

롯데멤버스 디지털마케팅플랫폼

# DeepAD



2025.03



## 1. DeepAD DMP 소개 및 활용

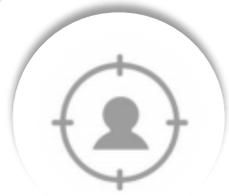
# DeepAD DMP 특징

## 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 시청세그

## 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	상중신층	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	<b>주거세그</b>	<b>주소비시즌</b>	백화점친화족	홀술족	가정/개인의안전족	공연족	주중골프족
액티브시니어족	서울프리미엄	여름시즌족	아울렛친화족	배달음식족	술세권족	영화족	주중리조트족
워킹맘족	서울골드	겨울시즌족	온라인/홈쇼핑친화족	ZERO족	뚜벅이족	게임족	리조트분양기망족
<b>라이프스타이지</b>	서울일반	<b>주소비날짜</b>	전자제품친화족	K디지털족	집콕족	셀프포토족	여름스포츠족
태아자녀보유군	경기프리미엄	휴일활동족	체험놀이시설친화족		새벽배송족	민화족	겨울스포츠족
영아자녀보유군	경기골드	주말활동족	카피음료디저트친화족		<b>뷰티소비스타일</b>	애연가족	음악매니아
유아자녀군	경기, 지방 광역 일반	주중활동족	패스트푸드친화족		명품뷰티족	OTT친화족	자기계발족
초등자녀군	지방광역프리미엄	<b>주소비시간대</b>	편의점친화족		알뜰뷰티족		
중고등자녀보유군	지방일반	아침형인간		<b>패션소비스타일</b>	갯잇뷰티족		
대학생군	<b>소비타입</b>	오후형인간		명품쇼핑족	셀프뷰티족		
대학생자녀보유군	쌈족	올빼미족		시즌쇼핑족	다이어터		
사회초년생군	작은사치족	<b>온오프선호채널</b>		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 - ② BEST 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 **디타겟팅도** 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 프로파일 분석과 추가 캠페인의 리타겟팅도 가능합니다.

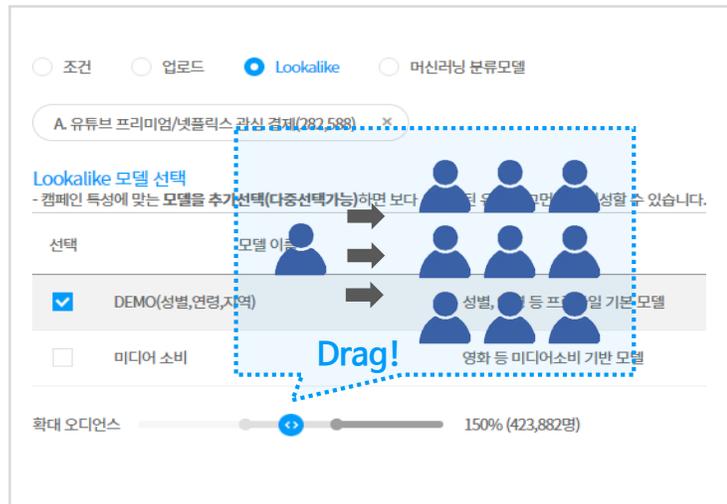


# DeepAD DMP 세그먼트 **모수 확장 기능**

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

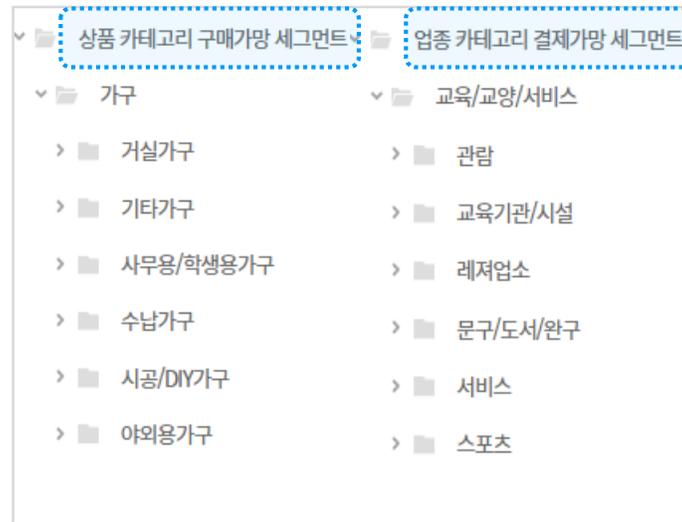
고객의 유사성을 활용하여 간단한 버튼 조작만으로 모수를 손쉽게 늘릴 수 있는 Lookalike 기능



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

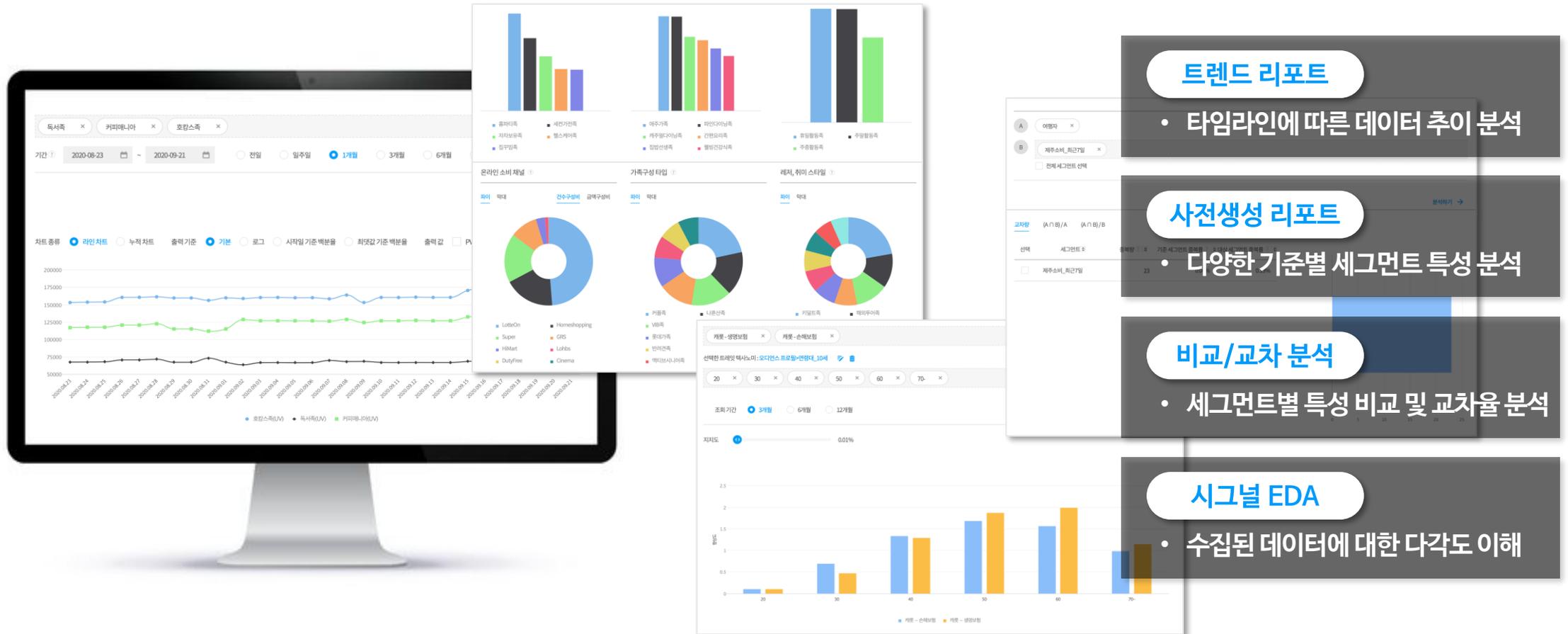
## ② 타겟 아이디어 자동 추천

## 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.



# 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

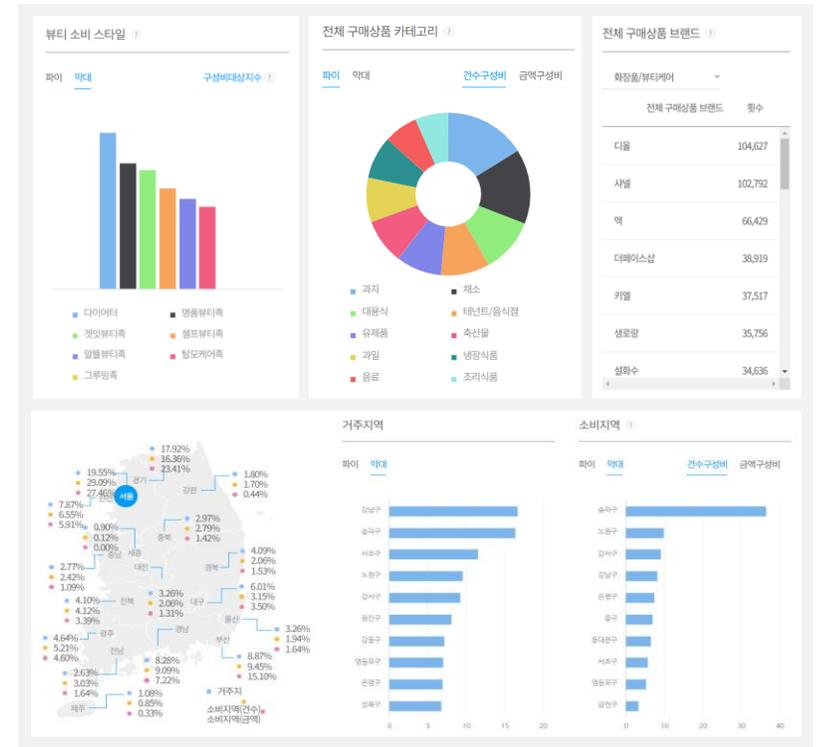


### ② 분석하고자 하는 항목 선택

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



### 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

데모

20~44세

오디언스

온라인친화족, 간편결제이용족, OTT친화족, 앱이벤트반응족

포인트사용선호족, 할인선호족

구매 및 검색이력

음악IPTV시청, 음악/오디오엔터테인먼트관련 앱 설치

[ 클릭바로적립 배너 ]



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

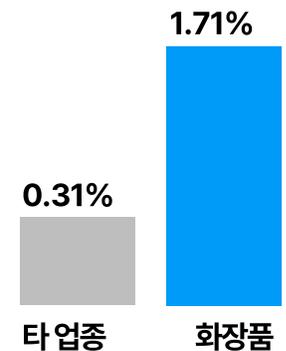
화장품/뷰티케어, 립콤플, 헤라, 록시땅, 화장품

[ 메인 배너 ]



진행 결과

타 업종 대비  
CTR 5.5배 증가



# E.O.D

CONTACT INFO.

롯데멤버스 광고플랫폼팀  
430070@lotte.net



[deepad.lpoint.com](https://deepad.lpoint.com)