

***ATELOS***

**DV360 소개서**

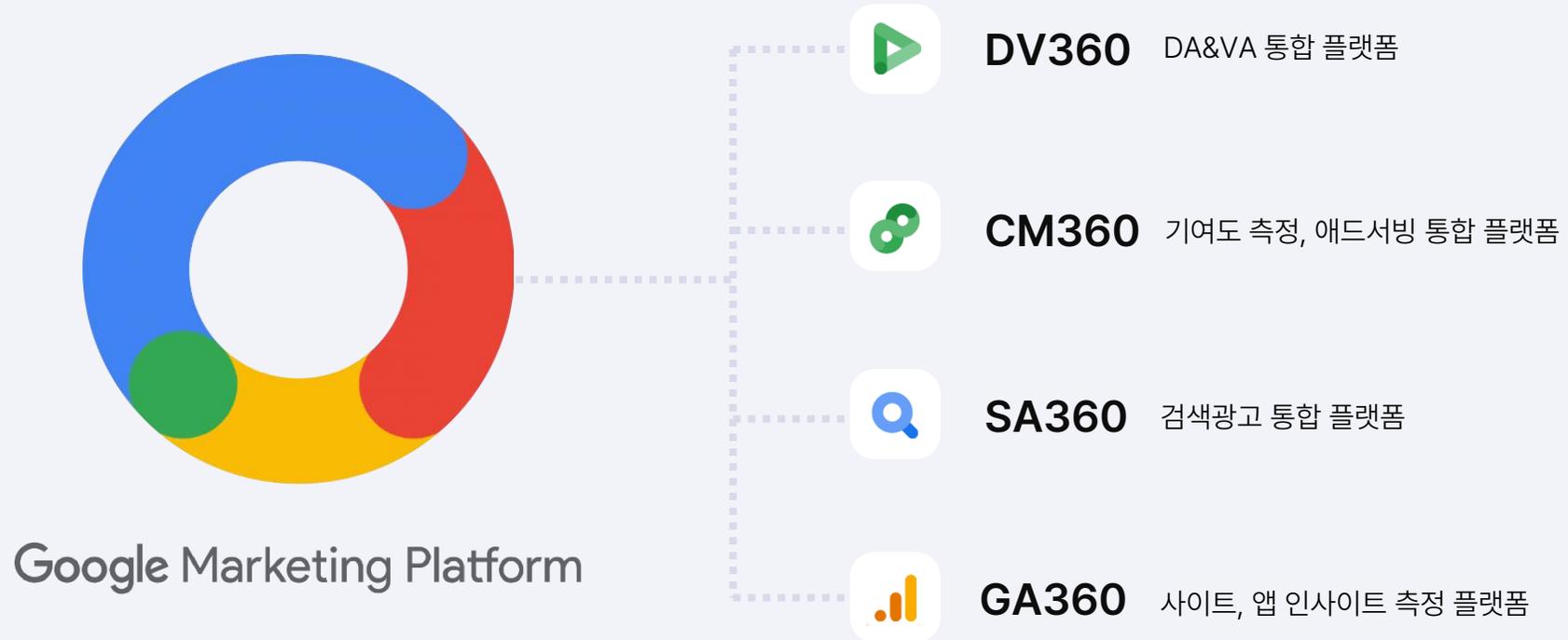
---

Display & Video 360



# GMP 소개

다양한 디지털 광고 상품을 위한 세분화 된 플랫폼으로서 각 플랫폼의 목적에 맞는 깊이 있는 인사이트를 제공합니다.



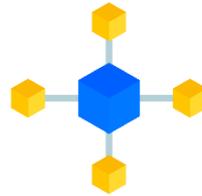
# GMP 소개

다양한 디지털 광고 상품을 위한 세분화 된 플랫폼으로서 각 플랫폼의 목적에 맞는 깊이 있는 인사이트를 제공합니다.



## 전문 플랫폼

구글의 전문가용  
유료 광고 플랫폼



## 통합 플랫폼

하나의 플랫폼 안에서  
통합하여 진행



## 기능 발전

각각의 목적에 맞게  
다양한 기능 추가

 DV360

# Display & Video 360 소개

구글 마케팅 플랫폼의 DSP(Demand Side Platform)이자, 미디어 바이팅을 위해 사용되는 DA&VA 통합 플랫폼이며 모든 디스플레이와 비디오 광고를 하나의 통합된 플랫폼으로 사용합니다.



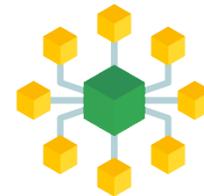
## 실시간 입찰

구글의 DSP 플랫폼으로  
실시간 입찰



## DA&VA 전문

디스플레이  
비디오 광고 전문  
플랫폼



## 통합 플랫폼

고도화된 다양한 기능을  
하나의 플랫폼안에서  
통합하여 진행



## 다양한 연동

구글 지면 외 80여개  
AD exchange 연동

# 지원 광고 상품

다양한 디스플레이 광고와 비디오 광고 포맷, DV360에서 최적의 효율을 만들어 냅니다.



**스탠다드 배너 광고**  
Display



**동적 소재 광고**  
Display



**상품 연동 광고(DCO)**  
Display



**비디오 광고**  
Video



**유튜브 광고**  
YouTube & partners audio



**오디오 광고**  
Audio



**앱 인스톨 광고**  
Mobile App install



**커넥티드 티비 광고**  
Connected TV



**옥외 광고**  
Digital Out of Home

# 자동화 입찰 전략

DV360의 업그레이드된 자동화 입찰 전략으로 **오디언스의 행동패턴을 분석하고 학습하여 자동으로 최적화**가 진행됩니다.  
브랜드 인지도 최적화, CPC, CPA 최적화, 맞춤형 최적화 등 다양한 광고 목표를 극대화 할 수 있습니다.

## Big strategy

Automated bidding  
Maximize clicks ▾

while prioritizing a target CPC ▾ \$ 0.10 USD

### ^ Additional options

Do not exceed average CPM of \$ 1.00 USD

Prioritize deals over open auction inventory <sup>?</sup>

Fixed bid  
\$ 0.00 USD

최대 노출 입찰 전략으로  
**브랜드 인지도 상승**



최대 클릭 입찰 전략으로  
**고객 유입 증대**



최대 전환 입찰 전략으로  
**목표 KPI 증대**



맞춤형 입찰 전략으로  
**ROAS 증대,  
퍼널 별 전환 수 증대**



# 타겟 설정

노출 지면과 오디언스등을 통하여 캠페인 전략에 따라 교차 타겟팅 등의 다양한 조합으로 설정이 가능합니다.



## 컨텐츠 기반 타겟팅

- 브랜드 세이프티
- 인벤토리 환경
- 앱 사이트
- 게재/ 컨텐츠 위치
- 키워드
- 조회 가능성
- 카테고리
- 언어
- 동영상 사이즈



## 기술 디바이스 기반 타겟팅

- 브라우저
- 디바이스
- 연결속도
- 통신사 ISP



## 사용자 기반 타겟팅

- 오디언스
  - 자사 오디언스 데이터
  - 구글 오디언스
  - 경쟁사URL, 키워드 추출, 앱 추출, 오디언스
  - 제 3자 오디언스 데이터
- 지역
- 날짜 및 시간
- 인구통계
- Frequency



## 인벤토리 소스 타겟팅

- 공개 입찰 인벤토리
- Programmatic guaranteed deals
- Tag guaranteed deals
- Non-guaranteed fixed deals
- Non-guaranteed auctions

# 다양한 연동을 통해 퍼포먼스 극대화

구글 플랫폼 및 다양한 써드 파티 툴 연동을 통해 오디언스 활용 및 성과를 다방면에서 측정하고 퍼포먼스를 극대화시킵니다.

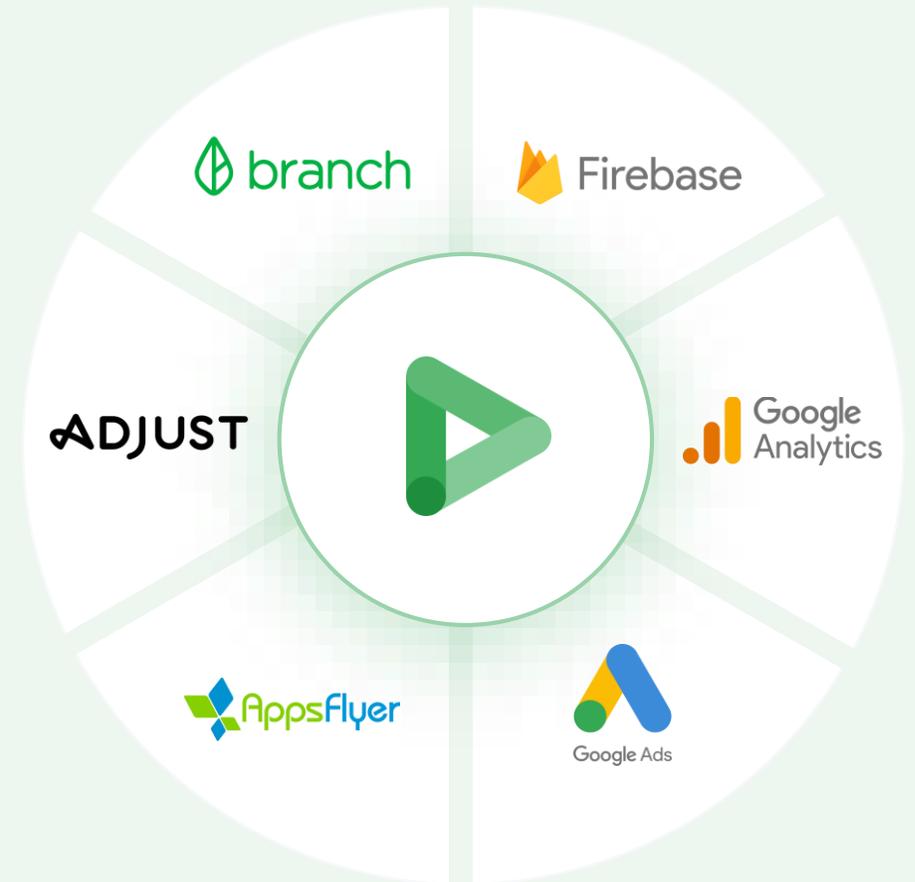
01 GA 및 써드파티 툴의 연동을 통해 **오디언스 세그먼트 활용** 가능

02 GA 360 연동 후, **잠재고객 리마케팅** 가능

03 써드파티 앱 트래킹 툴 연동을 통해 **성과 측정 개선**

04 분석기능을 활용 캠페인에 맞는 **타겟 오디언스 설정**

05 **유튜브 채널과 연동**을 통한 모수 활용



DV360



# 특징과 장점

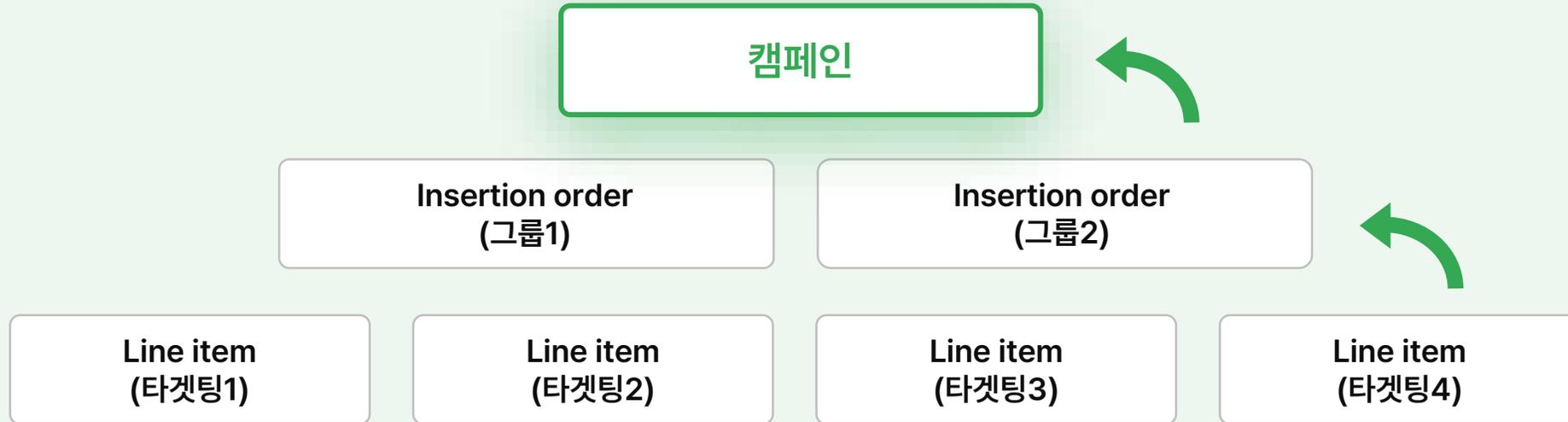
# 광고주 맞춤형 입찰 전략

로우 퍼널까지 가는 여정상의 각각의 행동에 점수를 다르게 적용하고 인지도 퍼널에 낮은 점수를 전환에 가까운 퍼널에 높은 점수를 부과하여 **인지도부터 최종 전환까지의 여정을 모두 광고주 맞춤형 입찰 전략**이 가능합니다.



# 트리 구조 학습 과정

트리구조의 학습 과정으로 실질적인 타게팅인 라인아이템 단계에서의 내용을 상위 단계인 **Insertion order 레벨에서 참고하여 학습**이 진행됩니다.  
지속 집행 시 타게팅이 변동되어 **신규 생성시에도 처음부터 학습하지 않아도 되는 장점**을 가집니다.



타게팅 변동으로 인한 **신규 생성 시에도 처음부터 학습하지 않아도 됩니다!**

# ADID, IDFA 및 개인정보 오디언스 타게팅

DV360의 Customer Match 기능으로 이제 클라이언트 측 고객의 디바이스 아이디와, 이름 이메일 연락처 등이 있는 경우 일반 리마케팅 대비 더욱 강력한 리마케팅이 집행 가능합니다.

**Name**  
C

---

**Description**  
최근 20일의 구매 오디언스

---

Select the type of customer data you'd like to create an audience with  
Mobile Device IDs ▼

---

Look up your app

**Name**

Information

Information

×

## 사례

### 종합 커머스 C사

ROAS 3,000%

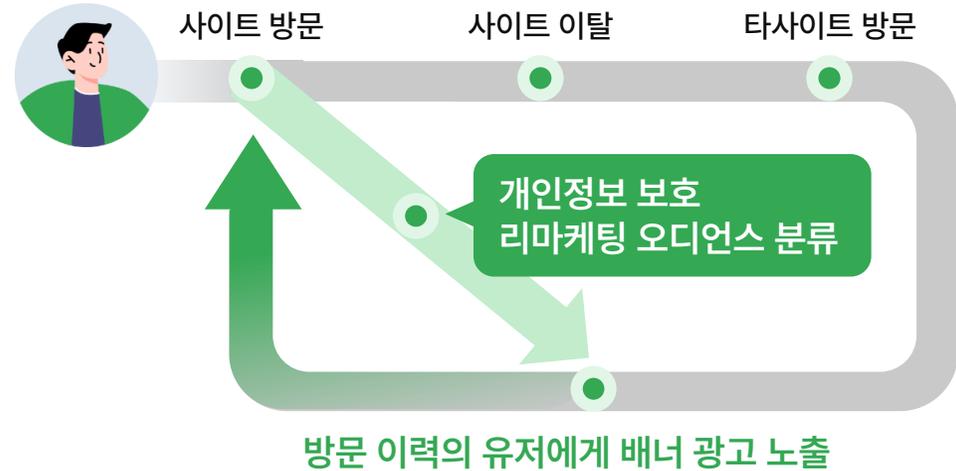
디바이스 아이디 활용, 고객의 월평균 금액대별로 오디언스를 세그먼트 하여 맞춤형 리타겟팅으로 진행하였습니다.

# 써드 파티 쿠키 제한 영향

크롬의 쿠키수집을 중단함에 따라 예상되는 낮은 광고 리타게팅 효율



DV360에서는 영향을 받지 않습니다.



프라이버시 샌드박스를 활용한 리마케팅 유저를 분류하여 DV360에서 크롬 써드파티 쿠키 수집이 중단되어도 강력한 리마케팅 캠페인이 가능합니다.

# 정교한 타겟팅

## 인벤토리 소스 타겟팅



애드익스체인지별로 퍼포먼스에 따라  
익스체인지별로 노출 설정이 가능합니다.

## 향상된 타겟팅



설정된 타겟팅이 실제 퍼포먼스를 보이는  
오디언스와 다르더라도 AI가 실제 퍼포먼스가  
나오는 오디언스로 타겟팅으로 스스로 학습합니다.

## 오디언스 조합



자사 오디언스 와 구글 오디언스의  
다양한 세그먼트를 활용하여 타겟하고자하는  
오디언스에게 정확하게 노출하는것이 가능합니다.

## 노출지면 컨트롤



특정 웹사이트 도메인까지가 아닌 하위 페이지 url  
단계까지 설정이 가능하여 정확한 노출 지면  
타겟팅이 가능합니다.

# 오디언스 통합 분석 기능

Dv360 자체 에서 제공하는 자사오디언스 분석기능으로 구글 오디언스 및 3rd party 오디언스 유사도를 분석하여, 스크립트 설치후 실질적으로 가장 관련이 높은 오디언스를 설정하여 타겟팅하는 것이 가능하기에 고객사의 실질적인 고관여 구글 오디언스를 파악하여 타겟팅시 선적용 하는것이 가능합니다.

**Gender**

Male 69% Female 31%

Data available for 93% of users

---

**Age**

Data available for 88% of users

---

**Parental status**

● Parent  
● Not parent

6% of users

**Household income**

67% of users

---

**Desktop vs. Mobile**

	OVERVIEW	COMBINED	INTEREST	BEHAVIOR	1ST PARTY	3RD PARTY
<b>Combined audience</b> <a href="#">Show All</a>						
Name					Size	Overlap similarity index
화장품			126514764		2,240,500	4.033
의류			126515058		5,594,900	2.768
레이버-구글 오디언스			122478151		379,138,240	1.156
<b>Interest: Affinity</b> <a href="#">Show All</a>						
<input type="checkbox"/> Name					Size	Overlap similarity index
<input type="checkbox"/> Baseball Fans			90204	Sports & Fitness > Sports Fans > Baseball Fans	156,764,942	1.391
<input type="checkbox"/> Media & Entertainment			93034	Media & Entertainment	3,374,339	1.158
<input type="checkbox"/> Taxi Service Users			93031	Vehicles & Transportation > Transportation Modes > Taxi Service Users	132,135,141	1.118
<b>Behavior: In-market</b> <a href="#">Show All</a>						
<input type="checkbox"/> Name					Size	Overlap similarity index
<input type="checkbox"/> Eyewear			80879	Apparel & Accessories > Eyewear	20,097,324	1.432
<input type="checkbox"/> Face Lotions & Moisturizers			80583	Beauty & Personal Care > Skin Care Products > Face Lotions & Moisturizers	110,685,131	1.427
<input type="checkbox"/> Bath & Body Products			80552	Beauty & Personal Care > Bath & Body Products	68,655,674	1.381

## 소재별 최적화

비딩 전략에 따른 소재별로 퍼포먼스를 확인하여 선 노출 순위를 적용하거나 컨트롤하는 것이 가능합니다.  
퍼포먼스에 기반하여 효율이 낮은 소재를 자동적으로 노출순위가 떨어지게 진행합니다.

**Assign creatives**
Creative optimization ? Clicks ▼

<input type="checkbox"/>	Name	ID	CM360 ID	Status	Type	Format	Adv. serving	DV360 status	Exchange status	Dimensions	Source
<input type="checkbox"/>	Name	538404922	383013548	Active	Standard	HTML5	No	Servable	Approved (2 of 2)	300 x 250	Display
<input type="checkbox"/>	Name	536559345	382274870	Active	Standard	HTML5	No	Servable	Approved (2 of 2)	336 x 280	Display
<input type="checkbox"/>	Name	536558753	382277189	Active	Standard	HTML5	No	Servable	Approved (2 of 2)	320 x 100	Display & Video 360
<input type="checkbox"/>	Name	536559448	382277186	Active	Standard	HTML5	No	Servable	Approved (2 of 2)	320 x 50	Display & Video 360

Items per page: 100
1 - 4 of 4
< >

Clicks ✓

Conversions

Even

# 자사 오디언스 Recency 설정 타겟팅

상품 구매 사이클에 따른 광고 노출 유무 기간 설정이 가능하여 좀 더 효율적인 광고운영이 가능합니다.

최신도 기준 타겟팅 :All /1 Minute to 365 days

<b>G1-20230913</b> First-Party · 8376306470	Recency:	<ul style="list-style-type: none"> <li>All Users</li> <li>1 Minute</li> <li>5 Minutes</li> <li>10 Minutes</li> <li>15 Minutes</li> <li>30 Minutes</li> <li>1 Hour</li> <li>2 Hours</li> <li>3 Hours</li> <li>6 Hours</li> <li>12 Hours</li> <li>1 Day</li> </ul>
OR		
<b>G1-20231103</b> First-Party · 8478199061	Recency:	
OR		
<b>G1-20230927</b> First-Party · 8441858697	Recency:	
OR		
<b>G1-20231208</b> First-Party · 8521046083	Recency:	
OR		
<b>G1-20230831</b> First-Party · 8316772794	Recency:	
OR		
<b>G1-20231116</b> First-Party · 8493633615	Recency:	

# 효율적인 위치설정 가능

페이지 위, 아래 피드 내 위치, 기사 내 위치 등의 포지션 별 모든 위치를 수동 가능하며, 이를 학습데이터에 사용할 수 있습니다.  
노출 매체와 게재 위치 파악 시 언론사 기사 노출 지면 중 중단 위치의 효율을 파악하여 타겟팅에 중점 적용이 가능합니다.

✕ Position

---

Select position on screen

Display	Video
<input checked="" type="checkbox"/> Above the fold	<input checked="" type="checkbox"/> Above the fold
<input checked="" type="checkbox"/> Below the fold	<input checked="" type="checkbox"/> Below the fold
<input checked="" type="checkbox"/> Unknown	<input checked="" type="checkbox"/> Unknown

AND

Select position in content

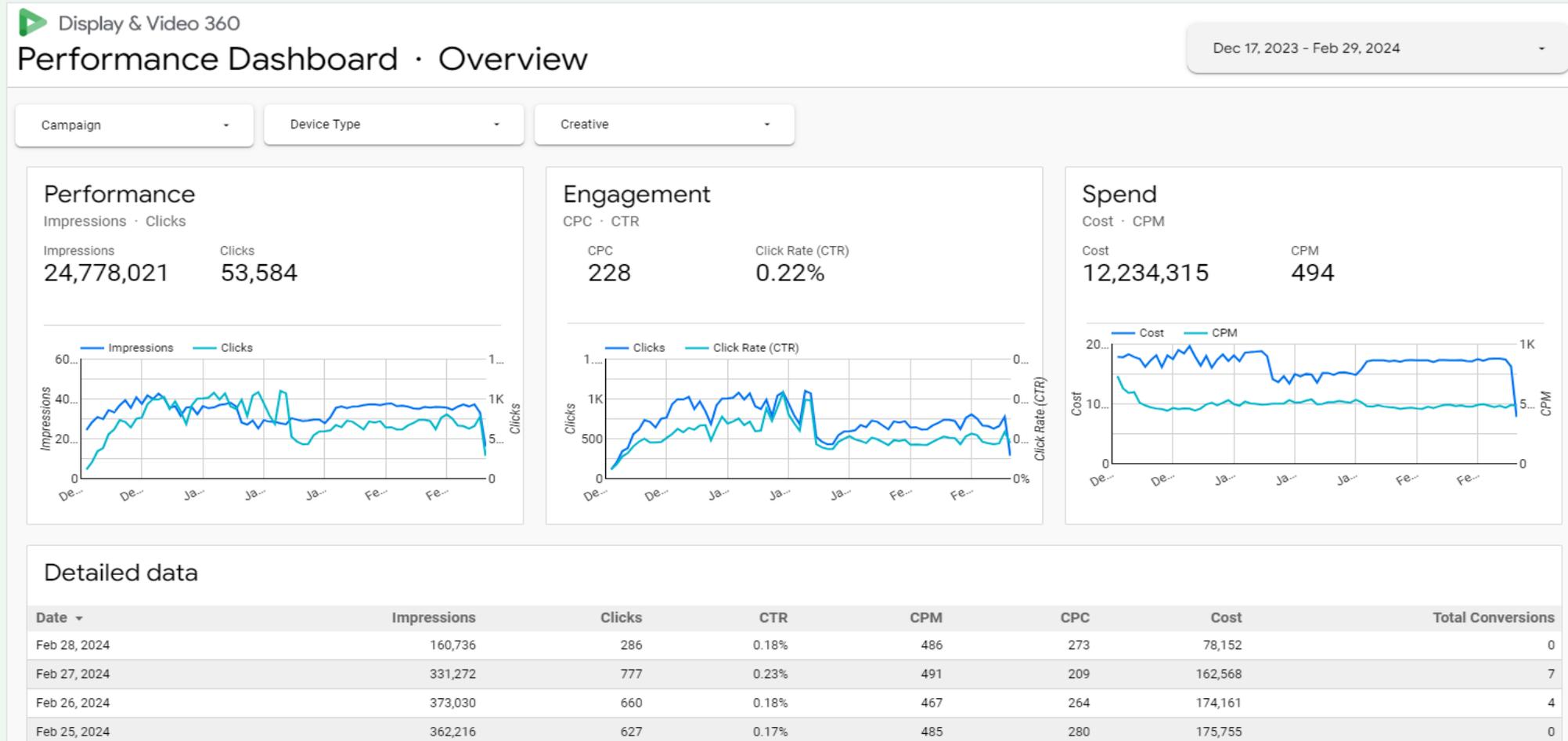
Display	Video in-stream <sup>Ⓢ</sup>	Audio
<input checked="" type="checkbox"/> In-article	<input checked="" type="checkbox"/> Pre-roll	<input checked="" type="checkbox"/> Pre-roll
<input checked="" type="checkbox"/> In-feed	<input checked="" type="checkbox"/> Mid-roll	<input checked="" type="checkbox"/> Mid-roll
<input checked="" type="checkbox"/> Interstitial	<input checked="" type="checkbox"/> Post-roll	<input checked="" type="checkbox"/> Post-roll
<input checked="" type="checkbox"/> In-banner		<input checked="" type="checkbox"/> Unknown
<input checked="" type="checkbox"/> Unknown		

Native	Video out-stream <sup>Ⓢ</sup>	
<input checked="" type="checkbox"/> In-article	<input checked="" type="checkbox"/> In-article	
<input checked="" type="checkbox"/> In-feed	<input checked="" type="checkbox"/> In-feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Peripheral	<input checked="" type="checkbox"/> Interstitial	
<input checked="" type="checkbox"/> Recommendation	<input checked="" type="checkbox"/> In-banner	
<input checked="" type="checkbox"/> Unknown	<input checked="" type="checkbox"/> Unknown	

# 광고주 맞춤형 리포트 제공

광고주 맞춤형 리포트 제공으로 분석하고자 하는 소재별, 날짜별, 전환별 등등의 다양한 항목으로 광고주 맞춤형으로 리포트 제공이 가능합니다.

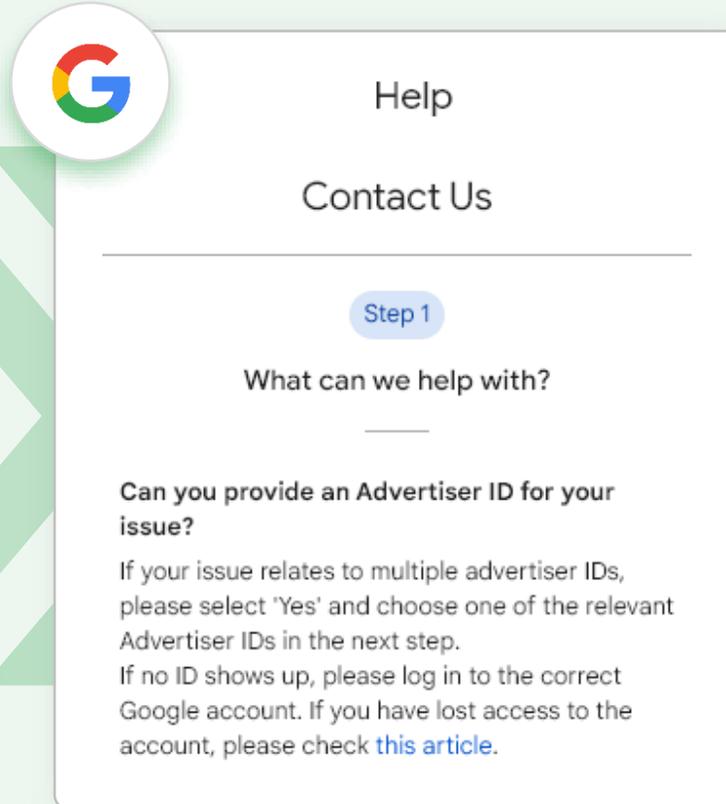


# 강력한 구글 서포트 지원

구글의 유료 플랫폼 DV360은 무료 플랫폼 대비 빠른 서포트 지원이 가능합니다.  
이외 구글애즈 조건부로 활성화하여 사용할 수 있는 기능들이 대부분 즉시 사용 가능합니다.

**24시간**  
상시 상주하고 있는 **서포트**

\* 뉴욕 시간 기준 일요일 제외



Help

Contact Us

Step 1

What can we help with?

Can you provide an Advertiser ID for your issue?

If your issue relates to multiple advertiser IDs, please select 'Yes' and choose one of the relevant Advertiser IDs in the next step.

If no ID shows up, please log in to the correct Google account. If you have lost access to the account, please check [this article](#).

이슈 발생 시  
빠른 대처 및 서포트 가능!

DV360



# Google Ads와 비교 분석

# Google Ads vs DV360



## Google Display Network

- 65% 커버리지
- 높은 경쟁 강도로 인한 CPC단가 상승
- 신규 광고 기능 선 적용
- 일반적인 구글 입찰 알고리즘
- 맞춤형 입찰 알고리즘 적용 불가
- 구글 지면 한정
- 3rd party 오디언스 이용 불가



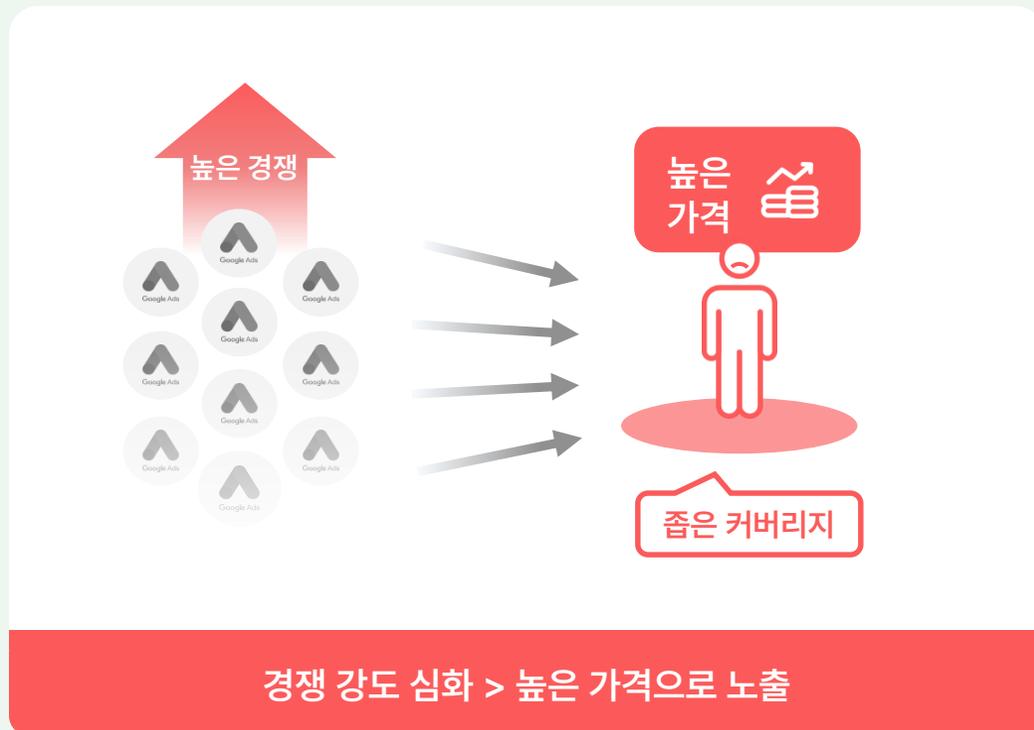
## Display & Video 360

- **90%** 커버리지
- **낮은 경쟁 강도**로 인한 CPC단가 하락
- **광고 기능 개선**되어 후 적용
- **구글 입찰 알고리즘** 개선 적용
- **맞춤형 입찰 알고리즘** 적용 가능
- 구글애즈 지면 외 **Ad exchange 지면 포함**
- **3rd party 오디언스** 이용 가능

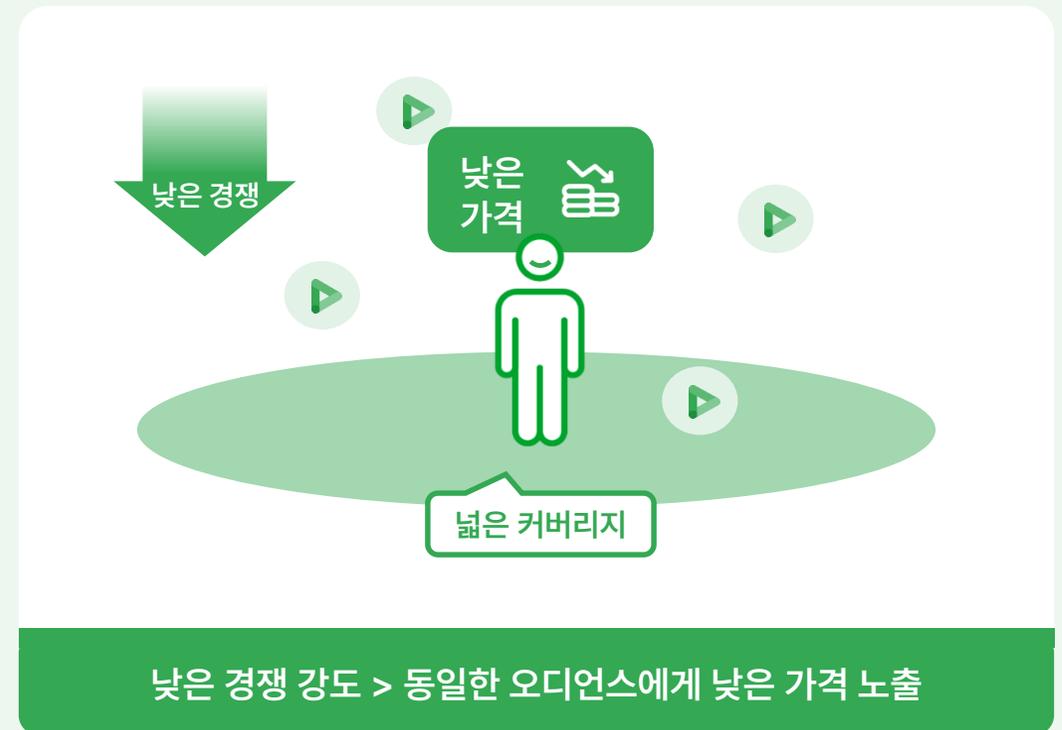
# 넓은 커버리지로 더 낮은 노출당 단가

DV360은 타겟 오디언스가 구글 지면에 도달할 때의 입찰가와 구글지면이 아닌 곳에 도달할 때의 입찰가를 비교하여 **더욱 효율적인 곳에 노출**하게 됩니다.  
또한, 동일한 오디언스에 더욱 효율적으로 입찰하여 더욱 낮은 노출당가로 광고 진행이 가능합니다.

## Google Ads



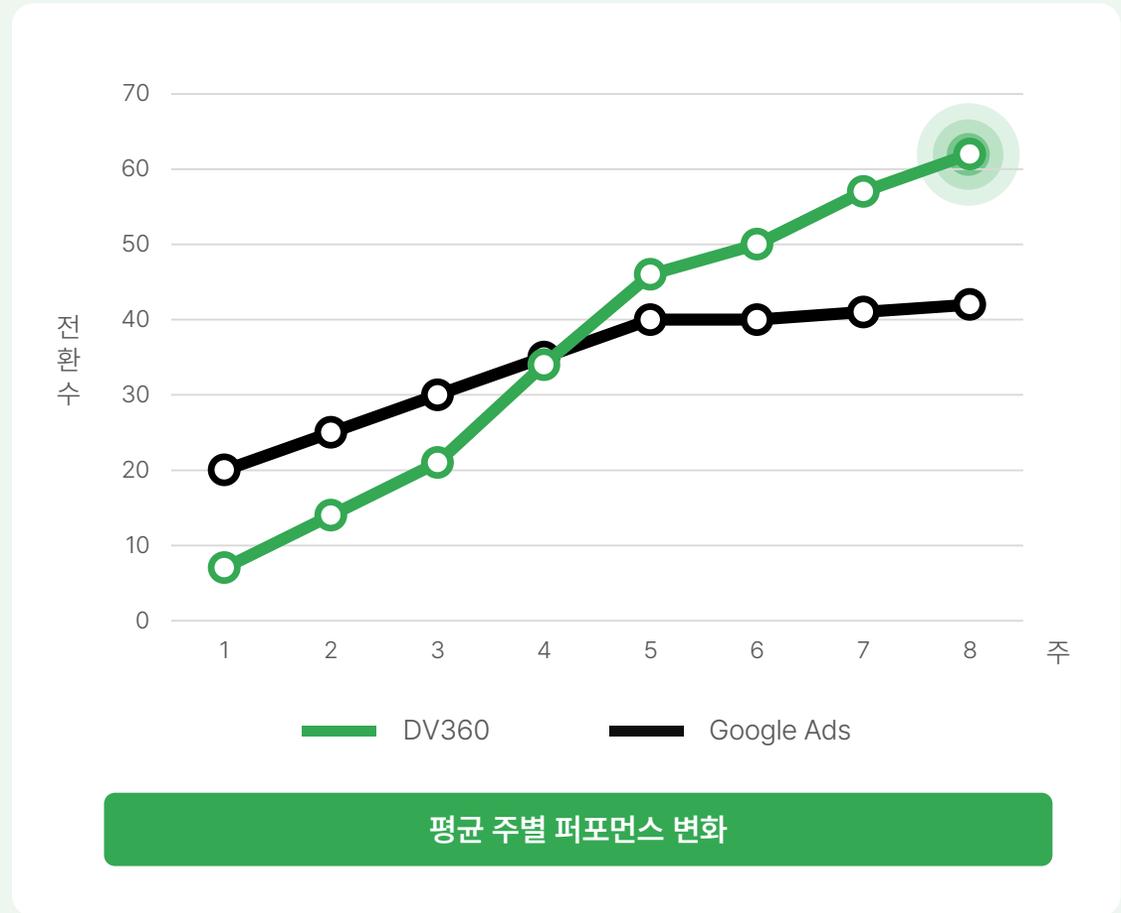
## DV360



# 퍼포먼스 비교

Google Ads 대비  
 더욱 많은 광고 신호와  
 기여모델까지 분석 하여 학습을 통한  
 더욱 높은 후반 퍼포먼스를 보입니다.

광고 신호 개수 +25%  
 평균 퍼포먼스 교차시점 4~5주  
 CM360을 통한 기여도 모델 적용가능



광고상품



이미지



# 스태틱 이미지

## 적합 광고주

브랜드 인지도부터 전환까지 **모든 여정을 고려하는 광고주**

## 특징

가장 대표적인 광고 형태로서  
**이미지 형태로 지정된 위치**에서 보이는 광고이며,  
최적화가 타 소재 대비 **약 10%** 빠르게 진행

## 입찰전략

모두 지원



# 동적 소재 (브랜드 인지도 증가)

## 적합 광고주

브랜드 인지도를 최대화하여 **자사 오디언스 증대**를 희망하는 광고주  
**특정 이벤트 홍보** 최대화를 희망하는 광고주

## 특징

**애니메이션**이 들어간 주목도가 높은 배너로서 **배너 무시**에 효과적으로 대처할 수 있습니다. (스탠다드 이미지 대비 클릭률 20% 증가)

## 기타

제작기간 : 영업일 5일

입찰 전략 : 모두 지원

월 집행금액 1000만원 이상 무상 지원

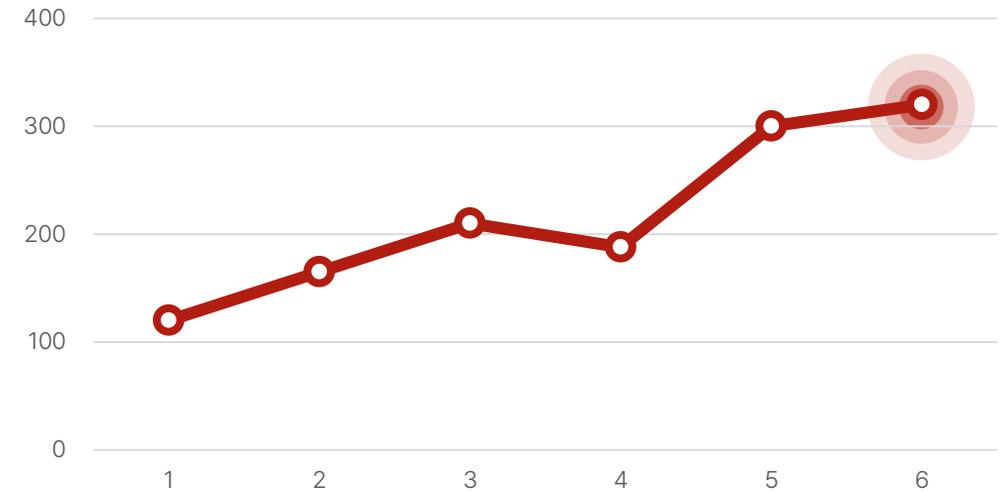
배너 링크

예시 01

예시 02

## B 광고주 사례

집행 6개월 후 ROAS 320% 달성 !



업종 : 화장품 | KPI : 월별 이벤트, 상품 매출, 증가 목표

# 동적 소재 (상품 리타겟팅)

## 적합 광고주

커머스 업종의 구매 전환을 극대화하기를 희망하는 광고주

## 특징

실시간 유저의 행동을 기반으로 **개인화 소재를 자동으로 생성 및 노출**하여 **커머스 업종의 광고에 특화**되어 있습니다.  
(스탠다드 이미지 대비 전환률 15% 증가)

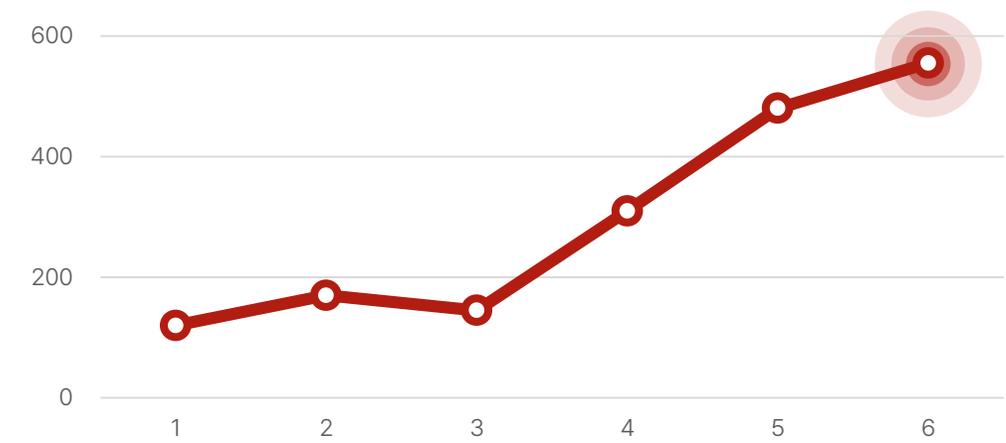
## 기타

제작기간 : 영업일 5일  
입찰 전략 : 모두 지원  
광고주 피드와 연동 필요



## C 광고주 사례

**집행 6개월 후 ROAS 520% 달성!**



업종 : 여성 의류 | KPI : 매출

광고상품

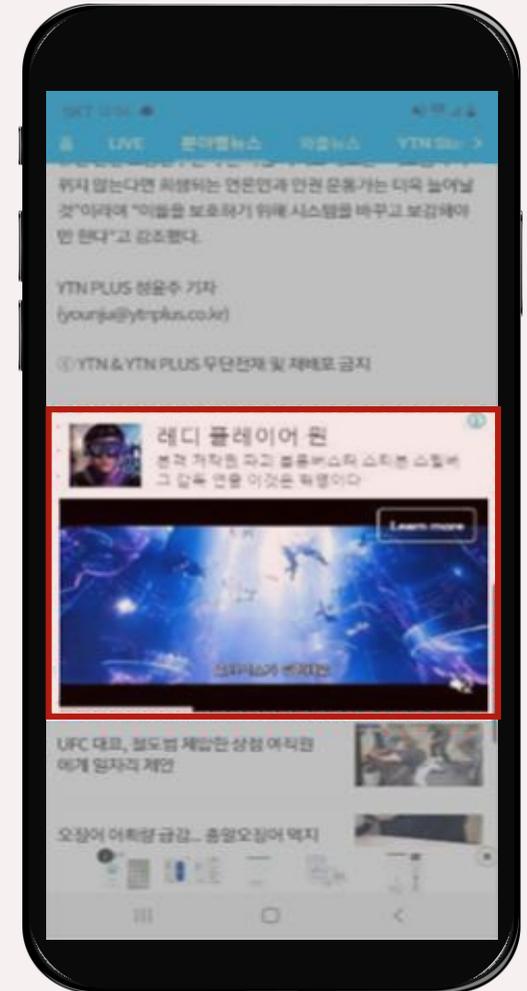
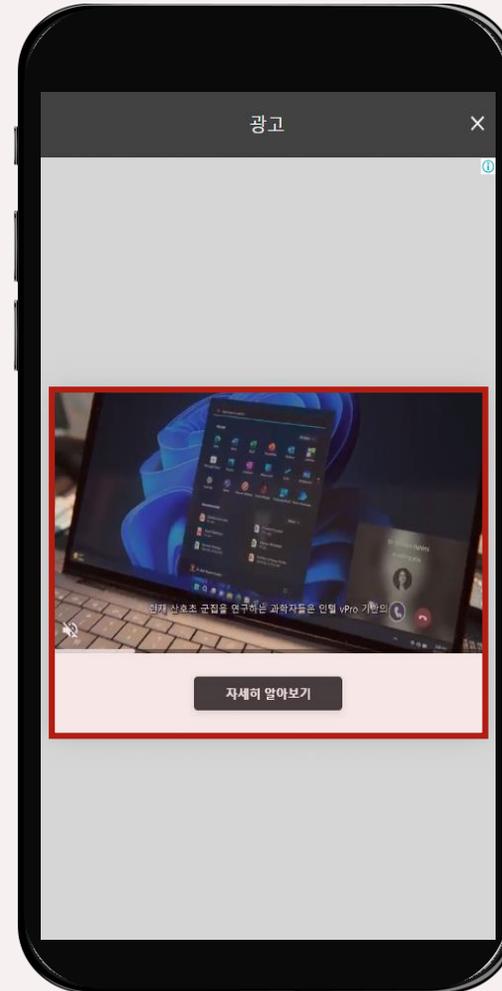


비디오



# 아웃스트림 비디오

노출 위치	웹 또는 앱상에서의 배너 구조 중 비디오 재생을 지원하는 구조에 노출 (유튜브 미포함)
소재 형식	15초 미만, 15초, 20초, 30초, 60초, 90초 이상의 비디오 영상(16:9, 4:3, 9:16, 3:4 비율)
랜딩페이지	아웃링크
타겟팅	인구 통계, 오디언스, 문맥, 주제, 리타겟팅
옵션	컴패니언 배너, 스킵 버튼
특징	유튜브 광고 대비 낮은 CPM



# 유튜브 인스트림 스킵퍼블

소재 형식	5초 스킵 가능한 길이 무제한 영상 5초 후 스킵버튼 생성
랜딩페이지	아웃링크
타겟팅	인구통계, 오디언스, 문맥, 주제, 리타겟팅
옵션	컴패니언 배너, CTA Extension
최적화 옵션	인지도 최대화, 전환 최대화
특징	유튜브 대표적 상품으로서 스킵하지 않은 유저에게만 과금되는 상품



# 유튜브 범퍼

소재형식 **6초 이내의 스킵이 불가능한 6초 미만 유튜브 영상**

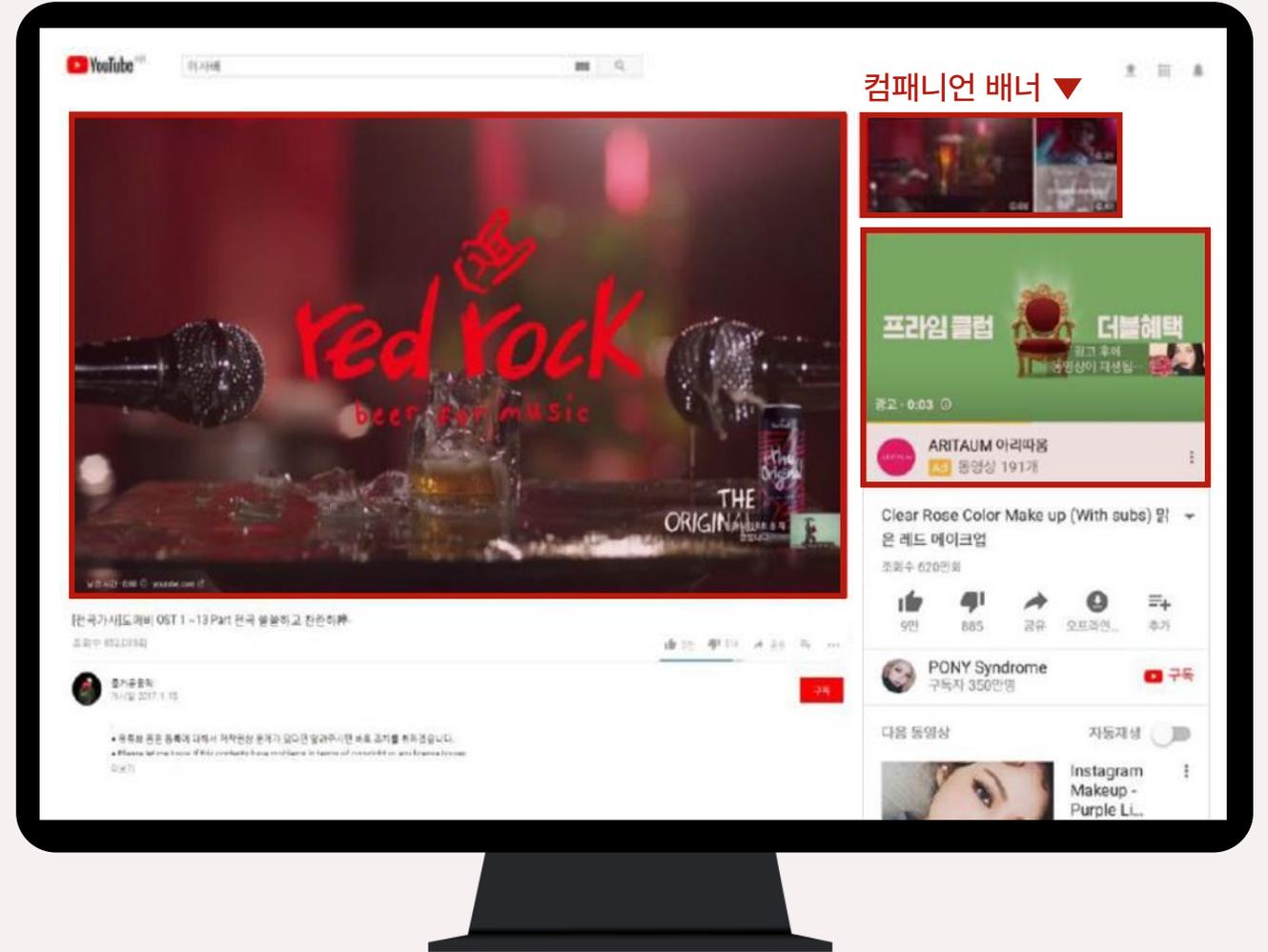
랜딩페이지 아웃링크

타겟팅 인구통계, 오디언스, 문맥, 주제, 리타게팅

옵션 컴패니언 배너, CTA Extension

최적화 옵션 인지도 최대화, 전환 최대화

특징 브랜드성 캠페인으로 저렴한 CPM



# 유튜브 논스킵퍼블

소재 형식	15초 이하의 스킵이 불가능한 6초~ 15초 유튜브 영상
랜딩페이지	아웃링크
타겟팅	인구통계, 오디언스, 문맥, 주제, 리타게팅
옵션	컴패니언 배너, CTA Extension
특징	스킵이 불가능한 광고로서 인지도 증대에서 가장 큰 효율



# 유튜브 Trueview for action

인피드, 스킵퍼블, 쇼츠 영역 중 전환에 포커스를 맞춰  
 자동으로 노출 위치 및 최적화가 진행되는  
 상품 지면 선택 불가능 (효율에 따라 자동 노출)  
 CTA 버튼, 컴패니언 배너, 엔드 스크린 등  
 아웃링크 기능이 확장되어 전환 최적화에 용이한 유튜브 광고

이제 브랜드 인지도만이 아닌  
**전환에 포커스를 맞춰 유튜브 광고**를  
 진행할 수 있습니다.



성과 분석



# 케이스 스터디



# A 광고주

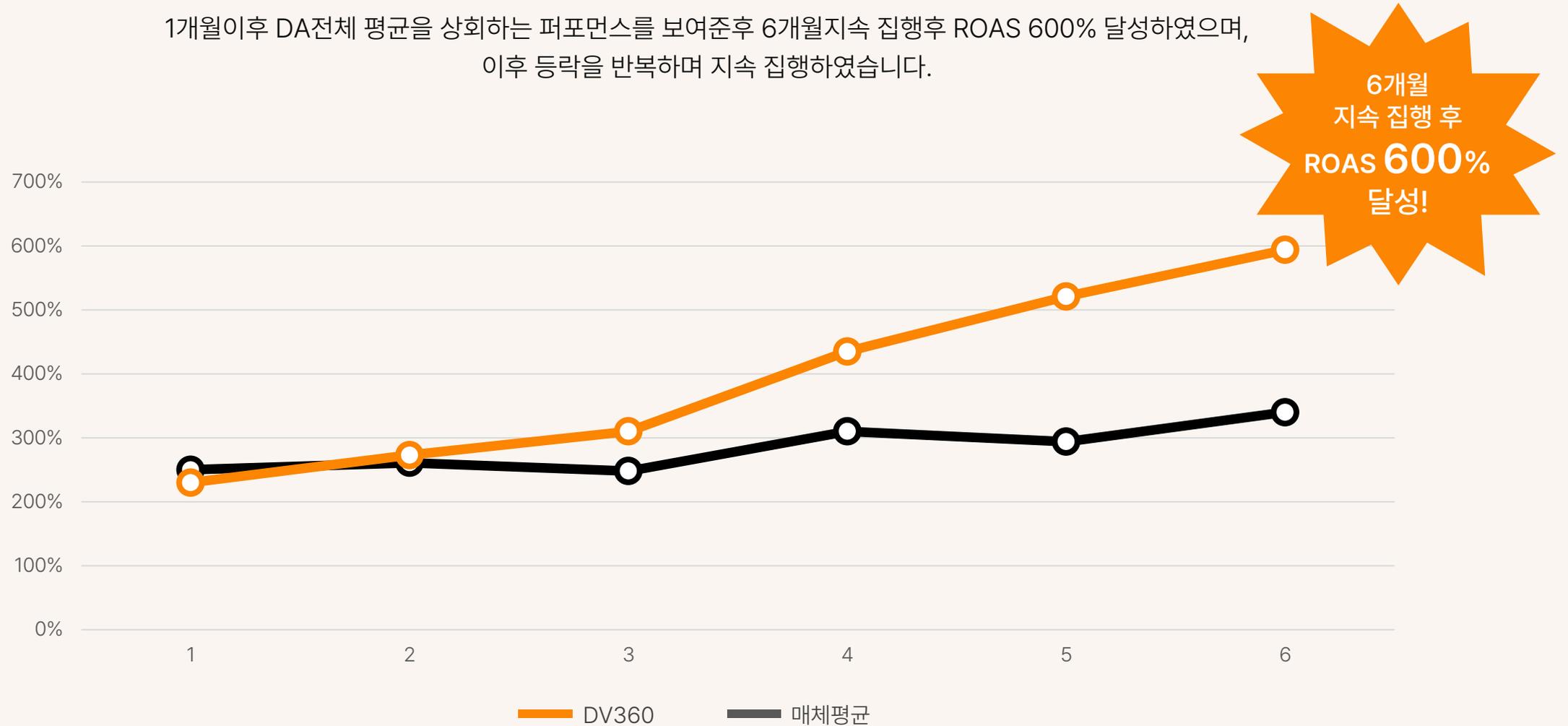
광고 유형	배너 (리치미디어)
업종	F & B
KPI	매출
소재 전략	이벤트 맞춤형 리치미디어 활용
맞춤형 입찰전략	유입 < 회원가입 < 구매 순으로 중요도 비중을 달리하여 맞춤 입찰 알고리즘 적용
타겟팅	경쟁사 사이트 추출 오디언스 타겟팅 및 배달 음식 관심 구글 오디언스



예시 보기

# A 광고주 퍼포먼스 추이

1개월이후 DA전체 평균을 상회하는 퍼포먼스를 보여준후 6개월지속 집행후 ROAS 600% 달성하였으며, 이후 등락을 반복하며 지속 집행하였습니다.



성과 분석



# 레퍼런스



# 코스메틱



광고주	노출수	클릭수	클릭률	CPC	CPM	CPA	CVR	전환	소진비용	매출	ROAS
A사	27,911,289	49,850	0.18%	271	484	15,179	1.79%	890	13,509,494	49,850,031	369%
B사	33,704,111	82,543	0.24%	153	376	36,375	0.42%	348	12,658,330	52,025,738	411%
C사	38,156,040	72,138	0.19%	200	377	29,938	0.67%	481	14,400,335	42,192,982	293%
D사	118,824,098	86,187	0.07%	296	215	60,651	0.49%	421	25,534,012	89,369,042	350%
E사	22,394,374	29,868	0.13%	390	521	20,134	1.94%	579	11,657,421	31,374,380	269%
F사	16,180,423	22,300	0.14%	421	580	40,109	1.05%	234	9,385,455	39,748,340	424%

# 의류



광고주	노출수	클릭수	클릭률	CPC	CPM	CPA	CVR	전환	소진비용	매출	ROAS
A사	7,760,176	12,579	0.16%	250	405	4,417	5.65%	711	3,140,641	48,296,197	1538%
B사	24,924,665	22,310	0.09%	245	219	15,914	1.54%	343	5,458,598	42,433,252	777%
C사	8,758,845	11,746	0.13%	349	468	8,273	4.22%	496	4,103,506	71,552,585	1744%
D사	12,427,537	15,689	0.13%	308	389	13,107	2.35%	369	4,836,366	16,933,089	350%
E사	18,558,081	32,707	0.18%	353	623	5,765	6.13%	2,005	11,559,790	62,103,981	537%
F사	5,970,625	11,571	0.19%	374	725	6,739	5.55%	642	4,326,199	24,849,179	574%

# 금융

대출 거절된 분도 100% 승인  
**햇살론 재대출**

- 연소득 3,500만원 이하
- 4대보험 가입 3개월 이상 재직하신분
- 이미 햇살론을 받았어도 최대한도 재대출ok
- 신용대출 부결난 분도 ok

개인회생 · 개인파산 · 신용불량  
· 4대보험미가입자 · 개인사업자 · 외국인 신청 불가

신규/중요고객  
조리후속 시 추정

**국내주식 BIG 3 이벤트**  
2023.07.01-07.31

10,000원  
10,000원  
10,000원  
10,000원

유안타증권 YUANTA SECURITIES (Korea)

와우인베스트이카데미

"기특할만큼 받았을뿐인데..."

**급등주로 수익냈어요!**

카톡알림 서비스신청하기

신용회복중이어도 대출가능

**100% 당일대출**

저신용자 대출 승인률 99.9%

햇살론을 받았어도 최대한도 재대출

**4대보험 가입 3개월 이상 재직하신 분이라면 100% 승인**

개인회생 · 개인파산 · 신용불량  
· 4대보험미가입자 · 개인사업자 · 외국인 신청 불가

광고주	노출수	클릭수	클릭률	CPC	CPM	CPA	CVR	전환	소진비용	KPI
A사	21,030,638	15,771	0.07%	281	211	21,025	1.34%	211	4,436,342	전환
B사	165,516,447	122,958	0.07%	77	57	20,455	0.38%	462	9,450,348	전환
C사	11,499,500	26,237	0.23%	132	300	52,277	0.25%	66	3,450,251	전환
D사	16,421,979	37,048	0.23%	123	277	27,236	0.45%	167	4,548,440	전환
E사	60,210,133	113,661	0.19%	220	415	76,811	0.29%	325	24,963,628	전환

# 식품



광고주	노출수	클릭수	클릭률	CPC	CPM	CPA	CVR	전환	소진비용	매출	ROAS
A사	20,147,106	38,557	0.19%	173	331	12,817	1.35%	520	6,661,392	19,251,422	289%
B사	23,841,632	7,546	0.03%	582	184	8,676	6.71%	506	4,391,602	13,701,798	312%
C사	37,580,903	40,316	0.11%	212	227	133,368	0.16%	64	8,535,568	29,106,287	341%
D사	15,831,606	19,963	0.13%	264	333	9,850	2.68%	535	5,269,954	14,703,172	279%
E사	11,298,042	17,388	0.15%	315	484	60,786	0.52%	90	5,470,750	16,084,005	294%

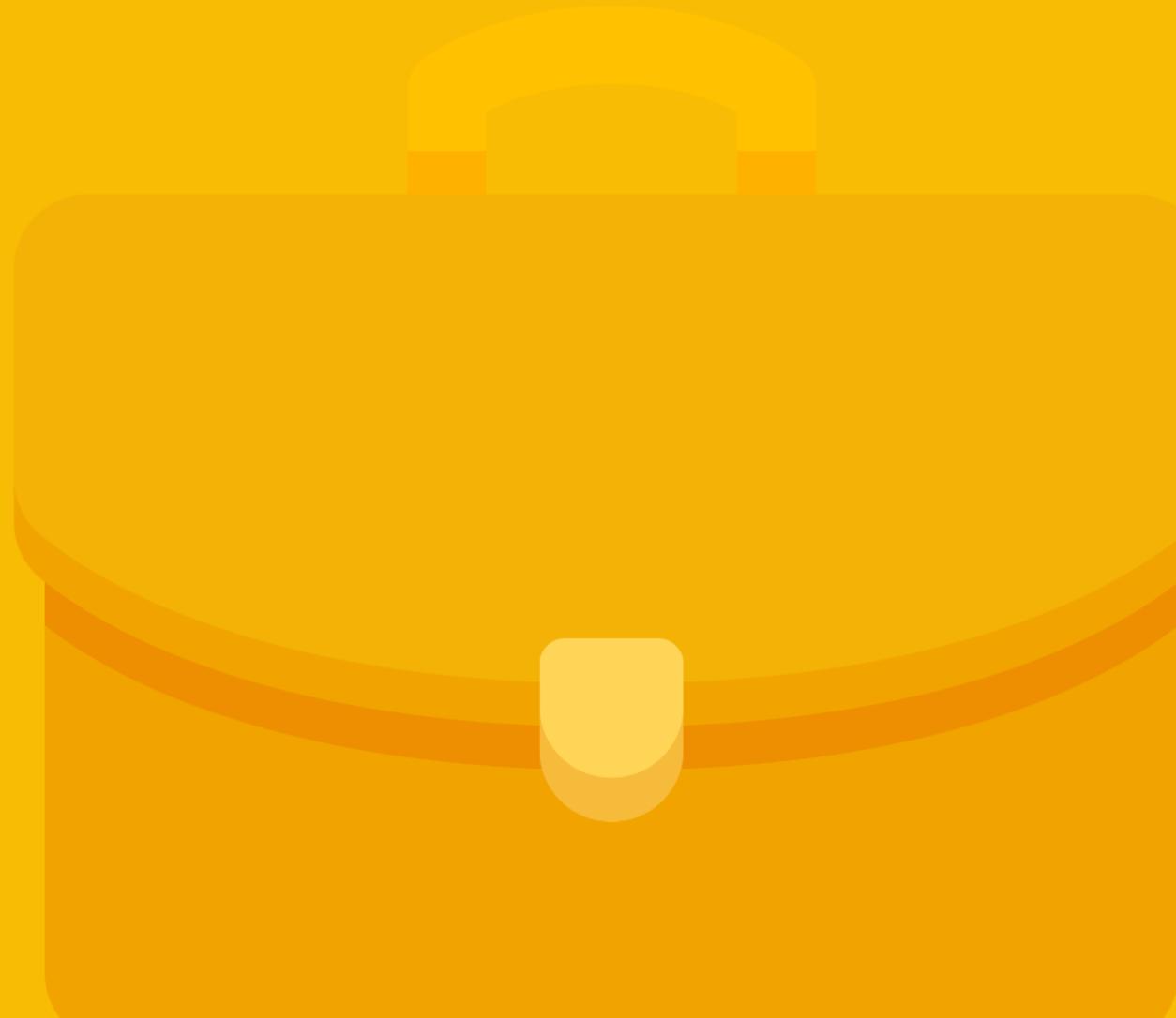
# 웹툰



광고주	노출수	클릭수	클릭률	CPC	CPM	CPA	CVR	전환	소진비용
A사	16,687,508	22,923	0.14%	240	330	8.598	2.80%	641	5,511,564
B사	16,799,158	261,204	1.55%	64	989	4.802	1.33%	3,461	16,619,388
C사	56,988,230	353,910	0.62%	45	281	5.644	0.80%	2,841	16,033,211



# 프로세스 / FAQ



# 집행 프로세스

일반적인 캠페인인 경우 전체 프로세스는 약 1주일 정도가 소요됩니다.



# FAQ

## Q1. 최소집행금액은 얼마인가요?

타게팅별 테스트 진행과 최적화가 진행될 수 있도록 월 500만원을 최소 집행금액으로 책정하고 있습니다.

## Q2. 소재 검수하는데 얼마나 걸리나요?

DV360은 최대 48시간이 소요되나 보통 4~5시간 정도 소요됩니다.

## Q3. 세팅하는데 얼마나 걸리나요?

근무일 기준 1일이 소요됩니다.

## Q4. 소재 최적 세트 수 및 교체 지원 수는 어떻게 되나요?

소재 교체는 언제든지 가능합니다. DV360특성상 시작 시점부터 2주 안의 소재 교체는 퍼포먼스에 악영향을 미칠 수 있어 해당 시점 이후의 교체를 추천 드립니다.

## Q5. 최적화 진행 시 얼마나 걸리나요?

목표한 전환 설정에 따라 다르나 평균 3주 정도가 소요됩니다.

# ***ATELOS***

We do programmatic