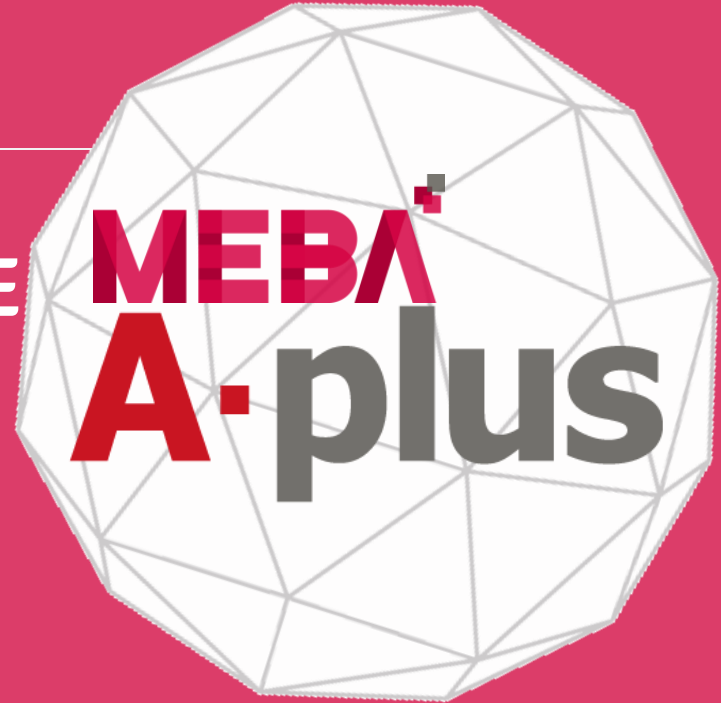


“MAN” : CHANGE THE DNA

---

RETURN TO  
POWERFUL AUDIENCE

---



“MAN” : CHANGE THE DNA  
WHAT IS **MEBA**?



## MEBA는

---

모바일 사업자와 광고시장에  
동반성장의 비전을 제시하는  
CJ E&M과  
메조미디어 모바일 사업의  
통합 브랜드입니다



MEBA 통합 브랜드 내  
플랫폼, 상품, 솔루션 등의 확장성을 가진  
ATOZ의 서브 브랜드 보유

## PLUS는

---

모바일 사업자와 클라이언트에게  
제공하는 가치를 PLUS한다는  
MEBA사업의 VISION을 담고 있습니다

AtoZ

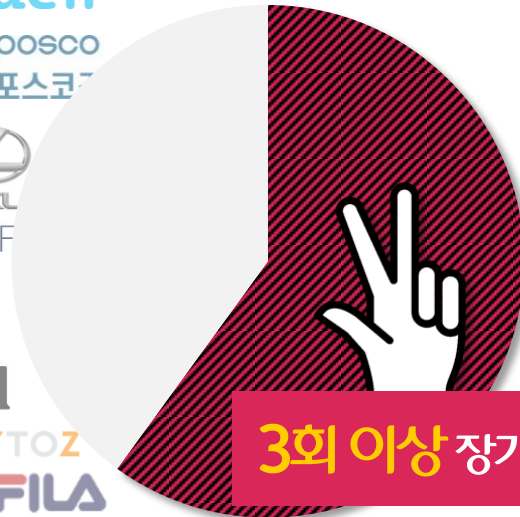
+

Plus

∨

MEBA

# POWERFUL : AUDIENCE PLUS WITH 100 ADVERTISERS



**3회 이상 장기 집행 광고주 60% 이상**

< 2015.01.01~2015.11.17 집행 내역 기준 >

# POWERFUL : AUDIENCE PLUS

## 20 CATEGORY




게임, 유통, 영화, 식음료, 금융 등

약 20여 개 카테고리 내 광고주가 MEBA 상품 집행


다양한 업종 운영 노하우를 바탕으로 광고주의 니즈 최적화

# POWERFUL : AUDIENCE PLUS

일반 & 퍼포먼스 타겟팅을 통한 고도화된 타겟 접점 확보 가능




**시간/요일**  
평일, 주말, 오전, 오후 등  
타겟 활동 시간 집중 노출



**OS**  
ANDROID, IOS,  
OSVERSION



**카테고리**  
뉴스미디어, 엔터테인먼트  
생활정보, 유틸리티, SNS

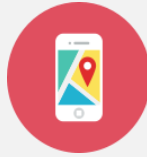


**통신사**  
SKT, KT, LGT




**단말기 제조사**  
SAMSUNG, APPLE, LG 외

일반 타겟팅




**APP TARGET**  
특정 APP 설치자 타겟팅



**리타겟팅**  
광고주 페이지 OR  
광고 반응자 대상 노출



**다이렉트 타겟팅**  
광고주가 원하는 조건  
사용자에게 광고 노출



**프리퀀시**  
유저 당 노출 횟수 설정

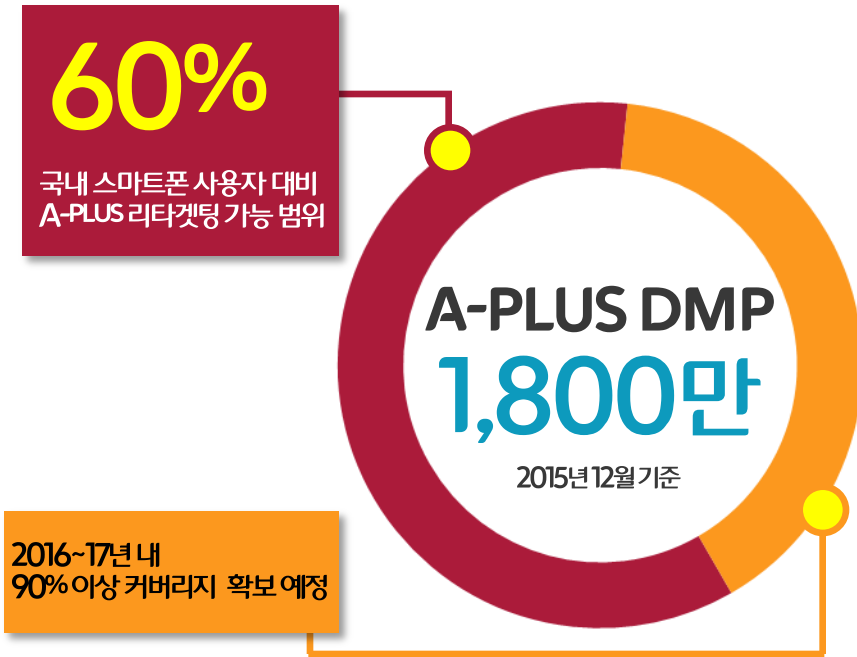
단말기 제조사 / APP 타겟팅 /  
다이렉트 타겟팅 / 프리퀀시 기능 신설  
"2016년 3월 적용 예정"

퍼포먼스 타겟팅

# RETURN TO POWERFUL : AUDIENCE

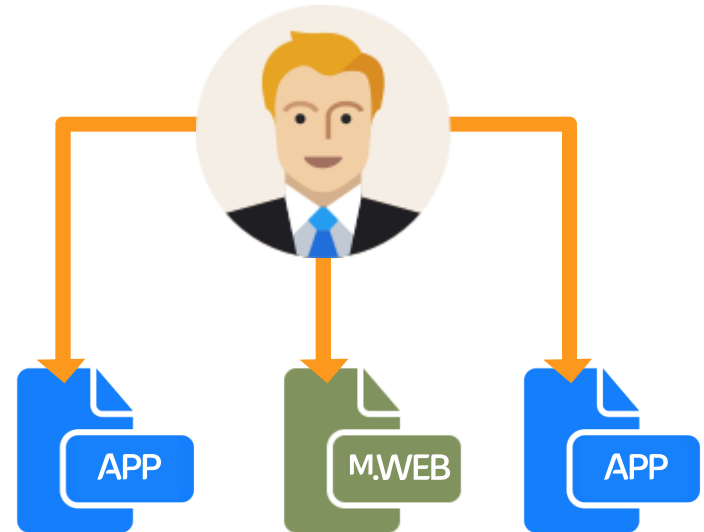
# “A-PLUS DMP 1800만 UNIQUE VISITOR”

국내 유일무이 크로스디바이스 리타겟팅



## CROSS RE-TARGETING SOLUTION

M.WEB / APP 구분 없이 유저의 크로스매칭 가능



특허번호: 10-1547194 타겟팅 광고를 위한 모바일 크로스매칭 기술



# GENIUS AD-TARGET

모바일 웹/앱 구분 없이 유저 크로스매칭이 가능한 타겟팅

## 일반



광고주 광고 반응자(클릭) 대상  
OR 광고주사이트를  
방문한 유저 광고 노출

## 카테고리



광고주의 상품 또는 서비스와  
유사한 카테고리의 캠페인 광고반응자  
대상 광고 노출

## 관심사 (2016. 출시예정)

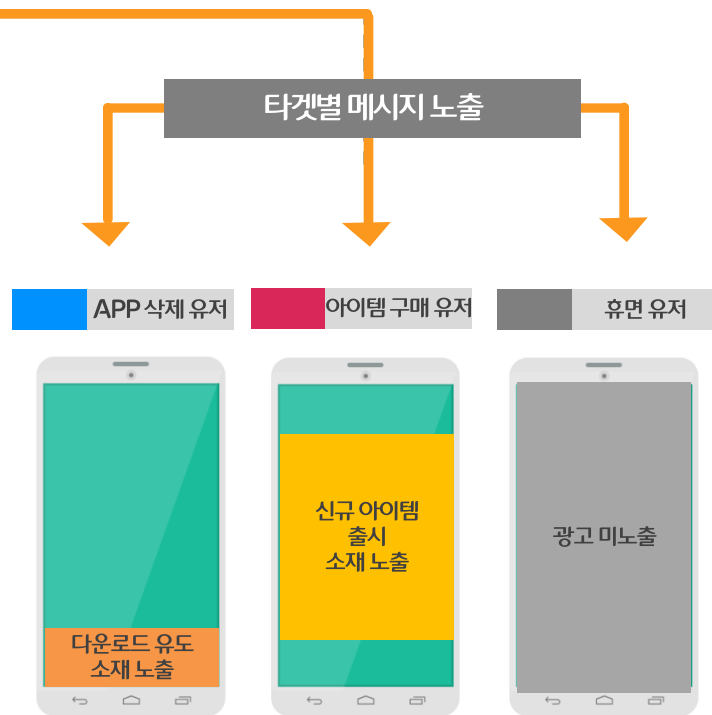
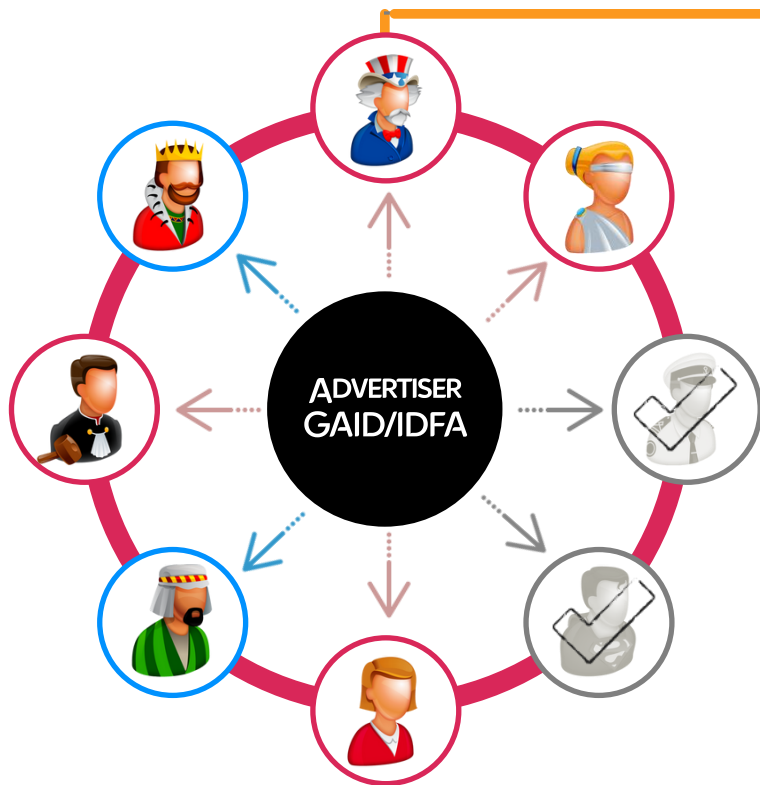


앱과 웹에서 수집된 유저 행태 정보를 활용하여  
유저의 관심사를 구분하여 그룹 핑  
광고주에 맞는 그룹유저에게 광고 노출

특허번호: 10-1547194 타겟팅 광고를 위한 모바일 크로스매칭 기술

# “DIRECT-TARGETING”

## 캠페인 및 소재 전략에 맞추어 타겟 메시지 노출



\* DIRECT-TARGETING의 경우, 광고주가 각 항목별 GAID/IDFA 전달 필수

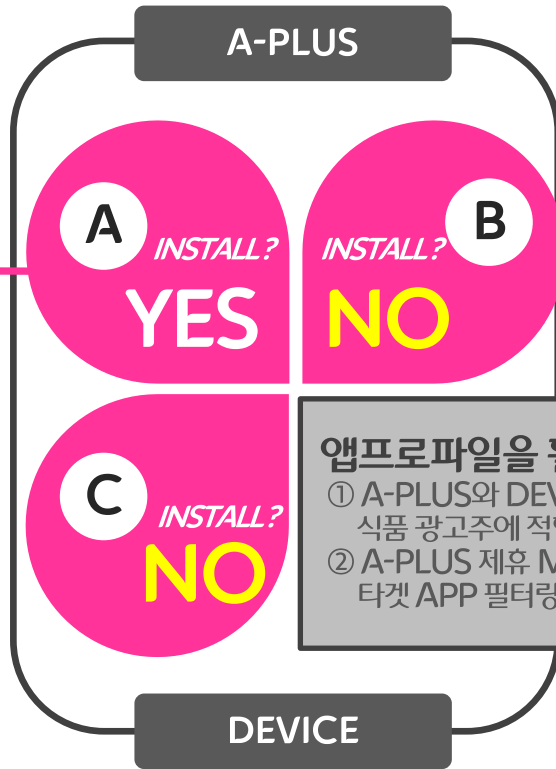
# “APPP(APPLICATION PROFILE TARGETING)”

## APP PROFILE 정보를 활용한 타겟 도달 극대화



### 식품광고주

: 타겟 유저에게만  
광고하고 싶은데,  
유저의 프로파일링  
타겟팅은 안 되나여?



### SUCCESS APPP?

: A-PLUS 제휴 네트워크 내에 설치되어 있는  
APP(광고주 타겟 적합 APP)에는 식품 광고주가 캠페인 노출  
: 비설치 APP에는 일반 광고 송출

A 여성용품 캠페인: + +

### 앱프로파일을 활용한 타겟팅

- ① A-PLUS와 DEVICE 통신을 통해  
식품 광고주에 적합한 앱들의 설치 여부 체크
- ② A-PLUS 제휴 MEDIA LIST 검색 통한  
타겟 APP 필터링

# 3RD PARTY TRACKER PERFORMANCE

인스톨 당 매출액 1위(90일간 RPI 기준)



**ASIA**  
**NO.1**



RPI(REVENUE PER INSTALL) : TUNE에서 트래킹 된 인스톨 당 매출액으로 산정된 랭킹

**1**

\* 3<sup>RD</sup> PARTY TRACKER TUNE RPI90 2015-12-20일 기준

# 3RD PARTY TRACKER PERFORMANCE

## 캠페인 사례

쇼핑 업종 A 광고주 ▶ A-PLUS 매체 최적화 솔루션을 활용한 캠페인 집행

TUNE KOCHAVA ★ AppsFlyer adirix Party valuepotion F.O.X



SOURCE: 2015년 A-PLUS 집행 사례

RETURN TO POWERFUL :  
**A-PLUS PRODUCT**

# A-PLUS

국내 11,000여 개 제휴매체와 유저정보를 통한 효율 중심 성과형 광고플랫폼



참고: 네이버 및 특수 매체 구매의 경우, 매체 컨디션에 따라 네트워크 조정이 될 수 있음

# A-PLUS

## 띠배너 (IMAGE BANNER)



고정형



스크롤형



애니메이션형

- 1 고정, 스크롤, 애니메이션 상품 구성
- 2 다양한 액션을 통한 주목도 극대화
- 3 도달을 필요한 광고주에게 추천



# A-PLUS

## 전면배너 (INTERSTITIAL / FLEXIBLE)



스탠다드형



팝업형



슬라이딩형

- 1 스탠다드, 팝업, 슬라이딩 상품 구성
- 2 넓은 광고 영역으로 광고물 구현 가능
- 3 메시지 전달이 필요 광고주에게 추천

# A-PLUS

## 캠페인 사례

유통

- 광고주명: GS샵
- 집행기간: 2015/04~2015/12
- 평균CTR: 1.1%



크리에이티브

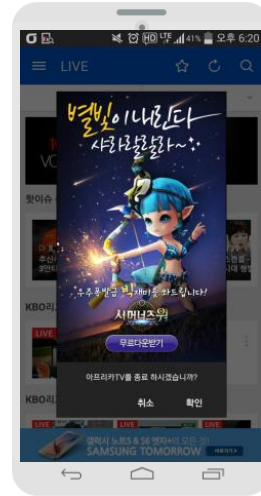


랜딩페이지

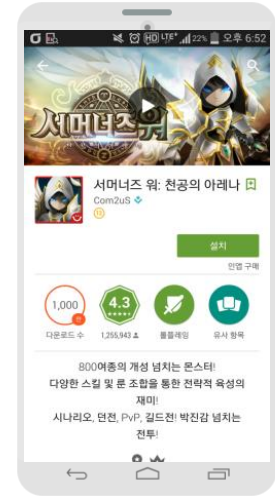
리타겟팅 적용으로 타 광고주 대비 CTR 약 3배 증가

게임

- 광고주명: 컴투스 서머너즈워
- 집행기간: 2015/04~2015/11
- 평균CTR: 3.3%



크리에이티브



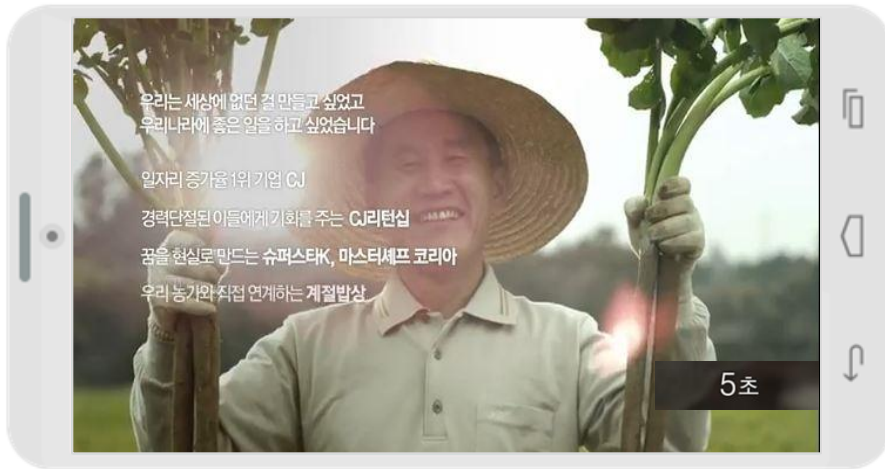
랜딩페이지

트래킹 솔루션 (TUNE) 연동을 통한 매체 최적화 진행

# A-PLUS

## 동영상 CPM+

### STRENGTH-NETWORK MEDIA + 업계 최초 VIEWABILITY



## NAVER KAKAO



CJ E&M VOD 콘텐츠 유통 채널  
(네이버, 카카오톡, 티빙, MNET 등)  
"2016년 3월 적용 예정"



참고: 네이버 지면은 한시적 판매상품입니다. 집행 관련 문의는 모바일 플랫폼팀으로 연락 부탁드립니다.

- 네이버 리얼뷰, 아프리카TV, BTV모바일 등 국내 28개 동영상 매체와 더불어, CJ E&M VOD 콘텐츠 유통 채널(네이버, 카카오톡, 티빙, M.NET 등) 보유
- 업계 최초 VIEWABILITY를 고려한 광고 과금 방식 CPM+ 도입(CPM+ : 5초 이상 노출된 경우)
- 독자적인 TARGETING 광고주 성향에 맞는 합리적인 광고 노출

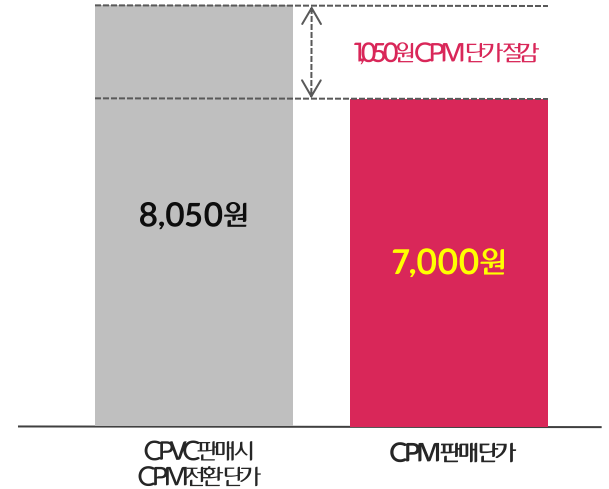
# A-PLUS

## 동영상 CPM+

### 5초 이상 노출된 경우 과금되는 합리적인 CPM+ 방식 적용



### CPVC 판매시점 대비 노출량 비교



- 업계 최초! 파격적인 5초 이상 노출된 경우 과금 되는 합리적인 CPM+ 정산 방식 적용
- VIEWABILITY 강화된 CPVC 판매시 CPM 전환 단가 1,050원 CPM 단가 절감 효과
- 독자적인 TARGETING 광고주 성향에 맞는 합리적인 광고 노출과 동시에 저렴한 단가로 효율을 광고주 퍼포먼스 극대화

# A-PLUS

## 동영상 캠페인 사례

유통

- 광고주명: 일동제약
- 집행기간: 2015/05~2015/12
- 평균VTR : 20.7%



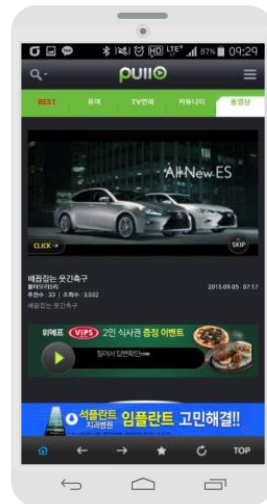
크리에이티브



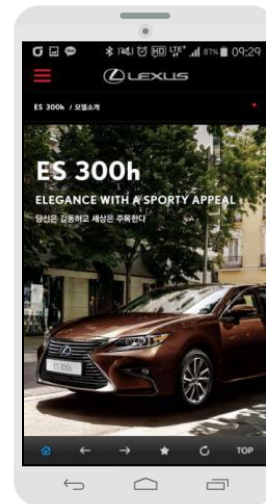
랜딩페이지

수송

- 광고주명: 렉서스
- 집행기간: 2015/01~2015/12
- 평균VTR : 25.8%



크리에이티브



랜딩페이지

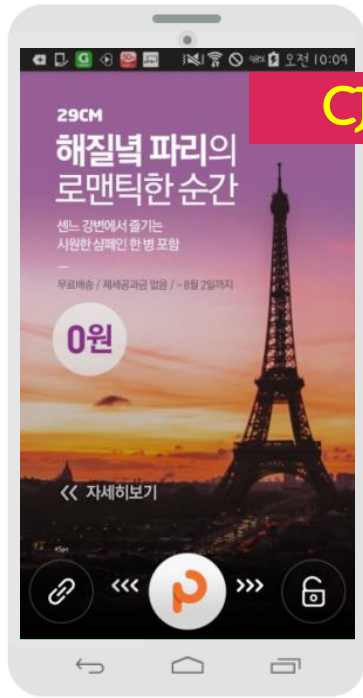
MOBILE과 PC에 함께 노출함으로써 노출 커버리지 확대

시간&컨텐츠 타겟팅을 통한 타겟 공략

# A-PLUS

## 포인트락커

**CJ ONE POINT** 적립이 가능한 리워드 APP!



컨텐츠 구독



광고 참여

- 누적 다운로드 수 90만 건 돌파  
일 평균 PV 약 2,000만! (2015.09 기준)
- 2039 남녀비율 70%, 젊은 매체  
인증절차를 통한 정확한 나이/성별 정보
- 구매력이 검증된 CJ ONE 회원  
여성 유저가 60%인 여성 타겟 필수 APP
- 활동 유저의 74% 이상 광고 참여  
1일간 광고주 랜딩 페이지로 이동하는 회원 수 9만 명

# A-plus 판매단가

기본

구분	상품		과금방식	공시단가	보장단가	비고
A-PLUS	띠배너		CPC	250	70	타겟팅에 따라 할증 차등 적용
	전면배너		CPC	250	70	
	동영상		CPM+	10,000	7,000	
	포인트라커		CPC	200	30	잠금 화면 노출
			CPM (2Q 예정)	6,000	3,000	
	이밥차 DA	띠배너	CPM	750	300	이밥차 앱 내 노출
		전면배너	CPM	7,500	3,000	
	이밥차 NATIVE-AD	브랜드 전용관	CPP		800만원/1주	브랜드 전용관 1주 고정 입점
		제휴 이벤트			200만원/1주	제휴 이벤트 페이지 1주 고정 입점
		브랜드 레시피			200만원/1주	브랜드 레시피 1주 고정 입점

# A-plus 판매 가이드

2016년 3월  
적용 예정

## 타겟팅 할증 테이블

	띠배너	전면배너	동영상
기본단가	CPC 70원	CPC 70원	CPM 7,000원
5%	CPC 74원	CPC 74원	CPM 7,350원
15%	CPC 81원	CPC 81원	CPM 8,050원
20%	CPC 84원	CPC 84원	CPM 8,400원

상품별 가능 타겟팅 종류가 다르며, 타겟팅에 따라 할증 비율 차등 적용

할증 5% ▶ 시간, 요일, OS

할증 15% ▶ 매체 카테고리(뉴스/미디어 제외), 통신사, 프리퀀시, 단말기 제조사

할증 20% ▶ 리타겟팅, ADID, 개별 매체 타겟팅, 앱타겟팅, 다이렉트타겟팅, 뉴스/미디어 단일 카테고리

## 장기광고주 할인 테이블

	띠배너	전면배너	동영상
기본단가	CPC 70원	CPC 70원	CPM 7,000원
3개월	CPC 68원	CPC 68원	CPM 6,800원
6개월	CPC 66원	CPC 66원	CPM 6,600원
9개월	CPC 64원	CPC 64원	CPM 6,400원
12개월	CPC 62원	CPC 62원	CPM 6,150원

캠페인 계약 기간이 3개월 이상인 경우, 혹은 3개월 이상 연속 집행한 광고주

3개월, 6개월, 9개월, 12개월 등 계약 기간 및 연속 집행 정도에 따라 추가 서비스율 차등 적용  
3, 6, 9, 12개월 등 계약 기간에 따라 각 3%, 6%, 9%, 12% 등의 추가 서비스율 적용  
기간 계약 없이 연속 집행으로 장기 집행 광고주에 해당될 경우 3/6/9/12개월 차부터  
추가 서비스율 적용



# A·plus 판매 가이드

2016년 3월  
적용 예정

## 상품가이드(변경내용)

- 상품명 변경 | 구 MAN / AD-PLAY / AD-TARGET 등의 상품명을 MEBA A-PLUS로 변경
- 타겟팅 할증 방법 변경 | 단순 금액 할증에서 비율 할증으로 변경 적용  
타겟팅에 따라 할증 비율 차등 적용
- A-PLUS 동영상과금 방식 | 5초 이상 노출 시 과금되는 CPM+로 변경
- 이법차 DA 과금방식 변경 | 클릭 보장의 CPC 상품에서 노출 보장형 (CPM) 으로 변경
- 포인트라커 CPM 방식 | CPM 상품 추가 (2016 2Q 예정)

## 판매공통가이드

- 광고 집행 프로세스 | 제안 및 컨펌 -> 부킹 -> 양사 사업자등록증 및 통장사본 전달 -> 선입금 -> 입금 확인 -> 광고 셋팅 및 라이브
- 최소 집행 금액 | 500만원 (VAT별도) / 1개월\_ 1개월 단위 캠페인이 아닌 경우, 1일 최소 집행 금액 20만원 이상 필수  
단, 이법차 DA 제외 ▶ 최소 집행 금액 200만원 (VAT별도) / 1개월
- 제안 유효 기간 | 제안 내용은 전달 후 7일까지 유효
- 수수료율 | 총 30% (대행사 20% / 렘사 10%), 직거래인 경우 기본 20%
- 타겟팅 할증 | 기존 단가 대비 최대 20% 할증 금액으로 적용, 중복 적용시 최대 20%만 할증
- 중간 정산 | 집행 금액에 상관 없이 기본 단가로 적용
- 신규 광고주 | 첫 캠페인(신규 브랜드)에 한 해 할증 없이 타겟팅 적용 가능
- 장기 집행 광고주 | **캠페인 계약 기간이 3개월 이상인 경우, 혹은 3개월 이상 연속 집행한 광고주**  
**3개월, 6개월, 9개월, 12개월 등 계약 기간 및 연속 집행 정도에 따라 추가 서비스율 차등 적용**

# A·plus 판매 가이드

2016년 3월  
적용 예정

## 타겟팅 가이드

- 공통 | 상품별 가능 타겟팅 종류가 다르며, 타겟팅에 따라 할증 비율 차등 적용  
| 할증 5% ▶ 시간, 요일, OS  
| 할증 15% ▶ 매체 카테고리(뉴스/미디어 제외), 통신사, 프리퀀시, 단말기 제조사  
| 할증 20% ▶ 리타겟팅, ADID, 개별 매체 타겟팅, 앱타겟팅, 다이렉트타겟팅, 뉴스/미디어 단일 카테고리
- 전면배너 | 카테고리 타겟팅 및 개별 매체 타겟팅 진행 불가
- 동영상 | 소재 길이에 따른 할증 비적용 / 개별 매체 타겟팅 불가
- 포인트라커 | 공통 타겟팅 외 적용 가능한 타겟팅 없음 / 리워드 0원 적용 불가
- 이벤트차 | 공통 타겟팅 외 적용 가능한 타겟팅 없음
- NATIVE-AD | 지면 선택 및 기타 타겟팅 불가

## 서비스율 가이드

- 장기집행 광고주 | 캠페인 계약 기간이 3개월 이상인 경우, 혹은 3개월 이상 연속 집행한 광고주  
| 3개월, 6개월, 9개월, 12개월 등 계약 기간 및 연속 집행 정도에 따라 추가 서비스율 차등 적용  
| 3, 6, 9, 12개월 등 계약 기간에 따라 각 3%, 6%, 9%, 12% 등의 추가 서비스율 적용  
| 기간 계약 없이 연속 집행으로 장기 집행 광고주에 해당될 경우 3/6/9/12개월 차부터 추가 서비스율 적용

기간	보너스율 (보장단가 기준)	기간	보너스율 (보장단가 기준)
3개월	3%	9개월	9%
6개월	6%	12개월	12%

# A·plus 판매 가이드

2016년 3월  
적용 예정

## 서비스율 가이드

금액 구간 별 할인

| 1개월 집행 금액 기준,

하단의 특수업종(게임/영화/대부업/유통) 광고주의 경우 추가 서비스를 제공

금액구간	보너스율	게임	영화	대부업	유통
500만원 이상	0%				
1,000만원 이상	0%	기본 보너스율 + 추가 3%			
1,500만원 이상	3%				
3,000만원 이상	6%	기본 보너스율 + 추가 5%			
5,000만원 이상	10%				
1억원 이상	15%				
3억원 이상	별도 협의				

| 이바차 DA는 단일 매체 진행으로 특수 업종 추가 보너스율 적용 불가

| 특수 업종 및 장기 집행 보너스율 동시 적용 가능

| 유통 업종 정의: 코리아 클릭 기준으로 대분류 전자상거래에 포함되는 광고주

## 추가 공지 가이드

서비스

| 플랫폼 사업팀 운영 이슈 외 무상 테스트용 서비스 지원 불가 / 월 집행 금액의 1% 마일리지 적립, 필요한 경우 팀 내 마일리지를 통하여 사용 가능

| 부득이 한 경우 메일 내 광고주 / 대행사 / 요청 이유 명시 후 전달

비딩 캠페인 제안

| 현재와 동일하게 상품별 할인 없이 동일하게 제안

# FAQ\_AUDIENCE TARGETING

## 1. 크로스 리타겟팅은 어떤 별도의 작업이 필요한가요?

- MEBA S-PLUS 솔루션을 통해 자동으로 크로스 리타겟팅이 가능 합니다

## 2. 리타겟팅 진행 시, 태그 혹은 SDK 삽입이 필요한가요?

- 기본적인 리타겟팅 방식인 태그 혹은 SDK 삽입으로 리타겟팅 진행이 가능하며, 집행 이력이 있는 경우 해당 내역을 통한 리타겟팅도 진행 가능합니다
- 단, 태그 삽입 형태를 통해 진행 시 광고주 사이트 내 삽입 후 최소 4주간의 기간이 필요합니다
- 이외 바로 집행을 하고 싶은 경우, 카테고리 타겟팅의 유사 카테고리 사례를 통한 캠페인 집행이 가능 합니다

## 3. DIRECT-TARGETING 진행 시 어떤 정보에 의해서 타겟팅이 가능한가요?

- 광고주께서 보유하신(혹은 집행하고자 하는) 타겟별 GAID/IDFA값을 전달을 주시면 타겟팅 작업이 가능 합니다
- 해당 정보의 경우, A-PLUS DMP에 암호화 저장되어 개인 정보에 대한 이슈는 발생되지 않습니다

## 4. APPP(APPLICATION PROFILE TARGETING)은 어떻게 집행이 되나요?

- 최소 10개 이상의 어플리케이션을 선정해 주셔야 하며, 타겟팅하고자 하시는 어플리케이션의 구글플레이 정보(패키지 네임/URL) 전달이 필요합니다
- APPP 타겟팅의 경우, A-PLUS 인벤토리 내 80% 이상 사용이 가능 합니다
- APPP 타겟팅과 다른 타겟팅 동시 적용이 가능하나, 중복 적용되는 타겟팅에 따라 가능 물량이 변경 될 수 있습니다

## 5. 최적화 작업을 위해 필요한 내용은 무엇인가요?

- 연동된 3RD PARTY TRACKER : TUNE / ADBRIX / FOX / KOCHAVA / APPSFLYER / PARTYTRACK / VALUEPOTION
- 3RD PARTY TRACKER의 POSTBACK 설정 후 랜딩페이지 전달이 필요 하시며, 기존에 MEBA A-PLUS와 연동이 되어 있지 않은 솔루션의 경우 약 1주 작업 기간 내 연동 작업이 가능 합니다

## 6. 상기 위의 타겟팅 집행 시 할증이 되나요?

- 퍼포먼스 타겟팅의 경우, 기본단가에 할증 20%가 적용됩니다



## Contact us

### 주소

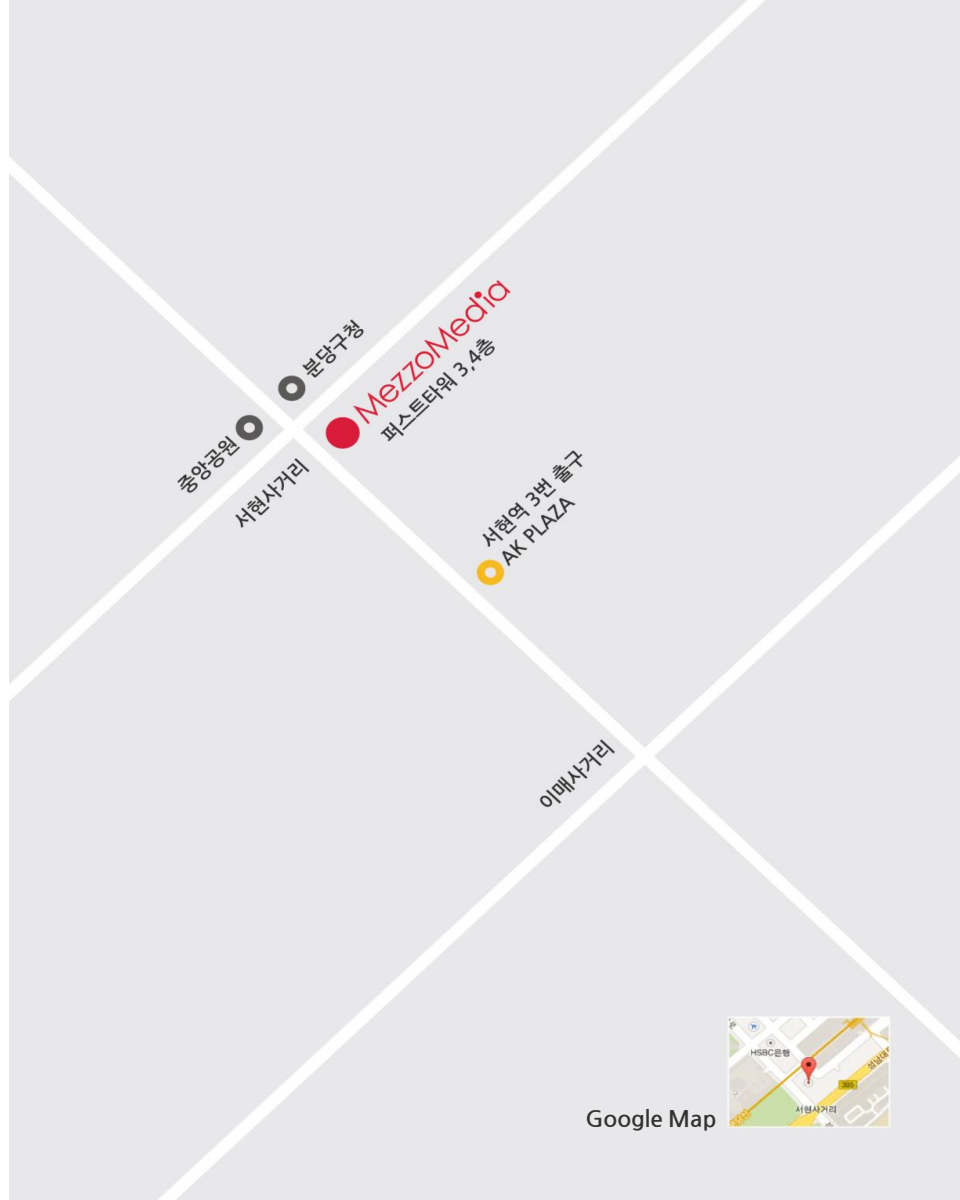
경기도 성남시 분당구 서현동 266-1 분당퍼스트타워 3,4층 (지하1층 교보문고)

[도로명 주소] 경기도 성남시 분당구 분당로 55 (우)463-824

담당팀 : 플랫폼사업팀

이메일 : minah.kim3@cj.net / kyuhyun.yoo@cj.net

전화 : 031-620-7561 / 031-620-7482



Google Map