



2023

Search Playbook

Search Creative



01

Google
광고 소재
입문하기



검색 광고의 광고 소재는 광고주가 이용자에게 전달하는 메시지

광고 소재는 광고 제목 / 설명 / 확장 소재로 구성



설명



확장 소재(사이트링크)



플라워 꽃배달



광고 · www.flower.co.kr/

센스가득 플라워 꽃배달 | 2시간이내 전국배달
| 감각있는 디자인

기념하고 싶은 날, 가장 아름다운 꽃으로 축하하세요.
플로리스트가 직접 디자인한 꽃다발, 꽃바구니 및 각종 화환 배달.

서비스 : 전국 2시간 당일배달, 배달사진 문자전송, 회원 추가할인

꽃바구니

근조/축하화환

동양란/서양란/승진화분

인테리어 화분



광고 제목



확장 소재(구조화된 스니펫)

광고 소재는 광고 실적과 연관되어 있는 검색 광고의 중요 요소

“광고 제목과 문안을 다양하게 입력하고,
확장 소재도 모두 등록해야지!”



광고주 A
200원 입찰



입찰 결과

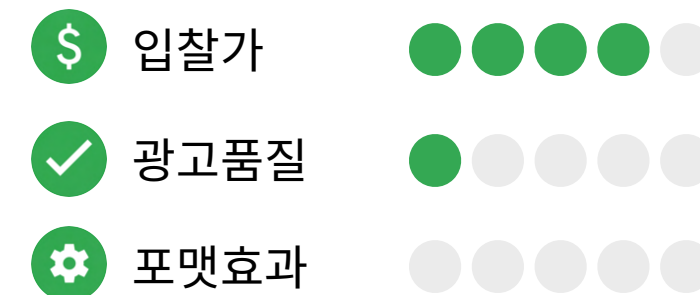
📊 광고 순위 **1위** 🖱 클릭당 비용 **130원**

“와 광고 효율이 좋네!”

“바쁘니까 소재는 대충 입력하자. 입찰가를 더 비싸게
입력했으니 내가 더 높은 순위에 노출되겠지?”



광고주 B
400원 입찰



입찰 결과

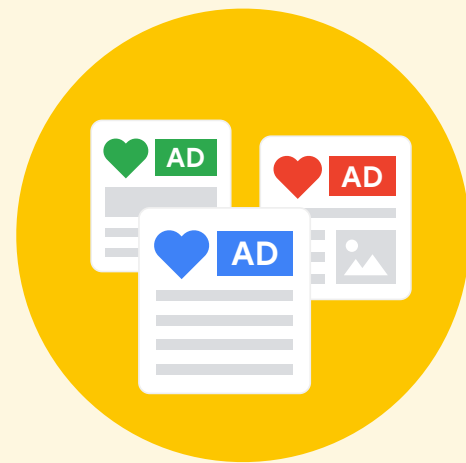
📊 광고 순위 **2위**

“내 광고는 왜 노출이 잘 안 될까?”



Google 검색 광고가 필요한 이유

Google 광고 플랫폼



이용자의 검색 의도 및 맥락에 맞춰, 각 검색의 순간마다
이용자에게 가장 매력적인 광고 소재를 노출



“매 검색의 순간마다 가장 적절한 소재를
노출해서 이용자를 끌어올 수 있도록,
다양한 소재를 준비해야지!”

다양한 검색 의도에 맞춰서 노출할 수 있도록
다양한 소재 등록 필요

타사 광고 플랫폼 A



이용자의 검색 의도에 관계없이,
평균 성과가 좋은 문안을 일괄적으로 더 많이 노출



“문안 A가 문안 B보다 평균적으로
성과가 더 좋았으니, 모든 검색어에 문안 A가
더 많이 노출될 수 있도록 문안 B는 삭제해야지!”

CTR 등의 성과가 좋은 문안을 취사 선택하여
등록하는 것이 필요





매 검색의 순간마다, Google은 이용자의 검색 의도를 반영하여
광고 소재의 매력도를 평가하고 광고 순위 산정에 반영

광고 순위를 결정하는 주요 요소



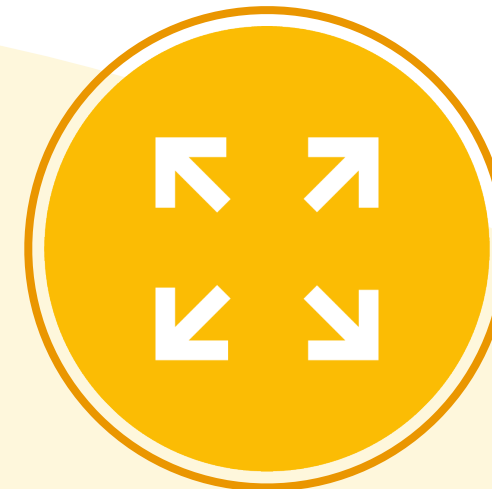
검색 매력



입찰가



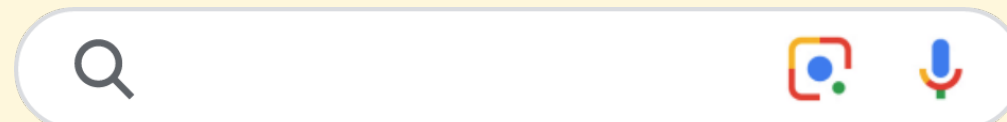
광고 품질



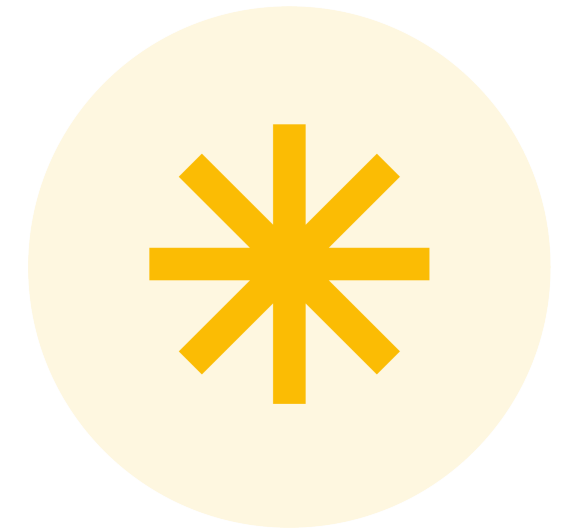
확장 소재 및
광고 포맷의 예상 효과



광고 순위 최소 기준



다양한 광고 소재를 설정하여 이용자의 검색 의도에 맞는 품질 좋은 광고 소재 노출이 필요



Q 냉장고



3개 이상의 고품질 광고 소재를
가지고 있는 광고그룹은,
광고가 1~2개 있는 광고그룹 대비
15%이상* 높은 클릭 또는 전환수를 달성



“저렴한 가격이면 좋겠어”

광고 소재 1: 가격중심



“세련된 디자인을 원해”

광고 소재 2: 디자인 중심



“혼수 이벤트 제품 없을까?”

광고 소재 3: 이벤트 중심



“냉장고는 대용량이지”

광고 소재 4: 고사양 중심



