ADPICK

국내 최대 규모 성과형 바이럴 마케팅 플랫폼 애드픽,
상품 소개서



Last Update_2026.03

ADPICK

CONTENT

01. 애드픽 소개

02. 애드픽 차별화 전략

03. 애드픽 광고 상품 소개

04. 단가 및 집행 프로세스

05. 운영가이드(FAQ)

1. 애드픽 소개

애드픽은,
온라인에서 개인이 갖는 영향력을 기업이 마케팅으로 활용할 수 있도록
연결하는 **디지털 마케팅 플랫폼**입니다.



1. 애드픽 소개

회원들이 만든 콘텐츠가 다양한 온라인 매체에서 입소문을 만들며,
광고주의 제품과 **소비자**를 **자연스럽게 연결**합니다.

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4	STEP 5
광고주 의뢰	**캠페인 선택**	**애드픽 회원 참여**	**홍보 콘텐츠 게재**	**소비자 액션**
영화	CPV(영상조회형)	인스타그램 / 페북 계정 운영자	인스타그램 / 페이스북	동영상 조회
교육	CPCR(이미지+영상도달형)	카페 커뮤니티 회원 / 운영자	블로그 / 유튜브	이미지+영상 도달
OTT / 미디어	eCPC(유효클릭형)	비즈회원(매체 운영자)	카페 / 커뮤니티	웹사이트 방문
게임	nCPI(설치+실행형)	블로거	모바일 애플리케이션	앱설치+실행
뷰티	CPR(사전예약)	유튜버	네이버 지식인	사전예약
생활	Review(리뷰형)	DA매체(일부상품)	기타 온라인 매체	체험 리뷰 조회
금융				
.				
.				

1. 애드픽 소개

압도적인 스케일을 기반으로,
비용 대비 성과 중심의 **마케팅 경쟁력을 제공**합니다.



매체 규모

7,500만+

애드픽 회원들이 운영하는
매체/계정의 커버리지



바이럴 콘텐츠

833만+

애드픽 회원들이 작성한
홍보 콘텐츠 수



영상형 성과

25억+

애드픽에서 진행한
영상 광고 누적 조회 수



회원 수

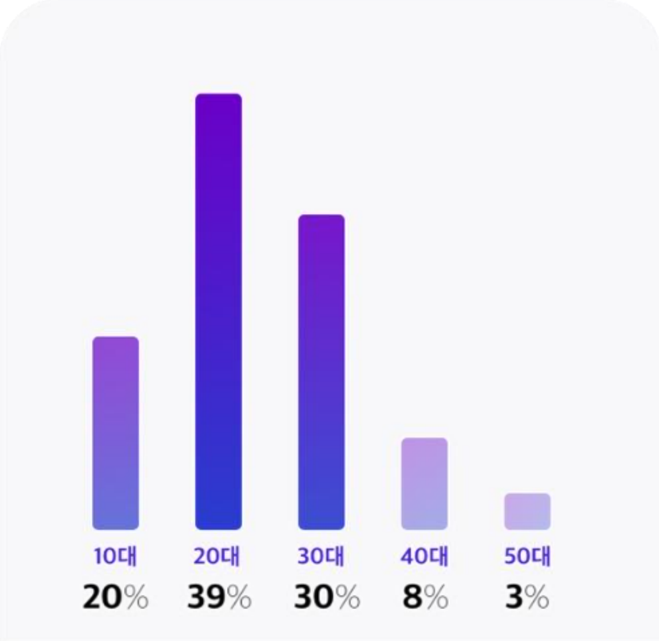
100만+

애드픽에 가입한
누적 회원 수

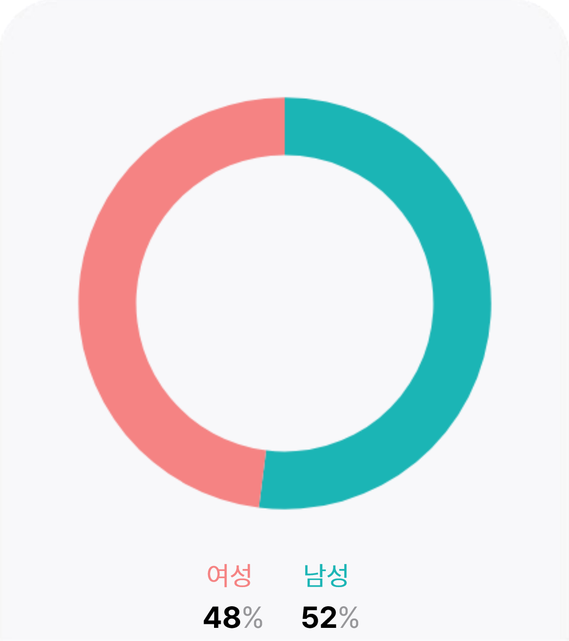
※ 26년 3월 기준

1. 애드픽 소개

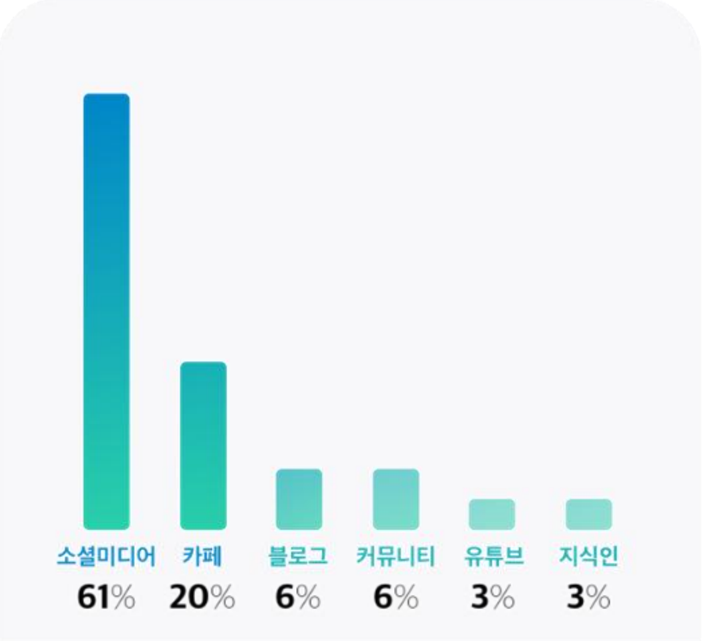
다양한 온라인 매체에서 활동하며 **실질적인 마케팅 성과**를 만들어내는
애드픽 회원 구성입니다.



<연령 분포>



<성별 분포>



<온라인 매체 별 홍보 비중>

2. 애드픽 차별화 전략

제품 또는 서비스와 관련된 콘텐츠들이 애드픽 회원들에 의해 **자발적으로 생산**되며,
다양한 채널을 통해 **자연스럽게 제품을 소개**하는 홍보활동이 진행됩니다.



2. 애드픽 차별화 전략

광고주와 사전 협의된 소비자 행동이 발생한 경우에만 비용이 정산되는 **성과 기반 과금 구조**입니다.



성과를 위한
모든 홍보 활동 무료



동영상 시청, 앱설치+실행,
광고주 페이지 방문 등



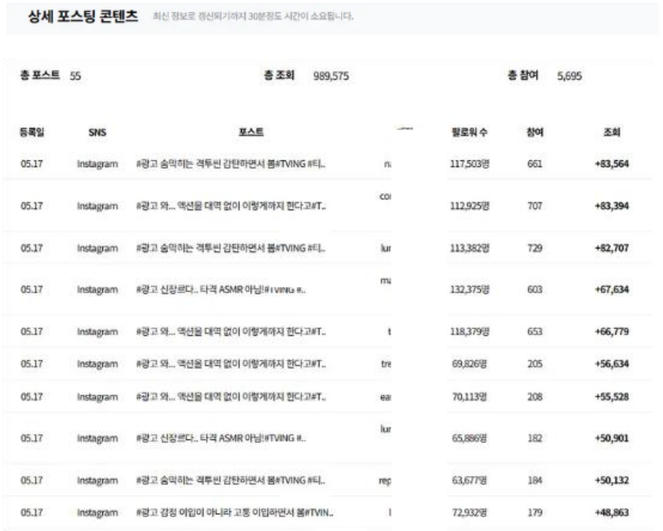
협의된 소비자 활동이
일어났을 경우에만 과금

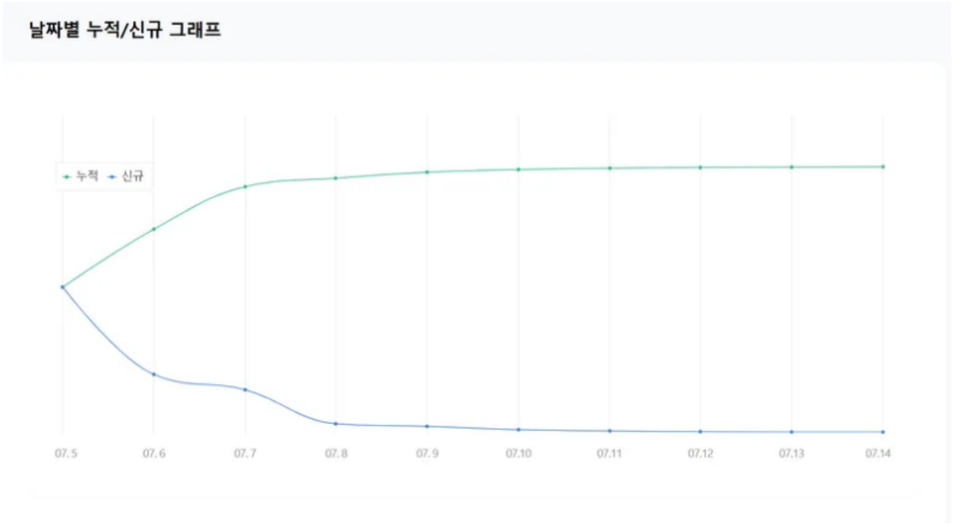
2. 애드픽 차별화 전략

광고 효과를 측정할 수 있는 각종 수치와 성과가 발생한 출처, 내용에 대한 **상세한 트레킹 리포트를 제공**합니다.











*CPV 한정



2. 애드픽 차별화 전략

회원들과의 체계적인 네트워킹을 기반으로, 광고주의 KPI 달성을 위한 **레벨별 관리 시스템을 운영**합니다.

기본 레벨 제도

- 뉴비~다이아몬드, 6단계 레벨 운영
- 체계적 등급 시스템을 통한 회원 관리



프리미엄 그룹

- 6단계 레벨 제도와 별개로 프리미엄 회원 제도 운영
- 활동 내역 심사 및 테스트 통과 시 승인
- 승인 후 프리미엄 전용 캠페인 참여 가능



상품별 마스터 제도

- 수익(정량) + 콘텐츠 질(정성) 기준 마스터 선발
- 상품별 마스터 특별 집중 관리
- 마스터 한정 캠페인 운영

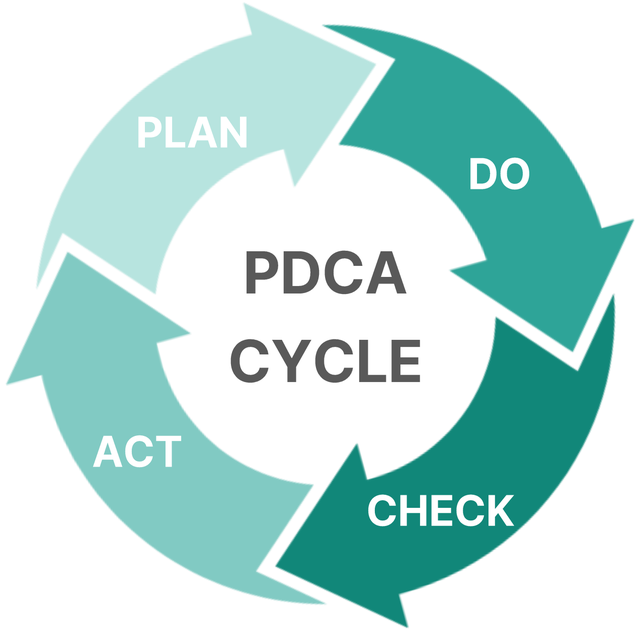


2. 애드픽 차별화 전략

퍼포먼스형 바이럴과 우수 DA 매체를 전략적으로 병행하고,
PDCA Cycle을 기반으로 한 정밀 운영 관리를 통해 캠페인 완성도를 극대화합니다.



Viral





Display AD



※ DA매체 병행 집행 광고 상품: CPI(CPA), CPR
※ 퍼포먼스형 바이럴 매체에서는 퍼스널 페이지 운영자가 배너 형태의 콘텐츠로 바이럴을 진행하는 경우도 있습니다.
※ PDCA Cycle이란? 계획(Plan), 실행(Do), 점검(Check), 개선(Act)의 4단계 과정을 반복하여 업무 효율 극대화 및 지속적 개선

3. 애드픽 광고상품 소개



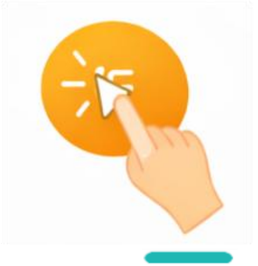
CPV(영상 조회형)

Cost Per **View**
동영상 콘텐츠 조회 시 과금



CPCR(이미지+영상 도달형)

Cost Per **CarouselPost Reach**
이미지+영상이 유저들에게 도달 시 과금



eCPC(유효 클릭형)

Enhanced Cost Per **Click**
검증된 유효 클릭 발생 시 과금



nCPI(설치+실행)

non-Incentive Cost Per **Install**
앱 다운로드 후 최초 1회 실행 시 과금



CPR(사전예약)

Cost Per **Reservation**
사전 예약 후 유효 데이터 확보 시 과금



Review(체험단)

Cost Per **Content Making**
블로그, 인스타그램 리뷰 콘텐츠 포스팅 및
쇼핑몰 구매평 등록 시 과금

3. 애드픽 광고상품 소개

CPV(영상 조회형)

Cost Per View

동영상 콘텐츠 조회 시 과금

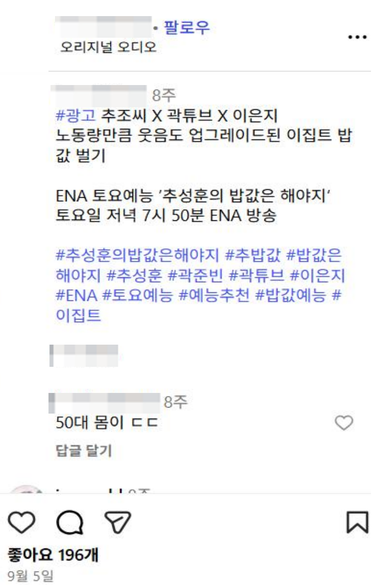
추천 대상) 바이럴 동영상, 브랜디드 콘텐츠 동영상, 영화.방송 예고편

- 최소한의 비용으로 소셜미디어 상에서 동영상 콘텐츠를 확산시킬 수 있는 광고 상품
- 애드픽 회원들이 운영하는 페이스북,인스타그램에 동영상 콘텐츠를 업로드 및 확산
- 페이지 내 조회수, 좋아요, 댓글, 공유 수 등 상세 리포트 제공









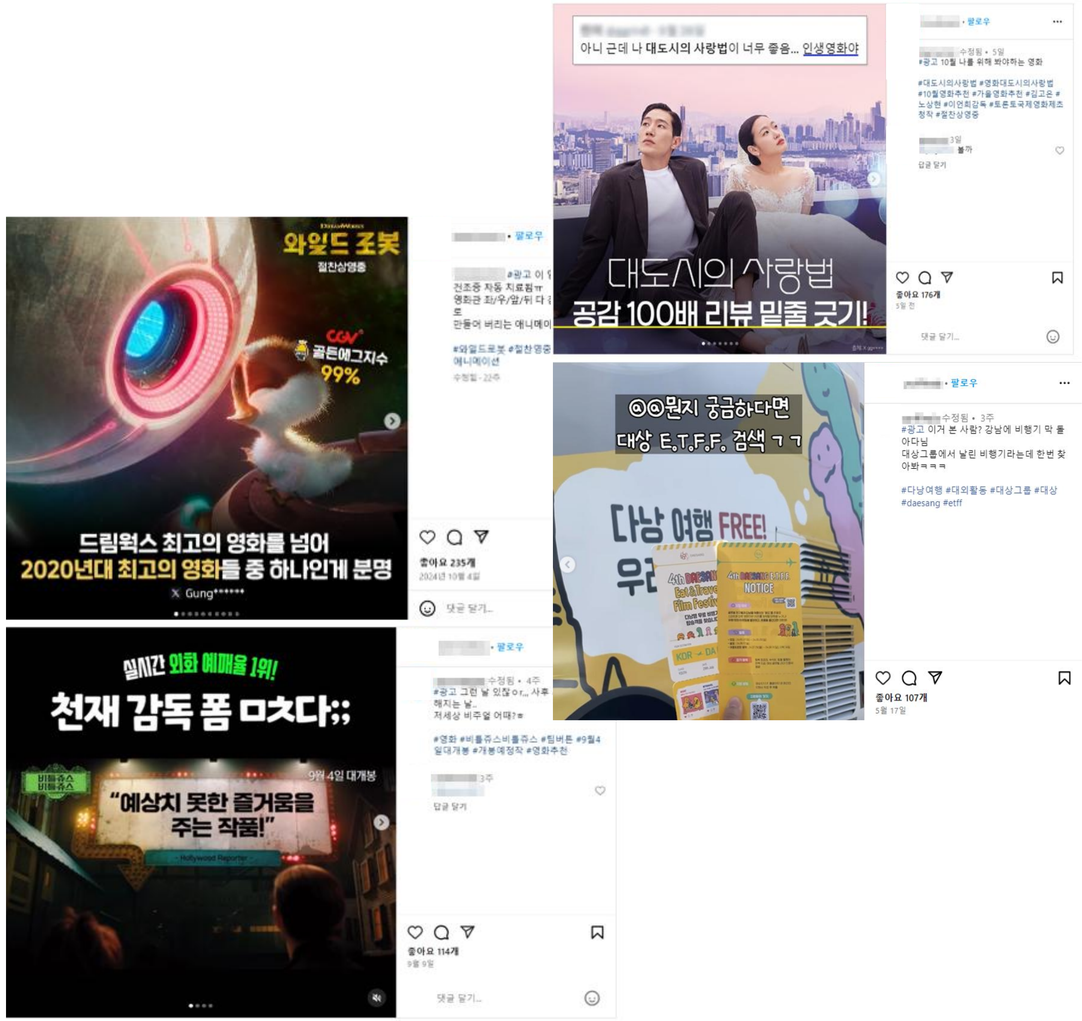
3. 애드픽 광고상품 소개

CPCR(이미지+영상 도달형)

Cost Per CarouselPost Reach
이미지+영상이 유저들에게 도달 시 과금

추천 대상) 브랜드 화보, 카드 뉴스, 영화/드라마 리뷰 등

- 이미지+영상 소재를 소셜 미디어 상에서 바이럴 시킬 수 있는 상품
- 애드픽 회원들이 운영하는 인스타그램에 콘텐츠를 업로드 및 확산
- 페이지 내 조회수, 좋아요, 댓글, 공유 수 등 상세 보고서 제공



3. 애드픽 광고상품 소개



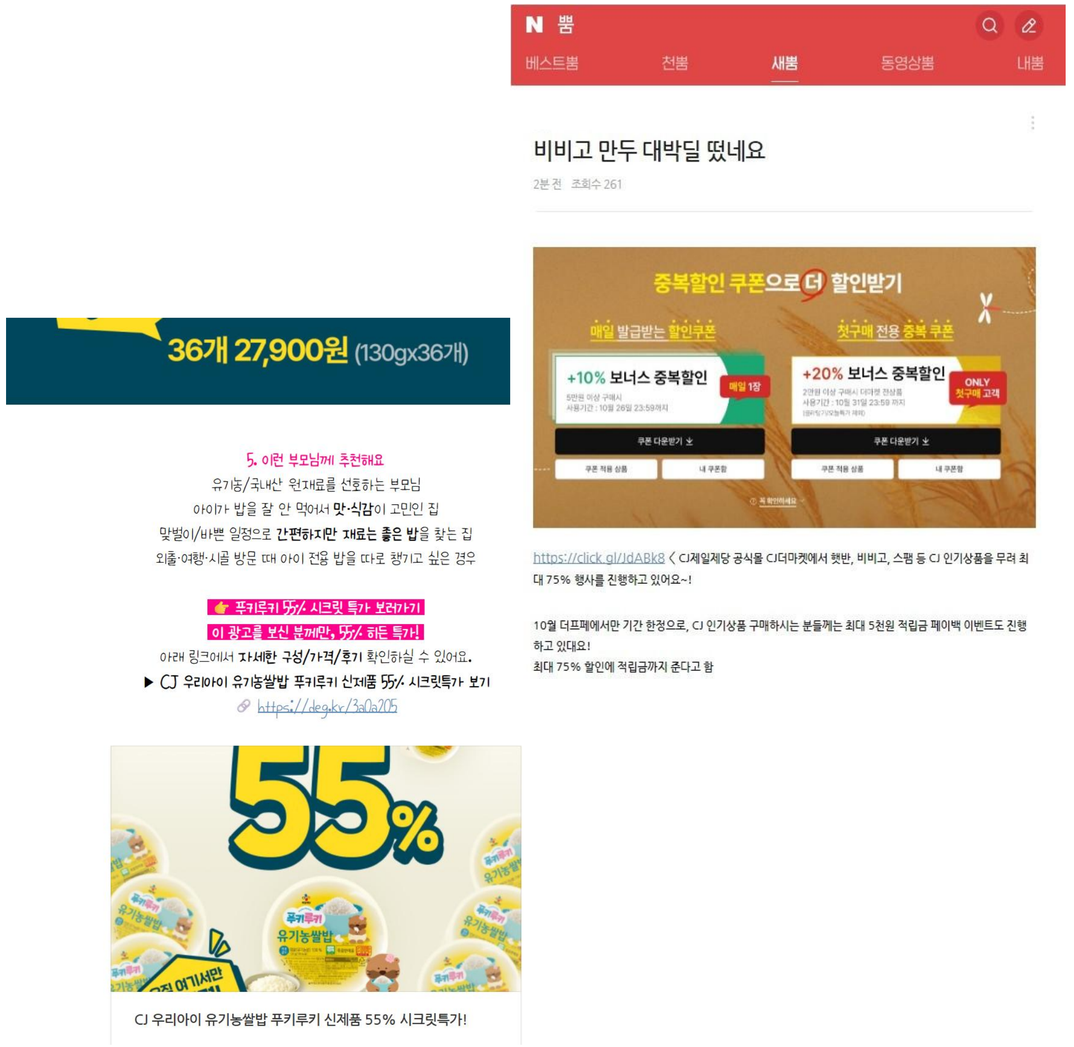
eCPC(유효 클릭형)

Enhanced Cost Per Click

검증된 유효 클릭 발생 시 과금

추천 대상) 이벤트 / 프로모션 홍보, 광고주 홍보 뉴스.기사 페이지

- 광고주의 랜딩페이지로 소셜 유저들을 유입 시킬 수 있는 광고 상품
- 스크립트 삽입을 통해 소셜 유저들의 활동을 파악하여 5초 이상 체류 시 과금
- 온라인 전 영역에서 단기간 빠른 입소문이 가능한 장점
- CPC 일반 클릭형: 스크립트 삽입이 불가능한 경우 진행 (SNS 채널, 네이버 스토어팜 등)



3. 애드픽 광고상품 소개



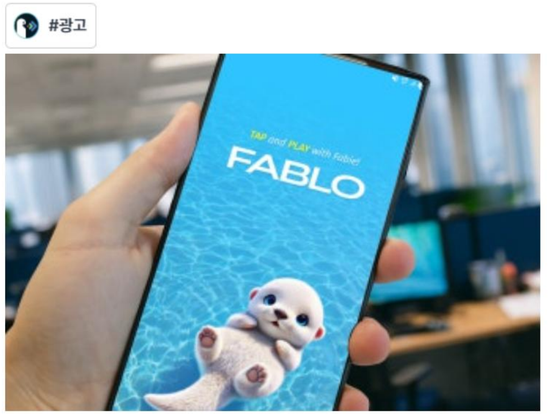
nCPI(설치+실행)

non-Incentive Cost Per Install

앱 다운로드 후 최초 1회 실행 시 과금

추천 대상) 모바일 게임, 증권, 커머스, 유틸/생활 증권 등의 모바일 앱 서비스

- Viral+ 검증된 DA로 진행 되며, 애드픽에서 DA가 진행될 경우
  IMP, Click 수량과 관계없이 설치+최초 1회 실행 시 과금
- 충성도 높은 모바일 앱 유저를 확보 가능
- 정확한 앱 설치 추적을 위해 광고주 앱에 3rd Party tracker 연동 필수
- 유입 유저의 리텐션, 과금 현황을 알 수 있는 상세 리포트 확인 가능



앱테크가 다 비슷해 보일 때
요즘 앱테크 종류가 정말 많아졌어요.
처음엔 다 비슷해 보이는데,
조금만 들여다보면 **구조 자체가 꽤 다르다**는 느낌을 받게 되더라고요.
그래서 이번에는
파블로 같은 게임형 앱테크와
단순 리워드 앱을
사용 흐름 기준으로 정리해봤어요 😊

❤️라운드 쇼핑리워드앱 소개
쇼핑하면서 포인트가 쌓이는 방법, 라운드 쇼핑리워드 앱

요즘 쇼핑은 단순히 물건을 구매하는 것을 넘어,
얼마나 합리적으로 혜택을 챙기느냐가 중요한 기준이 되고 있습니다.
같은 제품을 사더라도 리워드가 쌓이는 구조라면 이야기는 달라지죠.



그래서 오늘은
일상 쇼핑 속에서 자연스럽게 포인트를 적립할 수 있는
라운드 쇼핑리워드 앱에 대해 자세히 소개해드리려고 합니다.

3. 애드픽 광고상품 소개



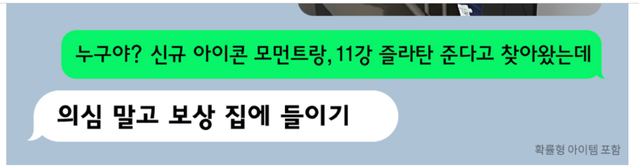
CPR(사전예약)

Cost Per Reservation

사전 예약 후 유효 데이터 확보 시 과금

추천 대상) 출시 예정 또는 대규모 업데이트 등의 이벤트를 진행중인 모바일, PC 게임

- 충성도 높은 모바일 앱 유저를 확보 가능
- 출시 전 관심 고객 DB 확보 가능
- 초기 마케팅 효율 극대화에 적합



- 🔗 Zlatan's LEGACY 이벤트 바로가기
- 🔗 FC 온라인 즐라탄 보상 페이지 이동

FC 온라인 신규 이벤트

Zlatan's LEGACY - 신규 아이콘 모먼트 & 11강 즐라탄 보상 받는 방법 총정리

EA SPORTS FC ONLINE에서 또 한 번 강력한 이벤트가 시작되었습니다.
바로 **Zlatan's LEGACY 이벤트**입니다.
이번 이벤트는 공개 이미지에서도 확인할 수 있듯이,
"누구야? 신규 아이콘 모먼트랑 11강 즐라탄 준다고 찾아왔는데"
라는 강렬한 문구와 함께 **즐라탄 이브라히모비치 중심 콘텐츠**가 핵심입니다.
개인적으로 이번 이벤트는 **보상 구성과 연출 모두 역대급**이라고 느껴졌는데요.
특히 아이콘 모먼트 테마, 그리고 즐라탄이라는 상징적인 선수의 조합이 굉장히 매력적입니다.



이벤트 핵심 요약

- 이벤트명 : Zlatan's LEGACY
- 진행 게임 : EA SPORTS FC ONLINE

안녕하세요 최근 모바일게임 매니아 분들에게 좋은 소식이있어 소개할까하는데요 최신작 모바일 방치형 RPG 뮤포켓나이츠가 드디어 기다리고 기다린 끝에 사전예약을 시작하게 되었습니다 뮤포켓나이츠는 쉽고 빠른 방치형에 특유의 게임성을 그대로 유지하고 있으며 예전(MU)의 감성을 그대로 재해석 하였습니다



3. 애드픽 광고상품 소개

Review(체험단)

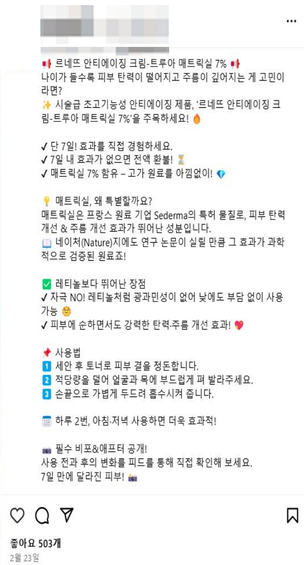
Cost Per Content Making

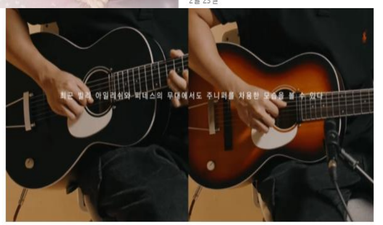
SNS 제품 리뷰 및 구매평 건 당 과금

추천 대상) 긍정적인 리뷰 및 쇼핑 구매평이 필요한 광고주

- 실제 경험한 제품/서비스를 바탕으로 애드픽 리뷰어들이 콘텐츠 제작 및 홍보
- 제품 제공이 어려울 경우 기자단으로 진행
- 쿠팡, 자사몰, 네이버 스토어팜 등 구매평 체험단 진행 가능









: 숄로프 숄더 드레드넛의 둘로레스는 기존의 드레드넛과 다르게 기타 바디 쉐입에 변형
향은 유지하되, 장시간 연주시에도 연주자로 하여금 피로감이 적도록 슬림한 허리 라인
불어 빈티지 선버스트 컬러를 차용하여 빈티지하고 엔틱한 디자인의 멋을 더했습니다.
는 통기타로 노래부르기에 너므 멋질듯요ㅠ 울림이 딱 봐도 좋아보여요!

견고하면서 유려한 바디에 견고한 마무리로 심플하한 사이즈에

무게 역시 2.2-2.5kg에 경량 통기타로 여성들이나 장거리 여행이나 야외 공연 시에도 여행나 손목에 무리가 없으며 이동 또한 편리하답니다.

전 모는 순간 여전 소장이 작아다!

취미로 배운다 해도 저는 처급이라면 전지하게 오래 배울 각오로 처음부터 너무 저렴한 연습용 모다 주니껴로 사서 100살 때까지

- 에이버(AVA) : 짧은 길이의 스케일과 중간 크기의 그랜드콘서트 바디사이즈인 에이버는 모든 연주자에게 적합한 사이즈의 기타 입니다. 특수한 바디 설계로 저음역대와 고음역대의 사운드 반응성과 밸런스가 특징이며, 빈티

4. 애드픽 단가표

(VAT별도)

광고상품	내용	단가(협의 가능)	최소 집행 예산(협의 가능)
CPV	동영상 콘텐츠 조회 시 과금 (페이스북+인스타그램)	1 조회당 20원	500만원
CPCR	이미지+영상 콘텐츠 도달 시 과금 (인스타그램)	1 도달당 20원	500만원
eCPC (유효 클릭형)	클릭 후 5초 이상 활동 시 과금 (스크립트 삽입 필수)	유효 클릭당 200원 (※ 높은 단가로 진행 시 참여율 up)	200만원
CPC (일반 클릭형)	클릭 즉시 과금	클릭당 120원 (※ 높은 단가로 진행 시 참여율 up)	
nCPI	앱 설치+최초 1회 실행 시 과금	건당 평균 3,000원 (게임) 건당 평균 2,000원 (비게임)	300만원
CPR	사전예약 후 유저 데이터 확보 시 과금	건당 평균 1,000원	
체험단	리뷰형: 제품 리뷰 콘텐츠를 포스팅할 경우 과금	체험형 - 블로그: 80,000원, 인스타그램: 100,000원 기자단- 블로그: 50,000원	협의
	구매평: 해당 쇼핑몰에 직접 구매 후기를 작성하는 경우 과금	상품 가격(VAT 포함)+배송비+ 건 당 10,000원	협의

4. 애드픽 광고진행 프로세스



01

관계자 미팅

광고 캠페인 전략 협의,
마케팅 방향 설정 및 적정 예산 협의



02

계약서&게재신청서 날인

상품 및 예산, 일정, 진행 스케쥴 구체화
및 광고비 선입금

※ 첫거래는 선입금 진행되며,
이후 후불 진행 가능



03

광고 소재 검수 및 셋팅

소재 검수 및 셋팅 후 당일 바로 진행 가능



04

광고 라이브

애드픽 페이지 내 노출
회원은 바이럴 시작



05

실시간 리포트 제공

다각도의 실시간 리포트 페이지 계정 전달

5. 자주 하는 질문

Q. 광고 집행 예산은 얼마인가요?

A. 애드픽 최소 집행 금액은 상품별로 상이하며, 소개서 19페이지의 단가표를 참고해주세요.
첫 광고 진행 시에는 선입금을 원칙으로 하며 이후부터 후불로 진행합니다.
광고하실 앱 / 랜딩 페이지의 성격에 따라 애드픽과 협의 후 광고 단가를 결정합니다.

Q. 광고 진행 현황 확인은 어떻게 하나요?

A. 캠페인이 시작되면 캠페인 진행 현황을 실시간 볼 수 있는 '광고주 리포트'를 제공해드립니다.
리포트를 통해 실시간 소진 광고비 현황 및 일자 별 클릭 수 / 앱 설치 수 / 조회수 (CPV) 등
캠페인 진행 사항을 확인하실 수 있습니다.

Q. 소재 운영은 어떻게 하나요?

A. 애드픽 배너 5종 (롤링 게재 불가)과 이미지, 동영상 소재를 사용할 수 있습니다.
애드픽 배너 5종 제작이 불가하다면, 1024*500 사이즈의 소재는 가급적 필수로 전달해
주시기를 부탁 드립니다.
소재 교체는 제한 없이 가능하나, 수동 교체로 인해 가급적 오전 9시 에서 오후 5시 사이에
교체할 소재를 전달해 주시면 운영자가 빠르게 반영할 수 있습니다.

Q. 원하지 않는 홍보 콘텐츠가 생기면 어떻게 하나요?

A. 회원이 올린 홍보 콘텐츠가 마음에 들지 않는다면, 해당 게재면의 캡처 혹은 게시글의 URL을
애드픽 운영자에게 전달해 주세요.
광고 담당자가 해당 게시물을 빠르게 확인 후 삭제 처리하거나 링크를 차단합니다.

Q. 캠페인은 시작 후 바로 종료할 수 있나요?

A. 캠페인 시작 직후 종료되는 사례는 가급적 지양해 주시기 바랍니다.
참여 중인 회원들에게 충분한 사전 안내를 진행한 이후, 캠페인 시작 시점으로부터 최소
2시간이 경과한 뒤 종료될 수 있도록 협조 부탁드립니다.

Q. 광고 시작까지 보통 얼마나 걸리나요?

A. 광고에 필요한 사항들을 준비 완료하면, 즉시 광고를 진행할 수 있습니다.
업무시간 중에 필요한 사항들을 전달해 주시면 더욱 원활하고 빠른 광고 진행이 가능합니다.
업무시간 : 오전 9시 00분 – 오후 6시 00분 (점심시간 : 12시 30분 – 1시 30분)

5. 자주 하는 질문

Q. 진행 프로세스는 어떻게 되나요?

A. 모든 광고 진행 시 회원이 홍보에 활용할 콘텐츠(이미지 배너 / 동영상 / 텍스트 등)는 광고주가 제공합니다.

- nCPI (앱 설치형) : 앱 내에 트래킹 SDK를 필수로 삽입해야 합니다.
  (앱 내 SDK가 없을 경우 광고 진행 불가)
- eCPC (유효 클릭형) : 스크립트 삽입 필수 / 5초 이상 클릭 후 사이트 체류 시 과금
- CPC (일반 클릭형) : 스크립트 삽입 없이 진행 가능
- CPV (영상형) : 영상 소재 (1개) + 홍보 가이드 문구 2~3개 안 전달
- CPCR (캐러셀 포스트 바이럴) : 카드 뉴스 형식의 일련의 이미지+영상(최대 10장)+ 홍보 가이드 문구 2~3개 안 전달(영상 필수 포함)
- Review (체험단) : 회원 모집 후 제품 실사용기를 바탕으로 업로드

Q. 홍보 콘텐츠는 어떻게 올라가나요?

A. 애드픽은 바이럴 매체라는 특성상 회원들의 자유로운 캠페인 참여와 포스팅을 통해 홍보를 진행하고 있습니다.
캠페인에 참여할 페이지나 활동 회원에 대해서는 캠페인 시작 전에 확인할 수 없다는 점을 확인 부탁 드립니다.

- nCPI (앱설치형) : 온라인 카페 / 온라인 커뮤니티 / SNS / 퍼스널 페이지 배너 형태 등을 통해 업로드 됩니다.
- eCPC (유효클릭형) & CPC (일반클릭형) : 온라인 카페 / 온라인 커뮤니티/ SNS 등에 콘텐츠가 업로드 됩니다.
- CPV (영상형) / CPCR (캐러셀 포스트 바이럴) : 페이스북+인스타그램(CPV) 및 인스타그램(CPCR)을 통해 바이럴 됩니다. 보다 높은 성과를 위해 예산 범위 내에서 회원이 직접 타겟팅 광고를 진행할 수도 있습니다.
- 체험단(리뷰/구매평) : 블로그 또는 인스타그램을 통해 포스팅 되며, 구매평은 해당 쇼핑몰에 직접 리뷰 작성합니다.

Q. 광고 집행 시 '광고' 표시는 필수 사항인가요?

A. 맞습니다. 공정거래위원회의 표시 광고 심사 지침에 따라 회원들이 작성하는 모든 홍보 콘텐츠 상단에 유료 광고임을 의무적으로 명시해야 합니다.

Appendix. 애드픽 주요 클라이언트



ADPICK

감사합니다.
애드픽과 좋은 인연이 만들어지길 기대합니다.

애드픽사업팀
sales@oddm.co.kr
02-3487-8766
www.adpick.co.kr

