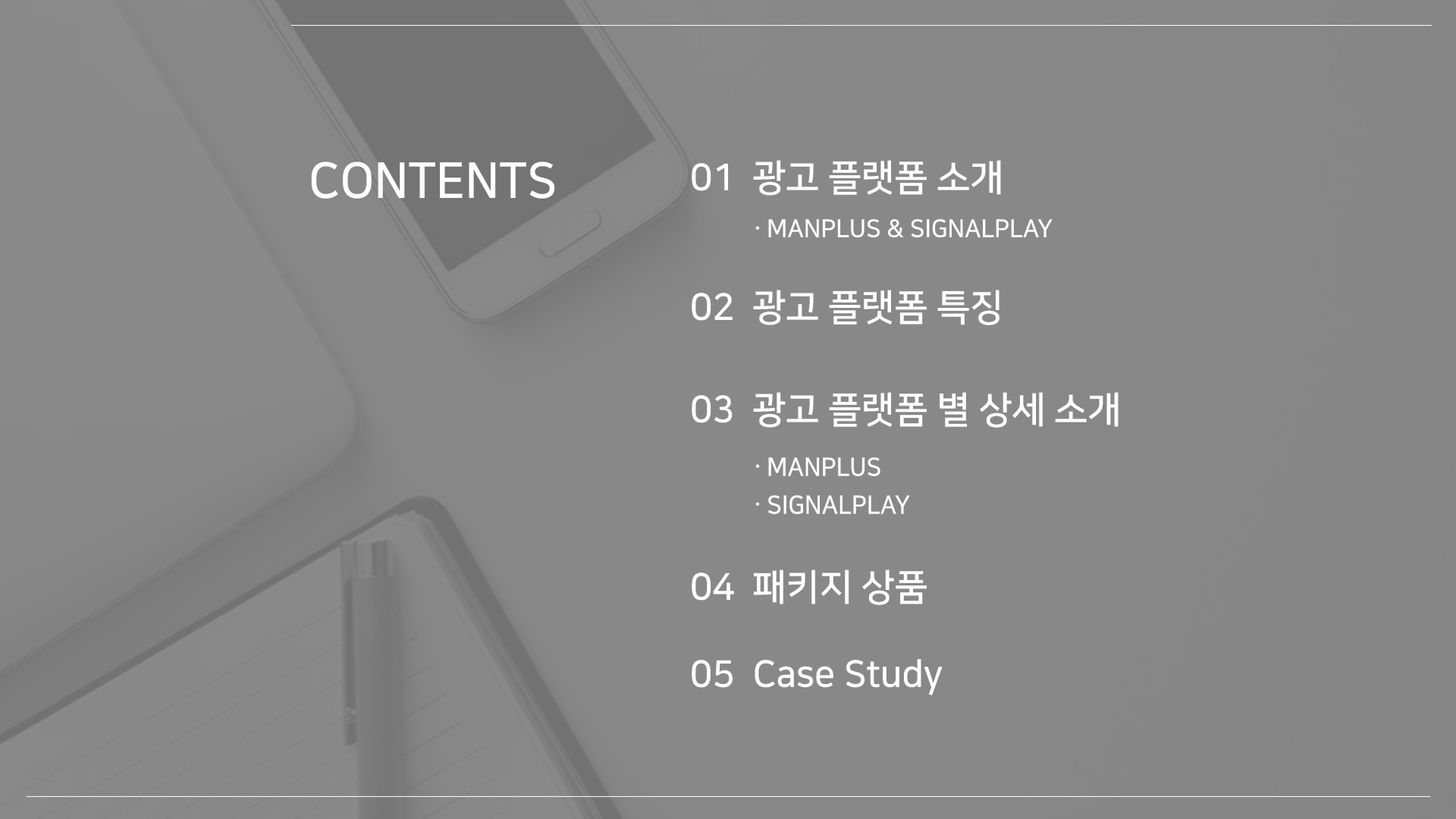


MAN PLUS SIGNALPLAY:•

통합 상품 소개서

2020. 05



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



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!



Sales Point

- ① 업종 별 광고주 최적화 오디언스 보유
- ② 국내 모바일 유저 커버리지 약 80% 커버
- ③ 국내 유일 CJ의 다양한 데이터 활용 가능
- ④ 고객 맞춤형 데이터 및 커스텀 오디언스 설계 제공

2

광고 플랫폼 특징

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

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

① 끝장 커버력의 매체파워

제휴매체개수

+13,000개

이상매체제휴

국내대표포털 언론사등
유저에게익숙하고대중적인
제휴매체보유



제휴매체구성

프리미엄

매체&콘텐츠로 선별

TVINGTV의프리미엄매체와
CJENM의방송 콘텐츠에노출,
브랜딩을 위한 커버리지확보



제휴매체 특징

추가 Reach

확보가능

단일매체집행만으로는
도달할수없는영역까지노출하며
유저커버리지강화



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

② 업계유일 CJ ENM 자원 활용

CJ ENM 채널 & 콘텐츠

TV와 동일한 채널인
CJ ENM의 **프리미엄**
콘텐츠에 노출



* CJ ENM 콘텐츠 단독 노출 상품 보유

확실한 Brand Safety

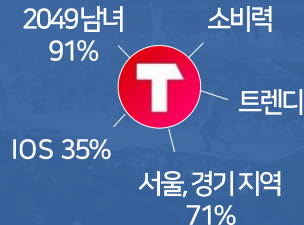
부적절한 지면 노출 없이,
퀄리티 높은 CJ ENM과의
연계 노출로 **안정성 보장**



2039 타겟 오디언스

2039 이용 비중이 높은
TVING TV 유저에 노출하며
타겟 도달률 확장

TVING TV 오디언스 특성



* TVING TV 내부 자료 기준

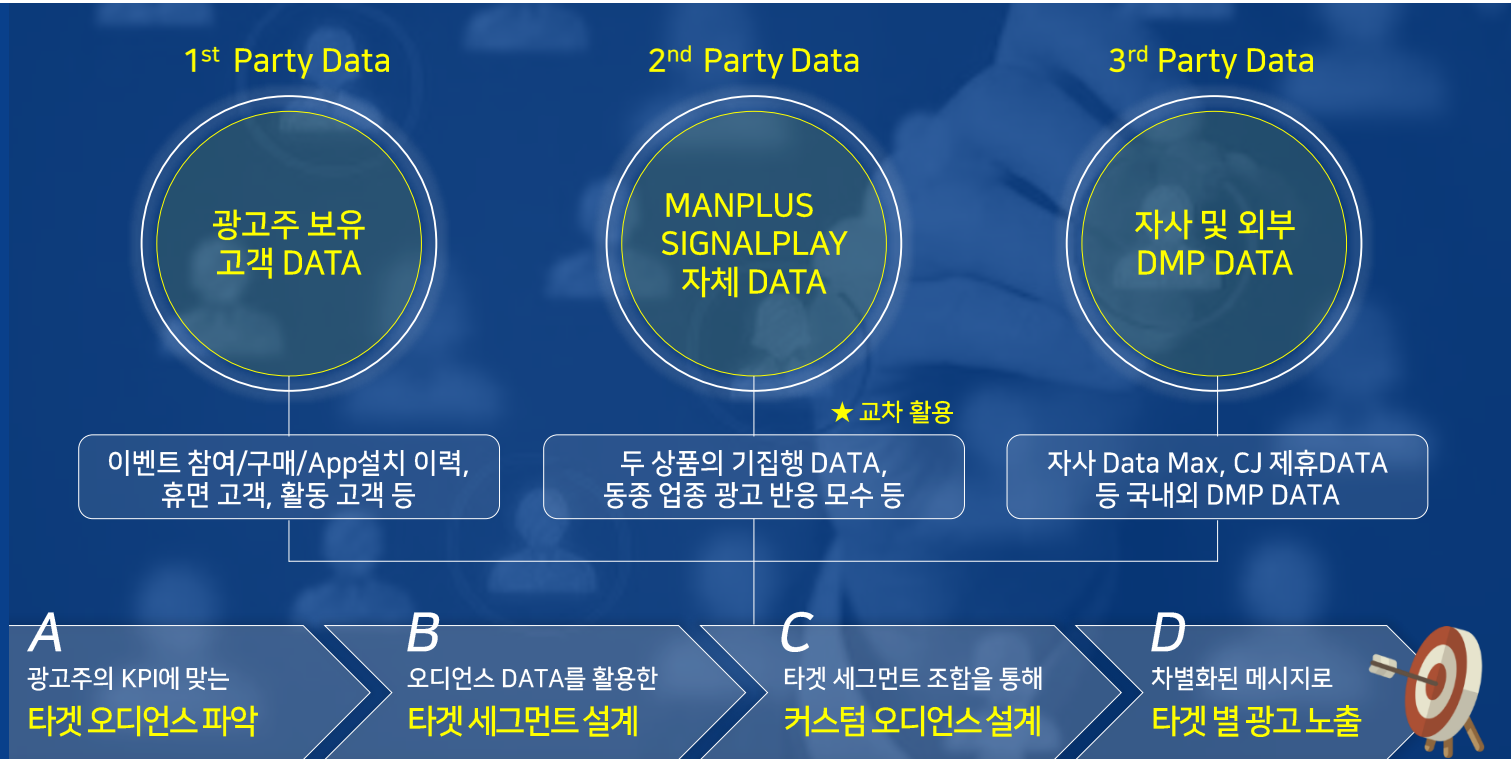
CJ 그룹 통합 데이터

CJ 포인트 적립
유저를 활용한 관심사별
오디언스 확보 및 타겟팅



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

③ Premium 오디언스 타겟팅



DATAMAX DMP 카테고리(대분류)

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

업종	프로파일	브랜드(매핑)	미디어	구매기반	CJ 적립유저	인구통계	모바일 기기
음료 및 기호	컨텐츠 관심	가전	커뮤니케이션	뷰티	브랜드	성별	브라우저
정보통신	외국어	건강	커뮤니티	패션	구매기반	연령	언어
부동산	채팅	공익	인터넷	소비유형	문화	프로필	운영체제
기업광고	IT	교육	엔터테인먼트	브랜드	서비스	직업	유형
화장품	여행	금융/대출	금융/부동산	카드유형			제조업체
교육/복지	자동차	기업PR	게임	차량이용			브랜드
패션	음악	렌탈(물품)	직업/교육				통신사(국내외)
금융/보험	금융	리빙	생활정보				
식품	포인트 적립	문화콘텐츠	뉴스/미디어				
전기/전자	애니메이션	부동산	스포츠/레저				
가정용품	스포츠	뷰티	유틸리티				
제약의료	운세	자동차					
사무기기	모바일게임	정보통신					
관광서/단체	펫	컴퓨터					
유통	헬스&뷰티	유희레잉					
서비스	패션						
수송기기	식품						

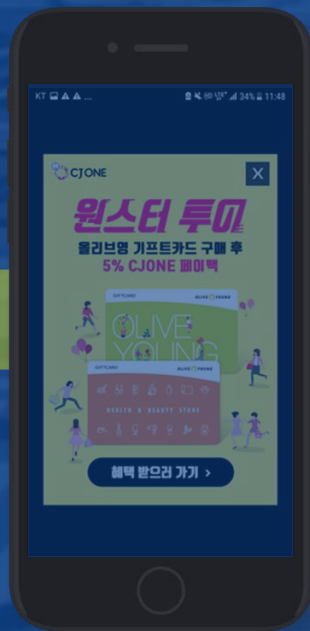
“화장품” 업종 예시

- 브랜드매핑카테고리 > 뷰티
- 오디언스프로파일 > 동영상컨텐츠관심 > 1인미디어시청자 > 뷰티/패션
- CJ제휴 > 브랜드 > H&B스토어 / CJ제휴 > 구매기반 > 뷰티, 패션
- CJ제휴 > 문화 > TV프로그램 > 패션/뷰티 / CJ제휴 > 커머스 > 화장품/미용



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

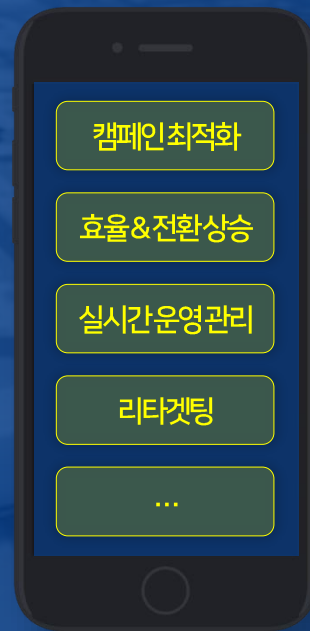
④ 퍼포먼스 트래킹 솔루션



자사 연동
3rd Party 트래킹 솔루션



* 그 외, 'Perry', 'King', 'Perry', 'Eccrine'
솔루션 연동 완료 및 추가 솔루션 연동 진행 중



세일즈부터 데이터까지, 전문 파트 별 전담 조직 보유! 체계적인 관리와 노하우로 성공적인 퍼포먼스 제공

⑤ A to Z 업계 최고 전담팀

Sales

세일즈 영업

- 상품 제안 및 캠페인 설계
- 캠페인 및 광고 컨설팅

세일즈 운영

- 캠페인 운영 및 관리
- 집행 Data 분석



TEAM Introduction



Platform

플랫폼 제휴

- 네트워크 매체 제휴 영업
- 플랫폼 관리 및 구축

플랫폼 운영

- 광고 소재 검수
- 캠페인 셋팅 및 등록



Solution

솔루션 기획

- 플랫폼 연동 정의 및 기획
- 광고 솔루션 고도화 기획

솔루션 개발

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



Data

데이터 분석

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

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

⑥

고도화 타겟팅 지원

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-PLAY광고 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-PLAY스크립트를 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 가능합니다.

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

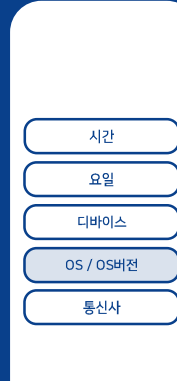
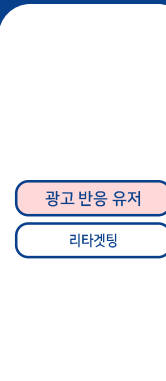
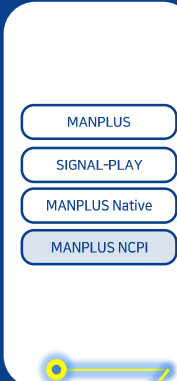
APPTa겟팅

2차 캠페인

3차 캠페인

크로스 타겟팅

오디언스 타겟팅

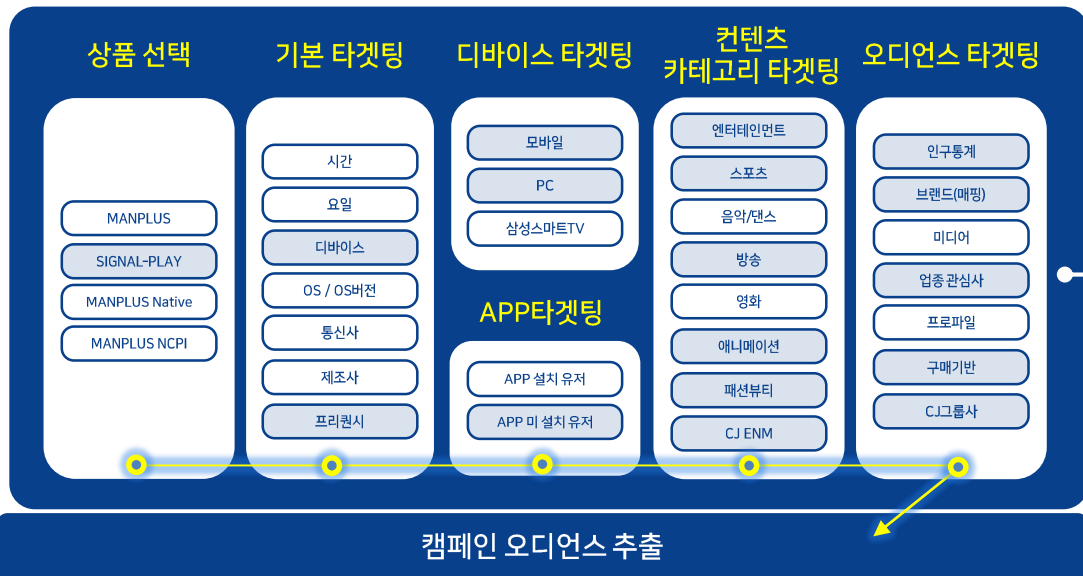


캠페인 오디언스 추출

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





광고 플랫폼 별 상세 소개

- MANPLUS
- SIGNALPLAY



MAN PLUS

모바일 퍼포먼스 광고 플랫폼

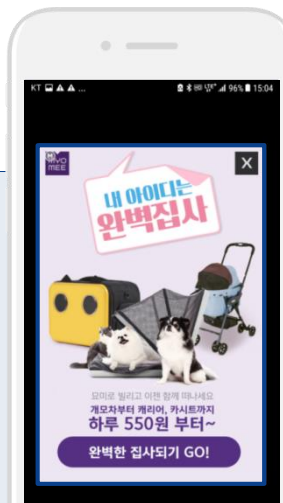
브랜드의 핵심 메시지를 효과적으로 전달 할 수 있는 다양한 노출 형태의 광고 상품 보유



띠배너

CPC

#폭 넓은 커버리지
#노출 극대화 #다양한 타겟팅

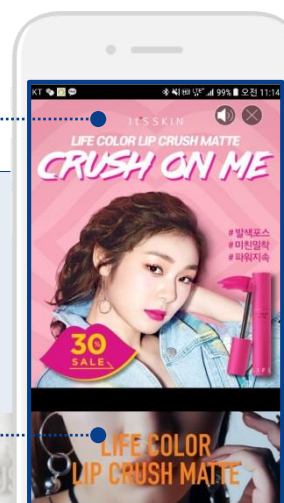


전면배너

CPC

#브랜드 메시지 #높은 집중도
#인지도 확대 #페이지 유입 유도

전면배너



동영상

전면동영상

CPM

#배너&영상 동시 노출 #자동 재생
#높은 주목도 #인터랙션 효과

상품 구분

과금 방식

특징

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

01 캠페인 정보 확인

01

- 캠페인 KPI, 예산, 소재, 일정 등 기본 정보 확인

02 캠페인 설계

02

- 캠페인 정보에 따른 설계
- 다수의 타겟팅 그룹 형성

Data 수집&분석

03

- 캠페인 라이브 후, 트래킹 솔루션으로 수집되는 Data 분석

효율 관리

04

- 고효율 전략 수립
- 매체, 시간대, 타겟팅 별 노출 비중 확대

타겟 노출& 효율 극대화

05

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

캠페인 설계 및 타겟 그룹 형성



A screenshot of a campaign design interface showing various settings and options. A red stamp with the word 'SAMPLE' is overlaid on the image.

매체 최적화



A screenshot of a media optimization interface showing various media options and settings. A red stamp with the word 'SAMPLE' is overlaid on the image.

오디언스 최적화



A screenshot of an audience optimization interface showing various audience segments and settings. A red stamp with the word 'SAMPLE' is overlaid on the image.

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

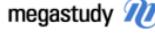
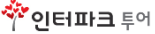
퍼포먼스 최적화 Case I

업종	커머스	집행 기간	2016.09 ~ 현재 (4년)
광고주 KPI	ROAS & CPP 효율화	집행 상품	MANPLUS(띠, 전면배너)
타겟팅	ADID 타겟팅 시간,요일 타겟팅 특정매체제외 타겟팅 회원가입/구매/휴면유저 등 각 유저 별 맞춤 메시지 전달 기획전,타임프로모션등 특정 소재 별 탄력적 광고비 집행 브랜드세이프티이슈로 블랙리스트 매체 선정해미노출관리		
최적화 관리	1) 세그먼트 분류 2) 세그먼트 별 최적화 3) 효율 최적화 - 신규회원가입 - 재유입 - 신규+재구매 - 장바구니 - 이벤트참여 - 노출시간 - 노출지면 - 노출오디언스등 항목별관리 - 고효율매체및 지면확보 - 장기집행으로 안정적, 지속적인 효율관리		
집행 효율 (최근 5개월)	4,221 1098% 1589% 1339% 1748% 924% 3,625 2,876 3,286 2,800 ■ CPP — ROAS 목표ROAS 1000% 목표CPP 4,000원		

퍼포먼스 최적화 Case II

업종	게임	집행 기간	2019.05 ~ 07 (3개월)		
광고주 KPI	신규 Install, ROAS	집행 상품	MANPLUS(띠, 전면배너)		
타겟팅	오디언스 타겟팅 리타겟팅 APP 타겟팅 CV-De 타겟팅 ADID 타겟팅 데모 2030, 게임광고 반응유저등 사전예약 광고반응 유저등 경쟁게임 APP설치 유저 기존 Install유저 제외 진성유저 ADID				
★ 최적화 관리	1)사전예약 캠페인 2)타겟팅 라인 구성 3) 전환율 개선 4) 진성유저 별도 관리 5) 효율 최적화 M-Tag활용 사전예약 유저확보 ▶ 다양한 변수적용된 타겟팅라인 구성 ▶ 퍼블리셔 필터링및 프리퀀시 조정 ▶ 진성유저 ADID추출및 특별관리 ▶ 추가상품 NCPi, 동영상 병행집행등 효율안정화				
집행 효율 (최근 3개월)	■CVR(Install) 3% 4% 5%				

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

신규 상품(2020년 2월)

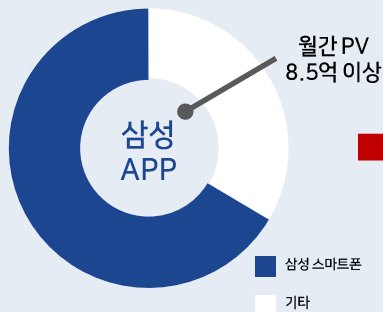


MAN-Native AD

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

POWERFUL 커버리지

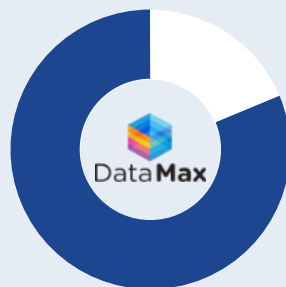
국내 스마트폰 사용자 중 삼성 스마트폰 사용 비율



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 콘텐츠 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

클릭 대비 구매 전환율

ROAS
3,000% ↑

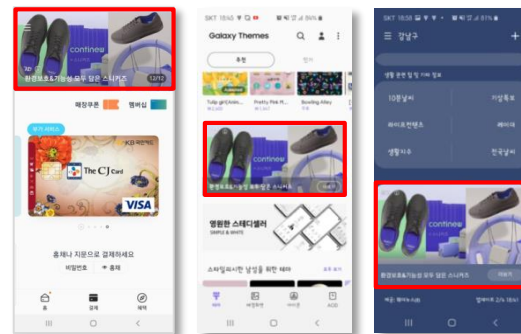
1.30%

초기 대비 1.4배

2.27%

초기

최적화 진행 후



캠페인 Keyword

게임

광고주 업종

2020.02

집행 기간

신규 유저
확보

광고 KPI

Game
Launcher

집행 상품

DMP 타겟팅
프리퀀시

적용 타겟팅

광고 운영 POINT

3rd Party 트래커

: 광고주 KPI에 맞는 다양한 이벤트 포스트백을 통해 캠페인 최적화 운영

DMP 타겟팅

: 게임관련 오디언스 데이터 활용

오디언스 프로파일 > 모바일 게임

미디어 카테고리 > 게임

오디언스 프로파일 > 동영상 콘텐츠 관심 > 기타 동영상 > 게임

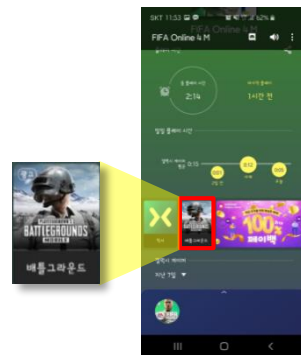
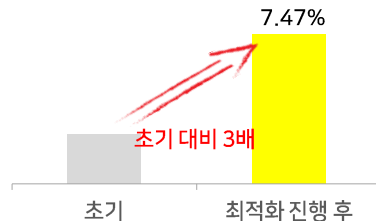
앱 내 오디언스 행동 유형 > 게임

MAN RTB

: 광고주 타겟 오디언스 및 지면을 효율적으로 구매

캠페인 집행 결과

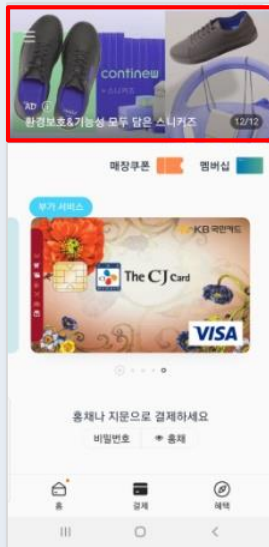
클릭 대비 인스톨 전환율



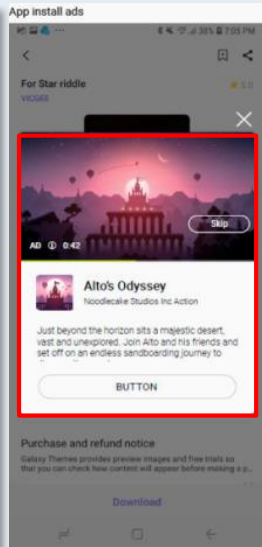
MANPLUS Native AD_AD Positon



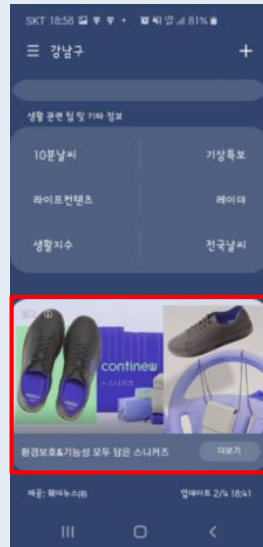
Samsung Pay



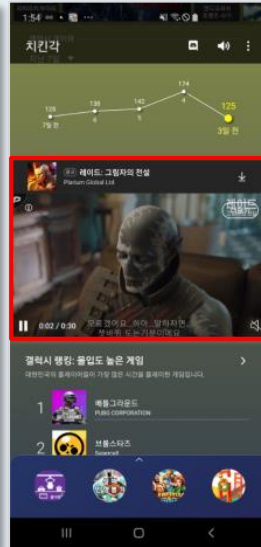
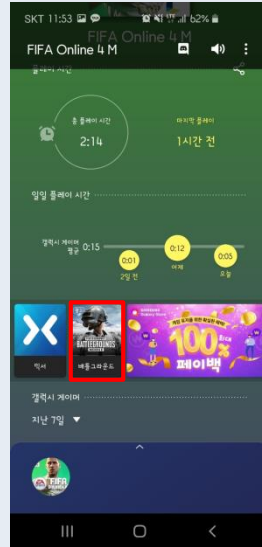
Galaxy Themes



Weather



Game Launcher



* 상품 진행에 대한 상세한 문의는 하기 메일로 연락 부탁드립니다.
mobile_adv@cj.net



SIGNALPLAY:•

브랜딩 동영상 광고 플랫폼

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



상품 구분

기본 (15초~2분)

범퍼플레이 (6초 이하)

과금 방식

CPM(+5초)

CPM

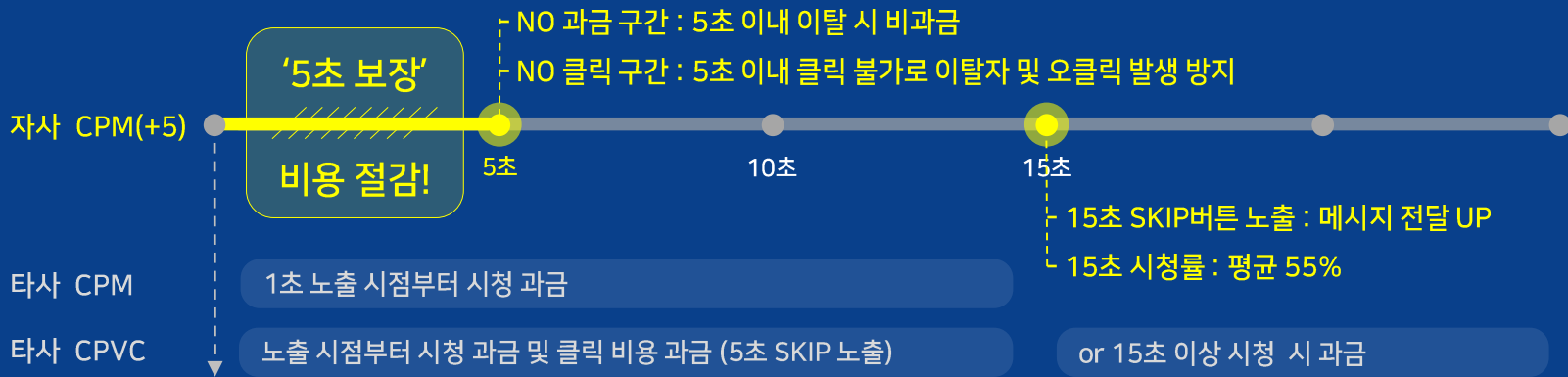
특징

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

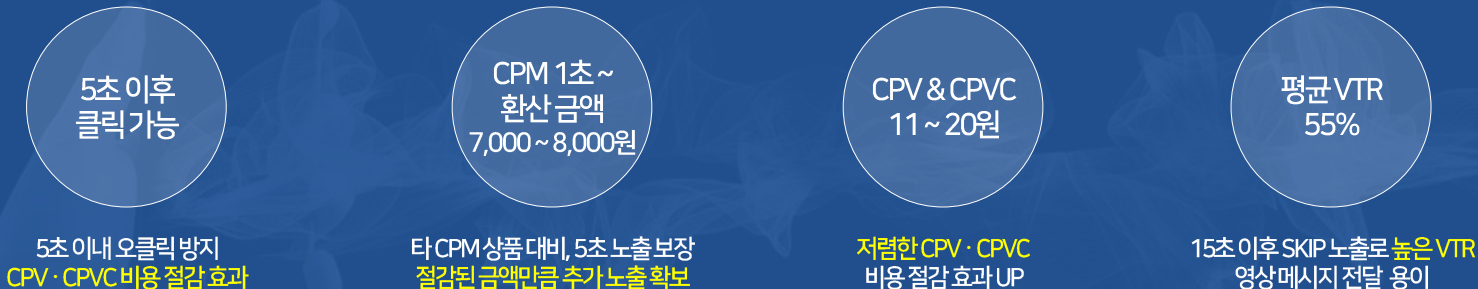
#단초수 영상 #Non-Skip #짧은 소재
#임팩트 있는 노출 #명확한 콘텐츠 전달

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

1) CPM(+5) 과금방식 특징



2) 1천만원 캠페인 평균DATA



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

You Tube

순 이용자(UV)
48,706,039명

SIGNALPLAY ::

순 이용자(UV)
36,000,000명

주요 동영상 매체와
동시 집행 시,

SMR

순 이용자(UV)
20,280,062명

facebook

순 이용자(UV)
19,039,918명

겹치는 UV!
달지 않는 UV!
고.민.해.결!

추가 Reach 확보 및
타겟 커버리지 보완 가능!

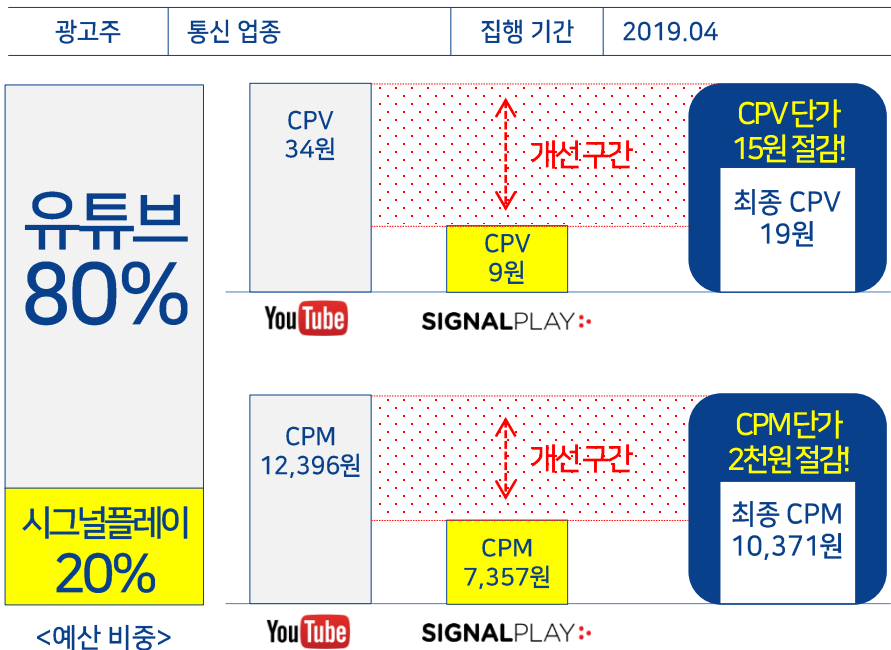
* Youtube, facebook Data : 코리안클릭 PC/Mobile 통합 기준 (2020.01)

* SMR Data : SMR 집행보고서 (2020.01)

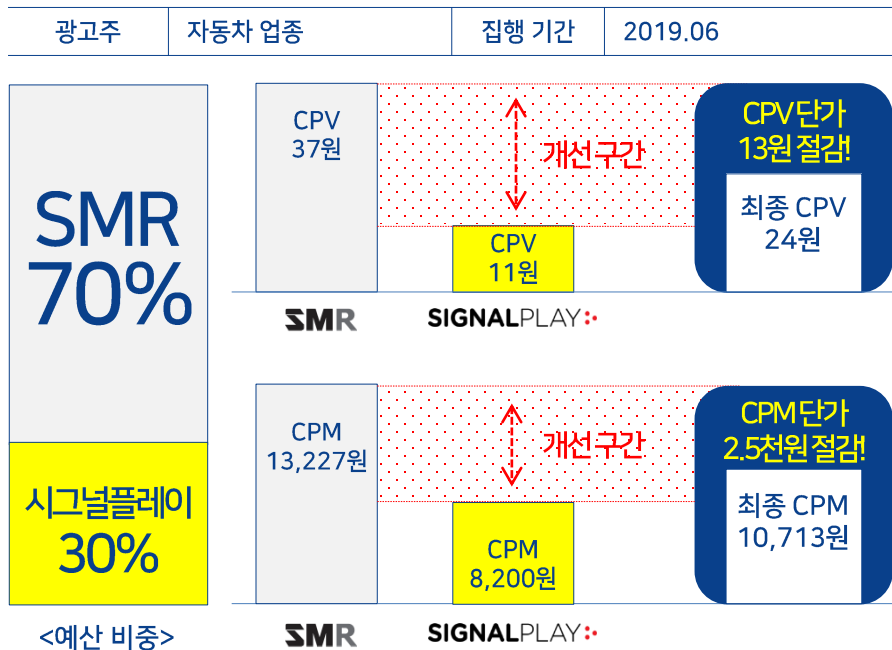
* SIGNALPLAY Data : 제휴 매체 활동 타겟 오디언스 (2020.01)

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

동시 집행 Case I



동시 집행 Case II



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



패키지 상품

MANPLUS & SIGNALPLAY의 다양한 상품 패키지로 최적의 효율을 경험해 보세요!

업데이트



▶ 상세 보기

업종 오디언스 패키지

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



▶ 상세 보기

SMR 스페셜 패키지

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



▶ 상세 보기

영화 All-Cover 패키지

영화 광고주용 맞춤 타겟팅,
노출 커버리지 극대화를 위한 결합 상품



▶ 상세 보기

CJ ENM 프리미엄 패키지

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

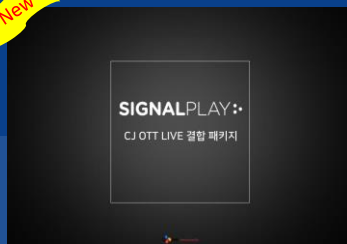


▶ 상세 보기

PC 스크린 단독 패키지

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

New



▶ 상세 보기

CJ OTT LIVE 결합 패키지

SIGNALPLAY X CJ OTT LIVE 실시간 대체 광고 패키지
TVING과 KT, LGU+의 OTT 플랫폼에 동시 노출



Case Study

캠페인 Keyword

커머스

광고주 업종

2019.07

집행 기간

신규 고객
확보&구매

광고 KPI

MANPLUS

집행 상품

ADID 리타겟팅
디타겟팅
DMP 타겟팅

적용 타겟팅

광고 운영 POINT

3rd Party 트래커

: 광고주 KPI에 맞는 다양한 이벤트 포스트백을 통해 캠페인 최적화 운영

ADID & 디타겟팅

: 광고주 보유 오디언스를 기간/목적에 적합한 세그먼트로 추출해 타겟팅

DMP 타겟팅

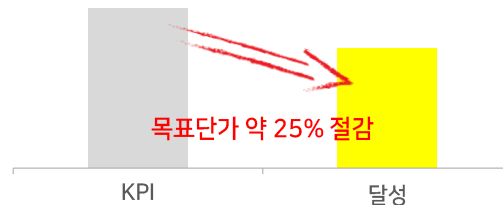
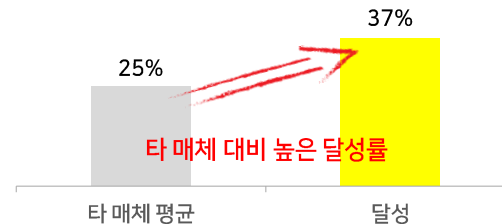
: 구매 가능성이 높은 오디언스를 추가 적용하여 캠페인 볼륨 확장

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 결과CPP 달성 현황이벤트 달성 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

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

관심사 리타겟팅

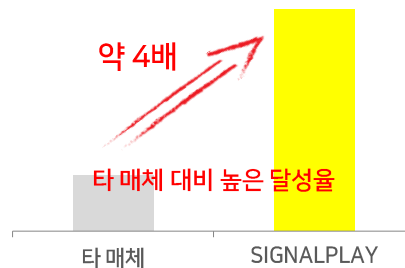
: 캠페인 반응률을 높이기 위해 자동차/스마트기기/컴퓨터 관심사 카테고리 적용

CTR 최적화

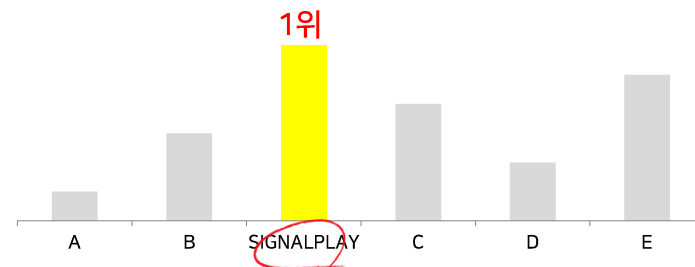
: CTR 상승을 위해 IT/디지털/가전 카테고리 타겟팅 추가 적용해 타겟 모수 확장

캠페인 집행 결과

랜딩페이지 액션



집행 매체 별 랜딩페이지 체류시간



캠페인 Keyword

식음료

광고주 업종

2019.06
~ 07

집행 기간

유튜브
조회수
향상

광고 KPI

SIGNALPLAY

집행 상품

DMP 타겟팅
식음료 패키지

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 > 식음료

오디언스 프로파일 > 1인 미디어 시청자, KPOP

구매기반 > 음료

커머스 > 청량음료

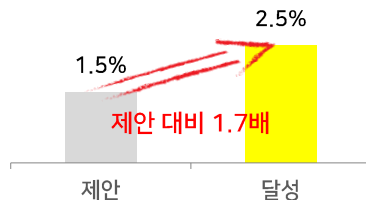
미디어 카테고리 > SNS/마이크로 블로그

유튜브 View수 증대

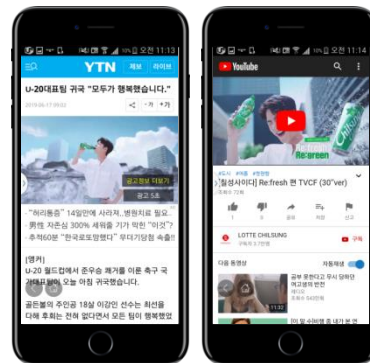
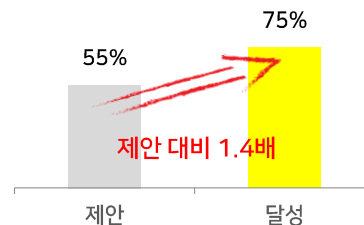
: 랜딩 페이지를 유튜브로 설정하여 유튜브 View 수 증대 매체로 활용

캠페인 집행 결과

CTR 달성 현황



VTR 달성 현황



캠페인 Keyword

화장품

2019.07

광고주 업종

집행 기간

앱 내
이벤트 참여

MANPLUS

광고 KPI

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

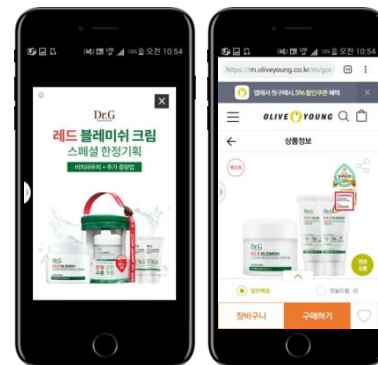
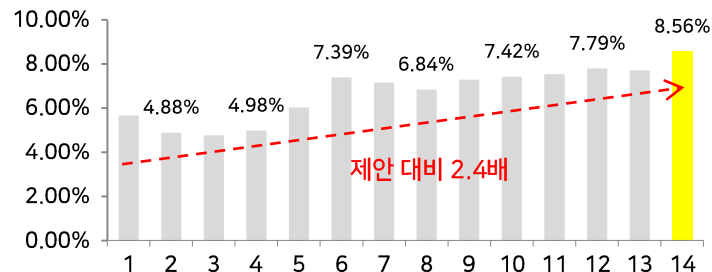
오디언스 프로파일 > 헬스&뷰티 > 스킨케어, 여성 스킨케어

앱 타겟팅

: 랜딩 페이지인 올리브영 앱 타겟팅으로 타겟 유입을 증대

캠페인 집행 결과

캠페인 기간 중 CTR 변화 추이



캠페인 Keyword

관광청

2019.07

광고주 업종

집행 기간

홈페이지
유입 극대화

MANPLUS

광고 KPI

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

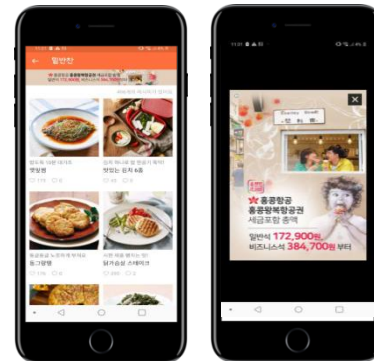
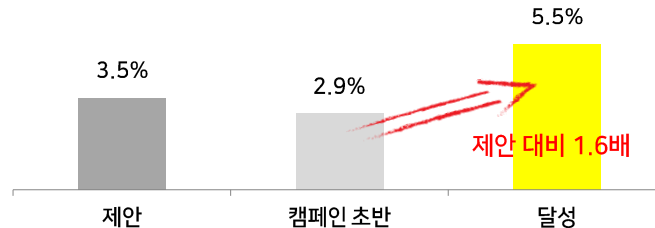
: 지속적인 모니터링으로 오디언스 반응률이 높은 미디어에 노출되도록 최적화

진성 유저 유입 유도

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

캠페인 집행 결과

전면 배너 - CTR 달성 현황



감사합니다

| 상품 및 제안문의 |

mobile_adv@cj.net