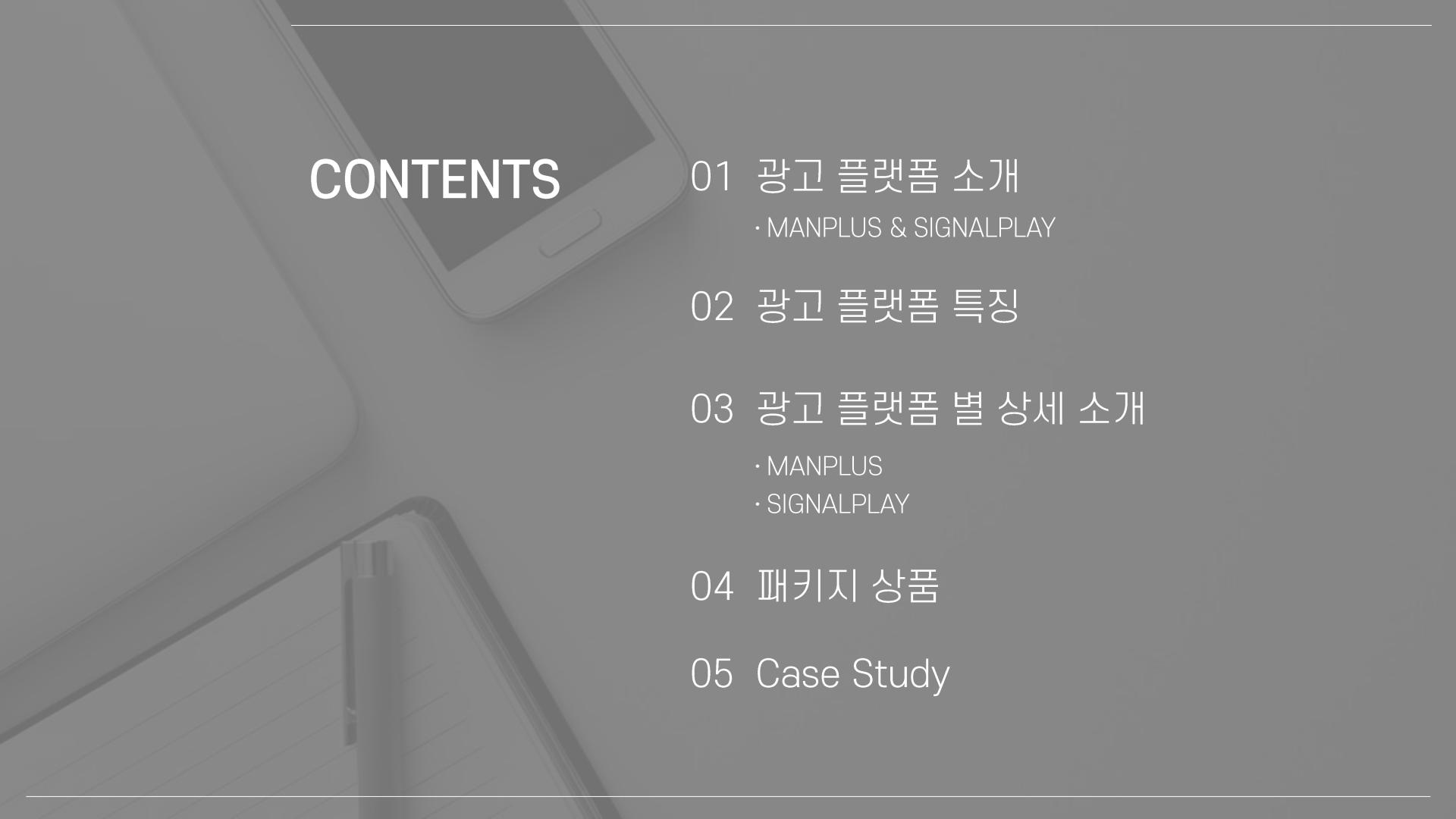


# **MANPLUS SIGNALPLAY ::**

## **통합 상품 소개서**

2020. 03

# CONTENTS



## 01 광고 플랫폼 소개

- MANPLUS & SIGNALPLAY

## 02 광고 플랫폼 특징

## 03 광고 플랫폼 별 상세 소개

- MANPLUS
- SIGNALPLAY

## 04 패키지 상품

## 05 Case Study

# 1

광고 플랫폼 소개

· MANPLUS & SIGNALPLAY

## 타겟 오디언스를 활용한 국내 최대 “모바일 올킬(ALL-KILL)” No1. 광고 플랫폼

국내 최대 유저 커버리지+ 오디언스 타겟 유형별 최적화 = 퍼포먼스와 브랜딩을 동시에!



# 2

## 광고 플랫폼 특징

- 끝장 커버력
- CJ ENM 재원 활용
- 오디언스 타겟팅
- 트래킹 솔루션
- 전담팀

①  
 끝장  
 커버력의  
 매체파워

# 주요 매체 집행만으로는 달지 않는 곳까지 구석구석! 폭 넓은 매체 커버리지로 광고 노출 극대화

제휴매체개수

+13,000개

이상 매체 제휴

제휴매체구성

프리미엄

매체 &amp; 콘텐츠로 선별

제휴매체 특징

추가 Reach

확보 가능

국내 대표 포털, 언론사 등  
 유저에게 익숙하고 대중적인  
 제휴 매체 보유

TVNG TV의 프리미엄 매체와  
 CJ ENM의 방송 콘텐츠에 노출,  
 브랜딩을 위한 커버리지 확보

단일 매체 집행만으로는  
 도달할 수 없는 영역까지 노출하며  
 유저 커버리지 강화



# 오직 자사 플랫폼에서만 활용 가능한 CJ ENM의 프리미엄 콘텐츠와 오디언스로 차별화된 광고 집행 가능

②

## 업계 유일 **CJ ENM** 재원 활용

### CJ ENM 채널 & 콘텐츠

TV와 동일한 채널인  
CJ ENM의 **프리미엄  
콘텐츠**에 노출



### 확실한 Brand Safety

부적절한지면 노출 없이,  
퀄리티 높은 CJ ENM과의  
연계 노출로 안정성 보장



### 2039 타겟 오디언스

2039 이용 비중이 높은  
TVING TV 유저에 노출하며  
타겟 도달률 확장

#### TVING TV 오디언스 특성



### CJ 그룹 통합 데이터

CJ 포인트 적립  
유저를 활용한 관심사별  
오디언스 확보 및 타겟팅

- 식품
- 영화
- 쇼핑
- 생활
- 패션
- 여행

③  
*Premium*  
오디언스  
타겟팅

## 3,500만 DATA로 고객 맞춤형 타겟팅 설계 & 최적화된 오디언스 추출 및 정교한 광고 메시지 전달

1<sup>st</sup> Party Data

이벤트 참여/구매/App설치 이력,  
휴면 고객, 활동 고객 등

2<sup>nd</sup> Party Data

★ 교차 활용

두 상품의 기집행 DATA,  
동종 업종 광고 반응 모수 등

3<sup>rd</sup> Party Data

자사 Data Max, CJ 제휴DATA  
등 국내외 DMP DATA

A

광고주의 KPI에 맞는  
타겟 오디언스 파악

B

오디언스 DATA를 활용한  
타겟 세그먼트 설계

C

타겟 세그먼트 조합을 통해  
커스텀 오디언스 설계

D

차별화된 메시지로  
타겟 별 광고 노출



# DATAMAX DMP 카테고리(대분류)

MANPLUS / SIGNAL-PLAY, 3<sup>rd</sup>-party DMP를 통해 수집된 오디언스 분석,  
분석된 Data를 바탕으로 Demo, 관심사, 구매이력 등 대 카테고리 89개 구성



# 국내외 대표적인 트래킹 솔루션과의 손쉬운 연동 작업, 광고 지표 분석 및 인사이트 도출로 캠페인 최적화

④

## 퍼포먼스 트래킹 솔루션



# ⑤ A to Z 업계 최고 전담팀

세일즈부터 데이터까지, 전문파트별 전담 조직 보유!  
체계적인 관리와 노하우로 성공적인 퍼포먼스 제공

## Sales

### 세일즈 영업

- 상품 제안 및 캠페인 설계
- 캠페인 및 광고 컨설팅

### 세일즈 운영

- 캠페인 운영 및 관리
- 집행 Data 분석

### 플랫폼 제휴

## Platform

### 플랫폼 운영

- 네트워크 매체 제휴 영업
- 플랫폼 관리 및 구축

### 솔루션 기획

## Solution

### 솔루션 개발

- DSP/SSP/Exchange 플랫폼 연동 개발
- 광고 솔루션, 매체 연동 등 서비스 개발 및 유지 보수



## TEAM Introduction



## Data

### 데이터 분석

- 오디언스 데이터 분석
- 오디언스 최적화 관리
- 자사 DMP 운영



⑥

# 고도화 타겟팅 지원

## 광고주 KPI 달성을 위한 타겟 오디언스를 찾아 효과적인 광고 노출하는 고도화 타겟팅 무상지원!

### 기본 타겟팅

브랜드 특성과  
타겟 오디언스 접근성을 고려한 타겟팅

시간, 요일, OS, OS버전, 통신사, 디바이스, 제조사, 단말기, 프리퀀시

- 출,퇴근 시간 타겟팅, 심야 시간 타겟팅
- 최신 디바이스, OS최신 버전 등 게임 설치 유도

### 오디언스 타겟팅

다양한 분석에 따른  
고관여 오디언스 타겟팅

MANPLUS, SIGNAL-PLAY 광고 반응유저 분석  
3rd-party DMP(Data MAX), CJ제휴 Data

- 데모 정보, 유저 성향, 관심사/라이프 스타일, 소비 패턴 분석을 통한 고관여 오디언스 추출
- 모바일 행동패턴 및 온/오프라인 구매 행동 데이터를 바탕으로 관심사 광고 노출

### APP타겟팅

구글 플레이스토어 내  
어플리케이션 설치/미설치 유저 타겟팅

실제 앱 패키지 명 비교를 통해 다운로드 여부 확인 후 광고 노출

- 자사 앱 미 설치 유저 대상, 신규 앱 다운로드 유도 캠페인
- 어플리케이션 사용유저 성향에 따른 유사 업종 캠페인

### 크로스/리타겟팅

스크립트를 통한 오디언스 수집  
자사 광고 기 반응자 리타겟팅

MANPLUS / SIGNALPLAY 확보 모수 교차 사용 가능

- MANPLUS / SIGNAL-PLAY 스크립트를 통해 광고주 페이지에 방문한 진성 고객을 대상으로 광고 노출
- MANPLUS / SIGNAL-PLAY 자사 광고 반응 유저를 대상으로 다양한 크리에이티브(메시지) 전달

# 다양한 타겟팅 조합, 추가 확장 카테고리 설정을 통해, 캠페인 목적과 KPI에 적합한 캠페인 운영이 가능 합니다.

## 1차 캠페인 셋팅 및 타겟팅 운영 방안(타겟팅 세그먼트)

- \* 캠페인 목적과 광고주 KPI에 맞는 타겟팅 그룹들을 구성
- \* 타겟 오디언스의 행동패턴에 따른 관심사 확장 카테고리 타겟팅 진행

## 2,3차 캠페인 셋팅 및 타겟팅 운영 방안(리타겟팅, 크로스타겟팅)

- \* 다양한 소재 크리에이티브 활용, 다양한 지면 활용을 통해 타겟 오디언스 접점 추가 확보
- \* 1,2차 캠페인 광고 반응 유저를 대상으로 리타겟팅, 또는 SIGNAL-PLAY의 크로스 타겟팅 진행

### 1차 캠페인

### 기본 타겟팅

### 오디언스 타겟팅

### APPE타겟팅

MANPLUS

SIGNAL-PLAY

MANPLUS Native

MANPLUS NCPI

시간

요일

디바이스

OS / OS버전

통신사

제조사

프리퀀시

인구통계

브랜드(매핑)

미디어

업종 관심사

프로파일

구매기반

CJ그룹사

APP 설치 유저

APP 미 설치 유저

### 2차 캠페인

### 3차 캠페인

### 크로스 타겟팅

### 오디언스 타겟팅

시간

요일

디바이스

OS / OS버전

통신사

광고 반응 유저

리타겟팅


 캠페인 오디언스 추출

# 다양한 타겟팅 조합, 프리미엄 인벤토리로 주목도 높은 노출, 효과적인 메시지 전달이 가능합니다.

## 1차 캠페인 셋팅 및 타겟팅 운영 방안(타겟팅 세그먼트)

- \* 캠페인 목적과 광고주 KPI에 맞는 타겟팅 그룹, 디바이스 구성 프리미엄 지면 활용
- \* 캠페인 운영 시 타겟오디언스의 행동패턴에 따른 관심사 확장 카테고리 타겟팅 진행



## 2차 캠페인 셋팅 및 타겟팅 운영 방안

- \* 다양한 소재, 지면 활용을 통해 타겟 오디언스 접점 추가 확보
- \* 1차 캠페인 광고 반응 유저를 대상으로 크로스 타겟팅 진행



# 3

## 광고 플랫폼 별 상세 소개

- MANPLUS
- SIGNALPLAY



**MAN**PLUS

---

모바일 퍼포먼스 광고 플랫폼

---

# 브랜드의 핵심 메시지를 효과적으로 전달 할 수 있는 다양한 노출 형태의 광고 상품 보유



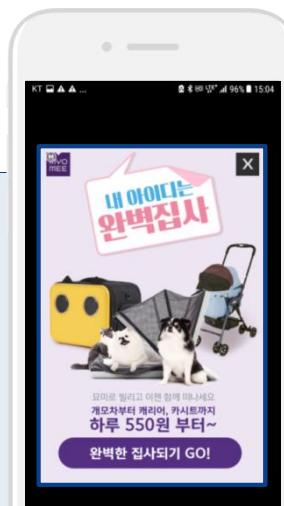
상품 구분

띠배너

과금 방식

CPC

특징

#폭 넓은 커버리지  
#노출 극대화 #다양한 타겟팅

전면배너

CPC

전면배너 .....



전면동영상

CPM

#브랜드 메시지 #높은 집중도  
#인지도 확대 #페이지 유입 유도#배너&영상 동시 노출 #자동 재생  
#높은 주목도 #인터랙션 효과

# [캠페인 설계 – 운영 – 분석 – 모니터링 – 최적화] 등 자사만의 단계 별 퍼포먼스 최적화 시스템으로 성과 극대화



- 캠페인 KPI, 예산, 소재, 일정 등 기본 정보 확인

- 캠페인 정보에 따른 설계
- 다수의 타겟팅 그룹 형성

- 캠페인 라이브 후, 트래킹 솔루션으로 수집되는 Data 분석

- 고효율 전략 수립
- 매체, 시간대, 타겟팅 별 노출 비중 확대

- 고효율 오디언스 선별
- 매체, 타겟 카테고리 확장으로 효율 및 노출 극대화

캠페인 설계 및 타겟 그룹 형성

매체 최적화

오디언스 최적화



# 광고주 캠페인 목표에 맞춘 퍼포먼스 밀착 관리로 KPI 달성 및 광고 효율 상승

## 퍼포먼스 최적화 Case I

업종	커머스	집행 기간	2016.09 ~ 현재 (4년)																			
광고주 KPI	ROAS & CPP 효율화	집행 상품	MANPLUS(II, 전면배너)																			
タ겟팅																						
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <b>ADID 타겟팅</b>            회원가입/구매/휴면유저 등 각 유저 별 맞춤 메시지 전달         </div> <div style="text-align: center;"> <b>시간, 요일 타겟팅</b>            기획전, 타임 프로모션 등 특정 소재 별 탄력적 광고비 집행         </div> <div style="text-align: center;"> <b>특정 매체 제외 타겟팅</b>            브랜드 세이프티 이슈로 블랙리스트 매체 선정해 미노출 관리         </div> </div>																						
<span style="color: red;">✖</span> <b>최적화 관리</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 세그먼트 분류</li> <li>2) 세그먼트 별 최적화</li> <li>3) 효율 최적화</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 신규회원 가입</li> <li>• 재유입</li> <li>• 신규 or 재구매</li> <li>• 장바구니</li> <li>• 이벤트 참여</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 노출시간</li> <li>• 노출지면</li> <li>• 노출 오디언스 등 항목 별 관리</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 고효율 매체 및 지면 확보</li> <li>• 장기 집행으로 안정적, 지속적인 효율 관리</li> </ul>																						
집행 효율 (최근 5개월)	<p>Line chart showing CPP and ROAS performance over the last 5 months.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Month</th> <th>CPP</th> <th>ROAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Month 1</td> <td>4,221</td> <td>924%</td> </tr> <tr> <td>Month 2</td> <td>3,625</td> <td>1098%</td> </tr> <tr> <td>Month 3</td> <td>2,876</td> <td>1589%</td> </tr> <tr> <td>Month 4</td> <td>3,286</td> <td>1339%</td> </tr> <tr> <td>Month 5</td> <td>2,800</td> <td>1748%</td> </tr> </tbody> </table> <p>목표 ROAS 1000% 목표 CPP 4,000원</p>			Month	CPP	ROAS	Month 1	4,221	924%	Month 2	3,625	1098%	Month 3	2,876	1589%	Month 4	3,286	1339%	Month 5	2,800	1748%	
Month	CPP	ROAS																				
Month 1	4,221	924%																				
Month 2	3,625	1098%																				
Month 3	2,876	1589%																				
Month 4	3,286	1339%																				
Month 5	2,800	1748%																				

## 퍼포먼스 최적화 Case II

업종	게임	집행 기간	2019.05 ~ 07 (3개월)									
광고주 KPI	신규 Install, ROAS	집행 상품	MANPLUS(II, 전면배너)									
タ겟팅												
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <b>오디언스 타겟팅</b>            데모 2030, 게임 광고 반응 유저 등         </div> <div style="text-align: center;"> <b>리타겟팅</b>            사전예약 광고 반응 유저 등         </div> <div style="text-align: center;"> <b>APP 타겟팅</b>            경쟁 게임 APP 설치 유저         </div> <div style="text-align: center;"> <b>CV-De 타겟팅</b>            기존 Install 유저 제외         </div> <div style="text-align: center;"> <b>ADID 타겟팅</b>            진성 유저 ADID         </div> </div>												
<span style="color: red;">✖</span> <b>최적화 관리</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 사전예약 캠페인</li> <li>2) 타겟팅 라인 구성</li> <li>3) 전환율 개선</li> <li>4) 진성유저 별도 관리</li> <li>5) 효율 최적화</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>M-Tag 활용 시전예약 유저 확보</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 변수 활용된 타겟팅 라인 구성</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>퍼블리셔 필터링 및 프리퀀시 조정</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>진성유저 ADID 출제 및 특별 관리</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>추가 상품 NCP, 동영상 병행 집행 등 효율 안정화</li> </ul>												
집행 효율 (최근 3개월)	<p>Bar chart showing CVR(Install) growth over the last 3 months.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Month</th> <th>CVR(Install)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Month 1</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Month 2</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Month 3</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>			Month	CVR(Install)	Month 1	3%	Month 2	4%	Month 3	5%	
Month	CVR(Install)											
Month 1	3%											
Month 2	4%											
Month 3	5%											

# 1,200개 이상 국내외 유수 브랜드와 함께하며 쌓아온 집행 경험과 노하우로 최적의 성과 제공



Google

NEXON

MZ  
MACHINEZONE

WEBZEN

NCSOFT



DB손해보험

H 현대증권  
하이투자증권

SAMSUNG pay

한화생명

Hyundai Card

현대해상



CJ 제일제당

롯데칠성음료

HITE Jinro

종근당

Goobne  
No.1 Oven Roasted Chicken

maeil \*



CLINIQUE

TOM FORD

BOBBI BROWN

ESTĒE LAUDER

ORIGINS  
Powered by Nature. Proven by Science.

innisfree



청솔학원

megastudy

PAGODA

고려사이버대학교  
THE CYBER UNIVERSITY OF KOREA

ETOOS

NE 능률



11번가

ebay

홈&amp;쇼핑

위메프

CJ 오쇼핑

Lotte mall  
롯데마트

JOBKOREA°

HNT 하나투어

KOREAN AIR

kakao

인터파크 투어

JEJUair

신규 상품(2020년 2월)



MANPLUS

---

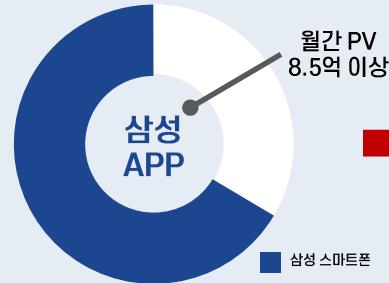
MAN-Native AD

---

# 3,500만 오디언스 기반으로 삼성 APP에 노출하여 광고주 코어 타겟 접점 확보

## POWERFUL 커버리지

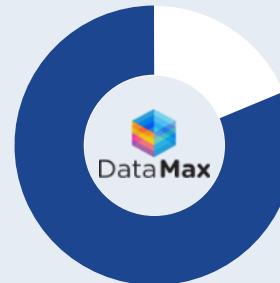
국내 스마트폰 사용자 중 삼성 스마트폰 사용 비율



국내 스마트폰 유저의 63%가 사용하는  
삼성 스마트폰 내 삼성App에 노출

## NO.1 모바일 기반 데이터

국내 유저 대비 데이터맥스 커버리지 비율



MANPLUS 3,500만 오디언스 타겟팅을 통해  
국내 스마트폰 유저 80% 커버 가능



Samsung  
Pay



Galaxy  
Themes



Weather



Game  
Launcher

## MANPLUS – Native AD

- 1) 과금방식 : CPM
- 2) 구매방식 : 비딩형 (First Price Auction Model)
- 3) OS : AOS
- 4) 타겟팅 : DATAMAX DMP/ ADID / 관심사 / 요일,시간 등  
\* CJ의 다양한 데이터 활용 가능
- 5) 소재유형 : 이미지형 / 아이콘형 / 동영상형
- 6) 리포트항목 : Imp, Click, View, CV, Complete, CTR, VTR 등  
\* 상품유형에 따라 제공하는 데이터가 다름

캠페인 Keyword

커머스  
광고주 업종

2020.01  
집행 기간

구매  
광고 KPI

Samsung Pay  
Galaxy Themes  
Weather  
집행 상품

DMP 타겟팅  
광고 반응자 리타겟팅  
적용 타겟팅

광고 운영 POINT**DMP 타겟팅**

: 패션업종 관심 / 구매 유저 타겟팅 활용

구매기반 > 패션  
업종 카테고리 > 패션

오디언스 프로파일 > 동영상 컨텐츠 관심 > 1인 미디어 시청자 > 패션

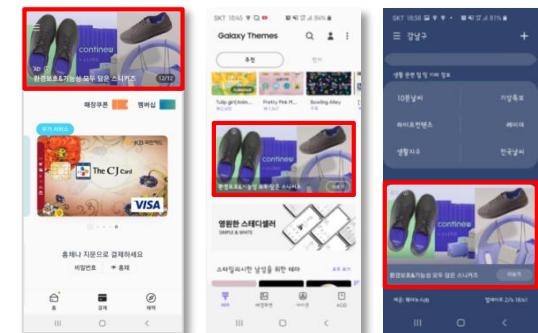
모바일 앱 내 구매 빈도 > 커머스

**리타겟팅**

: 패션업종 광고 반응자 리타겟팅

**MAN RTB**

: 광고주 타겟 오디언스 및 지면을 효율적으로 구매

캠페인 집행 결과

캠페인 Keyword

광고주 업종



집행 기간



광고 KPI



집행 상품



적용 타겟팅

광고 운영 POINT3<sup>rd</sup> Party 트래커

: 광고주 KPI에 맞는 다양한 이벤트 포스트백을 통해 캠페인 최적화 운영

## DMP 타겟팅

: 게임관련 오디언스 데이터 활용

오디언스 프로파일 &gt; 모바일 게임

미디어 카테고리 &gt; 게임

오디언스 프로파일 &gt; 동영상 컨텐츠 관심 &gt; 기타 동영상 &gt; 게임

앱 내 오디언스 행동 유형 &gt; 게임

## MAN RTB

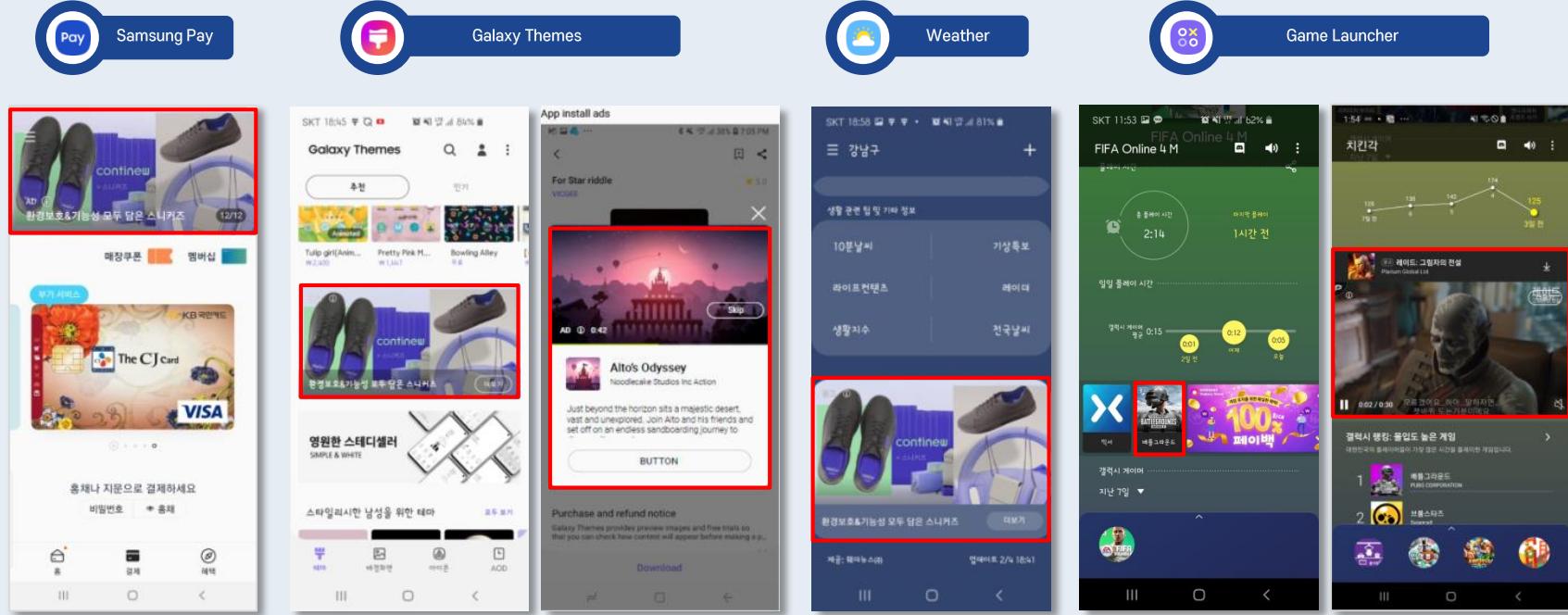
: 광고주 타겟 오디언스 및 지면을 효율적으로 구매

캠페인 집행 결과

## 클릭 대비 인스톨 전환율



# MANPLUS Native AD\_Ad Position



\* 상품 진행에 대한 상세한 문의는 하기 메일로 연락 부탁 드립니다.  
mobile\_adv (@cj.net)



**SIGNAL**PLAY::

---

브랜딩 동영상 광고 플랫폼

---

# 국내 최대 DMP DATA로 정교한 오디언스 타겟팅 & 유저 커버리지를 강화할 수 있는 동영상 광고 플랫폼



상품 구분

기본 (15초~2분)

과금 방식

CPM(+5초)

특징

#프리롤 #오디언스 타겟 최적화 #비용 효율  
#프리미엄 매체 노출 #3-Screen 노출

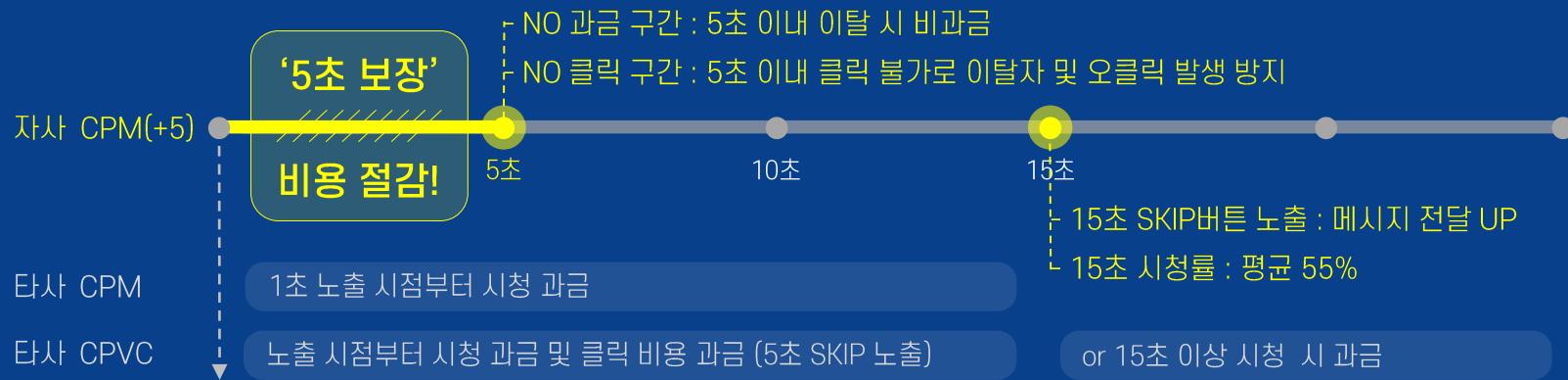
범퍼플레이 (6초 이하)

CPM

#단초수 영상 #Non-Skip #짧은 소재  
#임팩트 있는 노출 #명확한 콘텐츠 전달

# 업계 최초! '5초 보장' 과금 방식으로 우수한 비용 효율과 Viewability 동시 확보 가능

## 1) CPM(+5) 과금 방식 특징



## 2) 1천만원 캠페인 평균 DATA



5초 이내 오클릭 방지  
CPV·CPVC비용 절감 효과



타CPM 상품 대비, 5초 노출 보장  
절감된 금액만큼 추가노출 확보

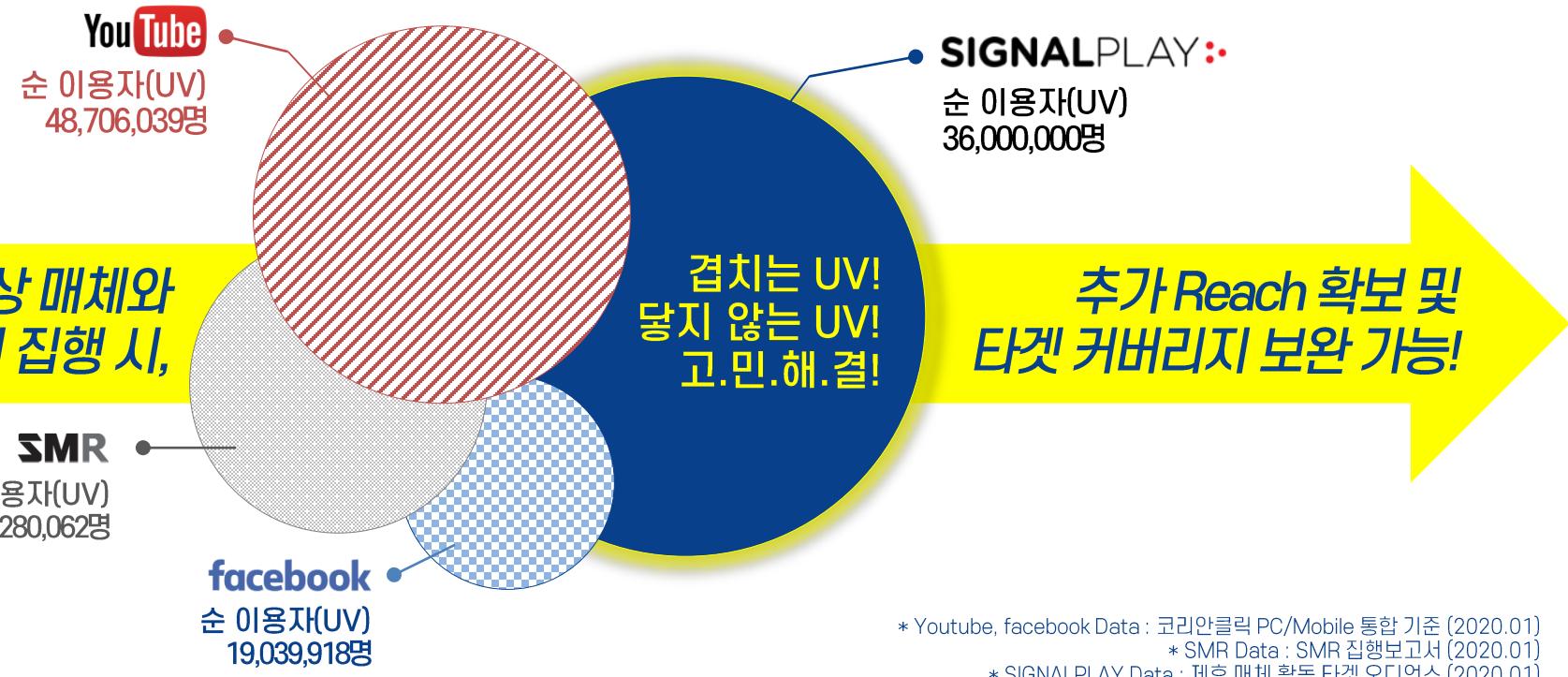


저렴한 CPV·CPVC  
비용 절감 효과 UP



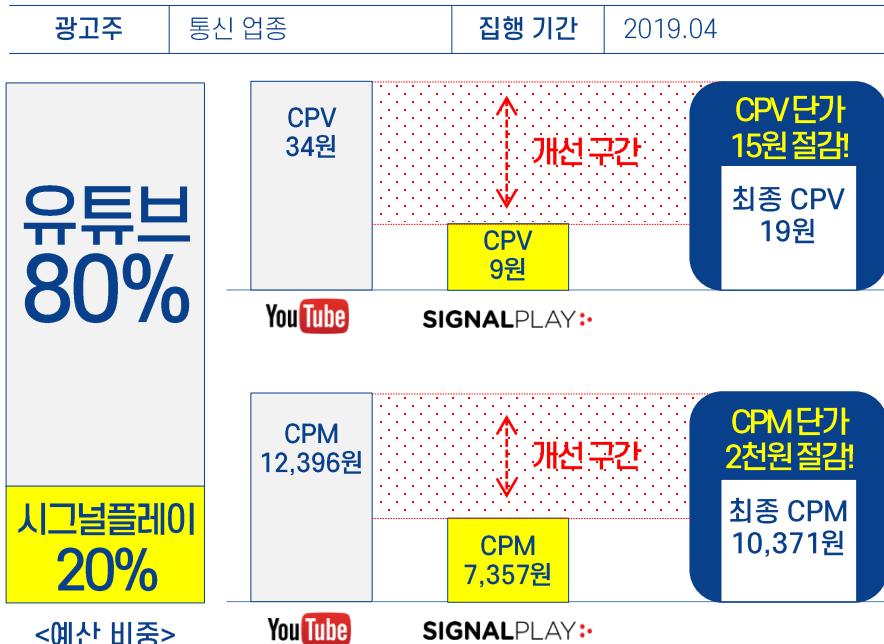
15초 이후 SKIP노출로 높은 VTR  
영상 메시지 전달 용이

# 단일 동영상 미디어만으로는 도달할 수 없는 리치 확보, 중복되지 않는 추가 오디언스에 노출하며 커버리지 극대화!

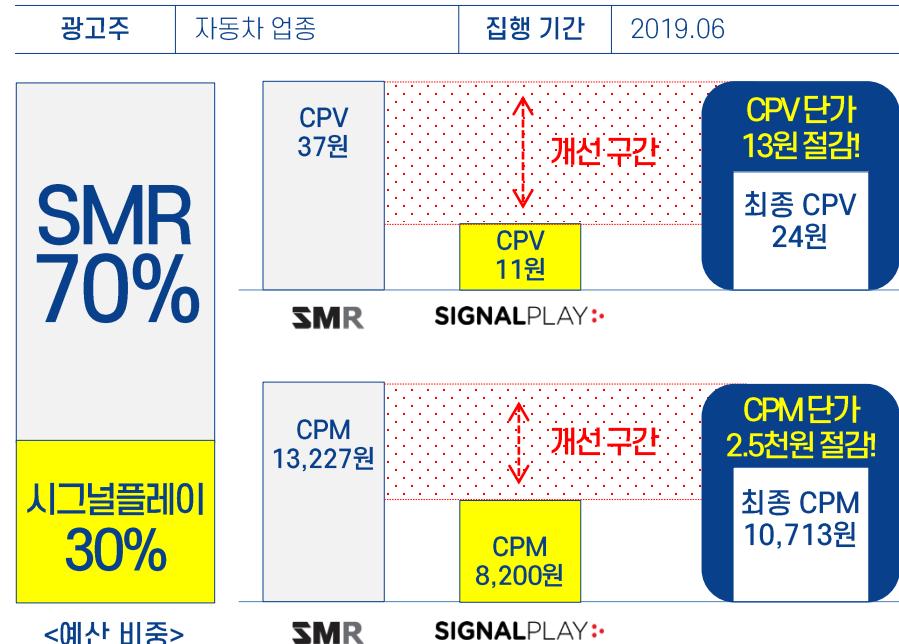


# 주요 동영상 미디어 + SIGNALPLAY 동시 집행으로, ROI 상승 & 비용 효율 개선 효과!

## 동시 집행 Case I



## 동시 집행 Case II



\* 내부 집행 캠페인 DATA 기준

# 1,200개 이상 국내외 유수 브랜드와 함께하며 쌓아온 집행 경험과 노하우로 최적의 성과 제공



NEXON

MZ  
MACHINEZONE

WEBZEN

NCSOFT

netmarble

pmang



DB손해보험

Hi  
현대증권그룹  
하이투자증권

SAMSUNG pay

한화생명

Hyundai Card

현대해상

CJ  
제일제당

롯데칠성음료

HITEjinro

종근당

Goobne  
No.1 Oven Roasted Chicken

maeil \*



Beiersdorf

DASHING  
DIVA

Vap

CLARINS

LG 생활건강

L'ORÉAL  
PARIS

청솔학원

megastudy

PAGODA

고려사이버대학교  
THE CYBER UNIVERSITY OF KOREA

ETOOS

NE  
느풀

CHEVROLET

LEXUS

JAGUAR  
LAND ROVERPEUGEOT  
CITROËN  
DS AUTOMOBILES

NISSAN

Audi



feat.

SHOWBOX

HotelsCombined

UNIVERSAL  
A SONY PICTURES COMPANY

KOREAN AIR

JEJUair

4

패키지 상품

# MANPLUS & SIGNALPLAY의 다양한 상품 패키지로 최적의 효율을 경험해 보세요!



▶ 상세 보기



▶ 상세 보기



▶ 상세 보기

## 업종 오디언스 패키지

뷰티, 여행, 자동차, 금융 등  
각 업종 별 타겟 오디언스 맞춤 상품

## SMR 스페셜 패키지

SMR X SIGNALPLAY 상품을 패키징,  
방송사 콘텐츠에 노출할 수 있는 고효율 상품

## 영화 All-Cover 패키지

영화 광고주용 맞춤 타겟팅,  
노출 커버리지 극대화를 위한 결합 상품



▶ 상세 보기



▶ 상세 보기



## What's Next ?

더욱 다양한 상품 패키지를  
기대해 주세요!

## CJ ENM 프리미엄 패키지

콘텐츠 파워 및 유저의 로열티가 높은  
CJ ENM 방송 프로그램 타겟팅 상품

## PC스크린 단독 패키지

1040 남성 및 PC 해비 유저 타겟의  
엔터테인먼트 특화 매체로 구성된 동영상 상품



5

Case Study

캠페인 Keyword

광고주 업종



2019.07



광고 KPI



집행 상품



ADID 리타겟팅  
디타겟팅  
DMP 타겟팅

적용 타겟팅

광고 운영 POINT3<sup>rd</sup> Party 트래커

: 광고주 KPI에 맞는 다양한 이벤트 포스트백을 통해 캠페인 최적화 운영

## ADID &amp; 디타겟팅

: 광고주 보유 오디언스를 기간/목적에 적합한 세그먼트로 추출해 타겟팅

## DMP 타겟팅

: 구매 가능성이 높은 오디언스를 추가 적용하여 캠페인 볼륨 확장

## 데일리 소재 교체

: 반응률/구매가 저조한 소재는 즉시 OFF, 신규 소재 라이브로 효율 개선

## 고관여 오디언스

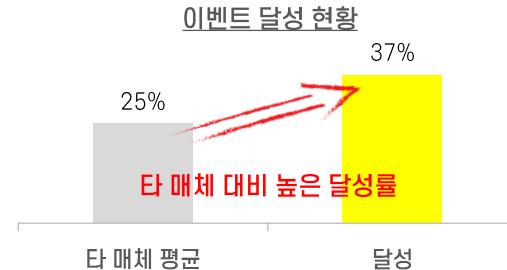
: 캠페인 타겟 유저가 다수 분포하고 있는 대표 지면 인벤토리 최대 활용

캠페인 집행 결과

## CPP 달성을 현황



## 이벤트 달성을 현황



캠페인 Keyword

자동차  
광고주 업종

2019.01  
~ 현재  
집행 기간

브랜딩  
광고 KPI

SIGNALPLAY  
집행 상품

DMP 타겟팅  
관심사 리타겟팅

적용 타겟팅

광고 운영 POINT

## DMP 타겟팅

: MF2049 데모 타겟팅으로 캠페인 타겟층 공략

## 관심사 리타겟팅

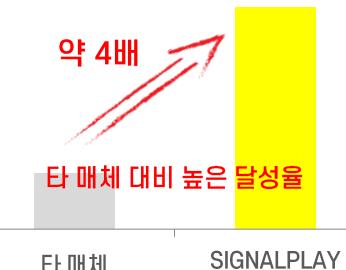
: 자동차 관련 DMP(자차 보유 가능성이 높은 유저) 모수를 추출해 타겟팅에 활용

## CTR 최적화

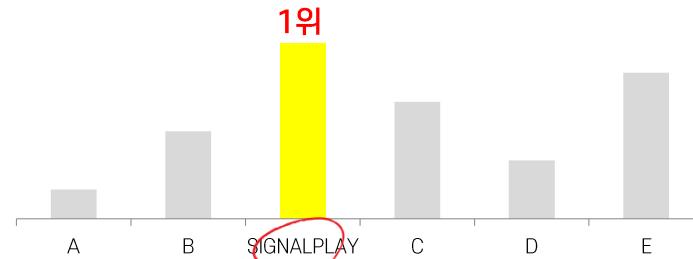
: 캠페인 반응률을 높이기 위해 자동차/스마트기기/컴퓨터 관심사 카테고리 적용

캠페인 집행 결과

## 랜딩페이지 액션



## 집행 매체 별 랜딩페이지 체류시간



캠페인 Keyword

광고주 업종



집행 기간



광고 KPI



집행 상품



적용 타겟팅 및 패키지

광고 운영 POINT**DMP 타겟팅**

: 식음료 관심사 및 탄산음료 관심 유저 타겟팅 활용

: 식음료 외 영타겟 노출을 위해 1인 미디어, KPOP 콘서트 등 타겟 확장

브랜드 매핑 &gt; 식음료

오디언스 프로파일 &gt; 1인 미디어 시청자, KPOP

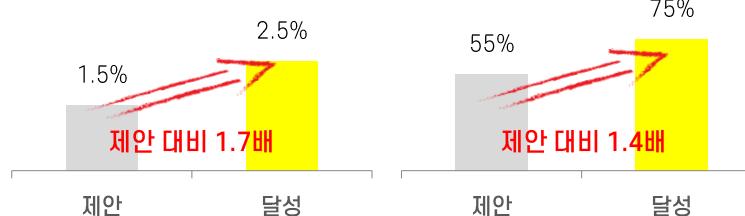
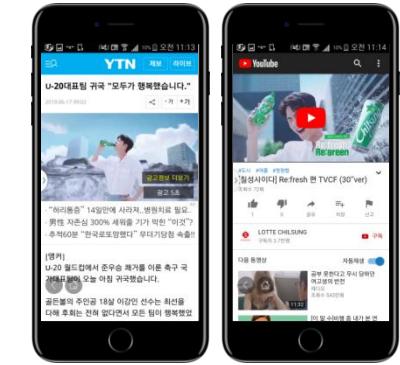
구매기반 &gt; 음료

커머스 &gt; 청량음료

미디어 카테고리 &gt; SNS/마이크로 블로그

**유튜브 View수 증대**

: 랜딩 페이지를 유튜브로 설정하여 유튜브 View 수 증대 매체로 활용

캠페인 집행 결과CTR 달성을 위한 현황VTR 달성을 위한 현황

### 캠페인 Keyword

화장품  
광고주 업종

2019.07  
집행 기간

앱 내  
이벤트 참여  
광고 KPI

MANPLUS  
집행 상품

DMP 타겟팅  
앱 타겟팅  
뷰티 패키지  
적용 타겟팅 및 패키지

### 광고 운영 POINT

#### DMP 타겟팅

: 스킨케어 관심사 위주 오디언스 타겟팅 진행

커머스 > 화장품/미용 > 스킨케어, 기능성화장품

업종 > 여성 기초 화장품

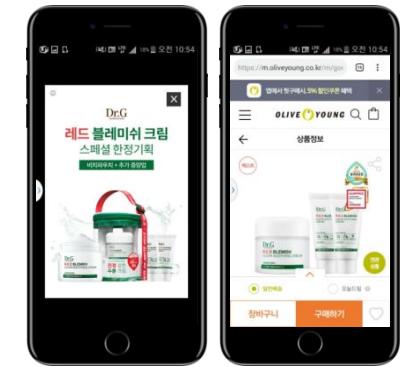
오디언스 프로파일 > 헬스&뷰티 > 스킨케어, 여성 스킨케어

#### 앱 타겟팅

: 랜딩 페이지인 올리브영 앱 타겟팅으로 타겟 유입율 증대

### 캠페인 집행 결과

#### 캠페인 기간 중 CTR 변화 추이



### 캠페인 Keyword



관광청

광고주 업종



2019.07

집행 기간

홈페이지  
유입 극대화

광고 KPI



MANPLUS

집행 상품

기 집행 광고 반응 타겟팅  
DMP 타겟팅

적용 타겟팅

### 광고 운영 POINT

#### 여행 고관여 타겟팅

: 기 집행 DATA 중 여행 업종 광고에 반응이 있는 유저 타겟팅으로 유입 극대화  
: 여행, 숙박, 관광 구매 이력 유저 등 고관여 오디언스 / 미디어 타겟팅 진행

#### 미디어 최적화

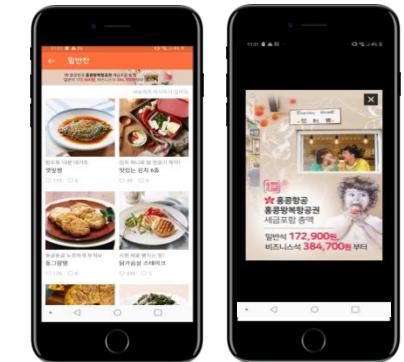
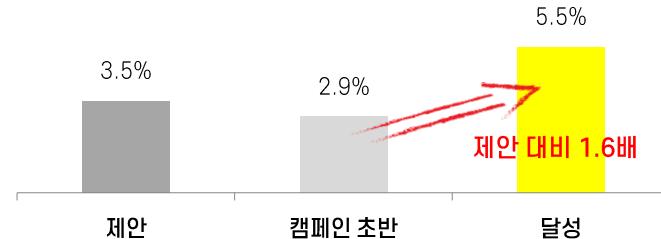
: 지속적인 모니터링으로 오디언스 반응률이 높은 미디어에 노출되도록 최적화

#### 진성 유저 유입 유도

: 1일 1회 프리퀀시 적용으로 진성 유저의 UV 증대 및 노출 최적화

### 캠페인 집행 결과

#### 전면 배너 - CTR 달성을 현황



# 감사합니다

| 상품 및 제안문의 |  
[mobile\\_adv@cj.net](mailto:mobile_adv@cj.net)