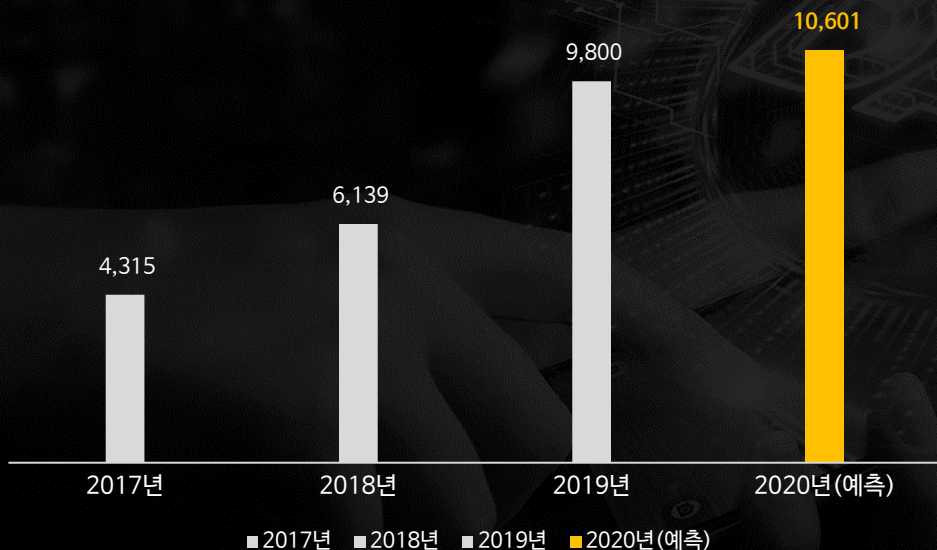


# 최근 4년, 온라인 동영상 광고 시장의 고속 성장

유튜브와 페이스북 두 글로벌 매체의 견인으로, 2017년 대비 2배 이상 가파르게 성장한 온라인 동영상 광고 시장

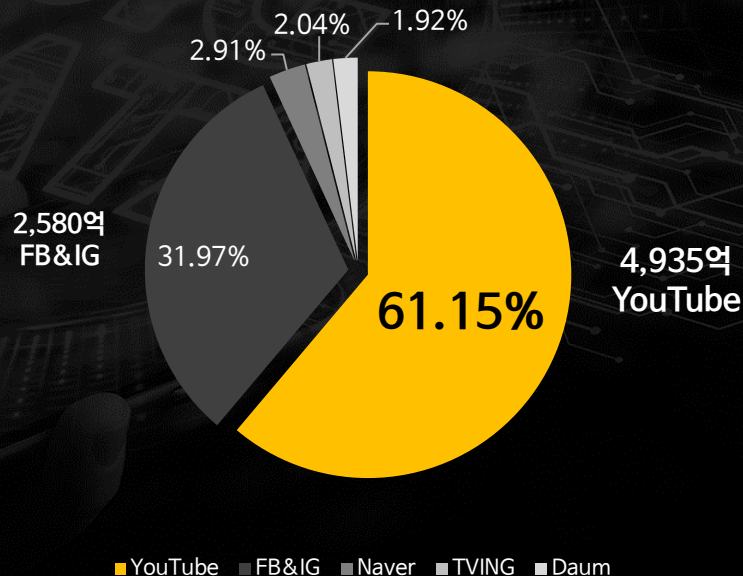
## 2017년~2020년 온라인 동영상 광고비 현황

(단위: 억원)



## 2020년 동영상 매체 광고비 현황

(2020년 10월까지 집계된 수치임)



\* 출처 : 리서치에드(온라인 동영상 광고 현황)

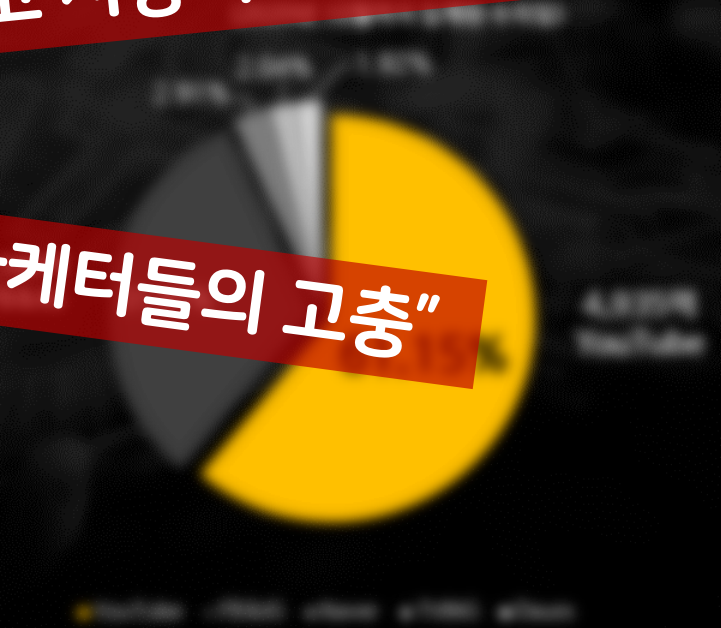
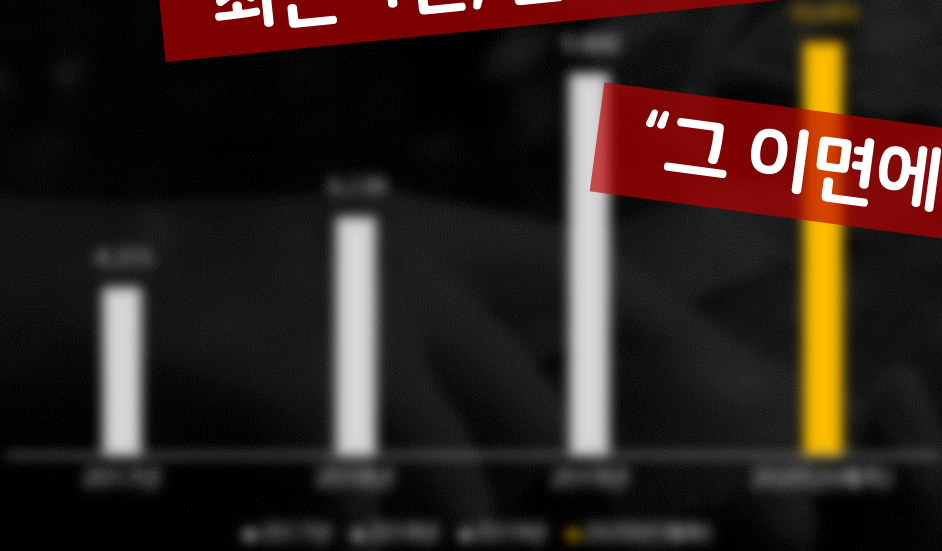
# 최근 4년, 온라인 동영상 광고 시장의 고속 성장

온라인 동영상 광고 시장 규모가 2017년 대비 2배 이상 증가하며, 2021년 대비 2배 이상 증가할 것으로 전망

2017년-2020년 온라인 동영상 광고 시장 규모

**"최근 4년, 온라인 동영상 광고 시장의 고속 성장"**

**"그 이면에 마케터들의 고충"**



“유튜브 광고는 실시간 비딩 단가라서 CPV 상승으로 캠페인 KPI 달성이 어려울 때가 있어요...”

“페이스북은 피드 광고 중심이라 장초수 영상 캠페인의 경우 부적합해요...”

“유튜브의 극우, 불법 콘텐츠에 광고가 게재돼 난처할 때가 있어요...”

**유튜브, 페이스북 양대 매체의 광고 포화 현상**

**한정된 트래픽, 광고주 쏠림으로 인해 안정적인 캠페인 운영에 악영향**

#광고 포화

#단가 상승

#KPI 미달성

# 緣由: 연유

- ①. 말미암아 옴, 까닭
- ②. 어떤 의사 표시를 하게 되는 동기



빅데이터 기반

네트워크 동영상 플랫폼

#쾌적한 환경

#단가 안정

#KPI 달성

#브랜드세이프티

멀티플레이 Video Ad Renewal

# digitalCAMP

빅데이터 기반 광고 플랫폼

multiplay



# Index

1

상품 안내

2

타겟팅 소개

3

집행 사례

1

상품 안내



# 멀티플레이 Video

빅데이터 기반의 정교한 타겟팅을 활용한 ONE STOP 오디언스 마케팅 가능



**분석 = Big Data**

3,500만 포털급 UV 모수 예상  
국내 유저 62% 커버 가능한 최대 DMP



**분류 = Segment**

1,000개 정교화된 세그먼트  
광고주 맞춤형 세그먼트

**digitalCAMP**



**매칭 = Media**

약 1,000여 개 매체와 제휴  
방송, 언론, 전문지, 커뮤니티

# 멀티플레이 Video

| 광고주, 캠페인별 맞춤 KPI 달성이 가능한 네 가지 광고 상품 구성

# multiplay Video

Impact CPM : 6초 Non-Skip 상품

Pure CPM : 5초 이후 Skip 버튼 활성화 상품

Force CPM : 15초 이후 Skip 버튼 활성화 상품

Reach+5 CPM : 15초 이후 Skip 버튼 활성화 상품

\* Reach+5 CPM 상품의 경우 5초 이상 광고에 노출된 경우만 과금

# 멀티플레이 Video 광고 상품 요약

광고주, 캠페인별 맞춤 KPI 달성이 가능한 네 가지 광고 상품 구성

상품명	Impact CPM	Pure CPM	Force CPM	Reach+5 CPM
상품 스펙	6초 Non-Skip	5초 Skip	15초 Skip	15초 Skip 노출 5초 이후 과금
평균 제안단가	CPM 3,000원	CPM 4,000원	CPM 4,500원	CPM 10,000원
View 기준	6초	15초	15초	15초
예상 VTR	65%	30%	65%	65%
예상 CPV	4원	13원	7원	15원
초수 제한	6초	7초~60초	15초~60초	15초~60초

\* 기본 단가로 타겟팅 적용시 15% 할증 적용(카테고리 타겟팅은 무할증)

\* 31초 이상 소재의 경우 10% 할증 적용

# 멀티플레이 Video 매체 커버리지

국내 프리미엄 매체 제휴를 통해 브랜드세이프티 보장

Media Full



▶ 해당 리스트는 대표 매체 리스트이며, 1,000여개 이상의 다양한 매체와 제휴 되어 있고 집행 매체는 유동적으로 변경될 수 있음

# 멀티플레이 Video 특징점

| 유튜브 광고 + 멀티플레이 Video 병행 집행 시 **추가 UV 약 5,000,000명** 확보 가능



**약 500만 추가 Reach 확보**  
타겟 커버리지 보완을 통한 도달범위 극대화

# 멀티플레이 Video 특징점

| 다양성을 정확하게 타겟팅하여 캠페인 목적 달성

## 다양한 상품



5초, 6초, 15초, CPM+5

캠페인 목적을 분석하고  
정확한 상품을 선정

## 다양한 유저



여행, 쇼핑, 자동차, 교육, 부동산, 재테크

관심사가 다양한 유저  
정확하게 분석 및 그룹화

## 다양한 매체



뉴스, 스포츠, 연예, 커뮤니티, 동영상

캠페인 목적에 맞는 핵심 미디어를  
정확하게 선정 및 운영

“ 시스템화 및 전담 AE 배정 ”

고효율 캠페인 제안 및 운영 가능

# 멀티플레이 Video 상품 특징점

## | 4가지 특징점을 통한 캠페인 KPI 달성

커버리지 개선



폭넓은 네트워크 매체 노출을 통한 유저 커버리지 강화(약 5백만 추가 UV 확보)

비용효율 개선



4가지 상품 선택 혹은 혼합 집행을 통한 CPV 효율 개선(평균 CPV 7원 수준)

브랜드세이프티 개선



검증된 프리미엄 매체 지면 관리를 통한 브랜드세이프티 강화

광고 피로도 개선



In-Out 병행 집행 및 네이티브 형식의 광고 구성으로 광고 피로도 최소화



국내 주요 매체  
프리미엄 영역에 노출

PC, Mobile Web, APP



네이티브 상품  
(동영상+배너)

브랜딩+퍼포먼스 최적화



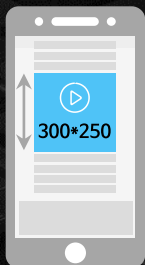
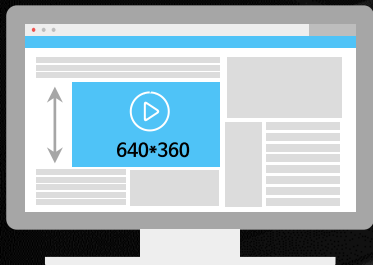
통합 동영상  
광고 플랫폼

Out-stream,  
In-stream(Pre-roll)

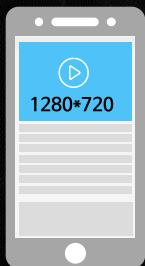
# 멀티플레이 Video 노출 영역

PC / Mobile

## 동영상 주요영역



Out-stream



In-stream (pre-roll)

## 제작 가이드

노출 영역	제작 Size	노출 Size	파일 포맷	제작 용량
동영상	1280*720 이상 (16:9 비율) 코덱 H.264	100%	MP4	5MB 미만
종료 배너	650*365	-	Jpg	50KB 미만
동영상 하단 노출 배너 (Out-stream 노출 시)	600*160	300*80	jpg	50KB 미만
	600*800	300*400		
	640*600	320*300		
	672*180	336*90		





2

# 타겟팅 소개

# 멀티플레이 Video 타겟팅 소개

다섯 가지 대분류 타겟팅을 활용 잠재고객의 도달 극대화 및 영상 조회 유도

## 리타겟팅



광고주 사이트를 방문했던  
유저 타겟팅

## 카테고리 (사이트) 타겟팅



캠페인 목적에 맞는  
특정 지면 타겟팅

## 오디언스 타겟팅



관심사별 오디언스를  
그룹핑하여 타겟팅

- 관심사
- 결제 이력
- 인구통계(연령/성별)
- OS/디바이스/통신사
- In-Market
- 위치/장소
- 커스텀

## 앱 타겟팅



앱 관련 정보를 파악하여  
타겟팅

- 앱 카테고리 타겟팅
- ADID 타겟팅

## 지역 타겟팅



IP기반으로 국내/ 해외 /  
PC / 모바일 타겟팅

- 국내 250여개 시/군/구 등
- 세밀한 설정 가능

# 오디언스 타겟팅 상세 소개

여섯 가지 오디언스 분류를 통한 세부 타겟팅 및 개별 오디언스 조합을 통한 커스텀까지 가능

## 관심사



오디언스 행동정보를 분석 후 광고주 관심사 카테고리에 맞는 타겟팅

## 결제이력



카드사 결제 이력 분석 특정 카드사 타겟팅 가능 (삼성,국민 등 총 9개 카드사)

## 인구통계



광고주가 선정한 성별, 연령에 맞는 오디언스 분석하여 타겟팅

## In-Market



11번가 장바구니 및 구매 이력을 분석하여 타겟팅

## OS/디바이스/통신사



OS/디바이스/통신사별 타겟팅

## 위치/장소



IP, Tmap을 활용한 지역 목적지명, 검색어 타겟팅

## 커스텀



어떤 Segment를 사용할지 캠페인의 목적에 대해 분석하여 타겟팅

\* 보다 상세한 타겟팅 리스트는 캠페인 제안 시 미디어믹스 통해 확인 가능

# 멀티플레이 타겟팅 특징점 - 코호트 타겟팅

코호트 (Cohort) “특정 기간”에 “특정한 행동(경험, 이벤트 등)”을 참여한 집단

## 세그먼트와 차이점

세그먼트 (Segment)는 동일한 특성을 가진 그룹의 분류  
즉 코호트 (Cohort)는 세그먼트안에 속한 특수한 집단

Ex) 쇼핑



❖ 세그먼트 : 12월 쇼핑 유저

❖ 코호트 : 12월 3주 쇼핑 유저

Ex) 스포츠

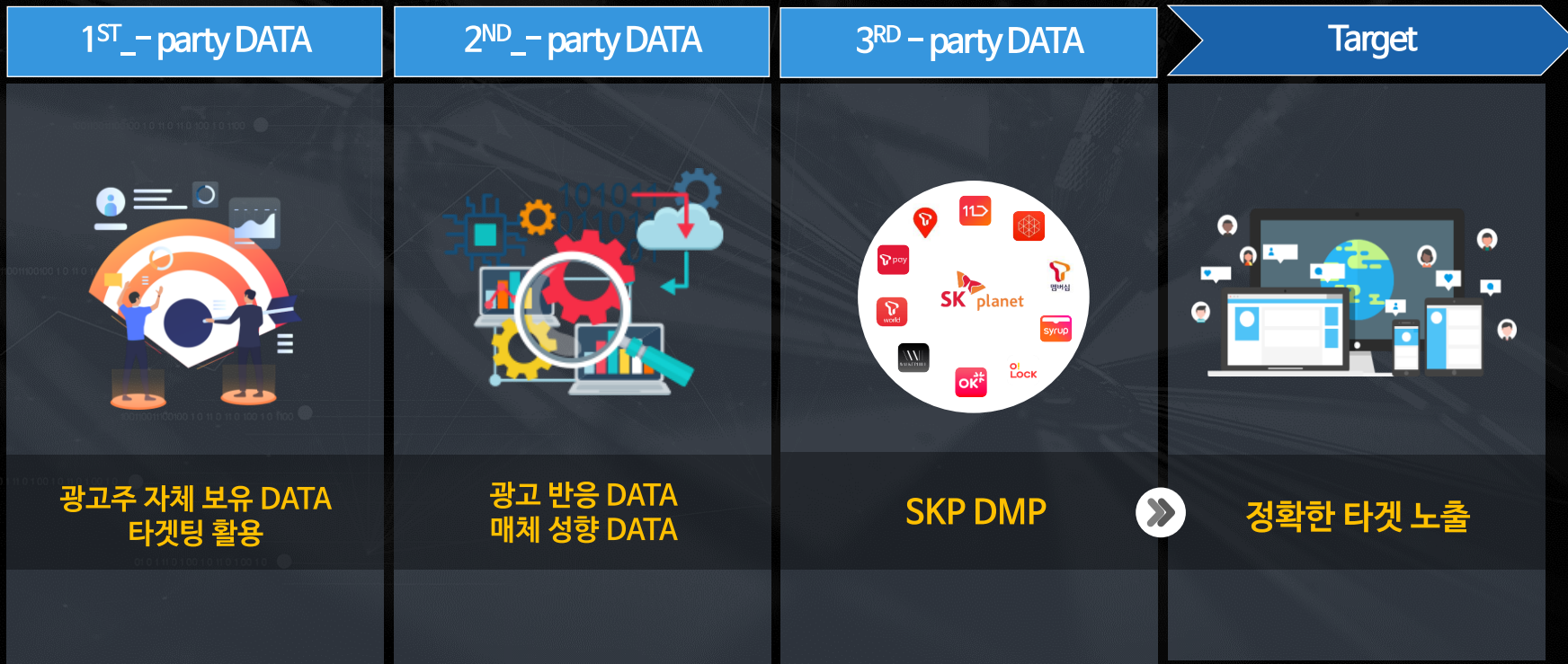


❖ 세그먼트 : 12월 골프장 방문자

❖ 코호트 : 12월 3주 골프장 방문자

# 오디언스 타겟팅 최적화 과정

First, Second, Third - party DATA 기반으로 정확한 타겟에 광고 노출



# 오디언스 타겟팅 프로세스

▶ 캠페인 설계부터 운영까지 최단 시간내 맞춤형 오디언스 타겟팅 가능한 시스템

광고주 타겟 분석

적합한 DMP 데이터

정교한 Segment 선정

핵심 미디어 선정 및 운영



▶ 캠페인 설계



▶ Big Data



▶ Right Segment



▶ Essential Media

3

# 집행 사례

# Case Study\_동영상

## 식음료/제약

▶ 일동후디스 | NOBLE Coffee

▶ 재생 1초 후 과금 / non-skip, out-stream



### Campaign Result

- 디바이스 : PC, Mobile 통합진행
- CPM : 5,000원, CTR : 0.18%, VTR : 48.97%, CPVC : 10원
- A.T : 관심사, Demo, In Market
- Detail : 커피 관심자, In Market

▶ 일동제약 | 아로나민골드

▶ 재생 1초 후 과금 / 15초 skip, in-stream



### Campaign Result

- 디바이스 : PC, Mobile 통합진행
- CPM : 5,000원, CTR : 5.33%, VTR : 81.29%, CPVC : 6원
- A.T : 관심사, Demo, In Market



# Case Study\_동영상

## 뷰티

▶ 감성글로벌 | Dr.Orga

▶ 재생 1초 후 과금 / 5초 skip, in/out -stream 병행



### Campaign Result

- 디바이스 : PC, Mobile 통합진행
- CPM : 4,600원, CTR : 0.18%, VTR : 40.67%, CPVC : 11원
- A.T : 관심사, Demo, In Market
- Detail : 시간 타겟팅

▶ Lion-korea | RAWQUEST

▶ 재생 1초 후 과금 / non-skip, out-stream



### Campaign Result

- 디바이스 : PC, Mobile 통합진행
- CPM : 5,000원, CTR : 0.43%, VTR : 43.98%, CPVC : 11원
- A.T : 관심사, Demo, In Market
- Detail : 2030 Female, 화장품 쇼핑 유저, 뷰티/미용 관심사

# Case Study\_동영상

## 패션

▶ Dint.Inc | 딘트

▶ 재생 1초 후 과금 / 5초 skip, in/out -stream 병행



### Campaign Result

- 디바이스 : PC, Mobile 통합진행
- CPM : 4,600원, CTR : 1.63%, VTR : 25.07%, CPVC : 18원
- A.T : 관심사, Demo, In Market
- Detail : 2030 Female, 쇼핑 유저, 뷰티/미용 관심사

▶ 태광산업 | ACE PORA

▶ 재생 1초 후 과금 / 15초 skip, in/out -stream 병행



### Campaign Result

- 디바이스 : PC, Mobile 통합진행
- CPM : 5,000원, CTR : 0.43%, VTR : 43.98%, CPVC : 11원
- A.T : 관심사, Demo, In Market
- Detail : 시간 타겟팅

# Case Study\_동영상

## 스포츠/주류

▶ 센티스포츠 | 센티수영복

✔ 재생 1초 후 과금 / 15초 skip, in/out -stream 병행



### ■ Campaign Result

- 디바이스 : PC, Mobile 통합진행
- CPM : 5,000원, CTR : 0.41%, VTR : 43.16%, CPVC : 12원
- A.T : 관심사, Demo, In Market
- Detail : 2030 Female, 화장품 쇼핑 유저, 뷰티/미용 관심사

▶ 제주소주 | 제주소주 푸른밤

✔ 재생 1초 후 과금 / non-skip, out-stream



### ■ Campaign Result

- 디바이스 : PC, Mobile 통합진행
- CPM : 5,000원, CTR : 0.14%, VTR : 33.33%, CPVC : 15원
- A.T : 지역, Demo, In Market
- Detail : 수도권, 제주도

# digital Camp 광고 상품 안내

**빅데이터 기반의 정교한 오디언스 타겟팅을 활용한 배너 / 동영상 플랫폼**

## ▶ 상품

multiplay\_배너




multiplay\_영상



## ▶ 오디언스 타겟팅

관심사



카테고리



인구통계



## ▶ 매체

뉴스, 스포츠



연예, 엔터



어플리케이션



커뮤니티



In-Market



OS/디바이스/통신사



위치/장소



커스텀



## ▶ 데이터



**SK planet**  
3,500UV+



1,000 seg+  
Customize+

## ▶ 주요 타겟팅


리타겟팅




사이트 타겟팅



앱 타겟팅



지역 타겟팅



디지털광고는 디지털캠프  
digitalCAMP



Thank you!

02-3663-6999

[mkt@digitalcamp.co.kr](mailto:mkt@digitalcamp.co.kr)