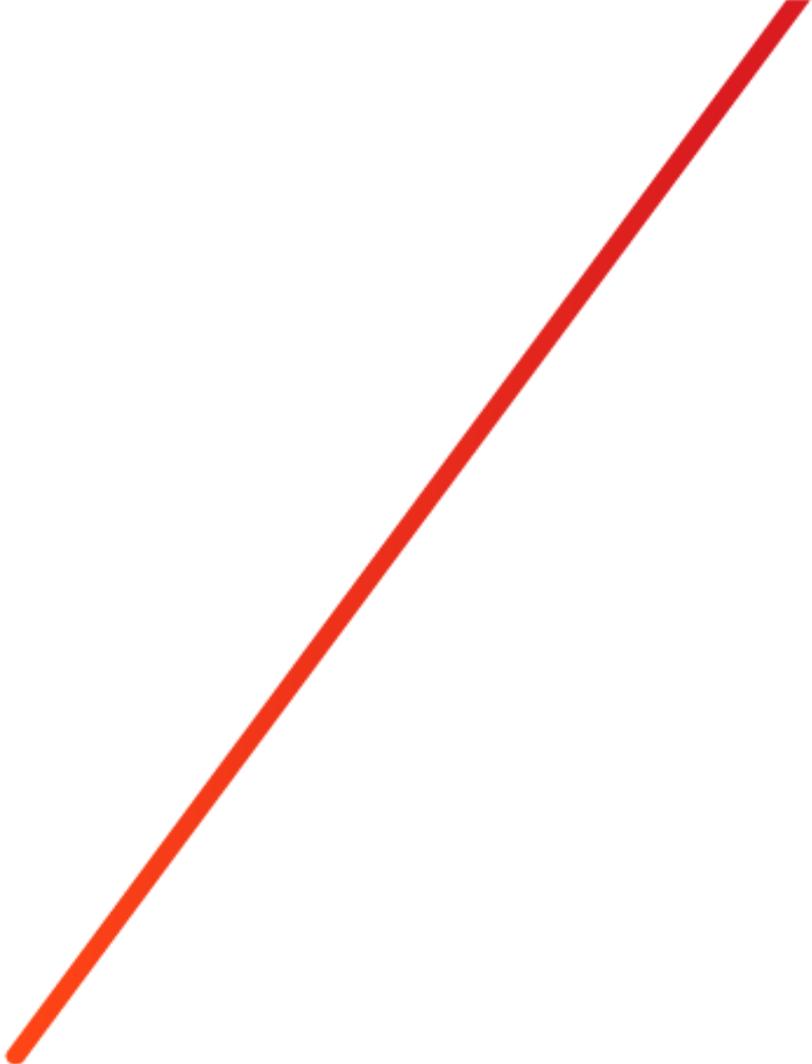


MAN<sup>+</sup>PLUS  
SIGNALPLAY :  
통합 상품 소개서 2023.1Q



# CONTENT

## 01 광고 플랫폼 소개

- MANPLUS & SIGNALPLAY

## 02 광고 플랫폼 별 상세 소개

- MANPLUS
- MANPLUS 전면동영상
- MANPLUS Native
- Samsung Native
- SIGNALPLAY
- BUMPERPLAY

## 03 광고 플랫폼 소개

## 04 Case Study

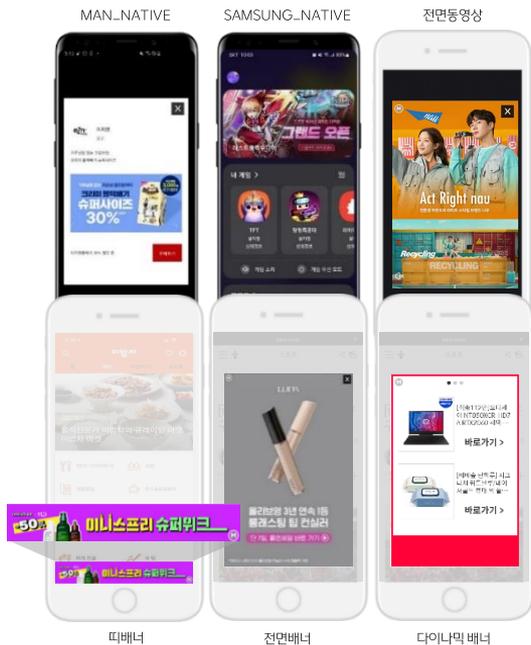
# 1

## 광고 플랫폼 소개

- MANPLUS & SIGNALPLAY

# MANPLUS

다양한 상품 라인업으로 **오디언스의 행동 패턴에 맞추어** **국내 모든 모바일 AD 네트워크**에 노출 가능한 배너 상품



## 광고 목적에 맞는 다양한 상품/패키지 라인업

<b>상품 라인업</b>	브랜딩과 퍼포먼스 모두 만족시킬 수 있는 <b>다양한 라인업</b> 을 통해 광고주의 니즈를 충족시키는 상품		
<b>띠배너 전면배너</b>	높은 커버리지 주목도 신규/잠재 고객 확보	<b>다이내믹 배너</b>	상품 노출 즉각적인 전환 확보
<b>다양한 패키지 상품</b>	업종에 맞는 상품과 타겟팅을 조합 할 수 있는 특화 패키지 운영 (뷰티, 게임 패키지 등)		
<b>높은 반응률</b>	오디언스 타겟팅을 통한 높은 반응률로 <b>높은 퍼포먼스 성과</b> 확보 가능		

**전면동영상 네이티브**  
메시지 전달  
지면 확장  
높은 CTR

## 세밀한 오디언스와 타겟팅으로 브랜딩~퍼포먼스 완벽 장악

<b>제한이 없는 오디언스 조합</b>	1억 건 이상의 DMP를 500개 이상의 구매/관심 카테고리 + AI 답러닝을 통한 2차 분류로 <b>조합에 제한이 없는 오디언스 구성</b> 가능		
<b>DATA-MAX</b>	<b>SKP DMP</b>	<b>TG360</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 각 DMP 간의 고유한 특징을 모두 활용한 오디언스 조합</li> <li>- 배너-영상 간의 모수 통합 사용이 가능한 <b>크로스 타겟팅</b></li> <li>- 웹-앱 모두 노출 가능</li> <li>- 브랜딩에서 퍼포먼스까지 달성 가능한 <b>맞춤 키워드 타겟팅</b></li> </ul>

# SIGNALPLAY

모든 디지털 디바이스와 **넓은 콘텐츠 커버리지**를 갖춘 **국내 No.1 동영상 상품**



## 다양한 콘텐츠와 디바이스 노출로 높은 CVTR을 도출할 수 있는 상품

- 콘텐츠** 900여개 매체에서 볼 수 있는 다양한 콘텐츠를 기반으로 주목도 있는 캠페인 운영 가능
- 디바이스 라인업** 두가지 이상의 디바이스를 동시에 사용하는 빈도수가 높아지고 있는 시기에 발맞추어 **최대 3가지 디바이스 선택 및 노출** 가능
- 높은 CVTR 효율** **높은 VTR 효율과 더불어 1% 이상의 높은 CTR 효율**을 유지할 수 있는 매체
- 다양한 패키지 상품** 넓은 커버리지 확보를 위하여 다양한 상품과의 패키지 상품 런칭 (CJ YOUTUBE, SMR 패키지 등) 업종에 맞는 상품과 타겟팅을 조합 할 수 있는 특화 패키지 운영 (뷰티 패키지, 게임 패키지 등)

## 세밀한 오디언스와 타겟팅으로 브랜딩~퍼포먼스 완벽 장악

- 제한이 없는 오디언스 조합** 1억 건 이상의 DMP를 500개 이상의 구매/관심 카테고리 + AI 딥러닝을 통한 2차 분류로 **조합에 제한이 없는 오디언스 구성** 가능

- 각 DMP 간의 고유한 특징을 모두 활용한 오디언스 조합
- 배너-영상 간의 모수 통합 사용이 가능한 **크로스 타겟팅**
- 웹-앱 모두 노출 가능
- 브랜딩에서 퍼포먼스까지 달성 가능한 **맞춤 키워드 타겟팅**

DATA-MAX

SKP DMP

TG360

## 2 **광고 플랫폼 별 상세 소개**

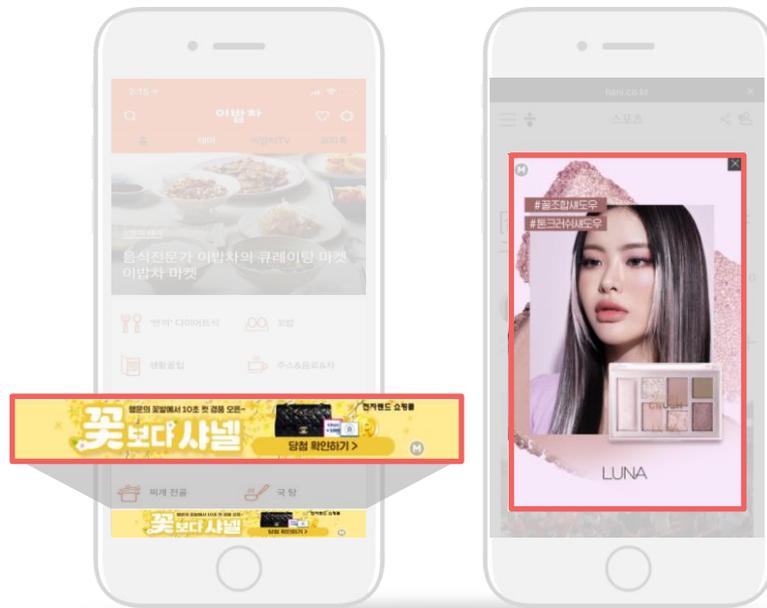
- MANPLUS
- MANPLUS Native
- Samsung Native
- SIGNALPLAY
- BUMPERPLAY

# MAN+PLUS

## 상품 소개

- 폭 넓은 영역 내 다양한 광고 형태로 노출 가능한 배너 상품
- 이미지를 통하여 정확한 의도 전달 및 임팩트 있는 노출 가능

구분	띠배너	전면배너
과금 방식	CPC	
스크린	Mobile	
<del>추천</del> 광고주	다양한 매체에 많은 노출을 원하는 광고주	높은 집중도로 브랜드 인지도/프로모션 참여 등의 독려를 원하는 광고주



띠배너

전면배너

# MAN+PLUS

## 전면동영상

## 상품 소개

- 전면배너 영역에 배너와 동영상을 동시에 노출하여 높은 주목도
- 전면배너 대비 높은 광고 효율

구분	전면동영상
과금 방식	CPM
스크린	Mobile
<del>추천</del> 광고주	높은 CTR로 브랜딩과 성과를 동시에 실현하길 원하는 광고주



전면동영상

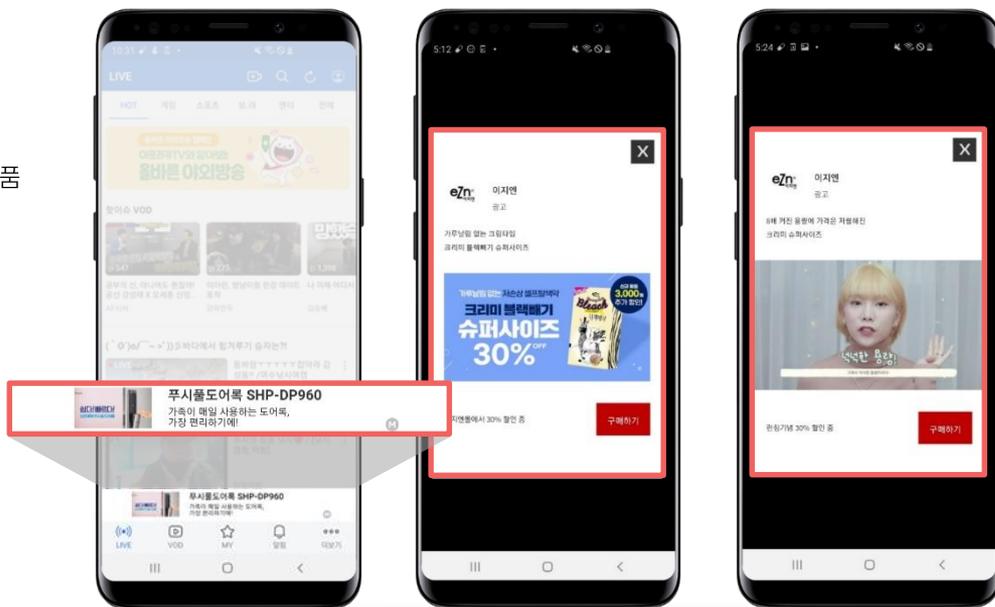
# MAN<sup>+</sup>PLUS

## Native

## 상품 소개

- 이미지/동영상 + 텍스트 노출로 보다 많은 메시지 전달이 가능한 배너 상품
- 콘텐츠 형식으로 텍스트와 함께 노출하여, 광고에 대한 거부감을 낮출 수 있는 상품

구분	띠배너	전면이미지	전면동영상
과금 방식		CPC	
스크린		Mobile	
<del>추천</del> 광고주	많은 광고로 인해 피로감을 느끼는 유저들에게 자연스러운 광고 노출로 높은 효율을 원하는 광고주		



띠배너

전면이미지

동영상

# MAN<sup>+</sup>PLUS

## Samsung Native

### 상품 소개

- CPM 과금으로 기존 삼성 CPP 구좌보다 낮은 집행 장벽
- 3,500만 오디언스 기반으로 삼성 게임런처 APP에 노출하여, 광고주 코어 타겟 접점 확보 가능

구분	Game Launcher
과금 방식	비딩 CPM
스크린	Android
<del>추천</del> 광고주	구좌제 상품이 부담스러운 중소형 게임 광고주 및 오디언스 타겟팅을 희망하는 게임 광고주
비고	Only 게임 광고주



 Game Launcher

# SIGNALPLAY

## 상품 소개

- 프리미엄 매체들을 통한 Viewable 높은 노출이 가능한 동영상 상품
- +5초를 보장해주는 합리적 CPM+ 과금 체계

'+5초 보장'

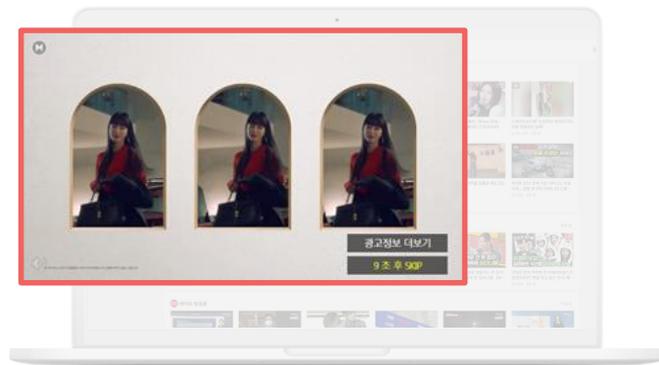
- 이탈자 및 오 클릭 발생 방지



구분	기본 (15초~120초)
과금 방식	CPM+ (5초 이후 과금)
스크린	PC / Mobile
<del>추천</del> 광고주	15초 이상으로 충분한 메시지 전달이 가능하며, 브랜드 및 퍼포먼스 강화가 목적인 광고주



Mobile



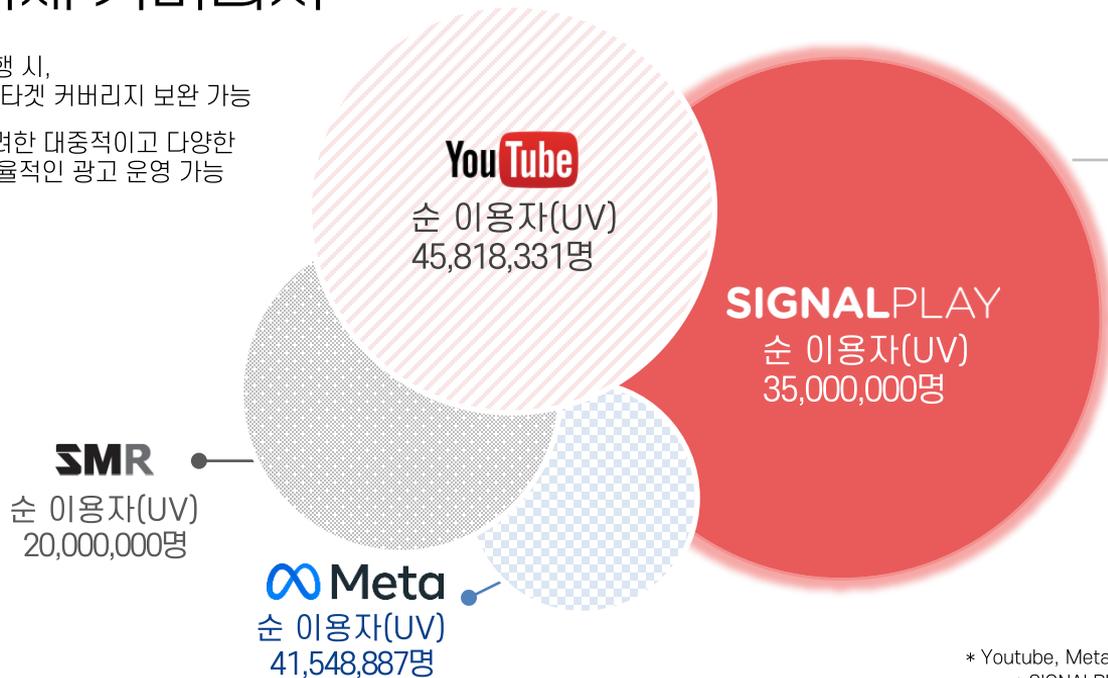
PC

\* NCPI 상품은 별도 문의

# SIGNALPLAY

## 폭 넓은 매체 커버리지

- 주요 매체와 동시 집행 시, 추가 Reach 확보 및 타겟 커버리지 보완 가능
- Brand Safety를 고려한 대중적이고 다양한 매체 동시 노출로 효율적인 광고 운영 가능



대중적이고 다양한 매체로  
추가UV 확보



\* Youtube, Meta Data : 코리아 클릭 PC/Mobile 통합 기준 (2023.01)

\* SIGNALPLAY Data : 제휴 매체 활동 타겟 오디언스 (2023.01)

# BUMPERPLAY

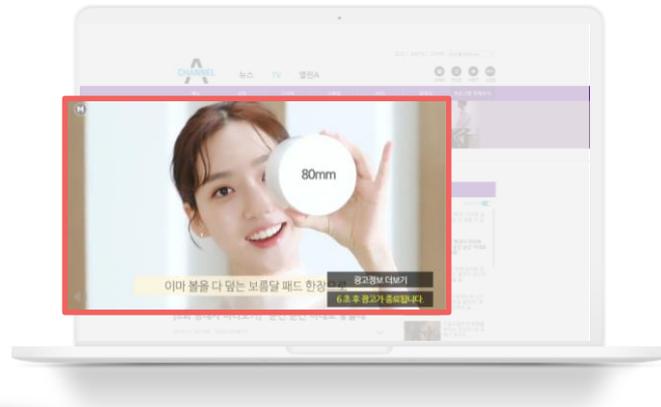
## 상품 소개

- Non-skip 버튼으로 6초 시청을 통한 짧고 임팩트 있는 광고
- 광고 거부감을 최소화한 높은 메시지 전달력

구분	범퍼플레이 (6초 이하)
과금 방식	CPM
스크린	PC / Mobile
<del>추천</del> 광고주	짧은 광고 영상으로 명확한 메시지를 전달하여 브랜드 인지도를 높이고 싶은 광고주



Mobile



PC

\* NCPI 상품은 별도 문의

# 3 — 광고 플랫폼 특징



# 타겟 도달률을 높이는 매체력

폭 넓은 매체 커버리지로 핵심 타겟에게 광고 메시지를 전달 가능

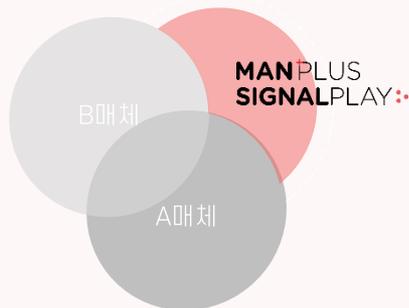
## 확실한 Brand Safety

부적절한 노출 지면 없이  
퀄리티 높은 +13,000개 이상  
대중적인 제휴 매체 보유



## 타겟 커버리지 보완

주요 매체와 동시 집행 시 중복되지  
않는 추가 오디언스에 노출하여  
타겟 커버리지 보완 가능



## MZ세대 프리미엄 타겟팅

소비 트렌드를 주도하는  
2040 MZ세대의 이용 비중이 높은 TVING TV  
유저에 노출하며 타겟 도달률 확장



\* CJ E&M 콘텐츠 단독 노출 상품 보유



\* TMNGTV 내부 자료 기준

# 타겟팅 리스트

기본 타겟팅부터 고도화된 타겟팅까지 **할증 없이 제공하여 광고주 목표 실현 가능**



## 기본 타겟팅

- 시간, 요일, OS, OS버전, 통신사, 디바이스, 데이터 타입, 제조사, 단말기, 프리퀀시



## APP 타겟팅

- 사용자 디바이스 내 특정 App 설치 유무에 따라 광고 노출 가능 타겟팅



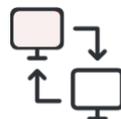
## 오디언스 타겟팅

- 3rd-party DMP(Data MAX/SK planet Data, TG360) 활용
- MANPLUS, SIGNALPLAY 광고 반응유저 분석
- 원하는 유저 그룹을 광고 제외하는 디타겟팅 가능



## 크로스타겟팅

- MANPLUS/SIGNALPLAY 확보 모수 교차 사용 가능한 타겟팅



## 리타겟팅

- 스크립트를 통해 수집된 자사의 진성 유저를 대상으로 광고 노출 가능 타겟팅

## 국내 최다 DMP 활용

내부(MANPLUS & SIGNALPLAY & CJ) + SK 플래닛 + TG360 DMP를 활용하여 복합적인 타겟 세그먼트 생성 가능



캠페인  
타겟 오디언스  
생성

### 내부 DMP

- 3rd-party DMP(Data MAX) 보유
- MANPLUS, SIGNALPLAY 광고 반응유저 데이터 포함
- 뷰티, 커머스, 식음료 커버 가능한 고관여 데이터 보유

### SKP DMP

- SK 그룹사 DATA 활용
- 오픈마켓, 멤버십, 포털, 네비게이션, 포인트 등 다양한 서비스를 통한 오디언스 활용

### TG360 DMP

- 온/오프라인 비식별 외부 데이터를 기반으로 한 1억개 이상의 ADID를 보유
- 각 카테고리별 방문유저, 금융, 커머스 기반의 데이터 및 결제 오디언스 활용

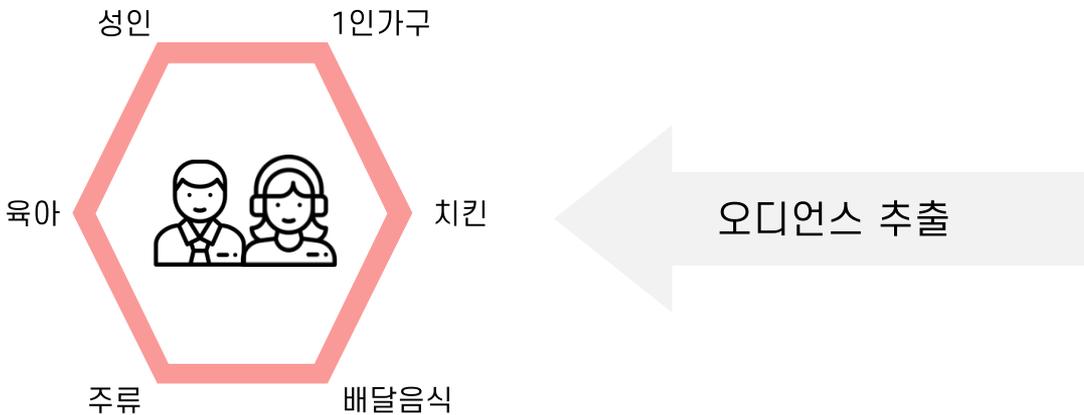
# 타겟팅 리스트 오디언스 타겟팅

MANPLUS/SIGNALPLAY/SKP/TG360 데이터를 통합 추출하여  
목표에 가까운 오디언스를 타겟팅

“집에서 혼술하는 오디언스를 중심으로

치킨+맥주(치맥) 구매 활성화를 위한 타겟팅 제안 부탁드립니다.”

→ 다양한 오디언스를 조합한 맞춤 타겟 설정



### DMP 오디언스

 페르소나	나혼산족	혼술족
	배달음식족	호강스족
	해외투어족	...
 검색어	맥주, 캔맥주, 무알콜맥주, 테라맥주, 카스맥주, 타이커맥주, 세계맥주, 치킨	
	가구	식음료
 관심사	쇼핑앱설치	냉동식품
	주류	냉장식품
 구매 잠재고객	화장품/뷰티케어	...

# 타겟팅 리스트 크로스타겟팅

MANPLUS/SIGNALPLAY 확보 모수 교차 사용 가능한 타겟팅

“타겟 유저에게 최대한 광고 노출하여 진행하고 싶어요”

→ MANPLUS/SIGNALPLAY 집행 캠페인 클릭 유저 타겟팅 설정

## 타겟팅 강점

- ✓ 반응 모수 공유를 통해 타겟에게 확실한 광고 각인 효과
- ✓ 반응 유저에게 재 노출되어 클릭 효율 증진

## 추천 광고주 예시

- ✓ MANPLUS만 진행하고 있는 광고주  
→ 동종 업종 경쟁사의 동영상 반응 유저도 함께 타겟팅 가능
- ✓ 배너 집행 시 반응 유저를 동영상 집행 시 사용하고 싶은 광고주  
→ 배너/동영상 관계없이 모수 공유하며 타겟팅 가능



# 타겟팅 리스트 리타겟팅

MANPLUS / SIGNALPLAY 스크립트를 통해 수집된  
자사의 진성 유저를 대상으로 광고 노출 가능한 타겟팅

쇼핑몰 광고주 “자사 페이지에 방문한 유저에게 보여주고 싶어요”

→ 스크립트 삽입하여 기간 내 축적한 모수 타겟팅 설정

## 타겟팅 장점

- ✓ 광고주 페이지 방문자에게 광고를 노출시켜 재방문 및 전환 유도
- ✓ 페이지 별 각각 모수 수집이 가능하여, 구체적인 유저 타겟팅 가능

## 추천 광고주 예시

- ✓ 웹 내 회원가입, 이벤트 참여 등의 목적 광고주  
→ 페이지 방문 이력이 있는 관심 유저에게만 타겟팅하여 효율 상승 가능
- ✓ 자사몰 등 웹 내 구매 유도 목적 광고주  
→ 진성 유저에게 광고를 재노출 하여 구매 증대 가능



# 국내외 대표적인 3rd Party Tracker 연동 제휴

광고 지표 분석 및 다년간의 캠페인 노하우를 통한  
인사이트 도출로 캠페인 최적화 진행

“앱 설치 유도 및 앱 내 유저 활동으로 전환실적을 늘리고 싶어요”

→ 3rd Party Tracker 연동하여 유저 활동확인 후 최적화 진행

## 운영 강점

- ✓ 다년간의 캠페인 운영 노하우를 통한 인사이트 도출
- ✓ 유저 활동 경향을 파악하고, 그에 따른 인사이트 제공/적용 가능

## 추천 광고주 예시

- ✓ 앱 내 회원가입, 이벤트 참여 등의 목적 광고주  
→ 페이지 방문 이력이 있는 관심 유저에게만 타겟팅하여 효율 상승 가능
- ✓ 앱 내 구매 유도 목적 광고주  
→ 진성 유저에게 광고를 재노출 하여 구매 증대 가능

# MANPLUS SIGNALPLAY

유저 Action &  
운영 데이터 전달



인사이트 도출 &  
캠페인 최적화



\* 그 외, 신규 트래커 연동 문의 부탁드립니다

# 자사만의 단계별 퍼포먼스 최적화 시스템

세일즈부터 데이터까지, 전문 파트 별 전담 조직 보유



- 캠페인 예산, 소재, 일정 등 기본 정보 확인
- 캠페인 KPI에 따른 최적화 설계
- 캠페인 라이브 후, 트래킹 솔루션으로 수집되는 Data 분석
- 매체 최적화 등을 통해 고효율 관리
- 매체, 타겟 카테고리 확장으로 효율 및 노출 극대화

# 광고주 리스트

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

## 뷰티

CLINIQUE

BOBBI BROWN

TOM FORD

ESTÉE LAUDER

ORIGINS  
Powered by Nature. Proven by Science.

innisfree

## 금융

DB손해보험

SAMSUNG pay

한국투자증권

Hyundai Card

한화생명

현대해상

## 식음료

CJ 제일제당

농협

롯데칠성음료

Goobne  
No.1 Oven-Roasted Chicken

HITEJINRO

maeil

## 게임

Google

NEXON

M  
MACHINEZONE

WEBZEN

NC SOFT

netmarble

## 유통

CJ 오쇼핑

위메프

11번가

ebay

홈&쇼핑

L.F mall

## 교육

청솔학원

고려사이버대학교  
THE CYBER UNIVERSITY OF KOREA

megastudy

ETOOS

PAGODA

NE  
네비어

## 서비스

JOBKOREA

kakao

하나투어

인터파크 투어

KOREAN AIR

JEJUair

# 4 <sup>—</sup>Case Study



# Case Study 01.

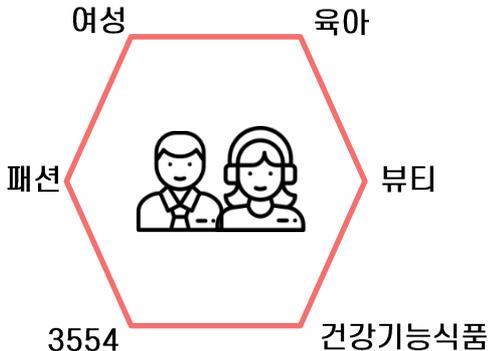


건강기능식품 업종 A광고주

KPI : 브랜딩  
 집행 : 2022년 5월~6월  
 상품 : MANPLUS 피+전면

## 광고주 타겟

“3554여성을 기준으로 뷰티/육아 관심 오디언스와  
 구매 유도를 위해 건강기능식품 반응 오디언스 타겟팅 제안 바랍니다.”



## 타겟팅 정보



✓ 뷰티 육아 건강기능식품에 맞는 DMP 맞춤 타겟 제안

인구통계 - 3554여성

구매/ 관심사 기반 - 건강기능식품, 뷰티/육아 관심 오디언스

관심사(광고기반 추정) > 헬스 & 뷰티 (H&B) > 뷰티  
 광고기반 > 업종 카테고리 > 화장품 및 보건의약품 > 여성 색조 화장품, 여성 기초 화장품  
 쇼핑 > 검색/조회/장바구니상품 (90일) > 쇼핑 검색어 (뷰티)  
 보유앱 > 뷰티/패션 > 뷰티 관련 앱  
 목적지 > 목적지 (업종) > 뷰티/미용 > 뷰티용품매장  
 업종 카테고리 > 패션 > 유아 및 아동복 관심사\_90일  
 보유앱 > 임신/출산/육아 > 임신/출산/육아 관련 앱  
 목적지 > 목적지 (업종) > 교육/학습 > 유아교육기관  
 쇼핑 > 장바구니 상품 (90일) > 교육/학습 > 어린이/유아교육  
 쇼핑 > 장바구니조회 상품 (90일) > 출산/유아용품 > 유아용품  
 목적지 > 목적지 (업종) > 건강/의료 > 건강관리시설 전문클리닉, 병원의원  
 세그먼트 플러스+ > 관심사/취미 > 식품 > 건강식품 관심사\_90일  
 쇼핑 > 장바구니검색조회 > 건강식품  
 관심구매 > 온오프라인 > 비타민, 건강식품



✓ MANPLUS & SIGNALPLAY 동종업종 캠페인 반응자 리타겟팅

-> 기집행 캠페인 반응 유저 리타겟팅

독십자, 비바시티, 바이오유산균, 헬레나, 독십자프로비언스  
 LX하우시스(안심매트 한정), 리틀팍스, 하기사, 홍이장군, 배베쿡, 엘빈즈(이유식) 등  
 메디힐, 메디콜, 리얼베리어, 웰라주, 아이소이, 유세린, 달바, 토니모리, 시세이도, 센카 등

# Case Study 01.

## A광고주 결과 리포트

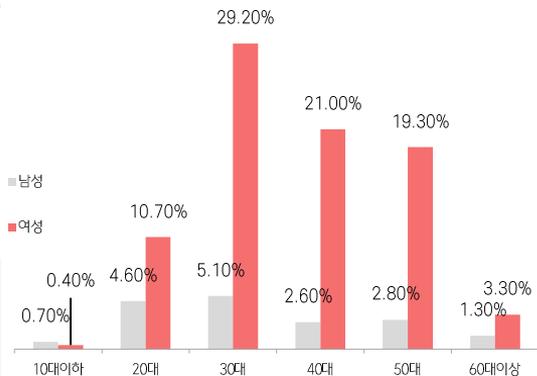


15.3%

83.9%

### ▶ 캠페인 클릭 데모 데이터

: 3040 여성 클릭률이 가장 높게 나타남



• 광고 반응 업종

: 캠페인 광고 클릭자가 주로 반응한 타 관심 캠페인

### ▶ 캠페인 클릭 오디언스의 실제 관심 업종

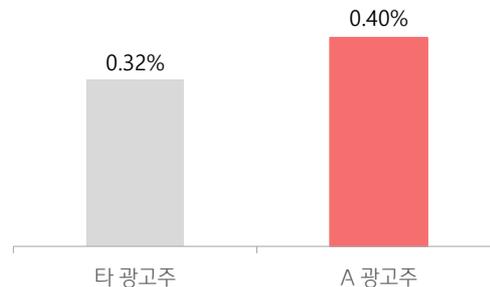
: 주로 서비스, 건강식품, 화장품및보건용품 광고에 반응

-> 추후 캠페인에서 UV 확보 및 해당 카테고리 오디언스로 타겟팅 확장 가능

## A광고주 집행 데이터

캠페인 제안 믹스	CTR	A광고주 집행 결과
0.25%	띠배너	0.20%
3.50%	전면배너	7.76%

동종 업종 캠페인 대비  
높은 CTR로 최적화운영



# Case Study 02.



## 숙박 예약 업종 B광고주

KPI : 브랜딩

집행 : 2022년 5월~6월

상품 : SIGNALPLAY (MO+PC)

### 광고주 타겟

“2039남녀를 타겟으로

숙박 예약 가능성이 높은 오디언스로 구성 부탁드립니다.”



### 타겟팅 정보



DMP타겟팅

- ✓ 광고주 설정 타겟에 도달하기 위한 카테고리 설정과 여행/숙박 관심 오디언스 구성하여 노출

인구통계

- 2039남녀

구매/ 관심사 기반

- 국내 여행 위주 관심 오디언스

커뮤니티 > 여행

관심사/취미 > 여행 관심자(90일)

목적지 > 여행/관광 > 여행사 / 숙박

쇼핑 > 장바구니/조회상품 > 여행 > 여행용품/국내여행상품/신혼여행/해외 여행, 숙박

멤버십 사용자 > 숙박 > 숙박예약

보유앱 > 여행 > 여행 관련 앱

레저/취미스타일 > 국내 여행 > 제주여행족

레저/취미스타일 > 리조트 친화족/호텔 친화족

위치/지역 > 방문시설 > 콘도/리조트/호텔

관심상품 > 조회상품 > 제주여행

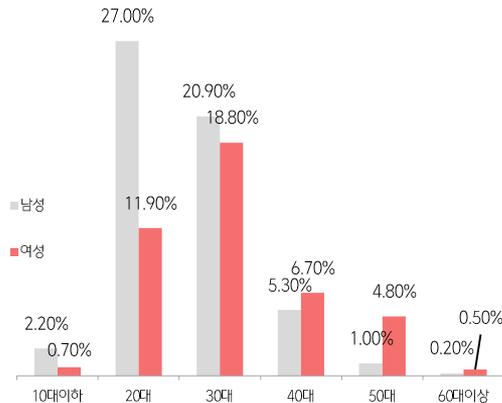
## B광고주 결과 리포트



56.6%

43.4%

- ▶ 캠페인 시청 데모 데이터  
: 2030대 비중이 가장 높고,  
비교적 여성보다 남성 비중이 높게 나타남.



- 광고 반응 업종
- 캠페인 광고 시청자가 주로 반응한 타 관심 캠페인

- ▶ 캠페인 시청 오디언스의 실제 관심 업종

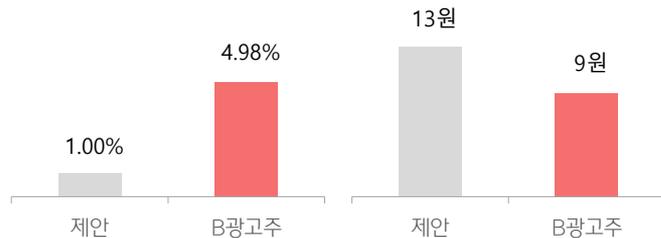
: 주로 음식맛속박, 두피및피부용제, 알콜음료 광고에 반응  
-> 추후 캠페인에서 UV 확보 및 오디언스 확장을 위해 여행 뿐만 아니라 해당 카테고리 오디언스로 타겟팅 확장 가능

## B광고주 집행 데이터

제안 믹스	캠페인	B광고주 집행 결과
1.00%	CTR	4.98%
70.00%	VTR	71.26%
13	CPVC	9

제안 대비  
CTR 약1.4배 기록

제안 대비  
저렴한 CPVC 기록



# 감사합니다

| 상품 및 제안문의 |  
mobile\_adv@cj.net