

# 23회 카카오 광고주 교육

## Session3. DDN 광고 운영하기

---

광고마케팅셀 박은주 | 2017.06.15

# 목차

## 1 DDN 광고 현황 확인

1-1. 광고리포트 살펴보기

1-2. Clix 보고서+α

## 2 DDN 운영 요소의 이해

2-1. 타겟팅

2-2. 타겟팅과 노출

2-3. 타겟팅과 클릭

2-4. 소재와 클릭

2-5. 전환

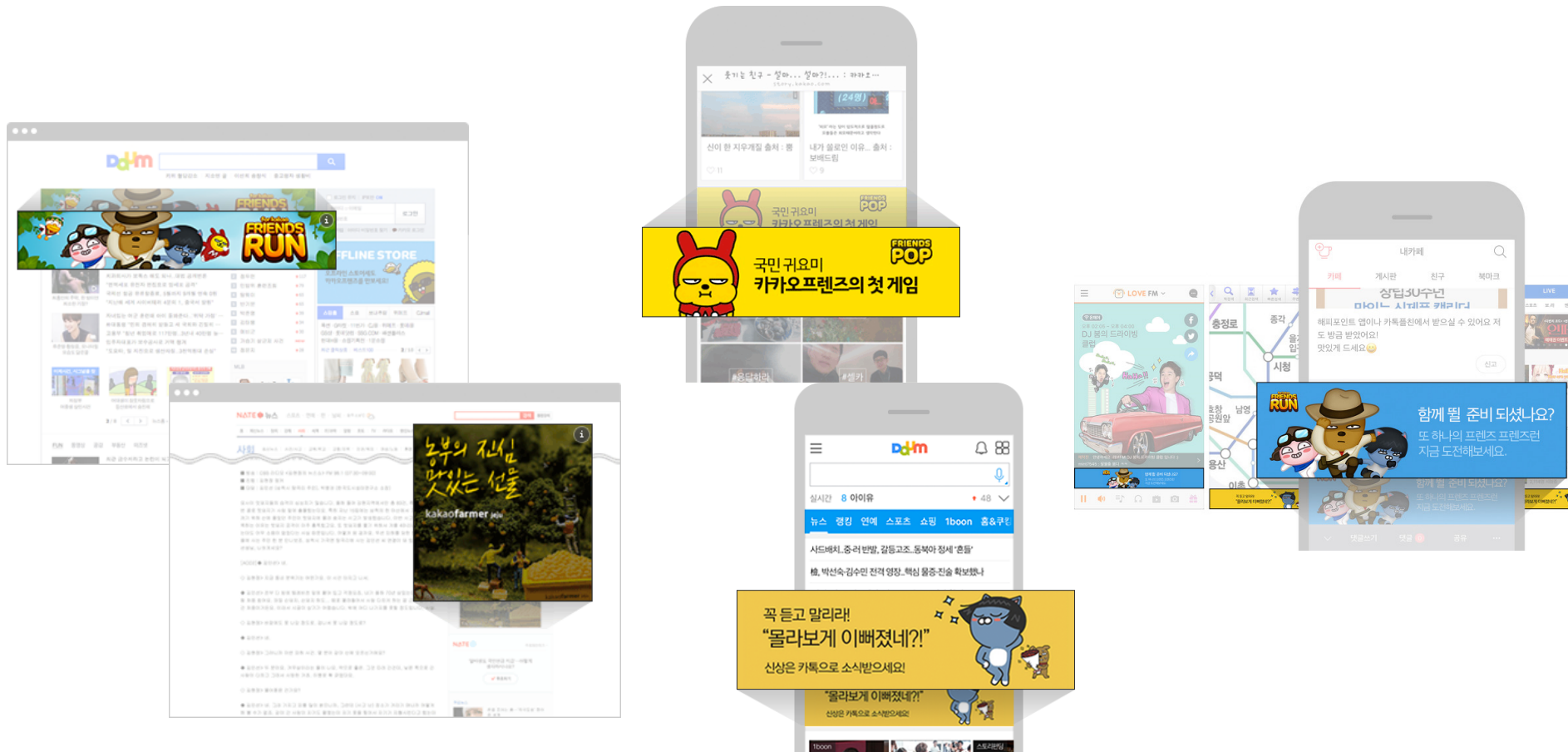
2-6. 광고현황 점검 사례

## 3 DDN 광고 최적화 사례

# 1.DDN 광고 현황 확인

- 광고리포트 살펴보기
- Clix 보고서 + α

## 내 광고 노출 확인?



✓ 실시시간 리포트 : 1시간 단위의 시간대별 광고 현황 (당일에만 제공)

CLIX 클릭스 홈 광고관리 보고서 계정 결제 디스플레이광고 개편 광고플러스 바로기

광고운영 보고서 다운로드 보고서

광고운영 보고서

일간 월간 오늘 : 2017.06.05 일간 월간 오늘 : 2017.06.05 ~ 2017.06.06

오늘  
어제  
지난주 (월-일)  
지난달  
이번달  
최근3일  
최근7일  
최근30일  
최근90일  
직접선택

수익 ? 그룹명	ON/OFF	광고대상	노출수 ?	클릭수 ?	클릭률 ?	평균클릭비용 ?	평균노출비용 ?	총비용 ?	직접전환수 ?	직접전환액 ?	간접전환수 ?	간접전환액 ?
검색어타겟팅	ON		12,116	71	0.59%	132.9	-	9,438	2	43,300		
리마케팅	ON		6,976	43	0.62%	130.0	-	5,588	-	-		
관심사타겟팅	OFF		-	-	-	-	-	-	-	-		
전체합			19,092	114	0.6%	131.8	-	15,026	2	43,300		

경로 전체캠페인 >

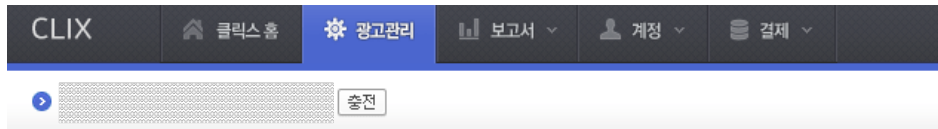
통계 노출수 19,092 회 클릭수 114 회 평균클릭비용 131.8 원 변경이력 확인

날짜	노출수	클릭수	클릭률	총비용	직접전환수	직접전환액	간접전환수	간접전환액	전환율
00:00 - 01:00	1,442	7	0.49%	104.5	-	-	-	-	-
01:00 - 02:00	1,520	7	0.46%	-	-	-	-	-	-
02:00 - 03:00	1,789	8	0.45%	-	-	-	-	-	-
03:00 - 04:00	1,425	10	0.70%	-	-	-	-	-	-
04:00 - 05:00	1,919	11	0.57%	935	-	-	1	45,100	14.29%
05:00 - 06:00	1,549	9	0.58%	913	-	-	-	-	-
06:00 - 07:00	3,093	14	0.45%	1,100	-	-	1	83,200	11.11%
07:00 - 08:00	3,630	26	0.72%	1,320	-	-	1	91,500	10%
08:00 - 09:00	1,430	1	0.07%	1,430	1	20,400	-	-	9.09%
09:00 - 10:00	1,133	-	-	1,133	-	-	1	21,800	7.14%
10:00 - 11:00	1,815	1	0.05%	3,509	1	22,900	2	142,000	11.54%
11:00 - 12:00	2,453	-	-	2,453	-	-	-	-	-

kakao

✓노출점유율: 1일 3회, 광고의 입찰/예산 경쟁력 (당일 8시간 데이터)

$$\text{노출점유율} + \text{상실노출점유율(입찰)} + \text{상실노출점유율(예산)} = 100\%$$



광고관리 | > DDN 모바일

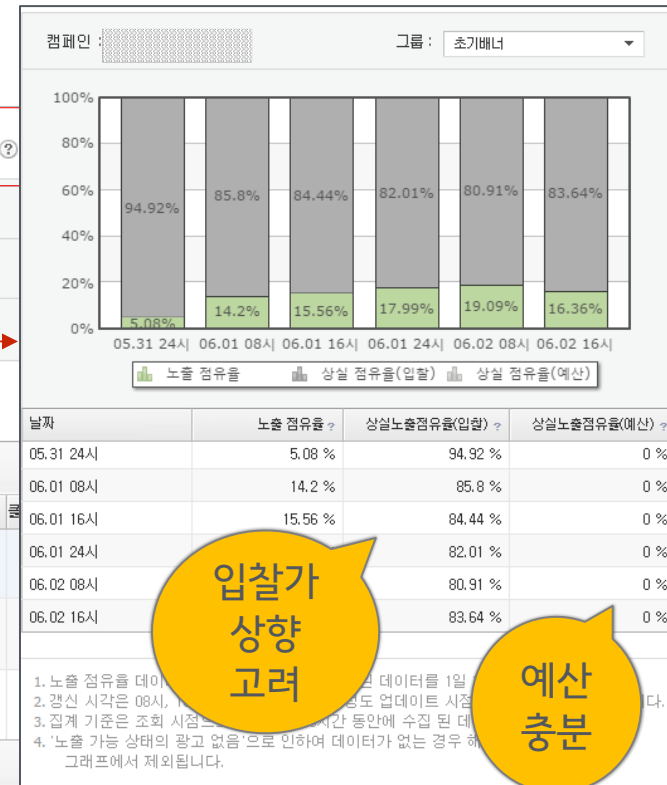
조회조건: 오늘 ?

· 캠페인 ON OFF

· 전략 일 예산: 40,000 전략설정

· 통계 노출수 42,347 회 클릭수 158 회 총비용 25,355 원 (일평균 25,355 원)

그룹	게재 위치	소재								
<div>+ 새그룹</div> <div>ON-OFF</div> <div>삭제</div> <div>그룹전략설정</div> <div>그룹타겟팅설정</div> <div>보고서 바로가기</div>										
<div><input type="checkbox"/> ☆ 그룹명</div>	ON-OFF	상태 ?	광고대상명	입찰가	일예산 ?	오늘소진액 ?	노출점유율	도달수 ?	노출수 ?	클릭수 ?
<div><input type="checkbox"/> ☆ DDN</div> <div>검색어타겟팅</div> <div></div>	ON	▶ 운영중	모바	160	25,000	23,122		-	28,092	132
<div><input type="checkbox"/> ☆ DDN</div> <div>관심사타겟팅</div> <div></div>	OFF	● 광고그룹 Off	모바	200	10,000	0		-	-	-
<div><input type="checkbox"/> ☆ DDN</div> <div>리마케팅</div> <div></div>	ON	▶ 운영중	모바	160	15,000	4,851		-	14,255	26
<div>+ 새그룹</div> <div>ON-OFF</div> <div>삭제</div> <div>그룹전략설정</div> <div>그룹타겟팅설정</div> <div>보고서 바로가기</div>										





전환데이터: Clix에서 제공하는 전환추적설정(CTS) 설치시 보고서내 확인 가능

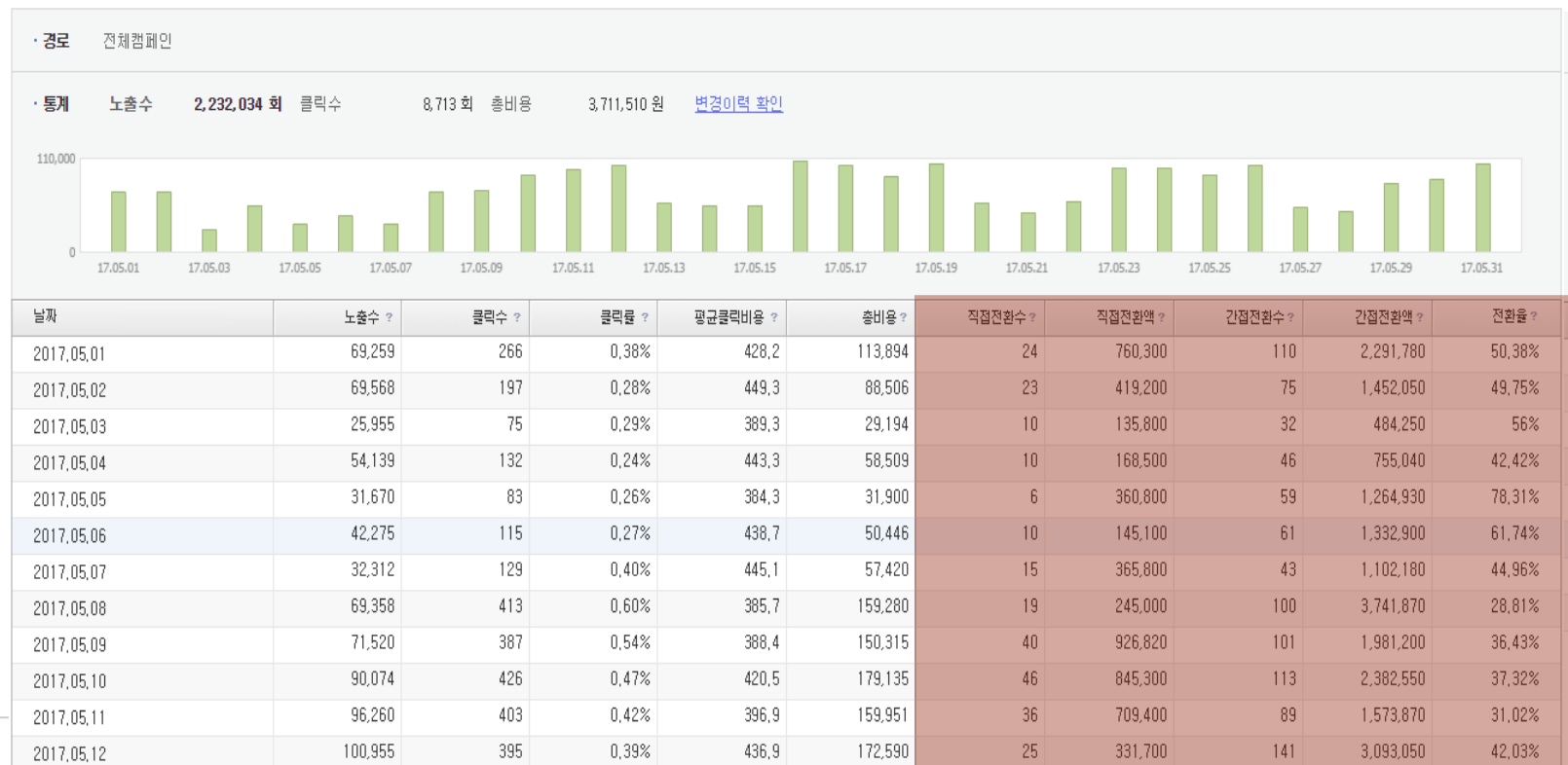
CLIX

클릭스 홈 광고관리 **리 보고서** 계정 결제

다스플레이팅고 개편 > 광고플러스 바로가기

원 충전

광고운영 보고서  
다운로드 보고서



✓ 전환데이터: 전환추적설정(CTS) 설치시 다양한 타겟팅별/소재별 보고서 확인 가능

## 광고운영 보고서

● 일간 ● 월간 이번달 : 2017.06.01 ~ 2017.06.04

> 현황 보고서 | 전체캠페인 > ④

DDN 초기배너

● 타겟팅 ● 소재

광고그룹 개편 이전 보고서

광고관리 바로가기

다운로드

게재위치

플랫폼

성별

연령

지역

관심사

검색어

쇼핑카테고리

리타겟팅

추이 ? 플랫폼

iOS

Android

PC

기타 전체

전체합

## 광고운영 보고서

● 일간 ● 월간 이번달 : 2017.06.01 ~ 2017.06.04

> 현황 보고서 | 전체캠페인 > ④

DDN 초기배너

● 타겟팅 ● 소재

광고그룹 개편 이전 보고서

광고관리 바로가기

다운로드

게재위치

플랫폼

성별

연령

지역

관심사

검색어

쇼핑카테고리

리타겟팅

추이 ? 성별

여성

남성

알수없음

전체합

## 광고운영 보고서

● 일간 ● 월간 이번달 : 2017.06.01 ~ 2017.06.04

> 현황 보고서 | 전체캠페인 > ④

DDN 초기배너

● 타겟팅 ● 소재

광고그룹 개편 이전 보고서

광고관리 바로가기

다운로드

게재위치

플랫폼

성별

연령

지역

관심사

검색어

쇼핑카테고리

리타겟팅

추이 ? 위치

노출수 ?

클릭수 ?

클릭률 ?

평균클릭비용 ?

총비용 ?

직접전환수 ?

직접전환액 ?

간접전환수 ?

간접전환액 ?

전환율 ?

충청남도

강원도

경상남도

전라남도

전라북도

서울시

> 현황 보고서 | 전체캠페인 > ④

DDN 사이트리타겟팅

● 타겟팅 ● 소재

추이 ? 소재명

소재유형

미리보기

사이즈

ON-OFF

노

소재\_11(수정)

이미지소재

320x100

ON

소재\_10(수정)

이미지소재

320x50

ON

리타겟(수정)

이미지소재

200x200

ON



✓ 전환데이터: 보고서에서 다운로드한 엑셀파일을 열어 추가 지표 계산/확인

다운로드

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
	날짜	노출수	클릭수	클릭률	평균 클릭비용	총비용	직접 전환수	직접 전환금액	간접 전환수	간접 전환금액	전환율	광고수익률 (ROAS)	구매건당 광고비 (CPA)	평균 구매 단가
1														
2	2017.06.01	42,053	136	0.32%	475	64,614	22	323,700	30	938,680	38.24%	1954%	1,243	24,277
3	2017.06.02	69,533	183	0.26%	474	86,713	23	616,020	32	548,600	30.05%	1343%	1,577	21,175
4	2017.06.03	28,235	45	0.16%	467	21,010	1	-	17	426,370	40.00%	2029%	1,167	23,687
5	2017.06.04	21,357	57	0.27%	465	26,521	7	105,500	14	261,600	36.84%	1384%	1,263	17,481
6														

➤ 광고수익률: 광고비대비 전환매출

$$=(H2+J2)/F2$$

➤ 구매건당 광고비: 1건 구매액션에 지출된 광고비

$$=F2/(G2+I2)$$

➤ 평균 구매 단가: 1번의 구매액션시 구매단가

$$=(H2+J2)/(G2+I2)$$

1

매일 광고

노출/클릭/광고비 소진

현황 확인하기

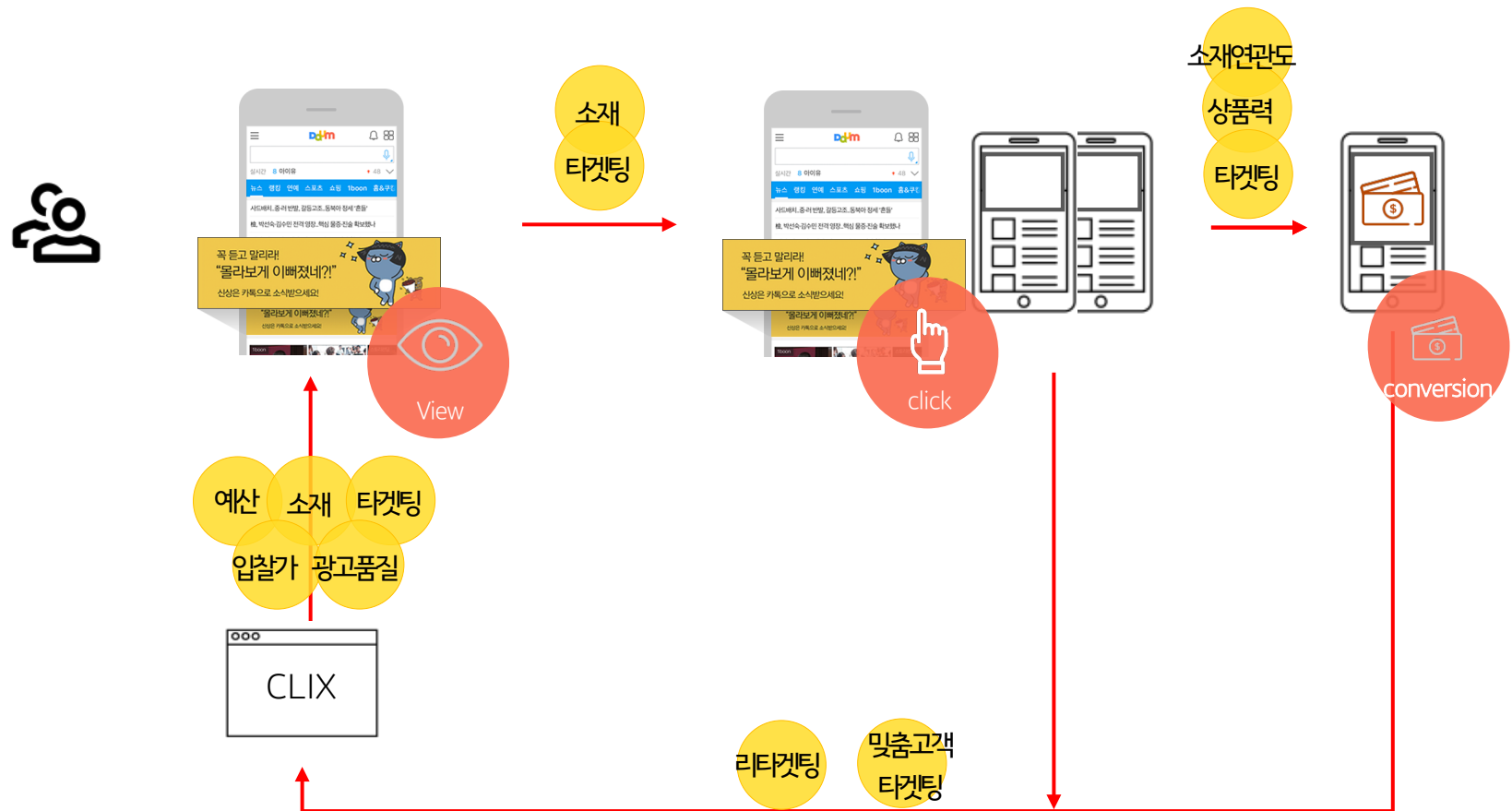
2

상실점유율 / 노출점유율 (누구나 확인가능)

전환데이터 (CTS 설치시 확인 가능)

## 2. DDN 광고운영 요소의 이해

타겟팅 / 노출 / 클릭 / 소재 / 전환



### 타겟팅

: 전체 시장을 세분화한 후, 하나 혹은 복수의 소비자 집단을 목표시장으로 선정하는 마케팅 전략

: 표적화

#### 잠재고객타겟팅

- └ 플랫폼
- └ 연령
- └ 성별
- └ 지역
- └ 관심사
- └ 검색어
- └ 쇼핑카테고리

#### 인지고객타겟팅

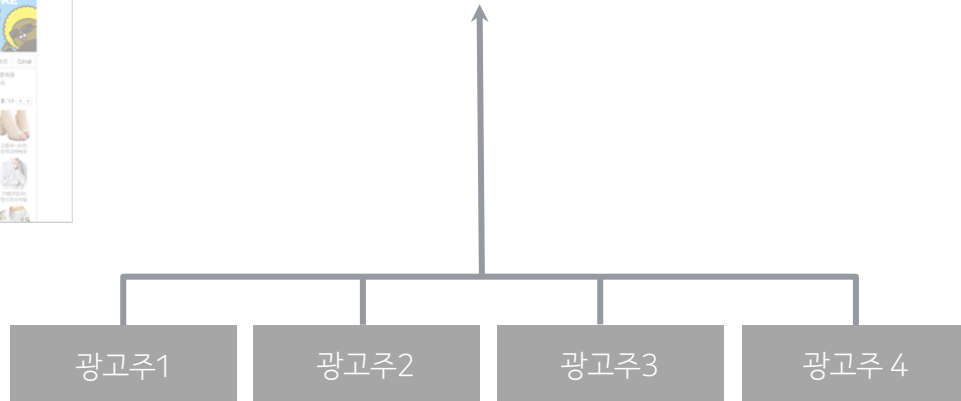
- └ 리타겟팅(Web)
- └ 맞춤형고객(App)

### DDN 타겟팅과 노출

: DDN은 광고지면내 타겟팅된 노출 대상이 같은 광고끼리, 입찰가와 광고품질에 따라 경쟁을 하여 광고가 노출됩니다.



실시간 입찰을 통한 광고 노출 결정



예산

소재

타겟팅

입찰가

광고품질

## DDN 타겟팅과 클릭

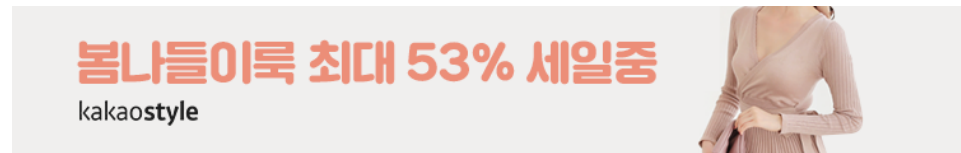
: 광고지면에 유입된 유저를 비식별자화된 빅데이터 분석을 통해 광고노출대상 여부 파악  
사사의 광고의 관심도가 높은 유저가 타겟되어 노출될 수록 광고 반응을 ↑



## DDN 소재와 클릭

: 자사의 상품/서비스/프로모션 등 잠재고객의 클릭을 유도할 수 있는 “광고소재 : 이미지 + 텍스트” 개발

DDN은 기본적으로 성과 우선 노출 지원





## 전환

: 타겟팅을 통해 자사의 상품/서비스에 보다 관심이 높을 잠재고객군을 찾아내고, 유입시 빠르게 목적/문제 해결을 지원.

: 또한 자사의 상품과 사이트의 신뢰도&경쟁력을 높이는 것은 베이스가 되어야 함.

**푸드케어** [www.eusik.com](http://www.eusik.com) / 성공사례 상세 : <https://adplus.biz.daum.net/story/644>

리타겟팅그룹:소재+랜딩



**주문 신청**

푸드케어이유식 1일 체험

배송지 · 상품선택

주문서 작성

주문완료

주문기간식단표 06-13(화)~06-13(화) / 1주(1일)

단계선택 : 중기 1일이용

일	월	화	수	목	금	토
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24

06-13 화

식고기누그린국

알송이치즈국

배송지 주소 입력 주소 입력시 배송우편을 안내해 드립니다.

최근배송주소 회원정보주소 새로운배송주소

주문방법 선택

직배송 택배배송

매일배송

푸드케어이유식 1일 이용 직배송 7,300원

광고소재와 연관된  
빠른 동선

1day 신청 + 가격경쟁

브랜드 신뢰도  
: 유리병  
: 커뮤니티  
: 고객센터

## 교육업종 A광고주



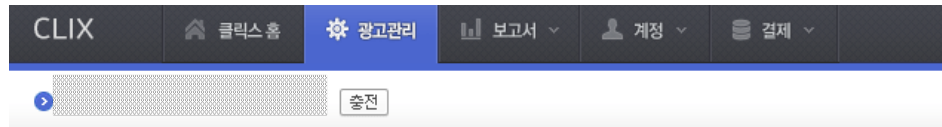
DDN  
캠페인  
일예산:10만원

검색어타겟팅 그룹

일예산:10만원 / 입찰가:500원

사이트리타겟팅 그룹

일예산:10만원 / 입찰가:1,000원



입찰경쟁력  
UP 필요?

광고관리 | DDN

· 캠페인 ON OFF

· 전략 일 예산 : 100,000 전략설정

· 통계 노출수 8,301 회 클릭수 9 회 총비

날짜	노출 점유율 ?	상실노출점유율(입찰) ?	상실노출점유율(예산) ?
06.05 24시	13.37 %	86.63 %	0 %
06.06 08시	9 %	91 %	0 %
06.06 16시	6.13 %	93.87 %	0 %
06.06 24시	14.12 %	85.88 %	0 %
06.07 08시	8.03 %	91.97 %	0 %
06.07 16시	5.18 %	94.82 %	0 %

그룹	게재위치	소재	ON-OFF	상태 ?	광고대상명	입찰가	일예산 ?	오늘소진액 ?	노출점유율	노출수 ?	클릭수 ?	클릭률 ?	평균클릭비용 ?	총비용 ?
DDN	검색어타겟팅		ON	▶ 운영중		500	100,000	2,860		4,115	5	0.12%	479.6	2,398
DDN	사이트리타겟팅		ON					3,949		3,019	4	0.13%	819.5	3,278

1일광고비소진액약6000원

## 검색어타겟팅 그룹

일예산:10만원 /입찰가:500원

타겟팅

검색어타겟팅 ?

● 미설정 ● 설정

1 선택 그룹 0/5

관련검색어

(예) 꽃배달

관련 검색

2 검색어 등록

검색어 등록

전체 등록

(100/100) [RESET]

● 미설정 ● 설정

소셜 카테고리 ?

노출 범위가 제한되지 않습니다.  
모바일 광고의 경우 소셜 카테고리 타겟 고려수가 적어  
소셜 카테고리 타겟팅은 PC 및 모바일 앱에 노출되는 ?

Web 10만 미만  
App 1만 미만

검색어적수 | Web 10만 미만 | App 1만 미만

소재

게재 위치 소재

광고관리 사용 Tip ?

+ 새소재 ON-OFF 삭제 보고서 바로가기 전체

소재명	ON-OFF	상태 ?	미리보기 ?	사이즈	등록일시	노출수 ?	클릭수 ?	클릭률 ?
소재_3	OFF	● 소재 Off	운영소재1개사이즈, 1개		2017.04.20	-	-	-
초기배너(수정)	ON	▶ 운영중		655x120	2017.04.20	4,115	5	0.12%

+ 새소재 ON-OFF 삭제 보고서 바로가기

## 사이트리타겟팅 그룹

일예산:10만원 /입찰가:1000원

타겟팅

인지고객 타겟팅

맞춤고객

☒ 미설정☐ 설정

노출 범위가 제한되지 않습니다.  
맞춤고객 타겟팅은 '모바일앱'에 노출되는 광고에만 적용됩니다.

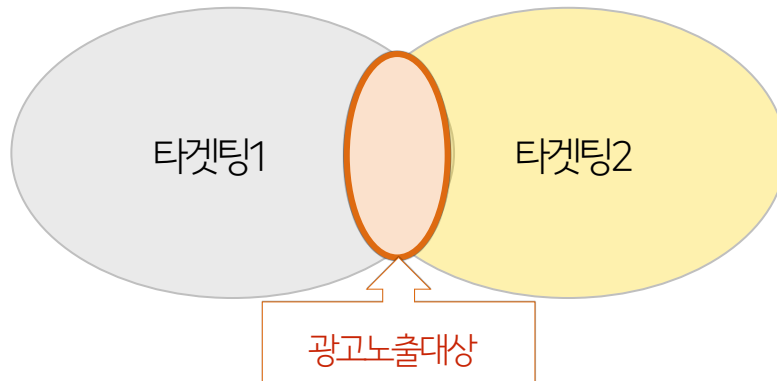
리타겟팅 ?

☐ 미설정☒ 설정

코드명 (1)	타겟 고객수 ?
<input checked="" type="checkbox"/> [타겟팅 코드]	1,238

타겟고객수  
약1200명

\* 계정>리타겟팅 설정 에서 리타겟팅 코드 생성 후 사용 가능합니다.  
\* 타겟고객수가 일정수준 이상은 되어야 타겟팅 효과 측정이 가능합니다.  
\* 리타겟팅은 잠재고객수 계산에 포함되지 않습니다.



한그룹내 다중의타겟팅을 적용할 경우  
노출량확보 어려움

## 스포츠웨어업종 B광고주



DDN 캠페인

일예산: 10만원  
현재(6월 기준)

	일예산	일소진액	입찰가	모수
리타겟팅	20,000	3,872	300	1500명
검색어	50,000	1,221	300	10만 미만
관심사	20,000	2,322	300	1300만 미만
쇼핑카테고리	20,000	4,543	300	1만 미만

예산

소재

타겟팅

입찰가

광고품질



## 보고서&gt;광고운영보고서 : 2017.03~05 3개월

광고그룹명	노출수	클릭수	클릭률	평균 클릭비용	총비용	직접 전환수	직접 전환금액	간접 전환수	간접 전환금액	전환율	광고수익률 (ROAS)	구매건당 광고비 (CPA)	평균 구매 단가
관심사	3,206,790	1,939	0.06%	311	603,647	2	138,000	2	158,500	0.21%	49%	150,912	74,125
카테고리	2,726,467	1,909	0.07%	311	592,834	5	402,000	4	358,500	0.47%	128%	65,870	84,500
검색어	996,964	896	0.09%	297	266,024	1	78,000	4	304,000	0.56%	144%	53,205	76,400
리타게팅	437,953	826	0.19%	272	224,433	6	466,000	6	473,000	1.45%	418%	18,703	78,250
합계	7,368,174	5,570	0.08%	303	1,686,938	14	1,084,000	16	1,294,000	0.54%	141%	56,231	79,267

CTR과 전환율 → 광고수익률이 낮은데...

타겟팅&예산  
검토소재경쟁력  
검토

### 3.DDN 광고 최적화 사례

# 최적화



주어진 범위 안에서  
최댓값 또는 최솟값을 찾아  
자원 또는 비용의 효율성을 추구하는 것이다.





스타일꼬맹 [www.styleggom.co.kr](http://www.styleggom.co.kr)

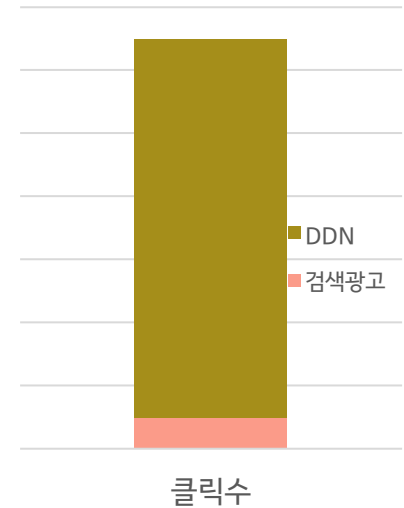
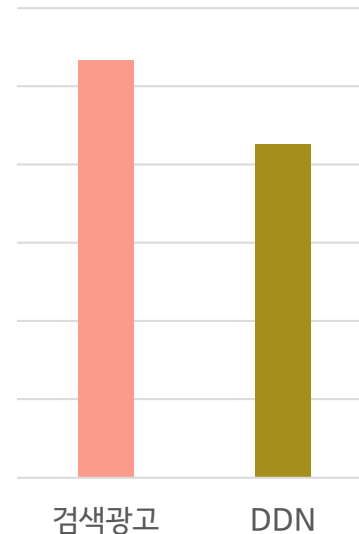
- 광고 목적: 매출 증대 및 유입자 확대
- 광고 결과: 매출 2배 성장(전 동시즈대비),  
일평균 신규 가입자 58%▲

■ 검색+DDN 전환매출 ■ 검색+DDN 광고비

DDN 시작

2016.08.01 2016.09.01 2017.04.01

전환율



## DDN 캠페인

리타겟팅 그룹

검색어\_아동복 그룹

검색어\_경쟁사 그룹

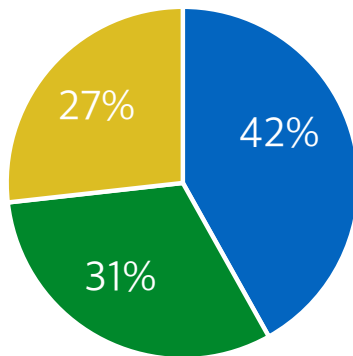
## ※타겟팅

└ 검색어타겟팅: 잠재고객의 유입+전환 확대+리타겟팅 모수 확보

└ 리타겟팅: 전환 극대화

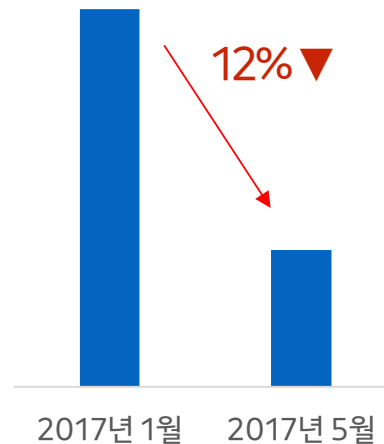
※소재: 1개월에 1회, 전사이즈교체

클릭수

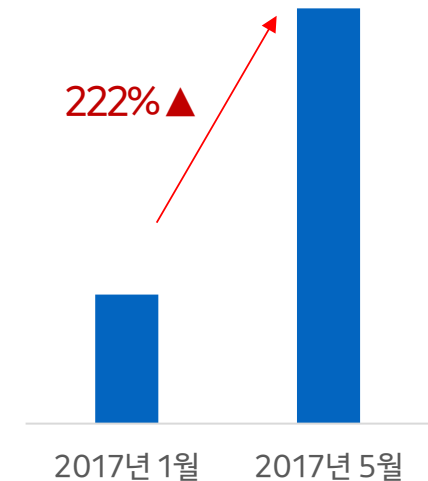


■ 검색어\_경쟁사 ■ 리타겟팅 ■ 검색어\_아동복

평균클릭비용



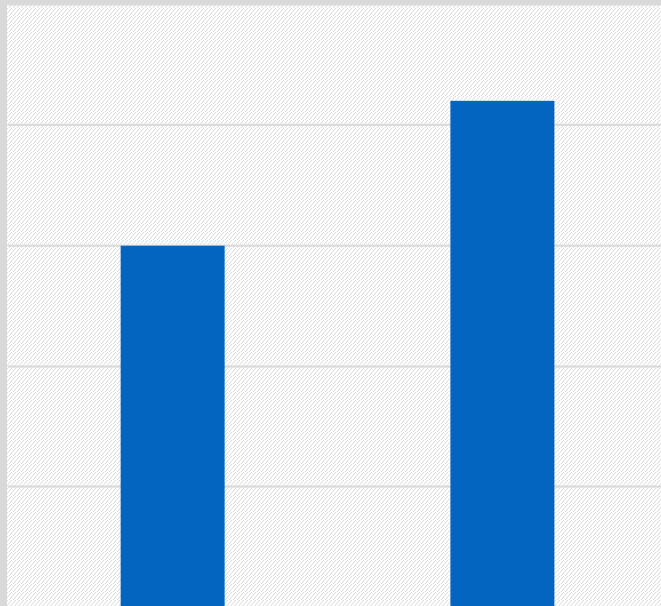
광고수익률





CTS 설치된 계정의 평균 클릭율이  
미설치 계정대비 40% 높아요!

클릭율



CTS 미설치

CTS 설치

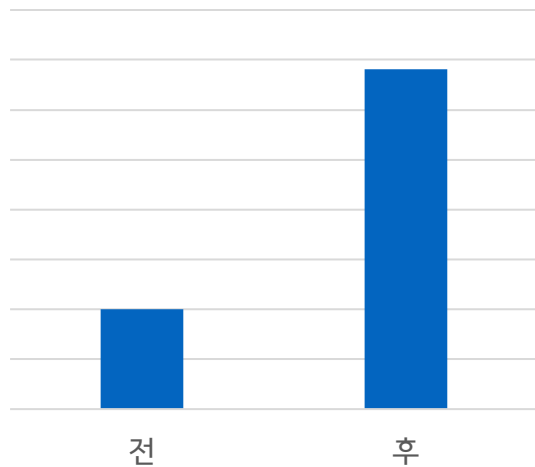
쇼핑몰  
출산/육아  
미용  
컴퓨터  
...



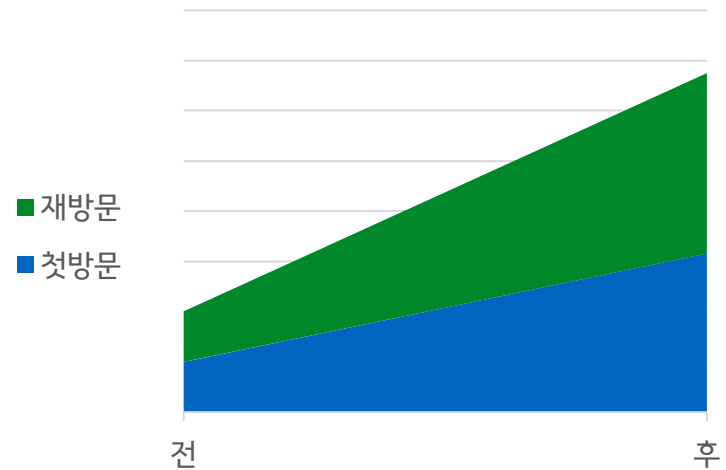
헤미쉬 [www.myheimish.com](http://www.myheimish.com)

- 광고 목적: 브랜딩, 트래픽 확대
- 광고 결과: 사이트방문자 확대 (첫방문 216%▲ 재방문 259%▲)  
광고수익율 241%▲, 노출수 188%▲ [초기배너 확장 전후]

광고수익율

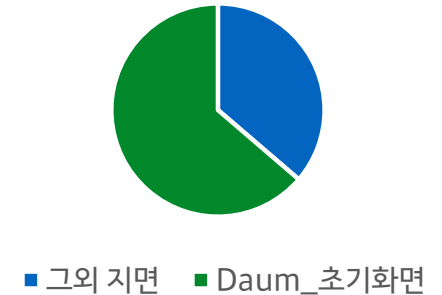


방문자





클릭



#### ※타겟팅

리타겟팅과 검색어에 집중

리타겟팅의 경우, 전체방문자와 장바구니 방문자로 세분화

➔ 장바구니 방문자의 노출량 확대 전략

#### ※광고지면

게재위치중 유입수 및 광고수익율이 높은 초기화면 노출량 확대 전략

CTS 설치로 현황보고서>게재위치 보고서에서 확인 가능



## 게재지면에 대해 개별 on/off와 입찰가 설정이 가능해요

게재위치		소재		
ON-OFF		입찰가수정	보고서 바로가기	
<input type="checkbox"/> ☆ 게재위치(157개)	게재위치 정보	ON-OFF	상태 ?	개별 입찰가
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_초기화면	상세보기	ON	▶ 노출가능	
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_뉴스_상단	상세보기	ON	▶ 노출가능	
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_뉴스_하단	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_미디어_상단	상세보기		▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_미디어_하단	상세보기		▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_카페	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_메일	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_미즈넷	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_금융_상단	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_금융_하단	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_섹션	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ 카카오톡_채널탭	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_라이프	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_부동산_상단	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_부동산_하단	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_블로그	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_자동차	상세보기	ON	▶ 노출가능	-
<input type="checkbox"/> ☆ Daum_사전	상세보기	ON	▶ 노출가능	-

YTN

세이클럽

이투데이

국민일보

JTBC

slrclub

조선일보

아시아경제

전자신문

아주경제

스포츠경향

스포조이

TV데일리

해피캠퍼스

조인스닷컴

스포츠큐

Zum / Egloos

한국경제

서울경제신문

헤럴드경제

업다운뉴스

노라라

뉴스엔

플러스365

디스패치

텐아시아

한국경제TV

매일신문

오마이뉴스

허핑턴포스트코리아

플러스24

한국일보

...

건강 App지면

교육

금융

날씨

뉴스

도서/참고자료

도구

라이프스타일

엔터테인먼트

사진/동영상

비즈니스

생산성

소셜/커뮤니케이션

쇼핑

스포츠

여행

음악

의료

게임





교통



#### C대학교

· 광고 목적 : 노출 및 유입수 확대 / 시즌별 광고

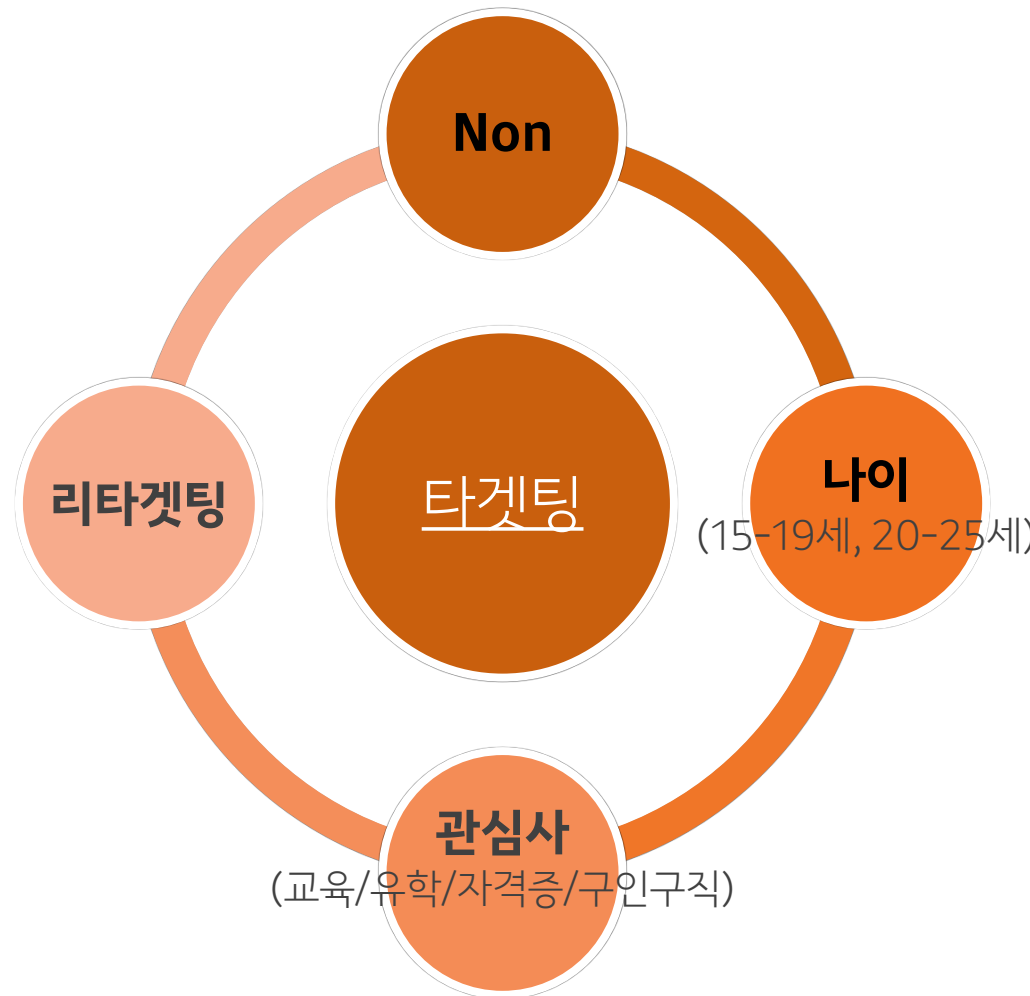
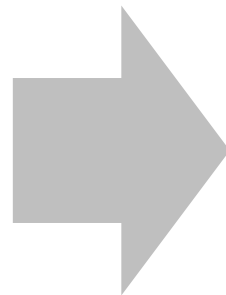
› 현황 보고서 | 전체캠페인 >

추이 ? 그룹명	
	DDN 초기_관심사
	DDN 모바일
	DDN 모바일_나이
	DDN 초기_나이
	DDN 초기
	DDN 메인
	DDN 브스_관심사
	DDN 메인_나이
	DDN 초기_리타겟팅
	DDN 브스_리타겟팅

1개 캠페인 > 16개 그룹

지면 / 타겟팅 / 디바이스

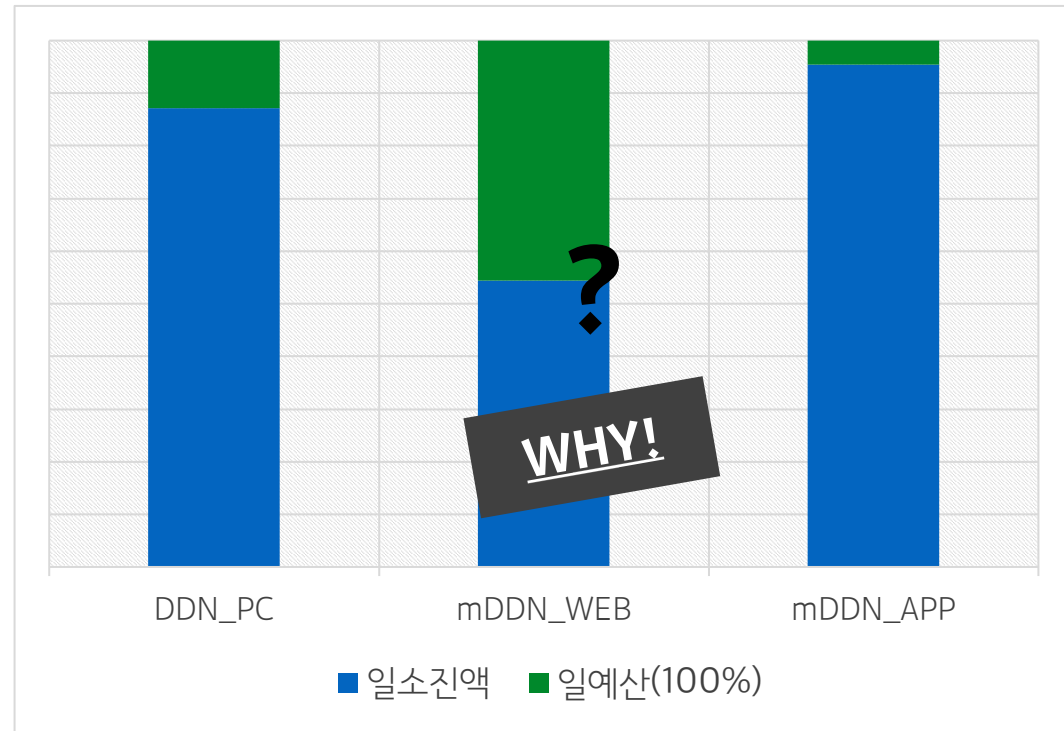
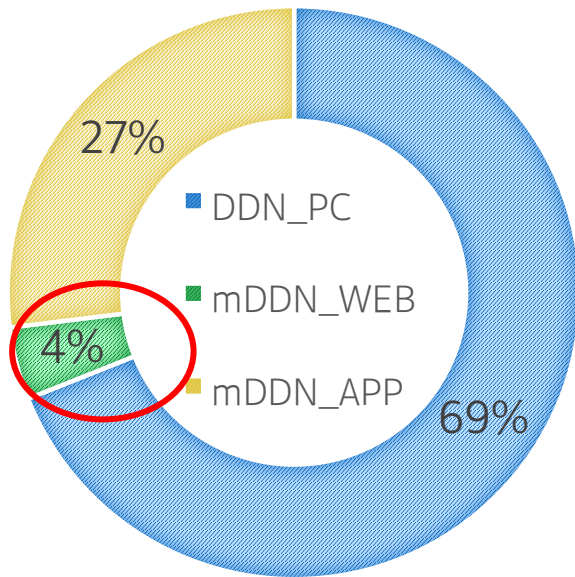
그룹명	ON/OFF	상태	광고대상명
메인	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
메인_관심사	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
메인_나이	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
메인_리타겟팅	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
모바일	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
모바일_관심사	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
모바일_나이	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
모바일_리타겟팅	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
브스	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
브스_관심사	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
브스_나이	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
브스_리타겟팅	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
초기	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
초기_관심사	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
초기_나이	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교
초기_리타겟팅	ON	● 캠페인 일 예산 초과	대학교





- 2017.04 광고비 월소진액 비교 → **PC : MO = 7 : 3**
- 현황 : 캠페인에 일예산 캡을 씌우고 그룹별 일예산은 소진 정도에 따라 어느 정도 편차를 두되 비슷한 수준으로 여유를 두고 설정, 다만 소진 자체는 **mDDN\_WEB**에서 상당히 저조하게 진행 중

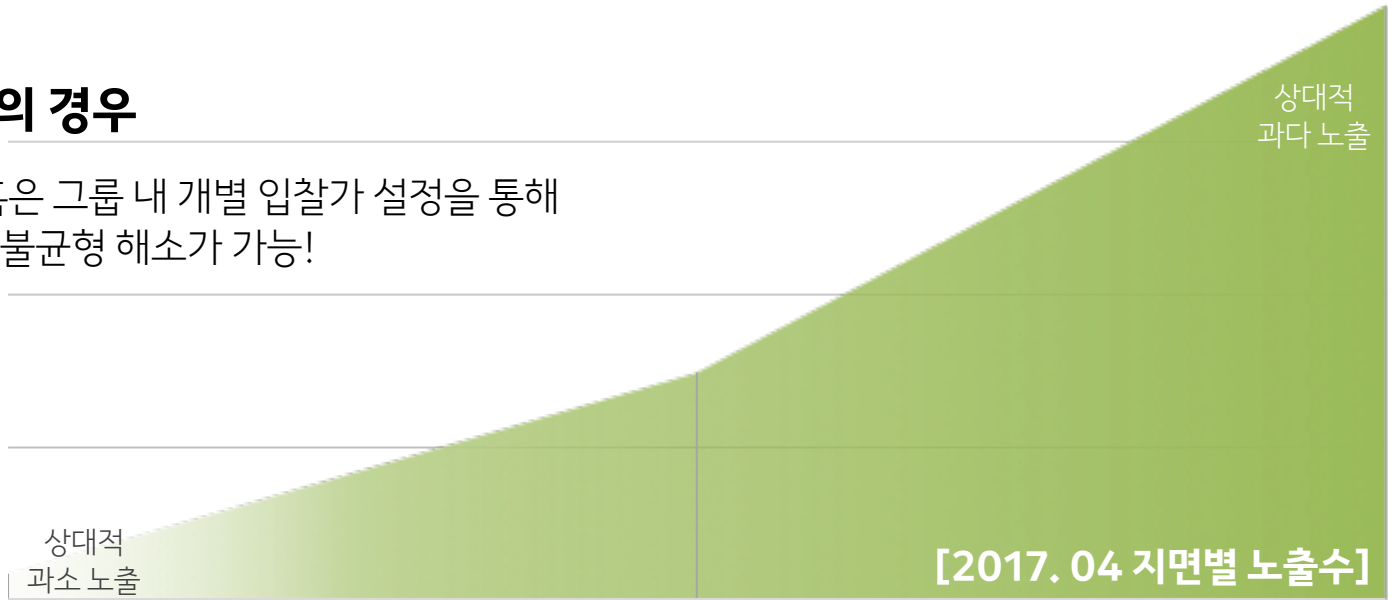
[ 2017.04 광고비 월소진액 비중]



### 3. DDN 광고 최적화 사례

#### ex) '모바일' 그룹의 경우

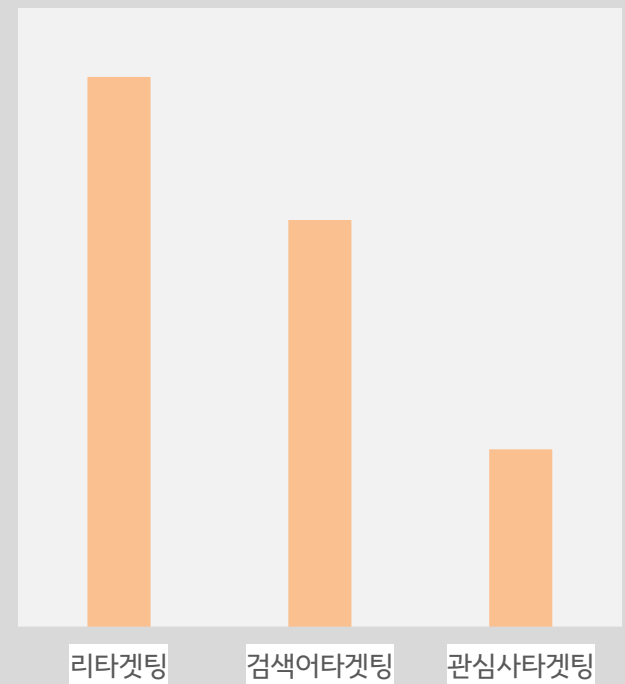
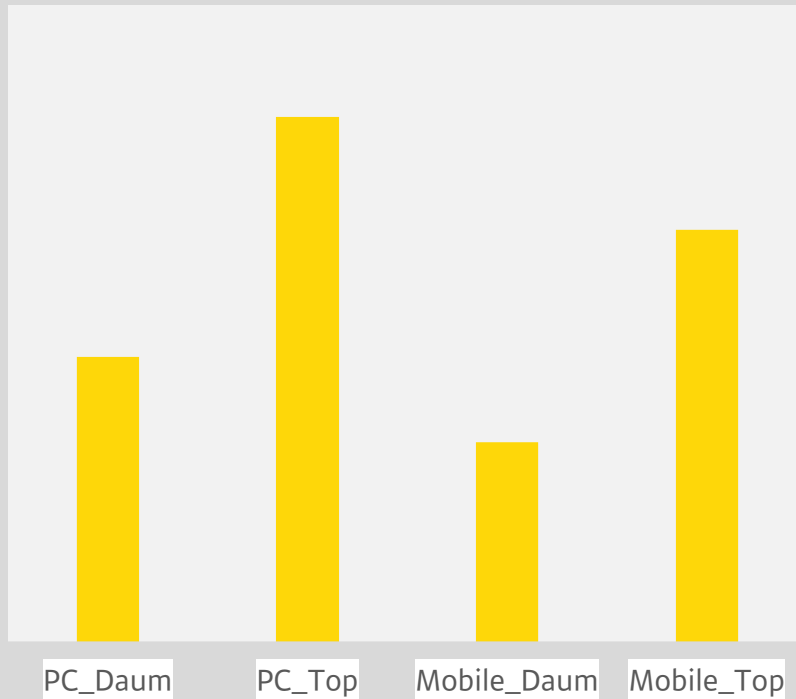
그룹 분리 운영 혹은 그룹 내 개별 입찰가 설정을 통해  
지면별 노출수의 불균형 해소가 가능!





주요한 광고 운영 전략에 따라 그룹을 분리 운영하고  
그룹명에 해당 전략을 반영

주요 지면 · 디바이스 · 타겟팅 광고반응율



DDN 메인  
DDN 메인\_관심사  
DDN 메인\_나미  
DDN 메인\_리타겟팅  
DDN 모바일  
DDN 모바일\_관심사  
DDN 모바일\_나미  
DDN 모바일\_리타겟팅  
DDN 브스  
DDN 브스\_관심사  
DDN 브스\_나미  
DDN 브스\_리타겟팅  
DDN 초기  
DDN 초기\_관심사  
DDN 초기\_나미  
DDN 초기\_리타겟팅

감사합니다 😊