

→ Peak Places Package

Hot Spots: On the Street, On the Screen

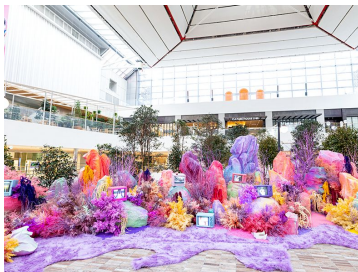
마케터가 주목하는 핫플레이스, 그곳을 공략하기 위한 오프라인 마케팅을 고민하고 계신가요?



성수



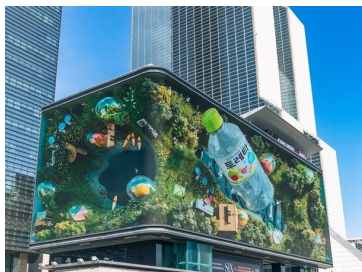
홍대



여의도



명동



삼성



강남

6개 상권
유동 인구 증가율
+2.1%

(서울시 인구 5개년 연평균 -0.7%)

6개 상권
상가 임대 가격 지수
+2.7%

(서울시 평균 1.3% 대비 2배 이상)

이렇게나 뜨거운 핫플레이스를 소비하는 두 가지 방식 오프라인으로 찾아가기와 온라인으로 알아보기



온라인 트래픽



오프라인 트래픽

6개 상권 관련
키워드 검색량
(‘25년 1H 전년비/YouTube)

OO 놀거리
+43.2%

OO 데이트
+25.3%

OO 예약
+38.5%
(Google 검색)

OO 카페
+6.9%

OO 맛집
+29.9%

OO 팝업
+20.4%

주제별 YouTube 영상
시청 시간
(‘25년 1H 전년비)

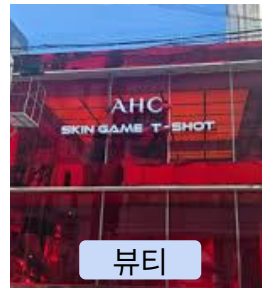
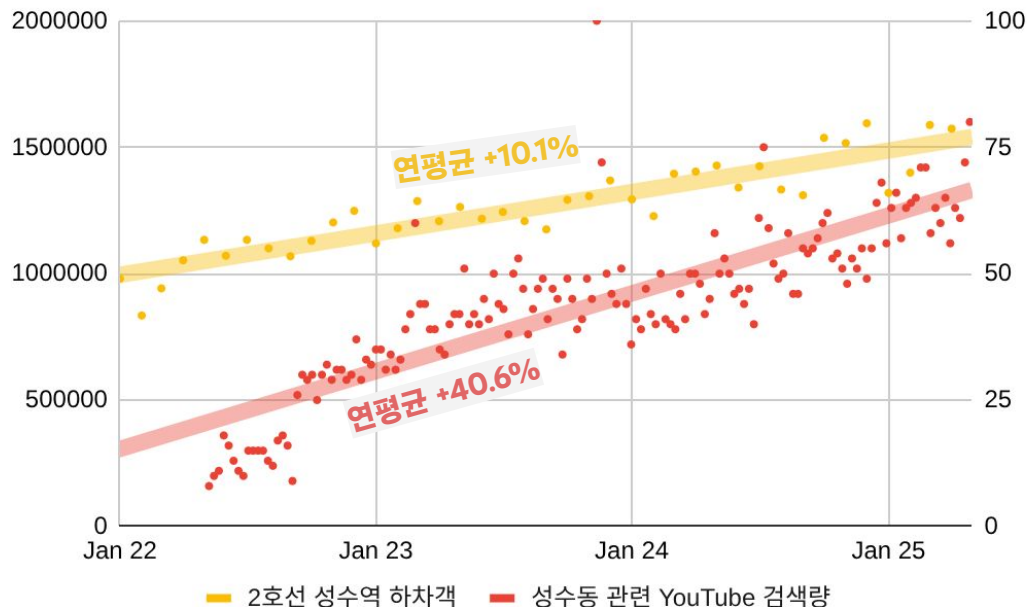


카페
+53%

파인다이닝
+253%

팝업
+12%

핫플레이스에 대한 오프라인 트래픽과 온라인 트래픽은 함께 늘어나는 경향성을 보이고 있습니다



Peak Places Package

핫플레이스를 향한 온라인 트래픽을 빈틈없이 포착하는 방법

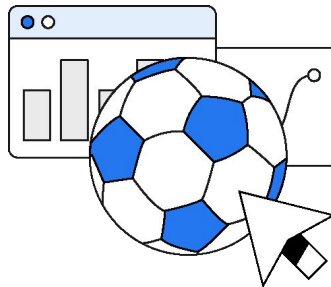
기존 타겟팅

대한민국에 사는 35세~44세의 여성 중
뷰티 제품 구매 의도가 있는 사용자를 타겟팅



Peak Places 타겟팅

성수동 등 핫플레이스를 방문하려는 사용자 혹은
핫플레이스 관련 콘텐츠를 시청하는 순간을
키워드 팩을 통해 타겟팅



Peak Places Package

핫플레이스를 향한 온라인 트래픽을 빈틈없이 포착하는 방법

핫플레이스 키워드 팩 제공

: 다양한 핫플레이스 중 관련도 높은 곳 선택 가능

성수

성수 성수동 팩토리얼 성수
성수 완당 성수 다락 무신사 성수

홍대·합정·연남·상수

홍대 놀거리 연남동 데이트
미쁘동 연하동 홍대 카페

여의도·더 현대

IFC몰 맛집 여의도 한강공원
여의도 맛집 베스트 10 여의도 타마

강남역

강남 우동 강남 카페 추천
강남 혼자 놀기 강남 거리

명동

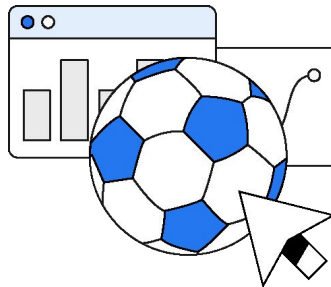
명동 길거리 음식 바리에가타 명동

삼성·코엑스

스타필드 코엑스몰 코엑스 전시회

Peak Places 타겟팅

성수동 등 핫플레이스를 방문하려는 사용자 혹은
핫플레이스 관련 콘텐츠를 시청하는 순간을
키워드 팩을 통해 타겟팅



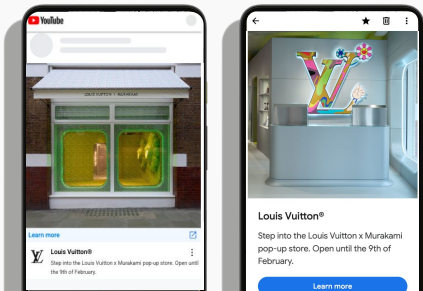
Peak Places Package

핫플레이스를 향한 온라인 트래픽을 빈틈없이 포착하는 방법

01

Peak Places Demand Gen

팝업 예약 페이지 / 판매처 트래픽 증대



웹 사이트 트래픽 또는 전환 확보 목적 캠페인

- 팝업 스토어 사전 예약 페이지 등 운영시
- 자사몰 OR 유통 채널 등 판매처 유입/구매 유도시

권장 최소 예산 2,000만 원/월

예상 클릭수: 15-30만

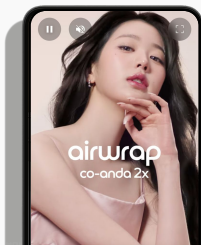
02

Peak Places Shorts

핫플 관련 Shorts 공략하는 브랜딩



핫플 관련 Vlog



Your Shorts Ad

인지도 및 구매 고려도 증대 목적 캠페인

- 팝업 스토어/오프라인 프로모션 등에 대한 인지도 형성
- 특정 지역 방문자를 대상으로 한 브랜드 고려도 제고

권장 최소 예산 2,000만 원/월

예상 노출수 : 200-500만

핫플레이스 키워드 팩

성수

홍대·합정·연남·상수

여의도·더 현대

명동

삼성·코엑스

강남역

Appendix

- 6개 주요 상권 온라인/오프라인 트래픽 분석
- 성과 측정 전략
- FAQ

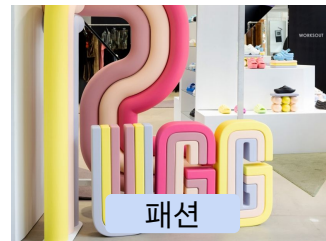
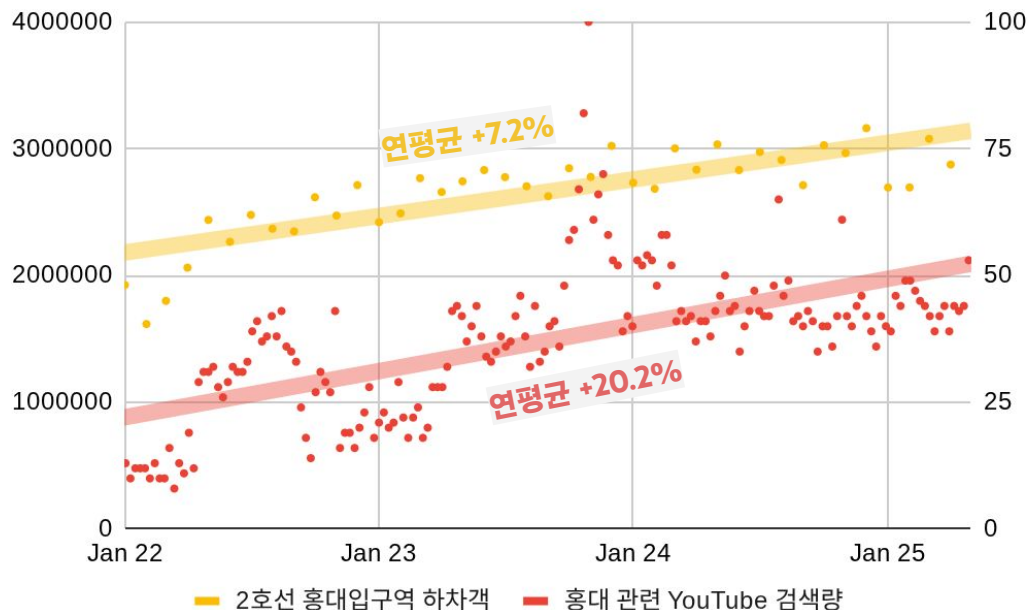
6개 주요 상권 온라인/오프라인 트래픽 분석

Peak Places Package는 현재 (i) 성수, (ii) 홍대·합정·연남·상수, (iii) 여의도·더 현대, (iv) 명동, (v) 삼성·코엑스, (vi) 강남역 등 6개 지역에 대해 준비되어 있습니다. 이후 슬라이드에서는 앞서 소개드린 성수 외 5개 지역에 대한 데이터를 소개해드립니다.

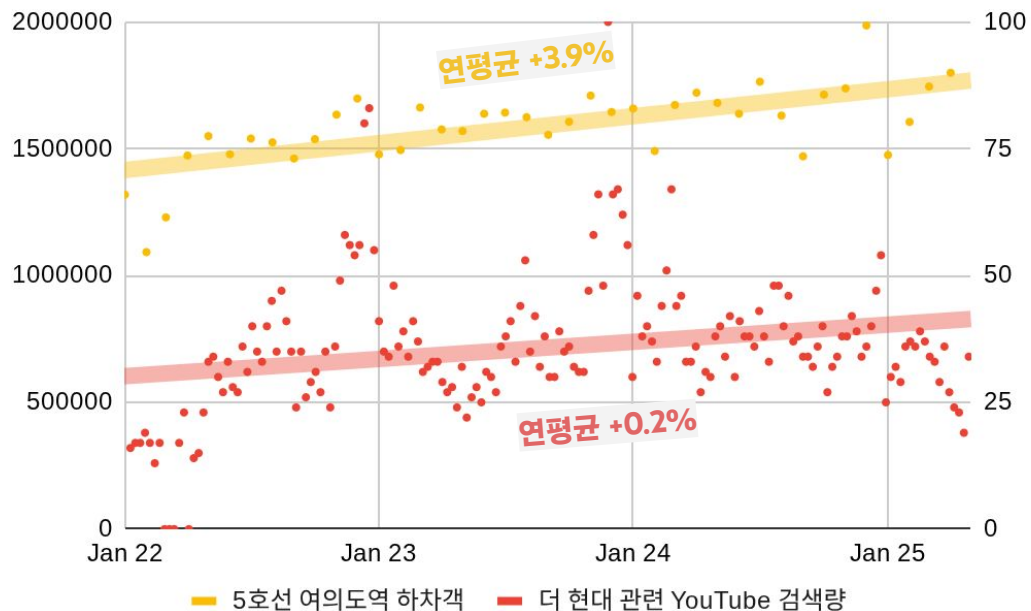
그 외 지역에 대한 패키지는 수요에 따라 추가 제작될 수 있습니다. Google 담당자를 통해 요청해주시기 바랍니다.

홍대·합정·연남·상수

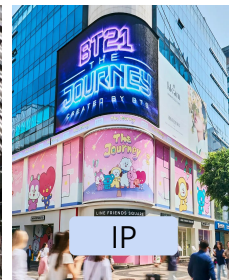
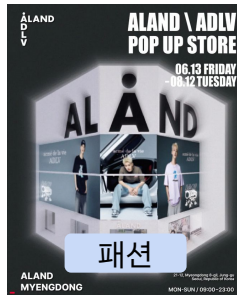
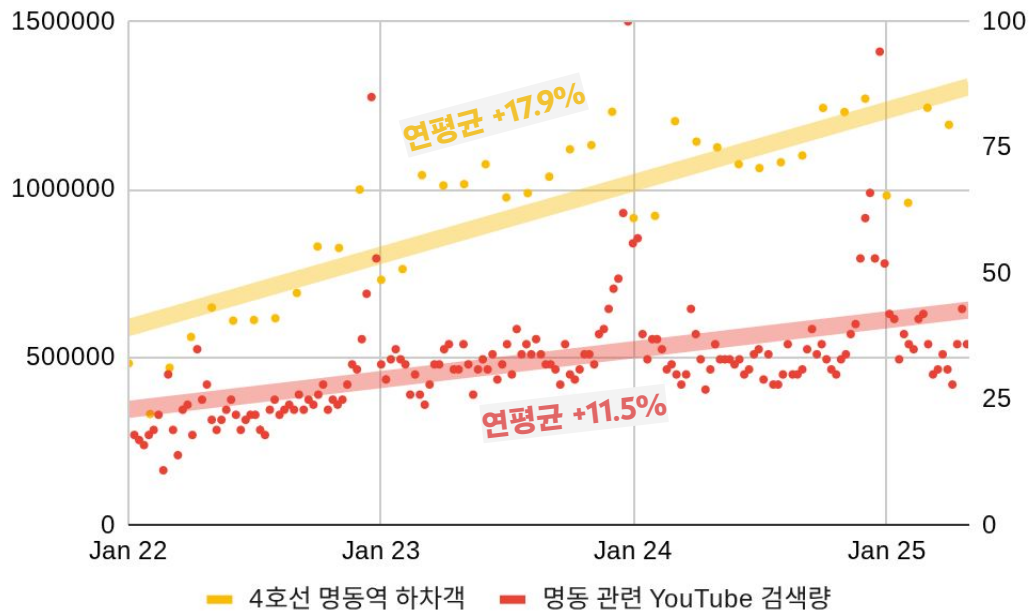
오프라인 트래픽 & 온라인 트래픽 추이



여의도·더 현대 오프라인 트래픽 & 온라인 트래픽 추이

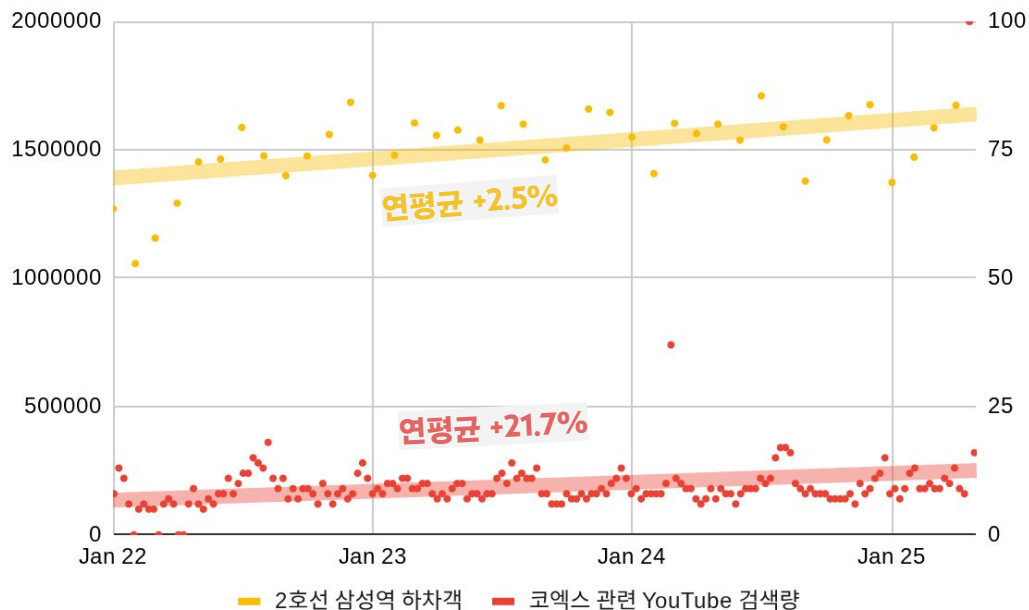


명동 오프라인 트래픽 & 온라인 트래픽 추이



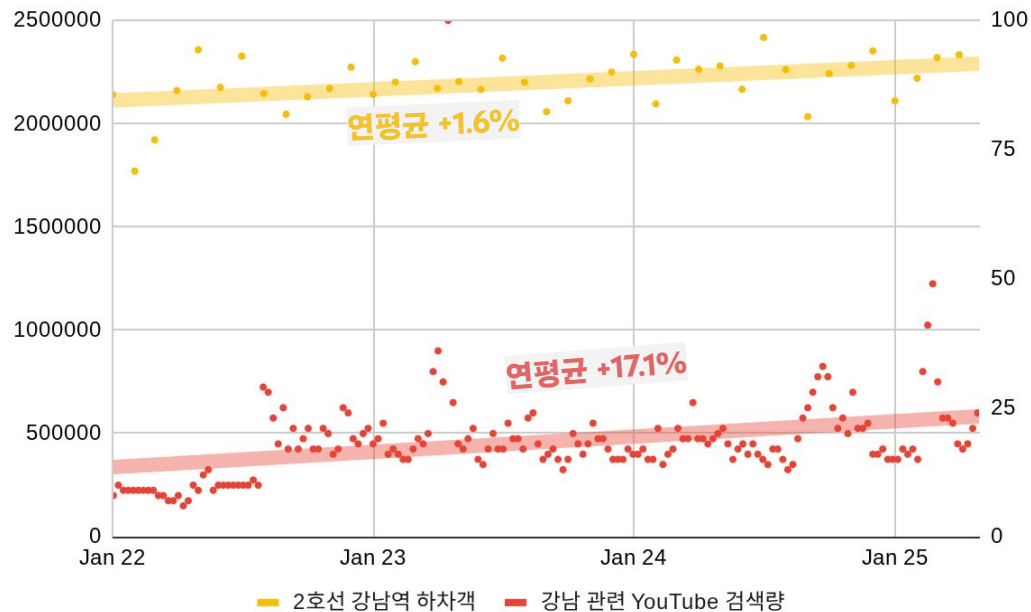
삼성·코엑스

오프라인 트래픽 & 온라인 트래픽 추이



강남

오프라인 트래픽 & 온라인 트래픽 추이



성과 측정 전략

Peak Places Package 활용시 **선택적으로** 적용할 만한 성과 측정 전략을 제안드립니다. 광고 집행 후 통상적으로 검토하는 성과 지표 외에 캠페인 효과를 보다 다각적으로 분석하는 데에 도움이 될 수 있습니다.

여기에 소개해드리는 **성과 측정 전략은 캠페인 규모와 고객사 데이터 공유 범위 등에 따라 적용 가능 여부가 달라질 수 있습니다.** 이들 성과 측정 전략을 도입하고자 하실 경우 **캠페인 시작 전 개별 Google 담당자와 미리 상의**해주시기 바랍니다.

성과 측정 전략 (1)

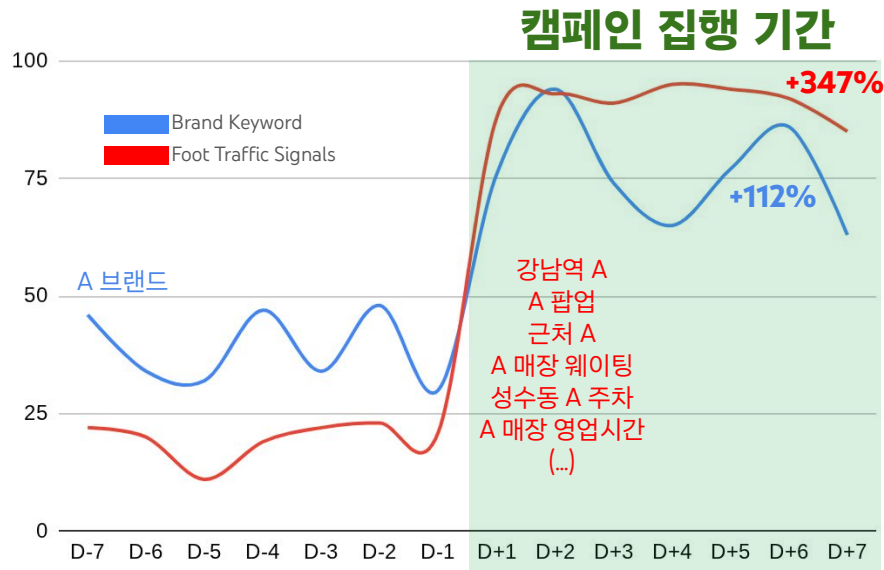
Finger to Foot Traffic Uplift Report

“이번 캠페인 이후
오프라인 매장 방문 의향은
얼마나 늘었을까?”

캠페인 전후 7일
검색량 비교

브랜드 키워드
전체

오프라인 방문 의향
키워드*



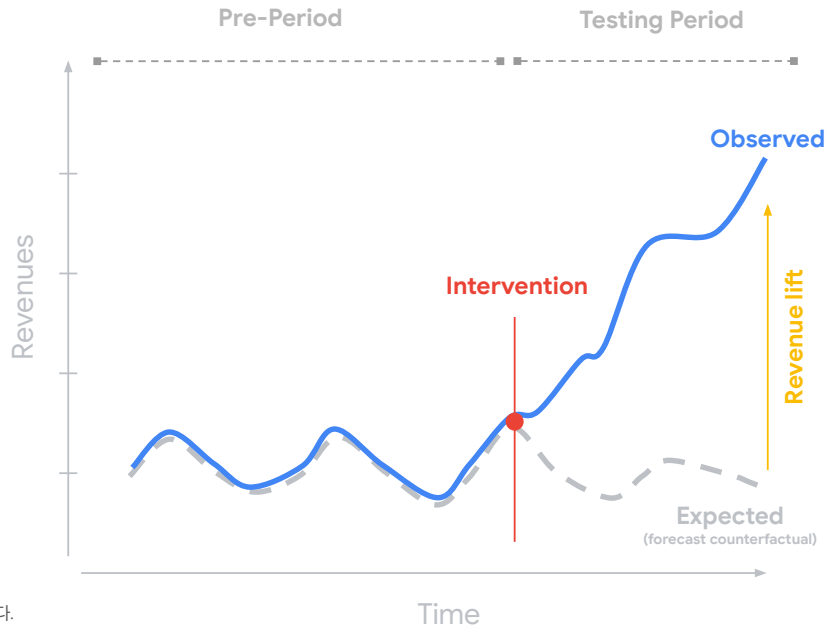
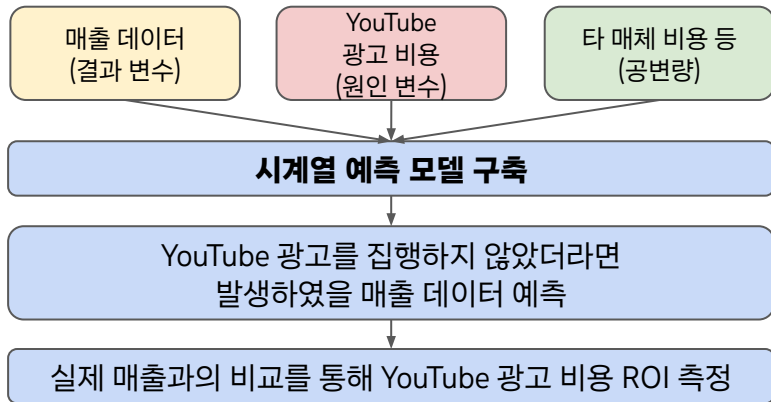
* 예시: 000 강남점, 000 팝업, 근처 000, 000 영업 시간, 000 매장 위치, 000 방문 예약, 000 웨이팅 시간, 000 플래그십 스토어

** 검색량 데이터는 최대치를 100으로 설정해 환산한 값으로 제공됩니다.

성과 측정 전략 (2)

Causal Impact Study

“픽 플레이스 패키지가
매출 증가에 기여한 바는
어느 정도일까?”



* 데이터 분석 전문 인력 등이 필요해 일부 고객사에게만 제공될 수 있습니다. 사전에 Google 담당자와 상의하시기 바랍니다.

** 상당 기간 매출, 매체별 광고비 등 데이터가 일 단위로 제공되지 않는 경우 시계열 예측 모델 제작이 어려울 수 있습니다.

*** 결과 변수와 공변량 등 연구 상세 내용은 상의를 통해 조정할 수 있습니다.

FAQ



픽 플레이스 패키지

Q. 픽 플레이스 패키지를 활용하기 위한 조건은 무엇인가요?

월 2천만 원 이상 예산이 확정될 경우 각 상권별 타겟팅을 위한 키워드 팩을 제공해드립니다.

Q. 키워드 팩은 어떻게 활용하나요?

- **디맨드젠 캠페인**에서는 **맞춤 세그먼트**를 통해 해당 키워드를 검색한 이력이 있거나 해당 키워드에 관심을 갖는 사용자들을 타겟팅하실 것을 권장드립니다.
- **쇼츠 캠페인 (VRC 혹은 VVC)**에서는 해당 키워드를 이용해 **콘텐츠 키워드 타겟팅**으로 해당 키워드와 관련된 콘텐츠를 지면으로 삼아 광고가 송출되도록 하실 것을 권장드립니다.

Q. 6개 상권 외에 또 다른 상권에 대한 키워드 팩도 있나요?

키워드 팩은 수요에 따라 추가 혹은 수정될 수 있습니다. 의견을 Google 담당자에게 전해주시면 키워드 팩 확장 등에 소중히 참고하도록 하겠습니다.

픽크 플레이스 패키지

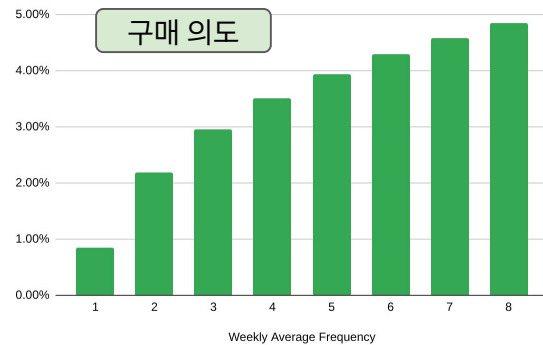
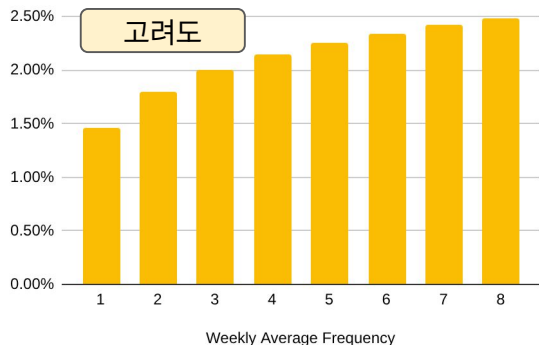
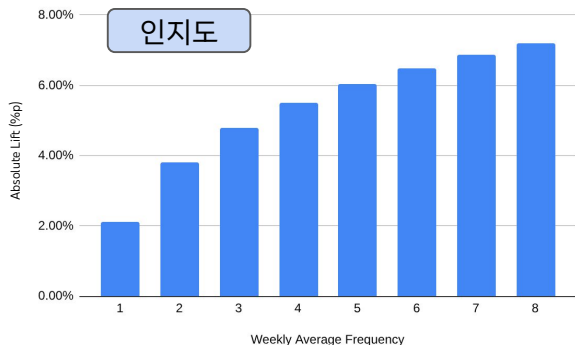
Q. 픽크 플레이스 패키지는 어떤 경우에 적합한가요?

- **픽크 플레이스 패키지**는 성수동을 포함한 주요 6개 상권을 즐겨 찾는 사용자들을 핵심 타겟으로 설정하는 모든 마케팅 캠페인에 다양한 목적으로 도입하실 수 있습니다.
- 해당 상권에 OOH, 팝업 스토어 등 오프라인 마케팅을 진행하실 때 함께 활용하거나 오프라인 마케팅을 집행하기 어려운 상황에서 해당 상권을 방문하는 잠재 고객을 공략하고자 할 때 유용합니다.
 - **픽크 플레이스 디맨드젠** 캠페인은 트래픽 혹은 전환 확보가 중요할 때 적합합니다. 보다 자세한 브랜드 스토리 전달 및 고객 참여 유도 혹은 매출 증진이 목표일 때 권장드립니다. 팝업 스토어 등을 운영하시는 경우 방문 예약 페이지 등을 랜딩 페이지로 운영하는 전략도 구사하실 수 있습니다.
 - **픽크 플레이스 쇼츠** 캠페인은 브랜드 인지도와 고려도를 높이하고자 할 때 적합합니다. 팝업 방문 후기, 맛집 소개 등 주요 상권과 관련된 쇼츠 콘텐츠를 시청하는 순간에 브랜드를 배치함으로써 해당 상권과 브랜드 사이의 연관성을 강화할 수 있습니다.

픽크 플레이스 패키지

Q. 오프라인 마케팅과 픽크 플레이스 패키지를 함께 활용하면 어떤 효과가 있을까요?

- 단일 채널을 통해 광고를 접한 경우에 비해 3개 이상의 채널을 통해 광고를 접한 경우 전환율은 약 2.9 배 높습니다.* OOH, 팝업 스토어 등 오프라인 마케팅을 접하기 전후 해당 지역 관련 콘텐츠를 탐색하는 잠재 고객들이 디지털 공간에서도 광고를 접하도록 해 광고 효과를 강화할 수 있습니다.
- 광고에 대한 노출 빈도가 올라감에 따라 브랜드 인지도와 고려도, 구매 의도가 모두 유의미하게 증가하는 경향성을 보입니다.** 개개인의 방문 빈도가 그리 높지 않은 곳에서 오프라인 마케팅을 전개하는 경우 디지털 마케팅은 노출 빈도를 끌어올리는 좋은 수단이 될 수 있습니다.



성과 측정 전략

Q. 성과 측정 지원을 받기 위한 조건은 무엇인가요?

- 성과 측정 지원 가능 여부에 대해서는 Google 담당자와 개별적으로 상의해주시기 바랍니다. 캠페인 기획 단계에서 미리 문의해주실 것을 권장드립니다.
- 예산 규모와 고객사 매출/매체별 마케팅 예산 등 데이터 공유 범위에 따라 지원 가능 여부가 달라질 수 있습니다. 이에 따라 성과 측정 지원이 제공되지 못할 수 있는 점 양해 부탁드립니다.
- **월 2천만 원 예산은 피크 플레이스 패키지 키워드 팩 제공을 위한 요건**입니다. 성과 측정 지원과는 독립적으로 제공됩니다.

→ **THANK YOU** ✨

Hot Spots: On the Street, On the Screen