

Chasing, Shaking, Locking

# Targeting Gates





01. Wider Planet & TargetingGates

02. TargetingGates 타겟팅 기법

03. 고급옵션

04. 업종별 전략 및 사례

05. 매체 네트워크



## 01\_국내 No.1 타겟팅 컴퍼니 DSP/DMP사

“빅데이터 분석(DMP)” 기반의 타겟광고(DSP) 플랫폼을 다루는 타겟팅 컴퍼니



## 02\_100명+의 전문화된 와이드플래닛 인력

DSP, DMP, Big Data 핵심 Developer 보유



## 03\_광고주 목적에 맞춘 5가지 타겟팅 기법 활용

가장 세밀하고 가장 광범위한 유저 태깅 가능



## 04\_국내 최대규모 매체 커버리지, 글로벌 네트워크 연동

국내 최상위 언론사/웹/커뮤니티 매체 Premium 영역 최다 보유  
GDN, Baidu ADX, Alibaba TANK, Tencent, Yahoo Japan 외 다수



# TargetingGates 타겟팅 기법



ROAS / 매출증대

타겟팅게이츠 광고를 통해  
광고주 사이트에서 신규매출 및 재구매를  
증대시켜 전체 매출증대를 목표로 함



브랜드 홍보

타겟팅게이츠 광고를 통해  
브랜드를 노출시켜 인지도를 상승하며  
카테고리 관심 유저를 타겟으로 홈페이지 유입을 증대함

CPA / DB

타겟팅게이츠 광고를 통해  
회원가입, 상담신청 등  
유저의 액션을 유도하여 광고비 대비 전환단가를 낮춤

## [ 다양한 템플릿 활용 ]

다양한 형태의 소재로 광고주의 타겟에게 메시지를 전달

### 고정 배너



일반적인 Display AD 배너형태로 노출

할인을 또는 인기상품 노출

### 다이나믹 배너



상품 이미지와 상품 정보  
(가격, 상품명) 노출

애니메이션이 가미된  
다양한 상품 썸네일이 조합

### 네이티브 템플릿

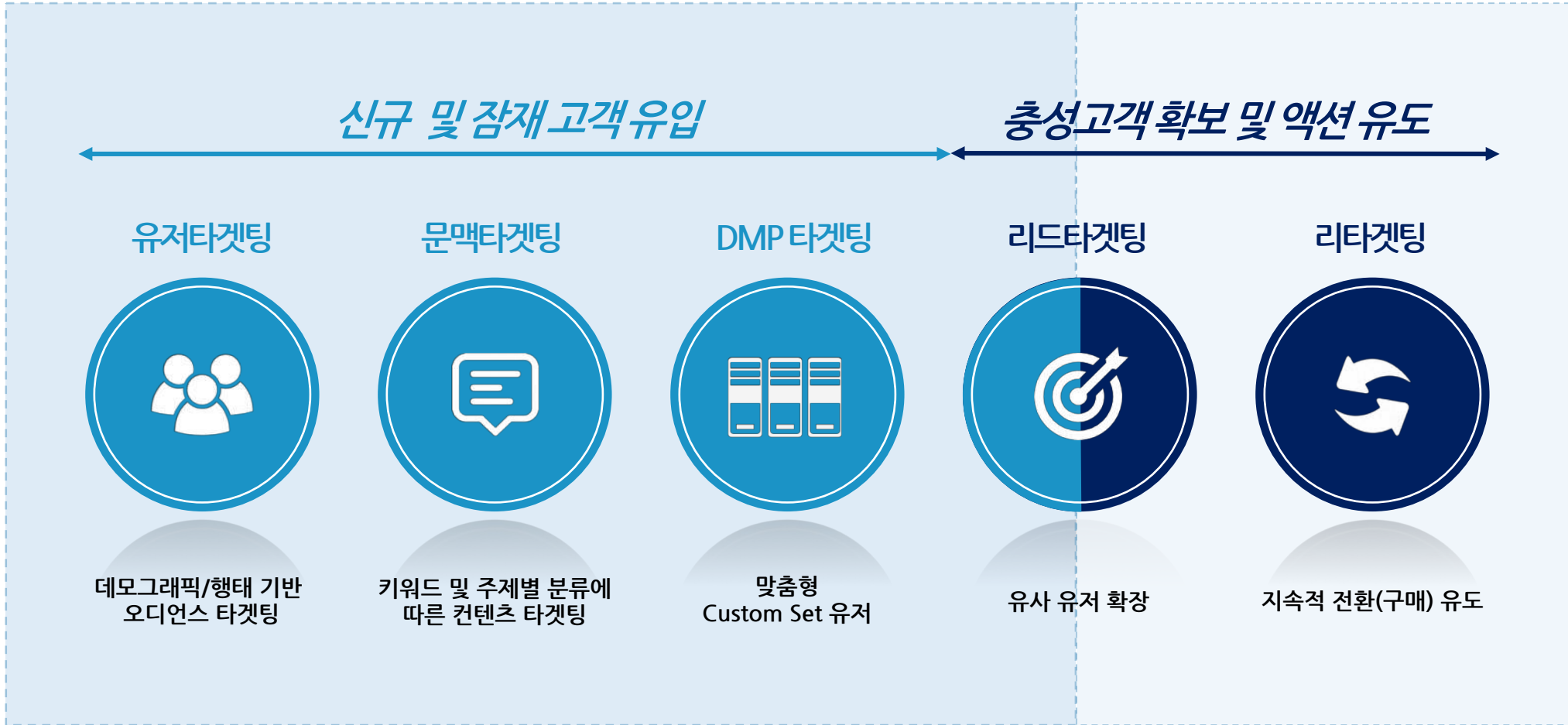


상품 이미지와 텍스트  
결합 형태로 노출

거부감 없는 브랜딩 가능

### [ 광고주 KPI별 타겟팅 상품 소개 ]

- 유저타겟팅/ 문맥타겟팅/ 리타겟팅/ 리드타겟팅/ DMP타겟팅으로 구성
- 광고주의 마케팅 목표 달성을 위한 다양한 타겟팅 상품 보유





신규 / 잠재고객 유입 for 브랜딩, 프로모션

## 유저타겟팅 : 관심사별로 분류된 사용자 그룹을 선택하여 광고노출

- 일간 250TB 이상의 빅데이터를 기반으로 유저의 관심사를 파악(총 241개 관심 카테고리)
- 유저가 TG 제휴매체를 방문 시, 해당 유저가 관심을 가질 만한 광고를 노출하는 방식으로 핵심고객과 잠재고객 확보

### 1 개인 비식별 ID로 유저 행태분석

- 1) 유저 검색 행태 분석
- 2) 방문사이트(URL) 분석
- 3) 뉴스 기사 (지면)분석
- 4) 이미지/광고 반응률 분석

### 2 유저 관심사에 따라 카테고리별 그룹핑



### 3 TG 네트워크 방문 시, 타겟팅 된 사용자에 대해 광고노출





신규/잠재고객 유입 for 브랜딩, 프로모션



문맥타겟팅 : 캠페인 목적에 맞는 주제, 키워드를 포함한 콘텐츠에 광고노출

- 주제 타겟팅: 광고주가 선택한 주제와 사이트 콘텐츠가 매칭될 경우 광고를 노출
- 키워드 타겟팅: 광고주가 등록한 키워드와 사이트 콘텐츠가 매칭될 경우 광고를 노출

1 특정한 키워드/주제가 포함되어 있는  
지면에 광고를 노출하고자 하는 광고주  
→ 주제 선택 키워드 등록

2 지면의 콘텐츠 분석을 통한  
의미 있는 핵심 키워드/문서의 주제 분류

3 TG 네트워크 방문 시,  
타겟팅 된 사용자에게 대해 광고노출

IT	생활/문화	경제	Keyword 1
미디어/매체	엔터테인먼트	사회	Keyword 2
스포츠	여행/레저	정치/행정	Keyword 3
커뮤니티	과학	성인	Keyword 4
안드로이드 앱/게임	IOS 앱/게임		Keyword 5







신규/잠재고객 유입 for 브랜딩, 프로모션



DMP타겟팅 : 온라인 행동패턴 및 오프라인 결제 행위를 분석하여 코어 타겟에 광고 노출

- Wider Planet 데이터(Web/App) + 제휴 데이터 분석을 통한 고효율 유저 추출 >> 유저 성향분석을 통한 오디언스 매칭
- 고효율 유저에게 광고 노출 및 향후 캠페인 집행을 위한 결과데이터 분석

 인구 통계 정보	 금융사 결제 이력	 앱 설치/보유 디바이스	 검색/사이트 방문데이터
유저의 성별 및 연령	특정 업종에 n개월 이내 결제한 유저 포함	특정 앱을 설치한 이력이 있는 유저	특정 키워드 최근 검색유저
유저의 직업군	특정 업종에 n개월 이내 결제한 유저 제외	특정 모델의 device보유 유저	특정 웹사이트 최근 방문유저
유저의 소득수준	특정 업종에서 주기적으로 결제하는 유저	특정 OS 사용 유저	특정 키워드 검색유저의 인구통계정보
유저의 거주지	결제 이력 기반의 맞춤형 유저 라이프스타일	특정 통신사 사용중인 유저	특정 키워드 검색유저의 방문 웹사이트
유저의 근무지(구단위)			특정 업종의 광고를 클릭하거나, 전환을 일으켰던 유저



# [ DMP Segment 도출 전략 예시 ]

Core Target 확보를 위해 실 진행시 활용되는 Custom Set 시나리오 작성

## [ 인터넷 상품 광고주 DMP 시나리오 ]

### Audience 1.

#### 인터넷 상품 가입유저 타겟

특정 통신사 가입유저  
특정 통신사 미가입유저

### Audience 2.

#### 인터넷 최근 수요예상 타겟

인터넷 상품 관련 키워드 검색  
인터넷 상품 관련 사이트 방문

### Audience 3.

#### 결혼예정자 타겟

예식장 / 3개월에서 6개월 전 검색  
스튜디오, 드레스, 메이크업, 혼수, 결혼상담 결제 / 최근  
결혼 준비 관련 키워드 검색, 관련 사이트 방문

### Audience 4.

#### 이사 잠재 타겟

부동산중개 결제 / 최근  
열쇠, 수리, 페인트, 인테리어, 가전 결제 / 2년 전  
이사 관련 키워드 검색, 이사 관련 사이트 방문

## [ 영어 교육 광고주 DMP 시나리오 ]

### PC, Mobile Web

#### 어학 학원 광고에 반응한

TG 내 어학 광고주 광고 클릭 AND/OR  
회원가입, 구매 등 액션을 취한 유저

### Finance Data

#### 일반 전문학원에 결제한 이력이 있는

오프라인 학원에 결제한  
학원의 온라인 사이트에서 결제한  
/ 2017년 or 2018년 초

### App Data

#### 영어 회화 관련 앱을 설치한

"아나두", "Cambly" 등  
관련 앱 설치 유저

### Search Data

"회화", "영어회화" 등  
관련 키워드를 검색한  
"회화", "영어스피킹" 등  
관련 키워드 검색 유저

## [ 여행 광고주 DMP 시나리오 ]

### PC, Mobile web

#### 여행 관련 기사와 페이지를 최근 자주 보는

Device: PC, MO  
OS : Windows, Mac, AOS, IOS  
여행 관련 페이지, 뉴스/블로그 소비

### Finance Data

#### 휴가 시즌마다 항공권/여행사에 결제한

2~5월 (여름휴가), 8~11월 (겨울휴가) 사이  
항공권/여행사 주기적 결제  
2017년 내 연세점 결제

### Application

#### 여행 관련 앱을 설치한

B사, S사 등  
여행 관련 앱 설치 유저

### Search Data

#### 최근 1개월 동안 '최저가항공'을 검색한

'최저가 항공', '방공 항공권' 등  
관련 키워드 검색 유저

\*최소 집행 금액 별도 문의



충성 가망고객 확보 for 재방문, 프로모션

## 리드타겟팅 : 광고주 사이트를 방문했던 고객과 유사한 유저에게 광고노출

- 광고주 사이트의 충성고객을 분석해, 유사한 사용자를 타겟팅하는 기법
- ▶와이더플래닛만의 머신러닝 알고리즘으로 충성고객과 가장 유사한 신규 가망고객을 타겟팅 함

1 광고주 사이트에 방문한 유저 분석  
(인터넷 사용이력, 인구통계, 광고반응 등)



2 머신머닝 플랫폼을 통해 User modeling,  
리드타겟팅(가망고객) 타겟 매칭



3 매칭된 사용자가 매체 지면에 방문 시,  
광고주의 광고노출





충성 고객 확보 for 구매전환, 재방문

## 리타겟팅 : 광고주 사이트를 방문했던 고객에게 광고노출

- 광고주 사이트를 방문했던 고객들을 대상으로 리타겟팅 광고 진행
  - ▶고객의 재방문과 관심고객의 빠른 구매전환을 유도
- 유저의 사이트 이용행태별 캠페인 전략 설정 가능(예: 홈, 상품보기, 장바구니 등)
  - 구매(전환)확률, 아이템 카테고리별 CPC의 차등 적용 가능

- 1 사용자가 광고주 사이트에 방문  
Or 상품클릭 등
- 2 제휴매체 방문 시, 광고주의 광고노출  
(고정배너노출 or 상품배너노출)
- 3 사용자를 광고주 사이트로 유입하여,  
구매전환유도

IT	생활/문화	경제	Keyword 1
미디어/매체	엔터테인먼트	사회	Keyword 2
스포츠	여행/레저	정치/행정	Keyword 3
커뮤니티	과학	성인	Keyword 4
안드로이드 앱/게임	IOS앱/게임		Keyword 5





# 고급 옵션

● 신규 /잠재고객 유입 for 브랜딩, 프로모션 고급 옵션: 1) 시간타겟팅/일예산 조정

- 모든요일및모든시간
- 요일및시간설정

요일설정	월	화	수	목	금	토	일
시간설정							
오전 00:00~00:59							
오전 01:00~01:59							
오전 02:00~02:59							
오전 03:00~03:59							
...							
오후 20:00~20:59							
오후 21:00~21:59							
오후 22:00~22:59							
오후 23:00~23:59							

시간타겟팅 통계

연계 캠페인: [선택] 2016.08.19 [날짜지정] [확인]

시간	노출(수)	클릭(수)	CTR(%)	광고비(W)	CPC/CPM(W)	ECPM(W)
전체	1,234,532	1,284	0.10	256,800	200	
00:00~00:59	83,619	65	0.08	13,000	200	
01:00~01:59	45,752	62	0.09	12,400	200	
02:00~02:59	40,238	23	0.06	6,600	200	
03:00~03:59	22,661	18	0.07	3,600	200	
04:00~04:59	18,245	7	0.04	3,000	200	
05:00~05:59	11,476		0.09	2,000	200	
06:00~06:59	15,678		0.15	2,600	200	

일예산 적용 [00]

일예산을요일별로 적용 [00]

월요일	[00]
화요일	[00]
수요일	[00]
목요일	[00]
금요일	[00]
토요일	[00]
일요일	[00]

**시간타겟팅 옵션**

Ex 1 > 모의고사 종료 시간 이후,  
 Ex 2 > 타임보드를 통한 대량 유입 직후 시간대  
 Ex 3 > 이탈율이 높은 시간대 OFF  
 Ex 4 > 주말 예산 증액

● 신규 /잠재고객 유입 for 브랜딩, 프로모션 고급 옵션: 2) 인구통계 & 지역타겟팅 옵션

와이더플래닛이 보유한 DMP 오디언스 프로파일을 바탕으로  
성별/연령/소득수준에 기반한 타겟팅이 가능



Ex 1) 임부복 쇼핑몰의 경우, 여성 27~44세 유저에게 유저타겟팅 캠페인 운영  
Ex 2) 고소득자를 타겟으로 할 경우, 1억원 이상 유저에게 유저타겟팅 캠페인 운영

유저도달률 95%의  
도달 가능 타겟 데모그래픽 유저 43,000,000 +

기존 타겟팅과 엔드조건(&)으로 적용,  
유저타겟팅에 적합하며 카테고리를 너무 좁게 설정하는 것은 지양함

성 별

남성  여성

연 령

18세 이하  19세~26세  27세~34세  35세~44세  45세 이상

소 득 수 준

2천만원 미만  2천만원~3천만원  3천만원~4천만원  4천만원~5천만원  
 5천만원~7천만원  7천만원~1억원  1억원 이상

지역타겟팅

서울특별시 ▼

- 서울특별시
  - 서울특별시 강남구
  - 서울특별시 서초구
  - 서울특별시 마포구
  - 서울특별시 송파구

e.g) 지역 입시설명회, 모의고사 캠페인에 '지역타겟팅'  
활용

- 대한민국 시/구 단위 설정가능
- PC는 IP 기반 / 모바일은 Wi-Fi 기반



- **충성 고객 확보 for 구매전환, 재방문: 1) 고객의 행동패턴**  
단순 반복 노출이 아닌, 자체 기술 “고객구매패턴 최적화 엔진”을 통한 데이터 기반의 타겟팅

## 고객의 사이트 이용행태 (사이트 이용행태/방문/장바구니/구매이력 등)

고객의 최근 방문일 (3일, 7일, 15일, 30일 등)



## 고객 행동패턴 (사이트 이용행태/방문/장바구니/구매이력 등)



- Ex 1) 최근 7일 방문자 중 장바구니 담은 유저 별도 타겟팅하여 '구매 이벤트' 배너 노출  
Ex 2) 최근 30일 방문자 중 '구매' 유저를 제외하여 리타겟팅 캠페인 운영

하나의 캠페인에 1개 이상 설정할 경우, 노출 가능한  
모수 감소의 우려가 있어 캠페인별 1개 옵션 적용을 권장

### TG 내 옵션 선택 가이드

고급  
옵션  
선택

➡➡

고객의  
사이트  
이용행태

포함  제외

그리고

선택한 광고주 :

리타겟팅 목록 제공 광고주 :

최근  안에  전체선택 (  홈  상품보기  장바구니  구매  로그인 한 사용자  회원가입 )

\* 해당 기능은 TG 태그 스크립트가 삽입된 광고주만 사용 가능합니다.

---

포함  제외

그리고

선택한 광고주 :

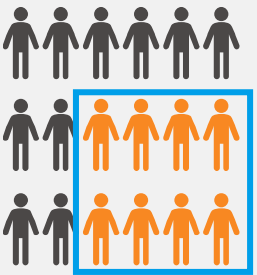
리타겟팅 목록 제공 광고주 :

최근  안에  전체선택 (  홈  상품보기  장바구니  구매  로그인 한 사용자  회원가입 )

\* 해당 기능은 TG 태그 스크립트가 삽입된 광고주만 사용 가능합니다.

- **충성 고객 확보 for 구매전환, 재방문 : 2) 전환확률**  
사이트 내 구매 패턴 분석을 통한 **전환확률**에 따른 단계별 유저(모수) 구분하여 운영

## 사이트에서 발생하는 유저의 이용패턴을 분석



### 사용자 행동패턴

- 최근 방문 사용자
- 아이템 본 사용자
- 구매이력 사용자
- 장바구니에 담은 사용자
- 방문, 체류시간, PV 등

\* 유저의 구매패턴 14일 기준

## 분석된 이용패턴을 정형화하여 20개의 확률 구간으로 구분

	Grade	운영 예시
↑ 전환확률 Grade ↓	Grade 1. 0%~5%	---▶ 공격적인 운영 (CPC 500원)
	Grade 2. 5%~10%	
	Grade 3. 10%~15%	---▶ 안정적인 운영 (CPC 300원)
	:	---▶ 기본적인 운영 (CPC 200원)
	Grade 18. 90%~95%	
	Grade 19. 95%~100%	
	Unknown	* 2주 동안 출현하지 않은 사용자는 Unknown으로 간주



- **충성 고객 확보 for 구매전환, 재방문 : 2) 전환확률**  
사이트 내 구매 패턴 분석을 통한 **전환확률**에 따른 단계별 유저(모수) 구분하여 운영

## 구매(전환)확률 구간 별 CPC (확률 구간 별 통합 관리 가능)

TG 내 옵션 선택 가이드



- 구간별 전환확률 클릭 시 최근 7일의 전환확률 추이 정보 제공
- 해당 옵션은 광고주당 1개의 캠페인에만 적용 가능
- Unknown 그룹은 전환확률값이 측정되지 않은 사용자로  
최근 2주간 광고주 사이트 미방문 및 24시간 이내 광고주 사이트에서 활동이 있었던 유저

\* 해당 기능은 TG 태그 스크립트가 삽입된 광고주만 사용 가능합니다.

그룹	CPC 설정	타겟유저(수)	전환확률(%)	사이트방문자(수)	전환유저(수)	Appeared User
Grade0	500	65,207	36.49%	9,476	3458	8,663
Grade1	480	65,206	19.15%	4,764	912	11,031
Grade2	450	65,207	13.02%	3,829	499	12,023
Grade3	450	65,206	9.60%	3,457	332	12,773
Grade4	450	65,207	6.49%	3,564	231	15,379
Grade5	350	65,206	2.37%	1,205	29	9,092
Grade6	350	65,207	1.71%	1,134	19	7,405
Grade7	350	65,206	1.35%	1,169	16	9,548
Grade8	350	65,207	1.11%	1,432	16	8,063
Grade9	350	65,206	0.99%	1,106	11	6,497
Grade10	350	65,207	0.91%	102	1	1,381
Grade11	300	65,206	0.82%	373	3	4,405
Grade12	300	65,207	0.76%	120	1	2,673
Grade13	300	65,206	0.68%	113	1	2,658
Grade14	300	65,207	0.64%	1,241	8	9,527
Grade15	300	65,206	0.63%	1,159	7	10,978
Grade16	300	65,207	0.61%	810	5	6,378
Grade17	300	65,206	0.61%	343	2	4,354
Grade18	300	65,207	0.59%	181	1	4,096
Grade19	300	65,206	0.57%	1,609	9	10,504
<b>그룹</b>	<b>CPC 설정</b>	<b>전환확률(%)</b>	* 전체 유저수 : 1,304,130 * 확률 산출 시점 : 201X-0X-XX ~ 201X-0X-XX (최근 7일)			
Unknown	450	6.88%				



- **총성 고객 확보 for 구매전환, 재방문: 3) 상품카테고리별 CPC**  
시즌상품 혹은 구매가 많이 일어나는 상품 **집중 노출**하고자 하는 경우 CPC 차등적용하여 전략적 운영

## 상품 카테고리 별 CPC 적용 (상품카테고리 별 CPC를 차등 적용하는 전략적 운영방법)

시즌 상품(여름 상품 등)의 CPC 높게 설정해 노출우위 설정

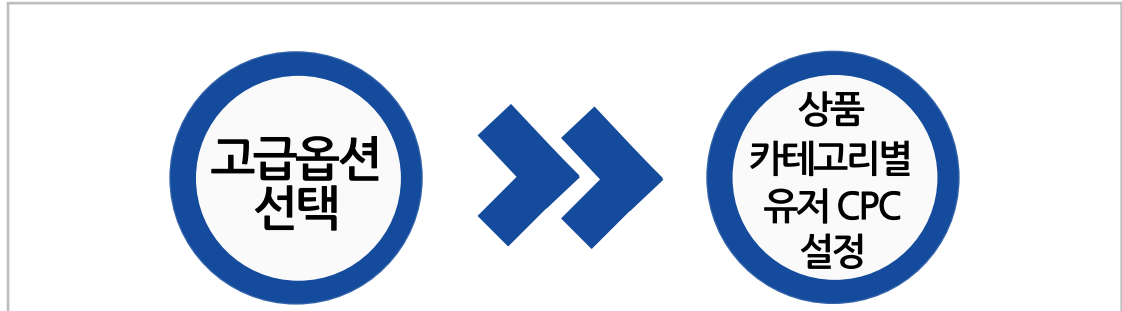


구매가 많이 일어나는 특정 카테고리의 CPC 높게 설정



- Ex 1) 여성 의류 봄 시즌 → 가디건 등 간절기 상품의 CPC를 높게 하여 노출우위 설정
- Ex 2) 종합쇼핑 → 이벤트 카테고리의 CPC를 높게 설정하여 이벤트 참여 유도

## TG 내 옵션 선택 가이드



카테고리	CPC 설정	Tagged User	상품 개수	평균가격(원)	구매상품 개수	구매상품 평균가격
Outer	350	443,599	160	52,561	112	33,947
Pants & Jean	300	247,480	334	26,478	99	16,492
Shoes & Bag	250	163,028	306	33,817	17	38,751
Skirt & Dress	200	178,869	236	26,065	5	20,880

\* 설정 후 카테고리가 비활성화되거나 상품이 1개 이상 없을 경우 광고가 노출되지 않습니다.



# 업종별 전략 및 사례



[ WiderPlanet Chasing, Shaking, Locking Strategy ]

A사 영어학원 캠페인 사례

KPI : Action & UV Acquisition

**전략: 잠재/신규 유저 획득**

유저타겟팅

Target Audience

온라인 행동 기반의 관심사 타겟팅

- 핵심 카테고리:

교육 > 외국어/유학/연수

- 추천 카테고리:

교육 > 대학/대학교/편입

> 고시/공무원학원

> 전자도서관/학술정보/사전

가정/생활 > 애완동물

건강 > 성형외과

\* 추천카테고리는 TG 로직을 통해 핵심카테고리와 연관성 높은  
카테고리로, 노출 확장 시 사용하는 것을 권장

**전략: 유사 신규 유저 획득**

리드타겟팅 (Lead targeting)

Target Audience

광고주 사이트의 '강의 구매' 를 완료한 유저와

최근 온/오프라인에서 행동 패턴이 유사한

신규 유저

**전략: 유입유저의 전환 유도**

리타겟팅 (Retargeting)

Target Audience: 방문자 중 미구매 유저 대상

최근 2주일 내 사이트 방문 but 미구매 유저 대상

**GOAL**  
강의구매 버튼 클릭하여  
전환 Action



[ WiderPlanet Chasing, Shaking, Locking Strategy ]

B사 다이렉트 할부 캠페인 사례

KPI: Action & DB Gathering

**전략: 잠재/신규 유저 획득**

커스텀 DMP 타겟팅

Target Audience

1. 출퇴근 및 원거리 이동 유저 (차량 보유자)
2. 대중교통/렌터카 이용 유저 (차량 미보유자)
3. 차량 구매 잠재유저 (신차/중고차)
4. 자동차 매니아
5. 출산예정 부부
6. 개인사업자/가맹점주
7. 자녀가 있는 부부
8. Etc.

**전략: 유사 신규 유저 획득**

리드타겟팅 (Lead targeting)

Target Audience

캠페인 페이지의 '조회' 버튼 클릭 유저와  
최근 온/오프라인에서 행동 패턴이 유사한  
신규 유저

**전략: 유입유저의 전환 유도**

리타겟팅 (Retargeting)

Target Audience

방문자 중 최종 Action 미완료 유저 대상

**GOAL**  
'조회' 버튼 클릭하여  
전환 Action



[ WiderPlanet Chasing, Shaking, Locking Strategy ]

C사 소셜커머스 캠페인 사례

KPI: ROAS (App Retargeting)

**App 연동 테스트** App Retargeting

App 연동

- 3<sup>rd</sup> Party Tracker / All event postback 연동
- 상품 피드 연동 및 수집
- Client Server vs TG Server 수치 집계 비교 테스트 및 퍼포먼스 테스트

**전략: 리타겟팅을 통한 구매 유도** 앱 리타겟팅

Target Audience

C사 앱설치 기방문 유저  
AOS / IOS 리타겟팅

**전략: 캠페인 최적화를 통한 구매 유도** 리타겟팅 고급 옵션

Target Audience

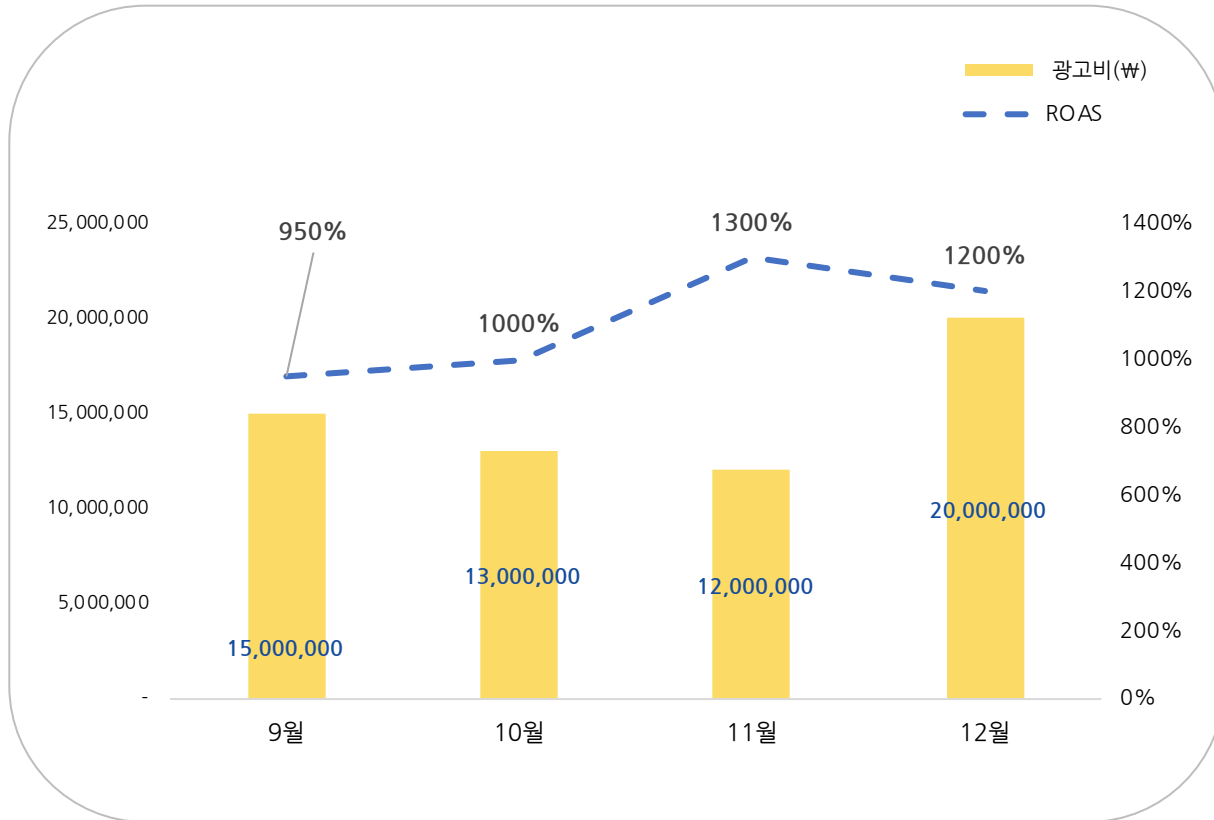
전환확률이 높은 유저들을 대상으로만 리타겟팅 집행  
장바구니/방문 7일 타겟팅 집행  
→ 지속적인 모니터링을 통한 캠페인별 예산 조정

**GOAL**  
‘결제’ 버튼 클릭하여  
전환 Action



[ WiderPlanet Chasing, Shaking, Locking Strategy ]

## A여성의류 쇼핑몰: ROAS 500% 이상 증대 목표



### Step 1 | 고객의 사이트 이용행태 별 캠페인 세분화

- ▶ 방문일(1일, 7일) 기준, 장바구니 이용 유저 대상 캠페인 운영

### Step 2 | 전환확률 구간별 운영

- ▶ 전환확률 별 CPC 차등 적용

### Step 3 | 매체 필터링

- ▶ 기간설정하여, 효율 저조한 매체 필터링 진행

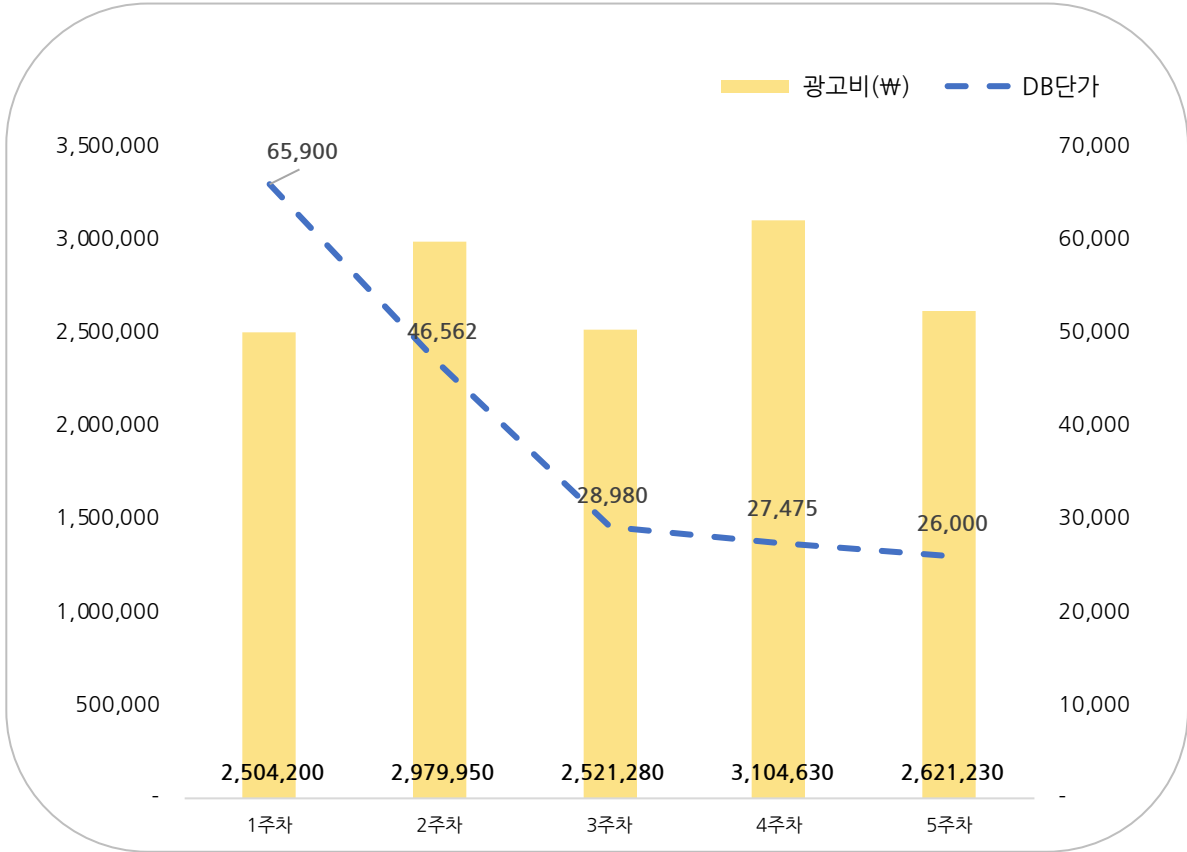
### Step 4 | 캠페인 필터링

- ▶ 효율 저조한 캠페인 OFF → 효율 높은 캠페인 일예산 증액 집중

**평균 ROAS 1000% 유지**

[ WiderPlanet Chasing, Shaking, Locking Strategy ]

**B 기부단체: 목표 DB단가 30,000원 이하**



**Step 1 | 타겟팅 별 캠페인 셋팅**

- ▶ 리타겟팅(모수 약 17만명)
- ▶ 관심사(결혼/출산/육아, 여행 카테고리)+인구통계(남여 35세 이상)
- ▶ 관련 키워드 타겟팅

**Step 2 | 캠페인 최적화**

- ▶ 초기 셋팅으로 4~5일 간 운영 (DB단가 65,000원)

**Step 3 | 캠페인 필터링**

- ▶ 디바이스 별 캠페인 예산비중 (DB단가 46,000원)

**Step 4 | 매체 필터링**

- ▶ 기간설정하여, 효율 저조한 매체 필터링 진행

**DB단가 30,000 원 이하 달성**



# 매체 네트워크

[ 모바일 / PC 매체 트래픽 ]



Mobile Web  
월 300억 PV



일일 노출매체 약 30만개+



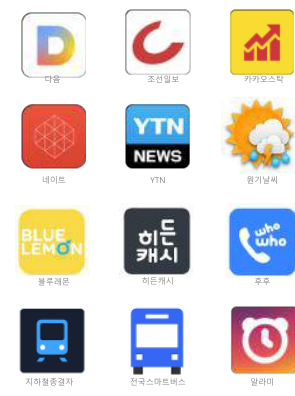
PC Web  
월 280억 PV



일일 노출매체 약 30만개+



Mobile App  
월 340억 PV

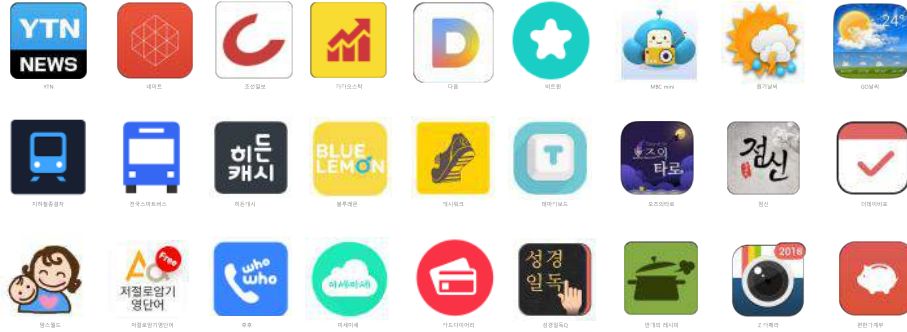


일일 노출매체 약 60만개+  
AOS 45만개 / IOS 15만개



[ 국내 프리미엄 제휴매체 / 글로벌 RTB 연동 ]

No1. DSP 타겟팅 플랫폼으로 국내 애드네트워크 중 최대 매체 트래픽 운영 중



SSP / ADX



국내 최대 매체 COVERAGE  
직접 매체제휴, SSP 연동,  
Google RTB Buying을 통한 도달률

95%

닐슨 코리아클릭 기준  
상위 100여개 매체 노출율

80%



[ 국내 최상의 글로벌 파트너십 역량 ]

구글 ADX, Baidu Exchange, Alibaba Tanx, Tencent Exchange, Yahoo Japan 등 글로벌 미디어 Buying 으로 해외 매체에 글로벌 광고 송출 지원

Taboola™

smaato

inMOBI™

double  
click



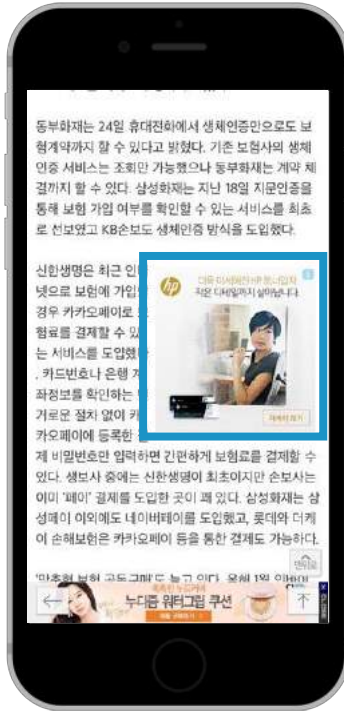
BID  
SWITCH

Rakuten

YAHOO!  
JAPAN

Baidu 百度

[ Mobile Preview ]



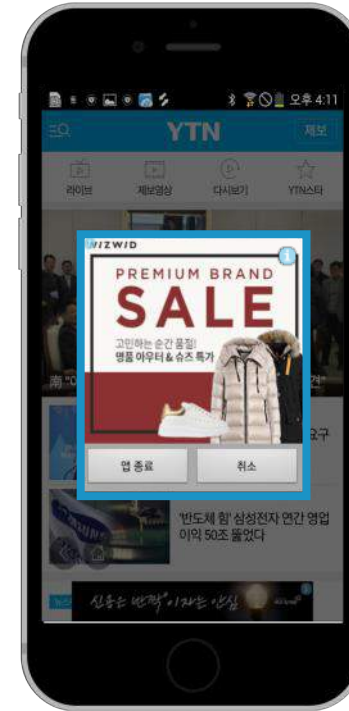
다양한 사이즈

국내외 플랫폼에서 주로 사용하는 대부분의 배너 사이즈 보유



다양한 다이나믹배너 / 고정배너 템플릿

다양한 사이즈의 고정배너 및 다이나믹 배너 노출 지원



애니메이션 기능 지원

애니메이션 기능 지원을 통해 더 높은 CTR 보장



[ PC Preview ]





감사합니다

