

귀하의 광고 성과 측정 전략을 개선하기 위한 맞춤형 계획을 소개합니다

비즈니스는 사이트 전체 태그, 웹용 향상된 전환, 동의 모드, Google 애널리틱스 4를 함께 사용하여 자사 데이터를 생성하고 사용할 수 있습니다. 이를 통해 사용자 광고 캠페인의 성과를 정확하게 측정하고 결과를 이끌어 낼 수 있습니다.

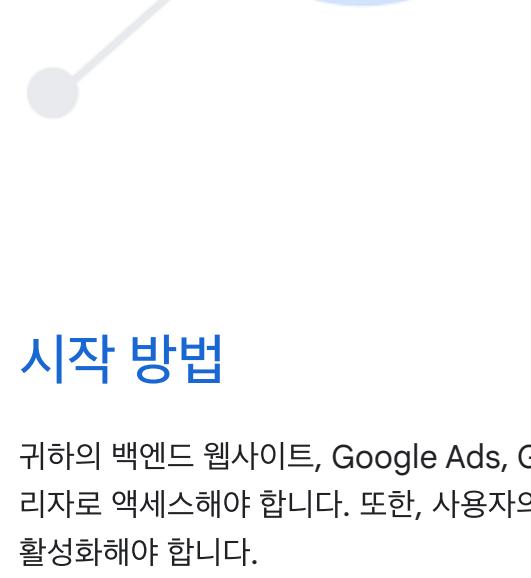
사용자 결과를 기반으로 다음의 솔루션을 구현하여 개인정보 보호 우선 광고 전략을 개선하기 위한 추가 조치를 취할 수 있습니다.

사이트 전체 태그로 시작하기

이점

태그는 개인정보 보호를 중심으로 하는 광고 성과 측정의 토대를 마련합니다. 어떤 상호 작용이 Google Ads 전환으로 계산되어야 하는지 명시하여 더 정확한 전환 추적을 가능하게 합니다.

[디지털 광고 솔루션 설정하기](#)



작동 방식

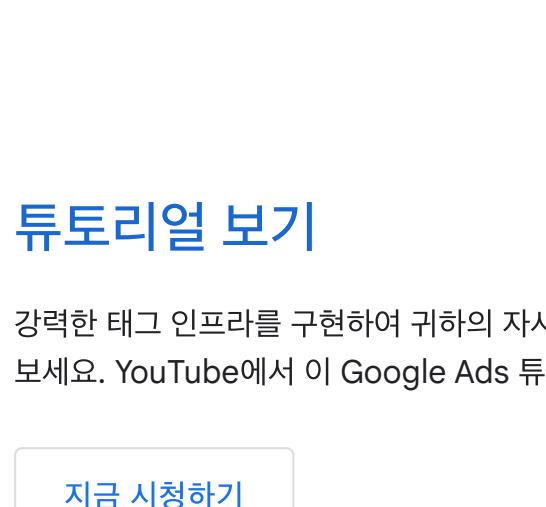
사이트 전체 태그는 귀하의 웹사이트에 자사 쿠키를 배치합니다. 고객이 전환할 때 태그는 이러한 쿠키를 읽을 수 있고 귀하의 Google Ads 계정에 이러한 전환을 기록합니다.

[디지털 광고 솔루션 설정하기](#)

시작 방법

귀하의 백엔드 웹사이트, Google Ads, Google 태그 관리자(사용하는 경우)에 관리자로 액세스해야 합니다. 또한, 사용자의 Google Ads 계정에 자동 태그 기능을 활성화해야 합니다.

[디지털 광고 솔루션 설정하기](#)



튜토리얼 보기

강력한 태그 인프리를 구현하여 귀하의 자사 데이터를 최대한 활용하는 방법을 알아보세요. YouTube에서 이 Google Ads 튜토리얼을 시청하고 시작해 보세요.

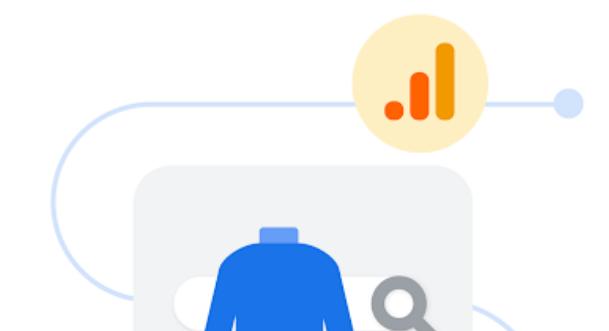
[지금 시청하기](#)

광고 개인정보 보호 솔루션이 함께 작동하는 방식

이러한 솔루션은 자사 데이터를 생성하고 사용하기 위해 동기화 상태로 작동함으로써 사용자가 광고 성과를 최적화할 수 있도록 합니다.

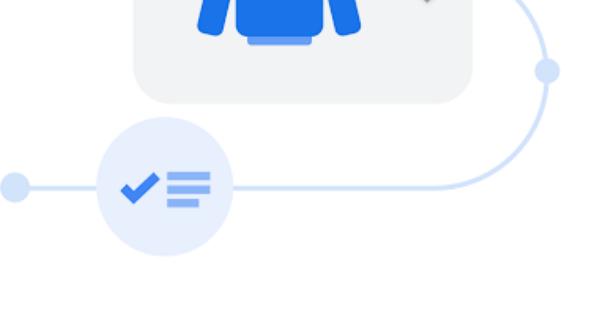
고객이 광고를 클릭

사이트 전체 태그는 참여 및 관찰 가능한 전환을 측정하기 위해 귀하의 사이트에 자사 쿠키를 설정하여 어떤 키워드, 광고, 광고 그룹, 캠페인이 고객 활동을 이끄는지 파악할 수 있습니다.



웹사이트를 탐색

Google 애널리틱스 4는 고객 여정의 완전한 그림을 제공하며 Google AI 사용으로 고객 인사이트를 사용하여 사용자가 마케팅을 개선할 수 있도록 합니다.



구매

웹용 향상된 전환은 사용자 전환 정확성을 개선하기 위해 격차를 메우고 동의 모드 (EEA에서 운영하는 고객에게 적용 가능)는 고객이 쿠키에 동의하지 않은 경우 익명의 방문자를 해결합니다. 이 두 가지가 함께 사용되었을 때 사용자 광고 캠페인의 성과를 가장 확실하게 이해할 수 있게 됩니다.

