

보상형

CPI 네트워크





보상형 CPI 네트워크란?

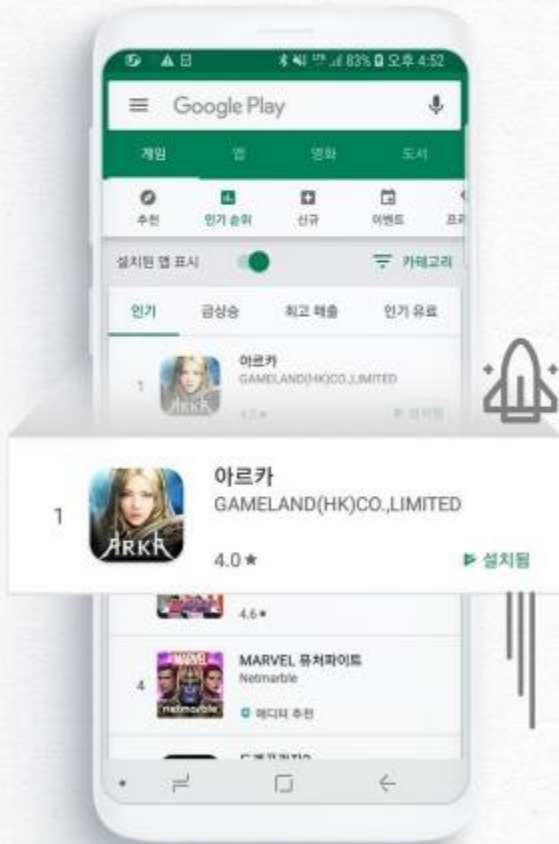
앱 설치 혹은 광고주가 설정한 액션을 수행한 유저(참여자)에게 일정한 보상(리워드)을 지급하는 방식의 네트워크 매체

← 광고참여
→ 보상지급



보상형 CPI 네트워크가 필요한 이유?

① 차트 부스팅



USER
상위에 명시된 앱 or
인기순위에 있는 것부터 확인

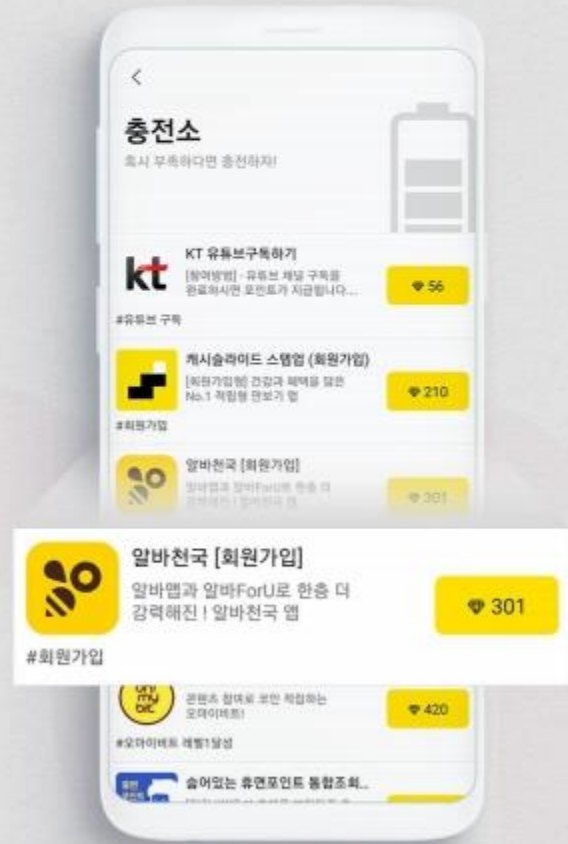


구글플레이스토어의 경우
최상위권 순위 진입에는
적어도 50만건의 다운로드가 필요



Reward 매체
리워드 매체를 통한 차트 부스팅으로
인기순위 상위권 진입이 가능

② DAU 상승



대부분의 투자유치를 희망하는 기업들이 리워드 매체를 통한 트래픽 관리를 병행

보상형 CPI 네트워크 진행 프로세스

사용자는 실제 광고 참여 후 적립금이 쌓이고, 광고주는 참여건수 만큼만 부담

※ 사용자 리워드로 인해 지속적인 회원 유지가 가능하며, 더욱 많은 적립을 위해 유저 스스로 홍보에 자발적으로 참여 가능

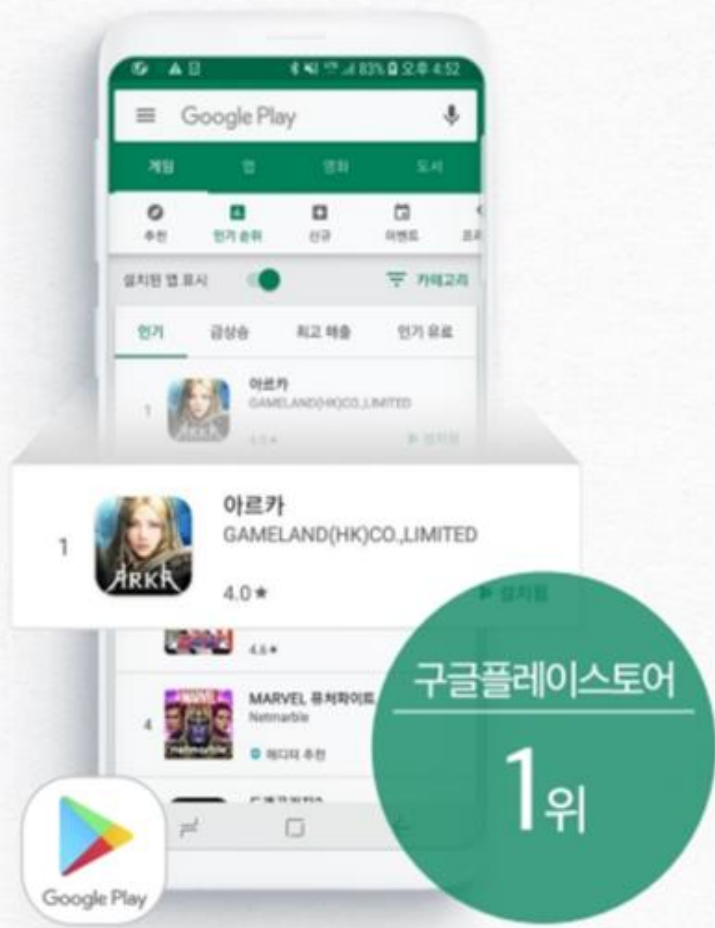
효율적인 광고진행 방식

클라이언트가 원하는 액션이 발생되어야만 정산



진행 프로세스 예시

캠페인 진행전부터 광고주의 NEEDS와 KPI 공유로 성공적인 런칭 캠페인 집행
원스토어의 경우 광고주 니즈에 맞춰 목표 인벤 분배하여 캠페인 진행 시 예산 절약 집행



S_CPI 란 ?

키워드 검색 설치형 (Search – cost Per Install)



구글 플레이 스토어에 키워드 검색 시 노출 되는 앱 리스트 중
최상위권에 노출 시키는 광고



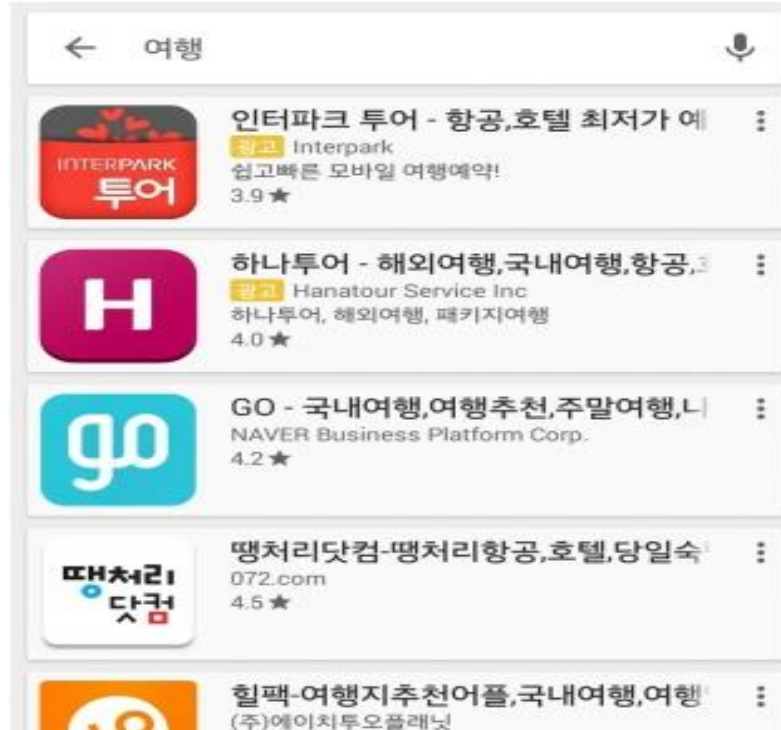
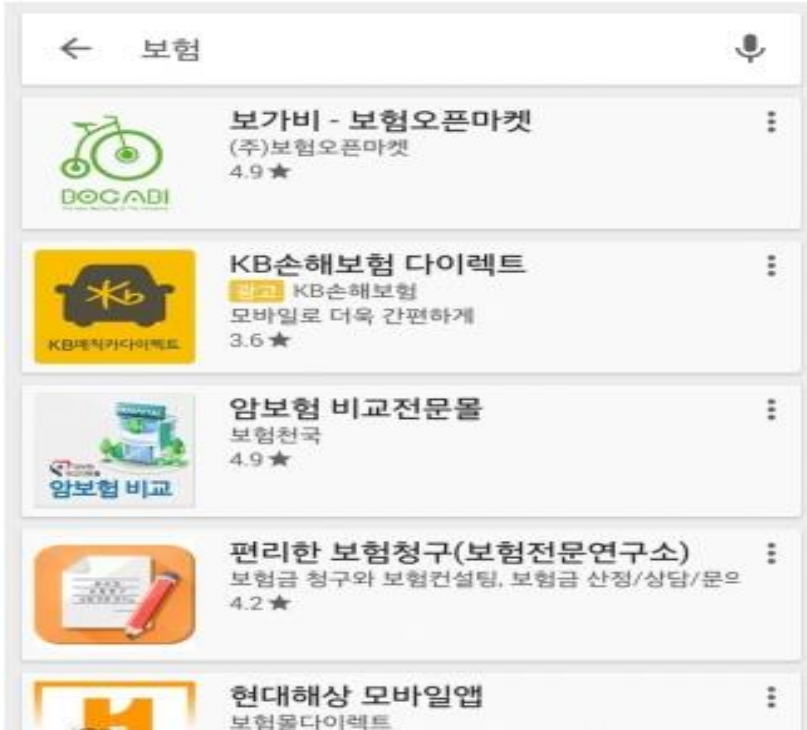
서비스를 이용할 유저가 검색하는 키워드의 앱을 최상위 리스트에
노출 시킴으로써 **실 사용자 유입 상승**



검색 키워드의 상위권에 지속적으로 노출을 시킴으로써
최상의 마케팅 효과 가져온다.



광고효과



눈에 보이는 광고 효과

특정 키워드 입력시 해당 앱의 상위노출 현황을 모니터링 가능 (갱신 시간 텀 존재) 하며 해당 앱을 작업 하면서 생기는 부가적인 광고효과 (급상승 카테고리 노출) 또한 기대 할 수 있어 적은 비용대비 확실한 광고 효과를 얻을 수 있다.

광고진행 과정



광고 제안

1. 키워드 제안
2. 광고 계약
3. 광고 비용 결제



전략 수립

1. 효과적 키워드 도출
2. 키워드 맞춤 시나리오 제작



광고 집행

1. 선정 키워드 광고 집행
2. 리뷰, 평점 작성
3. 광고주 모니터링 가능



A/S

A/S



광고종료

1. 광고 지속 여부 결정
2. 계약 상품 종료