



## 소개

Neowiz와 협력하여 미국 iOS에서 캐주얼 시뮬레이션 게임 Cats&Soup의 이탈 유저를 리타겟팅하는 캠페인을 진행했습니다. Cats&Soup은 전 세계 8천만 다운로드를 돌파하고 192개국에서 서비스 중인 상위 매출 게임으로, 매력적인 비주얼과 편안한 게임플레이를 바탕으로 전 세계적으로 탄탄한 유저층을 확보했습니다.

## 캠페인 목표

▶ 캠페인의 주요 목표는 Cats&Soup 이탈/휴면 유저를 재 참여시켜 게임으로 복귀시키고 추가 인앱 결제를 유도하는 것이었습니다. 캠페인 성과 측정을 위해 ROAS 기반 KPI가 설정되었으며, 핵심 과제는 오디언스 내에서 구매 가능성이 가장 높은 세그먼트를 정확히 파악하고 도달하는 것이었습니다.

### 주요 성과

- ▶ **20%**  
1주차 ROAS DO, KPI 대비 20% 초과 달성
- ▶ **>100%**  
1주차부터 캠페인 비용 100% 이상 회수
- ▶ **2.8x**  
16주차까지 캠페인 규모 2.8배 확대

“ 퍼스널리는 Cats&Soup 리타겟팅 캠페인 런칭 초기 단계에서 SKAN ROAS가 200%를 상회하는 등고가치 유저(High-Value User)를 식별하고 리타겟팅하는 데 있어 뛰어난 초기 최적화 능력을 보여주었습니다. 4개월 이상의 장기 운영에도 Re-engage CPA 역시 안정적으로 유지하며 기존 유저들의 재참여를 효율적으로 이끌어냈습니다. 우리 게임의 핵심 유저층을 지속적으로 공략할 수 있었던 만큼 앞으로의 협업도 기대됩니다.



박영주 네오위즈 마케팅 PM

## 프로그래매틱 리타겟팅 프로세스

캠페인 시작부터 당사는 독점 Live Audiences 세그멘테이션 엔진을 통해 퍼스트파티 데이터를 활용하여 이탈한 결제 유저-인앱 구매 이력이 있으나 일정 기간 비활성 상태인 Cats&Soup 유저-의 세그먼트를 구축했습니다. 비활성 기간을 의도적으로 짧게 설정한 이유는, 이탈 후 며칠 지나지 않은 유저일수록 구매 가능성이 여전히 높고, 장기 휴면 유저보다 재참여 반응률이 훨씬 높기 때문입니다.

Live Audiences 엔진은 별도 비용 없이 클라이언트에게 제공되며 당사의 프로그래매틱 DSP와 완벽하게 통합되어 있습니다. 이를 통해 실시간 오디언스 업데이트와 함께 캠페인 초기부터 데이터 기반 인사이트를 확보할 수 있습니다.

단 며칠 만에 ML 알고리즘이 추가 인앱 구매 전환 가능성이 높은 오디언스를 식별하기에 충분한 데이터를 수집했습니다. 이 접근 방식을 통해 ROAS 기반 KPI를 20% 초과 달성하고 캠페인 첫 주에 D7 비용 회수를 실현했습니다.

퍼스트파티 데이터와 플랫폼의 행동 신호를 결합함으로써 캠페인 예산 전체를 초기부터 고가치 오디언스에 집중시켜 타겟팅 전략을 정교화하고 전반적인 성과를 높일 수 있었습니다.

캠페인 첫 주부터 ML 기반 비더가 해당 세그먼트에서 긍정적인 신호를 축적하기 시작했습니다. 학습이 진행됨에 따라 ML 모델은 앱 재실행 및 추가 구매 가능성이 가장 높은 오디언스 세그먼트를 더욱 정교하게 파악하게 되었으며, 이를 통해 개별 경매마다 점점 더 정밀한 입찰이 가능해졌습니다.

프로그래매틱 DSP의 최신 개선 사항을 활용하여 다양한 오디언스 신호를 통합 피처로 통합함으로써 맞춤형 ML 타겟팅 모델을 개발했습니다. 이를 통해 높은 구매 의도를 가진 유저를 정밀하게 타겟팅하고 예측 참여도에 기반한 정확한 입찰이 가능해졌습니다.

이 개선을 통해 캠페인을 확장하면서도 지속적으로 KPI를 초과 달성할 수 있었습니다.

## 실시간 오디언스 업데이트가 중요한 이유

|   |   |
|---|---|
| <p><b>실시간업데이트</b></p> <p>최고 구매 의도 포착</p> <p>예산 낭비 최소화</p> <p>즉각적인 ML 기반 최적화</p> | <p><b>일괄업데이트</b></p> <p>최고 구매 의도 놓침</p> <p>높은 예산 낭비</p> <p>지연된 학습</p> |
|---|---|

실시간 오디언스 업데이트는 가장 적절한 시점에 유저를 추가하고 재활성화 즉시 노출을 중단함으로써 최고 구매 의도를 포착하고 예산 절감 효과를 극대화합니다.

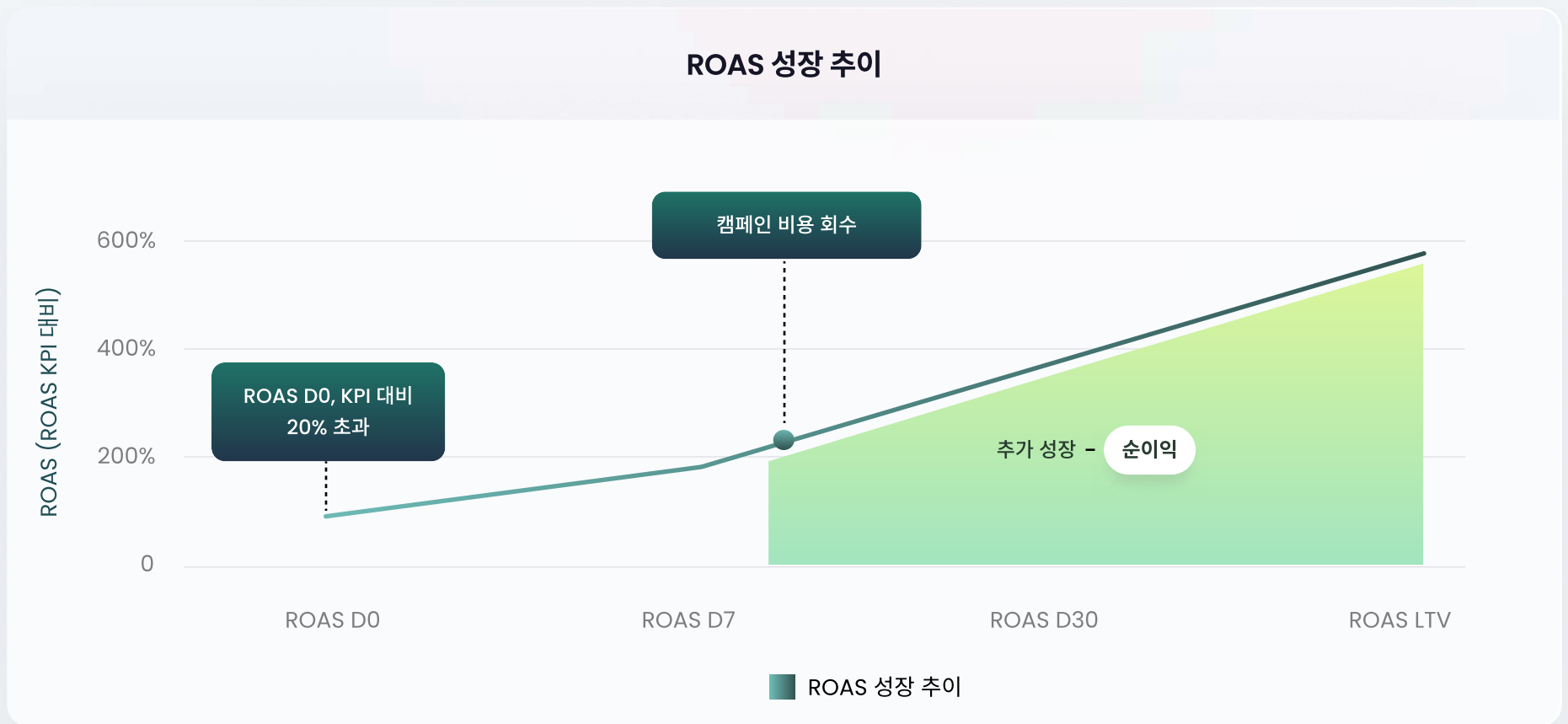


## 캠페인 성과

### ROAS 성장 추이

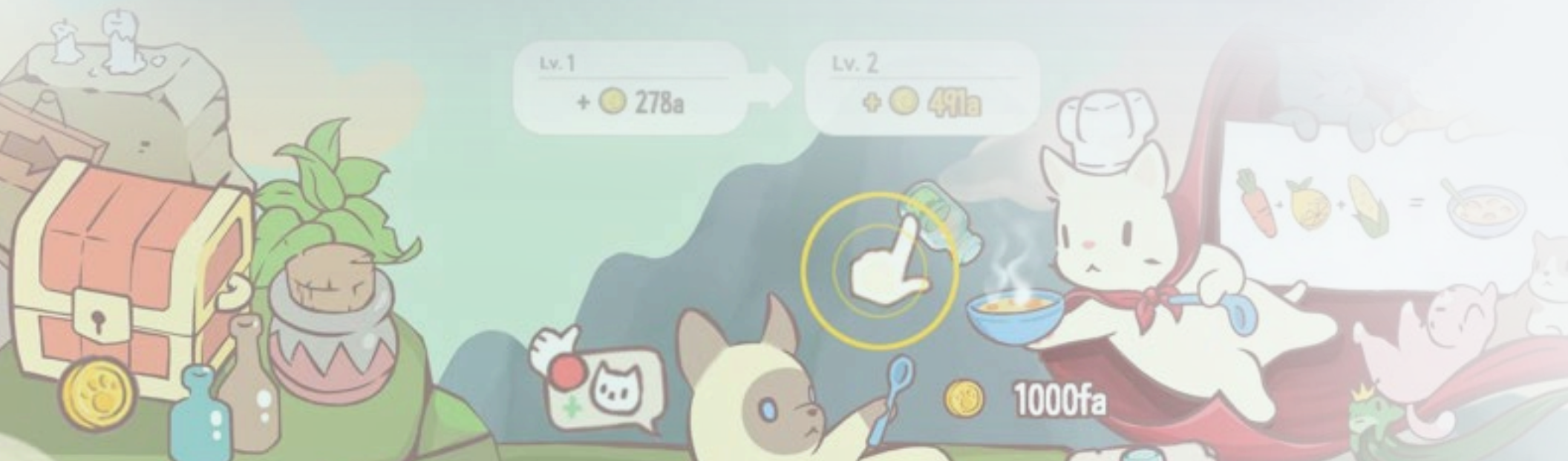
추가 인앱 구매 확률이 가장 높은 세그먼트를 우선 타겟팅함으로써 ROAS KPI를 초과 달성했으며, 캠페인 첫 주 D7에 비용 회수를 완료했습니다.

정밀한 타겟팅과 게임의 탁월한 품질이 결합되어 Cats&Soup의 강력한 성장을 이끌었습니다. 이미 결제 의지를 보인 유저를 정확한 시점에 재참여시킴으로써 단발성 거래를 넘어 게임 내 결제 흐름으로의 지속적인 재참여를 이끌어냈습니다.



### 캠페인 규모 확장

확장 과정 전반에 걸쳐 캠페인은 지속적으로 높은 ROAS를 유지했으며, 이는 초기 학습 단계를 훨씬 넘어서도 오디언스 및 입찰 전략이 견고하게 작동하고 있음을 입증했습니다.



## Neowiz 소개

Neowiz는 1997년 설립된 한국 상장 게임 개발사 및 퍼블리셔로, PC·콘솔·모바일 플랫폼에 걸친 다양한 포트폴리오를 보유하고 있습니다. 한국에서 가장 오랜 역사를 가진 게임사 중 하나로서, MMORPG부터 캐주얼 게임까지 다양한 장르의 타이틀 라인업을 구축했습니다.

Neowiz와의 협업은 성과 중심의 두 팀이 공동 목표 아래 하나가 될 때 어떤 성과를 만들 수 있는지 보여주었습니다. 이번 결과에 매우 만족하며, 당사의 ML 기반 DSP가 한국의 주요한 상위 매출 모바일 타이틀에서 계속해서 성과를 창출하고 있다는 점을 자랑스럽게 생각합니다.

한국 시장에서 당사의 입지는 그 어느 때보다 강력하며, 앞으로도 국내 개발사들이 세계 최고 수준의 프로그래매틱 DSP 역량을 통해 글로벌 확장을 이룰 수 있도록 지원하겠습니다.

Rachel SEO – Persona.ly 한국 비즈니스 개발 디렉터



## Persona.ly 소개

Persona.ly는 독자적인 머신러닝 알고리즘과 강력한 퍼스트 파티 데이터 관리 플랫폼을 기반으로, 모바일 유저 확보 및 리타게팅을 전문으로 하는 데이터 중심의 제품 회사입니다.

우리는 King, Tencent, Papaya, NextNinja, Tilting Point, Nexon 등 주요 모바일 기업들이 참여 및 전환 가능성이 가장 높은 사용자를 정확히 예측하여 성장 목표를 달성하고 초과 달성할 수 있도록 지원합니다. 퍼스널리의 머신러닝 모델은 예측된 LTV를 기반으로 고가치 사용자를 타겟팅하도록 최적화되어 있어, 강력한 ROAS와 장기적으로 안정적인 사용자 가치를 확보할 수 있습니다.

퍼스널리의 인하우스 프로그래매틱 DSP는 글로벌 최상위 애드 익스체인지 및 OEM과 직접 연동되어 있으며, 전 세계적으로 초당 400만 건 이상의 광고 요청을 처리합니다.

실시간 예측 분석과 프로그래매틱의 대규모 확장성을 결합하여, 파트너들이 더 스마트한 성장, 더 높은 LTV, 그리고 측정 가능한 점진적 성과를 달성할 수 있도록 지원합니다.

