



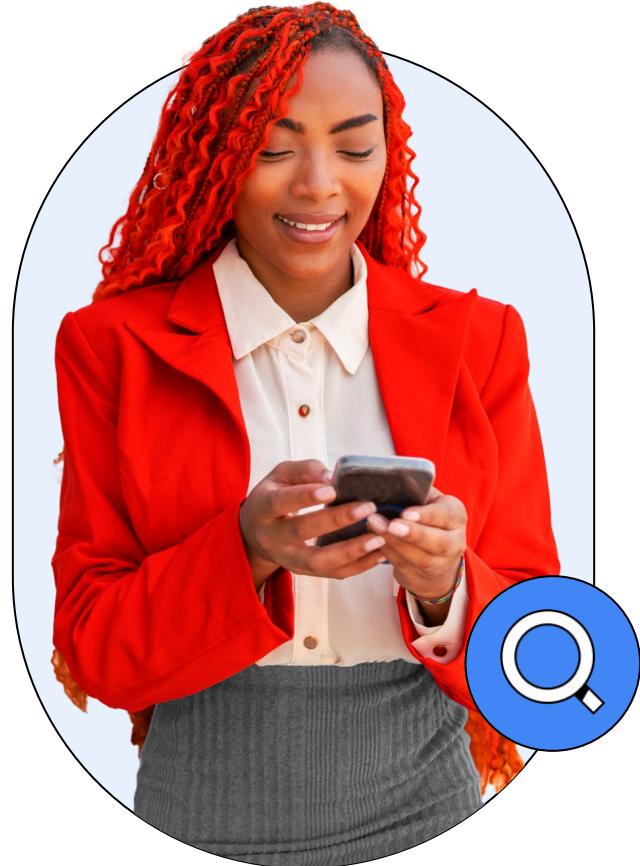
Video Essentials

디맨드젠 캠페인으로 전환 임팩트 만들기

Live 세션 다시보기 | https://www.ibossedu.co.kr/edu-google_ads_academy

이혜민

YouTube Product Specialist, Google Customer Solutions



더 많은 소비자가 Google 및 YouTube에서 새로운 것을 발견하고 행동합니다.

2배



기존 소셜 플랫폼에 비해 YouTube에서
새로운 제품과 브랜드를 발견할 가능성이
더 높습니다.

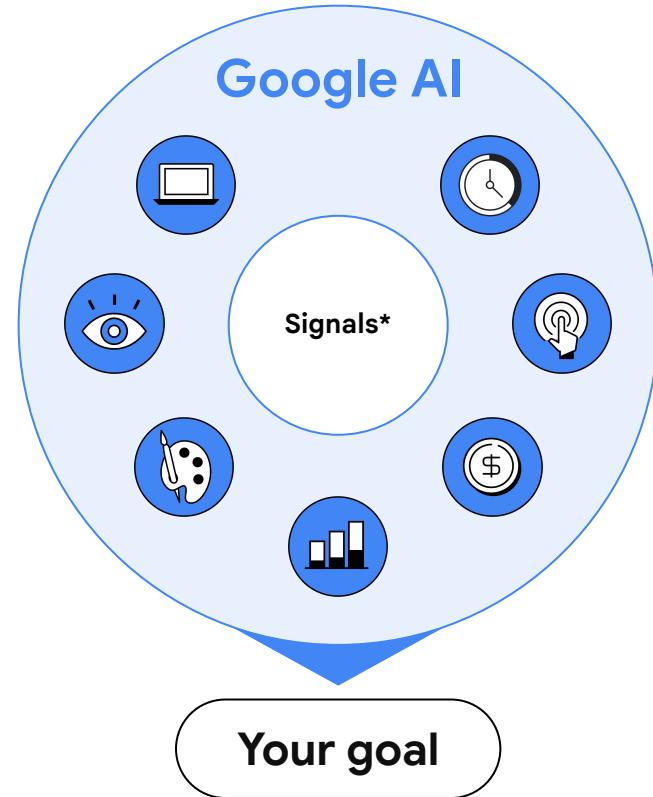
86% 의



온라인 사용자의 상당수가 YouTube 또는
Google에서 새로운 것을 발견하면 즉시
행동을 취합니다.

출처: Google/Ipsos, 동영상 및 소셜 광고 영향력 연구, 2023년 7월~8월.

**Google AI는 목표에 부합하는
광고를 정확한 시점에 필요한
사용자에게 효과적으로 전달,
성공적인 결과를 이끌어냅니다.**



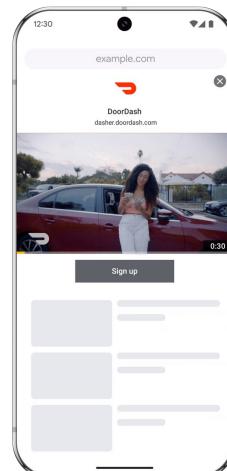
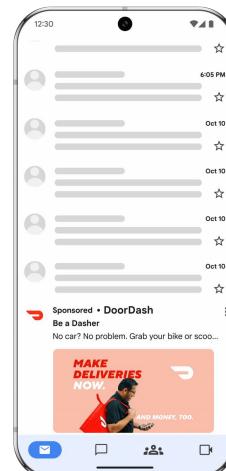
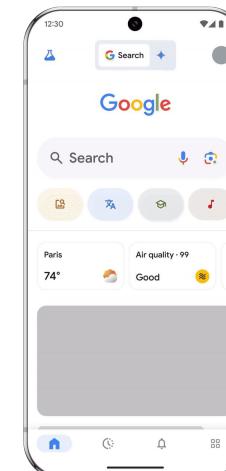
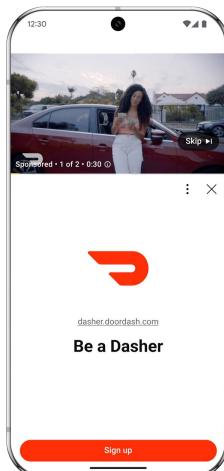
Demand Gen

소비자가 검색하기 전
적극적으로 잠재고객의
수요를 창출하세요

The power of AI, with controls
when you need it



이미지, 비디오 소재를 활용해 가장 몰입도 높은 지면에서 고객의 관심을 사로잡고 액션을 유도할 수 있는 AI-powered 솔루션, 디맨드젠



NEW!

YouTube Shorts

YouTube in-stream

YouTube in-feed

Discover

Gmail

Google video partners

디맨드젘 캠페인 최적화 운영 방법

구글의 AI를 통해 유튜브 및 구글의 게재지면을 최대로 활용, 비즈니스 목표에 맞는 퍼포먼스를 달성하세요



최적의 입찰전략

마케팅 및 캠페인 목표에 맞춰 퍼포먼스 KPI를 정의하고 **최적의 입찰전략**을 활용하세요.



최적의 타겟팅

제품 및 브랜드의 코어 타겟을 정의하고, **최적의 타겟팅 방안**을 활용하세요.



최적의 크리에이티브

디맨드젘 캠페인에서 **최적의 효율**을 달성할 수 있는 **크리에이티브 프랙티스**를 적용하세요.

디맨드젠 캠페인 최적화 운영 방법

구글의 AI를 통해 유튜브 및 구글의 게재지면을 최대로 활용, 비즈니스 목표에 맞는 퍼포먼스를 달성하세요



최적의 입찰전략

마케팅 및 캠페인 목표에
맞춰 퍼포먼스 KPI를
정의하고 **최적의 입찰전략**을
활용하세요.



목표의 타겟팅

브랜드의 코어
인群을 정의하고, **최적의**
타겟팅 방안을
활용하세요.

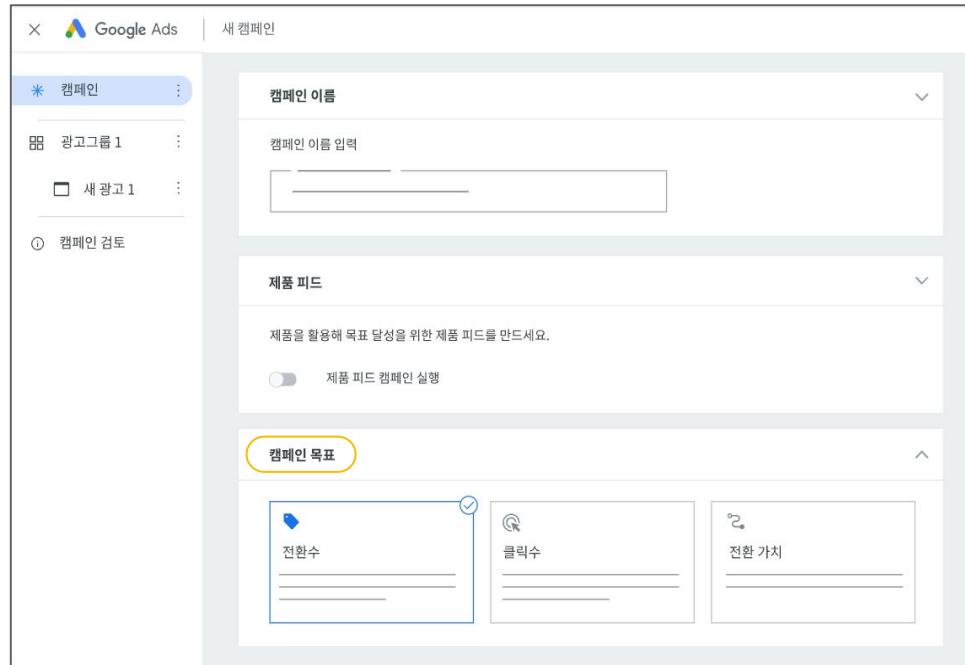


크리에이티브

캠페인에서 최적의
크리에이티브를
달성할 수 있는
방법과 **크리에이티브** 프랙티스를
적용하세요.

마케팅 목표에 따른 맞춤 최적의 입찰 전략 활용

마케팅 및 캠페인 목표에 맞춰 퍼포먼스 KPI를 정의하고 최적의 입찰전략을 활용하세요



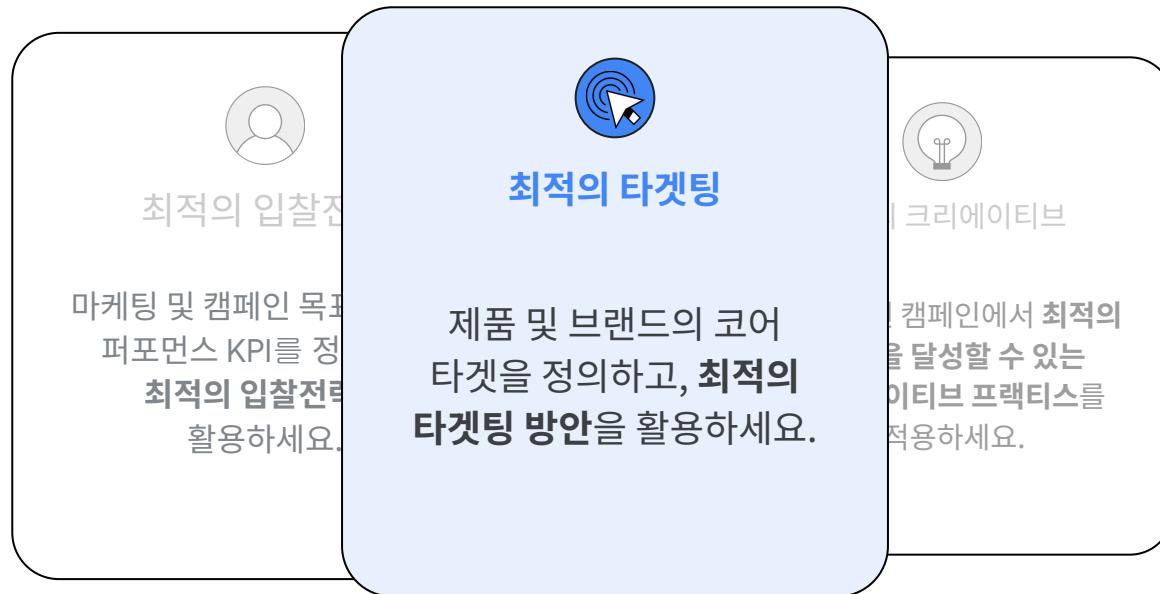
마케팅 목표

AI-powered 입찰전략

- | | |
|---|--|
| 
트래픽 | Max Clicks
클릭수 최대화
 시즈널리티 트래픽을 극대화
전환 추적 및 태그 삽입이 어려울 경우 |
| 
전환수 | Max Conversion, tCPA
전환수 최대화, 타겟 CPA
 원하는 KPI 액션이 명확한 경우 : 구매, 페이지 방문, 회원가입, 장바구니 담기 등 |
| 
전환가치 | Max Conversion Value, tROAS
전환가치 극대화, 타겟 ROAS
 ROI 중심의 마케팅에 집중하여 비용 효율적인 매출 극대화가 목표인 경우 |

디맨드젠 캠페인 최적화 운영 방법

구글의 AI를 통해 유튜브 및 구글의 게재지면을 최대로 활용, 비즈니스 목표에 맞는 퍼포먼스를 달성하세요





Google AI

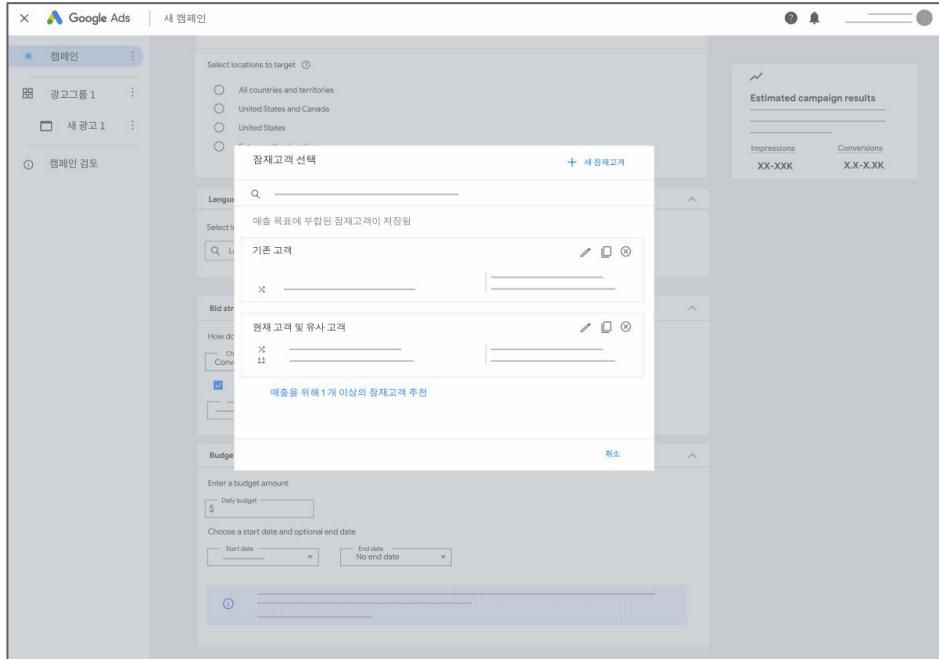
**기존 고객과 유사한 속성을 가진 사용자에게
광고를 게재하여 비즈니스 성장에 필수적인
새로운 잠재고객과 상호작용할 수 있습니다.**



타겟팅 최적화, 유사세그먼트(Lookalike Segment) 활용으로
미확인 잠재고객을 찾으세요

디맨드젠의 타겟팅 기능으로 효율과 성장을 함께 견인

제품 및 브랜드의 코어 타겟을 정의하고, 최적의 타겟팅 방안을 활용하세요.



1 기존 고객 데이터를 통한 맞춤 고객 프로필 구축 및 전환 효율화

- 1P 데이터 활용 (Customer Match, 리마케팅 등)
- 고성과 검색어 기반 맞춤 세그먼트 추가
- 유튜브 잠재고객 리스트 추가

2 Google AI를 활용한 잠재 고객 발굴 및 신규 전환 확보

- 유사세그먼트 기능 활용
- 최적화 타겟팅 기능 활용

디맨드젠의 타겟팅 기능으로 효율과 성장을 함께 견인

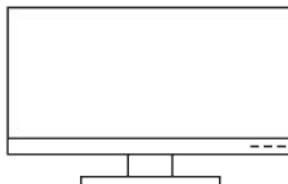


디맨드젠의 타겟팅 기능으로 효율과 성장을 함께 견인 : 유사세그먼트

유사세그먼트에서 인사이트를 얻어 캠페인 최적화를 위한 의사 결정을 내릴 수 있습니다.

유사 세그먼트 (Lookalike)

입력한 Seed 잠재고객을 기반으로 신규 고객 확장

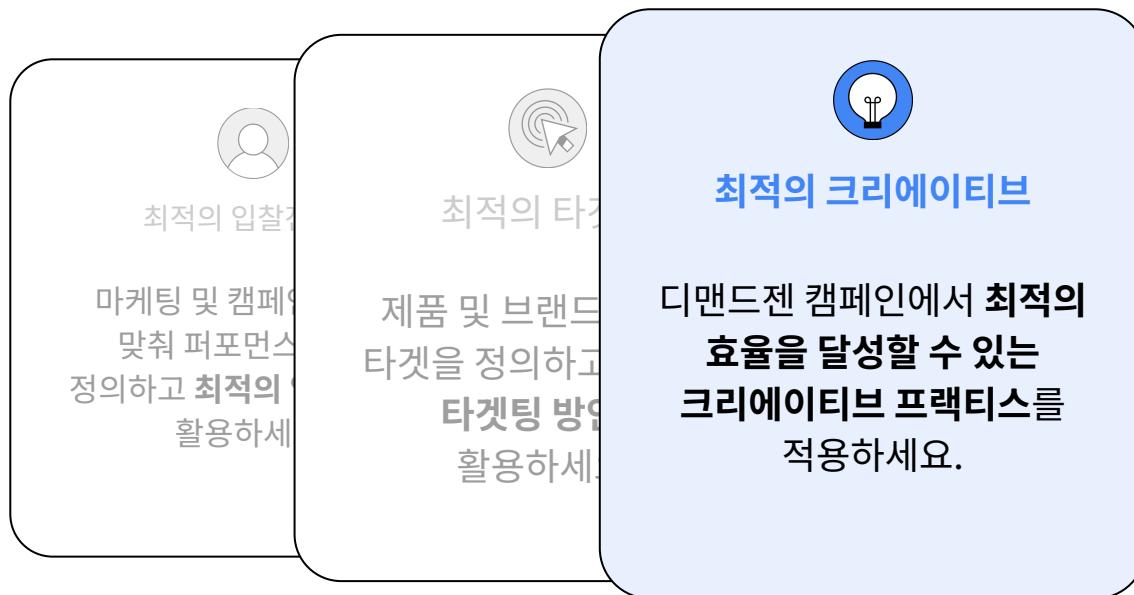


유사 세그먼트란? 기존 '시드' 목록에 있는 사용자들의 특성을 공유하는 사용자 그룹

 시드 목록	<h3>퍼스트 파티 데이터</h3> <p>고객일치 타겟팅 목록, 웹사이트 및 앱, 유튜브에서 상호작용한 사용자의 목록을 통해 유사한 특성을 가진 잠재고객 발굴</p>						
 권장사항	<ol style="list-style-type: none"> 1. 구매의도가 높은 시드 목록 활용 2. 외부 미디어 채널에서 브랜드와 상호작용한 사용자 추가 3. 유사세그먼트와 맞춤 세그먼트 결합 <p>*시드 목록 크기의 활성사용자 최소 100명</p>						
 도달범위	<table border="0"> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top; padding-right: 10px;">좁음</td><td>광고 대상 지역 사용자 중 시드 목록과 유사한 2.5%를 선별하여 더욱 세밀한 잠재고객을 생성</td></tr> <tr> <td style="vertical-align: top; padding-top: 10px;">균형</td><td>(디폴트 옵션) 광고 대상 지역 사용자 중 시드 목록과 유사한 5%를 선별하여 도달 및 유사성이 균형잡힌 잠재고객을 생성</td></tr> <tr> <td style="vertical-align: top; padding-top: 10px;">넓음</td><td>광고 대상 지역 사용자 중 시드 목록과 유사한 10%를 선별하여 가장 도달범위가 넓은 잠재고객을 생성</td></tr> </tbody> </table>	좁음	광고 대상 지역 사용자 중 시드 목록과 유사한 2.5% 를 선별하여 더욱 세밀한 잠재고객을 생성	균형	(디폴트 옵션) 광고 대상 지역 사용자 중 시드 목록과 유사한 5% 를 선별하여 도달 및 유사성이 균형잡힌 잠재고객을 생성	넓음	광고 대상 지역 사용자 중 시드 목록과 유사한 10% 를 선별하여 가장 도달범위가 넓은 잠재고객을 생성
좁음	광고 대상 지역 사용자 중 시드 목록과 유사한 2.5% 를 선별하여 더욱 세밀한 잠재고객을 생성						
균형	(디폴트 옵션) 광고 대상 지역 사용자 중 시드 목록과 유사한 5% 를 선별하여 도달 및 유사성이 균형잡힌 잠재고객을 생성						
넓음	광고 대상 지역 사용자 중 시드 목록과 유사한 10% 를 선별하여 가장 도달범위가 넓은 잠재고객을 생성						

디맨드젠 캠페인 최적화 운영 방법

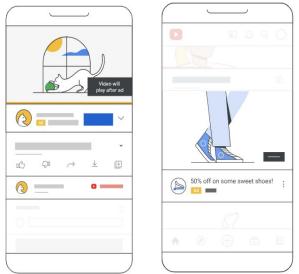
구글의 AI를 통해 유튜브 및 구글의 게재지면을 최대로 활용, 비즈니스 목표에 맞는 퍼포먼스를 달성하세요



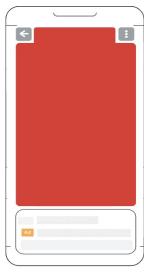
최적의 크리에이티브 조합으로 디맨드젠 효율 높이기 : 애셋 커버리지

디맨드젠 캠페인에서 최적의 효율을 달성할 수 있는 크리에이티브 프랙티스를 적용하세요

동영상



가로형 영상



세로형 영상

- 가로형 영상과 함께 세로형 영상 혹은 정방형 영상을 반드시 추가해주세요
- 15초, 30초, 1분 이상 등 다양한 길이의 영상 소재를 활용해주세요.



세로형을 추가한 광고주는 평균 11% 더 많은 전환*을 확보합니다.

*가로형만 활용하는 광고주 대비 (Google Internal)

이미지



정사각형 이미지
(1:1)



가로형 이미지
(1.91:1)



세로형 이미지
(4:5)

- 이미지 소재를 디맨드젠 광고 형식에 반드시 포함하세요
- 단일 이미지 광고 제작 시 정사각형, 가로형, 세로형 소재를 모두를 등록하여 모든 지면을 활용해 도달률을 높이세요

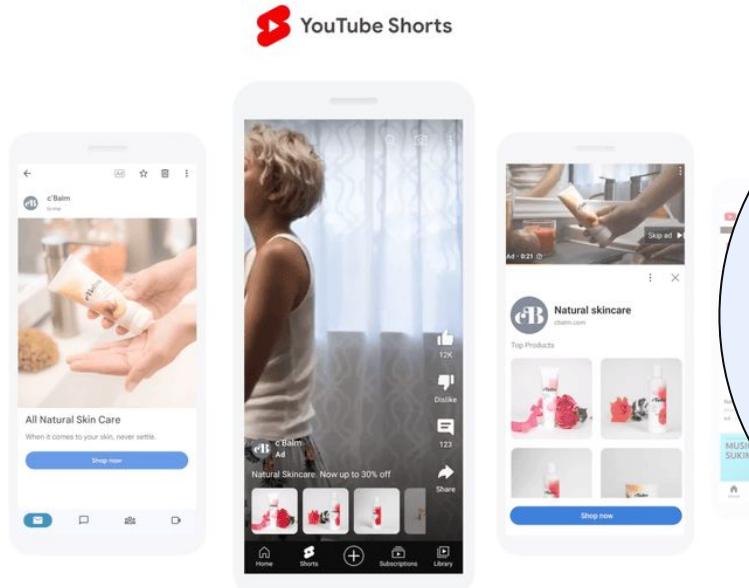


이미지와 동영상 광고 둘 다 게재하는 광고주는 달러당 전환수가 6% 더 많습니다.

*이미지 광고만 활용하는 광고주 대비 (Google Internal)

최적의 크리에이티브 조합으로 디맨드젠 효율 높이기 : 애셋 커버리지

효과적인 디맨드젠 캠페인을 위해 동영상과 이미지 소재 모두 준비하세요

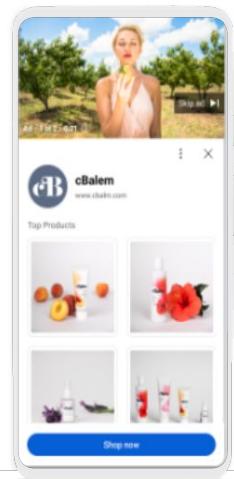


디맨드젠 캠페인에서 **동영상과 이미지 광고를 모두 운영**하는 광고주는 이미지 전용 광고를 운영하는 광고주보다 **달러당 전환율이 6%** 더 높았습니다.

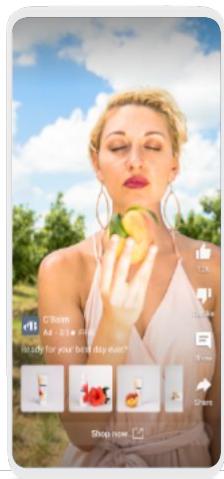
최적의 크리에이티브 조합으로 디맨드젠 효율 높이기 : 제품 피드 연결

디맨드젠 캠페인에 제품 피드를 연결해 액션을 즉각적으로 유도하세요

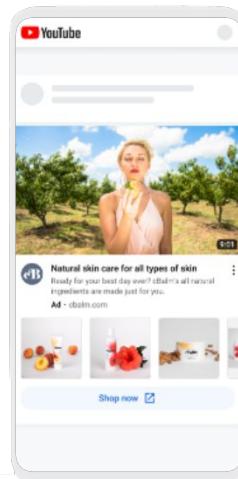
디맨드젠에 프로덕트 피드를 연결하면 평균적으로 **동일 CPA로 33% 더 많은 전환수**를 획득



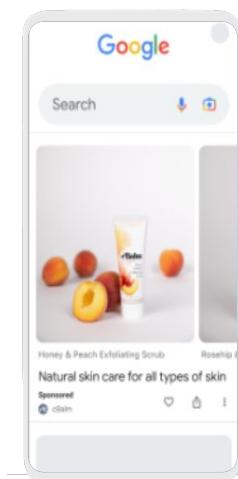
YouTube in-stream



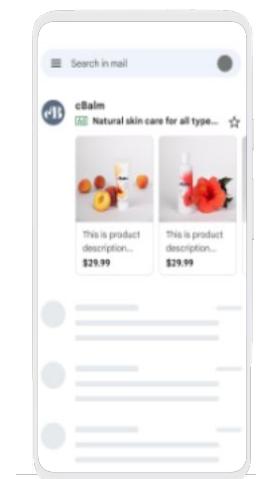
YouTube Shorts



YouTube in-feed



Discover



Gmail

디맨드젘 캠페인 최적화 운영 방법

구글의 AI를 통해 유튜브 및 구글의 게재지면을 최대로 활용, 비즈니스 목표에 맞는 퍼포먼스를 달성하세요



최적의 입찰전략

마케팅 및 캠페인 목표에 맞춰 퍼포먼스 KPI를 정의하고 **최적의 입찰전략**을 활용하세요.



최적의 타겟팅

제품 및 브랜드의 코어 타겟을 정의하고, **최적의 타겟팅 방안**을 활용하세요.



최적의 크리에이티브

디맨드젘 캠페인에서 **최적의 효율**을 달성할 수 있는 **크리에이티브 프랙티스**를 적용하세요.

올리브영 세일 기간, 구글의 디맨드젠프래픽 유입 캠페인을 활용하여 최대 매출을 달성한 어뮤즈

AMUSE



Goal

올리브영 세일 기간 동안 매출 극대화, 7일간의 세일 기간 동안 효율적인 고객 확보 목표

Challenge

올리브영 온라인몰에서 구글 전환 추적의 어려움으로 인해 구매 가능성이 높은 고객의 효과적인 확보 전략을 고민

Solution

- 기간 내 트래픽을 극대화하기 위해 낮은 CPC와 클릭수, 검색 캠페인과의 시너지를 위해 디맨드젠프래픽을 활용
- 어뮤즈 고객 목록 데이터를 업로드하여 유사 잠재고객으로 활용했으며 이미지, 영상을 모두 활용해 디맨드젠프래픽의 베스트 프랙티스 집행

Results

실적

↑ +78%

CPC

↓ -41%

CPM

↓ -19%

디맨드젠 캠페인 최적화 운영 방법

구글의 AI를 통해 유튜브 및 구글의 게재지면을 최대로 활용, 비즈니스 목표에 맞는 퍼포먼스를 달성하세요



최적의 입찰전략

마케팅 및 캠페인 목표에 맞춰 퍼포먼스 KPI를 정의하고 **최적의 입찰전략**을 활용하세요.



최적의 타겟팅

제품 및 브랜드의 코어 타겟을 정의하고, **최적의 타겟팅** 방안을 활용하세요.



최적의 크리에이티브

디맨드젠 캠페인에서 **최적의 효율**을 달성할 수 있는 **크리에이티브** 프랙티스를 적용하세요.



최적의 파트너십

AI-powered solution과 크리에이터 파트너십을 결합한 **크리에이터** 파트너십 광고를 통해 마케팅 성과를 극대화하세요.

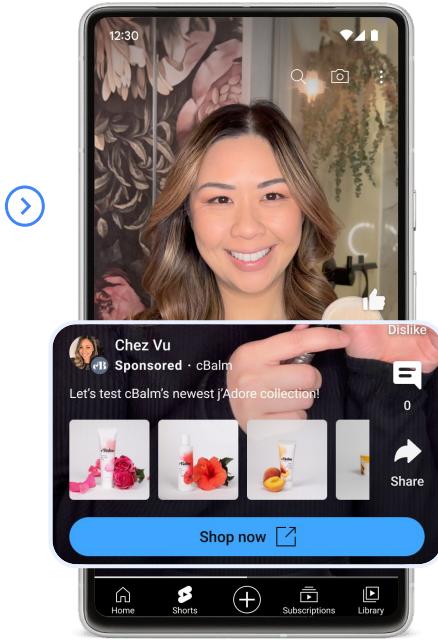
AI-powered solution을 위한 새로운 기능, 크리에이터 파트너십 광고

협업 크리에이터의 영상을 디맨드젠 캠페인에 연결해 고려도 상승 및 전환 효과를 높여보세요



CREATOR VIDEO

(크리에이터 유튜브 채널에 게재된
Shorts or VOD)



디맨드젠 & 파트너십 애즈 기능 :
Co-branded 파트너십 포맷

크리에이터의 채널에 게재된 파트너십 광고는
광고주 브랜딩만 사용한 광고보다
웹사이트 클릭수가 10%,
Shorts 피드에서 전환율이 최대 20% 더 높음

YouTube
크리에이터들은
소비자의 여정에서
신뢰할 수 있는
정보를 제공합니다.

98%

의 소비자들은 다른 플랫폼에 비해 **유튜브 크리에이터의 추천을 신뢰할 가능성이 더 높습니다.**¹

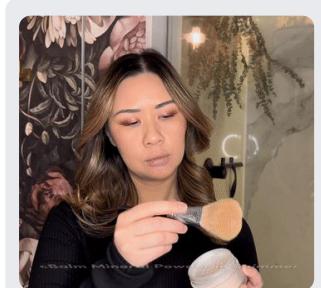
78%

의 유튜브 시청자들은 **크리에이터들이 제품 구매 여부에 대해 더 빠른 결정을 내릴 수 있도록 만든다고 동의합니다.**²

Source 1: Google/Ipsos, Rethink Social Study, July 2023-August 2023, online survey, n=13328 US, UK, BR, FR, DE, IT, JP online users 18-54 who use social apps/sites monthly or more often

Source 2: Google/Talk Shoppe, US, UK, BR, ID, IN, Creator-made Ads Ecosystem 2023 study, n=10,003 weekly video users, A18-64. Dec 2023

파트너십 광고는 AI-powered 솔루션 전반에 걸쳐 적용 가능합니다.



CREATOR VIDEO

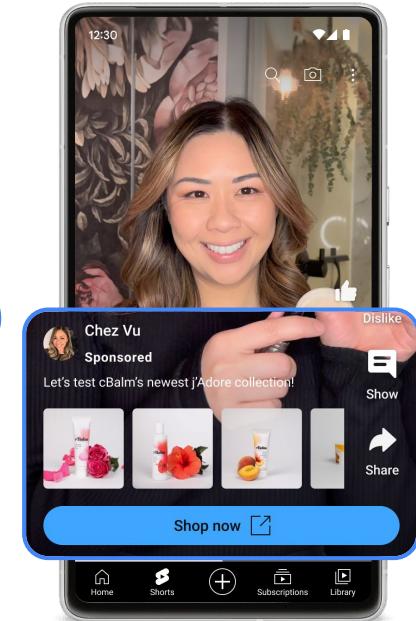
(크리에이터 유튜브 채널에 게재된
Shorts or VOD)

**퍼널 전반에 걸친
크리에이터의 진정성 있는 콘텐츠**

효율적인 도달 및 인지도 제고
Video Reach Campaigns 2.0 (Fluid or Shorts only)
(CPM 및 광고 상기도 리프트)

상호작용 및 고려도 증진
Video View Campaigns
(조회수 및 고려도 리프트)

즉각적인 전환 액션 유도
Demand Gen
(클릭 수/CPA 및 고려도/구매의도 리프트)



크리에이터 파트너십 광고만의 새로운 기능

협업 크리에이터의 영상을 디맨드젠 캠페인에 연결해 고려도 상승 및 전환 효과를 높여보세요

The screenshot shows the YouTube Studio interface under the 'Organic Insights View' tab. It displays various performance metrics for a specific video. Key data points include:

- Ad views:** 62.4K
- Organic views:** 32.2K (highlighted with a yellow circle)
- Earned views:** 5K
- Cost:** \$5.03

Below the metrics, there's a graph titled 'Audience retention' showing the percentage of viewers who stayed until the end of the video over time.

Organic Insights View 리포트를 받아볼 수 있습니다.

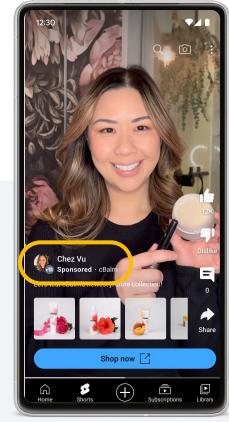
- ▶ Google Ads에 연결된 영상에 대한 오가닉 측정치를 볼 수 있습니다.

This screenshot shows the 'New lookalike segment' creation interface in Google Ads. It includes fields for:

- Segment name:** Enter a lookalike segment name
- Seed list:** Include users who are similar to a list of customers. Up to 10 seed lists can be selected. A dropdown menu shows 'Katya Test User List'.
- Locations:** YouTube users selected from a dropdown.
- Segment reach:** A note indicating a balanced segment will aim to reach 5% of people in the campaign's targeted location similar to people on your seed list(s).

연결된 비디오 데이터 세그먼트

- ▶ 연결된 영상 시청자 폴을 이용해 잠재고객 세그먼트를 구축할 수 있습니다.
디맨드젠 유사고객 세그먼트를 만들기 위한 시드리스트로 활용할 수 있습니다.



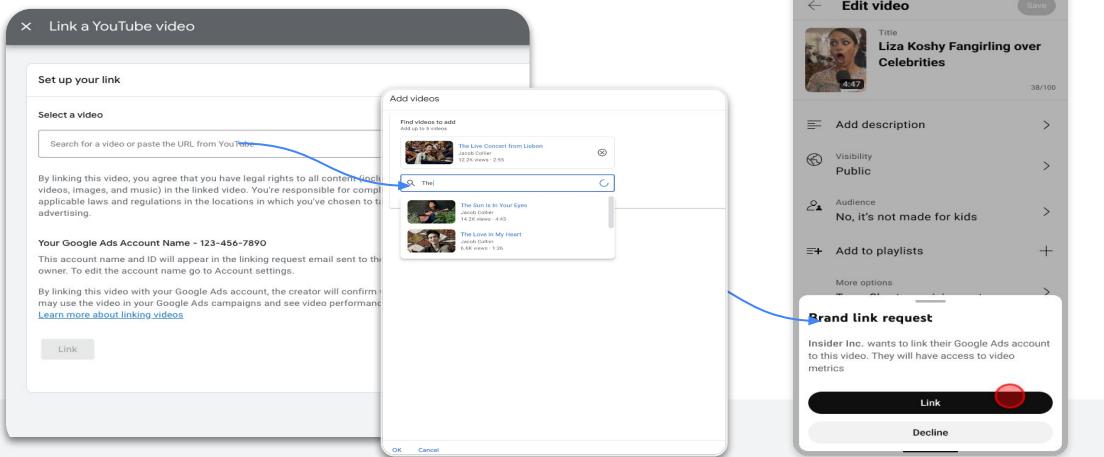
캠페인에 파트너십 광고를 표시할 수 있습니다.

- ▶ 영상에 크리에이터 로고와 브랜드를 함께 표시하세요.

유튜브 AI-powered solution으로 크리에이터 파트너십 광고 시작하기



크리에이터 비디오 연결 프로세스



구글애즈 계정에서 크리에이터에게
비디오 연결 요청을 보낼 수 있습니다.
(Tools > Data Manager 아래)

크리에이터는 이메일과
모바일로 알림을 받은 후
요청을 수락할 수 있습니다.

동영상 액션 캠페인이 디맨드젠으로 업그레이드

2025년 상반기 동영상 액션 캠페인 신규 생성이 중단되고 디맨드젠에 인벤토리/채널 컨트롤 기능이 탑재됩니다

업그레이드 타임라인

2025 상반기

동영상 액션 캠페인 신규 생성 중단

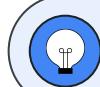
인벤토리 컨트롤 기능 및 업그레이드 툴 런칭

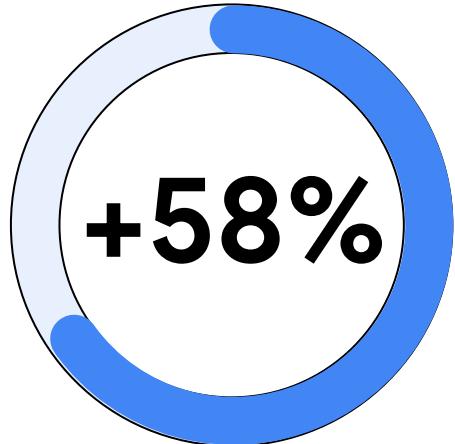
2025 하반기

모든 동영상 액션 캠페인 자동 업그레이드 시작

동영상 액션 캠페인 광고 지원 중단

디맨드젠 캠페인 도입 및 테스트를 지금 바로 시작하세요





Nielsen MMM 메타 분석 결과에 따르면,
AI-powered 디맨드젠 캠페인은
동영상 액션 캠페인 대비 평균
58% 더 높은 ROAS를 보였습니다.

Source: Nielsen MMM meta analysis commissioned by Google in 2024 that measured Google AI-powered YouTube ads; Research spanned 53,153 campaigns across 104 weeks from Food, Beverages, Restaurants; Home & Personal Care; Retail; Branded Apparel & Durables; and Telecommunications verticals between 2022 and 2024; ROAS defined as incremental sales per \$ spent

디맨드젠 업그레이드와 함께 추가되는 기능

동영상 액션 캠페인에서 활용했던 기능을 디맨드젠이 그대로 지원하면서 디맨드젠판의 업그레이드된 기능들이 추가됩니다.

동영상 액션 캠페인



인벤토리

유튜브, GVP



크리에이티브

동영상, 상품 피드



오디언스 타겟팅

Custom segments, your data, interest, demographics, optimized targeting



입찰 전략

전환수 최대화, 전환가치 최대화, 타겟 CPA, 타겟 ROAS 입찰 전략



광고효과 측정

DDA 기여모델, 전환 리프트 (Conversion Lift)
브랜드 리프트, 서치 리프트



디맨드젠판

- 1) 디스커버, 지메일 인벤토리 활용 가능
- 2) 인벤토리(인스트림, 쇼츠, 인피드) 기능 출시 예정
- 3) 채널 컨트롤 (GDN) 기능 출시 예정

이미지 광고, 캐러셀 광고, 크리에이터 파트너십 애즈, 광고소재 환경설정, Flip Video, Generative 이미지 툴

[Lookalike segments \(유사 잠재고객\)](#)

[클릭수 최대화 입찰전략](#)

인벤토리 컨트롤 채널 컨트롤 기능 출시 More Control

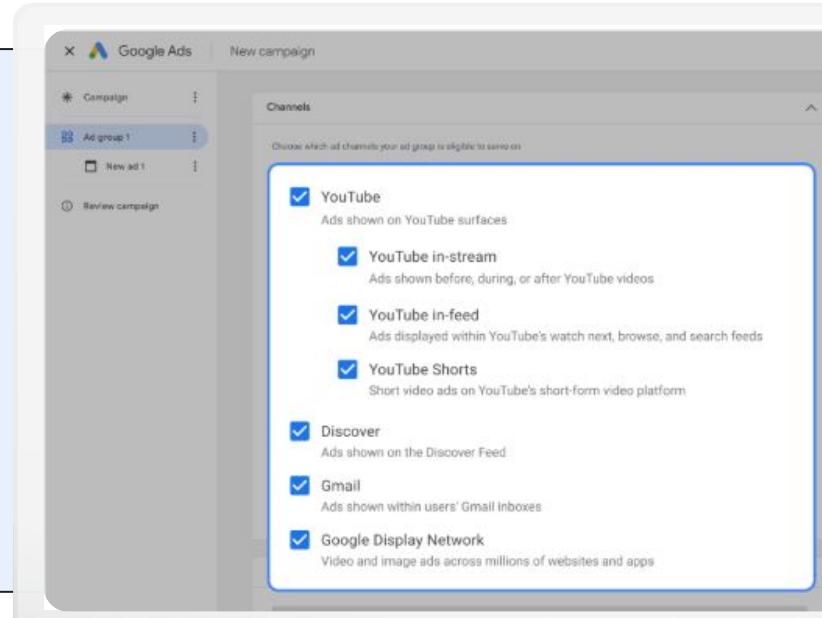
디맨드젠에서 인벤토리 및 채널을 컨트롤 할 수 있는 기능이 추가될 예정입니다. (Early Q2)



**유튜브, GVP, GDN
채널 선택 기능 추가**



**유튜브 내 인스트림, 인피드, 쇼츠
인벤토리 개별 선택 기능 추가**



Key takeaways

디맨드젠을 통해 비즈니스 임팩트 만들기

1

디맨드젠 캠페인 최적화 운영방법 따르기

- 최적화된 입찰전략
- 최적화된 타겟팅
- 최적화된 크리에이티브

2

크리에이터 파트너십 광고 활용하기

- 크리에이터 파트너십 광고 기능을 활용해 디맨드젠 및 다른 AI-powered solution의 성과를 극대화하기

3

동영상 액션 캠페인- 디맨드젠 업그레이드하기

- 상반기 동영상 액션 캠페인 신규 지원 중단
- 하반기 동영상 액션 캠페인 지원 중단 및 자동 업그레이드 예정

Thank you