

AI · 수리최적화 기술을 이용한
마케팅 최적화 플랫폼

MOP 공식 소개서

Marketing Optimization Platform



Marketing Optimization Platform

MOP는 최초 1회 미디어 연동을 통해 소재/키워드별, 시간대별 성과가 자동으로 수집되는 Big data 인프라를 구축한 뒤 자체 AI·수리 최적화 알고리즘을 기반으로 24시간 자동으로 성과를 최적화하는 통합 마케팅 최적화 플랫폼입니다

01

간편한 미디어 연동

MOP는 신규 도입 시 최초 1회 미디어 연동을 진행한 이후에는
별도 수동 작업 없이
매일 자동으로 성과 데이터가
플랫폼으로 연동됩니다

NAVER kakao
Meta Google CRITEO

02

Big data 인프라 구축

미디어 연동 이후
소재/키워드별, 시간대별
성과가 자동으로 수집 및 저장되는
Big data 인프라를 구축
알고리즘 학습을 비롯하여
다양한 최적화 활동에 활용합니다.

03

알고리즘 기반의 성과 분석

LGCN MOP 자체적인
AI·수리 최적화 알고리즘
기반으로 **전체 미디어에 대한**
성과를 분석하고 적정 수준의
예산 및 입찰가를 예측합니다.

04

AI 기반 최적화 시작

알고리즘의 예측값을 기반으로
24시간 자동 입찰 최적화를 비롯해
다양한 마케팅 인사이트를 제공할
뿐만 아니라 광고 모니터링 및 대량 작업
자동화 업무까지 지원합니다.

Marketing Optimization Platform

MOP는 AI·수리 최적화 알고리즘 기술을 기반으로 한 성과 최적화 기능을 비롯하여
다양한 인사이트 분석과 마케팅 영역 전반에 걸친 자동화 기능을 제공함으로써 마케팅의 패러다임을 바꾸고 있습니다

01

성과 최적화 Optimization

- ✓ 24시간 성과 기반의 입찰 최적화 기능
- ✓ SA 키워드 별 목표 순위 기반 자동 입찰
- ✓ SPA 소재 별 목표 기반 자동 입찰 제공
- ✓ NAVER 추천 입찰가 기반 자동 입찰 제공

02

인사이트 분석 Insight

- ✓ 예산 최적화 분석을 통한 매체별 예산 도출
- ✓ 소재 별 효율성 분석을 통한 최적화 지원
- ✓ 노출/클릭 급상승 키워드 분석 리포트

03

업무 자동화 Automation

- ✓ 캠페인/대용량 리포트 제공
- ✓ 키워드 URL 자동 모니터링
- ✓ 상품 품질/이상감지 모니터링
- ✓ SPA 제외 키워드 추천 기능

NAVER가 인정한 AI 기반 최적화 솔루션, MOP

국내 3,000여 브랜드와 120개 이상의 Agency가 선택한 MOP는 지난 2년간 178%의 성장을 기록했습니다
이와 같은 성과를 기반으로 NAVER와 AI 기술 기반 광고 사업 MOU를 체결하며 검증된 기술력으로 시장을 선도하고 있습니다

이제는 광고도 'AI'로... LG CNS·네이버 손잡는다

왕보경 기자 king@bizwatch.co.kr

2025.08.28(목) 11:19

'AI 기술 기반 광고 사업 제휴' MOU 체결

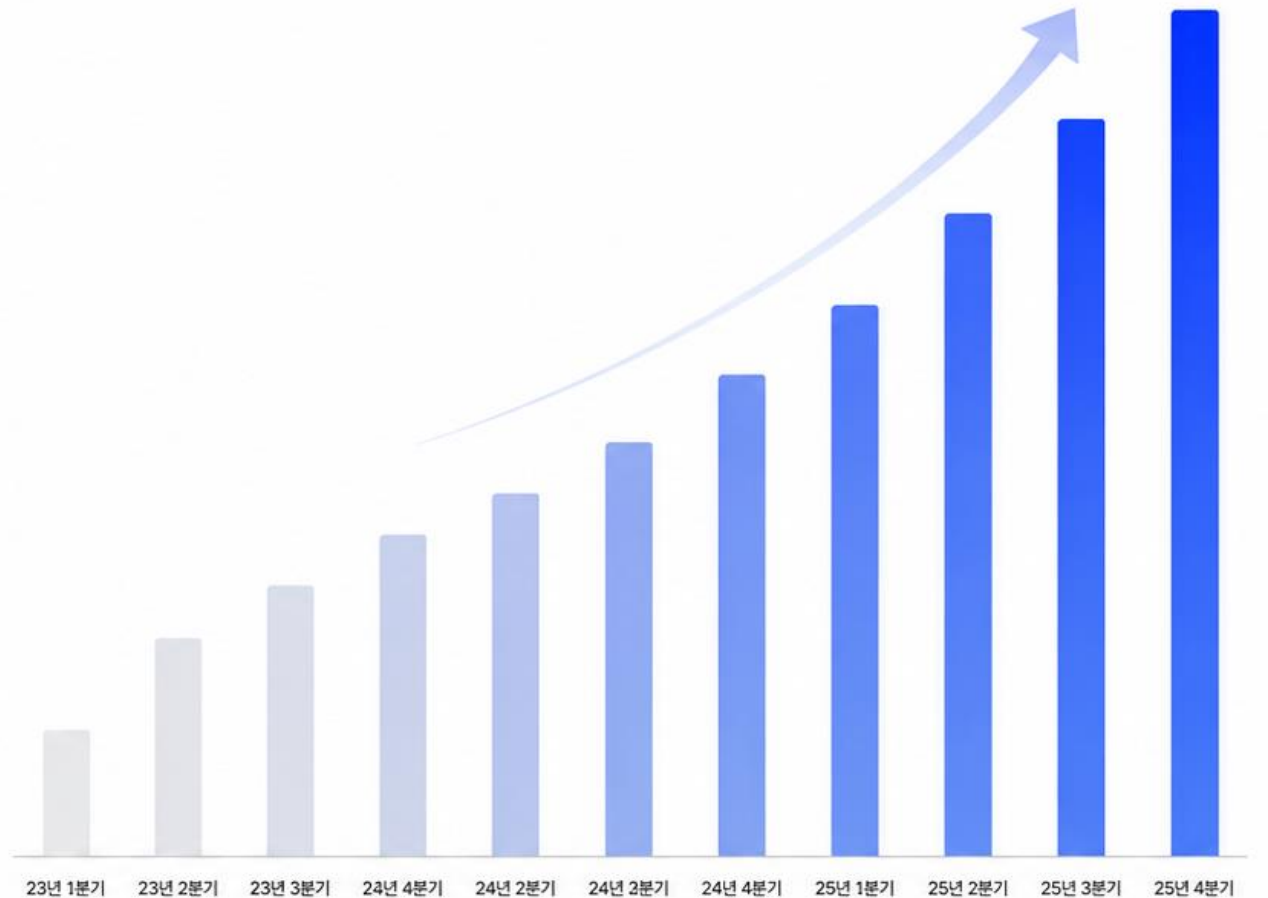
네이버와 LG CNS의 공동 성장을 위한
AI 기술 기반 광고 사업 제휴 협약

NAVER LG CNS



LG CNS 최문근 전무(오른쪽)와 네이버 한재영 전무(왼쪽)가 협약식에서 사진 촬영하는 모습./사진=LG CNS 제공

2년 간
178% 성장



INDEX

01

성과 최적화

SA / SPA 입찰 최적화
순위 입찰 & 목표 입찰

02

인사이트 분석

예산 최적화 분석
예산 민감도 분석

03

업무 자동화

URL 이상감지 / 상품 품질 모니터링
시간대 별 경쟁사 키워드 순위 모니터링

성과 최적화 Optimization

SA/SPA 입찰 최적화

MOP는 계정별 과거데이터의 학습을 통해 1:1 맞춤 모델을 생성함으로써 그 어떤 솔루션보다 예측 정확도가 높고, 몇 번의 클릭만으로 간단하게 세팅을 완료할 수 있어 누구나 쉽게 도입하고 사용할 수 있습니다



The screenshot shows the MOP bidding optimization interface. The main panel is titled "입찰 최적화 설정" (Bidding Optimization Settings) and contains three sections:

- 1 캠페인/애드그룹** (Campaign/Ad Group): A list of campaigns with checkboxes and status indicators. Campaign A is checked and ON. Campaign B is unchecked and ON. Campaign C is unchecked and OFF. Campaign D is checked and ON. Campaign E is unchecked and ON.
- 2 최적화 목표** (Optimization Goal): A section for selecting optimization goals. The "다중목표 최적화" (Multi-Objective Optimization) option is selected. The goals listed are Impressions (checked), Clicks (checked), Conversions (unchecked), and Revenue (unchecked). The "클릭 최적화" (Click Optimization) option is also visible.
- 3 일예산** (Daily Budget): A field showing the daily budget of 36,000 원. A "Start" button is located at the bottom right.

On the right side, there is a pop-up window titled "키워드 A" (Keyword A) showing a table of bidding prices for different times of day:

키워드 A	입찰가
00시	3,260원
01시	4,230원
02시	4,110원
03시	5,260원
...	...
23시	2,900원

SA/SPA 입찰 최적화 - 이지모드

ALL

MOP의 입찰 최적화 기능은 키워드 검색광고, 쇼핑 검색광고에 대해 원하는 최적화 목표를 설정할 수 있으며 [이지모드]와 [전문가모드] 두 가지 버전으로 제공됩니다. [이지모드]는 최적화 설정을 간소화하여 클릭 한번으로 최적의 운영 전략을 한번에 세팅 되도록 지원, 보다 직관적인 운영을 가능하게 합니다.

쇼핑몰 상품형 신규 제품 카탈로그형

입찰기간* YYYY.MM.DD - 종료일 미설정 상품명 검색하기

	① 상태	ON/OFF	① 하루예산
+	OPT	ON	제한없음
+	WARN	ON	1,655,060
+	HIGH	OFF	3,000,000
+	OPT	OFF	3,000,000
+	OPT	OFF	제한없음
+	OPT	ON	1,655,060

등록 가능 애드그룹 수 ① 0 개 선택됨 / 총 329 개

초기화 저장

최적화 설정

운영모드 ①

균형 운영
최근 광고비와 유사한 수준으로 실적 효율 개선

성장 운영 **선택**
예산 내에서 가장 많은 클릭을 확보하는 데 초점을 두어 운영하는 입찰 최적화로 운영됩니다.

하루예산 ①

계산하기

7일 평균 1,655,060 원

설정된 하루예산 (NAT 포함) 1,986,072 원
7일 평균 대비 +20%

※ 하루예산은 선택한 캠페인의 최근 7일 평균 광고비를 기준으로 산정됩니다.

입찰 제어 상세 설정(선택) >

운영모드는 [균형]과 [성장] 운영 중 한 가지를 선택할 수 있습니다.

- ✓ [균형운영]: 최근 7일 평균 광고비와 유사한 수준 유지, 효율 개선 목표
- ✓ [성장운영]: 예산 내에서 전환/매출 볼륨 극대화 목표 운영, 최근 7일 평균 광고비 기준 +20% 수준으로 확장 운영

하루 예산은 좌측에서 선택된 캠페인 애드 그룹에 대해, 설정하신 운영 모드를 기준으로 자동으로 선택됩니다. (조정 불가)

SA/SPA 입찰 최적화 - 전문가 모드

LITE/PRO

[전문가 모드]는 최적화 전략을 좀 더 세부적으로 조정하고자 하는 경우 활용하실 수 있도록 지원합니다. 전환/매출/클릭/노출 중 최적화 목표로 설정하고자 하는 KPI를 설정할 수 있으며, 설정하신 KPI를 기준으로 AI·수리 최적화 알고리즘이 자동 입찰가 조정을 비롯한 성과 최적화를 수행합니다

01



클릭 최적화

가장 예산 내에서 가장 많은 클릭을
확보할 수 있도록 실시간 운영 최적 도출

★ 노출&클릭 동시 최적화

02



전환 최적화

가장 예산 내에서 가장 많은 전환을
확보할 수 있도록 실시간 운영 최적 도출

★ 클릭&전환 동시 최적화

03



ROAS 최적화

가장 예산 내에서 가장 많은 매출을
확보할 수 있도록 실시간 운영 최적 도출

★ 클릭&매출 동시 최적화

04



다중목표 최적화

가장 예산 내에서 다수 지표를 동시에
향상할 수 있도록 실시간 운영 최적 도출

★ 노출/클릭/전환/매출 중 동시 최적화 가능

SA/SPA 입찰 최적화 - 대량등록

PRO

최적화아이템대량등록진행시, 엑셀 템플릿을 다운로드하여 내용을 입력하고 파일을 업로드하는 방식으로 여러아이템을 한번에 등록할 수 있습니다.

신규생성 +

대량등록 +

입찰최적화 애드그룹 수

Pro 무제한

MOP Marketing Optimization Platform

MOP DEMO KRW Administrator

NAVER LG CNS AI 기술 기반 광고 제언업무 현안 해결

홍길동

설정

서포터센터

언어

메뉴

소팅검색 광고

입찰 최적화

목표입찰

품질 이상 감지

캠페인 생성

커머스 리포트

예산 안건도

경쟁 심화도

제외키워드

검색 광고

광고 예산

리포트

광고도구

설정

유닛

구독/결제

권한 설정

최적화 아이템 대량 등록

STEP 1

STEP 2

1 최적화 아이템 대량 등록

2 대량 등록 결과 확인

엑셀 다운로드

현재 내역 다운로드

최적화 등록하기

파일을 업로드해주세요

최적화명

광고상품 유형

시작일

종료일

하루예산

최적화 목표

애드그룹 수

고급 설정

입찰 제외 소재 수

No records to display

궁금한 건 채팅으로 문의하세요

몇 분 내 답변 받으실 수 있어요

STEP 1

캠페인ID, 광고그룹ID, 최적화목표 등 전체 최적화세팅값을 입력합니다.
입찰가 및 알고리즘 고급설정, 제외키워드/제외소재도
템플릿을 통해 한번에 등록할 수 있습니다.

캠페인/애드그룹 입력 (필수)

최적화명 (최대 20자)	캠페인ID (숫자)	그룹ID (숫자)
예시) 최적화 테스트 1	예시) cmp-a001-02-000000011111	예시) grp-a001-02-0000000611111

STEP 2

양식 업로드 시 실제 존재하는 캠페인/그룹 여부 등 성공/실패 상태를 확인
하실 수 있습니다. 등록 완료된 항목은 저장 즉시 입찰 최적화 화면 내 최적
화아이템 목록에 반영됩니다.

알고리즘 컨트롤러

LITE/PRO

캠페인 현황에 맞춰 알고리즘을 보다 디테일하게 조정할 수 있는 주요 기능들을 구현하였으며, 대시보드 상에서 사용자가 직접 관리할 수 있도록 제공됩니다.

쇼핑물 상품형 NEW 제품 카탈로그형

입찰 기간
2026.06.09 ~ 종료일 미설정

캠페인/에드그룹
에드그룹명 검색하기

	① 캠페인/에드그룹	② 상태	③ ON / OFF	④ 하루예산
⊖ Campaign 1		ON	ON	10,000
Ad group 1		ON	ON	10,000

동적 기능 에드그룹 수 1 개 선택됨

최적화 설정

① 최적화명 *
TEST

하루예산 ②
최근 7일 636
최근 14일 318
최근 30일 149
계산하기
보수적 입찰
7일 평균
공격적 입찰
20,000 원 (MAX 원)

최적화 목표 ③

④ 수익 최적화
가장 많은 클릭 확보를 목표로 키워드의 입찰 세칙을 도출

⑤ 전환 최적화
가장 많은 전환 확보를 목표로 키워드의 입찰 세칙을 도출

⑥ ROAS 최적화
가장 많은 매출 확보를 목표로 키워드의 입찰 세칙을 도출

다중목표 최적화
노출 클릭 전환 매출

입찰가 효율 설정 (선택)

① 입찰가 타입 ☐ CPC ☐ CPA 0 원

② 최대CPC Pro 1,000 원

고급 알고리즘 설정 (선택)

③ 상위 노출량 증대

④ 순위 부스팅 Pro 1.2

⑤ 예산 부스팅 Pro

⑥ CPC 리부트 Pro

입찰 제어 소제 설정 (선택)

초기화

저장

최대CPC

최적화아이템내포함된모든키워드/소재의입찰가상한선을 설정하는기능

순위부스팅

최적화아이템내포함된키워드/소재의노출 순위를지속적으로 상향조장하고자할때

예산부스팅

프로모션 혹은 공격적인마케팅을위해예산소진상향이빠르게필요할때

CPC리부트

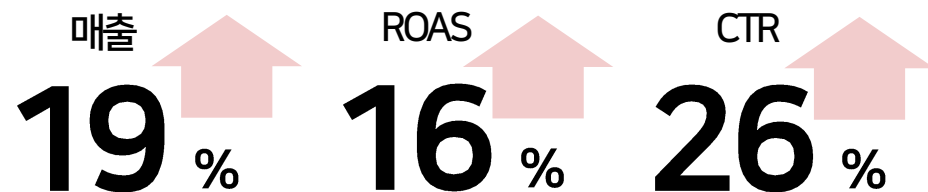
최적화아이템내포함된키워드/소재의 최근트렌드를반영하여입찰가를재탐색하고싶을때

Case1. 건기식 브랜드 | 중대형 캠페인

2026년 상반기

✓ 최적화 진행 이후 새로운 고효율 소재 & 키워드 발굴을 통해 유입 효율 개선 → 예산 수준 유지하면서 전환 & 매출 볼륨 동시 증가

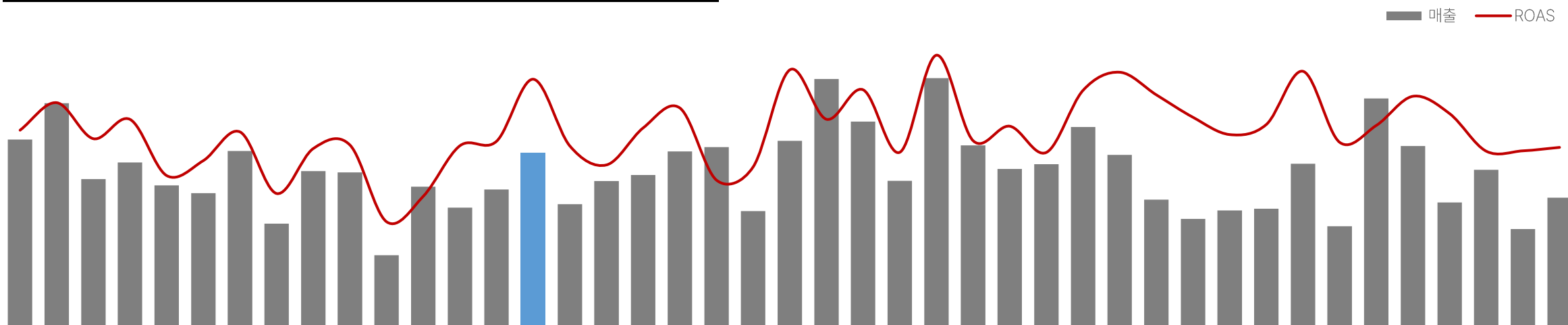
최적화 진행 전후 2주간 성과 비교 시



성과 개선의 핵심 요인



최적화 진행 전후 일자별 주요 성과

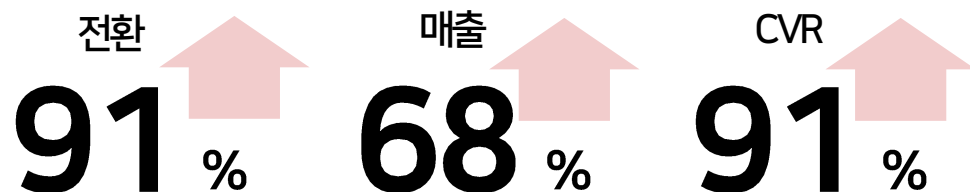


Case2. 패션/커머스 브랜드 | 중소형 캠페인

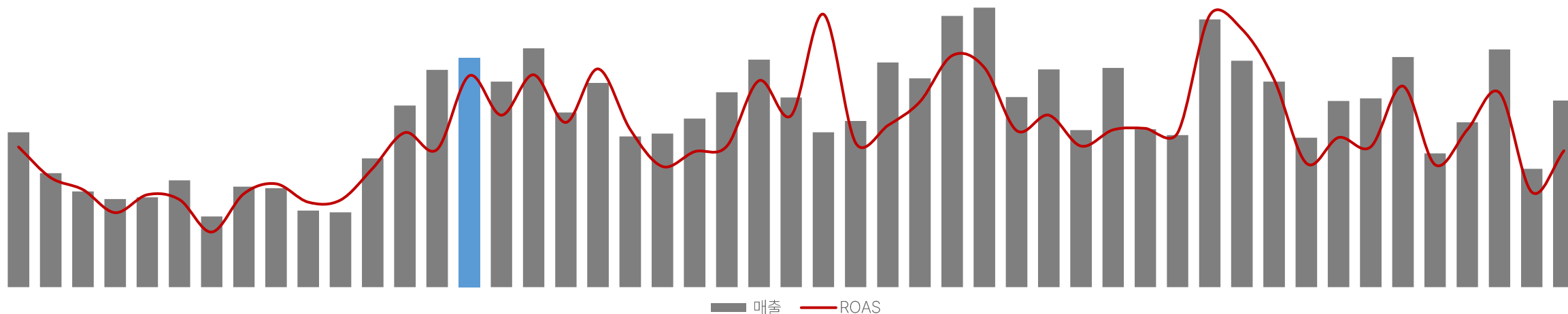
2026년 상반기

✓ 새로운 고효율 소재 발굴을 통한 매출 견인 | Daily 성과 기반의 일반 검색어 순위 & 입찰가 관리

최적화 진행 전후 2주간 성과 비교 시



최적화 진행 전후 일자별 주요 성과



성과 개선의 핵심 요인



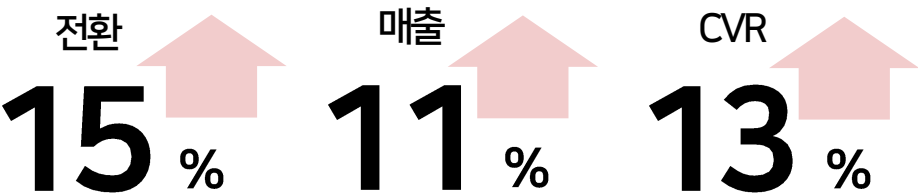
✓ 브랜드 키워드는 일정 순위 유지하면서 **입찰가** 효율화 집중
전환 성과 우수한 일반 키워드 중심으로 일별 추이에 맞춰 **입찰가** 조정

Case3. 건기식 브랜드 | 중소형 캠페인

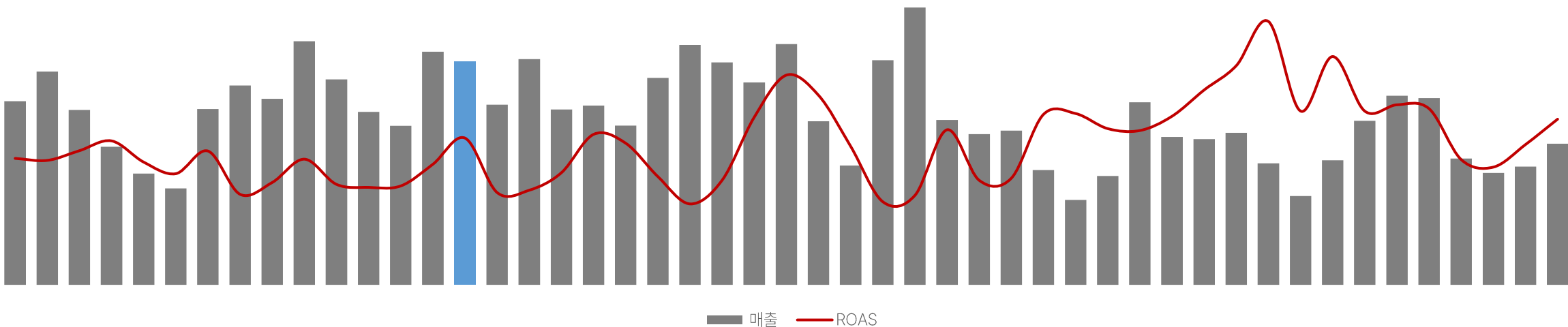
2026년 상반기

✓ 최적화 시작 직후 매출 볼륨 상승 | 5월 초 프로모션 종료 후 효율 기조로 운영하면서 ROAS 효율 큰 폭으로 개선

최적화 진행 전후 2주간 성과 비교 시



최적화 진행 전후 일자별 주요 성과



성과 개선의 핵심 요인

대표 일반 키워드 발굴을 통한 전체 매출 확대 견인

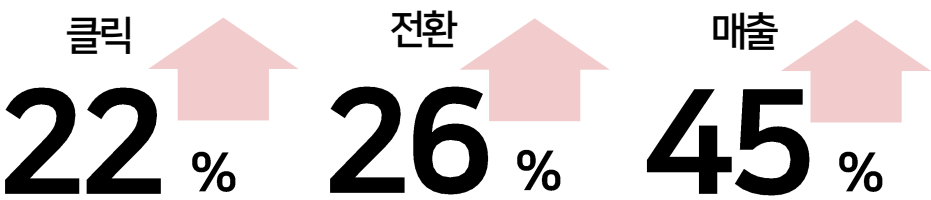
#	검색어	COST	변동	순위	순위 전	순위 변동
1	일반A 전환 553	₩7.01M	+53.9%	2.72 ▲1.30	4.02	▲1.30
2	일반B 전환 169	₩2.22M	+62.1%	2.68 ▲0.99	3.67	▲0.99
3	일반C 전환 108	₩1.56M	+36.8%	2.60 ▼0.18	2.42	▼0.18
4	브랜드A 전환 222	₩1.47M	-13.6%	1.55 ±0	1.45	▼0.10
5	브랜드B 전환 62	₩998K	-1.6%	2.96 ▼0.35	2.61	▼0.35
6	일반D 전환 43	₩917K	+9.7%	3.79 ▼0.53	3.26	▼0.53
7	브랜드C 전환 40	₩643K	+16.9%	2.70 ▼0.16	2.54	▼0.16

Case4. 가구 브랜드 | 중소형 캠페인

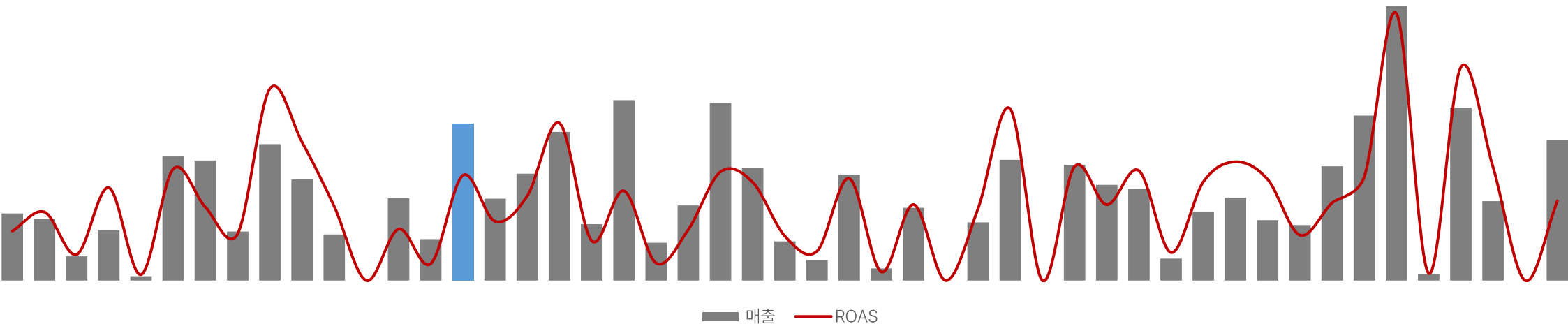
2026년 상반기

✓ 최적화 진행 이후 유입&매출 볼륨 동시 상승 | 객단가 높은 제품 중심으로 최적화 진행, 고효율 검색어 중심의 노출로 유입 효율 극대화

최적화 진행 전후 2주간 성과 비교 시



최적화 진행 전후 일자별 주요 성과



성과 개선의 핵심 요인

신규매출 견인소재 발굴 | 기존 고효율 소재에 대해 유입 효율 유지하는 선에서 성과 극대화

#	카테고리	소재명	COST	변동	순위	순위 전	순위 변동	매출	전환	ROAS
1	최대		₩193K	신규	1.93	신규	-	₩5.75M	8건	29.7x
2	최대		₩147K	+107.1%	8.32	▲2.99	11.22	₩3.30M	4건	22.5x
3	소매		₩92K	-31.6%	7.54	▼0.78	6.76	-	0	-
4	소매		₩09K	+4.9%	9.66	▲0.12	9.78	-	0	-
5	소매		₩71K	+81.4%	5.24	▲3.63	8.87	₩449K	4건	6.3x
6	소매		₩61K	신규	2.80	신규	-	-	0	-
7	소매		₩09K	신규	6.05	신규	-	-	0	-
8	수납장		₩49K	-50.3%	5.10	▼1.11	3.99	₩92K	1건	1.9x
9	소매		₩46K	신규	6.73	신규	-	-	0	-
10	최대		₩45K	-36.9%	14.15	▼1.09	13.06	₩966K	2건	21.6x

ALL

신규

검색 광고

광고

①매체

①디바이스

네이버

Mobile

① 키워드 ID

키워드 ID

① 키워드

키워드

① 캠페인/애드그룹

캠페인/애드그룹

① 지역

선택해주세요

① 입찰가 변동폭 Pro

0

① 순위

-

① 최대 입찰가

0

생성

선택

순위

최대 입찰가

삭제

☐

미입찰

☒

3 순위

10,000 원

-

	12AM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12PM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
MON																								
TUE																								
WED																								
THU																								
FRI																								
SUN																								

일별 & 시간대별로 각
입찰가 변동 폭도 설정 가능

초기화

저장

원하는 순위와 최대 입찰가가 재후 [생성] 클릭,
아래 리스트에서 선택하여 원하는 일정을 선택하여 목표 설정 가능

일별&시간대별로각기다른목표순위입찰을설정할수있으며
입찰가변동폭도설정이가능함

목표 입찰 (SPA)

ALL

쇼핑검색광고 운영시 별도 관리가 필요한 주요 소재에 대해서는 평균 순위/ROAS/CPA 목표로 자동 입찰을 진행할 수 있는 기능을 제공하고 있습니다

신규

Shopping Ad

광고

소재 ID

매체

네이버

소재

소재 ID

캠페인/애드그룹

소재

캠페인/애드그룹

캠페인/애드그룹

특정소재ID입력시좌측하단내
해당소재에대한키워드별광고실적확인가능

① 지난 2주 키워드별 광고 실적

Keyword	Impression	Click	Cost	Conversion	Revenue	Avg. Rank	CPC	CPA	ROAS(%)
---------	------------	-------	------	------------	---------	-----------	-----	-----	---------

① 데이터가 없습니다.

해당소재의 최근2주 성과전체는 물론, 키워드별 성과를
확인할 수 있어 목표 입찰 설정 시 활용 가능

① 입찰 기준 키워드 선택

선택해주세요

① 입찰 목표 설정

Avg Rank

ROAS

CPA

0

입찰가 상세 설정

① 현재 입찰가

① 최대 입찰가

① 입찰가 변동폭

초기화

저장

평균 노출순위/tROAS/tCPA 목표 중 원하는 목표 1개를 선택
하여 세팅 가능하며, 기준이 되는 키워드도 선택할 수 있음
ex) A 마우스라는 제품에 대하여 B라는 키워드 검색 시
평균 노출순위 1위를 유지하도록 입찰 목표 설정 가능

입찰 최적화 기능별 Spec

서비스		파트	Basic	Lite	Pro
데이터 수집	데이터 연동 지원		NAVER	NAVER, KAKAO, GA4	NAVER, KAKAO, Google, Meta, Criteo GA4, 에어브릿지, 앱스플라이어
	유닛 설정		매체 당 1개 Account 제공	매체 당 1개 Account 제공	무제한
알고리즘	AI 입찰최적화 알고리즘		Basic	Basic	Pro
	NAVER 추천 입찰가 알고리즘		미제공	미제공	제공
	알고리즘 컨트롤러		미제공	4종 제공	6종 제공 (신규 기능 Update 시 자동 반영)
입찰 최적화	최적화 세팅 가능 Ad Group 수		애드씨클 당 총 60개 등록 가능 (SA 30개, SPA 30개)	애드씨클 당 총 200개 등록 가능 (SA 100개, SPA 100개)	무제한
	최적화 아이템 수		애드씨클 당 총 2개 운영 가능 (SA 1개, SPA 1개)	애드씨클 당 총 10개 운영 가능 (SA 5개, SPA 5개)	무제한
	간편 모드		제공	제공	제공
	전문가 모드		미제공	제공	제공
	순위유지 입찰 키워드 개수 (SA)		5개	20개	50개
	목표 입찰 소재 개수 (SPA)		1개	20개	무제한
	경쟁사 모니터링 개수		미제공	5개	10개

업무 자동화

Automation

캠페인 리포트

ALL

MOP에 연동된 모든 미디어에 대해 대시보드 형태의 캠페인 리포트를 제공합니다. 캠페인/그룹 단위까지 원하는 기준으로 설정하여 조회 가능하며 다운로드도 가능합니다.

상세 리포트

2024-01-01~2024-01-07

클릭 전환

01.01 01.03 01.05 01.07 01.09 01.11 01.13 01.15 01.17 01.19 01.21 01.23 01.25 01.27

날짜별 리포트

날짜	노출	클릭	전환	...
Total	711,229	5,044	211	...
2024-01-01	70,789	547	35	...
2024-01-02	109,017	888	34	...
2024-01-03	72,534	321	37	...
2024-01-04	42,932	533	58	...
2024-01-05	12,324	442	32	...

매체별 리포트

날짜	노출	클릭	전환	...
Total	711,229	5,044	211	...
- 계정ID 36784	70,789	547	35	...
- 캠페인A	72,534	432	13	...
애드그룹A	32,900	563	53	...
+ 계정ID 36784	49,000	231	24	...
+ 캠페인A	18,903	543	13	...

캠페인 리포트

날짜	계정ID	캠페인	애드그룹	노출	클릭수	전환	매출	...
	122890	캠페인A	그룹A					...
	...	...	...					...
	122890	캠페인A	그룹A					...

최적화 리포트

날짜	최적화ID	계정ID	캠페인	애드그룹	노출	클릭수	전환	...
	Opt ID 2457							...
	...							...
	Opt ID 7890							...

대용량 리포트

날짜	시간	계정명	광고유형	계정ID	캠페인	애드그룹	키워드/소재	...
2024-03-01	13시						키워드-가	...
...	...						...	...
2024-10-01	20시						키워드-마	...

대용량 리포트

PRO

또한 캠페인 리포트가 제공되는 미디어에 대하여 보다 세부적인 분석 기준을 설정하여 raw data를 다운로드 받을 수 있는 대용량 리포트 기능도 제공되고 있습니다

Set-up Options

리포트 설정

Report Name

리포트명

Period

데이터 기간

2025-01-10 — 2025-01-10

Conversion

전환값

① 유닛 전환값

① 전체 전환값

① 분석 기준/광고 실적 추가

분석 기준 항목

날짜

시간

캠페인명

캠페인ID

광고그룹명

광고그룹 ID

키워드명 / 소재명

키워드 ID / 소재 ID

서치 키워드

디바이스

① 분석 기준

① 광고 실적

보고서 미리보기

* 보고서 미리보기는 샘플데이터로 제공됩니다.

매체	광고유형	계정 ID	계정명	날짜	시간	키워드명 / 소재명	Cost (VAT 포함)	Impressions	Clicks	전환 1	전환 2	매출 1	매출 2
매체 A	광고유형 A	광고계정 ID 1	광고계정 1	2023.11.27	1	키워드명/소재명 1	1,653,146	210,929	4,176	43	58	27,600	24,100
매체 A	광고유형 A	광고계정 ID 1	광고계정 1	2023.11.27	1	키워드명/소재명 2	801,999	143,939	3,093	46	23	25,200	10,800
매체 A	광고유형 A	광고계정 ID 1	광고계정 1	2023.11.27	2	키워드명/소재명 1	694,595	144,544	2,368	69	34	23,000	25,800
매체 A	광고유형 A	광고계정 ID 1	광고계정 1	2023.11.27	2	키워드명/소재명 2	1,202,905	218,366	3,944	40	58	17,400	21,000
매체 A	광고유형 A	광고계정 ID 1	광고계정 1	2023.11.27	3	키워드명/소재명 1	61.017	213.755	620	26	19	14.200	28.800

URL/UTM 이상감지

LITE/PRO

MOP에 연동된 SA 채널의 전체 키워드 별 URL을 모니터링 하여 접속에 이상이 있는 URL 현황이나 현재 세팅된 URL 내 UTM 규칙이 잘못 설정된 키워드를 모두 체크하여 이상 상황에 대한 알람을 자동으로 발송해줍니다

SA 채널에 등록된 키워드 별 URL을 전체 모니터링 하여 연결에 이상이 있는 URL을 감지, 이상 여부에 대한 알람을 자동으로 발송해줍니다.

매체	키워드/애드그룹명	오류유형	URL
N	애드그룹A	접속지연	www.mop.co.kr/intro
N	애드그룹B	URL/서버 오류	www.mop.co.k.r
k	키워드A	HTML 오류	www.mop.co.kr/pages
k	키워드B	Unknown	www.mop.co.kr/login
k	키워드C	Unknown	www.mop.co.kr/admin

전환통을 연동한 경우 다양한 UTM 설정 오류를 모니터링하여 이상 여부에 대한 알람을 자동으로 발송해줍니다

이상감지 UTM

https://www.mop.co.kr/main?

utm_source=

utm_medium=SA

utm_campaign=MOP_PC

utm_term=최적화AI

설정정보

	매체	광고유형	캠페인	키워드 이름
입력값	-	SA(검색광고)	MOP_PC	최적화 AI
	↓	↓	↓	↓
정답	NAVER	SA(검색광고)	MOP_PC	광고최적화 AI
결과	✖ 존재하지 않음	✔ 일치	✔ 일치	⚡ 불일치

UTM Source 값이 존재하지 않습니다!

상품 품질/이상감지 모니터링

LITE/PRO

SPA채널에서 등록 및 운영 중인 소재를 자동 모니터링하여 연동된 상품의 품질 또는 이상상황으로 인해 노출 제한 발생 시 이상상황에 대한 알람을 발송해줍니다

쇼핑검색광고 이상감지

매체	캠페인	애드그룹	소재	상품 URL
쇼핑몰 상품형	캠페인A	그룹A	소재.가	www.mop.co.kr/goods/238571
쇼핑몰 상품형	캠페인A	그룹A	소재.나	www.mop.co.kr/goods/476523
카탈로그형	캠페인A	그룹A	소재.다	www.mop.co.kr/goods/535212
카탈로그형	캠페인A	그룹A	소재.라	www.mop.co.kr/goods/854697

인사이트 분석

Insight

예산 최적화 분석

PRO

MOP에 연동된 전체 미디어에 대하여 캠페인 별 집행 비용을 분석하고, 예산 변동에 따른 광고 실적의 개선 정도를 계산하여 최적의 캠페인 별 광고 예산을 추천합니다

NAVER kakao ∞ Meta

Google CRITEO

예산 최적화 분석을 진행할 미디어/캠페인을 선택하고
목표 KPI와 예산 변동 폭 등의 상세 설정 선택

최적화 목표

Impressions

Views

Clicks

Conversions

Revenue

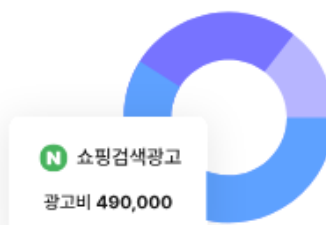
캠페인 단위 예산 변동 폭

20% ↓

매체 단위 예산 비중 고정



지난주 광고비



MOP 추천 예산



추천 예산으로 변경시 **평균 7%**의 광고 성과 개선 예상

노출수

-3%

클릭수

+6%

전환

+12%

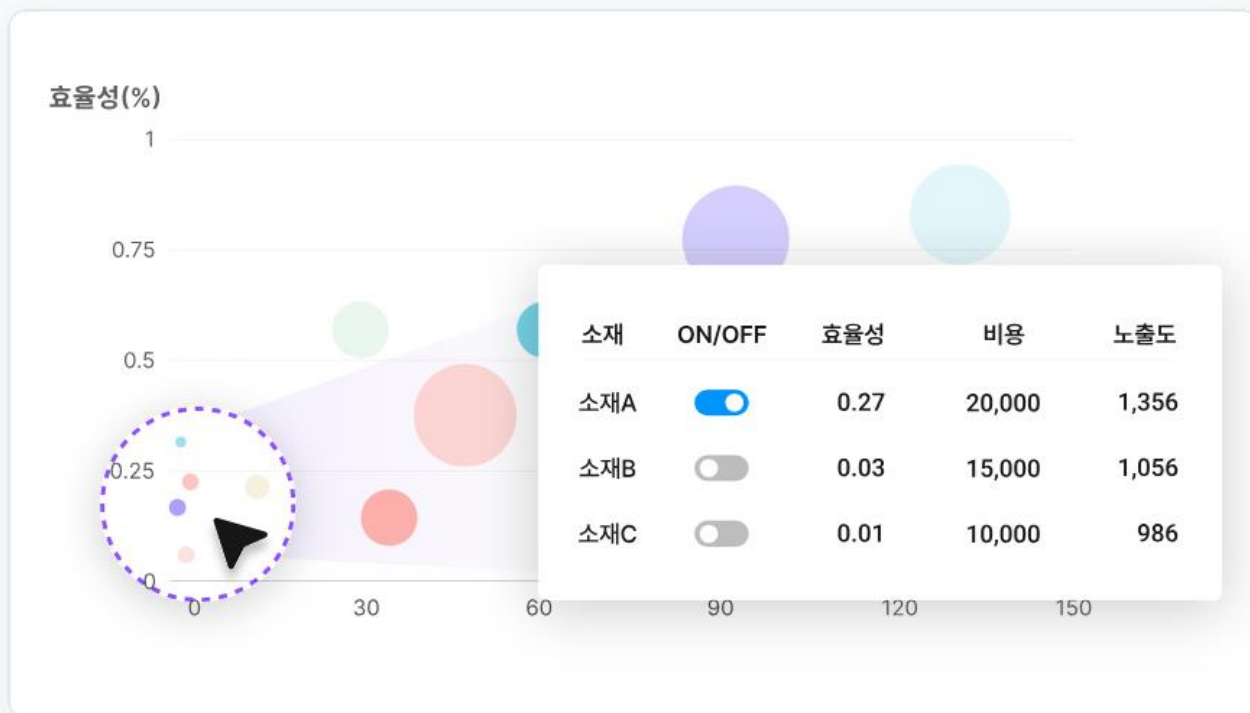
매출

+13%

소재 효율성 분석

PRO

MOP에 연동된 DVA 채널 내 소재에 대해 미디어/캠페인/그룹 단위 별로 설정한 지표 기준의 소재 효율성 분석 기능을 제공합니다
또한 효율이 낮다고 판단된 소재는 MOP 플랫폼에서 바로 OFF 처리할 수 있는 기능까지 제공하고 있어 활용도가 높습니다



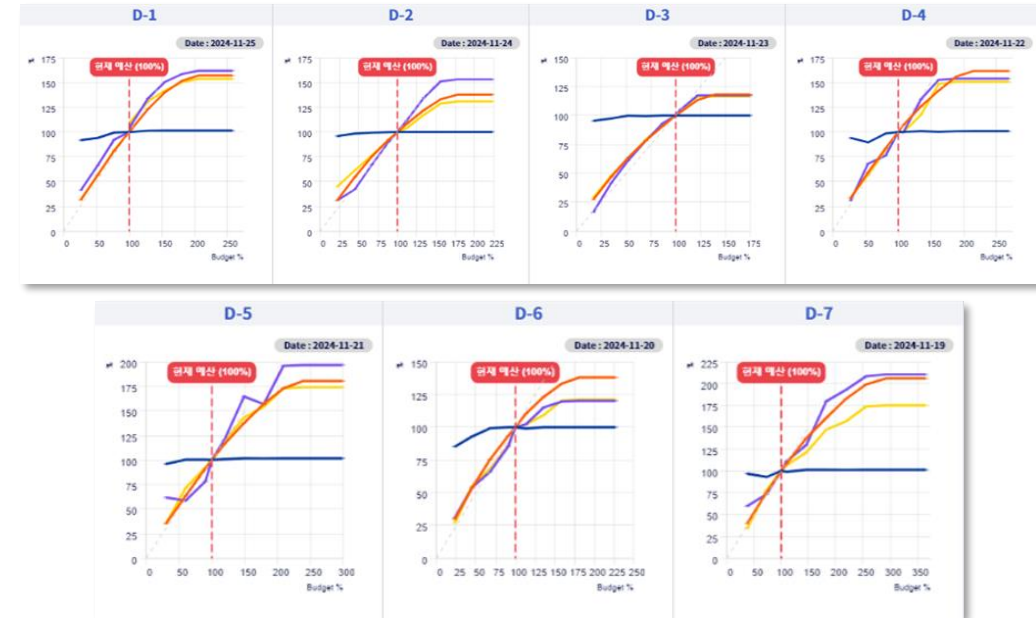
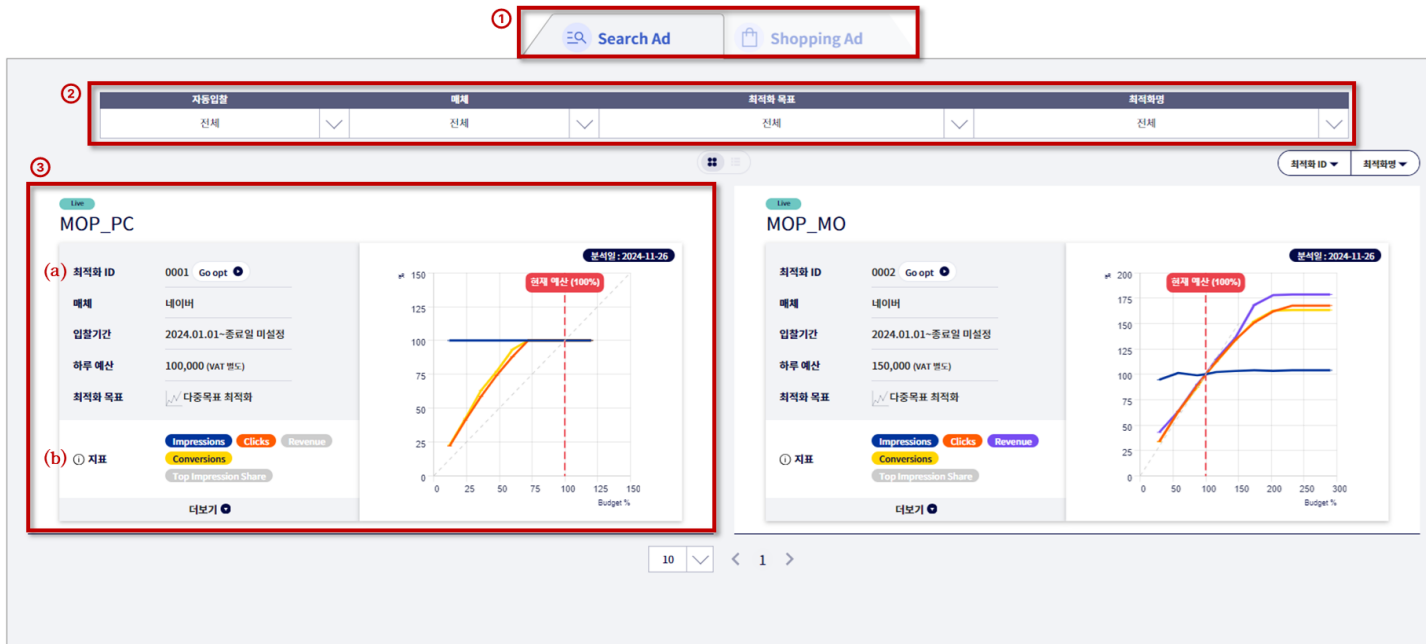
소재 효율성 분석은 미디어/캠페인/그룹 별로 단위를 선택하여
진행 가능하며, 선택된 단위 내 모든 소재들에 대하여
0~1 사이의 상대값으로 효율성을 분석합니다 (1에 가까울 수록 고효율)

예산 민감도 분석

PRO

입찰 최적화를 진행하는 경우, 최적화 단위 별로 예산 변경에 따라 예상되는 실적의 변화를 분석하는 기능이 제공됩니다.
광고 예산의 적정성에 대한 인사이트를 얻을 수 있고, 향후 예산 조정 시 활용할 수 있습니다.

입찰 최적화 진행시 최적화 단위 별 예산 민감도 분석이 진행되며
최근 일주일 간 일별 수치를 같이 확인할 수 있습니다.

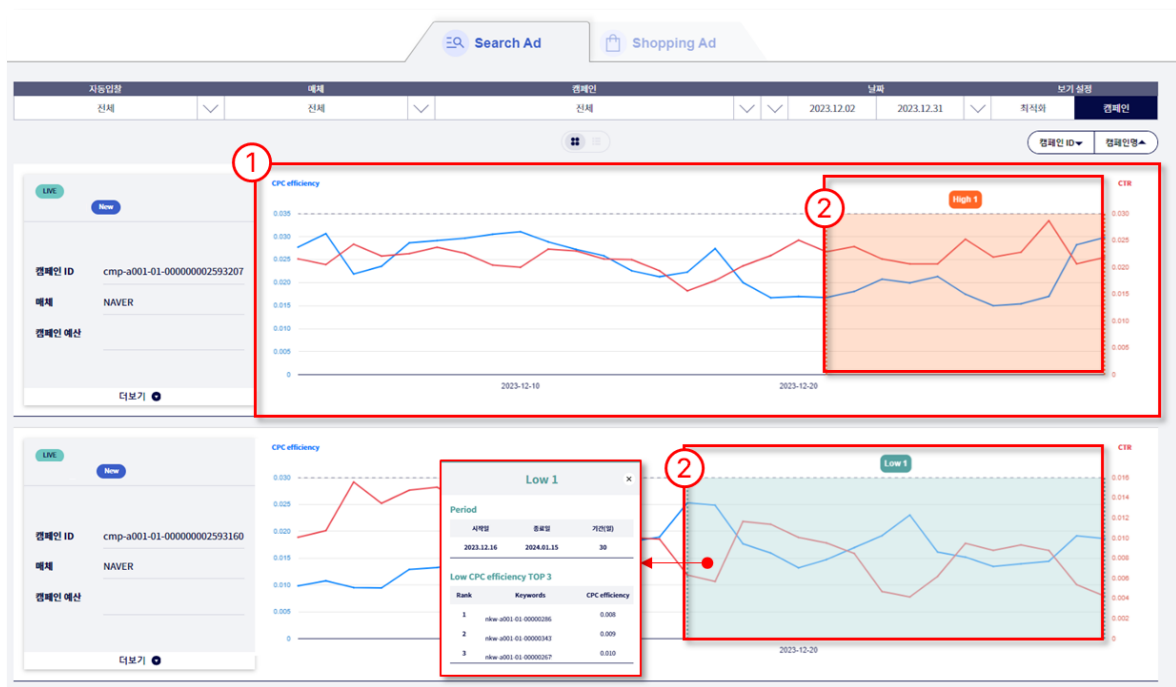


경쟁 심화도 분석

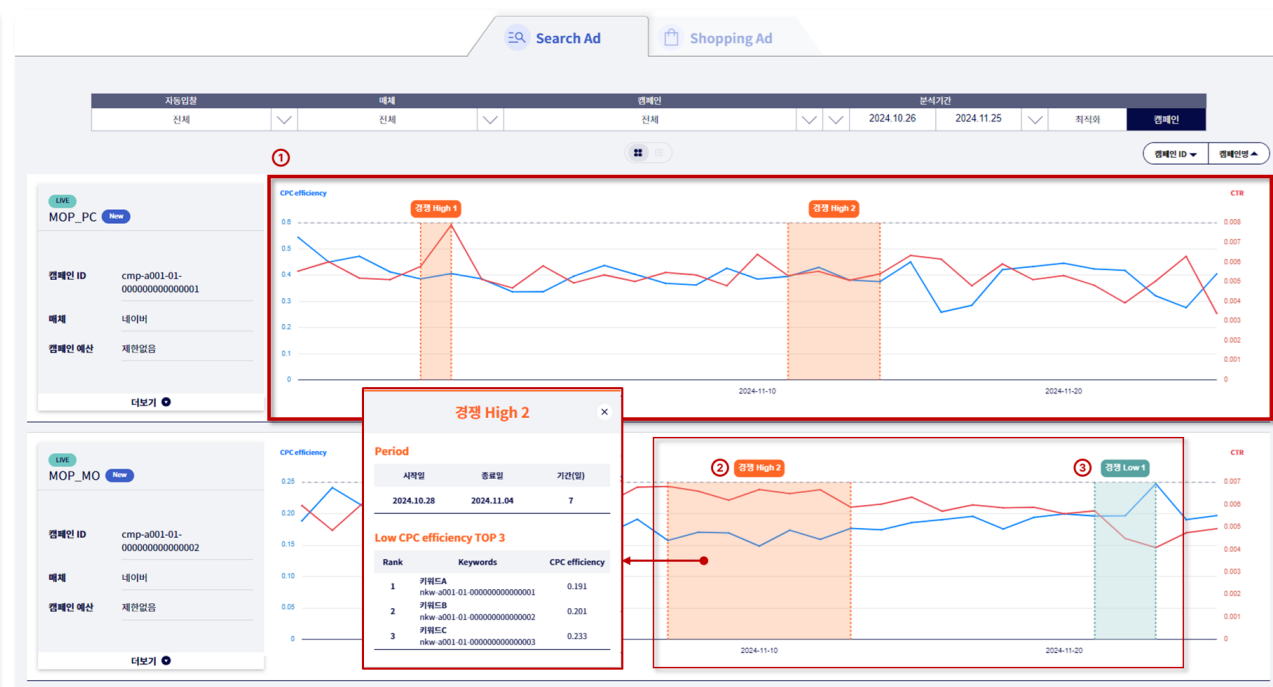
PRO

최적화 단위 별 키워드 입찰 경쟁 수준을 일단위로 분석한 입찰가 트렌드의 변화를 제공하여 업계의 경쟁도를 쉽게 파악할 수 있습니다

CPC 효율성과 CTR 데이터를 기준으로 조회 기간 내
경쟁이 치열했던 시기(High)와 완화되었던 시기(Low)가 표기됩니다.



해당 영역을 클릭하면 ①기간에 대한 상세 정보, ②기간 내 효율이 낮았던 TOP3 키워드 정보 등의 상세 내용의 확인이 가능합니다.



beta

소재 Cost 상위 (후 2주, 인덱스)

상단 바 = 후 2주 전체 Cost 100 idx 대비

소재별 Cost 비중 (후 2주 전체 100 idx 대비)



■ 소재 A-1 (대표 SKU) (25.7) ■ 소재 A-2 (목욕탕) (18.0) ■ 소재 C-1 (대표 SKU) (7.9) ■ 소재 D-1 (엔트리) (4.5) ■ 소재 B-1 (라인업 A) (3.2) ■ 소재 B-2 (신규) (2.7) ■ 기타 (17.1)

#	카테고리	소재명	COST IDX	변동	순위	순위 전	순위 변동
1	카테고리 A	소재 A-1 (대표 SKU)	25.7	+31.8%	2.25	▲1.07	3.32
2	카테고리 A	소재 A-2 (무음형)	18.0	+52.9%	2.78	▲0.30	3.08
3	카테고리 C	소재 C-1 (대표 SKU)	7.9	+10.0%	2.33	▼0.12	2.21
4	카테고리 D	소재 D-1 (엔트리)	4.5	-53.2%	3.59	▼0.63	2.96
5	카테고리 B	소재 B-1 (라인업 A)	3.2	-18.2%	2.62	▼0.21	2.41
6	카테고리 B	소재 B-2 (신규)	2.7	-44.8%	2.77	▼0.65	2.12
7	카테고리 D	소재 D-2 (베스트)	2.7	-17.7%	3.03	▲0.53	3.56
8	카테고리 E	소재 E-1 (대표 SKU)	2.5	-11.2%	2.01	▲0.23	2.24
9	카테고리 D	소재 D-3 (시즌)	2.5	-27.6%	3.96	▼0.70	3.26
10	카테고리 B	소재 B-3 (라인업 B)	2.5	+17.1%	2.47	▼0.17	2.30
11	카테고리 C	소재 C-2 (무음형)	2.3	+2.6%	2.88	▼0.44	2.44
12	카테고리 F	소재 F-1 (고효율)	2.3	+120.5%	3.12	±0	3.04
13	카테고리 B	소재 B-4 (엔트리)	2.1	+5.8%	3.67	±0	3.61
14	카테고리 B	소재 B-5 (베스트)	2.0	-42.3%	2.92	▼0.70	2.22
15	카테고리 C	소재 C-3 (확장)	2.0	+55.5%	3.35	▲0.22	3.57

핵심 인사이트 기준일 전후 2주 비교

- ▲ **전체 ROAS 2.9x → 3.1x로 개선** — Cost는 +4.5%로 거의 동일함에도 매출 +13.1%, 전환 +11.4% 증가하며 효율 구조 개선
- ▲ **카테고리 A Cost +40.6% 증액·전환 비중 최대. 순위 3.30→2.50 대폭 개선되며 후 2주 최대 주력으로 안착**
- ▲ **카테고리 F ROAS 9.6x 최고 효율** — 적은 Cost로 큰 매출 기여하는 알짜 라인
- ▲ **카테고리 B Cost ▼9.7% 줄였는데 매출 +38%** — 효율 중심 운영으로 전환

점검 필요 3개 항목

- ▼ **카테고리 C** — Cost +17.1% 등액에도 ROAS 1.9x로 저조. 카테고리 A 대비 효율 격차 큼, 입찰 효율 점검 필요
- ▼ **카테고리 D** — Cost ▼40.0% 축소, 매출도 동반 감소. ROAS 4.6x로 양호하나 집행 축소가 매출 하락으로 직결, 의도 확인 필요
- ▼ **대표 검색어 CPC 고비용** — 카테고리 A 핵심 검색어는 전환은 많지만 ROAS가 평균 이하. 입찰가 효율 개선 여지

Cost 상위 소재에 대해 주요 지표 별 이전 동기간 대비 성과 추이를 분석하고, 핵심 인사이트를 요약합니다

SPA 성과 분석 리포트 기능 (beta)

beta

MOP입찰최적화진행중인SPA계정에대하여,소재/카테고리별성과분석은물론검색어별상세분석및트렌드모니터링이제공되는SPA성과분석리포트가현재beta버전으로오픈되었습니다(향후MOPPro플란에적용예정)

소재별 검색어 성과 분석 (Mobile / PC 구분)

후 2주 Cost 상위 소재 · 검색어별 클릭 · 전환 · 순위 · 비용 비중 포함

1카테고리 A소재 A-1 (대표 SKU)

Cost 25.7비중 25.7%매출 14.9ROAS 1.8x

MobilePC

검색어별 Cost 비중

61.3%29.3%14.3%

■ 검색어 a (일반) (61.3%) ■ 검색어 b (일반+) (20.3%) ■ 검색어 c (브랜드) (14.3%) ■ 검색어 d (추천) (4.1%)

#	검색어	COST IDX	전 IDX	순위	순위 변동	클릭 IDX	매출 IDX	전환
1	검색어 a (일반)	13.3	—	2.72 신규	신규	46.5	7.3	13.8
2	검색어 b (일반+)	4.4	—	2.68 신규	신규	15.2	2.4	4.6
3	검색어 c (브랜드)	3.1	—	1.55 신규	신규	17.9	2.8	5.8
4	검색어 d (추천)	0.9	—	2.08 신규	신규	2.9	0.7	0.4

2카테고리 A소재 A-2 (묶음형)

Cost 18.0비중 18.0%매출 14.8ROAS 2.6x

3카테고리 C소재 C-1 (대표 SKU)

Cost 7.9비중 7.9%매출 2.9ROAS 1.1x

4카테고리 D소재 D-1 (엔트리)

Cost 4.5

5카테고리 B소재 B-1 (라인업 A)

Cost 3.2

6카테고리 B소재 B-3 (라인업 B)

Cost 2.5

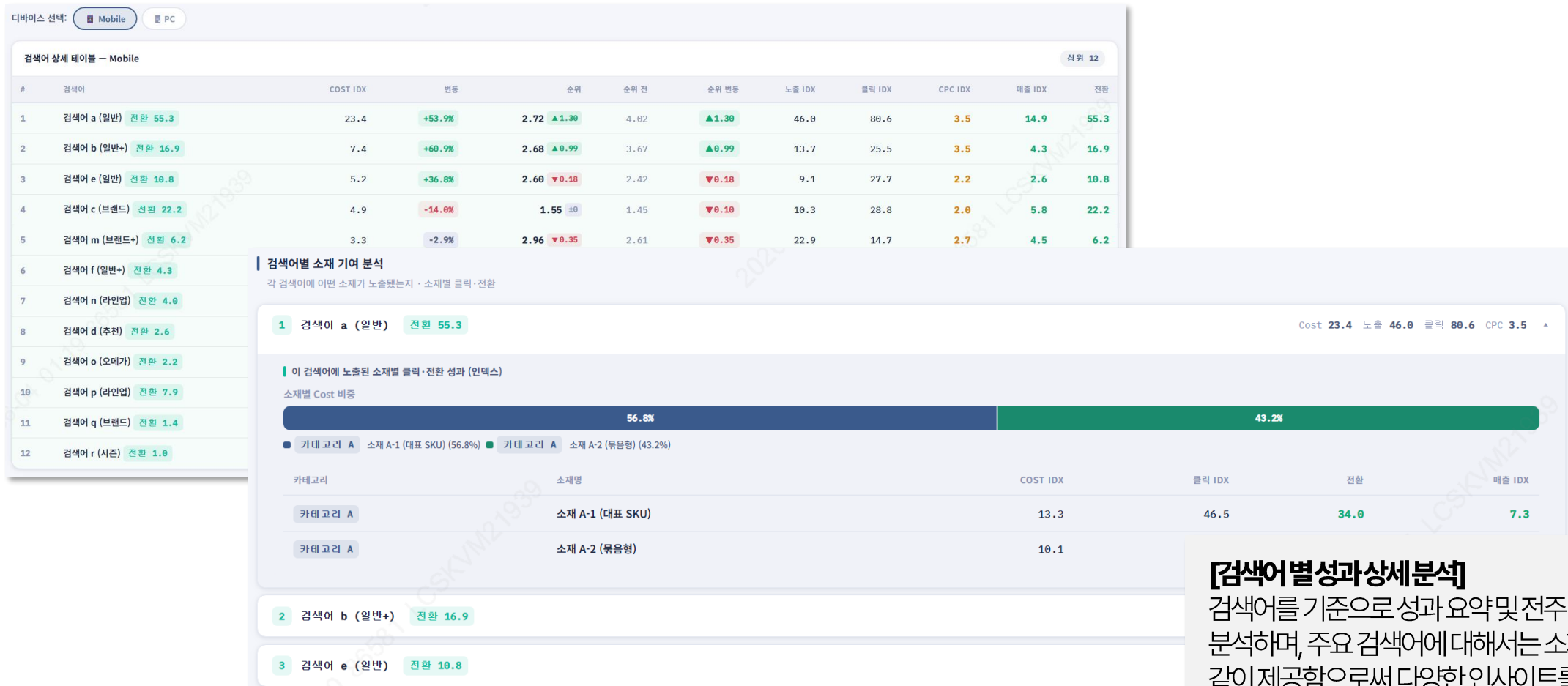
[소재별 검색어 성과 분석]

Cost상위 소재에 대해 검색어 별 성과를 요약하고, 전주 대비 변동 현황을 분석하여 인사이트를 제공합니다

SPA 성과 분석 리포트 기능 (beta)

beta

MOP입찰 최적화 진행 중인 SPA 계정에 대하여, 소재/카테고리별 성과 분석은 물론 검색어 별 상세 분석 및 트렌드 모니터링이 제공되는 SPA 성과 분석 리포트가 현재 beta 버전으로 오픈 되었습니다 (향후 MOP Pro 플란에 적용 예정)



[검색어별 성과 상세 분석]

검색어를 기준으로 성과 요약 및 전주 대비 변동 현황을 분석하며, 주요 검색어에 대해서는 소재별 성과도 같이 제공함으로써 다양한 인사이트를 제공합니다.

SPA 성과 분석 리포트 기능 (beta)

beta

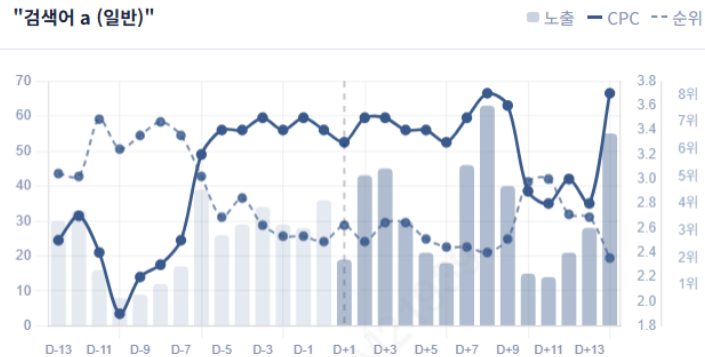
MOP입찰최적화진행중인SPA계정에대하여,소재/카테고리별성과분석은물론검색어별상세분석및트렌드모니터링이제공되는SPA성과분석리포트가현재beta버전으로오픈되었습니다(향후MOPPro플란에적용예정)

Cost 상위 검색어 - 일별 노출·CPC·순위 추이

28일 · 막대=노출 · 실선=CPC · 점선=순위 · 세로선=전/후 경계 · 모든 값 인덱스

디바이스 선택: ☒ Mobile ☐ PC

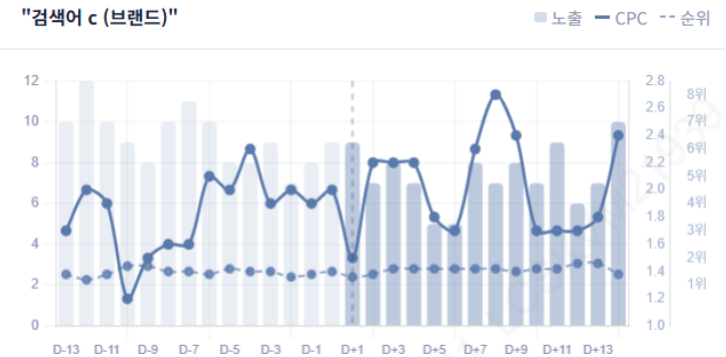
"검색어 a (일반)"



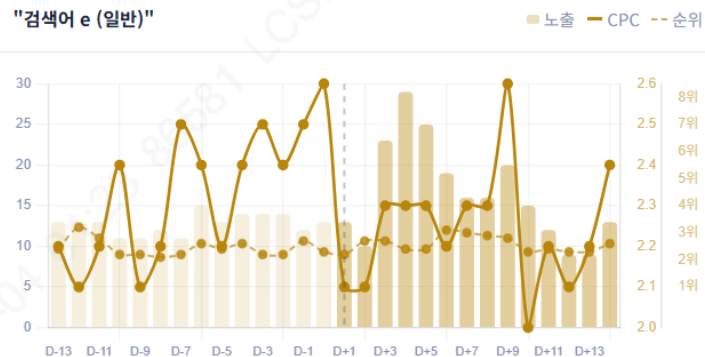
"검색어 b (일반+)"



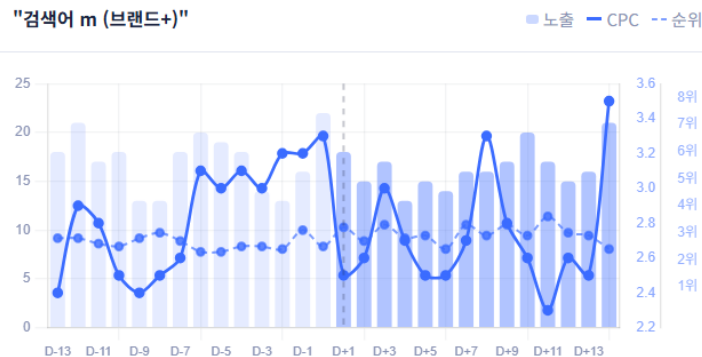
"검색어 c (브랜드)"



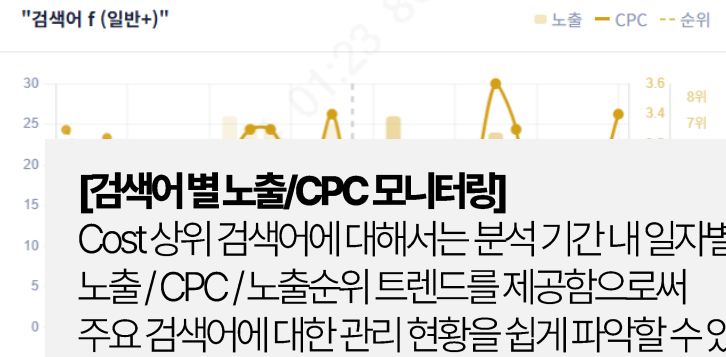
"검색어 e (일반)"



"검색어 m (브랜드+)"



"검색어 f (일반+)"



[검색어별노출/CPC모니터링]

Cost상위 검색어에대해서는 분석기간내일자별 노출/CPC/노출순위 트렌드를 제공함으로써 주요 검색어에대한관리 현황을 쉽게 파악할 수 있습니다

인사이트 분석 및 자동화 기능별 Spec

서비스	파트	Basic	Lite	Pro
SPA 고급 기능	SPA 캠페인 자동생성 (리뉴얼예정)	미제공	미제공	제공
	SPA 제외키워드 추천 및 자동설정	미제공	미제공	제공
인사이트 분석	예산 최적화 분석	미제공	미제공	제공
	전환 기여도 분석	미제공	미제공	제공
	예산 민감도 분석	미제공	미제공	제공
	경쟁 심화도 분석	미제공	미제공	제공
리포트	리포트 적재	최근 60일까지 데이터 제공 (당일 X)	최근 60일까지 데이터 제공 (당일 X)	MOP 연동일로부터 당일 실적까지 조회가능
	캠페인/최적화 리포트	제공	제공	제공
	대용량 리포트	미제공	미제공	제공
	커머스 리포트	미제공	미제공	제공
모니터링	URL / UTM / 상품 품질 이상감지	미제공	제공 (일 1회)	제공 (매시간 단위 이상감지)

Marketing Optimization Platform

MOP는 MOP Basic/Lite/Pro 3가지 버전으로 구성되어 있으며 현재 캠페인 상황과 필요한 서비스 수준을 고려하여 적합한 버전을 선택하실 수 있습니다



MOP Basic Free

누구나 간단하게 시작하는
쉽게 최적화

₩0

NAVER 키워드 검색 / 쇼핑 검색광고를
간편하게 최적화하는 알고리즘 서비스

- ✓ Basic 알고리즘 적용
- ✓ SA/SPA 입찰 최적화 기본 제공
- ✓ Easy모드 Only 제공



MOP Lite

검색광고 최적화를 위한
가장 합리적인 구성

₩290,000

필수 기능 중심으로 실속 있는 업그레이드
성장하는 마케터를 위한 알고리즘 서비스

- ✓ Basic 알고리즘 적용
- ✓ 순위유지/목표입찰 기능 확대 제공
- ✓ 알고리즘 컨트롤러 4종 제공



MOP Pro Best

마케팅 전략에 맞춘
더 정밀하고 강력한 성능

₩990,000

알고리즘 성능 고도화를 통한 극한의 퍼포먼스
마케팅 전문가를 위한 가장 강력한 최적화

- ✓ Pro 알고리즘 적용
- ✓ MOP 핵심 기능 무제한 사용 가능
- ✓ 커머스 데이터 연동 지원 및 신규 기능 추가

MOP 도입 절차

MOP는 스크립트 설치나 구축을 필요로 하지 않습니다. 광고매체, 성과분석 툴의 API키값의 연동을 통해 이용 가능합니다.

