

Session 2. DDN 운영가이드 및 사례

2016.09.20. | 카카오 교육마케팅셀 박은주 부장

목차

1. DDN 광고의 이해

1.1 디스플레이 광고 필요한가

1.2 DDN 광고 개요

1.3 DDN 광고 현황

2. DDN 특징점

2.1 고효율 트래픽

2.2 유니크한 타겟팅 기술

2.3 소재관리를 손쉽게, 동적소재

3. DDN 광고 운영 사례

3.1 광고 목적별 운영 사례

3.2 소재 운영 사례

4. DDN 광고 집행 프로세스

4.1 DDN 광고 등록 프로세스

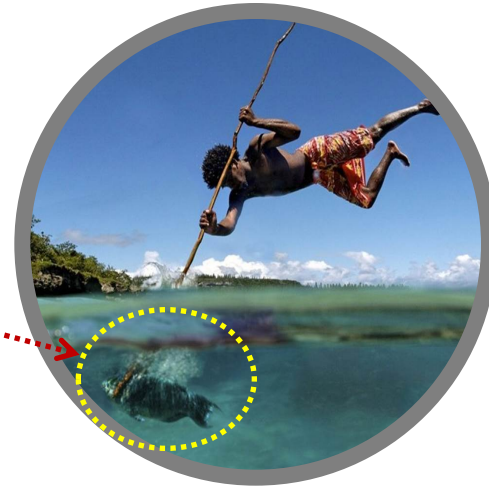
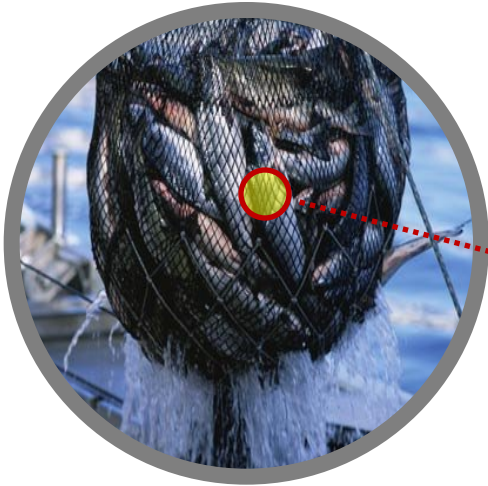
4.2 전환추적코드 & 리타겟팅 코드 활용

1. DDN 광고의 이해

- 1. 디스플레이 광고가 필요한가
- 2. DDN 광고 개요
- 3. DDN 현황

1. 디스플레이광고 왜 해야할까?

Big Data 분석 ➔ 목표 타겟 도달률 향상 & 높은 효율의 퍼포먼스 가능



Premium Display AD

1. 대규모 트래픽 단위 집행
2. 광고 임팩트 위주의 브랜딩 중심
3. 광고인지도/브랜드인지도/선호도/구매의향 중심의 Long-Term Comm.

Performance based Display AD

1. 타겟 오디언스 단위 집행
2. 타겟 전환 위주의 퍼포먼스 중심
3. 직접 구매 및 회원 전환을 위한 ROAS 중심의 Short-Term Comm.

1. 2 DDN 광고란

다양한 타겟팅 기능을 통해 잠재고객을 타겟팅하여 광고를 노출하고
광고를 클릭한 경우에만 과금하는 CPC 방식의 WEB 디스플레이 네트워크 상품입니다.



PC 웹 노출 예



Mobile 웹 노출 예



1.2 DDN 광고 개요 : 노출 영역

국내 최상위 포털 Daum을 기반으로 Nate, 중앙일보 등 효율 높은 제휴 네트워크의 PC, Mobile내 주요 디스플레이 광고 영역에 DDN 광고가 노출됩니다.

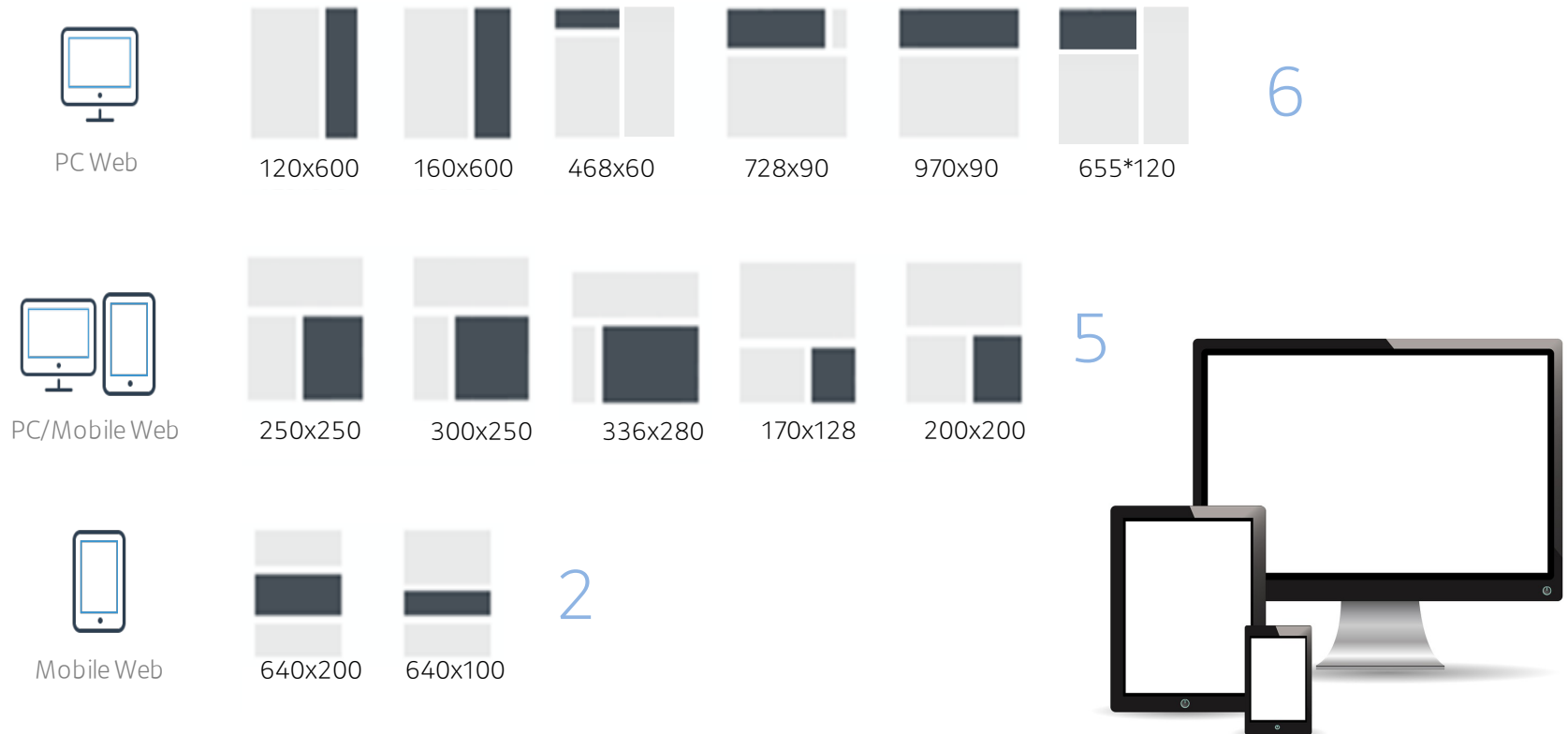
Daum 내 노출 (다음포털을 비롯한 네트워크 사이트의 검색결과에 노출)				제휴 네트워크 (제휴 네트워크 다양한 콘텐츠 섹션 또는 제휴 앱/웹에 노출)				
PC 영역		Daum 초기	미디어	로그인	NATE	중앙일보	일간스포츠	dongA.com
		로그인	금융	메일	프레시안	ezday	dcinside.com	iMBC
		미즈넷	부동	섹션	OSEN	노컷뉴스	아시아경제	Let's PLAY mgoon
		지식	영화	게임	전자신문	경향신문	머니투데이	스포츠서울
Mobile 영역		라이프	루리웹	커뮤니티	inven	YTN	스포츠투데이	MLBPARK
		카페	자동차	TV팟	JJang	알바천국	SBS 뉴스	오늘의유머 todayhumor.com

| 6

1.2 DDN 광고 개요 : 노출 사이즈

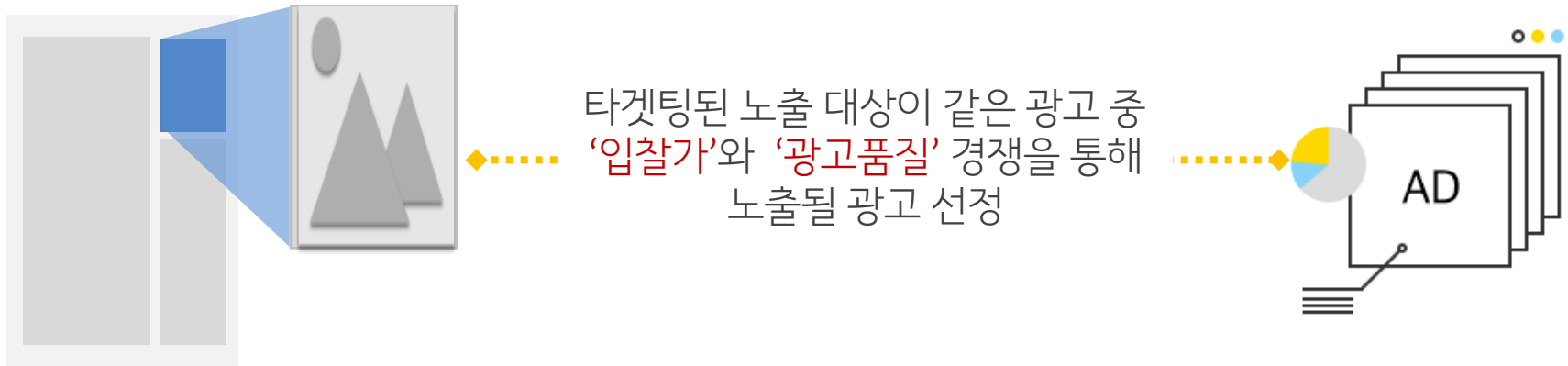
PC, Mobile에 총 13종의 사이즈로 정지 이미지, 애니메이션 이미지, 플래시 소재, 동적 소재를 지원합니다.

| 디바이스별 소재 제작 사이즈



1.2 DDN 광고 개요 : 노출 및 과금방식

광고를 클릭한 경우에만 과금 되는 CPC(Cost per Click)방식으로
최소 10원부터 실시간 광고 입찰이 가능해 탄력적인 광고 운영이 가능합니다.



광고 효과 지표인 “광고 CTR”이 높을 수록 클릭 실과금액은 더 저렴하게 책정되어 과금 됩니다.



2. DDN 광고 특징점

1. 고효율 트래픽
2. 유니크한 타겟팅 기술
3. 소재관리를 손쉽게, 동적소재

2. DDN 광고 특장점 ① 고효율 트래픽

Daum 주요 트래픽을 살펴보면,

The screenshot shows the Daum homepage with a search bar at the top. Below the search bar, there's a banner for 'for kakao FRIENDS RUN'. To the right, there's a user profile for 'helen' with options like '로그아웃', '메일 0', '카페', '증권', and '블로그'. Below the banner, there's a large advertisement for '브랜드명' (Brand Name) featuring a woman in a hat. To the left of this, there's a section titled '2016년 06월 초기배너사이즈 1.5배 확대' (2016 June Initial Banner Size 1.5x Expansion) with a sub-header '→ CTR 약 30% 상승, PPC 유지' (→ CTR approx 30% increase, PPC maintained). Below this, there's a news article about Kim Hee-soo and a section titled '스토리펀딩' (Story Funding) with three items: '우연히 마주친 미지의 풍경' (Unexpected landscape I met), '오바마가 사랑하는 혼자만의 시간' (Obama's favorite solo time), and '잃어버린 손을 다시 찾기까지' (Until I found my lost hand). To the right of the 'Story Funding' section, there's a section titled '2016년 08월 DDN 동적소재 노출 오픈 (18시~09시)' (2016 August DDN Dynamic Material Exposure Open (18:00~09:00)). Below this, there's a section titled 'KBO리그' (KBO League) with a 1:8 ratio and a '경기영상' (Game Video) button. At the bottom, there's a section titled '08.31 날씨 증권 환율 TV 운세' (08.31 Weather Stock Exchange Exchange Rate TV Fortune).

2016년 06월 초기배너사이즈 1.5배 확대
→ CTR 약 30% 상승, PPC 유지

2016년 08월 DDN 동적소재 노출 오픈
(18시~09시)

2. DDN 광고 특장점 ① 고효율 트래픽

뉴스 연예 스포츠

뉴스검색



뉴스 홈 주요뉴스 이슈 연재 랭킹뉴스 TV 배열이력

17°C 강릉

좋아요

팔로우

소식받기

전체기사 사회 정치 경제 국제 문화 IT 칼럼 포토 매거진

실시간 뉴스 ▶ 예산 400조원 시대... 복지비 사상 최대

브라질 호세프 대통령 탄핵안 상원 표결 시작

탄핵안 통과 유력

서울경제 | 김봉현 기자 | 입력 2016.08.30 22:56

댓글 6

카카오톡

트위터

페이스북

가 + - | | | | | ?

지우마 호세프 브라질 대통령 탄핵안에 대한 상원의 최종표결이 30일(현지시간) 시작됐다.

상원은 이날 오전 10시 30분께 전체회의를 열고, 호세프 대통령 탄핵을 지지하는 측과 반대하는 측의 의견을 1시간 30분씩 듣는 절차를 진행했다.

상원의원들은 차례로 나와 10분씩 탄핵에 관해 발언하고 나면 탄핵심판을 이끄는 히카르두 레반도브스키 대법원장이 탄핵 찬·반 의견을 정리해 발표할 예정이다. 이어 탄핵에 반대하는 의원



이시각 주요뉴스

종합

스포츠

연예

라이프

· "멀티포" SK 최정 "출판보다는 타점 올리고파"

· '14안타 8득점' 롯데, 모처럼 틀어맞은 타순 변화

· 두산 에반스, 사인미스였지만 홈런이라 벌금...

· 토트넘, 손흥민 볼프스 아적 제의 거절..잔류...

· '84일 만의 7승' 레일라, 공격적 투구로 씻어낸...

· 한화 투수 박지환 '원전' 은퇴판의 변

PC 주요 서비스영역에 주목도 높게 노출

Daum 메일

메일

주소록

편지쓰기

내게쓰기

스팸클리어 ON

인원을 7

받은편지함

내게쓰편지함 6

보관함

청구서함

카페편지함 1

보낸편지함 수신확인

임시보관함

스팸편지함 2 비율

휴지통 비율

다른메일 확인 설정

환경설정 자주쓰는ID

Daum 스마트 워크 부가서비스

모르면 나만 손해
Daum 메일앱
자세히보기

받은편지함

내게쓰기

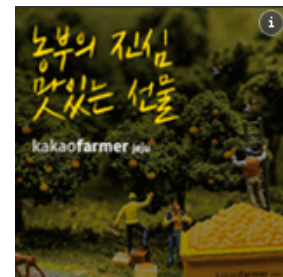
닫기

쓰던 페이지 가기

새편지 쓰기

내게쓰편지함에서 확인할 수 있습니다.

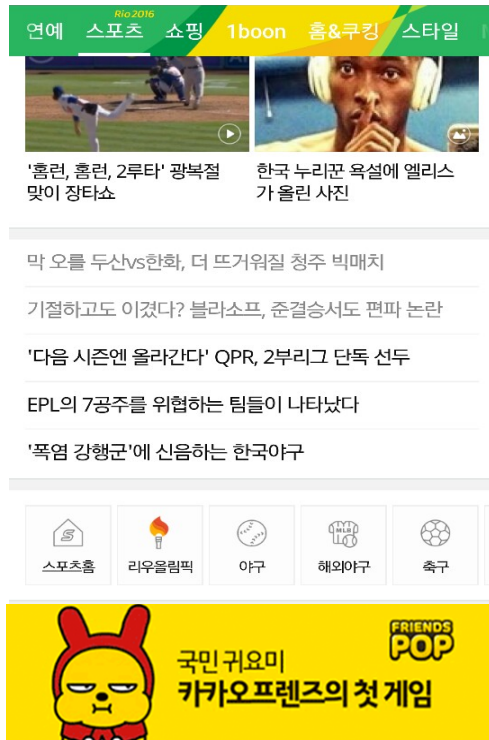
내게쓰편지함에 저장된 편지는 언제든 수정이 가능합니다.



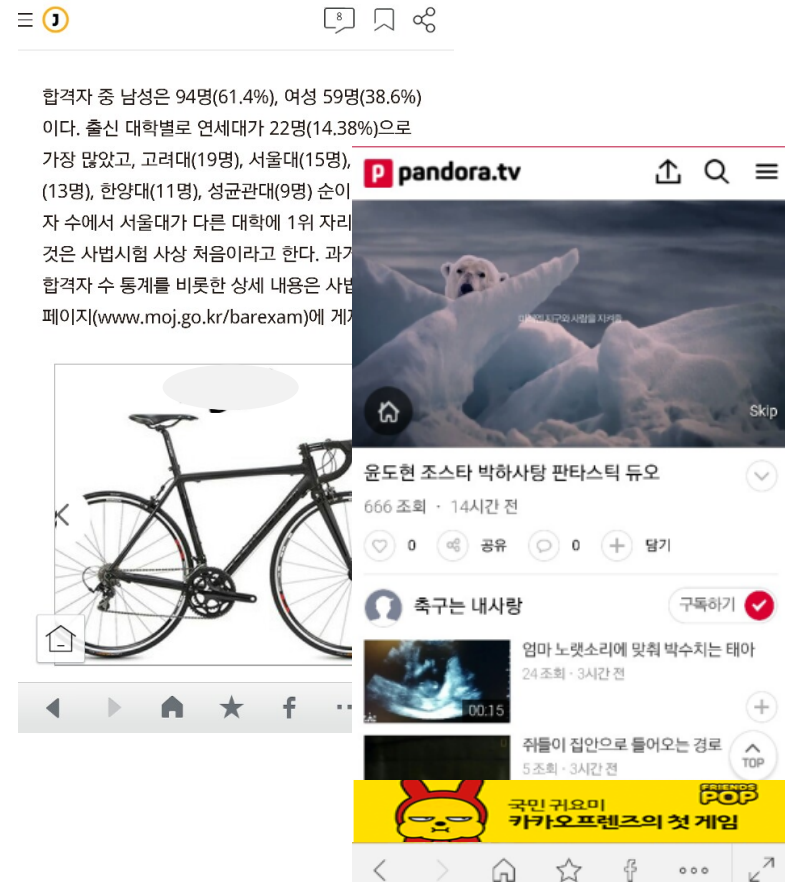
2. DDN 광고 특장점 ① 고효율 트래픽

특히 모바일에서 광고는..

m.Daum 지면(8월 오픈)



모바일 제휴네트워크



2. DDN 광고 특징점 ② 타겟팅 기술

고도화된 광고 타겟팅 로직으로 맞춤형 메시지를 노출하여
자사의 상품/서비스에 관심이 높은 잠재고객의 유입 및 전환을 극대화합니다.



※참고사항 : 쇼핑 카테고리 타겟팅의 경우, 모바일 환경에서 모수가 적어 노출이 제한적일 수 있음
플랫폼 타겟팅은 모바일웹에 한함

2. DDN 광고 특징점 ② 유니크한 타겟팅 기술

검색어 타겟팅은, 특정 키워드검색 이력의 쿠키 정보를 활용하여 자사의 상품 및 서비스와 관련된 특정 키워드를 등록한 후, 사용자 검색 시 맞춤형 광고를 노출합니다.

The diagram illustrates the process of search-based targeting. It starts with a search engine (DdM) where a user searches for '동유럽 패키지' (Eastern Europe Package). This search history is then used by a travel agency's website (www.gmarket.co.kr) to display targeted advertisements for Eastern Europe packages. The advertisement highlights various travel options and prices, such as '프리미엄링크 '동유럽 패키지' 관련 광고입니다.' and 'G마켓 동유럽패키지 www.gmarket.co.kr'. The ad also mentions '동유럽여행 코스', '동유럽 패키지여행 후기', and '동유럽 패키지 후기'.

The advertisement content includes:

- 프리미엄링크 '동유럽 패키지' 관련 광고입니다. ①**
- G마켓 동유럽패키지** www.gmarket.co.kr
- G마켓 동유럽패키지, 해외여행을 다들다 G마켓여행, 8월 성수기 해외여행 가격비교실시!
- 유럽여행전문 투어마** www.tourya.com
- 문화관광부 우수상품선정, 24시간 가이드 유럽단체여행, 나만의 색깔있는 유럽자유여행.
- 동유럽패키지 투어캐빈** www.tourcabin.com
- 동유럽패키지, 실속있는 여행준비, 마감임박 특가상품, 지역별 특가상품 할인예약.
- 대명그룹종합여행사 대명투어몰** www.daemyungtourmall.com문의
- 동유럽 발판 패키지, 크로아티아&슬로베니아 여행최적가, 특가찬스 동유럽패키지.
- 100회출장 유럽스케치** www.eusk.co.kr
- 100회출장 전문가의 NO쇼핑NO출산 패키지, 시내중심 숙박, 15명대감, 409만원.

The advertisement also features a sidebar with various travel-related links and a main content area with detailed information about the package, including a list of destinations and a price breakdown.

The advertisement is titled '동유럽 할인특가' (Eastern Europe Discount Special) and features a large image of a castle in a mountainous landscape. The text below the image reads: '동유럽 할인특가'.

The advertisement is part of a larger campaign, as indicated by the '뉴스' (News) section on the right, which includes a headline: '당사오픈은 옳았다..개방 특구 선전시, 스타트업 '꿈의 무대로' (Our opening was right...Special Economic Zone of Shenzhen, Startup 'Dream Stage')'. The news article discusses the success of the company's opening in Shenzhen and the role of the Special Economic Zone in supporting startups.

2. DDN 광고 특장점 ② 유니크한 타겟팅 기술

쇼핑카테고리타겟팅은, Daum 쇼핑하우 방문자를 대상으로
58개 세부 카테고리별 사용정보를 기반으로 맞춤형 광고를 노출합니다.

쇼핑하우



전체 **^** 패션/뷰티 가전/컴퓨터 가구/생활/건강 식품/유아동 여행/레저/자동차 테마픽

베스트100 기획전

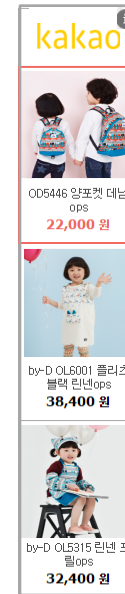
패션/뷰티	가전/컴퓨터	가구/생활/건강	식품/유아동	여행/레저/자동차
여성의류 남성의류 테마의류/잡화 스포츠의류/운동화/잡화 언더웨어 신발/수제화 가방/지갑/잡화 주얼리/시계/액세서리 스킨케어/메이크업 향수/바디/헤어	휴대폰/액세서리 디카/캠코더/주변기기 영상가전/TV/홀시어터 음향가전/전자사전/MP3 생활가전/세탁기/청소기 주방가전/냉장고/전기밥솥 계절가전/에어컨/온열기기 이미용/건강/욕실가전 노트북/스마트패드 데스크탑/모니터/PC부품 프린터/PC주변/사무기기 게임/주변기기	침실가구 거실/주방가구 수납/전통가구 홀오피스/주니어가구 인테리어/DIY 침구/커튼/카펫 주방/식기/용기 생활/정리용품 욕실/청소/세제 산업/공구/안전용품 문구/사무/용지 애완/악기/취미 건강관리/실버용품	쌀/과일/농축수산물 가공식품/과자/초콜릿 음료/생수/커피 홍삼/건강/다이어트식품 분유/기저귀/물티슈 출산/유아용품/임부복 유아동의류/신발/가방 완구/교육/교구 놀이방매트/침구/가구	해외여행 국내여행 공연 상품권/e쿠폰/서비스 등산/캠핑/낚시 구기/헬스/수영/스키 자전거/인라인/모터싸이클 골프클럽/의류/용품 자동차용품 내비/블랙박스/하이패스 도서/음반/DVD

2. DDN 광고 특장점 ③ 소재 관리를 손쉽게, 동적소재

소재 자동화 시스템으로, 쇼핑하우에 등록되어 있는 상품의 DB를 활용해 자동으로 소재를 만들어드립니다. 소재 제작 및 소재 심사의 과정을 거치지 않습니다.

이미지 소재	동적 소재
쇼핑하우 광고주ID 쇼핑몰URL	
소재명	소재_11 5/70자 * 복수의 사이즈를 선택 시 동일한 소재명으로 입력됩니다.
사이즈	☒ 250x250 ☒ 200x200 ☒ 970x90 ☒ 160x600 ☒ 336x280 ☒ 300x250 ☒ 728x90 ☒ 120x600 ☒ 468x60 ☒ 170x128 ☒ 280x150
우선노출?	인기상품순 ▼
필터?	☒ 미설정 (전체상품 노출) ☐ 설정 (일부상품 노출)
미리보기	미리보기

소재 등록 시
동적소재 설정화면



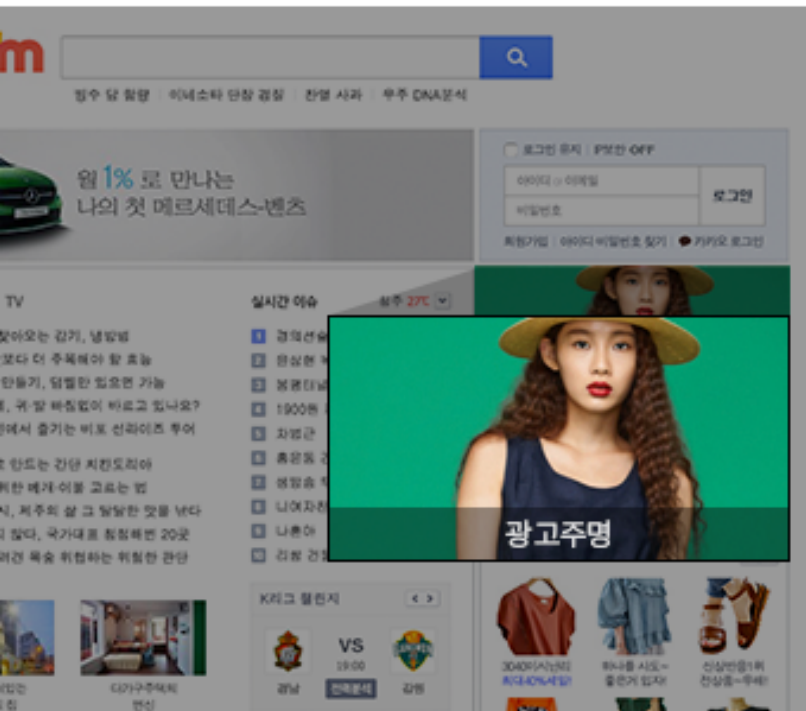
다양한 사이즈로
간편제작

2. DDN 광고 특징점 ③ 소재 관리를 손쉽게, 동적소재

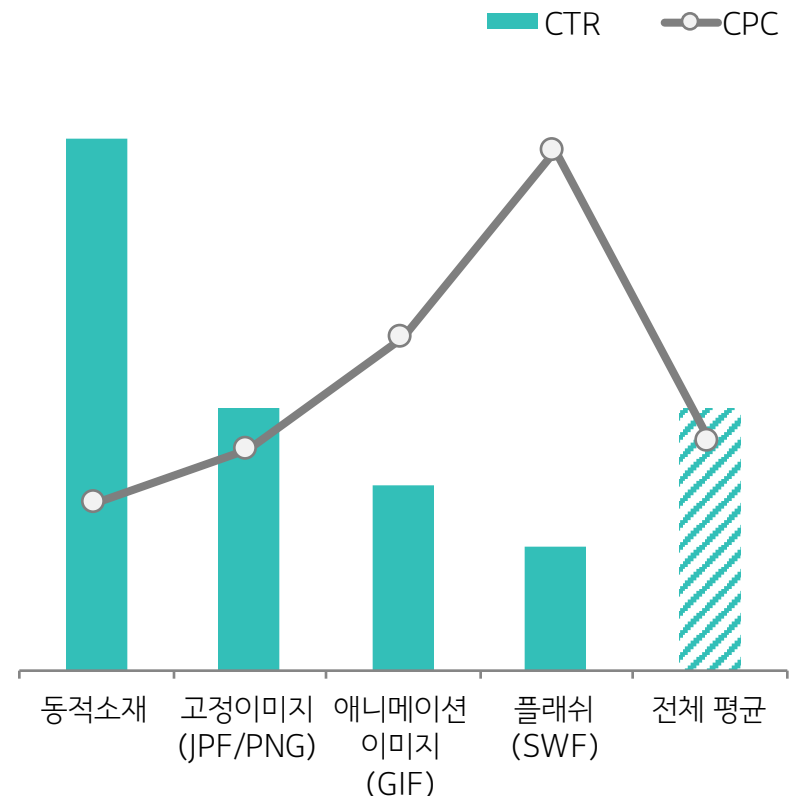
소재 자동화 시스템으로, 쇼핑하우에 등록되어 있는 상품의 DB를 활용해 자동으로 소재를 만들어드립니다. 소재 제작 및 소재 심사의 과정을 거치지 않습니다.

Daum 초기화면 추가 노출

“280*150” 사이즈의 동적소재 활용시



이미지형식별 성과



[출처 : 카카오 내부자료, 201510]



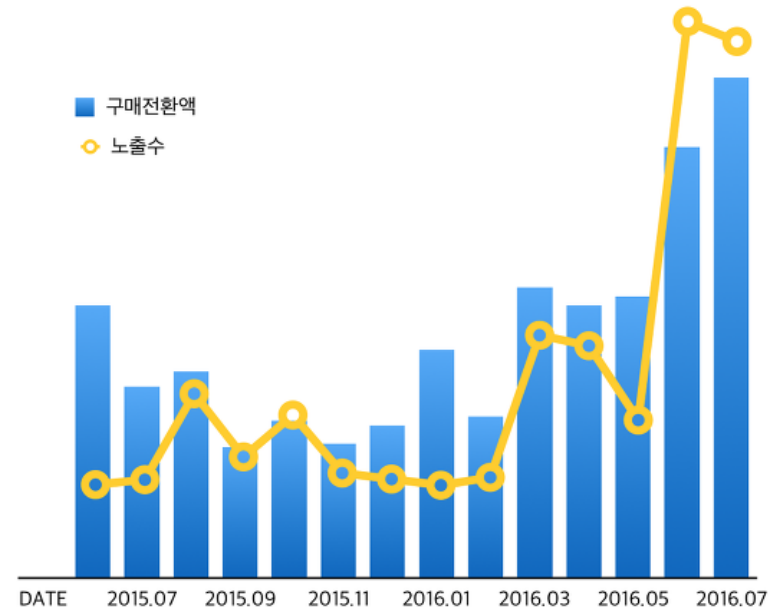
3. DDN 광고 운영 사례

1. 광고 목적별 운영 사례
2. 소재 운영 사례

3.1 광고목적별 운영사례 : 시즌널&브랜딩



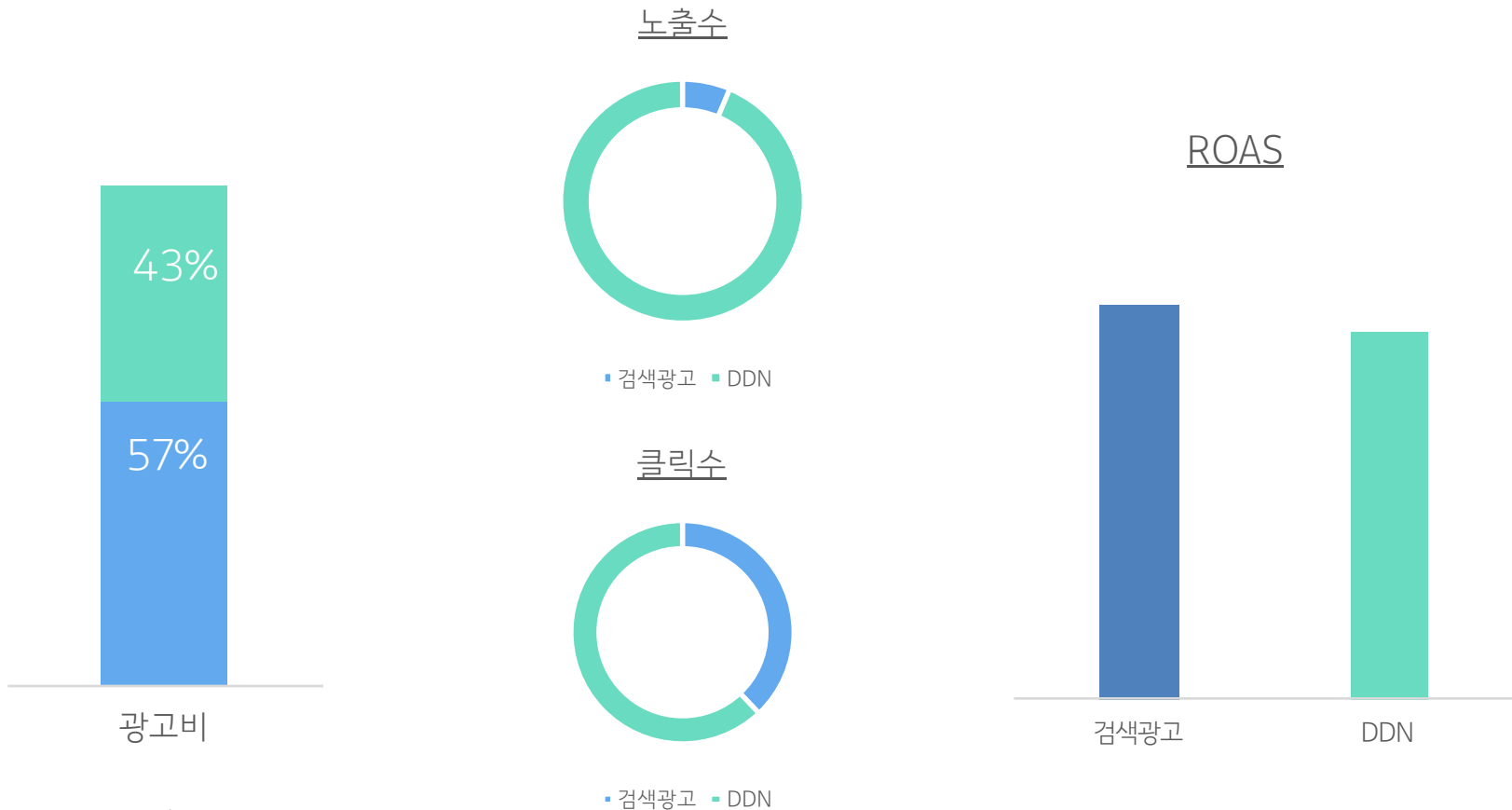
- 업종 : 쇼핑 > 가공식품
- 광고목적 : 시즌 고객 유입 확대 및 판매량 증대
- 주요 전략 : 초기배너+타겟팅을 통한 유효한 고객 유입 확대



3.1 광고목적별 운영사례 : 시즌널&브랜딩



- 업종 : 쇼핑 > 가공식품
- 광고목적 : 시즌 고객 유입 확대 및 판매량 증대
- 주요 전략 : 초기배너+타겟팅을 통한 유효한 고객 유입 확대



[2016.07 기준]

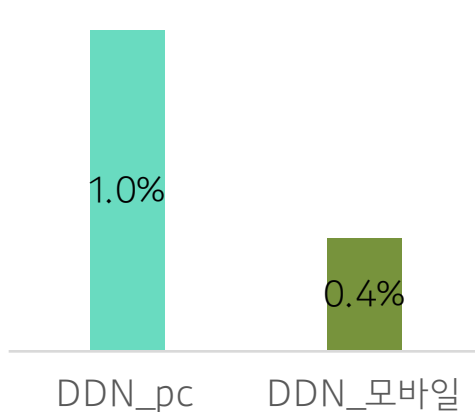
3.1 광고목적별 운영사례 : 모바일 구매 확대



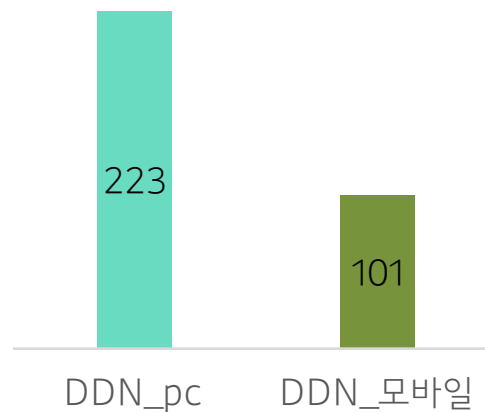
A쇼핑몰

- 업종 : 쇼핑 > 여성의류
- 광고목적 : 모바일 매출 확대
- 주요 전략 : 모바일 전용 지면, 타겟팅 조합 추가 셋팅 (8월 in Daum)

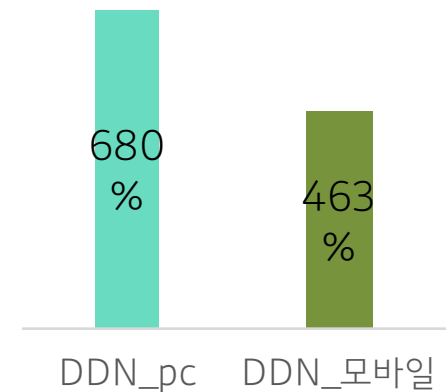
클릭률



평균클릭비용

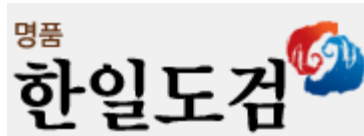


ROAS

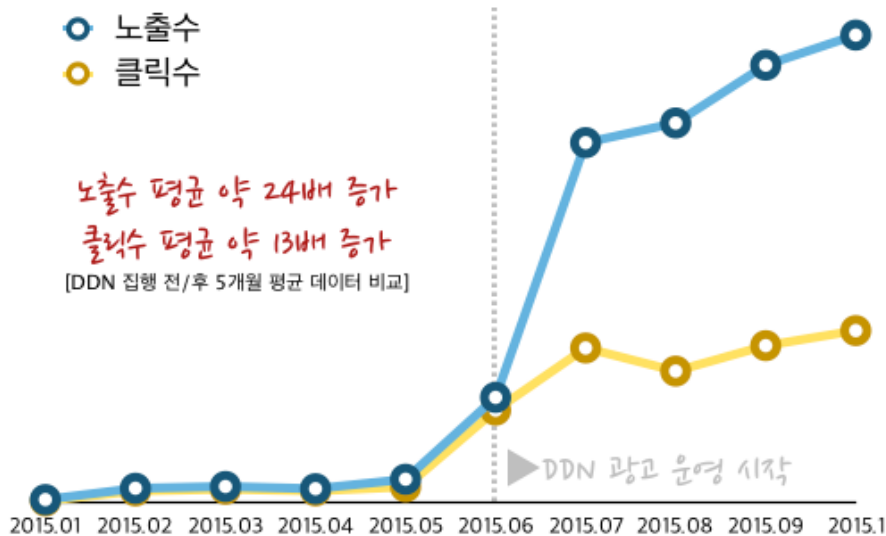


[2016.08 기준]

3.1 광고목적별 운영사례 : 마켓사이즈가 작은 업종



- 업종 : 쇼핑 > 취미용품
- 광고목적 : 광고 노출 및 유입률 확대
- 주요 전략 : 디스플레이소재를 통한 관심도 향상 & 잠재고객 유입의 확장



대표 상품들을 소재화&타겟팅
접목하여 잠재고객에게 지속 노출
➔ 유입확대를 통해 매출 2배 상승

3.1 광고목적별 운영사례 : 검색광고비가 월등히 높은 업종



B 한의원

- 업종 : 건강 > 한의원
- 광고목적 : 고객 유입당 광고비 감소
- 주요 전략 : 검색광고의 메인키워드 단가 절감 & 관심고객 추가 발굴

추이 ? 캠페인명	ON-OFF	노출수 ?	클릭수 ?	클릭률 ?	평균클릭비용 ?	총비용 ?
검색광고	ON	108,784	2,047	1.88%	5,952.1	12,184,018
DDN	ON	30,370,541	8,699	0.03%	301.2	2,620,420

[2016.05~07 기준]

키워드 확장		성장클리닉			검색
☐ 키워드		월조회수	최고입찰가	경쟁업체	
☐ 성장클리닉		1,391	26,200	30+	
☐ 성장		6,482	4,130	30+	
☐ 키크는방법		542	11,870	30+	
☐ 성장호르몬		1,243	6,540	30+	
☐ 성장판검사		1,164	12,400	28	
☐ 성장판		901	4,900	30+	
☐ 키		17,236	690	27	



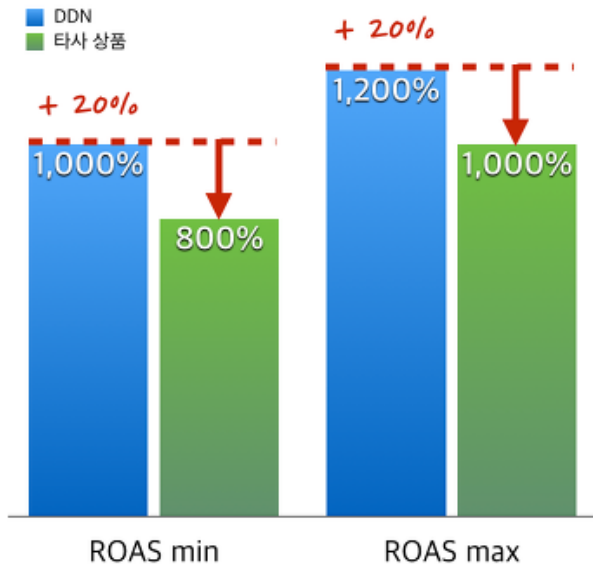
검색어 타겟팅 (100)		※ RESET
성장판달리는시기	☐	
키	☐	
가슴뭉우리	☐	
키성장클리닉	☐	
성장과정	☐	
다리길어지는법	☐	
성장주사	☐	
성장판확인	☐	
성장호르몬	☐	
성장판검사	☐	
한의원	☐	

3.1 광고목적별 운영사례 : 전환 극대화

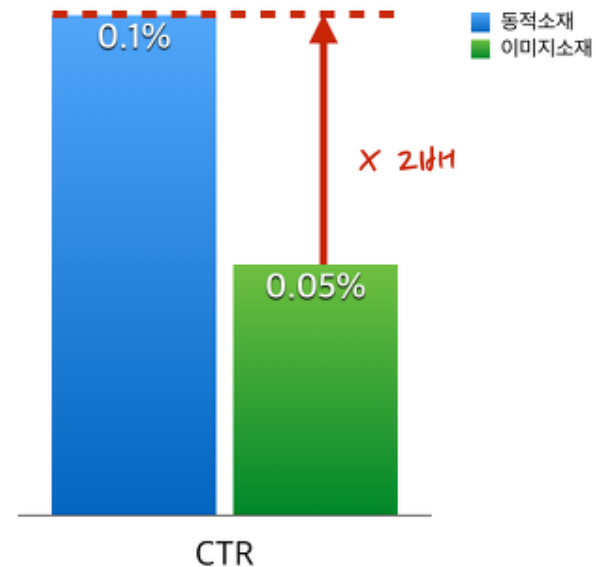


- 업종 : 쇼핑 > 가구/생활
- 광고목적 : 구매 전환 및 매출 확대
- 주요 전략 : 사이트리타겟팅 & 동적소재 활용

DDN vs 타사 ROAS



DDN 동적소재 vs 이미지소재 CTR



3.2 소재 운영 사례



다음 PC 초기화면



다음 모바일 초기화면

3.2 소재 운영 사례

시즌별 이슈를 소재에 적극 활용!



3.2 소재 운영 사례

이벤트, 가격경쟁력을 소재에 적극 활용!



3.2 소재 운영 사례

식품 업종은 신뢰도 / 제철 / 건강 성분 강조!





4. DDN 광고 집행 프로세스

1. DDN 광고 프로세스
2. 전환 추적 코드 & 리타겟팅 코드 활용

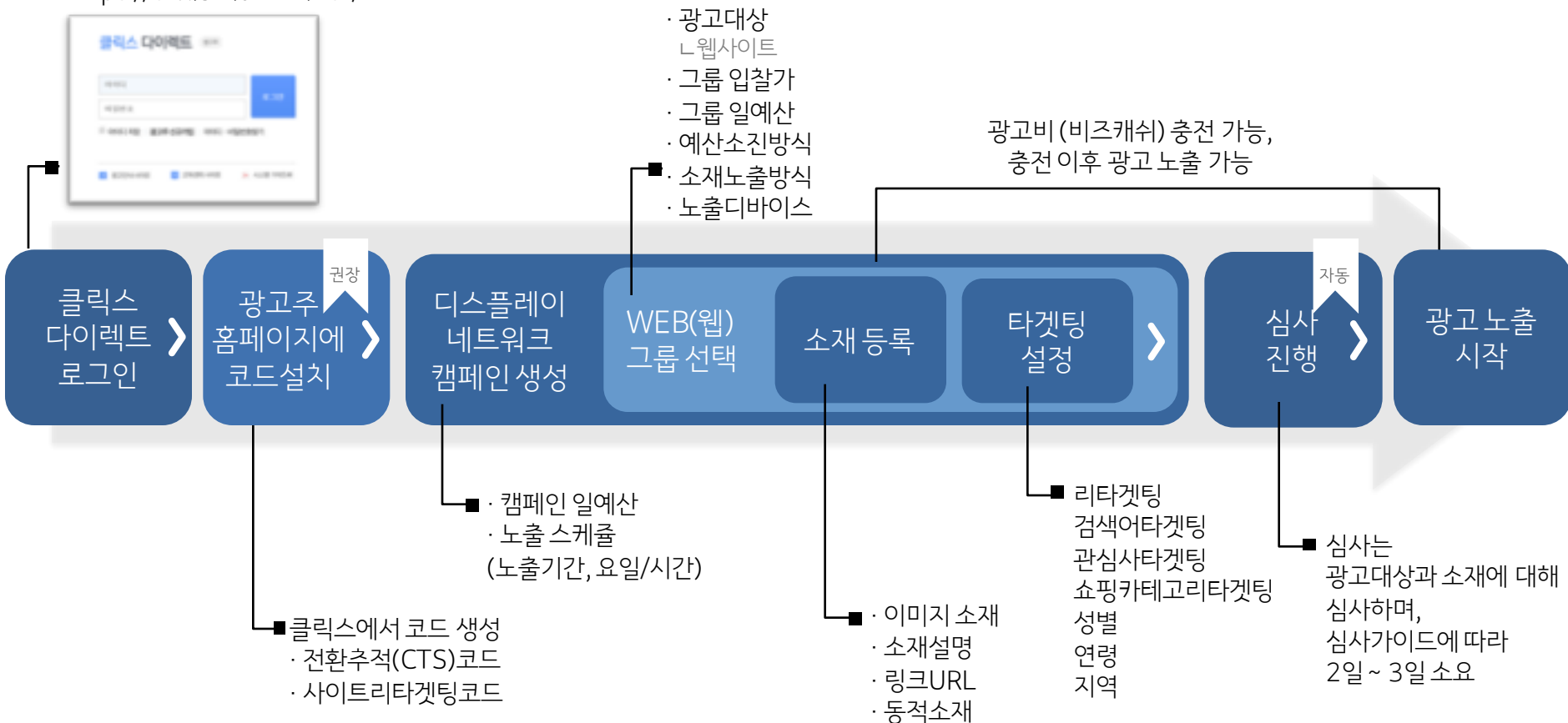
4.1 DDN 광고 프로세스

클릭스 다이렉트의 디스플레이 캠페인 > WEB(웹)그룹을 통해 광고 등록이 가능합니다.

광고 노출은 비즈캐쉬가 충전되어 있을 경우 광고 등록 심사 후 바로 노출 됩니다.

캠페인과 그룹의 설정은 언제든지 변경 가능하며, 소재 추가 및 타겟팅 수정도 가능합니다.

<https://clix.biz.daum.net/>



4.1 DDN 광고 프로세스

캠페인은 광고 집행을 위한 가장 기본 단위로, 여러 개의 광고 그룹을 포함합니다.

DDN 운영을 위해 **디스플레이네트워크 캠페인 > WEB 그룹**을 생성합니다.

■ 캠페인 등록

STEP 1 > 2 > 3

캠페인 종류	☐ 검색 네트워크 ☒ 디스플레이 네트워크 ?																																																																								
캠페인명	DDN 초기배너 8/50자																																																																								
일 예산 ?	☐ 미설정 ☒ 설정 100,000 원																																																																								
노출 기간 ?	☒ 미설정 ☐ 설정																																																																								
노출 요일/시간 ?	☐ 미설정 ☒ 설정 <table><thead><tr><th></th><th>0시 ~ 1시</th><th>1시 ~ 2시</th><th>2시 ~ 3시</th><th>3시 ~ 4시</th><th>4시 ~ 5시</th><th>5시 ~ 6시</th><th>6시 ~ 7시</th><th>7시 ~ 8시</th></tr></thead><tbody><tr><td>월 ☒</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>화 ☒</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>수 ☒</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>목 ☒</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>금 ☒</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>토 ☒</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>일 ☒</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table> 1. 요일 체크박스를 해제하시면 해당 요일에는 24시간 노출 2. 노출 요일/시간 설정을 저장 완료하신 시점부터 설정		0시 ~ 1시	1시 ~ 2시	2시 ~ 3시	3시 ~ 4시	4시 ~ 5시	5시 ~ 6시	6시 ~ 7시	7시 ~ 8시	월 ☒									화 ☒									수 ☒									목 ☒									금 ☒									토 ☒									일 ☒								
	0시 ~ 1시	1시 ~ 2시	2시 ~ 3시	3시 ~ 4시	4시 ~ 5시	5시 ~ 6시	6시 ~ 7시	7시 ~ 8시																																																																	
월 ☒																																																																									
화 ☒																																																																									
수 ☒																																																																									
목 ☒																																																																									
금 ☒																																																																									
토 ☒																																																																									
일 ☒																																																																									

저장

■ 그룹 등록

> 캠페인 : DDN 초기배너

☒ WEB그룹 ☐ APP그룹

> WEB그룹

그룹명	리타겟팅 4/50자
광고대상	☒ 웹사이트 ☐ 앱 광고대상을 선택해주세요.
그룹 입찰가 ?	200 원
일 예산 ?	100,000 원
예산 소진 방식 ?	☐ 빠른소진 ? ☒ 균등소진 ?
소재 노출 방식	☐ 랜덤노출 ? ☒ 성과우선노출 ?

4.1 DDN 광고 프로세스

이미지 소재 등록 또는 동적 소재를 설정합니다.

이미 운영중인 기존 소재를 불러와 바로 적용할 수 있습니다.

■ 소재 등록

▶ 캠페인 : ④ DDN 초기배너 > 그룹 : WEB 리타겟팅

이미지 소재	동적 소재
소재명 소재_1 4/70자 소재파일 파일 선택 선택된 파일 없음 파일형식 : JPG,GIF,PNG / 용량 : 150KB이하 등록가능소재 안내 (모바일 디배너형은 JPG,PNG만 가능) 사이즈 소재파일을 선택해주세요. 소재설명 0/30자 장애인용 음성안내 정보이므로 객관적인 광고내용을 입력해주세요. ex) OO사이트의 OO이벤트, A브랜드 시즌오프세일 링크URL http:// 미리보기	

이미지 소재	동적 소재
쇼핑하우 광고주ID 쇼핑몰URL	
소재명	소재_11 5/70자 * 복수의 사이즈를 선택 시 동일한 소재명으로 입력됩니다.
사이즈	☒ 250x250 ☒ 200x200 ☒ 970x90 ☒ 160x600 ☒ 336x280 ☒ 300x250 ☒ 728x90 ☒ 120x600 ☒ 468x60 ☒ 170x128 ☒ 280x150
우선노출?	인기상품순
필터?	☒ 미설정 (전체상품 노출) ☐ 설정 (일부상품 노출)
미리보기	미리보기

4.1 DDN 광고 프로세스

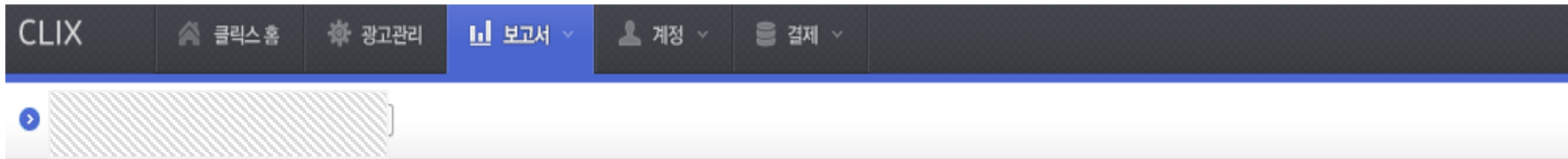
광고 노출할 대상을 타겟팅을 통해 설정합니다.

플랫폼 / 리타겟팅 / 검색어타겟팅 / 관심사타겟팅 / 쇼핑카테고리타겟팅 / 성별 / 연령 / 지역

플랫폼	☒ 전체 ☐ 개별선택 플랫폼 타겟팅 '전체' 선택 시 모든 플랫폼에 광고가 노출됩니다.
리타겟팅 ?	☒ 미설정 ☐ 설정 리타겟팅 '미설정' 선택 시 리타겟팅 코드가 설정된 홈페이지 유입 고객으로 노출 범위가 제한되지 않습니다.
검색어 타겟팅 ?	☒ 미설정 ☐ 설정 검색어 타겟팅 '미설정' 선택 시 특정 검색어의 사용자로 노출 범위가 제한되지 않습니다.
관심사 타겟팅 ?	☒ 미설정 ☐ 설정 관심사 타겟팅 '미설정' 선택 시 특정 카테고리에 관심이 많은 고객으로 노출 범위가 제한되지 않습니다.
쇼핑 카테고리 타겟팅 ?	☒ 미설정 ☐ 설정 쇼핑 카테고리 타겟팅 '미설정' 선택 시 클릭스와 제휴된 쇼핑 카테고리별 유입 고객으로 노출 범위가 제한되지 않습니다. 모바일 광고의 경우 쇼핑 카테고리 타겟 고객수가 적어 노출이 제한될 수 있습니다.
성별	☒ 전체 ☐ 개별선택 성별 타겟팅 '전체' 선택 시 모든 성별에 광고가 노출됩니다.
연령	☒ 전체 ☐ 개별선택 연령 타겟팅 '전체' 선택 시 모든 연령에 광고가 노출됩니다.
지역	☒ 전체 ☐ 개별선택 지역 타겟팅 '전체' 선택 시 모든 지역에 광고가 노출됩니다.

4.1 DDN 광고 프로세스

캠페인&그룹별/지면별/타겟팅별/소재별 등 상세 리포트 확인을 통해
광고 운영 효율을 파악하고, 광고 전략을 점검합니다.



광고운영 보고서

일간 월간 이번달 : 2016.09.01 ~ 2016.09.11

현황 보고서

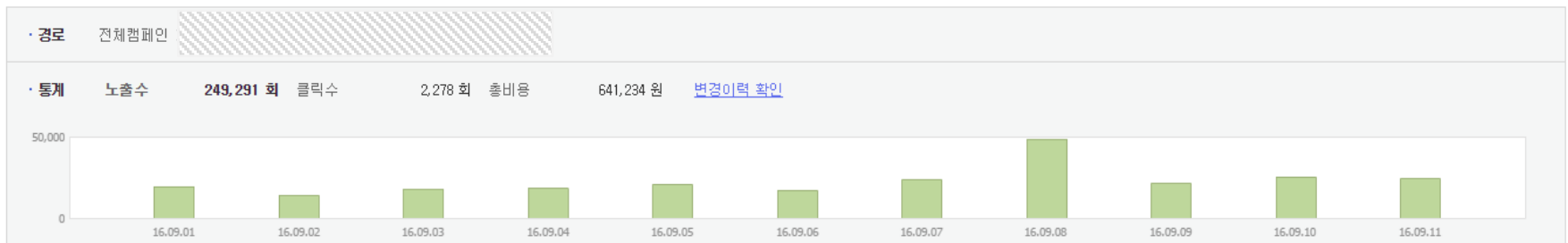
광고관리 바로가기 다운로드

추이 ? 그룹명	ON-OFF	광고대상	노출수 ?	클릭수 ?	클릭률 ?	평균클릭비용 ?	평균노출비용 ?	총비용 ?	직접전환수 ?	직접전환액 ?	간접전환수 ?	간접전환액 ?	전환율 ?
WEB			162,354	1,548	0.95%	280.3	-	433,829	7	409,900	32	1,914,400	2.52%
WEB			39,965	337	0.84%	279.9	-	94,314	3	96,800	8	334,800	3.26%
WEB			19,836	193	0.97%	296.0	-	57,123	1	68,800	10	438,500	5.7%
WEB			27,136	200	0.74%	279.8	-	55,968	-	-	5	327,000	2.5%
전체합			249,291	2,278	0.91%	281.5	-	641,234	11	575,500	55	3,014,700	2.9%

1

추이 보고서

다운로드



4.2 광고효율 향상을 위한 CTS, 리타겟팅 코드

전환추적코드(CTS) 활용시 자사 광고의 효율 분석이 용이합니다.

또한 사이트&상품 리타겟팅 활용을 위해서는 DDN 리타겟팅 코드의 삽입이 선행되어야 합니다.

1

모바일 홈페이지 소스(html)가 별도로 있는 경우

- PC용으로 발급 받은 코드를 모바일 홈페이지에 추가 설치해주세요.
- CTS 스크립트: 모바일용 전환 확인 페이지가 별도로 있을시에는 추가 설치가 필요합니다.
- 리타겟팅 스크립트: 모바일용 웹페이지 하단에 기존 PC웹에 설치한 코드를 추가 설치해 주세요.



CTS 및 리타겟팅 코드 설치 관련문의처
: (주)로그 070-7464-0343

2

모바일 홈페이지 소스(html)가 동일한 경우

- PC 웹에 이미 설치되어 있다면, 별도의 추가 작업은 필요하지 않습니다.

3

광고목적을 APP으로 등록, 앱전환 트래킹을 원하는 경우

- Kakao 광고와 직접 연계된 3rd party Tracker 업체를 통해 '앱 전환' 추적이 가능합니다.
자세한 내용은 [클릭스 공지사항](#)을 통해 확인이 가능합니다.

kakao 광고

광고상품안내

광고가이드

광고플러스

고객문의

광고관리시스템 ▾

홈

광고자료

광고트렌드

성공스토리

교육안내

마케터자료

로그인



광고자료

다양한 광고자료와 소식을 제공합니다.

전체 · 카카오네이티브광고 · 카카오스토리광고 · DDN · 검색광고 · 공통 · 동영상자료

DDN
상품리타게팅 안내

DDN

DDN 상품리타게팅 안내

DDN 모바일 웹
광고 안내

DDN

DDN 모바일 웹 광고 안내



DDN 광고 안내

Thank You