

온라인 광고 플랫폼

**MOBON**

Mobile & Online Business

# 목차

## 1) 온라인 광고

- 온라인 광고 시장 변화
- 디지털 마케팅의 중요성
- 모바일 광고의 필요성

## 2) 모수관리 및 사용

- 유저 행동 세분화
- 유저 모수 활용 방안
- 유저의 트래픽 활용

## 3) 타겟팅

- 리타겟팅
- 유저타겟팅

## 4) 노출형태

- 배너
- 아이커버
- 네이티브AD

## 5) 운영사례

- 퍼포먼스마케팅
- DB마케팅
- 브랜딩 마케팅

## 6) Q & A

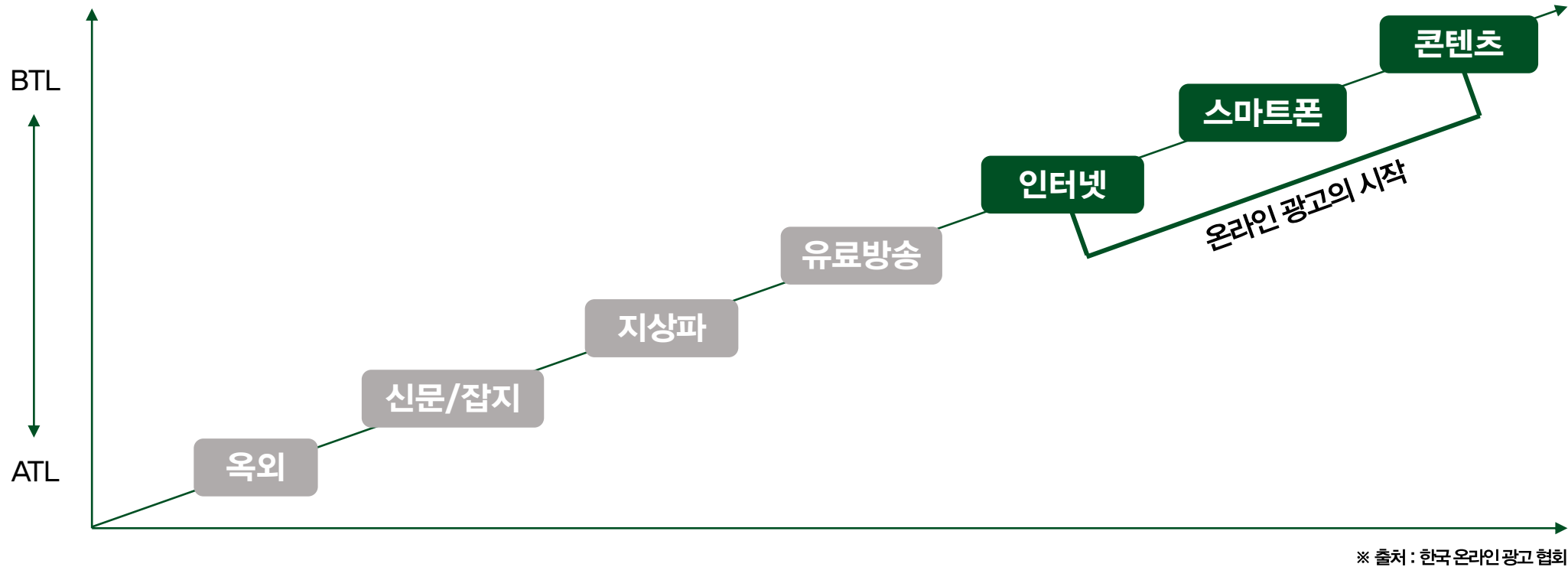
# 01

## "모바일은 광고입니다"

---

1. 온라인 광고 시장 변화
2. 디지털 마케팅의 중요성
3. 모바일 광고의 필요성

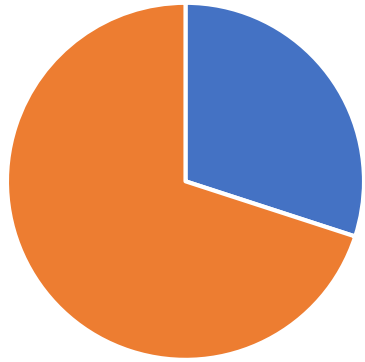
# 온라인 광고 시장 변화



미디어, 경제산업 환경변화에 따라 광고 시장 & 업종에도 꾸준한 변화가 발생!  
해마다 변화하는 광고 시장에서, 디지털 마케팅은 매년 약 5~10%에 꾸준한 성장 진행 중

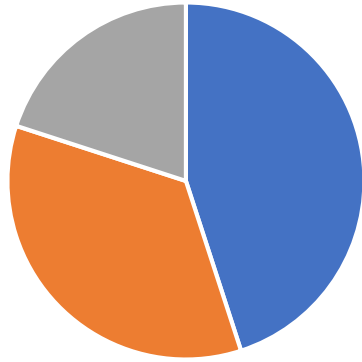
# 디지털 마케팅의 중요성

<온라인 비중>



■ PC ■ 모바일

<모바일 광고 비중>



■ SA ■ DA ■ VA

\*국내상위트래픽매체



## 주요 광고 매체가 가진 필수 영역

SNS / DA 유입광고

- 소재다각화
- 최초관심유도

SNS/ DA 전환광고

- 고효율구좌확보
- 콘텐츠 기반 배너

리타겟팅

- 방문유저 타겟
- 제품상기



최초 유입부터 재방문 유도, 전환발생까지  
모든 유저의 행동 영역을 커버하는 디지털마케팅!

# 모바일 광고의 필요성

순위	매체	브랜드수	캠페인수	광고수	점유율	광고비
1	naver.com	179	186	409	38.6%	22,174,507
2	daum.net	646	651	1,197	21.9%	12,602,235
3	nate.com	337	343	557	6.3%	3,641,506
4	facebook.com	1,992	2,027	3,433	3.1%	1,795,938
5	youtube.com	185	186	236	2.5%	1,442,614
6	joins.com	1,174	1,191	2,190	2.0%	1,137,358
7	zum.com	482	489	764	1.2%	689,552
8	ruliweb.com	210	216	642	1.1%	606,527
9	gmarket.co.kr	125	125	191	1.0%	557,557
10	yonhapnews.co.kr	602	608	795	0.9%	525,322
11	11st.co.kr	157	157	218	0.9%	519,684
12	inven.co.kr	52	52	201	0.9%	495,885
13	tvchosun.com	912	925	1,356	0.8%	484,137
14	ichannela.com	536	544	755	0.8%	459,611
15	donga.com	716	723	1,155	0.8%	456,007
16	auction.co.kr	102	102	158	0.8%	440,924
17	sportsseoul.com	591	600	958	0.8%	439,651
18	maxmovie.com	811	821	1,258	0.8%	437,800
19	cosmopolitan.co.kr	288	288	423	0.7%	404,702
20	hankooki.com	764	778	1,174	0.7%	387,258

모바일  
제휴매체

※ 출처: 리서치앤드

## 매체별 인터넷 광고 현황

### 모바일

#### 국내 1위 네트워크 플랫폼

- 국내 최대 네트워크 제휴사  
국내 3000여개 이상의 매체 제휴  
모바일을 통해 약 60% 이상의 국내 매체 광고 송출 가능
- 국내 최대 광고주 매출액  
국내 네트워크 매체 중 매출 1위  
많은 집행이력에 따른 효율적 운영
- 빅데이터 기반 광고 운영  
연구소를 비롯, 별도의 효율 전담 팀을 구성하여  
빅데이터 분석을 통한 타겟팅 운영

## 02

# " 모비온은 이렇게 유저를 관리합니다 "

---

1. 유저 행동 세분화
2. 유저 모수 활용 방안
3. 유저 트래픽 활용

# 유저 행동 세분화

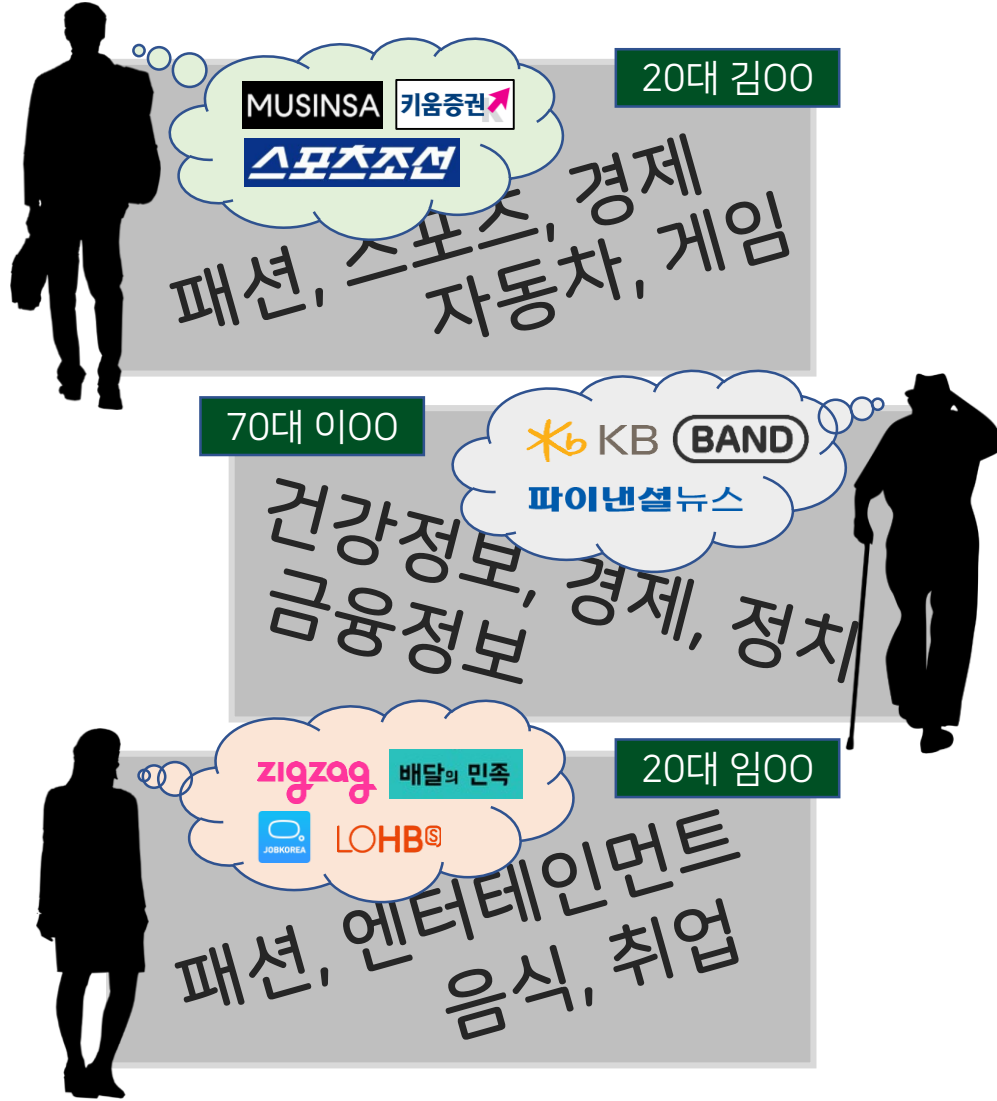


“ 유저의 액션에 따른 모수 세분화로 정교한 타겟팅 광고 운영 가능 ”



## 유저 모수 활용 방안

빅데이터를 활용하여, 고객행동을 분석하고 패턴을 파악하여 유저를 정교하게 세분화합니다.



### 오디언스

관심 기사 카테고리 분석

광고주 카테고리화 기사 카테고리를 매칭하여 광고 송출

### 관심사

광고주 카테고리를 기반으로 접속유저의 관심 모수 분석

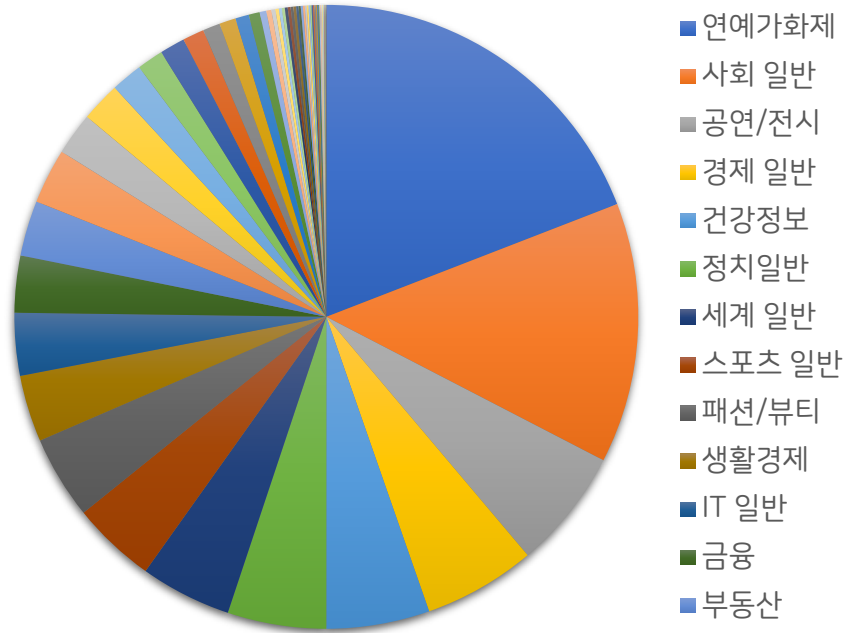
디바이스 설치앱 기반 관심 모수 분석

### 인구통계

유저의 성별 / 연령 / 활동지역별 모수 구분

# 유저 트래픽 활용 80% 이상의 국내 트래픽 활용 가능

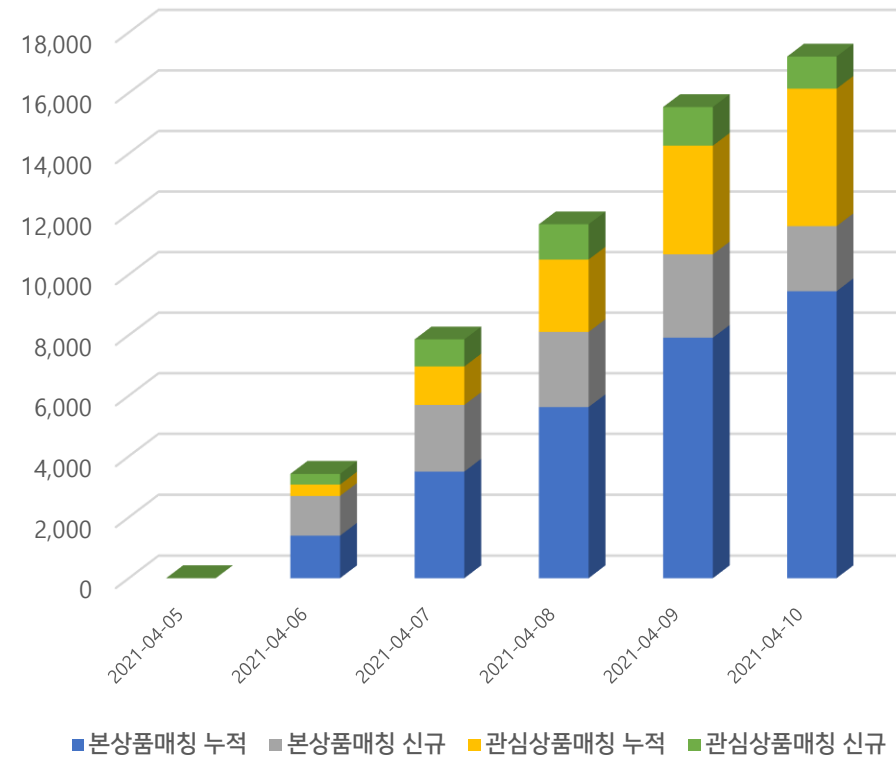
## 세분화 된 모수 분류



인구 수(추계) 5,182만명!  
모바일 약 **4,100만명 이상**의 유저 모수 보유

**60개 이상**의 오디언스 분류  
3,000 가지 광고주에 적합한 다양한 모수 보유  
10명 중 8명 타겟팅 가능!

## 유저 모수 확보



광고 집행에 따라 쌓여가는 모수  
각 방문, 신규유저, 누적유저 등 다양한 기준으로 모수 수집  
기간별 모수 분류에 따른 모수 최신화

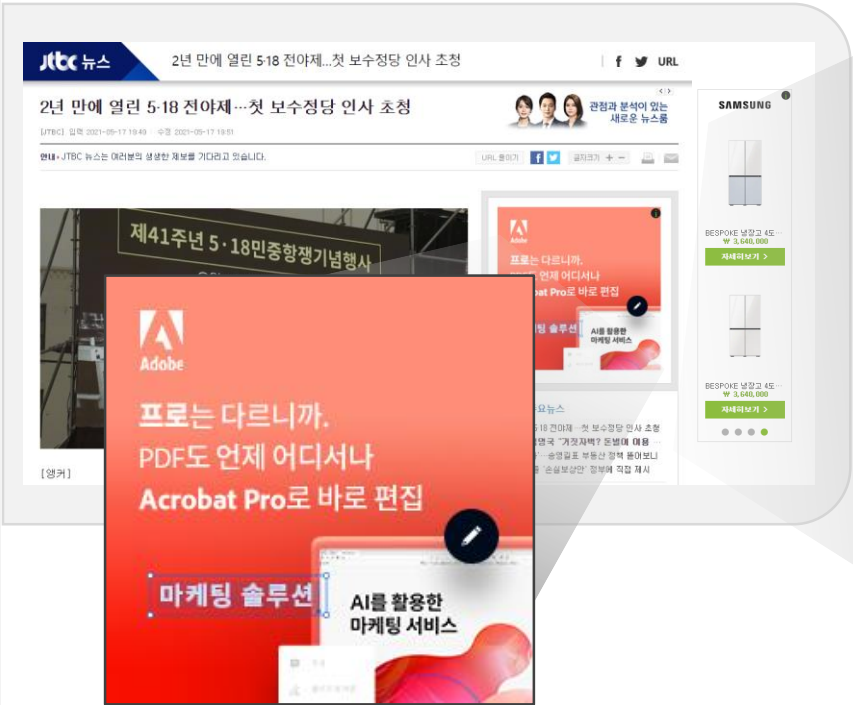
# 03

## " 모비온은 세심합니다 "

---

1. 리타겟팅
2. 유저타겟팅

# 리타겟팅 광고주 사이트 방문 후 이탈한 98% 잠재고객의 재 방문을 유도하여 ROAS를 극대화하는 타겟팅



▲ 고정 배너



▲ 상품화 배너

## 1. 장바구니 모수 \* 상품 피딩 배너

- 헤비쇼퍼매칭 : 장바구니에 담은 상품 광고 송출
- 투데이카트매칭 : 24시간 이내 장바구니 담은 상품 광고 송출
- 위클리카트매칭 : 1주일 이내 장바구니 담은 상품 광고 송출
- 먼슬리카트매칭 : 1달 이내 장바구니 담은 상품 광고 송출

## 2. 상품관심 모수 \* 상품 피딩 배너

- 본상품매칭 : 유저가 본 상품 광고 송출
- 관심상품매칭 : 유저가 2회 이상 본 상품 광고 송출
- 보완재매칭 : 동일상품을 구매한 다른유저의 구매상품 광고 송출

## 3. 방문자 모수 \* 고정 배너

- 리턴매칭 : 사이트내 1~2회 방문유저 대상 광고 송출
- 헤비유저매칭 : 사이트내 3회 이상 방문유저 대상 광고 송출

# 유저타겟팅

온라인 유저 행동을 분석한 빅데이터를 기반으로 신규 및 가망 고객의 방문을 유도하는 타겟팅



## 1. 관심사 기반

- 성향 매칭 : 관심사 타겟팅으로, 관련된 타 사이트 방문유저 대상 광고 송출
- 앱 프로파일 매칭 : 관련된 타 어플리케이션 설치유저 대상 웹 배너광고 송출

## 2. 오디언스 기반

- 오디언스 매칭 : 유저의 활동에 따라 유저를 63가지로 그룹화하여 타겟 그룹에게 광고 송출
- 카테고리 매칭 : 언론사 지면 카테고리를 타겟팅하여 원하는 카테고리에 광고 송출

## 3. 키워드 기반

- 검색어 매칭 : 모바일 내 활성화(등록/유입) 키워드와 유저의 검색 키워드 일치 시 광고 송출
- 문맥 매칭 : 전환 키워드와 유입 키워드 혹은 기사 내 핵심 키워드 매칭 시 광고 송출

## 4. 데모 기반

- 베이스광고 : 성별, 연령 타겟팅

# 04

## " 모비온은 다양합니다 "

---

1. 배너
2. 아이커버
3. 네이티브AD

# 노출형태 [배너] 유저의 웹 활동을 분석하여, 광고주가 원하는 타겟에게 배너광고를 노출하여 신규 및 잠재고객을 확보

The image displays a website interface with three distinct banner placements:

- 고정 배너 (Fixed Banner):** Located on the left side of the page, it features a purple background with the Adobe logo and text: "포토샵 & 프리미어 프로 등 70% 학생 할인!" (Photoshop & Premiere Pro etc. 70% student discount!). Below this, it says "힙합 아티스트들과 딩고 PD가 알려주는 사진&영상 치트키" (Hip-hop artists and Dingo PD tell you the cheat codes for photos & videos) and includes a "자세히 보기" (View details) button.
- 상품화 배너 (Product Banner):** Located in the middle and right sections, it features a light blue denim jacket. The middle banner includes a "구매하기" (Buy) button and a price of "₩ 39,600". The right banner includes a "구매하기" (Buy) button and a price of "₩ 53,100".

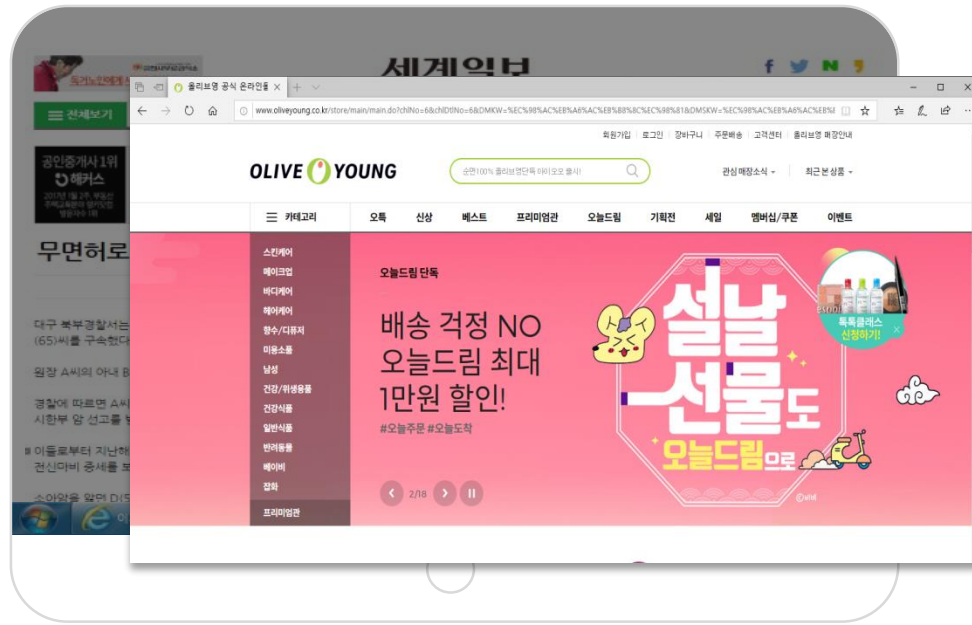
Below the banners, the text "DABAGIRL" is visible.

◀ 고정 배너

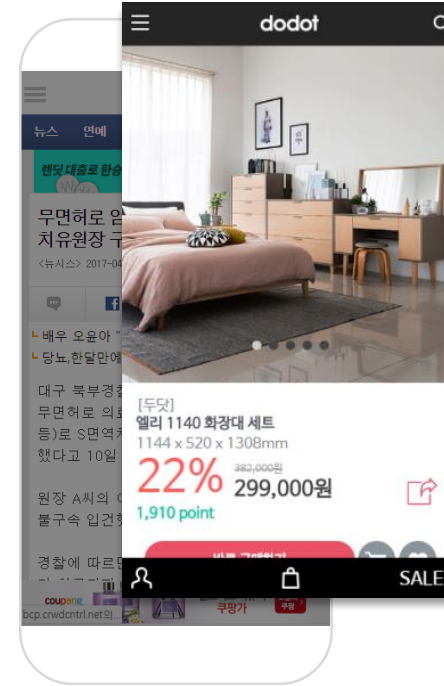
▶ 상품화 배너

DABAGIRL

# 노출형태 [아이커버] 모바일 제휴매체 접속 시, 광고주 페이지를 새 창으로 노출시킴으로 즉각적인 전환 유도 및 유입 확보



PC 아이커버



모바일 아이커버



# 노출형태 [네이티브] 유저에게 흥미를 줄 수 있는 일반적인 콘텐츠와 광고를 함께 노출하여, 광고에 대한 거부감 감소

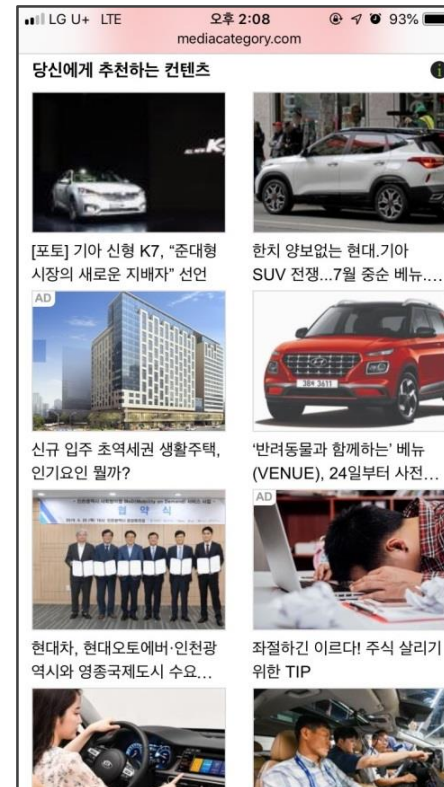
## 1. Contents Box

알고리즘을 통해 추천된 기사와  
광고를 결합하여 송출



## 2. Home Pick

모바일 환경에서 알고리즘을 통해  
추천된 기사와 광고를 결합하여 송출



## 3. Infinity Feed

기사 최하단 영역에서 추천된 기사와 광고를 결합하여  
Feed 형태로 무한제공되는 형태



# 05

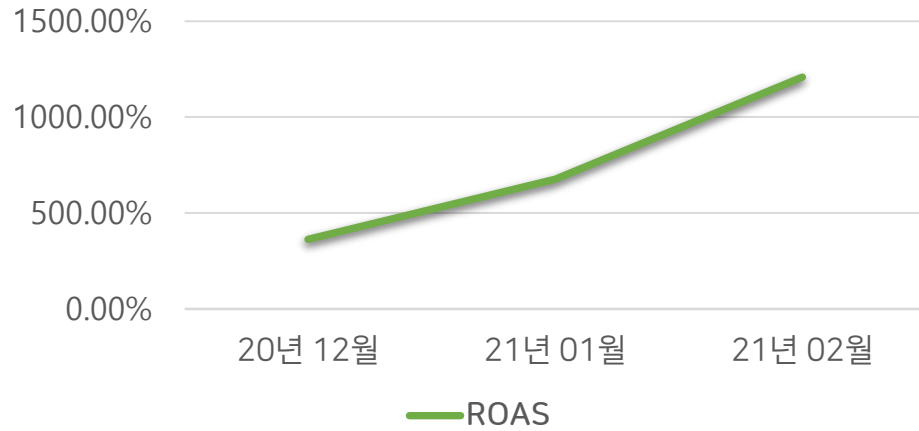
## " 모비온은 이렇게 운영합니다 "

---

1. 퍼포먼스마케팅
2. DB마케팅
3. 브랜딩마케팅

집행 성과 ROAS

ROAS

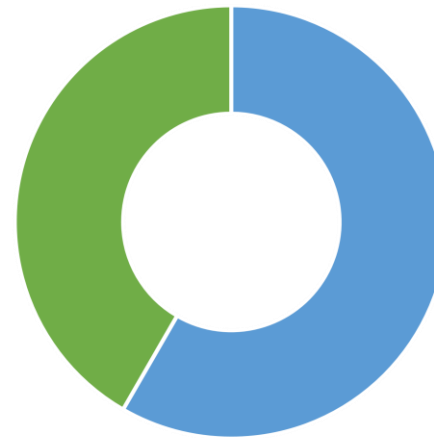


날짜	노출수	클릭수	클릭율	소진금액	매출	ROAS
21년 02월	3,345,626	35,604	1.06%	4,583,816	55,373,077	1208.01%
21년 01월	2,291,414	20,029	0.87%	2,540,601	17,172,215	675.91%
20년 12월	1,840,330	12,428	0.68%	1,661,000	6,023,240	362.63%

“사이트 매출이 걱정이었는데, 이제는 걱정없어요!”

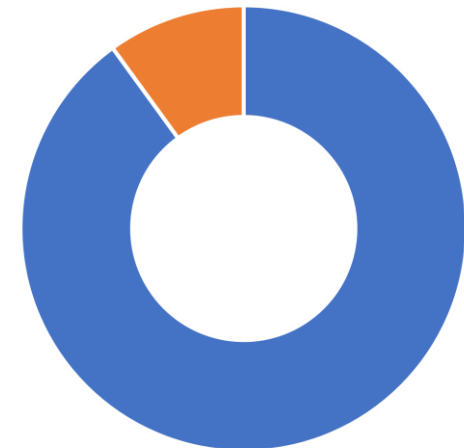
- 코어 타겟팅, 자칫 놓칠만한 유저대상으로 광고 송출
- 구매 전환 극대화, 사이트 체류시간, 반응율 증대
- 아이커버를 통한 높은 구매 기회 부여
- 고관여 유저 유입을 통한 사이트 컨디션 증대

노출 비중도



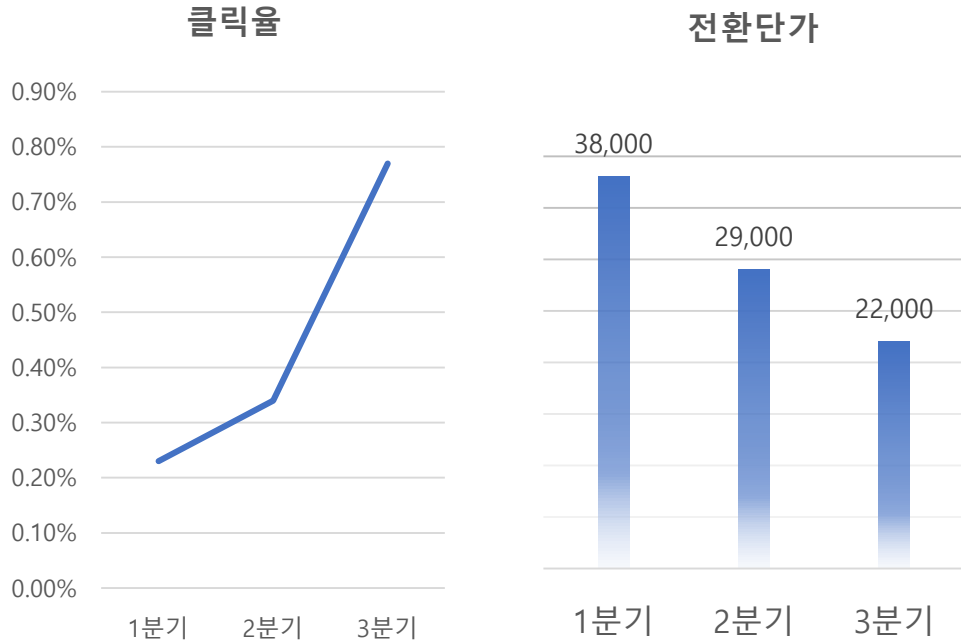
■ 배너 ■ 아이커버

타겟팅 비중도



■ 리타겟팅 ■ 유저타겟팅

## 집행 성과 전환단가

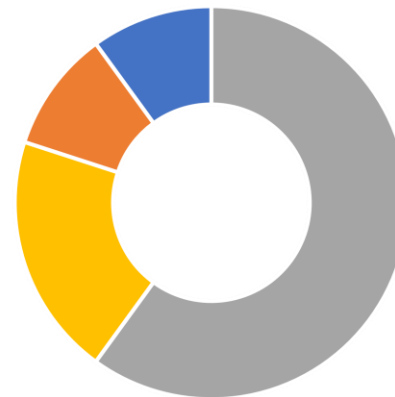


날짜	노출수	클릭수	클릭율	광고비	평균소진	전환단가
3분기	22,662,045	175,275	0.77%	12,269,250	70	22,000
2분기	16,512,105	56,105	0.34%	5,610,500	100	29,000
1분기	11,565,491	26,461	0.23%	2,910,710	110	38,000

## “진행 할수록 낮아져요, 전환단가가!”

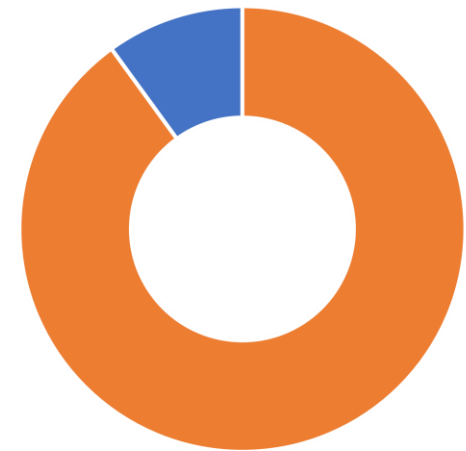
- 많은 노출량을 통한 빅데이터 최적화
- 반응있는 매체, 타겟팅 위주로 마이크로 조정
- 특화된 네이티브 광고를 사용

### 노출 비중도



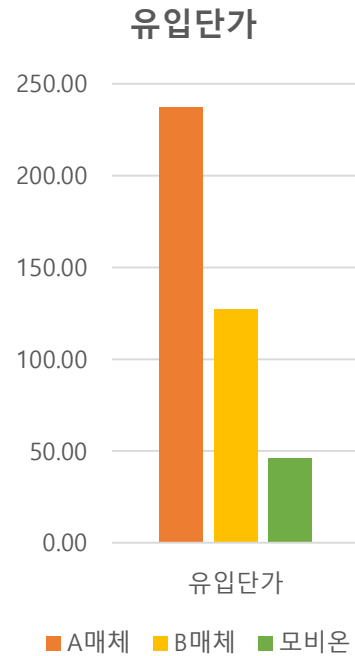
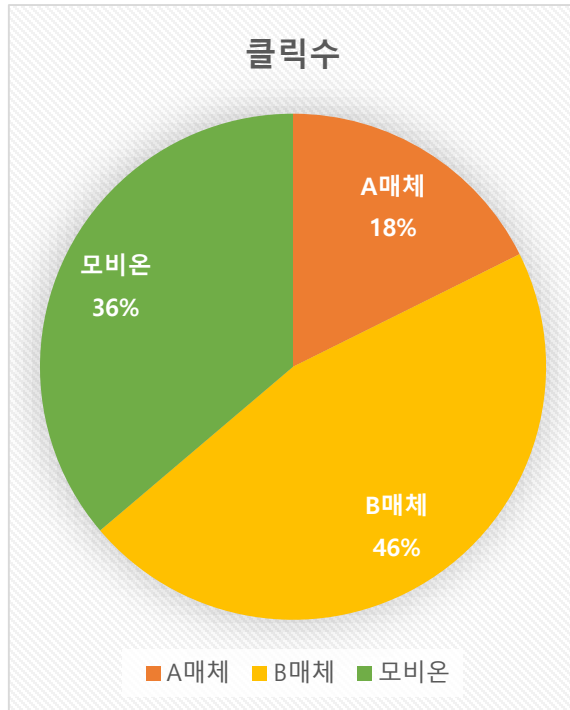
- 배너
- 아이커버
- 네이티브
- 소셜링크

### 타겟팅 비중도



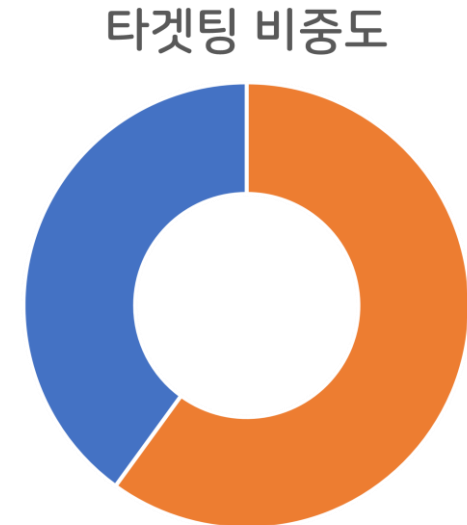
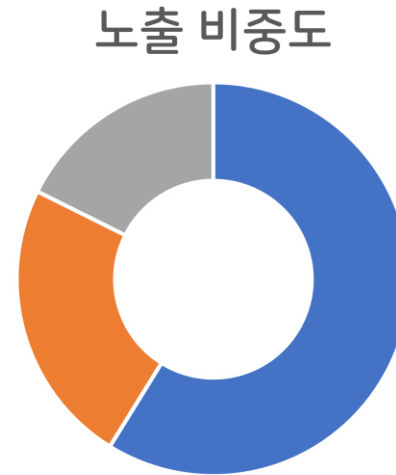
- 리타겟팅
- 유저타겟팅

## 집행 성과 유입기여



## “신규 유입자가 많이 늘어 앞으로가 기대되요!”

- 다양한 프레임, 노출형태를 통한 광고 노출
- 합리적인 CPC 단가 활용
- 다양한 오디언스 및 데이터 대상 광고노출



■ 배너    ■ 아이커버  
■ 네이티브

■ 리타겟팅    ■ 유저타겟팅

날짜	노출수	클릭수	클릭율	소진금액	평균소진	날짜
C 광고주	670,457,369	4,324,562	0.65%	164,925,805	38.1	C 광고주

**“ 모비온에 대해 더 궁금하신가요? ”**

# 나아가는 모비온

## 광고주와 함께하는 모비온

빅데이터 기반 타겟팅 솔루션 10년 노하우!  
3,000 개 이상 광고주의 운영 이력 및 80% 이상의 연장률 달성

모비온만의 **BIG DATA 기반 Targeting 솔루션**  
10년 동안 **3,000 여개** 광고주 KPI 도달  
300여명의 인력이 최고의 효율을 보여드립니다.

종합물 · 여성이류 · 남성이류 · 화장품 · 패션잡화 · 병의원 · 교육 · 기타

Gmarket	Shopping Smart CJmall	AUCTION.	홈&쇼핑
Home plus	LOTTE Homeshopping	SSG.COM	SHINSEGAE DUTY FREE
위메프	H 패션몰	SSF SHOP	emart mall

지속적인 신규 APP 제휴 통해 양질의 트래픽 확보



### 프리미엄 APP

<b>V3 Mobile Security</b> - Total Install : 10,000,000회 이상	<b>헬로마켓</b> - Total Install : 5,000,000회 이상	<b>첫화면날씨</b> - Total Install : 1,000,000회 이상
<b>하나멤버스</b> - Total Install : 10,000,000회 이상	<b>L.POINT</b> - Total Install : 5,000,000회 이상	<b>KBO STATS</b> - Total Install : 1,000,000회 이상

## 매체와 함께하는 모비온

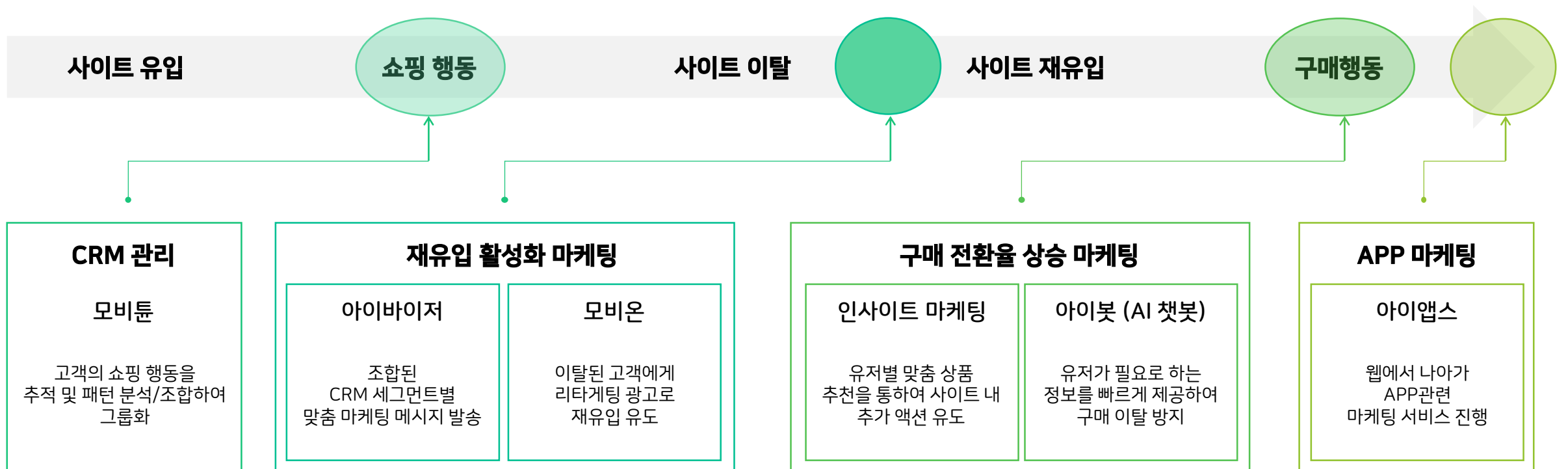
**60% 이상**의 언론사 커버리지  
한국의 모든 매체 모비온을 통해 나아가세요!

국내 주요 총 **5,000여** 매체 지면 (포털, 언론사, 커뮤니티, App등) 노출  
월간 **150억 이상**의 PV 보유, 지속 프리미엄 영역 확장 중

# 나아가는 모비온

## 발전하는 모비온

온라인 마케팅부터 시황 분석, 사이트 관리까지, 모비온은 유저의 상품 구매 여정 별 맞춤 타겟팅 서비스를 진행합니다.





## Q&A

---

### Q. 모바일 집행절차가 궁금합니다.

- 1) 대행사 or 광고주가 모바일 사이트내 신규 계정 생성
- 2) 스크립트 삽입(대행 가능) 및 계정 셋팅
- 3) 광고비용 충전
- 4) 광고 라이브

### Q. 모바일 최소집행금액은 어떻게 되나요?

신규 계정 생성 후 첫 집행에 한하여 최초충전금액 발생합니다.  
➢ 최초충전금액: 100만원 (vat미포함)

### Q. 스마트스토어 광고도 진행이 가능한가요?

스마트스토어 센터내 스크립트 삽입 후 일반 리타겟팅 진행 가능합니다.  
\* 가능 리타겟팅  
: 관심상품매칭, 본상품매칭(이하 피드배너), 헤비유저매칭, 리턴매칭  
\* 전환추적 및 장바구니타겟팅은 불가능합니다.

### Q. 자사몰이 없는데 인스타그램(블로그 등)으로도 광고가 가능한가요?

자사몰(스마트스토어 포함)이 없을 경우 스크립트 삽입이 불가능하여,  
신규유저타겟팅으로 유저 유입형 광고 운영이 가능합니다.  
- 전환추적 불가능  
- 리타겟팅 진행 불가능

### Q. 어플리케이션 광고도 가능한가요?

광고주께서 사용하시는 서드파티 트래커와 모바일간 연동이 가능하며,  
정상 광고운영도 가능합니다.

### Q. 지역 광고도 가능한가요?

모바일 유저타겟팅 중 성향매칭 / 베이스광고내 지역타겟팅 설정 가능하며,  
특별시 / 광역시 / 도 단위로 설정이 가능합니다.

## Q&A

---

### Q. 세금계산서는 어떻게 처리되나요?

- 1) 신용카드: 모비온 계정내 매출전표를 통해 자가신고
- 2) 가상계좌: 입금 기준 익월 초 계산서 발행 (8~9일)

### Q. 매체 리스트 안내 & 집행 매체 공유 부탁드립니다.

모비온과 같은 네트워크 플랫폼은 각 매체팀의 정책에 의해 제휴 및 집행된 매체의 리스트 공유는 불가능합니다.  
광고 노출 지면에 대한 궁금증이 있으신 분들은 별도 정리된 주요 매체리스트 공유요청 부탁드립니다.

### Q. 대행사 수수료는 몇 % 인가요?

매월 집행된 광고주 입금액 총합 기준으로 정산됩니다.

- 월 총합 3,000만원 미만: 15%
- 월 총합 3,000만원 이상: 20%

### Q. 소재 베리메이션(리사이징) 가능한가요?

- 월 300만원 이상 사용 광고주에 한하여 월 1회 가능합니다.

### Q. 배너 사이즈별 데이터 확인이 가능한가요?

모비온은 캠페인 셋팅시 1개의 캠페인 = 1개의 이벤트로 셋팅하고 있습니다.  
광고가 진행된 각 사이즈 별 데이터는 축적하고 있지 않으며,  
그로 인해 데이터 확인이 불가능한 점 양해 부탁드립니다.

- 확인가능 데이터: 노출형태별, 타겟팅별, 이벤트별, 요일별 등

### Q. 셋팅 업무는 몇시 까지 인가요?

아래 시간 이전 요청하신 셋팅업무는 가능한 선에서 당일처리 되고 있으며,  
이후 요청건은 내부 셋팅팀 업무량에 따라 익일 처리될 수 있습니다.

- 월 ~ 목요일: 16:00
- 금요일: 11:00 (모비온 전사 오전근무일로, 이후 요청건은 월요일 처리됩니다)

**“ 모비온은 모든게 가능한 광고 입니다 ”**