

## 광고 계약명

- 광고기간 : 2025.07.01 ~ 2025.07.31 (총 30 일)
- 광고주명 : ADVERTISER\_NAME

2025.08.02 발행

## | 목차

### 1. 미디어그룹 상품 및 주요 광고 성과

### 2. 미디어그룹별 광고 효과 분석

- a. 강남역 2호선 지하철 광고
- b. 홍대입구역 \*\*빌딩
- c. 시청역 \*\*빌딩

#### 💡 효과 분석 안내

효과 분석은 공공데이터, 통신사 데이터, 모바일 OD, 자체 수집 데이터를 기반으로 한 엠앤эм네트웍스의 알고리즘 기반 AI 효과 지표 분석 결과입니다.  
본 분석은 옥외광고표준화 얼라이언스 가이드를 준수합니다.

# 1. 미디어그룹 상품 및 주요 광고 성과

# 미디어그룹 상품 정보

미디어그룹 상품 및 광고 기간에 대한 정보

## 광고 정보

광고주	나이키 코리아	광고 계약명	나이키 샤크 런칭
미디어그룹 상품	강남역 2호선 지하철 광고	미디어 정보 (유형 / 사이즈 / *간격/ 대수)	LCD / 27 " / 20대
	홍대입구역 **빌딩		LED / 2,000 * 4,800 mm / 2 mm / 20대
	시청역 **빌딩		LED / 2,000 * 4,800 mm / 2 mm / 20대
광고 기간	2025.07.01 ~ 2025.07.31 (총 31일)	보고서 발행일	2025.08.02

\*간격은 LED만 기입됩니다.

## 주요 광고 성과 - I

광고 기간 동안 수집한 데이터에 기반한 미디어그룹의 효과 지표

### 유동 / 노출인구

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 유동 · 노출인구 총합

유동인구

34,000명

노출인구

19,800명

◆ 유동 대비 노출 비율은 **58.2%**로 **보통수준의 광고 효과**를 보였습니다.

### 주요 오디언스 요약

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 노출인구 총합

◆ 주요 오디언스 1위는 **20대 여성 (45.1%)**, 2위는 **30대 남성 (30.1%)**, 3위는 **40대 여성 (15.1%)**입니다.  
**20대 여성**이 가장 많은 미디어그룹은 **홍대입구역 \*\*빌딩**입니다.

### 노출인구 최다 미디어그룹

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 노출인구 총합

◆ 노출인구가 가장 많은 미디어그룹은 **홍대입구역 \*\*빌딩**이며, 노출인구 수는 **9,000명**입니다.

## 주요 광고 성과 - II

미디어그룹 별 유동인구와 노출인구 비교

### 미디어그룹 별 유동인구와 노출인구

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 유동 · 노출인구 총합



#### 💡 유사 미디어그룹 선별 안내 (이대역 \*\*빌딩)

주요 오디언스 (20대 여성) 와 유사한 미디어그룹 중 '유동 대비 노출 비율' 이 가장 높은 상품이 선정됩니다. (해당 광고에 운영된 미디어그룹 제외)

## 주요 광고 성과 - III

### 미디어그룹 별 광고 성과 비교

#### 미디어그룹 별 광고 성과

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 유동 · 노출인구 총합

미디어그룹명	유동인구	노출인구	유동 대비 노출 비율	CPM (노출인구 기준)
강남역 2호선 지하철 광고	1,300명	1,700명	45.5%	2,150원
홍대입구역 **빌딩	1,600명	900명	25.5%	2,350원
시청역 **빌딩	1,200명	800명	15.5%	2,250원
유사 미디어그룹				
주요 오디언스가 유사한 이대역 **빌딩	1,100명	1,400명	55.5%	1,850원

#### 💡 유사 미디어그룹 선별 안내 (이대역 \*\*빌딩)

주요 오디언스 (20대 여성)와 유사한 미디어그룹 중 '유동 대비 노출 비율' 이 가장 높은 상품이 선정됩니다. (해당 광고에 운영된 미디어그룹 제외)

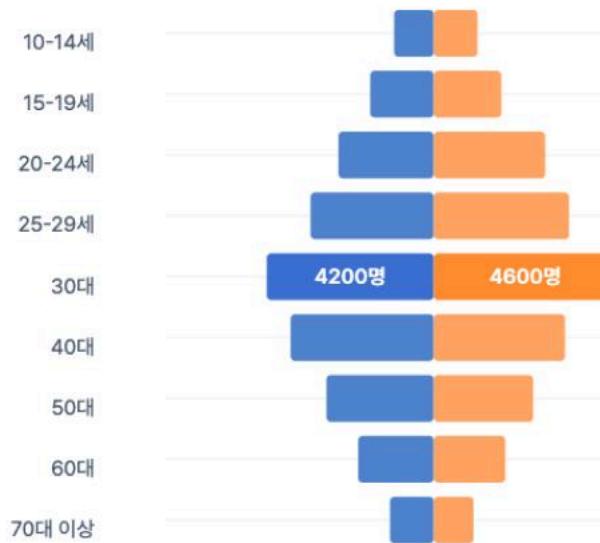
주요 오디언스가 동일한 미디어그룹의 CPM = [(해당 미디어그룹의 일 기준 대표 광고료 x 광고 기간 일 수) ÷ 광고 기간동안의 노출인구 수] × 1,000

## 주요 광고 성과 - IV

연령대 · 성별 분포, 일 별, 요일 별, 시간대 별 노출인구를 미디어그룹 간 비교

### 연령대 · 성별 분포 비교

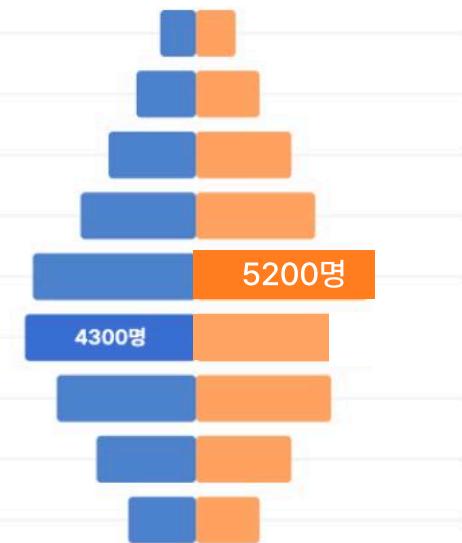
수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 노출인구 총합



강남역 2호선 지하철 광고



홍대입구역 \*\*빌딩



시청역 \*\*빌딩

각 미디어그룹 별로, 남/여 성별 별 가장 많은 연령대를 강조 및 인구 수 표기한다.

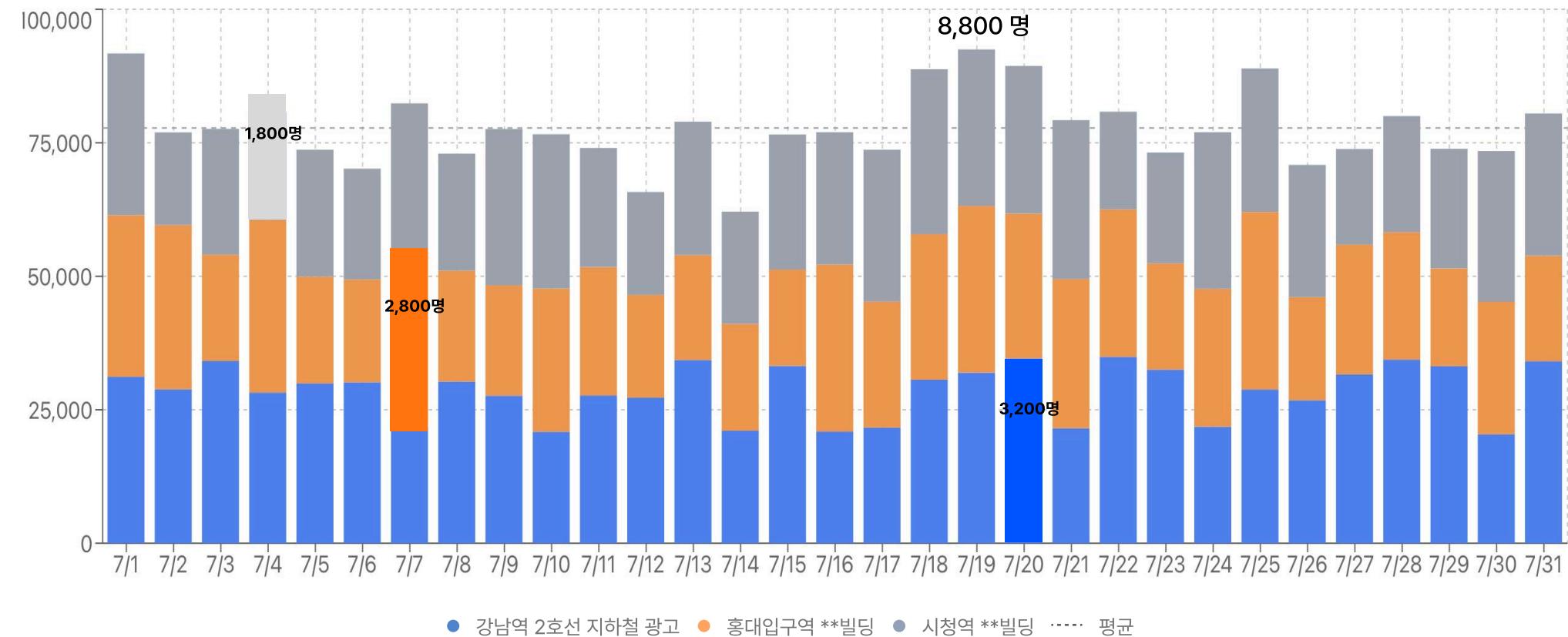
● 남성 ● 여성

## 주요 광고 성과 - IV

연령대 · 성별 분포, 일 별, 요일 별, 시간대 별 노출인구를 미디어그룹 간 비교

### 일 별 노출인구 비교

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 노출인구 총합



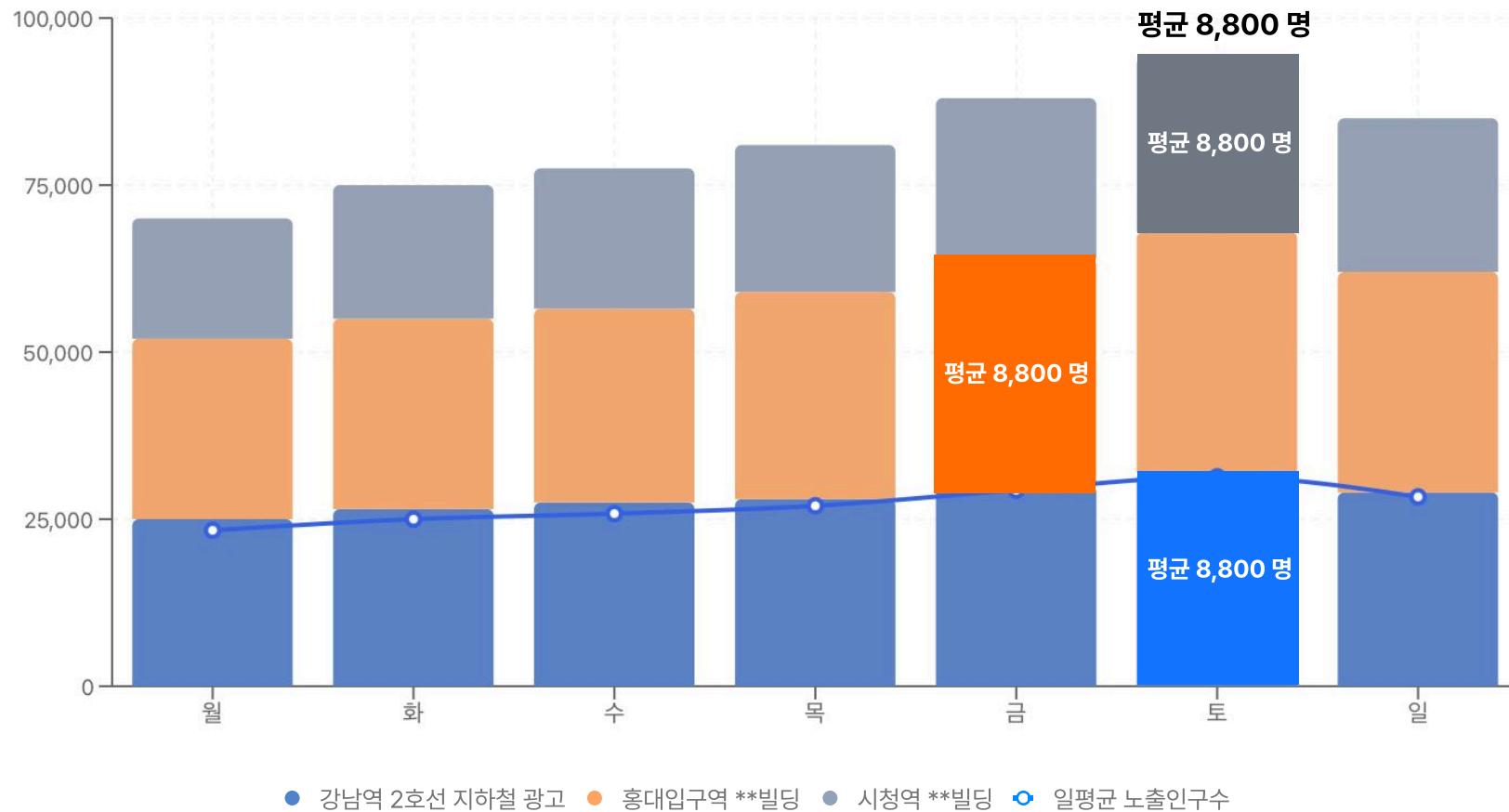
총 합이 가장 많은 날(막대그래프가 가장 긴)의 값을 상단에 표기한다. 각 미디어그룹 별로 가장 높은 날의 인구 수를 각 막대에 표기한다. 평균을 보조선으로 보여준다.

## 주요 광고 성과 - IV

연령대 · 성별 분포, 일 별, 요일 별, 시간대 별 노출인구를 미디어그룹 간 비교

### | 요일 별 노출인구 비교

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 요일 별 일 평균 노출인구



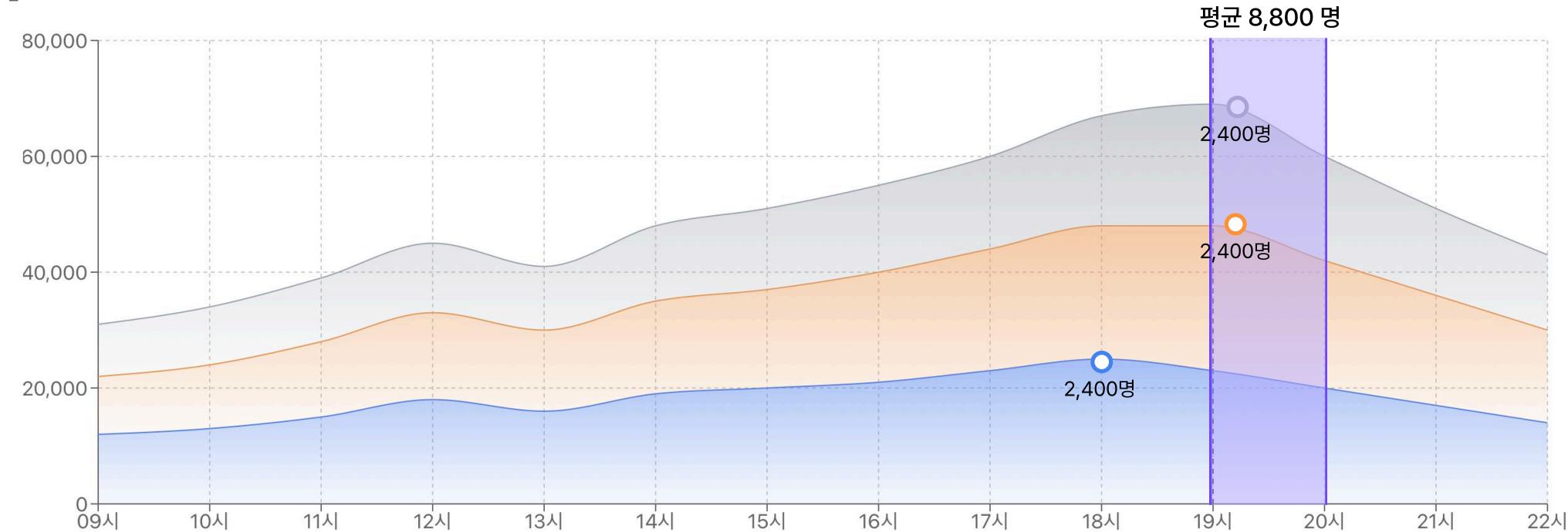
일 평균 노출인구 수 총합이 가장 높은(막대그래프가 가장 긴) 요일의 값을 표기한다. 미디어그룹 별로 가장 많은 요일의 일 평균 노출인구수를 표기한다.

## 주요 광고 성과 - IV

연령대 · 성별 분포, 일 별, 요일 별, 시간대 별 노출인구를 미디어그룹 간 비교

### 시간대 별 노출인구 비교

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31, 09시 ~ 22시 | 산출 기준: 시간대 별 평균 노출인구



누적 합계가 가장 높은 시간대 강조 + 총합 인구수 표기한다. 각 미디어그룹별 최고 시간대에 인구수(명) 라벨 표시한다.

- 강남역 2호선 지하철 광고
- 홍대입구역 \*\*빌딩
- 시청역 \*\*빌딩
- 시간대 평균 노출인구수

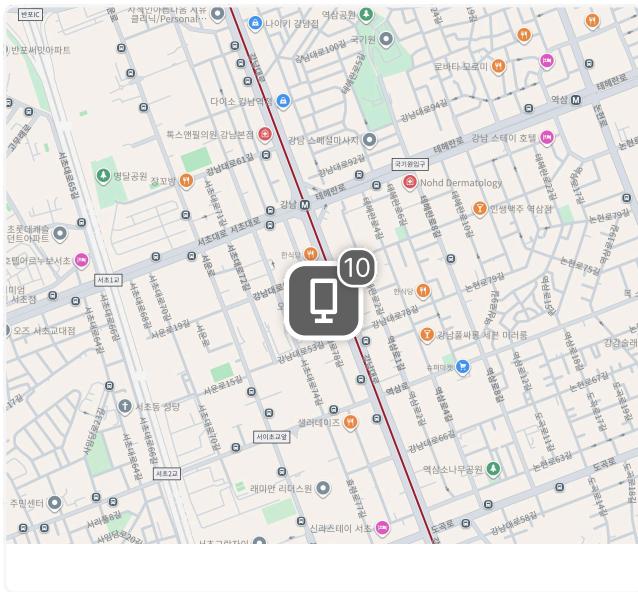
## 2. 미디어그룹별 효과 분석

### | 분석 미디어그룹 목록

- a. 강남역 2호선 지하철 광고
- b. 홍대입구역 \*\*빌딩
- c. 시청역 \*\*빌딩

# 강남역 2호선 지하철 광고

지하철 실내 광고물 유형이며, 강남역 대로변 중심 상권지역



## 미디어그룹 광고 개요

광고 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31, N 일

미디어 위치	서울특별시 강남구 강남역 지하철 2호선		
미디어 대수	총 20대 (LCD / 27 inch / 20대)	운영 시간	08:00 ~ 22:00 (총 14시간)
콘텐츠 정보	15초, 영상 콘텐츠(MP4)	광고 운영 방식	일반 광고, 2구좌, 총 30초

## 노출 효과 분석

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 유동 · 노출인구 총합

유동인구	1,020,000명	노출인구	34,000명
유동 대비 노출 비율	50.1 %	CPM (노출인구 기준)	2,020원 (광고비 1,2000 만원 기준)
주요 오디언스	20대 여성 (45.0%)	주요 요일/시간대	금요일 / 13~16시

## 광고 송출 분석

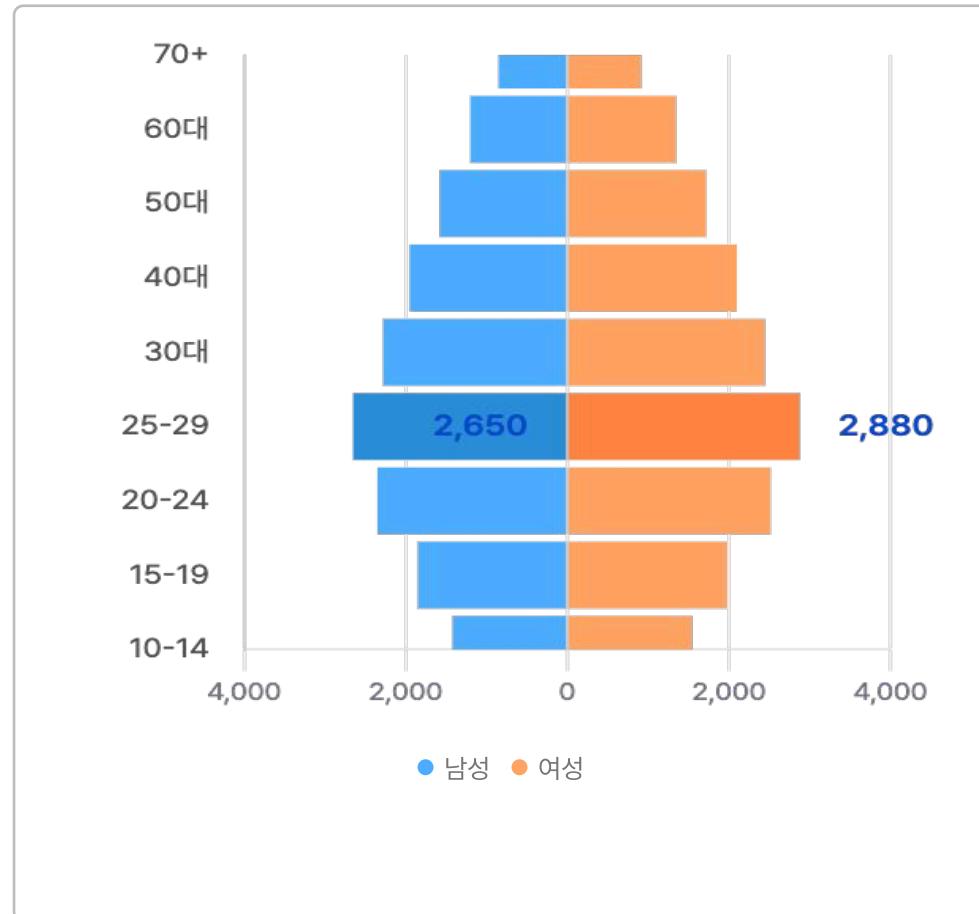
수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 데이터 출처: 재생 로그 및 미디어사 제공 데이터 | 산출 기준: 전체 캠페인 단위/ 일 평균 계산 기준

총 송출 횟수	32,000 회
일 평균 송출 횟수 / 일 최소 송출 보장수	1,033회 / 1,000회
송출 보장 달성을 한 횟수	103.3%
평균 송출 주기	약 83초

## 노출 효과 시각화

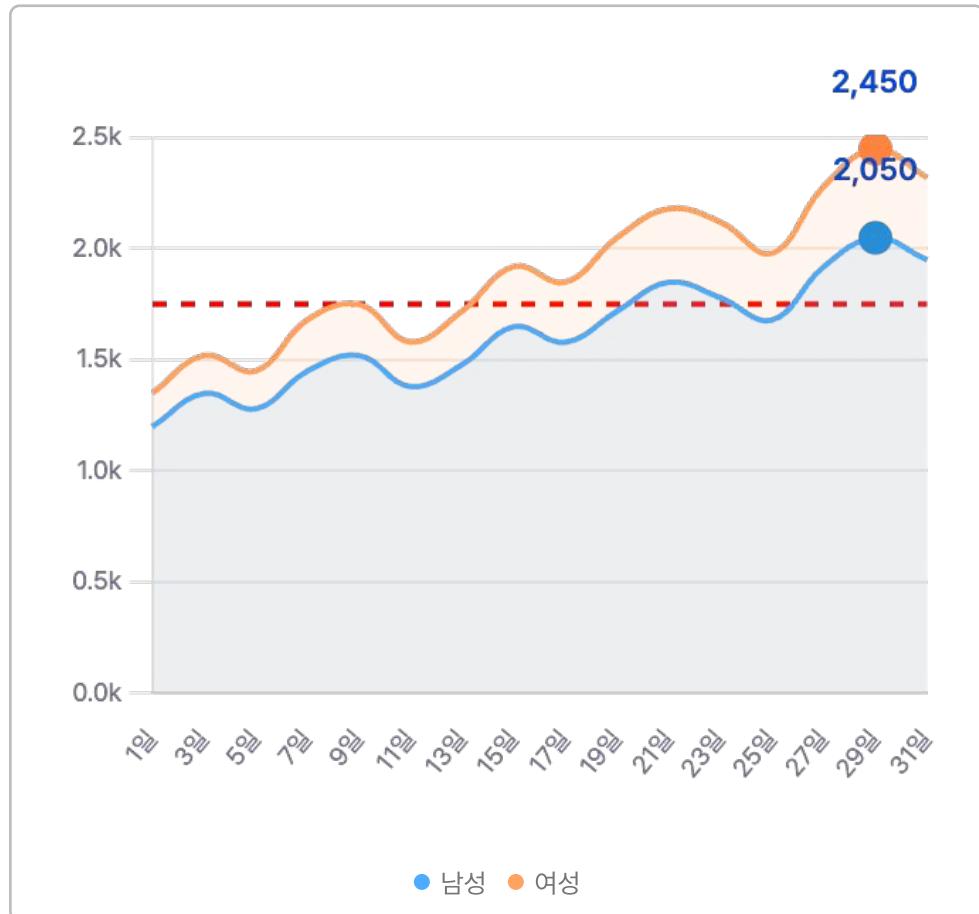
수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 노출인구 총합

### 연령대 · 성별 분포



◆ 노출인구가 가장 많은 연령대 · 성별은 20대 여성입니다.

### 일별 노출인구

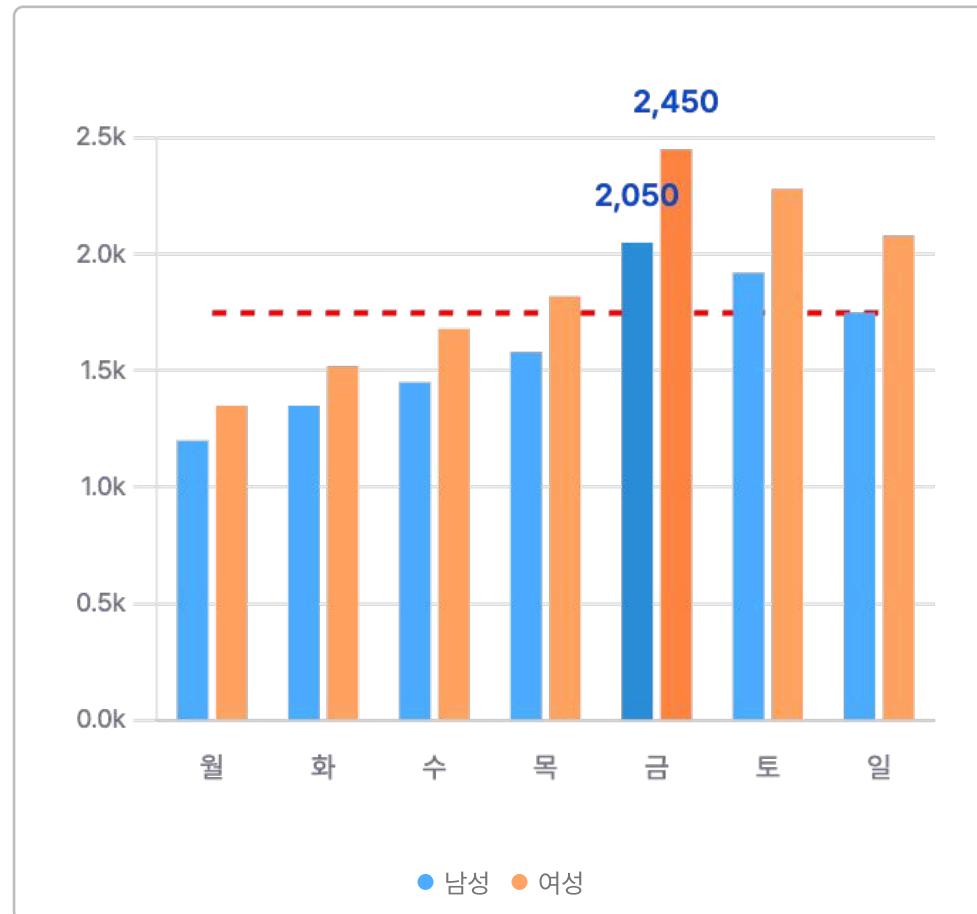


◆ 노출인구가 가장 많은 날은 2025.07.30입니다.

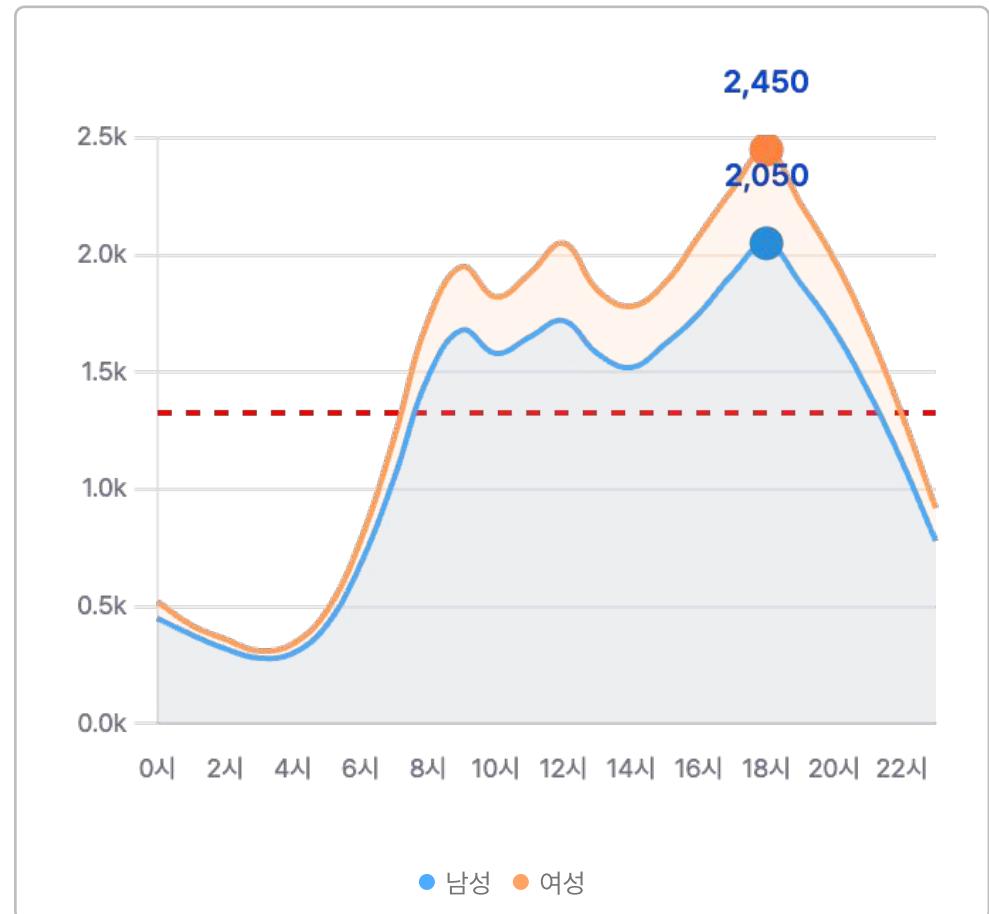
## 노출 효과 시각화

수집 기간: 2025.07.01 ~ 2025.07.31 | 산출 기준: 노출인구 총합

## 요일별 노출인구



## 시간대별 노출인구



◆ 노출인구가 가장 많은 요일은 금요일입니다.

◆ 노출인구가 가장 많은 시간대는 18 ~ 19 시 입니다.



ADeX 서비스 운영팀

---

추가 문의 사항이 있으시다면 아래 이메일을 통해 문의를 남겨주시기 바랍니다.

[contact@mnmnetworks.com](mailto:contact@mnmnetworks.com)