

DMP

Target **Right**, Win **Bright** Your **Data Powerhouse**

CONTENTS

01 소개

- Why we need DMP
- So we bring DMP
- 나스미디어 DMP 1.0

02 차별화

- 국내 최대 커버리지 및 오디언스 보유
- KT그룹 AI 및 Big Data 기술 집약
- 크로스 플랫폼 : 온·오프라인 결합
- 전문가 보장 맞춤형 솔루션 제공

03 핵심 기능

- Demographic
- Geographic
- 관심사
- 쇼핑지수
- 게임지수
- Persona
- look-alike
- 리포팅 서비스
- 문맥타겟팅
- 소비자여정

04 적용 사례

- CASE STUDY: 모바일 게임
- CASE STUDY: 온라인 커머스
- CASE STUDY: 오픈 마켓
- EXAMPLE: 타겟팅 시나리오

01 소개

Why we need DMP ?

반응한 오디언스에 대해 **깊이 있는 분석**을 하고 싶어도,
데이터가 통합되지 않아 어려워.

새로운 타겟 그룹을 **발굴**하고 싶은데,
데이터가 충분치 않아서
제자리 걸음하는 느낌이야.

구체적인 타겟팅을 시도할 때마다,
데이터 한계 때문에
항상 일반적인 광고에 그치게 돼.

신규 고객을 찾으려고 해도
어떻게 시작해야 할지 막막해.

고객이 반응했는지 분석하려고 하는데,
데이터가 제각각이라 힘들어.

So we bring DMP.

빅데이터와 AI 기술로 마케팅 목적에 맞는
Data-driven 광고 최적화 기능 구현

국내 최대 커버리지
및 오디언스 보유

KT그룹 AI
및 Big Data 기술 집약

크로스 플랫폼 :
온·오프라인 결합

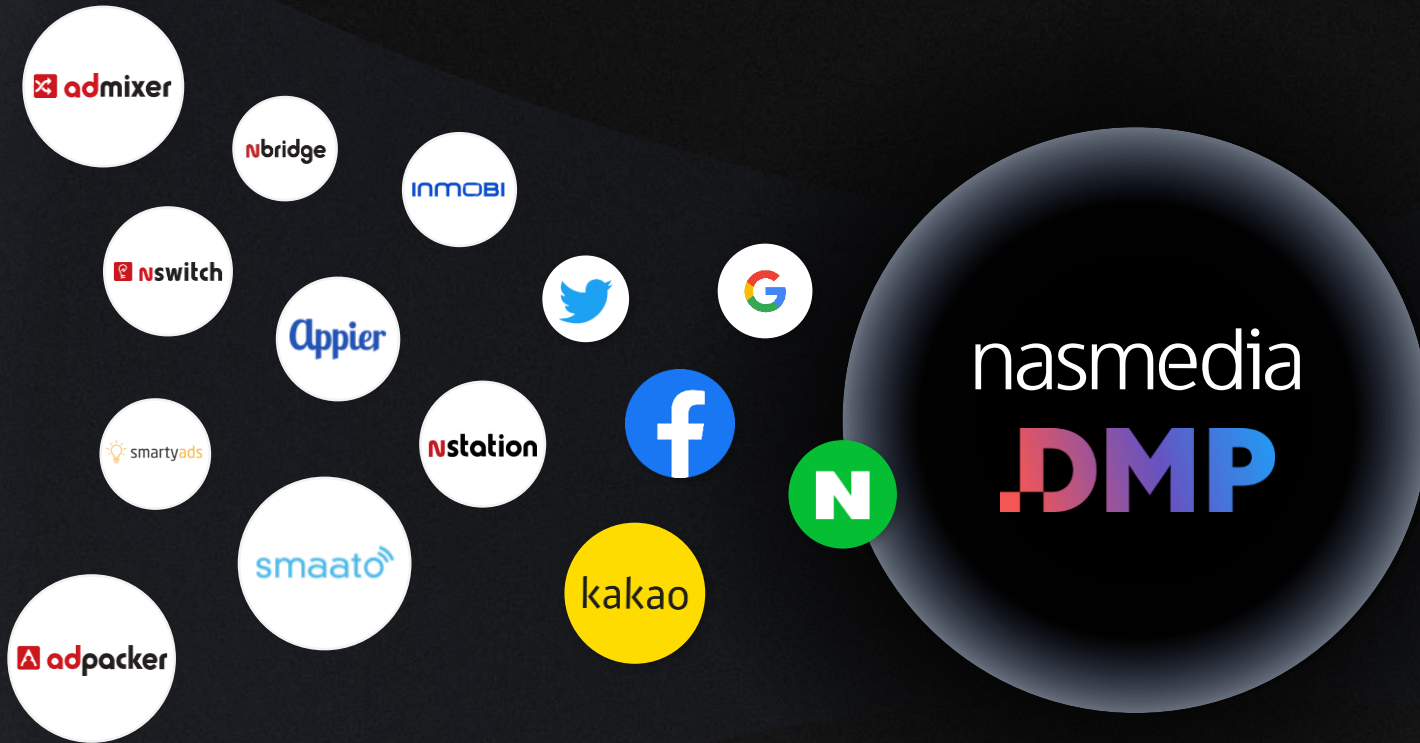
전문가 보장
맞춤형 솔루션 제공

*KT그룹 공동연구개발 프로젝트를 통해 AI와 빅데이터 기술을 활용하여
타겟팅 정교화·실시간 최적화·운영 효율화를 통한 최적의 KPI달성이 가능합니다.

02 차별화

국내 최대 커버리지 및 오디언스 보유

나스미디어 광고 네트워크의 모든 데이터를 수집하여 외부에 단 한번도 공개된 적이 없는 오디언스 빅데이터 보유



일평균 수집 트래픽 **60억 건**

월평균 활성화 ADID **1억 개**

분석가능 ADID **5천만 개**

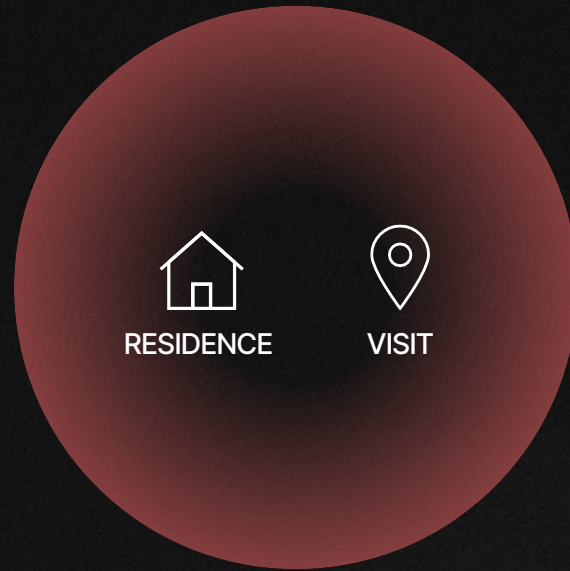
KT그룹 AI 및 Big Data 기술 집약

미디어렙 1위의 노하우를 기반으로 디지털 타겟팅 효과성을 극대화할 수 있도록 구성

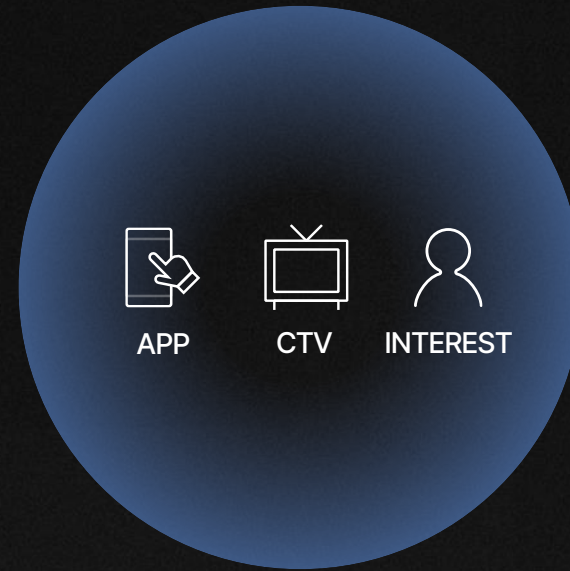


크로스 플랫폼 : 옴니채널 타겟팅

개인화되고 통합된 타겟팅을 제공하는 온·오프라인 통합 데이터로 효율적인 예산 사용



OFF - LINE



ON - LINE

전문가 보장 맞춤형 솔루션 제공

안정적인 빅데이터 인프라와 전담 데이터사이언스팀을 통해 1:1 맞춤 서비스 제공

데이터
사이언스

- 평균 경력 5년 데이터 사이언티스트 전담팀 운영
- 기술 특허 5개를 보유한 창의적 분석 노하우 적용
- 비즈니스 전문지식을 반영한 최적 맞춤 분석 제공



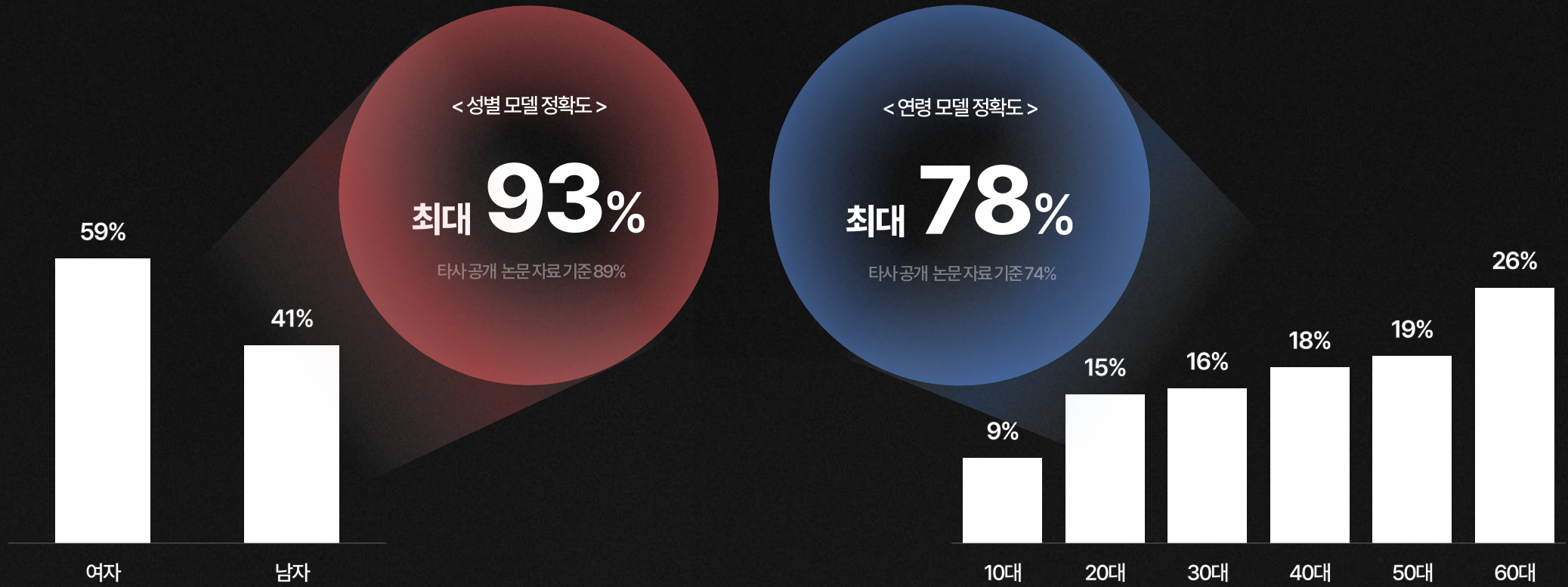
- 다수 프로젝트에서 검증된 데이터 엔지니어의 지원
- 내고장성 · 고가용성 인프라로 안정적인 환경 확보
- 고성능 인프라를 통한 데이터 처리 효율 극대화

빅데이터
인프라

02 핵심 기능

Demographic (성별/연령)

앱 사용 · 광고 반응 데이터로 생성한 정확도 높은 머신 러닝 모델로 사용자 정보 추정

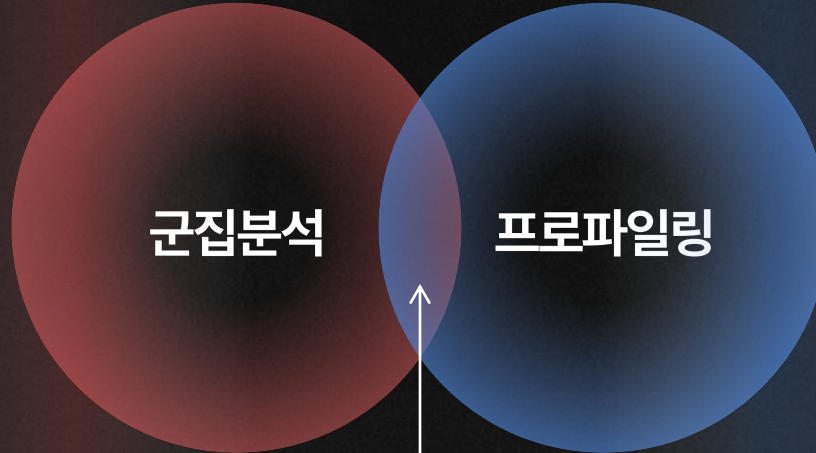


Demographic (결혼/자녀)

129개 유관 앱 사용 패턴을 분석하여 사용자의 결혼 및 자녀 유무 추정

< 사용자 이력 >

앱 사용 이력	<ul style="list-style-type: none"> • 아이 화면 잠금 앱 • 온라인 원격 수업 앱 • 출산 다이어리 앱 • 임신, 출산 준비 앱 • 아기 수면 음악 앱 • ⋮
오프라인 방문 이력	<ul style="list-style-type: none"> • 결혼상담소 방문 • 빈번한 음식점 방문 • ⋮



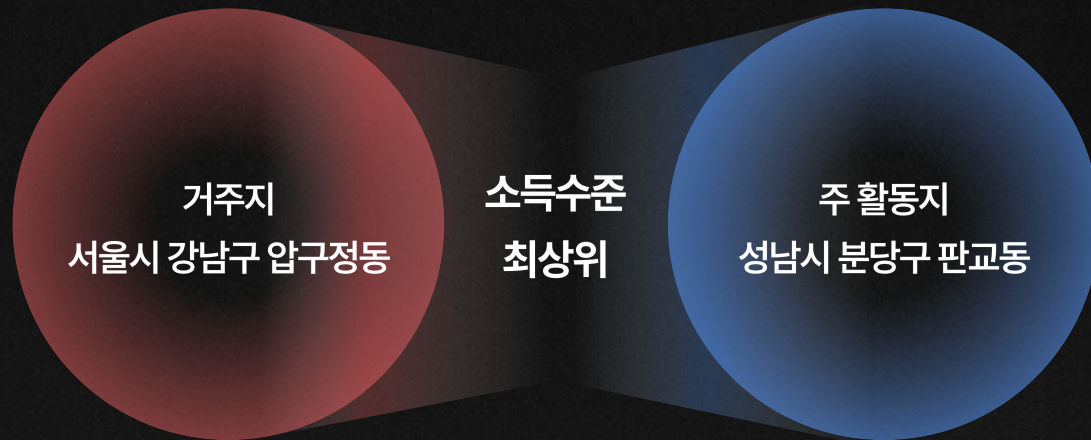
최신 머신러닝 알고리즘 기반 군집분석 수행 결과를 바탕으로
도메인 전문가와 전담 데이터 사이언티스트 협업을 통해 프로파일링 진행



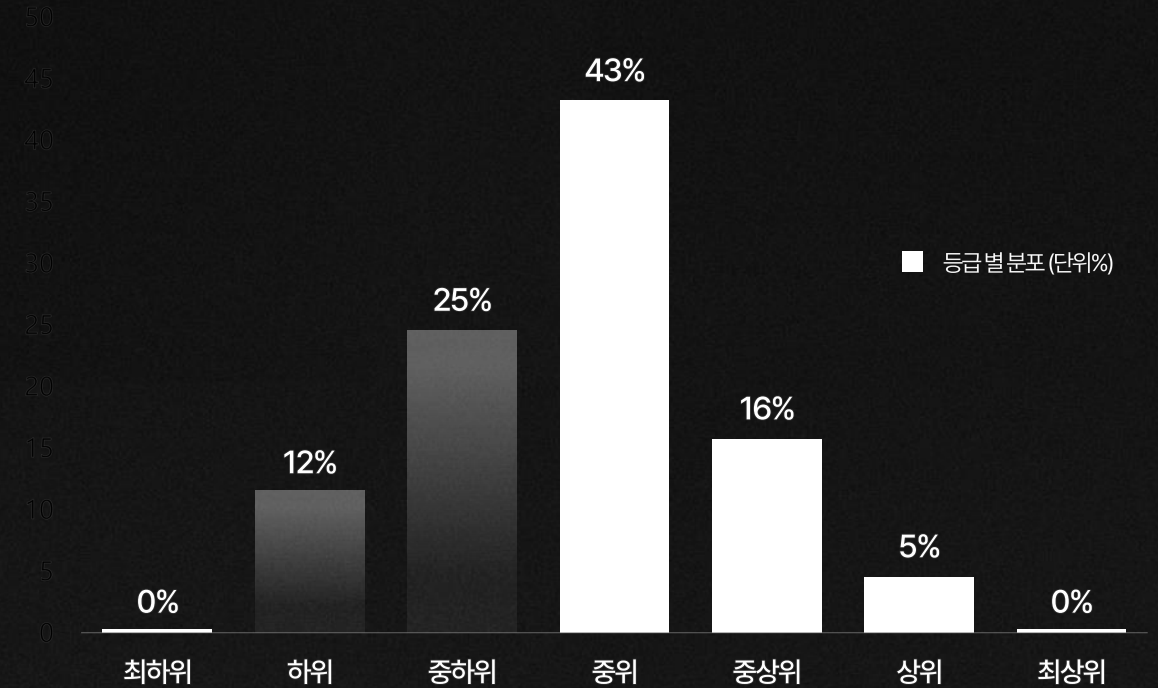
Demographic (소득수준)

가구 소득 및 직장 소득 추정을 통한 OECD 기준 7분위 소득수준 정의

■ 거주지, 주 활동지 기반 소득수준 분석



■ 등급 별 오디언스 소득수준 분포



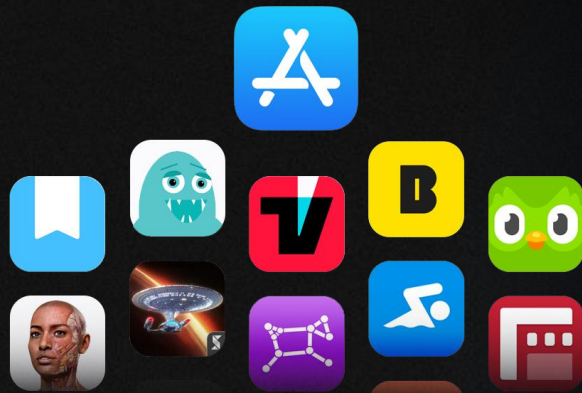
Geographic (거주지, 주 활동지, 방문지)

오디언스의 오프라인 행적을 트래킹하는 차별화된 위치 인텔리전스



관심사

사용자의 앱 선호도와 광고 반응 이력으로 2,500여 종류의 오디언스 관심사 분석



<앱 커버리지>

최대 **2900만**

설치 및 이용정보

건강

육아

Audience
관심사

여행

교육

커피



<캠페인 커버리지>

최대 **2300만**

반응 이력

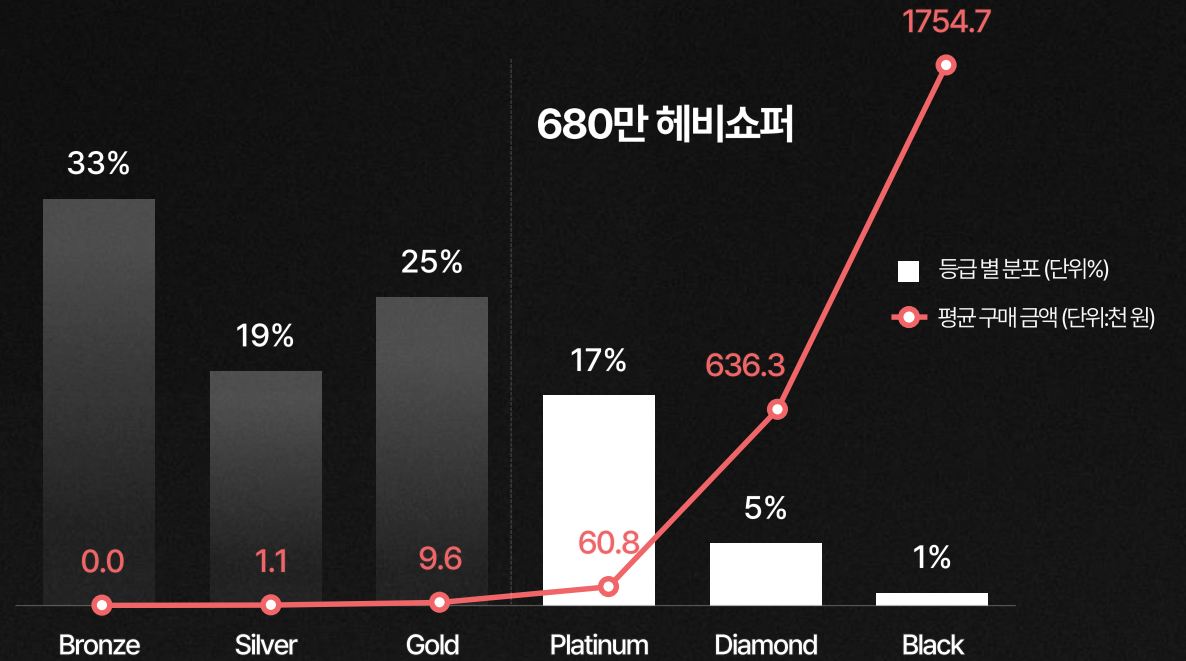
쇼핑 지수

구매 확률이 높은 진성 유저를 세분화 하는 온라인 쇼핑몰 행동 이력 기반의 RFM+A 지수(Index)

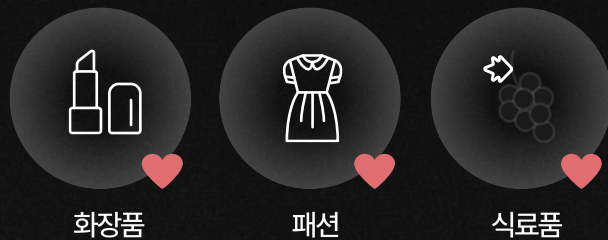
■ 오픈 마켓 광고 반응 데이터 240억 건* 활용



■ RFM(A) 모델 기반 오디언스 세분화**



■ 3,500만 개 상품 정보* 기반 구매 관심사 매핑



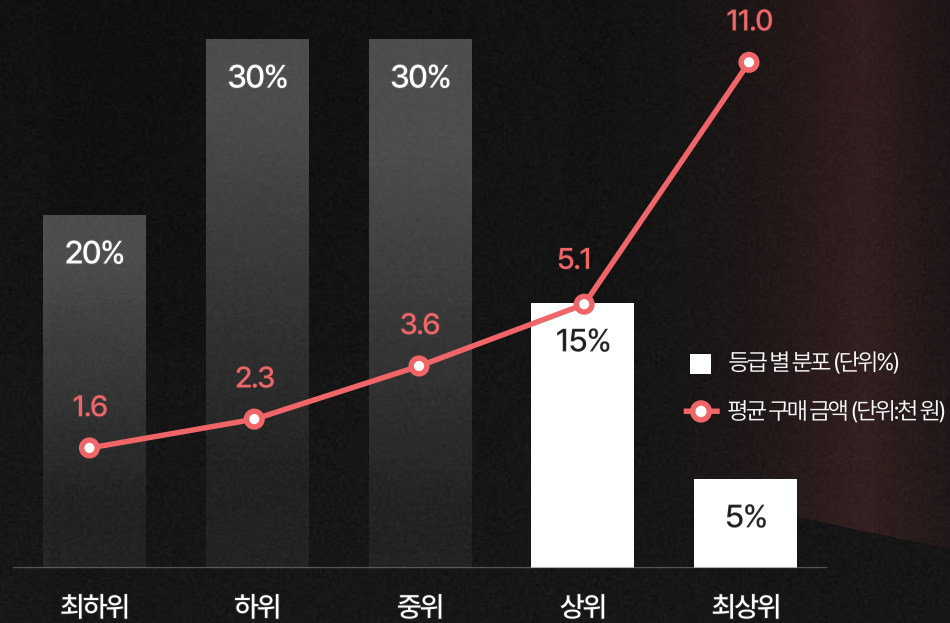
게임 지수

게임 광고 캠페인에 특화된 고효율 오디언스를 구분하는 게임 충성도 프로파일링 개인화 지수(Index)

■ 게임 지수 구성 요소

게임 카테고리	13개 게임 카테고리 분류
캠페인 기여도	온라인 광고 반응 활성 정도 CPI, CPA, CPS 별 최적화
몰입 정도	요일 별, 월 별 플레이 빈도 선호 장르 및 플레이 스타일
매체 점수	고효율 매체 사용자 타게팅

■ 게임 지수 기반 오디언스 세분화*



- 3배** ↑
게임 앱 플레이 횟수
- 3배** ↑
게임 앱 사용 개수
- 2배** ↑
매체 사용 활용도

Persona

전문가의 노하우가 결합된 초 디테일 타겟팅으로 광고 트렌드 반영



어린이 및 학부모



크리스마스
쇼핑족



새해 쇼핑족

- ✓ 쇼핑 관련 앱 설치 내역
- ✓ 관심사 쇼핑 관련 카테고리
- ✓ 온라인 활동 이력

일렉트로닉 크리스마스

- 관심도(%)를 이용한 전자기기 관심사
- 전자기기 매장 오프라인 방문 이력
- 전자기기 품목 구매 이력

프리미엄 산타즈

- 쇼핑지수 Diamond 이상
- 백화점 및 명품샵 오프라인 방문 이력
- 소득수준 상위

Look-alike

캠페인 반응 빅데이터 임베딩(Embedding) 기술을 통한 유사 모수 추출

< 광고주 데이터 >



< DMP 데이터 >



< Look-alike 오디언스 >



최대 **300%**

Look-alike 커버리지

Dashboard 및 리포팅 서비스

심도 깊은 오디언스 분석이 가능한 데이터 시각화 대시보드 및 Report 제공



Contextual Targeting (예정)

KT 초거대 언어모델 기반의 AI 문맥 맞춤 광고서비스 통해 Right 오디언스 & Right 미디어 발굴 가능

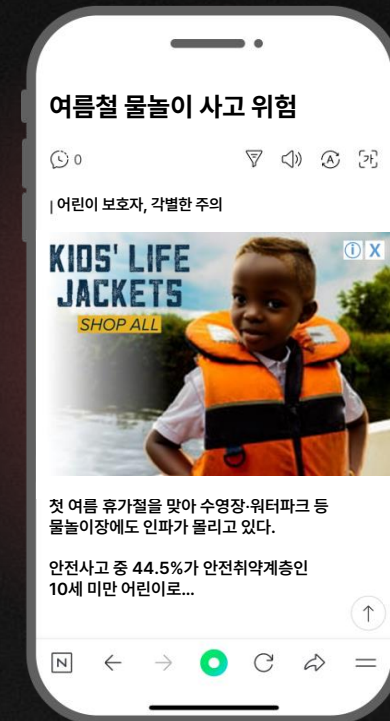
< Campaign >



< Right Audience >

성별: 여성
연령: 31~40세
자녀: 있음
관심: 육아, 안전, 교육

< Right Media >



Customer Journey (예정)

KT NexR과 공동 개발한 Attention 기반 딥러닝 모델로 캠페인 목표 행동 도달 예측

< Data Driven 개인화 타겟팅 >

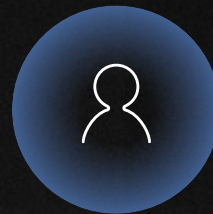
소비자 개별의 행동 패턴에 Deep Dive한 고차원적 분석
87% 정확도의 AI 모델로 전환 잠재력이 있는 고객까지 능동적 탐색

기존 리타겟팅 전략의 한계 ...

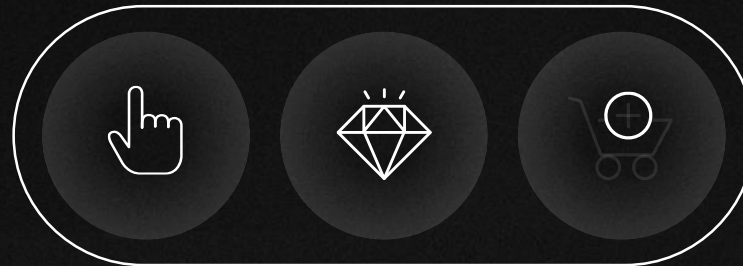


신규 모수 확보의 어려움
반복 노출에 의한 효과 감소

VS



Audience



광고 Click

아이템 View

장바구니 Add

Goal

* Sequence 패턴 학습

기존 LSTM 모델 대비 정확도 **3.5% 향상**

* AUROC 기준으로, AUROC은 얼마나 잘 예측하는지를 표현하는 지표 중 하나

04 적용 사례

Case Study: 모바일 게임

게임 캠페인의 전환을 유도하는 게임 광고주 맞춤형 타겟팅

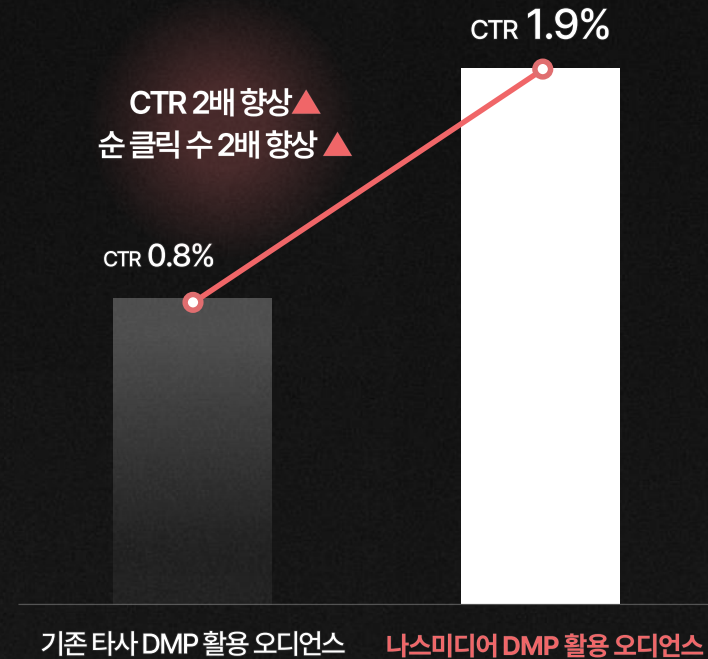
■ 캠페인 KPI 맞춤 오디언스



반응(클릭) 오디언스 기준
게임 지수 상위 그룹 포함 비율



■ K사 게임 캠페인 집행 사례*

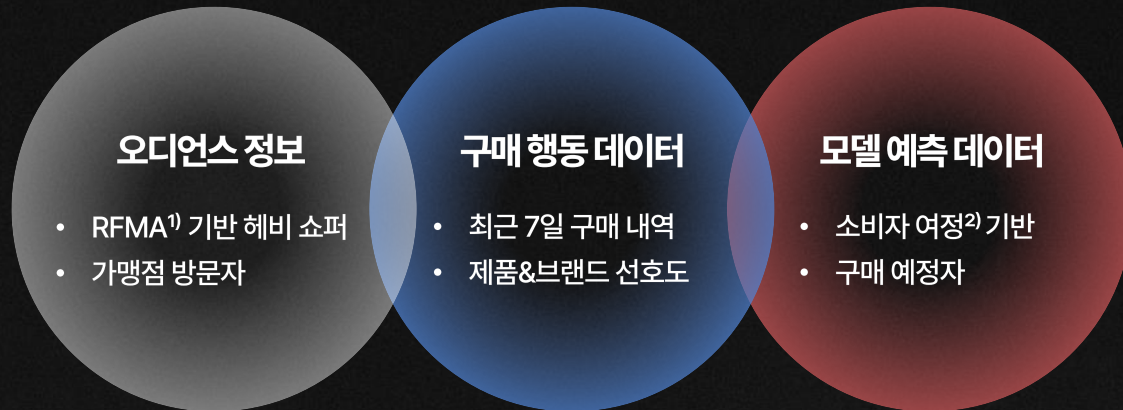


* 23.12.27~24.01.02(7일간), 동일 소재 집행 기준

Case Study: 온라인 커머스

다각적 분석을 통해 마케팅 전략 제시, ROAS를 달성하는 나스미디어 DMP만의 풍부한 데이터

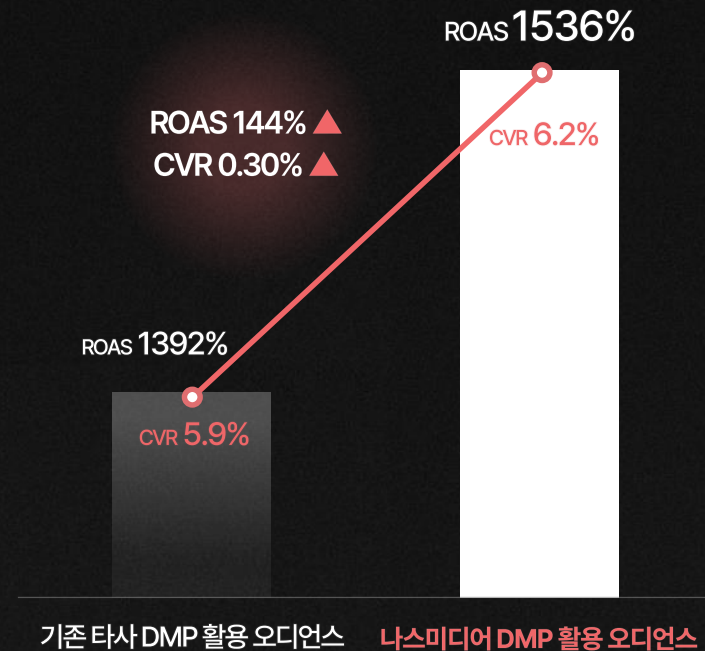
■ 캠페인 시나리오 데이터 활용 예시



1) RFMA : Recency, Frequency, Monetary, Action 기반 유저 세분화 로직

2) 소비자 여정 : 유저의 온라인 행태 시계열 정보 기반 구매 예측 딥러닝 모델

■ C 커머스 캠페인 집행 사례



Case Study: 오픈 마켓

국내 오픈 마켓의 대규모 광고 반응 데이터 분석으로 단기간 집행 예산 증액 실현

■ 빅데이터 기반 360° View 인사이트 제공

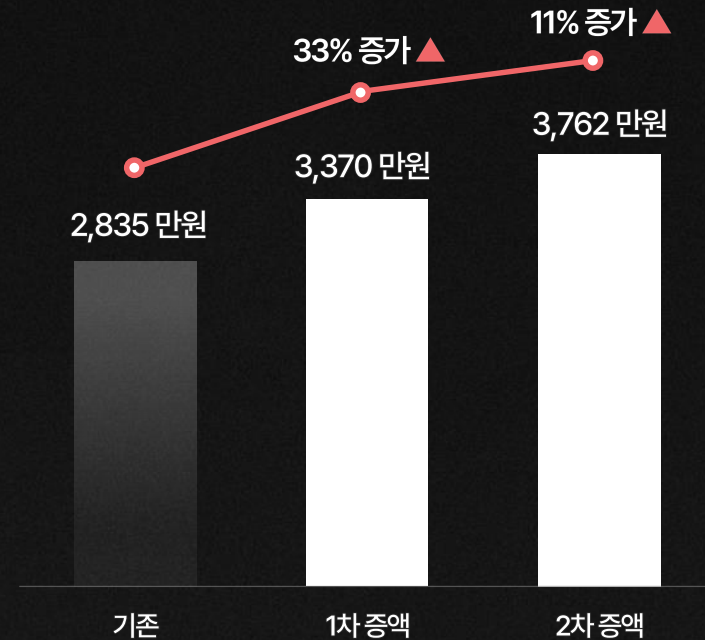
■ H오픈마켓 캠페인 집행 사례



Advanced Analytics

- 이벤트 별 코호트 분석
- 미 반응 유저 디 타게팅
- 상위 유저 전환 패턴 분석

⋮



Example : 타겟팅 시나리오

게임 관련 캠페인 집행 시나리오

< 타겟 오디언스 >



DMP 포털 사용

DMP Basic

20~30대 남성

게임지수 최상위

DMP 포털 + DSP 운영데이터+외부DMP

DMP + DSP

20~30대 남성

게임지수 최상위

기집행 RPG 캠페인 반응 유저

타 DMP 게임 고관여 유저

Data Scientist 맞춤형 서비스

DMP Professional

20~30대 남성

게임지수 최상위

기집행 RPG 캠페인 반응 유저

타 DMP 게임 고관여 유저

OOO

OOO

DIVE INTO

nasmedia **.DMP**

**Exclusive한 나만의 오디언스를
만들어보세요!**

Get Started >

* 첫 회원가입 시 승인절차가 필요합니다.

나스미디어 플랫폼사업본부
AI Tech LAB 데이터사이언스2팀

DMP_TF@nasmedia.co.kr