

Meta Conversions API 도입으로 CPA 및 ROAS 개선

Challenge

Gentle Monster는 글로벌 트렌드를 선도하는 브랜드로서 디지털 마케팅 활동에 대한 소비자들의 반응을 면밀히 분석해 왔습니다. 개인정보 보호를 위한 각종 제한이 생겨나며 디지털 환경 전반에서 쿠키의 사용이 어려워짐에 따라 정확한 광고 효과 측정에 어려움이 발생하게 되었습니다. Gentle Monster는 보다 정확한 성과 데이터 확보를 위한 방안을 찾고 있었습니다.

Solution

Jellyfish Analytics 팀은 서버 기반의 Meta Conversions API(CAPI) 세팅을 통해 브라우저에서 전송되던 픽셀 전환 이벤트 데이터 유실을 최소화하고, 고품질 데이터 수집으로 타겟팅의 정확도를 높여서 사용자 데이터 품질이 전체적으로 향상될 수 있도록 개발팀과 협업 하에 세팅을 진행했습니다. 그리고 상시 진행되는 구매 전환 목표 캠페인의 성과 데이터를 체크해서 CAPI 도입 전후 변화를 측정하였습니다.

결과적으로, CAPI 도입 후 더 많은 구매건수가 보고됨에 따라 각종 성과 지표가 향상되었고 이로 인해 ROAS 지표도 크게 개선되었습니다. CAPI 도입으로 인해 각종 이벤트를 더욱 정확히 축적하게 됨으로서, 기존 대비 추가 수집된 데이터가 캠페인 입찰 및 타겟팅 능력을 향상 시켰음을 확인하였습니다.

“웹 브라우저의 3rd Party 쿠키를 활용한 타겟팅이 점점 제한되면서 데이터 유실을 최소화하고 고관여 유저의 타겟팅 정확도를 높일 수 있는 솔루션이 필요했는데, 서버 기반의 ‘Conversion API’ 도입 후 데이터 품질이 개선되었고 결과적으로 ROAS(Return on Ad Spend) 가 크게 향상되었습니다.”
– 젠틀몬스터 마케팅 매니저

122%

Increase in Return on Ad spend

50%

Decrease in average CPA (Purchase)

52%

Additional Purchase conversion reported

GENTLE MONSTER

