

FAST CAMPUS
Online
Facebook Marketing

/
이혜원

커리큘럼

PART 1

디지털마케팅과 Facebook

PART 2

Facebook 마케팅이란?

PART 3

Facebook 마케팅 실전

PART2 Facebook 마케팅이란?

1 Facebook 광고 실전

- Facebook 광고계정 만들기
- Facebook 광고관리자 알아보기
- Facebook 타겟팅

2 Facebook 픽셀

- 픽셀에 대한 이해
- 픽셀의 종류
- 픽셀 심기 실습
- Pixel Helper 설치
- Pixel을 활용한 맞춤전환

3 Facebook 크리에이티브 전략

- 효과적인 크리에이티브
- 크리에이티브 제작 Tip
- A/B testing
- 크리에이티브 전략 실습

Part2의 강의를 시작하기 전에
지난 시간 배운 내용을 복습해볼게요.

디지털 마케팅이라는 새로운 패러다임

비용효율

성과측정
가능

퍼포먼스
기반

저예산부터 고예산까지 기업의 규모에 맞게
광고비 지출 대비 수익 (ROAS) 측정가능

AARRR Funnel (고객여정 설계)



고객 확보 단계
(신규방문자, 가입자 확인)

고객 활동 단계
(평균 체류 시간, 페이지 뷰 등 지표 확인)

고객 유지/재방문 단계
(재방문율, 이탈경로 등 확인)

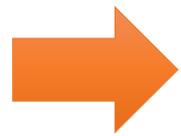
고객 구매 단계
(매출 데이터 확인)

고객 추천 단계
(SNS 공유수, 좋아요 수 등 확인)

디지털광고의 유형



1. 엄청난 daily, monthly 유저의 수
2. 배너와 동영상에 이르기까지 SNS의 형태로 송출되는 광고매체 중에서는 가장 큰 규모
3. 모바일 트렌드에 적합한 모바일 중심의 플랫폼
4. 다양한 연령대 및 성별의 유저 pool을 보유

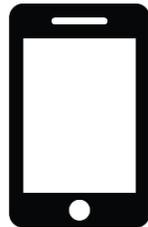


Mobile First 시대에 필수적인 모바일 광고 플랫폼

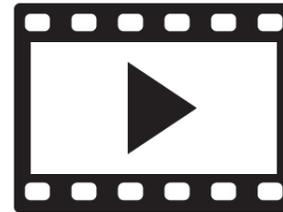
페이스북 광고의 특징



Native Ad 형태



Mobile 친화적



Video 친화적



정교한 타겟팅

- Newsfeed의 게시물과 동일한 형태의 광고로 거부감 최소화

- 1600만명의 국내 모바일 MAU
- 모바일 full screen 기능, 캔버스 등을 통한 가독성 확보

- 동영상 자동 재생 기능
- 동영상 광고 존재
- 공유하기 등으로 동영상 확산이 쉬움
- 16:9, 1:1, 풀스크린 동영상 포맷 활용 가능
- 자동재생 시 무음 재생이라는 한계점은 존재

- 인구통계, 관심사 base의 다양한 타겟팅 제공
- 쿠키 ID 기반이 아닌 유저 ID 기반의 데이터베이스로 정교함
- 픽셀을 이용한 리타겟팅 기능도 강력

FACEBOOK 광고 구매 & 과금 방식

구매 방식

경매 (Auction)	언제든지 세부사항 변경을 통한 캠페인 최적화가 가능하여 비용 대비 효율성이 높은 구매 방식
도달 및 빈도 (Reach&Frequency)	기간, 도달범위, 노출빈도 셋팅 후, 고정CPM으로 진행할 수 있는 구매 방식

과금 방식

CPC (Cost Per Click)	캠페인이 지향하는 목적에 부합하는 클릭당 과금
CPV (Cost Per View)	동영상 10초 조회당 과금
CPI (Cost Per Install)	앱 설치당 과금
CPL (Cost Per Like)	페이지 좋아요당 과금
CPM (Cost Per Mille)	1,000회 노출당 과금
oCPM (Optimized CPM)	CPM 과금 방식을 발전시킨 형태로, 캠페인이 지향하는 목적에 부합하도록 최적화 되어 1,000회 노출당 과금

*출처: Nasmedia 매체 소개 자료

타겟팅이란?



RIGHT CUSTOMER
RIGHT MESSAGE

우리 상품(서비스)에 대한
올바른 브랜딩(or 세일즈) 메시지를 전달하기 위해
적합한 잠재고객을 찾아내기 위한 활동

FACEBOOK 타겟팅의 종류

핵심타겟

페이스북 보유의 데이터를 바탕으로 성별, 연령, 관심사, 위치, 행동 등을 타겟팅

맞춤타겟

페이스북 픽셀을 통해 수집된 웹사이트나 앱 등의 방문자 정보를 페이스북의 유저정보와 매칭하여 추적하여 타겟팅

유사타겟

맞춤타겟으로 찾아낸 페이스북 유저들과 가장 유사한 페이스북 유저들을 추가 타겟팅

PART 2-1
Facebook 광고 실전

FACEBOOK

광고계정 만들기

광고관리자

- 개별 광고주가 광고를 관리하기 위하여 사용하는 관리자 기능으로 내가 소유한 페이지에 대한 광고를 집행 할 수 있음

비즈니스 관리자

- 여러 개의 광고계정이 필요하거나, 여러 사업 페이지를 운영하는 광고주를 위한 관리 계정
- 두 개 이상의 광고 계정을 통합관리 가능
- 페이지나 광고계정에 대한 접근 권한 관리
- 여러 명의 광고 관리자가 분업을 하는 경우 co-working이 가능하도록 권한 부여

Facebook 광고를 실습해보기 위해서
페이스북 광고 계정을 만들어 보겠습니다.