

Addressable TV

어드레서블TV 광고 상품 소개서

INDEX

01	어드레서블TV 광고 소개	바로가기
02	어드레서블TV 광고 경쟁력	바로가기
03	어드레서블TV 광고 성공 사례	바로가기
04	어드레서블TV 광고상품 및 정책	바로가기
05	어드레서블TV 광고 집행 가이드	바로가기

01

어드레서블TV 광고 소개

어드레서블TV 광고 소개

오디언스 바잉이 가능한 TV 광고

IPTV 3사의 플랫폼과 커버리지 그리고 빅데이터가 만나 탄생한 어드레서블TV는
캠페인에 최적화 된 타겟에게 맞춤형 광고를 내보내는 새로운 방식의 TV 광고입니다.

kt SK broadband LGU+

어드레서블TV 광고

TV·모바일 빅데이터 기반의 오디언스 바잉 가능
기존 전통 TV 광고에 디지털을 접목한 새로운 형태의 TV 광고

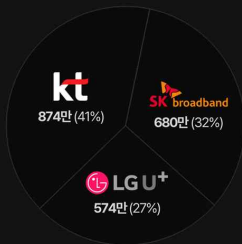


어드레서블TV 광고 소개

전국 2,100만 광고 커버리지 보유

어드레서블TV의 광고 커버리지는 IPTV 3사 통합 2,100만 가구로
전국 유료방송 가입가구의 약 70% 수준의 커버리지를 확보하고 있습니다.

IPTV 3사 개별 커버리지 현황



전국 기준 통합 커버리지 현황



IPTV 3사 통합

2,127만 커버리지

전국 유료방송 가입가구 3,631만의 약 67% 수준

※ 출처: IPTV 3사 (25.12 프리미엄(배)직 통합 상품 기준), 과학기술정보통신부(24.06 기준)

어드레서블TV 광고 소개

주요 실시간 채널의 모든 광고 지면 커버

지상파부터 종편/케이블까지 100여개 주요 실시간 채널의
프로그램 광고 영역(CM)과 큐톤 광고 영역(SB)에서 가구별 맞춤형 광고 송출이 가능합니다.



골프 관심사 타겟



뷰티 관심사 타겟



동일 시간대 · 동일 채널을 시청하더라도
관심사별 타겟마다 각기 다른 맞춤형 광고가 노출

02

어드레서블TV 광고 경쟁력

어드레서블TV 광고 경쟁력

오디언스 타겟팅으로 맞춤형 광고 노출 가능

모든 시청자에게 동일한 광고가 노출되는 전통 방송 광고와는 달리

어드레서블TV는 캠페인에 최적화 된 타겟에게 맞춤형 광고를 노출할 수 있어 효과적입니다.

기존 TV 광고

광고A



같은 시간, 같은 채널을 보는 모든 가구에
동일한 광고를 송출하는 아날로그 방식 송출

어드레서블TV 광고



광고A



광고B



광고C

어드레서블TV 광고 송출 기술을 활용하여 셋톱박스별 광고 제어 가능,
같은 시간, 같은 채널을 보더라도 **가구별 특징 및 관심사 등에 따라 맞춤형 광고 송출**

어드레서블TV 광고 경쟁력

빅데이터 기반의 강력한 오디언스 타겟팅

TV와 홈쇼핑, 모바일까지 IPTV 3사가 보유하고 있는 빅데이터를 기반으로
캠페인 목표에 최적화 된 오디언스 타겟팅을 통해 성공적인 캠페인을 지원합니다.



TV 시청이력

실시간 채널 및 프로그램, VOD,
지상파/케이블 광고 시청이력



홈쇼핑 시청이력

GS SHOP, 현대홈쇼핑 등
국내 홈쇼핑 채널 시청이력



모바일 이용 행태

모바일 App 설치/실행/구매,
Web 사용 데이터



데모 및 기타 빅데이터

성·연령/지역 등 데모그래픽,
제휴사 이용이력, 자산 데이터 등

어드레서블TV 광고 경쟁력

IPTV 3사 통합 세그먼트 체계 구축

IPTV 3사가 함께 구축한 52개의 통합 세그먼트 체계를 통해
업종 및 캠페인에 적합한 타겟팅 방안을 효율적으로 플래닝 할 수 있습니다.

IPTV 3사 통합 세그먼트 (52개)

데모그래픽	Z세대	페르소나	1인가구	다이어터	아구팬	임신 및 출산 예정자	직장인	상품	가전가구 (하위 5개 SEG)	금융 (하위 4개 SEG)
	3049남성		E-Sports 관심자	모바일광고 회피자	영유아 부모	자산지수 10%	초등학생 자녀 부모		뷰티 (하위 2개 SEG)	식품 (하위 4개 SEG)
	3049여성		High-End 소비자	소상공인 및 자영업자	영화 애호가	전문직	트래블러		의류 (하위 2개 SEG)	차량 (하위 4개 SEG)
	5069남성		OTT 구독자	스포츠 매니아	예술/공연	주부	패션 트렌드세터		홈테리어	
	5069여성		골프 매니아	신혼부부 및 결혼예정자	이사 예정자	중고등학생 자녀 부모	펫 프랜들리			

어드레서블TV 광고 경쟁력

신뢰도 높은 광고 효과 데이터 제공

시청률 표본 조사 기반의 리포트를 제공하는 전통적 TV 광고와 달리

어드레서블TV는 셋톱박스 기반 전수 데이터를 토대로 디지털 수준의 광고 효과 분석 리포트가 가능합니다.

기존 TV 광고

리서치 기관 패널 기반으로 시청률 표본 조사 진행



TV 시청 가구 중 리서치 기관 패널 4천가구 표본조사

VS.

어드레서블TV 광고

셋톱박스 수집 로그 기반으로 광고 노출 전수 조사



IPTV 셋톱박스로 수집된 로그 기반으로 전수 조사 데이터 제공



분 단위 광고 시청률 리포트 제공



IPTV 통합 플랫폼 통해 일별/지역/시간대별 세부 리포트 제공



어드레서블TV 광고 경쟁력

TV-모바일 결합 효과 분석 리포트 가능

어드레서블TV 광고 시청 가구의 모바일 앱/웹사이트 방문 전환,
전국 대리점 및 고객센터 전화 전환 등 TV-모바일 결합 효과 분석 리포트를 제공 드립니다.

TV-모바일 효과 분석 리포트 추출 로직



어드레서블TV 광고 시청



모바일 반응



- 1 광고 시청 7일 내
자사 모바일 앱/웹사이트 접속 전환
- 2 광고 시청 7일 내
자사 전국 대리점/고객센터 전화 전환

TV-모바일 효과 분석 리포트 사례

광고주 A

수입자동차 모델

방문 전환

2.5배 ↑

전화 전환

2.6배 ↑

광고주 B

신규 금융상품

방문 전환

1.8배 ↑

전화 전환

2.2배 ↑

광고주 C

하이엔드 TV제품

구매 전환

1.3배 ↑ (약 9.3천대)

광고 시청 전후 셋톱박스 연결 TV 스텍 데이터 분석 결과

어드레서블TV 광고 경쟁력

합리적인 과금 방식의 TV 광고

100% 완전 시청된 광고에 한해서만 과금되며,
광고 노출 중 오디언스가 이탈할 경우 과금되지 않아 효율적인 광고 집행이 가능합니다.

기존 TV 광고



1 Imps.
광고 이탈 시에도 '과금'



실제 몇 명의 시청자가 시청했는지 상관없이
광고 송출 횟수 기준으로 과금

VS.

어드레서블TV 광고



0 Imps.
광고 이탈 시 '미과금'



1 Imps.
광고 완전 시청만 '과금'

100% 완전 시청 기준
CPV 과금



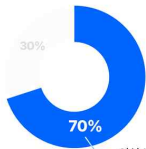
광고 송출 횟수와 상관 없이
실제 시청자의 완전 시청 노출 기준으로 과금

어드레서블TV 광고 경쟁력

광고주 브랜드 세이프티 보장

방송법과 방송광고 심의 기준을 준수하는 어드레서블TV 광고는
타 디지털 매체 대비 안전한 광고 노출 환경을 제공하여 브랜드 세이프티를 보장합니다.

브랜드 세이프티가 브랜드에 미치는 영향



의심스럽거나 안전하지 않은 콘텐츠
근처에 광고가 노출 되었을 때 브랜드의
호감도·추천의향·구매의향이 줄어든다고 반응

* 출처: 4As, Brand Safety Playbook



불법 저작권물, 폭력물, 선정물 등
부적절한 콘텐츠 노출 위험

VS.



심의 규정을 준수하는 방송·영화 등
프리미엄 콘텐츠로 구성된 실시간 채널



자극적인 주제의 소재 혹은
규정을 벗어난 업종의 광고 노출

VS.



방송광고 심의 규정에 따라
검수된 소재만 송출되는 IPTV 플랫폼

03

어드레서블TV 성공 사례

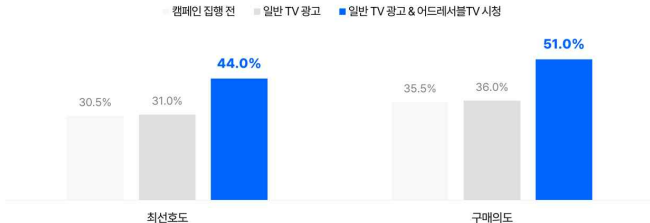
펫푸드 광고주 캠페인

집행 결과

펫팜족 세그먼트 타겟팅 진행, 동기간 내 함께 집행된 일반 TV 광고만 시청한 그룹* 대비
어드레서블TV 광고를 함께 시청한 그룹에서 **브랜드 최선호도·구매의도와 같은 효과 지표 더 높게 증가**

* 캠페인 기간 내 자상파, 종편/케이블 등 일반 TV 광고 동시 집행

캠페인 집행 전후 브랜드 효과 지표 변화



* 출처: 한국리서치, 어드레서블TV 광고 효과 조사 보고서

의약품 광고주 캠페인

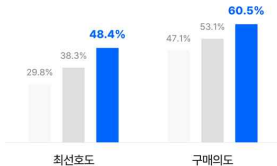
집행 결과

관련 의약품 시청 데이터 활용한 홈쇼핑 세그먼트로 타겟팅 진행,
브랜드 효과 지표 개선과 더불어 어드레서블TV 광고 노출 지역*에서 더 많은 **매출 향상 기록**

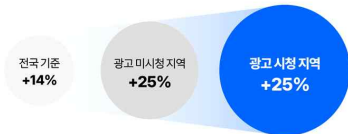
* 광고 노출 지역은 부산/울산 지역, 광고 미노출 지역은 충청/대전/세종/원주로 한정하여 비교

캠페인 집행 전후 브랜드 효과 지표 변화

캠페인 집행 전 ■ 일반 TV 광고 ■ 일반 TV 광고 & 어드레서블TV 시청



캠페인 집행 전후 광고 시청/미시청 지역 매출 증감을 비교



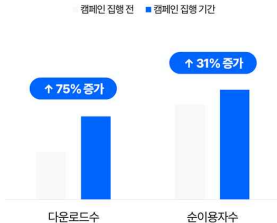
뷰티 광고주 캠페인

집행 결과

뷰티관심족·밀레니얼 여성 등 세그먼트로 뷰티 관련 앱서비스 광고주 캠페인 진행,
타 매체 집행* 없이 어드레서블TV 광고 집행만으로 **일평균 다운로드수 및 순이용자수 확대**

* 어드레서블TV 캠페인 집행 전후 타 디지털 / 방송 매체 집행 X

캠페인 집행 전후 앱 다운/이용 비교



일자별 앱 다운로드수 & 순이용자수 증감 추이



04

어드레서블TV 광고상품

어드레서블TV 광고상품

광고 상품 한눈에 보기

어드레서블TV는 광고 노출 지면에 따라 **프라임 상품**과 **베이직 상품**으로 나뉩니다.



구분		노출 지면	세부 상품	단가 (CPV/원)				
				15"	20"	30"	45"	60"
어드레서블TV	어드레서블TV 프라임 (3사 통합)	실시간 채널 내 프로그램 광고(CM) 지면	ALL-IN-ONE 상품	10	15	20	30	40
			지상파(MBC/EBS) 상품*	10	-	20	-	-
	어드레서블TV 베이직 (3사 통합 / KT-SK-LG 개별)	실시간 채널 내 큐톤 광고(SB) 지면	ALL 채널 상품	5	7	10	15	20
			TOP 채널 상품	6	8	12	18	24
			키즈/애니 채널 상품	5	7	10	15	20
			나이트타임 상품	5	7	10	15	20

* 지상파 어드레서블TV 집행은 별도 제안 필요

어드레서블TV 광고상품

광고 상품 간 비교

구분	어드레서블TV 프라이م (3사 통합)	어드레서블TV 베이직 통합 (3사 통합)	어드레서블TV 베이직 개별 (KT·SK·LG 개별)
추천 대상	전중후CM과 같은 TV 광고의 프리미엄한 지면 노출 희망 광고주	합리적인 단가로 TV 광고 집행 희망, Reach 극대화가 필요한 광고주	합리적인 단가로 TV 광고 집행 희망, 월 1천만원 이하 집행 광고주
노출 지면	프로그램 광고 지면 (전중후CM 영역)	큐톤 광고 지면 (SB 영역)	큐톤 광고 지면 (SB 영역)
커버리지	2,100만 (*25.12 기준)	2,100만 (*25.01 기준)	KT 1,320만 / SK 900만 / LG 950만 (*25 기준 / 3사 하위 케이블사 포함 기준)
판매 형태	IPTV 3사 통합 상품 판매	IPTV 3사 통합 상품 판매	IPTV 3사 개별 상품 판매
광고주 유형	Only 브랜딩 광고	브랜딩 광고 중심	브랜딩 / 지역 광고
최소집행금액	월 500만원 이상	월 3천만원 이상	각사 월 500만원 이상 집행 권장
노출 채널 (*25.01 기준)	45개 채널 (올인원 상품 집행 기준)	117개 채널 (ALL 채널 상품 집행 기준)	약 100여개 채널 (ALL 채널 상품 집행 기준 / 각사 채널수 상이)

어드레스블TV 광고상품 및 정책

어드레스블TV 프라임 상품 송출 채널

구분		상세
지상파 상품 (2개 채널)	지상파 계열 (KOBACO 판매 상품으로 별도 제한 필요)	MBC / EBS
ALL-IN-ONE 상품 (45개 채널)	MPP별	JTBC 계열 JTBC2 / JTBC4
		CJ ENM 계열 OCN / OCN Movies / OCN Movies2
		SBS 미디어넷 계열 SBS Sports / SBS Biz / SBS Golf2
		KBS N 계열 KBS joy / KBS Drama / KBS N Sports / KBS Life / KBS Story / KBS Kids
		SKY TV 계열 ENA / ENA PLAY / ENA Drama / ENA Story / ENA Sports / OLiFE / ONCE
		SPOTV 계열 SPOTV Prime / SPOTV Prime2 / SPOTV Prime+
		T CAST 계열 SCREEN / CINEf / E-LiKe
	기타 PP	Channel S / Channel S Plus / THE MOVIE / 동아TV / MOUNTAIN TV / OGN AsiaN / AsiaM / K바둑 / AfreecaTV / SCREEN GOLFZON / 생활체육TV / the LiFE / the LiFE2 / FTV STORY TV / 시네마천국 / A+Drama

* 송출 채널은 지속 제휴 확대 중이며, 채널 현황은 변동 될 수 있음

어드레서블TV 베이직 상품 송출 채널 (3사 통합)

* 어드레서블TV 베이직 개별(KT-SK-LG) 채널 리스트는 별도 문의

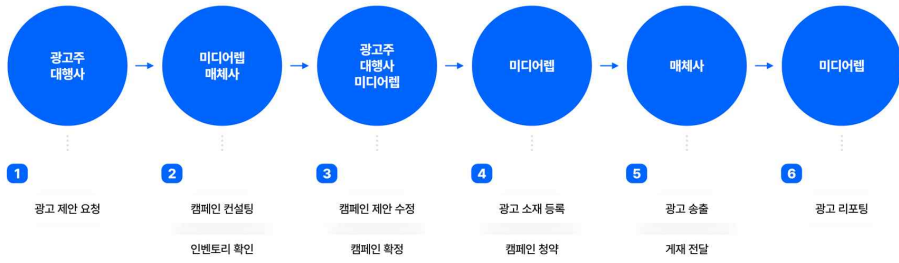
구분	상세
TOP 채널 상품 (30개)	tvN, tvN DRAMA, tvN SHOW, tvN SPORTS, tvN STORY, OCN, OCN Movies, OCN Movies2, JTBC, JTBC2, KBS JOY, KBSN스포츠, KBS 드라마, M.NET, MBC Every1, MBC ON, MBC Sports+, MBC드라마, MBN, ENA, E채널, OLIFE, SBS funE, SBS GOLF, SBS플러스, TV조선, TV조선2, YTN, 연합뉴스TV, 채널A
ALL 채널 상품 / 나이트타임 상품 (117개)	TOP 채널 30개 + JTBC4, JTBC GOLF, JTBC Golf&Sports, KBS Life, KBS Story, Kstar, K바둑, MBC M, MBC NET, MBN플러스, MountainTV, Mplex, MTN머니투데이방송, MX, OBS W, ONCE, SBS Biz, SBS FIL, SBS GOLF2, SBS M, SBS Sports, Screen, skysports, SmileTV Plus, SPOTV 1, SPOTV 2, SPOTV Golf & Health, STATV, TheMovie, Welike, YTN 2, YTN Science, 더라이프, 더라이프2, 동아TV, 드라마큐브, 디원, 라이프타임, 리빙TV, 매일경제TV, 바둑TV, 브레인TV, 서울경제TV, 이데일리TV, 이벤트 TV, 월드클래식무비, 중화TV, 채널A플러스, 채널J, 채널S, 채널S플러스, 채널뷰, 채널W, 채널차이나, 텔레노벨라, 토마토증권통, 팍스경제TV, 한국경제TV, 헬스메디TV, JEIEnglishTV, OGN, tbsTV, 가요TV, 예술TV아르떼, 코미디TV, AsiaN, AsiaM, AXN, Billiards TV, Ch.now, CH.WIDE, CHU, Cinef, CMCTV, CNTV, ENA Story, ENA DRAMA, ENA PLAY, Fashion N, FISHING TV, FTV, Golf&PBA, GTV, HQ+, IB Sports, iHQ, DRAMAX
키즈/애니 채널 상품 (13개)	Animax, bravoKids, JEI재능TV, KBSKids, Tooniverse, 부메랑, 애니박스, 애니플러스, 애니원, 어린이TV, 카투니토, 카툰네트워크, 플레이어런TV

06

어드레서블TV 광고 집행 가이드

광고 집행 프로세스

어드레서블TV 광고 집행은 아래와 같은 프로세스로 진행됩니다.



소재 제작 가이드

구분		상세	비고
시스템		MPEG2-TS	-
비디오	포맷	MP4 (H.264 권장)	- MP4 권장 (MOV/AVI 포맷은 가능, MPG/MXF 포맷은 지양) - 영상 원본 자체에 레터박스가 있는 경우, 원본 가공은 가능하지만 광고주 승인 필요 레터박스 제외 후 영상을 늘리는 경우는 가공 불가
	해상도	1920*1080	-
	화면비	16:9 (1.78:1)	-
	프레임	소재길이(초수)*29.97프레임	준수 사항 (15초 소재의 경우, 영상 전체 프레임은 15초*29.97프레임=450프레임 이내)
	비트레이트	10Mbps 이상	권장 사항
오디오	포맷	MPEG Layer2	권장 사항
	스테레오	스테레오	권장 사항
	비트레이트	384kbps 이상	권장 사항
	볼륨	-23LKFS	라우드니스 측정 기준
자막 및 로고		영상 테두리에 있으면 안됨 / 세이프라인 안쪽 위치 권장	준수 사항

특수 업종 집행 가이드

구분	내용
주류	- 제한적 가능 - 도수 17도 미만 주류 한정 / 22:00~06:59 송출 - 키즈/애니 채널 청약 불가
고열량·저영양 식품 /코카페인 음료	- 제한적 가능 - 어린이 주요 시청 시간대(17:00~18:59) 제외 송출 - 식품표시광고법에 따라 제조원 및 판매원 고지 필수
대부업	- 제한적 가능 - 평일(09:00~12:59, 22:00~06:59), 주말/공휴일(22:00~06:59) 송출 - 키즈/애니 채널 청약 불가
병/의원	집행 불가
의약품/의료기기	- 소재 심의 결과에 따라 가능 - 방송광고 심의필증 필수, 소재 내 심의필 번호 표기 필수 - 식품의약품안전처 심의필증 필수
상조	- 소재 심의 결과에 따라 가능 - 장례절차의 일부를 그대로 보여주는 소재 사용 불가 - 죽음과 관련하여 전체적인 분위기를 어둡게 하는 용어 사용 불가

구분	내용
사행성	- 집행 불가 - 합법적인 복권광고 및 가상화폐 광고는 소재 심의 결과에 따라 판단 - 복권광고 집행 시 청소년 판매 불가 내용 표시 권고
혼인중개업	- 국내 결혼 중개업 신고 시 집행 가능 - 방송광고 심의필증 필수
성인물 /공포류 게임	- 소재 심의 결과에 따라 가능 - 소재 및 이용등급에 따른 시간대 타겟팅 필수 - 선정성/음란성 기준 위반, 폭력/혐오/공포감 기준 위반 시 집행 불가
선거	집행 불가
영화·방송·게임 등 콘텐츠	- 제한적 가능 - 소재 및 이용등급에 따른 시간대 타겟팅 필수 - 청소년불가등급의 경우 키즈/애니 채널 청약 불가 - 관람등급 자막 고지 필수 - 매체사 소재 심의에 따라 이용등급과 상관 없이 시간대 조정 될 수 있음

위약금 및 보상 가이드

구분	상세	
어드레서블TV 프라임 (3사 통합)	캠페인 집행 전 취소	위약금 없음
	중간종료 시 정산금액	1) 업프론트 광고주 : (종료일 기준 노출량 * 정단가) + 위약금 * 위약금은 [제공된 업프론트 보너스 노출분*정단가]로 계산 2) 일반 광고주 : 종료일 기준 노출량 * 소진금액 기준 볼륨 보너스 반영 CPV * 종료일 기준의 소진금액 기준 볼륨 보너스 반영 CPV로 정산 금액 계산
	미달 시 보상	미달분의 120% 이내 보상
어드레서블TV 베이직 (3사 통합)	캠페인 집행 전 취소	위약금 없음
	중간종료 시 정산금액	종료일 기준 노출량 * 정단가
	미달 시 보상	미달분의 150% 이내 보상

위약금 및 보상 가이드

구분	상세	
어드레서블TV 베이직(KT)	캠페인 집행 전 취소	위약금 없음
	중간종료 시 정산금액	종료일 기준 노출량 * 정단가
	미달 시 보상	미달분의 120% 이내 보상
어드레서블TV 베이직(SK)	캠페인 집행 전 취소	위약금 없음
	중간종료 시 정산금액	1) 광고주 요청에 의한 중단 : 종료일 기준 노출량 * 정단가 + 잔여 광고비 10% 2) 광고 소재 이슈에 따른 중단 : 종료일 기준 노출량 * 정단가 (정단가는 할증 적용 & 보너스 마적용 기준)
	미달 시 보상	미달분의 150% 이내 보상
어드레서블TV 베이직(LG)	캠페인 집행 전 취소	위약금 없음
	중간종료 시 정산금액	청약기간 일할 계산하여 정산
	미달 시 보상	미달분의 150% 이내 보상

FAQ

문의	답변
Q. 어드레서블TV 프라임과 베이직 상품 중 어떤 상품을 집행해야 할까요?	A. 프리미엄한 지면에서 주목도 높은 노출을 원할 경우, 프로그램 광고(CM) 지면에 노출되는 프라임 상품을, 합리적인 단가로 TV 광고 집행을 원한다면 큐톤(SB) 지면에 노출되는 베이직 상품의 집행을 추천 드립니다. 2개 상품 모두 오디언스 타겟팅은 동일하게 진행 가능합니다.
Q. 어드레서블TV의 최소집행금액은 어떻게 되나요?	A. 어드레서블TV 프라임과 베이직 상품별로 최소집행금액 기준이 상이합니다. - 프라임 상품 : 월 1천만원 - 베이직 통합 : 월 3천만원 - 베이직 KT & SK : 월 5백만원, 베이직 LG : 월 3백만원
Q. 기존 실시간 큐톤 광고(LiveAD+, B tv AD+, ART)는 없어진건가요?	A. 기존 3사의 실시간 큐톤 광고가 어드레서블TV 베이직 상품으로 리뉴얼되었습니다. ('24.07) 베이직 통합 상품을 통해 3사 통합으로 원스톱 집행이 가능하며, 기존 실시간 큐톤 광고와 같이 각각 베이직 KT/SK/LG 개별로도 진행 가능합니다.
Q. 어드레서블TV 베이직 통합 상품과 개별 상품은 무슨 차이인가요?	A. 베이직 통합 상품의 경우 3사 통합 집행이 가능한 상품으로 통합 집행 금액 기준의 볼륨 보너스가 적용됩니다. 다만, 월 최소 3천만원 이상 집행이 필요합니다. KT/SK/LG 개별 상품의 경우 월 3백~5백만원의 최소집행금액으로도 집행이 가능하다는 점, 각사 개별 프로모션 보너스 등이 제공된다는 장점이 있습니다.

FAQ

문의	답변
Q. 캠페인 집행 전 취소 시 발생하는 위약금은 별도로 없나요?	A. 프라임/베이직 상품 모두 집행 전 취소 시에는 별도 위약금은 없습니다. 다만, 원활한 인벤토리 관리를 위해 라이브 D-3까지는 취소 여부 전달 부탁 드립니다. (상세한 내용은 위약금 및 보상가이드 페이지 참고)
Q. 소재 운영은 최대 몇개까지 가능한가요?	A. 별도 제한은 없으나, 원활한 운영을 위해 사전 매체사와 협의가 필요합니다. 제안 단계에서 별도 문의/협의 부탁 드립니다.
Q. 집행이 불가한 업종이 있나요?	A. 병/의원, 사행성, 선거 광고 등의 업종은 집행이 불가합니다. 그 외 주류, 대부업 등 일부 업종은 제한적으로 집행 가능합니다. (상세한 내용은 특수 업종 집행가이드 페이지 참고)
Q. 모니터링을 위한 광고 노출 편성 시간대를 알 수 있나요?	A. 같은 채널-같은 시간대에 동일한 광고가 노출되는 기존 TV 광고의 편성 방식과 다르게 어드레서블TV 광고는 같은 채널-같은 시간대더라도 IPTV 셋톱박스의 타겟팅 여부에 따라 다른 광고가 송출되기 때문에 정확한 광고 노출 시간대를 공유드리기 어렵습니다. 다만, 라이브 이후 매체사 통해 게재를 전달드리고 있습니다.

Appendix

오디언스 타겟팅 세그먼트 상세

카테고리	1 Depth	카테고리	1 Depth	카테고리	1 Depth	2 Depth	카테고리	1 Depth	2 Depth
데모그래픽	Z세대	페르소나	아구팬	상품	가전가구	가전렌탈	상품	의류	남성의류/잡화
	3049남성		영유아 부모			건강가전			여성의류/잡화
	3049여성		영화 애호가			계절가전		차량	자동차매매/렌터카
	5069남성		예술/공연			생활가전			국산차 보유자
	5069여성		이사예정자			침구/가구			외제차 보유자
페르소나	1인가구		임신 및 출산 예정자		금융	보험			홈인테리어
	E-Sports 관심자		자산지수 10%			부동산			
	High-End 소비자		전문직			은행/카드			
	OTT 구독자		주부		뷰티	주식/가상화폐 투자			
	골프 매니아		중고등학생 자녀 부모			네일/헤어/화장품			
	다이어터		직장인			성형/시술/뷰티			
	모바일광고 회피자		초등학생 자녀 부모		식품	건강기능식품			
	소상공인 및 자영업자		트래블러			선식식품			
	스포츠매니아		패션트렌드세터			죽식/가공식품			
	신혼부부 및 결혼예정자		펫 프렌들리			패스트푸드			

Appendix

어드레서블TV 주요 클라이언트



AMOREPACIFIC



Progresmedia

kbjmj@my-progress.co.kr