

MABLE.



메이블 모바일 앱 마케팅 제안서

2021.01.01

앱마케팅 상품 #1.
앱 전환 개런티형 (nCPI / nCPA)



애드스크린 (AdScreen)은 무엇인가요?

대고객 서비스를 제공하는 모바일 앱을 보유하신 광고주께 **양질의 모바일 유저**를 만날 수 있는 **최적의 트래픽**을 제공하고 **광고사기를 예방**하는 성과 개런티형 (nCPI, nCPA) **모바일 퍼포먼스 광고 플랫폼**입니다.

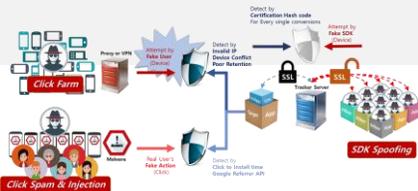
신선한 글로벌 트래픽

쉽게 접할 수 없었던 국내 및 글로벌 트래픽 믹스를 통한 앱 마케팅 퍼포먼스의 경험



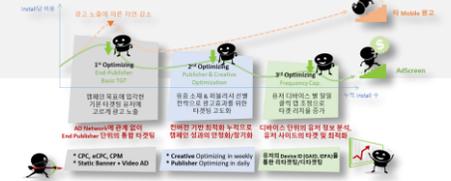
Anti-fraud system

클릭에서 이벤트(in-app event)까지, 인스톨 전/후의 성과분석을 통해 Pre-Install Anti-Fraud 프로세스 구축



다각화된 최적화 진행

3rd Depth 하위 지면에서 유저 단위의 세분화된 성과관리로 캠페인 초기 성과의 안정화 및 장기 캠페인의 피로도 개선



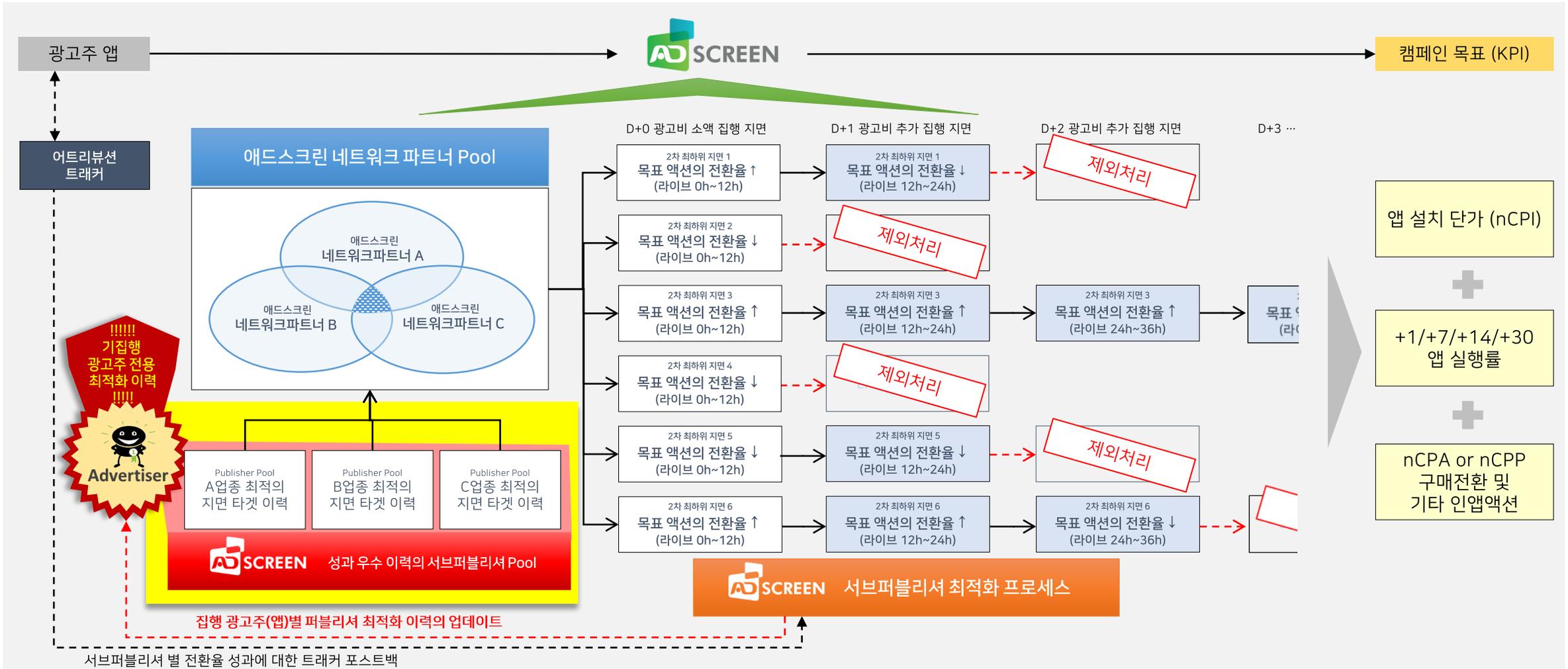
다수의 성공 사례

월 30여 개의 국내/외 모바일 게임 및 커머스, 서비스업의 퍼포먼스 캠페인 집행과 이를 통해 누적된 최적화 이력



최적의 트래픽은 어떻게 제공되나요?

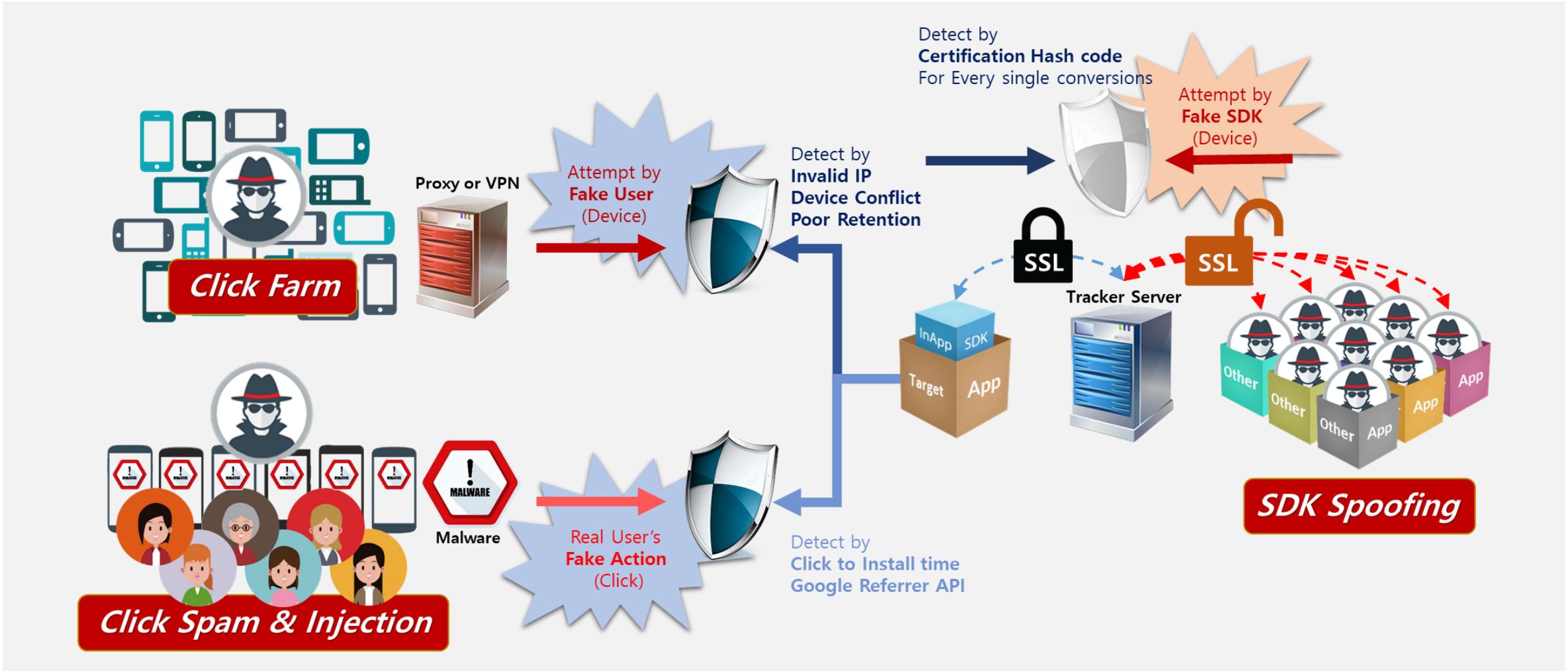
광고주 앱에 대한 유저 개개인의 반응(전환율)을 추적하여, 광고 클릭 대비 전환 효율이 우수한 유저가 더 많이 모인 성과 우수 지면을 찾아 광고 노출을 증가시키고 성과 불량 지면으로의 광고 노출은 차단합니다.



광고사기는 어떻게 예방하나요?

모바일에서 범람하고 있는 다양한 형태의 광고사기 행위를 3가지 패턴으로 구별하여 실시간 추적/대응합니다.

패턴1) 가짜 유저를 진짜 유저로 둔갑시키는 행위 / 패턴2) 진짜 유저의 가짜 액션을 만들어내는 행위 / 패턴3) 모바일 광고전환 추적도구를 해킹하여 패턴 1,2를 만들어내는 행위



최적의 트래픽과 광고사기의 예방이 동시에 이루어질 수 있나요?

애드스크린의 100여 개 파트너 네트워크에서 제공되는 1만여 개의 하위 지면(서브 퍼블리셔) 중에서 광고 성과가 우수한 지면을 지정하고 불량한 지면을 제외하여 캠페인 목표에 적합한 지면에만 광고비를 소진합니다.

전체 지면의
통합 성과 추적

전환수 총계

개별 전환 기준의 일차 별 전환 추이 분석 (코호트 분석)

Date	D-day_Install	D-day_Open	D+1day_Open	D+2day_Open	D+3day_Open	D+4day_Open	D+5day_Open	D+6day_Open
20171116	242	100%	31.4%	30.6%	22.3%	13.2%	12.8%	9.5%
20171117	883	100%	30.0%	21.0%	16.1%	11.9%	11.3%	
20171118	1161	100%	33.3%	21.6%	17.1%	15.2%		
20171119	1297	100.0%	26.3%	19.3%	17.0%			
20171120	1273	100.0%	30.8%	23.3%				
20171121	1157	100.0%	26.9%					

AD SCREEN
2차 하위 지면의
개별 성과 추적

네트워크 정보

서브퍼블리셔 정보

서브퍼블리셔 기준으로
포개어진 전환수

개별 전환 기준의 일차 별 전환 추이 분석 (코호트 분석)

Date	AGID	DID	D-day_Install	D-day_Open	D+1day_Open	D+2day_Open	D+3day_Open	D+4day_Open	D+5day_Open	D+6day_Open
20171123	7690_	690_	8	100.0%	50.0%	37.5%	37.5%	37.5%	25.0%	12.5%
20171123	8348_	348_	6	100.0%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	16.7%
20171123	9278_	278_	4	100.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
20171123	2700	aW8G4U_nciAwC6qZZzkm	1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
20171124	7635_	635_	67	100.0%	38.8%	31.3%	22.4%	17.9%	11.9%	13.4%
20171124	7638_	638_	4	100.0%	75.0%	50.0%	75.0%	50.0%	50.0%	25.0%
20171124	8925_	925_	4	100.0%	75.0%	25.0%	50.0%	50.0%	50.0%	25.0%
20171124	9282_	282_	4	100.0%	50.0%	50.0%	25.0%	50.0%	25.0%	25.0%
20171124	4144_	144_	3	100.0%	100.0%	66.7%	66.7%	66.7%	66.7%	33.3%
20171124	9259_	259_	2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	50.0%	50.0%
20171124	8931_	931_	1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
20171126	AT2pup0ygmfwlh73vZ	7041805	6	100.0%	66.7%	33.3%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%
20171126	10216_	0216_	8	100.0%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
20171126	9282_	282_	5	100.0%	80.0%	80.0%	40.0%	40.0%	20.0%	20.0%
20171126	7642_	642_	5	100.0%	40.0%	40.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%
20171126	8925_	925_	4	100.0%	75.0%	25.0%	50.0%	25.0%	25.0%	25.0%
20171126	8348_	348_	1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
20171126	3590	1253_2_SUBID45274	14	100.0%	42.9%	35.7%	42.9%	21.4%	14.3%	14.3%
20171126	1323	0399	12	100.0%	58.3%	33.3%	33.3%	33.3%	25.0%	16.7%
20171126	3590	0375_CD38117	3	100.0%	33.3%	100.0%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%
20171126	1323	9145	3	100.0%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%
20171126	3590	1253_2_SUBID45085	2	100.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%
20171126	1323	0044	2	100.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%
20171126	2610	53692_26240_3641_2415	1	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
20171127	T64k4h6mi4bz56alxc1	7041805	61	100.0%	66.7%	50.0%	33.3%	50.0%	33.3%	50.0%

최적의 트래픽과 광고사기의 예방이 동시에 이루어질 수 있나요?

지면(서브 퍼블리셔) 별 광고 성과의 우수/불량을 판단하는 준거 역시, 개별 유저가 발생시키는 앱 오픈 / 업데이트 / 로그인 / 튜토리얼 / 장바구니 등 다양한 **인앱액션**을 교차 추적하여 각 **지면의 건강도**를 파악합니다.

단일 이벤트의 성과분석

Date	D-day_Install	D-day_Open	D+1day_Open	D+2day_Open	D+3day_Open	D+4day_Open	D+5day_Open	D+6day_Open
20171116	242	100%	31.4%	30.6%	22.3%	13.2%	12.8%	9.5%
20171117	883	100%	30.0%	21.0%	16.1%	11.9%	11.3%	
20171118	1161	100%	33.3%	21.6%	17.1%	15.2%		
20171119	1297	100.0%	26.3%	19.3%	17.0%			
20171120	1273	100.0%	30.8%	23.3%				
20171121	1157	100.0%	26.9%					

단일 이벤트의
통합 성과 추적

다수 이벤트의 성과 교차분석



App Open

Update

Registration

Tutorial Complete



모든 이벤트의
교차 성과 추적

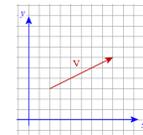
최적의 트래픽과 광고사기의 예방이 동시에 이루어질 수 있나요?

앱의 특성에 따라, 목표 이벤트의 성격에 따라 **유저의 활동주기**는 **데일리 리포팅**보다 짧을 수도, 길 수도 있습니다.

애드스크린은 앱 특성 별로 다양한 유저의 걱정 활동 주기에 맞춘 **커스텀 리포팅**을 진행합니다.

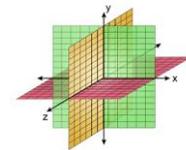
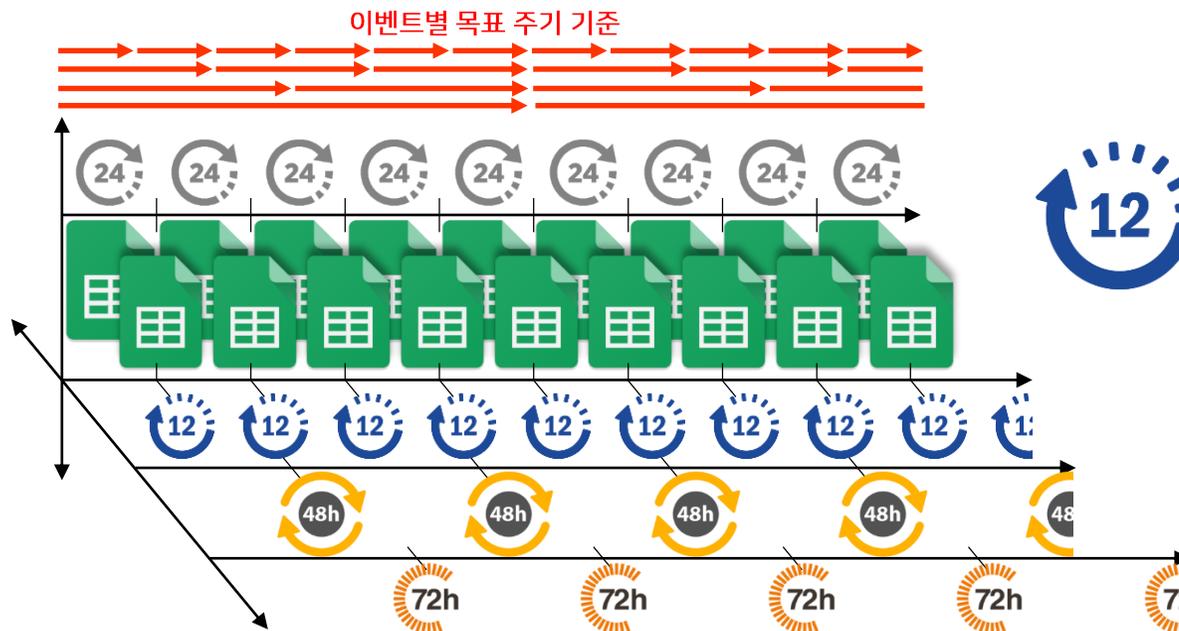
ex1) 앱 실행 리텐션 : D+1 이후 12h~24h 기준 / ex2) 회원가입 액션 : D+0 ~ D+3 기준 및 선행/후행 이벤트의 순서 검증 / ex3) 구매전환 액션 : D+7 이내

24시간 간격의
소진금액 기준
데일리 리포팅



클릭, 전환, 소진액의 획일화된 업데이트
(Spending Quantity)

AD SCREEN
12시간 기준의
성과 불량 광고비
차감의 데일리
크로스 리포팅



클릭, 전환, 소진액 외
블룸스파이크 모니터링 / every 1hour
리텐션 모니터링 / 12h~7days
Fraud & Suspicious 모니터링 / 12h~7days
입체적 업데이트
(Spending Quality)

앱마케팅 상품 #2. 웹투앱 전환 추적 (Web to App)



웹투앱 (Web to App)이 무엇인가요?

웹 검색광고를 통해서 모바일 앱으로 온보딩한 유저의 앱 활동성의 성과를 추적하고 최적화하는 상품입니다.

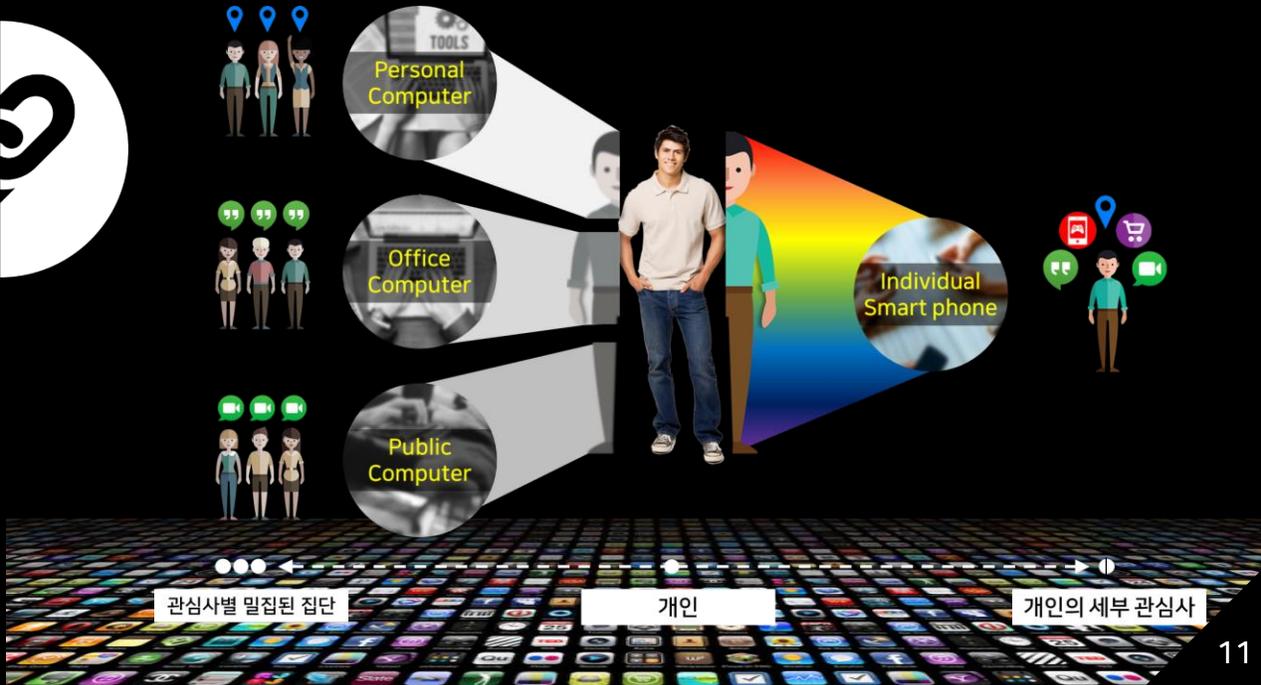
검색광고

/ 가장 보편화된 정보검색 행위를 대상으로 /
 / 유저의 관심사, 니즈, 욕구를 대변하는 검색 키워드에 직결하는 /
 / 유저의 목적성에 기반한 리얼 퍼포먼스 타겟팅 및 최적화 /



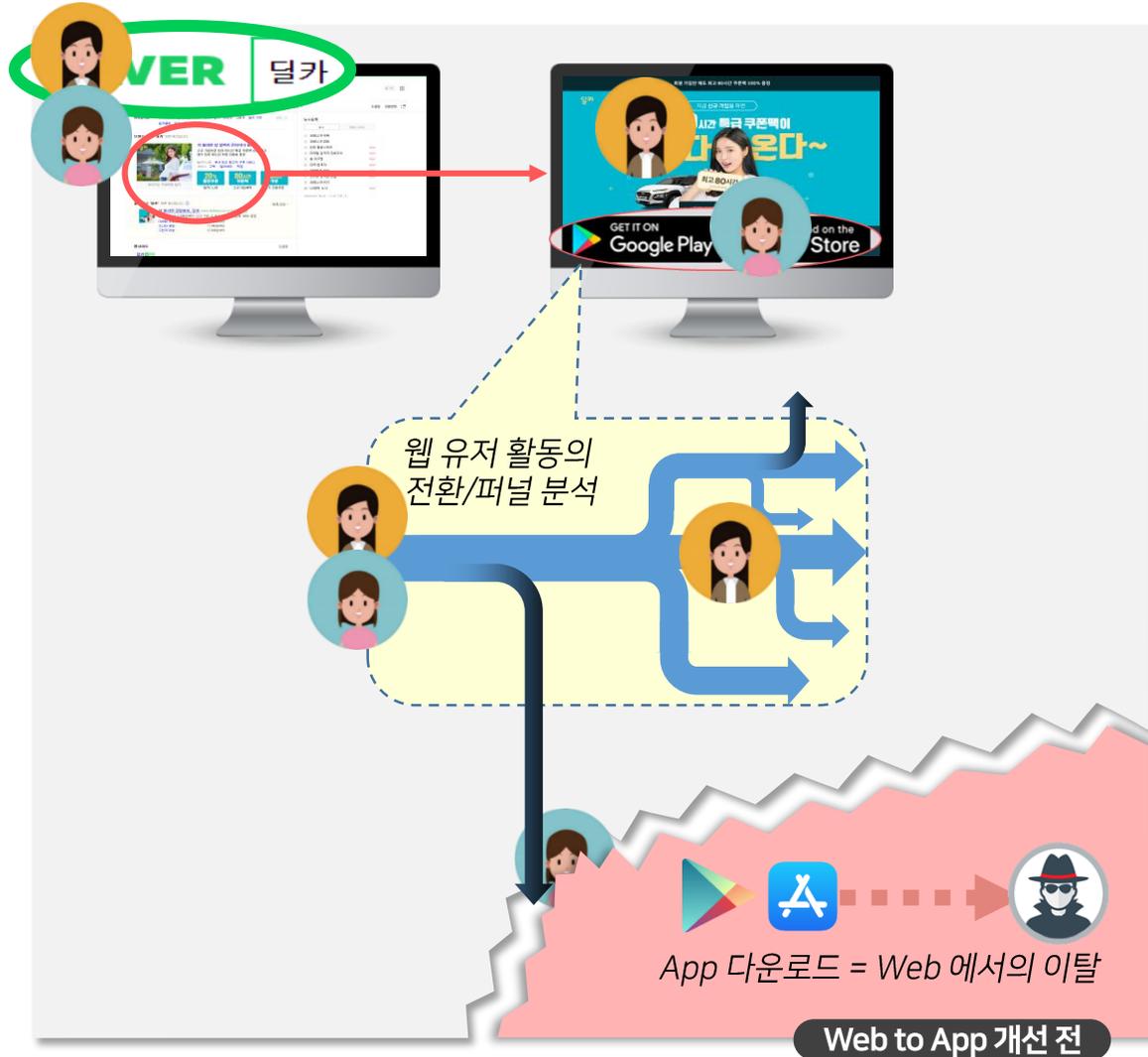
앱마케팅

/ 가장 개인화된 모바일 디바이스를 대상으로 /
 / 유저 프로필 및 데모그래피 정보에 기반한 추측성 타겟팅이 아닌 /
 / 유저의 활동성에 기반한 리얼 퍼포먼스 타겟팅 및 최적화 /



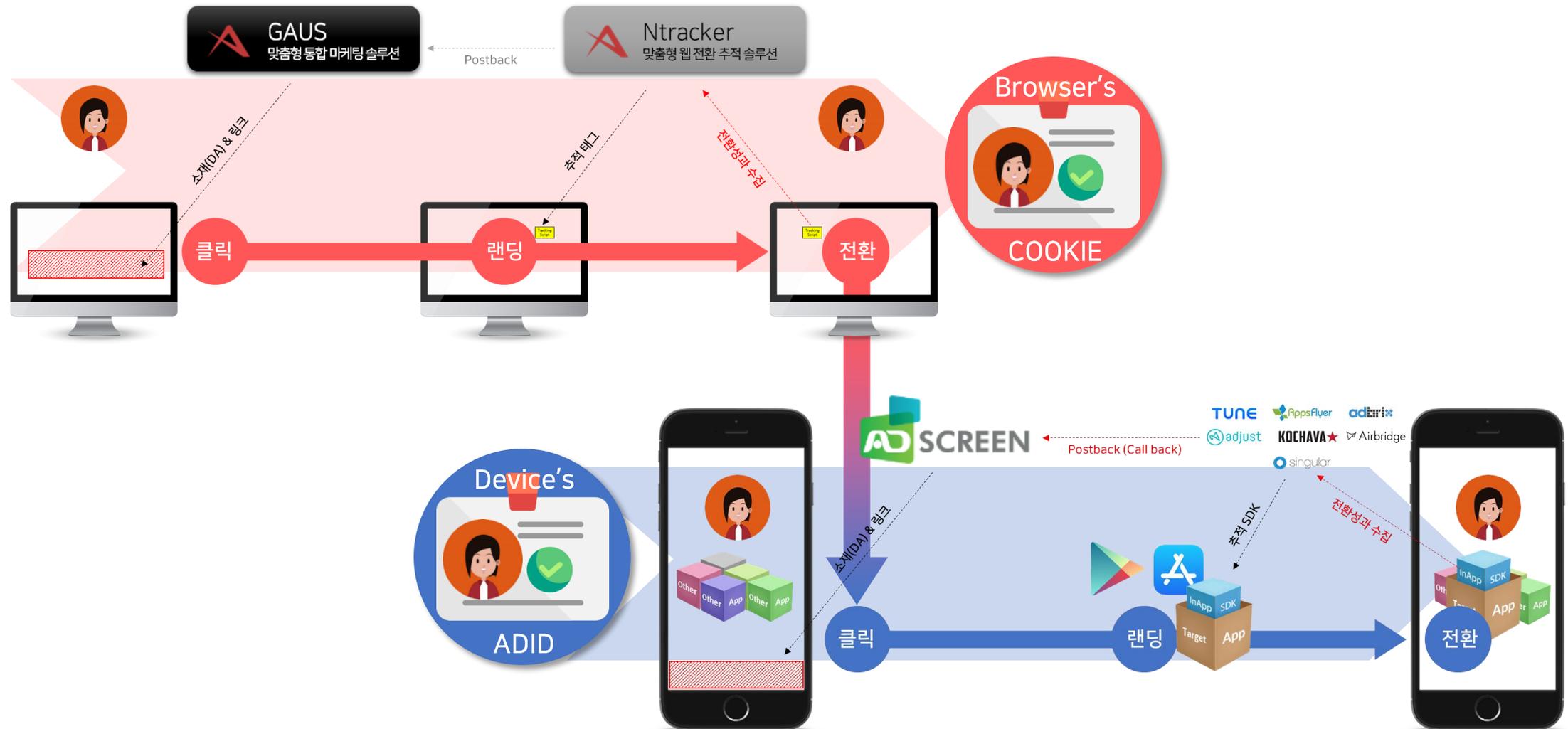
웹투앱으로 무엇을 할 수 있나요?

광고주께서 보유한 **웹 자산** (브랜드 사이트, 기업 사이트, 이벤트 사이트)을 모바일 **앱 유저 확보 채널**로 활용함으로써, 앱 다운로드가 '웹 유저의 이탈'이 아닌, '웹 유저의 앱 온보딩'으로 식별될 수 있도록 합니다.



웹투앱을 어떻게 구현할 수 있지요?

웹 전환 추적도구에서 생성한 브라우저 **웹쿠키(Cookie)**정보와 앱 전환 추적도구에서 추출한 **디바이스 광고정보(ADID)** 간의 매칭을 통해 웹과 앱 간을 이동하는 유저의 **분산된 웹/앱 정보**를 식별, 동일 유저임을 판단하는 방법을 사용합니다.



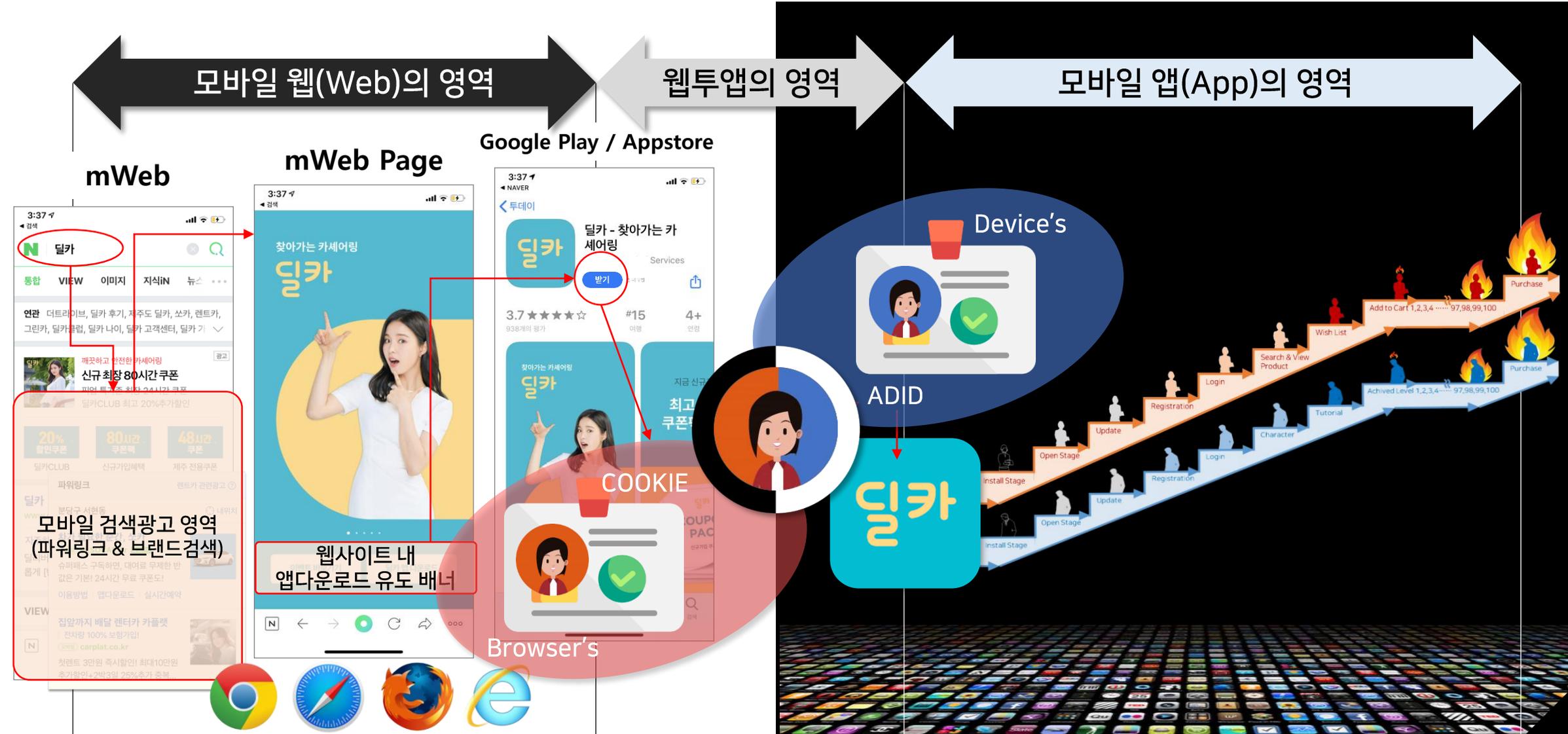
웹투앱을 어떻게 구현할 수 있지요?

서로 다른 추적 방식, 별개의 추적 도구로 인해 단절되었던 웹-앱 간의 연결고리를 애드스크린의 웹투앱 클릭ID정보를 통해 앱 전환에 기여하는 웹지면과 웹소재가 무엇인지를 분석하고 최적화가 가능합니다.



웹투앱을 어떻게 구현할 수 있지요?

웹에서 앱으로의 유저 전환 여정에 기여하는 지면과 소재를 확인할 수 있음으로 인해,
 기존 웹 마케팅에서 대두되었던 앱 확장성의 한계를 극복하고, 웹과 앱을 포괄하는 퍼포먼스 마케팅을 구현합니다.



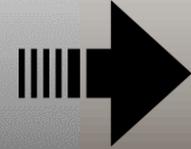
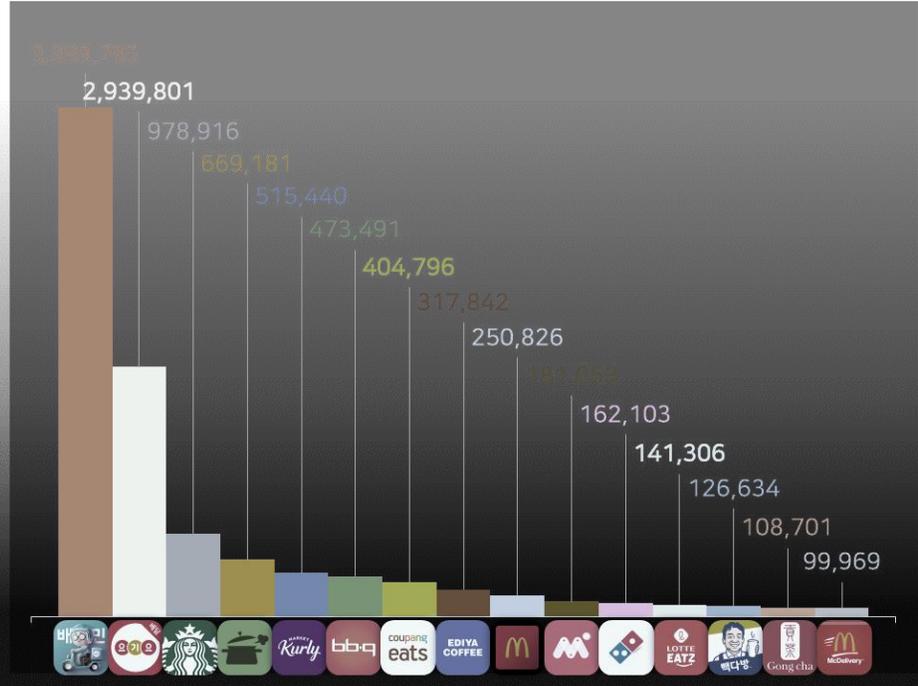
앱마케팅 상품 #3. 앱마켓 분석 (M.A.P)



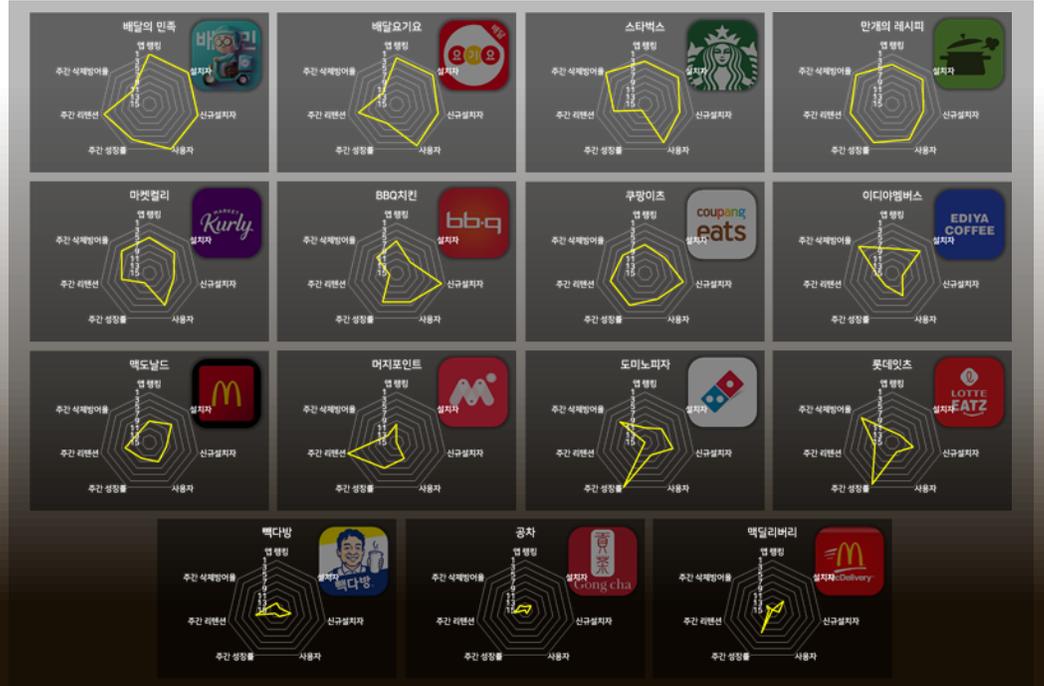
앱마켓 분석 (M.A.P) 이 무엇인가요?

단편적인 기준에 따른 앱마켓 상호 경쟁현황을 나열하는 과거의 방식에서 벗어나 앱의 다양한 사용성 지표를 **동시에** 비교하는 메이블의 앱마켓 분석 솔루션입니다.

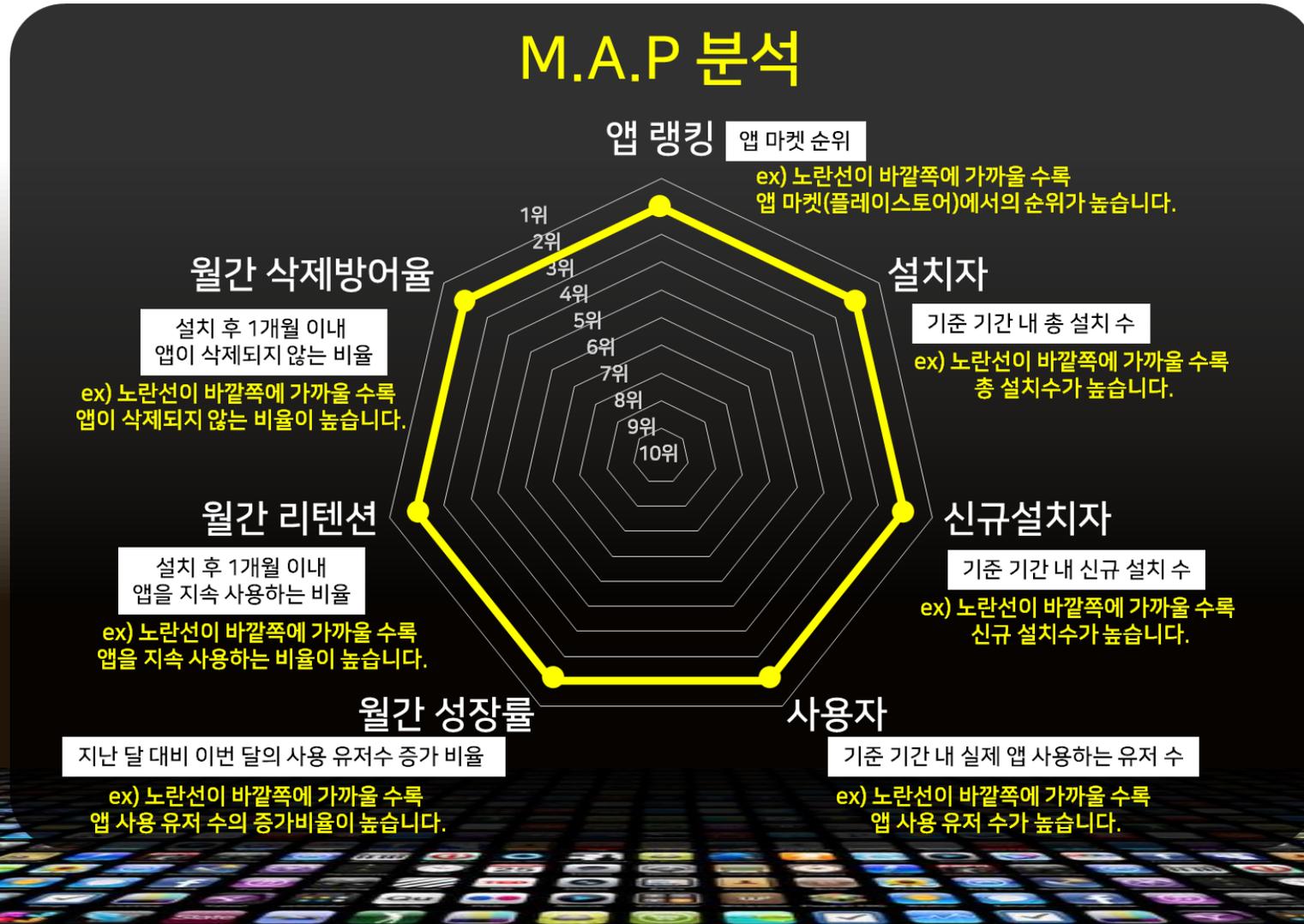
기존의 앱마켓 분석



메이블의 M.A.P 분석



애드스크린은 메이블의 앱 마켓 분석 솔루션: **M.A.P**를 통해
모바일 앱 사용성 관점에서 경쟁사 대비 상호 우위/취약점을 확인합니다.



앱마켓 분석으로 무엇을 할 수 있나요?

Weekly & Monthly M.A.P를 통해 동종 경쟁사 간의 앱 마켓 포지션 변화를 정기적으로 점검하고 클라이언트의 앱 마케팅 효과를 검증하거나, 목표를 갱신해 나아가도록 합니다.



쇼핑앱
(1월~12월)

주식투자앱
(1월~12월)

게임앱
(1월~12월)

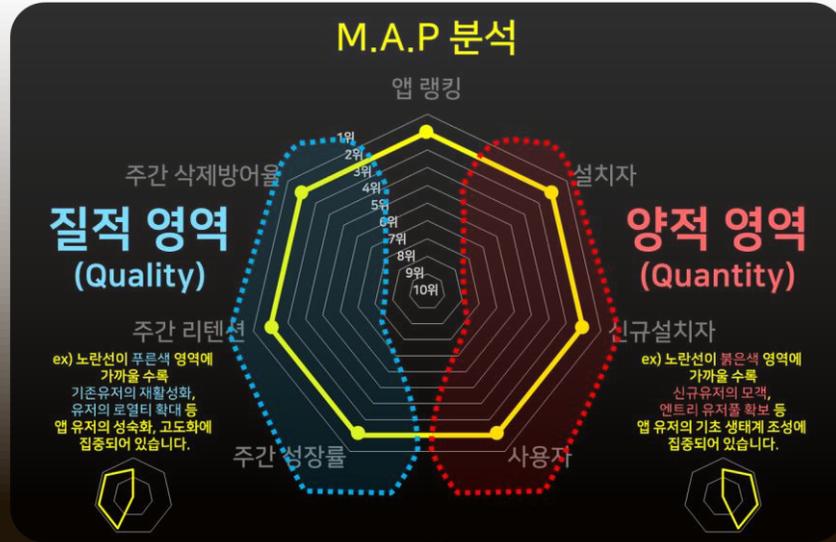
데이팅앱
(1월~12월)

부동산앱
(1월~12월)

Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

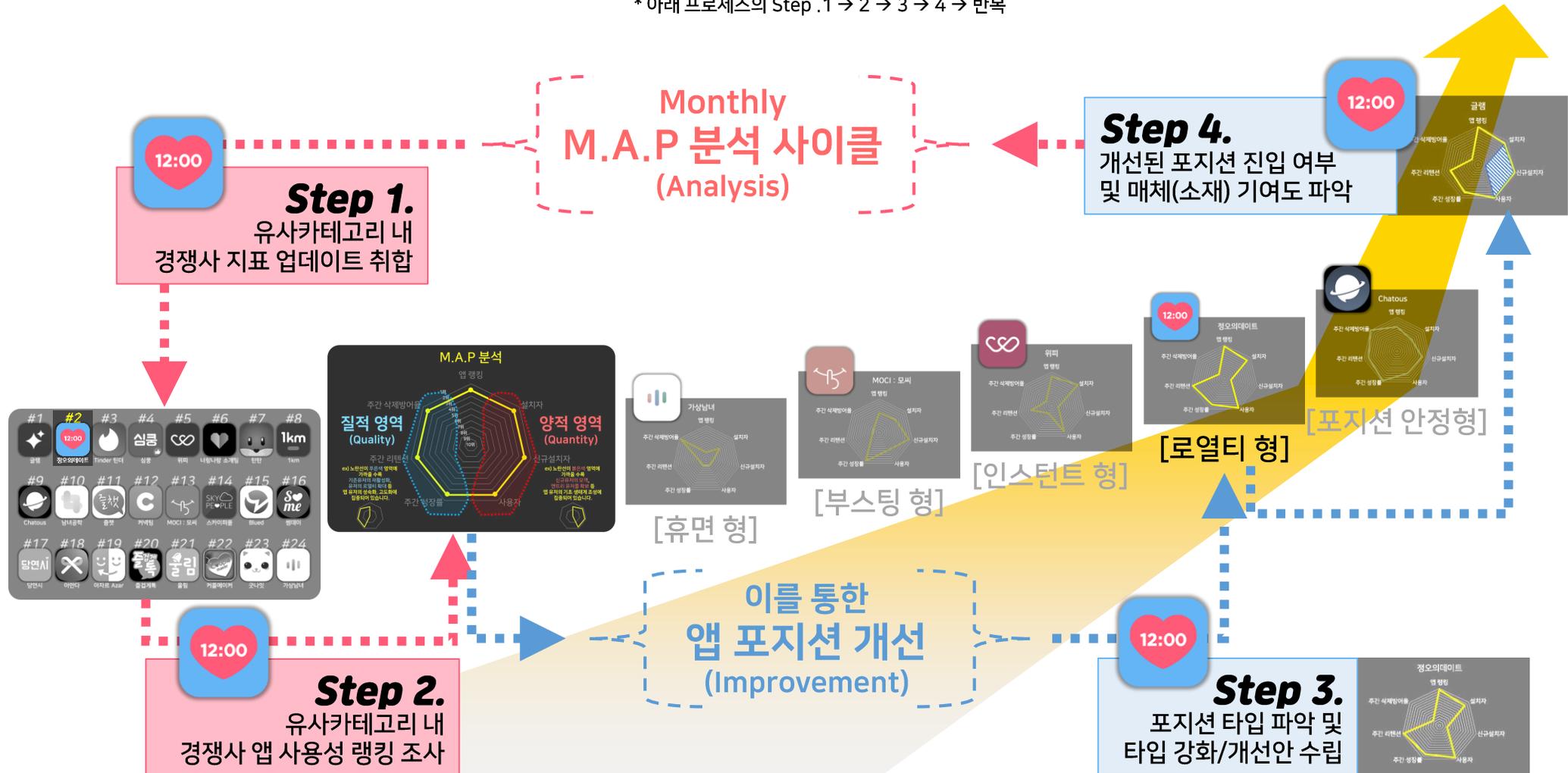
앱마켓 분석으로 무엇을 할 수 있나요?

앱 마켓 포지셔닝을 정의하여 카테고리 전반의 앱 유저의 사용성 패턴,
자사 / 경쟁사 앱의 사용 특색을 객관화하고 약점 보완 / 강점 극대화의 포지션 개선안을 마련할 수 있습니다.



“정기적인 M.A.P 현황분석 → 목표수립 및 전략실행 → 개선결과 확인 과정”의 루틴으로
단기 퍼포먼스 목표의 달성 내지 중장기 앱 성장효과를 실현할 수 있도록 메이블이 도움 드리겠습니다.

* 아래 프로세스의 Step.1 → 2 → 3 → 4 → 반복



애드스크린 집행을 위한 안내사항



트래킹 링크 및 소재 제공 시점으로부터 **1영업일** 내 nCPI / nCPA 캠페인 라이브가 가능합니다.

(Web to App 라이브는 광고주의 **웹페이지 컨디션**에 따라서 상이하므로, 애드스크린 담당자를 통해 별도 안내 및 가이드를 요합니다.)



1. 광고요청



2. 미디어 믹스 제안서

광고주 측 예산 기준
예산 볼륨 및 단가 전달



3. 앱 링크 테스트

-트래커 연동 지원 및 확인
테스트 전환 및 이벤트 값 확인

-광고주 앱 내
3rd Party tracker SDK 삽입 및
인스톨&이벤트 포스트백 연동 필수

-광고주 웹 내
애드스크린 웹 추적스크립트 설치



4. 트래픽 선별

-매체등록 및
트래킹 링크 전달 후
매체 측에 실행 요청



5. 광고 집행

-24기준 리포트 및
12시간 기준
퀄리티 리포트 제공

이미지형 디스플레이 배너 및 영상형 비디오 소재의 활용이 가능합니다.

(nCPI 어플레이트 트래픽의 특성 상 게재면 캡처는 제공이 어렵습니다. 필요 시 일부 사이즈에 한하여 Mock-Up 이미지를 지원드립니다.)

 배너 소재 가이드

유형	소재 규격	형식	용량
DA 배너	250 x 250, 300 x 50, 300 x 250, 300 x 600, 320 x 50, 320 x 100, 320 x 480	JPG or PNG	150KB 미만

 비디오 소재 가이드

유형	소재 규격	형식	용량	소재 길이
비디오	16:9 (854 x 480, 1280 x 720, 1920 x 1080)	MP4, MOV, AVI	50MB 미만	15초 이상 30초 미만

- Adscreen은 소재 베리에이션 및 크리에이티브 제작을 지원 드리지 않습니다.
- 활용 가능 소재는 다양할수록 좋습니다.

캠페인의 목표 / 경쟁현황 / 광고주 앱의 특성에 따라서 전환 단가는 다양하게 형성됩니다.

(아래의 집행 가이드는 장르별 집행 단가 추정을 위한 예시안으로서, 실제 캠페인 진행 단가는 라이브 전에 협의를 요합니다.)

 단가 가이드

장르구분	세부 구분		예상 CPI (KRW)	최소 집행 예산
게임	캐주얼 게임	Puzzle, Board, Action, Sports	± 2000원	500만원
	코어 게임	RPG, MMORPG, RTS, FPS	± 2500원	
비 게임	Commerce, Finance, Social, 그 외 Life style app		± 1500원	

- 상기 CPI는 NET 기준입니다.
- 상기 CPI는 앱 카테고리 별 평균 단가이며, 실제 캠페인 집행 시 협의를 요합니다.
- 클라이언트 앱의 특성, 마케팅 현황, Soft & Hard KPI 조건에 따라 CPI가 달라질 수 있습니다.

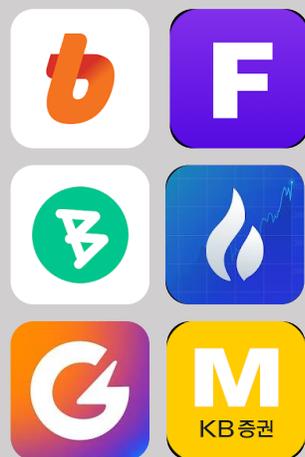
성공 실적이 궁금해요

국내의 게임/비게임 앱 마케팅의 매체 파트너로서, 애드스크린은 다양한 성공 실적을 보유하고 있습니다.

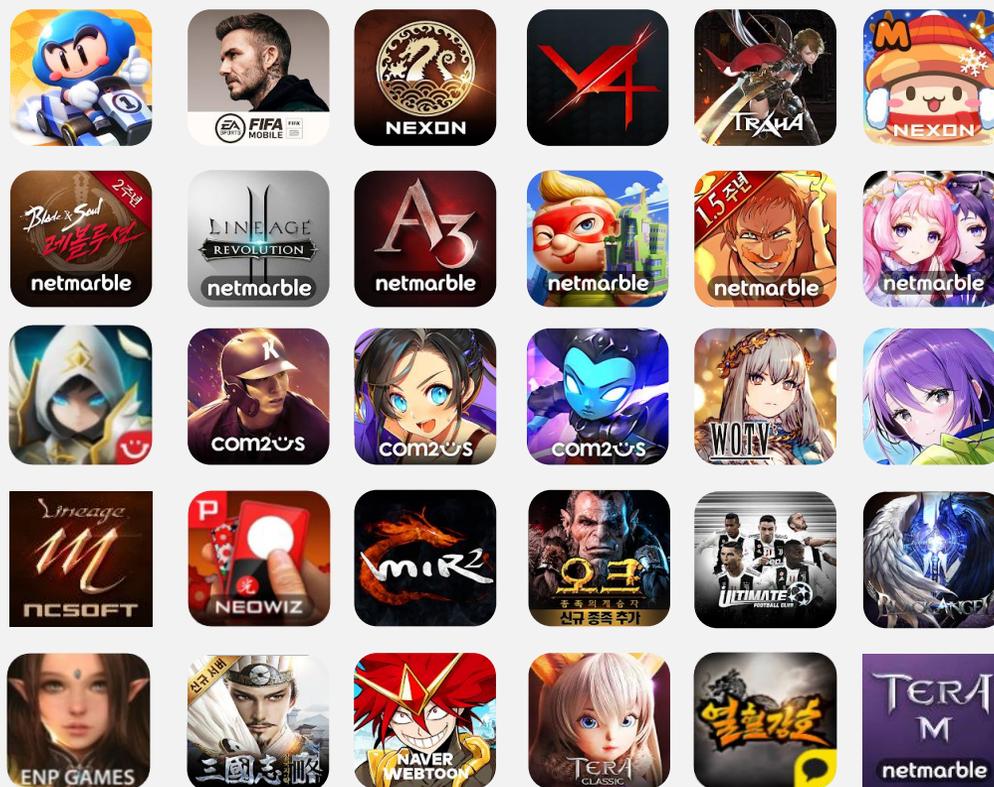
쇼핑



금융



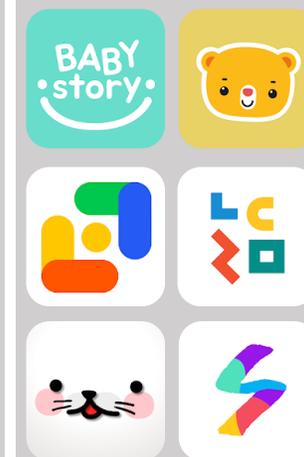
모바일 게임



라이프 스타일

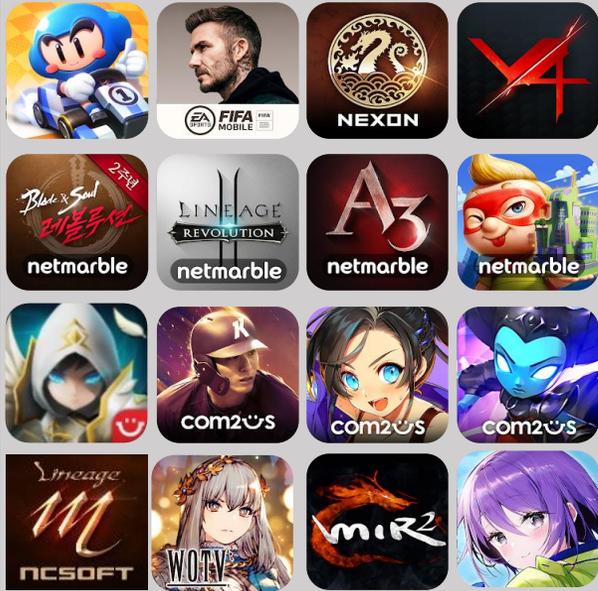


육아 & 교육



국내 대표 게임사 3N 및 국내외 중대형 클라이언트의 퍼포먼스 캠페인 집행 노하우가 있습니다.

모바일 게임

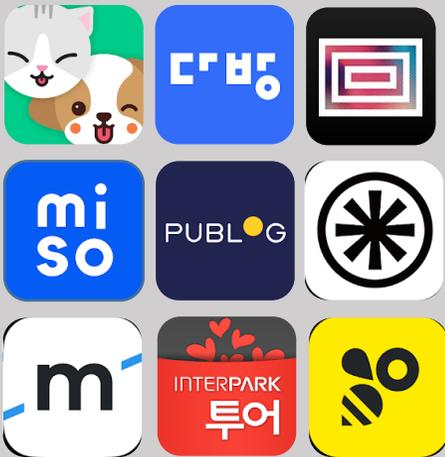


평균 1개월 ~ 최대 1년 이상 장기 지속한 앱 퍼포먼스 캠페인의 다수의 성공사례 보유

<p>N사/ MMORPG (런칭)</p> <ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2020년 3월 ~ 4월 약 17,000 여명의 유효유저 확보 일 최대 1600+ 유저 확보 평균 D+1 리텐션 30% 및 NRU 60% 이상 	<p>C사/ MMORPG (서스테인)</p> <ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2019년 6월 ~ 2020년 6월 일 평균 300+ 유저 확보 평균 D+1 리텐션 27% 1년 장기 집행
<p>N사/ 자동차경주 (런칭)</p> <ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2020년 5월 중순 ~ 10월 약 87,000 여명의 유효유저 확보 일 평균 4000+ 유저 확보 평균 D+1 리텐션 30% 및 NRU 15% 이상 	<p>N사/ MMORPG (서스테인)</p> <ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2019년 2월 ~ 2019년 12월 일 평균 500+ 유저 확보 평균 D+1 리텐션 23% 튜토리얼 완료율 40% 이상 유지
<p>I사/ MMORPG (런칭)</p> <ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2020년 9월 말 ~ 10월 초 약 5,000 여명의 유효유저 확보 일 최대 900+ 유저 확보 평균 D+1 리텐션 31% 및 튜토리얼 58% 이상 	<p>N사/ MMORPG (서스테인)</p> <ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2019년 3월 ~ 진행 중 일 평균 600+ 유저 확보 평균 D+1 리텐션 25% 및 튜토리얼 완료율 70% 이상 유지

게임뿐 아니라 라이프스타일 & 서비스 앱 캠페인 역시 다양한 집행 경험이 있습니다.

라이프스타일
& 서비스



평균 7개월 ~ 최대 1년 이상 장기 지속한 앱 퍼포먼스 캠페인 사례 위주

<p>S사/ 부동산 (서스테이닝)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2018년 12월 ~ 진행 중 약 18,000건 신규 유효 유저 확보 중 일 최대 500+ 유저 확보 KPI call rate 8~10% 기록 	<p>M사/ Lifestyle (서스테이닝)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2019년 6월 ~ 2020년 1월 일 평균 20건 이상 홈 클리닝 예약 유저 확보 CPI와 CPA 병행 집행
<p>M사/ 비즈니스 (서스테이닝)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2019년 12월 ~ 진행 중 KPI: 개인 회원 가입 유저 일 평균 100+ 유저 확보 CPA 상품 진행 (회원가입) 	<p>P사/ 사진 (서스테이닝)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 집행 기간: 2019년 8월 ~ 2020년 8월 KPI: 신규 앱 설치유저 확보 일 평균 200+ 유저 확보 평균 D+1 리텐션 20%

쇼핑 광고주의 목적에 따른 상품 집행으로 광고 효과를 극대화 할 수 있습니다.

쇼핑



회원가입 & 구매전환 퍼포먼스 캠페인 사례 위주

L사/
쇼핑

- 집행 기간: 2020년 6월 ~ 2020년 7월
- 상품 유형 : CPA(회원 가입)
- 총 3,500 건의 회원가입 유저 확보
- 일 최대 200+ 유저 확보

H사/
쇼핑

- 집행 기간: 2019년 7월 ~ 8월
- 약 6,000 여명의 유효 유저 확보
- 일 평균 최대 800+ 전환 확보
- D+1 리텐션 15% 이상 및 회원가입율 15%

H사/
홈쇼핑

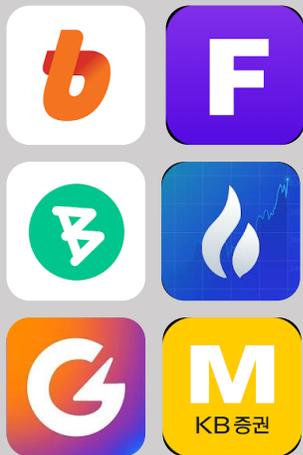
- 집행 기간: 2019년 4월
- 총 15,000 여명의 유효 유저 확보
- 일 평균 최대 800+ 전환 확보
- D+1 리텐션 25% 이상 및 Purchase 24%

G사/
쇼핑

- 집행 기간: 2018년 8월 ~ 2018년 9월
- 약 30,000여명의 유효 유저 확보
- 일 평균 최대 1,000+ 유저 확보
- 평균 D+1 리텐션 30% 및 D+7 15% 이상

앱 다운로드 및 인앱 유저 퀄리티의 최적화 경험 역시 풍부합니다.

금융



평균 1개월 ~ 최대 10개월 이상 장기 지속한 앱 퍼포먼스 캠페인 사례 위주

B사/
가상화폐

- 집행 기간: 2020년 3월 ~ 진행 중
- 집행 상품: CPA(회원가입)
- 총 1,000여명의 유효 유저 확보 중
- 일 최대 50+ 유저 확보

G사/
보험

- 집행 기간: 2018년 9월
- 총 12,000여명의 유효 유저 확보
- 일 평균 최대 500+ 전환 확보
- 평균 D+1 리텐션 15% 및 회원가입율 60% 유지

B사/
금융

- 집행 기간: 2019년 12월 ~ 2020년 5월
- 약 15,000여명의 유효 유저 확보
- 일 평균 최대 100+ 전환 확보
- 회원 가입율 40~60% 유지

No.1 Data Marketing Company

MABLE. ■

POC: 플랫폼비즈니스 팀 윤언호 팀장 / 이해영 과장
A. 경기도 성남시 분당구 황새울로 359번길 11, 5층
M. 010-5027-0814 / 010-4595-8621
E. adscreen@playd.com / lhy1112@playd.com