



Mobi ONE

FOR PUBLISHER





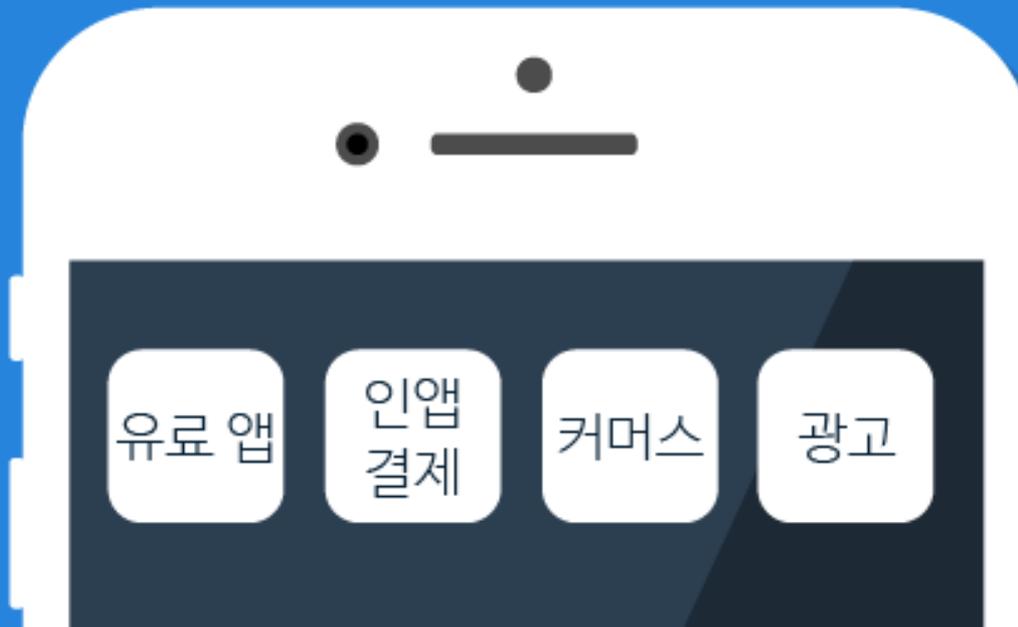
이 가이드는 매체가 MobiONE에서 누릴 수 있는 기능들을 안내하고
모비원에서 제공하는 광고 영역들에 대한 자세한 설명 및 아이디어를 줄 수 있는

예시 등의 내용이 담겨 있습니다.

SDK연동 및 커스텀 네이티브 광고의 구체적인 광고 영역 설정 방법은
다운로드센터 내 **SDK연동 문서**를 참고해주세요.



수익화를 고민하는 매체가
선택할 수 있는 4가지 방법



그 중 광고를 선택한 매체의 고민

“

어떠한 광고 형태를 쓸 것인가

어떤 애드네트워크를 쓸 것인가

몇 개의 애드네트워크를 붙일 것인가

광고는 어떤 순서로 보여줄 것인가

”



이러한 매체의 고민을 해결하기 위하여
모비데이즈에서 개발한 플랫폼, MobiONE



모비데이즈는 그동안 다양한 매체들과 커뮤니케이션하며 고민을 들어왔고,
쉽고 편리한 수익화를 가능하게 해주는 서비스를 만들어서
매체가 개발에만 온전히 집중할 수 있게 하고자 MobiONE을 만들었습니다.

／ MobiONE for Publisher 목차

I. MobiONE 기능 및 특징 소개

II. 광고 형태 소개 및 예시

▫ 디스플레이

- 띠배너
- 전면배너

▫ 비디오

- 보상형 비디오
- 비보상형 비디오

▫ 네이티브

- 리스트형
- 이미지형
- 카드형
- 커스텀

III. 담당자 및 연락처



Mobi ONE

기능 및 특징 소개





하나의 SDK, 다수의 애드네트워크

ONE SDK에 *개의 애드네트워크가
연결되어 있습니다.
더 이상 여러 개의 SDK를
받지 않으셔도 됩니다.



배너부터 네이티브까지 다양한 광고 형태 지원

하나의 SDK에서 띠배너, 전면,
비디오, 네이티브, 커스텀 등
다양한 광고영역을 지원합니다.
내 서비스와 맞는 광고 영역으로
바로 수익화를 시작하세요.



N단계, N분 안에 끝나는 쉬운 연동

개발자의 편의를 위하여 연동 단계와
시간을 최대한 줄였습니다.
쉽고 빠르게 연동을 완료하세요.



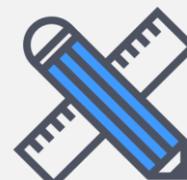
앱 업데이트가 필요 없는 동적 업데이트

SDK가 업데이트 될 때마다 앱을
같이 업데이트하는 번거로움을
ONE SDK만의 동적 업데이트 기능을
통해 해결해드립니다.



쉽고 빠른 애드네트워크 추가

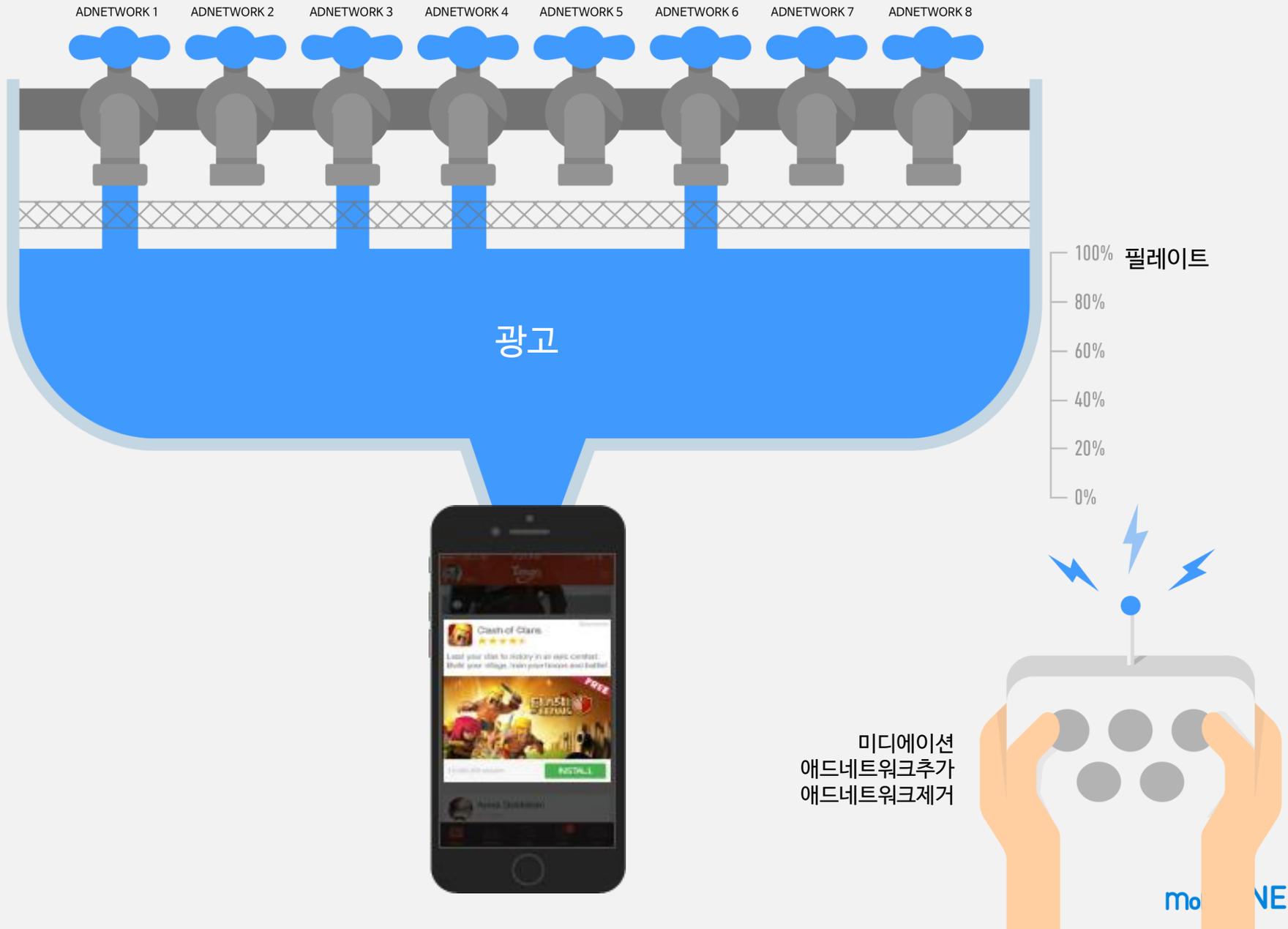
SDK를 추가로 다운받을 필요 없이
새로운 애드네트워크를 언제든지
추가할 수 있습니다.



UI/UX에 맞는 커스텀 광고 영역

ONE SDK를 통하여 매체의 UI/UX에
꼭 맞는 네이티브 커스텀 영역을
쉽게 설정하실 수 있습니다.

MobiONE 기능 및 특징 소개 - ONE SDK



MobiONE 기능 및 특징 소개 - **미디어이션**



수익을 극대화하는 미디어이션 기능 무료

여러 애드네트워크의 노출 순서를 정하여 100%에 가까운 필레이트로 채워주는 미디어이션 기능을 무료로 제공합니다.



광고영역별 미디어이션 설정 가능

애드네트워크마다 특화된 광고 영역이 있습니다. 각 서비스의 광고 영역별로 미디어이션을 다르게 설정하면 수익을 더 창출할 수 있습니다.



쉽고 직관적인 미디어이션 순서 변경

선호도에 따라, 효율에 따라 애드네트워크의 순서를 쉽게 변경하실 수 있습니다.



eCPM 월별 리포트 (제공 예정)

퍼블리셔들의 참고할 수 있는 애드네트워크별 eCPM 월별 리포트를 제공합니다.

MobiONE 기능 및 특징 소개 - **직광고/컨설팅**



유명 광고주의 광고 진행

모비데이즈와 함께하는 다수의 유명 브랜드/게임 광고주의 퀄리티 높은 직광고를 제공합니다.



매체를 우선시하는 광고매칭 및 필터링

크리에이티브 외에 경쟁 앱 광고, 성인/불법 광고 필터링 등 철저한 검수로 서비스를 해치지 않는 높은 퀄리티의 광고를 약속 드립니다.



단가가 높은 직광고

모비데이즈와 수익쉐어 형태로 진행하는 직광고는 더 좋은 단가로 제공됩니다. 직광고를 통해서 수익을 증대시키세요.



수익화를 위한 분석과 팁 제공

최신 트렌드와 케이스 연구를 바탕으로 매체 앱 분석을 통하여 수익을 극대화할 수 있는 다양한 팁을 제공합니다.



광고전문가의 컨설팅

광고 영역 설정시 어디에 어떻게 구현 할지 고민이 되신다면 연락주세요. 모비월에서 전문가의 컨설팅을 제공합니다.



Mobi ONE

광고형태 소개



디스플레이

띠배너

전세계적으로 광고 물량이 제일 많은 광고 영역입니다.

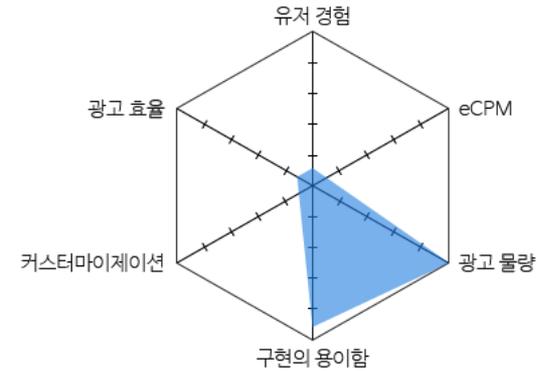
특수한 광고 형태보다 광고 영역을 구현하는 데 시간과 개발이 덜 들며 영역을 많이 차지하지 않는다는 장점이 있습니다.

처음 광고를 시도해보시는 분이라면

수익화의 기본으로 가져가시는 것을 추천 드립니다.

주의사항 및 팁

- › 허위 혹은 실수 클릭을 방지하기 위해 배너광고를 텍스트, 이미지, 혹은 서비스 내에 유저가 클릭할 만한 곳을 피해서 배치해주세요
- › 한 페이지당 하나의 광고만 보여주거나 스크롤링 시, 하나의 광고만 보여질 수 있게 영역을 설정해주세요.
- › 유저경험을 해치는 광고는 유저가 떠나게 하는 요인이 될 수 있습니다. 유저가 서비스를 이용할 때 방해되지 않는 곳에 영역을 설정해주세요.





예시



1+1 한정수량 100개!
롯데카드 추가적립 15%까지




목요일만 잘생김 DAY 행사! LOTTE.COM
롯데닷컴 앱 혜택보기 23,000원~



농작물을 택배로 받아보는 그 게임!

총 실물배송 25,000건.

무농약 백미 300톤 어치!




초코+바나나 1+1
왕맛 한박스씩 핵이득

무료배송 9,900원

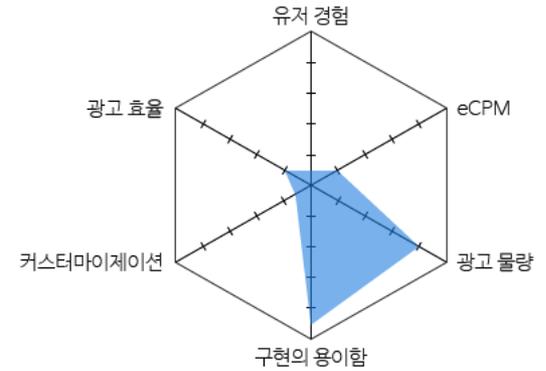
디스플레이

전면 배너

띠배너보다 사이즈가 큰 광고 영역입니다. 영역이 커진 만큼 유저들이 더 반응합니다. 특히 전면은 모바일에서 할 수 있는 제일 큰 광고 사이즈로, 면적이 크다 보니 유저들의 주목도가 높습니다. 스탠다드 광고 영역을 구현하실 때 기본 띠배너와 혼용하시면 좋습니다.

주의사항 및 팁

- > 전면광고는 유저를 놀래키거나 유저의 자연스러운 플로우를 방해해서는 안됩니다. 그래서 저희는 전면 광고를 유저들이 서비스 내에서 잠시 쉬는 시간을 가지는 시기에 배치하는 것을 추천드립니다. 예를 들면, 게임에서 스테이지 클리어를 한 때에 전면 광고가 노출되도록 설정하는 것이 좋습니다.
- > 전면광고는 스탠다드 배너와 비교했을 때 노출 빈도수가 적어야 합니다. 전면광고는 화면 전체 혹은 많은 부분을 가리기 때문에 잦은 노출은 유저의 경험을 해칠 수 있습니다.
- > 한 화면에 하나의 광고만 노출될 수 있도록 설정해주세요.





예시

DOMINATIONS
도미네이션즈

**멈추지 않는
문명의 발전!**

지금 다운로드!

LOTTE-com × Maxim

모히또에서 맥심한잔
맥심 아이스 커피믹스

30개입 2+1 기획제품

맥심
아이스
커피믹스

행사가 7,900!

무료배송까지! 한정수량 500개 오픈!

LOTTE-com × adidas

기독교
기독교인들만
가득한
리틀

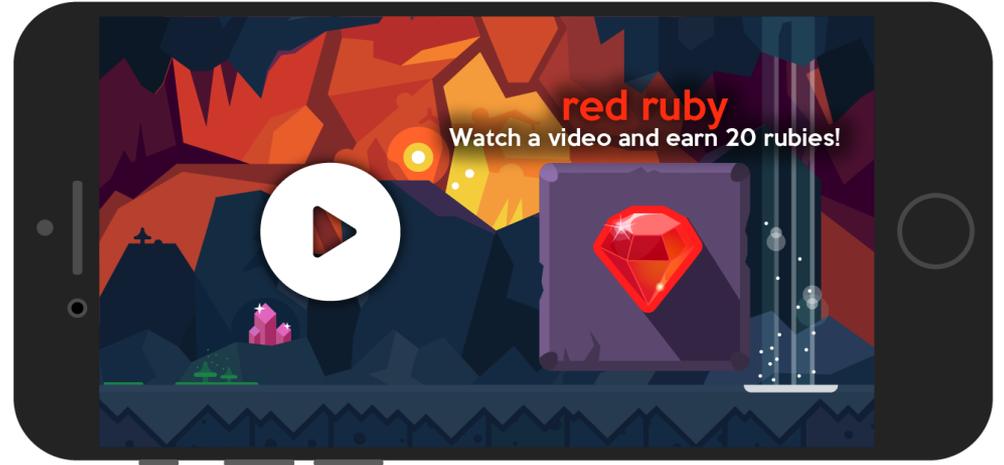
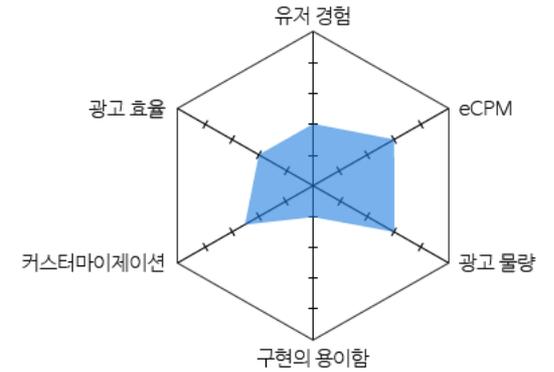
롯데닷컴에서
혜택가 37,900원!

한정수량 500,
18일까지!

비디오

보상형 비디오

영상을 본 유저에게 인앱 보상을 제공하는 광고 형태입니다. 보상은 게임머니, 이어하기, 목숨 등 각 앱이 원하는 것으로 제공이 가능합니다.
앱이 게임 분야라면 수익이 좋아서 필수로 이용해야 할 형태입니다.



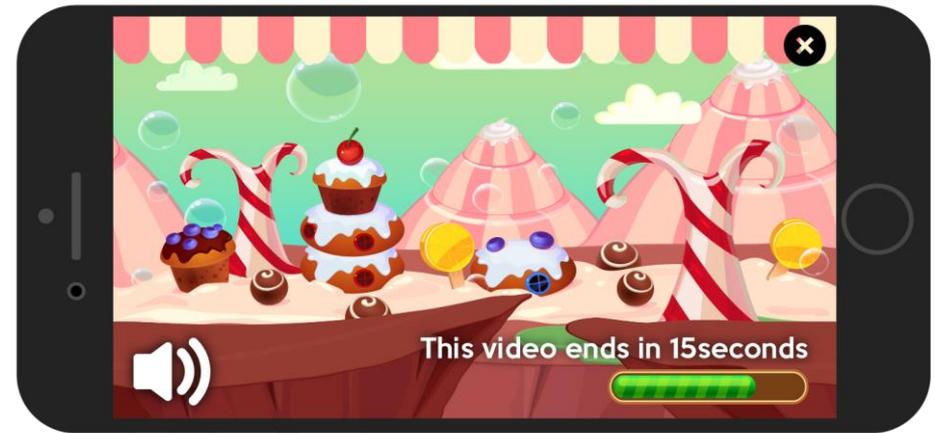
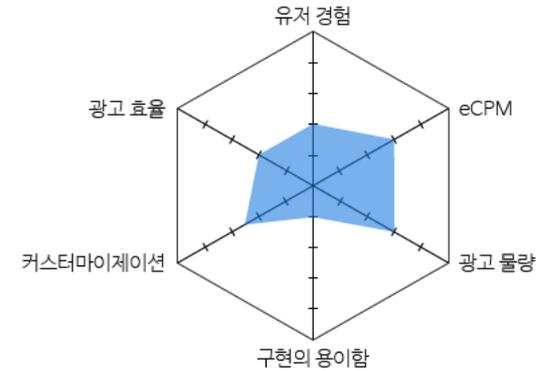
주의사항 및 팁

- › 유저가 영상을 보는 것에 대한 보상이며, 다운로드 받는 것에 대한 보상은 아닙니다.
- › 광고유저들이 서비스 내에서 잠시 멈추는 시간을 가지는 시기에 배치하는 것을 추천드립니다. 예를 들면, 런 게임을 플레이하다가 장애물에 부딪혀서 게임이 종료된 경우, 종료된 때에 보상형 비디오를 노출시켜서 비디오 시청 완료 후에 '이어하기'라는 보상을 제공하는 방식으로 진행할 수 있습니다.
- › 보상을 제공할 경우 광고 스킵하기 버튼을 제공하지 않게 설정할 수 있습니다. 이는 각 애드네트워크마다 설정하는 방법이 다를 수 있습니다.

비디오

비보상형 비디오

보상형 비디오와 반대로 비디오를 보는 유저에게 리워드를 제공하지 않는 방식으로 진행이 가능합니다. 리워드를 제공하지 않아도 적절한 흐름에서 배치했을 경우, 비디오라는 흥미로운 소재 때문에 유저들이 긍정적으로 반응합니다. 많은 광고주들은 이와 같은 퀄리티 높은 트래픽을 선호합니다.



주의사항 및 팁

- > 유저들이 서비스 내에서 잠시 멈추는 시간을 가지는 시기에 배치하는 것을 추천드립니다.
- > 광고 스킵하기 버튼을 제공하지 않게 설정할 수 있습니다.
- > 다른 비디오 애드네트워크와 다르게 애드콜로니의 경우, 비디오 콘텐츠를 재생하기 전, 중간, 후에 비보상형 비디오를 배치할 수 있게 지원하고 있습니다. 비디오 콘텐츠를 많이 가지고 있는 앱이라면 이러한 배치도 고민해보시기 바랍니다.



예시



네이티브

리스트형

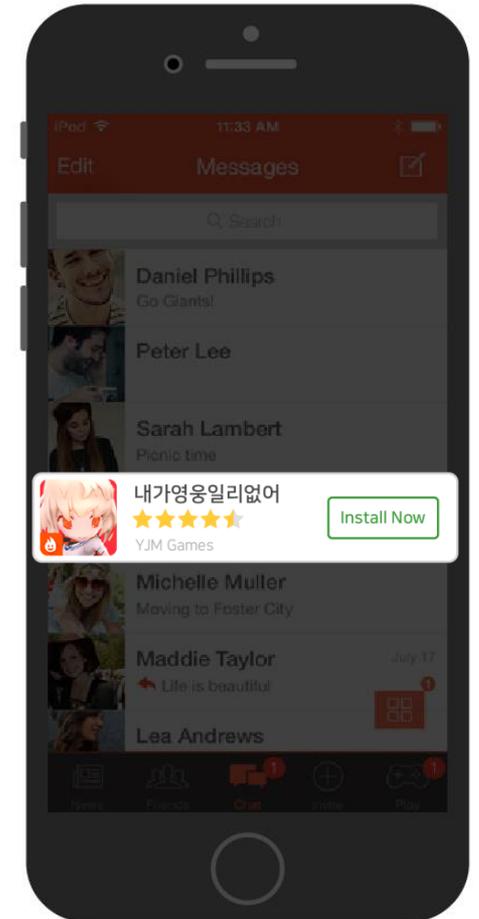
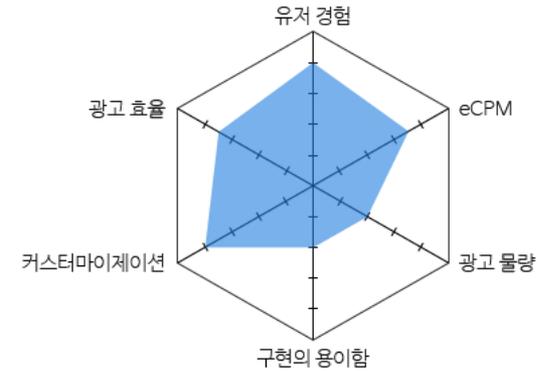
리스트 형태로 자연스럽게 광고를 보여줄 수 있는 영역이며, 일반 배너보다 약 2~5배 높은 효율을 가지고 있습니다.

추천 매체

전화번호, 친구목록, 상품목록, 대화목록 등
리스트 형식의 UI가 있는 서비스

주의사항 및 팁

- > 광고주가 제공한 요소들의 내용을 승인 없이 바꿀 수 없습니다.
- > 실수 클릭이 발생하지 않도록 나머지 콘텐츠와 구분이 될 수 있는 구분선과 같은 디자인이 필요합니다.
- > 하나의 광고 영역에 여러 개의 광고가 동시에 보이지 않도록 설정하세요
- > 광고 영역임을 알리는 문구를 필수사항으로 넣어야 합니다.
최소 *포인트로 'Sponsored', '광고', 'AD' 중 한 개의 문구를 선택하여 넣어주세요.
- > 요소들을 좀 더 앱에 맞게 배치하고 싶다면 네이티브 커스텀 형태를 이용해주세요





예시



내가영웅일리없어
★★★★★
YJM Games

Install Now



WEME
Fishing Strike
Install Now



RealFarm
★★★★★
NEO GAMES

Play Now



Field of Fire
WEME

★★★★★

네이티브

이미지형

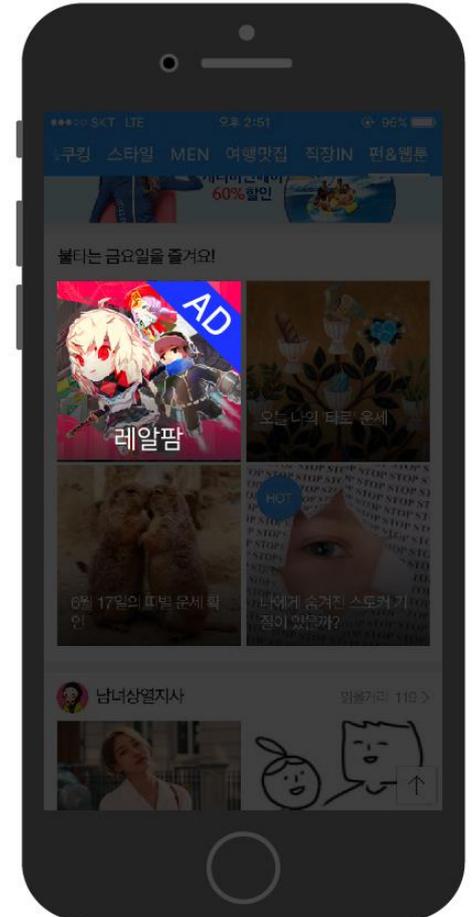
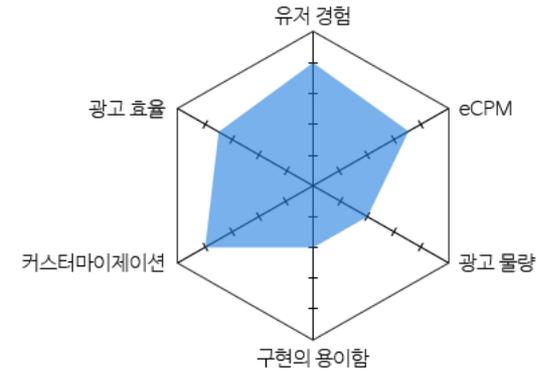
정사각형의 이미지 영역을 가진 매체와 잘 맞는 광고 형태입니다.
리스트형과 마찬가지로 이미지형 또한 일반 배너영역 보다 효율이 2~5배 좋습니다.

추천 매체

사진, 이커머스, 쿠폰, 패션 등 이미지 영역이 많은 매체

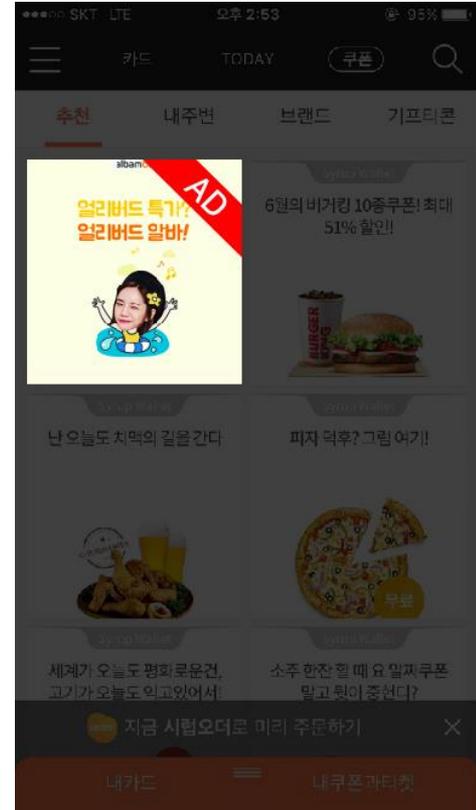
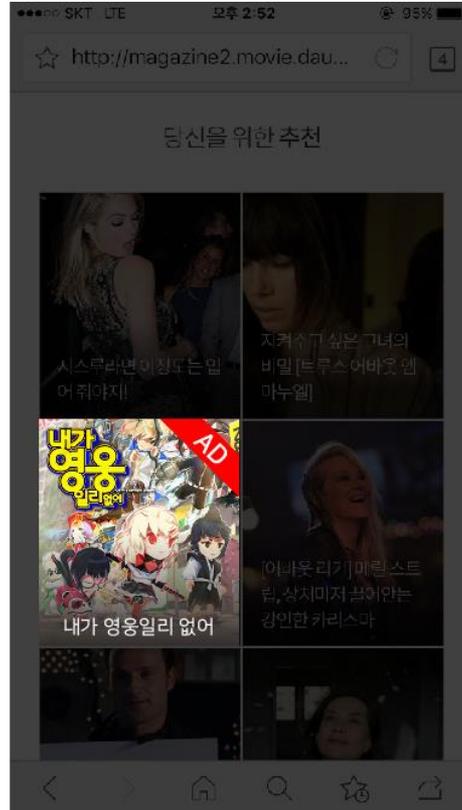
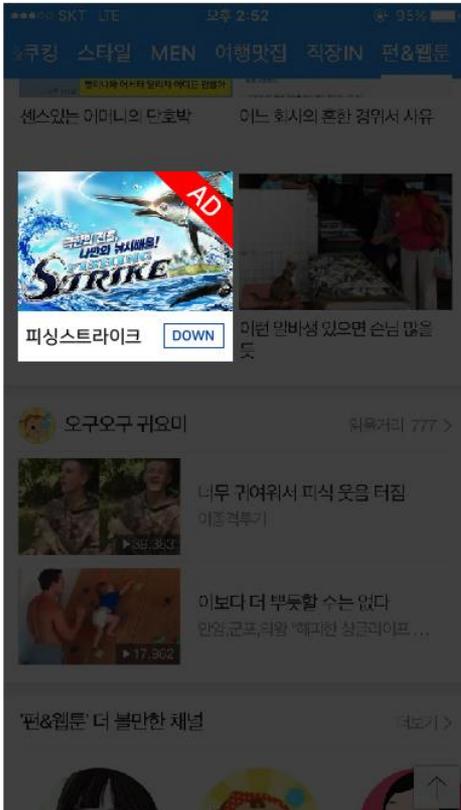
주의사항 및 팁

- > 광고주가 제공한 요소들의 내용을 승인 없이 바꿀 수 없습니다.
- > 실수 클릭이 발생하지 않도록 나머지 콘텐츠와 구분이 될 수 있는 구분선과 같은 디자인이 필요합니다.
- > 하나의 광고 영역에 여러 개의 광고가 동시에 보이지 않도록 설정하세요
- > 광고 영역임을 알리는 문구를 필수사항으로 넣어야 합니다.
최소 *포인트로 'Sponsored', '광고', 'AD' 중 한 개의 문구를 선택하여 넣어주세요.
- > 요소들을 좀 더 앱에 맞게 배치하고 싶다면 네이티브 커스텀 형태를 이용해주세요





예시



네이티브

카드형

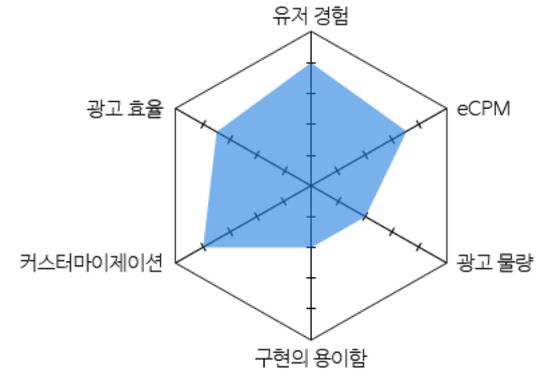
매체의 뉴스피드와 유사한 디자인을 가진 광고를 보여줄 수 있는 영역으로, 앱의 게시물과 구성이 같기에 유저들의 거부감이 덜합니다.

추천 매체

SNS와 같이 텍스트와 이미지 영역이 함께 있는 뉴스피드 UI가 있는 서비스

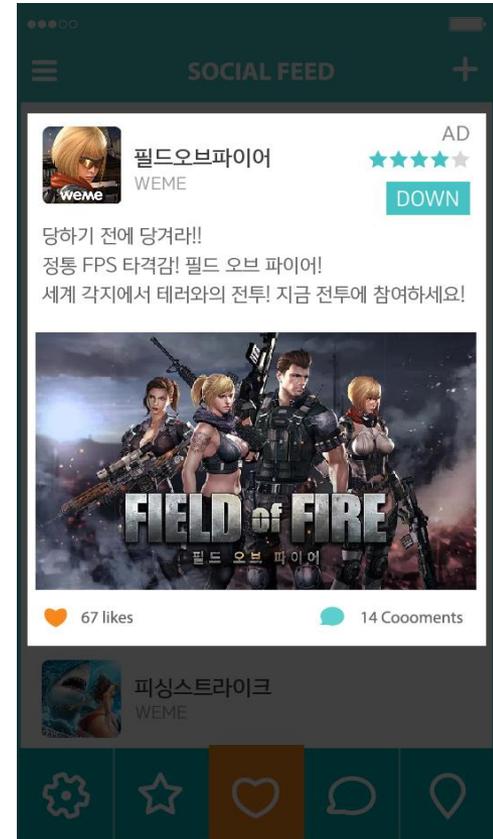
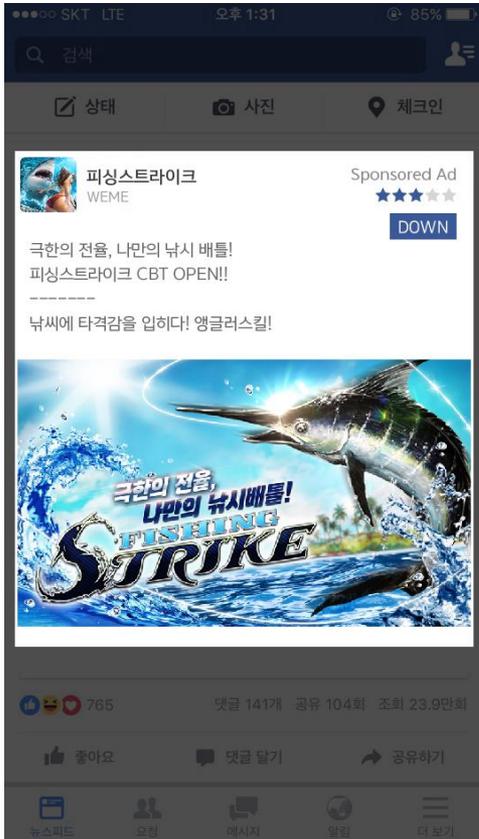
주의사항 및 팁

- > 광고주가 제공한 요소들의 내용을 승인 없이 바꿀 수 없습니다.
- > 실수 클릭이 발생하지 않도록 나머지 콘텐츠와 구분이 될 수 있는 구분선과 같은 디자인이 필요합니다.
- > 하나의 광고 영역에 여러 개의 광고가 동시에 보이지 않도록 설정하세요
- > 광고 영역임을 알리는 문구를 필수사항으로 넣어야 합니다.
최소 *포인트로 'Sponsored', '광고', 'AD' 중 한 개의 문구를 선택하여 넣어주세요.
- > 요소들을 좀 더 앱에 맞게 배치하고 싶다면 네이티브 커스텀 형태를 이용해주세요





예시



네이티브

커스텀

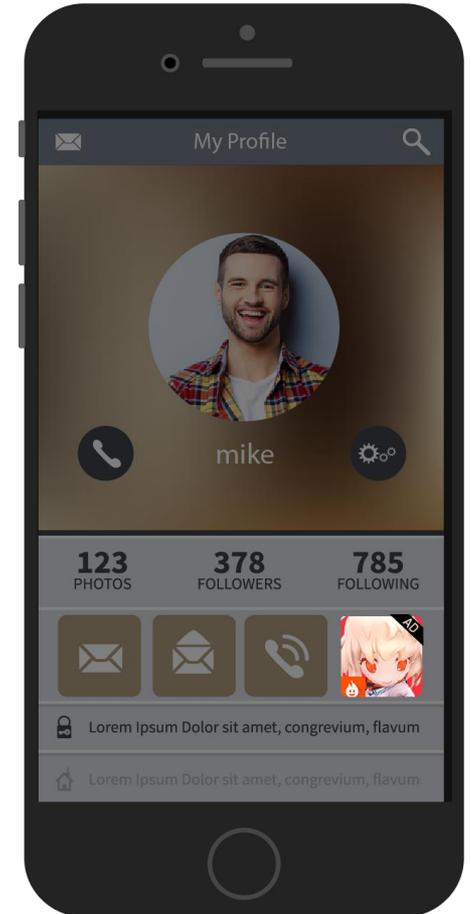
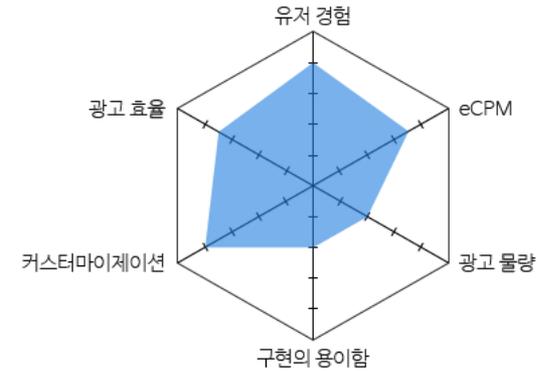
광고주가 제공하는 네이티브 소재 중 원하는 요소만 앱 내에 구현하여 커스터마이징 할 수 있는 광고 형태입니다. 각 앱에 맞게 변하는 만큼 특수하기 때문에 광고 물량은 적을 수 있습니다. 광고 수익보다는 효율과 유저경험에 더 중점을 둔 광고 형태입니다.

추천 매체

네이티브 광고 플랫폼보다 좀 더 정교한 커스터마이징을 원하거나 광고로 인한 유저의 경험을 최우선으로 두고 있는 매체

주의사항 및 팁

- > 광고주가 제공하는 소재중 ***,***,***는 필수로 나올 수 있도록 설정해주세요.
- > 광고 이미지의 비율은 변경할 수 있으나 이미지를 자르거나 왜곡시켜서는 안됩니다.
- > 광고주가 제공한 텍스트나 디스플레이 URL을 승인 없이 바꿀 수 없습니다.
- > 허위나 실수 클릭이 발생하지 않도록 나머지 콘텐츠와 구분이 될 수 있는 구분선 혹은 디자인이 필요합니다.
- > 하나의 광고 영역에 여러 개의 광고가 동시에 보이지 않도록 설정하세요





Mobi ONE

담당자 및 연락처





담당자 : 김다솔
이메일 : dskim@mobidays.com
연락처 : 010.5557.6566

Mobi ONE