

FAST CAMPUS

Media Mix

Lecture 05 : UA전략 수립 / 글로벌 앱 런칭 전략 (2)

강사 : 김 현우

Programmatic Trading (Buying) ?

“Programmatic trading is the use of automated systems and processes to buy and sell inventory.
This includes, but is not limited to, trading that uses real time bidding auctions.”

Programmatic Trading (Buying) 배경 및 특징

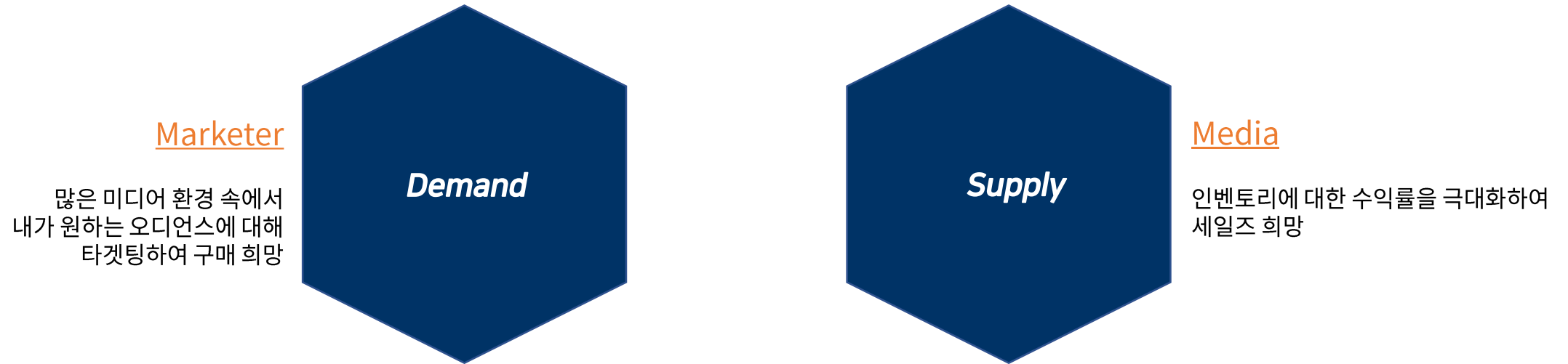
커뮤니케이션의 한계

시차로 인해 발생하는 불가피한 상황으로
캠페인 퍼포먼스에 까지 영향

지리적/시간적 한계 극복

플랫폼 직접 운영을 통해
언제 어디서든 손쉽게 접속하여 실시간 광고 최적화 가능

Programmatic Trading (Buying) 배경 및 특징



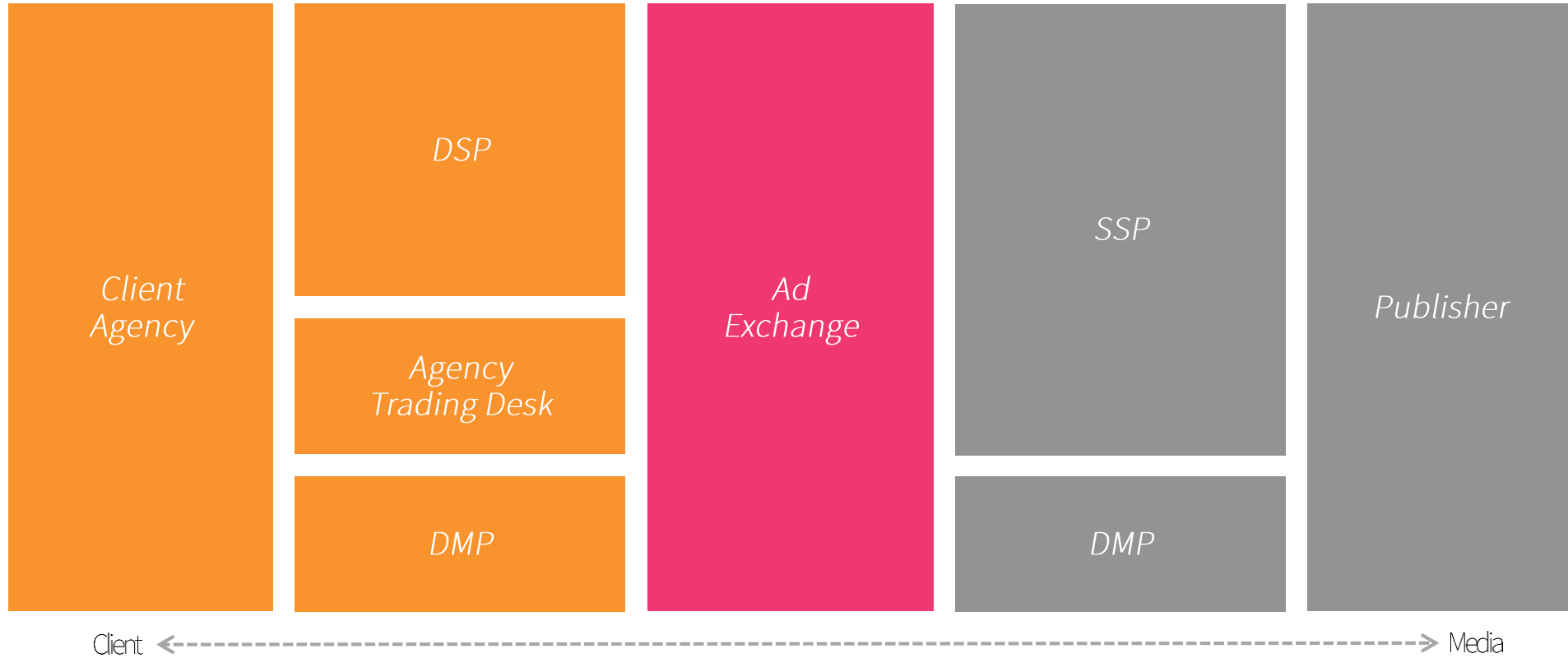
Programmatic Trading (Buying) 배경 및 특징



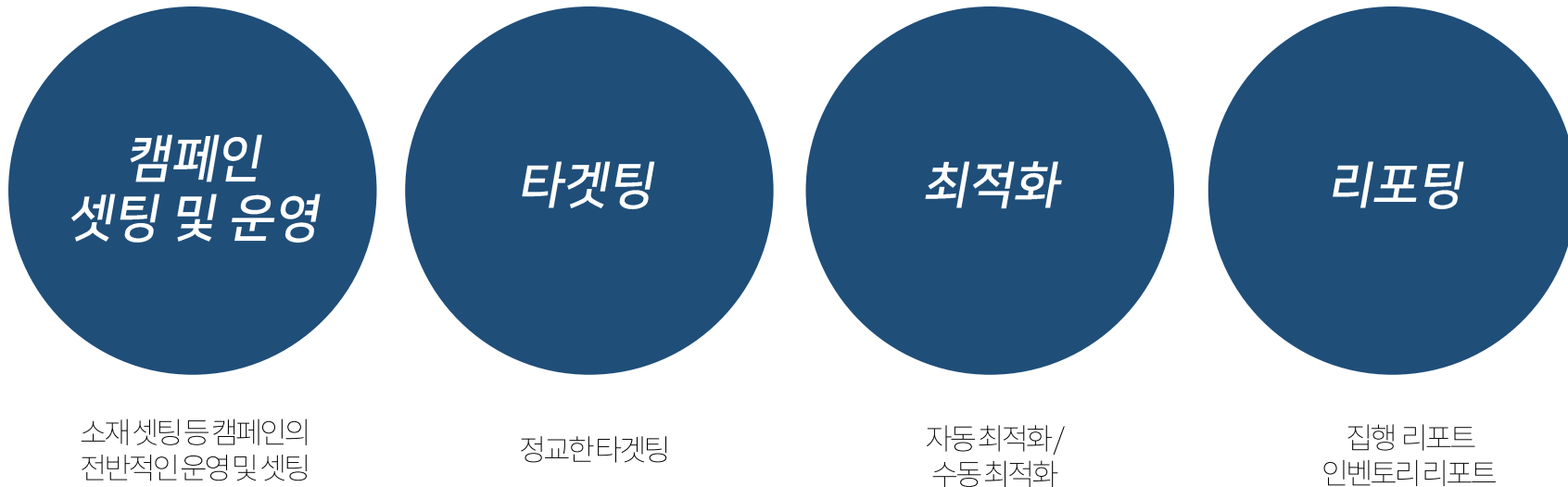
Programmatic Trading (Buying) 배경 및 특징



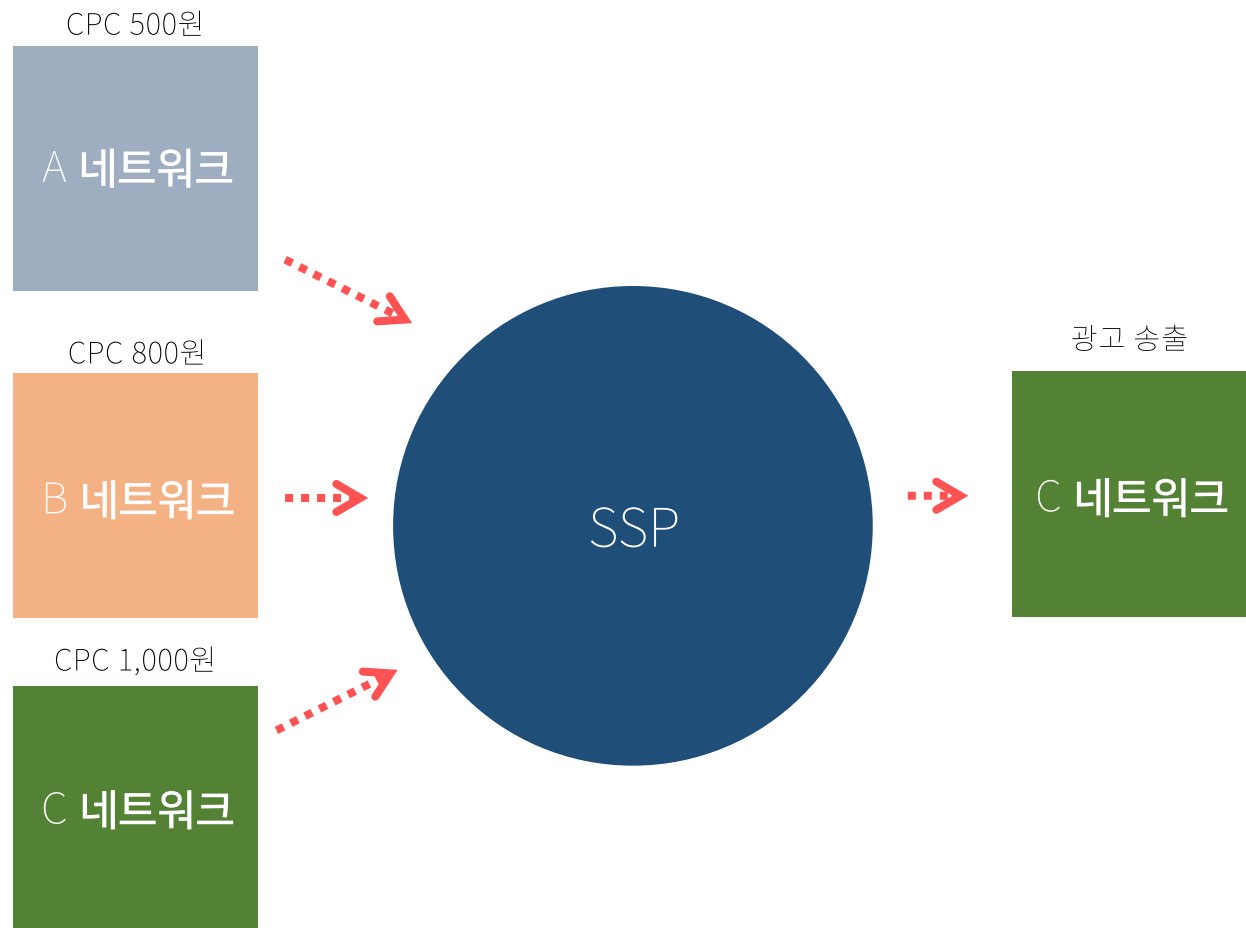
Programmatic Trading (Buying)의 각 플레이어와 핵심 속성



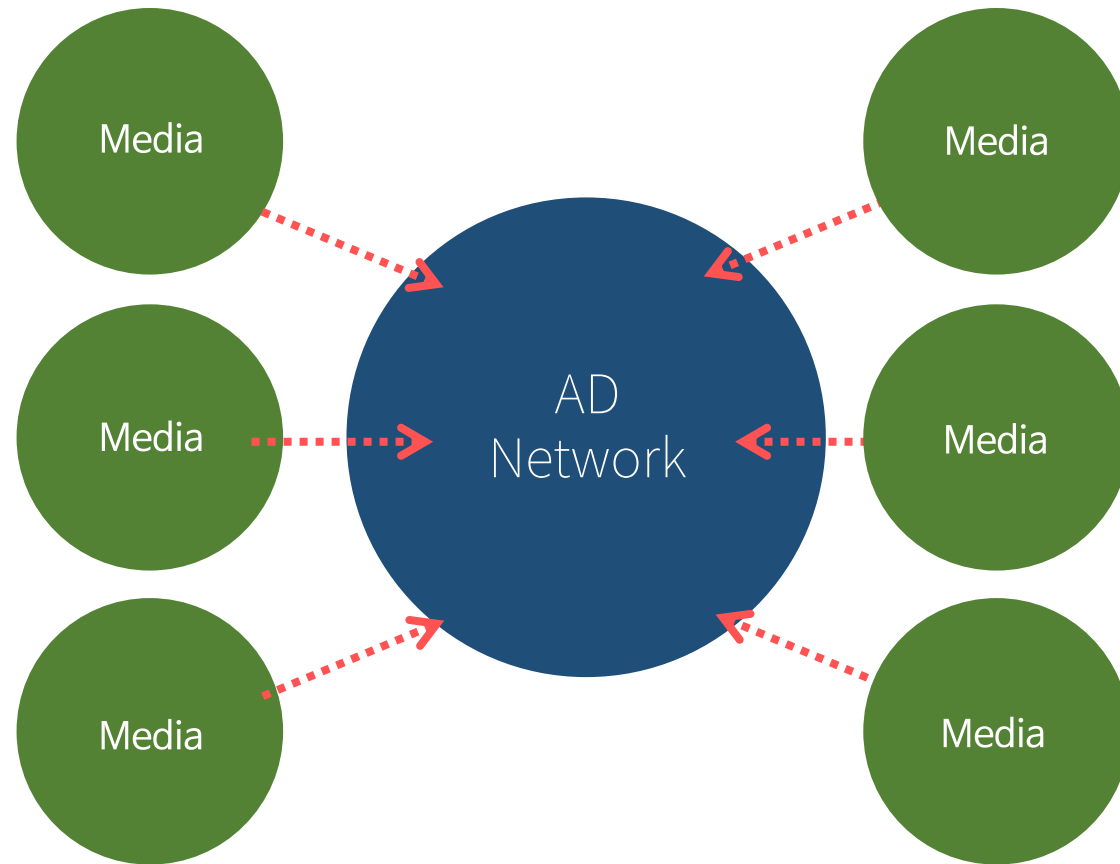
Programmatic Trading (Buying)의 각 플레이어와 핵심 속성 ① DSP (Demand Side Platform)
비용 효율적인 미디어와 타겟에 적합한 미디어를 선별하여 광고를 송출하는 플랫폼



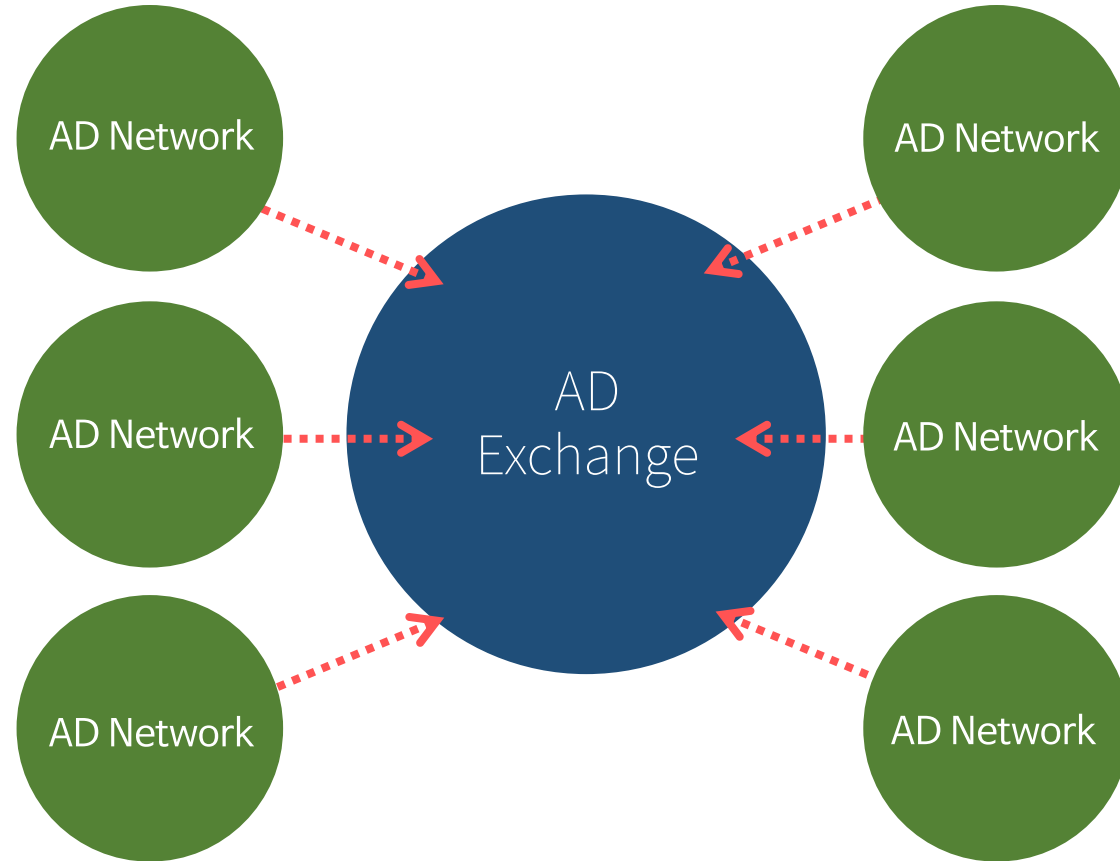
Programmatic Trading (Buying)의 각 플레이어와 핵심 속성 ② SSP (Supply Side Platform)
퍼블리셔의 수익을 최대화하기 위해, 가장 수익이 높은 광고를 송출하는데 목적을 둔 플랫폼



Programmatic Trading (Buying)의 각 플레이어와 핵심 속성 ③ 애드네트워크
수 많은 미디어들을 하나로 묶어 네트워크 단위로 광고를 판매하는 플랫폼



Programmatic Trading (Buying)의 각 플레이어와 핵심 속성 ④ 애드익스페인지
다수의 애드네트워크와 연동되어 있는 광고 거래소 플랫폼



Programmatic Trading (Buying)의 각 플레이어와 핵심 속성 ⑤ DMP (Data Management Platform)
오디언스 타겟팅이 가능하도록 비식별 빅데이터를 수집, 분류, 저장, 선별하여 체계화하는 플랫폼

