

Data-driven OOH Ads Solution - Adtype

데이터 기반 오프라인 캠페인 에이전시 애드타입 소개서

소비자 인식과 구매 행동을 잇는 오프라인 캠페인,
빅데이터와 공간정보 분석 기술을 기반으로 설계합니다.

Draftype | Adtype

© 2025. Draftype Inc. All rights reserved.



Why Brand Needs a Different OOH Approach

브랜드에게 필요한 OOH는 단순 노출 매체가 아니라,
제품이 소비자의 일상 속에서 기억되고 선택되는 접점 전략입니다.

위치·유동인구·단가 중심의 OOH를 넘어, 브랜드별 타겟·상황·메시지·구매 접점·성과 기준으로 설계되어야 합니다.



Brand-specific OOH Context

카테고리별로 상기되어야 할 순간과 노출 기회 맥락은 상이합니다.
OOH는 브랜드별 ‘순간’을 찾는 것에서 시작해야 합니다.

브랜드별 사용 상황과 소비자 니즈를 기준으로, OOH가 개입해야 할 생활 맥락을 다르게 설계해야 합니다.

Brand / Category	Consumer Moment	OOH Opportunity
스킨케어 브랜드 / Skin Care	아침 · 저녁 스킨케어 루틴, 피부 고민 케어	주거지, 오피스 밀집권, 드럭스토어·뷰티 상권
메이크업 브랜드 / Makeup	외출 전 메이크업, 수정 메이크업, 약속 전 준비	오피스 상권, 대학가, 약속 동선, 뷰티 상권
헤어케어 브랜드 / Hair Care	출근 전 헤어관리, 손상 케어, 스타일링	드럭스토어 주변, 오피스 상권, 뷰티 구매 동선
바디케어 브랜드 / Body Care	샤워 후 보습, 향 관리, 데일리 셀프케어	주거 생활권, 피트니스, 라이프스타일 상권
헬스·이너뷰티 브랜드 / Health & Inner Beauty	건강 루틴, 식단 관리, 컨디션 케어	오피스, 피트니스, 편의점·리테일 접점

OOH Expertise

애드타입은 광고 전문성과 데이터 기반 공간정보 분석 기술을 결합한 국내 유일의 Data-driven OOH 광고 기업입니다.

01 Research & Seminar

OOH 산업 발전을 위한 연구 및 지식 공유

- OOH 효과, 미디어 전략, 광고 기술 등 다양한 주제 연구
- 업계/광고주 대상 정기 세미나 및 포럼 개최, 리포트 발행
- 최신 글로벌 트렌드와 인사이트를 OOH 전략에 적용



02 Patent & Methodology

독자적 방법론과 기술 기반의 측정 체제

- 오프라인 광고 유효 인구 산출 방법 특허 보유
- OOH 노출/도달/빈도 측정 방법 특허 보유
- 데이터 기반 OOH 성과 측정 독자 모델 개발 및 고도화



03 OOH Campaign Experience

다양한 산업군의 성공 캠페인 경험

- FMCG, 패션, 뷰티, 리테일 등 다양한 산업군 캠페인 수행
- 브랜드 목표와 타겟에 최적화된 OOH 전략 기획 및 실행
- 데이터 기반 성과 분석 및 인사이트 리포팅 제공



04 Brand & Agency Partners

주요 브랜드 및 에이전시 파트너의 신뢰

- 국내 주요 리딩 브랜드와의 장기 파트너십
- 주요 광고대행사 및 미디어렐과의 전략적 협업
- 다수의 전국 브랜드 캠페인 프로젝트 수행 경험

주요 브랜드 파트너사

OLIVE YOUNG SHINSEGAE DUTY FREE MEDIHEAL

DORCO BANILA CO Dr. Althea

주요 파트너 에이전시

DAEHONG kt nasmedia INNORED

keystone marketing company ADC•NEX wylie

Data-supported Total OOH Agency Model

애드타입은 오프라인 캠페인 솔루션 에이전시로서,
전략 수립부터 플래닝·구매·운영·성과 리뷰까지 하나의 흐름으로 지원합니다.

시장·소비자 데이터, 공간 분석, 매체 시뮬레이션, 성과 측정 역량을 활용해 OOH 캠페인 의사결정을 더 정교하게 만듭니다.



애드타입은 전략 수립부터 집행·리뷰까지 OOH 캠페인 전 과정을 지원합니다.

Adtype's Total OOH Solution Details

Step 1 — From Brand Question to OOH Campaign Brief

브랜드 성장 전략과 과제를 실행·검증 가능한 오프라인 캠페인 브리프·KPI로 구체화



Step 2 — Market & Audience Diagnosis

검색·리뷰·서베이 등 비정형 데이터를 분석, 브랜드 성장의 핵심이 되는 소비자 니즈와 오디언스 프로필을 정의

Raw Signal Inputs

**Search Data**
실제 검색 키워드와
관심 토픽
검색량 추이

**Review Data**
리뷰에서 드러난
불만 · 만족 요인
언급 비중

**Survey / Brand Metric**
서베이 응답과
브랜드 퍼널 지표
구매 고려율 42%

Diagnosis Engine

MentalMarket
시장 구조 진단
관심도
High
Low
침투율
High
Low

Marketype Persona
페르소나 인사이트
라이프스타일
가치관
행동 패턴
불편 · 니즈

Brand Metric Check
브랜드 퍼널 상태 진단
인지 72%
관심 48%
고려 26%
구매 8%

시장 구조 / 구매 동기 / 사용 상황 / 브랜드 퍼널 상태 종합 진단

OOH Audience Hypothesis

**Target Segment**
20~30대 도심 직장인, 자기관리 관심층

**Consumer Need**
간편하지만 확실한 관리 솔루션

**Usage Context**
출퇴근 · 이동 중, 짧은 스킨케어 탐색

**KPI Hypothesis**
상기도 +10%p, 고려율 +8%p 기대

**OOH Target**
지하철 · 오피스 상권 중심 접점 확대

Step 3 — Space-time Opportunity Mapping

정의된 오디언스를 ‘니즈 발생·문제 경험·구매 전환’ 조건으로 분해하고, 광고가 개입해야 하는 최우선 시공간을 도출

[예시 - 세탁 카테고리 2026 여름 시즌 Space-time Opportunity Mapping]

01 1인 자취 실내건조

 Need	협소주택·1인가구
 Pain Moment	코인세탁소/운동 후 실내건조
 Purchase Trigger	SSM·편의점·H&B 도보권
 OOH Touchpoint	지하철·엘리베이터TV
 Moment Zone	실내건조 냄새 상기형 Zone



02 4인 이상 고용량 세탁

 Need	대형주택·다인가구
 Pain Moment	영유아·운동복·대용량 세탁
 Purchase Trigger	대형마트·주말 가족쇼핑
 OOH Touchpoint	아파트·마트 인근 매체
 Moment Zone	가족 세탁 루틴 상기형 Zone



03 향기 민감 2040 여성

 Need	2040 여성·프리미엄 향
 Pain Moment	출퇴근·오피스·피트니스
 Purchase Trigger	H&B·트렌드 상권 탐색
 OOH Touchpoint	오피스 상권 DOOH
 Moment Zone	프리미엄 잔향 상기형 Zone



Step 4 — Media Simulation & Mix

타겟 시공간 → 실제 구매 가능한 매체 후보로 전환하고,
타겟 도달·반복 노출·비용 효율을 시뮬레이션해 최적 미디어 믹스를 설계

Campaign / Zone / Target 조건



Campaign Objective
런칭 초기 인지도 확대



Priority Moment Zone
역삼·선릉 오피스 / 출퇴근 동선



Target Audience
20-39 여성 / (추정)뷰티 관심층



Budget / KPI Focus
Reach · Frequency · CPM

OOH Media Discovery

영역 선택

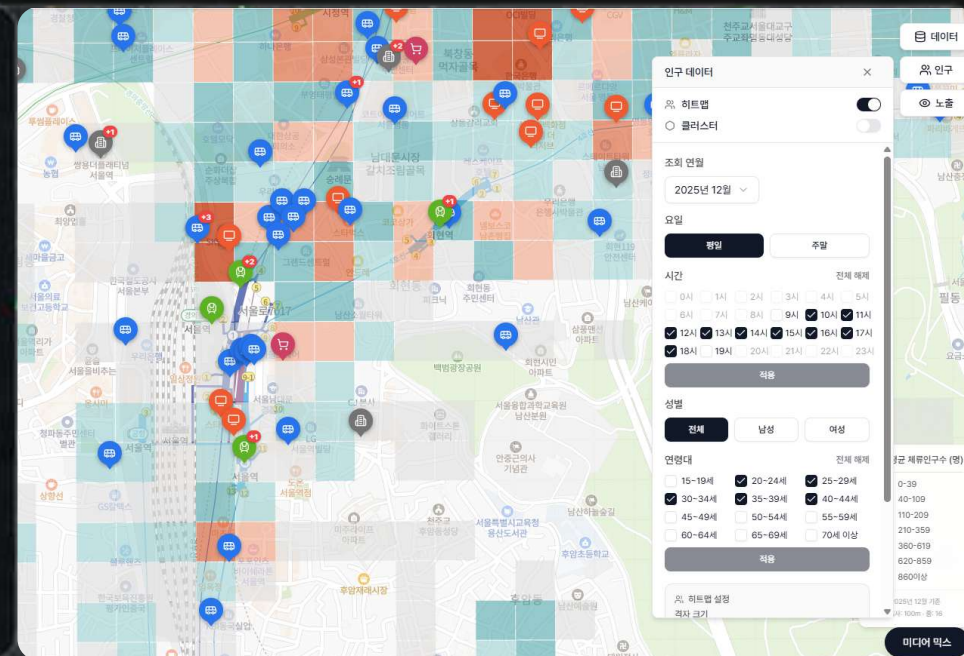
역삼·선릉

매체 필터

- ☒ 지하철 매체
- ☒ 전광판 광고
- ☒ 버스 광고·웹터 매체
- ☒ 리테일 미디어

반경

500m



Route & Audience Simulation

분석 유형

출퇴근 동선

시간대 유형

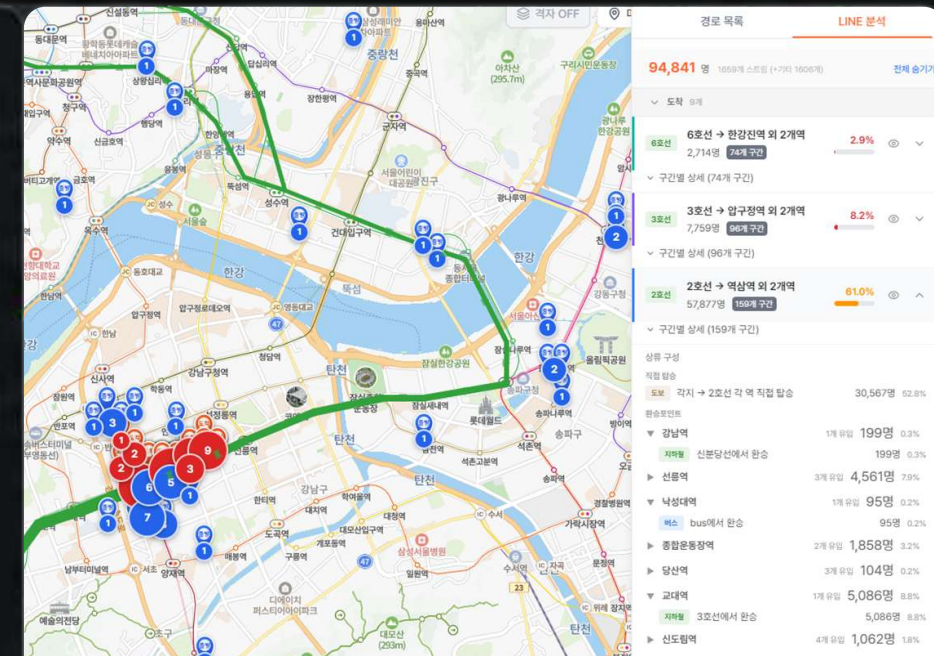
17:00-09:00

대상

20-39 여성

표시 옵션

- ☒ 동선 흐름
- ☒ 체류 핫스팟
- ☒ 매체 노출 포인트



Candidate Media Table

매체 유형	매체 명	예상 도달 (20-39 여성)	예상 빈도	CPM	역할
교통 매체	2호선 스크린도어 (역삼역)	78,420	2.6	₩2,050	도달 확보
오피스 미디어	역삼 오피스 엘리베이터 TV	52,180	3.1	₩3,100	반복 강화
전광판 광고	도산대로 대형 전광판 (DOOH)	41,360	1.8	₩2,800	임팩트 확장
리테일 미디어	올리브영 역삼점 디지털 사이니지	31,750	3.4	₩2,300	구매 낮치
주거/생활 미디어	역삼·도곡 아파트 단지 엘리베이터 TV	26,190	2.2	₩1,900	보조 도달
DOOH/프로그램매틱	강남 인근 피부과·병의원 인스��어 DOOH	19,303	1.6	₩2,400	빈도 보완

※ 예상 도달/빈도/CPM은 시뮬레이션 기반 추정치로, 실제 집행 시 변동될 수 있습니다.

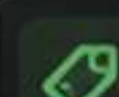
Reach / Frequency / CPM Forecast



Estimated Reach
191,203



Estimated Frequency
2.4 / 1인



CPM
₩2,192



Target Affinity
High

미디어 믹스는 목표 KPI에 맞춰
비용 효율을 최적화하도록 설계되었습니다.

타겟 중복률

비용 효율 (vs 단일매체)

78%

+36%

Data-driven Media Mix & Buying Plan



Transit OOH
40%



Retail Media
25%



Residential Media
20%



DOOH / Programmatic
15%



Priority Area
역삼·선릉 중심
500m 권역



Budget Allocation
₩100,000,000
(예산 예시)



Buying Role
Reach 확장
+ 빈도 강화



KPI Role
Reach · Frequency
CPM 최적화

Step 5 — Contextual Creative Planning

같은 브랜드 메시지를, 소비자가 광고를 마주칠 맥락 데이터에 맞춰 보다 적합한 소재로 리크리에이션

1. Core Brand Message



Brand Goal | 제품 핵심 효익 각인 (30% 이상)

Memory Cue | 피부 컨디션 · 진정 · 맑은 인상

2. Context Re-design



장소 · 시간 · 상황을 읽고
메시지 역할과 헤드라인 방향을 맞춤설계

3. Creative Direction by Touchpoint

주거지 엘리베이터 TV 광고



Context Tag | 아침 루틴 시작 직전

Message Role | 카테고리 니즈 상기

Headline Direction | 하루 시작 전,
맑고 편안하게.

출근길 지하철



Context Tag | 이동 중 짧은 주목

Message Role | 짧은 순간 효익 각인

Headline Direction | 출근 전 3초,
진정 보습부터

대형마트 내부 사이니지



Context Tag | 실제 탐색 장소 / 구매 직전

Message Role | 최종 선택 및 탐색 유도

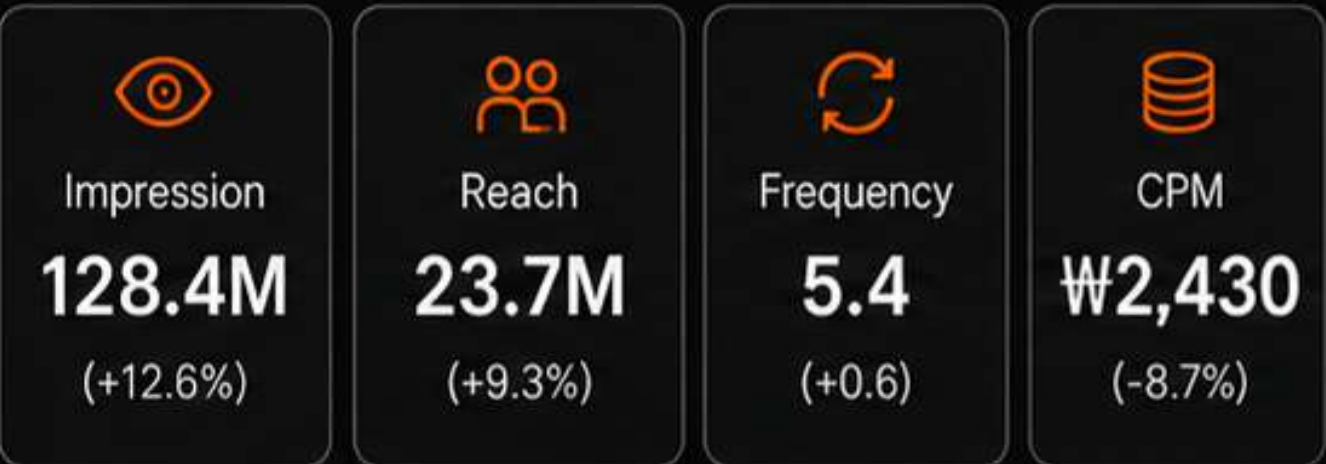
Headline Direction | 오늘 필요한 진정 보습,
매대에서 바로 체험해보세요.

Step 6 — Measurement & Learning

글로벌 OOH 효과 측정 방법론에 맞춰,
OOH 캠페인의 노출 성과와 브랜드 빌딩 지표 변화를 함께 분석

1. Media Exposure

캠페인 요약



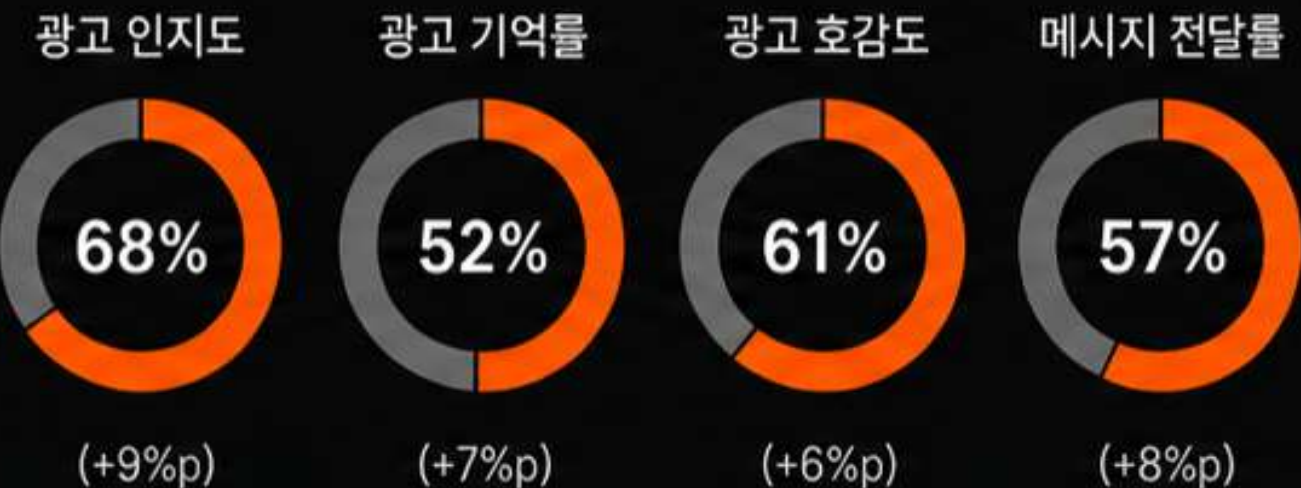
일별 노출 추이



* 전년 동기 대비 증감률

2. Ad Response

설문 기반 응답 결과 (n=1,200)



Top 3 연상 키워드 (비보조 상기)

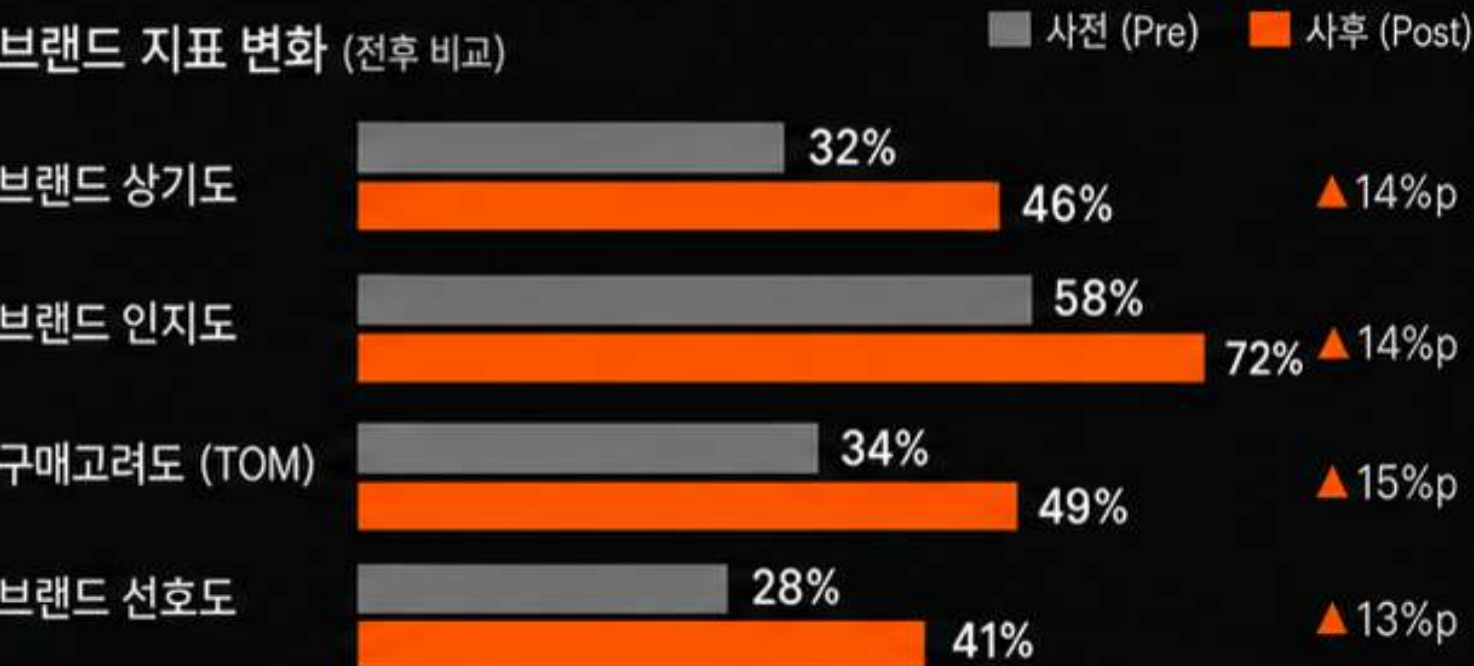


캠페인 추천 의향



3. Brand & Market Signal

브랜드 지표 변화 (전후 비교)



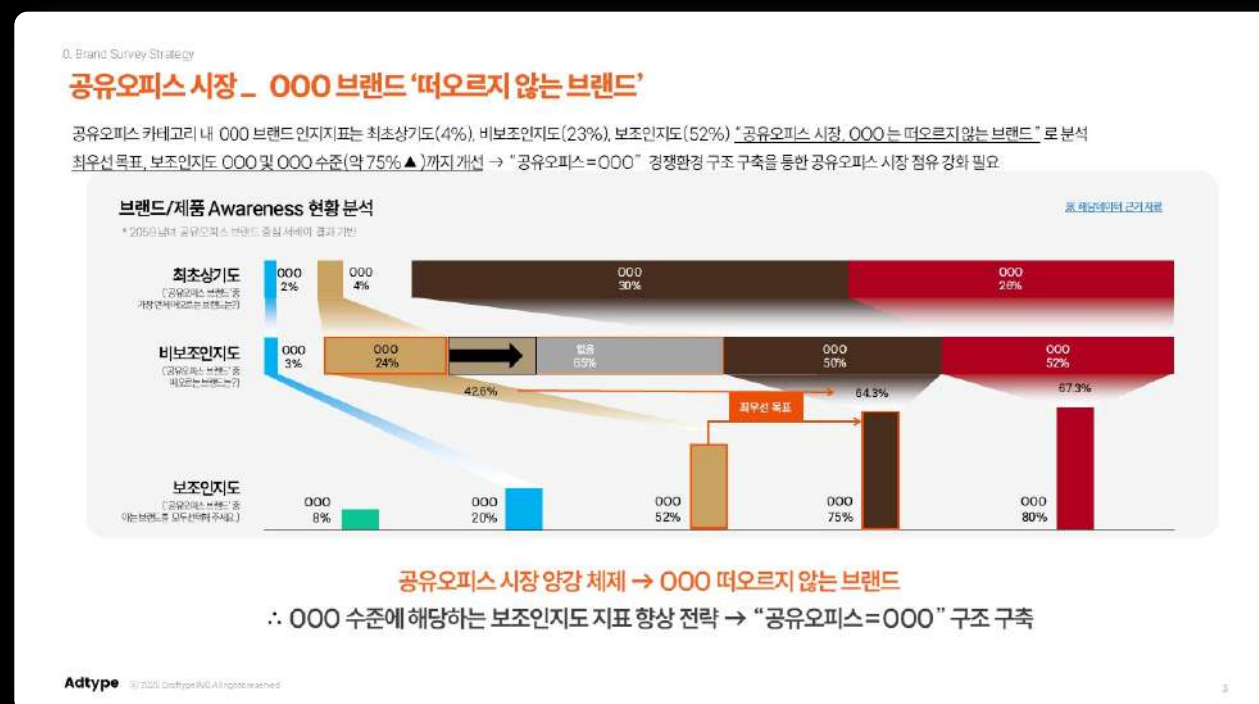
검색 클러스터 성장 (캠페인 키워드)



소셜 언급량 변화



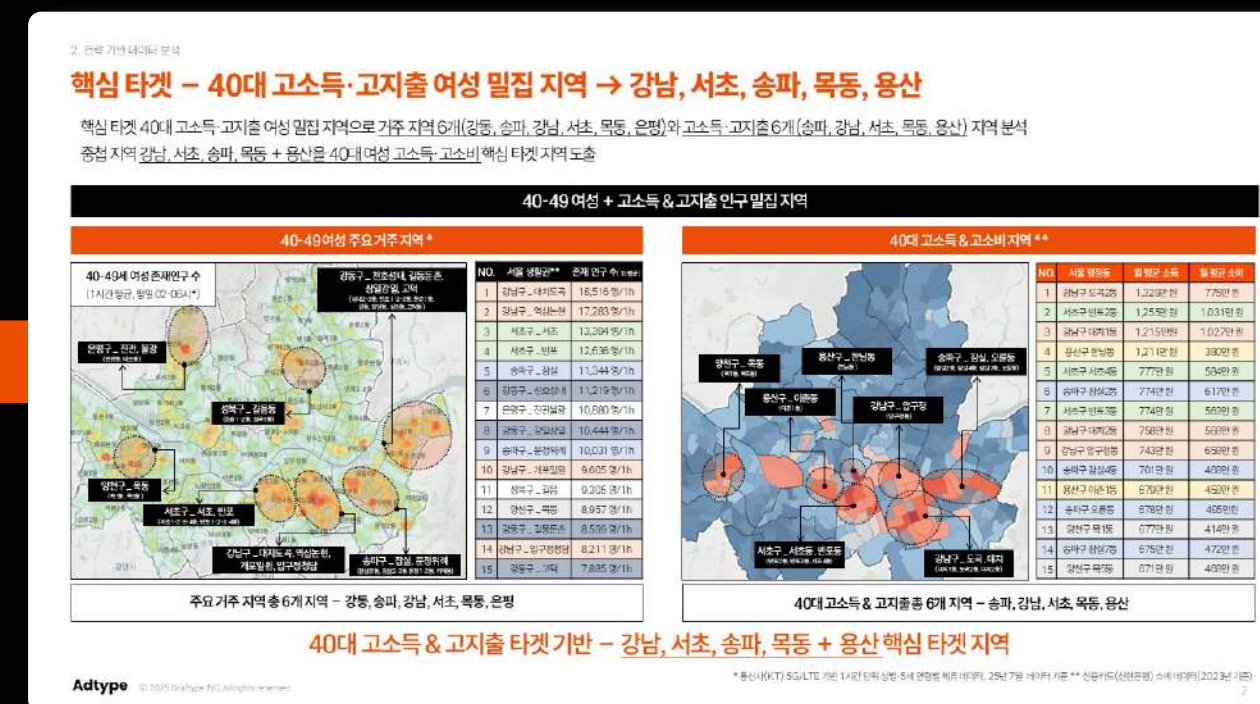
**어떠한 유형의 데이터 분석 & 캠페인 기획이라도,
영업일 기준 3~5일 이내에 빠르게 대응이 가능합니다.**



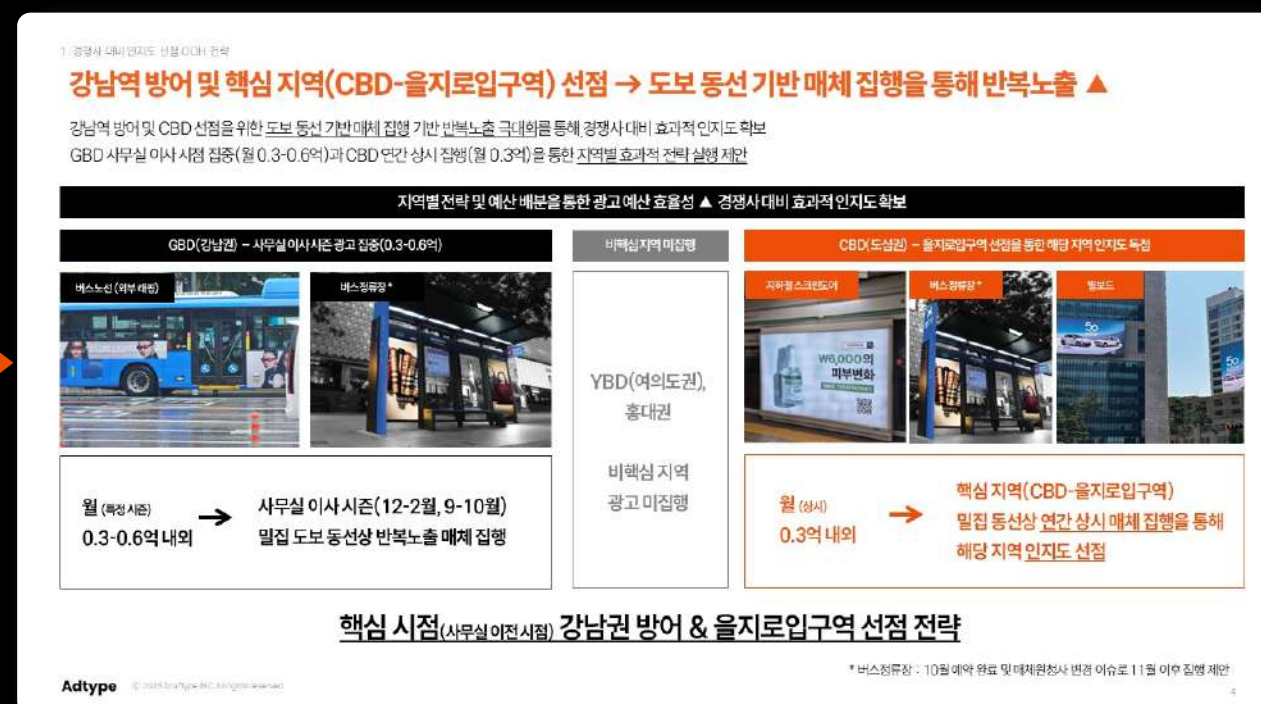
서베이 기반 경쟁사 대비 옥외광고 전략 제안



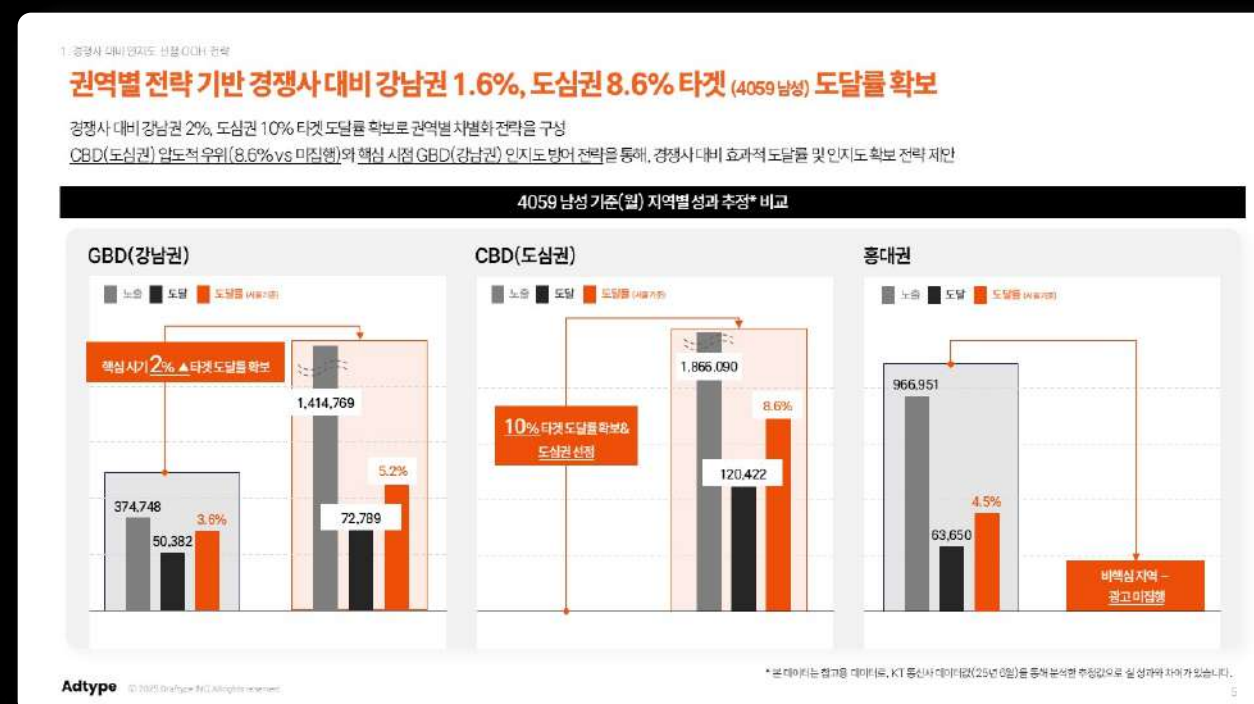
경쟁사 옥외광고 집행 정보 기반 전략 제안



전략에 맞춘 타겟 밀집 지역&동선 데이터 분석



데이터 기반 효과적인 미디어플래닝 도출



경쟁사 매체 대비 성과 추정



전 연령 & 타겟 대상 광고 성과 추정

Data-driven Total OOH Solution for Brand

소비자의 일상 속에서 브랜드가 기억되고 신뢰될 수 있도록, 공간 데이터로 설계합니다.

애드타입은 브랜드의 성장 전략과 핵심 과제들을 한국 소비자의 실제 생활 동선과 오프라인 접점에서 작동하는 Data-driven Total OOH 전략으로 구체화합니다.

매체 기획, 캠페인 실행, 크리에이티브 운영, 성과 관리를 통합적으로 수행함으로써 브랜드의 오프라인 캠페인이 단순 노출을 넘어 브랜드 기억과 구매 가능성을 높이는 접점 전략으로 작동하도록 지원합니다.





Adtype

공간정보 기술과, 빅데이터를 기반으로
오프라인 캠페인을 보다 효율적으로, 임팩트있게

Contact us

Designing the moments
where brands are remembered and chosen.

APPENDIX

Technology-based Total OOH Solution

애드타입은 단순 매체사/실행사가 아닌
Tech-based Total OOH Solution 입니다.

01 Offline Big Data
풍부한 오프라인 빅데이터

다양한 오프라인 데이터들을 수집하고 결합하여
실제 소비자의 행동과 니즈를 심층적으로 분석합니다.



자체 수집 데이터와 외부 데이터 연계를 통한
독보적인 오프라인 데이터 자산 보유

02 Geo-spatial Technology
고도화된 공간정보 분석 기술

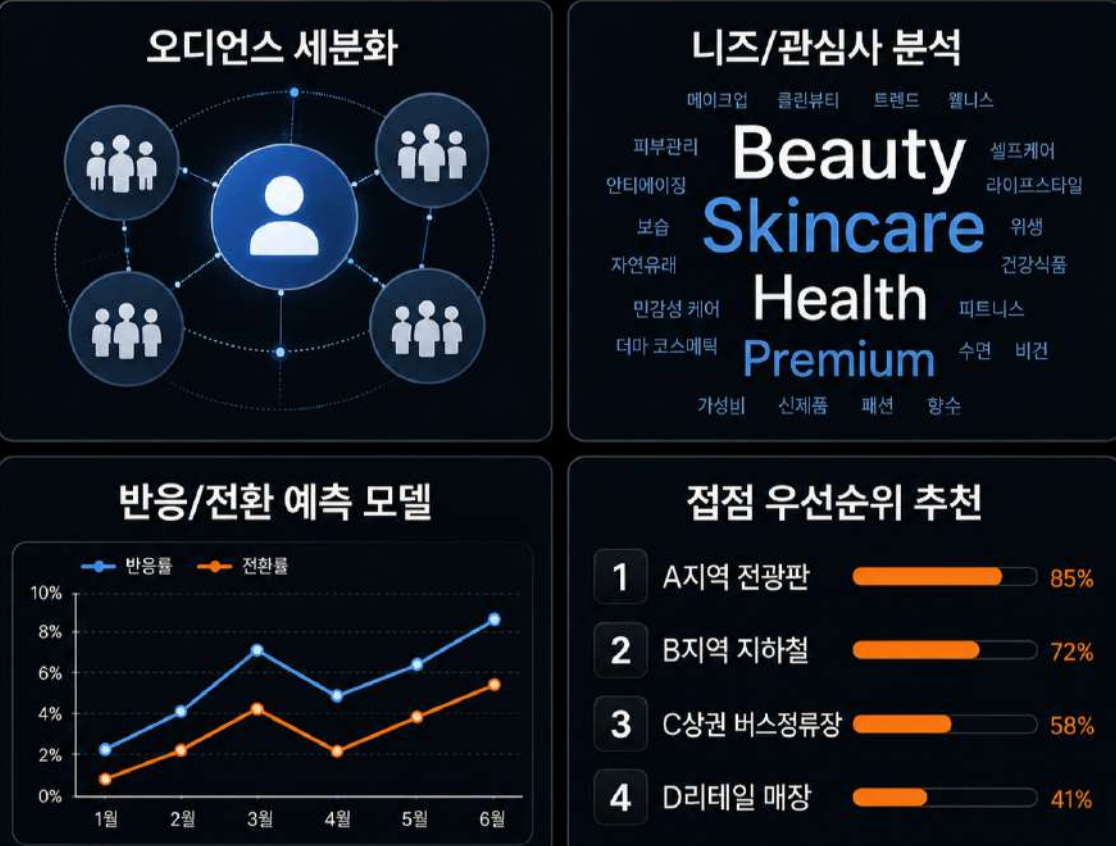
공간 단위의 정밀 분석을 통해 타겟이 존재하는
시공간을 입체적으로 이해하고 예측합니다.



공간 및 이동, 인구 분석 기술로
잠재 소비자 접점 분석 정밀도 극대화

03 AI & Big Data Analytics
AI 및 빅데이터 분석 기술

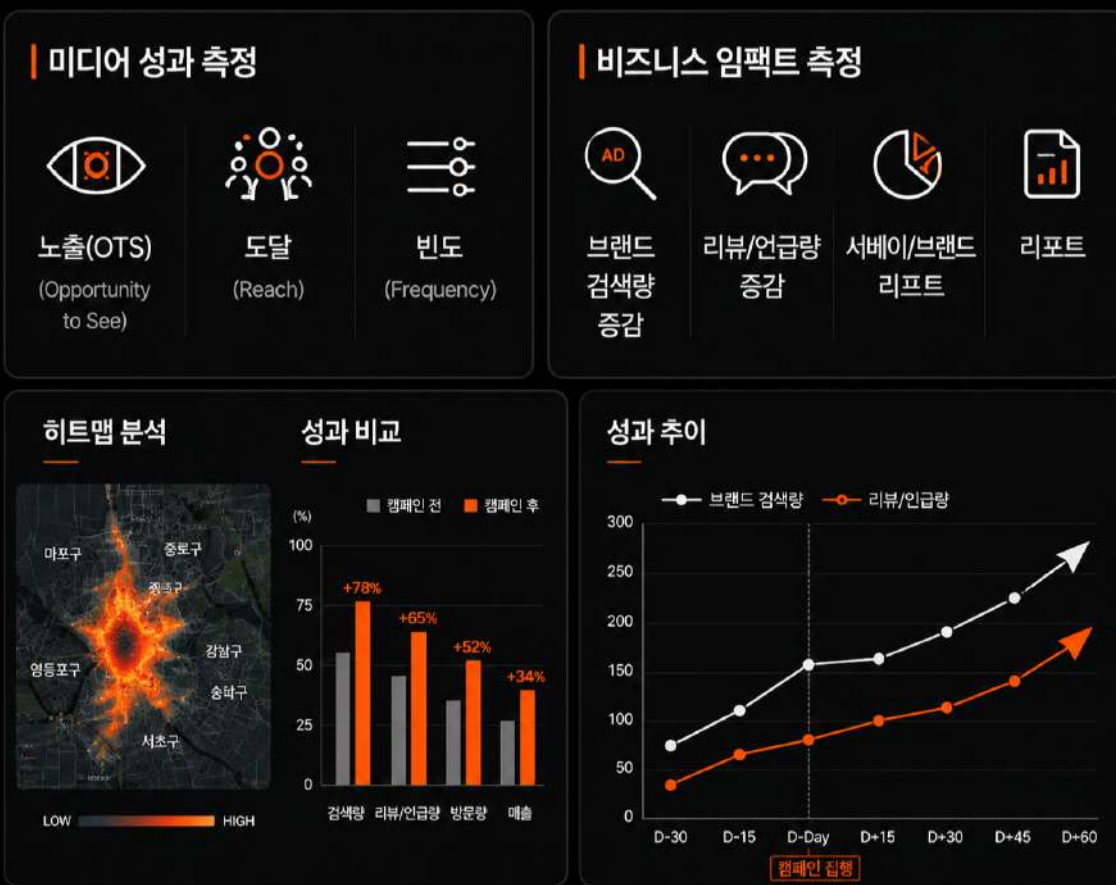
AI와 빅데이터 분석을 통해 오디언스를 세분화하고
브랜드 타겟의 니즈와 반응을 예측합니다.



데이터와 AI를 결합해
브랜드 목표 달성에 가장 효과적인 전략 도출

04 OOH Effective Measurement
오프라인 광고 성과 및 효과 종합 검증 기술

노출·도달·빈도는 물론, 브랜드 인지/상기/구매고려 등
실제 비즈니스 임팩트까지 종합적으로 측정하여 검증합니다.



데이터 기반의 성과 측정으로
OOH 투자의 가치 종합 검증 지원

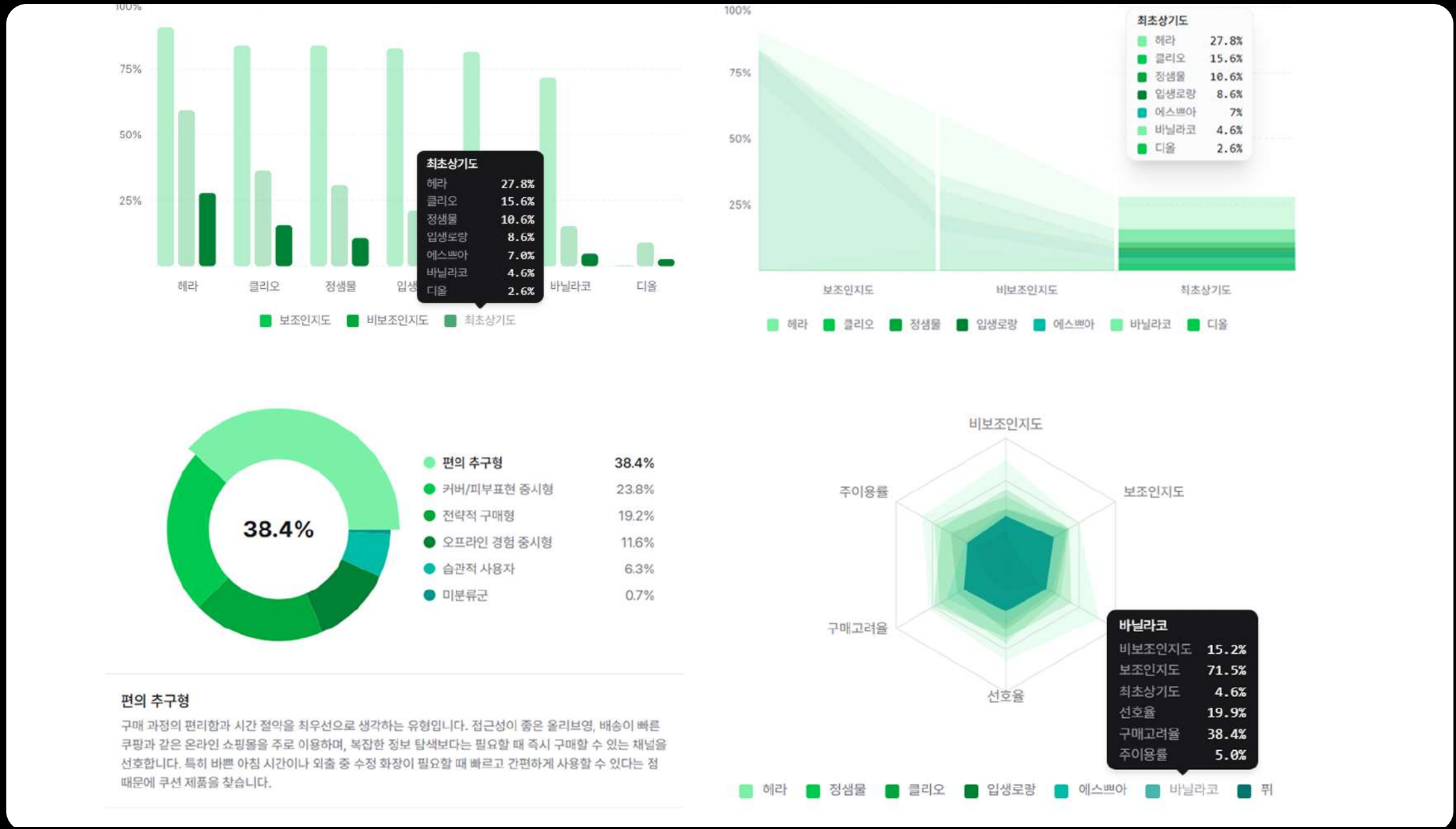
드래프트타입 OOH 광고 인텔리전스 시스템·솔루션

1) 마켓·소비자 인텔리전스

Marketype Snapshot™

마켓타입 브랜드 스냅샷

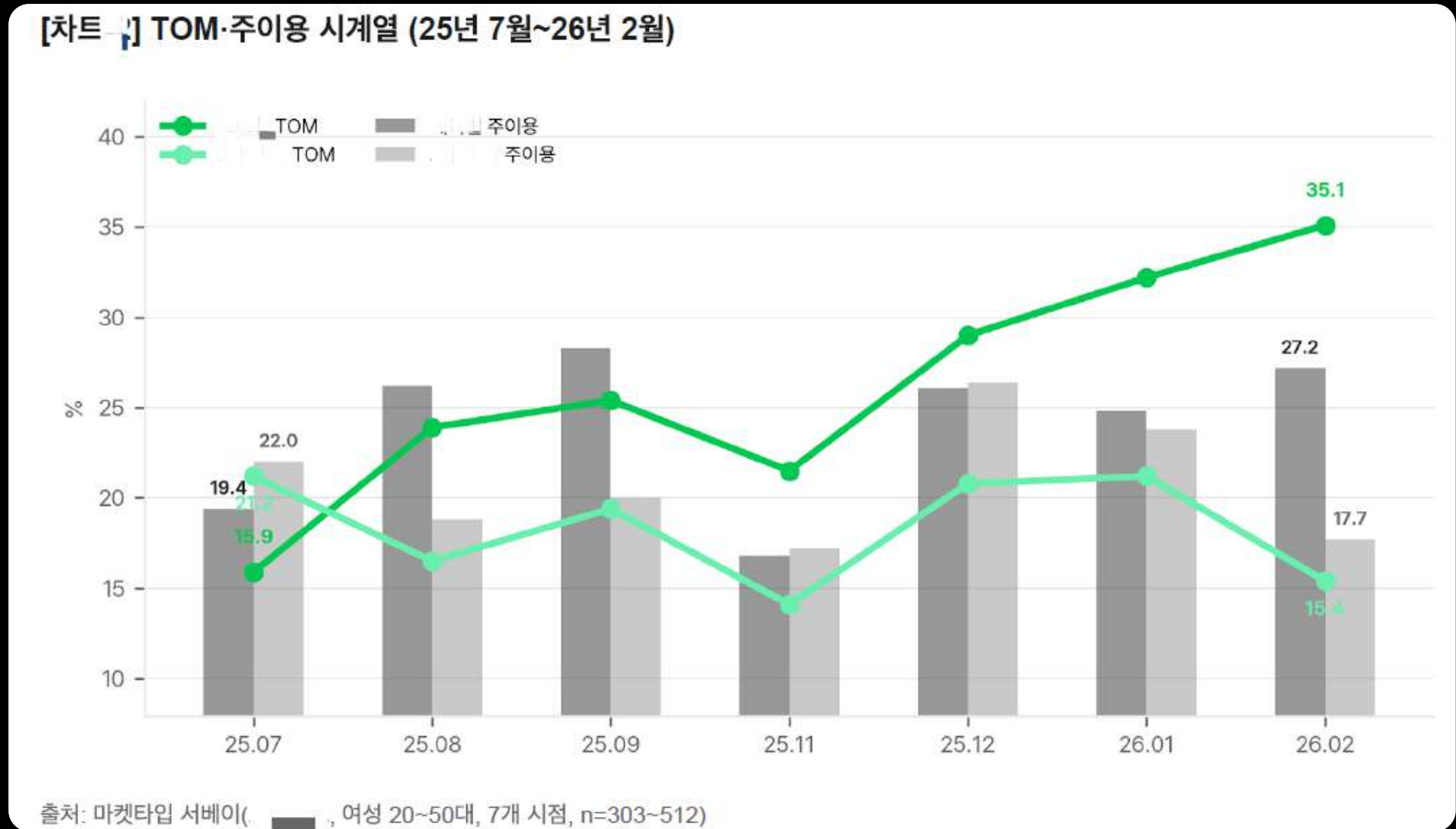
소비자 인식 안에서 브랜드의 현재 위치를 시점 기준으로 진단합니다. 비보조인지도에서 최근 이용경험까지, 퍼널 전체의 브랜드 지표를 측정하고, 경쟁사와 나란히 비교합니다. 1주 안에 대시보드와 분석스페이스가 준비됩니다.



Marketype Tracker™

마켓타입 AI 트래커

Snapshot의 지표를 정기적으로 측정하여, 변화의 방향과 속도를 감지합니다. AI 분석 엔진이 어떤 세그먼트에서 변화가 집중되고 있는지를 자동으로 잡아냅니다. 최초 설계 후, 수집·전처리·분석·대시보드 업데이트까지 시스템이 반복합니다.



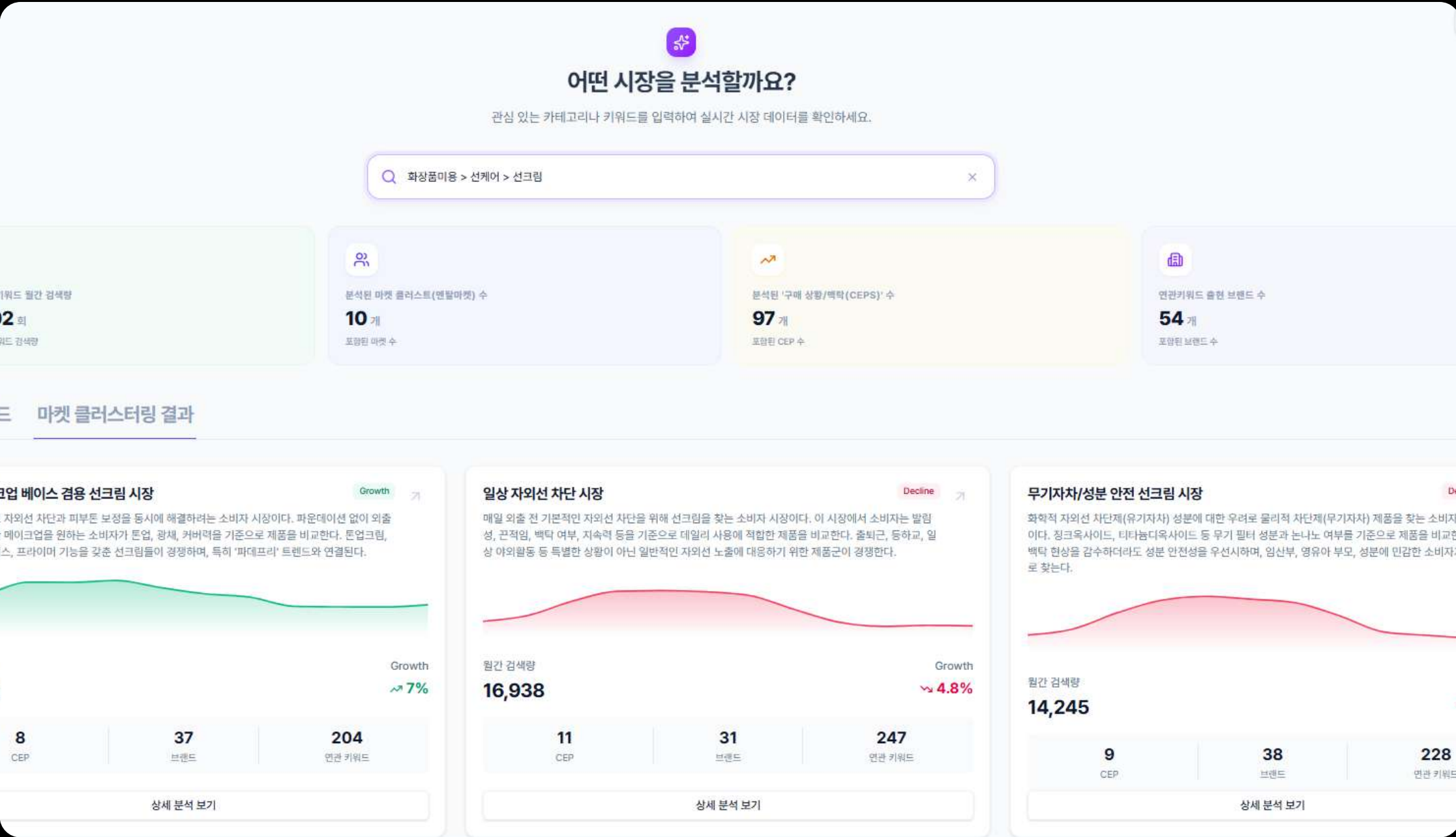
드래프트타입 OOH 광고 인텔리전스 시스템·솔루션

1) 마켓·소비자 인텔리전스

Mental Market™

멘탈마켓

네이버 검색 데이터와 LLM 기반 문맥 클러스터링으로, 소비자가 실제로 관심을 갖고 있는 시장의 구조를 자동으로 만들어냅니다. 2,300개 카테고리, 17만 키워드, 11,000개 마켓 클러스터. 기존 업계 분류 체계로는 보이지 않던 시장의 세부 구조가 드러납니다. 대시보드에 직접 접속하여 탐색할 수 있습니다.



Marketype AI Persona™

마켓타입 AI 페르소나

자사 제품 리뷰 빅데이터에서 AI가 소비자 유형을 생성합니다. 단순한 프로필 카드가 아니라, 1:1 채팅, AI FGI, 정량 서베이가 가능한 상호작용형 리서치 대상입니다. 전통적 리크루팅 없이, 원하는 소비자 유형과 즉시 대화를 시작할 수 있습니다.



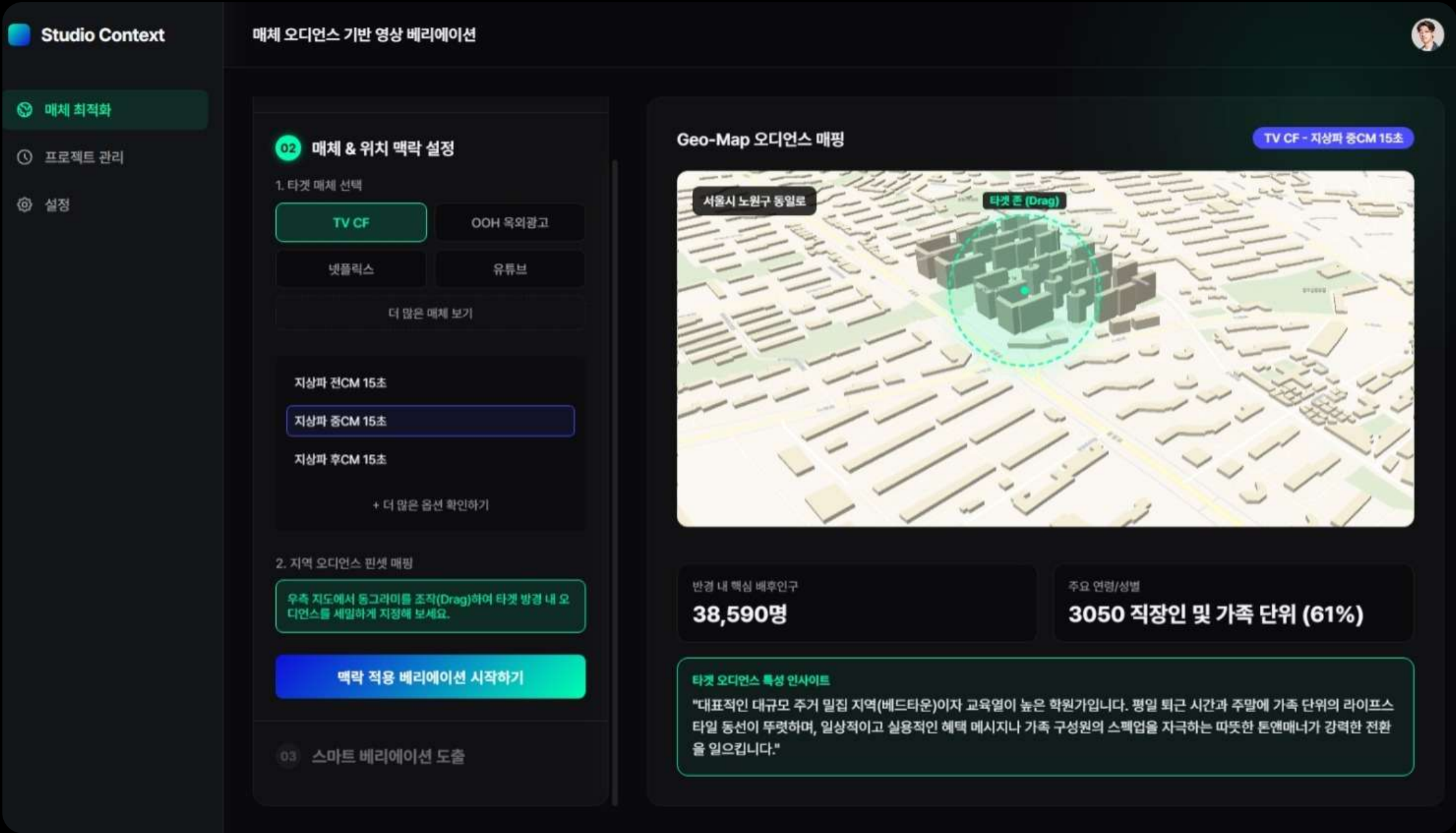
드래프트타입 OOH 광고 인텔리전스 시스템·솔루션

2) 크리에이티브 인텔리전스

Draftype studio Context™

스튜디오 AI 컨텍스트

같은 크리에이티브도, 맥락에 따라 다르게 작동합니다. 의사결정 엔진이 매체 주변의 오디언스 구성, 시간대, 생활 패턴 데이터를 기반으로 어떤 텍스트·CTA·오디오·이미지 조합이 적합한지를 판단하고, 시가 각 요소를 자동으로 교체합니다.



Draftype studio PreTest™

스튜디오 AI 프리테스트

완성된 영상을 집행 전에, 소비자의 눈과 감정으로 검증합니다. CVPR, WACV 등에서 발표된 최신 시선 예측 모델들을 한국인 시선추적 데이터로 파인튜닝하여, 씬 단위로 시선의 흐름과 주목도를 분석합니다.



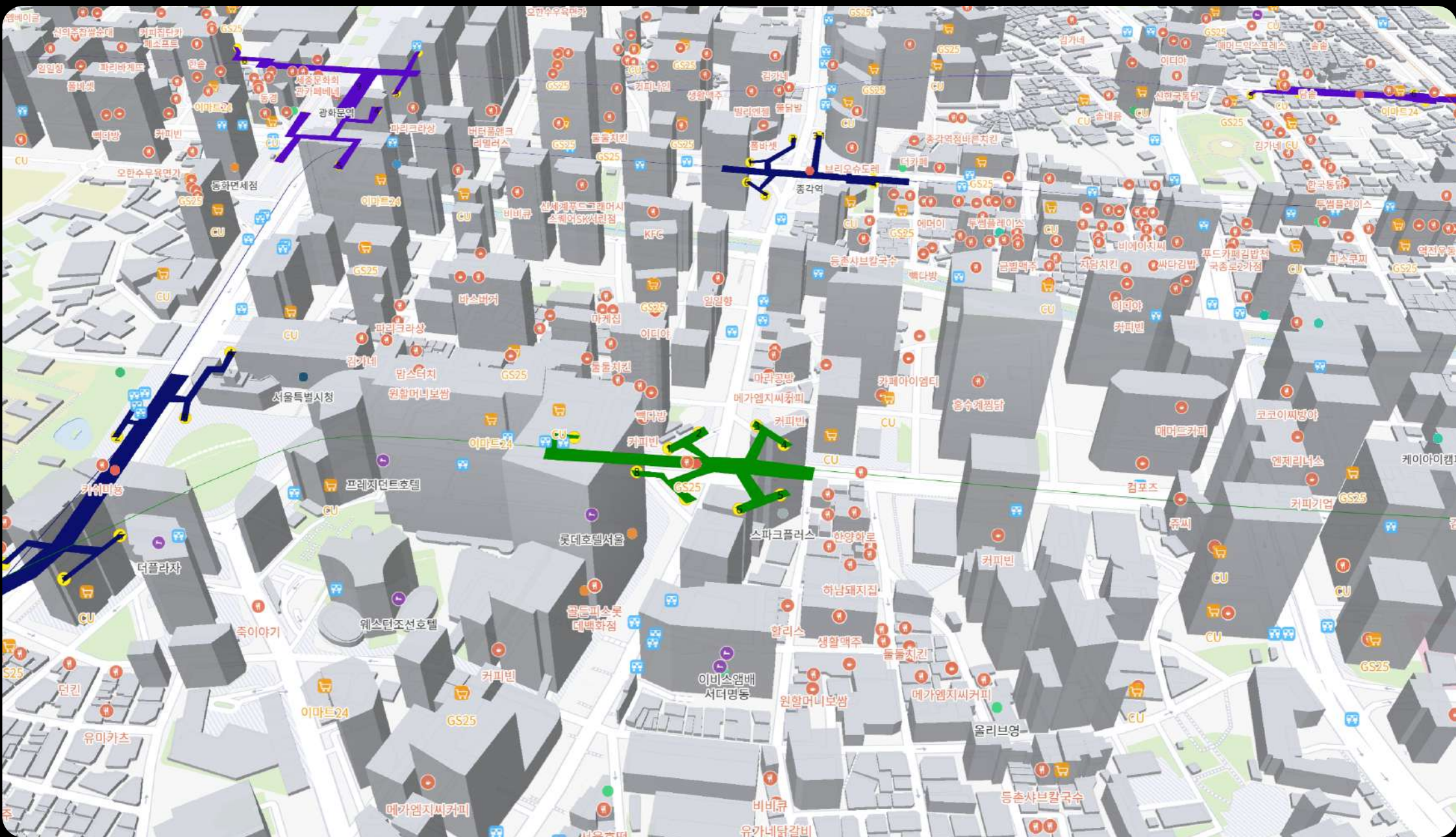
드래프트타입 OOH 광고 인텔리전스 시스템·솔루션

3) 공간 분석·미디어 인텔리전스

AdMap Intelligence™

애드맵 인텔리전스

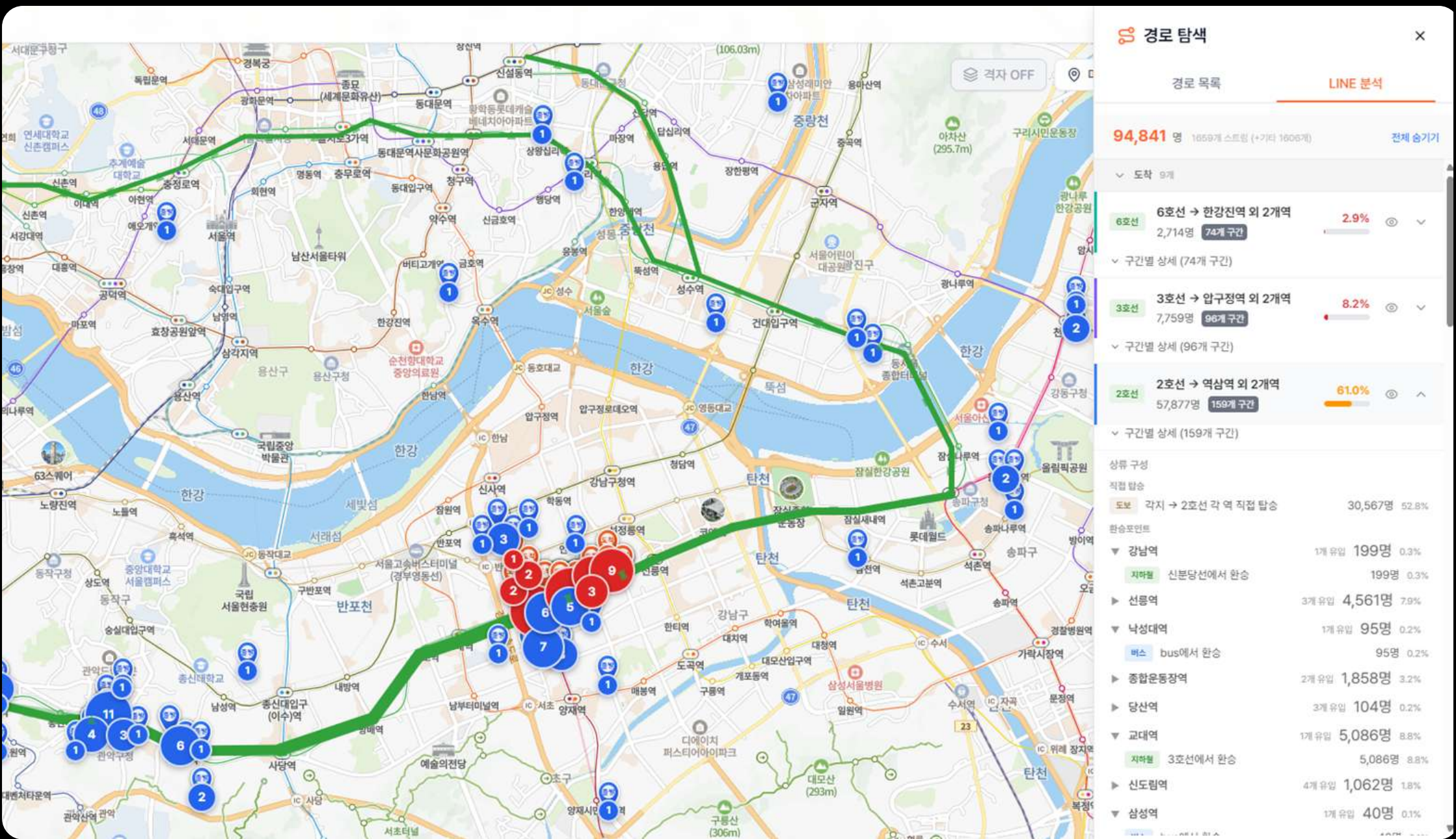
AdMap 위에 자사 매장, 경쟁사, 유통 채널, 타겟 고객의 생활 동선 등 브랜드 고유의 접점을 올려, 브랜드 전용 공간 인텔리전스를 구축합니다. 우리 고객이 오프라인에서 어디에 있는지를 지도 위에서 확인하고, 어디에 자원을 집중해야 하는지를 판단할 수 있습니다.



Adtype Simulator™

애드 시뮬레이터

하루 약 5천만 회의 서울·수도권 출도착 이동 빅데이터와 자체 개발한 길찾기 라우팅 엔진으로, 고객의 실제 하루 동선을 시간별로 분석합니다. 단순 경로뿐 아니라, 세부 광고 포인트(지하철 출구, 환승칸, 건물 등)로의 통행을 수치화하여 숫자 기반의 미디어 플래닝을 돕습니다.



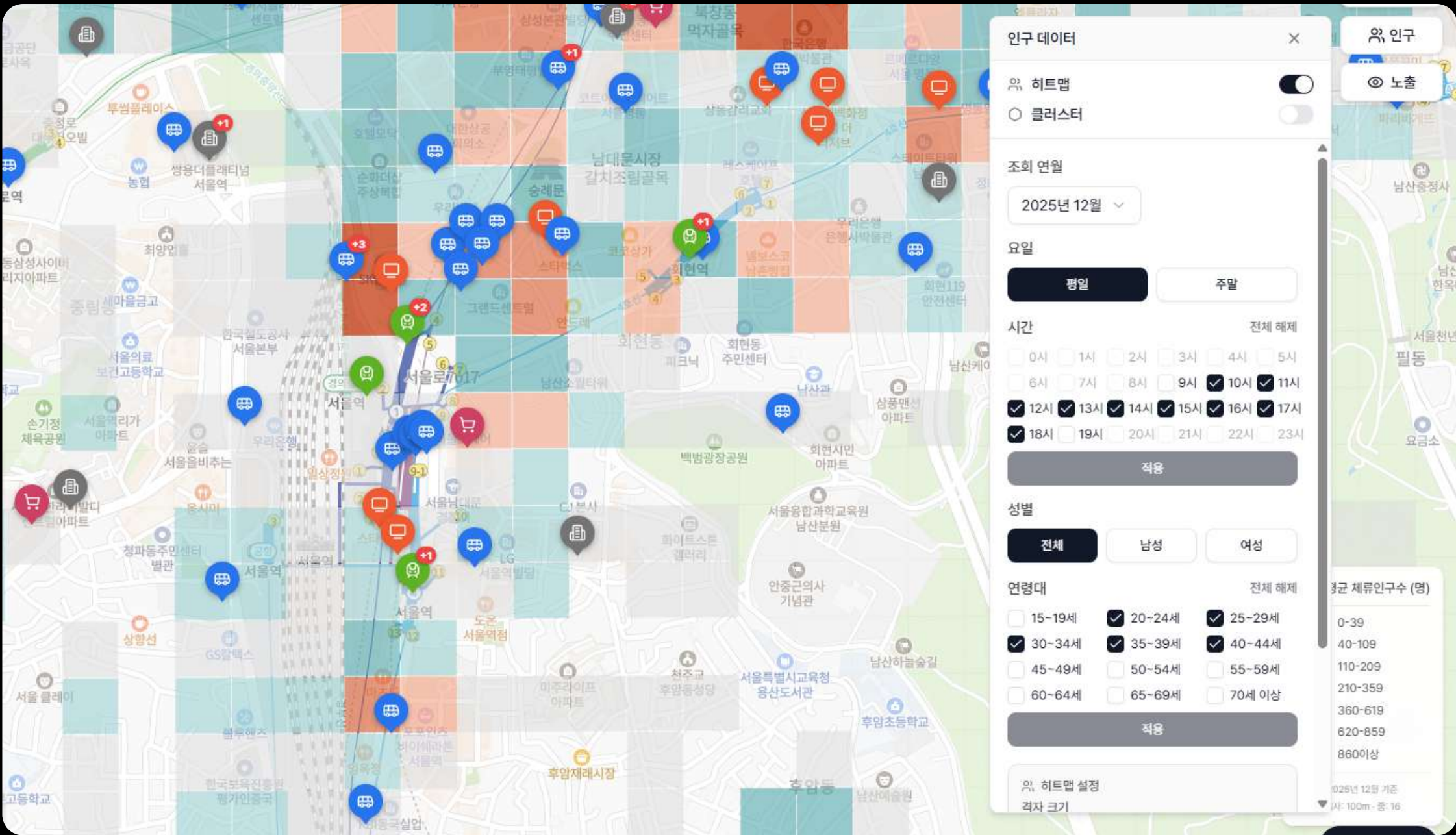
드래프트타입 OOH 광고 인텔리전스 시스템·솔루션

3) 공간 분석·미디어 인텔리전스

OOH Media Mix System

미디어 믹스 시스템(MMS)

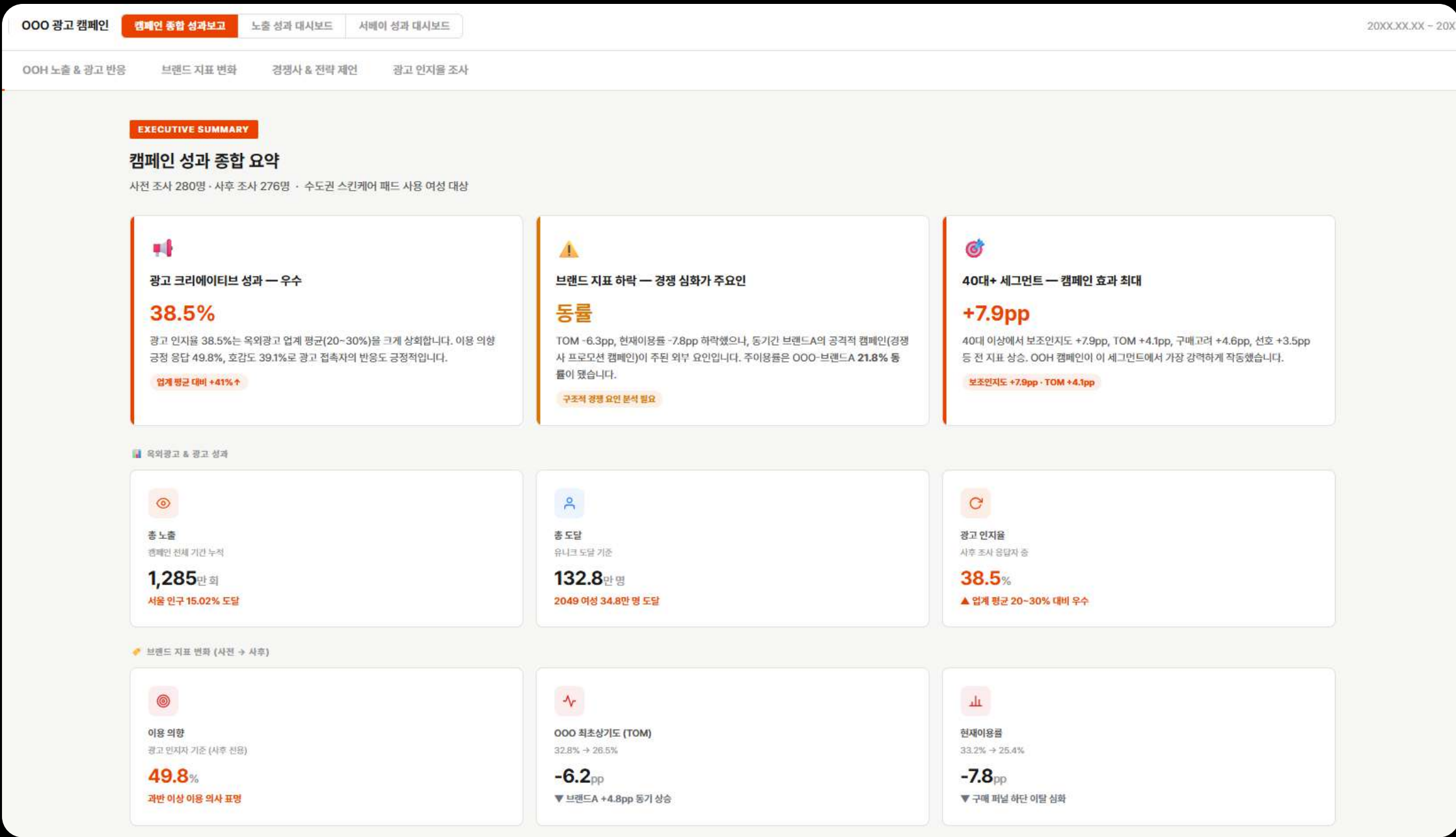
서울·수도권 8,100여 개 매체를 구조물이 아닌 오디언스 단위로 정규화하여, 가시권 체류인구·예상 노출량·CPM을 표준 지표로 비교할 수 있게 합니다. 미디어 플래닝부터 구좌 예약, 캠페인 노출 성과 측정까지 OOH 거래의 전 과정이 단일 시스템 안에서 이뤄집니다.



AdEffect™

옥외광고 노출 성과/효과 측정 시스템

지오펜싱 기반 광고 유효인구 산출 특허 기술로 캠페인이 도달한 오디언스를 성별·5세 단위 연령별로 측정합니다. 서베이를 결합해 광고 인지율·기억 요소·호감도까지 함께 추적하여, 노출량 지표를 넘어 실제 브랜드 임팩트까지 확인할 수 있습니다.



매체 원청사 협회 네트워크 기반 서울·수도권 95% 이상 매체 직거래 계약 지원



빌딩 빌보드 광고

높은 빌딩에 부착된 디지털 빌보드 매체



옥상 빌보드 광고

건물 옥상에 배치된 가로 규격의 디지털 매체



가로등형 광고

도보 동선 상에 배치되어있는 디지털 매체



버스중앙차로 버스쉘터

버스 쉘터에 부착한 인쇄형 매체



지하철 내부 광고

지하철 내부에 위치한 디지털/인쇄 매체



지하철 스크린도어 광고

지하철 승강장에 위치한 인쇄형 매체



지하철 역사내 디지털포스터

역사안 주요 동선에 위치한 포스터형 디지털 매체



지하철 사각기둥 매체

지하철 역사안 기둥을 활용한 디지털 매체

외 모든 옥외매체

매체협회 정회원사

애드타입은 서울/수도권의 모든 옥외매체 원청사와 직접 컨택 및 바이팅이 가능한 공식 파트너십을 보유하고 있습니다.

전문 옥외광고 기획/대행 파트너사

정식 옥외광고 대행사로서 옥외광고사 자격을 보유하고 있으며, 매체원청사들의 협회인 '한국옥외광고미디어협회'의 정회원사입니다.

모든 유형의 매체 취급

프리미엄 상권의 지상 빌보드부터 버스쉘터, 지하철 1~9호선 전 구간의 다양한 광고 상품을 직접 운영하고 있습니다.

8만 패널을 보유한 서베이 플랫폼 기반 옥외광고 특화 브랜드 서베이 시스템

전문 서베이 기술을 활용해 옥외광고에 특화된 타겟 오디언스 기반 브랜드 측정 시스템을 구축했습니다.

스크립트 설문 추출, 타겟 맞춤형 설계, 사용자 인터페이스 기반 데이터 수집, 인지 퍼널 단계별 분석 기술로 광고 효과를 과학적으로 검증합니다.

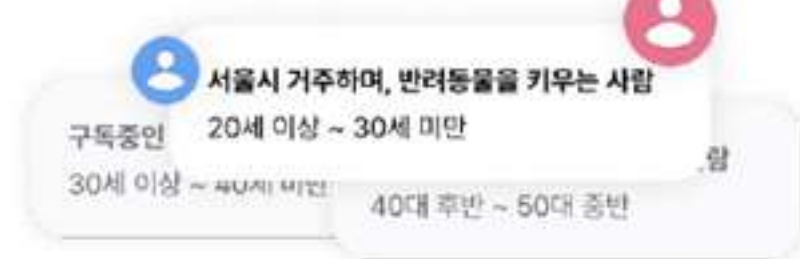
브랜드 서베이 기반 과제 진단

데이터 기반 성과 측정

1) 브랜드 특성을 반영한 샘플 추출

- ✓ 브랜드 특성에 따라 **스크리닝 설문**을 통해
유효 서베이 인구 추출

■ 브랜드 타겟 오디언스 추출



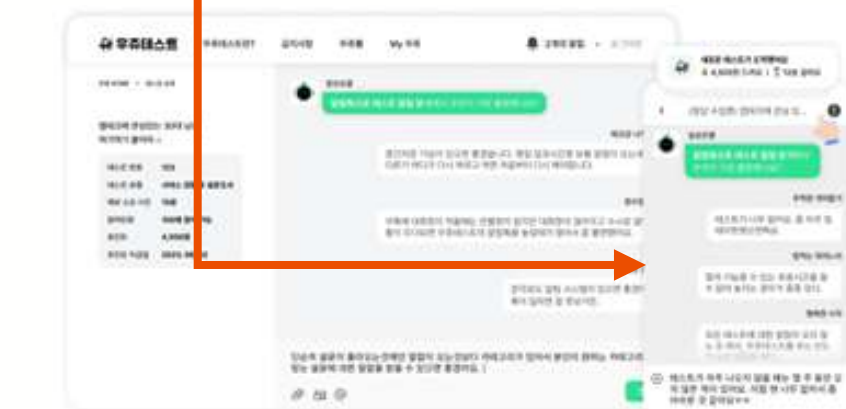
■ AI 기반 불량 응답자 분리

■ 스크리닝을 통한 유효 샘플 추출

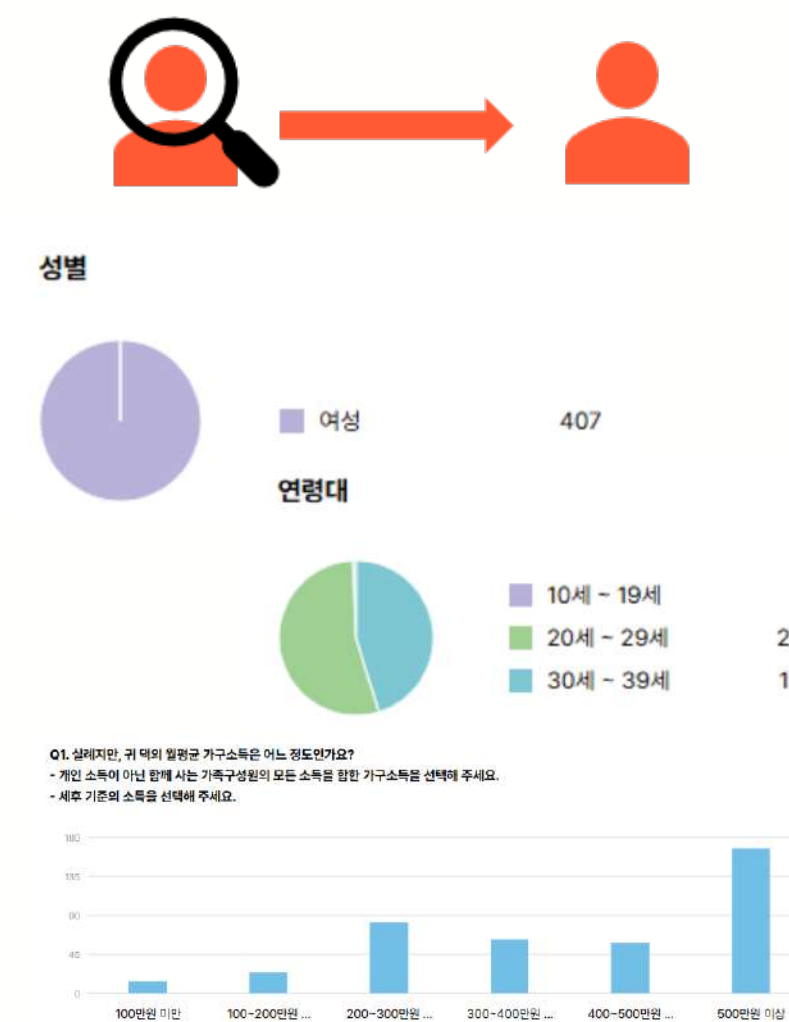


2) 타겟 기반 브랜드 서베이 설계/진행

- ✓ 인지 서베이를 위한
서베이 전문가의 문항 설계



- ✓ 성별, 지역, 소득 등 브랜드 TPO에 맞춘
세밀 타겟팅을 통한 신뢰도 높은 데이터 수집



3) 결과 분석 / 브랜드 인지 진단

- ✓ 브랜드 인지 단계 지표 분석

브랜드 인지 4단계 기반 현 브랜드 인지 단계 지표 분석



- ✓ 브랜드 구매 단계 퍼널별 지표 분석

브랜드 구매 퍼널(인지-구매 경험-최근 구매-정기적 구매-브랜드 팬덤)기반
브랜드 구매 퍼널별 지표 분석



- ✓ 브랜드/제품 이미지 적정성 및 신뢰도

브랜드 보유 이미지 조사, 브랜드 카테고리 기반 타겟이 생각하는
감성적/기능적 이미지 조사를 통해 타겟 대상 현 브랜드 이미지 진단 및 분석

서울 인구 빅데이터, KT 통신사 데이터 기반 TPO에 맞춘 주요 광고지역 분석 시스템

데이터 기반 OOH 타겟 전략 설계

서울 인구 빅데이터와 KT 통신사의 5G/LTE 실시간 위치 데이터를 결합한 TPO 기반 광고지역 분석 시스템을 구축했습니다.
시간/위치 속성별 오디언스 분석과 유동인구 패턴 측정 기술로 옥외광고 매체의 효율성을 과학적으로 검증·추정합니다.

서울 전 지역 오디언스 DB

서울 전 지역 OOH 매체 데이터

kt Enterprise

5G/LTE 기반
실시간 위치 데이터

매체별 시간·위치 속성 분석

시간 속성

- 1) 평일 주간 / 야간
- 2) 주말 주간 / 야간

위치 속성

- 1) 매체를 볼 기회가 있는 위치 인구 (OTS, Opportunity-To-See)
- 2) 가시권 위치 인구 (LTS, Likelihood-To-See)

매체별 오디언스 정량 분석

유동인구 수

- 1) 시간대별 유동인구 수
- 2) 일 단위 방문인구(Unique)
- 3) 밀집 동선 분석

인구통계정보

- 1) 연령대별 비율 (5세 단위)
- 2) 성별 비율
- 3) 상주인구, 비상주인구 비율

매체별 오디언스 정성 분석

거주지 및 이동 유형 및 형태

- 1) 유입 및 이동 유형 분석
- 2) 직장/거주 형태 분석
- 3) 소득 및 카테고리별 소비 분석

매체별 성과 추정

- 1) 매체별 노출/도달 성과 추정
- 2) CPM 등비용 대비 성과 추정

No.1 통신사 KT와 Adtype 공동 개발 옥외 매체 노출 성과 측정 시스템

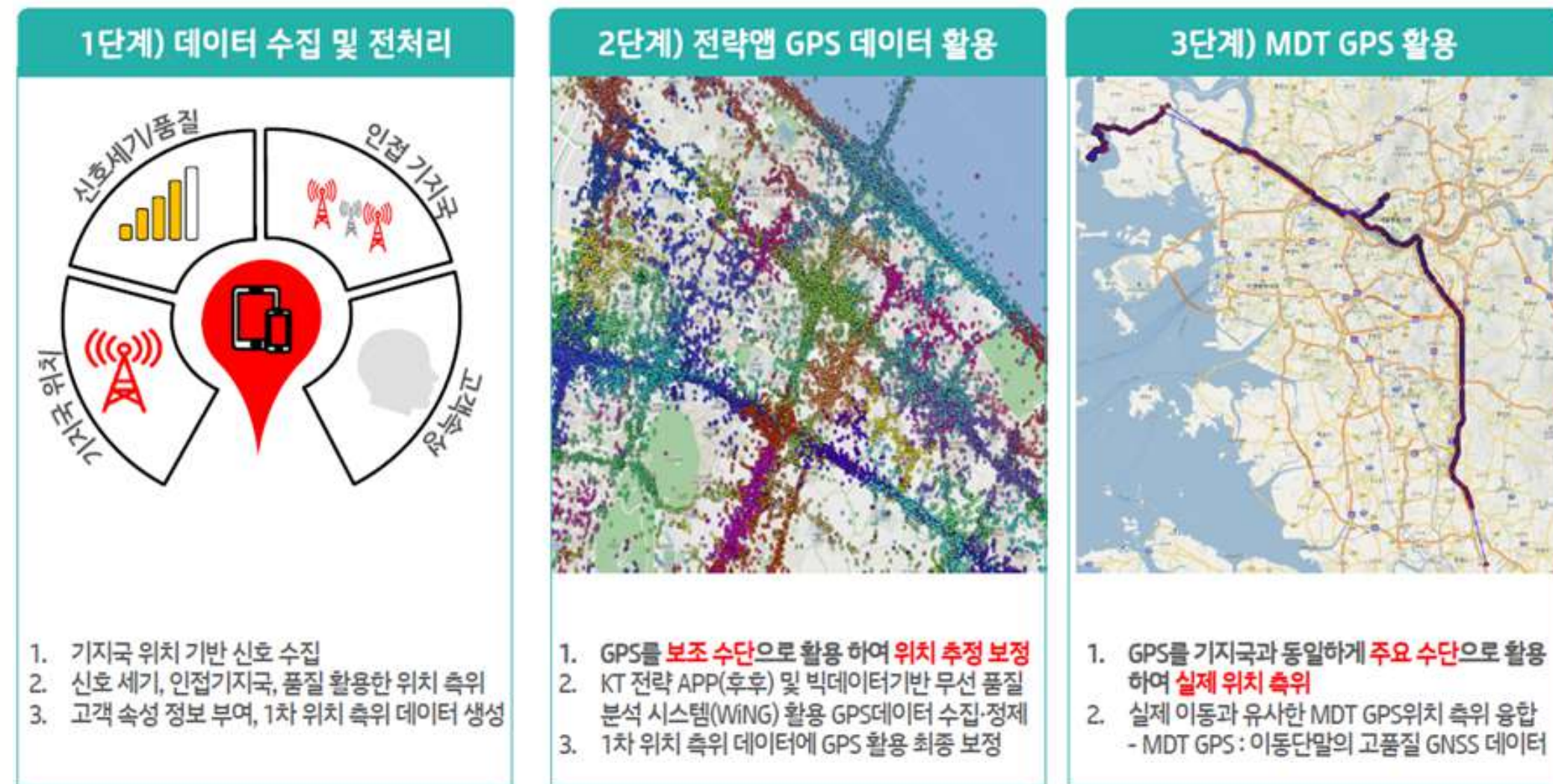
데이터 기반 성과 측정

KT와 공동 개발한 옥외 매체 노출 성과 측정 시스템으로 정확한 광고 효과를 검증합니다.

실시간 위치 데이터를 활용해 연령/성별 타겟별 노출을 추적하고, 매체 가시권과 POI 연결, 주목율 분석 기술로 옥외광고의 실질적 효율성을 과학적으로 측정합니다.

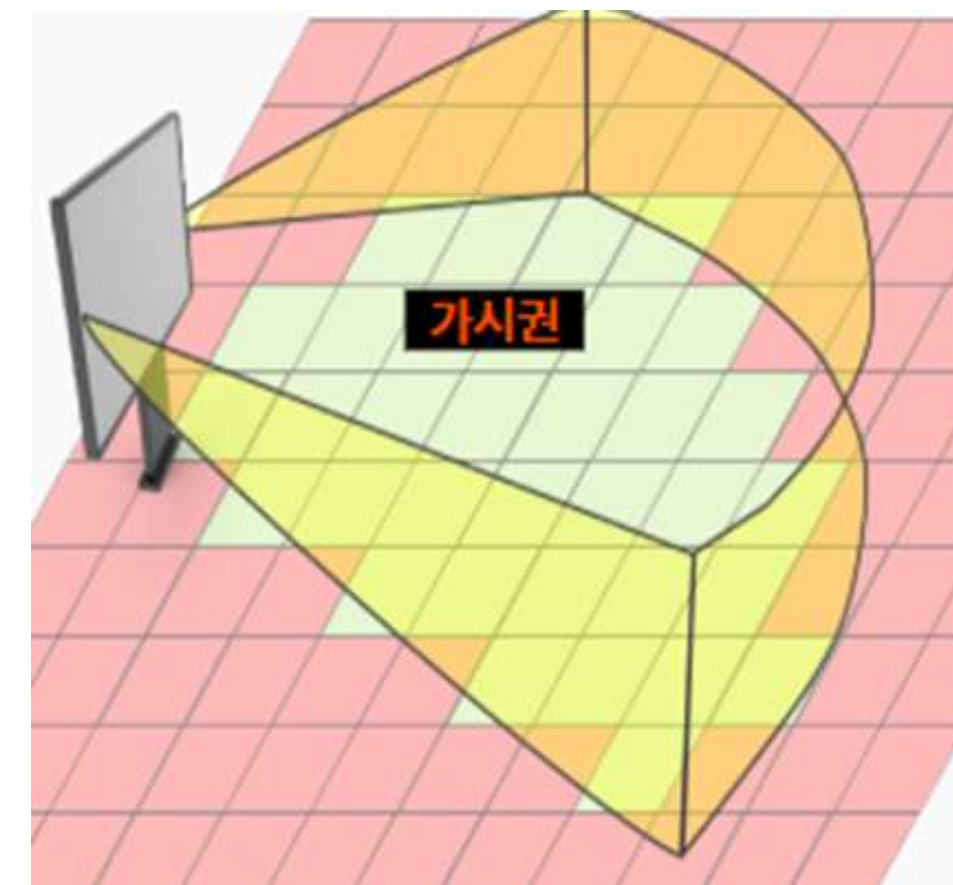
1) KT의 LTE/5G 실시간 위치 측정 (+ 전국민 데이터 보정)

민간 지표(보행/비보행/시설이용 인구) 개발을 위한 초정밀 위치 측위 정보 생성
- (방통위) 통신 3사 위치정보 품질 1위는 'KT' 8개 항목 중 6개 1위
GPS·와이파이·기지국 기준, 위치기준 충족률·위치 정확도·응답 시간 (2023.03.17)



2) 매체 가시권 공간 POI와 연결

- ✓ 애드타입, 서울 20,000개 매체 가시권 직접 실측 → KT 위치 데이터와 연결 (지상 빌보드, 버스쉘터, 지하철 매체 등)



3) 매체 유형에 따른 주목율 보정

- ✓ 주목율(Visibility) 개념
가시영역 내에 위치하거나 지나가는 사람들 중 실제로 광고를 주목하는 비율
- ✓ 세계 옥외광고 산업 표준
옥외광고 효과 측정에 있어 국제적으로 인정되는 핵심 지표
- ✓ 주목율 변수 요인
 - 1) 매체 유형: 유형에 따른 주목률 차이
 - 2) 매체 크기: 크기에 따른 차이 보정
 - 3) 매체 품질: 화질 등 품질 보정
 - 4) 환경 요인: 날씨 / 주-야간 등
 - 5) 인구 밀도: 밀집도에 따른 변동성
 - 6) 소재 특성: 동적/정적 소재 보정, 컬러 대비, 텍스트 크기, 빅모델 활용 등