Google

Search Playbook

Creative

2021 Performance Solution

목차

1. 광고 소재의 중요성 이해하기 3~12p

광고 소재의 중요성

타 광고 플랫폼과의 차이

다양한 광고 소재의 중요성

2. 광고 소재 시작하기 13~36p

광고 로테이션 적용하기

광고 확장 활용하기

반응형 검색 광고 활용하기

3. 광고 소재 최적화하기 37~57p

광고 확장 최적화

반응형 검색 광고 최적화

맞춤 광고문안 활용

4. 광고 소재 성과 정확하게 측정하기 58~69p

광고 소재 성과 평가 방법

임시 캠페인 및 실험

5. 성공사례 70~73p

해커스 그룹

아디다스

네스프레소

6. 자주 하는 질문(FAQs) 74~83p

광고 확장 / 반응형 검색 광고 / 맞춤 광고문안

*각 제목을 클릭하시면 해당 섹션으로 이동합니다.

Google

1
광고 소재의 중요성 이해하기

Google

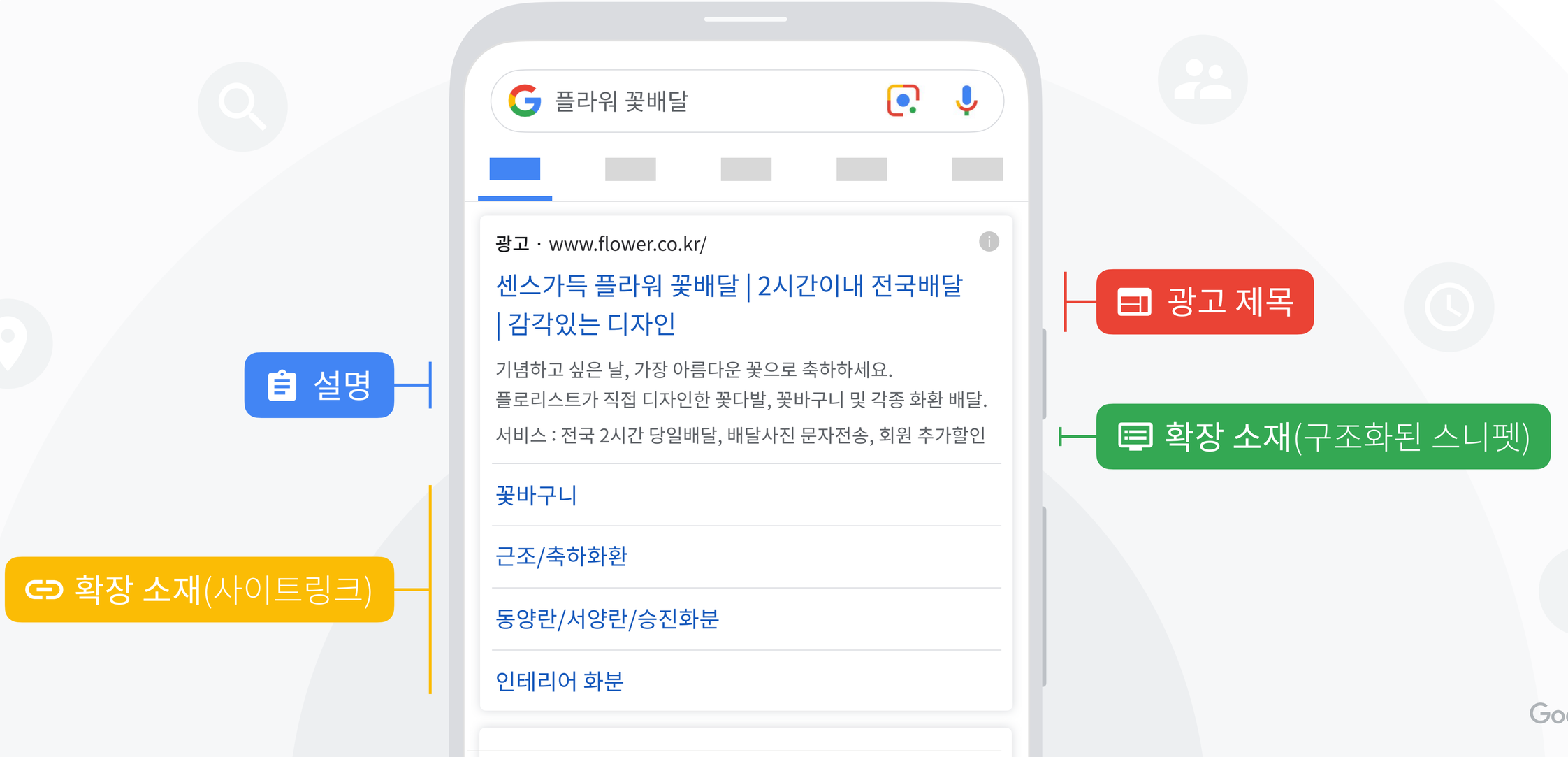
1. 광고 소재의 중요성 이해하기

광고 소재의 중요성

Google

검색 광고의 광고 소재란?

광고주가 고객에게 전달하는 메시지이며, 광고 제목 / 설명 / 확장 소재로 구성



광고 소재는 광고 실적과 연관되어 있는 검색 광고의 중요 요소

"광고 제목과 문안을 다양하게 입력하고,
확장 소재도 모두 등록해야지!"

광고주 A

200원 입찰

입찰가	●●○○○
품질지수	●●●●○
포맷효과	●●●●●

입찰 결과

광고 순위 **1위**　　클릭당 비용 **130원**

"와 광고 효율이 좋네!"

"바쁘니까 소재는 대충 입력하자. 입찰가를 더 비싸게
입력했으니 내가 더 높은 순위에 노출되겠지?"

광고주 B

400원 입찰

입찰가	●●●●○
품질지수	●○○○○
포맷효과	○○○○○

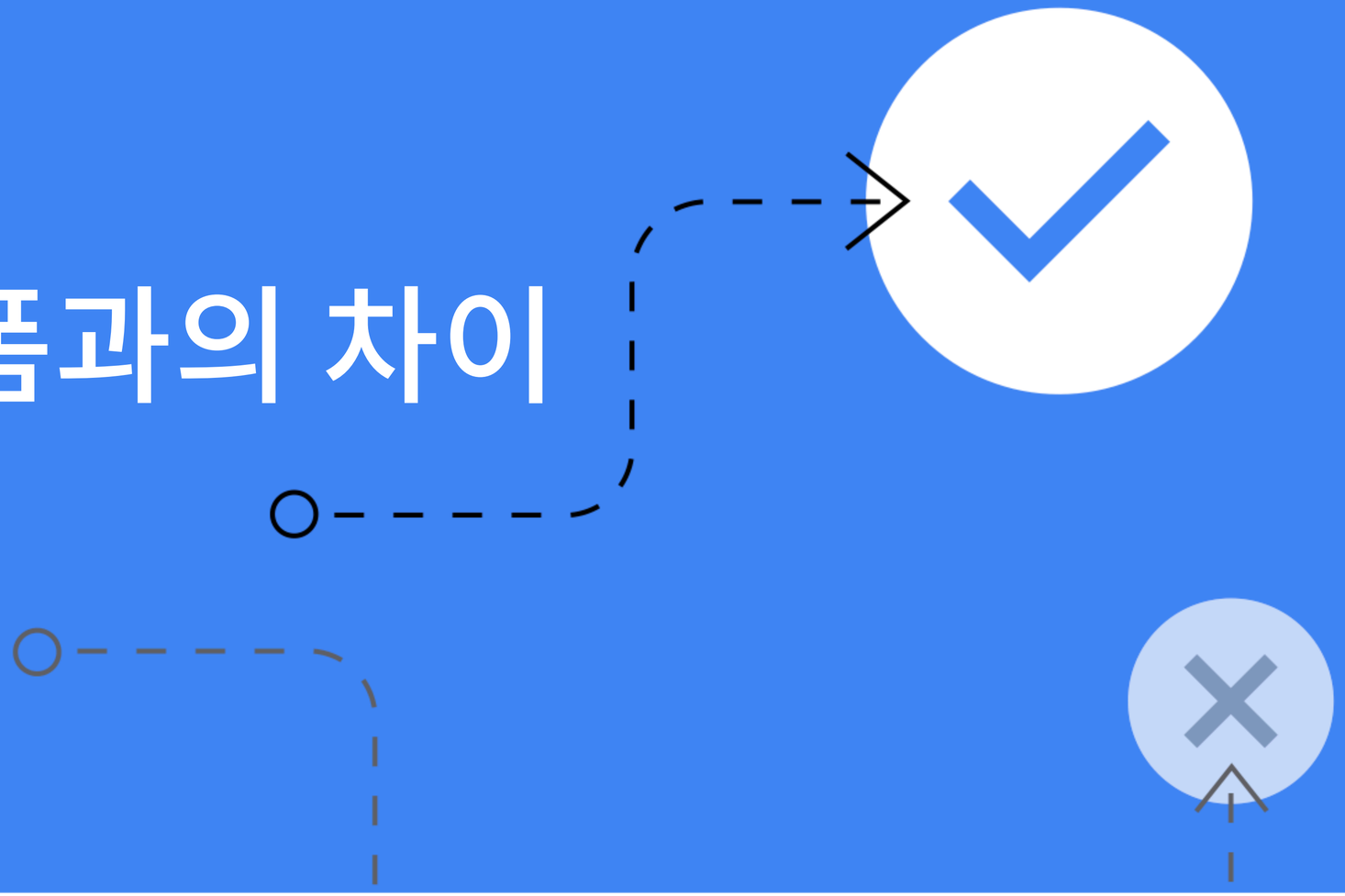
입찰 결과

광고 순위 **2위**

"내 광고는 왜 노출이 잘 안될까?"

1. 광고 소재의 중요성 이해하기

타 광고 플랫폼과의 차이



Google

Google 검색 광고가 필요한 이유

Google 광고 플랫폼

이용자의 검색 의도 및 맥락에 맞춰, 각 검색의 순간마다
이용자에게 가장 매력적인 광고 소재를 노출

"매 검색의 순간마다 가장 적절한 소재를
노출해서 이용자를 끌어올 수 있도록,
다양한 소재를 준비해야지!"

다양한 검색 의도에 맞춰서 노출할 수 있도록
다양한 소재 등록 필요

타 광고 플랫폼 A

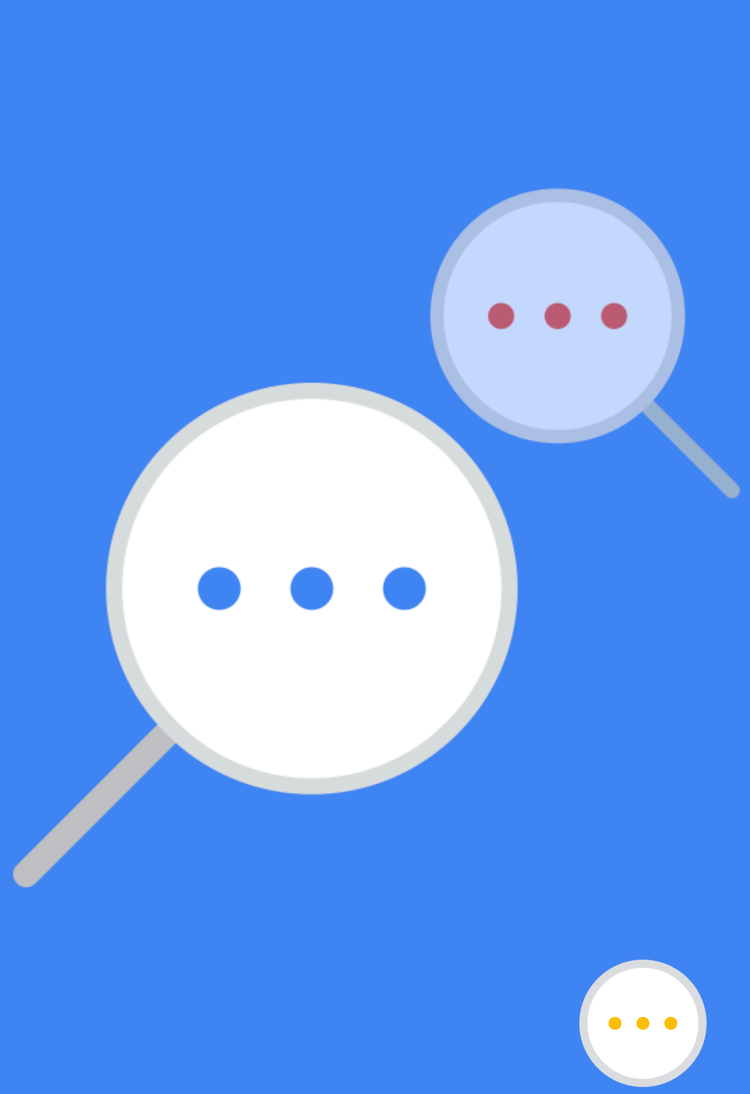
이용자의 검색 의도에 관계없이,
평균 성과가 좋은 문안을 일괄적으로 더 많이 노출

"문안 A가 문안 B보다 평균적으로
성과가 더 좋았으니, 모든 검색어에 문안 A가
더 많이 노출될 수 있도록 문안 B는 삭제해야지!"

CTR 등의 성과가 좋은 문안을 취사 선택하여
등록하는 것이 필요

1. 광고 소재의 중요성 이해하기

다양한 광고 소재의 중요성



Google

매 검색의 순간마다, Google은 이용자의 검색 의도를 반영하여 광고 소재의 품질을 평가하고 광고 순위 산정에 반영

이용자의 검색 의도에 부합하는 높은 품질의 광고 소재를 제공하면 광고 순위 획득에 유리

광고 순위를 결정하는 주요 요소

검색 맥락

입찰가

품질 점수

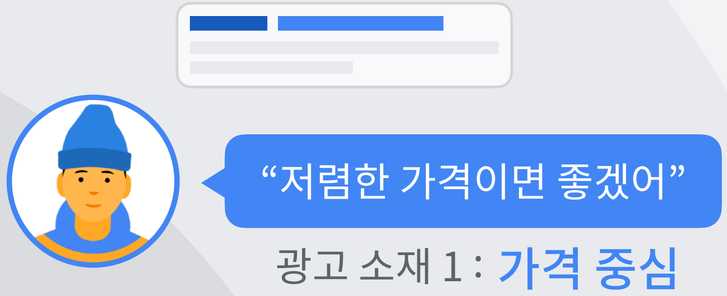
- 검색 의도와 광고의 연관도
- 랜딩 페이지 품질
- 예상 CTR

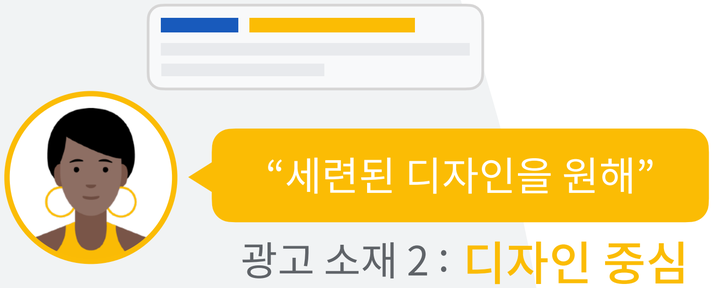
확장 소재 및
광고 포맷의 예상 효과

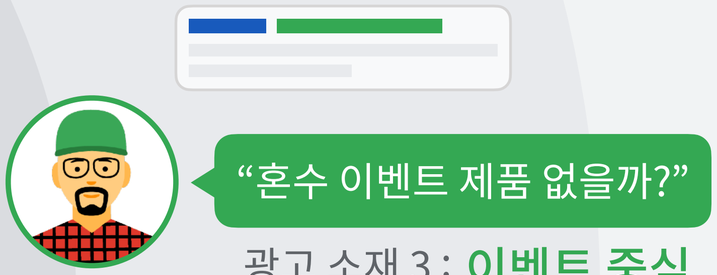
광고 순위 최소 기준

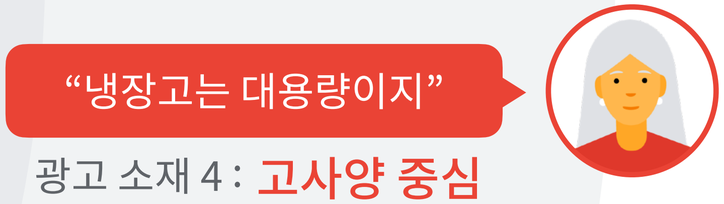
검색어가 동일해도 이용자마다 검색 의도는 서로 다를 수 있음

냉장고





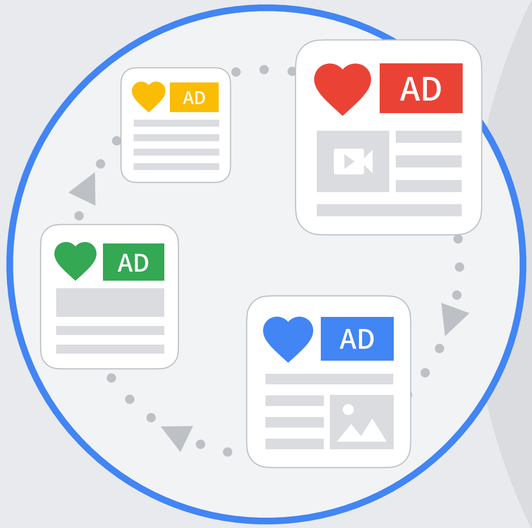




3개 이상의 고품질 광고 소재를 가지고 있는 동시에 광고 로테이션을 활용하는 광고그룹은, 광고가 1~2개 있는 광고그룹 대비 15%이상* 높은 클릭 또는 전환수를 달성

*Source: Google Internal Data
*Varies by client, business type, among other factors. Google cannot guarantee this or any uplift.

따라서 다양한 광고 소재를 설정하여 이용자의 검색 의도에 맞는 품질 좋은 광고 소재 노출이 필요



광고 로테이션 설정

다양한 광고 확장

(최소 4종류 이상)

다양한 광고 문안/설명

(RSA 활용 필수)

2
광고 소재 시작하기

Google

광고 소재를 최적화하여 전환율 개선

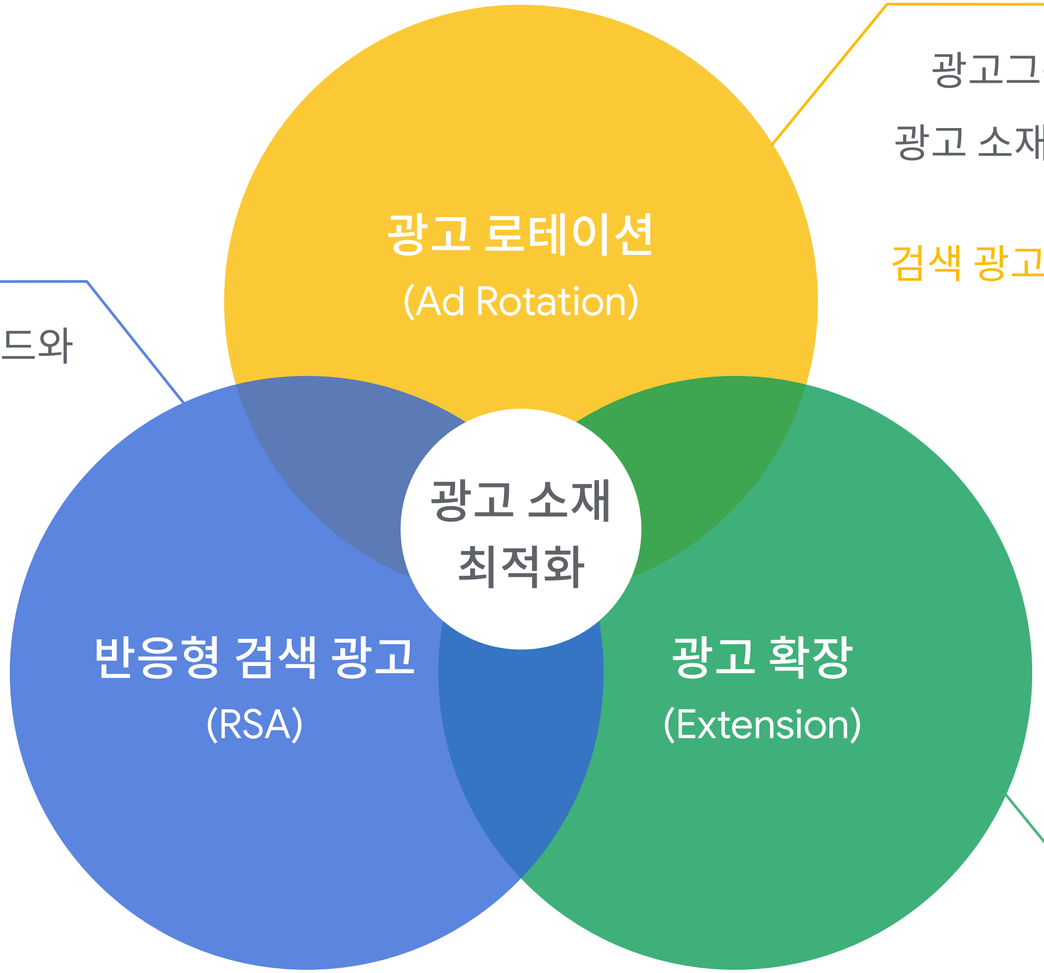
광고 로테이션 + 광고 확장 + 반응형 검색 광고

광고그룹 내 클릭률이 우수할 것으로 예상되는 광고 소재를 선택하여 트래픽을 우선적으로 분배

검색 광고의 품질 평가 지수, CTR, 트래픽 유도를 위해서 활용하는 것을 추천

브랜드 및 상품과 관련있는 다양한 키워드와 유저에게 맞춤형 광고 소재를 노출시켜 더 많은 전환을 발생

반응형 검색 광고를 활용하면 클릭 10% 증가, 전환수 평균 5% 증가



광고주의 KPI에 부합하는 광고 확장을 활용하여 전환 가능성이 높은 잠재고객을 더 많이 확보하고 클릭률을 10~15%까지 향상

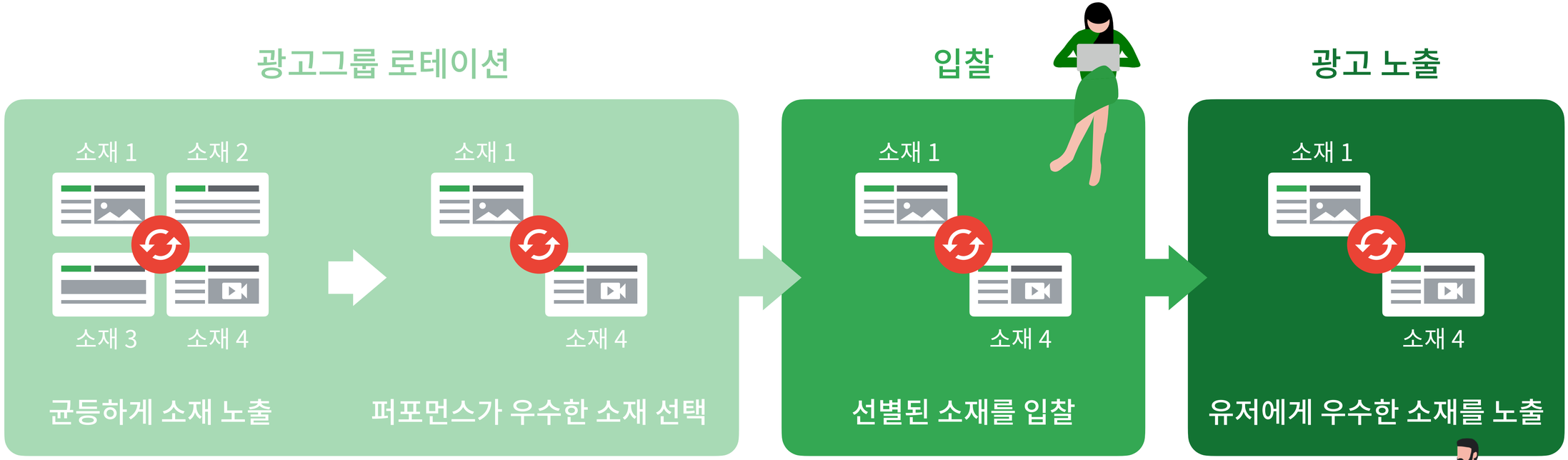
2. 광고 소재 시작하기

광고 로테이션 적용하기

Google

광고 로테이션

우수한 광고 소재를 노출시켜 퍼포먼스를 최적화



광고 로테이션 기능 활성화로 CTR과 전환율 평균 5% 상승

- 광고 로테이션 기능을 활성화하여 유저에게 가장 반응이 좋았던 광고를 노출시켜 트래픽을 효율적으로 유입
- 머신러닝을 통해 선별, 노출된 소재를 기반으로 품질평가점수 및 클릭률(CTR)을 개선
- 품질평가점수 및 클릭률이 우수한 광고 소재를 노출시켜 더 많은 전환 퍼포먼스를 발생

광고 로테이션 설정 방법

1

광고 제목 3개 입력

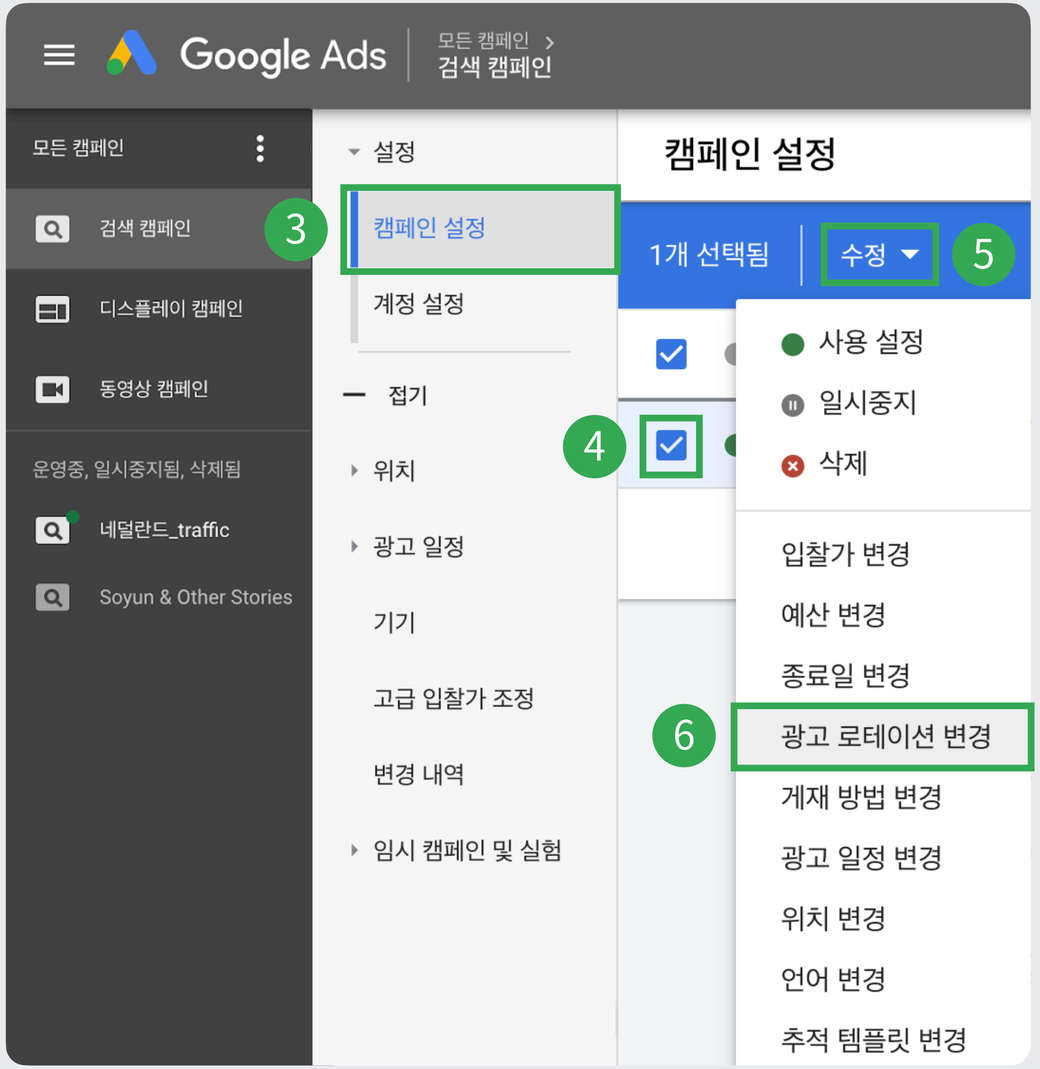
각 한글 최대 15자, 영문 최대 30자

2

광고 설명 2개 입력

각 한글 최대 45자, 영문 최대 90자

광고 로테이션 설정 방법



*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

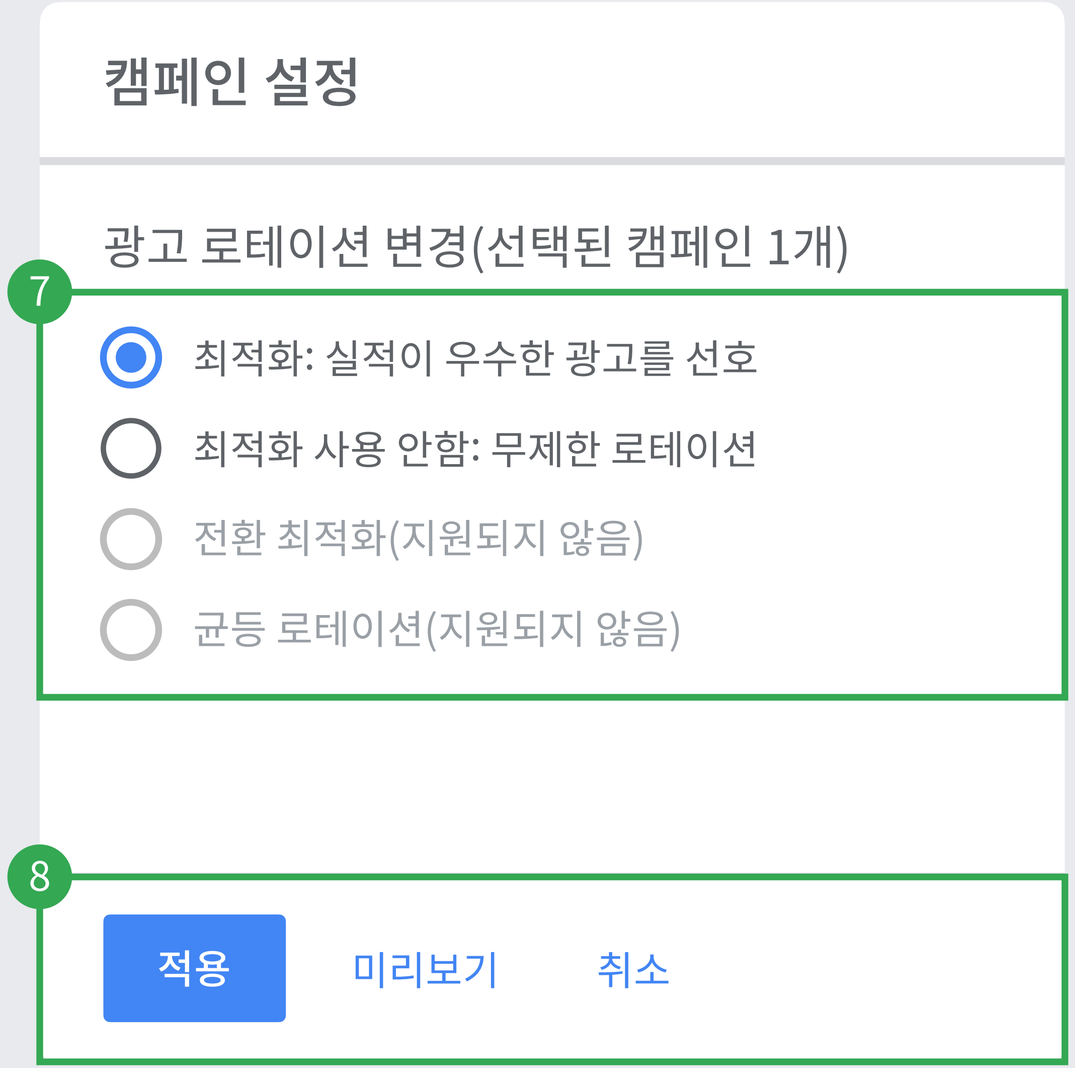
3 검색 캠페인 메뉴에서 **캠페인 설정** 선택

4 **광고 로테이션을 활용할 캠페인** 선택

5 **수정을 클릭**

6 **광고 로테이션 변경을 클릭**

광고 로테이션 설정 방법



7 캠페인 설정 옵션 중

최적화: 실적이 우수한 광고를 선호를 선택

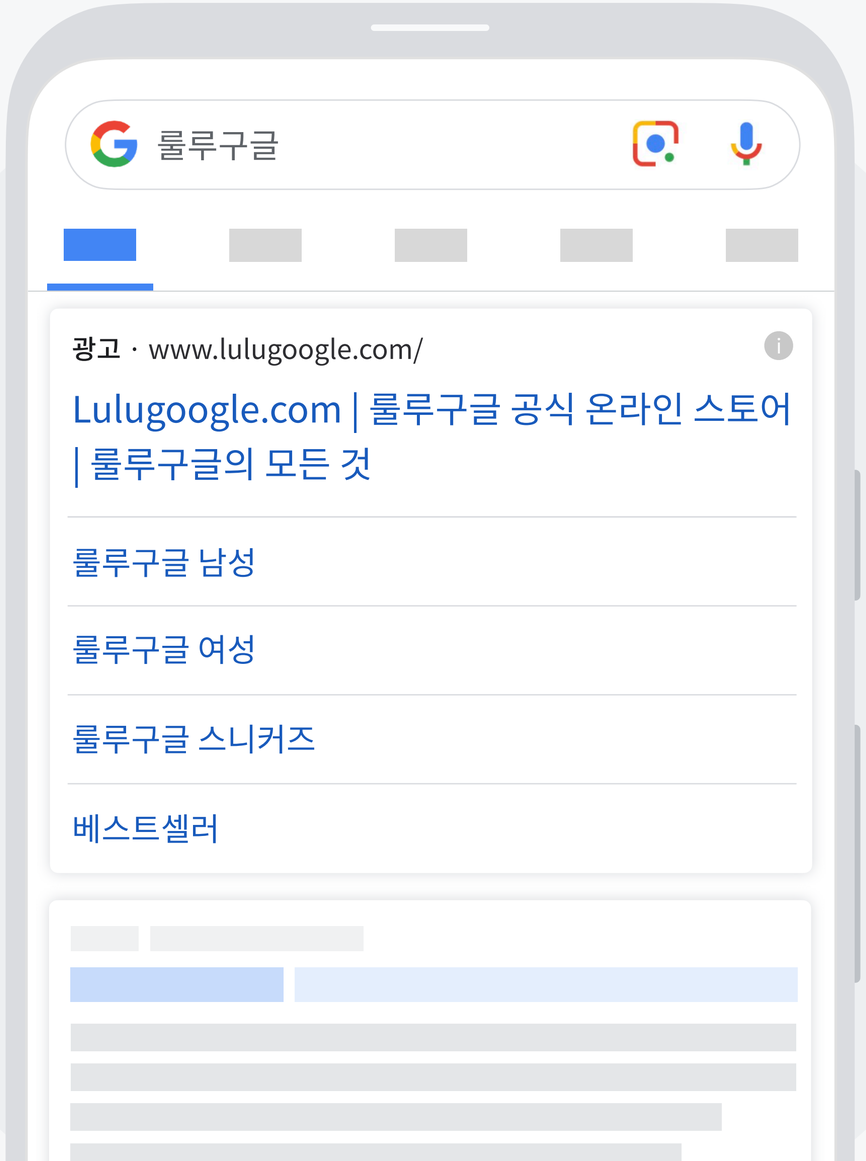
8 **적용을 클릭**

2. 광고 소재 시작하기

광고 확장 활용하기

Google

광고 노출 지면을 무료로 확장할 수 있는 광고 확장



기본 광고 영역

광고 확장 사용으로 더 넓어진 노출 지면

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

다양한 광고 확장 종류

최소 4개의 광고 확장 활용은 필수

CTR 개선

필수 적용 요소

- 사이트링크 광고 확장
- 콜아웃 광고 확장
- 구조화된 스니펫(부가정보)
- 이미지 확장

세일즈 리드 목적

비즈니스에 문의 유도

- 전화번호 광고 확장
- 리드 양식 광고 확장

매장 방문객 유도

- 위치 광고 확장

판매 촉진

- 가격 광고 확장 (일부 통화 지원)

비즈니스

프로모션 광고

- 프로모션 광고 확장

앱 설치 유도

- 앱 광고 확장

광고 확장을 활용하여 클릭률 10~15% 개선

광고 확장이 없는 광고 레이아웃

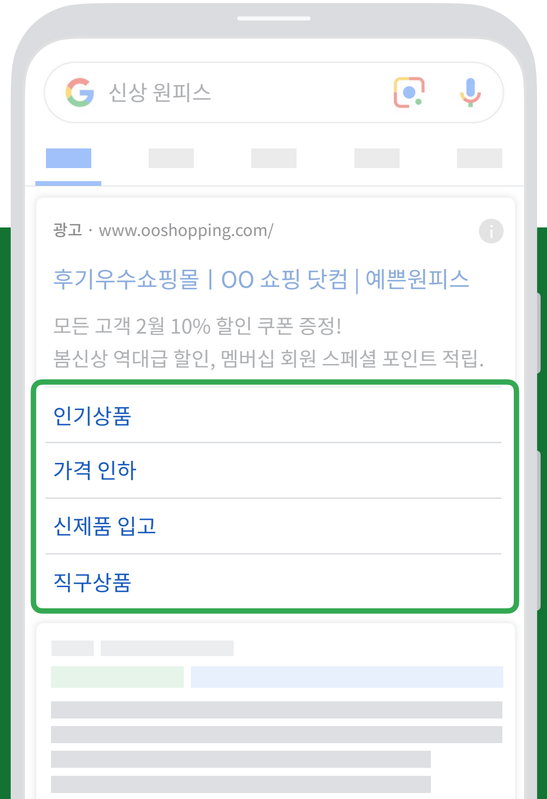
광고 확장이 있는 광고 레이아웃

필수로 가져가야하는 광고 확장 4가지

사이트링크

검색 결과의 화면 점유율을 높이는데 도움을 주며, 정확한 랜딩 페이지를 사이트링크별로 구현하는 것이 핵심

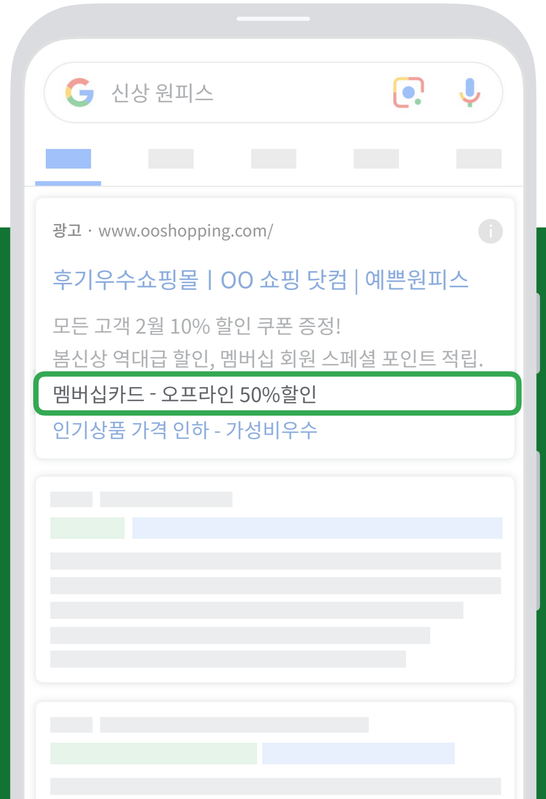
*CTR 10~20% 개선



콜아웃

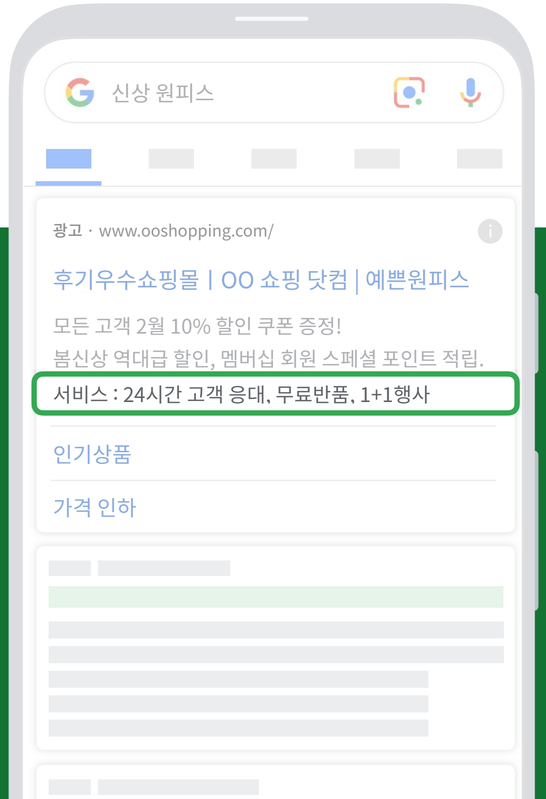
추가로 텍스트를 최대 25자까지 넣을 수 있으며, 특정 상품이나 서비스에 대한 강점을 넣는 것이 핵심

*CTR 최대 10% 개선



부가정보

제공하고 있는 특별한 상품이나 서비스에 대한 정보를 헤더와 함께 간략하게 넣는 것이 핵심

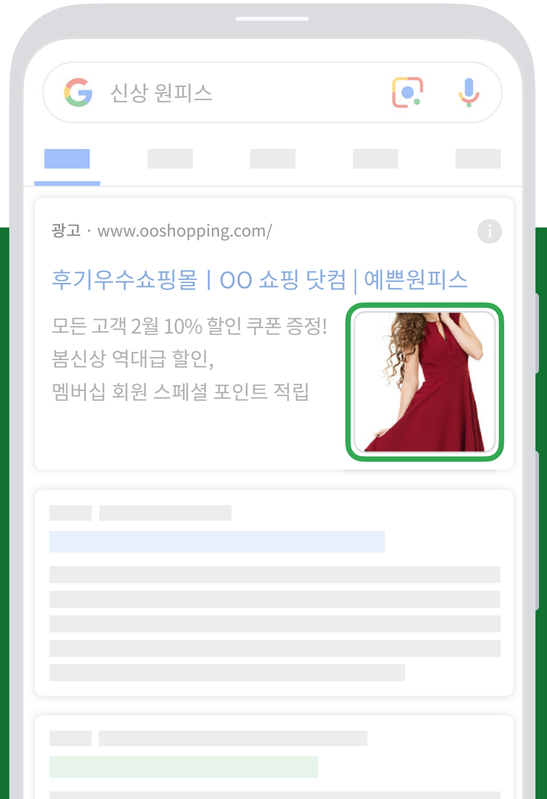


이미지

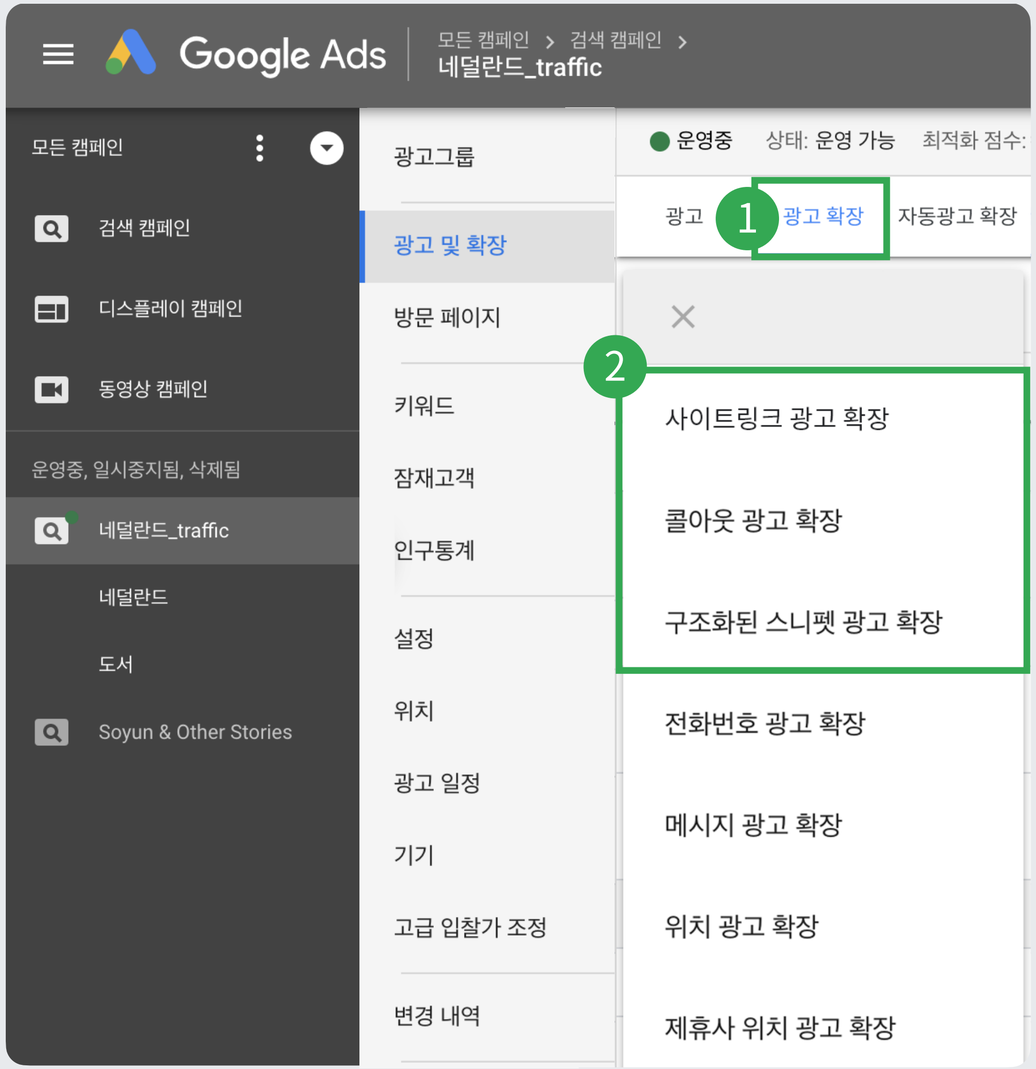
관련성이 높은 이미지를 활용하여 클릭 전환율 및 성과 개선이 핵심

(동적 이미지 확장 기능으로 랜딩 페이지에서 보여질 가장 관련성 높은 이미지 활용 가능)

*CTR 10% 이상 개선



광고 확장 등록 방법

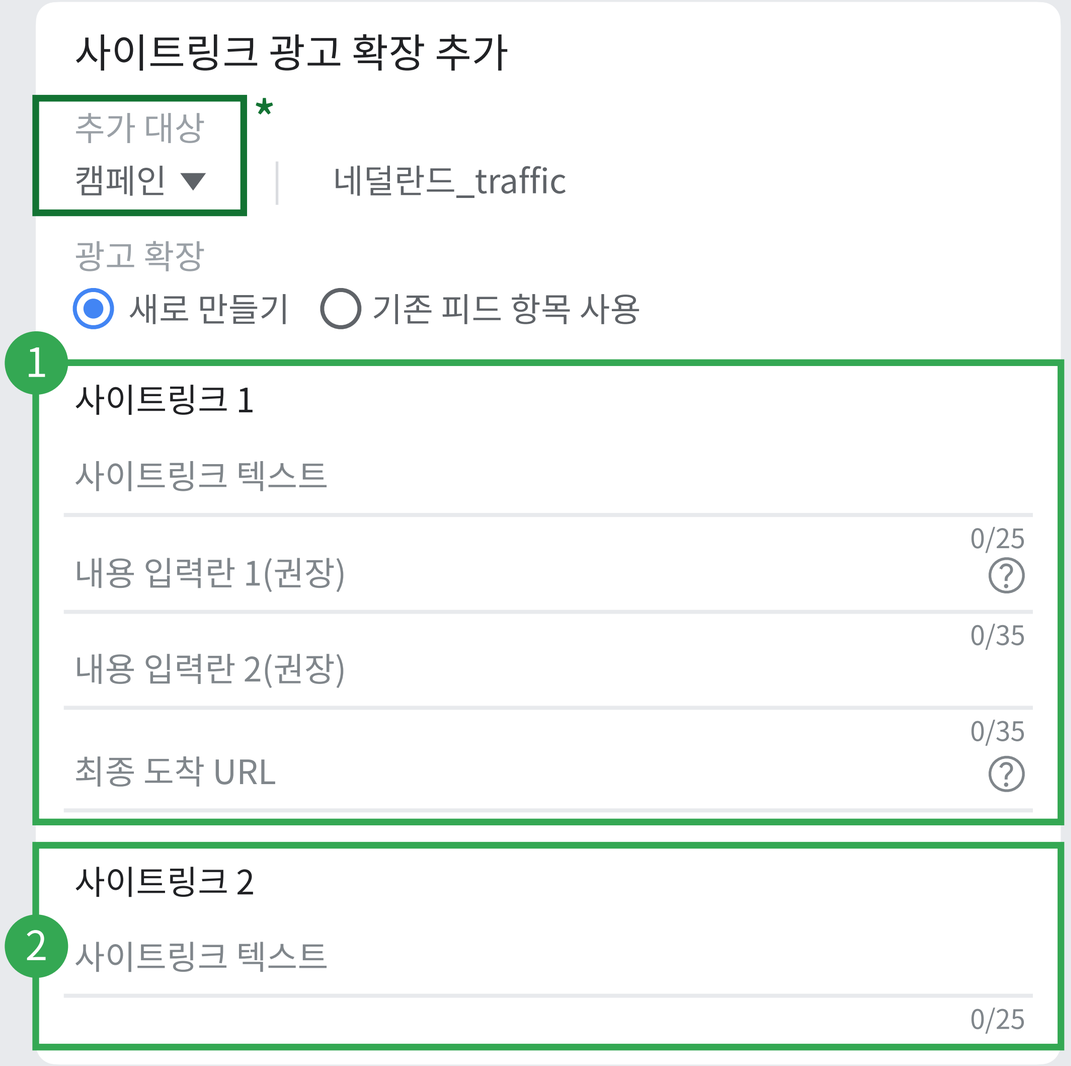


1 광고 및 확장 메뉴에서 **광고 확장** 선택

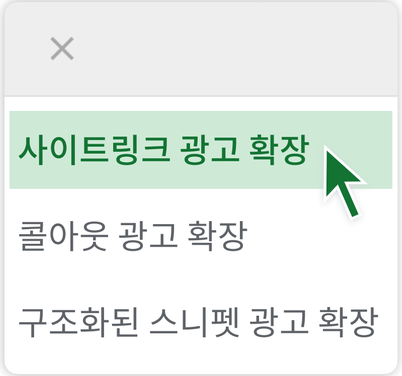
2 **추가하고 싶은 광고 확장 항목 중 선택**

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

광고 확장 등록 방법



*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음



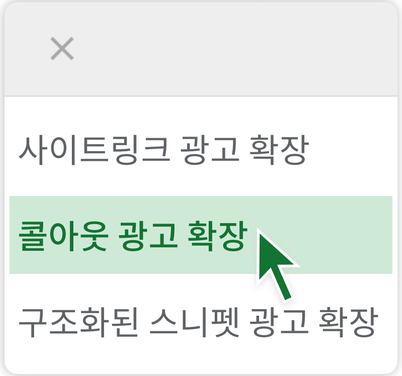
선택시

1 2 사이트링크 2개 이상 추가

***광고 확장 추가 대상**

: **계정 수준** 또는 **캠페인 수준**으로 선택

광고 확장 등록 방법



선택시

1 콜아웃 텍스트 2개 이상 추가

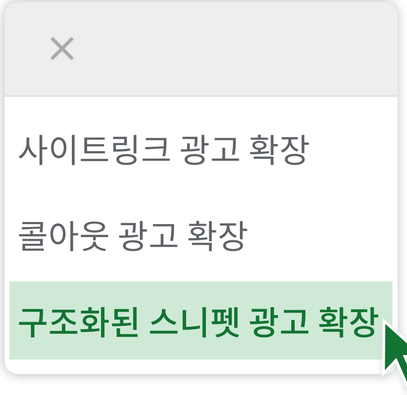
***광고 확장 추가 대상**

: **계정 수준** 또는 **캠페인 수준**으로 선택

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

광고 확장 등록 방법

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음



1 구조화된 스니펫 헤더 유형 선택

2 값 입력

***광고 확장 추가 대상**

: **계정 수준** 또는 **캠페인 수준**으로 선택

2. 광고 소재 시작하기

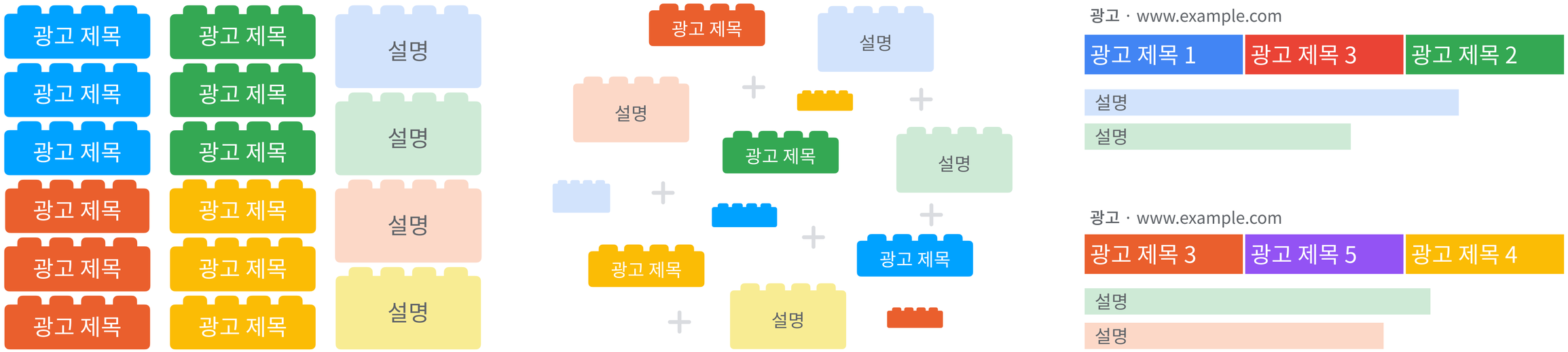
반응형 검색 광고 활용하기

Google

반응형 검색 광고(Responsive Search Ad)

유저의 키워드와 의도에 맞는 광고 소재를 노출시켜 브랜드와 상품에 대한 관여도를 높임

RSA를 활용 시 클릭 10% 증가, 전환수 평균 5% 증가



광고그룹당 최대 3개의
반응형 광고 작성 가능

반응형 광고 1개당
광고 제목 3개, 설명 2개(필수)

머신 러닝을 기반으로
광고 소재들을 키워드에 맞는
최적의 광고 문구로 조합하고,
이를 기반으로 **퍼포먼스를 최적화**

각각의 유저에게
맞춤형 광고 문구 노출

간단한 작업으로 다양한 유저의
의도에 맞는 브랜드로 포지셔닝 가능

반응형 검색 광고의 장점

맞춤형 광고 문구 노출

머신러닝을 기반으로
키워드에 맞는 광고 문구를 조합

다양한 유저의 니즈와
디바이스에 문구 최적화

성과 자동 최적화

반응형 검색 광고를 활용 시
클릭 10% 증가,
전환수 평균 5% 증가

효율적인 광고 운영

게재순위 고정 기능을 활용하여
광고 제목 설정

애셋 세부정보 보기를 활용하여
소재별 성과 분석

반응형 검색 광고 활용 예시

미리 작성된 광고 제목과 설명을 바탕으로 반응형 검색 광고를 생성하여 노출

반응형 광고 문구 만들기

광고 제목 (최소3, 최대15)	설명 (최소2, 최대4)
저렴한 서울 명동 호텔 고객 평점이 우수한 서울 호텔 학생 20% 할인 최저가 보장 seoulhotel.com 공식사이트 투숙 7일 전 객실 예약 시 30% 할인 공식 사이트에서 바로 예약하기 1박 5만 원부터! 최고의 가격과 서비스 세련된 객실 디자인	7박을 하시면 20% 할인을 받을 수 있습니다. 무료 : 와이파이, 조식, 수영장, 헬스장
	가족 여행, 출장 등 당신의 모든 일정에 알맞은 서울 명동 호텔입니다. 서울에서 가장 편안한 호텔을 예약하세요.
	서울 명동에서 가장 세련되고 저렴한 호텔을 예약하세요.
	안전하고 취소 수수료가 없습니다! 연중무휴, 다국어 지원, 안전한 예약!

반응형 검색 광고 예시

광고 · www.seoulhotel.com/

seoulhotel.com 공식 사이트 | 저렴한 서울 명동 호텔 | 1박 5만 원부터!

서울 명동에서 가장 세련되고
저렴한 호텔을 예약하세요.
안전하고 취소수수료가 없습니다!
연중무휴, 다국어 지원, 안전한 예약!
7박을 하시면 20% 할인을 받을 수 있습니다.
무료 : 와이파이, 조식, 수영장, 헬스장

광고 · www.seoulhotel.com/

고객 평점이 우수한 서울 호텔 | 최저가 보장 | 학생 20% 할인

가족여행, 출장 등 당신의 모든 일정에
알맞은 서울 명동 호텔입니다.
서울에서 가장 편안한 호텔을 예약하세요.

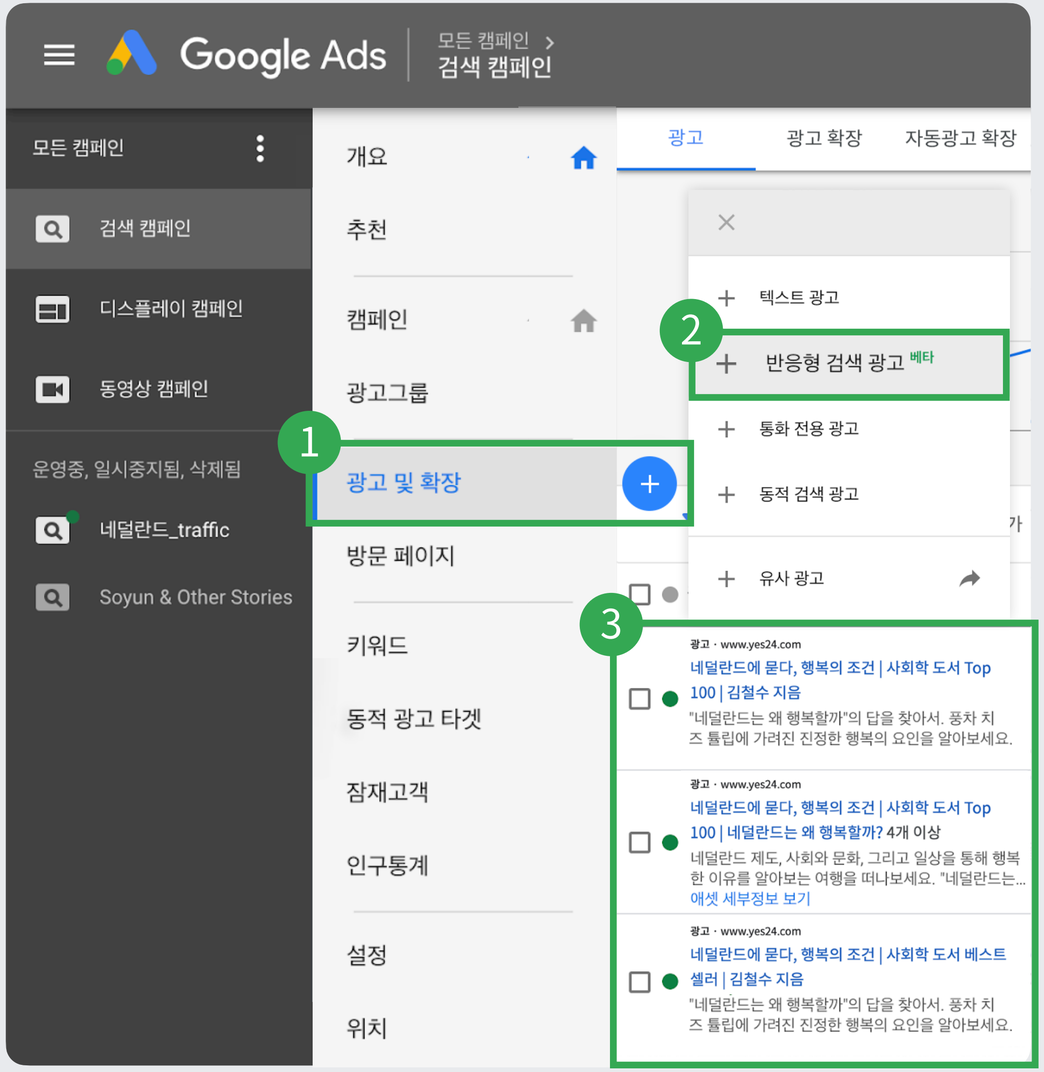
광고 · www.seoulhotel.com/

세련된 객실 디자인 | 투숙 7일 전 객실 예약 시 30% 할인 | 최고의 가격과 서비스

서울 명동에서 가장 세련되고 저렴한 호텔을 예약하세요.

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

반응형 검색 광고 등록 방법



*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

1. 검색 캠페인에서 **광고 및 확장**을 클릭 후 **+** 를 클릭
2. **반응형 검색 광고** 선택
3. **확장형 검색 광고를 2개 이상** 운영하고 있는 광고그룹에 적용

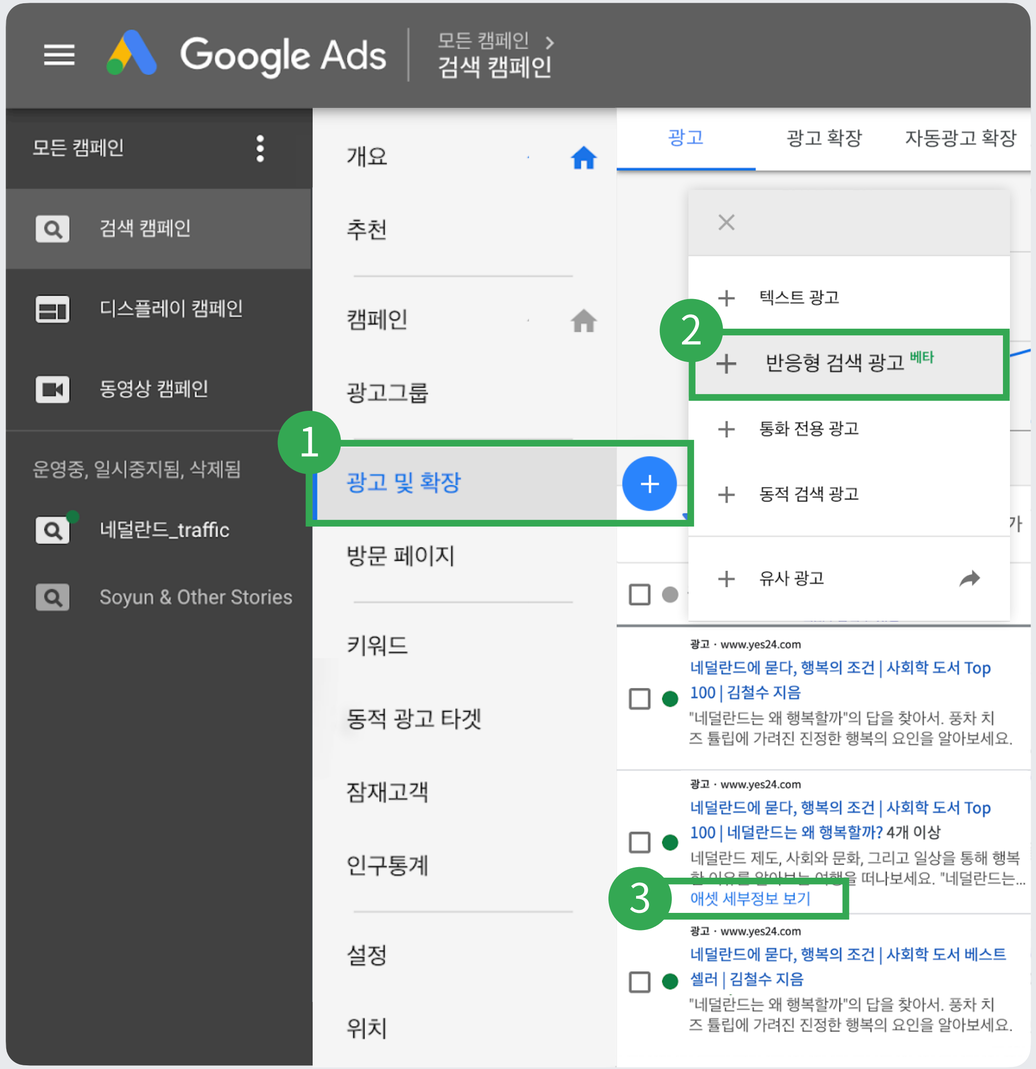
반응형 검색 광고 등록 방법

4 광고 제목 최소 5개 이상 입력

5 반드시 게재 되어야 되는
제목 게재순위에 고정

6 광고 설명 최소 2개 이상 입력

애셋별 보고서를 통한 소재 교체 및 관리 방법



1. 검색 캠페인에서 **광고 및 확장**을 클릭 후 ＋를 클릭
2. **반응형 검색 광고** 선택
3. 광고 하단의 **애셋 세부정보 보기**를 클릭

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

애셋별 보고서를 통한 소재 교체 및 관리 방법

광고 · www.yes24.com

네덜란드에 묻다, 행복의 조건 | 사회학 도서 Top100 | 네덜란드는 왜 행복할까?

네덜란드 제도, 사회와 문화, 그리고 일상을 통해 행복한 이유를 알아보는 여행을 떠나보세요. “네덜란드는 아름..

애셋 세부정보 보기

4

애셋	애셋 유형	게재위치 고정	노출수
사회악 도서 Top100	광고 제목	선택 안 함	43
네덜란드 문화, 사회 탐구 서적	광고 제목	선택 안 함	77
네덜란드는 왜 행복할까?	광고 제목	선택 안 함	0
온라인 서점	광고 제목	선택 안 함	650
네덜란드 제도, 사회와 문화…	설명	선택 안 함	1,165

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

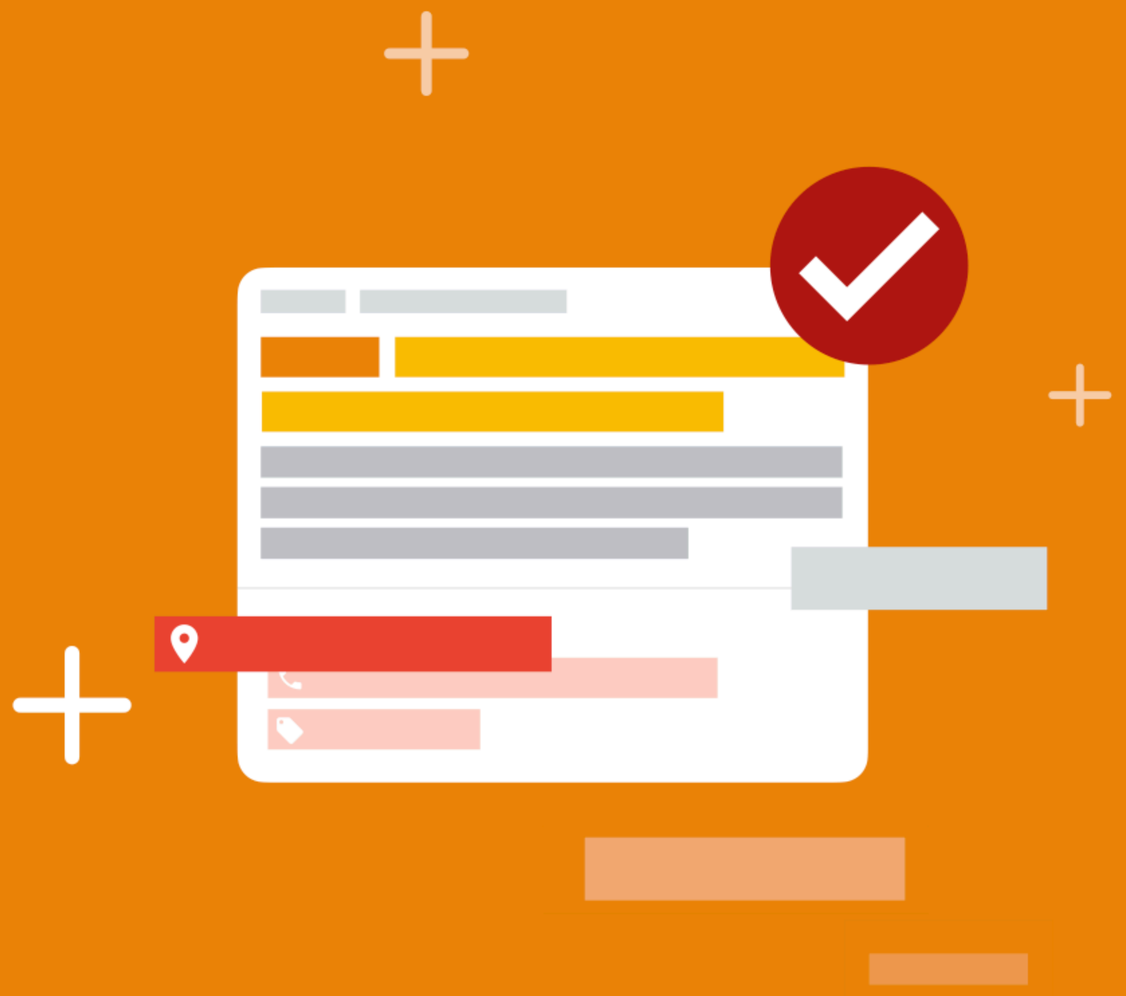
4 각 애셋별 **노출수 실적** 확인 가능

3
광고 소재 최적화하기

Google

3. 광고 소재 최적화하기

광고 확장 최적화



Google

광고 확장을 최대로 활용하는 방법

사이트링크

6개 이상 입력

*CTR 10% ~ 20% 향상

이미지 광고 확장

관련성이 높은 이미지 활용

*CTR 10% 이상 개선

콜아웃

최대 20개 모두 이용

*CTR 최대 10% 향상

프로모션 광고 확장

프로모션 기간이나 할인코드를 꼭 기재

*기간이나 할인코드 정보 입력 시,
모바일에서 두 줄에 걸쳐 노출

위치 광고 확장

오프라인 매장 있는 경우
계정 전체에서 활용

*CTR 평균 10%

리드 양식

모바일 트래픽이 많은 캠페인에 사용

*리드 양식 확장 소재는
모바일에서만 노출

비즈니스 목적에 따른 필수 광고 확장 예시

"웹사이트에서 판매를 촉진하고 싶어요"

구조화된 스니펫+사이트링크+가격+이미지 광고 확장

광고 · www.example.com

광고 제목

설명

구조화된 스니펫

이미지 광고 확장

사이트링크

사이트링크

가격 광고 확장

"시즌별 할인행사를 강조하고 싶어요"

프로모션+이미지 광고 확장

광고 · www.example.com

광고 제목

설명

이미지 광고 확장

프로모션 광고 확장

프로모션 광고 확장

"세일즈 리드를 발생시켜야 해요"

리드 양식+전화번호+위치+이미지 광고 확장

광고 · www.example.com

광고 제목

설명

이미지 광고 확장

리드 양식

전화번호

위치 광고 광고 확장

비즈니스 목적에 따른 필수 광고 확장 예시

"사업장에서 구매하도록 유도하고 싶어요"

콜아웃+위치 광고+제휴사 위치+이미지 광고 확장

광고 · www.example.com

광고 제목

설명

이미지 광고 확장

콜아웃 광고 확장

위치 광고

제휴사 위치

"앱 다운로드를 유도하고 싶어요"

앱 광고 확장

광고 · www.example.com

광고 제목

설명

앱 광고 확장

(12,345)

설치

"고객 문의를 늘리고 싶어요"

리드 양식+전화번호+이미지 광고 확장

광고 · www.example.com

광고 제목

설명

이미지 광고 확장

리드 양식 광고 확장

전화번호

3. 광고 소재 최적화하기

반응형 검색 광고 최적화

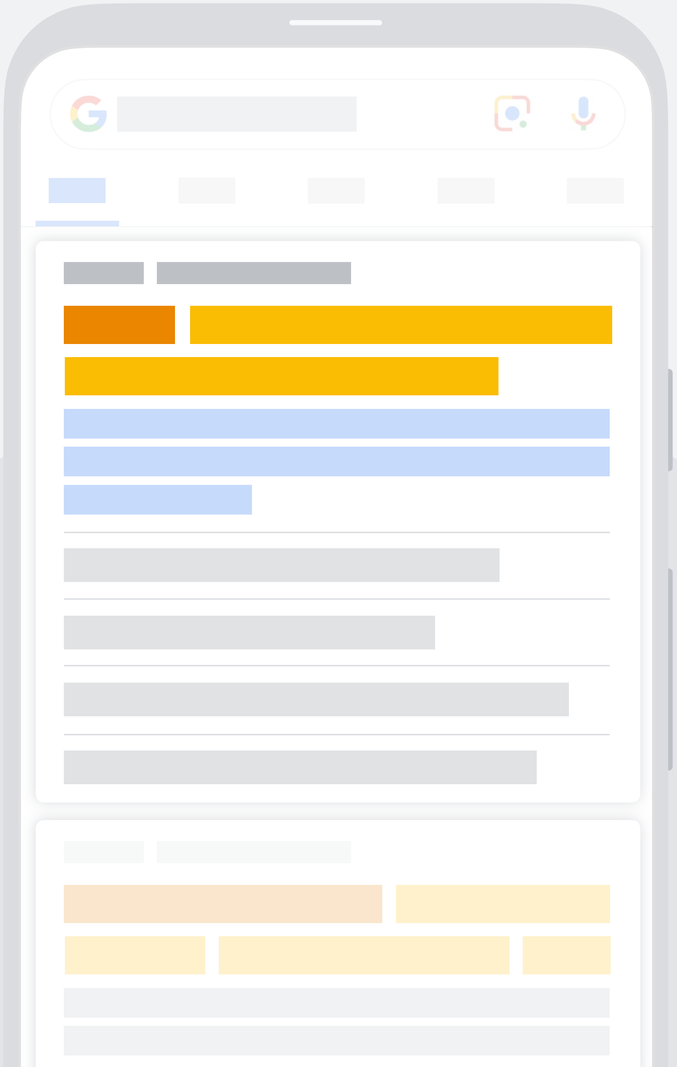
품질이 우수한 반응형 검색 광고 만드는 방법

- **광고그룹 당 1개의 반응형 검색 광고 필수** 적용
- **중복되지 않은 문구가 들어간 최소 5개의 제목**을 적용하고 문구 길이도 각각 다르게 작성
- 모든 광고 소재에 필수로 노출되어야 하는 문구가 있을 경우, **제목이나 설명에 고정 기능을 이용**하여 항상 노출되게 적용
- **광고 품질은 좋음, 매우 좋음으로 유지**하여 최적화 진행
- 성과 테스트 진행시 브랜드 캠페인이 아니면서, **노출량이 많이 발생하는 광고그룹부터 적용**

Tip

광고 제목 15개와 설명 4개를 한 번에 작성하는 것이 어려울 경우 **광고 제목 3개, 설명 2개를 넣는 작업을 3번**에 걸쳐 진행

눈을 사로잡는 광고 제목과 설명 제작 시 참고할 점



광고 제목

- **상품이나 서비스의 특징**이 드러나며 **유저의 액션**을 유도할 수 있는 문구 활용
- **광고그룹에서 타겟팅하고 있는 키워드 활용** (키워드 삽입 기능 활용 가능)
- 브랜드 키워드 광고그룹의 경우는 공식사이트명이나 브랜드명을 넣어 **브랜드와 직접적, 연관성이 높은 제목 활용을 권장**

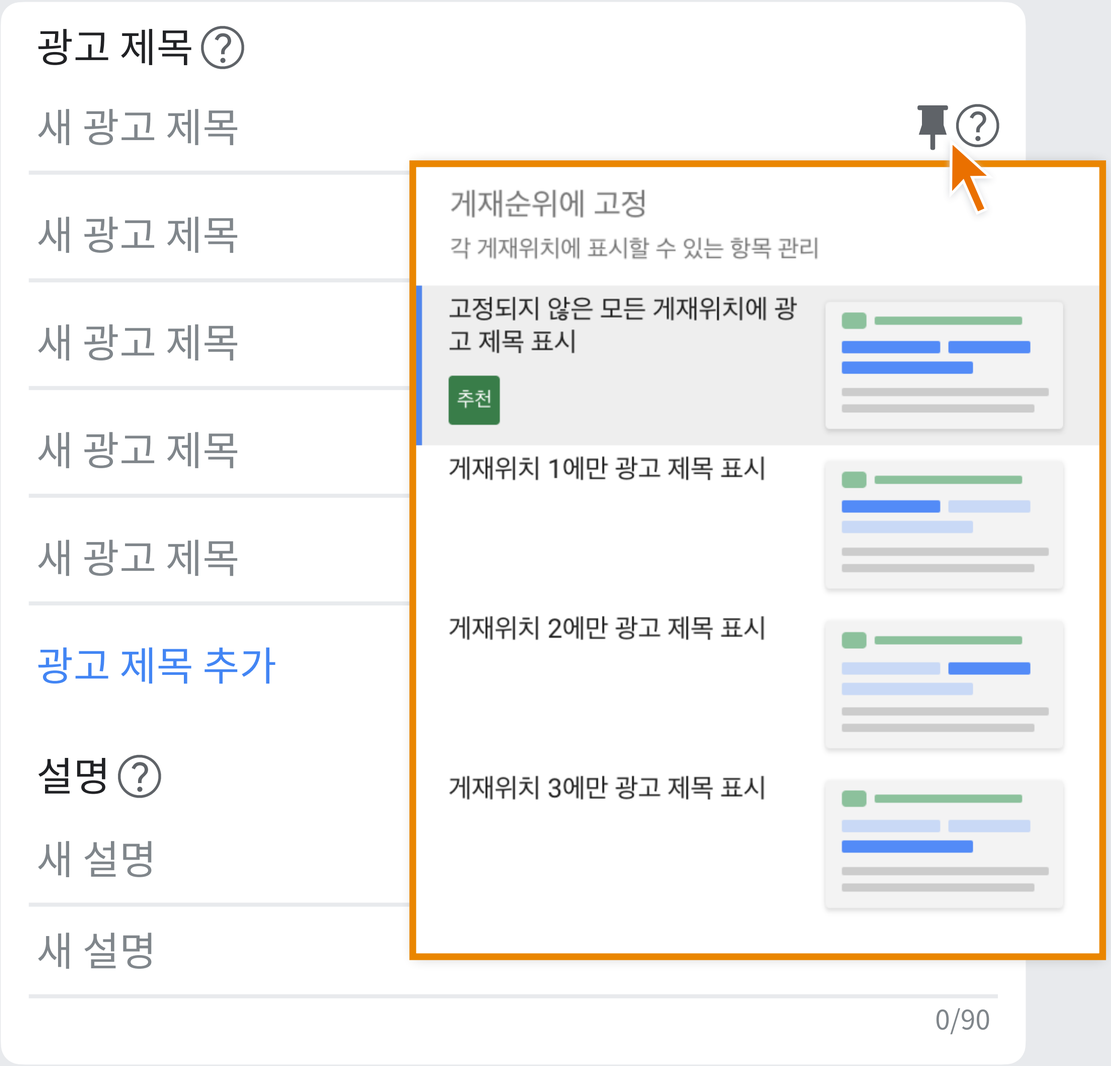
URL 경로

- 광고 도착 페이지를 정확하게 기입하였는지 확인
- 클릭이 발생한 경로를 파악하는데 활용이 되며, URL 경로가 유저의 검색 쿼리와 연결이 제대로 되었는지 확인

설명

- **상품과 서비스에 대한 소개를 충분히 제공** (제한 글자 수를 전부 활용하는 것을 권장)
- **포괄적인** 일반 키워드나 문구를 넣는 것은 **지양**
- 특정 **기간에 한정된 상품 정보 안내 및 프로모션**을 일괄적으로 적용하는 것은 **지양**

반응형 검색 광고 고정 기능 활용하기



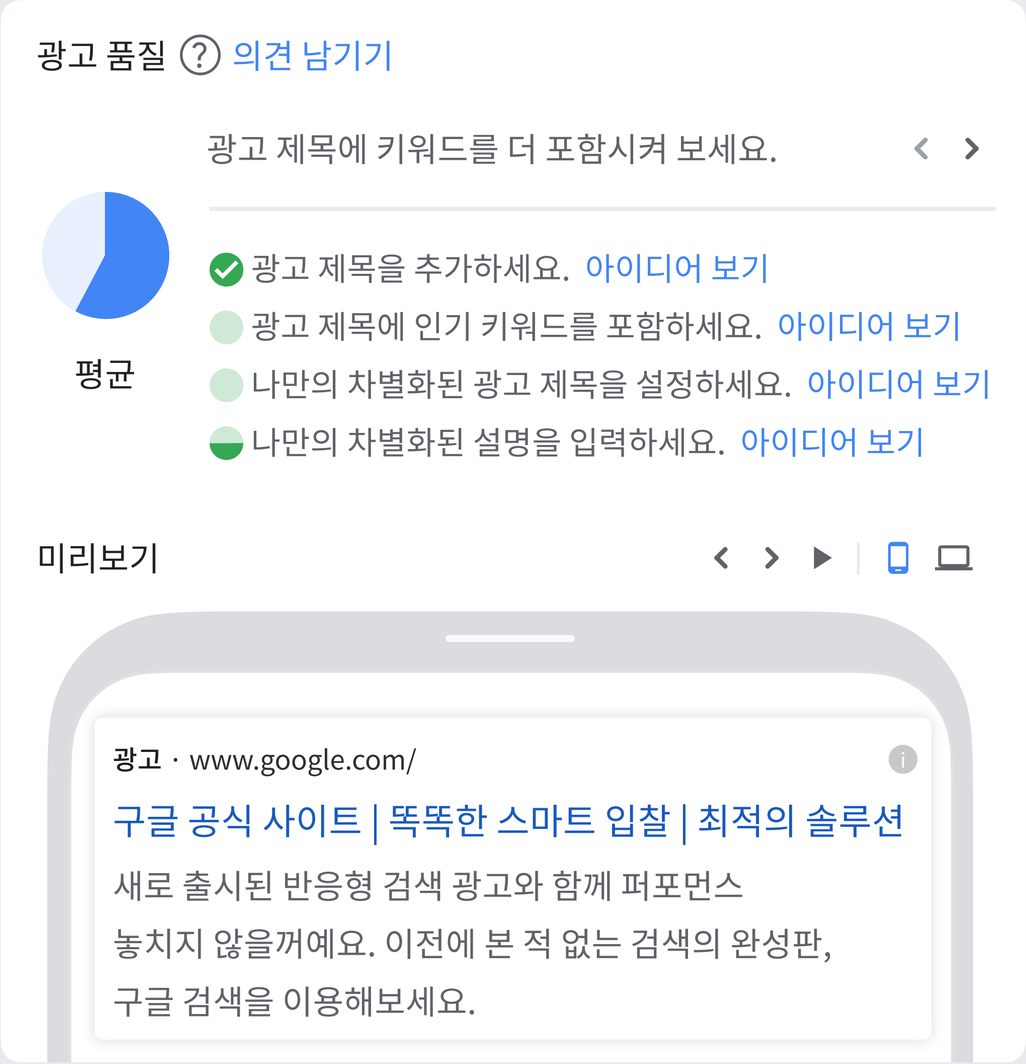
모든 광고 소재에

필수로 노출되어야 하는 문구가 있을 경우,

제목이나 설명에 **고정 기능을 이용**하여

항상 노출되도록 적용 가능

반응형 검색 광고에서의 광고 품질은 무엇일까?



광고 품질은

반응형 검색 광고 콘텐츠의

관련성, 양, 다양성을 보여주는 최신 지표이며,

광고 효과를 높이려고 할 때

이 지표를 참고하여 **최적화 진행**

광고 품질을 활용하여 반응형 검색 광고 최적화하기

전체 등급

광고 품질 ? 의견 남기기

권장사항

남과는 다른 개성 있는 광고 제목을 더 추가해 보세요.

범주

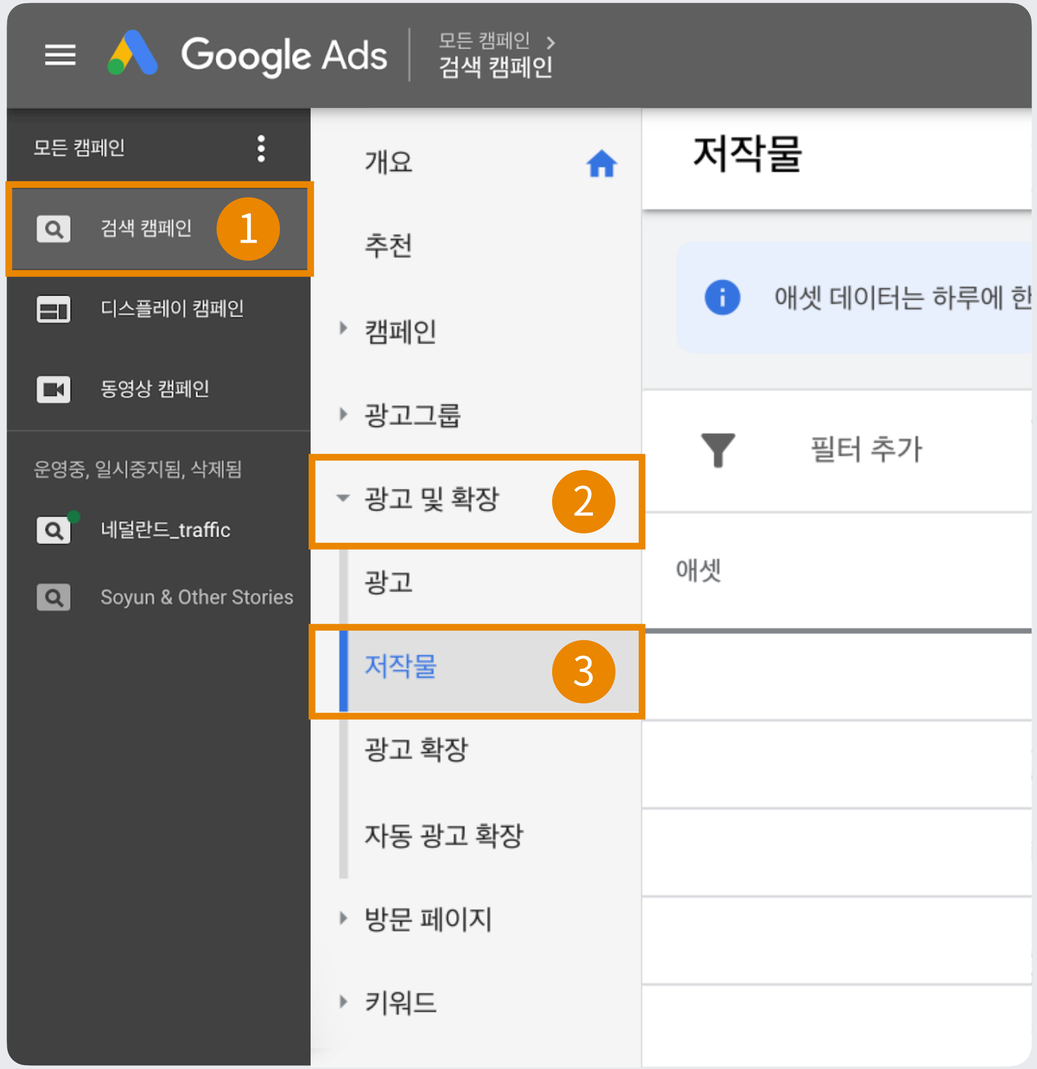
- 광고 제목을 추가하세요. 아이디어 보기
- 광고 제목에 인기 키워드를 포함하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 광고 제목을 설정하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 설명을 입력하세요. 아이디어 보기

반응형 검색 광고와 관련하여 실시간으로 제공되는 광고 효과 피드백

반응형 검색 광고의 광고 품질을 ‘나쁨’에서 '매우 좋음’으로 높인 광고주는 클릭수 평균 6% 증가

- 반응형 검색 광고를 작업할 때 광고 품질 등급 5개 중 하나가 표시되며, 광고 품질 등급에는 ‘보류 중’, ‘나쁨’, ‘평균’, 좋음’, '매우 좋음’이 있음
- 이러한 등급과 함께 광고 효과를 높이기 위한 권장사항이 함께 표시(다양성, 품질, 광고 제목, 설명, 키워드 관련성에 대한 권장사항)

반응형 검색 광고의 교차 캠페인 애셋 보고서 확인 방법



1 **검색 캠페인 클릭**

이 때, 하단의 특정 캠페인을 클릭하는 것이 아님

2 **광고 및 확장 탭 클릭**

3 **저작물 탭 클릭**

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

반응형 검색 광고의 교차 캠페인 애셋 보고서

Ⓐ 동일한 유형의 다른 애셋과 비교한 실적 표시

Ⓑ 애셋이 평가되었을 때 노출 점유율 표시

사용 중인 계정	애셋 유형	고정됨	실적 평가					↓ 노출수
			아주 좋음	좋음	낮음	학습	평가 없음	
광고 57개	광고 제목	광고 57개	0.00%	25.23%	0.00%	0.00%	74.77%	22,234
광고 57개	광고 제목	광고 57개	0.00%	9.63%	0.00%	0.00%	90.37%	21,353
광고 57개	광고 제목	광고 57개	0.00%	40.13%	0.00%	0.00%	59.87%	12,193
광고 57개	광고 제목	광고 57개	0.00%	12.12%	0.00%	0.00%	87.88%	11,311
광고 4개	설명	없음	0.00%	57.47%	0.00%	0.00%	42.53%	9,322

- 실적 열에 평가가 표시되려면 Google 검색 : 상단 분류 기준에 나타나는 30일 노출수가 약 5,000회 이상이어야 함
- 기간을 변경해도 실적 열의 내용은 달라지지 않으며, 항상 현재 시점에서의 평가가 표시

예시로 보는 반응형 검색 광고 소재 최적화

예시 1 광고 제목 및 설명을 반복해서 사용하지 않기

권장사항 적용 전

광고 품질 ? 의견 남기기

미완료

광고 제목을 5개 이상 추가하세요.

- 광고 제목을 추가하세요. 아이디어 보기
- 광고 제목에 인기 키워드를 포함하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 광고 제목을 설정하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 설명을 입력하세요. 아이디어 보기

광고 제목 예시

요가 수련 300시간
요가 배우기 300시간
29일 300시간 단기 집중 요가 수업
요가 몰입 강좌 300시간
요가 수련 300시간 예약

권장사항 적용 후

광고 품질 ? 의견 남기기

평균

광고 제목에 키워드를 더 포함시켜 보세요.

- 광고 제목을 추가하세요. 아이디어 보기
- 광고 제목에 인기 키워드를 포함하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 광고 제목을 설정하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 설명을 입력하세요. 아이디어 보기

광고 제목 예시

요가 수련 300시간
수강료 $1300부터
지금 전화 시 특별 혜택 제공
요가 배우기 고급반
최고의 강사진

특정 문구를 모든 광고에 넣어야 하면 해당 문구를 모든 광고 제목 및 설명에 넣지 말고

광고 제목 위치 1, 2 또는 설명 위치 1에 고정하여 광고에 항상 표시되도록 작업 진행

예시로 보는 반응형 검색 광고 소재 최적화

예시 2 광고 제목 및 설명에 다양한 키워드 삽입하기

권장사항 적용 전

광고 품질 ? 의견 남기기

평균

광고 제목에 키워드를 더 포함시켜 보세요.

- 광고 제목을 추가하세요. 아이디어 보기
- 광고 제목에 인기 키워드를 포함하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 광고 제목을 설정하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 설명을 입력하세요. 아이디어 보기

광고 제목 예시

발리 호텔
1박 최저가 $100
24시간 고객 서비스
온라인 비교 후 예약
발리 빌라
지금 예약

키워드 추천

최고급 빌라, 올 인클루시브

권장사항 적용 후

광고 품질 ? 의견 남기기

좋음

남과는 다른 개성 있는 광고 제목을 더 추가해 보세요.

- 광고 제목을 추가하세요. 아이디어 보기
- 광고 제목에 인기 키워드를 포함하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 광고 제목을 설정하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 설명을 입력하세요. 아이디어 보기

광고 제목 예시

발리 호텔 올 인클루시브
1박 최저가 $100
24시간 고객 서비스
온라인 비교 후 예약
발리 최고급 빌라
지금 예약

키워드 추천

광고 제목에 더 많은 키워드를 넣으라는 요청이 없으므로
다른 권장사항을 적용 진행

동일한 단어, 문구, 아이디어를 반복해서 사용하지 말고, 다양한 키워드를 추가하는 것이 핵심

예시로 보는 반응형 검색 광고 소재 최적화

예시 3 각기 다른 광고 제목 15개를 추가하여 등급 높이기

권장사항 적용 전

광고 품질 ? 의견 남기기

남과는 다른 개성 있는 광고 제목을 더 추가해 보세요.

좋음

- 광고 제목을 추가하세요. 아이디어 보기
- 광고 제목에 인기 키워드를 포함하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 광고 제목을 설정하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 설명을 입력하세요. 아이디어 보기

광고 제목 예시

발리 최고급 빌라
1박 최저가 $100
허니문 정장
발리 호텔 올 인클루시브
온라인 비교 후 예약
최고급부터 중저가까지
24시간 고객 서비스
지금 예약
발리에 빌라 100채 이상 보유
전용 수영장이 있는 빌라

권장사항 적용 후

광고 품질 ? 의견 남기기

광고가 멋지게 구성되었습니다. 이것으로 모두 완료되었습니다.

아주 좋음

- 광고 제목을 추가하세요. 아이디어 보기
- 광고 제목에 인기 키워드를 포함하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 광고 제목을 설정하세요. 아이디어 보기
- 나만의 차별화된 설명을 입력하세요. 아이디어 보기

광고 제목 예시

발리 최고급 빌라
1박 최저가 $100
+ 발리 휴가용 빌라
허니문 정장
발리 호텔 올 인클루시브
온라인 비교 후 예약
최고급부터 중저가까지
24시간 고객 서비스
+ 발리 및 스미냑 빌라 임대
지금 예약
발리에 빌라 100채 이상 보유
전용 수영장이 있는 빌라

모든 권장사항을 적용한 후에도 '아주 좋음' 등급이 나타나지 않는다면, **각기 다른 광고 제목 여러 개를 추가하여 광고 실적 개선 진행**

최적화 점수, 품질평가점수, 광고 품질의 차이점

광고 품질은 소재의 품질만을 보여주는 지표이므로 다른 통계와 혼동하지 않는 것이 중요

	최적화 점수	품질평가점수	광고 품질
목적	캠페인과 계정이 최적화된 정도를 측정	광고 품질에 점수를 부여하고 광고 순위 산정 시 반영	광고에 적용된 설정이 얼마나 효과적인지를 측정
사용되는 신호	추천 페이지에서 제공되는 50개 이상의 권장사항 기반	• 예상 클릭률 • 광고 관련성 • 방문 페이지 만족도	광고 콘텐츠의 양, 다양성, 품질, 관련성
수준	캠페인 및 계정 수준	키워드 수준	광고 수준

3. 광고 소재 최적화하기

맞춤 광고문안 활용

Google

맞춤 광고문안이란?

검색하는 이용자의 검색어 및 환경에 맞춰 광고 소재를 변경 노출해 주는 도구

센스가득 플라워 꽃배달 | 2시간이내 전국배달 | 감각있는 디자인

{=If(audience IN (membership), 기존 회원 30% 특별 할인 진행 중!): 첫 구매 고객 할인 쿠폰 증정!} 기념하고 싶은 날, 가장 아름다운 꽃으로 축하하세요. 플로리스트가 직접 디자인한 꽃다발, 꽃바구니 및 각종 화환 배달.

'membership' 잠재 고객 리스트에 속하지 않은 고객

광고 · www.flower.co.kr/

센스가득 플라워 꽃배달 | 2시간이내 전국배달 | 감각있는 디자인

첫 구매 고객 할인 쿠폰 증정! 기념하고 싶은 날, 가장 아름다운 꽃으로 축하하세요. 플로리스트가 직접 디자인한 꽃다발, 꽃바구니 및 각종 화환 배달.

'membership' 잠재 고객 리스트에 속한 고객

광고 · www.flower.co.kr/

센스가득 플라워 꽃배달 | 2시간이내 전국배달 | 감각있는 디자인

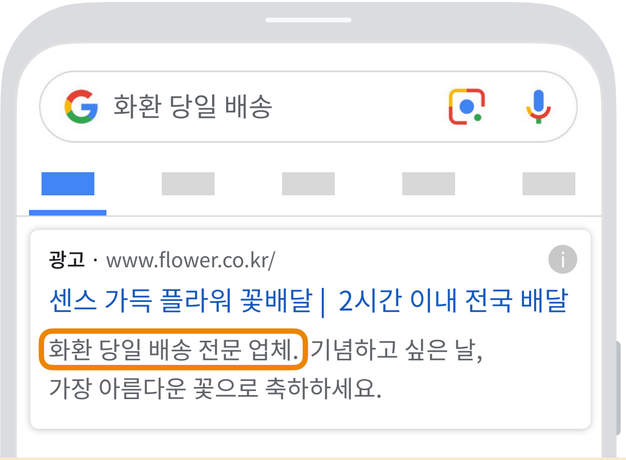
기존 회원 30% 특별 할인 진행 중! 기념하고 싶은 날, 가장 아름다운 꽃으로 축하하세요. 플로리스트가 직접 디자인한 꽃다발, 꽃바구니 및 각종 화환 배달.

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

맞춤 광고문안의 종류

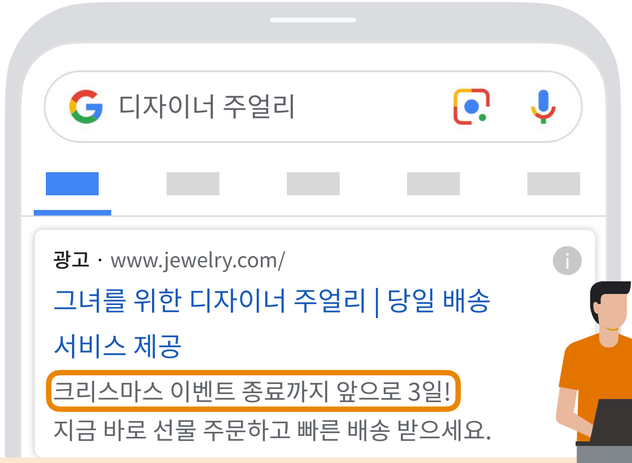
키워드 삽입

이용자가 검색한
키워드 노출



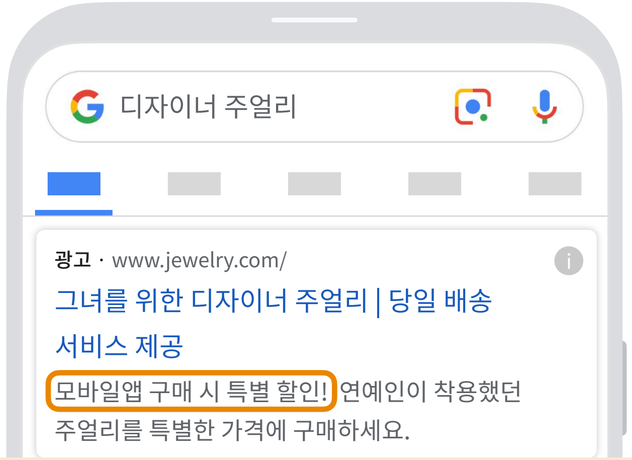
카운트다운

지정일까지 남은 날짜 수를
카운트다운하는 타이머 노출



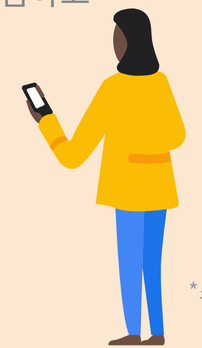
IF 함수

조건을 충족할 경우
텍스트 노출



'화환 당일 배송' 검색 시

예 1 {Keyword:꽃배달} 전문업체. 기념하고 싶은 날, 가장 아름다운 꽃으로 축하하세요.



12월 22일에 검색 시

예 1 크리스마스 이벤트 종료까지 앞으로 {=COUNTDOWN("2020/12/25 00:00:00","ko",5)}! 지금 바로 선물 주문하고 빠른 배송 받으세요.

스마트폰으로 검색 시

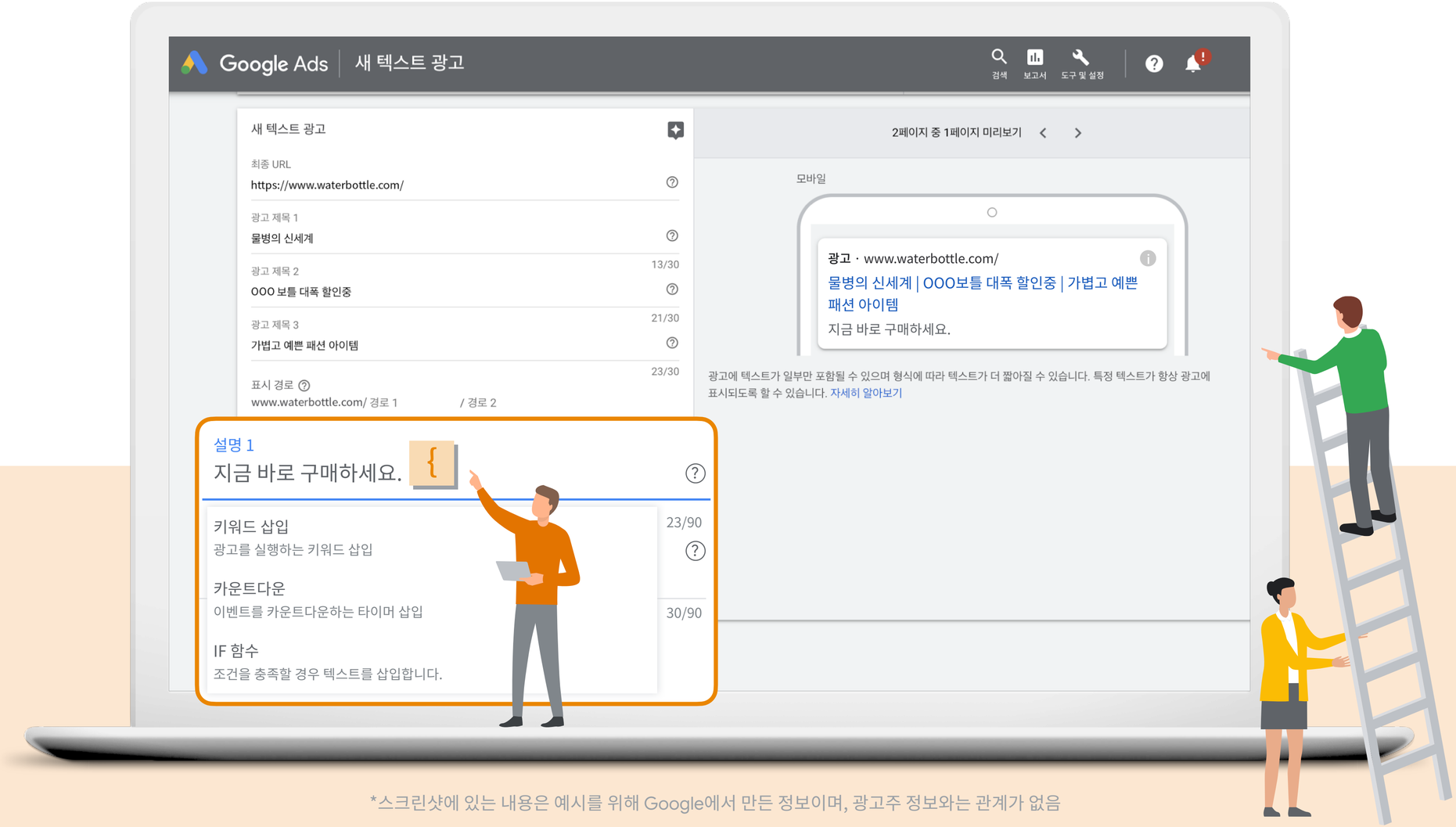
예 1 {=IF(device=mobile, 모바일앱 구매 시 특별 할인!):후기 이벤트 진행 중!} 연예인이 착용했던 주얼리를 특별한 가격에 구매하세요.

예 2 {=IF(audience IN (장바구니 이탈 고객), 30%):25%} 할인 쿠폰 제공

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

맞춤 광고문안 등록

광고 제목이나 설명에 '{'를 입력하면 등록 가능



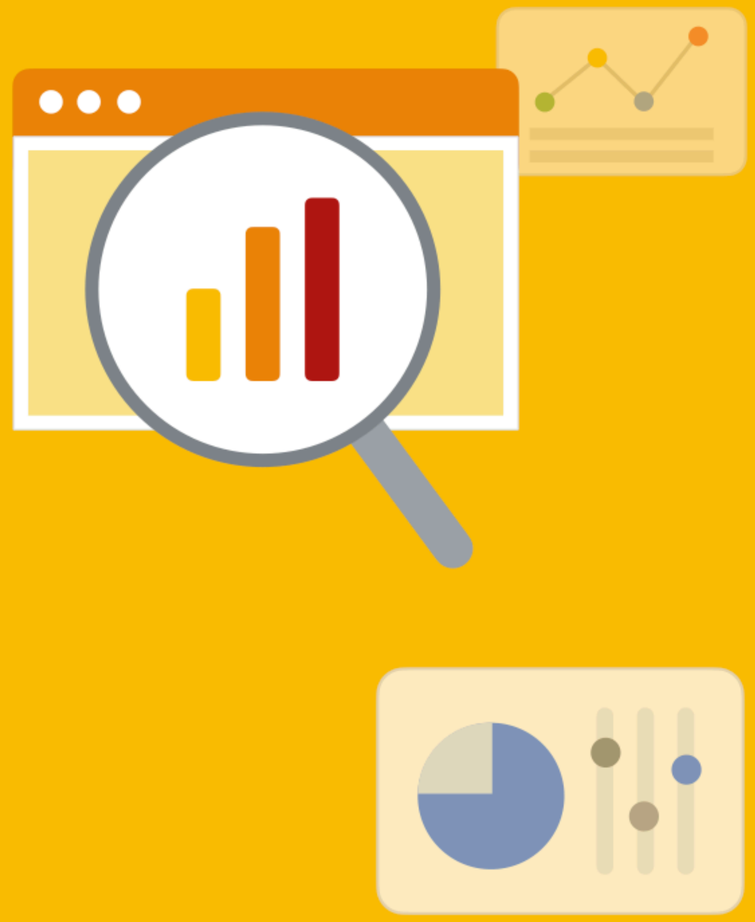
*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

4
광고 소재 성과 정확하게 측정하기

Google

4. 광고 소재 성과 정확하게 측정하기

광고 소재 성과 평가 방법



Google

광고그룹/캠페인 단위로, 상대 지표(CTR, CVR)가 아닌 절대 지표(노출, 클릭, 전환)를 이용하여 평가

신규 광고 소재는 기존에는 광고가 노출되지 못했던 옥션에 참가하여

추가 노출, 클릭, 전환을 발생시킬 수 있기에 CTR, CVR과 같은 상대 지표로는 평가하기 어려움

Do

광고그룹 단위로 발생한 노출, 클릭, 전환의 증분 측정

광고그룹

광고 1 광고 2 광고 3

노출	▲
클릭	▲
전환	▲

"신규 소재를 추가했더니 전환수가 기존보다 5% 증가했네! 이 소재를 유지해야겠다."

Don't

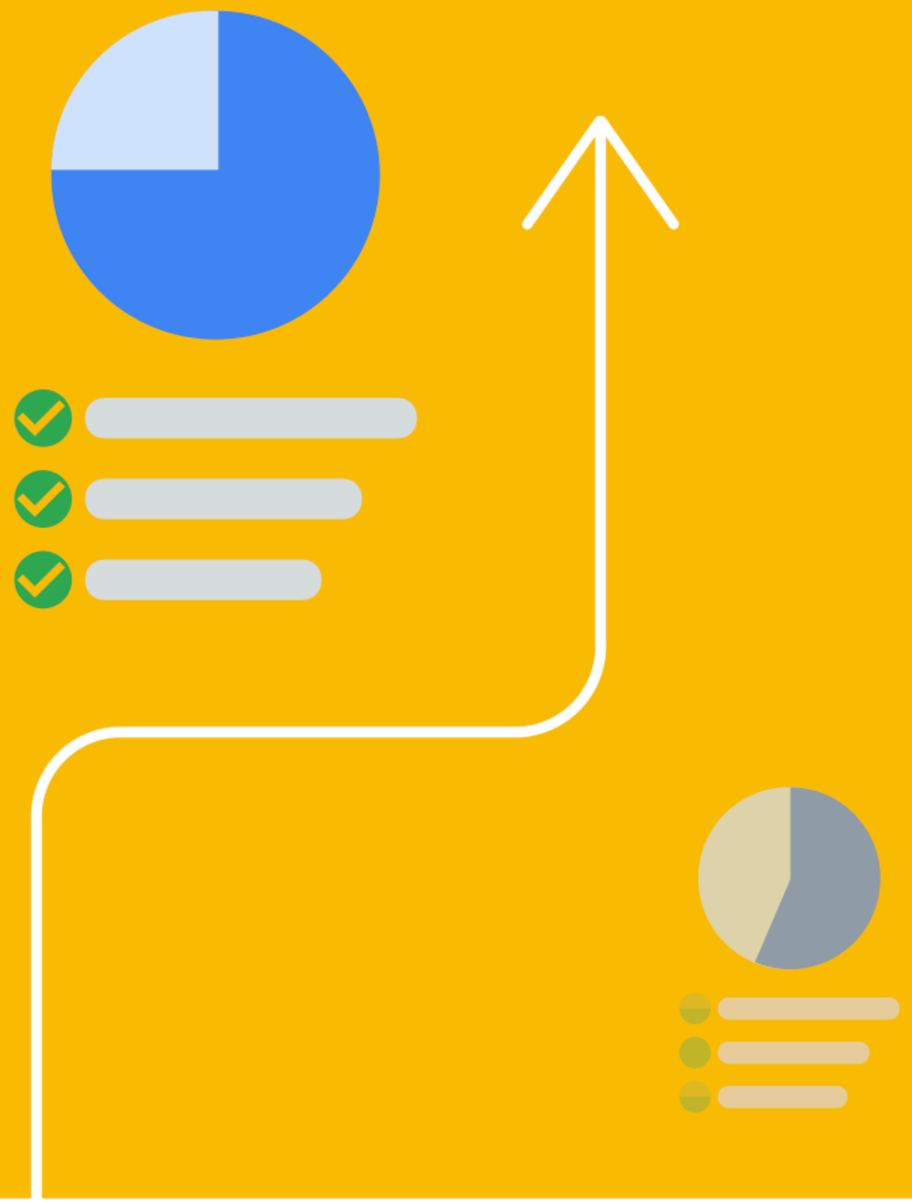
CTR을 기준으로 소재 선택

광고 1	CTR	▲
광고 2	CTR	▲
광고 3	CTR	▼

"신규 소재는 CTR/CVR이 낮네. 효율을 위해 삭제해야지"

4. 광고 소재 성과 정확하게 측정하기

임시 캠페인 및 실험



Google

임시 캠페인 및 실험

A/B 테스트를 간편하고 보다 정확하게 실행할 수 있는 메뉴로, 광고 소재의 성과를 측정하기에 알맞음

임시 캠페인 및 실험

- 동일 기간 동안 실험군과 대조군에 트래픽을 나누어 실험을 진행하므로, 계절성 등에 따른 효과 최소화
- 검색/쇼핑 상품에 대해 다양한 기능 테스트 가능
- 테스트 진행 후, 바로 '적용' 버튼을 눌러 테스트한 기능을 적용 가능

기존 A/B 테스트 방식(변경 날짜를 기준으로 이전/이후 변화 비교)

- 계절성 등 다양한 트래픽 변화에 따른 영향을 제외할 수 없어, 정확하게 변경 효과를 측정하기 어려움
- 상품 및 테스트 범위에 대한 제한이 거의 없음

임시 캠페인 및 실험으로 소재의 성과 정확하게 평가하기

실험 캠페인에만 광고 소재를 추가 등록한 후, 해당 캠페인에서 발생한 노출, 클릭, 전환의 증분을 측정하여 소재의 성과를 정확하게 평가 가능

신규 소재를 추가 등록한 광고그룹/캠페인에서 유의미한 수준의 추가 노출, 클릭, 전환이 발생한다면 해당 소재 유지

광고 소재 성과 확인을 위한 '임시 캠페인 및 실험' 구성

원본 캠페인 A

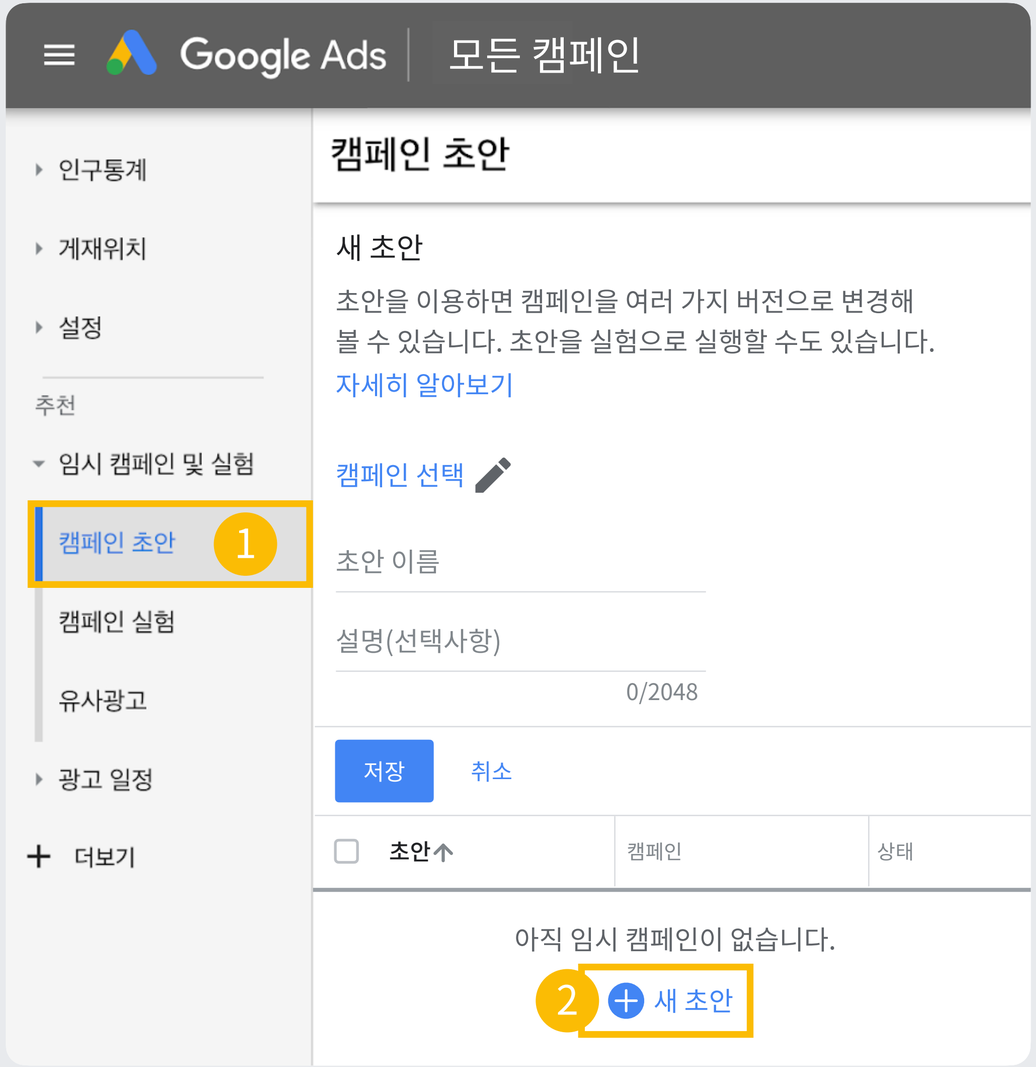
기존 광고 소재

Vs.

실험 캠페인 A'

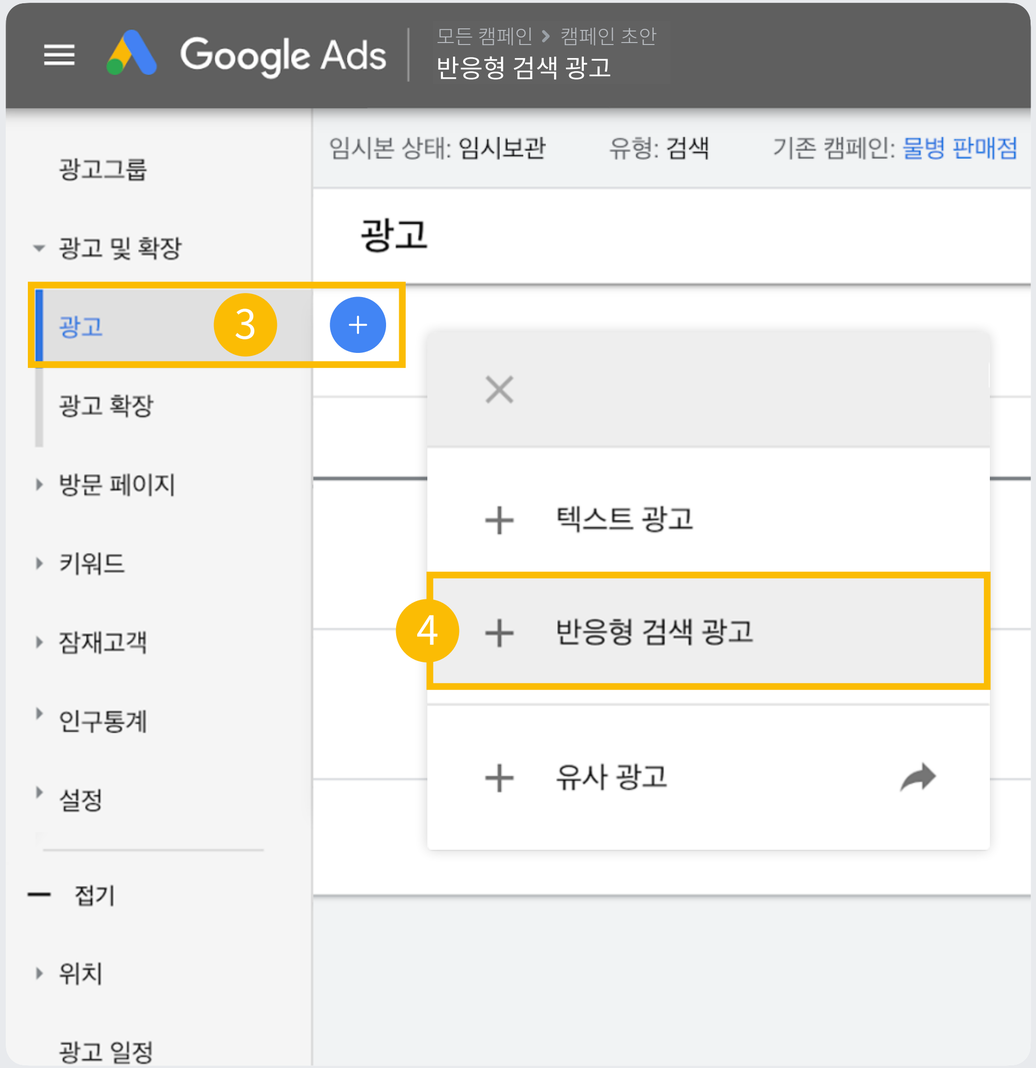
기존 광고 소재
+ 추가 광고 소재

반응형 검색 광고 성과 측정을 위한 실험 설정 예시



1. 임시 캠페인 및 실험에서 **캠페인 초안을 클릭**
2. **새 초안** 버튼을 눌러 **신규 초안 생성**

반응형 검색 광고 성과 측정을 위한 실험 설정 예시

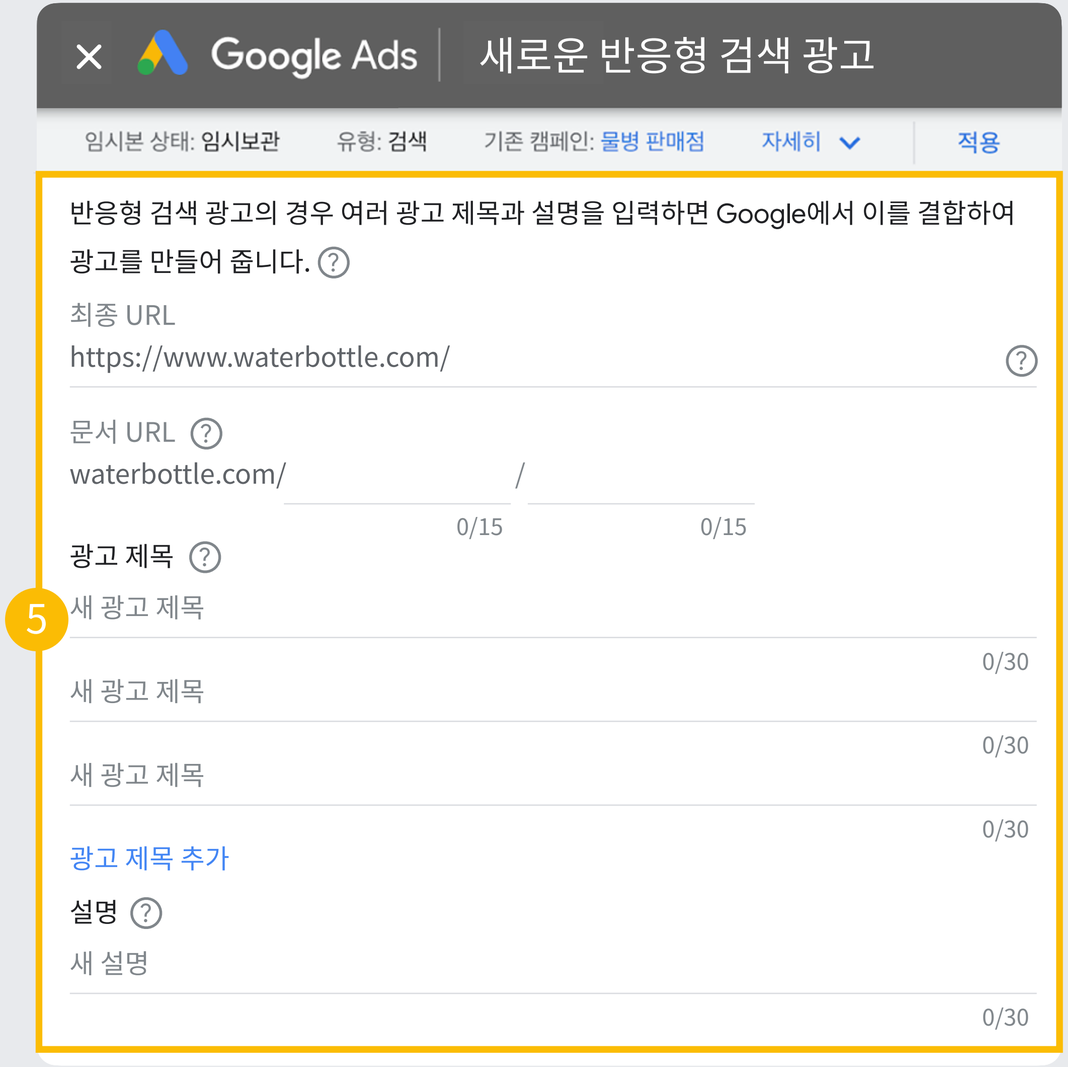


3 광고 및 확장 메뉴로 이동하여 **광고를 클릭 후** + 를 클릭

4 **반응형 검색 광고를 선택**

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

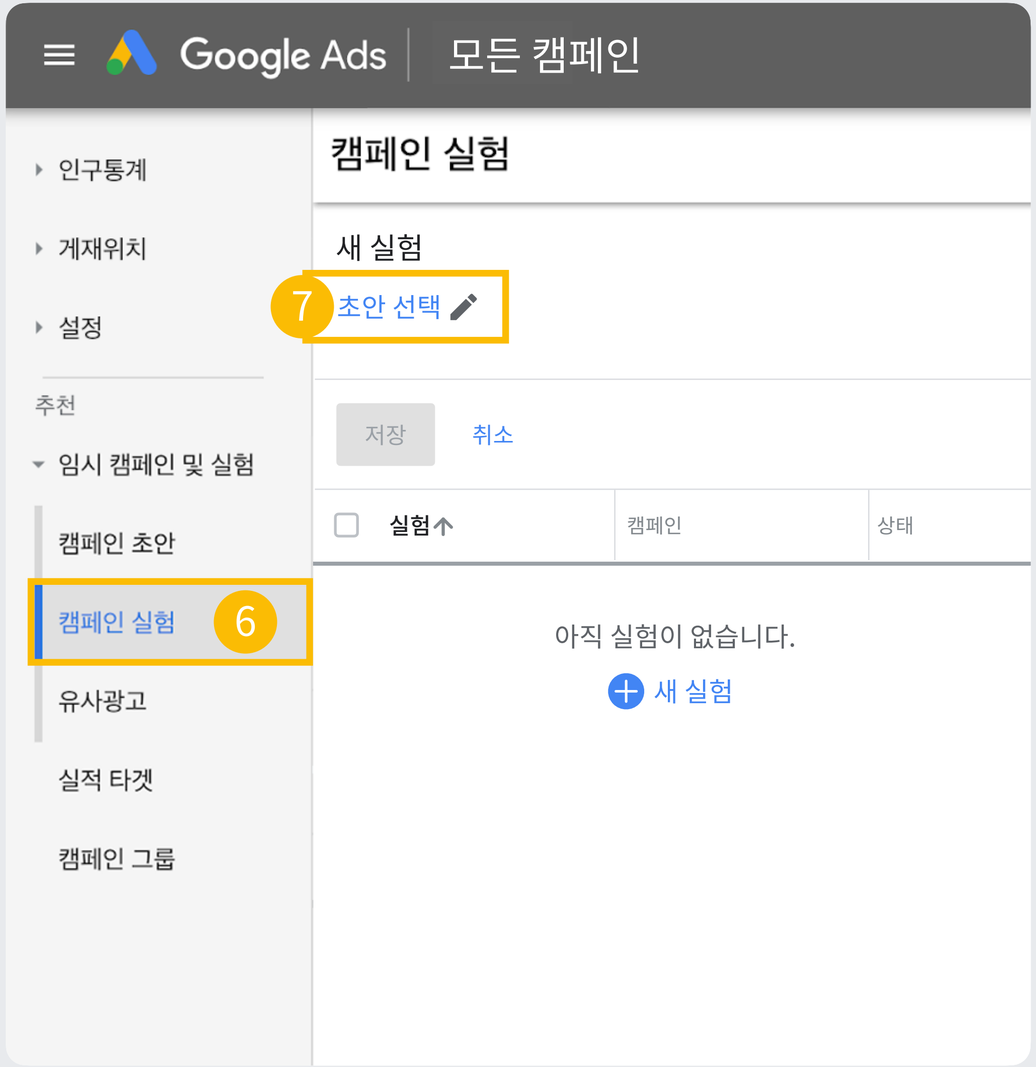
반응형 검색 광고 성과 측정을 위한 실험 설정 예시



5 반응형 검색 광고 문안 작성

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

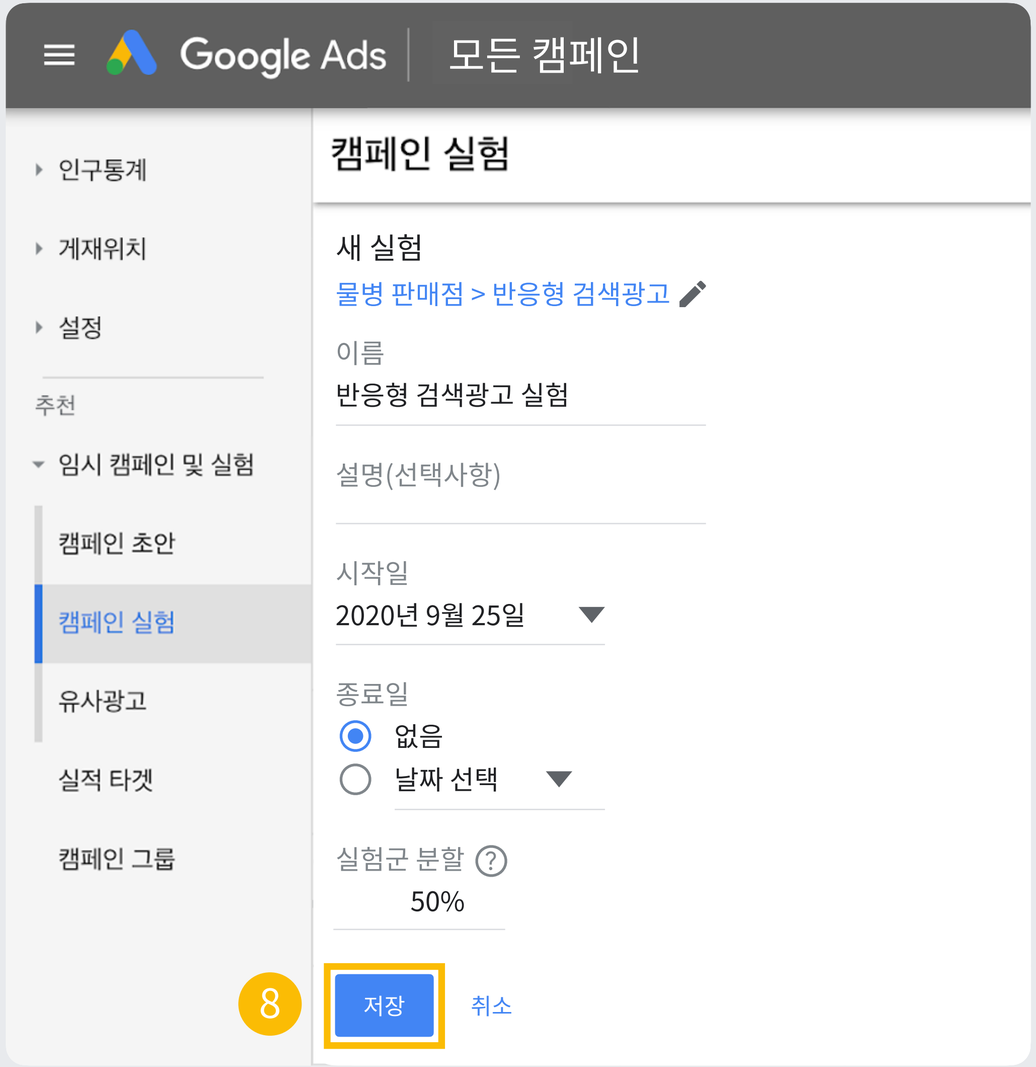
반응형 검색 광고 성과 측정을 위한 실험 설정 예시



6 임시 캠페인 및 실험 메뉴로 이동 후
캠페인 실험을 클릭

7 반응형 검색 광고를 등록한
캠페인 초안을 선택

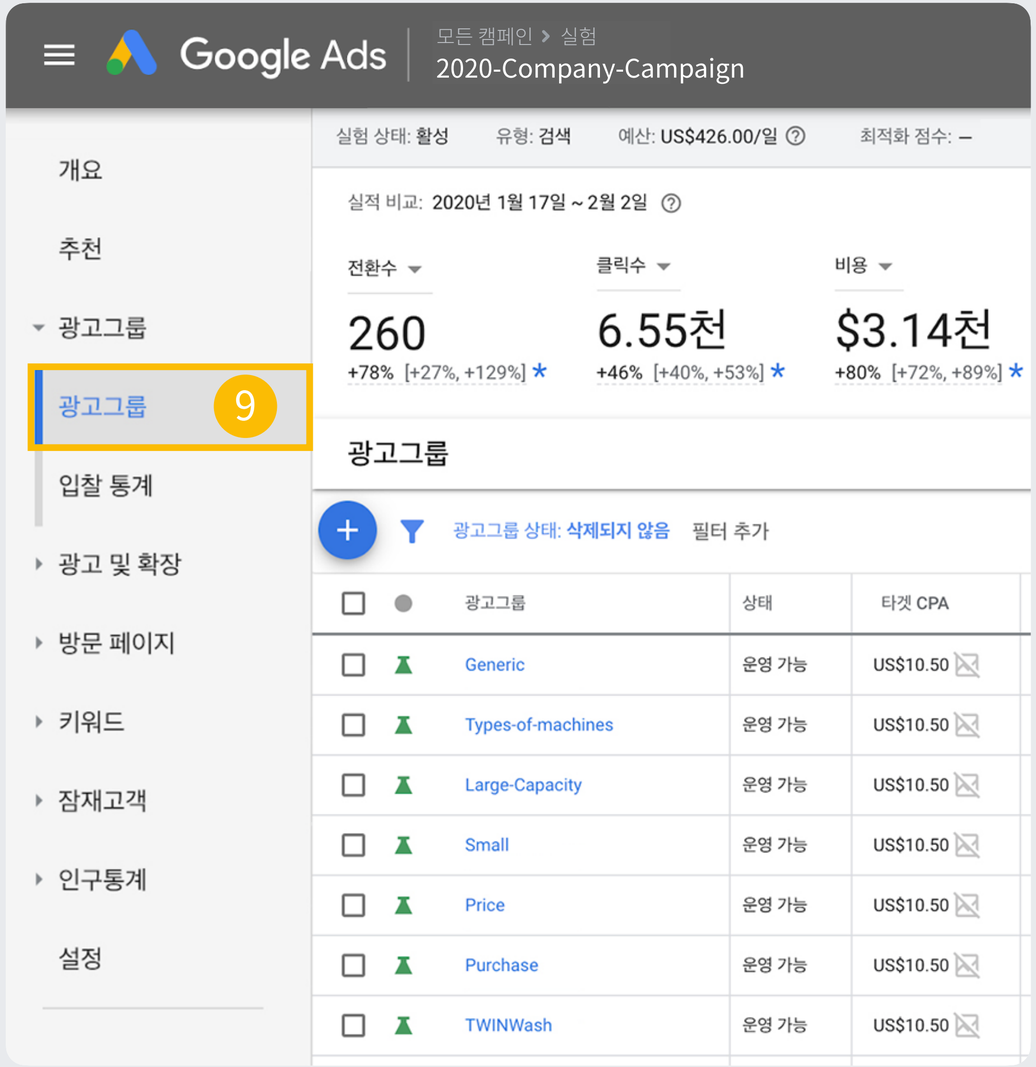
반응형 검색 광고 성과 측정을 위한 실험 설정 예시



8 실험 내용을 선택한 후,
저장 버튼 클릭

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

반응형 검색 광고 성과 측정을 위한 실험 설정 예시



9

광고그룹 메뉴로 이동 후

결과 분석

*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

5
성공사례

해커스 그룹 | 아디다스 | 네스프레소

Google

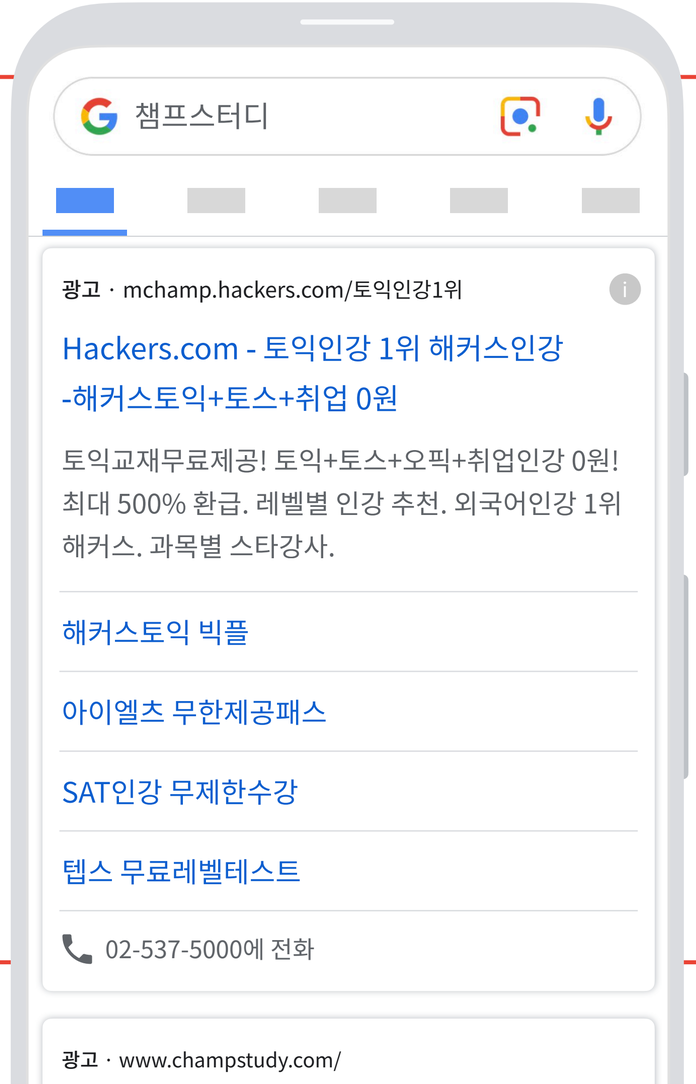
광고 소재 추가와 확장 적용을 통해 캠페인 퍼포먼스를 개선한 해커스 그룹

HACKERS
Education Group

해커스 그룹은 광고 소재를 추가하고 광고 확장을 사용하여 더 연관성 높은 광고를 잠재고객들에게 전달함으로써 캠페인 성과와 비용을 개선하고 ROAS까지 향상시킬 수 있음을 증명하였습니다.

광고 소재를 늘리고 광고 확장을 등록한 것만으로 동기간 기존 광고 소재만을 사용한 캠페인 대비 성과와 비용이 동시에 개선되었습니다.

+28% 더 많은 전환수와 +47% 더 높은 전환가치를 -17% 낮은 CPA로 달성하여 +37% 더 높은 ROAS 창출!



*Source : Hackers Education Group Google Ads

광고그룹별 반응형 검색 광고 운영으로 맞춤형 메시지 전달과 퍼포먼스를 함께 개선한 아디다스

adidas

아디다스 코리아는 광고그룹별로
최소 1개 이상의 반응형 검색 광고를 운영하여,
수많은 고객들에게 맞춤형 메시지를 전달하고 있습니다.

광고 · shop.adidas.co.kr
아디다스 공식 온라인스토어 | 신규가입 시 1만원 즉시 사용 쿠폰 | 본사직영. 공식인증정품. A/S
{keyword:아디다스 신상품} 안내 및 인기상품 입고 알림. 온라인 한정 단독제품. 아울렛 제품. 본사직영 공식홈. 신상품 및 한정상품, {keyword:아디다스}, 멤버십할인 및 5%적립, 빠른배송.

91,962 Impressions(11%)

광고 · shop.adidas.co.kr
아디다스 공식 온라인스토어 | 본사직영. 공식인증정품. A/S | 신규가입 시 1만원 즉시사용쿠폰
{keyword:아디다스 신상품} 안내 및 인기상품 입고 알림. 온라인 한정 단독제품. 아울렛 제품. 본사직영 공식홈. 신상품 및 한정상품, {keyword:아디다스}, 멤버십할인 및 5%적립, 빠른배송.

171,997 Impressions(21%)

광고 · shop.adidas.co.kr
아디다스 공식 온라인스토어 | 본사직영. 공식인증정품. A/S
{keyword:아디다스 신상품} 안내 및 인기상품 입고 알림. 온라인 한정 단독제품. 아울렛 제품. 본사직영 공식홈. 신상품 및 한정상품, {keyword:아디다스}, 멤버십할인 및 5%적립, 빠른배송.

98,523 Impressions(12%)

**브랜드 키워드의 경우,
반응형 검색광고 소재가
전체 클릭과 전환의 50%를 발생!
클릭당비용 -15% 개선 등
광고 소재 최적화로 성과를 함께 개선!**

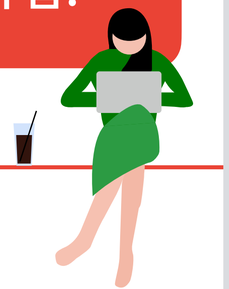
*Source : adidas Google Ads

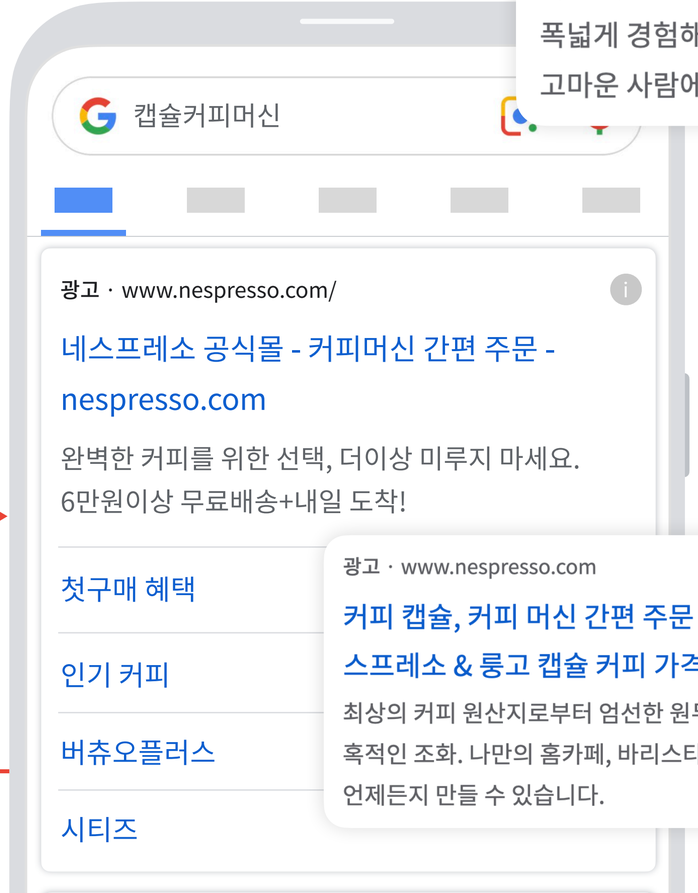
반응형 검색 광고와 광고 확장 적용으로 추가 트래픽을 효율적으로 유입한 네스프레소

NESPRESSO®

네스프레소 코리아는 일반 키워드 캠페인 테스트에 반응형 검색 광고와 광고 확장을 적용하여 광고 소재 최적화가 유저의 클릭을 유도하는데 효과적임을 증명했습니다.

테스트 진행한 캠페인 클릭수의 약 26%가 반응형 검색 광고에서 발생! 사이트링크, 콜아웃, 스니펫 광고 확장을 함께 활용하여 효율적으로 유저 유입!





광고 · www.nespresso.com
에스프레소머신 | 네스프레소 공식몰 | NESPRESSO
작고 아담한 커피머신 에센자미니와 함께 네스프레소 커피의 세계를 폭넓게 경험해 보세요. 부모님 선물, 집들이 선물 고민될 땐? 고마운 사람에게 작은 카페를 선물해보세요!

광고 · www.nespresso.com
네스프레소 공식몰 | 커피머신 생일선물 | 커피머신 집들이 선물
네스프레소 버츄오, 높이가 다른 크래마와 깊은 바디감, 5가지 다양한 커피스타일. 작고 아담한 커피머신 에센자미니와 네스프레소 커피의 세계를 폭넓게 경험해보세요.

광고 · www.nespresso.com
커피 캡슐, 커피 머신 간편 주문 | 네스프레소 공식몰 | 에스프레소 & 룽고 캡슐 커피 가격
최상의 커피 원산지로부터 엄선한 원두, 커피와 밀크의 완벽하고 매혹적인 조화. 나만의 홈카페, 바리스타 스타일의 밀크 레시피를 직접 언제든지 만들 수 있습니다.

*Source : Nespresso Google Ads

6

자주 하는 질문(FAQs)

광고 확장 | 반응형 검색 광고 | 맞춤 광고문안

Google

콜아웃 광고 확장 관련

콜아웃 광고 확장
사이트링크 광고 확장
전화번호 광고 확장
반응형 검색 광고
맞춤 광고문안

콜아웃 광고 확장이 노출되고 있지 않아요!

이미 만든 콜아웃 광고 확장에 문제가 없더라도 콜아웃 광고 확장이 노출되기 위해서는 **최소 2개 이상의 콜아웃 텍스트가 필요**합니다. 콜아웃 텍스트의 개수를 확인해 주세요.

콜아웃 광고 확장 추가

추가 대상

계정

광고 확장

새로 만들기 기존 피드 항목 사용

콜아웃 텍스트 1

0/25

콜아웃 텍스트 2

0/25

콜아웃 텍스트 3

0/25

사이트링크 광고 확장 관련

사이트링크 광고 확장이 노출되고 있지 않아요!

사이트링크 광고 확장 추가

추가 대상
캠페인

광고 확장
새로 만들기 기존 피드 항목 사용

사이트링크 1

사이트링크 텍스트
0/25

내용 입력란 1(권장)
0/35

내용 입력란 2(권장)
0/35

최종 도착 URL
0/25

사이트링크 2

사이트링크 텍스트
0/25

사이트링크 문구에 문제가 없더라도 사이트링크가 노출되기 위해서는 **최소 2개 이상의 사이트링크가 필요**합니다. 사이트링크의 개수를 확인해 주세요.

사이트링크의 최종 도착 URL과 광고 소재의 최종 도착 URL이 동일할 경우 노출이 제한될 수 있습니다. 확장의 정책 승인과 최종 도착 URL 조건은 별개이기 때문에 확장이 승인되었더라도 노출이 제한될 수 있습니다.

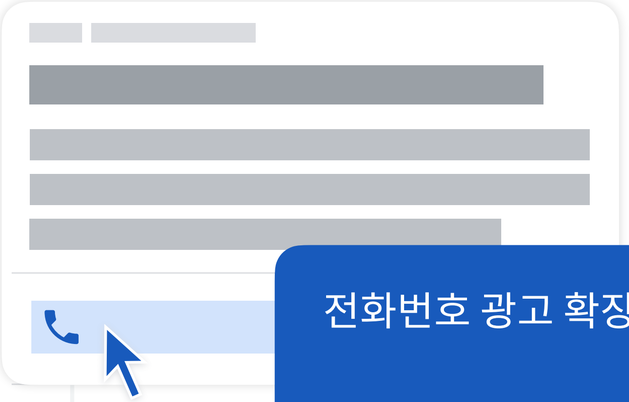
사이트링크 광고 확장 관련

캠페인 페이지에서 분류 기준 “클릭 유형” 설정 시 보이는 광고 확장의 클릭수와 광고 확장 페이지의 사이트링크 클릭수가 달라요!

광고 확장 페이지의 클릭 및 노출 데이터는 광고 확장에 대한 데이터가 아니라 **광고 확장이 노출된 전체 광고의 데이터**입니다.
예를 들어 사이트링크 확장이 노출되었지만 실제 클릭은 헤드라인에서 일어났다면 “클릭 유형” 분류에서는 헤드라인으로 표시되고 광고 확장 페이지의 사이트링크에도 클릭이 더해집니다.
광고 확장 페이지에서는 **“이 확장 vs. 기타”** 분류를 사용하시면 해당 확장의 클릭수를 파악하실 수 있습니다.

전화번호 광고 확장 관련

전화번호 광고 확장으로 전화를 걸면 다른 사업장으로 연결돼요!



전화번호 광고 확장은 임시 전화번호(GFN : Google Forwarding Number)를 통해 운영됩니다.
이는 Google 광고를 통한 전환을 추적하기 위한 기능이며,
이 임시 전화번호는 주기적으로 바뀔 수 있습니다.
그렇기 때문에 만약 사용자가 광고의 전화번호 광고 확장을 클릭하여
바로 전화를 거는 것이 아니라, 이 GFN 임시 번호를 저장한 뒤에 나중에 전화를 걸게 되면,
그 임시 전화번호가 바뀌어 다른 사업장에 할당되어 있을 수 있습니다.
그러므로 **번호는 광고에서 직접 클릭해서 전화해야 제대로 연결됩니다.**

전화번호 광고 확장 관련

'인증되지 않은 전화번호' 비승인 라벨이 뜹니다!

다음 **두 가지 방법 중 하나**를 사용하여 광고 확장에서 전화번호를 확인하세요.

웹사이트에 전화번호가 표시되고 있음을 보여 줍니다.

추가 정보에 사용된 전화번호가 광고에 등장하는 웹사이트에 있는 전화번호여야 합니다.

즉, 전화번호가 다른 웹사이트에 대한 광고에 표시되는 경우 각 웹사이트에서 해당 전화번호가 적어도 한 개의 페이지에는 표시되어야 합니다.

전화번호는 텍스트 형식으로 표시되어야 하며 이미지 안에 표시하는 것은 정책에 위배됩니다.

전화번호가 사용자가 자주 방문하는 방문 페이지에 실릴 경우 더 쉽게 감지되고 확인될 수 있습니다.

자체 도메인임을 입증합니다. 아래의 방법 중 하나를 이용해 광고의 표시 URL 도메인에 대한 소유권을 입증하여 전화번호를 확인할 수도 있습니다.

- Google Search Console과 Google Ads 계정을 연결합니다. 방법 알아보기
- 고유한 Google Ads 전환추적 태그 또는 리마케팅 태그를 웹사이트에 추가합니다.

*링크를 클릭하시면 해당 사이트로 이동합니다.

전화번호 광고 확장 관련

전화번호 광고 확장 노출이 안돼요!

가장 작은 단위에 연결된 전화번호 광고 확장을 확인하세요.
캠페인 레벨에 연결된 전화번호 광고 확장이 있고
광고그룹 레벨에 연결된 전화번호 광고 확장이 있을 경우,
더 작은 레벨인 광고그룹 레벨에 연결된 전화번호 광고 확장이 노출됩니다.

캠페인 자체의 퍼포먼스를 확인하세요. 전화번호 광고 확장이 연결된 캠페인 또는 광고그룹의 기본적인 퍼포먼스가 낮을 경우, 전화번호 광고 확장은 자연히 노출이 없을 수 있습니다.

연결된 캠페인이나 광고그룹이 **중지되지는 않았는지 확인**해 주세요.

연결된 캠페인이나 광고그룹이 **Call-only Ads나 App install Ads만 포함하지는 않는지 확인**해 주세요.
이 경우 전화번호 광고 확장은 노출될 수 없습니다.

반응형 검색 광고 관련

RSA에 'No Ads Assembled' 라는 문구가 나타나요!

'No Ads Assembled'라는 문구는
반응형 검색 광고(Responsive Search Ads)의 소재를 살펴보았을 때,
여러 가지 제목 내에 동일한 문구가 여러 번 반복되는 경우에 나타나는 문구입니다.
RSA는 광고주가 만든 여러 가지 소재들을 조합하여 만들어지는 광고입니다.
그런데 그 소재 내에서 반복되는 문구가 있을 경우, 무작위의 조합을 거치다 보면
그 반복된 문구가 같은 광고 안에 들어가게 되는 경우가 있기 때문에
그것을 막고자 소재 내의 제목에서 같은 문구를 쓰지 않도록 권하는 것입니다.
그러므로 소재 내 제목에 중복되는 문구가 없는지 확인해 주세요.

{ 맞춤 광고문안 관련

적용한 맞춤 광고문안이 나오지 않아요!

설명 1

지금 바로 구매하세요. {

키워드 삽입 23/90
광고를 실행하는 키워드 삽입

카운트다운 30/90
이벤트를 카운트다운하는 타이머 삽입

IF 함수
조건을 충족할 경우 텍스트를 삽입합니다.

맞춤 광고문안은 데이터 피드를 사용하여 광고를 하는데,
데이터 피드 안의 각 컬럼들은 꼭 하나씩의 값을 가지고 있어야 합니다.
만약 어떤 컬럼이 비워져 있는 열이 있다면,
맞춤 광고문안은 적용되지 않고 기본값만 광고에 노출될 것입니다.
그러므로 데이터 피드를 확인하고 각 컬럼이 모두 채워져있는지 확인하세요.

맞춤 광고문안 관련

영문 키워드 삽입 설정이 헷갈려요!

영문 키워드 텍스트에 대문자를 사용하고자 하는 방식에 따라 keyword를 대문자로 표기합니다.

키워드를 소문자로 유지하려면 keyword를 사용합니다. (예 : 'dark chocolate')

문장 첫 글자 대문자 사용의 경우, Keyword를 사용합니다. (예 : 'Dark chocolate')

제목 대문자 사용의 경우, KeyWord를 사용합니다. (예 : 'Dark Chocolate')

전체 대문자 다음 제목 대문자 사용의 경우, KEYWord를 사용합니다. (예 : 'USA Chocolate')

제목 대문자 다음 전체 대문자 사용의 경우, KeyWORD를 사용합니다. (예 : 'Chocolate Made In USA')

*전체를 모두 대문자로 바꾸는 KEYWORD 설정은 없음을 유의하세요.

Thank You