



김영주 (2001/남)

010.3692.7177 / caicer3698@naver.com

대구광역시 북구 침산로 246

핵심역량

- #1. 데이터 분석 능력
- #2. 전략적 기획 능력
- #3. 커뮤니케이션 및 협업 능력

학력사항

대구대학교 / 국제어문학과 / 2019.03. ~ 2025.08 (졸업예정)

대구대학교 / 미디어커뮤니케이션학과(복수전공) / 2023.09 ~ 2025.08 (졸업예정)

경력사항 (총 2 년 8 개월)

미미관 _ 중식당

주방장 / 근무기간 (2 년 8 개월)

직무 관련 교육 / 경험

디지털 마케팅 에센셜 코스 _ 도와세움

- 교육내용
 - 디지털 마케팅 관리 BASIC
 - 채널별 퍼포먼스 마케팅 전략
 - 디지털 마케팅 콘텐츠 디자인
 - 디지털 마케팅 커머스 전략
 - 데이터 수집 분석
 - 디지털 마케팅 Tool-kit 활용
 - 디지털 마케팅 프로그래밍 기초

자격증

- Google Analytics 이수 (2024.12)
- 사회조사분석사 2 급 (2024. 09)

-
- 마케팅기획전문가 1 급 (2021.09)
 - 1 종보통 운전면허 (2020.05)

보유 기술

- Google
 - Google Analytics
 - Google Tag manager
- Design tool
 - Figma
 - Adobe Premiere Pro
 - Adobe Photoshop
 - Adobe Illustrator
- MS Office
 - Excel
 - PowerPoint
 - Word

View Finder

깊이 있게 바라보고 새로운 기회를 찾아낸다

깊이 있는 시각, 예리한 통찰력으로
뷰파인더 마케터 **김영주**입니다

PROFILE



김 영 주

BIRTH 2001.01.06

PHONE 010.3692.7177

E-MAIL caicer3698@naver.com

EDUCATION

2019.03 - 2025.06

국제어문학과 졸업 예정

2023.09 - 2025.06

미디어커뮤니케이션학과 졸업 예정

EXPERIENCE

교내

2023.10 - 2024.06

'크레센도' 광고 홍보 동아리 기획부장·랩장

교외

2024.10 - 2024.12

도와세움 디지털 마케팅 에센셜 코스 인턴 수료

2024.05 - 2024.06

정부광고크리에이티브공모전 '폐의약품 회수 우편 서비스'

2024.04 - 2024.05

KOSAC 대학생 광고대회 '안전한 사회 만들기'

2023.12 - 2024.03

도라에몽 전시회 서포터즈 1기 블로그 홍보 활동

2023.11 - 2024.12

제 8회 파크랜드 대학생 마케팅 공모전

2022.02 - 2024.10

미미관 침산점 주방장

CERTIFICATION

2024. 12

Google Analytics 과정 이수 및 취득

2024. 09

사회조사분석사 2급

2021.09

마케팅기획전문가 1급

2020. 05

1종보통 운전면허

SKILL

Google



Design tool



MS office



INDEX

01

.....4P

디지털 마케팅 효율 개선 프로젝트

프로젝트 개요

광고 소재 / 랜딩페이지 제작

광고 소재 채널 비교 테스트

랜딩페이지 리디렉션 테스트

SA 광고

META 광고

04

.....21P

네이버 스마트스토어 SA 집행

스마트스토어 운영, 상품 및 키워드 선정

파워링크 광고세팅 및 집행

쇼핑 검색 운영 및 효율개선

02

.....14P

닷슬래시대시 앱 마케팅 제안서

프로젝트 개요

앱 마케팅 운영전략 수립

디지털 플랫폼별 광고 시안 제작

05

.....25P

네이버 블로그 맞춤형 서포터즈

타겟 맞춤형 콘텐츠 게시물 작성

키워드 분석 및 결과 도출

03

.....18P

데이터 분석 도구 활용 능력

UTM / GA / GTM

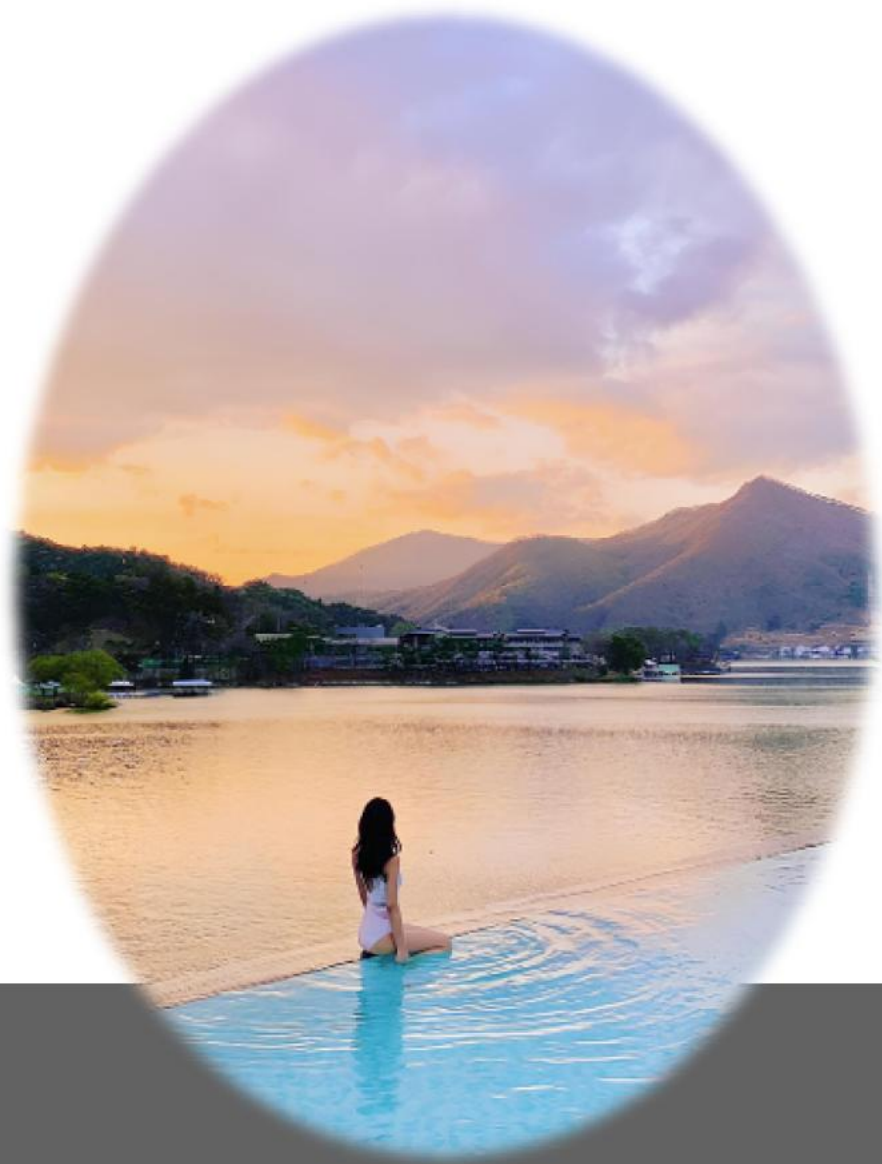
루커스튜디오 / SQL / VWO

디지털 마케팅 효율 개선 프로젝트

OVERVIEW

가평에 위치한 '스위티안 호텔' 마케팅 효율 개선 프로젝트 진행
시장 분석과 고객 분석을 통한 타겟 및 소구점 도출
상품 특성 및 소구점 기반으로 광고 소재 및 랜딩 페이지 기획
효율 비교 테스트와 성과 분석 통한 광고 소재 / 채널 / 랜딩페이지 최적화
분석 결과 통한 향후 마케팅 방향성 제안

기간	2024. 10 - 2024. 12
참여 인원	3인
기여도	33.3%



프로젝트 개요

시장분석을 통해 자사 제품의 차별점 및 문제점을 도출하고 디지털 마케팅 솔루션을 제안할 수 있습니다

📊 시장분석

코로나 이후 호텔 산업이 회복되며 **긍정적인 전망**
휴식 목적인 국내여행이 인기가 있고, **뷰에 대한 높은 선호도**
올 인클루시브가 인기가 있고, 호텔 내 다양한 호캉스 상품 등장

📊 타겟 선정

30대는 핵심 소비층이며, 적은 여행 제약 특징
휴식을 위한 국내여행 관심 고객층은 **30대 여성**
국내여행 중 의미 있는 경험은 30대 여성이 제일 많은 비중 차지
국내여행 일수 중 1박 2일의 30대 여성이 제일 많은 비중 차지

휴식(뷰) / 패키지(의미 있는 경험)에 대한 니즈와 수요 증가 추세 확보
시장 및 타겟 분석을 통해 30대 여성을 타겟으로 선정

📊 차별점 도출

모든 객실 및 시설에서 볼 수 있는 리버뷰
미운수 인피니티 풀과 레스토랑 2인 석식 세트 등의 패키지

자연경관을 즐기는 뷰, 다양한 혜택의 패키지 2가지 소구점 도출

📊 문제점 도출

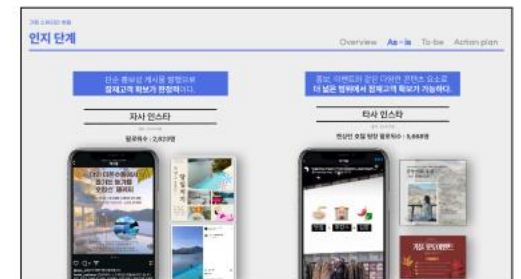
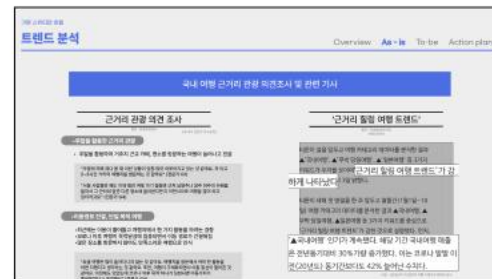
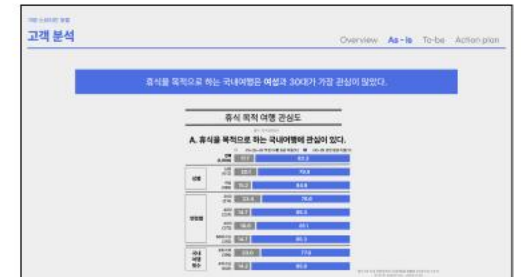
인지: 타겟 주 이용 채널 카카오 DA 광고 집행 필요
고려: 타겟 주 이용 채널 네이버 파워링크 광고 집행 필요
전환: 뷰 및 패키지를 강조하는 직관적인 랜딩페이지 부재



HOTEL SUITEIAN

전 객실 리버뷰와 365일 미운수 인피니티풀, 이테리 양식 레스토랑과 선상 카페 등을 한 번에 즐기는 가평 스위트안 호텔입니다.

- ▶ 위치: 경기도 가평 설악면 자잠로 229
- ▶ 방 보유 수: 27개
- ▶ 최소 가격: 190,000 (원)
- ▶ 시설: 인피니티풀, 레스토랑, 카페, 세미나, 라운지



광고 소재 / 랜딩페이지 제작

각 소구점을 바탕으로 타겟의 클릭을 유발할 광고 소재를 기획하고 제작할 수 있습니다

리뷰

타겟이 휴식을 취하기 위해 신경 쓰는 **뷰 소구점 강조**하여 소재 제작

리뷰 A

 뷰를 중요시 여기는 타겟에게 폴라로이드디자인을 활용하고 '뷰맛집'이라는 카피 사용

리뷰 B

 '나'라는 주체와 이미지를 사용하여 휴식을 원하는 타겟의 마음을 자극하는 카피 사용

패키지

올 인클루시브를 표현한 **패키지 내 다양한 혜택** 소구점을 강조하여 소재 제작

패키지 A

 호텔 전경 사진을 통해 한 곳에서 온전한 휴식을 누리고 싶은 '올 인클루시브'를 표현하며 핵심 키워드 '호캉스'와 '패키지'를 강조

패키지 B

 패키지 내 요소를 분할 이미지를 통해 직접적으로 제시하고, 폰트와 레이아웃을 통해 호텔 패키지의 의미 있는 경험을 원하는 타겟에게 소구

리뷰 A

리뷰 B



패키지 A

패키지 B



광고 소재 / 랜딩페이지 제작

타겟의 구매할 욕구를 자극할 만한 랜딩페이지를 기획하고 제작할 수 있습니다

📌 도출한 문제점을 기반으로 소구점을 강조하는 **직관적이고 소비전환을 일으킬 상세페이지** 제작



상단①: GIF를 통해 시각 정보를 효과적으로 전달하고
정보 습득 욕구 자극
상단②: 패키지 소개와 구체적 고객 사례 통해 공감 유도



중단: 중복된 객실 디자인이 많아 큰 카테고리 묶어
긴 랜딩페이지의 이탈 방지



하단: 부대시설 소개와 이용안내를 통해 세부 정보 전달

상단①

상단②

중단①

하단①





자세히 보기

스위티안 호캉스 PKG
객실 - 스위트(1박) / 객실 - 스위트(2박) / 객실 - 스위트(3박)

객실(1박) 객실을 위한 맞춤형 서비스 제공

인피니티풀(2인) 수영장과 인피니티풀을 함께 즐기세요

레스토랑(2인) 레스토랑에서 맛있는 식사를 즐기세요

패키지 예약 옵션 전화 TEL: 031-581-5300

BEST REVIEW

1년 만에 스위트한 재발견

방문리뷰

방문리뷰를 통해 고객님의 소중한 의견을 들려주세요

스위티안 호캉스 PKG

스위티안 호캉스 PKG

객실 - 스위트(1박) / 객실 - 스위트(2박) / 객실 - 스위트(3박)

객실(1박) 객실을 위한 맞춤형 서비스 제공

인피니티풀(2인) 수영장과 인피니티풀을 함께 즐기세요

레스토랑(2인) 레스토랑에서 맛있는 식사를 즐기세요

패키지 예약 옵션 전화 TEL: 031-581-5300

BEST REVIEW

1년 만에 스위트한 재발견

방문리뷰

방문리뷰를 통해 고객님의 소중한 의견을 들려주세요

스위티안 호캉스 PKG

스위티안 호캉스 PKG

객실 - 스위트(1박) / 객실 - 스위트(2박) / 객실 - 스위트(3박)

객실(1박) 객실을 위한 맞춤형 서비스 제공

인피니티풀(2인) 수영장과 인피니티풀을 함께 즐기세요

레스토랑(2인) 레스토랑에서 맛있는 식사를 즐기세요

패키지 예약 옵션 전화 TEL: 031-581-5300

BEST REVIEW

1년 만에 스위트한 재발견

방문리뷰

방문리뷰를 통해 고객님의 소중한 의견을 들려주세요

스위티안 호캉스 PKG

예약하기

객실 이용안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

예약안내

광고 소재 / 채널 비교 테스트_1차

소재 비교 테스트를 통해 고객 니즈에 맞는 효율적인 소구점 및 광고 소재를 도출 할 수 있습니다

OKR

Objective : 제품 인지도 증가 및 고효율 소재 선정

Key Result : CTR 0.9% 달성

(23년 3월 카카오모먼트 업종별 평균 지표 中 서비스 업종 CTR 수치 참고)

광고 세팅

채널 : 카카오 디스플레이 광고
일정 : 2024. 11. 23 / 00:00 – 23:59 (1일 간)
타겟 : 대한민국 / 2044 / 여성 / 모든 시간대
총 예산 : 40,000 원 (각 소재 당 1만 원)

고효율 소재



패키지 B

광고 성과 분석

카카오 모먼트 Google Analytics

소재	노출수	클릭수	CPC(W)	CTR(%)	사용자수(명)	세션수	예약하기 버튼클릭(회)
리버뷰 A	8,821	5	1,770	0.057	1	1	0
리버뷰 B	8,836	11	804	0.124	5	5	0
패키지 A	8,803	11	805	0.125	3	3	0
패키지 B	8,810	11	805	0.125	6	6	2

- 광고 성과 분석 결과, 패키지 A,B가 CTR 0.125%로 동일하게 확인
- GA 분석 결과, 패키지 B소재가 사용자 수 6명, 세션 수 6개, 버튼 클릭 2회가 발생

패키지 B 소재 타겟층 분석

연령대	비용(W)	노출수	클릭수	CTR(%)	CPC(W)
20-24	812	868	1	0.115	812
25-29	1,429	1,140	3	0.208	476
30-34	2,490	2,508	2	0.08	621
35-39	1,058	1,038	4	0.172	1,058
40-44	1,764	1,673	1	0.06	1,764

- 고효율소재의 성과 지표가 가장 높게 측정된 연령대는 30~34 연령이지만 타 연령대비 많은 비용이 소진되어 다소 제한된 성과
- 25~29 연령대는 다소 낮은 노출수 대비 높은 CTR 0.208수치를 기록

✓ 단, 위 내용은 1회의 실험 결과로 같은 경향이 유지되는지 다음 실험에서 재검토 필요

광고 소재 / 채널 비교 테스트_2차

소재 비교 테스트를 통해 고객 니즈에 맞는 효율적인 소구점 및 광고 소재를 도출 할 수 있습니다

OKR

Objective : 패키지 B 소재로 CPC가 낮은 고효율 채널 선정
Key Result : **CPC 805원 이하 내 채널 확보** (1차 테스트 패키지 B 소재 CPC 기준)

광고 세팅

채널 : 카카오 디스플레이 & 비즈보드 / 네이버 GFA / 구글 GDN
일정 : 2024. 12. 03 / 19:30 ~ 2024. 12. 04 / 23:59
타겟 : 대한민국 / 2044 여성 / 모든 시간대
총 예산 : 180,000 원 (매체 당 4만 5천원)

고효율 매체



고효율 매체 : 구글 GDN

매체 성과 분석

■ 매체별 데이터 ■ Google Analytics

소재	비용(W)	노출수	클릭수	CPC(W)	CTR(%)	사용자수(명)	세션수	평균참여시간(초)
카카오모먼트 DA	38,931	78,739	83	469	0.105	47	47	6
카카오모먼트 비즈보드	39,756	11,442	213	187	1.862	193	205	10
네이버 GFA	43,575	56,622	82	531	0.14	52	52	1
구글애즈 GDN	39,955	11,772	478	83	4.06	309	316	12



매체별 CPC비교시, CPC가 83원으로 가장 낮은 구글애즈 GDN 채널 효율이 가장 높은 것으로 확인

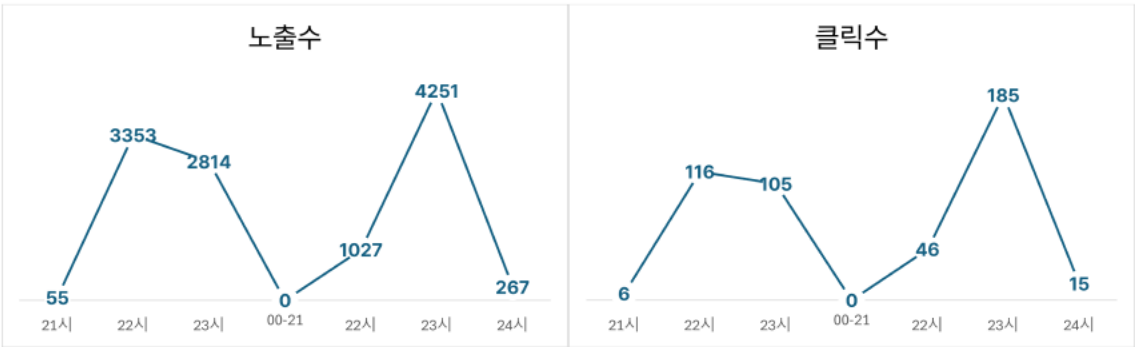
GDN 연령별 분석 데이터

연령	비용(W)	노출수	클릭수	CPC(W)	CTR(%)	CPM(W)
18-24	17,337	5,711	197	88	3.45%	3,036
25-34	7,798	2,954	98	80	3.32%	2,640
35-44	4,610	3,107	178	80	5.73%	14,324



- GDN의 연령별 데이터 분석 결과, 30대 구간에서 노출 및 클릭 반응이 집중적으로 발생
- 노출이 많은 연령 중 CTR과 CPC의 효율이 가장 좋았던 유저는 35~44연령으로 확인

GDN 시간대별 분석 데이터



- 18~24 시간대에서 노출량과 클릭수가 많은 시간대는 21시~24시
- 노출과 클릭수가 가장 높은 시간대는 22시~ 23시

랜딩 페이지 리디렉션 테스트_3차

랜딩 페이지의 스크롤 뎁스를 분석하여 이탈률이 높은 구간을 확인하고 향후 개선 방향을 제시할 수 있습니다

OKR

Objective : 랜딩페이지 개선을 위한 이벤트 발생률 증대

Key Result : [0 ~ 10%] 구간 전체 사용자 대비
잔존율 15% 초과 및 직전 대비 하락폭 85% 미만

광고 세팅

채널 : 구글 Ads GDN

일정 : 2024. 12. 06 / 00:00 - 2024. 12. 08 / 23:59 (2일 간)

타겟 : 대한민국 / 1844 / 여성 / 모든 시간대

총 예산 : 50,000 원

2차 광고 원본 페이지 스크롤 뎁스 분석 결과

스크롤 뎁스	사용자	직전 구간 대비 잔존율	직전 구간 대비 이탈률	전체 사용자 대비 잔존율	전체 사용자 대비 이탈률
0%	309			100%	0%
0-10%	47	15%	85%	15%	85%
10-25%	32	68%	32%	10%	90%
25-50%	26	81%	19%	8%	92%
50-75%	23	88%	12%	7%	93%
75-90	21	91%	9%	7%	93%

 [0~10%] 구간 전체 사용자 대비 잔존율 15%, 직전 대비 하락폭 85%이므로 수정 필요

원본 페이지 [0~10%] 구간 (변경 전)



[0~10%]구간 GIF 제외
광고 소재 동일 폰트로 수정
가독성 위한 디자인 수정



패키지 내용 더 상단에 배치

대안 페이지 [0~10%] 구간 (변경 후)



랜딩 페이지 리디렉션 테스트_3차

랜딩페이지의 스크롤 뎁스를 분석하여 이탈률이 높은 구간을 확인하고 향후 개선 방향을 제시할 수 있습니다

3차 광고 원본 페이지 스크롤 뎁스 분석 결과

스크롤 뎁스	사용자	직전 구간 대비 잔존율	직전구간 대비 이탈률	전체 사용자 대비 잔존율	전체 사용자 대비 잔존율
방문	91			100%	0%
0-10%	21	23%	77%	23%	77%
10-25%	16	76%	24%	18%	82%
25-50%	11	69%	31%	12%	88%
50-75%	11	100%	0%	12%	88%
75-90%	10	91%	9%	11%	89%

3차 광고 대안 페이지 스크롤 뎁스 분석 결과

스크롤 뎁스	사용자	직전 구간 대비 잔존율	직전구간 대비 이탈률	전체 사용자 대비 잔존율	전체 사용자 대비 잔존율
방문	85			100%	0%
0-10%	20	24%	76%	24%	76%
10-25%	17	85%	15%	20%	80%
25-50%	15	88%	12%	18%	82%
50-75%	15	100%	0%	18%	82%
75-90%	15	100%	0%	18%	82%

전체 사용자대비 잔존율 하락폭과 직전 구간대비 이탈률이 높았던 [0-10%] 구간 3차 원본 페이지의 [77%]에서 3차 대안페이지[76%]로 비교 결과 개선 되었다고 판단 불가

3차 광고 랜딩 페이지 세션 시간 및 이벤트 발생 비율 분석

분류	세션수	평균 세션 시간	총 이벤트 수	이벤트 발생률
원본 페이지	91	4	0	0%
대안 페이지	85	5	1	1.18%
		▲1초	▲1	1.18%

대안 페이지의 효율을 분석 했을때 평균 세션 시간이 1초 더 높아졌고 이벤트 발생률 원본페이지 0%에서 대안페이지 1.18%로 증가

✓ 종합적으로 고려하여 분석한 결과, 대안 페이지에서 큰 차이가 발생하지 않아 추후 재실험 필요

추후 개선 방안 예시



변경 사항

랜딩 페이지 [0%-10%] 구간의 이탈률을 줄이기 위해 후킹 포인트를 삽입하여 전환 가능성을 더 높이는 방향으로 추가 개선하여 진행

네이버 SA 광고 집행

그룹별 키워드 도출하여 네이버 SA를 집행 할 수 있으며, 입찰가 조정을 통해 광고 효율을 개선할 수 있습니다

OKR

Objective : 검색광고 집행을 통한 전환 증대 및 고효율 키워드 도출
Key Result : 각 그룹 당 전환 1회 이상 달성

광고 세팅

채널 : 네이버 파워링크(SA)
일정 : 2024. 12. 05 (00:00 - 23:59)
타겟 : 대한민국 / 전연령 / 모든 성별
총 예산 : 30,000 원 (숙박그룹 : 18,000 원, 여행그룹 : 12,000원)

키워드

키워드 : 숙박 및 여행 관련 키워드 中 네이버 키워드 도구
월간 예상 실적 100,000 원, 노출 수 ≥ 1,000, 평균 클릭 비용 ≤ 2,000 원
→ 키워드 55개 도출

키워드 광고 그룹 : 숙박 / 여행으로 구분
숙박 (26개) : 연말에 숙박을 예약하려고 검색하려는 사람들 타겟팅
여행 (29개) : 연말에 여행 가려는 사람들 타겟팅

집행 이미지

PC 소재 미리보기

바이컴을 · bysome.imweb.me (광고)

월링할 때는 가평 호캉스로 · 추운 겨울은 가평 호캉스로 · 커를 여행 최적화 호캉스

온수 인피니티 풀과 미식 레스토랑을 한번에 즐길 수 있어요, 전 객실 리뷰와 5성급 호텔 침구로

모바일 소재 미리보기

바이컴을 · bysome.imweb.me (광고)

월링할 때는 가평 호캉스로 · 추운 겨울은 가평 호캉스로 · 커를 여행 최적화 호캉스

온수 인피니티 풀과 미식 레스토랑을 한번에 즐길 수 있어요, 전 객실 리뷰와 5성급 호텔 침구로

PC 소재 미리보기

바이컴을 · bysome.imweb.me (광고)

가평 스위트안 호텔 패키지

전 객실 리뷰, 온수 인피니티 풀, 가평 맛집 1순위 레스토랑을 한 곳에서

모바일 소재 미리보기

바이컴을 · bysome.imweb.me (광고)

가평 스위트안 호텔 패키지

전 객실 리뷰, 온수 인피니티 풀, 가평 맛집 1순위 레스토랑을 한 곳에서

그룹별 광고 성과 분석

그룹명	노출수	클릭수	평균 노출 순위	CTR(%)	CPC(W)
숙박(26개)	1,566	17회	3.5위	1.09%	1,042 원
여행(29개)	793	11회	3.4위	1.39%	1,103 원

숙박 그룹은 여행 그룹에 비해 노출 수와 클릭 수가 많지만, CTR이 저조
소재 매력도 높이거나 노출 순위를 올린 후, 더 많은 예산을 배정 후 클릭 및 전환 유도 필요

키워드별 광고 성과 분석

그룹명	대표 키워드	노출수	평균 노출 순위	클릭수	CTR(%)	평균 CPC(W)
숙박(26개)	가평호텔 ▲	88	4.2	2	2.28	1,089
	국내유명호텔 ▼	35	2.4	1	2.86	1,518
	가평숙소추천 ▼	17	2.2	0	0	0

'가평호텔' 연관성이 높지만 노출 순위가 낮아 상향
'국내유명호텔' 정보성 키워드이며, CPC가 높아 하향
'가평숙소추천' 평균 노출 순위가 상단에 위치함에도 노출수가 낮기 때문에 하향

여행(29개)	가평놀거리 ▲	21	3.7	0	0	0
	경기도가평가볼만한곳 ▲	5	4	1	20	319
	주말가볼만한곳 ▼	4	2.5	0	0	0

가평놀거리, '경기도가볼만한곳' 연관성이 높지만, 평균 노출 순위가 낮아 상향
'주말가볼만한곳' 연관성이 높지 않고, 평균 노출 순위가 높음에도 노출이 되지 않기 때문에 하향

META 광고 집행

온드 미디어 콘텐츠 발행하고 게시물 참여를 목표로 인스타그램 광고를 집행 할 수 있습니다

OKR

Objective : 향후 리타겟팅 광고의 대상이 될 수 있는 고객 DB 확보
Key Result : 참여당 비용 100원

광고 세팅

캠페인 목표 : 참여
일정 : 2024. 12. 22 ~ 2024. 12. 23
게재 지면 : 인스타그램 피드, 탐색 탭, 릴스
타겟 : 대한민국 / 연령 18 ~ 54 / 여성
최적화 목표 : 게시물 참여
예산 : 총 예산 30,000 원

집행 이미지

새 타겟 만들기

저장된 타겟 사용

맛있는 타겟

기존 타겟 검색

제외 타겟 추가

* 위치

포함된 위치:

대한민국

연령

18 ~ 54

성별

여성

상세 타겟팅

모든 인구 통계학적 특성, 관심사 및 행동

연어

모든 연어

타겟 저장

맛조가령

맛조가령

가평 스위트안 레스토랑

경기도 가평군 설악면 자장로 229

가평 레스토랑 1동 1층

'스위티안 레스토랑' ... more

eats_gapyeong 가평 레스토랑 1동 1층

'스위티안 레스토랑'

높은 천장과 통창이 주는 개방감과

복합한 조명이 멋진 스위트안레스토랑!

#가평분위기가맛집

최근 새로운 헤드세프 영입으로 전메뉴가 리뉴얼 됐다고 해서 다녀

왔습니다!!

특히 스테이크, 파스타, ssa부 맛집으로도 유명한데요!!

#가평맛집

수제 토마토소스와 크림소스로 만든

매콤한 로제파스타도 엄청 맛있었구요!!

로제파스타 🍷 랍기는 기본, 안랩게, 다방게로 선택하실 수 있습니

다!

그러구 파스타를 제 원픽 중 하나인 그릴드한 소고기 갈비와 살짝

매콤한 간장크림소스로 통이가 가득한 맛을 느낄 수 있는

소살비 파스타가 진짜 진짜 너무 맛있습니다!!

강추드려요!! 🥰🥰🥰

특히 파스타 소스를 식전행이나 문턱문턱한 피자 도우, 스테이크에

백이 드시면

더 맛있게 즐기실 수 있어요! 🥰🥰 #먹집

또한 파스타 뿐만아니라 피자, 스테이크 둘다 굽기도 적절하고

너무너무 맛있었습니다!!

가평 스위트안 호텔 3층에 위치해있는 레스토랑이어서

연인, 가족분들과 스위트안 호텔스 패키지로 통해서 더 합리적인 가

격에 즐기실 수 있다고 하세요!!

📍 스위트안 호텔 3층

🕒 영업시간

사전 분석 기준

가평 스위트안 호텔 및 레스토랑의 전환 키워드를 블로그 리뷰 등으로 분석한 결과
가족, 연인 키워드 발굴, 메인 고객층 역시 **30여성**
위 내용을 바탕으로 우리의 상품을 구매하는 소비자에게 이익을 줄 수 있는
'뷰'와 '올인클루시브'를 이용하여 USP 전략을 사용

META 광고 성과 분석

구분	인스타그램				
연령	광고비용(W)	노출수	참여수	참여당 비용(W)	노출당 참여율(%)
18-24	1,960 원	625	24	82 원	3.84%
25-34	4,402 원	317	50	88 원	15.7%
35-44	10,736 원	483	115	93 원	23.8%
45-54	7,816 원	336	90	87 원	26.7%

45-54세 및 35-44세 두 연령층은 높은 참여율을 보여주고 있으며, 참여당 비용이 상대적으로 낮아 더 많은 광고 예산을 투입할 경우 높은 효과 기대 가능
노출 수가 적으나 참여율이 높으므로, 45-54세 및 35-44세를 타겟을 집중한
향후 광고를 통해 더 많은 고객 유치 가능

프로젝트 결과 및 방향 제안

데이터 결과를 분석하고 인사이트 도출하여 향후 마케팅 방향성을 제시할 수 있습니다

1차 소재 최적화 테스트

카카오 디스플레이
뷰 / 패키지 2가지 소구점
소구점 당 2개씩 총 4개 소재로
최적화 테스트 진행

광고 효율이 가장 높은 소재는
CTR이 가장 높은
'패키지' 소구점의 B-2 소재

2차 채널 최적화 테스트

카카오 디스플레이 & 비즈보드
구글 GDN / 네이버 GFA
4개 광고 채널을 통해
채널 최적화 테스트 진행

광고 효율이 가장 좋은 채널은
CPC가 가장 낮은
구글 GDN

3차 랜딩 페이지 최적화 테스트

스크롤 뎁스를 분석해
랜딩 페이지 개선
리디렉션 테스트를 통해
원본 / 대안 페이지 이탈률 비교

대안 페이지에서
큰 차이가 발생하지 않음

네이버 검색광고

조건에 맞는 키워드 추출 및 그룹핑
성과 분석 및 입찰가 조정을 통한
키워드 최적화

입찰가 조정을 통한
키워드별 적정 입찰가 확보
**'숙박' 그룹의 CTR이 가장 높았지만
전반적으로 클릭률이 저조**

META 광고

인스타그램 참여 유도형 게시물
기획 및 광고 집행을 통해
향후 리타겟팅 모수 확보

노출당 참여율이 높은
35-44, 45-54세 여성 타겟 확보

향후 방향성 제안

랜딩 페이지 0-10% 구간 이탈률 감소를 위해 추가적인 리디렉션 테스트 및 개선 필요

네이버 검색광고의 전환율 향상을 위해 전환 가능성 높은 키워드 추가 발굴, 키워드별 입찰가 조정과 2차 검색광고 집행 제안

인스타그램 온드 미디어는 35-44, 45-54세 여성 타겟의 관심을 높일 수 있는 콘텐츠와 이벤트를 기획하여 고효율 타겟의 DB 확보 가능

닷슬래시대시 앱 마케팅 솔루션 제안서

OVERVIEW

일상기록 중심 SNS 플랫폼 닷슬래시대시의 고객 유입을 위한 앱 마케팅 제안서 작성
시장분석과 고객분석을 통한 타겟 고객 및 소구점 도출
고객 여정별 운영 현황과 문제점 파악하여 솔루션 제안
마케팅 메시지에 맞는 광고 소재 기획 및 제작



기간	2024. 10 - 2024. 12
참여 인원	개인
기여도	100%

프로젝트 개요

시장분석과 채널 현황 분석을 통해 자사 제품의 차별점 및 문제점을 도출하고 앱 마케팅 솔루션을 제안할 수 있습니다

[🔍] 서비스 소개 및 선정 이유

닷슬래시대시는 일상 기록 SNS 플랫폼으로 영상 기록 시 **포인트 현금화** 기회 제공
일상 기록에 대한 관심을 늘어나고 있지만, 타 SNS 플랫폼 대비 규모 및 매출 상승폭 제한
→ 스위칭 마케팅을 통한 **신규 고객 유치 필요**

[🔍] 트렌드 분석

자기과시용으로 SNS를 이용하는 인구 **43%**
79%의 사람들은 '요즘 자기과시를 하는 유저가 많은 것 같다' 답변
2명 중 1명은 보여주기식 SNS의 피로감 등의 이유로 인해 **폐쇄형 SNS** 관심

[🔍] 고객 분석 및 타겟 설정

MZ세대 중에서 폐쇄형 SNS의 주 이용 고객인 **20대**로 선정
20대 주 이용 채널 : 인스타그램, 카카오톡

[🔍] 마케팅 메시지 도출

소셜 유입 비율이 낮기 때문에, SNS 마케팅을 활용하여
브랜드 인지도 및 사용자 참여 유도 필요

 경쟁사 분석 결과, 닷슬래시대시의 USP는 '추천 친구 취향매칭률'과 '리워드 시스템'

[🔍] '영상 기록하고 리워드 받자!'



[🔍] '카메라 덕후와 나의 매칭률은?'



앱 마케팅 운영 전략 수립

산업, 경쟁사 및 앱의 기능 및 장점 분석 / Funnel상 앱이 속한 위치 파악하여 목표 설정 / 다양한 타게팅 기법 통해 앱 마케팅 운영 전략을 수립할 수 있습니다



닷슬래시대시

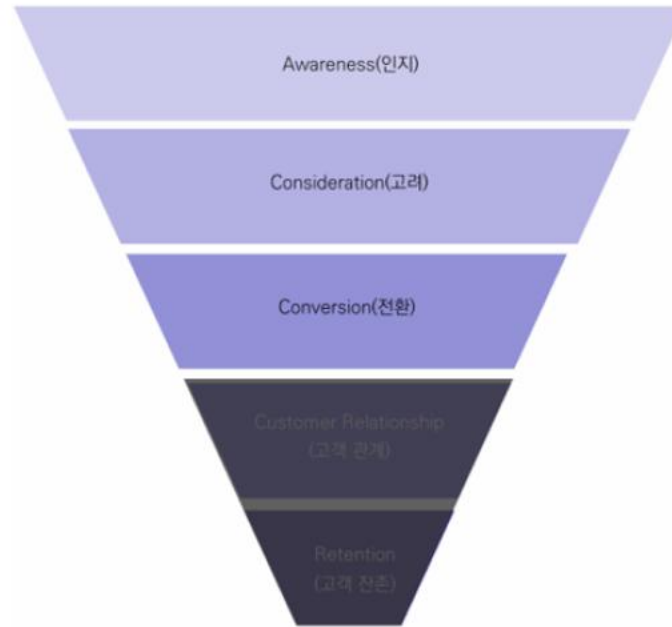
앱 마케팅 목표

1. 인스톨
 2. 주요 인앱 이벤트
- : 업로드, 상호작용 버튼 클릭, 포인트 전환

Analysis

1. 산업 : 응용 소프트웨어 개발 및 공급업
2. 경쟁사 : 네이버블로그, 비리얼, LG베테터 등
3. 앱 주요 기능 및 장점
 - 내향인을 위한 SNS 플랫폼
 - 이용자가 촬영한 영상을 업로드하면 필요한 기업이 브랜딩에 활용할 상품을 구매하고 해당 이용자에게 현금화 포인트 지급
 - 본인의 삶을 과시하는 보여주기식 콘텐츠가 아닌 자신의 삶의 방식이나 취향을 자연스럽게 올리는 콘텐츠

앱 마케팅 Funnel상 위치

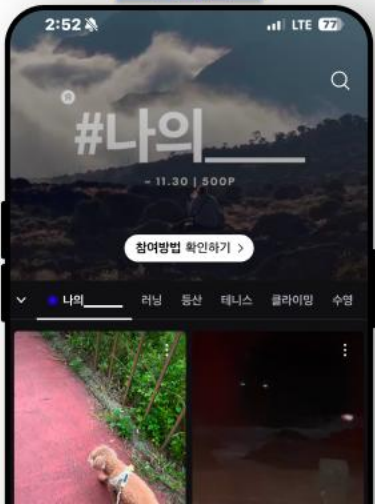


dot slash dash

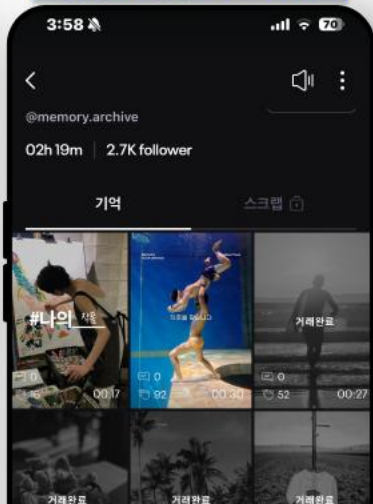
폐쇄형 SNS 앱 업계 내
닷슬래시대시가 차지하고 있는 포지션은

"하위 포지션"

앱 화면



영상 거래 및 포인트 지급



월간 활성 사용자 수(MAU) 23년 12월 2.3만 명에서
24년 12월 2,241명으로 지속 감소 중, 경쟁사 대비 부족하다고 판단

DA 광고 유입 0.24%, 브랜드 인지도가 낮거나 유저 유입이 원활하지 않다고 판단



유료 광고 채널을 활용하여 고객 인지를 강화하여 앱 인스톨 유도를 중심으로 고객을 전환 단계로 넘어갈 수 있도록 매력적인 콘텐츠 제작을 병행 필요 + 이후에 리타게팅 캠페인도 병행

앱 마케팅 운영 전략 수립

우리 앱만의 USP 및 소구 포인트 선정을 통해 소재 기획안을 작성하여 다양한 소재를 기획할 수 있으며, 다양한 매체의 광고 소재를 제작할 수 있습니다



닷슬래시대시

USP 및 소구포인트 선정

✓ KPI

- Main : 게시물 업로드
- Sub : 인스톨 / 포인트 리워드 출금계좌 등록

✓ USP 및 소구포인트

- 1) 추천 친구 취향 매칭률
- 라이프스타일 매칭률을 통한 추천 친구 시스템
- 2) 리워드 시스템
- 리워드 받을 수 있는 과정을 직관적으로 명시

소재 기획안

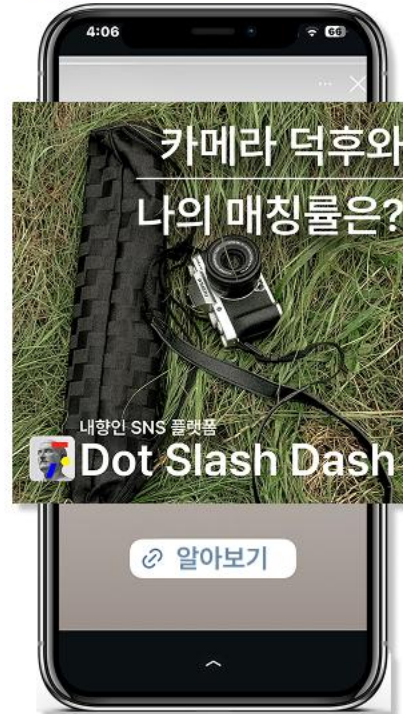
우리 캠페인(브랜드)만의 소재 기획 프로세스를 정립

USP 선정 : 캠페인 목표와 앱의 성격에 따라 매칭되는 USP 및 소구 POINT 선정

[USP 선정]

앱/KPI	USP	POINT
닷슬래시대시 게시물 업로드	추천 친구 취향 매칭률	다른 사람과 나의 라이프스타일 매칭률을 통한 추천 친구 기능 다양한 온라인 및 오프라인 이벤트 참여, 취향 공유하는 사람들과 소통과 리워드 기회
	리워드 시스템	이용자가 촬영한 영상을 업로드 하면 필요한 기업이 브랜드에 활용할 수 있음 구매하고 해당 이용자에게 현금화 포인트 지급 기업 브랜드에 자신의 영상 노출 기회 확보
	개인 맞춤형 대시보드	개인의 '레코드' 타임을 관리하고 볼 수 있는 자신만의 대시보드
		기존의 자극적이고 화려한 콘텐츠와는 다른 차별화된 기록을 통한 자기표현

소재 기획안 예시



[소재 기획안 1_메타]

USP: 추천 친구 취향 매칭률 - 라이프스타일 매칭률을 통한 추천 친구

소재형식 : 이미지(정방향)

[배경]

- 카피로 사용된 카메라와 관련된 이미지를 오브젝트로 사용

[문구]

- 특정 취미나 취향을 공유할 수 있는 매칭 시스템을 보유한 SNS 플랫폼이 있음을 간접적으로 알림



[소재 기획안 2_카카오 DA]

USP: 리워드 시스템 - 게시물 업로드 시 브랜딩 통한 현금화 리워드

소재형식 : 이미지(가로 16:9)

[배경]

- 어플의 사용 과정을 직관적인 이미지를 통해 보여줌

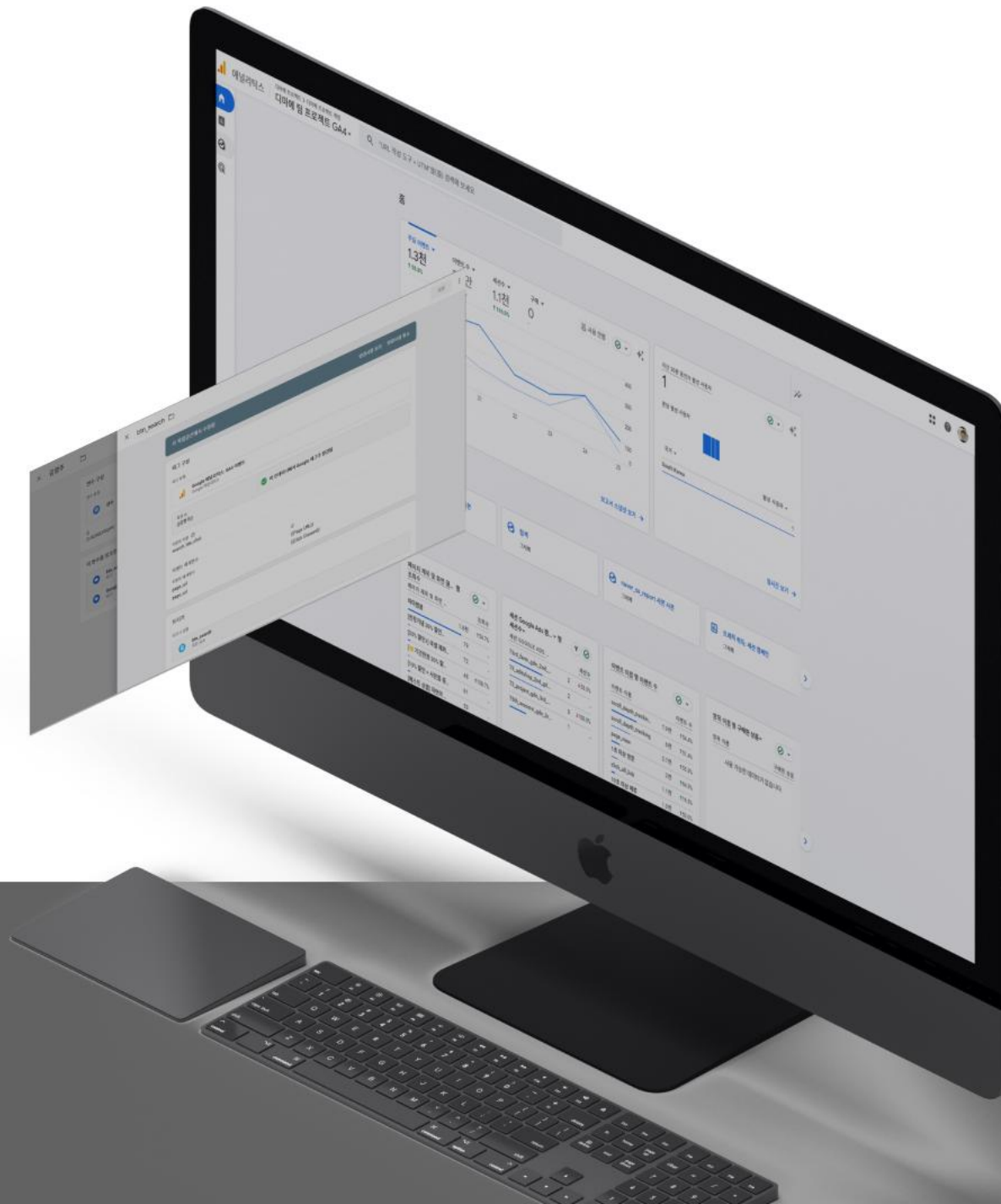
[문구]

- 혜택의 방법을 직관적인 행동 제시를 하여 참여 유도

데이터 분석 도구 활용 능력

OVERVIEW

디지털 마케팅 분석 도구 UTM / GA / GTM 활용하여 광고 데이터 수집 및 분석
분석결과에 따라 광고 내용 개선을 통해 효율 극대화



기간	2024. 10 - 2024. 12
참여 인원	개인
기여도	100%

UTM / GA / GTM

UTM과 bit.ly를 생성해 데이터 추적에 활용할 수 있으며, GA와 GTM을 통해 성과 데이터를 분석할 수 있습니다

UTM 생성

- URL Builder 사용하여 UTM 생성
- 광고 세팅 시 UTM 활용하여 GA에서 광고 데이터 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 *

The full website URL (e.g. https://www.example.com)

campaign ID

The ads campaign id.

campaign source *

The referrer (e.g. google, newsletter)

campaign medium *

Marketing medium (e.g. cpc, banner, email)

campaign name *

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

Use to differentiate ads

URL Builder

generated URL

https://bysome.imweb.me/99?utm_source=kakao&utm_medium=display&utm_campaign=74th_hotel_kakao_package_2040w_2nd_241204&utm_content=74_hotel_2nd

bit.ly 생성

구글 애널리틱스 (GA4)

- 획득 보고서 활용하여 세션시간, 이탈률 등 이벤트 데이터 확인
- 탐색 보고서 활용하여 스크롤덱스와 같은 랜딩페이지 성과분석
- 데이터 분석하여 문제점을 찾고 효율 개선 방향 제시

웹 사이트 캠페인	총 사용자	세션수	이탈률	웹 사이트당 평균 참여 시간	이벤트 수 모든 이벤트
합계	631	654	43.88%	12초	5,640
74_241203_traffic_display_hotel_2nd	309	318	45.11%	12초	2,418
74th_hotel_kakao_package_2040w_2nd_241204	240	252	36.9%	9초	2,350
74th_hotel_naver_package_2040w_2nd_241204	52	52	69.23%	1초	295
74th_hotel_naver_sa_kakao	20	21	4.76%	52초	385
74th_hotel_naver_sa_nip	10	10	40%	35초	112

GA4 보고서 - 획득

웹 사이트 캠페인	이벤트 이름	event_action	세션수	평균 세션 시간	이탈률
총계			156	0초	18.59%
			총계 대비 95.89%	평균 대비 +2.21%	평균 대비 +3.21%
1	74th_hotel_kakao_package_2040w_2nd_241204	scroll_depth_tracking	155	0초	18.06%
2	74th_hotel_kakao_package_2040w_2nd_241204	scroll_depth_tracking	132	0초	9.85%
3	74th_hotel_kakao_package_2040w_2nd_241204	scroll_depth_tracking	66	0초	4.55%
4	74th_hotel_kakao_package_2040w_2nd_241204	scroll_depth_tracking	50	0초	4%
5	74th_hotel_kakao_package_2040w_2nd_241204	scroll_depth_tracking	40	0초	2.5%

GA4 탐색 - 스크롤덱스

구글 태그매니저 (GTM)

- HTML에 헤드/바디 태깅하여 GA와 연동
- 특정 행동에 대한 트리거/태그 생성하여 이벤트 데이터 확인

```
<!-- DOCTYPE html -->
<html lang="ko">
<head>
<!-- Google Tag Manager -->
<script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push({'gtm.start':
  new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],
  j=d.createElement(s),dl=l!='dataLayer'?'&l='+l:'';j.async=true;j.src=
  'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;f.parentNode.insertBefore(j,f);
})(window,document,'script','dataLayer','GTM-WTRD0M4C');
<!-- End Google Tag Manager -->
```

GTM 코드 헤드 태그

태그 구성

태그 유형

Google 애널리틱스: GA4 이벤트

Google 애널리틱스

목적 ID
([값명주])

이벤트 이름
search_btn_click

이벤트 매개변수

이벤트 매개변수

page_url
page_url

로
((Page URL))
((Click Classes))

트리거

프로그래밍

btn_search
또는 요소

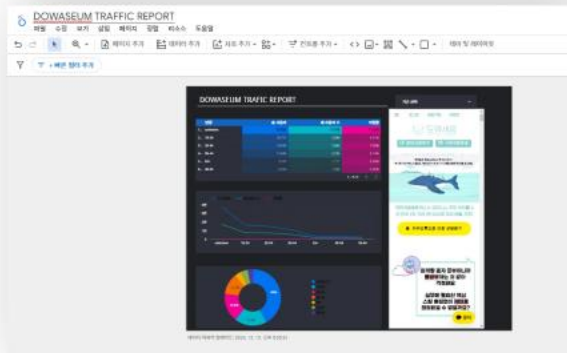
GTM 태그 / 트리거

루커스튜디오 / SQL / VWO

루커스튜디오를 통해 데이터 리터러시 역량을 가지며, 다량의 데이터 수집 및 추출을 위해 SQL을 비기너 수준으로 사용, VWO로 A/B 테스트를 할 수 있습니다

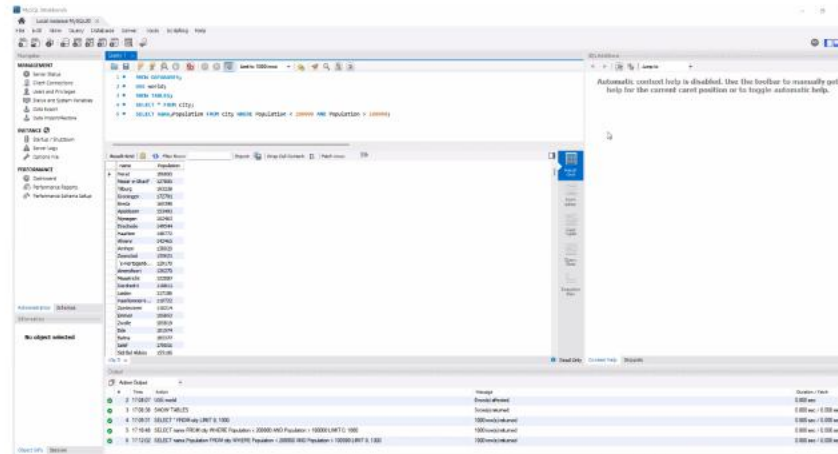
루커스튜디오

- GA를 연결하여 기준에 따른 항목을 통해 데이터를 수집, 분석, 시각화



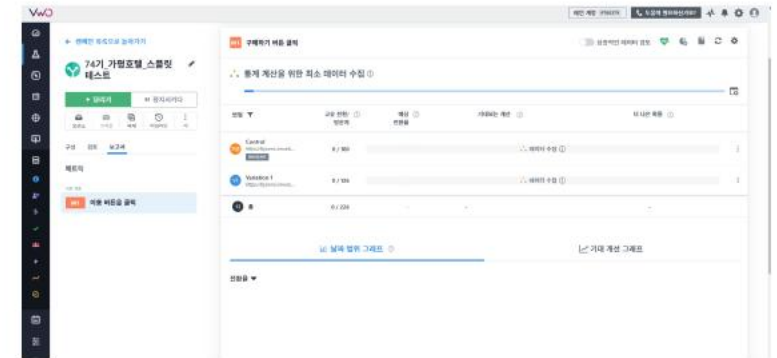
SQL

- MySQL 프로그램 활용하여 분석에 필요한 데이터만 조회 / 선택
- 쿼리문(SELECT, WHERE, ORDERBY 등) 작성하여 데이터 추출



VWO

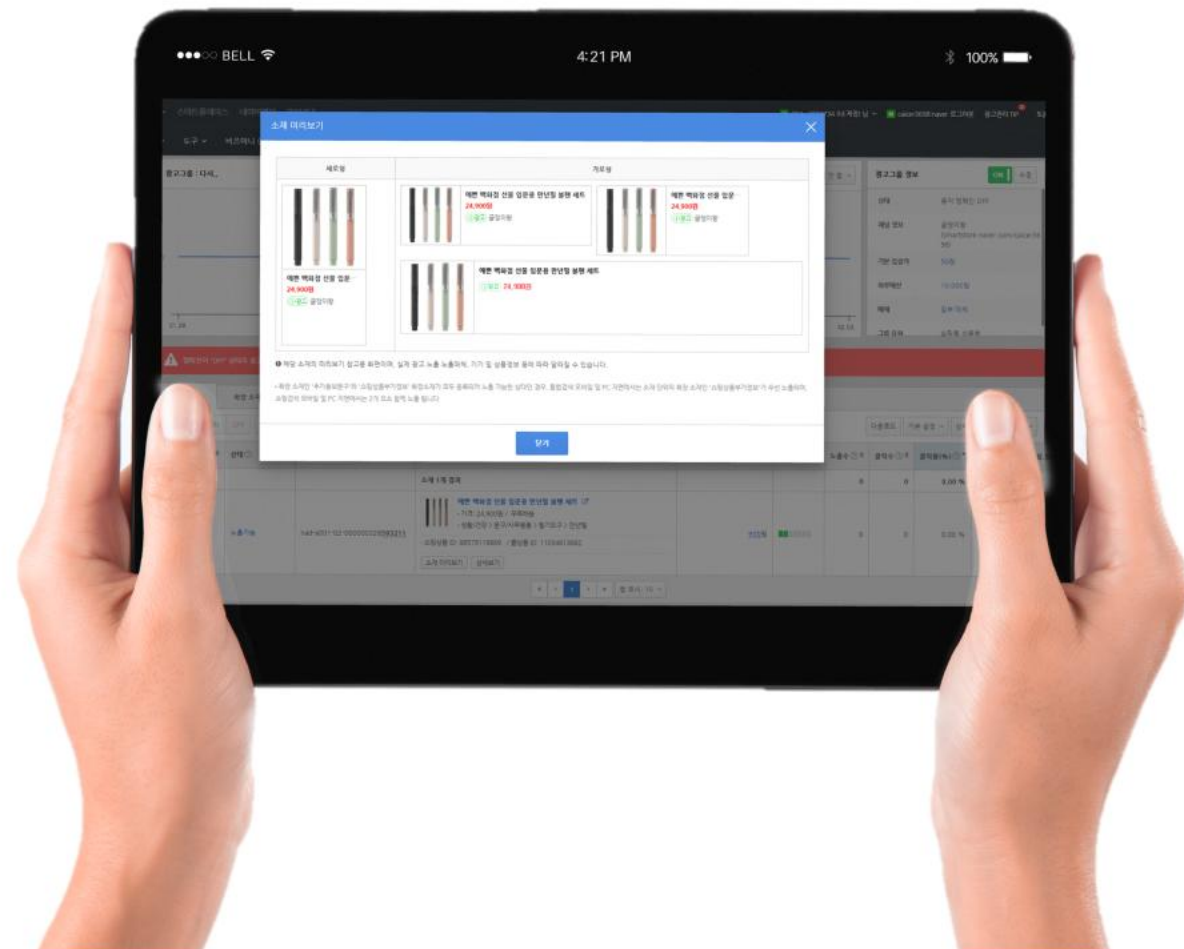
- 이탈 개선을 통해 전환 증대를 위한 효율적 마케팅
- 데이터 기반 UI 개선을 통해 웹&앱 페이지의 A/B 테스트
- 가장 전환 가능성이 높은 인터페이스 구성 확인



네이버 스마트스토어 SA 집행

OVERVIEW

상품선정 및 키워드 도출
네이버 파워링크 도출
네이버 쇼핑 검색 광고



기간	2024. 10 - 2024. 12
참여 인원	개인
기여도	100%

상품명 선정 및 상품 등록

키워드 분석을 통해 상품명을 선정하고, 스마트 스토어에 상품을 등록할 수 있습니다

상품 및 상품명 선정

- 아이템 스카우트 키워드 분석 활용하여 검색량과 경쟁강도 확인
PC, 모바일 각 광고 단가 1,000원 이하 상품으로 선정
- 아이보스 키워드 조합기 사용하여 상품명 키워드 선정

1.	A	B	C	D	E	F	G
키워드	PC 광고 단가	모바일 광고 단가	PC 검색	모바일 검색	증 검색수	상품수	
2. 연신필	1790	390	8170	30700	30270	890368	
3. 자이로연필	3610	530	3230	12800	16010	47380	
4. 필기7m200	230	70	1190	4320	5420	3342	
5. 물방울만년필	610	350	2770	13200	15970	6731	
6. 자이로연필	1130	380	1280	5040	6300	50776	
7. 세밀화만년필	180	70	680	3140	3620	21686	
8. 물방울만년필	70	70	610	3110	3620	4070	
9. 자이로2000	330	70	800	2280	3080	4554	
10. 필기7m200	280	70	400	1800	2250	1254	
11. 자이로2000	430	70	430	1800	2210	158	
12. 자이로2000만년필	2170	70	620	2690	2710	18299	
13. 자이로2000	200	70	500	2100	2600	14087	
14. 자이로2000	70	70	890	2300	3190	346	
15. 필기7m200	100	70	630	2540	3130	1326	
16. 자이로2000만년필	300	70	260	1290	1550	1681	
17. 자이로2000만년필	330	70	870	3430	4300	39915	
18. 물방울만년필	90	70	590	2570	3160	1513	
19. 자이로2000만년필	200	70	520	1730	2250	1384	
20. 자이로2000	820	70	690	2650	3340	51962	
21. 연신필과부작	330	70	250	900	1150	20261	
22. 물방울만년필	380	70	510	1870	2380	16371	
23. 물방울만년필	1090	70	630	2560	3190	24080	
24. 물방울만년필	120	70	270	820	1060	3305	
25. 물방울만년필	460	70	520	2070	2590	10819	
26. 물방울만년필	330	70	370	1470	1840	10336	
27. 물방울만년필	70	70	190	1570	1760	238	
28. 연신필과부작	370	70	930	3820	5070	1220	
29. 연신필과부작	930	70					
30. 연신필과부작	70	70					

아이템 스카우트 - 아이템 발굴

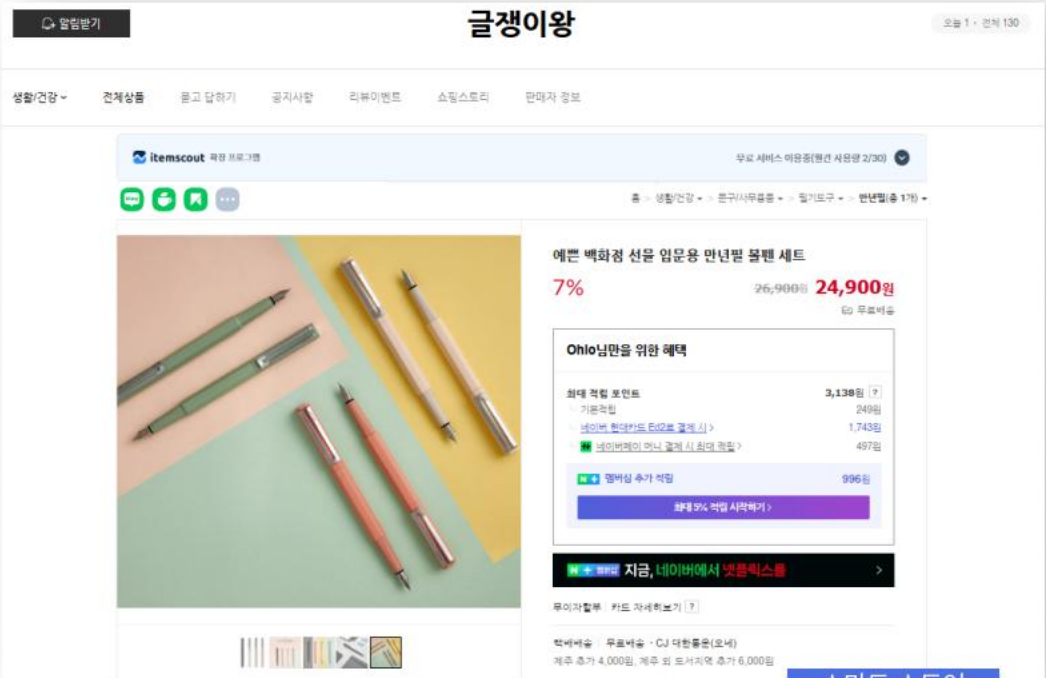
키워드1	키워드2	키워드3	키워드4
수제	승진선물	사이드	만년필
예쁜	필기감	편안함	
고급	임문용		
가성비	선물용		
좋은			
편한			
귀여운			
대형			

수제만년필
예쁜만년필
고급만년필
가성비만년필
좋은만년필
편한만년필
귀여운만년필
데일리만년필
승진선물만년필
필기감만년필
임문용만년필
선물용만년필

아이보스 키워드 조합기

상품 등록

- 네이버 스마트 스토어 '글쟁이왕' 개설
- B2B 전문 '도매꾹'을 통해 위탁 판매 형식으로 운영
- 네이버 SEO 가이드에 맞춰 상품 등록



스마트 스토어

키워드와 소재를 등록하고, 입찰가를 조정하여 파워링크를 상단에 노출시킬 수 있습니다.

- 입찰가를 조정하여 파워링크를 상단에 노출

키워드 현황

- 키워드 삽입 가능 및 확장소재 활용하여 주목도 향상
- 노출 제한 매체 활용하여 품질지수 하락 방지

확장소재 등록

노출 제한 매체 설정

- 파워링크 상단 노출 확보 위한 입찰가 조정 및 소재 확인

입찰가 조정 후 소재 확인

입찰가 조정

노출 제한 매체 설정

성과 분석을 통해 키워드를 그룹핑하고, 그룹별 입찰가를 조정하여 효율적으로 관리할 수 있습니다.

- 입찰가를 조정하여 파워링크를 상단에 노출
- 노출 제한 매체 활용하여 품질지수 하락 방지



- 다차원 보고서로 성과 데이터 조회
- 효율에 따라 효율/서브/메인/세부 키워드 그룹핑

키워드 그룹핑

- 전환 : 전환 발생 키워드 → 최상단 노출
- 효율 : 1페이지 내 노출 및 노출수 100 이상 → 유지
- 서브 : 2-3페이지 내 노출 → 상향
- 메인 : 4페이지 이후 노출 → 대폭 상향
- 세부 : 1페이지 내 노출수 100 미만 → 유지 또는 감액

- 광고 그룹 재설정 / 제외 키워드 등록
- 그룹별 입찰가 조정



네이버 블로그 맞춤형 서포터즈 활동

OVERVIEW

고객분석 및 타겟 선정
채널 선정

기간	2023. 12 - 2024. 01
참여 인원	개인
기여도	100%



네이버 블로그 맞춤형 서포터즈 활동

수집한 자료를 토대로 채널 특성을 파악하여 그에 맞는 콘텐츠를 발행할 수 있습니다

성과

게시물 발행수 : 5개
누적 조회수 : 603회

What i did

- 블로그 주제 선정
- 키워드 활용 가능
- 타겟 맞춤형 글 작성

Discover

고객 분석 및 타겟 선정

온라인 티켓 구매 사이트 내 리뷰를 통해 '아이', '가족', '연인' 키워드 언급 다수 발견
현장 직원을 통해 여성 고객이 제일 많은 것을 확인

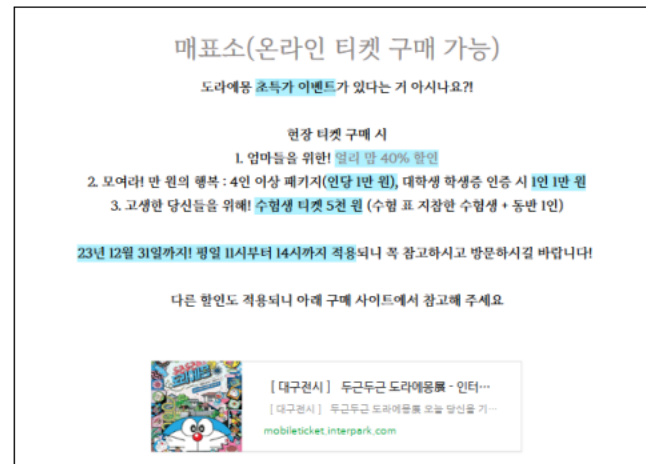
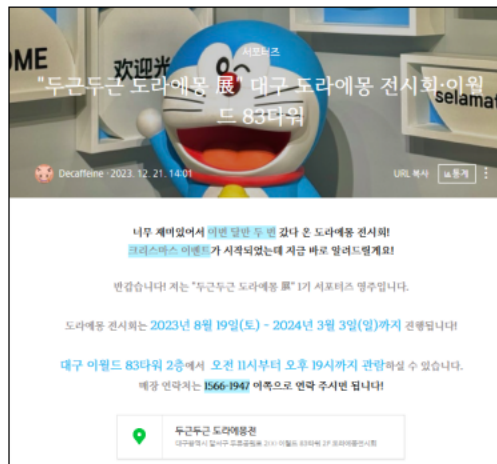
→ 메인 타겟 **3040여성**, 서브 타겟 **2030여성**으로 선정

채널 선정

2040세대가 주로 사용하는 SNS는 인스타그램, 네이버 블로그 등
모바일인덱스를 통해 2040세대 여성이 주로 사용하는 정보성 채널은 네이버 블로그로 확인
네이버 블로그는 인스타그램보다 상세한 정보전달 및 티켓 구매 링크 삽입이 용이한 점 확인

→ **네이버 블로그** 선정

작성 콘텐츠



네이버 뷰검색_모바일	35%
대구 도라에몽 전시회	7.50%
이월드 도라에몽	5%
83타워 도라에몽	2.50%
대구 도라에몽 전시회 4인할인	2.50%

- ☐ 도라에몽 전시회 홍보 콘텐츠 작성
- ☐ 전시회 위치
- ☐ 할인 및 티켓 구매 링크
- ☐ 키워드 활용

위치와 관련된 키워드 언급 다수 발견 및 가족 단위 등의 키워드 언급 발견

→ 추가 실험 시 가족 및 위치와 관련된 키워드를 집중적으로 작성 필요 확인

깊이 있는 시각과 예리한 통찰력으로
예지솔루션과 함께 새로운 기회를 찾아갈

김영주입니다.
감사합니다.