

Meta 광고 솔루션 활용 전략

성공사례로 본 뷰티 업종 캠페인 노하우

※ 본 자료는 Meta와 파트너십을 통해 진행된 캠페인 기반 세일즈 가이드입니다



INDEX

01

Market & Trend

Market / Customer

02

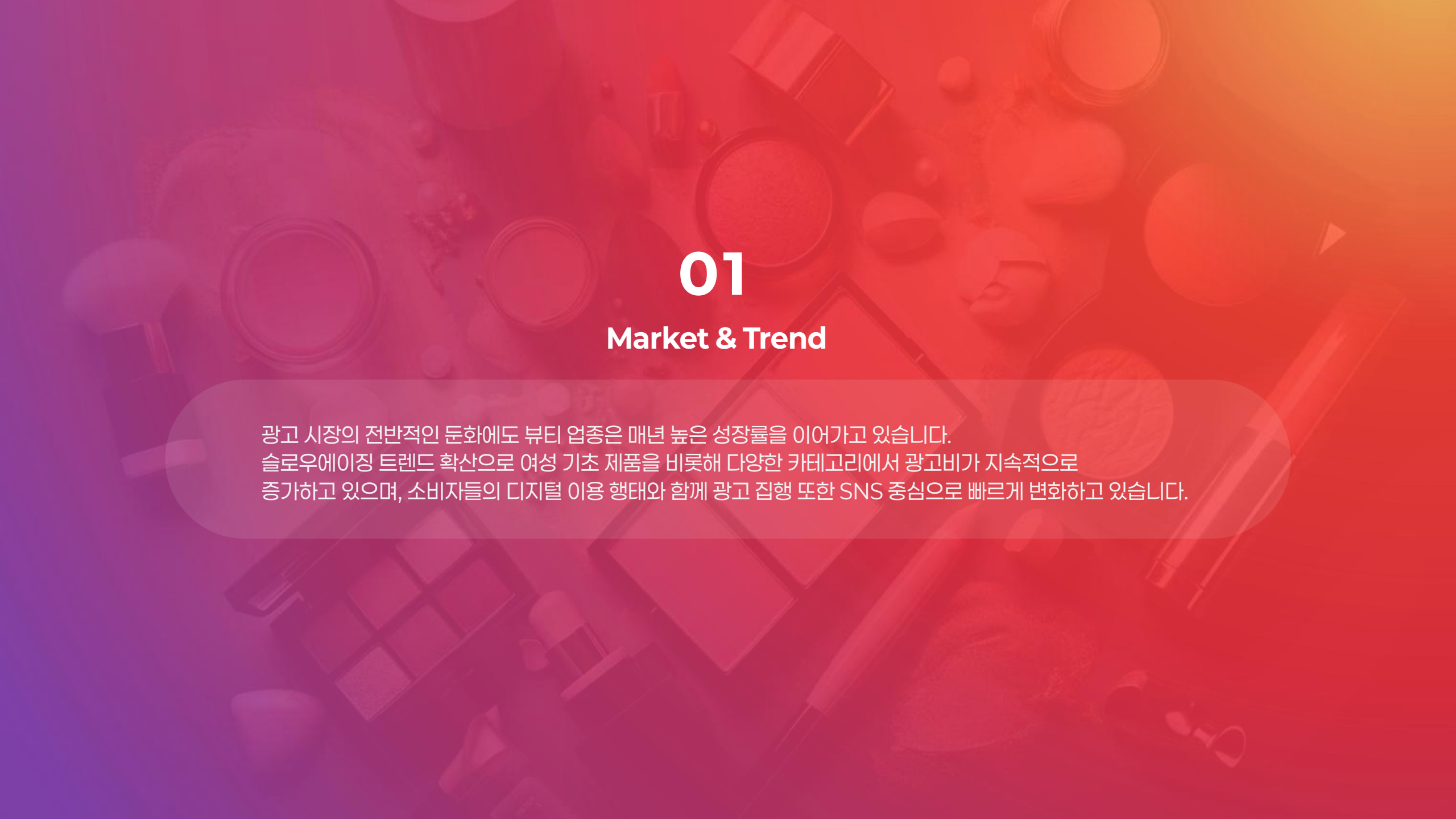
Why Meta ?

No.1 Meta / Creator / Solution

03

Case Study

M3 / 협력광고 / 파트너십 광고



01

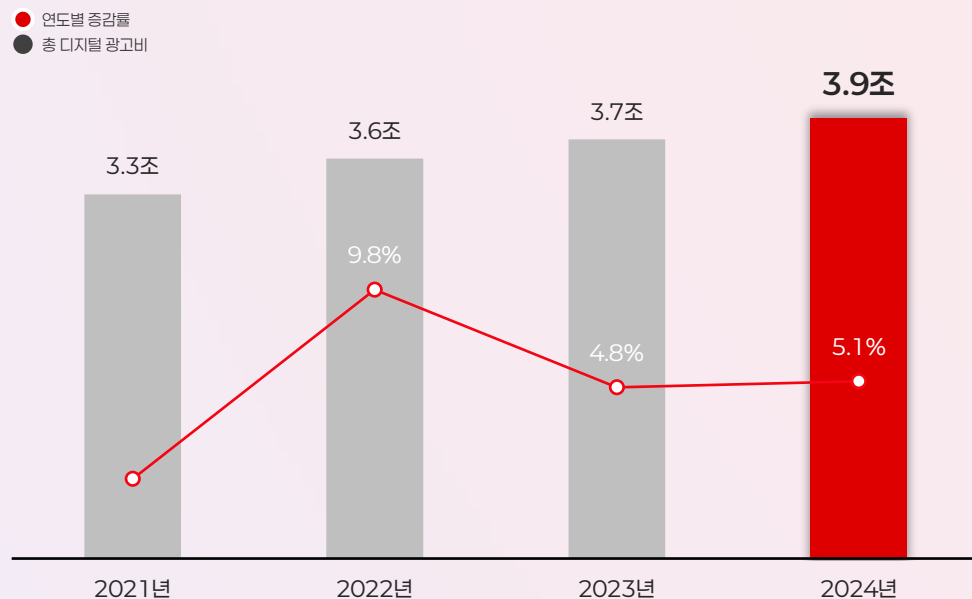
Market & Trend

광고 시장의 전반적인 둔화에도 뷰티 업종은 매년 높은 성장률을 이어가고 있습니다. 슬로우에이징 트렌드 확산으로 여성 기초 제품을 비롯해 다양한 카테고리에서 광고비가 지속적으로 증가하고 있으며, 소비자들의 디지털 이용 행태와 함께 광고 집행 또한 SNS 중심으로 빠르게 변화하고 있습니다.

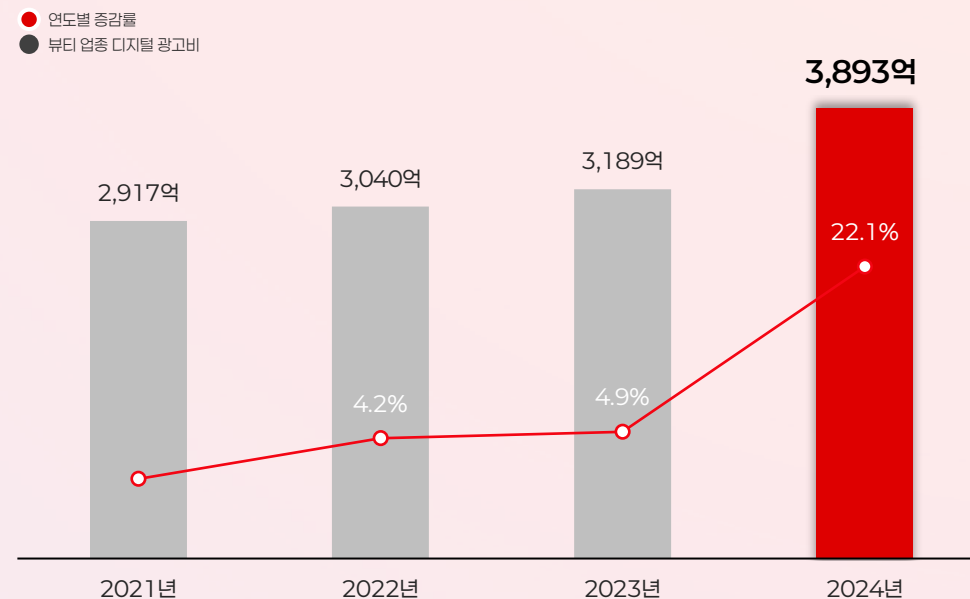
디지털 광고 시장의 둔화 속 뷰티 업종 차별화된 성장세

디지털 광고 시장은 지속 성장하고 있으나 21년 이후 성장 둔화되고 있는 추이
반면, 뷰티 업종은 지속 성장중으로 24년 22.1%로 높은 성장률을 보이며 광고 시장 내 점유율 확대되고 있음

디지털 광고 시장 - 성장둔화



뷰티 업종 디지털 광고 시장 - 고속성장

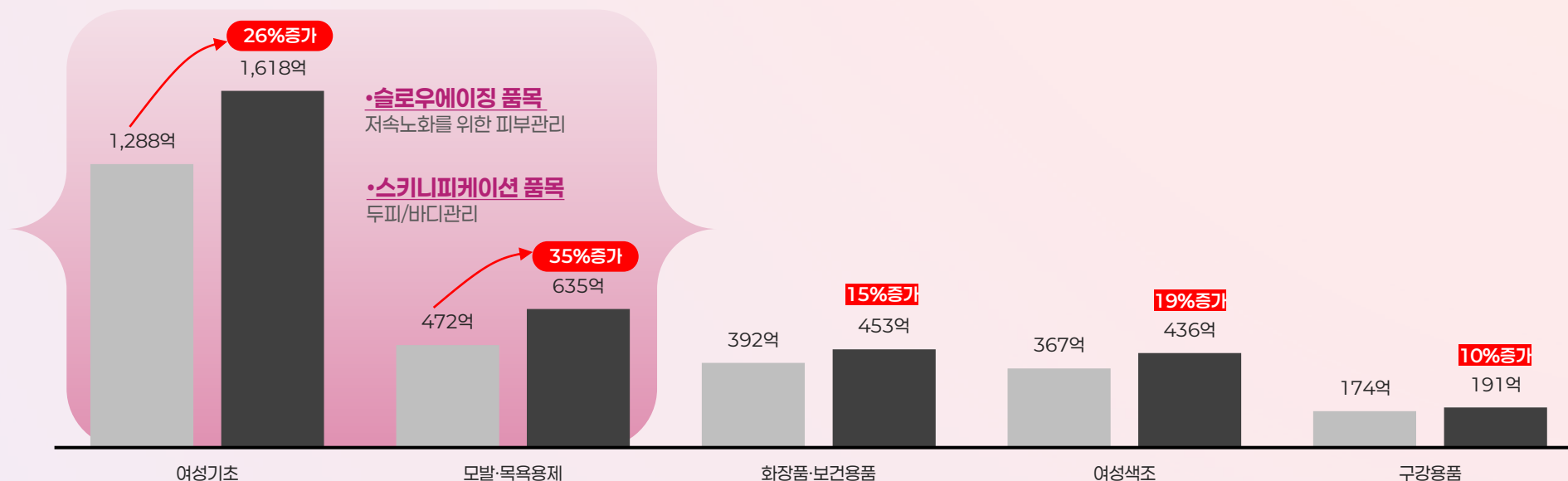


슬로우에이징에서 스킨피케이션 트렌드로 확산

K뷰티의 지속적인 성장과 함께 뷰티 업종 주요 카테고리에서 10% 이상 성장
스킨피케이션이 새로운 트렌드로 떠오르며 모발 및 두피, 바디용품까지 성장 가속화 범위 확대
(*skinification)

뷰티 업종 카테고리별 디지털 광고비 (2023~2024)

● 2023년
● 2024년



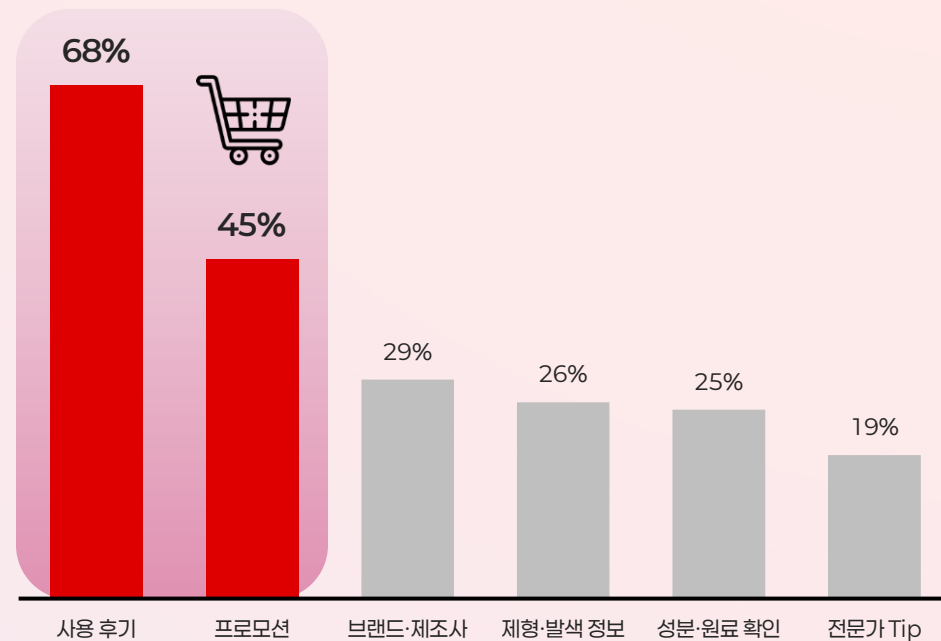
뷰티 업종 정보 탐색·획득 채널 SNS 1위

SNS 채널을 통해 정보 탐색이 주로 진행되고 있으며, 2030의 경우 60% 이상 차지
사용후기·프로모션 등 직접적인 제품 구매와 연관된 정보 검색 유형이 높게 분석 됨

연령별 뷰티 정보 검색 채널

순위	전연령 토탈	20대	30대	40대
1	SNS (53%)	SNS (63%)	SNS (60%)	온라인쇼핑몰
2	온라인쇼핑몰	동영상채널	온라인쇼핑몰	포털사이트
3	동영상채널	온라인쇼핑몰	주변인·지인	주변인·지인
4	주변인·지인	주변인·지인	동영상채널	SNS (34%)
5	포털사이트	포털사이트	포털사이트	동영상채널

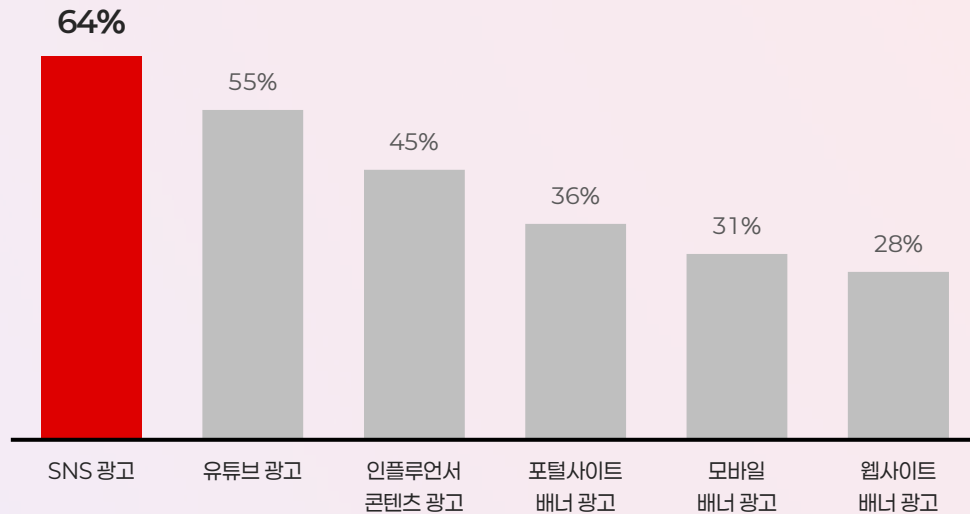
뷰티 정보 검색 유형



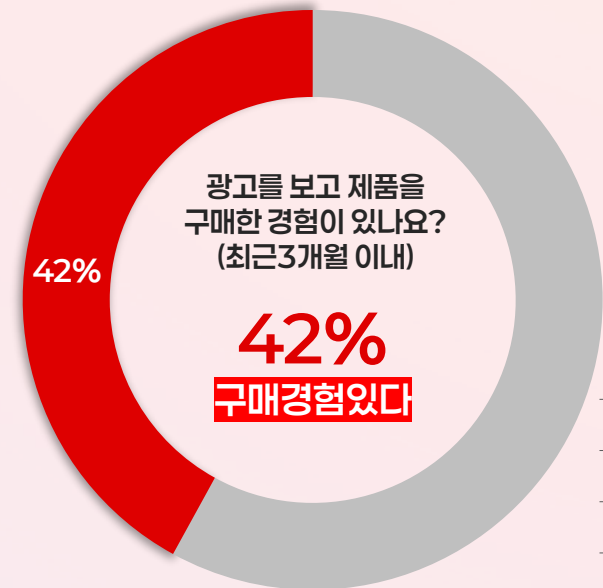
직접적인 제품 구매로 이어지는 뷰티 광고

SNS를 통해 진행되는 뷰티 광고가 소비자에게 가장 높게 인식되고 있으며,
광고를 통해 제품 경험까지 이어진 경우가 42%로 광고 효과가 매우 높은 업종으로 분석 됨

광고를 주로 접하는 채널

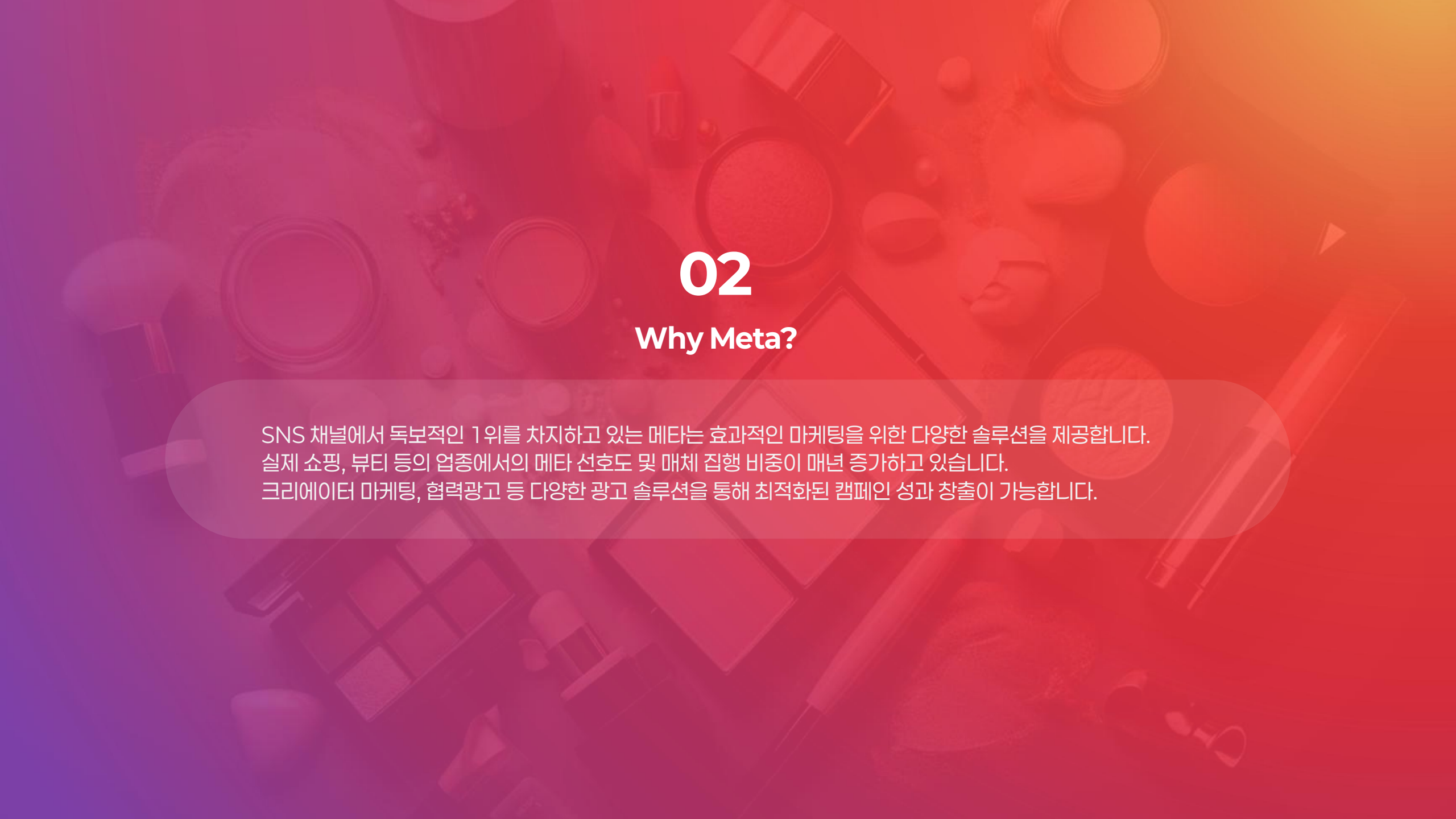


광고를 통한 제품 구매 경험



연령별 상세 데이터

20대	39%
30대	49%
40대	39%



02

Why Meta?

SNS 채널에서 독보적인 1위를 차지하고 있는 메타는 효과적인 마케팅을 위한 다양한 솔루션을 제공합니다. 실제 쇼핑, 뷰티 등의 업종에서의 메타 선호도 및 매체 집행 비중이 매년 증가하고 있습니다. 크리에이터 마케팅, 협력광고 등 다양한 광고 솔루션을 통해 최적화된 캠페인 성과 창출이 가능합니다.

No.1 SNS Meta

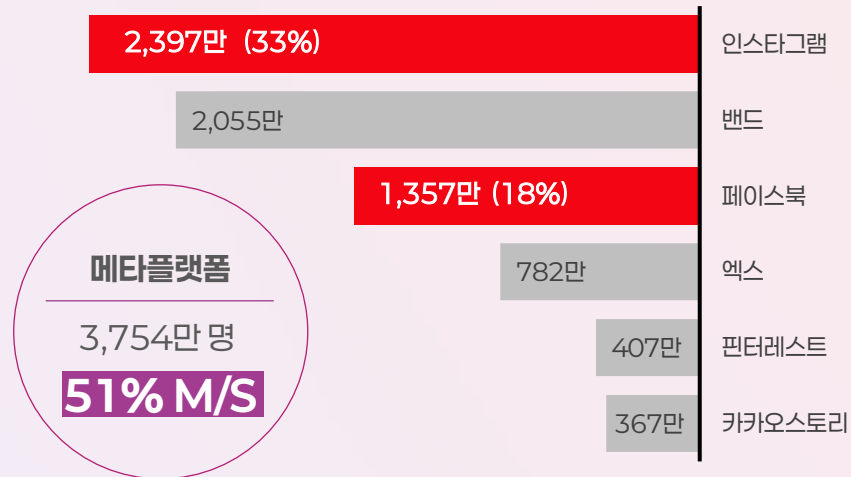
인스타그램은 이용자 현황 및 이용 시간에서 모두 1위 이용률을 보임
그 외 메타의 페이스북, 스레드 채널 또한 상위권을 유지하며 SNS 채널로는 독보적인 입지 확보



TIP

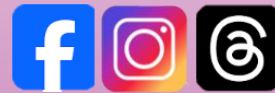
SNS사용률이 높은 뷰티 소비자 공략 시 최우선 채널로 메타 플랫폼 우선 고려

국내 SNS 이용자 현황

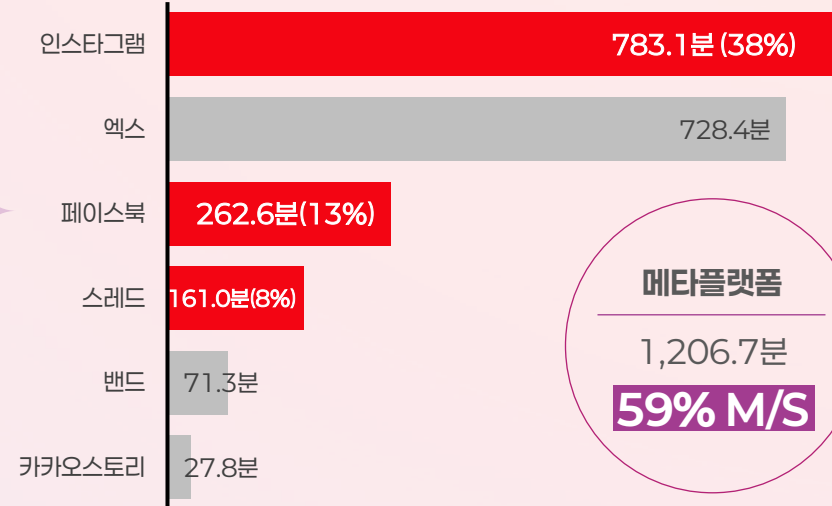


1위
인스타그램

메타플랫폼
50%이상점유



국내 SNS 이용시간 (월평균)



No.1 뷰티·커머스 광고주 선호도

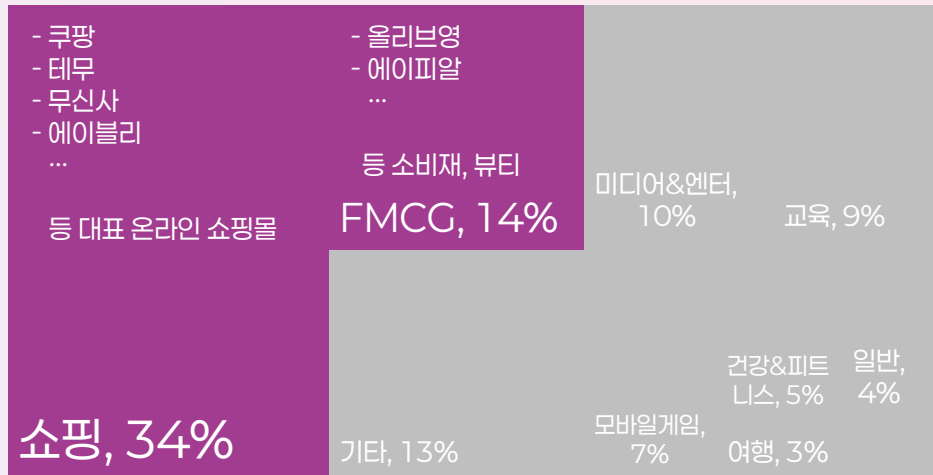
쇼핑, FMCG(뷰티·소비재)와 같은 온라인에서 직접 구매가 이뤄지는 업종에서 메타 선호도 높음
또한, 뷰티 업종이 타 업종 대비 2배 이상 메타 집행 비중이 높은 것으로 분석 됨



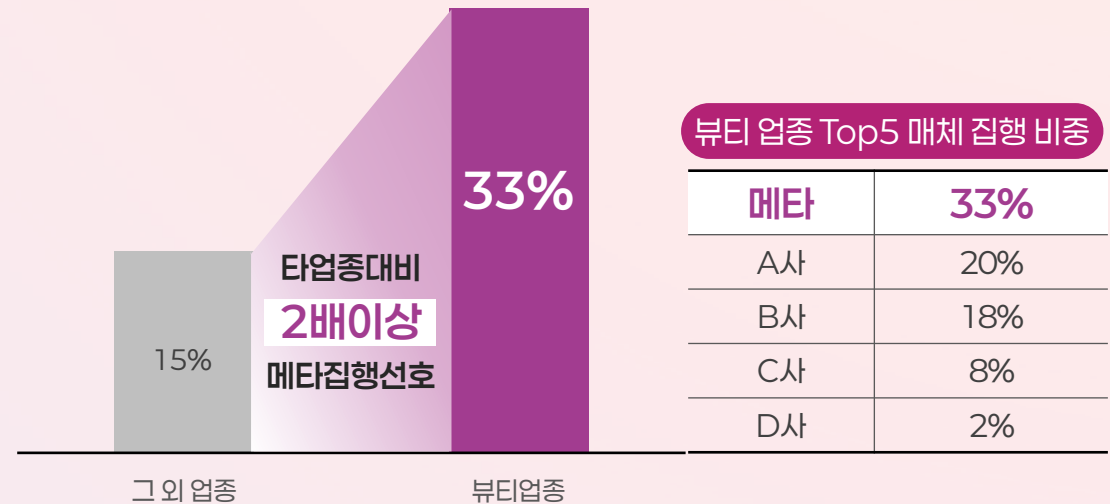
TIP

구매전환이 필요한 캠페인 진행 시 타매체 대비 선호도가 높은 메타 플랫폼 고려

주요 업종 – 메타플랫폼 광고 집행 비중 (시장전체)



뷰티 업종 – 메타플랫폼 광고 집행 비중 (자사기준)



No.1 크리에이터 마케팅 채널

뷰티 업종의 SNS 선호도와 함께 크리에이터 활용한 마케팅이 가파른 속도로 증가
효과적인 브랜드-크리에이터 협업 위한 '인스타그램 크리에이터 마켓플레이스' 도입으로 성장 지원 중



TIP

브랜드에 대한 이해도가 높은 크리에이터 활용 시 최적의 마케팅 성과 달성 가능

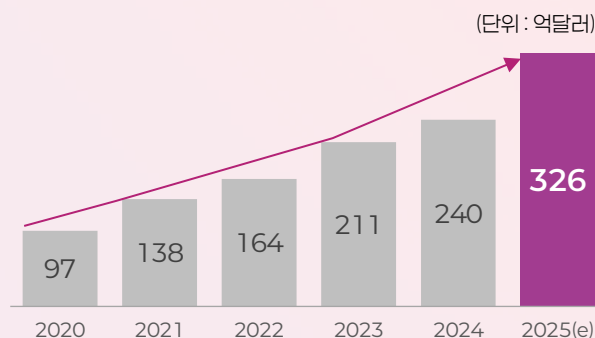
크리에이터 마케팅채널 선호도 1위



전체 응답 크리에이터
91% 인스타그램 선택

전체 응답 브랜드
84% 인스타그램 선택

크리에이터 마케팅 고속성장



SI기반 크리에이터 마케팅 도구



No.1 최적화된 광고 솔루션

브랜드의 캠페인 목적에 따라 다양한 광고 운영 전략 및 광고 솔루션 제공
 브랜딩-크리에이터마케팅-퍼포먼스 등 최적화된 광고 솔루션을 통해 실질적인 비즈니스 성과 달성

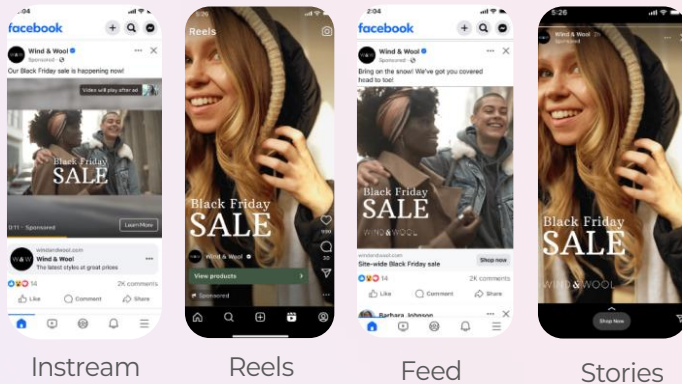


TIP

뷰티 브랜드 성과 개선을 위해 3가지 솔루션(M3, 협력광고, 파트너십 광고) 강력 추천

Meta Moment Maker (M3)

단기간 브랜딩 효과 극대화를 위한 메타 활용 운영 전략



3~5일 짧은 기간 내 메타의 주요 지면 장악

타겟 고객의 40% ~ 60% 커버

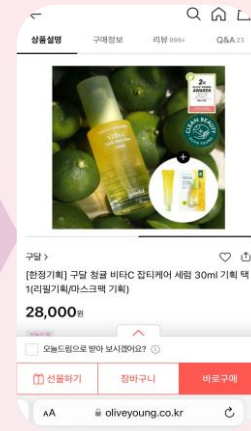
협력광고

이커머스사협업을 통한 성과형 커머스 광고 솔루션



브랜드의 인스타그램 광고 노출

리테일러사
페이지 이동
(리타겟팅 &
성과 측정 지원)



제품구매 가능한 사이트로 링크

구매 의도가 높은 소비자의 직접 구매 전환 유도

파트너십 광고

Meta AI 기반 크리에이터 마케팅 솔루션



브랜드 계정과 크리에이터
계정 동시노출

- 다양한 캠페인 목표에서 지원
- 잠재 고객에 효과적으로 추가 도달
- 광고에 대한 더 높은 유저 반응을
- 크리에이터 팔로워 리타겟팅 가능

브랜드-크리에이터 양측 데이터를 활용하여 성과 향상

03

Case Study

디지털 트렌드 변화에 맞춰 뷰티 업종에서 주목해야 하는 메타의 대표 광고 솔루션을 활용한 성공사례를 개발하였습니다. M3 캠페인 운영 전략, 협력광고, 파트너십 광고를 국내·외 대표 뷰티 브랜드와 함께 진행하였으며, 각 브랜드의 성공사례별 캠페인 운영 전략과 성과 지표를 통해 마케팅 인사이트를 확인할 수 있습니다.

BEST
Practice

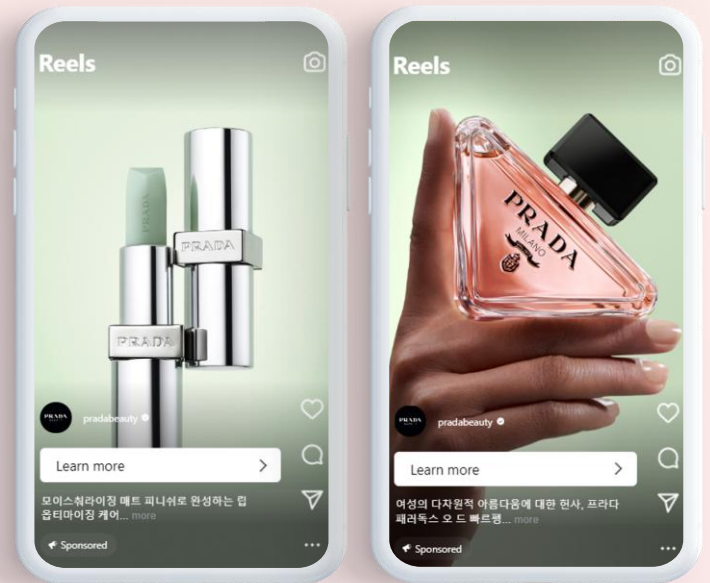


CJ메조미디어 집행 사례(24.8)

M3 X 프라다 뷰티

Meta Moment Maker(M3) 프라다 뷰티 코리아 국내 런칭 성공사례

프라다 뷰티는 국내 런칭 시점에 임팩트 있고 효율적인 미디어 운영을 통해 브랜드 인지도를 극대화하는 것을 목표로 하였습니다. 이를 위해 캠페인 시작 초반 5일 동안 Meta Moment Maker(M3)를 집중 활용하였으며, 그 결과 기존 집행 캠페인 대비 추가 도달을 크게 확보할 수 있었습니다. 특히 M3는 단기간 내 다양한 메타 지면에 주목도 높은 노출을 통해 더 많은 잠재고객에게 효과적으로 도달할 수 있도록 하였으며, 이를 통해 브랜드 인지도와 구매 의도까지 유의미하게 상승하는 성과를 기록하였습니다. 단순히 도달 규모를 확장한 것을 넘어, 캠페인 메시지가 소비자들에게 공감을 얻었음을 확인할 수 있었습니다.



[캠페인성과]

추가 도달률

42.3%

브랜드인지도

+3.9 Point

구매의도

+4.1 Point

☑ M3 신규 도달 성과 Insight

M3 캠페인 도달의 42.3%가 다른 캠페인과 중복되지 않는 순수한 신규 도달로 확인

BEST Practice



CJ메조미디어 집행 사례(25.7)

협력광고 X 나인위시스

어드밴티지+ 판매 캠페인(A+SC) 적용 캠페인 퍼포먼스 성과를 향상시킨 성공사례

스킨케어 브랜드 나인위시스는 주요 판매 채널인 올리브영에서의 판매 증대를 위해 협력광고를 진행해오고 있었습니다. 캠페인의 성과 개선과 소비자 접점 확대 방안을 지속적으로 고민해오고 있던 중에 기존 적용하지 않았던 메타의 자동화 솔루션 어드밴티지+ 판매 캠페인(A+SC) 기능을 적용한 협력광고 캠페인으로 A/B 테스트를 제안하여 진행하였습니다. A+SC 기능을 적용한 협력광고 캠페인에서 구매 당 비용, ROAS 등의 주요 판매 성과 지표가 전반적으로 개선되었을 뿐만 아니라 특히 기존 대비 확장된 타겟 라인과 노출 위치에서 더 높은 성과를 기록하며 성공적으로 전체 퍼포먼스를 크게 개선하였습니다.



[캠페인성과]

- A+SC : 어드밴티지+예산, 타겟, 노출위치 ON
- non A+SC : 어드밴티지+예산 ON
- 어드밴티지+ 타겟, 노출위치 OFF
(타겟제한, 인스타그램에만 노출)

구매 당 비용

-19%

ROAS

+36%

구매 건 수

+23%

장바구니담기 비용

-8%

BEST
Practice



CJ메조미디어 집행 사례(25.7)

협력광고 X 비페스타

어드밴티지+ 판매 캠페인(A+SC) 적용 신규 도달 확대와 구매개선 동시 달성된 성공사례

클렌징 전문 브랜드 비페스타는 올리브영 채널에서의 제품 노출 확대, 제품 페이지 유입, ROAS 효율 증대라는 다양한 목표로 메타 협력광고 캠페인을 운영하고 있었습니다. 그 중에서도 1순위 KPI인 ROAS 효율 증대를 위해 기존에 적용하지 않았던 메타의 자동화 솔루션 어드밴티지+ 판매 캠페인(A+SC) 기능을 활용하여 A/B 테스트 캠페인을 진행하였습니다. A+SC를 적용한 협력광고 캠페인에서 구매 성과가 개선되었을 뿐만 아니라 기존 도달하지 못했던 잠재고객에게 도달하며 추후 캠페인의 장기화에 따라 부족해질 수 있는 잠재고객을 효과적으로 확보할 수 있는 브랜드 인사이트를 발굴할 수 있었습니다.



[캠페인성과]

- A+SC : 어드밴티지+예산, 타겟, 노출위치 ON
- non A+SC : 어드밴티지+예산, 타겟, 노출위치 OFF
- 어드밴티지+ 타겟, 노출위치 OFF
(타겟 제한, 인스타그램에만 노출)

구매 당 비용

-3%

구매 건 수

+3%

도달 당 비용

-31%

도달 수

+46%

BEST Practice

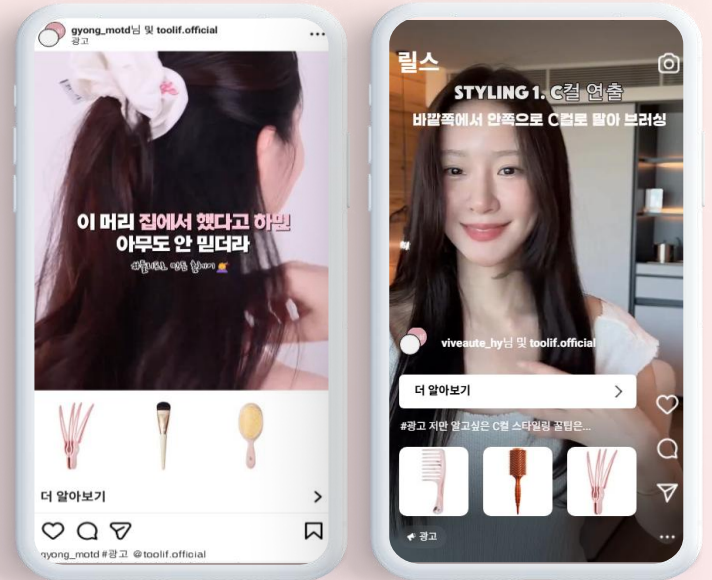


CJ메조미디어 집행 사례(25.7)

파트너십 광고 X 툴리프

파트너십 광고 소재 추가 활용 다양한 파트너십 광고로 구매 효율 개선된 성공사례

토탈 뷰티&라이프스타일 브랜드 툴리프는 다양한 유통 채널을 통해 제품 홍보와 판매 목적의 캠페인을 진행하고 있었습니다. 노출·판매증대·정확한 광고 성과 측정을 위해 제품 주요 판매 채널인 쿠팡의 협력광고 캠페인을 진행하게 됐습니다. 기존에 툴리프는 다양한 뷰티 크리에이터와의 협업을 통해 파트너십 광고 소재를 많이 확보하고 있었으나 일반 광고에 한하여 활용하고 있었습니다. 이를 쿠팡 협력광고에도 추가 적용 후 A/B 테스트를 진행하게 되었으며, 이 후 구매 효율이 가파르게 개선되고 다양한 소재 활용이 효율 개선에 크게 기여한다는 것을 확인할 수 있었습니다.



[캠페인성과]

- 기존 협력광고 진행시 일반 광고 소재로만 집행
- 소재 활용도 검증 위해 A/B 테스트 진행
 - 테스트A) 일반 광고 소재 운영
 - 테스트B) 일반광고 + 파트너십 광고 추가 운영

구매 당 비용

-26%

ROAS

+30%

구매 건 수

+35%

장바구니 담기 당 비용

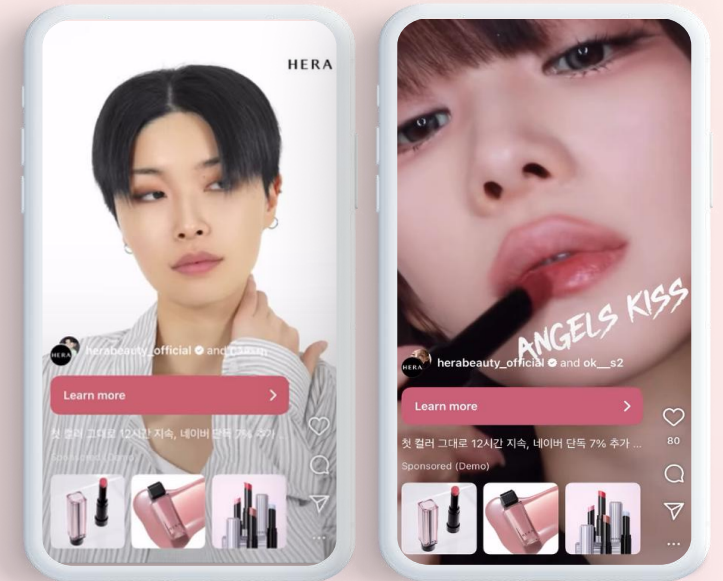
-20%



파트너십 광고 X HERA

18명의 크리에이터 활용한 파트너십 광고 신규 고객 유치 및 광고 성과 지표 개선 성공사례

럭셔리 K뷰티 헤라는 새로운 립 제품 출시를 앞두고, 기존 유명 셀럽을 활용한 마케팅이 아닌 새로운 시도를 접근하였습니다. 신규 제품을 홍보하는 릴스를 제작하기 위해 브랜드에 적합한 18명의 다양한 크리에이터를 선별하였습니다. 이후 가장 성과가 높은 릴스 9개를 선택하여 브랜드 캠페인에 사용했습니다. 브랜드와 크리에이터 계정 시그널을 동시에 활용해 이전에는 공략하지 못한 고객층을 새롭게 유치하며 잠재고객을 확장하였고, 파트너십 광고를 통해 구매 퍼포먼스 향상과 광고 상기도, 구매 고려도와 같은 정성적인 지표까지 유의미하게 증가하였습니다.



[캠페인성과]

- 파트너십 광고 중심으로 풀퍼널 캠페인 집행
- Awareness) 신제품 소개 사전 알림
- Consideration) 파트너십 광고 전개
- Conversion) 파트너십 광고 & 협력광고

장바구니 ROAS

+5.7

메시지 연상지수

+3.1 Point

광고상기도

+5.2 Point

구매고려도

+3.3 Point



CJ 메조미디어에서 제안하는 Meta 광고 솔루션으로,
성공적인 캠페인을 진행해 보세요

● 캠페인 문의 : CJ 메조미디어 디지털기획팀 (m_plan@cj.net)