

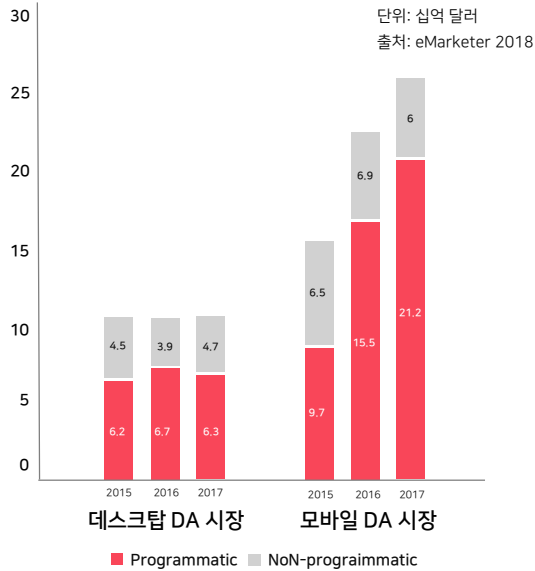
Data Driven Marketing Platform

당신의 고객을 찾아주는 서비스

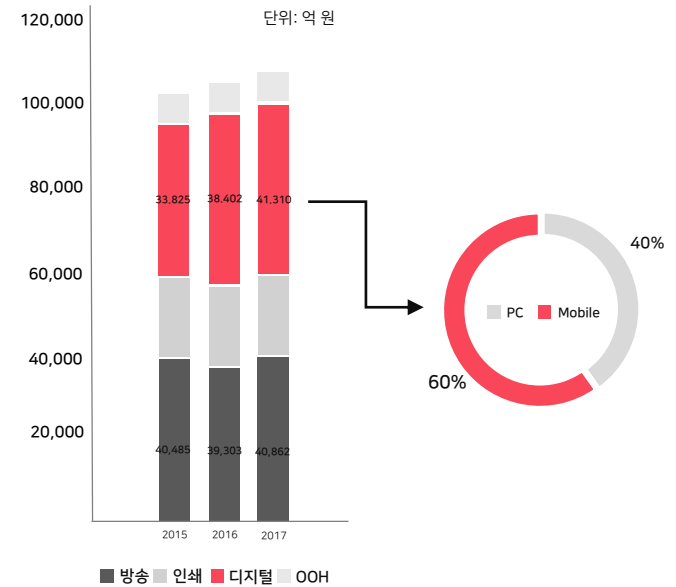
D.aid

# 빅데이터의 시대

수많은 빅데이터 속에  
당신은 고객을 찾을 준비가 되어있나요?



**데이터 마케팅 급성장** 미국은 '데이터 기반'의 광고 기법 프로그래매틱 광고의 급성장 시대를 맞이  
오디언스를 찾아내는 타겟티드 광고가 시장 선도



**모바일의 역전** 디지털 및 모바일 광고 시장의 급성장과 함께 PC 중심의 인벤토리 바이잉 형태의 패러다임을 깨고, WEB과 APP을 넘나드는 '오디언스 바이잉 형태로 진화'하는 단계

국내 광고 시장에서는 이미 시도중이었으나, 글로벌 시장만큼의 성공은 미미함  
성공을 위한 3가지의 해결 과제 수행 능력이 필수

## PROBLEMS

DMP



국내실정에 맞는 우수한 퀄리티의 데이터인가?

SEG



다양한 세그먼트로 정확한 타겟 시나리오를 만들 수 있는가?

ADN



다수의 오디언스가 존재하는 미디어가 연동되어 있는가?

# 데이터 마케팅 통합 서비스

데이터레업은 당신의 고객을 찾기위해  
데이터 마케팅 통합 서비스 DDMP를 제공해 드리겠습니다.

The logo for Daid features a large, stylized red letter 'D' on the left. To its right is a smaller red dot, followed by the lowercase letters 'aid' in a black, rounded, sans-serif font.

(for Facebook/Google)

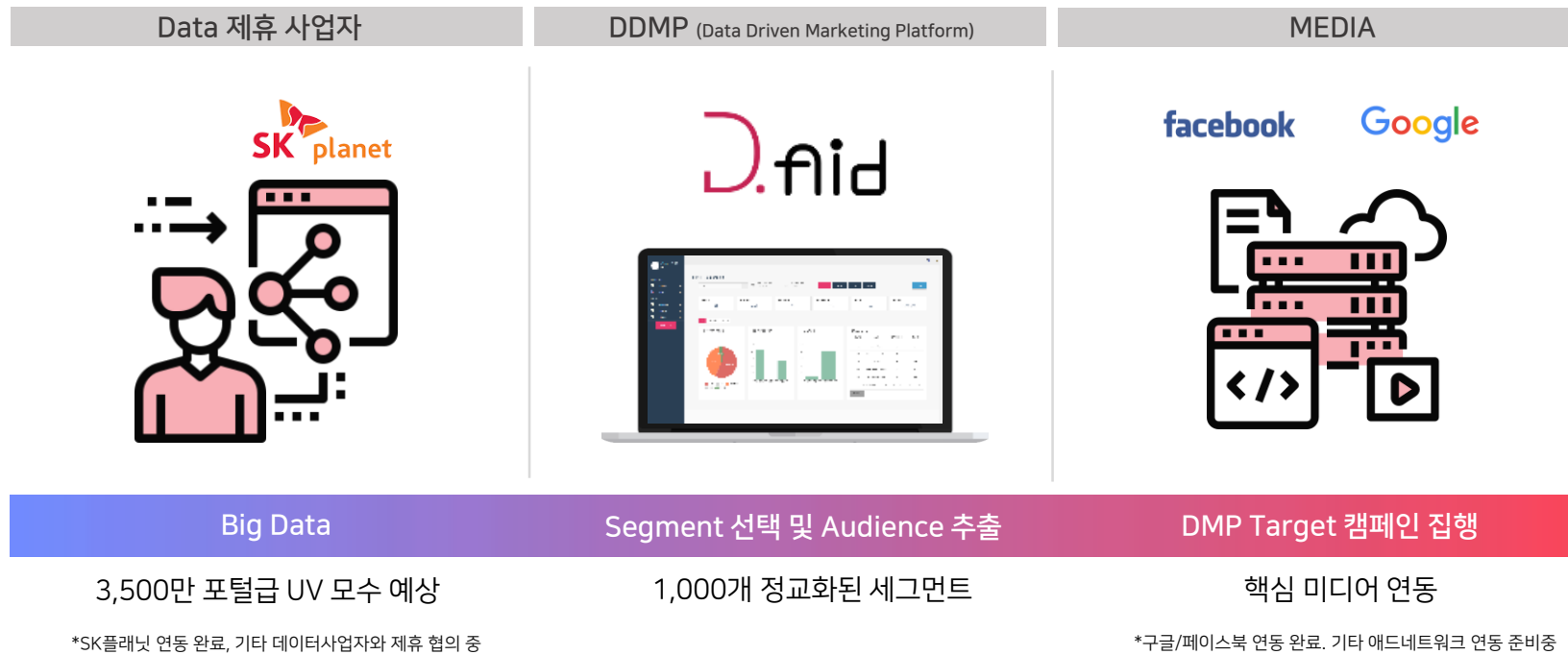
Data Driven Marketing Platform

데이터레업 DMP 오디언스 타겟팅 플랫폼

# DDMP란?

## DDMP 소개 및 프로세스

데이터레업에서 독자적으로 개발한 플랫폼으로써 DATA를 활용한 ONE STOP 마케팅 가능  
DMP data - AD Serving-Media SSP-Analysis 통합 TOOL 제공



# 데이터 마케팅 중요 요소

퀄리티 높은 빅데이터를 바탕으로, 정교한 시나리오 가능한 세그먼트 분류 및 핵심 유저 보유한 미디어  
3박자가 정확하게 **분석/분류/매칭** 되어야 성공적인 데이터 마케팅 가능

## 1. 적합한 DMP 데이터



Big Data

## 2. 정교한 Segment 선정



Right Segment

## 3. 핵심 미디어 선정 및 운영

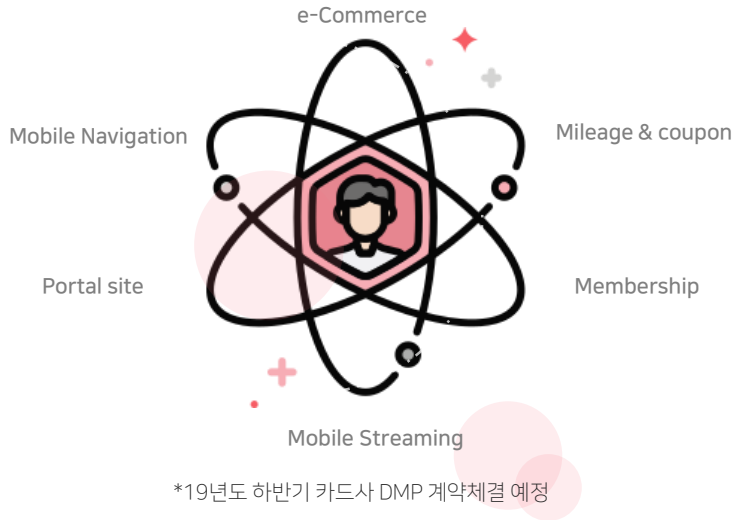


Essential Media

# 1. 적합한 DMP 데이터

국내 유저 62% 커버 가능한 최대 DMP

High Quality & Hi Coverage Big Data를 보유한 SKP DMP 활용



국내 시장에 최적화된 Big Data를 보유  
(mWeb : 약 8,000만 쿠키 / In App : 3,000만 ADID)



오랜 경험과 노하우를 바탕으로,  
약 1,000여 개의 상세 Segment 제공

## 2. 정교한 Segment 선정

타겟 분석을 통한 정교한 시나리오 제공이 가능해야 하며  
정교한 타겟 설계 및 모델링을 통해 특성에 맞는 세그먼트 분류/추출



동일한 여행 '목적'을 비교한 결과  
유저 성향에 따라 '관심사'는 다양하게 분석



## 2. 정교한 Segment 선정

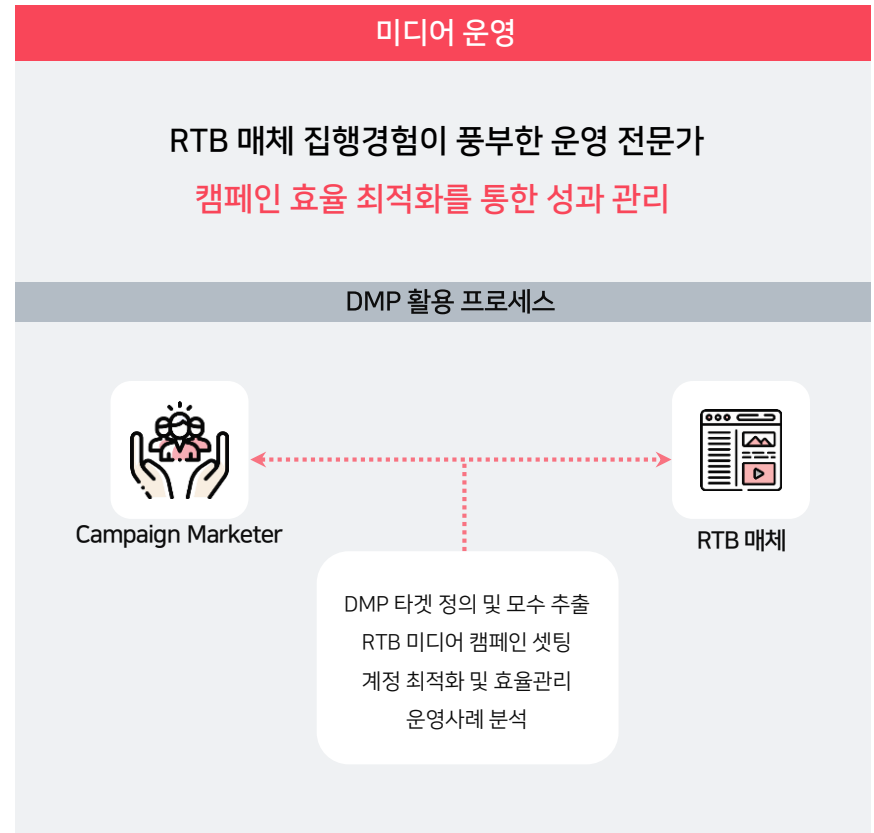
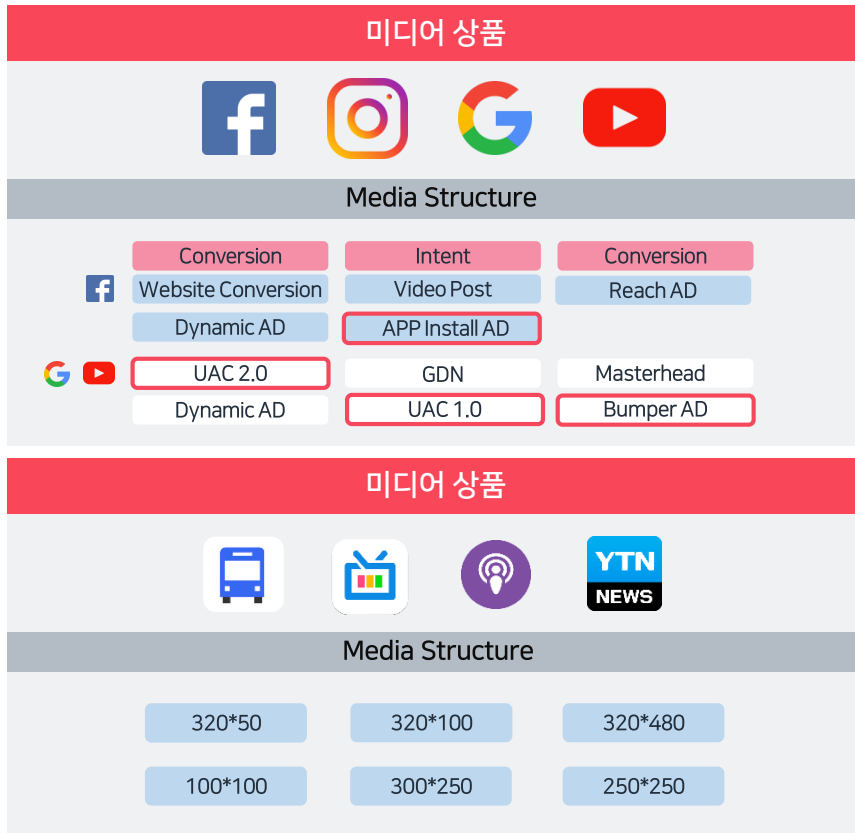
### 시나리오에 따른 세그먼트 추출-그룹핑

세그먼트에 대한 정확한 이해를 통해 더욱 정교하고 세분화된 세그먼트 추출 가능

	General	Recommend
 명품가방	<b>11번가 / 명품 브랜드 구매자</b> 타겟이 너무 넓고, 고소득 유저로 단정짓기 어려움	<b>11번가 / 여성 골프용품 구매자</b> 고가의 취미용품 구매한 유저를 통해, 고소득층 유저 추출
 중저가 립스틱	<b>11번가 / 여성의류, 드라마 시청유저</b> 타겟이 너무 넓고, 드라마 시청의 경우성 구분이 모호	<b>계열사 브랜드 앱설치 유저</b> (이외 뷰티앱 다운로드 유저 제외) 계열사 포인트앱 소유자 타겟팅/ 경쟁사 앱 보유자의 경우, 충성 고객일 가능성이 높아 제외

### 3.핵심 미디어 선정 및 운영

구글 (GDN/유튜브) 및 페이스북&인스타그램 활용  
 국내 93% 커버 가능한 상위 매체 중심으로 오디언스 매칭하여 KPI 달성



### 3.핵심 미디어 선정 및 운영

머신러닝 기반에 근거한 실시간 효율 관리  
머신러닝 기술에 의한 세그먼트 효율에 따른 실시간 그룹 추가/제외



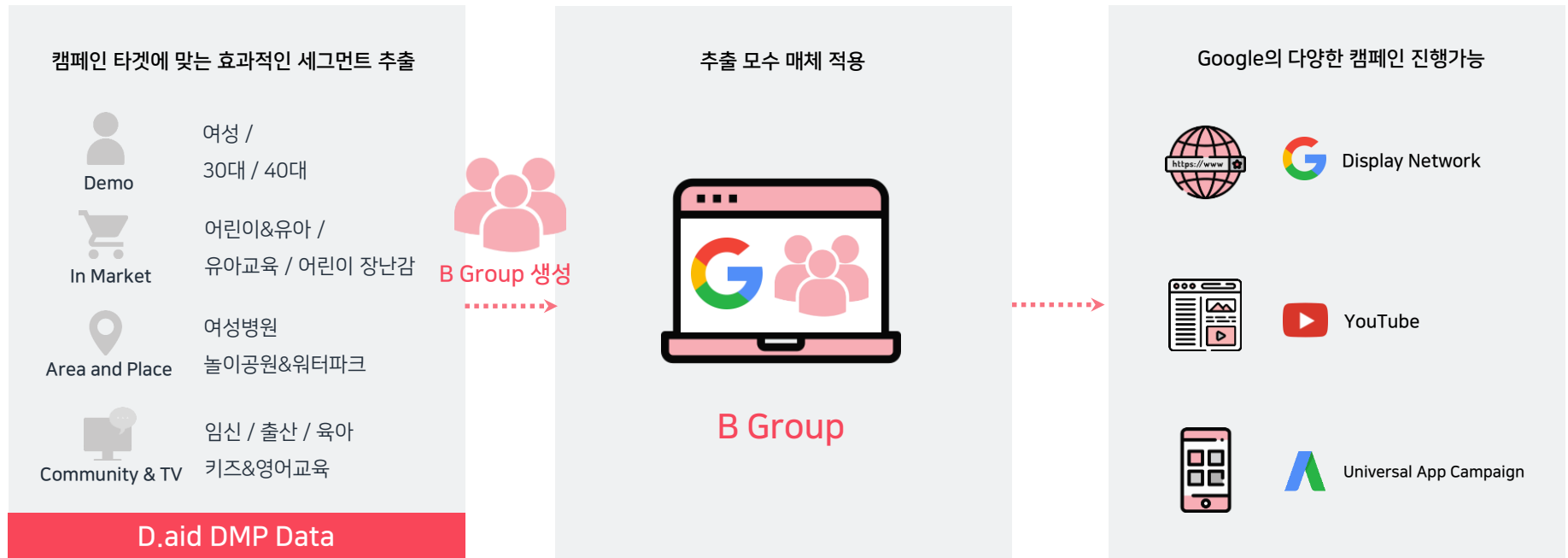
# 캠페인 설계 예시 A

## DMP Data를 활용한 페이스북/인스타그램 맞춤 캠페인 진행 ex) 화장품 광고주



# 캠페인 설계 예시 B

## DMP Data를 활용한 구글/유튜브 맞춤 캠페인 진행 ex) 유아용품 광고주



# 캠페인 사례



FLO (뮤직앱)

캠페인 운영 기간 : 18/12

신규 설치 및 이용권 발급

동시 기여

이용권 발급률  
(Non Target 대비)

**+ 7% 개선**

캠페인 목표

(구)뮤직메이트 회원 유치 및 이용권 발급 확보

캠페인 타겟  
(고객)

2030세대, SKT를 사용하는 유저(할인권 제공), 음악 관련 취미 생활 즐기는 유저

캠페인 운영  
(미디어)

Facebook MAIA 상품, 타겟 애드셋을 일반/관심사/ADID 타겟 그룹으로 나누어 효율에 따른 예산 분배 운영

캠페인 결과

신규 설치 유저 확보와 함께 이용권 발급 개선에 기여, 동시 운영한 다른 타겟에 비해 약 7% 발급률 개선

# 캠페인 사례



NOONCare (눈케어)

캠페인 운영 기간 : 19/04

전월 대비 회원가입

**260% 증가**

전년 동기 대비 서비스 이용자

**+ 320% 증가**

캠페인 목표

앱 다운로드 유저 수 증대 및 NOONcare 서비스 이용 고객 발굴

캠페인 타겟  
(고객)

경제력 있는 미혼자, 비출산 3040 기혼자, 아이가 있는 밀레니얼 가족

캠페인 운영  
(미디어)

Face book MAIA 상품, 타겟 애드셋을 일반/관심사/ADID 타겟 그룹으로 나누어 효율에 따른 예산 분배 운영

캠페인 결과

전월대비 회원가입 260%, 전년 동기 대비 서비스 이용자 320% 증가

# 광고 집행 프로세스

캠페인 및 타겟정보 입력



01

DMP 타겟팅을 집행하고자 하는  
캠페인의 간단한 정보 입력

Segment 선택



02

광고 목적에 맞는  
Segment 선택

Target 모수 추출 및 연동



03

선택한 Segment의 모수 추출  
& Audience List 전달

캠페인 등록 타겟 선택



04

실제 집행하고자 하는  
캠페인 및 광고 등록  
전달 받은 Audience List 적용

캠페인 집행



05

ADID & Cookie를  
통해 광고 노출

Report 확인



06

● D.aid    ● Facebook / Google AD플랫폼



---

## 데이터랩업 광고문의

E-mail: [marketing1@datarepup.com](mailto:marketing1@datarepup.com)

연락처: 02-2017-4750

주소: 서울시 강남구 선릉로 131길 9 하나빌딩 5층