

크로스타겟TV for 시리즈

- 모티브인텔리전스-

Index

- 01 크로스타겟TV 광고 집행 절차
- 02 크로스타겟TV for 시리즈 소개
- 03 크로스타겟TV for 시리즈 집행 사례
- 04 Appendix : 노출지면 패키지

크로스타겟TV 광고 집행 절차

크로스타겟TV 광고 집행 절차

1단계 : 오디언스 세그먼트 선택

2단계 : 노출 지면 패키지 선택

기본 세그먼트

<커스텀 세그먼트>
광고주의 캠페인에
최적화된 세그먼트

- 관련 제품 구매이력
- 경쟁사 제품 구매이력
- 관련 매장 방문

<고가치 세그먼트>
고소득 고소비 특화 세그먼트
(기본제공)

- 아이폰 / 아이패드 사용자
- 신용카드 상위 10% 소비자
- 강남3구 거주자 타겟팅
- 백화점 빈번 방문 / 구매자
- 고소득자 / 고가지역 거주자
- 고급호텔 결제 이력자
- 명품 관심자

확장 세그먼트

<라이프스타일 세그먼트>
유사 라이프스타일 세그먼트
(복수선택가능)

- 세대별 확장
-> MZ세대, X세대, 실버 세대 등
- Look-a-like 확장 (유사 라이프스타일)

+

*광고주 요청에 의해 자유롭게 변동 가능

크로스타겟TV 광고 집행 절차

크로스타겟TV 광고 집행 절차

1단계 : 오디언스 세그먼트 선택

01

노출횟수 우선 패키지

합리적인 비용으로,
노출횟수를 우선시하는
광고주에게 적합

02

노출빈도 우선 패키지

시청 시간동안 광고의
빈도수를 극대화하여
브랜드의 인지도 급상승

04

도달율 우선 패키지

가구당 도달인구의
비율을 높여 효과적인
도달을 증대형 상품

05

어드레서블TV 우선패키지

방송사의
프리미엄 지면에 대한
광고를 통해 최적의 효과 구축

2단계 : 노출 지면 패키지 선택

03

주목도 우선 패키지

주목도 높은 채널의
광고를 통해 코어 타겟에게
메시지 전달

06

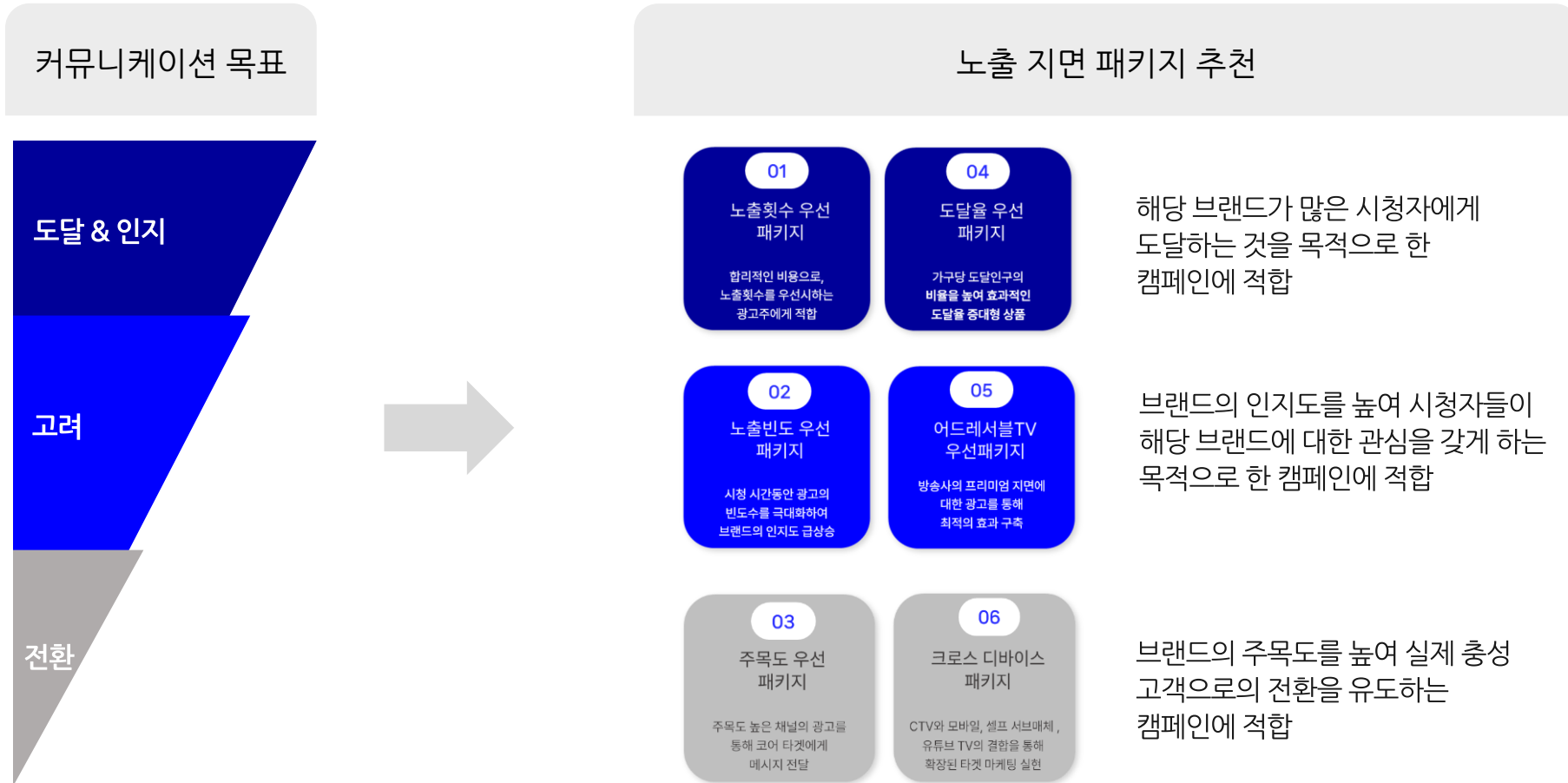
크로스 디바이스 패키지

CTV와 모바일, 셀프 서브매체,
유튜브 TV의 결합을 통해
확장된 타겟 마케팅 실현

크로스타겟TV 노출 지면 패키지 구성

크로스타겟TV 광고 집행 절차

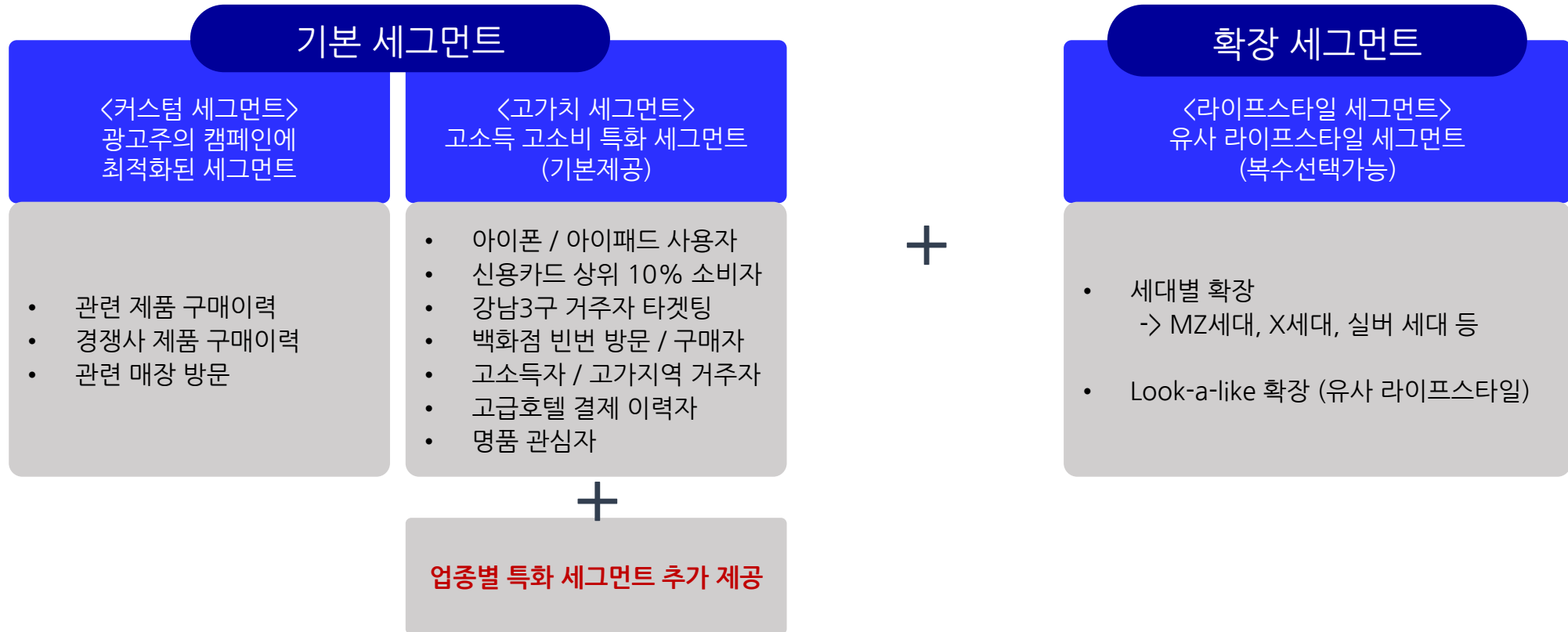
커뮤니케이션 목표에 맞는 최적의 노출 지면 패키지 선택



크로스타겟TV for 시리즈 소개

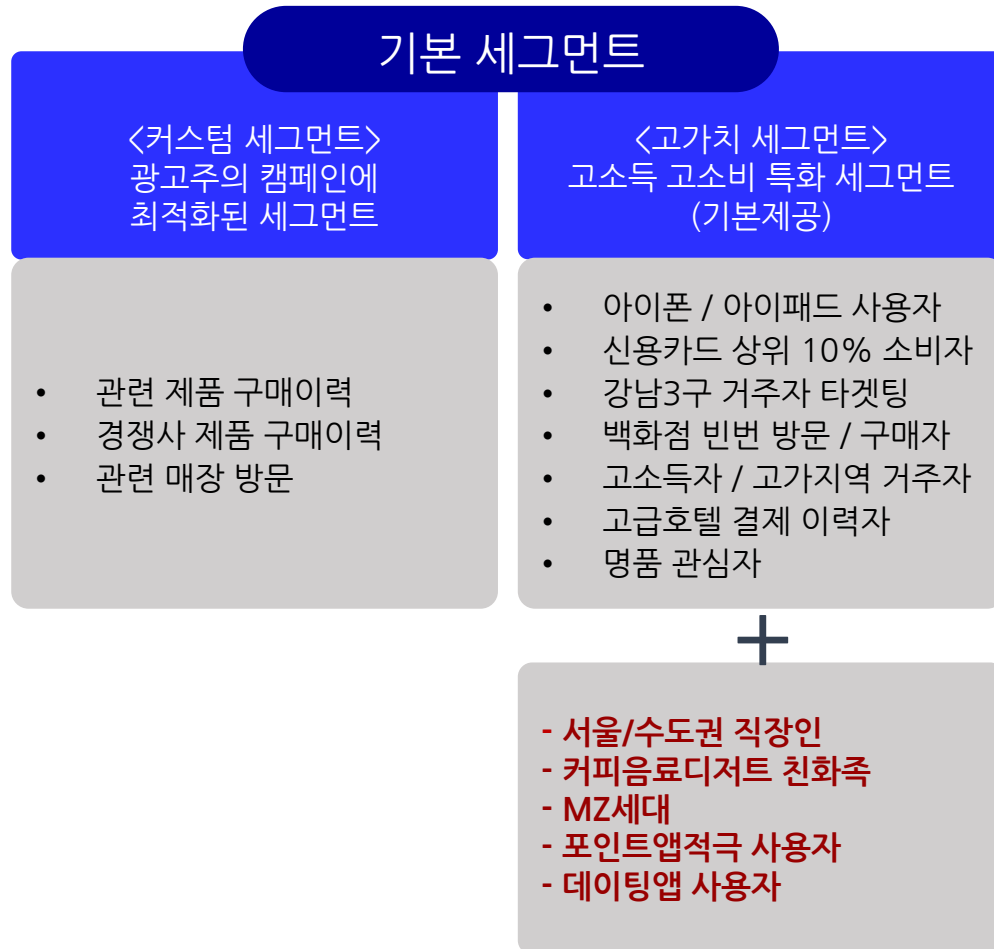
크로스타겟TV for 시리즈 소개

‘크로스타겟TV for’ 시리즈는 크로스타겟TV의 다양한 캠페인 경험을 바탕으로 구성된 업종별 특별 패키지입니다
업종별 특화 세그먼트를 활용하여 캠페인 성과를 개선해 보세요

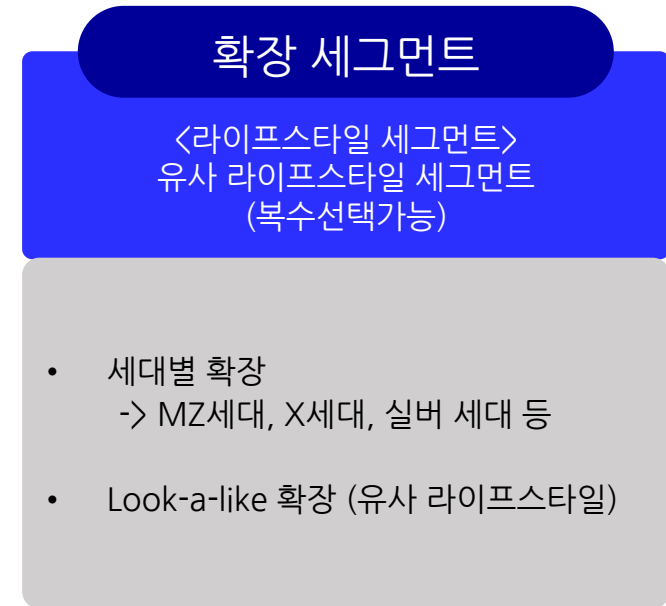


크로스타겟TV for 음료

‘음료’ 소비에 특화된 세그먼트를 강화하였습니다

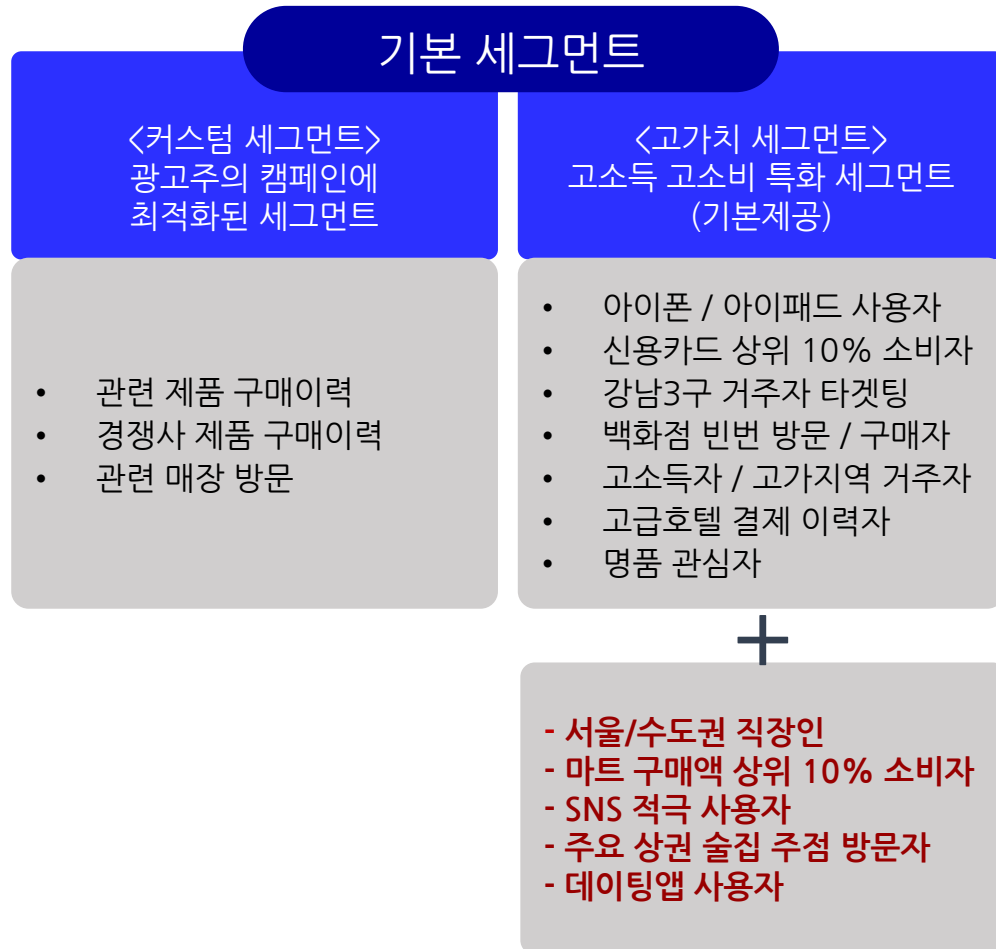


크로스타겟TV for 시리즈 소개

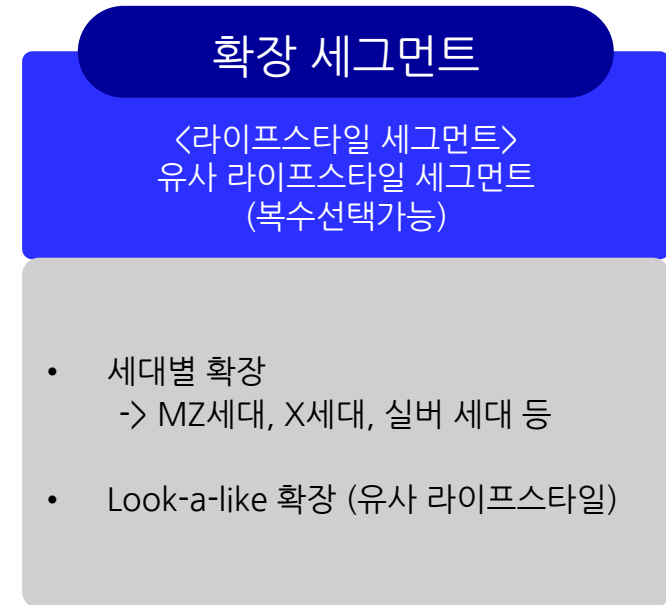


크로스타겟TV for 주류

‘주류’ 소비에 특화된 세그먼트를 강화하였습니다

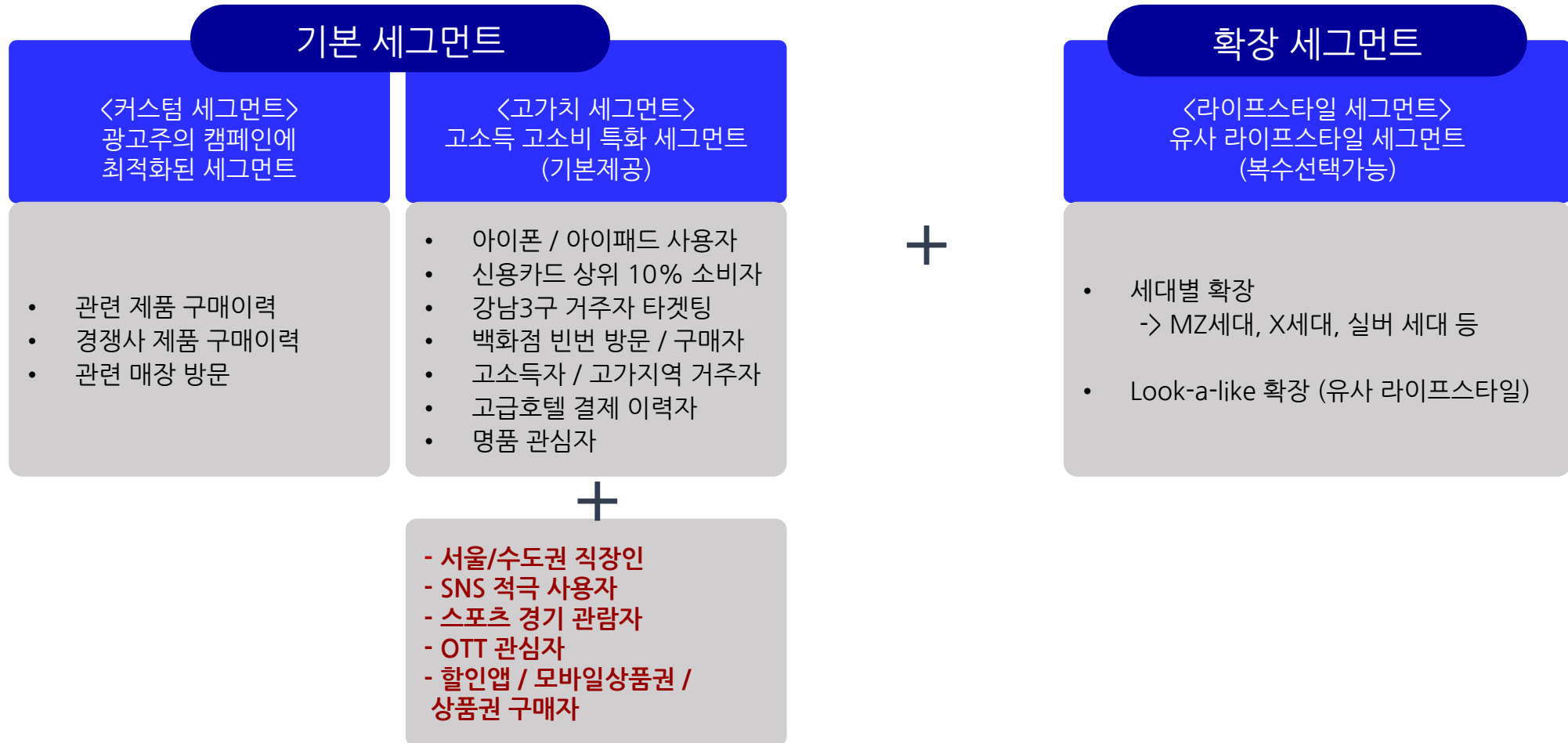


크로스타겟TV for 시리즈 소개



크로스타겟TV for 영화

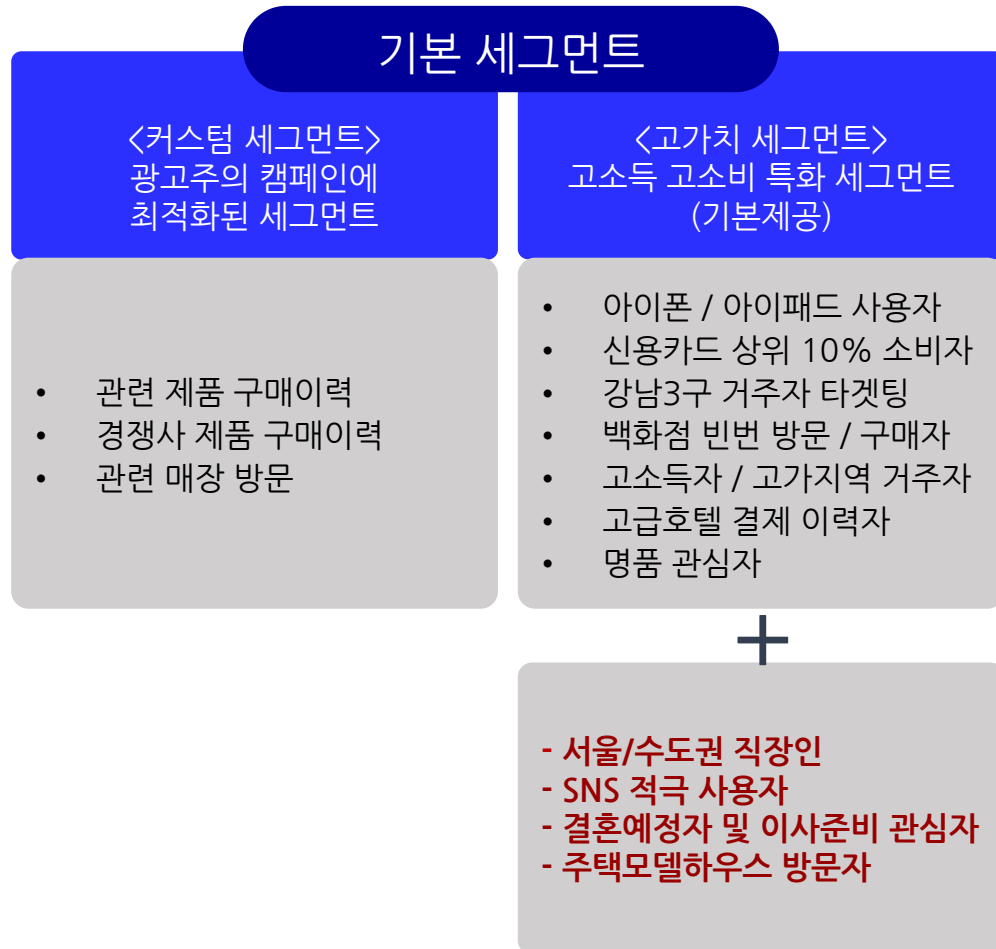
‘영화’ 소비에 특화된 세그먼트를 강화하였습니다



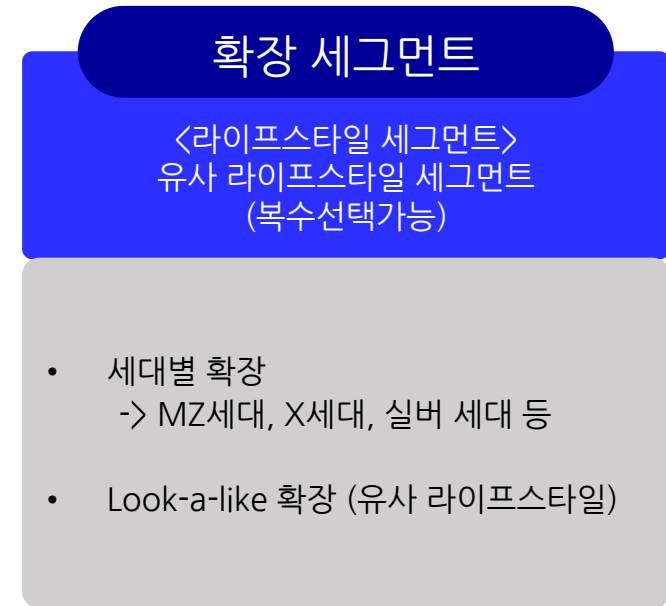
크로스타겟TV for 시리즈 소개

크로스타겟TV for 가전

‘가전’ 소비에 특화된 세그먼트를 강화하였습니다

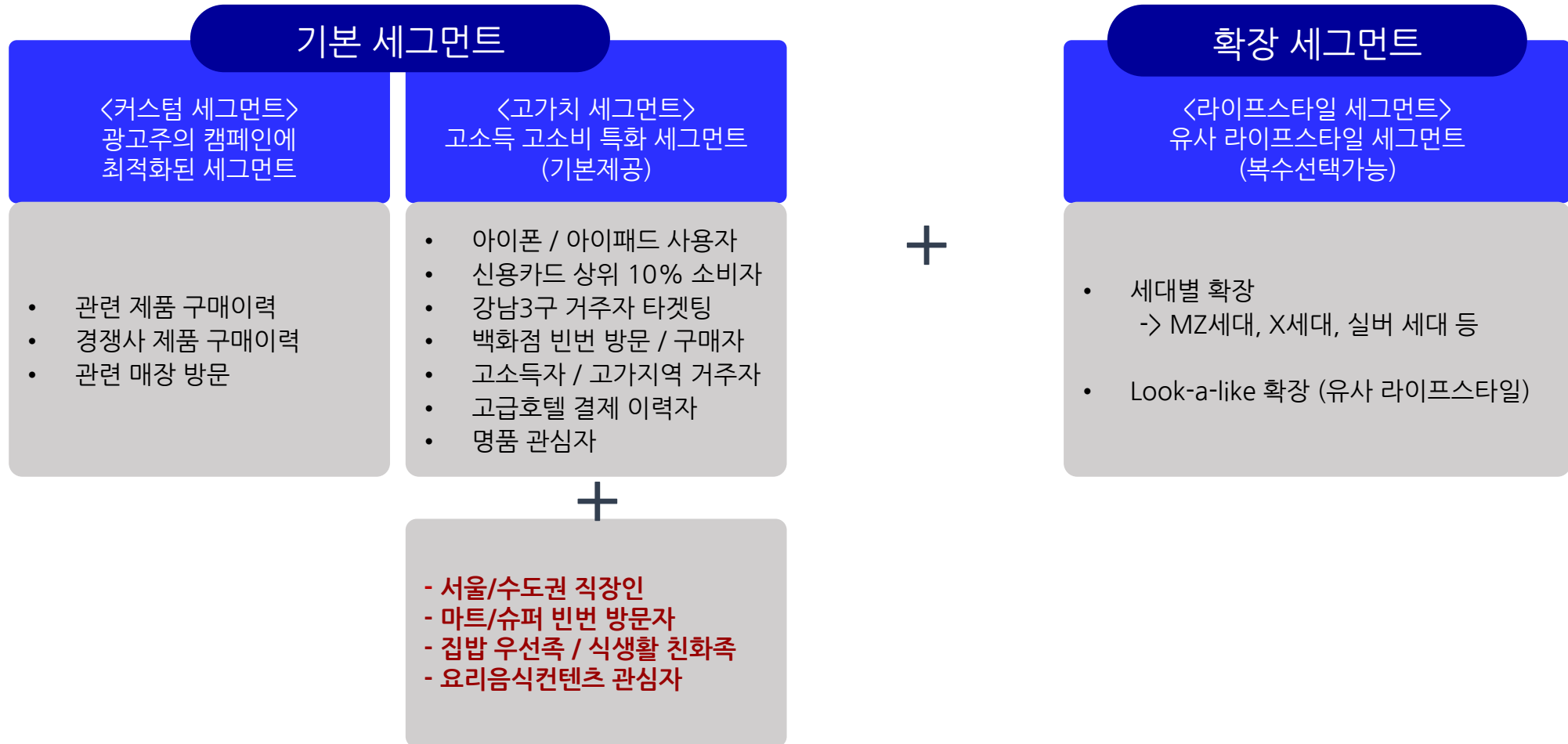


크로스타겟TV for 시리즈 소개



크로스타겟TV for 식품

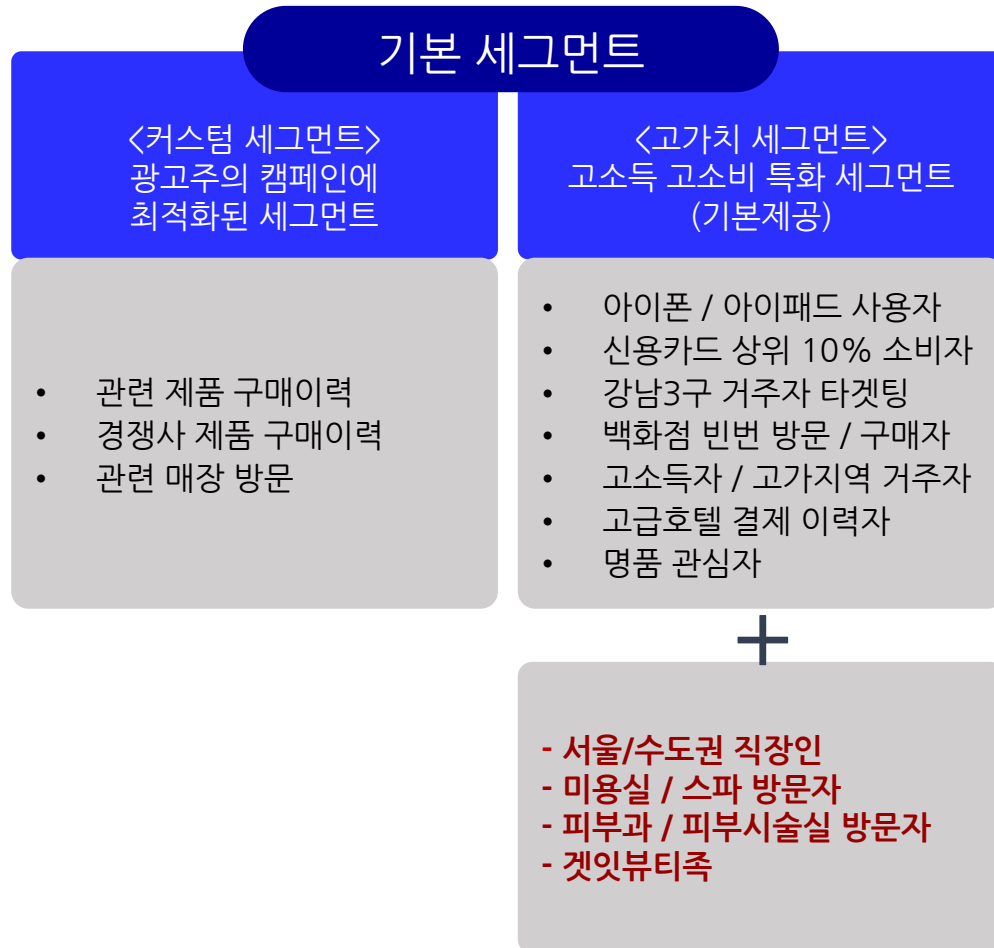
‘식품’ 소비에 특화된 세그먼트를 강화하였습니다



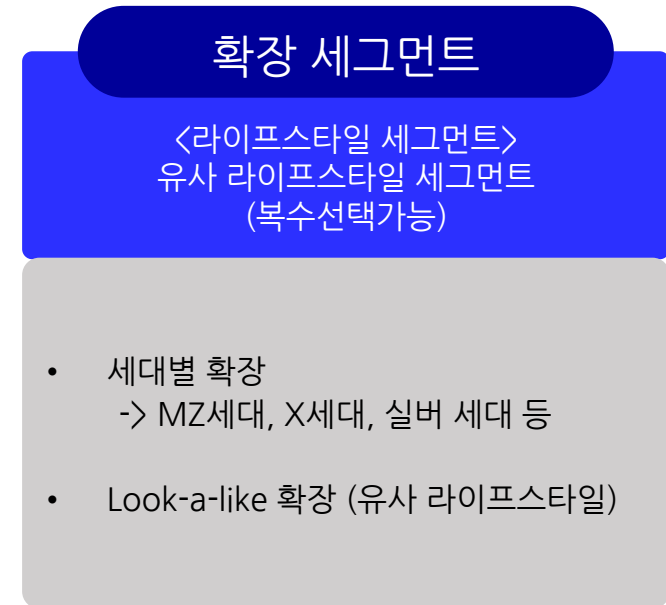
크로스타겟TV for 시리즈 소개

크로스타겟TV for 뷰티

‘뷰티’ 소비에 특화된 세그먼트를 강화하였습니다



크로스타겟TV for 시리즈 소개



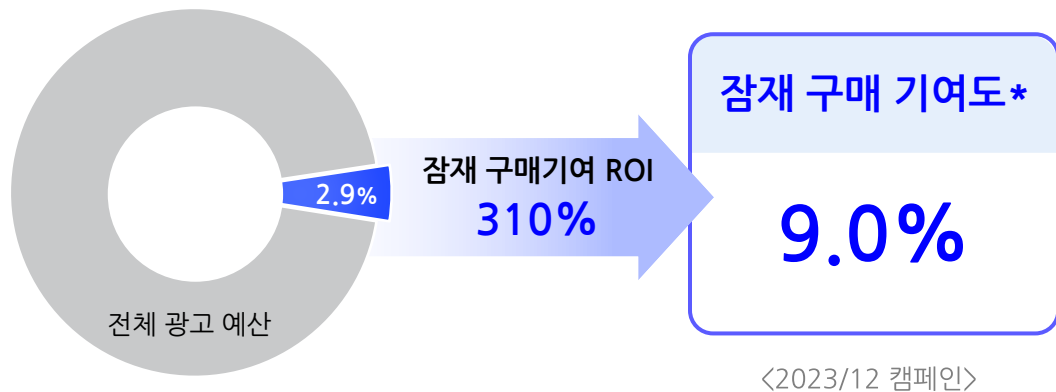
크로스타겟TV for 시리즈 사례 1/3

크로스타겟TV for 시리즈 집행 사례

DMP를 활용하여 실제 판매 부분의 잠재 구매기여 ROI를 체크하였습니다.



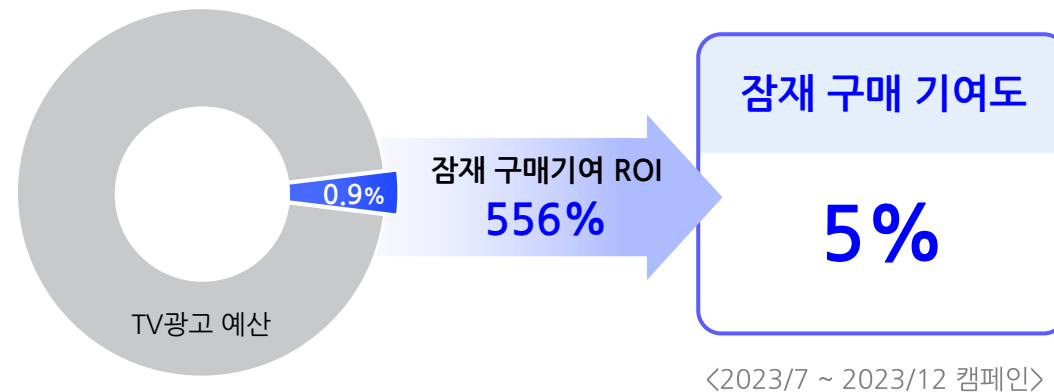
음료 신제품 홍보 캠페인



■ 전체광고 예산 ■ CTV광고 예산



주류 홍보 캠페인



■ TV광고 예산 ■ CTV광고 예산

*출처 : 당사연동 DMP, 해당 제품 구매자대비 당사 CTV광고 잠재 시청자비율

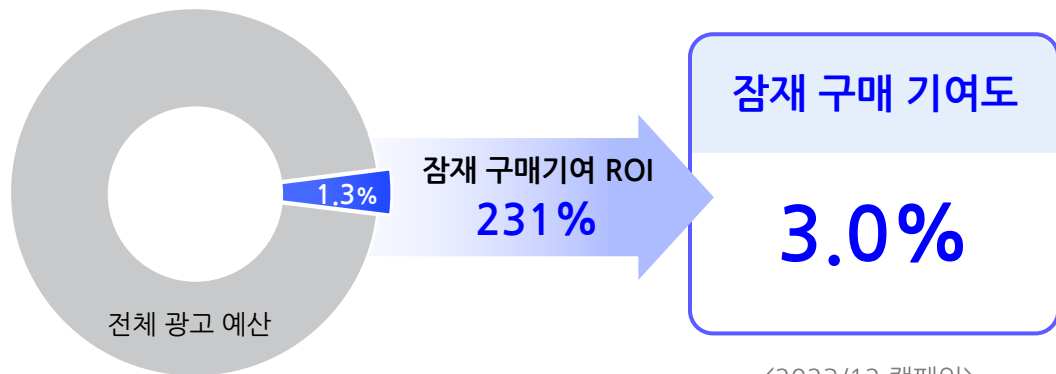
크로스타겟TV for 시리즈 사례 2/3

크로스타겟TV for 시리즈 집행 사례

DMP를 활용하여 실제 판매 부분의 잠재 구매기여 ROI를 체크하였습니다.



뷰티 제품 홍보 캠페인



■ 전체광고 예산 ■ CTV광고 예산

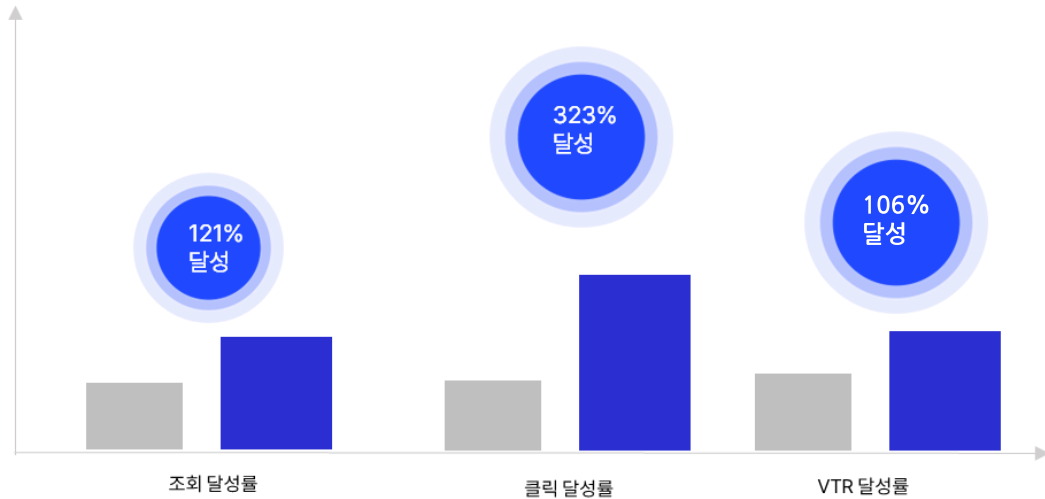


식품 홍보 캠페인



크로스타겟TV for 시리즈 사례 3/3

크로스디바이스 광고와 DMP를 활용하여 실제 효과 부분을 체크하였습니다.



<2023/12 캠페인>

크로스타겟TV for 시리즈 집행 사례



*출처 : 당사연동 DMP, 캠페인 전후 매장 방문객수 비교(2023/4~2023/5캠페인)

크로스타겟TV for 시리즈 광고 상품 주의사항 (Q&A)

Q. 과금 방식은 어떻게 되나요?

A. 모든 광고지면은 CPCV(COST PER COMPLETE VIEW) 방식으로 과금하고 있습니다.

Q. 어떤 소재를 활용해야하나요?

A. 1920*1080 또는 1280*720의 MP4 영상 소재를 이용하실 수 있습니다.

Q. 최소 부킹 금액

A. 최소 부킹 금액은 캠페인당 3,000만원이며 언제든지 협의를 통해서 캠페인 확장 / 중단이 가능합니다.

Q. 광고 집행을 위해서는 어떤 대행사와 랩사를 활용해야하나요?

A. 대행사와 랩사에는 특별한 제한이 없습니다. 물론 저희에게 직접 연락 주셔도 좋습니다.

Q. 소재 제한은 있나요?

A. TV의 방송심의와 동일한 기준을 적용하며, 협의가 필요한 소재에 대해서는 언제든지 문의바랍니다.

고맙습니다

CONTACT US

홈페이지 www.motiv-i.com www.crosstarget.co.kr www.exelbid.com

문의 ctv_biz@motiv-i.com, 이항포 실장(010 3298 0868) / 구용철 팀장(010 3619 9072)

주소 서울특별시 강남구 테헤란로 132, 한독빌딩 13층 모티브인텔리전스

크로스타겟TV 노출 지면



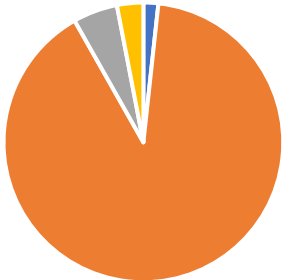
*AVOD : Ad-supported VOD(광고기반 주문형 동영상 서비스)

**FAST : Free Ad-supported Streaming TV(광고기반 무료 스트리밍TV)

노출 지면 패키지 구성(1/6)

01. 노출 횟수 우선 패키지

합리적인 비용으로 노출 극대화를 높일 수 있는 상품



■ VOD ■ 실시간 ■ 어드레서블 ■ FAST

실시간 광고의 비중을 늘려 코어 타겟에게 전달 / 광고 횟수를 우선시하는 상품

상품명	광고비	소재길이	노출 위치	E.View
VOD	30,000,000	15초	전 CM (SK BTV, LG U+)	60,000
IPTV 실시간		15초	SB 시간 내 (SK BTV, LG U+)	2,698,650
어드레서블TV 실시간		15초	전중후 CM (케이블 44개 채널, SK BTV, LG U+)	359,928
FAST		15초	중 CM (삼성TV플러스, LG채널)	106,383
	30,000,000			3,224,961

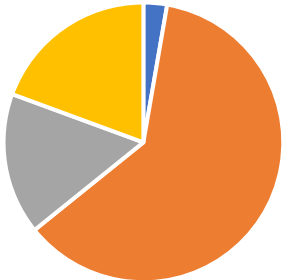
추천합니다!

- ✓ 브랜드의 런칭 단계에 추천
- ✓ 횟수를 중시하는 광고주에게 추천

노출 지면 패키지 구성(2/6)

02. 노출빈도 우선 패키지

타겟에게 광고의 노출 빈도수를 높여 광고 인지도를 높이고 싶은 상품



■ VOD ■ 실시간 ■ 어드레서블 ■ FAST

연속성 있는 광고 노출(시청시간 대비 평균 2~3회 이상 광고 노출)을 통한 인지도 및 호감도 증대 상품

상품명	광고비	소재길이	노출 위치	E.View
VOD	30,000,000	15초	전 CM (SK BTV, LG U+)	60,000
IPTV 실시간		15초	SB 시간내 (SK BTV, LG U+)	1,349,325
어드레서블TV 실시간		15초	전중후 CM (케이블 44개 채널, SK BTV, LG U+)	359,928
FAST		15초	중 CM (삼성TV플러스, LG채널)	425,532
	30,000,000			2,194,785

추천합니다!

- ✓ 브랜드 인지도를 높이고 싶은 광고주 추천
- ✓ 타겟에게 원하는 빈도 조절 가능 (1회 ~ 20회)

노출 지면 패키지 구성(3/6)

03. 주목도 우선 패키지

코어 타겟에게 적정, 적시에 광고하는 주목도 높은 TV 광고상품



TV시청 시 가장 먼저 or 가장 근접한 시간에 광고가 노출됨에 따라 TV광고의 주목도 극대화 상품

■ VOD ■ 실시간 ■ 어드레서블 ■ FAST

상품명	광고비	소재길이	노출 위치	E.View
VOD	30,000,000	15초	전 CM (SK BTV, LG U+)	240,000
IPTV 실시간		15초	SB 시간 내 (SK BTV, LG U+)	449,775
어드레서블TV 실시간		15초	전중후 CM (케이블 44개 채널, SK BTV, LG U+)	359,928
FAST		15초	중 CM (삼성TV플러스, LG채널)	319,149
30,000,000				1,368,852

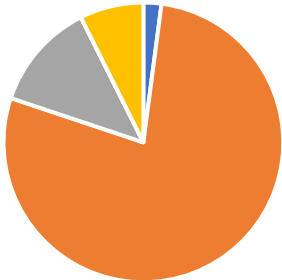
추천합니다!

- ✔ 광고 주목도를 높이고 싶은 광고주
- ✔ 제품이나 서비스의 특징 또는 브랜드 가치를 명확하게 전달하고 싶은 광고주

노출 지면 패키지 구성(4/6)

04. 도달율 우선 패키지

타겟 오디언스의 도달 범위 목표 달성을 위한 패키지



■ VOD ■ 실시간 ■ 어드레서블 ■ FAST

도달 인구의 증대를 통해 실제적으로 브랜드의 인지 등을 확대하여 진행

상품명	광고비	소재길이	노출 위치	E.View
VOD	30,000,000	15초	전 CM (SK BTV, LG U+)	60,000
IPTV 실시간		15초	SB 시간 내 (SK BTV, LG U+)	2,248,875
어드레서블TV 실시간		15초	전중후 CM (케이블 44개 채널, SK BTV, LG U+)	359,928
FAST		15초	중 CM (삼성TV플러스, LG채널)	212,766
30,000,000				2,881,569

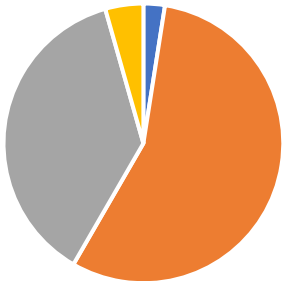
추천합니다!

- ✔ 노출 빈도를 조절하여 많은 사람들에게 노출을 원하는 광고주

노출 지면 패키지 구성(5/6)

05. 어드레서블TV 우선 패키지

방송사의 프리미엄 지면(전, 중, 후 CM)에 타겟 광고를 진행하는 상품



채널의 전/중/후 CM에 광고주가 원하는 타겟팅을 합리적인 가격에 광고하는 프리미엄 상품

■ VOD ■ 실시간 ■ 어드레서블 ■ FAST

상품명	광고비	소재길이	노출 위치	E.View
VOD	30,000,000	15초	전 CM (SK BTV, LG U+)	60,000
IPTV 실시간		15초	SB 시간내 (SK BTV, LG U+)	899,500
어드레서블TV 실시간		15초	전중후 CM (케이블 44개 채널, SK BTV, LG U+)	899,820
FAST		15초	중 CM (삼성TV플러스, LG채널)	212,766
30,000,000				2,072,136

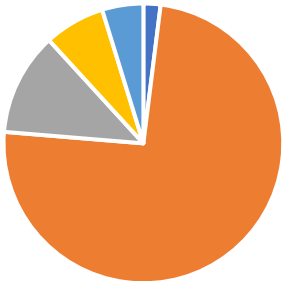
추천합니다!

- ✓ 방송사의 전 / 중 / 후 CM에 광고하고 싶은 광고주
- ✓ 비싼 금액으로 인해 채널에 직접 청약하기 망설이던 광고주
- ✓ 프리미엄 지면에 원하는 타겟 오디언스에게 광고하고 싶은 광고주

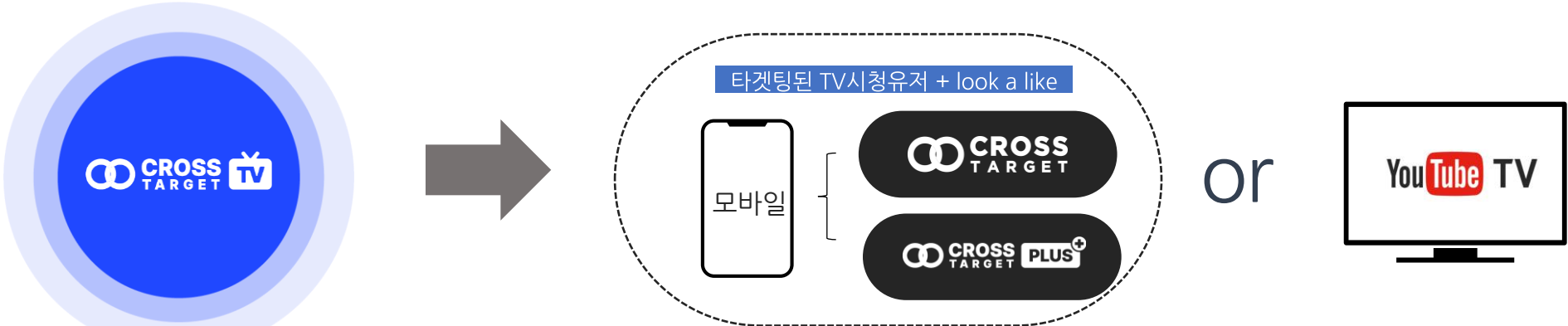
노출 지면 패키지 구성(6/6)

06. 크로스디바이스 패키지

CTV광고 집행과 더불어 모바일 매체 or 유튜브TV 확장을 통한 완벽한 CTV광고 구현



크로스타겟TV의 시청유저를 바탕으로 모바일(or 유튜브 TV)로의 재송출을 통한 완벽한 retargeting 상품



*크로스타겟플러스 : 셀프 서브매체

추천합니다!

- ✔ CTV광고의 타겟을 유튜브로 확장하고 싶은 광고주
- ✔ CTV노출 유저를 대상으로 모바일로 retargeting한 완벽한 타겟팅 실현