



| 가이드북 |

애드워즈 일반용 계정

Google 애드워즈에 대한 보다 자세한 설명은

도움말 센터: <http://adwords.google.co.kr/support>

동영상학습센터: <http://www.google.co.kr/intl/ko/adwords/learningcenter>

Ver 090608



목차

애드워즈 업데이트	4
1 달라진 점 1	5
2 달라진 점 2	6

시작하기	7
1 로그인	8
2 내게 맞는 버전 선택	9
3 초보자용 버전의 애드워즈 계정 구조	10
4 일반용 버전의 애드워즈 계정 구조	11

계정 관리	12
1 계정 관리 메뉴의 구성	13
2 캠페인 요약 페이지	14
3 캠페인 설정 수정	15
4 광고그룹 페이지	16
5 키워드 및 입찰가 관리	17
6 광고문안 관리	18

결제하기	19
1 결제 옵션	20
2 결제 요약 페이지 (후불)	21
3 결제 환경설정 (후불)	22
4 결제 요약 페이지 (선불)	23
5 결제하기 (선불)	24
6 결제 환경설정 (선불)	25

기타사항	26
1 광고문안 작성 가이드라인	27
2 광고 승인 정책	28
3 내 광고가 보이지 않을 경우	29

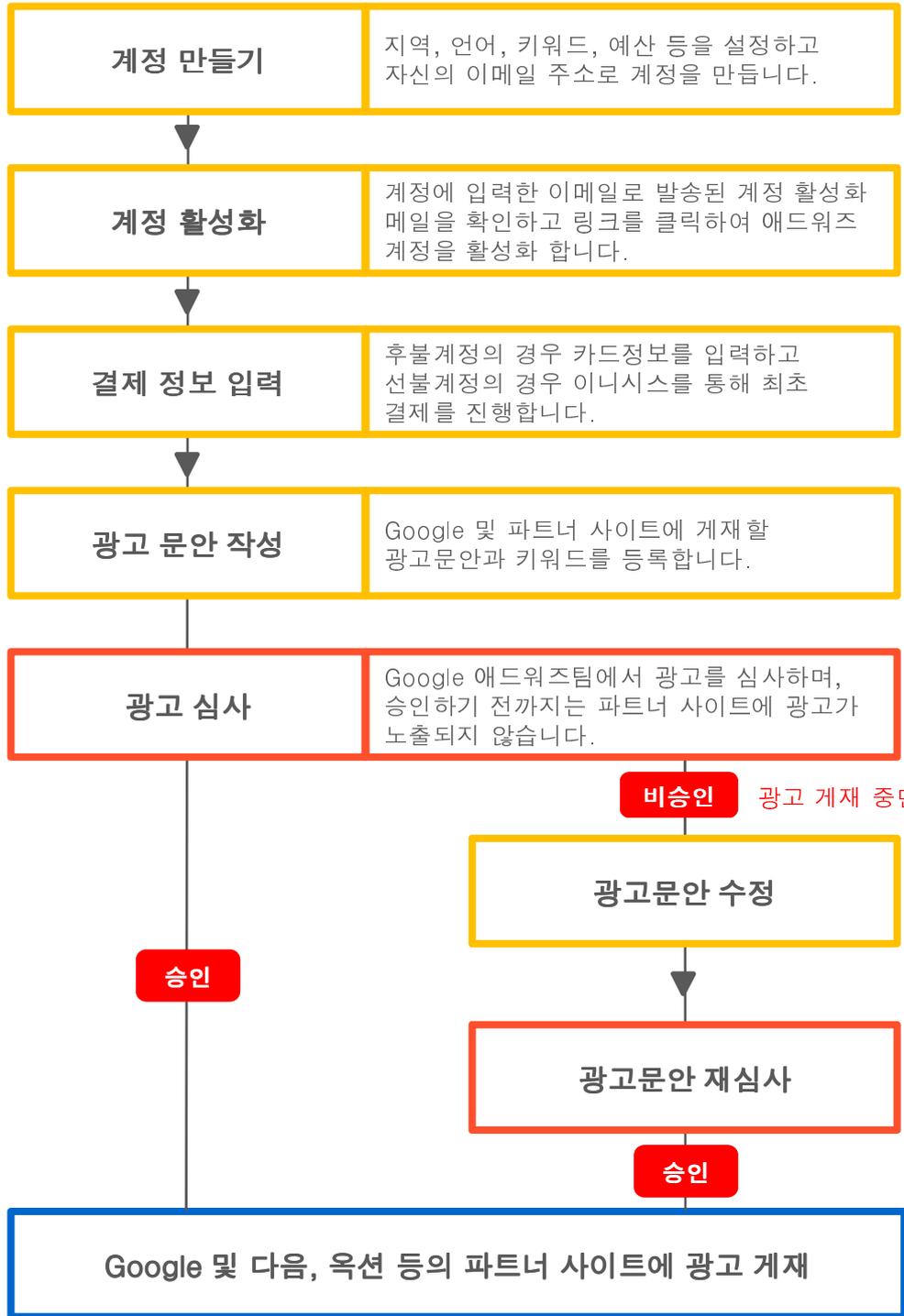
용어정리	30
-------------	-----------



애드워즈는 결과로 말합니다.

Google 광고 게재 절차

█ 광고주
█ Google 애드워즈팀
█ 결과





애드워즈 업데이트



1 | 달라진 인터페이스

- 2009년 6월부터 애드워즈 인터페이스가 사용자 편의 증대를 위해 대폭 개선되었습니다. 애드워즈 사용법을 설명하기에 앞서 주요 달라진 점에 대해서 알아보도록 하겠습니다.

1. 달라진 메뉴

아래 그림과 같이, 메인 메뉴탭이 총 6개의 메뉴 (홈, 캠페인, 보고서, 도구, 결제, 내 계정)로 구성되며, 메뉴 옆에 화살표(▼)를 클릭하면, 하위 메뉴를 확인할 수 있습니다.



2. 새로 생긴 계정 트리

화면 좌측의 계정 트리를 이용하면 계정 내 위치에 상관없이 원하는 캠페인이나 광고그룹으로 바로 이동할 수 있습니다.

전체 온라인 캠페인

- 계정 트리
- 캠페인 #1
 - 20주년 연주회 (이미지)
 - 20주년 연주회 (키워드)
- 캠페인 #2
 - 광고그룹 #1
 - 광고그룹 #10
 - 광고그룹 #11
 - 광고그룹 #12
 - 광고그룹 #13
 - 광고그룹 #14
 - 광고그룹 #15
 - 광고그룹 #17
 - 광고그룹 #18
 - 광고그룹 #19
 - 광고그룹 #2
 - 광고그룹 #20
 - 광고그룹 #21
 - 광고그룹 #22
 - 광고그룹 #3
 - 광고그룹 #4

20주년 연주회 (키워드)

광고 (1/3)

유포니아
아마추어 오케스트라
전국 음악경연대회 3차례 대상
www.euphonia.org

● 운영중

광고그룹 기본 입찰가(최대 CPC) 수정 ⓘ

검색 ₩300
콘텐츠: 선택 게재위치 ₩10
콘텐츠: 자동 게재위치 ₩10

설정 광고 키워드 네트워크

타겟팅 대상: 검색 및 콘텐츠(자동 게재위치 및 선택 게재위치)

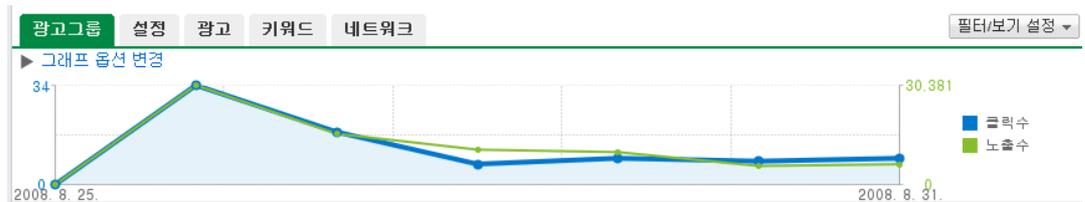
+ 키워드 추가 수정 상태 변경... 검색어 보기 추가 기능

<input type="checkbox"/>	● 키워드	상태 ⓘ	최대 CPC	품질평 가점수	클릭 수 ↓
<input type="checkbox"/>	음악회	☞ 운영 가능	₩300	4/10	14
<input type="checkbox"/>	[클래식공연]	☞ 운영 가능	₩500	4/10	2
<input type="checkbox"/>	[클래식음악회]	☞ 운영 가능	₩500	4/10	0

2 | 달라진 인터페이스

3. 실적 요약 그래프

모든 캠페인/광고그룹 페이지에서 최대 2개의 측정항목을 선택하여 선택 기간 내 실적을 한 눈에 알아볼 수 있는 그래프로 표시할 수 있습니다.



4. 키워드/입찰가 바로 수정

키워드나 입찰가를 클릭하면 바로 수정이 가능하여, 계정 내용을 빠르게 수정할 수 있습니다. 계정에서 수정이 가능한 항목을 클릭하면 별도의 페이지로 이동하지 않고 해당 항목을 직접 수정할 수 있습니다.

The screenshot shows the AdWords interface with a table of keywords and bids. The table has columns for '키워드' (Keyword), '그룹' (Group), '상태' (Status), and 'CPC' (Cost Per Click). The first row shows the keyword '[클래식음악회]' with a bid of ₩500. A dropdown menu is open for the bid, showing options: '일치검색', '확장검색', '일치검색', and '구문검색'. A second dropdown menu is open for the keyword, showing the option '20주년 연주회 (키워드)'. Red boxes highlight the '키워드 클릭!' and '입찰가 클릭!' buttons, indicating that clicking on these elements allows for direct modification.



시작하기



애드워즈는 결과로 말합니다.

시작하기

1 | 로그인

- 인터넷 주소창에 <http://adwords.google.co.kr>을 입력하세요.
- ‘가입하기’ 버튼을 누르면, 신규계정을 생성하실 수 있습니다.
- ‘이메일’에는 이메일 주소(예: adwords@gmail.com)를 끝까지 입력해 주세요.
- 비밀번호를 분실하셨을 경우에는 로그인 아래의 ‘내 계정에 액세스 할 수 없습니다’를 클릭하여 비밀번호를 재설정 하실 수 있습니다.



언어 변경 한국어

Google에 비즈니스 광고 게재

예산에 관계없이 Google 및 Google 광고 네트워크에 광고를 게재하실 수 있습니다. 사용자가 광고를 클릭할 경우에만 비용을 지불하면 됩니다.

가입하기 »

귀하의 광고가 관련 검색결과 옆에 게재됩니다.

사용자가 광고를 클릭합니다.

신규계정을 만들기



Google 계정

로그인

이메일:

비밀번호:

내 계정 정보 기억

로그인

내 계정에 액세스할 수 없습니다.

비밀번호 분실 시 여기를 클릭

애드워즈에 대해 자세히 알아보기

원리

원리

비용

성공사례

광고 작성

광고를 작성하고 비즈니스와 관련 있는 단어나 구로 키워드를 선택합니다. [키워드 아이디어 열기](#)

광고가 Google에 게재됩니다.

선택하신 키워드 중 하나가 Google에서 검색되면 해당 검색결과 옆에 광고가 표시됩니다. 이렇게 하여 이미 관심이 있는 사용자를 대상으로 광고를 게재할 수 있게 됩니다.

고객 유치

사용자는 광고를 클릭하기만 하면 원하는 제품을 구입하거나 광고주에 대한 자세한 정보를 확인할 수 있습니다. 또한 Google에서 웹페이지를 무료로 작성해 드리므로 광고주 입장에서 이보다 간단한 방법은 없을 것입니다.

[가입하기](#) | [다음 주제](#)



키워드 Google에서 검색된 구문



귀하의 광고 관련 검색결과 옆에 게재됩니다.



2 | 내게 맞는 버전 선택

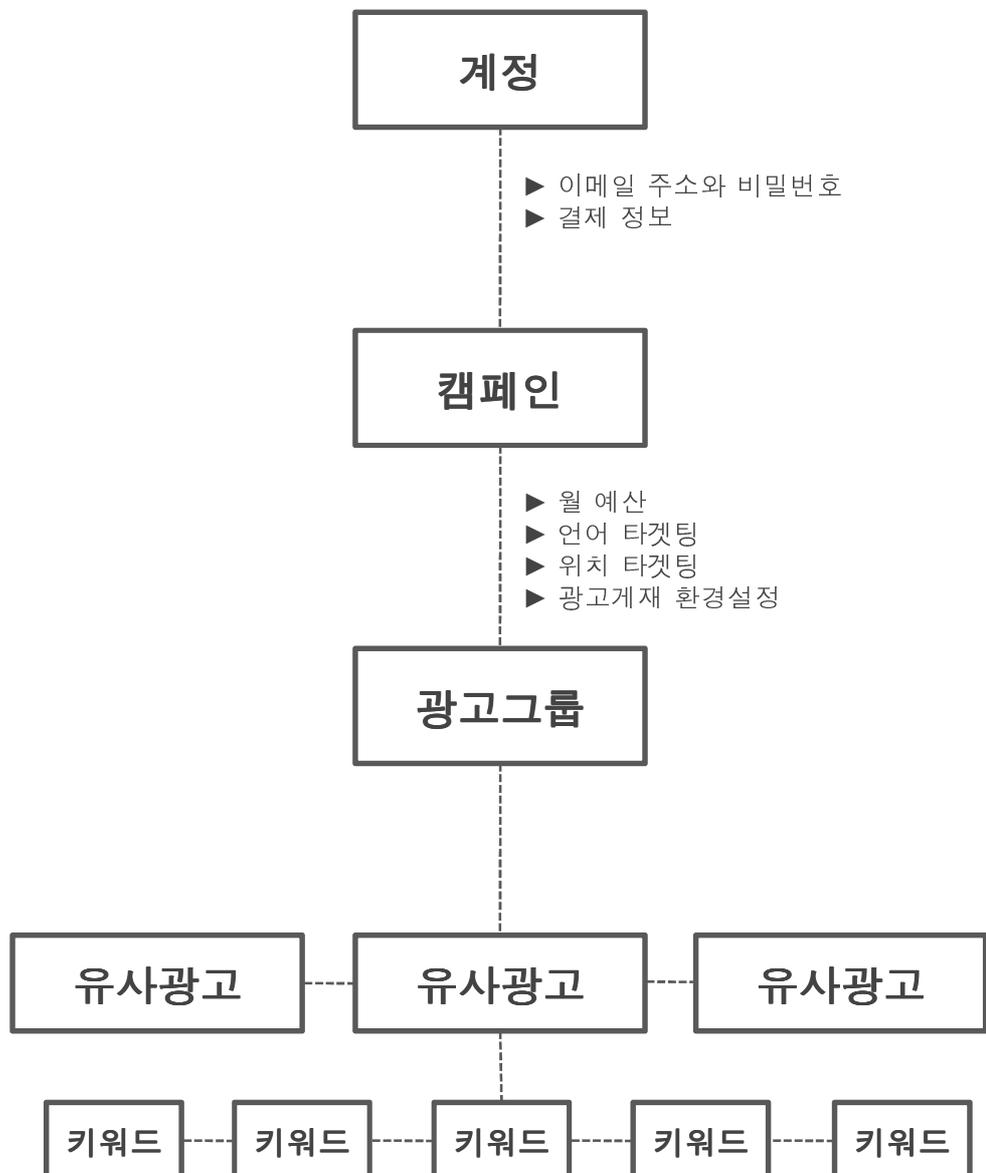
- 계정을 처음 생성하실 때, '**초보자용 버전**'과 '**일반용 버전**' 중 한 가지를 선택하셔야 합니다.
- 버전 차이는 아래와 같은 기능의 차이이며, 비용의 차이는 없습니다.
- 유연한 광고 운영을 원하실 경우, 일반용 계정을 선택할 것을 권해드립니다.

*언제든지 초보자용에서 일반용으로 추가비용 없이 전환이 가능하지만, 일반용에서 초보자용으로 전환하는 것은 불가능합니다.

	초보자용	일반용
간단한 가입 절차 한 페이지 분량의 간단한 양식을 작성하여 가입	✓	
하나의 제품 하나의 키워드 목록과 이 키워드로 실행되는 하나 이상의 광고를 사용하여 하나의 제품 또는 회사 광고.	✓	
여러 제품 여러 개의 키워드 목록과 이 키워드로 실행되는 여러 개의 광고로 구성된 캠페인을 만들어 여러 제품 또는 회사 광고		✓
기본 보고서 광고 노출수, 클릭수 및 비용에 대해 한 페이지 분량의 개요 제공	✓	
상세 보고서 계정의 모든 내용에 대한 자세한 보고서 제공. 맞춤형 보고서를 작성하여 비용 및 투자수의 분석		✓
기본 타겟팅 단일 국가와 같이 특정 지역 내에 있는 고객 타겟팅	✓	
고급 타겟팅 한 번에 여러 위치에 있는 고객 타겟팅		✓
고급 비용 관리 키워드별 입찰, 콘텐츠 입찰, 광고 게재순위 환경설정 등 다양한 입찰 옵션 제공		✓
고급 계획 도구 전환추적, 애드워즈 트래픽 견적도구 및 키워드 도구의 여러 유용한 기능이나 통계 등의 고급 기능으로 캠페인 실적 향상		✓
게재위치 타겟팅 고객의 흥미를 유발할 수 있는 특정 웹사이트에 광고 게재		✓

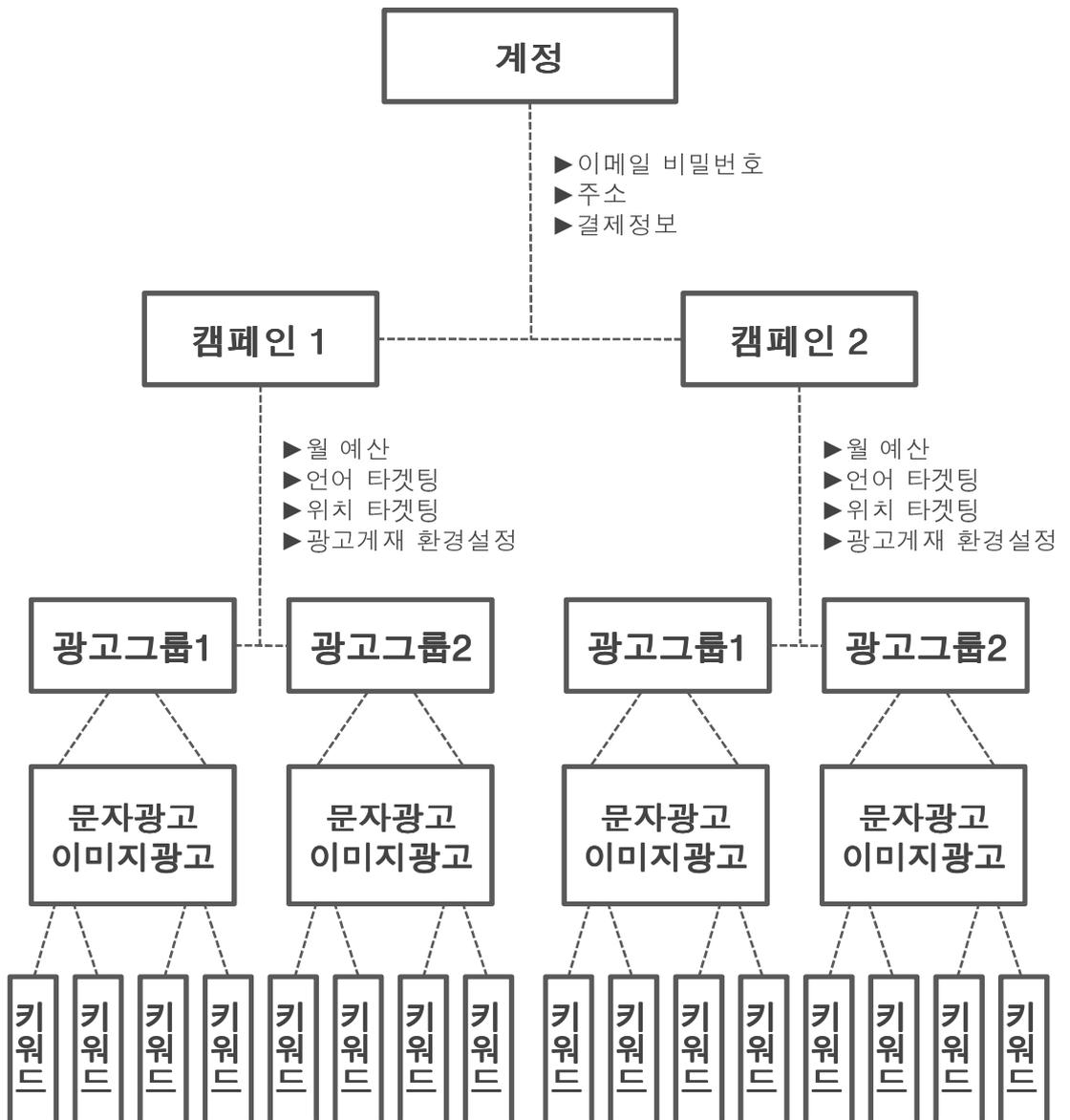
3 | 초보자용 버전의 애드워즈 계정 구조

- 초보자용 버전의 애드워즈 계정 구조입니다.
- 광고 계정 1개에 1개의 캠페인과 광고그룹이 포함되며, 하나의 광고그룹에 여러 개의 유사광고(또는 광고문안)를 제작하여 게재할 수 있습니다.
- 본 가이드북에서는 일반용 버전에 대한 내용을 다룬 관계로, 초보자용 버전에 대한 보다 자세한 내용은 애드워즈 도움말 센터를 참고하시기 바랍니다.



4 | 일반용 버전의 애드워즈 계정 구조

- 일반용 버전의 애드워즈 계정 구조입니다.
- 광고 계정 1개에 여러 개의 캠페인을 만들 수 있으며, 캠페인별로 일일예산 및 타겟팅, 광고게재 환경을 다르게 설정할 수 있습니다.
- 각 캠페인에는 광고그룹이 포함되며, 하나의 광고그룹에 여러 개의 유사광고(광고 문안)를 제작하여 게재할 수 있습니다.





계정관리

1 | 계정 관리 메뉴의 구성

- 로그인을 하시면 계정을 한 눈에 볼 수 있는 홈 페이지로 연결되며, 이 페이지에서 계정 전반에 대한 현황을 확인할 수 있습니다.
- 일반용 계정에서는 여러 개의 캠페인과 광고그룹 관리도구 및 효과적인 광고 운영을 위한 다양한 보고서 기능을 제공합니다.

- 1 캠페인**: 캠페인, 광고그룹, 광고문안, 키워드 실적을 조회/수정할 수 있습니다.
- 2 보고서**: 내 계정에 대한 다양한 통계 보고서를 확인하실 수 있습니다.
- 3 도구**: 온라인 광고를 운영하시는데 유용하게 사용하실 수 있는 다양한 도구를 확인하실 수 있습니다.
- 4 결제**: 결제 정보 수정, 과거 결제/청구 내역 등을 확인하실 수 있습니다.
- 5 내 계정**: 계정 정보를 조회하거나 수정합니다.

1
2
3
4
5

그래프로 캠페인 실적 파악

키워드	클릭수	클릭률	비용
유폴니아	10	43.48%	₩541.00
음악회	41	2.67%	₩2,192.00
연주회	17	0.58%	₩2,467.00
공연	14	0.20%	₩1,916.00
콘서트	19	0.19%	₩1,437.00
클래식	8	0.06%	₩1,044.00

다양한 기준으로 주요 키워드 실적 파악

	2008. 9. 1. - 2008. 9. 30.	2008. 8. 1. - 2008. 8. 31.	차이점
클릭수	57	85	-32.9%
노출수	50,149	78,381	-36.0%
클릭률(CTR)	0.11%	0.11%	0.0%
평균 CPC	₩154	₩110	+40.0%
평균 CPM	₩175	₩119	+47.1%
총 비용	₩8,768	₩9,335	-6.1%
전환율	0.00%	0.00%	0.0%
전환당 비용	₩0	₩0	0.0%
총 전환수	0	0	0.0%

2 | 캠페인 페이지

- 캠페인 페이지에서는 캠페인의 실적 조회 및 설정 변경이 가능합니다.
- 캠페인은 광고그룹과 키워드를 포함하는 단위로 일반용 계정에서는 최대 25개의 캠페인을 운영할 수 있습니다.
- 광고문안/키워드를 확인하기 위해서 해당 광고그룹으로 반드시 이동할 필요없으며, 캠페인 페이지에서도 확인이 가능합니다.
- 캠페인별로 일일예산, 타겟 지역 및 언어를 설정할 수 있기 때문에 캠페인 한 개당 한 개의 제품이나 서비스로 구성하는 것이 좋습니다.

*예: 광고주가 각각 여성복과 남성복을 판매하는 사이트 2개를 운영하고 있을 경우, 여성복 캠페인 한 개와 남성복 캠페인 한 개를 운영하는 것이 효율적인 광고 운영에 좋습니다.

The screenshot shows the Google AdWords Campaign page interface. Several callout boxes highlight specific features:

- 새로운 계정 트리로 더 쉬워진 계정 내 이동**: Points to the left sidebar navigation menu.
- 그래프로 캠페인 실적을 한 눈에 확인**: Points to the performance graph showing cost and clicks over time.
- 캠페인에 속한 광고그룹/광고문안/키워드를 한 눈에 확인**: Points to the top navigation tabs for Campaign, Ad Groups, Settings, Ads, Keywords, and Networks.
- 기간별 조회가 가능**: Points to the date range selector at the top right.

The main content area displays a table of campaign performance data:

캠페인	예산	상태	클릭 수	노출수	클릭률(CTR)	평균 CPC	비용	평균 게재 순위
전체 온라인 캠페인			91	20,411	0.45%	₩607	₩55,252	2.0
캠페인 #1	₩10,000/일	운영 가능	0	0	0.00%	₩0	₩0	
캠페인 #2	₩50,000/일	운영 가능	91	20,411	0.45%	₩607	₩55,252	2.0
전체 - 검색			91	20,411	0.45%	₩607	₩55,252	2.0
총계 - 콘텐츠			0	0	0.00%	₩0	₩0	
전체 - 모든 캠페인			91	20,411	0.45%	₩607	₩55,252	2.0

3 | 캠페인 설정 수정

- **[설정]** 버튼을 클릭한 다음에 수정하고자 하는 **[캠페인 #1]**을 클릭하면, 아래와 같이 예산, 타겟지역 및 언어 등을 변경할 수 있는 캠페인 설정 페이지가 뜹니다.
- ① **일반**: 캠페인 제목 및 게재 종료일을 설정합니다.
- ② **대상**: 광고를 게재하고자 지역 및 언어를 설정합니다. (주의! 한국의 경우 지역타겟팅이 가능하지 않은 관계로 반드시 한국(국가)을 선택하셔야 합니다.)
- ③ **네트워크 및 기기**: 광고가 게재되는 사이트 범위(구글/검색 파트너/콘텐츠 네트워크)를 설정합니다.
- ④ **입찰 및 예산**: 입찰 옵션 (수동입찰, 자동입찰) 및 일일예산을 설정합니다.
- ⑤ **고급 설정**: 광고 예약 기능 및 광고 게재 옵션을 설정합니다.

홈 | **캠페인** | 보고서 | 도구 | 결제 | 내 계정

전체 온라인 캠페인 << | 전체 온라인 캠페인 >

▶ 캠페인 #1
20주년 연주회 (이미지)
20주년 연주회 (키워드)

▶ 캠페인 #2

▶ 캠페인: 캠페인 #1

● 운영중 예산: ₩10,000/일 타겟팅: 한국어 한국

광고그룹 | **설정** | 광고 | 키워드 | 네트워크

1 캠페인 설정

2 일반

3 대상

4 네트워크 및 기기

5 입찰 및 예산

고급 설정

수정 버튼 클릭!

(+) 버튼 클릭하면 메뉴 확장

도움말 | 도움말 센터 | 도움말 센터 검색 | 검색

4 | 광고그룹 페이지

- **[광고그룹]** 버튼을 클릭하면 캠페인에 포함된 광고그룹을 조회하고 관리할 수 있는 페이지가 나타납니다.
- 캠페인 별로 100개의 광고그룹을 만들 수 있으며, 광고그룹 별로 키워드와 광고문안을 다양하게 설정하여 광고 효과를 높일 수 있습니다.
- 광고그룹에 적용되고 있는 입찰가를 수정할 수 있습니다. 이 경우, 키워드별 개별 입찰가를 설정하지 않는 한 일괄적으로 광고그룹 입찰가가 자동으로 적용됩니다.
- 상품 종류가 많은 쇼핑몰을 운영하는 경우에 기획전이나 상품별로 광고그룹을 만들어 구체적인 페이지에 링크를 걸어주는 것이 좋습니다.

*예:광고주가 영화관련 상품을 판매하는 쇼핑몰을 운영하는 경우, '영화상품'이라는 광고그룹을 만드는 것 보다는 하나의 캠페인 아래 '매트릭스', '스타워즈' 등으로 광고그룹을 세분화하여 각각에 맞는 키워드와 링크를 관리하는 방법이 효과가 높습니다.

계정트리를 보기 위해서는 >> 클릭

'표시항목' 설정을 통해 테이블 항목을 수정

광고그룹	상태	검색 최대 CPC	콘텐츠 관리 최대 CPC	콘텐츠 자동 최대 CPC	클릭 수	노출수	클릭률(CTR)	평균 CPC	비용	평균 게재 순위
20주년 연주회 (키워드)	운영 가능	₩250	₩500	₩90	0	0	0.00%	₩0	₩0	0
20주년 연주회 (이미지)	광고 점유율 낮음	₩1,000	--	자동	0	0	0.00%	₩0	₩0	0
전체 - 검색					0	0	0.00%	₩0	₩0	0
총계 - 콘텐츠					0	0	0.00%	₩0	₩0	0
전체 - 모든 광고그룹								₩0	₩0	0

네트워크 별로 입찰가를 설정 가능

5 | 키워드 및 입찰가 관리

- **[키워드]** 버튼을 클릭하면 해당 캠페인 또는 광고그룹 내에 등록된 키워드들이 표시됩니다.
- 키워드 또는 입찰가를 수정하기 위해서는 해당 키워드 또는 입찰가에 마우스를 클릭하면 직접 수정이 가능합니다.
- **'제외어'**의 경우, 광고그룹 수준 또는 캠페인 수준에서 추가가능합니다.
- **[검색어 보기]**를 클릭하면, 실제 어떤 검색어로 내 광고가 게재되는지 확인할 수 있습니다.
- 광고 문안 및 홈페이지와 관련성이 높은 키워드를 작성하여 품질 평가점수를 높여보세요. 품질 평가점수가 높아지면 더욱 저렴한 입찰가로 광고운동을 할 수 있습니다.

*품질 평가점수 : 키워드의 클릭율, 광고문안, 방문 페이지와의 관련성 등을 토대로 각 키워드에 책정되는 점수로 '1/10', '4/10', '8/10'과 같이 10등급으로 구분됩니다.

The screenshot displays the Google Ads 'Keywords' management page for a campaign named '20주년 연주회 (키워드)'. The interface includes a table of keywords with columns for status, maximum CPC, quality score, click count, impressions, click-through rate (CTR), average CPC, and cost of conversion. Annotations in red boxes highlight key features: '키워드 추가' (Add keyword) points to the '+ 키워드 추가' button; '클릭해서 직접 수정' (Click to edit directly) points to the '수정' (Edit) button in the table; '광고그룹 또는 캠페인 수준 제외어 추가' (Add exclusion at ad group or campaign level) points to the '제외 키워드' (Exclude keywords) section; '검색어 보기' (View search terms) points to the '검색어 보기' button; and '그래프 숨기기/표시하기' (Hide/show graph) points to the '그래프 표시' (Show graph) checkbox.

키워드	상태	최대 CPC	품질평가 점수	클릭수	노출수	클릭률(CTR)	평균 CPC	변환당 비용
[클래식공연]	운영 가능	₩500	4/10	3	1,533	0.20%	₩162	₩486
[클래식음악회]	운영 가능	₩500	4/10	0	102	0.00%	₩0	₩0
음악회	운영 가능	₩250	4/10	0	0	0.00%	₩0	₩0
클래식	운영 가능	₩250	2/10	0	0	0.00%	₩0	₩0
전체 - 삭제된 모든 키워드		--	--	116	37,619	0.31%	₩89	₩10,367
전체 - 검색		--	--	119	39,254	0.30%	₩91	₩10,853
총계 - 콘텐츠		--	--	16	142,143	0.01%	₩90	₩1,448
전체 - 모든 키워드		--	--	135	181,397	0.07%	₩91	₩12,301

6 | 광고문안 관리

- **[광고]** 버튼을 클릭하면 해당 캠페인 또는 광고그룹 내에 등록된 광고문안들이 표시됩니다.
- 광고 형식으로는 텍스트 광고 외에 이미지 광고, 모바일 광고가 있으며, 이미지 광고의 경우, 애드워즈 상에서 직접 제작할 수 있습니다.
- 광고 상태
 - **'승인'** : 구글심사팀에 의해 광고가 승인되어 모든 구글 네트워크 사이트에 광고가 게재가능한 상태입니다.
 - **'검토 대기중'** : 구글심사팀에 접수되어 심사결정이 낮으로 표시될 경우, 신규 또는 수정하신 광고문안이 검토를 위해 애드워즈팀에 제출되었음을 의미합니다. 일반적으로 1 영업일 이내에 광고 심사가 완료됩니다.
 - **'비승인'** : 구글광고정책에 위반사항이 있을 경우, 광고는 비승인되고 게재되지 않습니다. 풍선 로고를 클릭하면 비승인 사유를 확인할 수 있으며, 광고 문안을 수정해야 광고가 재심사 후 승인될 수 있습니다.

광고문안 추가

광고 승인 상태

광고문안 수정 버튼

광고	유사광고	광고그룹	상태	클릭수	노출수	클릭률(CTR)	비용
		20주년 연주회 (이미지)	검토 대기	0	0	0.00%	
유포니아 아마추어 오케스트라 전국 음악경연대회 3차례 대상 www.euphonia.org		20주년 연주회 (키워드)	승인	0	0	0.00%	₩0
구글필 20주년 음악경 연회 (일) 6시00분 (메인곡 Tchaikovsky S www.googlephil.org		20주년 연주회 (키워드)	검토 대기	0	0	0.00%	
구글필 아마추어 오케스트라 전국 음악경연대회 3차례 대상 www.google.co.kr		20주년 연주회 (키워드)	비승인	0	0	0.00%	₩0
전체 - 삭제된 모든 광고				135	181,507	0.07%	₩12,301
전체 - 검색				119	39,254	0.30%	₩10,853
총계 - 콘텐츠				33	150,379	0.02%	₩8,050



결제하기



1 | 결제 옵션

- Google 애드워즈의 결제 옵션은 선불과 후불 옵션으로 나뉩니다.
- 계정 생성 시 선택하며, 후불에서 선불로 또는 그 반대로 변경할 수 없으므로 계정을 설정할 때 결제 옵션을 신중하게 선택하시기 바랍니다
- 결제방식(선불옵션, 후불옵션)에 따라 각각 다른 결제 요약 화면이 제공되고 있습니다.
- **후불 옵션**을 선택하면 광고 비용이 발생한 다음에 등록된 신용카드로 자동 청구됩니다. 최종 결제일 이후 30일이 경과하거나 계정 비용이 청구 기준액에 도달하면 비용이 청구되는데, 이때 둘 중 빠른 날짜가 적용됩니다
- **선불 옵션**을 선택하면 클릭 또는 노출이 발생하기 전에 광고비를 미리 결제할 수 있습니다. 언제든지 계정에 금액을 결제(신용카드/실시간계좌이체/가상계좌입금) 할 수 있으며 잔액에서 광고비가 차감됩니다. 잔액이 얼마 남지 않게 되면 알림 메일이 발송되며 잔액이 소진될 경우 추가 결제가 이루어지기 전까지 광고 게재가 중단됩니다.
- 결제옵션 (선불옵션, 후불옵션)에 따라 각각 다른 결제 요약 화면이 제공되고 있습니다.

2 | 결제 요약 페이지 (후불)

- 상단 메뉴에서 **[결제]-[결제 요약]**를 클릭하면 청구/결제 내역을 확인할 수 있습니다.
- 후불 계정에서 결제 시 별도의 영수증이 발송되지는 않으며, 결제 요약 페이지에서 필요한 결제 영수증 또는 인보이스를 확인/출력할 수 있습니다.
- 후불 계정에서는 부가가치세가 부과되지 않는 관계로 전자세금계산서가 발행되지 않습니다.

[결제 환경설정]에서 신용카드 정보 변경

홈 캠페인 보고서 도구 **결제** 내 계정

결제 요약

결제 요약 페이지가 항상 의견이 있으시면 [알려주십시오](#) [결제 환경설정](#) [변경된 내용](#)

결제 요약

마지막 결제 기분 결제방법: **Visa (...6510)** - 유효함
백업, 선택안함 현재 잔액
(KRW ₩39,715)

기간별 조회

전체

2008. 8. 1 - 2008. 9. 30 이동

거래 유형: 전체 거래

[달 모두 숨기기](#)

인보이스 출력

[결제 도움말](#) | [내보내기](#)

2008년 8월 1일 - 2008년 8월 31일		보기: 매일 매월 인쇄: 개별 보기 인보이스	
날짜	설명	청구 금액(₩)	잔액(₩)
8월 1일	시작 잔액		4,196
8월 2일	요청된 결제금액: ₩4,196		4,196
8월 2일	결제: Visa (...6510)		0
8월 26일	캠페인 활동: 34 클릭수	4,321	4,321
8월 27일	캠페인 활동: 18 클릭수	1,248	5,569
8월 28일	캠페인 활동: 7 클릭수	1,419	6,988
8월 29일	캠페인 활동: 9 클릭수	840	7,828
8월 30일	캠페인 활동: 8 클릭수	740	8,568
8월 31일	캠페인 활동: 9 클릭수	767	9,335
8월 31일	요청된 결제금액: ₩7,828		9,335

결제: Visa (...xxxx)
클릭해서 영수증 확인

3 | 결제 환경설정 (후불)

- **[결제]-[결제 환경설정]** 페이지로 이동하면, 신용카드 정보 및 주소지, 연락처 정보를 변경할 수 있습니다.
- 두 개의 신용카드 정보를 등록할 수 있습니다. 기본 신용카드 외에 백업카드를 등록하면 기본 카드의 문제로 인해서 광고가 중단되는 경우를 방지하실 수 있습니다.

홈 캠페인 보고서 도구 결제 내 계정

결제 요약
결제 환경설정

결제 환경설정

이 페이지에서는 귀하의 결제 설정을 조회하고 관리할 수 있습니다. 캠페인 일일예산을 수정할 페이지를 찾으려면 '캠페인 관리'로 이동하여 캠페인을 선택한 후 '캠페인 설정 수정'을 클릭하십시오.

청구 및 결제 [수정]

청구 수단: 후불 결제
결제 방법: 신용카드 **신용카드 정보 수정**

기본 결제수단 세부정보 [수정]

기본 신용카드: Visa
유효기간: 2012년 7월

광고주 주소: 김구글
강남구 테헤란로 152
강남 파이낸스 센터
서울, 135-984
02 531 9000 **백업카드 정보 입력**

백업 카드의 결제 세부정보 [추가]

백업 신용카드가 입력되지 않았습니다.

쿠폰번호 - 옵션

Google로부터 프로모션 코드가 적힌 쿠폰을 받으신 경우 코드번호를 여기에 입력해 주십시오.

쿠폰 코드:



4 | 결제 요약 페이지 (선불)

- 선불옵션 계정도 마찬가지로 상단 메뉴에서 **[결제]-[결제 요약]**를 클릭하면 청구/결제 내역을 확인할 수 있습니다.

*예 : 첫 결제로 16,000원을 지불할 경우 16,000원에 대한 부가세와 가입비를 합한 9,455원 (1,455원+8,000원)이 차감되고 나머지 6,545원이 광고비로 내 광고 계정에 충전됩니다. 따라서 순수광고비 10만원을 사용하고 싶으신 경우 11만원을 충전하시면 됩니다.

결제 요약

마지막 결제 **KRW ₩16,000**
2009. 4. 21.

기본 결제방법: 신용카드 또는 은행송금·유효함

현재 잔액 **KRW ₩555**
지금 결제하기

전체 | 2008. 2. 1 - 2008. 2. 29 | 이동

거래 유형: 전체 거래

일 모두 숨기기 | 결제 도움말 | 내보내기

날짜	설명	청구 금액(₩)	크레딧(₩)	잔액(₩)
2월 1일	시작 잔액			8,000
2월 20일	캠페인 활동: 13 클릭수	579		8,579
2월 20일	결제:		16,000	(7,421)
2월 20일	결제:		16,000	(23,421)
2월 21일	₩16,000의 부가가치세	1,455		(21,966)
		1,455		(20,511)
2월 21일	서비스 조정		1,000	(21,511)
2월 21일	서비스 조정	1,000		(20,511)
2008년 2월 1일 - 2008년 2월 29일 합계		청구 금액: 4,489	크레딧: 33,000	잔액: (20,511)

5 | 결제하기 (선불)

- **[결제]-[결제하기]** 버튼을 클릭한 후 결제금액을 입력하면 아래와 같이 이니시스 결제창이 설치됩니다. 선불 계정에서 모든 결제는 Google의 결제 파트너 INICIS의 안전한 웹 인터페이스를 통해 처리됩니다.
- 결제는 이니시스 Active X가 설치되어야 하는 관계로 반드시 인터넷 익스플로어를 사용하셔야 합니다.
- 결제 완료 후 이니시스로부터 발송되는 영수증은 세금계산서 목적으로 사용할 수 없습니다. 전자세금계산서는 매월 초에 전월 실제광고비용에 대해서 이메일로 별도 발송됩니다.

이니시스 보안 웹 인터페이스를 이용해 결제하십시오.

이니시스 창에서 결제하십시오. 온라인 또는 오프라인 결제가 가능하며, 성공적으로 결제가 처리되고 1일 이내에 결제가 완료됩니다. INICIS 창에서 "확인"을 클릭한 후 결제가 완료됩니다.

INipay 플러그인이 보이지 않거나 결제이체, 무통장입금

1. 지침에 따라 ActiveX를 활성화하십시오.
2. 브라우저를 새로고침하십시오.

브라우저 창 상단에 노란색 정보 표시줄을 클릭하십시오.

1. 노란색 정보 표시줄을 클릭하십시오.
2. "ActiveX 컨트롤 설치..."를 클릭하십시오.
3. "이 소프트웨어를 설치하십시오"를 클릭하십시오.

구글코리아유한회사
카드선택/인증 → 정보확인 → 결제완료
이니시스 결제창

신용카드 - 카드선택/인증
상품명 AdWords
상품금액 16,000 원

고객님께서 결제에 사용할 카드를 선택해 주십시오.

비씨카드, 국민카드, 현대카드, 삼성카드, 신한카드, 롯데카드, 저축은행, 외환카드

이 외의 카드는 이곳에서 선택해 주십시오. [카드사 선택]

다음 취소

© 2009 Google | AdWords Home | Editorial Guide
INICIS 6.0 RSA1024bit, SEED-CBC128bit, 키보드보안으로 안전합니다.

6 | 결제 환경설정 (선불)

- **[결제]-[결제 환경설정]** 페이지로 이동하면, 연락처 및 사업자등록 정보를 변경할 수 있습니다.
- 전자세금계산서는 사업자정보가 반드시 입력되어 있어야만 발행되며, 사업자 정보가 누락되어 있을 경우 발행되지 않습니다.
- 전자세금계산서는 선불계정에서만 발급되며 후불계정에서는 발행되지 않습니다.

홈
캠페인
보고서
도구
결제
내 계정

결제 환경설정

이 페이지에서는 귀하의 결제 설정을 조회하고 관리할 수 있습니다. 캠페인 일일예산을 수정할 페이지를 찾으려면 '캠페인 관리'로 이동하여 캠페인을 선택한 후 '캠페인 설정 수정'을 클릭하십시오.

청구 및 결제 [수정]

청구 수단: 선불 결제

결제 방법: 신용카드 또는 은행송금 [[결제하기](#)]

기본 결제수단 세부정보 [수정]

광고주 주소: 서울특별시 서울
서울시 강남구 테헤란로 152
강남 파이낸스 센터 22층
구글코리아
김구글
SEOUL 135-984
KOREA (REP.)
531-9000 전화
google@gmail.com

세금계산서 및 주요 메일을 수신하는 이메일 주소.

세금 상태 [수정]

기업 부가 가치세(VAT) ID: 123-12-12345

대표자명: 김구글

종목: 인터넷 서비스

비즈니스 종목: 검색 광고

전자세금계산서 기재정보

쿠폰번호 - 옵션

Google로부터 프로모션 코드가 적힌 쿠폰을 받으신 경우 코드번호를 여기에 입력해 주십시오.

쿠폰 코드: 사용



기타사항



1 | 광고문안 작성 가이드라인

- 광고제목은 12.5자, 광고문안은 각 줄당 17.5자 이내로 작성해 주세요. 공란 (space), 기호, 구두점, 숫자, 영어 알파벳 등은 0.5자, 한글은 1자 입니다.
- 띄어쓰기를 꼭 지켜주시고, 구두점 뒤에는 반드시 한 칸을 띄어써야 합니다. 또한 느낌표는 광고 문안에서 한 번만 사용 가능하며 광고 제목에는 사용할 수 없습니다.
예: 바나나,사과,배등(X) 바나나, 사과, 배 등(O) 바나나/사과/배 등(O)
- 문법과 철자법이 어긋나는 단어는 쓰지 마세요.
예: 맞춤정장(X)→맞춤정장(O), 간지나는(X)→스타일 좋은(O)
- 광고를 클릭했을 때 팝업이 뜨면 안됩니다. 팝업이 뜨지 않는 곳으로 랜딩페이지를 설정해 주시거나 팝업을 삭제해 주세요.
- 표시URL과 도착 URL은 동일한 사이트여야 합니다. 참고로 표시 URL의 http:// 와 www. 은 생략할 수 있습니다.
예: **도착URL** 이 http://www.abc.com/event=korea/ 일 경우 표시 URL은 abc.com을 포함해야 합니다.
표시URL: http://www.good.abc.com (O), http://www.nore.com (X)
- 광고문안의 단어가 첫째, 둘째줄 사이에서 잘리거나 문안이 쉼표로 끝나면 안됩니다. 아래의 예와 같이 문안 작성이 바르지 못하게 된 경우, 광고가 승인되지 않습니다.
예) 화성행 유람선
신나는 화성행 유람선 ←'유람선'이 잘린 경우
선을 이용해보세요, ←문안이 쉼표로 끝나는 경우
www.example.com
- 성인전용물이나 온라인 도박과 관련된 아이템은 광고할 수 없습니다.
- 광고문안작성과 관련한 자세한 내용은 Google 애드워즈 광고문안 가이드 페이지 (<https://adwords.google.co.kr/select/guidelines.html>) 를 참조하세요.



2 | 광고 승인 정책

1. 승인과정 관련

- 광고문안 및 키워드를 새로 작성하거나 수정하면 재승인이 필요합니다.
- 수정을 하시면 Google에는 바로 게재되나 파트너 네트워크에 게재하려면 승인이 완료되어야 합니다. 승인까지는 1~3 영업일이 소요될 수 있습니다.

2. 광고게재 관련

- 파트너 네트워크에는 노출 가능한 광고의 수가 제한되어 있기 때문에 일정 순위 안에 드는 광고만 게재될 수 있습니다. (예:다음의 경우5개)
- Google의 검색네트워크는 다음, 옥션, 디앤샵, 인터파크 등이 있고, 콘텐츠 네트워크는 디지털 조선 및 인터넷 한겨레 등이 포함됩니다.

3. 경쟁업체 정보 관련

- 광고 운영과 관련된 키워드 가격 및 모든 정보는 타인에게 공개되지 않습니다. Google은 Google 애드워즈 서비스를 이용하는 개인의 프라이버시를 존중 및 보호하기 때문에 광고 운영과 관련된 키워드, 클릭당비용(CPC)입찰, 클릭률(CTR), 품질 평가점수 또는 다른 계정의 실적 정보 등을 공개하거나 알려드리지 않습니다.
- Google 애드워즈 의 광고 게재 순위는 최대 클릭당 비용(Max CPC) 과 품질 평가 점수가 복합적으로 작용하여 결정됩니다. 따라서 입찰가 조정 외에도 키워드의 품질 평가점수를 개선함으로써 광고게재 순위를 높이실 수 있다는 장점이 있습니다.



3 | 내 광고가 보이지 않을 경우

1. 승인 상태

광고가 검토 대기 중일 경우 광고가 게재되지 않을 수 있습니다. Google 네트워크에 광고와 키워드를 게재하려면 반드시 검토와 승인을 거쳐야 합니다. 애드워즈 전문가가 광고 및 키워드를 제출된 순서대로 검토해 드릴 것입니다. 모든 광고나 키워드는 빠른 시간 내에 검토되며 승인될 경우 곧 게재되므로 안심하시기 바랍니다.

2. 결제 문제

선불 계정의 경우, 보통 결제 후 몇 시간 이내에 계정에 결제 금액이 적용되지만 경우에 따라 만 하루 이후에도 결제요약 페이지에 적립금이 표시되지 않는 경우도 있습니다. 24시간이 지난 후에도 결제 금액이 반영되지 않을 경우 알려주시기 바랍니다. 후불 계정의 경우, 신용카드의 결제 거부에 대한 사유는 카드사로 문의주시기 바랍니다.

3. 광고 게재순위 부족

검색 결과의 최상위 위치에 게재될 만큼 광고 게재순위가 높지 않으면 광고가 게재되지 않을 수 있습니다. CPC를 늘리거나 광고문안과 키워드의 범위를 좁혀 광고의 관련성을 높이면 고객님의 광고가 검색결과에 게재되도록 할 수 있습니다.

4. 일일예산

광고게재 빈도는 일일예산과 광고게재 설정에 의해 결정됩니다. 예산이 낮으면 하루 동안 가능한 모든 노출이 발생하지 않을 수 있으며 이 때문에 고객님의 광고가 게재되지 않을 수 있습니다.

5. 키워드 실적

키워드 실적이 저조한 경우 품질평가점수가 낮아져 특정 검색어에 대해 현재 CPC 입찰가로 광고를 집행하지 못할 수 있습니다. 키워드의 범위가 너무 넓어 실적이 저조한 경우 해당 키워드는 운영중지 상태가 됩니다.

6. 국가/언어 타겟팅

캠페인이 사용자 인터페이스와 같은 언어 및 국가를 타겟팅하는 경우에만 광고가 게재됩니다. 예를 들어, 한국을 타겟하실 경우, 사용자 인터페이스 환경설정이 한국어로 설정되어 있고, 국가가 한국으로 설정되어야만 광고가 게재됩니다. (*주의* 한국에서는 지역타겟팅 옵션을 사용하지할 수 없는 관계로, 반드시 한국을 선택하셔야 합니다.)



용어정리



1 | 용어 정리

CPC(cost-per-click)

광고가 인터넷 상에서 클릭된 경우에 대해서만 비용을 지불하는 방식입니다.

CPM(cost-per-impression)

1,000회 노출 당 비용을 나타냅니다. CPM(cost-per-impression) 가격 책정 모델은 광고주가 발생한 노출수에 대해서 지불하는 방식으로 게재위치 타겟팅 광고와 이미지 광고가 이에 해당됩니다.

Google 파트너 네트워크

Google 애드워즈 광고는 Google은 물론 Google 네트워크에도 게재됩니다. 이러한 네트워크 사이트의 예는 다음과 같습니다.

- ▶ 검색 사이트 : 다음, 옥션, 디앤샵, 인터파크
 - ▶ 콘텐츠 사이트 : 조선닷컴, 한겨레, 전자신문, 이데일리, 스포츠투데이 등
-

고객 ID

신원 확인을 위해 각 애드워즈 계정 소유자에게 지정되는 세 부분으로 된 고유한 번호입니다. (예 : 123-456-7890) 고객 계정 관리자의 경우에는 이 번호를 관리자 ID라고 하며, ID 번호는 계정 페이지 우측 상단에 나타납니다.

광고 그룹

나의 광고 캠페인에 속해 있는 광고로 애드워즈의 광고구조는 캠페인>광고그룹>광고문안>키워드의 순서로 구성되어 있습니다.

광고 순위/게재순위

광고의 게재순위는 키워드 또는 광고그룹(Ad Group)의 최대 클릭당 비용(Max CPC)과 검색된 키워드의 품질 평가점수를 곱하여 산정됩니다. Google 검색 결과 페이지의 최상위 위치에 대해서는 광고의 실제 클릭당 비용(CPC)을 사용하여 게재위치를 결정합니다.



2 | 용어 정리

광고 초과 게재에 대한 크레딧

광고가 초과 게재되어 결제기간에 허용되는 예산 이상으로 클릭이 발생한 경우에는 광고 초과 게재에 대한 크레딧을 제공해 드립니다. Google은 이러한 추가 클릭이 청구되지 않도록 조정하고 있으며, 리포트에 추가 클릭수가 표시되므로 총 클릭수의 정확한 기록을 알 수 있습니다.

권장 일일예산

일일예산에 따라 광고 게재 빈도가 달라집니다. 일일예산이 권장금액보다 적을 경우에는 광고의 게재 빈도가 떨어지며, 경우에 따라서는 게재되지 않을 수도 있습니다. 권장 일일예산을 참고하여 예산을 설정하세요.

노출

보고 통계에서 "Imp"는 귀하의 광고에 대한 "노출" 횟수를 나타냅니다. 노출수는 광고가 Google 또는 Google 네트워크의 사이트나 제품에 게재되는 횟수입니다. CPM 선택시 노출 수를 기준으로 비용 청구되지만 CPC 선택시 광고를 클릭해야만 비용이 청구됩니다.

도착 URL

도착 URL은 사용자가 광고를 통해 방문하게 되는 사이트의 구체적인 하위 페이지 주소입니다.

무효 클릭

반복된 수동 클릭이나 클릭 로봇, 자동화된 클릭 도구 등을 사용하여 광고에 발생된 클릭을 의미하며, 이는 Google의 지속적인 모니터로 걸려져 광고주에게 비용이 청구되지 않습니다.

방문 페이지 품질

방문 페이지 품질은 키워드의 품질 평가점수를 결정하는 데 도움을 주는 여러 요인 중 하나로 페이지에서 제공하는 정보의 유용성 및 관련성, 탐색의 편의성, 페이지 로딩 시간, 페이지상의 링크 수, 페이지에 링크가 사용된 방법 등이 방문 페이지 품질을 평가하는 기준이 됩니다.



3 | 용어 정리

서비스 조정

계정 잔액에 대한 설정은 내 계정 탭의 결제요약 페이지에서 할 수 있습니다. 서비스 조정에는 프로모션 크레딧 및 우대 고객에게 적용해 드린 크레딧이 반영됩니다.

승인 상태_ 승인되지 않음

광고가 Google의 광고문안 가이드나 콘텐츠 정책을 준수하지 않는 경우 광고 게재가 중단되고 해당 광고 아래에 "승인되지 않음"이라고 표시됩니다. 적절하게 수정하고 변경 사항을 저장하시면 검토를 위해 광고가 자동으로 다시 등록됩니다.

실제 클릭당 비용(CPC)

이것은 광고에 발생한 각각의 클릭에 대해 실제 지불하실 금액입니다. '애드워즈 자동 할인기'는 광고 게재 순위를 유지하기 위한 최저 금액을 자동으로 제시합니다. 그러므로, 실제 클릭당 비용(CPC)은 광고주가 지정한 최대 클릭당 비용(Max CPC)과 같거나 적습니다.

예외요청

광고주가 광고 또는 키워드 목록을 작성하면 Google은 광고 정책에 맞는지 자동으로 검사합니다. 그러나 간혹 광고하는 상품이나 서비스 특성상, 정책과 맞지 않지만 광고에 필요한 광고나 키워드가 있는 경우에는 예외요청을 할 수 있습니다. 예외요청을 받으면 애드워즈 고객지원팀에서는 이를 검토하여 적절한지를 판단하게 되고, 예외요청이 승인되면 광고를 게재할 수 있습니다.

이미지 광고

Google 네트워크의 일부 콘텐츠 사이트에만 게재되는 그래픽 Adwords 광고로 Google의 정책에 따라야 합니다.

- ▶ 이미지 광고는 정해진 몇 가지 사이즈로 게재되며, 어느 정도 자동으로 사이즈가 조정됩니다.
- ▶ 이미지는 알아보기 쉽도록 해상도가 좋아야 하며, Google 정책에 위반되는 그림, 사진 및 문구는 들어갈 수 없습니다.



4 | 용어 정리

일일예산

하나의 애드워즈 캠페인이 하루에 지출하도록 광고주가 설정해놓은 금액입니다.

▶ 애드워즈는 일일예산 내에서 최대한 자주 광고를 게재하며, 일일예산 한도에 도달하면 그 날의 광고 게재가 중단됩니다. 광고를 하루 동안 일정하게 노출할지, 집중적으로 특정시간에 광고할지는 광고 게재 설정에서 선택할 수 있습니다.

▶ 애드워즈는 설정된 일일예산보다 최대 20%까지 더 많이 광고를 게재하는 경우도 발생할 수 있습니다. 그러나 이런 경우에는 시스템이 자동으로 광고 게재비를 상/하향 조정하여 총 광고 비용이 귀하의 월 광고예산(일일예산 x 월의 일수)을 초과하지 않도록 조정합니다. 예를 들어, 귀하의 일일예산이 10,000원이고 한 달이 30일인 경우 일일 최대 청구 비용은 12,000원이 될 수 있지만 월 광고 청구 총액은 300,000원을 넘지 않습니다.

중복 게재

Google은 동일하거나 관련이 있는 회사 또는 개인이 동일한 콘텐츠나 검색 페이지에 여러 개의 광고를 게재하도록 허용하지 않습니다.

최대 클릭당 비용(Max CPC)

최대 클릭당 비용(Max CPC)은 광고에 발생한 클릭에 대해 광고주가 설정한 최고 금액으로, 광고 그룹 단위나 키워드별로 금액을 설정할 수 있습니다. Google 애드워즈 자동 할인기는 광고주에게 청구되는 실제 클릭당 비용(CPC)이 페이지에서 순위를 유지하는 데 필요한 최소금액보다 10원 이상 초과되지 않도록 자동으로 실제입찰가를 할인해 줍니다.

첫 페이지 입찰가

키워드 분석 페이지에 첫 페이지에 게재되기 위한 대략적인 입찰가라는 값이 나타납니다. 이는 '첫 페이지 추정 입찰가'라고도 불리며 검색어가 키워드와 정확히 일치할 때 Google 검색결과 첫 페이지에 광고가 게재되는데 필요한 CPC 입찰가 추정치입니다. 추정치는 해당 키워드의 품질평가점수와 현재 광고주간 경쟁 정도에 근거해 산정됩니다.



5 | 용어 정리

캠페인

캠페인은 하나의 서비스나 상품에 대한 한 개 이상의 광고 그룹과 그에 속한 광고문안, 키워드로 구성됩니다. 캠페인 단위에서는 일일예산, 언어 및 위치 타겟팅, 종료일 및 노출 범위나 빈도에 대해 설정할 수 있으며, 이러한 설정은 캠페인에 포함된 광고그룹에 함께 적용됩니다.

콘텐츠 광고

Google은 Google 네트워크의 콘텐츠 사이트 페이지에 내용과 관련 있는 애드워즈 광고를 게재합니다. Google은 수십억개 페이지의 데이터를 파악하여 키워드로 빠르게 검색해주는 뛰어난 검색 기술을 가지고 있으며, 이러한 Google 기술력은 이미 여러 차례의 수상 경력으로 검증되었습니다. 콘텐츠와 이에 맞는 광고를 연결하는 것은 검증된 Google 검색 기술에 바탕을 두고 있습니다.

클릭률(CTR)

클릭률(CTR)은 광고에 발생한 클릭수를 광고가 게재된 횟수(노출수)로 나눈 것입니다.

키워드

인터넷 사용자가 실제로 검색창에서 입력하는 단어로, 광고하고자 하는 사업이나 서비스와 관련된 단어나 문구 중에 검색할 가능성이 높은 것을 키워드로 등록하는 것이 좋습니다.

키워드 검색 유형

다양한 검색 옵션을 제공합니다. 이러한 옵션은 광고 타겟팅을 구체화시켜 불필요한 클릭수를 줄여주기 때문에 투자수익(ROI)을 높일 수 있습니다. 검색 옵션 사용으로 광고를 효율적으로 운영할 수 있습니다.

▶ **확장검색** : 검색의 기본적인 유형으로 그냥 등록하시면 확장으로 등록됩니다. '테니스 신발'과 같은 단어를 키워드 목록에 등록하면 순서에 관계없이 사용자가 '테니스'와 '신발'이 포함된 검색어로 검색하는 경우에 광고가 게재됩니다. 또한 Google의 키워드 검색 기술로 관련성 있는 유사 키워드 문구에도 광고가 게재되기 때문에 노출은 많이 될 수 있지만 타겟팅의 정확도가 떨어집니다. 따라서 적어도 두 개의 설명어가 포함된 키워드 문구를 작성하는 것이 효과적인 타겟팅에 도움이 됩니다.



5 | 용어 정리

▶ **구문검색** : "테니스 신발"과 같이 큰 따옴표와 함께 키워드를 입력하면 사용자가 테니스 신발이라는 문구를 이 순서대로 다른 용어와 함께 검색할 경우에 광고가 게재됩니다. 예를 들어, 테니스 신발 구매 및 테니스 신발가게에 대해서는 광고가 게재되지만 테니스용 신발에 대해서는 광고가 게재되지 않습니다.

▶ **완전검색** : [테니스 신발]과 같이 대괄호를 사용하여 키워드를 입력하면 이 검색어로만 검색할 때에만 광고가 게재됩니다. 예를 들어 빨간색 테니스 신발에 대해서는 광고가 게재되지 않습니다. 완전검색은 노출을 많이 발생시키지는 않지만 이러한 단어를 검색하는 사용자는 광고주의 제품이나 서비스를 원하는 사용자일 가능성이 높기 때문에 보다 많은 클릭률(CTR)을 얻을 수 있습니다.

▶ **제외어** : 키워드 앞에 마이너스 기호(-)를 넣어 제외어 키워드를 사용하면 무관한 검색 결과를 걸러낼 수 있습니다. 키워드가 '테니스 신발'이고 제외어 키워드로 '-저가형'을 입력하면, 사용자가 저가형 테니스 신발을 검색할 때 광고가 게재되지 않습니다. 광고그룹 수준과 캠페인 수준 모두에서 키워드에 이 옵션을 적용할 수 있으며, 적절한 제외어 키워드 사용으로 관련성 높은 잠재고객에게 광고를 노출하고 투자수익(ROI)을 향상시킬 수 있습니다.

키워드 도구

키워드 목록을 작성하거나 수정하고 키워드 인기도 및 실적정보를 사전에 검토하는데 유용합니다. 키워드 도구에 키워드나 웹사이트 URL을 입력하면 광고를 게재할 가능성이 있는 비슷한 검색어 및 관련 용어를 추가로 확인하고 현재 목록과 비교하여 효율적인 광고 운영을 할 수 있습니다.

키워드 상태 - 운영 가능

키워드 상태가 '운영 가능'으로 표시될 경우, 반드시 광고가 게재되고 있음을 뜻하는 것이 아닙니다. 운영 가능이란 키워드 또는 광고문안이 비승인, 일시중지 또는 삭제된 상태가 아니며 광고 입찰에 참가할 수 있음을 의미합니다.



6 | 용어 정리

트래픽 견적 도구(Traffic Estimator)

기존 광고그룹에 추가할 새 키워드를 선택하면 애드워즈 트래픽 견적 도구(Traffic Estimator)에 각 키워드의 예측된 키워드 상태, 검색량, 평균 클릭당 비용(Avg CPC) 및 광고 게재순위가 자동으로 표시됩니다. 예산을 고려하지 않고 견적 보기를 선택하면 일일 잠재 클릭수와 일일 잠재비용이라는 두 가지 견적 집합이 새로 추가됩니다.

평균 광고 게재순위

평균 광고 게재순위는 광고가 게재되는 순위를 말하며 트래픽 견적이 아닌 계정 보고 데이터에서 확인 가능합니다. '1'은 검색 결과의 첫 페이지에서 가장 높은 게재순위이며 '최하위' 순위는 없습니다. 평균 광고 게재순위를 기준으로 1위부터 8위까지의 광고는 보통 검색 페이지의 첫 페이지에 게재되고 9위에서 16위까지는 둘째 페이지에 게재됩니다. 평균 게재순위가 '1.7'이면 게재순위가 대개 1위 또는 2위가 된다는 것을 의미하며 게재순위가 '1.8'인 광고보다 더 높은 위치에 보다 자주 게재될 수 있다는 것을 의미합니다. 트래픽 견적 도구(Traffic Estimator)는 광고주들 간의 동적인 키워드 활동에 근거하여 정수가 아닌 평균으로 견적을 표시하기 때문에 값에 소수가 포함될 수 있습니다. 또한 평균 광고 게재순위는 고정되어 있지 않으며, 다양한 실적 요인에 따라 변경될 수 있습니다.

평균 클릭당 비용(Avg. CPC)

누군가 귀하의 광고를 클릭할 때마다 귀하께서 지불하셔야 하는 평균 금액을 말합니다. 각 클릭에 대해 실제로 지불하는 금액이 다르기 때문에 Google은 키워드, 광고, 광고그룹 또는 캠페인에 대한 평균 클릭당 비용(Avg. CPC)을 제시해 드립니다. 평균 클릭당 비용(Avg. CPC) 열은 애드워즈 트래픽 견적 도구(Traffic Estimator)에 표시되며, 귀하의 계정 리포트에는 귀하의 광고가 클릭될 때마다 귀하가 지불해야 하는 평균 금액(실제 클릭 비용을 클릭수로 나눈 값)이 표시됩니다.



7 | 용어 정리

표시 URL

광고문안에 기재하는 URL로 운영하는 사이트를 나타내는 대표 URL입니다.

품질 평가점수

품질 평가점수는 키워드가 광고 및 방문 페이지 등과 얼마나 관련성이 높은지를 파악하기 위하여 키워드별로 책정되는 점수입니다. 우수한 품질의 광고가 보다 저렴한 클릭당비용으로 광고를 운영하는 등 더 많은 혜택을 받을 수 있는 것은 물론, 광고주가 직접 키워드 품질을 검토하고 개선할 수 있기 때문에 장기적으로 사용자의 신뢰와 높은 실적을 얻을 수 있습니다.