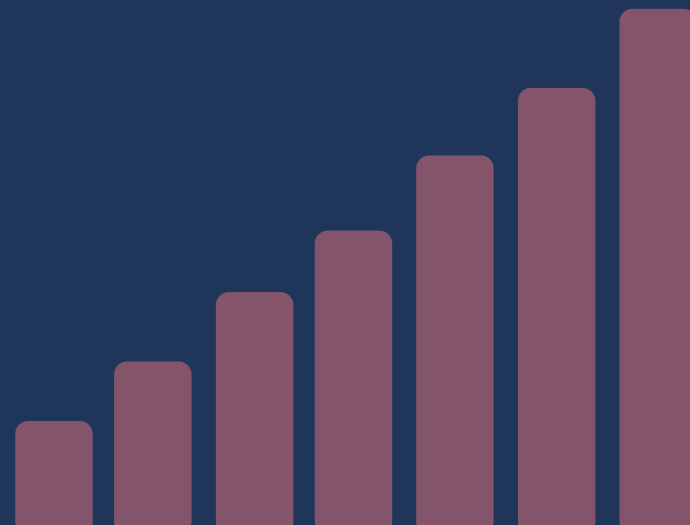


빠른 실행력 명확한 분석력

배우면서 성장하는 마케터  
소진입니다.



## Profile



**배소진** Bae So Jin

010-3352-1143

thwls1143@naver.com

Instagram why\_so177

Blog thwls1143

### ● 특징

버스에서 책을 읽어요.  
요즘은 책 '작별인사'를 읽고 있어요.  
블로그에 꾸준히 글을 쓰고 있어요.  
주말 오전에 등산하는 것을 좋아해요.

### ● 경험

2023.1 - 2023.2(2개월)  
위드피아노 효율 개선 프로젝트 인턴

2022.12 - 2023.2(2개월)  
도와세움 디지털 마케팅 교육 수료

2022.8 - 2022.11(3개월)  
코어원주식회사 퍼포먼스마케팅

2014.3 - 2017.3(36개월)  
울산대학교 학생홍보대사 스폰

### ● 능력

284번의 시험위원 경험으로 키운 **의사소통능력**  
악성 민원을 처리하며 얻은 **스트레스관리능력**  
나만의 제출기한을 정하는 **시간관리능력**  
데이터를 보기 쉽게 만드는 **엑셀 활용 능력**

### ● 자격/스킬

2023.03 GAIQ  
2021.05 사무자동화산업기사  
2020.05 컴퓨터활용능력 1급

Google



Ms Office



Adobe



# Contents

## 01 성인 피아노 학원 수강생 유입을 위한 효율 개선 프로젝트\_p.04

시장 분석 및 타겟 분석  
1차 소재 비교 테스트  
2차 채널 비교 테스트  
3차 랜딩페이지 테스트  
네이버 사이트 검색광고  
메타 참여형 광고  
결론 및 방향성 제안

## 04 검색광고 운영\_p.20

상품 등록 및 제품명 선정  
네이버 사이트 검색광고

## 02 디스플레이광고 운영\_p.13

펀딩 사이트 유입 증대를 위한 광고  
DB 확보를 위한 광고

## 05 데이터 분석 도구 활용\_p.23

GA/UTM  
GTM/GO

## 03 앱 마케팅 솔루션 제안\_p.17

앱 마케팅 전략 수립

## 06 콘텐츠 기획 및 SNS 운영\_p.26

콘텐츠 기획  
SNS 운영

# 성인 피아노 학원 수강생 유입을 위한 효율 개선 프로젝트

기간 | 2023.01.06.-2023.02.27.(2개월)

인원 | 4명

기여도 | 25%

주요업무 | 시장 분석, 타겟 분석, 광고 소재 및 상세페이지 기획, 광고 집행 및 분석, 제안서 작성, 발표

## OVERVIEW

---

기업의 매출 가능성 증대 및 디지털 마케팅 접근 방안에 대한 이해도 향상을 위해 성인 피아노 학원 '위드피아노'의 효율 개선 프로젝트에 참여했습니다.

피아노 학원 시장 및 경쟁사 분석으로 소구점을 도출하여 타겟에 적합한 광고 소재를 기획하였습니다.

카카오모먼트/구글/네이버/메타 광고를 집행 및 결과 분석으로 광고 최적화를 진행하였습니다.

## 시장 분석 및 타겟 분석

### 산업 분석

취미 시장에서 음악/악기와 피아노는 꾸준한 수요가 있으며,  
엔데믹 이후 오프라인 커뮤니티의 수요가 증가하면서  
오프라인 모임을 하는 피아노 학원에 대한 관심이 증가한다는 결론 도출

### 타겟 선정

검색어 트렌드 및 앱 사용자 분석을 통해 성인 피아노 학원에 대한  
관심도가 가장 높은 **20대 남녀**를 타겟으로 설정  
타겟이 주로 쓰는 **카카오톡 / 네이버 / 유튜브 / 인스타그램**을 매체로 선정



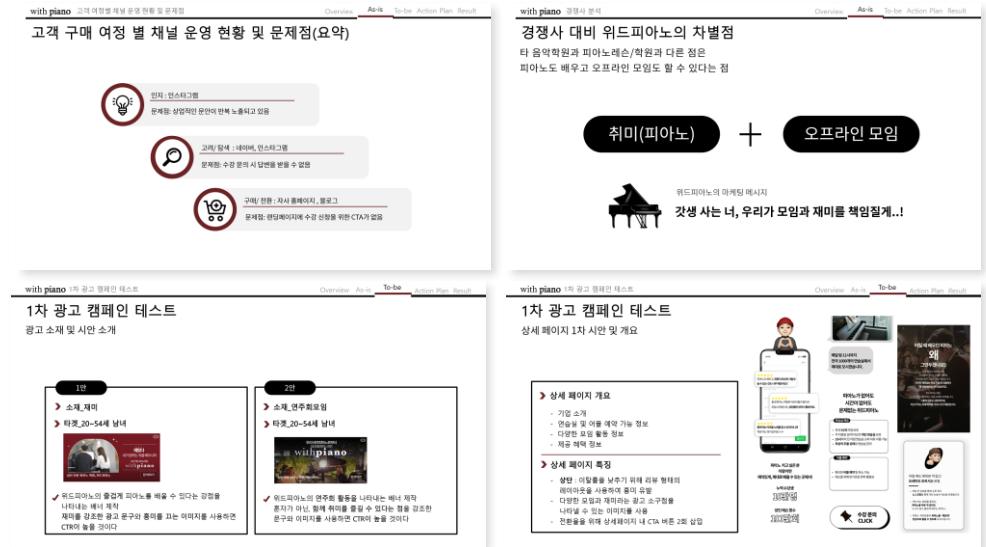
환경분석으로 소구점을 도출하고 고객 구매 여정을 분석하여 최적화 전략을 제시할 수 있습니다.

### 소구점 도출

타겟이 **취미 선택 시 주로 고려하는 요인이 [재미]**라는 점과  
경쟁사와 비교하여 **피아노도 배우고 오프라인 [모임]도 할 수 있다**는 점을 도출

### 고객 구매 여정 분석

자사의 광고 운영 현황을 분석하여 구매 여정별 개선점 도출  
인지 단계에서 디스플레이 광고로 접근성을 높이고,  
고려 단계에서의 검색광고 및 상세페이지를 보완하는 개선이 필요



# 1차 소재 비교 테스트

## OKR

O: 클릭 효율이 높은 소구점 판단

KR: CTR 0.68% 달성

\* DMC 미디어 21.03. 데이터 효율로 보는 이달의 상품  
이미지 네이티브 0.68%

## 광고 설정

일정: 2023.02.07.(1일간)

플랫폼 및 유형: 카카오톡 디스플레이

캠페인 목표: 방문

광고 지면: 카카오톡

예산: 40,000원 / 비용: 40,502원(VAT포함)

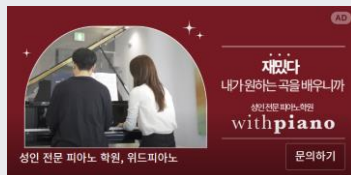
타겟: 20-54세 남녀 / 상세 타겟팅 없음

입찰조건: 수동입찰 CPM 1,500 원

## 소재



A 연주회 모임 강조



B 재미 강조

A/B테스트를 통해 데이터를 분석하고 효율적인 소재를 도출할 수 있습니다.

## 소재별 결과 분석

소재	비용(원)	노출수(회)	클릭수(회)	CTR(%)	CPC(원)
A 연주회 모임	20,207	12,975	27	0.21	748
B 재미	20,295	12,717	12	0.09	1,691

[B 재미] 소재에 비해 [A 연주회 모임] 소재의 CTR이 0.12%p 높고 CPC는 943원 낮음  
→ [A 연주회 모임] 소재의 클릭 효율이 더 높다고 판단

## 성별별 결과 분석

소재	연령(세)	노출(회)	클릭(회)	CTR(%)
A 연주회 모임	20~24	893	0	0
	25~29	2,759	5	0.19
	30~34	4,670	8	0.17
	35~39	2,485	10	0.4
	40~44	1,220	3	0.25
	45~49	497	0	0
	50~54	451	1	0.22

[20-24세]와 [45-49]세는 CTR 0%이고 [50-54]세는 노출 451회로 세 자릿수  
→ 클릭이 0이거나 노출이 원활하게 일어나지 않은 [20-24세] [45-54세]는 제외

## INSIGHT

클릭 효율이 높은 소구점은 [A 연주회 모임]  
고효율 유저를 찾기 위해 클릭수 또는 노출수 낮은 연령은 제외  
따라서 [25-44세]를 타겟으로 2차 채널 비교 테스트 진행

## 2차 채널 비교 테스트

### OKR

O: 효율적인 채널 발굴

KR: CPC 748원 미만

\* 1차 소재 테스트 CPC

### 광고 설정

일정: 2023.02.15.-02.16.(2일간)

플랫폼: 카카오 디스플레이, 네이버 GFA, 구글 GDN

캠페인 목표: 방문(웹사이트 트래픽)

광고 지면: 카카오톡, 서비스통합, 구글/유튜브/Gmail

예산: 120,000원 / 비용: 114,732원(VAT포함)

타겟: 25-44세 남녀 / 상세 타겟팅 없음

입찰조건: 자동입찰(클릭수 최대화)

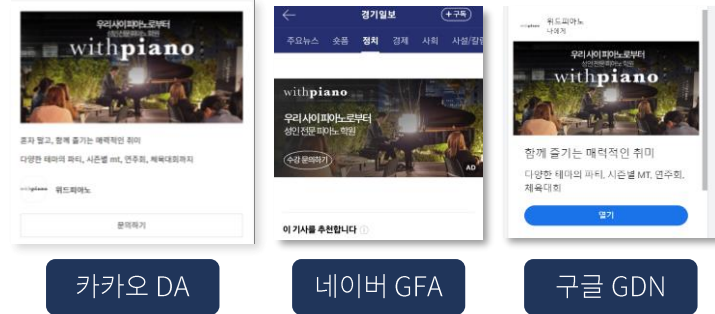
### 소재



A 연주회 모임 강조

채널 테스트를 통해 가장 효율적인 채널을 선정할 수 있습니다.

### 광고 시안



### 채널별 결과 분석

채널	캠페인	비용(원)	클릭(회)	CPC(원)	사용자	세션	이탈률	세션 시간
카카오 디스플레이	여성	18,161	73	250	53	61	91%	22초
	남성	18,931	76	249	54	55	92%	5초
네이버 GFA	여성	19,047	23	828	16	17	88%	6초
	남성	19,334	25	773	11	11	100%	-
구글 GDN	여성	20,000	59	339	41	44	86%	5초
	남성	19,259	29	664	23	26	88%	2초

[카카오 디스플레이] CPC는 249원-250원으로 낮고 유입 사용자(여성+남성)은 106명으로 많음  
 [구글 GDN]은 이탈률이 86%-88%로 낮지만 유입 사용자(여성+남성)은 64명으로 적음  
 → [카카오 디스플레이]가 가장 낮은 CPC 및 가장 많은 유입 사용자를 확보

### INSIGHT

효율적인 채널은 [카카오 디스플레이]이지만 이탈률 91%로 높음  
 따라서 [카카오 디스플레이]에서 이탈률 개선을 위한 3차 테스트 진행

## 3차 랜딩페이지 테스트

### OKR

O: 랜딩페이지 최적화

KR: [0-10%] 구간 이탈률 개선

\* 2차 랜딩페이지(원본) 스크롤덱스 분석

### 광고 설정

일정: 2023. 02. 18.- 02.19. (2일간)

플랫폼 및 유형: 카카오 디스플레이 / 캠페인 목표: 방문

광고 지면: 카카오톡, 카카오토리, 카카오서비스, 다음

예산: 80,000원 / 비용 : 75,592원(VAT포함)

타겟: 25-44세 남녀 / 상세 타겟팅 없음

입찰조건: 자동입찰 클릭수 최대화

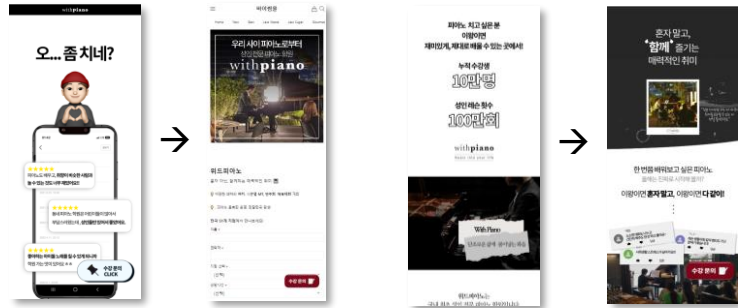
### 2차 광고 랜딩페이지(원본) 스크롤덱스 분석

이벤트 액션	사용자	직전구간대비 이탈률
1초 이상 체류 이벤트	106	-
10%	89	16%
25%	87	2%
50%	85	2%
75%	82	4%
90%	81	1%

[0-10%] 구간 높은 이탈률 확인 → 랜딩페이지 수정

스크롤 덱스를 분석하여 랜딩페이지의 문제점을 파악하고 개선점을 도출할 수 있습니다.

### 3차 랜딩페이지 수정안



- 1차 소재 테스트 시 효율이 좋았던 [연주회 모임] 소재를 썸네일로 사용하여 니즈 충족
- 광고 소재와 연관성이 높은 이미지를 상단에 배치하여 톤 앤 매너 유지

### 결과 분석

구분	세션 수	목표 전환율	신청버튼(목표)	평균세션시간(초)	이탈률
원본페이지	108	4.63%	5	9	86.11%
대안페이지	117	0.85%	1	8	94.87%

대안페이지에 비해 원본페이지의 목표전환율이 3.78%p 높고 이탈률은 8.76%p 낮음  
→ 원본페이지가 전환(신청 버튼)에 더 효과적이라고 판단

### 직전구간대비 이탈률 비교

구분	사용자	10%	25%	50%	75%	90%
원본페이지	91	49%	15%	13%	15%	3%
대안페이지	107	65%	27%	19%	14%	16%

대안페이지에 비해 원본페이지의 이탈률이 전반적으로 낮고 [0-10%] 구간 이탈률 높음  
→ [0-10%] 구간 이탈률이 개선되지 않았다고 판단

원본페이지 [0-10%] 개선을 위해 최상단에 할인 프로모션을 배치하는 방안 도출



## 네이버 사이트 검색광고(1차)

### OKR

O: 고려/탐색 단계의 최적화 키워드 발굴

KR: 전환(수강 문의) 1건

### 광고 설정

일정: 2023. 02. 14. – 02.16. (3일간)

플랫폼 및 유형: 네이버 사이트 검색광고(파워링크)

광고 지면: 네이버 통합검색 지면

예산: 30,000원 / 비용 : 34,243원

입찰조건: 수동입찰(모바일 검색 3위 평균 입찰가)

### 키워드 그룹 선정 기준

레슨: 피아노를 배우려는 니즈가 있는 키워드 예) 피아노 레슨

학원: 오프라인 학원 특성을 고려한 키워드 예) 음악 학원

기타: 레슨과 학원을 제외한 키워드 예) 직장인 취미

키워드 그룹핑을 하고 고효율 키워드를 도출할 수 있습니다.

### 1차 사이트 검색광고 결과

광고그룹	비용(원)	노출(회)	평균 노출순위	클릭(회)	CTR(%)	CPC(원)
레슨(32개)	154	54	8.3	2	3.71	77
학원(35개)	14,289	774	6.8	6	0.78	2,382
기타(33개)	19,800	8,223	4.6	21	0.26	943

[레슨] 그룹은 CTR 3.71%로 가장 높고 CPC 77원으로 낮지만 노출 54회로 낮음

[학원] 그룹은 평균 노출순위 6.8위로 낮지만 CPC는 2,382원으로 높음

[기타] 그룹은 평균 노출순위 4.6위로 높지만 CTR 0.26%으로 낮음

→ 검색량이 적은 키워드로 인해 전반적으로 노출이 저조하므로 키워드 추가 및 재그룹핑 필요

### 그룹 내 키워드별 차등 전략

입찰가 상향: CPC가 비교적 낮은 서브키워드는 평균 노출순위 5위 이내로 노출되도록 조정

입찰가 유지: 차별화되는 [연주회 모임] 소구점이 드러나는 이미지로 변경하여 클릭률 증대

입찰가 하향: 모바일 기준 통합검색 노출은 4,5위까지이므로 1~3위 키워드는 소폭 조정

### INSIGHT

노출이 적은 [레슨]과 [학원] 그룹은 키워드 추가 및 새로운 그룹을 만들고, 클릭 또는 노출이 발생한 키워드는 각각 입찰가 상향/유지/하향하여 2차 진행

## 네이버 사이트 검색광고(2차)

### OKR

O: 고려/탐색 단계의 최적화 키워드 발굴

KR: 전환(수강 문의) 1건

### 광고 설정

일정: 2023. 02. 25. – 02.27. (3일간)

플랫폼 및 유형: 네이버 사이트 검색광고(파워링크)

광고 지면: 네이버 통합검색 지면

예산: 20,000원 / 비용 : 21,714원

입찰조건: 수동입찰(모바일 검색 3위 평균 입찰가)

### 변경 키워드 그룹 선정 기준

지역: 오프라인 학원 특성을 고려한 예) 안양 피아노학원

피아노: 피아노와 연관성이 있는 키워드 예) 피아노 레슨

취미: 피아노를 배우고자 하는 니즈가 있는 키워드 예) 취미생활

키워드 그룹핑을 하고 고효율 키워드를 도출할 수 있습니다.

### 2차 사이트 검색광고 결과

광고그룹	비용(원)	노출(회)	평균노출순위	클릭(회)	CTR(%)	CPC(원)
지역(307개)	4,466	395	4.6	7	1.78	638
피아노(49개)	12,078	3,158	4	15	0.48	805
취미(38개)	5,170	2,013	4.1	5	0.25	1,034

모두 평균 노출순위 5위 이내로 높고 CPC 1,100원 미만으로 1차 SA에 비해 전반적으로 개선  
[지역] 그룹의 노출 395회에 비해 [피아노]와 [취미] 그룹은 원활한 노출 발생

→ [피아노]와 [취미] 그룹의 키워드를 집중 관리하여 전환 가능성 확보

### 그룹 내 키워드별 차등 전략

브랜드 키워드: '위드피아노 수강료' 등 브랜드 관련 키워드는 별도 그룹핑하여 관리 필요

메인 키워드: '성인 피아노 레슨' 등 검색량이 많은 키워드는 입찰가 조정 및 노출 순위 확보

서브 키워드: 클릭 또는 노출이 저조한 키워드는 소재 A/B 테스트로 클릭률 개선 필요

### INSIGHT

노출이 원활한 [피아노]와 [취미] 그룹의 키워드를  
브랜드/메인/서브키워드로 구분 및 집중 관리하여 전환 가능성 확보

## 메타 참여형 광고

### OKR

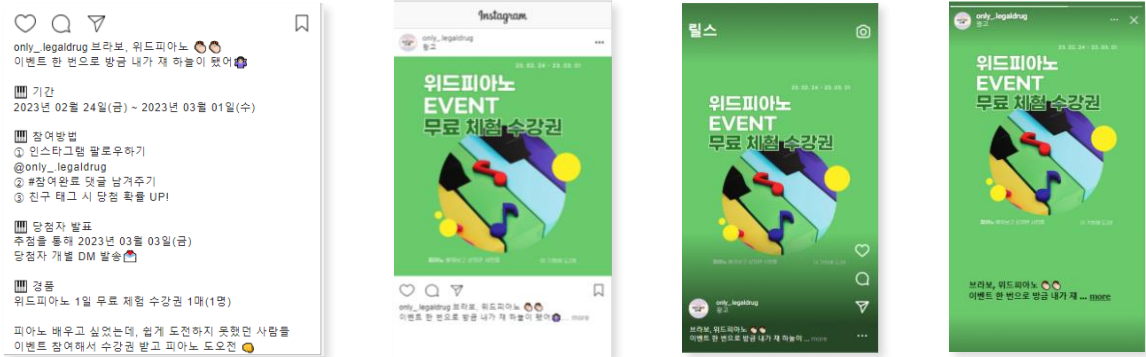
- O: 향후 리타겟팅 광고의 대상이 될 수 있는 고객 DB 확보
- KR: 참여당 비용 100원

### 광고 설정

- 일정: 2023. 02. 25. 00:00 – 02.26. 00:01 (1일간)
- 플랫폼: 메타
- 광고 지면: 인스타그램 피드/스토리/릴스/탐색
- 예산: 40,000원 / 비용 : 38,447원(VAT포함)
- 타겟: 18-44세 남녀 / 상세 타겟팅 없음
- 입찰조건: 최고 볼륨

온드미디어를 운영하며 이벤트 진행 및 메타 광고를 집행할 수 있습니다.

### 광고 시안



### 결과 분석

연령(세)	비용(원)	노출(회)	참여(회)	참여당비용(원)	노출당 참여율(%)
18-24세	3,536	77	37	96	48.1
25-34세	8,672	201	99	88	49.3
35-44세	22,744	562	258	88	45.9
전체	34,952	840	394	271	46.9

[25-34세]와 [35-44세]의 참여당 비용이 88원으로 가장 낮음  
 노출당 참여율을 기준으로 비교했을 때, [25-34세]가 3.4%p 높음  
 → [25-34세]가 가장 효율이 좋은 연령대라고 판단

### INSIGHT

노출 840회 중 게시물 참여 394회로 46.9%가 참여  
 추후 광고 집행 시 참여당 비용 낮은 25-34세 대상으로 모수 확보할 것을 제안

## 결론 및 방향성 제안

광고 결과를 토대로 방향성을 제안할 수 있습니다.

### 1차 테스트

클릭 효율이 높은 소구점 판단  
[A 연주회 모임]과 [B 재미] 소재

CTR 높고 CPC 낮은  
[A 연주회 모임] 소재 선정

### 2차 테스트

효율적인 채널 발굴  
카카오 DA / 네이버 GFA / 구글 GDN

CPC 낮고 유입 사용자 수가 많은  
[카카오 DA] 채널 선정

### 3차 테스트

[0-10%] 구간 이탈률 개선  
원본페이지 49% / 대안페이지 65%

전환에 가까운  
[원본페이지] 선정

### 번외 테스트

최적화 키워드 발굴을 위한  
네이버 SA 파워링크  
브랜드 키워드의 유입 확인

리타겟팅 광고의 모수 확보를 위한  
메타 참여형 광고  
참여당 비용이 낮은 [25-34세]

#### ● 프로젝트 결과

위드피아노는 25-44세 남녀를 대상으로  
[연주회 모임]을 시각화한 광고 소재를 사용하여  
카카오 디스플레이 광고를 진행하는 것이 효율적임

#### ● 방향성 제안

3차 테스트에서 대안페이지가 원본보다 이탈률이 높아서 개선이 유의미하지 않았음  
[0-10%] 구간 이탈률을 개선하고 전환 가능성을 확보하기 위해  
할인 프로모션을 상단에 배치하여 추가 테스트를 진행할 것을 제안  
노출이 원활한 [피아노]와 [취미] 그룹을 키워드별로 관리하여 전환 가능성 확보

# 디스플레이 광고 운영

기 간 | 2022.09.01.-2022.09.25.(약 1개월)

인 원 | 2명

기 여 도 | 60%

주 요 업 무 | 소재 기획 및 제작, 광고 집행 및 분석, 리포트 작성

## OVERVIEW

---

온라인 광고대행사 코어원주식회사에서 디스플레이 광고 캠페인 운영에 참여했습니다.

매체에 적합한 광고 소재를 기획 및 제작하고, 메타/틱톡 광고 집행 및 결과를 분석하여 광고 최적화를 진행하였습니다.

# 펀딩 사이트 유입 증대를 위한 광고

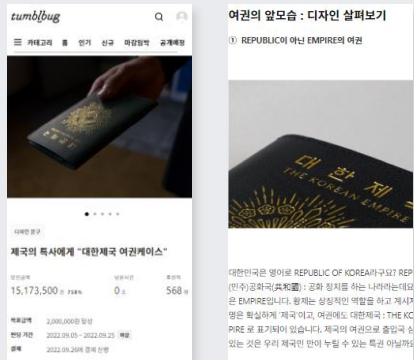
## 개요

코래픽 ‘대한제국 여권케이스’의 펀딩 사이트 유입 증대를 위해 클릭 효율이 높은 소재를 도출하고자 소재 A/B 테스트 진행

## 광고 설정

일정: 2022.9.7. – 2022.9.14. (8일간)  
 플랫폼: 메타(페이스북)  
 캠페인 목표: 트래픽  
 광고 지면: 페이스북  
 예산: 400,000원 / 비용 : 366,003원(VAT포함)  
 타겟: 18-44세 남녀 / 상세 타겟팅 없음

## 랜딩페이지



메타(페이스북)에서 소재 A/B테스트를 진행하고 고효율 소재를 도출할 수 있습니다.

## 소재



여권 케이스에 대한 설명을 강조한 소재

제품명 강조

제품 이미지 강조

## 결과 분석

소재	비용(원)	클릭(회)	CPC(원)
A 제품 설명 강조	97,707	488	200
B 제품 설명 강조	83,167	711	117
C 제품명 강조	87,374	670	130
D 이미지 강조	97,755	621	157

[B 제품 설명 강조] 소재가 클릭 711건으로 가장 많고 CPC 117원으로 가장 낮음  
 → 가장 클릭 효율이 높은 소재는 [B 제품 설명 강조]라고 판단

## INSIGHT

클릭 효율이 높은 소재인 [B 제품 설명 강조]를 이용하여 펀딩 사이트 유입 증대를 위한 2차 광고 집행

## 펀딩 사이트 유입 증대를 위한 광고

### 개요

클릭 효율이 높은 소재로 광고 집행하여  
CPC 200원 미만 유지

\* 소재 테스트 시 최고 CPC 기준

### 광고 설정

일정: 2022.9.14. – 2022.9.25. (12일간)

플랫폼: 메타(페이스북)

캠페인 목표: 트래픽

광고 지면: 페이스북

예산: 200,000원 / 비용: 218,776원(VAT포함)

타겟: 18-44세 남녀 / 상세 타겟팅 없음

### 소재



B 제품 설명 강조

메타(페이스북)의 광고 데이터를 분석하고 적합한 타겟을 파악할 수 있습니다.

### 결과 분석

구분	비용(원)	노출(회)	클릭(회)	CPC(원)	CTR(%)	광고 기간
1차	31,061	5,603	204	152	3.6	9.14-9.17
2차	101,833	3,407	147	693	4.3	9.18-9.20
3차	85,882	9,372	218	394	2.3	9.21-9.25

광고계정 및 페이지 비활성화 이슈로 인해 1차/2차/3차 총 3개의 캠페인을 운영하였으며,  
소재 테스트 시 최저 CPC 117원 최고 200원에 비해 전반적으로 CPC가 높음

→ CPC를 낮추기 위해서 주목도가 낮은 노출 위치 'Messenger' 제외할 것을 제안

### 3차 캠페인의 연령별 결과 분석

연령(세)	비용(원)	노출(회)	클릭(회)	CPC(원)	CTR(%)
18-24	31,278	5,142	109	286	2.12
25-34	28,234	2,676	72	392	2.69
35-44	19,275	1,547	37	520	2.39

[18-24세]는 클릭수 109건으로 많고 CPC 286원으로 가장 낮음

→ 가장 클릭 효율이 높은 연령대는 [18-24세]라고 판단

### INSIGHT

가장 클릭 효율이 높은 연령대는 [18-24세]이므로  
추후 여권케이스로 메타 광고 집행 시 [18-24세]로 좁혀서 진행할 것을 제안

## DB 확보를 위한 광고

### 개요

우진디저트의 신제품 매출 가능성 증대를 위해  
틱톡커 모집 캠페인 진행하여 DB 78건 확보

### 광고 설정

일정: 2022.9.1. - 2022.9.7. (7일간)

플랫폼: 틱톡

캠페인 목표: 리드 생성

광고 지면: 틱톡

예산: 600,000원 / 비용 : 569,892원(VAT포함)

타겟: 18-34세 남녀 / 상세 타겟팅 없음

매체에 적합한 광고 소재를 기획하고 틱톡에서 DB 확보를 위한 광고를 집행할 수 있습니다.

### 광고 시안



- 1분 미만의 짧은 영상 소재 기획 및 망고보드로 제작
- 좋아요 696건 댓글 58개의 긍정적인 반응을 통해 타겟에 적합한 소재임을 확인

### 결과 분석

캠페인	비용(원)	결과(개)	클릭(회)	CPA(원)	CTR(%)	CPC(원)	CVR(%)
리드	569,892	78	595	7,306	0.60	957.0	13.11

CPA 7,306원 CVR 13.11%이며 같은 기간 집행한 광고의 CPA 26,000원 CVR 4%에 비해 낮음

\* 비교 데이터가 충분하지 않으므로 동일 기간 타 프로모션 광고와 비교

→ 타겟에 적합한 소재이고 비용이 들지 않는 프로모션 광고라서 광고 효율이 좋았다고 판단

### INSIGHT

수집된 DB가 유효한 지 확인하기 위해 광고주와 커뮤니케이션  
CVR 높이기 위해 추후 광고 집행 시 '선착순 00명' 문구 사용할 것을 제안



# 앱 마케팅 솔루션 제안

기 간 | 2023.02.14.-2023.02.17.(4일간)

인 원 | 개인

기 여 도 | 100%

주 요 업 무 | 앱 분석, 광고 소재 기획 및 제작, 앱 마케팅 운영 전략 수립

## OVERVIEW

---

Airbnb 앱 마케팅 분석 및 솔루션 제안서를 작성하였습니다.

KPI를 설정하여 앱 마케팅 운영 전략을 수립하고 목표에 맞는 소재를 기획할 수 있습니다.

## 앱 마케팅 전략 수립

### 여행/숙박 앱 Airbnb 분석

숙소 예약: 국내뿐만 아니라 해외 숙소도 예약 가능

유연한 검색: 여행지를 정하지 못했어도 테마별/기간별 숙소 추천

위시리스트: 내 위시리스트에 친구를 초대할 수 있어서 비교 및 선택에 용이

메시지: 언택트 시대 흐름에 맞춰 전화할 필요 없이 예약 문의가 빠르게 진행

호스트의 소개: 근처 역, 관광지, 맛집 등을 기재하여 가이드북으로 활용

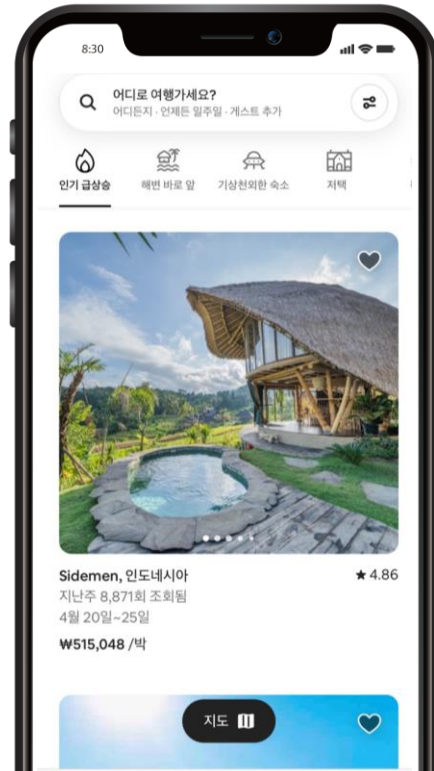
### 앱 마케팅 목표

인스톨 및 인앱 이벤트 증대

- 인앱 이벤트:

로그인 회원가입 공유하기 위시리스트

예약하기 결제하기 후기



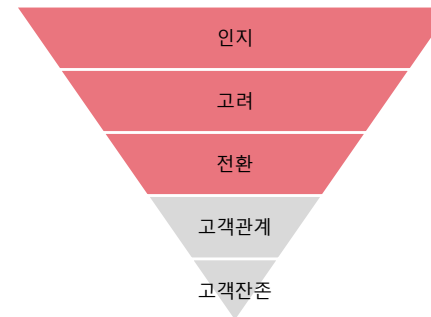
퍼널 상 자사 앱의 위치를 파악하고 앱 마케팅 전략을 수립할 수 있습니다.

### 타겟 설정

숙박, 여행, 해외, 음악, 연예인, 음식, 영화, 뷰티, 패션 등에 관심 있는 20-50 남녀

리타겟팅은 충분한 모수가 쌓인 다음에 진행할 예정

### 앱 마케팅 퍼널 상 위치



Airbnb의 23년 1월 MAU(월간사용자수)는  
야놀자와 여기어때에 비해 각각 26%, 35% 낮음

→ 앱 인스톨 증대에 주력할 필요

숙박 앱 시장에서 Airbnb는 중간 포지션에 위치  
(야놀자와 여기어때가 뚜렷한 1, 2위고 나머지가 경쟁)

→ 타 앱 대비 Airbnb의 강점을 알릴 필요

### INSIGHT

앱 인스톨 증대에 주력하면서도,  
Airbnb 앱이 타 앱에 비해 강점이 있다는 것을 알려서 전환을 이끌어내야 함.  
따라서 인지-고려-전환 단계에 집중

## 앱 마케팅 전략 수립

### ■ 앱 마케팅 운영 전략

KPI: 수익과 연관이 있는 인앱 이벤트 ‘예약하기’

캠페인-광고그룹-광고소재 운영 구조: 예약하기-앱을 인스톨한 유저-예약 유도하는 소재  
매체: 빅미디어(구글 Ac install, 카카오 DA, 애플서치애드), DSP(크리테오), 그 외(블라인드)

### ■ USP 도출

#### 1. 맞춤 추천

‘초소형 주택’, ‘기상천외한 숙소’ 등 테마별 숙소로 특별한 경험 가능  
‘바르셀로나 최고의 펍 투어’ 등 전 세계 현지 체험 예약 가능

#### 2. 빠른 응답

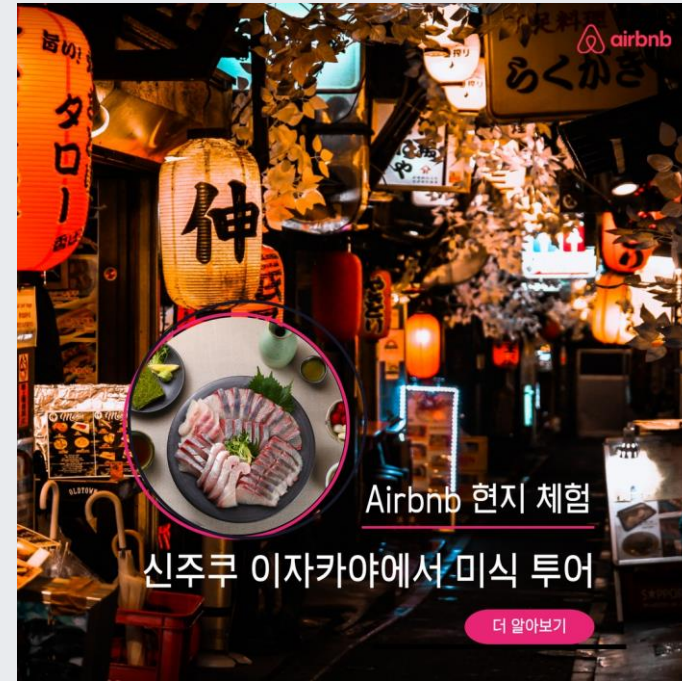
인공지능(AI)가 취소/결제/환불 등의 기본적인 질문에 자동으로 응답하여 시간 절약  
호스트에 1:1 메신저 문의가 가능하며 보통 1시간 이내로 빠르게 응답

#### 3. 가이드 제공

호스트가 직접 지역 정보 안내(‘대전은 이런 곳입니다’ 등) 함으로서 가이드 역할  
현지 맛집, 현지 교통 상황 등 자세하고 유용한 정보 습득 가능

타겟과 앱 마케팅의 목표를 바탕으로 소재를 기획할 수 있습니다.

### ■ 소재



#### ● 개요

메인 KPI: 예약하기

**USP: 맞춤 추천**

소구 포인트: 현지 체험

소재 형식: 정방형(1080x1080)

#### ● 배경

브랜드 컬러(핑크) 활용

현지 분위기가 느껴지는 사진 활용

‘더 알아보기’ CTA 유도

#### ● 문구

특별한 경험을 제공한다는 것을 강조

# 검색 광고 운영

기 간 | 2023.1.16.-2023.1.30.(2주)

인 원 | 1명

기 여 도 | 100%

주 요 업 무 | 키워드 생성, SA 집행, 결과 분석, 키워드 관리

## OVERVIEW

---

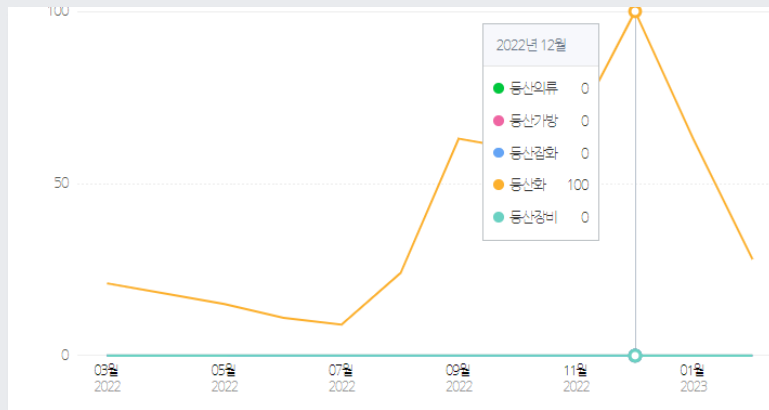
네이버 스마트 스토어를 개설하여 제품 ‘등산화’을 등록하고 SA 광고 집행 및 성과를 분석하는 프로젝트를 진행했습니다.

키워드 조합 도구를 사용하여 세부 키워드를 생성하고 입찰가 조정을 통해 키워드를 효율적으로 관리했습니다.

## 상품 등록 및 제품명 선정

### ■ 상품 카테고리 선정

스포츠레저>등산>등산의류/등산가방/등산잡화/등산장비/등산화  
등산화의 월간검색수(PC+MO)가 109,900건으로 가장 많음



네이버 데이터랩

연관키워드 ②	월간검색수 ①		월경관람객수 ①	
	PC ⇅	모바일 ⇅	PC ⇅	모바일 ⇅
등산화	17,400	92,500	92	1,406
등산복	5,390	34,000	53.5	640.5
등산가방	5,930	41,400	16.6	307.5
등산의류	110	300	0.7	4.8

네이버 키워드도구

네이버 스마트스토어를 개설하여 상품명을 선정하고 상품을 등록할 수 있습니다.

### ■ 상품 및 상품명 선정

B2B 위탁판매 사이트 도매쪽에서 상세페이지가 있고 최소 구매수량 1개인 상품 발굴  
아이템스카우트에서 경쟁강도 세 자릿수 미만 및 검색수 500회 이상 키워드 발굴  
중복 제거하고 메인키워드와 세부키워드를 조합하여 상품명 선정

A	B	C	D
키워드	모바일 광고 단가	총 검색수	경쟁강도
등산화	890	109900	20.24
트레킹화	670	49060	12.89
트레킹화	650	21620	29.28
킨재스퍼	350	35170	0.36
여자등산화	820	19350	29.91

아이템스카우트

가벼운 남성 여성 겨울 미드컷 경량 트레킹화 방한화 트레킹화 등산화

2% 145,600원 **141,600원**

월도요령만을 위한 혜택

최대 적립 포인트 1,716원 (7.1% 기본적립 1,416원)

TIP: 포인트 더 받는 방법

- ★ 5% 할인: 최대 5% 적립, 무료 시킬 > 5,664원
- ★ 5% 할인: 네이버 현대카드로 결제 시 > 7,080원
- ★ 5% 할인: 네이버페이머니로 결제 시 > 2,832원

• 최대 12,744원

상품명 및 상품 등록

# 네이버 사이트 검색광고

확장소재를 등록하여 클릭을 유도하고 입찰가 조정을 통해 효율적인 키워드 관리를 할 수 있습니다.

## 세부 키워드 생성 및 소재 등록

네이버 연관검색어, 아이보스 키워드 조합기, 네이버 키워드 도구 등 활용  
이미지, 서브링크, 가격링크 등 확장 소재를 등록하여 추가 정보 제공  
주목도를 높이기 위해 키워드 삽입 기능 활용

관련키워드 태그 자동생성

고어텍스 등산화 발목등산화 키즈 등산화 가벼운 등산화 방수등산화 이말등산화 가죽등산화 방한등산화 사계절 등산화 브렌드 순위 등산화 추천 등산화 밀장갑이 등산화 등산화 연가순위 코오롱 등산화 침발탄 등산화 등산화

키워드1

봄  
여름  
가을  
겨울

키워드2

남녀공용  
남성  
여성  
커튼

인원키워드

PC 모바일

등산화  
등산화  
등산화

16,900 88,200  
3,450 16,200  
210 1,140

네이버 연관검색어

아이보스 조합기

네이버 키워드 도구

키워드

확장 키워드

소재

확장 소재

라켓팅 탭 추가

새 확장 소재

ON OFF

상세

선택한 확장 소재 관리

확장 소재 4 개 결과

확장 소재 유형

요일/시간

노출수

파워링크 소재 등록

## 입찰가 조정 및 관리

ZUM, Bing 등 노출 제한 매체 설정하여 통합검색에만 노출되도록 설정  
월간 예상 실적 보기를 활용해 키워드 예상 실적 확인하여 키워드 입찰가 조정

키워드	현재 입찰가(VAT미포함)	품질지수	노출수
키워드 480개 결과			2
경량트레킹화	4,000원	■■■■■	1
겨울트레킹화	1,500원	■■■■■	0
남성가벼운등산화	1,300원	■■■■■	0
겨울등산화	1,260원	■■■■■	0
가벼운여성트레킹화	1,120원	■■■■■	0
가을트레킹화	1,090원	■■■■■	0

입찰가 조정

남성등산신발

통합 VIEW 이미지 지식인 인물루언서 동영상 쇼핑 뉴스 여학사전 지도

파워링크 '남성등산신발' 관련 광고입니다.

등록 안내

등산화는 90s hiking - 할인 진행 중

smartstore.naver.com/90s\_hiking

편안하고 가벼운 남녀 등산화, 천연 소가죽 누백과 방수 기능으로 오래 착용 가능

등산화 ..... 141,600원

스모츠레저 ..... 141,600원부터

전체상품 ..... 141,600원까지

파워링크 1위 노출

# 데이터 분석 도구 활용

기간 | 2023.01.06.-2023.02.27.(2개월)

인원 | 개인

기여도 | 100%

주요업무 | UTM 생성, GTM 세팅, 구글 옵티마이즈 활용, GA 데이터 조회 및 분석

## OVERVIEW

---

UTM, GTM으로 데이터를 추적하고 방문 고객의 유입 경로를 확인할 수 있습니다.

GA에서 분석한 데이터를 바탕으로 광고의 방향성을 제안할 수 있습니다.

## GA/UTM

UTM을 활용하여 GA에서 고객의 유입 경로를 확인 및 분석할 수 있습니다.

## ■ UTM을 활용한 데이터 추적

광고로 유입된 고객과 그렇지 않은 고객을 구분하기 위해 활용  
광고 세팅 시 UTM 링크를 삽입하여 웹사이트 방문 고객의 유입 경로 확인

Enter the website URL and campaign information

Fill out all fields marked with an asterisk (\*), and the campaign URL will be generated for you.

website URL \*  
https://bysome.imweb.me/61  
The full website URL (e.g. https://www.example.com)

campaign ID  
  
The ads campaign id.

campaign source \*  
naver  
The referrer (e.g. google, newsletter)

campaign medium \*  
display  
Marketing medium (e.g. cpc, banner, email)

campaign name \*  
230215\_44th\_withpiano\_naver\_2nd\_display\_concert\_male  
Product, promo code, or slogan (e.g. spring\_sale) One of campaign name or campaign id are required.

campaign term  
  
Identify the paid keywords

campaign content  
44th\_withpiano  
Use to differentiate ads

캠페인 ?	획득
	사용자 ? ↓
	991 전체 대비 비율(%): 6.56% (15,113)
1. 230218_44th_withpiano_3rd_display_concert_female	177 (16.71%)
2. 230218_44th_withpiano_3rd_display_concert_male	150 (14.16%)

UTM 및 Bitly 생성

## ■ Google Analytics를 활용한 데이터 분석

사용자, 세션기간, 이탈률 등 고객 행동을 분석하여 고효율 매체 선정  
획득-캠페인-모든캠페인 보고서에서 유입 경로를 확인

실시간	캠페인	획득				통계				전환			
		사용자	신규 방문자	세션	이탈률	재방문 페이지 수	평균 세션 시간	전환당 거래 전환율	거래수	수익	전환당 거래 전환율	거래수	수익
		1,020 전체 대비 비율(%): 8.75% (15,113)	946 전체 대비 비율(%): 6.35% (14,957)	1,259 전체 대비 비율(%): 6.29% (20,001)	81.65% 74.38% (9.19%)	1.28 1.87 (51.58%)	00:01:17 평균 00:01:20 (4.90%)	0.00% 0.00% (0.00%)	0 전체 대비 비율 (%): 0.00% (0)	₩0 전체 대비 비율 (%): 0.00% (0)			
	1. 230218_44th_withpiano_3rd_display_concert_female	177 (16.36%)	169 (17.86%)	200 (15.89%)	90.00%	1.20	00:00:35	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			
	2. 230218_44th_withpiano_3rd_display_concert_male	150 (13.79%)	146 (15.43%)	161 (12.74%)	83.85%	1.16	00:00:39	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			
	3. 43rd_withpiano_kakao_display_curriculum_3rd_m_230208	125 (11.42%)	105 (11.10%)	173 (13.74%)	67.63%	1.54	00:02:49	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			
	4. 43rd_withpiano_kakao_display_curriculum_2nd_m_230201	78 (7.32%)	69 (7.29%)	89 (7.07%)	67.42%	1.48	00:02:56	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			
	5. 43rd_withpiano_kakao_display_curriculum_3rd_f_230208	75 (6.88%)	60 (6.34%)	93 (7.30%)	64.52%	1.72	00:03:47	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			
	6. 230215_44th_withpiano_kakao_2nd_display_concert_a_female	56 (5.11%)	38 (4.02%)	64 (5.08%)	92.19%	1.09	00:00:21	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			
	7. 230215_44th_withpiano_kakao_2nd_display_concert_a_male	55 (5.02%)	49 (5.18%)	56 (4.40%)	92.86%	1.09	00:00:05	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			
	8. 43rd_withpiano_kakao_display_curriculum_2nd_f_230201	53 (4.84%)	40 (4.23%)	61 (4.80%)	77.05%	1.54	00:03:58	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			
	9. 43_piano_gdn_2nd_230201_male	51 (4.66%)	49 (5.18%)	53 (4.21%)	92.45%	1.08	00:00:05	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			
	10. 43_piano_gdn_2nd_230201_female	42 (3.84%)	40 (4.23%)	49 (3.89%)	93.88%	1.08	< 00:00:01	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)			

구글 애널리틱스



# GTM/GO

## GTM을 활용한 데이터 추적

클릭, 스크롤, 조회 등 웹사이트 행동 데이터를 수집  
 웹사이트 HTML에 헤드 태깅 및 바디 태깅으로 컨테이너 설치  
 특정 행동(돋보기 버튼 클릭 등)을 추적하도록 트리거와 태그 생성

```

1 <DOCTYPE html>
2 <html lang="ko">
3
4 <head>
5 <!-- Google Tag Manager -->
6 <script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push({'gtm.start':
7   new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],
8   j=d.createElement(s),dl=l!='dataLayer'?'&l='+l:'';j.async=true;j.src=
9   'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;f.parentNode.insertBefore(j,f);
10  })(window,document,'script','dataLayer','GTM-PFN8WS3');
11 <!-- End Google Tag Manager -->
12
  
```

헤드태깅

```

39
40 <body id="{{body_id_###}}" class="{{var_colorSet_###}}">
41 <!-- Google Tag Manager (noscript) -->
42 <noscript><iframe src="https://www.googletagmanager.com/ns.html?id=GTM-PFN8WS3"
43   height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden"></iframe></noscript>
44 <!-- End Google Tag Manager (noscript) -->
  
```

바디태깅

태그	유형	트리거 실행	최종 수정
<input type="checkbox"/> 이름 ↑			
<input type="checkbox"/> GTAG_내 GA를 가져오는 추적코드	Google 애널리틱스: 유니버설 애널리틱스	All Pages	한 달 전
<input type="checkbox"/> GTAG_메타픽셀기본코드	맞춤 HTML	All Pages	13일 전
<input type="checkbox"/> 돋보기버튼클릭태그	Google 애널리틱스: 유니버설 애널리틱스	행버거버튼클릭	한 달 전
<input type="checkbox"/> 햄버거 버튼 클릭 태그	Google 애널리틱스: 유니버설 애널리틱스	행버거버튼클릭트리거	한 달 전
<input type="checkbox"/> 햄버거 버튼 클릭_메타	맞춤 HTML	행버거버튼클릭	13일 전

GTM 태그 생성

GTM을 활용하여 웹사이트 내 행동 데이터를 수집할 수 있습니다.

## Google Optimize를 활용한 리디렉션 테스트

원본페이지와 대안페이지 가중치를 50:50으로 설정  
 GA와 연동하여 랜딩페이지 최적화를 위한 효율 비교

대안 페이지 ↑	113	0	0'00"	100%	< 0'1"	1'1"	-99.9%~13'01.0"
원본	108	0	0'00"	21%	< 0'1"	1'3"	1'0"
대안 페이지 ↓	원본 페이지 대비 ↑	원본 대비 ↓	대안 대비 ↑	대안 대비 ↓	원본 대비 ↑	원본 대비 ↓	원본 대비 ↓

구글 옵티마이즈

경매인	획득			동작			전환	
	사용자	신규 방문자	세션	이탈률	세션당 페이지 수	평균 세션 시간	워드피아노_신정버튼_44 (목표 7 전환율)	워드피아노_신정버튼_44 (목표 7 완료 수)
44기_피아노_리디렉션_230218 - 대안 페이지 1	118 전체 대비 비율(%): 0.78% (15,113)	117 전체 대비 비율(%): 0.79% (14,897)	119 전체 대비 비율(%): 0.59% (20,001)	94.96% 평균 조화: 74.38% (27.66%)	1.13 평균 조화: 1.87 (-39.30%)	00:00:08 평균 조화: 00:01:20 (-90.01%)	0.00% 평균 조화: 0.09% (-100.00%)	0 전체 대비 비율(%): 0.00% (19)
44기_피아노_리디렉션_230218 - 원본	102 전체 대비 비율(%): 0.67% (15,113)	102 전체 대비 비율(%): 0.68% (14,897)	108 전체 대비 비율(%): 0.54% (20,001)	86.11% 평균 조화: 74.38% (15.77%)	1.11 평균 조화: 1.87 (-40.55%)	00:00:09 평균 조화: 00:01:20 (-89.22%)	4.63% 평균 조화: 0.09% (4,773.54%)	5 전체 대비 비율(%): 26.32% (19)

구글 애널리틱스

# 콘텐츠 기획 및 SNS 운영

기 간 | 프로젝트별 상이

인 원 | 개인

기 여 도 | 100%

주 요 업 무 | 콘텐츠 기획 및 제작, SNS 운영 및 관리

## OVERVIEW

---

나만의 시각으로 꾸준히 콘텐츠를 만들어 왔습니다.

베가스, 인디자인, 포토샵, 프리미어 프로, 일러스트 등 제작 툴을 활용하여 영상, 사진, 뉴스 등의 콘텐츠를 기획 및 제작할 수 있습니다.

인스타그램, 블로그 등 SNS를 운영하고 인사이트를 분석하여 향후 방향성을 제안할 수 있습니다.

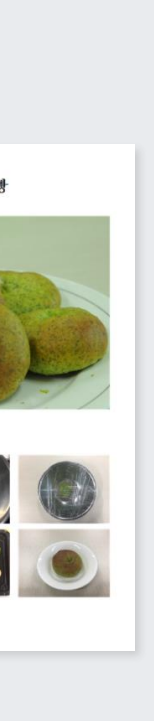
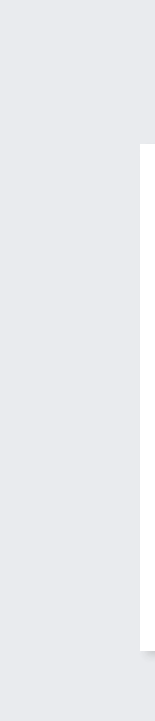
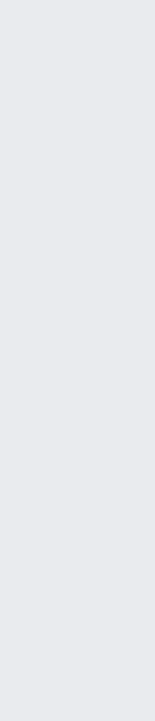
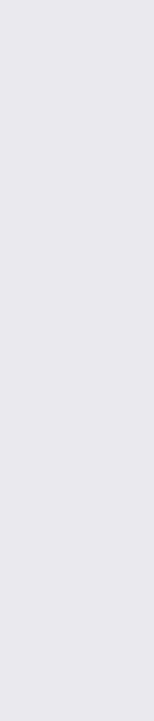
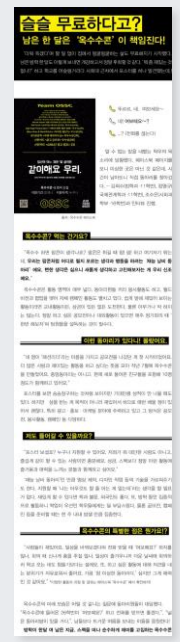
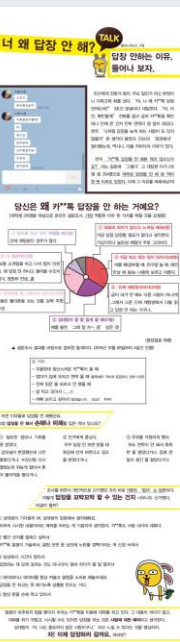


# 콘텐츠 기획

## 학생홍보대사 뉴스



공감을 얻을 수 있는 주제를 선정하여 인터뷰/취재 진행  
가독성을 높이기 위해 도형/기호로 구분하고 포인트 컬러 활용



가독성을 높이기 위해 디자인 툴을 활용하고, 사진 편집 툴을 활용할 수 있습니다

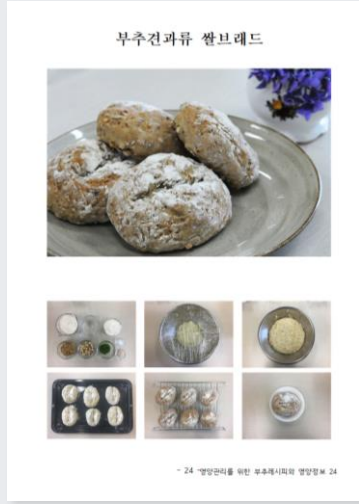
## 부추를 활용한 영양 교재



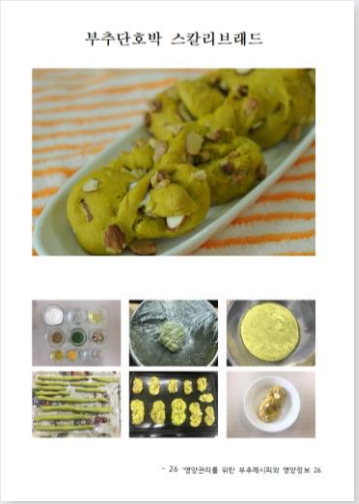
50여 개 제품의 개발 과정을 촬영하고 7개 프레임으로 사진 정리  
배경 제거와 색 보정 등 기초적인 사진 보정 및 편집



23 영양관리용 부추추 부추채식 영양장보 23



24 영양관리용 부추추 부추채식 영양장보 24



26 영양관리용 부추추 부추채식 영양장보 26

# SNS 운영

## 공식 인스타그램 운영

목적: 신규 고객 유입을 위한 정보성 콘텐츠(카드뉴스) 업로드

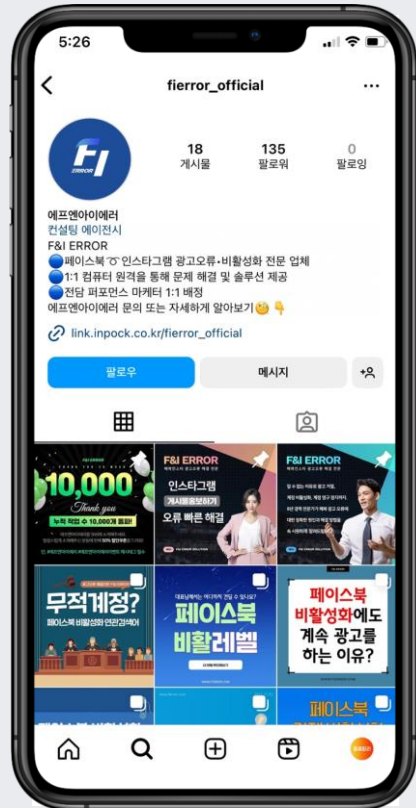
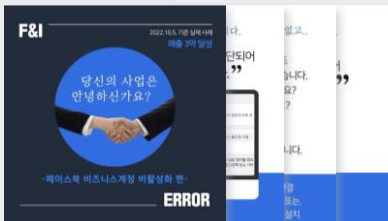
타겟: 메타 광고에 관심이 있는 개인사업자와 자영업자

예약 기능을 활용하여 팔로워의 활동이 가장 많은 18시에 업로드

→ 신규 고객 유입 1건 발생



프로페셔널 대시보드 인사이트



SNS에 적합한 콘텐츠를 업로드하고 인사이트를 분석할 수 있습니다.

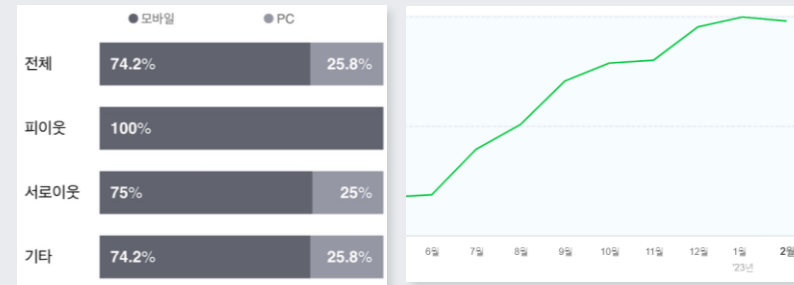
## 개인 블로그 운영

타겟: 25-34세 여성, 모바일(유입 분석 결과 MO 74% PC 26%으로 MO 비중이 높음)

상위 노출 블로그 5개를 분석하여 직접 찍은 사진과 제목 글자 수 고려해서 포스팅

→ 월간 조회 수 2022년 7월 1,113명에서 2023년 2월 2,758명으로 약 2배 증가

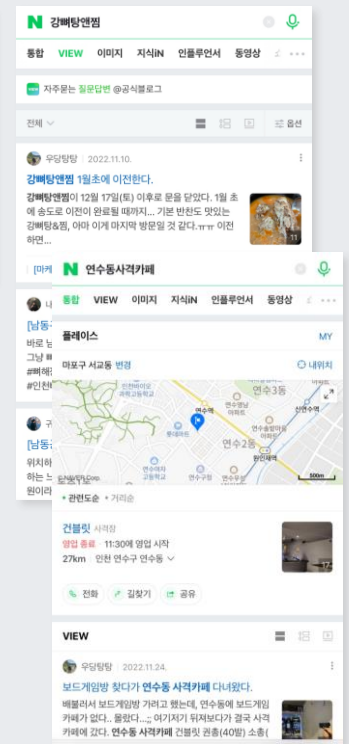
→ 특정 키워드 검색 시 상위 노출



통계 - 사용자분석

랭크순위	1위	2위	3위	4위	5위
주제	맛집	후기	후기	후기	후기
작성 날짜	2023-02-06(월)	2023-03-05(일)	2023-02-18(토)	2023-03-05(일)	2023-01-23(월)
제목 글자수 (띄어쓰기 미포함)	25자	25자 이상	20자	22자 이상	25자 이상
제목 내 키워드 배치	처음	처음	처음	처음	처음
글의 진행 방식	텍스트+이미지	텍스트만	이미지+텍스트	이미지+텍스트	이미지+텍스트
사진 개수	43개	1개	13개	10개	28개
본문 내 글자수 (ex. 링크, 지도 등)	적다	많다	많다	많다	많다
블로그 내 콘텐츠	-	-	지도	지도	링크(홈페이지)
태그 개수	2개	13개	8개	-	-

상위 5개 분석



상위 노출

빠른 실행력 명확한 분석력

배우면서 성장하는 마케터  
소진입니다.

(주)에지솔루션과 함께 성장하겠습니다.

