

제 18회

Kakao 성과형광고 광고주 교육

활용교육

2015.11.19(목)

Session 2.

DDN 광고 운영 가이드

광고최적화TF 박은주

목차

1 DDN 현황 3

2 DDN 운영전략 11

3 DDN 겨울시즌 34

DDN

현황

kakao

다음 디스플레이 네트워크 광고

Best Performance, Daum Display Network

DDN

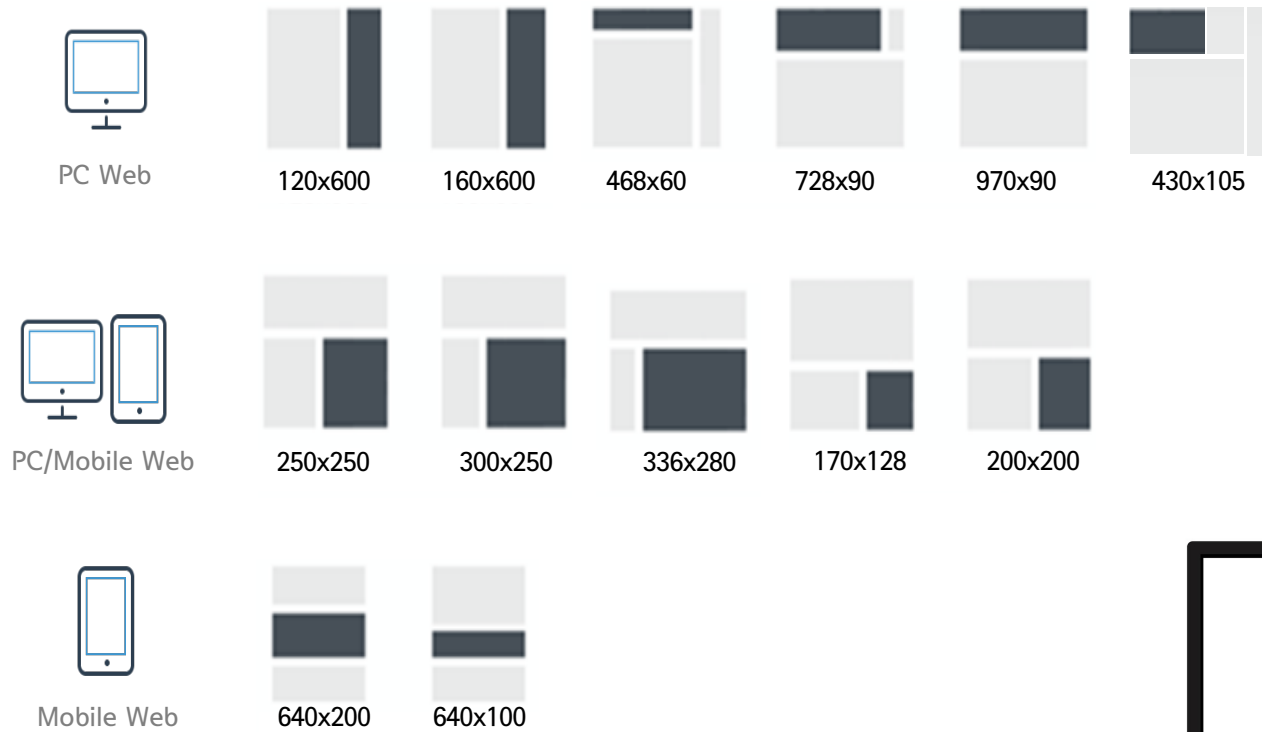
최고의 효율을 위한, 똑똑한 연산법

DDN(Daum Display Network)은
국내 Big포털 Daum 유저를 중심으로
Daum 제휴 네트워크에 잠재고객을 Target하여
광고를 노출하는 CPC과금의 WEB 디스플레이 네트워크 광고상품입니다.

#DDN

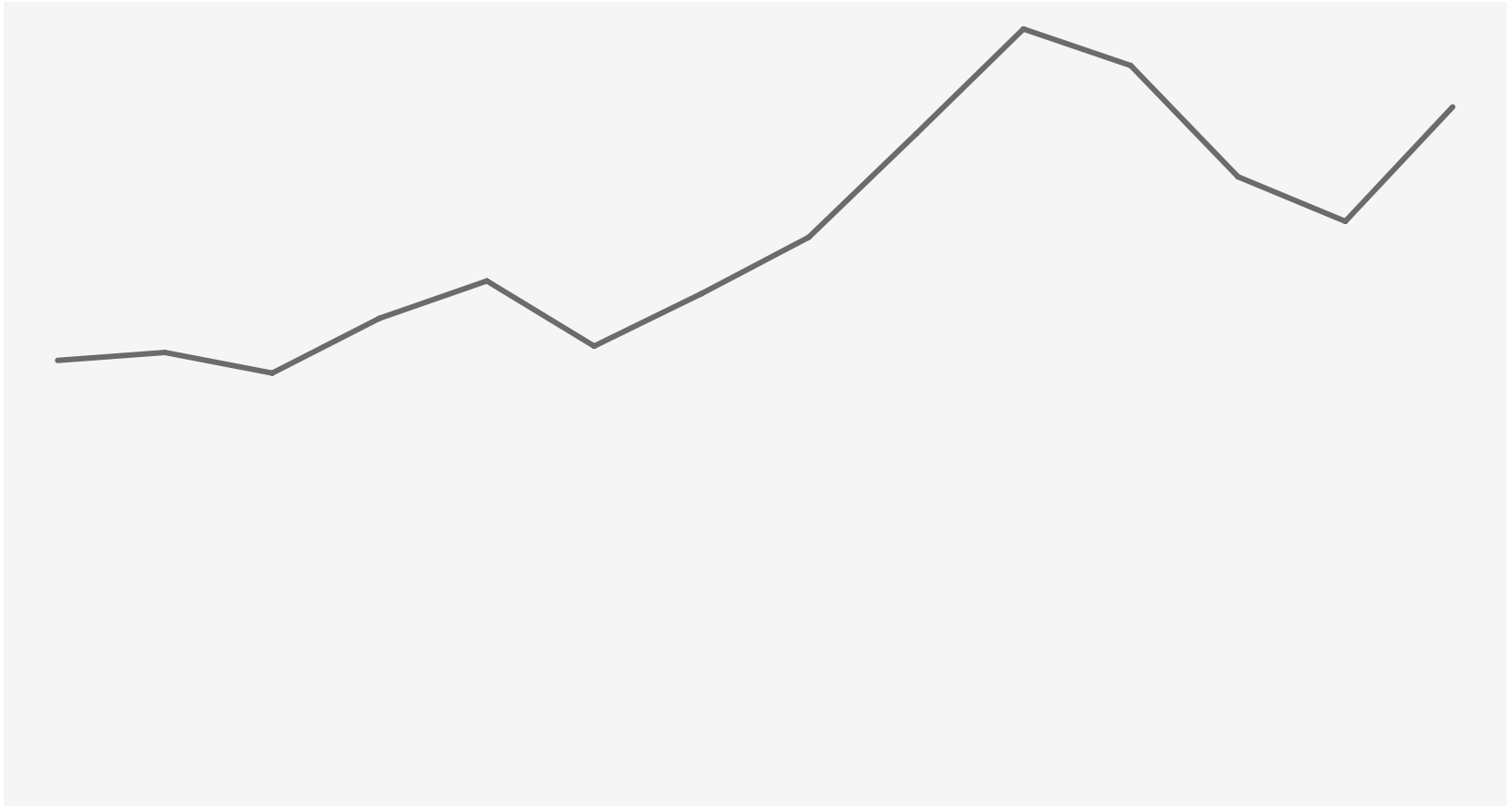
유저의 반응률이 높은 주요 13종 사이즈로 PC/Mobile WEB에서 광고 노출이 가능합니다.

| 디바이스별 최적화 소재 (등록)사이즈



#노출량

지속적으로 광고 노출 및 유입의 확장을 지원하고 있습니다.



#노출

지속적으로 효율 높은 프리미엄 지면을 확대하고 있습니다.



섬유근통 증상 | 이보미 상금 | 박시연 독녀 | 개인정보보호 인증제

DDN

19:56
취항자격 보이런던
싸다! 위메프



helen님 내정보 로그인
메일 1 카페쪽지 MY공간 티스토리 팁
카페 증권 블로그

뉴스 스포츠 연예 라이프 TV



김광현 강속구에
미국 타선 열음

'내 점수로 어딜 가나' 수능후 첫 입시설명회 인산...
'벤츠 골프채 훼손 사건' 해당 차종 ECU 결함으로...
中, 파리 테러 소식에 2개월전 위구르족 공격 사실...
김현웅 법무 "불법시위 주도 배후 폭력행위자 엄벌"
"내년엔 김포공항-코엑스" 끝 나지 않은 전쟁



문지애, 남다른
스키니 각선미

中 남동부 '최악의 겨울 폭수' 산사태 37명 사망...
수능 이의신청 500건 넘어...국·영·탐구에 집중
15인에 달린 386조 운영..예산소위 '전쟁' 돌입
서비스 중단 수순 밟는 '조인'은 왜 '카톡'이 되지...
CCTV 설치 "아이 안전위해 필수" vs "인권침해"



빠름~빠름?
요금폭탄 맞은 쓴 사연



연말 술자리 주도권
여성에게 있다?



"따라 올래면
따라와봐"

실시간 이슈 대전 13.6℃

- 1 김명철 220
- 2 김주혁 59
- 3 이기우 미청마 NEW
- 4 임원희 50
- 5 유시민 49
- 6 한국 미국 야구 68
- 7 김래리 48
- 8 댄블랙 47
- 9 박시연 39
- 10 미니겨 38

K리그 올린지



쇼핑홈 소호 피핀 위메프 롯데닷컴

옥션 · G마켓 · GS샵 · CJ올 · 11번가 · 위메프
이마트몰 · 하프클럽 · 신세계몰 · 패션플러스
롯데닷컴 · 롯데몰 · AK몰 · 쇼핑기획전

최근 클릭상품 베스트100 2 / 13

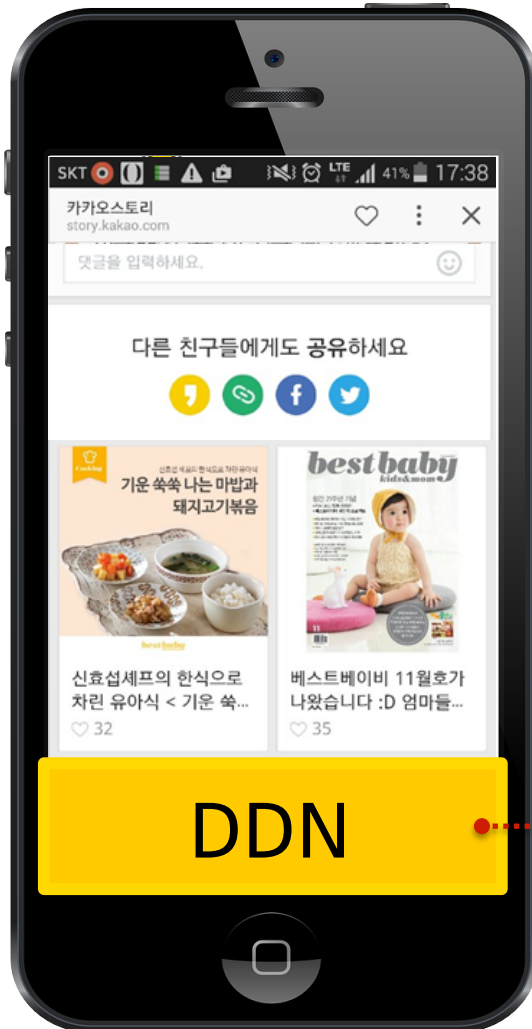


노출영역 : PC Web
> Daum 메인

- 소재사이즈 : 430x105
- 소재형식 : PNG, JPG, SWF

#노출

지속적으로 효율 높은 프리미엄 지면을 확대하고 있습니다.

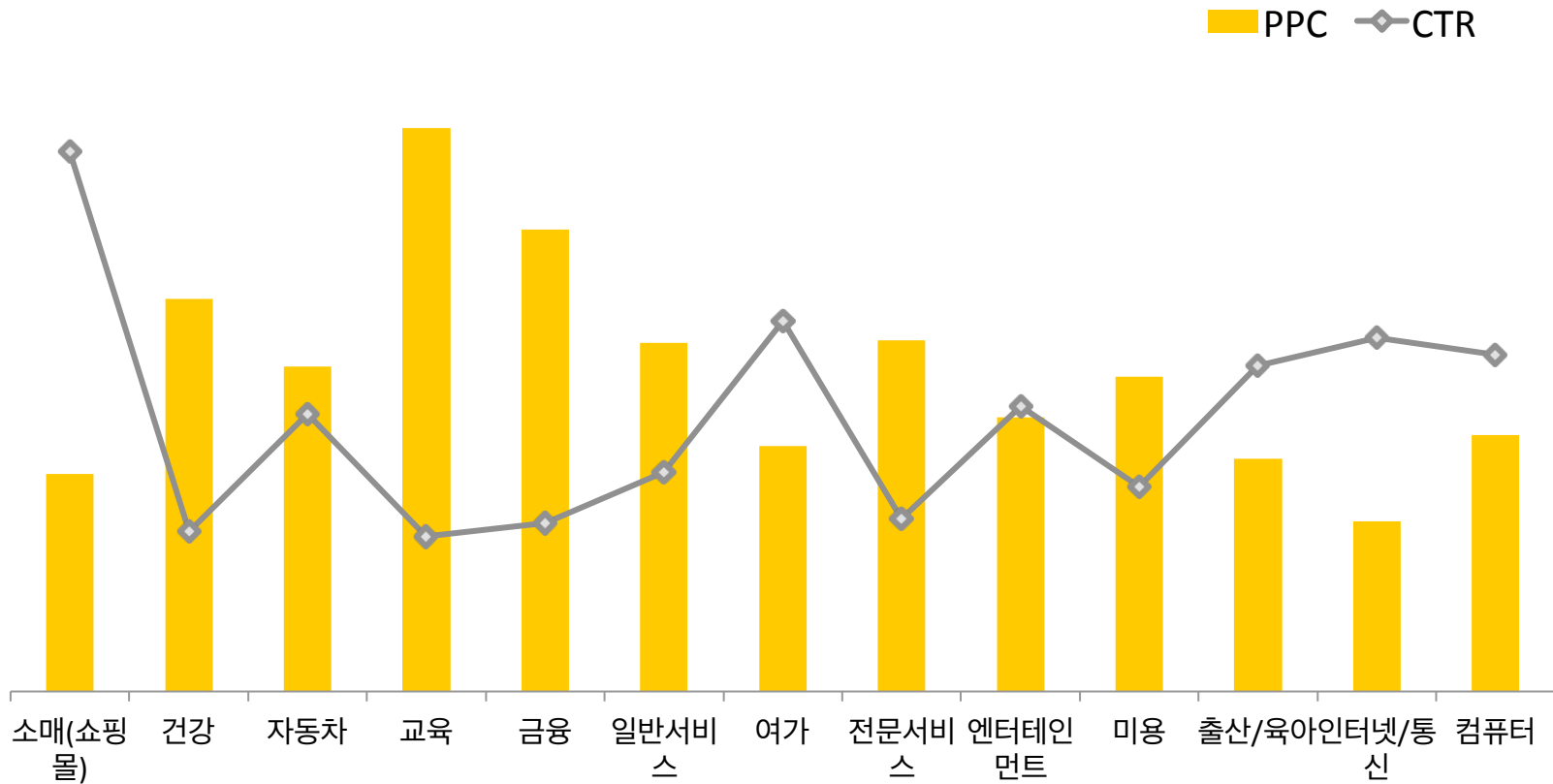


노출영역 : Mobile Web
> 카카오스토리

- 소재등록사이즈 : 640x300
- 소내노출사이즈 : 320x100
- 소재형식 : PNG, JPG

#현황

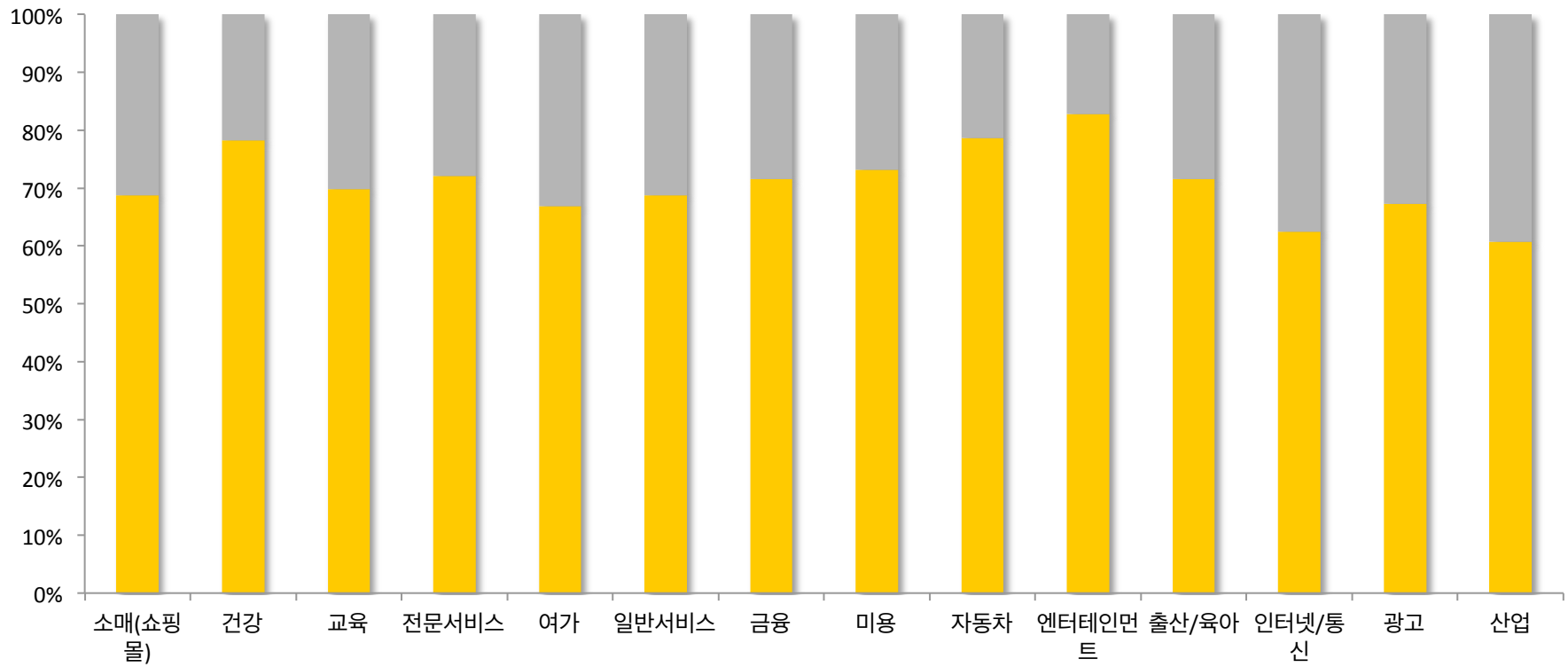
주요 카테고리별 CTR & PPC



#현황

주요 카테고리별_디바이스 활용도

■ PC & Mobile ■ PC only



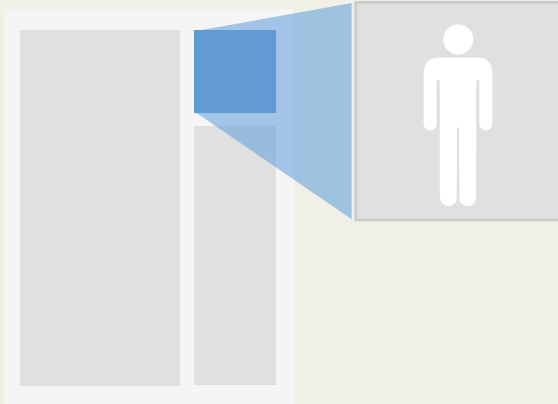
DDN

운영전략

kakao

DDN 노출 및 과금

<예시>



광고주들의 실시간 입찰과 노출 지면 상황에 따라
실시간으로 노출 가능 광고주를 그룹핑하여 노출 대상을 선정,
입찰가 및 광고 효과 지표를 고려하여 광고 노출 결정

	광고주 1	광고주 2	광고주 3	광고주 4	...
입찰가	300원	250원	200원	150원	...
광고 효과 지표 (=광고 CTR)	낮음	높음	보통	보통	...
과금 기준액	노출 가능 광고주 그룹의 최저 입찰가인 200원				
과금액	과금기준액 200원 - 광고 효과 지표에 따른 할인 적용				

노출기회 ▲
광고비 ▼

CTR을 높이기 위해 확인할게 무엇일까?





타겟팅 : DDN 타겟팅

주요 타겟팅



프로파일 타겟팅

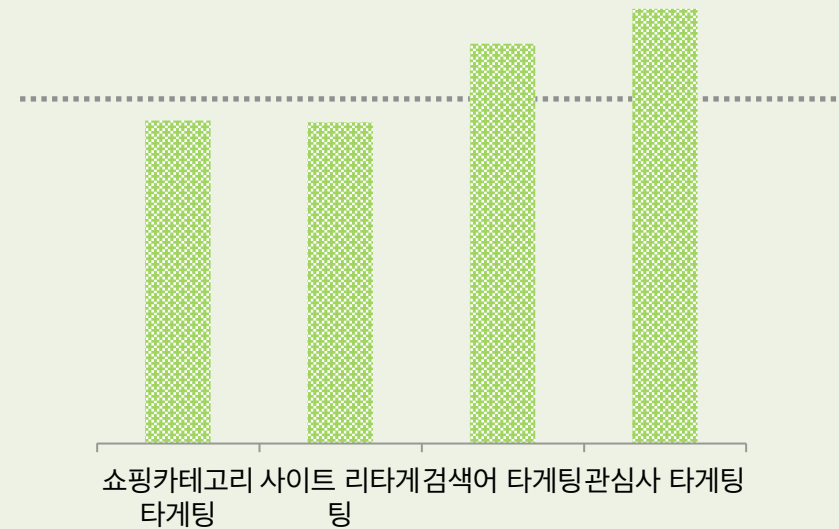
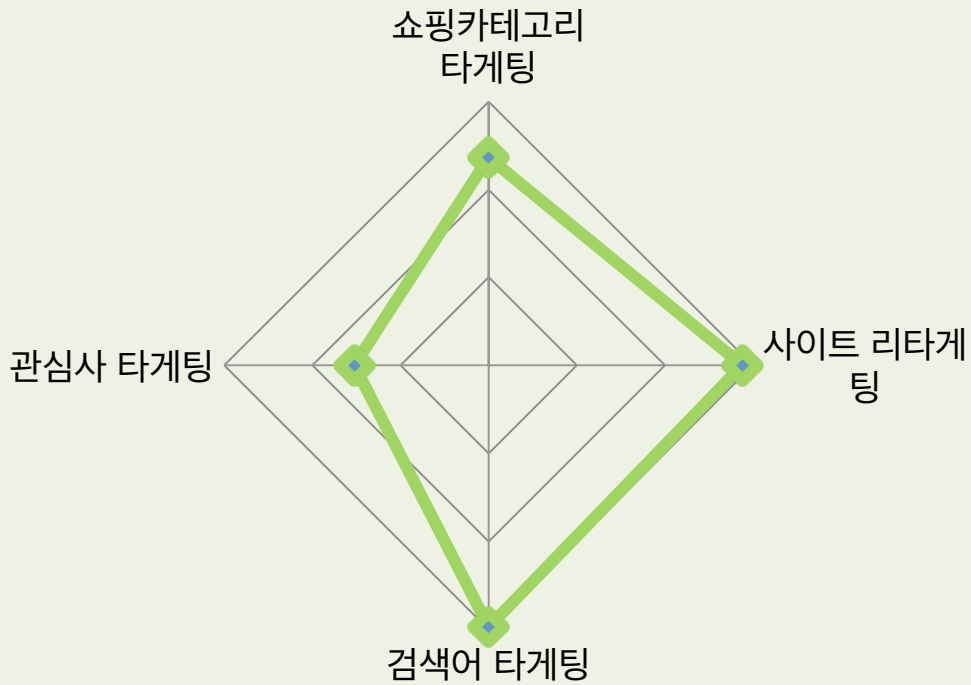




타겟팅 : 주요타겟팅 활용

CTR

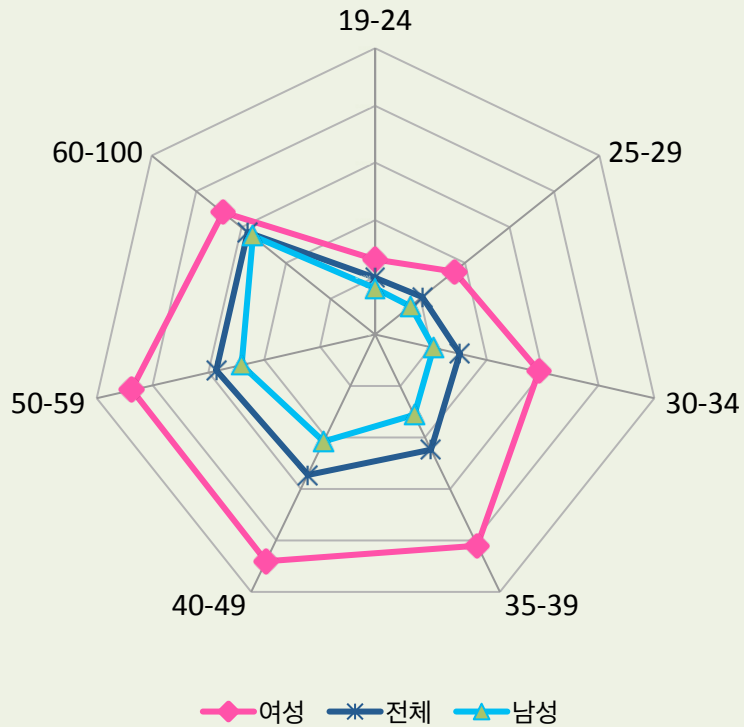
PPC



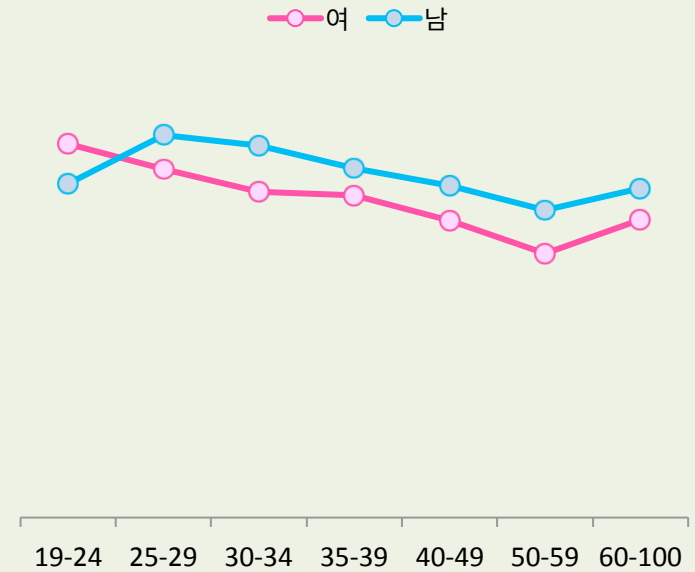


타겟팅 : 프로파일타겟팅 활용

성별/연령별 CTR



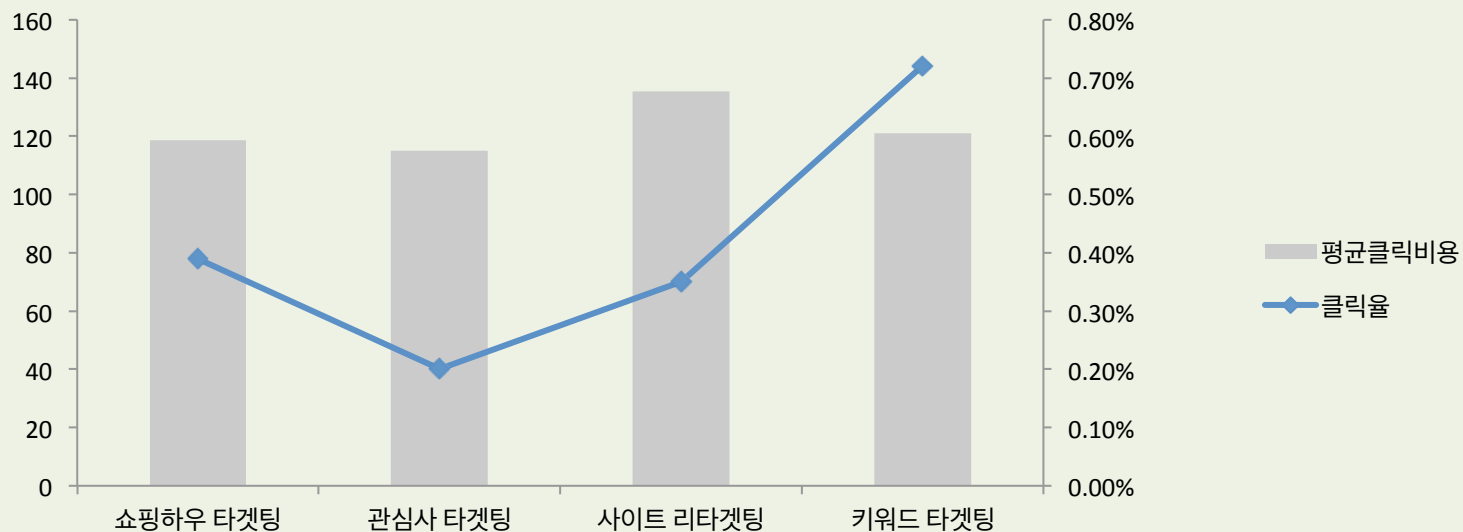
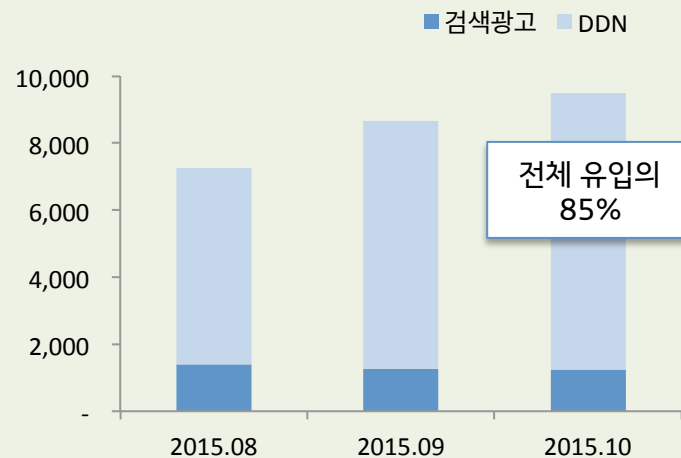
성별/연령별 PPC





타겟팅 : 타겟팅 활용 광고운영 사례

- 업종 : 쇼핑 > 취미용품
- 소재 : 고정이미지 활용
- 그룹핑 : DDN캠페인 > 주요타겟팅별 그룹
- DDN 목적 : 제한된 시장에서 신규고객 확보





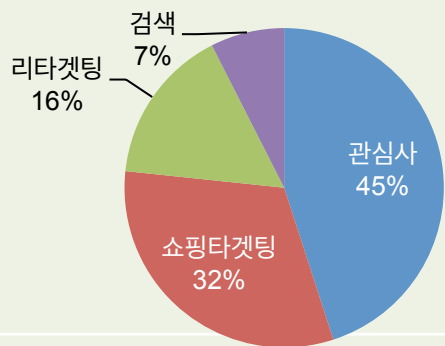
타겟팅 : 타겟팅 활용 광고운영 사례

■ 업종 : 자동차 > 신차판매

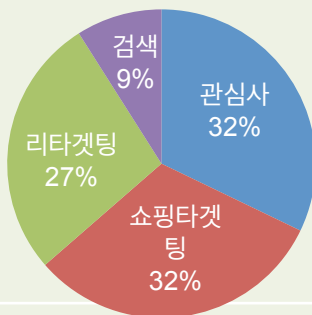
■ 그룹핑 : DDN캠페인 > 주요타겟팅별 그룹 (전 그룹내 일예산 / 입찰가 동일하게 운영)

DDN									
WEB	검색	타겟팅	성별 : 전체	연령 : 개별선택	지역 : 전체	쇼핑 카테고리 : 미설정	관심사 : 미설정	검색어 : 설정	리타겟팅 : 미설정
WEB	검색2	타겟팅	성별 : 전체	연령 : 개별선택	지역 : 전체	쇼핑 카테고리 : 미설정	관심사 : 미설정	검색어 : 설정	리타겟팅 : 미설정
WEB	검색3	타겟팅	성별 : 전체	연령 : 개별선택	지역 : 전체	쇼핑 카테고리 : 미설정	관심사 : 미설정	검색어 : 설정	리타겟팅 : 미설정
WEB	검색4	타겟팅	성별 : 전체	연령 : 개별선택	지역 : 전체	쇼핑 카테고리 : 미설정	관심사 : 미설정	검색어 : 설정	리타겟팅 : 미설정
WEB	검색5	타겟팅	성별 : 전체	연령 : 개별선택	지역 : 전체	쇼핑 카테고리 : 미설정	관심사 : 미설정	검색어 : 설정	리타겟팅 : 미설정
WEB	관심사	타겟팅	성별 : 전체	연령 : 개별선택	지역 : 전체	쇼핑 카테고리 : 미설정	관심사 : 설정	검색어 : 미설정	리타겟팅 : 미설정
WEB	리타겟팅	타겟팅	성별 : 전체	연령 : 전체	지역 : 전체	쇼핑 카테고리 : 미설정	관심사 : 미설정	검색어 : 미설정	리타겟팅 : 설정
WEB	쇼핑타겟팅	타겟팅	성별 : 전체	연령 : 개별선택	지역 : 전체	쇼핑 카테고리 : 설정	관심사 : 미설정	검색어 : 미설정	리타겟팅 : 미설정

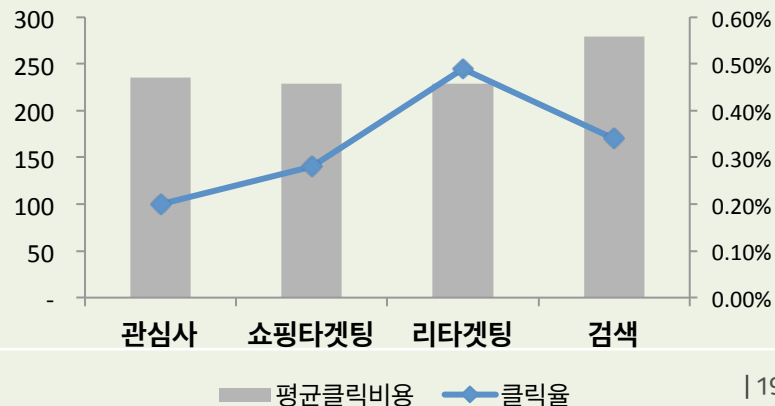
노출



클릭



타겟팅별 CTR/PPC



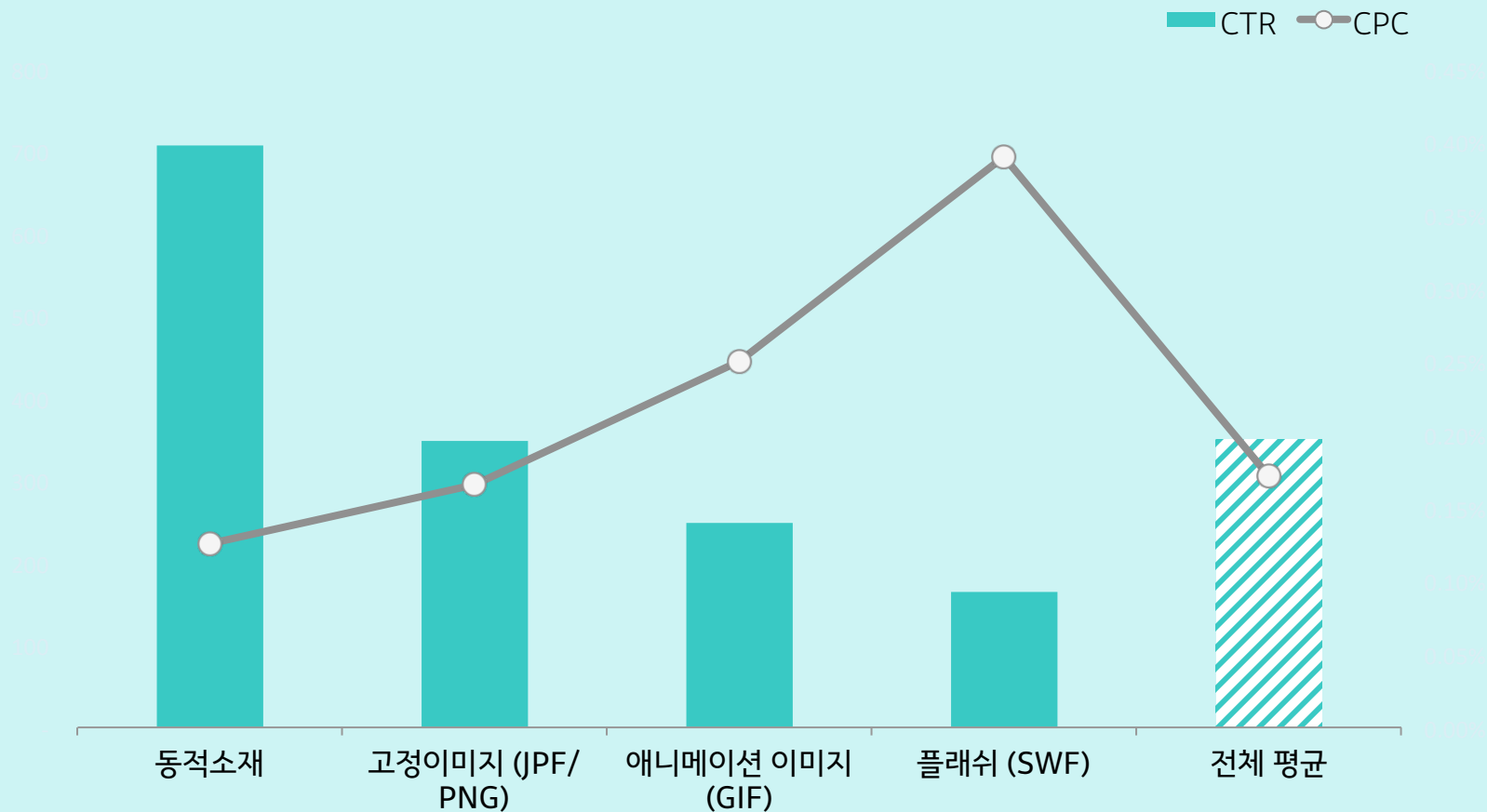


소재





소재 : 이미지형식별 성과 확인





소재 : 동적소재

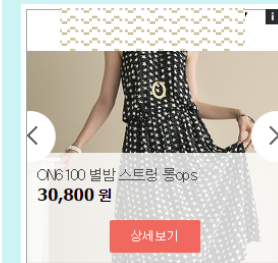
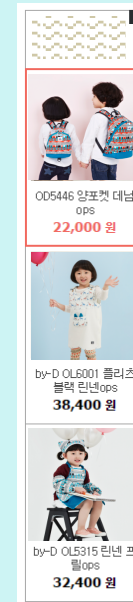
Daum 쇼핑하우 입점몰의 경우 사이트 내 상품 이미지를 DDN 소재로 간편제작 가능한 '동적소재' 기능 활용

소재 설정

> 캠페인 : ④ 그룹 : WEB 1. 사이트 리타겟팅 > 소재 : ● 이미지 소재 ● **동적 소재**

쇼핑하우 광고주D 쇼핑몰URL	
소재명	소재_11 5/70자 +복수의 사이즈를 선택 시 동일한 소재명으로 입력됩니다.
사이즈	<input checked="" type="checkbox"/> 250x250 <input checked="" type="checkbox"/> 200x200 <input checked="" type="checkbox"/> 970x90 <input checked="" type="checkbox"/> 160x600 <input checked="" type="checkbox"/> 336x280 <input checked="" type="checkbox"/> 300x250 <input checked="" type="checkbox"/> 728x90 <input checked="" type="checkbox"/> 120x600 <input checked="" type="checkbox"/> 468x60 <input checked="" type="checkbox"/> 170x128
우선노출?	인기상품순 ▼
필터?	<input checked="" type="radio"/> 미설정 (전체상품 노출) <input type="radio"/> 설정 (일부상품 노출)
미리보기	미리보기

소재 등록 시
동적소재 설정화면



다양한 사이즈로
간편제작



소재 : 동적소재 운영사례

- 업종 : 쇼핑 > 생활용품
- 주요타겟 : 30~40대 여성

뉴스 연예 스포츠

뉴스홈 주요뉴스 이슈 연재 랭킹뉴스 TV 배열이력

실시간 스포츠 연예 클러스터링 언론사들뉴스

대법 "남양유업 '루카' 상표등록 무효"

KBS | 박해진 | 입력 2015.11.15 12:16

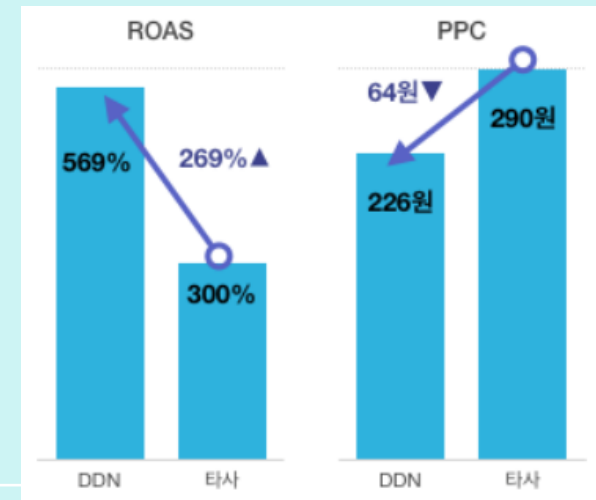
댓글 0 카카오톡 트위터 페이스북

가 + | - | | | | | ?

남양유업이 원두커피믹스 브랜드 '루카'의 상표권을 놓고, 커피전문점 '카페루카'와 벌인 특허 소송에서 패소해 '루카' 상표등록을 무효로 하게 됐습니다.

대법원 1부는 카페루카코리아가 남양유업을 상대로 낸 상표 등록무효 소송에서 원고 승소로 판결한 원심을 확정했습니다.

재판부는 외관이 서로 다르지만 호칭이 '루카'로 동일해 유사한 상품에 함께 사용하면 구매자들이 오인·혼동하기 쉽다고 판단했습니다.

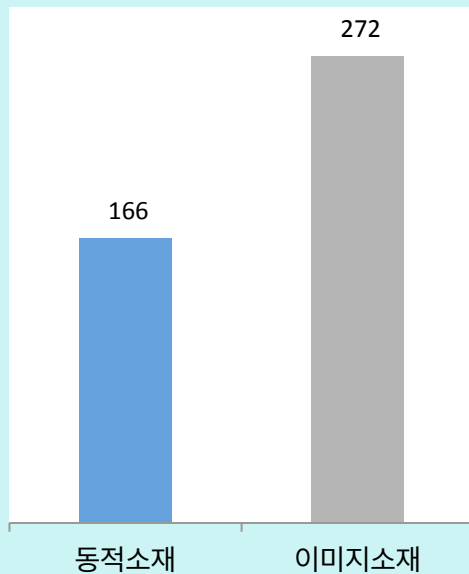





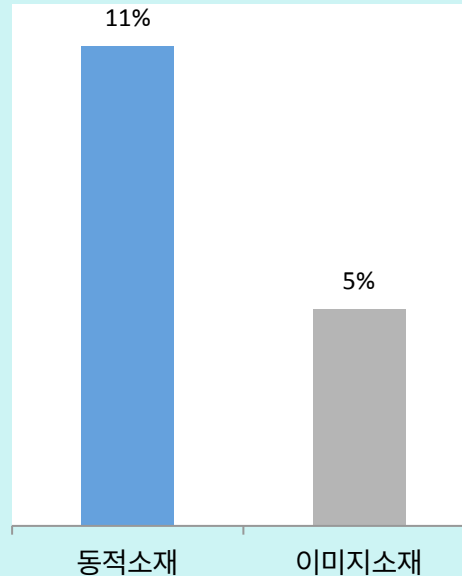
소재 : 동적소재 운영사례

- 업종 : 쇼핑 > 여성의류
- 주요타겟 : 20~30대 여성
- 그룹핑 : 소재타입별 그룹 (타겟팅 동일하게 설정)

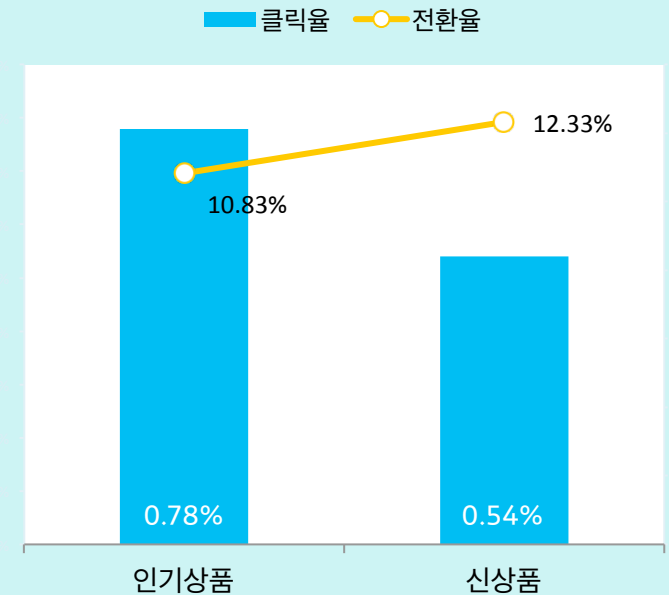
PPC



전환율



동적소재 우선노출별 성과





소재 : 고정이미지 > 디자인 요소



자사 한줄 요약

브랜드/쇼핑몰명

대표 (인물)실물샷



소재

: 고정이미지 > 디자인 요소



49만원부터~

럭셔리 모피 전문 kakao



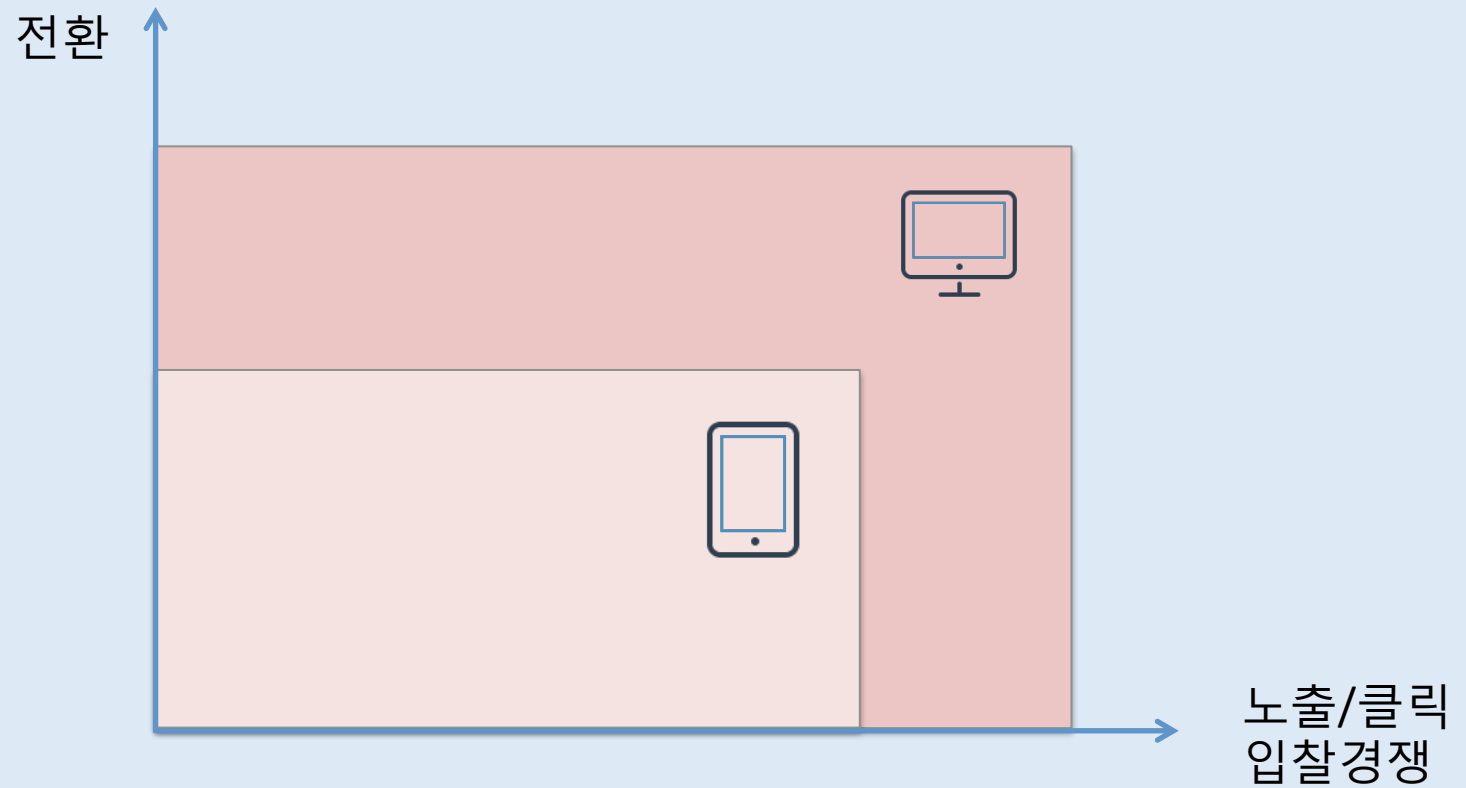
kakao

1 Table + 1 Chair ₩ 399,000

고연령 타겟, 고관여제품
“가격정보”



지면





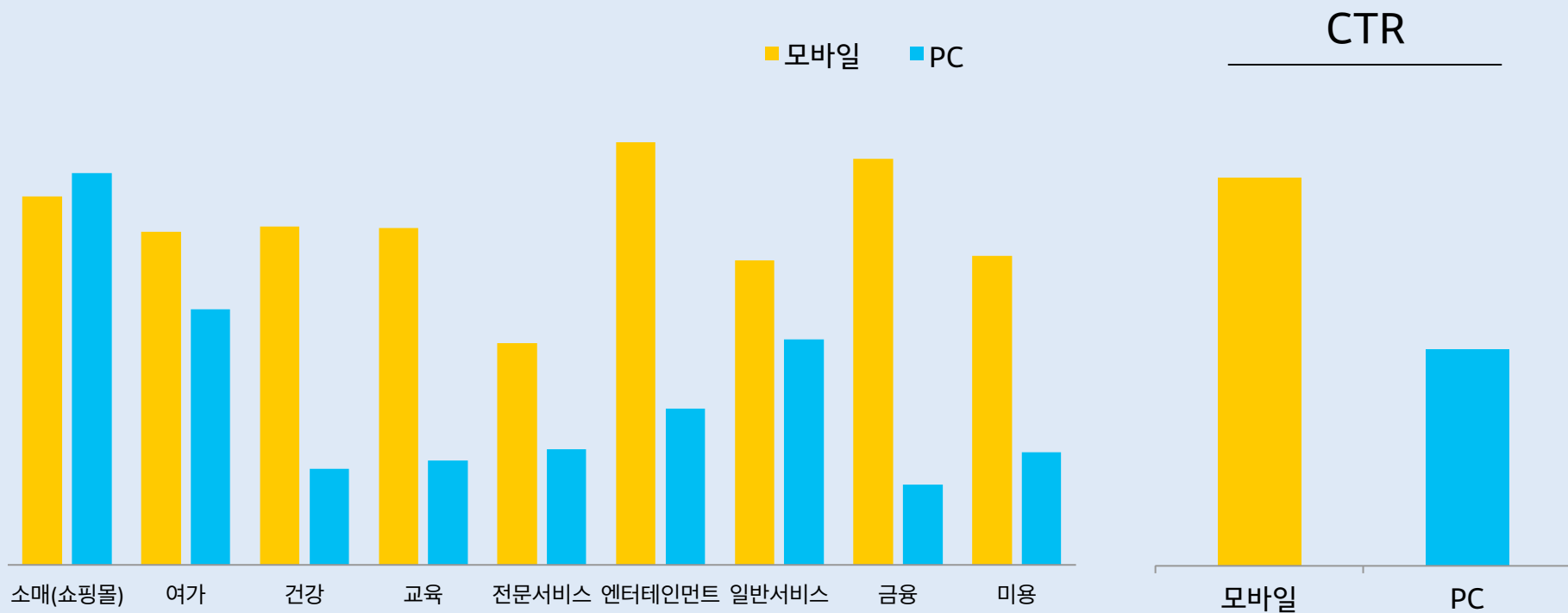
지면

등록 이미지 크기(픽셀)	노출 이미지크기 (픽셀)	형태설명	등록 가능 파일	용량	노출 디바이스
250×250	250×250	기본 정사각형 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC , Mobile
300×250	300×250	기본 직사각형 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC , Mobile
200×200	200×200	작은 정사각형 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC , Mobile
728×90	728×90	기본 리더보드형 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC
970×90	970×90	큰 리더보드형 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC
120×600	120×600	기본 세로 날개형 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC
160×600	160×600	큰 세로 날개형 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC
468×60	468×60	작은 리더보드형 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC
336×280	336×280	작은 직사각형1 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC , Mobile
170×128	170×128	작은 직사각형2 	PNG, JPG, GIF, SWF	150K	PC , Mobile
640×100	320×50	모바일 띠배너형1 	PNG, JPG	150K	Mobile
640×200	320×100	모바일 띠배너형2 	PNG, JPG	150K	Mobile
430×105	430×105	초기 리더보드형 	PNG, JPG, SWF	150K	PC



지면

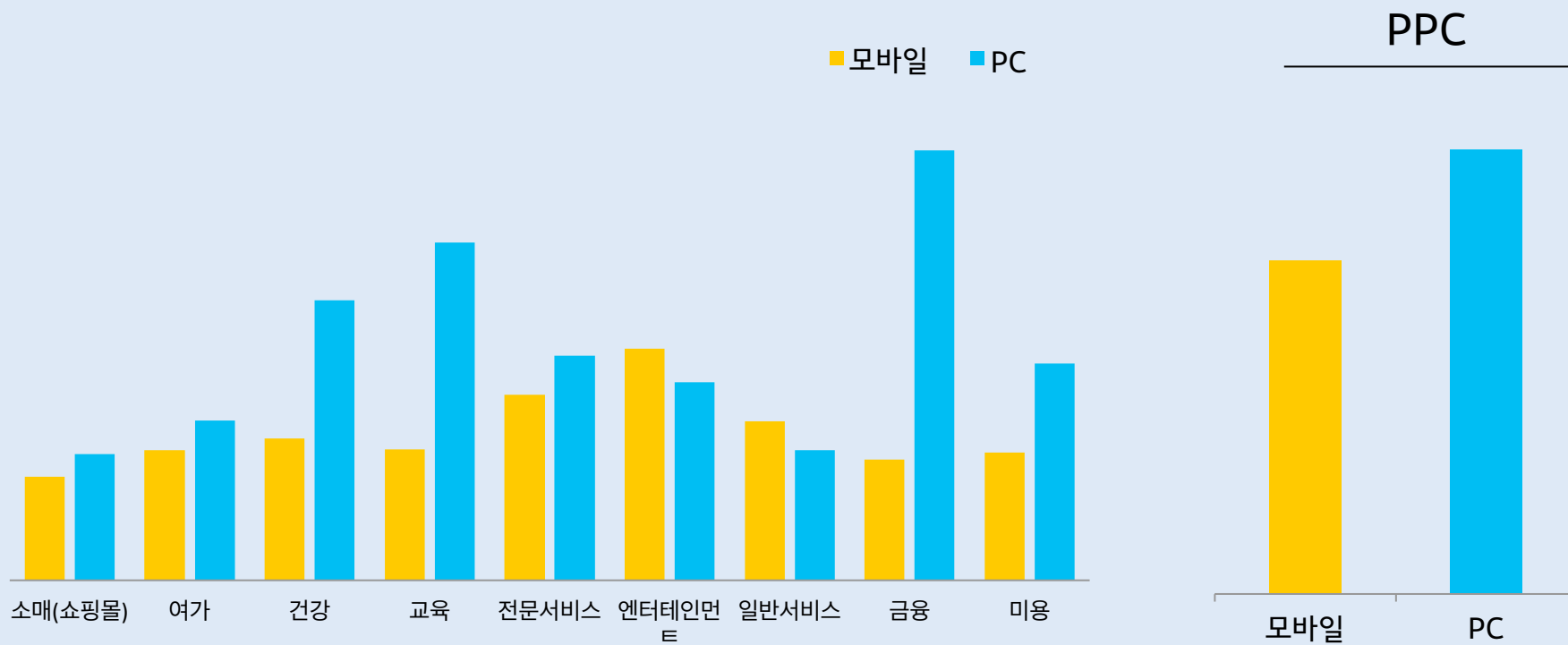
: 주요 카테고리의 디바이스별 클릭율(CTR)





지면

: 주요 카테고리의 디바이스별 평균클릭비용(PPC)





지면 : 디바이스별 운영사례

- 업종 : 여가 > 스포츠용품
- 소재 : 동적소재만 활용
- 그룹핑 : DDN 캠페인 > 디바이스별 그룹

그룹 설정

▶ 캠페인 : ④ DDN

▶ WEB그룹

그룹명	동적소재_M	6/50자
광고대상	[웹사이트]	광고대상 정보확인
그룹 입찰가 ?	200 원	
일 예산 ?	20,000 원	
예산 소진 방식 ?	<input type="radio"/> 빠른소진 ? <input checked="" type="radio"/> 균등소진 ?	
소재 노출 방식	<input type="radio"/> 랜덤노출 ? <input checked="" type="radio"/> 성과우선노출 ?	
노출 디바이스 ?	<input type="checkbox"/> PC ? <input checked="" type="checkbox"/> MOBILE ?	

▶ 현황 보고서 | 전체캠페인 > ④ DDN

추이 ?	그룹명	ON-OFF	광고대상	노출수 ?	클릭수 ?	클릭률 ?	평균클릭비용 ?
	WEB 동적소재_PC	ON		2,632,164	14,732	0,56%	185,5
	WEB 동적소재_M	ON		408,124	1,054	0,26%	183,1



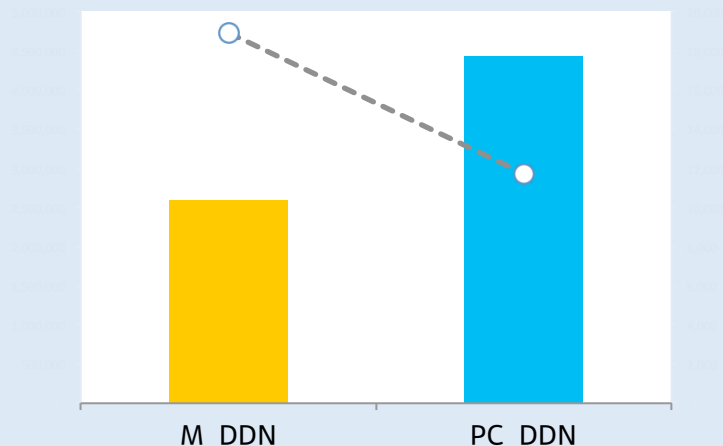
지면 : 디바이스별 운영사례

- 업종 : 건강 > 성형외과
- 소재 : 고정이미지 활용
- 그룹핑 : 디바이스별 캠페인 > 주요타겟팅별 그룹

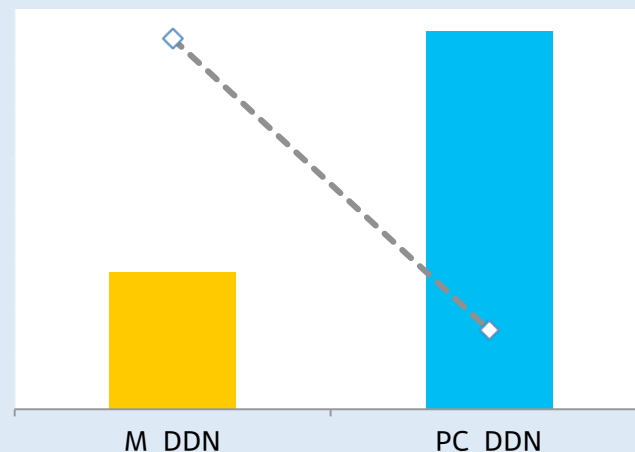
> 현황 보고서 | 디스플레이 네트워크

추이 ? 캠페인명	ON-OFF	노출수 ?	클릭
04, DDN_NON	ON	28,509,855	
05, DDN_RE	ON	8,380,533	
06, M_DDN_NON	ON	8,909,794	
07, M_DDN_RE	ON	3,853,149	

■ 광고비 ○ 클릭수



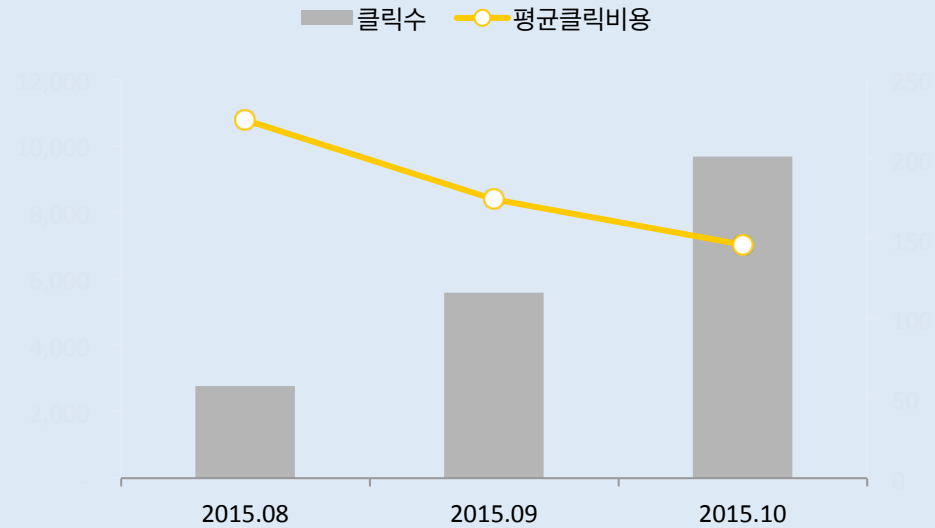
■ 평균클릭비용 ◇ 클릭율





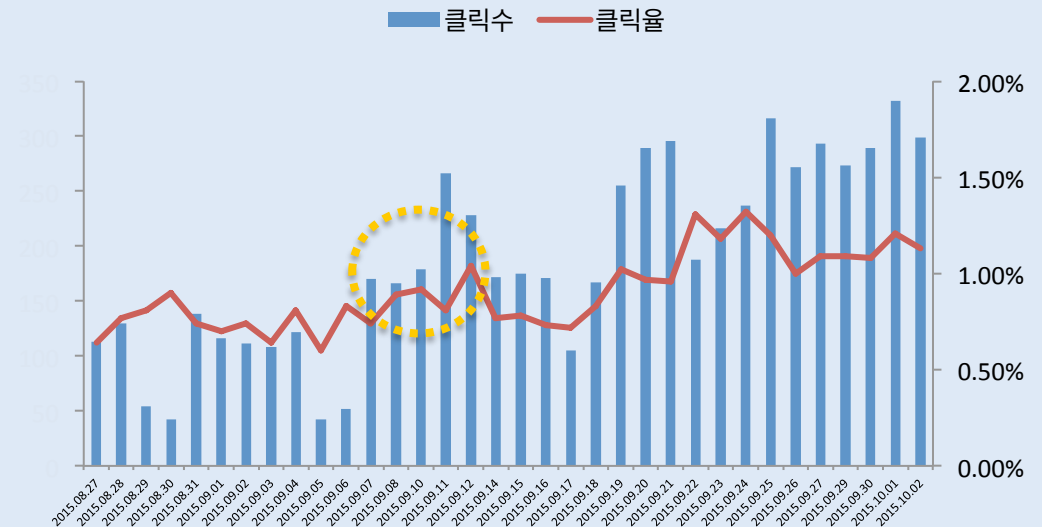
지면

- 업종 : 여가 > 레포츠용품
- 소재 : 고정이미지 활용
- 그룹핑 : DDN 캠페인 > 타겟팅+지면별 그룹

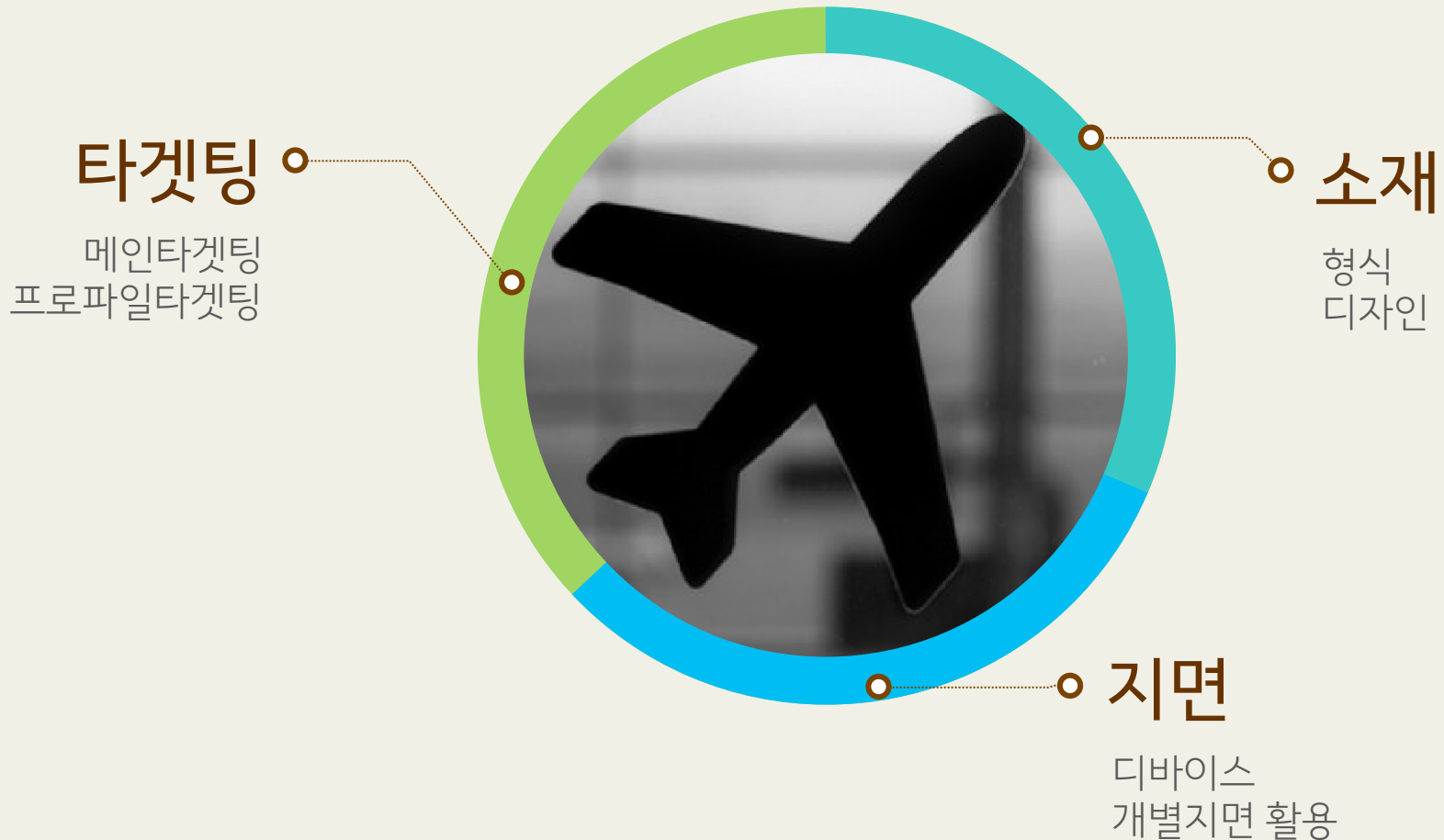


그룹명
1.리타겟팅_검색_관심사
2.리타겟팅only
3.다음메인_리타겟팅
4.다음메인_검색

9월 초 신규 셋팅

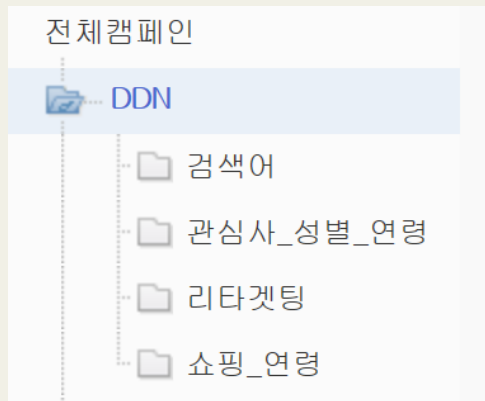


CTR을 높이기 위해 확인할게 무엇일까?

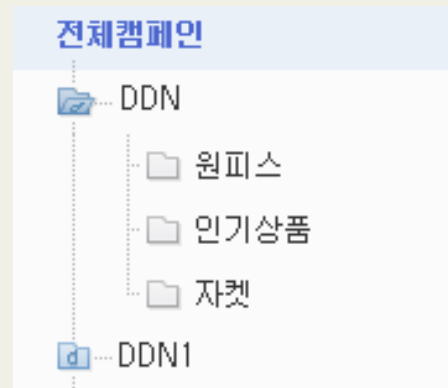


CTR을 높이기 위해 확인할게 무엇일까?

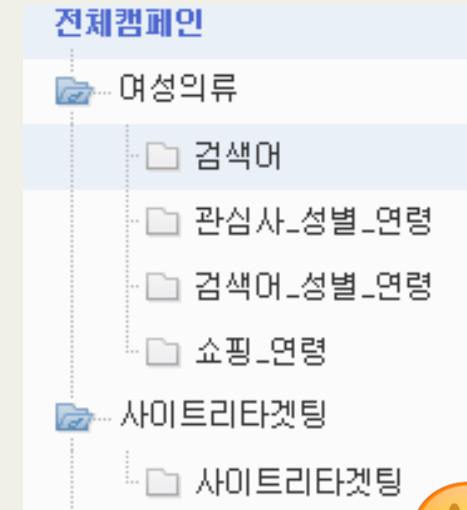
#Case 1



#Case 2



#Case 3



DDN

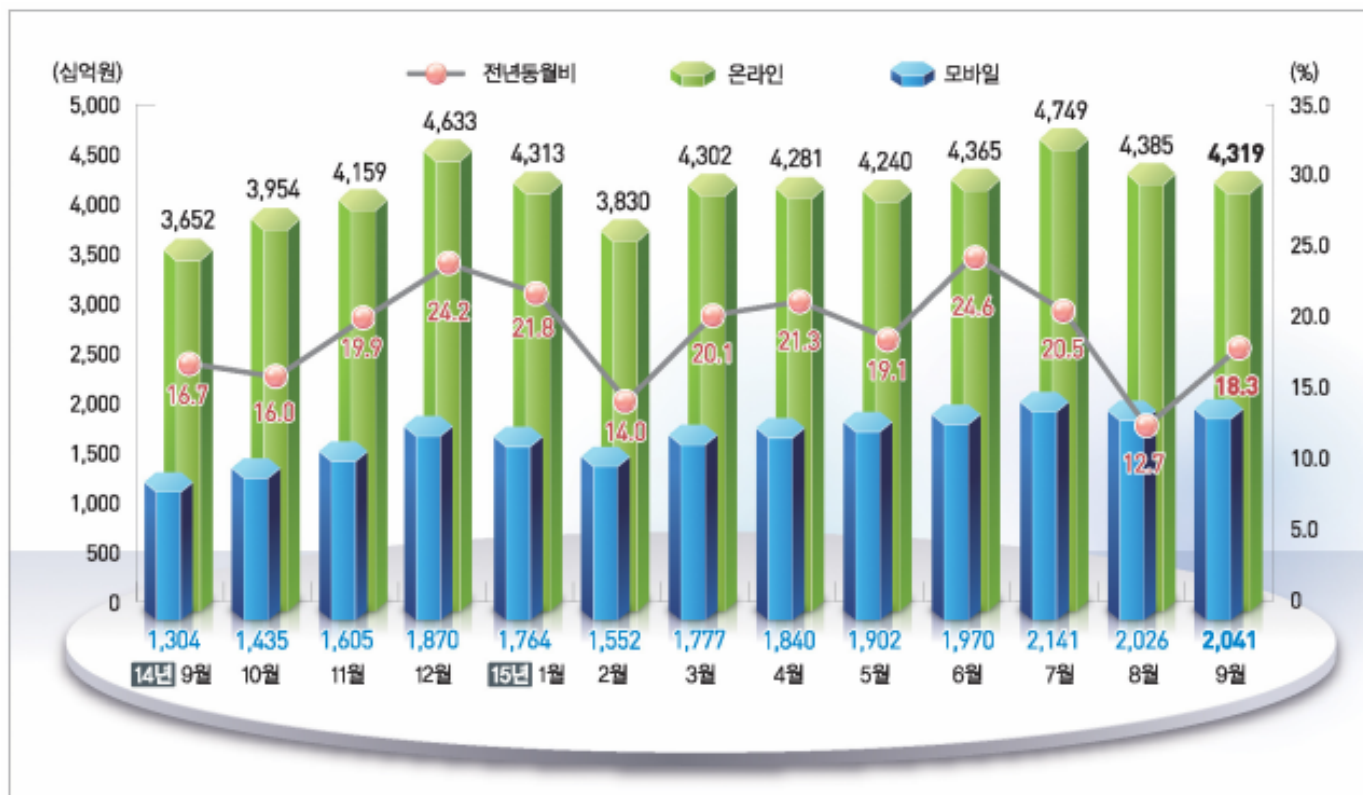
겨울시즌

kakao

#Q4

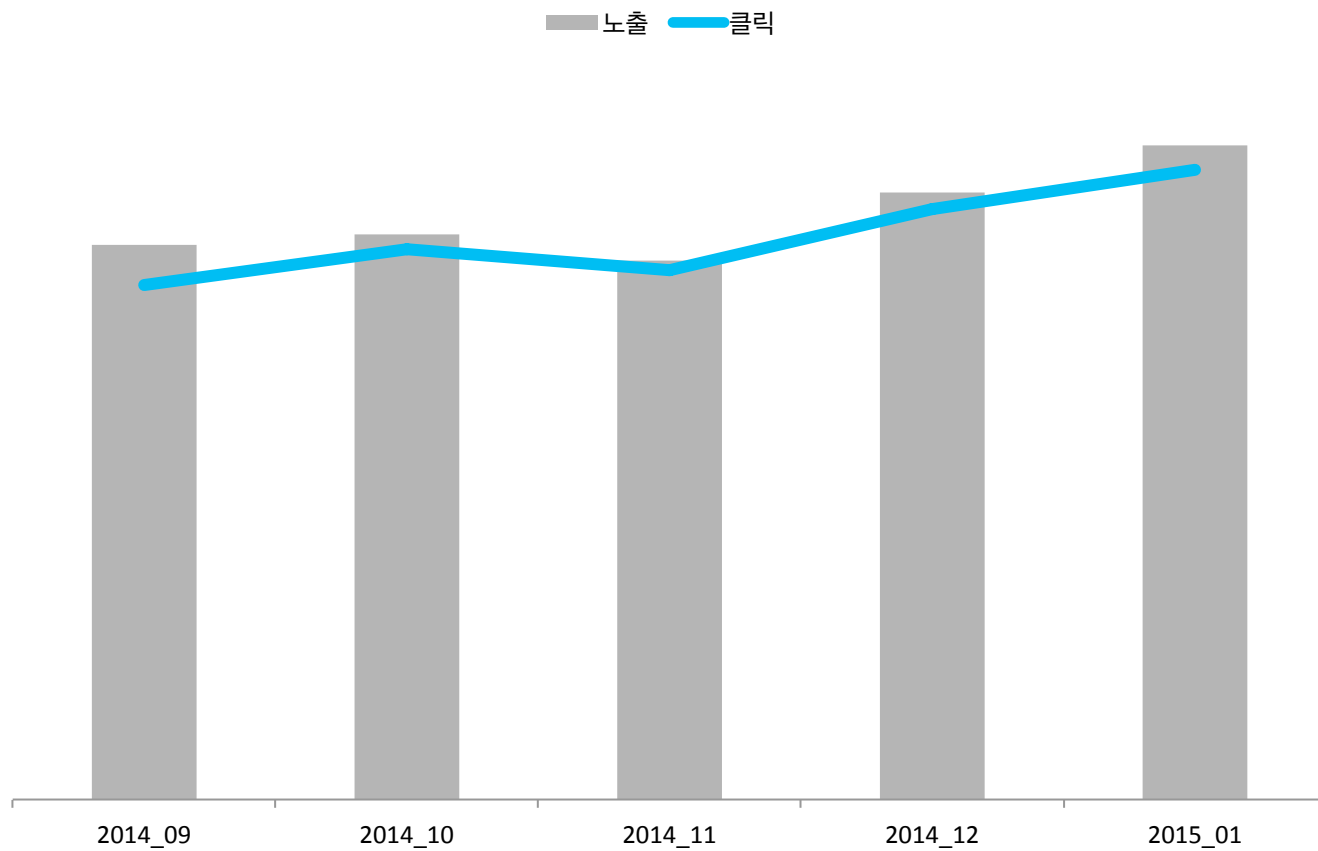
연말연시는 불변의 쇼핑 시즌

< 온라인쇼핑 거래액 동향 >



#Q4

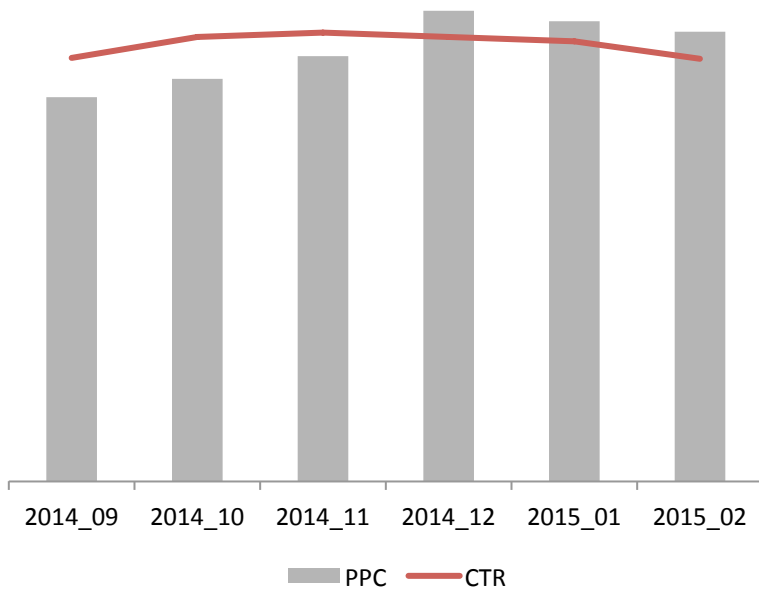
DDN을 통해 잠재고객에게 맞춤형메시지를 전달하여 홍보 및 자사사이트로 유입 가능합니다.



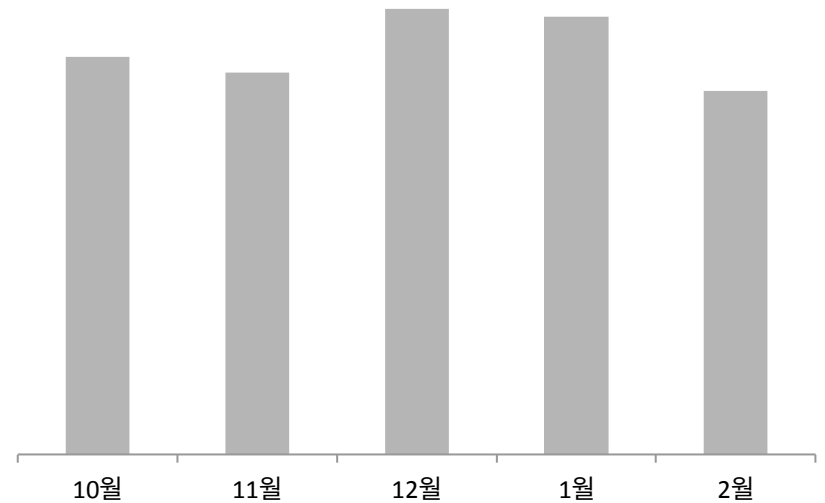
#Q4

연말연시 DDN 주요 지표 추이

PPC / CTR 추이

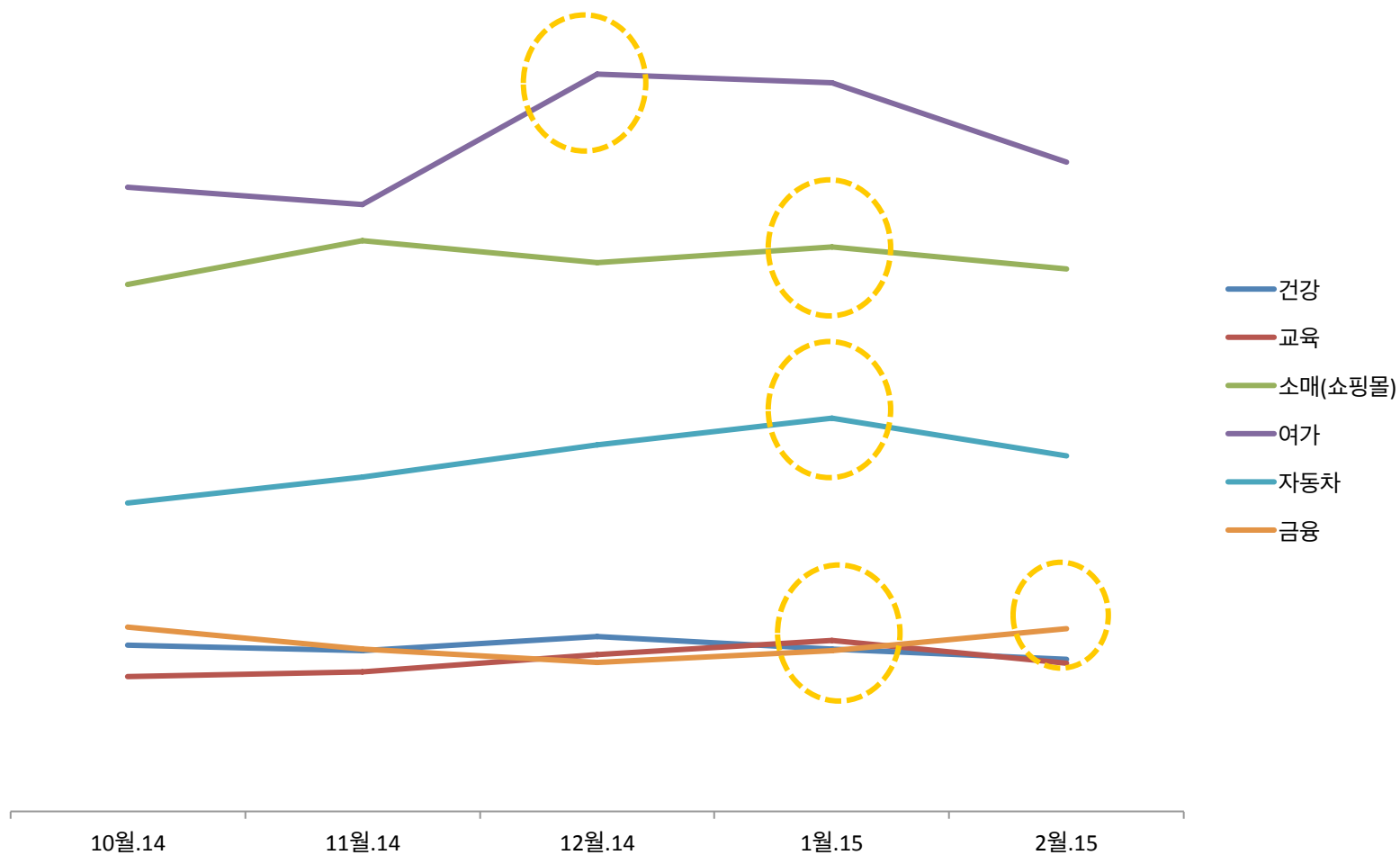


광고주별 월예산 추이



#Q4

주요 카테고리 연말연시 CTR 분포



Thank You

kakao