
ENM 콘텐츠와 가장 가까운

CJ OTT LIVE

2019 SALES GUIDE

2019. 6

INDEX

CJ OTT LIVE

- 소개
 - 상품 특징
 - 커버리지
 - 노출 영역
 - 오디언스
- 강점
 - 추가 도달
 - 브랜드 세이프티
 - 단가 경쟁력
- 단가
 - 기본 할증 제도
 - 등급, 앵커 패키지
 - 보너스 가이드
 - 업프론트/CPM 테이블
- 상품
 - 브랜드 전용관
- TO BE
- APPENDIX

CJ OTT LIVE 소개 상품 특징

- TVING 뿐 아니라, 국내 다수 OTT 플랫폼에 함께 송출되는 광고상품
- 실시간 방송 중 노출되는 TVC를 대체하는 형태로 노출

기본정보



노출형태



CJ OTT LIVE 소개 커버리지

- TVING, OKSUSU, 올레TV, U+TV
국내 전체 OTT 서비스 이용자의 90% 커버리지

플랫폼 / 커버리지



TVING
월UV 270만



옥수수
월UV 400만



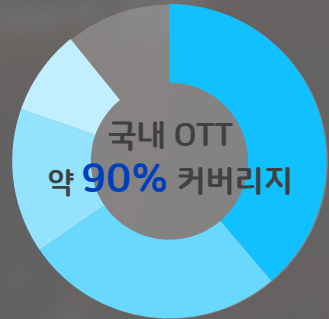
올레TV
월UV 140만



U+TV
월UV 220만

2019. 05 ~
월 UV 약 670만

2019. 06 ~
월 UV 약 1,000만
• 옥수수: 2019.9까지 송출

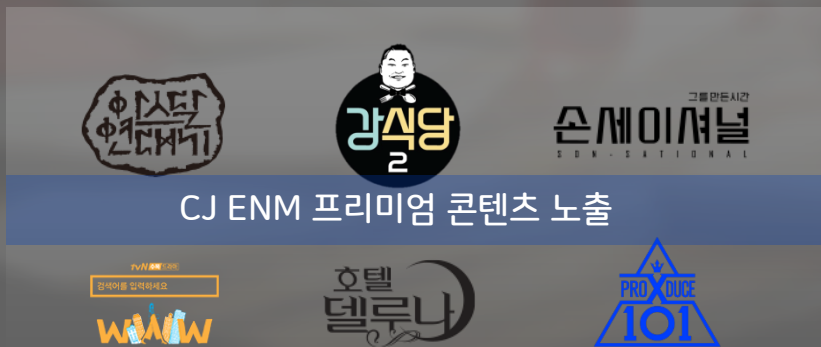


• 님스 코리아 클릭, 모바일 애플리케이션 트렌드차트, 최근 1년 기준

CJ OTT LIVE 소개 노출 영역

- CJ ENM의 프리미엄 콘텐츠를 TV와 동일한 채널에서 노출할 수 있는 상품

노출 콘텐츠



노출 채널

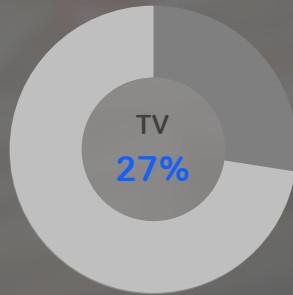
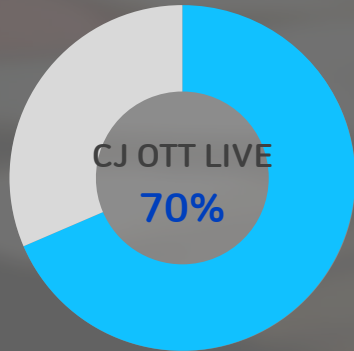


• 영화채널(OCN, 채널CGV, SA)의 경우 일부 플랫폼에서만 제공

CJ OTT LIVE 소개 오디언스

- TV로 쉽게 도달할 수 없는 밀레니얼 오디언스 비중이 약 70% (TV대비 2.6배)
- 영 타깃 선호도가 높은 콘텐츠 일수록 CJ OTT LIVE 시청량 높음

영 밀레니얼 유저 비중



콘텐츠 소비 특징

시청량 기준
순위 비교



TV

46
(+40)

50
(+19)

22
(+6)

CJ OTT LIVE

6

31

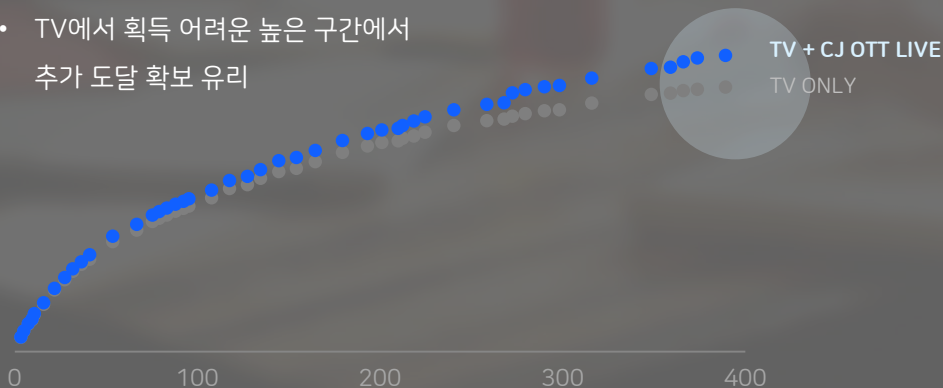
16

CJ OTT LIVE 강점 추가 도달

- TV를 통해 획득한 브랜드 이미지를 유지하면서 보다 효율적인 추가 도달 확보 가능
- TV와 중복되지 않은 시청자의 추가 유입, 타 디지털 매체 대비 유의미한 도달 획득

추가 도달 확보 유리

- TV에서 획득 어려운 높은 구간에서 추가 도달 확보 유리



CJ OTT LIVE의 도달이 유의미한 이유

- 실시간 방송 특성 고려, 중복되지 않는 추가 시청층 유입
- TV에서 도달하기 어려운 밀레니얼 타겟 비중 70%



TV 시청자



OTT 시청자

CJ OTT LIVE 강점 브랜드 세이프티

- 안정성이 보장되지 않은 콘텐츠 등, 부적절하거나 불필요한 지면 노출 가능성 0%
- TV와 동일하게 CJ ENM의 프리미엄 콘텐츠와의 연계성 유지

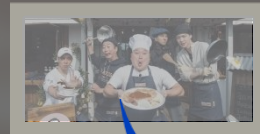
브랜드 세이프티

- 퀄리티와 안정성이 보장된 CJ ENM의 채널/콘텐츠에만 100% 노출



콘텐츠 연계성 유지

- TV 집행을 통해 기대하는 프리미엄 콘텐츠와의 연계성 동일하게 유지



CJ OTT LIVE 강점 단가 경쟁력

- 콘텐츠를 중심으로 하는 매체 중 가장 경쟁력 있는 단가 보유
- 소재 SKIP 불가하여 유의미한 노출 가능하며, 단가 할증 낮아 장초 수 집행에 유리

단가 경쟁력

장초 수 집행에 유리

	CJ OTT LIVE	콘텐츠 기반 SA	CJ ENM TV
CPM	8,000	10,000	22,000
타겟팅 CPM	11,000	20,000	

① 스킵 불가



② 낮은 할증단가

1분 소재 기준 CPM

14,000

(15초 대비 6,000 할증)

• 타겟팅 CPM: CJ ENM 주요 콘텐츠(SA) 타겟팅 기준

CJ OTT LIVE 단가 기본 할증 제도

- 기본 CPM을 기반으로, 각 타깃팅에 따라 누적 할증되는 단가 구조

CPM 8,000	소재 길이	~30초 +2,000	~60초 +6,000	~180초 +8,000	
	콘텐츠	30%	SA +3,000	A +2,000	B +1,000
		60% 패키지	+7,000	+5,000	+3,000
위치/요일	30%	중CM +5,000	PIB +2,000	채널/시간대/요일 +2,000	

CJ OTT LIVE **단가** 등급 패키지

- A 등급 이상 콘텐츠를 60% 타겟팅 집행 시 패키지 단가 적용

구분	최소청약단가	타겟팅 비율 적용 CPM <small>* SA, A 콘텐츠 각 택 1</small>			
		SA 콘텐츠	A 콘텐츠	기타	
등급 패키지	SA 패키지	2천만 원	60% 15,000	20% 13,000	20% 8,000
	A 패키지	1.5천만 원		60% 13,000	40% 8,000

CJ OTT LIVE **단가** 앵커 패키지 (완성형)

- 특정 앵커 콘텐츠의 경우 등급 패키지와 분리 판매
- 별도의 콘텐츠 타겟팅 단가를 갖는 완성형 패키지 * 콘텐츠 등급 고지 시 동시 고지예정

구분	최소청약단가	패키지 상세 (예시)					
앵커 패키지	3천만 원	콘텐츠	광고위치	CPM (원)	예상 IMPS (회)	집행금액 (원)	
		앵커	중CM	22,000	181,818	4,000,000	
			PIB	19,000	105,263	2,000,000	
			전후CM	17,000	529,412	9,000,000	
		SUB TOTAL				816,493	15,000,000
		A 콘텐츠	-	10,000	700,000	7,000,000	
		논타겟팅	-	8,000	1,000,000	8,000,000	
TOTAL				2,516,493	30,000,000		

• 상기 내역은 예시로, 실제 상세 수치는 캠페인 진행 시 달라질 수 있음

CJ OTT LIVE **단가** 보너스 가이드

- 월 예산 규모에 따라 보너스율이 상승하는 슬라이딩 보너스

슬라이딩 보너스

월 예산	1천만 원 이상	2천만 원 이상	3천만 원 이상	4천만 원 이상	5천만 원 이상	6천만 원 이상	1억 원 이상
추가 보너스율	5%	10%	15%	20%	25%	30%	50%

CJ OTT LIVE **단가** 보너스 가이드

- 일정 예산을 장기간 집행할수록 보너스율이 상승하는 업프론트 보너스

업프론트 보너스

월 예산	2천만 원 이상	4천만 원 이상	6천만 원 이상	8천만 원 이상	1억 원 이상
추가 보너스율	10%	20%	30%	40%	50%
+					
기간	2개월	3개월	4개월	5개월	6개월 이상
추가 보너스율	5%	5%	10%	10%	15%

CJ OTT LIVE **단가** 업프론트/CPM 테이블

- ENM 연간 업프론트 광고주 +20%

금액구간	기간	총 제안금액	제안금액/월	월평균보너스 Value	기간별 보너스 Value	총 제공 Value/월	노출보장/월	총 보너스율	적용 CPM
2천만원 이상	2개월	40,000,000	20,000,000	2,000,000	1,000,000	23,000,000	2,875,000	15%	6,957
	4개월	80,000,000	20,000,000	2,000,000	2,000,000	24,000,000	3,000,000	20%	6,667
	6개월	120,000,000	20,000,000	2,000,000	3,000,000	25,000,000	3,125,000	25%	6,400
4천만원 이상	2개월	80,000,000	40,000,000	8,000,000	2,000,000	50,000,000	6,250,000	25%	6,400
	4개월	160,000,000	40,000,000	8,000,000	4,000,000	52,000,000	6,500,000	30%	6,154
	6개월	240,000,000	40,000,000	8,000,000	6,000,000	54,000,000	6,750,000	35%	5,926
6천만원 이상	2개월	120,000,000	60,000,000	18,000,000	3,000,000	81,000,000	10,125,000	35%	5,926
	4개월	240,000,000	60,000,000	18,000,000	6,000,000	84,000,000	10,500,000	40%	5,714
	6개월	360,000,000	60,000,000	18,000,000	9,000,000	87,000,000	10,875,000	45%	5,517
1억원 이상	2개월	200,000,000	100,000,000	50,000,000	5,000,000	155,000,000	19,375,000	55%	5,161
	4개월	400,000,000	100,000,000	50,000,000	10,000,000	160,000,000	20,000,000	60%	5,000
	6개월	600,000,000	100,000,000	50,000,000	15,000,000	165,000,000	20,625,000	65%	4,848

• 단위: CPM / 천 원

구분	초수	5 ~15초	~30초	~60초	~180초	
기본단가	논타겟팅	8	10	14	16	
타겟팅 단가 (타겟팅 비중 30%)	콘텐츠 타겟팅	B	9	11	15	17
		A	10	12	16	18
		SA	11	13	17	19
	콘텐츠 타겟팅 +위치 지정	B	11	13	17	-
		A	12	14	18	-
		SA	13	15	19	-
		B	12	14	18	-
		A	13	15	19	-
		SA	14	16	20	-
	패키지 단가 (타겟팅 비중 60%)	콘텐츠 패키지	B	11	13	-
A			13	15	-	-
SA			15	17	-	-
콘텐츠 패키지 +위치 지정		B	13	15	-	-
		A	15	17	-	-
		SA	17	19	-	-
		B	14	16	-	-
		A	16	18	-	-
		SA	18	20	-	-
블록 패키지		채널	10	12	16	18
		시간	10	12	16	18
		요일	10	12	16	18
		채널 + 시간	12	14	18	20
		채널 + 요일	12	14	18	20
		시간 + 요일	12	14	18	20
	채널 + 시간 + 요일	14	16	20	22	

CJ OTT LIVE 상품 브랜드전용관

- 상품 소개 브랜드 콘텐츠 소재 집행 시 'TVING 전용관'에 해당 소재 업로드, 유통 지원하는 상품
- 기대 효과 콘텐츠 유통 채널 확장 및 장초 수 소재 효율적 단가 집행

• 광고위치 전후CM • CPM 18,000 • 패키지 단가 1천만 원

전용관 ONLY (광고X) 집행 시,
편당 1백만 원 (VIEW 보장 X / 리포트 X)

① CJ OTT LIVE 대체광고 (전후CM)

• 최대 180초

전CM

콘텐츠

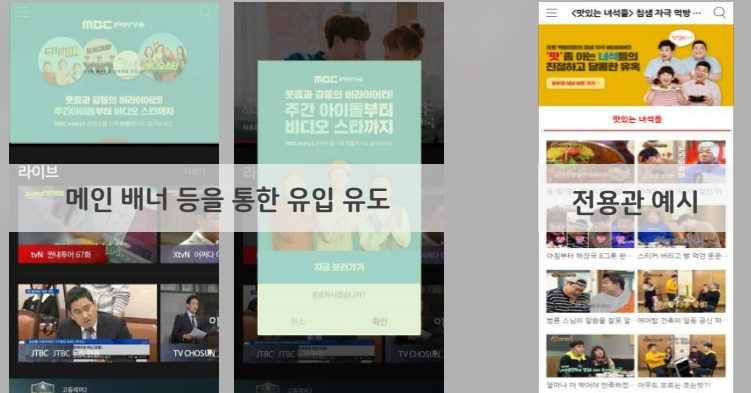
후CM



광고 IMPS + 전용관 VIEW
합산 데이터 리포팅

② TVING 브랜드 전용관 업로드

- 최소 다섯 개 영상 필수



• CPM: 180초 소재 기준 (소재 길이에 따라 CPM 유동적임)

TO BE

- 대체광고 내 VTR 지원 및, 상품군 다양화 예정

정책



대체광고 VTR (View Through Rate) 지원

(4Q 예정)

상품 군 확장



커머스 연계상품

(CJ MALL 연동, 4Q 예정)



오디언스 타겟팅 상품

(20.1Q 예정)

APPENDIX

- TVING과 관련 된 혼동하기 쉬운 상품 군 요약

상품

노출 플랫폼 / 채널

CJ OTT LIVE

실시간 대체광고
프리롤 (VOD 등)

- TVING, oksusu, Olleh TV Mobile, U+ Mobile TV
- CJ ENM 13개 채널 * 플랫폼 별 노출 채널 상이

TVING TV

딜레이 프리롤 / 미드롤

- TVING, 옥수수, 네이버, 다음 등
- 정주행 채널 (약 250개)

TVING 배너

-

- TVING

E.O.D
