

AI 마케팅 네비게이션

# 광고뉴로 소개서

Data-Driven, Intention-Empowered Marketing



---

## Table of Contents

# 광고뉴로 소개서 목차

데이터 기반의 의사결정과  
시가 제시하는 최적의 마케팅 전략을  
단계별로 안내해 드립니다.

### 01

왜 지금 마케팅은 어려운가?

3

### 02

광고뉴로 소개

5

### 03

왜 광고뉴로인가?

7

### 04

핵심 기능 및 차별점

11

### 05

대상 고객 및 도입 효과

18

### 06

도입 안내

22

# 왜 지금 마케팅은 어려운가?



01

**매체는 늘어나는데,  
볼 수 있는 눈은 하나**

구글, 메타, 네이버, 카카오, 틱톡...매체마다 로그인하고, 데이터 뽑고, 엑셀에 정리하는 것만 하루.정작 "왜 성과가 떨어졌는지"는 볼 시간이 없습니다.

운영 시간의 대부분이 '분석'이 아닌  
'취합'에 소모됩니다.



02

**데이터는 있는데,  
실행이 안 됨**

성과가 떨어진 걸 알아도, 50개 캠페인 입찰가를 하나하나 바꾸려면 또 반나절. 분석과 실행 사이의 간극이 클수록, 타이밍을 놓칩니다.

인사이트를 발견해도 실행까지  
너무 오래 걸립니다.



03

**사람이 쉬면,  
광고도 멈춤**

퇴근 후 CPC가 폭등해도, 주말에 전환율이 급락해도 마케터가 확인하기 전까진 예산이 그대로 새어나갑니다. 광고는 24시간인데, 사람은 아닙니다.

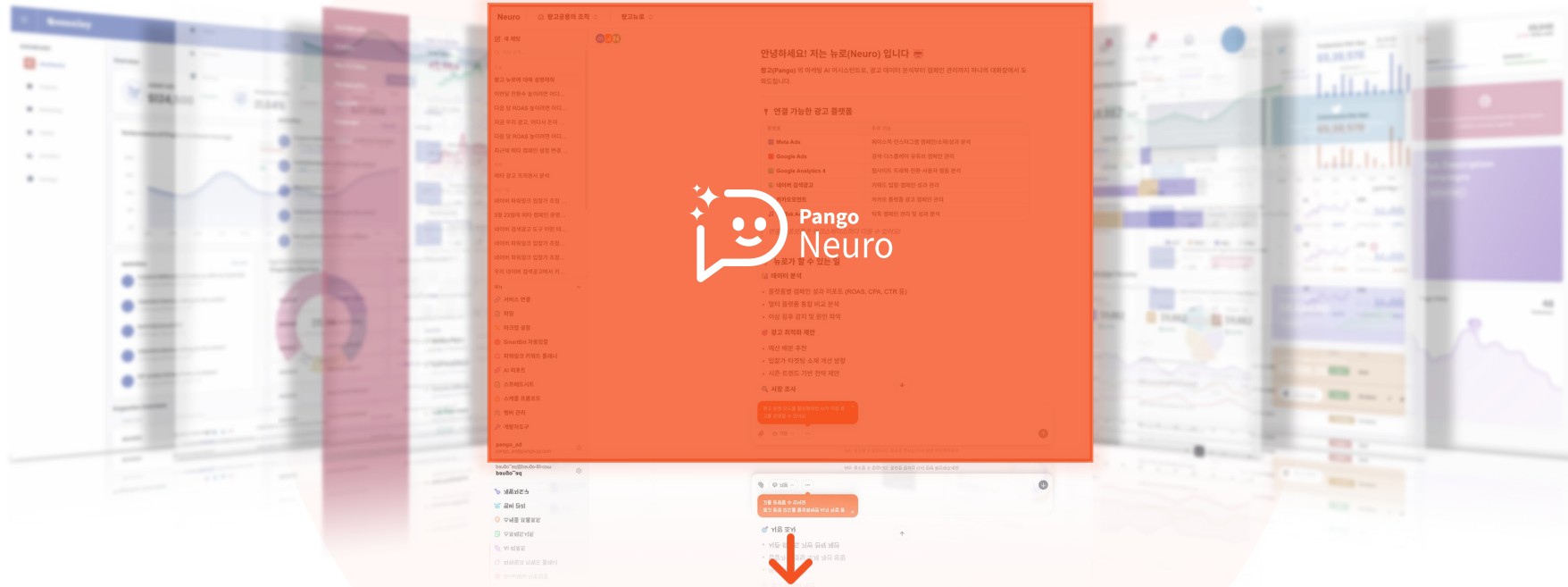
실시간 대응이 필요하지만,  
사람의 시간엔 한계가 있습니다.

**그래서 마케팅에는 '잠들지 않는 팀원'이 필요합니다.**

이 왜 지금 마케팅은 어려운가?

지금 필요한 것은

데이터만 보여주는 도구가 아니라



다음 전략을 제시하고, 직접 실행하는 시스템입니다.

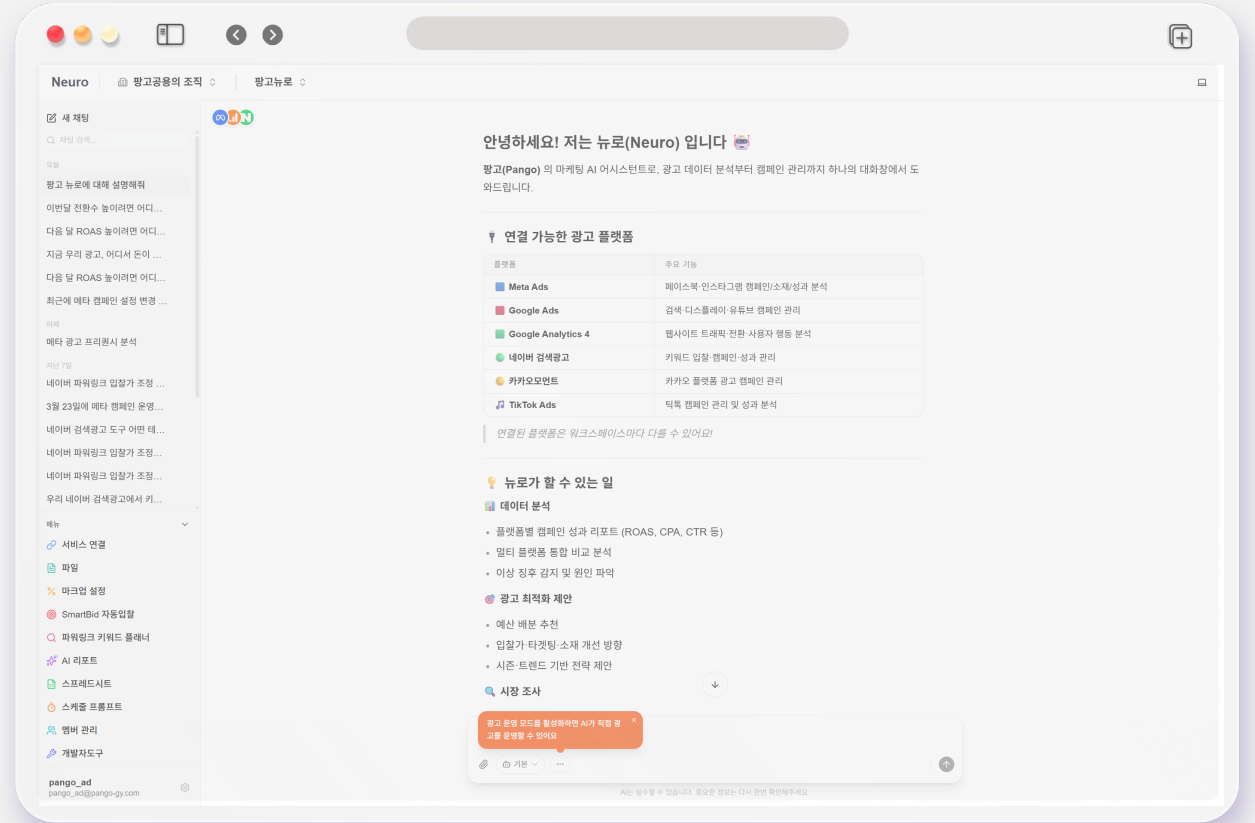
✓ 우리는 다르게 합니다.

# 광고뉴로 AI 마케팅 네비게이션

Data Driven, Intention Empowered Marketing

광고뉴로는 단순한 '데이터 분석 도구'가 아닙니다.  
마케팅 전략을 제시하는 AI입니다.

마케터의 전략적 의도를 이해하고  
다음 목표를 향한 최적의 경로를 제시하는  
능동형 AI 마케팅 플랫폼입니다.



## ★ 뉴로가 할 수 있는 일

### 데이터 분석

- 플랫폼별 캠페인 성과 리포트 (ROAS, CPA, CTR 등)
- 멀티 플랫폼 통합 비교 분석
- 이상 징후 감지 및 원인 파악

### 광고 최적화 제안

- 예산 배분 추천
- 입찰가·타겟팅·소재 개선 방향
- 시즌·트렌드 기반 전략 제안

### 시장 조사

- 네이버 데이터랩으로 검색 트렌드 파악
- 경쟁사·업종 벤치마킹

### 캠페인 관리

- 예산 변경, 캠페인 일시정지/재개 등 직접 실행
- 변경 이력 자동 메모리 저장

# 분석하고, 실행하고, 검증합니다

광고뉴로는 데이터를 보여주는 데서 끝나지 않습니다.  
시가 직접 판단하고 행동하며, 그 결과를 스스로 확인합니다.



광고뉴로 24시간 반복 사이클

# 시장의 한계

모두 '분석'에서 멈춥니다. 실행까지 가는 도구는 없었습니다.



01

## 기존 대시보드 데이터를 시각화 합니다

무엇이 일어났는지는 알 수 있지만  
무엇을 해야 하는지는 알 수 없습니다

① 분석의 절반에서 멈춥니다



02

## 범용 AI (ChatGPT 등) 질문에 답합니다

그렇듯한 전략을 들을 수 있지만  
우리 광고 계정에 연결되어 있지 않아  
실제 데이터 기반이 아닙니다

① 분석조차 할 수 없습니다



03

## 광고 자동화 솔루션 채널 내 최적화를 합니다

개별 매체 안에서는 효율적이지만  
매체를 넘나드는 통합 전략도,  
결과를 검증하는 피드백 루프도 없습니다.

② 실행만 하고, ③ 검증은 없습니다

# 광고뉴로는 끝까지 갑니다.

분석에서 멈추지 않습니다. 실행하고, 검증하고, 다시 개선합니다.

기존 대시보드

"무엇이 일어났는지"만 보여줌



광고뉴로

"왜 떨어졌는지" 원인까지 분석하고 **개선 전략을 직접 제시**

범용 AI

우리 광고 데이터와 연결 안 됨



광고뉴로

6매체 + GA4 실시간 연동 **실제 데이터 기반으로 판단**

광고 자동화

실행만 하고 검증 없음



광고뉴로

실행 → 성과 확인 → 재조정 **스스로 학습하는 루프**

**분석 → 실행 → 검증. 이 루프를 완성하는 건 광고뉴로뿐입니다.**

분석뿐만 아니라

# 실행하는 기술입니다

마케터는 전략을 판단하세요.

데이터 취합, 입찰 조정, 리포팅  
나머지는 뉴로가 합니다.



# 핵심 기능 및 차별점



## ① 6매체 + GA4 통합

구글·메타·네이버·카카오·틱톡 광고 데이터와 GA4 전환 데이터를 하나의 대화에서 통합 분석합니다.  
광고비 → 전환 → 매출, 전체 흐름을 한눈에 자연어로 질문하면 AI가 직접 데이터 조회

**흩어진 데이터를 하나로 모읍니다.**



## ② AI가 직접 실행

AI가 분석에서 끝나지 않습니다. 예산 변경, 입찰 조정, 캠페인 수정을 승인 한 번으로 바로 반영합니다.  
변경 전 AI가 예상 영향을 설명 마케터가 승인하면 즉시 실행 대량 작업도 일괄 처리 가능

**분석에서 실행까지, 간극을 없앱니다.**



## ③ 24시간 자율 최적화

AI가 입찰가를 조정하고, 성과를 확인하고, 다시 조정합니다. 이 사이클이 스스로 반복됩니다.  
실행 → 성과 확인 → 재조정 루프  
반복 업무를 AI에게 예약 가능  
퇴근 후에도 멈추지 않는 최적화

**쉬는 동안에도 광고는 최적화됩니다**

# 6개 매체 + GA4, 하나의 시로 운영합니다



🔍 분석	🔄 운영	📄 리포트
성과 원인 분석	캠페인 생성 수정	자동 리포트 생성
매체 간 비교	예산·입찰가 조정	Google Sheets 연동
GA4 전환 데이터 연동	소재·타겟팅 변경	Excel·PPT 출력

# AI가 실행하되, 통제권은 마케터에게

모든 변경은 마케터의 승인을 거칩니다.  
AI는 제안하고, 사람이 결정합니다.

## 광고뉴로 휴먼 승인 시스템



\* 모든 캠페인 변경 사항은 반드시 사용자의 최종 승인을 거친 후 안전하게 반영됩니다.

# 24시간 쉬지 않는 최적화

## AI가 스스로 판단하고, 실행하고, 검증합니다



### 실시간 성과 감시



AI가 6매체 성과를 지속적으로 모니터링합니다. CPC 급등, 전환율 급락 같은 이상 징후를 감지하면 즉시 대응합니다.

### AI 입찰가 자동 조정



AI가 입찰가-예산을 조정하고, 성과 데이터를 스스로 확인해 결과를 판단합니다. 이 사이클을 반복하며 점점 더 나은 방향으로 최적화합니다.

### AI 예약 업무



"매주 월요일 성과 리포트", "매일 아침 이상 징후 체크" 반복하던 업무를 AI에게 맡기세요. 정해진 시간에 알아서 실행하고 결과를 전달합니다.

# 취합부터 보고서까지, 리포팅 자동화



## Google Sheets 자동 갱신

6매체 데이터가 매일 정해진 시간에 Google Sheets에 자동으로 업데이트됩니다. 대행 수수료 자동 계산까지.



## 맞춤형 Excel 리포트

매체·기간·디바이스별 세그먼트를 자유롭게 구성해 Excel로 출력합니다.



## 원클릭 PPT 구성

SI 분석 결과를 즉시 보고용 PPT 슬라이드로 출력합니다.

리포팅에 쓰던 시간을 전략에 투자하세요.

# Q. 지금 우리 광고, 어디서 돈이 새고 있어?

Neuro | 광고공용의 조직 | 광고뉴로

새 채팅 | 채팅 검색...

이제  
네이버 개선 필요한 부분 수정 ...  
지금 당장 개선해야 할 캠페인 ...  
광고 뉴로에 대해 설명해줘  
이번달 전환수 높여려면 어디서...  
다음 달 ROAS 높여려면 어디서...  
지금 우리 광고, 어디서 돈이 새...  
다음 달 ROAS 높여려면 어디서...  
최근에 메타 캠페인 설정 변경 ...

지난 7일  
네이버 파워링크 입찰가 조정 이...  
메타 광고 프리퀀시 분석  
3월 23일에 메타 캠페인 운영을 ...  
네이버 검색광고 도구 어떤 타이...  
네이버 파워링크 입찰가 조정해...  
네이버 파워링크 입찰가 조정해...  
우리 네이버 검색광고에서 키워...  
지난 30일  
3개월치 광고링크에 관련된 메...  
메타 캠페인을 3월 23일에 퍼포...  
첨부한 파일이 뭔지 알아?  
네이버 광고 캠페인 목록이 어떻...  
#Pango\_광고링크\_파워링크\_2...  
최근 일주일 데이터 GA4 분석 +...

메뉴

pango\_ad  
pango\_ad@pango-gy.com

지금 우리 광고, 어디서 돈이 새고 있어?  
4월 1일 오후 4:44

생각 과정

전체 데이터를 다 불러왔습니다. 3개 소스 크로스체크해서 돈 새는 구멍 분석해드릴게요.

**지금 돈이 새고 있는 곳 — 플랫폼별 진단**

**전체 비용 현황 (최근 30일)**

플랫폼	지출	전환	CPA
Meta Ads	₩891,605	34건	₩26,224
네이버 검색광고	₩430,000	~14건	₩31,000

**구멍 1. [Meta] 단일 소재에 예산 88.9% 집중 → 프리퀀시 폭발**

소재	지출	비중	전환	CPA	프리퀀시
3)3월 40만원(미디어)	₩792,633	88.9%	30건	₩26,421	3.67 ●
2)기사 번역(미디어)	₩64,978	7.3%	2건	₩32,489	1.71
3)3월 40만원(마케팅-홍보)	₩18,474	2.1%	2건	₩9,237	1.91
2)기사 번역(마케팅-홍보)	₩8,635	1.0%	0건	∞	1.22

문제: 같은 사람이 평균 3.7번 같은 광고를 봄 → 반응 포화 상태. 이미 3/31 소재 교체하셨는데, 올바른 조치였습니다. 단, 마케팅·홍보 조합은 CTR 0.78%, 전환 0, CPC ₩4,318으로 최악의 효율 — 이미 PAUSE 처리됨.

**구멍 2. [Meta → 랜딩] 클릭 후 51초 ↓ 이탈**

3)3월 40만원(미디어) 보면 총경쟁이 승화한 느낌

무엇이든 물어보세요

기본

시는 실수할 수 있습니다. 중요한 정보는 다시 한번 확인해주세요.

# Answer

문제점 파악

각 플랫폼별 진단

전 플랫폼 종합 진단

- **문제점 1.** [Meta] 단일 소재에 예산 88.9% 집중 → 프리퀀시 폭발  
같은 사람이 평균 3.7번 같은 광고를 봄 → 반응 포화 상태
- **문제점 2.** [Meta → 랜딩] 클릭 후 51초 만에 이탈  
Meta 클릭 유입 중 절반 이상이 1분도 안 보고 나갑니다. 네이버 검색 대비 CVR이 절반 수준(3.8% vs 6.5%)
- **문제점 3.** [네이버] 고CPC 비전환 키워드 (30일 누적)

# Q. 다음 달 ROAS 높으려면 어디서부터 시작해야 해?

**이벤트 달 전환수 올리기 — 현황 진단**

**채널별 전환 성과 (최근 30일)**

채널	세션	전환	CVR	특이사항
Meta (소셜)	841	32건	3.8%	볼륨 ↑, 효율 ↓
네이버 CPC	154	10건	6.5%	볼륨 ↓, 효율 ↑↑
Google 자연	53	3건	5.7%	비용 0
직접 유입	156	1건	0.6%	—

Meta 지출: ₩891,605 / 34건 전환 → CPA ₩26,224 전체 전환 합계: 약 47건

**핵심 진단 3가지**

- 1 네이버 CPC — 제일 먼저 손볼 곳**  
CVR \*\*6.5%\*\*로 Meta의 1.7배 효율이지만, 세션이 154개에 그침.
  - 과거 분석에서 인터넷신문사창업(CPA ₩1,440), 온라인신문사이트(CPA ₩1,110) 같은 고효율 키워드가 있었는데, 이쪽 입찰가/예산을 올리면 가장 빠르게 전환 추가 가능
  - 반대로 비효율 키워드(인터넷신문 PC/MO 등) 비용을 줄여서 재배분하면 비용 추가 없이 전환수 ↑
- 2 Meta 광고 — 소재 성과 확인 타이밍**  
어제(3/31)에 4월 AI기능 소재 T&D를 새로 업데이트했어요.
  - 기존 CTR 2.53% 대비 새 소재 CTR 변화가 관건
  - CTR은 오르는데 전환율이 아쉬우면 → "광고 수익 창출" 동기부여 문구 추가한 B안으로 A/B 테스트 진행 예정이었죠
  - 지금부터 2~3일 데이터 쌓이면 판단 가능 → 이번 주 중 체크 필요
- 3 Landing Page 전환율 — 모바일 우선 점검**  
과거 분석에서 MO CVR(11.1%)이 PC(3.8%)보다 높음을 확인했고, Meta 트래픽의 대부분이 모바일로 오이되다.
  - 무엇이든 물어보세요
  - 시는 실수할 수 있습니다. 중요한 정보는 다시 한번 확인해주세요.

# Answer

- 채널별 전환 성과
- 핵심 진단
- 개선 방향

- 1 핵심 진단.** Meta 광고 — 소재 성과 확인 타이밍
  - 기존 CTR 2.53% 대비 새 소재 CTR 변화가 관건
  - CTR은 오르는데 전환율이 아쉬우면 → "광고 수익 창출" 동기부여 문구 추가한 B안으로 A/B 테스트 진행 예정이었죠
- 2 핵심 진단.** Landing Page 전환율 — 모바일 우선 점검
  - Meta CVR 3.8%는 모바일 랜딩 경험이 개선되면 5~6%대로 끌어올릴 여지가 있음
- 1 개선 사항.** Meta 광고 피로도 — 빈도 2.77
  - 타겟 범위 확장 (현재 30~55세 → 25~59세로 넓히기)
  - Advantage + 오디언스 활성화 고려 (현재 꺼져 있음)
- 2 개선 사항.** Meta → GA4 랜딩 이탈률 64.5%, 체류 37초
  - 모바일 랜딩 속도 점검 (Meta 유입은 모바일 비중 높음)
  - 랜딩 최상단 "헤드카피"가 광고 첫 문장과 같은 흐름인지 확인

# Q. 광고 세팅 진행

The screenshot shows a chat window in the Neuro system. The chat history includes a question about how to proceed with ad optimization. The response lists three steps: 1. Selecting 15 items for bidding, 2. Bidding for all 15 items, and 3. Selecting specific keywords. A follow-up question asks for the bidding method, and the answer suggests bidding by group. A detailed bid optimization table is provided, showing a 10% cost reduction for two groups. A code block for the bid update API is also shown.

**1차: 비전환 고비용 키워드 — MO 그룹(grp-661) 2건**

- 제작키워드: ₩3,500 → ₩1,500
- 인터넷키워드: ₩2,900 → ₩1,500

```

body: [{"nccKeywordId":"nkw-a001-01-000007468588593","nccAdgroupId":"grp-a001-01-000000054276661","bidAmt":1500,"useGroupBidAmt":false}, {"nccKeywordId":"nkw-a001-01-000007475361754","nccAdgroupId":"grp-a001-01-000000054276661","bidAmt":1500,"useGroupBidAmt":false}]
query_params: {"fields":"bidAmt"}
resource_path: /ncc/keywords
    
```

# Answer

성과 요약

개선 사항

광고 세팅 진행

## 3월 성과 요약

전체: 총 비용 약 ₩420,000 / 전환 9건

- 개선 대상 1: 비전환 고비용 키워드 추가 입찰가 인하
- 개선 대상 2: 광고 연관도 1점(최저) 키워드

## 총 15건의 입찰가 인하를 진행할까요?

먼저 실시간 API로 현재 입찰가를 확인한 후 순차적으로 수정하겠습니다.

# 이런 마케터에게 가장 강력합니다

데이터 분석과 전략 수립이 핵심인 마케터에게 **가장 강력한 파트너**가 됩니다

## 광고 대행사 / AE / 퍼포먼스 마케터

여러 광고주를 동시에 운영하며  
리포팅과 전략 제안이 중요한 마케터



#리포팅자동화 #제안전략강화

## 인하우스 브랜드 마케터 / CEO / CMO

제한된 예산 안에서  
성적을 극대화해야 하는 마케터

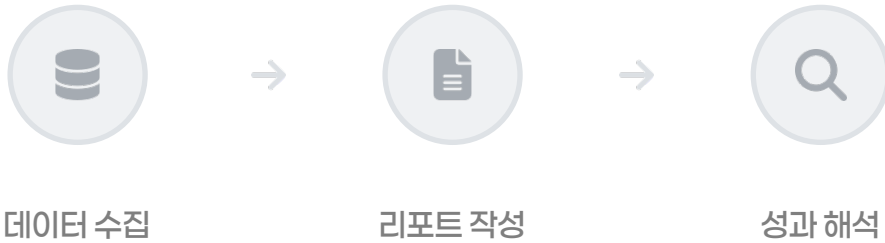


#예산최적화 #ROAS극대화

# 누구에게 필요한가요?

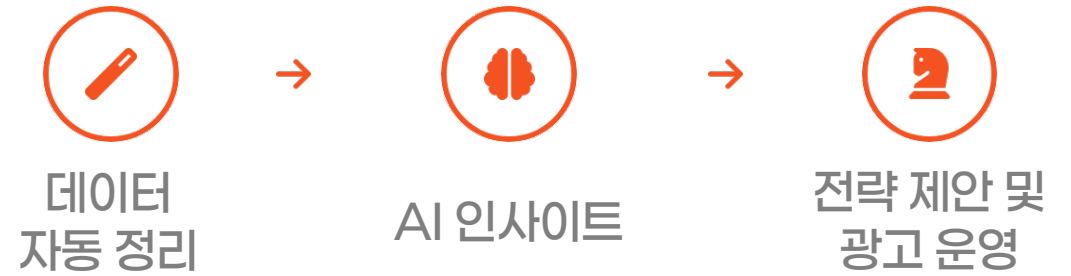
데이터 분석과 전략 수립이 핵심인 마케터에게 **가장 강력한 파트너**가 됩니다

## 광고뉴로 도입 전



대부분의 시간이 '단순 운영'에 소모

## 광고뉴로 도입 후

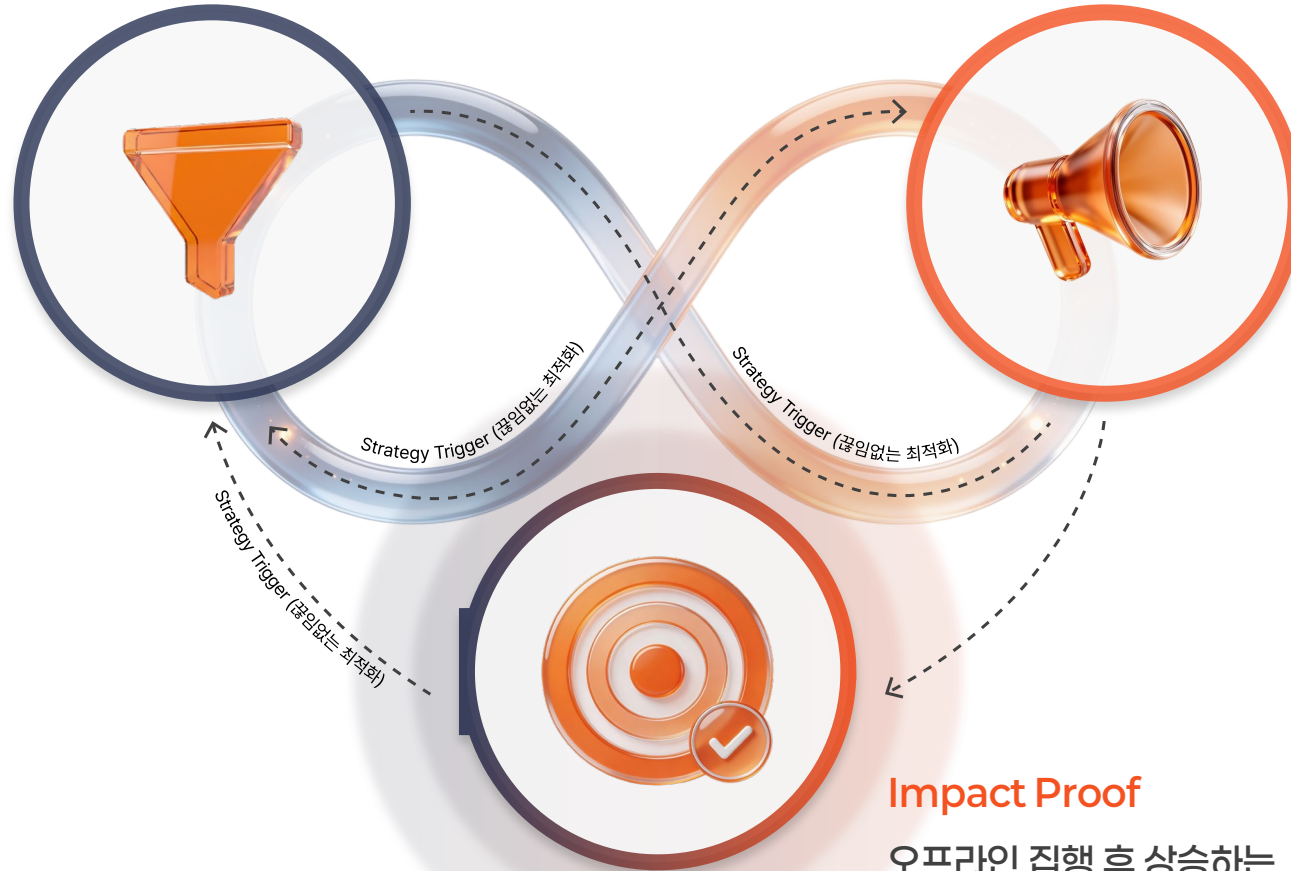


마케터는 '의사결정과 전략'에 집중

단순히 시간을 줄이는 것이 아니라, 성과를 만드는 방식 자체가 바뀝니다

# O2O Strategy Flow: 온라인 시그널을 오프라인의 과학적 근거로

**Data Input**  
온라인 유입 데이터 분석  
(검색 쿼리, 위치 정보, 트래픽)



**Media Output**

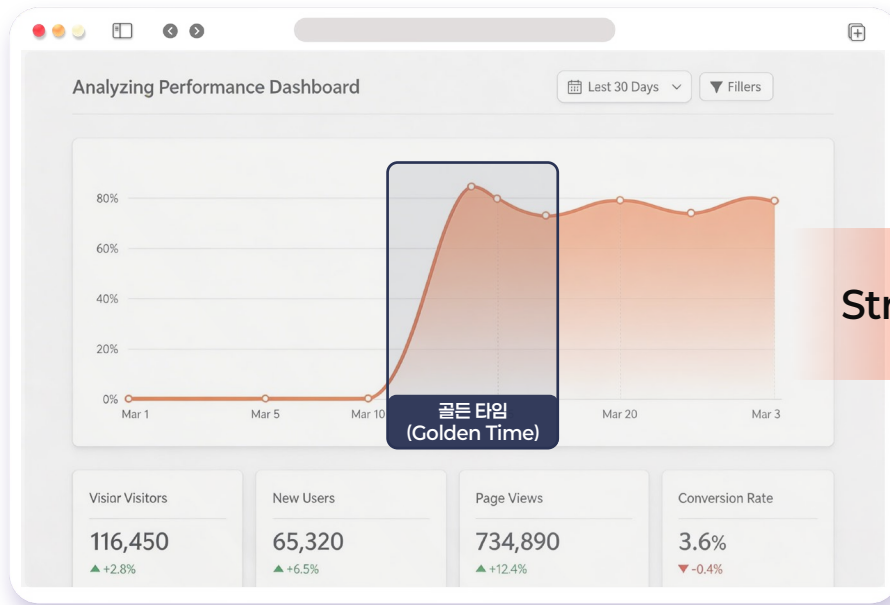
디지털 시그널을 바탕으로 한  
오프라인 매체 집중 타겟팅  
(TV CF, OOH).  
불명확한 타겟팅의 한계 돌파.

**Impact Proof**

오프라인 집행 후 상승하는  
온라인 트래픽 및 브랜드 검색량 실시간 검증.

# 온라인 데이터로 오프라인(TV, 옥외) 전략까지 수립합니다

Online Signals



Strategy Trigger

광고뉴로 도입 후



## Data-Driven OOH

막연한 추측이 아닌, 실제 온라인 검색량(Search Query) 트렌드를 기반으로 TV 및 옥외광고(OOH) 집행 시점을 결정합니다.

## Synergy Effect

오프라인 광고 송출 후 발생하는 온라인 트래픽 변화를 추적하여 캠페인 효과를 입체적으로 검증합니다.

# 복잡한 설정 없이, 바로 시작합니다

별도의 개발이나 구축 없이 단 한 번의 로그인으로  
바로 광고 데이터를 연동하고 사용할 수 있습니다



로그인

통합 계정 생성



광고 계정 연동

6대 매체 API 연결



분석 및 전략 운영

실시간 확인

지금, 광고뉴로를 직접 경험해보세요

시작하는 데 5분, 성과를 바꾸는 데는 그보다 오래 걸리지 않습니다

문의 및 무료 체험 신청

✉ [pango\\_plat@pango-gy.com](mailto:pango_plat@pango-gy.com)