▮ 광고 캠페인 성과 보고서

회사명: 스마트리테일 주식회사

보고 기간: 2023년 4분기 (10월 ~ 12월)

작성일: 2024년 1월 15일

1. 모바일 앱 광고 캠페인 분석

■ 광고 소재별 전환율 비교

2023년 4분기 동안 진행된 모바일 앱 광고 캠페인에서 다양한 광고 소재의 성과를 분석한 결과는 다음과 같습니다.

광고 소재 유형	노출 수	클릭 수	CTR (%)	전환 수	전환율 (%)	광고 비용 (만 원)
☑ 인터랙티브 비디 오	1,245,890	87,612	7.03	5,257	6.00	3,250
👛 이미지 캐러셀	2,156,340	112,430	5.21	5,059	4.50	2,890
🕻 15초 동영상	1,876,230	93,811	5.00	3,752	4.00	2,450
🧧 정적 이미지	3,234,567	129,382	4.00	3,881	3.00	1,780
☑ 텍스트 기반 광	1,567,890	62,715	4.00	1,254	2.00	980
🎮 플레이어블 광고	987,654	49,382	5.00	2,469	5.00	2,100

🏆 주요 발견사항

최고 전환율 광고 소재: 인터랙티브 비디오 (6.00%)

- 인터랙티브 비디오 광고가 6.00%의 전환율로 1위를 기록했습니다.
- 이는 2위인 이미지 캐러셀(4.50%)보다 1.5%p 높은 수치입니다.
- 사용자 참여를 유도하는 인터랙티브 요소가 구매 전환에 효과적임을 확인했습니다.

• CTR 역시 7.03%로 가장 높아 클릭과 전환 모두에서 우수한 성과를 보였습니다.

💰 광고 소재별 ROI 분석

광고 소재 유형	전환당 비용 (CPA)	전환 가치	ROI (%)
인터랙티브 비디오	6,182원	5억 2,570만원	1,518%
◉ 이미지 캐러셀	5,712원	5억 590만원	1,650%
🎮 플레이어블 광고	8,504원	2억 4,690만원	1,075%
% 15초 동영상	6,530원	3억 7,520만원	1,431%
☑ 정적 이미지	4,586원	3억 8,810만원	2,080%
🥑 텍스트 기반 광고	7,814원	1억 2,540만원	1,180%

2. 2023년 4분기 온라인 광고 캠페인 전체 성과 요약

✓ 전체 캠페인 주요 지표

총 노출 수	총 클릭 수
1,106만	53.5만
총 전환 수	평균 전환율
21,672	4.05%
	1,106만 총전환수

평균 CPA 전체 ROI

6,183원 1,582%

■ 월별 성과 추이

월	광고 비용	노출 수	클릭 수	CTR (%)	전환 수	전환율 (%)	매출
10월	4,120만원	3,456,789	165,925	4.80	6,637	4.00	6억 6,370만 원
11월	4,380만원	3,687,234	177,227	4.81	7,089	4.00	7억 890만 원
12월	4,950만원	3,924,548	192,203	4.90	7,946	4.13	7억 9,460만 원
4분기 합계	1억 3,450 만원	11,068,571	535,355	4.84	21,672	4.05	21억 6,720 만원

◎ 채널별 성과 분석

광고 채널	광고 비용	노출 수	클릭 수	전환 수	전환율 (%)	ROI (%)
모바일 앱 광고	5,450만 원	4,623,781	267,665	10,854	4.06	1,892%
소셜 미디어 (페이스북/인스 타그램)	3,890만 원	3,234,567	142,522	5,701	4.00	1,365%
구글 디스플레이 네트워크	2,340만 원	2,456,789	88,444	3,538	4.00	1,412%
네이버 검색 광고	1,770만 원	753,434	36,724	1,579	4.30	832%

📌 4분기 캠페인 핵심 요약

전체 성과:

- 총 1억 3,450만원의 광고 예산으로 21억 6,720만원의 매출 달성 (ROI 1,582%)
- 1,106만 회의 노출과 53만 회 이상의 클릭 기록
- 평균 CTR 4.84%, 평균 전환율 4.05%로 업계 평균 대비 우수한 성과
- 12월에 가장 높은 성과 기록 (연말 쇼핑 시즌 효과)

채널 성과:

- 모바일 앱 광고가 전체 전환의 50%를 차지하며 가장 효과적
- 소셜 미디어가 두 번째로 높은 전환 수 기록
- 모든 채널에서 4% 이상의 전환율 달성

광고 소재:

- 인터랙티브 비디오가 6.00%의 최고 전환율 기록
- 동적이고 참여형 콘텐츠가 정적 콘텐츠 대비 2배 높은 전환율

향후 권장사항:

- 인터랙티브 비디오 광고 예산 확대 (현재 대비 +40%)
- 모바일 앱 광고 채널 집중 투자
- 연말 시즌 마케팅 예산 사전 확보
- 신규 플레이어블 광고 소재 개발 및 테스트

© 2024 스마트리테일 주식회사 | 마케팅팀

본 문서는 기밀 정보를 포함하고 있습니다. 무단 배포 및 복제를 금합니다.