

# Proposal of SmaAD

by GMOTECH



# 기업 개요

# GMO INTERNET GROUP

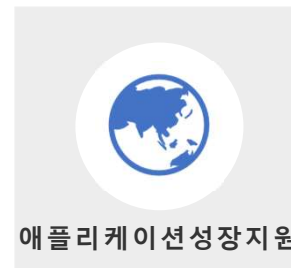
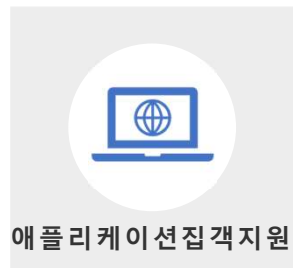


## GMO인터넷 그룹의 강점

자사 안에서 「만들어 가는 회사」  
개발, 판매, 서포트까지 전부 자사안에서

고객 만족도 No.1!

프라임 상장기업인 GMO인터넷을 중심으로  
상장기업 10개사, 총114개사의 인터넷 종합 기업



GMO TECH은  
디지털 광고를 중심으로  
인터넷을 활용한 집객을 통해,  
다양한 고객님에게 프로모션을  
제안해왔습니다.

# GMO TECH

GMO TECH주식회사

GMO인터넷그룹은,  
인터넷 집객 서비스를 제공함으로써, 고객의 매출을 최대화합니다.

SEO MEO WEB광고 어필리에이트 광고 등 다양한 톨을 활용하여,  
웹서비스 및 스마트폰 어플, 점포를 중심으로 매출 최대화를 실현하고 있습니다.

상호 GMO TECH株式会社 GMO TECH, Inc. < 그로스:6026 >

본사주소지 Cerulean Tower, 26-1 Sakuragaoka-cho  
Shibuya, Tokyo 150-8512 JAPAN

후쿠오카지사 TENJIN 1-14-45 Daimyo  
Chuo-ku Fukuoka-shi, Fukuoka 810-0041 JAPAN

미야자키지사 GMO hinata office,2-2-1,Oimatsu  
Miyazaki-City,Miyazaki,880-0801,Japan

서울 자회사 서울특별시 강남구 강남대로 364, 13층 1303호 (미왕빌딩)

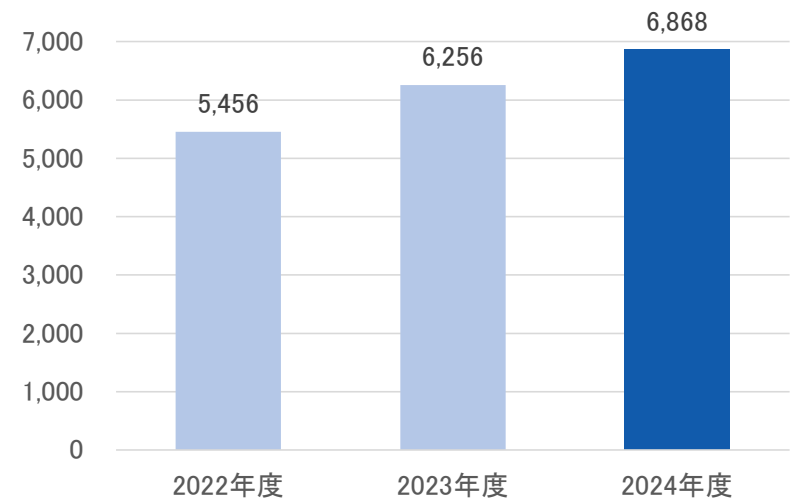
연락처 03-5489-6370

설립 2006 년12월4일

자본금 \$2,770,000

서비스 **GMO SmaAD** **GMO SmaAFFi**  
**AppQueen** **アプリ事前登録**  
by GMO by GMO

매출 (단위: \$10,000)



## GMO TECH한국 지사로서「GMO-Z.com TECH KR, Inc」를 서울에 설립

GMO TECH의 100% 자회사인 일본계 기업으로서 WEB광고 어플리에이트 광고 등 한국 광고주분들 혹은 대리점분들을 대상으로 보다 편리한 서비스와 원활한 소통으로 한국 라이브 및 일본 라이브까지 폭 넓게 대응이 가능합니다.

상호	GMO-Z.com TECH KR, Inc
장소	서울특별시 강남구 강남대로 364, 13층 1303호 (미왕빌딩)
대표	코바야시 슈이치(児林 秀一)
설립	2025년 1월 10일
자본금	100,000,000원
홈페이지	<a href="https://tech.z.com/kr/">https://tech.z.com/kr/</a>
주주	GMO TECH (100%)

서비스

**Z.com** 앱 외부 결제  
**Z.com** SmaAD



# GMO SmaAD

## GMO SmaAD 3가지 장점

낮은 리스크로 송출 가능



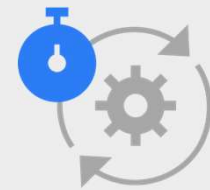
성과 보수형으로 운영하기 때문에  
불필요한 비용을 감소

높은 퍼포먼스



독자 매체에 송출  
KPI에 따라 광고메뉴·최적화  
시스템

운영 공정 감소



다수한 매체에 일괄 송출 가능  
저희회사에 경험 풍부한  
운영팀이 담당 하겠습니다.

- 제3사 통과와 협력으로 부정 유저를 철저히 배제. 투명성을 갖춘 광고 게재로 브랜드 안전 보장
- Google, Yahoo!, SNS를 중심으로 한 양질의 사용자 집객 매체를 네트워크화. 지속률, 과금률, 고객님 KPI에 맞춤.
- 성과보상형 광고를 일괄 관리. 국내 시장 모든 네트워크와 연결이 되어있으며, 광고 운용은 완전 자동화.

안전함· 적은 공정으로 효과가 높은 광고 게재를 실현합니다

## 타회사 비교

Company	논인센 CPI	인센티브 CPI (부스팅)	리워드 CPE	다단계 CPE	자사 매체	운영형 광고	크리에이티브 제작
<b>GMO</b> TECH	○	○	○	○	○	○	○
A	—	○	○	△	—	—	—
B	○	—	—	—	—	○	—
C	○	○	○	—	○	○	△
D	○	△	△	—	—	○	△
E	—	○	○	△	—	—	—
F	○	—	—	—	—	△	—

어플의 토탈 프로모션 사업자로서 모든 성과 보상형 메뉴에 대응하고 있는 것이,  
당사의 압도적인 강점이며 최대의 특징입니다.

# 타회사 비교



パフォーマンスインデックス  
≡ 第15版 ≡

**리텐션부문**  
Japan & Korea/iOS/Non-Gaming

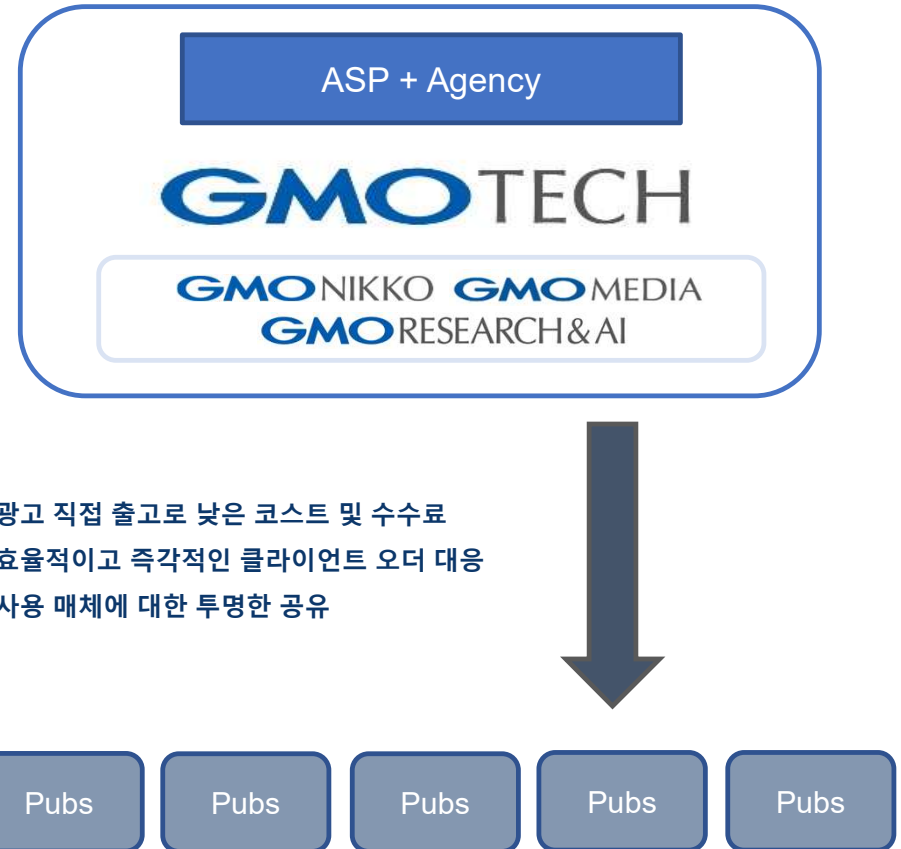
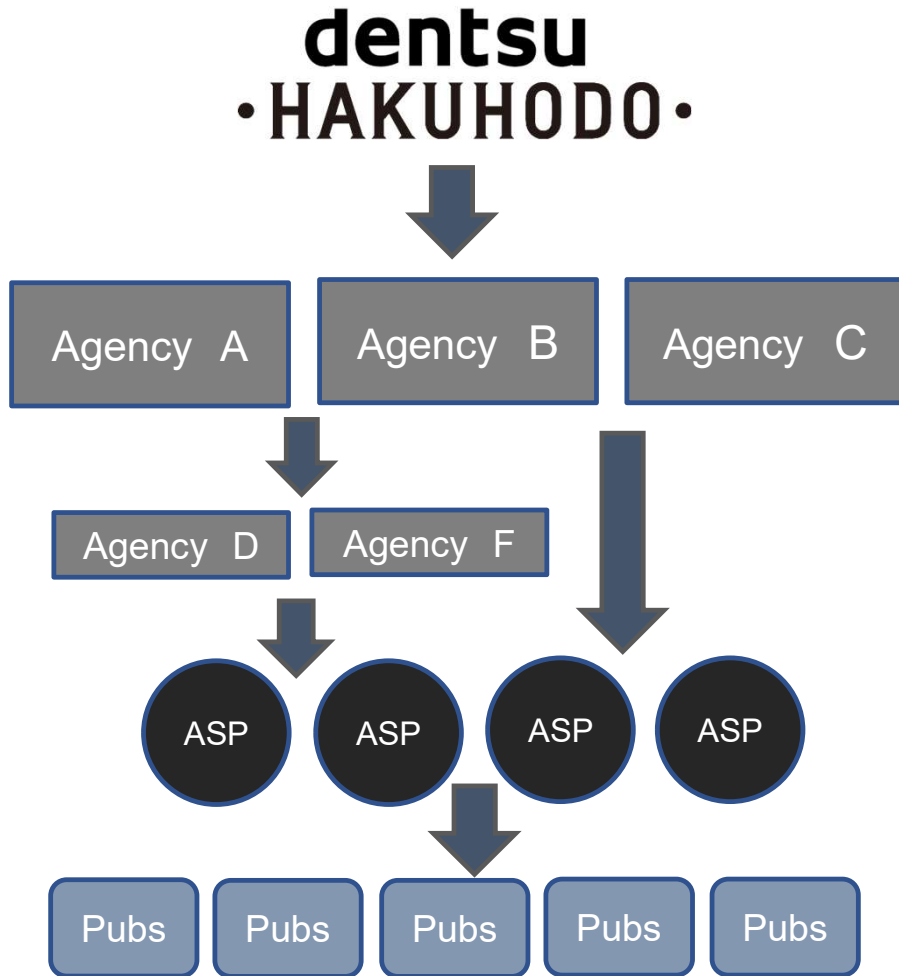
Power ranking      Volume ranking

**11위**      **9위**

## GMO SmaAD 는 순위권 서비스!



## 타사와의 차별점



### Non-incentive Campaign

- **Non-incentive CPI·CPE**
- **Non-incentive CPA** \*Mainly for web offer
- **Affiliate Influencer/ KOL·KOC**  
\*Instagram, Twitter, Yutuber, Tiktok, 17Live etc.
- **Influencer/ KOL** \*YouTube etc.



### Incentive Campaign

- **Incentive CPI** \*Include Boost Campaign
- **Incentive CPE & Incentive Long CPE**  
\*Especially for game app
- **Multi-stage CPE** \*Especially for game app  
I. Normal Multi-stage II. ★2step Multi-stage



### Other Campaign

- **Comprehensive Pre-registration menu**  

- **TikTok ads** \*Free video creating
- **PPC Ads(SNS Ads, International/Big media, domestic big media)** \*Social Media, Google, Facebook, Yahoo!, SmartNews, Gunosy, LINE, etc.

### In-house Media

- **Pre-registration** ● **Non-incentive CPI**  
\*Our in-house article (review) media



### Marking Creatives

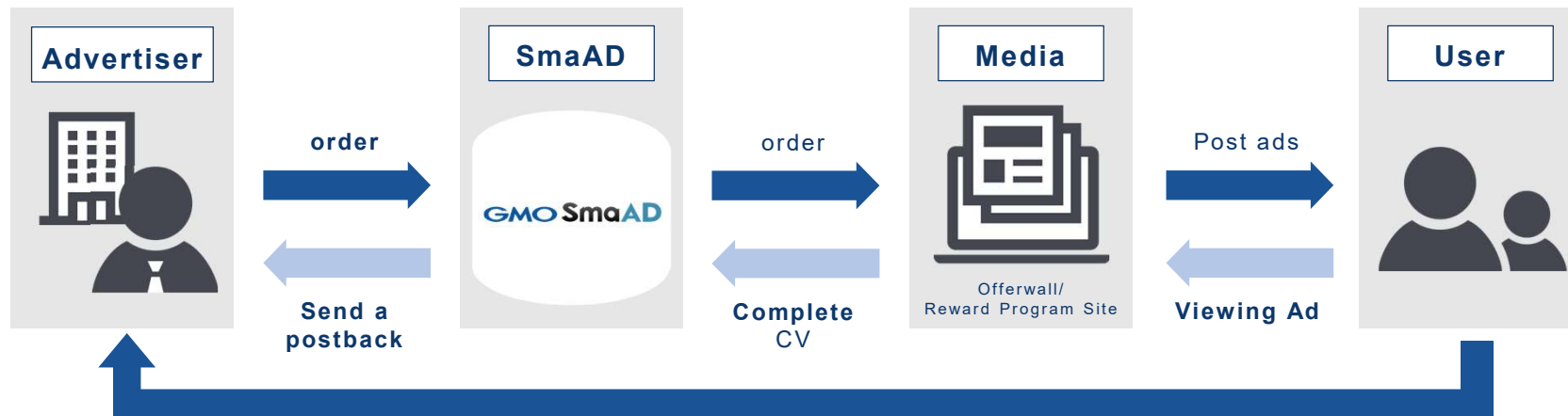
- **WEBCM**
- **Playable CR**
- **etc.**

# 성과보수형 마케팅

## 성과보수형 마케팅 (affiliate marketing)

성과보수형 마케팅이란,  
마케팅 비용이 철저히 유저의 어떠한 액션이 일어났을 때만 발생하는 형태입니다.

전형적인 low-risk, high-return의 광고 형태로,  
해외 기업의 안전한 일본 시장 진출을 지원합니다.



# 리워드CPE

# 리워드CPE

## Incentive CPE

### Cost Per Engagement

성과지점에 도달한 사용자에게 인센티브(보상)를 제공하는 메뉴입니다.



## Advantages of CPE

- 획득 유저 수 기대 가능 (볼륨)
- 설치 수가 증가하면 앱 스토어 순위도 상승하여 더 많은 올가닉유저를 확보할 수 있습니다.
- non-incentive CPI 메뉴보다 단가가 낮을 수 있습니다.
- 유저가 게임을 즐기고 달성지점에 도달하기 위해 노력함으로써, 유저가 핵심 팬이 될 가능성이 높습니다.
- (인앱 광고 모델 게임) 인센티브 사용자가 인앱 동영상 광고를 열심히 시청하여 CV 포인트에 도달하면 게임에 상당한 수익을 가져다 줍니다.  
따라서 적절한 CV 포인트 및 가격 설정 - ROAS 100% 이상으로 계속 실행 가능합니다.

# 리워드CPE | SmaAD Wall

## SmaAD리워드 게재 매체

### ① 쿠폰 매체·사이트

오피 월 / 배너 등 ● 쿠폰 사이트 ● 쿠폰 앱



etc.

#### 볼륨

광범위한 사용자에게  
접근 실현

단기간에 많은 유저의 획득이 가능  
인스톨 수 증가

#### 적극적인 참가

많은 유저에게 적극적으로  
게임에 참가 · 플레이 유도

일본에서는 많은 유저들이 사용하는 매체입니다.  
지명도 UP, 랭킹 UP, 오가닉 유저도 획득 가능합니다

#### 팬 유저에 획득

일반 유저로부터  
하이퀄리티 코어팬양성

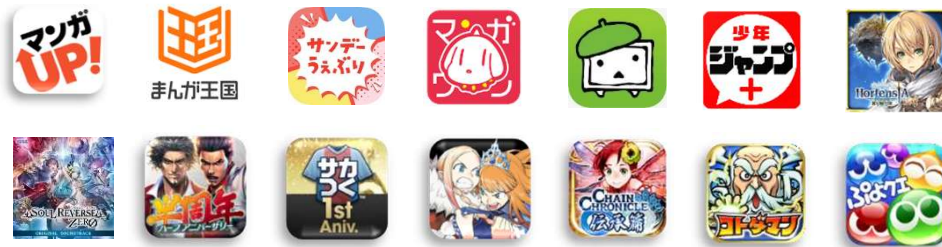
플레이 하는 유저가 게임의 팬이 될 가능성이  
UP. 소수라도 높은 금액의 과금 유저 획득은  
충분히 가능!

# 리워드CPE | SmaAD Wall

## SmaAD리워드 게재 매체

### ② 디지털콘텐츠

오피 월 ● 만화 앱 · 사이트 ● 게임 앱 · 사이트 etc.



NOAH  
P A S S

GREE

mobage  
by DeNA

etc.

#### 볼륨

광범위한 사용자에게  
어프로치 실현

유저 수의 상당한 획득과  
다운로드 수 증가 실현

#### 양질 유저

사용자의  
매칭도가 높음

처음부터 일정한 수의  
게임 유저 획득이 가능!  
게이머가 많은 매체입니다!

#### 로열티 육성

코어 유저, 높은 과금 유저의  
획득을 실현

팬으로부터 로열 유저로 전환  
높은 과금 유저로 대폭 ROAS업 실현 가능

# 리워드CPE

## 각 매체 유저들의 특징 비교

### 쿠폰 미디어

Offer wall/ Banner

- Point Site
- Point Media

#### Volume

**Increase the Volume :**  
A very big volume of the installation

#### High User Participation

**User Activities :**  
Get more and more users to know and play the game;  
raise awareness.

#### Potential Users

**Getting Potential Users :**  
Gather potential user and promote to purchase



### 디지털 콘텐츠 미디어

Offer wall

- Comic app
- Game app

#### Volume

**Increase the Volume :**  
Relatively big install volume

#### High User Participation

**High Matching Users :**  
Users from comic and game media are very matching, so  
they tends to be with high quality.

#### Potential Users

**Grow Potential Users :**  
Grow normal users to Core/Royal users to get high  
ROAS/ ROI.

## SmaAD리워드송신면

### 독자월 (월 내에서 운영)

쿠폰



앙케이트



게임



만화



다양한 매체와 콘텐츠 ※ 매체 수가 좋은 흐름으로 증가 중!

# SmaAD 리워드CPE

## 리워드CPE 실적 예시

앱 장르	성과지점	성과 달성 시간	단가	첫달 인스톨	첫달 CV	첫달 퍼포먼스
SNS	Watch 50 videos	2 hours	\$5	20,000~30,000+	12,000~25,000+	Sign Up 30~60%+, D1RR 35~55%+, D7RR 20~30%+
Puzzle Game	레벨 600 달성	12 days	\$20	13,000~22,000+	3,900~6,600+	D1RR 59%, D7RR 36%, D3ROI 3-5%+
	레벨 1000 달성	25 days	\$35	15,000~29,000+	3,000~5,800+	D1RR 67%, D7RR 43%, D3ROI 5-7%+
캐주얼/ 하이퍼캐주얼	Reach Score 1,000	1-2 day	\$2-\$4	14,000~30,000+	10,000~25,000+	D1RR 40~70%+, D7RR 15~35%+ LTV \$7~\$10+
	Reach Score 9,000	5-7 days	\$7-\$10	12,500~28,000+	8,500~20,000+	D1RR 35~60%+, D7RR 15~30%+ LTV \$18~25+
SLG, RPG, MMO	Reach Level ○/ Collect ○ etc.	2 weeks	\$25-\$30	15,000~25,000+	8,000~15,000+	ROAS 60~120%+ , D1RR 40~70%+
		4 weeks	\$45-\$55	10,000~18,000+	4,500~8,000+	ROAS 70~150%+ , Tutorial 50~80%+
카지노 게임	Reach Level ○	3 days	\$5	16,000~24,000+	10,000~18,000+	D1 RR 40%+ , 7D ROAS 30~50%+
	Reach Level ○	1 week	\$7-\$10	13,000~25,000+	7,000~14,000+	D1 RR 45%+, 14D ROAS 40~60%+

# 다단계CPE

# Multi-stage CPE (다단계CPE)

## Multi-stage Incentive CPE

### What is Multi-stage CPE?

멀티스텝이란? 복수의 성과지점을 설정하여 리워드 광고를 실행하는것

### Example of multi-stage CPE Campaign

	Download	Lv.10	Lv.20	Lv.30	Lv.40	Lv.50	
CPE	-	-	-	-	-	\$30	Total : \$30
Multi-stage	\$0.5	\$1.5	\$3	\$5	\$7	\$10	Total : \$27

단계적으로 성과보수를 지급

#### Advantages

1. 성능 향상: 더 많은 활성 사용자 확보
2. 가시성 향상 및 잠재 사용자 증가 : 참여 사용자 수 증가
3. 비용 절감 : moral Long CPE와 비교하여 최종 CPE 가격을 낮출 수 있습니다.
4. 리텐션율 및 ROAS 향상

**RR**  
1.5 times↑

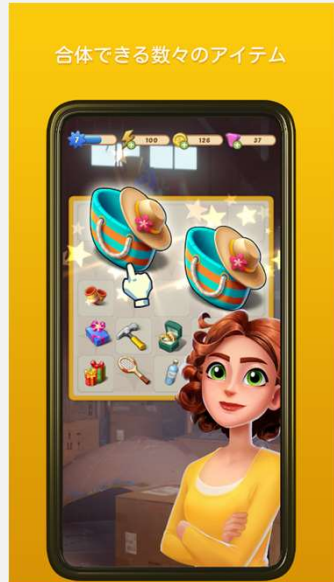
**Install**  
5 times↑

**CVR**  
2.5times↑

**ROAS**  
119%+↑

Menu  
Multi-step CPE

다단계 CPE merge mansion



과금 및  
세세한  
성과지점

App type: casual  
Soft KPI:  
- D7 ROAS 13%

CV point	평균 플레이 시간	CPE 단가	볼륨	ROAS
레벨 5 달성	1일	\$2		
레벨 10 달성	8-10일	\$8		D7 ROAS 60%
\$4정도의 아이템 구입	즉시	\$5		
위 세가지 미션 모두 달성 시 특별 보상	8-10일	\$5		D30 ROAS 56%
합계		\$20	12000 +	

Multi-step CPE (New Function)

\*Exclusive in Japan

Details

(1) When independent event completed,  
pay to media (user)



**(2) User must complete two or more  
events at the same time**

※events could be combined freely



(3)

**When the user completes all events,  
can get additional bonus rewards**

<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px;">                     整个【ミッション】                      使用了新功能(1)                 </div> ミッション	
アプリを遊んで各ミッションをクリアするごとに報酬がもらえるのでぜひ挑戦してみよう	
ミッション1	<ul style="list-style-type: none"> <li>達成条件：レベル10到達</li> <li>クリア目安：30分程度</li> <li>クリア報酬：Amazonギフトコード100円分</li> <li>達成期限：ミッション参加から3日以内</li> </ul>
<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px;">                         【ミッション2】                          使用了新功能(2)                     </div> ミッション2	<ul style="list-style-type: none"> <li>達成条件①：レベル20到達</li> <li>達成条件②：ギルド参加</li> <li>達成条件③：ダンジョンAクリア</li> <li>クリア目安：30日程度</li> <li>クリア報酬：Amazonギフトコード500円分</li> <li>達成期限：ミッション参加から45日以内</li> </ul>
ミッション3	<ul style="list-style-type: none"> <li>達成条件：レベル30到達</li> <li>クリア目安：30日程度</li> <li>クリア報酬：Amazonギフトコード1,500円分</li> <li>達成期限：ミッション参加から45日以内</li> </ul>
ミッション4	<ul style="list-style-type: none"> <li>達成条件：ダンジョンBクリア</li> <li>クリア目安：30日程度</li> <li>クリア報酬：Amazonギフトコード1,500円分</li> <li>達成期限：ミッション参加から45日以内</li> </ul>
<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px;">                         【BONUS1】                          使用了新功能(3)                     </div> BONUS1	<ul style="list-style-type: none"> <li>達成条件：ミッション1、ミッション2、ミッション3達成</li> <li>クリア報酬：Amazonギフトコード1,500円分</li> <li>達成期限：ミッション参加から45日以内</li> </ul>
お問い合わせ期限：ミッションに参加されてから60日以内	

# BOOSTING

리워드CPI

# Boosting | 리워드CPI

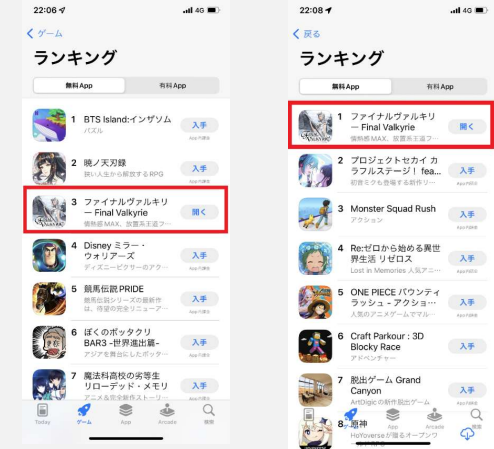
Confidential

일명 부스팅 메뉴라고도 부르며, 단기간의 캠페인으로 앱 스토어 내 랭킹을 급상승 시키는 마케팅 프로모션

유저에게 리워드를 부여하며 인스톨을 유도함으로써, 큰 볼륨의 유저를 획득, 랭킹 상승을 통해 올라닉 유저에 리치 가능  
안드로이드, 앱스토어 모두 가능하지만, 앱스토어가 훨씬 효과가 좋음



Final Valkyrie – by GameCC  
2022.07.01-2022.07.03



Ad period	Unit Price	Soft KPI	Raking result	Unit price Converted to organic users	Amount of organic users gained through campaign
For 3 days	\$0.8	IOS Free game Ranking 7-8	IOS Free game Ranking 2-3	About \$2	Day1 : 2005 Day2 : 4046 Day3 : 3040 Total : 9091

➡ 부스팅 안건의 가장 큰 장점은, 앱스토어 랭킹 상승과 더불어 낮은 단가로 올라닉의 대량 획득이 가능한 점입니다!



\* Please note the above is examples of launched campaigns not guaranteed numbers.  
\* Please contact us if you want to know case studies on other genres.

# Boosting | 리워드CPI

Confidential

## Dragon Village Colletion (방치형 RPG)

Title: Dragon Village Collection  
Client: Highbrow

Item	Details
달성지점	다운로드 후 초기 기동
PO	\$0.8
캠페인 기간	1 week
Boost Installs	150,000 installs
Ranking KPI	Free Game Top 3
Performance	<b>Free Game Top 1</b>
Organic Volume	1 <sup>st</sup> day : around 5100 installs 2 <sup>nd</sup> day : around 9700 installs 3 <sup>rd</sup> day : around 14000 installs 4 <sup>th</sup> day : around 9000 installs 5 <sup>th</sup> day : around 8400 installs 6 <sup>th</sup> day : around 6900 installs 7 <sup>th</sup> day : around 4200 installs <b>Total : around 57,300 installs</b>
Organic User acquisition Cost	<b>Around \$2.1</b>



낮은 단가로 높은 퀄리티의 올가닉 유저를 획득



\* Please note the above is examples of launched campaigns not guaranteed numbers.  
\* Please contact us if you want to know case studies on other genres.

# 논인센CPI

# 논인센티브 CPI

## Non-incentive CPI

Cost Per Install

Increasing Users mainly on Article Reviewed Media

### Media Type

- **Mobile web**
  - 기사 미디어
  - 랭킹 미디어
  - 광고 운영
  - \*이러한 유형은 JP의 주요 광고 유형입니다.
- **In-app**
  - 유틸리티
  - 금융
  - 게임
- **Affiliate Influencer/ KOL**
  - Instagram Story
  - Twitter



### Placement Type

- **Article (Review, Ranking)**
  - \*Main way to advertise in JP
- **Banner**
- **Interstitial**
- **Native**
- **Video**

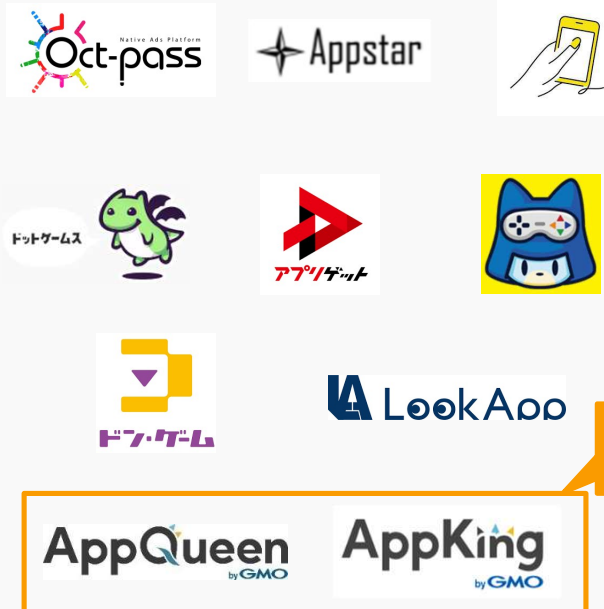


etc.

# 논인센티브 CPI

## Article/ Review Media & Affiliate Influencers

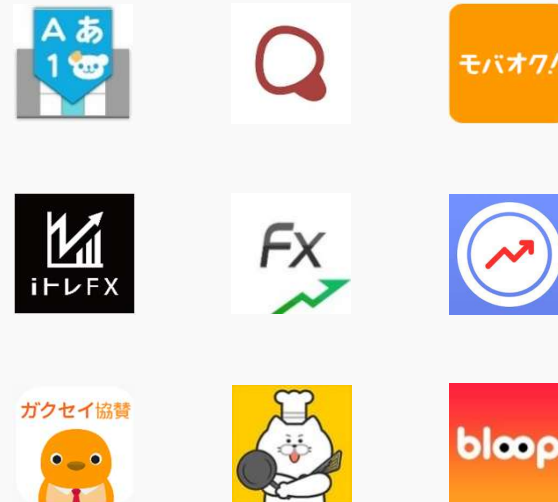
### Article/ Review Media



Made by  
GMO

etc.

### In-app Media



etc.

# 논인센티브 CPI 실적 예시 (In-app Media기준)

## Case Study of CPI Campaign



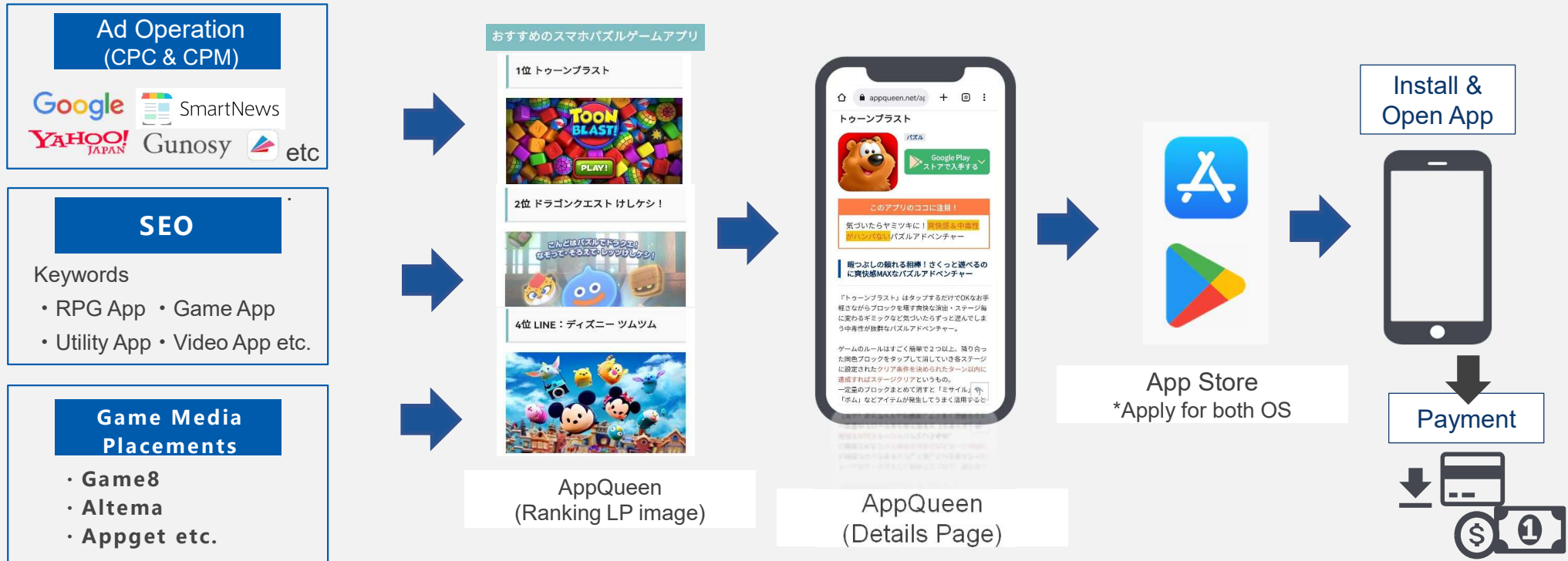
- We have plenty of experience in launching all kinds of apps in Japan
- More than 80% of the campaigns are long-term launching campaigns

App Genre	Unit Price	CVs/ 1st month	Performance/ 1st month
Live, SNS	\$6+	8,500-15,000+	Sign up 30-60%+, D1RR 35-55%+, D7RR 20-30%+
Matching	\$7+	7,000-13,000+	Member registration 30-60%+
Shopping	\$5+	9,500-17,000+	D1RR 35-65%+, D7RR 18-35%+, ROAS 80-200%
Casual Game	\$3-5+	10,000-25,000+	D1RR 40-70%+, D7RR 15-35%+
Casino Game	\$10+	8,000-15,000+	D1RR 35-60%+, D7RR 15-30%+
Simulation Game	\$15+	7,500-12,000+	ROAS 60-120%+, D1RR 30-60%+
MMO RPG	\$15+	6,500-10,500+	ROAS 50-110%+, Tutorial 40-70%+

\*Note: Comparing to other GEO, we usual almost only use local media and publishers which are tend to have high quality.

# AppQueen by GMO

Non-incentive CPI in-house Media



## POINT

앱퀸은 CPI 모델로 앱 프로모션에 특화된 미디어입니다.  
 이 미디어는 양질의 SEM 또는 사용자의 관심사에 따라 타겟팅된 DN 광고를 통해 사용자에게 앱을 소개합니다.  
 그렇기 때문에 보다 효과적으로 설치를 유도할 수 있습니다.

AppQueen 記事の 상세 예시

※기사는 100% 무료로 작성 됩니다  
※A/B testing도 가능합니다

The image displays three screenshots of an AppQueen article for a puzzle game, annotated with callouts for various content elements:

- Core/Conspicuous Points:** Points to the main title and introductory text.
- Video Creatives:** Points to a video showing a bear driving a car while playing the game.
- Banner Creatives:** Points to a banner image showing the game's interface.
- Appealed Points:** Points to the 'Recommended Points' section, which lists key features like 'easy to play' and 'simple game mechanics'.
- Positive Comments:** Points to a user review section showing a 5-star rating and a positive comment.
- Detailed Introduction:** Points to the detailed text introduction of the game's rules and objectives.

## A/B Testing 기능

어플 소개 기사 본문을 포함하여 광고주님으로 제공 받은 크리에이티브의 효과를 명확히 계측하기 위한 기능입니다.  
AB테스트 실행 시 「본문」 · 「캐치 문구」 · 「추천포인트」 · 「크리에이티브」 각각 2가지 패턴을 설정하여 광고 집행이 가능합니다.



### 패턴 A

1위 AFKアリーナ

Genre 9999  
前日DL : 123DL

App Storeで入手する

ケルト神話を題材とした王道の放置系ファンタジーRPG!

「AFKアリーナ」は作り込まれた設定・キャラクターラスト、王道ファンタジーをお手軽に楽しめる放置系RPGです。

続きを読む

### 패턴 B

1위 AFKアリーナ

Genre 9999  
前日DL : 123DL

App Storeで入手する

役割とポジション、キャラ連携といった戦略面が面白いオートバトルRPG!

「AFKアリーナ」は放置系ならではのお手軽さで深べつ戦略性のあるバトルでゲームの楽しめるオートバトルRPG。

続きを読む

A/B	imp	CL	CTR	CV	CVR
A	1000	300	30%	70	23%
B	1000	250	25%	45	18%

※AB패턴의 수치를 매체의 관리화면에서 레포팅하여 제공 하고 있습니다.  
문장, 크리에이티브의 최적화를 보다 세심하게 진행할 수 있으며  
광고주님의 의뢰가 있을 경우 테스트 결과의 게시도 가능합니다.

## App Queen의 특징

### 1 완전 성과 보수형 미디어

광고요금은 오직 인스톨에 의해 발생하는 CPI 단가 뿐!  
기사 작성 비용, 게재 비용 등은 발생하지 않습니다.

### 2 양질의 유저에게 리치

SEM을 기반으로 광고주님의 어플과 관계성이 높은 키워드를 활용하여 폭넓게 타겟팅 합니다.  
타겟팅 후, 기사를 통한 어플 홍보 / 인스톨을 촉진하여 양질의 유저를 획득 및 양질의 유저로 변화시키기 위한 다양한 방안을 실행 중입니다.

### 3 자사 라이터가 기사 작성

외주를 일절 사용하지 않고 자사의 라이터가 실제 광고주님의 어플을 인스톨 한 후 플레이 및 사용 후에 기사를 작성하고 있습니다.  
어플 기사의 라이팅 경력 10년 이상의 담당팀이 기사 작성을 담당하고 있습니다.

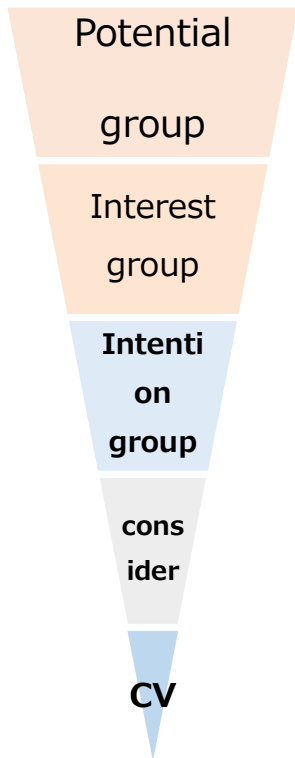
### 4 광고주님의 획득 수를 향상시키는 기능

AppQueen에서는 광고주님의 획득수를 다방면으로 서포트하는 기능이 제공 되고 있습니다.  
기능의 상세 내용에 대해서는 다음 페이지를 확인해주세요

# 일본 시장 전용 운용형 광고 전략

# 일본 시장 전용 운용형 광고

Our professional  
Operation team



## Global Media

facebook Google

YouTube

Instagram

twitter

Pin

TikTok

## Local Media

SmartNews

Gunosy

YAHOO! JAPAN

ニッポン BY 777

UNICORN

3D AD

AbemaTV

LINE

LUCRA

etc.

# 추천 운용형 광고 매체 상세 설명 (글로벌 매체)



**TIKTOK, Pangle**

영향력 있고 이해/ 기억하기 쉬운 광고 작성 또한, **세밀한 유저 타겟팅** 가능



**X (Twitter)**

연령대별 속성별로 마케팅 진행 가능  
특히 캐주얼 외에 RPG 등 로얄게임 유저층이 다수 있음

年齢別

10代	67.6%
20代	79.8%
30代	48.4%
40代	38.0%
50代	29.6%
60代	13.5%

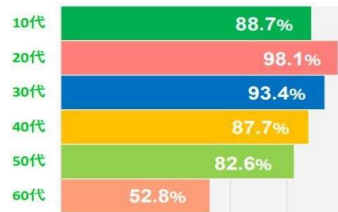
# 추천 운용형 광고 매체 상세 설명 (로컬 매체)



LINE GAMES

## LINE, 야후

年齢別利用率



타임라인 & 뉴스등을 통해  
8600만명의 사용자에게  
도달함으로 인지도 상승 기대

### LINE Ads Platform



## 3D ad

SEO 타겟팅을 통해, 알맞은 유저에  
제공하는 역동적인 3d ad로, 인지도 상승  
및 퀄리티 높은 유저 기대 가능



最新情報!  
アプリ版「夜廻」情報公開!  
サイト内検索

GameWith内から検索

Androidのゲームランキング

- 1 Identity V(第五人格)  
3Dアクション (13)
- 2 Skullgirls (スカルガールズ)  
格闘RPG (2)
- 3 戦国コレクション〜戦国乱舞の乙女たち〜  
放置・クリッカーRPG (1)

3d ad



## UNICORN

AI 학습을 통한 targeting CPI로,  
퍼포먼스 발군의 신매체

일본 국내 최초 apple search ads  
partner

최근 컴투스 등, 한국 클라이언트 분들의  
관심과 수요가 특히 높은 매체



# TVer

다양한 TV 방송국과 협력하여 개발된 플랫폼으로, 650개 이상의 프로그램을 모두 SD, PC 및 CTV에서 무료로 시청할 수 있습니다.

- 높은 완수율을 달성하고 광고 인식 목표를 충족시킵니다.
- 어떤 위화감 없이 광고를 수락합니다.
- 사용자는 고르게 분포되어 있으며, 타겟 연령대의 사용자에게 도달할 수 있습니다.

アプリダウンロード数/ Install /year

## 5,500万

(2022年12月時点)

民放公式テレビ配信サービス

# TVer

番組放送終了から  
**約7日間見放題!**

※番組終了から配信までは時間がかかることがあります

月間再生数(TVer単体)/

## 2億5000万

(株式会社TVer調べ)

MUB(TVer単体)/

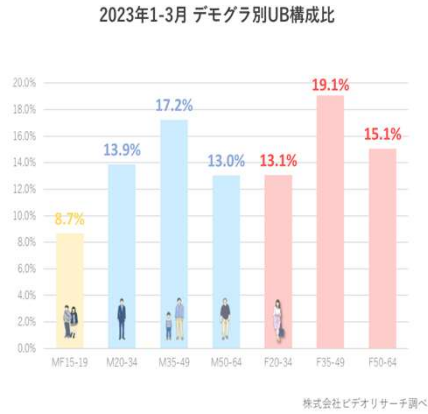
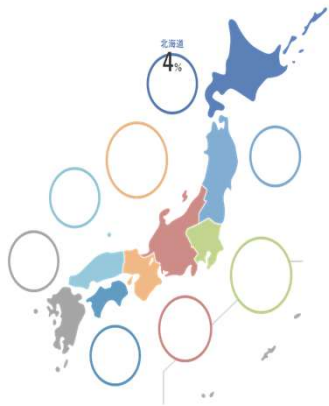
## 2,700万

(株式会社TVer調べ)

認知率(15~69歳/男女)/

## 68.5%

(2023年1月時点・株式会社マクミル調べ)



### TVer 광고의 고유 사용자 타겟팅 방식

"사용자 기본 정보"

"프로그램 선호도 분류"

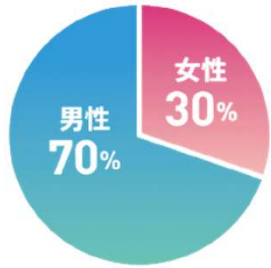
"사용자 관심분야/키워드"



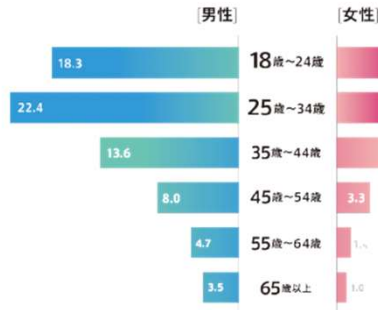
# Program Match Live Case Study: NetEase Games

## ABEMA TV

男女比率



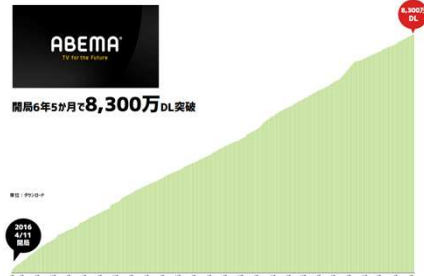
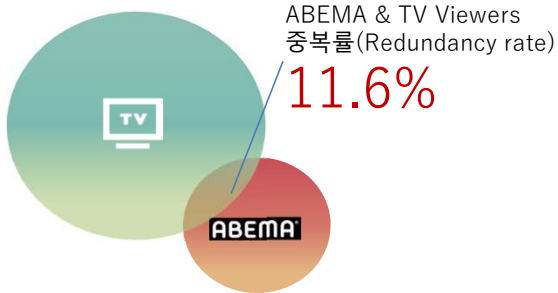
年齢比率



※2022年9月時点のデータに基づく

TV로 접근하기 어려운 젊은층 연령대에 리치할 수 있습니다.

TV



※ABEMA 対象期間：2020年12月13日～2020年12月19日  
 ※テレビCM 対象期間：2020年12月13日～2020年12月19日  
 ※調査手法：テレビメーカーが保有するテレビCM視聴ログおよび広告接触ログによる推計



Budget Amount About **300,000 USD**

사용자 분포

Mteen	20~34	35~49	50~	Fteen	20~34	35~49	50~
1.9%	25.5%	36.1%	19.8%	0.6%	8.9%	5.9%	1.3%



이벤트 프레젠테이션을 통한 SNS 프로모션

실제 라이브로 진행된 게임 플레이



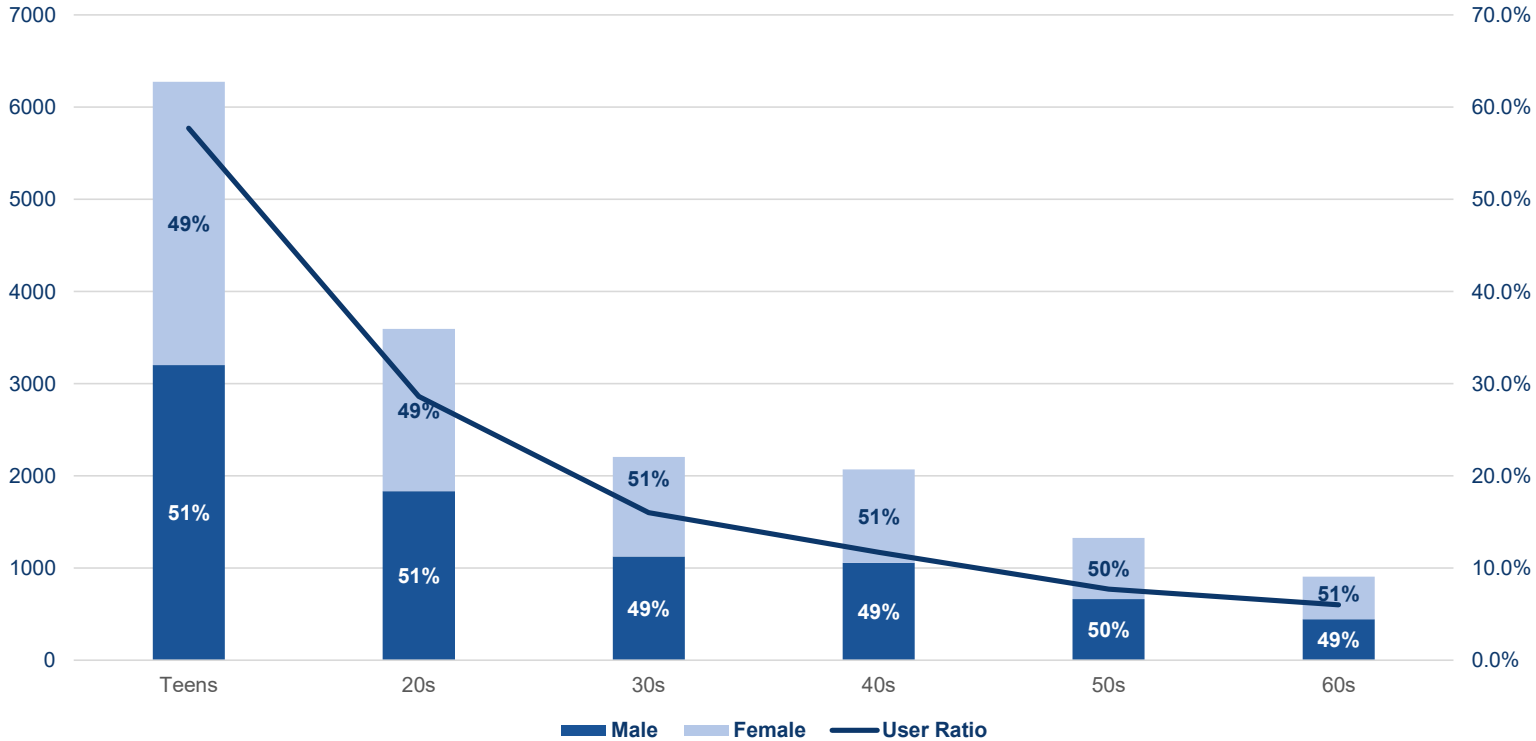
# Menu Introduction – TikTok Ads in Japan

## TikTok's Market Scale in Japan

MAU: 17 million ( August 2021 )



The ratio of male and female users of different ages

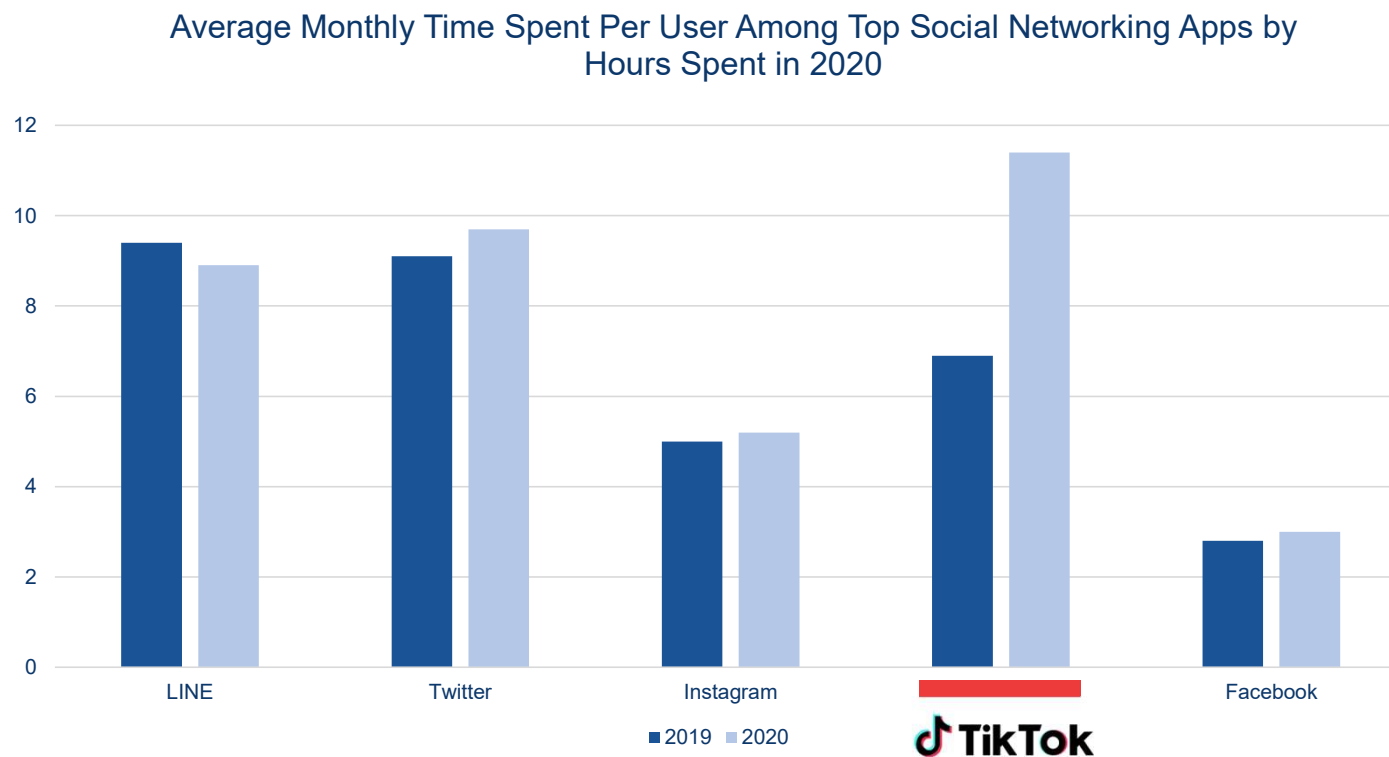


Data from: <https://gaiax-socialmedialab.jp/>

# Menu Introduction – TikTok Ads in Japan

## User Characteristic of TikTok

TikTok user is increasing, and it becomes the most used SNS Platform

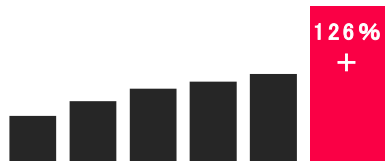
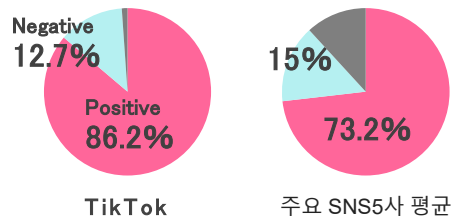


# TikTok ads

## 긍정적인 시청 경험

TikTok은 유저로 부터 긍정적이고, 즐거운 플랫폼으로 인식. 기업 콘텐츠에도 **긍정적으로** 반응.

각 플랫폼을 본 후의 감정



## 발견을 즐기는 사용자

정보 수집용이 아닌, 무목적으로 사용하는 사용자가 많아, 새로운 발견에 긍정적인 반응을 보이는 유저가 많습니다.

SNS 이용 이유

목적없이 여가 시간 등 기분 전환하고 싶을 때 자주 이용되는 플랫폼이 틱톡입니다.

	타사 평균	TikTok
무목적	45.5%	<b>56.7%</b>
정보수집	41.9%	<b>17.7%</b>

※주요 플랫폼 4사비

## 휴식 시간에 이용

다른 미디어가 접근하기 어려운 **여가 시간에** 자주 접속하는 플랫폼이라는 가장 큰 장점이 있습니다.

TikTok 사용 장면

귀가 후나 휴식 시간의 브레이크 타임이 많아, 릴렉스 하고 있는 상황

<b>45.4%</b>	귀가 후 자유 시간
<b>39%</b>	잠자기 전 시간
<b>10%</b>	점심시간 중
9.1%	TV·동영상을 보면서
<b>6.8%</b>	휴식 시간
6.1%	통근·통학

※TikTok 유저의 이용 시간대-선

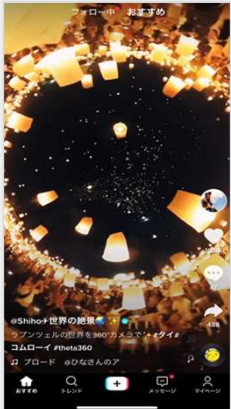
TikTok을 사용하면 '유저의 여가 시간'에 다가갈 수 있습니다.

# TikTok ads

## 게시물 이미지

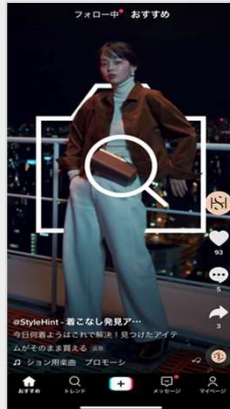
①

일반 피드 화면  
(추천란)



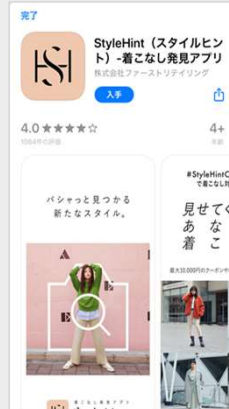
②

피드 화면에 광고  
동영상 출현  
(Max60초)



③

LP·스토어로 전환



## 사용자 특징

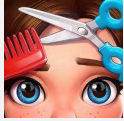
지금 가장 활동적이고 정보에 대한 민감성이 높음

신제품이 나오면 정보를 체크 한다	130%
최신 정보를 신속하게 얻고 싶다.	173%
동영상 내에서 관심있는 제품과 서비스 체크	181%
동영상 내에서 관심있는 제품과 서비스 정보 저장	145%
동영상 내에서 관심있는 위치 정보 저장	143%
동영상 내에서 관심있는 상품이나 서비스에 따라 검색	121%

※위 수치는 주요 플랫폼 4사 평균을 100%로 설정했을 시  
출처: ByteDance매체자료

# Tiktok Ads 실적 공유

Confidential



퍼즐게임 Project Makeover by APPLOVIN  
프로모션 기간 – From June, 2022~now

Ads Video Creative	Spends	CPM	CL	CTR	CVs	CPI	CVR
C_1	1080578	1557546	92407	5.9%	10014	\$ 0.8	10.8%
D_1	125778	363051	5688	1.6%	1212	\$ 0.77	21.3%
A_1	113313	309663	6094	2.0%	1176	\$ 0.71	19.3%
B_1	3919	10859	160	1.5%	30	\$ 0.97	18.8%



당사는 독보적인 도메스틱 인플루언서 활용 틱톡 크리에이트를 통해 최대한의 퍼포먼스를 냅니다. CPM으로 환산 되는 운용형 틱톡 광고의 단가는, 당사의 높은 인스톨 획득 수를 통해 CPI 단가로 환산 시 \$1 이하의 가격까지 내리는 것이 가능합니다.

## Video Creatives Examples - created by our Tiktokers

A\_1



B\_1



C\_1



D\_1



푸시 버튼으로 동영상 재생

# Operational Ads Tiktok

Confidential

게임	Last Ragnarok
CVR	1.5%
KPI CPI	15USD
실적	4\$



타겟 유저: 20-40대 남성  
→ 젊은 남성 인플루언서 기용

게임	Tangram
CVR	2.5% (tiktok) 18.3% (google)
KPI Roas	14day 40%
로아스 실적	14day 50%
CPI 실적	2\$

	3	5	7	7	5	1	5	7	2	2	5
0											
1											
23											
9											
61											
81											
10											
10											
22											
0											

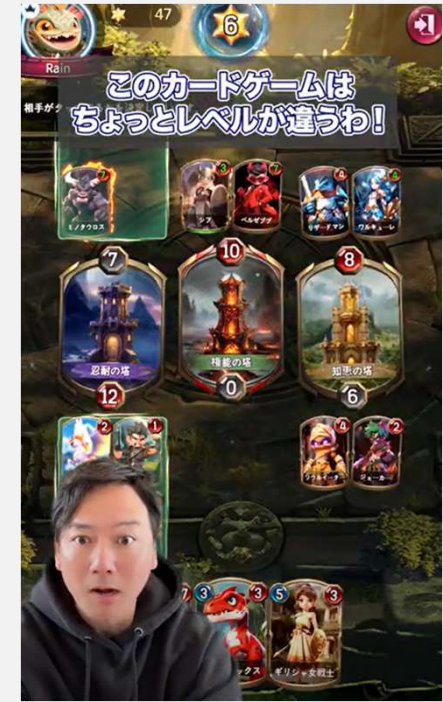
타겟 유저 : 20-30대, 여성  
→ 젊은 여성 인플루언서 기용

	3	5	7	7	5	1	5	7	2	2	5
0											
1											
23											
9											
61											
81											
10											
10											
22											
0											



Tempest – by New normal soft

Media	Spends	CPM	CPC	CPI	CVR
Tiktok	\$15,000	\$7.41	\$1.23	\$ 5.8	22.7%
Pangle	\$5,000	\$7.19	\$0.04	\$ 8	10.3%
Line	\$4,000	\$1.55	\$0.04	\$ 9	10.1%
Yahoo	\$1,500	\$0.36	\$0.06	\$ 10	10.0%
3DAD	\$2,000	\$0.35	\$0.13	\$ 5	10.6%
Twitter	\$4,500	\$2.29	\$1.65	\$ 7	19.7%



# 「앱 외부 결제」 사용자 유도 및 이용률 향상 제안서

외부 광고 매체 배포 × 매출 연동형 성과 과금으로 앱 외부 결제 유입 확대



**GMO SmaAD**

제휴 게임 공략 매체, 미디어(앱) 네트워크,  
인플루언서, 자사 미디어를 적극 활용하여  
**월 방문 약 1억 회 규모의 최대급 트래픽 매체에 노출 가능**

**고정 ROAS 333%~1,000%를 상시 달성**  
예시) 앱 외부 결제 매출이 CV당 10,000엔인 경우,  
총 매출 규모에 따라 CV당 1,000~3,000엔 수준으로 청구

사용자가 미디어를 통해 귀사의 앱 외 결제 페이지에서 아이টে를 구매하면, 구매 금액과 과금률에 따라 광고비가 발생하는 성과형 과금 모델로의 집행을 제안

월간 약 1억 회 방문의 최대 트래픽



※1 CV금액에 따라 10%~30%의 과금률을 성과 보수 형태로 청구

## 앱 외부 결제 사용자 유도의 현황 및 장벽

### 현황

#### 앱 외부 결제 도입의 목표

- 비용 절감 / 수익 증대 ※주로 Apple, Google 결제 수수료 관련
- 사용자 베네핏 최대화 (사용자 혜택, 과금 방법과 최대 과금액의 유연성)

**!** 위 목표 달성을 위해 새로운 사용자 유입 경로와 경험을 창출하며,  
**!** 일정 기간 내에 앱 외 결제 이용 비율(목표 약 30%)을 높이는 것이 과제

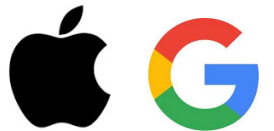
### 장벽①

사용자 유입 경로 설계 시, Apple 및 Google의 제재를 피할 수 있는 고려가 필요

예시)



**!** 외부링크의 사용자는 정책 위반 소지가 큼



## 앱 외부 결제 이용자 유도의 현황 및 장벽

### 장벽②

유입(트래픽) 총량이 제한적



! 뉴스레터, 자사 SNS, 자사 사이트  
! 에서는 사용자 유입량이 제한적

### 장벽③

프로모션 비용 및 ROI



! ROI와 광고 운영의 부담을 고려할 때,  
! 광고비 투자 결정이 어려움

## Apple 및 Google 정책을 우회해 앱 외 결제로의 유입을 극대화 할 수 있음

### 장벽①

사용자 유입 경로상 Apple과 Google의 제재 회피를 고려할 필요가 있음

대책: 외부 미디어에서 앱 외부 결제 페이지로 직접 이동시켜 제재 위험을 회피

### 장벽②

유입(트래픽) 총량이 제한적

대책: 외부 게임 매체와 미디어 네트워크 배포로 유입(트래픽) 총량 확보

### 장벽③

프로모션 비용과 ROI

대책: 성과보수형(CPS) 과금을 통해 ROAS를 유지하며 리스크 없이 유입 달성

# 제휴 매체 및 미디어 네트워크 개요

Confidential

월 예상 방문 수 약 1억 회를 앱 외 결제로 유도하여 이용률 향상을 실현합니다

### 공략 매체

월 방문 수  
약 9,800만 회

### 자사 오픈월

원 방문 수  
약 190만 회

### 게임 앱 광고 매체

게임 관련 KW 평균  
약 300만 회

### 게임 공략 스트리머

월 재생 횟수  
약 1000~50만 회

# GMO 앱 외부 결제 서비스 소개 자료

발단이 된 재판



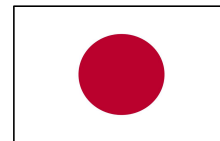
세계 동향



2024년1월  
재판 결과에 따라 애플은 미국에서만 자사 외  
결제 시스템을 허용하는 새로운 정책을 공개




2024년3월  
거대 IT 기업의 독점을 규제하는 디지털  
시장법(DMA) 적용



2024년6월  
소프트웨어 경쟁 촉진법 제정,  
2025년 12월 18일 시행

GMO의 앱 외부 결제 서비스는 인앱 결제 시 발생하는 수수료 부담을 줄여, 앱 수익성을 높이기 위한 서비스


**01**  
Feature



웹 사이트 상에서 디지털 콘텐츠 판매가 가능

앱 내에서 사용하는 아이템뿐만 아니라, 보너스 혜택이나 웹 한정 콘텐츠 등의 디지털 콘텐츠를 웹사이트에서 판매할 수 있습니다.


**02**  
Feature



저렴한 결제 수수료

앱 사업자들을 위해 저렴한 결제 기능을 제공하며, 인앱 결제 대비 결제 수수료가 낮아 앱 수익을 크게 향상시킬 수 있습니다.

**03**  
Feature



결제 수단을 자유롭게 선택 가능

신용카드를 포함한 여러 결제 수단을 지원하여, 앱 이용자가 원하는 방식으로 결제가 가능하도록 돕습니다.

① **구매를 유도하고 싶은 상품 페이지로 유저를 유도합니다.**

GMO 앱 외부 결제는 상품 상세 페이지를 보유하고 있기 때문에, 앱 사업자는 구매를 유도하고자 하는 상품으로 보다 직접적으로 안내가 가능합니다. 이로 인해 사용자는 더 적은 클릭으로 상품 구매가 가능합니다.

② **결제 대행사에 별도의 신청 없이 간편하게 도입 후 바로 앱 외 결제 개시가 가능합니다.**

GMO 앱 외부 결제는 결제 대행사에 별도의 신청 없이, 심사와 개발 절차를 건너뛰고 바로 개시가 가능합니다.

③ **고객 유치와 결제의 시너지 효과로 앱 수익 극대화**

당사가 제공하는 SmaAD와 함께 앱 사용자 수 증가와 앱 수익 향상을 동시에 실현합니다.



# GMO 앱 외부 결제의 결제 수단 및 결제 수수료

Confidential

결제수단	카드 회사	결제 수수료
신용카드 선불식 신용카드 직불카드		세금 별도 결제 금액의 5% (세금 별도)
신용카드 (구독 구매)		개발중
바코드 결제		개발중
통신사 결제		개발중

【전제】향후의 개발 예정에 관해서는 당사의 사정에 의해 스케줄이 변경되는 경우가 있습니다.

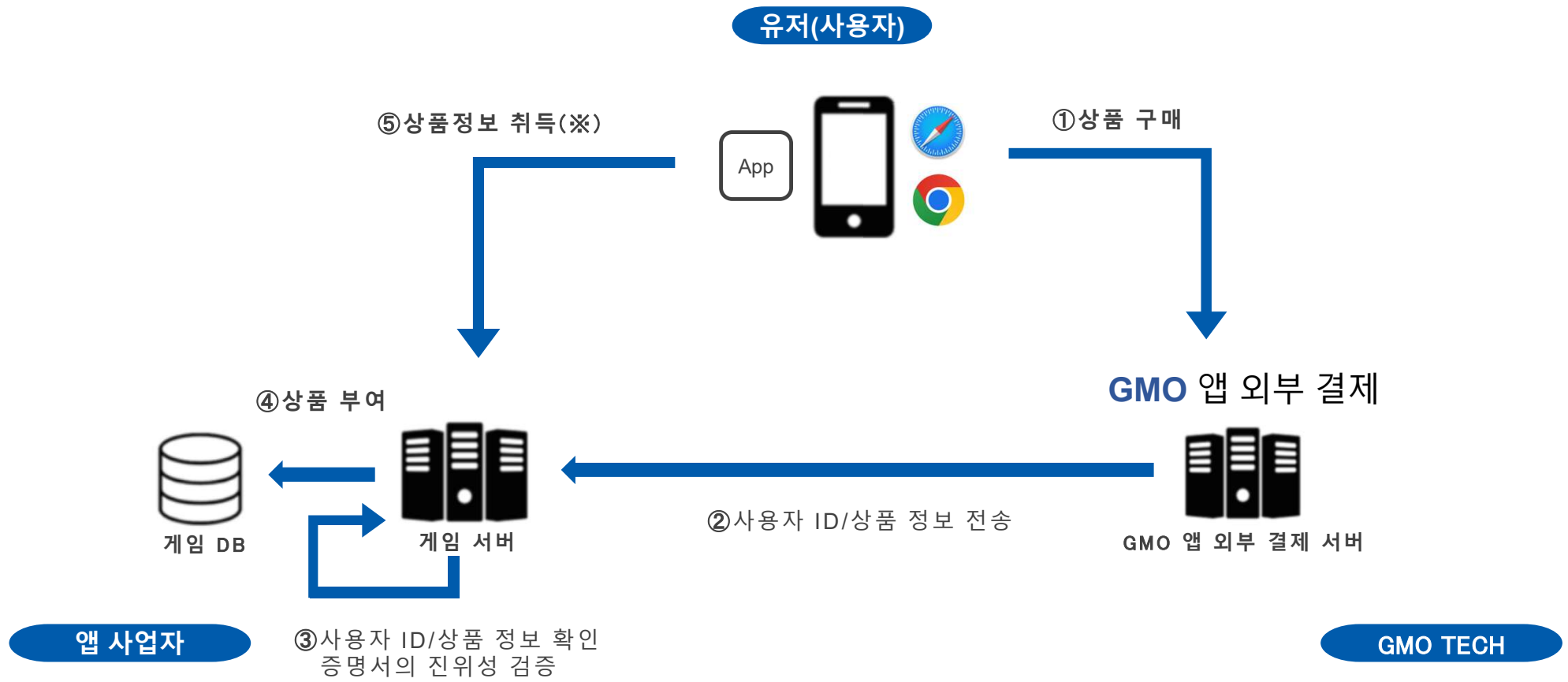
GMO TECH에서는 앱 관련 정보를 제공하는 게임 미디어와 함께 앱 외부 결제 비즈니스 사업을 공동으로 추진하고 있습니다.



※서비스 명칭을 50음도 순서로 게재

# 상품 구매부터 상품 정보 획득까지의 과정

Confidential



※ 홈 버튼 누르기, 앱 재시작 등 게임 DB에서 정보를 가져오는 동작을 사용자가 직접 수행하는 것을 전제로 함

すべての人にインターネット

**GMO**

Internet for Everyone