

FAST CAMPUS  
Online  
Facebook Marketing

/  
이혜원

# PART3 Facebook 마케팅 실전

## 1 Facebook 캠페인 전략

- 비즈니스 분석하기
- 캠페인 구조 전략 수립 process

## 2 Facebook 광고 실전

- 페이스북 알고리즘의 이해
- 광고관리자 기능 활용하기
- 광고 트러블슈팅
- 페이스북 광고 리포팅

## 3 Facebook 2배 활용하기

- Facebook 타겟 인사이트
- Facebook Analytics
- Facebook 자동규칙
- 인스타그램 광고 맛보기

PART 3-1

Facebook 캠페인 전략

## 캠페인 전략의 중요성

페이스북 캠페인 성과의 성패는  
캠페인 전략에 있다고 해도 과언이 아닙니다!

캠페인을 무작정 게시물 광고로 돌리는 것이 아닌,  
출발부터 명확한 캠페인 전략 수립이 필요

## 페이스북 캠페인 전략의 Key

# 비즈니스 분석 + Facebook 캠페인 설계

## 비즈니스 분석 및 캠페인 설계 Process

### 서비스 파악하기

- 어떤 서비스를 운영하고 있는가?
- 사이트 (or 앱) 구조는 어떻게 구성되었는가?
- 고객구매여정 경로 파악하기(AARRR)



### Goal 파악하기

- 이 비즈니스의 목적(KPI)은 무엇인가?
  - 전환발생까지 선행 지표는?  
(장바구니담기, 회원가입 등)
- 전환이 발생하는 last touch point는?



### 캠페인 구조 전략 세우기

- 캠페인 목표는 무엇이고 가설은 무엇인가?
  - 서비스의 잠재고객은 누구인가? (타겟)
- 잠재고객을 어떤 크리에이티브로 유인할 것인가? (메시지, 유형, A/B 테스트 등)

# 서비스 파악하기(예시)



2018 당신의 꿈을 응원합니다 | 이벤트/기획전 | 직무 교육 | 기업 교육 | 외국어 교육 | 미디어 | 채용

당신에게 필요한 수업,  
이 중에 하나는 있을거예요 -  
**한 번에 모아보는  
강의 기획전**

*Curation*

**자세히 보러가기**

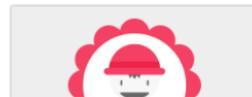
2+0+1+8 프로모션

모집 중인 코스 보기

블로그

미디어

곧 개강하는 모집중인 코스



# 서비스 파악하기(예시)

직무교육

기업교육

외국어교육

마케팅

데이터  
사이언스

프로그래밍

크리에이티브

파이낸스

비즈니스

상세페이지

상세페이지

상세페이지

상세페이지

상세페이지

상세페이지

수강신청  
페이지

수강신청  
페이지

수강신청  
페이지

수강신청  
페이지

수강신청  
페이지

수강신청  
페이지

결제

결제

결제

결제

결제

결제

# Goal 파악하기 (예시)

직무교육

기업교육

외국어교육

마케팅

데이터 사이언스

프로그래밍

크리에이티브

파이낸스

비즈니스

카테고리 페이지

상세페이지

상세페이지

상세페이지

상세페이지

상세페이지

상세페이지

광고 랜딩페이지

수강신청 페이지

수강신청 페이지

수강신청 페이지

수강신청 페이지

수강신청 페이지

수강신청 페이지

1차 전환 (수강신청 클릭)

결제

결제

결제

결제

결제

결제

최종 전환 (결제완료)

## GOAL 파악하기 Tip

1. 웹사이트 구조를 우선적으로 파악할 것!
2. AARRR 퍼널 구조를 생각해보면서 고객구매여정 파악해보기!
3. 픽셀이 심겨져 있다면, Pixel Helper를 이용하여 사이트 내에 전환 픽셀 작동 위치 확인!
4. 랜딩페이지는 어느 페이지가 될 것인지, UX/ UI 설계는 어떻게 되어 있는지 구조 파악!
5. Goal 달성을 위해 방해되는 요소는 없는지, 고객획득 과정을 최소화할 방법 모색!

## 캠페인 구조 전략 세우기

캠페인 목표 정의(목표세팅)  
(트래픽 확대/가입자리드 확보/ 구매 등)



잠재고객 정의(타겟팅전략)  
어떤 특성(성별,연령,관심사 등)의 유저가 전환을 일으킬만한 유저인가?



광고소재 준비(Creative 전략)  
어떤 광고소재로 잠재고객을 사로잡을 것인가?



랜딩페이지 설계(LP 전략)  
어느 페이지로 랜딩 시킬 것인가?  
페이지 내 전환을 위한 CTA는?

# 캠페인 구조 전략 세우기(예시)

캠페인 목표 정의(목표세팅)  
(트래픽 확대/가입자리드 확보/ 구매 등)

온라인 페이스북 마케팅  
수강모집을 위한 전환 캠페인



잠재고객 정의(타겟팅전략)  
어떤 특성(성별, 연령, 관심사 등)의 유저가 전환을 일으킬만한 유저인가?

- 1) 마케터로 취업을 준비하는 취업준비생
- 2) 마케터로 전직을 희망하는 직장인



광고소재 준비(Creative 전략)  
어떤 광고소재로 잠재고객을 사로잡을 것인가?

- 1) 니즈공략형 메시지를 담은 크리에이티브
- 2) 공감할 메시지를 담은 크리에이티브



랜딩페이지 설계(LP 전략)  
어느 페이지로 랜딩 시킬 것인가?  
페이지 내 전환을 위한 CTA는?

- 1) 온라인마케팅 상세페이지로 랜딩
- 2) 수강생 후기영상, 기간 할인 쿠폰 적용 등 가입을 유도하는 CTA 장치 삽입

## 캠페인 가설 수립

가설수립은 캠페인의 방향성을 정하고, 캠페인 성과를 측정하기 위해 필수적으로 이루어져야 할 고민!

가설수립을 통해 마케터는 캠페인을 보다 명확하게 설계할 수 있고 효과적으로 예산을 운영할 수 있으며, 유의미한 A/B테스트를 진행할 수 있습니다.

## 캠페인 가설 수립(예시)

### [페이스북 마케팅 수업 캠페인]

가설: 디지털마케팅은 경영직군의 직무이므로 문과계열의 직업을 가지고 있는 직장인들이 더 수강 확률이 높을 것이다.

검증을 위한 설계: 문과 계열의 직업 종사자를 타겟으로 집행한 광고가 그 외 이과계열 종사자를 상대로 집행한 광고보다 전환당비용이 낮을 것이다.

## 캠페인 구조 설계하기(예시)

캠페인(전환 목표 캠페인)



광고세트

- 1) 2435\_문과계통직장인
- 2) 2435\_이과계통직장인



크리에이티브

- 1) 니즈공략형
- 2) 공감유도형

- 가설을 바탕으로 하는 타겟 A/B 테스트 진행

- 동일 조건의 타겟에게 크리에이티브 A/B테스트

# [자율 과제]

지금까지 배운 캠페인 전략을 바탕으로  
평소에 관심 있던 기업의 페이스북 마케팅  
전략 세워보기

- 가설을 수립하고 검증 방법 고민
- 배운 크리에이티브 및 타겟팅 기법 고민