

1회 광고로 매출 20배 상승한 이유

실제 운영 사례와 수치를 바탕으로 제안드립니다

광고는 비용이 아니라, 투자입니다

"우리는 단순히 제품을 판매하는 쇼핑몰이 아닙니다.
제품의 성공을 '우리 팀의 일'로 여기고, 광고까지 직접 투자해서 함께 키워가고자 합니다."

더에르고는 상품 소싱 후, **충분 마진율** 확보시 내부 마케팅팀을 통해 **자체 비용**으로 광고를 집행합니다.

하루 평균 광고비는 **300만 원 이상**이며, 이는 저희 입장에서는 분명히 **손해**입니다.
하지만 그럼에도 광고를 돌리는 이유는 **단 하나**입니다.

 **브랜드 인지도와 고객 유입이 우리에게도 자산이 되기 때문입니다.**

실제 사례로 말합니다 (Before & After)

단, 1회 광고로 매출이 4~5배 이상 상승한 사례들입니다



1. 오픈 후 자연 하락세

2월 24일 오픈 첫날, 광고 없이 판매량 409건 / 매출 약 408만원 기록.
이후 2월 25~26일은 오픈빨 효과 소멸, 판매량 254건 → 298건으로 감소세.



2. 광고 투입과 동시에 반등 시작

2월 27일 첫 광고비 투입(약 41만원) → 판매량 566건, 매출 556만원으로 급등.
2월 28일 광고비 122만원 집행 → 990건 판매, 984만원 매출로 정점 도달.



3. 광고 유지로 안정적인 판매 유지

이후 3월 1일3일 간 지속적으로 광고 집행 → 판매량 1천건 이상, 매출도 1300만원대 진입.
광고비 감소된 3월 6일 판매량 급감(396건), 광고 재투입 시 다시 반등 → 광고 효과 입증됨

결론: 마진만 확보된다면, 매출은 우리가 만든다

거래처는 마진 제공만으로,
자체 광고비 수백만 원 투입 + 매출 다이렉트 상승 효과를 경험 가능.
특히, 오픈 이후 하락하는 상품에 '두 번째 생명'을 불어넣는 역할로 광고가 작용함.

날짜	2월 24일	2월 25일	2월 26일	2월 27일	2월 28일	3월 1일	3월 2일	3월 2일	3월 3일	3월 4일	3월 5일	3월 6일	3월 7일	3월 8일	3월 9일	3월 10일	합계
판매수량	409	254	295	566	990	843	1399	1399	1240	904	854	396	729	281	594	409	-
광고비	X	X	X	412,947	1,227,627	815,382	1,987,244	1,987,244	979,881	747,989	544,175	231,752	502,909	245,237	1,030,330	759,617	9,485,090
실제매출	4,087,100	2,518,700	2,894,500	5,567,100	9,845,000	8,343,200	13,932,100	13,932,100	13,233,700	9,964,600	9,460,200	3,933,400	7,230,300	3,766,700	6,864,600	4,087,100	96,228,000

제품 A 2/24~3/10 진행 (매출 97,615,200원, 기존 공구대비 6배 매출 상승)

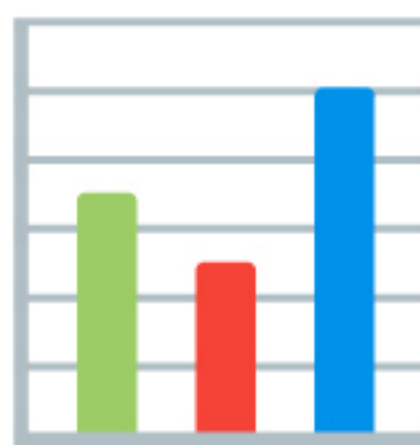
실제 사례로 말합니다 (Before & After)

단, 1회 광고로 매출이 4~5배 이상 상승한 사례들입니다



1. 오픈 초기 변동성 높은 흐름

2월 1일 오픈 첫날 351건, 매출 7,938,900원 기록
2월 2일 갑작스런 판매 급락(17건) → 자연 유입만으로는 판매 유지에 한계 명확



2. 2월 3일부터 광고비 투입 시작

광고 첫 집행(6만 원대)부터 판매량 즉시 반등 (385건)
이후 광고를 집행한 2월 7일부터 판매량 & 매출 본격 급등



3. 광고 지속 시 눈에 띄는 매출 성장

광고 집중 기간(2/8~2/14) 동안:
판매량 565 → 1,140건까지 꾸준한 증가세, 매출 1,250만원 → 2,423만원까지 상승
하루 광고비 수백만 원 투입에도 불구하고 거래처 입장에서는 비용 부담 없이 매출 수직 상승을 경험

결론

단기 광고 집행만으로도 판매 회복과 성장 동시 실현
광고가 단순한 노출이 아닌, 실질적 전환율 상승의 도구로 작용

날짜	2월 1일	2월 2일	2월 3일	2월 4일	2월 5일	2월 6일	2월 7일	2월 8일	2월 9일	2월 10일	2월 11일	2월 12일	2월 13일	2월 14일
판매수량	351	17	385	336	241	227	384	565	778	1,023	719	857	1,013	1,140
광고비	X	X	62,528	40,526	X	X	328,774	767,595	1,613,970	2,329,907	1,346,770	1,583,752	2,201,737	2,499,848
실제매출	7,938,900	412,300	8,295,500	7,430,400	5,225,900	4,963,300	8,505,600	12,501,500	16,854,200	22,403,700	15,294,100	18,184,300	21,708,700	24,234,000

제품 B 한달간 진행 (매출 664,874,100원)

실제 사례로 말합니다 (Before & After)

단, 1회 광고로 매출이 4~5배 이상 상승한 사례들입니다



1. 광고 전(3/26) 테스트 단계

광고비 약 18만 원 소규모 집행, 판매수량 224건, 매출 630만원대



2. 본격 광고 시작과 동시에 폭발적 반응

3/27~3/28 광고 집중 집행 (하루 최대 460만원 이상 투입)
판매수량 744건 → 1,532건 / 매출 2,070만원 → 4,250만원 이상으로 약 2배 증가



3. 광고 유지 시 성과도 꾸준히 유지

3/29~3/31까지도 광고 집행 유지하며
판매수량 793 → 614 → 381건 / 매출 2,180만 → 1,700만 → 1,060만원으로 안정적 흐름

결론

제품 특성상 "바로 반응이 오는" 콘텐츠 → 광고만 집행되면 곧바로 수치로 반응이 나타나는 사례
광고비 부담은 전적으로 자사 담당 → 협력사 입장에서는
마진 외 추가비용 없이 고효율 매출 증대

날짜	3월 26일	3월 27일	3월 28일	3월 29일	3월 30일	3월 31일
판매수량	224	744	1532	793	614	381
광고비	179,613	1,518,350	4,616,620	2,885,372	1,915,539	982,787
실제매출	6,365,600	20,762,600	42,587,800	21,867,700	17,017,600	10,634,900

제품 C 3/26~31 6일간 진행 (매출 124,802,500원, 기존 대비 20배 매출 증가)

마진을 넘은 가치, 광고로 증명합니다

현재 공급 마진 구조에서는 아무리 좋은 제품이라도 광고 집행이 어렵습니다.

광고 집행 기준은 높은 마진율인 경우 우선 편성 대상이 됩니다.

저희는 이익을 보자는 것이 아닙니다. 공동 성장을 위한 최소한의 조건을 말씀드리는 것입니다.

좋은 제품, 마케팅은 저희가 책임지겠습니다. 공급사에서는 마진만 조정해주시면 됩니다.

그 이상의 결과는 저희가 만들어 드리겠습니다.