

WIV TRIGGER 위브 트리거
외부 API를 연동한 광고 자동화 관리 서비스





WIV TRIGGER 위브 트리거?

외부API를 결합한 광고 운영 자동화 서비스

위브 트리거는 특정 기온, 미세먼지, 강수량, 스포츠경기 결과, 검색어 등 외부 API의 조건에 따라 자동으로 광고를 운영할 수 있도록 해주는 솔루션입니다.

위브 트리거는 외부 환경에 따라 민감하게 영향을 받는 브랜드의 메시지를 보다 섬세하게 전달할 수 있도록 도움을 줍니다.

이를 통해 고객들에게 보다 최적화된 메시지와 유의미한 정보를 제공할 수 있는 새로운 방식의 마케팅을 설계할 수 있습니다.

특정 외부 API 데이터에 따라 캠페인 자동운영

캠페인을 특정 데이터와 연동하여 자동화 하고자 한다면
위브 트리거는 가장 빠른 기간 내에 가장 안정된 형태로 서비스 지원이 가능하도록 시스템이 구축되어 있으며
상황에 따른 확장 및 커스터마이징이 용이함



외부 API

- 강수량/기온
- 미세먼지 농도
- 스포츠 경기 결과
- 검색쿼리
- 등등



WV
TRIGGER



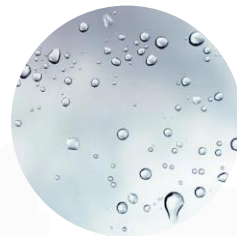
광고 캠페인, 소재
자동 On/OFF

위브 트리거로 활용 가능한 데이터

날씨 뿐만 아니라, 올림픽, 월드컵 등의 스포츠 경기, 검색 트렌드 등
실시간으로 반영하여 운영하기 어려웠던 데이터를 API로 연동해 광고 자동화가 가능하며,
이를 활용하고자 하는 업종과 브랜드의 특성에 맞게 다양한 방식으로 확장이 가능함



검색쿼리
(구글/네이버 등)



날씨 데이터
(온도/습도/기온/강수량/미세먼지 등)



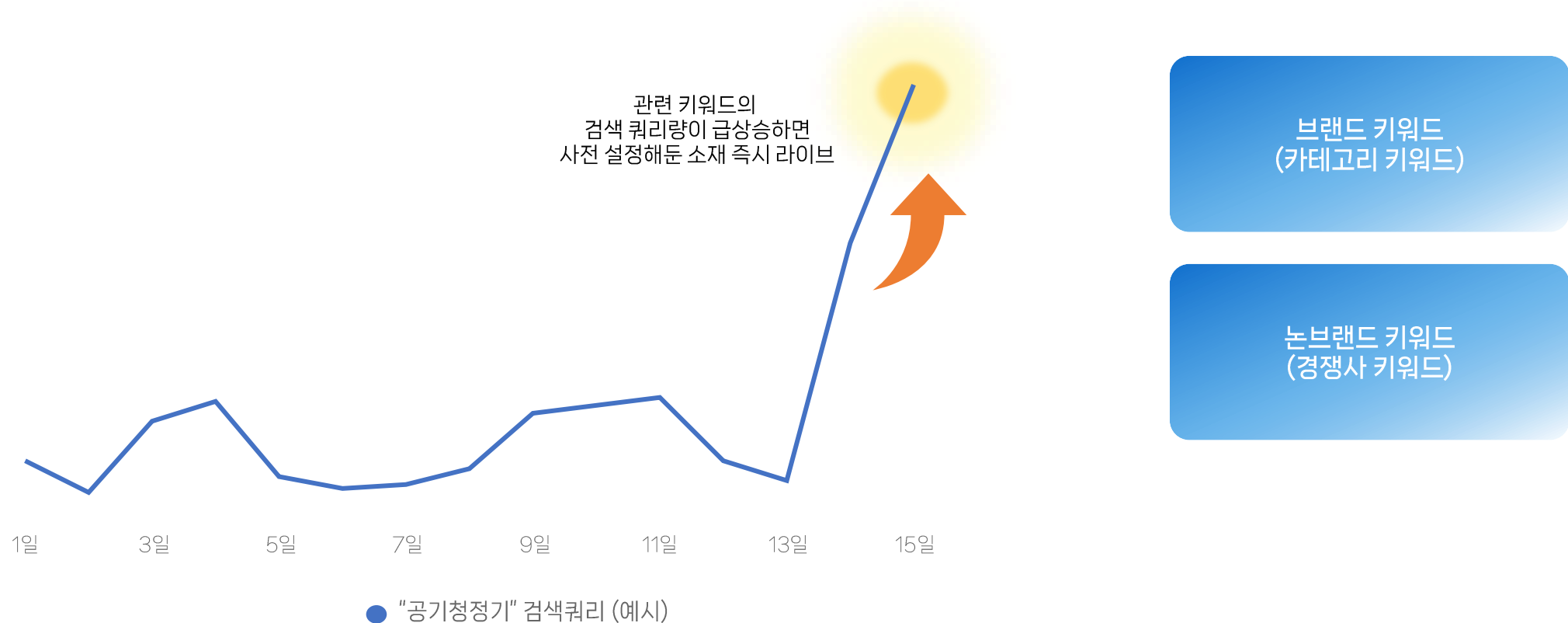
스포츠 경기 결과

위브 트리거로 활용 가능한 데이터 : 검색쿼리 데이터

브랜드 키워드(카테고리 키워드) VS 논브랜드 키워드(경쟁사 키워드)

검색 쿼리에 따른 광고 소재 노출

- 평균 이상의 구글 검색 쿼리 발생 시 맞춤형 소재 즉각 대응하도록 설정하여 시의성 확보
- 자사 키워드/논자사 키워드로 구분해 서로 다른 매체/방법으로 세팅할 수 있음



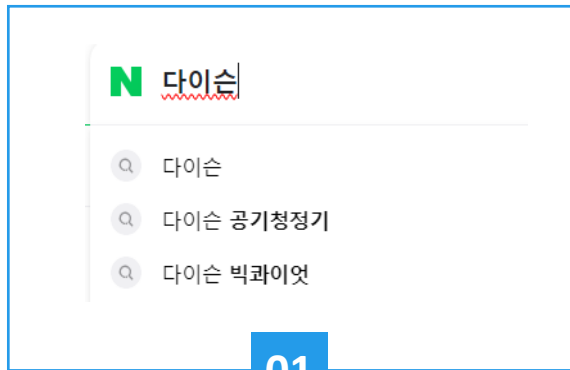
*네이버는 검색어 반영에 1일 소요
*구글은 실시간 트렌드 반영 가능

위브 트리거로 활용 가능한 데이터 : 검색쿼리 데이터

브랜드 키워드(카테고리 키워드)

검색 쿼리에 따른 광고 소재 노출

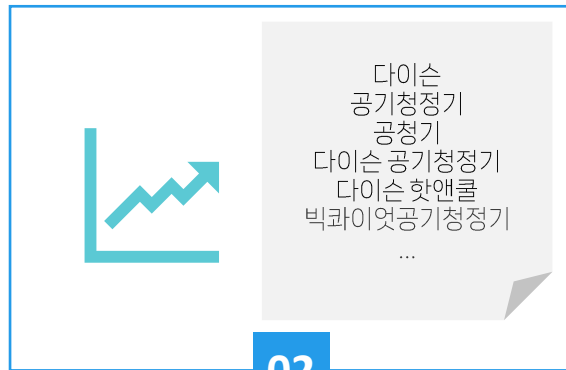
- 평균 이상의 구글 검색 쿼리 발생 시 맞춤형 소재 즉각 대응하도록 설정하여 시의성 확보
- 자사 키워드/논자사 키워드로 구분해 서로 다른 매체/방법으로 세팅할 수 있음



01

브랜드 키워드 사전 세팅

구매니즈가 강하고 목적성을 지닌
유저들에게 유효한
브랜드 키워드를 사전에 설정하고
광고소재를 세팅



02

검색 쿼리량 모니터링

관련 키워드의 쿼리량이
일정 지수 이상 급상승하면
사전 세팅해둔 소재 Live



03

구매로 유도하는 광고 노출

스토어 접근이 쉬운
네이버/카카오 등의 매체에 광고를 노출해
보다 적극적으로 구매를 유도

브랜드 키워드
(카테고리 키워드)

이슈 시의성 확보에 용이

24시간 빠른 대응이 가능

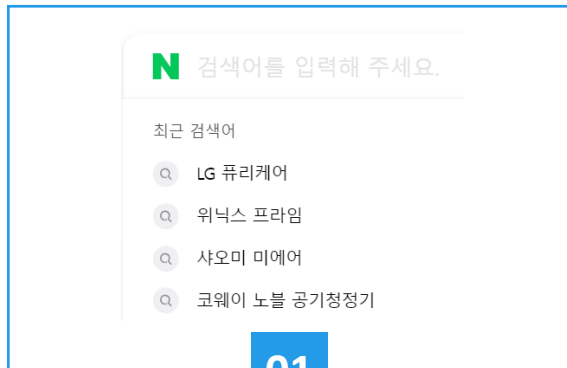
구매니즈가 강한 사용자들에게
직접적으로 구매 유도 가능

위브 트리거로 활용 가능한 데이터 : 검색쿼리 데이터

논브랜드 키워드(경쟁사 키워드)

검색 쿼리에 따른 광고 소재 노출

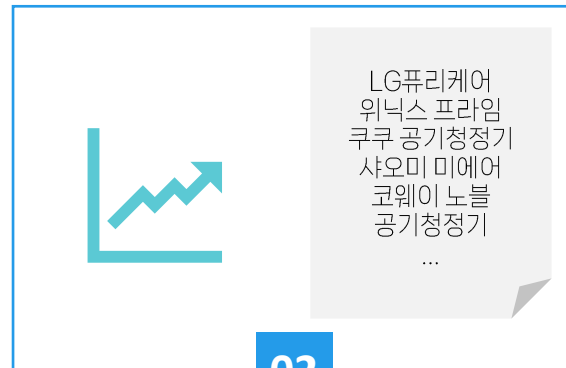
- 평균 이상의 구글 검색 쿼리 발생 시 맞춤형 소재 즉각 대응하도록 설정하여 시의성 확보
- 자사 키워드/논자사 키워드로 구분해 서로 다른 매체/방법으로 세팅할 수 있음



01

논브랜드 키워드 사전 세팅

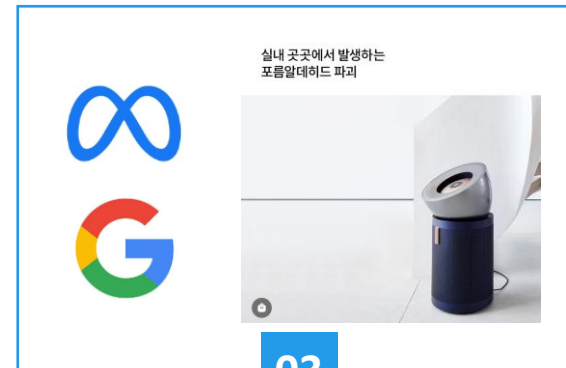
모니터링 필요한
경쟁사 브랜드 키워드 리스트업 및
관련 소재 사전 세팅



02

검색 쿼리량 모니터링

경쟁사 관련 키워드의 쿼리량이
일정 지수 이상 급상승하면
그에 대응하도록 사전 세팅해둔
자사 브랜드 소재 Live



03

브랜딩성 광고 노출

구글/메타 등의 매체에
브랜딩성 (영상) 광고 등을 노출,
경쟁사의 물량 마케팅에 대비

논브랜드 키워드
(경쟁사 키워드)

경쟁사의 물량 마케팅에 미리 대비 가능

브랜드검색으로 점유하지 못하는
키워드도 제어 가능

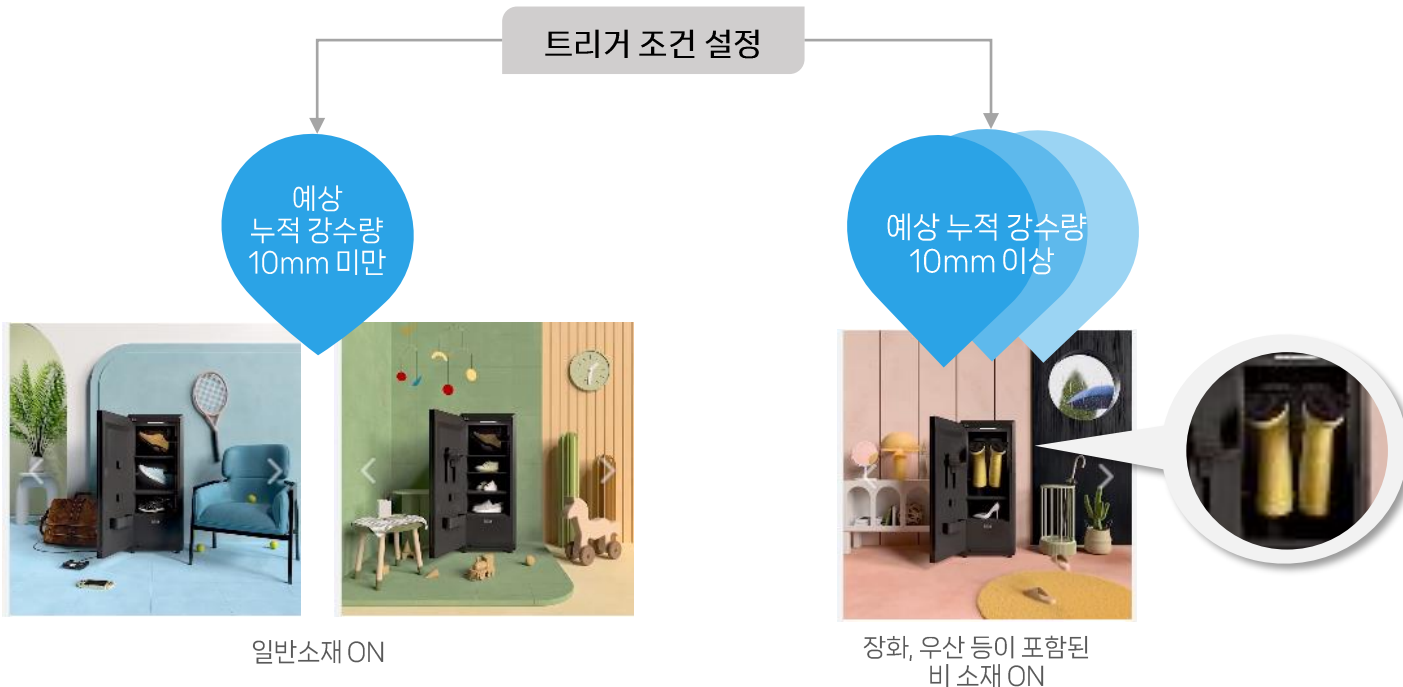
키워드 리스트는
언제든지 수정 반영 가능

위브 트리거로 활용 가능한 데이터 : 날씨 데이터

(1) 강수량

당일 예측 강수량에 따라 비 예보 지역에 관련 소재 자동 노출

- 강수량, 습도 등의 일기에 따라 브랜드 마케팅에 영향을 받는 제습기, 의류관리기(스타일러), 와 같은 전자기기 또는 고어텍, 레인코트, 레인부츠 등의 의류 비즈니스에서 마케팅전략으로 활용 가능
- 강수량은 지역별로, 시간별로 격차가 크게 나기 때문에 특정 시간 간격으로 데이터를 업데이트 하여 지역 타겟으로 캠페인으로 자동 최적화를 하도록 설계되어 있음
다만, 너무 많은 지역으로 나누어 진행할 경우, 전환성과에 영향을 줄 수 있으므로 주요 전략지역을 제한하는 것을 추천
- 실시간 강수량 데이터는 해당 지역에 비가 어느정도 내린 이후에 업데이트가 되기 때문에 트리거는 업데이트 주기에 맞추어 해당 시각의 "예상 누적 강수량"을 기준으로 동작함 (지표 수정/추가는 캠페인 집행 전 협의 가능)



TIP

- 날씨/강수량에 대한 민감도가 높은 제품을 마케팅 하는 경우 시너지 발생
- 악천후 일수록 광고 반응도가 높음.
따라서 강수량 뿐만 아니라 풍속 지표도 트리거에 함께 적용하면 시너지 발생
- 광고소재가 매우 중요 >> 특정 날씨에 대한 스토리를 반영한 콘텐츠 구성 필수

위브 트리거로 활용 가능한 데이터 : 날씨 데이터

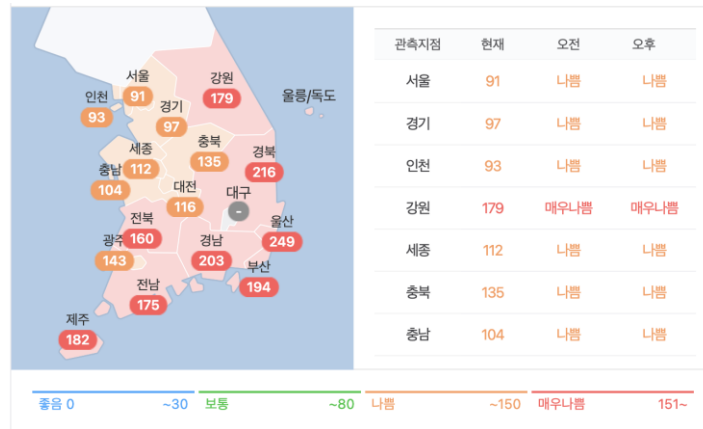
(2) 미세먼지

지역별 미세먼지 농도에 따른 광고 소재 노출

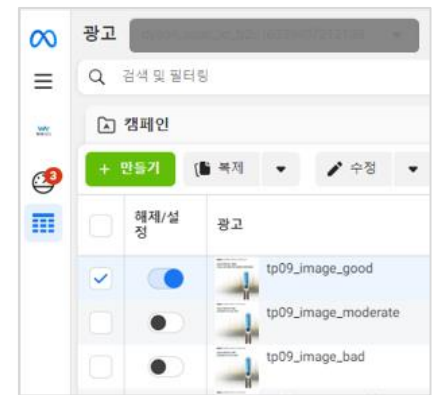
- (일반)미세먼지 농도 구분은 환경부 기준으로 하기와 같이 레이블되며 마케팅 전략방향 또는 내부 상황에 따라 동작 기준은 변경하여 진행 가능
- 미세먼지도 지역별로, 시간별로 격차가 크게 나기 때문에 특정 시간 간격으로 데이터를 업데이트 하여 지역 타겟으로 캠페인으로 자동 최적화를 하도록 설계되어 있음
다만, 너무 많은 지역으로 나누어 진행할 경우, 전환성과에 영향을 줄 수 있으므로 주요 전략지역을 제한하는 것을 추천
- 미세먼지의 경우, 각 등급에 따라 캠페인을 On/Off 하여 진행하는 방식 보다는 미세먼지량에 따라 물량의 비중을 조정하고 광고소재를 이에 맞추어 진행하는 것을 권장. 이는 캠페인 예산의 안정적인 운영에 도움이 되며, 미세먼지 농도의 차이가 클 수록 광고 반응도가 높기 때문에 물량 조정을 이에 맞추어 진행할 경우 광고성과 개선에도 도움이 될 수 있음.

| AQI | Air condition_EN | Air condition_KR |
|--------|------------------|------------------|
| 0-30 | Good | 좋음 |
| 31-80 | Moderate | 보통 |
| 81-150 | bad | 나쁨 |
| 151~ | terrible | 매우나쁨 |

트리거 조건 설정



미세먼지 API 데이터



해당 지역별 미세먼지 농도에 따른 광고 소재 노출

위브 트리거로 활용 가능한 데이터 : 날씨 데이터

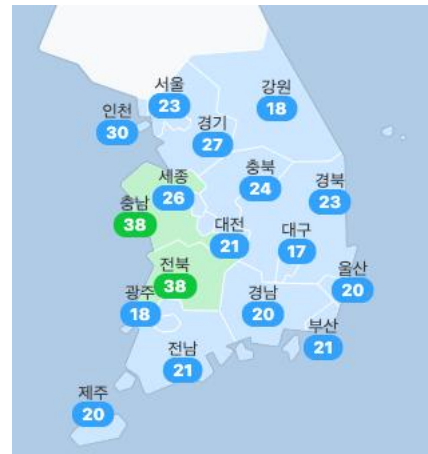
(3) 온도

당일의 기온에 따라 맞춤형 콘텐츠 설정하여 노출

| | | |
|----------|--------------------------------------------------|--|
| 28도 이상 | 민소매, 반팔, 반바지, 치마 | |
| 23~27도 | 반팔, 얇은 셔츠, 반바지, 면바지 | |
| 20~22도 | 얇은 카디건, 긴팔티, 면바지, 청바지 | |
| 17~19도 | 얇은 니트, 카디건, 맨투맨, 얇은 재킷, 면바지, 청바지 | |
| 12~16도 | 재킷, 카디건, 야상, 맨투맨, 니트, 스타킹, 청바지, 면바지 | |
| 9~11도 | 재킷, 트랜치코트, 야상, 니트, 스타킹, 청바지, 면바지 (*겉옷 안에 카디건 필수) | |
| 5~8도 | 코트, 히트텍, 니트, 청바지, 레깅스 (*반드시 겹쳐 입을 것) | |
| 4도 이하 | 패딩, 두꺼운 코트, 목도리, 기모 제품 (*최대한 많이 겹치자) | |
| 0도 이하 | 모자 달린 두꺼운 패딩, 안에는 스웨터, 귀마개, 부츠 등 방한 제품 | |
| 영하 5도 이하 | 파카 코트 등 방한 아웃도어 제품 | |

트리거 조건 설정

- 위브 트리거로 당일 기온에 따라 노출 제품을 전략적으로 운영 할 수 있음
- 일별 온도차가 큰 간절기나, 체감온도가 크게 변화하는 겨울철에는 그 효과가 더욱 클 수 있음
- 해외 API데이터 활용해 글로벌 브랜드도 진행 가능
특히, 미국, 중국 등 넓은 면적을 지닌 국가의 경우 활용도가 더 높아짐



날씨 API 데이터



기온/풍량에 따른 광고 소재 노출



간절기야상



코트, 겨울 자켓



롱패딩, 방한복

위브 트리거로 활용 가능한 데이터 : 스포츠경기결과 데이터

스포츠경기결과

경기 전/후, 결과에 따라 각기 다른 소재 노출 가능

- 위브 트리거는 스포츠 API를 연동하여 전세계 모든 스포츠들의 데이터를 실시간으로 캠페인에 연동 가능
- 특정 경기가 시작되기 전과 후로 나누어 진행되며, 경기 후에는 경기 승패에 따라 사전 제작된 광고소재가 노출 되도록 자동 연동됨
- 올림픽, 월드컵, 야구 등의 시즌에 맞추어 시즌 전체 기간에 위브 트리거를 적용한 새로운 캠페인 전략을 설계할 수 있음



| 날짜 | 시간 | 구장 | 홈팀 | 원정팀 | 리그 | 구분 |
|--------------------------|-------|-------------------------|-------|----------|--------|-----------|
| 12.01 금 | | | | | | 경기가 없습니다. |
| 12.02 토 | | | | | | 경기가 없습니다. |
| | 00:00 | Emirates Stadium | 아스널 | 울버햄튼 | 프리미어리그 | 14R |
| | 00:00 | Brentford Community ... | 브렌트포드 | 루턴 | 프리미어리그 | 14R |
| 에티하드 스타디움 | | | 맨시티 | 경기전 | 토트넘 | |
| 12.03 일 | 05:00 | St. James' Park | 뉴캐슬 | 맨유 | 프리미어리그 | 14R |
| Tottenham Hotspur Sta... | | | 토트넘 | 경기취소 | 웨스트햄 | |
| | 23:00 | Anfield | 리버풀 | 풀럼 | 프리미어리그 | 14R |
| | 23:00 | London Stadium | 웨스트햄 | 크리스탈 팰리스 | 프리미어리그 | 14R |
| 12.04 일 | 01:30 | 에티하드 스타디움 | 맨시티 | 토트넘 | 프리미어리그 | 14R |

경기 전



경기 후

경기 승

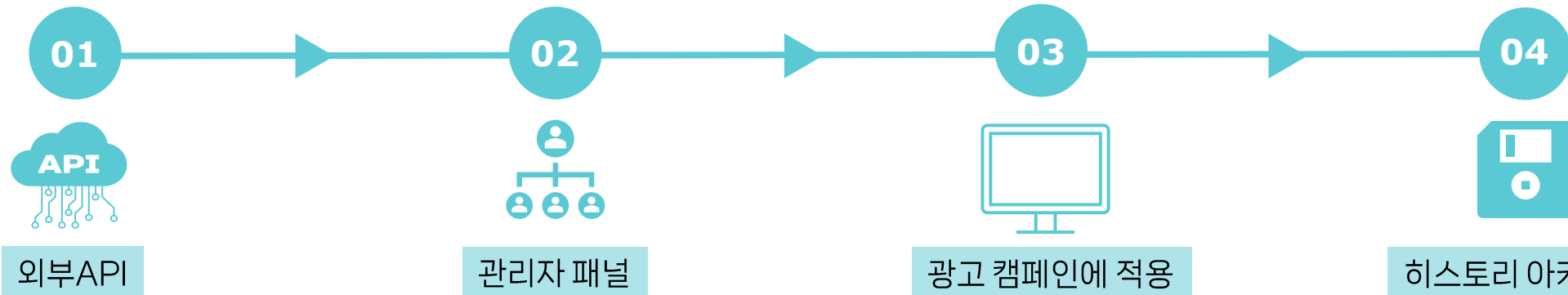


경기 패



기본 운영방식

- 광고주가 목표하는 캠페인 상황에 적합한 외부 API가 연동되어 필요한 관련 데이터를 호출
- 캠페인/광고세트/광고가 확정되면 이를 반영해 각 매체별 기준에 맞추어 자동 세팅
- 관리자 패널 또는 광고관리자를 통해서도 진행상황을 확인할 수 있으며, 진행 히스토리는 함께 제공



외부API

연동이 가능한 실시간 데이터로,
캠페인 상황에 적합한 API로
선정하여 진행됨

관리자 패널

- 진행상태 확인 및 변경사항
조정이 가능하도록 외부 공유문서
형태로 관리자 패널제공
- 담당 마케터와 정확하고 빠른
커뮤니케이션이 가능

광고 캠페인에 적용

- 사전 협의된 방식으로
캠페인/광고세트/광고 설정
- 관리자 패널에서 확정된 내역에
대해서 자동으로 업데이트가
진행됨

히스토리 아카이브

실시간으로 진행되었던 전체
히스토리 내역이 아카이브 되어
제공됨

기본 운영방식

- 광고주가 목표하는 캠페인 상황에 적합한 외부 API가 연동되어 필요한 관련 데이터를 호출
- 캠페인/광고세트/광고가 확정되면 이를 반영해 각 매체별 기준에 맞추어 자동 세팅
- 관리자 패널 또는 광고관리자를 통해서도 진행상황을 확인할 수 있으며, 진행 히스토리는 함께 제공

데이터 맵핑의 기준

- 날씨 : 이전 1시간**
예) 19시는 18시 01분~19시 00분
- 기온 : 정시**
예) 19시는 19시 정시 기온
- 강수량, 강수확률: 이전 1시간**
예) 19시는 18시 01분~19시 00분
- 바람: 정시**
예) 19시는 19시 정시 기준 풍향과 풍속
- 습도: 정시**
예) 19시는 19시 정시 기준 습도

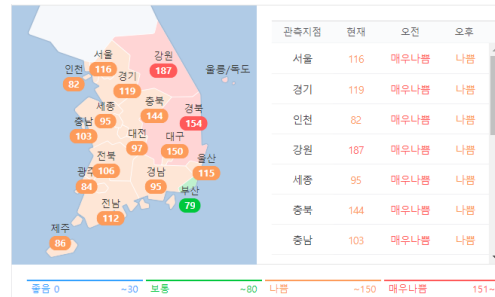
- 사전에 광고주와 협의된 기준에 따라 데이터 맵핑
- 업데이트 주기 (월간, 일간, 시간 등), 상태 구분 조건 (미세먼지 농도($\mu\text{g}/\text{m}^3$) 구간, 폭염 처리 구간, 예상 누적 강수량 10mm 이상) 등

캠페인 설정의 유연성



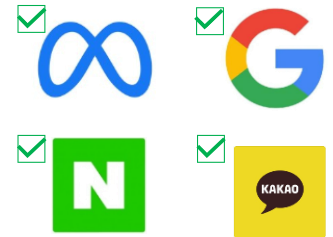
- 각 케이스에 따라 사전 준비된 광고가 연동, 기본적인 On/Off 는 Ad단에서 진행되나, 경우에 따라 Campaign/Adset으로 변경 가능(머신러닝을 고려한 제한적 운영 권장)
- 예외처리, 부분적 조정 또는 자동화하기 어려운 조건 등의 수동처리 사항은 사전에 협의 후 관리자 패널을 통해 진행 가능

API에 따른 세부 차이점 확인



- 집행하고자 하는 광고 매체의 설정 기준 또는 연동되는 API의 세부내용에 따라 지원 가능한 범위에 제약이 있을 수 있음
- 제약 사항들은 사전에 확인 후 상호 협의하여 진행 (ex. 소재 승인 시 까지의 소요시간 고려, 미세먼지 API 데이터는 4개 등급으로 표시됨 등)

집행 가능 매체



- 메타(FB), 구글애즈, GFA 카카모먼트 매체 집행 가능
- 그 외 추가적인 매체 운영은 협의 필요

집행 프로세스

- 집행 금액(Net)에 대한 Tech Fee 가 적용 (월 단위)
- 기본적인 서비스 외에 커스텀 개발이 필요한 경우, 커스텀 서비스 제공에 대한 세팅비가 추가 될 수 있음
- 1~2주 이내 캠페인 라이브가 될 수 있도록 진행되나 상황에 따라 변동 가능성 존재함

- 트리거 운영 요청
- 집행 조건 확인 및 협의

Step 01



- 진행 매체 채널 확정
- 해당 계정권한 부여

Step 02



- 캠페인 세팅
(트리거 전용, 기존 캠페인과 통합운영X)
- 광고소재 사전 세팅

Step 03



- On/Off 제어를 위한 관리자 패널 전달 (공유문서 형태)
- 운영/관리를 위한 세부사항 조정 및 협의

Step 04



- 캠페인 집행
- 상세 히스토리 전달

Step 05



캠페인 세팅 예시

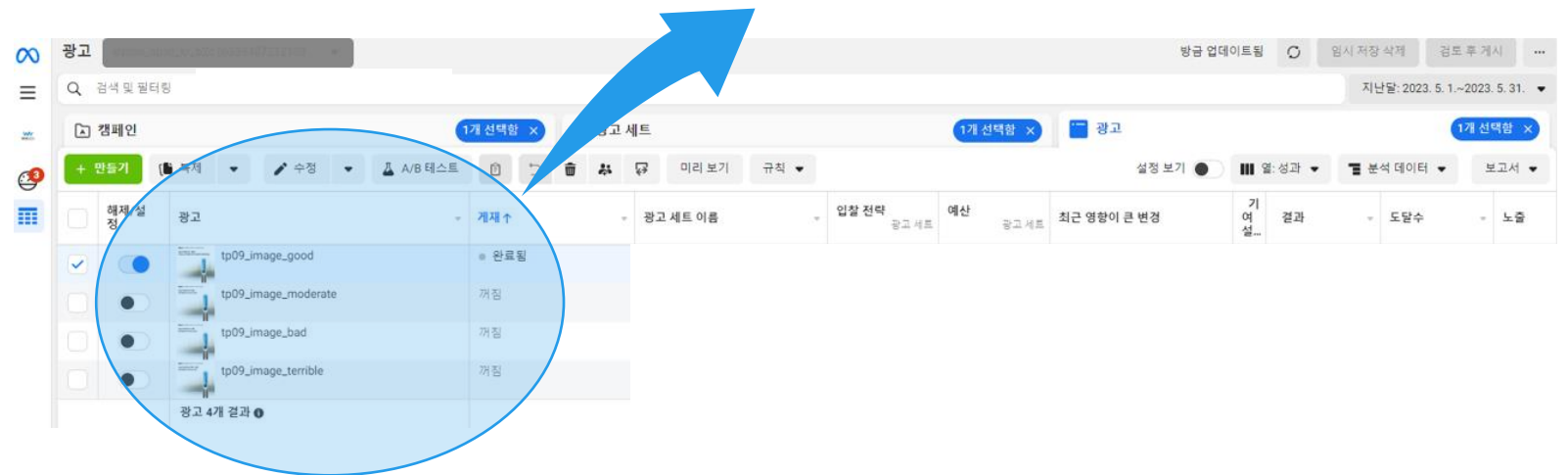
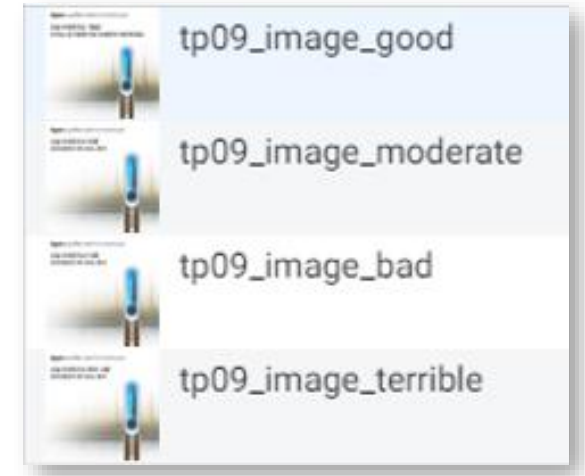
META 캠페인 세팅 예시

미세먼지 구분 조건에 따른 캠페인 및 소재 세팅

ex. D사의 미세먼지 레벨 조건

| AQI₩ | Air condition_EN | Air condition_KR |
|--------|------------------|------------------|
| 0-30 | Good | 좋음 |
| 31-40 | Moderate | 보통 |
| 41-80 | bad | 나쁨 |
| 81-150 | terrible | 매우 나쁨 |

ex. 사전협의를된 기준으로 캠페인/소재 세팅한 화면



관리자 패널화면 예시

구글스프레드시트 활용 예시

ON/OFF 제어를 위한 필요한 기본 정보 / 진행 상태 확인 가능

| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J |
|----|-----|-------|----------|--------|-----------|----------|----------|--------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | seq | media | obj_unit | obj_id | is_active | sdate | edate | region | on_conditions | on_triggers |
| 2 | 1 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 서울 | 미세먼지 나쁨 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["나쁨"]}]] https://business |
| 3 | 2 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 서울 | 미세먼지 좋음 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["좋음"]}]] https://business |
| 4 | 3 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 서울 | 미세먼지 보통 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["보통"]}]] https://business |
| 5 | 4 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 서울 | 미세먼지 매우나쁨 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["매우나쁨"]}]] https://business |
| 6 | 5 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 강원 | 미세먼지 나쁨 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["나쁨"]}]] https://business |
| 7 | 6 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 강원 | 미세먼지 좋음 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["좋음"]}]] https://business |
| 8 | 7 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 강원 | 미세먼지 보통 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["보통"]}]] https://business |
| 9 | 8 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 강원 | 미세먼지 매우나쁨 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["매우나쁨"]}]] https://business |
| 10 | 9 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 경기 | 미세먼지 나쁨 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["나쁨"]}]] https://business |
| 11 | 10 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 경기 | 미세먼지 좋음 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["좋음"]}]] https://business |
| 12 | 11 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 경기 | 미세먼지 보통 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["보통"]}]] https://business |
| 13 | 12 | fb | ad | 23852 | Y | 20230201 | 20230214 | 경기 | 미세먼지 매우나쁨 | [[{"obj": "dust.status", "operator": "IN", "value": ["매우나쁨"]}]] https://business |

항목별 가이드

- media : 대상이 되는 매체
- obj_unit : 대상이 되는 객체(캠페인, 광고그룹, 광고 기준 제어 가능)
- obj_id : 대상이 되는 객체의 아이디(캠페인, 광고그룹, 광고 기준의 ID)
- on_condition : 제어할 ON 대상 조건(미세먼지 나쁨, 좋음, 보통, 매우나쁨)
- 기타 : 캠페인 집행 상황에 맞춰 컬럼 추가 가능

히스토리 내역 제공 예시

미세먼지 캠페인 예시

ON/OFF 히스토리 내역 제공

- API 업데이트에 따른 데이터에 맞춰 ON/OFF 자동 제어된 히스토리 내역 제공 가능
- 업데이트는 실시간으로 진행 가능하며 변경 주기는 사전 협의하여 진행 (시간대별 주기(1시간 단위) 집행 가능)

| | A | B | C | D | E | F | G | H |
|----|-----|-------|----------|--------|--------|--------|-----------|--------------------------|
| 1 | seq | media | obj_unit | obi id | status | region | curr_dust | updated_time |
| 2 | 1 | fb | ad | !50629 | PAUSED | 서울 | 좋음 | 2023-01-13T12:47:42+0900 |
| 3 | 1 | fb | ad | !40717 | ACTIVE | 서울 | 보통 | 2023-02-01T16:59:38+0900 |
| 4 | 5 | fb | ad | !40717 | ACTIVE | 서울 | 보통 | 2023-02-01T16:59:41+0900 |
| 5 | 17 | fb | ad | !40717 | PAUSED | 경기 | 나쁨 | 2023-02-01T16:59:47+0900 |
| 6 | 19 | fb | ad | !60717 | ACTIVE | 경기 | 나쁨 | 2023-02-01T16:59:48+0900 |
| 7 | 21 | fb | ad | !40717 | PAUSED | 경기 | 나쁨 | 2023-02-01T16:59:50+0900 |
| 8 | 23 | fb | ad | !20717 | ACTIVE | 경기 | 나쁨 | 2023-02-01T16:59:52+0900 |
| 9 | 43 | fb | ad | !60717 | PAUSED | 광주 | 매우나쁨 | 2023-02-01T17:00:00+0900 |
| 10 | 44 | fb | ad | !00717 | ACTIVE | 광주 | 매우나쁨 | 2023-02-01T17:00:01+0900 |
| 11 | 47 | fb | ad | !20717 | PAUSED | 광주 | 매우나쁨 | 2023-02-01T17:00:03+0900 |
| 12 | 48 | fb | ad | !00717 | ACTIVE | 광주 | 매우나쁨 | 2023-02-01T17:00:05+0900 |
| 13 | 51 | fb | ad | !60717 | ACTIVE | 대구 | 나쁨 | 2023-02-01T17:00:07+0900 |
| 14 | 52 | fb | ad | !00717 | PAUSED | 대구 | 나쁨 | 2023-02-01T17:00:09+0900 |
| 15 | 55 | fb | ad | !20717 | ACTIVE | 대구 | 나쁨 | 2023-02-01T17:00:11+0900 |
| 16 | 56 | fb | ad | !00717 | PAUSED | 대구 | 나쁨 | 2023-02-01T17:00:12+0900 |
| 17 | 89 | fb | ad | !40717 | ACTIVE | 인천 | 보통 | 2023-02-01T17:00:24+0900 |
| 18 | 91 | fb | ad | !60717 | PAUSED | 인천 | 보통 | 2023-02-01T17:00:26+0900 |
| 19 | 93 | fb | ad | !40717 | ACTIVE | 인천 | 보통 | 2023-02-01T17:00:28+0900 |
| 20 | 95 | fb | ad | !20717 | PAUSED | 인천 | 보통 | 2023-02-01T17:00:30+0900 |
| 21 | 97 | fb | ad | !40717 | PAUSED | 전남 | 나쁨 | 2023-02-01T17:00:31+0900 |
| 22 | 99 | fb | ad | !60717 | ACTIVE | 전남 | 나쁨 | 2023-02-01T17:00:33+0900 |

집행 사례

미세먼지 API를 활용한 공기청정기 캠페인 집행

- 광고주 : D사
- 기 간 : 22년 12월 ~ 현재 운영 중 (23년 9월 기준)

Campaign Strategy

Strategy

전국 권역별로 미세먼지 농도, 기온 변화에 따라 각각의 소구 메시지를 API를 통한 실시간 정보 변화에 맞춰 노출

Media

메타

Target Audience

MF3050 | 관심사 | 지역타겟팅

Grouping condition & Ads

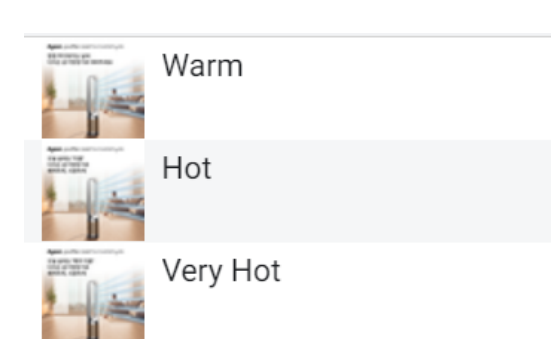
상태구분 조건

[미세먼지]

| AQI | Air condition_EN | Air condition_KR |
|--------|------------------|------------------|
| 0-30 | Good | 좋음 |
| 31-40 | Moderate | 보통 |
| 41-80 | bad | 나쁨 |
| 81-150 | terrible | 매우 나쁨 |

[기온]

| Temperature | Copy | Translation |
|-------------|----------|-------------|
| Under 24 | Warm | 따뜻함 |
| 24-29 | Hot | 더움 |
| Above 29 | Very hot | 매우더움 |



집행 사례

미세먼지 API를 활용한 제습기 캠페인 집행

- 광고주 : S사
- 기 간 : 23년 7월



Campaign Strategy

Strategy

날씨API의 데이터에 따라 "당일 예측 강수량" 변화에 따라 비 예보 지역에는 관련 소구 메시지를 자동 노출

Media

메타

Target Audience

관심사 | 지역타겟팅

Grouping condition & Campaign Result

상태구분 조건

- [당일 예측 강수량]
- (당일 00시 기준) 예상 누적 강수량 10mm 이상 : 비소재 ON
- (당일 00시 기준) 예상 누적 강수량 10mm 미만 : 일반소재 2종 ON

광고 집행 결과

API를 적용하여 비가 오는 날만 집행하였던 광고 영상이 CTR, CPV 등의 여러 지표에 다른 광고영상 대비하여 높은 효율 달성

트리거 적용된 광고 소재에 대한 지표

- CTR(외부사이트링크)은 평균 대비 23% 높음
- Cost Per ThruPlays(메타에서의 CPV)는 평균대비 16%절감
- 100% Plays(전체 영상시청자 중에 끝까지 시청한 비중) 22%높음

반복적인 운영 리소스는 줄이고, 꼭 필요한 솔루션을 더합니다.

Have a better day tomorrow