

FAST CAMPUS

퍼포먼스 마케팅 올인원 패키지

Facebook Marketing

패스트캠퍼스 / 강한아

주요 약력

- 현. 패스트캠퍼스 온라인 사업부 마케팅팀장
- Facebook Korea 'Made by Korea 교육 프로그램' 진행 (2017~)

FAST CAMPUS

이 파트의 최종 목표는?

“예산을 최대한 효율적으로 사용하여,
캠페인 목표에 맞는 **KPI**를 달성하는 것.”

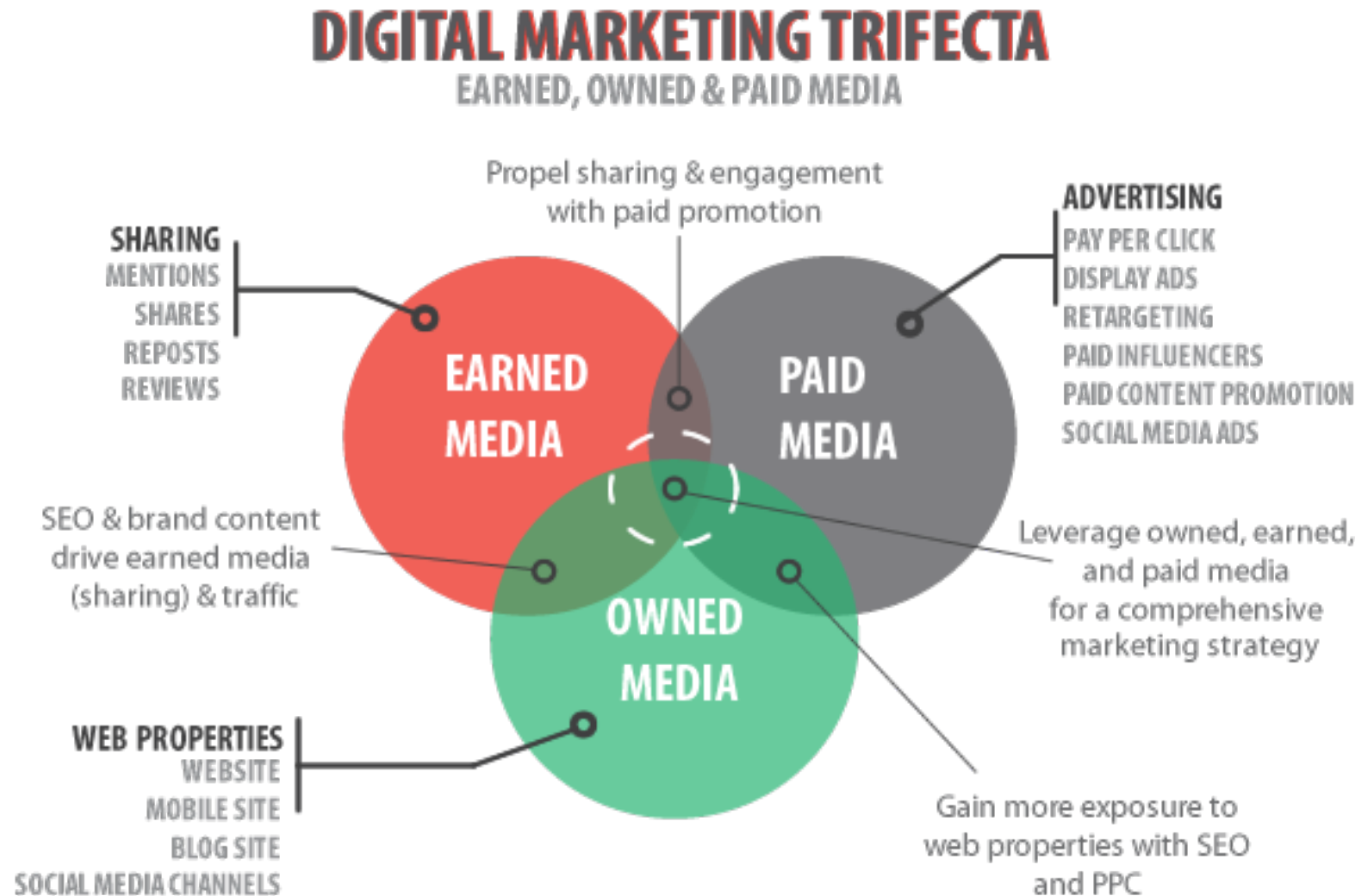
그래서 우리는 공부할겁니다.

- 1) 페이스북 광고 전반적인 구조
- 2) 알아야할 핵심 개념, 용어
- 3) 실제 광고 집행과 A/B 테스트
- 4) 성과 분석과 개선

FAST CAMPUS

페이스북 광고 이해하기

Lecture 01: 페이스북 광고 전체 구조 파악하기



Media Type	정의	사례	장점	단점
Owned Media	자사가 보유한 마케팅, 브랜딩 채널	자사 웹사이트 자사 블로그 페이스북	컨트롤 가능 비용 효율적	신뢰도 낮음 규모를 만들기 어려움
Paid Media	채널을 레버리지 하기 위해 지불이 필요한 미디어	디스플레이 광고 페이스북 광고 스폰서십	컨트롤 가능 즉각적 반응 규모 성장 가능	효율의 감소
Earned Media	고객의 목소리가 미디어가 되는 채널	위 채널에서 고객이 생성하는 컨텐츠와 계정	가장 신뢰도 높음 투명성 규모 성장 가능 살아 있는 정보	컨트롤 불가 측정 불가 네거티브 확산 가능성

페이스북 마케팅이 강력한 이유



14억명 이상

매일 Facebook을 사용하는 사람 수

20억명 이상

매달 Facebook을 사용하는 사람 수

600만 이상

Facebook에서 활동중인 광고주

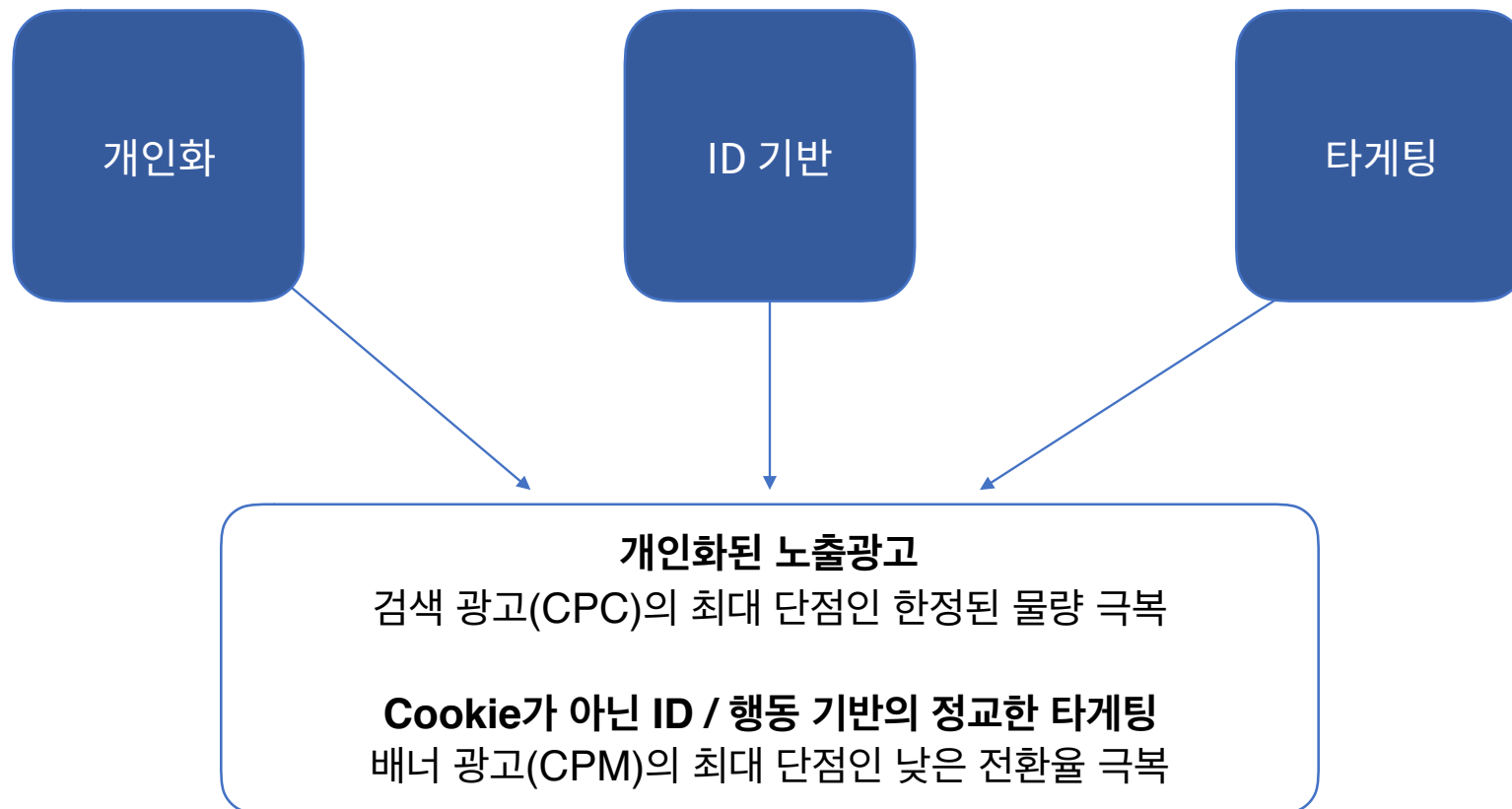
페이스북 마케팅의 장점

개인화

ID 기반

타게팅

페이스북 마케팅의 장점



Cookie **VS** Facebook ID

- 생각해봅시다!

강한아가 사무실에서 데스크톱을 활용해 어떤 웹사이트에 접속했다가, 퇴근하여 다시 테블릿으로 해당 웹사이트에 접속하였고 잠들기 전에 스마트폰으로 다시 웹사이트에 접속하였다.

Cookie **VS** Facebook ID

- 생각해봅시다!

강한아가 사무실에서 데스크톱을 활용해 어떤 웹사이트에 접속했다가, 퇴근하여 다시 테블릿으로 해당 웹사이트에 접속하였고 잠들기 전에 스마트폰으로 다시 웹사이트에 접속하였다.

- 어떤 차이가 있을까?

‘Cookie 기반 추적’에서는 **서로 다른 3명의 사용자**가 해당 웹사이트를 사용 했다고 인식

‘Facebook ID 기반 추적’ 는 데스크톱, 테블릿, 모바일 접속자가 **1명이라고 인식**

Cookie **VS** Facebook ID

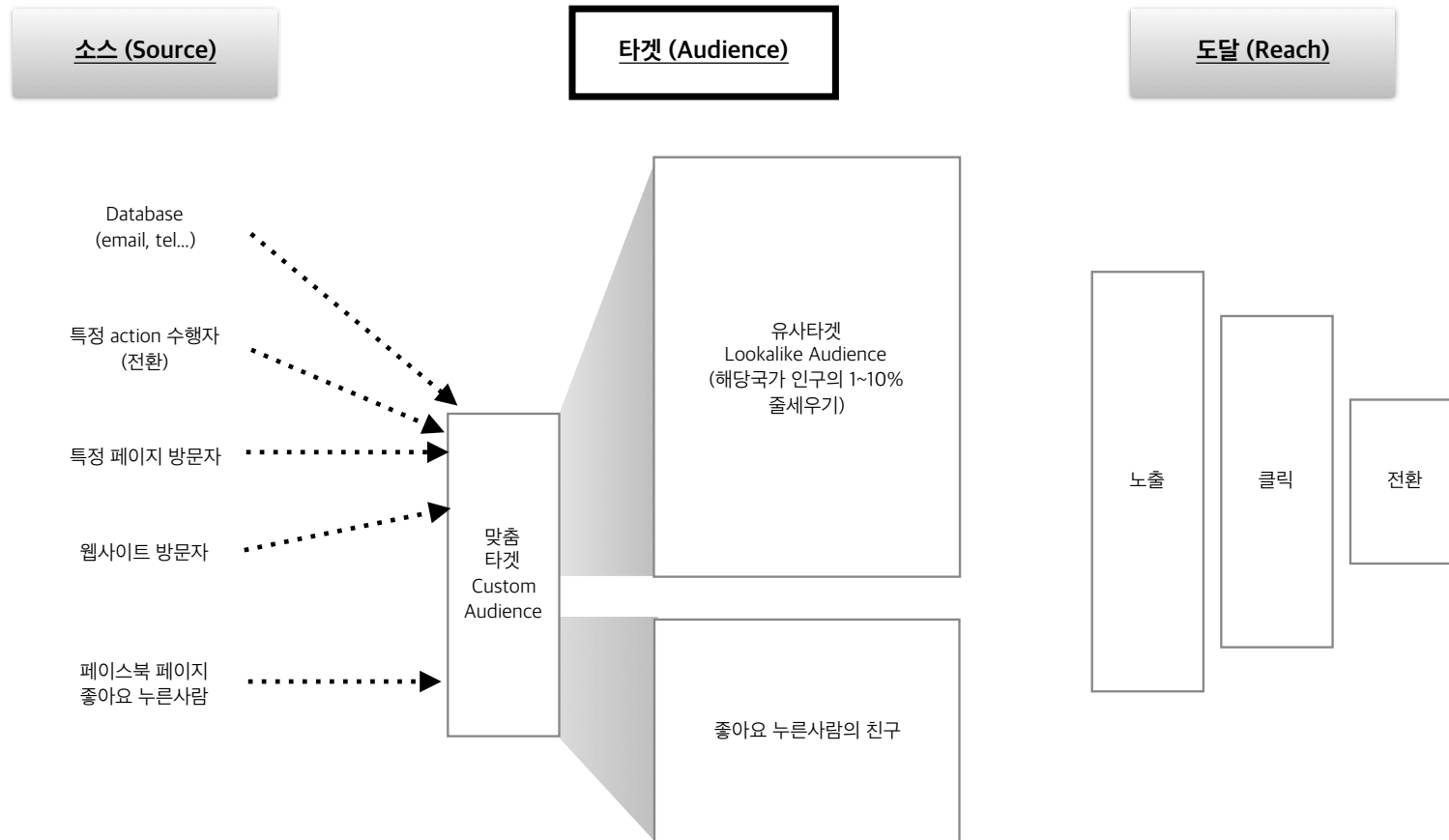
- Cookie 기반의 추적 방식 보다 Facebook ID를 기반으로한 추적 방식이 왜 더 우수할까?

즉, **광고 도달 수가 과장**되어져 더 많은 과금을 하게 되고

실제 보다 빈도수가 적게 집계 되므로 사용자 입장에서는 더 자주 광고를 보게 되는

Cookie 기반 추적의 단점을 극복하는 것이 Facebook ID 기반 추적

페이스북 광고 구조



페이스북 광고 구조

