

ME:
TARGETPICK
CTV

INTRODUCTION

NEXT



TARGETPICK CTV

CTV 소개 및 현황

TARGETPICK CTV 특징점

TARGETPICK CTV 노출 형태

TARGETPICK CTV 집행 프로세스 및 단가

TARGETPICK CTV 집행 사례



Connected TV?

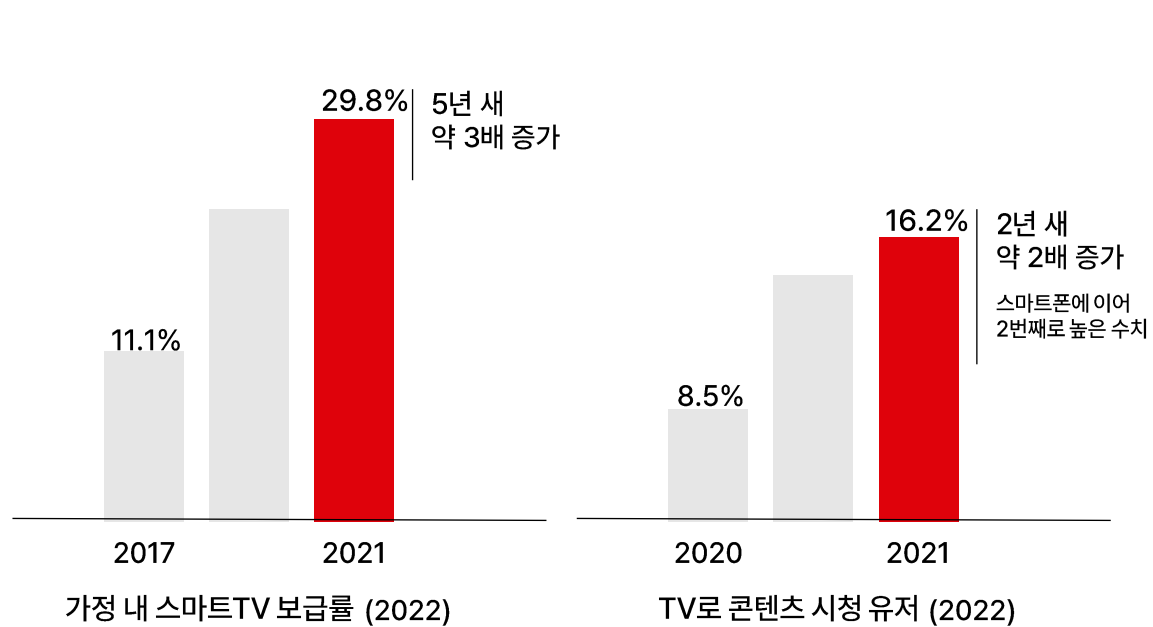
인터넷에 연결된 TV 또는 TV에 게임 콘솔/스트리밍 장치 연결하여 영상 콘텐츠 시청이 가능하며 AD TECH와 결합하여 FAST/IPTV/OTT/AVOD 서비스에서 자신이 원하는 콘텐츠 재생 시에 CTV 광고 집행이 가능합니다.



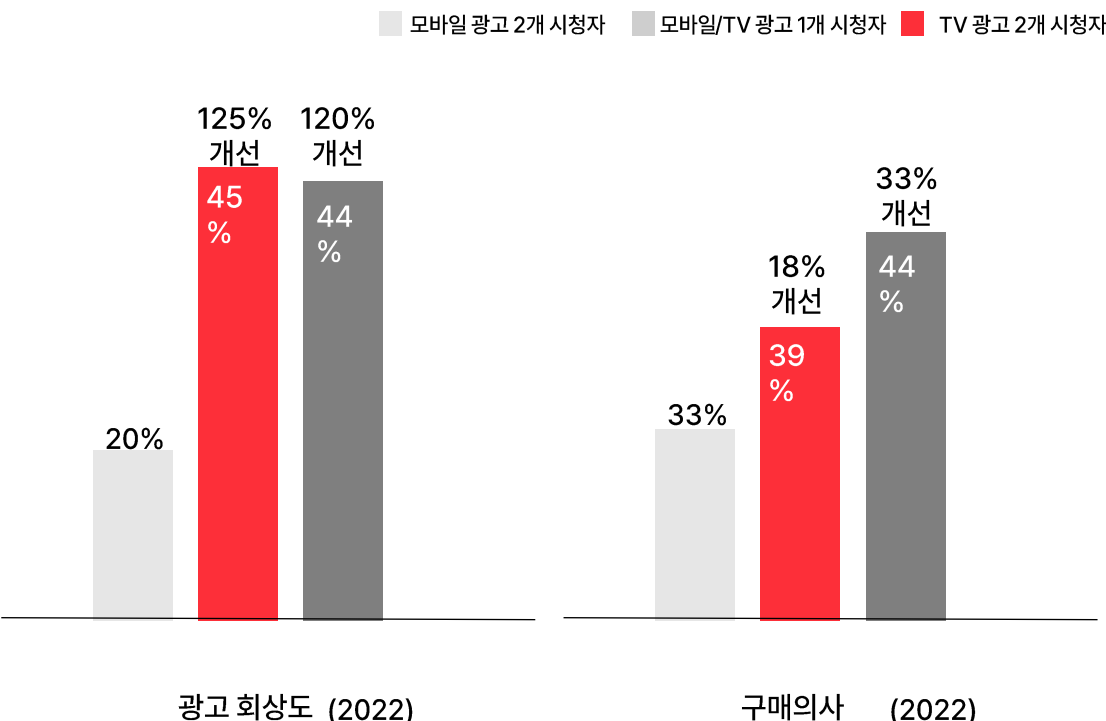
LIVE NEW CTV, CTV를 왜 해야 하는가?

디지털광고 도달 범위 확대 및 모바일 동시집행으로 브랜드 인지 강화
스마트 TV 보급률 증가와 콘텐츠 소비가 높아지면서 CTV 광고에 대한 접근성 확대
TV광고와 모바일 광고 동시 집행 시에 광고 회상도와 구매의사 개선에 높은 효과

스마트TV 보급률 및 콘텐츠 재생 유저 증가



광고 회상도와 구매의사 개선





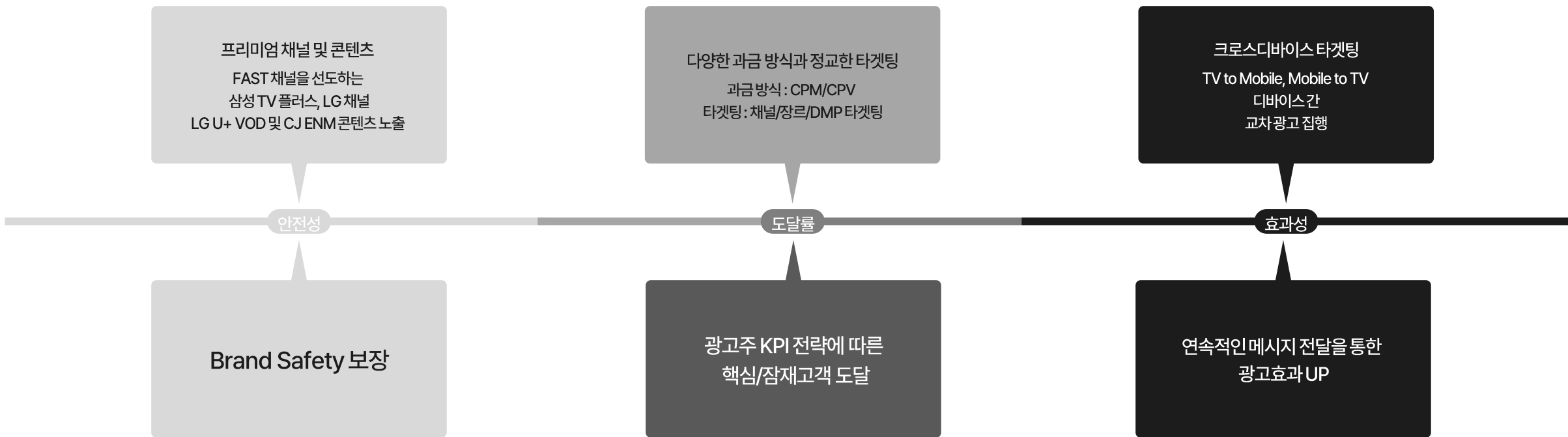
LIVE NEW TARGET PICK CTV, 특징점

광고주 KPI 전략에 따른 프리미엄 콘텐츠 및 타겟팅 기반 도달범위 및 브랜드 인지도 강화

넓은 커버리지 및 프리미엄 채널을 통한 Brand Safety 보장

라이프스타일 + 미디어이용행태 + 광고반응 In-depth 분석 기반 광고주 KPI별 설계/집행으로 핵심/잠재 고객 도달 극대화

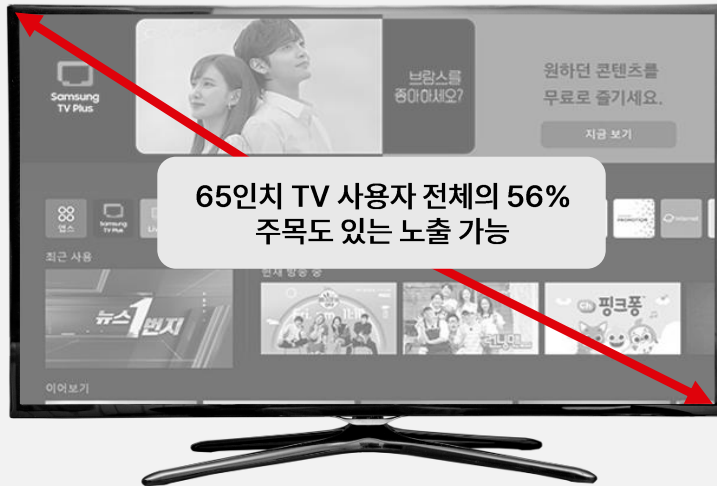
TV ↔ MO 디바이스 간 교차 광고 집행을 통한 연속적인 메시지 전달로 브랜드 인지도 및 회상도 강화



LIVE NEW TARGET PICK CTV, 특징점

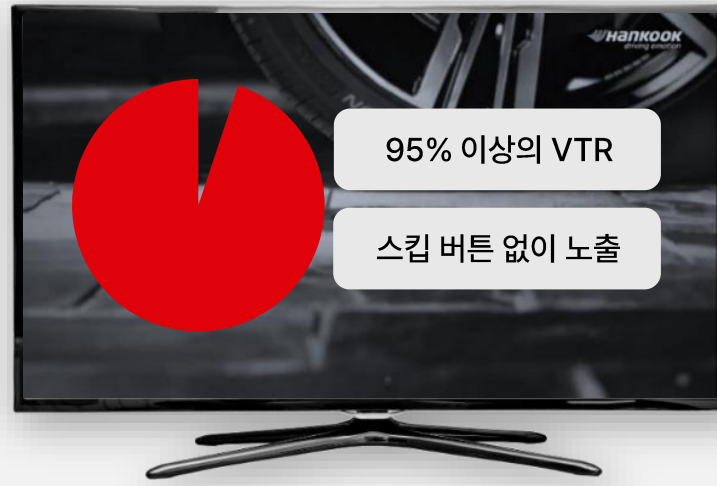
TV와 동일하게, TV에서 디지털 광고 노출 가능합니다.

TV 광고와 동일하게 스킵 없이 다양한 방송사의 콘텐츠에 노출이 가능합니다.



TV 광고와 동일하게
넓은 화면에 노출 가능합니다.

대형 스크린 노출로 시청유저 주목도 확보 가능
3천만 트래픽으로 풍부한 유저



스킵 없이 콘텐츠에 노출되어
높은 VTR 수치 확보 가능합니다.

평균 VTR 95% 이상 확보 가능
스킵 버튼 없이 끝까지 광고 노출/시청 유저 확보 가능



Brand Safety가 보장되는
다양한 장르 콘텐츠에 노출 가능합니다.

삼성/LG/CJ ENM 등 콘텐츠 내 노출 가능
(예능, 드라마, 영화, 교양, 키즈, 스포츠 등)



LIVE NEW TARGET PICK CTV, 노출 형태

삼성/LG스마트TV 내 노출이 가능한 **TARGETPICK CTV**
TARGETPICK CTV는 특정 스마트TV만을 커버하는 것이 아닌, 모든 스마트TV 채널을 커버하는 상품입니다.
추가로 IPTV VDO/실시간 지면까지 함께 커버할 수 있도록 설계된 상품입니다.
* TARGETPICK / TARGETPICK Video 상품 연계하여 Mobile / PC 까지 디바이스 확장 가능합니다.



상품명	노출 플랫폼	노출 방식	노출 기기	노출 위치	노출 시점
TARGETPICK CTV	삼성TV플러스	15초, 30초 프리롤/미드롤	삼성 스마트TV	46개 라이브 채널	콘텐츠 10분당 1분 광고 노출
	LG 스마트TV(LG채널)		LG 스마트TV	39개 라이브 채널	
	LGU+ IPTV (15초 only)		모든 Connected TV	모든 영화/방송VOD	VOD 시청 전
	SK B TV, LG U+ IPTV			실시간 채널	프로그램 전/후



LIVE NEW TARGET PICK CTV, 집행 단가

※ 2025년 한시적 프로모션
광고주 KPI에 맞는 과금 형태(CPM / CPV)로 선택 진행 가능합니다.

“15초 기준 – CPM 8,000원 / CPV 10원”
“30초 기준 – CPM 12,000원 / CPV 14원”

S

- 집행 참고 사항
- 1) 상시 판매 상품이며, 최소 영업일 기준 2일 전 부킹 필요
 - 2) 최대한 시청 수를 보장하는 방식으로 캠페인 진행
 - 3) CPV, CPM 원하시는 과금 형태로 정산 진행 (사전 확정 필요)
 - 4) 노출 플랫폼 중 U+ IPTV 는 15초 소재만 노출 가능
 - 5) CPV는 15초 시청 기준
 - 6) 타겟팅 진행 시, +4,000원 할증

상품명	소재 길이	노출 플랫폼	최소 집행 금액	보장 노출 수	예상 시청 수	CPM(원)	CPV(원)
TARGETPICK CTV	15초	삼성 TV 플러스	5,000,000	625,000	618,750	8,000	10
		LG 스마트 TV					
		U+ IPTV					
		SK B TV, LG U+ IPTV (실시간)					
	30초	삼성 TV 플러스	5,000,000	416,	412,500	12,000	14
		LG 스마트 TV					
		SK B TV, LG U+ IPTV (실시간)					

TARGETPICK CTV + 전면 동영상 통합 집행 사례

TV+모바일 (영상&이미지) 동시 노출을 통한 명확한 광고 메시지 전달

- 광고주 업종: 영화
- 타겟 설정: 전 연령 영화 관심 유저 타겟
- 진행 상품: TARGETPICK CTV + TARGETPICK 전면 동영상



① Target

Phase 타겟 오디언스 설정
전면동영상 > 전 연령 영화 관심/구매 모수 타겟팅
CTV > 드라마/영화, 예능 타겟팅

Phase 2 확장 타겟 오디언스
OTT/공연/전시 관련 타겟팅
추가 운영하여 확장성 있는 노출



② Targeting Details

DMP
구매기반 > 구매 > 영화, 멤버십/포인트 사용자, 영화관, 영화예매권, 미디어소비, 영화/드라마
광고기반 > 영화 매니아/OTT 관심자, 온라인영화/TV 프로그램 감상, 영화/공연/전시 정보, 영화제작사(국내외)

CTV
드라마/영화, 예능 장르 관련 타겟팅 설정



③ 운영 Know-How

매체 실시간 최적화
매체 실시간 최적화를 통해
전면 동영상의 높은 반응률 확보
CTR 6.6%, VTR 8.89%

타겟팅 추가 운영
전면 동영상 캠페인의 OTT/공연/전시 관련
타겟팅 추가 운영으로 확장성 있는 노출
CTV의 경우 할증 없이 드라마/영화, 예능 장르 타겟팅

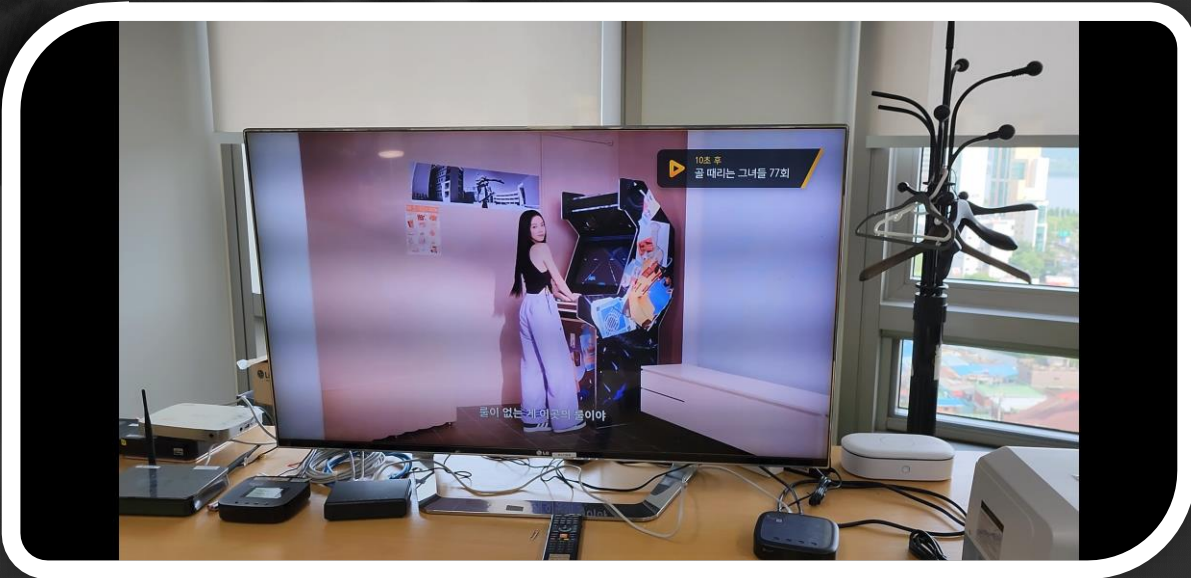
높은 CTR/VTR 확보

브랜딩의 적합한 타겟 노출

TARGETPICK CTV 단독 집행 사례

브랜드 홍보를 위한 Connected TV로의 매체 확장

- 광고주 업종: 스포츠 패션 업종 광고주
- 타겟 설정: 콘텐츠 타겟팅(드라마/예능/영화/스포츠)
- 진행 상품: TARGETPICK CTV



① Target

Phase 1 타겟 오디언스 설정

광고주 업종에 맞는
콘텐츠 타겟팅 설정



② Targeting Details

채널 카테고리 설정

삼성 / LG 스마트 TV 내
드라마/예능/영화/스포츠 채널 카테고리 타겟팅



③ 운영 Know-How

채널별 트래픽 최적화

채널별 트래픽 분리 및 최적화를 통해
광고주에 가장 적합한 카테고리를 도출하여 집중 운영

트래픽 최적화

LIVE NEW TARGETING, TARGET PICK ME!

Contact point : mobile_adv@cj.net

