MAN+PLUS SIGNALPLAY
통합 상품 소개서

2021. 05

MezzoMedia

CONTENT

01 광고 플랫폼 소개

- MANPLUS & SIGNALPLAY

02 광고 플랫폼 별 상세 소개

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

03 광고 플랫폼 특징

04 Case Study

1 광고 플랫폼 소개

- MANPLUS & SIGNALPLAY

MANPLUS & SIGNALPLAY

고도화된 광고 시스템과 정교한 타겟팅 기법을 통해 높은 효율을 제공하는 국내 TOP 광고 플랫폼

정교한 오디언스

- 국내 유일 CJ 데이터와 SK planet 데이터를 보유한 모바일 광고 플랫폼
- 3,500만 DMP로 모바일 유저의 80% 커버
- DATA 분석을 통해 세분화된 오디언스 타겟 최적화

우수한 매체력

- 프리미엄 & 컨텐츠 기반 지면 보유
- 최대 매체 인벤토리 보유 (+13,000개 이상)
- 국내 유일 CJ ENM 인벤토리 활용

합리적인 단가

- 할증 없는 다양한 타겟팅
- 합리적 CPM+ 과금 체계 (영상이 5초 이상 노출 되었을 경우 과금)
- 우수한 비용 효율과 Viewability 동시 확보

2 광고 플랫폼 별 상세 소개

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

MANPLUS 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	
추천 광고주	다양한 매체에 많은 노출을 원하는 광고주	높은 집중도로 브랜드 인지도/ 프로모션 참여 등의 독려를 원하는 광고주

띠배너 전면배너

* NCPI 상품은 별도 문의

MANPLUS 전면동영상 상품 소개

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

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

전면동영상

* NCPI 상품은 별도 문의

MANPLUS Native 상품 소개

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

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

띠배너 전면이미지 동영상

* NCPI 상품은 별도 문의

MANPLUS Samsung Native 상품 소개

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

구분	Samsung Pay	Galaxy Themes	Weather	Game Launcher
과금 방식	비딩 CPM			
스크린	Android			
참고 사항	내부 가이드에 따른 집행 가능 여부 확인 필요			

Samsung Pay Galaxy Themes Weather Game Launcher

* NCPI 상품은 별도 문의

MANPLUS Samsung Native 최고의 강점

- Samsung Native 집행 시,
  스마트폰 유저의 65%가 사용하는 삼성 APP에
  3,500만 DMP를 세분화한 오디언스 타겟팅을 활용 가능

삼성Native 유저
페이/테마/날씨 기본 앱 사용자
+
CJ/SKP/DATAMAX 데이터 활용한
오디언스 타겟팅 가능

추천 광고주 예시

- ✓ 안드로이드 주력 광고주
- ✓ 브랜딩/모바일게임 광고주
- ✓ 구좌제 상품이 부담스러운 중소형 광고주
- ✓ Brand Safety에 민감하나, 오디언스 타겟팅이 필요한 광고주

SIGNALPLAY 상품 소개

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

구분	기본 (15초~120초)
과금 방식	CPM+ (5초 이후 과금)
스크린	PC / Mobile
추천 광고주	15초 이상으로 충분한 메세지 전달이 가능하여, 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, facebook Data : 코리안클릭 PC/Mobile 통합 기준 (2021.03)
* SMR Data : 내부 데이터 기준 (2021.03)
* SIGNALPLAY Data : 제휴 매체 활동 타겟 오디언스 (2021.03)

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
추천 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 메세지 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 트랜드를 주도하는
2040 MZ 세대의 이용 비중이 높은 TVING TV
유저에 노출하며 타겟 도달률 확장

*CJENM 콘텐츠 단독 노출 상품 보유

*TVING TV 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

오디언스 타겟팅

- CJ Data, 3rd-party DMP(Data MAX/ SK planet Data) 보유
- MANPLUS, SIGNALPLAY 광고 반응 유저 분석
- 원하는 유저 그룹을 광고 노출에서 제외하는 디타겟팅 가능

크로스타겟팅

- MANPLUS/ SIGNALPLAY 확보 모수 교차 사용 가능한 타겟팅

리타겟팅

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

타겟팅 리스트
오디언스 타겟팅

다양한 데이터를 통합 및 분석하여 목표 오디언스에 노출 가능한 타겟팅

가공식품 업종 A 광고주 "명절을 맞이하여 자사 상품의 판매율을 높이고 싶어요"
→ 최근 3개월 이내 가공식품, 간편조리식품을 구매한 3040 인사직군(추정) 타겟팅 설정

사용 가능 데이터

- CJ 제휴 데이터
- MANPLUS SIGNALPLAY
- SK Planet 데이터

설정 오디언스

연령대
- 20대
- 30대 ✓
- 40대 ✓
- 50대
- …

직군
- 인사직군 ✓
- 서비스업종
- 여행업종
- 뷰티/예술업종
- …

의식주
- 외식
- 가공 편의식 ✓
- 패션관심
- 홈인테리어
- 해외직구
- …

노출 오디언스 분석

* 참고: 오디언스 분석 가이드

30-50대 여성에게 주로 노출됐고 가정/생활용품, 식음료 등에 관심이 많고 소비하는 경향을 보임

모수 내 여성 비율

모수 내 연령대 분포

관심 카테고리: 화장품 / 색조 화장품 / 기초 화장품 / 음식 / 숙박

- 관심사 카테고리 / 주 구매상품(6개월) / 주 소비처(6개월) 추가 분석 가능

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 / SIGNALPLAY스크립트를 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 강점

- ✓ 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

adbrix adjust KOCHAVA
AppsFlyer branch F.O.X
singular Airbridge Party
WISETRACKER TOAST Analytics

* 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
- ESTĒE LAUDER
- ORIGINS
- innisfree

금융

- DB손해보험
- SAMSUNG pay
- 하이투자증권
- Hyundai Card
- 한화생명
- 현대해상

식음료

- CJ 제일제당
- 종근당
- 롯데칠성음료
- Goobne
- HITEJINRO
- maeil

게임

- Google
- NEXON
- MACHINE ZONE
- WEBZEN
- NCSOFT
- netmarble

유통

- CJ 오쇼핑
- 위메프
- 11번가
- ebay
- 홈&쇼핑
- I.Fmall

교육

- 청솔학원
- 고려사이버대학교
- megastudy
- ETOOS
- PAGODA
- NE 에듀

서비스

- JOBKOREA
- kakao
- 하나투어
- 인터파크 투어
- KOREAN AIR
- JEJUair

4 Case Study

MANPLUS_여행 업종 A광고주

KPI : 노선 홍보를 위한 노출&클릭 유입 확보
집행 : 2021년 3월
상품 : MANPLUS(띠배너+전면배너)

광고주 타겟

- 일본 노선 홍보

"브랜딩 뿐만 아니라 클릭 유입 확보가 필요하여
일본과 여행에 관심이 많은 2040남녀로 타겟팅 구성해 주세요."

- DMP 데이터 활용 및 CJ 제휴 데이터를 통해 여행&일본 관심 오디언스 추출
- 여행 업종 캠페인 클릭 오디언스 리타겟팅
- 여행 업종(경쟁사) 어플리케이션 보유 오디언스 타겟팅

적용 타겟팅

DMP타겟팅

✓ 광고주 설정 타겟에 도달하기 위한 데모 설정과
여행 및 일본 관심 오디언스 구성하여 노출 오디언스의 퀄리티 높임

인구통계	- 2040남녀
관심사 기반	- 여행/일본 관심 오디언스, 여행/캠핑 1인 미디어 시청자,
구매 기반	- 여행사. 여행/항공권, 여행용가방/소품 구매 오디언스 - 일본문화 관련 소비 오디언스

RE-타게팅

✓ 실제 여행 캠페인에 관심을 보인 오디언스에게 광고 노출하기 위해
동종업종 광고에 반응한 오디언스를 리타겟팅

-> 여행 업종 캠페인 기반응자 리타겟팅
(제주항공, 대한항공, 에미레이트항공, 하나투어, 인터파크투어 등)

앱타겟팅

✓ 경쟁사 어플리케이션 보유 오디언스 광고 노출하여
관심 유저 확대 및 클릭 유도

-> 항공권 예매, 숙박 관련 앱타겟팅
(대한항공, 제주항공, 아시아나항공, 핀에어, 아고다,
세이브트립, 마이리얼트립, 그랩 등)

운영 포인트

1분기 평균 데이터	동종 업종 CTR	A광고주 집행 결과
0.38%	띠배너	0.66%
5.20%	전면배너	6.85%

- 불필요한 노출은 최소화하기 위해 노출 프리퀀시 적용하여 CTR 상승
- 클릭 유입 극대화를 위해 반응률이 낮은 매체 지속적으로 필터링
- 캠페인 운영 중 부킹 예산의 20% 증액 이끌어 냄

오디언스 분석

*클릭 반응 유저 기준

31.4% 68.6%

- 실제 캠페인 반응 데모 데이터

  : 광고주 타겟과 80% 이상 일치, 남성보다 여성의 소재 반응률이 높음

- 주 구매 상품

  : 의약외품/의료용품, 패션잡화(양말), 식품(반찬), 생활/건강(건강관리용품), 화장품/미용(네일케어, 선케어), 식품(다이어트식품), 패션의류(여성의류)

- 광고 반응 업종

  : 주로 수송기기, 자동차, 수입 자동차 광고에 반응

- 캠페인 반응 오디언스의 실제 관심 업종

  : 여성 비중이 높기 때문에 여성패션, 네일케어, 다이어트식품 광고에 구매 성향을 보임

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

SIGNALPLAY_뷰티 업종 B광고주

KPI : 브랜딩 및 이벤트 참여
집행 : 2021년 3월 (20년 10월 ~ 진행 중)
상품 : SIGNALPLAY(MO) + BUMPERPLAY(MO)

광고주 타겟

- 자사몰 구매 유도

"기본 뷰티 타겟 뿐만 아니라 장기 집행 캠페인으로, 신규 유입을 기대할 수 있는 타겟팅이 필요해요."

- 다양한 소재를 활용하여 기초/클렌징/트러블 관리 제품 관심 오디언스 추출
- CJ제휴 데이터를 활용하여 온/오프라인 뿐만 아니라 뷰티/패션 관련 TV프로그램 시청 오디언스 추가
- 신규 오디언스 확대를 위해 타 캠페인의 반응 오디언스 적극 활용

적용 타겟팅

✓ 원활한 구매 유도를 위해 결제 이력 데이터 활용,
세분화된 화장품 카테고리 및 TV시청, 1인 미디어 시청 오디언스 활용

관심사 기반
- 스킨케어, 클렌징, 마스크/팩, 기능성 화장품 관심 오디언스
- 패션/뷰티 TV프로그램 시청자, 1인 미디어 시청자

구매 기반
- 올리브영 결제 오디언스
- 올리브영 외 온/오프라인 뷰티 카테고리 구매 오디언스

✓ 구매 전환 극대화를 위해 자사몰 방문 오디언스 리타겟팅

-> 스크립트 태그 삽입을 통해 페이지 방문자 누적하여 리타겟팅에 활용

✓ 고관여 오디언스 확대를 위해
타 뷰티 캠페인(MANPLUS & SIGNALPLAY)에 반응한 오디언스 리타겟팅

-> 비건/클린뷰티 캠페인 반응유저 리타겟팅
(아비브, 라운드어라운드, 테라비코스, 아로마티카 등)
-> 더마코스메틱 캠페인 반응유저 리타겟팅
(닥터자르트, 아벤느, CNP, 셀퓨전씨, 닥터지 등)
-> 마스크팩 캠페인 반응유저 리타겟팅
(메디힐, 아모레퍼시픽, 듀이트리 등)
-> 클렌징 캠페인 반응 유저 리타겟팅
(니베아 등)

운영 포인트

1분기 평균 데이터	동종 업종 CTR	B광고주 집행 결과
4.02%	CTR	5.02%
84.54%	VTR	92,37%
8,202원	CPM 환산	8,190원
10원	CPV 환산	9원

- 광고주 KPI 충족을 위한 수시 모니터링 (CTR 4.5%~)
- 전환 효율 개선을 위한 세분화된 리타겟팅(자사 기집행/확장 기집행) 그룹 추가
- 타겟팅 역제안을 통한 장기 집행 유도(최초 1개월 단기-> 6개월 이상 장기 집행 중

오디언스 분석

* SIGNALPLAY 클릭 반응 유저 기준

35.0%　　65.0%

- 실제 캠페인 반응 데모 데이터

  : 주로 모공관리 소재를 많이 활용하여 3040여성 및 고연령 오디언스의 반응률이 높게 나타남

- 주 구매 상품

  : 화장품/미용(클렌징), 화장품/미용(스킨케어), 화장품/미용(향수), 식품(음료), 생활/건강(구강위생용품), 스포츠/레저(스포츠의류) 등

- 광고 반응 업종

  : 주로 여성 기초 화장품 광고에 반응

- 캠페인 반응 오디언스의 실제 관심 업종

  : 뷰티/건강관심 및 구매이력이 많은 여성 중심으로 반응률이 높기 때문에,
  추후 집행 시 3040 여성 + 뷰티 관심 유저 타겟에 스포츠/식음료 카테고리 확장 타겟팅 제안

Product Summary

구분		특징	타겟팅
MANPLUS	띠배너	높은 노출량	별도 할증 없음
	전면배너	높은 집중도	
	NATIVE	광고 거부감 최소화	
	Samsung NATIVE	오디언스 타겟팅 가능	
	전면동영상	높은 주목도 & CTR	
SIGNALPLAY	일반동영상	충분한 메시지 전달 합리적인 과금 방식 : CPM+	
	BUMPERPLAY	임팩트 있는 노출	

- MANPLUS & SIGNALPLAY 만의 특별한 업종 패키지 확인하기!

MANPLUS
SIGNALPLAY
X
BEAUTY

Click

뷰티 업종 패키지(21.04 ~ 미정)

SIGNALPLAY
X
SMR

Click

SMR 스페셜 패키지(~21.06 까지)

- TVING 상품 확인하기!

TVING

Click

TVING 상품 소개서

감사합니다

I 상품 및 제안 문의 I
mobile_adv@cj.net

MezzoMedia