

Portfolio

대행사 AE 2년 · 패션 · 가전 · 홈퍼니싱 · 뷰티 — 월 억대 광고비 풀퍼널 운영

스스로 질문하고, 개선점을 찾고, 효율적으로 실행합니다.

010-6340-3531

ncsp@kakao.com



구병기

퍼포먼스 마케터

010-6340-3531

ncsp@kakao.com

이엠넷 · 2024.09 – 현재

담당 브랜드 운영

이엠넷 2년 · 브랜드 3사 운영 + 데이터 협력 2사 · 월 1억 – 6억+ 광고비

2024.09 2025.03 2025.09 2026.03 2026.08 현재



24.09 – 25.09

월 6억+

약 1년 · 패션



25.11 – 26.03

월 1억

약 5개월 · 가전



26.01 – 현재

월 2억+

홈퍼니싱

월 광고비 운용 규모 · 근사 기준

협력 프로젝트



데이터 자동화 · 리뷰 분석

CATEGORY

패션

홈퍼니싱

가전

뷰티

EDUCATION

계명대학교 의용공학과

2015.03 – 2021.02

검색광고마케터 1급 · GTQ 그래픽기술자격 1급

PREVIOUS

패스트파이브

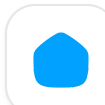
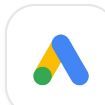
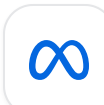
커뮤니티 매니저 · 2021.11 – 2023.03

구름샵

인테리어 브랜드 운영 · 2021.01 – 2022.08

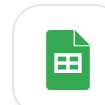
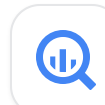
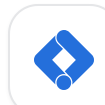
TOOLKIT

MEDIA & ADS



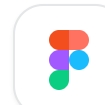
브랜딩 · 퍼포먼스 상시 운영

DATA & MEASUREMENT



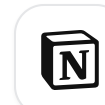
GA4 · GTM · BigQuery · Sheets

DESIGN



Photoshop · Illustrator · Figma · Final Cut

WORK & AI



Notion · Claude · Codex · VS Code

Index

PART 01

Automation

반복 노동을 도구로 대체하고, 만드는 방법을 팀에 넘긴 다섯 갈래

- 01

브랜드별 맞춤 대시보드 제작

COSRX · 지누스 — 05
- 02

브랜드 해외 진출을 위한 채널 리뷰 분석

메디큐브 — 06
- 03

반복적 소재 제작 및 세팅을 자동화

지누스 — 07
- 04

애드테크 직접 구현 — OAuth · 픽셀 태깅

개인 프로젝트 — 08
- 05

도구를 만드는 방법을 팀 절차로

사내 지식 공유 — 09

PART 02

Operations

예산과 판단을 구조로 다룬 세 브랜드 · 운영 개요 — 11

- 06

매달 A/B 테스트, 판정은 다음 달로 이월

지누스 — 12
- 07

제품 카테고리별로 공유예산을 나누는 기준

샤크닌자 — 13
- 08

예산을 매체가 아니라 퍼널에 배분

디스커버리 — 14

PART 01 · PROJECT 01 - 05

Automation

대시보드 · 리뷰 분석 · 소재 에디터 · 픽셀/태깅 · 팀 절차

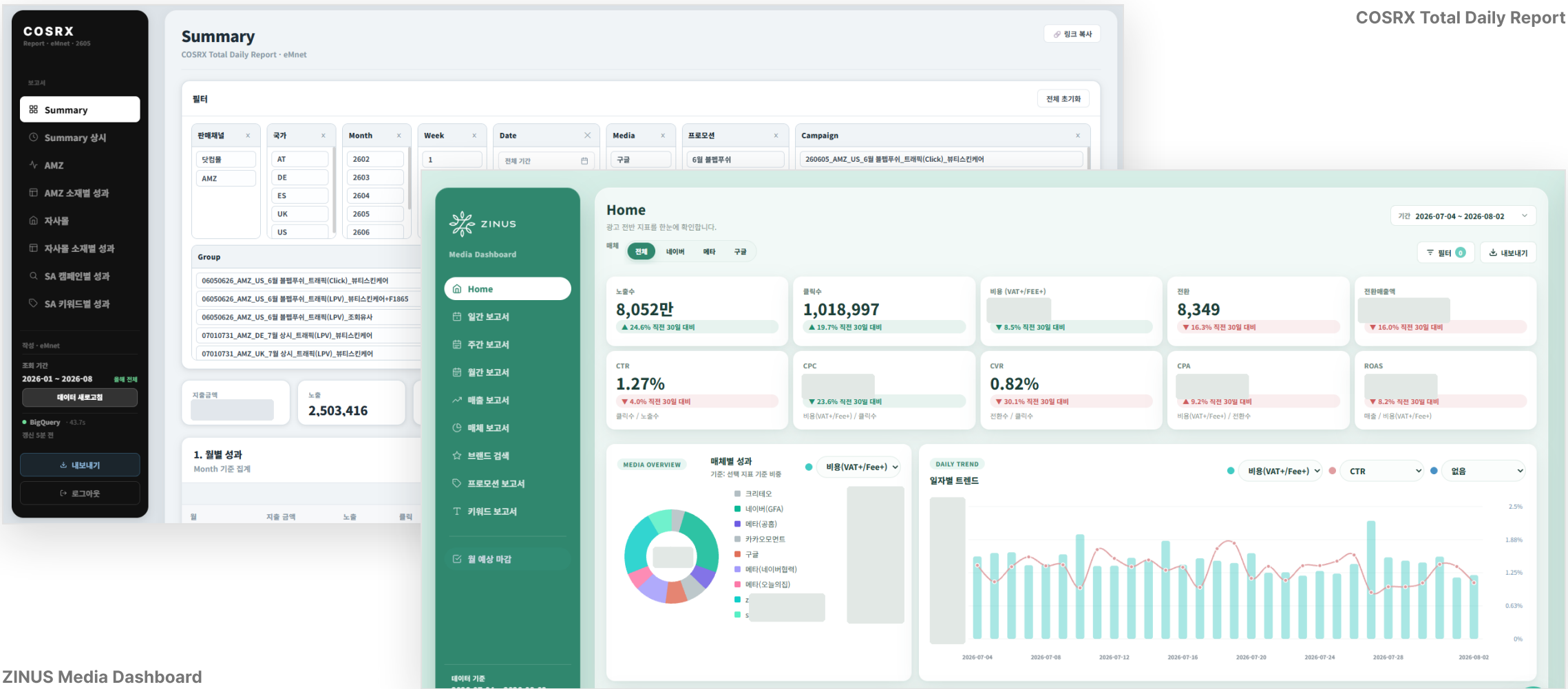
브랜드별 맞춤 대시보드 제작

아마존 · 자사몰 · 검색이 각각 다른 기준으로 집계돼, 채널을 합쳐 보면 기여가 겹치거나 새는 상태였습니다. 매체 원본을 **BigQuery**에 실시간 연동해 기준을 통일하고, 브랜드마다 보는 축이 달라 **COSRX · 지누스**를 각각 다른 구성으로 만들었습니다.

COSRX Total Daily Report · 지누스 Media Dashboard · **BigQuery** 실시간 연동 · 대시보드 기획·설계·구축 기여도 100% · 데이터 연동은 솔루션팀 협업

APPROACH

채널 원본 아마존 · 자사몰 · 네이버 · 메타 · 구글 · 카카오	실시간 연동 일 단위가 아니라 조회 시점 기준으로 적재	BigQuery 단일 산식 매체별로 다른 지표 정의를 산식 병기로 통일	어트리뷰션 기준 Helium 10 연계 · 채널 간 기여 중복 정리	리포트 자동화 일 · 주 · 월 / 매체 · 프로모션 · 키워드
---	--	---	---	---



ZINUS Media Dashboard

직접 만든 대시보드 실제 화면 · 금액·단가·ROAS와 계정 ID는 마스크

RESULT

수작업 취합 → 실시간 리포트

원본 1,432,301행 → 집계 8,441행
조회 시점 기준 실시간 반영

AI ASSISTANT

대화형 데이터 분석 — 지표를 찾아 읽는 대신 물어보면 근거와 함께 답한다

"금주 데이터 기준으로 파워링크 키워드 입찰 조정 제안해줘"

"원하는 데이터를 빠르게 확인할 수 있고 디자인이 예뻐요"
— 팀 내부 피드백

브랜드 해외 진출을 위한 채널 리뷰 분석

해외 진출을 검토하려면 진입 전에 현지 반응을 알아야 하는데, 리뷰 수만 건을 사람이 읽어 요약하다 보니 뽑는 사람마다 기준이 달랐습니다. **국내뿐 아니라 해외 채널까지** 리뷰와 상품 정보를 크롤링해 **제안에 필요한 인사이트까지 자동으로 도출**되도록 한 절차로 묶었습니다.

APR 메디큐브 · 뷰티 협력 프로젝트 · 국내 5종 · 해외 2종 채널 지원 · **기여도 100%**

APPROACH

상품 URL 입력 플랫폼 혼합 입력 가능	크롤링 에이전트 수집 개수 지정 또는 전량	엑셀 정리 별점 · 작성일 · 옵션 · 본문	LLM 분석 요약 · 감성 · 키워드 → 소구점 후보
----------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------	---

1	사이트	상품명	옵션	별점	리뷰작성일	리뷰내용
2	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2025-01-09	とても良かったです。
3	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	4	2024-11-24	配送が早かったです！
4	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-11-17	リピしました！！おすすめです
5	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	1	2024-10-10	効果あるのかないの分かりにくいので匂いも少し甘い感じで落ち着く香りで使い心地はいいです。まだ使い始めて分からないので毎日し。
6	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-10-02	。
7	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	3	2024-09-26	期待をこめて、ピンク色が凄い
8	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-25	トトロで良い感じです！
9	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-24	YouTubeでおすすめされていたので、
10	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-24	とても良かったです。
11	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-23	届くまで結構時間かかりましたが、素
12	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-23	話題のサーモン注射なので使うのが楽
13	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-22	届くのが少し遅かったですが、お菓子
14	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	3	2024-09-22	なんかいろいろ着いてきた ㄹㅇ 笑
15	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-22	まだ使い始めたばかりなので今後に期
16	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-22	香りが若干セありだと思いました
17	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-22	初めて購入してみました！おまけもた
18	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-22	が可愛かったですㄹ
19	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-22	届くのは時間かかりましたがおまけ
20	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-22	サーモン注射は今話題なので楽しみで
21	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	香りも良くて凄くしっとりそしてモチ
22	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	3	2024-09-21	届くのに時間はかかったが、使った感
23	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	配送がとても遅かった
24	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	商品到着まで17日かかりましたが
25	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	本日到着 ㄹㅇ
26	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	オマケも付いてて有難い ㄹㅇ
27	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	なんかお菓子とニードルショット付い
28	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	まだ使っていないからいい分からない
29	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	かかりましたㄹ
30	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	効果がたのしみです！
31	qoo10	메디큐브 PDRN 핑크베프치드 앰플	30	5	2024-09-21	安く購入できたのに、おまけも凄くて

Review Crawling Agent

Review Crawling Agent

공개 리뷰 수집을 엑셀 파일로 정리합니다.

상품 URL

한 줄에 하나씩 입력하세요. 플랫폼은 섞어도 됩니다.

https://www.oliveyoung.co.kr/store/goods/getGoodsDetail.do?goodsNo=A000000235050

수집 설정

수집 개수 200 ☐ 전제 비워두거나 전체 체크 시 전량 수집

수집 시작

실행 중단

엑셀 열기

결과 볼더

대기 중

진행 로그

분석 프롬프트

추출된 엑셀 파일을 LLM에 첨부하고, 이 프롬프트를 붙여넣으세요.

프롬프트에는 파일 경로를 넣지 않습니다.

프롬프트 복사하기

복사 후 엑셀 파일을 LLM 채팅창에 함께 첨부하세요.

직접 만든 Review Crawling Agent 실제 화면 · 큐텐 재팬 메디큐브 리뷰 수집 결과

RESULT

2시간 → 20분

리뷰 수집·분석 소요 시간 -83%
10만 건 이상을 1시간 내 수집·분석

국내 — 올리브영 · 오늘의집 · 무신사 · 네이버 · 하이마트

해외 — 큐텐(JP) · 아마존

리뷰와 함께 상품 정보까지 수집해 경쟁 제품과 같은 축으로 비교.

"리뷰 수집하고 분석하는데 오래 걸렸는데, 이제는 간편하네요"

— 팀 내부 피드백



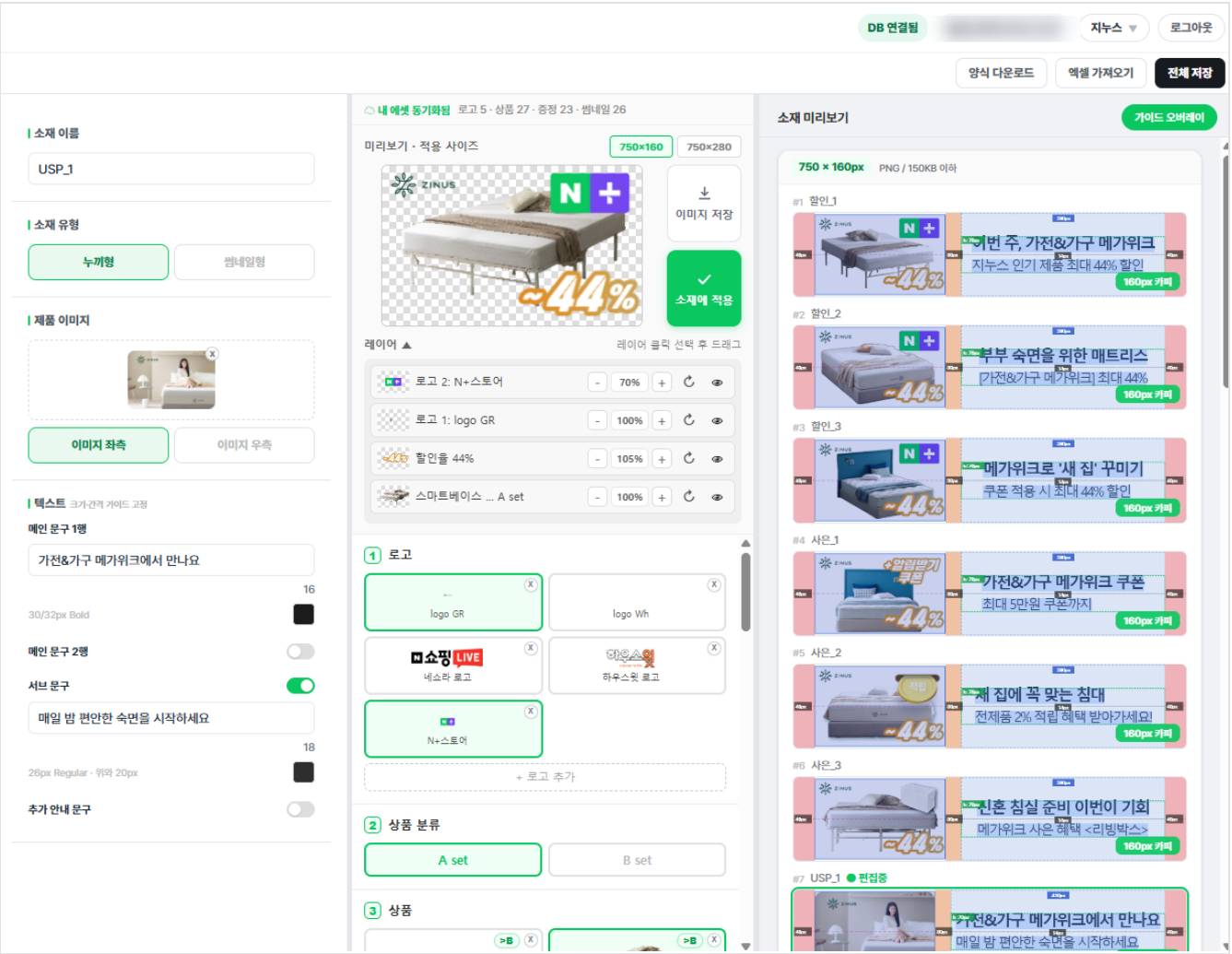
반복적 소재 제작 및 세팅을 자동화

디자인은 단순한데 수량이 많은 소재를 규격별로 다시 만들고 수동 업로드하느라 프로모션 1건당 2시간이 들었습니다. **규격 변환 · 문구 입력 · 매체 세팅**을 한 화면에서 끝내는 에디터를 만들었습니다.

지누스 · 스마트채널 · 비즈보드 · 750×160 / 750×280 · **기여도 100%**

APPROACH

에셋 동기화 로고 · 상품 · 증정 · 썸네일	규격 자동 크롭 가이드 오버레이로 여백 자동 적용	문구 슬롯 일괄 메인 · 서브 문구를 한 번에 입력	매체 세팅 확장프로그램으로 업로드 자동화
-------------------------------------	---------------------------------------	--	----------------------------------



직접 만든 Creative Editor 실제 화면 · 문구 한 번 입력 → 규격별 소재 9건 동시 생성 · 지누스 적용

RESULT

2시간 → 10분

프로모션 1건당 소재 제작·세팅 시간 -92%

소구점 A/B 3축(할인율 · 사은품 · USP)을 같은 규격으로 반복 집행

"너무 편해서 이게 없던 시절에 어떻게 했나 싶어요"
— 팀 내부 피드백

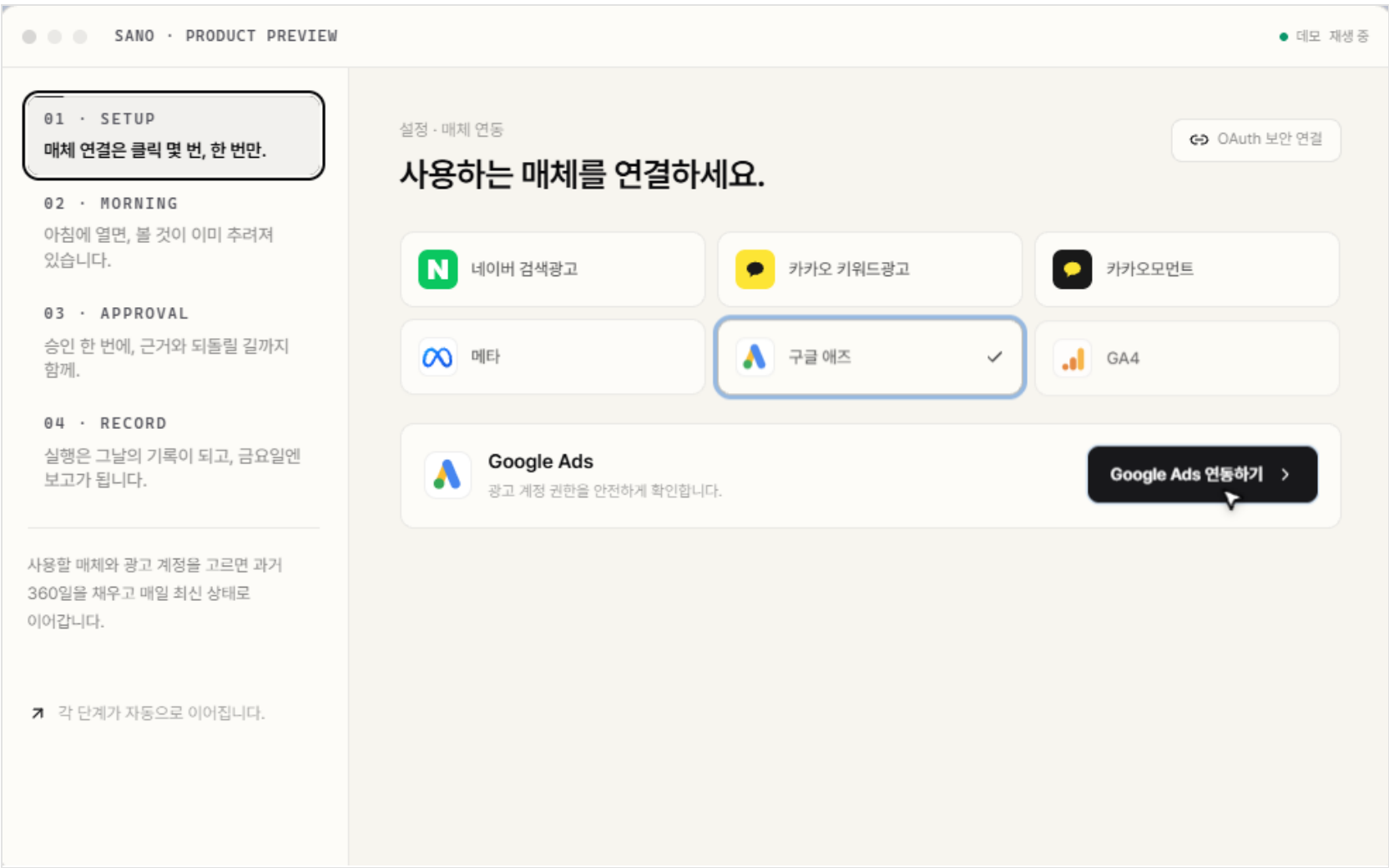
애드테크 직접 구현 — OAuth 연동과 픽셀 태깅

광고 운영자는 보통 매체 연동과 픽셀이 이미 끝난 뒤부터 관여하고, 그 앞 구간은 개발 요청으로 넘깁니다. 개인 프로젝트로 매체 **6종을 OAuth로 연결**하고, 메타 픽셀을 **직접 코드 삽입**과 **GTM 경유** 양쪽으로 구현해 전환 이벤트까지 직접 설계했습니다.

개인 프로젝트 · 2026.07 – 현재 · OAuth 연동 매체 6종 · 성과가 아니라 역량 확보가 목적 · **기여도 100%**

APPROACH

OAuth 매체 연동 계정 권한을 안전하게 위임받아 매체 6종 연결	데이터 적재 과거 360일을 채우고 매일 최신 상태로 갱신	픽셀 · GTM 태깅 직접 코드 삽입과 GTM 경유 양쪽 구현	전환 이벤트 설계 무엇을 전환으로 볼지 직접 정의
---	--	--	---------------------------------------



직접 만든 도구의 매체 연동 화면 · OAuth 로 계정 권한을 위임받아 연결 — 키를 주고받지 않는다

RESULT

OAuth 연동 매체 6종

픽셀 직접 삽입 + GTM 경유 이중 구현
연동·태깅을 요청이 아니라 설계 대상으로

매체 담당자에게 **ID·비밀번호를 받지 않고** OAuth로 권한만 위임받는 구조

진행 중인 프로젝트라 **성과 수치를 쓰지 않았습니다**. 광고 계정 밖의 연동·측정 구간을 직접 다뤄 본 경험만 기재.

도구를 만드는 방법을 팀 절차로

도구는 만든 사람만 쓰면 개인 역량으로 끝나고, 다음 사람이 같은 시간을 다시 씁니다. 도구가 아니라 **만드는 4단계 방법**을 사내 지식 공유 프로그램에서 발표해 팀이 스스로 만들 수 있게 이관했습니다.

이엠넷 광고사업 2본부 1실 1팀 · 2026.06 AI 활용 사례 발표 · 전사 확산 · **기여도 100%**

APPROACH

Step 01 문제 정의 시간이 많이 드는 반복 업무를 고른다	Step 02 프로토타입 2일 안에 만들 단위로 쪼개 MVP를 만든다	Step 03 실무 검증 실제 업무에 써 보며 고친다	Step 04 디벨롭 · 공유 다듬고 패키징해 팀원에게 넘긴다
---	---	--	---

Step 01

문제 정의

시간이 많이 드는 반복 업무를 고른다

Step 02

프로토타입

2일 안에 만들 단위로 쪼개 MVP를 만든다

Step 03

실무 검증

실제 업무에 써 보며 고친다

Step 04

디벨롭 · 공유

다듬고 패키징해 팀원에게 넘긴다

Step 01

문제 정의

시간이 많이 드는 반복 업무를 고른다

Step 02

프로토타입

2일 안에 만들 단위로 쪼개 MVP를 만든다

Step 03

실무 검증

실제 업무에 써 보며 고친다

Step 04

디벨롭 · 공유

다듬고 패키징해 팀원에게 넘긴다

Step 01

문제 정의

시간이 많이 드는 반복 업무를 고른다

Step 02

프로토타입

2일 안에 만들 단위로 쪼개 MVP를 만든다

Step 03

실무 검증

실제 업무에 써 보며 고친다

Step 04

디벨롭 · 공유

다듬고 패키징해 팀원에게 넘긴다

Step 01

문제 정의

시간이 많이 드는 반복 업무를 고른다

Step 02

프로토타입

2일 안에 만들 단위로 쪼개 MVP를 만든다

Step 03

실무 검증

실제 업무에 써 보며 고친다

Step 04

디벨롭 · 공유

다듬고 패키징해 팀원에게 넘긴다

RESULT

-40%

반복 업무 시간 절감 · 도구 3종 실무 적용 후 측정
2026.06 사내 발표 자료 기재값

2026.06 사내 지식 공유 · 팀 AI 활용 사례 발표

되찾은 시간의 재투입처 — 아웃바운드(신규 수주) · 인사이트와 전략 · 광고주 응대 품질

PART 02 · PROJECT 06 - 08

Operations

지누스 · 샹크닌자 · 디스커버리 — 예산과 판단을 구조로

운영 브랜드



홈퍼니싱

운영 기간	2026.01 – 현재
운영 규모	월 2억+
역할 · 기여도	운영 주담당 · 80%

매달 A/B 테스트하고 판정을 다음 달로 이월

성과 향상 ABT 13건



가전

운영 기간	2025.11 – 2026.03
운영 규모	월 1억
역할 · 기여도	프로세스 설계 · 50%

공유예산을 카테고리 효율로 배분

ROAS 253% 향상



패션

운영 기간	2024.09 – 2025.09
운영 규모	월 6억+
역할 · 기여도	미디어믹스 11건 · 40%

예산을 매체가 아니라 퍼널에 배분

광고비 -39% · 매출 -10% 방어

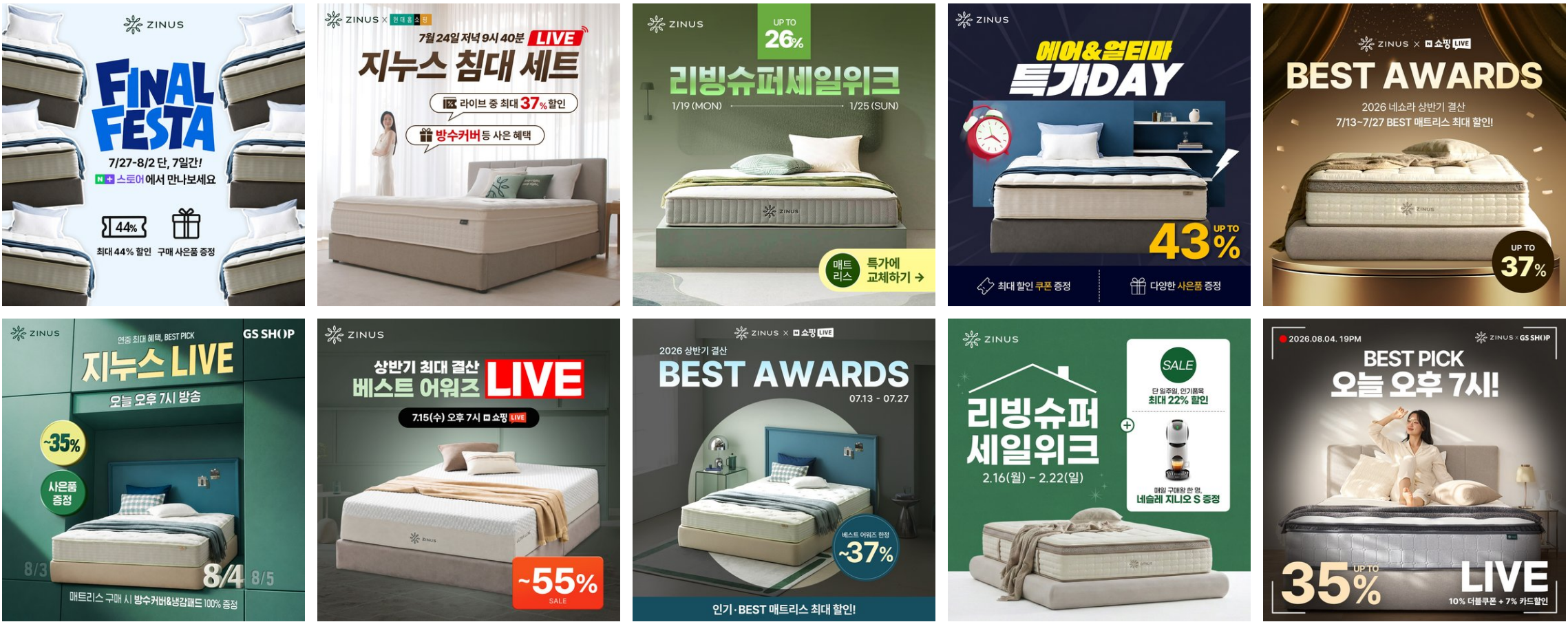
지누스

한 달에 프로모션 3~5건이 기간이 물린 채 동시에 돌아가 판단이 매달 원점이었습니다. 테스트 측과 판정 기준을 고정하고, 결과를 **AS-WAS / AS-IS / TO-BE 3열 관리표**로 다음 달 운영안에 그대로 이월하는 구조를 만들었습니다.

지누스 · 홈퍼니싱 · 2026.01 – 현재 · 월 2억+ · 운영 주담당 · 기여도 80%

APPROACH

소재 5건 브랜드검색 썸네일 · 리뷰 기반 유형 · 스마트채널 사이즈 · DA 카피	타겟 3건 맞춤타겟 자동확장 · 페르소나 신규 타겟 · 이탈 리타겟 분리	입찰 · 지면 3건 2순위 노출 제품 비교 · 스마트 최적화 입찰 · DA 게재지면 분리	신규 매체 2건 SA 카니발 대응 · 크리에오 x ChatGPT 키워드 유형
---	---	--	---



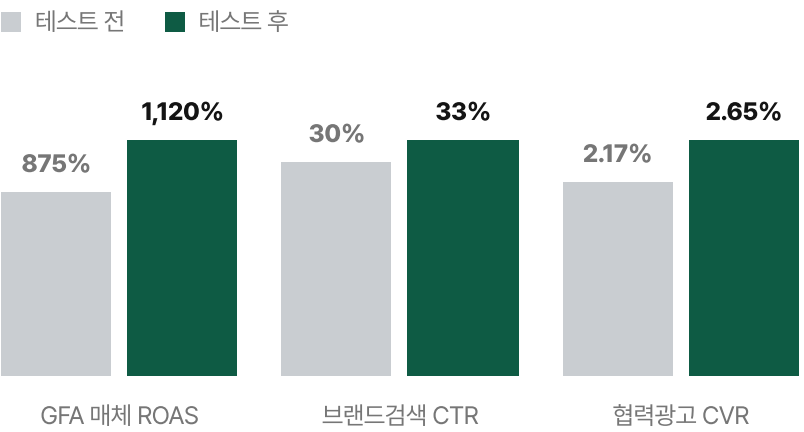
*기획 단계부터 디자인팀 협업까지 직접 참여하여 제작한 소재입니다.



RESULT

성과 향상 ABT 13건

2026.02 – 08 · 7개월 누적
월간 운영안에 테스트·판정 기록으로 남은 건



각 지표 동일 기간 전/후 비교 · 월간 운영안 판정 기록 기준

판정 결과는 다음 달 운영안의 **AS-IS**로 자동 이월 — 진 테스트도 개선
과제로 남김

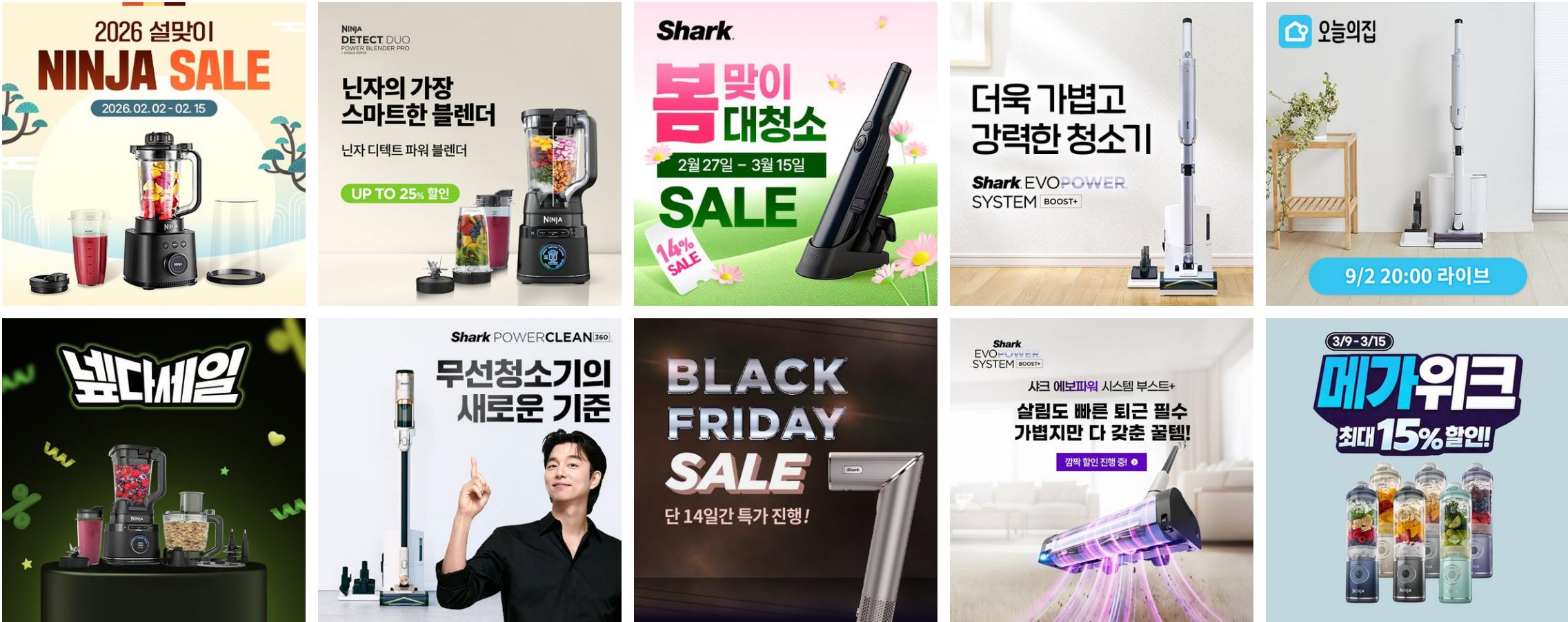
샤크닌자

청소기·주방가전 등 제품 카테고리가 하나의 공유예산을 나눠 쓰는데, 카테고리별 효율 차이가 배분에 반영되지 않았습니다. 효율을 같은 기준으로 측정해 구간을 나누고, 재배분한 뒤 다시 측정해 기준을 갱신하는 **프로세스를 설계**했습니다.

샤크닌자 · 가전 · 2025.11 – 2026.03 · 월 1억 · 네이버 검색광고 중심 · **기여도 50%**

APPROACH

Step 01 카테고리별 효율 측정 제품 카테고리 단위로 전환 효율을 같은 기준으로 집계	Step 02 효율 구간 분류 예산을 먼저 가져갈 구간과 조일 구간을 구분	Step 03 배분 비중 조정 구간에 따라 카테고리별 예산 비중을 재배분	Step 04 재측정 · 기준 갱신 적용 후 다시 측정해 다음 배분 기준으로 이월
--	--	---	--



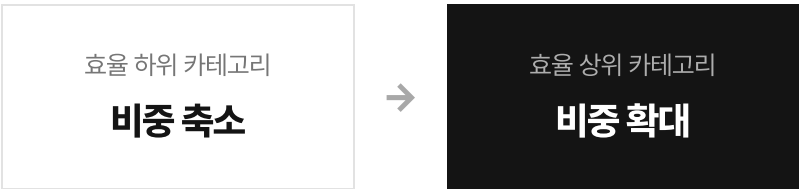
*기획 단계부터 디자인팀 협업까지 직접 참여하여 제작한 소재입니다.



RESULT



공유예산 분배 프로세스 적용 전 대비 ROAS 증가폭



적용 후 다시 측정 → 다음 달 배분 기준으로 갱신

제품 카테고리 단위로 측정 · 네이버 검색광고 중심 · 월간 재측정 기록 기준



누가 말아도 **같은 판단**이 나오게 하는 것이 설계 목적.

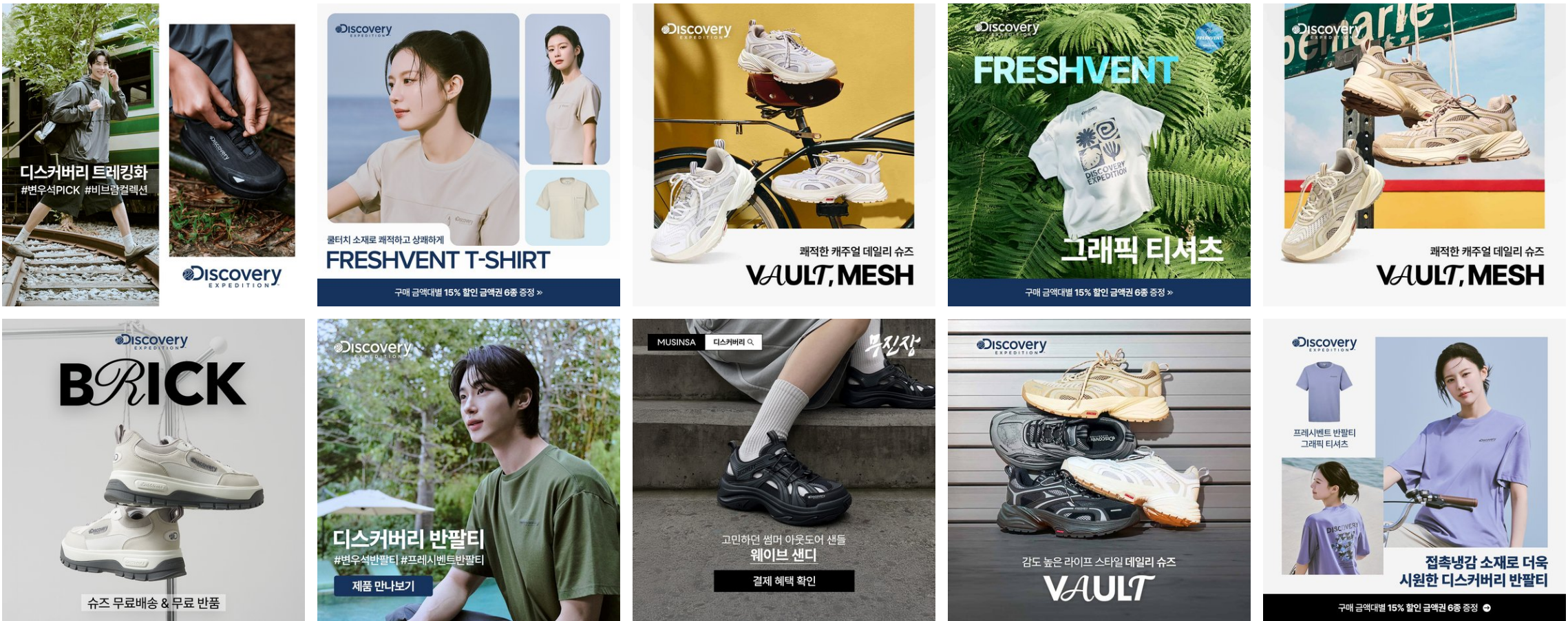
F&F 디스커버리

인지·관심·고려·전환은 목적이 다른데 평가를 전환 지표 한 줄로 하다 보니 상단 캠페인이 매번 실패로 읽혔습니다. 예산을 매체가 아니라 **목적에 먼저 배분**하고 퍼널 단계마다 판단 지표를 분리해 미디어믹스 11건에 동일하게 적용했습니다.

F&F 디스커버리 · 패션 · 2024.09 – 2025.09 · 월 6억+ · 미디어믹스 11건 · **기여도 40%**

APPROACH

Step 01 인지 영상 · 도달 캠페인 도달률 · CPM 으로 판단	Step 02 관심 영상 · SNS 조회 캠페인 조회율 · CPV 로 판단	Step 03 고려 SNS 유입 · 디스플레이 CTR · 유입당 비용으로 판단	Step 04 전환 검색 · 리타겟 ROAS · CPA 로 판단
---	--	--	--



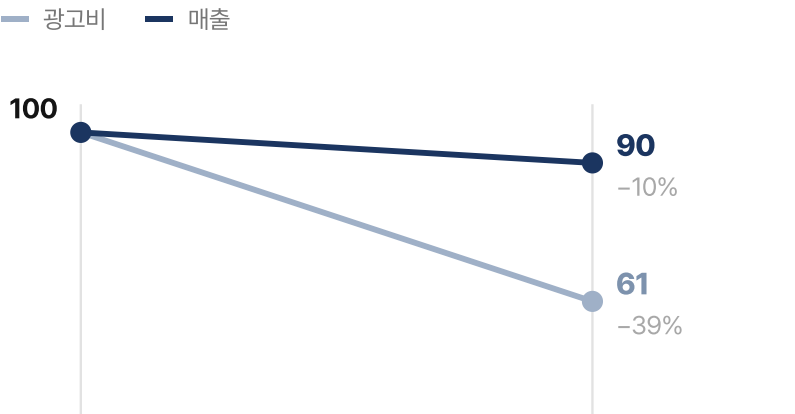
*기획 단계부터 디자인팀 협업까지 직접 참여하여 제작한 소재입니다.



RESULT

477% → 704%

파워링크 ROAS · 검색광고 카테고리 그룹 재편
2주 vs 2주 동일 길이 구간 · 2025.06 – 07



재편 전을 100으로 둔 지수 · 광고비를 39% 줄이는 동안 매출은 10%만 감소
같은 구간에서 CTR 1.8% → 3.2% · 25SS 도달수 KPI 목표 +71% / 유입수 KPI 목표 +79%



광고비를 줄인 만큼 매출이 빠지지 않음 — 잘라낸 구간이 비효율 구간이었다는 뜻.

• 스스로 질문하고,
개선점을 찾고,
효율적으로 실행합니다.