
Google Ads 캠페인 셋업 매뉴얼

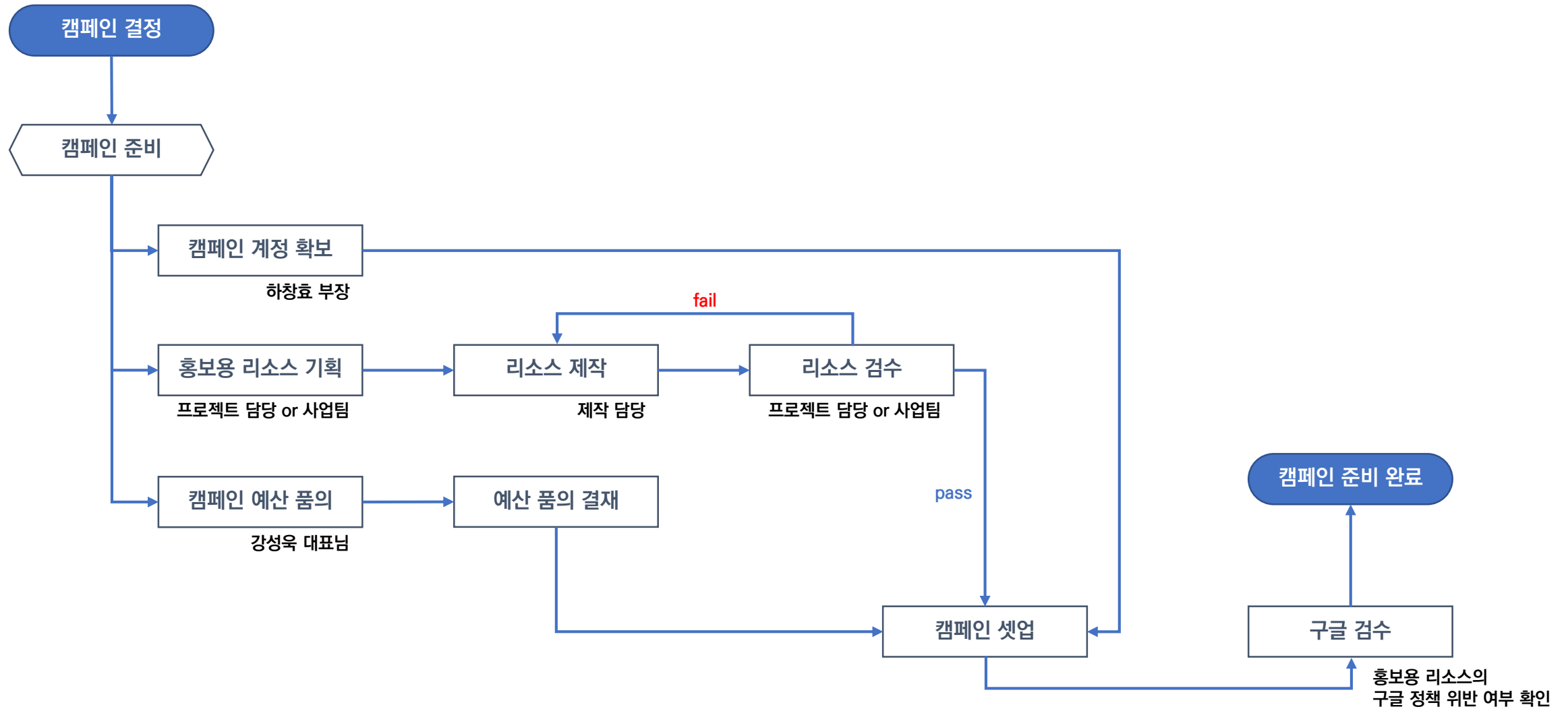
내부 공유용 정보 정리

Author Sesisoft

Date 2023. 6. 14

광고 집행을 위한 프로세스

플로우 차트



캠페인 결정

- 강성욱 대표님 또는 회사 경영진으로부터 프로젝트의 상황에 맞는 캠페인 계획이 결정됩니다.
- 담당 프로젝트 부서는 유관 부서와 협의하여 캠페인 준비를 진행해야 합니다.

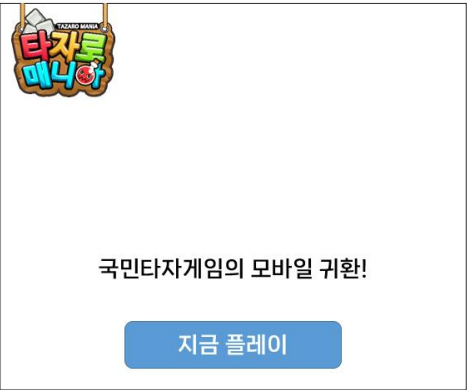
캠페인 준비 – 계정 확보

- 구글 애즈를 통한 캠페인을 진행하기 위해서는, 구글 애즈 접속 가능 계정이 필요합니다.
- 사내 구글 애즈 계정 관리자인 서비스팀 하창효 부장에게 문의하여, 접속 가능한 계정을 확보합니다.
통상적으로 사내 이메일 주소 xxx@sesisoft.com을 활용합니다.
- 계정에 접근 권한이 부여되었다면, 구글 애즈 콘솔에 접속하여, 접속 및 캠페인 세팅 권한을 확인합니다.

캠페인 준비 – 홍보용 리소스 기획

- 캠페인에 사용할 리소스를 기획해야 합니다.
- 프로젝트 담당자는 이미지 광고만 진행할지, 동영상 리소스를 포함한 광고를 진행할지 의사 결정 해야 합니다.
- 홍보용 리소스의 연출 방식, 레이아웃, 사용 에셋 등에 대한 레퍼런스를 확보하여 기획안을 제작합니다.
기획안을 프로젝트 담당자가 직접 제작하거나, 사업팀 김민우 부장에게 문의하여 자문을 받을 수도 있습니다.

홍보용 배너 #1 : 귀여운 캐릭터와 에셋의 조화를 통한 캐주얼한 감성 자극



국민타자게임의 모바일 귀환!



지금 플레이

정사각형 Size : 600x600
세로형 Size : 600x1067

캐주얼한 캐릭터들이 잘 보이도록 배치
게임 로고 함께 배치

* 예시 이미지는 모두 임의로 만든 것이며,
작업 과정에서 더 좋은 아이디어가 있으시다면
반영 및 코멘트 부탁 드립니다.

※ref



캠페인 준비 – 홍보용 리소스 제작

- 리소스 기획안을 제작 부서에 전달하여 제작 요청합니다.
- 초안과 최종안 마감에 대한 기한을 확정한 상황에서 제작을 진행해야 합니다.
- 제작된 리소스를 검수, 피드백을 거쳐 완성합니다.

캠페인 준비 – 예산 품의 및 결재

- 캠페인에 관련된 예산과 계획을 정리하여, 품의를 상신합니다.
- 품의에는 하기 정보가 반드시 기재되어야 합니다.
 - 총 캠페인 기간
 - 총 캠페인 예산
 - 일별 집행 금액
- 결재라인 : 기안자 → 조직장 → 강성욱 대표이사님

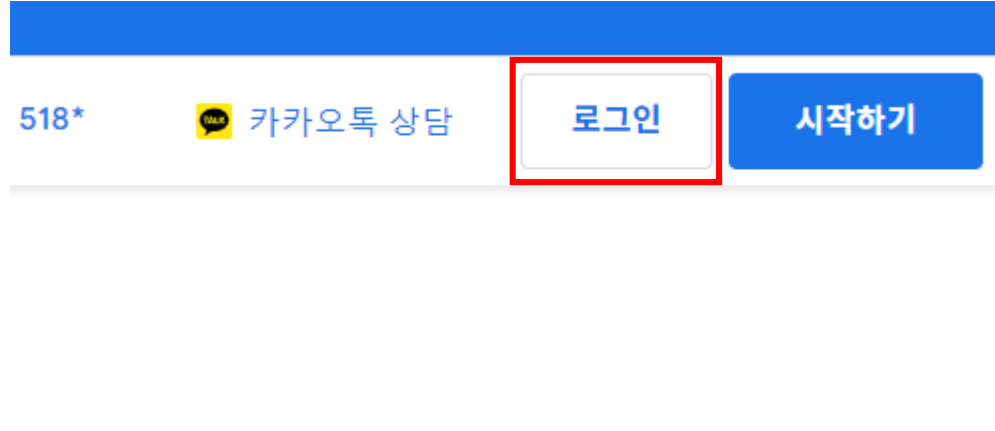
Google Ads 캠페인 셋업 과정

주의사항

- 본 문서는 캠페인의 셋업과 집행 과정만을 안내합니다. 캠페인의 지표 및 성과 추적은 안내하지 않습니다.
- 본 문서의 가이드는 캠페인의 목적에 따라, 변동될 수 있는 부분이 있습니다.
- 캠페인 셋업을 위해서는 구글 애즈 접근 가능 계정이 필요합니다.
접근 가능 계정은 하창효 부장에게 문의 부탁드립니다.

로그인

- [바로가기](#)
- 접근 가능 계정을 확보하고, 홈페이지 우측 상단의 로그인 버튼을 클릭하여 접속합니다.
- 접속 후에는 자동으로 대시보드 화면으로 이동합니다.



대시보드 화면

만들기

캠페인

목표

도구

결제

관리

개요

추천

통계 및 보고서

캠페인

애셋

잠재고객, 키워드, 콘텐츠

변경 내역

세부 메뉴 카테고리

주요 메뉴 카테고리

Google Ads

페이지 또는 캠페인 검색

디자인 새로고침 도움말 알림

398-407-2300 SESISOFT songwy82@sesisoft.com

보기(필터 2개) 모든 캠페인

캠페인(1개) 캠페인 선택

열람하려는 캠페인을 필터링합니다.

필터 캠페인 상태: 사용 설정됨, 일시중지됨 광고그룹 상태: 사용 설정됨, 일시중지됨 필터 추가

저장

개요

최근 7일 2023년 6월 7일 ~ 13일

최근 30일 표시

+ 새 캠페인

다운로드 사용자 의견

클릭수	노출수	평균 CPC	비용	
0	0	₩0	₩0	

2

1

0

2023년 6월 7일

2023년 6월 13일

필터링된 캠페인의 성과를 열람할 수 있습니다.

임시 캠페인

캠페인

전환 추적 상태

계속해서 캠페인 만들기

타자로매니아 DA

최종 수정 날짜: 2023년 6월 13일

캠페인 유형: 디스플레이

캠페인 실적 요약

	비용	클릭수	클릭률(CTR)
점핑파티 1	₩0	0	0.00%

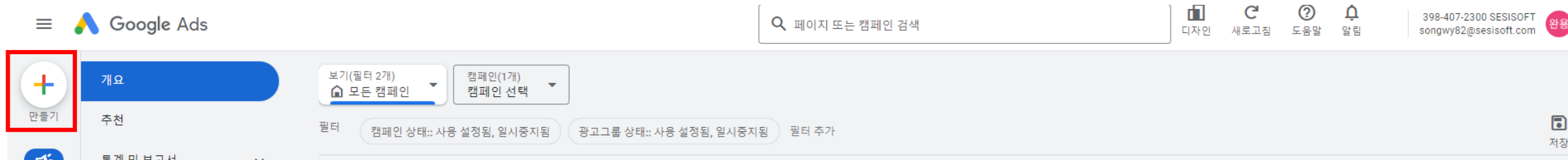
비활성 태그

확인되지 않음

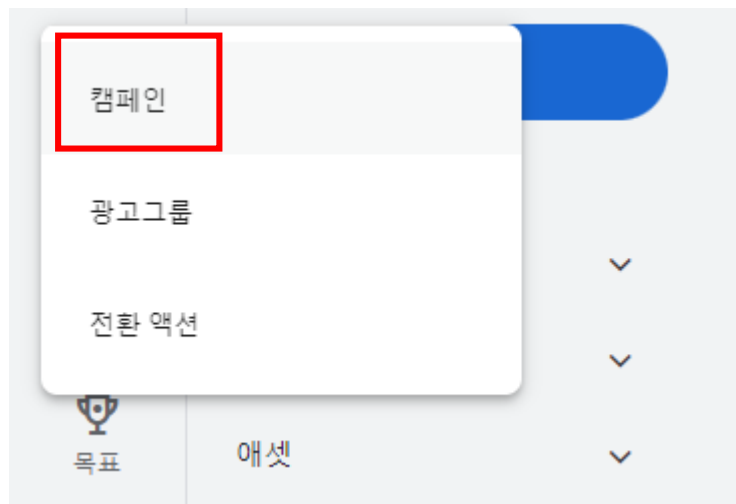
0

0

캠페인 생성



만들기 버튼을 클릭하고 목록에서 캠페인을 선택합니다.



캠페인 목표 선택

캠페인 목표가 무엇인가요?

목표 선택하기

캠페인에 가장 적합한 목적과 설정에 맞게 환경을 구현할 수 있는 목표를 선택합니다.



판매

온라인, 앱, 전화, 매장을 통한 판매를 촉진합니다.



리드

고객의 액션을 유도하여 리드 및 다른 전환을 늘립니다.



웹사이트 트래픽

관련성 높은 사용자가 웹사이트를 방문하도록 유도합니다.



제품 및 브랜드 구매 고려도

사용자가 내 제품 또는 서비스를 살펴볼도록 유도합니다.



브랜드 인지도 및 도달범위

광범위한 잠재고객에게 광고를 게재하여 인지도를 구축합니다.



앱 프로모션

앱의 설치 수, 참여도 및 사전 등록을 늘립니다.



오프라인 매장 방문 및 프로모션

음식점, 대리점 등 오프라인 매장으로의 방문을 유도합니다.



목표 설정 없이 캠페인 만들기

목표를 바탕으로 한 추천 없이 캠페인 유형을 먼저 선택합니다.

취소

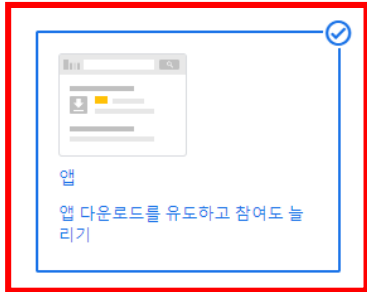
계속

캠페인 목적에 적합한 목표를 선택합니다.

통상적으로는 게임에 대한 홍보와 UA가 주 목적이므로 앱 프로모션을 선택합니다.

캠페인 유형 선택

캠페인 유형 선택



자동으로 선택되는 부분입니다.
따로 조작하지 않아도 됩니다.

캠페인 하위유형을 선택하세요. [자세히 알아보기](#)

- ☒ 앱 설치
신규 사용자가 앱을 설치하도록 유도
- ☐ 앱 참여
기존 사용자가 앱에서 액션을 취하도록 유도합니다. 이 캠페인을 운영하려면 설치 수가 250,000회 이상이어야 합니다.
- ☐ 앱 사전 등록(Android 전용)
앱 출시 전 사전 등록할 신규 사용자 확보

캠페인의 목적에 맞는 하위 유형을 선택합니다.

모바일 앱 플랫폼 선택

- ☐ Android
- ☐ iOS

캠페인을 진행할 앱의 플랫폼을 선택하고 앱 다운로드 URL을 입력합니다.
캠페인별로 한 개의 플랫폼만 선택 가능합니다.

앱 검색

안드로이드와 iOS 모두 캠페인을 진행하기 위해서는, 2개의 캠페인을 설정해야 합니다.

캠페인 이름 규정

캠페인의 이름을 규정합니다. 내부에서 확인과 구분이 용이한 이름을 임의로 작성합니다.

캠페인 이름

전상비M 11월 구글 플레이 홍보

취소

계속

캠페인 이름 규정 완료 후, 계속 버튼을 입력하여, 다음 화면으로 이동합니다.

캠페인 하위유형을 선택하세요. [자세히 알아보기](#)

- ☒ 앱 설치
신규 사용자가 앱을 설치하도록 유도
- ☐ 앱 참여
기존 사용자가 앱에서 액션을 취하도록 유도합니다
- ☐ 앱 사전 등록(Android 전용)
앱 출시 전 사전 등록할 신규 사용자 확보



캠페인 이름

전상비M 11월 구글 플레이 홍보

캠페인 설정

위치

타겟팅할 위치 선택 ⓘ

☐ 모든 국가 및 지역

☒ 대한민국

☐ 다른 위치 입력

ⓘ

앱을 다운로드할 수 있는 국가에서만 광고가 게재됩니다.

▼ 위치 옵션

언어

고객이 사용하는 언어를 선택하세요. ⓘ

한국어 ×

타겟 위치에 기초해 다음과 같은 언어를 추가해 보세요.

영어

전체 추가

⚙️ 설정 더보기

다음

⚙️ 설정 더보기

시작일 및 종료일

시작일: 2023년 6월 14일 종료일: 미설정

데이터 피드

피드를 추가하여 타겟팅을 향상하고 내 피드 항목이 포함된 광고를 게재하세요.

다음

타겟팅 국가와 타겟팅 대상이 사용하는 언어를 규정합니다.

국내 대상 캠페인일 경우, 대한민국을 선택합니다.
글로벌 캠페인일 경우, 모든 국가를 선택합니다.

국내 대상 캠페인일 경우, 기본적으로 한국어가 세팅되어 있고,
따로 조작할 부분은 없습니다.
단, 글로벌 캠페인일 경우, 영어 또는 전체 추가를 통해
타겟 대상이 쓰는 언어군을 확장해야 합니다.
캠페인의 목적에 맞게 설정합니다.

설정 더보기를 클릭하여,
캠페인 시작일과 종료일을 입력합니다.

모든 정보 입력 완료 후, 다음 버튼을 클릭합니다.

Copyright © Sesisoft Co., Ltd. All Rights Reserved

예산 및 입찰

목표에 가장 적합한 예산 및 입찰 옵션 선택

예산



이 캠페인의 평균 일일예산 설정

₩ 1,000,000

한 달을 기준으로 보면 일일예산에 월 평균 일수를
곱한 금액보다 초과 지불되는 경우는 없습니다. 일
일예산보다 적은 금액을 지출하는 날도 있고, 일일
예산의 최대 2배까지 지출하는 날도 있습니다. [자
세히 알아보기](#)

투입하고자하는 일 평균 예산을 입력합니다.

입찰

어떤 부분에 중점을 두고 싶으세요? ②

설치 수량 ▼

설치 수를 어떻게 추적하시겠습니까? ②

전상비M(Android) 설치(2023-06-14T13:10:20.153)
Google Play ▼

어떤 유형의 사용자를 타겟팅하시겠습니까? ②

모든 사용자 ▼

☒ 타겟 설치당비용 설정(선택사항)

타겟 설치당비용

₩ 1,000

❗ 선택한 지역을 타겟팅하는 다른 앱의 일반적인 설치당비용은 ₩1,172입니다.

적용

✅ 이 캠페인에서는 타겟 CPA 입찰 전략을 사용하여 설정된 예산을 넘지 않는 수준에서 최대한 많은 전환이 발생하도록 합니다. [자세히 알아보기](#)

신규 설치 집중

이 옵션을 선택하면 앱의 신규 설치 수를 최대화할 수 있도록 입찰가를 최적화합니다.
[자세히 알아보기](#)

타겟 설치당비용(CPI)은 사용자가 앱을 설치하거나 처음 열 때마다 지불하고자 하는 평균 금액입니다.
[자세히 알아보기](#)

자동 처리되는 부분입니다.
별도로 수정하지 않습니다.

[다음](#)

Copyright © Sesisoft Co., Ltd. All Rights Reserved

홍보용 리소스 추가 (이미지, 동영상)

복귀 유저에게 엄청난 혜택이!

28/90

설명


0/90

설명

0/90

+ 설명

이미지
최대 20개까지 추가하세요(권장).



수정

동영상
최대 20개까지 추가하세요(권장).

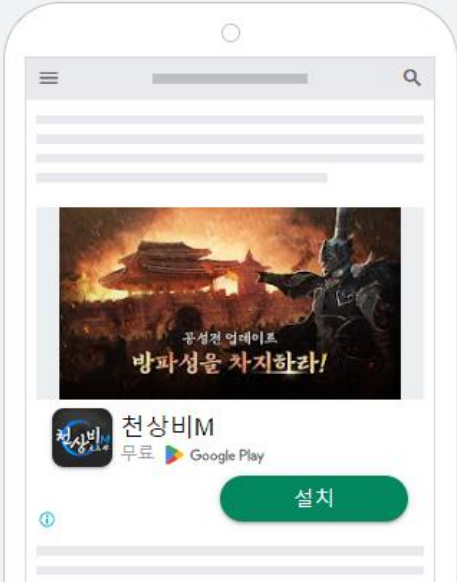
+ 동영상

HTML5
최대 20개까지 추가하세요(권장).

+ HTML5

고급 옵션

내 텍스트 광고 미리보기(300x250)



홍보에 사용할 각 리소스를 첨부합니다.

- 이미지
- 동영상

여기에 표시된 미리보기는 예시일 뿐 가능한 모든 형식이 포함된 것은 아닙니다. 광고 콘텐츠에 대한 책임은 광고주에게 있습니다. 제공하신 애셋이 개별적으로든 조합된 형태로든 정책을 위반하지 않아야 합니다.

다음

모든 정보 입력 완료 후, 다음 버튼을 클릭합니다.

캠페인 검토

캠페인 검토

캠페인 게시

입력한 정보에 이상이 없다면, 캠페인 게시를 클릭합니다.
구글에서 광고 세팅 상황 및 홍보용 리소스의 적절성 여부를
검수 후, 캠페인이 시작됩니다.

캠페인 이름

천상비M 11월 구글 플레이 홍보

캠페인 유형

앱

캠페인 하위 유형

앱 설치

예산 및 입찰

예산

₩1,000,000/일

입찰

설치 수량(모든 사용자)

캠페인 설정

모바일 앱

천상비M, Sesisoft(Android)

위치

대한민국(국가)

언어

한국어

지금까지 세팅한 모든 내용을 요약하여 보여줍니다.

감사합니다