



DataMax

maximize your performance

2021.06 메조미디어 데이터솔루션센터



차별점 01

프로세스 02

데이터와 카테고리 03

목 차

04 오디언스 프로파일 분석

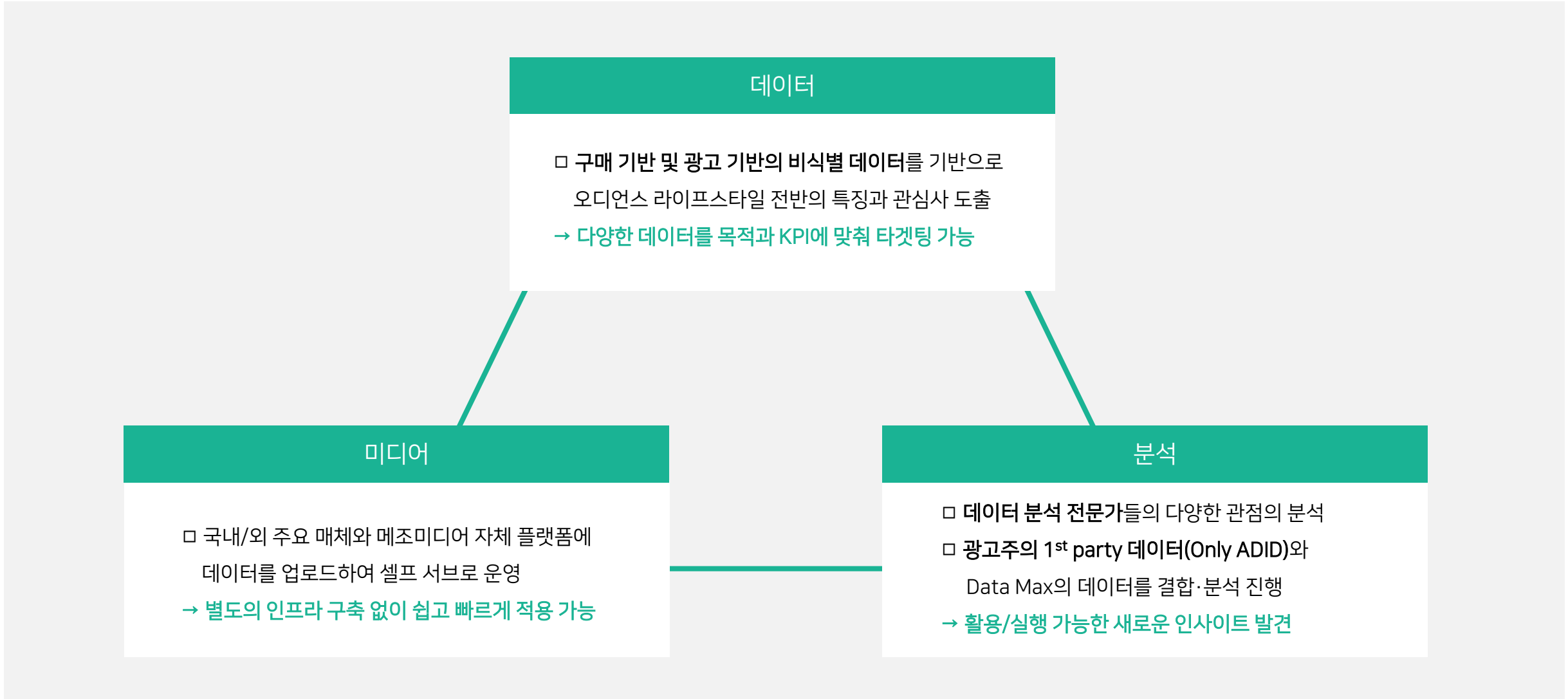
05 활용 사례

06 연락처



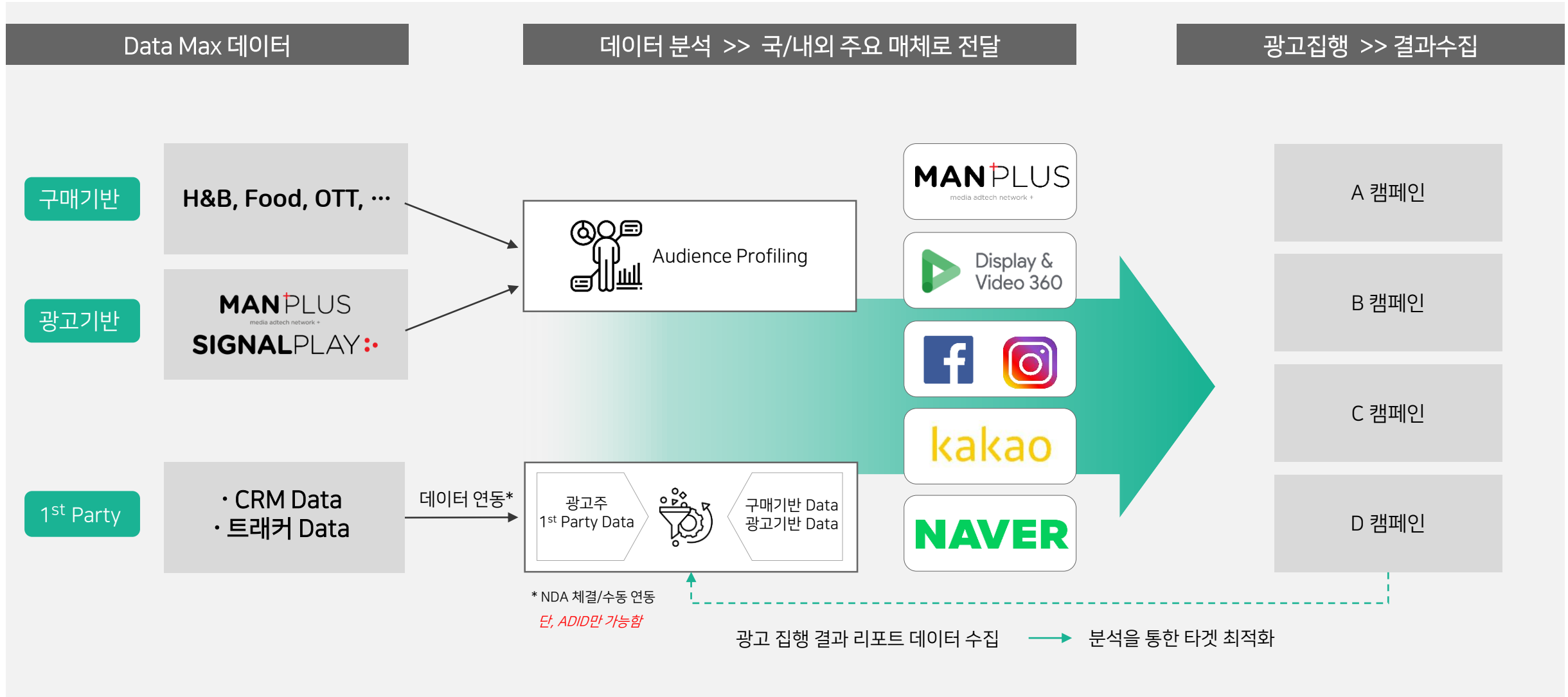
Data Max의 차별점

메조미디어의 DMP인 Data Max는 광고주가 원하는 타겟을 찾고 쉽게 활용할 수 있도록 데이터, 미디어, 분석의 관점에서 차별화 된 인사이트를 제공합니다.



Data Max의 프로세스

Data Max가 보유한 다양한 데이터를 가공/분석하여 광고주/캠페인 별 맞춤 타겟을 다양한 플랫폼으로 전달합니다.
집행 결과 리포트 데이터를 분석하여 타겟 최적화 프로세스를 진행합니다.




Data Max의 데이터


Data Max가 보유한 광고 기반/구매 기반 비식별 데이터를 통해 인구통계, 관심사, 라이프스타일 등을 추정하고 캠페인 목적 또는 KPI에 맞게 전략적으로 타겟 세그먼트를 구성할 수 있도록 카테고리를 제공합니다.

Data Max 보유 데이터와 특징


광고 기반 데이터


디바이스 

광고반응 

미디어행동 

구매 기반 데이터

상품구매 

카드소비 

방문 



인구통계적 특징

2040

여성



주 구매소비 특징

헬스&뷰티(H&B)

음식&음료(F&B)



라이프스타일 특징

자녀 교육

컨텐츠 구독

전략적으로 활용할 수 있는 카테고리

Search

Search

Reset

- 인구통계(추정)
 - 성별
 - 연령
 - 위치
- 라이프스타일
 - 직업/거주
 - 소비성향
 - 친환경
 - 캐릭터
 - 선물
 - 이벤트
 - 여행
- 취미

인구통계: 성별, 연령, 직업, 거주/활동지역 등

관심사: 쇼핑, 취미, 콘텐츠(장르), 스포츠 등

소비성향: 친환경적, 이벤트/선물, 기부/봉사 등

업종별 타겟: 교육, 자동차, 화장품, 건강기능식품 등

오디언스 프로파일 분석

분석의 기준(핵심 타겟)을 정의하고 핵심 타겟에 대한 프로파일링 분석을 진행합니다.

구매·행동 데이터 분석과 모델링 기반의 Lookalike 기능을 활용하여 핵심 타겟의 다양한 특징을 파악할 수 있습니다.

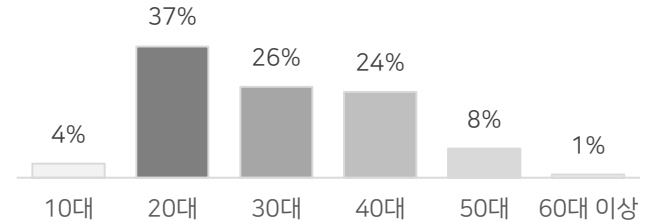
핵심타겟



성별



연령



오디언스 프로파일 분석을 통한 핵심 타겟의 다양한 특징 도출

관심사 카테고리

- 색조메이크업
- 베이스메이크업
- 카페/베이커리
- 스포츠/운동
- 패션
- 교육

광고 반응 업종

- 음식 및 숙박
- 화장품 및 보건용품
- 음료 및 기호식품
- 교육기관
- 패션
- 제과

주 구매상품

- 베이스메이크업
- 미용소품
- 마스크/팩
- 향수류
- 여성 가방
- 네일케어

주 구매처

- H&B 스토어
- 요가/필라테스
- 네일샵
- 패션소품샵
- 카페/디저트

맞춤형 페르소나

캠페인의 업종, 브랜드 등에 따라 핵심 타겟을 커스터마이징 할 수 있습니다.

핵심 타겟의 프로파일 분석을 통해 도출된 연관성 높은 카테고리의 조합으로 페르소나(확장 타겟)를 정의할 수 있습니다.

핵심타겟



확장타겟

베이스 메이크업 제품을 구매한 20-40대 여성 오디언스

네일아트 관련 구매이력이 있는 20-30대 여성 오디언스

요가, 필라테스와 같은 운동에 관심이 있는 30-40대 오디언스

가방, 주얼리와 같은 패션 소품을 구매한 30-50대 여성 오디언스

Data Max 활용 주요 업종

2021년 5월 기준, Data Max의 타겟팅을 활용한 현황입니다.

Data Max의 타겟팅을 활용한 주요 업종과 대표적인 추천 타겟 리스트입니다.

주요 업종 별 Data Max 활용 현황



DMP 활용 주요 업종과 대표 추천 타겟 리스트

화장품

셀프 케어

골프

뷰티 디바이스

건강기능식품

건강용품

신선식품

홈스타일링

식음료

식료품점

카페/베이커리

자녀교육

유통

홈쇼핑/온라인쇼핑

취미생활

자녀용품

수송기기

전기차

남성 화장품

운동용품

아웃도어/스포츠 의류

아웃도어

자동차정비

겨울스포츠

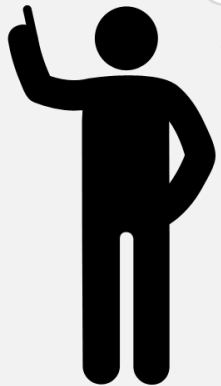
* 세부 브랜드에 따라 타겟리스트는 달라질 수 있음

Data Max 활용 사례 1

Data Max의 데이터 분석을 통한 타겟팅을 사용했을 때 전환 효율이 증대된 사례입니다.

- 브랜드 : 뷰티 디바이스
- KPI : 기존 마케팅 대비 전환율 증대
- 결과 : DMP 타겟팅 활용 후 설정 목표 대비 CVR 65% 증가

KPI 설정배경



기존 마케팅 시, 전환율 ↓
구매 가능성이 높은 유저
타겟팅 필요

오디언스 타겟팅 및 매체 적용

오
디
언
스

개인 케어 구매 오디언스

골프 관심 오디언스

⋮

뷰티 디바이스 구매 오디언스

매
체

facebook

MAN+PLUS
media adtech network +

Instagram



Display &
Video 360

결과



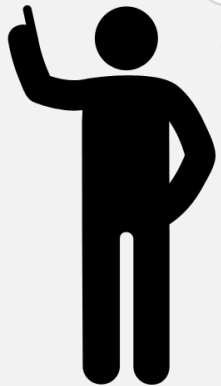
설정한 목표 대비 CVR 65% 증가

Data Max 활용 사례 2

Data Max의 데이터 분석을 통한 타겟팅을 사용했을 때 반응 효율이 증대된 사례입니다.

- 브랜드 : 색조 화장품 업종
- KPI : 웹사이트 유저 볼륨 확장
- 결과 : 매체 제공 타겟팅 대비 DMP 타겟팅 캠페인 CTR 30% 우위, 웹사이트 유입 유저 증가

KPI 설정배경



DMP 사용 타당성 검증
핵심 타겟 발굴

오디언스 타겟팅 및 매체 적용

오
디
언
스

타
겟

뷰티 제품 구매 오디언스

H&B 방문 오디언스

⋮

뷰티 관심 오디언스

매
체

kakao

결과



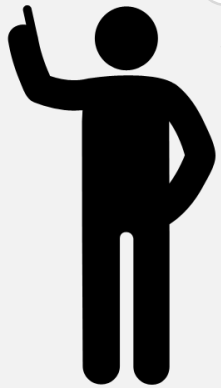
매체 제공 타겟팅 대비
DMP 타겟팅 CTR 30% 우위

Data Max 활용 사례 3

Data Max의 데이터 분석을 통한 타겟팅을 사용했을 때 반응 효율이 증대된 사례입니다.

- 브랜드 : 스킨케어 업종
- KPI : 웹사이트 유저 볼륨 확장
- 결과 : DMP 타겟팅 활용 후 CTR 25% 증가하면서 웹사이트 유입 유저 증가

KPI 설정배경



캠페인 타겟 확장
핵심 타겟 확장

오디언스 타겟팅 및 매체 적용

오
디
언
스

타
겟

H&B 내 구매 오디언스

건강 관리 관심 오디언스

⋮

뷰티 관심 오디언스

매
체

NAVER

결과



DMP 타겟팅 활용 후
CTR 25% 증가

연락처

LOCATION

서울특별시 중구 동호로 330,
4층~7층(쌍림동), 메조미디어

CONTACT US

데이터분석팀: mezzo_data@cj.net

