com	1-(212) 736-3100	1-(212) 523-3100	1-(212) 123-3100	BEBE52E7-03EE-455A-B3C4-E57283966239	Paulo	Alessandro	01310-200	Sao Paulo	BR	
margaretj@fb.com	johnsonm@fb.com	mjohnson@fb.com	1-(323) 857-6000	1-(323) 617-6000	1-(323) 543-6000	adbe52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239	Marie	Laurent	75007	Paris	FR	
johnd@fb.com	doej@fb.com	jdoe@fb.com	1-(312) 443-3600	1-(312) 555-3600	1-(312) 321-3600	aebe52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239	Thomas	Dubois	75007	Paris	FR	
marks@fb.com	smithmark@fb.com	msmith@fb.com	+44 303 123 7300	+44 871 663 1678	+44 844 412 4653	AEBD52E7-03EE-455A-B3C4-E57283966239						
jamesm@fb.com	mclaughlinj@fb.com	jmclaughlin@fb.com	+44 20 7219 4272	+44 844 482 5138	+44 343 222 1234	aec52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239						
pauloa@fb.com	alessandrop@fb.com	palessandro@fb.com	+55 21 3938-6900	+55 11 3091-3116	+55 11 3113-3651	ACBE52E7-03EE-455A-B3C4-E57283966239						
marie@fb.com	laurentm@fb.com	milaurent@fb.com	+33 892 70 12 39	+33 1 53 09 82 82	+33 1 40 20 53 17	AFCE52E7-03EE-455A-B3C4-E57283966239						
thomasd@fb.com	dubois@fb.com	tdubois@fb.com	+33 892 70 12 39	+33 1 49 52 42 63	+33 1 42 96 70 00	aec52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239						

TRigger : 실시간 데이터 연동



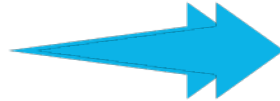
TRigger: 특정 데이터에 따라 캠페인 자동운영

강수량/미세먼지/날씨/스포츠 경기 결과 등
외부 API 데이터와도 연동이 가능하여 다양한 방식으로 캠페인 설계



외부 API

- 스포츠 경기 결과
- 강수량/기온
- 미세먼지 농도
- 등등



광고 캠페인, 소재
자동 On/OFF

활용 솔루션 : TRIGGER

- ✓ 날씨 API의 데이터에 따라, 당일 00시 기준 예상 누적 강수량 변화에 따라 관련 소구 메시지 자동 노출
- ✓ 적용한 데이터 : 강수량

당일 예측 강수량에 따라 비 예보 지역에 관련 소재 자동 노출

비 오는 날만 집행한 광고소재가 더 높은 CTR/CPV 효율 달성
 타 소재 대비 CTR은 23% 상승, CPV는 16% 절감, 100% Views는 22% 높은 기록을 달성

- 광고주 : 가전 (스타일러)
- 집행 매체 : Meta
- 결과:
 - CTR(외부사이트링크)은 타소재 평균 대비 23% 높음
 - Cost Per ThruPlays(메타에서의 CPV)는 타소재 평균대비 16%절감
 - 100% Plays(전체 영상시청자 중에 끝까지 시청한 비중) 22%높음



일반소재 ON

장화, 우산 등이 포함된 비 소재 ON

활용 솔루션 : TRIGGER

- ✓ 미세먼지 API의 데이터에 따라, 관련 소구 메시지 자동 노출
- ✓ 적용한 데이터 : 미세먼지

지역별 미세먼지 농도에 따른 광고 소재 노출

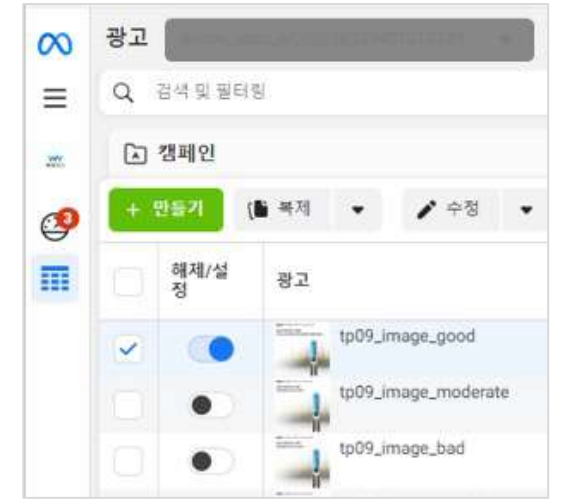
AQI	Air condition_EN	Air condition_KR
0-30	Good	좋음
31-40	Moderate	보통
41-80	bad	나쁨
81-150	terrible	매우 나쁨

트리거 조건 설정



서울	23	보통
경기	27	좋음
인천	30	보통
강원	18	좋음
세종	26	좋음
충북	24	좋음
충남	38	보통
대전	21	좋음

미세먼지 API 데이터



해당 지역별 미세먼지 농도에 따른 광고 소재 노출

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	seq	media	obj_unit	obj_id	is_active	sdate	edate	region	on_conditions	on_triggers
2	1	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	서울	미세먼지 나쁨	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["나쁨"]}]] https://business
3	2	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	서울	미세먼지 좋음	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["좋음"]}]] https://business
4	3	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	서울	미세먼지 보통	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["보통"]}]] https://business
5	4	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	서울	미세먼지 매우나쁨	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["매우나쁨"]}]] https://business
6	5	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	강원	미세먼지 나쁨	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["나쁨"]}]] https://business
7	6	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	강원	미세먼지 좋음	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["좋음"]}]] https://business
8	7	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	강원	미세먼지 보통	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["보통"]}]] https://business
9	8	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	강원	미세먼지 매우나쁨	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["매우나쁨"]}]] https://business
10	9	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	경기	미세먼지 나쁨	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["나쁨"]}]] https://business
11	10	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	경기	미세먼지 좋음	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["좋음"]}]] https://business
12	11	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	경기	미세먼지 보통	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["보통"]}]] https://business
13	12	fb	ad	2385	Y	20230201	20230214	경기	미세먼지 매우나쁨	[{"obj": "dust_status", "operator": "IN", "value": ["매우나쁨"]}]] https://business

구글시트로 현재 캠페인 상태 모니터링 | 관리

□ 광고주 : 가전 (공기청정기)

□ 집행 매체 : Meta

활용 솔루션 : TRIGGER

- ✓ 당일의 기온에 따라 맞춤형 콘텐츠를 설정하여 캠페인 집행 가능
- ✓ 적용한 데이터 : 기온

당일의 기온에 따라 맞춤형 콘텐츠 설정하여 노출

일별 온도차가 큰 간절기나, 체감온도가 크게 변화하는 겨울철에는 그 효과가 더욱 클 수 있음

28도 이상	민소매, 반팔, 반바지, 치마	
23~27도	반팔, 얇은 셔츠, 반바지, 면바지	
20~22도	얇은 카디건, 긴팔티, 면바지, 청바지	
17~19도	얇은 니트, 카디건, 맨투맨, 얇은 재킷, 면바지, 청바지	
12~16도	재킷, 카디건, 야상, 맨투맨, 니트, 스타킹, 청바지, 면바지	
9~11도	재킷, 트랜치코트, 야상, 니트, 스타킹, 청바지, 면바지 (*안쪽 안에 카디건 필수)	
5~8도	코트, 허트텍, 니트, 청바지, 레깅스 (*반드시 겹쳐 입을 것)	
4도 이하	패딩, 두꺼운 코트, 목도리, 기모 제품 (*최대한 많이 겹쳐입자)	
0도 이하	모지 달린 두꺼운 패딩, 안에는 스웨터, 귀마개, 부츠 등 방한 제품	
영하 5도 이하	파카 코트 등 방한 아웃도어 제품	

트리거 조건 설정



날씨 API 데이터

기온/풍량에 따른 광고 소재 노출



간절기 야상



코트, 겨울 자켓



롱패딩, 방한복

□ 광고주 : 아웃도어 (의류)

□ 집행 매체 : Meta

활용 솔루션 : TRIGGER

- ✓ 경기 전/후, 결과에 따라 각기 다른 소재 노출 적용
- ✓ 적용한 데이터 : 경기 결과

경기 전/후, 결과에 따라 각기 다른 소재 노출 가능

파리올림픽, KBO프로야구, EPL(손흥민 경기) 등 다양한 스포츠 경기 관련해 집행 가능

날짜	시간	구장	홈팀	원정팀	리그	구분
12.01 금						경기가 없습니다.
12.02 토						경기가 없습니다.
00:00	Emirates Stadium	아스널	- 경기전 -	울버햄튼	프리미어리그	14R
00:00	Brentford Community ...	브렌트포드	- 경기전 -	루턴	프리미어리그	14R
에티하드 스타디움						
			맨시티	- 경기전 -	토트넘	
12.03 일	05:00	St. James' Park	뉴캐슬	- 경기전 -	맨유	프리미어리그 14R
Tottenham Hotspur Sta...						
			토트넘	- 경기취소 -	웨스트햄	
23:00	Anfield	리버풀	- 경기전 -	풀럼	프리미어리그	14R
23:00	London Stadium	웨스트햄	- 경기전 -	크리스탈 팰리스	프리미어리그	14R
12.04 월	01:30	에티하드	맨시티	- 경기전 -	토트넘	프리미어리그 14R
15:00			글로스터	- 요니오 -	리그원	프리미어리그 14R
33:00			세군비르	- 요니오 -	리그원	프리미어리그 14R
33:00			시애틀	- 요니오 -	리그원	프리미어리그 14R
33:00			풀리	- 요니오 -	리그원	프리미어리그 14R
33:00			풀리	- 요니오 -	리그원	프리미어리그 14R
33:00			풀리	- 요니오 -	리그원	프리미어리그 14R
33:00			풀리	- 요니오 -	리그원	프리미어리그 14R

경기전



경기후

경기 승



경기 패



□ 광고주 : 스포츠게임 광고주

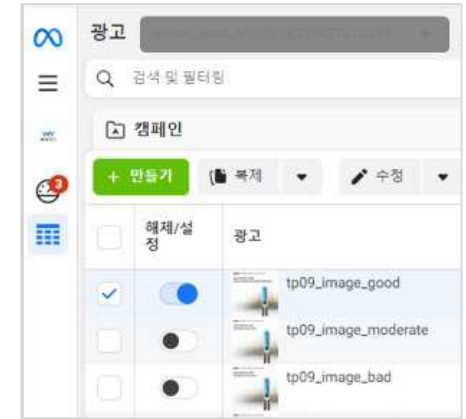
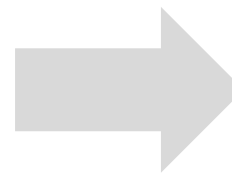
□ 집행 매체 : Meta

활용 솔루션 : TRIGGER

- ✓ 구글 검색 API의 데이터에 따라, 관련 소구 메시지 자동 노출
- ✓ 적용한 데이터 : 미세먼지

검색 쿼리에 따른 광고 소재 노출

검색쿼리%	미세먼지 민감도	집행 물량 속도
..
50	보통	Avg. 일간 * 1배
..
100	매우 높음	Avg. 일간 * 3배



트리거 조건 설정 예시

미세먼지 검색쿼리량에 따른 광고 집행 물량 조정



미세먼지 키워드 검색 쿼리량 추이 / 네이버 vs 구글

- 광고주 : 가전 (공기청정기)
- 집행 매체 : Meta

- 기존 트리거 v1의 업그레이드 버전
- 집행 물량의 안정적인 집행
- 해당 브랜드/키워드에 대한 사용자의 민감도에 대한 반응형
- 정확한 수치 값에 의한 반응 보다 실제 시장에서의 사용자의 체감온도를 실시간으로 반영할 수 있음.

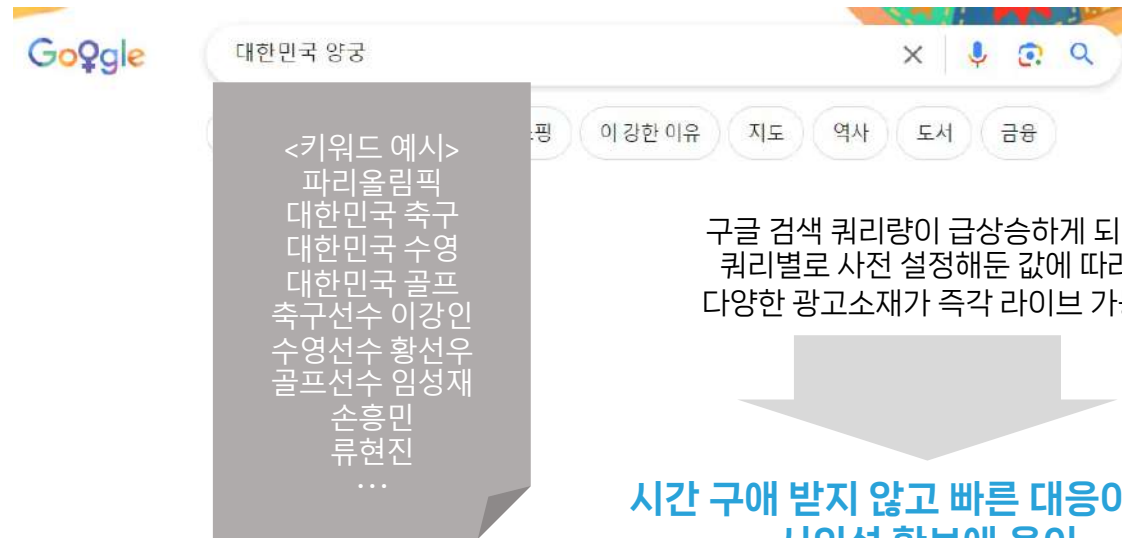
활용 솔루션 : TRIGGER

- ✓ 구글 검색 API의 데이터에 따라, 관련 소구 메시지 자동 노출
- ✓ 적용한 데이터 :
 - 스포츠 경기 관련 검색 쿼리
 - 시즌별 키워드
 - 선수, 모델 등 인물 관련 키워드

시즌별 이슈에 맞춘 검색쿼리 활용 즉각 소재 대응 가능

올림픽, 월드컵, 스포츠경기, 선거 등 시즌별 이슈에 대응해 자동 소재 라이브 가능
평균 이상의 구글 검색 쿼리 발생 시 맞춤형 소재 즉각 대응하도록 설정하여 시의성 확보
시즌+광고주 관련 브랜드 모델(인물) 관련 소재 세팅하여 브랜딩 강화

- 파리올림픽
- 북중미 월드컵
- 프로야구 경기
- EPL 경기
- 선거
- 그 외 시즌별 이슈



대한민국 양궁

<키워드 예시>
파리올림픽
대한민국 축구
대한민국 수영
대한민국 골프
축구선수 이강인
수영선수 황선우
골프선수 임성재
손흥민
류현진
...

구글 검색 쿼리량이 급상승하게 되면
쿼리별로 사전 설정해둔 값에 따라
다양한 광고소재가 즉각 라이브 가능

시간 구매 받지 않고 빠른 대응이 가능,
시의성 확보에 용이

WIVAnalytics 위브애널리틱스



위브애널리틱스를 활용해 UA/GA4 계정 셀프진단

이커머스 업종에 특화된 분석 서비스로, 필수 전환이벤트/매개변수 설정 등도 함께 점검 가능
구글 로그인 후 간편하게 진행 가능하며 각 이벤트별 데이터 값과 UTM설정도 직관적으로 점검 가능



<https://wivanalytics.com/>

86

- ✓ 웹사이트 추적 태그를 통해서 시그널이 정상적으로 들어오는 것으로 확인 됩니다.
- ✓ 해당 기간동안의 평균 이탈율이 78.1%로 사이트내에 스크립트가 중복설치 되었을 가능성이 상대적으로 낮습니다.
- ✓ 데스크탑에서 시그널이 들어오고 있습니다.
- ✓ 모바일에서 시그널이 들어오고 있습니다.
- ✓ 매출데이터가 확인되며 이 경우 전자상거래 설정이 되어 있는 것으로 판단되어집니다.
- ✓ 목표전환(UA)이 잘 설정되어 있습니다. (자세한 내역은 하기 참조)
- ✓ 이벤트 시그널이 잘 잡히고 있습니다. 자세한 사항은 하기 리스트를 참고 하시기 바랍니다.
- ✓ UTM 설정이 정상적으로 확인됩니다. (자세한 내역은 하기 참조)
- ✓ 전자상거래 설정이 확인됩니다.

😊 GA운영은 정상적이나 이커머스에 최적화 되어있지는 않네요.

진단 점수가 100점이 안되요. 무엇이 더 필요한가요?

스크립트 설치관련사항 점검




1 스크립트 (웹사이트 추적태그) 설치여부

✓

웹사이트 추적 태그를 통해서 시그널이 들어오고 있습니다. 스크립트가 정상적으로 잡히고 있습니다. 다만, 해당 기간동안 일부라도 데이터가 잡힌 경우, 스크립트가 설치가 된 것으로 간주하기 때문에 최근에 스크립트 수정/삭제/삭제가 되었다면 변경시점 이후로 기간으로 다시 정확하게 확인하시기 바랍니다.

GA4 자동 이전 서비스 제공

기존 UA에서 GA4로 전환을 자동화하여 대량의 계정을 빠르게 이전 세팅도 진행 가능
대행사와 같이 대량의 계정을 한꺼번에 진행이 필요한 경우 더욱 효과적

 BASIC PACKAGE	 ADVANCED PACKAGE	 CUSTOM PACKAGE
<p>기본패키지</p> <p>: 자동설정</p>	<p>고급패키지</p> <p>: 자동설정 + 수동 검수</p>	<p>맞춤 패키지</p> <p>: B2B 맞춤/대량 계정</p>
<p>GA4이전 자동화 서비스로 처리 무료진단 검사 결과가 80점이 넘는 경우만 이용이 가능</p> <p>자동 이전 설치된 후, 설정사항 확인 및 데이터 최종점검은 직접 진행</p>	<p>무료진단 검사 결과가 80점이 넘는 경우만 이용이 가능한 패키지</p> <p>기본사항들은 자동 처리 되나, 맞춤이벤트 및 네이버페이 구매전환 추적 등과 같은 일부 기능들에 대하여 수동 추가되며 이에 대한 수동 검수를 진행</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 기본, 고급패키지에 진행하지 못하는 계정 • 무료진단 검사 결과가 80점 이하인 계정 <p>대행사와 같이 대량(10개이상의 계정)의 GA계정을 UA에서 GA4로 이전. 상세내역은 각 상황에 따라 협의하여 조정이 가능합니다.</p>

Tailored Solution : 광고주 맞춤형 솔루션



계속되는 신제품 출시... 메인 타겟 설정은 어떻게?



30 ~ 50대 육아, 출산, 엄마

VS



30, 40대 직장인, 쇼핑

VS

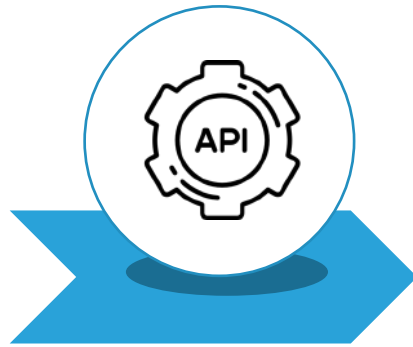


10,20대

부정확한 짐작이나 생각으로 타겟을 설정하고 계신가요?
대량의 A/B테스트를 통해 최적의 타겟 그룹을 찾을 수 있습니다.

타겟 온: A/B 테스트 대량 등록을 통한 신제품 타겟 분석

제품별 디지털 내에서의 반응을 보이는 타겟에 대한 분석으로 타겟 정의 가능
특히, 신제품 출시 시 본격적인 마케팅 활동에 앞서 타겟 정의 용이



다양한 타겟그룹 정의
구글스프레드시트 입력 후
API 호출



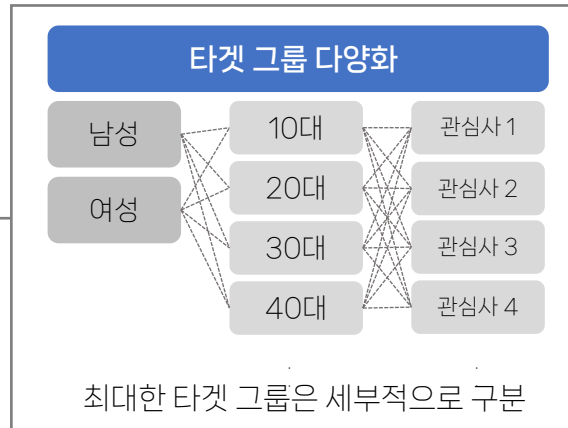
대량의 광고
자동 등록



A/B테스트 진행



프로덕트 타겟 분석
타겟 정의



타겟 그룹, 매체에 따라 다양하게 조합 가능

타겟 그룹은 매체에 따라서 세부적으로 인구통계, 관심분야, 키워드, 리마케팅 등 다양하게 조합 가능

But 조합이 복잡해질 수록 수동운영에는 한계가 있음

인구통계

Gender	Age	Parental status	Household income
<input checked="" type="checkbox"/> Female	<input checked="" type="checkbox"/> 18 - 24	<input checked="" type="checkbox"/> Not a parent	<input checked="" type="checkbox"/> Top 10%
<input checked="" type="checkbox"/> Male	<input checked="" type="checkbox"/> 25 - 34	<input checked="" type="checkbox"/> Parent	<input checked="" type="checkbox"/> 11 - 20%
<input checked="" type="checkbox"/> Unknown	<input checked="" type="checkbox"/> 35 - 44	<input checked="" type="checkbox"/> Unknown	<input checked="" type="checkbox"/> 21 - 30%
	<input checked="" type="checkbox"/> 45 - 54		<input checked="" type="checkbox"/> 31 - 40%
	<input checked="" type="checkbox"/> 55 - 64		<input checked="" type="checkbox"/> 41 - 50%
	<input checked="" type="checkbox"/> 65+		<input checked="" type="checkbox"/> Lower 50%
	<input checked="" type="checkbox"/> Unknown		<input checked="" type="checkbox"/> Unknown

사용자의 삶에 지속적으로 영향을 주는 사실을 기반으로 사용자에게 도달합니다.

관심분야

타겟 주제 수정

단어, 구문 또는 URL로 검색

선택한 항목 2개

- 온라인 미디어
- 음악
- 유명인 및 연예인
- 음악 및 오디오
- 이색의 정보
- 온라인 커뮤니티

새로, 언어/언어/음악 및 오디오

예술, 엔터테인먼트

사용자가 열정을 갖고 있는 분야, 습관, 관심을 기반으로 사용자에게 도달합니다.

맞춤

Targeted keywords (22)

- 캐논
- 캐논 EOS
- 니콘
- 우치필름
- 디지털 카메라
- 비디오 카메라
- 실리콘 카메라
- 전자제품
- IT

키워드, URL, 앱을 입력해 이상적인 잠재고객에게 도달할 수 있습니다.

잠재고객(리마케팅)

검색

찾아보기

선택한 항목 2개

음악 애호가(중) 사용자 보세요.

모두 선택(11개)

음악 애호가

나와 유사한 광고주를 기반으로 한 추천 잠재고객

활동의 관

나와 유사한 광고주를 기반으로 한 추천 잠재고객

관심분야

미디어 및 엔터테인먼트

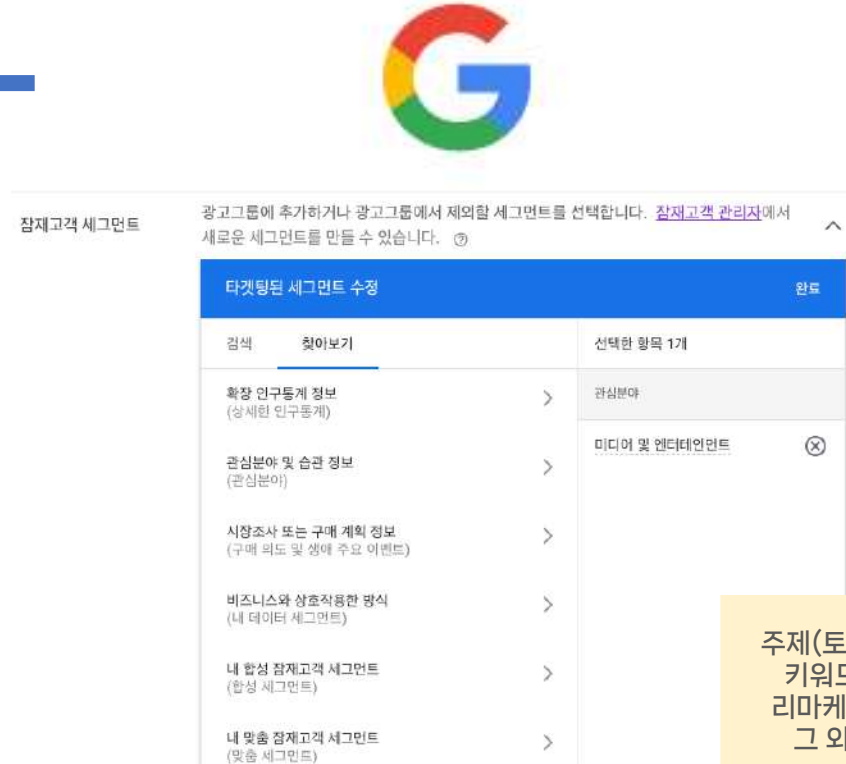
맞춤

보험비교견적사이트

내비즈니스와 상호작용한 적 있는 사용자에게 도달합니다.

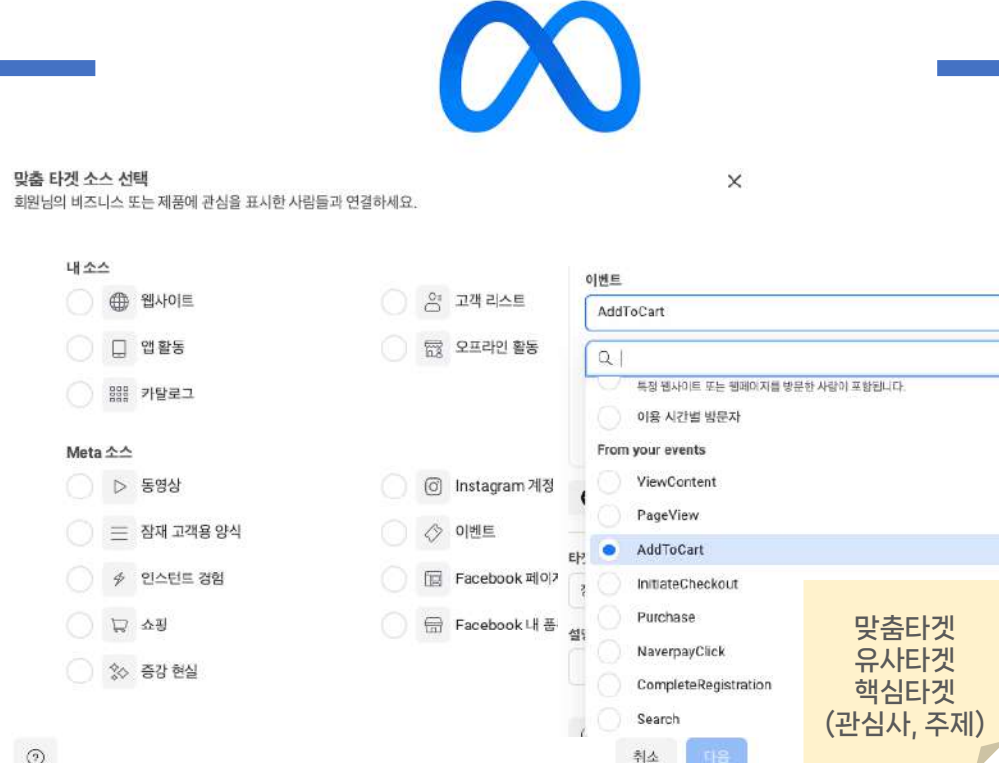
매체별 세팅 조건이 상이해 체계적인 관리가 필요함

매체별 타겟팅 방식과 세팅 조건이 상이하여, 일괄로 비교하기 어려움
채널의 특성에 따른 강점을 구분해 타겟을 운영하기 위해서는 체계적인 관리가 필요함



The screenshot shows the Google Ads targeting interface. At the top is the Google logo. Below it, the text reads: "광고그룹에 추가하거나 광고그룹에서 제외할 세그먼트를 선택합니다. [잠재고객 관리자](#)에서 새로운 세그먼트를 만들 수 있습니다." Below this is a table titled "타겟팅된 세그먼트 수정" with columns for "검색" (Search) and "선택한 항목 1개" (Selected item 1). The table lists various targeting options like "확장 인구통계 정보", "관심분야", "미디어 및 엔터테인먼트", etc. A yellow callout box points to the "미디어 및 엔터테인먼트" row with the text: "주제(토픽) 키워드 리마케팅 그 외".

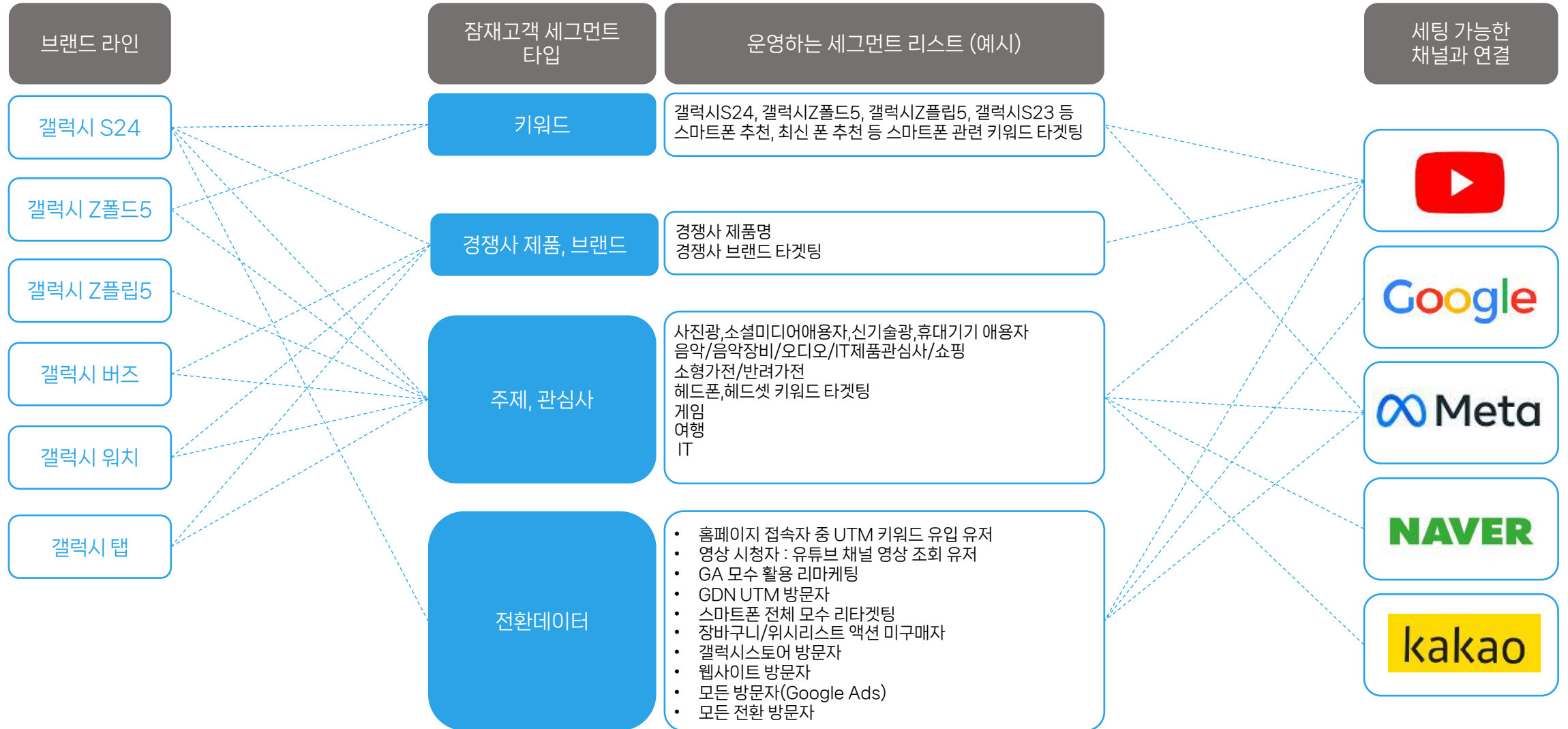
구글 잠재고객 세그먼트 예시



The screenshot shows the Meta targeting interface. At the top is the Meta logo. Below it, the text reads: "맞춤 타겟 소스 선택 회원님의 비즈니스 또는 제품에 관심을 표시한 사람들과 연결하세요." Below this is a list of targeting options categorized into "내 소스" (My sources), "Meta 소스" (Meta sources), and "이벤트" (Events). A yellow callout box points to the "AddToCart" event in the "이벤트" list with the text: "맞춤타겟 유사타겟 핵심타겟 (관심사, 주제)".

메타 맞춤 타겟 예시

채널 별 타겟팅 조합 (예시)



타겟 그룹 별로 세분화된 통합리포트 관리 가능

- ✓ 매체에 따라 높은 성과를 나타내는 타겟그룹을 분석 후, 이를 확장 운영하여 보다 체계적인 효율 관리가 가능
 - 세그먼트별 성과를 장기적으로 분석/관리해 브랜드 자산을 축적하고
 - 차기 캠페인에 인사이트를 반영하여 **지속적인 성과 개선의 자료로 활용 가능**

매체	상품	데모	그룹	구분	비고	집행금액	CPM	CPC	CTR	VIEW S	전환
유튜브	IN FEED AD	MF2554	메인타겟	핵심타겟	리타겟팅 GA모수활용 리마케팅	홈페이지 접속자 중 UTM 태그 '스마트폰' 유입 유저					
					GA모수활용 리마케팅	아이폰 영상 시청자 : 유튜브 채널 영상 조회 유저					
				스마트폰 고관여자	관심사 타겟팅	휴대기기 애용자, 소셜미디어애용자, 사진광, 신기술광					
					구매의도 잠재고객	스마트폰, 소프트웨어, 동영상 스트리밍 서비스, 컴퓨터 고관심자					
				키워드 타겟팅	아이폰 관련 / 스마트폰, 스마트폰추천, 최신폰 추천 등 관련 키워드						
네이버 성과형	메인브랜딩 성과형 피드	MF2549	메인타겟	핵심타겟	관심사 타겟팅	IT/기술, 웹서비스, 전자제품(스마트폰, 컴퓨터/노트북, 태블릿), 프로그래밍 관심 타겟					
			서브타겟	여행 카테고리	관심사 타겟팅	여행(국내여행, 해외여행, 자유여행) 관심 타겟					
META	Feed Story	MF2549	메인타겟	핵심타겟	고관여자 리타겟팅 유사 타겟팅	갤럭시 FB/IG 페이지 기반					
				경쟁사타겟	경쟁사, 관심사	갤럭시, 갤럭시S24, 갤럭시S23, 갤럭시Z폴드5, 갤럭시Z플립5, 스마트폰, 전자제품, IT, 사진, 디지털 사진, 온라인쇼핑 등					

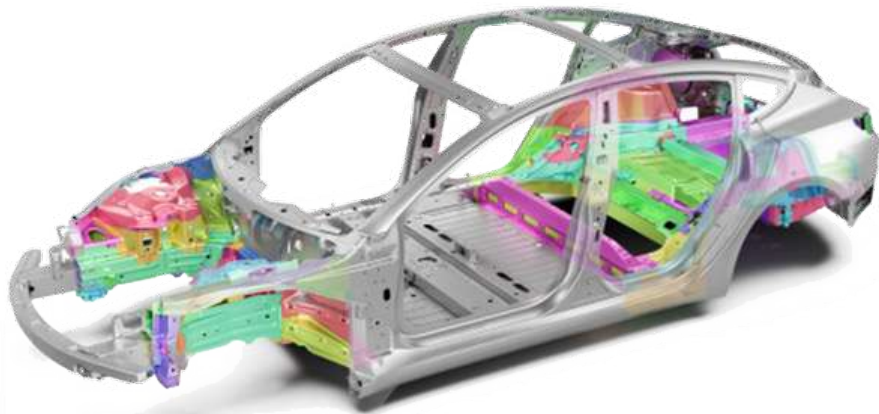
*예시이미지
내부 목표 설정에 따라
관련 지표를 추가하여 구성

Tailored Solution : 광고주 맞춤형 솔루션을 통한 차별적인 서비스

모듈단위로 구성되어 개별 상황에 따라 다양한 설계가 가능하도록 구축

위브랩만의 노하우를 통해, 개별 맞춤형이지만 가장 빠르고 최적화된 방식으로 솔루션을 제공

기존 애드테크 솔루션들의 획일적인 형태가 아닌, 각 브랜드별로 변수, 템플릿, 이벤트, 설정 등의 상황에 맞추어 진행 가능

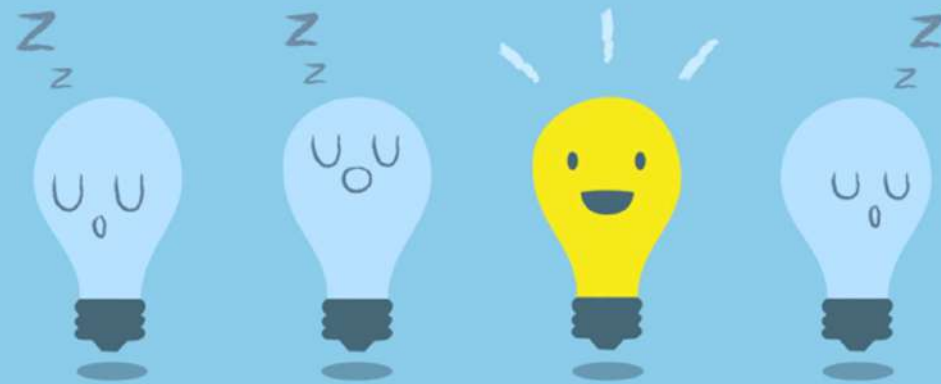


Impossible

위브랩이 심포와 단 한 칸의 여유를 제공합니다.

I'm possible

새로운 스토리의 캠페인 전략을 디자인하여 드립니다.



APPENDIX

About WIV Labs

위브랩 회사 소개

01 위브랩 멤버

02 콘텐츠 프로덕션 서비스

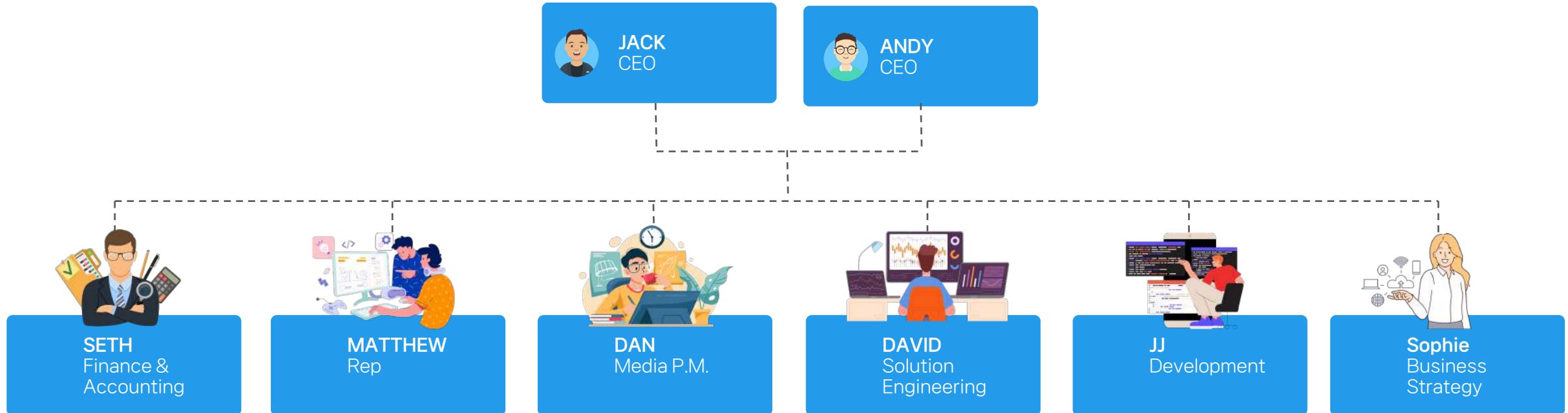
03 캠페인 집행 사례



WIV Labs Members

분야별 전문 인력으로 특화된 팀 구성

- 대형 포털 서비스의 빅데이터 분석 및 서비스 개발 리딩 인력을 주축으로 창업
- 각 부서별 특화된 전문인력으로 팀이 구성되었으며, 팀 간의 전문성을 존중하고 연구/실험을 권장하는 기업 문화



Contents Production Service

컨텐츠 프로덕션 서비스

퍼포먼스를 진행하기 위한 온라인 채널부터 채널 내에 활용할 콘텐츠제작도 가능합니다.



Web Channel
온라인 채널 (자사몰, SNS) 제작/운영

+

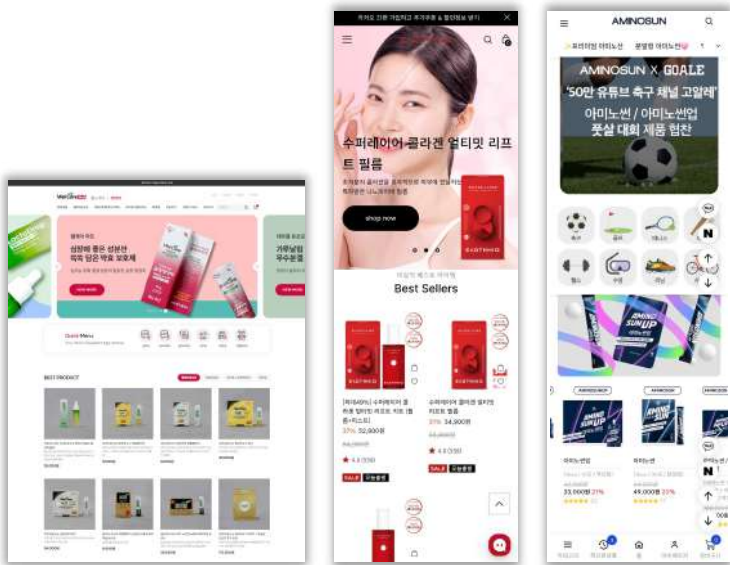


Contents Production
콘텐츠 제작 서비스

온라인 채널 (자사몰, SNS) 및 콘텐츠 제작 서비스

(1) 이커머스용 웹페이지(자사몰) 제작

- 이커머스 환경을 갖추기 위해 필요한 웹페이지 제작/리뉴얼 작업이 가능합니다.
- 이커머스 사업을 처음 시작하시는 경우, 자사몰 세팅의 A to Z까지 커버 가능합니다.
- 기존의 자사몰이 있으신 경우, 클라이언트의 니즈에 맞는 전면적인 리뉴얼도 가능합니다.

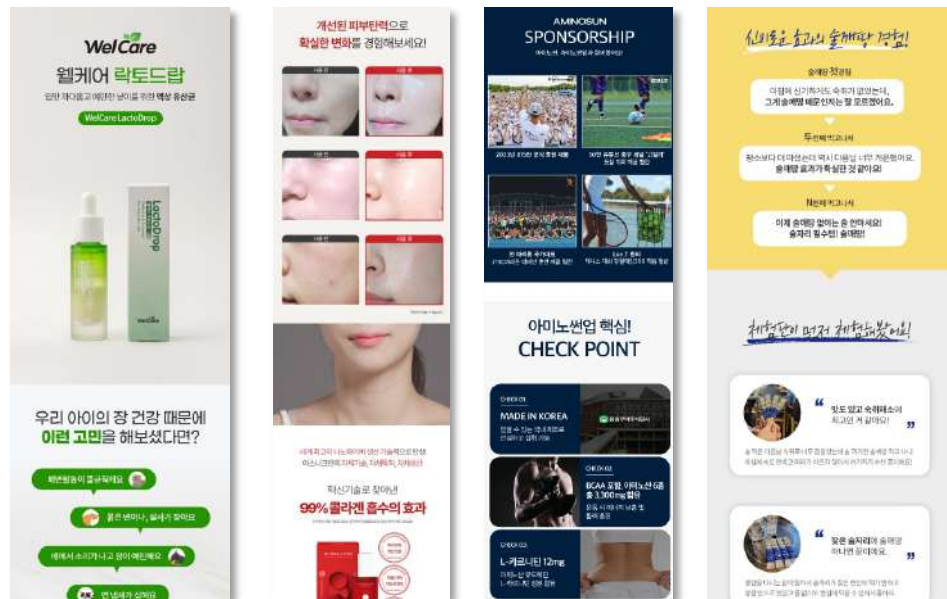


※ 자사몰에 대한 신규제작, 리뉴얼, 부분수정 등 클라이언트의 니즈에 따른 다양한 작업이 가능합니다.

상품 썸네일 전면 교체 (희망하시는 컨셉에 따라 제작 가능)



상품 상세페이지 제작 (카테고리별 제품 특성에 맞는 컨셉 제작 가능)



온라인 채널 (자사몰, SNS) 및 콘텐츠 제작 서비스

(2) 브랜드 공식 SNS 채널 운영

- 이커머스 활성화를 위한 SNS (인스타그램, 유튜브 등) 계정 생성 및 콘텐츠 운영 서비스를 제공해드립니다. (콘텐츠 제작 포함)
- 모든 과정은 클라이언트와의 긴밀한 커뮤니케이션을 통해 이루어지며 필요시, 브랜드 핏/목적에 맞는 컨셉 제안까지 포함하여 제공해드립니다.

<공식 SNS 채널 One-way 운영 전략/전술 수립>



온라인 채널 (자사몰, SNS) 및 콘텐츠 제작 서비스

(3) 광고 콘텐츠 제작 ① _ Display AD

- DA 광고 캠페인에 활용할 광고소재를 클라이언트의 니즈에 맞추어 기획/제작합니다.
- 네이버 브랜드검색, 네이버/카카오/구글 DA광고, 메타 광고 소재, 카카오톡 채널 푸시메시지 등의 내용이 해당됩니다.
- 어떤 매체에서의 광고 소재든 단기간 내 제작이 가능합니다.

WelCare 웰케어몰

숙취분해 유산균, 슬개탕!
숙취없는 대한민국, 슬개탕 1포도 끝!
5가지 숙취해소 성분의 완벽한 조합
슬개탕 2p · 슬개탕 10p · 슬개탕 20p

당풍유산균10p 당풍유산균30p 웰케어도그

아발론교육 홈페이지

시험에 강한

결과로 증명합니다.
모든 영어 시험 완벽 대비!
기본부터 결과까지 책임지는 초·중등 영어
조용과정 · 중등과정 · 캠퍼스찾기

입학상담 신청 1:1 상담 4Way프로그램 특목고·자사고 전문 녹화지.원장 전문입시센터

Instagram

aminosun_kr_official

“축구 4쿼터 풀로 뛰는 거 기쁘네요”
(국산) BCAA, 아미노산, 카르니틴 함유
클릭하고 즉시할인 혜택받기 >

다 읽어보기 >

aminosun_kr_official (3만원 쿠폰팩 중점) 송도 자치관 다리 뒤편에서 다른 멋진 사람들? ... more

FORENCOS

연말결산 UP TO ~ 72%
올해 마지막! 전 품목 ~ 72% 할인!

총 250명 한정

선착순 쿠폰팩 Weekend
COUPON PACK **LIMIT**

5,000 원 (1000원) 3,000 원 (500원) 1,000 원 (500원)

이벤트 기간 02.19 - 02.20

오직 풀친 고객들에게만 단 이틀간 다운로드 및 사용 가능한 선착순 쿠폰! 스전시 마감되니 빨리 다운받으세요 ♡

플친 전용 쿠폰

“벨벳처럼 보송한데 매끈해”
포렌코즈 역대급 예쁜 틴트 >>

구매하기 >

[1+1] 인생틴트 할인중
(-37%) 타투 비즈 벨벳틴트 >>

WelCare

두서 중이래면? 익고보조제, 조제, 알인 글리세린? 생유산균, 스키프로스트 지원!
적용목적 증명서는 영인본 구매시 추가!

슬자주 먹는 직장인들 주목해주세요!
한 포로 끝내는 로우슈가 숙취해소제 슬개탕

이달은교육 X 녹지원
2024 특목·자사고 FINAL 모의 연접

영역	시간	대상
1차 영어 시험	오전 9시	특고, 자사고
2차 영어 시험	오후 2시	일반고

선박하는 입시제도, 해당은 “특기형”에 있습니다.

1+1

1+1

우리 가족 장건강은 아침,저녁 두알로 시작

소화기관 건강케어 클리닉

#최신급 유효성분 함유
#다양한 맛 성분배합
#프리미엄 프리미엄아미노산

FORENCOS

Clair Velvet
TINTOO CLAIR VELVET THAT 4K COLORS

글레르 벨벳 틴트

4C 19,000원
10,900원

온라인 채널 (자사몰, SNS) 및 콘텐츠 제작 서비스

(3) 광고 콘텐츠 제작 ② _ Video AD

- 영상 소재를 활용한 광고캠페인을 진행하시길 희망하는 경우, 클라이언트의 니즈에 맞는 영상 소재를 기획/제작해드립니다.
- 메타광고 내 영상 캠페인이 대표적이며, 이외에도 카카오 영상광고, 유튜브 광고 역시 진행 가능합니다.



Campaign management
캠페인 운영 집행 사례

LG생활건강-숨37 (2023/ 11/ 1~)

03 캠페인 집행사례

- Performance Campaign (유입&구매 전환 증진)
- 캠페인 목적 : 트래픽&전환 캠페인 병행을 통한 유저 인입과 구매 극대화

Campaign Strategy

Strategy

자사몰/이벤트페이지/올리브영/선물하기/브랜드스토어, 다양한 랜딩 유형 테스트를 통한 구매 극대화, GA 맞춤 이벤트를 활용한 브랜드 충성고객 및 코어 타겟 발굴

Media

메타, 네이버, 카카오, 토스, 쿠키오븐

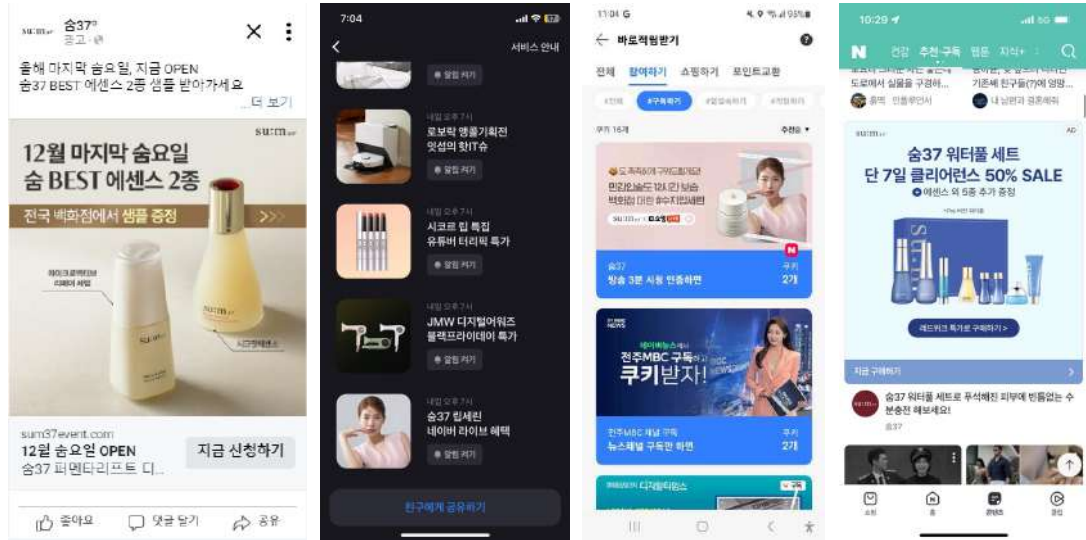
Target Audience

F25~59 | 어드벤처+ (메타) | 고객여정유사(GFA) | 롯데 DMP(메타&GFA)

Campaign Result

- 다양한 매체와 타겟 테스트를 통해 전환 최적화를 위한 매체 및 타겟 발굴
- 월 평균 ROAS 150% 기록

Ads Preview



- Performance Campaign (구매 전환)
- 캠페인 목적 : 리테일(Coupang/Shopee)업체와의 메타 협력 광고를 통한 전환(구매/장바구니 등)효율 측정 및 구매 증대

Campaign Strategy

Strategy

카탈로그 제품군 A/B TEST 및 노출위치/관심사 타겟 분류 테스트 진행 및 타겟별 ABO(Adset Budget Optimization)을 통해 구매 전환 효율 증대

Media

메타(협력 광고)

Target Audience

MF20+ | 관심사 | 전환 액션 맞춤&유사타겟

Campaign Result

- 다양한 제품군 및 타겟/노출위치 A/B TEST를 통한 Core Target 발굴
- 운영기간 동안 **ROAS 평균 250-300% 유지**

Ads Preview



■ Branding Campaign (인지도 및 예약 전환 증대)

■ 캠페인 목적 : 장기간 디지털 광고를 중단하여 하락한 점유율을 다시 회복하고 레벨테스트 예약 전환 수 증대 목적으로 캠페인 진행

Campaign Strategy

Strategy

전환 최적화에 용이한 메타를 주요 매체로 진행하며 예약 전환을 유도하고 네이버/카카오 등 메가 트래픽을 보유한 매체로 인지도 및 트래픽 볼륨 증대

Media

메타, 네이버GFA, 네이버SA, 네이버 BSA, 카카오모먼트

Target Audience

MF3555

Campaign Result

- 약 2개월만에 전년 동기간 대비 레벨테스트 예약 신청 수 약 42% 증가
- 메타 CPA 약 16,000원 기록
- 카카오모먼트, 네이버GFA CPC 약 200원 내외로 클릭 효율 및 유입 증대

Ads Preview



포렌코즈

(2023/04 ~ 2024/01)

03 캠페인 집행사례

■ Conversion Campaign (구매 전환 및 매출 증대)

■ 캠페인 목적 : 한정된 광고 매체 내에서 유의미한 신규 타겟 발굴 및 매출 증대 목적으로 캠페인 진행

Campaign Strategy

Strategy

카카오픽셀과 구글 애널리틱스를 활용한 ROAS 가치 기반 최적화 운영 및 카카오톡 플친 메시지 발송을 통한 브랜드 충성 고객의 매출 유도

Media

카카오톡, 구글, 모바일

Target Audience

F2554

Campaign Result

- 매체 평균 ROAS 500% 달성
- 구글 매체 ROAS 가치 기반 최적화 입찰 전략으로 최소 비용으로 최대 ROAS 확보

Ads Preview

The image shows a mobile chat interface on the left and an advertisement on the right. The chat interface has a header '채팅' and a search icon. The main message says: "벨벳처럼 보송한데 매끈해" (Soft like velvet, smooth) and "포렌코즈 역대급 예쁜 틴트 >>" (Forencos's best ever beautiful tint >>). Below the message are several user avatars and names: 이하나, 두디, 하사우, 경주니, 정민, 용이, 해진, 에워드하우스, 이동욱, and 해인. The advertisement on the right is for Forencos lipsticks. It features a woman's face and the text "1+1 LAST BIG SALE" and "LAST BIG SALE". There is a "구매하기" (Buy) button at the bottom of the ad.

반복적인 운영 리소스는 줄이고 꼭 필요한 솔루션을 더합니다.

Have a better day tomorrow