



Make your target into your Audiences

국내 최대 3rd party DMP (Data Management Platform) 서비스

Index

About Data Management Platform

About Mobile Index DMP

About Case study

About Service

1. 마케팅 Audience 설정 및 광고 집행
2. MI_DMP Premium 분석 (자사 고객의 세그먼트/오디언스 레벨 다차원 분석)
3. 커스텀 데이터 플랫폼 구축(CDP) 구축

About Data Management Platform



Make your target into Audiences

타겟 고객을 정확히 마케팅 오디언스로 만드는 것은 거의 불가능한 것처럼 느껴져 왔습니다.
그러나 이제 모바일인덱스DMP가 그것을 가능한 것으로 만들어 드립니다.

PC와 달리 모바일은 철저히 개인화 된 매체 이며, 모바일의 이용성 데이터는
그 어느때 보다 정교한 타겟 고객의 구분을 가능케 하였습니다.

MobileIndexDMP(3rd party DMP)는 정밀한 방법으로 타겟 고객을 특정하고,
높은 마켓 커버리지를 통해 그들을 효율적으로 "오디언스"화 할 수 있는 새로운 방법을 제시합니다.



내 고객은 누구인가로부터 시작

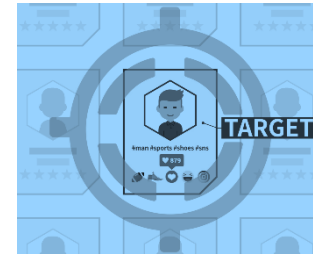
모든 마케터는 내 고객은 누구인가에 대해 분석하고, 연구 합니다.
그리고 그렇게 알아낸 고객의 특성을 통해 잠재 고객을 특정 합니다.



해외여행 고객 분석
일반 사무직, 싱글족이고...



고가 뷰티제품 고객 분석
강남... 백화점... 교육...



온라인 커머스 고객 분석
맞벌이, 육아...



Target은 다른데 Audience는 같다?

분명 마케터는 자신만의 타겟을 가지고 있지만, 이들에게 도달하기 위한 수단이 너무도 제한적이었습니다.
그들을 정의할 수 있는 마땅한 수단도, 매체와 연결할 수 있는 합리적인 요소도 매우 한정적이기 때문입니다.

해외여행 고객 분석
일반 사무직, 싱글족이고...



고가 뷰티제품 고객 분석
강남... 백화점... 교육...



온라인 커머스 고객 분석
맞벌이, 육아...



3040
여성



Target = Audience

만약 좀더 직접적으로 타겟에게 도달 할 수 있는 수단이 있다면 어떨까요?

커뮤니케이션의 효과는 극대화 되며, 커뮤니케이션 과정에 일어나는 loss는 최소화 될 것입니다.

3rd Party DMP가 하는 가장 주요한 역할 중 하나는 바로 Target과 Audience를 일치시키는 것입니다.

해외여행 고객 분석
일반 사무직, 싱글족이고...

고가 뷰티제품 고객 분석
강남... 백화점... 교육...

온라인 커머스 고객 분석
맞벌이, 육아...



About MobileIndex DMP

모바일인덱스 DMP의 Big Data

모바일인덱스 DMP는 막대한 양의 데이터를 실시간으로 수집 처리 하며,
지금 이순간에도 그 정확도를 더해가고 있습니다.

1,500,000,000 건

모바일인덱스 DMP의 1일 평균
Data 처리 건수

35,000,000개

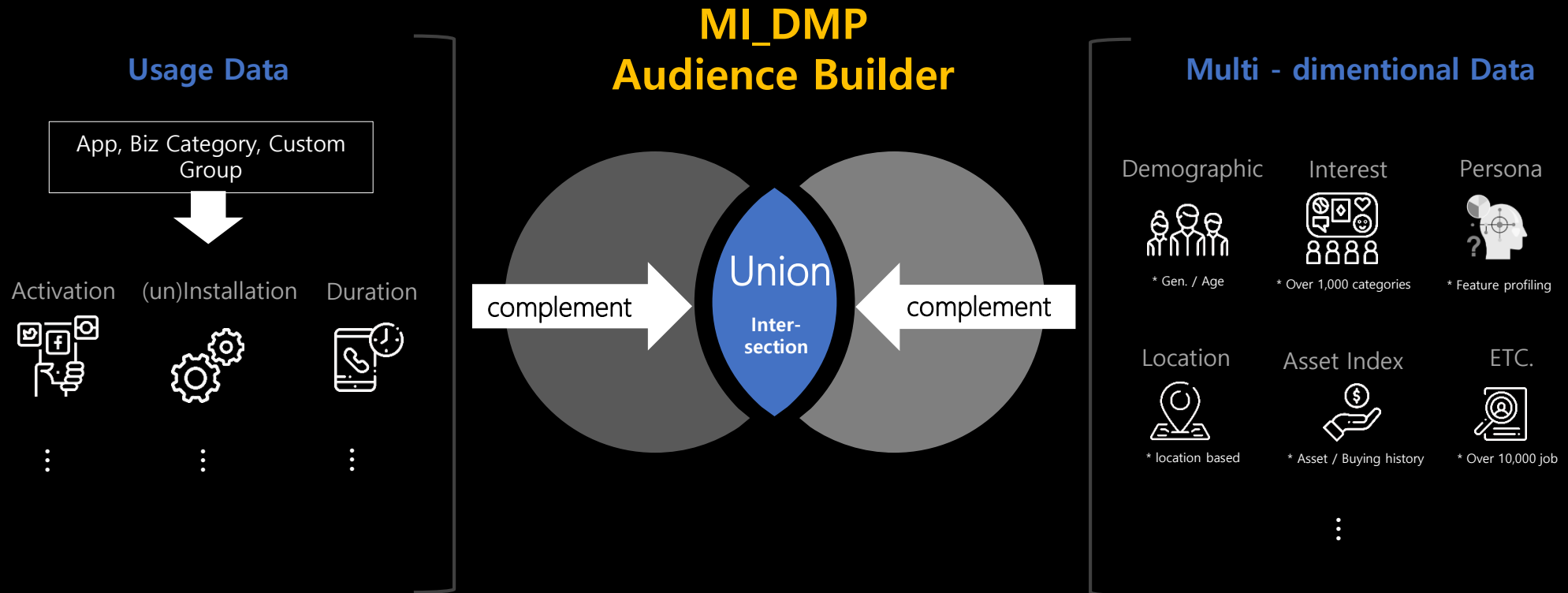
모바일인덱스 DMP 에 의해 분석되는 1일 평균
Unique ADID 수

DMP = 아이디어와 아이디어를 결합하는 TOOL

필요한 것은 더 풍부한 상상력 뿐입니다. DMP가 아이디어를 조합하고, 분류할 수 있는 수단을 제공합니다.

Ex.1 운동 앱을 설치하였으나, 실행하지 않고 있는 사람을 타겟으로 다이어트 보조제 광고

Ex.2 자산 지수 상위 20% 인원 중, 최근 중고차 앱을 실행한 사람을 타겟으로 외산 고가차량 리스 광고



좋은 DMP란? = 목표 시장에 충분한 Coverage를 갖춘 DMP

DMP의 핵심 Feature는 마켓 Coverage입니다.

MobileindexDMP의 대한민국 모바일 시장 Coverage는 평균 65% 이상이며,
이는 원하는 대부분의 오디언스에 직접 도달이 가능하다는 뜻입니다. (안드로이드 기준)



이미 많은 고객분들께서 다양한 측면으로 활용 중입니다

Case Studies

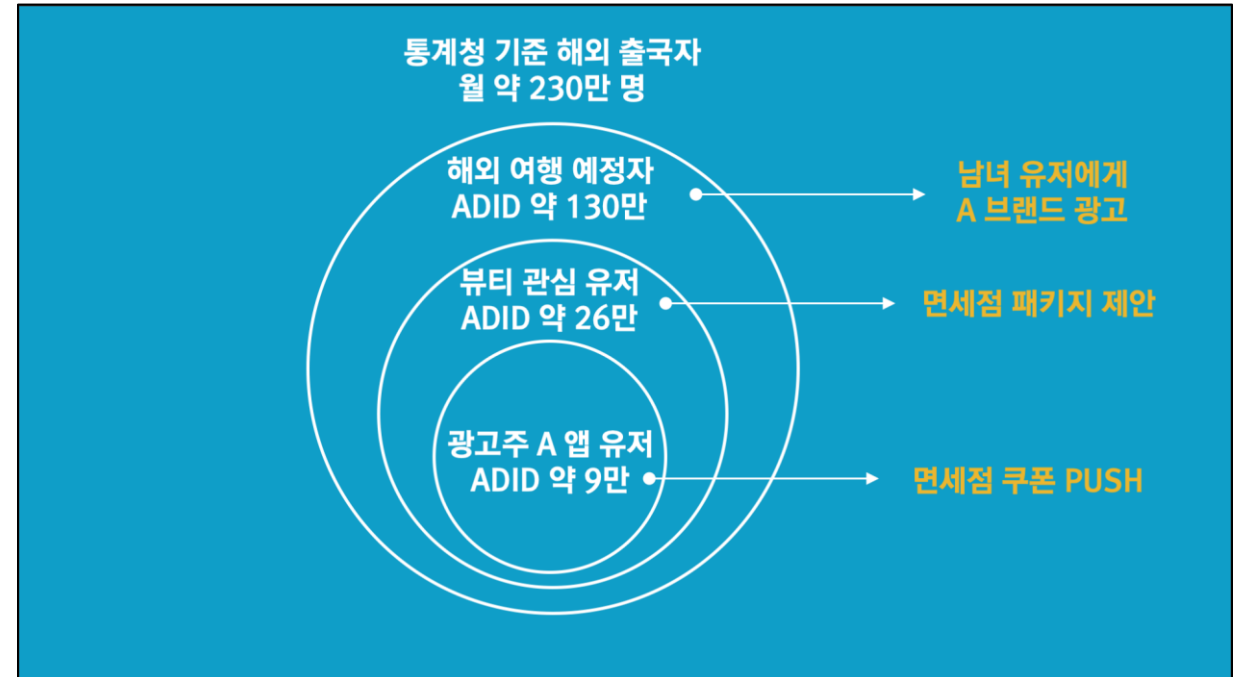
Case1. 여행 X 브랜딩

- A 화장품 브랜드는 면세점 매출 증대를 위해 해외 여행 예정자를 대상으로 마케팅을 계획
- 최근 1개월 이내, 해외 여행 관련 앱의 실행자, 면세점 앱 실행자, 해외 항공사 앱 실행자를 결합하고, 중복 이용자를 제거 하는 식으로, “근시일 내 해외여행을 갈 가능성이 높은 이용자” = 즉, “타겟”을 정의



Case1. 여행 X 브랜딩

- 여기에, 뷰티 업종 앱 이용자와의 동시 이용자와, 그 중 A화장품 앱을 이용하고 있는 고객의 ADID를 결합해 세그먼트를 분류
- MI_DMP가 커버하는 전체 타겟(근시일 내 해외 여행을 갈 것으로 추정되는 이용자의 ADID 수는 약 월 130만개 이었으며, 각각의 세부 세그먼트에 따라 오디언스를 설정하고, 차별화 된 커뮤니케이션을 진행 하여, 효율 극대화.



Case2. 커머스 X 브랜딩

- 월 평균 커머스 앱 이용자 수는 약 2,100만여명(안드로이드 기준)으로 추산.
- 이 중, 이용시간을 기준으로 상위 20%에 해당하는 이용자의 전체 이용시간 점유율은 79% 육박
- 상위 20% 고객에 대한 점유율 및 충성도 확보가 커머스 분야 성패에 큰 영향을 미친다 판단 가능

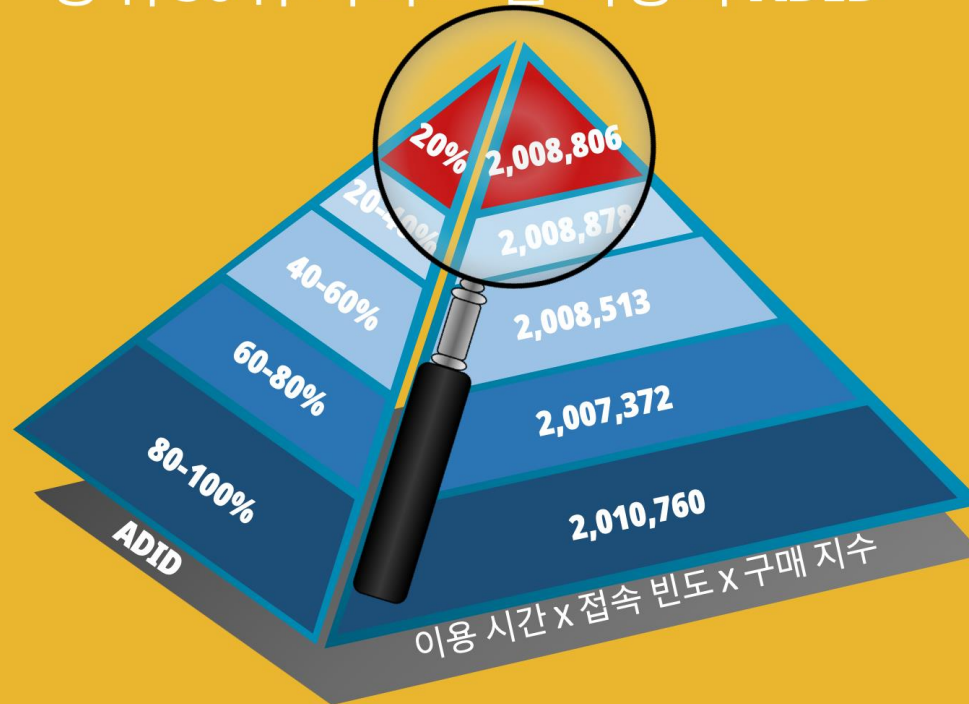


모바일커머스 이용자

약 21,000,000 명 / 월



상위 50위 커머스 앱 이용자 ADID



2019.01월 기준

Case2. 커머스 X 브랜딩

- 커머스 이용 상위 20% 고객에 한정하여, 나와 경쟁자 간 점유율은 어떤지, 중복 이용률은 어떤지 등을 분석함으로써, 누가 진정한 경쟁자이며, 어떤 타겟에 집중해야 하는지 판단이 가능
- 모바일인덱스 DMP를 통해, 집중해야 하는 고객과 그 외 고객을 구분하여, 그에 맞는 마케팅 전략을 수행함으로써 가장 효과적인 캠페인 운영이 가능

경쟁사 앱 상위 20% 유저의 앱 중복이용률 분석

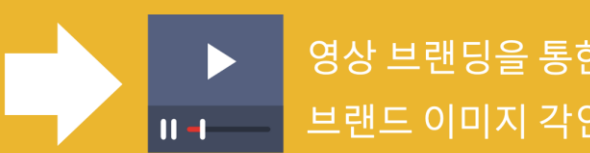
(단위: %)

	A	B	C	D	E
A	100	56.0	24.8	17.8	18.9
B	24.3	100	29.5	19.2	14.5
C	29.7	53.5	100	32.9	21.6
D	30.8	56.0	47.6	100	22.6
E	33.5	43.4	31.9	23.2	100

Note : 해당월 A 앱(Height) 이용자 중 B 앱(width) 사용 이력이 있는 이용자 비율

A 커머스 마케팅 활용 방안

	A	인당 평균 이용 앱 수
Top 0-20%	948,756	2.4
Top 20-40%	720,271	1.8
Top 40-60%	574,964	1.4
Top 60-80%	465,163	1.0
Top 80-100%	536,432	0.7



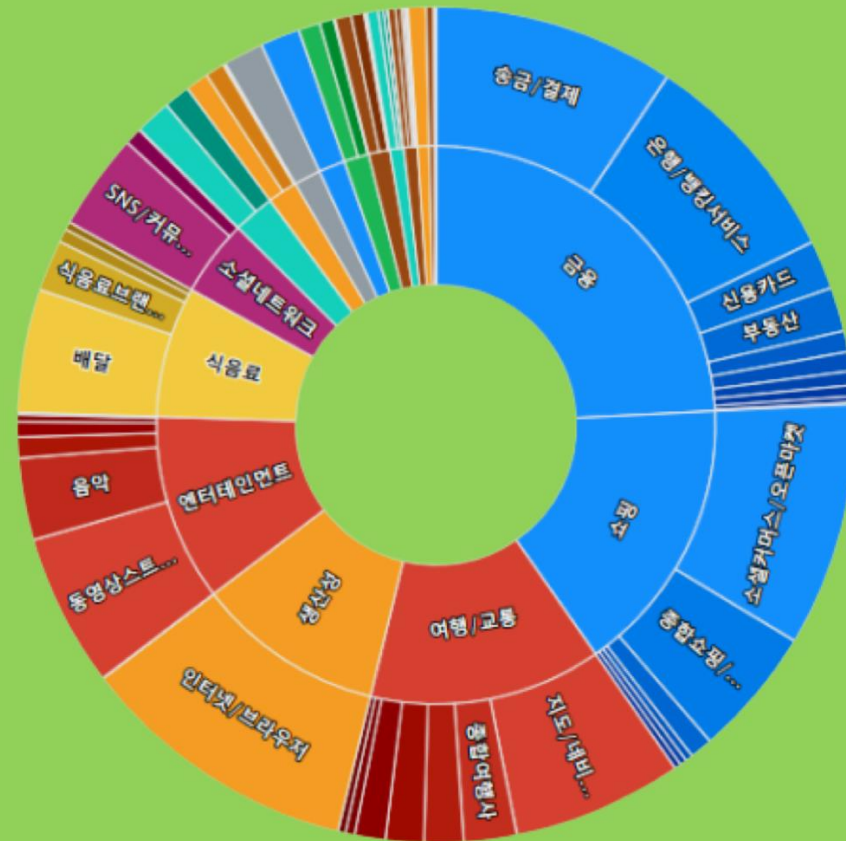
Case3. 금융 X 브랜딩

- 모바일에서 일어나는 구매 활동은 결국 모바일 금융(결제 관련)과 연결되어 있으므로, 주요 세그먼트별 관련 앱 이용 행태를 통해 어떠한 고객에게 어떤 방식으로 브랜딩해야 하는지를 파악하는 것이 중요.
- A카드의 고객이 동시에 이용하는 앱의 순위와, 카테고리 별 이용 선호도를 통해 특정한 성향을 가진 고객끼리 그룹화 해 프로파일링하는 것이 가능

모든 소비 활동과 연결될 수 밖에 없는

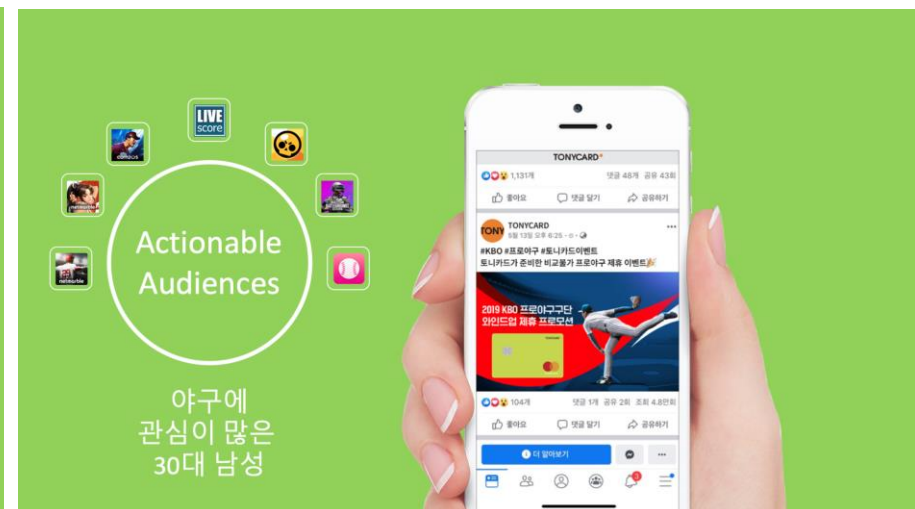
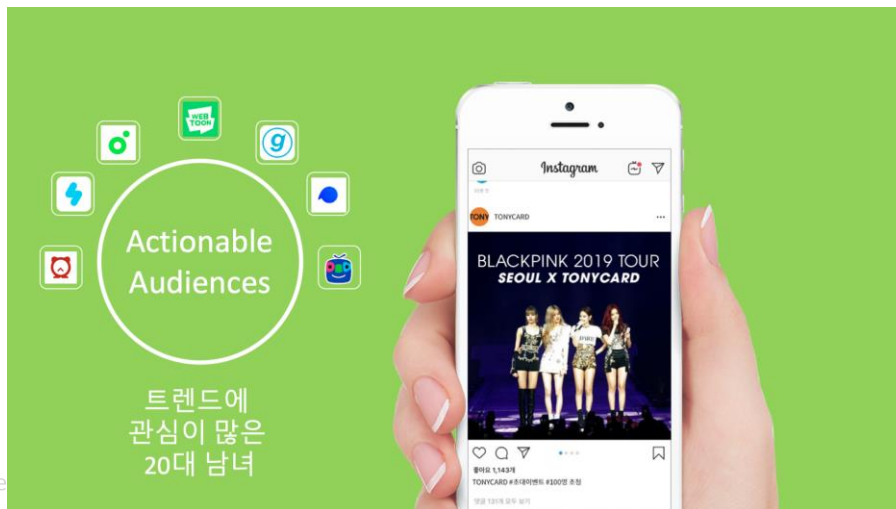
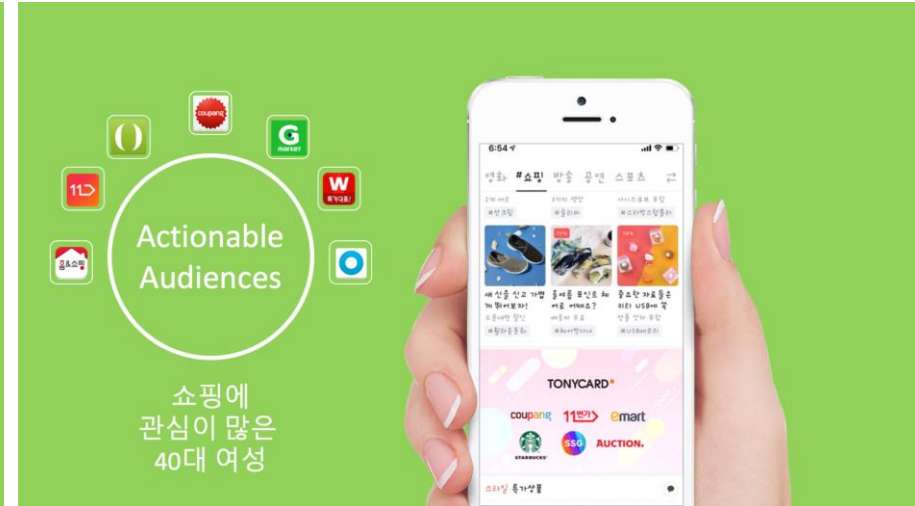
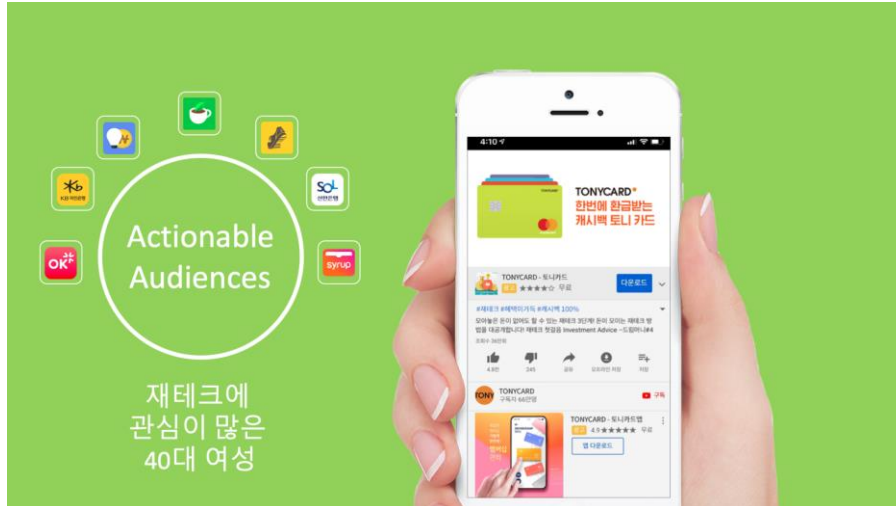


금융



Case3. 금융 X 브랜딩

- 재테크에 관심 많은 40대 여성에게는 혜택 중심의 광고를 (유튜브), 트렌드에 관심이 많은 20대 남녀에게는 모델 중심의 브랜딩을 (인스타그램), 야구에 관심 많은 30대 남성에게는 관련 스포츠 관련 제휴 카드 브랜딩을 (페이스북), 쇼핑에 관심이 많은 40대 여성에게는 커머스 관련 혜택을(카카오) 소구
- 모바일인덱스 DMP는 이처럼 고객의 특성에 고객을 커스텀하게 그룹화 하고, 직접 개별 타겟팅 할 수 있는 방법을 제공



About Services



모바일인덱스 DMP를 활용하는 3가지 방법

1. 마케팅 Audience 설정 및 광고 집행
2. MI_DMP Premium 분석 (자사 고객의 세그먼트/오디언스 레벨 다차원 분석)
3. 커스텀 데이터 플랫폼 구축(CDP) 구축



모바일인덱스 DMP를 활용하는 3가지 방법

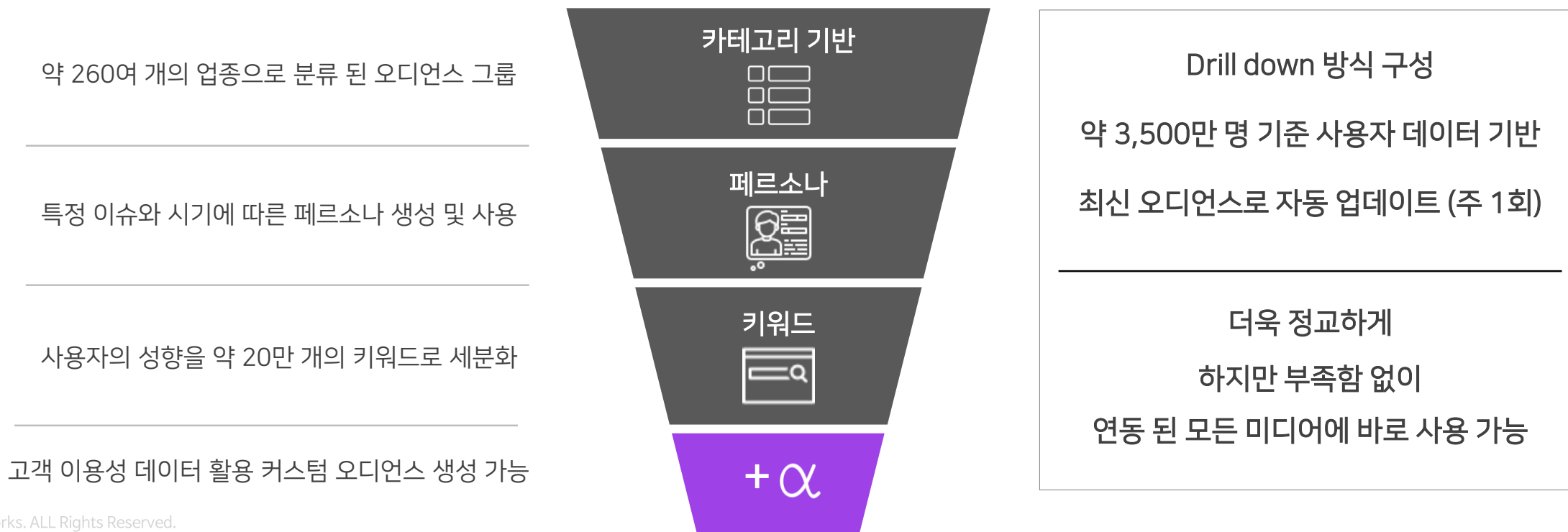
1. 마케팅 Audience 설정 및 광고 집행
2. MI_DMP Premium 분석 (자사 고객의 세그먼트/오디언스 레벨 다차원 분석)
3. 커스텀 데이터 플랫폼(CDP) 구축

지금 바로 사용 가능한 오디언스가 준비되어 있습니다

오디언스 사용을 위한 별도의 연동은 필요하지 않습니다.

IGAWorks의 Agency Trading Desk인 트레이딩웍스를 통해,
모바일 인덱스 DMP의 오디언스를 바로 타게팅에 적용할 수 있습니다.

MOBILEINDEX ^{DMP} X **TW** **TRADINGWORKS**



Analytics Persona

- 추정이 아닌, 분석 & 인덱스 기반 조합 및 분석
- 제한 없는 생성과 활용

- 약 3,500만 사용자 기준
- 25개의 대분류, 약 260여 개의 중분류

- 추정이 아닌, 분석 & 인덱스 기반 조합 및 분석
- 제한 없는 생성과 활용

- 약 20만 개 이상의 키워드
- 앱 패키지 네임 기반 키워드 추천 기능 제공

TW 광고선택 > 오디언스 > 크리에이티브 > 리포트 > 통합오디언스 관리 원스토어		
MI DMP 기반 오디언스		
TW 카테고리 패르소나 오디언스 태그		
오디언스 이름	플랫폼	규모
가정/생활	Android	16,453,190
가구/엔터테인먼트	Android	1,092,650
가전제품	Android	1,932,590
스마트홈/IOT	Android	2,166,975
공과금	Android	7,431,010
생활용품	Android	1,814,595
형소/세탁/도우미	Android	176,480
택배	Android	1,683,540
이사	Android	28,390
장례/상조	Android	3,055
한탈	Android	37,415
기타서비스	Android	86,490

TW 광고선택 ○ 오디언스 리포트 △ 크리에이티브 △ 계정관리

하우스오브리벨스 구글광고 ... — 넷마블_마블퓨처파이트_Mobile_구글캠페... ▾

MI DMP 기반 오디언스

TW 카테고리 페르소나 오디언스 태그

오디언스 이름	플랫폼
동물애호가	Android
소셜미디어 이용자	Android
쇼핑몰릭	Android
여행가	Android

i '소셜미디어 이용자' 페르소나 정보

- 20~25세
- 미혼
- 자녀 없음
- 하루 1시간 이상 소셜미디어 사용
- 소셜미디어로 소통하는것을 좋아함

광고선택 > **오디언스** > 크리에이티브 > 리포트 >

통합오디언스 관리 > **원스톱어**

키워드 기반 오디언스 만들기

App 추천 키워드

앱태키자명

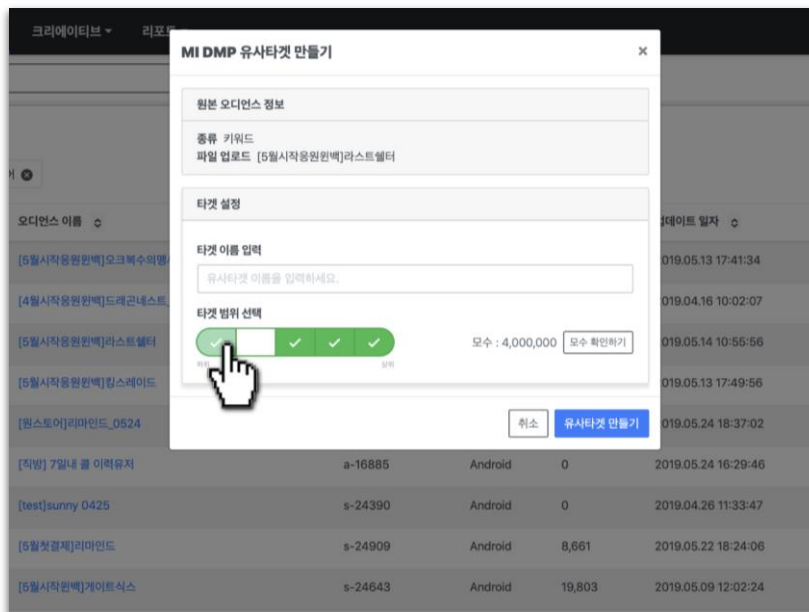
demo_앱태키지

세분화된 필요에 따라 조합하고 확장할 수 있습니다

데이터 구분 없이 자유롭게 활용 가능한 오디언스 고도화 기능까지 제공합니다.

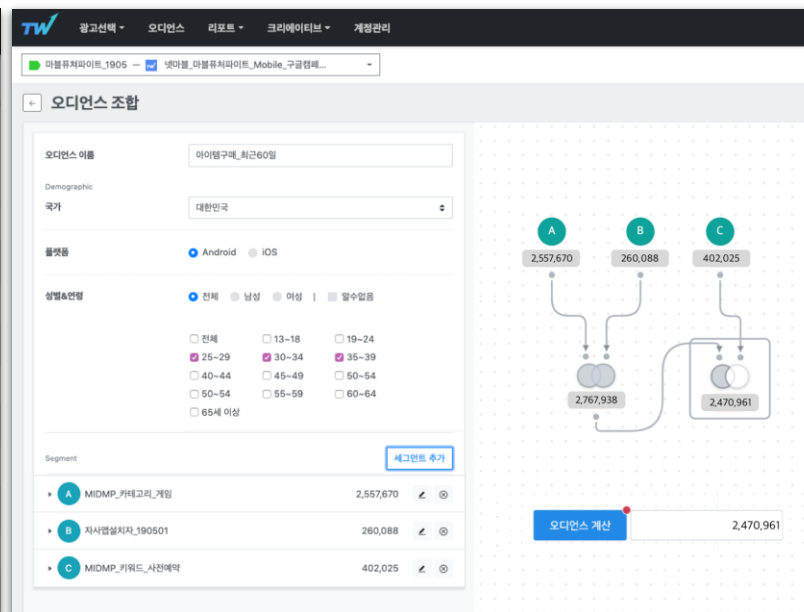
5단계 타겟 분할 지원

- 랭킹 기반의 유사 데이터 분석을 통한
캠페인 목적과 효율에 따른 오디언스 세분화



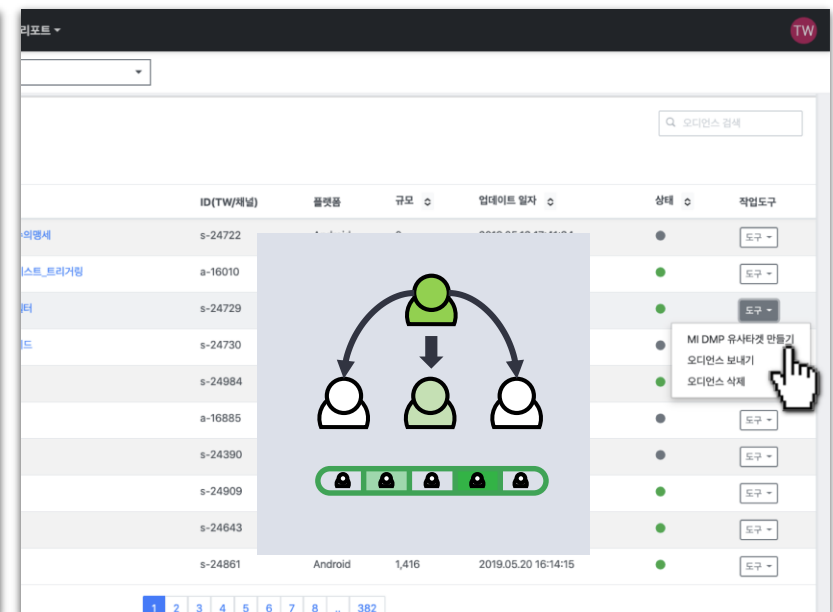
종류가 다른 데이터의 결합

- 이벤트 포스트백, 카테고리, 키워드 등
- 서로 다른 종류의 데이터를 결합한 오디언스 조합 가능



유사 타겟 확장

- 확보된 오디언스를 기반으로,
유사한 행동 패턴을 보이는 추가 타겟 확보 가능





모바일인덱스 DMP를 활용하는 3가지 방법

1. 마케팅 Audience 설정 및 광고 집행
2. MI_DMP Premium 분석 (자사 고객의 세그먼트/오디언스 레벨 다차원 분석)
3. 커스텀 데이터 플랫폼(CDP) 구축

내 고객에 대한 더 심도 깊은 이해 * Ad-brix 연동 필수

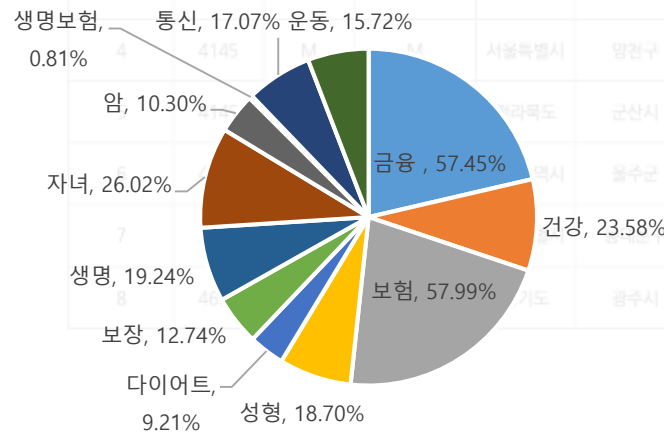
내 고객이 내 서비스 안에서 어떤 행동들을 하는지 아는 것은 중요 합니다. 그러나 그 이상으로 내 고객들이 외부에서 무엇을 하는지, 어떤 사람들이고, 어디에 관심있는 사람인지 이해하게 되는 경우, 월등히 더 많은 기회를 만들 수 있습니다.

MobileIndex DMP Premium 분석 서비스를 통해, 내 고객이 어떤 사람인지, 어디에 살고 있으며, 어디에 관심을 가지고 있는지 확인해 보세요.

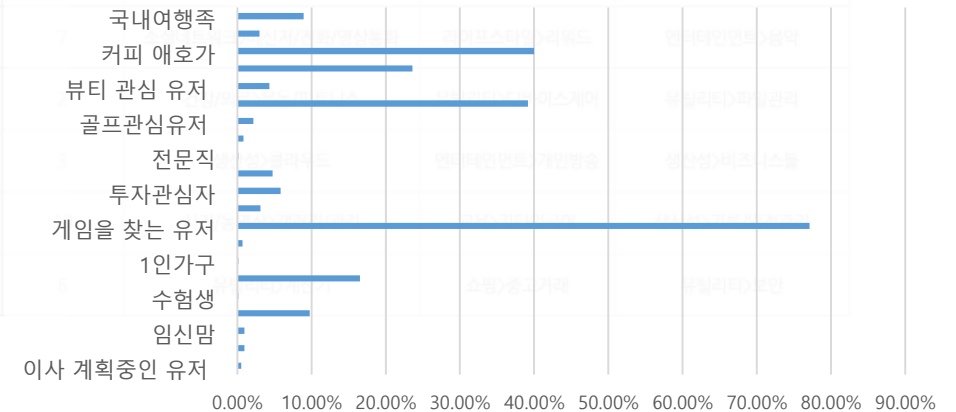
오디언스 분류(Segment) 종류

- 1) Demo Graphic(성별, 연령)
- 2) Interest (관심사)
- 3) Look a like (유사도)
- 4) Geo(지역)
- 5) Persona(페르소나)
- 6) 미혼/결혼
- 7) 자산지수

< 관심사 키워드의 예 >



< 추정 페르소나의 예 >



세그먼트와 오디언스 레벨의 Deep dive 분석 * Ad-brix 연동 필수

MobileIndex DMP Premium 분석 서비스는 Ad-brix의 강력한 Audience Builder를 통해 생성된 세그먼트와 오디언스 레벨로 분류된 고객에 대해서도 가장 깊게 그 특징을 분석해 드립니다.

← Audience Create

Segment (3) 전체 열거보기 + 추가

Segment A 100,331

Segment B 674,390

Segment C 674,390

Segment

A

B

C

Demo 활성화

Audience Builder

저장

100.3k

674.4k

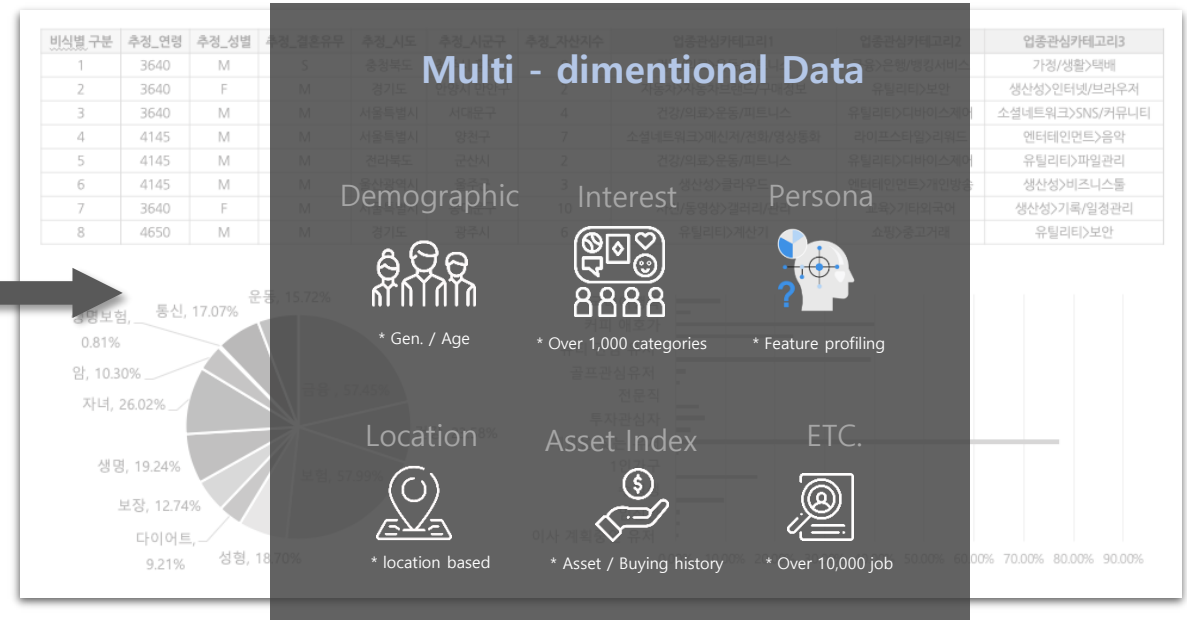
674.4k

774.7k

100.3k

애드브릭스 Audience Builder 의 강점

- Join 조건을 이용하여 복잡한 수식 설정 없이도 오디언스 설계 가능
- 저장된 오디언스를 대상으로 데이터 분석 가능 (코호트 분석)
- 앱 간 교차 오디언스 빌딩 가능 (단, 동일한 어카운트에 등록되어 있어야 함)



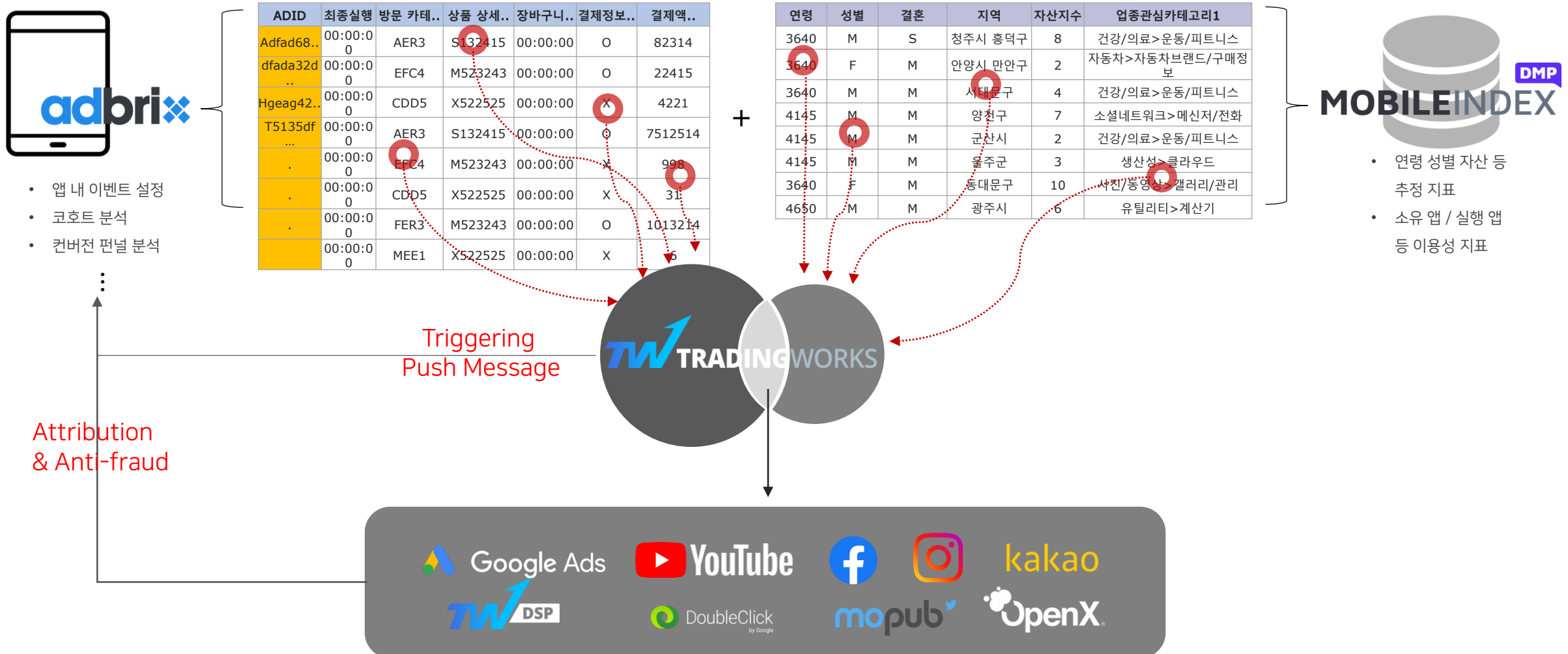


모바일인덱스 DMP를 활용하는 3가지 방법

1. 마케팅 Audience 설정 및 광고 집행
2. MI_DMP Premium 분석 (자사 고객의 세그먼트/오디언스 레벨 다차원 분석)
3. 커스텀 데이터 플랫폼(CDP) 구축

Mobile Index CDP Structure * Ad-brix 연동 필수

Mobile Index 가 제공하는 커스터머 데이터 플랫폼(CDP)를 통해, 손쉽게 1st party Data 와 3rd party Data를 결합하실 수 있습니다.
 Mobile Index CDP를 통해, 내 앱의 코호트 분석부터 → 3rd party DMP 활용 → 오디언스 생성 및 캠페인 실행 → 성과 측정까지
 분절 없는 데이터의 연결(Seamless Data Connectivity)이 제공하는 최고의 퍼포먼스를 경험하세요.



Thank you

Contact us

모바일인덱스DMP 이용 문의 : MI@igaworks.com

www.mobileindex.com

www.facebook.com/mobileindex.kr

www.igaworks.com