

# Google Analytics를 활용한 디지털마케팅 with WADIZ

2021.01.06[수]  
강사 임현재

## 글링크미디어(GlinkMedia) 대표 임현재

- ▶ 'YouTube 마케팅\_한 권으로 끝내는 유튜브 동영상 광고' 저자[2017.01 출간, 5쇄, 베스트셀러, 디지털북스]
- ▶ 한 권으로 끝내는 구글 디스플레이 광고 저자[2017.12 출간, 2쇄, 베스트셀러, 디지털북스]
- ▶ 한 권으로 끝내는 구글 모바일 마케팅 광고 저자[2019.02 출간, 디지털북스]
- ▶ 고려대학교 평생교육원 온라인마케팅 최고경영자 과정 외래교수
- ▶ 2019, 2020 YouTube Works Awards Korea 예선 심사위원
- ▶ Google Partners All-Star 선정[한국대표], 'Googlekorea Ambassador 2015' 수상
- ▶ Facebook 'YouTube Study', 'Google Adwords Study' 커뮤니티 운영자
- ▶ 데이터마케팅코리아, 표표스스아카데미, 모비아카데미, 한국광고연구원 등 다수 실무교육기관 출강
- ▶ Google 기초, 검색, 디스플레이, 모바일, YouTube, Analytics 전문가 자격증 보유
- ▶ 국내외 500여 개 광고주 1,000여 개 구글 광고 캠페인 진행, Google / YouTube 마케팅 교육 1,000회 이상 진행
- ▶ 2019~20년 서울시, 경기도청, 강원도, 중앙행정기관 45개 디지털대변인, 보건복지부, 기획재정부, 국방부, 중앙선거관리위원회, 소방청, 도로교통안전공단, 한국관광공사 등 홍보 담당자 유튜브 특강 50여 회 진행
- ▶ 한국관광공사 '2018 유튜브 영상 공모전' 심사위원, 2019년 KIRD 유튜브 마케팅 사업자 선정 심사위원
- ▶ 한국문화예술교육진흥원 '2019 온오프라인 언론홍보입찰' 및 농업기술실용화재단 'A-Startup MCN 마케팅사업' 심사위원
- ▶ 2020 한국관광공사 관광기업지원센터 자문위원, 경기도 2018~19년 드림크리에이터 영상 심사위원, 자문위원



# Index

## Google Analytics를 활용한 디지털마케팅

1. 마케터, GA 사용이 중요한 이유
2. GA 활용법... 데이터 수집, 분석, 실행
3. 구글의 고객 정보(데이터) 수집과 활용
4. 실테이터를 사용하는 디지털 마케팅
5. 퍼포먼스 마케팅의 핵심 '광고소재(메시지)' 전략
6. Q & A



# 마케터가 GA를 사용해야 하는 이유

마케터, GA 를 사용해야 하는 이유

1. 우리 고객들의 행동 패턴 분석... 데이터 수집, 분석, 활용
2. 실데이터를 활용한 온라인 광고





**GA 를 통해서 확인할 수 있는 데이터는?**

## GA 를 통해서 확인할 수 있는 데이터는?



애널리틱스 고객센터

데모 계정 액세스

데모 계정에 액세스하려면 이 섹션 하단에서 [데모 계정 액세스](#) 링크를 클릭하세요. 링크를 클릭하면 다음 메시지가 표시됩니다.

- 이미 Google 계정이 있다면 해당 계정에 로그인하라는 메시지가 표시됩니다.
- Google 계정이 없다면 계정을 만든 후에 로그인하라는 메시지가 표시됩니다.

아래의 [데모 계정 액세스](#) 링크를 클릭하면 Google 계정과 관련된 다음 두 가지 작업 중 하나를 Google이 수행하도록 동의하게 됩니다.

- 이미 Google 애널리틱스 계정이 있다면 해당 애널리틱스 계정에 데모 계정을 추가합니다.
- Google 애널리틱스 계정이 없다면 사용자의 Google 계정과 연결된 새 계정이 생성되며, 데모 계정이 새 애널리틱스 계정에 추가됩니다.

데모 계정은 [조직 및 계정 연결을 선택하는 애널리틱스의 계정 선택기](#)에서 사용할 수 있습니다.

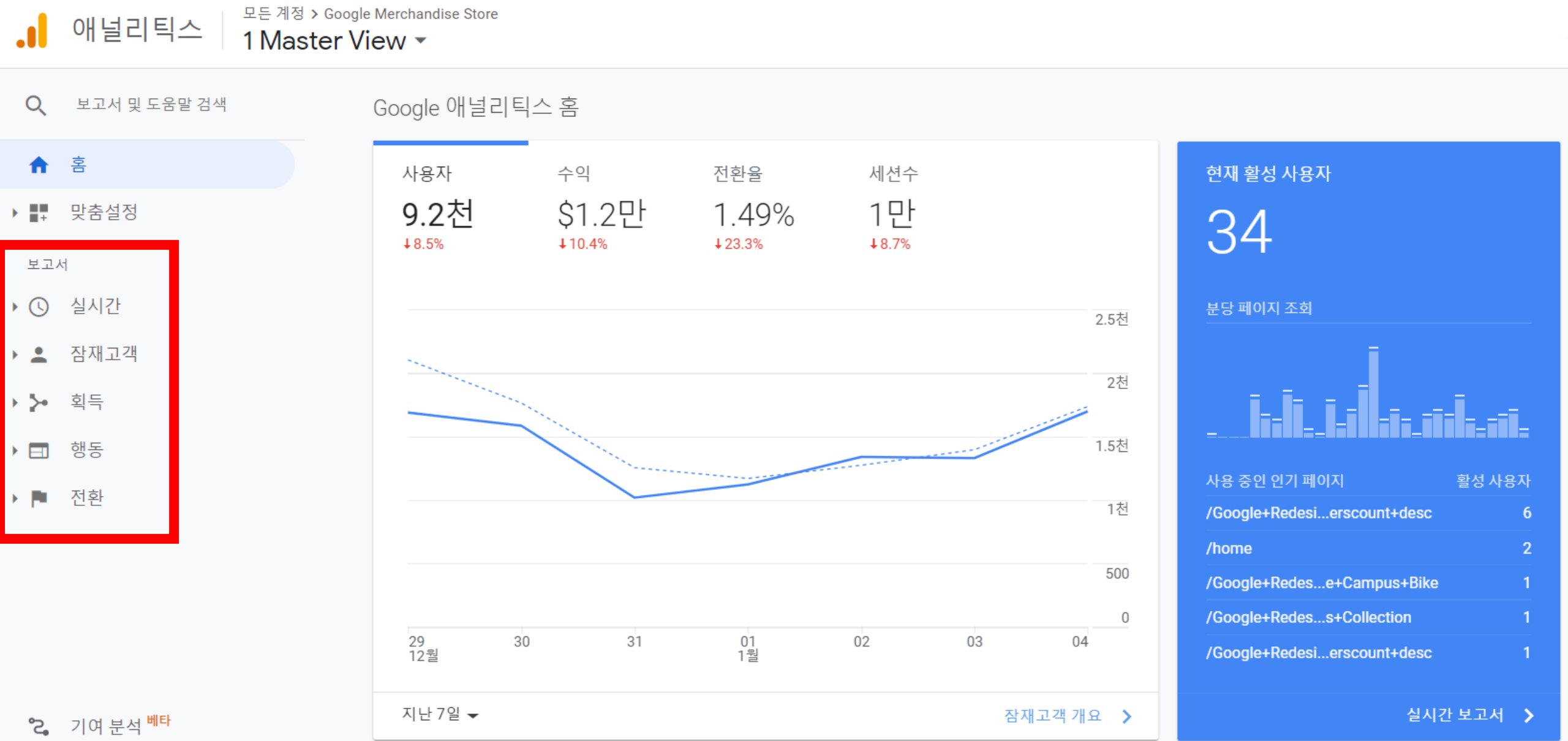
데모 계정은 단일 Google 계정에서 만들 수 있는 최대 애널리틱스 계정 수에 포함됩니다. 현재 Google 애널리틱스 표준의 경우 Google 계정당 최대 100개의 애널리틱스 계정을 만들 수 있습니다.

언제든지 [데모 계정을 삭제](#)할 수 있습니다.

데모 계정 액세스

③

# GA 를 통해서 확인할 수 있는 데이터는?





GA 를 통해서 확인할 수 있는 데이터는?

우리 사이트를 방문한 고객의 **성별/연령** 정보 확인

<div><div></div></div>	연령 ?	<div><div></div></div>	성별 ?	획득			동작			전환	전자상거래 ▾
				사용자 ? ↓	신규 방문자 ?	세션 ?	이탈률 ?	세션당 페이지 수 ?	평균 세션 시간 ?	거래수 ?	
				3,268 전체 대비 비율 (%) : 34.22% (9,550)	1,938 전체 대비 비율 (%) : 30.33% (6,389)	5,259 전체 대비 비율 (%) : 35.23% (14,929)	89.09% 평균 조화 : 89.95% (-0.96%)	1.30 평균 조화 : 1.25 (4.55%)	00:00:46 평균 조화 : 00:00:35 (31.55%)	26 전체 대비 비율 (%) : 44.07% (59)	₩1,101,000 전체 대비 비율 (%) : 42.07% (₩2,617,150)
<input checked="" type="checkbox"/>	1. 25-34			1,020 (31.20%)	617 (31.84%)	1,596 (30.35%)	87.91%	1.43	00:00:47	10 (38.46%)	₩498,000 (45.23%)
<input checked="" type="checkbox"/>	2. 18-24	<input checked="" type="checkbox"/>	1. female	922 (28.20%)	589 (30.39%)	1,430 (27.19%)	89.93%	1.21	00:00:43	7 (26.92%)	₩282,000 (25.61%)
<input checked="" type="checkbox"/>	3. 35-44	<input checked="" type="checkbox"/>	2. male	780 (23.86%)	392 (20.23%)	1,290 (24.53%)	90.54%	1.22	00:00:37	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
<input checked="" type="checkbox"/>	4. 45-54			285 (8.72%)	168 (8.67%)	508 (9.66%)	86.81%	1.25	00:01:13	2 (7.69%)	₩78,000 (7.08%)
<input checked="" type="checkbox"/>	5. 65+			140 (4.28%)	93 (4.80%)	221 (4.20%)	93.21%	1.28	00:00:29	2 (7.69%)	₩58,000 (5.27%)
<input checked="" type="checkbox"/>	6. 55-64			122 (3.73%)	79 (4.08%)	214 (4.07%)	84.58%	1.57	00:01:01	5 (19.23%)	₩185,000 (16.80%)

우리 사이트를 방문한 고객의 **성별/연령** 정보 확인

	연령 ?	성별 ?	획득			동작			전환	전자상거래 ▼
			사용자 ? ↓	신규 방문자 ?	세션 ?	이탈률 ?	세션당 페이지 수 ?	평균 세션 시간 ?	거래수 ?	
			3,268 전체 대비 비율 (%) : 34.22% (9,550)	1,938 전체 대비 비율 (%) : 30.33% (6,389)	5,259 전체 대비 비율 (%) : 35.23% (14,929)	89.09% 평균 조화 : 89.95% (-0.96%)	1.30 평균 조화 : 1.25 (4.55%)	00:00:46 평균 조화 : 00:00:35 (31.55%)	26 전체 대비 비율 (%) : 44.07% (59)	₩1,101,000 전체 대비 비율 (%) : 42.07% (₩2,617,150)
<input checked="" type="checkbox"/>	1. 25-34	<input checked="" type="checkbox"/> 1. female <input checked="" type="checkbox"/> 2. male	1,020 (31.20%)	617 (31.84%)	1,596 (30.35%)	87.91%	1.43	00:00:47	10 (38.46%)	₩498,000 (45.23%)
<input checked="" type="checkbox"/>	2. 18-24		922 (28.20%)	589 (30.39%)	1,430 (27.19%)	89.93%	1.21	00:00:43	7 (26.92%)	₩282,000 (25.61%)
<input checked="" type="checkbox"/>	3. 35-44		780 (23.86%)	392 (20.23%)	1,290 (24.53%)	90.54%	1.22	00:00:37	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
<input checked="" type="checkbox"/>	4. 45-54		285 (8.72%)	168 (8.67%)	508 (9.66%)	86.81%	1.25	00:01:13	2 (7.69%)	₩78,000 (7.08%)
<input checked="" type="checkbox"/>	5. 65+		140 (4.28%)	93 (4.80%)	221 (4.20%)	93.21%	1.28	00:00:29	2 (7.69%)	₩58,000 (5.27%)
<input checked="" type="checkbox"/>	6. 55-64		122 (3.73%)	79 (4.08%)	214 (4.07%)	84.58%	1.57	00:01:01	5 (19.23%)	₩185,000 (16.80%)








## GA 를 통해서 확인할 수 있는 데이터는?

## 고객 기기, 휴대기기/통신사 정보 확인

기기 카테고리 <span>?</span>	획득			동작			전환 <div>목표 6: 주문 완료 ▾</div>				
	사용자 <span>?</span> ▾	신규 방문자 <span>?</span>	세션 <span>?</span>	이탈률 <span>?</span>	세션당 페이지 수 <span>?</span>	평균 세션 시간 <span>?</span>	주문 완료 (목표 6 전환) <span>?</span>	주문 완료 (목표 6 완료 수) <span>?</span>			
	9,550 전체 대비 비율 (%): 100.00% (9,550)	<div><input type="checkbox"/></div> 휴대기기 정보 <span>?</span>	획득			동작			전환 <div>목표 6: 주문 완료 ▾</div>		
			사용자 <span>?</span> ▾	신규 방문자 <span>?</span>	세션 <span>?</span>	이탈률 <span>?</span>	세션당 페이지 수 <span>?</span>	평균 세션 시간 <span>?</span>	주문 완료 (목표 6 전환) <span>?</span>	주문 완료 (목표 6 완료 수) <span>?</span>	
1. mobile	9,343 (97.68%)	6		9,289 전체 대비 비율 (%): 97.27% (9,550)	6,170 전체 대비 비율 (%): 96.57% (6,389)	14,582 전체 대비 비율 (%): 97.68% (14,929)	90.67% 평균 조화: 89.95% (0.81%)	1.20 평균 조화: 1.25 (-3.47%)	00:00:33 평균 조화: 00:00:35 (-6.09%)	0.10% 평균 조화: 0.13% (-19.17%)	15 전체 대비 비율 (%): 78.95% (19)
2. desktop	214 (2.24%)										
3. tablet	8 (0.08%)		<div><input type="checkbox"/></div>	1. Apple iPhone	1,398 (15.02%)	1,296 (21.00%)	1,653 (11.34%)	89.17%	1.40	00:00:23	0.54% 9 (60.00%)
			<div><input type="checkbox"/></div>	2. Samsung SM-G950N Galaxy S8	580 (6.23%)	279 (4.52%)	1,080 (7.41%)	91.20%	1.20	00:00:33	0.19% 2 (13.33%)
			<div><input type="checkbox"/></div>	3. Samsung SM-N950N Galaxy Note8	477 (5.13%)	233 (3.78%)	741 (5.08%)	90.69%	1.27	00:00:31	0.13% 1 (6.67%)
			<div><input type="checkbox"/></div>	4. Samsung SM-N960N Galaxy Note9	366 (3.93%)	224 (3.63%)	577 (3.96%)	91.33%	1.16	00:00:28	0.00% 0 (0.00%)
			<div><input type="checkbox"/></div>	5. Samsung SM-G930S Galaxy S7	354 (3.80%)	192 (3.11%)	641 (4.40%)	93.45%	1.15	00:00:30	0.00% 0 (0.00%)
			<div><input type="checkbox"/></div>	6. Samsung SM-G955N Galaxy S8+	317 (3.41%)	138 (2.24%)	587 (4.03%)	93.70%	1.11	00:00:36	0.00% 0 (0.00%)
			<div><input type="checkbox"/></div>	7. Samsung SM-G965N Galaxy S9+	270 (2.90%)	152 (2.46%)	427 (2.93%)	92.74%	1.11	00:00:33	0.00% 0 (0.00%)
			<div><input type="checkbox"/></div>	8. Samsung SM-G960N Galaxy S9	250 (2.69%)	154 (2.50%)	460 (3.15%)	89.35%	1.25	00:01:09	0.22% 1 (6.67%)

GA 를 통해서 확인할 수 있는 데이터는?

고객 위치(국가/지역) 정보 확인

국가 <span>?</span>	획득			동작			전환 <span>목표 1: 1. PC / 사전예약버</span>					
	사용자 <span>?</span> <span>↓</span>	신규 방문자 <span>?</span>	세션 <span>?</span>	이탈률 <span>?</span>	세션당 페이지 수 <span>?</span>	평균 세션 시간 <span>?</span>	1. PC / 사전예약버튼 클릭 (목표 1 전환율) <span>?</span>	1. PC / 사전예약버튼 클릭 (목표 1 완료 수) <span>?</span>				
	13,012 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (13,012)	12,994 전체 대비 비율 (%) : 100.06% (12,986)	16,156 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (16,156)									
1.  South Korea	12,568 (96.57%)	12,548 (96.57%)	15,546 (96.22%)									
2.  Thailand	182 (1.40%)	182 (1.40%)	264 (1.63%)									
3.  China	34 (0.26%)	34 (0.26%)	37 (0.23%)									
4.  Japan	34 (0.26%)	34 (0.26%)	41 (0.25%)									
5.  Vietnam	28 (0.22%)	27 (0.21%)	31 (0.19%)									
6.  Turkey	20 (0.15%)	20 (0.15%)	34 (0.21%)									
7.  Indonesia	19 (0.15%)	19 (0.15%)	29 (0.18%)									
				지역 <span>?</span>	사용자 <span>?</span> <span>↓</span>	신규 방문자 <span>?</span>	세션 <span>?</span>	이탈률 <span>?</span>	세션당 페이지 수 <span>?</span>	평균 세션 시간 <span>?</span>	1. PC / 사전예약버튼 클릭 (목표 1 전환율) <span>?</span>	1. PC / 사전예약버튼 클릭 (목표 1 완료 수) <span>?</span>
					12,568 전체 대비 비율 (%) : 96.59% (13,012)	12,548 전체 대비 비율 (%) : 96.63% (12,986)	15,546 전체 대비 비율 (%) : 96.22% (16,156)	평균 조회 : 0.20% (3.92%)	평균 조회 : 2.54 (-0.38%)	00:01:09 평균 조회 : 00:01:14 (-7.04%)	6.70% 평균 조회 : 6.73% (-0.38%)	1,042 전체 대비 비율 (%) : 95.86% (1,087)
				1. Seoul	5,780 (44.41%)	5,654 (45.06%)	7,023 (45.18%)	0.24%	2.61	00:01:12	4.27%	300 (28.79%)
				2. Gyeonggi-do	1,866 (14.34%)	1,789 (14.26%)	2,180 (14.02%)	0.23%	2.43	00:01:05	11.70%	255 (24.47%)
				3. Busan	1,800 (13.83%)	1,732 (13.80%)	2,145 (13.80%)	0.23%	2.47	00:01:08	3.50%	75 (7.20%)
				4. Daegu	604 (4.64%)	562 (4.48%)	677 (4.35%)	0.00%	2.53	00:01:24	6.50%	44 (4.22%)
				5. Incheon	449 (3.45%)	430 (3.43%)	542 (3.49%)	0.37%	2.52	00:01:00	10.15%	55 (5.28%)
				6. Gyeongsangnam-do	449 (3.45%)	420 (3.35%)	514 (3.31%)	0.39%	2.49	00:01:02	11.09%	57 (5.47%)
				7. Chungcheongnam-do	316 (2.43%)	300 (2.39%)	388 (2.50%)	0.00%	2.49	00:00:58	10.31%	40 (3.84%)
				8. Gyeongsangbuk-do	251 (1.93%)	241 (1.92%)	293 (1.88%)	0.00%	2.60	00:01:15	12.29%	36 (3.45%)

GA 를 통해서 확인할 수 있는 데이터는?

고객 관심사, 유입(소스/매체) 정보 확인

	관심도 카테고리(도달범위) ?	사용자 ? ↓	신규 방문자 ?	세션 ?	이탈률 ?	세션당 페이지 수 ?	평균 세션 시간 ?	1. 광고 랜딩 (목표 8 전환율) ?	1. 광고 랜딩 (목표 8 완료 수) ?							
		5,132 전체 대비 비율 (%) : 53.74% (9,550)	3,128 전체 대비 비율 (%) : 48.96% (6,389)	8,229 전체 대비 비율 (%) : 55.12% (14,929)	소스/매체 ?			획득			동작		전환 <div>목표 6: 주문 완료 ▼</div>			
								사용자 ? ↓	신규 방문자 ?	세션 ?	이탈률 ?	세션당 페이지 수 ?	평균 세션 시간 ?	주문 완료 (목표 6 전환율) ?	주문 완료 (목표 6 완료 수) ?	
	1. Lifestyles & Hobbies/Family-Focused	4,274 (5.54%)	2,577 (5.47%)	6,857 (5.52%)				9,550 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (9,550)	6,389 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (6,389)	14,929 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (14,929)	89.95% 평균 조회: 89.95% (0.00%)	1.25 평균 조회: 1.25 (0.00%)	00:00:35 평균 조회: 00:00:35 (0.00%)	0.13% 평균 조회: 0.13% (0.00%)	19 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (19)	
	2. Food & Dining/Cooking Enthusiasts/30 Minute Chefs	4,015 (5.20%)	2,388 (5.07%)	6,445 (5.19%)												
	3. Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts	3,616 (4.69%)	2,193 (4.65%)	5,835 (4.70%)												
	4. Shoppers/Bargain Hunters	3,574 (4.63%)	2,122 (4.50%)	5,777 (4.65%)												
	5. Home & Garden/Home Decor Enthusiasts	3,429 (4.44%)	2,047 (4.34%)	5,561 (4.48%)												
	6. Beauty & Wellness/Beauty Mavens	3,263 (4.23%)	1,961 (4.16%)	5,293 (4.26%)												
	7. Media & Entertainment/TV Lovers	3,199 (4.14%)	1,919 (4.07%)	5,161 (4.15%)												
	8. Shoppers/Value Shoppers	2,752 (3.57%)	1,642 (3.48%)	4,469 (3.60%)												
	9. Lifestyles & Hobbies/Fashionistas	2,431 (3.15%)	1,462 (3.10%)	3,996 (3.22%)												
	10. News & Politics/Avid News Readers	2,383 (3.09%)	1,399 (2.97%)	3,818 (3.07%)												
								1. google / cpc	9,133 (95.37%)	6,074 (95.07%)	14,323 (95.94%)	91.94%	1.12	00:00:29	0.00%	0 (0.00%)
								2. naver / organic	231 (2.41%)	158 (2.47%)	337 (2.26%)	34.42%	5.05	00:03:25	3.56%	12 (63.16%)
								3. (direct) / (none)	109 (1.14%)	90 (1.41%)	143 (0.96%)	56.64%	3.25	00:02:42	1.40%	2 (10.53%)
								4. m.blog.naver.com / referral	23 (0.24%)	16 (0.25%)	25 (0.17%)	36.00%	3.80	00:02:38	4.00%	1 (5.26%)
								5. cr2.shopping.naver.com / referral	11 (0.11%)	6 (0.09%)	15 (0.10%)	60.00%	2.73	00:03:15	13.33%	2 (10.53%)
								6. m.post.naver.com / referral	11 (0.11%)	11 (0.17%)	12 (0.08%)	75.00%	2.92	00:01:22	8.33%	1 (5.26%)
								7. facebook.com / referral	8 (0.08%)	8 (0.13%)	8 (0.05%)	87.50%	1.12	00:00:06	0.00%	0 (0.00%)
								8. google / organic	7 (0.07%)	4 (0.06%)	7 (0.05%)	14.29%	4.29	00:01:37	0.00%	0 (0.00%)
								9. blog.naver.com / referral	5 (0.05%)	5 (0.08%)	5 (0.03%)	40.00%	2.20	00:01:21	0.00%	0 (0.00%)



# GA 를 통해서 확인할 수 있는 데이터는?

## 고객 유입/이탈 페이지 정보 확인

페이지 ?	페이지뷰 수 ?	순 페이지뷰 수 ?	평균 페이지에 머문 시간 ?	방문수 ?	이탈률 ?	이탈률(%) ?	
	6,267 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (6,267)	3,533 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (3,533)	00:05:51 평균 조회 : 00:05:51 (0.00%)	2,441 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (2,441)	76.73% 평균 조회 : 76.73% (0.00%)	38.95% 평균 조회 : 38.95% (0.00%)	
1. /	4,080 (65.10%)	페이지 ?			이탈수 ?	페이지뷰 수 ?	이탈률(%) ?
2. /our-story.html	585 (9.33%)				2,441 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (2,441)	6,267 전체 대비 비율 (%) : 100.00% (6,267)	38.95% 평균 조회 : 38.95% (0.00%)
3. /business.html	365 (5.82%)						
4. /careers.html	342 (5.46%)						
5. /contact.html	296 (4.72%)	1. /			1,728 (70.79%)	4,080 (65.10%)	42.35%
6. /company.html	224 (3.57%)	2. /our-story.html			195 (7.99%)	585 (9.33%)	33.33%
7. /support.html	175 (2.79%)	3. /careers.html			134 (5.49%)	342 (5.46%)	39.18%
8. /industry.html	69 (1.10%)	4. /business.html			132 (5.41%)	365 (5.82%)	36.16%
		5. /contact.html			132 (5.41%)	296 (4.72%)	44.59%
		6. /company.html			31 (1.27%)	224 (3.57%)	13.84%

고객 인기 전환 경로, 지원 전환, 전환 기간 정보

<input type="checkbox"/> 소스/매체 ?	지원 전환수 ? ↓	지원 전환 가치 ?	마지막 클릭 또는 직접 상호작용 전환 수 ?	마지막 클릭 또는 직접 상호작용 전환 가치 ?
<input type="checkbox"/> 1. naver / organic	18	₩566,000	41 (52.56%)	₩1,535,150 (58.66%)
<input type="checkbox"/> 2. (direct) / (none)	16	₩547,000	22 (28.21%)	₩653,000 (24.95%)
<input type="checkbox"/> 3. cr2.shopping.naver.com / referral	5	₩156,000	4 (5.13%)	₩117,000 (4.47%)

소스/매체 경로 ?

	전환수 ? ↓	전환 가치 ?
1. naver / organic (direct) / (none)	8 (25.00%)	₩146,000
2. cr2.shopping.naver.com / referral (direct) / (none)	5 (15.62%)	₩156,000
3. (direct) / (none) × 2	4 (12.50%)	₩88,000
4. naver / organic × 2 (direct) / (none) naver / organic	3 (9.38%)	₩78,000
5. naver / organic × 2 (direct) / (none) naver / organic × 2	3 (9.38%)	₩196,000
6. naver / organic cr2.shopping.naver.com / referral	2 (6.25%)	₩39,000
7. (direct) / (none) m.pay.naver.com / referral	2 (6.25%)	₩78,000
8. (direct) / (none) naver / organic	2 (6.25%)	₩29,000

전환수

78

전체 대비 비율(%): 0.54% (14,551)

전환 가치

₩2,617,150

전체 대비 비율(%): 100.00% (₩2,617,150)

소요 일수 ?	전환수 ?	전환 가치 ?	전체대비 비율
0	63	₩2,099,150	80.77% 80.21%
1	2	₩39,000	2.56% 1.49%
3	4	₩117,000	5.13% 4.47%
4	3	₩78,000	3.85% 2.98%
12-30	6	₩284,000	7.69% 10.85%

고객 인기 전환 경로, 지원 전환, 전환 기간 정보

<input type="checkbox"/> 소스/매체 ?	지원 전환수 ? ↓	지원 전환 가치 ?	마지막 클릭 또는 직접 상호작용 전환 수 ?	마지막 클릭 또는 직접 상호작용 전환 가치 ?
<input type="checkbox"/> 1. naver / organic	18	₩566,000	41 (52.56%)	₩1,535,150 (58.66%)
<input type="checkbox"/> 2. (direct) / (none)	16	₩547,000	22 (28.21%)	₩653,000 (24.95%)
<input type="checkbox"/> 3. cr2.shopping.naver.com / referral	5	₩156,000	4 (5.13%)	₩117,000 (4.47%)

소스/매체 경로 ?	전환수 ? ↓	전환 가치 ?	전환수	전환 가치
1. naver / organic (direct) / (none)	8 (25.00%)	₩146,000	78	₩2,617,150
2. cr2.shopping.naver.com / referral (direct) / (none)	5 (15.62%)	₩156,000	전체 대비 비율(%): 0.54% (14,551)	전체 대비 비율(%): 100.00% (₩2,617,150)
3. (direct) / (none) × 2	4 (12.50%)	₩88,000		
4. naver / organic × 2 (direct) / (none) naver / organic	3 (9.38%)	₩78,000		
5. naver / organic × 2 (direct) / (none) naver / organic × 2	3 (9.38%)	₩196,000		
6. naver / organic cr2.shopping.naver.com / referral	2 (6.25%)	₩39,000		
7. (direct) / (none) m.pay.naver.com / referral	2 (6.25%)	₩78,000		
8. (direct) / (none) naver / organic	2 (6.25%)	₩29,000		

소요 일수 ?	전환수 ?	전환 가치 ?	전체대비 비율
0	63	₩2,099,150	80.77% 80.21%
1	2	₩39,000	2.56% 1.49%
3	4	₩117,000	5.13% 4.47%
4	3	₩78,000	3.85% 2.98%
12-30	6	₩284,000	7.69% 10.85%

고객 인기 전환 경로, 지원 전환, 전환 기간 정보

<input type="checkbox"/> 소스/매체 ?	지원 전환수 ? ↓	지원 전환 가치 ?	마지막 클릭 또는 직접 상호작용 전환 수 ?	마지막 클릭 또는 직접 상호작용 전환 가치 ?
<input type="checkbox"/> 1. naver / organic	18	₩566,000	41 (52.56%)	₩1,535,150 (58.66%)
<input type="checkbox"/> 2. (direct) / (none)	16	₩547,000	22 (28.21%)	₩653,000 (24.95%)
<input type="checkbox"/> 3. cr2.shopping.naver.com / referral	5	₩156,000	4 (5.13%)	₩117,000 (4.47%)

소스/매체 경로 ?	전환수 ? ↓	전환 가치 ?
1. naver / organic (direct) / (none)	8 (25.00%)	₩146,000
2. cr2.shopping.naver.com / referral (direct) / (none)	5 (15.62%)	₩156,000
3. (direct) / (none) × 2	4 (12.50%)	₩88,000
4. naver / organic × 2 (direct) / (none) naver / organic	3 (9.38%)	₩78,000
5. naver / organic × 2 (direct) / (none) naver / organic × 2	3 (9.38%)	₩196,000
6. naver / organic cr2.shopping.naver.com / referral	2 (6.25%)	₩39,000
7. (direct) / (none) m.pay.naver.com / referral	2 (6.25%)	₩78,000
8. (direct) / (none) naver / organic	2 (6.25%)	₩29,000

전환수

78

전체 대비 비율(%): 0.54% (14,551)

전환 가치

₩2,617,150

전체 대비 비율(%): 100.00% (₩2,617,150)

소요 일수 ?	전환수 ?	전환 가치 ?	전체대비 비율
0	63	₩2,099,150	80.77% 80.21%
1	2	₩39,000	2.56% 1.49%
3	4	₩117,000	5.13% 4.47%
4	3	₩78,000	3.85% 2.98%
12-30	6	₩284,000	7.69% 10.85%

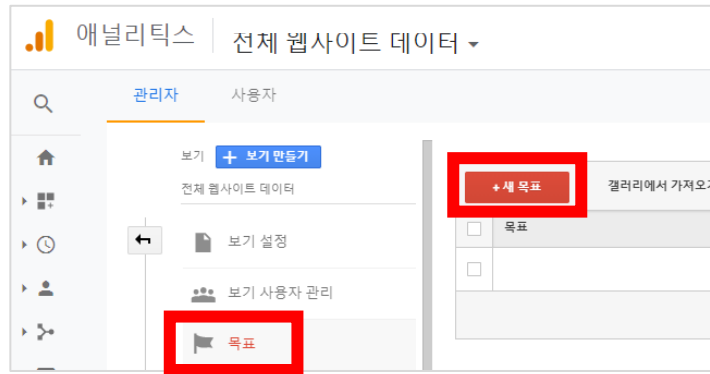
꼭 해야 하는 3가지 설정

1. 목표(전환, Goal)/이벤트 설정
2. 잠재고객(리마케팅) 목록 설정
3. 구글 광고 프로그램 'Google Ads' 연동



# 꼭 해야 하는 세 가지 1) 목표(전환, Goal) 설정

## 도착페이지(URL) 추적 방식 설정 프로세스



2 목표 설명

이름  
구매완료

목표 슬롯 ID  
목표 ID 2 / 목표 세트 1

유형

- ☐ 도착 예: thanks.html
- ☐ 시간 예: 5분 이상
- ☐ 세션당 페이지수/조회 화면수 예: 3페이지
- ☐ 이벤트 예: 동영상 재생

웹사이트에서 가장 많은 참여로 이어진 방문을 측정하고 이러한 방문을 하여 Google Ads에서 입찰가를 최적화합니다. 자세히 알아보기

계속 취소

애널리틱스 | 전체 웹사이트 데이터

관리자 사용자

목표

목표 세부정보

최종 목표

같은

예를 들어 앱의 경우 내 화면을 사용하고, 웹페이지의 경우 www

값 선택사항

해제 전환에 금전적 가치를 지정합니다.

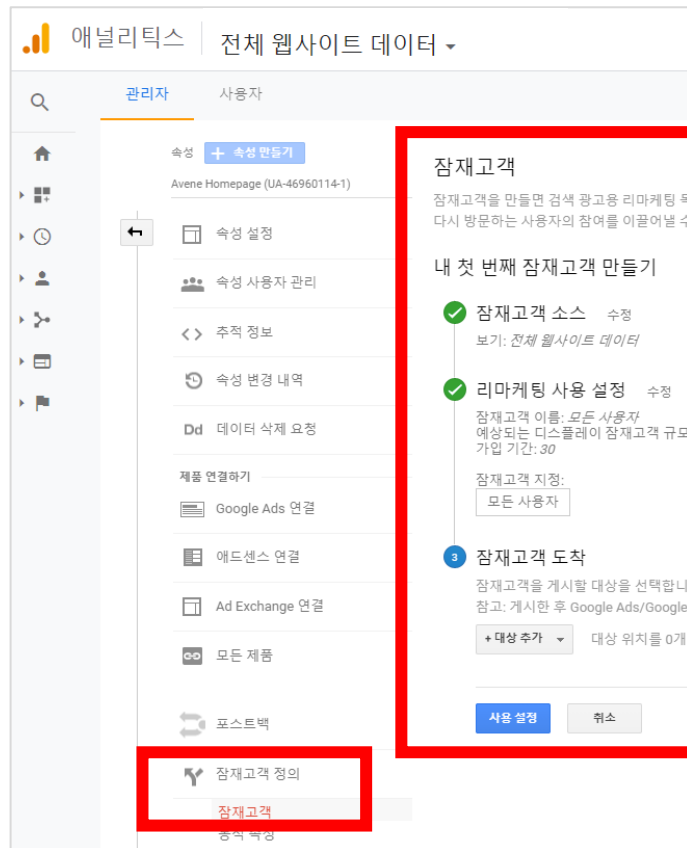
유입경로 선택사항

해제

이 목표 확인 지난 7일간의 데이터를 기준으로 할 때 이 목표

저장 취소

## 고객 데이터 수집 최대 540일 보관



## GA 실패데이터를 구글 Ads와 연동

애널리틱스

전체 웹사이트 데이터 ▾

관리자

사용자

속성 + 속성 만들기

Avene Homepage (UA-46960114-1) ▾

←

속성 설정

속성 사용자 관리

<> 추적 정보

속성 변경 내역

데이터 삭제 요청

제품 연결하기

Google Ads 연결

애드센스 연결

Ad Exchange 연결

Google Ads 연결 그룹 설정

애널리틱스 속성을 Google Ads 계정에 연결하면 연결된 제품 간에 가져온 Google Ads 데이터에는 애널리틱스 서비스 약관이 적용됩니다.

1 연결할 Google Ads 계정을 선택하세요.

GA 속성을 Google Ads 계정에 연결하려면 GA에 관리 액세스 권한이 있어야 합니다. 관리 액세스 권한이 없습니다.

227-506-7547

필수 입력란입니다.

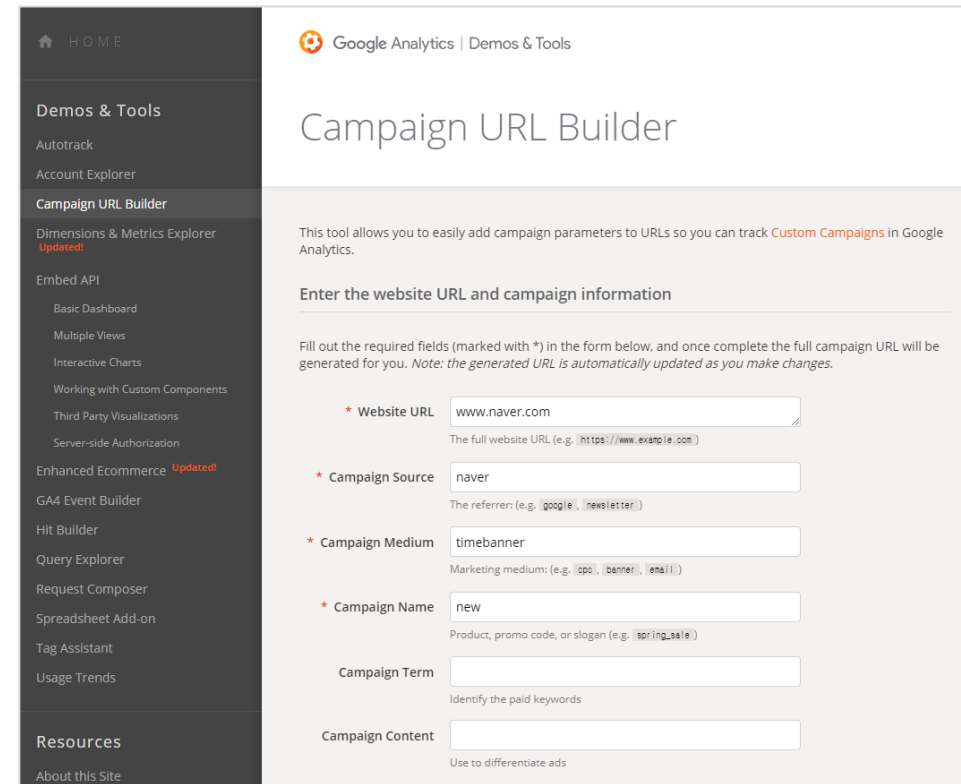
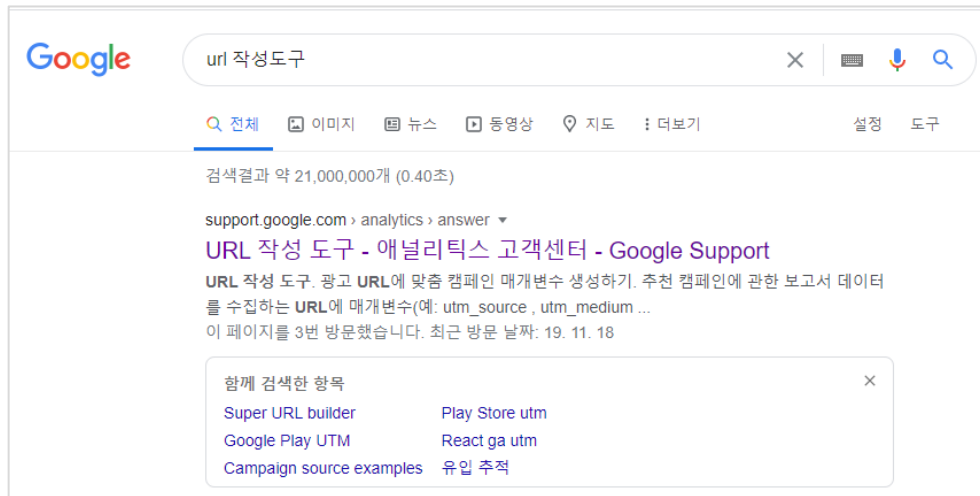
계속

취소

2 링크 구성

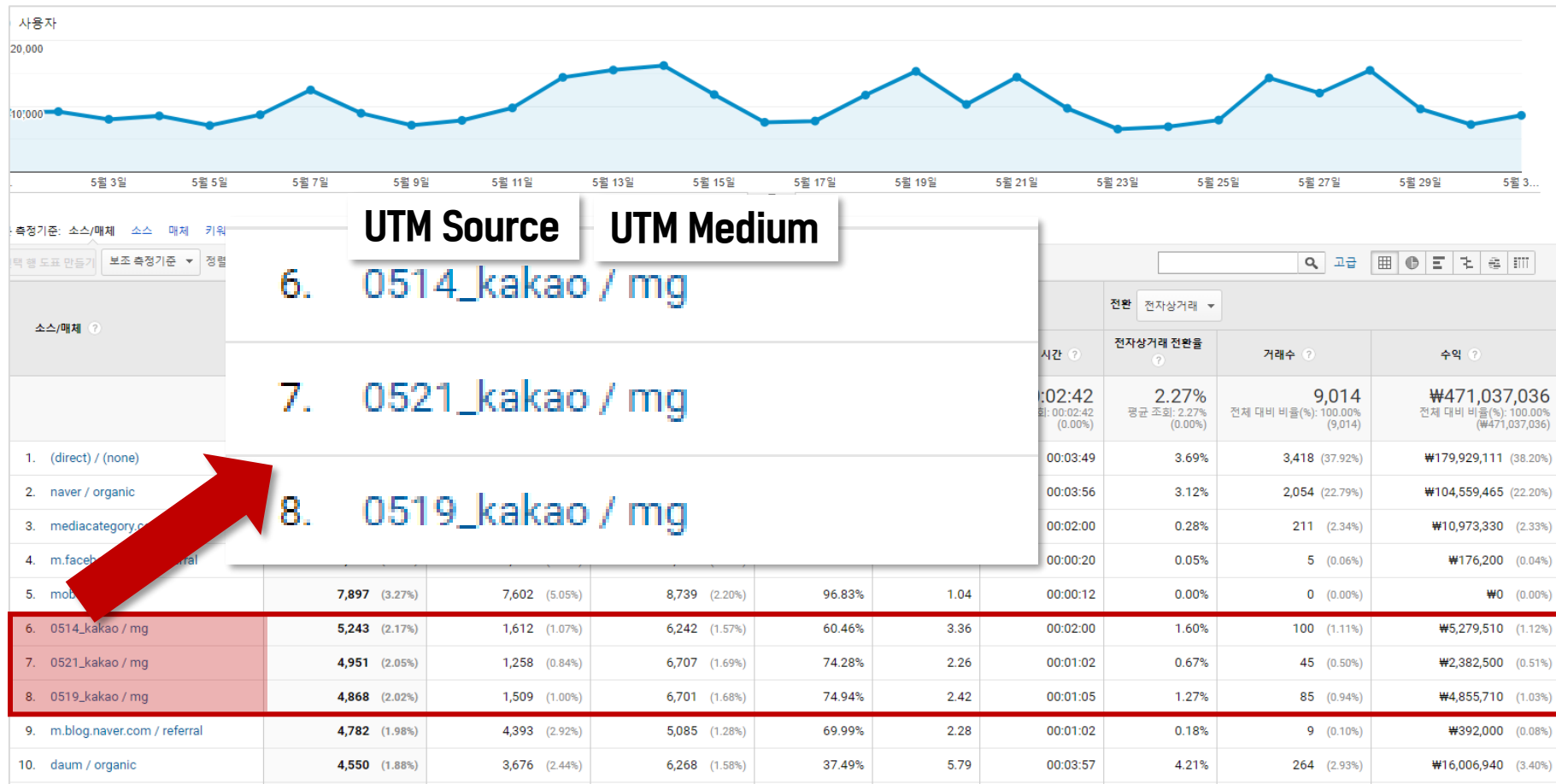
취소

## URL 작성 도구 활용한 맞춤 추적/수집 광고 소재 랜딩페이지 URL 뒤에 적용



wavve.com/?utm\_source=naver&utm\_medium=display&utm\_campaign=2007\_MKTG\_NV&utm\_content=200710\_newvod

## ‘소스/매체’ 데이터를 보다 상세하게 나누어 보기 위해 사용





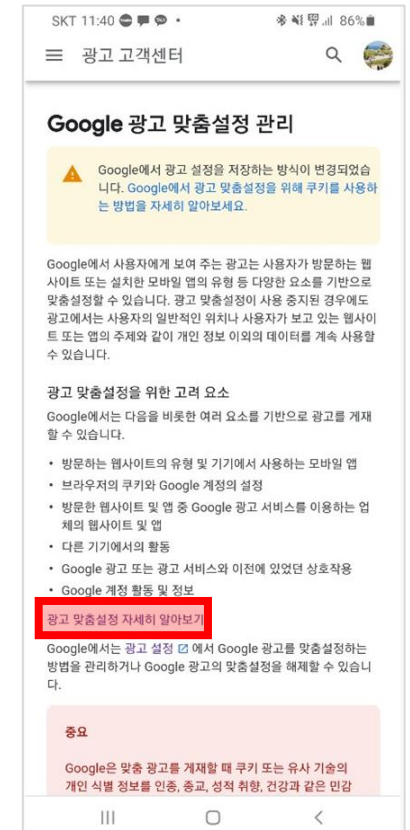
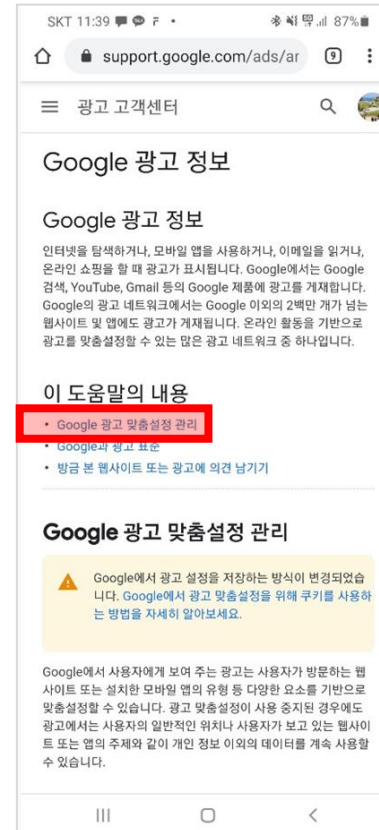
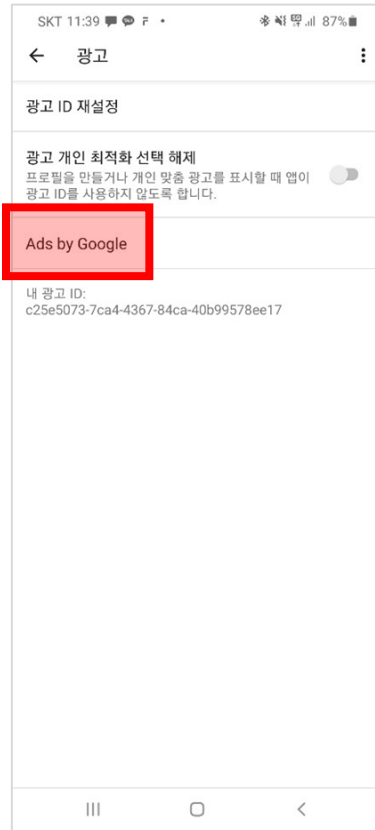
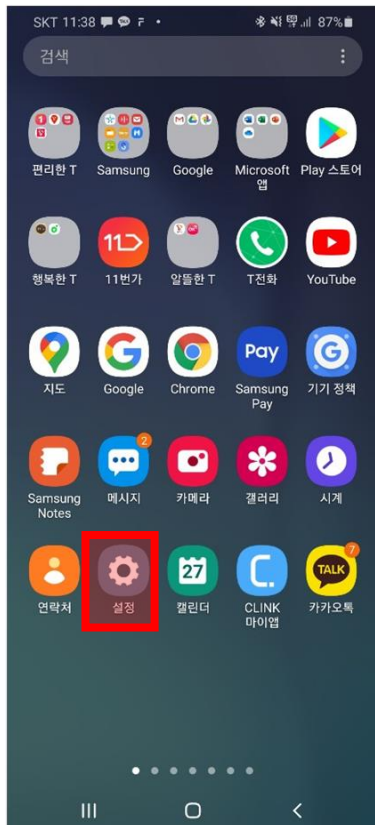


# 구글의 고객 정보(데이터) 수집 방식과 활용

## 고객 정보 수집 방식

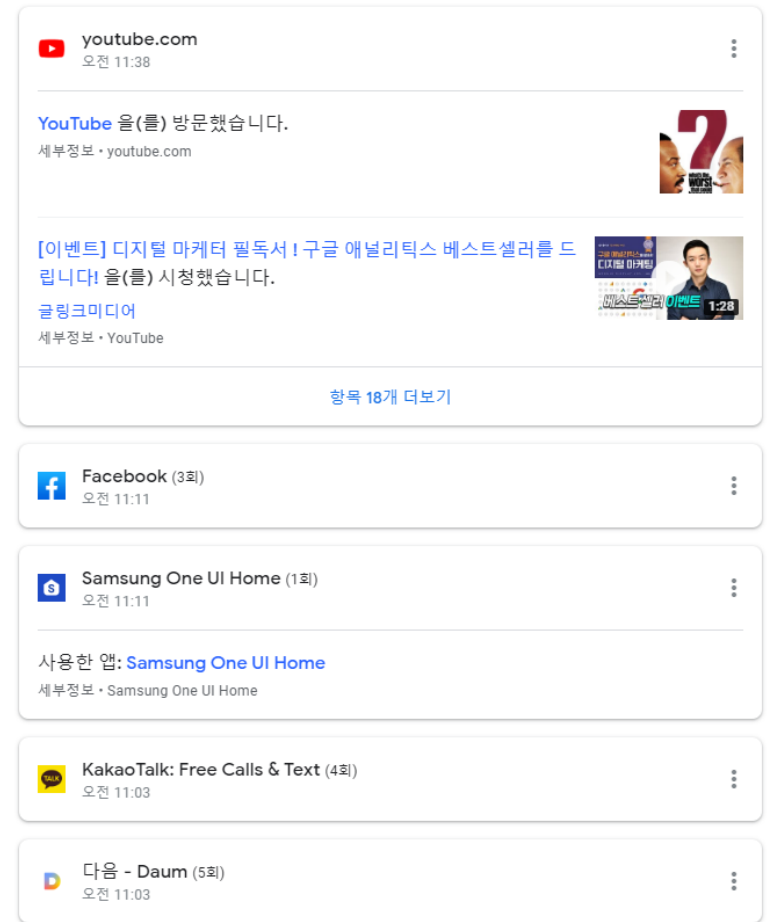
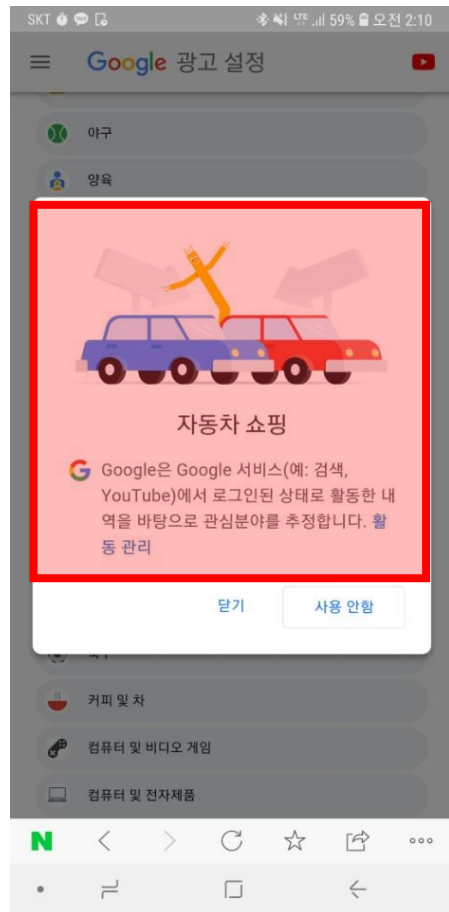
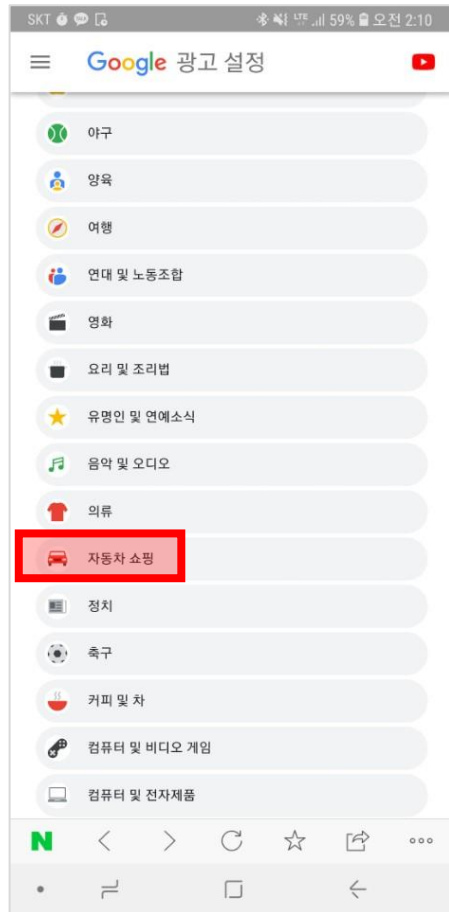
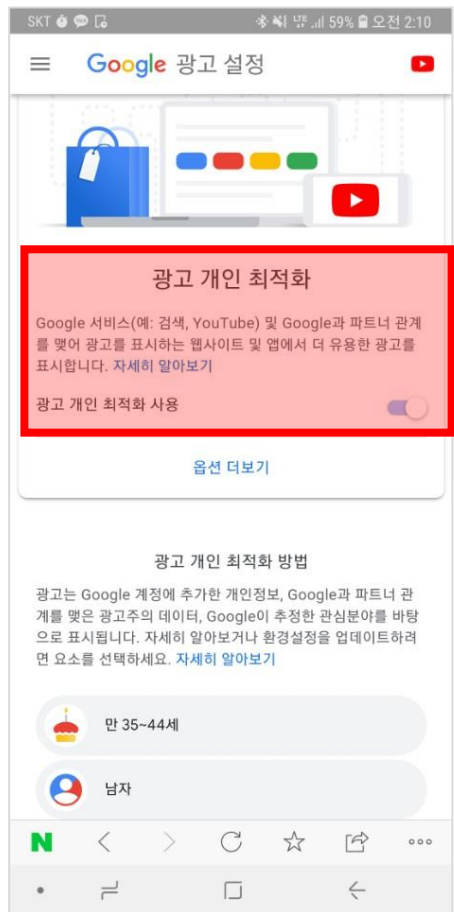
- 1) 로그인 방식 실데이터
- 2) 비로그인(쿠키) 방식 확률 데이터
- 3) 내 광고 ID(ADID)
- 4) 위치 정보

## 1. 로그인 방식 실데이터 사용 위치기록, 유튜브 시청 데이터, 구글 검색 이력, 웹/앱 사용 패턴 등



## 1. 로그인 방식 실데이터 사용

위치기록, 유튜브 시청 데이터, 구글 검색 이력, 웹/앱 사용 패턴 등



## 2. 비로그인 방식(쿠키) 확률 데이터 사용 디스플레이 네트워크, 유튜브 등 인터넷 소비(시청) 콘텐츠 분석



### 더 유용한 광고 표시하기

Google이 광고를 표시하기 위해 사용하는 정보 제어

이 브라우저와 기기를 사용할 때 이 설정이 적용됩니다.  
모든 브라우저와 기기에서 개인 최적화 설정된 광고의 설정을 제어하려면 [로그인](#) 하세요.

Google에서 광고 설정을 저장하는 방식이 변경되었습니다. [Google에서 광고 맞춤설정을 위해 쿠키를 사용하는 방법 자세히 알아 보기](#)

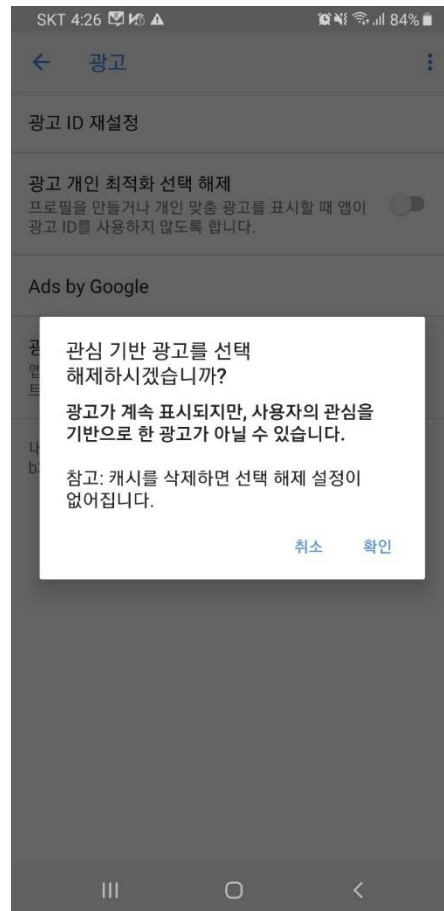
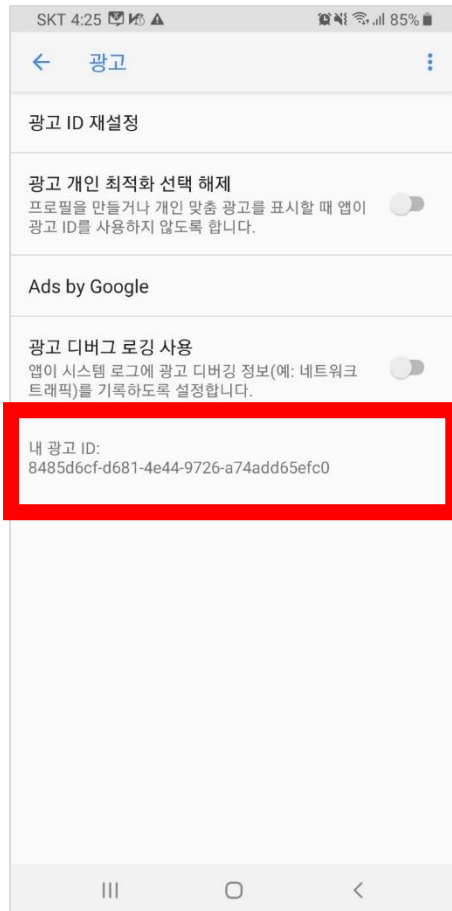
#### 웹에서 광고 맞춤설정

YouTube 및 Google과 제휴 관계를 맺은 2백만 개 이상의 웹사이트에서 더 유용한 광고를 볼 수 있습니다.



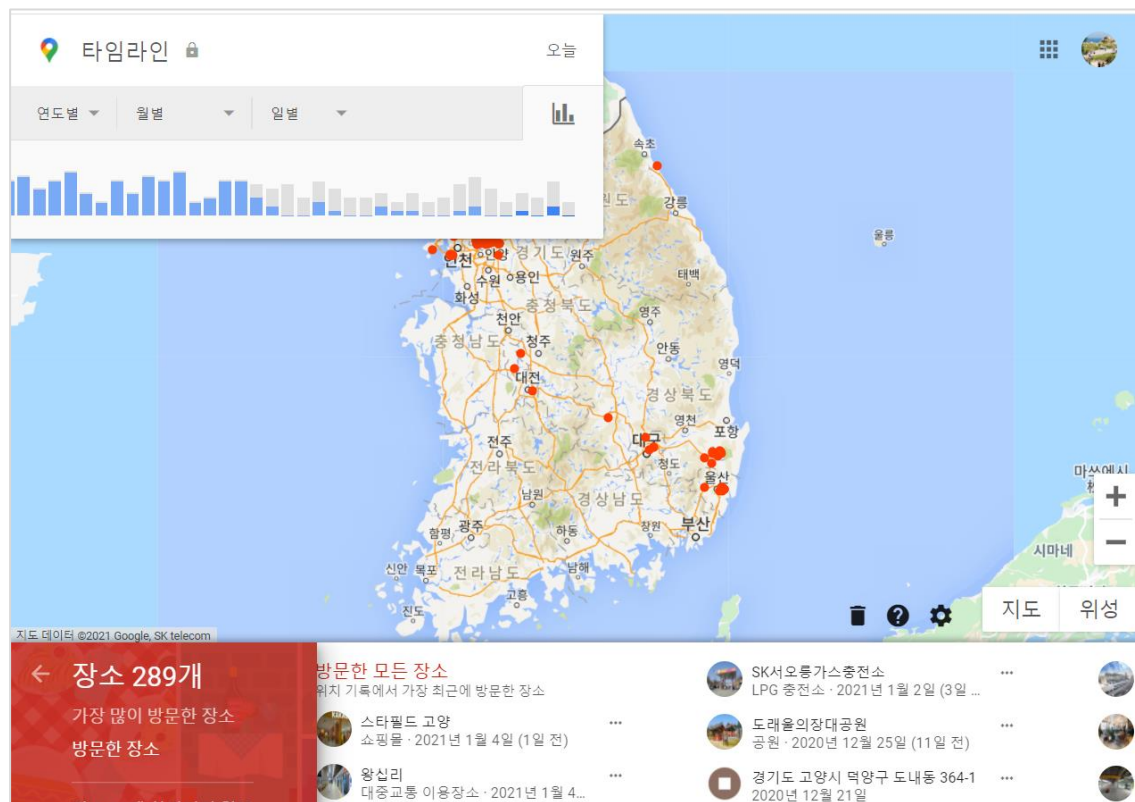
## 3. 내 광고 ID












위치기록, 유튜브 시청 데이터, 구글 검색 이력, 웹/앱 사용 패턴 등



## 4. 위치 정보 추적

### 지도 타임라인을 통해 방문한 모든 장소 저장



 라한셀렉트 경주 호텔 · 2020년 11월 27일	...	 스타벅스(선릉역점) 커피숍/커피 전문점 · 2020년 11월 ...	·
 수리외 한식 · 2020년 11월 26일	...	 창고43 역삼점 한국식 BBQ · 2020년 11월 24일	·
 서울역 기차역 · 2020년 11월 26일	...	 드롭탑 고양원흥점 카페 · 2020년 11월 23일	·
 제스티살론 연남점 음식점 · 2020년 12월 11일	...	 로즈힐 그릴 한식 · 2020년 12월 9일	·
 제일양 양고기 바베큐 전문점 · 2020년 12...	...	 빌즈 강남 호주 요리 · 2020년 12월 9일	·
 중소기업은행 선릉역지점 은행 · 2020년 12월 9일	...	 연세대앞 버스 정류장 · 2020년 12월 8일	·
 한국관광공사 (韓國觀光公社) 서... 공공사업부 · 2020년 12월 15일	...	 경기도 고양시 덕양구 흥도동 364-1 · 2020년 12월 13일	·
 노브랜드 고양도내점 할인 슈퍼마켓 · 2020년 12월 14일	...	 롯데아울렛 고양 아울렛몰 · 2020년 12월 11일	·
 경기도 고양시 덕양구 도내동 44 · 2020년 12월 13일	...	 디지털미디어시티역 대중교통 이용장소 · 2020년 12월 1...	·

## 수집한 고객 정보는 광고 타겟팅으로 사용

### 콘텐츠 기반

#### 키워드



키워드와 일치하는  
콘텐츠가 포함된 지면에  
광고가 노출

#### 주제



특정 주제와  
관련된 웹페이지, 앱에  
광고가 노출

#### 게재위치



원하는 지면을  
직접 선택하여  
광고가 노출

### 사용자 기반

#### 인구통계



성별, 연령, 언어, 위치 등에  
해당하는 사용자에게  
광고가 노출

#### 관심사



특정 분야의 콘텐츠를  
즐겨보는 사용자에게  
광고가 노출

#### 리마케팅



불특정 다수가 아닌  
제품 또는 서비스에  
관심을 보였던 사용자에게  
광고를 노출

## 수집한 고객 정보는 광고 타겟팅으로 사용

### 인구통계 타겟팅

연령, 성별, 자녀 유무, 가구 소득을 기준으로 타겟팅 하는 방식

### 관심분야 타겟팅

특정 주제에 관심을 갖고 있는 유저를 타겟팅 하는 방식

타겟 인구통계 수정			
완료			
성별	연령	자녀 유무	가구 소득
<input checked="" type="checkbox"/> 여성	<input checked="" type="checkbox"/> 18~24	<input checked="" type="checkbox"/> 자녀 없음	<input checked="" type="checkbox"/> 상위 10%
<input checked="" type="checkbox"/> 남성	<input checked="" type="checkbox"/> 25~34	<input checked="" type="checkbox"/> 자녀 있음	<input checked="" type="checkbox"/> 11 - 20%
<input checked="" type="checkbox"/> 알 수 없음 ②	<input checked="" type="checkbox"/> 35~44	<input checked="" type="checkbox"/> 알 수 없음 ②	<input checked="" type="checkbox"/> 21 - 30%
	<input checked="" type="checkbox"/> 45~54		<input checked="" type="checkbox"/> 31 - 40%
	<input checked="" type="checkbox"/> 55~64		<input checked="" type="checkbox"/> 41 - 50%
	<input checked="" type="checkbox"/> 65세 이상		<input checked="" type="checkbox"/> 하위 50%
	<input checked="" type="checkbox"/> 알 수 없음 ②		<input checked="" type="checkbox"/> 알 수 없음 ②

← 관심분야 및 습관 정보	선택한 항목 3개	모두 지우기
용어, 구문 또는 URL로 검색 및 필터링	관심분야 잠재고객	
<input type="checkbox"/> 기술	뉴스 및 정치	✕
<input checked="" type="checkbox"/> 뉴스 및 정치	라이프스타일 및 취미	✕
<input checked="" type="checkbox"/> 라이프스타일 및 취미	미디어 및 엔터테인먼트	✕
<input checked="" type="checkbox"/> 미디어 및 엔터테인먼트		
<input type="checkbox"/> 미용 및 웰빙		
<input type="checkbox"/> 쇼핑객		

## 수집한 고객 정보는 광고 타겟팅으로 사용

맞춤 관심분야 잠재고객 타겟팅 ③ 장소  
특정 지역에 방문 이력 있는 유저(실시간 아님)

관련된 관심분야, URL, 장소 또는 앱을 추가하여 잠재고객을 정의하세요.  
타겟팅 품질 및 도달범위가 향상되도록 5개 이상의 관심분야, URL, 장소 또는 앱을 입력하세요.

장소 ▼ 여행

i 장소를 추가하면 이 잠재고객은 YouTube의 동영상 캠페인에서만 사용할 수 있습니다.

항목 6개 추가됨

장소:

인기 명소 X

공항 X

스포츠용품점 X

학교 및 교육 서비스 X

도서관 X

중고등학교 X

④ 앱(App\_AOS)

구글 안드로이드 운영 체제 사용 유저 앱 설치/사용 패턴

관련된 관심분야, URL, 장소 또는 앱을 추가하여 잠재고객을 정의하세요.  
타겟팅 품질 및 도달범위가 향상되도록 5개 이상의 관심분야, URL, 장소 또는 앱을 입력하세요.

앱 ▼ Q |

항목 5개 추가됨

앱:

영단기  
com.stn.english.S

해커스 텀스-TEP  
com.hackers.app.t

영단기 토익 VOCA  
[영단기] 30일만에 끝내는 토익 VOCA  
com.stn.ksetoEICVOCA - ST Unitas

영단기  
com.stn.english - ST Unitas

영단기 토익 VOCA  
[영단기] 30일 新토익 VOCA 졸업의 파트너  
com.stn.newtoEICVOCA - ST Unitas

영단기 TOEFL VOCA  
[영단기] 30일만에 끝내는 토플 VOCA  
com.stn.semtoeflVOCA - ST Unitas

영단기 토익 스피킹  
[영단기] 단계별로 끝내는 토익 스피킹  
com.stn.gwentoEICsp - ST Unitas

영단기 토익 RC  
[영단기] 영역별로 끝내는 토익 RC  
com.stn.jjhtoEICRC - ST Unitas

야나두 Yanadoo  
kr.co.yanadoo.mobile: Yanadoo, Inc. X

TOEIC 토익무료강 토익단어 시험일정  
pp: Hackers Education Group X

만들기 취소



# 실데이터를 사용하는 디지털 마케팅

# 약 200가지 행동 패턴 및 유입 채널별 고객 세분화 예시

고객들이 남기고 간 정보(쿠키)를 수집해 최대 540일까지 유저 정보를 보관  
약 200가지 행동 패턴 및 유입 채널별 고객 세분화… 이를 ‘Data driven marketing’으로 활용

no.	타겟	조건	설정 방법	타겟 모수(예시)
1	장바구니 3일 유저	장바구니에 상품등록 후 3일 이내 미구매 고객	장바구니 페이지 방문자 3일, 구매 3일 유저 제외	10,000
2	7일~15일 미구매 유저	구매 후 7일~15일 동안 재구매를 하지 않은 고객	15일 구매 고객 중 7일 구매 고객 제외	20,000
3	16일~30일 미구매 유저	구매 후 16일~30일 동안 재구매를 하지 않은 고객	30일 구매 고객 중 15일 구매 고객 제외	30,000
4	30일~60일 미구매 유저	구매 후 30일~60일 동안 재구매를 하지 않은 고객	60일 구매 고객 중 30일 구매 고객 제외	40,000
5	60일~90일 미구매 유저	구매 후 60일~90일 동안 재구매를 하지 않은 고객	90일 구매 고객 중 60일 구매 고객 제외	50,000
6	90~120일 미구매 유저	구매 후 90일~120일 동안 재구매를 하지 않은 고객	120일 구매 고객 중 90일 구매 고객 제외	60,000
7	120~180일 미구매 유저	구매 후 120일~180일 동안 재구매를 하지 않은 고객	180일 구매 고객 중 120일 구매 고객 제외	70,000
8	180일 이상 미구매 유저	구매 후 180일 이상 재구매를 하지 않은 고객	365일 구매 고객 중 180일 구매 고객 제외	80,000
9	최근 30일 미방문 유저	방문 후 30일 이내 미방문자	최근 30일 이내 방문자	100,000
10	31일~60일 미방문 유저	방문 후 31일~60일 미방문자	60일 이내 방문자 중 30일 방문자 제외	200,000
11	61일~120일 미방문 유저	방문 후 60일~120일 미방문자	120일 이내 방문자 중 60일 방문자 제외	300,000
12	120일 이후 미방문	방문 후 120일 미방문자	전체 방문자 중 120일 방문자 제외	250,000
13	회원가입 미구매	회원가입은 했지만 구매하지 않은 고객	회원가입자 중 구매자 제외	100,000
14	키즈	키즈 방문 고객	키즈클럽 방문자 기간별 방문자	50,000
15	이벤트	이벤트 참여/방문 이력 있는 고객	별별 이벤트 페이지 방문자	15,000
16	구매관	구매관 페이지 방문 고객	대량구매관 페이지 방문 고객	20,000
17	커피 구매자	커피 페이지 방문 이력 고객	커피믹스/원두 페이지 기간별 방문 고객	60,000
18	펫푸드	강아지, 고양이 페이지 방문 이력 고객	펫푸드 페이지 기간별 방문 고객	30,000
19	과자/디저트	과자/디저트 페이지 방문 이력 고객	과자/디저트 페이지 기간별 방문 고객	90,000
20	생수	생수 페이지 방문 이력 고객	생수 페이지 기간별 방문 이력 고객	500,000
21	가공식품	가공식품 페이지 방문 이력 고객	가공식품 페이지 기간별 방문 이력 고객	20,000
22	음료	음료 페이지 방문 이력 고객	음료 페이지 기간별 방문 이력 고객	550,000
23	네이버 유입자	네이버를 통해 유입된 유저 타겟	네이버를 통한 유입 기간별 고객	600,000
24	KAKAO 유입자	Daum/카카오를 통해 유입된 유저 타겟	Daum/카카오를 통한 유입 기간별 고객	200,000
25	Google 유입자	Google/유튜브를 통해 유입된 유저 타겟	Google/유튜브를 통한 유입 기간별 고객	300,000



## 내 고객 '온라인 동선'에 세워 두는 '입간판' 광고





Appendix

# 퍼포먼스 마케팅의 핵심 '광고소재(메시지)'

## “정답은 네이버, 카카오 첫화면 있다”

NAVER

메일 카페 블로그 지식IN 쇼핑 Pay TV 사진 뉴스 증권 부동산 지도 영화 음악 책 웹툰 더보기 2 금남시장

08.12 모두의 적이 될 신규서버 아덴

네이버를 더 안전하고 편리하게 이용하세요

NAVER 로그인

아이디 · 비밀번호 찾기 회원가입

26.3° 흐림 30.0° / 24.0° 대지동

“요린이, 오포자 환영” 라이브로 만나는 백파더 요리쇼 NAVER TV 매주 토요일 5PM

쇼핑 상품 쇼핑물 MEN

Daum

코로나19 발생현황 온오프 사과 가림막헬스 거대 금융어 무선정소기

카페 메일 뉴스 지도 증권 쇼핑 카카오톡 웹툰 블로그 브런치 사진 게임 같이가치 더보기

08.11. (화) 대구시 28℃

마켓컬리 가입하면 농심 신라면 건면 10봉 7,960원 100원

Daum 아이디로 로그인 카카오톡계정으로 로그인 회원가입

smartcara.com 스마트카라 400 (PCS-400) 859,000원 바로구매

GS샵 위메프

G마켓 · 옥션 · 하프클럽 · 11번가 · 루팡 · 리빙픽 패션플러스 · 갈매시장 · 캔마트 · 마이더스비 · 조아맘 에이블루 · 아이스탁을 · 메이블루 · 이랜드몰 · 올리안



**Q & A**

# 이것만은 꼭 실행해주세요!

1. GA 핵심 지표는 꼭 확인하기
2. 실데이터를 활용한 온라인 광고 (리마케팅) 해보기
3. 데이터 처리 알고리즘 이해하기

# 감사합니다

임현재, Hyun-Jae Lim | 대표이사, CEO  
Glink Media Inc, Korea | [james@klinkmedia.co.kr](mailto:james@klinkmedia.co.kr)  
Tel. 02-6012-3770 | M. 010-3256-4384  
서울시 강남구 선릉로 428 11층 [WeWork 선릉3호점]

홈페이지: <http://www.glinkmedia.co.kr/>  
페이스북 페이지: <https://www.facebook.com/glinkmedia/>