

롯데멤버스 디지털마케팅플랫폼

DeepAD



2025.03

INDEX

1. DeepAD DMP 소개 및 활용

- [DeepAD DMP 특징](#)
- [DeepAD DMP 보유 데이터](#)
- [DeepAD DMP 세그먼트](#)
- [DeepAD DMP 차별점](#)
- [DeepAD 생성형AI 세그먼트](#)
- [DeepAD DMP 분석 기능](#)
- [DeepAD DMP Media Partners](#)

2. DeepAD DMP 집행 사례

- [캠페인 사례](#)

3. DeepAD DMP 요금제/프로모션

- [DeepAD DMP 데이터/플랫폼 요금 안내](#)
- [프로모션 안내](#)



1. DeepAD DMP 소개 및 활용

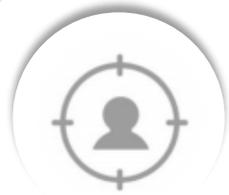
DeepAD DMP 특징

기업의 내부 데이터와 결합하여 다양한 인사이트 도출

사전생성 리포트를 제공하며
비교·교차분석, EDA 기능 제공

타겟 Audience 분석 기반 머신러닝 모델 제공

기업이 원하는 타겟 Audience와
가장 유사한 행동, 패턴을 보유한
잠재고객 도출



4,900만 L.POINT 고객의 온·오프라인 통합 데이터 기반

Audience의 온라인 행동 및
오프라인 행태 데이터를 통합하여
360° Single View를 제공

통합ID의 새로운 표준 UID2를 국내 최초 적용

암호화된 이메일 기반의
새로운 식별체계 UID2를 도입해
쿠키리스 시대에 완벽한 대응 가능

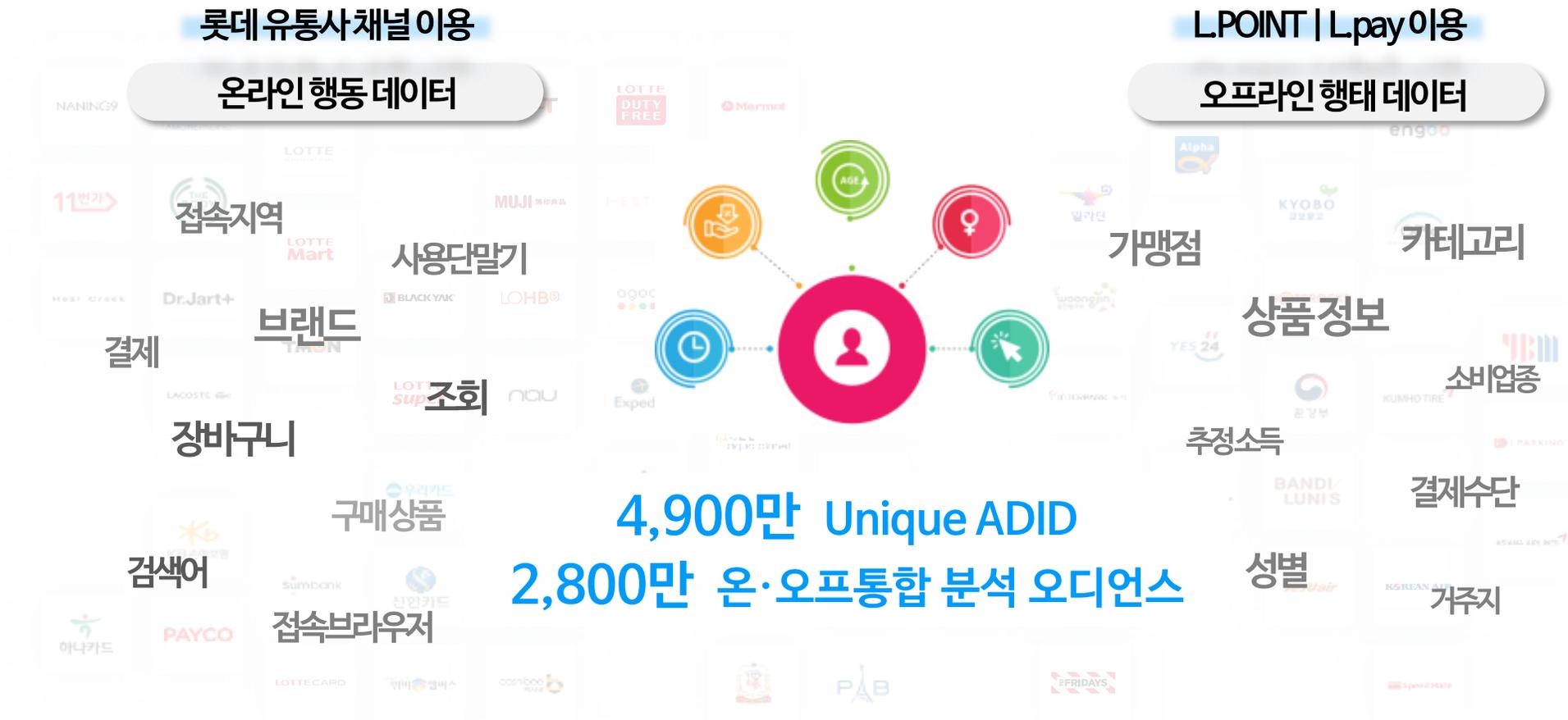
국내 최초 개발 생성형 AI 세그먼트 자동 생성 기능

생성형 AI기반의
타겟아이디어 도출 및
정확도 높은 커스텀 세그먼트 생성

국내 유일 온·오프라인 통합 DeepAD DMP

DeepAD는 L.POINT 회원 데이터 기반의 퍼포먼스 광고 서비스입니다.

롯데 유통사 채널 및 L.POINT | L.pay 이용의 사용자 정보를 결합하여, **국내 유일 온·오프라인 통합 데이터**를 보유하고 있습니다.



DeepAD DMP 데이터 분류 체계

총 9개의 텍사노미 4만여개의 트레잇 데이터를 제공하며, 광고 타겟팅과 분석에 활용 가능합니다.

관심상품

- 브랜드/상품카테고리 검색어
- 조회/장바구니 상품 카테고리

소비업종

- 업종카테고리(의생활, 식생활, 주생활, 자동차/주유소, 의료/보험/위생, 교육/교양 등)

위치/지역

- 오프라인: 거주지역, 소비지역
- 온라인: 접속지역

구매상품

- 온·오프라인 구매상품
 온라인 구매가 어려운 상품 카테고리 파악 가능
 (ex. 주류, 담배 등)

소비행태

- 소비시간대, 소비요일(업종별로도 구분 가능)
- 온라인 결제수단/유입경로

추정/세그

- 롯데멤버스 자체 분석을 통한 개인화 모델
- 라이프스타일, 레저/취미 스타일 등

미디어 소비

- 관심영화(장르)
- 예매영화(지역, 요일, 시간대, 영화관 유형 등)
- IPTV 시청 세그

오디언스 프로필

- 성별, 연령대
- 내외국인 구분, 국적

통신/기기

- 모바일 OS, 접속 브라우저
- 기기 브랜드
- 앱 설치(~23.02)

DeepAD DMP 표준 세그먼트 구성

Demo, 상품·업종 소비내역 등 다양한 행태정보 기반으로 고객의 관심사, 라이프스타일을 세분화 하였습니다.

| 가족구성타입 | 경제세그 | 주소비업종 | 주소비유통형태 | 식소비스타일 | 홈라이프스타일 | 레저/취미스타일 | |
|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|----------------|----------|----------|
| 팻팻족 | 최상류층 | 생활유통친화족 | 대형마트친화족 | 파인다이닝족 | 집꾸밈족 | 국내투어족 | 캠핑매니아 |
| 반려견족 | 상류층 | 쇼핑유통친화족 | SSM/슈퍼마트친화족 | 캐주얼다이닝족 | 세컨기전족 | 해외투어족 | 커피매니아 |
| 반려묘족 | 상중산층 | 식생활친화족 | 로드샵/드럭스토어친화족 | 집밥선생족 | 헬스케어족 | 제주여행족 | 골프족 |
| 나혼산족 | 중산층 | 주생활친화족 | 대형복합쇼핑몰친화족 | 간편요리족 | 홈파티족 | 호캉스족 | 골프용품구매족 |
| 커플족 | 중서민층 | 여가생활친화족 | 리조트친화족 | 웰빙건강식족 | 자차보유족 | 키덜트족 | 흑한기골프족 |
| VB족 | 서민층 | 의료친화족 | 면세점친화족 | 애주가족 | 생활렌탈족 | 독서족 | 흑서기골프족 |
| 코디맘족 | 주거세그 | 주소비시즌 | 백화점친화족 | 홀술족 | 가정/개인의안전족 | 공연족 | 주중골프족 |
| 액티브시니어족 | 서울프리미엄 | 여름시즌족 | 아울렛친화족 | 배달음식족 | 술세권족 | 영화족 | 주중리조트족 |
| 워킹맘족 | 서울골드 | 겨울시즌족 | 온라인/홈쇼핑친화족 | ZERO족 | 뚜벅이족 | 게임족 | 리조트분양기망족 |
| 라이프스타이지 | 서울일반 | 주소비날짜 | 전자제품친화족 | K디지털족 | 집콕족 | 셀프포토족 | 여름스포츠족 |
| 태아자녀보유군 | 경기프리미엄 | 휴일활동족 | 체험놀이시설친화족 | | 새벽배송족 | 민화족 | 겨울스포츠족 |
| 영아자녀보유군 | 경기골드 | 주말활동족 | 카피음료디저트친화족 | | 뷰티소비스타일 | 애연가족 | 음악매니아 |
| 유아자녀군 | 경기, 지방 광역 일반 | 주중활동족 | 패스트푸드친화족 | | 명품뷰티족 | OTT친화족 | 자기계발족 |
| 초등자녀군 | 지방광역프리미엄 | 주소비시간대 | 편의점친화족 | | 알뜰뷰티족 | | |
| 중고등자녀보유군 | 지방일반 | 아침형인간 | | 패션소비스타일 | 갯잇뷰티족 | | |
| 대학생군 | 소비타입 | 오후형인간 | | 명품쇼핑족 | 셀프뷰티족 | | |
| 대학생자녀보유군 | 썸썸족 | 올빼미족 | | 시즌쇼핑족 | 다이어터 | | |
| 사회초년생군 | 작은사치족 | 온오프선호채널 | | 패미족 | 그루밍족 | | |
| 신혼부부군 | 엠비슈머족 | 오프라인친화족 | | 영패션족 | 탈모케어족 | | |
| 자녀결혼군 | 앱이벤트반응족 | 온라인친화족 | | | | | |
| 실버군 | 포인트사용선호족 | 간편결제이용족 | | | | | |
| 황혼육아군 | 할인선호족 | | | | | | |

DeepAD DMP 차별점 - ① 온·오프라인 구매데이터 활용

롯데 제휴사의 온·오프라인 채널별 입체적인 구매데이터 분석이 가능합니다.
오프라인에서만 판매하는 **주류/담배 구매데이터 분석**이 가능한 점은 DeepAD DMP의 **차별점**입니다.

롯데 온·오프라인 제휴사

유통/소비

- 롯데백화점
- 롯데ON
- 롯데마트
- 롯데슈퍼
- 7-ELEVEN®
- 롯데홈쇼핑
- 롯데하이마트
- 롯데면세점

문화/외식/금융

- 롯데시네마
- 롯데GRS
- LOTTECARD



고객 정보

- 성별
- 연령대
- 거주지역 (시/군/도)
- 고객 LIFE STAGE Seg
(예 : 유아자녀군, 실버군, 나혼산족, 헬스케어족 등)



상품 거래 정보

- 거래채널 (온/오프라인 구분)
- 거래 시점 (연도/월/일/시간대 구분)
- LPOINT 적립/사용 정보
- 상품명/상품카테고리
- 상품판매금액/구매횟수

DeepAD DMP 차별점 - ②BEST 세그먼트를 통한 신속 정교한 타겟팅

다양한 업종에서의 최고의 효율을 위한 롯데멤버스만의 핵심 타겟팅 세그먼트를 구성하였습니다.
 단순히 Drag&Drop만으로 신속하고 간편하게 세그먼트 활용이 가능합니다.
 신뢰도 높은 데이터 기반의 타겟팅 고도화로 캠페인 퍼포먼스를 향상 시킵니다.

“Lottmembers DeepAD BEST 세그먼트 가이드” 파일 내 세부 내용 확인 가능



DeepAD DMP 차별점 - ②BEST 세그먼트를 통한 신속 정교한 타겟팅

한정적인 매체 관심사 타겟팅과 차별화된 광고 캠페인에 맞춘 **직관적이고 정교한** 타겟팅을 제공합니다.
 실제 구매 관련 **브랜드/기간/빈도/금액 설정** 또는 **디타겟팅**도 가능합니다.

수입맥주 타겟팅

| | |
|-----------|---|
| 관심 및 구매이력 | 마트, 편의점, 슈퍼 '수입맥주' 상품군 6개월간 구매금액이 30만원 이상인 유저 (오프라인) |
| 매장 결제 이력 | '주류/음료', '주점' 가맹점 금/토요일 결제금액이 20만원 이상인 유저 (오프라인) |
| 데모 프로필 | 남성, 20~30대 고객층 |
| 가족 구성 | 나혼산족, 신혼부부 |
| 멤버스 프로필 | 홈파티족, 애주가족, 홈술족 |
| 레저/취미스타일 | 영화족, OTT친화족, 캠핑매니아, 게임족 |

명품 패션/뷰티 타겟팅

| | |
|-----------|--|
| 관심 및 구매이력 | 명품 패션 브랜드 조회/검색/장바구니/구매이력 유저 (온·오프라인) |
| 매장 결제 이력 | 갤러리아, 백화점 에비뉴엘, 명품 브랜드매장 6개월간 구매금액이 500만원 이상인 유저 (오프라인) |
| 경쟁사 | 샤넬, 디올, 루이비통, 에르메스 제품 조회/검색/장바구니/구매이력 유저 (온·오프라인) |
| APP | 머스트잇, 발란, 한스타일 등 명품 온라인 쇼핑몰 앱 설치 유저 |
| 멤버스 프로필 | 명품쇼핑족, 씬쌔족 |
| 거주지역 | 서울프리미엄, 서울골드, 경기프리미엄, 경기골드 거주자 |

DeepAD DMP 차별점 - ③ 캠페인 성과 분석 및 리타겟팅

캠페인 참여자가 롯데 제휴사에서 실제로 광고 상품 구매까지 이어졌는지 정확한 캠페인 성과 분석이 가능합니다.
 더불어, 상품 구매자/비구매자의 데모특성 및 프로필 분석과 추가 캠페인의 리타겟팅도 가능합니다.

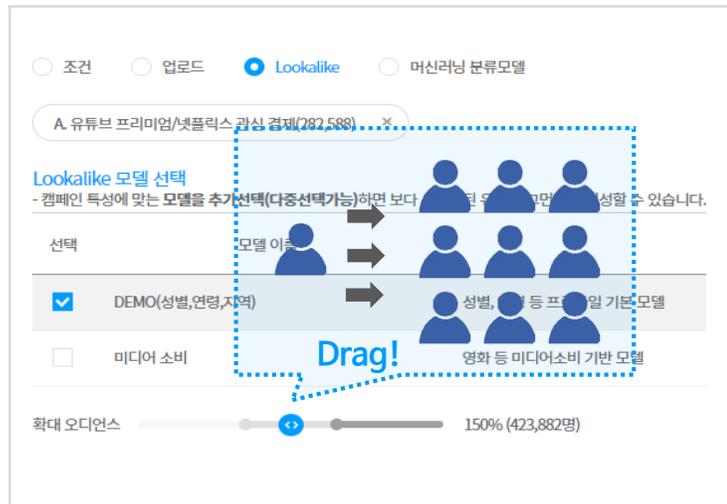


DeepAD DMP 세그먼트 **모수 확장 기능**

생성한 세그먼트의 모수가 충분하지 않을 경우 캠페인 목적에 맞는 정답지 고객군을 활용하여, DeepAD DMP 전체 오디언스 대상으로 유사 성향의 오디언스를 추출 및 ML 기반의 타겟 모수 확장 기능 입니다.

Lookalike

고객의 유사성을 활용하여 간단한 버튼 조작만으로 모수를 손쉽게 늘릴 수 있는 Lookalike 기능



LAL 최대 300%까지 확장 가능

ML 추천모델

상품/소비 업종 카테고리별 잠재적 구매·결제 가망성이 높은 오디언스를 추천



카테고리 소 단위까지 추출

ML 분류모델

정답지 세그먼트를 기반으로 신규 예측 분류 세그먼트를 제공



성능 지표 조정을 통해 타겟 정교화 가능

DeepAD 생성형 AI 세그먼트 자동 생성 기능

생성형 AI기반의 **타겟 아이디어 도출** 및 높은 정확도로 **커스텀 세그먼트 자동 생성**
 프롬프트 내 광고 관련 상세 정보를 입력하면 시그널에 대해 **내용 추천**

① 광고정보 프롬프트 입력

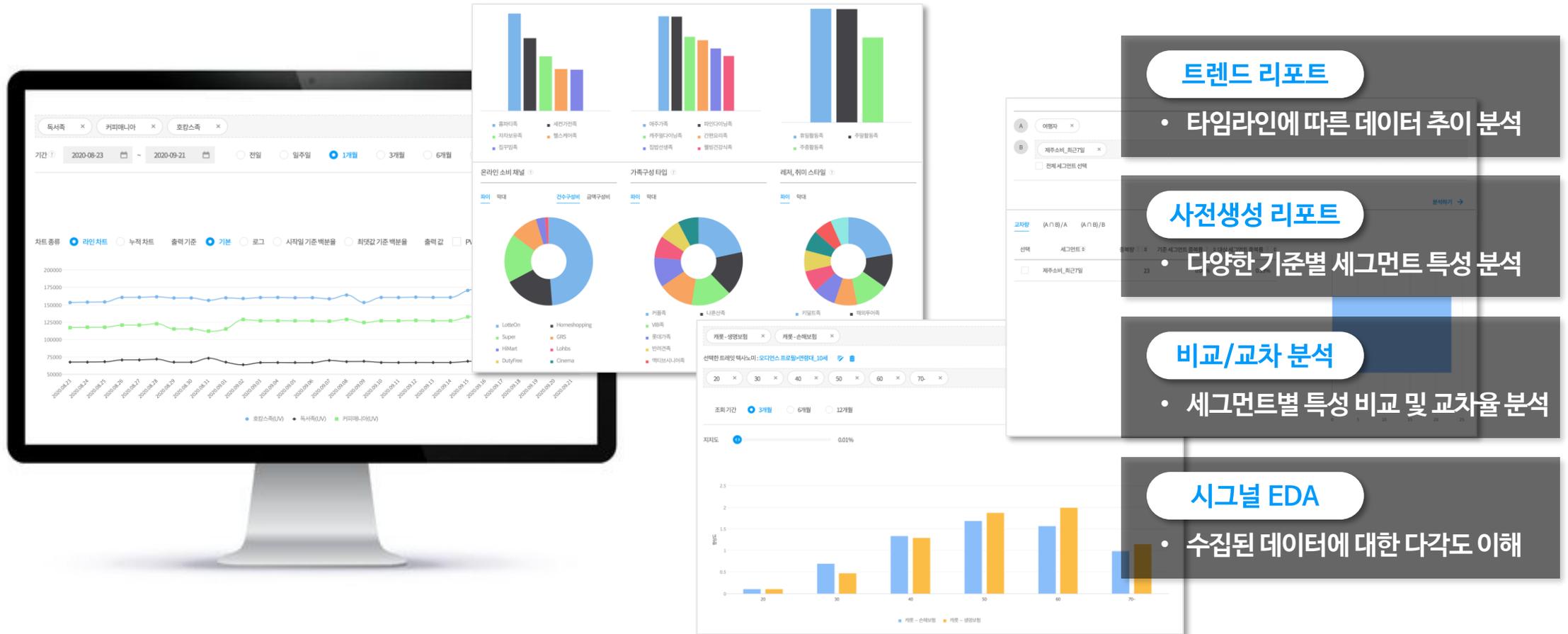
② 타겟 아이디어 자동 추천

③ 세그먼트 조건 자동 생성

“생각하지 못한 조건이 광고주에게 필요한 데이터였어요”
 “세그먼트 정확도가 높아지고, 활용할 수 있는 모수도 늘어났어요”

DeepAD DMP 데이터 분석 (플랫폼요금제 사용 고객사대상)

트렌드 리포트, 사전생성리포트, 시그널EDA, 세그먼트별 비교·교차 분석 등 다양한 분석 기능을 제공합니다.
 딥애드 데이터 외에도 내가 보유한 데이터를 업로드한 후, **딥애드 데이터와의 결합**을 통해 깊이 있는 분석 진행도 가능합니다.



트렌드 리포트

- 타임라인에 따른 데이터 추이 분석

사전생성 리포트

- 다양한 기준별 세그먼트 특성 분석

비교/교차 분석

- 세그먼트별 특성 비교 및 교차율 분석

시그널 EDA

- 수집된 데이터에 대한 다각도 이해

DeepAD DMP 데이터 분석 (플랫폼 요금제 사용 고객사대상)

사전생성리포트는 세그먼트 오디언스의 최대 90일간의 데이터를 분석하여 리포트로 제공합니다.
생성한 세그먼트를 가지고 원하는 항목을 클릭하여 손쉽게 데이터 분석이 가능합니다.

사전생성 리포트 사용법

① DMP 세그먼트 생성

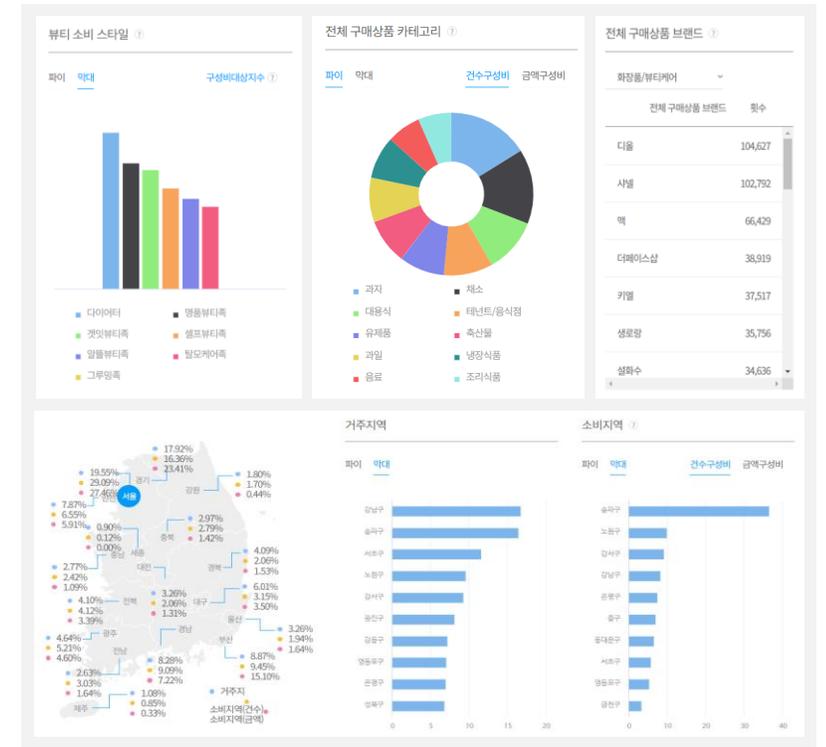
럭셔리 화장품 구매 관심자 세그먼트



② 분석하고자 하는 항목 선택

| | | |
|--|--|--|
| 프로파일 <ul style="list-style-type: none"> 성별 연령대 (10세 단위) | 위치 <ul style="list-style-type: none"> 거주지역 소비지역 | |
| 멤버스 추정 모델 <ul style="list-style-type: none"> 라이프스타일 가족구성 타입 패션소비 스타일 식소비 스타일 홈라이프 스타일 뷰티 소비 스타일 레저/취미 스타일 온오프 선호채널 주 소비 시점 - 시즌 주 소비 시점 - 날짜 주 소비 시점 - 시간대 주 소비 업종 주 소비 유통 형태 소비 타입 주거 지역 타입 경제력 타입 | 업종 <ul style="list-style-type: none"> 소비업종 | 미디어 <ul style="list-style-type: none"> 영화명 |
| 상품 <ul style="list-style-type: none"> 전체 구매상품 카테고리 전체 구매상품 브랜드 온라인 구매상품 카테고리 온라인 구매상품 브랜드 오프라인 구매상품 카테고리 오프라인 구매상품 브랜드 | | |
| 온라인 <ul style="list-style-type: none"> 온라인 소비 채널 온/모바일 유입 모바일 OS 유입 유입경로 상품 검색어 | | |

③ 분석 항목 결과에 대한 차트 자동 생성



DeepAD DMP Media Partners_크로스타겟 TV (단가별도문의)

모티브 크로스타겟TV의 다양한 지면과 프리미엄 채널 및 콘텐츠를 통해 IPTV 실시간/FAST/어드레서블 TV/VOD 등 DeepAD DMP 타겟팅을 활용하여 효율적으로 TV 광고 집행이 가능합니다.

CTV란?

스마트TV 또는 셋톱박스, 게임 콘솔 등의 디바이스를 통해 인터넷에 연결된 TV로, 사용자가 원하는 콘텐츠 재생 시에 CTV 광고 집행이 가능



노출 플랫폼

프리미엄 채널 및 콘텐츠에 노출



* FAST: Free AD Supported TV, 광고 기반의 무료 스트리밍 TV

* 어드레서블 TV: 가정 내 셋톱박스에 저장된 데이터(시청이력)를 분석하여 IPTV 사업자가 맞춤형 광고를 실시간 송출하는 시스템

DeepAD DMP Media Partners_Self Serve

셀프 서브 BIG매체를 포함하여 국내 및 글로벌 DSP플랫폼을 통해 직접 운영 가능하며, 명확하고 정교한 타겟팅으로 효율적인 광고 캠페인 운영이 가능합니다.

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |



2. DeepAD DMP 집행 사례

집행 사례 차량 업종

KPI 맞춤 타겟 및 광고 지면 구성을 통한 성과 효율 개선

광고주(광고대상)

현대제네시스

캠페인 목표

메가트래픽을 활용한 제품 인지도 제고 및 고관여 타겟 도달

활용 세그먼트

데모

30~64세

결제금액

롯데백화점월 결제금액상위 30%이내

[메인 배너]



[앱 시작 팝업]



진행 결과

+110%
노출수 (목표 대비)

+223%
클릭수 (목표 대비)

+207%
CTR (예상 대비)

집행 사례 **식음료 업종**

DA와 MMS를 활용하여 보다 보다 전환 가능성이 높은 유저의 트래픽 확보

광고주(광고대상)

배달의민족

캠페인 목표

이벤트 홍보 및 잠재고객의 Pool 확장을 통한 유효 트래픽 확보

활용 세그먼트

오디언스

K디저트족

구매 및 검색이력

스타벅스매장(사이렌오더 포함), 스타벅스RTD,
스타벅스PB상품, 스타벅스 앱 설치

[앱 종료 팝업]



[MMS]



진행 결과

+105%
노출수 (목표대비)

+113%
클릭수 (목표대비)

+320%
CTR (문자 광고 평균대비)

집행 사례 통신사서비스 업종

참여율이 높은 리워드(오퍼월) 광고 배너와 고관여 타겟팅으로 단기간 폭발적인 트래픽 확대 확대

광고주(광고대상)

LGU+ 유잼 시리즈

캠페인 목표

앱 이벤트 관여 유저 타겟팅을 통한 리드 수집 & 트래픽 활성화

활용 세그먼트

[클릭바로적립 배너]

데모

20~44세

오디언스

온라인친화족, 간편결제이용족, OTT친화족, 앱이벤트반응족

포인트사용선호족, 할인선호족

구매 및 검색이력

음악IPTV시청, 음악/오디오엔터테인먼트관련앱설치



진행 결과

+100%

노출수 (목표대비)

+120%

클릭수 (목표대비)

+120%

CTR (예상대비)

집행 사례 화장품 업종

제품 인지부터 구매에 이르기까지 소비자의 구매 여정 안에서 탄탄한 연결고리 생성

광고주(광고대상)

뷰티컬리

캠페인 목표

제품별 이벤트를 특정기간 단독 노출하여 유저 주목도 확보 및 유입 증대

활용 세그먼트

데모

20~40세, 여성

오디언스

명품뷰티족, 갯잇뷰티족, 셀프뷰티족, 화장품/뷰티케어

구매 및 검색이력

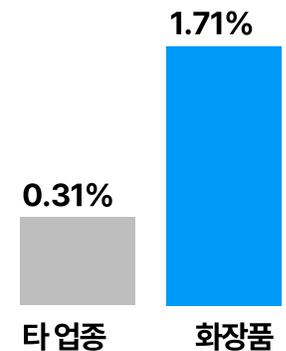
화장품/뷰티케어, 립콤플, 헤라, 록시땅, 화장품

[메인 배너]



진행 결과

타 업종 대비
CTR 5.5배 증가





3. DeepAD DMP 요금제/프로모션

DeepAD DMP 데이터/플랫폼 요금제 안내

데이터 요금제

DMP 데이터를 활용한 광고 집행 금액의 **9%** 만 데이터 수수료로 지급하시면 됩니다.

위 데이터 수수료 외 별도의 위약금은 없습니다.

(예시) DMP 데이터를 사용한 1,000만원 광고 집행시 수수료 9% 적용 90만원

*최소 광고 집행 금액 500만원 (최소 데이터 수수료 45만원)

*데이터 서버 연동 전달시 수수료 10% 고정 적용

*부속합의서를 통해 수수료율 변경

플랫폼 요금제

| 구분 | 단기 이용 | 정기구독(1년 기준) | | 비고 |
|--------------------|--------------------|-------------------|----------------------------|--|
| | Special | Basic | Premium | |
| 정가 (월 기준) | 6,500,000원 | 7,000,000원 | 15,000,000원 | - 기본 월단위 요금제 |
| 할인정책적용 | 20%, 1+1개월(첫달) | 30% | 30% | - 연간계약할인:10%, 제휴할인:20% - 1+1개월은 계약 첫달만 적용 |
| 할인 적용 금액 (월 기준) | 5,200,000 원 | 4,900,000원 | 10,500,000원 | - 정기 구독 중도 해제시 할인 금액 반환 |
| 분석 서비스 제공 | 트레이트 생성관리 | 30개 | 300개 | - DeepAD Traits 제공 - My Taxonomy 제공 |
| | 세그먼트 생성관리 | 30개 | 50개 | - DeepAD Segments 제공 - My Taxonomy 제공 |
| | 기본 5종 리포트 | 제공 | 제공 | - 데이터 분석 (트렌드, Pre-built, 비교, 교차, EDA) 기능 |
| | 이용자수 맞춤 분석 | 40명 - | 100명 4건/年 | - 마스터 회원 포함 - 별도의 맞춤형 분석 보고서 무상제공 |
| | DeepAD ML 분류모델 | 직접 생성 : 5개 | 모델 컨설팅 : 5개 직접 생성 : 10개 | - 사용자 생성 교육 지원 - ML 모델 생성 컨설팅 지원 (개수 내) |
| | 생성형 AI 세그먼트 기능 | 0 | 0 | |
| 기타사항 | 1개월 단위 이용 | | | -VAT 별도 |

DeepAD DMP 데이터/플랫폼 요금제 변경 안내 ('25년 3월 시행)

요금제 비교

DeepAD DMP 데이터 수수료 테이블

| 광고집행금액 구간 | 기존 슬라이딩 요금제 | 신규 9% 일괄 요금제 |
|-------------------|----------------|-----------------|
| ~2천만원 이하 | 10% | 9% |
| 2천만원 초과 ~ 3천만원 이하 | 8% | |
| 3천만원 초과 ~ 4천만원 이하 | 7% | |
| 4천만원 초과 ~ 5천만원 이하 | 6% | |
| 5천만원 초과 | 5% | |

▶
 캠페인금액별
 시뮬레이션

| 캠페인 집행 금액 | 기존 요금제 적용시 | 9% 요금제 적용시 |
|-------------|---------------|------------------|
| 500만원 집행시 | 500,000 | 450,000 |
| 1,000만원 집행시 | 1,000,000 | 900,000 |
| 2,000만원 집행시 | 2,000,000 | 1,800,000 |
| 3,000만원 집행시 | 2,800,000 | 2,700,000 |
| 4,000만원 집행시 | 3,500,000 | 3,600,000 |

신규 요금제 장점

- 1) 데이터 수수료 비용 절감
 - 3,000만원 이하 캠페인 기준 데이터 수수료 비용 절감
 - 'S'사 DMP의 데이터 수수료 10% 대비 저렴
- 2) 광고주에 데이터 수수료 안내 수월
 - 복잡한 슬라이딩 체계 안내 어려움 해소: 제휴사 요청 반영
- 3) 손쉬운 정산 업무
 - 일괄 요율 적용으로 데이터 수수료 정산 업무 간편화

롯데멤버스
DeepAD DMP

인센티브 프로모션



기간: 2025년 3월~12월

대상: 광고 캠페인 담당 마케터

*광고집행완료(계산서발행완료)한 캠페인 담당자 기준

*프로모션 실적기준은 캠페인 집행 금액 기준

DeepAD DMP 플랫폼 프로모션 안내



① DeepAD 플랫폼 1년 신규 계약



지급대상

신규 1년 구독 계약 부서 10명까지

지급금액

총 20만원 백화점 상품권
(1만원X20장)

유의사항

플랫폼 첫 정산 익월에 지급

DeepAD DMP 플랫폼 프로모션 안내



② DeepAD 플랫폼 단기 신규 계약



지급대상

신규 단기 구독 계약 부서 10명까지

지급금액

총 10만원 백화점 상품권
(1만원X10장)

유의사항

플랫폼 첫 정산 익월에 지급

DeepAD DMP 데이터 프로모션 안내



③ DeepAD 데이터 신규/휴면 계약



지급대상

DeepAD 신규 이용 마케터
다시 돌아온 휴면 마케터

지급금액

10만원 백화점 상품권(신규)
20만원 백화점 상품권(휴면)

유의사항

정산 익월에 지급

DeepAD DMP 데이터 프로모션 안내



④ DeepAD 캠페인 계약



지급대상

DeepAD 실적 발생 마케터

대상 기간: 상반기 4~6월, 하반기 7~9월

지급금액

| 실적 구간 | 인센티브 |
|----------------|---------|
| 5000만원~초과 | 50만원상품권 |
| 3000~4000만원미만 | 30만원상품권 |
| 1000~2000만원미만 | 10만원상품권 |
| 500만원~1000만원미만 | 5만원상품권 |

유의사항

5만원 이상 제세공과금 롯데멤버스 부담

직전 3개월보다 총 실적 감소한 경우 대상 제외

DeepAD DMP 데이터 프로모션 안내



⑤ DeepAD 캠페인 계약 포



지급대상

DeepAD 상위 실적 마케터 10명
대상 기간: 상반기 4~6월, 하반기 7~9월

지급금액

최대 50만원 백화점 상품권
50만원(1명), 30만원(2명), 10만원(3명), 5만원(4명)

유의사항

5만원 이상 제세공과금 롯데멤버스 부담
직전 3개월보다 총 실적 감소한 경우 대상 제외

DeepAD DMP 설명회 프로모션 안내



⑥ DeepAD 설명회 프로모션



지급대상 설명회 참석자 전원

지급금액 1만원 백화점 상품권

유의사항 설명회 종료 후 현장 지급

DeepAD DMP **프로모션 요약**

| DMP 프로모션 | | 지급 내용 | 지급 대상 | 지급 시기 | 유의사항 | | | | | | | | | | |
|--------------------|---------------------|--|----------------------------------|-------------------------|---|-------|------|-----------|---------|---------------|---------|---------------|---------|----------------|--------|
| 플랫폼 | DeepAD 신규 1년 구독 계약 | 총 20만원 인당 2만원 상품권 | 플랫폼 계약 부서10명 | 플랫폼 첫 정산 익월에 지급 | | | | | | | | | | | |
| | DeepAD 신규 단기 계약 | 총 10만원 인당 1만원 상품권 | | | | | | | | | | | | | |
| 데이터 | DeepAD 데이터 거래 신규 계약 | 10만원 백화점 상품권 | 캠페인 집행 마케터 | 정산 완료 익월 | 신규: DeepAD 첫 집행 업체의 마케터 휴면: 직전 6개월 DeepAD 무실적 업체의 마케터 -500만원 이상 캠페인 실적 발생 기준 -5만원 이상 제세공과금 롯데멤버스 부담 | | | | | | | | | | |
| | DeepAD 데이터 휴면 복귀 | 20만원 백화점 상품권 | 캠페인 집행 마케터 (직전 6개월 무실적) | | | | | | | | | | | | |
| | DeepAD 캠페인 집행 | 최대 50만원 백화점 상품권 | 3개월 분기별 500만원 이상 실적 발생 마케터 전원 | 상반기 지급 7월 하반기 지급 10월 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>실적 구간</th> <th>인센티브</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5000만원~초과</td> <td>50만원상품권</td> </tr> <tr> <td>3000~4000만원미만</td> <td>30만원상품권</td> </tr> <tr> <td>1000~2000만원미만</td> <td>10만원상품권</td> </tr> <tr> <td>500만원~1000만원미만</td> <td>5만원상품권</td> </tr> </tbody> </table> -분기 기준 상반기: 4~6월/하반기: 7~8월 -직전 3개월보다 총 실적 감소한 경우 대상 제외 -5만원 이상 제세공과금 롯데멤버스 부담 | 실적 구간 | 인센티브 | 5000만원~초과 | 50만원상품권 | 3000~4000만원미만 | 30만원상품권 | 1000~2000만원미만 | 10만원상품권 | 500만원~1000만원미만 | 5만원상품권 |
| | 실적 구간 | 인센티브 | | | | | | | | | | | | | |
| 5000만원~초과 | 50만원상품권 | | | | | | | | | | | | | | |
| 3000~4000만원미만 | 30만원상품권 | | | | | | | | | | | | | | |
| 1000~2000만원미만 | 10만원상품권 | | | | | | | | | | | | | | |
| 500만원~1000만원미만 | 5만원상품권 | | | | | | | | | | | | | | |
| DeepAD 데이터 캠페인 계약포 | 최대 50만원 백화점 상품권 | 3개월 분기별 상위 실적 10명 1등 50만원 백화점 상품권(1명) 2등 30만원 백화점 상품권(2명) 3등 10만원 백화점 상품권(3명) 4등 5만원 백화점 상품권(4명) | | | | | | | | | | | | | |
| 설명회 | DeepAD 홍보 설명회 참석 | 1만원 백화점 상품권 | 참석자 전원지급 약 10명 예상 | 상시 | -설명회 종료 후 현장 지급 -중간 이탈 시 미지급 | | | | | | | | | | |

*제세공과금은 L.POINT 로 지급(지급시기 추후 안내)

*프로모션 쿠폰/상품권 종류는 변경 될 수 있음

E.O.D

CONTACT INFO.

롯데멤버스 광고플랫폼팀
430070@lotte.net



deepad.lpoint.com