

마케팅 캠페인을 마스터할 수 있는 리타게팅 약어 Top 10

이 약어들만 마스터하면 여러분도 마케팅 전문가가 될 수 있습니다.

1 CPC



클릭당 비용(Cost Per Click). 클릭당 과금 방식 (pay-per-click, PPC) 마케팅에서는 모든 것이 클릭으로 수렴됩니다. CPC는 터치 스크린을 탭하거나, 키보드 또는 마우스 클릭이 일어날 때 마다 각 광고주가 지불하는 비용입니다.

2 CPI



노출당 비용(Cost Per Impression). 고객이 광고를 클릭하기에 앞서 광고가 우선 고객에게 노출(Impression) 됩니다. CPI는 잠재 고객이 귀사의 광고를 볼 때마다 지불하는 평균 금액입니다.

3 CPM



1,000회 노출 비용(Cost Per Thousand Impressions). M은 숫자 1,000을 뜻합니다. CPM은 귀사의 광고를 보는 잠재고객 대상의 1,000회 당 광고 비용입니다. 캠페인 예산의 효율성을 평가하기 위한 표준 단위입니다.

4 CR



구매전환율(Conversion Rate). CR의 계산은 구매한 사람의 수를 구매 행동을 취할 수 있는 전체 사람들의 수로 나누면 됩니다. 즉, 100명이 귀사의 온라인 쇼핑몰을 방문하고 그 중 65명이 실제로 새로운 상품을 구입할 경우, CR은 65/100 또는 65%입니다.

5 CTR



클릭률(Click-Through Rate). 캠페인의 CTR은 클릭수를 노출된 수로 나눈 값입니다. 높은 CTR은 광고의 매력 및 관련성을 입증하는 강력한 지표입니다.

6 ROAS



광고수익률(Return On Ad Spend). ROAS는 광고에 지출된 비용 대비 생성된 총 수익을 측정하는 것입니다. 온라인 캠페인의 효과를 판단할 수 있는 유용한 지표인 ROAS는 광고주들에게 어떤 광고가 효과적인지, 그리고 향후 개선 방안을 파악하도록 도와줍니다.

7 ROI



투자수익률(Return On Investment). 세계는 ROI를 중심으로 돌고 있습니다. 광고 캠페인을 계획하던지, 워터파크에서 10초간 탈 슬라이드를 위해 40분동안 줄을 서서 기다릴지 결정하던지 간에 말입니다.

8 RTB



실시간 비딩(Real-Time Bidding). 실시간 비딩에서 각 광고 노출은 실시간으로 최고가 입찰자에게 돌아가며 단 몇 초 만에 잠재 고객의 브라우저에 광고가 보여집니다. 마케팅 담당자들은 캠페인을 보는 사람을 선택적으로 지정할 수 있습니다. 예를 들어 특정 인터넷 사용 기록이 있는 브라우저에 더 많이 입찰할 수 있습니다.

9&10 SSP & DSP



매체용 플랫폼 및 광고주용 플랫폼(Supply-Side Platform and Demand-Side Platform). 인터넷은 수요공급의 법칙에서 예외가 아닙니다. 온라인 광고에서 마케팅 담당자는 웹 매체사의 광고 인벤토리 “공급”에 대한 “수요”를 고려해야 합니다. DSP는 마케팅 담당자가 광고 인벤토리를 구매할 때 사용하는 실시간 입찰 인터페이스이며, SSP는 매체사가 해당 인벤토리를 관리하는 데 사용하는 소프트웨어입니다.