

# 검색광고의 발전과 마케팅의 진화

2010년 10월 14일

(주)이엠넷 전략기획팀  
신도용 팀장

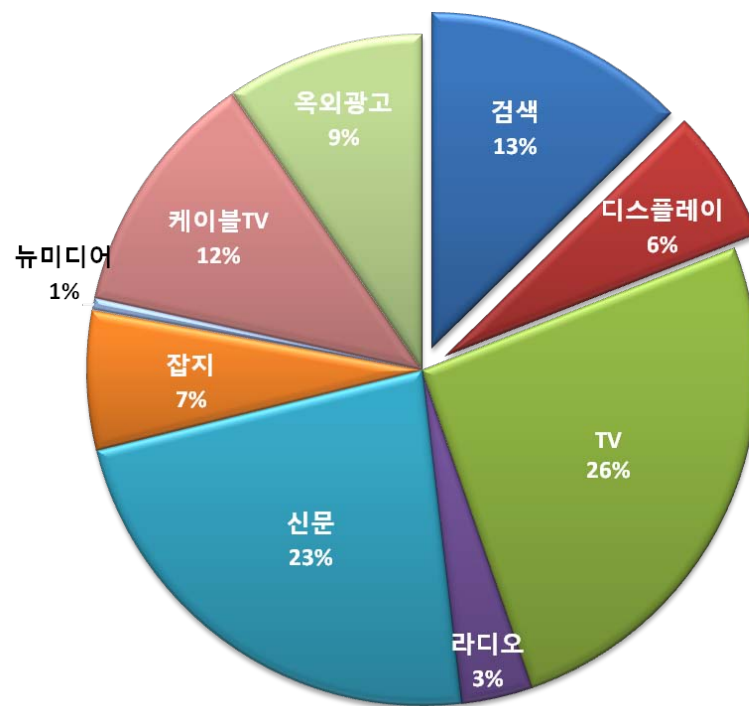
# *CONTENTS*

1. 온라인광고 시장 규모
2. 검색광고의 성장과 경쟁력
3. 사례를 통해 보는 검색광고
4. 검색마케팅의 발전방향

# 국내 광고시장 규모

“국내 광고시장 중 검색광고시장의 비중 13%”

구분	매체	광고비 (억원)	비중
4대 매체	TV	16,709	11.4%
	라디오	2,231	5.8%
	신문	15,007	23.0%
	잡지	4,388	3.1%
인터넷 / 뉴미디어	검색	8,250	20.7%
	노출형 (디스플레이)	4,180	6.0%
	뉴미디어 주)	385	0.5%
기타	케이블TV	7,794	10.7%
	옥외광고	6,248	8.6%
	광고제작 및 기타	7,368	10.2%
합계		72,560	100%



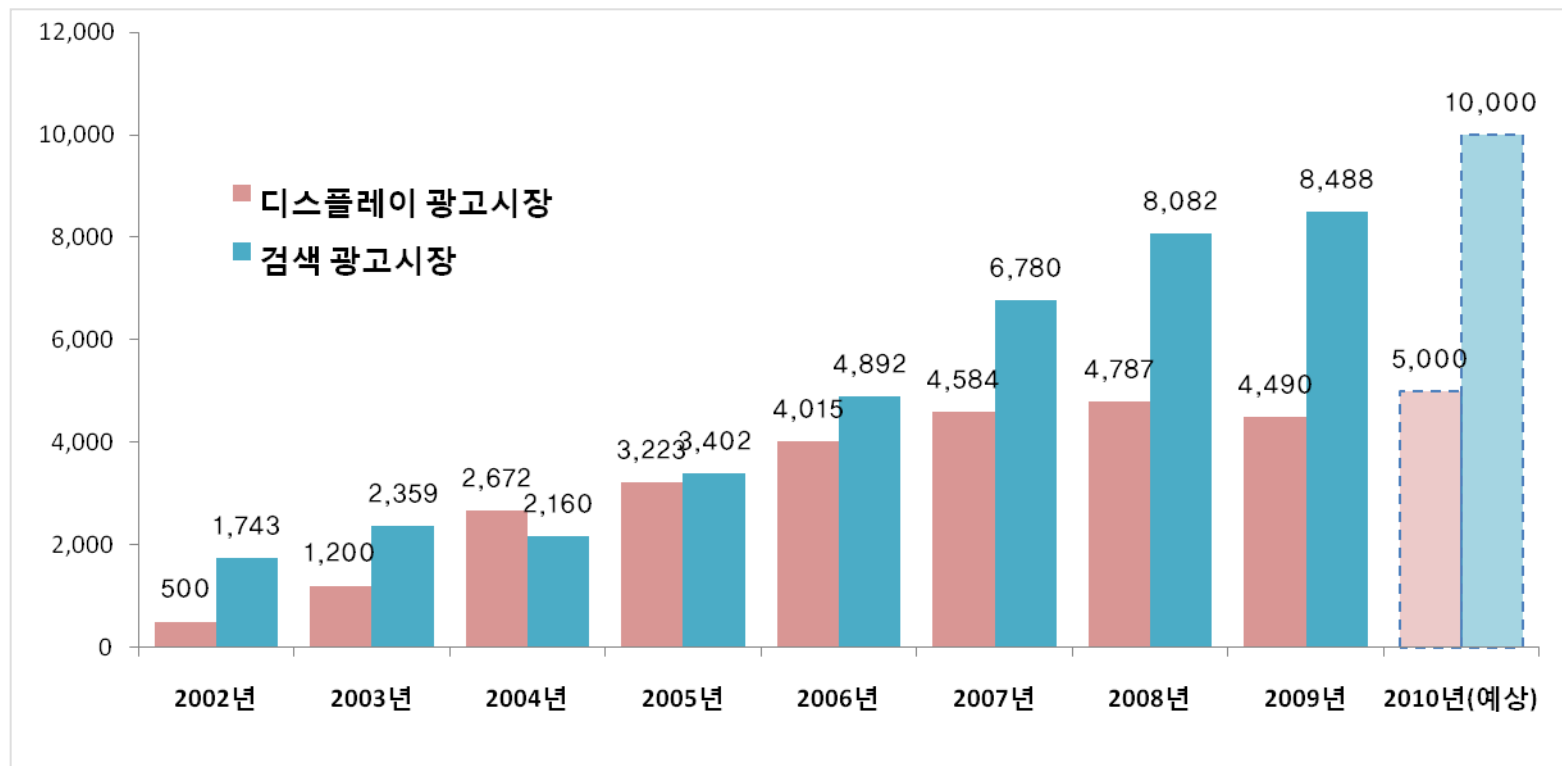
주) 뉴미디어 : 스카이라이프, DMB, IPTV

※ 출처 : 제일기획

# 온라인 광고 시장 규모

*“2010년 검색광고 시장 1조 규모 예상”  
검색광고가 온라인 광고시장의 성장을 견인*

(단위 : 억원)



출처 : 인터넷마케팅협회



1. 온라인광고 시장 규모

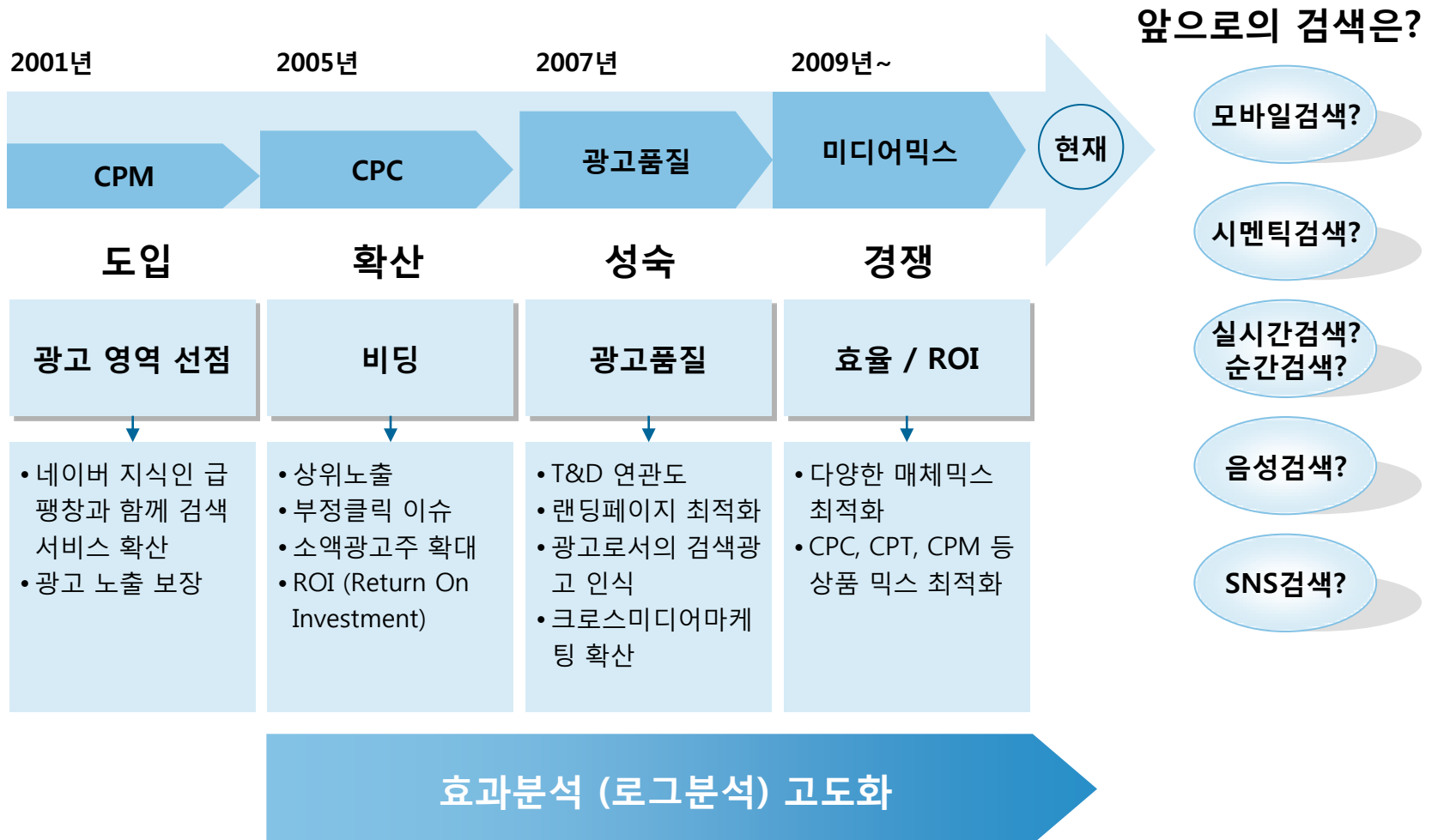
2. 검색광고의 성장과 경쟁력

3. 사례를 통해 보는 검색광고

4. 검색마케팅의 발전방향

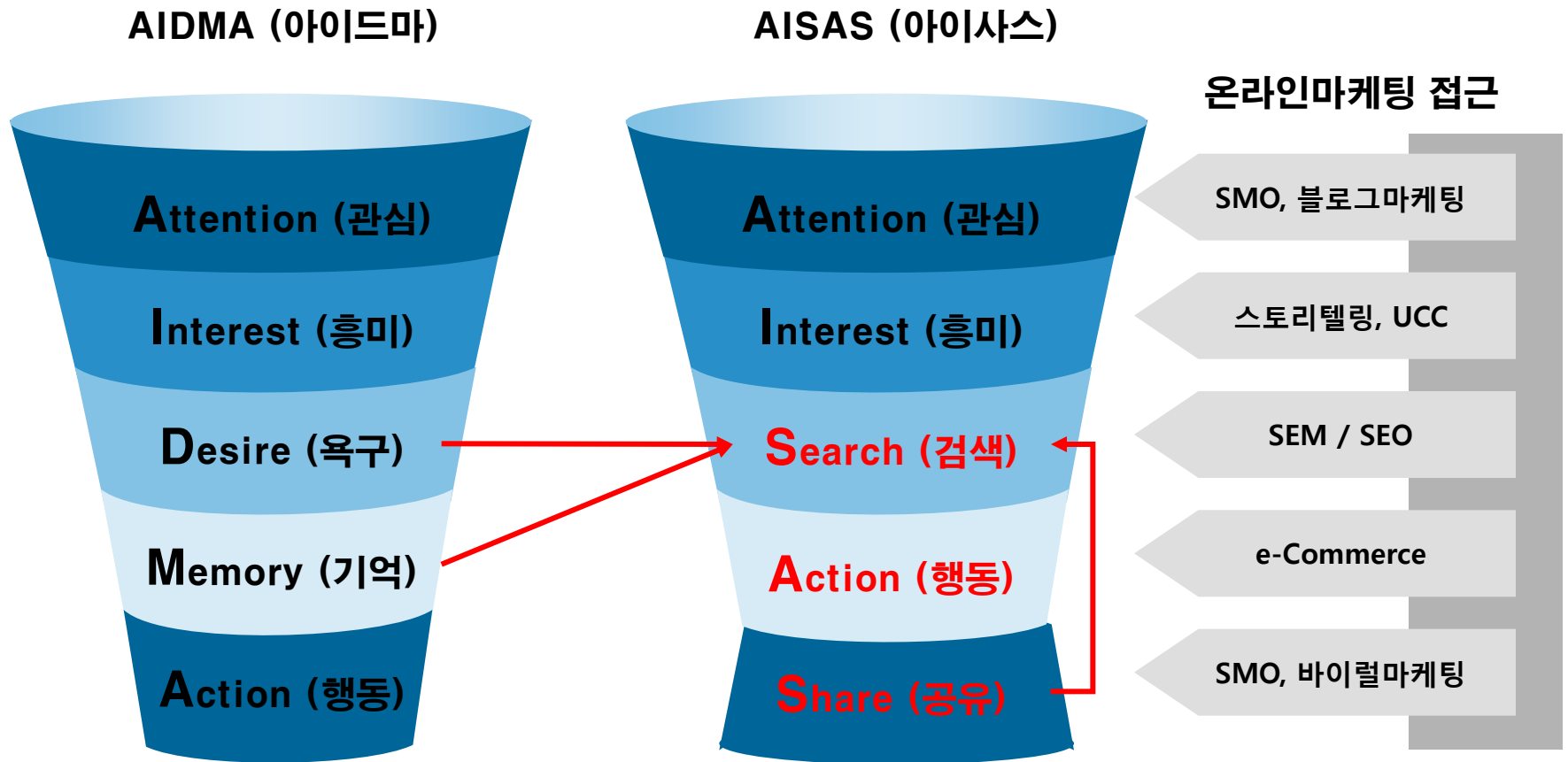
# 검색광고 산업의 회고

약 10년간 국내 검색광고 산업은 양적 질적 성장을 이루어왔으며...



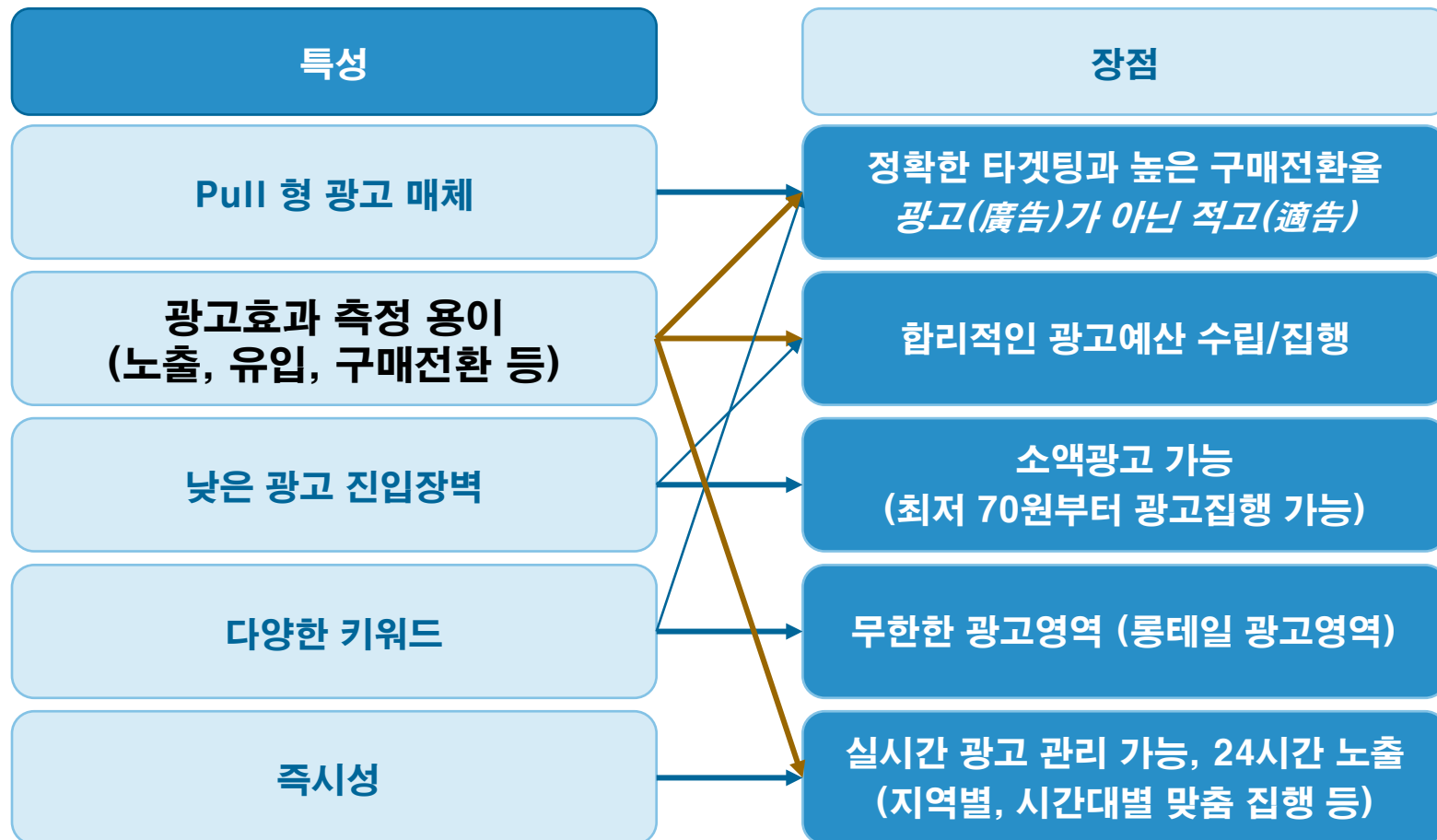
# 소비자 구매단계의 변화

온라인마케팅과 검색마케팅은 별도의 마케팅 영역이 아닌 마케팅 프로세스 전반에 스며들어 있음.



# 검색광고의 특성과 경쟁력

검색광고의 아래와 같은 특성과 장점이 광고 플랫폼으로서의 막강한 경쟁력을 가져오게 되었음

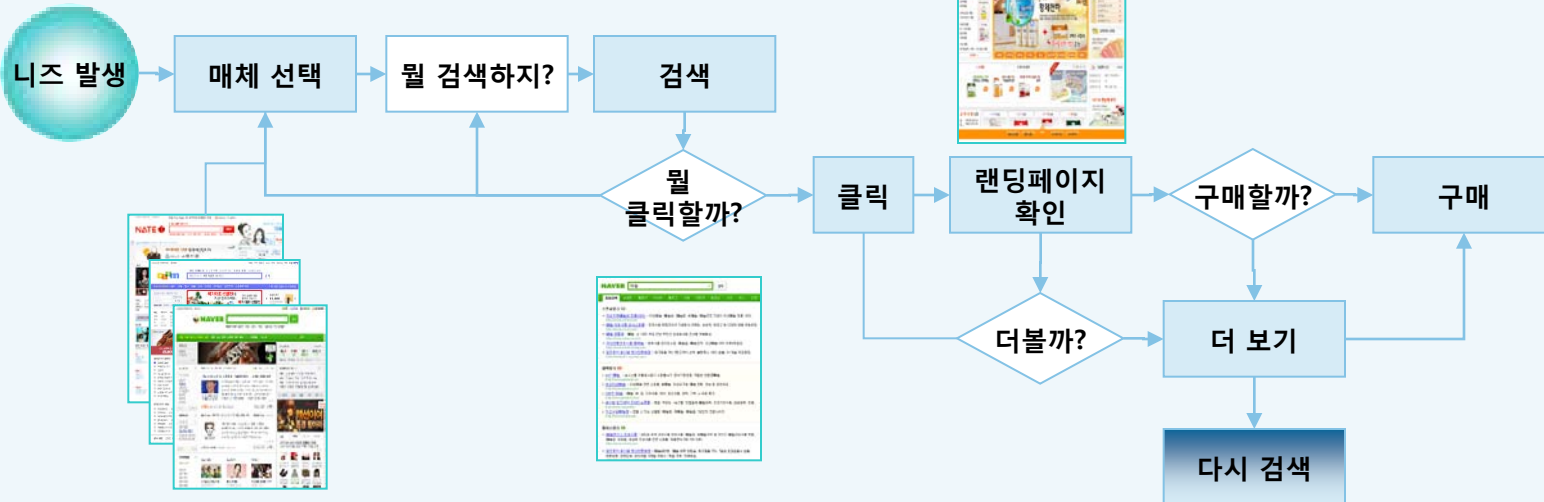




# 소비자의 구매과정과 검색광고 캠페인 활동

기업의 캠페인 활동은 소비자의 Behavior 에 기반하고 소비자의 의사결정 접점에 캠페인 전략이 align되어 있어야 함. 나아가 소비자를 아는 것을 넘어 이해해야 함

## 소비자의 구매 과정



채널 선정  
및  
미디어 믹스

Data

키워드 발굴  
/선정

Data

T&D 작성  
CPC 입찰

Data

고객 向  
랜딩페이지  
UI 설계

Data

컨텐츠 관리

Data

재방문 유도  
를 위한 활동

Data

캠페인  
분석

정보

## 검색광고 캠페인 활동

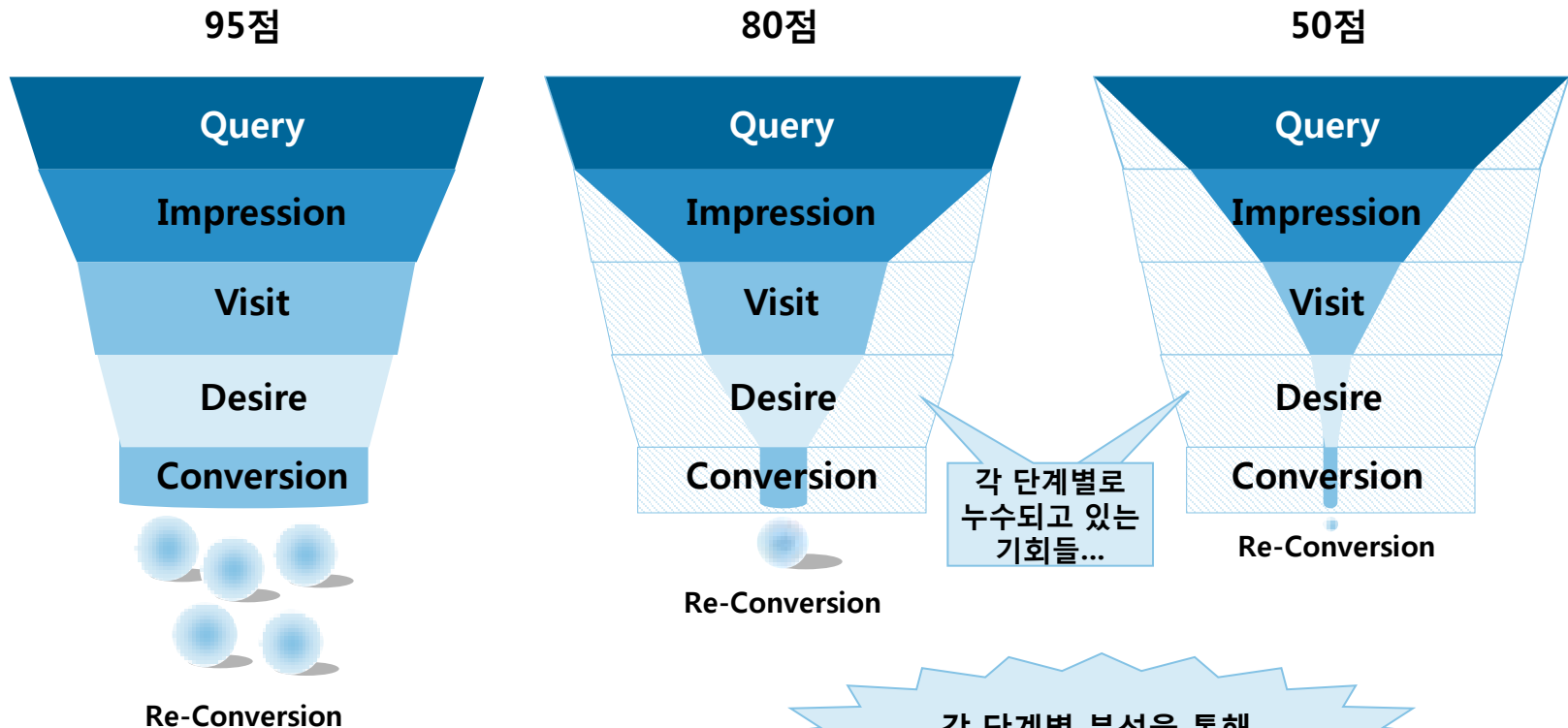
# 검색에서 재구매까지...

검색에서 재구매까지 이어지는 소비자의 의사결정 과정에서 여러가지 전략이 실행되고 그와 동시에 수많은 데이터들이 생성되어짐



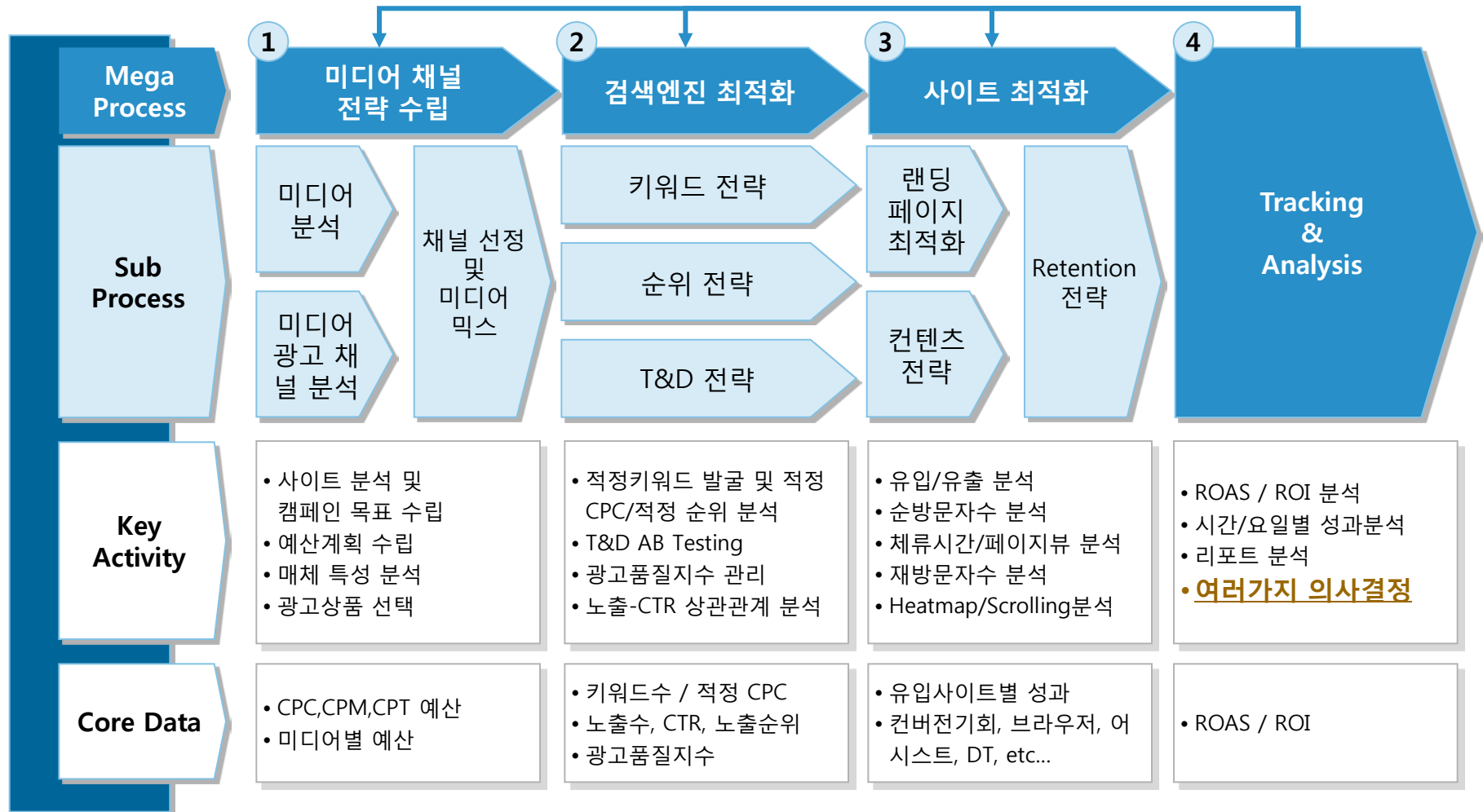
# 나의 사이트는 어떤 모양?


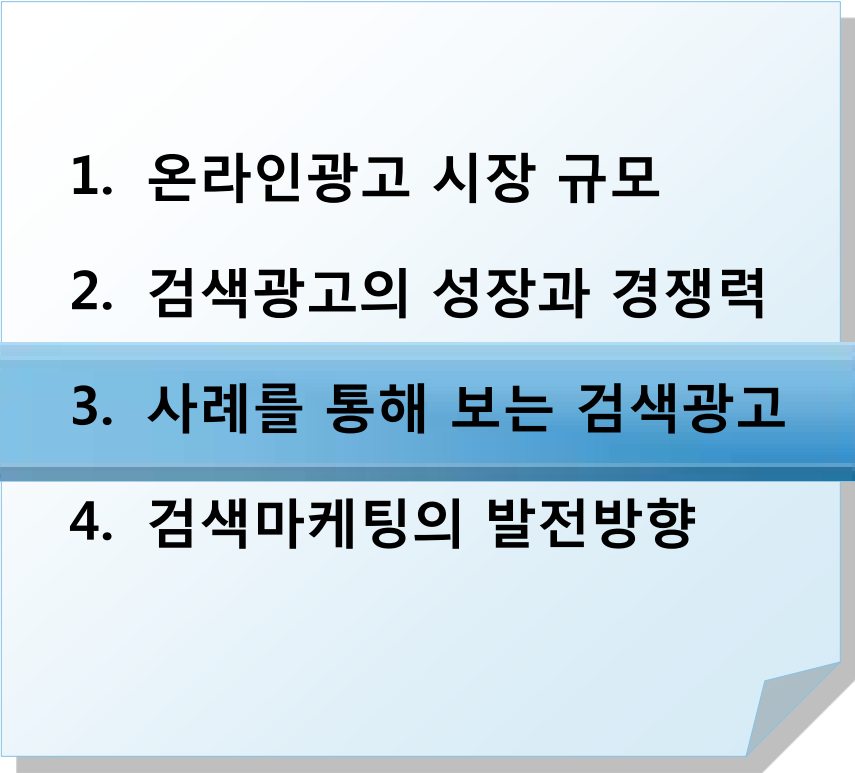
사이트마다 구매 단계까지의 Funnel의 모양이 각기 다르며 각 단계별로 누수되는 기회를 최소화할 수 있도록 단계별로 효과분석과 최적화 전략이 필요함



# SEM Strategy Process

검색광고 프로세스에 있어 각 단계별로 다양한 분석이 이루어지고 동시에 수많은 데이터들이 생성됨



- 
- 
1. 온라인광고 시장 규모
  2. 검색광고의 성장과 경쟁력
  3. 사례를 통해 보는 검색광고
  4. 검색마케팅의 발전방향

# 지표로 보는 사이트 체질 개선 – A식품 사례

키워드 검색 트렌드를 통해 주 연령층을 파악하여 전략을 수립함

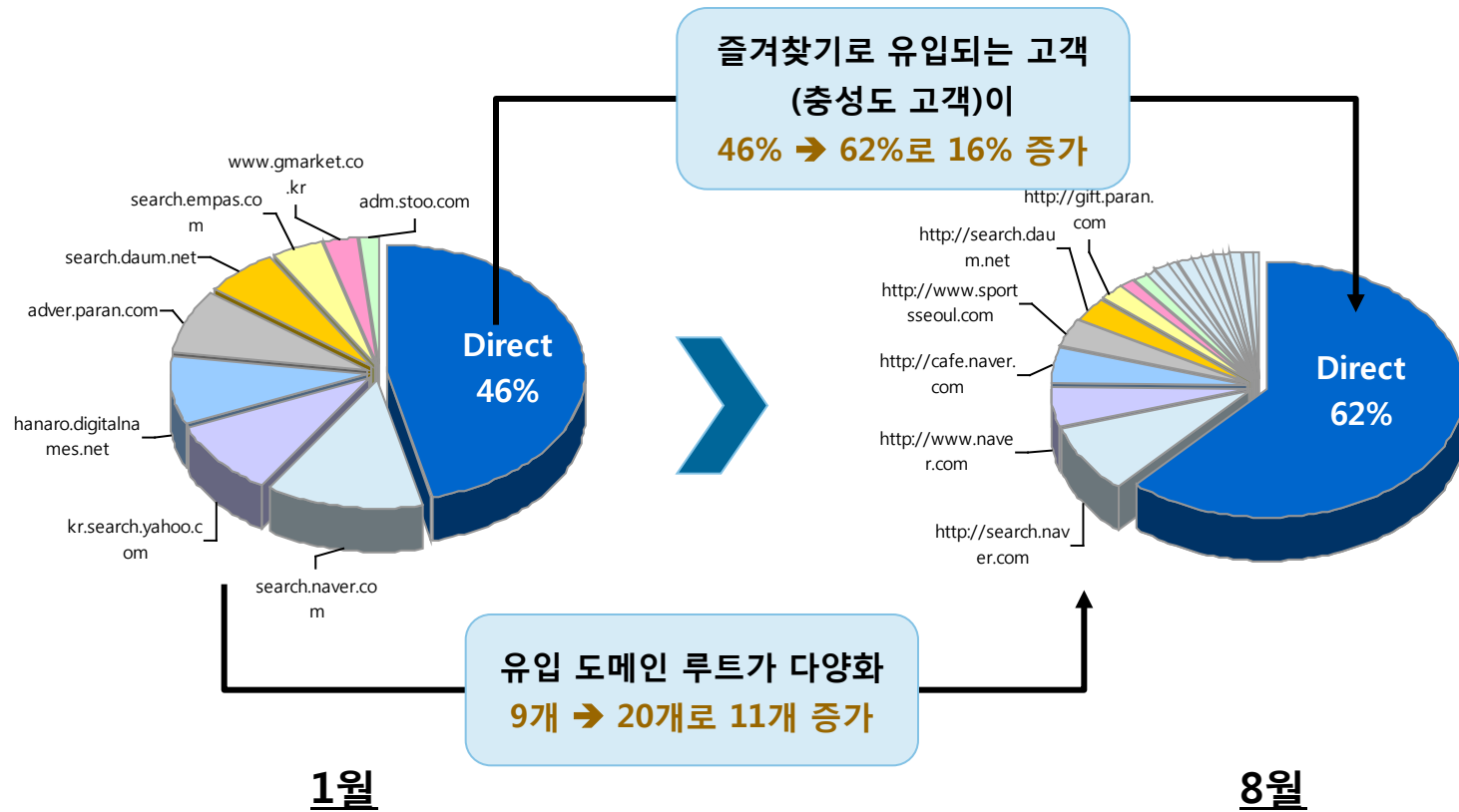


“주/월 단위로 지속적인 키워드 검색 트렌드를 모니터링할 필요가 있음”

[source : 다음 트렌드차트]

# 지표로 보는 사이트 체질 개선 - A식품 사례

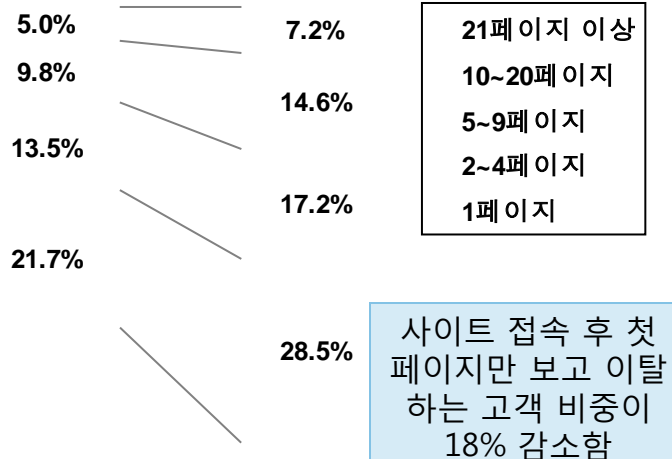
## 사이트 유입 도메인 분석



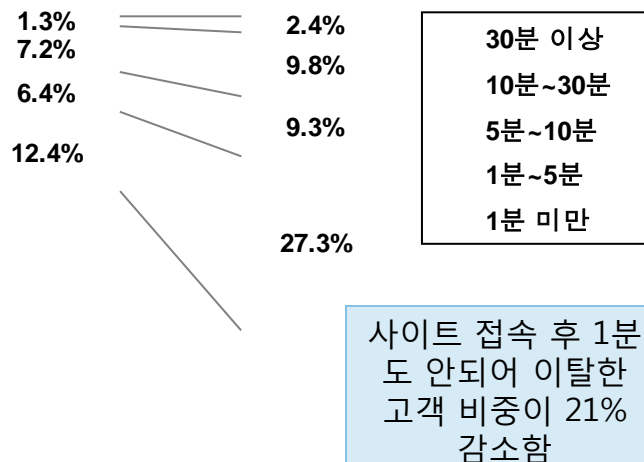
# 고객 충성도 분석 - 고객 이탈율 분석

## 고객 이탈율 분석

### 1회 방문당 페이지 뷰 비중



### 사이트 체류시간 비중



사이트 충성도/회감도 지표

1월

8월

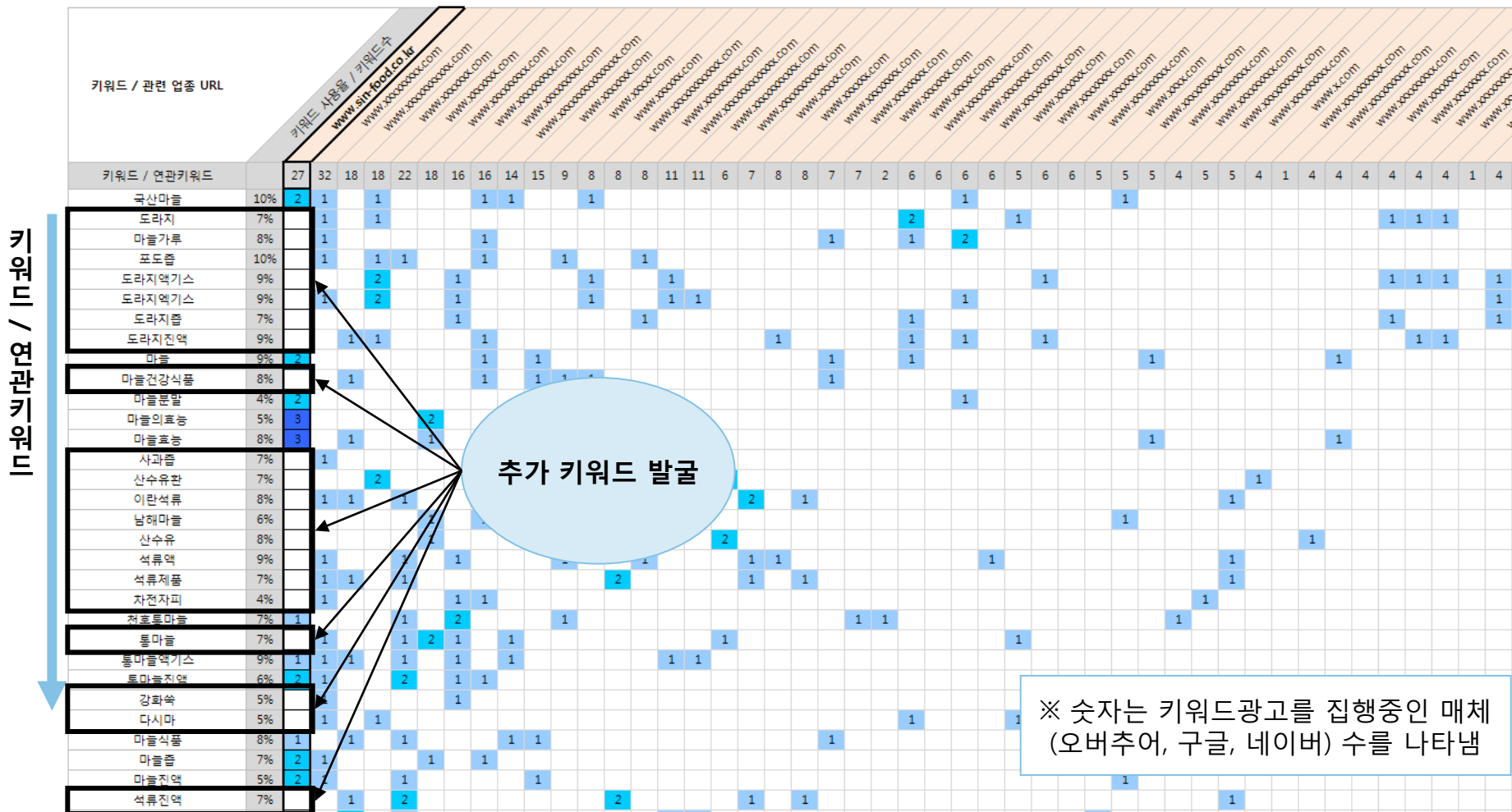
1월

8월



## 키워드 발굴 & 키워드 믹스 최적화

경쟁사의 키워드 믹스 분포표를 통해 적정 키워드의 발굴 및 키워드별 미디어 믹스 트렌드를 모니터링함

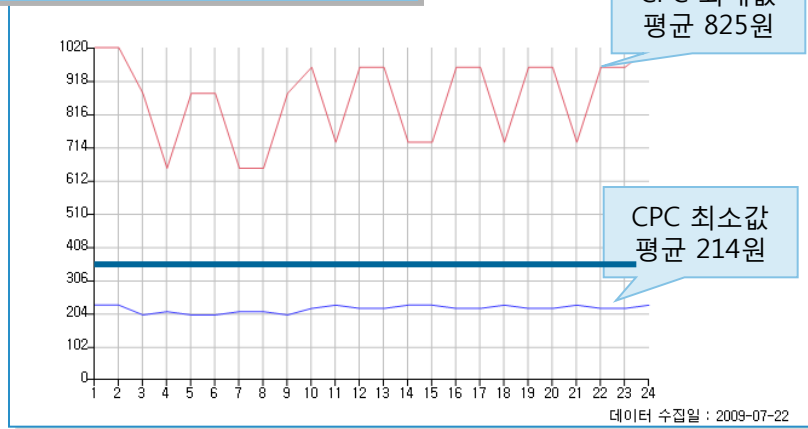


※ 숫자는 키워드광고를 집행중인 매체 (오버추어, 구글, 네이버) 수를 나타냄

[Source : eMnet Keyholder 2.0]

# 키워드 경쟁도에 따른 적정CPC 산출

## Case1. '포도다이어트' 키워드



CPC 최대값은 최소값의 **3.9배**

NAVER 포도다이어트 검색

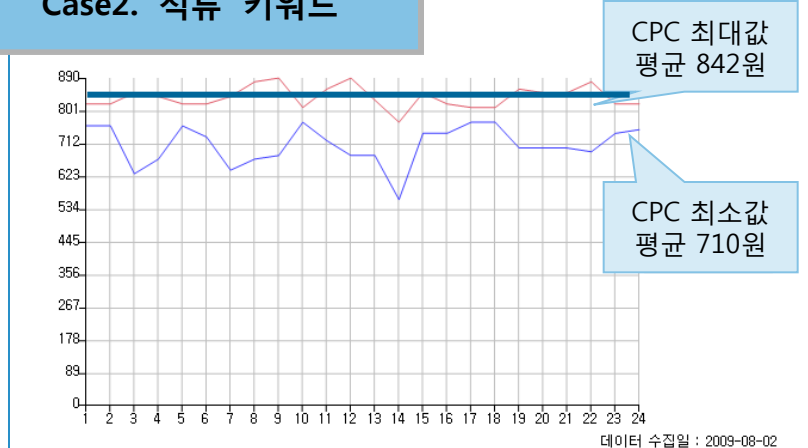
통합검색 사이트 웹문서 지식IN 블로그 카페 이미지 동영상 사전 뉴스 더보기

스폰서링크

- 신한발 대만 다이어트 - 대만: <http://www.eddlim.co.kr>
- 포도다이어트의 명가 산마를 <http://www.sanmall.biz>
- 임두음질 원푸드다이어트 - 산마를
- 포도다이어트 온오프마켓 - 과일세척기, 야채세척기, 젓병, 잔류농약 살균초음파세척기, 내가족의 건강지킴이. <http://clean.onoffmarket.com>

하위순위로 입찰 (CPC 320원)

## Case2. '석류' 키워드



CPC 최대값은 최소값의 **1.2배**

NAVER 석류 검색

통합검색 사이트 웹문서 지식IN 블로그 카페 이미지 동영상 사전 뉴스 더보기

스폰서링크

- 미인물위한 석류 닥터로하스 <http://www.doctorlohas.com>
- 효성우메켄 석류 - 효성미 육종 <http://www.umeken.co.kr>
- 하나꽃의생명 9988 - 국제품질 <http://www.ch9988.com>
- 레하임365 석류 - 석류, 페르시아산 유기농석류, 무첨가, 무농약100%원액, 적립금10%. <http://www.ileheim.co.kr>

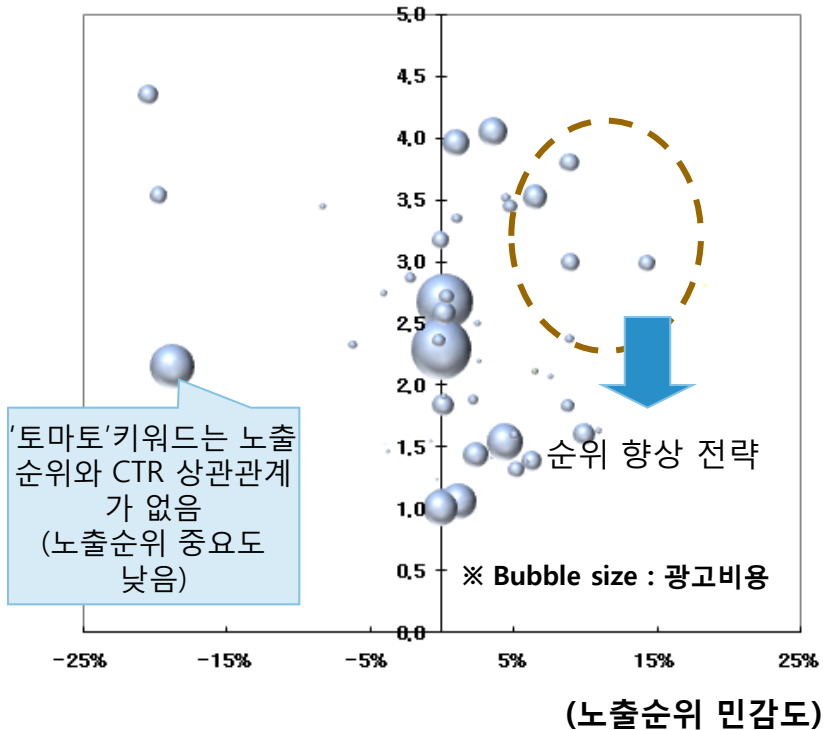
1순위로 입찰 (CPC 840원)

# 노출 순위 민감도 분석

노출 순위에 따라 CTR과 컨버전이 어떻게 변화하는지 분석하여 노출순위에 따른 CTR과 컨버전의 상관관계를 분석하며 키워드별 순위를 최적화함

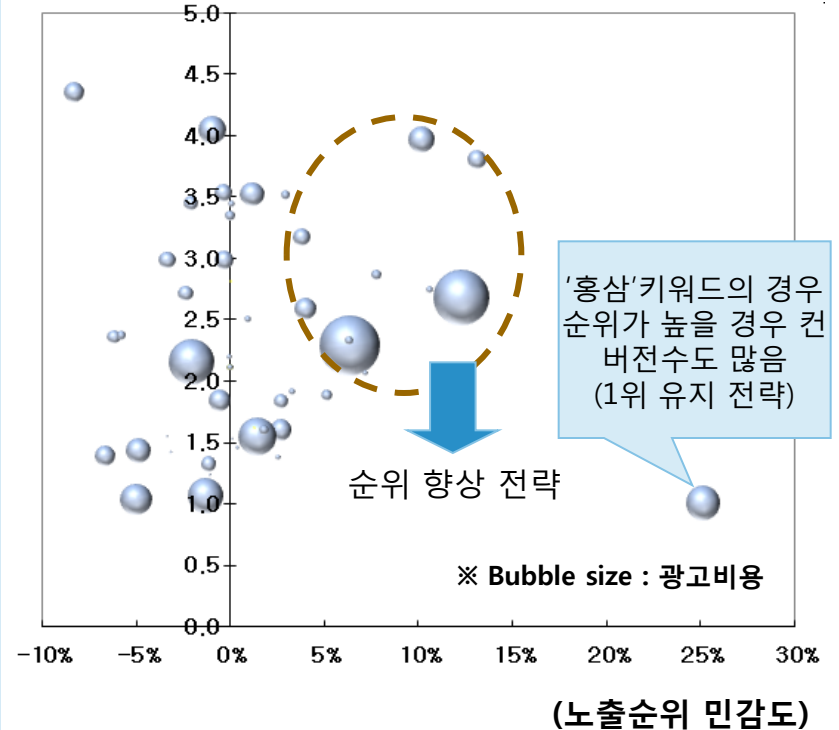
노출순위에 따른 CTR 민감도 분석

(평균 순위)



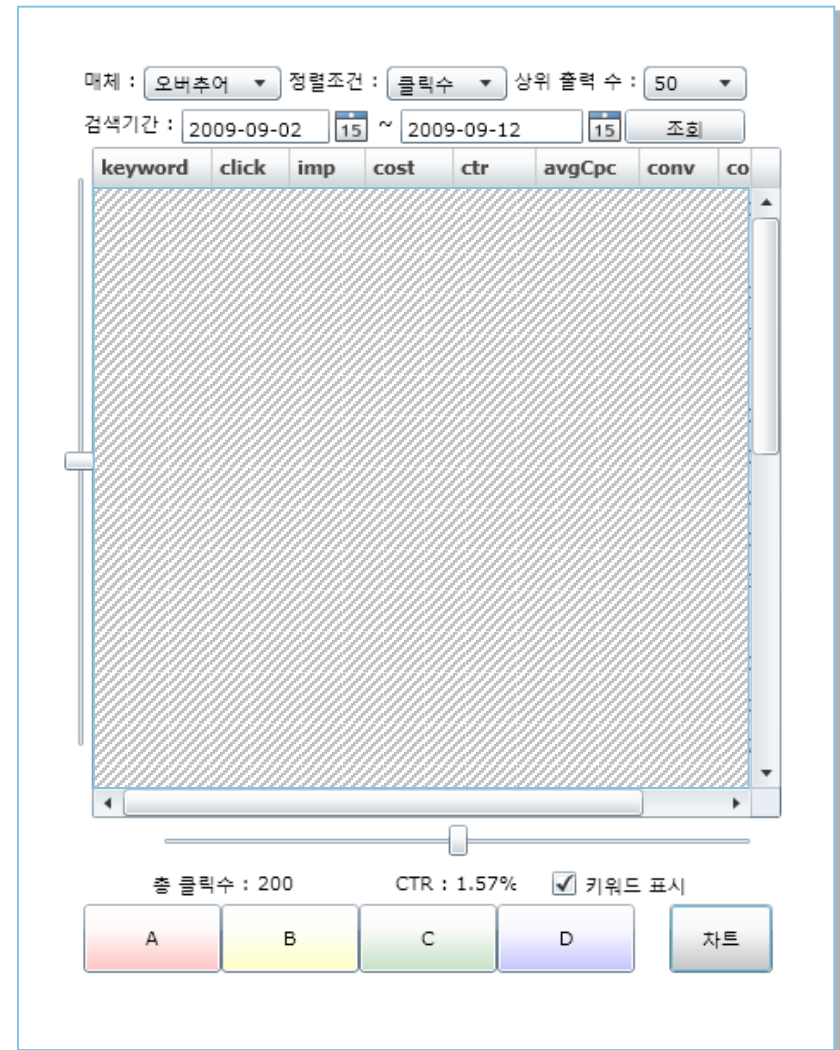
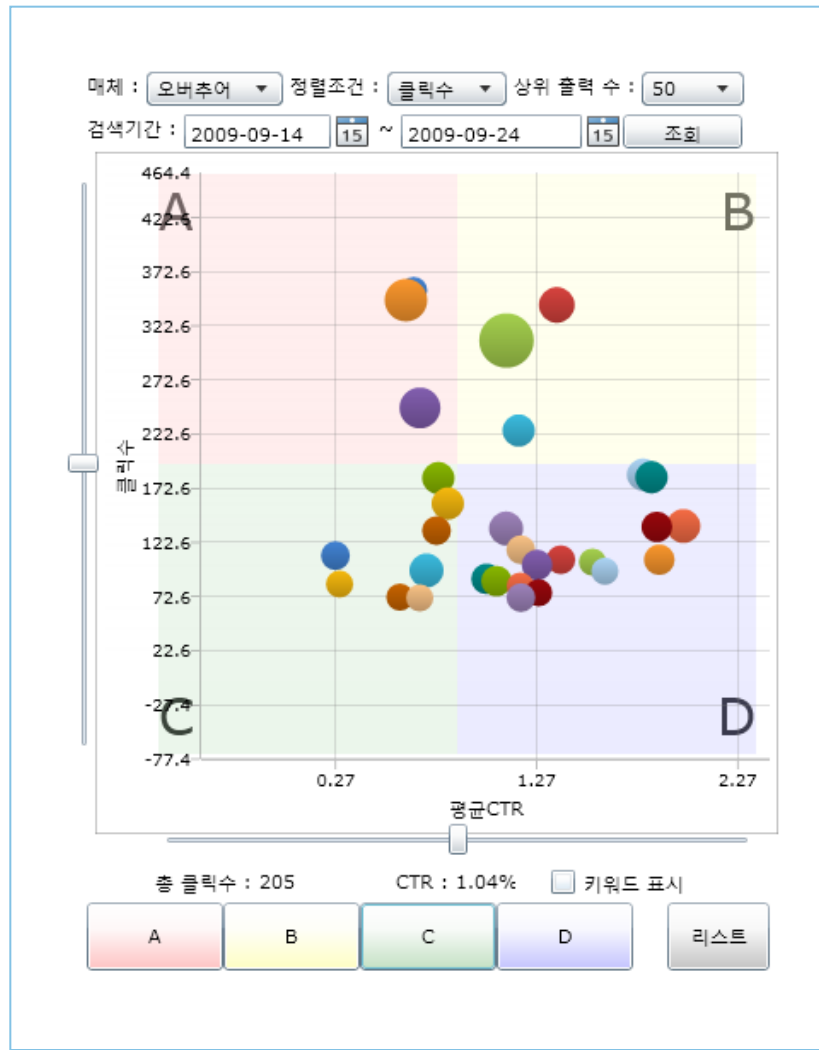
노출순위에 따른 컨버전 민감도 분석

(평균 순위)



# 키워드 분석 도구

키워드 분석 매트릭스를 통해 키워드별 성과 그룹핑 및 전략을 수립할 수 있음



[Source : eMnet keymetrics 1.0]

# 랜딩페이지 분석 – Scrolling Heatmap 분석

Attention 12sec

Attention 24sec

Attention 46sec

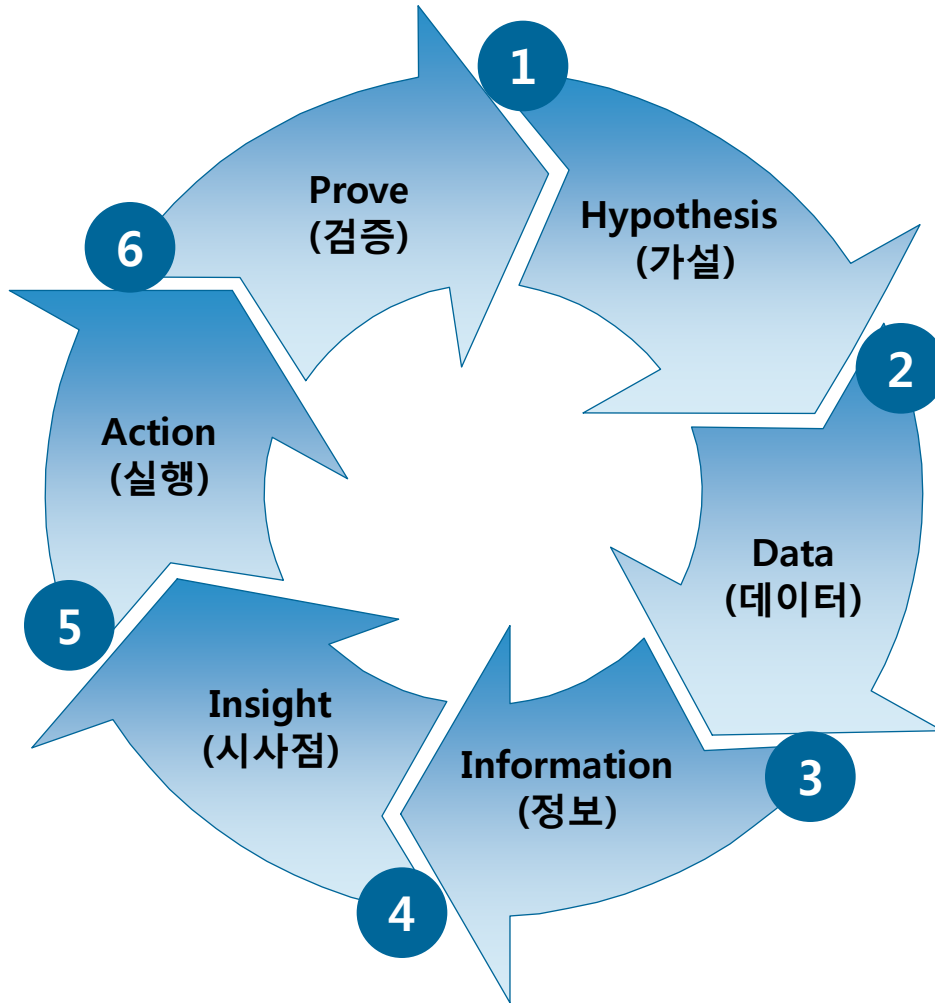
Attention 24sec

Attention 15sec

Attention 3sec



# 검색광고의 핵심은 효과분석 - 효과분석의 6단계



효과분석은

단발성 (X)

지속성 (O)

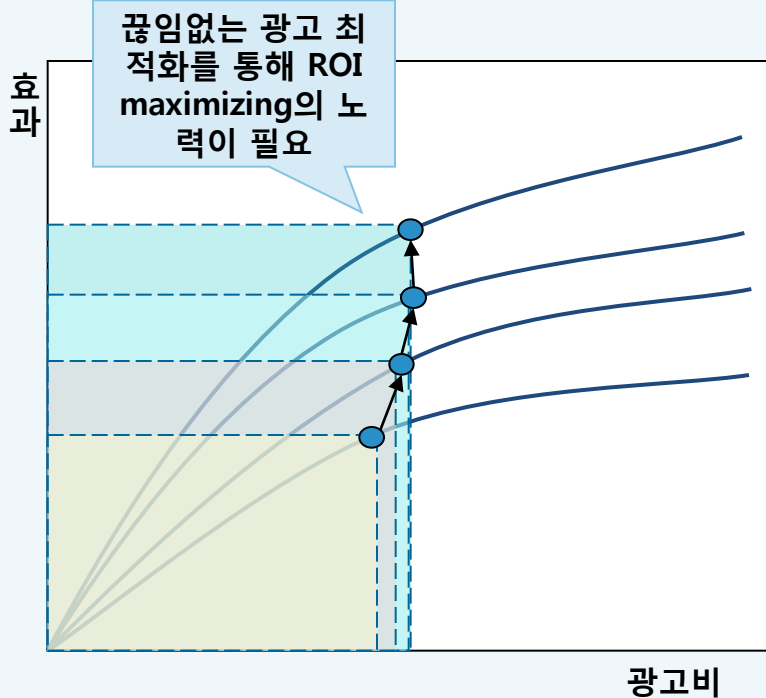
# 효과분석의 DRIVE 법칙

D	Decision Supportable	의사결정을 지원할 수 있는
R	ROI Oriented	ROI를 지향하는
I	Insight	시사점이 있는
V	Validity	명확하고 타당한
E	Endless	지속적으로

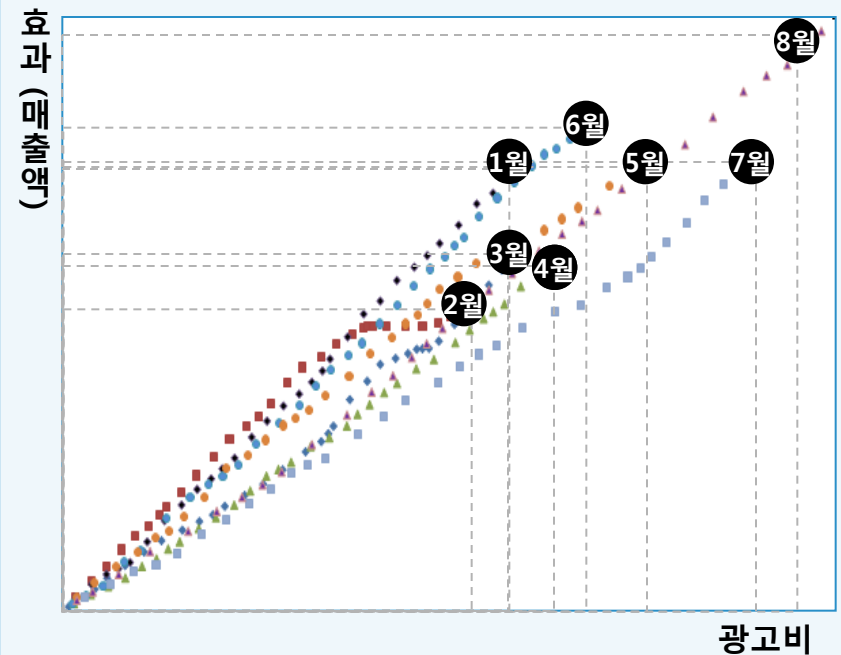
# 검색광고는 한계효용의 법칙

검색광고는 광고비 증가량과 광고효과가 정비례하지 않는 한계효용의 법칙으로 설명되어 질 수 있으나 중요한 것은 곡선의 기울기!!


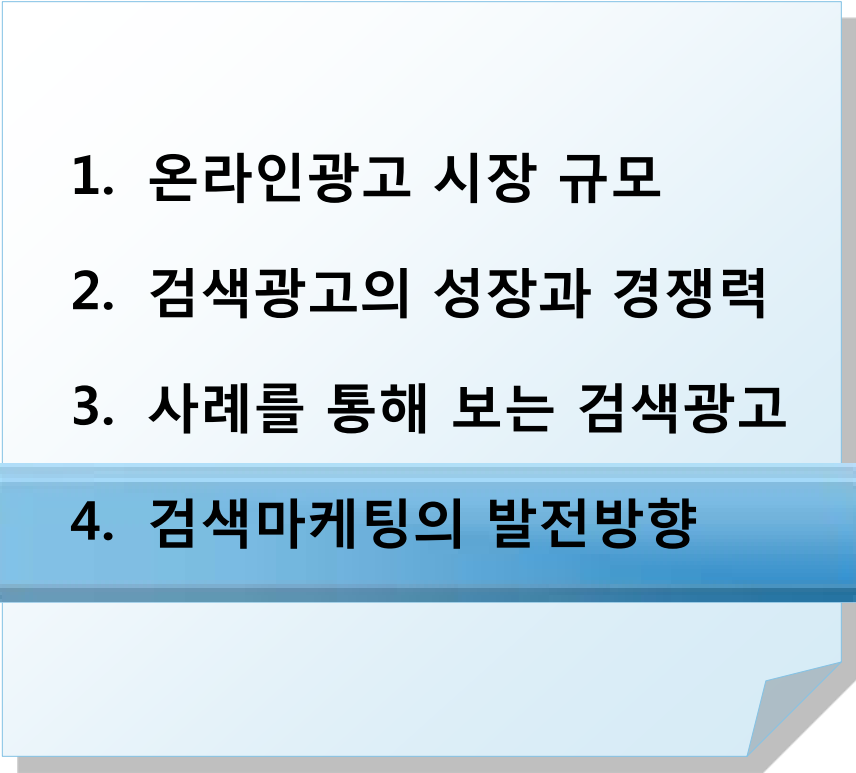
## 한계효용의 법칙



## ROI 최적점 찾기 (A기업 시뮬레이션 Case)





- 
- 
1. 온라인광고 시장 규모
  2. 검색광고의 성장과 경쟁력
  3. 사례를 통해 보는 검색광고
  4. 검색마케팅의 발전방향

# 검색 N-screen 디바이스의 확장



# 모바일 검색광고

## 모바일 검색광고 이렇게 노출 됩니다

- ▶ 클릭초이스 광고가 최대3개 까지 노출
- ▶ 광고주가 직접 입력한 전화번호 노출

### 파워링크 (모바일) AD

#### 1. 50%할인전국꽃배달하프플라워

전국꽃배달전문, 각종화환 30%할인, 빠른배송, 생일, 기념일, 축하꽃배달서비스, 개업...

[www.naver.com](http://www.naver.com) 000-000-0000

#### 2. 전국꽃배달하프플라워

전국꽃배달전문, 각종화환 30%할인, 생일, 기념일, 축하꽃배달서비스, 개업...

[www.naver.com](http://www.naver.com) 000-0000-0000

#### 3. 꽃배달하프플라워

전국꽃배달전문, 각종화환 30%할인, 생일, 기념일, 축하꽃배달서비스, 개업...

[www.naver.com](http://www.naver.com) 000-0000-0000



# 모바일 검색

## 모바일 검색의 특징

지도 검색

소상공인 광고주 확대

전화연결

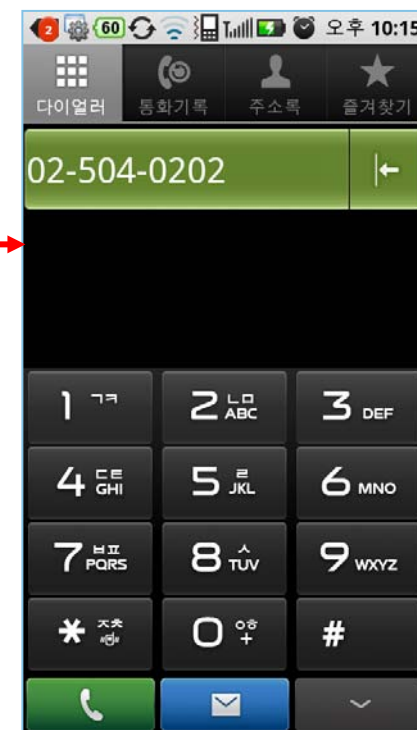
배달, 예약 서비스

음성검색

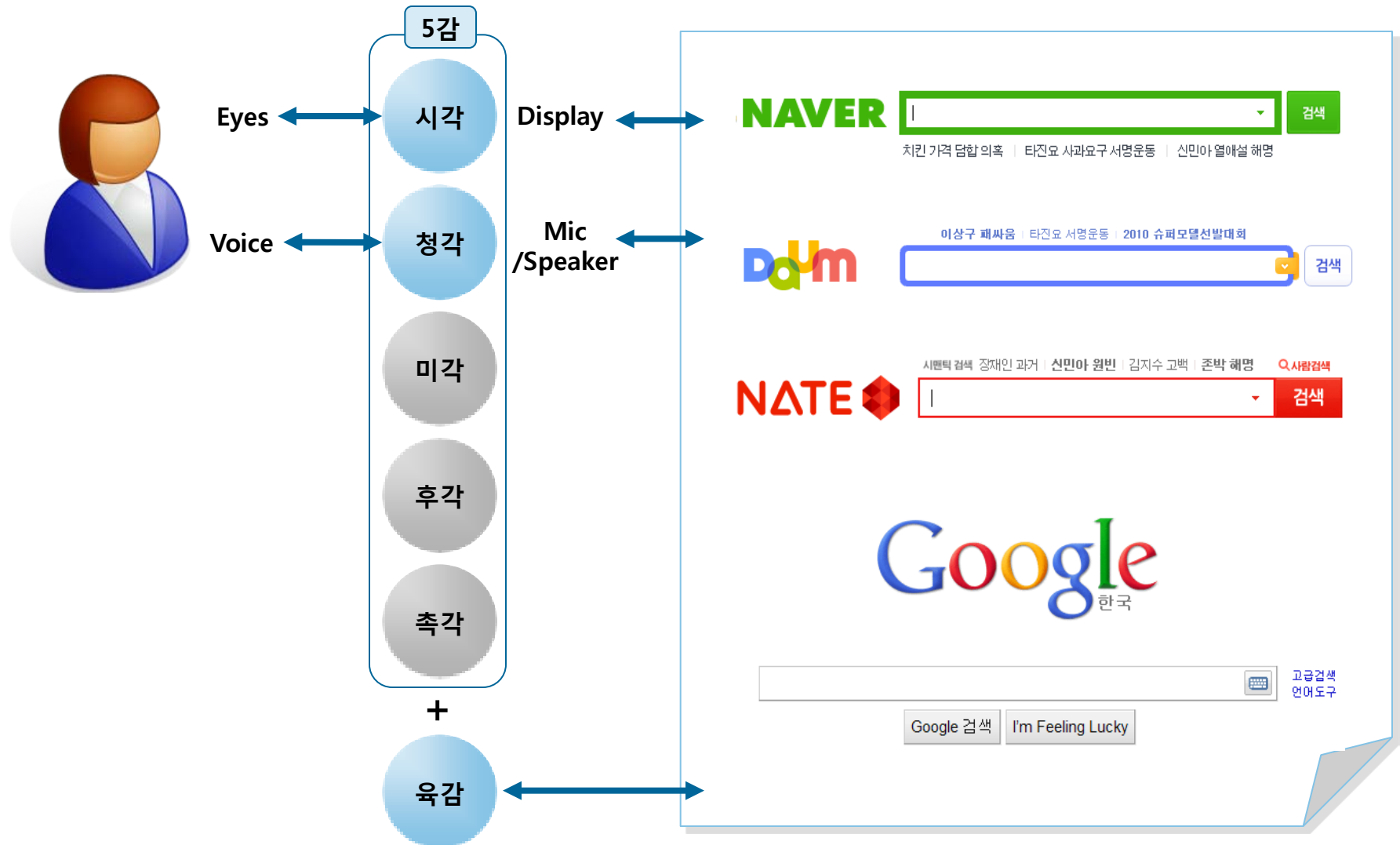
브랜딩에 영향

Anywhere

QR코드 활용 프로모션

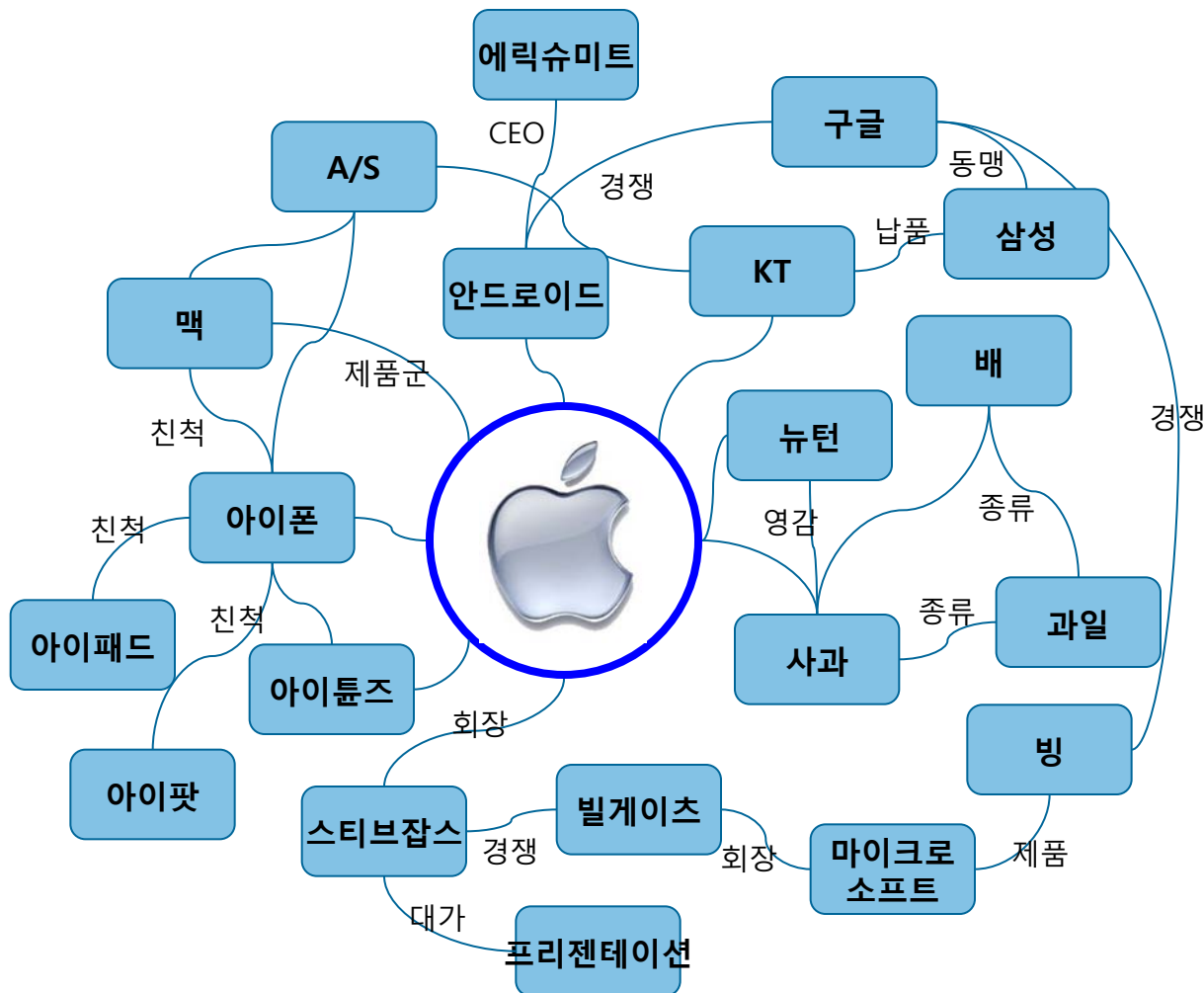


# 검색엔진과 소통하는 감각 수단



# 시멘틱 검색 – 검색엔진의 육감

## '애플' 키워드의 연관키워드 개념



애플 회장이 싫어하는 회사는?

스티브잡스가 좋아하는 과일은?



# 감사합니다.

(주)이엠넷 전략기획팀 신도용 팀장

[doyong@emnet.co.kr](mailto:doyong@emnet.co.kr)

<http://www.twitter.com/solredomi>

<http://www.facebook.com/solredomi>