



# adpacker

신규출시기념

**생성형 AI 오디언스 타겟팅 프로모션**

2024.06 ~ 2024.09

# 첫 출시 기념! ~24년 3분기 내 **스마트한 오디언스 타겟팅** 제안 **생성형 AI 오디언스 타겟팅을 무할증으로** 경험하세요.

KT그룹의 AI 및 Big Data 기술이 집약된 생성형 AI 타겟팅 추천 시스템 'Targeting Plus' 를 활용하여 추출된 광고주별 맞춤 타겟팅을 제한 없이 적용하여 더욱 효율적인 캠페인 진행이 가능합니다.

Targeting & Option
✕

### 업종 선택

Type of Business ▼

- Arts & Entertainment
- Automotive
- Business
- Food & Drink
- Education
- Family & Parenting

### KPI 선택

KPI List ▼

- Branding
- UV확보
- CPI 최적화
- CPA 최적화
- ROAS 최적화
- Re-Engagement

### Target Audience

ex. MF2040 + 치킨, 피자, 패스트푸드 등 배달음식 관심자

### Keyword

ex. 치킨배달, 치킨, 치킨추천, 치킨브랜드 등

## Main Target 추출 예시

타겟팅	타겟팅 구분	타겟 세그먼트
Basic	데모	20대, 30대, 40대
	관심상품	패밀리레스토랑, 피자/햄버거, 마트, 패스트푸드 상품권, 식품 온라인쇼핑
	구매	패스트푸드, 피자, 치킨, 배달음식, 푸드코트
	목적지	치킨, 도시락/배달전문점, 피자, 패스트푸드, 패밀리레스토랑
	세그먼트	배달음식 관심자, 직장인, MZ세대, 1인 가구, 집콕족
DMP	앱 타겟팅	배달 앱, F&B 관련 앱, 외식/맛집 관련 앱, 커피/차/아이스크림/디저트 관련 앱, 직장인 전용 앱, 인스타그램 및 틱톡 등 SNS 앱
	관심사	식/음료 쇼핑, 요리/음식/식품 정보, 음식점/레스토랑, 음식 및 음료 콘텐츠, 라이프스타일 콘텐츠

광고주/브랜드 특성은 \_\_이며, 경쟁 브랜드는 \_\_가 있습니다.  
 이러한 타겟팅 전략을 활용하면 1) **배달음식을 자주 이용**하고  
 2) **SNS 활동이 활발**하며 3) **새로운 맛과 경험을 추구**하는 타겟 고객에게  
 효과적으로 도달하고 구매를 유도할 수 있습니다.



# 생성형 AI 오디언스 타겟팅 추천 시스템

## Targeting Plus 프로모션, 초 강력한 혜택.

외부 DMP 복합활용 무 할증 지원 외에도 얼리어답터 클라이언트를 위한 예산 구간별 수수료 최대 5% 추가 지원이 적용됩니다.

**1**  
외부 DMP 복합 활용  
어느 예산 구간에서나  
무 할증 지원

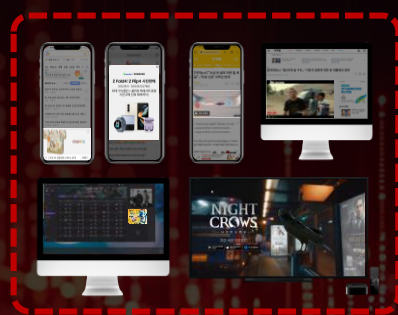


**2**  
1개월 기준  
1천만 원(VAT별도) 이상  
진행 시 예산 구간별  
수수료를 추가 지원

예산 구간 (VAT별도)	수수료 추가 지원
1천만 원 이상	<b>+1%</b>
3천만 원 이상	<b>+3%</b>
5천만 원 이상	<b>+5%</b>

\*캠페인 중간 정산 시, 기본 수수료를 지급

**3**  
모든 상품 내 적용 가능 /  
크로스 적용도 가능  
(DA, Native, Video, CTV)



**4**  
(24'연내 출시 예정)  
**생성형 AI 기반  
Native AD 문구 자동 생성**  
Native AD 이미지 소재 내 텍스트 기준 광고 문구 자동 구성  
및 각 노출 지면에 맞춤형 Asset 구성  
노출될 수 있도록 자동 롤링 운영

**5**  
(24'연내 출시 예정)  
**문맥 맞춤 Contextual Targeting**  
기존 ADID 및 Cookie 기반 오디언스 타겟팅 외  
"콘텐츠의 맥락"을 활용한 Contextual Targeting으로  
콘텐츠 기반의 타겟팅 캠페인 가능

# 프로모션 적용 캠페인 타겟 세그먼트 제안 예시

## 가전 광고주 A: 프리미엄 웨딩 가전 패키지 판매 KPI

AI가 추천해주는 고차원 세그먼트를 할증 없이 자유롭게 이용 가능합니다.



### Targeting Plus 의 AI 기반 타겟팅 조언

아래와 같은 타겟팅 전략을 활용하면 LG전자의 신혼가전 및 웨딩가전 광고 캠페인의 효과를 극대화할 수 있습니다.

#### 1. Basic

- 연령 및 성별: 25-35세 남성 및 여성
- 지역: 대도시 (서울, 부산, 인천 등)
- 직업: 전문직, 사무직, IT 종사자
- 매체 카테고리: 소셜 미디어, 검색 엔진, 온라인 쇼핑물

#### 2. Keyword

- 네이버 검색 광고 기준 추천 키워드는 아래와 같습니다.  
LG오브제컬렉션, LG퓨리케어오브제컬렉션정수기, LG렌탈, LG퓨리케어오브제정수기, ...

#### 3. Interesting

- 신혼부부 타겟팅: 결혼을 앞두고 막 결혼한 신혼부부는 신혼가전과 웨딩가전에 큰 관심을 가질 가능성이 높습니다.
- 인테리어 관심층 타겟팅: 인테리어에 관심이 많고 집 꾸미기에 열정을 가진 소비자들에게 오브제 컬렉션과 같은 인테리어 가전제품이 매력적일 것입니다.
- 기술 혁신 관심층 타겟팅: 최신 기술과 혁신적인 제품에 관심이 많은 소비자들에게 LG전자의 혁신적인 기술과 스마트 기능을 강조하여 관심을 끌 수 있습니다.

#### 4. DMP

- 브랜드 특성: LG전자는 신혼가전 및 웨딩가전 시장에서 강력한 입지를 자랑하는 종합가전 브랜드입니다.
- 경쟁 브랜드 비교: 삼성전자와의 QLED TV와 스마트 가전제품에서 치열한 경쟁을 벌이고 있으며, 소니의 브라비아 TV 시리즈와도 경쟁하고 있습니다. 파나소닉과는 고급 세탁기와 냉장고 시장에서, 보쉬와는 고급 식기세척기와 세탁기 시장에서 경쟁하고 있습니다. 다이슨과는 청소기와 공기청정기 시장에서 경쟁하고 있습니다.
- 상품/서비스 특성: LG전자의 제품들은 혁신적인 기술과 세련된 디자인을 자랑하며, 특히 오브제 컬렉션은 인테리어와 조화를 이루는 디자인으로 주목받고 있습니다.
- 트렌드: 스마트 홈, 인테리어 가전, 에너지 효율성, 원격 제어 및 모니터링 기능
- 관련 상품 및 카테고리: 신혼가전, 웨딩가전, 인테리어 가전, 스마트 가전
- 경쟁사 브랜드/상품: 삼성전자, 소니, 파나소닉, 보쉬, 다이슨
- 관련 매장 및 업종: 전자제품 매장, 가전제품 전문점, 온라인 쇼핑물

### 머신러닝 기반 최적의 타겟 세그먼트 제안

#### Basic

데모 : 25~35세 남녀

#### Keyword

LG오브제컬렉션, LG퓨리케어오브제컬렉션정수기, LG렌탈, LG퓨리케어오브제정수기, 엘지퓨리케어오브제정수기, 오브제컬렉션정수기, WD507ACB, 퓨리케어오브제정수기, LG오브제컬렉션정수기, LG퓨리케어오브제컬렉션, LG퓨리케어오브제, LG신혼가전, WD507, 엘지오브제컬렉션정수기, 오브제정수기, 혼수가전, 리퍼브매장, 신혼가전, 가전제품, 부산중고가구, 웨딩박람회, ...

#### Interest

관심사 : IT/가전제품, IT/가전제품-생활, IT/가전제품-주방, 스마트홈, 가전제품브랜드

#### DMP

- 관심상품: 냉장고, 세탁기/건조기, 주방가전, 생활가전, 에어컨, TV, ...
- 구매: 가전, 주방기구 및 용품, 정수기, 냉난방기구, 웨딩홀, ...
- 목적지: 가전/가구 매장, 웨딩업체, 웨딩스튜디오, 인테리어가전, ...
- 방문사이트: 가전제품브랜드, 가구/인테리어, 웨딩커뮤니티, 웨딩홀, ...
- 세그먼트: 세컨가전족, 집꾸미족, 가구족, 신혼부부, 이사예정자
- 앱타겟팅: 홈인테리어 관련 앱, 쇼핑/오픈마켓 앱, 마트 앱, 스마트홈, SNS, 부동산 앱

# 프로모션 적용 캠페인 믹스 예시

## 가전 광고주 A: 여러 상품 조합 + 1억원 진행.

예산 구간별 최대 5%의 추가 수수료 지원, 기존 예산의 경우 단일 상품 뿐만 아니라 여러 상품(DA, Native, Video, CTV)을 조합하여 진행 가능합니다.

[Media Mix \_ DA + Native]

구분		제안내역										비중 (유동 최적화)	비고		
광고형태	제안금액(Gross)	공시단가(Gross)	보장단가(Gross)	공시금액	서비스율	예상 노출량	보장 클릭수	전체 평균 CTR	업종 평균 CTR	보장 CPC	CPM				
Standard (띠배너)	320*50 320*100 1029*258(비즈보드)	50,000,000	CPC 500원	CPC 97원	103,092,784	415%	18,829,732	206,186	1.34%	1.10%	97	1,062	40%	1) 수수료 최종 30% -> 35%  대행사 20%, 렙사 (애드패커 거래 주체) 10% -> 15%	
Interstitial (전면배너)	300*250 320*480				77,319,588		2,858,395	154,639	5.83%	5.41%		5,248			30%
Native (네이티브배너)	NativeAD				77,319,588		8,663,259	154,639	1.63%	1.79%		1,731			
<b>Total</b>		<b>50,000,000</b>		<b>CPC 97원</b>	<b>257,731,959</b>	<b>415%</b>	<b>30,351,386</b>	<b>515,464</b>	<b>1.87%</b>	<b>1.70%</b>	<b>97</b>	<b>1,647</b>	<b>100%</b>	2) 예산 구간에 따른 추가 단가 네고 적용  3) 외부 DMP 복합활용 20% 할증 무료 지원	

[Media Mix \_ Video + CTV]

상품내용		제안내역										참고내역		비고				
광고형태	제안금액 (Gross)	공시단가 (Gross)	보장단가 (Gross)	공시금액	서비스율	예상 노출량	보장 클릭+시청수	업종 평균 CVTR	업종 평균 CTR	예상 클릭수	업종 평균 VTR	예상 시청수	전체 평균 CVTR		전체 평균 CTR	전체 평균 VTR	CPM	
Basic (MO/PC)	15'~240'	25,000,000	CPVC 40원	CPVC 20원	50,000,000	100%	1,682,369	1,250,000	74.30%	1.70%	28,600	72.60%	1,221,400	78.02%	1.91%	76.11%	14,860	1) 수수료 최종 30% -> 35%  대행사 20%, 렙사 (애드패커 거래 주체) 10% -> 15%
CTV (CTV/IPTV)	15'	25,000,000	CPV 40원	CPV 8원	125,000,000	400%	3,156,566	3,125,000	99.00%			99.00%	3,125,000			99.00%	7,920	
<b>Total</b>		<b>50,000,000</b>			<b>175,000,000</b>	<b>250%</b>	<b>4,838,934</b>	<b>4,375,000</b>	<b>91.52%</b>	<b>1.70%</b>	<b>28,600</b>	<b>89.82%</b>	<b>4,346,400</b>	<b>78.02%</b>	<b>1.91%</b>	<b>87.56%</b>	<b>10,333</b>	2) 예산 구간에 따른 추가 단가 네고 적용  3) 외부 DMP 복합활용 20% 할증 무료 지원

[mp1@nasmedia.co.kr](mailto:mp1@nasmedia.co.kr)  
플랫폼사업 1팀으로 연락 주세요.