

◀ AD-TARGET 상품소개서

리타겟팅을 주목하라!

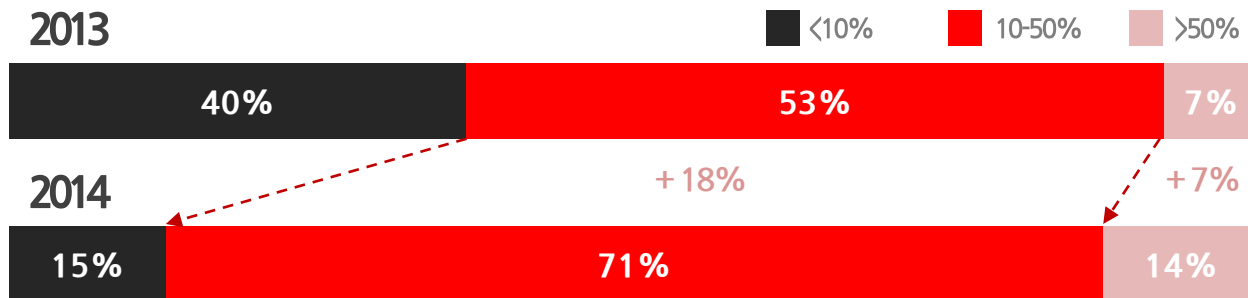
광고퍼포먼스를 높여주는 리타겟팅기법의 선호도 증가

- ▶ 다수의 광고주들이 리타겟팅의 광고투여비용을 증대시키고 있는 것이 추세
- ▶ 반응자의 90%이상이 리타겟팅광고가 검색광고나 이메일 마케팅과 같은 수준의 성과를 보인다고 평.

리타겟팅광고예산의 변화(2013vs,2014)

Investment in retargeting goes up year over year

How much of your budget goes to retargeting



[출처: Retargeting platform, AdRoll (US Marketer n= 1000)]

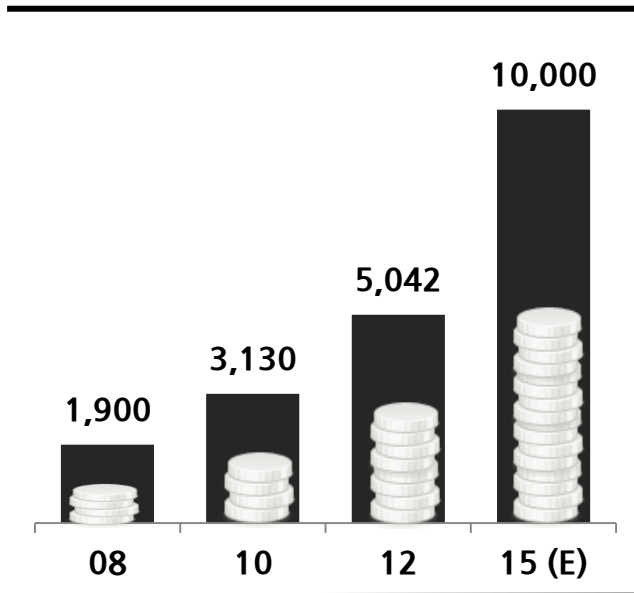
모바일과 리타겟팅의 결합이 대세다!

모바일리타겟팅상품을 통해, **모바일도 광고퍼포먼스 증대 가능**

- ▶ 모바일인구의 폭발적인 성장은 모바일광고시장의 급성장을 이끌어, 2015년은 1조원 시장 예측
- ▶ 과거 단순 노출형 상품에서 벗어나 광고퍼포먼스를 극대화시키는 모바일리타겟팅 광고상품에 주목

국내모바일광고시장규모

(단위: 억원)

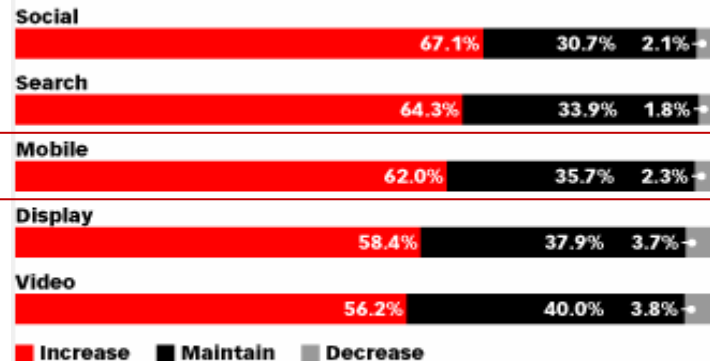


[출처: 프루스트앤설리번, KT경제경영연구소]

모바일 리타겟팅광고예산증가

Expected Change* in Retargeting Budget According to US Marketers, by Channel, Aug 2014

% of respondents



Note: numbers may not add up to 100% due to rounding; *in the next 12 months

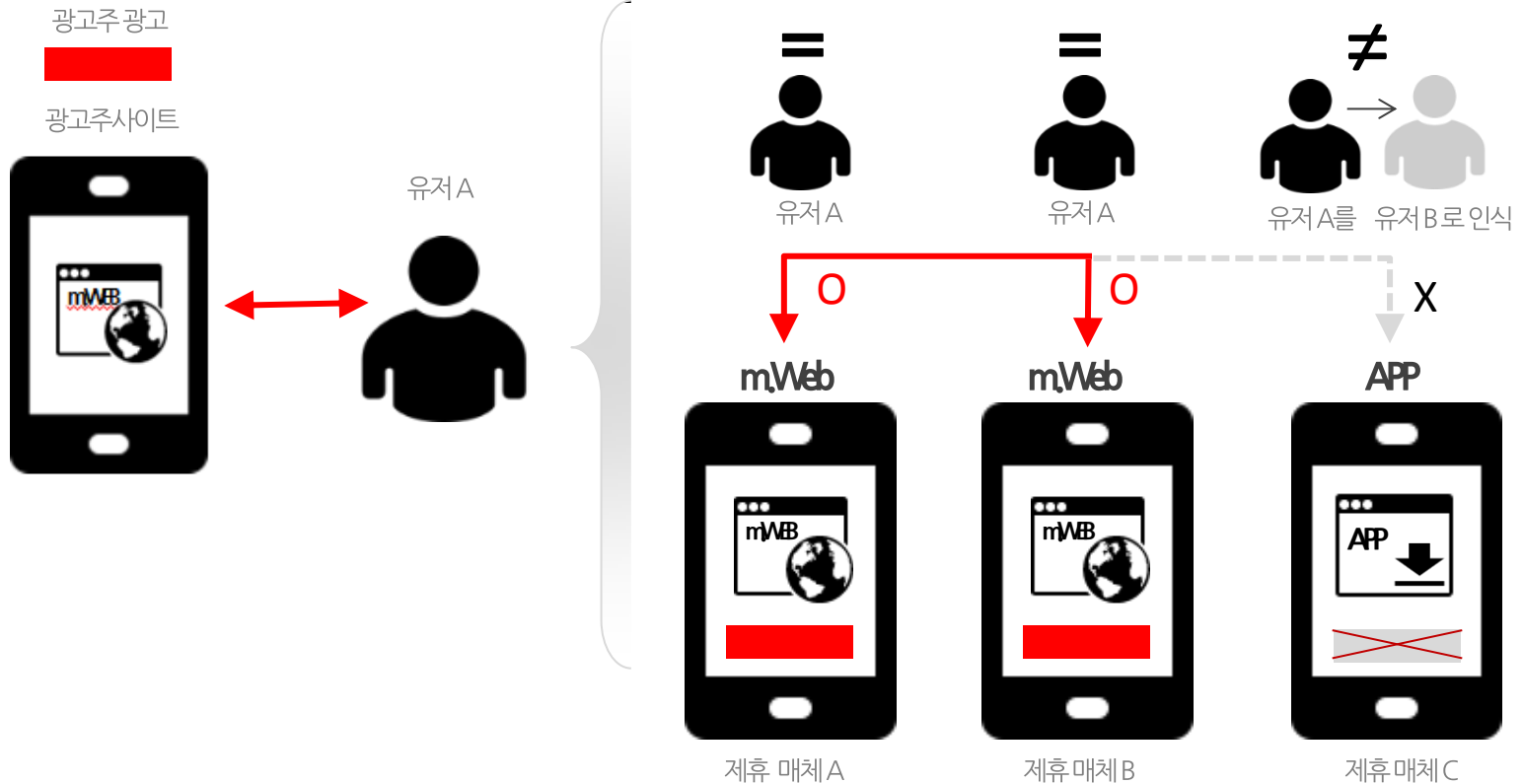
Source: Marin Software, "The Performance Marketer's Retargeting Guide: Key Benchmarks, Challenges and Best Practices for Cross-Channel Success," Sep 23, 2014

[출처: eMarketer]

과거, 모바일광고 리타겟팅의 한계

m.Web과 APP의 크로스매칭이 불가능한 **반쪽자리 리타겟팅**

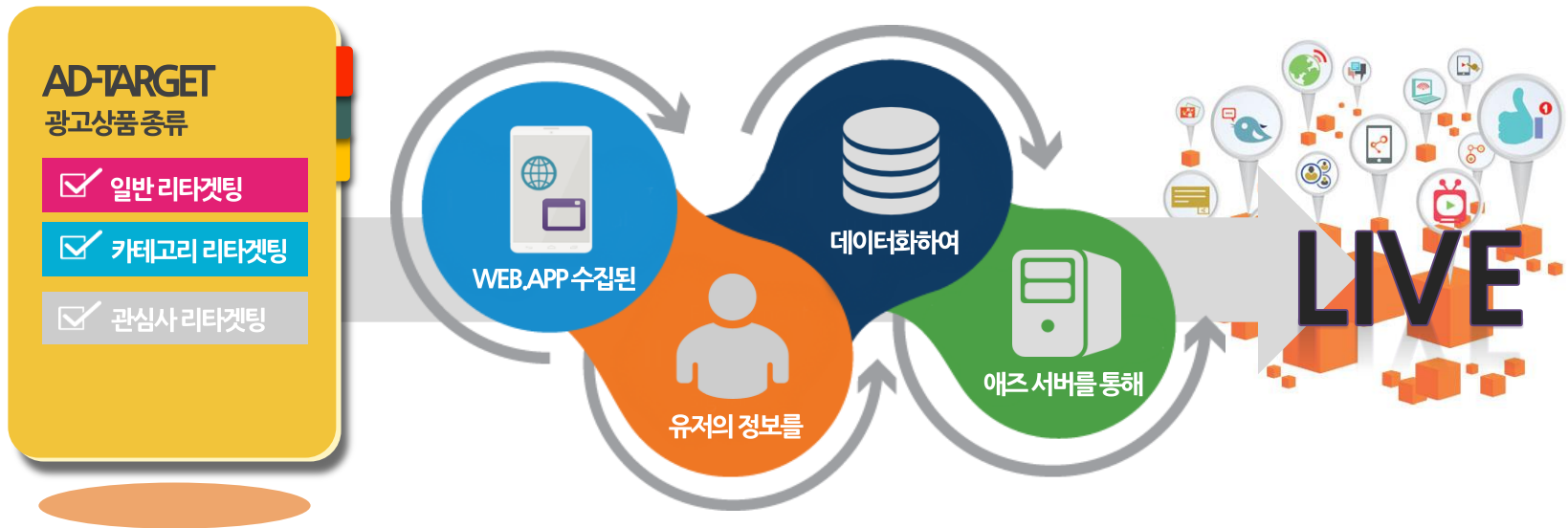
▶ 모바일웹은 모바일웹끼리, 모바일앱은 모바일앱끼리만 리타겟팅되는 한계, 웹과 앱간의 리타겟팅광고 노출이 불가!!





AD-TARGET 이 해답을 제시합니다.

m.Web / App 구분 없이 유저의 크로스매칭이 가능한,
MAN의 AD-TARGET 상품을 통해,
완벽한 모바일 리타겟팅을 경험해보세요

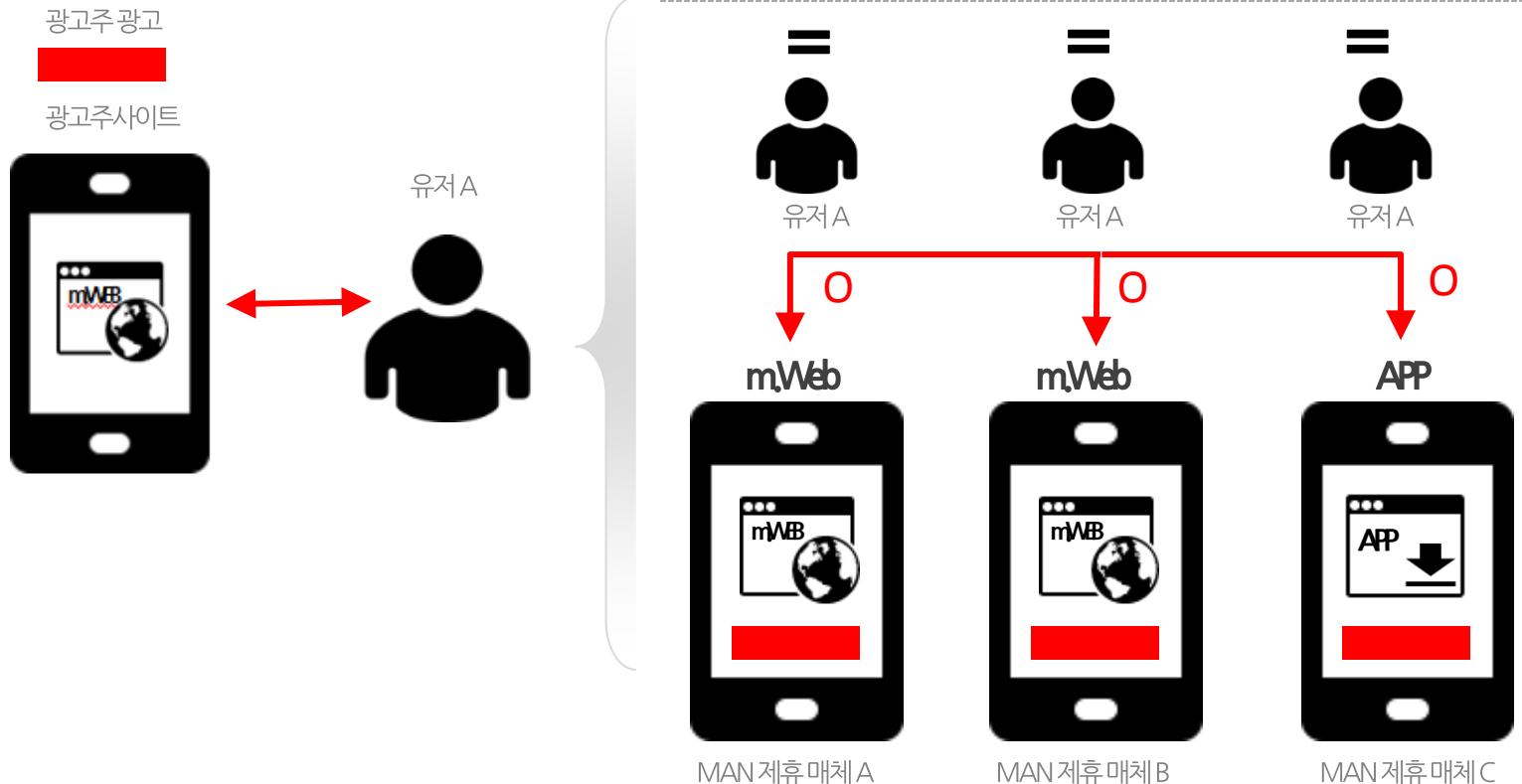


(특허출원번호 : 10-2014-0165425 모바일 웹과 어플리케이션간의 사용자크로스매칭 기술)

AD-TARGET 은?

MAN의 독자적인 기술력으로 m.Web / App 구분 없이
유저의 크로스매칭이 가능한 **모바일 전용 리타겟팅 광고상품**

쿠키기반의 웹 / ADID기반의 앱
 접속환경의 차이 구분 없이 동일유저임을 판단할 수 있는
 신크로스매칭 기술력 확보!!



AD-TARGET 은?

국내 스마트폰 이용자 90% 이상 커버리지 확보가 가능한 MAN
MAN 제휴 네트워크와 + AD-TARGET = 유효잠재고객 커버리지 극대화



What is MAN?

- ▶ MAN 제휴매체현황: 국내 1만 1천여개 App / m.Web, 月 약 50억 PV
- ▶ MAN이 보유하고 있는 디배너/전면배너/동영상프리롤과 같은 다양한 상품 기반으로, AD-TARGET 광고 집행가능



AD-TARGET 상품 Overview

광고주 모바일캠페인 목적에 맞는 **다양한 리타겟팅 상품**을 선택 집행 가능

AD-TARGET

일반리타겟팅



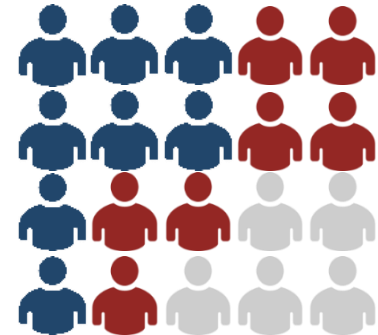
광고주 광고반응자대상
(or 광고주사이트를 방문한 유저)
리타겟팅 광고 노출

카테고리리타겟팅



광고주의 상품 또는 서비스와
유사한 카테고리의 캠페인 광고반응자대상
리타겟팅 광고 노출

관심사리타겟팅



앱과 웹에서 수집된 유저 행태 정보를 활용하여
유저의 관심사를 구분하여 그룹 핑
광고주에 맞는 그룹유저에게 리타겟팅 광고 노출

출시에정



AD-TARGET 상품 1 - 일반 리타겟팅

“지난달에 MAN 광고를 했는데, 이번달 프로모션은 지난달 우리 MAN 광고에 반응한 사람들 대상으로만 광고 하고 싶습니다.”
“우리 홈페이지에 한번이라도 들어온 사람들 대상으로만 광고메시지를 노출하고 싶습니다”

☑ MAN 기 집행 광고주 : MAN기 집행 당시 쌓인 자사 광고 반응 유저 대상으로 리타겟팅 광고 진행 가능 *

☑ MAN 신규 광고주 : 광고주 페이지에 리타겟팅 태그 심어서 타겟 유저 수집 후 광고 진행 가능



* MAN 기 집행 캠페인의 광고 반응 유저 모수가 적을 경우,
MAN 신규 광고주처럼 광고주 사이트에 리타겟팅 태그를 삽입하여, 타겟 오디언스 수집 후 일반 리타겟팅 광고 가능.



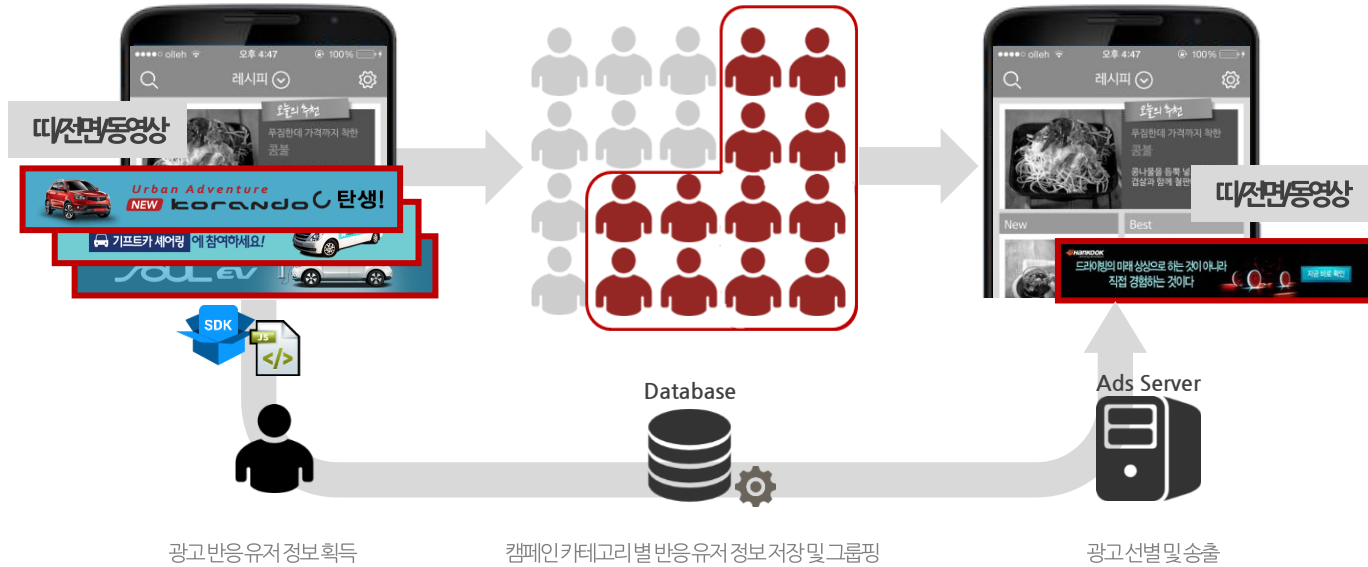
AD-TARGET 상품 2 - 카테고리 리타겟팅

“우리는 타이어광고주입니다.
타이어나 자동차광고에 반응했던 사람들에게만 광고를 노출하고 싶습니다.”

MAN 자동차 관련 캠페인 광고 반응

자동차 관련 캠페인 광고 반응 유저 저장 및 선별

MAN 네트워크 접속 시 타이어 광고 주 광고 노출 앱 웹





AD-TARGET 상품 3 - 관심사 리타겟팅

“우리는 화장품 광고주입니다.
우리는 뷰티 제품에 관심을 보이는 유저에게만 광고를 노출하고 싶습니다.”

앱/웹에서 수집된 유저 행동 정보 그룹핑

MAN



유저행태수집



DMP

- 가전
- 뷰티
- 스포츠
- 게임
- 자동차

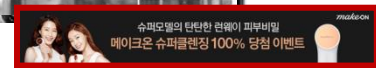
뷰티관련유저선별



MAN 네트워크 접속시 화장품광고주광고노출(앱/웹)



띠이션동영상



Ads Server



광고선별및송출

2015년 상반기 출시예정



AD-TARGET 상품 요약

MAN 광고 집행여부에 따라, 원하는 리타겟팅범위에 따라 광고주에게 가장 최적화된 리타겟팅 방식을 선택해 진행 할 수 있습니다.

일반 리타겟팅

광고주사이트를방문한유저 α 광고주의광고반응자대상,리타겟팅광고노출



MAN신규광고주

- 광고주 사이트를 방문한유저대상 리타겟팅
→ 광고주 사이트에 리타겟팅 태그 삽입 필요 (타겟 유저 추적 기간 4주 필요)

MAN기집행광고주

- 광고주 사이트를 방문한유저대상 리타겟팅
→ 광고주 사이트에 리타겟팅 태그 삽입 필요 (타겟 유저 추적 기간 4주 필요)
- 광고주의 기 집행 캠페인의 광고 반응자대상 리타겟팅
→ 광고주 사이트에 리타겟팅 태그 삽입 불필요 (기존캠페인의 타겟 유저 DB 활용)

카테고리 리타겟팅

광고주의상품또는서비스와유사한카테고리의캠페인광고반응자대상,리타겟팅광고노출



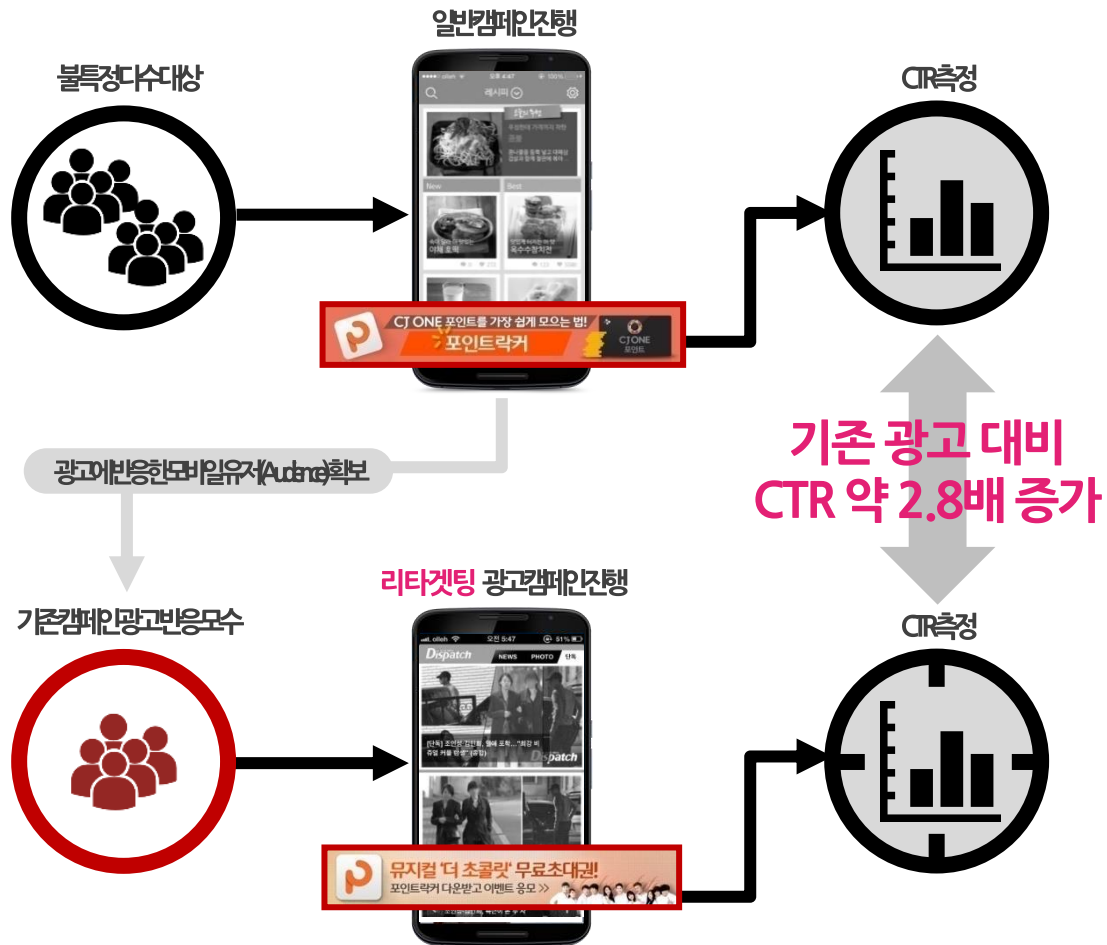
MAN집행여부
관련없음

- 유사카테고리 캠페인의 광고 반응자대상 리타겟팅
→ 例) 자동차 광고에 반응한 사용자에게 타이어 광고를 보여줌
→ 광고주 사이트에 리타겟팅 태그 삽입 불필요 (유사캠페인의 타겟 유저 DB 활용)

AD-TARGET 효과 1

기존 일반 광고보다 클릭반응률이 높은 리타겟팅 광고

- ▶ 2014년12월~2015년 2월까지 동일 기간, 동일 크리에이티브로 일반광고와 리타겟팅광고로 타입을 나누어 광고 진행 시, 리타겟팅광고 캠페인이 일반보다 평균 2.8배 높은 CTR을 보임



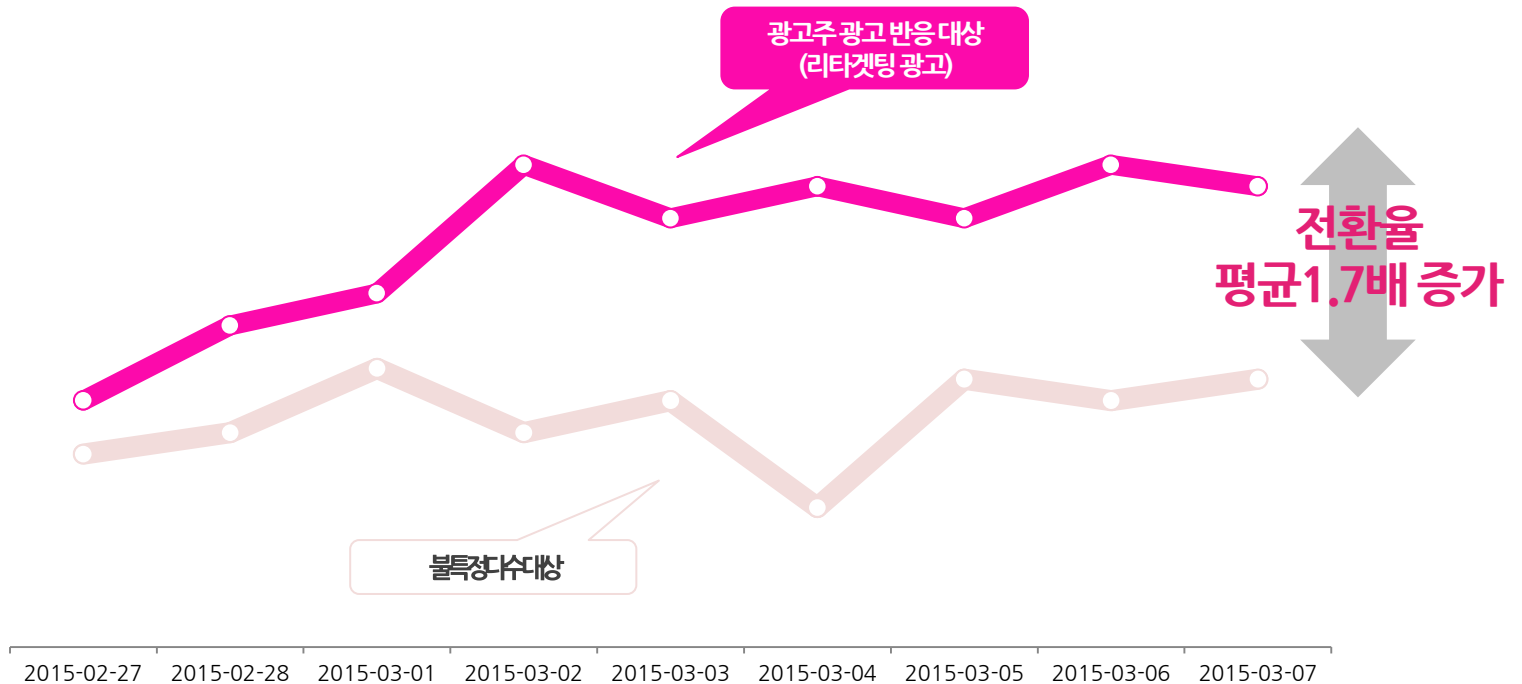


AD-TARGET 효과 2

기존 일반 광고보다 전환율이 우수한 리타겟팅 광고

▶ 동일 기간, 동일 크리에이티브로 일반광고와 리타겟팅광고로 타입을 나누어 광고 진행 시, 리타겟팅광고 캠페인이 일반보다 높은 전환율을 기록

- 광고주 - S쇼핑몰(2015.02.27~2015.03.07)
- 전환 - 광고클릭후, 목표액션도달한수
- 진행방식 - S쇼핑몰광고반응자대상 리타겟팅광고 vs 불특정다수대상으로 일반광고노출





AD-TARGET 단가

오픈베타테스트 기간에는 기존 MAN 기본 단가로 운영
보다 저렴한 단가로 더 나은 퍼포먼스를 창출하세요!

상품종류	단가	OBT단가
일반 리타겟팅	기본단가+20% 할증	기본단가 <ul style="list-style-type: none"> • 띠 : CPC 70원 • 전면 : CPC100원 • 띠&전면 : CPC 70원 • 동영상 : CPVC 50원
카테고리 리타겟팅	기본단가+20% 할증	
관심사리타겟팅*	기본단가+20% 할증	

* 관심사리타겟팅은 2015 상반기 출시 예정

* AD-TARGET OBT 단가는 2015 상반기까지 적용/단가변동시 별도 공지 예정

◀ 감사합니다.