TikTok for Business

다가오는 여름 시즌 틱톡과 성공하기

올여름 TikTok에서 레벨 업 할 수 있는 다양한 광고 및 크리에이티브 인사이트와 트렌드, 팁을 소개합니다!

올 여름, TikTok과 함께 신나게!

여름은 아웃도어의 계절입니다.
자연과 소통하며 친구와 함께 보람찬 휴가를 떠나고,
햇살을 마음껏 만끽해 보세요!

뿐만 아니라
여름은 활동과 소비가 함께 늘어나는 시기입니다.
지금이 바로 새로운 고객을 유치하고
브랜드 인지도를 올릴 수 있는 좋은 기회입니다.

여름 휴가 시즌은 전 세계

TOP4 쇼핑 대목 중 하나로

전 세계 소비자의 20%가 1년 중
여름철 쇼핑을 즐긴 적이 있다고 응답했습니다.

Source: YouGov 2022 report. TikTok's use of this data does not equate to an endorsement.

여름철 TikTok 광고는 중소기업에게
수 많은 고객과 만나볼 수 있는 특별한 시기입니다.

전 세계 10억 명이 넘는 유저를 보유한 TikTok은
제품과 서비스를 창의적으로 선보일 수 있도록
브랜드에게 차별화된 기회를 제공합니다.

Summer Time on TikTok

**TikTok 유저들에게 여름은 쇼핑의 계절입니다.
특히 여름 세일이나 휴가철, 공휴일 등에는
구매 활동이 눈에 띄게 높아집니다.**

63%

여름 시즌, 전 세계 소비자 중 63%가
지출액이 평상시보다 늘어난다고 합니다.
그 중 눈에 띄게 구매가 많은 제품군은
패션, 식음료, 뷰티, 개인 용품 순입니다.

Source: YouGov 2022 report. TikTok's use of this data does not equate to an endorsement.

Summer Holidays

여름휴가 시즌 제품 판매량 TOP 3

88%
패션, 의류,
신발, 악세서리

88%
F&B

83%
화장품

여름 쇼핑 영감과 제품 발견, TikTok에서

**TikTok은 많은 사용자들이
정보를 얻기 위해 가장 먼저 찾는 곳입니다.
다음은 여름 세일 등 휴가철
TikTok의 이용 패턴을 조사한 결과입니다.**

TikTok 사용자의 92%가

**TikTok을 통해 브랜드, 제품,
서비스 관련 영상을 시청합니다.**

92%

Source: TikTok Short-form Study (Korea) conducted by Open Survey, April 2022 (n=1,384)

전체 소비자의 41.6%가

**여름 휴가철 중 TikTok 시청이
더 늘어난다고 응답했습니다.**

41.6%

Source: Marketing Study on TikTok Seasonalities (Korea) conducted by Open Survey, Oct 2022 (n=1,289). TikTok's use of this data does not equate to an endorsement.

TikTok 사용자의 47%는

**TikTok이 새로운 제품을
발견하는 데 도움을 준다고
응답했습니다.**

47%

Source: TikTok Marketing Science Global Entertainment Study (Korea Results) conducted by Material, December 2021 (n=500)

여름휴가 쇼핑 시즌을 놓치지 마세요

**여름 세일 시즌은 제품 발견과 구매 행동까지 이어지는 아주 중요한 시기입니다.
이 시기를 여러분의 비즈니스의 새로운 고객을 발굴하고, 제품을 알리고, 고객으로 전환하는 기회로 만들어 보세요.**

1.5X

TikTok 이용자들은 브랜드 비디오 콘텐츠를 시청한 후에 구매 동기가 1.5배 높아집니다. (비 TikTok 사용자 대비)

Source: Future of Commerce research (South Korea Results) conducted by BCG, 2022 (n=2400). TikTok users are defined as those using the app at least once a month.

45.6%

전체 소비자의 45.6%가 여름휴가 중 브랜드 이벤트에 참여할 의향이 있다고 응답했습니다.

Source: Marketing Study on TikTok Seasonalities (Korea) conducted by Open Survey, Oct 2022 (n=1,289). TikTok's use of this data does not equate to an endorsement.

64.8%

전체 소비자의 64.8%가 여름휴가 콘텐츠를 시청한 뒤 브랜드 제품의 구매를 원하는 것으로 조사되었습니다.

Source: Marketing Study on TikTok Seasonalities (Korea) conducted by Open Survey, Oct 2022 (n=1,289). TikTok's use of this data does not equate to an endorsement.

여름 시즌
특히 주목해야 하는 산업

Fashion | Beauty & Personal Care

패션

여름에는 해변에서 시간을 보내는 사람들이 많아지면서, 해변과 관련된 소비도 함께 늘어납니다. 먼저 **비치웨어 및 수영복**은 여름철 매출 성장이 가능성이 높은 상품군입니다. 이번 여름은 **크로셰, 투피스 세트 그리고 강렬한 컬러와 같은 현재 트렌드**에 주목해 보세요!

뷰티 및 개인 용품

개인용 케어 용품과 스킨케어 제품군은 여름철에 매출이 크게 늘어납니다.
자외선 차단제, 데오드란트, 미스트, 방수 메이크업은 여성 소비자 사이에서 크게 증가하는 경향이 있으며, 마찬가지로 **남성용 개인 케어 제품과 면도 제품**도 매출이 상승합니다.

PRO TIP

아름다움의 기준? 신경쓰지 마세요!

- **TikTok** 사용자들은 당당하고 자신있게 내 모습 그대로를 사랑하는게 무엇인지 보여줍니다.
  그건 바로, 있는 그대로의 모습을 통해 나만의 아름다움을 보여주는 것입니다.
  단순히 비키니를 입은 슈퍼 모델이나 풀 메이크업에 집착하지 마세요.
  틱톡은 자연스럽고 일상적인 모습을 담는 것이 더 중요하답니다.
  광고에 다양성을 도입하고, 여러분만의 개성있는 아름다움을 표현해 보세요.
- 여름 시즌엔 건강한 피부와 몸매로 매력을 보여줄 수 있습니다.
  제품을 통해 고객의 외모를 건강하게 가꾸어 줄 수 있다는 점을 어필해 보세요!

Fashion

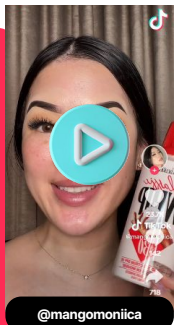
Item: 비치웨어와 수영복, 비치 타월, 선글라스
Trend Spotlight: Coastal Grandma 에스테틱

좌측 영상은 해변의 분위기를 지닌 로맨틱한 룩북을 선보입니다.
비키니, 크롭 탑과는 상반되는 무드의 크림색 패션은
해변의 라이프 스타일을 상징하는 에스테틱입니다.
영화 Nancy Meyers에서 영감을 받은 이 스타일링은
Z세대가 사랑하는 스타일로 빠르게 성장하고 있습니다.

Beauty & Personal Care

Item: 자외선 차단제, 태닝 로션, 방수 메이크업
Trend Spotlight: 휘핑 선스크린

Vacation의 휘핑 선스크린은 TikTok에서 바이럴되며 높은 인기를 끌고 있습니다. #WhippedSunscreen 영상은 총 16.3M의 엄청난 조회수를 기록했죠. #TTMMBI은 창의적인 포장과 미각을 자극하는 향기, 가벼운 포뮬러로 TikTok 커뮤니티의 열광적인 리뷰에 힘입어 쉼없이 매진 행렬을 기록하고 있습니다.



여름 시즌
특히 주목해야 하는 산업

Food & Beverage

F&B

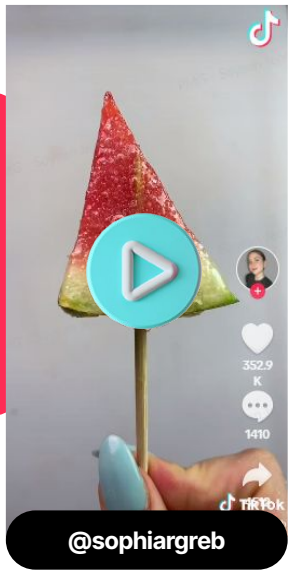
여름철 뭐니 뭐니 해도 가장 중요한 것은 더위를 피하는 것입니다.
특히 올해는 기후 변화로 인해 사상 최악의 폭염이 예고되고 있답니다.

PRO TIP 💡 **고객의 가려운 곳을 긁어주세요!**

- 여름철 고객에게 가장 필요한 두 가지는 폭염과 싸우는 것, 그리고 값싸게 더위를 피할 수 있는 방법을 찾는 것입니다. 따라서 브랜드(특히 3C 브랜드)는 이 두 가지 문제를 해결하는 데에 어떻게 도움을 줄 수 있는지를 강조하고, #cooling을 메인으로 둔 제품의 장점을 어필해야 합니다.
- 다양한 폭염 시나리오를 활용해 제품을 노출시키거나, 사용 전후 비교를 통해 제품의 성능을 자연스럽게 전달해 보세요. 가장 중요한 포인트! 광고 영상을 제작할 때에는 지나치게 상업적으로 메시지를 전달해서는 안 됩니다.

Item: 시원한 음료 또는 냉동식품
Trend Spotlight: 여름철 쿨 레시피

계절 과일부터 시원한 디저트, 여름철 레시피까지!
모든 것이 핫하게 떠오르는 여름 시즌 유저들은
상큼한 과일 맛의 식품, 얼음이 들어간 탄산음료를
친구, 가족들과 함께 즐깁니다.



여름 시즌
특히 주목해야 하는 산업

Travel Services

여행 서비스

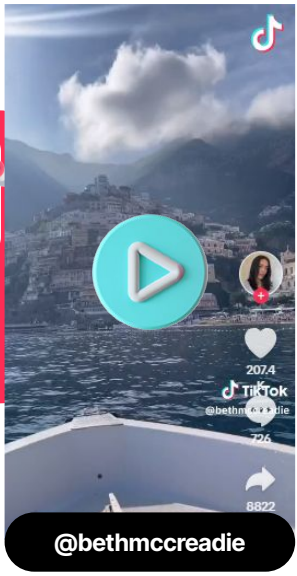
아웃도어/여행 콘텐츠는 많은 사용자들이 여행을 떠나는 여름휴가 기간 동안 크게 증가합니다.

PRO TIP 💡 **계획은 미리미리!**

- 많은 쇼핑객들이 여름 상품의 구매를 1~2개월 전부터 미리 계획합니다.
  따라서 미리 계획을 세우는 것이 마케팅 캠페인의 성공을 좌우하게 됩니다.
- 긴 휴가 기간 동안 고객의 여정도 그만큼 늘어나게 되므로, 미리 계획을 세우세요!
  #여름휴가 #여행계획 해시태그 등 다양한 키워드를 사용해 얼리버드 고객들에게 미리 세일 행사에 대해 알려주세요.

Item: 항공 예약 앱, 호텔 및 여행지
Trend Spotlight: #PhotoDump

포토 덤프(photo dump)란 사용자들이
자신의 여름 여행 사진이나 비디오를
대량으로 업로드하는 트렌드를 말합니다.

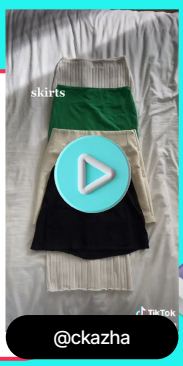


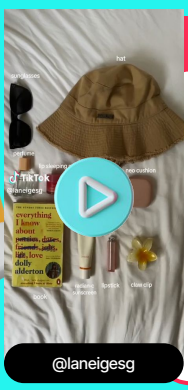
수많은 브랜드가 경쟁하는 여름
창의적인 아이디어로 앞서 나가세요!

Fashion

Pack with me / 휴가지 패션

비디오 몽타주를 사용해 브랜드의 여름철 코디 예시를 공유해 보세요.





Beauty & Personal Care

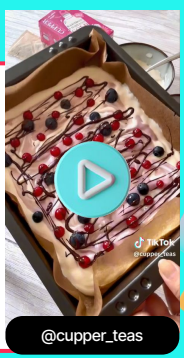
What's in my beach bag?

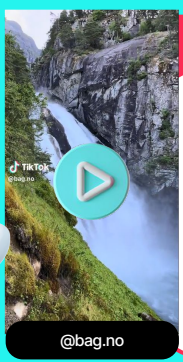
비치 백 속 아이템을 공유하세요!
고객사의 뷰티/라이프 스타일 제품과 함께 엮을 수 있는 좋은 기회입니다.

Food & Beverage

여름 레시피

오직 고객사의 브랜드 제품만을 사용하여 독특하고 군침 도는
여름 레시피를 공유해 보세요!





Travel Services

한눈에 즐기는 여름

신나는 여행 사진과 동영상을 공유하면서
고객사의 제품이나 브랜드 경험을
함께 노출시킬 수 있답니다.

Pro Tips 💡

TikTok 중심의 광고로 대비하는 여름

TikTok-first를 통해 창의적인 방법으로 여름철 내내 브랜드를 노출시킬 수 있습니다. 유저에게 어필하기 위해 아래 팁을 사용하여 자연스럽게 콘텐츠를 제작해 보세요!

Creative Tips

- 💭TikTok-first 아이디어 기획 For You 페이지에 맞는 자연스러운 TikTok 콘텐츠를 만들어 보세요.
- 🧩구조 짜기 가치를 제공하는 콘텐츠 구조를 작성하고 가치를 전달합니다.
  Pro-Tip 💡 크리에이티브 어시스턴트의 스크립트 생성 기능을 활용해 설득력 있는 콘텐츠를 만들어 보세요!
- ✨자극 하기 편집 기술을 활용해 고객의 이목이 계속해서 집중되도록 합니다.
  (ie. 텍스트 오버레이 기능 및 인터랙티브 애드온 기능 활용 등)
- 🔊사운드 사운드를 최우선으로 생각해 TikTok에서 전달되는 메시지를 보강합니다.
  Tip 💡 크리에이티브 센터에서 유료 음악 라이브러리를 활용해 유행하는 음악을 확인해 보세요!
- 🌈트렌드 플랫폼 트렌드에 브랜드를 적용시켜 더 많은 고객을 만날 수 있습니다. 트렌디한 오디오는 고객에게 어필하는 또 다른 포인트가 될 수 있습니다.

Tools

- TikTok 크리에이티브 익스체인지 TikTok, 그리고 TikTok을 이용하는 사용자를 이해하는 TikTok 에이전시 파트너와 함께해 보세요. 이에 맞는 확장성과 우수한 실적의 콘텐츠를 만들 수 있습니다.
- TikTok 크리에이터 마켓플레이스 TikTok을 가장 잘 이해하는 크리에이터들과 함께 우수한 성과를 도출해 보세요. 고객사가 공략하고자 하는 고객 군의 방문이 많은 크리에이터를 찾고, 이들이 자신만의 스타일로 콘텐츠를 만들도록 합니다.
- CapCut 무료로 제공되는 비디오 편집기로 다양한 기능을 한 곳에 모은 제품입니다. 바로 사용할 수 있는 템플릿을 갖추고, TikTok에 맞는 자연스러운 영상을 만들어 드립니다. 템플릿은 참고로 사용할 수도 있고, 이를 사용해 본격적인 광고 캠페인을 제작할 수도 있습니다.

영상 제작 시 꼭 기억하세요!

- ✔️ 9:16 세로 화면
- ✔️ 고해상도 영상을 사용하십시오.
- ✔️ 최신의 스마트폰 카메라를 사용할 경우 좋은 화질을 얻을 수 있습니다.
- ✔️ TikTok UI에 가리지 않도록 넉넉한 여유를 두십시오.
- ✔️ 음향을 켜 두십시오.

여름철을
100% 활용하는 방법

01

신상품 론칭

많은 고객이 기대하는 여름을 맞아
신상품 런칭을 홍보하십시오.

02

여름 프로모션

계절 할인 행사와 판촉을 통해 여름
캠페인을 시작해 봅시다.

03

고객의 마음 사로잡기

타겟 고객에게
브랜드 = 여름이라는 인식을 심어주세요.

SMB 스포트라이트

Fashion

그레이마돈나 (Gray Madonna)

국내 패션 브랜드 Gray Madonna는
동영상 쇼핑 광고(카탈로그)를 통해 제품 판매를 촉진하는
첫 광고 캠페인을 진행했습니다.

3.75X	2.3%	44K
ROAS	CVR	Reach

더 알아보기

Beauty & Personal Care

Cell:fection

한국의 새로운 뷰티 브랜드인 Cell:fection은
TikTok 스파크 애즈를 활용하여 크리에이티브 동영상 효과를 높여 10.2
배의 매출 증대를 달성했습니다.

10.2X	2.9%	120K
GMV 증대	*CTR	Imp.

*최고의 성과를 내는 크리에이티브의 CTR

더 알아보기

소규모 비즈니스 용

TikTok 광고 계정이 없으신가요?

어렵지 않습니다! 틱톡의 광고 솔루션을 활용해 잠재고객을 발굴하고 틱톡 커뮤니티와 함께 성공적이고 즐거운 여름을 보내세요.

TikTok 광고 시작하기

✔️ TikTok 유저를 고객으로 확보하는 방법

고민

인지도가 높은 이커머스부터 최근에 직접 판매를 시작한 개인 사업자까지 모두의 최대 고민은,
새로운 고객을 발굴하고 확보하는 방법입니다.

솔루션

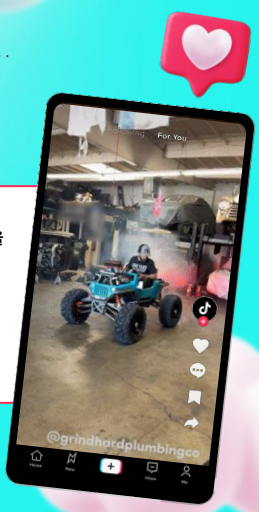
심플한 솔루션을 통해 고객을 찾고
온라인 매출을 늘리세요!

개요

TikTok 동영상 시청 후
액션을 취한 전 세계 사용자의 비율

92%

*출처: 2021년 Kantar에서 실시한 TikTok Marketing Science 글로벌 앱 소비된 시간 연구



✔️ TikTok 광고를 시작하는 방법

1

TikTok 광고 관리자 계정 만들기

- 결제 정보 입력 및 설정

2

TikTok 픽셀 설정

- 3개 이상의 픽셀 이벤트 설정
- 자동 고급 매칭 및 자사 쿠키 켜기

3

첫 번째 광고 크리에이티브 만들기

- 스파크 애즈용 동영상 선택하기
- 아이디어와 영감을 제공하는 TikTok 크리에이티브 도구 확인하기

4

첫 번째 캠페인 실행

- 웹사이트 전환 목표 사용하기
- 우선 '장바구니에 담기'에 맞게 최적화하기
- 최적의 결과를 위해 최소 $30의 광고 그룹 일일 예산으로 시작하기
- 타겟팅 선택하기

5

TikTok에서 매출 측정, 최적화 및 성장시키기!

최적화 전략

***결과 최적화를 위해 '장바구니에 담기' 이벤트로 시작**

TikTok 광고를 이제 막 시작하신다면 시스템에서 어떤 유형의 방문객이 웹사이트에서 전환될 가능성이 높은지 알아야 합니다.

'장바구니에 담기'와 같은 유저 행동에 맞게 최적화하면 시스템이 이상적인 오디언스를 더 빠르게 파악하는 데 도움이 됩니다. 이 단계가 성공적으로 이뤄지면 결제 완료 이벤트에 집중할 수 있습니다.

성공케이스

국내 스킨케어 브랜드, 풀 퍼널 전략으로 GMV 8.58배 증가

목표

SKIN1004는 신규 고객과 광범위한 오디언스에게 브랜드를 소개하여 브랜드 인지도를 높이고 인도네시아의 새로운 TikTok Shop 제품 판매를 촉진할 수 있는 광고 솔루션이 필요했습니다.

솔루션

SKIN1004는 '동영상 조회수'를 목표로 인피드 광고를 시작하고 인도네시아 크리에이터와 협업하여 미디어 노출 점유율과 시청자 기반을 늘리기 위해 노력했습니다.

또한 동영상 쇼핑 광고와 라이브 쇼핑 광고를 통해 TikTok Shop에 대한 프로필 방문을 늘리고 더 많은 판매 전환을 유도했습니다.

결과

동영상 조회수' 캠페인은 이전 캠페인에 비해 GMV가 8.5배 증가했으며,
쇼핑 광고와 라이브 쇼핑 광고도 각각 6.4배, 4.3배의 ROAS를 기록했습니다.

전체 사례 연구는 여기에서 확인할 수 있습니다.

*미국, CPG 광고주 출처: 2020~2022년에 Nielsen에서 실시한 TikTok Marketing Science, 미국 CPG 미디어 믹스 모델 메타 분석

TikTok for Business

체크리스트:
첫 캠페인 실행을 위한 가이드

✅ 각 단계를 완료하면 상자에 체크하세요!

Step 01

TikTok 광고 관리자 계정 만들기

- ☐ **TikTok** 광고 관리자 계정 등록
  (자세한 내용은 여기에서 확인하세요. 데스크톱 활용 권장)
- ☐ 결제 방법 설정(대시보드 > 계정 설정 > 결제로 이동)

Step 02

TikTok 픽셀 설정

TikTok 픽셀을 이용하면 광고주가 광고 성과를 측정하고 캠페인을 최적화하고 고객을 찾을 수 있습니다. **TikTok** 픽셀은 웹사이트를 위한 전환 광고 캠페인을 실행하는 데 필수입니다.

- ☐ 자산 > 이벤트 > 웹 이벤트에서 **TikTok** 픽셀 선택
- ☐ 자동 고급 매칭 및 자사 쿠키 토글 켜기
- ☐ 최소 3개의 이벤트 설정: 콘텐츠 보기, 장바구니에 담기, 결제 완료
  제한적인 개발자 리소스를 보유한 광고주의 경우 이벤트 작성기를 사용하는 것을 권장합니다.

💡주요 팁: 픽셀 설정

- TikTok 전자상거래 파트너 플랫폼을 사용하는 경우 **한 번의 클릭만으로 픽셀을 설정**합니다.
  파트너로는 **Shopify, BigCommerce, Ecwid, WooCommerce, Prestashop** 등이 있습니다.
- **Google** 태그 관리자에서 **TikTok**의 태그 템플릿을 사용하여
  개발자 리소스가 거의 또는 전혀 없는 픽셀 사용자 지정 코드 이벤트를 추가합니다.
  여기에서 자세히 알아보세요.
- **Chrome** 스토어에서 **TikTok** 픽셀 도우미를 다운로드하고 설정 오류를 확인하여
  픽셀 및 이벤트 설정을 검증합니다.

Step 03

첫 번째 광고 크리에이티브 만들기

동영상 포맷은 걱정하지 마세요. 시작하는 데 도움이 되는 도구와 리소스가 많이 준비되어 있습니다.

- ☐ **스파크 애즈**로 사용할 기존 **TikTok** 동영상 찾기
- ☐ 광고를 큰 성공으로 이끌 모범 사례 및 도구에 대한 자세한 내용은
  SMB 크리에이티브 플레이북에서 확인해 보세요.

스파크 애즈는 표준 인피드 광고보다 시청 완료율이 **134%** 더 높습니다.

💡주요 팁: 스파크 애즈

- 스파크 애즈는 기존 **TikTok** 동영상을 추천 피드의 유료 광고로 전환해 주는 광고 형식입니다.
  스파크 애즈는 자연스러운 콘텐츠 같은 느낌을 주며 더 우수한 성과를 도출합니다.
- 내부 연구 결과에 따르면 성과가 가장 우수한 스파크 애즈 영상은
  가장 많은 조회수를 기록한 비즈니스 또는 제품에 대한 동영상입니다.
  모든 **TikTok** 동영상을 스파크 애즈로 활용할 수 있으나,
  3~5일 이내의 최근 동영상인 경우 더욱 긍정적인 성과를 확인할 수 있습니다.

2022 스파크 애즈 내부 **AB 테스트 결과 데이터 - 브랜드 경매*

Step 04

첫 번째 캠페인 실행

TikTok 광고 관리자에서 대시보드의 광고 만들기를 클릭해 첫 캠페인 설정을 시작합니다.

캠페인 레벨

- ☐ **'웹사이트 전환'** 목표 선택
- ☐ **'캠페인 예산 설정'** 끄기(더 세부적으로 조정하려면 일일 광고 그룹 예산을 사용)

광고 그룹 레벨

- ☐ **'웹사이트'**와 픽셀 선택
- ☐ 최적화 이벤트로 **'장바구니에 담기'** 선택
- ☐ **'게재 위치 선택'**에서 **'TikTok'** 선택
- ☐ **타겟팅** 선택. '자동 타겟팅'을 사용하는 것을 권장합니다.
  '사용자 지정 타겟팅'을 사용하는 경우 오디언스 크기 추정기를 사용하여 오디언스를 광범위하게 유지합니다.
- ☐ 일일 광고 그룹 예상 설정(최소한 **$30USD**로 시작)

TikTok의 연구 결과에 따르면, 장바구니에 담기 이벤트로 시작하면 어떤 유형의 방문자가 전환하는지 시스템이 학습할 수 있습니다. 결제 완료로 넘어가기에 적합한 시점에 대해서는 아래의 '첫 캠페인 육성' 섹션을 참조하세요.

💡주요 팁: 일일 광고 그룹 예산

- 일일 광고 그룹 예산은 광고 그룹에서 하루동안 지출 가능한 최대 금액입니다.
- 최소한 **$30USD**(또는 등가의 현지 통화)의 일일 예산으로 시작하세요.
  이 정도의 금액을 통해 추천 시스템은 **이상적인 오디언스가 누구인지에 대해 학습하고 초기에 최적의 결과를 얻을 수 있습니다.**

광고 수준

- ☐ 계정을 사용하여 스파크 애즈**를 실행할 **ID**를 선택
- ☐ 광고로 사용하려는 오가닉 게시물을 선택하거나 새 동영상을 업로드
- ☐ 광고의 텍스트 및 **URL** 작성
- ☐ '콜 투 액션(**CTA**)'을 위한 다이내믹 선택
- ☐ 첫 캠페인의 심사를 위해 **제출**을 클릭해 전송

스파크 애즈를 통해 여러분 또는 크리에이터의 **TikTok** 계정의 오가닉 콘텐츠를 광고 동영상으로 사용할 수 있습니다. **ID**는 광고가 표시되는 방법을 결정합니다. 자세한 내용은 여기에서 확인하세요.

이는 광고가 전달할 내용이며 **TikTok**으로 연결해 주는 링크입니다.

지금 시작하기!

다음 단계는?

광고 심사

모든 광고는 '제출'을 클릭한 이후 모든 유료 홍보 콘텐츠가 안전하고 커뮤니티에 매력적인지를 확인하기 위한 심사 절차를 거치게 됩니다.

광고가 승인되어 게시되면 알림을 받게 됩니다.

대부분의 광고는 24시간 내에 심사가 완료됩니다.

여기에서 광고 심사 과정에 대한 자세한 내용을 확인하세요.

첫 번째 캠페인 키우기

이제 다음 팁을 따라 더 많은 판매를 유도하고 새로운 목표를 달성하세요!

1주 차에 몇 건의 장바구니에 담기 전환이 일어나는지 모니터링합니다.

장바구니에 담기 전환 최소 1회▼	장바구니에 담기 전환 0회▼
새 광고 그룹 시작: 결제 완료	새 광고 그룹 시작: 콘텐츠 보기
이 시스템은 어떤 유형의 방문자가 전환할 가능성이 더 높은지에 대한 초기 인사이트를 제공합니다. 또한 장바구니에 담기와 관련된 더 많은 인사이트를 수집하면서 결제 완료를 위한 최적화를 진행할 수도 있습니다.	이 시스템은 오디언스를 필터링하는 데 더 많은 시간 필요로 합니다. 콘텐츠 보기 **100**회를 달성하면 결제 완료로 전환할 준비가 완료되었습니다.

💡**꿀팁!** **'장바구니에 담기' 광고 그룹을 유지하여** 지속적으로 전환 볼륨을 높이고 시스템을 학습하도록 해보세요!

오가닉 인지도 쌓기

훌륭한 오가닉 전략을 통해 유료 콘텐츠의 효과를 극대화하고 **ROAS**를 높여보세요.
오가닉 채널을 통해 어떤 콘텐츠가 효과가 가장 높은지 테스트하고 **스파크 애즈**를 활용하여 성과를 높이세요!

TikTok에서 비즈니스 계정 설정

비즈니스 계정은 **TikTok**의 공개 프로필이자 비즈니스에게는 플랫폼의 홈 베이스입니다.
여기에서 자세히 알아보세요.

TikTok에서 오가닉 전략 만들기

트렌드를 조사하고 사운드를 사용하여 퀄리티 높은 콘텐츠를 제작하세요.
일주일에 **3~5**회 콘텐츠를 게재하여 오디언스가 어떤 콘텐츠에 반응하는지 확인해 보세요!

추가 리소스 확인

- **동영상 인스퍼레이션**: 다음 **TikTok** 동영상을 위한 아이디어를 찾고 계시나요? 큰 관심을 끌 수 있는 몇 가지 크리에이티브 인스퍼레이션을 소개합니다.
- **제품 및 광고 정책 질문**: 비즈니스 지원 센터는 제품 사용 방법부터 광고 정책 세부 사항에 이르기까지, 모든 것을 도와드릴 수 있습니다. 키워드를 입력해 쉽고 간단하게 필요한 내용을 찾아보세요!
- **TikTok 픽셀**: **TikTok** 픽셀의 작동 방식과 **TikTok**에서 제공하는 쉬운 설치 옵션을 이 가이드에서 자세히 알아보세요.

TikTok for Business