

No.1 올인원 라이프스타일 플랫폼

오늘의집

상품 광고 소개서





Table of contents

01. 오늘의집 소개
02. 오늘의집 상품 광고 소개
03. 광고 집행 성공 사례
04. 광고 집행 프로세스
05. 상품 광고 FAQ

오늘의집을 통해 탐색, 발견, 구매로 이어지는 인테리어의 모든 과정을 경험할 수 있습니다

인테리어 콘텐츠



부러웠던 예쁜 집의 인테리어 정보,
한 번에 모아서 보기

오늘의집 스토어



제품 탐색부터 구매까지
One-stop으로 가능한 스토어

인테리어 시공



검증된 인테리어 전문가와 함께,
더 쉽고 편리한 인테리어 시공

오늘의집은 라이프스타일 슈퍼앱의 새로운 역사를 쓰고 있습니다

대한민국 국민 절반 이상이 받은 앱

다운로드 **2,500만** 이상

오늘의집 성수기 월 거래액

거래액 **1,800억** 수준

온라인 홈퍼니싱/인테리어 시장의 확고한 1위

오늘의집에서 가구가 **7초에 1개씩** 판매

*2022년 5월 기준

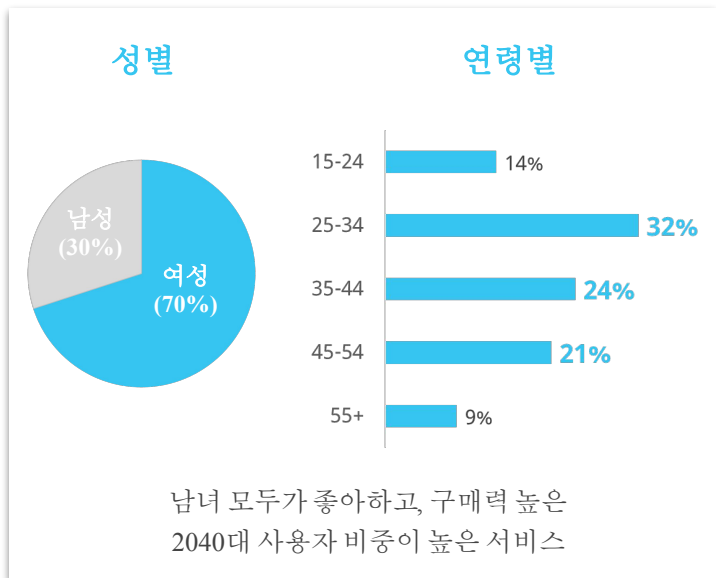


오늘의집은 가장 사랑받는 버티컬 쇼핑 플랫폼입니다

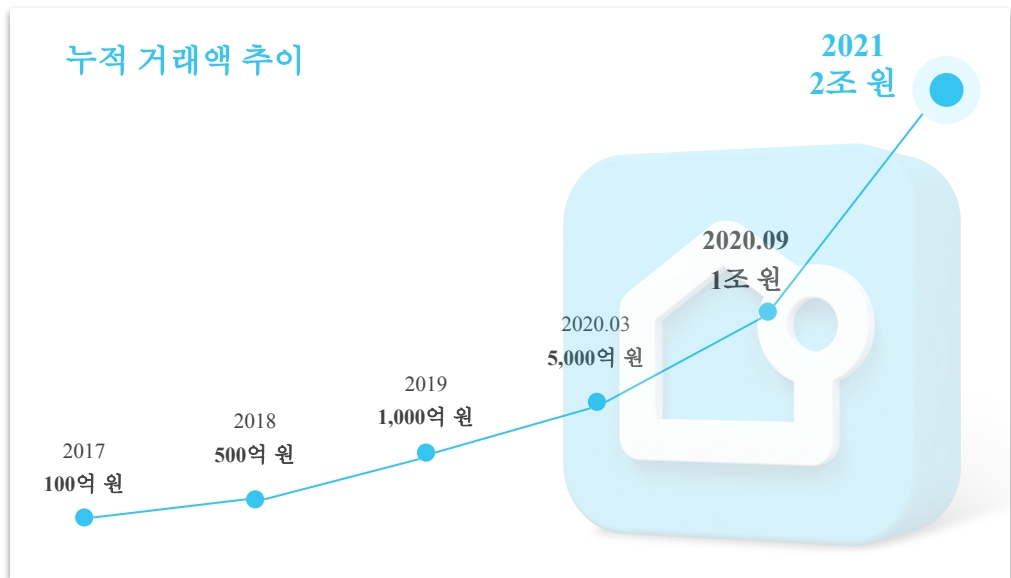


오늘의집 상품 광고는 구매력이 높은 소비자를 만나는 가장 효과적인 방법입니다

오늘의집 고객 분포



폭발적으로 증가하고 있는 거래액



오늘의집 상품 광고는 효율이 높고, 쉽고 편리하며, 합리적입니다

오늘의집 상품 광고는...

01

광고 비용 대비
효율이 높습니다



머신러닝 엔진을 통해 구매 확률이 높은 고객에게
상품을 노출합니다

02

캠페인 운영/관리가
쉽고
편리합니다



쉽게 사용할 수 있는 캠페인 매니저를 통해 광고
캠페인을 생성하고, 성과를 관리합니다

03

과금 체계가
합리적입니다



고객이 상품을 클릭했을때만 과금하며,
합리적인 입찰 방식으로 운영됩니다

高 효율 | 머신러닝 엔진이 고객 쇼핑 정보를 실시간으로 분석하여...

오늘의집 상품 광고가 최적의 고객을 찾는 방법

고객 쇼핑 정보



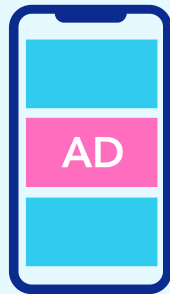
- 상품 노출
- 상품 조회
- 상품 검색
- 장바구니
- 스크랩
- 구매
-

+

머신러닝 엔진이 실시간 분석



=

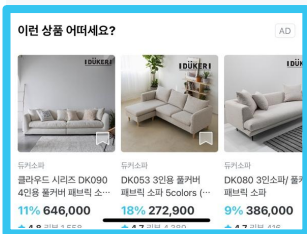
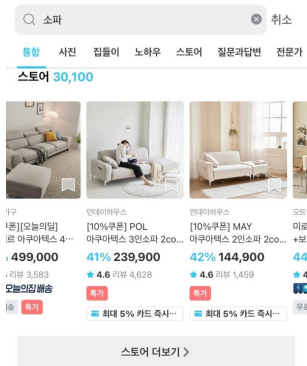


구매 확률이 높은, **최적화된 고객에게 광고를 노출**합니다

高 효율 | 상품 탐색/구매가 일어나는 다양한 지면에 광고를 노출합니다

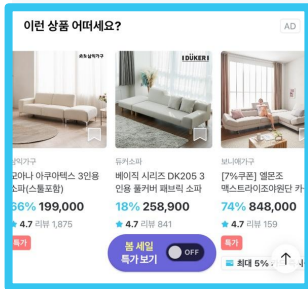
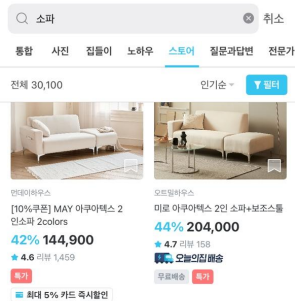
광고는 유저의 탐색/구매가 주로 일어나는 [App에만 노출](#)됩니다 (PC 미노출)

홈 통합검색 결과 화면



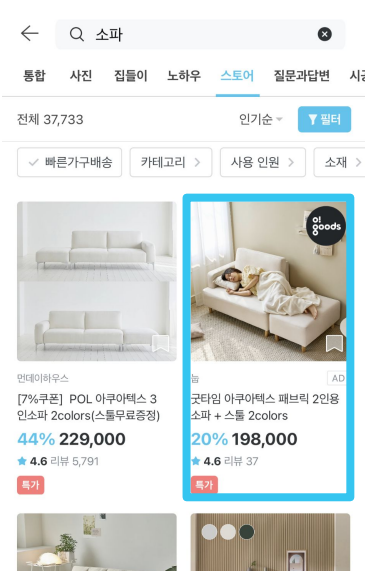
홈 통합검색의 스토어 하단 영역

스토어 검색 결과 화면



스토어 검색결과 중간 캐러셀 영역

스토어 검색 결과 화면



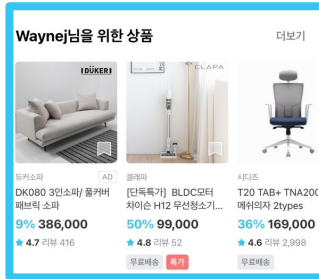
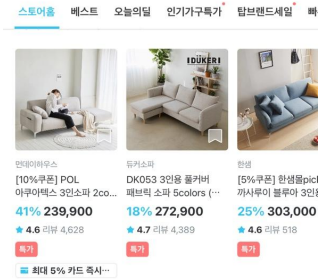
스토어 검색결과 네이티브 영역

* 광고가 노출되는 지면 위치와 디자인은 추후 변경 및 추가될 수 있습니다

高 효율 | 상품 탐색/구매가 일어나는 다양한 지면에 광고를 노출합니다

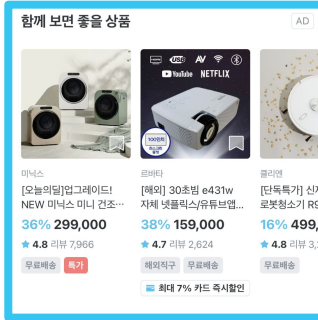
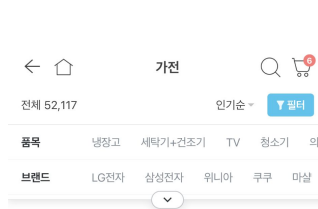
광고는 유저의 탐색/구매가 주로 일어나는 [App에만 노출](#)됩니다 (PC 미노출)

스토어 홈 화면



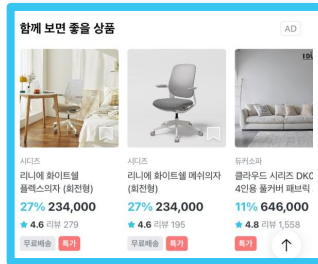
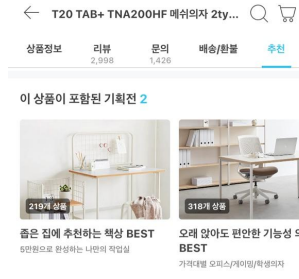
스토어 홈 화면 내 추천 영역

스토어 카테고리 화면



카테고리 중간 캐러셀 영역

상품 상세 화면 (PDP)



상품 상세 화면 하단 영역

* 광고가 노출되는 지면 위치와 디자인은 추후 변경 및 추가될 수 있습니다

쉽고 편리

간단한 프로세스로 광고 캠페인을 설정할 수 있습니다

광고 캠페인 생성하기

- 1. 캠페인 설정
- 2. 입찰 전략 선택
- 3. 상품 선택
- 4. 최종 확인

캠페인에 적용할 **일 예산**, **집행 기간**, **입찰 가격**을 입력합니다

스마트 최적화 캠페인과 수동 성과형 중 **입찰 전략**을 선택합니다

오늘의집에서 판매 중인 상품 중, **광고하고자 하는 상품**을 선택합니다

설정된 정보와 상품 확인 후, 캠페인 시작을 누르면 **광고가 시작**됩니다

쉽고 편리

입찰 전략을 선택해 정교하게 운영할 수 있습니다

캠페인 입찰 전략

💡 내게 맞는 캠페인 전략은 무엇일까요?
[\(테스트를 통해 맞춤형 전략 알아보기\)](#)

스마트 최적화(BETA)	구분	수동 성과형
목표 광고 수익률을 기반으로 한 안정적인 매출 기대/운영의 효율성	장점	원하는대로 CPC 입찰가를 직접 설정해 노출/예산 등 정교한 캠페인 관리
목표 광고 수익률	광고주 설정	CPC 입찰가
일 예산	예산	일 예산
목표 광고 수익률을 고려한 자동 입찰	입찰가	직접 입력
자동 최적화	최적화 방식	설정값에 따라 운영
클릭당 과금(CPC)	광고비 과금	클릭당 과금(CPC)
홈/상품 상세/검색 결과	노출 지면	홈/상품 상세/검색 결과

*스마트 최적화 캠페인은 BETA 버전입니다

쉽고 편리

광고 성과를 쉽고 편하게 확인하고, 심층적으로 분석할 수 있습니다

광고 현황/성과 모니터링

플랫폼 홈 / 광고계정 홈

오늘의집 파트너사

상태: ● 활성 ID:
 시간대: Asia/Seoul
 생성일: 2022-02-18, 02:00:24 AM 수정일: 2022-02-18, 02:00:24 AM

광고 전환 매출 ₩77,108,400 집행 광고비 ₩12,193,450 광고 수익률 832.38% 클릭당 광고비 ₩606.76 노출 수 616,438 클릭 수 20,096

2

광고 계정 / 캠페인 / 개별 상품 등 다양한 단위의 광고 성과를 확인할 수 있습니다

(캠페인 클릭 시, 개별 상품의 광고 성과 확인 가능)



3

광고 성과 분석을 위한 다양한 지표를 실시간 제공합니다

비교 기간: 2022-02-09 ~ 2022-03-28
 직접 설정 2022-03-01 ~ 2022-03-20

캠페인	상태	On/Off	집행 기간	일 예산	입찰 가격 (CPC)	광고 수익률	집행 광고비	클릭당 광고비	광고 전환 매출	노출 수	클릭 수	광고 전환 판매 수
봄 전략 상품	● 진행 중	●	2022-02-28 ~ 2022-03-31	₩100,000	₩1,700	329.99%	₩1,378,450	₩1,157.39	₩4,548,700	31,564	1,191	47
현대_주력 상품	● 진행 중	●	2022-02-28 ~ 2022-03-31	₩200,000	₩1,000	915.9%	₩1,871,560	₩531.09	₩17,141,600	93,694	3,524	95
행사 상품	● 진행 중	●	2022-02-28 ~ 2022-03-31	₩200,000	₩600	1,102.08%	₩2,010,650	₩568.3	₩22,159,000	126,678	3,538	79
할인 상품	● 진행 중	●	2022-02-28 ~ 2022-03-31	₩100,000	₩800	352.05%	₩1,558,070	₩585.74	₩5,485,200	70,197	2,660	34
소파 모음	● 진행 중	●	2022-02-28 ~ 2022-03-31	₩200,000	₩600	419.21%	₩2,150,320	₩548.97	₩9,014,300	130,269	3,917	60
기타 주력 제품	● 진행 중	●	2022-02-28 ~ 2022-03-31	₩200,000	₩600	581.8%	₩3,224,400	₩612.31	₩18,759,600	164,036	5,266	119

+ 캠페인 생성

쉽고 편리

오늘의집 상품 광고의 다양한 광고 지표, 쉽게 정리하기

광고 지표 설명

지표	영문	정의	계산식
집행 광고비	Spending	조회기간 동안 광고가 클릭되어 발생한 <u>총 광고비</u>	
상품 노출 수	Impressions	조회기간 동안 광고로 등록된 상품이 <u>고객에게 노출된 총 횟수</u>	
상품 클릭 수	Clicks	조회기간 동안 광고로 등록된 상품을 <u>고객이 클릭한 총 횟수</u>	
광고 전환 판매 수	Purchases	고객이 조회기간 동안 광고를 클릭 후 14일 이내에 <u>해당 광고의 상품을 주문한 총 횟수</u>	
클릭당 광고비	CPC (Cost per click)	광고 클릭 <u>1건당 평균 비용</u>	
클릭률	CTR (Click through rate)	<u>노출 수 대비 클릭 수</u> 의 비율	클릭 수 / 노출 수
전환율	CR (Conversion rate)	<u>클릭 수 대비 광고 전환 판매 수</u> 의 비율	광고 전환 판매 수 / 클릭 수
광고 전환 매출	Sales	고객이 조회기간 동안 광고를 클릭 후, 14일 이내에 <u>해당 광고 상품을 구매한 총 상품 가격 합계</u>	
광고 수익률	ROAS (Return On Advertising Spend)	집행 광고비 대비 <u>광고 전환 매출</u> 을 %로 표기	광고 전환 매출 / 집행 광고비

합리적

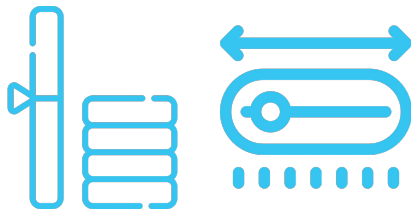
고객이 상품을 클릭한 경우에만 과금하고,
다양한 기능을 통해 합리적인 예산 활용을 지원합니다

오늘의집 상품 광고의 합리적인 과금 체계



CPC 과금 방식

- 상품을 클릭한 경우에만 과금하며, 단순 노출 시에는 과금하지 않습니다



일 예산 내에서 높은 자유도

- 일 광고비 예산을 설정하여, 과도한 광고비 집행을 방지합니다
- (수동 성과형 캠페인의 경우,) CPC 입찰 가격을 유연하게 설정할 수 있습니다*



유저 적합도를 고려한 광고 노출

- 입찰 금액 뿐만 아니라, 유저에의 적합도를 종합적으로 고려하여 광고 노출을 결정합니다

* 캠페인 별 100원 ~ 10만 원 범위에서 자유롭게 설정할 수 있습니다

이미 많은 파트너사들이 **오늘의집** 상품 광고와 함께 성장하고 있습니다

be BONIE®

인기 상품 노출 증가로 매출 확대

“ 인기 상품이 광고를 통해 **더 많은 고객들에게 노출**되고, ROAS가 무려 **1,000%** 이상 나오는 등 성과가 매우 좋았습니다. 또한, 오가닉 노출에서 광고 노출까지 인기 제품의 노출이 증가한 이후 **더 많은 고객들이 자사 상품들로 유입** 되는 등 매출 상승에 시너지 효과를 가져왔습니다. 앞으로 다양한 상품들을 광고 진행해 볼 예정입니다. ”

1,381%

ROAS

*Beta 기간 광고 성과

1.6x

매출 상승

*인기상품 광고 전/후 매출액 비교

ATHOME

광고 집행을 통한 **매출 2배 성장**

“ 오늘의집 상품 광고를 통해 매출이 무려 2배 성장했어요. 동일한 카테고리별로 상품 군을 묶어 캠페인을 운영해 보니 **타 플랫폼 대비 매우 우수한 성과**를 보였습니다. 특히 상품 광고의 머신러닝은 **구매 확률이 높은 고객에게 집중적으로 노출**되면서, 구매 전환이 많이 발생했습니다. 오늘의집 상품 광고가 **매출 성장에 매우 큰 도움**이 됐어요.”

2x

매출 상승

*광고 전/후 매출액 비교

2,435%

ROAS

*Beta 기간 광고 성과

3x

타 플랫폼 대비 구매 전환율

*셀러 내부 데이터 비교

이미 많은 파트너사들이 **오늘의집 상품 광고와 함께 성장**하고 있습니다

HELLO SLEEP

비주력 상품 노출 증가로 신규 매출 창출

“오늘의집 상품 광고를 통해 처음으로 광고를 운영해 보았는데요.
광고에 대한 경험이 적지만 광고 프로세스가

매우 간단하고 편리해서 쉽게 운영할 수 있었습니다.

광고는 주력/비주력 상품으로 구분하여 캠페인을 운영했는데요.

광고 노출을 통해 **비주력 상품에서도 원활한 구매 전환**이

발생하면서 신규 매출이 창출되는 성과를 얻을 수 있었습니다.”

1,004%

ROAS

*Beta 기간 광고 성과

2,521%

비주력 상품 중
최대 ROAS 성과

*Beta 기간 광고 성과

modern house

간편한 광고 세팅으로 우수한 광고 성과 확보

“오늘의집 상품 광고는 머신러닝 기반으로 별도의 타겟팅 없이
자동으로 최적화되기 때문에, **캠페인 세팅이 매우 간편**했어요.

타 플랫폼과 달리 캠페인 세팅에 상당히 적은 시간이
소요되었음에도 불구하고 우수한 광고 성과를 얻었습니다.

뿐만 아니라 오늘의집 광고의 타겟 매칭률이 높아 전환 및
매출액이 높게 나타나서 **광고 성과에 매우 만족**합니다.”

5분

광고 세팅 소요 시간

1,717%

ROAS

*Beta 기간 광고 성과

7.48%

구매 전환율

*Beta 기간 광고 성과

쉽고 간편한 오늘의집 상품 광고, 오늘부터 바로 시작해보세요

오늘의집 상품 광고 집행 프로세스

01



이용 약관 동의

광고 상품 이용 약관에
동의하고, 담당자 정보를
입력합니다

02



광고비 충전

상품 광고 이용을 위해
광고비를 충전합니다

03



광고 캠페인 설정

일 예산과 입찰 가격,
광고하고자 하는 상품을
선택합니다

04



광고 집행

캠페인 시작하기 버튼을 누르면
상품이 광고 지면에 노출됩니다

카테고리	질문	답변
상품 광고 가입	오늘의집 상품 광고를 이용하고 싶습니다. 어떻게 가입할 수 있나요?	오늘의집 파트너센터 내 광고관리 탭 클릭 후, 사용 신청하기 버튼을 클릭 하여 가입할 수 있습니다. 이용 약관 동의, 담당자 정보 입력 후 상품 광고를 이용하실 수 있습니다.
광고비 정산	광고비를 어떻게 충전할 수 있나요?	파트너센터 내 광고관리 탭 클릭 후, 광고비 정산 메뉴에서 ‘충전하기’ 버튼을 통해 카드 결제로 실시간 충전이 가능 합니다. 계좌 충전을 이용하실 경우에는 하기 계좌를 이용 바랍니다. - 오늘의집 계좌 (우리은행: 1005-004-295783, 예금주명: 주식회사 버킷플레이스) - 입금 충전 시에는 입금자명에 꼭 업체명을 기재해 주세요. 최소 충전 금액은 1만 원입니다.
	충전 후 바로 상품 광고를 이용할 수 있나요?	신속한 광고 이용을 위해, 결제 시 충전금이 즉시 반영되는 카드 결제를 권장 드리고 있습니다. 불가피하게 계좌 입금을 통해 충전 요청하신 경우에는 입금확인까지 1~2영업일이 소요 됩니다. 입금 시에는 업체명을 정확히 기재해주시길 경우 더욱 빠르게 처리되며, 담당자 이메일로 충전 완료 안내를 드리고 있습니다.
	광고비는 어떠한 방식으로 과금되나요?	유저가 광고를 클릭할 경우에만 과금 되는 CPC (Cost-per-click) 방식으로 과금됩니다. 상품을 클릭한 경우에만 과금되며, 단순 노출 시에는 과금 하지 않습니다.
	세금계산서를 발행해 주나요?	1일부터 말일까지 소진한 광고비 에 대해 익월 초 영수 세금계산서가 발행됩니다. 정산 담당자 이메일로 수신되며, [정보 관리]에서 담당자 이메일 등록 및 수정이 가능합니다.
	광고비를 환불할 수 있나요?	광고비 잔액에 대해서만 환불이 가능하며, 모든 광고 캠페인을 OFF 하신 후 아래와 같이 진행해 주세요. 환불 요청서 (파트너 센터 로그인 후 다운로드 가능) 및 통장 사본을 첨부하여 ad_product@bucketplace.net 로 보내주세요.
광고 집행	광고한 상품은 어디에 노출되나요?	상품 광고는 오늘의집 앱 내 1) 홈 검색결과, 2) 스토어 검색결과, 3) 스토어 홈 화면 내 추천 영역, 4) 상품 상세 화면 하단 영역에 노출 됩니다. 노출 위치는 변경 및 업데이트될 수 있습니다.
	광고 노출 위치를 선택할 수 있나요?	특정 광고 지면을 선택하여 상품을 노출할 수 없습니다. 오늘의집의 머신러닝 엔진이 가장 구매 확률이 높은 고객에게 최적화된 지면에 상품을 노출합니다.
	캠페인을 운영 중인데, 광고가 노출되지 않습니다. 어떻게 해야 하나요?	신규로 캠페인을 생성해주실 경우, 머신이 광고 데이터를 학습할 기간이 필요합니다. 최소 2주 정도 최적화가 진행되며, 이 기간 중에는 소진과 노출이 미진할 수 있습니다.
성과 확인	자세한 광고 성과를 확인하고 싶어요	캠페인 관리 탭의 광고 집행 현황을 통해 기간별, 계정/캠페인/개별 상품 별 자세한 광고 성과를 확인 할 수 있습니다.

카테고리	질문	답변
캠페인 세팅	모든 상품을 광고로 등록할 수 있나요?	오늘의집에서 판매 중인 모든 상품을 광고로 등록 할 수 있습니다. 단, 품절된 상품은 노출되지 않으며, 모음전 코드의 상품/0원 상품/렌탈 상품의 경우에는 광고로 등록하실 수 없습니다.
	이미 운영 중인 캠페인 설정을 변경할 수 있나요? 변경된 설정은 언제 반영되나요?	집행 중인 캠페인의 수정 버튼 클릭 후, 일 예산, 광고 집행 기간, 광고 상품 등 설정 을 자유롭게 변경할 수 있습니다. 변경된 캠페인 설정 값은 최대 10분 이내로 반영됩니다.
	최소 집행 예산이 있나요?	최소 5만원 이상 일예산 을 권장 드리며, 광고비 잔액이 2천원 미만인 되는 경우 캠페인이 자동 비활성화됩니다. 충분한 예산을 설정해 광고가 원활하게 운영될 수 있게 해주세요. 일예산 설정 후에는 예산을 고려한 광고노출이 이루어집니다. * 노출된 단말의 클릭발생 회수시점에 따라 일예산을 다소 초과할 수 있습니다.
	어떤 상품이든 광고 운영이 가능한가요?	어떤 상품이든 광고 운영이 가능하며, 캠페인 당 5개 이상 상품을 등록 하는 것을 권장 드립니다. 또한 신제품/기존 고성과 제품 등 캠페인별로 유사한 상품으로 선택하시는 것이 목표 달성에 유리합니다. 여러 캠페인을 동시에 운영하실 경우, 캠페인 간 상품이 중복되지 않는 것이 좋습니다.
스마트 최적화 캠페인	CPC 입찰가는 어떻게 결정되나요?	입찰가는 입력한 광고 목표 수익률과 예산을 고려하여 최적의 입찰가가 자동 설정 되며, 실제 광고비 과금은 수동 성과형과 동일하게 차순위 입찰가로 과금됩니다.
	목표 광고 수익률은 어떻게 설정하나요?	너무 높은 광고 수익률을 설정 하시면 목표 달성을 위해 머신이 낮은 입찰가로 비딩에 참여하게 됩니다. 따라서 오히려 광고가 덜 노출되거나 원하는 광고의 예산이 소진되지 않을 가능성이 높습니다. 따라서 처음에는 보수적으로 설정하시고 이후 점진적으로 목표 광고 수익률을 높여가시는 것을 추천드립니다.
	목표 광고 수익률은 보장되나요?	목표 광고 수익률은 보장되지 않으며 , 최대한 목표를 달성하기 위해 머신러닝 엔진이 입찰가를 결정하기 위한 기준으로 적용됩니다.
	목표 광고 수익률은 변경 가능한가요?	네 목표 광고 수익률은 언제든지 변경 가능합니다. 낮은 목표 광고 수익률 변경은 지양하시되, 최소 1주일 이상 모니터링 후 변경 하시는 것을 권장합니다.
	실제 광고 수익률이 목표 광고 수익률보다 초과하면 광고가 중단되나요?	아닙니다. 실제 광고 수익률이 목표 광고 수익률보다 높은 경우에도 광고는 그대로 운영됩니다. 이런 경우에는 일 예산을 증가 하고, 추후 목표 광고 수익률을 높이는 것을 추천 드립니다.
	실제 광고 수익률이 목표 광고 수익률보다 낮으면 어떻게 해야하나요?	목표 광고 수익률을 낮추시는 것을 권장 드립니다. 수익률을 낮추면 노출이 증가해, 클릭/전환이 높아질 수 있습니다. 수익률을 조정하신 후 노출/소진/실제 광고 수익률 등을 모니터링 하시는게 좋습니다.



오늘의집