

AI 광고 상품 가이드 리포트

한 눈에 보는 매체별 AI 광고 상품

INDEX

01 AI 광고 시장 배경 및 현황

배경 및 현황

AI 광고의 특징점

02 매체별 AI 광고 상품

주요 매체사의 AI 상품 현황

한 눈에 보는 매체별 주요 AI 상품 비교

03 매체별 상품 소개 및 성공 사례

META | Advantage+

GOOGLE | Performance Max, Demand Gen

NAVER | ADVoost

TIKTOK | Smart+

04 Appendix

그 외 매체별 AI 솔루션 리스트

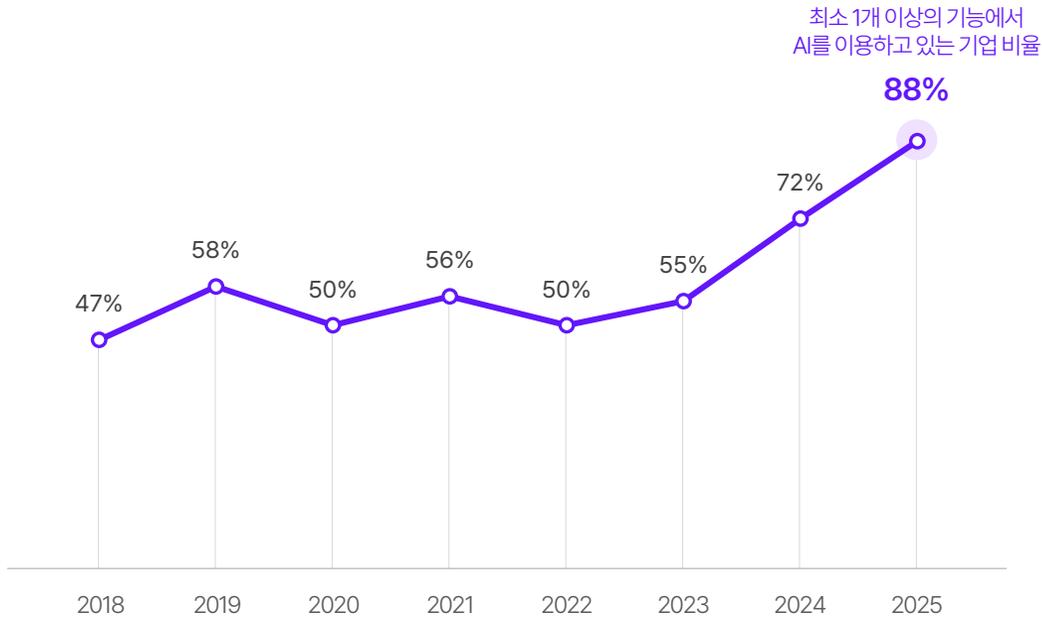
AI 도입으로 광고·마케팅 성과 강화

점점 더 많은 기업들이 불필요한 리소스를 절감하고 매출을 증대하기 위해 AI를 도입하는 중

특히 마케팅은 AI 도입에 따른 매출 증가 효과가 가장 크게 나타나는 분야로, 광고 집행 자동화·개인화 추천·소비자 분석 등 다양한 마케팅 영역에서 AI를 활용하며 실질적인 매출 성과를 창출

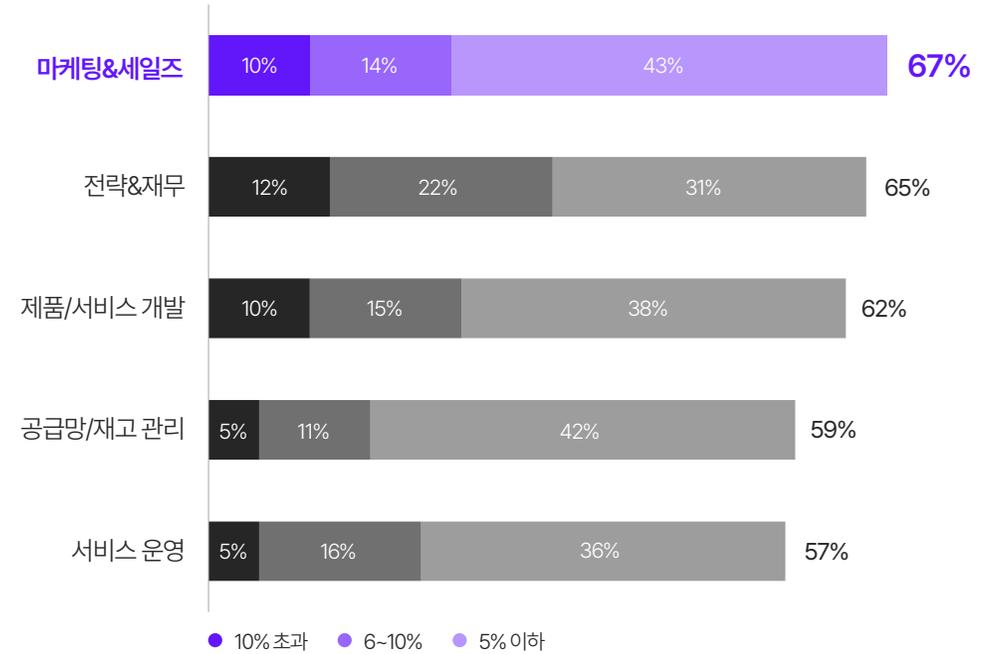
기업의 AI 이용 현황

McKinsey & Company, 2025.11



AI 도입 후 매출 증가율이 가장 높은 영역

McKinsey & Company, 2025.11



디지털 광고 집행도 AI로 자동화

디지털 광고 집행 또한 AI의 도입으로 인해 수동 설정 중심에서 실시간 자동 최적화 중심으로 빠르게 변화하고 있음

사람이 목표와 예산만 설정하면 AI가 적절한 타겟과 노출 지면을 선택한 후 소재를 베리레이션 하여 광고를 노출하고, 입찰가를 자동으로 조정하며 실시간 최적화를 진행

수동 광고
사람이 직접
의사결정하고 세팅

목표 및 예산 설정

타겟 설정

지면 선택

소재 제작 및 세팅

입찰 설정

운영

분석

수정

AI 광고
AI가 스스로
의사결정하고 세팅

목표 및 예산 설정

타겟팅·소재 제작·
노출위치 선정·입찰
AI 자동 설정

실시간 최적화

AI 광고의 장점

AI 광고는 대규모 데이터를 기반으로 광고를 최적화해 성과를 극대화할 수 있으며, 사람의 의사결정이 줄어들어 리소스 절감이 가능

여러 광고 채널과 지면을 하나의 캠페인으로 통합 운영할 수 있어 더욱 편리할 뿐만 아니라 사람이 파악하기 어려운 타겟까지 AI가 예측하여 도달 확장 가능



광고 성과 개선

AI가 대규모 이용자 데이터를 실시간으로 분석하고 가장 높은 성과를 낼 수 있도록 광고를 최적화하여 캠페인 성과를 개선



리소스 절감

소재 제작, 타겟팅, 예산 배분, 노출위치 선정 등 광고 집행 과정을 자동화하여 운영을 간소화하고 리소스 절감



오디언스 확장

AI가 소비자의 의도와 선호를 분석하고 관련성 높은 잠재 고객을 예측하여 수동 집행으로는 파악하기 어려운 잠재 고객까지 발굴



노출지면 확장 및 통합 관리

매체사가 보유한 다수의 광고 채널과 지면을 하나의 캠페인으로 통합 관리하고 AI가 최적의 성과를 낼 수 있는 지면을 선택해 광고 노출

| 매체별 AI 광고 상품

주요 매체사의 AI 상품 현황

메타, 구글, 네이버, 틱톡 등 국내외 주요 플랫폼들도 이러한 흐름에 맞춰 AI 기반 광고 상품군을 선보이고 지속적으로 강화 중

전환·리드 수집·앱 캠페인 등 목표에 따른 다양한 AI 상품을 제공하고 각 사가 보유한 플랫폼과 인벤토리를 통합하여 광고를 노출함으로써 광고주가 보다 효과적으로 목표를 달성할 수 있도록 지원

 Meta

Advantage+

Google

Performance Max
Demand Gen

NAVER

ADVoost

 TikTok

Smart+

META

GOOGLE

NAVER

TIKTOK

Advantage+

메타는 AI 광고 상품군 'Advantage+'을 통해, 캠페인의 모든 과정에 AI를 활용하는 '종합 솔루션'과 전략적으로 필요한 부문에만 AI를 적용할 수 있는 '단일 단계 솔루션'을 제공
종합 솔루션에는 판매·잠재고객·앱 캠페인이 있으며 각 목표에 따라 시가 캠페인을 실시간으로 최적화, 페이스북·인스타그램·스레드 등 메타의 플랫폼 내 적절한 지면에 광고 노출

효과적인 온라인 판매를 돕는

| Advantage+ 판매 캠페인

광고 목적	온라인 판매 및 구매 전환 최대화
소재 형식	동영상 / 이미지 / 카탈로그 등
상품 특징	예산, 타겟, 노출위치 등을 시가 실시간으로 최적화하고 구매 가능성이 높은 이용자를 매칭해 온라인 판매와 ROAS 극대화

앱 설치 또는 앱 내 행동 유도를 돕는

| Advantage+ 앱 캠페인

광고 목적	앱 설치 유도 및 앱 내 특정 액션 활성화
소재 형식	동영상 / 이미지 등
상품 특징	AI를 이용해 앱 설치, 반응 및 전환을 최적화함으로써 모바일 앱 광고주가 타겟 이용자에게 도달할 수 있도록 도움

고효율의 잠재 고객 확보를 돕는

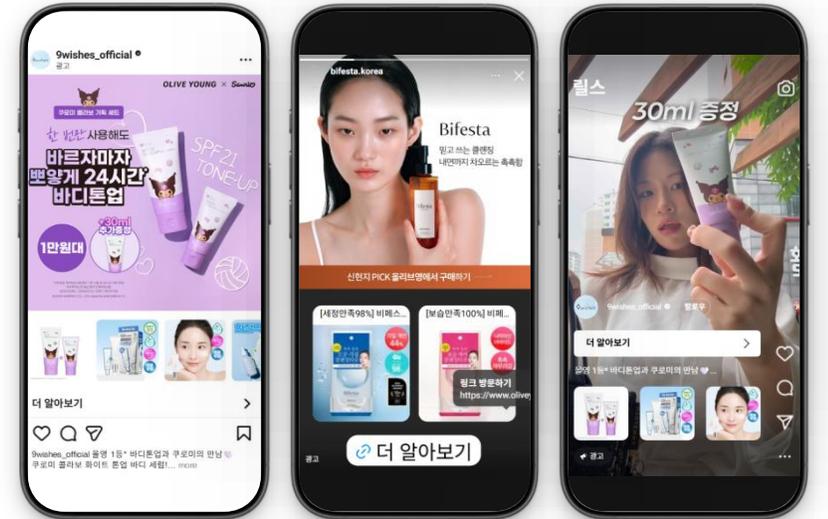
| Advantage+ 잠재고객 캠페인

광고 목적	가입, 상담 신청 등 고품질 리드 데이터 확보
소재 형식	동영상 / 이미지 / 인스턴트 양식 등
상품 특징	행동을 취할 가능성이 가장 높은 잠재 고객을 찾아 광고를 노출시키는 것을 목적으로 시가 자동 최적화

Advantage+ 유의사항 및 운영 팁

- 최소 2주~최대 6주 기간 집행 권장, 잦은 세팅 변동 지양
- 시가 최적의 조합을 찾을 수 있도록 최소 20개 이상 소재 등록 권장
- 평균 구매 당 단가의 100배로 예산 진행 권장
- 카탈로그 활용 시, 고품질의 카탈로그가 성과 향상에 필수적이므로 카탈로그 일치율 지속 점검 권장

메타 주요 노출 지면



피드

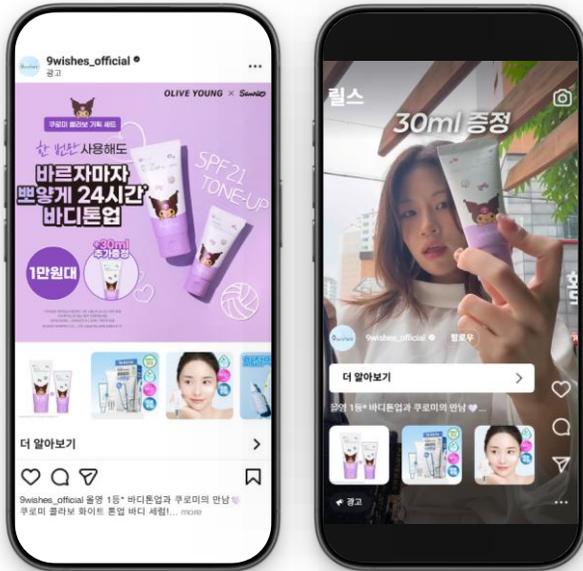
스토리

릴스

Advantage+

스킨케어 브랜드 나인위시스는 주요 유통 채널인 올리브영 내의 판매를 증진시키기 위해 Advantage+ 판매 캠페인을 적용한 협력광고를 진행
그 결과 구매 당 비용, ROAS 등 주요 판매 성과 지표가 개선되었으며, 특히 기존 대비 확장된 타겟 라인과 노출 위치에서 더 높은 성과를 기록

Advantage+ 판매 캠페인 성공 사례



광고주 스킨케어 브랜드 '나인위시스'

캠페인 목적 캠페인 성과 개선 및 소비자 접점 확대

캠페인 내용

- 주요 유통 채널인 올리브영을 기반으로 한 협력광고 캠페인에 Advantage+ 판매 캠페인을 적용하여 예산, 타겟, 노출위치 자동 최적화 실행
- 시가 적절한 타겟을 찾아 광고를 노출해 구매 건수 증대

기존 전략

올리브영 협력 광고 캠페인

+

Advantage+ 판매 캠페인 미적용

Advantage+ 예산 적용,
타겟 및 노출위치는 미적용

»

테스트 전략

올리브영 협력 광고 캠페인

+

Advantage+ 판매 캠페인 적용

Advantage+
예산, 타겟, 노출위치 적용

캠페인 결과

+23% 구매 건수 증가

+36% ROAS 증가

-19% 구매 당 비용 감소

-8% 장바구니 담기 당
비용 감소

META

GOOGLE

NAVER

TIKTOK

Performance Max / Demand Gen

구글의 주요 AI 광고 상품은 'Performance Max'와 'Demand Gen'으로, AI가 입찰·예산·지면·크리에이티브 조합 등을 최적화해 광고 성과를 개선

'Performance Max'는 구글의 모든 인벤토리를 활용해 퍼포먼스 성과 극대화에 집중하며, 'Demand Gen'은 구글의 프리미엄 인벤토리에 광고를 노출하여 전환수 또는 클릭수를 최대화

하나의 캠페인으로 구글의 모든 채널을 활용할 수 있는

| Performance Max (실적 최대화)

광고 목적 전환수 최대화

소재 형식 동영상 / 이미지 / 텍스트

상품 특징 AI로 인벤토리, 타겟팅, 소재 조합 모두 자동화

AI가 자동으로 전환 잠재고객을 발굴해 고객을 확장하고, 전환 경로를 인식하여 적시에 적절한 광고를 게재

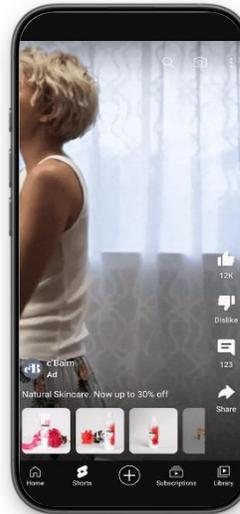
구글의 모든 인벤토리 활용

검색·유튜브·디스플레이·디스커버·Gmail 등 모든 구글 채널을 활용해 전환 가능성이 높은 고객을 찾아내고 광고를 노출

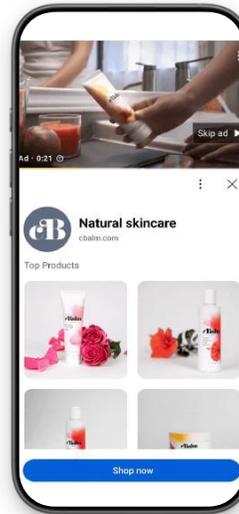
**유의사항
및 운영 팁**

- 소재 세팅 시 제목과 설명 내용이 중복되지 않도록 작성 권장
- 빠른 최적화를 위해 최소 3개 이상의 이미지·영상·소재 등록 권장
- 안정된 캠페인 진행을 위해 일예산 수정 지양

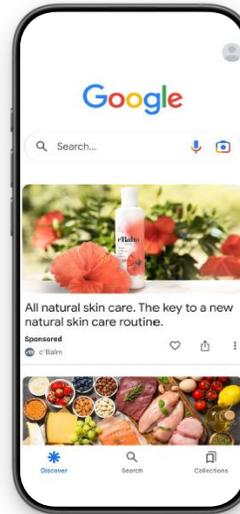
구글 주요 노출 지면



유튜브 쇼츠



유튜브 인스트림



디스커버

구글의 주요 지면에 광고를 노출할 수 있는

| Demand Gen

광고 목적 전환수 최대화 / 클릭수 최대화

소재 형식 동영상 / 이미지 / 캐러셀

상품 특징 AI를 통해 클릭 및 전환 극대화

전환수 뿐만 아니라 클릭수 최대화 입찰도 가능하며, AI가 목표에 맞는 최적의 애셋과 게재 위치를 조합하여 광고 노출

구글의 프리미엄 인벤토리에 광고 노출

유튜브·쇼츠·디스커버·Gmail 등

구글에서 가장 주목도가 높은 주요 지면에 광고 게재

**유의사항
및 운영 팁**

- 빠른 최적화를 위해 다양한 이미지·영상 소재 등록 권장
- 노출 지면을 최대한 넓게 설정하는 것이 효과적
- 신규 캠페인으로 세팅하는 것보다 기존 캠페인 기간을 연장하여 진행하면 초기 최적화에 걸리는 시간을 단축 가능

Performance Max / Demand Gen

앱 서비스 A사와 캐리어 브랜드 B사는 프로모션 진행 시기에 구글의 AI 광고를 활용하여 각각 매출 증대와 신규 고객 확보라는 목표를 달성

A사는 구글의 모든 인벤토리를 활용하는 Performance Max를 활용해 프로모션 페이지 유입을 유도하였으며, B사는 Demand Gen 클릭수 최대화 캠페인을 통해 신규 잠재고객 트래픽을 효과적으로 확보

PerformanceMax 성공 사례

광고주 비즈니스 앱 서비스 A사

캠페인 목적 프로모션을 통한 매출 증대

- 캠페인 내용**
- 구글의 모든 인벤토리에 광고를 노출할 수 있는 Performance Max를 활용해 프로모션 페이지로 트래픽을 유도하고 회원가입 및 구매 유도
 - AI의 빠른 학습과 퍼포먼스 증대를 위해 구매 고객의 퍼스트파티 데이터를 활용하고, 영상 및 이미지 소재를 가로·세로·정방형으로 다양하게 제작해 적용
 - 이전 대비 ROAS, 매출액, 구매 건수, CPA가 크게 개선되었으며 기존 운영 중이던 검색 캠페인과 앱 캠페인의 성과 개선에도 기여

캠페인 결과

ROAS 증가

+77%

CPA 감소

-73%

전환수 증가

+46%

*출처: 구글

DemandGen 성공 사례

광고주 캐리어 브랜드 B사

캠페인 목적 프로모션 기간 동안 신규 고객 확보 극대화

- 캠페인 내용**
- 프로모션 기간 최대한 많은 신규 잠재고객 트래픽을 유입시키고 효율적인 리마케팅 모수를 확보하기 위해 Demand Gen 클릭수 최대화 캠페인 진행
 - 예산 내에서 핵심 타겟에게 집중할 수 있도록 맞춤 세그먼트 규모를 전략적으로 조정하고, 프로모션과 상시 캠페인을 연계한 퍼널 전략을 고도화
 - 클릭수 최대화를 통해 모집한 리마케팅 모수에서의 ROAS가 증대되었으며, 특히 전반적인 전환의 품질이 균일해지면서 타겟팅 최적화를 통한 성과가 크게 개선

캠페인 결과

계정
ROAS 증가

1.5x

맞춤세그먼트
ROAS 증가

3.3x

타겟팅 최적화
ROAS 증가

2.2x

리타겟팅
전환수

5x

*출처: 구글

ADVoost

네이버는 SI 광고 상품군 'ADVoost'를 제공하고 있으며, 그 중 'ADVoost 쇼핑'은 네이버 쇼핑 상품을 기반으로 SI가 광고 성과를 자동 최적화하는 쇼핑 전용 캠페인

네이버에 입점한 쇼핑몰을 연결하면 별도의 소재를 등록하지 않아도 SI가 쇼핑 상품을 이용해 소재를 자동 생성하고, 네이버가 보유한 다양한 지면에서 전환 가치를 극대화

네이버 쇼핑 상품을 기반으로 광고를 자동 노출해 판매 성과를 극대화하는

| ADVoost 쇼핑

광고 목적 구매 전환

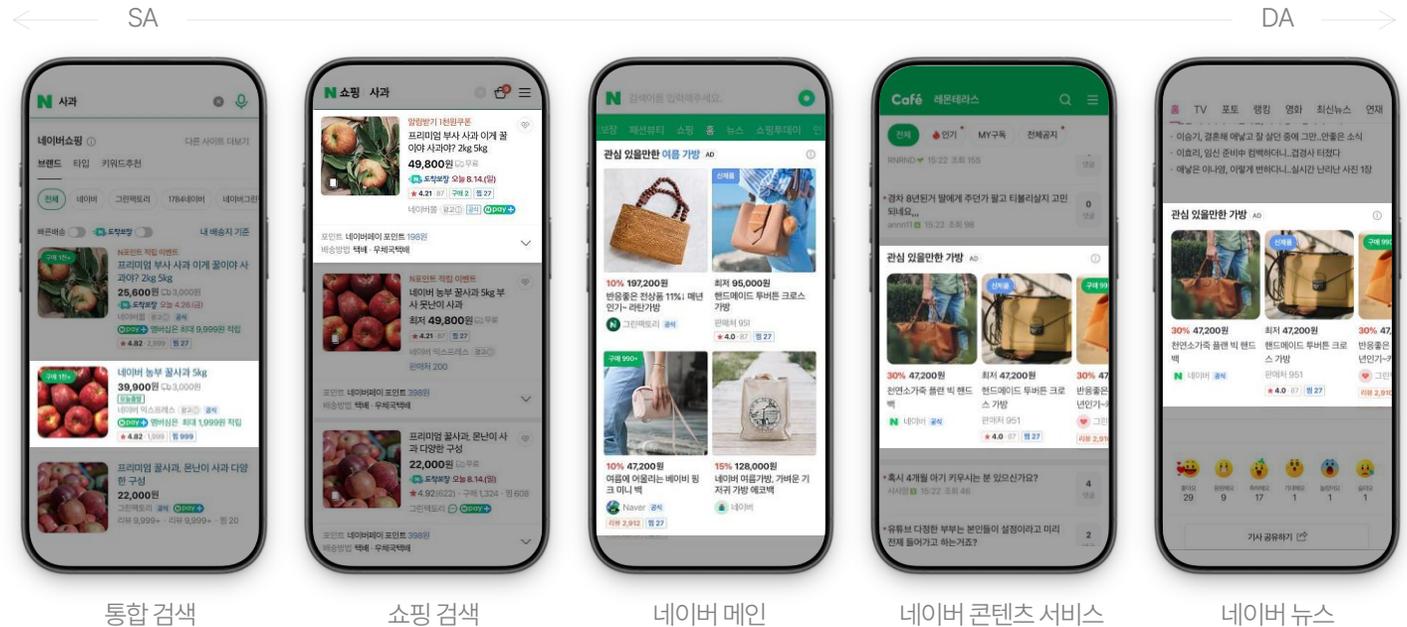
소재 형식 카탈로그

상품 특징 AI 기반 자동 큐레이션으로 다양한 상품 노출 기회 확대
네이버 쇼핑에 등록된 광고주의 상품 전체가 연동되어 구매 가능성 높은 이용자와 적절한 상품을 자동으로 매칭
네이버 검색 지면과 추천/콘텐츠 지면 통합 운영
통합검색·쇼핑검색같은 SA부터 네이버 메인·블로그·카페 등 DA까지 네이버의 다양한 지면을 활용해 광고 노출 기회 확대

유의사항 및 운영 팁

- 네이버 쇼핑검색광고와 동시 운영 시 효율 증가
- 원활한 학습을 위해 광고 집행 중 잦은 설정 변경 지양 (캠페인/애셋 그룹 장시간 OFF, 애셋 그룹/아이템 세트 설정 변경 등)

ADVoost 쇼핑 주요 노출 지면



통합 검색

쇼핑 검색

네이버 메인

네이버 콘텐츠 서비스

네이버 뉴스

ADVoost

LG전자는 보유한 쇼핑 상품을 전체 연동하여 광고에 활용하는 ADVoost 쇼핑을 통해 주력 상품 외 비주력 상품까지 잠재고객에게 도달시키고 매출 증대
친환경 식품 브랜드 유기농마루는 기존에는 SA에 집중했으나 ADVoost 쇼핑을 통해 DA까지 노출 지면을 확대하고 추가적인 매출 확보

ADVoost쇼핑성공사례 - 대형광고주



광고주

LG전자

캠페인 목적

잠재고객에게 도달하고 매출 증대

캠페인 내용

- 보유한 모든 쇼핑 상품을 별도의 소재 등록 없이 전체 연동함으로써, 주력 상품 뿐만 아니라 수동 운영이 어려웠던 비주력 상품까지 자동 노출하고 더 많은 잠재 고객에게 도달한 사례
- 학습 최적화를 통해 전환 성과가 지속적으로 개선되어 기존 수동 집행 광고 이상의 구매 ROAS 달성

캠페인 결과

구매 CVR 증가

+5%

구매 ROAS 증가

+7000%

*출처: 네이버 ADVoost 쇼핑 상품 소개서

ADVoost쇼핑성공사례 - 소형광고주



광고주

친환경 식품 브랜드 '유기농마루'

캠페인 목적

광고 볼륨을 확대하고 매출 증대

캠페인 내용

- 운영 리소스 부족으로 쇼핑검색광고 위주의 SA에 집중했으나 ADVoost를 이용해 DA지면까지 확대 노출하여 추가적인 매출을 확보한 사례
- 광고 지면을 다양화하고 볼륨을 확대했을 뿐만 아니라 기존 광고 대비 높은 효율 확보

캠페인 결과

구매 CVR 증가

+6%

구매 ROAS 증가

+800%

*출처: 네이버 ADVoost 쇼핑 상품 소개서

META

GOOGLE

NAVER

TIKTOK

Smart+

틱톡은 Smart+ 상품군을 통해 타겟팅·최적화·크리에이티브 등 광고 프로세스 전반의 자동화를 지원

크게 네 가지 목표에 따라 시가 적합한 타겟에게 적절한 광고를 노출할 수 있도록 하며, 음악·후크·스크립트 등 크리에이티브 요소를 자동으로 변형해 광고를 게재

고품질 트래픽 목표를 위한

| Smart+ 트래픽 캠페인

광고 목적 트래픽

소재 형식 동영상/이미지 등

상품 특징 브랜드 웹사이트로의 트래픽을 강화시켜
로우 퍼널의 유저 액션을 증진 가능

앱 설치 및 전환 목표를 위한

| Smart+ 앱 캠페인

광고 목적 앱 프로모션

소재 형식 동영상/이미지/카탈로그 등

상품 특징 틱톡 안에서 브랜드 및 제품의 발견을 강화하여
앱 설치 및 전환을 강화 가능

웹사이트 전환 목표를 위한

| Smart+ 웹 캠페인

광고 목적 전환

소재 형식 동영상/이미지/카탈로그 등

상품 특징 브랜드 카탈로그를 연결하여 커머스 웹사이트의
세일즈를 증진 가능

구매 가능성 높은 잠재 고객을 발굴하기 위한

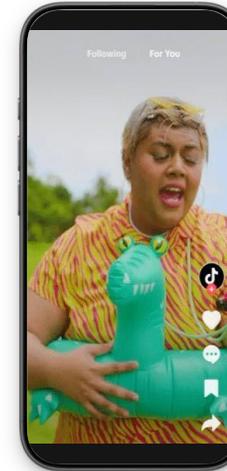
| Smart+ 리드 생성 캠페인

광고 목적 리드 생성

소재 형식 동영상/인스턴트양식 등

상품 특징 더 높은 구매 의사를 지닌 잠재고객을 발굴할 수 있도록
시가 적절한 이용자에게 적합한 광고를 게재

틱톡 주요 노출 지면



For You



Following



TikTok Lite

Smart+ 유의사항 및 운영 팁

- 최소 7일 이상의 학습 기간 필수, 학습 단계에서의 캠페인 수정 지양
- 안정적인 성과를 위해 한번에 6개 이하 소재 추가
- 목표 CPA의 10~30배 예산 권장

META

GOOGLE

NAVER

TIKTOK

Smart+

패션 브랜드 '널디'는 주 타겟층인 18~24세 여성 소비자에게 효과적으로 다가가기 위해 Z세대 이용자가 많은 틱톡에서 Smart+ 솔루션을 활용
AI를 통해 성과를 실시간으로 최적화하여 광고 운영 리소스를 절감하고 일반 웹 전환 캠페인 대비 낮은 CPA를 달성

Smart+ 성공 사례



광고주 패션 브랜드 '널디'

캠페인 목적 주 타겟층인 18~24세 여성 소비자에게 도달하고 웹 전환 확보

캠페인 내용

- Smart+ 솔루션을 통해 캠페인 운영을 자동화하고, 핵심 타겟층인 18-24세 여성에게 최적화된 메시지를 전달해 매출을 증대한 사례
- Smart+의 고도화된 타겟팅과 실시간 최적화 로직을 적용해 주요 소비자 그룹에 효과적으로 광고를 노출시키고, 광고 운영 리소스를 절감하여 광고 도달성과 전환 효율성을 동시에 극대화

캠페인 결과

(일반 웹 전환 캠페인 대비)

+133% ROAS 증가

+400% CVR 증가

-58% CPA 감소

*출처: 틱톡

그 외 매체별 AI 솔루션 리스트

* 상품: 단독으로 구매 가능한 개별 상품 / 기능: 상품 내 선택 옵션

매체	구분	명칭	상세 내용
META	기능	Advantage+ 타겟	메타의 고급 AI를 통해 캠페인 타겟을 확보(이전 광고 및 전환, 픽셀 데이터 기반의 타겟팅 자동화)
	기능	Advantage+ 맞춤 타겟	성과를 개선할 가능성이 크다고 판단하는 경우 시스템에 의해 원래 선택한 타겟 이외에 타겟에게 광고 게재
	기능	Advantage+ 유사	성과를 개선할 가능성이 있는 경우 타 '유사 타겟' 이외 사용자에게도 광고를 게재
	기능	Advantage+ 상세 타겟팅	성과를 개선할 가능성이 있는 경우, 자동으로 타겟을 확장하여 광고를 게재
	기능	Advantage+ 노출 위치	게재 시스템이 주어진 예산을 최대한 활용하여 최적의 노출 위치에 광고를 노출하는 기능
	기능	Advantage+ 캠페인 예산	통합 캠페인 예산을 설정하고 캠페인 기간 동안 가장 효과적인 광고세트에 실시간으로 예산을 분배하는 기능
	기능	Advantage+ 크리에이티브	이미지와 동영상은 타겟이 반응을 보일 가능성이 높은 버전으로 자동으로 최적화하는 기능(생성형 AI 기능 활용 가능)
	기능	Advantage+ 카탈로그 광고	관심사, 의도, 행동을 기반으로 가장 관련성 있는 제품과 광고 형태를 맞춤형으로 노출
	기능	Advantage+ 랜딩 페이지	사용자가 광고를 클릭했을 때, 전환 가능성이 가장 높은 웹사이트나 앱 화면으로 자동 연결되는 기능
GOOGLE	상품	Video Reach Campaign (VRC) 2.0	다양한 영상 포맷과 지면에서 도달 범위를 극대화하도록 최적화된 유튜브 광고 솔루션
	상품	Video View Campaign (VVC)	영상 조회수와 시청 효율을 극대화하도록 최적화된 유튜브 광고 솔루션
	상품	AI Max for search campaign	검색 캠페인의 키워드 확장, 입찰 등을 자동으로 최적화하여 더 많은 전환 성과를 창출하는 검색 광고 솔루션

그 외 매체별 AI 솔루션 리스트

매체	구분	명칭	상세 내용
NAVER	기능	ADVoost 소재 (Beta)	다양한 소재를 자동 생성해주는 '신규 소재 유형'으로, 한 번의 소재 등록으로 다양한 배너 소재유형을 커버하고 대부분의 지면에 노출 가능
	기능	ADVoost 오디언스 (Beta)	광고주의 퍼스트파티 데이터와 네이버의 방대한 데이터를 결합하여 목표 달성에 적합한 사용자를 자동으로 타게팅하는 서비스
	기능	ADVoost 검색	검색어와 랜딩 페이지 간의 연관도를 분석하여 관련성 높은 광고를 매칭해주는 기술로, AI가 사용자 검색어와 광고 연결 URL의 연관도를 판단하는 AI 광고 솔루션
	상품	ADVoost 스크린	소재 자동 베리에이션이 되며 다양한 옥외 지면에 노출되는 '국내 최초의 DOOH 통합 바잉 상품'
TIKTOK	기능	Smart+ 타겟	타겟 오디언스를 자동 식별 및 노출 우선순위 부여, 설정 오디언스 기반 유사타겟 자동 확장
	기능	Smart+ 크리에이티브	가장 효율 좋은 크리에이티브를 조합 및 최적화하며, AI 생성 콘텐츠 기능을 활용해 더 많은 크리에이티브 자산을 생성 및 추천
	기능	Smart+ 카탈로그 광고	카탈로그의 제품 동영상 및 이미지와 제품 순위를 활용하여, 시스템에서 판단하여 적절한 고객에게 적절한 제품을 노출
	기능	Smart+ 캠페인 예산 최적화	통합 캠페인 예산을 설정하고 효과적인 광고 그룹에 예산 할당 및 최적화
	기능	Smart+ 자동게재	성과가 가장 높을 것으로 예상되는 게재 위치에 광고 자동 노출

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락·문의](#) >

[뉴스레터 구독신청](#) >

[INSIGHT M 자료실](#) >