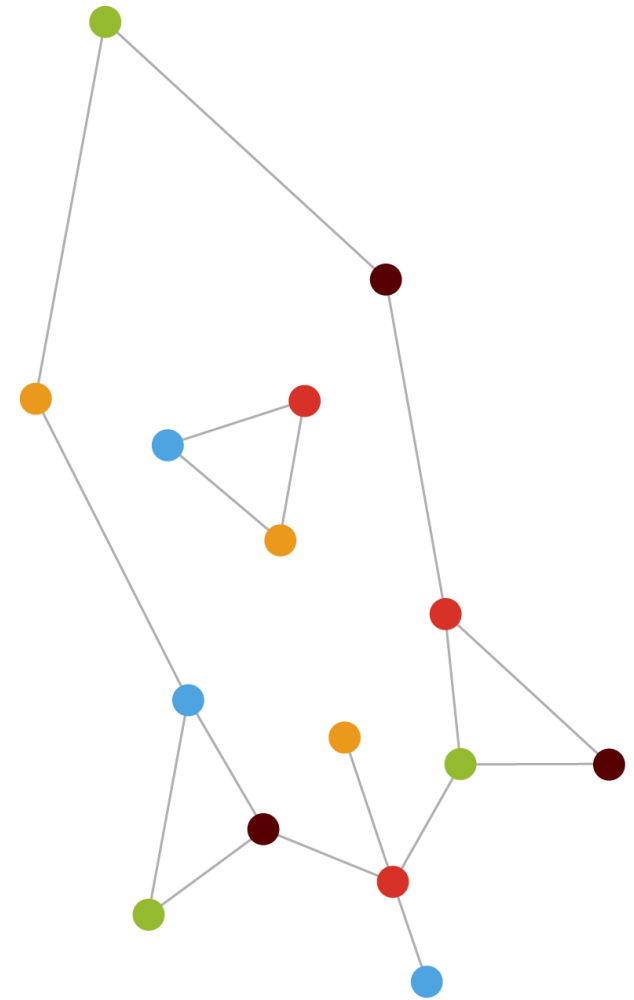


쿠팡 상품광고

수동 성과형 광고

운영가이드



더욱 정교해진 상품광고 '효율'도 확 달라집니다

수동 성과형 광고 출시

01

광고그룹 추가

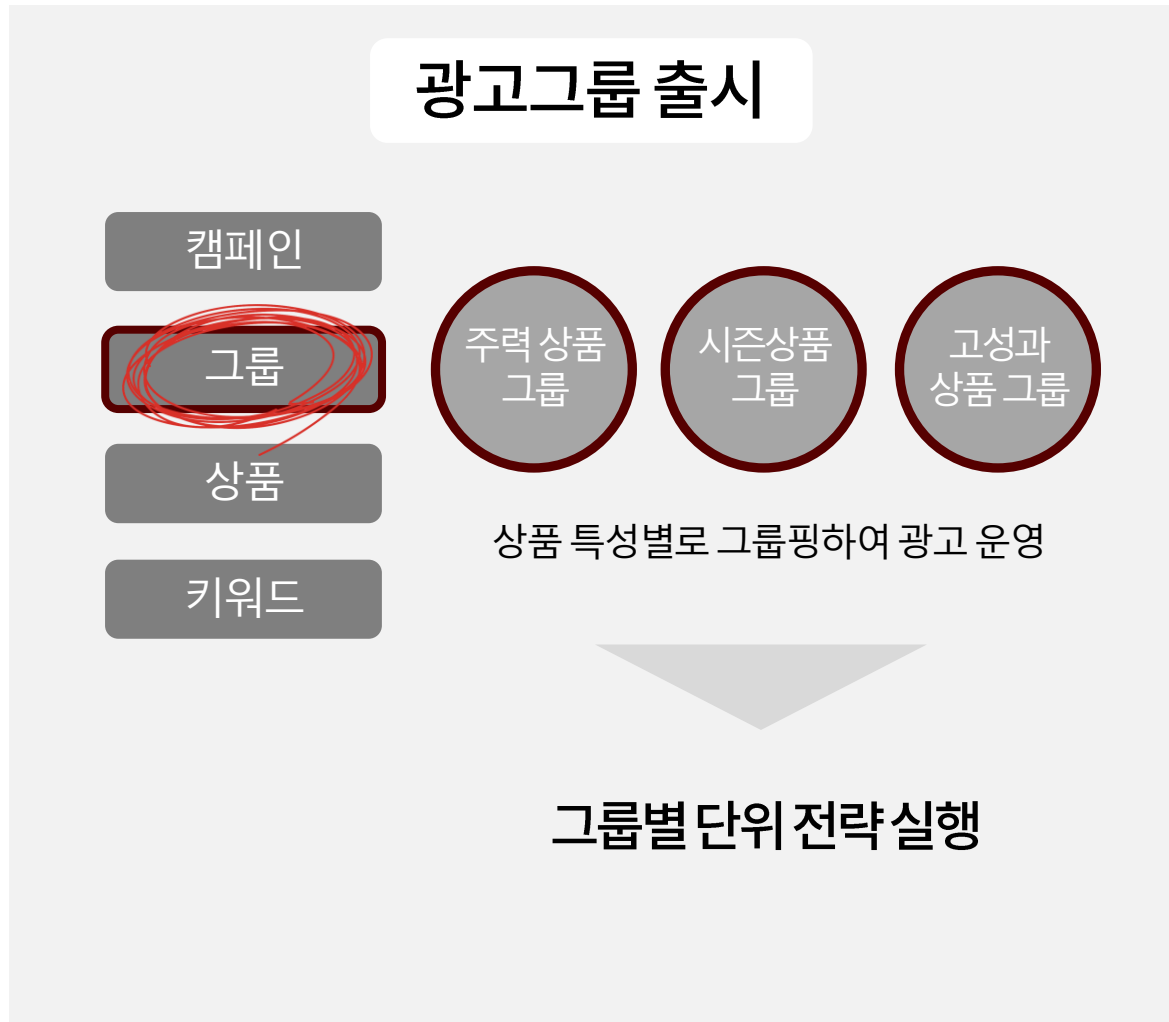
02

키워드 단위 입찰

03

비검색영역 입찰

1. 광고그룹으로 보다 세부적인 광고 운영이 가능합니다



2. 키워드별 입찰가 설정으로 효율이 확 달라집니다

기존의 상품광고

마스크
황사 마스크
미세먼지 마스크
kf94
유아용 마스크

**일괄
500원**

캠페인 내 입찰가 일괄 설정만 가능

수동 성과형 광고

마스크	800원
코로나 마스크	500원
코로나마스크 kf94	100원
유아용 마스크	제외

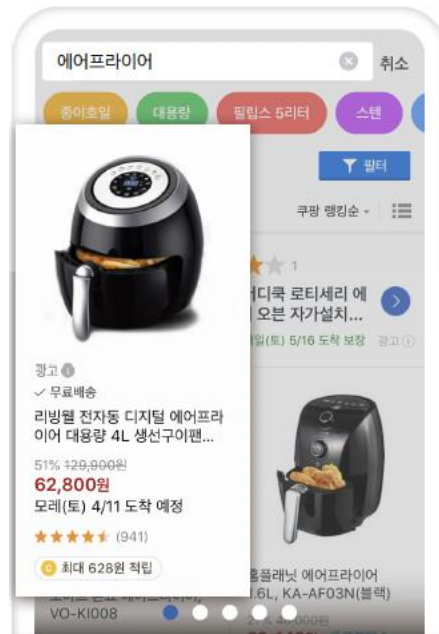
키워드 별 입찰가 / 스마트 타겟팅 제외 키워드* 설정 가능

*스마트타겟팅 설정 후 1일 이후 키워드 보기가 가능하므로 등록 1일 이후부터 보고서에서 노출 키워드 내역을 확인 후에 키워드 제외 가능합니다.

3. 검색/비검색 영역 각각 입찰가를 입력할 수 있습니다

검색영역

검색결과페이지



350 원

제안입찰가: **350** 원

비검색영역

메인 / 상품 / 카테고리 페이지 등



120 원

제안입찰가: **120** 원

검색/비검색영역 입찰가

검색영역 /
비검색영역 입찰가를
이제 따로 입력할 수 있습니다

제안입찰가* 기능

입찰가를 얼마로 입력하면 좋을까요?
이제 제안입찰가 기능을 통해,
키워드별, 비검색영역에 적정 입찰가를
입력할 수 있습니다.

* 새로운 광고주라도 기존의 키워드 데이터를 이용해 제안입찰가 지원됩니다.
그러나 등록 키워드가 최초 키워드일 경우 제안입찰가 미표기 될 수 있으며 키워드
등록 1일 후에 제안입찰가 확인 가능합니다.

수동 성과형 광고 운영가이드



1. 수동 성과형 광고 이해하기
2. 광고 등록 하기
3. 광고 성과 확인하기
4. 광고 수정하기
5. FAQ

수동 성과형 광고 운영가이드

1. 광고 이해하기

2. 광고 등록

3. 성과 확인

4. 광고 수정

5. FAQ

1. 수동 성과형 광고 이해하기

수동 성과형 광고 변경 내용

항목	기존 상품광고	수동 성과형 광고
캠페인 구조	캠페인 - 상품 - 키워드	캠페인 - 그룹 - 상품 - 키워드
키워드 타겟팅 선택	캠페인 레벨에서 스마트타겟팅 or 수동 중 선택	상품 레벨에서 스마트타겟팅 & 수동 동시 설정 가능
키워드별 입찰가 설정	불가 (캠페인 단위로 1회만 설정 가능)	가능 (키워드 별로 설정 가능)
검색/비검색 입찰가 설정	불가	가능
제외 키워드 설정	불가	가능

1.1 수동 성과형 광고 구조



하나의 광고그룹 내
스마트타겟팅 + 수동키워드
동시 활용 가능

스마트 타겟팅

쿠팡이 자동으로 노출시켜주는 키워드 활용

수동 키워드

희망 키워드 직접 추가 운영

제외 키워드

비노출 희망 시 제외 키워드로 노출 제외 가능

1.2 입찰가 적용 방식

수동 성과형 광고 입찰가 적용 방식 (예시)

검색영역

스마트타겟팅입찰가: 500원

스마트 타겟팅으로 자동 노출되는 키워드 입찰 시 → 500 원 으로 입찰 참여

수동 키워드입찰가: 300원

직접 등록한 수동 키워드 '코로나' 입찰 시 → 300 원 으로 입찰 참여

제외키워드입력: '유아용마스크'

'유아용 마스크' 검색 시 → 입찰 제외

비검색영역

비검색영역입찰가: 120원

메인 페이지 추천 시 → 120 원 적용

입찰가를 최대 3번 입력하며,
검색영역의 경우 스마트타겟팅입찰가보다 수동 키워드 입찰가가 우선 적용됩니다.

*상품광고 낙찰기준: 실시간 입찰 시 판매자가 입력한 입찰가 이외에도 광고 적합도와 인기도 등을 종합 반영하여 낙찰 상품이 정해집니다.

1.3 입찰가를 활용한 광고 최적화

광고 최적화 예시 - 효율 개선 목적

최소 2~4주 집행 후 리포트 내 키워드별 성과 분석

키워드	노출	클릭	...	전환율
키워드 A		74		10.8%
제외 ← 키워드 B		8		8%
키워드 C		37		7.2%
·				
·				
키워드 Z		15		0.3%

- 광고 집행 데이터 중 전체 키워드를 전환율 순으로 정렬
- 성과 판단이 어려운 클릭수 30 미만 제외 (키워드 B)
- 고성과 / 저성과 키워드 선별

* 광고 목표에 따라 노출, 클릭 기준으로 최적화할 수 있음

광고 전략에 따른 광고 최적화 옵션

- ✓ 검색영역노출강화시 → 스마트타겟팅, 수동 키워드 입찰가 ↑
- ✓ 비검색영역노출강화시 → 비검색영역 입찰가 ↑
- ✓ 고성과 키워드노출강화시 → 수동 키워드 입찰가 ↑, 예산 집중
- ✓ 저성과 키워드 관리시 → 수동 키워드 입찰가 ↓, 제외 키워드 등록

**키워드 및 지면 최적화로 인한
광고 효율 상승을 기대할 수 있습니다!**

수동 성과형 광고 운영가이드

1. 광고 이해하기

2. 광고 등록

3. 성과 확인

4. 광고 수정

5. FAQ

2. 광고 등록하기

광고 등록 프로세스

STEP 1

캠페인 설정

1. 예산 / 기간 설정

STEP 2

광고 상품 선택

1. 광고 그룹 설정
2. 등록 상품 중 선택

STEP 3

광고유형 설정

1. 키워드타겟팅선택
2. 키워드입찰가입력
3. 키워드제외/추가선택
4. 비검색영역입찰가입력

수동 성과형 광고

2.1 캠페인 설정 : 광고 캠페인 이름, 예산, 광고 기간을 설정합니다.



광고등록 광고 도움말 | 광고알림

1 캠페인 설정
2 광고상품 설정
3 광고목표 설정

STEP 01
캠페인 설정

캠페인 이름 ① 0/30자

탄력 일예산 설정 ② NEW

하루 얼마씩 사용하시겠어요?
 고객 유입이 많은 날에 입력한 값의 최대 1.2배까지 유연하게 활용합니다.

원

[더 알아보기 >](#)

입력값

₩ 10,000원

1,000원 미사용

고객 유입 적은날

1,000원 미사용

고객 유입 적은날

1,000원

1,000원

10,000원

고객 유입 많은날

* 광고비가 더 많이 청구되는게 걱정되시나요?
 광고비 초과 없이, 미사용 금액만 활용합니다.

기간 설정 ③ 종료일 없음 특정 기간

~

특정 기간 없이 꾸준히 집행하고 싶은 경우 '종료일 없음'을, 특정 기간 집행하고 싶은 경우 '특정 기간'을 선택합니다.

> 고급 옵션

- ① 캠페인 이름**

 - 캠페인 목록을 관리하기 위한 이름을 입력해 주세요.
 - 30자 이내 입력
- ② 탄력 일예산 설정**

 - 광고에 사용할 일 예산을 입력해 주세요.
 - 미소진 광고비를 예산이 부족한 날에 사용할 수 있도록 탄력적으로 운영 됩니다.
 - 예산은 최소 1만 원부터 최대 10억 원까지 입력 가능합니다.
 - ▶ **캠페인별 예산은 최소 3만원 이상을 권장합니다.**
- ③ 캠페인 기간**

 - 광고 기간을 설정합니다.
 - 종료일 없음 : 광고를 중지하기 전까지 꾸준히 광고가 노출됩니다.
 - 특정 기간 : 프로모션 등 광고 기간이 정해져 있는 경우 사용하세요.

2.2 광고상품 설정 : 광고로 노출할 상품을 조회/선택합니다.



STEP 02
광고상품 설정

광고그룹 이름 (1) 5월 탄산음료 기획전 5/30자
그룹 내 등록할 상품을 대표하는 이름을 입력하면 좋습니다.

등록가능 상품 20 (A) 광고효율UP

선택한 상품 3 (B) 중복광고중

일반등록 대량등록 상품명 (2) 을 검색해보세요. Q

상품명, 노출상품 ID, 옵션 ID (3)

상품효율지수 (C) 최소 권장

상품이 충분히 추가되었어요

- 오렌지레몬향 탄산음료 ID : 3008653416
- 애플키위향 탄산음료 ID : 3008653417 • **중복광고중** 2020 시그니처... 2개 더보기
- 아이스베리향 탄산음료 ID : 3008653418

4가지마 호화 탄산음료

A **광고효율 UP**

고객의 구매패턴을 분석하여 판매 상품 중, 광고 진행 시 구매 효율이 높을 것으로 예상되는 상품을 추천해 드립니다.

B **중복 광고중**

선택한 상품이 이미 다른 캠페인에 등록되어 광고 노출 중임을 안내하는 표시입니다. 광고 효율을 위해 한 상품은 한 캠페인에만 등록 하는 것을 권장합니다.

C **상품효율지수**

과거 데이터를 기반으로 충분한 상품이 등록되었는지를 보여줍니다. 100%에 가까울수록 높은 광고 효과를 기대할 수 있으며 데이터가 없는 신규 상품의 경우엔 지수 변화가 없을 수 있습니다.

1 **광고그룹 이름**
• 광고 상품 그룹을 관리하기 위한 이름을 입력해 주세요. (최대 30자)

2 **광고 등록할 상품 검색**
• 상품 목록 및 검색을 통해 직접 선택할 수 있습니다.
• [광고효율UP] 상품을 쉽게 확인/등록할 수 있습니다.

3 **상품 선택**
• 상품 추가: 개별 상품 선택
• 모든 옵션 선택: 해당 상품의 여러 옵션을 일괄 선택 예시) 동일 모델 운동화 230, 235, 240 size 모두 선택


- 상품 선택 시 좌측 상품 선택창에 자동으로 보여집니다.
- 서플라이어허브에서 등록하는 로켓배송 상품은 SKU ID 로 검색 가능합니다.
- 광고 진행 시 아이템위너 상품만 광고 노출이 가능합니다. 아이템위너가 아닌 경우에도 광고 등록은 가능하며 아이템위너 변경 시 자동으로 광고로 노출됩니다.

2.3 광고 유형 선택 > 수동 성과형 광고

매출 최적화 광고 **NEW**

목표 매출 달성을 최우선으로 하는 광고주를 위한 광고입니다.

목표 광고 수익률 * ↑




쿠팡 알고리즘을 활용한
자동 최적화를 통해

더 많은 매출 달성을
원하는 광고주용

수동 성과형 광고

광고 노출을 최우선으로 하는 광고주를 위한 광고입니다.

01 목표 수익률
02 키워드와
03 목표 수익률



특정 상품 및 키워드의
선택적인 노출 및 입찰가 등

광고 운영을 직접
조정하고 싶은 광고주

집행됩니다.

2.3 ① 광고유형 설정 - 검색영역 설정하기 (스마트 타겟팅)

매출 최적화 광고 NEW

목표 매출 달성을 최우선으로 하는 광고주를 위한 광고입니다.

수동 성과형 광고

광고 노출을 최우선으로 하는 광고주를 위한 광고입니다.

검색 영역 설정하기
노출영역 펼치기 ▾

스마트타겟팅 ?

1 스마트타겟팅 입찰가 ? *

원

2 - 키워드 제외 ? NEW

설정안함 ▾

+ 키워드 추가 ? NEW

설정안함 ▾

- * 스마트타겟팅 선택 후 입찰가 입력 시 실시간으로 연결되는 자동 키워드에 입찰가 적용 됩니다.
- * 스마트타겟팅 설정 이후 원하는 키워드를 제외 또는 추가 설정 가능 하며 별도의 입찰가 설정 가능 합니다.
- * 스마트타겟팅 설정 약 1일 이후 보고서 에서 노출 키워드 보기가 가능하므로 키워드 제외는 이 시점 부터 가능합니다.

2.3 ② 광고유형 설정 - 검색영역 설정하기 (수동 키워드)

매출 최적화 광고 **NEW**
 목표 매출 달성을 최우선으로 하는 광고주를 위한 광고입니다.

수동 성과형 광고
 광고 노출을 최우선으로 하는 광고주를 위한 광고입니다.

검색 영역 설정하기 노출영역 펼치기 ▾

스마트타겟팅 ?

키워드 추가 시 상품과의 적합성 검토를 위한 검수가 진행되며, 검수 소요 시간은 평균 2 영업일 이내이나 전체 검수량에 따라 달라질 수 있습니다.

직접 입력 ?

콤마(,) 또는 줄바꿈(Enter)을 이용하여 입력해 주세요.

추가

연관 키워드 ? + 전체추가

+ 자동

+ 스파클링

+ 아이시스

+ 생수 2L

+ 생수 500ml

+ 생수 2리터 삼다수

+ 생수 330ml

+ 제주 삼다수

+ 생수 브랜드

+ 생수 브랜드 여름특전

▪ 이미 설정된 검색키워드나 추천 검색키워드 중 일부는 쿠팡의 광고상품 관련 정책, 기타합리적인 사유에 따라 입찰을 포함한 판매절차에서 사전적, 한시적으로 제외될 수 있습니다.

추가 키워드 (3/500) 선택삭제

	키워드	키워드 적용상품	키워드 입찰가 (최소100원) * ?	삭제
<input type="checkbox"/>	탄산수	모든상품 4	210 원 <small>제안입찰가 : 210 원 (180 ~ 240원)</small>	
<input type="checkbox"/>	그린애플맛	모든상품 4	210 원 <small>제안입찰가 : 210 원 (180 ~ 240원)</small>	
<input type="checkbox"/>	레몬맛	모든상품 4	210 원 <small>제안입찰가 : 210 원 (180 ~ 240원)</small>	

- 직접 입력 또는 연관 키워드 입력으로 키워드 추가
- 키워드별 제안 입찰가는 해당 키워드에 대해 지난 14일간 클릭이 발생된 광고의 광고주가 입력한 cpc입찰가의 평균값입니다.

2.3 ③ 광고유형 설정 - 비 검색 영역 설정하기

비검색 영역 설정하기

상품광고는 검색영역 이외에도, 키워드와 관계없는 비검색 영역에 노출됩니다. 메인, 카테고리, 상품상세 페이지 등의 비검색 영역에 노출하기 위한 입찰가를 입력해 보세요.

[상품 페이지 >](#)


메인 페이지

카테고리 페이지

장바구니 페이지

주문완료 페이지

상품 페이지·상단 배너



접기 ^

1

비검색 영역 입찰가 ⓘ *

원

입찰가를 입력해주세요.

제한 입찰가 : 130원 (최소 100원) ⓘ

비검색 영역(메인, 카테고리, 상품상세 페이지 등)에 노출하기 위한 입찰가를 입력합니다.

- 비 검색 영역 입찰가를 입력할 수 있습니다.
- 제안 입찰가는 지난 14일간 클릭이 발생된 광고의 광고주가 입력한 CPC입찰가의 평균값 입니다.

2.4 캠페인 등록 완료



캠페인 등록완료!

등록하신 캠페인은 20분뒤부터 광고가 시작됩니다.

[대시보드로 돌아가기](#)

등록한 캠페인
정보 확인 가능

캠페인

캠페인 이름	2020 스파클링 프로모션
예산 설정	일자별 · 50,000원
기간 설정	종료일 없음

광고그룹

광고그룹 이름	여름맛이 시그니처 기획전
---------	---------------

광고상품

선택한 상품	ID : 3008653418 <u>시그니처 스파클링 레몬</u> ID : 3008653418 <u>시그니처 스파클링 그린애플</u> ID : 3008653418 <u>시그니처 스파클링 자몽</u>
--------	---

선택한 광고유형	수동 성과형 광고
스마트타겟팅	ON
검색 영역 입찰가 및 키워드	스마트타겟팅 입찰가 · 200 원 키워드 제외 (5) 콜라, 사이다, 주스, 이온음료, 에너지드링크 키워드 추가 (3) 탄산수 · 210 원 그린애플 · 230 원 자몽 · 190 원
비검색 영역 입찰가	비검색영역 입찰가 · 120 원

수동 성과형 광고 운영가이드

1. 광고 이해하기

2. 광고 등록

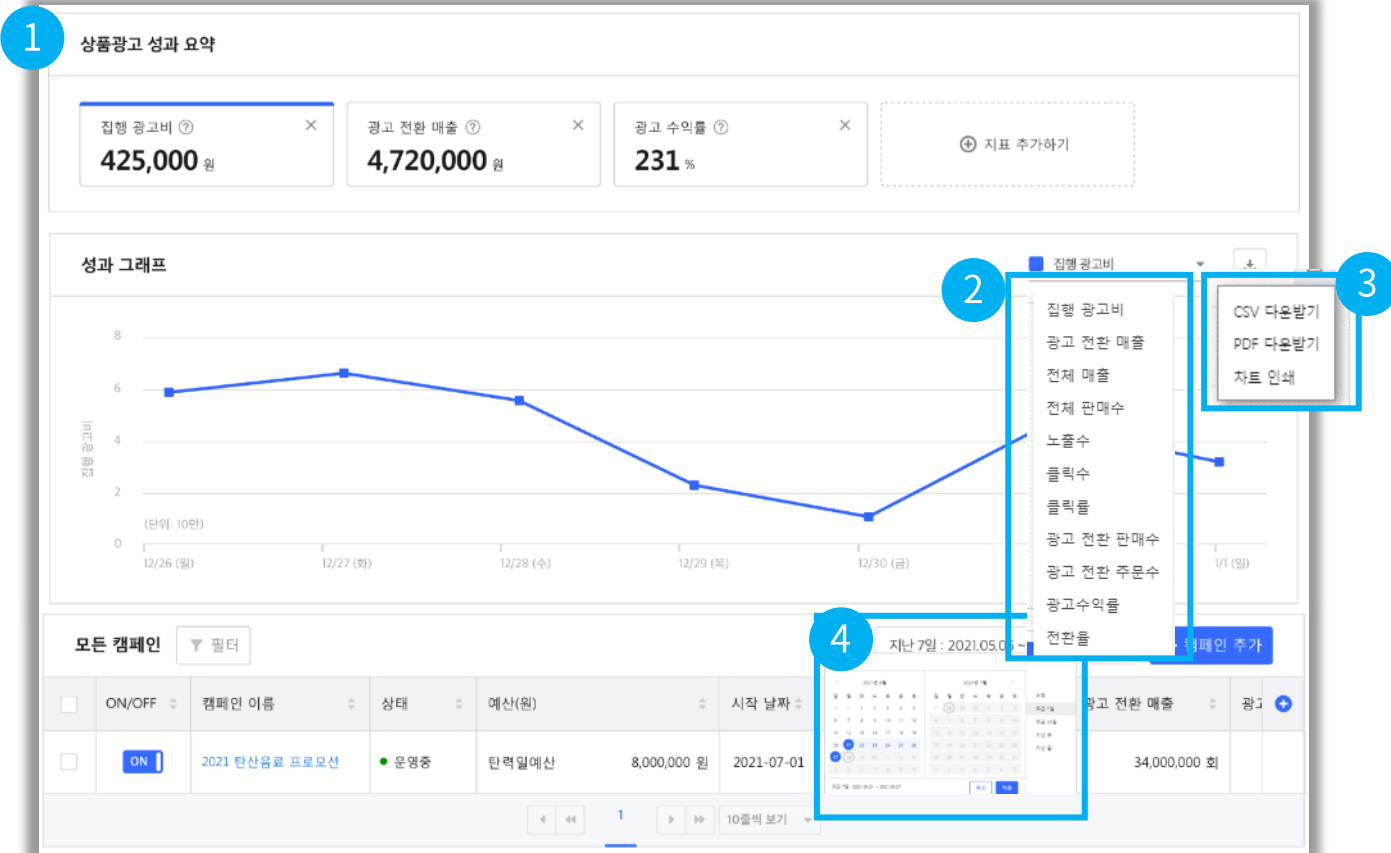
3. 성과 확인

4. 광고 수정

5. FAQ

3. 광고 성과 확인하기

3.1 대시보드로 성과 확인하기



① 상품광고 성과 요약

- 광고 성과를 요약하여 한눈에 보실 수 있습니다.
- 지표 추가하기와 조회기간 변경을 통해 원하는 성과를 확인 할 수도 있습니다.

② 성과 그래프 지표 선택

- 한번에 하나의 지표를 선택하여 그래프로 조회할 수 있습니다.
- 그래프로 확인하고자 하는 지표를 선택해 주세요

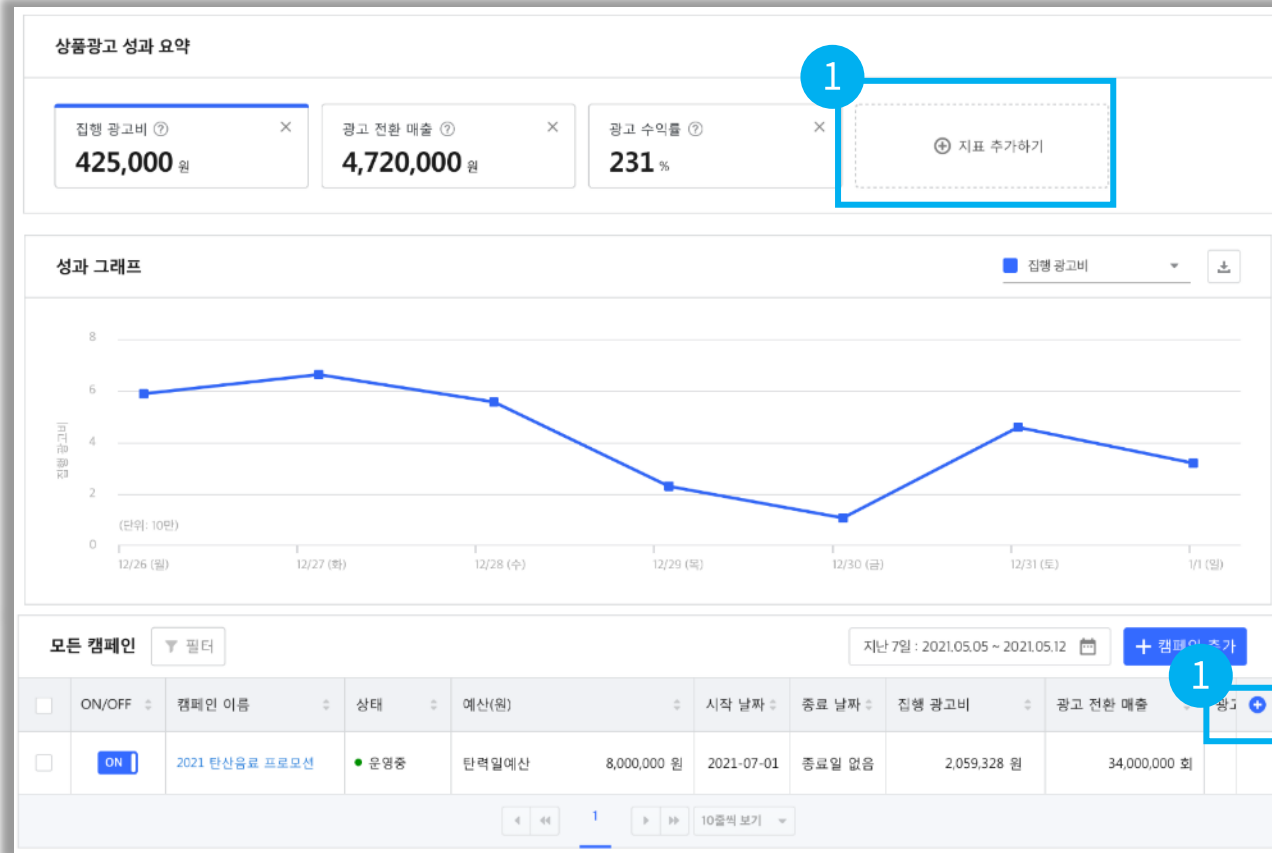
③ 다운로드 버튼

- CSV 다운로드: 그래프에 해당하는 데이터를 엑셀 파일(csv)로 다운로드
- PDF 다운로드: 그래프를 PDF 이미지 파일로 다운로드
- 차트 인쇄: 화면의 그래프를 인쇄

④ 조회 기간 선택

- 어제 / 최근 7일 / 최근 30일 / 지난주 / 지난달 중 선택하거나 직접 기간을 설정할 수 있습니다. (최대 3개월까지 지정 가능)

3.1 대시보드로 성과 확인하기



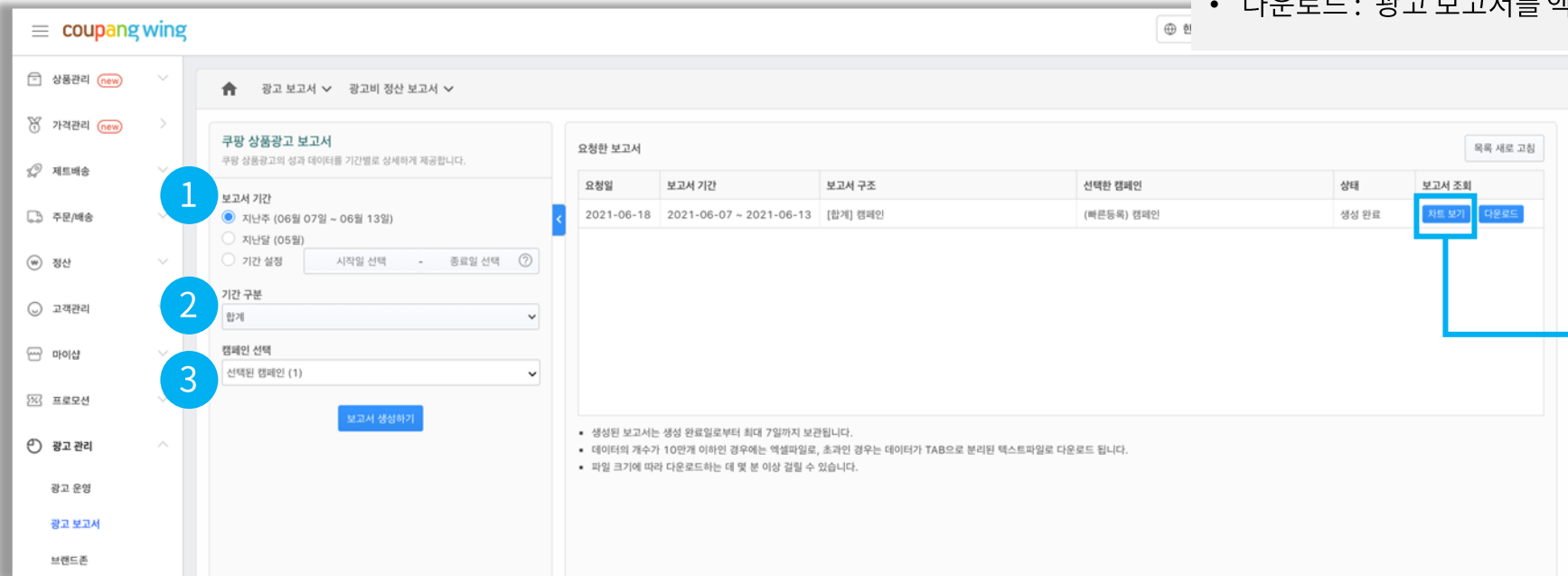
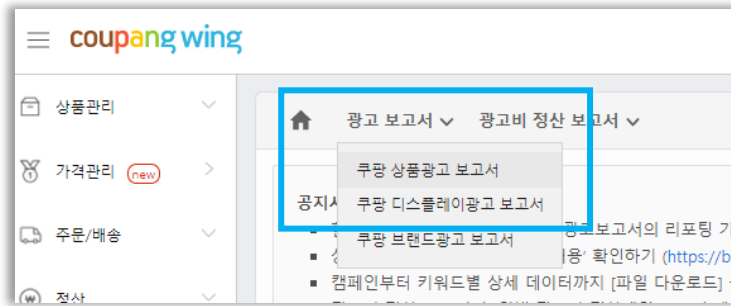
① 성과 지표 선택 / 추가

- 보고 싶은 성과 지표를 선택/추가하여 맞춤형 대시보드를 구성할 수 있습니다.

지표명	지표설명
집행광고비	조회 기간 동안 광고가 클릭되어 발생한 광고비
광고전환매출	고객이 조회기간 동안 광고를 클릭한 후, 14일 이내 해당 광고상품을 주문한 금액(직접 전환)과 판매자의 다른 상품을 주문한 금액(간접 전환)의 총합
전체매출	조회기간 동안 쿠팡에서 판매한 모든 상품의 총매출
노출수	조회기간 동안 광고로 등록된 상품이 고객에게 노출된 수의 총합
클릭수	조회기간 동안 광고로 등록된 상품을 고객이 클릭한 수의 총합
클릭률(%)	노출수 대비 클릭수의 비율(클릭수/노출수*100)
전체판매수	조회기간 동안 쿠팡에서 고객이 구매한 판매자의 상품 수량
광고전환판매수	고객이 조회기간 동안 광고 클릭 후, 14일 이내 해당 광고상품을 구매한 수량(직접 전환)과 판매자의 다른 상품을 구매한 수량(간접 전환)의 총합
광고전환주문수	고객이 조회기간 동안 광고 클릭 후, 14일 이내 해당 광고상품을 주문한 횟수(직접 전환)와 판매자의 다른 상품을 주문한 횟수(간접 전환)의 총합
광고수익률(%)	광고비 대비 광고 전환 매출의 비율(광고 전환 매출/광고비*100)
전환율(%)	클릭수 대비 광고 전환 주문수의 비율(광고 전환 주문수/클릭수*100)

3.2 광고 보고서로 성과 확인하기

| 서플라이어허브 / WING > 광고관리 > 광고보고서 > 쿠팡 상품광고



① 보고서 기간

- 지난주 / 지난달 혹은 원하는 기간을 설정할 수 있습니다.

② 기간 구분

- 기간 합계 혹은 일별로 구분된 보고서를 확인할 수 있습니다

③ 캠페인 선택

- 클릭 후 목록에서 원하는 캠페인을 선택하세요

④ 보고서 조회

[보고서 생성하기] 클릭 시 좌측에 보고서가 생성됩니다. 원하는 형태로 보고서를 확인할 수 있습니다.

- 차트 보기: 원하는 지표의 그래프 및 요약 차트를 바로 볼 수 있습니다.
- 다운로드: 광고 보고서를 엑셀 파일로 다운로드 하여 확인할 수 있습니다.



3.2 광고 보고서로 성과 확인하기

| 서플라이어허브 / WING

광고관리 > 광고보고서 > 쿠팡 상품광고 > 일별 보고서 > 차트 보기

쿠팡 상품광고 보고서 (일별)
×

상세내역 보기
요약보기

1 차트 선택 일별 추세 10

2 지표 선택

- 노출수
- 클릭수
- 클릭률
- 광고비
- 총 주문수(1일)
- 직접 주문수(1일)
- 간접 주문수(1일)
- 총 주문수(14일)
- 직접 주문수(14일)
- 간접 주문수(14일)
- 총 판매수량(1일)
- 직접 판매수량(1일)

선택사항 평균보기

차트 선택 일별 추세 10

- 없음
- 일별 추세
- 항목별 추세
- 항목별 성과
- 파이 차트

3 테이블 일별 합계

번호	날짜	노출수	클릭수	클릭률	광고비	총 주문수(1일)	직접 주문수(1일)	간접 주문수(1일)	총 주문수(14일)	직접 주문수(14일)
테이블	일별 합계	1,311,878	2,618	0.20%	₩313,978	209	181	28	239	207
번호	일별 합계	39,461	87	0.22%	₩10,162	4	3	1	5	4
합계	모든 항목	34,766	93	0.27%	₩10,191	3	3	0	3	3
	차트 데이터	31,219	81	0.26%	₩10,097	9	8	1	10	9
4	2021년 05월 04일	53,191	86	0.16%	₩10,115	7	7	0	8	8
5	2021년 05월 05일	60,745	78	0.13%	₩10,076	7	5	2	9	7
6	2021년 05월 06일	51,071	83	0.16%	₩10,261	8	6	2	9	7
7	2021년 05월 07일	53,113	83	0.16%	₩10,171	8	7	1	8	7
8	2021년 05월 08일	54,999	78	0.14%	₩10,009	5	4	1	5	4
9	2021년 05월 09일	58,519	84	0.14%	₩10,039	10	7	3	10	7
10	2021년 05월 10일	44,362	84	0.19%	₩10,095	10	9	1	13	10
11	2021년 05월 11일	34,087	79	0.23%	₩10,055	9	7	2	9	7

1 차트 선택

- 캠페인 결과를 일별 추세 / 항목별 추세 / 항목별 성과 / 파이 차트 중 선택하여 볼 수 있습니다.

2 지표 선택

- 원하는 지표를 선택하면 조회기간 동안의 데이터 변화를 그래프로 확인할 수 있습니다

3 테이블

- 일별 합계 / 모든 항목 / 차트 데이터 원하는 데이터 테이블을 선택합니다.
- 키워드별 광고 성과 데이터는 [모든 항목]선택 시 확인할 수 있습니다.
- 키워드 영역이 공란으로 표시된 경우는 '비검색 영역'의 광고 결과입니다.

수동 성과형 광고 운영가이드

1. 광고 이해하기

2. 광고 등록

3. 성과 확인

4. 광고 수정

5. FAQ

4. 광고 수정하기

4.1 광고 수정하기 - 캠페인

모든 캠페인 삭제한 캠페인 보기 OFF

최근 7일 : 2020.08.24 ~ 2020.08.30 자동 규칙 + 캠페인 추가

<input type="checkbox"/>	ON/OFF	캠페인 이름	상태	예산	시작 날짜	종료 날짜	집행 광고비	광고 전환 매출	광고수익률	매출최적화광고로 복사
<input type="checkbox"/>	OFF	100LB 튜빙밴드	중지	일자별 예산 10,000원	2020-08-06	종료일 없음	0 원	0 원	0 %	매출최적화광고로 복사
<input type="checkbox"/>	OFF	TPE10mm + 가방	중지	일자별 예산 10,000원	2020-05-20	종료일 없음	0 원	0 원	0 %	매출최적화광고로 복사
<input type="checkbox"/>	OFF	TPE6mm+가방	중지	일자별 예산 10,000원	2020-05-18	종료일 없음	0 원	0 원	0 %	매출최적화광고로 복사

STEP 01
캠페인 설정

캠페인 이름 10/150자

예산 설정 일자별 예산 캠페인 총예산
 원
 매일 소진되는 최대 광고비를 제한하여 집행할 수 있습니다.

캠페인 기간 종료일 없음 특정 기간
 ~

특정 기간 없이 꾸준히 집행하고 싶은 경우 '종료일 없음'을, 특정 기간 집행하고 싶은 경우 '특정 기간'을 선택합니다.

4.2 광고 수정하기 - 그룹, 광고

8/24 (월) 8/25 (화) 8/26 (수) 8/27 (목) 8/28 (금) 8/29 (토) 8/30 (일)

← 모든 캠페인 모든 광고 그룹 최근 7일 : 2020.08.24 ~ 2020.08.30 + 그룹 추가

ON/OFF	그룹 이름	상태	광고 유형 ②	키워드 유형	광고그룹 입찰가 ②	집행 광고비	광고 전환 매출	노출수	클릭수	클릭률	광고수익률
OFF	100LB 튜빙밴드	중지	수동 성과형	수동키워드	110 원	0 원	0 원	0 회	0 회	0 %	0 %

← 모든 광고 그룹 모든 광고 최근 7일 : 2020.08.24 ~ 2020.08.30 + 상품 추가 및 수정

ON/OFF	상품명	상태	집행 광고비	광고 전환 매출	노출수	클릭수	클릭률	광고 전환 판매수	전환율	키워드
ON	2020 스파클링 프로모션	운영중	1,486,000 원	12,027,320 원	1,258,184 회	4,490 회	0.36 %	1,177 회	24.14 %	키워드 보기

상품 추가/제외 하기

키워드 추가/제외 하기/ 입찰가 변경

광고그룹 이름 ① 여름맞이 시그니처 기획전 5/30자

그룹 내 등록된 상품을 대표하는 이름을 입력하면 좋습니다.

등록가능 상품 20 선택한 상품 5

광고료 UP ② Q 상품검색 상품명순 + 전체선택 중복 광고중 ③ 엑셀 일괄등록 엑셀양식 다운로드 선택삭제

상품명	가격	상태	선택
시그니처 스파클링 레몬 탄산음료	6,900원	광고료 UP	선택 취소 / 모든옵션선택
시그니처 스파클링 그린애플 탄산음료	5,400원		선택 취소 / 모든옵션선택
스파클링 플레인 탄산수	5,400원	광고료 UP	선택 취소 / 모든옵션선택
스파클링 자몽 탄산음료	6,900원	광고료 UP	선택 취소 / 모든옵션선택

선택한 상품 5

시그니처 스파클링 레몬 탄산음료 ID: 3008653416
 시그니처 스파클링 그린애플 탄산음료 ID: 3008653417 - ▲ 중복 광고중
 스파클링 플레인 탄산수 ID: 3008653418
 스파클링 자몽 탄산수 ID: 3008653416 - ▲ 중복 광고중

매출 최적화 광고 (NEW) 목표 매출 달성을 최우선으로 하는 광고주를 위한 광고입니다.
 수동 성과형 광고 광고 노출을 최우선으로 하는 광고주를 위한 광고입니다.

검색 영역 설정하기 노출영역 필지기

스마트타겟팅 ③ 추가 키워드 (3/500) 키워드 검색기간은 최대 1년 정도 소요됩니다.

집행 입력 ④ 엑셀 일괄등록 엑셀양식 다운로드 키워드 (3/500) 키워드 적용상품 키워드 입찰가 (최소100원) * ⑤ 삭제

키워드	키워드 적용상품	키워드 입찰가 (최소100원) * ⑤	삭제
탄산수	모든상품 4	210 원	삭제
그린애플맛	모든상품 4	210 원	삭제
레몬맛	모든상품 4	210 원	삭제

연관 키워드 ⑥ + 전체초기

* 이미 설정된 검색어(키워드)나 추천 검색어(키워드) 중 일부는 규정이 광고상품 관련 정책, 기타합리적인 사유에 따라 입찰을 포함한 판매장차에서 사전적, 임시적으로 제외될 수 있습니다.

수동 성과형 광고 운영가이드

1. 광고 이해하기

2. 광고 등록

3. 성과 확인

4. 광고 수정

5. FAQ


5. FAQ

수동 성과형 광고 FAQ

분류	Question	Answer
캠페인	기존 캠페인의 경우 어떻게 새로운 기능이 적용되나요?	기존에 등록된 캠페인의 경우 새로 추가된 기능이 자동으로 설정 됩니다.
광고 그룹	캠페인과 광고 그룹은 어떻게 다른가요?	캠페인은 상품광고 집행 시 가장 상위 단위이고, 그 하위에 광고 그룹이 있습니다. 상품이 많은 경우 여러가지 기준으로 그룹을 만들 수 있습니다. 카테고리로 그룹핑 하는 경우 마스크 캠페인에 어른용, 유아용 그룹으로 나눌 수 있고, 시즌/비시즌을 기준으로 생활가전 캠페인에 일반가전과 여름가전 그룹으로 나눌 수 있습니다. 광고 그룹을 통해 여러 기준으로 상품을 나누어 그룹만의 전략을 실행할 수 있습니다.
키워드	스마트 타겟팅, 수동 키워드를 하나의 그룹에 동시에 입력할 수 있나요?	스마트 타겟팅 입찰가 입력 후에 키워드 추가 기능을 통해 원하는 키워드를 원하는 입찰가로 입력할 수 있습니다.
	광고 노출 키워드는 제한 없이 사용 가능한가요?	수동 성과형 광고에서는 기본적으로 광고 상품과 관련된 모든 키워드에 입찰/구매 할 수 있습니다. 키워드 검수 과정에서 상품과 연관성이 없는 키워드는 노출이 제한되며 소비자에게 보다 적합한 상품이 더 많이 보여질 수 있도록 <상표권 권한 확인 정책>을 시행합니다. 관련된 상세 내용 및 상표권 권한 확인 절차는 아래 링크의 <브랜드 키워드 사용 가이드>를 참고 하세요. >> 브랜드 키워드 사용 가이드 바로 가기
입찰가	검색 영역에 노출하고 싶습니다. 어떤 입찰 전략을 취해야 하나요?	상품별로 스마트 타겟팅 입찰가와 특정 키워드별 입찰가를 추가로 설정할 수 있습니다. 스마트 타겟팅 입찰가와 키워드별 입찰가를 높이면 검색 결과 영역에 노출될 가능성이 높아집니다.
키워드 타겟팅	스마트 타겟팅과 수동 키워드 타겟팅을 모두 설정하지 않으면 어떻게 되나요?	스마트 타겟팅과 수동 키워드 둘 중 하나는 등록이 되어야 광고 등록이 가능합니다.
키워드 타겟팅	스마트 타겟팅과 수동 키워드 동시 포함되는 경우 어떻게 되나요?	스마트 타겟팅과 수동 키워드에 동일 키워드가 포함되는 경우 키워드 입찰가가 우선 적용되어 입찰이 진행 됩니다.
비 검색 영역	비 검색 영역 입찰가를 입력하지 않는다면?	비 검색 영역은 입찰가를 필수 입력해야 광고 진행이 가능 합니다.

[별첨]

상품광고 노출지면

	노출 지면		비고
특정 키워드 검색 시 	검색결과 페이지	검색결과 중간	<ul style="list-style-type: none"> • 검색된 키워드를 기준으로 상품 노출 • 매번 20번째 검색 키워드와 관련된 상품 노출 / 캐러셀 • 검색창 클릭 시 검색창 하단에 상품 노출 (Android)
		검색결과 상단 배너	
		검색결과 중단 배너	
		검색결과 '같이 보면 좋은 상품'	
		검색창 추천 상품	
특정 페이지 방문 시 	메인 페이지	'오늘의 스마트한 쇼핑'	<ul style="list-style-type: none"> • 3~8개 상품 노출 / 캐러셀 • 카테고리별로 광고 상품 노출 • 메인 페이지 우측에 1개 상품 노출 (PC only)
		'요즘 뜨는 상품'	
		'카테고리별 추천 광고상품'	
		라인 배너	
	상품 페이지	상단 배너	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 상품페이지에서 보여지는 상품 기준으로 관련 상품 노출 (상단, 중단, 하단) • 상품페이지 중단 3~8개 상품 노출 / 캐러셀 • 상품페이지 하단 3~8개 상품 노출 / 캐러셀
		중단 배너	
		하단 배너	
		'함께 비교하면 좋을 상품'	
		하단 '연관 추천 상품'	
	카테고리페이지	'이런 상품 어때요?'	• 카테고리에 맞는 상품 추천 / 캐러셀
		카테고리 중간	• 카테고리 페이지 중간 2개 상품 노출
	장바구니페이지	'같이 보면 좋은 상품'	<ul style="list-style-type: none"> • 3~8개 상품 노출 / 캐러셀
	주문완료페이지	'이런 상품 어때요?'	

※ 광고 노출 지면, 디자인, 기기 등 세부 사항은 변경(추가)될 수 있습니다.
 ※ 노출 지면을 임의로 선택할 수 없고, 구매 가능성이 높은 상황에 자동으로 노출됩니다.
 ※ 광고 집행 이후 리포트를 통해 검색/비검색 영역으로 구분하여 광고 성과를 확인할 수 있습니다.

coupang ads

Thank You

수동 성과형 광고 운영가이드

2021. 07 Coupang Media Group



새로운 광고
지금 바로 시작해보세요!

쿠팡 광고 시작하기



쿠팡 광고의 모든 것
ads.coupang.com

바로가기



광고 무료 컨설팅
선정 시 최대 5만원 지원

신청하기



쿠팡 광고 교실
유튜브에서 만나요!

구독하기