



초보자를 위한 Programmatic 가이드

초보자를 위한 Programmatic 가이드

소개	1
Programmatic Advertising란?	2
간단히 말해서, Programmatic Advertising은 어떻게 작동 되나요?	3
Programmatic Advertising 3가지 유형	4
• 공개 Marketplaces	4
• 비공개 Marketplaces	4
• 프로그래매틱 다이렉트	4
Real-time Bidding란?	5
RTB의 3개 플레이어들	5
• 공급측 플랫폼	6
• 수요측 플랫폼	6
• Ad Exchange	7
RTB는 어떻게 작동합니까?	8
Second Price Auction란?	9
First Price Auction란?	10
Programmatic Advertising의 장점	11
다음 Programmatic 캠페인을 위해 Aarki가 파트너가 되어야하는 이유	12



소개

Programmatic 미디어 구매는 모바일 광고를 새로운 효율성으로 계속 추진하고 앱 마케터와 개발자 모두에게 더 나은 결과를 제공합니다.

오늘날의 광고 산업에서 programmatic 방식 미디어는 모바일 인벤토리를 거래하는 주요 방법 중 하나입니다. 하지만 대부분의 마케팅 담당자는 programmatic advertising에 대해 많은 사람들이 그것이 정확히 무엇인지, 그리고 어떻게 작동하는지에 대해 혼란스럽거나 불분명합니다.

이 페이지는 주요 programmatic 구성 요소와 이들이 서로 상호 작용하는 방식을 명확하게 이해하는 데 도움이 됩니다.

#1 Programmatic Advertising란?

모바일 Programmatic Advertising은 고효율로
모바일 광고 인벤토리를 구매하고 판매하는
자동화 된 방식입니다.

간단하죠? 더 자세히 살펴 봅시다.



#2 간단히 말해서, Programmatic Advertising은 어떻게 작동 되나요?

프로세스를 살펴보기 전에 미디어 구매 및 판매 환경에서 두 가지 플레이어에 대한 명확한 이해가 필요합니다.



광고주

광고주는 제품 또는 앱을 광고하려는 브랜드 또는 앱 개발자입니다. 그들은 타겟 청중이 광고를 볼 수 있도록 적절한 장소에 광고 공간을 구매하려고합니다.



퍼블리셔

게시자 (혹은 앱 개발자)는 광고주가 광고를 실행할 수 있는 인벤토리 (광고 공간)를 제공합니다. 퍼블리셔가 앱 개발자 인 경우 광고 공간은 모바일 앱 내에 있습니다.

퍼블리셔와 광고주간에 광고 공간이 수동으로 거래되는 기존 광고와 달리 programmatic 광고를 사용하면 실시간 exchange을 통해 노출 당 트래픽을 판매 할 수 있습니다.

작동 방식은 다음과 같습니다: 게시자는 다음을 포함하여 광고 인벤토리에 대한 규칙 또는 제어를 설정합니다.

- 최소 가격 임계 값
- 허용 된 광고주 또는 제품 카테고리
- 허용되는 광고 유형

Publisher(판매자)는 교환을 통해 위치, 기기 유형 및 기기 identifiers를 포함하여 사용 가능한 각 개별 광고 노출에 대한 정보를 전달합니다. 구매자는 이 데이터 (입찰 스트림이라고 함)를 분석하고 특정 광고 노출에 입찰할지 여부를 결정합니다. 낙찰 된 광고주는 해당 노출에 광고가 게재됩니다.

#3 Programmatic Advertising 3가지 유형

Programmatic은 모바일 앱 광고주가 광고에 적합한 미디어 인벤토리를 찾을 수 있는 세 가지 주요 방법을 제공합니다.



공개 Marketplaces

Open Marketplace에서는 경매를 통해 재고 가격이 실시간으로 결정됩니다. 모든 퍼블리셔 또는 광고주가 참여할 수 있으므로 시장을 역동적이고 매우 경쟁력있게 만들 수 있습니다. 일반적으로 퍼블리셔는 특정 최소 CPM 가격으로 미디어 인벤토리를 배치하고 광고주는 사용 가능한 미디어에 대해서에 대해 실시간 입찰 (RTB) 경매를 통해 입찰합니다. 이 백서의 뒷부분에서 RTB에 대해 자세히 설명하겠습니다.

비공개 Marketplaces

비공개 Marketplace (PMP)는 프리미엄 퍼블리셔가 특정 광고주 그룹에게 고정 된 프리미엄 가격으로 미디어 인벤토리를 제공하는 독점 marketplace입니다. 공개 marketplace와 달리 비공개 거래는 공개 marketplace에서 사용할 수 있게되기 전에 독점 광고주 그룹에게 인벤토리에 대한 우선 순위를 부여합니다.



Programmatic 다이렉트

Programmatic 다이렉트는 퍼블리셔와 광고주간에 직접 협상됩니다. 인벤토리와 가격이 보장되며 캠페인은 광고 서버의 다른 직거래와 동일한 우선 순위로 실행됩니다. 자동화는 큰 장점입니다. 협상 및 이행은 수동이 아닌 플랫폼을 통해 완료 할 수 있습니다.



#4 Real-time Bidding (RTB)란?

Real-time bidding은 실행하는 데 밀리 초가 걸리는 거래에서 광고 노출이 판매되고 구매되는 입찰 설정입니다.

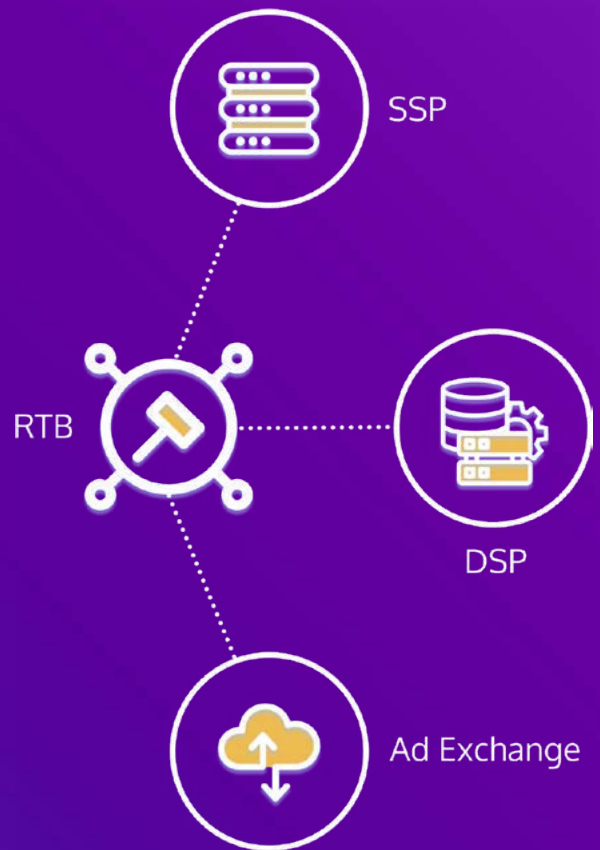
RTB와 programmatic라는 용어는 종종 같은 의미로 사용되지만 동일하지는 않습니다.

Programmatic은 포괄적인 용어입니다. 특정 잠재 고객과 인구 통계를 타겟팅하여 미디어 구매의 의사 결정 프로세스를 자동화하는 기술입니다. RTB는 노출 당 입찰 방식으로 광고 인벤토리를 구매하고 판매하는 수단입니다.

#5 RTB의 3개 플레이어들

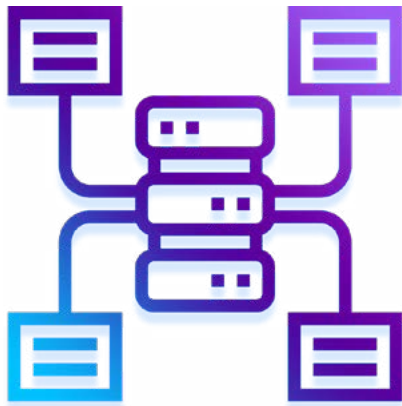
Programmatic을 이해하려면 다음 핵심 용어와 각 구성 요소가 programmatic 환경에 적합한 위치를 알아야합니다.

- 공급 측 플랫폼 (SSP)
- 수요 측 플랫폼 (DSP)
- Ad Exchange



공급측 플랫폼 (SSP)

공급측 플랫폼은 게시자가 앱에서 수익을 창출하는 데 도움이 됩니다. 이를 통해 게시자는 광고 인벤토리를 Ad Exchange에 추가하고 모든 수요 소스에서 노출에 대한 수익을 극대화하도록 제어를 설정할 수 있습니다. 여기에는 최소 가격 설정, 허용된 광고주 / 카테고리에 대한 규칙, 광고 유형 등이 포함될 수 있습니다.



수요측 플랫폼 (DSP)

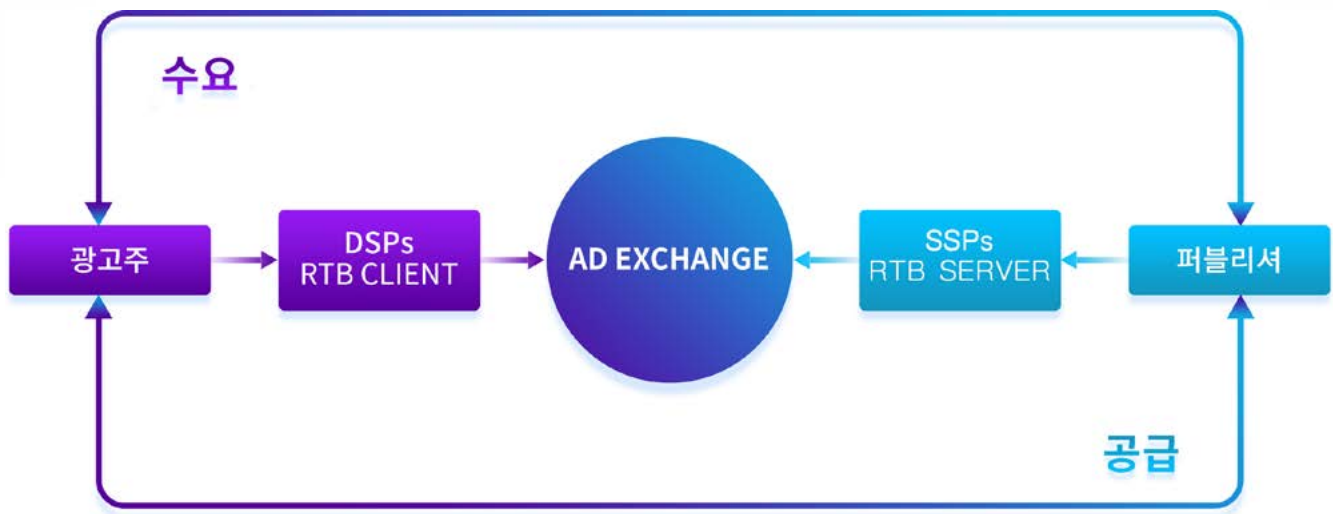
수요 측 플랫폼은 광고주 측에 있는 SSP의 대응 플랫폼입니다. 이 토론에서 앱을 홍보하려는 광고주 인 브랜드 / 앱 개발자는 DSP를 사용하여 캠페인을 설정하고 최대 입찰가, 예산, 타겟 고객 및 캠페인 목표 조건을 정의 할 수 있습니다. DSP는 규모 (파트너십 수)와 구매를 실행하는 데 사용되는 기술 (인프라, 입찰 및 최적화 모델)에 따라 다릅니다.



DSP는 마케터가 최대한 효율적으로 거래소에서 광고 노출을 구매하는 데 사용됩니다. SSP는 게시자가 인벤토리의 수익을 극대화하기 위해 반대로 설계했습니다.

Ad Exchange

광고 교환은 코인의 두면 (SSP 및 DSP)이 서로 연결될 수 있도록합니다. 실시간 경매를 통해 전체 구매 및 판매 프로세스를 가능하게하는 중립적이고 자율적인 플랫폼입니다.



이것은 RTB 경매 프로세스의 간단한 그림입니다. 실제로는 다음과 같은 여러 가지 이유로 훨씬 더 복잡합니다.

- 동일한 앱 개발자가 퍼블리셔이자 광고주가 될 수 있습니다.
- 단일 게시자는 여러 SSP에 연결될 수 있고 광고주는 여러 DSP에 연결될 수 있습니다.
- 단일 DSP 또는 SSP를 여러 Ad Exchange에 연결할 수 있습니다.

#6 RTB는 어떻게 작동합니까?

이제 플레이어에 익숙해 졌으므로 RTB가 어떻게 작동하는지 자세히 살펴 보겠습니다.



1

사용자가 앱을 방문하면 구매 가능한 광고 노출을 알리는 해당 입찰 요청이 SSP로 전송됩니다. 이 입찰 요청에는 인구 통계, 위치 정보, 기기 ID 등과 같은 사용자 데이터가 포함될 수 있습니다.

2

그런 다음 SSP는 입찰 요청을 거래소에 보냅니다.

3

Ad Exchange는 입찰 요청을 통합 DSP로 전달합니다.

4

DSP는 입찰 요청을 평가하고 연결된 광고주의 캠페인 타겟팅 매개 변수와 비교합니다. 알고리즘은 일치하는 캠페인이있는 모든 광고주의 광고 노출에 대한 입찰가를 결정합니다.

5

DSP는 입찰 응답이라고하는 것을 Ad Exchange에 다시 보냅니다. 입찰 응답에는 일치하는 각 캠페인 (광고주, 광고 단위 및 해당 광고 단위에 대한 선호 가격)에 대한 모든 정보가 포함됩니다.

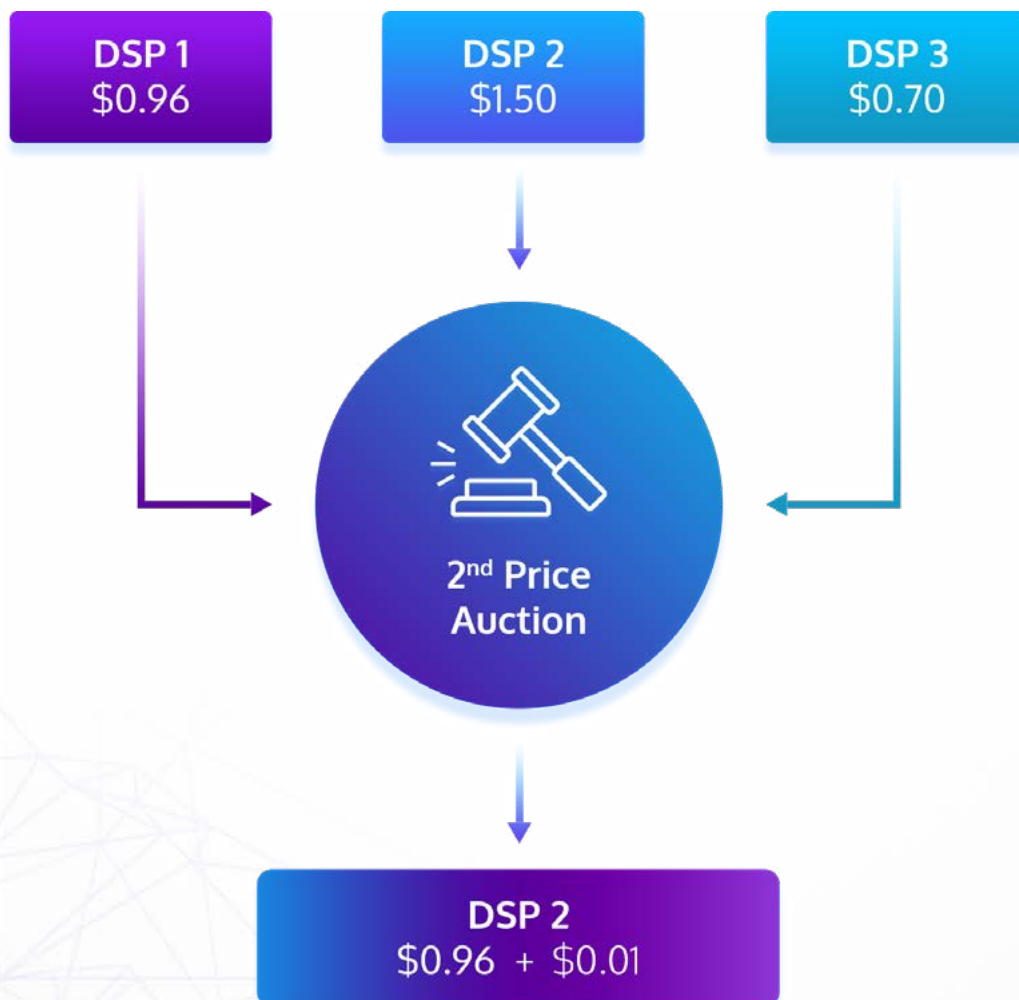
6

Ad Exchange는 DSP와 다른 구매자가 보낸 입찰을 서로 비교하여 경매를 실행합니다. 입찰에서이긴 광고주는 게시자의 앱에 광고가 게재됩니다.

이것이 실행중인 실시간 입찰 프로세스입니다. 실시간 경매를 실행하는 방법에는 일반적으로 단일 가격 경매 또는 두 번째 가격 경매의 두 가지 방법이 있습니다.

#7 Second Price Auction란?

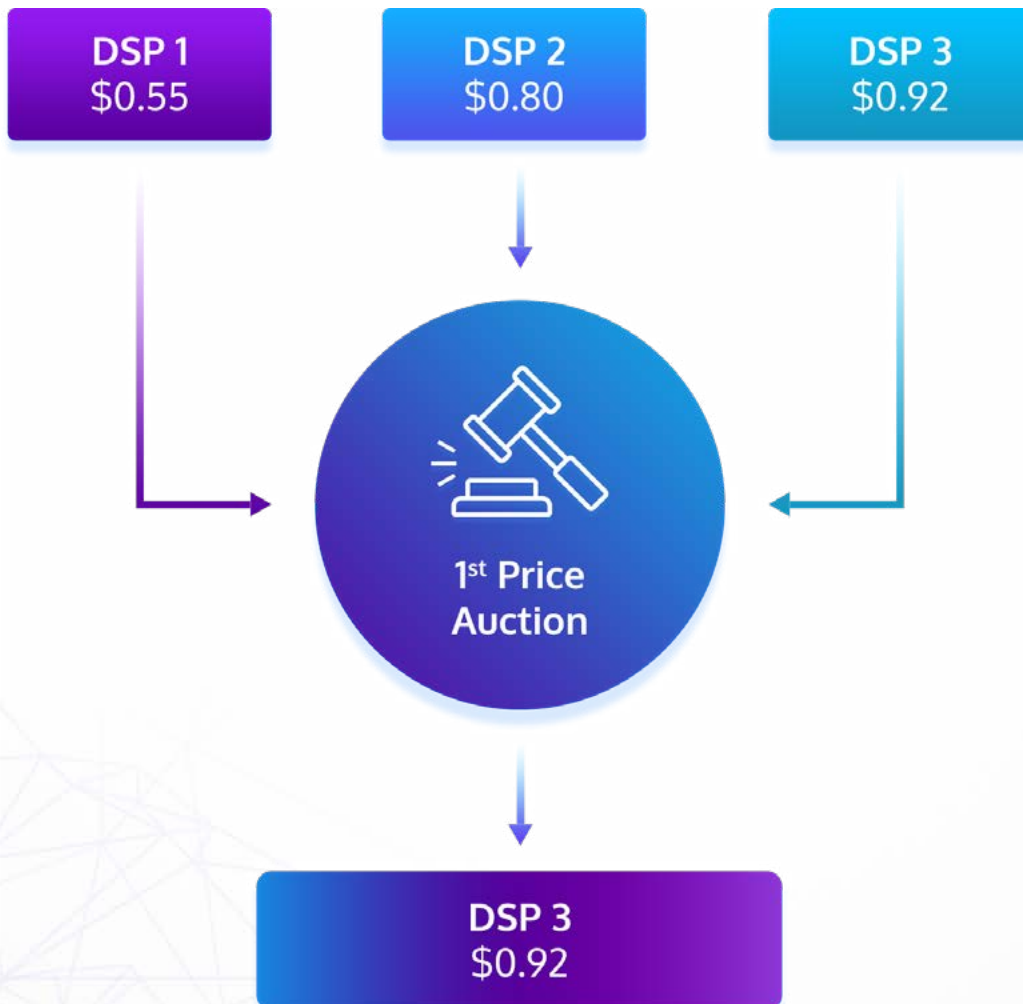
Second-price auction 모델은 수년 동안 인벤토리 경매의 황금 표준이었습니다. 이 모델에서는 입찰가가 가장 높은 구매자가 경매에서 이기지 만 두 번째로 높은 가격 (따라서 두 번째 가격 이름) 보다 약간 높은 금액 만 지불합니다. 이는 성공적인 광고주가 더 낮은 가격을 지불 할 가능성을 고려할 때 공격적인 입찰을 권장합니다. 구매자는 종종이 전략의 혜택을 받았지만 게시자는 인벤토리의 가치를 극대화하고 광고주에게 진정한 가치로 판매 할 수 없었습니다.



#8 First Price Auction란?

업계가 성숙 해짐에 따라 Aarki와 같은 입찰자들은 더 정교한 입찰 모델이 필요하지만 경매에 대한보다 단순화 된 접근 방식을 허용하는 first-price auction 모델을 지원하기 시작했습니다. 여기서 가장 높은 입찰가가 이기고 가격이 입찰가와 동일합니다. 즉, 광고주는 경매에서 입찰 한 금액을 정확하게 지불합니다.

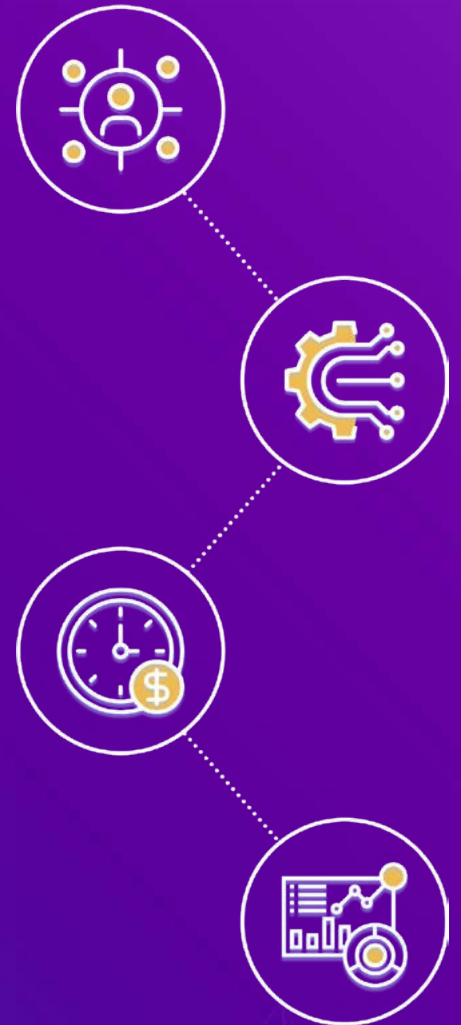
즉, first-price 와 second-price auction의 주요 차이점은 입찰이 확정되는 방식입니다.



#9 Programmatic Advertising의 장점

이제 프로그래밍 방식의 기본 사항을 완전히 이해했으므로 programmatic advertising가 제공하는 이점을 요약 할 수 있습니다.

- 고급 타겟팅 기능-programmatic 구매의 가장 혁신적인 측면은 광고주가 특정 고객에게 특정 광고를 게재 할 수 있다는 것입니다. 광고주는 어떤 고객이 어떤 광고를 언제 볼 수 있는지 정확하게 결정할 수 있습니다.
- 자동화-디지털 광고는 실시간으로 자동화 된 방식으로 구매 및 판매되며 프로세스는 수동 게재 주문 및 수동 거래에 의존하지 않습니다.
- 시간 및 비용 절약-기존 거래에는 수동 캠페인 설정이 필요하므로 프로세스가 느려지고 인적 오류가 발생하기 쉽습니다. Programmatic advertising을 사용하면 퍼블리셔가 캠페인을 설정할 필요가 없습니다. 또한 양 당사자는 가격 협상에 드는 시간을 절약 할 수 있습니다. Programmatic에서 인벤토리 가격은 다양한 게시자 및 / 또는 광고주가 참여할 수 있는 경매를 통해 실시간으로 결정됩니다.



#10 다음 Programmatic 캠페인을 위해 Aarki가 파트너가 되어야하는 이유

Aarki는 100 % 실시간 입찰 (RTB) 수요 측 플랫폼 (DSP)입니다. 이는 기업이 기계 학습, 빅 데이터 및 대규모 고객 도달 범위를 통해 모바일 사용자를 성장시키고 재 참여하는 데 도움이 됩니다. 우리는 고객의 투자 수익 목표를 달성하기 위해 다양한 마케팅 목표에 걸쳐 대규모 성과를 제공하기 위해 노력합니다. 우리의 데이터는 사용자 의도와 사용 습관에 대한 깊은 통찰력을 제공합니다. 성능을 높이기 위해 당사는 독점적인 기계 학습 알고리즘을 통해 데이터 자산을 활성화하고 개인화 된 크리에이티브를 통해 사용자를 실시간으로 참여시킵니다.

RTB에 대한 모든 주요 글로벌 거래소와의 통합을 사용하여 5 개의 데이터 센터 위치에서 거의 모든 글로벌 모바일 인벤토리에 액세스 할 수 있습니다.

Aarki는 The American Business Awards, Red Herring 100, Internet Advertising Competition, Deloitte 's Technology Fast 500, The Drum Advertising Awards US, Horizon Interactive Awards, Effective Mobile Marketing Awards, The Wires by Exchange Wire 및 Artificial Intelligence Excellence Awards에서 인정 받았습니다.

자세한 내용은 www.aarki.com을 방문하거나 Twitter에서 [@aarkimobile](https://twitter.com/aarkimobile)을 팔로우하세요!