



DataMax

maximize your performance

2023.10 메조미디어 데이터솔루션담당



차별점 01

프로세스 02

데이터와 카테고리 03

목 차

04 오디언스 프로파일 분석

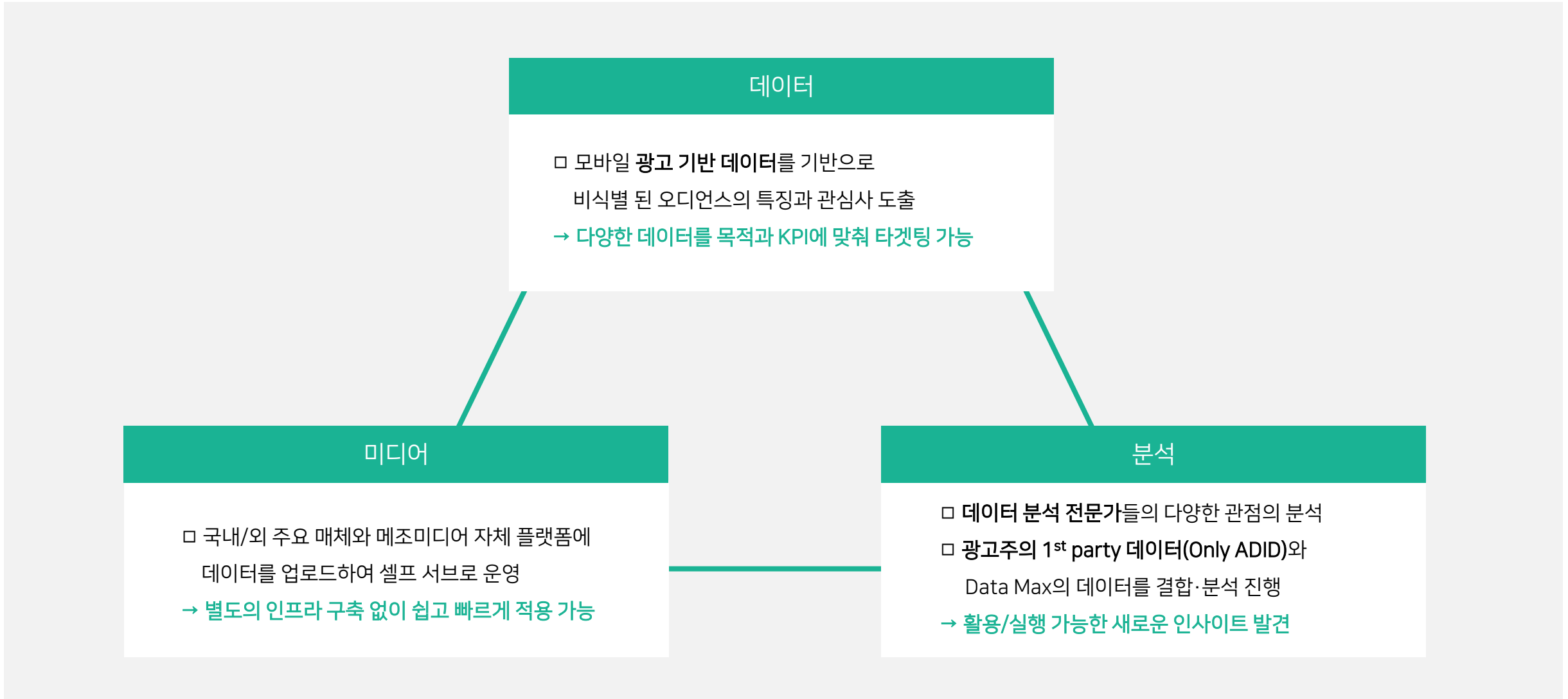
05 활용 사례

06 연락처



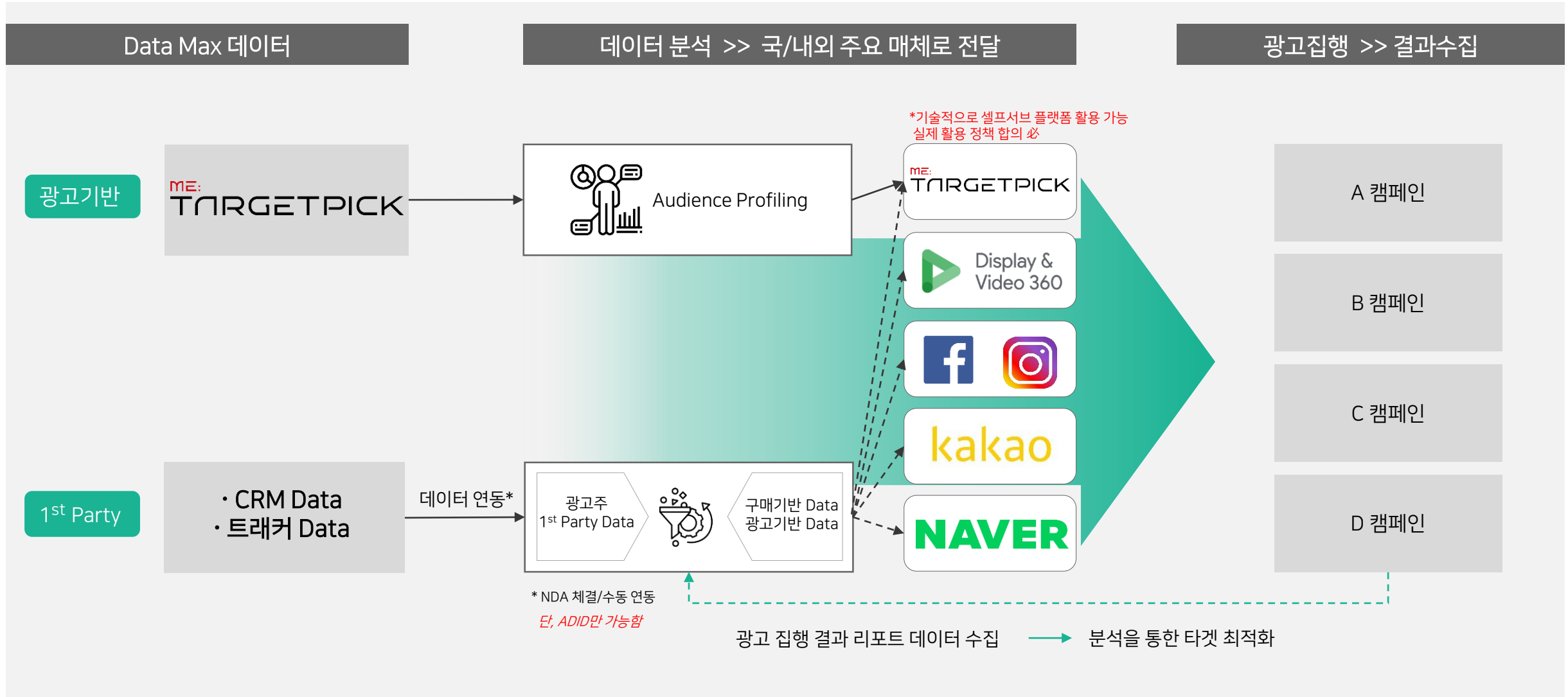
Data Max의 차별점

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 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 



인구통계적 특징

2040
여성



모바일 행동 특징

화장품 광고 관심
교육 관련 미디어



라이프스타일 특징

자녀 교육
컨텐츠 구독




전략적으로 활용할 수 있는 카테고리

Search

Search

Reset

- 인구통계(추정)
 - 성별
 - 연령
- 모바일 기기 
 - 운영체제
 - 제조업체
 - 브랜드
 - 통신사
- 광고기반
 - 미디어 카테고리
 - 업종 카테고리
 - 음료 및 기호 식품
 - 화학 공업
 - 컴퓨터 및 정보통신
 - 건설/건재 및 부동산
 - 그룹 및 기업광고
 - 화장품 및 보건용품
 - 교육 및 복지후생
 - 패션

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.

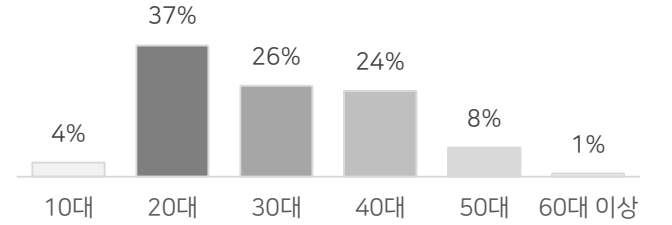
핵심타겟



성별



연령



오디언스 프로파일 분석을 통한 핵심 타겟의 다양한 특징 도출

광고 반응 업종

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

주 활용 앱

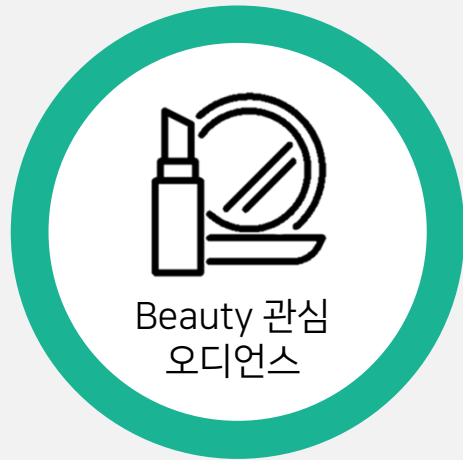
- 커뮤니티
- 교육/시험
- 엔터테인먼트
- 게임
- 교통/지도

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

기초 화장품에 관심이 있는 20-40대 여성 오디언스

패션에 관심이 있는 20-30대 여성 오디언스

커뮤니티 앱을 주로 활용하는 30-40대 오디언스

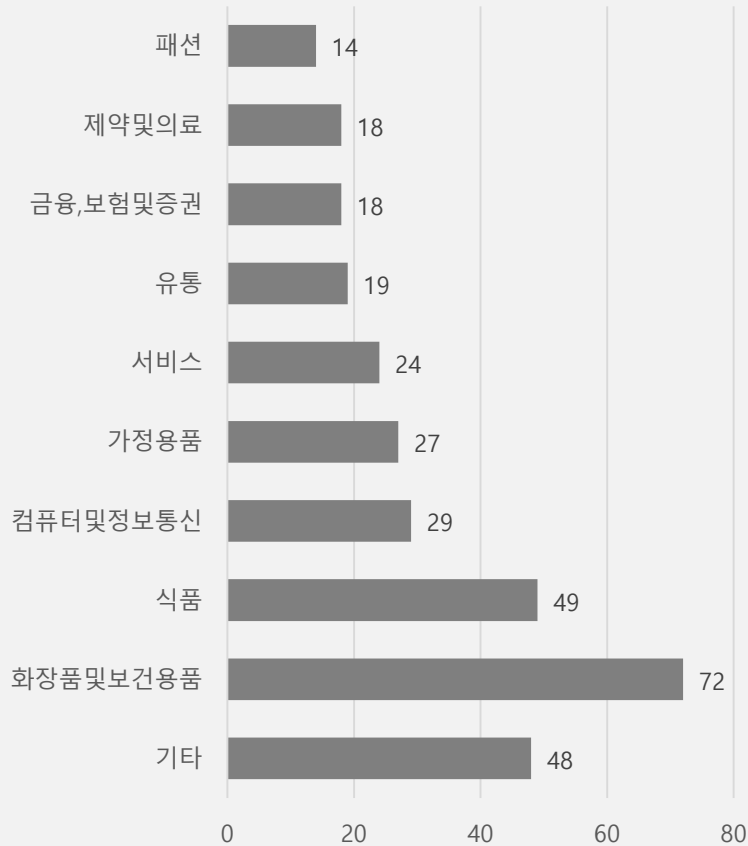
엔터테인먼트 앱을 주로 활용하는 30-50대 여성 오디언스

Data Max 활용 주요 업종

2021년 11월 기준, Data Max의 타겟팅을 활용한 브랜드 건수는 300건 이상입니다.

Data Max의 타겟팅을 활용한 주요 업종과 대표적인 추천 타겟 리스트입니다.

주요 업종 별 Data Max 활용 건수



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

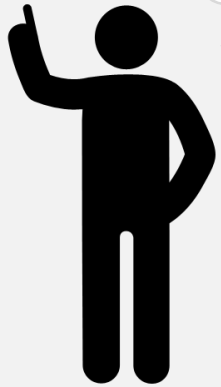
* 세부 브랜드에 따라 타겟리스트는 달라질 수 있음

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

타
겟

개인 케어 구매 오디언스

골프 관심 오디언스

⋮

뷰티 디바이스 구매 오디언스

매
체

facebook

MAN+PLUS
media adtech network +

Instagram



Display &
Video 360

결과



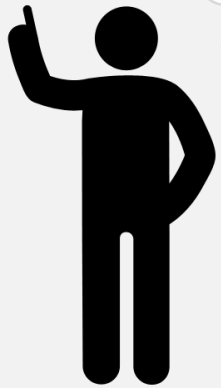
설정한 목표 대비 CVR 65% 증가

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



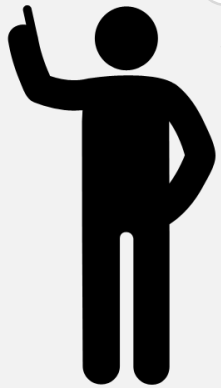
매체 제공 타겟팅 대비
DMP 타겟팅 CTR 30% 우위

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

데이터테크팀: mezzo_data@cj.net

