

엠포스의 디지털 광고 데이터 분석 방법론

검색 광고 키워드 성과 진단 Noun Impact Matrix (NIM)

2025 eMFORCE DATA Strategy Office

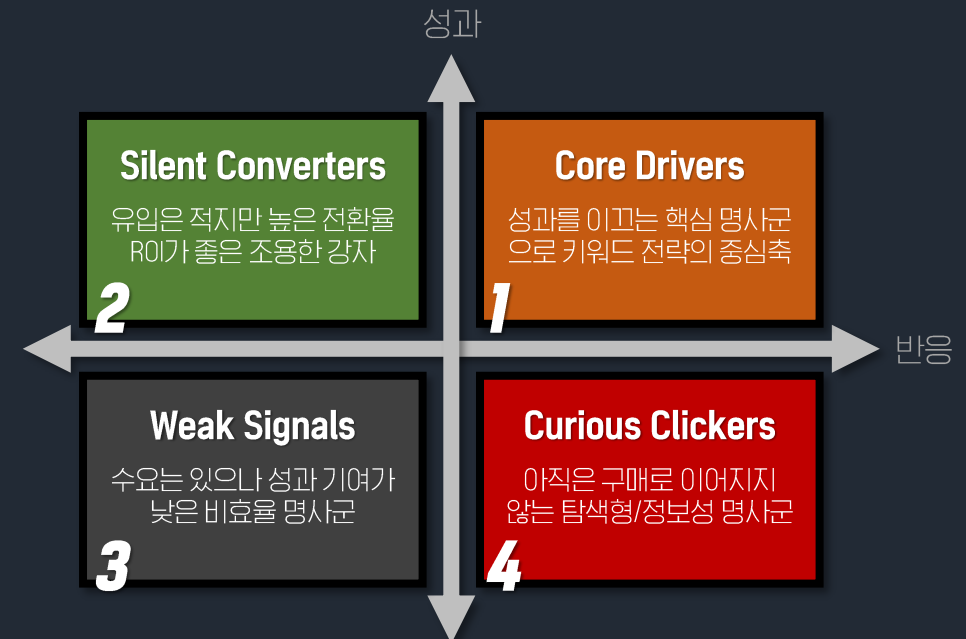


Noun Impact Matrix (NIM)

엠포스에서 자체 연구·개발한 NIM (명사 기반 광고 키워드 진단 매트릭스) 분석은, 단순 키워드 분석을 넘어 검색어를 구성하는 명사 단위로 해체하여 고객의 검색 의도와 광고 성과를 진단하는 방식으로 여러 검색어에 흩어진 명사들을 파편처럼 수집하고 재조합한 뒤, **클릭률·전환매출** 등의 성과 지표를 기준으로 영향력 기반 매핑을 수행.

즉, 검색어 안에서 핵심 명사 (backbone) 를 뽑아내어 키워드 구조를 재정의하고, 이를 Noun-Map, 즉 **명사 기반 광고 성과 지도** 형태로 시각화함으로써 전략적 키워드 확장과 집중 관리를 가능하게 하는 분석 기법.

항목	위치	조건	의미
Core Drivers [핵심 추진자]	1사분면 (클릭률 ↑ / 전환 ↑)	고반응 + 고성능	광고 성과를 이끄는 핵심 명사군 성과 중심 키워드 전략의 중심축
Silent Converters [조용한 전환자]	2사분면 (클릭률 ↓ / 전환 ↑)	저반응 + 고성능	유입은 적지만 전환율이 높아 ROI가 좋은 조용한 강자
Weak Signals [약한 신호]	3사분면 (클릭률 ↓ / 전환 ↓)	저반응 + 저성과	검색량은 있을 수 있으나 성과 기여가 낮은 비효율 명사군
Curious Clickers [호기심 유입자]	4사분면 (클릭률 ↑ / 전환 ↓)	고반응 + 저성과	탐색 유입은 활발하지만 구매로 이어지지 않음 → 탐색형/정보성 키워드 가능성



Noun Impact Matrix (NIM) 분석 프로세스

검색광고 운영(유입) 키워드를 **명사** 단위로 추출하여
명사 기준으로 **클릭률, 전환매출액** 등을 집계해 **광고 운영 현황 진단**

- 광고 유입 키워드를 그대로 분석하면 표현 순서나 조합에 따라 **사실상 같은 의미의 키워드들이 각각 다른 항목으로 분리되기 때문에**, 전체적인 검색 흐름을 파악하는 데 혼란과 왜곡이 발생할 수 있어, 엠포스만의 관점으로 명사 단위 분리 기법을 개발하여 적용



명사 기반 광고 키워드 진단 매트릭스(NIM) 분석의 **강점**

- 광고 유입 키워드를 명사 단위로 분리해서 분석하는 방식은
 특히 **의미 기반 마케팅 전략을 수립**하는 데 강력한 도구로 작용 가능

1. 의도 파악 중심의 분석

- ‘검색어’ 전체가 아니라, “검색어 안에 담긴 의미 요소(명사)”를 기준으로 분석
 [예: “시니어 요금제 추천” → ‘시니어’, ‘요금제’, ‘추천’ 각각의 역할과 반응 분석 가능]
- 이를 통해 고객의 **니즈**와 **맥락**을 더 잘 이해할 수 있을 것으로 판단

2. 키워드 확장성과 묶음 전략 가능

- ‘요금제’, ‘무제한’, ‘신규가입’ 등 명사들을 **카테고리화**하여 **타겟 그룹 정의**
- 유사 키워드 묶음으로 **광고 그룹 구성의 효율성 향상**
- 데이터가 누적되면 **명사-성과 기반 키워드 추천 시스템** 구축 가능

3. 고성능(High Performance) 명사의 집중 관리 가능

- 전환이 잘 되는 **‘핵심 명사’**를 식별하고, 해당 명사가 포함된 **검색어 조합**을 우선 관리 가능
- 반대로 비효율적인 명사 기반으로 필터링하거나 예산을 조정 가능

명사 기반 광고 키워드 진단 매트릭스(NIM) 분석의 **한계**

- 명사 단위 분석은 키워드 구조를 해체하고 전략적 단서를 얻는 데 매우 효과적이긴 하나,
더 정밀한 마케팅 전략 수립을 위해서는 **문맥에 대한 해석**과 **조합 키워드 분석** 등을 병행해야 할 것

1. 기술적 명사 분리의 한계 존재

- 단순히 기술적으로만 명사를 분리할 경우, 키워드가 원하는 형태로 분리되지 않을 가능성이 있어
광고 유입 키워드에 대한 면밀한 검토와 해당 브랜드 및 산업에 대한 충분한 이해를 바탕으로
사전(Dictionary) 구축을 최종 분석 이전에 완료해야 함
[예. 자동 분석에만 의존할 경우 ‘알뜰폰’이 아닌 ‘알뜰’로 임의 분리 가능]

2. 문맥/의도 분석 한계 존재

- 유입 키워드에서 “알뜰폰 가입 방법”과 “알뜰폰 가입 비교”는 동일 명사가 포함되나 완전히 다른 의미.
따라서 명사 단위 분석만으로는 알 수 없는 부분들을 보완하기 위해 **조합형 키워드 분석**을 병행하는 것이 효과적
- 이에 더해 소비자의 **검색 의도**나 **전체 맥락** 파악을 위해 **SNS 언급 내용** 및 **검색 동향 분석** 등을 추가로 진행 필요

3. 유입 키워드 범위가 협소한 경우 분석 한계 존재

- 본 분석은 검색 유입 키워드를 명사 단위로 분리하는 기법인 만큼 **유입 키워드 자체가 다양하지 않을 경우**
특정 명사의 활용 규모가 압도적으로 높을 수 있으며, 또한 명사 단위로 쪼갬 것과 유입 키워드의 차이가 미미할 수 있어
분석 자체가 유의미하지 않을 수 있음. 따라서 분석 이전에 산업의 특성과 검색 키워드 구조를 먼저 파악하는 것이 중요

추가 접근 고려 가능 방안

- NIM 분석을 기반으로 추가 접근 고려 가능한 분석 내용 정리
- ✓ **분석 범위(기간) 확장 및 데이터 기반 KPI 발굴**
 - 실제 분석 시 유의미한 패턴 분석을 위해 **최대한 범위를 넓게 잡는 것이 중요**
 - 또한 단순히 분석 결과를 확인하는 것을 넘어, 기업의 전략 방향에 따라 분석 결과 자체를 기반으로 단기, 장기 KPI 설정 가능
- ✓ **다양한 기준의 추세 데이터를 혼합하여 시즌별 대응 포트폴리오 전략 수립**
 - 시장의 수요는 여러 데이터를 통해 나타나는 만큼 SNS 언급 추이, 검색 추이, 광고 성과 추이 등 다양한 데이터를 혼합하여 시즌 대응이 가능한 Portfolio Map을 구축하고 각 **시즌/비시즌 별로 변화되는 시장 수요 감지를 위해 NIM 분석을 활용**
[예. '태블릿요금제' DA 광고 : 최소한으로 상시 집행, but 1월과 3월 및 신차 출시 시점 단기 프로모션 진행 등]
- ✓ **명사 기반 추가 통계 분석 기법 적용을 통해 데이터 통찰 보완**
 - 엠포스는 이미 다양한 통계 분석 기법을 연구중이며, NIM 분석의 확장된 형태의 분석 기법도 보유
 - 예 : **Noun Trend Clustering (NTC)**, 명사 기반 시계열 클러스터링 기법 (→ 다음 장에 설명)
- ✓ **다양한 통계적 분석 기법을 적용하여 자사만의 분석 기준을 찾고, 이를 기반으로 분석 자동화 솔루션 구축**
 - 시장의 수요는 여러 데이터를 통해 나타나는 만큼 SNS 언급 추이, 검색 추이, 광고 성과 추이 등 다양한 데이터를 혼합하여 시즌 대응이 가능한 Portfolio Map을 구축하고 각 시즌/비시즌 별로 변화되는 시장 수요 감지를 위해 NIM 분석을 활용

Noun Trend Clustering (NTC)

검색 키워드를 구성하는 명사 단위 의미 요소를 시간 축에 따라 분해·집계한 뒤, 시간 흐름에 따라 각 명사의 검색량 변화 패턴을 수치화하고, 유사한 시계열 패턴을 보이는 명사들을 군집화(클러스터링)하여, 검색 트렌드의 흐름과 군집 구조를 시각화하는 분석 기법
이를 통해 특정 시점의 관심 키워드 뿐 아니라, 의미 단위의 트렌드 전개 양상을 입체적으로 파악 가능

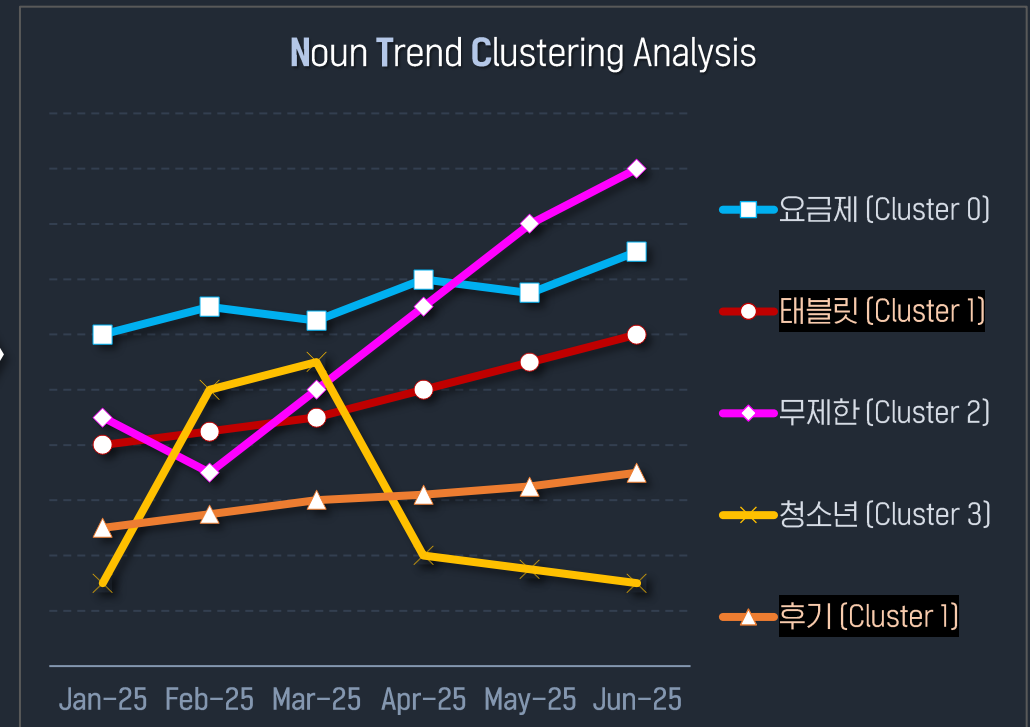
- 비슷한 트렌드 패턴을 보이는 명사 그룹별로 전략적 키워드 묶음 생성
- 특정 시기, 특정 군집에서 마케팅 타이밍 포착 가능
- 콘텐츠 기획, 광고 문안 설계, 캠페인 운영의 기반 자료로 활용 가능

< eMFORCE NTC 분석 예시 >

명사	클러스터	추이 요약	해석
“요금제”	Cluster 0 (파란색)	소폭 증감 속 상승 패턴	핵심 수요 키워드 : 상시 타겟
“태블릿”	Cluster 1 (빨간색)	완만하게 꾸준히 상승	지속 수요 키워드
“후기”	Cluster 1 (주황색)	완만하게 꾸준히 상승	탐색 키워드 : 점진적 관심 증가
“무제한”	Cluster 2 (분홍색)	3월 이후 급격한 상승	탐색 + 영향력 확산형 키워드
“청소년”	Cluster 3 (노란색)	2~3월 급등 후 급락	계절성 키워드 : 신학기 이슈

→ 키워드에서 분리된 5개의 명사에 대한 시계열 추세를 기반으로 4개의 Cluster 도출 예시

→ 이러한 방식으로 수 백, 수 천 개의 키워드를 시계열 추세 결과에 따라 군집화 하면
검색 트렌드의 흐름과 군집 구조를 파악할 수 있어 시즌별 효과적 대응이 가능해짐



Data Lab

엠포스 데이터전략실

<http://bigdata.emforce.co.kr>

T : 02. 6177. 1871

Email : khbak@emforce.co.kr