

# 와이더플래닛 상품 소개서



# Index

---

01\_ 와이더플래닛 소개

02\_ 타겟팅 소개

03\_ 노출 형태 소개

04\_ 패키지 상품

05\_ FAQ

# 와이더플래닛 소개

와이더플래닛은 빅데이터 기반의 종합 마케팅 플랫폼입니다.



# DSP 업계 중 유일한 상장 회사



## 데이터

- 국내 최대 소비 행태/기호 빅데이터 수집/분석 및 상시 실시간 업데이트
- 누적/수집/분석된 빅데이터로 소비 행태 및 예측모델 고도화



## 네트워크

- 일일 120만 개 이상 매체에 와이드플래닛 광고 노출
- 업종별 다양한 광고주를 통한 레퍼런스 보유



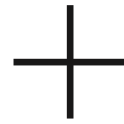
## 타겟팅

- 고도화된 인공지능 예측/추천 모델을 통해 업계 최고 수준의 성과 제공
- 빅데이터 플랫폼을 통해 초개인화된 타겟 마케팅 서비스 제공

# 국내 최대 온/오프라인 개인 비식별 소비 행태/기호 빅데이터 누적/수집/분석/상시 업데이트

## 온라인

- ✓ **4,300만**의  
개인 비식별 소비 행태/기호 빅데이터
- ✓ **4.5 PB**  
규모의 빅데이터 플랫폼 운영
- ✓ **하루 250TB**정도의  
온/오프라인 빅데이터 분석/처리
- ✓ **35억 개**의  
개인 비식별 ID 부여 및 실시간 분석



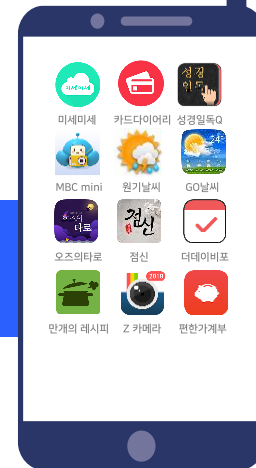
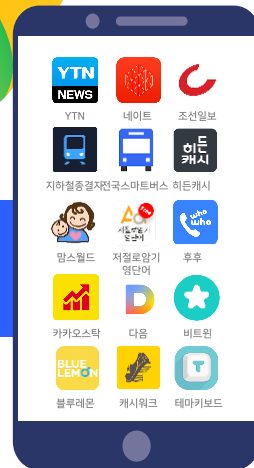
## 오프라인

<input checked="" type="checkbox"/> 온라인 쇼핑 >	<input checked="" type="checkbox"/> 오픈마켓
<input type="checkbox"/> 온라인결제	<input type="checkbox"/> 소셜커머스
<input type="checkbox"/> 오프라인 쇼핑	<input checked="" type="checkbox"/> 종합몰
<input type="checkbox"/> 결제품목(생활)	<input checked="" type="checkbox"/> 마트몰
<input type="checkbox"/> 결제품목(식품 등)	<input type="checkbox"/> 인터넷면세점
<input type="checkbox"/> 결제품목(인테리어)	<input type="checkbox"/> 백화점몰

국내 카드사 제휴를 통한 오프라인 결제 행위 분석으로  
타사 대비 광범위한 구매패턴 분석이 가능

# 국내 최대 매체 커버리지 보유

와이더플래닛은 월 3,000억 이상의 페이지뷰 보유

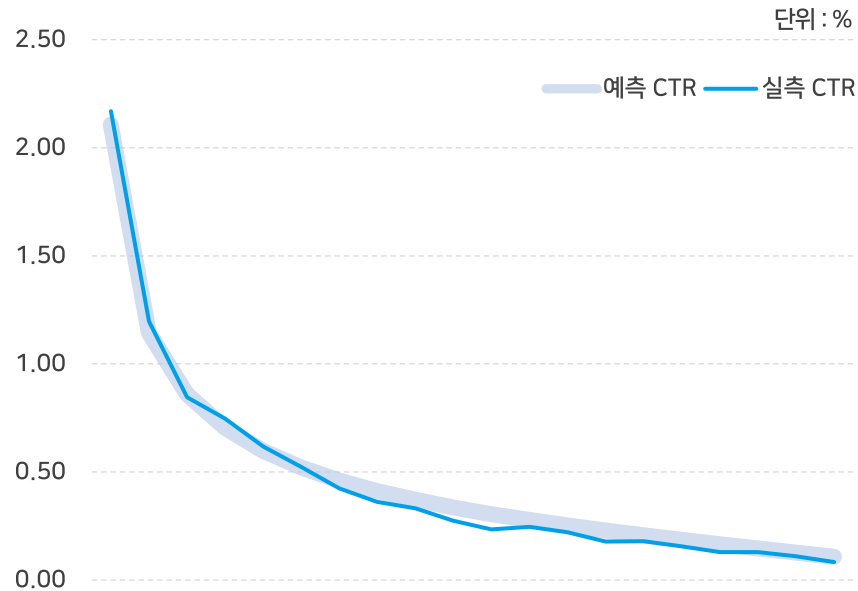


국내 최대 규모의 광고 도달 범위 확보 가능

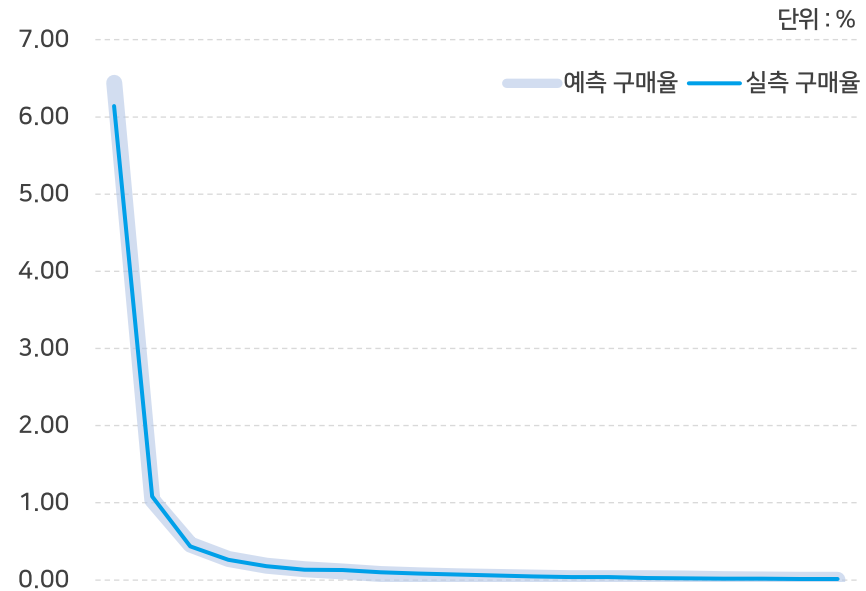
# 국내 최고 정확도의 인공지능 예측 / 추천 알고리즘 모델

지속적 성능 개선 통해 글로벌 Top Tier 정확도의 예측/추천 모델 구축

반응/클릭 예측모델 정확도 그래프 ('20년 4분기)



구매/전환 예측모델 정확도 그래프 ('20년 4분기)



- 예측 CTR과 실제 CTR의 차이가 거의 없는 높은 정확도
- 사용자 구매 예측과 광고 전환 예측을 결합한 독창적 구매 예측 모델

# 와이더플래닛 타겟팅 소개

광고주의 마케팅 목표 달성을 위한 다양한 타겟팅 방법





# 광고주 KPI별 타겟팅 방법

신규 고객 및 잠재 고객 유입을 위한 타겟팅

## 유저 타겟팅



인구통계/행태 기반  
오디언스 타겟팅

방대한 데이터를 바탕으로  
241개 관심 카테고리 구분 가능

## DMPT타겟팅



맞춤형  
Custom Set 유저

온라인 행동패턴 및  
오프라인 결제 행위 분석

## 문맥 타겟팅



키워드 및 주제에 따른  
컨텐츠 타겟팅

특정 키워드/주제가 포함된  
지면에 광고 노출 가능

## KMA타겟팅



검색 키워드  
맞춤 타겟팅

N사 D사 등  
포털사이트 키워드 정보 보유

# 광고주 KPI별 타겟팅 방법

충성고객 확보 및 액션 유도를 위한 타겟팅

## 리드 타겟팅



유사 유저 확장

충성 고객 분석을 통해  
유사 유저 타겟팅

## 리타겟팅



지속적인 전환 유도

자사 기술을 기반으로  
구매 확률이 높은 유저 집중 타겟팅

## 웹x앱 크로스 타겟팅



웹과 앱을 통합하여 타겟팅

유저 커버리지 확장 및  
높은 정확도와 유입률



# 유저 타겟팅

관심사별로 분류된 사용자 중 특정 그룹을 타겟하여 광고를 노출합니다.

## 와이더플래닛의 장점

- 일간 250TB의 방대한 데이터를 바탕으로 241개의 관심 카테고리 구분 가능
- 방문 사이트, 애드 클릭, 키워드 등 옵션들을 통합적으로 적용하여 최적화된 타겟 모수 매칭

상세 소개서 다운로드

## [집행 우수 사례] 커머스 업체 (S사)

캠페인 : 프로모션 홍보

타겟팅 : 가정/생활, 식/음료, 의류/패션, 종합 쇼핑 관심 유저

	평균 CPC	평균CTR
MO	100원 대	4.84%

### 유저 관심사에 따라 카테고리별 그룹핑



가정/생활



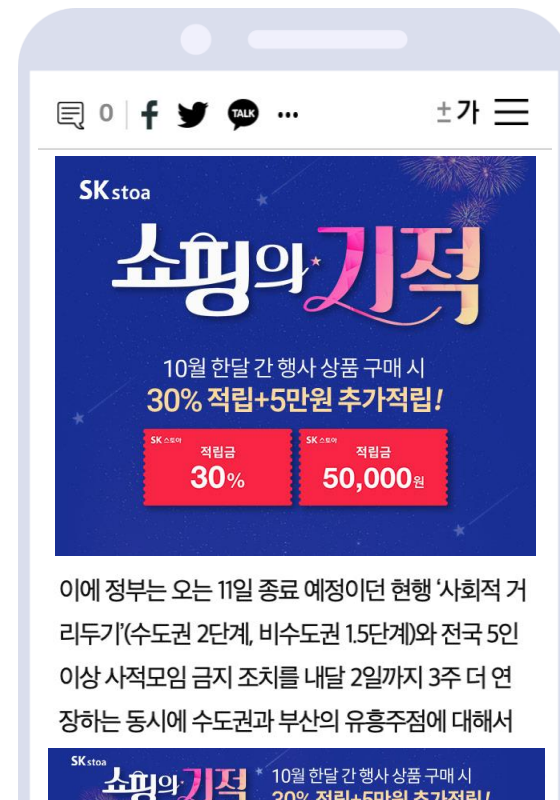
식/음료



의류/패션



종합 쇼핑





# DMP 타겟팅

DMP 타겟팅은 온라인 행동패턴 및 오프라인 결제 행위를 분석하여 코어 타겟에 광고를 노출합니다.

## 와이드플래닛의 장점

- 직업군, 실결제 데이터 등 3rd party 및 다양한 산업군과의 제휴를 통한 풍부한 온/오프라인 데이터 보유
- 개인의 파편화된 ID를 페어링하여 국내 인구의 약 30% 커버
- 복잡하고 다양한 데이터를 이해하기 쉽게 시각화하고 분석 가능

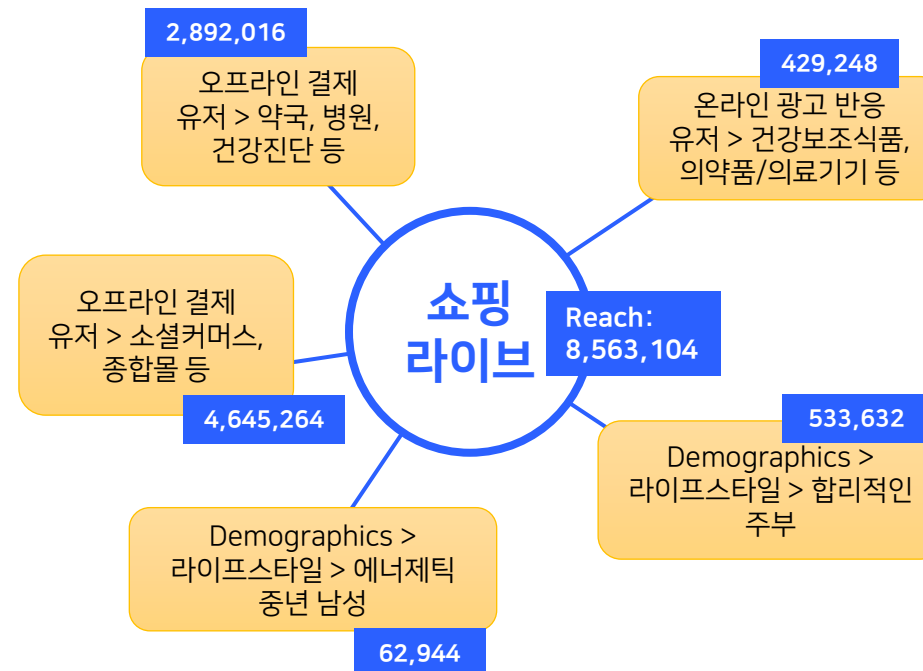
상세 소개서 다운로드

## [집행 우수 사례] 쇼핑 라이브 캠페인 (D사)

캠페인 : 쇼핑 라이브

타겟팅 : 주부 및 중년남성, 건기식 오프라인 결제 유저, 건기식 온라인 광고 반응 유저 등

	평균 CPC	평균 CTR
PC	320원대	0.4%
MO	120원대	2.40%





# 문맥 타겟팅

문맥 타겟팅은 캠페인 목적에 맞는 특정한 주제, 키워드가 포함된 지면에 광고를 노출하는 방법입니다.

## 와이더플래닛의 장점

- 뉴스, 커뮤니티 등 콘텐츠 지면에 노출되며 최대 1,000개의 키워드 설정 가능
- 타겟팅게이츠가 수집한 지면 분석을 통해 주제별 예상 노출수 제공
- 자체 지면 분류 정확도 85% 이상, CTR 기존대비 최대 27% 향상

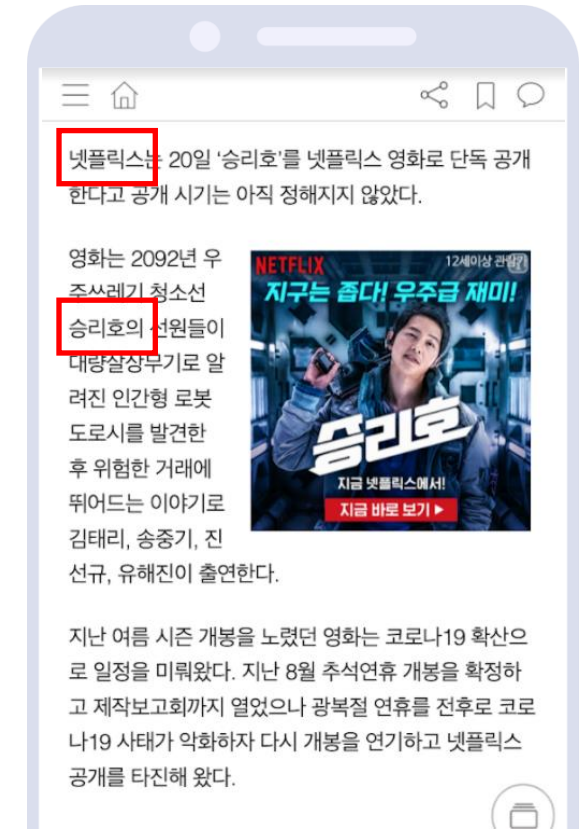
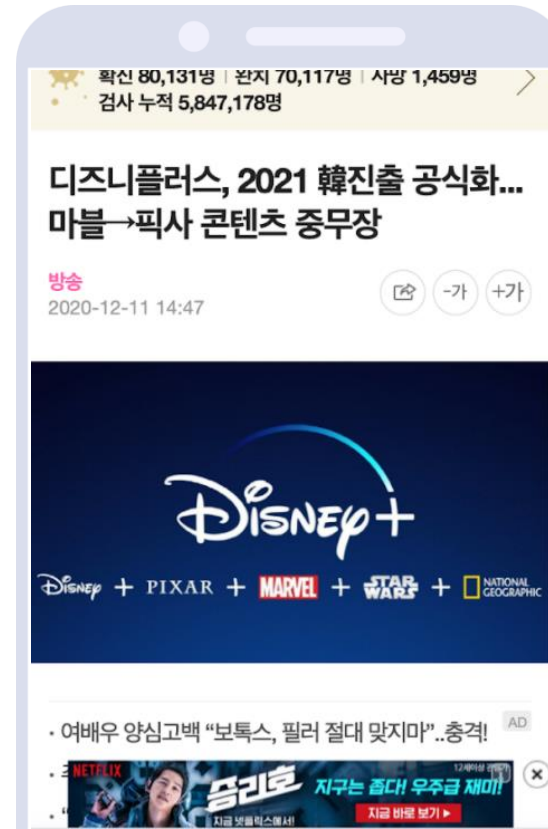
상세 소개서 다운로드

## [집행 우수 사례] OTT플랫폼 광고주 (N사)

캠페인 : 최신 상영 영화 홍보

타겟팅 : 브랜드 명, 영화 콘텐츠, 발렌타인데이 등 검색 유저 & 관련 키워드 지면 타겟팅

	평균 CPC	평균 CTR
MO	120원대	1.2%



지난 여름 시즌 개봉을 노렸던 영화는 코로나19 확산으로 일정을 미뤄왔다. 지난 8월 추석연휴 개봉을 확정하고 제작보고회까지 열었으나 광복절 연휴를 전후로 코로나19 사태가 악화하자 다시 개봉을 연기하고 넷플릭스 공개를 타진해 왔다.



## KMA 타겟팅

KMA 타겟팅은 최근 1~3개월 이내에 특정 키워드를 검색한 유저에게 광고를 노출합니다.

### 와이더플래닛의 장점

- 네이버, 다음, 구글 등 포털사이트에서 유입되는 외부 키워드 이외에 와이더플래닛 내부 키워드 다량 보유
- 사용자 키워드 데이터 수집 및 관리를 통해 타겟팅 성능 강화

상세 소개서 다운로드

### [집행 우수 사례] 가전 기기 (C사)

캠페인 : 신규 가전 렌탈 이벤트

타겟팅 : 브랜드, 홍보모델, 상품명 등 키워드 검색 유저 및 지면 타겟팅

	평균 CPC	평균 CTR
MO	130원대	1.6%

### KMA 타겟팅 키워드 사용 예시

의류/패션	가정/생활	미용	비즈니스/산업	식음료
광고주 명	아이폰 케이스	다이어트 도시락	스티커 제작	절임 배추
광고주 상품	소파	닭가슴살	만년필	밀키트
광고주 온라인물	책상	샐러드	현수막	고구마
광고주 제품	핸드폰 케이스	반신욕기	명함 제작	대게
카테고리	침대	곤약면	오늘 뉴스	호박고구마
경쟁 업체	폰 케이스	곤약 떡볶이	명함	양파즙
경쟁 업체 제품	커튼	염색약	스터디 카페	코코넛 오일
	조명	인기상품	스티커주문제작	과자
	에어팟프로케이스	최신 상품	포장용기	사과
	파티용품	안먹은걸로	사무용품	베이킹 재료



# 리드 타겟팅

리드 타겟팅은 광고주 사이트의 충성고객을 분석하여 이와 유사한 유저에게 광고를 노출합니다.

## 와이더플래닛의 장점

- 와이더플래닛만의 머신 러닝 알고리즘으로 광고주 사이트에 방문한 유저의 사용 이력, 인구통계, 광고 반응 등을 분석하여 유저 모델링
- 자동으로 유사 유저군을 찾아 타겟팅하므로 캠페인 변경에 대한 공수가 적음
- 기존 리타겟팅 캠페인의 모수 부족 문제를 해결하는데 사용 가능

## [집행 우수 사례] 가구업체 J사

캠페인 : 기획&브랜드

타겟팅 : 모수 확보를 위해 광고주 사이트에 방문했던 유저와 유사한 유저 타겟팅

	평균 CPC	평균 CTR
PC	200원대	0.23%
MO	150원대	4.02%



광고주 사이트를 방문한 유저와 유사한 유저 타겟팅



# 리타겟팅

리타겟팅은 광고주 사이트를 방문했던 고객에게 광고를 노출합니다.

## 와이더플래닛의 장점

- 고객의 사이트 이용행태 별 캠페인 설정 가능  
ex. 홈, 상품 보기, 장바구니, 구매, 로그인 한 사용자, 회원가입 등
- 사이트에서 발생하는 유저의 구매패턴을 분석하여 전환을 확률구간으로 나눠 유저 모수 구분 가능
- 전환 확률 구간별 CPC 설정 및 전환 확률 예측 가능

상세 소개서 다운로드

## [집행 우수 사례] H 카드사

캠페인 : 해외 직구 혜택

타겟팅 : 광고주 사이트를 방문했던 유저 타겟팅

	평균 CPC	평균 CTR
PC	150원대	3.13%



리얼미터가 YTN 의뢰로 지난달 30일 전국 만 18세 이상 남녀 500명을 대상으로 내년부터 암호화폐에 세금을 부과하는 데 대한 생각을 묻은 결과 응답자의 53.7%가 '찬성한다고 답변해 반대한다'(38.3%)보다 많았다.

해외직구 6.Lab 리오피

혜택받고 해외직구하는 방법

필요한 경우엔 무료직구보험

MATCHES Fabrics.com

15% 캐시백

25만원 할인

6.Lab

잘 모르겠다는 8.0%다.



# 웹x앱 크로스 타겟팅

웹x앱 크로스 타겟팅은 ID Pairing을 통해 광고주의 웹/앱 사용자를 하나로 통합하여 타겟팅합니다.

## 와이더플래닛의 장점

- WEB X APP 사용자 데이터가 통합/유입되어 분석, 정확도 최소 20% 이상 향상
- WEB X APP 구분 없이 송출하여 높은 사용자 커버리지 확보
- 랜딩 실패율 최소화를 통한 높은 유입률 제공

상세 소개서 다운로드

## [집행 우수 사례]

캠페인 : 쇼핑전문몰 ROAS 증가

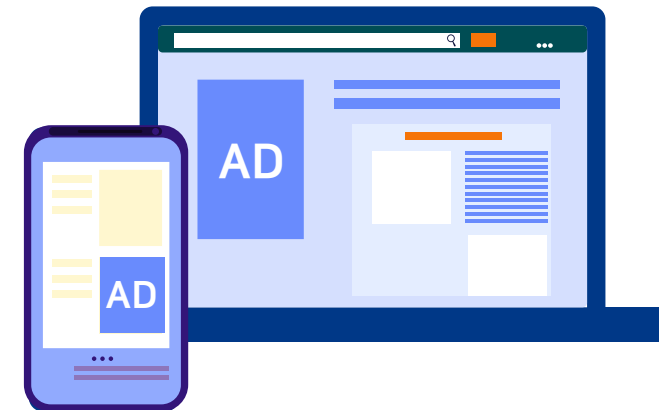
타겟팅 : 웹과 앱을 통합한 웹x앱 크로스 타겟팅

ID Pairing 비율	86.5 %	
성과	Budget	ROAS
	5배 이상 증가	1.5배 증가



APP GMV 비율 증가

결제 사용자 APP 유입 증가



Click to App/Web 유입 비율 증가

ROAS 개선의 핵심

# 와이더플래닛 노출 형태

광고 효율, 플랫폼 성능 극대화하기 위한 다양한 크리에이티브 템플릿



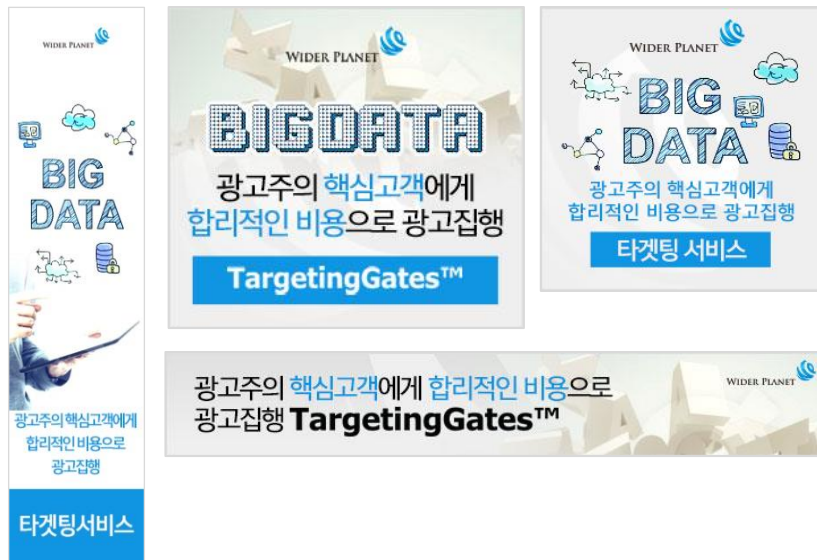
# 고정 배너

고정 이미지 배너 혹은 네이티브 배너를 노출시킬 수 있습니다.

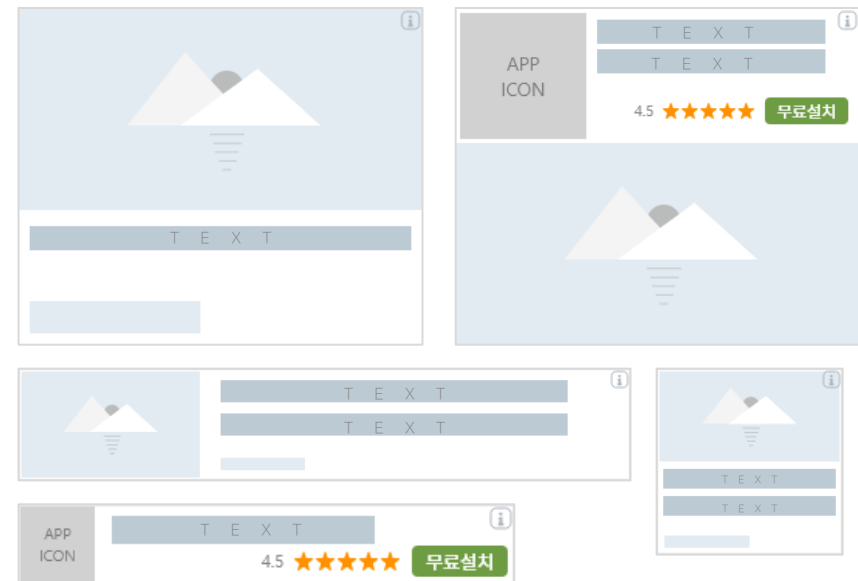
가로형, 정사각형, 세로형의 권장 사이즈 소재를 등록하시면 **등록한 이미지 그대로 노출**되거나 필수사이즈로 **등록한 이미지+CI+텍스트만으로** 매체 별 UI에 따라 네이티브 배너로 노출됩니다.

## 고정 배너의 유형

이미지형 배너



반응형 배너

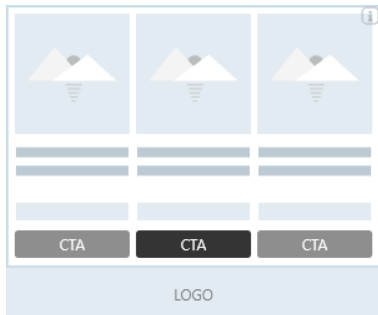


# 다이나믹 배너

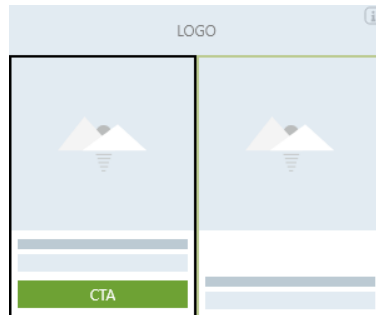
단순 상품 노출형이 아닌 광고주/매체에 효율 최적화를 제공할 수 있는 자동화된 템플릿 추천 기능이 운영됩니다.

## 다이나믹 배너의 유형

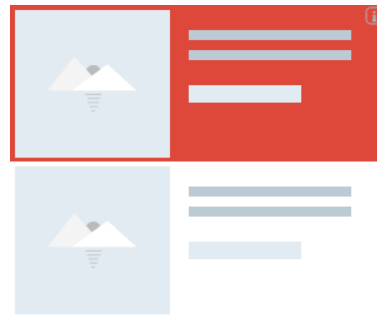
에카르테



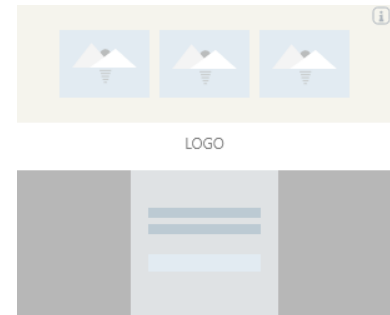
크루아제



플리에



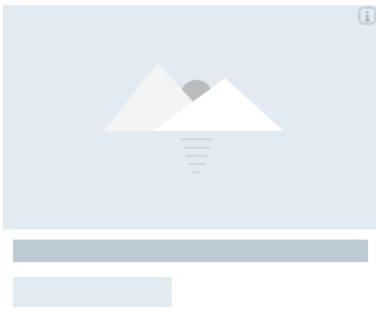
디벨로페



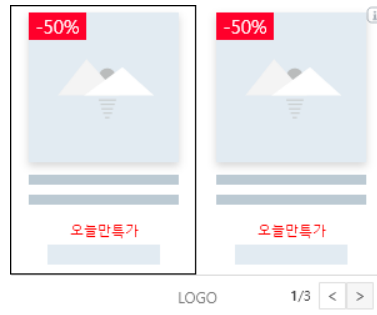
캠브레



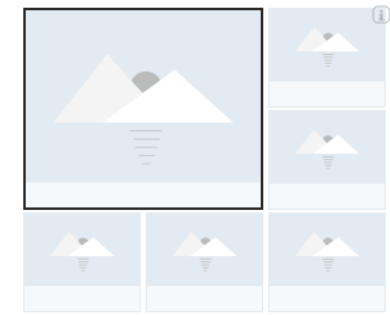
오버레이



디스카운트



그리드



# 애플 푸시

제휴 앱 유저에게 푸시 형태로 광고가 노출됩니다.

네이티브 배너 형태의 광고가 노출되며, 배너 클릭 시 광고주 사이트로 랜딩이 가능하여 앱 방문자 수를 늘리는 데 효과적입니다.

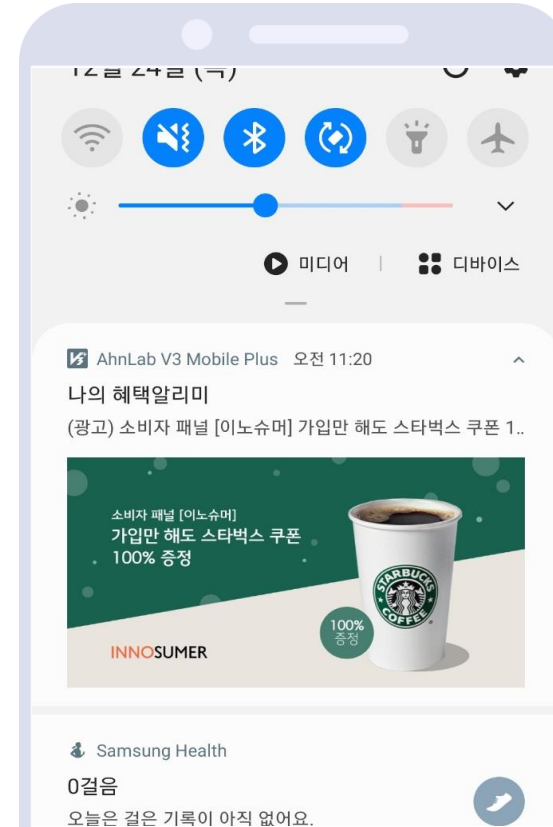
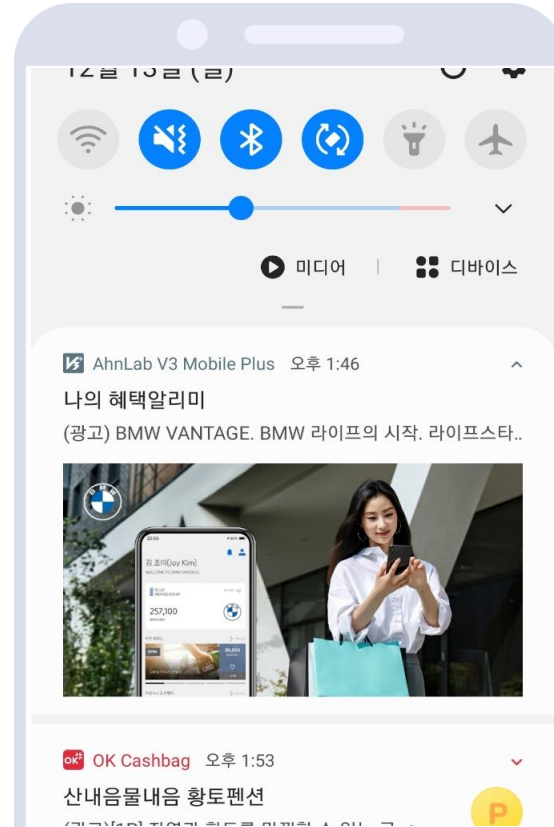
## 애플 푸시 노출 예시

- 지원 기기 : 모바일
- 과금 방식 : CPM 8,000원
- 소재 사이즈  
1200\*627, 640\*480 고정 배너 소재
- CI 300\*300 (600\*600)
- 광고 문구 최대 28자 이내
- 랜딩 URL 전달 필수
- 타겟팅 스펙 : 논타겟팅

### 애플 푸시 상품 레퍼런스

#### 애플 푸시 이용 광고주

공무원학원 E사	홈쇼핑 S사
아웃도어브랜드 N사	구두 쇼핑몰 S사
A 소프트웨어	R 반려동물 사료 업체



# 아이커버

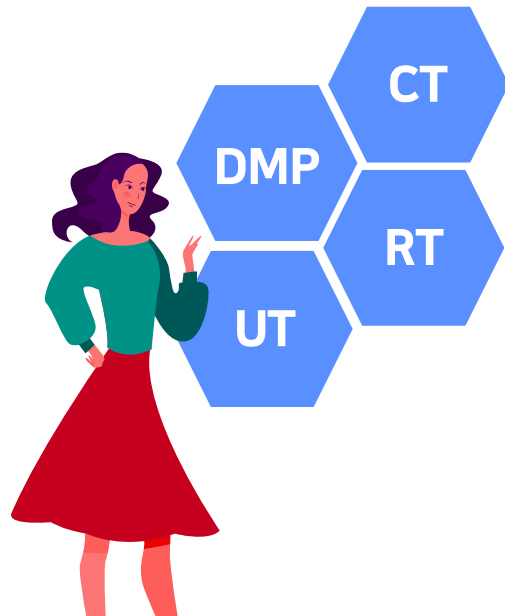
와이더플래닛 타겟팅으로 매칭된 사용자를 합리적인 운영 단가로 광고주 홈페이지로 유입합니다.

타겟팅 방법으로 유저 성향 분석 후 사용자가 매칭되며, Mobile 제휴 지면에 유입 후 이탈하는 유저에게 광고주 홈페이지를 노출합니다.

## 아이커버 노출 예시

- 지원기기 : 모바일
- 과금 방식 : 최저 CPC 10원부터 설정 가능

### 01. 타겟팅 전략으로 사용자 매칭



### 02. 매칭된 사용자가 모바일 제휴 지면 방문 후 이탈 시



### 03. 광고주 사이트 노출



# 패키지 상품


타겟팅 기법을 조합하여 광고 목적에 따라 사용 가능합니다



# On택트 패키지

타겟팅 방법으로 유저 성향 분석 후 사용자가 매칭되며, Mobile 제휴 지면에 유입 후 이탈하는 유저에게 광고주 홈페이지 노출

## 쇼핑 라이브, 타임딜, 브랜드데이를 준비하는 광고주는 주목 최단 시간 내 최대 트래픽 확보가 가능한 On택트 패키지



• 광고게시일 \*  
 지정된 날짜에 캠페인을 활성화 합니다. 2020-12-04 18 시 00 분  
 지금 이 캠페인을 활성화 합니다.

• 광고종료일 \*  
 지정된 날짜에 캠페인을 종료 합니다. 2020-12-04 19 시 59 분  
 캠페인을 종료하지 않습니다.

캠페인명 -  
합계  
📅 (20/12/01~12/02 19시) 방송중\_소재1\_UT(MO)  
📅 (20/12/02 19시 ~12/02 20시) 방송중\_소재2\_UT(MO)

**사전 예약, 이벤트 시간대별  
캠페인 분리 운영 가능**

- 일정 & 시간대별 소재 예약 세팅 가능
- 이벤트 D-1 알람 설정, 이벤트 D-Day 캠페인 분리 운영 가능



7년 젊어보이는  
가장 쉬운 방법 -

2020년 12월, AHC의 올해  
마지막 BIG세일

**랜딩 페이지 활용**

- 라이브 쇼핑, 유튜브, 블로그, 자사몰 등
- 이벤트 맞춤 랜딩 페이지 설정 가능



두근두근 타임특가  
특별할거고 초대할거야

일 남은시간 22:59:48  
구매하기

일 남은시간 22:59:48  
구매하기

**목적에 따라 배너 선택 가능**

- 고정 배너와 카운트다운 배너 중 선택 가능
- 다만, 카운트다운 배너는 영업일 기준 라이브 5일 전 별도 협의 후 적용 가능

상세 소개서 다운로드



최근 스마트스토어 판매 목적의 캠페인 증가에 따른  
**스마트스토어 특화 패키지 구성**

## 사용 가능한 타겟팅

### 업종 세그먼트

광고주 업종별 맞춤 유저  
를 타겟팅하여 광고 노출

### 아이커버

클릭 없이 광고주를 직접 노출  
저렴한 단가로 유저 확보 가능

### 광고 클릭 모수

광고주 클릭 데이터를 추출  
가망 유저 타겟팅

\* TG 1천만 원 이상 집행 이력 필수

### 모바일 페이 유저

모바일 페이 이용 유저 모수  
활용으로 진성 유저 타겟팅

광고주 성격 및 KPI에 따라 타겟팅 활용 가능

# FAQ

자주 하시는 질문들을 모았습니다.



# FAQ

? 최소 광고 집행금은 얼마이며 최소 CPC 단가는 얼마인가요?

최소 광고 집행 비용은 캠페인 기준 별도로 없으며,  
최소 단가는 PC 지면 : 200원 모바일(Web/App) 지면 : 50원입니다.

? 타 네트워크 비교했을 때 우위점이 있나요?

온오프라인의 유저에 행동데이터를 기반으로 실시간으로 오디언스를 매칭하여 광고 송출 가능합니다.

? DMP 데이터 수집은 법적으로 문제가 없나요?

웹은 쿠키id, 모바일은 SDK 통해서 데이터 유저 성향을 수집하며, 이를 비식별 암호화하게 됩니다. 비식별 암호화된 쿠키값만을 사용하므로 문제가 되지 않습니다.

? 네트워크 매체 중 특정 매체 제외하고 노출가능한가요?

가능합니다. 다만 특정 카테고리를 타겟팅하는 것이 아니라 유저를 타겟팅하는 방식으로 노출 매체가 제한적이면 그만큼 오디언스 출현 빈도가 낮아지게 되므로 가급적 노출 제한은 지양하고 있습니다.

? 소진이 너무 안되거나, 소진이 너무 빠른 경우는 어떻게 해야 하나요?

리타겟팅, 문맥타겟팅의 경우 빠른소진을 권장하며, 그 외 타겟팅 균등소진을 권장합니다.

? 리타게팅 광고에 대한 반복 노출로 거부감이 있어 효율 저조하지 않나요?

반복 노출 제어하기 위해 Frequency 횟수 조정 가능합니다

# 감사합니다

와이더플래닛 대표 이메일 [wpmanager@widerplanet.com](mailto:wpmanager@widerplanet.com)