

FAST CAMPUS  
Online  
Google Marketing

/  
이혜원

# PART2 Google 마케팅의 이해

## 1 애드워즈 태그 & 검색광고

- 애드워즈 리마케팅/전환태그
- 검색광고 Overview
- 검색캠페인 설정하기
- 검색광고 운영하기

## 2 디스플레이 광고

- GDN 광고 Overview
- GDN 캠페인 설정하기
- GDN 광고의 유형
- GDN 광고의 특징
- GDN 광고의 타겟팅
- GDN 입찰전략

## 3 Youtube 광고

- Youtube Overview
- Youtube 채널 만들기
- Youtube 광고의 종류
- Youtube 광고 설정하기
- Youtube 캠페인 운영하기

## 4 UAC 정복하기

- UAC Overview
- UAC 캠페인 설정하기

PART 2-1

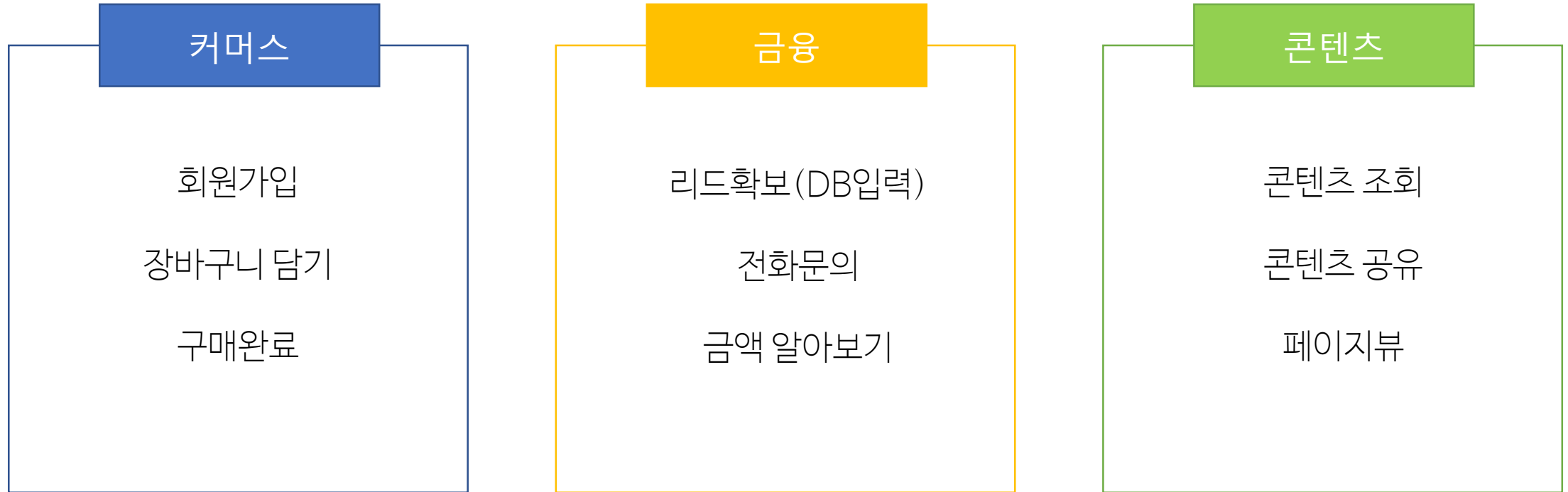
애드워즈 태그 & 검색광고

애드워즈  
전환태그

우리가 앞서서 구글 마케팅의 원리에서 살펴보았듯이 애드워즈는 전환을 기준으로 머신러닝을 진행하는 매체입니다.

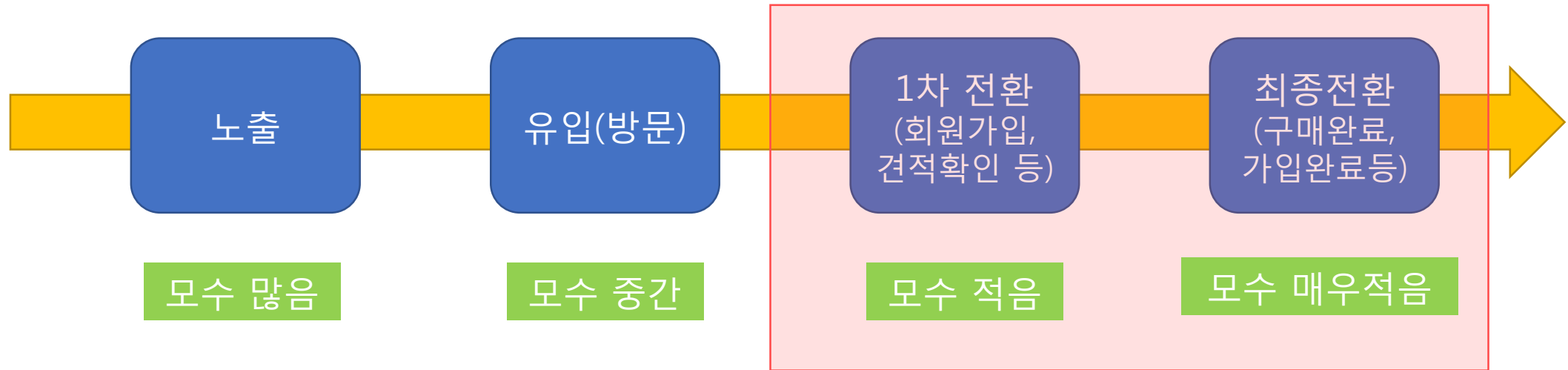
따라서 올바른 전환 추적은 캠페인 성과를 극대화 하기 위해서 아주 중요한 부분입니다.

# 비즈니스 목표에 따른 전환 종류



비즈니스의 종류에 따라 획득하고자 하는 전환 종류도 차이가 있음  
따라서 비즈니스에 최적화된 전환목표 설정이 필요

# 고객 여정 퍼널에 따른 전환 최적화 설정



효과적인 캠페인 운영을 위해서는 운영 퍼널 단계별 **타겟 모수 확보가 중요**  
 퍼널 뒷단계로 갈수록 타겟 모수가 적어지기 때문에 전환 최적화 기준은  
 1차 전환 혹은 1&2차전환을 같이 전환 최적화 기준으로 잡는 것을 추천

## 애드워즈 전환 액션 설정



애드워즈 상에서는 비즈니스에 맞는 전환 액션을 설정할 수 있음  
 우상단 스페너 아이콘->측정->전환 클릭




# 애드워즈 전환 액션 설정

전환 액션

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	이름	소스	카테고리 ↑	상태	횟수	전환 추적 기간	'전환수' 포함
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	카드신청전환	웹 사이트	리드	비활성 태그	매회	90	예
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	모바일 창구(Android) 설치	Google Play	다운로드	삭제됨	1회	30	예


추적하려는 전환 유형을 선택하세요. 자세히 알아보기

웹 사이트




웹사이트에서 판매 및 기타 액션 추적

앱




앱 설치 및 인앱 액션 추적

전화 통화



광고 및 웹사이트에서 걸려온 전화 추적

가져오기



다른 시스템에서 전환 가져오기

+ 표시 클릭하여 전환액션 추가  
전환 유형은 웹사이트로 클릭

# 애드워즈 전환 액션 설정

웹사이트 전환 액션 만들기

전환추적 방법을 결정하려면 아래의 설정을 사용합니다. [자세히 알아보기](#)

전환 이름  0/100

카테고리 이 전환 액션을 가장 잘 나타내는 카테고리 선택 <sup>?</sup>

선택 ▼

값

각 전환의 가치를 추적할 방법 선택

모든 전환에서 동일한 가치 사용  
 전환별로 서로 다른 가치 사용  
 가치를 사용하지 않음

가치 설정을 이용하면 이 전환이 내 비즈니스에 기여하는 가치를 추적할 수 있습니다.  
[자세히 알아보기](#)

횟수

클릭 또는 상호작용당 계산할 전환수 선택

매회  
 1회

각 전환에서 가치가 추가되는 구매를 추적할 때 '모든 전환'을 사용하시기 바랍니다.  
예: 사용자가 광고를 클릭한 후 3건의 구매를 하면 애드워즈 시스템이 전환수를 3회로 집계합니다.  
[자세히 알아보기](#)

카테고리 이 전환 액션을 가장 잘 나타내는 카테고리 선택 <sup>?</sup>

구매/판매

가입

리드

주요 페이지 보기

기타

값 할 방법 선택  
일한 가치 사용  
른 가치 사용

목표로 하는 전환 액션과 가장 유사한 카테고리 선택

# 애드워즈 전환 액션 설정

**전환 추적 기간** ^

광고 클릭 또는 기타 상호작용 후에 전환을 추적할 기간을 선택합니다. [자세히 알아보기](#)

30일 v

고객이 전환을 완료하는 데 걸리는 시간을 알아보려면 '전환까지의 소요 일수'별로 보고서를 분류하세요. [?](#)

**조회 후 전환 추적 기간** ^

노출 후에 조회연결 전환을 추적할 기간 선택 [?](#)

1일 v

**'전환수' 포함** ^

Include these conversions in your "Conversions" column. If you use Smart Bidding, your bid strategies will optimize for these conversions. [?](#)

**기여 모델** ^

검색 네트워크 및 쇼핑 전환에 사용할 기여 모델을 선택하세요. [?](#)

...| 마지막 클릭 v

각 기여 모델이 전환에 미치는 영향을 확인하려면 [기여 모델 보고서](#)를 사용하세요.

광고 클릭 후 전환 추적할 기간 설정  
(최대90일)

광고 노출 후 조회 후 전환 추적 기간 설정  
(최대30일)

전환 최적화 학습을 위해서는  
전환수 포함에 체크하는 것이 중요!

기여모델 선택

# 전환 추적 기간



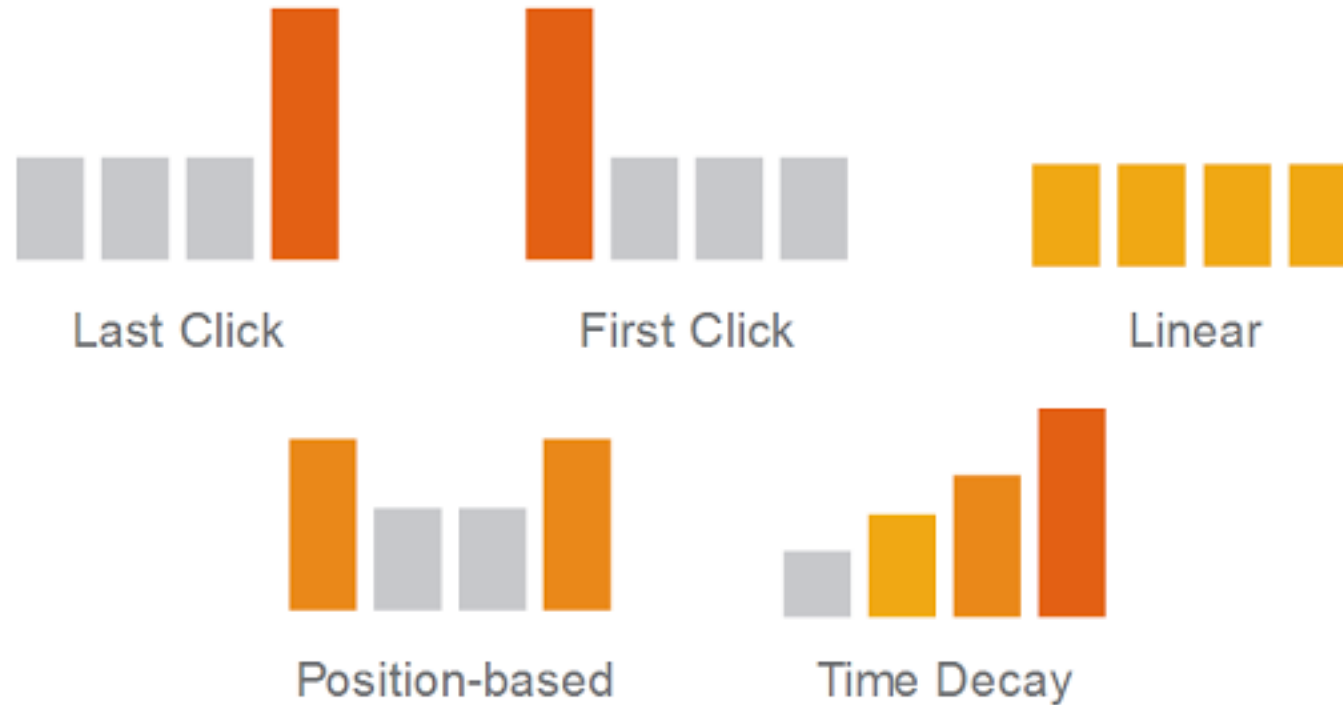
전환 추적기간이 7일로 잡아두었다고 하면,  
5/10일 발생 전환은 애드워즈 광고의 전환으로 집계되지 않음  
그러나, 전환 추적기간을 15일로 잡아두었다면,  
5/10일 발생 전환은 애드워즈 광고의 전환으로 집계

# 기여도 모델 (Attribution)



유저A라는 사람이 총 세 가지의 광고를 보고 전환을 일으켰을 때 어떤 매체 때문에 전환이 발생했을까?

# 기여도 모델 (Attribution)



기여도 모델에 따라 전환에 대한 기여도를 어떤 매체가 가져갈지가 결정  
가장 일반적인 것은 last click 모델

# 애드워즈 전환 태그 설치



전환액션을 세팅했다면, 그 액션을 트래킹하기 위한 전환태그를 발급받아  
웹사이트에 적용을 해야 전환에 따른 최적화가 이뤄짐

# 애드워즈 전환 태그 설치

## 전체 사이트 태그

전체 사이트 태그는 방문자를 기본 리마케팅 목록에 추가하고 도메인에 새로운 쿠키를 설정합니다. 이 쿠키에는 사용자가 내 웹사이트를 방문하도록 유도한 광고 클릭과 관련된 정보가 저장됩니다. 웹사이트의 모든 페이지에 이 태그를 설치해야 합니다.

- 웹사이트에 전체 사이트 태그를 설치하지 않았습니다.
- 다른 Google 제품(예: Google 애널리틱스)에서 또는 다른 애드워즈 계정에서 웹사이트에 전체 사이트 태그를 설치했습니다.
- 애드워즈 계정(683-283-4290)에 다른 전환 액션을 만들 때 웹사이트에 전체 사이트 태그를 이미 설치했습니다.

아래의 태그를 복사한 후 웹사이트에서 모든 페이지의 <head></head> 태그 사이에 붙여넣으세요. 여러 액션을 추적 중인 경우에도 계정당 한 번만 전체 사이트 태그를 설치하면 됩니다.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google AdWords: 858313021 -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=AW-858313021"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'AW-858313021');
</script>
```

[스니펫 다운로드](#)

전체 사이트 태그 스니펫을 먼저 복사하여 모든 페이지의 <head></head> 사이에 삽입  
이미 gtag가 삽입되어 있다면, gtag('config' AW-xxxxxx) 행만 추가로 삽입



# HTML의 기본 구조

<!DOCTYPE html> - 현재 문서가 HTML5 타입의 문서임을 명시  
<html> - 현재 문서의 요소가 html 이라는 것을 정의

<head> -HTML 문서의 메타데이터(metadata)를 정의하는 부분으로, HTML 문서에 대한 정보로 웹 브라우저에는 직접적으로 표현되지 않는 정보가 들어가는 영역

·

·

</head>

<body> -웹 브라우저를 통해 보이는 내용 부분

·

·

</body>

</html>

전환태그 뿐만 아니라 모든 광고용 스크립트도  
HTML의 구조를 이해하면 쉽게 적용하고 이해가 가능!

# 애드워즈 전환 태그 설치

## 이벤트 스니펫

이벤트 스니펫은 전체 사이트 태그와 함께 전환으로 집계할 액션을 추적합니다. 전환수를 페이지 로드 시 추적할지 아니면 클릭 시 추적할지 여부를 선택하세요. ②

페이지 로드

고객이 전환을 완료하면 표시되는 페이지에 스니펫을 추가합니다.

클릭

클릭수를 추적하려는 버튼 또는 링크가 있는 페이지에 스니펫을 추가합니다.

아래의 스니펫을 복사한 후, 추적할 페이지의 <head></head> 태그 사이, 전체 사이트 태그 바로 다음에 붙여넣으세요.

```
<!-- Event snippet for 카드신청전환 conversion page -->
<script>
  gtag('event', 'conversion', {'send_to': 'AW-858313021/-jOrCJa-I3MQvaKjmQM'});
</script>
```

[스니펫 다운로드](#)

클릭

클릭수를 추적하려는 버튼 또는 링크가 있는 페이지에 스니펫을 추가합니다.

아래의 스니펫을 복사한 후, 추적할 페이지의 <head></head> 태그 사이, 전체 사이트 태그 바로 다음에 붙여넣으세요. 그런 다음 선택한 링크 또는 버튼을 사용자가 클릭하면 gtag\_report\_conversion(를) 호출하세요.

```
<!-- Event snippet for 카드신청전환 conversion page
In your html page, add the snippet and call gtag_report_conversion when someone clicks on the chosen link or
button. -->
<script>
function gtag_report_conversion(url) {
  var callback = function () {
    if (typeof(url) != 'undefined') {
      window.location = url;
    }
  };
  gtag('event', 'conversion', {
    'send_to': 'AW-858313021/-jOrCJa-I3MQvaKjmQM',
    'event_callback': callback
  });
  return false;
}
</script>
```

[스니펫 다운로드](#)

전환 이벤트 발생을 추적하는 이벤트 스니펫의 경우에는 페이지 로드 or 클릭 중 선택하여  
전체 사이트 태그 밑에 삽입

Ex) 구매완료 페이지-페이지 로드/ 구매하기 버튼 클릭- 클릭

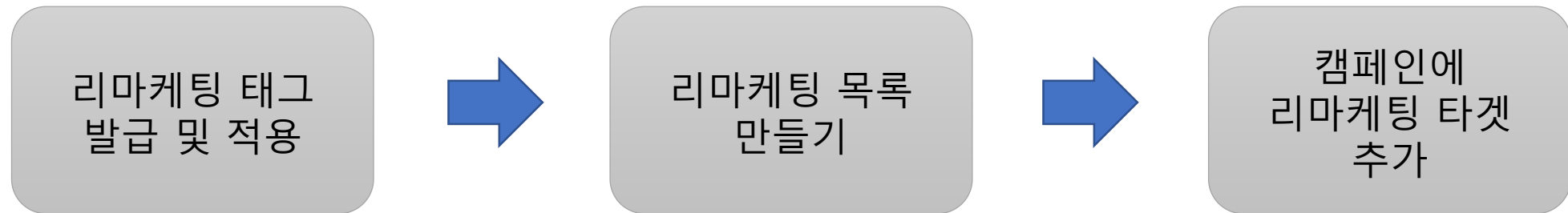
애드워즈  
리마케팅태그

# 리마케팅 광고란?




리마케팅이란 웹사이트에 방문하여 특정 액션을 한 유저의 기록을 수집하여 모수로 확보해두었다가 그 타겟에게 다시 리타겟팅 (retargeting)하여 광고를 하는 것을 의미  
따라서 리마케팅 광고는 신규 광고보다 전환성과가 대체적으로 우수

# 리마케팅 설정 방법



# 리마케팅 태그 발급



이동 [바탕화면 아이콘] [키보드 아이콘] [설정 아이콘] [도움말 아이콘] [알림 아이콘]

이전 애드워즈로 돌아가기



계획	공유 라이브러리	일괄 작업	측정	설정
키워드 플래너	<b>잠재고객 관리자</b>	모든 일괄 작업	전환	청구 및 결제
광고 미리보기 및 진단 도구	포트폴리오 입찰 전략	규칙	Google 애널리틱스	비즈니스 데이터
	제외 키워드 목록	스크립트	검색 기여	계정 액세스
	공유 예산	업로드한 동영상		연결된 계정
	게재위치 제외 목록			환경설정

우상단 스페너 아이콘 -> 공유 라이브러리 -> 잠재고객 관리자


# 리마케팅 태그 발급

참재고객 목록  
참재고객 통계  
참재고객 소스

참재고객 소스

 애드워즈 태그	 Google 애널리틱스				
태그 조회: 24시간 ⓘ	사용 중인 매개변수 ⓘ	목록	태그 조회: 24시간 ⓘ	사용 중인 매개변수 ⓘ	목록
0	0	4	15	0	11
<a href="#">상세보기</a>			<a href="#">상세보기</a>		

 YouTube	
연결된 채널 ⓘ	목록
1	0
<a href="#">상세보기</a>	

참재고객 소스-> 애드워즈 태그 상세보기

# 리마케팅 태그 발급

X 애드워즈 태그 설정
[Icons]

1 데이터 소스 만들기
 2 태그 설치
3 다음 단계

### Google 애드워즈 태그 데이터 소스 만들기

아래 설정을 사용하여 태그로 수집할 데이터를 결정하세요.

**동적 리마케팅**

이 소스가 수집할 데이터 유형 선택

동적 리마케팅을 사용하면 광고주 웹사이트에서 사용자의 활동을 기반으로 리마케팅 목록에 있는 사용자를 대상으로 개인 맞춤 광고를 게재할 수 있습니다.

[자세히 알아보기](#)

데이터 소스에서 제공되는 표준 데이터 수집  
모든 사이트 방문자가 포함된 일반적인 웹사이트 방문 데이터만 수집

특정 속성 또는 매개변수를 수집해 광고 맞춤설정  
데이터 피드를 사용하여 사용자의 활동에 따라 광고 맞춤설정

저장하고 계속하기

취소

데이터 소스에서 제공되는 표준 데이터 수집 선택 -> 저장하고 계속하기 클릭



# 리마케팅 태그 발급

**태그 설정**

애드워즈 태그가 전체 사이트 태그로 대체되었습니다. 리마케팅을 설정하려면 웹사이트에 전체 사이트 태그를 추가해야 합니다. 이전 리마케팅 태그를 계속 사용할 수는 있지만 새 태그를 사용하는 것이 좋습니다. [자세히 알아보기](#)

참고: 애드워즈 태그에서 매개변수를 삭제하려면 이벤트 스니펫을 설치할 때 해당 매개변수를 삭제하세요.

---

**전체 사이트 태그**

전체 사이트 태그는 방문자를 기본 리마케팅 목록에 추가하고 도메인에 새로운 쿠키를 설정합니다. 이 쿠키에는 사용자가 내 웹사이트를 방문하도록 유도한 광고 클릭과 관련된 정보가 저장됩니다. 웹사이트의 모든 페이지에 이 태그를 설치해야 합니다. ①

아래의 태그를 복사한 후 웹사이트에서 모든 페이지의 <head></head> 태그 사이에 붙여넣으세요. 계정당 한 번만 전체 사이트 태그를 설치하면 리마케팅 이벤트 스니펫과 전환 이벤트 스니펫 모두에 사용할 수 있습니다.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - AdWords: 858313021 -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=AW-858313021"></script>
<script>
window.dataLayer = window.dataLayer || [];
function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
gtag('js', new Date());

gtag('config', 'AW-858313021');
</script>
```

When using the AdWords tag, you must comply with the [Personalized advertising policy](#) and the [Google EU user consent policy](#), and must not send information related to sensitive interest categories. If you implement the user ID parameter, you also agree to comply with the [Advertiser cross-device linking policy](#). AdWords may use the data reported from the tag to improve the bidding and targeting for the campaigns in your account.

[태그 관리자 사용](#)   [스니펫 다운로드](#)   [이메일 도움말](#)

전체 사이트 태그 스니펫을 먼저 복사하여 모든 페이지의 <head></head>사이에 삽입

# 리마케팅 태그 발급

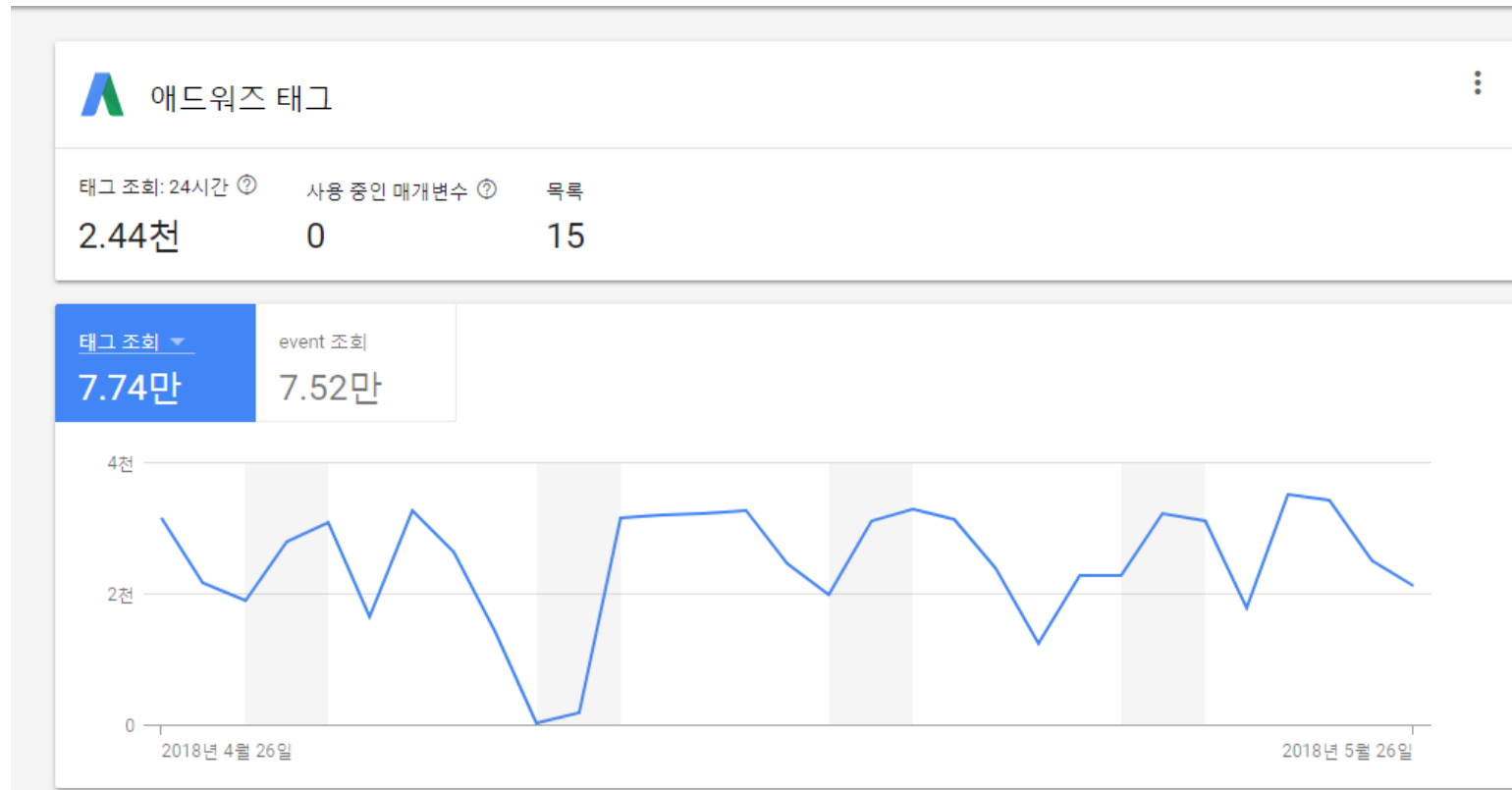
**애드워즈 태그 잠재고객 소스 설정이 거의 완료되었습니다.**

- 태그가 작동하는지 확인하려면 '잠재고객 소스' 페이지에서 소스 상태를 확인하세요.
- 선택한 각 카테고리에 피드를 설정해야 합니다.

설정

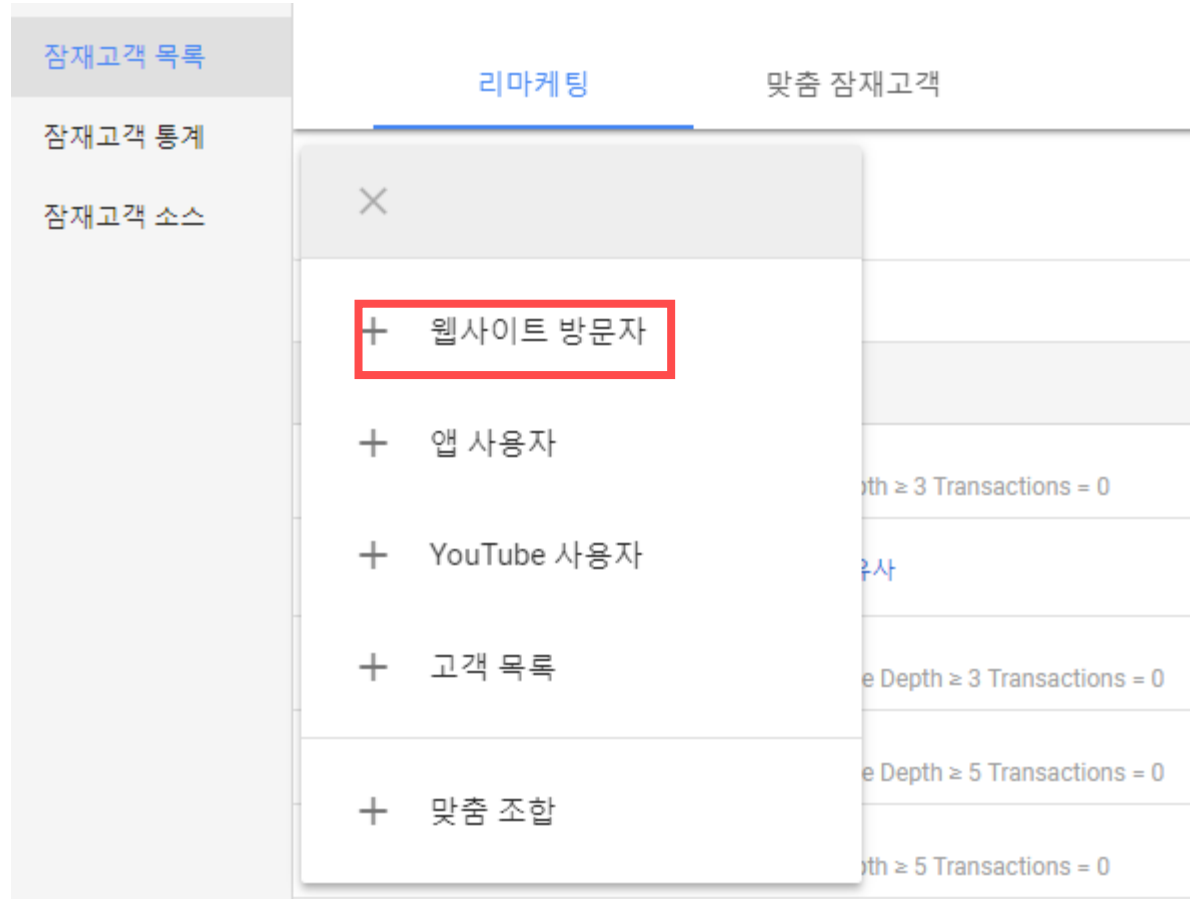
설정 클릭하면 설치 완료

# 리마케팅 태그 발급



정상적으로 설치가 되었으면 태그 조회가 일어나게 됨

# 리마케팅 목록 만들기



잠재고객관리자->잠재고객목록->+버튼 클릭->웹사이트 방문자

# 리마케팅 목록 만들기

잠재고객 이름      잠재고객 이름      이름 설정      ^

---

목록 회원      잠재고객을 만들 때 사용할 방문자 유형을 선택합니다. 자세히 알아보기

방문한 페이지

페이지 방문자

해당 페이지와 다른 페이지를 모두 방문한 방문자

다른 페이지를 방문하지 않고 해당 페이지를 방문한 방문자

특정 기간 중 페이지 방문자

특정 태그가 있는 페이지의 방문자

리마케팅 목록 대상 및 방문페이지 규칙 설정

URL      다음을 포함      그리고

또는

---

초기 목록 크기      지난 30일 동안의 사용자 포함      v

멤버십 기간      30일      v

설명      잠재고객 설명을 추가합니다(선택사항).      v

Your use of remarketing lists must comply with the [Personalized advertising policy](#) and the [Google EU user consent policy](#).

잠재고객 만들기      취소

리마케팅 목록으로 만들고 싶은 유형 및 규칙을 설정하면 잠재고객 생성

# 리마케팅 목록 만들기

**목록 회원**      잠재고객을 만들 때 사용할 방문자 유형을 선택합니다. [자세히 알아보기](#)  
 특정 태그가 있는 페이지의 방문자 ▼

---

**태그**      다음 태그가 있는 페이지를 방문한 사용자 포함

검색		
<input type="checkbox"/> 이름	카테고리	선택한 항목 없음
<input type="checkbox"/> 회원가입	리드	
<input type="checkbox"/> 상담신청완료	리드	

+ 새 태그

특정 태그가 있는 페이지의 방문자를 목록 회원으로 지정하면  
 전환 태그에 설정한 액션 값들을 선택할 수 있음


## [잠재고객 만들기 실습]

쇼핑몰을 운영한다고 가정하고  
장바구니에는 상품을 담았으나  
(example.com/cart)

구매는 하지 않은 (구매페이지는 /thankyou)  
잠재고객리스트를 만들어 보세요.

초기목록30일/멤버십기간30일로 설정

# [잠재고객 만들기 해답]

잠재고객 이름	장바구니추가구매하지않은사용자	^
목록 회원	다른 페이지를 방문하지 않고 해당 페이지를 방문한 방문자	
방문한 페이지	다음 규칙이 있는 페이지를 방문한 사용자 포함	
	방문한 페이지가 이 그룹의 모든 규칙과 일치해야 합니다.	
	URL	다음을 포함 /cart 그리고
	또는 	
방문하지 않은 페이지	다음 규칙이 있는 페이지를 방문한 사용자를 제외합니다.	
	방문한 페이지가 이 그룹의 모든 규칙과 일치해야 합니다.	
	URL	다음을 포함 /thankyou 그리고
	또는	
초기 목록 크기	지난 30일 동안의 사용자 포함	∨
멤버십 기간	30일	∨
가입 상태	열기	∨
설명	잠재고객 설명을 추가합니다(선택사항).	∨