



소개

저희는 독자적인 리얼리(Really) 플레이투언 보상형 플랫폼을 활용해, Spark Games와 협력하여 매치-3 게임 Candy Match – Dream Factory의 미국 기반 신규 사용자들을 확보했습니다.

Campaign Goal



이번 캠페인의 목표는 Candy Match에서 꾸준히 플레이를 이어가며 광고를 시청하고 인앱 결제를 진행하는 활발한 사용자를 확보하는 것이었으며, D7 차에 캠페인 비용 회수가 주요 KPI였습니다.

성과



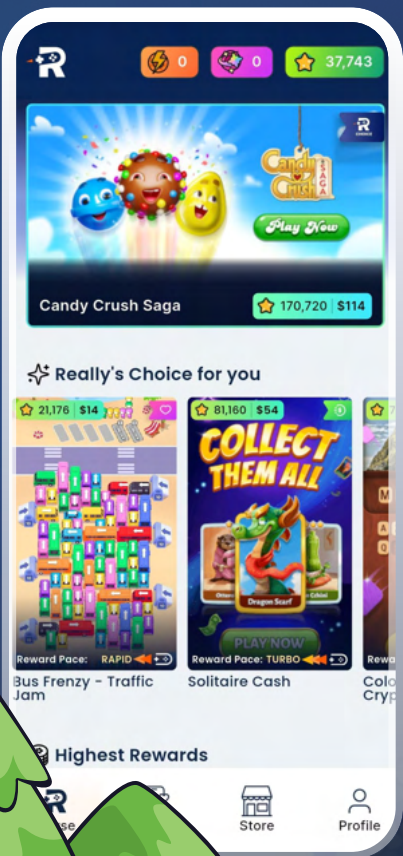
>100%

1주 차부터 D7 캠페인 비용 회수



우리는 여러 보상형 솔루션을 테스트했지만, Really는 두드러진 성공 요인이었습니다.
첫 주부터 우리의 KPI를 손쉽게 달성했으며, 트래픽 품질은 기대치를 훨씬 뛰어넘었습니다.

Yuval Levy, Spark Games 사용자 확보 매니저



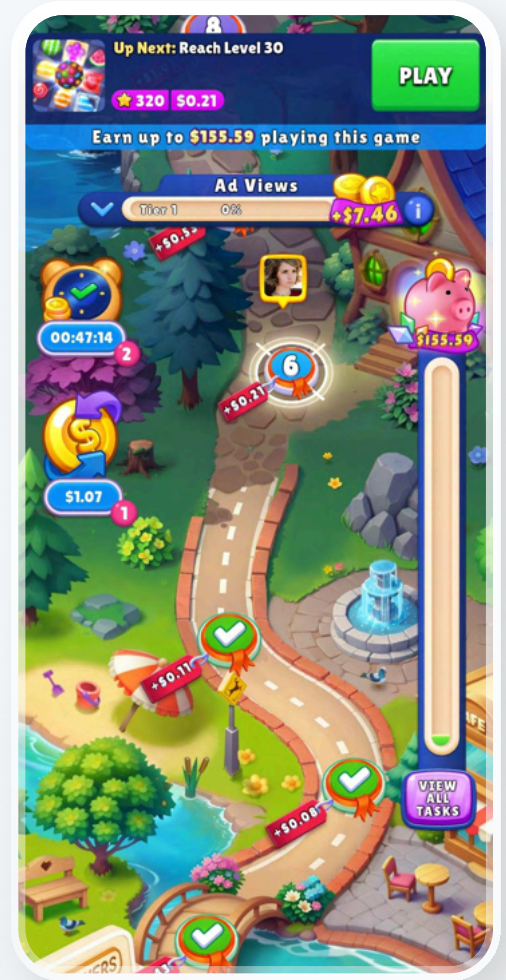
Really는 Persona.ly가 자체 개발한 앱 디스커버리 및 로열티 플랫폼으로, 사용자들에게 매일 즐길 수 있는 앱을 추천하면서도 완전한 게이미피케이션 경험을 제공합니다.
Persona.ly의 ML 기반 프로그램매틱 DSP에서 얻은 인사이트와 자사 고유의 사용자 풀을 결합해, 파트너들에게 높은 ROAS와 향상된 LTV를 제공합니다.

리얼리 플레이투언 앱을 통한 보상형 UA 프로세스

Spark Games와 협력할 당시, 우리는 Candy Match의 핵심 인게임 이벤트를 분석하고, 이러한 이벤트를 전략적으로 태스크 맵에 매핑하여 사용자 참여도와 유지율을 최적화했습니다.

Candy Match의 주요 수익처인 인앱 광고(IAA)를 극대화하기 위해, 우리는 광고 노출 및 참여에서 높은 ARPU를 보이는 고(高) LTV 리얼리 사용자를 세분화하여 타게팅 했습니다.

또한 광고 참여보다 인앱 결제(IAP)를 선호하는 사용자들을 위해 캐시백 인센티브를 도입해 IAP 수익을 강화했습니다.



A screenshot of the task map for Candy Match on the Really app

비귀속 퍼스트파티 데이터를 DMP와 통합하고 ML 알고리즘으로 고도화함으로써, 우리는 매일 빠르게 참여할 가능성이 높은 리얼리 사용자를 정밀하게 타게팅했습니다.

그 결과, IAA(In-App Advertising, 앱 내 광고 수익)의 극대화로 이어지는 높은 광고 노출을 창출하고, 동시에 IAP(In-App Purchase, 앱 내 결제) 거래 완료를 유도하여 전체적인 매출을 최적화했습니다.

Candy Match 캠페인의 핵심 성공 요인

1 맞춤 타게팅

연령과 성별을 넘어 ML 기반 타게팅을 통해 활발한 사용자를 예측하고 ROAS를 향상시켰습니다.

2 광고 바 기능

전략적으로 배치된 광고 바를 통해 광고 시청의 가치를 강조했습니다.

3 캐시백

사용자에게 캐시백 인센티브를 제공하여 인앱 결제를 촉진했습니다.

우리는 플레이투언 솔루션으로 보상형 UA 시장에 진출하게 되어 매우 기대됩니다.

Spark Games 캠페인의 성공은 ML 기반 접근 방식이 보상형 UA 채널에 얼마나 큰 영향을 미칠 수 있는지를 보여줍니다.

Dana Purinson,
Persona.ly EMEA
BD 팀 리더



퍼스널리(Persona.ly) 소개

퍼스널리(Persona.ly)는 자체 개발한 머신러닝 알고리즘과 강력한 퍼스트파티 DMP를 기반으로, 모바일 사용자 확보(UA)와 리타게팅에 특화된 데이터 중심(Product) 기업입니다.

퍼스널리의 사내 프로그램매틱 DSP는 글로벌 상위급 광고 거래소와 OEM에 직접 통합되어 전 세계적으로 초당 400만 건 이상의 광고 요청을 처리합니다. 자사의 보상형 UA 플랫폼은 이 프로그램매틱 DSP와 원활하게 통합되어 있습니다.

실시간 예측 분석과 프로그램매틱 규모를 결합함으로써, 우리는 파트너들이 더욱 스마트한 성장과 높은 LTV, 그리고 측정 가능한 점진적 성과를 달성할 수 있도록 지원합니다.