



Connecting Power of YouTube

[2분기 세션 다시 보러 가기](#)



2025/06



정다은

Video Specialist,
Google LCS



오늘의 아젠다

Connect with Demand Gen

Demand Gen 신규 기능 & 로드맵 업데이트

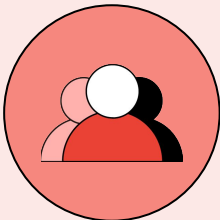
Demand Gen 베스트 프랙티스

Boost with 크리에이터

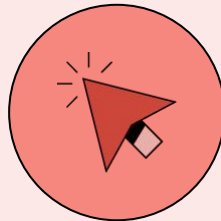
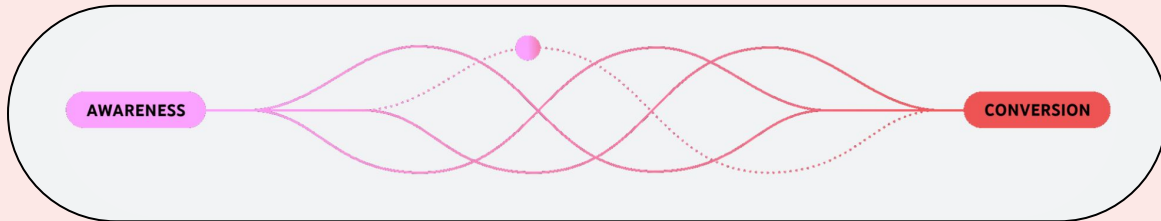
오늘의 세션 한 장 정리

01

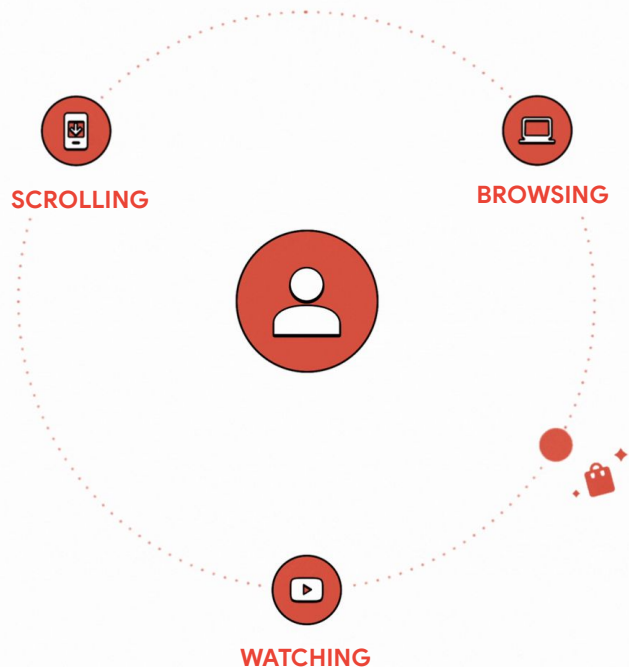
Connect with Demand Gen



소비자들은 그 어느 때보다 열린 마음으로 새로운
브랜드와 제품을 탐색하고 있습니다

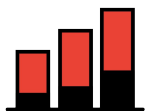


소비자 10명 중 5명 이상은 온라인에서 예기치 못한 순간에 우연히
새로운 제품과 브랜드를 발견하는 것으로 나타났습니다.

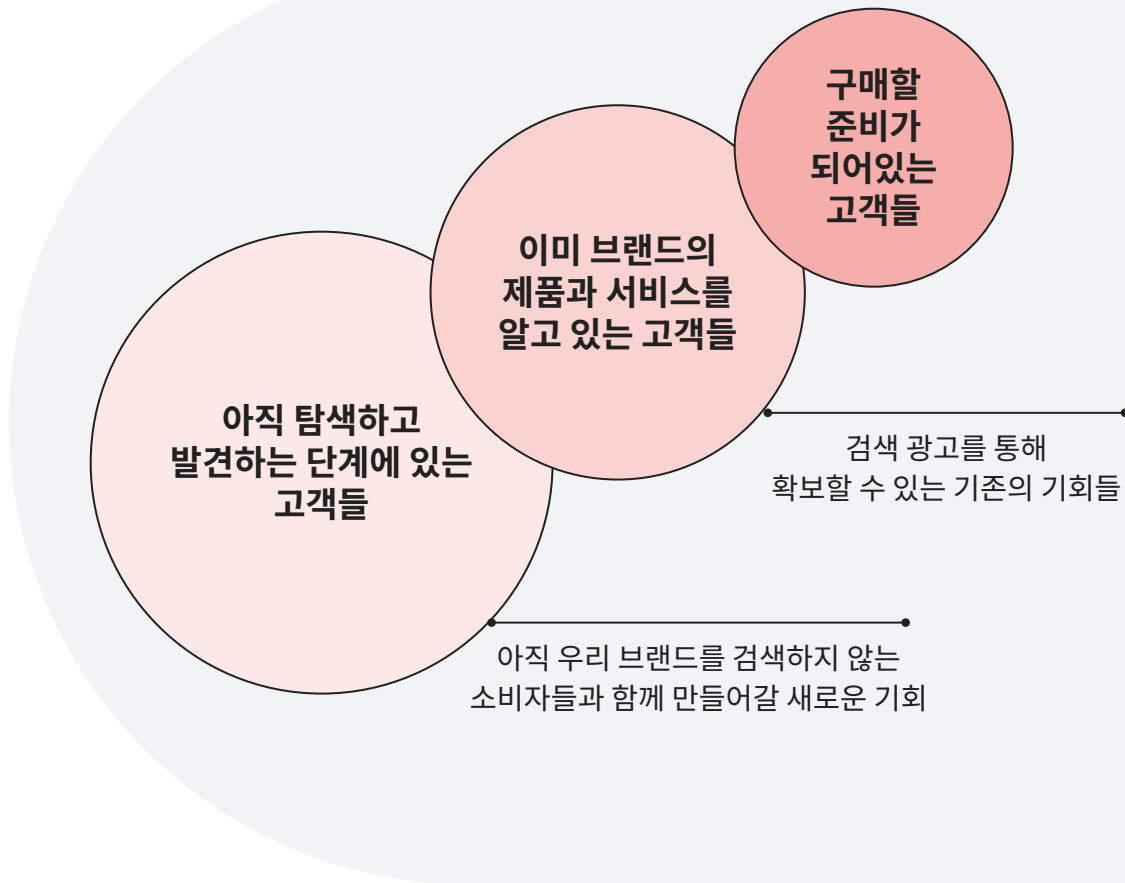


**바로 이 순간에
소비자와 함께 해야 합니다.**

소비자가 **탐색**하고, **시청**하고, **스크롤**하는 동안
구매 결정에 영향을 미치고, 발견의 순간을
구매와 전환으로 이끌어야 합니다.



**Grow your
business beyond
what you can
capture today**

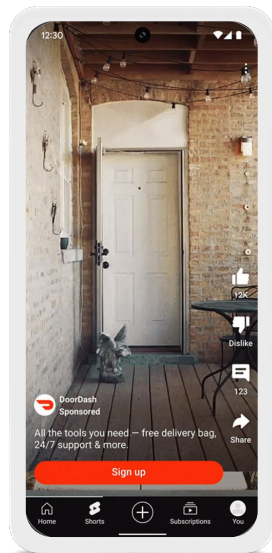




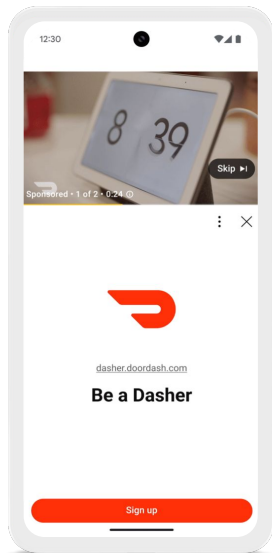
아직 우리를 검색하고 있지 않은 고객들에게
수요를 창출하고 전환하세요

The power of AI, with controls when you need them

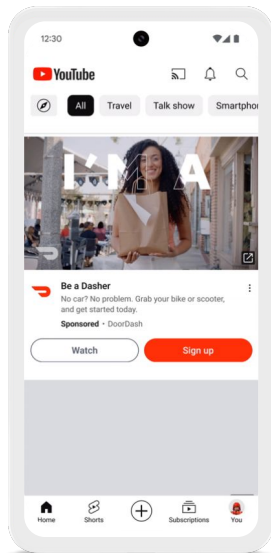
YouTube의 강력한 힘을 활용하여 Google의 더 많은 시각적 노출 영역으로 영향력을 확장하세요.



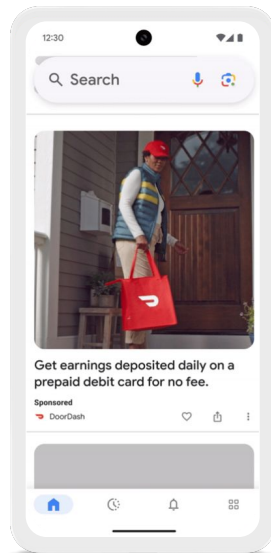
YouTube Shorts



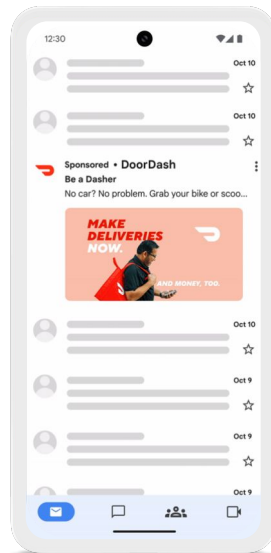
YouTube in-stream



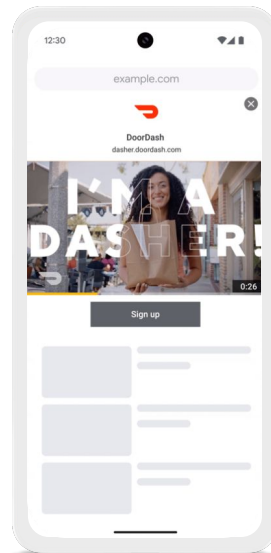
YouTube in-feed



Discover



Gmail



Google Display Network

Demand Gen



새로운 수요를 창출하세요

30억명 이상의 유저들이 **YouTube** 및
Google의 가장 시각적인 플랫폼에서
스트리밍하고, 스크롤하며, 연결될 때
참여를 유도하여 성과를 높이세요



더 많은 규모로 더 깊은 연결을 만드세요

AI 기반의 다양한 control 기능을 통해
광고 소재를 개인화하고 고유한
잠재고객을 타겟팅하세요

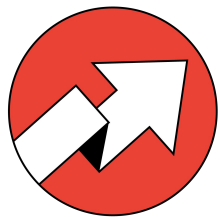


발견을 전환으로 바꾸세요

온라인 세일즈 및 **고품질 리드**를 늘리고
incremental 효과를 확인하세요

채널, 크리에이티브, 잠재고객, 브랜드
적합성 등 다양한 Control 가능

작년 60+ 이상의 AI 기반 개선 사항을 포함하여
Demand Gen에 다양한 업데이트가 적용되면서,

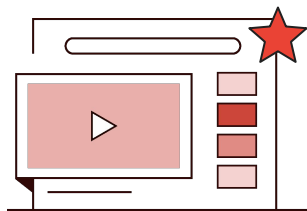


26%

Demand Gen을 활용한 광고주들의 경우
구매 및 리드와 같은 목표 달성을 위해
지출하는 비용당 전환수가 **전년 대비**
평균 26% 증가하는 성과를 거두고 있습니다.

02

Demand Gen 신규 기능 & 로드맵 업데이트



2025년 7월부터 비디오 액션 캠페인(VAC)이 디맨드젠으로 업그레이드 됩니다.

디맨드젠은 비디오 액션 캠페인(VAC)과 유사한 이점을 제공하며, 더 많은 잠재고객의 관심과 행동을 유도하도록 설계된 추가 기능을 포함합니다. 2025년 4월부터 새로운 VAC 캠페인을 생성할 수 없게 되었으며, 7월부터는 남아 있는 모든 VAC 캠페인 또한 디맨드젠으로 자동 업그레이드될 예정입니다.

More Control 디맨드젠 채널 컨트롤 기능 출시

디맨드젠에서 인벤토리 및 채널을 컨트롤 할 수 있는 기능이 Open Beta로 출시되었습니다.



Tailor your Ad Experience

광고그룹 레벨에서 채널(YouTube, Gmail, Discover, GDN) 또는 인벤토리(Shorts, in-stream, in-feed)를 선택하여 마케팅 목표와 전략에 부합하는 맞춤형 광고 경험을 만들 수 있습니다.



YouTube Shorts



Discover



Gmail



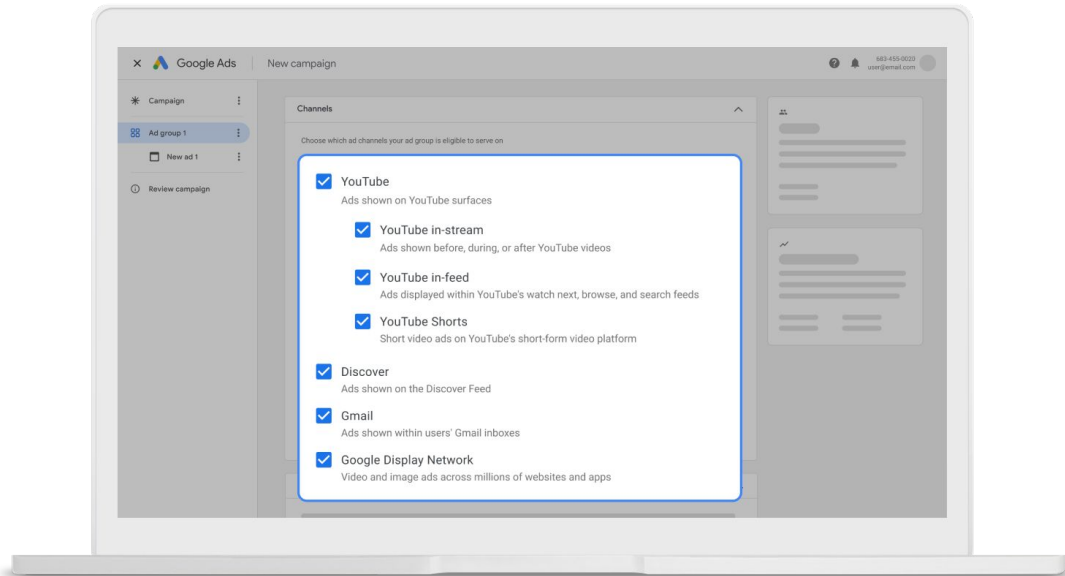
YouTube in-stream



YouTube in-feed

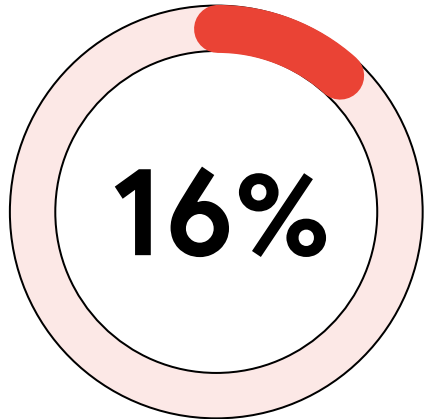


Google Display Network



More Control 신규 채널인 Google Display Network 추가

디맨드젠에서 모든 Google Display Network로 인벤토리를 확장할 수 있습니다.



16%더 많은
전환수를 달성



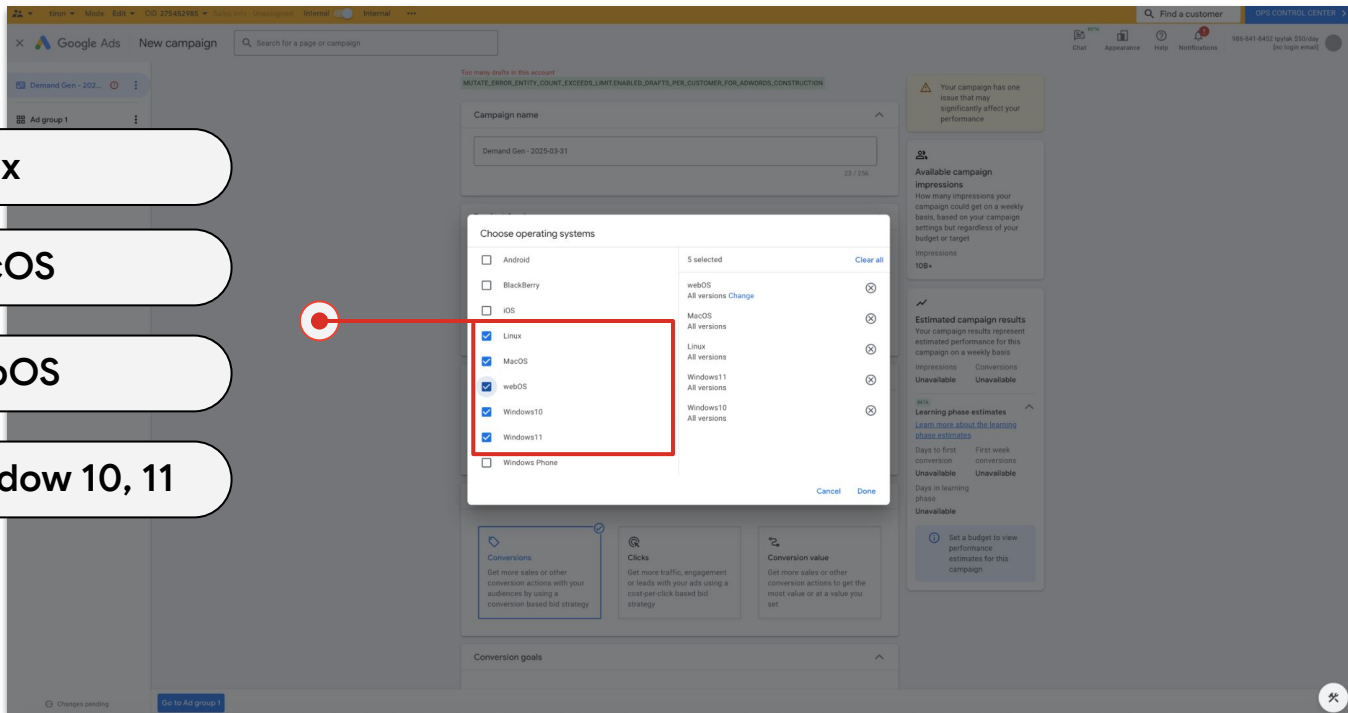
적절한 시간과 장소에서
제 3자 인벤토리를 활용하여
도달 범위를 확장하세요!

Google Display Network를
디맨드젠 캠페인에 추가한 광고주의 경우
평균적으로 **16% 더 많은 전환수**를 달성했습니다.

More Control 데스크톱 OS 타겟팅 기능 추가

디맨드젠을 통해 MacOS, Window 10/11, Linux 등 데스크톱 OS를 직접 타겟팅할 수 있습니다.

- ✓ Linux
- ✓ MacOS
- ✓ WebOS
- ✓ Window 10, 11



More Goal YouTube 참여 목표 출시

디맨드젠에서 구독자 증대와 Follow-on 조회수 목표를 달성할 수 있습니다.



YouTube Engagement 목표



1. 구독자 증대 (Full-launch) 혹은
2. Follow-on 조회수 (Beta) 목표 달성 가능

기존의 AI 입찰전략

클릭수 최대화

시즈널리티 트래픽을 극대화
전환 추적 및 태그 삽입이 어려울 경우 활용

전환수 최대화, 타겟 CPA

명확한 KPI 액션 달성: 구매, 페이지 방문,
회원가입, 장바구니 담기 등

전환가치 극대화, 타겟 ROAS

ROI 중심의 마케팅에 집중하여
비용 효율적인 매출 극대화 목표 달성

More Goal YouTube 참여 목표 출시

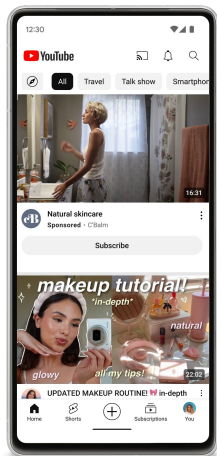
디맨드젠에서 구독자 증대와 Follow-on 조회수 목표를 달성할 수 있습니다.

New
in DG

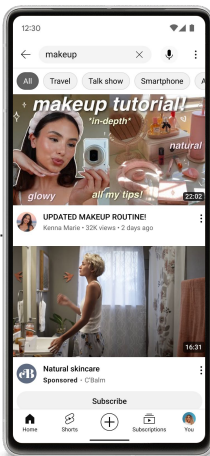
YouTube Engagement 목표



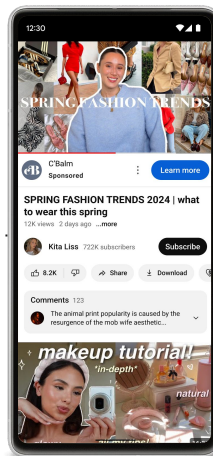
1. 구독자 증대 (Full-launch) 혹은
2. Follow-on 조회수 (Beta) 목표 달성 가능



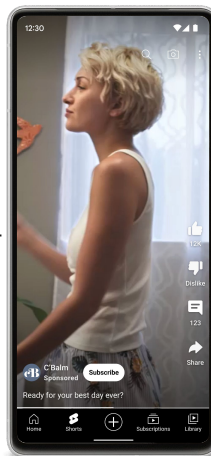
Home Feed



Search



In-stream



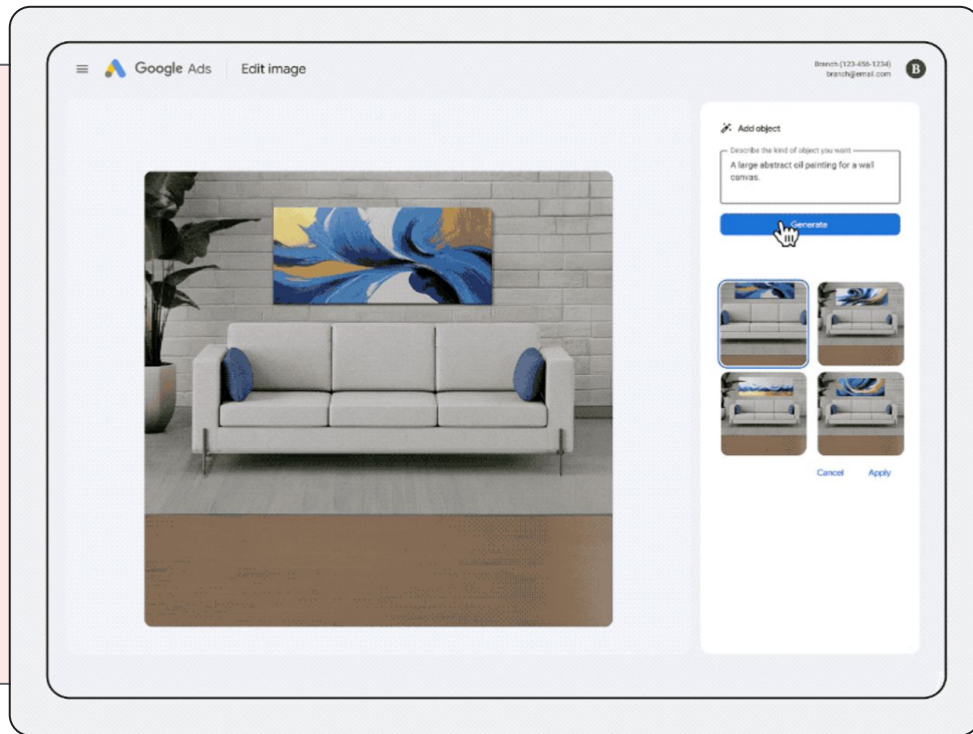
Shorts

More Creative AI 이미지 제너레이션



캠페인 생성 및 애셋 라이브러리 내 AI 이미지 생성 및 편집기능

이미지 에셋을 즉시 생성하고 편집할 수 있습니다.

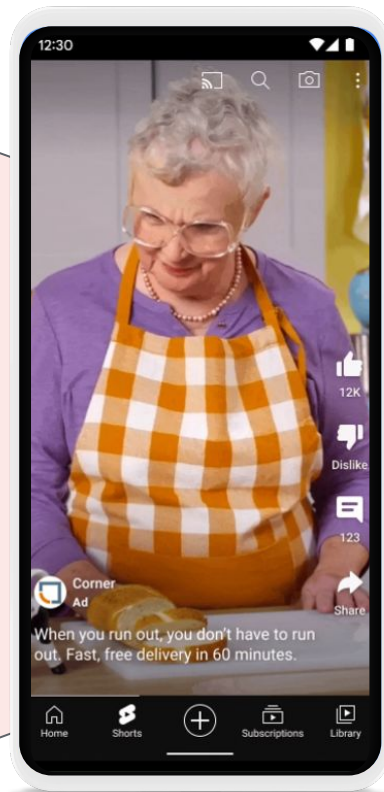
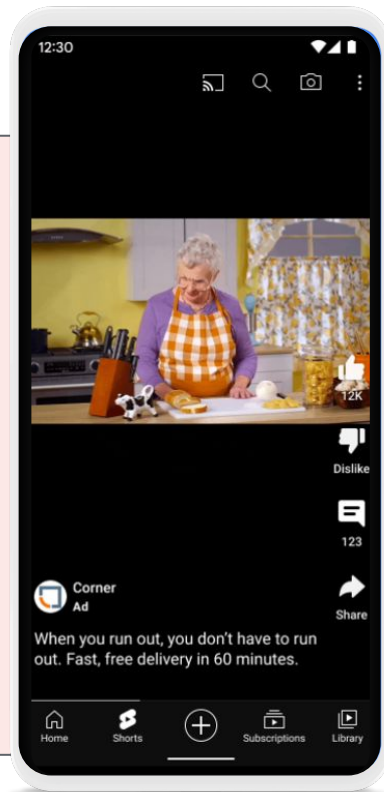


More Creative AI 비디오 플리핑



AI 비디오 플리핑 기능으로 YouTube 인벤토리 확장 및 비디오 플랫폼 적합성 개선

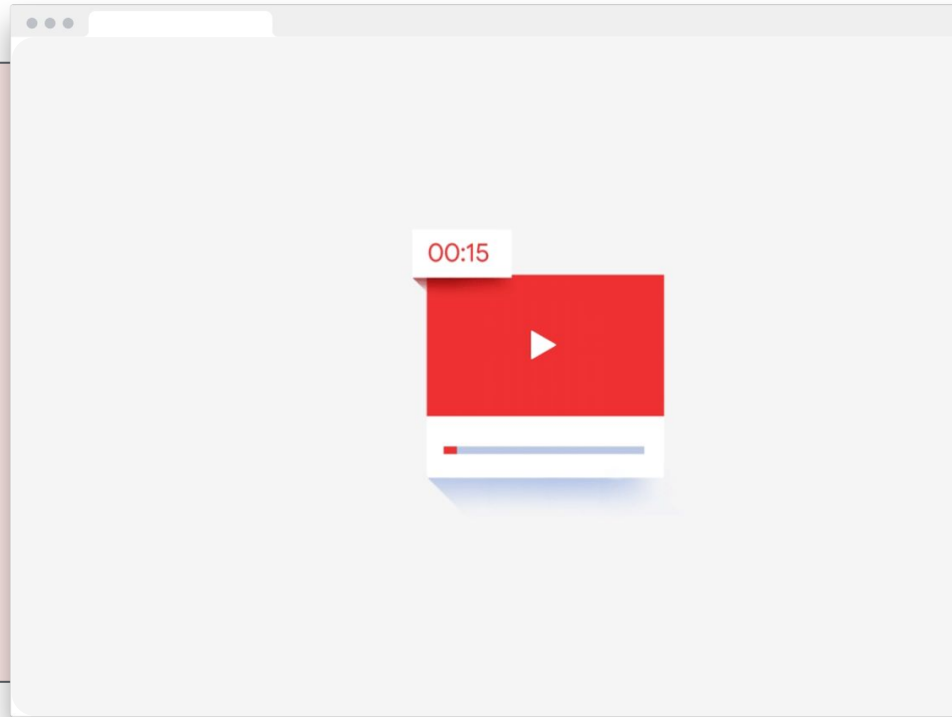
핵심적인 비주얼 요소는 유지하면서
다양한 화면 비율로 비디오 콘텐츠를
조정할 수 있습니다.



More Creative AI 비디오 쇼트닝

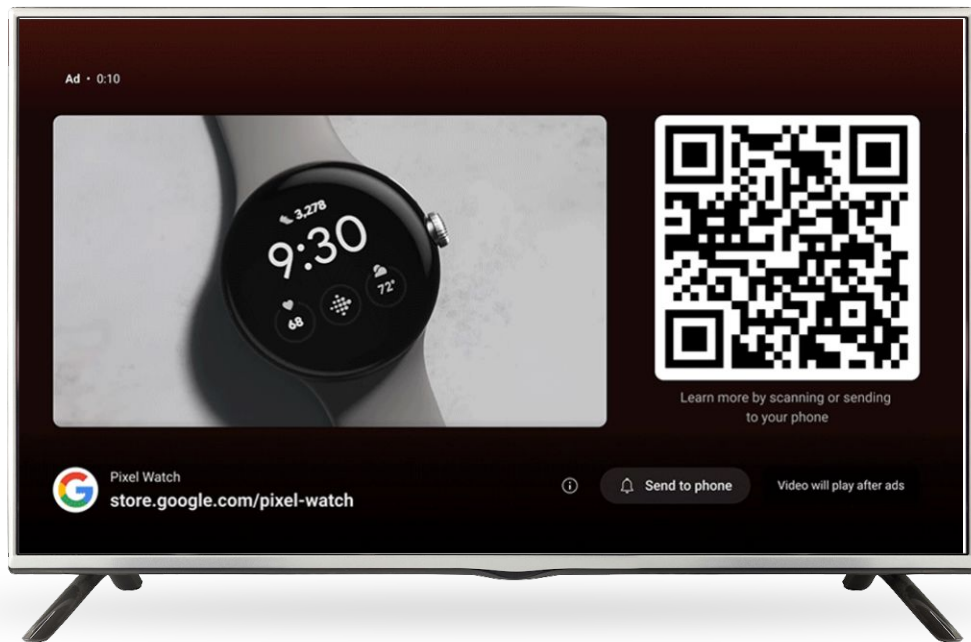
AI 비디오 쇼트닝을 통해 핵심적인 참여 순간 강조

다양한 시청자에게 가장 효과적인
순간들을 부각하여, 모든 잠재고객에 맞춰
비디오 콘텐츠를 최적화할 수 있습니다.



More Asset 디맨드젠 CTV 인벤토리 QR 코드 기능

디맨드젠에서 CTV 활용시 랜딩 페이지를 QR Code로 보여주는 기능 활용 가능



→ 100% Launch!

이제 디맨드젠의 CTV 인벤토리에서
QR 코드 기능이 적용됩니다.
코드는 자동으로 생성되며,
별도 매뉴얼 작업이 필요하지 않습니다.

→ 스킵 가능한 시점부터 기존 광고가 살짝 축소되며
QR 코드가 노출되고, 광고가 끝날 때까지
이 상태가 유지됩니다.

More Measurement 전환수(유사 플랫폼)

다른 광고 플랫폼들과 더 정확하게 성과를 비교할 수 있도록 디맨드젠의 새로운 측정 데이터 세트인 '전환수 (유사 플랫폼)'가 출시되었습니다.

Now available!

Campaigns All time Oct 1 — Nov 30, 2022

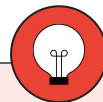
[Campaigns](#) [Settings](#)

+ Campaign status: All but removed [ADD FILTER](#)

SEARCH SEGMENT COLUMNS REPORTS DOWNLOAD EXPAND MORE

☐	Campaign	Campaign type	↓ Conversions	Conv. (Platform comparable)	Cost / conv.	Cost/Conv. (Platform comparable)	Conv. value / cost	Conv. value/Cost (platform comparable)
✓	Drafts in progress: 15							
☐	Demand Gen 1	Demand Gen	4,000.00	6,000.00	US\$10.00	US\$6.67	12.00	22.00
☐	Demand Gen 2	Demand Gen	4,000.00	6,000.00	US\$10.00	US\$6.67	35.00	50.00
☐	Demand Gen 3	Demand Gen	4,000.00	6,000.00	US\$10.00	US\$6.67	12.00	22.00
	Total: Filtered campaigns ⓘ		12,000.00	18,000	US\$10.00	US\$6.67	21.00	34.00
✓	Total: Account ⓘ		12,000.00	18,000	US\$10.00	US\$6.67	21.00	34.00

Show rows: 50 1-50 of 100 |< < > >|



전환수(유사 플랫폼)은 무엇인가요?

이 데이터 세트는 디맨드젠 캠페인에 대한 또 다른 리포팅 뷰를 제공합니다. 여기에는 **조회 기반 전환(VTC)**의 영향도가 포함되며, 동시에 디맨드젠의 성과를 다른 **Google ecosystem**과 분리해서 볼 수 있도록 합니다.

03

Demand Gen

베스트 프랙티스

기초부터 탄탄한 강력한 캠페인을 구축해 보세요.

1

잠재고객 전략

- 자사 데이터를 활용하여 핵심 고객 프로필을 만드세요.
- 유사 세그먼트 또는 최적화 타겟팅을 사용하세요.
- 우리 브랜드와 제품 관련 맞춤 세그먼트와 검색어를 추가하세요.

2

AI 기반 캠페인 구조화 및 최적화 전략

- 각각의 전환 목표에 따라 하나의 캠페인을 만드세요.
- 잠재고객 주제별로 광고그룹을 통합하세요.
- 캠페인 기간 동안 입찰가 변경은 +/- 15%로 제한하세요.
- 제품 피드를 사용하세요.

3

크리에이티브 전략

이미지와 비디오를 함께 사용하여 일관된 스토리를 전달하고, 소비자를 사로잡는 순간을 만들어 보세요.

- 소재 최소 조건:
 - 3x 이미지
 - 1x 가로형 비디오
 - 1x 세로형 비디오

플랫폼에 맞춰 제작된 크리에이티브로 브랜드 스토리를 전달하세요.

디맨드젠 잠재고객 타겟팅 메뉴

디맨드젠은 적시에 적절한 소비자에게 도달할 수 있도록 다양한 잠재고객 타겟팅 솔루션을 제공합니다.

Targeting Type	Segment types available	+ 잠재고객 제외
캠페인/광고그룹 레벨	기기 위치 언어	
맞춤 세그먼트	유사 관심사 키워드 유사 웹사이트 유사 앱	
내 데이터 세그먼트	웹사이트 방문자 앱 유저 유튜브 유저 Google-Engaged Audiences	
Pre-built 구글 세그먼트	구매 의도 생애 주요 이벤트 상세 인구통계 관심분야 Infinite Taxonomy NEW!	
인구통계 세그먼트	연령 & 성별 가계 소득 자녀 유무	
콘텐츠 기반 타겟팅	Contextual Allowlisting required	
AI-Powered 타겟팅	유사 세그먼트 최적화 타겟팅	



온라인 세일즈 목표를 위한 잠재고객 전략

커머스/리테일 | CPG 등

Recommended targeting



맞춤 세그먼트 - 키워드를 통해 검색 캠페인에서 이미 성과가 좋은 키워드를 활용하여 관심과 의도를 보인 소비자에게 도달하세요.



내 데이터 세그먼트를 통해 이미 우리 브랜드/제품과 상호작용한 소비자에게 광고를 게재하여, 구매 가능성이 높은 잠재고객을 다시 참여시키세요. (리마케팅)



신규 고객 확보 및 비즈니스 확장을 위해:

1. **잠재고객 제외** 기능을 활용하여 유사성과 관계없이 더 많은 신규고객에게 확장하거나 **OR**
2. **유사 잠재고객을 활용하여** 기존 고객 데이터를 기반으로 유사한 고객을 더 많이 찾으세요.



최적화 타겟팅을 활용하여, 수동 타겟팅만으로는 놓칠 수 있는 고객까지 함께 확보하세요.



리드젠 목표를 위한 잠재고객 전략

테크 | 파이낸스 | 모빌리티 |
콘텐츠&엔터 | 게이밍 등

Recommended targeting



맞춤 세그먼트를 활용해 Google 또는 YouTube에서
특정 키워드를 적극 검색한 소비자에게
광고를 노출하여 효율적으로 잠재고객을 유치하세요.



구매 의도가 높은 잠재고객을 타겟팅하기 위해 **구매 의도 타겟팅**을 활용하고,
구매 결정에 영향을 미치는 주요 이벤트를 고려하여
생애 주요 이벤트 타겟팅을 활용하세요.



전환 목표가 명확하다면, **최적화 타겟팅**을 활용하여
미처 발견하지 못했던 잠재고객들까지 빠짐없이 찾아보세요.
그렇지 않은 경우, 고가치 고객 목록을 기반으로
유사 잠재고객을 활용하세요.



소셜 매체 집중을 위한 잠재고객 전략

테크 | 파이낸스 | 모빌리티 | 콘텐츠&엔터 | 게이밍 |
커머스/리테일 | CPG 등

Recommended targeting



성과가 좋은 소셜 미디어 잠재고객을 **맞춤 세그먼트** 또는 **관심사/세부 인구통계**로 전환하여 다른 플랫폼에서 성공을 이끈 소비자들과 유사한 소비자에게 도달하세요.



조회수, 공유, 좋아요 등 YouTube에서 사용자의 행동을 기반으로 잠재고객 세그먼트를 구축하고 타겟팅하세요. 이를 통해 크리에이터 동영상을 시청한 사용자에게 도달할 수 있도록 크리에이터 데이터 세그먼트를 타겟팅할 수 있습니다.

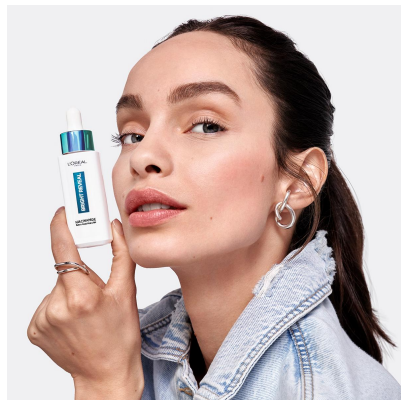
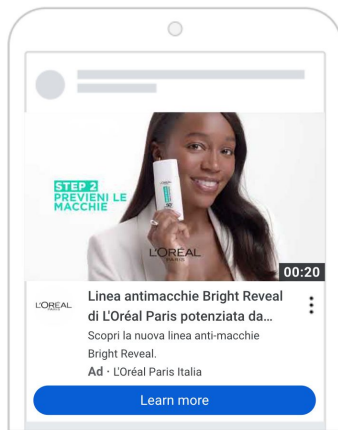


글로벌 브랜드, 음악 아티스트, 스포츠, 음식 등에 대한 열성 팬으로 구성된 잠재고객 그룹을 통해 **팬덤 기반의 YouTube 커뮤니티**를 발굴하세요.



기존 시드 목록과 유사한 사용자에게 도달하기 위해 **유사 잠재고객**을 활용하여 소셜 타겟팅 전략을 반영하세요.

1P 잠재고객 + 디맨드젠을 통해 인지도 +3.7% 및 제품 검색 76% 상승을 달성한 로레알 파리



로레알 파리 이탈리아는 '브라이트 리빌 스킨케어 세럼' 신제품 출시 후 웹사이트 트래픽 유도 및 신제품 인지도/고려도 증진을 위해 디맨드젠 캠페인을 운영했습니다.

Google AI를 결합하여 자체 1P 잠재고객 타겟팅 및 유사 잠재고객 기능을 활용한 결과, 효율적으로 소비자들에게 도달 범위를 확장하며, 특히 **30% 추가 전환**을 확보하는 등 성공적인 캠페인 성과를 달성했습니다.

Results

3X

비디오 액션
캠페인 대비
더 높은 CTR

3.7%

인지도 증가
(BLS 결과)

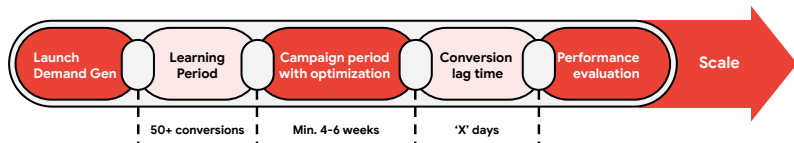
76%

제품 키워드에
대한 검색 증가

성과를 극대화하는 AI 기반 캠페인 구조화 및 최적화 전략

1

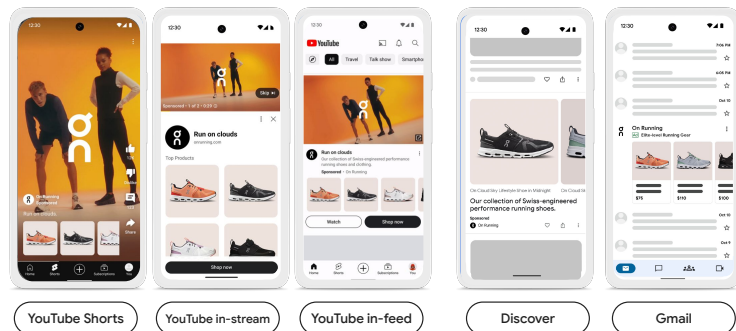
AI의 학습 매커니즘을 고려한 캠페인 구조 및 최적화 필요



- 전환 목표에 따라 하나의 캠페인을 생성하고, 광고그룹은 유사한 잠재고객 테마별로 통합하세요.
(단, 30일 동안 전환수가 약 30회 미만인 광고그룹은 병합을 고려해 보세요)
- 잦은 예산 변경은 최소화 해주세요. 변동성을 피하기 위해 입찰가 변경은 +/- 15% 범위로 제한하는 것을 권장합니다.
- 최소 50회 이상의 전환수를 달성할 수 있도록 충분한 예산을 확보하세요.

2

제품 피드를 활용하여 직접적인 매출 성과 극대화



- Google AI는 가장 관련성 높은 제품을 각 사용자에게 적시에 동적으로 보여주는 개인 맞춤형 광고를 제공합니다.
- 디맨드젠에 제품 피드를 함께 사용한 광고주는 **평균 +33% 더 많은 전환수**를 달성했습니다.

크리에이티브 전략 1단계 : 기본부터 챙기기



이미지 & 비디오 함께

동일한 캠페인에서 **이미지와 비디오 광고 소재를 함께 사용**하면, 퍼널 전반에 걸쳐 잠재고객에게 더 넓은 도달 범위를 확보하고 참여를 유도할 수 있습니다.

모든 캠페인에서 이미지와 비디오를 모두 사용하는 것을 권장합니다.

다만 특정 광고 소재 유형에 대해 특정 비용 또는 노출수를 달성하고 싶을 경우, 캠페인을 분리하여 운영할 수 있습니다.



3의 법칙

각 광고그룹에 **모든 이미지 형식 (세로, 정사각형, 가로)별 3개, 모든 비디오 형식(정사각형, 가로, 세로)별 3개, 그리고 최소 3개의 설명과 3개의 헤드라인**을 포함하세요.

이를 통해 디맨드젠 인벤토리 전반에 걸쳐 노출 범위를 최대한 넓히고, 고객이 필요로 하는 순간에 도달할 가능성을 높일 수 있습니다.



광고 효력 높이기

광고 효력(Ad strength)은 광고 소재가 최적의 성과를 내기 위한 권장사항을 얼마나 잘 따르고 있는지 보여줍니다.

가장 최적의 AI 학습 및 성과를 위해 **“Good” 또는 “Excellent”의 광고 효력을 달성**해 보세요.

크리에이티브 전략 2단계 : 소재별 핵심 성공 포인트를 체크!

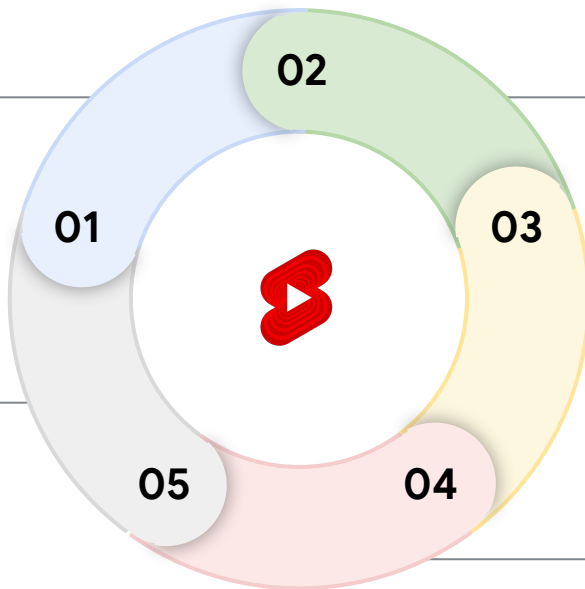
Shorts 소재 최적화 포인트

세로형 소재 준비

세로형 비디오는 Shorts의 핵심입니다.
플랫폼에 맞는 방식으로 자연스러운 세로형
비디오를 만드세요.

경계를 허물고 소통하기

Shorts는 1:1 대화처럼 느껴질 수 있습니다 -
스크린 너머의 소비자를 바라보고, 그들에게
말을 걸어 보세요.



즉각 액션으로 넘어가기

Shorts는 많은 배경 설명이 필요하지 않습니다.
성공적인 광고들이 15초+였던 것처럼, 나중에
부족한 부분을 채울 시간이 충분합니다.

핵심은 오디오

상위 500개 이상의 Shorts 중 무음인 광고는 단
하나 뿐이었습니다. 가장 좋은 광고들은 배경
음악과 주제에 맞는 음향 효과가 결합되어
있었습니다.

인플루언서를 따라가기

우리 브랜드에 적절한 인플루언서를 찾고
그들에게 맡겨보세요.

크리에이티브 전략 2단계 : 소재별 핵심 성공 포인트를 체크!

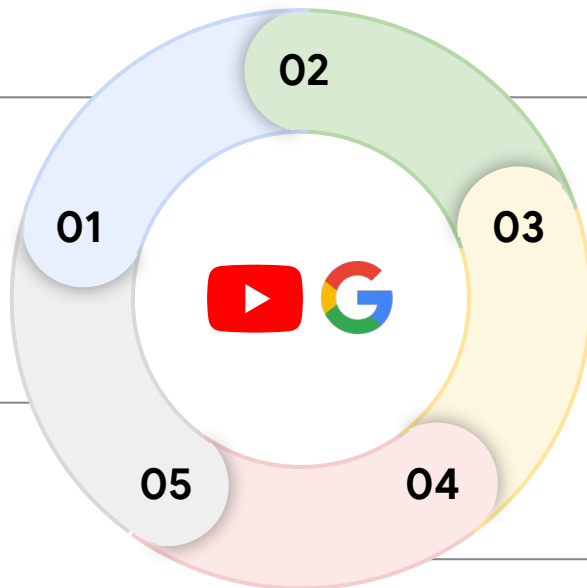
In-stream & In-feed 소재 최적화 포인트

제품에 집중

제품 가시성을 확보하세요. 초근접 촬영을 활용하고, 브랜드 또는 제품의 이점을 직접 보여주고 설명하세요.

Be clear on how to do more

무료 혜택, 특별 할인, 기간/수량 한정 등의 힘을 활용하세요.



과도한 판매는 금물

고객의 필요나 인사이트에 기반을 두어 메시지를 구성하세요.

Brand to support

브랜드가 스토리를 방해하지 않고, 자연스럽게 녹아들도록 구성하세요.

Give them something to do

제품과 해결하려는 문제, 니즈 또는 인사이트를 제시한 다음, 관련성 높은 클릭 유도 문안(CTA)로 마무리 하세요.

크리에이티브 전략 2단계 : 소재별 핵심 성공 포인트를 체크!

Image 소재 최적화 포인트

명확성이 가장 중요

텍스트나 CTA 오버레이 등으로 핵심 이미지를 가리지 마세요. 또한 어두운 이미지나 시각적 은유는 피하세요.

Contextual branding

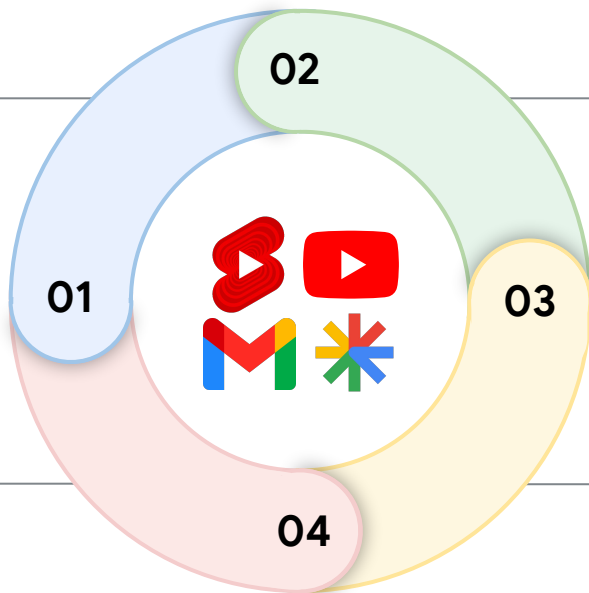
로고가 스티커처럼 그냥 붙어 있는 게 아니라, 스토리의 일부처럼 느껴지도록 하세요.

스톡 이미지보다 현실적인 배경

예를 들어, 식음료 제품은 평범하고 일반적인 배경 대신 주방에 배치하는 것이 좋습니다.

제품에 인간미를 더하기

단순히 멋진 홍보 사진보다는 공감할 수 있는 모습을 보여주세요. 사람이 실제로 등장하는 이미지는 평균 +30% 이상 더 높은 성과를 보입니다.



크리에이티브 전략 3단계 : A/B 테스트 기능을 통해 가설 검증하기



Creative

내 캠페인 목표를 가장 잘 달성할 수 있는 영상 초수는 얼마일까?
(e.g. 10초 vs 30초)

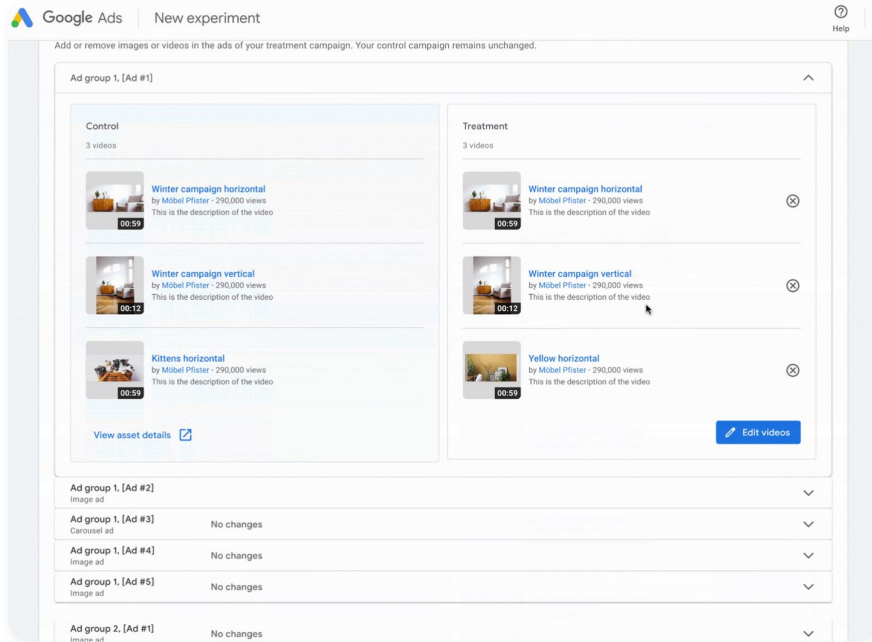
어떤 콜투액션 메시지가 가장 높은 성과를 가져올까? (e.g. 장바구니 담기 or 모바일 사이트 방문)

내 캠페인 목표에 어떤 광고 소재가 가장 좋은 성과를 가져다줄까?

각각 비디오 or 이미지 개별 캠페인을 운영하는 것 대비 비디오+이미지 소재 캠페인 성과가 어떻게 더 좋을까?

특정 잠재고객에게 맞춤으로 제작된 광고 소재가 어떻게 성과를 높일까?

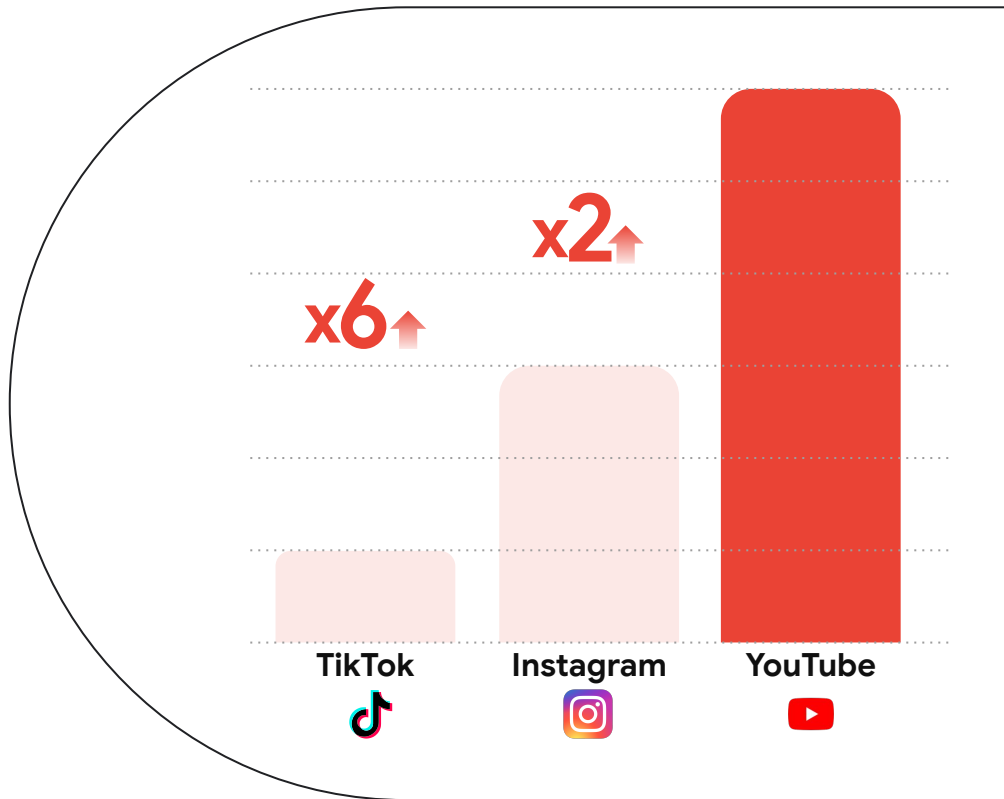
Always-on 소재 대비 새로운 크리에이티브 애셋이 어떻게 성과를 가져다줄까?



04

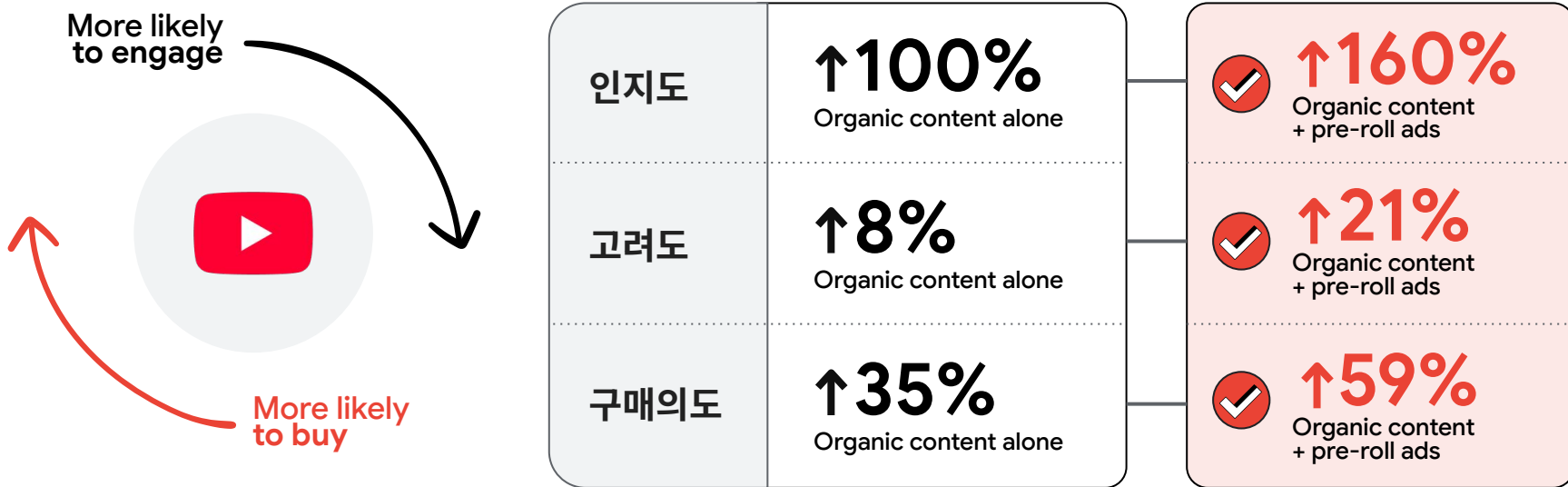
Boost with 크리에이터

소비자들은 브랜드 협업
영상일지라도
YouTube 크리에이터의
제품/서비스 리뷰를
Instagram에 비해 **2배** 이상,
TikTok에 비해 **6배** 이상
신뢰합니다.



크리에이터 협업 영상 X 광고 캠페인 시너지

소비자의 브랜드 및 제품 인지도, 고려도, 구매의도는 광고와 함께 더 증진됩니다.



Source : IPSOS research results on the power of organic and paid content together on YouTube across Marketing objectives (2021)

*Lift compared to no exposure

파트너십 애즈와 함께 진정성 있는 크리에이터의 목소리는 더 좋은 성과를 이끌어 냅니다.



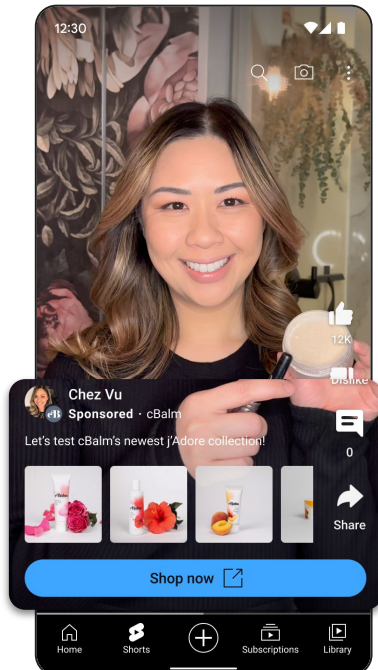
Create deeper connections at scale.

최대 **20%**

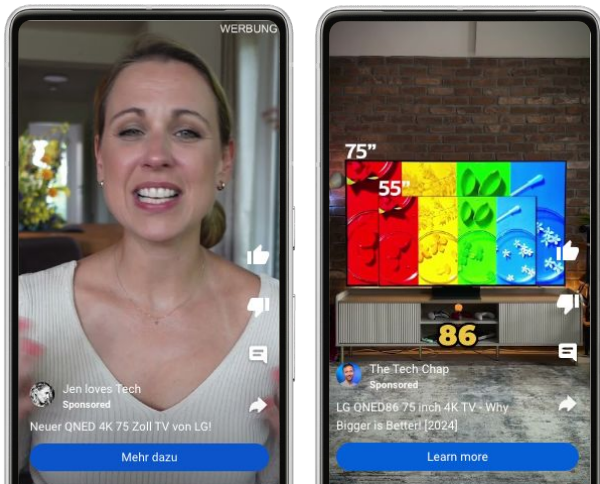
광고주 브랜딩만 사용한 광고보다
크리에이터의 채널에 게재된
파트너십 애즈는 **Shorts 피드에서
전환율이 최대 20% 더 높음**¹



*Hosted on the Creator's YouTube Channel



크리에이터 소재를 활용해 일반 브랜드 소재 대비 3.6배 더 높은 검색량 증대를 달성한 LG Electronics



글로벌 TV 시장에서 인지도와 SOV 증진을 위해 각국의 크리에이터와의 협업해온 LG 전자는 검색량 증대를 위한 새로운 기회로 파트너십 애즈를 선택했습니다.

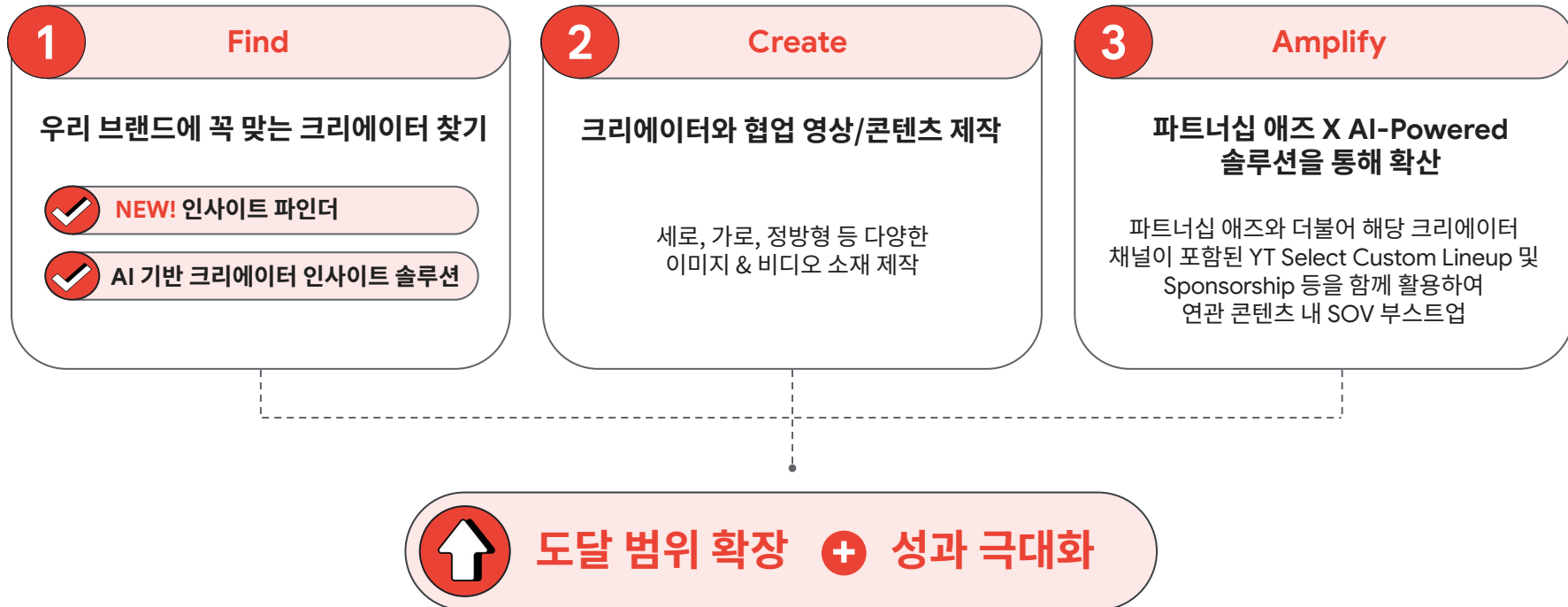
‘브랜드 소재 단독 운영 VRC’
vs. ‘브랜드 소재 + 크리에이터 소재 함께 운영 VRC’ 캠페인을 집행한 결과, **Shorts 지면을 중심으로 크리에이터 소재를 통해 더 많은 검색을 유도할 수 있었습니다.**

Results

3.6X	4.7X	202%	245%
브랜드 소재 단독 운영 대비 더 높은 검색량	브랜드 소재 단독 운영 대비 더 높은 VTR	영국 캠페인 검색량 증대	이탈리아 캠페인 검색량 증대

Boost with 크리에이터 미디어 전략

우리 브랜드에 꼭 맞는 크리에이터를 찾고 최적화된 콘텐츠를 만든 뒤, 파트너십 애즈와 함께 YouTube 셀렉트, 로드블럭 등 다양한 구글의 AI-Powered 솔루션을 활용하여 미디어 성과를 극대화할 수 있습니다.





오늘의 세션 한 장 정리

Recap

오늘의 세션에서 기억해야 할 세 가지

1

**디맨드젠 신규 기능과
로드맵을 기반으로
테스트 계획을 세우세요.**



- 디맨드젠 채널 컨트롤, GDN 확장, YouTube 참여 목표 등 다양한 신규 기능이 많이 출시되었습니다.
- 내 브랜드/제품에 꼭 맞는 기능이 있는지 살펴보고 테스트 계획을 세워보세요!

2

**디맨드젠 베스트
프랙티스를 확인하고
적용해 보세요.**



- 잠재고객, AI 기반 구조화, 크리에이티브 등 디맨드젠 성과를 극대화하기 위한 핵심 베스트 프랙티스 전략에 대해 알아보았습니다.
- 내 캠페인의 현황을 살펴보고, 놓치고 있던 내용이 있다면 지금 바로 적용해 보세요!

3

**크리에이터 협업 및
다양한 솔루션 활용을
고려해 보세요.**



- 이제 브랜드와 크리에이터 협업은 필수가 되었습니다.
- 가장 신뢰가는 유튜브 크리에이터를 활용하여 콘텐츠를 제작하고, 파트너십 애즈를 포함하여 구글의 다양한 AI-Powered 광고 솔루션을 활용해 보다 효과적으로 확산해 보세요.

Thank you