

Google 디스플레이 광고



창의적인 기회가 열리는 공간

1994년 디스플레이 광고가 처음 도입된 이래로 간편하고 효율적인 디스플레이 광고는 많은 발전을 거듭했습니다. 최근 디스플레이 광고는 유용성을 더하고 새로운 방식으로 사람들에게 도달하며 실험적인 시각화 작업, 오디오, 움직임 등 창의적인 기회를 제공합니다. 인터넷상에서 브랜드 경험을 유도할 수 있는 가장 큰 단일 경로인 만큼 진부함을 버리고 전략적인 컨셉으로 진취적으로 디스플레이 광고를 바라보는 시선이 필요합니다.

디스플레이 광고의 작동 원리

Google 디스플레이 광고는 온라인 탐색이나 YouTube 시청, Gmail 확인 또는 앱을 사용할 때 나타납니다. 광고 기술로 의미 있는 소통의 기회가 생겨나고, 유용성과 상호작용 등 추가적인 요소를 더할 수 있습니다. 그뿐만 아니라 Google 디스플레이 광고는 인터넷 사용자의 90%에 도달합니다.

디스플레이 광고로 유인하는 4대 요소

규모. Google 잠재고객은 대규모 그룹으로 연결할 수 있는 최적의 방법입니다. 다양한 타겟팅 필터를 이용해 어떤 관심 분야, 거주 지역이든 타겟 잠재고객을 정확히 찾을 수 있습니다.

속도. 크리에이티브를 몇 시간 내에 업로드하고 수정할 수 있습니다. 시의적절한 메시지를 전달하고 아이디어를 유연하게 적용할 수 있습니다.

유연성. 기기 종류(모바일, 데스크톱, 태블릿, TV) 또는 형식(맞춤형, 네이티브, 스마트, Gmail, 반응형)과 상관없이 에셋은 사용자의 위치와 시간을 적용해 페이지를 실행할 수 있습니다.

민첩성. 수만 개의 신호와 데이터를 바탕으로 최적의 잠재고객을 찾으며, 최적의 가격과 적절한 메시지를 이용해 실시간으로 광고를 최적화합니다.

아이디어가 좋을수록 더 나은 결과를 안겨줄 것입니다.

창의력의 중요성

프로그래밍, 효율성, 자동화 모두 중요하지만, 창의적인 아이디어가 없으면 아무것도 없는 것이나 마찬가지입니다. 지금 가능한 것이 무엇인지 이해했을 때 비로소 디스플레이 광고의 가능성이 열립니다.

시작하기에 앞서 생각해볼 필요가 있는 몇 가지입니다.

브랜드를 위해 데이터 활용하기

데이터 통계는 잠재고객에 대한 풍부한 정보를 제공합니다. 잠재고객에 대해 많이 알수록 잠재고객의 관심을 끌고 즐거움을 주기 위한 콘텐츠를 더욱 정교하게 개발할 수 있습니다. 잠재고객 특징 및 위치, 관심사로 더욱 관련성 있는 메시지를 만들 수 있습니다. 디스플레이로 잠재고객과 특별한 연결고리를 만들려면 어떤 요소나 구성에 집중할지 선택해야 합니다.

더욱 강력한 순간을 위한 연결점으로 디스플레이 광고를 이용하세요

디스플레이는 관련성이 높은 정보를 제공할 수 있습니다. 고객이 웹사이트를 더욱 빠르게 찾을 수 있도록 하여 웹서핑 중의 불편함을 없애거나 고객이 작업을 완료하도록 지원할 수 있습니다. 또 디스플레이는 원하는 만큼 독창적인 형식으로 파격적인 정보를 제공할 수 있습니다. 고객에게 적시에 즐거움이나 필요한 경험의 순간을 제공할 수 있으며, 잠재고객이 자주 이동한다는 점을 고려해야 합니다.

- 더욱 쉽게. 동영상, 웹사이트, 도구 또는 유틸리티 프로그램을 더욱 쉽게 사용할 수 있습니다.
- 새로운 경험 선사하기. 실시간 행사를 선보이거나 다른 세계를 엿볼 수 있게 해보세요.
- 즐거운 순간 만들기. 예상치 못했거나 기억에 남을 순간을 제공해 보세요.

기존 프로그램, 이벤트, 또는 기억에 남는 순간을 디스플레이 광고에 활용해 보세요. 잠재고객의 이목을 끌고 브랜드로 유도할 수 있습니다.

실제 광고 운영에서 고려해야 할 마지막 사항

디지털 광고에서 성공을 거두려면 기회를 최대한 활용하게 해주는 도구를 사용하고 최적의 팀을 구성해야 합니다. 미디어와 크리에이티브는 함께 일해야 합니다. 광고 캠페인은 개별 팀에서 독자적으로 만들어지는 경우가 많은데, 이를 벗어나 협업을 하면 획기적인 실적 개선을 이룰 수 있습니다.

Google과의 협력을 통해 아이디어에 생명을 불어넣어 줄 올바른 도구를 찾아보세요. Google Web Designer(GWD)로 양방향, 애니메이션, 동적 및 반응형 리치 미디어 크리에이티브를 만들 때 모든 설정을 내가 직접 조정할 수 있습니다. 광고가 게재되면 브랜드 광고효과 설문조사로 측정항목에 따라 브랜드 인지도, 회상도, 고려도, 구매 의도 등에 대한 피드백을 신속하게 수용할 수 있습니다.

크리에이티브 만들기

아이디어를 섬뚱게 해줄 몇 가지 질문:

- 디스플레이 광고로 크리에이티브 컨셉이 새롭게 주목받을 수 있을까요?
- 배너광고에 사용할 수 있는 기술로 스토리를 끌어낼 방법이 있나요?
- 유틸리티 광고에 고정할만한 특징이 있나요? 아니면 웹사이트를 더욱 밀접하게 제공해 사용자의 시간을 아낄 수 있나요?
- 캠페인과 잠재고객의 관련성을 높일 수 있나요?
- 메시지를 테스트하거나 즉시 적용해볼 수 있는 기회가 있나요?
- 광고 형식이 창의적인 아이디어를 더욱 돋보이게 만들 수 있나요?
- 미디어와 크리에이티브 파트가 더 긴밀하게 일할 수 있나요?

창의적인 아이디어를 사용자에게 손쉽게 전달하는 방법

디스플레이 캠페인에 피드를 연결한 광고주는 평균 ROI가 20% 상승하는 결과를 확인했습니다.

출처: Google 내부 데이터, 전환 추적 기간 1회 주기 기준('30일' 등 광고주의 전환추적 설정에 따름) 전 세계, 2018년 11월

반응형 디스플레이 광고(RDA)에 동영상 에셋을 사용한 광고주는 유사한 CPA 광고에 비해 5% 더 많은 전환을 경험했습니다.

출처: Google 내부 데이터, 전 세계, 2019년 3월