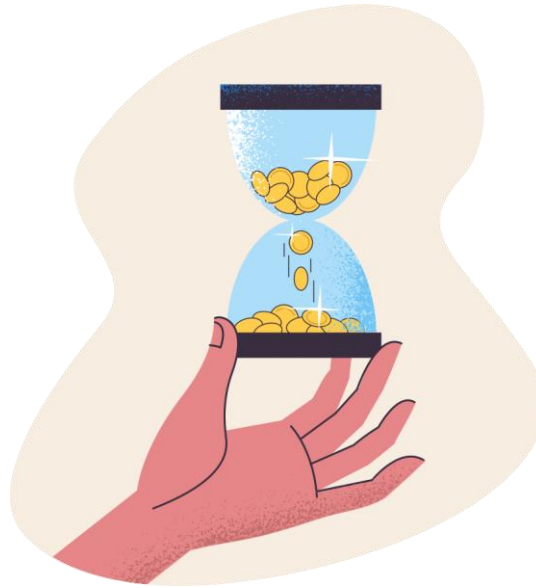


프로그래매틱 거래를 위한 개선된 빈도수 관리(frequency management)



Frequency Management

빈도수 관리

마케팅 담당자와 대행사 파트너가 사람들이
광고를 보는 횟수를 제어하여,
더 나은 유저 경험을 제공하고
광고주의 예산 낭비 감소를 도와준다.

Programmatic Guaranteed Deals

프로그래매틱 게런티 딜

Viewability와 Brand Safety가 보장되는
인벤토리마켓(PMP)에서 프리미엄 인벤토리를
Deal로서 노출 수를 보장한다.

Guaranteed Deal (최우선순위 송출),
Preferred Deal (타겟팅된 지면을 우선 송출) 등 선택 가능

기존 광고 게재 빈도 관리

특정 유저에 대한 광고 게재 빈도 목표에 도달하면
캠페인 공개 입찰 부분에서 해당 유저에게 더 이상 광고가 노출되지 않지만
프로그래매틱 게런티 딜 부분에선 지속적으로 광고가 노출된다.

개선된 광고 게재 빈도 관리

프로그래매틱 게런티 + 공개 입찰

Programmatic Guaranteed + open auction

* 단일 또는 두 거래 유형의 조합

전체 캠페인 게재 빈도 목표에 도달하면,
DV360은 사전에 합의된 노출 수를 제공하도록 보장하는
프로그래매틱 게런티 딜에서도 공개입찰과 동일하게
더 많은 광고를 노출하지 않도록 한다.

과다한 광고 노출을 더욱 줄여 유저에게 더 나은 경험을
제공하고 광고주에게 비용 절감을 제공한다.

기존 DV 360 프로그래매틱 게런티 광고 게재 빈도 관리

광고 게재 빈도 목표에 도달 시,	공개 입찰 (Open Auction)	프로그래매틱 게런티 (Programmatic Guaranteed)
빈도수 관리	O	X
노출 수 제공 보장	X	O
광고 지속 노출 방지	O	X



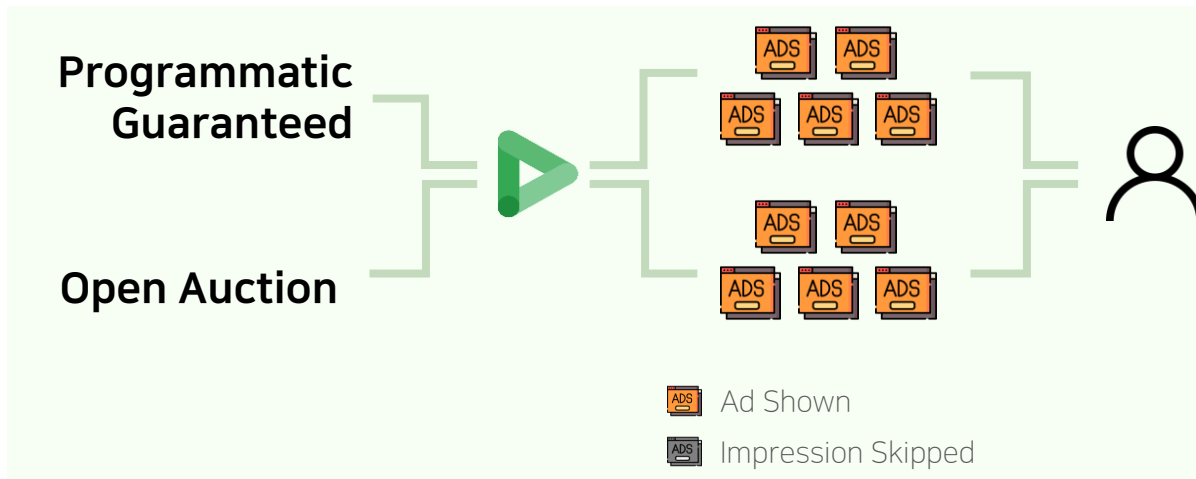
개선된 DV 360 프로그래매틱 게런티 광고 게재 빈도 관리

광고 게재 빈도 목표에 도달 시,	공개 입찰 (Open Auction)	프로그래매틱 게런티 (Programmatic Guaranteed)
빈도수 관리	O	O
노출 수 제공 보장	X	O
광고 지속 노출 방지	O	O

프로그래매틱 게런티(Programmatic Guaranteed) 예시

캠페인 레벨에서 광고 게재 빈도수가 5로 설정된 경우,
공개 입찰과 프로그래매틱 게런티 딜은 이미 광고가 5번 노출된 유저에게 더 이상 광고를 노출하지 않는다.

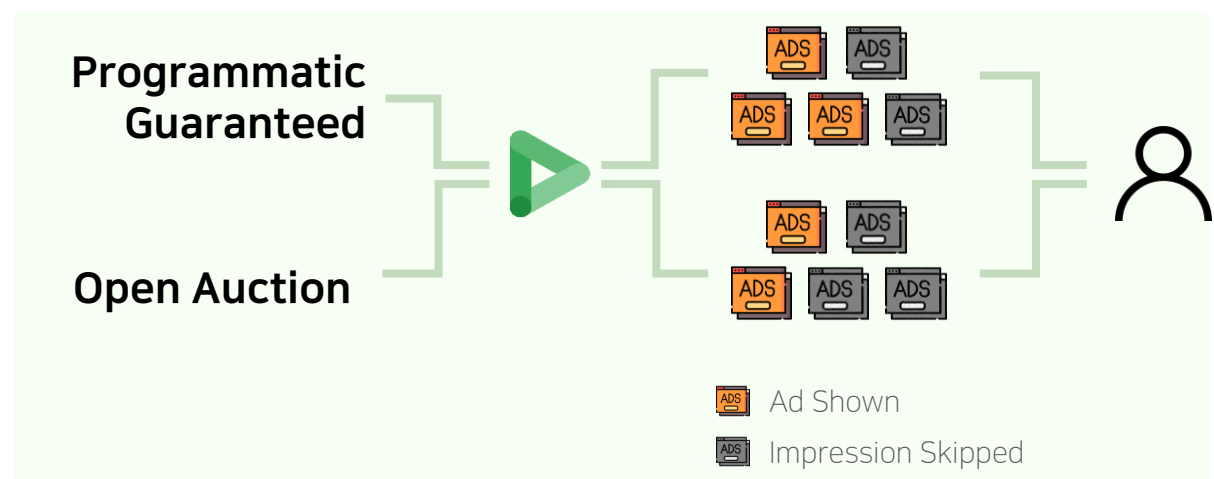
1. 기존 광고 게재 빈도 관리



→ 동일 유저 광고 노출 10회



2. 개선된 광고 게재 빈도 관리



→ 동일 유저 광고 노출 5회

CASE STUDY

빈도수 관리와 프로그래매틱 게런티 딜을 활용한 삼성의 실제 사례



[인도네시아에서 출시된 삼성의 갤럭시 A6]

새로운 휴대 기기 출시의 경우, 초기 관심이 많을 수 있지만 소비자의 구매 준비 및 확정 여부는 정확히 예측하기는 어렵기 때문에 출시 후 몇 주 동안 삼성은 주의를 기울여야 했다.

* 기존 예약 캠페인

예약된 노출량 빠른 소진 가능

하지만 하루에 최대 8번까지 유저에게 자주 노출되어 예산을 낭비하고 브랜드 부정적 영향을 끼침

→ 개선된 광고 게재 빈도수 관리로 프로그래매틱 게런티 테스트 진행


유저 당 일일 노출을 줄이고 광고를 더 오랜 기간동안 노출함으로 총 도달 범위가 크게 향상됨을 확인 할 수 있었다.

프로그래매틱 게런티에서 frequency management (빈도 관리)를 함으로써 우리는 기존 예약보다 **4배** 더 많은 유저에게 도달 할 수 있었다.

실시간 효율성 모니터링 대시보드

DV360의 광고 게재 빈도 관리 툴을 사용하여 프로그래매틱 게런티 딜에 대해
낭비되는 노출 수와 새로운 유저에게 도달하기 위해 **재투자된 예산**을 보여주는 **새로운 대시보드**

예산 절감을 실시간으로 파악하면 마케팅 담당자와 대행사 파트너가 **캠페인 실적**을 더 **정확하게 통제**하면서 **평가**할 수 있게 된다.

 Display & Video 360
새로운 대시보드



거래 통합의 **효율성 향상**

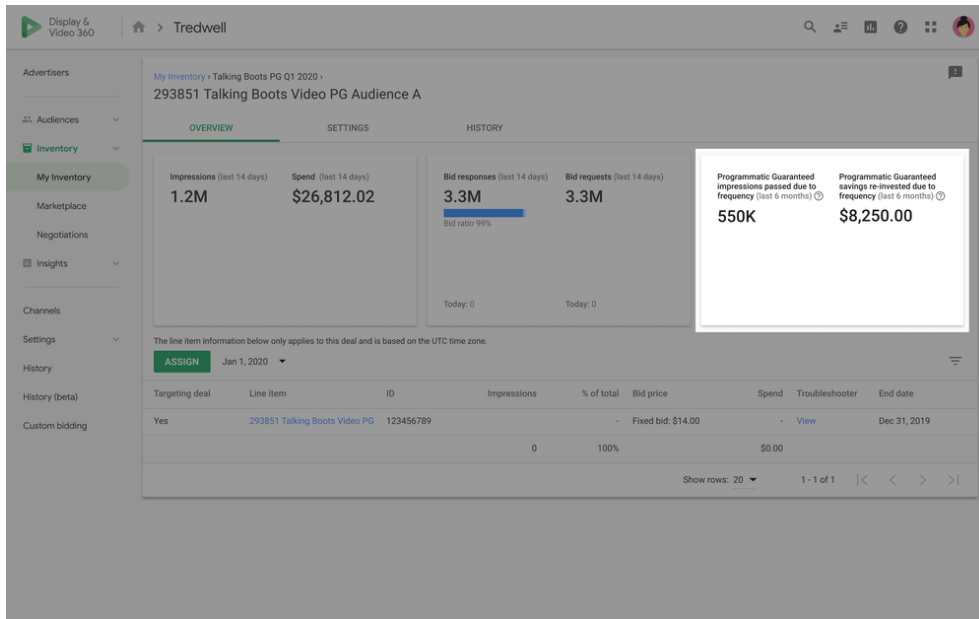
프로그래매틱 게런티에 대한 **추가 투자 확보 기반 제공**


유저 경험 제공

실시간 효율성 모니터링 대시보드

DV360의 광고 게재 빈도 관리 툴을 사용하여 프로그래매틱 게런티 딜에 대해
낭비되는 노출 수와 새로운 유저에게 도달하기 위해 **재투자된 예산**을 보여주는 새로운 대시보드

예산 절감을 실시간으로 파악하면 마케팅 담당자와 대행사 파트너가
캠페인 실적을 더 정확하게 통제하면서 평가할 수 있게 된다.



 Display & Video 360
새로운 대시보드



프로그래매틱 게런티에 대한 **추가 투자 확보 기반** 제공

거래 통합의 **효율성 향상**

유저 경험 제공

내 인벤토리 탭에 있는 DV360의 새로운 대시보드

실시간 효율성 모니터링 대시보드

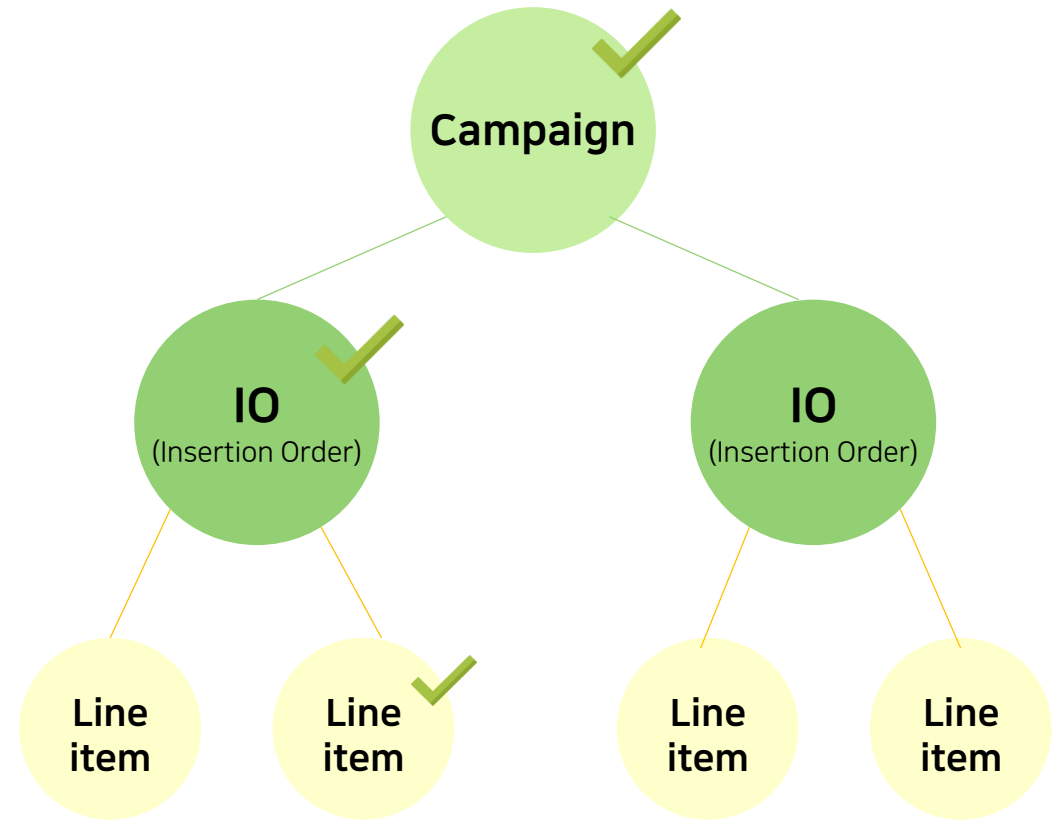
각 프로그래매틱 게런티 딜의 **빈도 관리**를 통해
재투자된 예산 절감액 및 전달된 노출 수가 표시

DV360 표준 보고서에서 **프로그래매틱 게런티 세이빙**
(Programmatic Guaranteed Savings) 템플릿을
사용하여 오프라인 보고서를 작성하여
여러 거래에서 집계된 **동일한 정보에 액세스** 가능

캠페인 레벨과 프로그래매틱 게런티 딜이 포함된
모든 게재 신청서(Insertion Order)와 line item에서
게재 빈도 목표를 설정 시, **세밀한 광고 게재 빈도 통제** 가능

Campaign / IO / Line item 별

✓ 각각 Frequency Targeting 가능!



“ 감사합니다! ”

본 리포트에 대해 문의사항이 생기시면 언제든지 연락 주시기 바랍니다.

| 광고 문의 | agency@adop.cc