

All your data In one place

Your one-stop marketing intelligence Tool 'Datakit'



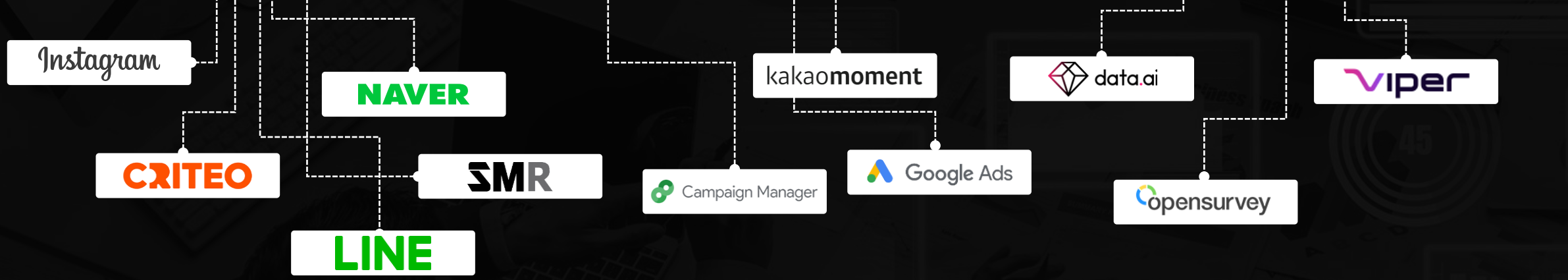
대규모 광고 캠페인
집행 마케터

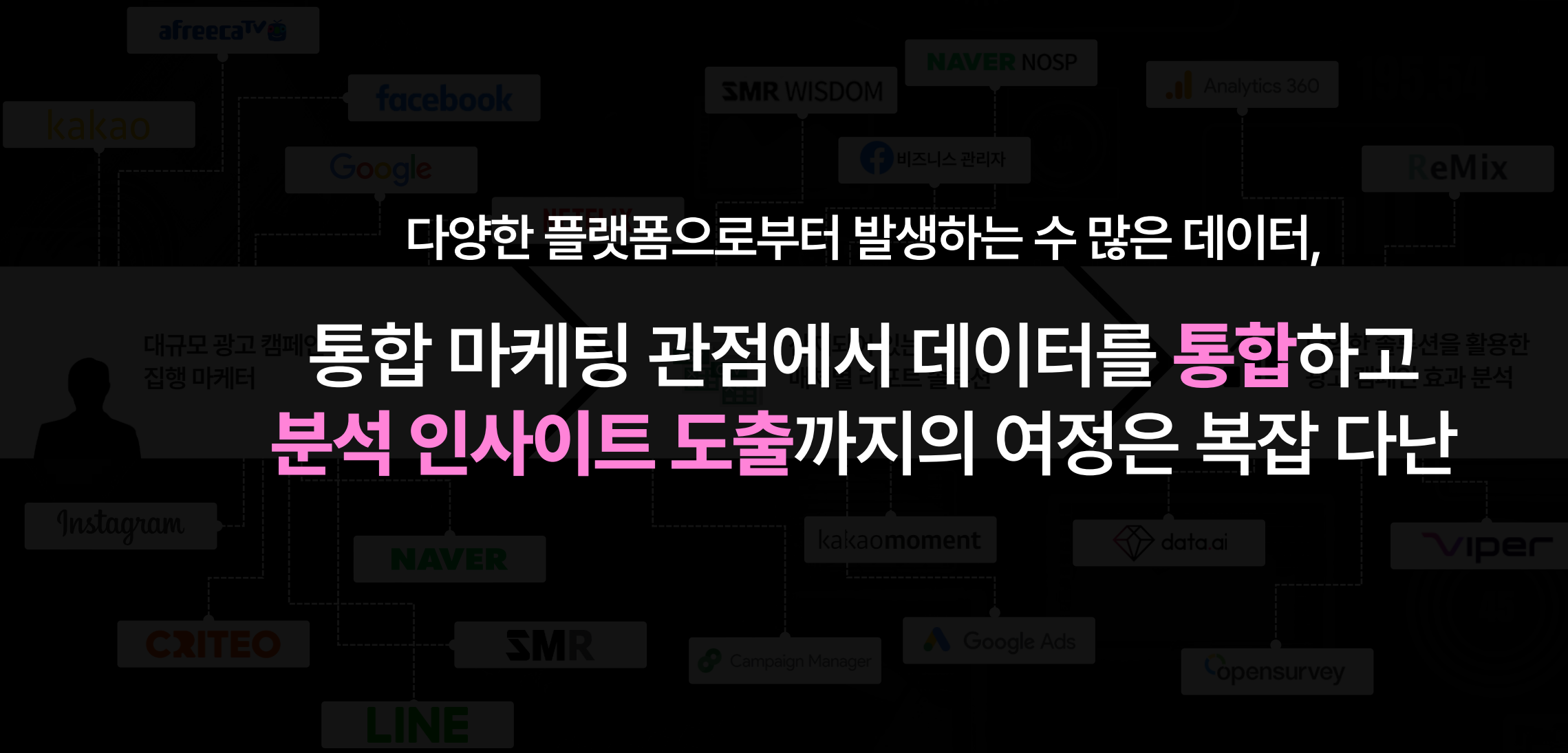


산재되어 있는
매체별 리포트 솔루션



다양한 솔루션을 활용한
광고 캠페인 효과 분석





다양한 플랫폼으로부터 발생하는 수많은 데이터,

통합 마케팅 관점에서 데이터를 **통합**하고
분석 인사이트 도출까지의 여정은 복잡 다난

대규모 광고 캠페인
집행 마케터

한 줄의 선을 활용한
광고 캠페인 효과 분석



디지털 광고를 운영하는 이해 관계자들의 다양한 고민을 들어보았습니다.

우리가 집행한 리포트 데이터를 한 곳에 모아서 확인할 수 있을까요?

리포트 데이터를 통합 및 관리하고 우리만의 인사이트를 확인하고 싶습니다.

매체 데이터를 연동해서 자동으로 대시보드에 리포팅 할 수 없을까요?

캠페인 효율 비교를 위해 매체별 벤치마크 데이터를 확인할 수 있을까요?

대규모 예산 캠페인을 집행하려고 합니다. 유사 조건의 캠페인 집행 트렌드를 확인할 수 있을까요?

미디어 믹스 기반의 예상 Reach, GRPs 효율 데이터를 예측하고 싶습니다.

광고주 목표 KPI 달성에 따른 광고 기여도를 확인할 수 있을까요?

KPI 달성을 위한 매체별 최적 예산 배분안을 산출하고 싶습니다.

마케팅 인텔리전스 플랫폼 기획

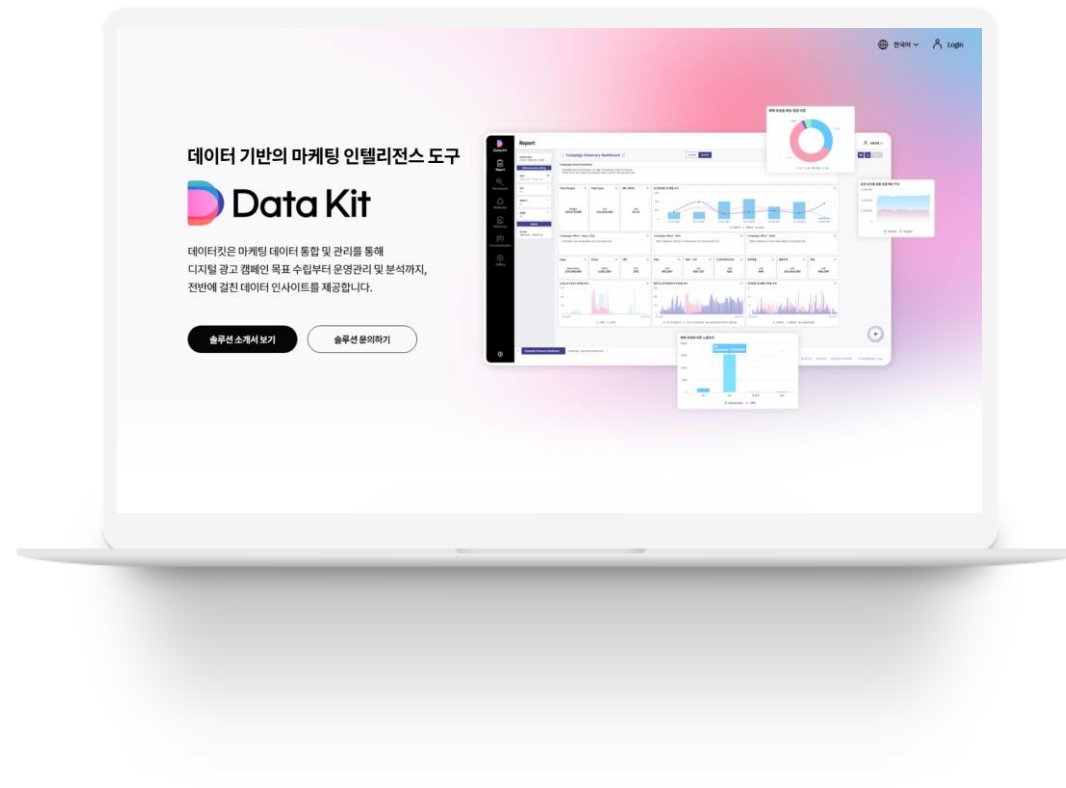
'Key Point'

분절된 데이터를 표준화 처리하여
한 곳에 통합하고,

통합된 데이터를 통계적으로 분석하여
마케팅 인사이트를 도출하는 것

Datakit

Nasmedia Marketing Intelligence Tool



집계 데이터 기반의 통합 인텔리전스 도구 Datakit

통합 수집 활용이 필요한 마케터의 관점에서
분산된 데이터를 수집 및 처리, 보관하여 데이터 기반의 의사결정을 지원



WHAT WE PROVIDE

Datakit

데이터 통합,

데이터 시각화,

데이터 분석,

데이터킷은 모두 가능합니다.

데이터킷은 국내 광고 및 마케팅 현업의 니즈를 반영해 데이터 관리 및 시각화, 캠페인 예산 수립부터 사후 분석까지 미디어 플래닝에 필요한 모든 서비스를 제공합니다.

Datakit 1.0

데이터킷은 현재 Report, Benchmark, MixModel 세 가지의 솔루션을 제공하고 있습니다.

REPORT SOLUTION

효과적인 데이터 관리를 위한 리포트 대시보드 솔루션



MIXMODEL SOLUTION

마케팅 및 미디어 목표 달성을 위한 성과 분석 기반의 플래닝 솔루션

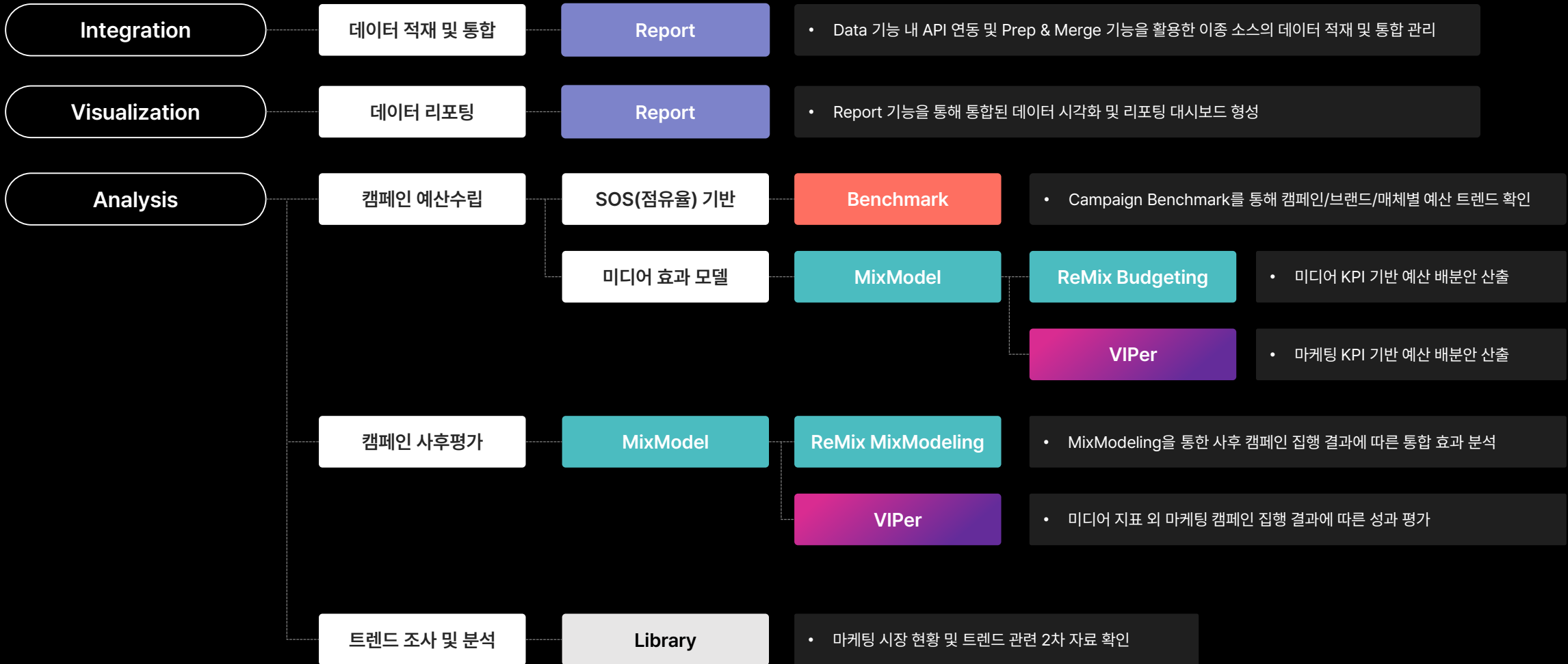


BENCHMARK SOLUTION

디지털 광고 집행 트렌드 확인을 위한 벤치마크 솔루션



Data Kit



MAIN SERVICE 01

REPORT SOLUTION

데이터 통합부터 시각화까지,
한 곳에 가능합니다.

데이터킷 리포트는 이종 데이터 소스를 통합하기 위한 처리 및 병합 기능을 제공하고, 주로 활용하는 리포트 양식을 템플릿으로 제공해 편리한 대시보드 생성이 가능합니다.

SERVICE POINT 01

API 연동을 포함한 다양한 데이터 업로드 방식

데이터킷은 국내 및 마케팅 실무자들의 실제 데이터 적재 및 관리 환경을 고려해 매체 API 연동을 포함한 다양한 데이터 업로드 방식을 제공합니다.

- 수동업로드, 주요 매체 API 연동, 구글스프레드시트 API 연동 기능 제공
- API 연동 매체: 주요 집행 매체인 Google(구글), Meta(메타), 카카오톡, 네이버브랜드검색
- 업로드 주기 설정을 통해 원하는 기간에 따라 데이터 자동 업데이트 가능

* 네이버, GA 데이터 등 API 제공 매체 확대 예정

Data

데이터 목록

① 수동 업로드, 생성 중, 병합 처리 데이터는 '전처리'가 불가능합니다.

총 155건

No	데이터명	매체	업로드	리포트 연동 여부	데이터 일자	업로드 일자	액셀 다운로드
15	전처리 데이터 업로드_LG전자	[네이버, GA, K, M, S]	업로드	Y	2023.04.05 ~ 2023.04.05	2023.04.06	다운로드
14	(생성 중) 데이터 업로드_LG전자	[K]	-	N	2023.04.05 ~ 2023.04.05	2023.04.06	다운로드
13	데이터 업로드	[구글, 메타, 카카오톡, 네이버]	업로드	N	2023.04.05 ~ 2023.04.05	2023.04.06	다운로드

기준 항목: 브랜드, 캠페인, 매체, 상품, 타겟팅, 소재, 일자

지표 항목: 노출수, 클릭수, 집행금액, 유입

데이터 등록 ✕



수동 업로드



매체 데이터 연동



구글 스프레드 시트 연동

닫기

SERVICE POINT 02

데이터 통합을 위한 Prep & Merge 기능

데이터킷은 구조가 다른 소스의 데이터를
한 곳에 통합 및 적재하기 위해
데이터 전처리(Prep)와 병합(Merge) 기능을 제공합니다.

- Prep: API 매체 데이터를 수동 업로드 데이터와 병합하기 위한 전처리 기능
- Merge: 전처리가 완료된 데이터를 한 곳에 통합하기 위한 병합 기능

? 데이터 전처리(Prep)는 매체 API 연동 데이터를 사용자가 원하는
기준 항목에 따라 데이터를 구분해 병합을 위한 데이터를 생성합니다.

캠페인 : 2023_GDN_PC_데모타겟팅_1차

2023

GDN

PC

데모타겟팅

1차

Data

병합 데이터 생성 ①

데이터명

데이터명을 입력해주세요.

관리 권한 해제

사용자명 또는 권한명 검색

*지정된 계정은 해당 리포트 수정/관리가 불가능합니다.

병합 데이터 리스트 ?

* 기준 항목의 해제만 선택 시, 연동한 매체 이름이 자동 표기됩니다.

병합 데이터 추가

Data 1	전처리 Data 2	전처리 Data 3	Data 4																																																								
업로드 데이터	구글 연동 데이터_prep	카카오 스티븐 스케줄링	구글 연동 데이터_prep																																																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>기준 항목</th> <th>지표 항목</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>일자</td><td>집행금액</td></tr> <tr><td>캠페인</td><td>노출수</td></tr> <tr><td>매체</td><td>조회수</td></tr> <tr><td>광고그룹</td><td>재생수</td></tr> <tr><td>상품</td><td></td></tr> </tbody> </table>	기준 항목	지표 항목	일자	집행금액	캠페인	노출수	매체	조회수	광고그룹	재생수	상품		<table border="1"> <thead> <tr> <th>기준 항목</th> <th>지표 항목</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>일자</td><td>집행금액</td></tr> <tr><td>캠페인</td><td>노출수</td></tr> <tr><td>매체</td><td>조회수</td></tr> <tr><td>광고그룹</td><td>재생수</td></tr> <tr><td>소재</td><td>노출수</td></tr> <tr><td>상품입니다</td><td>조회수</td></tr> <tr><td>유니크 소재</td><td>재생수</td></tr> </tbody> </table>	기준 항목	지표 항목	일자	집행금액	캠페인	노출수	매체	조회수	광고그룹	재생수	소재	노출수	상품입니다	조회수	유니크 소재	재생수	<table border="1"> <thead> <tr> <th>기준 항목</th> <th>지표 항목</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>일자</td><td>집행금액</td></tr> <tr><td>캠페인</td><td>노출수</td></tr> <tr><td>매체</td><td>조회수</td></tr> <tr><td>광고그룹</td><td>재생수</td></tr> <tr><td>소재</td><td>노출수</td></tr> <tr><td>상품입니다</td><td></td></tr> </tbody> </table>	기준 항목	지표 항목	일자	집행금액	캠페인	노출수	매체	조회수	광고그룹	재생수	소재	노출수	상품입니다		<table border="1"> <thead> <tr> <th>기준 항목</th> <th>지표 항목</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>일자</td><td>집행금액</td></tr> <tr><td>캠페인</td><td>노출수</td></tr> <tr><td>매체</td><td>조회수</td></tr> <tr><td>광고그룹</td><td>재생수</td></tr> <tr><td>소재</td><td>노출수</td></tr> <tr><td>상품입니다</td><td></td></tr> </tbody> </table>	기준 항목	지표 항목	일자	집행금액	캠페인	노출수	매체	조회수	광고그룹	재생수	소재	노출수	상품입니다	
기준 항목	지표 항목																																																										
일자	집행금액																																																										
캠페인	노출수																																																										
매체	조회수																																																										
광고그룹	재생수																																																										
상품																																																											
기준 항목	지표 항목																																																										
일자	집행금액																																																										
캠페인	노출수																																																										
매체	조회수																																																										
광고그룹	재생수																																																										
소재	노출수																																																										
상품입니다	조회수																																																										
유니크 소재	재생수																																																										
기준 항목	지표 항목																																																										
일자	집행금액																																																										
캠페인	노출수																																																										
매체	조회수																																																										
광고그룹	재생수																																																										
소재	노출수																																																										
상품입니다																																																											
기준 항목	지표 항목																																																										
일자	집행금액																																																										
캠페인	노출수																																																										
매체	조회수																																																										
광고그룹	재생수																																																										
소재	노출수																																																										
상품입니다																																																											

최종 데이터 예시 ②

리셋

일자	캠페인	매체	광고그룹	상품	집행금액	노출수
-	상품(Data1) 상품 입니다(Data2)	-	-	상품(Data1) 상품 입니다(Data2)	-	-

취소

저장

SERVICE POINT 03

캠페인 데이터 관리를 위한 대시보드 제공

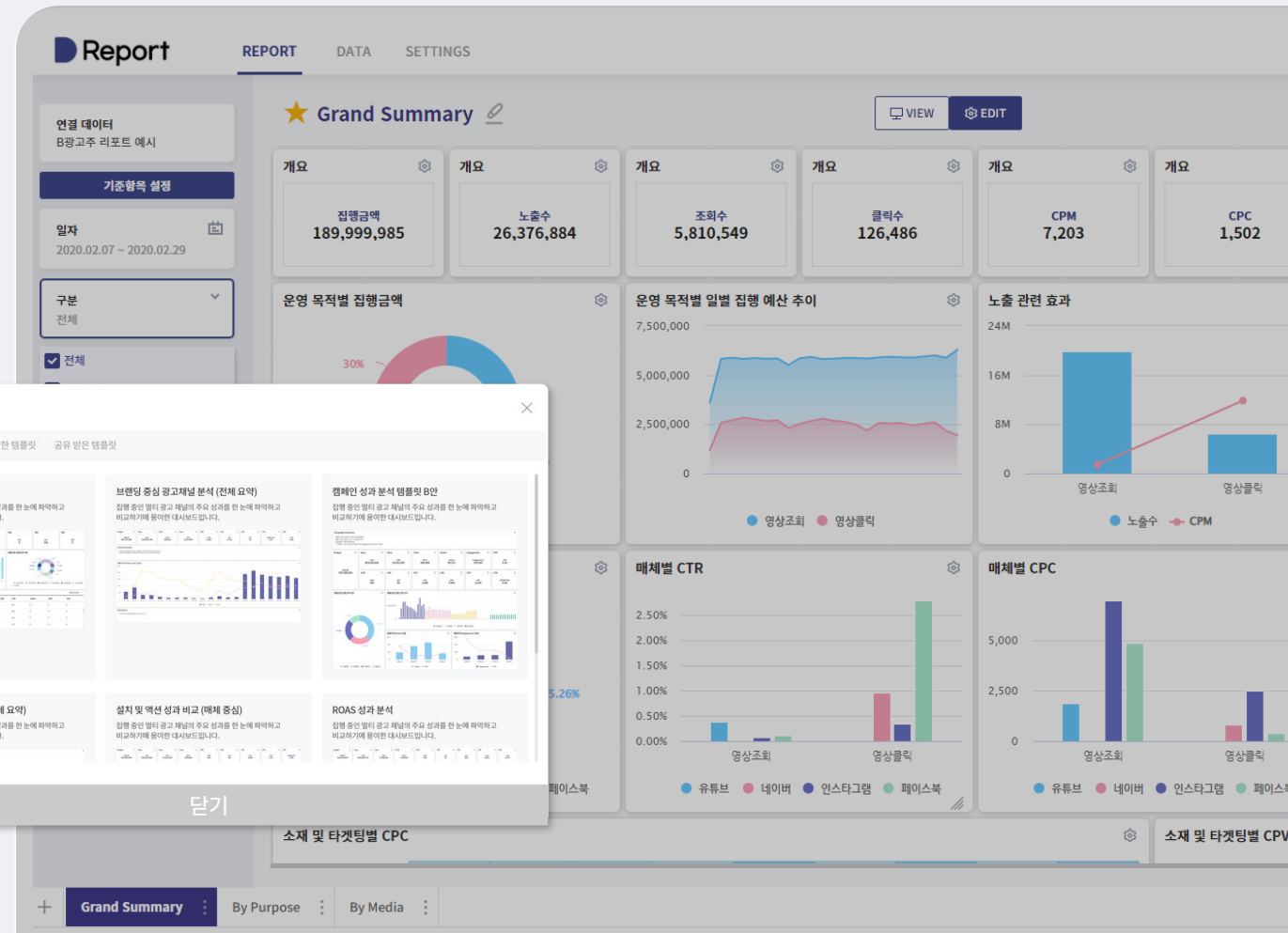
데이터킷은 적재 및 통합된 데이터를 기반으로 데이터를 시각화하여 데이터 인사이트 산출을 위한 리포트 대시보드 기능을 제공합니다.

- 쿼리 조회를 이용한 동적 데이터 조회 방식을 통한 인사이트 산출
- 다양한 종류의 리포트 템플릿을 통해 쉽고 빠르게 대시보드 생성 가능
- 템플릿 공유 기능을 통해 타 캠페인에서도 자유롭게 적용 가능

? 템플릿 선택 및 공유 기능

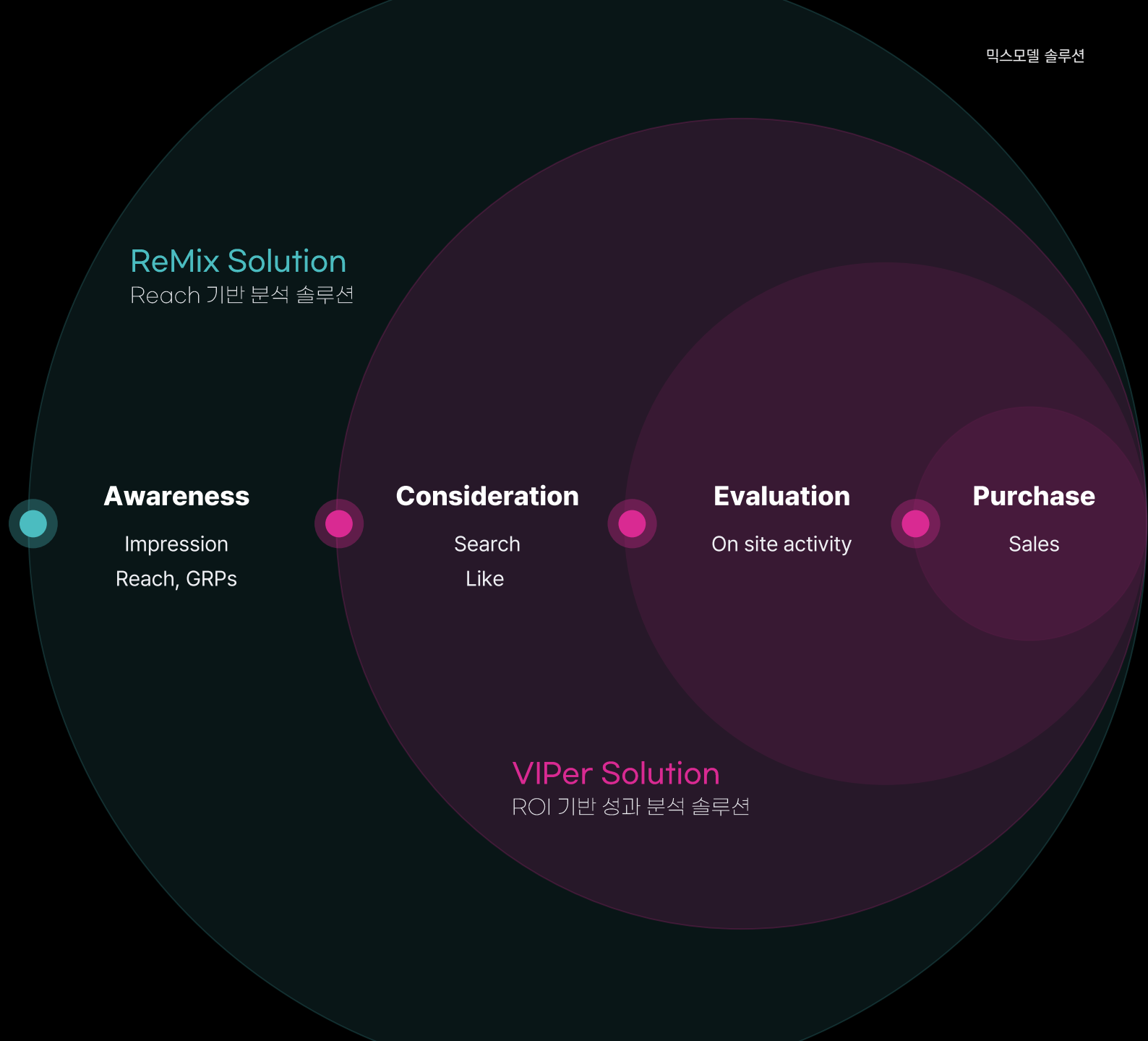
데이터킷은 직접 대시보드 생성이 어려운 플래닝 현업 담당자들의 상황을 고려해, 주로 활용하는 리포트 양식*을 템플릿으로 제공하고, 템플릿 공유도 가능합니다.

*브랜딩 중심 광고 채널 분석, 설치 및 액션 성과 분석, ROAS 성과 분석 외 6개



MAIN SERVICE 02

MIX MODEL SOLUTION



데이터킷 Mix Model 솔루션은 계량 경제학 기반 모형의 자동화를 통해 마케팅 퍼널별 KPI에 따른 정교한 성과 측정이 가능합니다.

MAIN SERVICE 02-1

MIX MODEL SOLUTION: VIPer

VIPer는 머신러닝 기반의 Marketing Mix Modeling(마케팅 믹스 모델링) 자동화를 통해 캠페인 성과 분석 및 최적 예산안 수립까지 가능합니다.

SERVICE INTRO

MMM 정의 (Marketing Mix Modeling)

광고 및 마케팅 요소들이 캠페인 목표 전환에 어떻게 기여하는지 확인할 수 있는 계량경제학적(경제통계) 분석 기법
집계 처리된 데이터를 기반으로 인사이트를 도출하여 온, 오프라인의 통합적 효과 분석에 용이함
또한, 계절성 및 프로모션과 같은 광고 외 외부 영향에 대한 고려 가능

f

Analyze

Statistical Method

Dependent Variables | Independent Variables

01

Incremental

인과 추론 분석을 통한
광고 미집행기 대비
광고 집행을 통한 증분효과 분석

02

Attribution

광고를 구성하는 각 요소의
기여도를 계량화하여
광고 성과를 정확하게 파악

03

Optimization

구축된 통계 모델을 활용해
미디어 플래닝 시나리오에 따른
광고 성과 변화를 테스트

04

Allocation

최적의 시나리오를 바탕으로
마케팅 환경과 조건을 고려하여
다양한 마케팅 활동에 자원을 배분

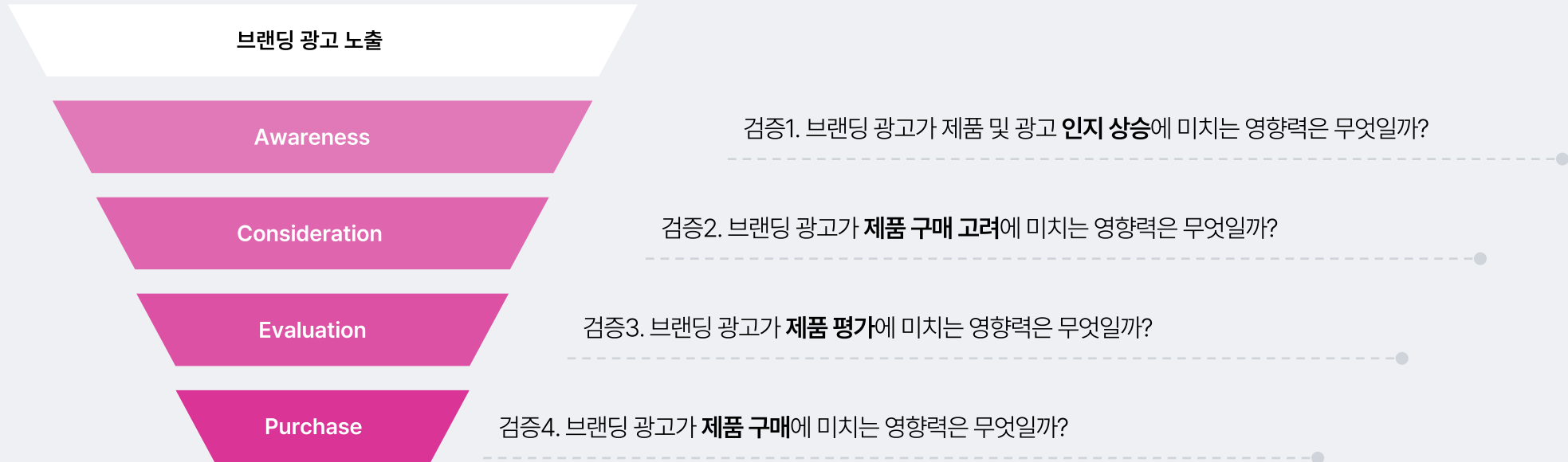
SERVICE INTRO

MMM 기반의 'VIPer Solution'

Volume Indicator for Performance

클라이언트별로 광고 집행을 통한 미디어 또는 마케팅 성과 검증을 위해 프로젝트형 서비스 모델로 시작
뷰티, 패션, 전자, 게임, 건기식 등 다양한 엔터프라이즈급 케이스에서 브랜딩 광고 성과 검증을 목적으로 출발함

Funnel 단계별 가설 검증 사례



SERVICE POINT 01

기존 프로젝트성 모델의 한계와 자동화 기반의 분석 모델로 변화

CHALLENGE

최소 3개 이상의 데이터 활용
분석 기간 최소 1달 이상 소요 및 전담 인력 1명 필요



NEEDS

모델 구현의 난이도 존재로 진입 장벽 최소화 필요
다량 생산 및 소량 리소스 투입 필요



TREND

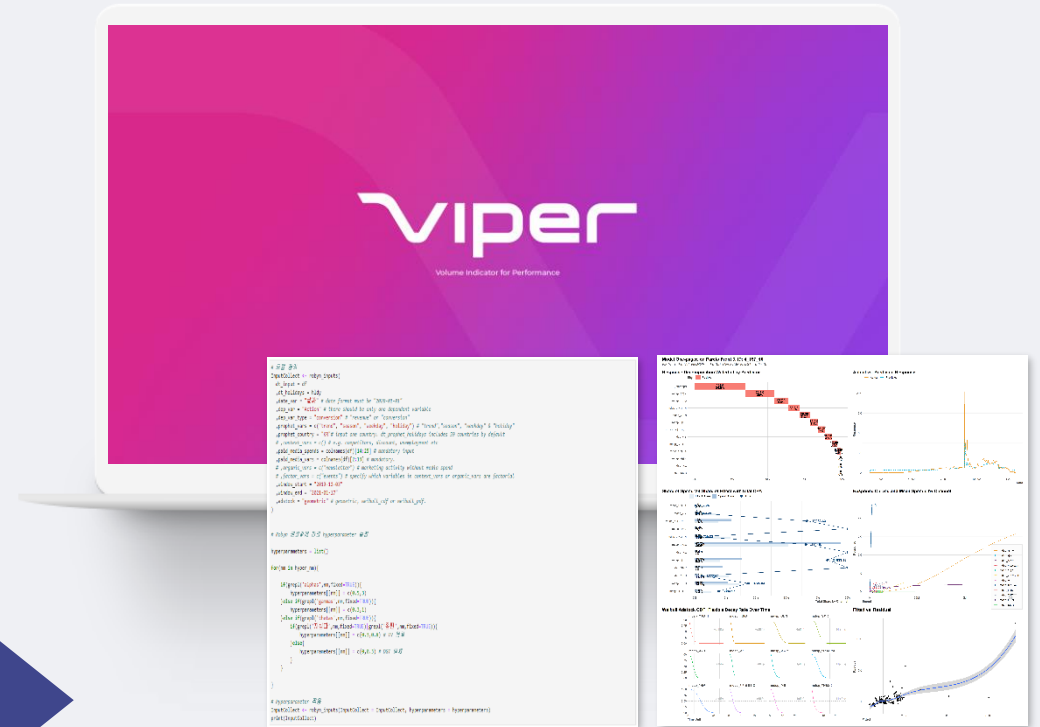
R, Python을 활용한 MMM 자동화 도입
메타, 구글등 빅테크 중심 오픈 소스 기반의 머신 러닝 적용 트렌드 변화 포착



기존 프로젝트성으로 진행되었던 인사이트 + 딥러닝 기반의 MMM 분석 자동화로 고도화



VIPer 자동화 분석 솔루션



SERVICE POINT 02

정교한 캠페인 성과 분석을 위한 클라이언트별 맞춤형 모델 구축

다수의 클라이언트 컨설팅 경험을 기반으로 클라이언트 맞춤형 성과 분석을 위한 정교한 분석 모델을 구축합니다.



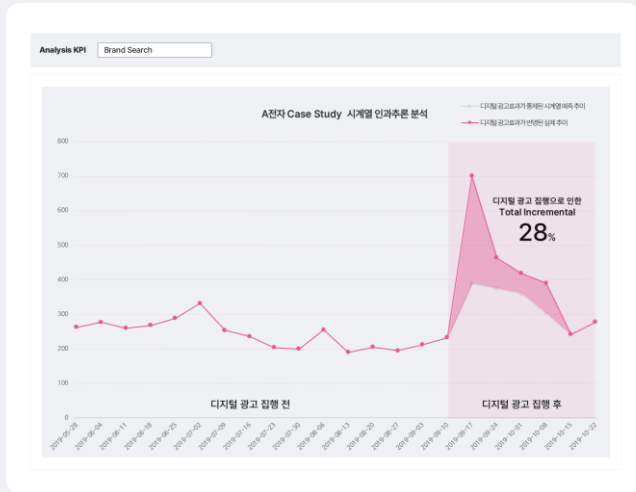
SERVICE POINT 03

MMM에 자동화 기술 적용을 통한 광고 성과 평가 및 최적 예산 배분안 산출 가능

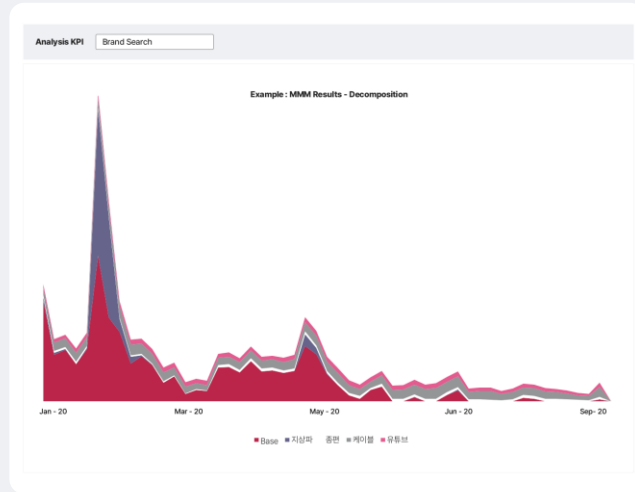
VIPer는 캠페인 집행 상황을 고려해 광고의 순수 기여도를 평가하고 기여도 분석 결과에 따른 최적 예산안을 산출합니다.

- 1 **Preparing the data**
캠페인 데이터 전처리 진행
- 2 **Training the Model**
VIPer 모델 학습
- 3 **Model Diagnostics**
VIPer 모델 평가 및 진단
- 4 **Running Optimization**
광고비 최적화 및 배분안 추천

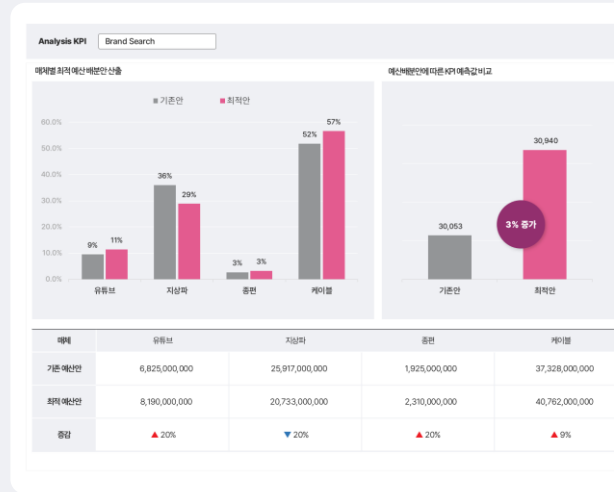
결과1. 광고의 Incremental 효과 검증



결과2. 광고 Attribution(기여도) 분석



결과3. 기여도 분석 기반의 최적 예산안 산출



*MMM: Marketing Mix Modeling

MAIN SERVICE 02-2

MIX MODEL SOLUTION: ReMix

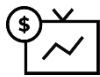
ReMix는 Reach 기반의 동영상 통합 효과 분석 솔루션으로,
스크린 및 세부 채널간 통합 Reach 분석 및 최대 Reach 확보를 위한 최적 예산안 산출이 가능합니다.

SERVICE INTRO

미디어 플래닝 상황별 맞춤형 분석 도구 제공

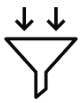
리믹스는 스크린 및 매체별 예산 수립부터 효과 예측까지
미디어 플래닝을 위한 다양한 분석 기능을 제공합니다.

? 주요 기능 소개



Screen Planning

3스크린(TV, Online, IPTV) 관점에서 스크린간 예산 배분 및 효과 예측 가능



Media Filtering

매체별 타겟, 트래픽, 집행 효과를 고려한 KPI에 따른 동영상 매체 평가 가능



Channel Planning

TV, Online, IPTV 채널 그룹 및 믹스별 통합 효과 측정 가능



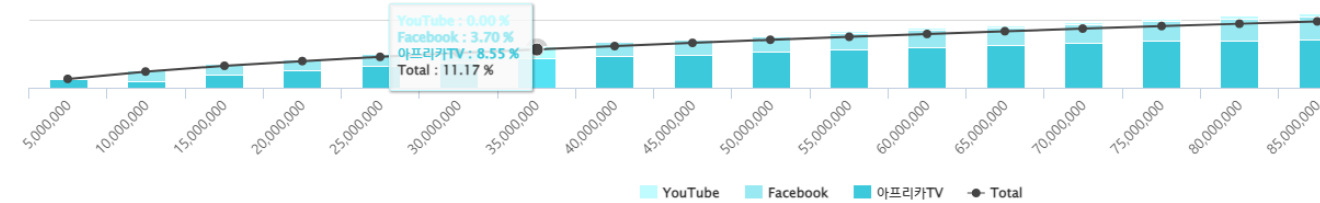
Optimal Budgeting

최대 타겟 Reach 확보를 위한 스크린/채널간 최적 예산 배분안 산출 가능

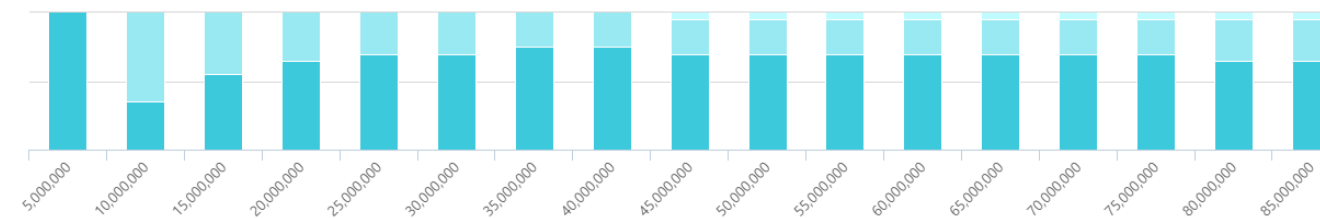
온라인 영상 최적 예산 배분 결과

Platform	Budget	Reach	GRPs	Freq.	CPP
YouTube	15,000,000	2.35 %	3.19	1.36	
Facebook	30,000,000	7.37 %	14.25	1.93	
아프리카TV	55,000,000	14.18 %	63.93	4.51	
total	100,000,000	21.12 %	81.37	3.85	

Optimal Reach Curve



Optimal Budget Allocation



SERVICE INTRO

진보한 모델링을 통해 정확한 분석 결과 제공

리믹스는 정교한 효과 분석 기능을 기반으로
클라이언트 니즈 충족을 위한 맞춤형 플래닝 컨설팅을 제공합니다.

정교한 데이터 측정 방식

닐슨 통합 패널 데이터 및 매체별 서버 기반 전수데이터 활용
국내 최초 유일하게 매체 집행 데이터를 활용한 모델
예측 모델에 대한 주요 매체사 인증과 DAR 검증 경험
데이터의 주기적 업데이트를 통해 신선도 유지



진보한 모델링 활용

국내외 학회 및 리서치 연구 기반의 독자적 예측 모델 구축
서버, 패널을 혼합 활용한 데이터에 기반하여
확률 및 비확률적 결합을 동시에 가정한 예측 모델 산출

*3Screen 조건을
동시 고려한 통합 Reach 산출



업계 최고 활용도

연간 200개 이상 광고주, 약 500개의 캠페인에서
활용 및 컨설팅 다수 진행 경험 보유
다양한 광고주 및 대행사 니즈 충족을 위해 솔루션 오픈,
주요 클라이언트 플래닝 컨설팅 다수 진행
*주요 클라이언트: 종합대행사 및 중대형 광고주 다수

*2020년 온라인 광고 대상
수상을 통한 솔루션 우수성 입증

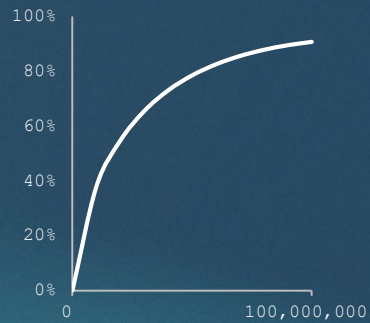


SERVICE POINT 01

정교한 데이터 측정 방식과 데이터 신선도

리믹스는 연간 주기로 영상, 포털, SNS, IPTV 등 내부 캠페인 집행 데이터를 수집해 모델링에 활용하며, 매체별 도달 효과 분석 외 매체 간 중복률과 타겟 분석 등을 위해 외부 측정 솔루션을 선제 도입해 분석하고 있습니다.

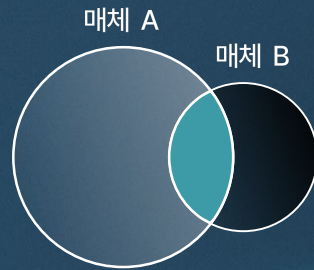
1 매체별 도달 효과 분석



Q. 매체 A에 1억 집행 시 타겟 도달은?



2 매체 간 중복률과 타겟 분석



Q. 미디어믹스 집행 시 타겟 도달은?

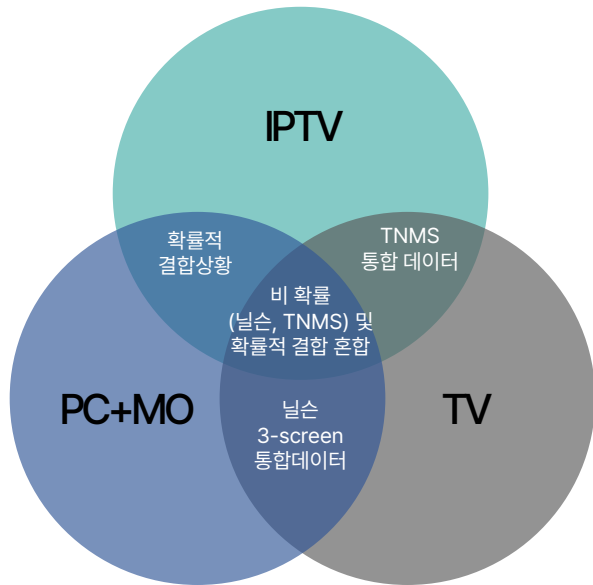


SERVICE POINT 02

정교한 분석 모델링

싱글 소스 측정이 불가능한 매체간 결합 상황에서 확률, 비확률 조합을 모두 고려해 완화된 중복률을 고려합니다.
 Optimal Budgeting은 정해진 노출량(예산)을 기반으로 '통합 Reach'를 최대화할 수 있는 미디어믹스와 기대 효과를 제시합니다.

중복 측정 방법



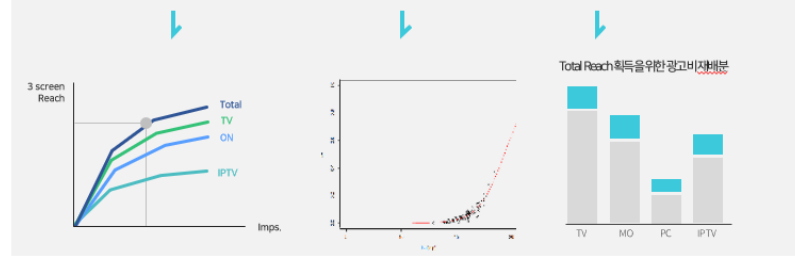
Optimal Budgeting

목표 3개 스크린(TV, Online, IPTV)의 통합 도달률(Total Reach) 획득을 위한 최적화 방안

개념도
 Optima function
 f Total Reach $A \cup B \cup C$



산출결과
 Optimized Total Reach & Imps.



SERVICE POINT 03

변화하는 OTT 시장 대응

변화된 영상 시청 환경에 대응하고 OTT 시장에 앞서 나가기 위해 신규 매체에 대한 기획을 지속하고 있습니다.
 넷플릭스 매체 광고 도입에 발맞춰 예측 모델을 개발하였으며 이후 지속적으로 증가하는 이용 트렌드를 업데이트해 넷플릭스 매체 고유 도달&빈도 특성을 반영하고 있습니다.

! 리믹스 분석 가능 매체

<p>DGT</p> <ul style="list-style-type: none"> YouTube Facebook Instagram 트위터 SMR 네이버TV 카카오모먼트 티빙 	<ul style="list-style-type: none"> 트위치 아프리카TV 틱톡 다원 시그널플레이 애드패커 코비 네이버스포츠 	<p>TV</p> <ul style="list-style-type: none"> 지상파 종합편성 유료방송 <p>IPTV</p> <ul style="list-style-type: none"> GenieTV BTV UTV IPTV 큐톤 상품
---	---	---

+



NETFLIX

타겟팅 상품별 예측분석

Non Targeting

Demo&Geo Targeting

...

* DA 상품은 별도 솔루션 작업으로 제외

MAIN SERVICE 03

BENCHMARK SOLUTION

업계 NO.1

캠페인 집행 데이터 기반의
벤치마크 데이터를 제공합니다.

데이터킷 벤치마크 솔루션은 약 30만건의 캠페인 및 매체 집행 데이터를 수집 및 활용해,
미디어 플래닝을 위한 다양한 분석 기준의 벤치마크 데이터를 제공합니다.

SERVICE POINT 01

Campaign Benchmark 기능을 활용한 예산 계획 수립

데이터킷은 업계 NO.1 캠페인 집행 데이터를 기반으로
효과적인 광고 예산 수립을 위한 트렌드 정보를 제공합니다.

? 어떻게 광고 예산 계획을 수립할 수 있을까?

캠페인 벤치마크 기능을 통해 유사 업종 및 캠페인 기반의 집행 트렌드를 확인하고
유사 수준 혹은 목표 수준의 점유율 달성을 위한 광고비 예산 계획 수립이 가능합니다.

광고 예산 배분 방법론*

지출 가능액법	재무적 제한을 고려해 지불 능력 내에서 광고비를 책정
매출액 비율법	매출액이나 영업 이익의 일정 비율을 광고비로 책정
경쟁자대항법	Share of Spending (SOS) 방법으로, 경쟁사 광고비 지출 수준을 고려해 광고비 책정
목표 과업법	마케팅과 광고 목표를 정하고, 이를 추정하기 위한 수리적 모형을 사용 -- ● MIXMODEL

*한양대학교 ICT 융합학부 이경렬, 『디지털 광고 온라인 교재』 (한국디지털광고협회) 참고

광고 집행 트렌드

벤치마크 정보

분석 기준 설정 브랜드 캠페인

업종* 전체 업종 단일 업종 선택

Q 검색

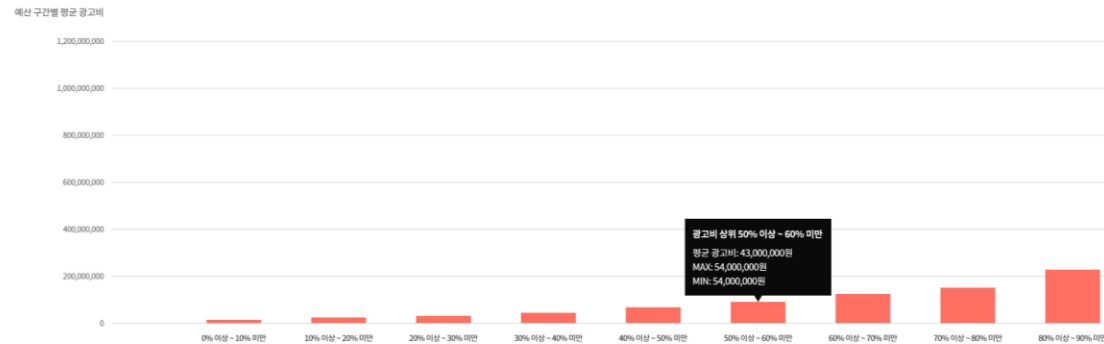
검색 결과 데이터 기간 2022.01~2022.06

브랜드별 집행 트렌드 요약



순위	Group1	Group2	Group3	Group4
1위	Youtube	Youtube	네이버(NOSP)	네이버(NOSP)
2위	네이버(NOSP)	네이버(NOSP)	Youtube	Youtube
3위	카카오모먼트	카카오모먼트	카카오모먼트	인스타그램
4위	네이버(GFA)	네이버(GFA)	네이버(GFA)	카카오모먼트
5위	SMR	인스타그램	인스타그램	GDN

브랜드별 예산 분포도

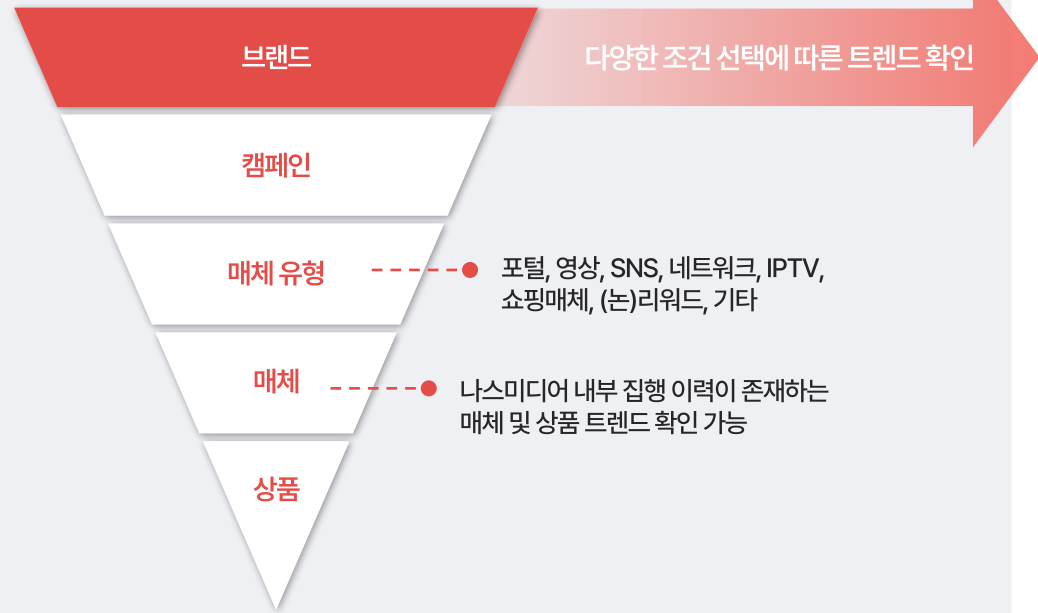


SERVICE POINT 02

캠페인부터 상품 단위까지, 다양한 기준에 따른 집행 트렌드 확인

데이터킷 벤치마크 솔루션을 통해 브랜드부터 세부 상품까지,
업종 및 기간 등 다양한 조건에 따른 데이터 확인이 가능합니다.

집행 트렌드 분석 기준



미디어 집행 트렌드

벤치마크 정보 검색조건 선택

업종* 전체 선택 게임 금융 가전 방송/통신 앱/사이트 패션/화장품 수송 식음료 단체 쇼핑몰 교육 관광/레저 컴퓨터 의료/건강 문화/예술 생활/잡화 주택/가구 기타1

기간 ~ *데이터 기간 2022.01-2022.06

광고비 수준

운영 목적 설정안함 설정함

검색 기준 선택 매체별 집행 트렌드 상품별 집행 트렌드 상품별 벤치마크

매체 유형 선택 매체 선택 상품 선택

검색 결과

매체별 집행 트렌드 차트

매체별 집행 트렌드 차트 (Pie Chart Data):

- 포털: 28%
- 영상: 16%
- 기타: 15%
- SNS: 14%
- 네트워크: 7%
- IPTV: 5%
- 리워드/논리워드: 5%
- 쇼핑매체: 3%
- 틱톡: 3%
- 기타: 2%

매체별 집행 트렌드 차트 (Horizontal Bar Chart Data):

- 유튜브: 28%
- 카카오: 16%
- 네이버GFA: 15%
- 카카오: 14%
- GDN: 7%
- 물로크: 5%
- SMR: 5%
- 에브리타임: 3%
- 틱톡: 3%
- 기타: 2%

SERVICE POINT 03

매체 및 상품별 효율 데이터 확인

데이터킷 벤치마크 솔루션은 세부 매체 및 상품별 효율 데이터 정보를 제공합니다. 캠페인 및 매체 레벨의 데이터를 활용해 목적에 맞는 데이터를 확인할 수 있습니다.

	Campaign Benchmark	Media Benchmark
수집 단위	캠페인 레벨	매체 레벨
수집 기준	자사 집행 데이터 활용	매체사 API 데이터 활용
제공 매체	주요 매체 외 기집행 매체	구글, 카카오, Meta, 네이버
분석 조건	기간, 업종, 상품, 운영목적, 광고비 수준	기간, 업종, 상품
분석 내용	SOS 기반의 광고비 의사 결정 및 API 미제공 매체에 대한 효율 데이터 확인	API를 활용해 캠페인 목적, 타겟팅 등 세부 조건에 따른 매체별 효율 데이터 확인

미디어 집행 트렌드

벤치마크 정보

업종* 전체 선택 게임 금융 가전 방송/통신 앱/사이트 패션/화장품 수송 식음료 단체 쇼핑물 교육 관광/레저 컴퓨터 의료/건강 문화/예술 생활/잡화 주택/가구 기타1

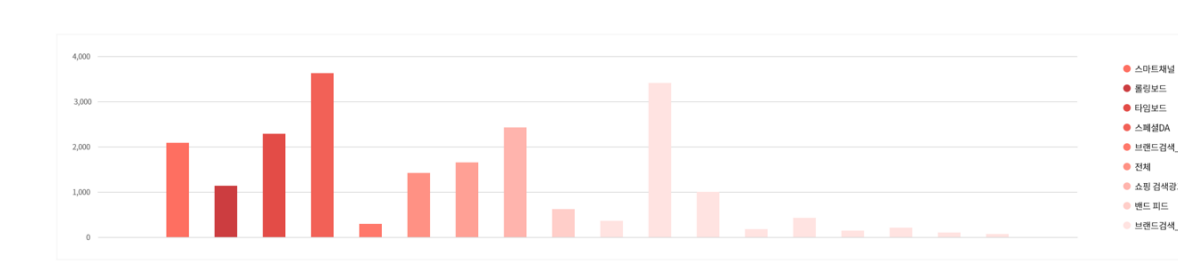
기간 ~ *데이터 기간 2022.01-2022.06

광고비 수준

운영 목적 설정안함 설정함

검색 기준 선택 매체별 집행 트렌드 상품별 집행 트렌드 상품별 벤치마크

상품별 벤치마크 데이터 차트



벤치마크 데이터 리스트

매체 수집 가이드

매체 :	상품명 :	사례수* :	CPM :	CPC :	CPV :	CTR :
네이버	홈쇼핑	4	2,307	2,002.6	-	0.14%
네이버	밴드 피드	5	3,725	1,131.9	-	0.33%
네이버	브랜딩검색_MO	37	532,811	2,179.6	-	24.49%
네이버	브랜딩검색_PC	18	1,567,236	3,560.7	-	38.93%
네이버	브랜딩검색_전체	1	48,032	182.0	-	26.40%
네이버	브랜딩DA	5	6,043	1,406.3	-	0.53%
카카오	라이브커머스	5	12,268	1,724.4	-	0.71%
네이버	스마트채널	3	3,994	2,284.7	-	0.28%
네이버	스페셜DA	3	1,953	490.9	255.8	33.69%
네이버	웹툰 빅데이터	2	4,965	649.8	-	0.82%

• WHY DATAKIT

What Makes Datakit Special?

데이터킷은
클라이언트를 위한
맞춤형 컨설팅을 제공합니다.

데이터킷은 데이터 컨설팅 경험을 보유하고 있는 전담 인력을 통해
클라이언트를 위한 서비스별 '맞춤형 컨설팅'을 제공합니다.

효과적인 데이터 관리를 위한 데이터 적재 및 대시보드 컨설팅 진행

Platform Service
리포트 솔루션 활용

X

Value Service
플래너 리포트 관리

데이터 관리 컨설팅

01 데이터 적재를 위한 초기 셋팅

- 데이터킷 운영팀 및 담당 플래너를 통한 온보딩 서비스 지원
- 캠페인 데이터 적재를 위한 데이터 구조화 컨설팅 진행

02 데이터 정기 등록

- 담당 플래너를 통해 캠페인 데이터 정기 등록 진행

리포트 관리 컨설팅

01 대시보드 생성을 위한 초기 셋팅

- 데이터킷 운영팀 및 담당 플래너를 통한 대시보드 초기 셋팅 지원
- 캠페인 목표 및 특성을 고려한 대시보드 설계 컨설팅 진행

02 대시보드 관리

- 데이터 정기 업데이트를 통한 대시보드 관리 진행

VIPer SOLUTION

전문 컨설팅 인력을 통해 성과 분석을 위한 맞춤형 컨설팅 제공

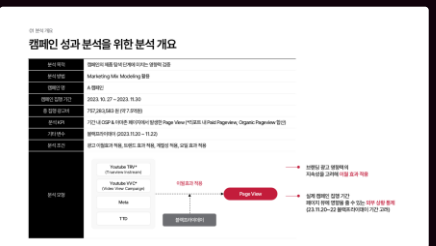
Platform Service
VIPer 솔루션 활용



Value Service
데이터 컨설팅 진행

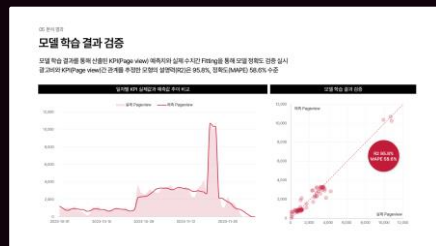
커스텀 성과 분석

클라이언트 맞춤형 분석 컨설팅 제공
클라이언트 캠페인 집행 상황을 고려하여
외부 요인 및 분석 조건을 고려한 분석 모형 설계



커스텀 분석 보고서

클라이언트 커스텀 분석 보고서 제공
분석 모형을 포함한 커스텀 분석 결과 기반의
풀퍼널 분석 보고서 제공



Partnership

데이터킷 주요 클라이언트

2024년 공식 런칭 후 현재 48개 고객사 (14개 업종)를 대상으로 612개 캠페인에서 예산 계획, 캠페인 운영 관리, 광고 성과 분석 등을 목적으로 활용

주요 업종별 광고주

뷰티



가전/전자



게임



제약 및 건기식

Dr. Lean

단체



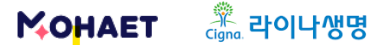
DB 및 온라인 정보

hunet

식음료



금융 및 보험



스포츠 의류 및 패션



협력 에이전시

dentsu



TBWA

INNOCEAN
WORLDWIDE



OR!COM



nasmedia

마케팅인텔리전스센터 데이터디자인팀

Contact dd@nasmedia.co.kr

[Datakit Help Center](#)

[Datakit Demo site](#)

데이터킷 헬프센터 및 데모사이트를 통해 보다 상세한 정보를 확인할 수 있습니다.

* 데이터킷 데모 사이트의 경우 별도 가입 및 승인 절차가 필요합니다.