



Snapchat 최적화: 상거래 캠페인

측정, 입찰 전략, 크리에이티브 도움말
및 어트리뷰션



목차



Snap Pixel

구현 방법 및 작동 방식

크리에이티브 관련 도움말

DR에 적합한 기능

경매 및 입찰

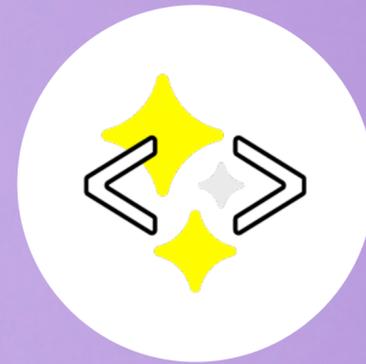
작동 방식 - 입찰 유형

어트리뷰션

클라이언트 어트리뷰션 모델 찾기

최적화

캠페인 설정 - 크리에이티브 모범 사례



Snap Pixel

소개





Snap Pixel의 정의

Snap Pixel은 광고주가 캠페인의 교차 기기 영향을 측정하는 것을 도와주는 JavaScript 코드입니다. 광고주는 광고를 본 후 웹사이트에서 액션을 수행하는 Snapchat 사용자가 몇 명인지 확인할 수 있습니다.

Set Up Your Snap Pixel

Your Pixel ID

```
e911365d-e5c4-4556-ab6b-e8bcd64c2010
```

Add the Pixel to your Website

Find the <head></head> tags near the top of your website. If you are using a CMS or web platform try looking for header template.

```
<!-- Example -->
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    put_pixel_code_here
  </head>
```

Copy the Pixel snippet below and paste it into the <head></head> of your website.

```
<!-- Snap Pixel Code -->
<script type='text/javascript'>
(function(e,t,n){if(e.snaptr)return;var
a=e.snaptr=function()
{a.handleRequest?
a.handleRequest.apply(a,arguments):a.queue.push(arguments)};
a.queue=[];var
s='script';r=t.createElement(s);r.async=!0;
r.src=n;var u=t.getElementsByTagName(s)[0];
u.parentNode.insertBefore(r,u)})(window,document,
'https://sc-static.net/scevent.min.js');

snaptr('init', 'e911365d-e5c4-4556-ab6b-e8bcd64c2010', {
'user_email': '__INSERT_USER_EMAIL__'
});

snaptr('track', 'PAGE_VIEW');

</script>
<!-- End Snap Pixel Code -->
```

Read Our Documentation

Please read our [documentation](#) to learn more about items such as event types, optional event parameters, advanced matching, triggering the pixel on inline events, and placing your pixel in a Container Tag.

```
<script type="text/javascript">
(function(win, doc, sdk_url){
if(win.snaptr) return;
var tr=win.snaptr=function(){
tr.handleRequest? tr.handleRequest.apply(tr, arguments):tr.queue.push(arguments);
};
tr.queue = [];
var s='script';
var new_script_section=doc.createElement(s);
new_script_section.async=!0;
new_script_section.src=sdk_url;
var insert_pos=doc.getElementsByTagName(s)[0];
insert_pos.parentNode.insertBefore(new_script_section, insert_pos);
})(window, document, 'https://sc-static.net/scevent.min.js');

snaptr(
'init', 'a5172a0d-0d3f-4e99-889d-52a7fb35eff6', {
'user_email': '',
'user_phone_number': '',
}
);
snaptr('track', 'PAGE_VIEW');

$(document).ready(function() {
$('body').on('afterAddItem.ajaxCart', function(event, line_item) {
snaptr('track', 'ADD_CART', {'currency': 'AUD', 'price': (line_item.line_price /
100).toFixed(2), 'item_category': '', 'item_ids': [line_item.variant_id],
'payment_info_available': 0});
});
});
</script>
```



어트리뷰션 방법

사용자의 이메일과 전화번호를 사용하여 Javascript 코드에서 이 정보를 다시 전달하고 Snapchat과 매칭합니다.

사용자 파라미터	설명	예시
user_email	현재 로그인한 사용자의 이메일 주소	<code>snaptr('init', 'xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx', {'user_email':user.email});</code>
user_phone_number	국가 코드, 지역 코드 및 번호가 있는 숫자만 해당. 다른 형식 문자는 허용되지 않음 (예: 1+815-483-4610는 불가)	<code>snaptr('init', 'xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx', {'user_phone_number:user.phone_number});</code>
user_hased_email	소문자 및 공백이 제거된 이메일 주소의 SHA256 해시	<code>snaptr('init', 'xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx', {'user_hased_email:user.sha256_email});</code>
user_hashed_phone_number	소문자 및 공백이 제거된 전화번호의 SHA256 해시	<code>snaptr('init', 'xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx', {'user_hased_phone_number:user.sha256_phone_number});</code>



이벤트 유형

이벤트 유형을 관련
페이지에 적용합니다.



이벤트 유형	설명	예시
PURCHASE	구매 추적	snaptr('track';PURCHASE')
SAVE	특정 품목을 위시리스트에 추가하는 이벤트를 추적	snaptr('track';SAVE')
START_CHECKOUT	결제 이벤트 추적	snaptr('track';START_CHECKOUT')
ADD_CART	특정 품목을 카트에 추가하는 이벤트를 추적	snaptr('track';ADD_CART')
VIEW_CONTENT	콘텐츠 조회 이벤트 추적	snaptr('track';VIEW_CONTENT')
ADD_BILLING	결제 정보 구성 상태 추적	snaptr('track';ADD_BILLING')
SIGN_UP	사용자 등록 방식 추적	snaptr('track';SIGN_UP')
SEARCH	검색 이벤트 추적	snaptr('track';SEARCH')
PAGE_VIEW	웹뷰 페이지 추적	snaptr('track';PAGE_VIEW')
SUBSCRIBE	구독 추적	snaptr('track';SUBSCRIBE')
AD_CLICK	광고 클릭 추적	snaptr('track';AD_CLICK')
AD_VIEW	광고 조회 추적	snaptr('track';AD_VIEW')
COMPLETE_TUTORIAL	튜토리얼 완료 추적	snaptr('track';COMPLETE_TUTORIAL')
INVITE	초대 추적	snaptr('track'; INVITE')
LOGIN	로그인 추적	snaptr('track';LOGIN')
SHARE	공유 추적	snaptr('track';SHARE')
RESERVE	예약 추적	snaptr('track';RESERVE')
ACHIEVEMENT_UNLOCKED	목표 달성 추적	snaptr('track';ACHIEVEMENT_UNLOCKED')
ADD_TO_WISHLIST	위시리스트에 추가 추적	snaptr('track';ADD_TO_WISHLIST')
SPENT_CREDITS	신용카드 사용 추적	snaptr('track';SPENT_CREDITS')
RATE	평점 추적	snaptr('track';RATE')
START_TRIAL	시작된 무료 체험 추적	snaptr('track';START_TRIAL')
LIST_VIEW	시청자 목록 추적	snaptr('track';LIST_VIEW')
CUSTOM_EVENT_1		snaptr('track';CUSTOM_EVENT_1')
CUSTOM_EVENT_2		snaptr('track';CUSTOM_EVENT_2')
CUSTOM_EVENT_3	최대 5개의 맞춤형 이벤트 추적	snaptr('track';CUSTOM_EVENT_3')
CUSTOM_EVENT_4		snaptr('track';CUSTOM_EVENT_4')
CUSTOM_EVENT_5		snaptr('track';CUSTOM_EVENT_5')



옵션 이벤트 파라미터

price는 구매 이벤트에서만 유효합니다.

transaction_id - 구매 이벤트에만 필요합니다. 시스템은 이를 사용하여 중복을 제거합니다.

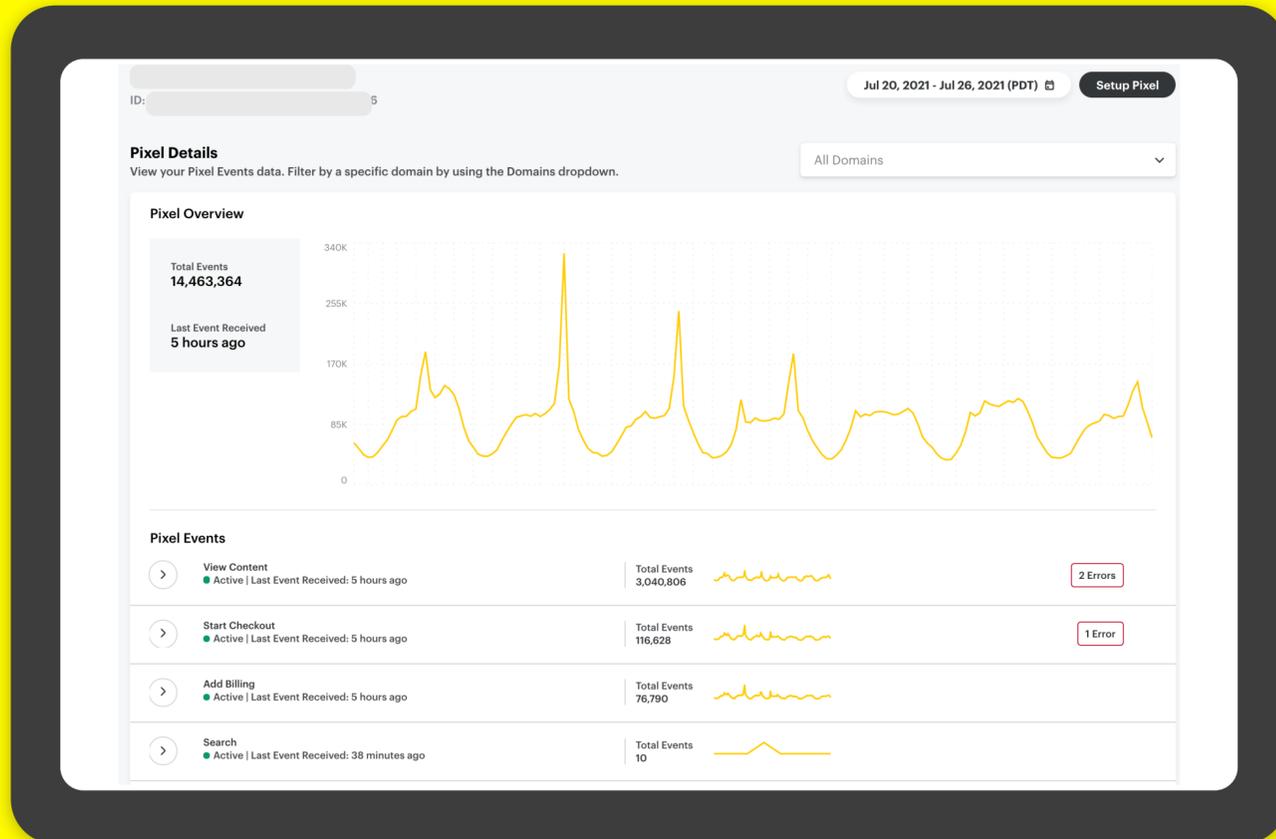
item_id는 동적 제품 광고를 위한 것입니다.

사용자 파라미터	설명	값	예시
price	구매 가치	float	
currency	표준 ISO 4217 코드(예: EUR, USD, JPY)	문자열	snaptr('track','PURCHASE', {'currency':'USD','price':333.33, 'transaction_id':'11111111'}); ROAS(Return on Add Spend) 보고에는 세 가지 필드가 모두 필요합니다
transaction_id	주문 또는 거래 관련 특정 ID	문자열	
item_ids	해당하는 경우 국제 문서 번호(EAN) 또는 기타 제품 또는 카테고리 식별자	목록	snaptr('track','VIEW_CONTENT', {'item_category':'Shoes','item_ids': ['097man','16span']});
item_category	품목 또는 카테고리	문자열	
설명	추가 정보 관련 문자열 설명	문자열	snaptr('track','PAGE_VIEW', {'descripton':'new_landing_page'});
search_string	검색된 텍스트	문자열	snaptr('track','SEARCH', {'search_string':'boots'});
number_items	품목 개수	Int	snaptr('track','ADD_CART',{'number_items': 2 });
payment_info_available	결제 정보 '예'일 경우 1, '아니오'일 경우 0	0 또는 1	snaptr('track','START_CHECKOUT', {'payment_info_available:1}
sign_up_method	Facebook, 이메일, Twitter 등	문자열	snaptr('track','PAGE_VIEW', {'sign_up_method':'Snapchat'}
success	성공 '예'일 경우 1, '아니오'일 경우 0	0 또는 1	snaptr('track','SIGN_UP',{'success:1}



이벤트 관리자

웹사이트의 유기적인 활동을 볼 수 있지만,
이것이 반드시 Snapchat으로 인한 활동은 아닙니다.



전환 지표

맞춤 설정 열에서 전환을 선택하여 Snapchat에
기여한 데이터를 확인합니다.

Column Name	Total	App	Web
List Views	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logins	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Page Views	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Purchases	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Purchases Value	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rates	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reservations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Save	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Searches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21 COLUMNS SELECTED

- Status
- Delivery Status
- Spend
- Paid Impressions
- Paid eCPM
- Swipe Ups
- eCPSU
- Daily Spend Cap
- Lifetime Spend



Snap Pixel을 통합하는 방법

하드 코딩

```

<script type="text/javascript">...</script>
<script type="text/javascript">
(function(win, doc, sdk_url){
  if(win.snaptr) return;
  var tr=win.snaptr=function(){
    tr.handleRequest? tr.handleRequest.apply(tr,
arguments):tr.queue.push(arguments);
  };
  tr.queue = [];
  var s='script';
  var new_script_section=doc.createElement(s);
  new_script_section.async=!0;
  new_script_section.src=sdk_url;
  var insert_pos=doc.getElementsByTagName(s)[0];
  insert_pos.parentNode.insertBefore(new_script_section, insert_pos);
})(window, document, 'https://sc-static.net/scevent.min.js');

snaptr(
  'init', 'a5172a0d-0d3f-4e99-889d-52a7fb35eff6', {
    'user_email': '',
    'user_phone_number': '',
  }
);
snaptr('track', 'PAGE_VIEW');

$(document).ready(function() {
  $('body').on('afterAddItem.ajaxCart', function(event, line_item) {
    snaptr('track', 'ADD_CART', {'currency': 'AUD', 'price':
(line_item.line_price / 100).toFixed(2), 'item_category': '', 'item_ids':
[line_item.product_id], 'payment_info_available': 0});
  });
});

```

Google Tag Manger(GTM)

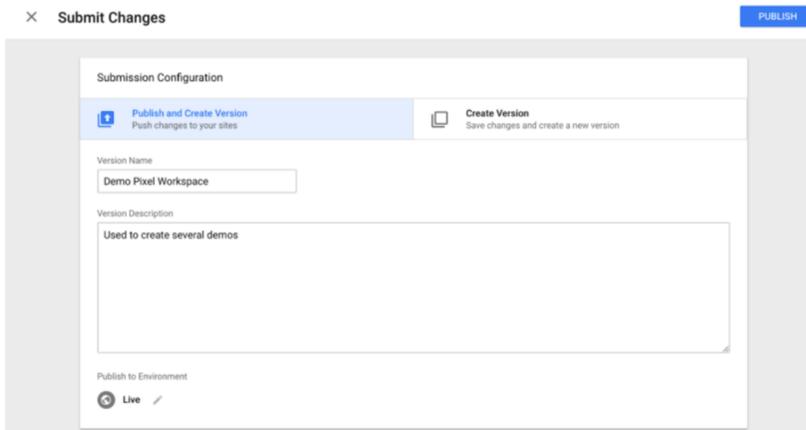
Google Tag Manager

Google Tag Manager (GTM) is one of many tag management solutions that advertisers may use to store and manage third party code. As of March 2020, Snapchat has a 'Snap Pixel' native integration with GTM that is recommended to replace the previous set-up process that used a custom HTML tag.

Below is a step-by-step guide to implementing the Snap Pixel using the GTM integration.

Create a New Workspace

If you do not already have a Workspace in GTM, you will begin by creating one.



Shopify

Shopify

E-commerce company





자동화된 오디언스



Audiences

Audience Library 72 Ready View Insights

Name	Type	Status	Reach	Retention in Days	Created On
2 Customers - MAY	SAM	Too Few Users	0	9,999	17/05/2018
1 Customers - MAY	SAM	Too Few Users	0	9,999	17/05/2018
Snap Pixel - PURCHASE - Auto-created	Pixel	Ready	21,000	30	20/12/2017
Snap Pixel - PAGE_VIEW - Auto-created	Pixel	Ready	208,000	30	20/12/2017
Snap Pixel - ADD_CART - Auto-created	Pixel	Ready	30,000	30	20/12/2017
Snap Pixel - ADD_BILLING - Auto-created	Pixel	Ready	24,000	30	20/12/2017
Snap Pixel - START_CHECKOUT - Auto-created	Pixel	Ready	21,000	30	20/12/2017
Snap Pixel - VIEW_CONTENT - Auto-created	Pixel	Ready	121,000	30	20/12/2017
ALL EDM (Dec 17)	SAM	Ready	318,000	9,999	18/12/2017
Lifetime Loyal Customers	SAM	Ready	13,000	9,999	15/12/2017
Mega List	SAM	Ready	229,000	9,999	15/12/2017

[Snap Audience Match Terms](#)



Snap 어트리뷰션을 극대화하기 위한 구현 체크리스트

#1 Snap Pixel 구현



#2 모두 올바르게 실행되는지 확인 분석가에게 다음 항목이 올바르게 설정되었는지 확인하세요.



a. 매크로 및 필수

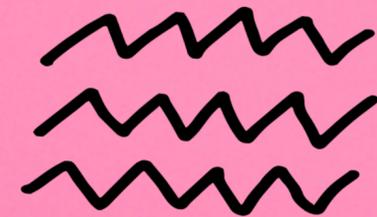
- i. 해시된 이메일
- ii. 구매
- iii. 가격
- iv. 통화
- v. 거래 ID(구현된 경우 - 구매 이벤트의 중복 제거 가능)

b. 마이크로

- i. 카트에 추가, 가입
- ii. 품목 ID 및 카테고리(특정 광고 제품을 실행하기 위한 요구 사항이 됨)



입찰 전략





적절한 최적화 목표 선택

인식		고려					전환	
인식	앱 설치	웹사이트로 트래픽 유도	앱으로 트래픽 유도	참여	동영상 조회	리드 생성	카탈로그 판매	웹사이트 전환
노출(CPM)	설치 설치 + 구매 가입 카트에 추가	스와이프 업 페이지 조회	스와이프 업	필터 공유 스와이프 업 스토리 광고 열기	2초 동영상 조회 10초 동영상 조회	스와이프 업 가입	구매 앱 구매 스토리 열기	페이지 조회 카트에 추가 가입 구매



... 그리고 적절한 입찰 전략 선택



자동 입찰

CPA에 대한 초기 기준이 없는 경우 권장됩니다.



최대 비용

특정 CPA를 충족할 수 있을지 확실하지 않은 경우 알고리즘이 광고 게재를 중단하는 등 게재에 영향을 미치더라도 특정 CPA를 보장하는 보다 방어적인 접근 방식입니다.



목표 비용

평균적으로 특정 CPA를 지향하면서도 높은 확장성을 원하는 경우 권장합니다.



Snap에서의 확장 전략 권장 사항

Ad Set Estimates

Target Audience Size
87.1M - 90.7M

Weekly Results Daily Results

Based on your lifetime budget of
\$10,000.00, your estimated results are:

Reach Impressions
1.9M - 2.7M **2.0M - 2.9M**

Swipes
38K - 55K



#1 예산 예측기 - 새 광고 세트

'처음 2초 이내에 눈에 띄는 브랜딩'과 같은 목표에 부합하는지 확인합니다. 크리에이티브가 모범 사례를 충족하지 못하는 경우 크리에이티브 전략(하위 계층에 대한 토큰)에 시간을 들입니다.

#2 탐색 단계

새로운 캠페인 또는 광고 세트를 출시할 때 Snap 시스템은 타겟 오디언스, 입찰, 예산 및 과거 전환량에 따라 1~4일 동안 '학습 단계'를 거칩니다. 이 기간 동안 머신 러닝을 사용하여 여러분이 원하는 입찰 금액에 맞춰 계재를 보정하고 있으며, 단기적으로는 여러분이 제공하는 CPA가 입찰 금액보다 높을 수 있습니다. 그러나 시간이 갈수록 Snap의 예측 논리가 여러분의 고유한 캠페인 기준에 부합하면서 결과가 정상화되기 시작합니다.

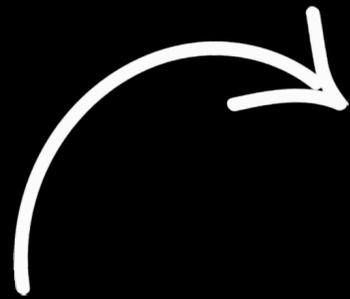
#3 며칠마다 가장 성과가 높은 광고 세트에 대해 25%씩 지출을 늘립니다. CPA 제공

이는 일반적으로 목표와 상관없이 탐색 단계를 통해 안정적인 광고 게재 상태로 전환할 수 있는 충분한 게재 정보 및 성과 정보를 제공합니다.



크리에이티브
도움말





Snap 크리에이티브의 6가지 규칙



짧고
간결하게



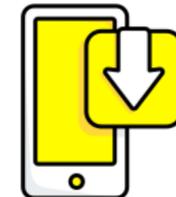
사운드
사용



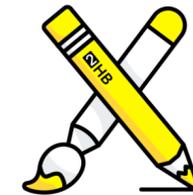
하나의
메시지



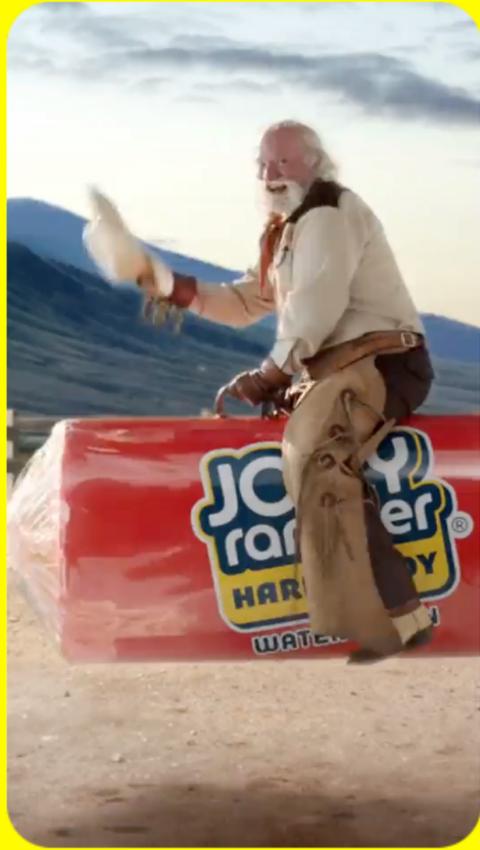
강점에 초점



액션
유도



템플릿 구축



Snap Ad

브랜드 또는 신제품에 대한 인식을 높이고 Snapchat 사용자로부터 구매, 동영상 콘텐츠 시청 또는 AR 렌즈 사용을 유도합니다.

Snap Ad의 성공 법칙:

즉각적인 임팩트를 주는 디자인
처음 2초에 브랜드 로고와 제품을 비롯해 마케팅을 위한 모든 무기를 동원해야 합니다.

하나에 집중하기
각 애셋은 하나의 목표, 하나의 오디언스, 하나의 제품에 집중해야 합니다.



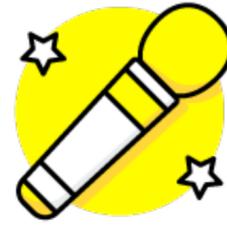


크리에이티브 모범 사례



0초를 위한 디자인

첫 번째 프레임과 그 다음에 마케팅을 위한 여러분의 모든 무기가 담겨 있어야 합니다.



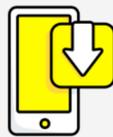
사용자에게 목표 알리기

사용자에게 지금 바로 쇼핑하라고 메시지를 보내세요.



크리에이티브의 개수 고려

테스트 및 최적화를 위해 6주마다 최소 6개의 서로 다른 Snap 광고를 출시하세요.



설치를 유도하는 방법:

- 해당되는 경우 프로모션 또는 혜택 언급
- 제공하는 내용에 대한 이해를 돕는 강력한 CTA 포함
- 다양한 크리에이티브를 활용하여 테스트 및 최적화



내부자 도움말:

많은 양의 텍스트를 포함해야 하는 경우 읽기 쉽도록 복사본을 쌓아 보세요 - - - >



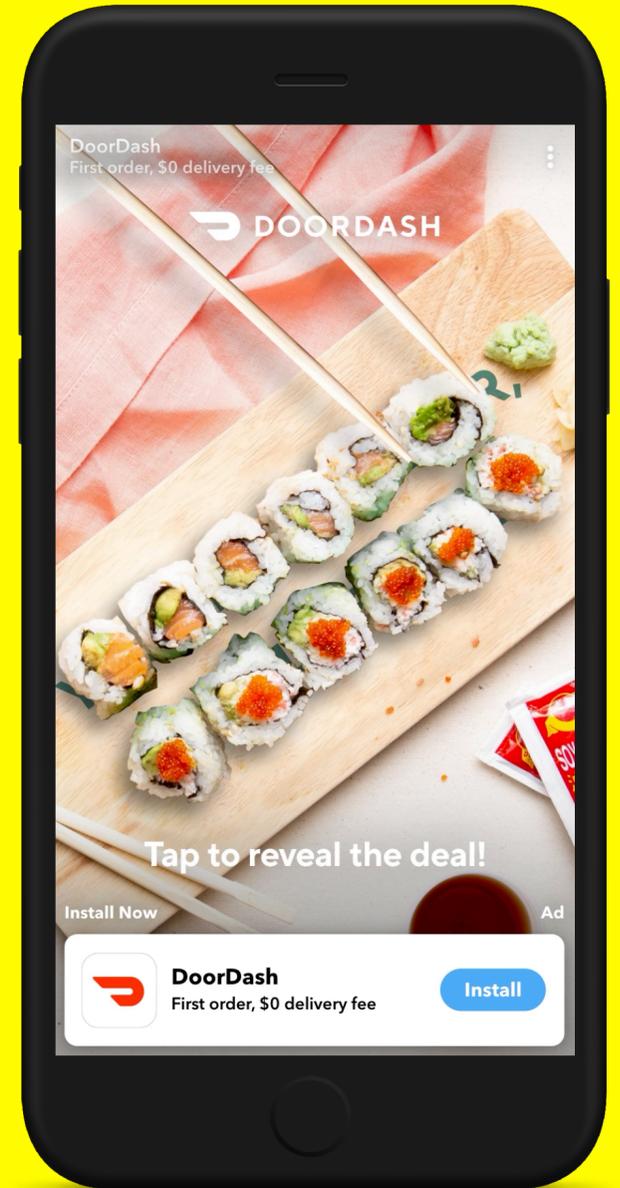
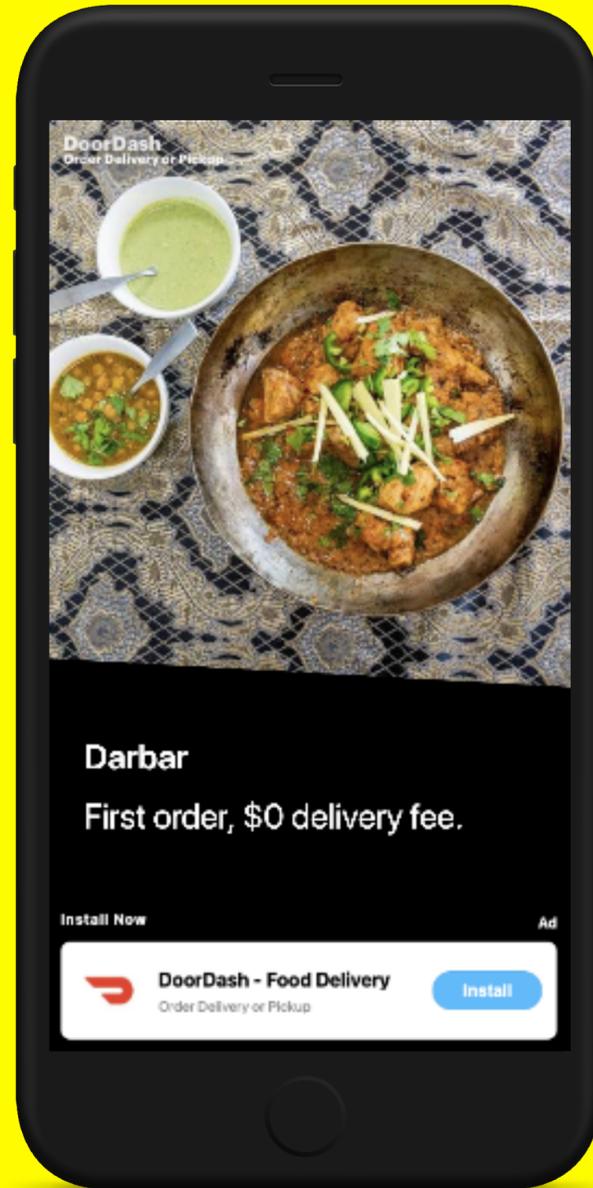
DPA

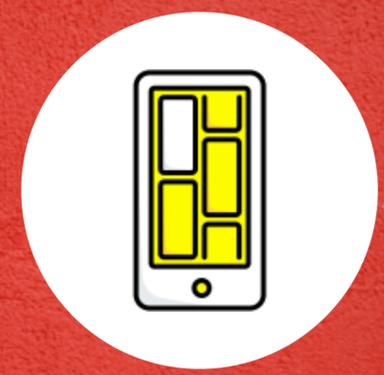
Snap Ad

스토리 광고



가장 좋은 예시



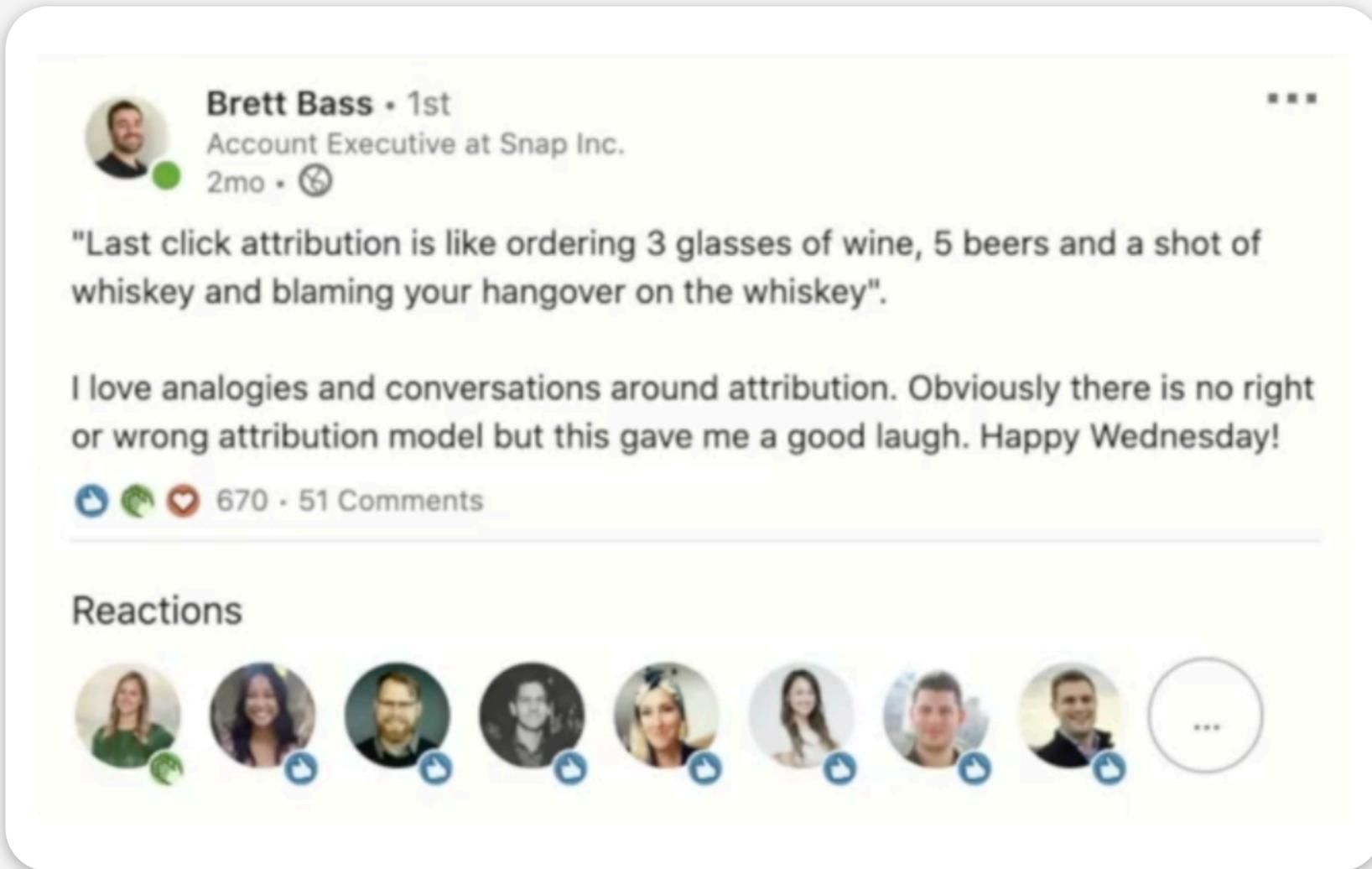


어트리뷰션





최근의 어트리뷰션 대화

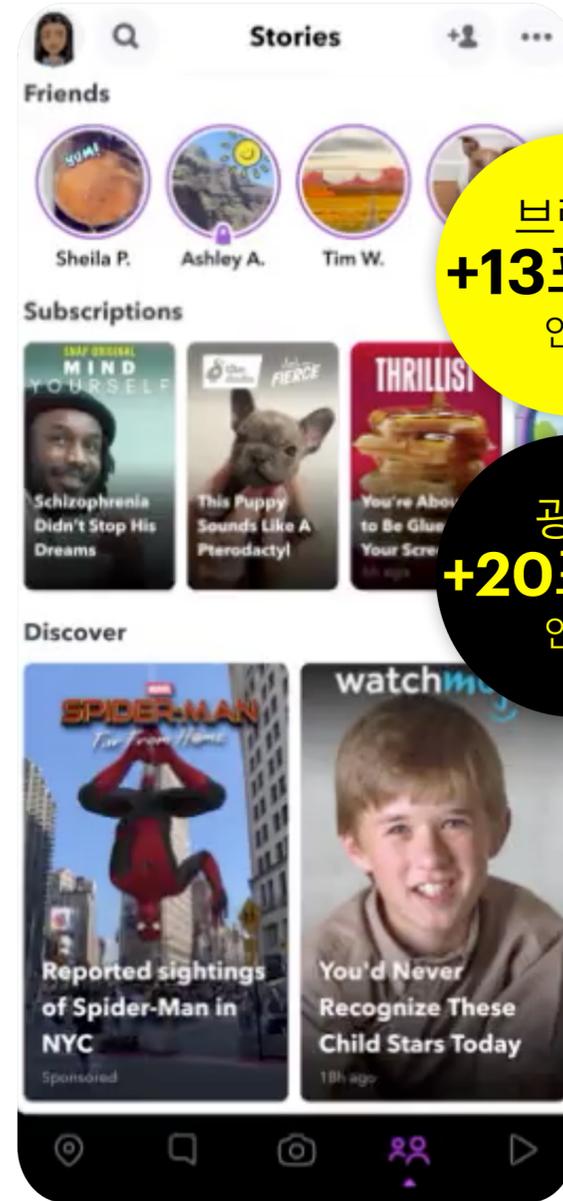


스와이프 전환
 사용자가 광고를 봄
 > 클릭/스와이프 업을 수행
 이후 일정 포인트 전환

조회 전환
 사용자가 광고를 봄
 > 클릭/스와이프 업을 수행하지 않음
 이후 일정 포인트 전환



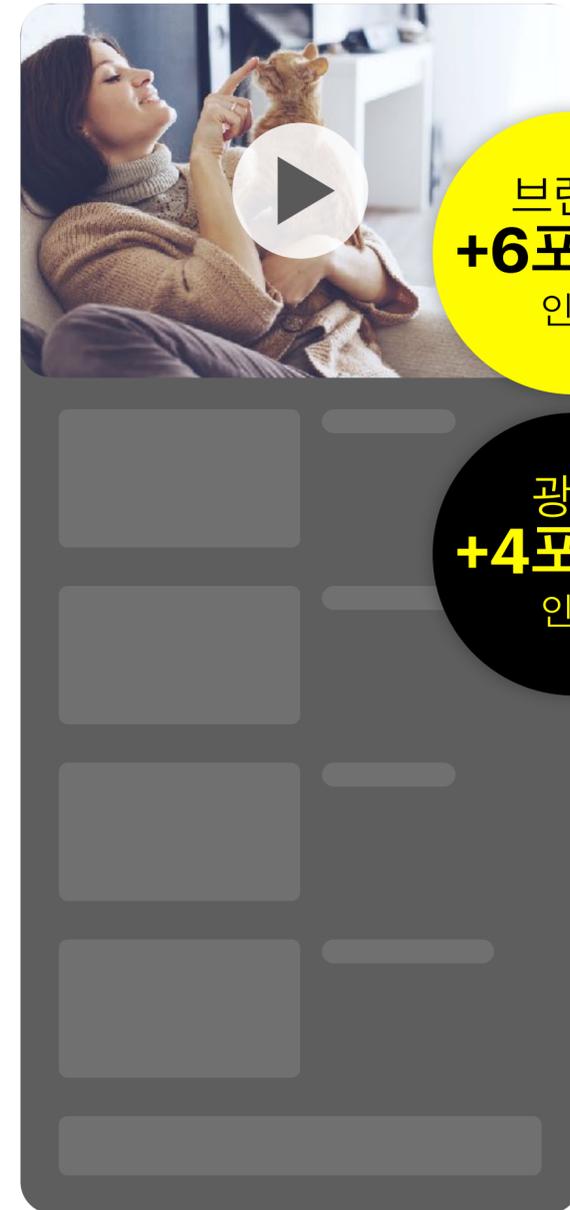
Snapchat



브랜드
+13포인트
인식

광고
+20포인트
인식

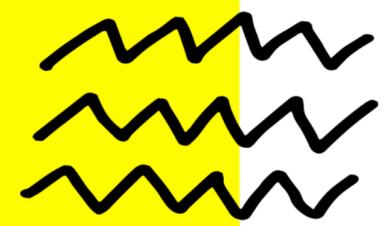
기타



브랜드
+6포인트
인식

광고
+4포인트
인식

모든 노출수는
조회수와 동일해야
하나요?

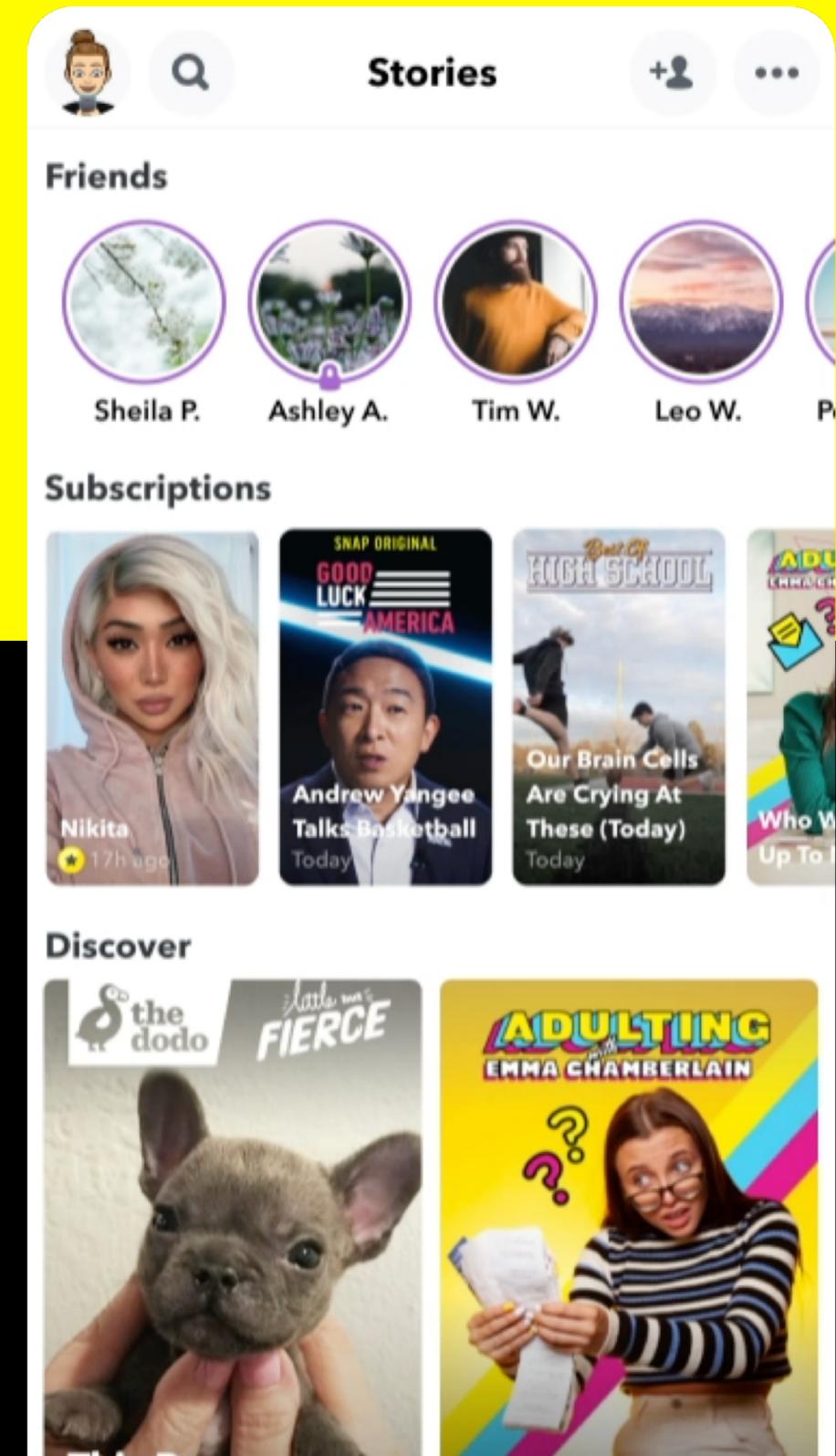




Snapchat vs. 다른 플랫폼

Snapchat은 콘텐츠를 만들고, 소비하고, 발견하는 곳입니다.
조회란 단순히 클릭이 아니라 자연스러운 동작입니다.

다른 플랫폼은 좋아요, 팔로우 및 클릭과 같은 콘텐츠 상호 작용
을 동반하는 검색 기반 플랫폼입니다.
클릭은 자연스러운 동작입니다.





Snapchat vs. 다른 플랫폼

Snapchat의 캔버스는 전체 화면이며 스트림 내에 있어서 항상 볼 수 있고 사용자가 계속 집중하도록 유도합니다.

다른 플랫폼의 캔버스는 피드 내에 있으며 여러 요소 중 하나여서 기기의 완전하게 장악하지 못합니다.

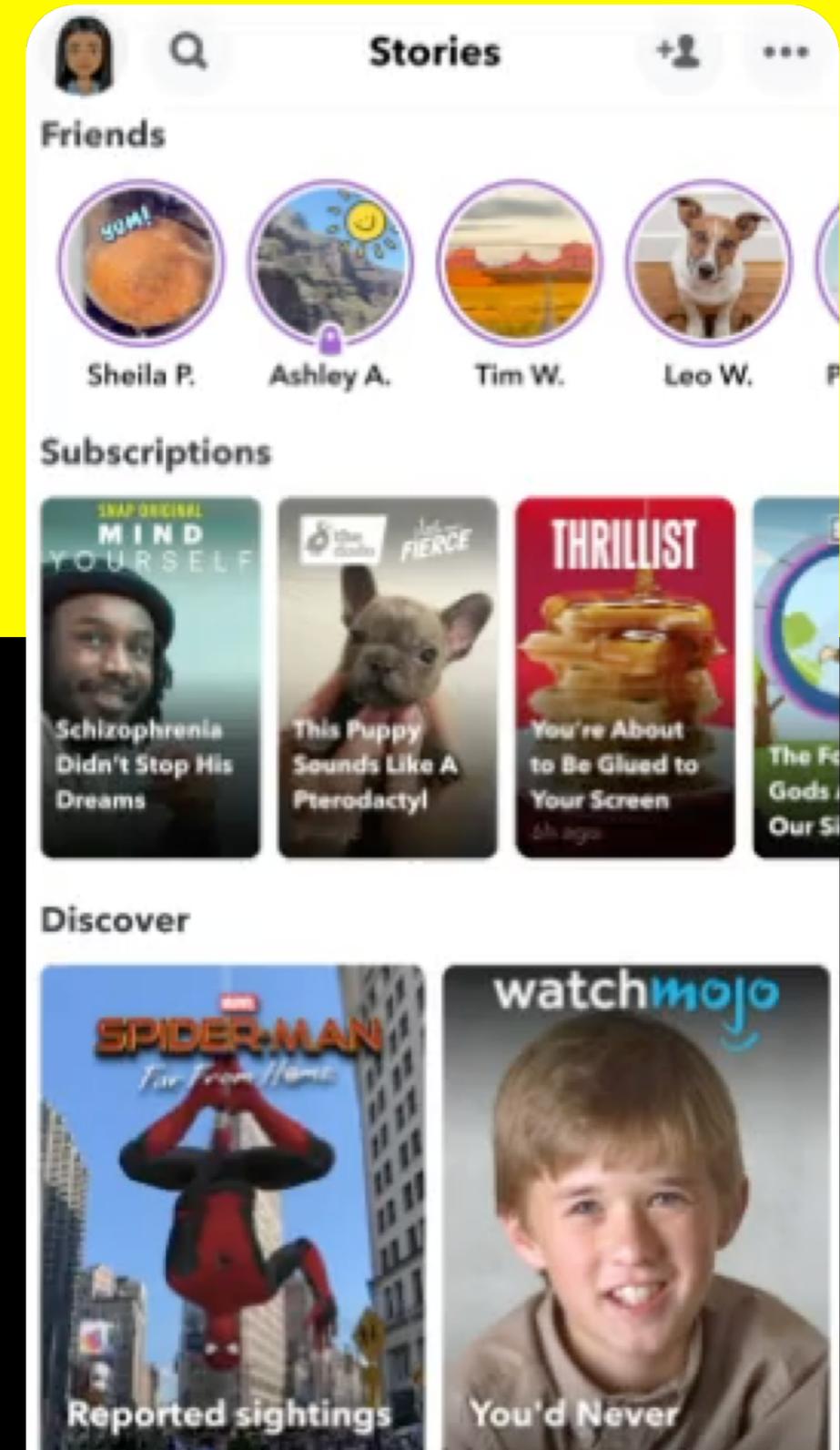




Snapchat vs. 다른 플랫폼

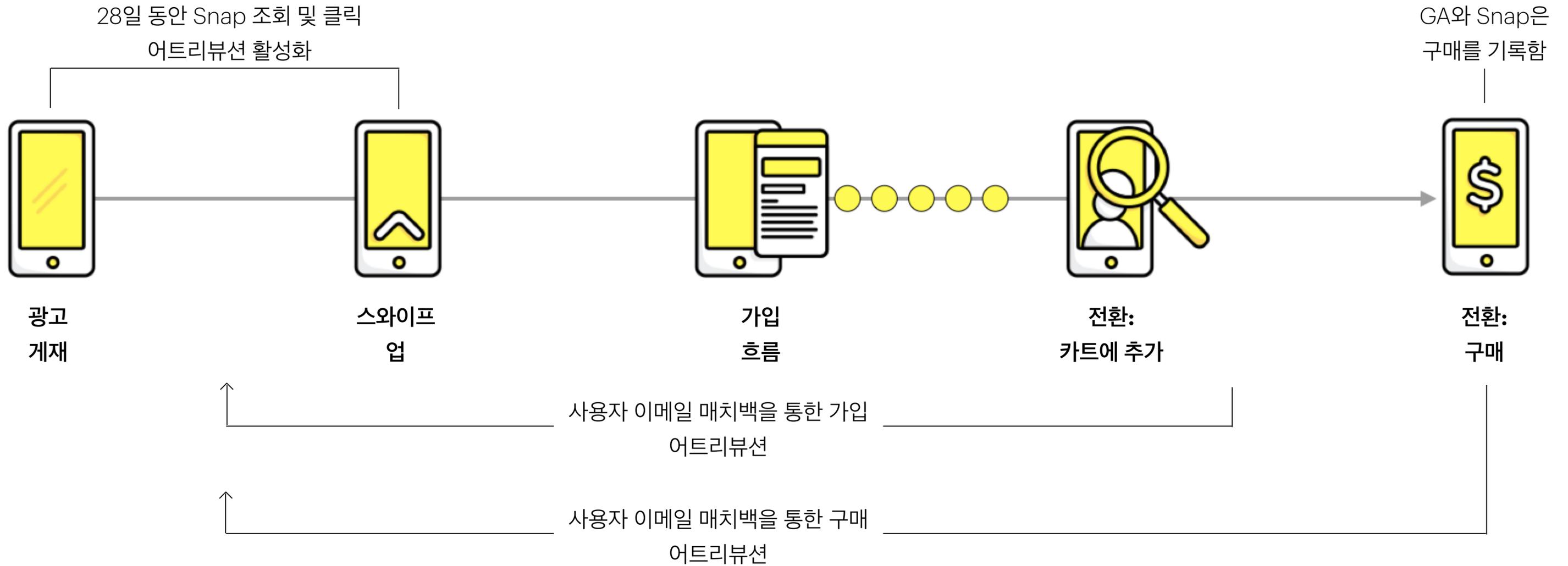
Snap 및 광고의 거의 70%가 사운드를 켜고 재생됩니다.

다른 대다수 플랫폼에서는 사운드를 끄는 것이 기본값입니다.



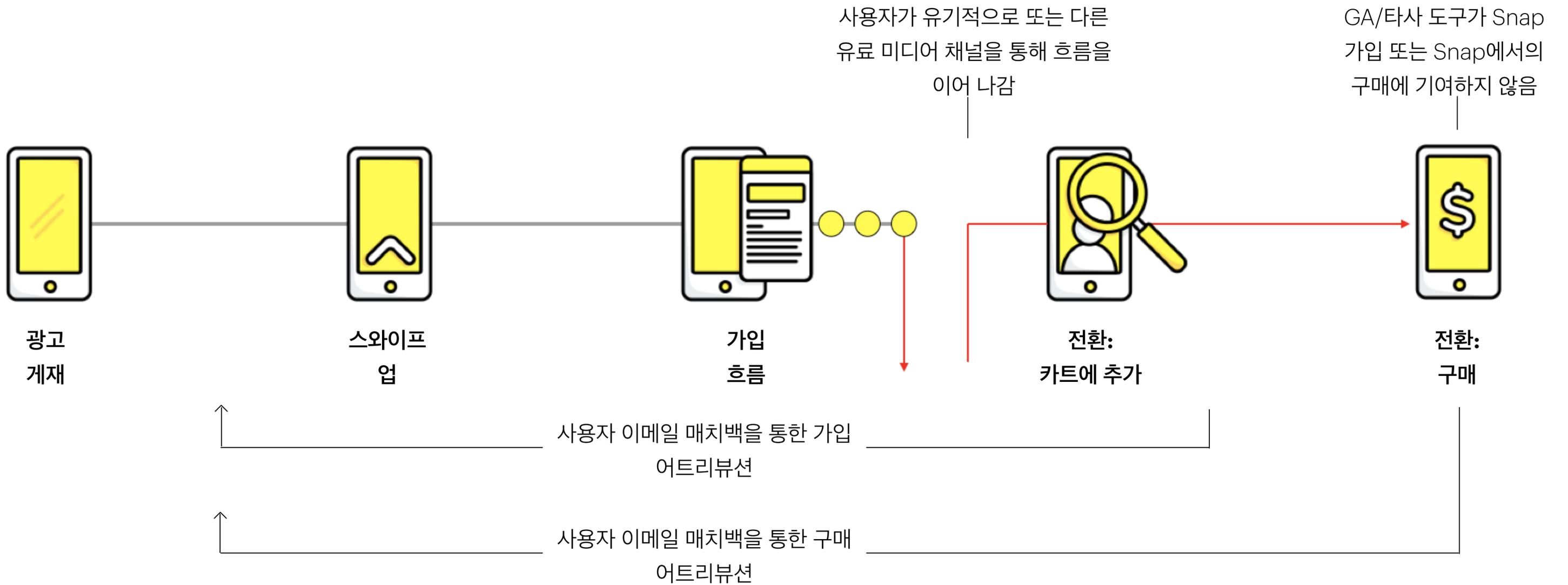


시나리오 1: 동일 세션 전환





시나리오 2: 브라우저 및 기기 간 전환




77%

Snapchat 사용자는

광고에 관심이 있을 때 추적 가능한
마지막 클릭 액션을 수행하지 않음



출처: 2021년 1월 22~26일에 Snap Inc.에서 미국 Snapchat 사용자를 대상으로 진행한 설문. 나이 및 위치 데이터는 제한적일 수 있습니다. 자세한 내용은 <https://businesshelp.snapchat.com/en-US/a/audience-size-tool>을 참조하세요. 질문: "휴대폰에서 즉시 구매하지 않을 물건에 대한 흥미로운 광고를 보면, 다음 중 무엇을 하십니까?" 응답자 456명



Snapchat 사용자가 광고에 관심이 있을 때 수행하는 주요 액션

#1

27%

새로운 브라우저 탭 열기



#2

23%

나중을 위해 기억해 두기



#3

23%

클릭/누르기



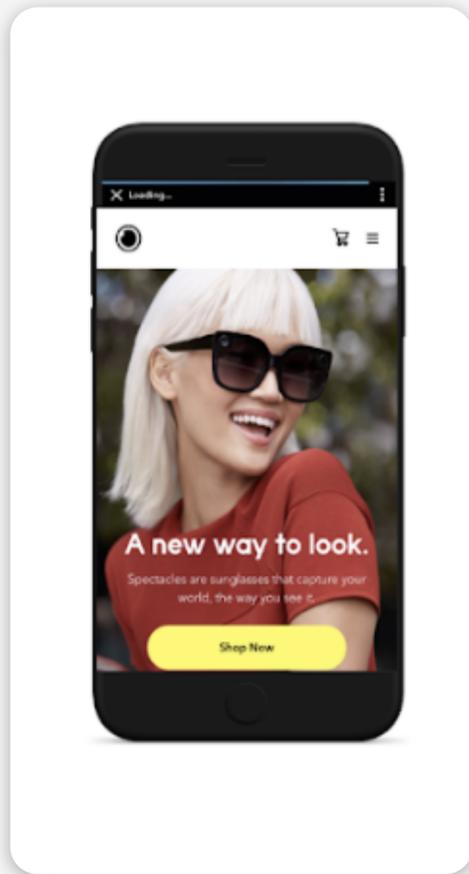


교차 기기 추적



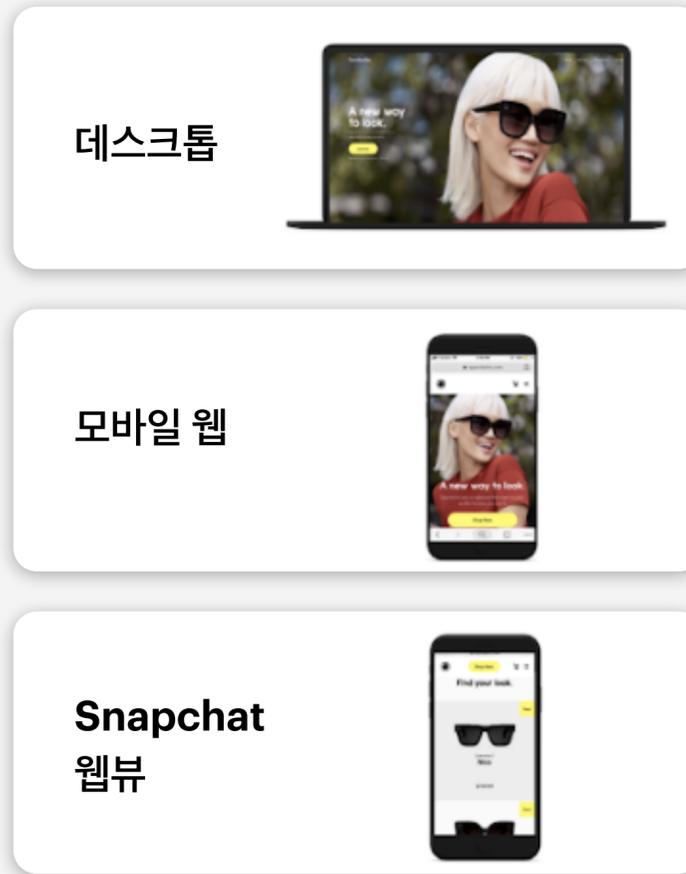
#1

Alex는 Snapchat에서 광고를 보고 선글라스 웹사이트를 보려고 화면을 스와이프 업합니다.



#2

Alex는 즉시 Snapchat을 나간 다음 노트북이나 모바일로 웹사이트에서 제품을 구매합니다.



#3

GA는 Snap의 내부 브라우저 밖에서 구매가 이루어지는 경우 전환을 Snapchat에 연결할 수 없습니다. GA에서는 전환 어트리뷰션이 정확하지 않습니다.

GA에 표시
 2개 세션:
 Snapchat으로부터 1개
 오가닉/다이렉트 1개
 오가닉/다이렉트를 통한 1개 구매

GA에 표시
 Snapchat으로부터 1개
 Snapchat으로부터 1개 구매

다양한 측정 솔루션을 통한 전환 경로 추적

*pixel 경우
**MMP 경우
***전환 API 경우

Snapchat에서 광고를 본 다음...

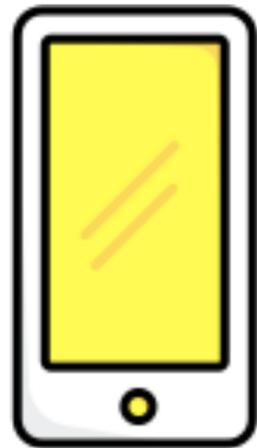
	Google 애널리틱스에서 추적 가능	Adobe / Omniture에서 추적 가능	DCM "스탠다드"에서 추적 가능	DCM 교차 환경에서 추적 가능	Snap Ads Manager 및 전환 리프트에서 추적 가능*
광고에서 스와이프 업하여 Snap 네이티브 브라우저 내에서 즉시 구매	예	예	예	예	예
광고에서 스와이프 업하고 나중에 같은 휴대폰의 또 다른 브라우저에서 구매	아니요	아니요	아니요 <small>(하지만 때로는 조회수로 카운트됨)</small>	예	예
광고에서 스와이프 업하고 Showcase에서 제품을 검색한 다음 나중에 같은 휴대폰의 또 다른 브라우저에서 구매	아니요	아니요	아니요 <small>(하지만 때로는 조회수로 카운트됨)</small>	예 <small>(조회수로 카운트됨)</small>	예
광고에서 스와이프 업하고 나중에 다른 기기(노트북, 태블릿, 휴대폰 등)에서 구매	아니요	아니요	아니요	예	예
광고에서 스와이프 업하고 Showcase에서 제품을 검색한 다음 나중에 다른 기기에서 구매	아니요	아니요	아니요	예 <small>(조회수로 카운트됨)</small>	예
광고를 보고 나중에 같은 휴대폰의 또 다른 브라우저에서 구매	아니요	아니요	아니요 <small>(하지만 때로는 조회수로 카운트됨)</small>	예	예
광고를 보고 나중에 다른 기기에서 구매	아니요	아니요	아니요	예	예
광고에서 스와이프하거나 광고를 보고 나중에 브랜드 앱에서 구매	아니요	아니요	아니요	아니요	예 **
광고에서 스와이프하거나 광고를 보고 나중에 실제 매장에서 구매	아니요	아니요	아니요	아니요	예 ***



“...하지만 모든 미디어 플랫폼이
같은 영향을 미치지 않나요???”



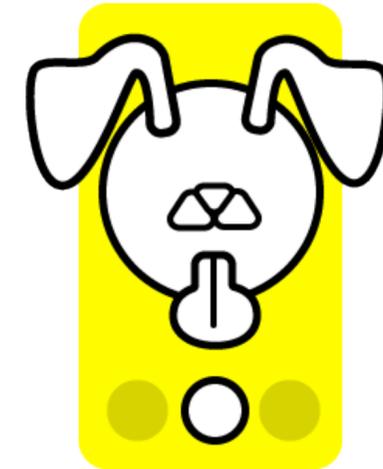
다른 플랫폼보다 **Snap**에 악영향을 미치는 3가지 요인



모바일 전용



뉴스피드 없음



프리미엄 광고



6,000

7/1 전환

93%

조회



Google Analytics

6

Snap 전환

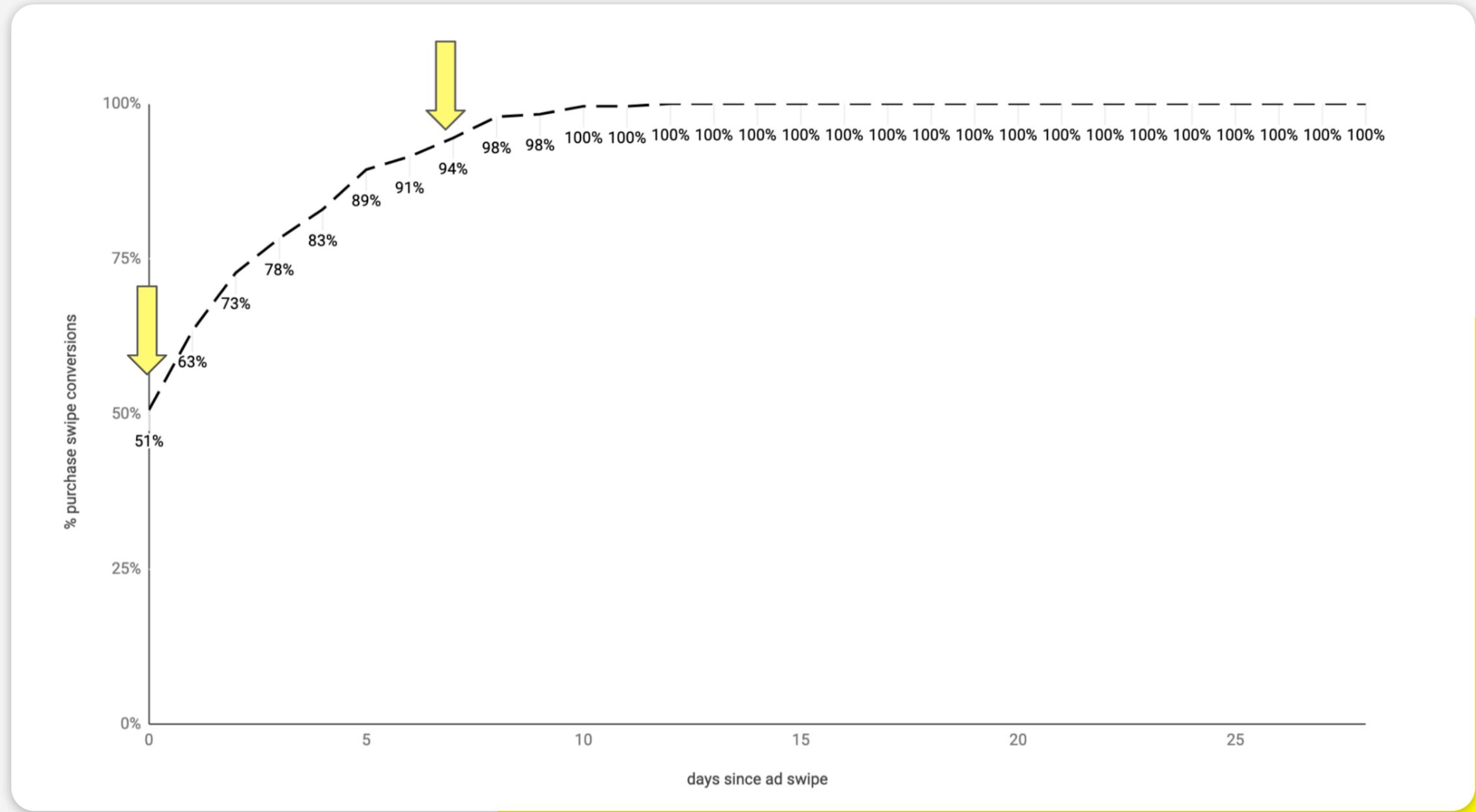
90%

바운스 비율



광고주 어트리뷰션 모델 찾기

여기에 나와 있는 것처럼 맞춤 설정 어트리뷰션 플롯을 생성하면 Snap의 어트리뷰션 모델 및 전환 동작을 판단하는데 도움이 됩니다. 마켓 분석에 따르면, Snap에서 광고를 보고 12시간 후에 90% 전환을 달성했습니다.





어트리뷰션 윈도우 길이에 영향을 미치는 요인

변수	짧은 어트리뷰션 윈도우에 기여	긴 어트리뷰션 윈도우에 기여
평균 주문 가격	저렴한 제품/충동 구매(예: Grubhub 주문)	비쌌 - 최고급 럭셔리 제품 구매
캠페인 유형	리마케팅	예상
구매 유형	1회 구매	월별 구독 약속
제품 유형	별 5개 리뷰가 수백만 개 있는 인기 제품	소비자가 구매를 고려하기도 전에 사전 교육 사이클이 필요한 신제품 출시
할인/쿠폰 혜택	매우 공격적인 강력한 할인(예: 사이버 먼데이 또는 블랙 프라이데이)	빠듯한 기한 없이 즉시 구매할 수 있는 소액의 인센티브
브랜드 파워	충성도 높은 고객을 보유한 잘 자리 잡은 브랜드	스타트업 비즈니스
마케팅 채널 유형	적극적으로 제품을 찾는 소비자(예: Google 검색 - Adwords)	소셜 기반 노출(Snap, Pinterest, Instagram)



여러분의
성공을
위한 준비



Snapchat에서 **처음부터 시작하기**

Snapchat 활동을 시작하기 위한 프레임워크 및 타임라인



온보딩
준비

명확한 목표 설정

- Snapchat 활동의 목표는 무엇인가요?
- 전환을 올바르게 추적하도록 설정되어 있나요?
- 성공을 위한 적절한 크리에이티브가 있나요?



첫 2주
1단계

학습 단계

- 여러 오디언스를 대상으로 한 자동 입찰로 시작
- 개별 광고 세트를 통한 광범위한 데모, 관심사 및 맞춤 설정한 유사 오디언스 테스트
- Snap Ad로 시작하여 광고 세트당 최소 5개의 광고 제작
- 오디언스 규모가 200만 명 이상이며 비용이 하루 200달러 이상인지 확인



다음 4주
2단계

테스트하고 배우기

- 자동 입찰, 목표 비용 및 최대 입찰을 테스트하여 규모와 실적 개선
- 다음을 포함해 다양한 목표 기반 입찰 테스트
 - 앱 설치
 - 앱 구매
 - 앱 가입
 - Pixel 구매
 - Pixel 카트에 추가
- 스토리 광고 및 컬렉션 광고뿐만 아니라 전자상거래 광고주를 위한 동적 형식도 도입
- 더 많이 배울 수 있도록 새로운 마켓으로 지출 확장



6주 및 그 이후
3단계

배운 것을 구현하기

- 다양한 CTA 및 메시징을 테스트하여 크리에이티브 스타일 개선
- Snapchat에서 브랜드에 대한 모범 사례 구축
- 신규 사용자/고객을 유도하기 위한 브랜드 활동 소개



적절한 미디어 혼합을 위한 테스트



어트리뷰션 성공을 위한 미디어 계획

주	1	2	3	4	5	6	7	8
권장하는 광고 유형 및 구독 형식별 예산 할당 비율								
Web_View (이미지/동영상 전용)	100%	100%	100%	100%	100%	80%	80%	80%
스토리 광고/DPA/컬렉션						20%	20%	20%
마일스톤	새로운 광고주!			어트리뷰션 미팅		제품 확장		

예산 계산기: [여기](#)

Total Budget	100%		Prospecting	Retargeting
Snap Ads	100%	>	70%	30%
Story Ads / DPA / Collection	0%	>	50%	50%
ENTER BUDGET	\$2,500		Prospecting	Retargeting
Snap Ads	\$2,500	>	\$1,750	\$750
Story Ads / DPA / Collection	\$0	>	\$0	\$0

Total Budget	100%		Prospecting	Retargeting
Snap Ads	80%	>	70%	30%
Story Ads / DPA / Collection	20%	>	50%	50%
ENTER BUDGET	\$3,000		Prospecting	Retargeting
Snap Ads	\$2,400	>	\$1,680	\$720
Story Ads / DPA / Collection	\$600	>	\$300	\$300

전자상거래 캠페인 구성 성과 최적화

캠페인	광고 세트	게재 위치, 최적화 및 입찰	광고 세트당 크리에이티브 2~5개
<p>획득 Snap Ad 및 스토리 광고 목표 웹사이트 전환</p>	<p>Snap Ad 브로드 - 데모 전용</p> <p>Snap Ad LAL 균형 구매자</p> <p>2~3개의 관련 이미지</p>	<p>자동 게재 위치 구매 옵션 타겟 비용/자동 입찰</p>	<p>필요한 애셋: 짧은 동영상 2~5개 (6~10초) 또는 이미지</p>
	<p>스토리 광고 브로드 - 데모 전용</p> <p>스토리 광고 LAL 균형 구매자</p> <p>스토리 광고 2~3개의 관련 이미지</p>	<p>자동 게재 위치 구매 옵션 타겟 비용/자동 입찰</p>	<p>필요한 애셋: 3개 이상의 짧은 동영상, 텍스트가 없거나 로고가 1개인 1~3개의 타일 이미지</p>
<p>리타게팅 Snap Ad 및 스토리 광고 목표 웹사이트 전환</p>	<p>Snap 광고 페이지 조회 excl 구매(30~180일)</p> <p>스토리 광고 페이지 조회 excl 구매(30~180일)</p>	<p>자동 게재 위치 스와이프 업/스토리 열기 옵션 자동 입찰 또는 구매 옵션 자동 입찰</p>	<p>2~3개의 Snap Ad 2~3개의 스토리 광고</p>

전자상거래 캠페인 구성 성과 최적화 - 동적 광고

캠페인

광고 세트

게재 위치, 최적화
및 입찰

광고 세트당 크리에이티브
2~5개

획득

목표 카탈로그 판매
오디언스 유형: 예상

브로드 - 데모 전용

자동 게재 위치
구매 옵션
자동 입찰

필요한 애셋:
제품 카탈로그

리타게팅

목표 카탈로그 판매
오디언스 유형: 리타게팅

조회 또는 ATC 30일

조회 또는 ATC 15일

조회 또는 ATC 7일

자동 게재 위치
구매 옵션
자동 입찰

필요한 애셋:
제품 카탈로그



GoGlobal
with Snap

자세한 내용은

당사 웹사이트

forbusiness.snapchat.com/go-global-with-snapchat에서 확인하거나

현지 APAC 엑스퍼트에게 문의하세요.