

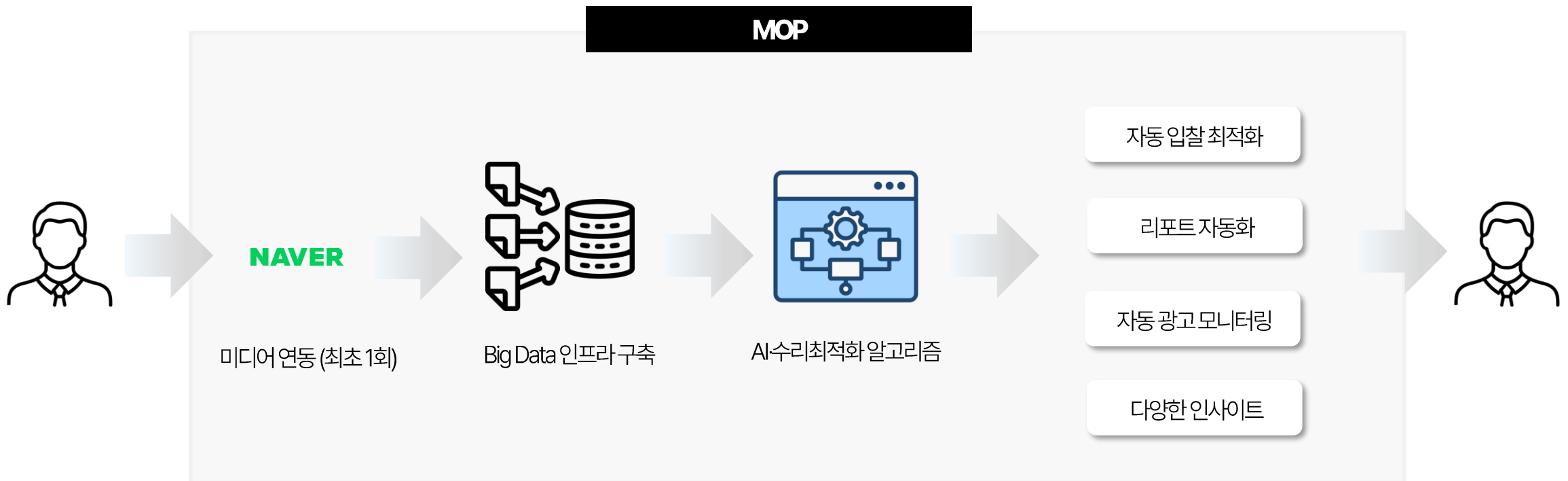


MOP 운영 가이드 및 주요 사례 공유

I. MOP 소개

MOP 소개

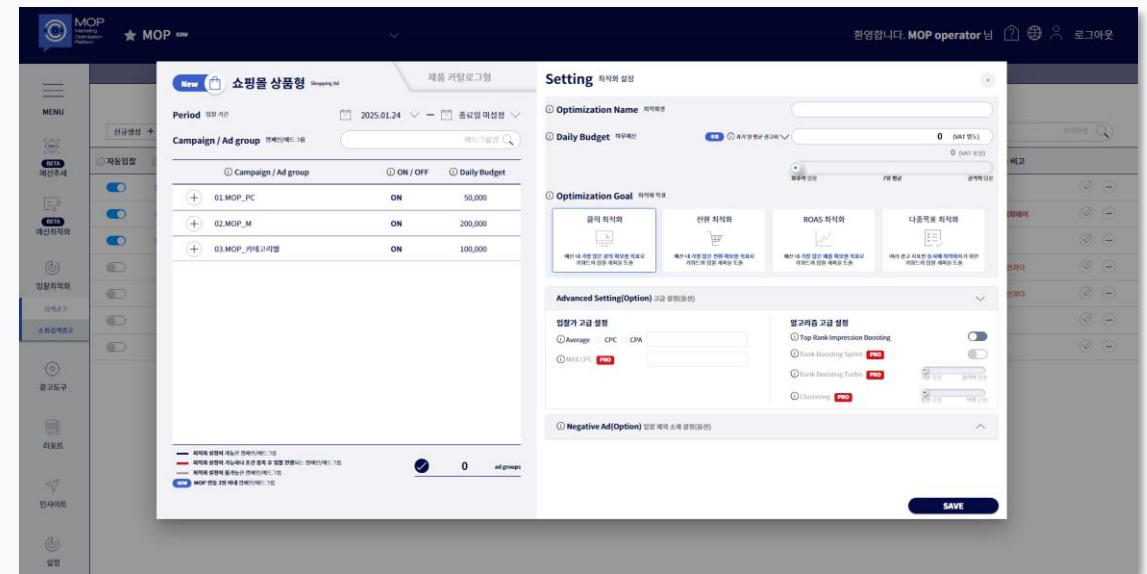
MOP는 미디어 연동을 통해 성과가 자동으로 수집되는 Big data 인프라를 구축한 뒤 자체 알고리즘 기술을 통해 **24시간 자동 입찰 최적화**를 진행, 다양한 인사이트를 도출하여 높은 수준의 편의성과 성과 개선의 경험을 제공합니다.



계정 별 1:1 맞춤 모델을 생성하여 입찰 최적화에 활용함으로써
예측 정확도가 높고, 빠른 시간 내 성과를 개선시킬 수 있습니다.



대상 캠페인/애드그룹 선택, 최적화 목표 설정,
일 예산 설정만으로 최적화 자동입찰이 시작됩니다.



원하는 최적화 목표를 설정할 수 있으며, 예산 내 설정한 목표를 극대화하는 방향으로 키워드/소재 별 입찰가를 계산하고 24시간 자동으로 입찰가를 관리합니다.



클릭 최적화

노출&클릭동시최적화

.....> 가용 예산 내 **가장 많은 클릭을 확보**할 수 있도록 실시간 운영 계획 도출



전환 최적화

클릭&전환동시최적화

.....> 가용 예산 내 **가장 많은 전환을 확보**할 수 있도록 실시간 운영 계획 도출



ROAS 최적화

노출&매출동시최적화

.....> 가용 예산 내 **가장 많은 매출을 확보**할 수 있도록 실시간 운영 계획 도출



다중 최적화

노출/클릭/전환/매출 중 중복으로 선택가능

.....> 가용 예산 내 **다수 지표를 동시 향상**하기 위한 실시간 운영 계획 도출

쇼핑 검색광고의 성과 최적화

쇼핑 검색광고의 경우, MOP에 연동된 **제품 품질 등의 이슈를 자동으로 감지하고 이를 실시간으로 고려하여 성과 최적화 작업에 반영합니다.**

실시간재고현황을
고려한입찰최적화



MOP의 입찰 최적화는 **제품 품질 및 재입고 여부를 주기적으로 감지**하여 매시간 그룹 단위로 최적의 입찰 계획을 도출합니다.

광고관리효율성증대



소재별 24시간 자동 입찰가 관리는 물론, **소재의 노출 여부를 모니터링하여 이상 여부를 자동으로 체크**해줍니다. 또한 MOP 플랫폼 내에서 바로 **[제외 키워드] 설정**을 진행할 수 있어 광고 운영 및 관리 효율성을 크게 개선시킬 수 있습니다.

AI기반의입찰관리로
광고실적개선



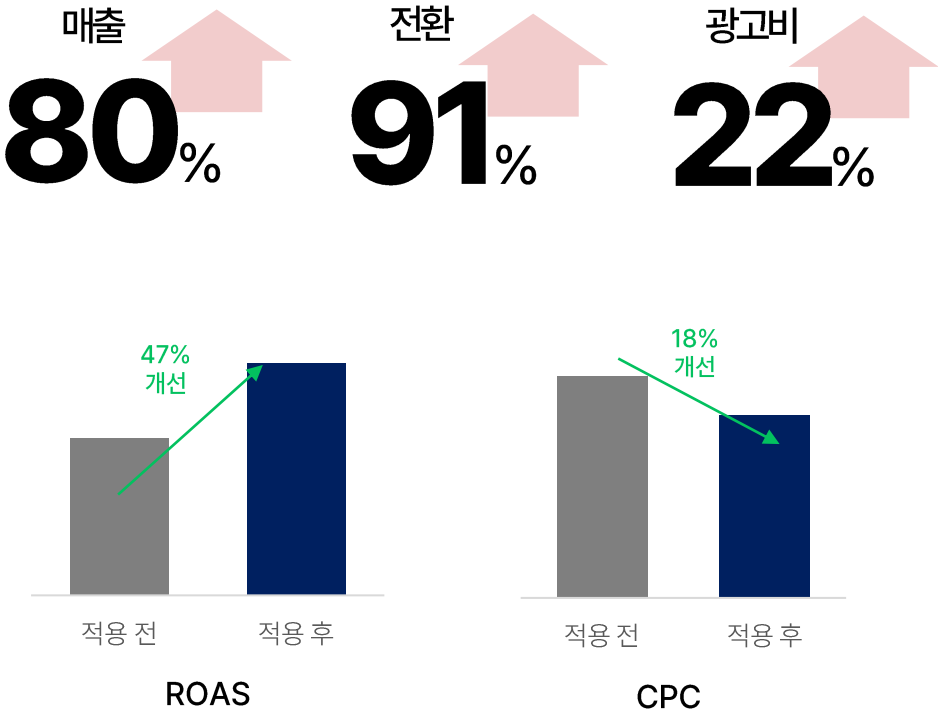
MOP는 쇼핑 검색광고에 대한 입찰 최적화 진행 시, **검색어 단위의 성과 예측을 기반으로 소재간/검색어간 요일 및 시간 단위 별 입찰의 우선 순위를 계산**합니다.

II. 주요 활용 사례

주요 활용 사례: 식음료 업종 (1)

모든 제품 연동 및 1개의 최적화 단위로 설정하여 입찰 최적화 진행
→ 신규 전환 발생 소재 발굴을 통해 캠페인 전체 성과 개선 및 매출 상승

MOP 도입 이후 주요 성과 지표 변동



✓ 소재 별로 성과 예측 데이터를 기반으로 전체 성과를 극대화할 수 있도록 소재 간 예산 재분배를 진행할 뿐만 아니라, 잠재력 있는 소재를 발굴하여 새로운 전환을 확보할 수 있게 됩니다.

구분	소재구분	광고비%	전환%	매출%
적용 전	소재A	0.70%	1.17%	1.01%
	소재B	0.03%	0.17%	0.16%
	소재C	0.03%	0.03%	0.03%
	Total	0.76%	1.38%	1.20%
적용 후	소재A	2.07%	1.79%	1.60%
	소재B	0.90%	0.83%	0.68%
	소재C	0.39%	0.80%	0.68%
	Total	3.35%	3.42%	2.96%

주요 활용 사례: 식음료 업종 (2)

제품 카테고리 별로 최적화 단위 설정 후 단위 별 맞춤 최적화 목표 설정

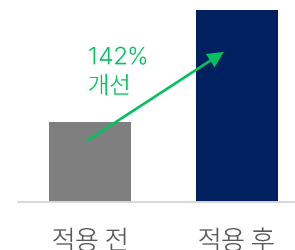
→ 단위 별 성과 수준을 고려한 목표 설정으로 학습 극대화, 시작 직후부터 유의미한 성과 개선

MOP 도입 이후 주요 성과 지표 변동

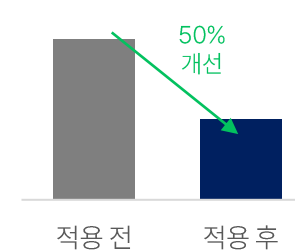
매출
404%

클릭
64%

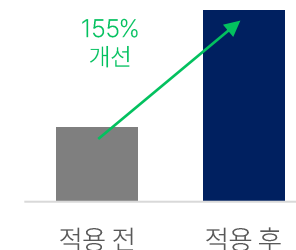
광고비
98%



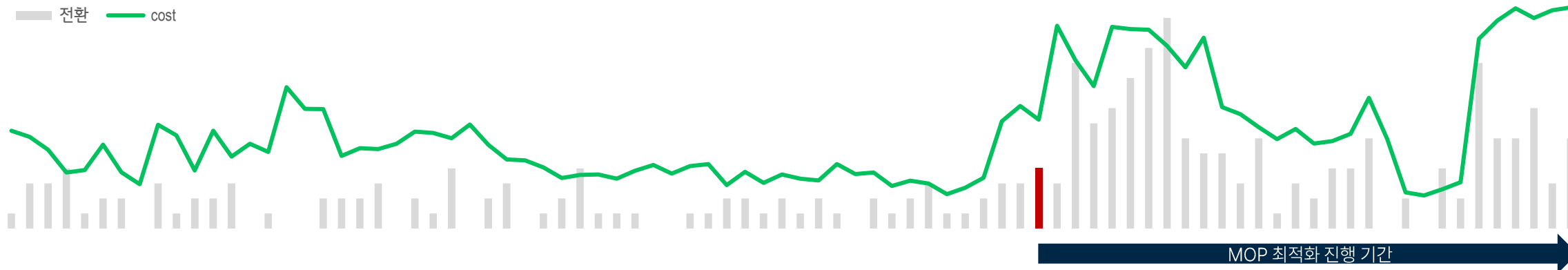
CVR



CPA



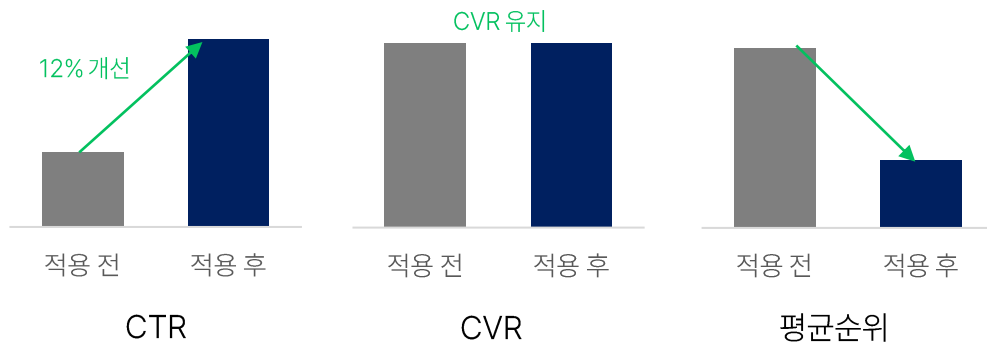
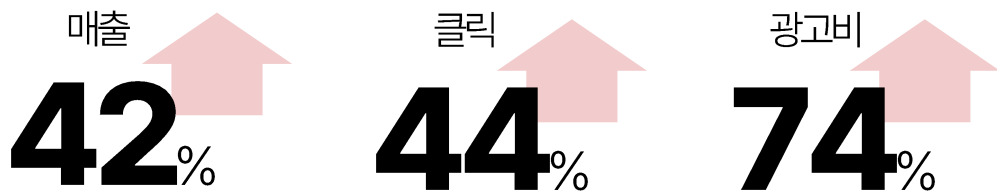
ROAS



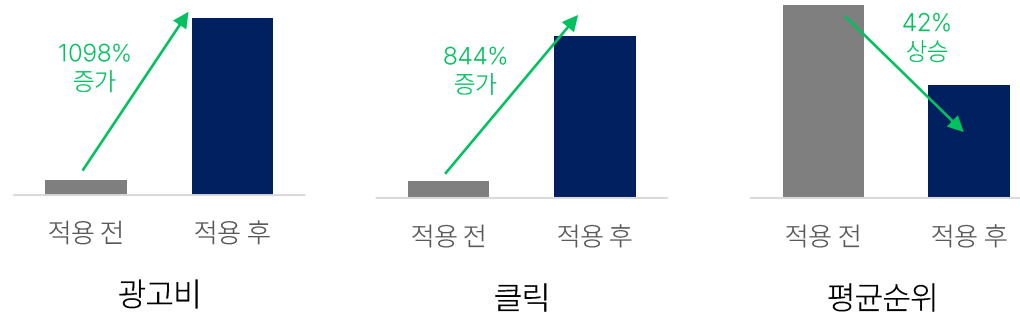
주요 활용 사례: 패션/커머스 업종 (1)

메인 제품은 카테고리 별로 최적화 설정 & 나머지 제품은 1개의 최적화 단위로 설정
→ **메인 그룹 효율 개선 및 신규 전환 발생 소재 발굴**을 통해 캠페인 전체 매출 상승

MOP 도입 이후 주요 성과 지표 변동



기존 매출 미발생 소재 중 **노출 및 클릭 패턴 분석을 통해 잠재력 있는 소재를 발굴**하고 입찰가 상향을 통해 전환 확보



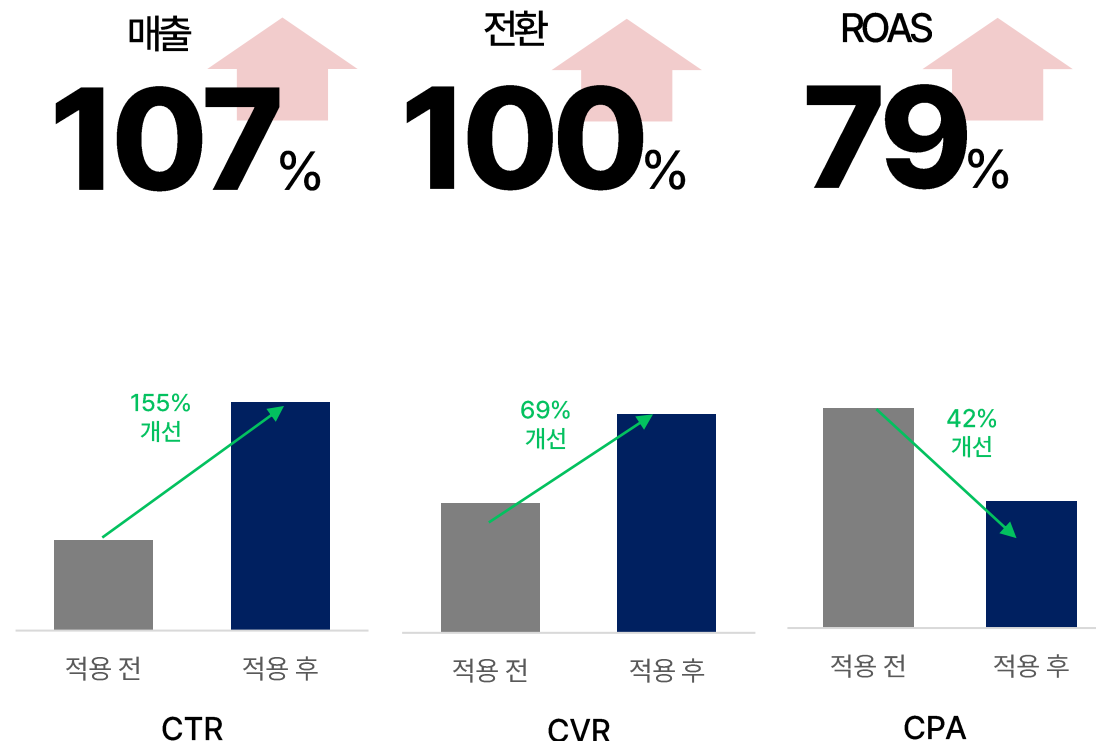
주요 활용 사례: 패션/커머스 업종 (2)

MOP 입찰 최적화를 통해 전환/매출 볼륨의 상승 목표하였으나 일평균 전환 수 2건 이내
→ 최적화 학습 극대화를 위해 **유입 지표 포함하여 최적화 목표 설정 (클릭+전환+매출)**

- ✓ 다중 목표 최적화 기능을 통해 클릭+전환+매출 목표 설정
- ✓ 7일 일평균 수준의 하루 예산 + Average CPC 설정

The screenshot shows the MOP optimization interface. At the top, there's a section for '하루예산' (Daily Budget) with a slider set to '7일 평균' (7-day average) and a button for '과거 일 평균 광고비' (Past 1-day average ad cost). Below this is the '최적화 목표' (Optimization Goal) section, which includes four options: '클릭 최적화' (Click optimization), '전환 최적화' (Conversion optimization), 'ROAS 최적화' (ROAS optimization), and '다중목표 최적화' (Multi-objective optimization). The '다중목표 최적화' option is highlighted with a red box. Under '다중목표 최적화', there are four sub-options: '노출' (Exposure), '클릭' (Click), '전환' (Conversion), and '매출' (Sales). The '전환' and '매출' options are selected. Below the optimization goals is the '고급 설정(옵션)' (Advanced settings) section, which includes '입찰가 고급 설정' (Bidding advanced settings) and '알고리즘 고급 설정' (Algorithm advanced settings).

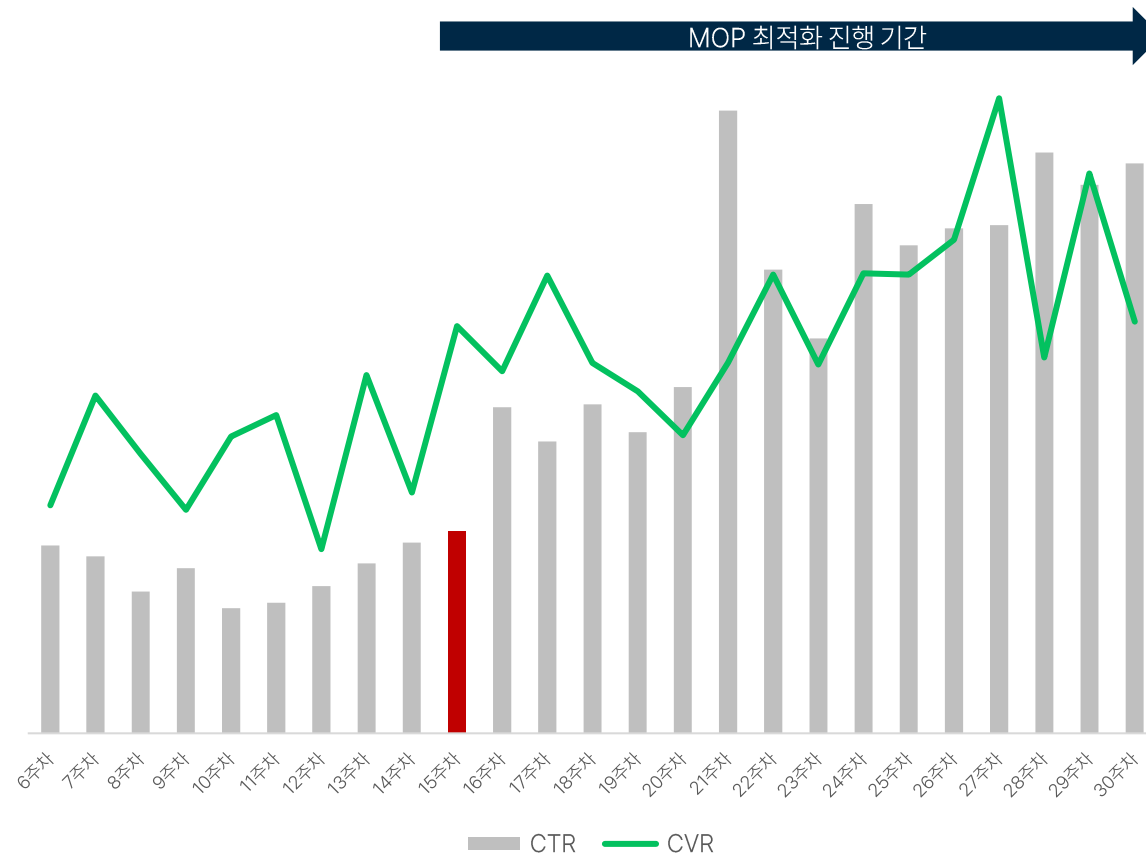
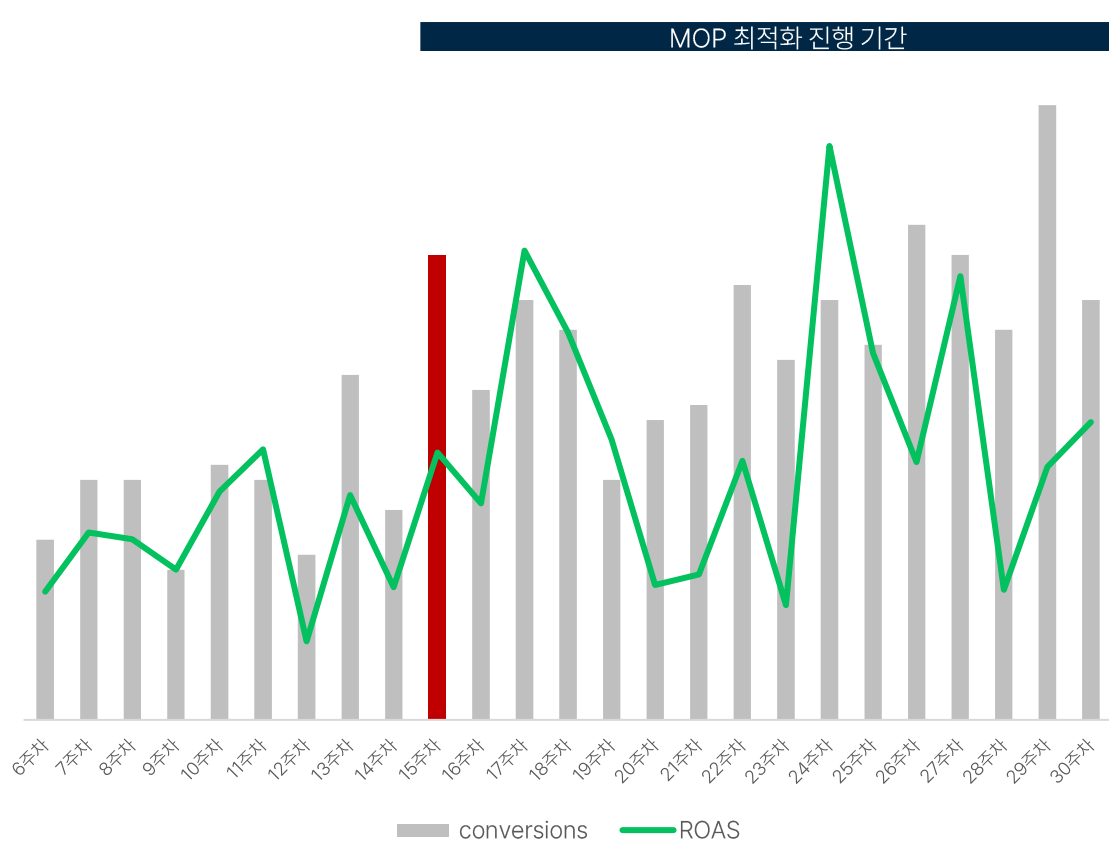
MOP 도입 이후 주요 성과 일평균 지표 변동



주요 활용 사례: 패션/커머스 업종 (2)

최적화 시작 후 CTR / CVR 지표가 지속적으로 개선되면서
유입 볼륨의 효율적인 증대와 함께 전환/매출 볼륨이 같이 상승한 성공 사례

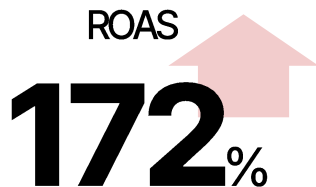
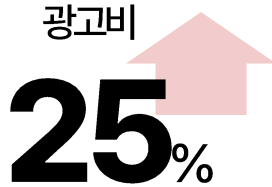
MOP 도입 이후 주차별 주요 성과 지표 변동



주요 활용 사례: 헬스케어 업종

제품 카테고리 별로 최적화 단위 설정 후 단위 별 맞춤 최적화 목표 설정 (Average CPC 적극 활용)
→ 소재 별로 신규 고효율 검색어 발굴을 통해 캠페인 전체 성과 개선

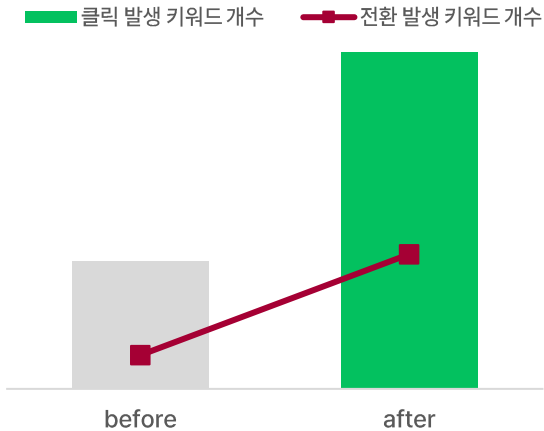
MOP 도입 이후 주요 성과 지표 변동



MOP 최적화 진행 후 상위 10개 검색어 별 데이터
→ 가장 많은 전환을 견인한 A 검색어를 포함해 상위 10개 중 6개의 신규 전환 상위 검색어 발굴

검색어	Cost	전환	매출	유입
A	7%	25%	14%	12%
B	41%	24%	41%	38%
C	5%	15%	6%	4%
D	24%	11%	19%	24%
E	1%	7%	3%	2%
F	12%	5%	3%	10%
G	4%	5%	2%	4%
H	0%	4%	7%	0%
I	6%	2%	4%	5%
J	0%	2%	1%	0%

최적화 진행 후 클릭 발생 키워드 4배, 전환 발생 키워드 4.4배 증가
→ 특정 검색어에 대한 의존도 완화, 전체 캠페인 성과 개선 유도



주요 입찰 최적화 사례 Summary



MOP활용 Case 최종 요약

01

알고리즘이 학습할 수 있는 데이터를 최대한 많이 확보하는 것이 중요

→ 계정 내 최대한 많은 상품/소재를 연동하여 알고리즘이 학습할 수 있는 충분한 데이터를 확보

02

최적화 단위별 전환 데이터 수준에 따라 학습을 극대화할 수 있는 방향의 목표 설정

→ 평균 전환/매출 추이를 고려한 최적화 단위 설정 및 다중 목표 최적화 옵션 적극 활용 권장

03

단계별 예산 확장을 통한 효율적인 볼륨 성장 유도

→ 단기간 내 무리한 예산 상향 설정은 CPC 상승을 유도하여 효율이 하락될 수 있으므로
일평균 소진액 기준 최대 2배 이내에서 점진적인 확장 작업을 통한 성장 전략 필요

04

신규 고효율 소재 및 키워드 발굴을 통한 전체 성과 개선 트렌드

→ 기존 고효율 소재 및 키워드에 대한 체계적인 관리 뿐만 아니라
전환 가능성이 높은 소재 및 키워드를 발굴하여 최적화를 진행함으로써 신규 전환 확보

III. MOP 기본 가이드

MOP 입찰 최적화 설정 가이드

최적화 단위 기준

일 평균 소진 금액과 평균 전환수가 충분한가?

*기준: 일평균소진액 5만원, 평균전환수 3건

Yes



아래 중 최적화 진행 시 기대하는 결과는?

1번. 광고비/매출 볼륨의 지속적인 상승

2번. 전환 효율(ROAS, CPA)의 개선



하루예산: 7일 평균 ~ 최대 2배 수준 상향 설정

최적화 목표: 클릭+전환+매출 목표 설정 (필요시 [노출] 포함)

고급 설정: ① Max CPC 설정 지양

② 상위 노출량 증대 or 순위 부스팅 설정 권장



No

아래 중 최적화 진행 시 기대하는 결과는?

1번. 광고비/매출 볼륨의 지속적인 상승

2번. 전환 효율(ROAS, CPA)의 개선



하루예산: 7일 평균 ~ 최대 20% 상향 설정

최적화 목표: 노출+클릭+전환+매출 목표 설정

고급 설정: Max CPC 설정 지양



하루예산: 7일 평균 수준으로 설정

최적화 목표: 클릭+전환+매출 목표 설정

고급 설정: Average CPC / CPA, Max CPC 설정 권장



하루예산: 7일 평균 수준으로 설정

최적화 목표: 전환+매출 or 매출 Only 목표 설정

고급 설정: Average CPC / CPA, Max CPC 설정 권장

MOP 입찰 최적화 설정 가이드

일 평균 전환 3건 이하 or 전환 미발생 일자가 1주 기준 2일 이상인 경우 (최적화 단위 기준)
→ 다중목표 최적화 옵션을 통해 **[노출]+[클릭]** 포함하여 **최적화 진행**하는 것으로 권장

» [노출]+[클릭]+[전환]을 기본 옵션으로 권장하며,
매출 볼륨/ROAS 관리가 중요한 계정의 경우 [노출]+[클릭]+[전환]+[매출] 설정 제안

입찰 최적화 최초 시작 시에는 가급적 Average CPC/CPA 설정 권장하지 않음 (알고리즘의 학습에 제한이 될 수 있어서)
다만 CPC에 민감하거나, 효율 관리에 민감한 브랜드의 경우 기존 형성되던 CPC/CPA 수준으로 설정 제안

MOP입찰 최적화 설정 가이드

일 평균 소진액 5만원 이하 or 평균 CPC가 일 예산의 1/10 이상인 경우 (최적화 단위 기준)
→ 하루 예산은 [7일 평균]에 가깝게 설정 권장 (최대 [7일 평균]의 2배 이내 수준)



하루예산수준이 알고리즘의 입찰 성향(보수적 or 공격적)에 영향을 주기 때문에
기존 일 평균 소진액이 높지 않은 경우 초반부터 과도하게 높은 예산을 설정하게 되면
CPC가 과도하게 높아질 수 있기 때문에 권장하지 않음



[노출]+[클릭] 지표를 포함할 경우 MOP 최적화 시작 시점부터
기존 일 평균 소진율 대비 하루 예산을 높게 설정하게 되면 CPC가 보다 높아질 수 있음

FAQ

Q. MOP 도입 시 제한이 있는 업종이 있나요?

매체에서 운영 가능한 업종은 제한 없이 모두 MOP 도입이 가능합니다.

모든 광고주/광고대행사에서 MOP를 이용할 수 있으며, 계정 별 광고 데이터는 모두 독립적으로 관리됩니다.

Q. MOP를 사용하기 위해 별도 스크립트를 심어야 하나요?

Script나 Tag 삽입 등의 기술적인 사전 작업은 없으며, 각 매체의 API 연동을 통해 바로 사용할 수 있습니다.

Q. MOP를 이용하기 위한 서비스 비용이 있나요?

현재 MOP는 무상으로 제공되는 Basic 버전과 월 구독 형태의 유료 버전인 Lite/Pro로 구분됩니다.

Lite/Pro 버전 별 가격 정보를 포함하여 상세한 기능 설명은 [가격안내](#) 페이지에서 확인 가능합니다.

추가로 궁금하신 사항은 [FAQ 페이지](#) 혹은 mop_support@gcns.com 통해 확인하실 수 있습니다.

감사합니다

MOP 홈페이지 | <https://mop.co.kr>

MOP 도입 문의 | <https://mop.co.kr/contact>

MOP 가이드 | <https://support.mop.co.kr>