GoGlobal with Snap

스타터 팩

GoGlobal with Snap

Snap 스타터 팩에 오신 것을 환영합니다!

귀사와 파트너십을 맺게 되어 기쁩니다. 본 키트는 Snapchat에서 시작하는 데 도움을 주고자 프로세스를 안내할 목적으로 제작되었습니다.

진행하다가 잘 모르겠거나 자세한 정보가 필요하다면 언제든지 **businesshelp.snapchat.com**을 방문하거나 Snapchat 파트너에게 문의하세요.

가장 먼저 해야 할 일은 계정 설정입니다.

계정 설정

1단계

계정 생성 및 액세스 관리

먼저 Snapchat에서 새로운 조직을 생성해야 합니다.

그런 다음 광고 계정을 생성하세요.

생성을 마치면 광고 계정에 액세스할 멤버를 추가합니다.

계정 설정 프로세스의 일환으로 비즈니스 공개 프로필을 만들어야 합니다. Snapchat에서 캠페인을 실행하려면 꼭 필요한 프로필입니다.

여기를 클릭하여 설정 방법을 알아보세요.

2단계

신용 한도 설정

Snapchat에 광고를 게재하려면 신용 한도를 설정해야 합니다. 설정과 관련해 궁금한 사항은 Snap 담당자에게 문의하세요. 그리고 이 단계도 수행해야 합니다.

좀 어려우신가요? 걱정하지 마세요!

Snap 파트너와 함께 계정 설정 프로세스를 단계별로 진행할 수 있습니다.

당사의 기술 계정 관리자(TAM)가 화면을 공유하면서 각 단계를 안내하고 사이트에서 계정 설정을 완료할 수 있도록 지원합니다.

3단계

측정 설정

웹 기반 비즈니스를 운영하고 있는 경우에는 **Snap Pixel**을 설정하세요.

앱 기반 비즈니스라면 함께하는 측정 파트너가 있을 것입니다.

앱 광고주인 경우에는 당사의 파트너 관리자 및 계정 관리자와 **MMP 대시보드**를 공유해야 합니다. 그래야 양측 모두가 캠페인을 최적화는 동안 동일한 캠페인 결과를 확인할 수 있습니다.

SKAdNetwork 측정을 위해 Apple로 설치 이벤트가 전달되도록 올바르게 설정되었는지 확인합니다.
이 작업은 앱에서 직접 수행하거나 모바일 측정 파트너(MMP)의 SDK를 통해 수행할 수 있습니다.
MMP에 문의하거나 여기에서 자세히 알아보세요.

MMP별 SKAdNetwork 설정 설명서:

- Adjust
- Branch
- Singular
- AppsFlyer
- Kochava
- Tenjin

Snapchat에서의 SKAdNetwork 설정 및 캠페인 관리에 대한 자세한 내용은 여기에서 확인하세요.

최근 Snap에서 전환 API를 개인정보 보호에 중점을 둔 인터페이스로 구축함에 따라, 서버 간(S2S) 통합을 통해 주요 마케팅 이벤트를 Snap에 직접 전달할 수 있습니다.
처음부터 새로 설정하는 것을 추천합니다.
여기를 클릭하여 CAPI와 설정 프로세스에 대해 자세히 알아보세요.

세 단계를 모두 완료하셨나요? 잘하셨습니다!

캠페인을 설정할 준비를 마쳤으므로 캠페인 설정으로 이동하세요. 캠페인 설정이 KPI에 부합하는지 여부를 확인하는 데 도움이 필요하면 언제든지 문의하시기 바랍니다.

캠페인 설정

1단계

메인 캠페인 시작 전에 2주간의 학습 기간 캠페인

Snap에서 처음 캠페인을 실행하는 것이므로 당사 시스템은 최소한의 전환 데이터를 이용해 적합한 광고를 적절한 사용자에게 전달하려고 시도합니다.

이러한 이유로 2주의 학습 기간을 권장하는 바이며, 이를 통해 메인 캠페인 기간에 규모에 맞게 최상의 결과를 달성할 수 있습니다. 시간이 지나면서 전환 볼륨이 늘어나면 시스템은 향후에 전환될 대상을 좀 더 안정적으로 예측하게 됩니다.

Snap에서 최상의 결과를 얻으려면 캠페인을 설정할 때 **Snapchat 광고 형식**과 **광고 사양**을 참조하세요. **Insights Portal**은 오디언스 인사이트, 글로벌 마켓 인사이트, 벤치마크에서 필요한 모든 인사이트를 얻을 수 있는 유용한 공간입니다. 참고할 만한 당사의 **사례 연구**도 살펴볼 수 있습니다.

Snap 파트너와 시간을 정해서 캠페인 설정이 당사의 모범 사례에 부합하는지 함께 확인하세요!

이 기간 동안 당사의 계정 관리자는 다음 일정에 따라 확인을 진행합니다.

1일차 **3일차** **7일차**

이때 캠페인 트렌드를 모니터링하고 추가적인 제안 사항(있는 경우)을 전달합니다.

2단계

메인 캠페인을시작해 보세요!

첫 2주간의 학습 기간 동안 캠페인을 효과적으로 최적화했습니다. 이제 메인 캠페인을 시작할 차례입니다. 캠페인을 성공으로 이끌 팁을 말씀드리자면, **입찰**, **예산**, **타겟팅**, **크리에이티브**를 종합적으로 고려하는 것이 좋습니다.

입찰

예산

타겟팅

크리에이티브

적절하게 조율해야 하는 요소들

광고주 가치 최대화

Snapchat 사용자 경험 최적화

광고주 최대 입찰 × 예산 소진 속도 승수 × 예상 이벤트 속도 +/− 유기적 가치 = 최종 입찰

수정할 대상은?

입찰 · 예산 · 타겟팅 · 크리에이티브 = 최종 입찰

입찰

자동 입찰
자동 입찰 전략을 사용하면 Snapchat이 주어진 예산 및 타겟 오디언스를 기반으로 최대한의 목표 행동을 끌어낼 수 있도록 귀사를 대신해 입찰을 설정할 수 있습니다.

처음 시작하는 경우에는 전체 예산 게재를 목표로 하고 엄격한 CPA(Cost Per Action) 목표가 없는 자동 입찰을 사용할 것을 권장합니다.

목표 비용
이 입찰 전략에서는 Snapchat이 귀사의 평균 CPA가 광고 세트 종료 날짜에 설정된 금액 이하로 유지할 수 있도록 최선을 다합니다.

최대 입찰가
이 입찰 전략에서는 Snapchat이 가능한 한 가장 효율적인 CPA를 달성할 수 있도록 노력하면서 귀사를 위해 입찰할 수 있는 최대 금액을 알려줍니다.

제안된 입찰 범위는 귀사의 입찰 금액보다 낮게 표시됩니다 (가능한 경우). 이러한 제안 범위는 현재 입찰 역학 및 타겟팅한 오디언스를 비롯한 여러 요인을 기반으로 하며, 이는 귀사가 최대 입찰가를 설정할 때 참조 지점을 제공하기 위해서입니다.

입찰 전략에 대한 자세한 내용은 여기에서 확인하세요.
입찰가를 검토해 보세요! KPI보다 성과가 좋은 경우에는 입찰가를 10% 낮춰도 여전히 동일한 성과를 달성하면서 규모를 유지할 수 있는지 확인해 보세요. 성과가 좋지 않다면 입찰가가 해당 시점의 입찰에서 충분한 경쟁력이 없는 것입니다. 이 경우 입찰가를 10% 올려서 성과 및 규모가 증가하는지 확인해 보는 것이 좋습니다.

예산

일일 예산은 하루에 특정 광고 세트에 지출하고자 하는 평균 금액이며, 전체 기간 예산은 캠페인의 전체 기간 동안 지출하고자 하는 금액입니다.

타겟팅

타겟팅을 적용하셨나요? 당사의 오디언스 인사이트 대시보드를 활용하면 어떤 오디언스가 캠페인에서 좋은 실적을 가져다주는지 확인할 수 있습니다. 규모에 맞는 폭넓은 오디언스와 성과를 위해 공략할 틈새 오디언스의 균형을 맞춰야 합니다. 전반적으로 규모에 맞는 성과를 달성할 수 있어야 합니다.

크리에이티브

크리에이티브 라이브러리를 사용하여 크리에이티브를 업로드합니다.

크리에이티브는 캠페인을 성공으로 이끄는 열쇠이며,
경쟁업체 및 업계 벤치마크를 파악하는 가장 좋은 방법입니다.

Snapchat 광고를 최대한 활용하기 위한 몇 가지 크리에이티브 모범 사례**에 대해 알아보세요.**

- 단일 이미지 또는 동영상 모범 사례
- 필터 크리에이티브 모범 사례
- 렌즈 크리에이티브 모범 사례

3단계

항상 실행 상태를 유지하세요!

2주간 학습 기간을 마친 후에는 캠페인을 항상 실행 상태로 유지하고 더욱 성장시키는 데 주력하게 됩니다.
Snap 파트너는 캠페인을 정기적으로 모니터링하고 분석 결과와 추가 개선 방법에 대한 제안을 제공합니다.

Snap은 온보딩 과정은 물론, 캠페인을 항상 실행하는 동안에도 강력한 지원을 제공할 것을 약속드립니다.

지원 내용:

- 온보딩 및 테스트/학습 프로세스 동안 단계별 예행연습
- 진행 상황, 최적화, 기회를 논의하기 위한 정기적인 미팅 마련
- 광고주가 확장 가능한 기회를 창출하도록 돕기 위해 시즌별 주요 시기에 대한 인사이트 제공

그리고 한 가지 더...

비즈니스 도움말 센터 방문하기

비즈니스 도움말 센터는 이 가이드에 링크되어 있는 원스톱 도움말 센터로, 캠페인 설정부터 Snap Pixel 구현과 관련 사양에 이르기까지 거의 모든 궁금증에 대한 해답을 찾을 수 있습니다.

인스턴트 채팅 기술 지원에 액세스하기

Ads Manager 페이지의 아래쪽 구석에 있는 물음표 아이콘을 사용하여 즉각적인 지원을 받을 수 있습니다.

트렌드 확인하기

여기에서 현재 Snap의 트렌드는 무엇인지 알아보고 단기적인 트렌드를 참고하여 핵심 오디언스와의 관련성이 높은 캠페인을 게재하세요.

Snap Focus를 통해 Ads Manager 인증받기