2023

Search Playbook

Search Creative

Contents

01 Google 광고 소재 입문하기 - 3p

- 광고 소재의 중요성
- 광고 소재 우수 사례

02 Google 광고 소재 운영하기 - 11p

02-1 광고 문안

- 광고 문안 설정
- 맞춤 광고 문안 활용
- 광고 문안 관련 FAQ

02-2 광고 확장

- 광고 확장 소재 등록
- 광고 확장 소재 관련 FAQ

03 Google 광고 소재 개선하기 - 43p

- 광고 소재 평가 방법
- 광고 효력 지표 활용
- 맞춤 실험 활용

* 각 제목을 클릭하시면 해당 섹션으로 이동합니다.

01

Google 광고 소재 입문하기

광고 소재의 중요성

검색 광고의 광고 소재는 광고주가 이용자에게 전달하는 메시지

광고 소재는 광고 제목 / 설명 / 확장 소재로 구성

광고 소재의 중요성

광고 소재는 광고 실적과 연관되어 있는 검색 광고의 중요 요소

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

광고주 A

200원 입찰

입찰가	●●○○○
광고품질	●●●●○
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	●●●●○
광고품질	●○○○○
포맷효과	○○○○○

입찰 결과

광고 순위 **2위**

" 내 광고는 왜 노출이 잘 안 될까? "

광고 소재의 중요성

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

타사 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

광고 소재의 중요성

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

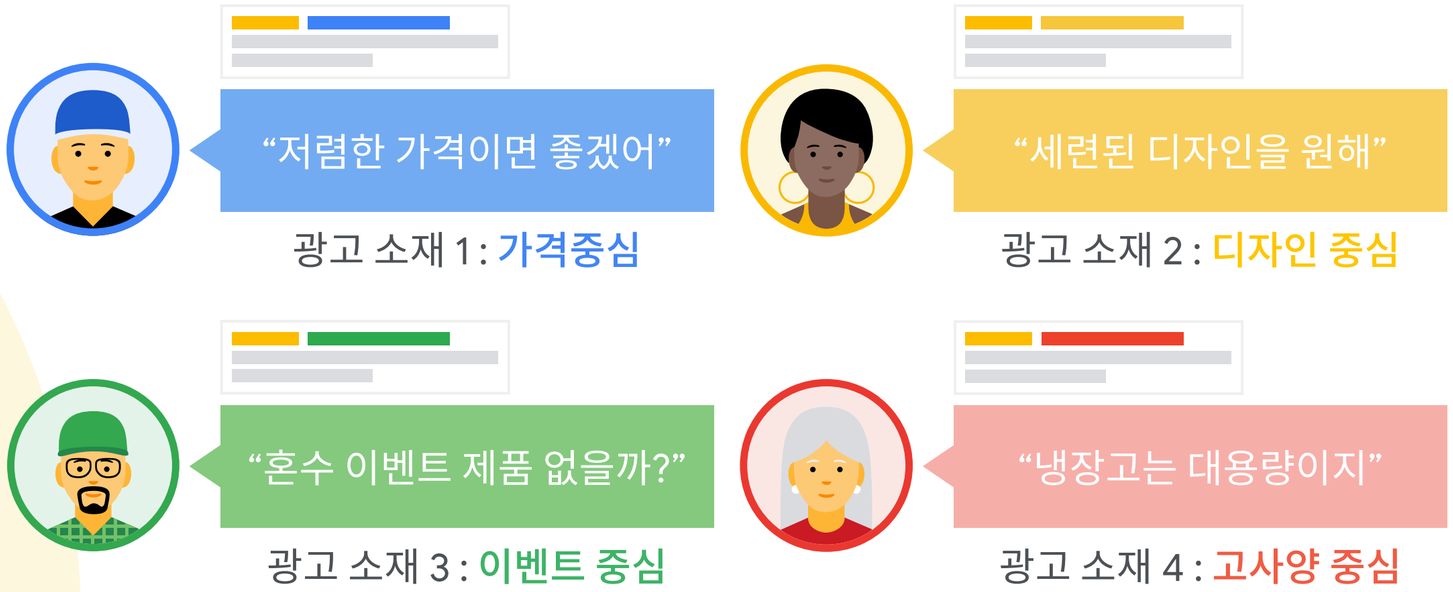
광고 순위를 결정하는 주요 요소

광고 소재의 중요성

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

냉장고

3개 이상의 고품질 광고 소재를 가지고 있는 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.

광고 소재 우수 사례

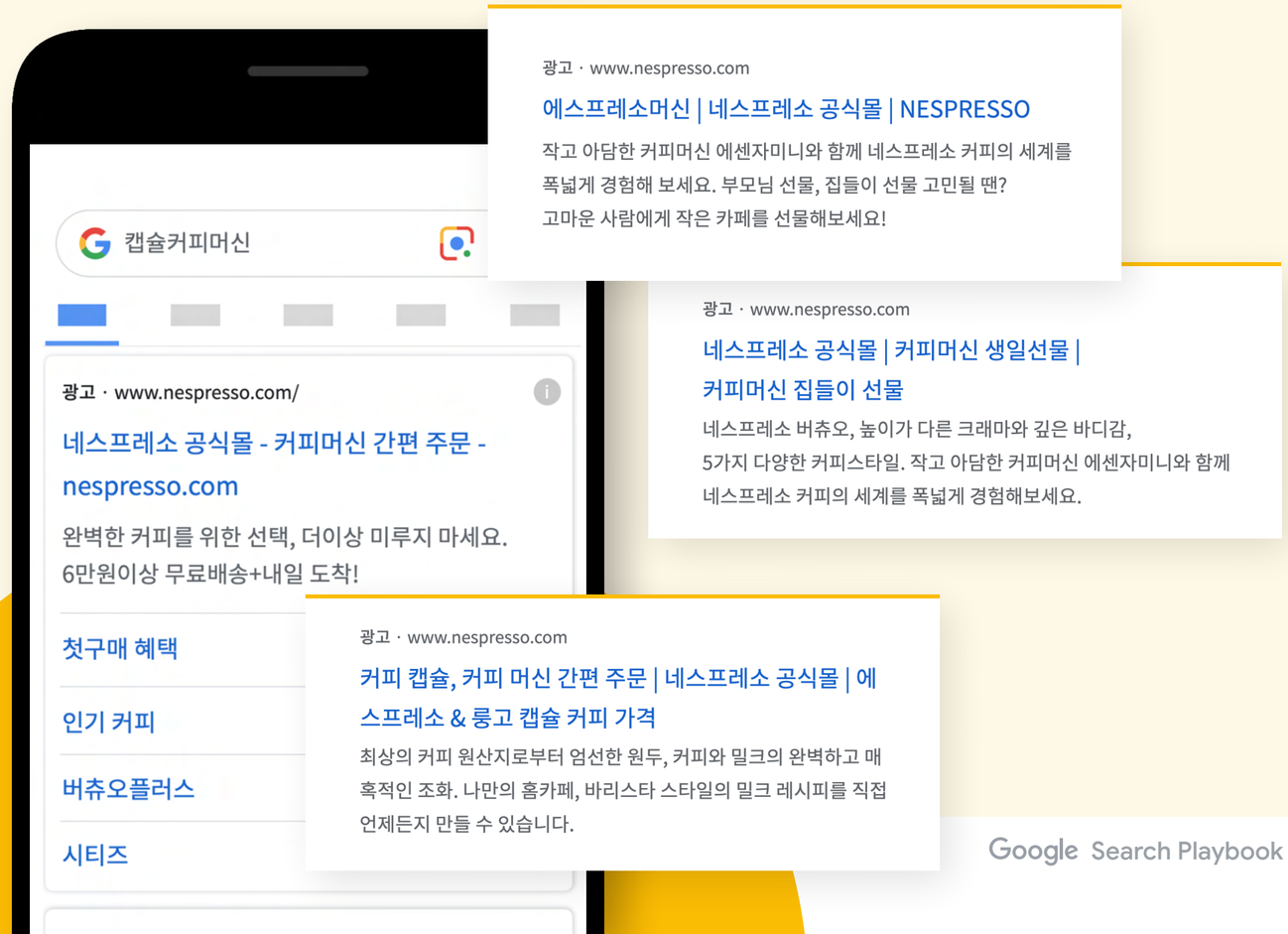
광고 문안 개선과 광고 확장 소재 적용으로 추가 트래픽을 효율적으로 유입한 네스프레소

NESPRESSO

네스프레소 코리아는 일반 키워드 캠페인 테스트에 **광고 문안 개선과 광고 확장 소재를 적용**하여 **광고 소재 최적화가 유저의 클릭을 유도하는데 효과적**임을 증명했습니다.

+

테스트 진행한 캠페인 클릭 수의 약 26%가 개선된 광고 문안에서 발생! 사이트링크, 콜아웃, 스니펫 광고 확장을 함께 활용하여 효율적으로 유저 유입!



Source: Nespresso Google Ads

광고 소재 우수 사례

kt M mobile

반응형 검색 광고와 스마트 입찰의 결합으로 더 적은 비용으로 더 많은 고객을 창출한 kt M mobile

kt M mobile은 반응형 검색 광고를 스마트 입찰과 함께 활용할 경우 각 고객에게 가장 관련성이 높은 문안을 노출하여 유사한 전환단가에서도 추가 트래픽 및 전환을 획득할 수 있음을 증명하였습니다.

+9%
전환 수

-10%
전환당 비용

+18%
클릭 수

광고 문안 개선 이전

확장 텍스트 광고*를 등록한
일반 키워드 캠페인

스마트 입찰 + 광고 문안 개선 이후

STEP 1

광고 효력 우수 이상을 달성한
반응형 검색 광고를 등록

STEP 2

스마트 입찰 전략을 활용하여
고객 맞춤형으로 광고 문안 노출

* 확장 텍스트 광고는 현재 지원하지 않음

02

Google 광고 소재 운영하기

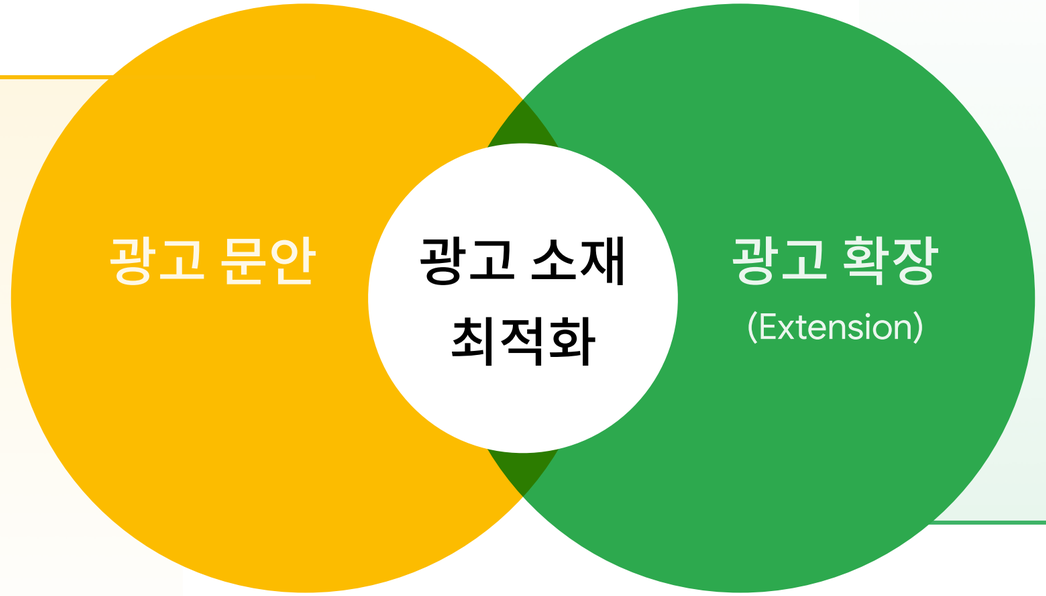
Google 광고 소재 운영하기

광고 소재를 최적화하여 전환율 개선

광고 문안 개선 + 광고 확장 소재

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

광고 문안을 개선하면 클릭률 10% 증가, 전환 수 평균 5% 증가



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

02-1

광고 문안

광고 문안 설정

Google의 AI 기반 반응형 검색광고가 고객 맞춤으로 광고 문안 노출

광고 문안 재료 입력

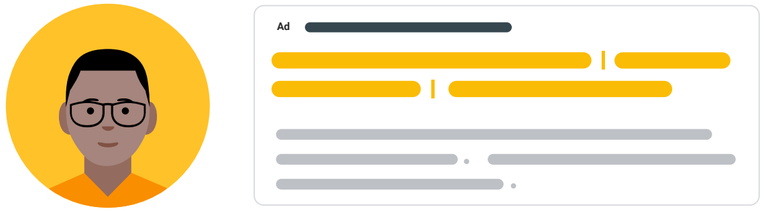
최대 15개의 제목과 4개의 설명 입력

Google의 AI

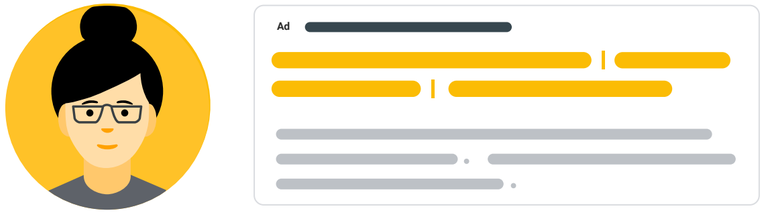
고객 맞춤형 광고 문안

각 검색어에 맞춘 조합으로
광고 문안을 제작, 노출

조합 1. 제목 1 + 제목 6 + 제목3 + 설명2



조합 2. 제목 2 + 제목 15 + 설명 2



광고 문안 설정

광고 문안 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	7박을 하시면 20% 할인을 받을 수 있습니다. 무료 : 와이파이, 조식, 수영장, 헬스장
공식 사이트에서 바로 예약하기 1박 5만 원부터! 최고의 가격과 서비스 세련된 객실 디자인	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

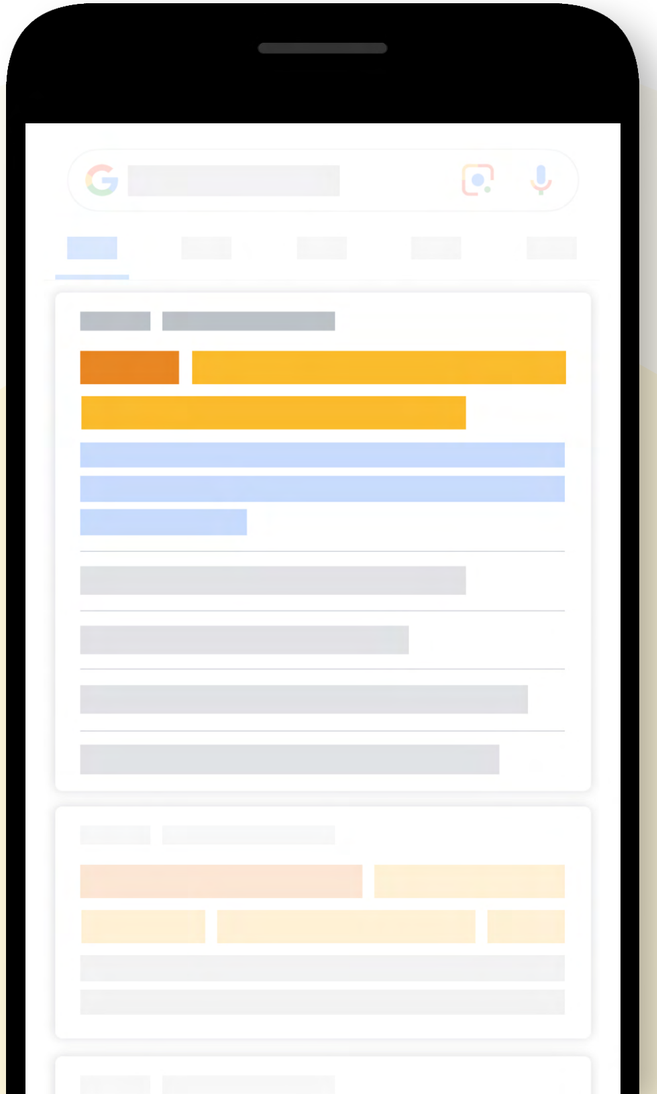
서울 명동에서 가장 세련되고 저렴한 호텔을 예약하세요.

• • •

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

광고 문안 설정

눈을 사로잡는 광고 제목과 설명 제작 시 참고할 점



광고 제목

상품이나 서비스의 특징이 드러나는 제목 사용

광고그룹에서 타겟팅하고 있는 키워드 활용
(키워드 삽입 기능 활용 가능)

브랜드 키워드 광고그룹의 경우는
공식사이트명이나 브랜드명을 넣어
브랜드와 직접적, 연관성이 높은 제목 활용을 권장

이용자가 쉽게 의사결정을 내리도록
주요 상품 및 서비스에 대한 간결한 설명 삽입 권장

URL

광고 도착 페이지를 정확하게 기입하였는지 확인

클릭이 발생한 경로를 파악하는데 활용이 되며,
URL 경로가 이용자의 검색 쿼리와 연결이 제대로 되었는지 확인

설명

상품과 서비스에 대한 설명을 충분히 제공

이용자의 액션을 유도할 수 있는 문구를 넣고,
포괄적인 일반 키워드나 문구를 넣는 것은 지양

공신력 있는 인증 및 수상 또는
소셜미디어 리뷰/평점을 삽입하여 설득력 강화

무료 증정 또는 **재고 소진 임박** 등의 문구를 넣어
구매 의욕 자극

광고 문안 설정

효과적인 광고 문안 제작 실전 예시

명확한 상품/서비스명

상품 및 서비스와
연관성이 높은 제목 사용

공신력 있는 인증/수상

신뢰할 만한 출처는
큰 영향력을 가짐

간결한 설명

주요 상품에 대한 간결한 설명은
구매 결정을 단순화

www.seoulhotel.com

서울 호텔 I 투숙 7일전 예약시30% 할인 I 최저가 보장

무료 룸 업그레이드 제공

OO 사이트 선정 올해의 호텔

OO역 3분 거리, 세련된 디자인, 가족 여행, 출장 등 모든 일정에 적합, 다국어 지원, 무료 취소 가능

지금 남은 잔여 객실 단 3개!

지금 바로 예약하세요!

★★★★★ Rating: 5.0 · 1250 reviews

무료 증정의 힘

구매 시 제공하는 선물은
강한 동기부여로 작용

희소성의 힘

재고가 줄어들수록
구매 의욕은 커짐

소셜 미디어의 리뷰

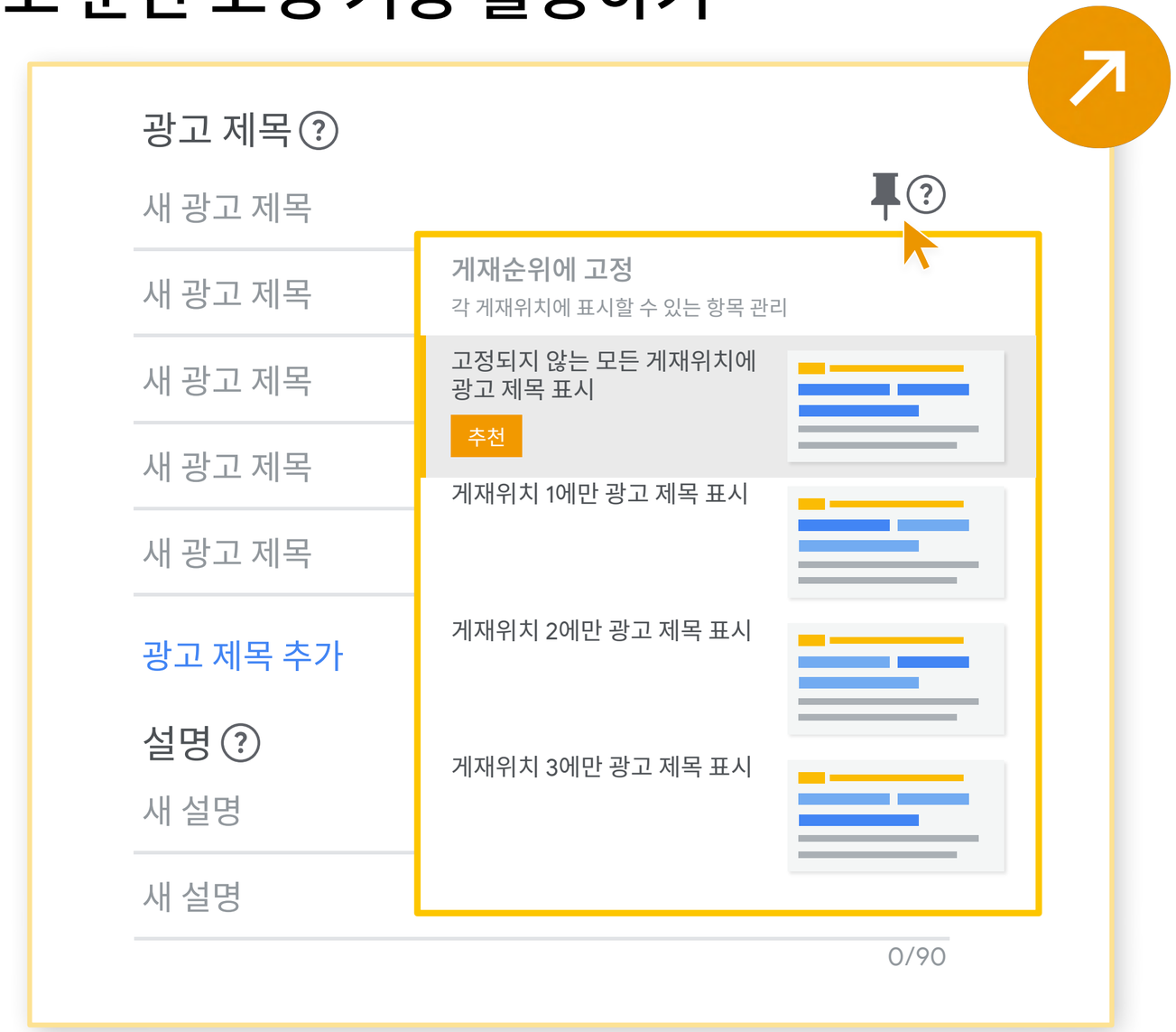
다른 사람의 추천과 리뷰는 큰 설득력을 가짐

즉각성의 힘

이용자의 액션을 즉각적으로 유도할수록 효과 높음

광고 문안 설정

광고 문안 고정 기능 활용하기

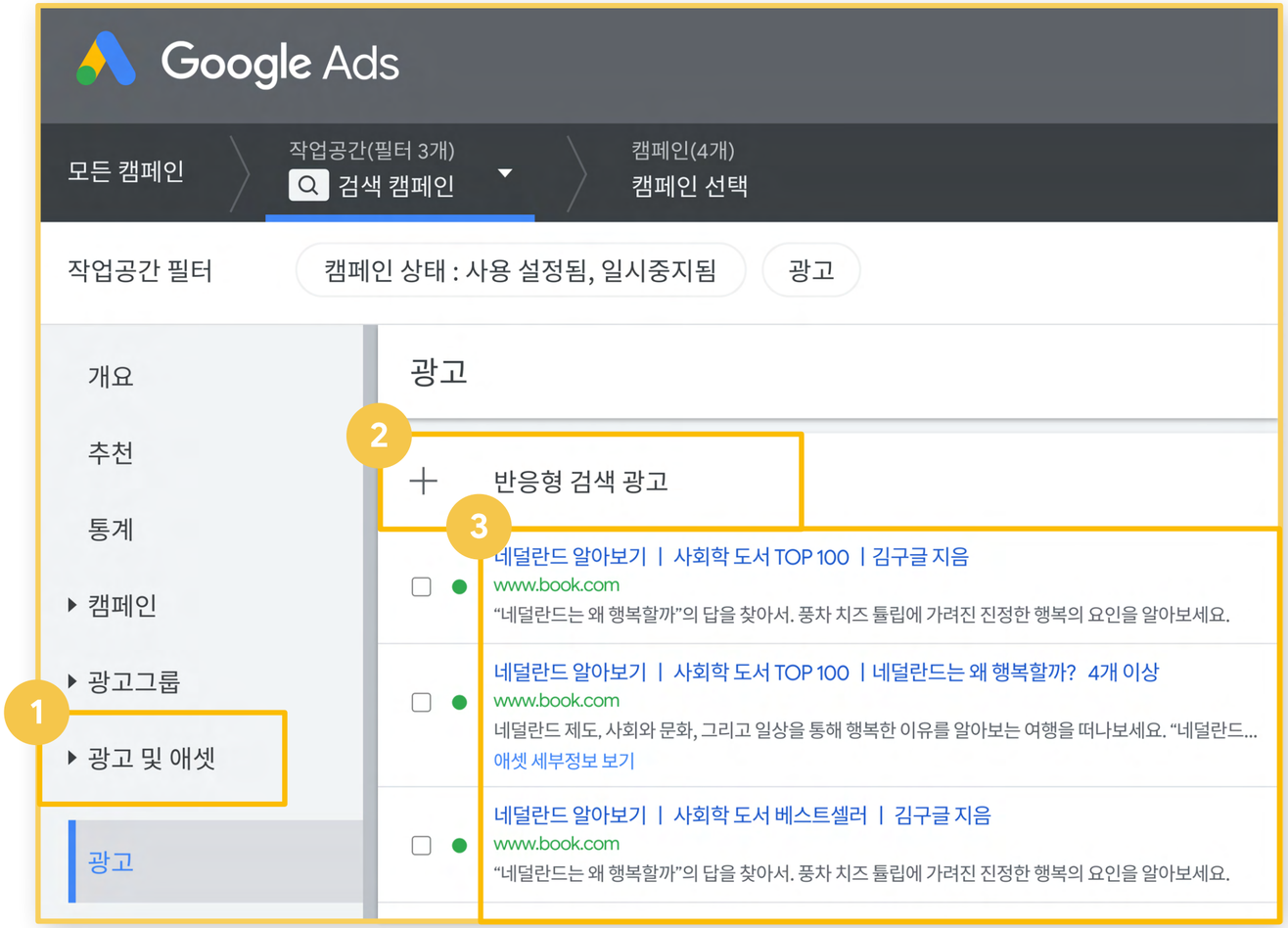


광고 문안 고정 기능은
최소한으로 사용해주실 것을 권장드리며
필수로 노출되어야 하는 문구가 있을 경우
하나의 게재위치에 여러 개의 문안을
고정하시는 것을 추천

*브랜드 키워드 등에만 예외적으로 사용

광고 문안 설정

광고 문안 등록 방법



1. 검색 캠페인에서 광고 및 애셋을 클릭 후 ⊕를 클릭
2. **반응형 검색 광고 선택**
3. **등록하고자 하는** 광고그룹에 적용

*스크린샷에 있는 데이터는 예시를 위해 Google에서 만든 데이터이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

광고 문안 설정

광고 문안 등록 방법

1. 광고 제목 최소 3개 이상 입력
2. 반드시 게재 되어야 되는 제목 게재순위에 고정 (선택사항, 권장하지 않음)
3. 광고 설명 최소 2개 이상 입력

맞춤 광고 문안 활용

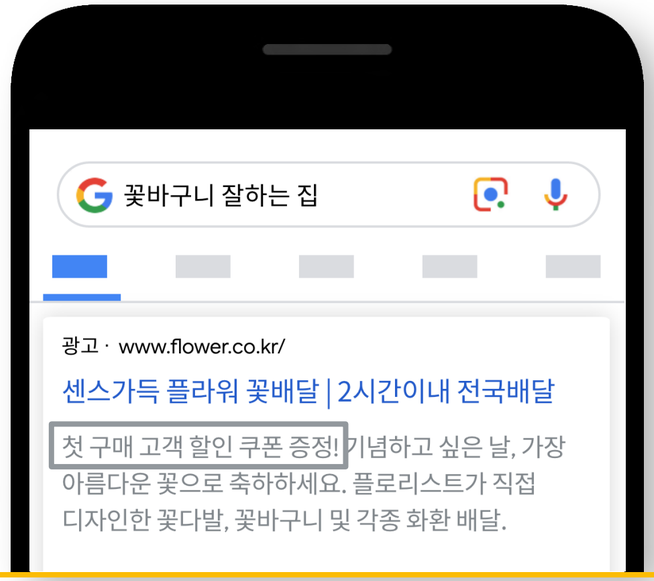
맞춤 광고 문안은 보다 연관성 높은 광고소재를 만들어주는 도구

센스가득 플라워 꽃배달 | 2시간 이내 전국 배달

{Keyword:화환 당일 배송 전문 업체} 기념하고 싶은 날, 가장 아름다운 꽃으로 축하하세요. 플로리스트가 직접 디자인한 꽃다발, 꽃바구니 및 각종 화환 배달

꽃배달 관련 키워드 검색 고객

일반 키워드 검색 고객



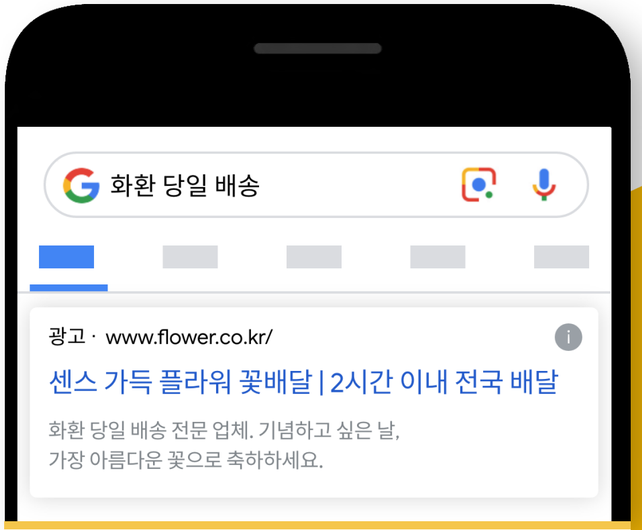
*스크린샷에 있는 내용은 예시를 위해 Google에서 만든 정보이며, 광고주 정보와는 관계가 없음

맞춤 광고 문안 활용

맞춤 광고 문안의 종류

키워드 삽입

이용자가 검색한
키워드 노출

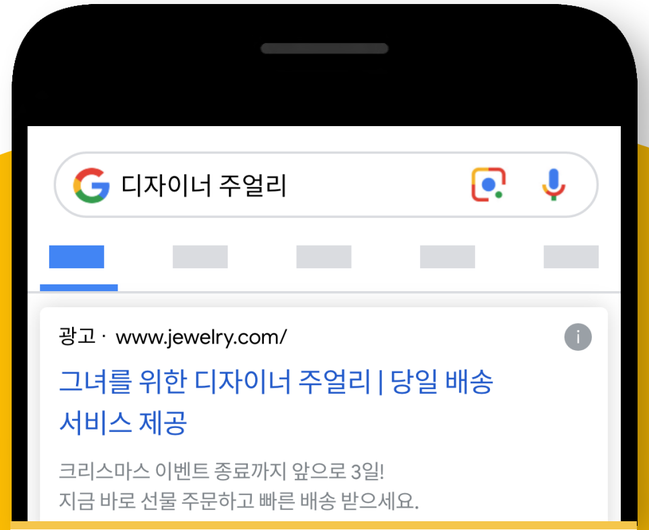


‘화환 당일 배송’ 검색 시

예1) {Keyword:꽃배달} 전문업체.
기념하고 싶은 날,
가장 아름다운 꽃으로 축하하세요.

카운트다운

지정일까지 남은 날짜 수를
카운트다운하는 타이머 노출

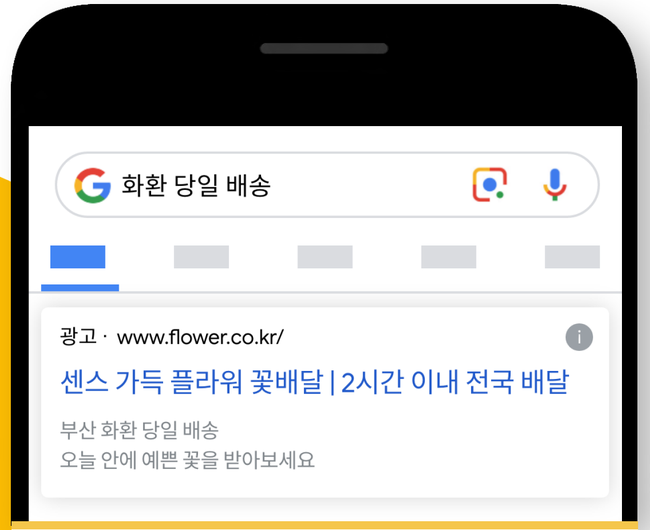


12월 22일에 검색 시

예1) 크리스마스 이벤트 종료까지 앞으로
{COUNTDOWN(“2020/12/25 00:00:00”,“ko”,5)}!
지금 바로 선물 주문하고 빠른 배송 받으세요.

위치 삽입

이용자의 현재 위치
또는 관심 위치를 노출



부산에 있는 이용자가 ‘화환 당일 배송’ 검색 시

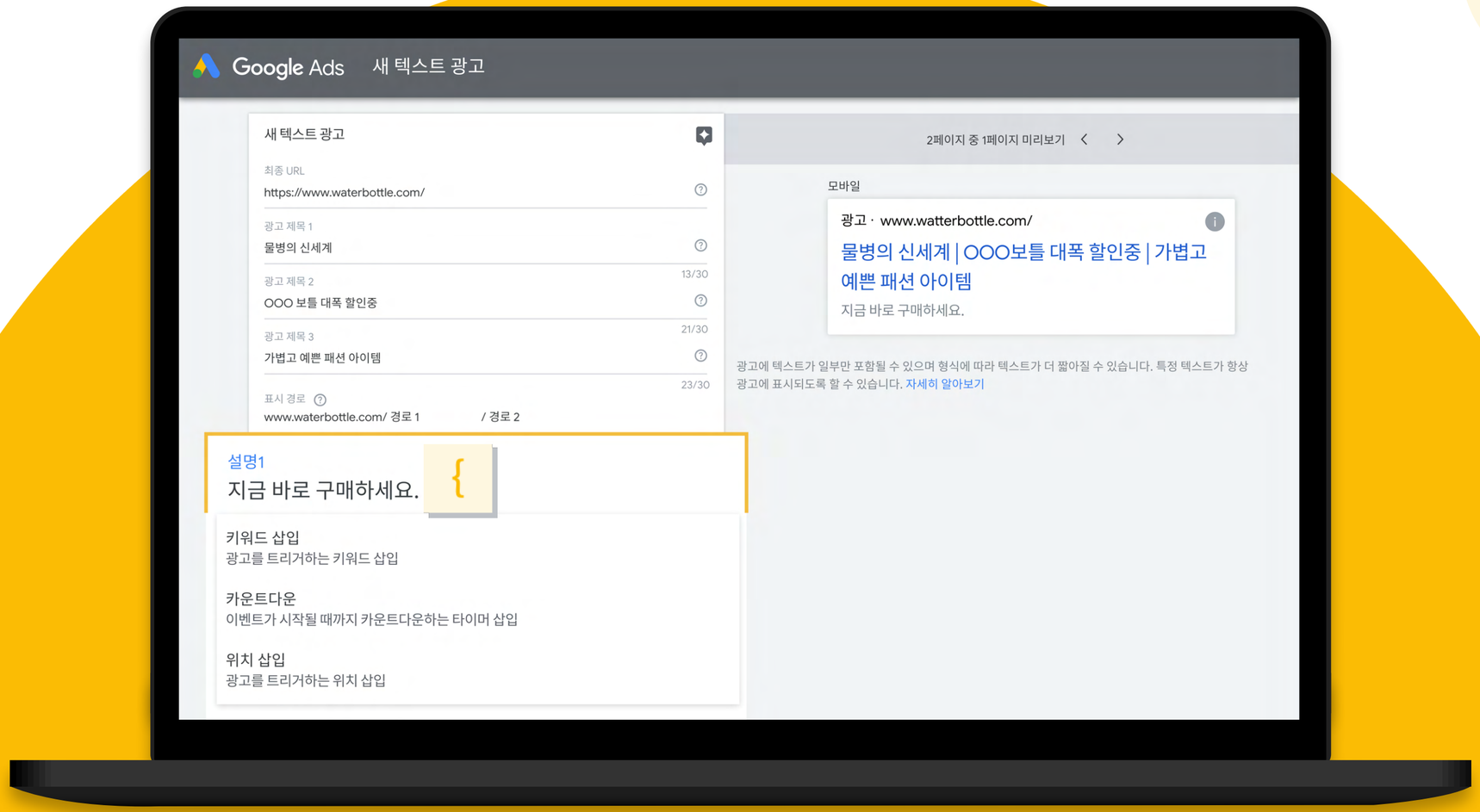
예1) {LOCATION(City)} 화환
당일 배송, 오늘안에
예쁜 꽃을 받아보세요

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

맞춤 광고 문안 활용

맞춤 광고 문안 등록

광고 제목이나 설명에 '{'를 입력하면 등록 가능



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

광고 문안 관련 FAQ

광고 문안 관련

광고 문안에 'No Ads Assembled' 라는 문구가 나타나요!

'No Ads Assembled'라는 문구는 광고 문안의 소재를 살펴보았을 때,
다양한 다양한 제목 내에 동일한 문구가 여러 번 반복되는 경우에 나타나는 문구입니다.

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.

광고 문안 관련 FAQ

맞춤 광고 문안 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’)

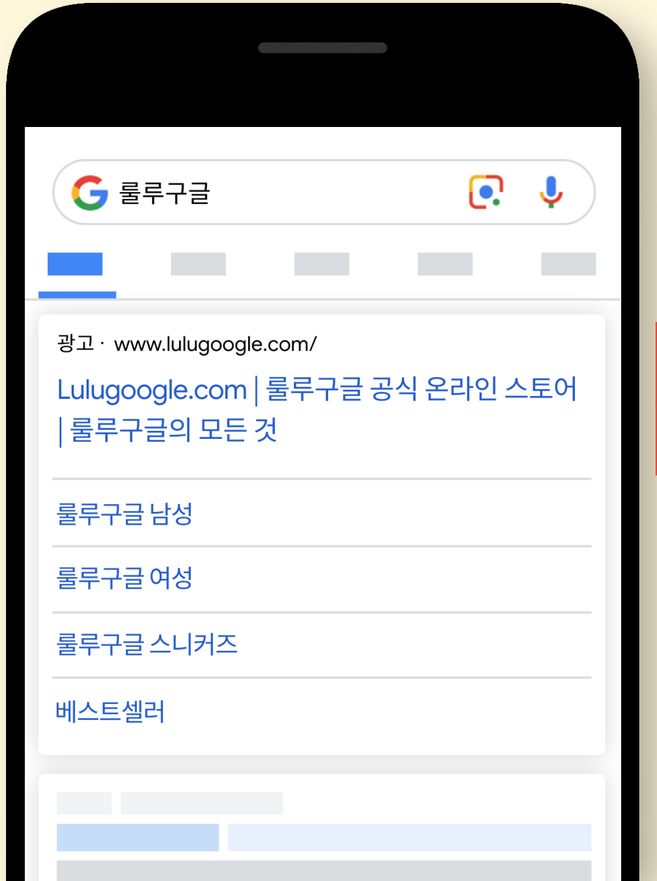
*전체를 모두 대문자로 바꾸는 KEYWORD 설정은 없음을 유의하세요.

02-2

광고 확장

광고 확장 소재 등록

내 광고의 주목도를 높일 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

광고 확장 소재 등록

다양한 광고 확장 종류

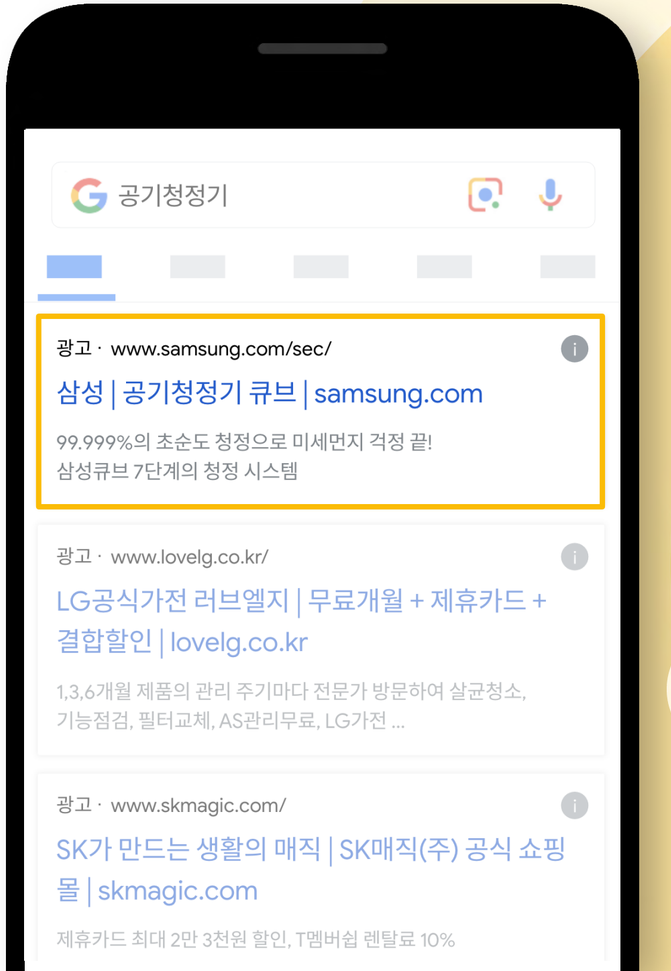
최소 4개의 광고 확장 활용은 필수

CTR 개선	세일즈 리드 목적			비즈니스	
필수 적용 요소	비즈니스에 문의 유도	매장 방문객 유도	판매 촉진	프로모션 광고	앱 설치 유도
사이트링크 광고 확장 ✓	전화번호 광고 확장 +	위치 광고 확장 +	가격 광고 확장 (일부 통화 지원) +	프로모션 광고 확장 +	앱 광고 확장 +
콜아웃 광고 확장 ✓	리드 양식 광고 확장 +				
구조화된 스니펫 (부가정보) ✓					
이미지 확장 ✓					

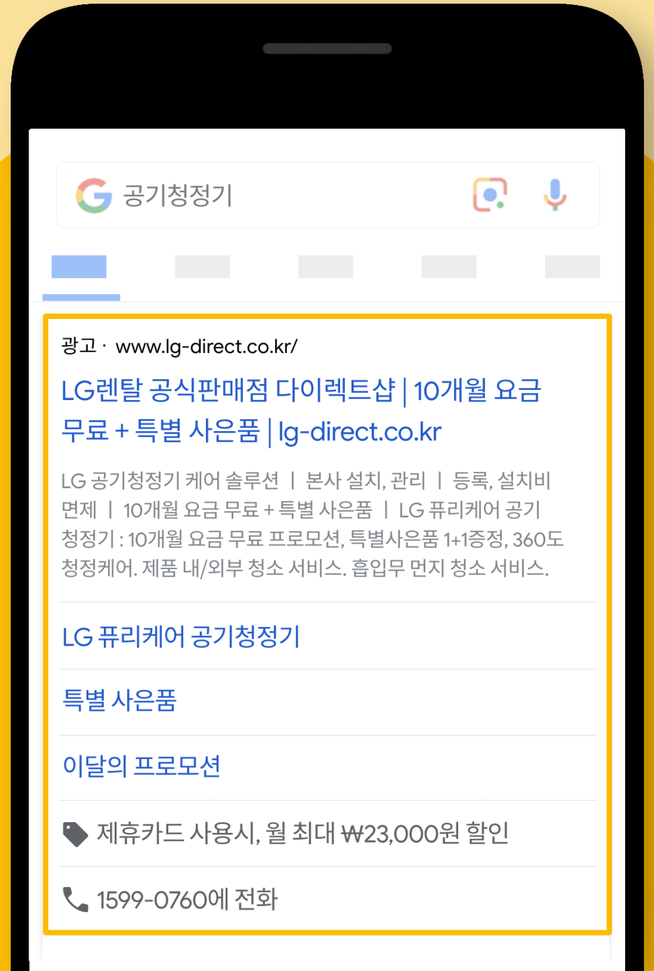
광고 확장 소재 등록

광고 확장을 활용하여 클릭률 10~15% 개선

광고 확장이 없는 광고 레이아웃



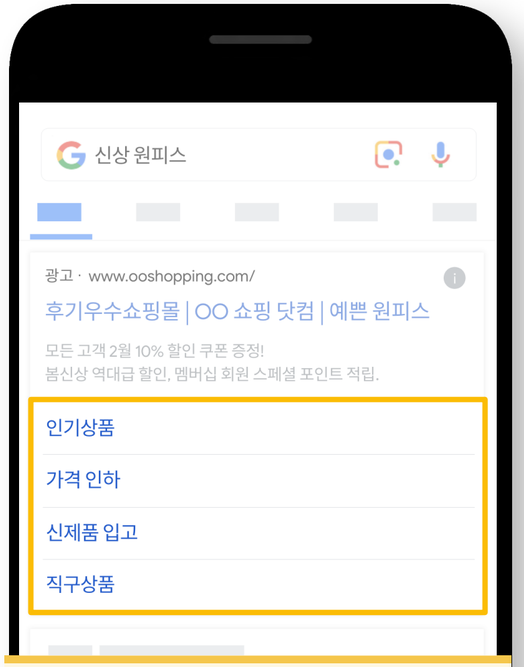
광고 확장이 있는 광고 레이아웃



광고 확장 소재 등록

CTR 개선을 위해 필수로 적용해야 하는 광고 확장 4가지

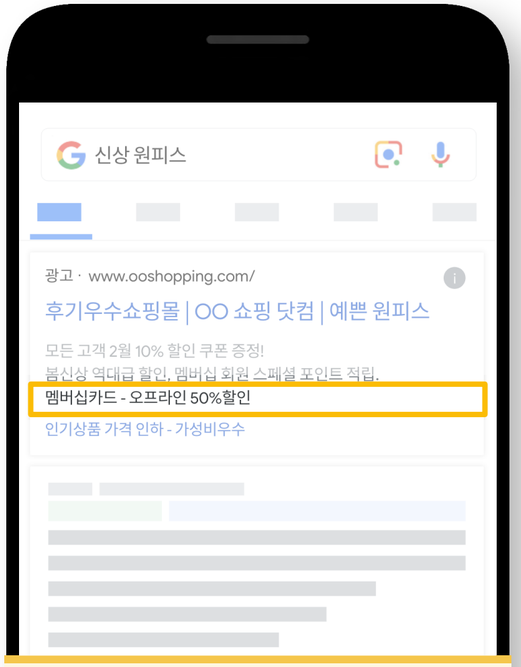
*CTR 10~20% 개선



사이트링크

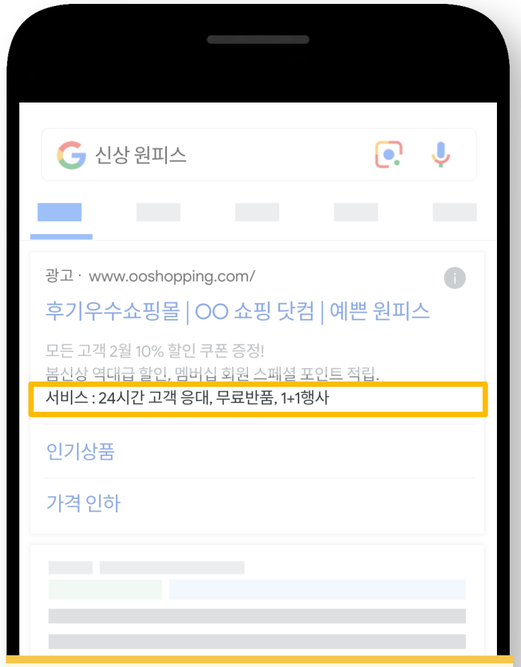
검색 결과의 화면 점유율을 높이는데 도움을 주며, 정확한 랜딩 페이지를 사이트링크별로 구현하는 것이 핵심

*CTR 최대 10% 개선



콜아웃

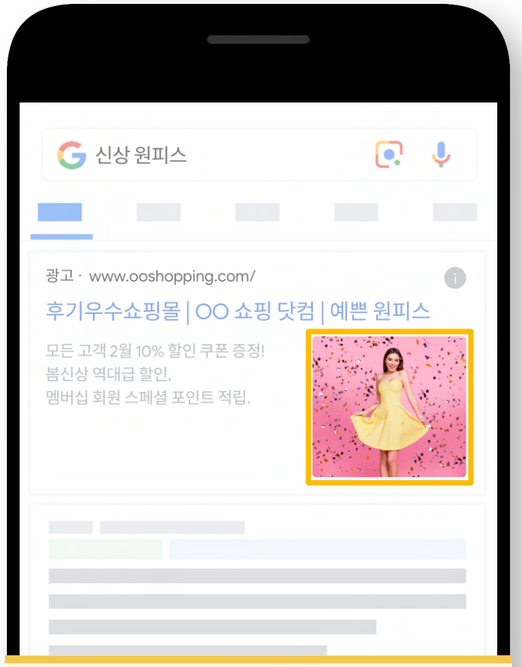
추가로 텍스트를 최대 25자까지 넣을 수 있으며, 특정 상품이나 서비스에 대한 강점을 넣는 것이 핵심



부가정보

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

*CTR 10% 이상 개선



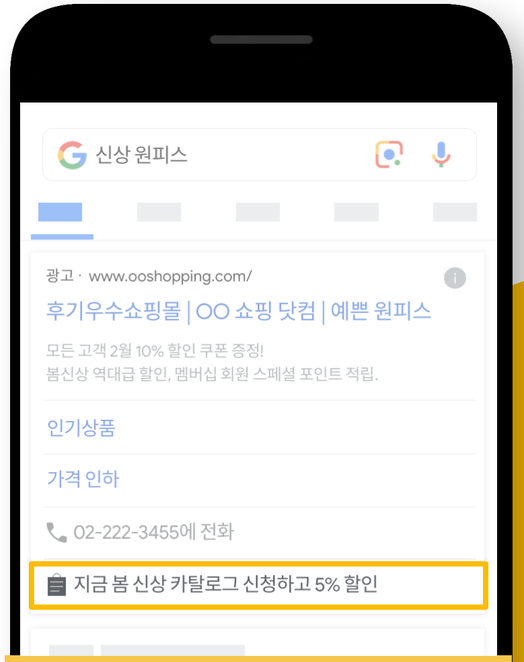
이미지

관련성이 높은 이미지를 활용하여 클릭 전환율 및 성과 개선이 핵심

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

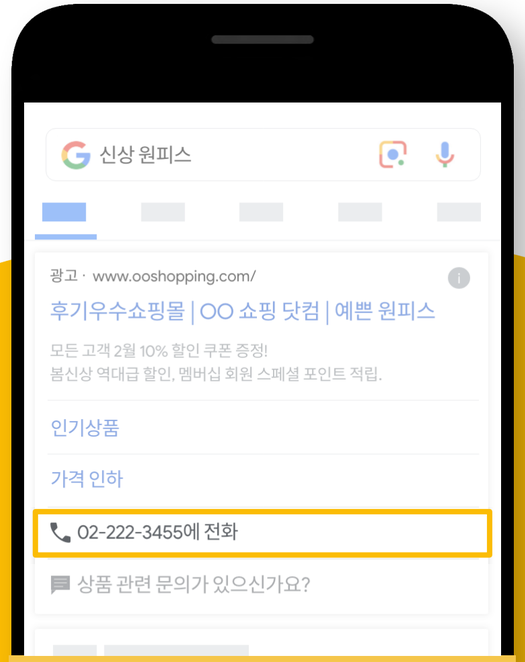
광고 확장 소재 등록

직접적인 세일즈 리드 발생에 도움을 주는 광고 확장 3가지



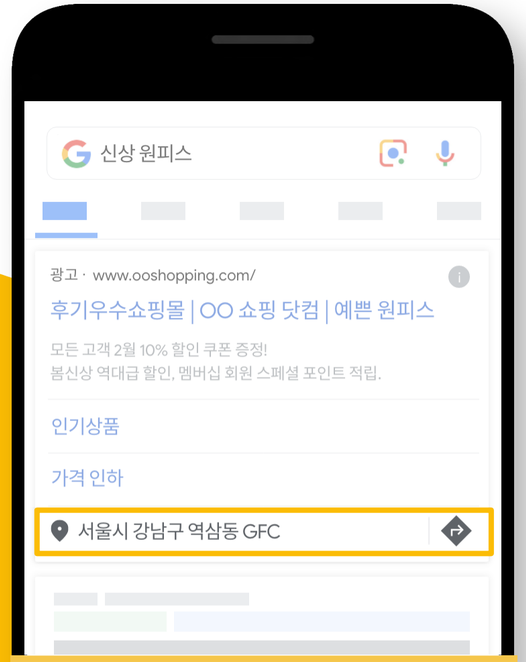
리드양식

유저가 손쉽게 자신의 정보를 입력하여 각종 신청(이벤트 등록, 견적요청 등)을 할 수 있는 광고 확장으로 전환을 위한 최초 리드 발생에 도움



전화번호

광고를 통해 직접적인 전환 리드가 가능하며, 보다 우수한 전환 퍼포먼스를 보이는 유저 유입이 가능

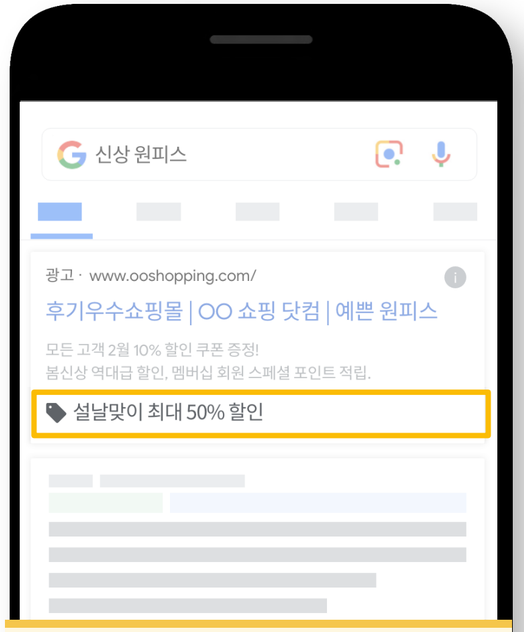


위치 광고

유저의 위치 데이터를 기반으로 가까운 오프라인 매장의 주소를 노출시켜 직접적인 전환을 유도

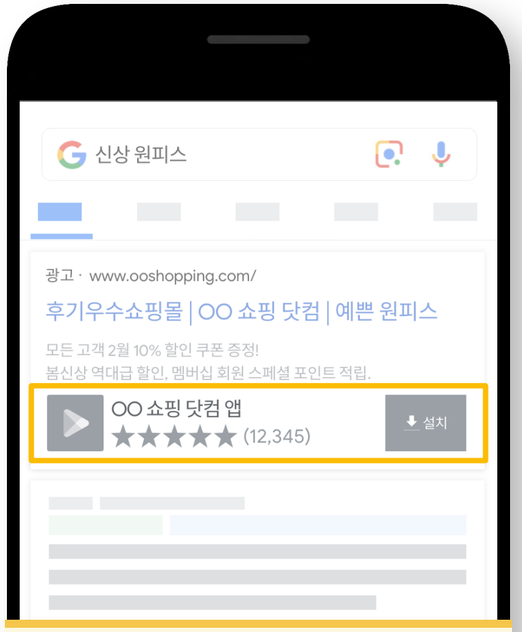
광고 확장 소재 등록

비즈니스 목적에 따라 추가로 활용할 수 있는 광고 확장 2가지



프로모션

시즌별 할인행사 및 자체 프로모션이
있을 경우 광고 소재 변경 없이
프로모션 관련 내용을 추가로 반영



앱

앱을 프로모션하여
앱의 활성화 및 유저 유입 가능

광고 확장 소재 등록

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

광고 확장 소재 등록

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

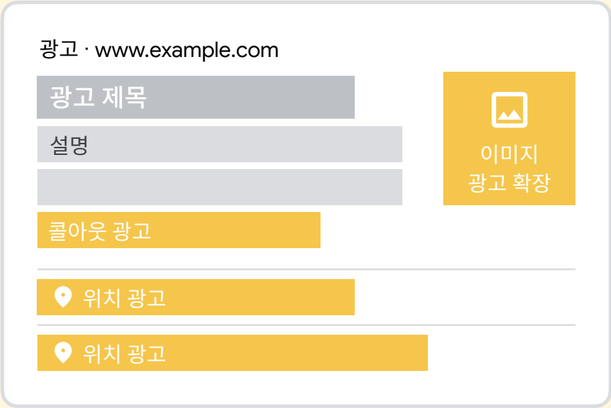
위치 광고 광고 확장

광고 확장 소재 등록

비즈니스 목적에 따른 필수 광고 확장 예시

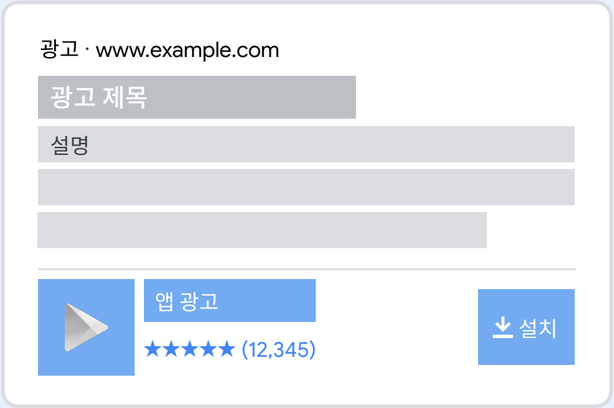
"사업장에서 구매하도록 유도하고 싶어요"

콜아웃 + 위치 광고 + 제휴사 위치 + 이미지 광고 확장



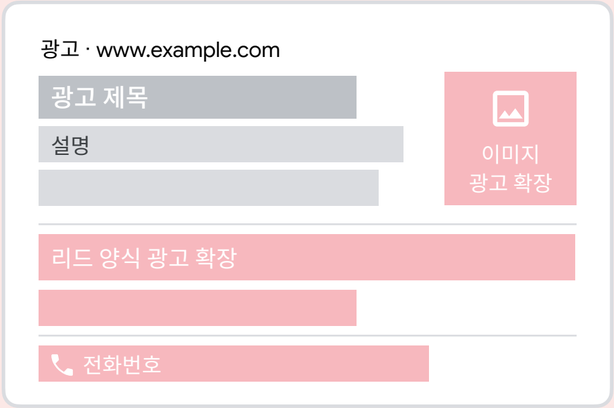
"앱 다운로드를 유도하고 싶어요"

앱 광고 확장



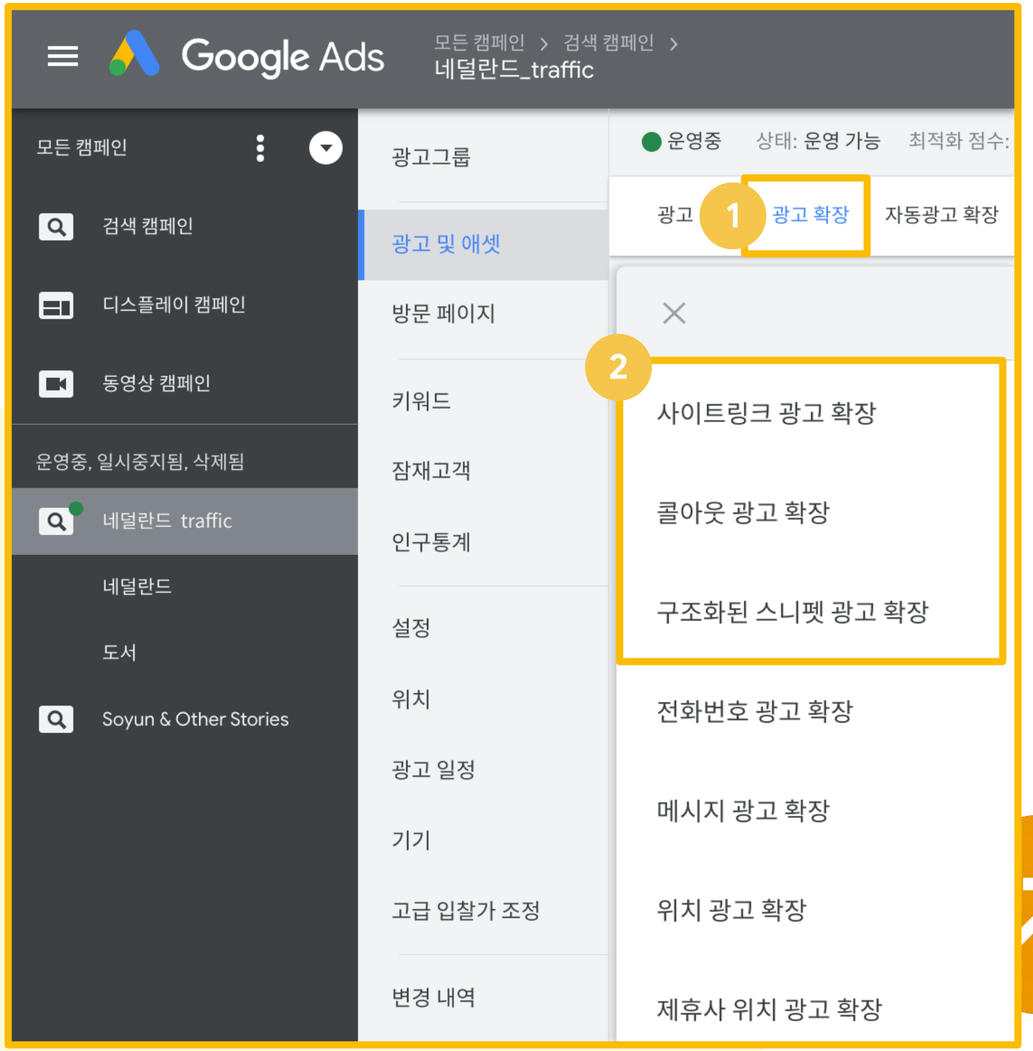
"고객 문의를 늘리고 싶어요"

리드 양식 + 전화번호 + 이미지 광고 확장



광고 확장 소재 등록

광고 확장 소재 등록 방법



1. 광고 및 애셋 메뉴에서 **애셋 선택**
2. **추가하고 싶은 광고 확장 항목 중 선택**

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

광고 확장 소재 관련 FAQ

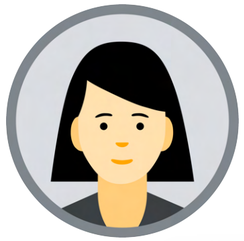
콜아웃 광고 확장 관련

콜아웃 광고 확장이 노출되고 있지 않아요!

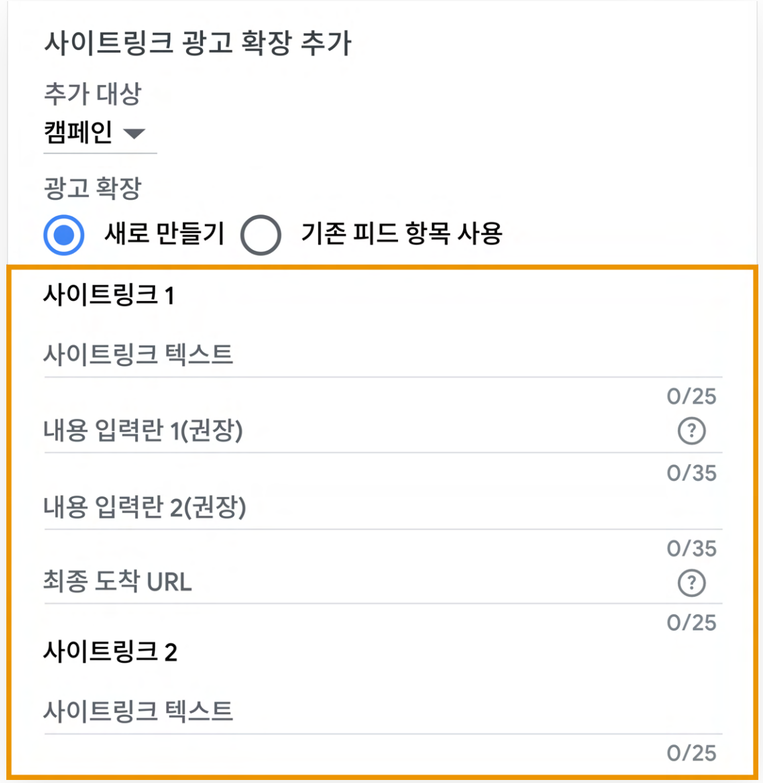
이미 만든 콜아웃 광고 확장에 문제가 없더라도
콜아웃 광고 확장이 노출되기 위해서는
최소 2개 이상의 콜아웃 텍스트가 필요합니다.
콜아웃 텍스트의 개수를 확인해 주세요.

광고 확장 소재 관련 FAQ

사이트링크 광고 확장 관련



사이트링크 광고 확장이 노출되고 있지 않아요!



사이트링크 문구에 문제가 없더라도
사이트링크가 노출되기 위해서는
최소 2개 이상의 사이트링크가 필요합니다.
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.

광고 확장 소재 관련 FAQ

사이트링크 광고 확장 관련

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

광고 확장 페이지의 클릭 및 노출 데이터는 광고 확장에 대한 데이터가 아니라
광고 확장이 노출된 전체 광고의 데이터입니다.

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 클릭 수를 파악하실 수 있습니다.

광고 확장 소재 관련 FAQ

전화번호 광고 확장 관련

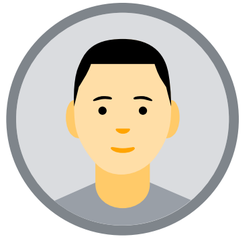
전화번호 광고 확장으로 전화를 걸면 다른 사업장으로 연결돼요!

전화번호 광고 확장은 임시 전화번호(GFN : Google Forwarding Number)를 통해 운영됩니다. 이는 Google 광고를 통한 전환을 추적하기 위한 기능이며, **임시 전화번호는 주기적으로 바뀔 수 있습니다.**

만약 사용자가 광고의 전화번호 광고 확장을 클릭하여 바로 전화를 거는 것이 아니라, 이 GFN 임시 번호를 저장한 뒤에나중에 전화를 걸게 되면, 그 임시 전화번호가 바뀌어 다른 사업장에 할당되어 있을 수 있습니다. 그러므로 **번호는 광고에서 직접 클릭해서 전화해야 제대로 연결됩니다.**

광고 확장 소재 관련 FAQ

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.

광고 확장 소재 관련 FAQ

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** 확인해 주세요.

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

03

Google 광고 소재 개선하기

광고 소재 평가 방법

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

신규 광고 소재는 기존에는 광고가 노출되지 못했던 입찰에 참가하여
추가 노출, 클릭, 전환을 발생시킬 수 있기에 CTR, CVR과 같은 상대 지표로는 평가하기 어려움

광고그룹 단위로 발생한 노출, 클릭, 전환의 증분 측정

Do

광고그룹

광고 1 광고 2 광고 3

노출	▲
클릭	▲
전환	▲

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

CTR을 기준으로 소재 선택

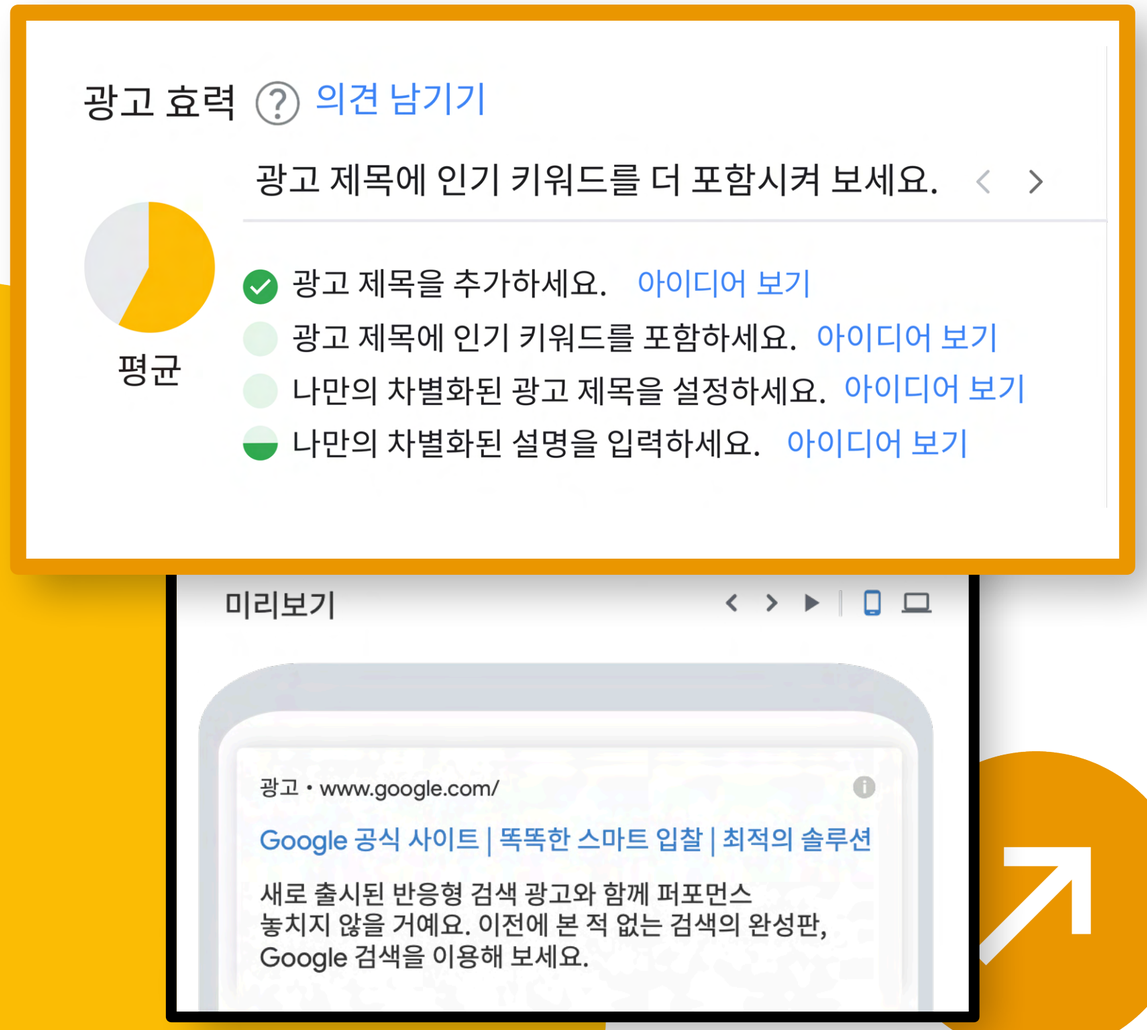
광고 1	CTR	▲
광고 2	CTR	▲
광고 3	CTR	▼

Don’t

“ 신규 소재는 CTR/CVR이 낮네. 효율을 위해 삭제해야지”

광고 효력 지표 활용

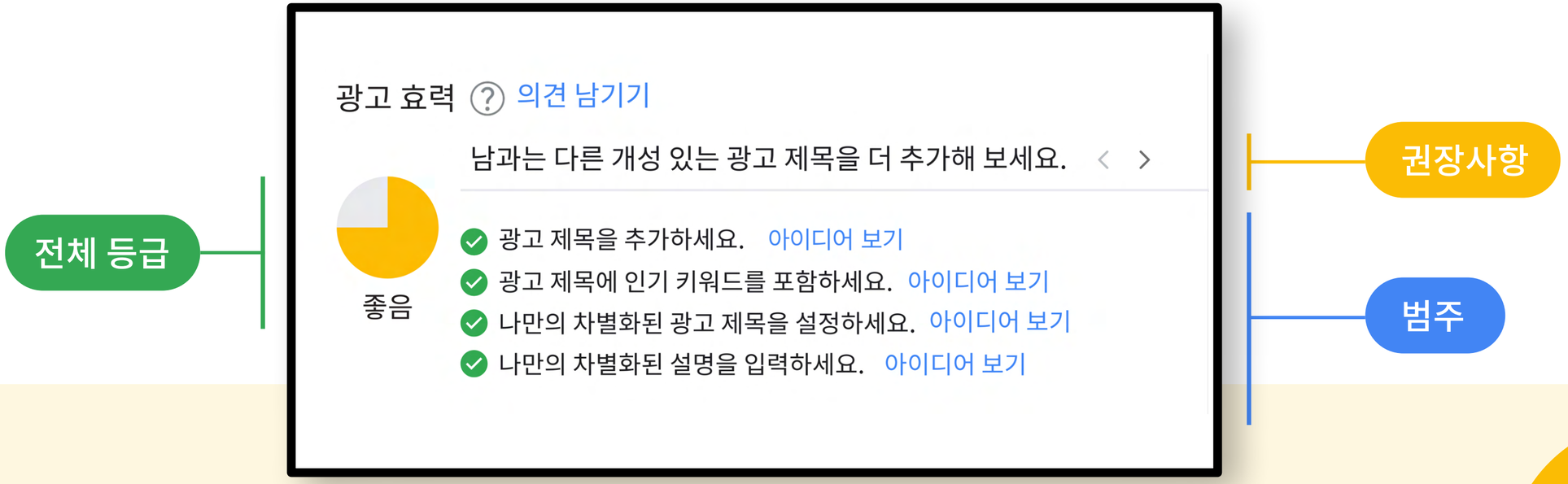
광고 효력을 활용한 광고문안 최적화



광고 효력은 반응형 검색 광고 콘텐츠의
관련성, 양, 다양성을 보여주는 최신 지표이며,
광고 효력을 높이려고 할 때
이 지표를 참고하여 **최적화 진행**

광고 효력 지표 활용

광고 효력이 '좋음' 이상인 상태 유지 권장



광고 문안과 관련하여 실시간으로 제공되는 광고 효과 피드백

광고 문안의 광고 효력을 미완료에서 매우 좋음으로 높인 광고주는 클릭수 평균 9% 증가

- 광고 문안을 작업할 때 광고 효력 등급 5개 (미완료, 나쁨, 보통, 좋음, 매우 좋음) 중 하나가 표시됨
- 이러한 등급과 함께 광고효과를 높이기 위한 권장사항이 함께 표시 (다양성, 품질, 광고 제목, 설명, 키워드 관련성)

광고 효력 지표 활용

예시로 보는 광고 효력 높이기

예시 1 광고 제목 및 설명을 반복해서 사용하지 않기

권장사항 적용 전

광고 제목 예시

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

광고 효력 ? 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

권장사항 적용 후

광고 제목 예시

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

광고 효력 ? 의견 남기기

보통

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

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

광고 효력 지표 활용

예시로 보는 광고 효력 높이기

예시 2 광고 제목 및 설명에 다양한 키워드 삽입하기

권장사항 적용 전

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

광고 효력 의견 남기기

보통

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

권장사항 적용 후

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

광고 효력 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

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

광고 효력 지표 활용

예시로 보는 광고 효력 높이기

예시 3 각기 다른 광고 제목 15개를 추가하여 등급 높이기

권장사항 적용 전

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

광고 효력 ? 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

권장사항 적용 후

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

광고 효력 ? 의견 남기기

매우 좋음

광고가 멋지게 구성되었습니다. 이것으로 모두 완료되었습니다.

- 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

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

맞춤 실험 활용

맞춤 실험

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

맞춤 실험

- 동일 기간 동안 **실험군과 대조군에 트래픽을 나누어 실험을 진행**하므로,
- **계절성 등에 따른 영향 최소화**
- **검색 상품**에 대해 **다양한 기능 테스트 가능**
- 테스트 진행 후, **바로 '적용' 버튼을 눌러 테스트한 기능을 적용 가능**

기존 A/B 테스트 방식(변경날짜를 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

맞춤 실험 활용

맞춤 실험으로 소재의 성과 정확하게 평가하기

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

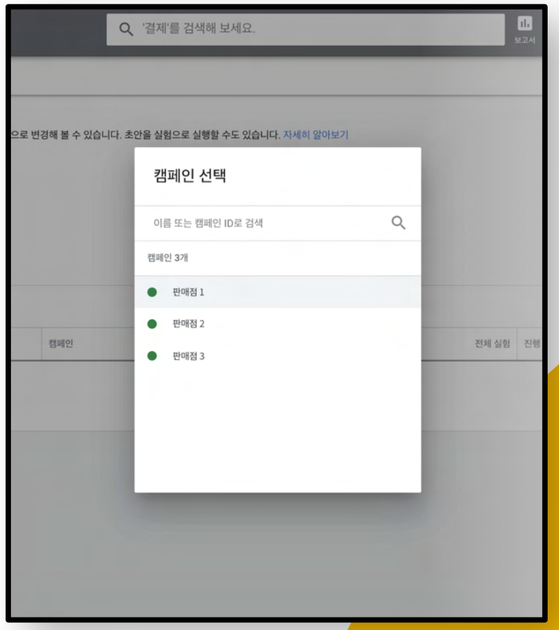
신규 소재를 추가 등록한
광고그룹 / 캠페인에서
유의미한 수준의 추가 노출,
클릭, 전환이 발생한다면
해당 소재 유지

광고 소재 성과 확인을 위한 '맞춤 실험' 구성

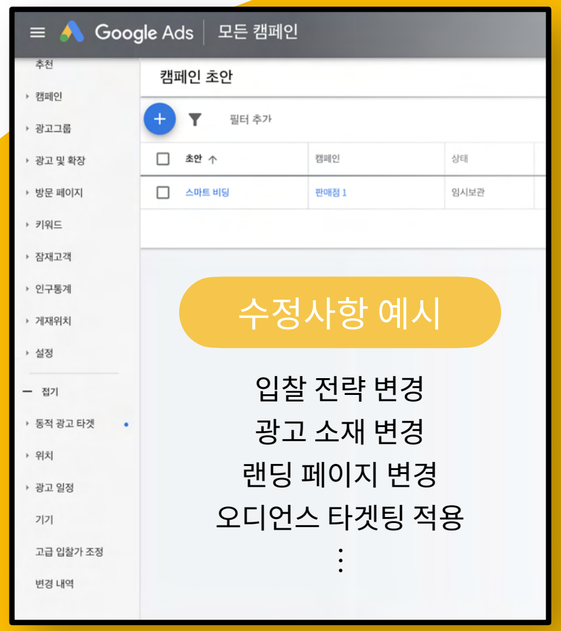
맞춤 실험 활용

맞춤 실험 설정 프로세스

1 테스트를 원하는 캠페인 선택



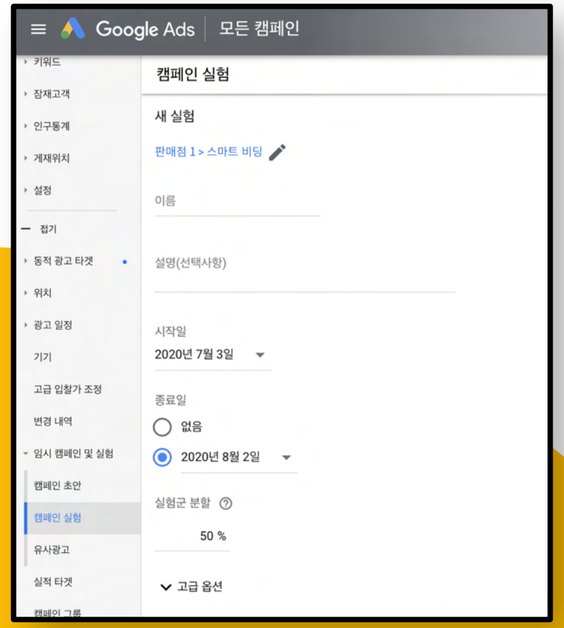
2 캠페인 초안 생성 및 수정사항 적용



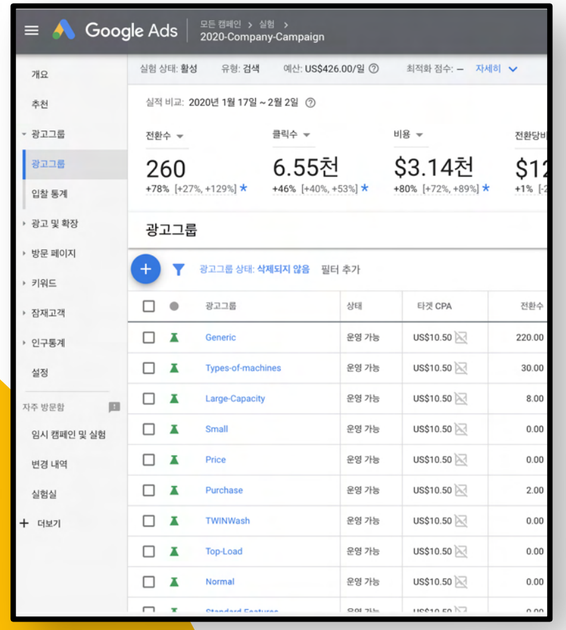
수정사항 예시

입찰 전략 변경
광고 소재 변경
랜딩 페이지 변경
오디언스 타겟팅 적용
⋮

3 수정한 캠페인 초안과 원본 캠페인 간 실험 진행



4 결과 분석



Thank you