빅데이터 기반의 타겟팅 광고플랫폼

애드피넛 상품소개서

Nov . 2023

pnutech

애드피넛 브랜드 소개

'애드피넛' 은 **빅데이터 기반의 타겟팅 광고솔루션**으로, **㈜피넛테크**의 네트워크광고 브랜드입니다.

2016 ~

- **(주)피넛테크 설립**
- **벤처기업 등록**
- **기업부설연구소 설립**
- **'애드피넛SSP'** 론칭 (Supply Side Platform)
- **'애드피넛DSP'** 론칭 (Demand Side Platfrom)
- 리타겟팅 론칭
- 유저(오디언스)타겟팅 론칭
- 애드피넛 네이티브 광고 론칭

2020~

- **피넛테크 삼성동 확장 이전**
- **부산시와 투자 관련 MOU 체결**

2023 ~

- **포스코 사거리로 사무실 이전**

국내 주요 매체를 비롯해 총 1,000개 이상의 광고영역에 광고송출

- PC와 Mobile 각각 일간지, 경제지, 커뮤니티, 포탈 등 다양한 매체 보유

hankookilbo.com
스포츠서울
jtbc
데일리안
경향신문
한국일보
한국경제
전자신문
MLBPARK
엑스포츠뉴스
ChosunMedia 조선일보
MT 머니투데이
연합뉴스
매일경제
일간스포츠
서울신문
스포츠동아
국민일보
동아일보
zum
The JoongAng 중앙일보
경기신문
IT Chosun
OhmyNews
딴지일보
CHANNEL A
아시아경제
이데일리
아주경제
YTN
sportalkorea
news1 KOREA
텐아시아
웃긴대학
ZDNET Korea
스포츠한국
데일리한국
MoneyS
한국경제TV
한겨레
아시아투데이
OSEN
파이낸셜뉴스
ChosunBiz
스포츠경향
Korea JoongAng Daily
헤럴드경제

adpnut

2-1. 리타겟팅 (Re-targeting) 이란?

- **95% 이탈고객의 재방문을 유도하여 ROAS를 극대화하는 타겟팅**

: '상품리타겟팅'과 '사이트리타겟팅' 2종류 리타겟팅 형태 보유

상품 리타겟팅

본상품 매칭

유저가 사이트에서 본 상품을 노출 (상품피딩)

장바구니 매칭

유저의 장바구니 상품을 노출 (상품피딩)

추천상품 매칭

본상품과 동일 카테고리의 상품을 추천하여 노출 (상품피딩)

사이트 리타겟팅

방문자 매칭

사이트를 1회이상 방문한 유저에게 노출 (고정배너)

'이탈고객'

집중 노출 → 재방문

2-2. 유저타겟팅 (User-targeting) 이란?

- 유저 관심에 맞는 광고 노출로 신규 및 잠재고객의 방문을 유도하는 타겟팅

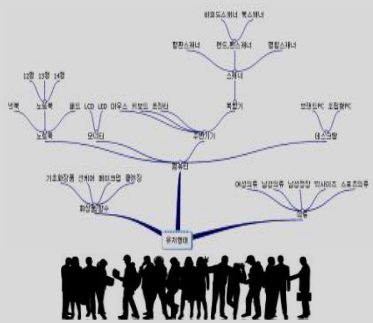
상품 매칭

유저의 쇼핑 경험과 매칭하여 노출 (고정배너)

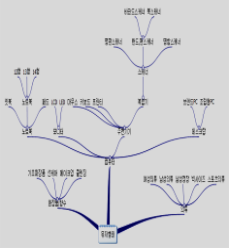
관심사 매칭

유저의 관심과 매칭하여 노출 (고정배너)

▶ 유저의 **행태분석**



▶ **타겟 카테고리** 추출



쇼핑

취미

게임

▶ **타겟 유저** 광고노출

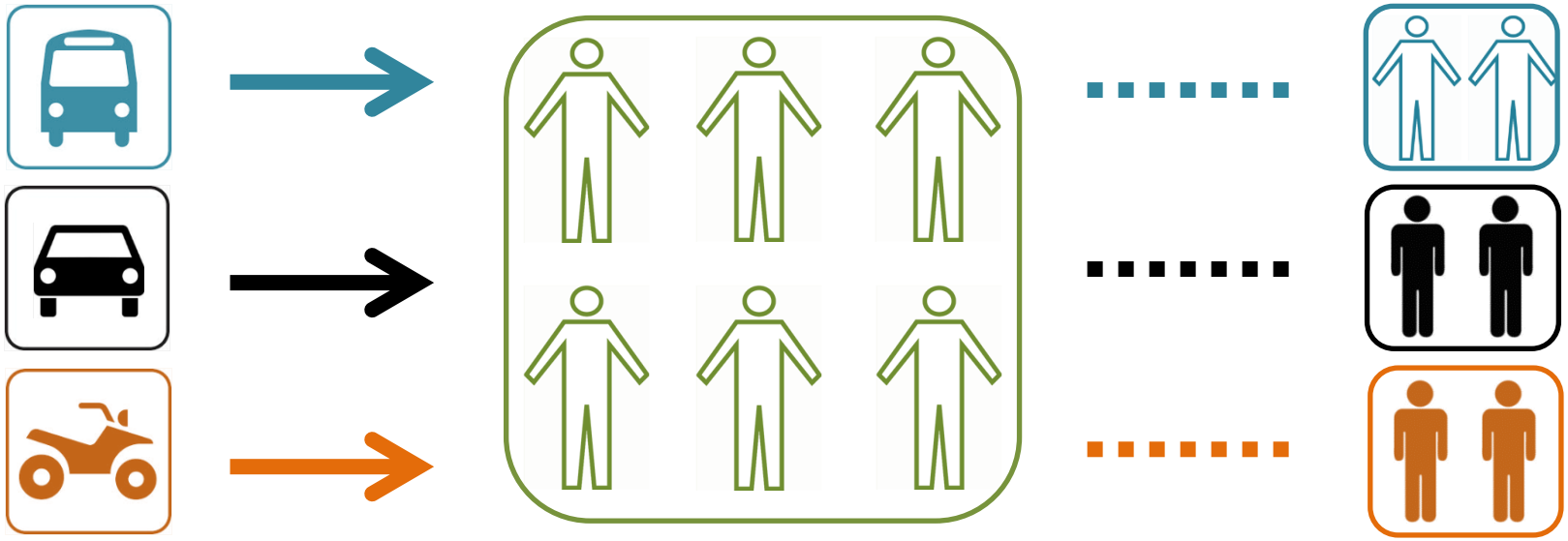
* 유저행태를 총 700개이상의 카테고리로 분류 (콘텐츠 367개, 서비스 142개, 상품 394개)

2-3. 논타겟팅 (Non-targeting) 이란?

- 타겟 대상이 광범위하거나, 대량의 유저 유입 필요시 활용하는 타겟팅

: 명확한 광고 메시지 전달을 통해 타겟 유저 추출, 이후 리타겟팅으로 전환유도

①명확한 광고메시지 ②모든 유저대상으로 무작위 노출 ③타겟 유저 추출



3-1. 배너 (PC, Mobile)

- 광고 캠페인 성격에 맞게 다양한 형태로 광고 노출

: 상품피딩 배너, 고정(통)배너 형태로 노출 가능

상품피드 배너

상품DB (EP)활용 방식

이미지 등록을 하지 않고
상품DB(EP)연동을 통해 상품이 자동으로 노출되는 방식

광고소재 등록방식

노출할 상품의 **소재**(이미지+ 텍스트)를
12개 이상 등록하여 랜덤 노출 시키는 방식 (구.쇼핑박스)

고정 배너

전통적인 배너광고 형태, 통이미지에
광고메시지를 넣어 노출하는 방식

3-2. 네이티브 / 텍스트 (PC, Mobile)

- 콘텐츠와 유사한 형태로 노출되는 광고형태

: '기사추천영역', '배너영역', '기사주변' 에 노출됨

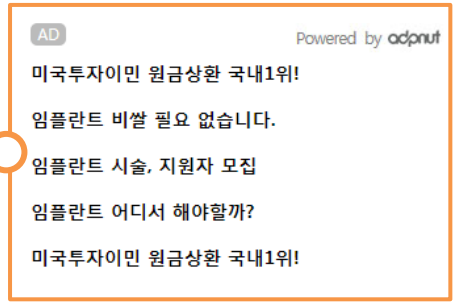
① '추천기사' 네이티브광고
; 추천기사 내에 콘텐츠와 유사한 형태로 노출

② '배너' 네이티브광고
; 배너 영역에 콘텐츠와 유사한 형태로 노출

네이티브 광고

텍스트 광고

③ '텍스트 광고'
; 기사 주변에 텍스트로만 노출



3-3. 아이커버 (PC 팝언더)

- 제휴 매체 방문시, 광고주 페이지가 바로 노출

: 노출당 15원~부터 입찰진행, 프리퀀시 1회 적용(상황에 따라 변동가능)

1 사이트 방문

2 매체 방문

매체 뒤에 랜딩페이지 비활성화

3 랜딩사이트 노출

매체 이탈시 랜딩페이지 노출

3-3. 아이커버 (Mobile 백버튼)

- 제휴 매체 방문시, 광고주 페이지가 바로 노출

: 노출당 15원~부터 입찰진행, 프리퀀시 1회 적용(상황에 따라 변동가능)

1 사이트 방문

2 매체방문

백버튼 클릭시
광고주 랜딩페이지로 이동

3 랜딩페이지 노출

광고상품별 예상 입찰 단가표

- 예상입찰가는 전월 비딩결과를 기준으로 산정 (vat별도가)
- 아이커버는 CPV(Cost per view) 로 과금 진행

(단위:원, vat별도)

디바이스	광고상품	과금방식	11-12월 예상 입찰가
[PC]	상품리타겟팅	CPC	200원
	사이트리타겟팅	CPC	200원
	논타겟팅	CPC	250원
	유저타겟팅	CPC	200원
	텍스트	CPC	250원
	아이커버	CPV	15원
[Mobile]	상품리타겟팅	CPC	200원
	사이트리타겟팅	CPC	200원
	논타겟팅	CPC	150원
	유저타겟팅	CPC	200원
	텍스트	CPC	150원
	아이커버	CPV	15원

전체 배너광고 사이즈

- 추천기사배너(네이티브 광고)는 이미지와 텍스트(띄어쓰기 포함 28자)를 따로 입력
- 모바일은 ( )에 있는 사이즈인 더블사이즈로 제작 필수

[PC, Mobile 배너 사이즈]

구분	디바이스	형태	배너명	사이즈
1	PC	가로형	띠배너	728x90 / 468x60
2			빅배너	550x220 / 610x220 / 630x220 / 680x220
3		세로형	윙배너	160x600 / 120x600 / 120x240
4		직, 정사각형	렉탱글배너	300x250
5				200x200 / 240x240 / 250x250
6			네이티브광고 (추천기사, 배너)	640x400, 텍스트28자
7	Mobile	가로형	띠 배너	320x50(640x100) / 320x100 (640x200)
8		세로형	전면배너	320x480 (640x960)
9		직, 정사각형	렉탱글배너	300x250 (600x500)
10				150x150 (300x300) / 200x200 (400x400)
11			네이티브 광고 (추천기사, 배너)	640x400, 텍스트28자

PC 광고사이즈별 게재 샘플 (1)

- 세로사이즈는 좌우측 여백 위치, 렉탱글 사이즈는 콘텐츠 내에 위치
- 가로사이즈는 콘텐츠 중앙 상단, 중단, 하단에 위치

120x600 / 160x600

300*250

728*90

Mobile 광고사이즈별 게재 샘플 (3)

- 가로사이즈는 상,하단 위치, 렉탱글 사이즈는 콘텐츠 내에 위치

320x50 / 320x100

300x250

336x280

'계정생성-광고비충전-캠페인생성-스크립트 설치-배너제작' 순서로 진행

계정 생성

1. 담당자 상담
2. 계정 ID, PW 생성
3. 약관동의
   (계약서 대체, 개인정보 동의)
4. 필수서류 등록
   (사업자등록증, 통장 사본)

광고비충전
무통장 입금
, 카드결제

캠페인 생성

1. 캠페인생성
2. 광고상품 선택
3. 광고상품별 셋팅

스크립트 설치

광고물 등록

광고 라이브

광고 진행시 문의 사항

- 그외 문의사항은 담당자 이메일이나 통화 가능

조건 & 운영

1. 광고비 최소 결제금액 → 10만원
2. 광고 진행 시 광고주 업종 제한 → 타사 집행사례가 있는 경우 별도의 제한 없으나, 광고소재 검수 시 제한될 수 있음
3. 실시간 입찰 시, 비딩 기준 → 월 1회 평균 '입찰가' 고지되며, 해당 비딩가를 참고하여 입찰
4. 리타겟팅 진행 시, 쿠키사용일 조정 유무 → 운영자에게 요청 시 최대 90일까지 조정 가능
5. 광고 운영 시 사용 가능한 기능 → 일 소진한도 , 프리퀀시, 캠페인 on/off, 광고 노출 스케줄 조정(요일별, 시간대별)

기간 & 리포트

1. 신규 광고 계정 가입부터 라이브까지 소요기간 → 상품마다 다르나 평균 1~5일, 상품 리타겟팅 진행 시 3~5일 소요
2. 리타겟팅 진행 시 타겟 모수 확보를 위한 평균 소요 기간
   → 리타겟팅 태그 적용 이후 약 15일 (상품 리타겟팅은 EP업데이트 완료 이후 약 15일)
3. 광고 리포트 업데이트 주기 → 2시간 단위로 업데이트 예) 9시 리포트-> 11시 확인 가능
4. 전환 데이터 확인 방법 → 전환태그를 광고주 사이트에 적용하였을 경우 광고주 어드민에서 확인 가능
5. 제휴코드 적용 가능 유무
   → 상품 리타겟팅은 어드민 내에 제휴코드 입력, 그 외 상품은 소재등록 시 랜딩 URL에 제휴코드가 적용된 URL 입력

정산 & 이관

1. 광고주 정산방식
   → 정산은 해당월(M) 소진금액을 익월(M+1) 초에 영수 세금계산서 발행
2. 대행사 이관프로세스
   → 광고주가 충전한 광고비일 경우 바로 가능, 대행사가 충전한 광고비일 경우 환불 이후 이관 가능