

ME:

TARGETPICK VIDEO

Cross-targeting/selling Reference

© 2024. MezzoMedia Co. All rights reserved.

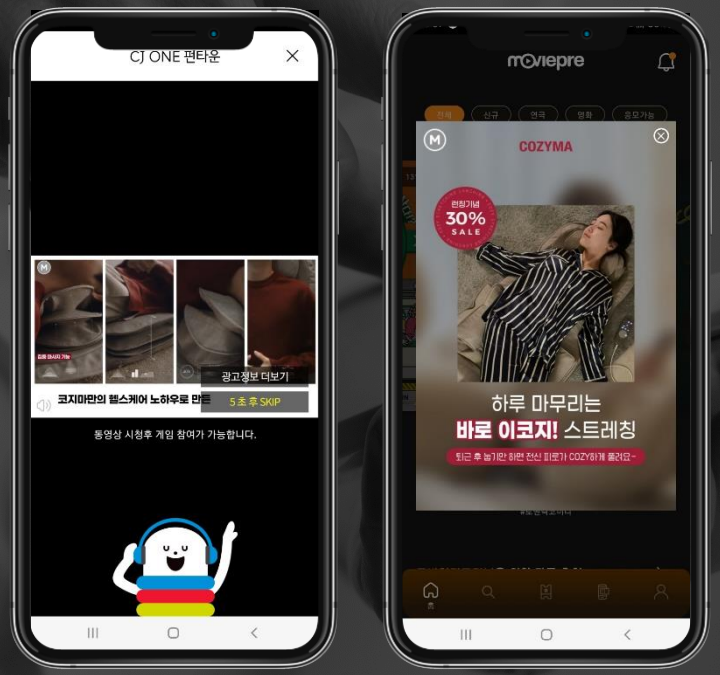


TARGETPICK VIDEO
+
TARGETPICK

KPI : 구매유도

DMP Targeting을 통한 코어 타겟의 구매 유도

- 광고주 업종 : 가정용 전자기기
- 타겟 설정 : 키워드, 검색 / 영상 시청 / 안마기기 구매기반 / 광고기반 / 지역 / 모수 리타겟팅
- 진행 상품 : TARGETPICK + TARGETPICK VIDEO



① Target

Phase 1 타겟 오디언스 설정

1) 직장인 + 건강가전 리타겟팅
2) 육아맘 + 건강가전 리타겟팅
3) 시니어 + 건강가전 리타겟팅

② Targeting Details

DMP

안마기/안마의자/마사지기, 실버용품, 물리치료/
의료기기용품, 영양제, 보조식품 구매유저
의료기기매장, 건강관리시설, 전문클리닉 방문유저
키워드/검색 〉 건강식품/건강용품/건기식 관련 검색유저

Re-Targeting

건강가전 기집행 반응자 리타겟팅

③ 운영 Know-How

효율 비교 / 예산 분배 운영

타겟팅별 그룹 세팅을 통한 효율 비교
키워드 5: 리타겟팅 5 로 진행했으나 추후
키워드 3 : 리타겟팅 7로 고효율 그룹에
예산 이관하여 운영

크로스 타겟팅 운영

TARGETPICK & TARGETPICK VIDEO

크로스타겟팅을 통해 관심 유저에게 노출

효율 극대화

타겟유저 집중 노출 및 확대

KPI : 브랜딩 & 앱 다운로드

DMP Targeting을 통한 코어 타겟의 브랜딩 & 앱 다운로드

- 광고주 업종 : 서비스(엔터테이먼트)
- 타겟 설정 : 1829MF 숏폼/크리에이터/컨텐츠 제작 관심 유저 + 유튜브 고관여 유저 타겟
- 진행 상품 : TARGETPICK + TARGETPICK VIDEO



① Target

Phase 1 타겟 오디언스 설정

MZ세대, 유튜브, 틱톡 관심 유저 코어 타겟 설정

Phase 2 유입 극대화

실시간 크로스 타겟팅 진행으로
제안대비 높은 CTR 확보로 유입 극대화

② Targeting Details

숏폼/유튜브 관심자

광고기반〉미디어 카테고리〉뉴스/미디어〉인터넷 방송
광고기반〉웹방문자〉뉴스/미디어〉방송국/방송사〉개인방송국
광고기반〉앱방문자(안드로이드)〉엔터테인먼트〉동영상스트리밍
구매기반〉소비행태〉온라인 유입경로〉유튜브

크리에이터/엔터테인먼트 관심자

광고기반〉미디어 카테고리〉엔터테인먼트〉종합 엔터테인먼트
광고기반〉웹방문자〉온라인커뮤니티/블로그〉한류/KPOP
광고기반〉앱방문자(안드로이드)〉엔터테인먼트〉개인방송

③ 운영 Know-How

실시간 크로스 타겟팅 진행

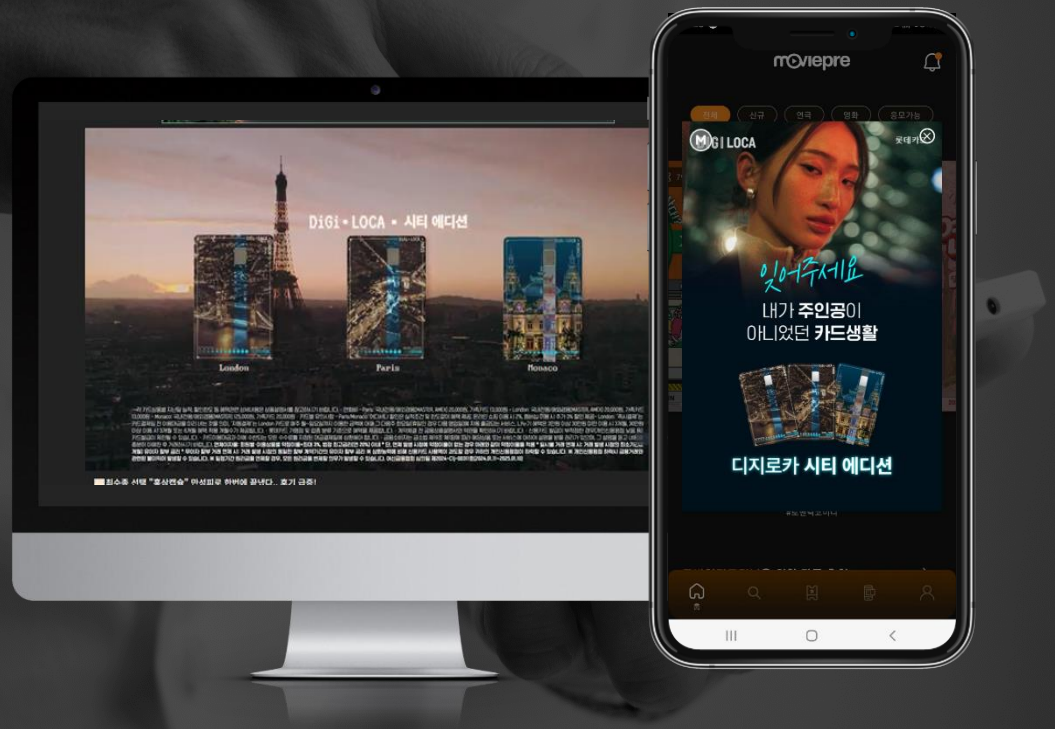
TARGETPICK, TARGETPICK VIDEO 실시간 크로스 타겟팅 진행으로 관심 유저에게
재 노출하여 광고주 각인 효과 및 타 광고주 대비 매우 높은 반응률 확보
TARGETPICK: 전면 CTR 7.38 %,
TARGETPICK VIDEO: CTR 6.94% / VTR 77.28%

제안 대비 높은 CTR/VTR 확보

KPI : 페이지유입

DMP Targeting을 통한 코어 타겟의 페이지유입

- 광고주 업종 : 금융
- 타겟 설정 : 인터넷 쇼핑 많이 하는 타겟, 카드 발급이 가능한 영타겟
- 진행 상품 : TARGETPICK + TARGETPICK VIDEO



① Target

Phase 1 타겟 오디언스 설정

1) 인터넷 쇼핑 많이 하는 타겟, 카드 발급이 가능한 영타겟

2) 주요 e커머스 할인 기능이 있는 카드로 해당 어플지면 활용 또는 DMP 활용으로 코어타겟

* 네이버페이, 쿠팡, SSG, G마켓, 옥션, 11번가 등

② Targeting Details

DMP

간편결제 사용 유저
카드혜택 관심유저
할인/쇼핑유통친화족

Re-Targeting

실시간 커머스 데이터 리타겟팅

③ 운영 Know-How

주단위 예산분배 / 소재비중 최적화

주단위로 예산 분배하여, 초반 주목도 상승 위주 캠페인 진행

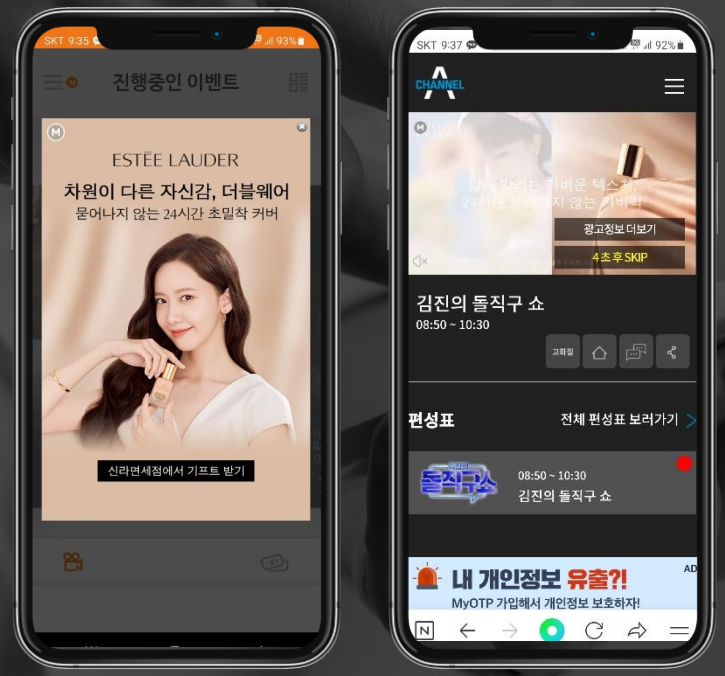
소재 별 비중설정으로 최적화된 소재 노출 지원

전체적인 타겟 주목도 상승 설계 및 운영

KPI : ROAS

DMP Targeting을 통한 코어 타겟의 구매 유도

- 광고주 업종 : 뷰티
- 타겟 설정 : 뷰티&헤어케어, 해외여행&호텔&면세점 오디언스
- 진행 상품 : TARGETPICK + TARGETPICK VIDEO



① Target

Phase 1 타겟 오디언스 설정

노출 상품 관련 오디언스 및
면세점 랜딩 구매를 위해
해외 여행&호텔&면세점 오디언스 확장 설정

Phase 2 상품 크로스 집행

TARGETPICK/TARGETPICK VIDEO 동시 집행을 통해
브랜딩 및 구매 효율 극대화

② Targeting Details

DMP

구매〉조회/장바구니상품〉미용/뷰티〉헤어케어
구매〉제품관심도〉고소득/구매〉고가소비관심_화장품/뷰티기기
구매〉조회상품〉여행〉항공권
어플리케이션설치유저〉여행〉면세점앱

Re-targeting

헤어 케어 및 탈모 방지 캠페인 반응유저 리타겟팅

③ 운영 Know-How

타겟팅 라인 별도 운영

노출 상품 관련 코어 타겟 모수와
여행/면세점 관련 확장 타겟 모수 별도 관리

CTR 상향 운영

기존 제안 대비 높은 CTR 기록
제안 CTR 3.5%
집행 CTR 5~6% 유지

전환 성과 극대화

높은 반응률 유지

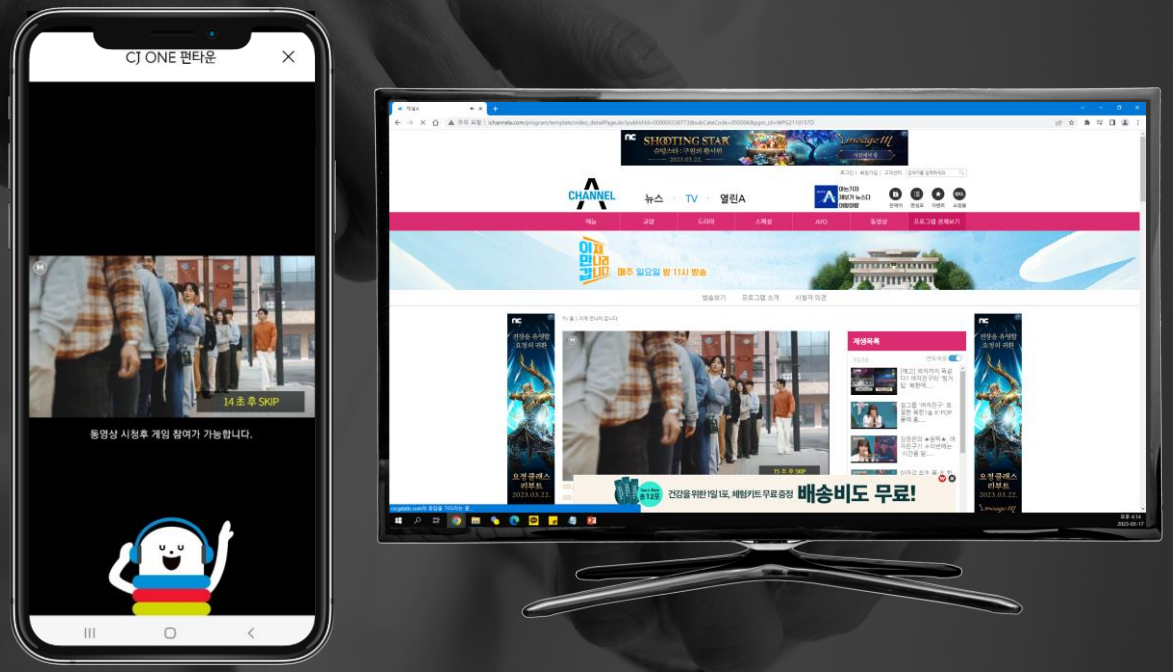


TARGETPICK BUMPER
+
TARGETPICK VIDEO (PLAN A)

KPI : 브랜딩 & 구매

Look alike-Targeting을 활용한 브랜딩 홍보 및 구매 유도

- 광고주 업종 : 식음료 업종 광고주
- 타겟 설정 : MF3040/MF2029 패스트푸드/스포츠/엔터테인먼트 관련 오디언스 타겟
- 진행 상품 : TARGETPICK VIDEO Plan A + TARGETPICK VIDEO BUMPER



① Target

Phase 1 코어 타겟 오디언스 설정

식음료 관련 타겟 카테고리 선별
간편음식/패스트푸드 관련 관심/구매 오디언스 구성

Phase 2 확장 타겟 오디언스

소재별 그룹화
스포츠/엔터테인먼트 관련 오디언스로 확장
경쟁사 조회 및 구매 이력 유저

② Targeting Details

Core DMP

외식 〉 치킨, 피자야식, 배달
목적지 〉 식사 〉 치킨, 피자. 배달전문점
검색/쇼핑 보유 앱 〉 배달 관련 앱/치킨/맘스터치

Look alike-targeting

스포츠/e스포츠관람, 영화/드라마 오디언스 타겟
동영상 콘텐츠 관심유저 〉 1인미디어 시청자 〉 게임, 스포츠
미디어카테고리 〉 엔터테인먼트 〉 방송, 연예, 동영상

③ 운영 Know-How

시청률 실시간 최적화

DMP 그룹별 분리 운영
노출량 보장 상품이나 높은 반응률 유도
미디어 지면 실시간 최적화

단계별 효율 극대화

기존 제안 대비 높은 VTR 기록
제안 VTR 70%
집행 VTR 85% 이상

소재별 타겟 분리

각 소재별 주제에 맞는 타겟팅 적용
줄서기 소재 〉 스포츠 관련 오디언스
멜로 소재 〉 엔터테인먼트 관련 오디언스

안정적인 브랜딩 홍보 | **1차/2차 연속 집행** | **소재 피로도 축소**

KPI : 페이지 유입 및 관심도 증대

DMP targeting을 통한 타겟 페르소나 제작 후 타겟팅에 접목

- 광고주 업종 : 뷰티
- 타겟 설정 : DMP관심사 (뷰티 관심사)
- 진행 상품 : TARGETPICK VIDEO + TARGETPICK BUMPER



① Target

Phase 1 타겟 오디언스 설정

6개의 타겟 별 페르소나 분류하여 진행

Phase 2 유입 극대화

6개의 페르소나 타겟 별 유사 타겟팅
기 집행 캠페인 리타겟팅을 통해 광고주 타겟 도달

② Targeting Details

DMP 페르소나 제작

파워J형 | 프로출첵러 | 타임헌터 | 취향 콜럼버스 | 작심삼월 | 어덕올덕

③ 운영 Know-How

안정적인 노출/클릭/조회 달성

짧은 기간 높은 물량 안정적으로 소진완료
+ 안정적인 효율로 운영하여 추가 금액 소진 완료

클릭 유도

페르소나 별 타 매체 대비 높은 클릭율로
지속적인 유입유저 확보

높은 금액의 캠페인 운영 / 안정적인 운영

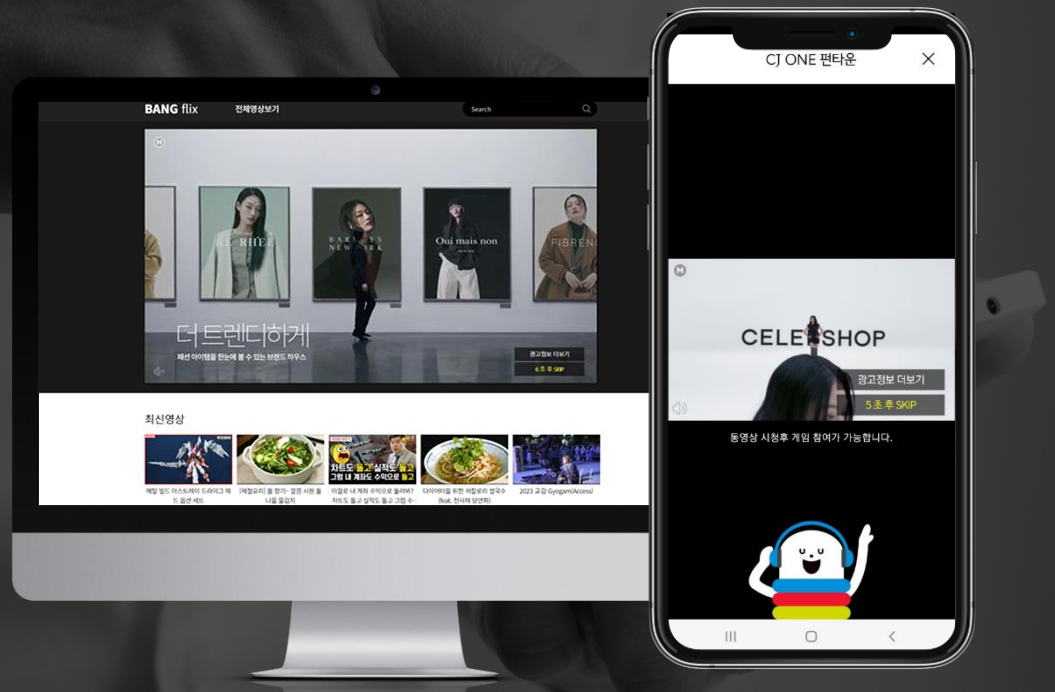


TARGETPICK BUMPER
+
TARGETPICK VIDEO (PLAN A/B)

KPI : 브랜딩/구매전환

TARGETPICK 영상 상품 동시 진행으로 캠페인 효율 극대화

- 광고주 업종 : 패션
- 타겟 설정 : 데모 3544여성 + DMP관심사 (패션 관심사)
- 진행 상품 : TARGETPICK VIDEO PLAN A + PLAN B + BUMPER



① Target

TARGETPICK VIDEO PLAN A	일반 영상 상품(15초 이상 소재 노출)	**높은 CVTR을 바탕으로 한 캠페인 운영**
TARGETPICK VIDEO PLAN B	아웃스트림 영상 상품 (15초 이상 소재 노출)	**저렴한 단가로 높은 15초 소재 노출 확보**
TARGETPICK VIDEO BUMPER	범퍼 영상 노출(6초 이상 소재 노출)	**임팩트 있는 노출량 확보**

② Targetpick Details

타겟픽 DMP

명품쇼핑족, 시즌쇼핑족, 패피족
고가의류 관심자, 의류잡화, 브랜드패션 관심자
명품 검색 유저

리타겟팅

명품 플랫폼, 오픈마켓, 홈쇼핑 업체 리타겟팅
기 집행 패션캠페인 반응유저

③ 운영 Know-How

전체적으로 동시 진행 시 높은 CVTR 확보 가능

타겟픽 플랜 A 진행 대비	타겟픽 범퍼 진행 대비	타겟픽 플랜 A 진행 대비
노출 2.1배	**클릭 2.8배**	**시청 1.8배**

기존대비 높은 노출 / 클릭 / 시청 확보하며 캠페인 집행



TARGETPICK Interstitial VIDEO
+
TARGETPICK CTV

KPI : 브랜딩

크로스타겟팅 집행사례 바로가기

DMP Targeting을 통한 코어 타겟의 브랜딩

- 광고주 업종 : 영화
- 타겟 설정 : 전 연령 영화 관심 유저 타겟
- 진행 상품 : TARGETPICK 전면동영상 + TARGETPICK CTV



① Target

Phase 타겟 오디언스 설정

전면동영상 〉 전 연령 영화 관심/구매 모수 타겟팅

CTV 〉 드라마/영화, 예능 타겟팅

Phase 2 확장 타겟 오디언스

OTT/공연/전시 관련 타겟팅

추가 운영하여 확장성 있는 노출

② Targeting Details

DMP

구매기반 〉 구매 〉 영화, 멤버십/포인트 사용처_영화관, 영화예매권,미디어소비_영화/드라마
광고기반 〉 영화 매니아/OTT 관심자, 온라인영화/TV프로그램 감상, 영화/공연/전시 정보, 영화제작사(국내외)

CTV

드라마/영화. 예능 장르 관련 타겟팅 설정

③ 운영 Know-How

매체 실시간 최적화

매체 실시간 최적화를 통해

전면 동영상의 높은 반응률 확보

CTR 6.6%, VTR 8.89%

타겟팅 추가 운영

전면동영상 캠페인의 OTT/공연/전시 관련

타겟팅 추가 운영으로 확장성 있는 노출

CTV의 경우 할증 없이 드라마/영화, 예능 장르 타겟팅

높은 CTR/VTR 확보

브랜딩의 적합한 타겟 노출

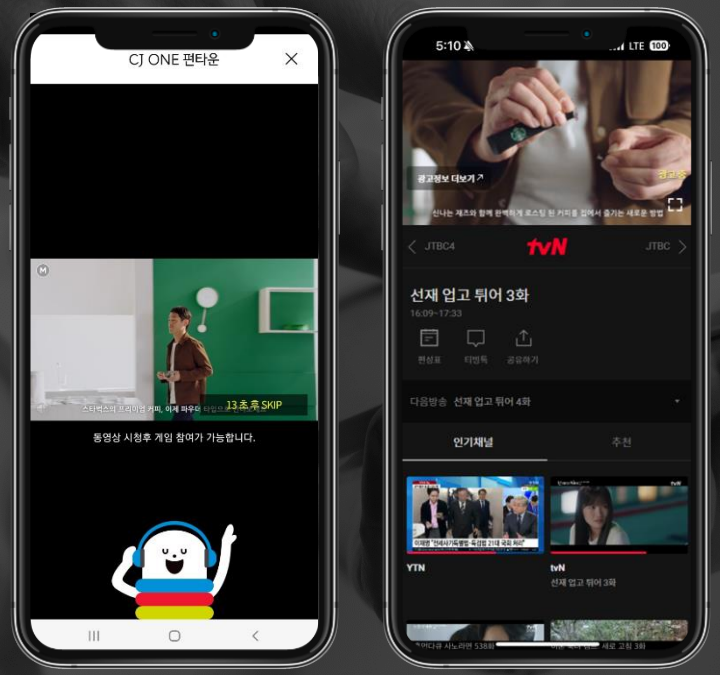


TARGETPICK VIDEO
+ CJ YOUTUBE/TVING

KPI : 브랜딩

TARGETPICK + TVING 동시진행으로 캠페인 효율 극대화

- 광고주 업종 : 식음료
- 타겟 설정 : 커피 카페 유저 타겟팅
- 진행 상품 : TARGETPICK VIDEO + TVING



① Target

TVING	논타겟CPV	전반적인 OTT 노출 여성 타겟 위주의 노출 가능
TARGETPICK VIDEO	커피/카페 관심유저 타겟팅	**정교한 타겟팅 및 높은 CVTR 로 효율 보완**
TARGETPICK BUMPER	커피/카페 관심유저 타겟팅	**정교한 타겟팅 및 높은 노출량으로 효율 보완**

② Targeting Details

커피/카페 관심 유저

카페 베이커리 구매유저

커피머신 관심유저

인스턴트/스틱커피 구매유저

리타겟팅

기 집행 스틱형 커피 캠페인 반응유저 리타겟팅

커피머신, 카페 캠페인 반응유저 리타겟팅

③ 운영 Know-How

전체적인 노출량 확대

티빙 상품으로 전체적인 유저노출 + 타겟픽 비디오 사용으로 타겟 유저 노출하여

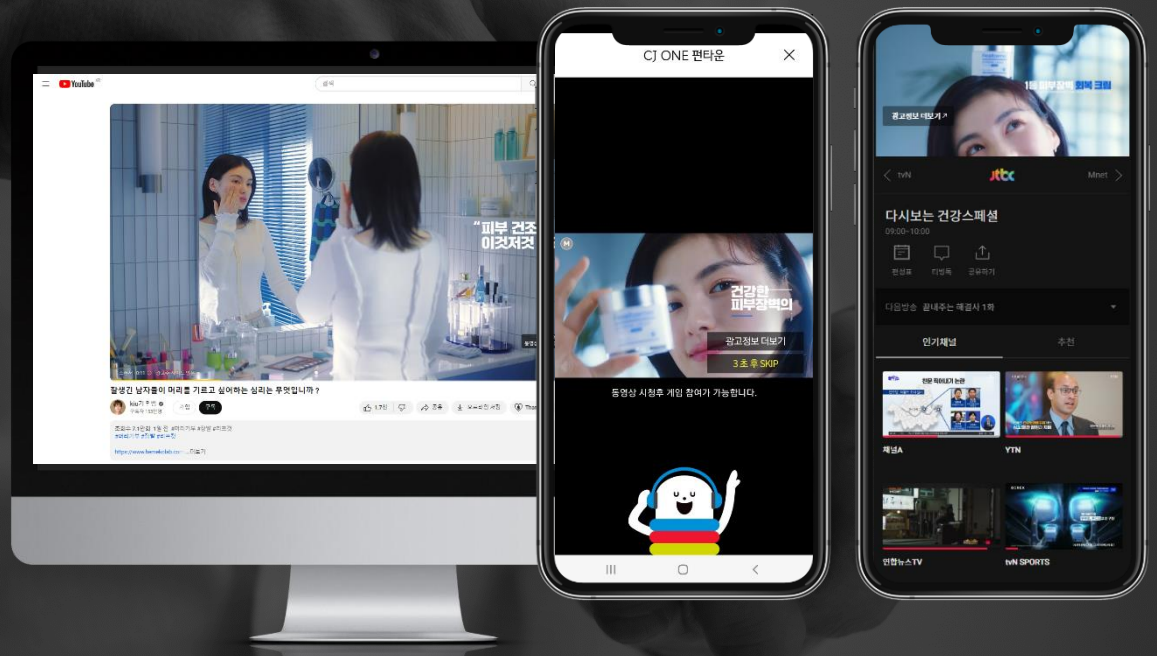
효과적인 브랜딩 캠페인 운영

브랜딩 효과 극대화

KPI : 브랜딩/구매전환

TARGETPICK + TVING + CJYOUTUBE 동시진행으로 캠페인 효율 극대화

- 광고주 업종 : 뷰티
- 타겟 설정 : 데모 1839 여성 + DMP관심사 (뷰티 + 올리브영 관심사)
- 진행 상품 : TARGETPICK VIDEO + TVING + CJYOUTUBE



① Target

TVING	논타겟CPV	전반적인 OTT 노출 여성 타겟 위주OTT 활용
CJYOUTUBE	오디언스타겟팅(뷰티/화장품관심)	오디언스 타겟팅 +유튜브 노출
TARGETPICK VIDEO	1839여성 + 뷰티관심/구매이력/ 기집행 캠페인 반응 모수 타겟팅	디테일한 오디언스 타겟팅 **세부 유저 CVTR 확보**

② Targetpick Details

타겟픽 DMP

올리브영, 스킨케어, 선케어, 여성화장품,
클렌징/필링 장바구니 구매 유저
올리브영 구매 데이터 , 선케어, 스킨케어 상품 구매유저
뷰티, 헬스&뷰티 쇼핑몰, 올리브영 앱 설치유저

리타겟팅

스킨케어 타겟픽 광고집행브랜드 반응유저 리타겟팅
(노출/클릭 반응유저 선택 가능)

③ 운영 Know-How

전반적인 브랜딩 노출 + 전환 확보 유저 집중노출 동시 진행

전체적인 목표 CVTR 채워가면서 전반적인 캠페인 노출량 상승

안정적인 효율 관리 / 브랜딩부터 퍼포먼스까지 기대할 수 있는 캠페인 집행

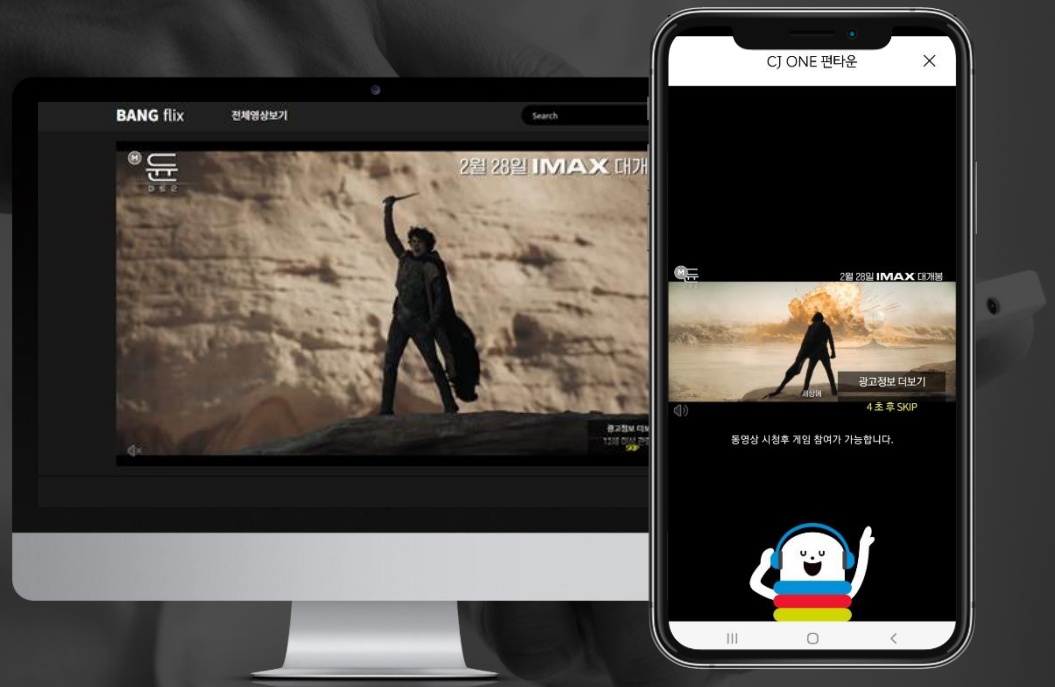


YOUTUBE PREMIUM TARGET

KPI : 브랜딩

DMP Targeting을 통한 코어 타겟의 브랜딩

- 광고주 업종 : 영화
- 타겟 설정 : 영화 관련 타겟, 유튜브 및 유튜브 뮤직 설치자
- 진행 상품 : TARGETPICK VIDEO



① Target

Phase 1 타겟 오디언스 설정

영화 관련 타겟팅
유튜브 및 유튜브 뮤직 설치자

Phase 2 리타겟팅 설정

기집행 영화 캠페인 리타겟팅

② Targeting Details

DMP

영화 관심 및 결제 타겟팅 – 영화예매권 구매, 영화관 방문, 영화관 앱 설치 유저 타겟팅 & 기집행 영화 캠페인 리타겟팅
유튜브 및 유튜브 뮤직 설치자

③ 운영 Know-How

유튜브 뮤직 설치자 타겟

유튜브 및 유튜브 뮤직 설치 유저로
2549 타겟 커버리지 증대

캠페인 타겟연령 커버리지 확대

영화 관심유저 타겟

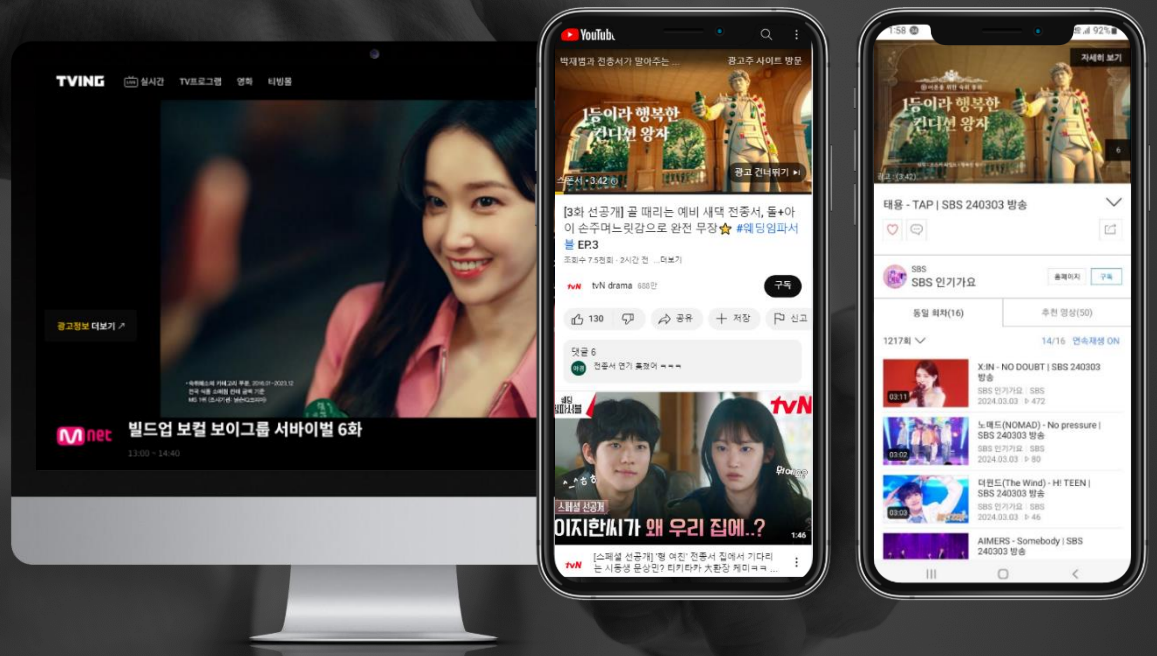
정밀한 영화 관심 유저 타겟으로
타겟 접점 확대 및 중복 노출

타겟 유저 집중 노출

KPI : 브랜딩

TARGETPICK + TVING + CJYOUTUBE 동시진행으로 캠페인 효율 극대화

- 광고주 업종 : 식음료
- 타겟 설정 : 유튜브 프리미엄 유저 타겟
- 진행 상품 : TARGETPICK VIDEO + TVING + CJYOUTUBE



① Target

TVING	논타겟CPV	전반적인 OTT 노출
CJYOUTUBE	셀럽 타겟팅(전종서 / 박재범)	모델 관심유저의 호응도 상승
TARGETPICK VIDEO	유튜브 프리미엄 유저 타겟	**유튜브 프리미엄으로 광고회피한 유저 타겟팅**

② Targeting Details

CJYOUTUBE – 셀럽 타겟팅

광고모델이 나온 클립에 직접 타겟팅
클립을 보러 온 유저와의 연관성 높여 광고 집행

TARGETPICK VIDEO – 유튜브 프리미엄 타겟

유튜브 뮤직 타겟팅으로
유튜브 프리미엄 사용 유저 타겟
(자세한 내역 상단의 링크 클릭)

③ 운영 Know-How

전략적인 타겟팅

모델에 호감이 있는 유저에게 타겟팅 하여
모델 이미지 〉 상품으로의 전이 극대화

타겟 유저의 노출 UV 증대

영타겟 유저가 점점 빠지고 있는 유튜브를 보완하여
타겟 Reach 확대에 도움

안정적인 효율 관리 / 높은 Reach 및 호응도 확인

LIVE NEW TARGETING, TARGET PICK ME!

BANNER >
VIDEO >
CJ Youtube PACKAGE >
TVING PACKAGE >
MESSAGE(LMS/MMS) >
CTV >

Contact point : mobile_adv@cj.net