

# 패션 브랜드

## 운영 전략 변경 제안서



INDEX

## 목차

### 1. 물지표&컨설팅

- 방문자수 추이
- 몰매출 추이
- 전환율 추이
- 신규회원 추이
- 전환율 & 방문자당 가치 향상
- 회원가입 및 가입율 개선

### 2. 광고매체 리뷰

- GFA
- 네이버 쇼핑검색
- 카카오 쇼핑박스

### 3. 신규매체 제안

- CRITEO
- PICLICK
- 패션 by kakako

# 01. 월간 리뷰&추이

방문자수 추이

몰매출 추이

전환율 추이

신규회원 추이

전환율 & 방문자당 가치 향상

회원가입 및 가입율 개선

01. 몰지표&컨설팅

02. 광고매체리뷰

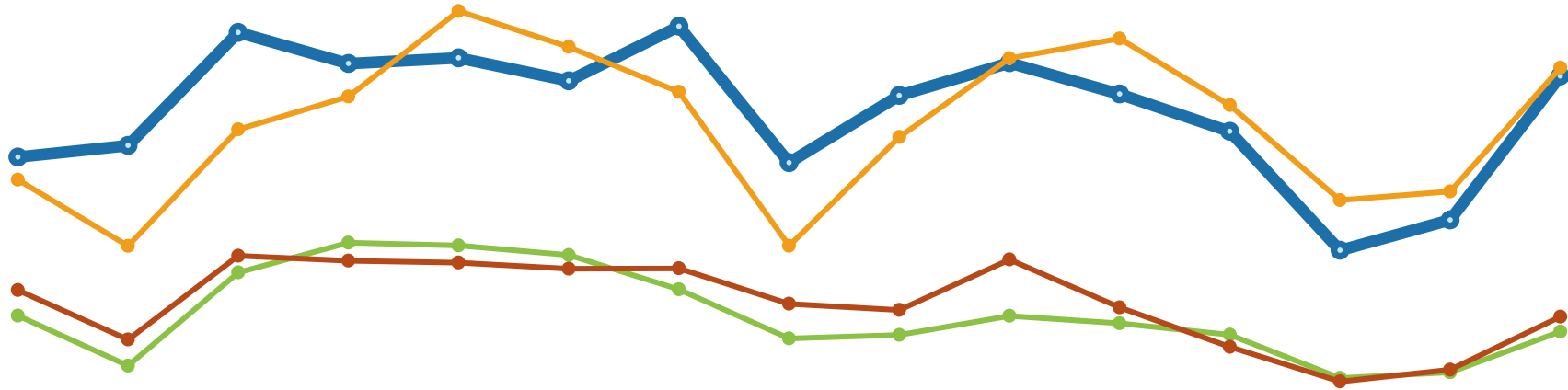
03. 신규 매체 제안



## 자사분석&사이트컨설팅

# 자사& 카테고리 평균 방문자 추이

- ✓ 자사의 작년3월 대비 올해3월 방문자 등락폭은 약 -8% 하락. 경쟁 업체 평균 등락폭은 -25%, 경쟁사 대비 상승추세
- ✓ 작년 10월 이후 방문자수, 경쟁사에 비해 낮은 수치로 집계, 방문자 확보를 위한 전략 필요

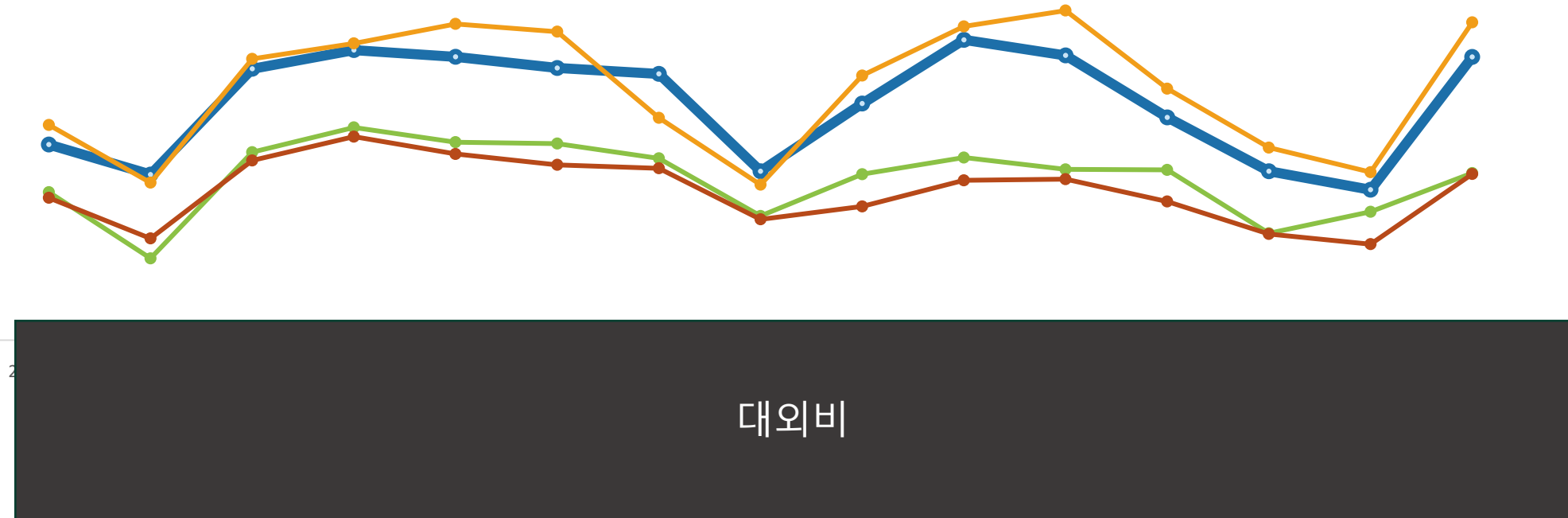


대외비

## 자사분석&사이트컨설팅

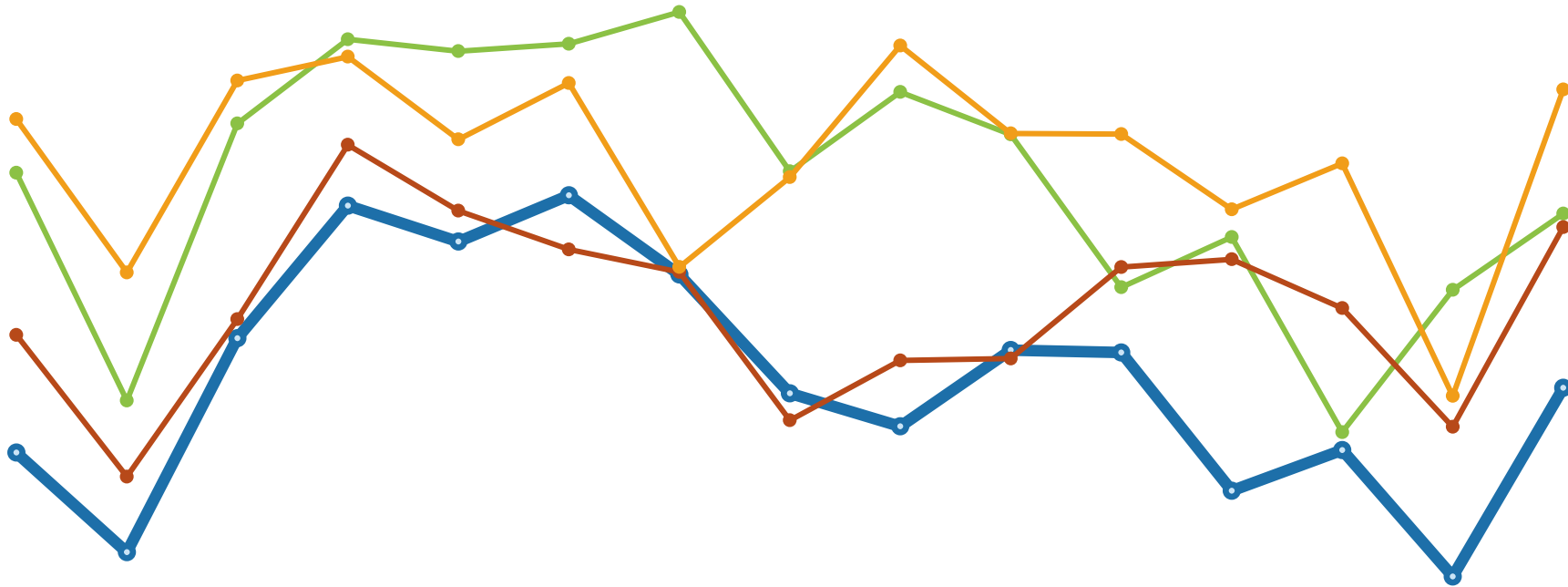
# 자사& 카테고리 평균 몰매출 추이

- ✓ 자사의 작년3월 대비, 올해 3월 매출 YOY는 약 4% 상승. 경쟁 업체의 평균 등락폭 -6%, 카테고리 평균 대비 상승추세  
카테고리 평균 대비 작년3월 대비 올해 3월 약 13% 상승 데이터 보임.
- ✓ 신규회원의 수가 카테고리 평균에 비해 월등히 높은 지표를 보이고 있으며 전환율도 자사 대비 높은 수치 나타남.



## 자사&카테고리 평균 전환율 분석

- ✓ 자사의 경우 몰 규모 및 방문자 대비 전환율 지표가 타경쟁사에 비해 낮은 수치로 집계됨
- ✓ 전환율을 끌어 올릴 수 있는 전략적용이 필요함



대외비

## 자사분석&사이트컨설팅

# 전환율 및 방문자당 가치 향상

### ✓ 재입고 상품 및 1~2만원 대 상품 카테고리&배너 추가

재입고 상품 카테고리 및 배너 추가 → 반응 좋은 재입고 상품들 구매 유도

1~2만원대 배너 추가 → 1~2만원 대 저렴한 상품들을 묶어서 구매할 수 있게 하여, 구매당 개수 증가 유도

대외비

<자사 카테고리 및 배너>

<경쟁사 카테고리 및 배너 >

자사분석&사이트컨설팅

## 전환율 및 방문자당 가치 향상

- ✓ 고객리뷰 및 후기가 많은 베스트 상품의 경우, 상세페이지 상단에 노출  
리뷰 및 후기를 보고 사는 구매자들 특성을 고려하여, 리뷰 및 후기를 상단에 노출하여 전환 유도

대외비

<경쟁사 고객 리뷰 및 후기>



## 자사분석&사이트컨설팅

# 전환율 및 방문자당 가치 향상

### ✓ 할인율 및 SALE 이벤트 가독성 높이기

상품 목록 페이지 및 상세페이지에 타임 SALE 이벤트 표기 → 타임 SALE 이벤트의 가독성을 높여, 해당 날짜에 맞춰 구매 유도

대외비

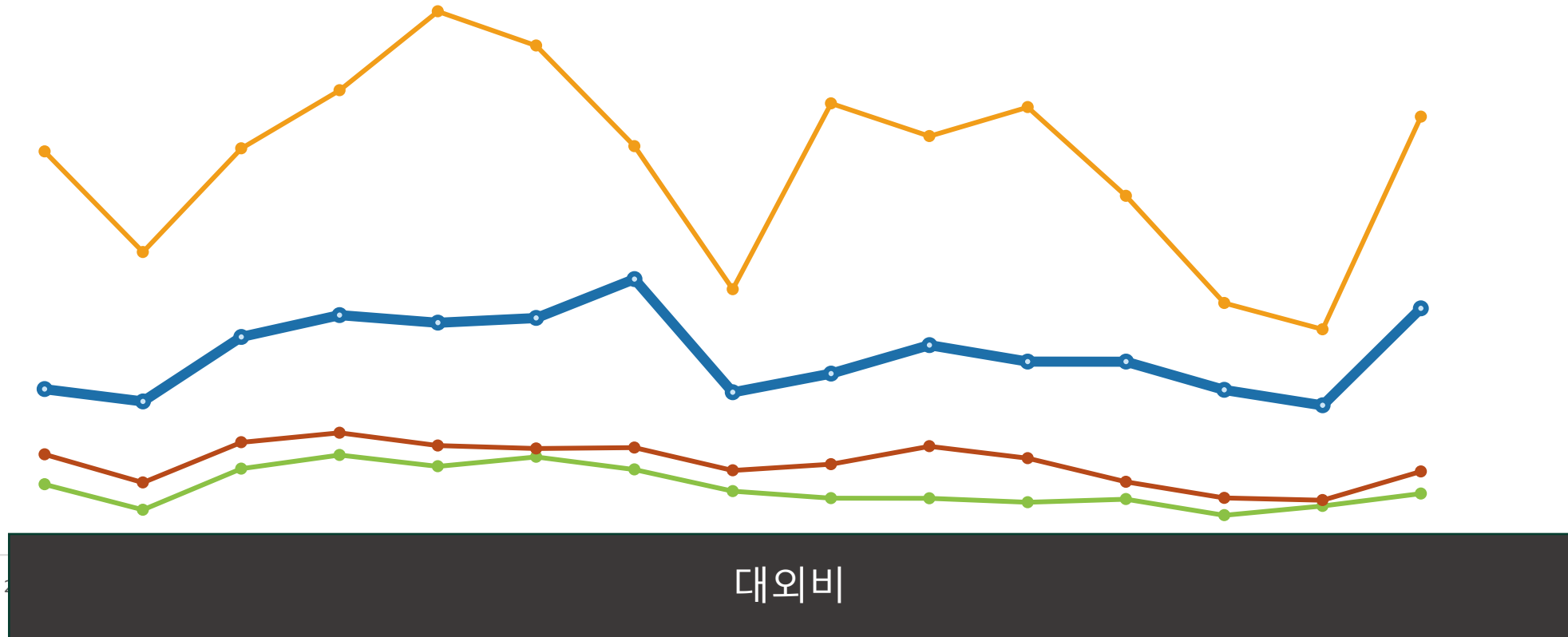
<자사 SALE 표기>

<경쟁사 SALE 표기 >

## 자사분석&사이트컨설팅

# 자사&카테고리 신규회원 추이

- ✓ 자사 대비 카테고리 평균의 신규회원수는 평균 1.9배 차이남.
- ✓ 신규 유입을 위한 운영전략 및 광고전략이 필요할 것으로 보임



## 자사분석&사이트컨설팅

# 회원가입 및 가입율 개선

✓ 비회원 전환을 높이기 위해 네이버페이 버튼 활용

카테고리 평균에 비해 비회원 구매율이 높은 자사 구매율 상황 고려하여 네이버페이 버튼 활용을 통해 비회원 전환율 상승 유도



자사분석&사이트컨설팅

## 회원가입 및 가입율 개선

✓ 로그인&회원가입 페이지 및 상세페이지에 회원 가입시 받을 수 있는 혜택 정보 노출 → 회원가입 유도

대외비

<자사 로그인 및 회원가입 페이지>

<경쟁사 상세페이지, 로그인 및 회원가입 페이지 >

01. 월간리뷰&추이

02. 광고매체리뷰

03. 신규 매체 제안

# 02.광고매체 리뷰

## 매체별 TEST 제안

GFA

네이버 쇼핑검색

카카오 쇼핑박스





광고매체 리뷰 - 매체별 TEST 제안

GFA

- 매체 내부 데이터

1) 연령대

연령대
25세
30세
35세
40세
45세
50세

2) 디바이스 및 가

디바이스	
PC	네이
	네이
모름	네이
	네이
모바일	네이버 > 배
	네이버 > 배너 영역 > 서비스 통합
	네이버 > 피드 영역
	네이버 패밀리 매체 > 배너 영역
	네이버 패밀리 매체 > 피드 영역
	네이버 퍼포먼스 네트워크 > 배너 영역

TEST 제안 : 주력 타겟 및 디바이스에 노출

1) 게재 위치  
전지면 ▶ 네이버 메인 & 피드영역

2) 디바이스  
전체 ▶ 모바일  
(\* PC 노출 필요 시, '서비스통합' 영역 + 다른 그룹으로세팅 및 관리)

3) 연령대  
25-54세 ▶ 35-49세

내외미

광고매체 리뷰 - 매체별 TEST 제안

네이버 쇼핑검색

- 매체 내부 데이터

1) 검색 네트워크 영역

총 비용	노출수	클릭수	클릭율	CPC	광고비	전환수	전환율	매출	평균노출순위
대외비									

출처: 쇼핑검색 (22.12.22-23.03.21, 90일)

2) 검색어별

제품	전환수	상세검색어	전환수	제품	전환수	상세검색어	전환수
원피스	대외비	대외비		바지	대외비	대외비	
맨투맨				코트			
야상				맨투맨			
셔츠				패딩			
점퍼				세트			
스커트				원피스			
자켓							

22년 데이터 (22년 3월-22년 5월, 3개월)

23년 데이터 (22년 12월-23년 3월, 3개월)

3) 연령대

디바이스	성별	총 비용	노출수	클릭수	클릭율	CPC	전환수	전환율	매출	ROAS
PC	남성	대외비								
	알 수 없음									
	여성									
모바일	남성									
	알 수 없음									
	여성									
총합계										

출처: 쇼핑검색 (23.02.20-23.03.21, 30일)

'검색어 없는 경우' 광고노출 과소진

22년의 경우, 자사명 제외  
검색어에서 전환 발생  
  
23년에는 자사명에서만 검색어 발생  
작년 주력 검색어 세팅X



광고매체 리뷰 - 매체별 TEST 제안

네이버 쇼핑검색

- 매체 내부 데이터

4) 성별

출처: 쇼핑검색 (23.02.20-23.03.21, 30일)

디바이스	연령	총비용	노출수	클릭수	클릭율	CPC	전환수	매출	전환율	ROAS
PC	14세 ~ 18세	대외비								
	14세 미만									
	19세 ~ 24세									
	25세 ~ 29세									
	30세 ~ 34세									
	35세 ~ 39세									
	40세 ~ 44세									
	45세 ~ 49세									
	50세 ~ 54세									
	55세 ~ 59세									
	60세 ~ 99세									
	알 수 없음									
모바일	14세 ~ 18세									
	14세 미만									
	19세 ~ 24세									
	25세 ~ 29세									
	30세 ~ 34세									
	35세 ~ 39세									
	40세 ~ 44세									
	45세 ~ 49세									
	50세 ~ 54세									
	55세 ~ 59세									
	60세 ~ 99세									
	알 수 없음									
총합계										

연령대, 성별 가중치 필요  
주력 : 모바일, 여성, 35-59세

# 네이버 쇼핑검색

- 매체 내부 데이터

## 4) 성별

디바이스	연령
PC	14세
	14세
	19세
	25세
	30세
	35세
	40세
	45세
	50세
	55세
	60세
	알 수 없음
모바일	14세
	14세
	19세
	25세
	30세 ~ 34세
	35세 ~ 39세
	40세 ~ 44세
	45세 ~ 49세
	50세 ~ 54세
	55세 ~ 59세
	60세 ~ 99세
	알 수 없음
총합계	

TEST 제안

1) 검색 네트워크 영역 OFF  
전지면 ▶ 네이버 메인 & 피드영역

2) 연령대, 성별 가중치 축소  
연령: 14-35세 ▶ 60-70%  
성별: 남성, 알수없음 ▶ 60-70%

3) 주력 검색어 분류 세팅  
작년 3-5월 성과 좋았던 상품군&검색어 세팅  
원피스(-원피스, ---원피스), 맨투맨(린넨맨투맨, --맨투맨)

필요  
5-59세

광고매체 리뷰 - 매체별 TEST 제안

카카오 쇼핑박스

- 매체 세팅 및 성과
  - 1) 연결 URL: 대표URL + 직접 상품 URL
  - 2) 일평균 클릭수 높은편/ 전환율 낮은편 (23년 3월 기준)
    - 평균 CPC: 128
    - 평균 전환율: 0.29%
    - 3월 20일 이벤트 OPEN 이후, 전환율 및 성과 개선 중
  - 3) 노출 상품/ 전환 상품이 다름

노출상품	전환상품
대외비	

출처: 접속통계 (22.03. 21-22.04. 09 약 2주)

카쇼박 ▶ 현재 노출중인 광고소재



# 카카오 쇼핑박스

매체 세팅 및 성과

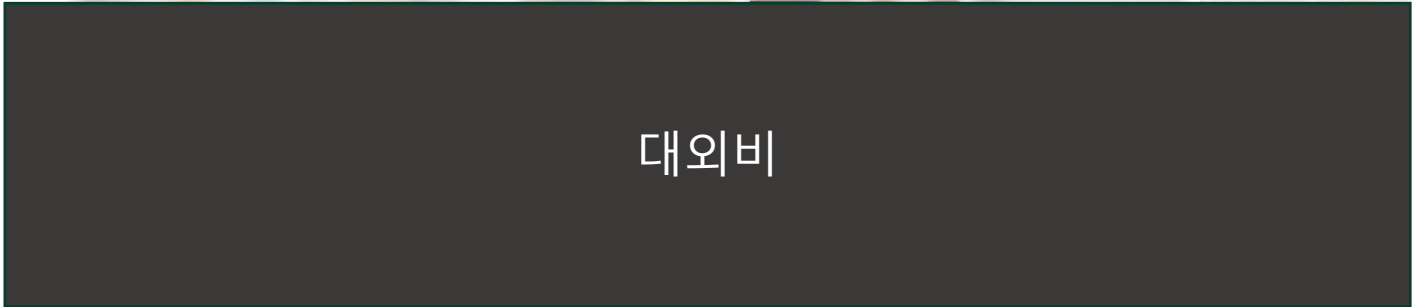
- 1) 연결 URL: 대
- 2) 일평균 클릭-
  - 평균 CPC:
  - 평균 전환율
  - 3월 20일 (
- 3) 노출 상품/ 전

노출상

TEST 제안

- 1) 랜딩 TEST
  - 전환율 낮음/ 노출&전환 상품이 다름
  - ▶ BEST 등 전환 성과가 좋은 상품들 OR 카테고리 랜딩 생성 및 TEST

2) 옷걸이컷 제안



대외비

01. 월간리뷰&추이

02. 광고매체리뷰

03. 신규 매체 제안

# 03.신규 매체 제안

## 광고 매체

커머스 미디어 플랫폼 'CRITEO'

Vision AI 기반 광고 플랫폼 'PICLICK'

패션 트렌드 탐색, 맞춤쇼핑 플랫폼 '패션 by kakako'



## 신규 매체 제안

# CRITEO

- ✓ 크리테오의 경우 이미지 배너, 동영상을 한 번에 집행 할 수 있음.
- ✓ 신규 유저 유입 및 리타겟팅 모두 가능한 장점.
- ✓ 국내 주요 포털 및 SNS 제휴, 뉴스& 커뮤니티 매체 노출.

크리테오 ▶ 광고 상품 주요 노출 매체



• 크리테오 제공

크리테오 ▶ 여성의류 카테고리 매체 성과

	CPC	CTR	ROAS
2022-05-01	대외비		
2022-06-01			
2022-07-01			
2022-08-01			
2022-09-01			
2022-10-01			
2022-11-01			
2022-12-01			
2023-01-01			
2023-02-01			
2023-03-01			

criteo.

# 크리테오

구매 할 준비가 되어 있는 고객을 타겟팅하고 원하는 상품을 보여주는 광고

과금 방식	CPC (쇼핑몰 기준 최저 PPC - PC 220원/모바일 200원) CPM (신규 유저 리타게팅 consideration Alpha)
초기결제 비용	110만 원 (VAT포함 / PC+모바일 동시 라이브 기준)
노출형태	다이나믹배너(일반 쇼핑물) 스태틱배너 (병원, 금융, 교육 등 웹사이트)
조건	신규 신청 시, 월 UV 증빙 자료 없이 진행 가능 *월 UV 4만 이상은 퍼포먼스를 위한 크리테오 권장사항

## Get Noticed



브랜드 인지도를 향상시키고  
상품에 대한 관심을 유도

브랜드 인지도 향상

동영상 조회수 향상

## Get Traffic



상품이나 서비스에 대해  
구매 고려

웹사이트 트래픽 증가

앱 트래픽 증가

앱 설치 증가

## Get Sales



관심을 가진 고객들이  
구매하도록 유도

웹사이트 구매전환율 향상

앱 구매전환율 향상

인스��어 구매전환율 향상

신규 매체 제안

PICCLICK

- ✓ 기사 이미지 속 가장 유사한 상품을 검색하여 배너 생성 및 상품 페이지 연결
- ✓ 설정한 키워드에 매칭하는 방식으로 매칭 시 배너에는 추천 제품, BEST 제품 등 노출
- ✓ 저렴한 비용으로 효율을 만들어 낼 수 있음 (CPC 약 100~200원 사이)

픽클릭 ▶ 광고 상품 노출 레퍼런스



16:28 KOREA 뉴스  
오늘 종합 연예 스포츠 포토 정치 경제·부동산  
[경남권] 부·울·경 매우 건조한 날씨  
→오전 내륙 중심 짙은 안개  
국제뉴스  
2023-02-10 02:02:01

신제품  
아이오랩 아이화이트 대용량 가습기 습도조절 통세척  
58,500원~  
52,797원~


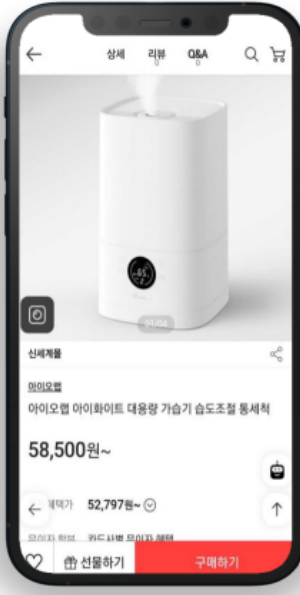
선택하기 구매하기

문맥과 맞는  
연관 상품 정보  
연결

키워드 매칭시 광고 노출

콘텐츠 태그   광고 키워드 예시

날씨	날씨, 건조, 기온
----	------------



\* 픽클릭 제공

픽클릭 ▶ 여성 카테고리 매체 성과

	광고비	유입	ROAS
A사	-	대외비	
B사	-		
C사	-		
D사	-		





광고상품	옛지 이미지/키워드
광고목적	상품과 연관성 있는 미디어의 뉴스기사에 매칭하여, 이미지 상단 좌측 광고 노출 or 기사 하단 이미지 노출
게제 지면	20개 이상의 매체 (언론사 비중 70%)
ROAS	평균 500% 이상



문맥과 맞는  
연관 상품 정보  
연결

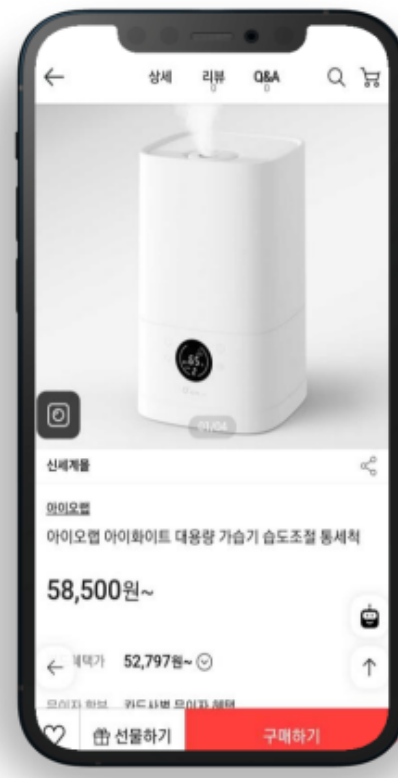


키워드 매칭시 광고 노출

콘텐츠 태그    광고 키워드 예시

날씨

날씨, 건조, 기온

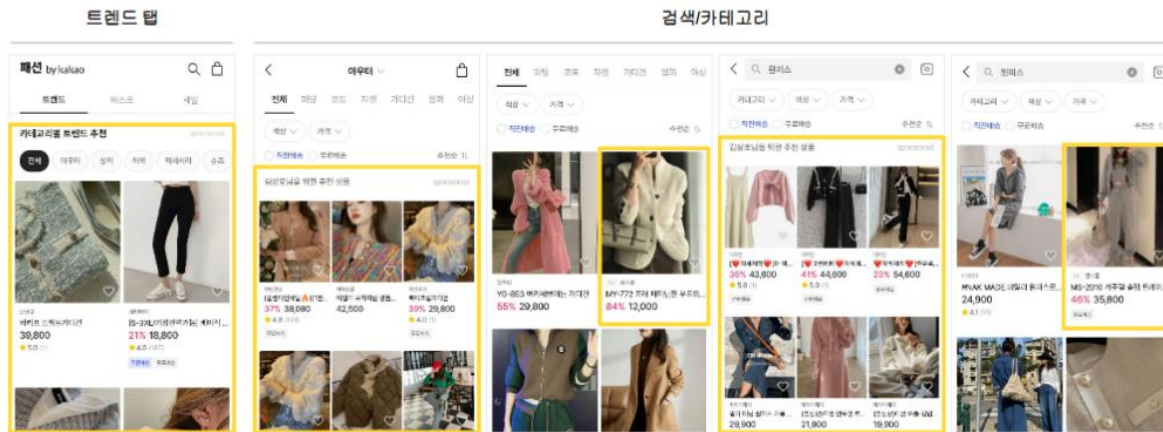


## 신규 매체 제안

# 패션 by kakako

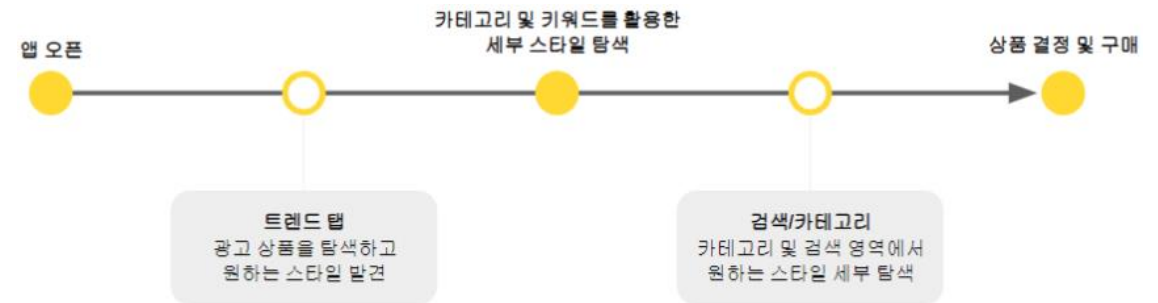
- ✓ 3040대 유저의 비율이 높으며, 트렌드 탭, 카테고리/탐색 지면에 상품 노출, 유저의 스토어 방문과 구매를 효과적으로 유도
- ✓ 노출 지면이 구매 여정 핵심 위치에 자리하여 인지~전환 유도가 쉬움

## 패션바이카카오 ▶ 광고 상품 주요 노출 지면



• 패션 바이 카카오 제공

## 패션바이카카오 ▶ 구매 여정 별 노출



• 패션 바이 카카오 제공

kakao

# 패션 by kakao

월 400만명 이상의 이용자들에게 쇼핑몰과 상품을 홍보할 수 있는

모바일 패션버티컬 광고서비스로, 카카오키 기술 기반으로

최적화된 맞춤형 광고를 노출합니다

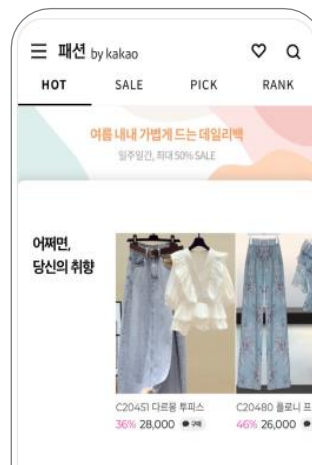
판매방식	자사몰/특스토어몰 : 월/400만원, 일/16만원 뷰티/액세서리몰 : 월/300만원, 일/12만원 ※ 입점몰 유형별로 HOT탭 구좌당 단가 적용
구매가능구좌	최대 540구좌 (차수별 판매된 수량만큼 노출)
광고기간	매월 1일 ~말일까지 (월 단위)
노출위치	패션 by Kakao (모바일웹, 안드로이드/iOS 앱) Daum 모바일 쇼핑, 스타일탭[추천 쇼핑] 영역
노출방법	카카오 개인화 추천 로직 기반 노출 (뷰티/액세서리는 특정 위치 고정 노출)

## 패션 by Kakao 광고

스타일  
핫탭 구좌 노출

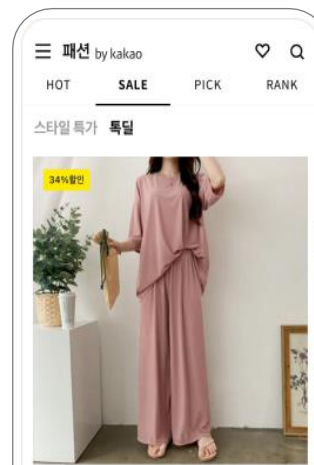
샵 메인(프로필)  
페이지제공

카카오AI기술  
기반 타겟 고객에게  
효과적으로  
상품 노출



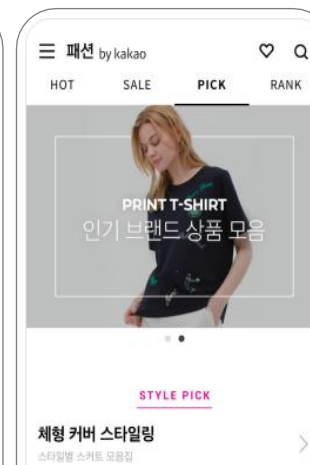
### 핫탭 구좌 노출

패션 by Kakao 메인 화면에 인기 상품을  
게시하여 상품과 샵을 카카오키 기술 기반으로  
효과적으로 노출해보세요.



### SALE 탭

매력적인 할인율과 가격으로  
엄선한 쇼핑몰별 특가 정보를  
한데 모았습니다.



### PICK 탭

시즌별 핫한 패션,  
뷰티 상품들의 기획전을  
엄선하여 소개합니다.



### 타겟고객 메시지 발송

패션 by Kakao 130만 플친 중  
브랜드 타겟에 맞는 고객에게  
메시지를 전송해보세요.

신규 매체 제안

# PLAN 정리

매체	월 예상방문자	예상 CPC	예상 전환율	객단가	예상 전환수	예상 전환매출	월 광고비	목표 ROAS
크리테오	20,000	150	2.00	75,000	400	30,000,000	3,000,000	1000%
패션바이카카오	25,000	120	1.52	75,000	380	28,500,000	3,000,000	950%
픽클릭	6,667	150	1.50	75,000	100	7,500,000	1,000,000	750%
합계	51,667	140	1.33	75,000	880	66,000,000	7,000,000	943%

대외비

**THANK YOU!**

감사합니다.