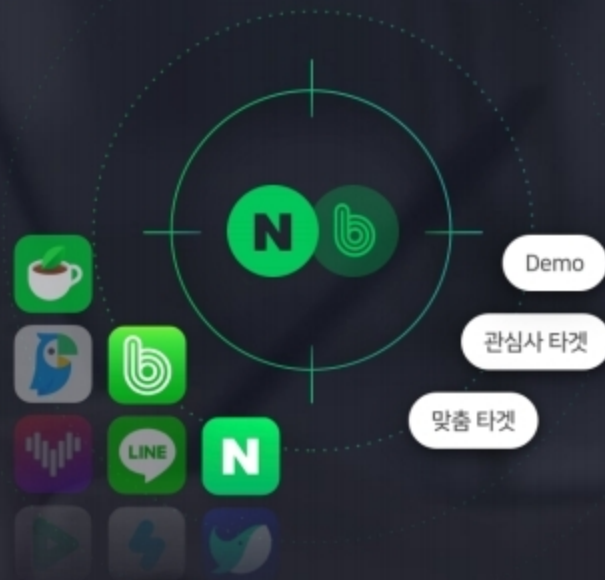


e커머스 마케터라면 반드시 알아야 할
네이버 성과형DA 운영 전략



e커머스마케터가네이버성과형DA를 주목해야하는 이유

구매 전환 유도에 최적화된 광고상품

구매 수용도가 높은 네이버의 3,000만 고객(DAU 기준)을 대상으로 정확한 광고 타겟팅이 가능합니다.

특히 구매 전환을 극대화할 수 있는 노출 최적화 알고리즘과 e커머스 솔루션을 함께 활용해 캠페인을 성공적으로 이끌 수 있습니다.

01. 고퀄리티 유저 타겟팅

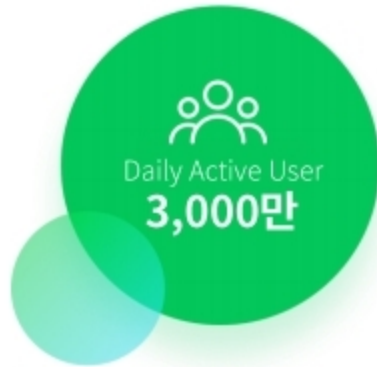
정확도 높은 타겟팅 기술을 활용해
광고 및 구매 수용도가 높은 잠재고객에게 광고노출

02. 구매 전환율을 극대화하는 애드테크 활용

네이버의 고도화된 광고 솔루션을 활용해
구매에 가까운 유저 대상 타겟팅 가능

03. 도달률과 전환율이 높은 지면에 광고노출

스마트채널, 모바일 메인/서브, 밴드 피드 등
주요 네이버 이용자가 활동하는 프리미엄 지면에 노출



ADID/MAT
Demo
Purchase Intent
Interest

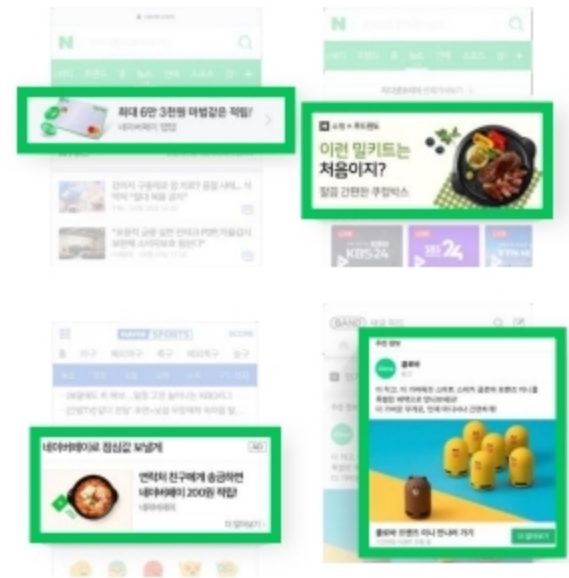
노출 최적화 알고리즘

실제 구매 니즈를
반영한 RTB 알고리즘

+

국내 최대 규모
e커머스 솔루션 연동 활용

e커머스 솔루션



e커머스업종 성공사례

데싱디바 자사몰 신규고객 확보 캠페인

캠페인 배경

코로나19로 인해 오프라인 네일샵방문을 꺼려하는 고객이 늘어남에 따라,
고객들을 온라인으로 흡수하기 위해 자사몰의 신규고객 확보를 미션으로 설정

캠페인 설계

최대 성수기인 6~7월에 네이버 성과형DA를 활용해 스마트채널에 집중적으로 광고
CRM데이터에 기반한 소재 다각화 전략을 함께 사용해 신규고객들의 자사몰 유입을 극대화

캠페인 결과

신규회원유입률

56%

전체 신규회원
유치 중

자사몰 트래픽

800%

미집행 대비
상승률

CTR

126.5%

동종업계
CTR 대비 고효율



ROAS 강화를 위한 ‘전환 추적’과 ‘구매의도 타겟팅’

캠페인 집행 전 전환 추적 기능을 설치하는 것은 매우 중요합니다. 실시간 전환매출과 광고 수익률을 모니터링하고 효율을 개선할 수 있기 때문입니다.

구매의도 타겟팅 또한 높은 전환 성과를 기록하고 있기에 e커머스 업종은 필수적으로 활용하고 있습니다.

전환 추적

전환 추적 개념

광고를 통해 웹사이트에서 발생한 전환수와 전환매출액을 리포트로 제공하는 기능

전환 수 최대화 캠페인 활용

전환 추적 기반 시스템이 자동으로 전환 수 최대화 목표로 동작하여 광고 전환을 향상



현재CBT진행중
추후기능 정식 런칭 예정

전환 매출액	총 전환율	총 전환당 비용	광고 수익률
₩ 4,201,910	5.25%	₩ 3,169	224.32%
₩ 17,701,290	7.17%	₩ 5,955	302.07%
₩ 20,108,200	6.87%	₩5,181	376.44%

구매의도 타겟팅

구매의도 타겟팅 개념

구매 가능성이 높을 것으로 기대되는 잠재고객에 노출해 전환 효율 극대화

구매의도 타겟팅 효과

구매의도 타겟팅 적용 전 후 2주간 효율 데이터
관심사 타겟팅 대비 ROAS 26% 개선



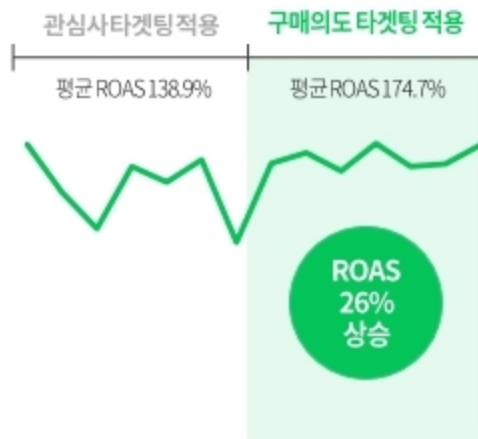
광고주 업종·상품과
관련된 카테고리 적용 추천



관심사 타겟팅과 결합하여
불륨 확대 및 비용 효율 개선



21년 하반기
구매의도 카테고리 확대 예정



성공하는 광고 소재의 조건

애드테크가 크게 발전했지만, 성공적인 광고의 제1원칙은 여전히 광고 크리에이티브입니다.
고객들로부터 높은 반응을 보이는 배너소재는 다음과 같은 공통점을 보이고 있습니다.



CONTACT US,

디지털마켓 트렌드 아카이브, 메조미디어 트렌드기획팀
mezzo_report@cj.net

뉴스레터 구독신청

INSIGHT M자료실

