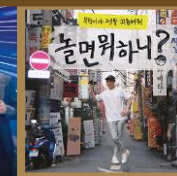


▶ **SMR 상품 판매안**
2020. 11

7월 31일 금요일
밤 10시 50분 첫 방송

1	<u>SMR 소개</u>	... 3	5	<u>SMR 집행 가이드</u>	... 32
2	<u>SMR 장점</u>	... 7	6	<u>SMR 상품 활용 안</u>	... 39
3	<u>SMR 상품안내</u>	... 12	7	<u>Appendix</u>	... 48
4	<u>SMR 컨디션 별 혜택</u>	... 29			

CONTENTS



팀장이 코앞
나 혼자 살면 돼!

이식당
이차피 인생은 혼자!

7월 31일 금요일
밤 10시 50분 첫 방송



SMR 소개

유크익매
세상 모든 JOB을 리뷰한다
매주 금요일 저녁 6시 본방송

D 단독인터뷰

동영상 플랫폼 최대 커버리지 매체



독점 노출

우위 선점 노출

SMR

언제 어디서나 시청 가능한 통합 플랫폼

SMR 소개

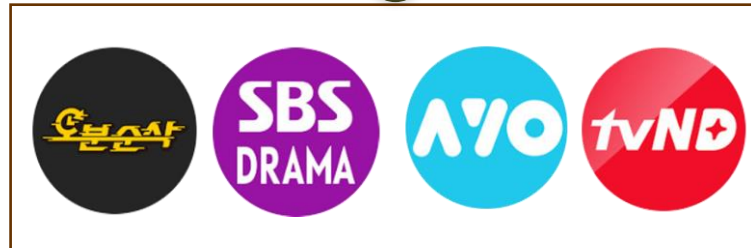


대한민국 대표 방송/매쉬업/웹 오리지널 콘텐츠 유통



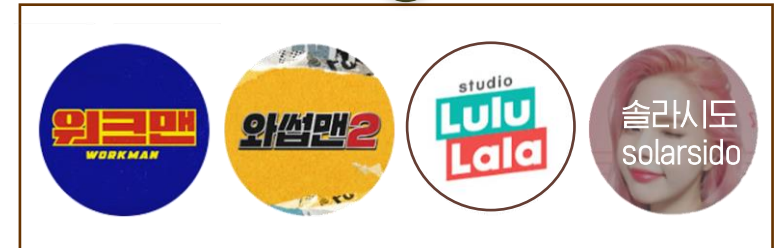
■ 방송 콘텐츠

디지털로 공급되는 TV 콘텐츠의
하이라이트 클립 영상



■ 매쉬업 콘텐츠

방송 프로그램을 다양하게 편집 & 조합해
재생산된 디지털 맞춤형 콘텐츠



■ 웹 오리지널

방송사가 직접 제작하는 디지털 전용 콘텐츠 +
DIA TV 소속 인기 크리에이터 콘텐츠

10개 방송사의 프로그램, 클립, 유튜브 채널까지 다양한 콘텐츠 보유



10 방송사



40+채널

누적 기준 (20년 6월)

4271+ 프로그램

누적 기준 (20년 6월)

2000+ 유튜브 채널



20년 6월 등록 기준

34000+ 클립

월 평균 업로드 클립 수 (20년 6월)

* SMR 입점 플랫폼 기준 (YouTube, 네이버TV, 카카오TV, 곰TV, SMR멤버스)

팀장이 코앞
나 혼자 살면 돼!



7월 31일 금요일
밤 10시 50분 첫 방송



SMR 장점

월드크리미
세상모든JOB을리뷰한다
매주금요일저녁6시본방송



TV와 디지털 영상 광고의장점을 하나로

방송 프로그램 광고 노출로 실시간 화제성 확보 및 주목도 강화

TV

시의성 높은 인기 프로그램 커버리지로 Reach 확장
프로그램 단위 타겟팅으로 광고 인게이지먼트 강화

디지털

콘텐츠 매칭한 정교한 타겟팅 가능

정량적인 성과 측정 가능 (노출, 재생완료, 클릭, Reach 등)

리마인드 배너, 컴패니언 배너 활용으로 2차 인터렉션 제공

클립 단위, 큐레이션, 콘텐츠 등 정교한 타겟팅 가능



TV + SMR 동시 집행을
통한 도달 강화



SMR 집행 통한
TV 미집행 보완



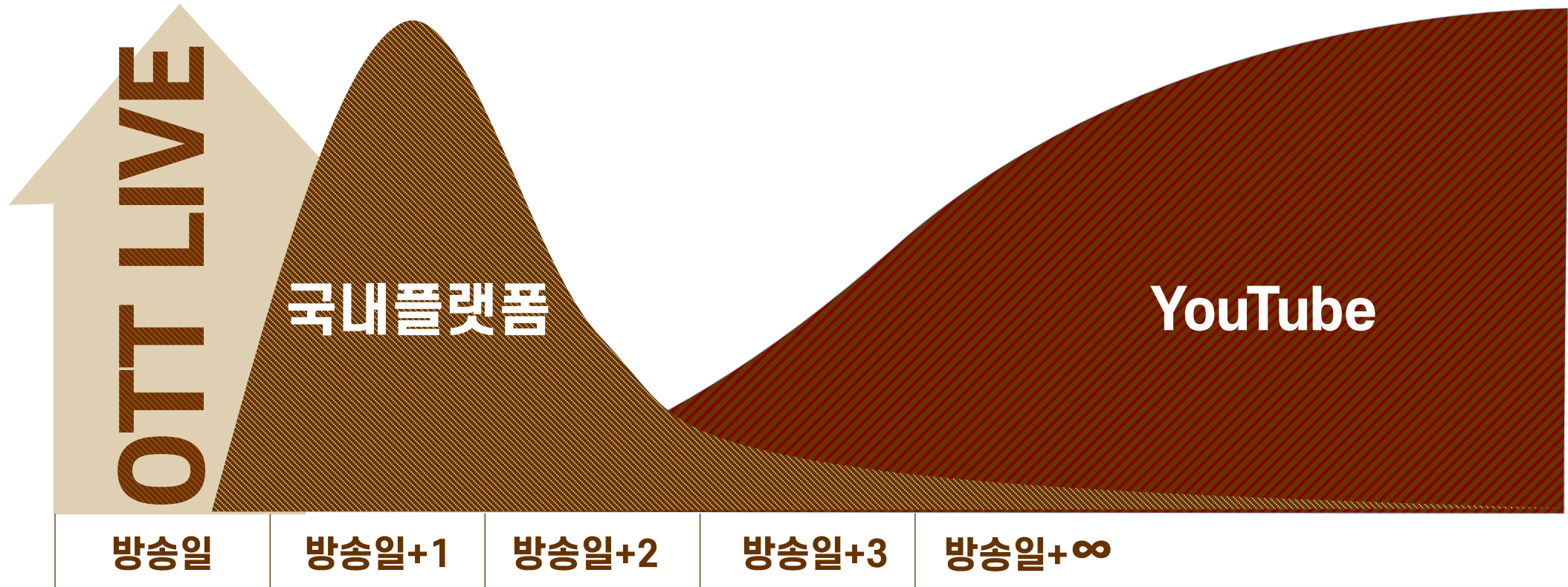
프리미엄 콘텐츠 광고 노출로 브랜드 이미지 손상 최소화

- 자동 화이트 리스트 노출
- Brand Safety 보장
- SMR 자체 Risk 관리



동영상 시청 Flow 따라가기

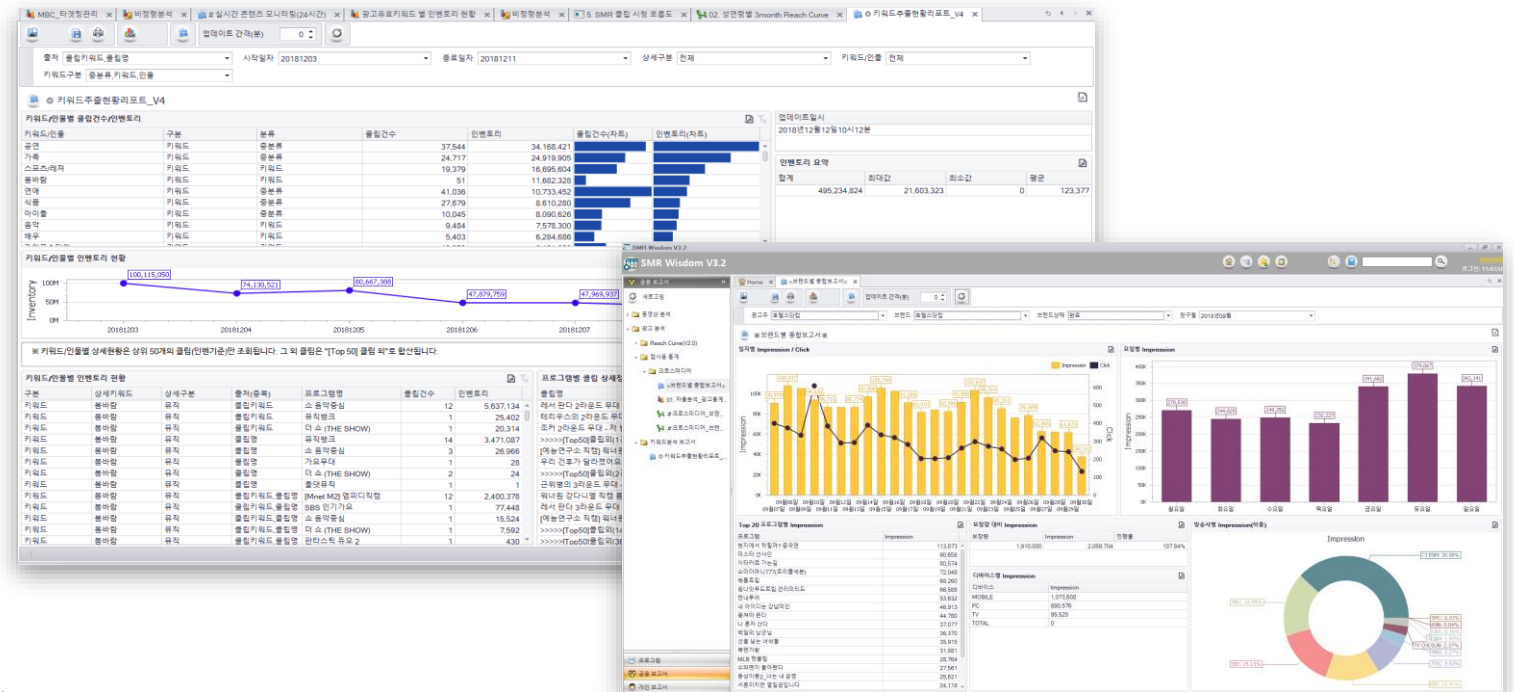
- ▶ OTT 플랫폼 : 실시간 LIVE 시청자 확보
- ▶ 국내 플랫폼 : 방송 직후 시의성 및 화제성 콘텐츠 관심유저 확보
- ▶ YouTube : 롱테일 콘텐츠 소비자 확보



All 플랫폼 리포트 제공

▶ 통합 통계 시스템인 SMR Wisdom 통해 자유도 높은 분석 가능

All 플랫폼 통합 리포트



모든 방송사 · 플랫폼의 콘텐츠 분석 가능
 집행 캠페인 간 효율 비교, 교차 분석 가능 · 플랫폼 별 Reach 확인 가능

팀장이 코앞
나 혼자 살면 돼!

이식당
이차피 인생은 혼자!

7월 31일 금요일
밤 10시 50분 첫 방송



SMR 상품안내

의크리맨
세상모든JOB을리뷰한다
매주금요일저녁6시본방송

D 단독인터뷰

효과적인 광고운영을 위한 상품 라인업



▶ 도달강화

- ▶ **SMR First**
 - Original
 - lite
- ▶ **SMR Best**

SMR First Original

- ▶ 네이버TV, 카카오TV, YouTube 첫 시청자 대상 광고 노출로 도달률 극대화
- ▶ 유튜브 : 채널, Demo, 시간대 타겟팅 적용 가능하며, 무할증 운영

상품 소개

하루 1회 클립 최초 시청자에게 SMR First 노출

시청자 A

시청자 B

시청자 C

! 구매 Tip 특정일 기준 Reach 극대화 가능

판매컨디션

일 단위 1개 브랜드 선착순 판매

판매 방식	1일 1개 브랜드 선착순 판매
구매 방법	E-mail 접수
판매 금액 (1구좌)	평일 & 주말 3억 원 (타겟팅 적용시 3억 미만 구매 가능)
활용 가능 소재 초수	제한 없음
Skip 시점	5초 Skip (15초 소재 활용 시 유튜브에 한해 15초 Non Skip 노출 가능)
노출 플랫폼	네이버TV / 카카오TV / YouTube

* 최초 시청 기준
 - 유튜브 : ADID 혹은 Cookie 기반으로 24시간 이내 첫 시청 시 노출
 - 네이버/카카오 : 플랫폼 별 유효 아이디 기준으로 유저의 소비 패턴에 따라 첫 시청 시점 적용
 * 인벤토리 상황에 따라 판매 단가 변동될 수 있음

SMR First lite

▶ 네이버TV, 카카오TV 첫 시청자 대상 광고 노출로 도달률 극대화

상품 소개

하루 1회 클립 최초 시청자에게 SMR First lite 노출

시청자 A

시청자 B

시청자 C

! 구매 Tip 특정일 기준 Reach 극대화 가능

판매컨디션

일 단위 1개 브랜드 선착순 판매

판매 방식	1일 1개 브랜드 선착순 판매
구매 방법	E-mail 접수
판매 금액 (1구좌)	평일: 3천만원 / 주말: 4천만원
활용 가능 소재 초수	제한 없음
Skip 시점	5초 Skip
노출 플랫폼	네이버TV / 카카오TV

* 최초 시청 기준
- 네이버/카카오 : 플랫폼 별 유효 아이디 기준으로 유저의 소비 패턴에 따라 첫 시청 시점 적용
* 인벤토리 상황에 따라 판매 단가 변동될 수 있음

SMR First lite 2nd, 3rd

- ▶ 네이버TV, 카카오TV 첫번째 시청 이후 두번째, 세번째 연속 노출로 광고 시너지 효과 증대
- ▶ SMR First 상품 구매 시 추가 구매 가능

상품 소개

두번째, 세번째 시청자 대상 광고 노출

! 구매 Tip 연속적인 광고 시청 유도

판매컨디션

일 단위 1개 브랜드 선착순 판매

판매 방식	1일 1개 브랜드 선착순 판매		
구매 방법	E-mail 접수		
판매 금액 (1구좌)	상품	평일	주말
	2nd	1,800만원	2,500만원
	2nd+ 3rd	3,000만원	4,000만원
활용 가능 소재 초수	제한 없음		
Skip 시점	15초 Skip		
노출 플랫폼	네이버TV / 카카오TV		

* 최초 시청 기준
 - 네이버/카카오 : 플랫폼 별 유호 아이디 기준으로 유저의 소비 패턴에 따라 시청 시점 적용
 * 인벤토리 상황에 따라 판매 단가 변동될 수 있음

SMR First lite DIY 옵션

▶ SMR First lite 상품 구매 시 활용 가능한 옵션 안내

기본 구매 옵션

SMR 1st lite ▶ NAVER TV ▶ kakaoTV

NAVER, kakao 첫 시청자 대상 광고 노출

추가 구매 옵션

SMR 2nd/3rd ▶ NAVER TV ▶ kakaoTV

NAVER, kakao 두번째, 세번째 시청자 대상 광고 노출

추가 구매 옵션

Freq. X Demo ▶ YouTube

YouTube에 원하는 타겟, 원하는 횟수로 광고 노출
최소 집행 금액 2,000만원

추가 구매 옵션

SMR Best ALL Platforms

인기도 높은 앵커 콘텐츠 ALL 플랫폼 노출
최소 집행 금액 2,000만원

SMR Best

▶ 화제성 높은 국내플랫폼의 실시간 인기 콘텐츠 노출과 유튜브 인기 채널 선별 노출로 퀄리티 제고

상품 소개

실시간 화제 프로그램과 인기 콘텐츠 집중 노출

국내 플랫폼

재생수 상위 50개 클립
실시간 노출 (매시간 갱신)



YouTube

방송사별로 선별된 인기 프로그램 및 채널 집중 노출



! 구매 Tip 인기 콘텐츠 구매 비용 효율성 증대

판매조건

월 단위 7개 광고주 선착순 판매

판매 방식	월 단위 7개 광고주 선착순 판매		
최소 집행금액	월 기준 2억 원 이상		
판매 CPM	18,000원		
활용 가능 소재 초수	제한없음		
Skip 적용	15초 이하 소재	논스킵	
	15초 초과 소재	국내플랫폼	15초 논스킵
		YouTube	5초 후 스킵
노출 플랫폼	SMR 모든 플랫폼 (YouTube 포함)		

* YouTube 내 방송 콘텐츠의 광고 노출은 TV 프로그램 방영 후 일정 기간 홀드백 적용
홀드백 기간은 콘텐츠별로 상이
* YouTube 노출 프로그램 및 채널은 매월 변동



**콘텐츠
점유강화**

▶ 콘텐츠

▶ 큐레이션

▶ 클립

콘텐츠 점유 강화

콘텐츠

▶ 방송 프로그램의 노출 보장형 상품

상품 소개

방송 프로그램 단위의 노출 보장 상품

매월 약 80여개의 콘텐츠 타겟팅 프로그램 공지



! 구매 Tip 구매 프로그램의 노출량 게런티

판매컨디션

비딩 판매 (최소 노출 기간 14일)

판매 방식	매월 정기 및 상시 비딩 판매		
판매 CPM	최소 16,500원~		
판매 단위	월 판매 인벤토리의 1% 단위로 구매 가능		
활용 가능 소재 초수	제한없음		
Skip 적용	15초 이하 소재	논스킵	
	15초 초과 소재	국내플랫폼	15초 논스킵
		YouTube	5초 후 스킵
노출 플랫폼	SMR 모든 플랫폼		

* YouTube 내 방송 콘텐츠의 광고 노출은 TV 프로그램 방영 후 일정 기간 홀드백 적용
 홀드백 기간은 콘텐츠별로 상이
 * 단가는 16,500원부터 1원 단위로 할증 적용

콘텐츠 점유 강화 큐레이션

▶ 업종 및 타겟에 적합한 콘텐츠+유튜브 채널+키워드로 구성된 맞춤형 타겟팅 상품

상품 소개

업종 및 타겟 맞춤형 큐레이션 판매

방송 콘텐츠 + 유튜브 채널 + 키워드 DIY로 구성

The image displays a grid of six product cards, each representing a different content category. Each card includes a title, a CPM value, and a list of featured content items. The categories are: 01 주말리/화장품 (CPM 16,500), 02 가전제품/식품 (CPM 16,500), 03 서비스/식음료 (CPM 16,500), 14 스포츠/음료 (CPM 16,000), 23 광고 모델 (CPM 18,000), and an ellipsis indicating more options.

! 구매 Tip 큐레이션 간 교차 구매 가능

판매조건

선착순 판매 (최소 노출 기간 14일)

판매 방식	매월 정기 및 상시 판매				
판매 CPM	16,500~20,000원 (큐레이션 별 상이)				
판매 단위	월 판매 인벤토리의 1% 단위로 구매 가능				
활용 가능 소재 초수	제한없음				
Skip 적용	15초 이하 소재	논스킵			
	15초 초과 소재	<table border="1"> <tr> <td>국내플랫폼</td> <td>15초 논스킵</td> </tr> <tr> <td>YouTube</td> <td>5초 후 스킵</td> </tr> </table>	국내플랫폼	15초 논스킵	YouTube
국내플랫폼	15초 논스킵				
YouTube	5초 후 스킵				
노출 플랫폼	SMR 모든 플랫폼				

* YouTube 내 방송 콘텐츠의 광고 노출은 TV 프로그램 방영 후 일정 기간 홀드백 적용
홀드백 기간은 콘텐츠별로 상이

콘텐츠 점유 강화

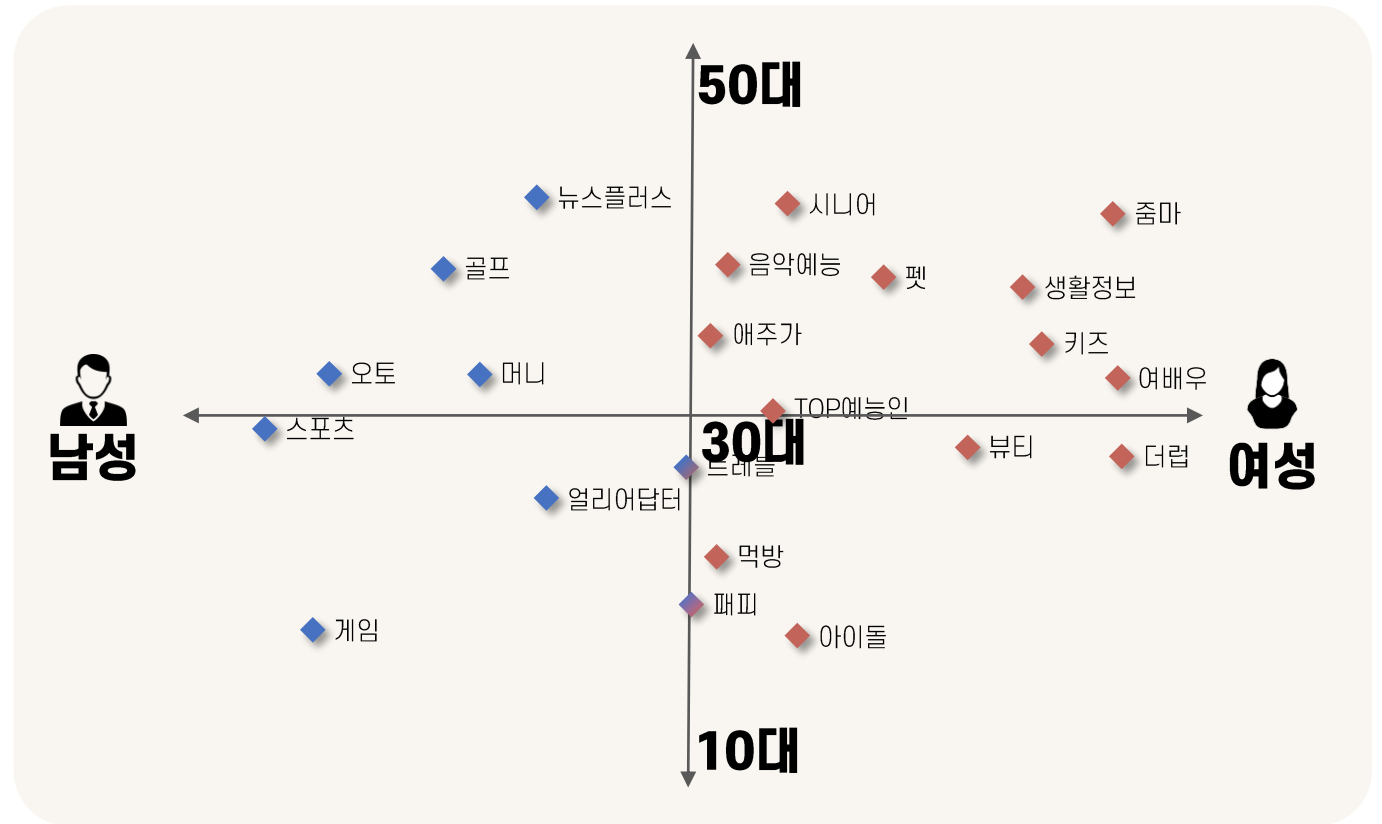
큐레이션 타겟팅 리스트

▶ 업종 및 타겟에 적합한 콘텐츠+유튜브 채널+키워드로 구성된 맞춤형 타겟팅 상품

큐레이션 리스트

큐레이션 명	판매단가	15초 VTR	CTR
TOP예능인	16,500	79.46%	0.25%
시니어	16,500	80.00%	0.30%
음악예능	16,500	81.22%	0.29%
여배우팩	16,500	77.04%	0.27%
줌마	16,500	80.38%	0.31%
애주가	20,000	80.38%	0.26%
더럽	16,500	72.88%	0.23%
얼리어답터	16,500	80.61%	0.25%
아이돌	16,500	83.08%	0.19%
트레블	18,000	85.16%	0.22%
생활정보	16,500	74.79%	0.44%
먹방	16,500	79.61%	0.25%
게임	18,000	86.03%	0.31%
키즈-유자녀부모	16,500	78.33%	0.34%
패피	16,500	75.98%	0.27%
news plus	16,500	83.08%	0.49%
스포츠	18,000	75.98%	0.27%
펫	18,000	78.61%	0.35%
오토	16,500	76.97%	0.29%
뷰티	18,000	81.50%	0.22%
머니	16,500	81.44%	0.30%
골프	16,500	73.20%	0.36%
광고모델	18,000		

큐레이션 분포도



* 판매 단가 및 큐레이션 분포도 월별 변경 가능

콘텐츠 점유 강화

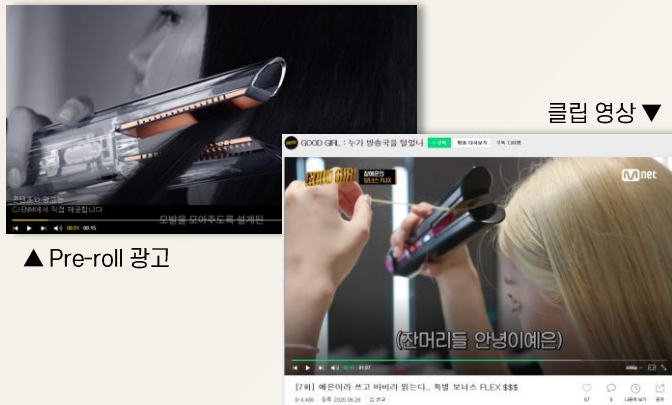
클립

▶ PPL 및 광고모델 노출 클립 지정하여 독점 점유 운영

상품 소개

지정 클립의 노출 독점 확보

PPL 협찬, 모델 이슈 관련 클립 타겟팅 활용 가능
광고비 소진 시까지 지정 클립 독점으로 점유



▲ Pre-roll 광고

! 구매 Tip PPL 정보 사전 공유 시 클립 제작 가능

판매조건

협의 판매

판매 방식	상시 선착순 판매	
최소 금액	600만원~	
판매 CPM	30,000원	
활용 가능 소재 초수	제한없음	
Skip 적용	15초 이하 소재	논스킵
	15초 초과 소재	국내플랫폼
		YouTube
노출 플랫폼	SMR 모든 플랫폼	

* 동일 클립이더라도, 국내플랫폼(네이버TV 이하)과 YouTube의 클립명이 다를 수 있음
* YouTube 내 방송 콘텐츠의 광고 노출은 TV 프로그램 방영 후 일정 기간 홀드백 적용
* 유튜브는 논스킵가용 인벤토리에 한해서 독점 노출 진행
(100% 인벤토리 독점 노출 희망할 경우, 5초 스킵 병행 노출 필요)
* First 집행 일자에는 후순위 노출

클립 타겟팅 운영 매뉴얼

▶ PPL & 협찬 여부, 신규 회차 클립 선택 여부 등에 따라 다른 조건 적용

Partner SMR



▶ 효율강화

- ▶ 랜덤CPM
- ▶ 랜덤CPMV
- ▶ 범퍼AD

랜덤CPM, 랜덤 CPMV

▶ SMR 모든 유통 콘텐츠 대상으로 노출 진행되는 논타겟팅 상품

상품 소개

랜덤CPM

- » SMR 모든 플랫폼 및 콘텐츠에 15초 논스킵 노출
- » 노출 보장

랜덤CPMV

- » SMR 국내 플랫폼 및 콘텐츠에 5초 후 스킵 노출
- » 노출 보장량의 30% 에 해당하는 15초 재생 보장
- » 믹스 예시 (15초 재생 수치를 보장하며, VTR 30% 는 보장하지 않음)

보장 노출량	15초 재생 보장	예상 VTR
100만회	30만회	30%

! 구매 Tip 랜덤 CPM 상품은 시간대, 디바이스 타겟팅 병행 가능



판매조건

상시 판매

구분	랜덤CPM	랜덤CPMV	
판매방식	상시판매		
판매 CPM	15,000원	10,000원	
활용 가능 소재 초수	제한없음		
Skip 적용	15초 이하	논스킵	5초 후 스킵
	15초 초과	국내 플랫폼	
		YouTube	5초 후 스킵
노출 플랫폼	SMR 모든 플랫폼	국내 플랫폼	

효율 강화 범퍼AD

▶ 6초 소재의 짧은 영상 국내플랫폼 노출로 빈도수 확보하여 노출량 확대

상품 소개

6초 이하 단초수 소재 노출 가능한 상품

SMR 국내 플랫폼 및 모든 콘텐츠에 노출 프로그램, 디바이스 등 별도 타겟팅 불가



! 구매 Tip 저렴한 CPM으로 노출량 확대 가능

판매조건

판매 자원 확인 후 협의 구매 가능

판매 방식	협의판매
판매 CPM	6,000원
타겟팅	별도 타겟팅 불가
활용 가능 소재 초수	6초 이하
Skip 시점	SKIP 없음
노출 플랫폼	국내 플랫폼

팀장이 코앞
나 혼자 살면 돼!

이식당
이차피 인생은 혼자!

7월 31일 금요일
밤 10시 50분 첫 방송



SMR 컨디션별 혜택

의크맨
세상모든JOB을리뷰한다
매주금요일저녁6시본방송

D 단독인터뷰

컨디션 별 혜택 - 보너스 테이블

- ▶ 특정 금액 또는 일정 기간 이상 집행하는 광고주 대상 보너스 제공
- ▶ 금액 보너스 / 기간 보너스 중 선택 적용 가능 (중복 적용 불가)

■ 금액 보너스 (기간 보너스와 중복 적용 불가)

월 집행 금액	3천만원 이상	5천만원 이상	1억원 이상	2억원 이상	3억원 이상	5억원 이상
보너스율	5%	10%	15%	20%	25%	30%

■ 기간 보너스 [금액 보너스와 중복 적용 불가]

집행기간	2개월	3개월	6개월	9개월
보너스율	5%	10%	15%	20%

-집행 기간은 청구회수 기준

■ 신규 광고주 보너스

조건	최근 1년간 미집행 광고주
보너스율	집행 첫 달 10% 제공

금액 보너스 TIP

- 집행월이 달라도 청구월이 같으면 보너스 확보 가능
※ 1월 3천만원 + 2월 2천만원 = 1월 5천만원 청구로 10% 확보

기간 보너스 TIP

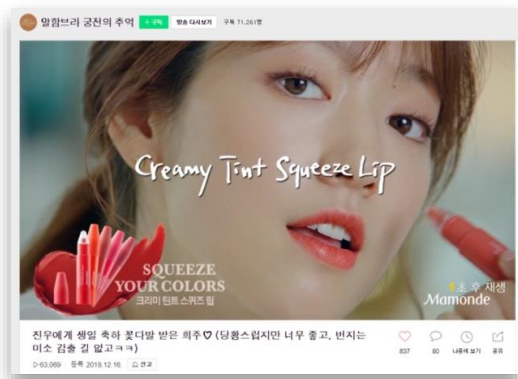
- 장기 청약 시작 후 1년 내 비 연속 집행 가능
- 동일 광고주 하위 다수 브랜드 동시 적용 가능
※ 단일 미디어레플을 통한 청약일 경우
- 최초 집행월로부터 1년 이내 자유롭게 집행 월 변경 가능
- 집행 종료된 단기 청약 ↔ 장기청약으로 전환 불가
※ 장기 청약은 사전 계약 必

컨디션 별 혜택 - 리마인드/컴패니언배너

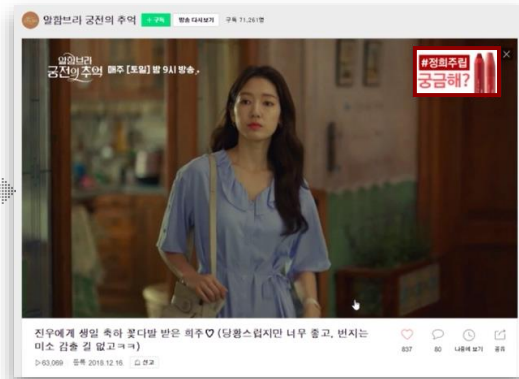
- ▶ Pre-Roll 광고와 매칭되는 배너광고 노출로 광고 상기도 제고
 - ▶ 추가 광고비 할증 없이 일부 광고주에게 서비스 집행 기회 제공
- ※ 월 3천만원 이상 집행 광고주 or 장기계약 집행 광고주

리마인드 배너

- 네이버TV / 카카오TV / 곰TV 의 2분 이상 클립의 70% 재생 시점에 4초간 노출 (PC/Mobile)



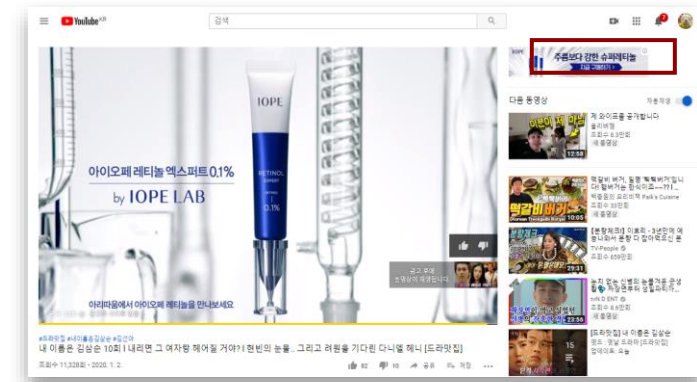
콘텐츠 시청 전 Pre-Roll AD 노출



콘텐츠 시청 시 리마인드 배너 노출

컴패니언 배너

- YouTube 광고 및 콘텐츠 시청 시 (PC)



광고 및 콘텐츠 시청 시
우측 상단에 컴패니언 배너 동시 노출

팀장이 코앞
나 혼자 살면 돼!

이식당
이차피 인생은 혼자!

7월 31일 금요일
밤 10시 50분 첫 방송



SMR 집행 가이드

위크엔드
세상모든JOB을리뷰한다
매주금요일저녁6시본방송

D 단독인터뷰

상품별 청약 스케줄

▶ 정기 청약



■ 큐레이션 타겟팅

■ 콘텐츠 타겟팅

* 매 월 비딩 일정은 SMAP에 공지되며,
기간은 변경 될 수 있습니다.

▶ 상시 청약



■ SMR First 선착순 판매

■ SMR Best 선착순 판매

■ 랜덤 CPM

■ 클립 타겟팅

■ 범퍼AD

■ 랜덤 CPMV

소재가이드

▶ SMR의 광고 규정 및 방송광고 가이드라인에 준하여 심의

소재 내용 (통합 플랫폼 공통 가이드)

- * 복수 소재 이용 가능
- * 최초 소재 셋팅은 캠페인 라이브 전 -2일 영업 시간 내까지 소재 전달 필요
- * 영상 및 랜딩 페이지 교체, 신규 영상 소재 추가, 리마인드 배너 및 컴패니언 배너 추가/교체는 평일 16시 전 요청 건에 한해 당일 처리 가능

소재 형식 (국내 플랫폼 / YouTube 가이드 상이)

국내 플랫폼 (NAVER, kakao, GOM, SMR 멤버스)

- * 프리롤 영상
 - 1080p 이상 해상도
 - Mp4, mpg, wov, mov 확장자의 동영상 파일 직접 업로드
 - 용량 300MB 이하
 - 1:1 정방형 소재 가능 여부 별도 문의
- * 리마인드 배너 (네이버/카카오/곰tv노출)
 - 사이즈 : PC 190 X 107 px / Mobile 90x50 px
 - 파일 포맷 : JPG, PNG (투명 배경 가능)
 - 용량 : 1MB 미만

YouTube

- * 프리롤 영상
 - 광고주 채널에 직접 업로드 된 영상 URL (광고주 채널이 없을 경우 별도 문의)
- * 디바이스 별 랜딩 구분 불가
- * 컴패니언 배너 (PC 노출)
 - 사이즈 : 300 X 60 px
 - 파일 포맷 : JPG
 - 용량 : 100KB 미만

집행 제한 업종 안내

▶ 업종에 따라 성인 타겟팅 또는 SMR 내부 심의 필수

주류	
적용 타겟팅	노출 플랫폼
로그인 유저 성인 타겟팅	YouTube / 네이버TV / 곰TV / SMR멤버스

17도 이상 고도수 주류는 별도 협의 필요
 타겟팅 - 애주가 큐레이션 / SMR Best 상품만 집행 가능
 애주가 큐레이션은 주류 광고주 대상 선착순 판매
 성인 정보를 보유한 플랫폼에 한해서만 노출
 (카카오 미노출, SMR 멤버스 일부 노출)

청소년 관람불가 영화

SMR 자체 소재 심의 필수
 - 포털 내 성인 인증 없이 공개된 예고편 등의 영상 → 일반 집행
 - 위 경우 외에는 주류 광고와 동일 타겟팅 적용

금융권 및 사행산업

구분	업종	허용여부
제1금융권	일반은행, 지방은행, 특수은행	가능 *
제2금융권	신용카드, 생명보험, 손해보험, 할부금융, 리스, 저축은행, 증권, 선물, 자산운용, 투자자문, 신용협동기구, 우체국, 부동산신탁	
제3금융권	대부업, 대부중개업	조건부 가능
도박업 및 사행산업 업종		불가

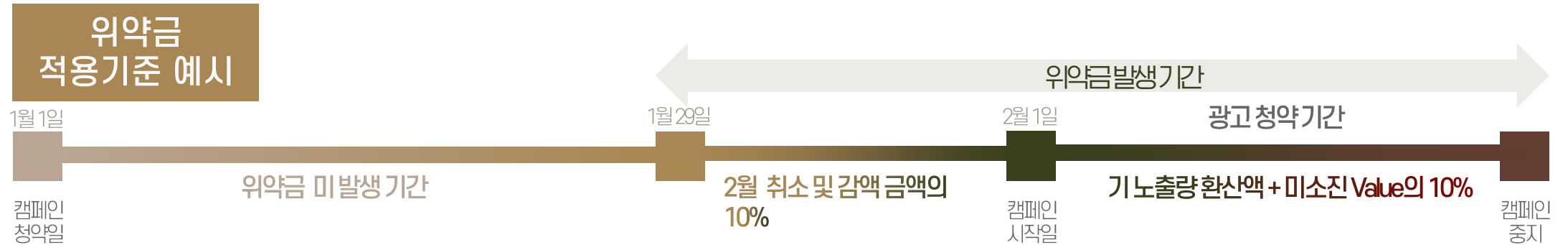
저축은행 광고 : SMR 자체 심의 필수
 대출 권유 메시지, 대출액, 이자율 등 직접적인 표현 불가

제약 및 병의원

구분	허용여부
제약	'심의(필)' 문구 필수 포함
병의원 - 건강 및 다이어트 프로그램	SMR 내부 심의 통과 후 가능
이외 병의원 광고	불가

중도 취소 패널티 안내 (단기)

▶ 집행 시작일 (영업일 기준) 3일 전 취소 또는 30% 이상 감액 시, 취소 또는 감액 금액의 10%를 위약금으로 청구



상품별 위약금 적용기준

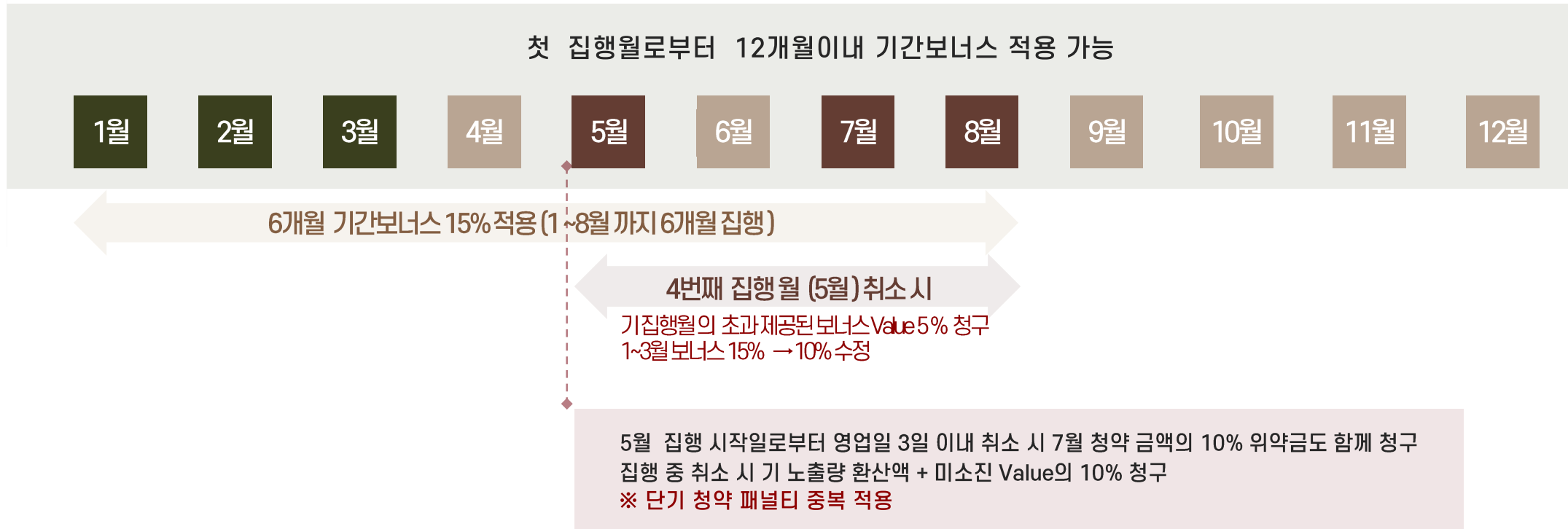
- SMR First : 집행 도중 취소 및 타 상품으로 전환 불가하며, 취소 시 잔여 밸류 반환하지 않음
- 콘텐츠 타겟팅 : 감액 시 모든 콘텐츠 비딩 결과 무효

위약금 면제 가능 기준

원하는 콘텐츠 타겟팅을 낙찰 받지 못한 경우, 광고 라이브 이전 협의 가능
 천재지변 또는 광고주 관련 사회적 이슈 등 불가피한 사유로 중도 취소될 경우 협의에 의해 위약금 면제 가능.
 단, 기 노출량 환산액 청구 진행

중도 취소 패널티 안내 (장기)

▶ 장기청약 중도 취소 시, 기 집행월에 초과 제공 된 보너스 Value 청구



콘텐츠 및 큐레이션 타겟팅 집행 관련 가이드

- ▶ 최소 14일 이상 집행 필수 (14일 미만 일정으로는 타겟팅 신청 불가)
- ▶ 낙찰 타겟팅 직접 취소 불가 / SMR 에 취소 요청 필요 (일 단위로 취소 불가 / 프로그램 전체 취소만 가능)
- ▶ 상시 비딩은 정기 비딩 최고 입찰가로 시작가 설정
- ▶ 상시 비딩 신청은 매 영업일 15시 59분 마감
- ▶ 상시 비딩은 신청일 기준 2일 후 인벤토리부터 구매 가능하며, 영업일 기준 매월 말일은 신청 불가

달성 관리 가이드 라인

- ▶ 청약 규시트 상의 노출 보장량은 마지막 날 23시 50분을 기준으로 달성 완료 처리
- ▶ SMR 인벤토리는 콘텐츠에 따라 가변적이므로 일자별 노출량이 일정하지 않을 수 있음
- ▶ 보장량 대비 초과 노출 발생 시 랜덤일 경우에는 보너스 처리 & 타겟팅일 경우 동일 노출량이 랜덤에서 차감

* 단, 초과노출량 및 랜덤 차감 내역이 미리 안내되지 않은 경우 차감 없이 보너스 처리

* SMR의 귀책 사유로 30만회 이상 초과노출 시 초과노출량의 20%만 랜덤에서 차감, 나머지는 보너스 처리

팀장이 코앞
나 혼자 살면 돼!

이식당
이차피 인생은 혼자!

7월 31일 금요일
밤 10시 50분 첫 방송



SMR 상품 활용안

위크맨
세상모든JOB을리뷰한다
매주금요일저녁6시본방송

D 단독인터뷰

중/소형 캠페인 (3천만원 미만)

▶ 산발적인 노출 최소화, 타겟에 집중 노출할 수 있는 타겟팅

적은 예산일수록 산발적인 노출을 최소화하기 위해 타겟팅 상품에 집중
타겟팅 상품 위주 미디어 믹스 후 잔여 예산은 [랜덤 or 랜덤CPMV] 상품을 활용하여 비용 효율을 강화

1,500만원

활용 목적	추천 상품	판매 방식
주목도 강화 (프로그램 지정)	타겟 선호 콘텐츠 타겟팅 (1~2개)	비딩 CPM 16,500원 ~
효율 강화	랜덤 CPM	CPM 15,000원
	랜덤 CPMV	CPMV 10,000원
예상 효율	E.CPM 14,000원 ~ 17,000원 E.CPV 20원 ~ 26원	

3,000만원

활용 목적	추천 상품	판매 방식
주목도 강화 (프로그램 지정)	타겟 선호 콘텐츠 타겟팅 (2~4개)	비딩 CPM 16,500원 ~
효율 강화	랜덤 CPM	CPM 15,000원
	랜덤 CPMV	CPMV 10,000원
	OTT Live	CPM 12,500원
예상 효율	E.CPM 14,000원 ~ 15,000원 E.CPV 18원 ~ 25원	

* 예상 효율 : 기본 보너스 테이블 적용 / CPV는 15초 재생 기준
* 콘텐츠 타겟팅 비딩 단가 및 상품 별 예산 배분에 따라 예상 효율 변동 될 수 있음

일반 캠페인 (3천만원 이상 ~ 1억원 이하)

▶ 예산 규모에 따라 First 상품 활용 및 타겟 집중 상품 추가하여 도달과 효율 동시 확보

금액 규모에 따라 도달 강화 상품인 First lite 구매하여 도달 동시 확보 전략 구성
 콘텐츠 타겟팅, 타겟 및 브랜드 맞춤형 큐레이션 상품 함께 활용으로 목표 타겟에 집중
 1st 상품 구매 시 옵션으로 활용 가능한 Best or YT Demo 타겟팅을 금액 허들 없는 프리미엄 상품 구매 가능

5,000만원

활용 목적	추천 상품	판매 방식
주목도 강화 (프로그램 지정)	타겟 선호 콘텐츠 타겟팅 (1~2개)	비딩 CPM 16,500원 ~
주목도 강화 (맞춤형DIY)	큐레이션 타겟팅	CPM 16,500원 CPM 18,000원
효율 강화	랜덤 CPM	CPM 15,000원
	랜덤 CPMV	CPMV 10,000원
	OTT Live	CPM 12,500원
예상 효율	E.CPM 13,500원 ~ 15,500원 E.CPV 19원 ~ 22원	

8,000만원 ~ 1억원

활용 목적	추천 상품	판매 방식
주목도 강화 (프로그램 지정)	타겟 선호 콘텐츠 타겟팅 (1~2개)	비딩 CPM 16,500원 ~
주목도 강화 (맞춤형 DIY)	큐레이션 타겟팅	CPM 16,500원 CPM 18,000원
도달강화	First lite	CPD (평일 3,000만원 주말 4,000만원)
효율 강화	랜덤 CPM	CPM 15,000원
	랜덤 CPMV	CPMV 10,000원
	OTT Live	CPM 12,500원
예상 효율	E.CPM 11,000원 ~ 13,000원 E.CPV 21원 ~ 28원	

* 예상 효율: 기본 보너스 테이블 적용 / CPV는 15초 재생 기준
 * 콘텐츠 타겟팅 비딩 단가, 큐레이션 단가 및 상품 별 예산 배분에 따라 예상 효율 변동 될 수 있음
 * First lite 상품 평일/주말 일정에 따라 효율 변동 될 수 있음

대형 캠페인 (1억원 이상 ~)

▶ 타겟 맞춤 상품과 프리미엄 상품 위주 임팩트 있는 믹스 구성

콘텐츠 / 큐레이션 타겟팅의 금액 제한없이 집중 구매 가능, 월 2억원 이상 집행 시 구매 가능한 Best 상품을 활용
 First Original 상품을 활용하여 YouTube 첫번째 시청자까지 커버, 전방위적 도달 확보 전략
 YT 프리퀀시 제어 상품 활용하여 추가 도달 확보 가능

1.5억원

활용 목적	추천 상품	판매 방식
주목도 강화 (프로그램 지정)	타겟 선호 콘텐츠 타겟팅	비딩 CPM 16,500원 ~
주목도 강화 (맞춤형DIY)	큐레이션 타겟팅	CPM 16,500원 CPM 18,000원
도달 강화	First lite First Original	CPD [타겟팅 설정에 따라 상이]
도달 강화 (R+2, R+3)	First lite 2nd, 3rd	CPD (평일 3,000만원 주말 4,000만원)
예상 효율	E.CPM 11,000원 ~ 12,500원 E.CPV 19원 ~ 25원	

2억원 이상

활용 목적	추천 상품	판매 방식
주목도 강화 (프로그램 지정)	타겟 선호 콘텐츠 타겟팅	비딩 CPM 16,500원 ~
주목도 강화 (맞춤형 DIY)	큐레이션 타겟팅	CPM 16,500원 CPM 18,000원
주목도 강화 (맞춤형 DIY)	SMR Best	CPM 18,000원
도달 강화	First lite First Original	CPD [타겟팅 설정에 따라 상이]
도달 강화	YT X Freq.	CPM 18,000원
도달 강화 (R+2, R+3)	First lite 2nd, 3rd	CPD (평일 3,000만원 주말 4,000만원)
예상 효율	E.CPM 12,500원 ~ 13,000원 E.CPV 19원 ~ 21원	

* 예상 효율: 기본 보너스 테이블 적용 / CPV는 15초 재생 기준
 * 콘텐츠 타겟팅 비딩 단가, 큐레이션 단가 및 상품 별 예산 배분에 따라 예상 효율 변동 될 수 있음
 * First lite 상품 평일/주말 일정에 따라 효율 변동 될 수 있음

도달 극대화

▶ 도달 강화형 상품 위주로 구성

네이버/카카오/유튜브의 하루 첫 시청자를 커버할 수 있는 상품으로 구성하여 지정된 날짜의 시청자 확보
 First 상품 구매 시 활용 가능한 YT Demo x Freq. 및 SMR Best 상품을 구매하여 캠페인 기간동안 도달을 추가로 확보

추천상품

상품	판매 방식	예산
First lite	CPD (평일 3,000만원 / 주말 4,000만원)	1억원 미만
First Original	CPD (타겟팅 설정에 따라 상이)	1억원 이상
YT Demo x Freq.	CPM 16,500원 ~	First 구매 시 활용 가능 옵션
SMR Best	CPM 18,000원	First 구매 시 활용 가능 옵션

TVC 미집행 및 장초수 브랜드

▶ 장초수 소재의 집행이 가능한 상품 위주 최대한 확보

긴 초수 소재의 매체와 상품을 위주로 구성하며 소재가 노출되었을 때 광고 지속 시청을 선택
TVC 를 대체할 수 있는 OTT Live 지면을 활용하여 TV 시청자를 디지털에서 커버

추천상품

상품	판매 방식	예산
랜덤 CPMV	CPMV 10,000원	1억원 미만
OTT Live	CPMV 12,500원	

PPL 및 광고모델 출연작품 활용

▶ PPL / 브랜드 모델과 관련된 콘텐츠와 클립을 중심으로 브랜드 광고 노출

PPL 진행 후 PPL 정보를 사전에 SMR로 공유 → 클립 편집 시 해당 장면 포함
 PPL 장면이 포함된 클립을 브랜드가 독점 노출 할 수 있도록 지정
 해당 콘텐츠에서의 브랜드 점유율을 높이기 위해 콘텐츠 타겟팅 병행 운영

추천상품

상품	판매 방식	예산
콘텐츠 타겟팅 (PPL / 모델 출연 프로그램)	비딩 CPM 16,500원 ~	5천만원 미만
클립 타겟팅 (PPL 장면 클립)	CPM 30,000원	최소 집행금액 600만원 ~

기업PR 캠페인의 브랜드 안정성 강화

▶ 넓은 범위의 사용자에게 최대한 도달할 수 있는 상품 구성

브랜드 인지와 선호의 향상을 위해 최대 다수 타겟 도달 목표 상품 구성
 타겟팅을 하지 않아도 방송 콘텐츠에만 노출되므로 브랜드 안정성 확보하며 기업 PR 소재에 맞게 15초 Non-skip 광고로만 구성

추천상품

상품	판매 방식	예산
랜덤 CPM	CPM 15,000원	1억원 미만
큐레이션 타겟팅	CPM 16,500원 / 18,000원	

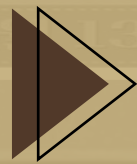
시리즈 소재의 연속적인 스토리텔링 노출

▶ 연속적인 스토리텔링을 가진 소재를 순차적으로 보여줌으로 브랜드의 메시지 명확하게 전달

타겟에게 전달하고자 하는 연속적인 스토리의 소재를 활용해 긴 메시지를 순차적으로 전달
연속적인 소재를 첫 광고 - 두번째 - 세번째로 노출하여 브랜드의 메시지 인지에 시너지 효과 창출

추천상품

상품	판매 방식	예산
First lite 1st - 2nd	CPD (평일 4,800만원 / 주말 6,500만원)	1억원 미만
First lite 1st - 2nd - 3rd	CPD (평일 6,000만원 / 주말 8,000만원)	



Appendix

FAQs

▶ 15초 초과 소재만 있는데 타겟팅 상품은 집행할 수 없나요?

15초 초과 소재로도 타겟팅 상품 집행 가능합니다. 국내 플랫폼 15초 논스킵, YouTube 5초 스킵 컨디션으로 운영됩니다. (15초 이하 소재는 모든 플랫폼 논스킵)

▶ 비딩 신청 후 애매하게 남은 예산을 전부 해당 타겟팅으로 진행하고 싶을 때는 어떻게 해야 하나요?

신청하신 비딩 상품이 낙찰된 후, SMR 어드민에 요청하시면 남은 예산을 해당 타겟팅으로 셋팅해드리고 있습니다.

▶ 큐레이션 타겟팅의 세부 채널 리스트는 어디에서 볼 수 있나요?

매월 SMAP에 게시되는 정기비딩 공지글에서 큐레이션 타겟팅의 세부 채널 리스트 파일을 확인하실 수 있습니다.

▶ 정기비딩 기간이 지나면 콘텐츠/큐레이션 타겟팅 상품을 집행할 수 없나요?

신청 가능합니다. 정기비딩 마감 다음 날부터 시작되는 상시비딩 활용해 비딩 상품 집행하실 수 있습니다. (영업일 기준 매월 말일은 상시비딩 불가)

▶ 잔여 구좌가 남아 있지 않은 콘텐츠/큐레이션 타겟팅 상품을 구매하고 싶은데 방법이 있나요?

SMR 어드민에 문의하시면 인벤토리 현황 및 추가 판매 가능 여부를 확인해드립니다. 확인 절차 후 원하시는 상품을 추가 구매하실 수 있습니다.

SMR 멤버스 사이트

사이트	노출 위치
KBS HOME	Mobile App, Mobile Web, PC Web
KBS LIVE	Mobile App, Mobile Web, PC Web
MyK	Mobile App
MBC HOME	Mobile App, Mobile Web, PC Web
MBC NEWS	Mobile Web, PC Web
MBC LIVE	Mobile App, Mobile Web, PC Web
iMBC CLIP	Mobile Web, PC Web
MBC MID LIVE	Mobile Web, PC Web
MBCPLUS HOME	Mobile Web, PC Web
MBCPLUS LIVE	Mobile Web, PC Web
MBC MID NVOD	Mobile Web, PC Web
SBS HOME	Mobile App, Mobile Web, PC Web
SBS LIVE	Mobile App, PC Web
SBS ALLCLIP	Mobile App, Mobile Web, PC Web
SBS MID LIVE	Mobile App, PC Web
SKYLIFE VOD	TV
VLENDING	Mobile App
아프리카TV	Mobile App, Mobile Web, PC Web

사이트	노출 위치
WAVVE LIVE	Mobile App, PC Web
WAVVE VOD	Mobile App, PC Web
TVING	Mobile App, Mobile Web, PC Web
TVING MID LIVE	Mobile App, Mobile Web, PC Web
TVING TV	Mobile App, PC Web, TV
JTBC LIVE	Mobile App, Mobile Web, PC Web
JTBC HOME	Mobile App, Mobile Web, PC Web
JTBC NOW	Mobile App
TVCHOSUN HOME	Mobile App, Mobile Web, PC Web
TVCHOSUN LIVE	Mobile App, Mobile Web, PC Web
CHANNELA HOME	Mobile Web, PC Web
CHANNELA LIVE	Mobile Web, PC Web
VODA	Mobile Web, PC Web
MBN HOME	PC Web
MBN LIVE	PC Web
Mplay	Mobile Web, PC Web
TV줌	Mobile Web, PC Web
NATE TV	Mobile Web, PC Web

공식 파트너사 안내

* 가나다순

nasmedia

adm@nasmedia.co.kr

DARTmedia

dartmedia_ads@dartmedia.co.kr

DMC MEDIA

media.dmc@sbs.co.kr

MezzoMedia

m_plan@cj.net

m2digital

XAXICNPlan@m2digital.co.kr

incross

media@incross.com