

The background of the image is a dark, slightly blurred photograph of a laptop screen. On the screen, there is a data dashboard. At the top, a line graph with several data points is visible. Below the graph, there are some labels like '19 Jan.' and 'New Visitor'. To the right of the graph, there is a pie chart. The overall lighting is dim, with the screen being the primary light source.

ADOP

Programmatic Deal Package(KR)

Programmatic Deal 이란,

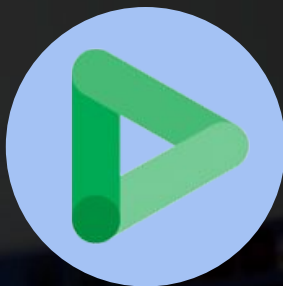
특정 인벤토리에 원하는 타겟팅 옵션을 적용하여 우선적으로 입찰 할 수 있는 권한을 부여하는 거래 방식.

→ 장점 : 특정 프리미엄 인벤토리 마다 단가를 달리해서 해당 지면에 광고를 최우선 송출 할 수 있음.

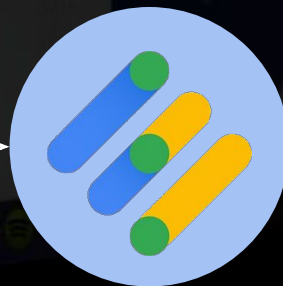
ADOP는 DSP와 SSP를 동시에 보유하고 있어
프리미엄 인벤토리를 쉽고 빠르게 구매,
Deal 운영이 가능합니다.



Advertiser / Agency



DV360
Market Place



Google
Admanager



Publisher / SSP

ADOP Programmatic Deal의 장점

01

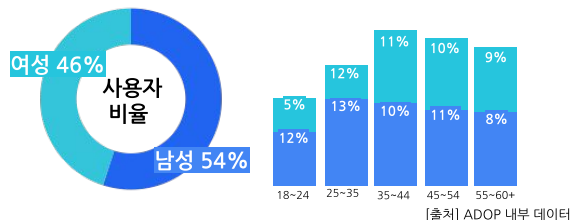
Google Admanager & DV360 스페셜리스트

ADOP는 구글의 공식 퍼블리싱파트너(*GCPP)로서
OK저축은행, 캐빈클라인 캠페인 등 다수의 캠페인 진행 경험 보유

*GCPP : Google Certified Publishing Partner

02

전 연령대(10~60대)의 사용자 보유



03

국내 유일 4가지 거래 방식 지원

*Guaranteed Deal, Preferred Deal, Private Auction, Open Auction

- * Guaranteed Deal : 노출량 보장, 고정 단가, 1:1 거래 방식
- * Preferred Deal : 노출량 비보장, 고정 단가, 1:1 거래 방식
- * Private Auction : 노출량 비보장, 경쟁 입찰(최소 단가), 1: 다수 거래 방식
- * Open Auction : 노출량 비보장, 경쟁 입찰(최소 단가), 多: 多 거래 방식

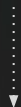
04

다양한 Deal Package + 즉각적인 대응

- 단순한 오디언스(Audience) 패키징이 아닌
캠페인의 본질을 파악한 뒤 진행하는 다양한 Deal Package
- 캠페인 효율에 따른 즉각적인 대응(노출수 변경, 진행 매체 변경 등)으로
광고 예산 낭비 방지 가능

광고주들의 공통된 목표.

[
인지도 제고(브랜딩 효과)
구매전환 강화(퍼포먼스 효율)
잠재고객 찾기
광고 예산 절약
]



Target Audience Package

+

다양한 ADOP Deal Package

+

즉각적인 대응

우선적으로 캠페인과 관련성이 높은
연령, 성별, 카테고리별 바탕으로
매체 리스트 선정

캠페인의 본질 & 잠재고객 파악 후,
ADOP만의 다양한 딜 패키징으로 구성
(자유로운, 신선한,
Global, 안정적인, 도전적인)

캠페인 효율에 따른 즉각적인 대응으로
광고 예산 절약
(노출수 변경, 진행 매체 변경 등)

ADOP만의 6가지 Deal Package.

안정적인

도전적인

Global

신선한 & 새로운

자유로운

프리미엄

1. 안정적인 패키징 (평균 단가 : CPM 900~1,000원)

- ADOP 보유 매체 중, 트래픽 상위 Top5 및 네임벨류가 있는 매체 + 타사와 롤링 X ADOP와 100% 진행하는 매체
- 트래픽 상위 Top 5 및 네임벨류가 있는 매체 기준?
한달 트래픽 500만 이상, 조&중&동 및 계열사, 자체적으로 Google Admanager를 운영하는 매체

** 해당 단가는 평균 값으로 인벤토리마다 단가가 변경 될 수 있습니다.



**이외에도 다양한 매체 보유
**광고주 선호에 따라 매체 변경 및 제외 가능

공통 기대요인

- Brand Safety, Clean Environment, No AD clutter 보장



기타 기대요인

ADOP보유 매체 중, 트래픽 상위 Top5

- 한달 트래픽 500만 이상, 사용자 유입률이 많음
>> 높은 Viewability(평균 66%), CTR(평균 0.15%)
>> 단가 : CPM 900원(평균)

ADOP와 100%진행하는 매체

- 광고 노출 가능성이 높음
>> 높은 Viewability(평균 60%), CTR(평균 0.26%)
>> 단가 : CPM 800원(평균)

2. 도전적인 패키징 (평균 단가 : CPM 500~700원)

- 네임벨류는 없지만, 네이버 뉴스 스탠드에 등록되어 있는 매체 + Traffic은 낮지만, Viewability & CTR은 높은 매체로 구성
- '네이버 뉴스 스탠드'란? 네이버(Naver) 메인 뉴스 화면에 등록되어 있는 매체(언론사, 커뮤니티 등)
- Traffic은 낮지만, Viewability & CTR은 높은 매체 기준 : Traffic 최소 10만 이상~ 200만 이하 / Viewability 60% 이상 / CTR 0.2% 이상인 매체

** 해당 단가는 평균 값으로 인벤토리마다 단가가 변경 될 수 있습니다.



**이외에도 다양한 매체 보유
**광고주 선호에 따라 매체 변경 및 제외 가능

공통 기대요인

- 잠재고객 발견 가능 → 고객 확장 가능
예 '애드히어로 뷰티 캠페인' _ 도전적인 패키징(문화일보, 머니투데이 등)으로 캠페인 진행
>> CTR 0.3%, CVR 4% 달성
>> 여성 타겟 외에도 잠재 고객(경제 & 남성 타겟층)발견
- 낮은 eCPM(평균 560원) -> 예산 절감 + 높은 캠페인 효과
>> 높은 CTR(평균 0.2%), Viewability(평균 65%)

기타 기대요인

네이버 뉴스 스탠드 등록 매체

- 네이버 뉴스 스탠드를 통한 높은 접근성
>> 사용자 유입률 많음
>> 높은 CTR (평균 0.3%), CVR(평균 5%)
예 'OK 저축은행 캠페인' _ 네이버 뉴스 스탠드 매체(아주경제, 부산일보 등)로 캠페인 진행 >> CTR 0.2%, CVR 5% 달성

3. Global 패키징 (평균 단가 : CPM 700~1,000원)

- 한국에서는 인지도가 낮지만 해외에서는 인지도가 높은 매체 + ADOP 지사(인도네시아, 태국, 베트남) 보유 해외 프리미엄 매체
- 해외 프리미엄 매체 : 한 달 트래픽 500만 이상

** 해당 단가는 평균 값으로 인벤토리마다 단가가 변경 될 수 있습니다.

공통 기대요인

- 해외 사용자 유입이 많음
>> 해외 User 타겟팅가능
>> 한국 + 인도네시아 + 베트남 + 태국 타겟 캠페인 가능
- 한달 트래픽 500만 이상, 사용자 유입률이 많음
>> 높은 Viewability(평균 53%), 높은 CTR(평균 0.33%)
예 Global Big Agency 'Group M 캠페인'
해외 매체(Dailynews, Bangkok 등)로 캠페인 진행
>> CTR 0.3%, Viewability 58% 달성
- Brand Safety, Clean Environment, No AD Clutter 보장



<한국에는 인지도가 없지만 해외에서는 인지도가 높은 KR 매체>



<인도네시아 매체>



<태국 매체>



<베트남 매체>

**이외에도 다양한 매체 보유
**광고주 선호에 따라 매체 변경 및 제외 가능

4. 신선한, 새로운 패키징 (평균 단가 : CPM 800~2,000원)

- ADOP만의 특수한 광고 상품으로 구성(*AMP, *로드블럭, 비디오)
- AMP란? Accelerated Mobile Pages로 페이지 로딩 속도가 빠른 기사
- 로드블럭이란? 하나의 광고(캠페인)을 특정 사이트내 모든 지면에 노출 되게 하는 것

** 해당 단가는 평균 값으로 인벤토리마다 단가가 변경 될 수 있습니다.

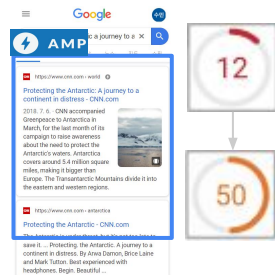
비디오 상품(Link)

머니투데이, 아주경제, 등
다수의 매체에서 진행 중



AMP 상품(Link)

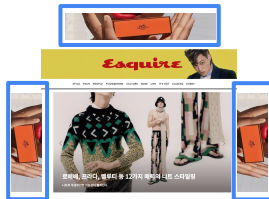
동아닷컴, 국민일보, 아주경제,
서울신문, 아시아투데이에서
진행 중



Paged Speed Score
(12/100 -->50/100)

로드블럭

JTBC Plus magazine
(엘르, 코스모폴리탄, 바자르,
에스콰이어)만 진행 가능



(예시)

**Link 클릭시, 예시 광고 노출 확인 가능

공통 기대요인

기타 기대요인

- 뜨는 광고, 기사를 가리는 광고 노출 X → 깨끗한 지면
- 다른 지면 보다 높은 Viewability → 상위 노출
- 비디오, 로드블럭은 Frequency로 노출 제약 가능
→ 광고 피로도 걱정 X



비디오

높은 Viewability(평균 61%), CTR 0.2%

예 'MicroSoft APAC 캠페인' _아시아투데이, 머니투데이 등
비디오 영역으로 캠페인 진행

>> Viewability 90%, CTR 0.2% 달성

AMP

빠른 페이지 및 광고 로딩 속도, 일반 웹 페이지 대비 유저가
페이지에 머무는 시간 2배 이상

>> 높은 Viewability(평균 55%), CTR 0.35%

로드블럭

프리미엄 사이트 내, 전면 광고 노출 가능

>> 높은 CTR(평균 0.3%), Viewability 90% 이상

예 '에르메스 캠페인' _로드블럭 에스콰이어 모바일 지면으로 진행

>> CTR 0.3%, CVR 0.25% 달성

5. 자유로운 패키징 (평균 단가 : CPM 700~900원)

- 민감한 카테고리(Category) 캠페인 진행 가능한 매체 + Mobile 사용량 다 & SNS홍보를 적극적으로 하는 매체
- 민감한 카테고리(Category)의 캠페인 : 대출, 증권, 주류 등 민감한 소재의 캠페인

** 해당 단가는 평균 값으로 인벤토리마다 단가가 변경 될 수 있습니다.



**이외에도 다양한 매체 보유
**광고주 선호에 따라 매체 변경 및 제외 가능

기타 기대요인

민감한 카테고리 진행 가능 매체

- 특정 관심사(금융, 증권, 주류)에 흥미가 있는 Audience 타겟으로 홍보 가능

Mobile 사용량 다, SNS홍보 적극적인 매체

- 주된 Mobile 사용자 층 10-30s
>> 해당 Audience 타겟으로 적극적인 홍보 가능
>> 주된 구매력 사용자 층
- 이전 SNS로 홍보했을시 효율 좋았던 Audience 정보를 바탕으로 자유로운 패키징 매체 타겟팅
>> 반복 노출로 인한 광고 노출 가능성 높음
>> 구매 전환률 증가 가능성 높음



20대 여성 / 화장품 관심 다
SNS- 관련 광고, 좋아요 클릭 경험 O

자유로운 패키징 매체 진행

반복 노출 및 구매 전환 증가

6. 프리미엄 패키징 (평균 단가 : CPM 3,000~3,500원)

- 국내 프리미엄 매체(중앙일보, 동아일보 등) + 국내 프리미엄 경제 매체(매일경제, 한국경제, 서울경제 등) + 국내 프리미엄 방송사(SBS, MBC, jtbc, 채널A)

** 해당 단가는 평균 값으로 인벤토리마다 단가가 변경 될 수 있습니다.



공통
기대요인

하이엔드 브랜드 광고주

프리미엄 매체

프리미엄 매체를 통한 하이엔드 브랜드 관리

매체별 핵심 영역을 통한 집중 노출

Brand Safety & Quality, No AD Clutter 보장



프리미엄 매체 및 핵심 영역 기준

- 프리미엄 매체 기준 : 하이엔드 브랜드에 맞는 네임 퀄리티가 있는 국내 Top 매체, 경제지 & 방송사
- 핵심 영역 기준 : Viewability 60%, CTR 0.3% 이상

**이외에도 다양한 매체 보유

**광고주 선호에 따라 매체 변경 및 제외 가능

집행사례



뷰티 커머스 광고주

- 안정적인 패키징(2-30대 여성 & 뷰티 지면)
+ 도전적인 패키징(3-40대 남성 & 경제 지면)
으로 A/B테스트 진행
- 결과 : CTR 0.3%, CVR 4% 달성,
다양한 잠재고객층 발견



금융 광고주

- 안정적인 패키징(매경, 한경 등 경제 지면) +
도전적인 패키징(네임벨류 X, 네이버 뉴스
스탠드 등록 지면) 으로 캠페인 진행
- 결과 : CTR 0.2%, CVR 5% 달성



글로벌 광고주 (Group M을 통한 캠페인)

- 글로벌 패키징(ADOP 지사 보유 프리미엄
해외 인벤토리) + 신선한&새로운 패키징
(비디오 인벤토리) 으로 캠페인 진행
- 결과 : CTR 0.3%, Viewability 58% 달성

안정적인

..... 도전적인

자유로운

안정적인

..... 도전적인

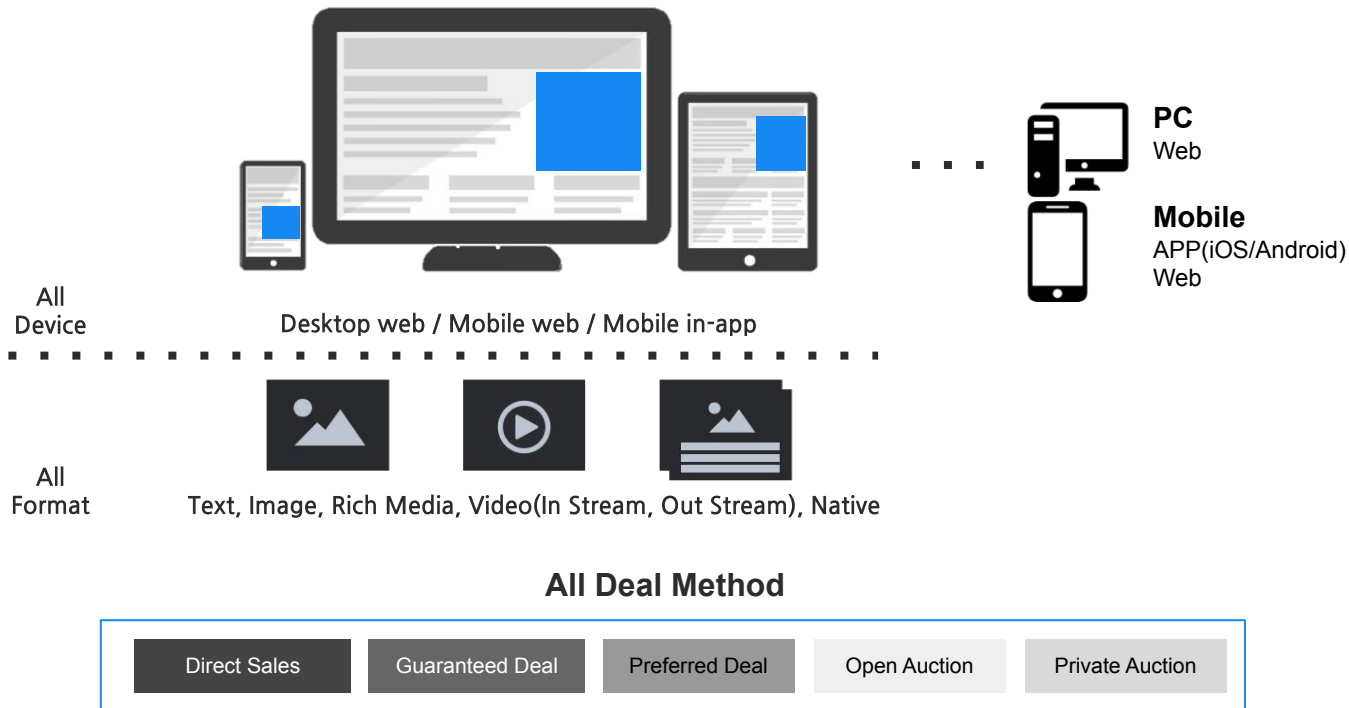
Global

..... 신선함

..... 새로운

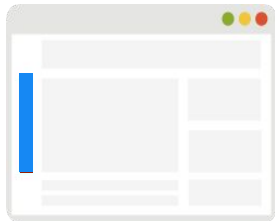
Full Stack Ad Server

- 모든 종류의 디바이스를 지원하고, 다양한 광고 상품 및 단가 제공(예 : Image, Video, Native, AMP etc)



디스플레이 배너 : PC

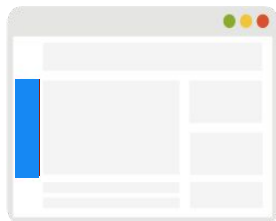
- 애드오피는 일반적인 사이즈의 배너를 포함하여, 커스텀 사이즈의 배너도 지원하고 있습니다.
- 모든 패키징에 지원되는 광고입니다.



120X600

스카이스크래퍼

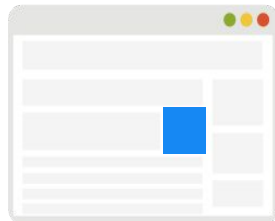
수평형 스카이스크래퍼를 사용할 수 없는 좁은 공간에 위치합니다.



160X600

와이드 스카이스크래퍼

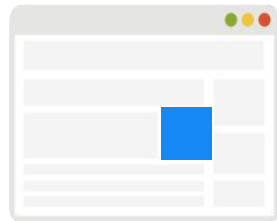
텍스트와 이미지 광고가 모두 게재되도록 설정이 가능합니다.



200X200

작은 정사각형

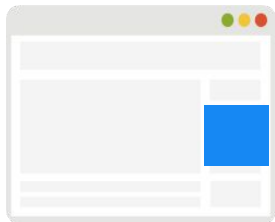
큰 직사각형을 사용할 수 없는 작은 공간에 위치합니다.



250X250

정사각형

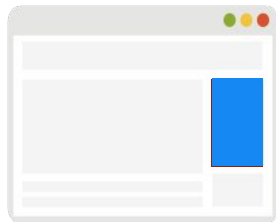
큰 직사각형을 사용할 수 없는 작은 공간에 위치합니다.



300X250

중간 직사각형

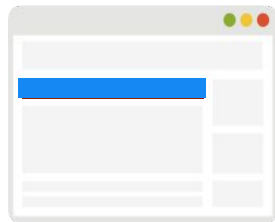
텍스트 콘텐츠 중간이나 끝에 위치하며 시각적 효과가 높습니다.



300X600

큰 스카이스크래퍼

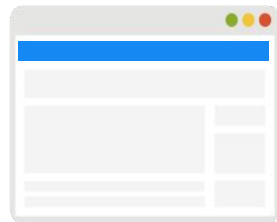
노출수 측면에서 빠르게 성장하는 광고 크기 중 하나입니다.



728X90

리더보드

주요 콘텐츠 위에 배치하거나 포럼 사이트에 배치할 수 있습니다.



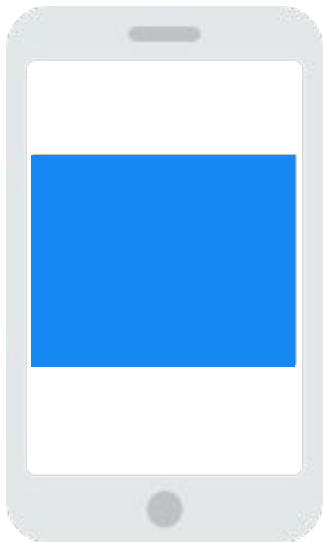
970X90

큰 리더보드

동영상, 사진 및 애플리케이션 등의 고화질 콘텐츠를 사용하는데 효과적입니다.

디스플레이 배너 : Mobile

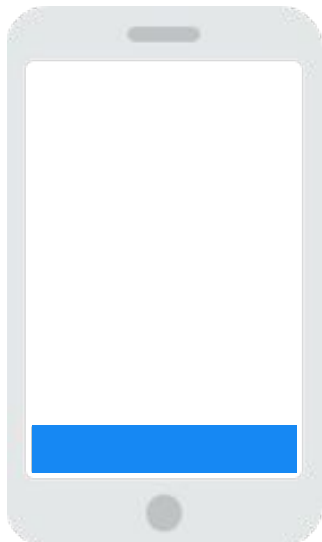
- 애드오피는 일반적인 사이즈의 배너를 포함하여, 커스텀 사이즈의 배너도 지원하고 있습니다.
- 모든 패키징에 지원되는 광고입니다.



300X250

중간 직사각형

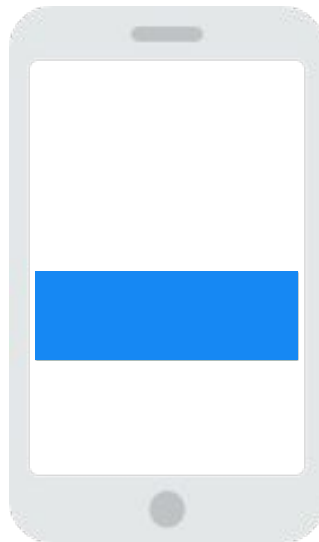
텍스트 콘텐츠 중간이나 끝에
위치하는 이 형식은,
브랜드 광고주가 선호하는
시각적 효과가 높은 광고크기 입니다.



250X50

모바일 리더보드

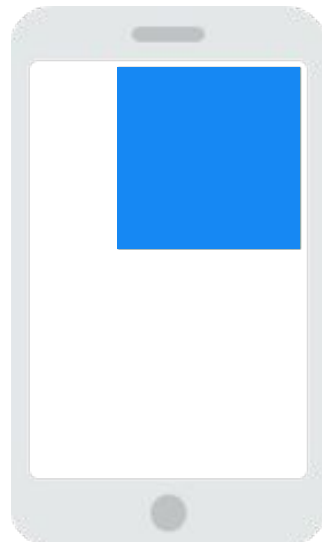
모바일 환경에 최적화된 배너로
특히 페이지의 하단에 사용되는
스마트폰 광고 형식으로
적합합니다.



320X100

큰 모바일 배너

모바일 리더보드 보다 높이가 2배 크며
320*50 및 300*250 크기의 대안으로
적합한 배너입니다.



200X200

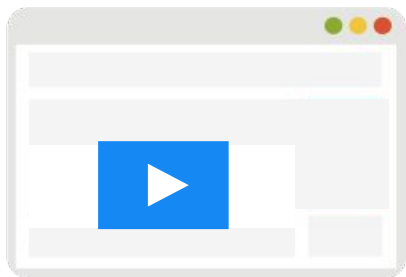
작은 정사각형

큰 직사각형을 사용할 수 없는
작은 공간에 위치합니다.

동영상 광고(Link)

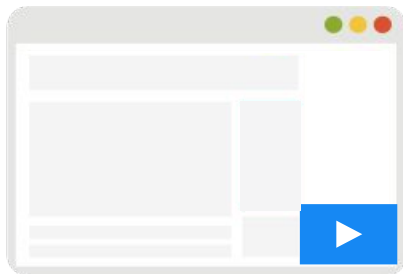
**Link 클릭시, 예시 광고 노출 확인 가능

- 일반 기사 콘텐츠와 함께 노출 할 수 있는 동영상 광고입니다.
- 모든 영상 지면에 지원되는 광고입니다.



인리드

콘텐츠 사이를 벌리며 노출되는
비디오 광고입니다.



슬라이더

페이지 우측 하단에 노출되는 비디오 광고로,
스크롤되어 사라지지 않고 고정적으로
노출됩니다.



스크롤에
따라, 형태
변환

하이브리드

인리드 형태로 노출되었다가
스크롤에 따라 슬라이더로 변환되는 비디오
광고입니다.

AMP & 로드블럭 광고

**Link 클릭시, 예시 광고 노출 확인 가능

- AMP : 기존의 모바일 웹보다 빠르게 로딩 되도록 만들어진 페이지, 뜨는 광고&기사를 가리는 광고 등이 노출 되지 않는 깨끗한 지면
- 로드블럭 : 프리미엄 사이트 내(엘르, 코스모폴리탄, 바자르, 에스콰이어)전면 광고를 노출 하는 형태, frequency로 노출 비중 조절가능
- 신선한&새로운 패키징에 지원되는 광고입니다.

원본 기사(Link)

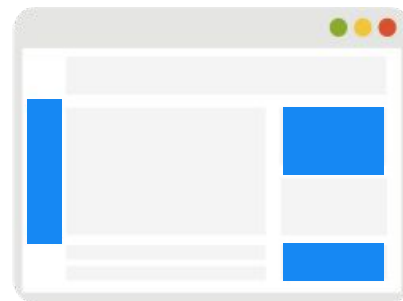
원본 기사(Link)는 모바일 웹에서 로드되는 원본 페이지입니다. 하단에는 PageSpeed Score가 12로 표시되어 있습니다.

구글 검색 결과

구글 검색 결과는 '내 휴대전화 번호는 7777'로 검색된 결과입니다. AMP 기사 링크가 검색 결과에 노출되어 있습니다.

AMP 기사(Link)

AMP 기사(Link)는 AMP 형식으로 최적화된 기사입니다. 하단에는 PageSpeed Score가 50로 표시되어 있습니다.



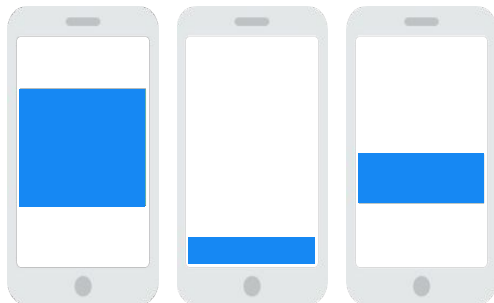
로드블럭

프리미엄 사이트 내,
특정 인벤토리 전면 광고로 노출 하는 형태

AMP

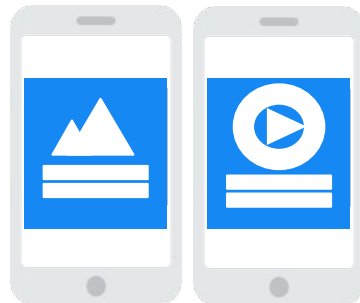
IN-APP AD

- 다양한 사이즈, 형태의 광고를 통해 App에서의 수익화를 도모할 수 있습니다.
- 모든 패키징에 지원되는 광고입니다.



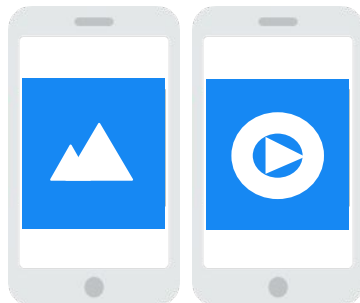
배너

가장 자주 사용되는 300x250 사이즈부터 320x50, 320x100 등의 사이즈까지 진행 가능합니다.



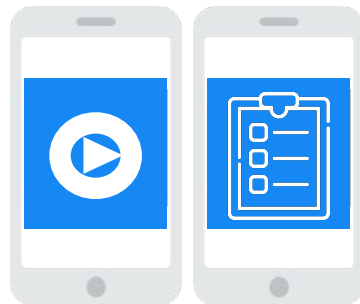
네이티브

앱 내 콘텐츠의 디자인 및 분위기에 맞게 맞춤설정하여 게재할 수 있는 광고 형식입니다. 동영상 콘텐츠를 지원합니다.



전면 배너

화면 전체에 게재되는 광고 형식입니다. 동영상 콘텐츠를 지원합니다.

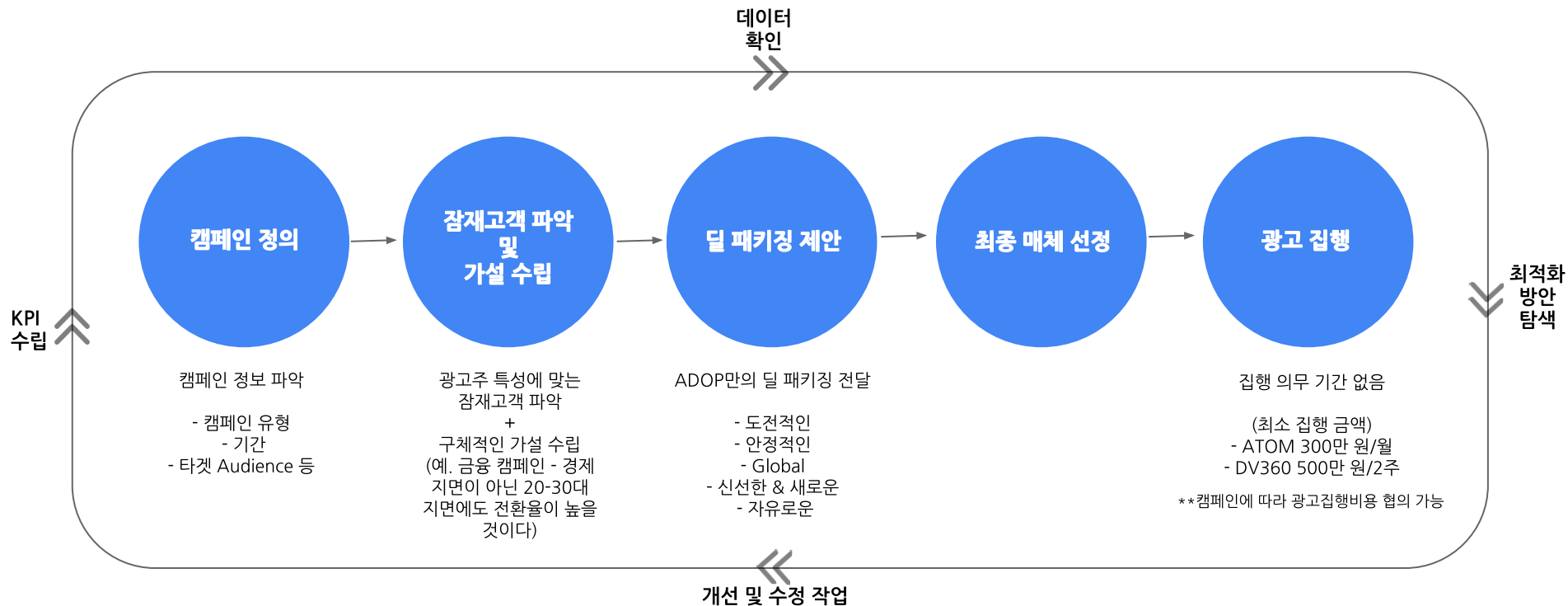


보상형 광고

짧은 동영상을 시청하거나 설문조사에 응한 사용자에게 리워드를 제공하는 광고 형식입니다.

동영상 콘텐츠를 지원합니다.

ADOP Programmatic Deal 진행 프로세스



A laptop screen is shown in a dark, dimly lit environment. The screen displays a data dashboard. At the top, there is a line graph with a blue line showing an upward trend, with a label '19 Jan' near the end of the line. Below the graph, there are two legends: 'New Visitor' and 'Returning Visitor'. To the right of the legends is a pie chart. The text 'Thank you' is overlaid in the center of the screen in a large, white, sans-serif font. The laptop keyboard is visible at the bottom of the frame.

Thank you