

FAST CAMPUS
검색엔진 마케팅(SEM)
**03_소비자 구매 여정을 통한 SEM 기본 및
과금 모델 이해**

/

제이브릿지 마케팅 컴퍼니 / 안현철

Search Engine Marketing

검색 소비자 구매 여정

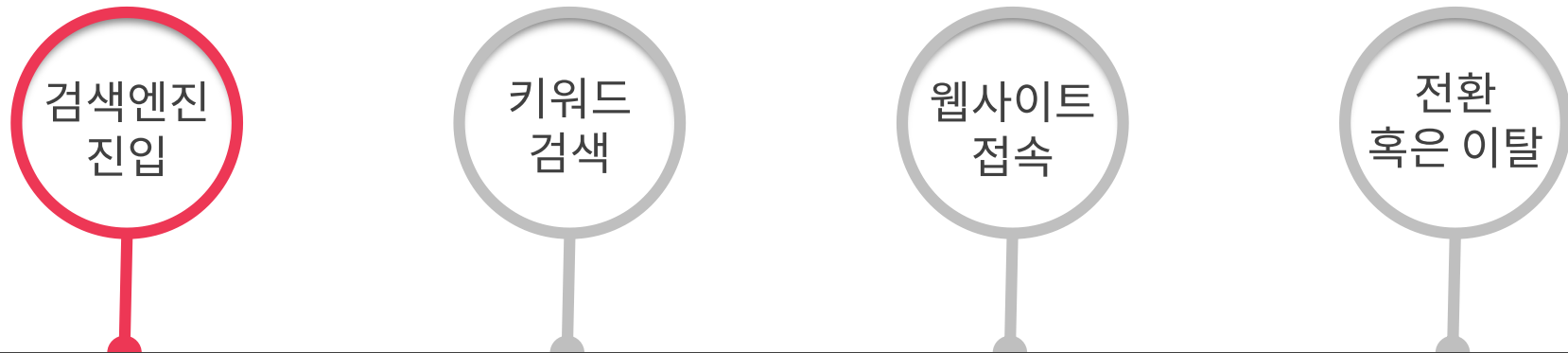
검색 엔진 진입 단계

정의

- 소비자가 온라인 검색이 가능한 매체로 접속하는 단계

중요 마케팅 액션

- 브랜드의 현재 상황을 고려한 타겟 매체 선정 혹은 우선순위 부여
- 해당 매체 광고운영을 위한 계정 세팅



검색 소비자 구매 여정

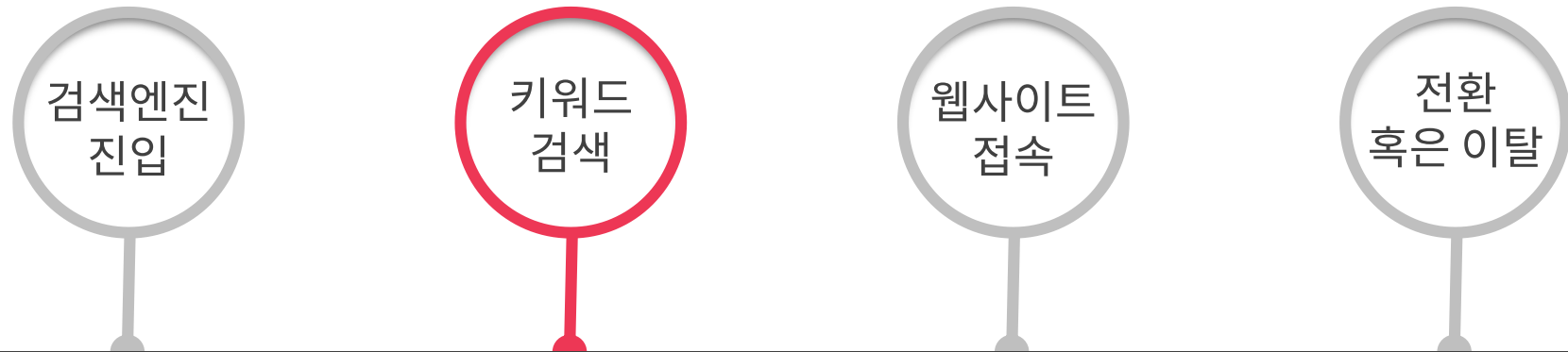
키워드 검색 단계

정의

- 해당 매체 내에서 소비자가 본인의 니즈에 맞는 키워드 선정 & 검색결과 서핑

중요 마케팅 액션

- 브랜드와 소비자의 니즈를 연결하는 키워드 발굴 & 광고 노출
- 경쟁상황 및 퍼포먼스 고려, 입찰가 조정을 통한 트래픽 조절
- 효율적인 유입을 위한 품질지수 관련 요소 최적화



Search Engine Marketing

검색 소비자 구매 여정

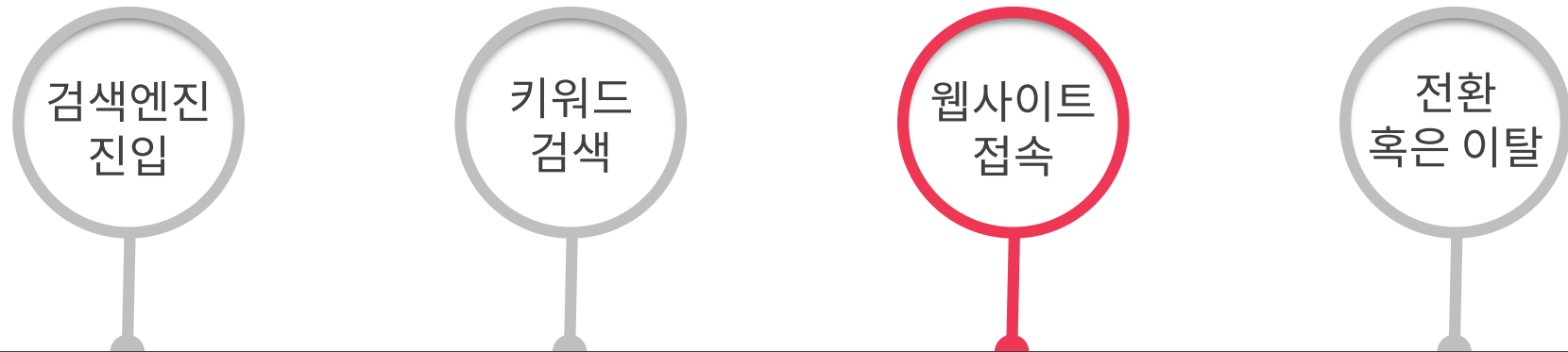
웹사이트 접속 단계

정의

- 검색결과내 검색광고 클릭으로 자사 브랜드 사이트 접속 & 콘텐츠 서핑

중요 마케팅 액션

- 키워드 URL & 랜딩 페이지 최적화를 통한 전환율 극대화
- 트래킹 솔루션을 활용, 소비자 행동 분석을 통한 웹사이트 최적화



검색 소비자 구매 여정

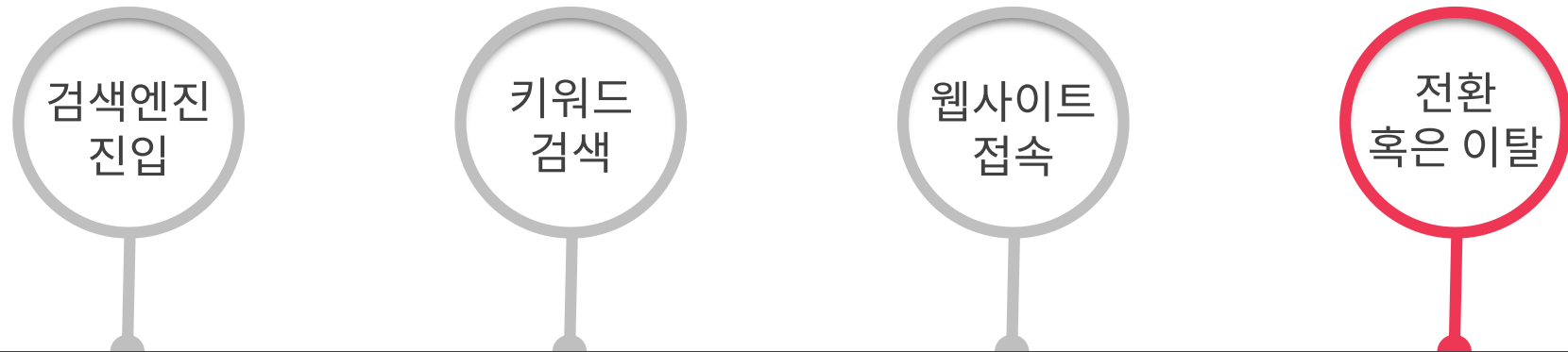
전환 혹은 이탈 단계

정의

- 콘텐츠 서핑후, 소비자 본인의 니즈의 만족에 따라 전환 혹은 이탈 발생

중요 마케팅 액션

- 소비자 액션 및 매출 데이터를 분석해 이를 검색광고 및 웹사이트 최적화에 반영
- 전환 단계별 이탈률 분석을 통해 페이지내 문제점 발견 & 개선



광고상품별 과금모델 특징

- CPT(Cost per Time)

우리 매체에 당신의 광고를 **일주일간** 노출시켜 드리겠습니다.
그대신 광고비를 지금 해주세요.

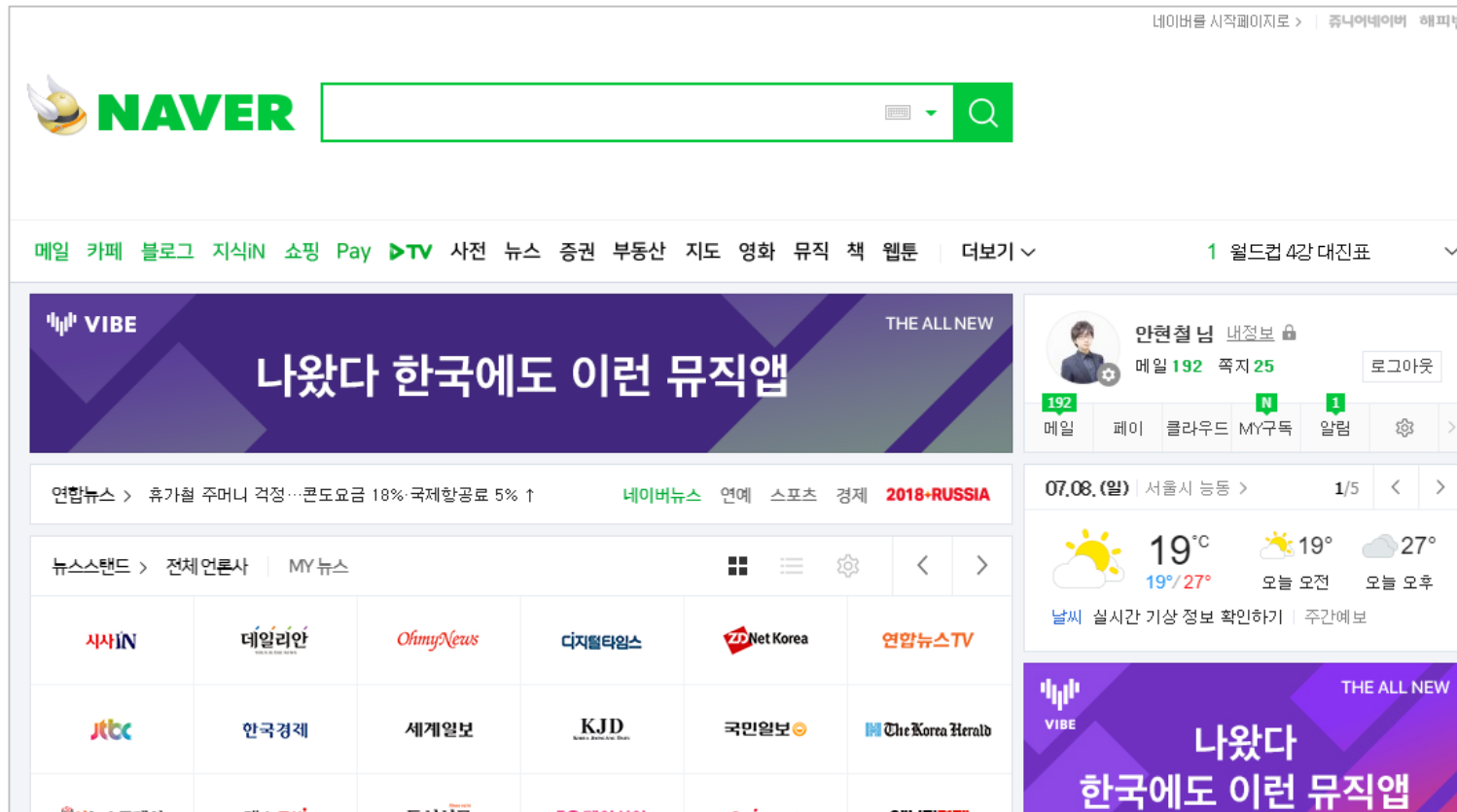
‘음, 매체의 트래픽이 인기도나
시즌별 요소에 따라 **예상치에**
근접하지 못하면 손해를 볼수도
있겠군.’

매체

광고주

광고상품별 과금모델 특징

- CPT(Cost per Time)



Search Engine Marketing

광고상품별 과금모델 특징

- CPM(Cost per Mille)

우리 매체에 광고를 노출시켜
드립니다. 단가는 **광고 1천번
노출당 3,000원**입니다.

‘음, 만약 광고를 보는 소비자들
이 **관련 업종과 상관없는** 소비
자 군이면 어떡하지...’

매체

광고주

광고상품별 과금모델 특징

- CPM(Cost per Mille)

캠페인 이름	test	▼
캠페인 상태	● 운영중	▼
목표	브랜드 인지도 및 도달범위	▼
위치	대한민국(국가)	▼
언어	한국어	▼

입찰	조회 가능 CPM	▼	조회 가능 노출을 중점적으로 보고 합니다(ActiveView 보고서 사용). 자세히 알아보기 비용이 청구될 이벤트를 선택하세요. 예를 들어 클릭수를 선택하면 광고 클릭이 발생할 때 캠페인에 비용이 청구됩니다. 자세히 알아보기
	다음에 대해 지불 ②		

조회 가능한 노출수

[입찰 전략 선택 안내 받기](#)

[취소](#) [저장](#)

광고상품별 과금모델 특징

- CPC(Cost per Click)

우리 매체는 **클릭당** 과금을 받습니다. 최저가는 00원 부터 시작입니다.

‘그래, **관련 있는 소비자**들은 광고 노출 뿐만 아니라 클릭을 할 것이고 우리는 이것에 투자할 용의가 있어’

매체

광고주

광고상품별 과금모델 특징

- CPC(Cost per Click)

The screenshot shows a Naver search page for '파리호텔'. The search bar at the top contains '파리호텔'. Below the search bar, there are navigation tabs for '통합검색', '블로그', '이미지', '포스트', '카페', '지도', '동영상', '지식iN', and '더보기'. The search results are categorized into '연관검색어' (related terms) and '파워링크' (power links). The power links section contains several advertisements for hotel booking services, each with a URL and a logo (e.g., Booking.com, HotelsCombined, HotelPass, InterPark, Airbnb). To the right of the search results is a '뉴스토픽' (news topics) sidebar with a list of 10 news items, each with a rank number and a 'NEW' tag. The news items include topics like '고혈압약에서 발암물질미', '올해 수능 11월 15일', '한미일 외교장관', '잠실역 M버스', '폼페이오 방북', '박삼구 회장', '2년새 12배 급증', '문재인 대통령', '일본 지진', and '정현백 장관'.

Search Engine Marketing

광고상품별 과금모델 특징

- CPA(Cost per Action)
- CPI(Cost per Install)
- CPE(Cost per Experience)
- CPS(Cost per Sales)

우리는 단순 CPC 과금 체계보다 더 높은 투자 의향도 있으며, 그에 상응하는 소비자 액션도 필요하다.

‘클릭 이상의 가치를 가지는 전환 액션 등에 대해 과금 모델을 만들어 보겠습니다.’

광고주

매체

광고상품별 과금모델 특징

- CPA(Cost per Action)
- CPI(Cost per Install)
- CPE(Cost per Experience)
- CPS(Cost per Sales)



Q.
왜 검색광고에는 CPI 등의 과금 모
델이 없을까요?

감사합니다