

— 크로스타겟 프라임 상품소개서

-모티브인텔리전스-

2025년 8월

Index

- 01 모티브인텔리전스 소개
- 02 Digital Video Reach 최적화 필요성
- 03 크로스타겟 프라임 소개
- 04 크로스타겟 프라임 광고 상품
- 05 Appendix
 - CTV광고 시장 현황
 - CTV광고 성과 측정 사례

01

모티브인텔리전스 소개

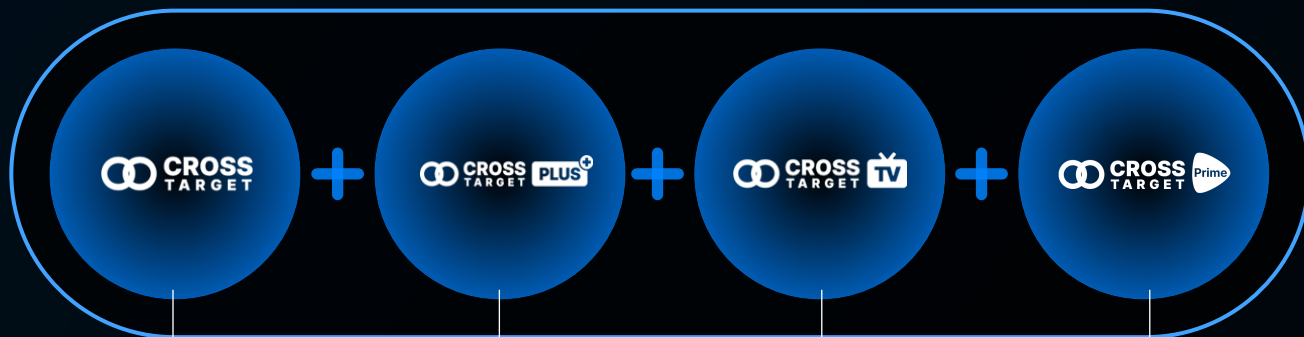
모티브인텔리전스는 기업 마케팅을 자동화하는 글로벌 애드테크 기업입니다.

기업 고객에게 광고 컨설팅과 솔루션을 제공하며,
Mobile에서 TV까지 미디어를 위한 수익을 창출합니다.

Mobile부터 TV까지 브랜딩에서 퍼포먼스까지

FULL-FUNNEL MARKETING SERVICE를 제공합니다.

ADVERTISER



글로벌 및
국내 시장에 최적화된
DSP 광고 플랫폼

국내 유일
SKP + 롯데 DMP
활용한 광고 상품

국내 최초, 국내 최대
프로그래머틱
TV 광고 플랫폼

국내 최대의
크로스 디바이스
동영상 광고 상품



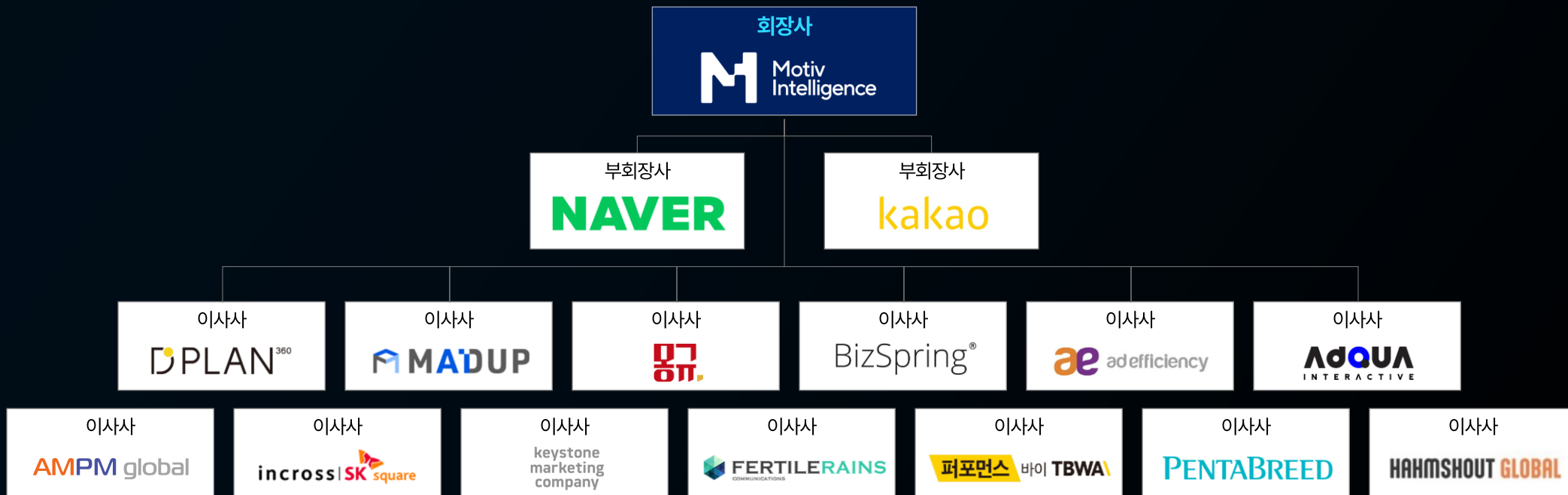
광고 거래 + 매체 수익화
플랫폼



PUBLISHER / SSP



모티브인텔리전스는 한국디지털광고협회 회장사로서
국내 광고산업의 발전을 위해 협력하고 있습니다.



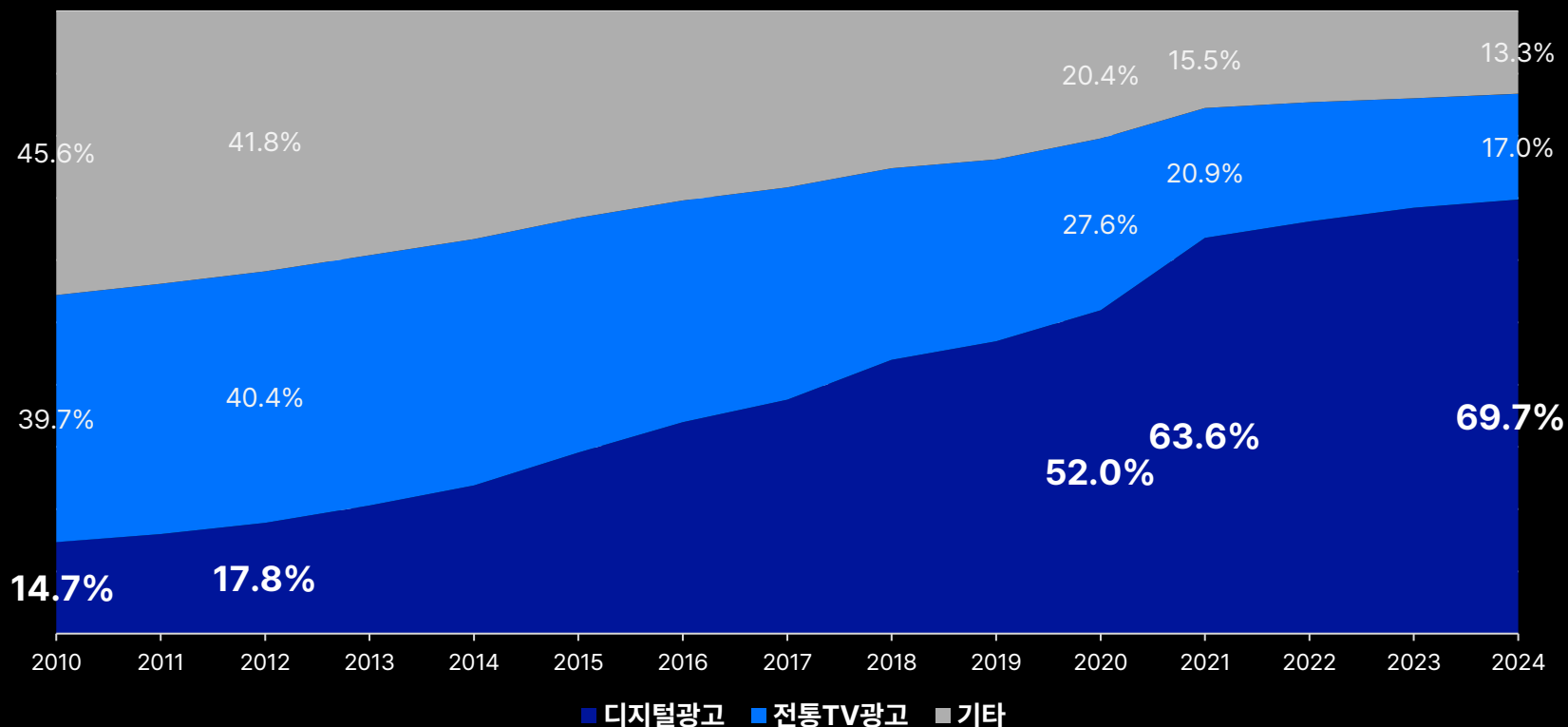
02

Digital Video Reach 최적화 필요성

디바이스의 등장과 광고 시장 변화

PC 및 스마트폰과 같은 새로운 디바이스의 등장에 따라
광고시장은 변화되어 왔습니다.

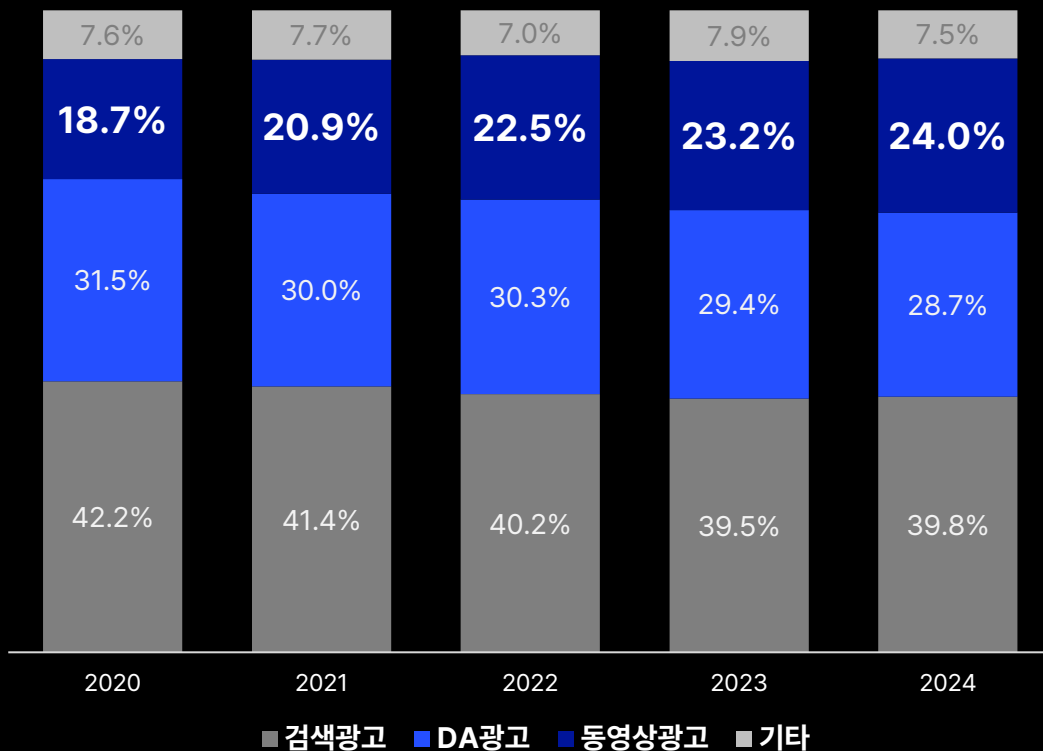
| 글로벌 광고 영역별 비중 변화 |



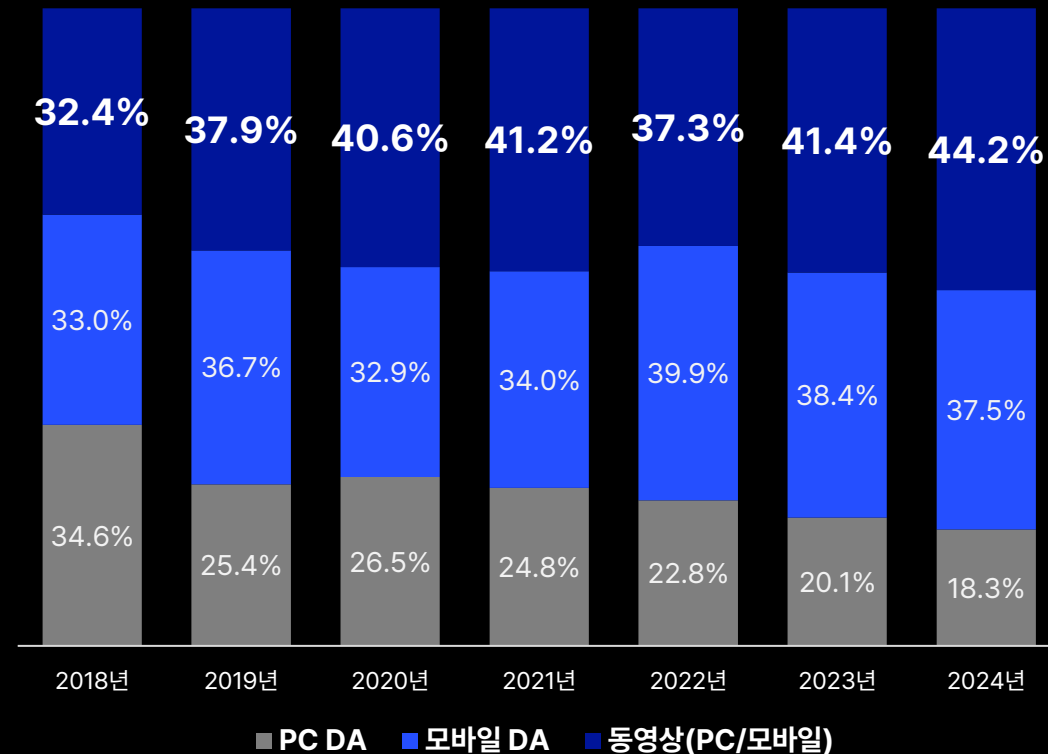
동영상 광고의 중요성

디지털광고의 유형중 동영상광고의 시장규모와 비중이 증가하며 그 중요성이 커지고 있습니다.

광고 유형별 점유율(글로벌)



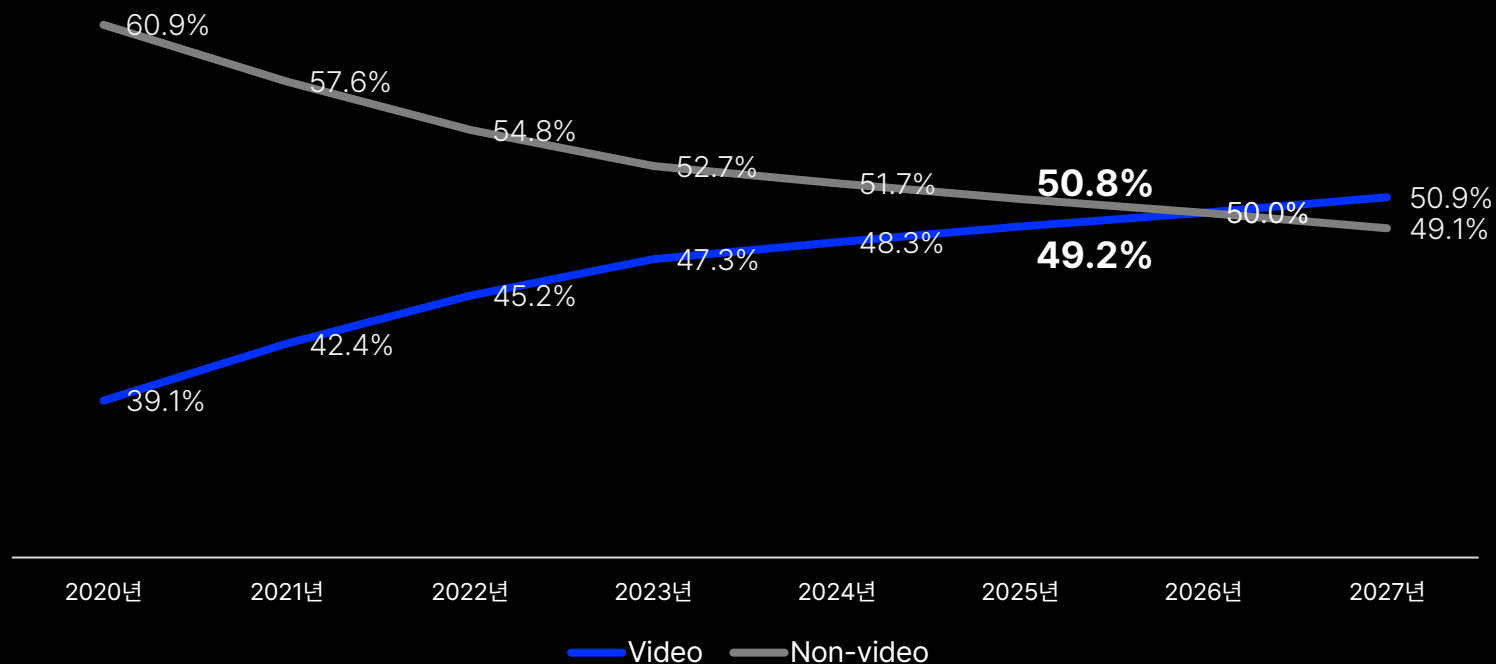
광고 유형별 점유율(국내)



동영상 콘텐츠 소비 증가 – 미국

동영상 콘텐츠 소비 시간과 비중이 빠르게 성장하고 있어
동영상광고의 장기적인 성장이 예상됩니다.

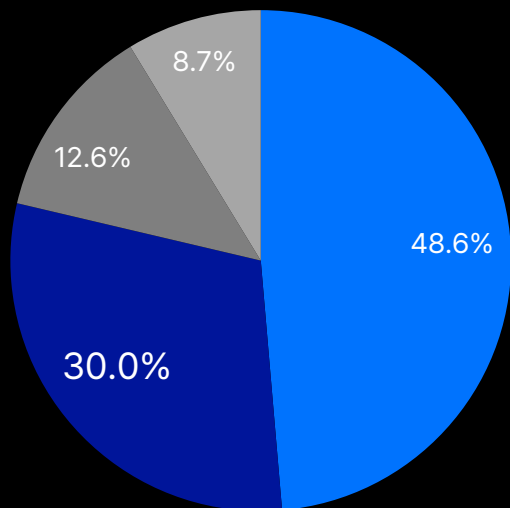
| 디지털 콘텐츠 중 동영상 사용 시간 비중 (미국) |



디지털 콘텐츠 소비 디바이스의 다변화

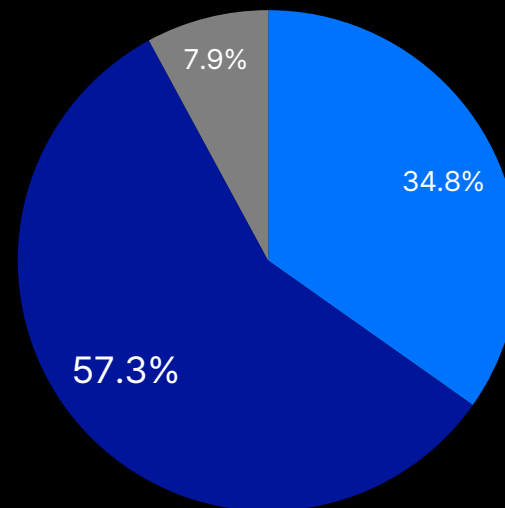
스마트TV의 확산으로 디지털 콘텐츠 사용 디바이스 중 CTV의 비중이 증가하였고
특히 디지털 동영상 사용 시 CTV가 가장 중요한 디바이스로 사용되고 있습니다.

| 디바이스별 '디지털 콘텐츠' 사용 비중 (미국, 2025) |



■ 모바일 ■ CTV ■ PC ■ 기타

| 디바이스별 '디지털 동영상' 사용 비중 (미국, 2025) |



■ 모바일 ■ CTV ■ PC

디지털 콘텐츠 소비 디바이스의 다변화

국내에서도 디지털 동영상 콘텐츠 시청 시
평균 53%가 TV를 사용할 정도로 CTV 디바이스의 중요성이 커지고 있습니다.

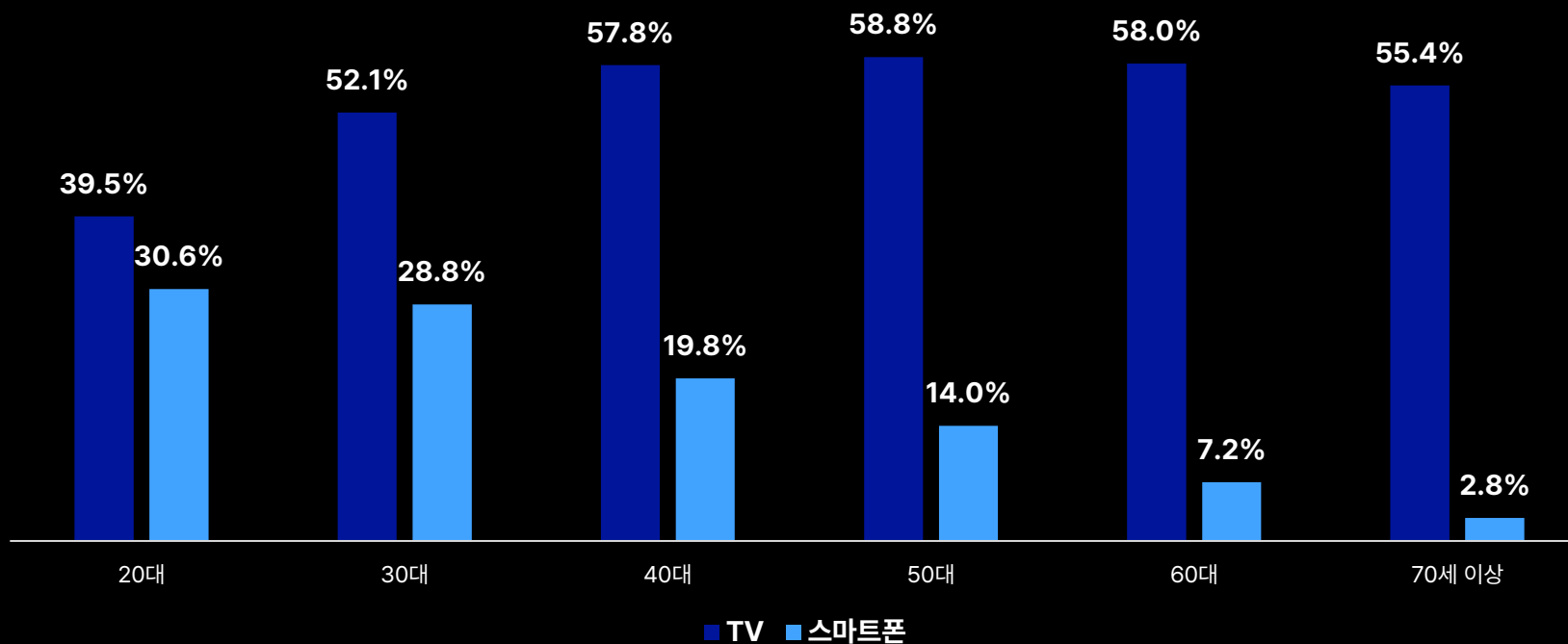
디지털 동영상 시청 시 사용 디바이스 비중 (한국, 2024)

기기	전체	남	여	10대	20대	30대	40대	50대
모바일	84.7	86.3	83	80.3	86.6	90.8	85.7	77.9
TV	53.0	50.4	55.7	43.6	40.8	57.7	62.7	58.0
태블릿 PC	37.8	34.9	40.8	53.9	46.5	35.9	30.0	24.0
PC	35.7	44.2	26.6	38.2	48.8	34.6	29.3	27.1
기타	0.4	0.2	0.6	0.0	0.0	0.8	0.5	0.6

고품질 동영상 콘텐츠 이용 디바이스

시청시간이 길고 품질이 높은 고품질 동영상 콘텐츠의 경우
전 연령대에서 TV디바이스 이용 비율이 높게 조사 되었습니다.

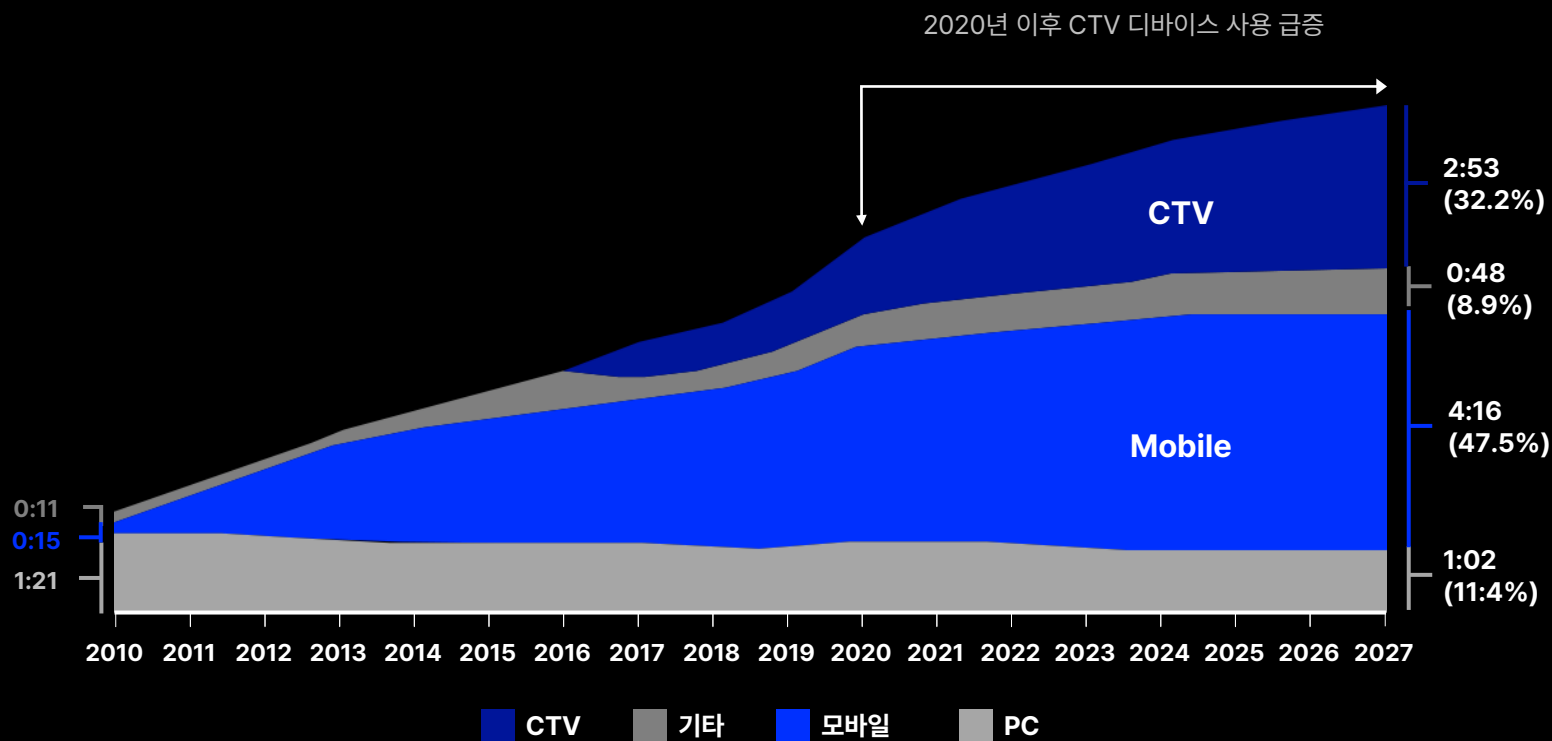
| 방송콘텐츠 이용 디바이스(실시간 및 VOD, 한국, 2024) |



디지털 콘텐츠 소비 디바이스의 다변화 심화

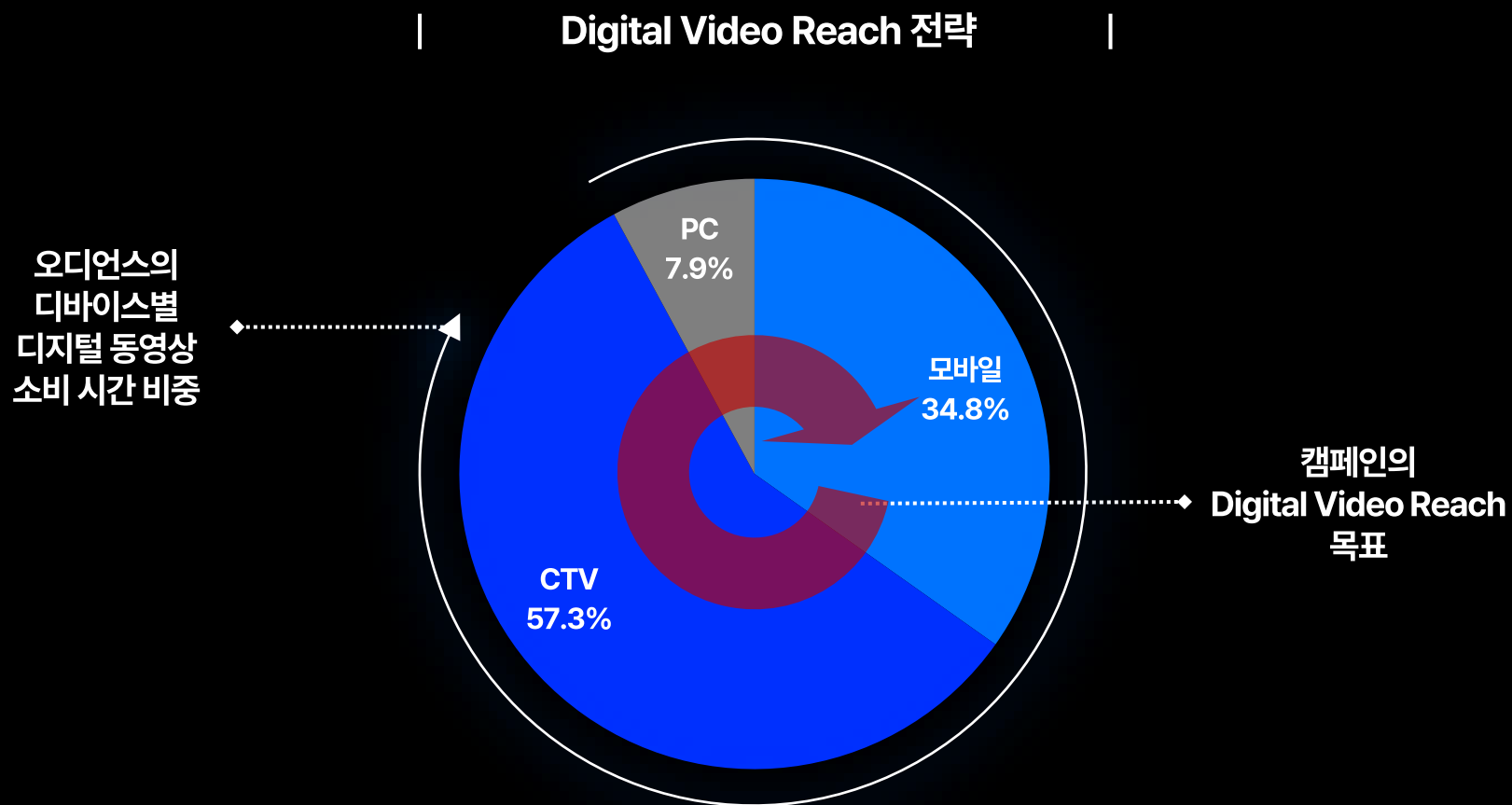
스마트TV의 확산으로 디지털 콘텐츠 소비 디바이스 중 CTV의 비중이 확대되고 모바일의 비중은 50%이하에서 지속 감소될 것으로 예측되고 있습니다.

스마트 디바이스 사용 비중 추이(미국)



Digital Video Reach(DVR) 최적화 전략 필요

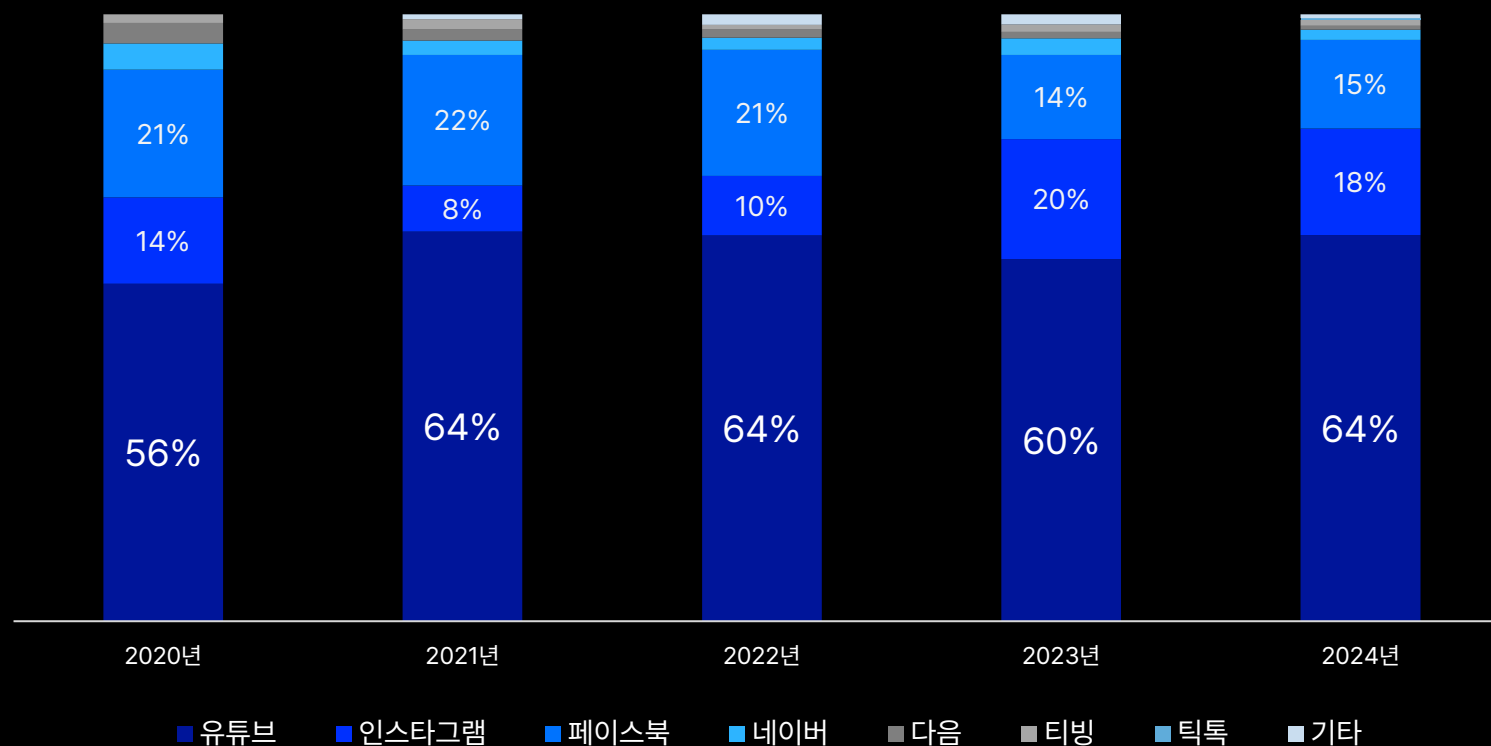
다변화된 디지털 콘텐츠 소비 디바이스 환경에 대응하여
캠페인 타겟 오디언스에 맞는 Digital Video Reach 최적화 전략이 필요합니다.



국내 동영상 광고 시장 점유율

국내 동영상 광고 현황은 유튜브등 일부 글로벌 플랫폼의 점유율이 90%이상 차지하며 모바일에 편중되어 디지털 동영상 콘텐츠 소비 여정 전반을 도달하는데 한계가 있습니다.

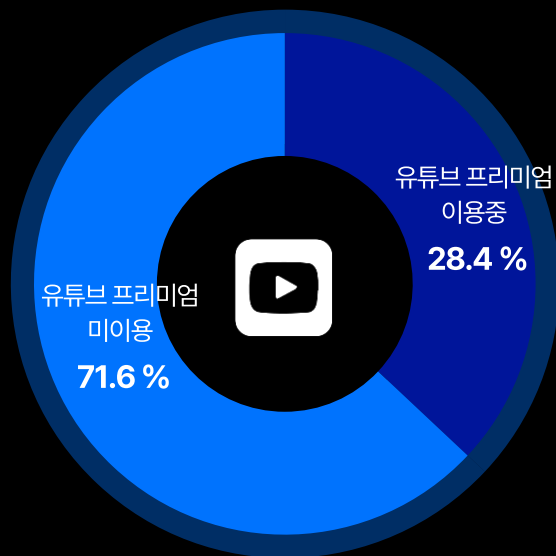
| 동영상광고 점유율(국내) |



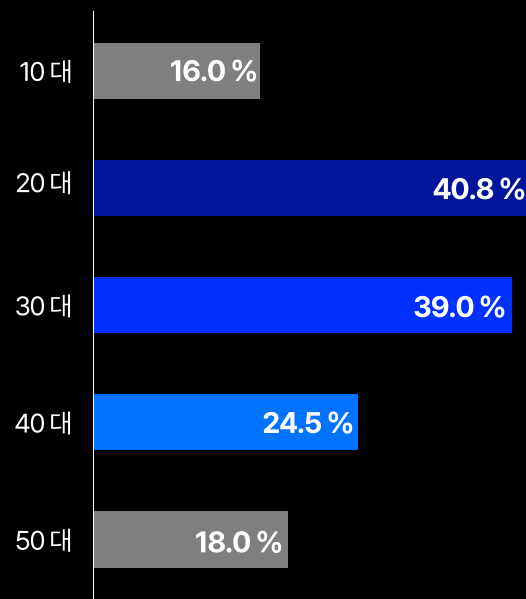
유튜브 프리미엄 사용자 비중

국내 인구 약28%가, 20-30대의 약 40%가
유튜브 프리미엄을 사용중입니다.

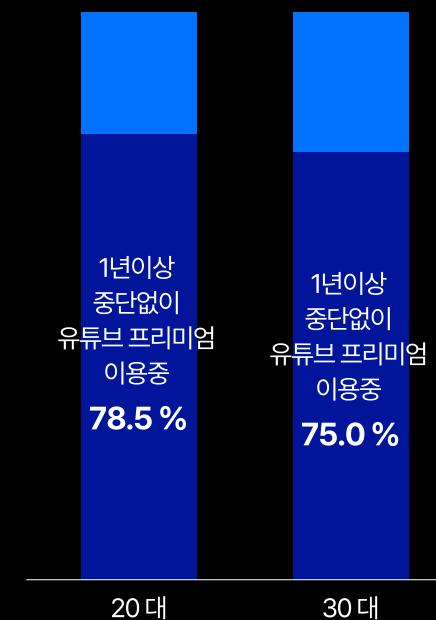
| 유튜브 프리미엄 이용률 |



| 연령별 유튜브 프리미엄 이용률 |



| 유튜브 프리미엄 이용자의 구독지속 기간 |



Digital Video Reach(DVR) 최적화를 위한 과제

디지털 동영상광고는 디지털광고 전략의 핵심입니다.

디지털 동영상광고 성과 개선을 위해서는 오디언스 데이터를 바탕으로 Digital Video Reach 최적화가 필요합니다.

유튜브 프리미엄 사용자에 대한 도달 확보

TV디바이스(CTV)에 대한 도달 확보

추정이 아닌 행동이력 데이터에 기반한 정교한 타겟팅

Brand Safety 확보

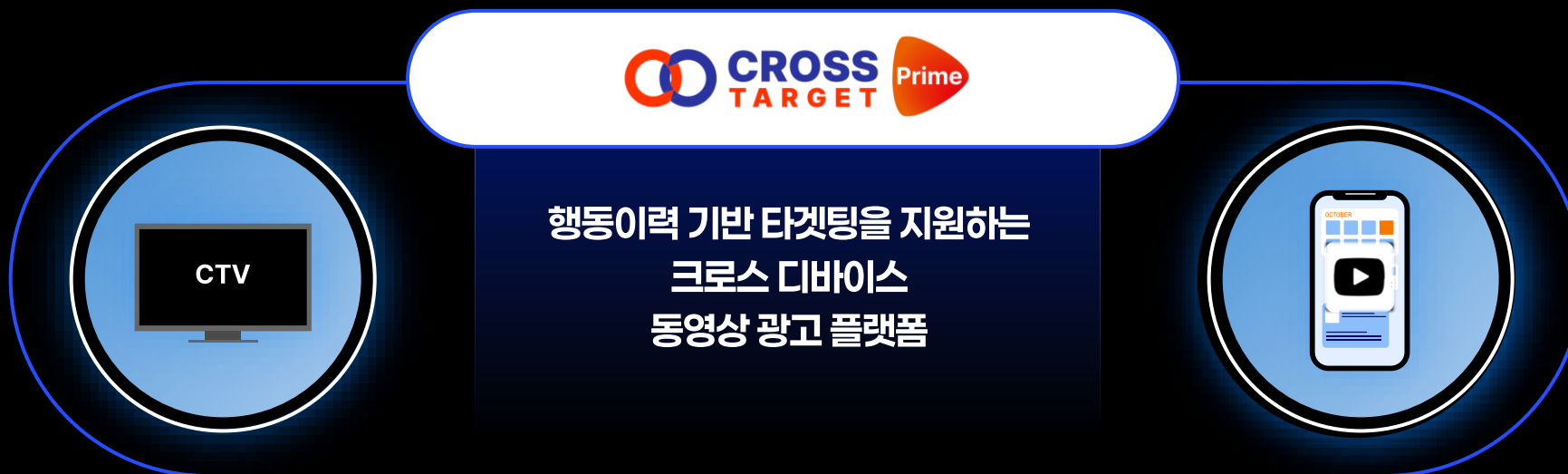
ROI 개선 - 합리적 단가 및 데이터에 근거한 성과 측정

03

크로스타겟 프라임 소개

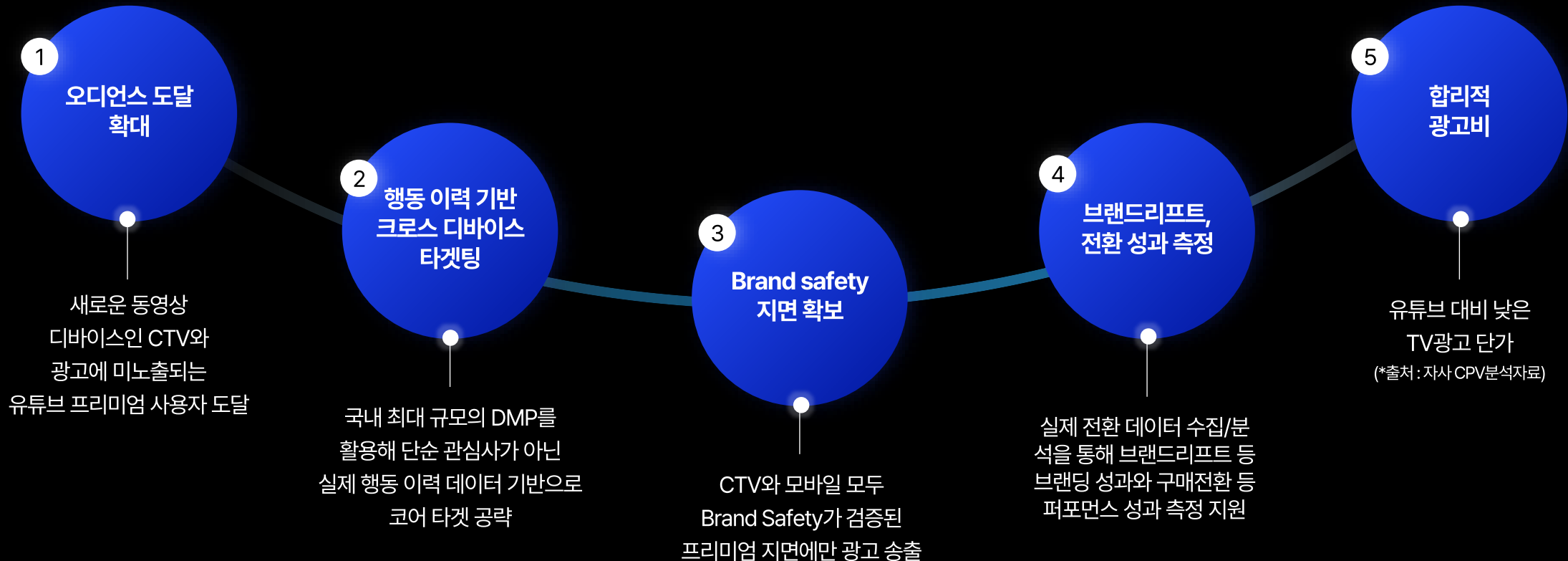
국내 최대의 크로스 디바이스 동영상 광고

크로스타겟 프라임은 CTV와 모바일 디바이스에서
고품질 동영상 인벤토리를 제공하는 국내 최대의 크로스 디바이스 동영상 광고 플랫폼입니다.



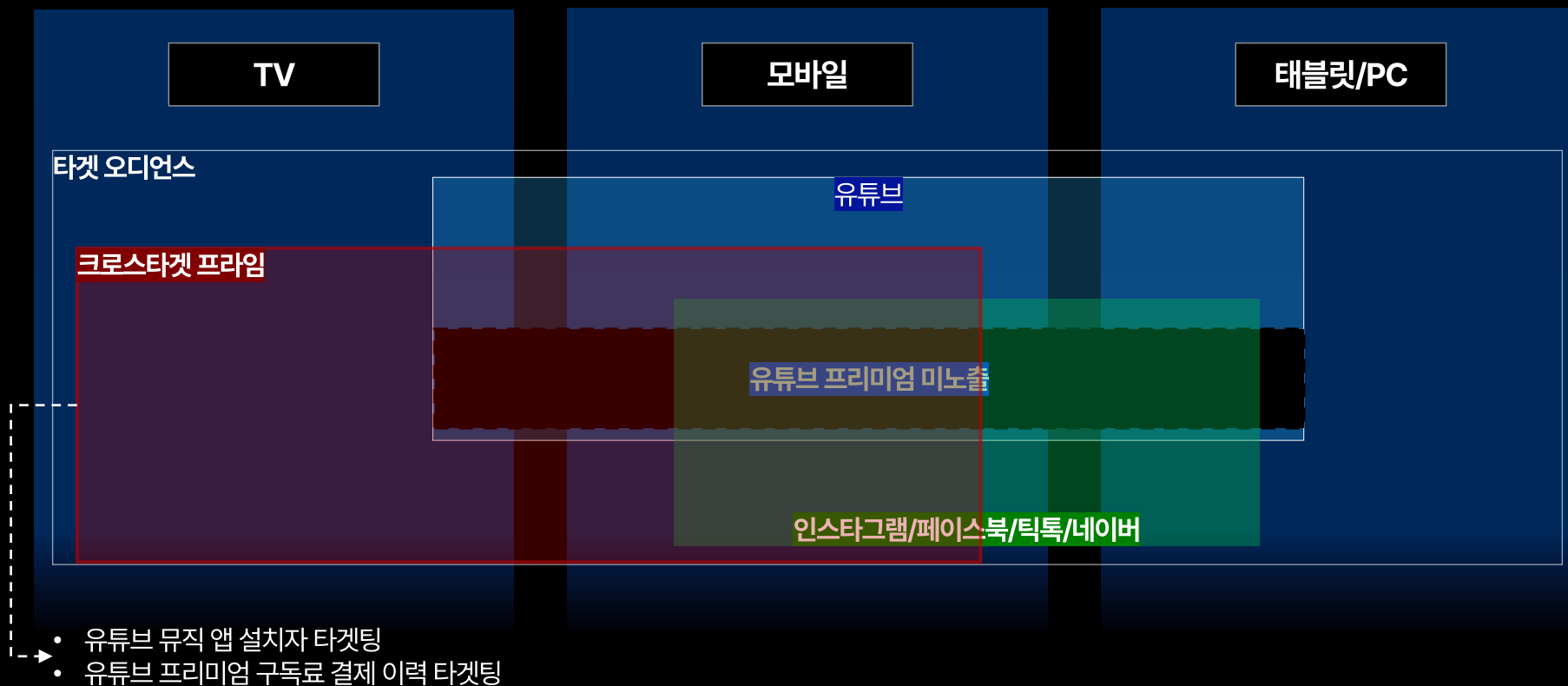
유튜브를 보완하여 최적의 DVR 확보 지원

유튜브광고를 보완하여 보다 폭 넓은 디바이스와
오디언스를 도달할 수 있게 최적의 Digital Video Reach 확보를 지원합니다.



TV와 유튜브 프리미엄 사용자로의 오디언스 확대

크로스 디바이스 매칭 기술과 정교한 오디언스 데이터를 활용하여
타겟 오디언스에 대한 Digital Video Reach 확대를 지원합니다.



DMP를 활용한 행동이력 기반 타겟팅 지원

국내 최다 DMP와 크로스 디바이스 매칭 특허 기술로
CTV와 모바일 디바이스에서 실제 행동 이력 기반의 타겟팅을 지원합니다.

| 행동이력 기반 크로스 디바이스 타겟팅 |



Lotte DMP

롯데 멤버스 적립 데이터 검색, 쇼핑, 방문이력, 오프라인 결제이력, 관심사, 영화예매정보, 앱 프로필 정보



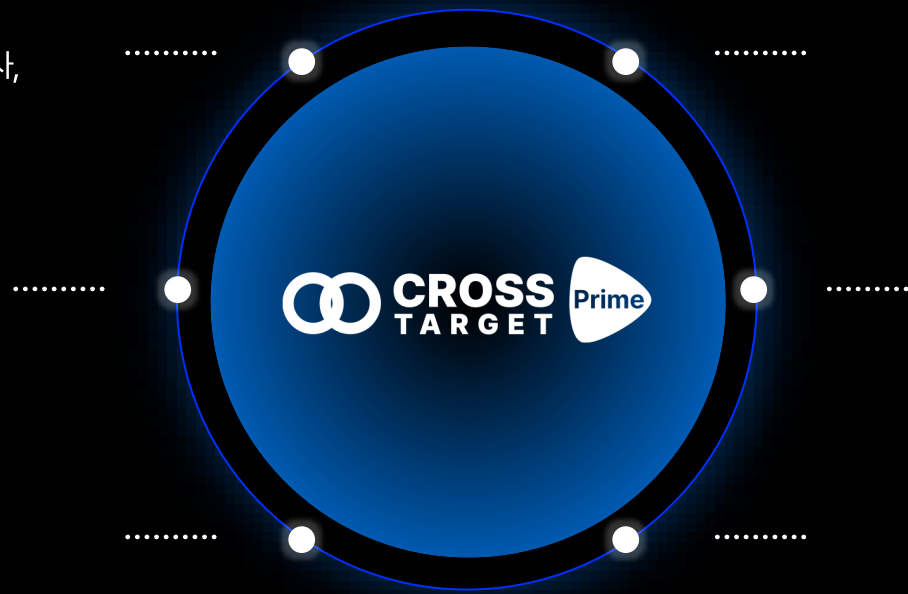
실내위치 DMP

70만개 이상의 실내위치 방문이력 데이터



자사 DMP

모바일 광고 데이터



SKP DMP

SKP 서비스내 검색, 쇼핑, 방문이력, T MAP 목적지 검색 및 설정 이력, 앱 설치 데이터



KB DMP

은행 이체 이력, 카드 결제 이력, 부동산 투자 데이터, 앱 설치 데이터



TG360

온/오프라인 커머스 행동 데이터, 검색 이력 데이터, 앱 설치 데이터



DMP를 활용한 행동이력 기반 타겟팅 세그먼트

국내 최다 DMP에서 입체적으로 추출한 세그먼트로
CTV와 모바일 디바이스에서 실제 행동 이력 기반의 타겟팅을 지원합니다.

기본 세그먼트

커스텀 세그먼트

광고주의 캠페인에 최적화된
세그먼트

- 관련 제품 구매이력
- 경쟁사 제품 구매이력
- 관련 매장 방문

고가치 세그먼트

고소득 고소비 특화 세그먼트
(기본제공)

- Gen-Z
- 아이폰 / 아이패드 사용자
- 신용카드 상위 10% 소비자
- 강남3구 거주자 타겟팅
- 백화점 빈번 방문 / 구매자
- 고소득자 / 고가지역 거주자
- 명품 관심자
- 유튜브 뮤직 앱 설치자
- 유튜브 프리미엄 구독료 결제자



확장 세그먼트

라이프스타일 세그먼트

유사 라이프스타일 세그먼트
(복수선택가능)

- MZ세대, X세대, 실버 세대 등
- MBTI 세그먼트
- 고가치 세그먼트의 Look-a-like 확장

Brand Safety 지원 - 동영상 광고 노출지면

TV의 고품질 방송/영화 콘텐츠와 검증된 모바일 광고 지면을 제공하여
광고주의 Brand Safety를 지원합니다.

CTV

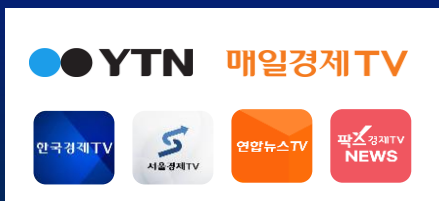
예능/오락



영화/드라마



뉴스/경제

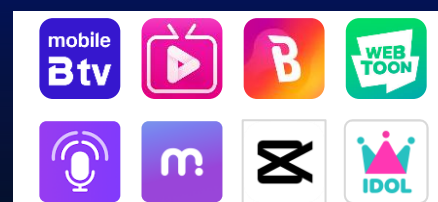


스포츠/건강

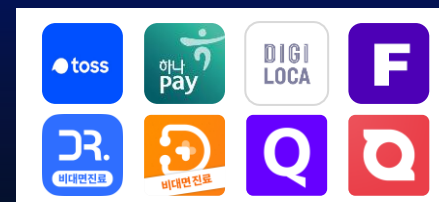


모바일APP 동영상

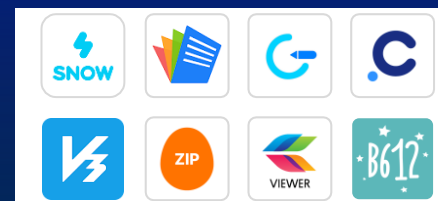
영상/음악/웹툰 콘텐츠



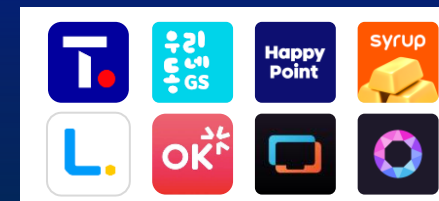
금융/의료/쇼핑



생산성 & 도구



라이프스타일



브랜딩 성과 및 퍼포먼스 성과 측정 지원

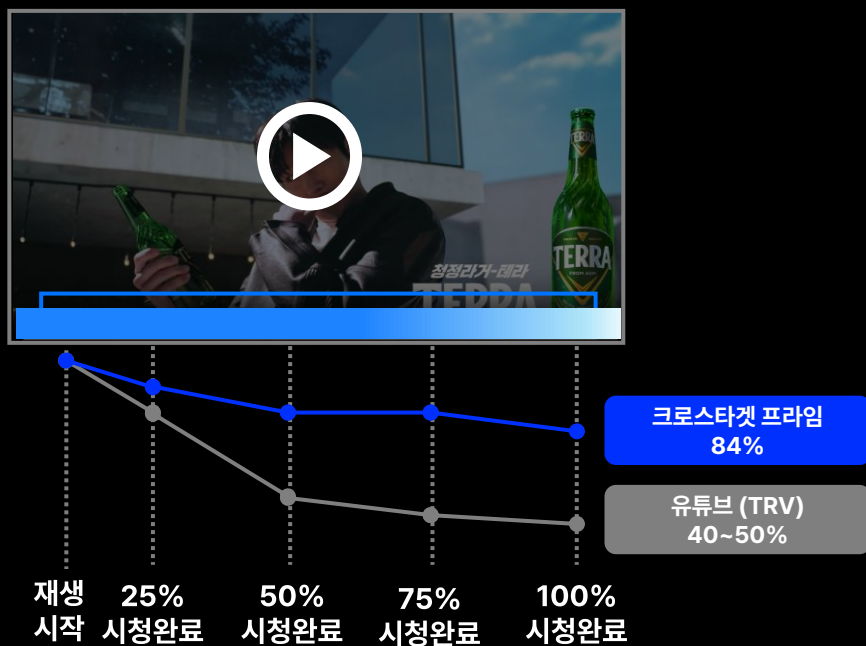
MMP, CTS(Conversion Tracking Script), DMP 데이터 수집 및 분석을 통해
브랜드 리프트와 같은 브랜딩 성과 및 구매 전환과 같은 퍼포먼스 성과 측정을 지원합니다.



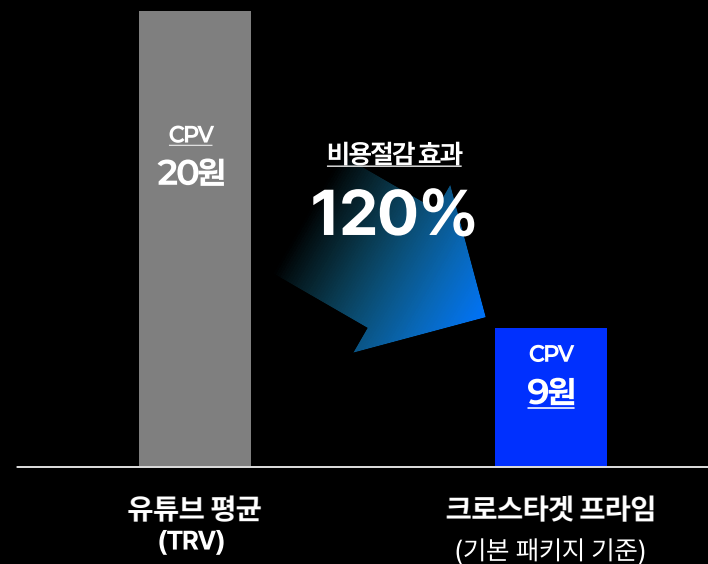
합리적 광고비

유튜브 대비 우수한 시청완료율을 확보하여
CPV 단가 효율과 캠페인의 효율을 개선시킬 수 있습니다.

우수한 시청완료율

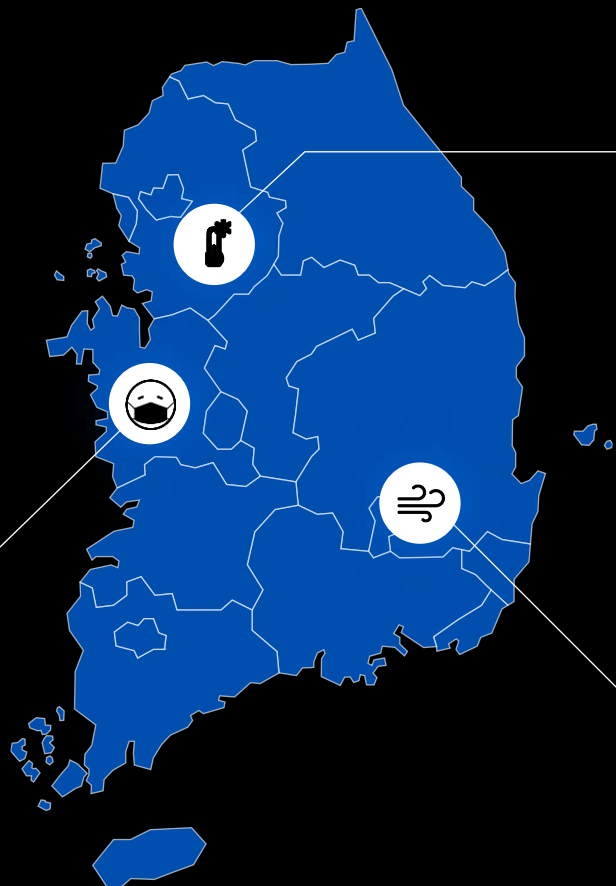


합리적 광고 노출 단가



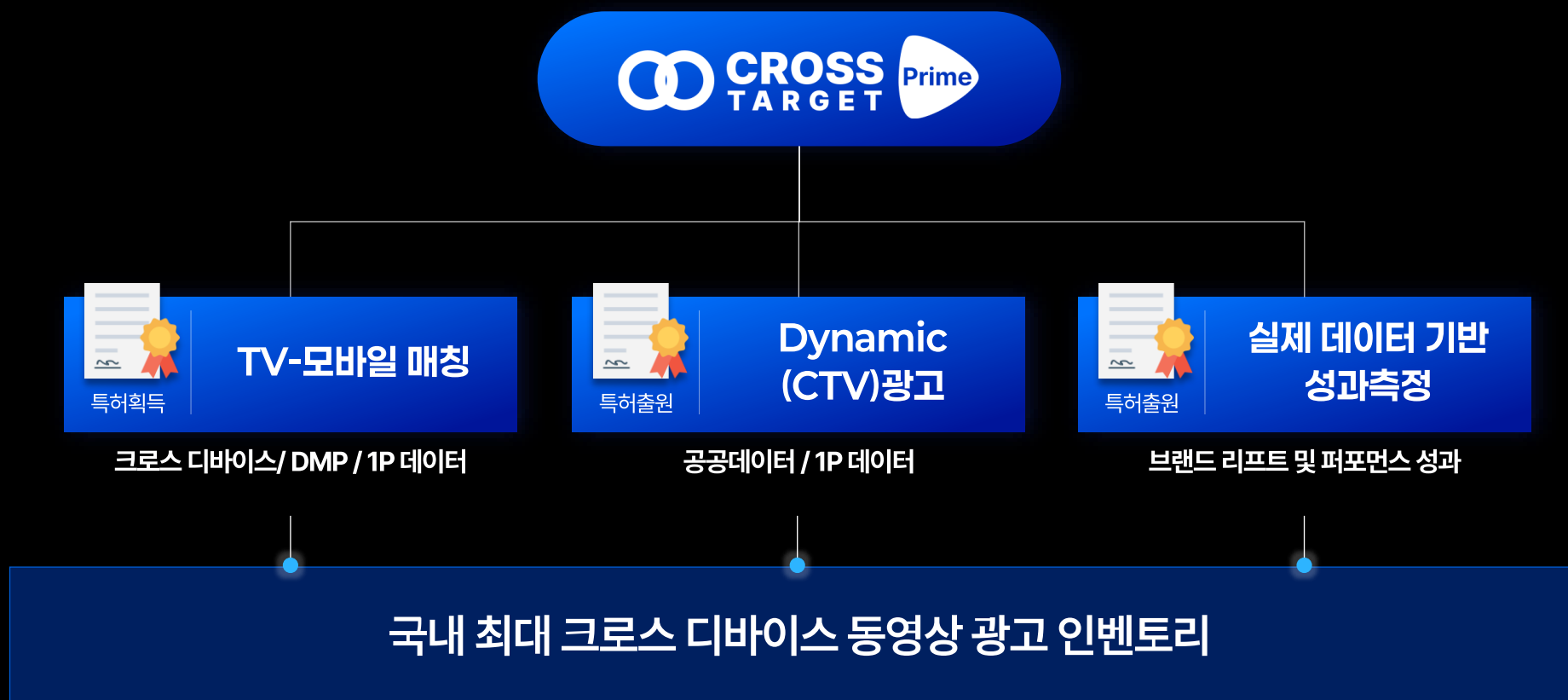
혁신적인 광고 상품 – Dynamic 광고

광고 노출 지역의 실시간 날씨/대기상태 데이터를 인식하여 적합한 소재가 노출됩니다.
시/군/구 단위로 같은 시간대라도 날씨/대기상태에 따라 다른 소재가 노출 됩니다.



혁신적인 광고 상품 – 초격차 기술

모티브인텔리전스는 초격차 기술로
차별화된 크로스 디바이스 광고를 제공합니다.



04

크로스타겟 프라임 광고 상품

크로스타겟 프라임 광고 집행 절차

크로스타겟 프라임 광고 집행 절차는

스탠다드 상품을 선택하거나 스페셜 상품을 선택하면 됩니다.



1. 스탠다드 상품

- 1) 타겟 세그먼트 선택
- 2) 노출 지면 패키지 선택

2. 스페셜 상품

- 유튜브 보완 패키지

1. 스탠다드 상품 - 타겟 세그먼트 선택

도달하고자 하는 타겟 세그먼트를 협의 또는 선택합니다.

기본 세그먼트

커스텀 세그먼트

광고주의 캠페인에 최적화된
세그먼트

- 관련 제품 구매이력
- 경쟁사 제품 구매이력
- 관련 매장 방문

고가치 세그먼트

고소득 고소비 특화 세그먼트
(기본제공)

- Gen-Z
- 아이폰 / 아이패드 사용자
- 신용카드 상위 10% 소비자
- 강남3구 거주자 타겟팅
- 백화점 빈번 방문 / 구매자
- 고소득자 / 고가지역 거주자
- 명품 관심자
- 유튜브 뮤직 앱 설치자
- 유튜브 프리미엄 구독료 결제자



확장 세그먼트

라이프스타일 세그먼트

유사 라이프스타일 세그먼트
(복수선택가능)

- MZ세대, X세대, 실버 세대 등
- MBTI 세그먼트
- 고가치 세그먼트의 Look-a-like 확장

1. 스탠다드 상품 - 노출 지면 패키지 선택

미리 구성된 아래 2가지 패키지 중 선택합니다.
또는 광고주가 노출 비중 및 빈도를 결정합니다.

CTV 우선 패키지

기존 미디어 믹스에서 모바일 도달
비중이 높아 CTV에서의
Digital Video Reach 확대가
필요한 캠페인

VS

모바일 우선 패키지

크로스타겟 프라임 캠페인으로
CTV / 모바일 양쪽의
균형 있는 Digital Video Reach
확보가 필요한 캠페인

1. 스탠다드 상품 - 노출 지면 패키지 선택

CTV 우선 패키지

- CTV의 노출 비율을 높여 TV에서의 Digital Video Reach를 강화합니다.

CTV 우선 패키지

상품명	광고비	소재 길이	노출 위치	세그먼트	보장 View	평균 CPV
CTV	30,000,000	15초	IPTV, FAST, VOD	광고주 선택	2,968,815	8.41원
모바일 영상		15초	모바일 영상 지면	광고주 선택	600,000	
크로스타겟 프라임 Total	30,000,000				3,568,815	8.41원

*광고비는 최소 광고비 3,000만원 이상에서 조정 가능하며 조정 시 상품별 비중에 따라 View수가 조정됩니다. CTV의 상품들의 경우, 원하시는 상품으로 비중 조정 가능하며 대신 단가가 상이할 수 있습니다.



추천합니다!

- 기존 모바일 중심 미디어 믹스에 CTV 도달을 추가하여 Digital Video Reach를 확대하고자 하는 캠페인

1. 스탠다드 상품 - 노출 지면 패키지 선택

모바일 우선 패키지

- CTV와 모바일에서 균형있는 Digital Video Reach를 확보합니다.

모바일 우선 패키지

상품명	광고비	소재길이	노출 위치	세그먼트	보장 View	평균 CPV
CTV	30,000,000	15초	IPTV, FAST, VOD	광고주 선택	1,484,408	9.13원
모바일 영상		15초	모바일 영상 지면	광고주 선택	1,800,000	
크로스타겟 프라임 Total	30,000,000				3,284,408	9.13원

*광고비는 최소 광고비 3,000만원 이상에서 조정 가능하며 조정 시 상품별 비중에 따라 View수가 조정됩니다. CTV의 상품들의 경우, 원하시는 상품으로 비중 조정 가능하며 대신 단가가 상이할 수 있습니다.



추천합니다!

- 캠페인 예산이 크지 않아 CTV와 모바일의 균형 있는 Digital Video Reach 확보가 필요한 캠페인

2. 스페셜 상품 – 유튜브 보완 패키지

유튜브 보완 패키지

- 유튜브 프리미엄 사용자 세그먼트를 집중 공략하여 유튜브 프리미엄 사용자와 CTV에서의 Digital Video Reach를 강화합니다.

유튜브 보완 패키지

상품명	광고비	소재길이	노출 위치	세그먼트	보장 View	평균 CPV
CTV	30,000,000	15초	IPTV, FAST, VOD	유튜브 프리미엄 가입자 + 고가치 세그먼트 + 커스텀 세그먼트	2,226,612	8.76원
모바일 영상		15초	모바일 영상 지면	유튜브 프리미엄 가입자	1,200,000	
크로스타겟 프라임 Total	30,000,000				3,426,612	8.76원

*광고비는 최소 광고비 3,000만원 이상에서 조정 가능하며 조정 시 상품별 비중에 따라 View수가 조정됩니다. CTV의 상품들의 경우, 원하시는 상품으로 비중 조정 가능하며 대신 단가가 상이할 수 있습니다.

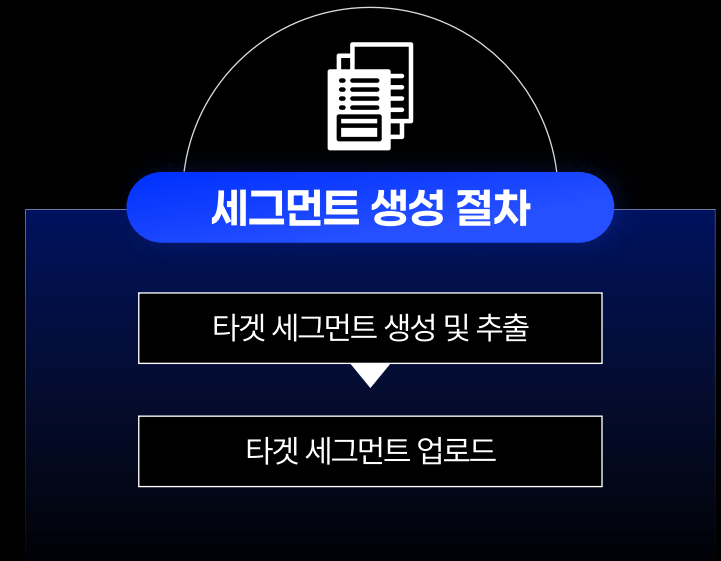


추천합니다!

- 모바일과 유튜브에 집중된 도달을 확대하 Digital Video Reach를 최적화 하고자 하는 광고주
- CTV와 모바일을 통해 유튜브로 공략하지 못하는 고객에게 전달하기 위한 최상의 광고 전략 방법

광고 집행 가이드

순서	주체	비고
1. 광고 제안 요청	광고주/대행사/미디어렙사	
2. 타겟 제안 및 미디어 믹스 전달	모티브인텔리전스	
3. 진행 및 미디어믹스 확정	광고주/대행사/미디어렙사	* 집행 최소 5일 전
4. 세그먼트 생성 및 업로드	모티브인텔리전스	* 집행 최소 4일 전
5. 소재 전달	광고주/대행사/미디어렙사	* 집행 최소 2일 전
6. 캠페인 셋팅 및 검수	모티브인텔리전스	
7. 광고 LIVE / 리포트 제공	모티브인텔리전스	
8. 세금계산서 발행	모티브인텔리전스	* 종료 월 기준
9. 광고비 입금	광고주/대행사/미디어렙사	



05

Appendix

- CTV광고 시장 현황
- CTV광고 성과 측정 사례

CTV광고란?

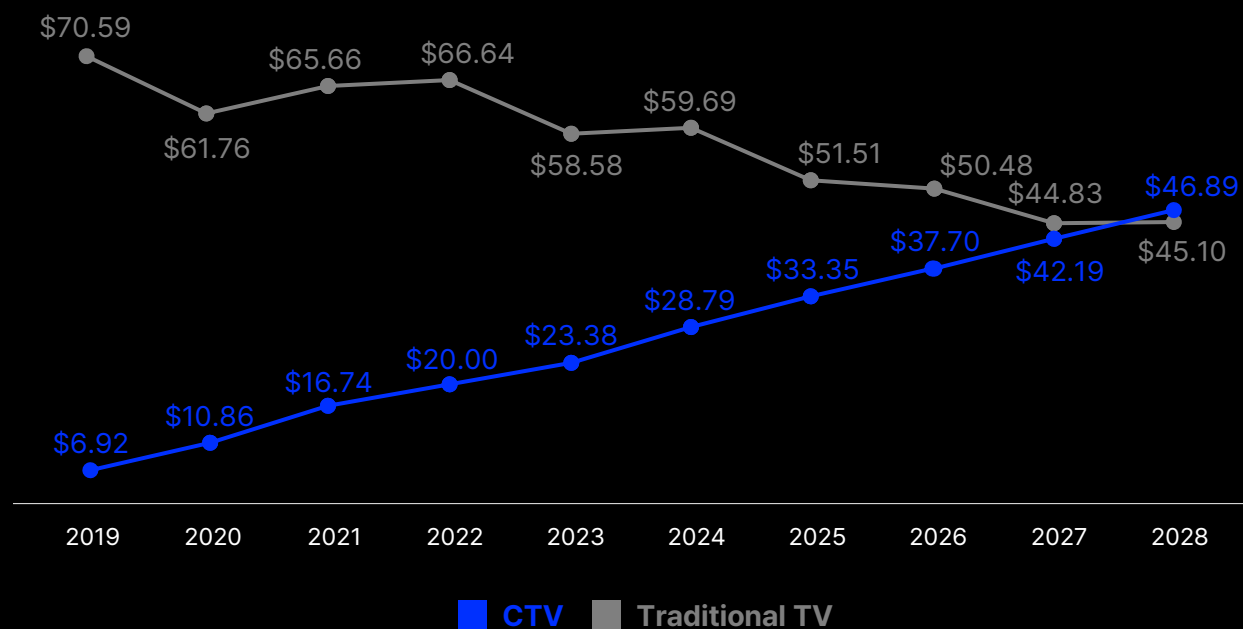
CTV(Connected TV)광고는 CTV디바이스에 노출되는 광고로써,
CTV는 직접 또는 셋탑이나 게임용 콘솔등 주변기기 연결을 통해 인터넷에 연결된 TV로
실시간 TV 방송 외에 OTT, 어드레서블TV, VOD, FAST등 다양한 TV 서비스 시청이 가능한 디바이스입니다.



CTV광고 시장 규모

CTV광고는 빠르게 성장하여
2028년도에는 전통 TV광고 시장 규모를 추월할 것으로 예상됩니다.

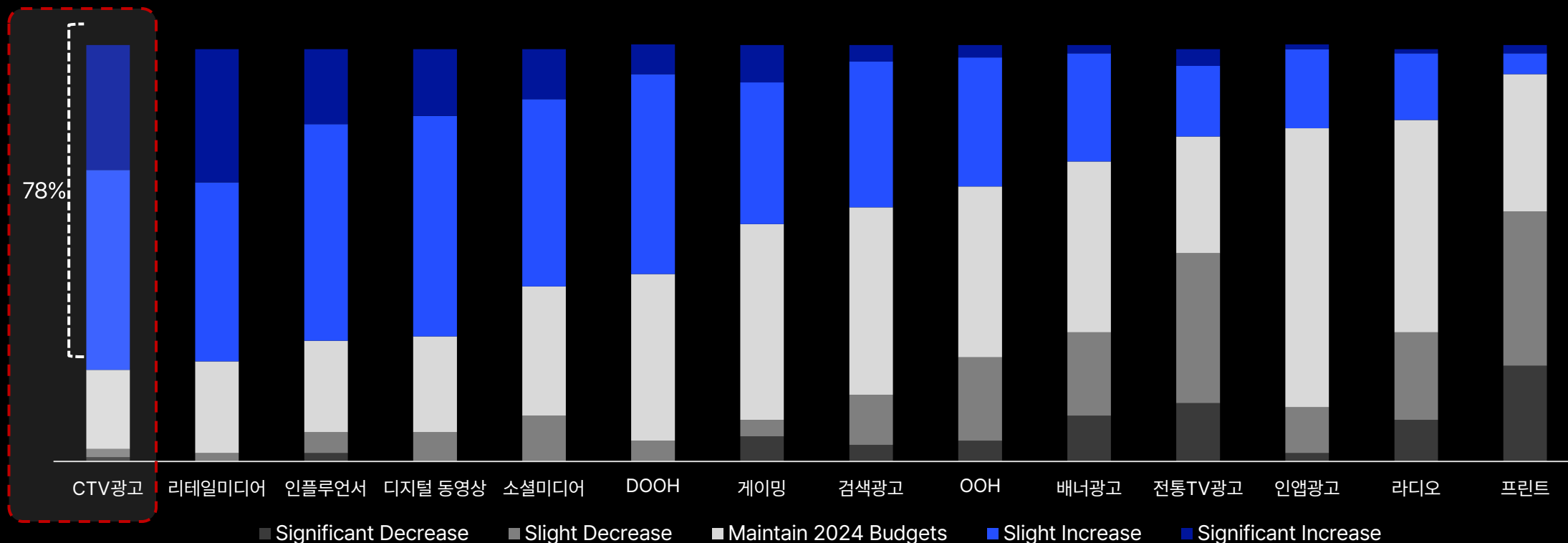
| CTV광고 시장 규모 추이(미국) |



글로벌 광고주들의 CTV광고 투자 계획

글로벌 광고주들은 2024년에 이어 2025년에도 CTV광고의 투자를 가장 많이 확대할 예정입니다.

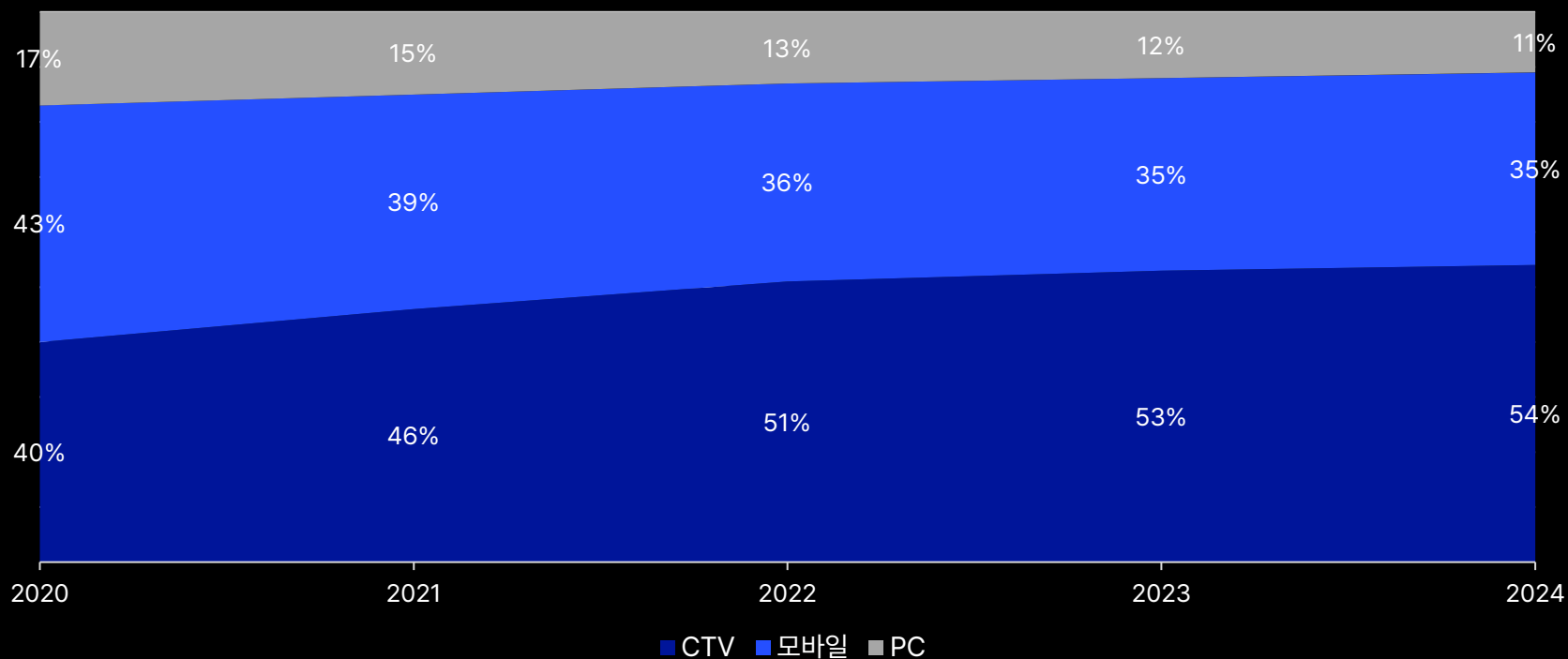
2025년도 광고 유형별 투자 계획(글로벌)



디지털 동영상 광고 중 CTV광고 비중

CTV광고는 디지털 동영상 광고의 50% 이상을 차지할 정도로 핵심적인 디지털 동영상 광고입니다.

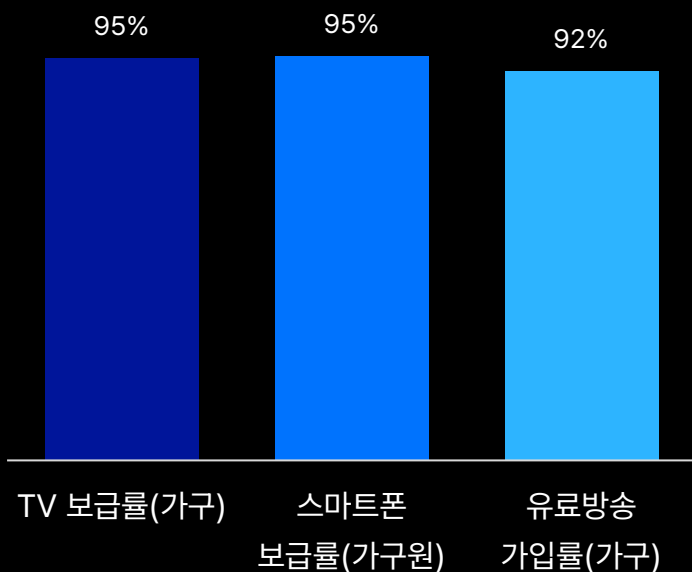
| 연도별 디바이스별 동영상광고 노출 비중 (글로벌) |



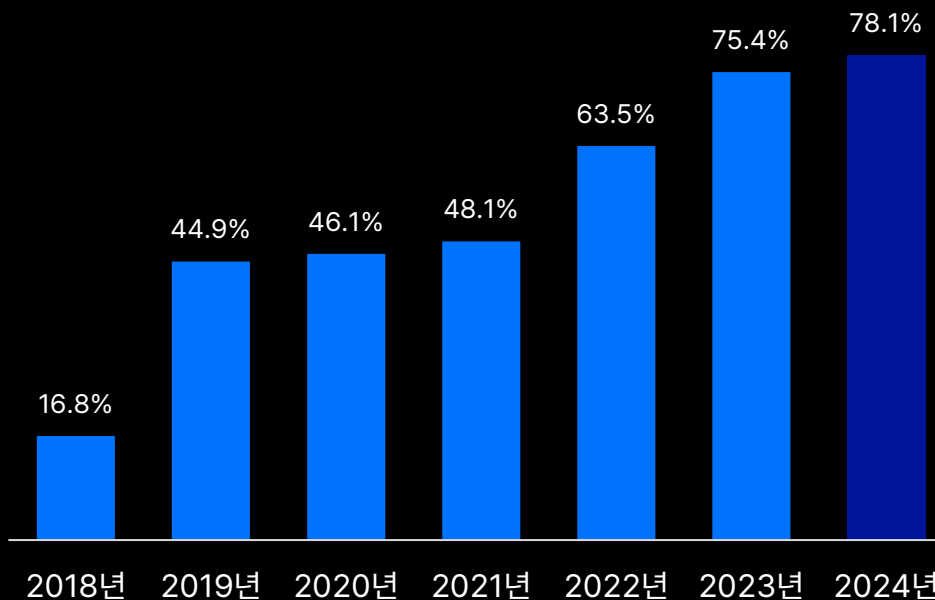
TV디바이스 이용 현황 - 국내

국내 TV디바이스는 이미 인터넷에 연결된 또다른 스마트 디바이스이며
스마트폰에 뒤지지 않는 디지털 콘텐츠용 디바이스입니다.

| TV 보급률(2024) |

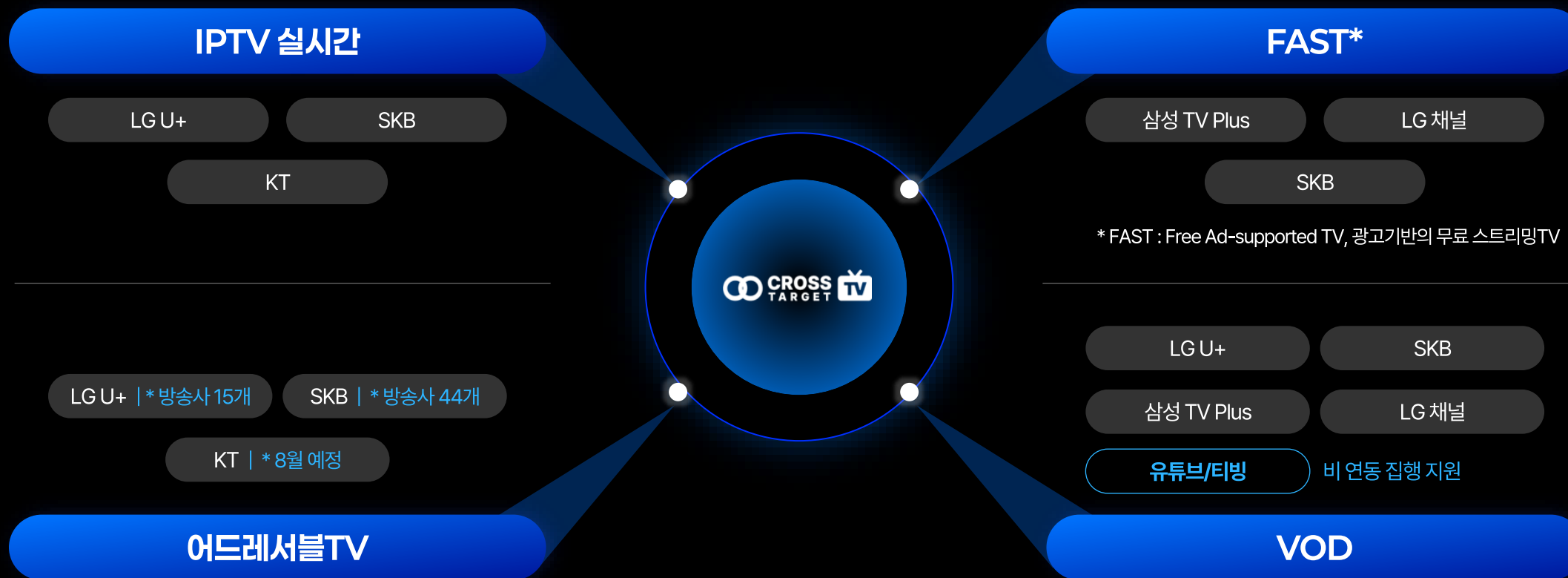


| 스마트TV 보급률 추이 |



크로스타겟TV 광고 연동 현황

크로스타겟TV는 국내 최초로 상용화되어 가장 다양한 지면과 연동된 CTV광고 플랫폼입니다.
프로그래머틱광고 방식으로 어드레서블TV, IPTV실시간, FAST, VOD 광고를 통합 집행할 수 있습니다.



크로스타겟TV 광고 노출 지면



CTV광고 성과 측정 사례 – CTS* 데이터 분석 사례

* Conversion Tracking Script

아웃도어 브랜드

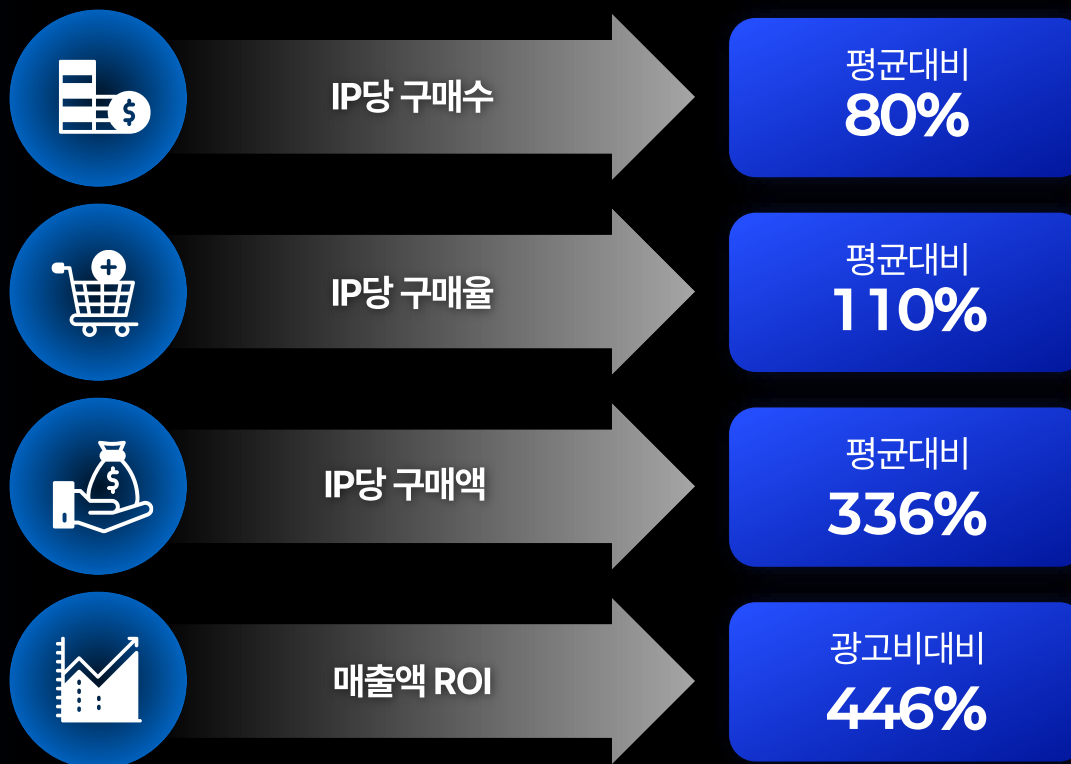


경쟁사 제품 구매자

등산, 캠핑 관련자

고가치 세그먼트 - 고소득자

* 2024/07 캠페인



CTV광고 성과 측정 사례 – MMP 데이터 분석 사례

중고 거래앱



소상공인 관련업체 방문 이력

소상공인 관련 앱 설치 이력

소상공인 관련 구매이력

* 2024/07 캠페인



CTV광고 성과 측정 사례 – DMP 데이터 분석 사례

음료 브랜드

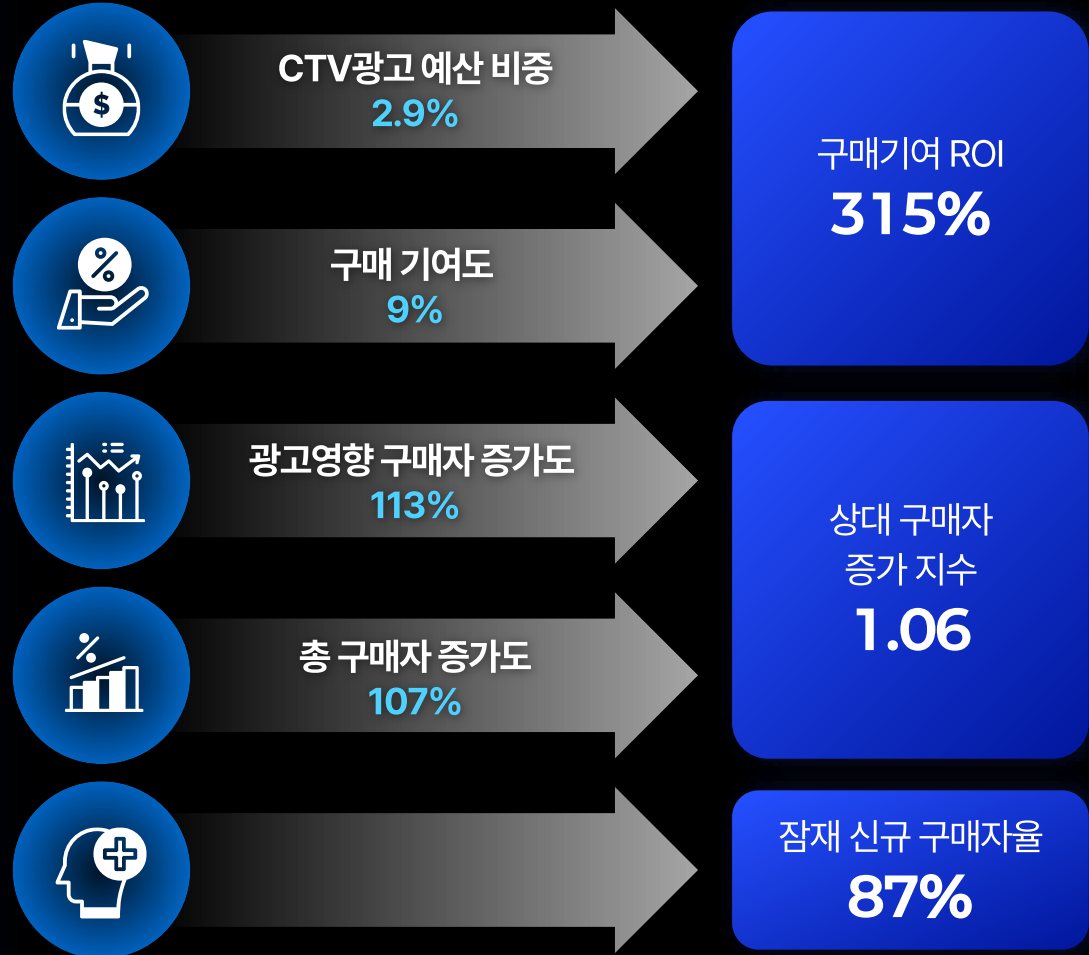


커피 관련 용품 구매자

카페 방문 결제 이력자

커피매니아

* 2023/12 캠페인



—
THANK YOU

CONTACT US

홈페이지 | www.motiv-i.com

문의 | crosstarget@motiv-i.com

주소 | 서울특별시 강남구 테헤란로 132, 한독빌딩 13층 모티브인텔리전스