



인트로

저희는 넥슨과 협력해, 그들의 인기 MMORPG 타이틀 마비노기 모바일의 안드로이드 및 iOS 리타게팅 캠페인을 진행했습니다.

넥슨은 메이플스토리, 던전앤파이터, 서든어택 등 40개 이상의 게임 타이틀을 보유한 글로벌 온라인 게임 리더입니다.

캠페인 목표



캠페인의 핵심 목표는 이탈 유저를 다시 게임으로 복귀시키는 것이었습니다.

- 과거에 결제 이력이 없는 유저 → 첫 IAP(인앱 구매) 유도
 - 기존 결제 유저 → 추가 IAP 유도
- 그리고 **재활성화당 비용(Cost per Reactivation)**이 KPI로 설정되었습니다.

주요 성과 요약



15배

8주 만의 캠페인 규모 확장



25%

15배 규모 확장 시점(8주차)에서 리인게이지먼트 비용 KPI 대비 초과 달성을



3배

8주차 기준 Re-attributions per Mille 성장

마비노기 모바일 리타게팅 캠페인은 시작부터 예상보다 좋은 성과를 보여주었습니다.

ML 기반 타게팅이 매우 잘 맞아떨어져, 퍼포먼스를 안정적으로 유지하면서 캠페인을 원활하게 확대할 수 있었습니다.

유저 재참여와 리텐션 향상도 인상적이었으며, Personaly와의 협업이 이에 큰 도움이 되었습니다.

앞으로도 이 모멘텀을 함께 이어갈 수 있기를 기대합니다.

넥슨 UA 매니저

배승빈 & 홍경표 브라이언

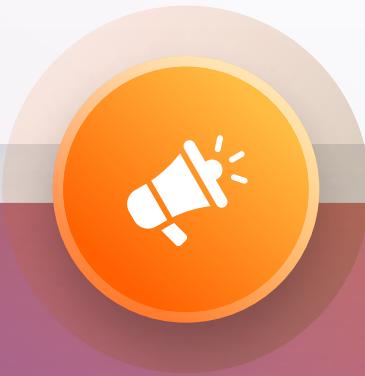


Programmatic Re-engagement Process

마비노기 캠페인을 시작할 때, 저희는 자체 개발한 오디언스 세분화 엔진 Live Audiences(추가 비용 없이 제공)를 활용하여, 7일 이상 비활성 상태였던 유저들로 구성된 오디언스를 빠르게 생성했습니다.

캠페인 초기 단계(저비용 학습 단계)에서, ML 기반 프로그래매틱 DSP는 게임에 복귀할 가능성이 높은 오디언스 특성을 파악했습니다.

초기 캠페인 세팅은 전반적으로 이탈 유저를 타겟팅했음에도 KPI를 크게 상회하는 성과를 보였으며, 이는 저희 타겟팅 알고리즘이 유저 특성, 시간대, 크리에이티브, 지면 조합 중 가장 효과적인 조합을 빠르게 탐색해 재참여를 유도하고, 참여 비용을 빠르게 낮추었기 때문입니다.



캠페인 시작부터 재참여당 비용 KPI를 4배 초과 달성하며, 목표 비용의 1/4 수준으로 유저를 재참여시킬 수 있었습니다.

프로그래매틱 ML 기반 비더가 어떤 오디언스 세그먼트가 재참여하고 게임 플레이를 이어갈 가능성이 높은지 판단할 만큼 충분한 긍정적 시그널을 확보한 후, 우리는 캠페인 규모를 크게 확장할 수 있었습니다. 이 과정에서 재참여당 비용 KPI를 크게 초과 달성했을 뿐 아니라, Re-attributions per Mille와 D7 리텐션 또한 개선할 수 있었습니다.



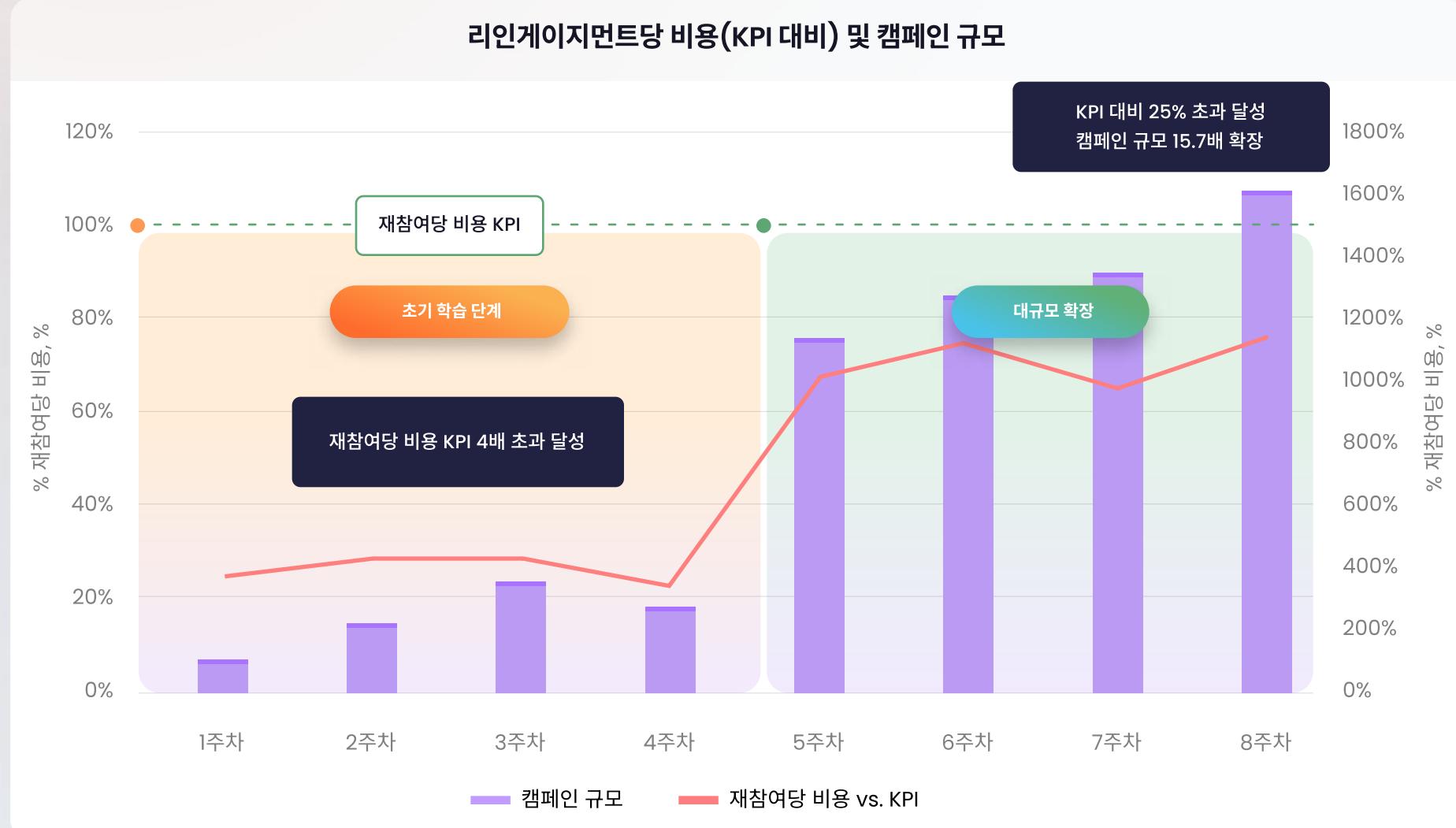
캠페인 결과

캠페인 규모 및 리인게이지먼트 비용 확장

캠페인 초기 단계에서는 소규모로 운영하며 재참여 가능성이 높은 주요 유저 세그먼트에 대한 인사이트를 확보했습니다.

ML 모델이 어떤 오디언스 세그먼트가 전환 가능성이 높은지(마비노기 재실행 또는 재설치) 분류할 충분한 샘플 데이터를 수집한 후, 8주 만에 캠페인 규모를 15배로 확장하면서 재참여 비용 KPI를 25% 초과 달성했습니다.

리인게이지먼트당 비용(KPI 대비) 및 캠페인 규모

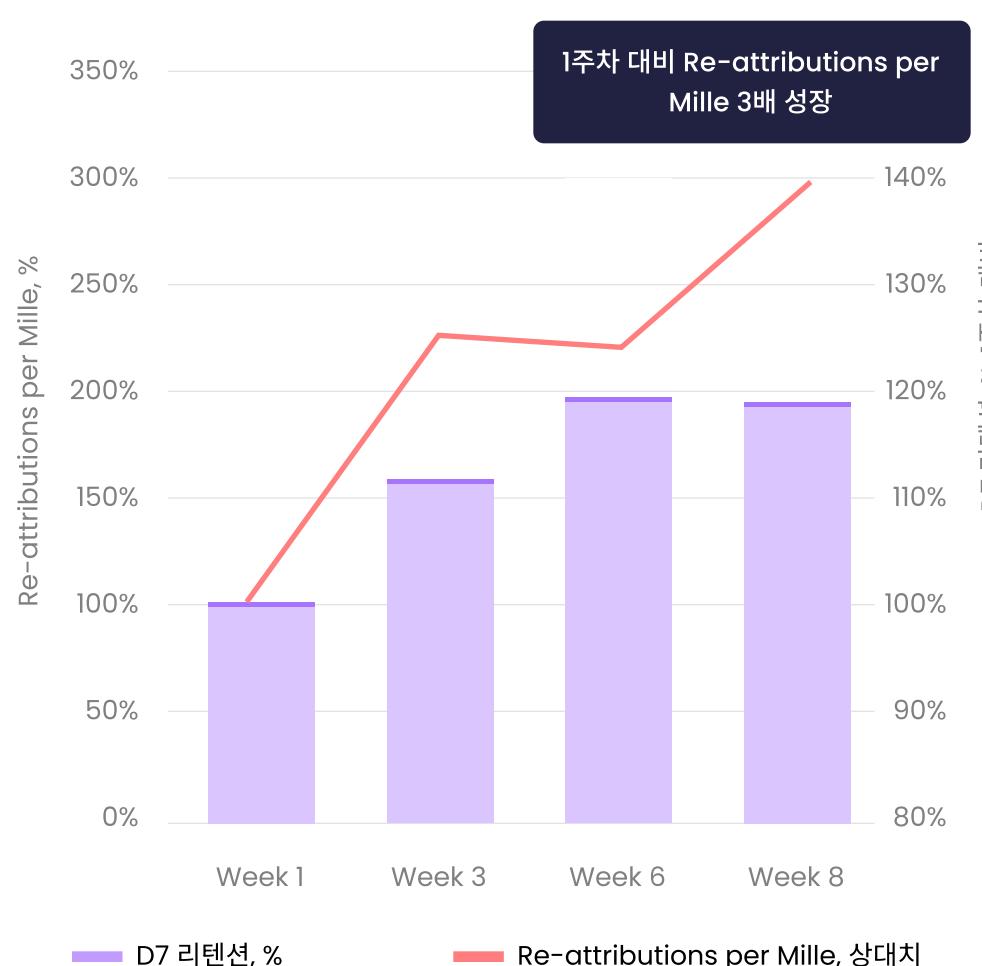


Re-attributions CVR 및 D7 리텐션 성장

캠페인의 주요 과제는 성능을 유지하면서 규모를 확장하는 것이었으며, 특히 게임을 재실행하거나 재설치할 가능성이 가장 높은 유저만을 재참여시키는 데 집중했습니다.

이탈 유저 오디언스 내 특정 세그먼트를 정확히 타겟팅함으로써, 우리는 D7 리텐션을 유지하고 개선했을 뿐만 아니라, 1주차 대비 8주차에 Re-attributions per Mille를 3배 성장시킬 수 있었습니다.

Re-attributions per Mille 및 D7 리텐션 성장



넥슨 소개

넥슨(NEXON)은 장기 IP 프랜차이즈와 뛰어난 라이브 운영 전문성을 갖춘 글로벌 온라인 게임 선두 기업으로, 이를 통해 게임의 수명을 수십 년 단위로 연장할 수 있습니다. 1994년에 설립된 넥슨은 다양한 장르에서 40개 이상의 라이브 게임을 운영하며, 190 개 이상의 국가에서 서비스를 제공하고 있습니다.

메이플스토리(MapleStory)와 던전앤파이터(Dungeon&Fighter)를 포함한 넥슨의 대표 게임들은 장기간에 걸쳐 안정적인 성장을 보여주고 있습니다.

넥슨은 Persona.ly의 소중하고 오랜 파트너사로, 또 다른 타이틀을 통해 협업을 한층 더 확대하게 되어 매우 기쁩니다.

양 팀은 투명성과 데이터 기반 우수성에 대한 상호 약속을 바탕으로 원활한 시너지를 발휘하고 있습니다.

이번 파트너십 확장을 계기로, 넥슨의 다양한 주요 게임 타이틀 전반에 걸쳐 차별화된 UA 및 리타게팅 성과를 제공할 수 있기를 기대합니다.

Persona.ly 한국 사업개발 디렉터

Rachel SEO



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 달성을 할 수 있도록 지원합니다. 퍼스널리의 머신러닝 모델은 예측된 LTV를 기반으로 고가치 사용자

를 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 달성을 할 수 있도록 지원합니다

