



애드패커

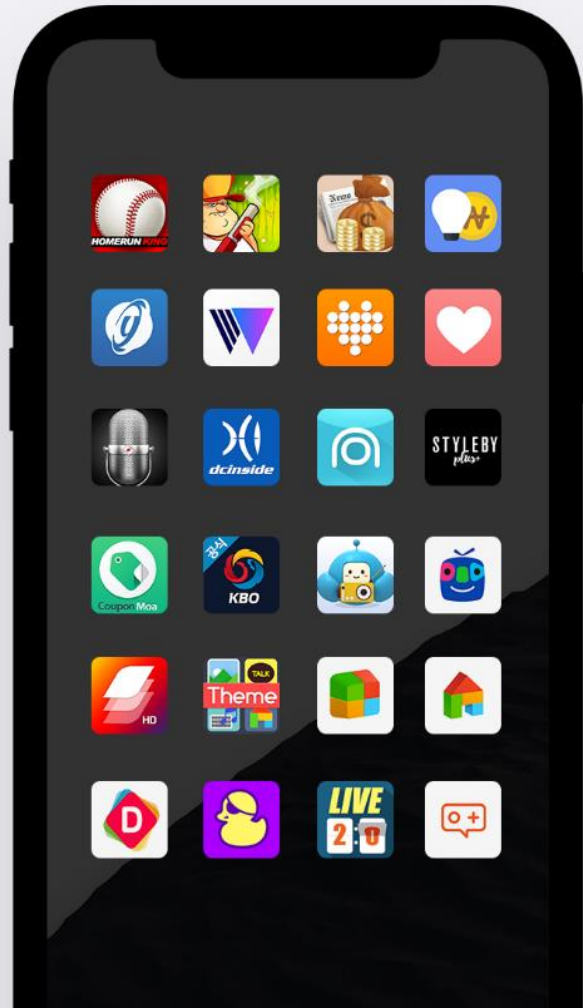
국내 최초 RTB 기반의 모바일 DSP 플랫폼

- 국내 외 다수 Exchange, SSP와 연동완료
- 약 30여개국 대상 광고 집행 가능

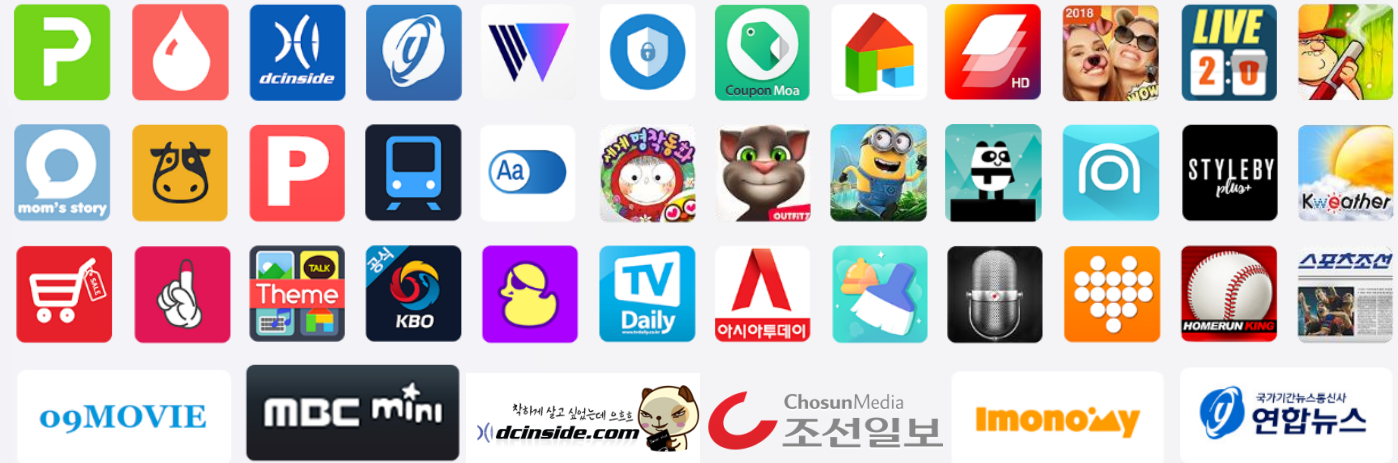


애드패커 대표매체

구글플레이스토어마켓, 앱스토어주요카테고리상위매체다수보유
국내언론사포함,대/중소웹커뮤니티매체다수보유



대표매체



분야



INDEX

Adpacker Targeting

01 애드패커 타겟팅

- DMP
- Interesting Targeting
- App Profile Targeting
- GAID Targeting
- Re-Targeting
- Keyword Targeting
- 최적화
- Basic Targeting
- Useful Features

애드패커 DMP

애드패커 자체 수집 및 제휴사 데이터를 통한 DMP 구축

유니크 유저 약 4,000만명 개인화 데이터 기반 정교한 오디언스 타겟팅 가능

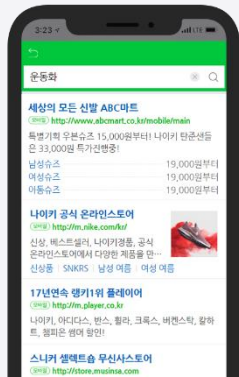


애드패커 Keyword Targeting

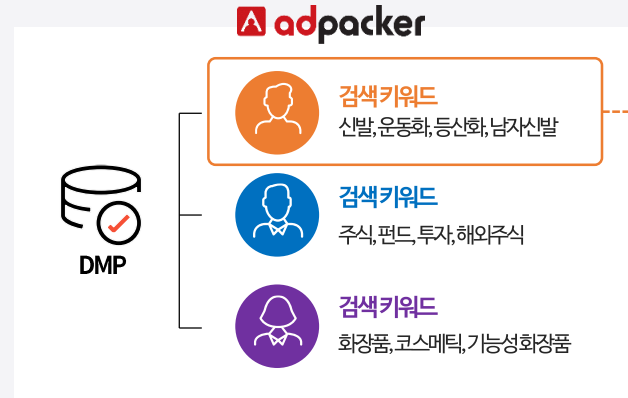
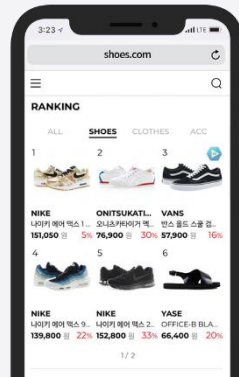
포탈사이트에서 특정 키워드를 검색한 오디언스 타겟팅

가장 최근 관심사인 "검색어" 기반의 타겟팅으로, 캠페인 반응을 극대화

01 포탈검색



02 사이트방문



유저별 검색어 데이터 실시간 수집 및 분석

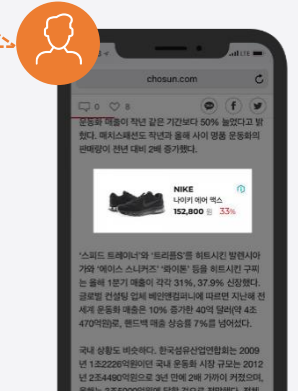
03 광고주에 적합한 타겟 키워드 선택 (예, 운동화)

운동화에 관심 있는
유저에게 광고하고 싶어요!



신발쇼핑몰 광고주

04 타겟 키워드 검색 유저에게 광고 노출



집행가이드

* 검색광고 이력이 있는 광고주의 경우, 진행하셨던 키워드 리스트 전달주시면 타겟팅 가능합니다.

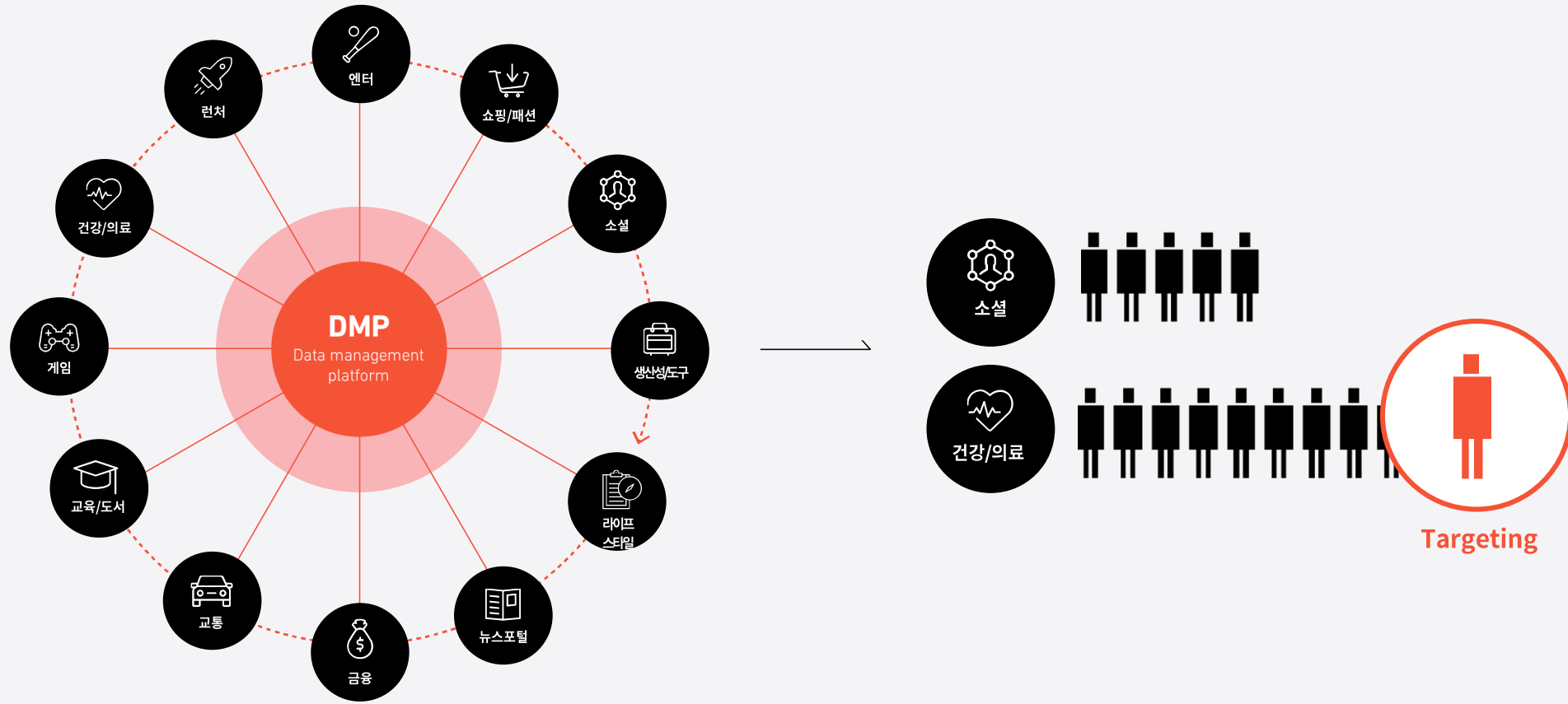
* 검색광고 이력이 없는 경우 대표 키워드 2~3개지만 전달주셔도, 연관 키워드 포함하여 키워드 1000개까지 타겟팅 가능합니다.

예) 대표 키워드: 운동화 / 연관 키워드: 런닝화, 남성 운동화, 스니커즈, 운동화 쇼핑몰, 운동화 신상, 단화 등

* 광고 집행이 불가능한 키워드가 있을 수 있습니다. (예: 방송 콘텐츠, 유명인사 등) 집행 전 사전에 확인 요청이 필요합니다.

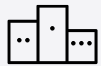
애드패커 Interesting Targeting

최근 30일내 유저의 모바일 이용 패턴을 분석, 12개의 대카테고리와 80여개의 소카테고리로 오디언스 성향 분석
애드패커DMP를 활용, 실시간 유저의 가장 최근 관심사 반영



애드팩터 App Profile Targeting

특정 앱 설치자/미설치자 등 다양한 조합으로 타겟팅 가능
설치 앱의 삭제 이력까지 추적하여 타겟 모수 선별



CASE.1 경쟁사 앱 설치자 타겟팅

경쟁사 앱 설치/이용 유저를 타겟팅하여
잠재 고객 유도에 효과적



CASE.3 광고주 앱 미설치 유저 타겟팅

신규 고객 유도에 효과적



CASE.2 유사그룹 타겟팅

주부, 직장인, 자산가, 학생 등 광고주 타겟 고객층의 앱 사용 데이터 기반으로 모수 선별에 효과적



CASE.4 설치 후 삭제 유저 타겟팅

최초 유입 후 이탈(삭제) 유저의 재유입 유도에 효과적



애드패커 GAID Targeting

광고주가 원하는 타겟 유저에게만 광고 노출

캠페인 목적에 따라 오디언스 분류 및 맞춤 소재 지정 노출 가능

ADID 리스트 전달시, 웹-앱 매핑 로직에 따라 타겟 모수의 웹사이트 방문시에도 광고 노출 가능

내용

최소 집행 금액 기준, 캠페인 집행을 위해 최소 20만 명의 ADID 필요

ADID 직접 전달 또는 트래킹 솔루션을 통한 실시간 ADID 전달 모두 가능

web-app 매핑을 위한 빅데이터 분석 시스템 도입, 매핑 정확도 65%

01



02



03



04

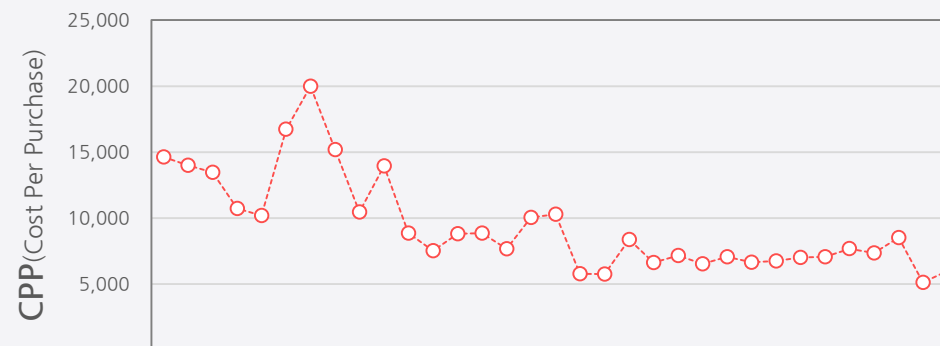


집행사례(커머스)

- 캠페인 집행 기간: 6개월

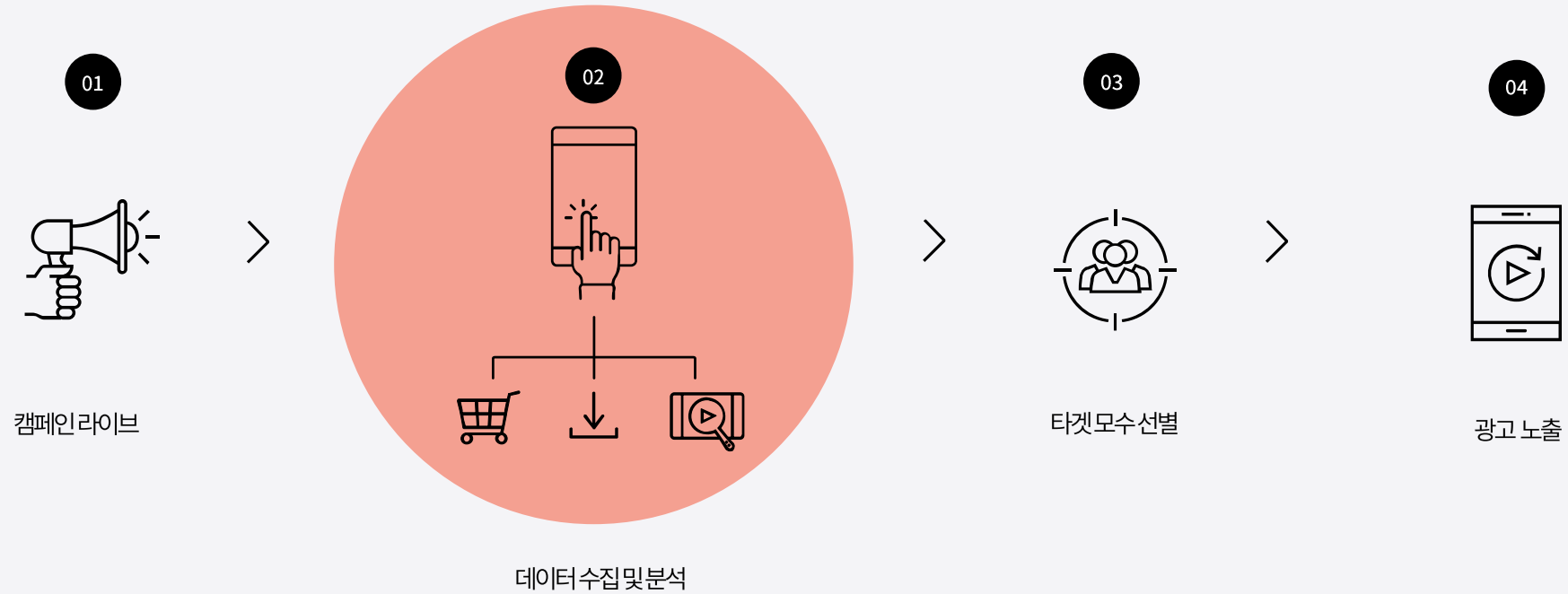
- 타겟 GAID: 구매이력 1회 이상 유저(약 200만명)

- 평균 ROAS 7000% 유지



애드패커 Re-Targeting

광고주가 원하는 특정 액션(예: 광고 클릭, 앱 설치 및 실행, 물건 구매 등)을 한 유저 리타겟팅
장기 캠페인 집행 시, 기반 유저의 타겟팅/디타겟팅을 통해 잠재 고객 지속 타겟팅 가능
유저의 행동 기반으로 한 타겟팅으로, 보다 높은 반응 성과 기대 가능



애드패커 최적화

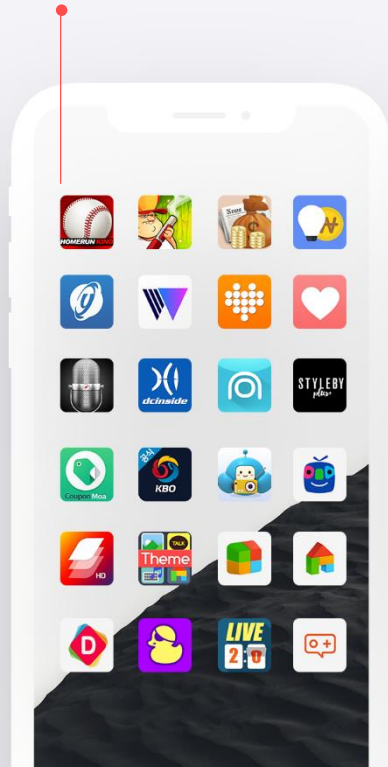
광고주가 목표로 하는 CTR/CVR 실시간 최적화

국내 다수 트래킹 솔루션 연동(*)으로, 이벤트 포스트백 기반의 효율 최적화 기능 지원

View Through Tracking을 적용하여, 광고 노출 단계부터 최적화 가능

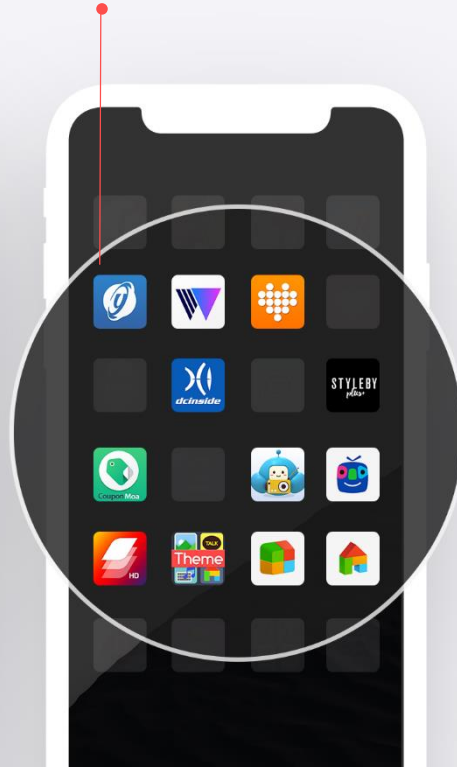
01 다수 매체/오디언스 대상 광고 노출

광고 반응률이 높은 매체 및 오디언스
써칭 기간



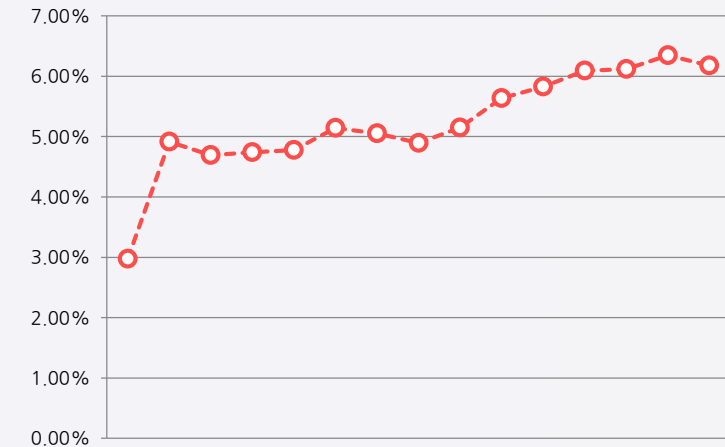
02 매체 및 오디언스 선별

광고 반응 낮은 매체 및 오디언스 선별 및
노출량 조절 기간



03 최적화 유지

광고주 목표 CTR 종료 시까지 관리



(*) 애드패커 연동 트래킹 솔루션

Tune(MAT), adbrx, Appsflyer, KOCHAVA, PartyTrack, adjust, FOX, valuepotion, King, Entermate, Singular 등

애드패커 Basic Targeting

모든 캠페인에 적용 가능한 가장 기본적인 타겟팅
다른 타겟팅과 중복 적용 가능

매체 카테고리



각 매체 카테고리 기준 타겟팅 가능
노출을 원치 않는 매체도 타겟팅 가능

통신사/디바이스



특정 통신사 선택/미선택 가능

OS/Platform



Android/iOS 및
App/Web 선택 가능

국가/언어



특정 국가 및 언어
선택 가능

시간/요일



특정 시간 및 요일 선택 가능
스케줄 예약 가능

* 매체 카테고리 타겟팅의 경우 오디언스 타겟팅과 중복 적용 시 모수가 적어 소진이 원활하지 않을 수 있음

* 노출을 원치 않는 매체의 도메인 또는 앱 패키지 정보 전달 필요

* 선택한 플랫폼에 따라 CTR 차이가 있을 수 있음

애드패커 Useful Features

캠페인 효율 극대화 및 광고 운영 편의를 위한 추가 기능 지원

오픈 리포트



5분단위 리포트 어드민 제공
일자별, 시간대별, 소재별 데이터 제공

프리퀀시



노출 & 클릭 프리퀀시 적용 가능
일자/전체 캠페인 기간 기준 선택 가능

예산 비중 설정



광고 그룹, 소재, 영역별로
예산 비중 설정 가능

광고 노출 간격



소재별 광고 노출 간격 분단위 설정 가능
반복적 광고 노출 방지로 유저 피로도 감소

어뷰징 방지



어뷰징 노출/클릭 방지로 직접 적용
캠페인 효율성 개선 가능

* 매체 카테고리 타겟팅의 경우 오디언스 타겟팅과 중복 적용 시 모수가 적어 소진이 원활하지 않을 수 있음

* 노출을 원치 않는 매체의 도메인 또는 앱 패키지 정보 전달 필요

* 선택한 플랫폼에 따라 CTR 차이가 있을 수 있음

INDEX

Adpacker Case

02 애드패커 상품

- 통합배너
- 동영상배너 (AdpackerVedio)
- 영상배너
- 무빙배너
- Playable Ad
- Branding Banner Case

통합배너



전면(320*480)



하프(300*250)

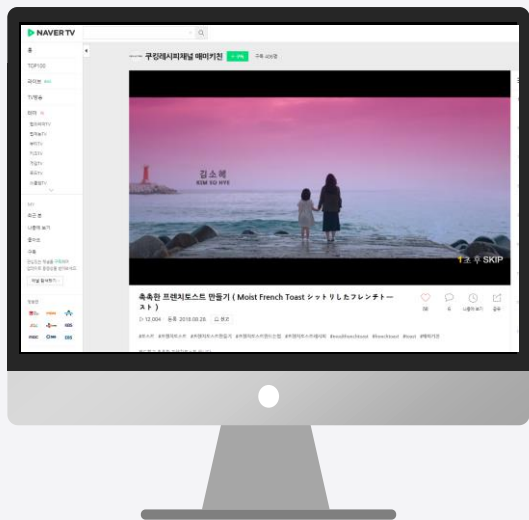


띠(320*50)

통합배너

과금	CPC, CPM
파일형식	jpg, png, gif
사이즈	전면(320*480), 하프(300*250), 띠(320*50)
특징	- 애니메이션 소재 지원 가능(gif) - 최대 3컷 롤링 가능

동영상 배너 (adpacker Video)



영상배너 노출 가능 매체 :

곰TV, 아프리카TV, 네이버(*), 판도라TV, KT, SBS, 한국경제TV 등
(총 11개 동영상 플랫폼 노출 가능)
- PC + Mobile 동시 노출

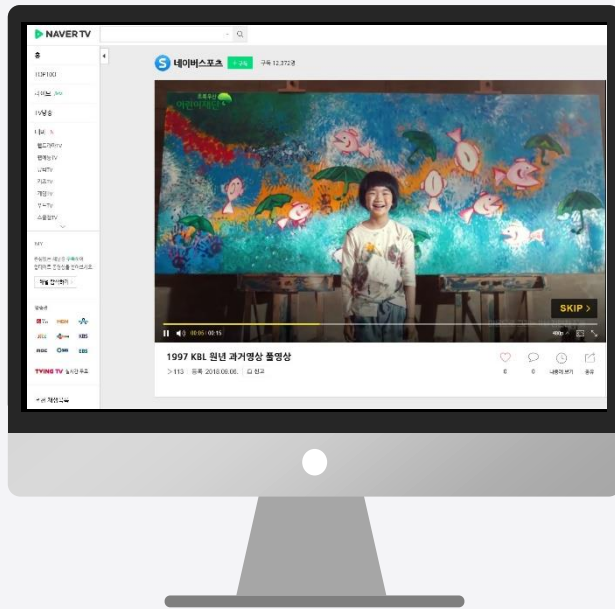
소재/집행 가이드 :

과금	CPM, CPVC
영상 길이/용량	15” ~ 240” / 최대 500MB 까지
파일형식	MP4
해상도(사이즈)	1280 x 720 이상의 16:9 비율 (최소 640*360 이상)
특징	- 랜딩 필수 (단, 네이버 TV의 경우 유튜브로의 설정 불가) - 사운드 삽입 필수

* 매체의 경우네이버단독또는기타매체통합으로광고노출가능합니다.

단통합일 경우매체 별광고비설정은불가합니다

동영상 배너 (adpacker Video) 게재 예시



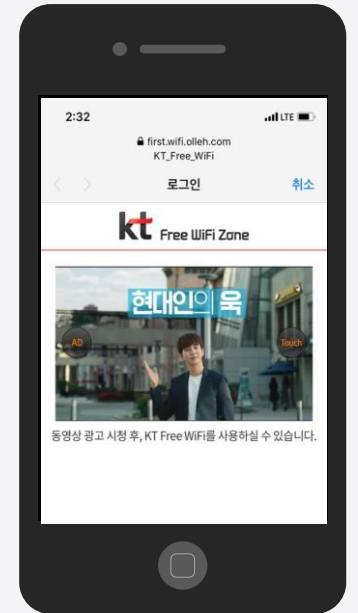
네이버TV



GOM TV



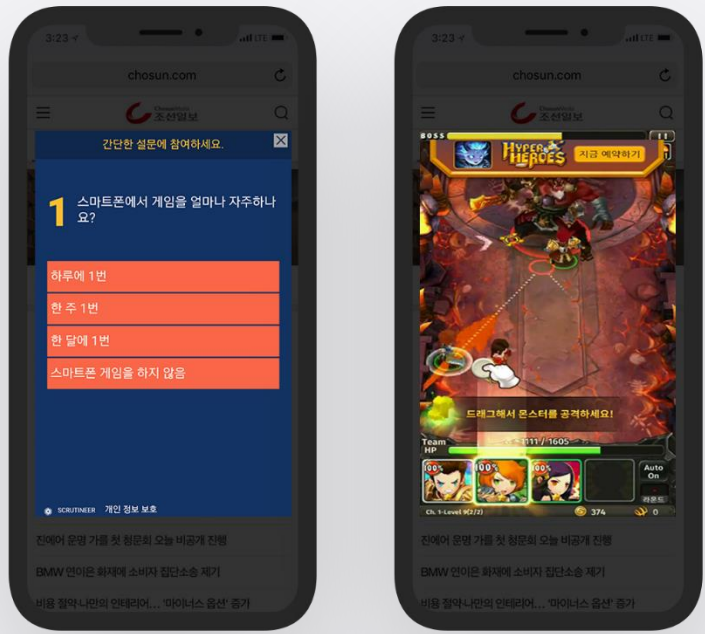
SBS



KT

* 소재 검수일정이 소요될 수 있습니다.

PLAYABLE AD 배너



전면(320*480)

PLAYABLE AD배너 샘플소재보기



통합배너

과금	CPM
NCPA/S	HTML
사이즈	전면(320*480)
특징	- 음성지원 되지 않음 - 소재 내 유저의 액션을 필요로 하여, 전환효율 높임

Branding Banner Case

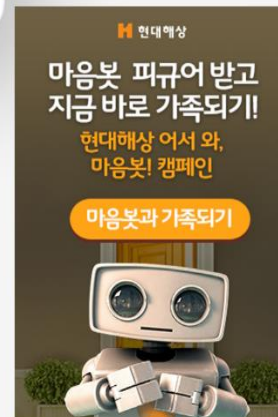
01

애드퍼커 집행 광고수 약 500여개



02

전자, 항공, 수송, 자동차, 게임 교육, 금융 등 다수 업종 브랜딩 광고 집행 중





모바일플랫폼 1팀

mp1@nasmedia.co.kr