

no.213

Media Trend

미디어 동향 & 신규 광고 상품

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'. Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399
Contact Us 3F,4F,5F Daishin Securities Bldg. 943 Dogok-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080

미디어 동향 & 신규 광고 상품

Index

1. 8월 광고비 현황
2. 온라인 매체 동향
3. 8월 트래픽 동향
4. 신규매체 & 신규상품
5. 글로벌 동향
6. 온라인 캠페인 사례

1) 8월 광고비 현황 - 업종

➤ 서비스, 가전용 전기전자 업종을 제외한 대부분의 업종에서 하락세 보임

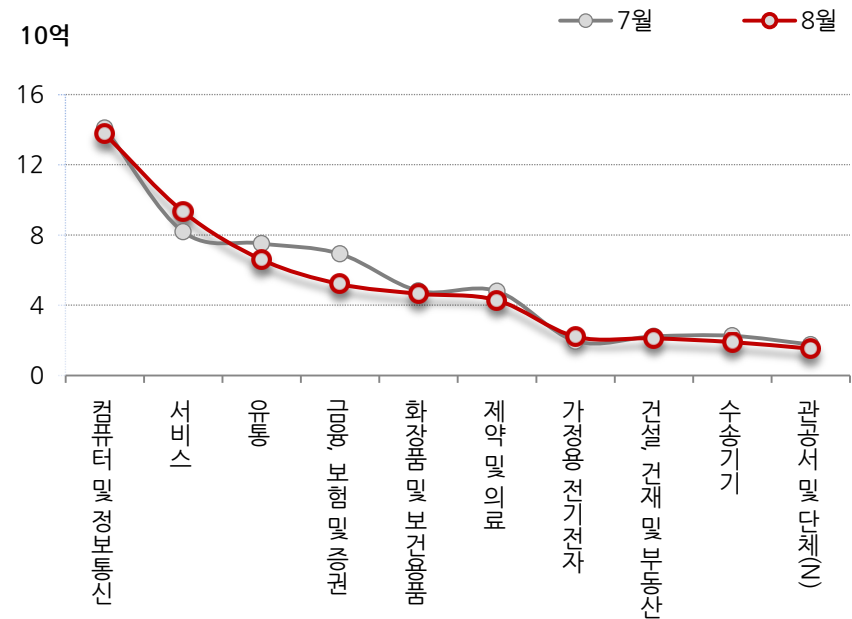
Top10 업종 및 주요 광고주

Category	주요 광고주	주요 게재면	7월	8월	MoM
컴퓨터 및 정보통신	넥슨, 삼성전자	초기, 메신저, 뉴스	14,082,544	13,767,540	-2%
서비스	롯데쇼핑롯데ent, CJEnM픽쳐스	초기, 뉴스, 메신저	8,179,987	9,333,009	14%
유통	이베이, 쿠팡	초기, 메신저, 뉴스	7,515,926	6,604,308	-12%
금융, 보험 및 증권	현대캐피탈, 삼성화재	초기, 금융, 메신저	6,919,549	5,206,917	-25%
화장품 및 보건용품	아모레퍼시픽, 에이블씨엔씨	초기, 메신저, 모바일웹	4,813,425	4,658,752	-3%
제약 및 의료	밝은성모안과, 강남하늘안과	초기, 뉴스, 메신저	4,799,133	4,287,801	-11%
가정용 전기전자	삼성전자, 파나소닉	초기, 메신저, 모바일웹	1,954,999	2,212,785	13%
건설, 건재 및 부동산	대우건설, 현대건설	초기, 뉴스, 메신저	2,225,717	2,120,741	-5%
수송기기	Ford, 한국지엠	초기, 자동차, 동영상	2,252,566	1,902,782	-16%
관공서 및 단체(N)	민주통합당, 고용노동부	초기, 뉴스, 스포츠	1,756,809	1,527,912	-13%

(단위:천원)

*컴퓨터 및 정보통신 : 게임광고주 포함 / *서비스 : 영화사 포함

Top10 업종 광고비 추이



- 서비스 업종의 경우, 영화 광고주 및 식음료(롯데리아) 광고주의 신규 캠페인 집행으로 전월 대비 광고비 상승
- 가전용 전기전자 업종, 특정 광고주(삼성전자, 파나소닉)의 판촉 위주 캠페인으로 인해 광고 집행 증가
- 수송 업종, 자동차 관련 지면과 동영상 매체를 통한 광고 집행 비중 높게 나타남

2) 8월 광고비 현황 - 광고주

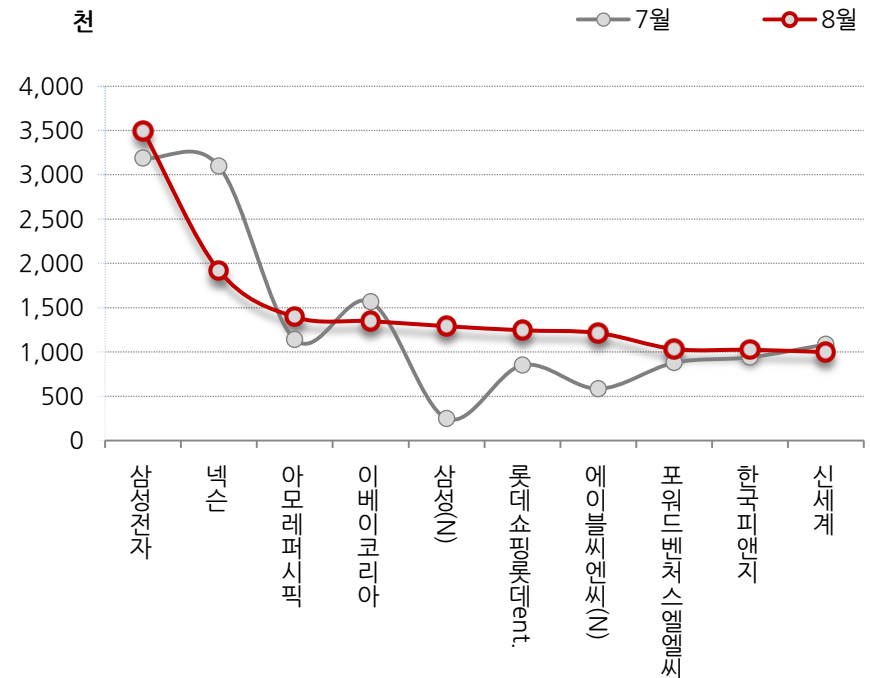
➤ 전체적으로 상승세를 보이고 있으며, 삼성·에이블씨엔씨의 광고 집행 증가

Top10 광고주 및 주요 브랜드

Advertiser	주요 브랜드	7월	8월	MoM
삼성전자	애니콜, 삼성전자	3,187,218	3,493,736	10%
넥슨	던전앤파이터, 마비노기	3,095,553	1,918,818	-38%
아모레퍼시픽	아이오페, 라네즈	1,141,237	1,395,057	22%
이베이코리아	지마켓, 옥션	1,565,651	1,347,982	-14%
삼성(N)	영삼성, 삼성	248,639	1,290,552	419%
롯데쇼핑롯데ent.	이웃사람, 나는왕이로소이다	851,385	1,244,316	46%
에이블씨엔씨(N)	미샤	585,507	1,213,523	107%
포워드벤처스 엘엘씨	쿠팡	878,702	1,033,341	18%
한국피앤지	다우니, SK2	940,117	1,024,500	9%
신세계	이마트, 신세계몰	1,085,362	998,462	-8%

(단위:천원)

Top10 광고주 광고비 추이



- 삼성, 지속적인 시리즈 캠페인(열정樂서 시즌3)을 포털 중심으로 집행하면서 전월 대비 광고비 대폭 상승
- 에이블씨엔씨 경우, 신제품 출시로 인한 새로운 캠페인 집행으로 광고 집행 증가
- 넥슨은 대형 캠페인 종료로 인해 전월 대비 하락한 광고 집행 현황 보임

3) 8월 광고비 현황 - 매체

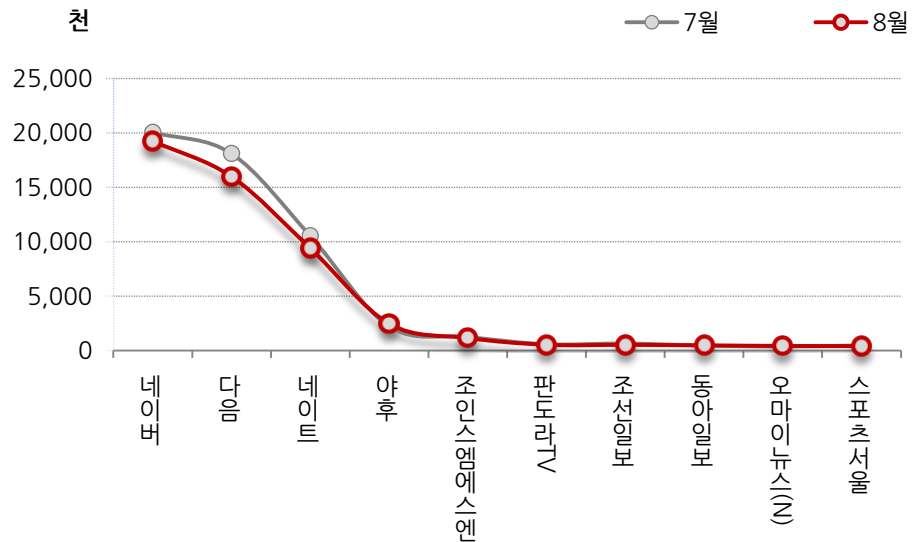
➤ 대부분 매체에서 전월 대비 하락세를 보임

Top10 매체 및 주요 광고주

Media	주요 광고주	7월	8월	MoM
네이버	삼성전자, 넥슨	20,041,881	19,225,887	-4%
다음	쿠팡, 삼성전자	18,082,734	15,964,626	-12%
네이트	삼성전자, 아모레퍼시픽	10,525,534	9,381,141	-11%
야후	신세계, Ford	2,215,026	2,455,422	11%
조인스엠에스엔	더블루힐, 네오위즈게임즈	1,258,552	1,145,805	-9%
판도라TV	한국피앤지, 삼성전자	579,722	525,829	-9%
조선일보	일동제약, 일동후디스	645,854	521,052	-19%
동아일보	일동제약, 대한항공	453,692	473,217	4%
오마이뉴스(N)	부키, 바다출판사	366,819	416,463	14%
스포츠서울	천호식품, 아이디병원	471,419	405,093	-14%

(단위:천원)

Top10 매체 광고비 추이



* 리서치 애드 기준 금액으로, 실제 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있음

- Big3 포털, 전자 업종(삼성전자) 광고주가 많은 광고를 집행하였지만, 전월 대비 하락세 보임
- 판도라TV는 특정 광고주(한국피앤지)의 캠페인이 가장 많았으며, 언론사는 제약 광고주(일동제약)가 가장 많은 광고 집행
- 오마이 뉴스의 경우, 출판사 (부키, 바다출판사) 광고주들의 캠페인으로 인해 Top10 순위권 진입

1) 다음, 검색 서비스 고도화

- 8월 검색 관련 신규 서비스 잇따라 선보임 (많이 본 글 서비스, 쇼핑 검색 제안)
- 이용자가 원하는 정보를 보다 빠르게 찾을 수 있도록 관련 게시물이나 검색 키워드 자동 추천

다음 검색 신규 서비스

1 '많이 본 글' 서비스

- 사용자 클릭 행태를 분석, 만족도 높은 문서를 상단 노출
- 추천 대상 문서 : 블로그, 카페, 지식, 게시판, 웹문서

'옥수수삶는법' 검색 시 '많이 본 글' 예시
(PC/모바일)



2 쇼핑 검색 제안

- 쇼핑 검색어 입력 시 카테고리별 상세 키워드 제안
- 해당 품목의 인기 브랜드, 브랜드별 인기 품목 등 제공

'나이키' 검색 시 쇼핑 검색 제안 예시
(PC/모바일)



*최근 다음검색 주요 개편 이력

12년
3월

소셜픽 검색 베타 서비스

12년
5월

상세 검색 서비스 오픈

12년
5월

다음 검색 UI 개편

12년
7월

'뮤직 검색' 결과 개선

12년
8월'많이 본 글' 서비스 오픈
쇼핑 검색 제안 서비스

지속적인 검색 서비스 개선을 통해 이용자의 검색 니즈를 세분화하여 양질의 검색 결과 제공

2) 포털, 모바일 커뮤니티 경쟁 시작

- 다음과 네이버는 올해 기존 카페 서비스의 모바일 버전 서비스 출시
- 두 서비스 모두 쉽고 빠른 가입과 초대를 주요 특징으로 하며, 온라인 대비 직관적으로 간편하게 이용 가능

네이버, 다음의 모바일 커뮤니티 서비스

다음 '캠프'



출시일	2012년 5월
OS	안드로이드 / iOS
Concept	모여서 바로 만드는 모바일 커뮤니티 특정 장소에 모인 사람들이 그 자리에서 캠프 개설
주요 기능	캠프 개설, 범프 초대, 투표/일정, 주변 캠프 등

네이버 '밴드'



출시일	2012년 8월
OS	안드로이드 / iOS
Concept	친구, 팀원, 가족 등 친밀한 지인들의 모임 그룹 채팅창의 놓치기 쉬운 정보를 밴드로 관리
주요 기능	밴드 커버, 일정/투표, 사진첩, 주소록 등

커뮤니티 중심 축이 점차 모바일로 옮겨감에 따라, 이와 유사한 모바일 커뮤니티 서비스 다수 등장 전망

3) 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1)

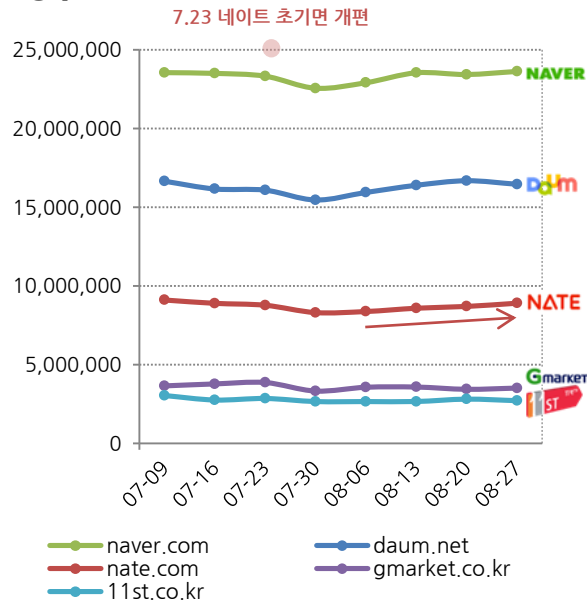
사이트	내용	상세 내용
	'N스토어' PC로 영역 넓혔다	• 디지털 콘텐츠 통합스토어인 네이버 'N스토어' PC버전 공개 • 모바일과 동일하게 TV스토어/북스토어/뮤직스토어/ 앱스토어 라는 4개의 카테고리 구분
	유네스코 세계유산 한글 서비스 제공	• NHN은 지난해부터 유네스코 한국위원회와 협력해 유네스코에 등재된 962개 '세계유산' 정보를 네이버 지식백과에서 한글로 서비스
	NHN 모바일 메신저 '라인' 돌풍	• 현재 라인 가입자는 6000만 명으로 작년 상반기에 비해 약 5배 상승 • 수익모델은 크게 3가지로 스티커샵, 공식계정, 라인 채널을 통한 콘텐츠 판매와 서비스
	10월 도입 네이버 유료 앱 장터	• 앱 장터 'N스토어'는 10~11월, 유료 앱 결제 시스템을 도입, 개발자 수익을 80%로 증가 시킬 예정
	“촬영하면 문자 인식” 다음 사전 앱 출시	• 영어와 영영, 국어, 한자, 일본어, 중국어 등 6개 사전을 통합해 제공 • 사용자가 카메라로 문자를 촬영하면 자동으로 인식해 알려주는 '문자인식 검색' 적용
	'EBS 지식' 서비스 모바일 웹 오픈	• PC웹과 동일하게 지식채널 e/큐프라임/원더풀 사이언스 등 EBS의 명품 다큐멘터리·교육·특강 프로그램을 모바일에서 제공
	다음-골프존, '골프존 사이니지' 론칭	• 골프존 사이니지에는 유용한 콘텐츠와 주목도 높은 광고 함께 노출 • 스크린 골프방 내부 주요 위치에 설치되어 있어 눈길을 끌고 주요 메시지 전달에 효과적
	2.5D 지도 및 지형도 제공	• 다음커뮤니케이션이 지도 서비스 개편을 통해 입체감을 부여한 2.5D 지도와 지형의 높낮이를 확인할 수 있는 지형도 서비스 제공

3) 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (2)

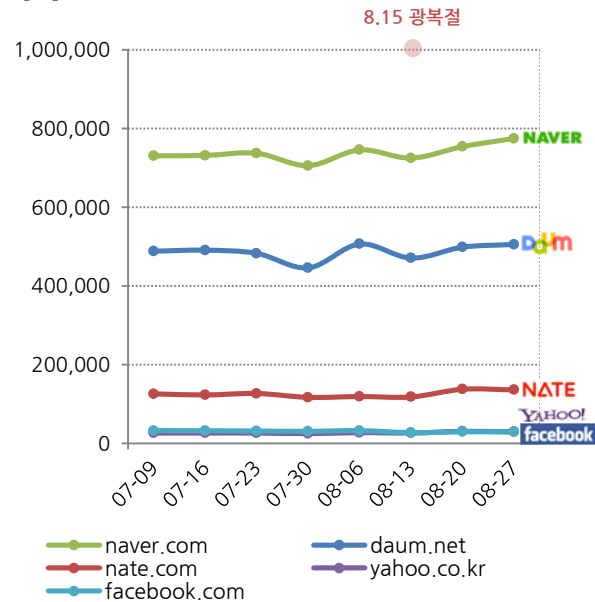
사이트	내용	상세 내용
	'나스락 페스티벌' 특집페이지 오픈	'나 스스로 즐기는 락'의 준말인 '나스락 페스티벌'은 청소년 밴드 경연대회로, 접수된 영상에 한해 전문가 심사, 네티즌 공감 등으로 평가가 이루어짐
	동영상 서비스 '올인'...왜?	- 동영상 서비스를 네이트의 킬러 콘텐츠로 삼겠다는 방침 - 유튜브, 판도라TV 등 외부 업체들과 적극 제휴를 맺는 한편 네이트 인기 서비스 곳곳에 동영상을 연계하며 네이트 동영상 서비스 강화 집중
	네이트에서 맛집 정보 찾기 쉬워진다	이용자가 음식 이름만 검색해도 맛집 리스트뿐 아니라 전체 메뉴와 가격도 함께 보여주는 시스템 도입
	싸이월드 앱스토어 개편	개편을 통해 게임 추천영역이 대폭 확대되어 일촌이 열어본 앱과 앱순위를 홈에서 손쉽게 확인 가능
	삼성 스마트TV 싸이뮤직 앱 출시	음성 인식 기술을 활용해 음악을 검색할 수 있으며 마음에 드는 음악의 경우 스마트TV에서 도토리로 직접 결제 가능, 싸이월드에서 구매한 음악을 TV 뿐 아니라 PC, 스마트폰 등에서도 재생 가능
	소셜광고 신생사 와일드파이어 인수	- 와일드파이어, 마케터가 페이스북/트위터 같은 SNS에서 영향력을 잘 행사할 수 있도록 지원하는 업체 - 구글은 와일드파이어를 디스플레이 광고에 접목해 관련 사업을 가속화 시킬 계획
	구글지도, 자전거 음성 길안내 서비스 추가	- 구글은 8월 29일부터 미국과 캐나다에서 자전거 길안내 음성 서비스 시작 - 자전거 운전자들은 안드로이드폰 구글지도를 이용해 보다 편리하게 자전거 주행을 즐길 수 있게 됨
	'야후! 거기' 서비스 9월 종료한다	- 야후코리아는 지난 2004년부터 운영해온 지역 정보 검색서비스 '거기'를 중단 - 서비스 종료 대상에는 거기 서비스와 지도, 모바일 서비스 포함
	페이스북, 검색광고 서비스 나선다	페이스북이 검색 결과에 검색광고를 게재하는 상품을 선보임, 이 상품은 마케터가 특정 앱이나 페이지, 장소 등을 검색하는 페이스북 이용자를 겨냥한 맞춤형 광고를 노출할 수 있도록 지원
	MS Bing, 지식검색기능 강화	- MS가 쿼리 질의응답서비스를 Bing 검색에 접목해 지식검색기능을 강화 - 쿼리는 위키피디아처럼 협업 분야 전문가들의 자발적인 참여로 질의응답서비스 구현

1) 트래픽 변화 - 초기 페이지 (top5)

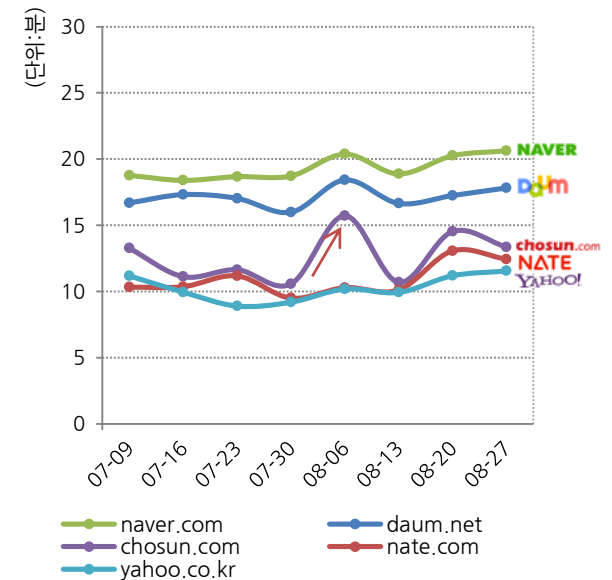
UV



PV



Avg.DT



* Avg.DT (Average Duration Time) : 평균체류시간

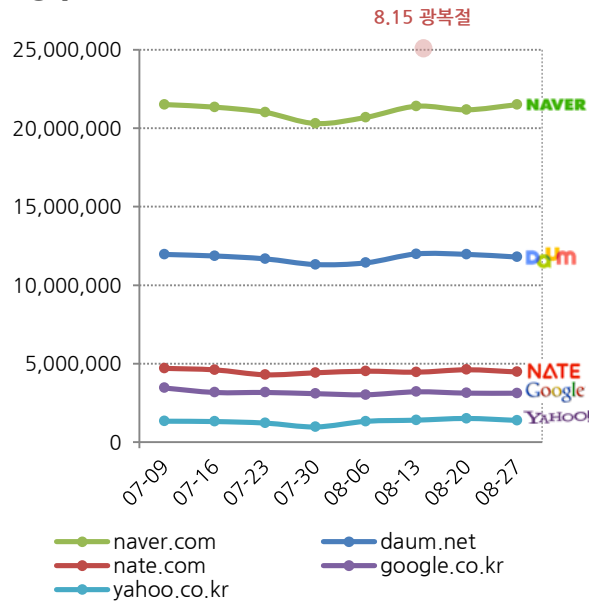
* 해당 도메인의 도달률이 1% 미만인 경우, 순위에서 제외

8월 초기면 트래픽 큰 변화 없이 전월 흐름 이어감

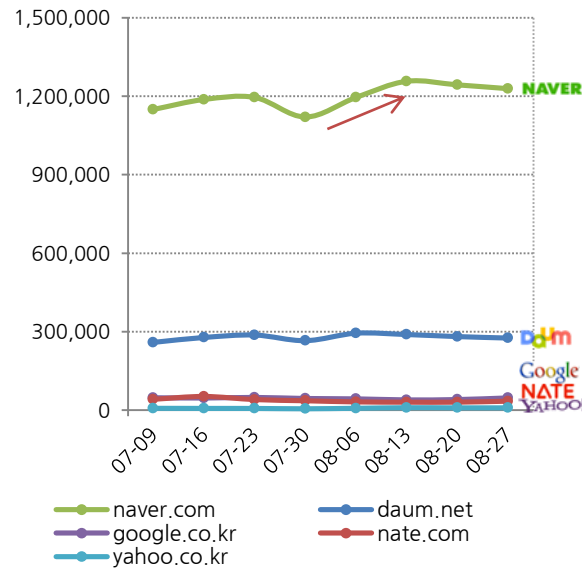
- 네이트는 초기면 개편 이후 8월 들어 UV 감소 없이 소폭 상승 추세
- 8월 13일 주 광복절 연휴의 영향으로, top5 사이트 초기면에서 PV 하락
- 조선닷컴의 경우 8월 6일 주 평균체류시간 일시적으로 상승하며 다음과의 격차 좁혔으나, 다시 원래 흐름 회복

2) 트래픽 변화 - 검색 섹션 (top5)

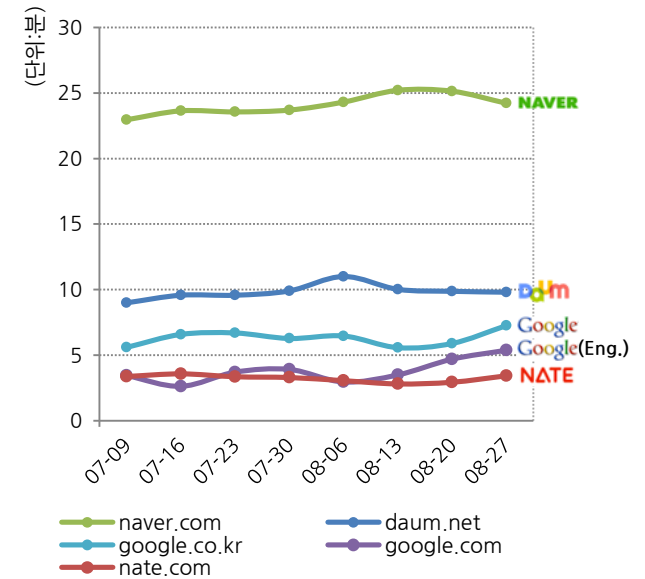
UV



PV



Avg.DT



*Avg.DT(Average Duration Time) : 평균체류시간

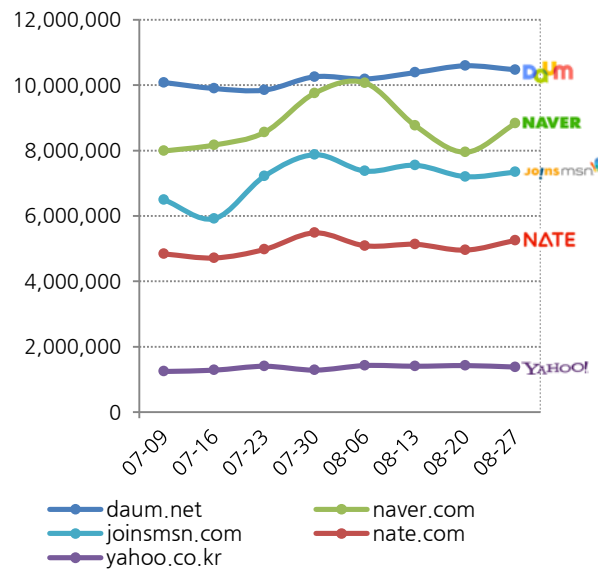
* 해당 도메인의 도달률이 1% 미만인 경우, 순위에서 제외

전월 대비 순위 변동 없이 유사한 트래픽 수준 유지

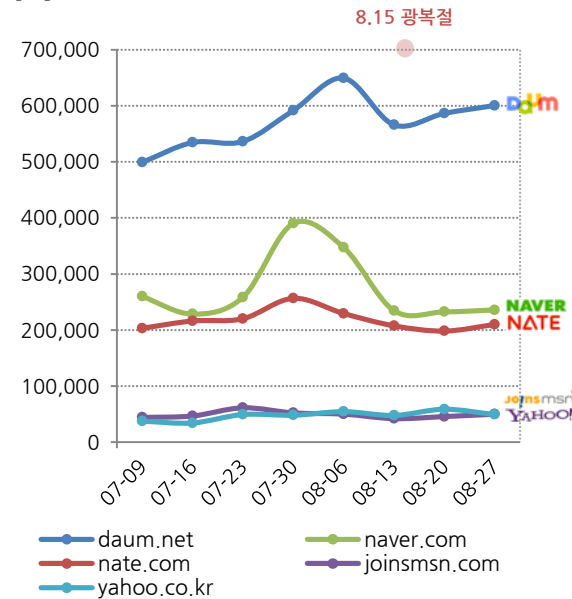
- 8월 13일 주 광복절 연휴에도 불구하고 큰 트래픽 하락 없으며, 일부 사이트 검색 섹션 UV 오히려 소폭 상승
- 눈에 띄는 이슈는 없었으며, 7월 30일 주 이후 네이버 검색 섹션 PV의 완만한 증가 보임

3) 트래픽 변화 - 뉴스 섹션 (top5)

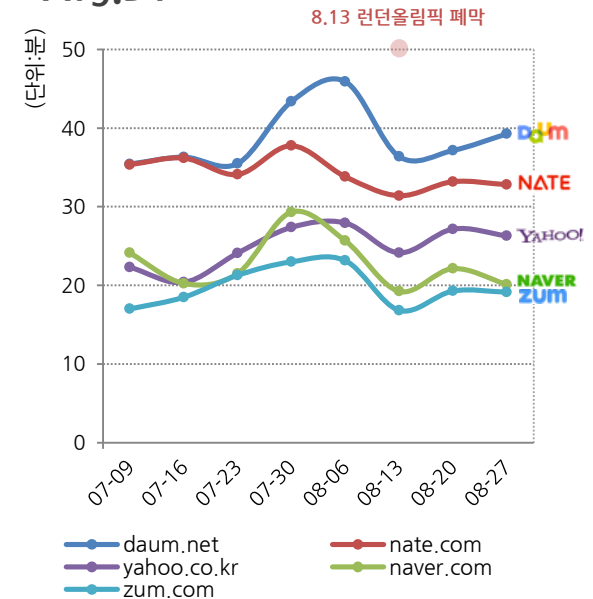
UV



PV



Avg.DT



*Avg.DT(Average Duration Time) : 평균체류시간

* 해당 도메인의 도달률이 1% 미만인 경우, 순위에서 제외

올림픽 폐막 이후 트래픽 감소한 뒤 다시 회복세

- 올림픽 기간 (7.28~8.13) 다수의 관련 뉴스 발생, 7월 30일 주~8월 6일 주 높은 UV, PV 기록
- 8월 13일 주 런던 올림픽 폐막 및 광복절 연휴 영향으로 대부분 사이트 뉴스 섹션에서 PV 및 평균체류시간 감소 경향
- 8월 20일 주 이후 UV, PV의 원만한 상승 흐름 이어지며 트래픽 회복세

1) 네이버 뽀뽀 상단 Bar 확장형 출시

- 지난 6월 뽀뽀 서비스 개편 이후, 주요 페이지 상단에 고정 노출되는 신규 DA 상품 출시
- 확장된 배너를 통해 풍부한 메시지 전달 가능, 특히 TVC 보유한 관광/레저, 수송 광고주에 적합 예상

네이버 뽀뽀 상단 Bar 확장형

- 1) 개요 : 뽀뽀 주요 페이지 최상단에 Bar 배너 고정 노출, 마우스 오버 시 Big 사이즈 확장 노출
- 2) 단가 : 기본형 300만원 / 확장형 400만원 (1주 2구좌 롤링, 8월 기준) ※ 매월 변동 단가 적용

노출지면



노출형태



※ 확장 전/후 배너 클릭 시, 광고주 랜딩 페이지로 이동

2) 네이트온 브랜드 아이콘 상품 런칭

- 네이트온 메인 페이지 좌측 상단에 하루 동안 고정 노출되는 아이콘 상품 런칭
- 빅 브랜드 또는 빅 모델 보유 시 집행 유리하며, 브랜딩 뿐만 아니라 반응 효과 확대를 위해 효과적일 것으로 기대

네이트온 브랜드아이콘



활용 (1)



시간대별 소재 운영

오전, 오후, 심야 등 시간대별로 소재 집행을 달리하여 시간 타겟팅 가능

활용 (2)



로그인팝업 & 탭상단배너 동시 집행

로그인팝업, 탭상단배너와 연계된 크리에이티브 통해 보다 효과적인 메시지 전달 가능

- 1) 개요 : 네이트온 메인 페이지 좌측 상단 일 고정 노출 (로그인/재로그인, 네이트온 활성화, 창 이동 시 노출 지속)
- 2) 단가 : 1일 1구좌 독점 / (평일) 2천만원, (주말·휴일) 1천만원

3) 네이트 판/동영상 서비스 내 상품 소개

- 유저의 방문이 높은 네이트 판 섹션 및 동영상 지면을 활용한 다양한 DA 상품 마련
- 판 섹션 전 지면 노출되는 프리미엄 상품 및 3D모션 적용된 여백 배너 등 예산에 따른 상품 집행 가능

판/동영상 서비스 내 상품

(1) 판 프리미엄 브랜드바

- 1일 고정, 단가 1,200만원, 예상 노출 - 2천만 imps



(2) 판 여백배너 (3D)

- 1일 고정, 단가 1천만원, 예상 노출 - 2천만 imps

1회 방문 시 -
360도 3D회전재방문 시 -
좌우10도 3D회전판/동영상 내
DA 상품

(3) 판 스티커 AD

- 1주 고정, 단가 5백만원, 예상 노출 - 1천2백만 imps



(4) 동영상 240

- 롤링노출, CPM 1,200원



- *ROS 240 집행 시,
지면 타겟팅 통해
판(동영상)에만 집행
- *일반 플래시 배너 및
동영상형 집행 가능

4) 네이버 브랜드검색 프리미엄형 신규 상품 (썸네일 이미지형)

- 썸네일 이미지를 집중 노출 시켜 광고 제품 홍보를 강화할 수 있는 신규 브랜드검색 상품 출시
- 이미지로 보여주기 적합한 제품군 (의류, 잡화 등)의 브랜딩 캠페인 진행 시 적합할 것으로 예상됨

브랜드검색 프리미엄형_썸네일 이미지형

- 1) 개요 : 썸네일 형태로 이미지를 집중 노출하는 브랜드검색 프리미엄형 상품
- 2) 유형 : 신상품 명칭은 '통합형'이며, 총 2가지 타입 (썸네일 이미지 강조 타입, 썸네일&바로가기 링크 타입) 존재

Type1 - 통합형_썸네일 이미지 강조



Type2 - 통합형_썸네일&바로가기 링크



※ 두 가지 타입 모두 탭 또는 금융고지 타입 사용할 수 있음

집행 시
기대 효과

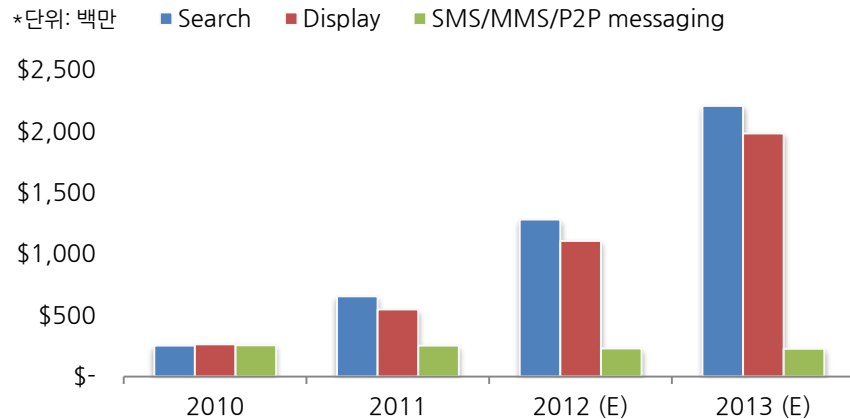
- TVC 등 동영상 소재 보유하지 않은 광고주도 이미지만을 이용하여 브랜딩 효과 생성
- 특정한 1개 제품이 아닌 복수 상품의 라인업(Line-up) 런칭 시 효율적인 상품 이미지 노출 가능

1) 미국 모바일 광고비 추이

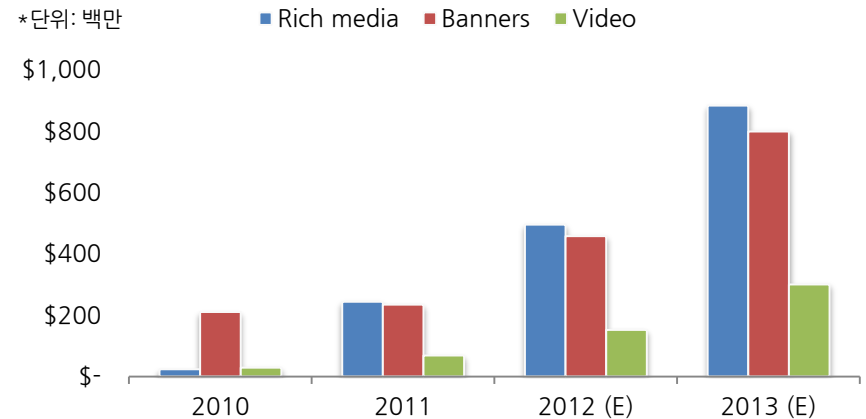
- 미국의 모바일 광고비는 2010년 이후 지속 성장세
- 모바일 광고 중 디스플레이는 리치미디어, 배너, 동영상으로 나뉘며, 리치미디어 광고비는 2011년부터 급증해 다른 디스플레이 광고 형태보다 큰 비중 차지
- 앞으로 리치미디어가 모바일 디스플레이 광고비 증가를 주도하는 주요인이 될 것으로 보여짐

미국 모바일 광고비 예상 (2010-2013)

〈 광고 형태별 미국 모바일 광고비 〉



〈 디스플레이 형태별 미국 모바일 광고비 〉



〈 연도별 미국 모바일 광고비 (비중) 〉

	2010	2011	2012 (E)	2013 (E)
Search	\$ 253.2 (33%)	\$ 652.8 (45%)	\$ 1,279.5 (49%)	\$ 2,206.5 (50%)
Display	\$ 262.5 (34%)	\$ 546.9 (38%)	\$ 1,104.6 (42%)	\$ 1,981.4 (45%)
- Rich media	\$23.3	\$244.2	\$495.6	\$882.7
- Banners	\$209.9	\$234.6	\$457.5	\$798.6
- Video	\$29.3	\$68.2	\$151.5	\$300.1
SMS/MMS/P2P messaging	\$ 253.9 (33%)	\$ 251 (17%)	\$ 227.2 (9%)	\$ 225.1 (5%)
Total	\$ 769.6	\$ 1,450.7	\$ 2,611.3	\$ 4,413.0

*단위: 백만

8월 광고비 주요 광고주 캠페인 사례

*리서치애드 8월 광고비 TOP10 광고주 중 선정

광고주	브랜드	이미지	캠페인명	요약
삼성전자	영삼성		열정樂서 명예의 전당	- 열정樂서 세번째 캠페인으로, 강연 도중 가장 감명 깊었던 멘토들의 멘트를 SNS로 공유하는 형식으로, 당첨자에겐 소정의 상품 증정
롯데쇼핑 엔터테인먼트	간첩		간첩 작전 찾아 삼만리	- 영화 컨셉에 맞추어 영화 '간첩' 관련 사진, 제목, 포스터 등 온라인 상에 노출된 홍보 자료들을 SNS로 신고하는 방식을 통해 미션 수행
아모레퍼시픽	아이오페		피부칭찬 프로젝트	- 해당 제품 사용 후 피부 칭찬 받은 스토리를 공유하여 가장 많은 추천을 받은 사람에게 여행 상품권 및 화장품 증정
신세계	신세계몰		폴링 인 트래블링	- 지도에서 추천 여행지를 선택하거나 자신이 추천하고 싶은 여행지를 추천한 사람에게 다양한 경품 및 여행 지원금 증정
이베이코리아	지마켓		지마켓을 털어라	- G마켓터들의 공모작을 실현한 것으로, 페이지 내 숨겨진 금괴 3개를 찾는 이벤트 - 금괴 이미지를 모은 후 응모하게 되면 실제 순금을 한돈 증정

*Source : 각종 뉴스 검색 및 해당 사이트 제공

More than expected !

More than expected !

| We differentiate your business with network advertising service

> nasmedia