

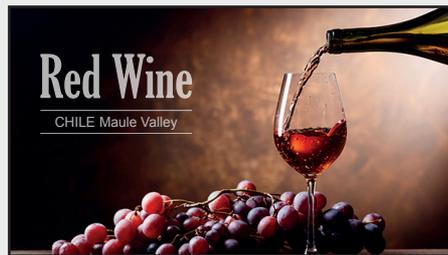
chajazOOm Use Case

영상 콘텐츠내 중간광고 편성 시점 제공

영상에 등장하는 사물 및 인물정보를 바탕으로
특정 장면이 담고 있는 상황을 분석하여,
장면 전환 시점에 해당 장면의 연관 상품에 대한
타겟팅 광고를 편성합니다. 이를 통해 중간 광고
노출에 대한 시청자의 거부감을 감소시켜
광고 수용도가 증가하고, 실제 광고 노출 시간도
증가합니다.



VOD 영상의 맥락을 이해하여
와인 광고 편성 시점 제공



광고 수용도 증가 — 69% → **80%**
광고 노출 시간 증가 — 74분 → **102분**