

20
16

OCT

no. 262

GLOBAL TREND

글로벌 주요 이슈_개인화 요소별 광고 효율 분석

INDEX

글로벌 주요 이슈

개인화 요소별 광고 효율 분석

- A. 개인화 요소별 “CTR”
- B. 개인화 요소별 “Interaction Rate”
- C. 개인화 요소별 “Average Dwell Time”
- D. 주요 업종별 효율 향상의 key 요소

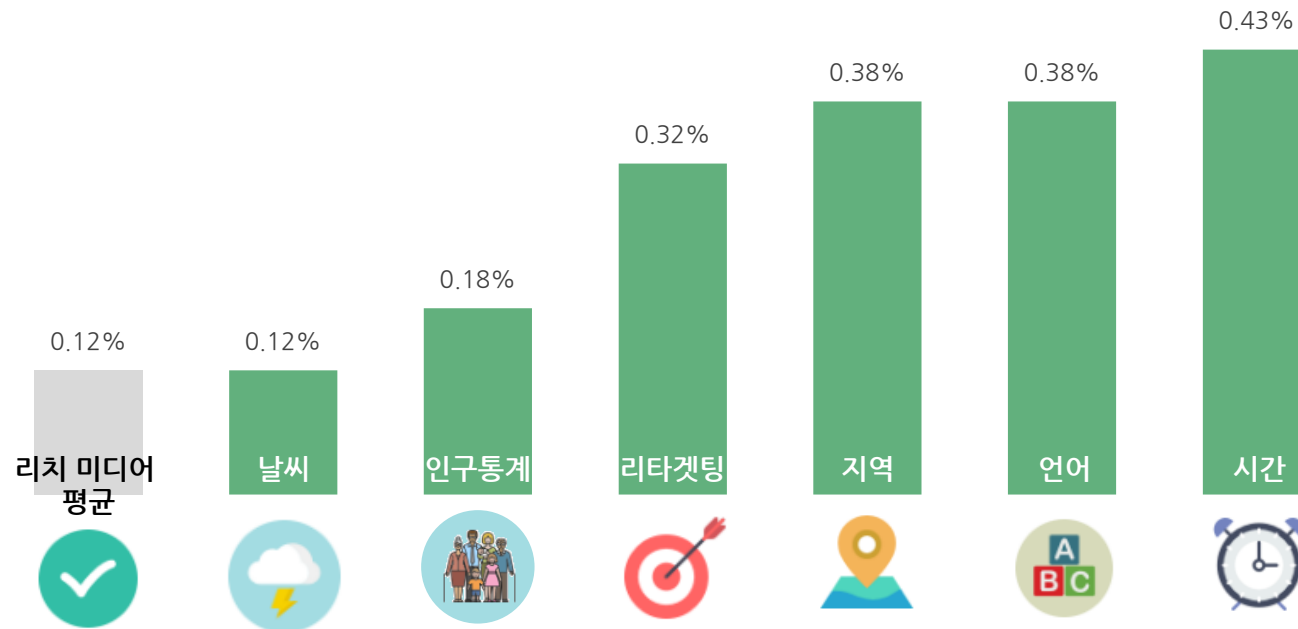
Intro. 조사 개요

- 조사 목적
 - 광고 효율에 대한 개인화 요소의 영향력 측정
- 조사 대상
 - Jivox 플랫폼에서 진행된
10개 주요 글로벌 마켓 / 6개 업종 / 24개 캠페인 / 10억 impression
- 효율 항목
 - CTR / Interaction Rate / Average Dwell Time
- 리치 미디어 평균 : Google Benchmark for Rich Media Creative
- 개인화 요소
 - 날씨, 인구통계, 리타겟팅, 지역, 시간, 언어

A. 개인화 요소별 “CTR”

- 개인 맞춤 광고의 평균 CTR은 0.33%로 구글 리치미디어(글로벌 평균 CTR 0.12%) 대비 230% 향상
- 시간(요일, 시간 등)적인 요소를 활용한 개인 맞춤 광고의 CTR이 0.43%로 가장 높게 나타남

[개인화 요소별 CTR 효율]

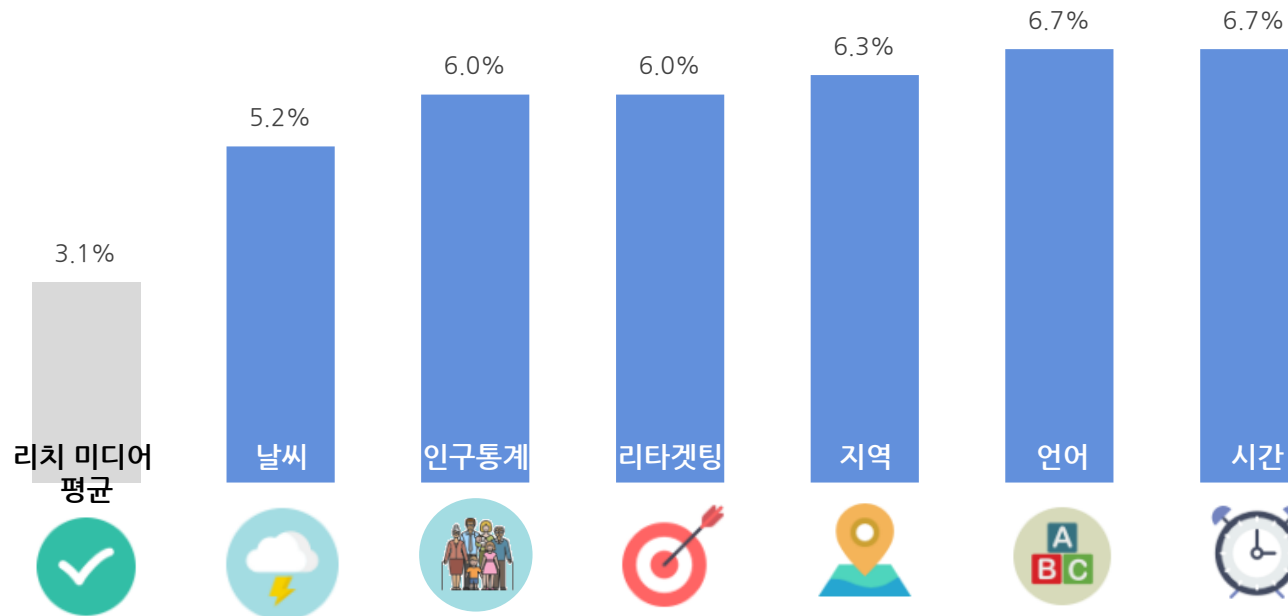


* 출처 : 2016 Jivox Benchmark Report (2016)

B. 개인화 요소별 “Interaction Rate”

- 개인 맞춤 광고의 Interaction Rate는 평균 6%로 구글의 리치미디어 (글로벌 평균 IR 3.1%) 대비 84% 향상
- Interaction Rate가 가장 높게 나타난 개인화 요소는 언어와 시간으로 6.7% 기록

[개인화 요소별 Interaction Rate 효율]

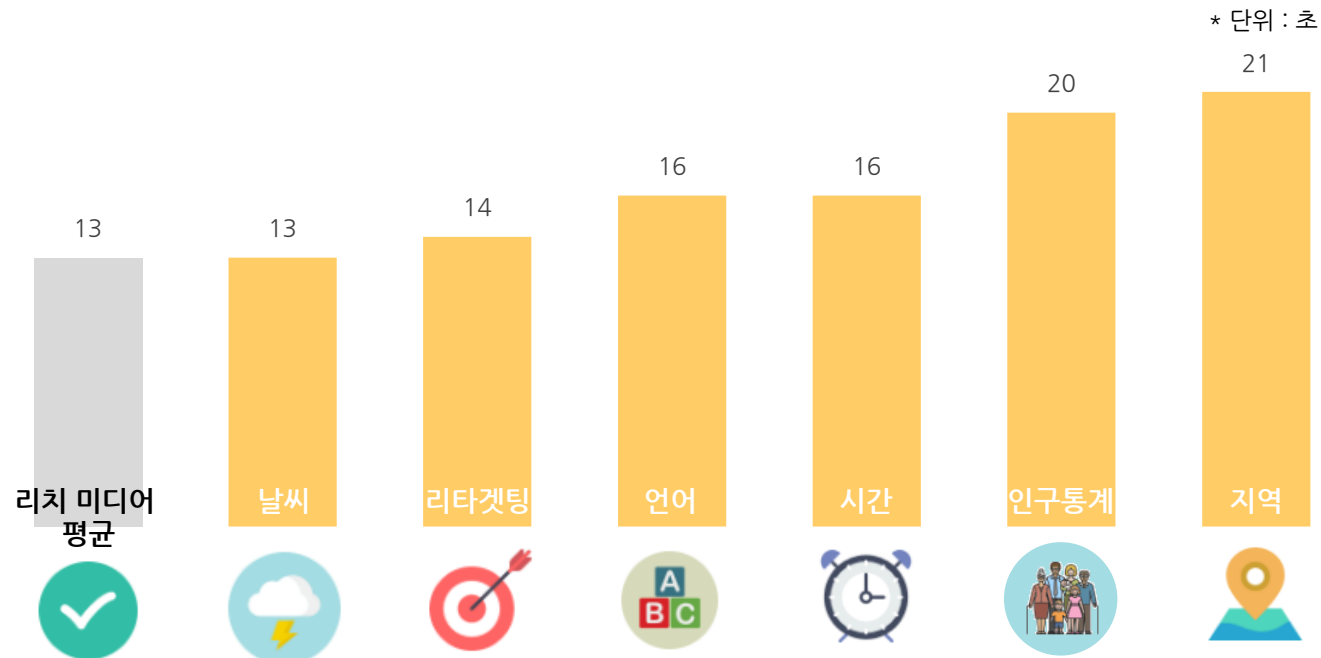


* Interaction Rate = 총 interaction수 / 총 노출수
* 출처 : 2016 Jivox Benchmark Report (2016)

C. 개인화 요소별 “Average Dwell Time”

- 개인 맞춤 광고의 평균 체류 시간은 21초로 구글의 리치미디어 평균 대비 28% 효율 향상
- 지역/지리 및 인구통계적인 요소가 광고의 체류 시간에 영향을 크게 미침

[개인화 요소별 Average Dwell Time 효율]

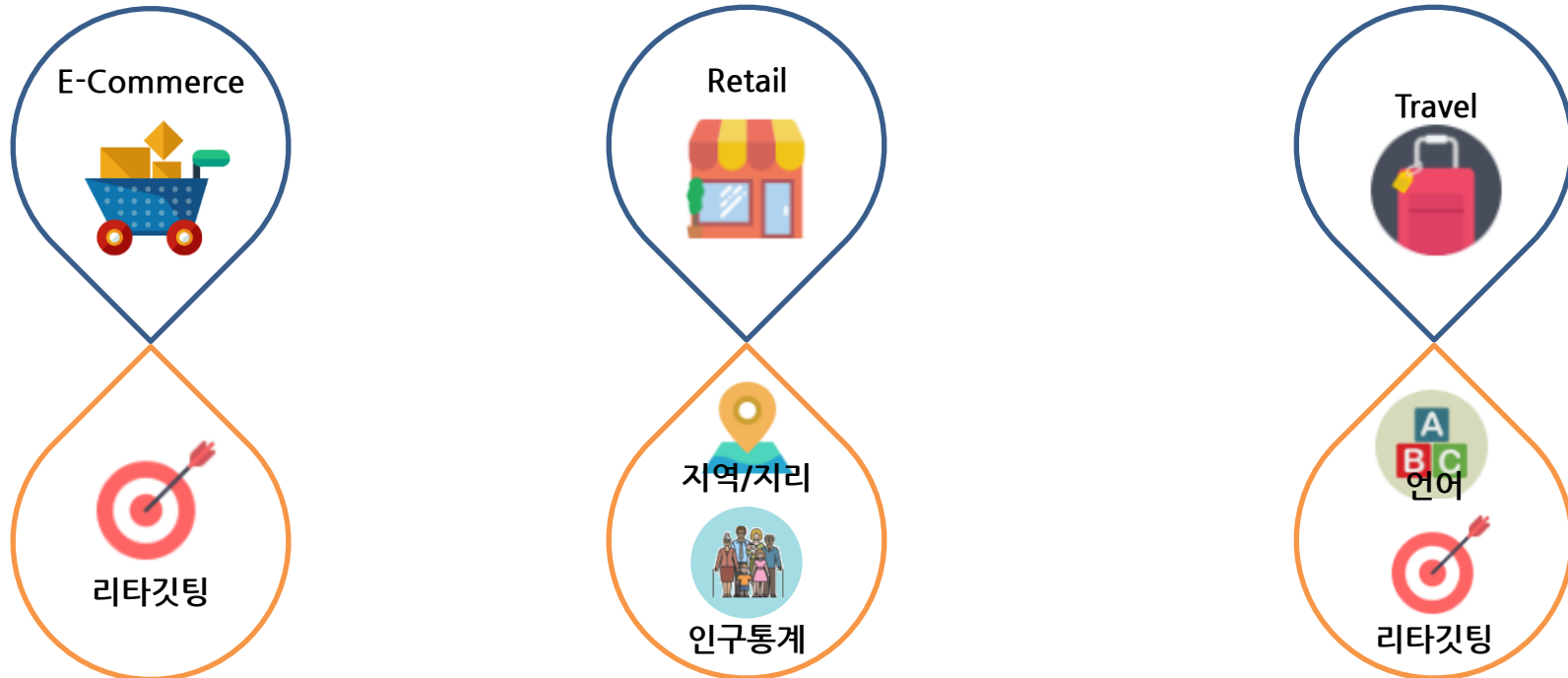


* Average Dwell Time = 이용자가 광고에 머무른 평균 시간
* 출처 : 2016 Jivox Benchmark Report (2016)

D. 주요 업종별 효율 향상의 key 요소

- 이커머스 업종의 경우 리타겟팅이 CTR, IR, ADT면에서 모두 우수한 효율을 보임
- 리테일 업종의 경우 지역/지리와 인구통계 요소, 여행 업종의 경우 언어와 리타겟팅이 우수한 효율을 기록함

[업종별 주요 개인화 요소]



* 출처 : 2016 Jivox Benchmark Report (2016)

more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청