

야놀자, GA4 예측 모델링(Predictive Modeling)으로 캠페인 효율성 극대화

과제

야놀자는 숙박, 레저, 교통, 맛집, 쇼핑 등 여가와 관련된 모든 서비스를 제공하는 글로벌 여가 앱입니다. 야놀자는 신규 앱 설치를 위해 배정된 광고 예산의 효율성을 최적화할 수 있는 새로운 방법을 모색하고자 했습니다.

솔루션

젤리피쉬코리아 팀은 야놀자와 GA4의 예측 모델링(Predictive Modeling) 기능을 활용하여 새로운 타겟 고객을 발굴하고 광고 효율을 높일 수 있는 가능성을 탐색하기 위해 협력했습니다

- 야놀자 앱에 GA4를 도입하여, 앱 내 전체 사용자 여성과 핵심 성과 시그널(예약)을 완벽하게 측정할 수 있도록 설정했습니다.
- GA4의 AI 모델이 수집된 사용자 앱 데이터를 학습하고 훈련할 수 있도록 28일간의 기간을 할당했습니다.
- 학습 기간이 지난 후, GA4는 향후 7일 이내에 구매할 가능성이 높은 고객을 예측할 수 있게 되었습니다.
- Native Integration 기능을 활용해 새롭게 쓰였던 오디언스를 Google Ads에서 활성화하고, Google Ads 앱 설치 캠페인을 통해 테스트를 진행했습니다.

"GA4의 예측 모델링을 활용한 후, 컨트롤 그룹 대비 더 높은 설치 수와 우수한 CPI (Cost per Install) 효율을

확인했습니다. 중장기적으로 최적화 작업을 거친 기준 캠페인들과 비교해도 손색없는 성과입니다. 향후 이 접근 방식을 iOS 캠페인으로도 확장할 계획입니다"

- 차승원, 야놀자 퍼포먼스 광고 팀장

33%

컨트롤 그룹 대비 CPI
33% 감소

