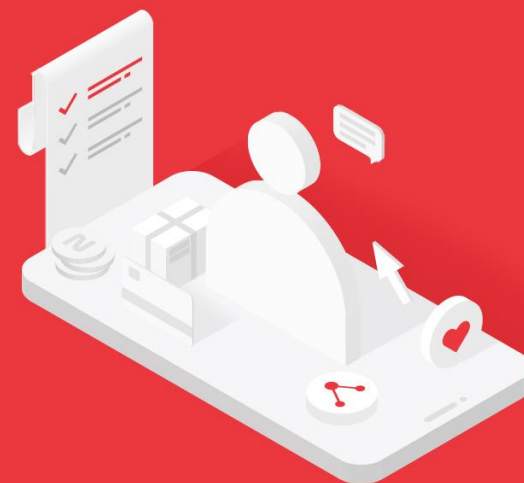


adpacker



Adpacker

Introduction



nasmedia

Copyright © NASMEDIA Co.,LTD. All Rights Reserved.



누구에게

다양한 캠페인 목표와 그 핵심 타겟을 선별하고

어디서

그 타겟이 주로 사용하는 다양한 환경 속에

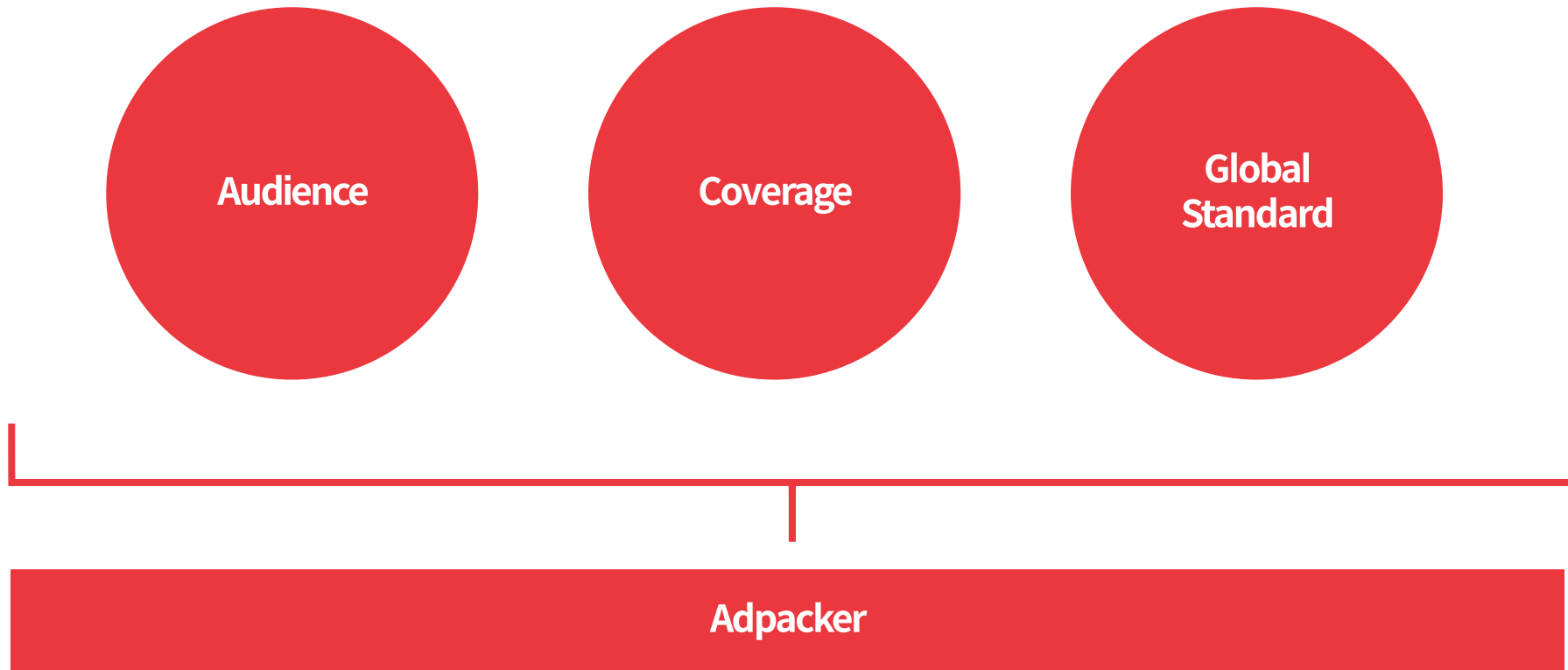
어떻게

브랜드의 이미지를 높여주는 광고를

잘

보여줄 수 있는지가 Key Point!

Adpacker가 생각하는 현시점 DSP 핵심 키워드



Audience

Basic / DMP / Keyword / Re-Targeting / ADID / Interesting

adpacker 를 통해 국내 시장에 가장 적합하며 정교화된 오디언스 타겟팅을 경험할 수 있습니다

adpacker

Audience Targeting

- 국내 현존하는 대부분의 오디언스 타겟팅 요소를 지원 중
- 다양한 캠페인 목적에 부합하는 타겟팅 시나리오 설계 제공
- 캠페인 종료 시, 상세 오디언스 리포트 제공을 통한 지속가능한 캠페인 집행 지원(1개월 기준 2천만 원 이상 집행 시)



Basic Targeting

· 디바이스 기반의 가장 기본적인 오디언스 타겟팅



매체 카테고리

- 각 매체 카테고리 기준 타겟팅 가능
- 노출을 원치 않는 매체 디타겟 가능



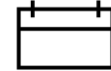
데모그래피

- 특정 성별, 연령별 타겟팅 가능
- 연령의 경우 10세 단위로 분류



통신사/디바이스

- 특정 통신사 선택/미선택 가능



프리퀀시

- 노출/클릭 프리퀀시 설정 가능
- 기간/일별



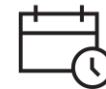
OS/Platform

- Android/iOS/CTV 및 App/Web 선택가능



국가/언어

- 특정 국가 선택 가능
- 특정 언어 선택 가능



시간/요일

- 특정 시간 및 요일 선택 가능
- 스케줄 예약 가능



앱설치타겟팅

- 특정 앱 설치/이용 유저 타겟팅

집행가이드

- 앱설치 타겟팅의 경우, Android 캠페인만 집행 가능하며, Googleplay PackageName 형태로 리스트 제공 필요

DMP Targeting

- 나스미디어 모바일 플랫폼, 국내 최대 제휴사를 통해 수집되는 신뢰도 높은 데이터 기반으로 구축된 DMP
- 다양한 DMP 기반의 온/오프라인 행동 이력을 활용한 데이터 교차 분석 및 타겟팅 조합 가능
- 자체 유니크 유저 약 4,000만 명 개인화 데이터와 외부 DMP 활용 데이터로 정확한 타겟에게 명확한 메시지 전달 가능

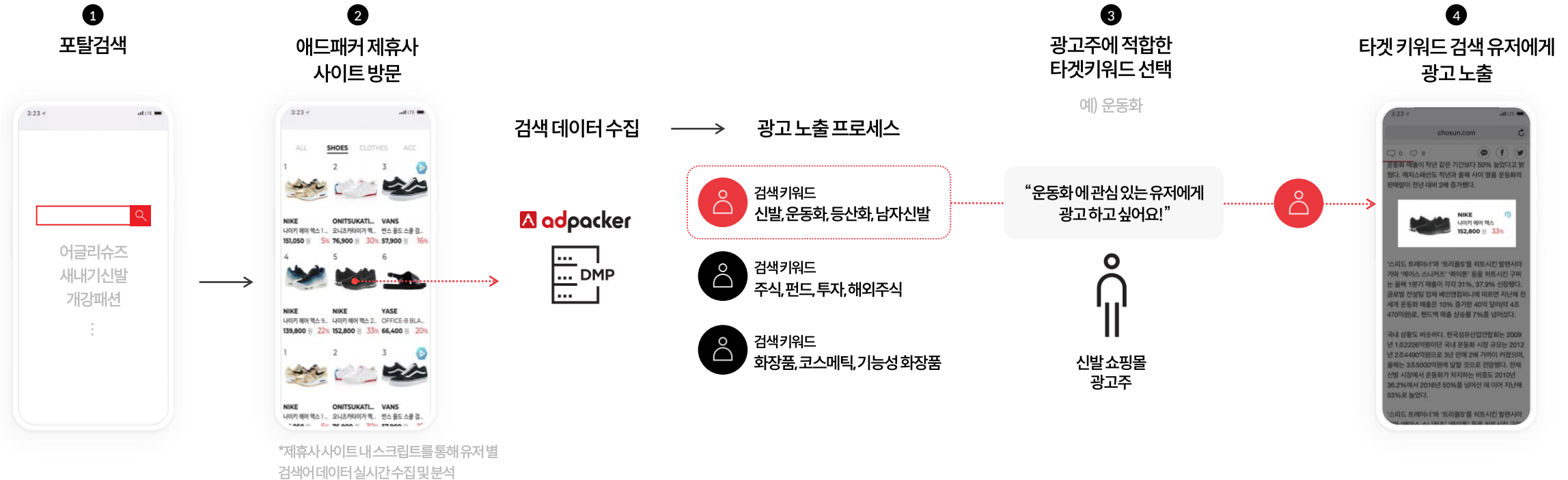
nasmedia 광고 반응 데이터 기반	SK planet 라이프스타일 기반	TG360° Technologies, Inc. 행동 데이터 기반	loplat 위치 기반	DeepAD LPOINT · LPAY 결제 인프라 기반	Dighty 앱 설치 데이터 기반
 검색 키워드 & 방문 웹 사이트  최근 이용 매체  데모 타겟팅  구매 이력  광고 반응 데이터	· 표준 세그먼트 인구통계/행태 정보 기반으로 가장 기본적인 분류를 적용해 만든 세그먼트 · 세그먼트 플러스 마케팅 관점에서 활용도 높고 타겟팅으로 자주 쓰일만한 세그먼트 추가 제공 · 커스텀 세그먼트 특정 조건/기간/빈도 조절 등 정밀한 타겟팅이 필요할 경우 제공	· 온라인 행동 데이터 · 온라인 방문 사이트 카테고리 · 앱 설치, 사용 카테고리 · ML 기반 관심사 카테고리 · 관심 키워드 · 관심, 구매 성향 카테고리 · 오프라인 행동 데이터 · 관심 키워드 · 관심, 구매 성향 카테고리	· WIFI Fingerprint 방식 GPS 보다 정확하게 실내 매장 방문을 인식하며 전국 약 70만 개의 매장에 대해 층을 구분하여 방문을 인식할 수 있는 기술 및 인프라 보유 · 정제 / 세그먼트 변환 · 매월 약 20억 건의 매장 방문 위치 데이터 처리 · 세그먼트 생성에 유리한 230여개 업종 카테고리 반영 · 1,230여 개의 국내 주요 브랜드 태깅	· 데이터 및 결제 인프라 롯데 그룹의 식품/유통/관광·서비스/화학·건설 등 다양한 계열사의 데이터 및 결제 인프라를 활용 · 온·오프라인 통합 데이터 엘포인트 회원의 온·오프라인 통합 데이터 + 제휴 데이터를 수집, 분류, 분석하여 활용	· 개별 APP 단위 설치 유저 NHN DATA 내 데이터를 활용하여 예측 기반이나 유사 타겟팅이 아닌 실제 APP 설치 유저 타겟팅 · 설치 APP 기반 오디언스 그룹 오디언스를 특정할 수 있는 업종별 연관성 높은 APP 설치 유저를 오디언스 그룹화하여 타겟팅 제공

집행가이드

- 외부 DMP를 활용한 오디언스 타겟팅은 2024년 01월 현재 미할증 프로모션 진행 중(본 과금 방식은 사용 업체 당 광고비의 10%에 대한 할증이 부가)

Keyword Targeting

- 국내 1위 키워드 대행사(나스미디어자회사) 기반의 광고 키워드 오디언스 타겟팅
- 광고 키워드 검색 오디언스 대상의 메시지 노출로써 보다 높은 전환율 기대
(단, 제한적 모수로 인한 단독 타겟팅 집행은 불가하며, 실 집행 시 다른 타겟팅 요소와 함께 합집합 형태로 오디언스 구성)



집행가이드

- 검색광고 이력이 있는 광고주의 경우, 진행하셨던 키워드 리스트 전달 시 해당 키워드로 타겟팅 가능
- 검색광고 이력이 없는 경우 대표 키워드 2~3가지 전달시, 애드패커팀에서 관련 키워드를 추출하여 타겟팅 제안
예) 대표 키워드: 운동화 / 연관키워드: 런닝화, 남성운동화, 스니커즈, 운동화쇼핑물, 운동화신상, 단화 등

Re-Targeting

- MMP 기반의 ALL-Postback 설정을 통한 간편한 코어 타겟 오디언스 타겟팅
- 광고주 앱을 설치/방문 기타 다양한 이벤트를 발생시킨 유저의 활동을 분석하여 유저 별 맞춤 광고 노출
- 빅데이터 알고리즘에 의한 유저 활동 및 구매패턴 분석으로 구매 가능성이 높은 상품의 광고를 노출함으로써 광고주 ROAS 극대화 가능

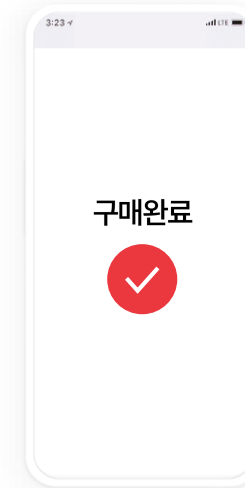
1
유저의 광고주 앱
방문 및 인앱 활동



2
참여 페이지에서
랜딩 페이지로 이동



3
SNS 액션에 맞게
참여 및 캡처



집행가이드

- 2024년 1월 현재, MMP를 사용하는 APP 광고주만 집행 가능
- 캠페인 집행 전, MMP 내 Adpacker에 대한 세 Post-back 설정 및 광고주 EP URL 전달 필수
- 캠페인 초반에 모수를 적재 기간이 부족할 경우 ADID 전달 시 해당 데이터 활용 집행과 모수 적재 기간을 혼용하여 집행 가능

ADID Targeting

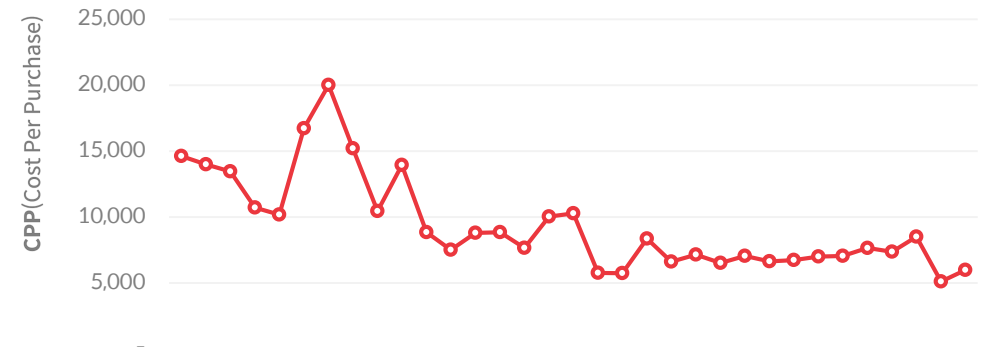
- 광고주가 보유한 1st party 오디언스 기반의 타겟팅(단, 오디언스 형태는 GAID/IDFA만 지원 가능)
- Web-App 크로스 디바이스 ID 매핑 로직을 통한 모수확장 집행 가능
- Appsflyer Audience API 연동 제공하여, 해당 MMP 사용 광고주는 별도 ADID 전달 과정 없이 타겟 세그먼트 별 유저 오디언스 타겟팅 가능

집행 프로세스



집행 사례

- 캠페인 집행 기간: 6개월
- 타겟 GAID: 구매 이력 1회 이상 유저(약 200만 명)
- 평균 ROAS 7,000% 유지



집행가이드

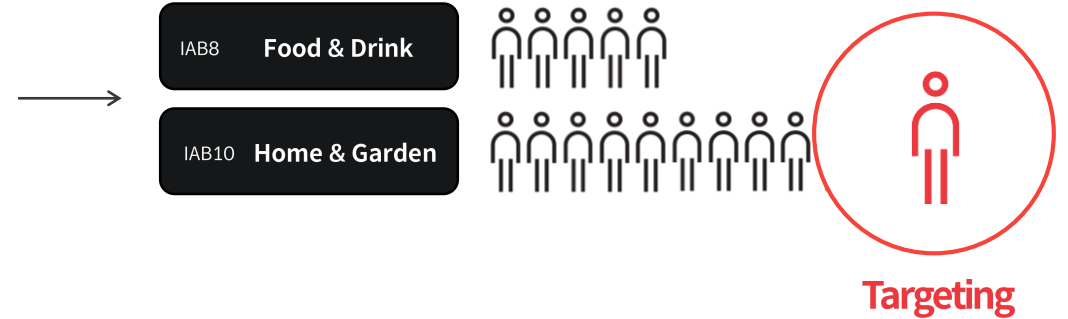
- 최소 집행 금액(500만원) 기준 집행을 위해 최소 20만명의 ADID 전달을 추천드리나, 소진 금액 기준 정산 처리 가능
- Adpacker ADID 업로드 양식(CSV)을 통한 ADID 직접 전달 또는 트래킹 솔루션을 통한 ADID 타겟팅 가능(Appsflyer Audience API)

Interesting Targeting

- AI 기반의 최근 30일 내 유저의 모바일 이용 패턴을 분석, IAB기준 23개의 카테고리(IAB24-Uncategory 제외)로 오디언스 성향 분석
- 나스미디어 DMP(V2)를 활용, 실시간 유저의 가장 최근 관심사 반영

Category Name

IAB1 Arts & Entertainment	IAB2 Automotive	IAB3 Business	IAB4 Careers
IAB5 Education	IAB6 Family & Parenting	IAB7 Health & Fitness	IAB8 Food & Drink
IAB9 Hobbies & Interests	IAB10 Home & Garden	IAB11 Law, Gov't & Politics	IAB12 News
IAB13 Personal Finance	IAB14 Society	IAB15 Science	IAB16 Pets
IAB17 Sports	IAB18 Style & Fashion	IAB19 Technology & Computing	IAB20 Travel
IAB21 Real Estate	IAB22 Shopping	IAB23 Religion & Spirituality	



집행가이드

- 나스미디어 DMP 신규 버전 출시 시, DMP 타겟팅 요소로 통합 예정(연내 출시 예정)
- [IAB Category](#)의 경우, 현재 1depth 기준으로 타겟팅 지원이 되고 있으나, 추후 2depth까지 확장 제공 예정

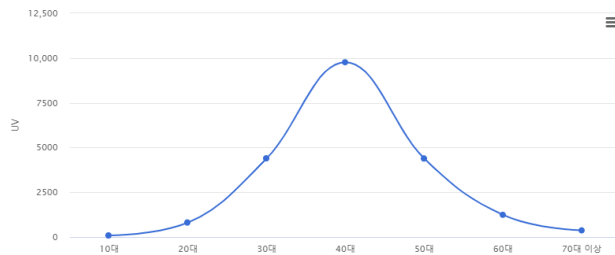
adpacker

Audience Report

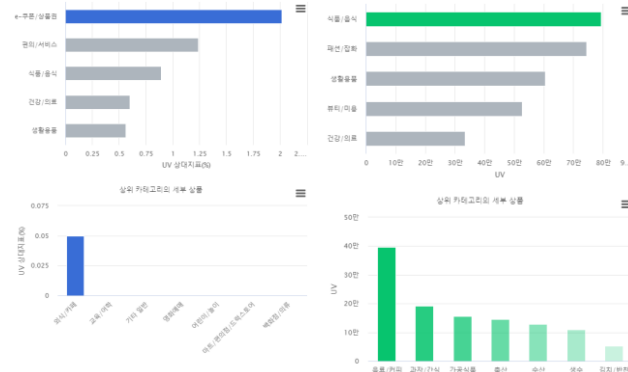
- 캠페인 종료 시, DA는 클릭 / Video는 시청 유저에 대한 오디언스 분석 리포트 제공(1개월 기준 2천만 원 이상 집행 시)
- 타겟 오디언스에 대한 보다 세부적이고 다양한 지표가 확인 가능하여, 추후 캠페인 타겟 오디언스에 대한 설계 도움

Report 예시

✓ 연령대 분포 현황



✓ 쇼핑 행태(상대지표)-구매 상품 카테고리



분석 지표

인구통계학적
특성

지리학적 특성

검색 키워드 행태

디바이스 특성

모바일 앱
이용 행태

이동 방문 행태

여가활동 성향

상품 주제
관심 성향

소비 자산
관리 행태

쇼핑 행태

-제공 항목은 광고주/캠페인 KPI 등에 따라 상이할 수 있음

-DMP내 적재된 ADID 모수와 반응 유저 ADID 모수가 매칭되는 경우에만 분석이 가능하며, 그에 따른 데이터 분석의 한계가 존재함

-분석 지표의 경우, DMP 기능 업데이트에 따라 다소 변경 될 수 있음

Coverage

Coverage / AD Format(DA) / AD Format(Video)

adpacker는 오디언스 타겟팅 기반 마케팅에서 가장 넓은 커버리지를 확보할 수 있는 플랫폼입니다

Coverage

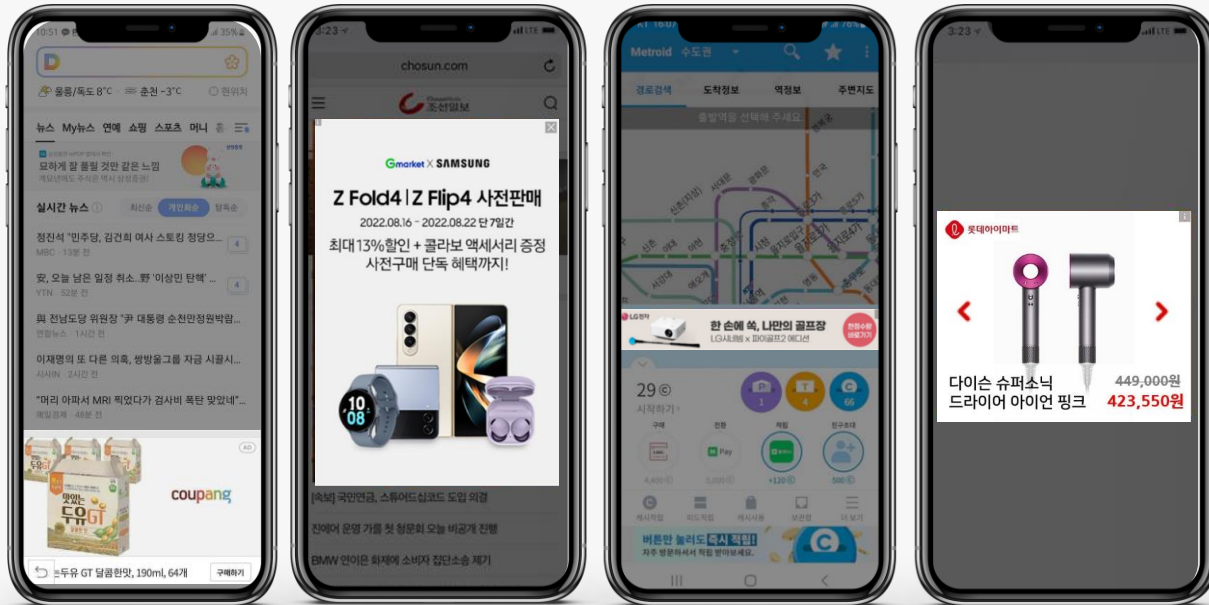
- 자체 ADEXCHANGE인 Admixer를 활용한 APAC 최대 규모의 트래픽 볼륨 확보 가능
- Walled Garden을 제외한 대부분의 광고 지면을 확보할 수 있는 플랫폼 연동 구성
- KR을 비롯한 JP, SG, TH, HK, VN 등 APAC 국가에서의 다양한 캠페인 집행 가능(GDPR/COPPA 적용 국가의 경우 미지원)



AD Format(DA)

- MO / PC iAB(Interactive Advertising Bureau) 기준 모든 Standard 사이즈 지원 가능
- 타 플랫폼 집행 소재에 대해서 별도의 Variation 작업 없이 활용 가능

MO



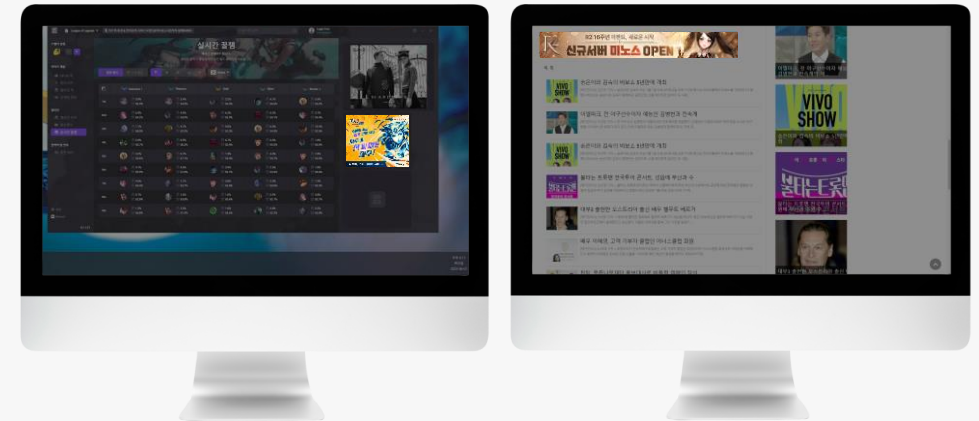
Native

Interstitial

Standard

Dynamic

PC



Banner

Banner

[Guide_Download](#)
[Guide_Notion](#)

AD Format(Video)

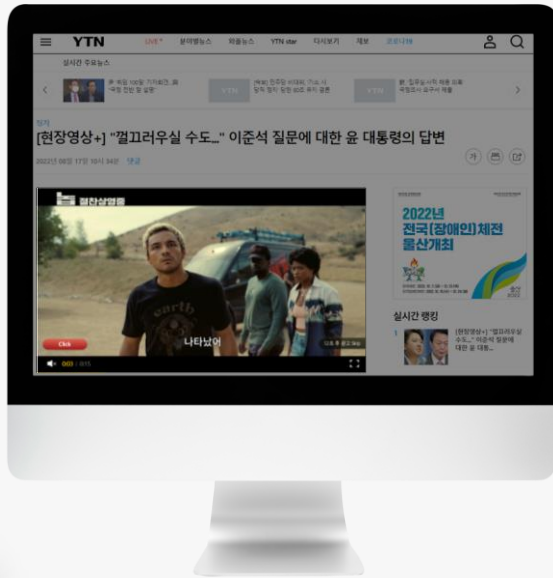
- 각 노출 지면에 맞춤형 Asset 으로 광고가 구현되어,유저 친화적 광고 UI 구성을 통한 타겟 맞춤형 광고 노출 가능
- 타 플랫폼 집행 소재에 대해서 별도의 Variation 작업 없이 활용 가능
- End Card 이미지 등록 시 영상 종료 후 등록 이미지 노출되어 클릭률 상승에 도움 가능

[Guide_Download](#)
[Guide_Notion](#)

Basic

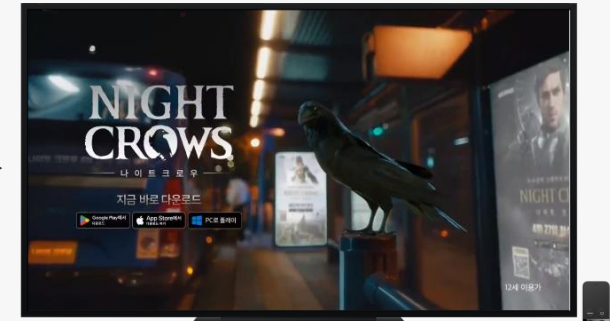


MO



PC

CTV



IPTV

Global Standard

Brand Safety / Viewability / AD Verification

adpacker 를 통해 가장 Global Standard에 부합하는 KR NO.1 DSP를 경험해보실 수 있습니다.

Brand Safety

<선제적 Block 및 지속적인 매체 관리>

- 기존 애드패커를 통해 수집된 브랜드 이미지 저하 매체에 대해 블랙리스트화 하여 캠페인 노출이 되지 않도록 방지
- 패키지/도메인 외, 어뷰징 로직에 따른 Fraud 유발 ADID에 대해서도 동일하게 블랙리스트화 및 미노출 처리 진행 중
- 또한, 트래픽 Source인 애드믹서의 경우, 국내외 DSP들과의 거래를 통해 지속적인 트래픽 퀄리티 측정 진행 중
- 이에 IVT 지수가 높은 매체에 대해서는 애드패커 리스트에 포함하여 지속 관리 운영

[애드패커 자체 블랙리스트]

Inventory > 블랙리스트 관리

ADID 등록 ADID 관리 패키지/도메인 등록 **패키지/도메인 조회** App ID 등록 App ID 조회 통계

☒ 전체 ☒ app ☒ m_web ☒ pc_web ※ 다중 검색일 경우, 콤마(,) 구분자를 사용하세요

TOTAL: 4646건 (1/233) 20개씩

No.	구분	SSP	SUB SSP	패키지/도메인	등록사유	등록일자	해지 ☐
1	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
2	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
3	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
4	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
5	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
6	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
7	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
8	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
9	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
10	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
11	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
12	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
13	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
14	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
15	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
16	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
17	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
18	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
19	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐
20	app	카카오	카카오	www.kakao.com	등록	2022-04-03 13:37:22	☐



[애드믹서 파트너 블랙리스트]

Seller ID	App ID	IVT %
nasmedia		100%
nasmedia		100%
nasmedia		95%
nasmedia		97%
nasmedia		67%
nasmedia		65%
nasmedia		64%
nasmedia		64%
nasmedia		64%
nasmedia		63%
nasmedia		63%
nasmedia		50%
nasmedia		50%
nasmedia		50%
nasmedia		50%
nasmedia		50%
nasmedia		50%
nasmedia		49%
nasmedia		49%
nasmedia		49%

Viewability

<보수적 노출 집계 방식>

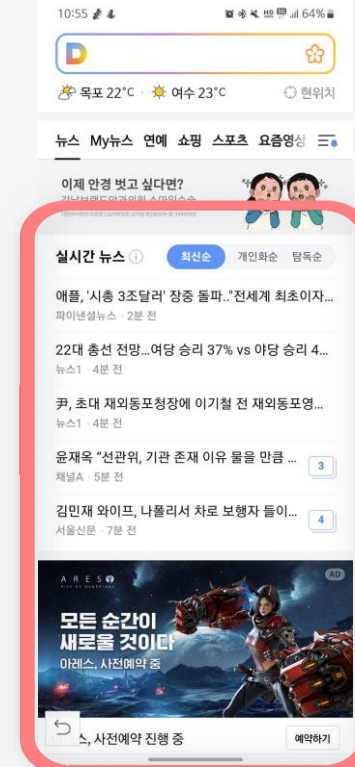
- 스크롤 기반의 모바일 디바이스 환경에서, 서버 환경의 노출(Served Impression)과 실제 유저에 대한 노출(Rendered Impression) 차이 발생
- 통상적으로, 두 노출 방식에 대해 약 10% 이상의 노출 수치 집계에 대한 차이가 발생되고 있으며, 이는 과금 요소 및 CTR 지표에 대한 악영향
- 애드팩커는, 실제 유저에 대한 노출이 발생시(Rendered Impression)에 노출로 집계하고 있으며, Global AD Verification 준비 중

[Served Impression]



Served > Renderd
약 10% 이상
노출 과다집계

adpacker [Rendered Impression]



Global AD Verification

<24'1분기 내 도입을 위한 감사 및 연동 진행>

- 국내 최초 TAG Brand Safety CERTIFIED 획득을 통한 글로벌 수준의 브랜드 세이프티 광고 송출 환경 구축
- IAS / DoubleVerify에 대한 Pre-bid / Post-bid 2가지 방법에 대해서 모두 연동 및 테스트 진행 중
- 위 사항 외 KT융합기술원과의 협업을 통한 AI 기반의 플랫폼 투명성 제고를 위한 다양한 시도 중



NASMEDIA Co. is currently enrolled in the Verified by TAG program and its TAG-ID status is **active**.

This company has achieved the Brand Safety Certification seal.

- This company achieved the seal:
 - through independent validation by a third-party auditor;
 - meeting requirements in the category of intermediary.
- This seal applies to the company's global operations.
- The seal expires on March 1, 2024.

<https://www.tagtoday.net/registry>

[국내 최초 TAG 인증 완료_23' 06]



[연동 및 테스트 진행 중_24' 1Q 연동 목표]

adpacker

애드패커(Adpacker)

<KR NO.1 DSP>

- DMP 타겟팅 / 키워드 타겟팅 / Feed 기반 리타겟팅 / ADID 타겟팅 / 관심사 타겟팅 등 오디언스 기반의 타겟팅 중심 DSP
- APAC 최대 규모 트래픽을 활용한 타겟 오디언스 커버리지 확보에 장점
- 배너 / 네이티브 광고 / 스크립트 광고 / 다이내믹 광고 / 동영상 광고 등 현존하는 모든 광고 포맷 지원
- Brand Safety / Viewability에 대한 기술 기반 자체 로직 구현 및 글로벌 스탠다드 인증 준비 중 (~24' 1Q)
- 브랜딩 광고 / Re-Engagement 광고 / UV 확보 목표 광고 / ROAS 목표 광고 / Install 목표 광고 등 광고주의 모든 KPI에 맞춤형 타겟팅 제안

01 Audience	02 Coverage	03 Brand Safety	04 Viewability	05 KPI
• Basic Targeting • DMP Targeting • Keyword Targeting • Re-Targeting • Interesting Targeting • Audience Report	• APAC 최대 규모 • 모든 광고 포맷 지원 • 다양한 노출 디바이스	• Adpacker Domain Block • Admixer IVT Block • Global AD Verification ~ 24' (TAG/IAS/DoubleVerify)	• Rendered Impression • Global AD Verification ~ 24' (TAG/IAS/DoubleVerify)	• Branding • Re-Engagemnet • UV • ROAS • Install
06 Negotiation	광고주 맞춤형 타겟팅 제안 / 단가 / 기간 / 최소 집행 금액 / 소재 롤링(교체) 개수 등			

애드패커(Adpacker)

<다양한 업종 및 KPI 목표 운영 Know-How>

- 다양한 업종 / 다양한 KPI / 다양한 타겟 오디언스에 대한 다수의 캠페인 운영 Know-How 보유
- 단발성 캠페인이 아닌, 기 집행 사례를 기반으로 지속 집행 가능한 캠페인을 운영할 수 있는 DSP

Global	E-Commerce	Telecom	Game	Fashion & Beauty	Automotive	Food & Drink
						
						
						
						

No1 DSP. Adpacker와 함께 맞춤형 DSP를 경험해보세요!

감사합니다.

nasmedia

Copyright © NASMEDIA Co.,LTD. All Rights Reserved.

mp1@nasmedia.co.kr
모바일플랫폼 1팀

Appendix.

어드패커 KPI Navigation

애드패커 KPI Navigation

업종

게임	가전	의료/건강	주류	수송
문화/예술	교육	관광/레저/항공	패션/화장품	쇼핑몰
식음료	주택/가구	방송/통신서비스	단체/관공서	금융

KPI

Branding	CPA 최적화
UV 확보	ROAS 최적화
CPI 최적화	Re-Engagement



CLICK ►



adpacker 는 각 업종 별 특화된 타겟팅 / 커버리지 / 운영 노하우를 보유한 국내 최대 DSP플랫폼 입니다

Appendix.

어드패커 KPI Case Study

Branding / Re-Engagement / UV ROAS / Install

KPI 1 : Branding

<유입스크립트 설치를 통한 유입률 기반 최적화>

- 광고주 업종: 식음료 광고주
- 타겟 설정: MF1020+ 신규 출시 메뉴 관심 유저
- 진행 상품: 애드팩터 DA & Video

① Target

- 브랜딩과 더불어 클릭 유입 극대화를 위한 타겟 오디언스 설정

식품 카테고리 관심 유저

MZ세대

유사 캠페인 반응유저

유사/경쟁 브랜드 방문자

배달 APP 보유 유저

② Targeting Details

- 유사/경쟁 브랜드 광고 클릭 유저에게 광고 노출

코어타겟

- 키워드 검색 데이터를 활용한 최근 관심을 가진 유저 타겟팅
- 동종 업계 기반응자 오디언스 그룹 타겟팅

- 배달음식/ 식음료 구매 고관여 유저 타겟팅

DMP

- 식음료 브랜드 검색, 구매 유저 타겟팅
- 배달 관련 어플리케이션 보유 오디언스 타겟팅

③ 운영 Know-How

- 클릭 이후 실제 웹페이지 유입 건 확인 및 **유입률 기반 최적화**
- 오디언스 그룹 별 분리 운영하여, 반응률이 좋은 그룹 위주로 타겟팅 조정 운영



A 광고주 광고 운영

배달량이 많은 특정 시간대 운영 시 효율 증대

광고주가 목표로 하는 CTR 실시간 최적화 적용

드라마/영화/개인방송 등 영상 콘텐츠 카테고리 타겟팅 적용

A 광고주 평균 유입률 변화



(*) 최근 1개월 내 주별 유입률 기준
매체 조정 및 타겟 조정 등 안정화 적용

KPI 2 : ROAS

<Re-Targeting을 활용한 구매 전환 극대화>

- 광고주 업종: 커머스 광고주
- 타겟 설정: 모바일 헤비 쇼퍼
- 진행 상품: 애드패커 DA

1 Target

- 구매극대화를 위한 타겟 오디언스 설정

조회 및 장바구니 이력 유저

n회 이상 구매 유저

유사 캠페인 반응유저

대형마트 방문자

쇼핑몰 방문자

2 Targeting Details

- 유저의 인앱 활동을 분석하여 유저 별 맞춤형 광고를 노출

구매력

- All Post-back 기반 구매력 높은 오디언스 그룹 구성하여 전환 효율 극대화
- 경쟁사 구매 이벤트 발생 오디언스 그룹 타겟팅

- 고관여 오디언스의 결제 이력 타겟팅

DMP

- 주력 판매 제품 검색, 구매 유저 타겟팅
- 동종 업계 어플리케이션 보유 오디언스 타겟팅

3 운영 Know-How

- 전환 효율 증대를 위해 **상품 별** / **타겟 그룹 별** / **지면 별** 세분화된 최적화 진행
- 실시간 모니터링을 통해 타겟 변경 / 예산 조정 등 선제안



B 광고주 광고 운영

특정 기간 내 n회 이상 취소 유저 디타겟팅 시 효율 증대

상품 n회 이상 클릭 유저 집중 타겟팅

생활용품, 뷰티, 식료품 광고 반응 유저의 구매 성향이 높음

B 광고주 평균 ROAS 변화



(*) 최근 4개월 ROAS 기준
장기 집행하면서 효율 최적화 및 안정화 적용

KPI 3 : Install

<3rd party tracker 포스트백 기반 전환 최적화>

- 광고주 업종: 게임 광고주
- 타겟 설정: 해당 앱을 미보유한 게임 관심 유저
- 진행 상품: 애드팩터 DA

1 Target

- 게임 관심 유저 중 해당 앱 미보유 유저 타겟팅을 위한 오디언스 설정

ADID 디타겟팅

해당 APP 디타겟팅

유사 캠페인 반응유저

타 광고주 인앱액션 발생 유저

PC방, 게임 매장 방문자

2 Targeting Details

- 사전예약/런칭/유지기 별 타겟 그룹 구분 운영

기간 별

- 사전예약캠페인—유입, 전환 스트림 기반 최적화
- 런칭—유사광고주 반응 유저 인입유도
- 유지기—APP 내 액션 기반 최적화

- 설치이력 없거나 휴면 유저 대상 타겟팅

DMP

- 해당 APP 보유 유저 디타겟팅 ∩ 유사 게임 APP 보유 유저 타겟팅
- n일 내 휴면 유저 리타겟팅

3 운영 Know-How

- ADID 및 APP 내 액션 기반 타겟팅으로 세그먼트 별 유저를 타겟/디타겟팅
- 전환 효율 증대를 위해 **이벤트 별** / **타겟 그룹 별** / **지면 별** 세분화된 최적화 진행

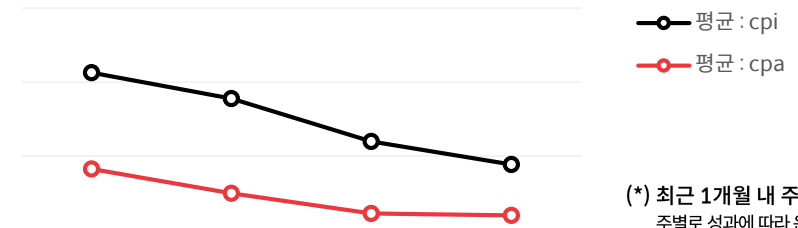
 C 광고주 광고 운영

사전예약 기간 유입/전환 스크립트 설치를 통한 최적화

다양한 소재 동시 운영으로 소재 별 전환율 파악

드라마/영화/개인방송 등 영상 콘텐츠 카테고리 타겟팅 적용

C 광고주 평균 CPI, CPA 변화



(*) 최근 1개월 내 주별 전환 기준
주별로 성과에 따라 운영 예산 상이

KPI 4: UV 확보

<UV 확보 상품을 활용한 UV 및 유입 극대화>

- 광고주 업종: 온열매트/침구/마사지기 광고주
- 타겟 설정: 건강에 관심있는 유저
- 진행 상품: 애드팩커 DA_UV 확보 상품

① Strategy

- 전국민을 대상으로 유입/ 브랜딩 극대화를 위한 논 타겟팅 진행

UV 확보

논 타겟팅

다양한 사이즈 배너 노출

MO WEB, PC 지면 노출

② Strategy Details

- MO WEB, PC 지면을 활용하여 낮은 단가에 노출 및 클릭 최대화

- 클릭 최대화를 통한 유입 유도 및 브랜드 인지도 상승

③ 운영 Know-How

- 프로모션 기간 및 시즌별 기간, 신규 상품 출시 기간 내 부스팅 운영하여 **브랜드 인지도 상승**
- 최대한 다양한 지면 내 여러 소재 노출, 여러 종류의 소재 롤링하여 피로도는 줄이되 주목도 향상

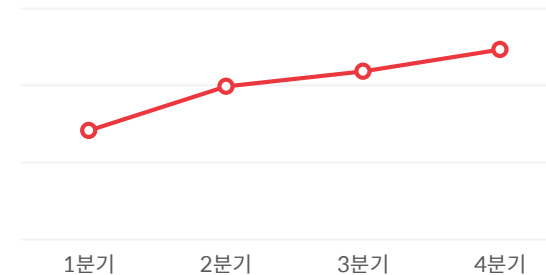
👤 D 광고주 광고 운영

노출 & 클릭 프리퀀시 타이팅하여 신규 유저 유입에 주력

효율에 따라 광고 노출 시간/요일 타겟팅 조절 운영

온열 기기 상품에 맞춰 봄/가을/겨울 시즌에 부스팅 진행

D 광고주 분기 별 평균 집행 예산



(*) 최근 1년 내 분기별 예산 기준
분기 내 성과에 따라 월별 예산 상이

KPI 5 : Re-Engagement

<3rd party tracker 이벤트 포스트백 기반 최적화>

- 광고주 업종: 게임 광고주
- 타겟 설정: 해당 앱 기 이용 유저 및 휴면 유저
- 진행 상품: 애드팩커 DA

① Target

- 기 집행 해당 게임 이용유저 ADID 타겟팅

3rd party tracker에서 집계된 각종 이벤트 별 모수 세그먼트 분리하여 타겟팅

게임 고 관여 매체 카테고리 타겟팅

고 효율 매체 White Listing

휴면유저 ADID 타겟팅

② Targeting Details

- 특정 레벨 이상 달성 유저 / n일 이상 휴면유저 별 타겟 그룹 구분 운영

목적 별

- 휴면유저의 리인게이지먼트—특정 기간 별 휴면유저 세그먼트 구성
- 현재 이용유저 대상 신규 레벨/서버 오픈 홍보—해당 레벨/서버 이용 확률 높은 유저 세그먼트 구성

- Re-Install / InAPP Event 효율 우수 지면 그룹 별도 운영

매체

- 효율 우수 매체 White Listing 운영

③ 운영 Know-How

- ADID 및 APP 내 액션 기반 타겟팅으로 세그먼트 별 유저를 타겟/디타겟팅
- 전환 효율 증대를 위해 **이벤트 별** / **타겟 그룹 별** / **지면 별** 세분화된 최적화 진행

👤 E 광고주 광고 운영

인앱 이벤트 세그먼트 그룹 별 효율 기반 예산 비중 조절

매체 White Listing 운영을 통한 효율 극대화

주차 별 ADID 세그먼트 업데이트를 통해 신규 데이터 기반 운영

E 광고주 주별 Session 이벤트



(*) 최근 1개월 내 주별 전환 기준
주별로 성과에 따라 운영 예산 상이

Appendix.

어드패커 DMP Detail

나스미디어 DMP / TG360 / SKP / Loplat / Lotte / NHN DATA

애드패커 DMP

나스미디어 DMP Targeting

- 나스미디어의 빅데이터 분석 솔루션 기반으로, 실시간 데이터 분석을 통해 오디언스의 가장 최근 이력에 기반한 타겟팅 가능
- 폭넓은 미디어 네트워크와 전문 미디어 플래닝 서비스를 기반으로 국내 No.1 media Buying&Planning Power 보유
- 애드테크 기술을 바탕으로 DSP, Ad Exchange 및 통합 앱 마케팅이 가능한 플랫폼을 보유

Segment Category

① 오디언스

- 캠페인 타겟과 연관성이 높은 특정 오디언스

② 앱리타겟팅

- 광고주 앱 방문 이력이 있는 활성화된 유저

③ 매체 타겟팅

- 광고가 노출되는 특정 지면

④ 기본 타겟팅

- 시간/요일, 통신사, OS, 플랫폼 등

Custom Segment 예시



신규 모바일 게임 출시 전 사전 예약 기간에 맞춰 게임 관심 유저 타겟팅을 위해 나스미디어의 기 집행 유사 캠페인 반응/키워드 검색/이벤트 발생 이력 등을 통해 커스텀 세그먼트 추출 후 타겟팅

애드패커 DMP

TG 360°DMP Targeting

- 국내 최대 카드사, 자체 DSP, 기타 제휴사 등에서 카테고리화 및 비식별화된 데이터를 수집받아 알고리즘을 거친 후 오디언스 모수로 제공
- 일 250TB+ 온라인, 오프라인 사용자 (비식별) 행동 데이터와 앱 일 60만 개, 웹 일 30만 개를 통해 발생하는 일 60억 PV 기반 데이터 분석
- 대표 금융사와 제휴하여 타사 대비 광범위한 구매 패턴 파악 가능

Segment Category

Custom Segment 예시

① CUSTOMER TARGET AUDIENCE

- 데모, 행동/결제 패턴, 관심사 등 모든 오디언스와 Look-alike 오디언스로 확장

② SEASONAL TARGET AUDIENCE

- Molecule의 다양한 온라인 및 오프라인 데이터를 마케팅 시즌과 주제에 맞게 구성



신혼여행 항공, 숙박, 패키지 예약 관심 유저 타겟팅을 위해 TG360테크놀로지스의 카드사 결제 이력/최근 검색 이력/관심 정보 등을 통해 커스텀 세그먼트 추출 후 타겟팅

애드패커 DMP

SKP DMP Targeting

- SKT, 11번가, SKP 등 SK그룹 94% 이상의 회사들의 서비스들로부터 수집된 비식별 데이터 활용
- SK계열의 다양한 서비스에서 얻을 수 있는 이용자 정보를 통해 인물의 세그먼트를 뽑아내고 이를 이용해 광고 타겟으로 설정
- 단계별 세그먼트 제공되며, 세그먼트 모수가 적을 때 SKP DMP 머신러닝을 통한 유사 모수 확장(Look alike) 가능

Segment Category

① 쇼핑

- 검색 상품, 조회 상품, 장바구니 상품

② 목적지

- 주소(시/군/구), 업종

③ 포털 콘텐츠

- 뉴스, 커뮤니티

④ 멤버십 사용처

- T멤버십, 시럽, OCB

Custom Segment 예시



최신 휴대폰 출시 프로모션에 맞춰 해당 제품 관심 유저 타겟팅을 위해 SK 그룹 데이터의 쇼핑 품목/네비게이션 목적지/멤버십 포인트 정보 등을 통해 커스텀 세그먼트 추출 후 타겟팅

애드패커 DMP

로플렛 DMP Targeting

- 국내 최대 오프라인 위치 데이터 전문 기업으로 자사와 경쟁사의 매장 방문자 분석 및 매장 방문 성과 측정 데이터 활용 가능
- 좌표(위도, 경도)를 데이터로 바꾸고, 이를 통해 사람들의 행동과 의도, 관심사를 추정하여 고객사의 니즈에 맞추어 가공하여 정보를 제공
- 와이파이 핑거프린트 기술을 상용화 하여 매장 단위의 위치 인식 기술을 개발하여 전국 70만 곳의 위치 인프라를 구축

Segment Category

① 기본 세그먼트

- 특정 카테고리(편의점, 대형마트 등) 방문 세그먼트
- 특정 지역/상권(홍대합정 상권 등) 방문 세그먼트

② 확장 세그먼트

- 특정 브랜드(삼성 디지털프라자 등) 방문 세그먼트
- 특정 매장(스타필드 하남점 등) 방문 세그먼트

③ 커스텀 세그먼트

- 거주지 추정 세그먼트
- 근무지 추정 세그먼트

Custom Segment 예시



고소득자 타겟팅을 위해 단순 강남3구 지역 타겟팅이 아닌, 특정 방문 내역 정보로 차별화된 정보 분석과 타겟팅 소스 별 교차 분석으로 세밀한 위치 기반 타겟팅

애드패커 DMP

롯데 DeepAD DMP Targeting

- 4,000만명의 LPoint 회원 온·오프라인 통합 데이터 활용 가능
- 롯데 그룹의 식품/유통/관광·서비스/화학·건설 등 다양한 계열사의 LCookie 데이터를 활용한 타겟 세그먼트 제공
- Lpay와 LPoint 플랫폼의 결제 인프라를 활용한 정교한 소비 행태 및 결제 이력 타겟팅 가능

Segment Category

① 오디언스

- 오디언스 프로필
- 통신/기기
- 위치/지역

② 소비

- 미디어 소비
- 구매 상품, 관심 상품
- 소비 업종, 소비 행태

③ 개인화 모델

- Life Stage 유형
- Life Style 유형

Custom Segment 예시



뷰티 업종 고관여 세그먼트 외 자사 특정 제품과 경쟁사 제품 구매 정보로
특정 제품의 카테고리에 맞는 개인화 세그먼트 추출 후 정교화 된 타겟팅

애드패커 DMP

NHN DATA Dighty DMP Targeting

- NHN DATA내 데이터를 활용하여 예측 기반이나 유사 타겟팅이 아닌 실제 APP 설치 기반의 오디언스를 타겟팅으로 제공
- 경쟁사 APP 설치 유저 $\cap$ 자사 APP 미설치 유저 및 업종별 연관성 높은 APP 설치 유저를 타겟팅 할 수 있는 오디언스 타겟팅 가능
- 매주 업데이트되는 최신의 APP 비식별 데이터를 활용하여 정확도 높은 타겟팅 가능

Segment Category

① 특정 APP 설치 유저 디/타겟팅

- 자사 APP, 경쟁사 APP 등
특정 APP 지정하여 설치 유저 디/타겟팅

② 오디언스 타겟 그룹 설정

- 오디언스를 특정할 수 있는 업종별
연관성 높은 APP 설치 유저 타겟팅

Custom Segment 예시



해외 호텔, 해외 여행 패키지 상품 타겟팅을 위해 해외여행과 연관성이 높은
예측된 타겟이 아닌 실제 APP 설치 유저의 교집합 적용하여 타겟팅

감사합니다.

nasmedia

Copyright © NASMEDIA Co.,LTD. All Rights Reserved.

mp1@nasmedia.co.kr
플랫폼사업 1팀