

# MONTHLY TREND REPORT

2018.03

Facebook 분할 테스트 및 Test & Learn



03

## 이 광고가 정말 비즈니스에 도움이 되었을까?

효과적인 광고 전략을 파악하기가 항상 쉽지는 않습니다.

하지만 과거에 비해 새로운 기술과 활용 가능한 데이터가 많아졌기 때문에, 새로운 측정 방식을 통해 비즈니스의 성과 증대 요인을 더욱 정확하게 파악할 수 있습니다. 페이스북은 종합적인 연구 및 검토를 진행한 결과, '성과 증대 측정'을 통해 높은 ROI를 달성할 수 있다는 사실을 파악했습니다.

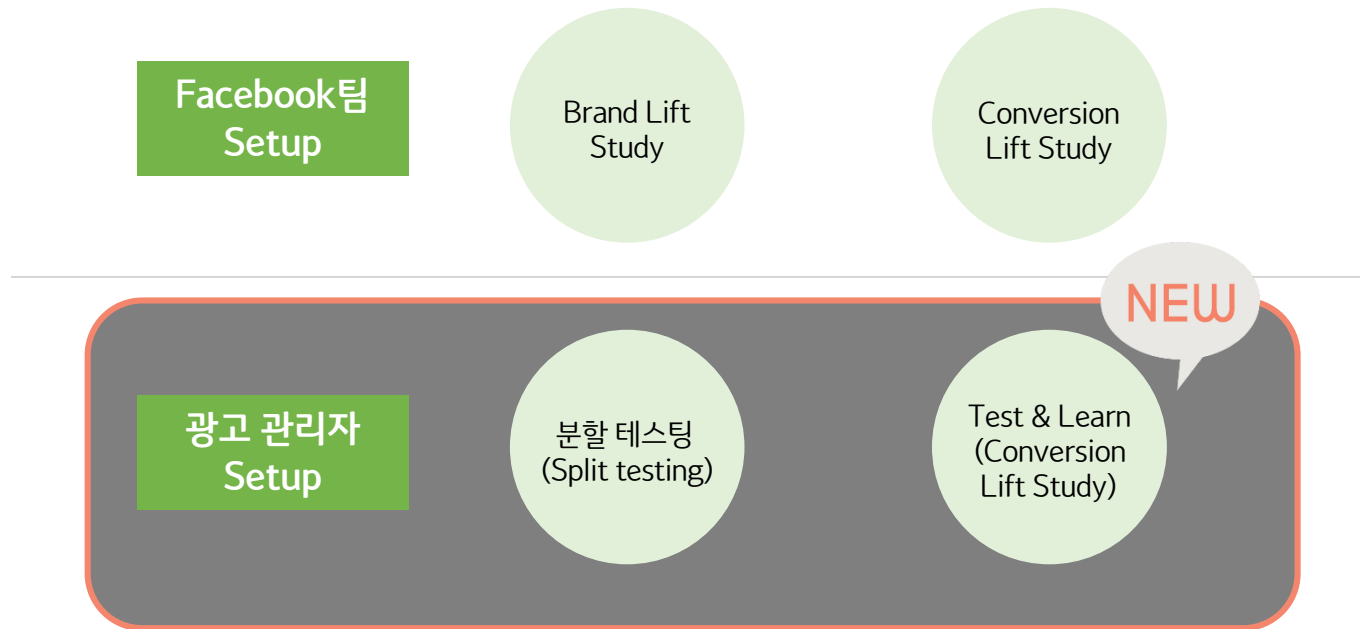
그럼 성과 증대 측정 방식인 페이스북의 Testing Tools에 대해 알아보도록 합시다.



## 페이스북 자체 테스트 툴 알아보기

페이스북의 Testing Tools에는 Facebook팀이 Setup을 해줘서 실행할 수 있는 'Conversion Lift Study 및 Brand Lift Study'와 광고관리자에서 직접 할 수 있는 '분할 테스트 및 Test&Learn'이 있습니다.

그중 페이스북 자체 테스트를 할 수 있는 툴인 A/B테스팅 방법을 사용하는 분할 테스트와 최근 다양한 캠페인의 전략을 비교 및 분석하기 위해 출시한 Test & Learn에 대해 알아보도록 합시다.

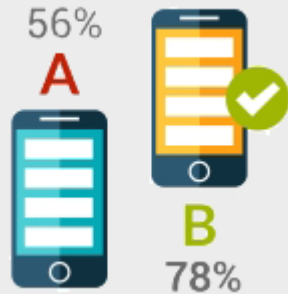


## 다양한 변수의 성공요인 파악

크리에이티브나 타겟을 변수로 삼아 다양한 버전의 테스트를 진행하여 가장 성과가 좋은 광고를 확인하고 비즈니스 성과를 도출 할 수 있습니다. 광고세트의 결과당 비용을 비교하여 가장 성과가 좋은 광고세트에 별 모양으로 표시합니다. 이러한 인사이트는 광고 전략을 추진하고 다음 캠페인을 계획하는 데 도움을 줄 수 있습니다.

### A/B Testing

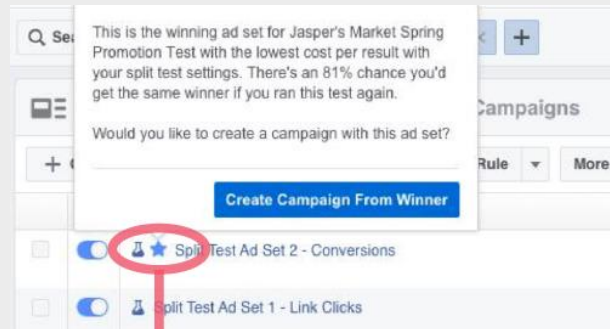
다양한 광고 버전을 테스트



가장 신뢰할 수 있는 데이터를 얻기 위해서는 3~14일간 테스트 수행

### Viewing your results

결과당 가장 낮은 비용을 기준으로 별표 아이콘 표시



### Improving future campaigns



## 한번에 하나의 변수 테스트만 가능

분할 테스트를 통해 가장 정확한 결과를 얻을 수 있도록 한 번에 하나의 변수만 테스트할 수 있습니다. 또한 모든 캠페인 목적에서 지원되지 않으므로 지원 가능한 목적을 확인하고, 테스트에 사용 가능한 변수에 변화를 주어 영향을 미친 성과에 대해 파악하기 바랍니다.

### 분할 테스트에 사용 가능한 목표

- ✓ 트래픽
- ✓ 동영상 조회
- ✓ 앱설치
- ✓ 카탈로그 판매
- ✓ 잠재 고객 확보
- ✓ 도달
- ✓ 전환
- ✓ 참여

### 분할 테스트에 사용 가능한 변수

#### 크리에이티브



크리에이티브 A vs 크리에이티브 B

#### 타겟



Broad targeting vs narrow targeting  
Lookalike vs value-based lookalike  
F 21-30 vs F 31-40

#### 게재 최적화



전환 최적화 vs 링크 클릭 최적화  
1-day 전환 윈도우 vs 7-day 전환 윈도우

#### 게재위치

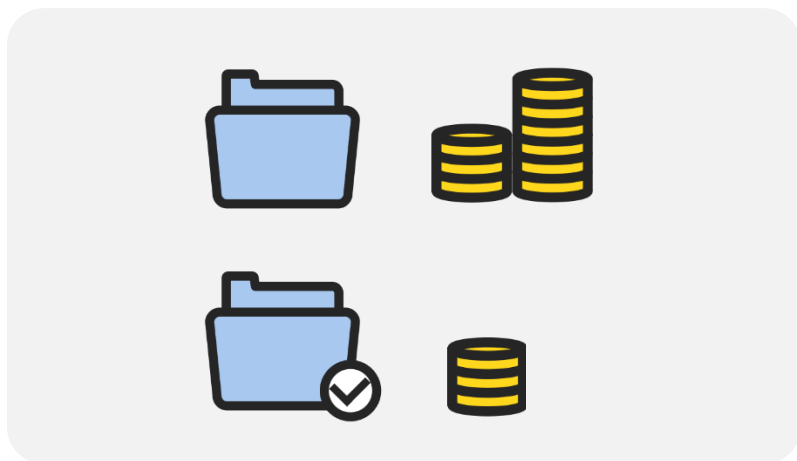


모바일뉴스피드 + IG  
Vs  
모바일뉴스피드 + 오디언스네트워크

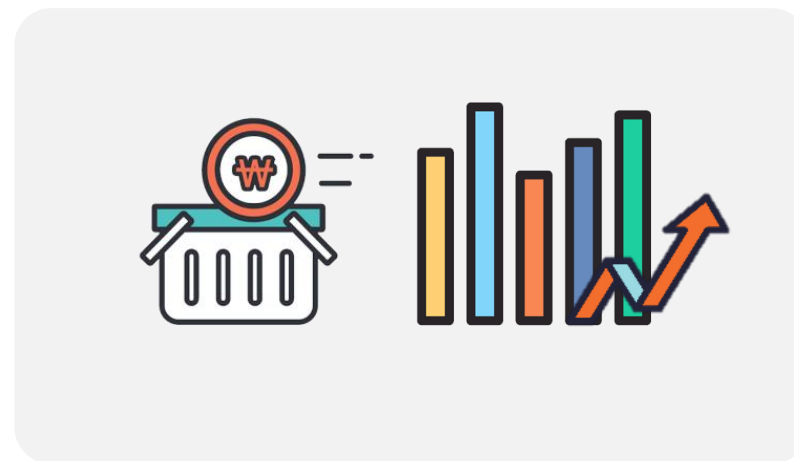
## 다양한 캠페인의 성공 요인 파악

다양한 캠페인의 전략을 비교 및 분석하기 위해 Test & Learn 솔루션이 출시되었습니다. 비즈니스 관리자 내에서 캠페인 별 효과 측정을 진행할 수 있으며, 아래 두 개의 질문에 대한 테스트를 통해 인사이트를 얻을 수 있습니다.

Q1. 어떤 캠페인이 가장 낮은 비용으로 전환을 발생시키는가?



Q2. 페이스북 광고를 통한 전환은 총 몇 건인가?



## Test & Learn 진행 과정

Test & Learn 솔루션은 특정 광고를 본 그룹과 보지 않은 그룹에게 나타나는 성과를 비교하여 광고 성과 증대를 측정하는 방법입니다. 아래 과정을 통해 페이스북 광고가 얼마나 효과가 있는지, 그 효과를 견인하는 캠페인은 무엇인지 확인할 수 있습니다. 페이스북은 이 솔루션을 시범 운영하기 시작하여 점차 롤아웃 중에 있으며, 2018년 초에는 모든 광고주들이 이용하실 수 있습니다. 페이스북을 통해 다양한 캠페인을 진행하고 있다면 Test & Learn 솔루션을 사용하여 어떤 캠페인이 가장 효과가 좋은 지 확인해보세요.



### Question

Test를 진행할 질문을 선택



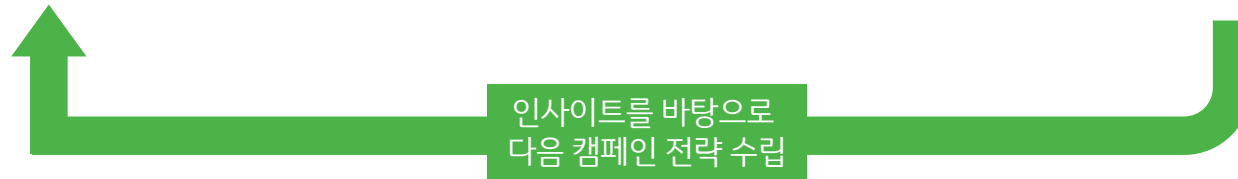
### Test

세부적인 정보들을 셋팅하고 테스트를 시작



### Learn

결과 리포트를 통하여 페이스북 광고의 효과를 확인



## 성과에 어떤 변수가 영향을 주는지 확인하고 싶은 광고주라면 분할 테스트 전환 결과를 명확히 확인하고 싶은 광고주라면 Test&Learn

분할 테스트는 변수에 따른 결과를 단기간내에 비교가 가능하므로 성과에 영향을 주는 변수를 확인하여 향후 집행하는 캠페인을 개선 시켜보세요. 또한 예산이 적거나, 캠페인이 라이브 중인 상태에서도 테스트가 가능하다는 장점도 있습니다.

Test&Learn은 Test/Control Testing 방법론을 활용하여 페이스북 마케팅이 얼마만큼의 전환을 발생시켰는지, 어떤 캠페인에서 가장 낮은 전환 당 비용으로 운영되었는지를 파악할 수 있습니다. 정확한 Lift를 파악하고자 하는 광고주라면 Test&Learn 을 활용해 보세요. 또한 유의성 있는 전환 값을 가지기 위해 볼륨이 있는 광고주도 이 테스트 툴을 활용해보시는 것을 제안드립니다. 단, 테스트 기간은 2~4주 정도 걸리고, 테스트가 완료될 때 까지 결과를 확인할 수 없는 점을 유의하셔야 합니다.

### 분할 테스트와 Test & Learn의 비교

Testing Tools	비즈니스 목적	장점	단점	활용목적
분할 테스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 동영상 조회</li> <li>· 도달</li> <li>· 트래픽</li> <li>· 앱 설치</li> <li>· 전환</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 예산이 적어도 가능</li> <li>· 캠페인 라이브 중에도 테스트 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 단순 비교</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Tactical한 캠페인 최적화</li> </ul>
Test & Learn	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 전환 결과를 측정할 때</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 정확한 lift 파악</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 예산 규모가 있어야 함</li> <li>· 테스트가 완료될 때까지 기다려야 함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 전략적 결정을 위한 큰 규모의 테스트</li> <li>· ROI 측정</li> </ul>





TREND  
REPORT