



Gamee Studio와 협력해 매치3 퍼즐 게임 *Royal Escape: King Castle*의 이탈 사용자를 대상으로 전 세계 iOS 및 Android에서 리타게팅 캠페인을 진행했습니다. *Royal Escape*는 Google Play에서 500만 회 이상 다운로드됐으며, 11만 3천 건 이상의 리뷰에서 별점 4.4를 기록하고 있습니다. 플레이어는 보석을 맞춰 장애물을 부수고 웅장한 성의 복도를 따라 나아갑니다.

캠페인 목표



주요 목표는 *Royal Escape: King Castle*의 휴면 플레이어를 다시 참여시키고 활발히 증기도록 복귀시키는 것이었습니다.

*Royal Escape: King Castle*과 같은 하이브리드 캐주얼 게임의 핵심 과제는 수백만 사용자 중 다시 참여해 활발한 플레이어가 될 가능성이 높은 사용자를 찾아 강력한 IAA(인앱 광고) ROAS를 창출하는 것이었습니다.

캠페인 성과는 ROAS 기반 KPI로 측정했습니다.

주요 성과



1.7배

D1 ROAS KPI 초과 달성



100% 초과

D7부터 캠페인 비용 회수



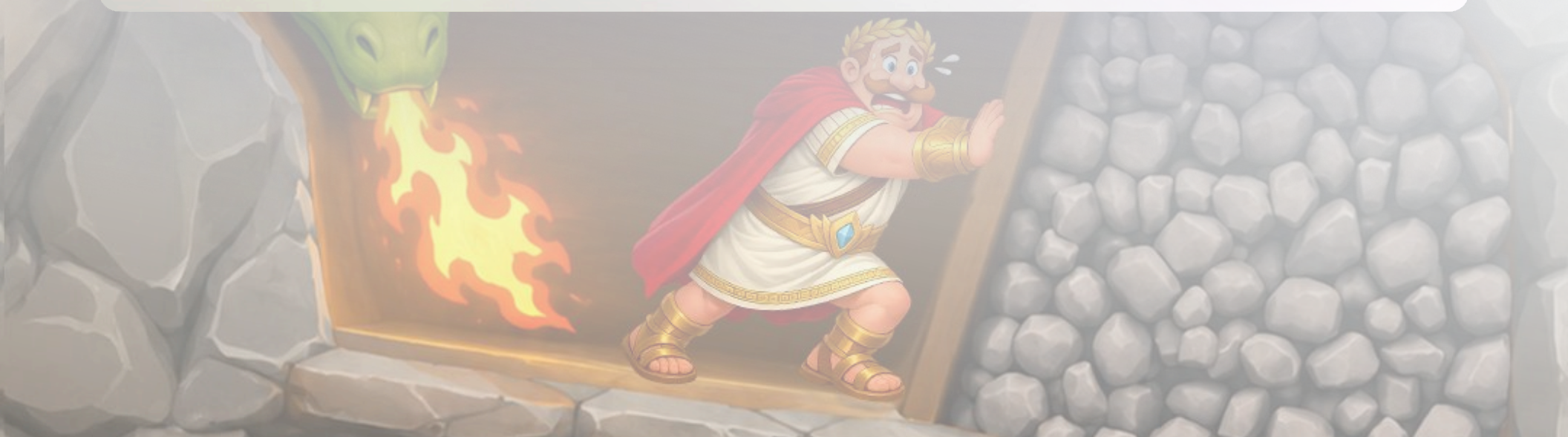
4배

5주 동안 두 플랫폼에서 캠페인 규모 확대



리타게팅이 필요하다는 생각을 해왔지만 이를 잘 실행할 믿을 수 있는 파트너를 찾고 있었습니다. Persona.ly의 프로그래매틱 리타게팅 전문성은 처음부터 분명했습니다. 팀은 요청된 업무만 수행하는 데 그치지 않고 오디언스 전략과 설정을 함께 안내했습니다. 파일럿으로 시작한 캠페인은 초반부터 좋은 성과를 확인하며 더 큰 성장 기회로 빠르게 이어졌습니다. 캠페인 전반에 걸쳐 팀은 신속하고 투명하게 대응했습니다. 앞으로 더 많은 게임으로 협업을 확대하길 기대합니다.

Vu Thuy Van Trinh — Gamee Studio 마케팅 총괄



프로그래매틱 리타게팅 프로세스

캠페인 초기에 *Persona.ly*의 *Live Audiences* 세분화 엔진을 통해 Gamee의 퍼스트파티 데이터를 활용해 휴면 플레이어를 식별하고 세분화했습니다.

추가 비용 없이 이용할 수 있는 *Live Audiences*는 프로그래매틱 DSP에 원활하게 통합되어 있습니다. 오디언스를 실시간으로 업데이트하고 캠페인 초기부터 인사이트를 얻을 수 있습니다.

글로벌 운영의 이점

캠페인은 iOS와 Android에서 전 세계적으로 진행되어 몇 시간 안에 여러 시장에서 대규모 전환 신호를 수집할 수 있었습니다. 주요 광고 거래소 및 OEM 연동과 전 세계 초당 400만 건 이상의 광고 요청 처리 역량이 결합되어, 프로그래매틱 비더(Bidder)가 높은 ROAS를 낼 가능성이 큰 오디언스 세그먼트를 빠르게 식별하는 데 필요한 데이터를 확보했습니다.

퍼스널리의 비더(Bidder)는 초기 신호를 바탕으로 성과가 가장 높은 오디언스를 중심으로 최적화하고 학습 내용을 여러 시장에 적용해, 최종적으로 수십만 명의 휴면 플레이어에게 도달했습니다.

증분 재참여를 위한 비디오 광고 진행

인터스티셜 및 리워드 동영상 광고를 포함한 풀스크린 광고 포맷만 사용했습니다.

배너 인벤토리는 저렴하고 폭넓게 이용할 수 있지만, 배너 광고는 '배너 블라인드니스'로 인해 사용자의 관심을 끌고 의미 있는 참여를 유도하는 데 한계가 있을 수 있습니다.

이에 *Persona.ly*는 전체 화면 지면을 중심으로 운영해 자연 유입 및 복귀 전환을 과도하게 잠식하는 효과를 최소화하고, 보다 임팩트 있는 노출 기회에 집중했습니다. 이를 통해 뷰스루 어트리뷰션 의존도를 낮추고, 가치가 낮은 노출에 대한 불필요한 지출도 줄일 수 있었습니다.



캠페인 결과

ROAS 추이 및 캠페인 비용 회수

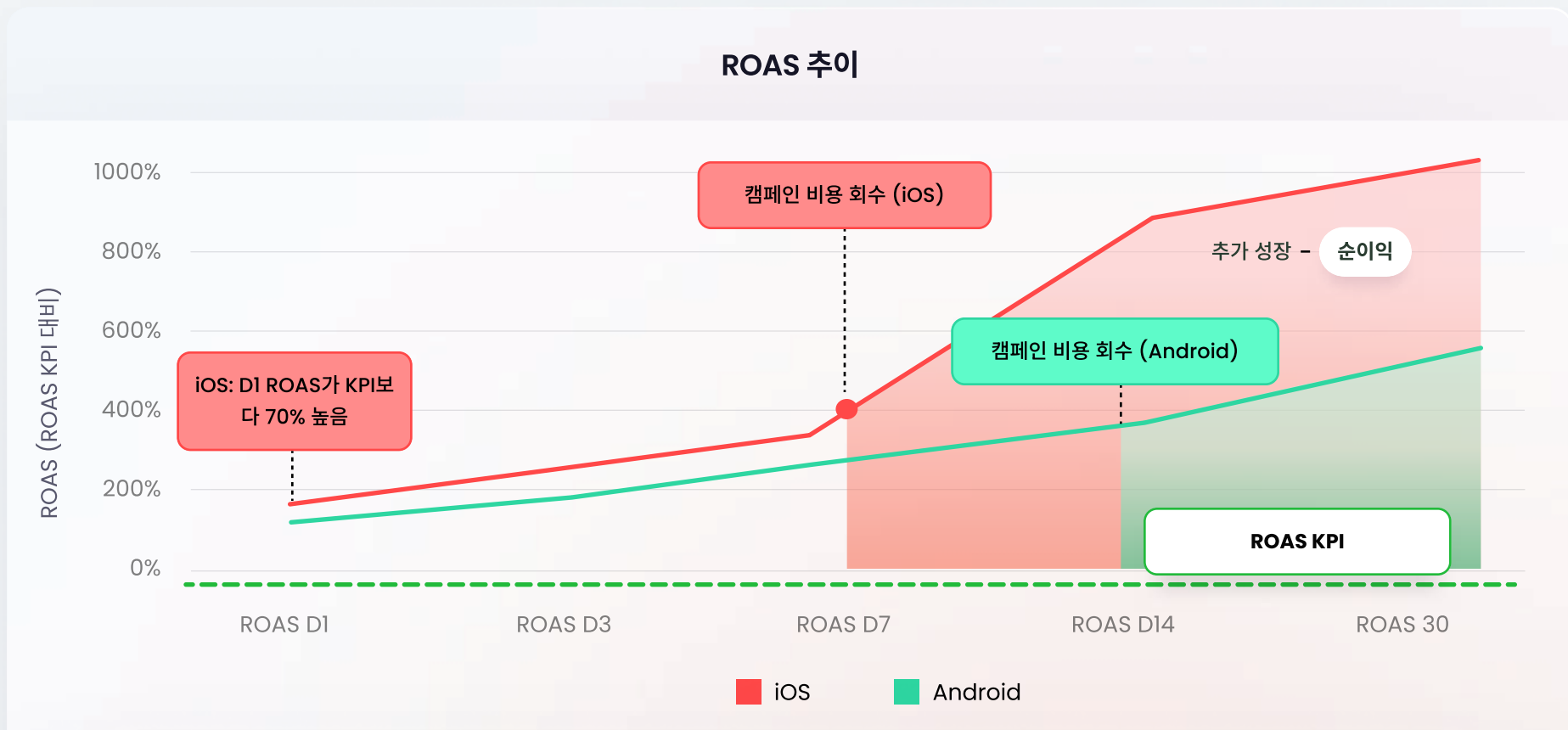
활발한 플레이로 돌아올 가능성이 가장 높은 사용자를 우선 공략해 두 플랫폼 모두 첫 주부터 ROAS KPI를 초과 달성했습니다. 두 플랫폼 모두에서 캠페인 비용을 조기에 전액 회수했습니다.

iOS에서는 첫 주 코호트가 D1까지 해당 주 지출을 전액 회수했고, 계속 성장해 D30에는 캠페인 지출의 3배에 도달했습니다.

Android에서는 성숙 코호트가 D14까지 캠페인 비용을 전액 회수했으며, D30에는 캠페인 지출의 1.6배에 도달했습니다.

두 플랫폼 모두에서 정교한 오디언스 타게팅과 지속적인 입찰 최적화를 통해 ROAS가 꾸준히 성장했습니다.

더 중요한 점은, 이번 캠페인이 단순히 사용자를 한 번 다시 유입시키는 데 그치지 않았다는 것입니다. *Royal Escape*에 이미 높은 참여도를 보인 플레이어를 재참여시켜, 여러 차례 재방문하고 더 긴 세션 동안 플레이하며 상당한 광고 수익을 창출하는 사용자로 이어졌습니다.



고가치·고참여 플레이어 도달

ML 기반 입찰기에는 IAA 또는 하이브리드 수익화에 집중하는 게임 고객을 위해 개발된 ‘광고 고래 예측’ 등 업종별 기능이 포함됩니다. 이 기능은 입찰 기회에서 LTV가 높은 사용자를 식별하고 시장 가격과 예상 오디언스 가치 모두를 바탕으로 입찰가를 조정합니다.

주요 과제는 수백만 명의 *Royal Escape* 사용자 중 게임에 다시 참여하고 활발하게 플레이할 가능성이 높은 세그먼트를 찾는 것이었습니다.

광고 중심으로 수익화하는 게임에서는 이탈 전에 나타나는 행동 신호를 통해 이러한 사용자를 식별할 수 있습니다. 예를 들어 세션 시간이 길고 레벨 진행도가 높을 수 있습니다.

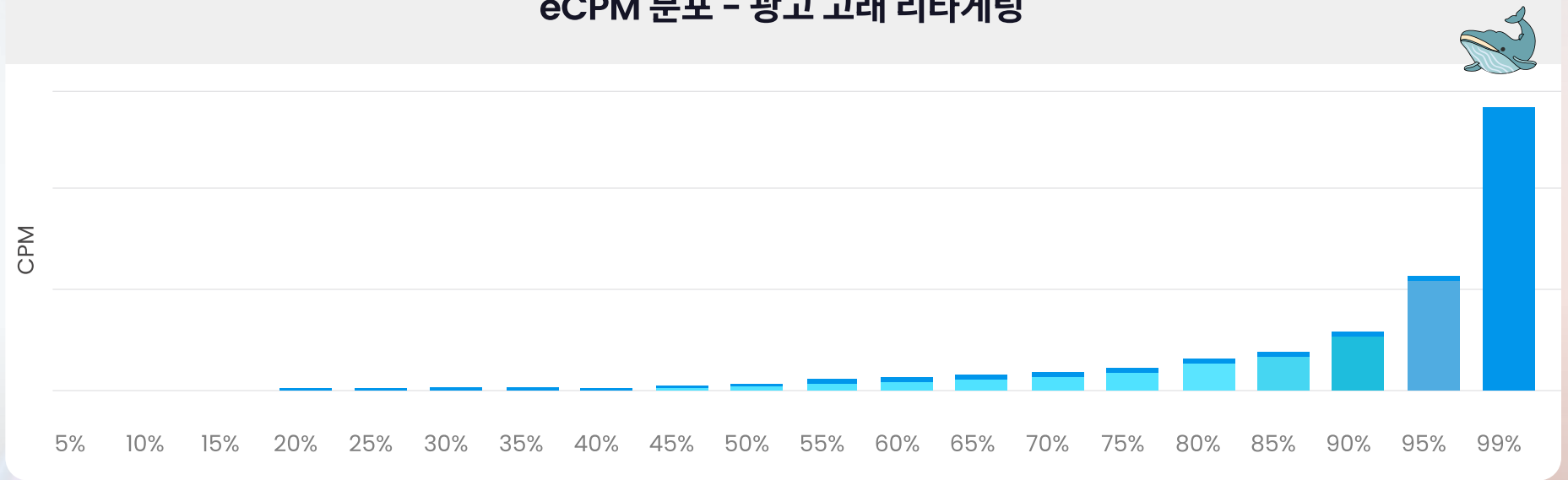
광고 고래

광고 고래 — 다음 중 하나 또는 두 가지 특징을 지닌 고가치 사용자:

- 퍼블리셔에 높은 eCPM을 제공하는 광고 노출을 발생시킴
- 긴 세션으로 플레이하고 상당수의 광고를 시청함

이 동적 입찰 전략을 통해 프로그래매틱 경매에서 가치가 높은 휴면 사용자를 성공적으로 다시 참여시켰습니다. 이들이 게임 중 발생시키는 각 광고 노출은 Gamee Studio에 높은 eCPM을 가져올 수 있습니다. 또한 긴 세션으로 플레이하고 많은 광고를 시청하는 참여도 높은 플레이어를 *Royal Escape*로 복귀시켰습니다.

eCPM 분포 - 광고 고래 리타게팅



Gameee Studio 소개

Gameee Global은 매치3, 핀 퍼즐, RPG 등 다양한 모바일 퍼즐 및 캐주얼 게임을 개발·퍼블리싱합니다. 포트폴리오에는 Castle Match: Royal Quest, Haven Match: Mom's Journey, Wonder Match: Amazing Family, Home Pin 2: Family Adventure 등이 있습니다.

베트남은 하이브리드 캐주얼 게임 개발의 주요 거점으로 성장했습니다. 이번 캠페인은 프로그래매틱 리타게팅이 IAP 중심 게임뿐 아니라 광고 수익화 타이틀에서도 좋은 성과를 낼 수 있음을 보여줬습니다.

ML 기반 DSP로 Gameee가 이 기회를 열도록 지원해 자랑스럽습니다. 앞으로 글로벌 확장을 추진하는 더 많은 베트남 스튜디오를 지원하길 기대합니다.

Shana Kim — Persona.ly APAC 비즈니스 디렉터



Persona.ly 소개

Persona.ly는 독자적인 머신러닝 알고리즘과 강력한 퍼스트파티 데이터 관리 플랫폼을 기반으로 모바일 사용자 확보와 리타게팅을 전문으로 하는 데이터 중심 제품 기업입니다.

King, Tencent, Papaya, NextNinja, Tilting Point, Nexon 등 주요 모바일 기업이 참여 및 전환 가능성이 높은 사용자를 정확히 예측해 성장 목표를 달성하고 초과하도록 지원합니다.

자체 프로그래매틱 DSP는 주요 광고 거래소 및 OEM과 직접 연동되어 전 세계에서 초당 400만 건 이상의 광고 요청을 처리합니다.

실시간 예측 분석과 프로그래매틱 규모를 결합해 파트너가 더 효과적으로 성장하고 LTV를 높이며 측정 가능한 증분 효과를 얻도록 지원합니다.

증분 측정 플랫폼 IMPACT를 통해 광고주는 어트리뷰션을 넘어 Persona.ly DSP가 창출하는 실제 증분 가치를 파악할 수 있습니다. IMPACT는 오디언스, 세그먼트, 캠페인을 투명하게 측정하고 광고 노출을 증분 전환, 매출, iROAS와 연결합니다.

