

파워클릭 간편등록을 활용한 Self-Serving Guidebook

G마켓/옥션 검색광고 파워클릭이 처음인 판매자를 위한 STARTER KIT



Contents

01. 가이드 소개 및 안내

3 -8p

이런 분께 추천드립니다.

파워클릭 운영능력에 따른 가이드 활용 Tip

파워클릭 핵심노트

파워클릭 셀프서빙 가이드 한눈에 보기

02. 간편등록 광고시작

9 -16p

광고비 20만원 지원받고 시작하기

- “신규 셀러 간편등록 프로그램”

간편등록 프로세스

간편등록 단계별 TIP

-그룹 생성 Tip

-희망클릭비용 입력 Tip

03. 간편등록 성과 확인

17 -21p

집중관리 그룹을 통한 성과 확인하기

리포트를 통한 성과 확인하기

04. 간편등록 최적화 및 매출확장

22 -29p

입찰가 변경을 통한 간편등록 최적화

집중관리 키워드를 활용한 매출 확대

집중관리 키워드로 30%페이백 받고 매출 확대하기

- “키워드 집중관리 프로그램”

05. 자주 묻는 질문

30 -32p

간편등록 FAQ

프로그램&집중관리 키워드 FAQ

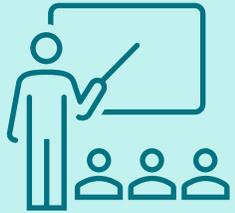
06. Appendix

33 -35p

판매활동에 도움이 되는 판매자 전용 채널

파워클릭 고객센터

※각 제목을 클릭하시면 해당 섹션으로 이동합니다.



01



가이드 소개 및 안내

이런 분께 추천드립니다.

파워클릭 운영능력에 따른 가이드 활용 Tip

파워클릭 핵심노트

파워클릭 셀프서빙 가이드 한눈에 보기

이런 분들께 추천드립니다.

간편등록 셀프서빙 가이드북은?

파워클릭이 처음인 판매자 혹은 바쁜 판매활동으로 광고운영과 최적화에 어려움을 겪으셨던 직접운영 판매자분들께서 최소한의 리소스만으로도 파워클릭 광고를 충분히 경험하고 최적화를 통해 매출성장에 도움이 되고자 제공되는 가이드북입니다. 누구나 쉽게 적용할 수 있는 “파워클릭 간편등록 셀프서빙 가이드”로 지금 바로 시작해보세요!



이제 막 파워클릭을 처음 시작한 스타터 판매자



바쁜 판매활동으로 광고운영에 많은 시간을 투자하기 어려운 직접운영 판매자



파워클릭의 기본/필수/핵심 포인트가 포함된 가이드만 골라보고 싶은 판매자



프로그램과의 시너지를 통해 합리적인 비용으로 파워클릭을 경험해보고 싶은 판매자

파워클릭 운영능력에 따른 가이드 활용 Tip



파워클릭 얼마나 알고 있으세요? 셀프 CHECK LIST

- 파워클릭을 3개월 이상 꾸준히 집행해본 경험이 있다.
- G마켓/옥션에서 파워클릭이 노출되는 위치가 어디인지 정확하게 알고 있다.
- 판매중인 대부분의 상품을 파워클릭 광고에 적용하여 운영 중이다.
- 내 상품의 상세페이지로 유입되는 주요 검색키워드가 무엇인지 알고 있다.
- 파워클릭 상품당 평균 운영 키워드가 10개 이상이다.
- 파워클릭 간편등록과 일반등록의 특징과 차이점에 대해서 알고 있다.
- 광고 운영 성과를 주 1회 이상 확인 및 모니터링하는 편이다.
- 파워클릭 평균 광고수익률이 500% 이상이다.
- 현재 파워클릭 전문 대행업체(마케터)를 통해 광고를 운영 중이다.

2개 이하 - 파워클릭 초보자



가이드 적극추천

판매자님에게 필요한 가이드북이에요.
해당 가이드북을 적극 활용하여 파워클릭을 시작하고
경험해보세요!

4개 이상 - 파워클릭 중급자



가이드 참고

그 동안의 파워클릭 경험을 바탕으로 간편등록 셀프
서빙 가이드북에 포함된 운영 가이드 중 도움이 될
부분을 참고하여 실제 광고운영에 적용해 보세요!

6개 이상 - 파워클릭 전문가



가이드보다 나만의 최적화 노하우를 쌓을 때!

아쉽지만 해당 가이드를 활용하기 보다 “내 상품/
내 카테고리/내 효율”을 고려한 최적화 포인트와
노하우를 찾아 적용해보세요.

가이드 소개 및 안내

파워클릭 핵심 노트

노출 영역

- G마켓/옥션

지면	노출 문구
검색결과 페이지	'먼저 둘러보세요', '이것도 둘러보세요', '이 상품은 어떠세요?' 영역에 노출
카테고리 페이지	
상품상세 페이지	'이런 상품은 어때요', '함께 보면 좋은 상품이에요' 영역에 노출

- 외부 매체 : 키워드 연동매체 / 카테고리 제휴 매체

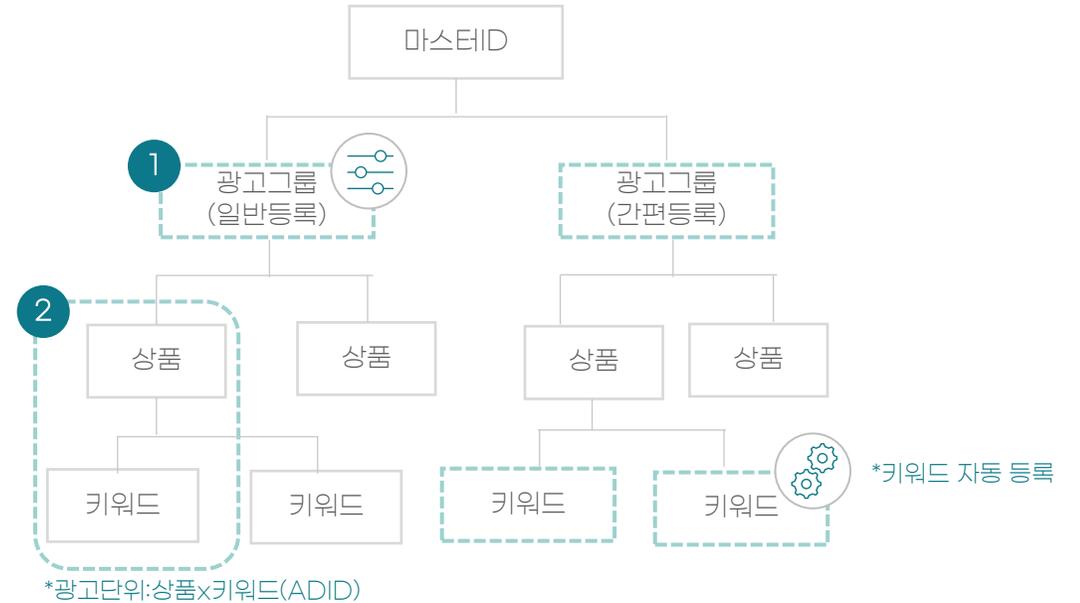
종류	설명
키워드 연동매체	다나와, 에누리 등 제휴된 다양한 키워드 연동매체들에 노출
카테고리 연동매체	언론사, 커뮤니티 등 다양한 제휴 매체사들의 WEB과 APP의 주요 지면에 카테고리, 유저 관심도, 매체 연관성 등을 종합적으로 분석하여 노출

과금 정책

- CPC(Cost Per Click) 광고상품으로 1클릭 당 비용 지불
- 최소 입찰 단가 : 90원(VAT별도)으로 10원 단위로 입찰 가능
- 노출 방식 : 입찰 금액과 품질평가점수에 따라 광고 게재 순위 결정

광고 구조

- 마스터 ID 단위 광고 그룹 생성 후 상품X키워드를 등록
- 광고 단위 : 상품X키워드의 Unique 값으로 광고등록 및 운영 (그룹 중복 운영 불가)
일반등록 시 광고단위별 고유 ADID 생성



① 광고그룹	광고 전략 설정 단위 -일허용예산, 노출기간, 지면설정 등 마스터ID당 1,000개 그룹 생성 가능
② 광고단위	입찰 단위로 입찰가 설정 1개 그룹 당 최대 1,000개 광고단위(ADID) 등록 가능

가이드 소개 및 안내

파워클릭 핵심 노트

등록 방식

자동으로 키워드를 찾아 광고를 노출해주는 쉽고 간편한 간편등록과 직접 키워드별 노출순위, 입찰가, 기간 등을 타이트하게 관리할 수 있는 일반등록을 **선택적으로 MIX하여 운영하면 광고 최적화와 매출규모를 확대**할 수 있습니다.

▼ 파워클릭 키워드 등록 방식 2가지 간편등록 VS 일반등록 비교 및 특징

구분 항목 \ 등록방식	 간편등록	 일반등록
키워드 등록	상품을 바탕으로 관련 있는 키워드를 분석 매칭하여 자동 으로 광고 노출	원하는 키워드를 직접 선택 하여 광고등록
입찰 방식	광고 그룹 단위 입찰	개별 키워드 단위 의 입찰
광고 그룹 전략 설정	X	특정 노출기간/요일/시간 설정 가능
추천 가이드	광고할 상품은 있으나 어떤 키워드를 등록해야 할지 감이 안 잡히는 경우 키워드 하나하나 입찰하기에 리소스가 부족한 경우 판매중인 모든 상품에 대해 최소한의 예산/단가로 노출기회를 확보하고 싶은 경우	광고할 상품과 키워드가 명확하게 정해져 있는 경우 키워드별 희망순위와 단가를 직접 관리/모니터링 하고 싶은 경우 특정 시즌과 기간에 상품 노출을 극대화하고 싶은 경우
유형별 장점	G마켓/옥션 데이터 기반 키워드 추출 알고리즘이 적용되어 사람이 미처 생각하지 못한 다양한 세부 키워드까지 자동으로 추천되어 쉽고 간편하게 광고운영 가능	내 상품과 연관도가 높은 키워드를 추출하여 등록할 수 있으며 키워드 개별 입찰가 지정 및 노출전략(요일/시간 등)도 설정할 수 있기 때문에 광고효율 최적화에 용이

가이드 활용 안내

간편등록 셀프서빙 가이드 한눈에 보기

Step 1.

간편등록 광고시작

1분이면 끝나는 간편등록 세팅하기



신규 셀러
간편등록 프로그램

신규/휴면 판매자 20만원 광고비 무상 지원

Step 2.

간편등록 성과 확인

집중관리 그룹 K 을 통한 성과 확인

광고현황_간편그룹

<input type="checkbox"/>	그룹명 ▲	상태 ▼	광고수 (OK)
<input type="checkbox"/>	K 메인_여성의류	ON	23/27

리포트를 통한 그룹별 성과 확인

파워클릭

리포트(항목별)

그룹별

그룹명 ▼	노출수 ▼	클릭수 ▼
간편_메인	5,785	50

Step 3.

최적화/매출확대

간편등록 최적화

간편그룹 입찰가
최적화 작업

집중관리 매출확대

키워드별 직접
노출순위 전략운영

키워드
집중관리 프로그램

집중관리 키워드를 활용하여 일반등록으로
광고집행 시 30% 페이백



02



간편등록으로 광고 시작하기

광고비 20만원 지원받고 시작하기 - “신규 셀러 간편등록 프로그램”

간편등록 프로세스

간편등록 단계별 TIP

- 그룹 생성 Tip
- 희망클릭비용 입력 Tip



신규 셀러 간편등록 프로그램

혹시 파워클릭이 처음이거나
집행한지 오래된 휴면 판매자세요?

프로그램 안내



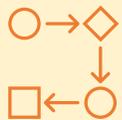
지원 대상

- G마켓/옥션에서 파워클릭 광고가 처음인 판매자
- 파워클릭 광고를 중단하신 휴면 판매자
(휴면 판매자의 경우 프로그램 페이지 접속 시 대상 여부 확인 가능)

20만원

지원 금액

- CPC이머니 20만원 지급



지원 프로세스

지원 동의 → 판매자 선택 → 상품선택 → 광고비 지원 및 세팅 → 광고시작

※ 당사 사정에 따라 프로그램 지원기간 / 지원 금액/지원대상 등은 변경될 수 있습니다.

신규 셀러 간편등록 프로그램을
통해 파워클릭을 시작하면 무상
광고비 20만원을 바로 지원받고
간편등록 세팅까지 한번에
쉽고 빠르게 진행할 수 있어요!

프로그램 바로가기>>>

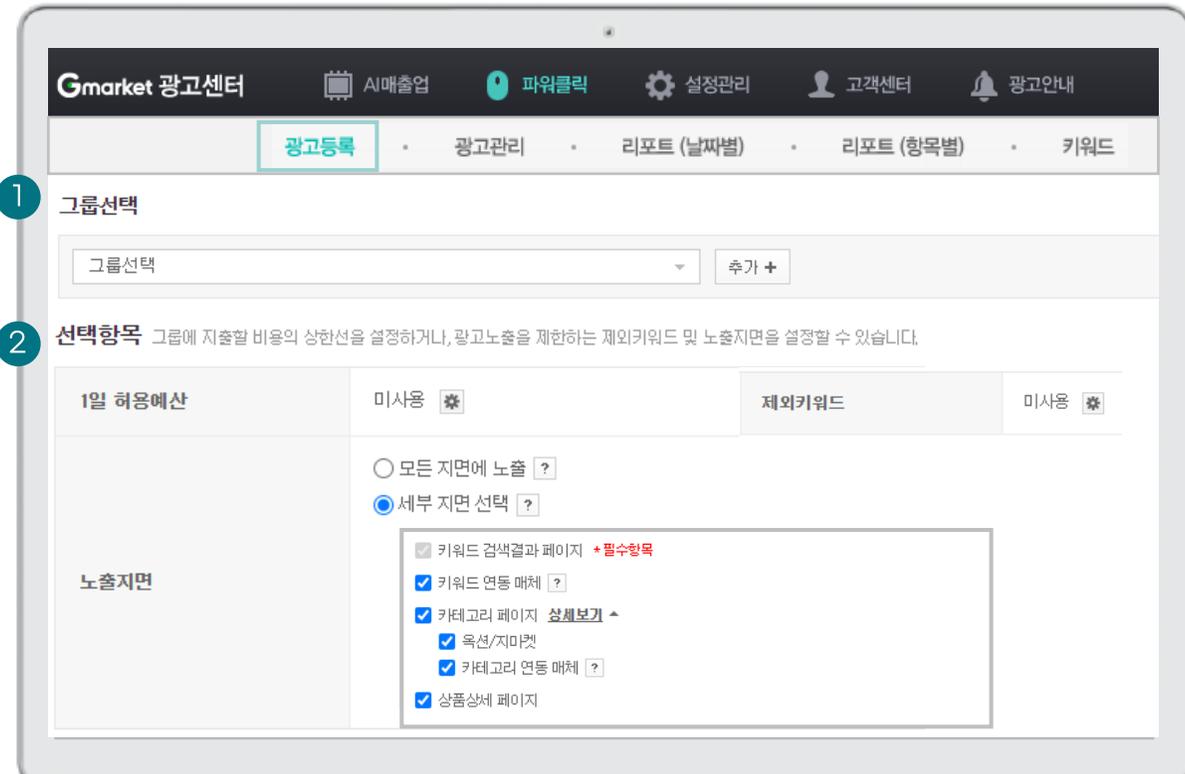
1. 그룹/선택항목 등록

2. 상품선택

3. 희망클릭비용 입력

광고그룹 생성 및 그룹 전략 설정

Gmarket광고센터 > 파워클릭 > 광고등록 > 간편등록 선택



Guide

① 광고 그룹 생성하기

기존에 생성한 광고그룹에 상품을 추가하거나 신규로 광고그룹 생성

- 간편등록은 광고그룹 단위로 입찰 이루어지기 때문에 광고그룹핑이 매우 중요

[\[그룹핑 권장 가이드 이동\]](#)

② 그룹 선택항목 설정하기 - (선택사항)

- 1일 허용예산 - 최소 1천원부터 설정 가능
 - 운영 경험이 없는 판매자는 하루 1~2만원 수준으로 광고 시작하여 효율에 따라 점차 예산을 늘려가는 방식으로 진행 추천
(ex 광고그룹 1개 기준 일허용예산 1만원 X 30일 = 월 30만원 광고비 발생)
- 제외키워드 - 노출을 희망하지 않는 키워드 제외설정 가능
 - 최초 등록 시에는 미사용 권장하며, 광고운영 후 광고효율이 저조한 키워드 혹은 상품과 적합도가 떨어지는 키워드 노출 제한 시 활용
- 노출지면 - 광고를 노출하고자 하는 페이지 선택
 - 최초 파워클릭 진행시에는 키워드 검색결과 페이지로 기본 광고운영 후 효율에 따라 점차 지면을 늘려가는 것을 추천

간편등록 광고시작

간편등록 프로세스

1. 그룹/선택항목 등록

2. 상품선택

3. 희망클릭비용 입력

광고상품 선택

Gmarket광고센터 > 파워클릭 > 광고등록 > 간편등록 선택

1 상품선택

검색어: 상품번호/상품명/모델/제조사/카테고리명

마켓: 전체 G마켓 A옥션

카테고리: 대카테고리, 중카테고리, 소카테고리, 세카테고리

판매자 ID: G A

검색결과: 총 139건

NO	마켓	상품번호	판매자 ID	판매가격	추가
1	G마켓	193430570	88165896	43,900원	+
2	G마켓	191117206	88165896	74,800원	+



Guide

Key Point !

간편등록을 활용하여 광고를 운영할 경우 가급적 ESM+에 등록된 판매중인 모든 상품에 대하여 등록하는 것을 추천드립니다.

간편등록은 머신러닝 기술을 통해 고객이 검색할 만한 키워드를 주기적으로 추출 및 업데이트해주기 때문에 저단가로 광고를 설정하여 운영하면 사람이 미처 생각하지 못한 세부키워드들로 다양한 지면과 위치에서 상품을 고객에게 노출할 수 있습니다.

① 상품 선택

광고 등록할 상품을 검색하여 상품 검색결과 확인

② 상품 추가

등록할 상품번호 확인 후 추가 + 버튼을 눌러 선택

③ 신규상품 Tag

ESM+ 2주 이내 등록 상품 옆에 'New' 로 표시하여 안내

신규('New')로 등록된 상품도 간편등록을 활용하면 쉽고 간편하게

많은 고객에게 상품을 노출하여 판매를 촉진할 수 있습니다.

특히 신규 상품 중 어떤 상품이 고객에게 높은 반응을 보이는지 상품인지 파악할 수 기회로도 활용할 수 있습니다.

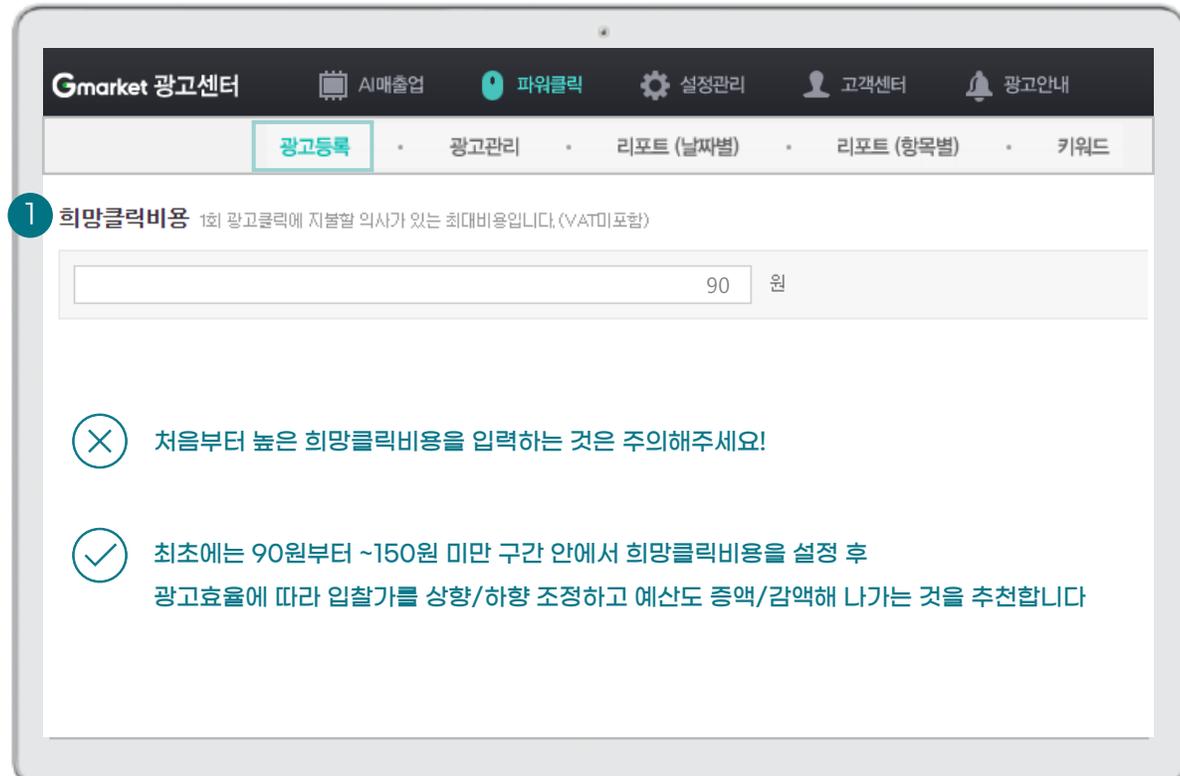
1. 그룹/선택항목 등록

2. 상품선택

3. 희망클릭비용 입력

희망클릭비용 입력

Gmarket광고센터 > 파워클릭 > 광고등록 > 간편등록 선택



Guide

① 희망클릭비용 입력하기

1회 광고클릭에 지불할 최대비용 입력 (VAT별도가 기준)

- 간편등록은 그룹단위 희망클릭비용을 상한선으로 하여 파워클릭 지면 기준 중순위까지 노출될 수 있도록 입찰가를 자동 계산 합니다. 그룹핑 형태와 전략에 따라 희망클릭비용을 차등 입력하는 것을 추천합니다.

[\[희망클릭비용 입력 권장 가이드 이동\]](#)

간편등록 단계 별 Tip_그룹생성

간편등록 광고 특성상 광고그룹 단위의 입찰이 진행되기 때문에
그룹핑에 따라 광고 운영을 위한 입찰 전략과 최적화 방향이 결정됨으로
이를 고려한 그룹 생성이 중요



주력상품 여부

판매량에 따른 구분

+

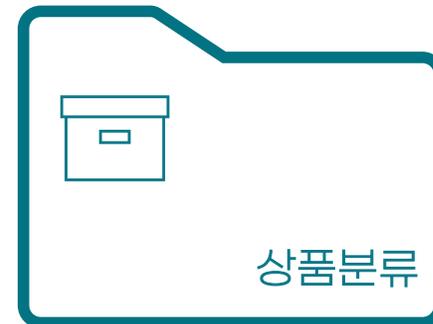


객단가/마진

상품객단가 금액별 구분

마진율에 따른 구분

+



상품분류

카테고리별 분류

상품 유형별 세부 분류

브랜드(명)에 따른 구분

시즌/신제품 등 구분

간편등록 광고시작

간편등록 단계 별 Tip_그룹생성



상품 개수가 적거나 상품분류가 단일인 판매자



Guide

 주력상품 여부에 따라 그룹 생성

- (필수) 주력상품 여부에 따라 상품을 구분하고, (선택) 판매상품 특성상 객단가/마진율/상품분류가 명확하게 구분될 경우 추가적으로 고려하여 그룹핑 운영 추천

 그룹명 예시

- '간편_주력' / '간편_서브'
- '간편_주력_5만원이상' / '간편_서브_주방가전'

선택



주력상품 여부

+



객단가/마진

OR



상품분류



상품 개수가 많거나 상품분류가 다양한 판매자



Guide

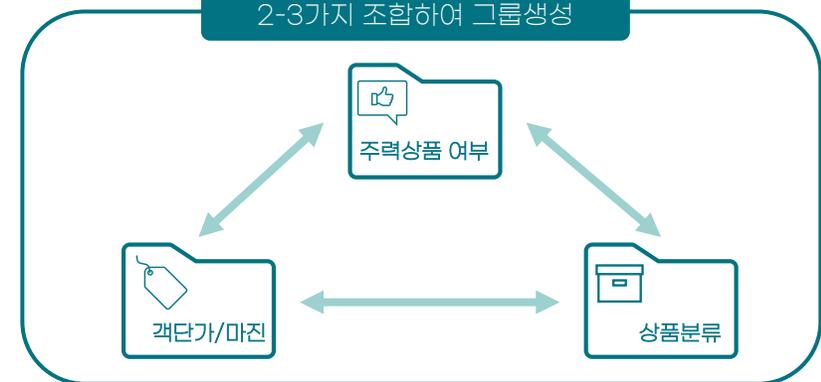
 상품 특성에 따라 2~3가지 조합으로 그룹을 생성

- 판매 상품 개수가 많고 상품 종류가 다양한 멀티 카테고리의 경우 상품의 특성에 따라 최소 2가지 이상 조합하여 그룹 생성 추천
- 그룹핑을 세분화하여 운영할수록 심도 있는 입찰과 관리가 가능

 그룹명 예시

- '간편_주력_여성의류' / '간편_서브_주방가전'
- '간편_주력_여성티셔츠' / '간편_주력_여름샌들'

2-3가지 조합하여 그룹생성



간편등록 광고시작

간편등록 단계 별 Tip_희망클릭비용 입력

희망클릭비용 입력 권장 가이드

최초에는 90원부터 ~150원 구간 안에서 희망클릭비용 설정 후 광고효율에 따라 입찰가를 상향/하향 조정하는 것을 추천합니다.

또한 아래 그룹핑별 / 카테고리에 따른 입찰 권장 가이드를 참고하면 내 판매 상품에 맞게 희망클릭비용을 가능하여 설정할 수 있습니다.



그룹핑에 따른 입찰 권장 가이드



Guide

- 주력 메인 / 높은 객단가 / 고마진 상품일 경우 상대적으로 높은 희망클릭비용 입력
- 이미 고객들에게 검증된 판매량이 높은 주력상품의 경우 서브 상품 대비 광고 클릭율과 전환율이 높은편이고, 객단가와 마진이 높은 상품의 경우 판매로 전환 시 수익율이 높기 때문에 광고비 투자 가치가 높은 상품군으로 타 그룹 대비 상대적으로 +20원~+50원 수준으로 높은 희망클릭 비용을 설정하여 운영 권장



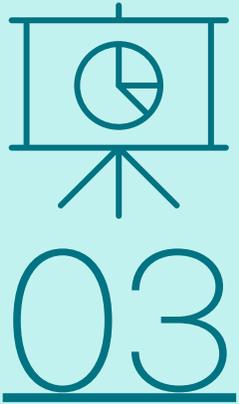
카테고리에 따른 입찰 권장 가이드

[주요 카테고리별 간편등록 클릭단가 경쟁 정도]



Guide

- ex) 문구/사무용품 카테고리 상품의 경우 클릭당비용이 상대적으로 높게 형성되어 있어 90원으로 희망클릭비용 입력 시 단가 경쟁에서 밀려 광고 노출 기회가 매우 적을 수 있음



간편등록 성과 확인



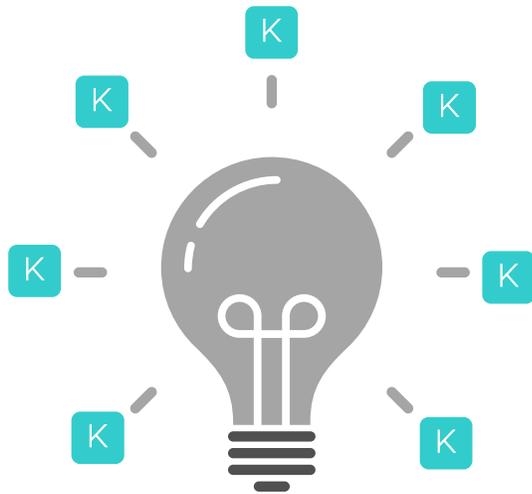
- 집중관리 그룹을 통한 성과 확인하기
- 리포트를 통한 성과 확인하기

성과를 확인하는 2가지 방법

집중관리 그룹을 통한 성과 확인하기

Easy&Quick

별도의 분석이 필요없이 알아서 집중관리가 필요한
간편그룹과 키워드 자동 추천!



리포트를 통한 성과 확인하기

Standard

광고센터 제공 리포트를 통해 그룹별 광고성과 및
그룹 내 항목별 세부 리포트 확인 및 분석 가능



간편등록 성과 확인

집중관리 그룹을 통한 성과 확인하기

간편등록 집중관리 그룹 확인하기

Gmarket광고센터 > 파워클릭 > 광고관리 > 광고현황_간편그룹 선택

1 그룹명 선택

2 집중관리 그룹 필터링

3 집중관리 키워드 확인하기

4 집중관리 키워드 리스트 레이아웃 팝업 노출

총액	상세보기	오늘사용현황	마켓	그룹	검수완료	검수중	반려
G마켓	4원	G마켓	G마켓	2720	3038	-	13
A옥션	9원	A옥션	A옥션		9	1	2

그룹명	상태	광고수 (ON/OFF)	평균 노출순위	노출수	클릭수	클릭율	평
<input type="checkbox"/> 메인_주방가전	ON						
<input checked="" type="checkbox"/> K 메인_여성의류	ON						
<input checked="" type="checkbox"/> K 서브_여성의류	ON						
<input type="checkbox"/> 신상품_주방가전	ON						

키워드	구매수	구매금액	전환율	광고수익율
<input checked="" type="checkbox"/> Seller_ID	0000	000,000,000	00.00%	00.00%
<input type="checkbox"/> Seller_ID	0000	000,000,000	00.00%	00.00%



Guide

Key Point!

“집중관리 키워드” - 간편등록 광고성과 우수 상품x키워드

간편등록으로 광고를 집행하면 키워드를 자동으로 추출하여 광고를 노출시켜줄 뿐 아니라 일정 수준의 광고 데이터가 쌓이면 별도의 분석이 필요없이 고객에게 클릭반응과 매출전환이 좋았던 키워드만 선별하여 집중관리할 수 있도록 광고센터 간편그룹에서 추천합니다.

① 간편등록 그룹 중 집중관리 그룹 K 표시

간편등록 그룹에 등록된 상품 중 고객 클릭반응과 매출전환이 우수한 키워드가 1개 이상 포함되어 있을 시 간편등록 그룹명 앞에 'K' 로 표시

※ 집중관리 키워드는 간편등록 광고 데이터가 충분히 쌓이지 않을 경우 추천되지 않을 수 있으므로 충분한 광고운영 기간이 필요합니다.

② 집중관리 그룹 필터링 기능

③ 집중관리 키워드 확인하기 버튼

선택한 그룹의 집중관리 키워드 리스트 확인

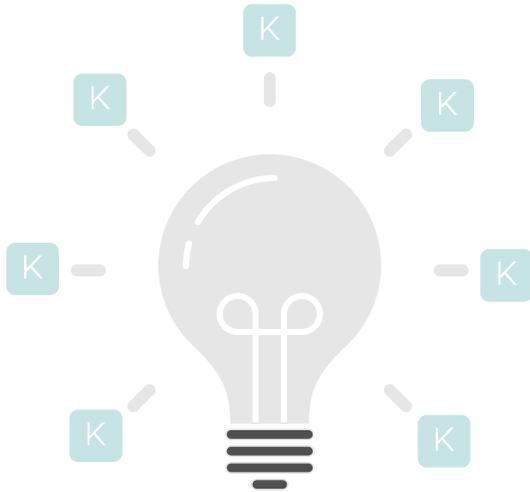
④ 집중관리 키워드 리스트 레이아웃 팝업 노출

성과를 확인하는 2가지 방법

집중관리 그룹을 통한 성과 확인하기

Easy&Quick

별도의 분석이 필요없이 알아서 집중관리가 필요한
간편그룹과 키워드 자동 추천!



리포트를 통한 성과 확인하기

Standard

광고센터 제공 리포트를 통해 그룹별 광고성과 및
그룹 내 항목별 세부 리포트 확인 및 분석 가능



간편등록 성과 확인

리포트를 통한 성과 확인하기

간편등록 그룹별 운영 성과 확인하기

Gmarket광고센터 > 파워클릭 > 리포트(항목별) 선택

Gmarket 광고센터 | 시매출입 | 파워클릭 | 설정관리 | 고객센터 | 광고안내

광고등록 · 광고관리 · 리포트 (날짜별) · **리포트 (항목별)** · 키워드

기간조회 기간조회 설정 및 조건을 검색합니다.

기간 설정: 2022-04-25 ~ 2022-05-01

조건 검색 설정: 판매자ID 전체 | 그룹 전체 | 상품번호

조회하기

1

그룹별 | 상품별 | 키워드별 | 카테고리별 | 상품상세페이지 NEW | 노출매체별 | 광고ID별

그룹명	노출수	클릭수	클릭률	평균노출순위	평균클릭비용 (VAT포함)	총비용 (VAT포함)	구매수	구매금액	전환율	광고수익률
	266,458	430	0.16%	12위	106원	45,694원	15	503,000원	3.49%	1100.80%

기간조회 기간조회 설정 및 조건을 검색합니다.

기간 설정: 2022-04-25 ~ 2022-05-01

조건 검색 설정: 판매자ID 전체 | 그룹 전체 | 상품번호

2

간편_주력
간편_주력_원피스
간편_서브_바지

조회하기

그룹별 | **상품별** | 키워드별 | 카테고리별 | 상품상세페이지 NEW | 노출매체별 | 광고ID별



Guide

① 간편등록 [그룹별] 성과 확인

원하는 기간설정 후 간편등록 그룹별 광고성과 데이터 확인 가능

② 간편등록 [그룹별] > [항목별] 상세 성과 확인

조건 검색 설정에서 간편등록 상세하게 성과를 확인하고 싶은 그룹명 선택 후 해당 그룹의 상품번호/키워드/지면 별 상세 성과 확인 가능

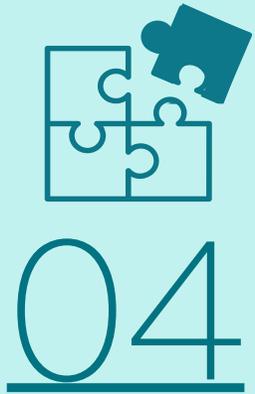
※[광고ID별] 항목은 일반등록 그룹에 한하여 제공되는 광고성과

Key Point!

광고센터에서 제공하는 파워클릭 리포트를 통해 파워클릭 광고 운영 결과를 통합적/세부적으로 확인할 수 있습니다.

아래 파워클릭 리포트 운영 가이드를 참고하시어 세밀한 관리를 통해 광고를 최적화할 수 있습니다.

리포트 운영 가이드 상세 보기 >>>



간편등록 최적화 및 매출 확대



입찰가 변경을 통한 간편등록 최적화

집중관리 키워드를 활용한 매출 확대

집중관리 키워드로 30%페이백 받고 매출 확대하기 - “키워드 집중관리 프로그램”

간편등록 최적화와 매출확대 가이드

입찰가 변경을 통한 간편등록 최적화

광고효율에 따른 최적화

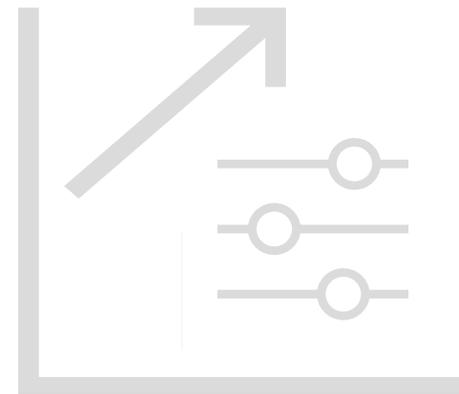
간편그룹 최적화를 위한 입찰가 상향/하향 조정



집중관리 키워드를 활용한 매출 확대

노출 극대화를 통한 매출상승

집중관리 키워드를 활용하여 직접 노출순위, 기간, 예산 등을 조정 및 확장하여 매출 규모 확대



광고 최적화 및 매출 확대

입찰가 변경을 통한 간편등록 최적화

간편그룹 입찰가 변경 프로세스



Guide

간편등록 시작 1주차 - “광고 점검”

① 광고 1주차에는 광고 효율(Good/Bad)을 판단하기에 아직 이른 기간으로 광고가 잘 노출되고 있는지 점검하는 기간으로 봐주세요.

간편등록 최초 입찰 약 1주 경과 후 최초 등록된 간편그룹이 적정 희망클릭비용 안에서 운영 중인지 확인이 필요합니다.

간편등록 그룹별 일허용예산 안에서 광고비가 잘 소진 중인지 확인해주세요.

▼간편등록 그룹 일허용예산 소진율에 따른 입찰가 변경 가이드

간편그룹 일허용예산 소진율	입찰 가이드	상세 설명
일허용예산 70%이상 소진 중	현재 입찰가 유지	최초 등록 후 2주차 이후 간편그룹 성과 확인
일허용예산 50%~70% 미만 소진 중	입찰가 상향 고려	입찰가를 상향조정하였다면 최초 등록 후 약 3주차 부터 간편그룹 성과 확인하여 입찰가 변경
일허용예산 50% 미만 소진 중	입찰가 상향 조정	

광고 최적화 및 매출 확대

입찰가 변경을 통한 간편등록 최적화

간편그룹 입찰가 변경 프로세스



Guide

간편등록 시작 2주~3주차 - “광고 효율에 따른 입찰가 변경”

간편등록으로 광고를 시작 후 2주~3주 이상 경과되면 광고 효율에 따라 간편그룹 입찰가 변경을 통해 광고 최적화가 가능합니다.



광고효율 Good

간편그룹 평균노출순위	입찰가 가이드
8순위 이상 (순위 밖 노출)	상향 or 상향 고려
8순위 이내 (상위 노출)	유지

추가 Tip

광고효율과 광고비 소진율이 모두 높은 그룹의 경우 최초 설정한 일허용 예산을 소폭 증액하여 운영하면 매출규모 상승을 기대할 수 있습니다.



광고효율 Bad

매출전환 발생 여부	입찰가 가이드
○	하향 조정
×	최소단가(90원)으로 전환 후 지속 전환매출 미 발생할 경우 OFF 고려

추가 Tip

광고효율은 저조하지만 매출이 발생한 키워드는 판매활동에 중요한 키워드 자산으로 집중관리그룹 **K**의 키워드를 활용하여 별도 관리 추천

간편등록은 주기적으로 키워드를 추출하고 노출시켜 주기 때문에 효율이 저조하더라도 바로 OFF하기 보다 최소단가/예산으로 운영을 추천

간편등록 최적화와 매출확대 가이드

입찰가 변경을 통한 간편등록 최적화

광고효율에 따른 최적화

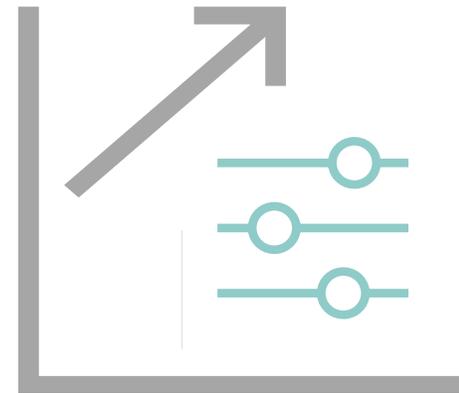
간편그룹 최적화를 위한 입찰가 상향/하향 조정



집중관리 키워드를 활용한 매출 확대

노출 극대화를 통한 매출상승

집중관리 키워드를 활용하여 직접 노출순위, 기간, 예산 등을 조정 및 확장하여 매출 규모 확대



집중관리 키워드를 활용한 매출 확대


KEYWORD 간편등록에서 추천해주는,
집중관리 키워드

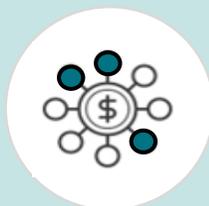
집중관리 키워드는,



간편등록에서 고객반응과 전환이 우수했던 키워드를 판매자님께서 별도로 분석할 필요없이 알아서 추천합니다.



성과가 우수한 상품과 키워드만 선별하여 일반등록을 통해 직접 희망순위, 기간, 예산 등을 조정하여 노출을 극대화하여 매출을 확대할 수 있습니다.

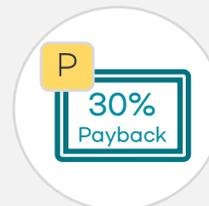


매출이 상대적으로 적은 신규상품/서브 상품들 중에서도 고객 반응과 광고성과가 검증된 키워드를 발굴하여 매출을 추가확대 할 수 있습니다.

이렇게 활용하세요!



G마켓/옥션의 트래픽이 상승하는 빅스마일데이나 빅세일 기간에는 방문고객의 키워드 검색량과 구매건수가 증가하므로 집중관리키워드를 활용하여 노출을 극대화하면 구매전환 기회를 높일 수 있습니다.



광고비 혜택이 제공되는 “키워드 집중관리 프로그램”을 활용하여 아직 일반등록으로 집중노출 경험이 없는 상품에 집중관리 키워드를 활용하여 매출규모를 확대할 수 있습니다.

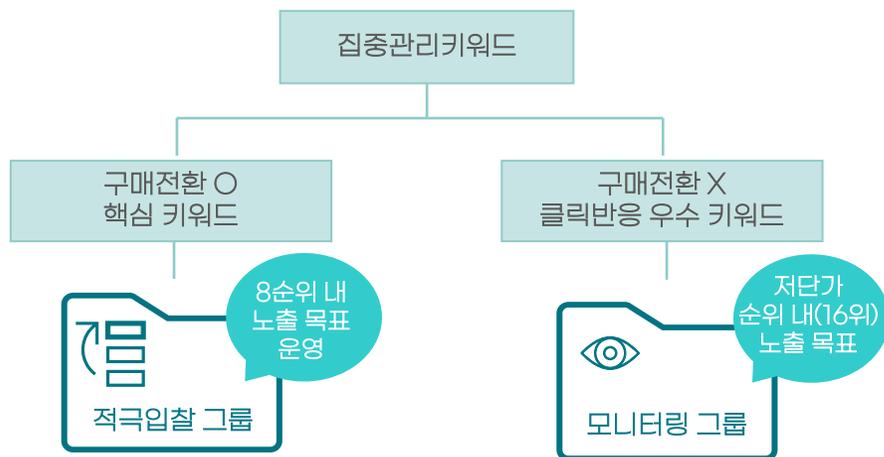
광고 최적화 및 매출 확대

집중관리 키워드를 활용한 매출 확대

집중관리 키워드 광고등록 Tip



키워드에 따른 광고그룹 생성 및 입찰 권장 가이드



Guide

 집중관리 키워드 선택 및 운영 Tip

- 광고예산/순위/단가를 적극적으로 운영할 “적극입찰 그룹”과 저단가/중순위를 유지하면서 광고효율을 관리할 “모니터링 그룹” 2가지로 구분하여 광고 운영 추천

 그룹별 전략적 운영과 광고성과에 따른 최적화를 고려하여 그룹명 생성

- 그룹명예시 : ‘집중K_전환키워드_5월’ / ‘집중K_클릭우수_6월’



추가 Tip

집중관리 키워드와 더불어 내 상품과 연관된 메인/세부키워드를 추가 등록하면 고객에게 더 많은 노출기회를 받을 수 있습니다.

다양한 키워드 등록을 통해 노출기회가 상승할수록 매출전환 확률이 높아집니다.

[예시]





키워드 집중관리 프로그램

간편등록으로 고객 클릭반응과 매출전환이 우수한
키워드를 활용하여 매출을 스케일업(Scale-up) 해보세요!



간편등록을 통해 광고성과가
검증된 키워드만을 선택하여
일반등록으로 집중관리 하면
내 상품 노출극대화를 통해
매출규모를 확대할 수 있습니다.!

[프로그램 바로가기>>>](#)

프로그램 안내



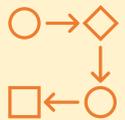
지원 대상

- 간편등록 집중관리 그룹 **K**에 포함된 추천 키워드 중페이백 **P**으로 표시된 키워드의 상품번호



지원 내용

- 집중관리 키워드 **P**를 1개 이상 활용하여 일반등록으로 5천원이상 광고집행 시 30일 광고비의 30%를 CPC이머니로 페이백



지원 프로세스



※ 당사 사정에 따라 프로그램 지원기간 / 지원 금액/지원대상 등은 변경될 수 있습니다.



자주 묻는 질문 (FAQ)

간편등록 FAQ

프로그램&집중관리 키워드 FAQ

자주 묻는 질문

간편등록 FAQ

01. 간편등록은 상품을 몇 개까지 등록할 수 있나요?

그룹당 등록가능한 상품수는 최대 20개 입니다.

02. 간편등록 광고등록 후 광고가 실제 광고가 노출되는데 얼마나 걸리나요?

간편등록으로 광고 진행 시 상품정보 분석을 통해 키워드가 추출됨으로 실제 광고 노출까지 최대 24시간이 소요될 수 있습니다.
희망클릭비용을 기준으로 입찰가를 계산하여 노출됨으로 입력한 희망클릭비용과 경쟁 상황에 따라 노출 시간에 차이가 발생할 수 있습니다.

03. 간편등록 노출 방식과 키워드 추출 주기는 어떻게 되나요?

간편등록은 모바일 기준 '1~8위영역'내 중순위까지 노출될 수 있도록 입찰가를 계산하며, 경쟁상황에 따라 상위순위로 노출될 수 있습니다.
키워드는 주기적으로 추출하여 업데이트하며, 그룹단위 희망클릭비용을 상한선으로 하여 입찰가를 자동 계산합니다.

04. 간편등록에서 그룹이동은 가능한가요?

그룹간 상품번호 이동은 불가하며, 상품번호 삭제 후 다른 그룹에서 추가하셔야 합니다.

05. 간편등록은 대량등록하거나 대량수정할 수 있나요?

간편등록은 대량등록/대량수정 기능이 제공되지 않습니다.

자주 묻는 질문

프로그램 & 집중관리 키워드 FAQ

01. 광고비 지원 프로그램 참여 제한이 있나요?

광고비 지원 프로그램은 지원대상 조건에 맞으면 누구나 참여할 수 있습니다.
단, 지마켓글로벌 의무계약 광고주와 CPC이머니 수기계산서 판매자는 자동으로 프로그램 대상에서 제외됩니다.

02. 대행사 마케터를 통해 광고를 진행 중입니다. 담당 마케터가 대신 지원 프로그램에 참여할 수 있나요?

대행운영권이 있는 파워클릭 광고에 한하여 대행사 마케터가 광고주 대신 프로그램 참여 및 광고운영을 할 수 있습니다.

03. 간편등록 그룹에 집중관리 추천 그룹 **K** 이 보이지 않아요.

집중관리 키워드는 간편등록 집행 성과를 기반으로 추천되는 키워드로 간편등록 집행이력이 없을 경우 보이지 않을 수 있습니다.

04. 간편등록을 운영 중/과거 운영했던 경험이 있는데 집중관리 추천 그룹 **K** 이 보이지 않아요.

간편등록 광고 데이터가 충분히 쌓이지 않았거나 최근 12주 동안 간편등록 광고 집행을 하지 않은 경우 키워드가 추천되지 않을 수 있습니다.

05. 키워드 집중관리 프로그램페이백 **P** 혜택이 제공되는 대상 기준이 무엇인가요?

최근 1년 이내 간편등록으로만 광고를 운영한 일반등록 이력이 없는 상품번호가 대상입니다.
프로그램페이백 대상 상품번호가 포함된 집중관리 키워드에는 **P** 로 표시되며 해당 상품번호에 한하여페이백 혜택이 제공됩니다.



06



Appendix

판매활동에 도움이 되는 판매자 전용 채널
파워클릭 고객센터

Appendix

판매활동에 도움이 되는 판매자 전용 채널

지마켓 셀러 마케팅 허브



G마켓과 옥션의 쇼핑 여정 전 단계를 아우르는 광고 상품을 소개하고, 바로 운영을 시작할 수 있도록 지원하는 지마켓 판매자 마케팅 통합 제공 플랫폼입니다.



[바로가기 >>>](#)



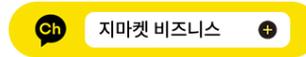
카카오톡 지마켓 비즈니스



판매 고객님들의 비즈니스 성장을 도울 수 있도록 유용한 마케팅/이벤트 등의 소식을 가장 빠르게 전해드리는 지마켓 비즈니스 카카오톡 채널



[바로가기 >>>](#)



지마켓 판매자 교육센터



오픈마켓 전문 강사가 알려주는 판매활동을 시작하는 방법부터 매출증대 꿀팁까지 유튜브 라이브 교육과 매출 성장 컨설팅 프로그램을 교육센터에서 확인하세요.



[바로가기 >>>](#)



Appendix

Gmarket광고 고객센터



Gmarket광고 관련하여 궁금한 사항이 있으세요?
고객센터를 통해 문의해주세요!

고객센터 안내



1577 ~ 9625

평일 09:00 ~ 18:00
점심 12:00 ~ 13:00
(토/일 공휴일 휴무)

1:1 문의하기



1:1 문의하기를 통해 궁금하신 사항을
상세히 남겨주시면 보다 빠르고 정확한
답변을 받으실 수 있습니다.

[1:1 문의하기 >>>](#)



“ 키워드 검색 엔진을 무시하거나
신경쓰지 않는 건 마치 광고를 찍어두고
어디에도 보여주지 않는 행동과 비슷하다. ”

-미국의 검색엔진전문가 Bruce Clay-

Thank you.