

위시미디어 및 DV360 상품 소개

PROGRAMMATIC NO.1

WISHMEDIA

위시미디어 소개

위시미디어는

9년간의 프로그래매틱 노하우를 가지고 있으며,

전 직원이 GMP 자격증을 보유하고 있는 DV360 공식 파트너사입니다.

GMP 공식 인증 파트너 확인 바로가기



2017
프로그래매틱
국내 도입
(DSP Mediamath)

2018
DSP, DMP 데이터
파트너십 확대
(IBM, 비즈스피링)

2019
프로그래매틱
국내 확산
(Programmatic Korea 공동 주최)

2020
프로그래매틱
DSP 기술 확장
(커스텀 AI 도입)

2021
GMP 도입 &
PMP 파트너십 확대
(Google & Oracle 등)

2022
통합 데이터 마케팅
역량 강화
(CDP, CRM 마케팅 활성화)

2023-2024
구글 기업용
Full-Stack 고도화
(CM360, DV360 등)

2025
구글 기업용 DSP
공식 파트너사 선정
(Display&Video 360)

DV360 (Display&Video360) 소개

구글애즈에서 지원하는 유튜브, GDN 광고 뿐만 아니라 국내외 네트워크, CTV, 오디오 광고 등을
통합적으로 관리할 수 있는 구글에서 개발한 기업용 DSP

[DV360 플랫폼 데모 보기](#)



Youtube

(인스트림 / 디맨드젠 등)



Display Ad

(GDN-반응형 등)



Network Video

(네트워크 비디오)



APP

(인스톨 캠페인)



CTV




(커넥티드TV)



Audio

(오디오)

구글에서는 클라이언트 조건에 따라 플랫폼을 분류 소규모 비즈니스용 vs 기업용

	소규모 비즈니스 용	기업용
		
GMP Full-Stack 연계	<ul style="list-style-type: none"> 구글애즈, GA4, GTM 활용 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 구글애즈, GA4, GTM 뿐만 아니라 CM360, DV360, SA360 등 기업용 풀스택 구축 가능
자동학습 방식	<ul style="list-style-type: none"> 단일 캠페인 단위의 학습으로 소규모 및 단기간 달성에 필요한 캠페인에 최적화 실시간 입찰 (노출 전 상황을 즉각적으로 반영) 	<ul style="list-style-type: none"> 광고 계정 전체 단위의 학습을 통해 여러 캠페인간의 성과를 상호 교환하기 때문에 통합 KPI 달성에 적합 일중 입찰 (누적 성과를 기반으로 특정 시간에 따라 반영)
제공되는 광고 유형	   <p>유튜브 GDN 검색</p>	       <p>유튜브 GDN 검색 + 국내외 AD Network CTV 오디오 디지털 옥외광고</p>
Deal (특정 인벤토리) 구조	<ul style="list-style-type: none"> 오픈 입찰에 최적화된 인벤토리 	<ul style="list-style-type: none"> PMP, Programmatic Guaranteed 등 Deal 셋팅 가능 (특정 인벤토리, 브랜드 세이프티 인벤토리 구매에 최적화)
측정 솔루션 & 예약형 광고 가이드	<ul style="list-style-type: none"> 계정마다 Brand Lift Survey, 도달측정 솔루션 승인 작업 필요 마스트헤드, 퍼스트포지션 등 예약형 상품 별도 창구를 통해 바잉 (예약 및 소재 검수 7일 이상 소요) 	<ul style="list-style-type: none"> 기업용으로 승인 작업 필요없이 바로 활용 가능 마스트헤드, 퍼스트포지션 등 예약형 상품 DV360 플랫폼 내에서 바로 바잉 (익일 라이브 가능)

DV360 (Display&Video360) 주요 타겟 세그먼트

위시미디어는 1~3자 데이터를 활용한 퍼널 전략과 함께

DV360에서만 활용할 수 있는 맞춤형 인벤토리를 제공

1st

1st Party Data (광고주 자사 데이터)

- Floodlight, GA4 기반 1차 데이터
- 유튜브 광고 조회자 모수
- Customer Match (광고주 보유)

2nd

2nd Party Data (구글 제공 데이터)

- 관심사 / 구매의도 / 주제
- 커스텀 타겟팅 (키워드, APP, URL)
- 유튜브 영상 / 유튜브 채널 등

3rd

3rd Party Data (제3자 데이터 서비스 제공)

- KB Ad Market
- Lotte Deep AD
- SKP

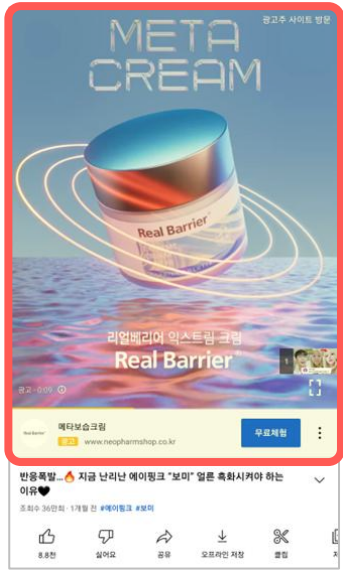
Deal

맞춤형 인벤토리 (Only DV360에서만 가능)

- PG (Programmatic Guaranteed)
- PMP (Private Market Place)

인스트림&논스킵 / 쇼츠 / VVC&VRC / GDN

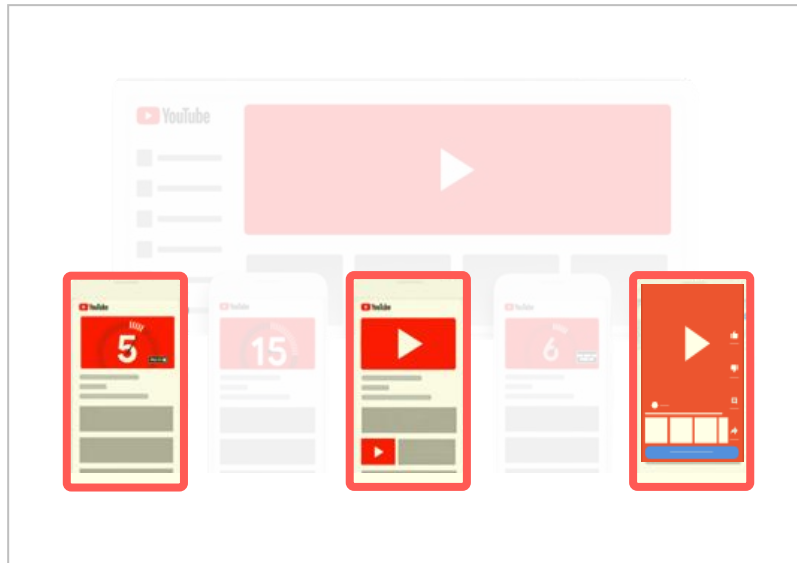
구글애즈에서 집행 가능 상품 모두 바이딩 가능
구글애즈보다 더욱 고도화된 SI 탑재 및 다양한 영역 커버리지 가능



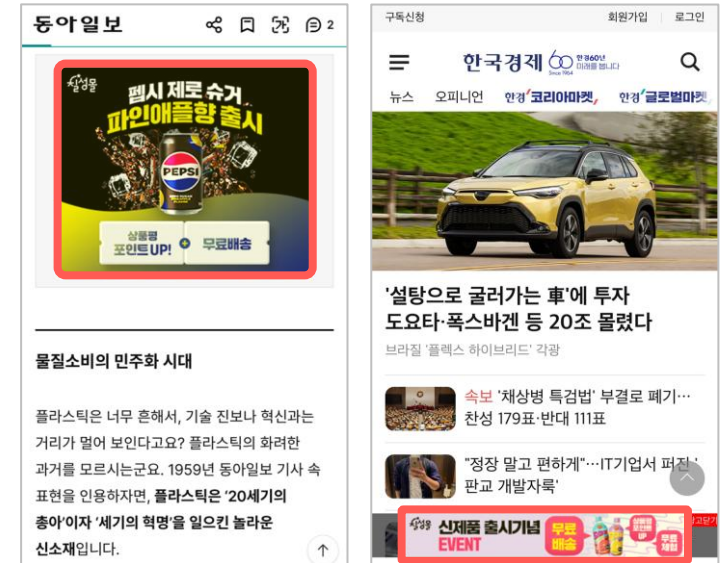
유튜브 인스트림 & 논스킵
영상 콘텐츠 전/중간 등
인스트림 메인 지면에 광고 노출



유튜브 쇼츠
신규 영상 소비 트렌드인 쇼츠 탭에서
단초수 세로형 광고 노출



VVC (Video View Campaign) / VRC (Video Reach Campaign)
인스트림, 인피드, 쇼츠 지면에 동시 노출되는 조회 및 도달 특화형 상품으로
빠른 조회수 확보와 함께 도달률을 달성할 수 있는 광고 유형

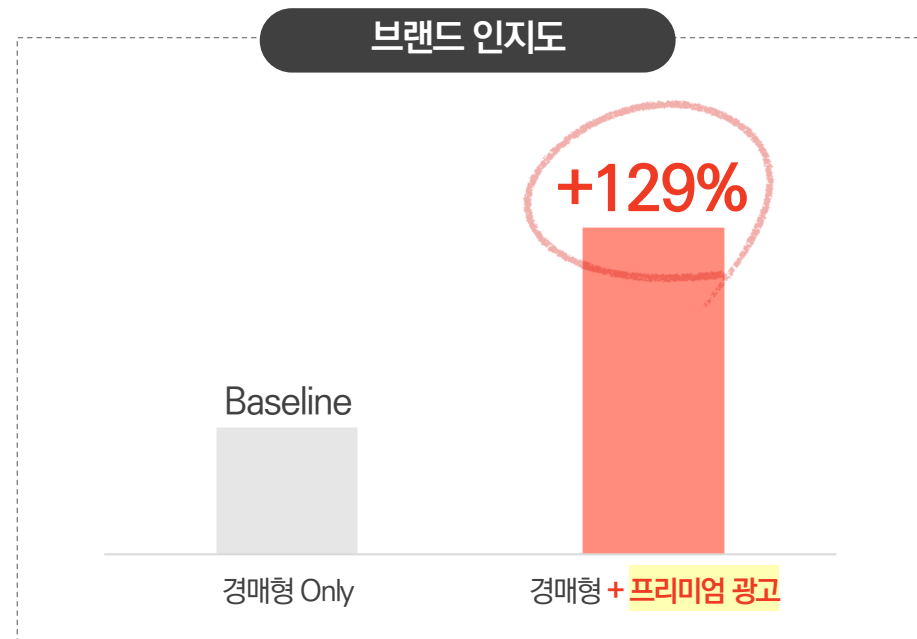
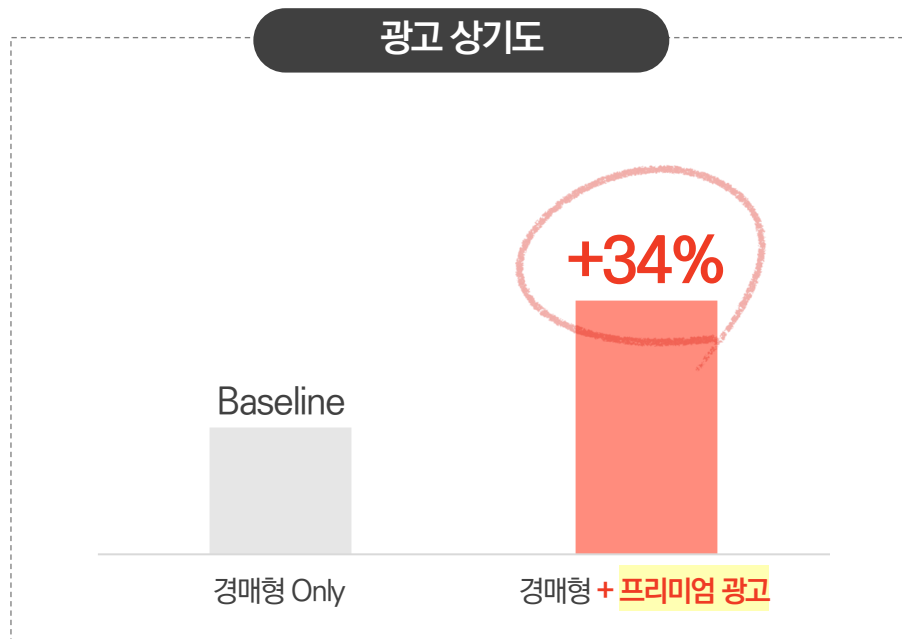


GDN (반응형 or 이미지형)
성과 기반으로 소재를 최적화할 수 있는 반응형 배너 및
직접 제작한 이미지를 활용한 네이티브 소재 활용

구글 인증 파트너인 위시미디어의 독자 상품을 소개 드립니다.

유튜브 프리미엄 광고, 광고 상기도 및 브랜드 인지도 상승 효과 견인

경매형 광고 단독으로 집행할 때보다 프리미엄 인벤토리를 함께 활용할 경우
광고 상기도 34%, 브랜드 인지도 129% 상승된 점 확인

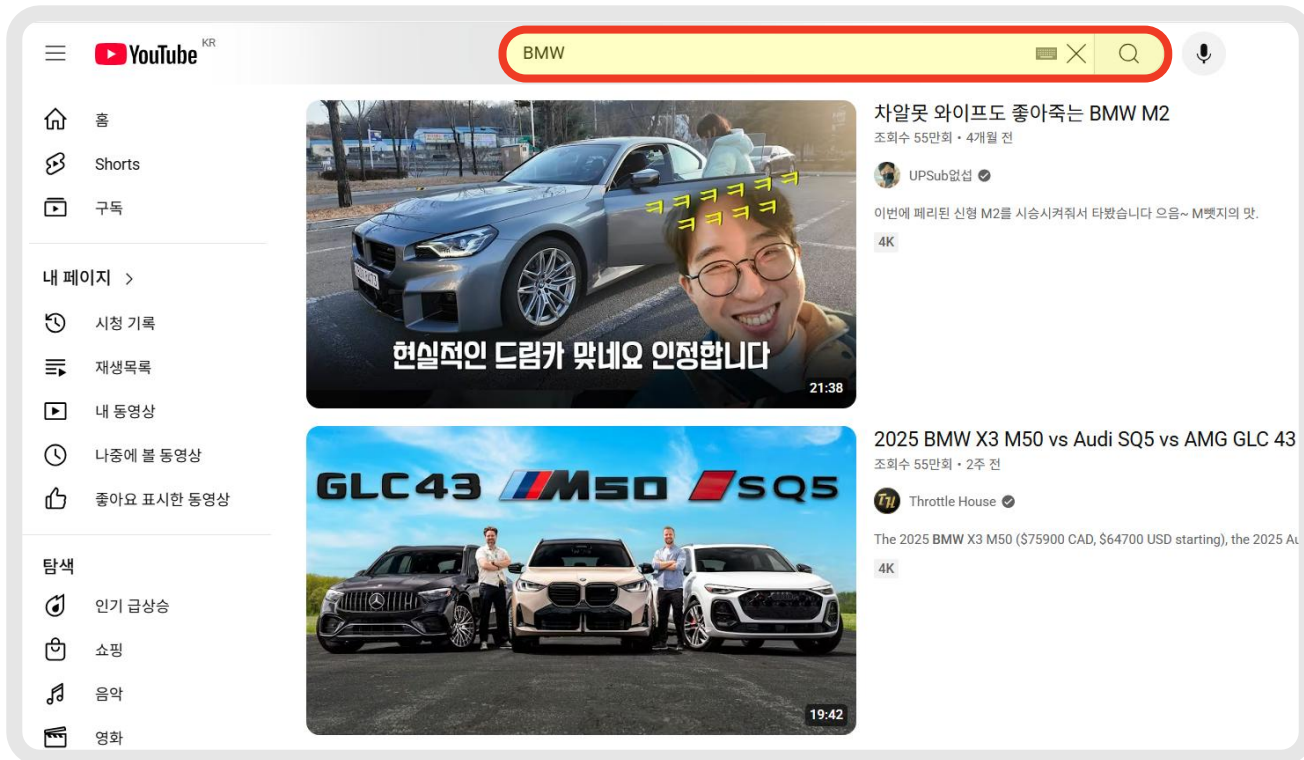


워시미디어 상품 소개

YouTube

키워드 서치 라인업 (Keyword Search Lineup)

유튜브 검색창에서 특정 키워드 (ex.BMW) 검색시 노출되는 영상 리스트 인벤토리를 활용
해당 광고의 경우 위시미디어만의 솔루션을 통해서만 집행 가능
(최소 집행 금액 NET 1,000만원)



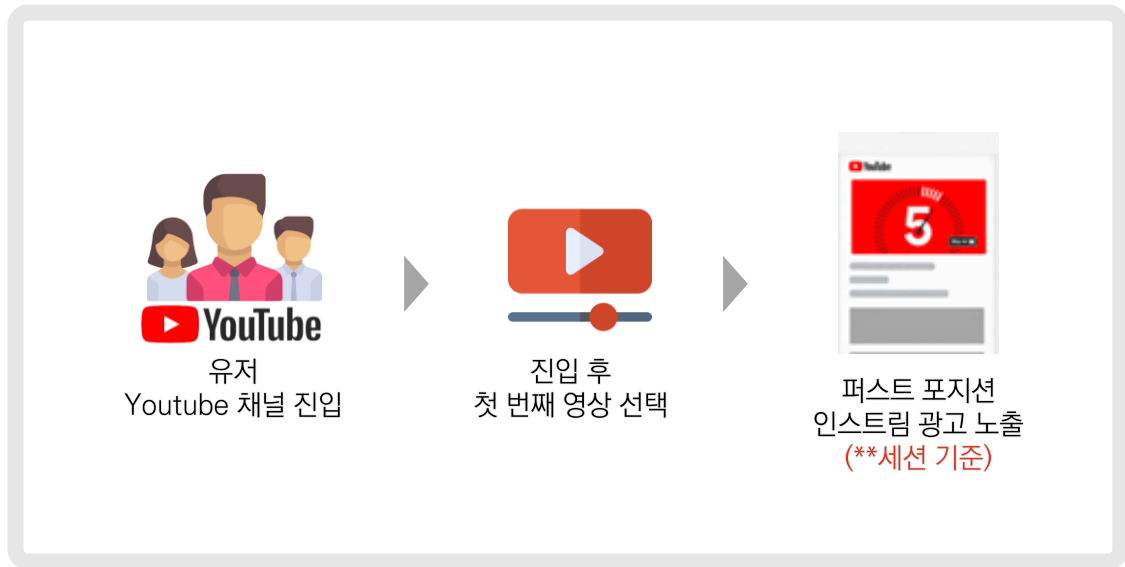
The advertisement is for Google Display & Video 360. It features the following text:

- Logo: Google Display & Video 360
- Minimum Investment: **최소 집행 금액 1,000만원** (circled in red)
- Targeting: **특정 키워드 검색시 노출되는 고관여 영상에만 광고 노출** (underlined in red)
- Keyword Lineup Criteria:
 - 키워드 라인업 기준
 - 선택사항 (조회수 1만 이상)
 - 선택사항 (1년 이내 업로드)
 - 선택사항 (#해시태그 기준으로 영상 라인업 가능)



퍼스트 포지션 (First Position)

유튜브 사용자에게 처음 노출되는 인스트림 영상 광고
전략 광고주가 아니더라도 DV360을 통해 집행 가능
(최소 집행 금액 NET 1,000만원)



**'세션'이란?

사용자가 Youtube를 접속하여 플랫폼을 이용하는 단위 (30분 기준)
사용 종료 후 30분이 지나고 새로 접속할 경우 새로운 세션으로 간주

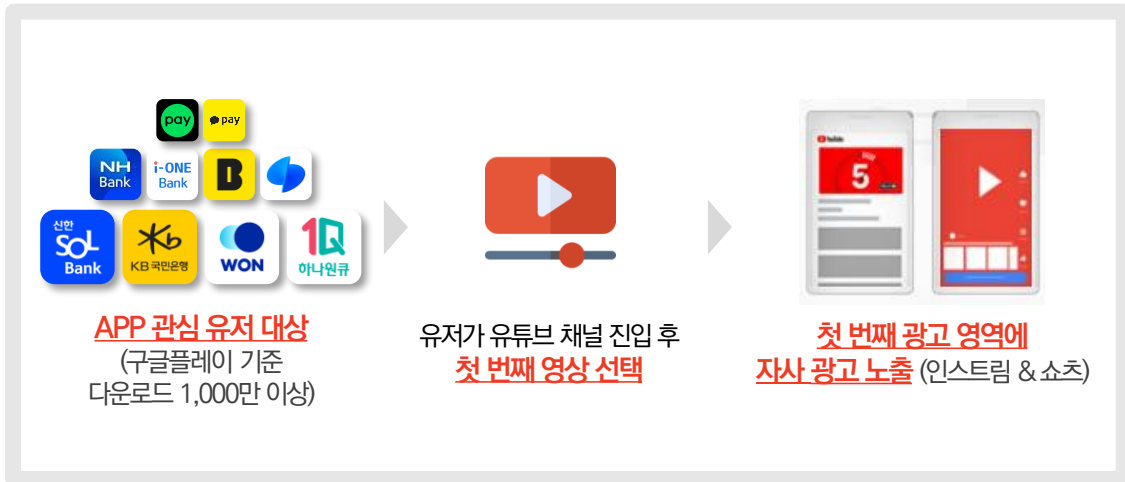
Google Display & Video 360	Google Ads
최소 집행 금액 1,000만원	최소 집행 금액 1억원
모든 광고주 활용 가능	전략 광고주에게만 상품 지원
익일 자정부터 즉시 집행 가능	캠페인 집행까지 사전 준비 7일 소요

'금융 업종' 맞춤 패키지

금융 관련 APP 관심 유저 및 유튜브 채널, 영상 콘텐츠 기반으로 인벤토리 제안
(패키지 최소 집행 금액 NET 3,000만원)

01 APP 관심 유저 ▶ First Position 광고 노출

신한은행, 국민은행, 카카오뱅크 등 APP 관심 유저를 대상으로
광고 주목도가 높은 첫 번째 광고 영역에 광고 노출



02 '금융' 관련 유튜브 채널 & 키워드 서치 라인업

신한은행, 국민은행, 카카오뱅크 등 금융 관련 유튜브 채널 콘텐츠를 소비하는 유저와
관련 유튜브 영상 라인업 인벤토리 활용



‘식음료 업종’ 맞춤형 패키지

배달 서비스 플랫폼 APP 관심 유저 및 유튜브 채널, 식음료 관련 영상 콘텐츠 기반으로 인벤토리 제안
(패키지 최소 집행 금액 NET 3,000만원)

01 APP 관심 유저 ▶ First Position 광고 노출

배달의 민족, 쿠팡이츠, 요기요 APP 관심 유저를 대상으로
광고 주목도가 높은 첫 번째 광고 영역에 광고 노출



APP 관심 유저 대상
(구글플레이 기준
다운로드 각 1,000만 이상)



유저가 유튜브 채널 진입 후
첫 번째 영상 선택



**첫 번째 광고 영역에
자사 광고 노출** (인스트림 & 쇼츠)



02 ‘식음료’ 관련 유튜브 채널 & 키워드 서치 라인업

배달의 민족, 쿠팡이츠, 요기요 유튜브 채널 콘텐츠를 소비하는 유저와
식음료 관련 유튜브 영상 라인업 인벤토리 활용

유튜브 채널 구독자 타겟팅

(배달의 민족- 구독자 8.76만명
쿠팡이츠 - 구독자 9.13천명
요기요 - 구독자 2.77만명)



키워드로 검색된 영상 콘텐츠 타겟팅

(영상 리스트 1,740개 이상 / 총 누적 조회수 9.9억회 이상 보유)



‘건강기능식품 업종’ 맞춤형 패키지

건기식 관련 APP 관심 유저 및 유튜브 채널, 영상 콘텐츠 기반으로 인벤토리 제안
(패키지 최소 집행 금액 NET 3,000만원)

01 APP 관심 유저 ▶ First Position 광고 노출

iHerb APP 관심 유저를 대상으로
광고 주목도가 높은 첫 번째 광고 영역에 광고 노출



APP 관심 유저 대상
(구글플레이 기준
다운로드 1,000만 이상)



유저가 유튜브 채널 진입 후
첫 번째 영상 선택



첫 번째 광고 영역에
자사 광고 노출 (인스트림 & 쇼츠)



02 ‘건강기능식품’ 관련 유튜브 채널 & 키워드 서치 라인업

약사가 들려주는 약 이야기 소비하는 유저와
건강기능식품 관련 유튜브 영상 라인업 인벤토리 활용

유튜브 채널 구독자 타겟팅

(약사가 들려주는 약 이야기 - 구독자 197만명
오징어 약사TV - 구독자 64.6만명
리틀약사 - 구독자 54.1만명
약사설명 약짱TV - 구독자 53.2만명)



키워드로 검색된 영상 콘텐츠 타겟팅

(영상 리스트 1,390개 이상 / 총 누적 조회수 2.3억회 이상 보유)

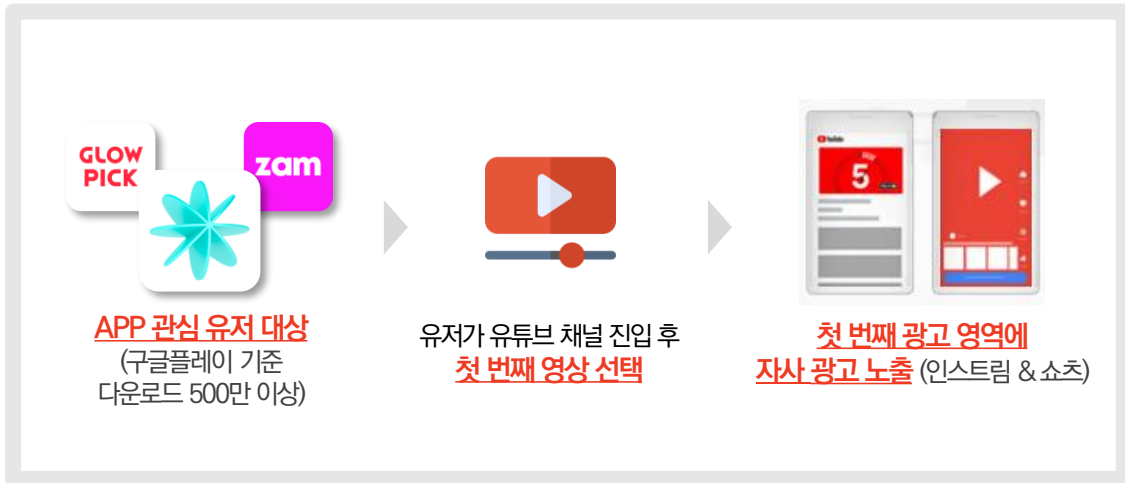


‘뷰티(화장품) 업종’ 맞춤 패키지

뷰티 관련 APP 관심 유저 및 유튜브 채널, 영상 콘텐츠 기반으로 인벤토리 제안
(패키지 최소 집행 금액 NET 3,000만원)

01 APP 관심 유저 ▶ First Position 광고 노출

화해, 글로우픽, 챔페이스 APP 관심 유저를 대상으로
광고 주목도가 높은 첫 번째 광고 영역에 광고 노출



02 ‘뷰티’ 관련 유튜브 채널 & 키워드 서치 라인업

이사배, 효진조, 안다, 씨니채널 등 뷰티 관련 유튜브 채널 콘텐츠를 소비하는 유저와
관련 유튜브 영상 라인업 인벤토리 활용



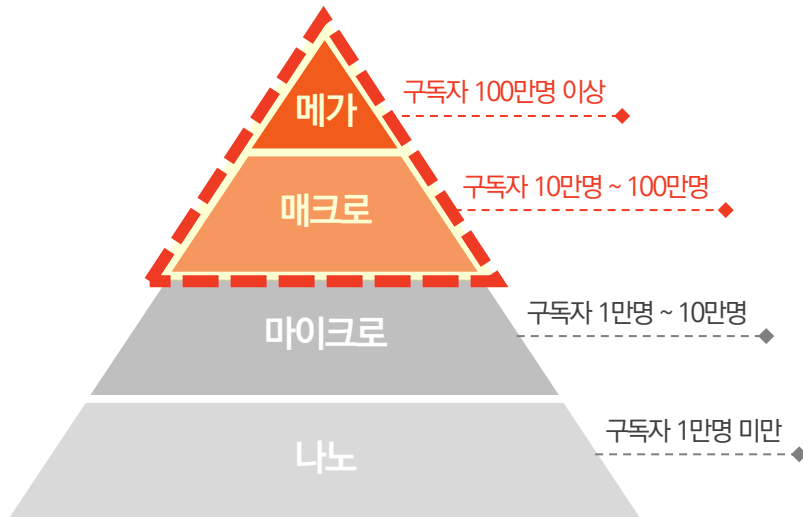
탑 유튜버 라인업 (Top Youtuber Lineup)

10만명 이상의 구독자를 보유한 메가, 매크로 유튜버 공략
경쟁이 치열한 프리미엄 인벤토리 사전 부킹 가능
(패키지 최소 집행 금액 NET 2,000만원)

마이크로+나노 그룹 대비

평균 조회수 20~30배 이상 보유한

TOP 유튜버 인벤토리 공략



프리미엄 인벤토리
노출 보장상품

- 식음료 (TOP 유튜버 리스트, 60개 이상)

							...
썬양 (구독자 1,300만명)	문복희 (구독자 1,090만명)	하이유 (구독자 634만명)	땡개땡 (구독자 536만명)	보경 (구독자 461만명)	흥삼이네 (구독자 391만명)	히밥 (구독자 170만명)	

- 여행 (TOP 유튜버 리스트, 60개 이상)

							...
배니보틀 (구독자 254만명)	곽두브 (구독자 215만명)	영일남 (구독자 121만명)	희철리즘 (구독자 120만명)	원지의하루 (구독자 96.3만명)	박진우 (구독자 82.1만명)	조조캠핑 (구독자 81만명)	

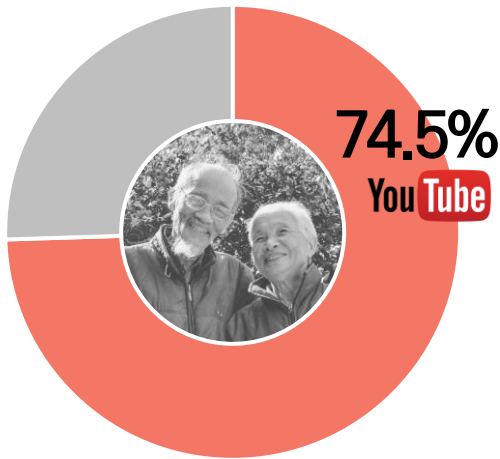
<집행 가능 카테고리>

식음료 / 여행 / 뷰티 / 패션 / 건강 / 헬스 / 경제&금융 / 주식&비트코인 / 자동차 / IT&가전 / 게임 / 스포츠 / 교육 / K-POP

탑 유튜버 라인업 - 시니어 패키지

10만명 이상의 구독자를 보유한 메가, 매크로 유튜버 공략
경쟁이 치열한 프리미엄 인벤토리 사전 부킹 가능
(패키지 최소 집행 금액 NET 2,000만원)

시니어 타겟, 정보 획득 채널 비중



**출처 - 한국방송광고진흥공사_액티브 시니어 소비 트렌드 조사

-시니어 (TOP 유튜버 리스트, 40개 이상)

미스&미스터롯 (구독자 205만명)	임영웅 (구독자 177만명)	정동원 (구독자 72.6만명)	장윤정 (구독자 68.5만명)
THE 트롯 보라고 (구독자 54.2만명)	이찬원 (구독자 41.3만명)	정민호 (구독자 28.4만명)	주현미 (구독자 27.4만명)

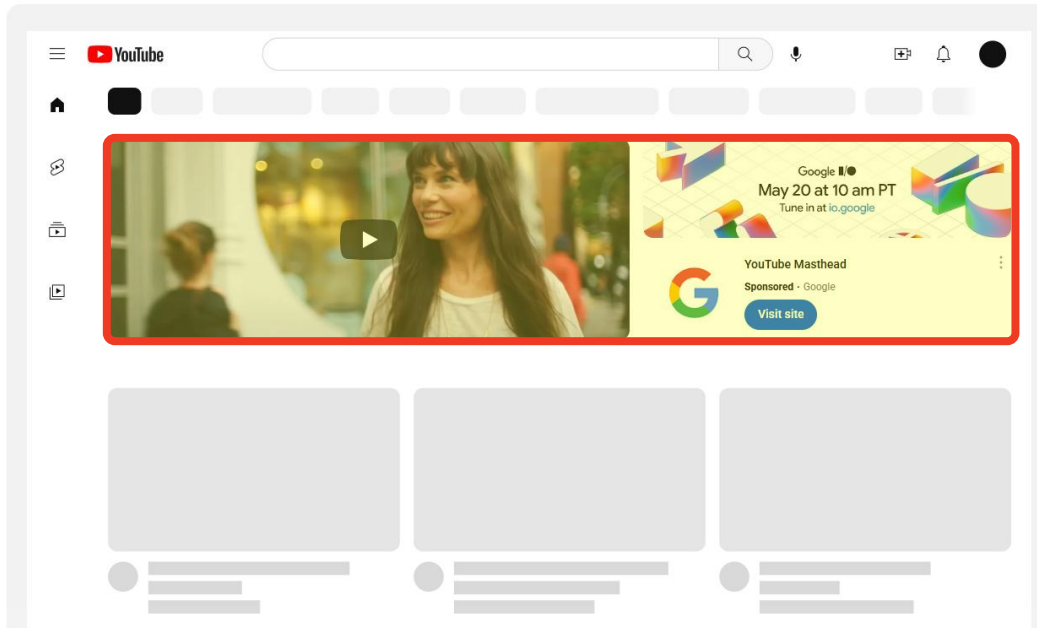
...

Google Display & Video 360	Google Ads
<p>최소 집행 금액 2,000만원</p> <p>시니어 관심 유튜버 리스트 40개 이상</p> <p>익일 자정부터 즉시 집행 가능</p>	<p>최소 집행 금액 5,000만원</p> <p>시니어 관심 유튜버 리스트 20개 미만</p> <p>캠페인 집행까지 사전 준비 7일 소요</p>

마스트헤드 (Masthead)

유튜브 홈 피드 최상단에 노출되는 프리미엄 광고로
DV360을 통해 최소 집행 금액 500만원으로 익일 집행 가능

Masthead Preview 



 Google Display
& Video 360

최소 집행 금액
500만원

기간 제한 없이
장기 운영 가능

익일 자정부터
즉시 집행 가능

 Google Ads

최소 집행 금액
3,000만원

최대 7일 단위 예약

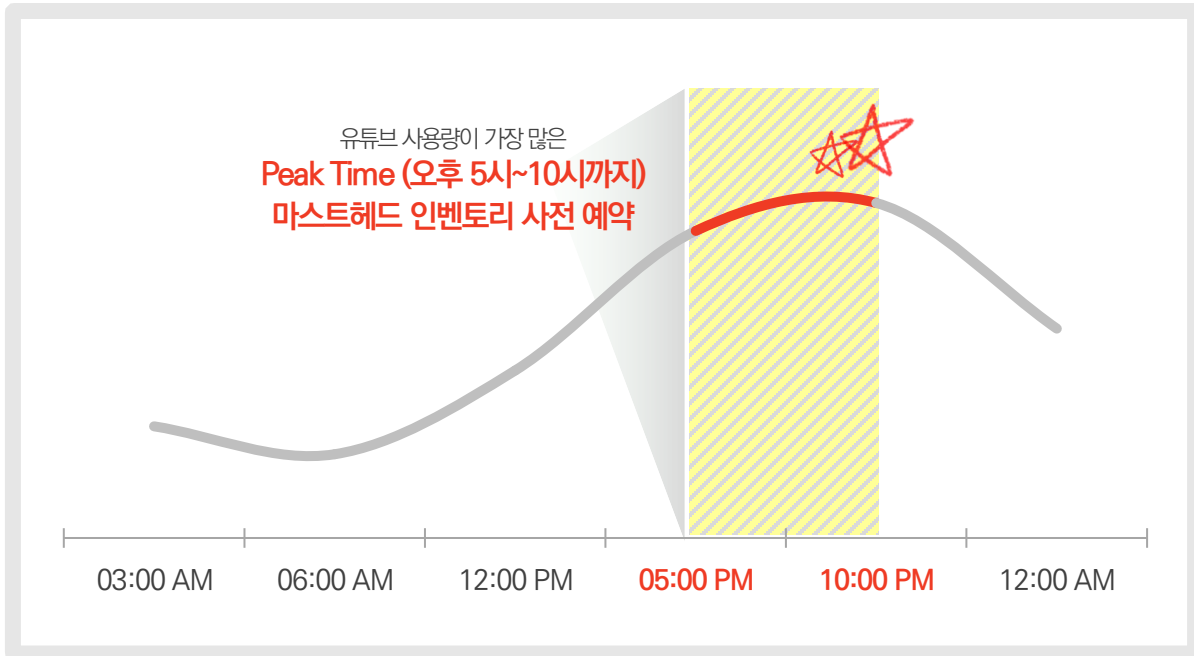
캠페인 집행까지
사전 준비 7일 소요

피크 타임 마스트헤드 (Peak Time Masthead)

CPH 마스트헤드의 예약 방식인 1시간 단위가 아닌 DV360을 통해 Peak Time(오후 5시~10시) 코어 인벤토리에만 노출
(최소 집행 금액 NET 1,000만원 / 최소 7일 이상 운영 필수)

Masthead Preview 

**출처 - YouTube Advertising_시간별 예상 노출량




 Google Display & Video 360

최소 집행 금액
1,000만원

액티브 유저가 가장 많이 접속하는
오후 5시~10시 피크 타임 노출

익일 자정부터
즉시 집행 가능

 Google Ads

최소 집행 금액
시간당 3,800만원

1시간 단위로만 예약

캠페인 집행까지
사전 준비 7일 소요

위치 인식 광고 (유튜브/GDN)

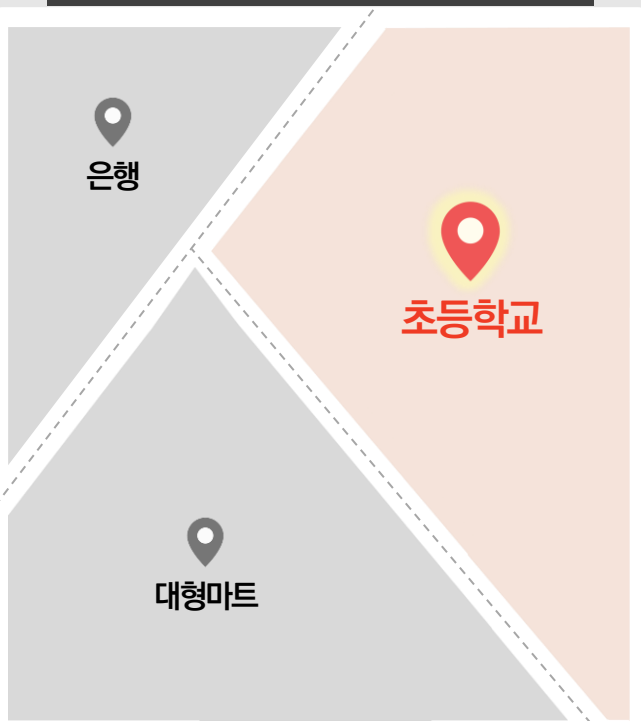
구글에서 제공하는 단순 관심사, 구매의도 타겟팅이 아닌
실내, 실외 위치를 직접 방문한 고관여 유저를 대상으로 광고 노출 가능

실내 (Wi-Fi 신호 기반) - 접속된 상태 아니어도 매칭



Wi-Fi 신호 세기로 방문자 매칭	
매장명	신호 세기
버거킹	약
올리브영	강
스타벅스	약

실외 (GPS-Geofence 기반) - 주소 기반



로플렛
위치인식기술

유튜브/GDN을 통해
특정 장소를 방문한 유저에게
광고 도달 가능

**모수 업데이트 기준 - 실시간으로 수집

위시미디어 상품 소개

Audio

Why Audio?

우리가 지금 Audio 광고에 주목해야 하는 이유

**유튜브는 일상 속 Audio-First 순간을
함께하는 주요 플랫폼**



* Audio First (오디오 우선 모드)

81%

유튜브 오디오 캠페인을 진행할 경우
브랜드 리프트 81% 증가 (BLS를 진행한 캠페인 한정)

87%

유튜브 오디오 캠페인을 함께 운영할 경우
광고 상기도 87% 상승

95%

높은 완청률 (15초 오디오 광고 기준)

50%

영상 광고보다 50% 이상 낮은 CPM 단가
(유튜브 논스킵 15초 상품과 비교 시)

유튜브 오디오 애드 (Youtube Audio Ads)

유튜브를 듣기 모드로 콘텐츠를 소비하는 유저를 구글 시로 감지
동영상 시청이 아닌 청취 용도로 사용하는 유저까지 도달 가능



Google AI를 통해
유튜브를 시청이 아닌 **'듣기 모드'**로
사용하는 유저를 감지하여 광고 노출

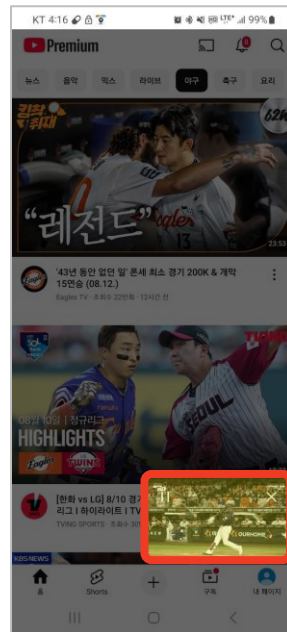


YT Audio Ads - 광고 상기도 +87% 상승

**출처 - Google Global YT Data_BLS

이미지+음성(30초 이하)
소재 조합으로 노출

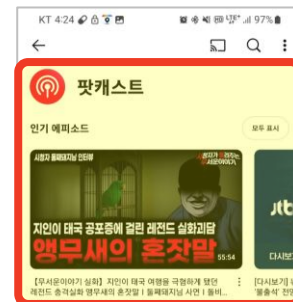
< Youtube Audio Ads - 송출 인벤토리 >



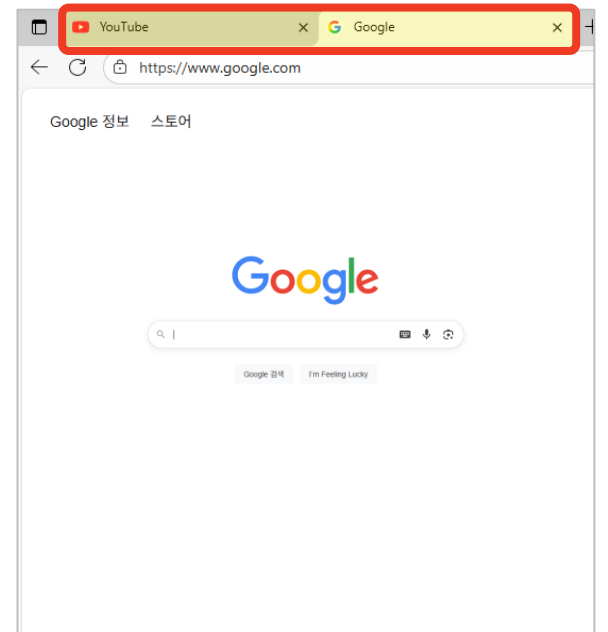
동영상 화면을 축소해서
콘텐츠를 청취하는 경우



커버 이미지만 나오는
음악 앨범을 재생할 경우



유튜브에서
팟캐스트를 청취하는 경우



유튜브 콘텐츠를 재생한 상태에서
새로운 탭을 열고 다른 일을 할 경우

위시미디어 상품 소개

CTV

Why CTV?

우리가 지금 CTV에 주목해야 하는 이유

유튜브의 새로운 핵심 스크린, CTV



출처

1. Commissioned Google/ Kantar, CTV Study South Korea in 2023, Nov 2023 (Korea)
2. Google Internal Data, Dec 2023 (Korea)
3. YouTube Internal Data, Global, Sept. 2023

84%

국내에서 CTV를 통해 유튜브를 시청하는 비율

2X

지난 3년 동안 CTV를 통한 유튜브 콘텐츠의
조회수는 2배 이상 증가

75%

지난 9개월 동안 동안 CTV를 통한
유튜브 Shorts 콘텐츠 조회수 75% 이상 증가

구글은 마케팅 목표에 따라 유튜브 캠페인 셋팅 시 CTV 지면을 Opt-in 할 것을 권장

기기

게재 가능한 모든 기기(컴퓨터, 모바일, 태블릿, TV 화면)에 게재

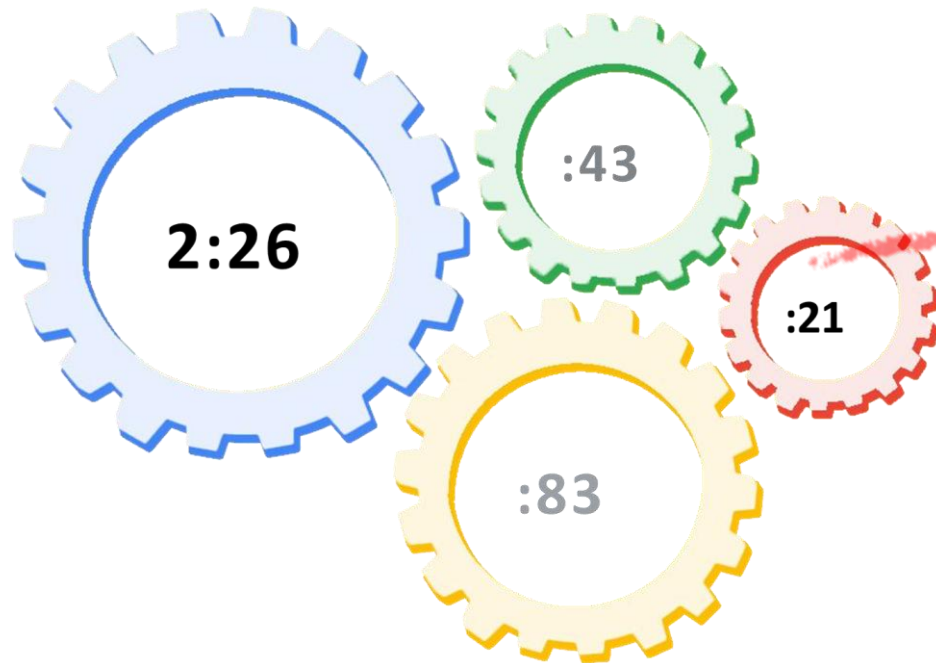
특정 기기 타겟팅 설정

- 컴퓨터
- 휴대전화
- 태블릿
- TV 화면

모든 기기에 광고를 게재하면 도달범위를 넓히는 데 도움이 됩니다. 특정 기기에서 도달범위를 넓히는 데 집중하려면 기기 타겟팅을 설정하세요.
[자세히 알아보기](#)

구글이 제안하는 CTV 활용법 2

기존 15초, 20초, 60초 와 같은 정형화 된 길이의 소재로 펼치기 어려웠던 브랜드의 이야기는
CTV 지면을 통해, 기존 포맷을 벗어나 다양한 스토리텔링을 시도할 것을 권장



구글 내부 실험 결과

기존 포맷(15,30,60초)에서 벗어난
장편의 이야기도 CTV에서 좋은 퍼포먼스를 보임

구글이 제안하는 CTV 활용법 3

미디어렙사 등을 통해서만 구매할 수 있던 IPTV 내 광고 지면까지 DV360을 통해 바이닝
DV360에서 유튜브와 IPTV광고 지면을 통합 바이닝

DV360을 통한 CTV 인벤토리 통합 바이닝의 장점

1

유튜브와 IPTV를 함께 활용,
더 넓은 시청자 층에 도달할 수 있음

2

스킵/논스킵/퍼즈 등
다양한 포맷을 활용할 수 있음

*특히 스킵 포맷의 경우
유튜브 영상 조회수 증가에 도움을 줌.

3

타겟과 적합한 TV인벤토리를
맞춤 조합해 타겟 효율을 증대할 수 있음

(예_골프 관련 광고주에게 SBS골프,
JTBC골프와 같은 TV채널을 조합)

**구글인증 파트너인 위시미디어를 통해
유튜브를 포함한 국내 CTV 인벤토리를 통합적으로 운영하고,
구글이 제안하는 최적의 방향으로 광고를 집행해 보세요.**

위시미디어에서 제안하는 CTV 활용법

다양한 CTV 인벤토리 및 솔루션을 적극 활용해
더 몰입도 높은 캠페인 운영을 제안

CTV First

CTV에서 가장 먼저 만나는 인벤토리



CTV
마스트헤드

CTV
퍼스트포지션

CTV Only

CTV에서만 활용 가능한 인벤토리



CTV
30초 논스킵

CTV
Pause AD
(정지화면 광고)

CTV Live

실시간 IPTV 방송의 프리미엄 인벤토리



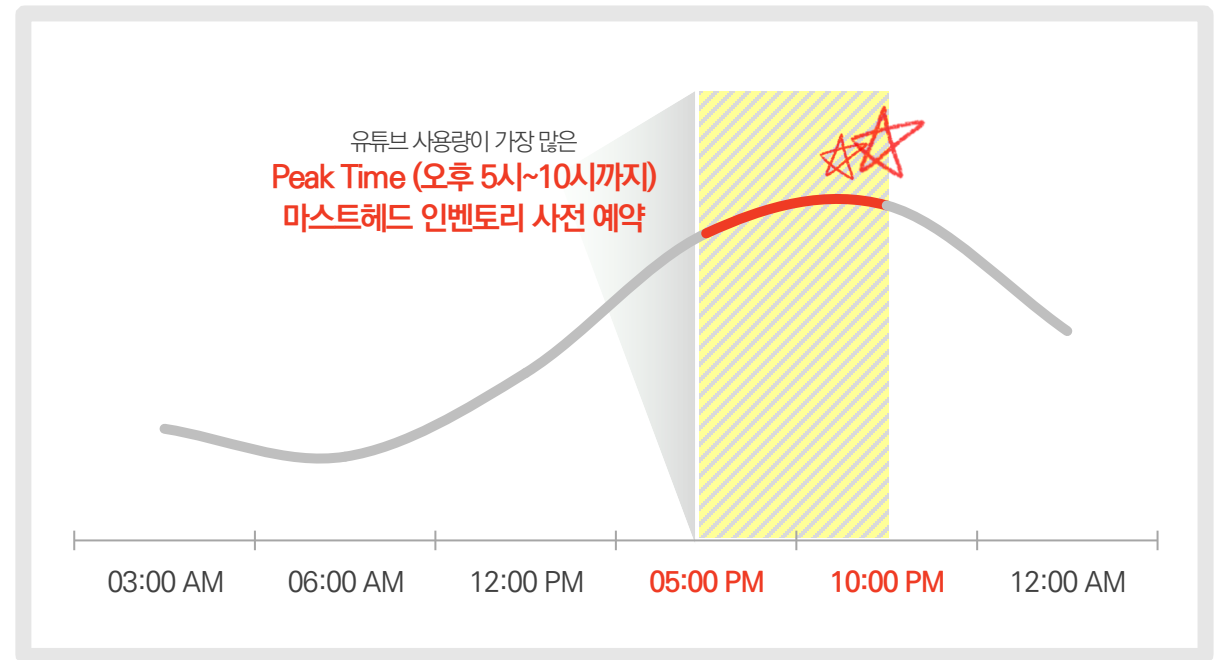
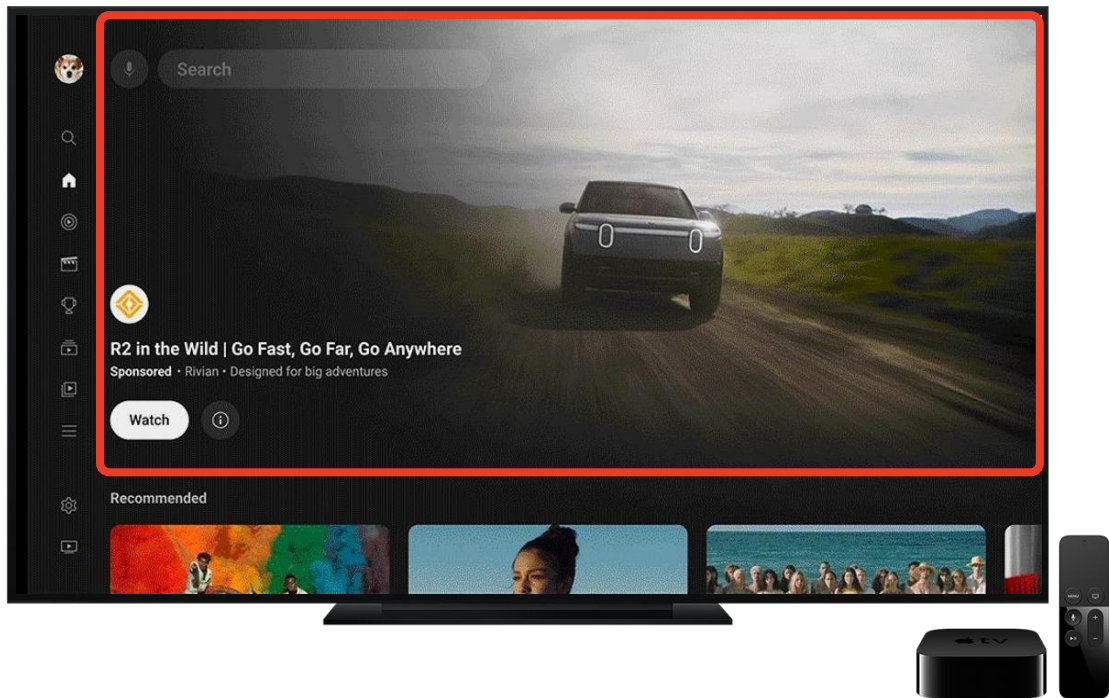
IPTV
Google
Audience
패키지

유튜브
Premium
Live패키지 등

유튜브 CTV 피크 타임 마스트헤드

CPH 마스트헤드의 예약 방식인 1시간 단위가 아닌 DV360을 통해 Peak Time(오후 5시~10시) 코어 인벤토리에만 노출
CTV 마스트헤드 인벤토리 구매시 몰입형 마스트헤드 디자인 적용

* CTV 몰입형 마스트헤드 형식은 기존 마스트헤드 상품과 비교 시 시청 완료율 30%, VTR 10% 증가



CTV 퍼스트 포지션 (First Position)

유튜브 CTV 사용자에게 처음 노출되는 인스트림 영상 광고

광고 피로도가 가장 낮은 최적의 타이밍을 선점 하여 사용자의 집중도를 극대화 하고 브랜드 메시지를 효과적으로 각인 시킬 수 있음

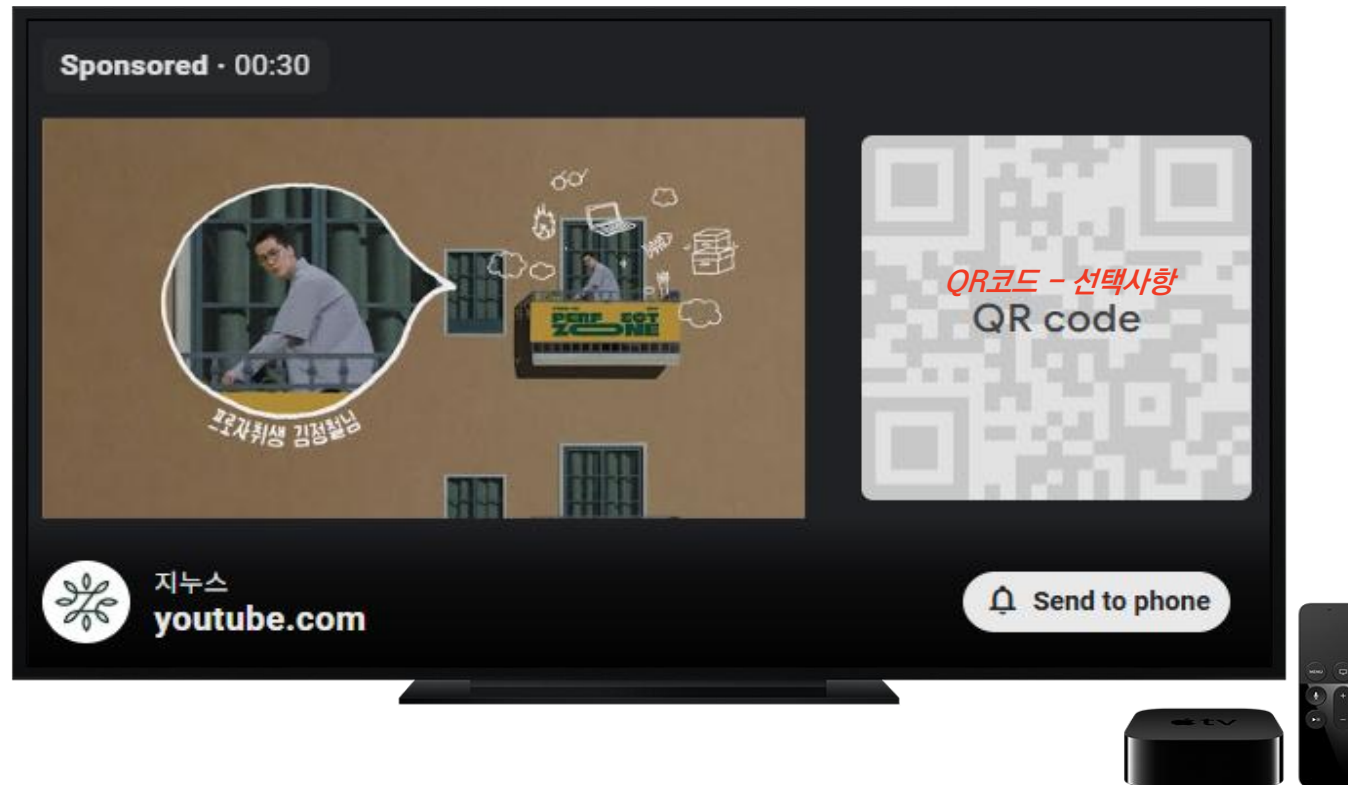


유튜브 CTV 30초, 60초 논스킵 (Non-Skip)

CTV 환경에서만 노출 가능한 유튜브 30초, 60초 논스킵 광고

TV의 대형 화면이 제공하는 최고의 시청 몰입도를 통해 브랜드의 메시지를 중단 없이 온전하게 전달 하는 가장 효과적인 광고 상품

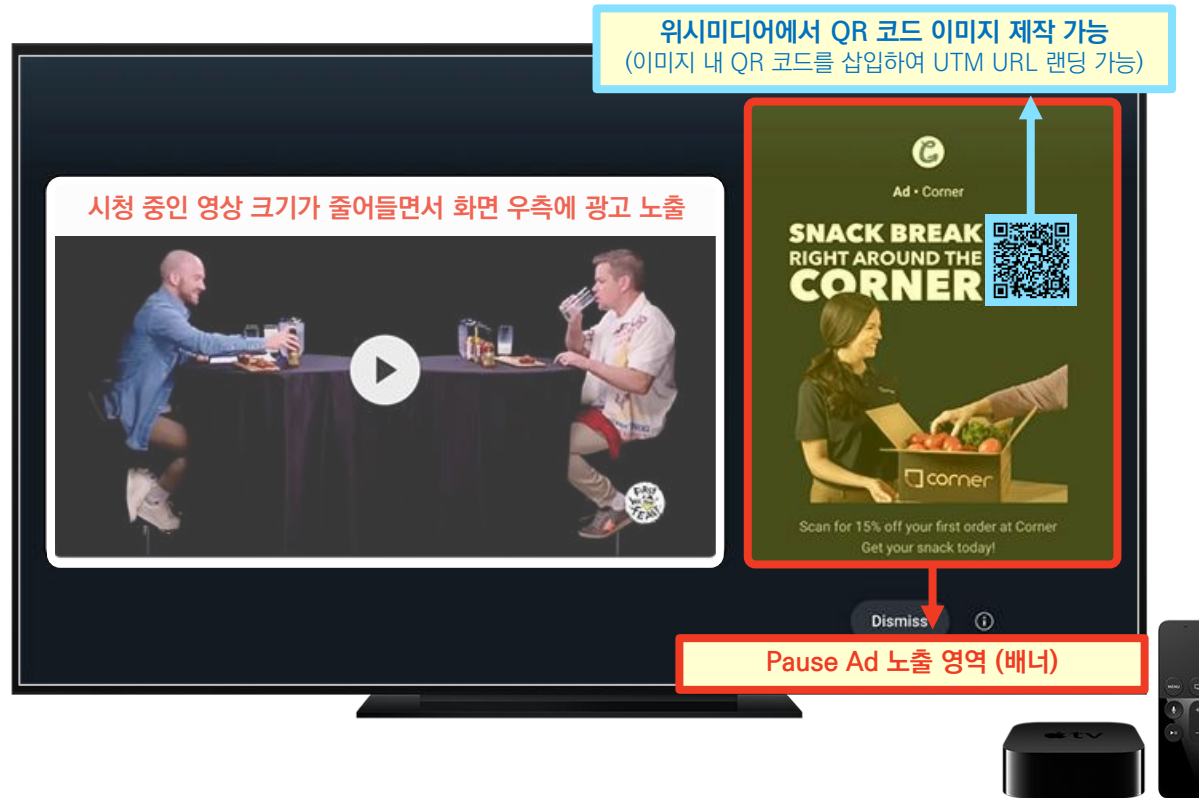
* 상품 업데이트로 논스킵 광고 또한 YouTube 공개 조회수 집계에 기여 (단, 기존과 동일하게 TrueView 조회수는 집계되지 않음)



CTV PAUSE (일시 정지 광고)

CTV Device를 통해서만 집행 가능한 일시 정지 광고 형태

TV를 통해 유튜브 영상을 시청하던 유저가 일시 중지 액션을 취하고 10초가 경과할 경우 우측에 노출 되는 배너 형태의 광고로 높은 주목도가 특징



IPTV Google Audience Package

구글 오디언스 테이터를 활용, 국내 IPTV 3사 2천만 가입자 대상으로 정밀한 CTV 타겟팅 광고 집행
DV360 Day & Time 타겟팅 기능을 적용하여 가장 높은 효과를 기대 할 수 있는 타겟 시간대에만 선택적 노출 가능



Google Display & Video 360

일반 청약 광고

3사 패키지 최소 집행 금액
1,500만원
(각 매체별 500만원 X 3사)

오디언스 타겟팅
TV 시청이력 및 모바일 데이터
(최대 할증 60%)

캠페인 집행까지
사전 준비 2~3일 소요

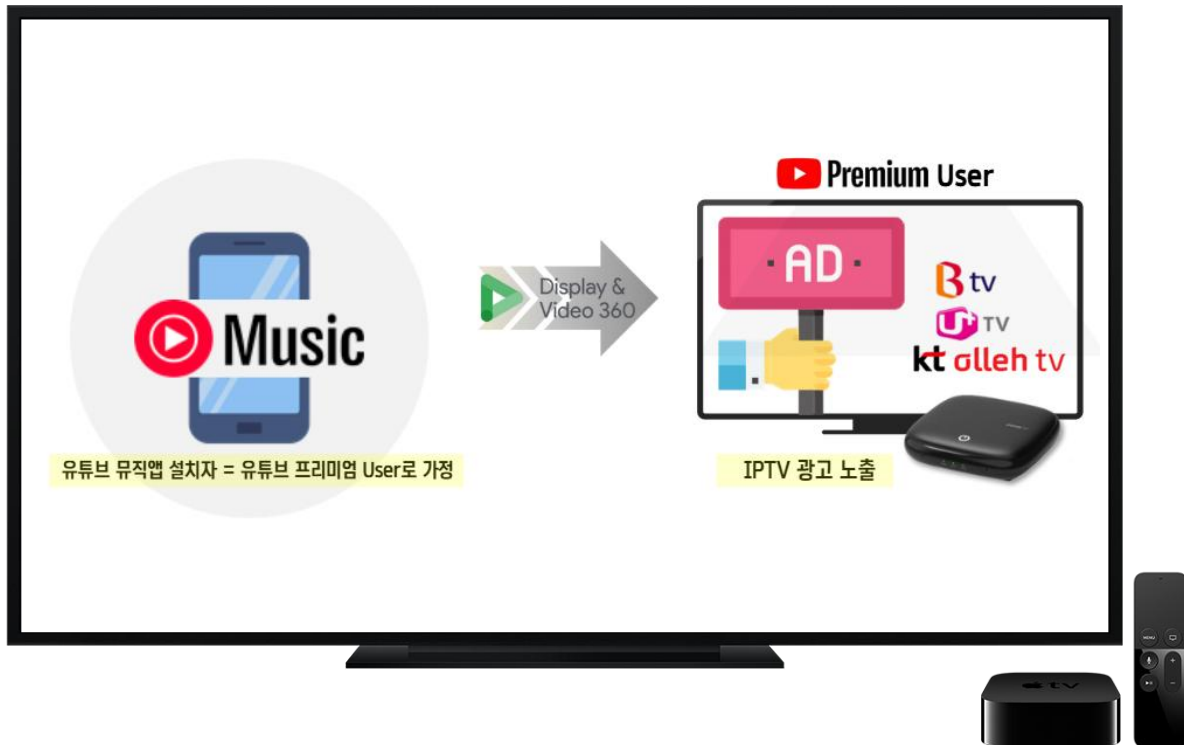
3사 패키지 최소 집행 금액
1,000만원

오디언스 타겟팅
구글 오디언스 데이터
(할증 0%)

소재 검수 이후
즉시 집행 가능

IPTV 유튜브 Premium Live Package

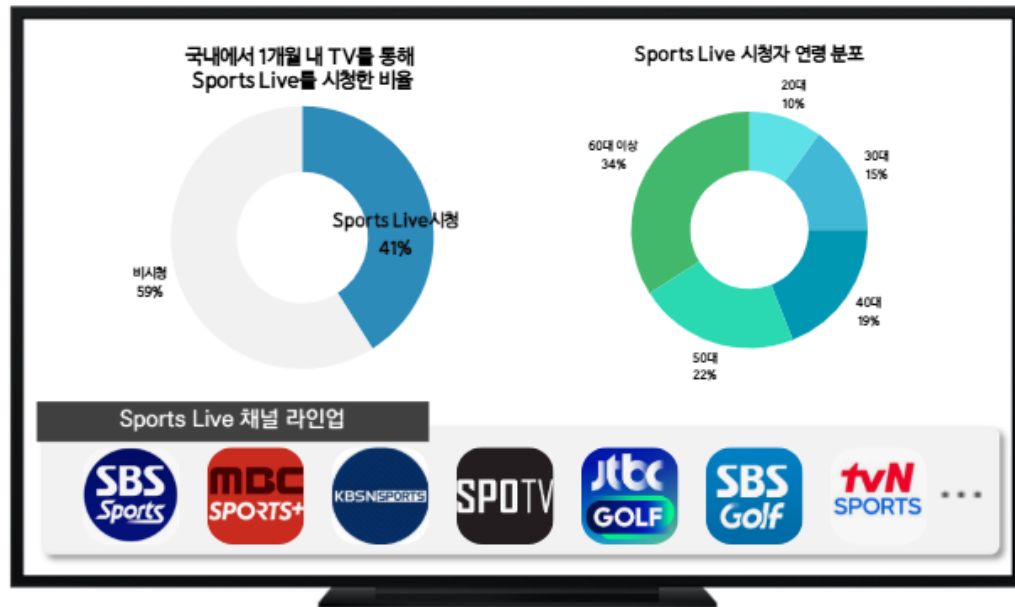
'유튜브 프리미엄 유저' 에게는 도달이 불가능한 유튜브 광고
유튜브 프리미엄 유저 Segment 와 IPTV 실시간 방송 인벤토리를 활용하여, 유튜브 광고의 사각지대를 보완



Google Display & Video 360	일반 청약 광고
3사 패키지 최소 집행 금액 500만원	3사 패키지 최소 집행 금액 1,500만원 (각 매체별 500만원 X 3사)
오디언스 타겟팅 구글 오디언스 데이터 (할증 0%)	오디언스 타겟팅 광고 회피자 Segment 활용 (할증 30%)
소재 검수 이후 즉시 집행 가능	캠페인 집행까지 사전 준비 2~3일 소요

IPTV Sports Live Package

한국 성인의 약 39%는 실시간 스포츠를 상위 3대 시청 콘텐츠 중 하나로 선택
IPTV 스포츠 라이브 패키지를 통해 경기 전/후 타이밍에 맞춘 효과적인 광고 집행 가능



**출처 - S&P_2022 Global Kagan

Google Display & Video 360

최소 집행 금액
500만원

소재 검수 이후
즉시 집행 가능

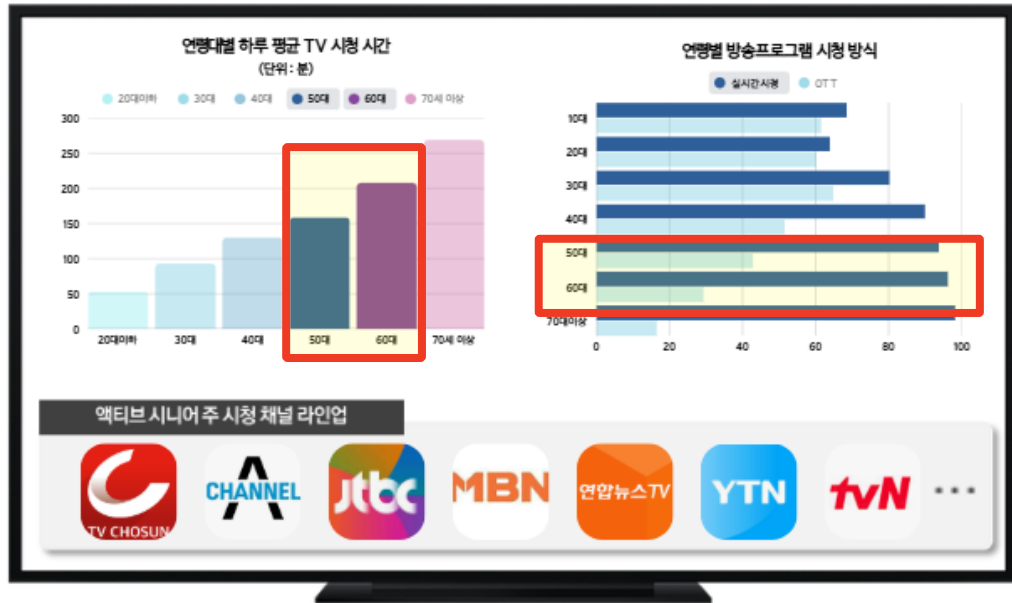
Google Ads

최소 집행 금액
1,000만원

캠페인 집행까지
사전 준비 7일 소요

IPTV Active Senior Package

하루 평균 2시간 반 이상 TV를 시청하며, OTT 보다 실시간 방송을 시청을 선호하는 5069 액티브 시니어 타겟의 주 시청 IPTV 채널 및 콘텐츠에 Always On 으로 노출 가능



**출처 - 방송통신위원회_2024년 방송매체이용행태조사 보고서

Google Display & Video 360

최소 집행 금액
500만원

소재 검수 이후
즉시 집행 가능

Google Ads

최소 집행 금액
1,000만원

캠페인 집행까지
사전 준비 7일 소요

Contact

wishmedia@wishmedia.co.kr

02-554-5574

PROGRAMMATIC NO.1

WISHMEDIA