Insight M | Mobile Ads

Mobile Shopping

모바일쇼핑 특화매체

2014.01

MezzoMedia

Contents

01. 2014년 소비 키워드는 '모바일 쇼핑'

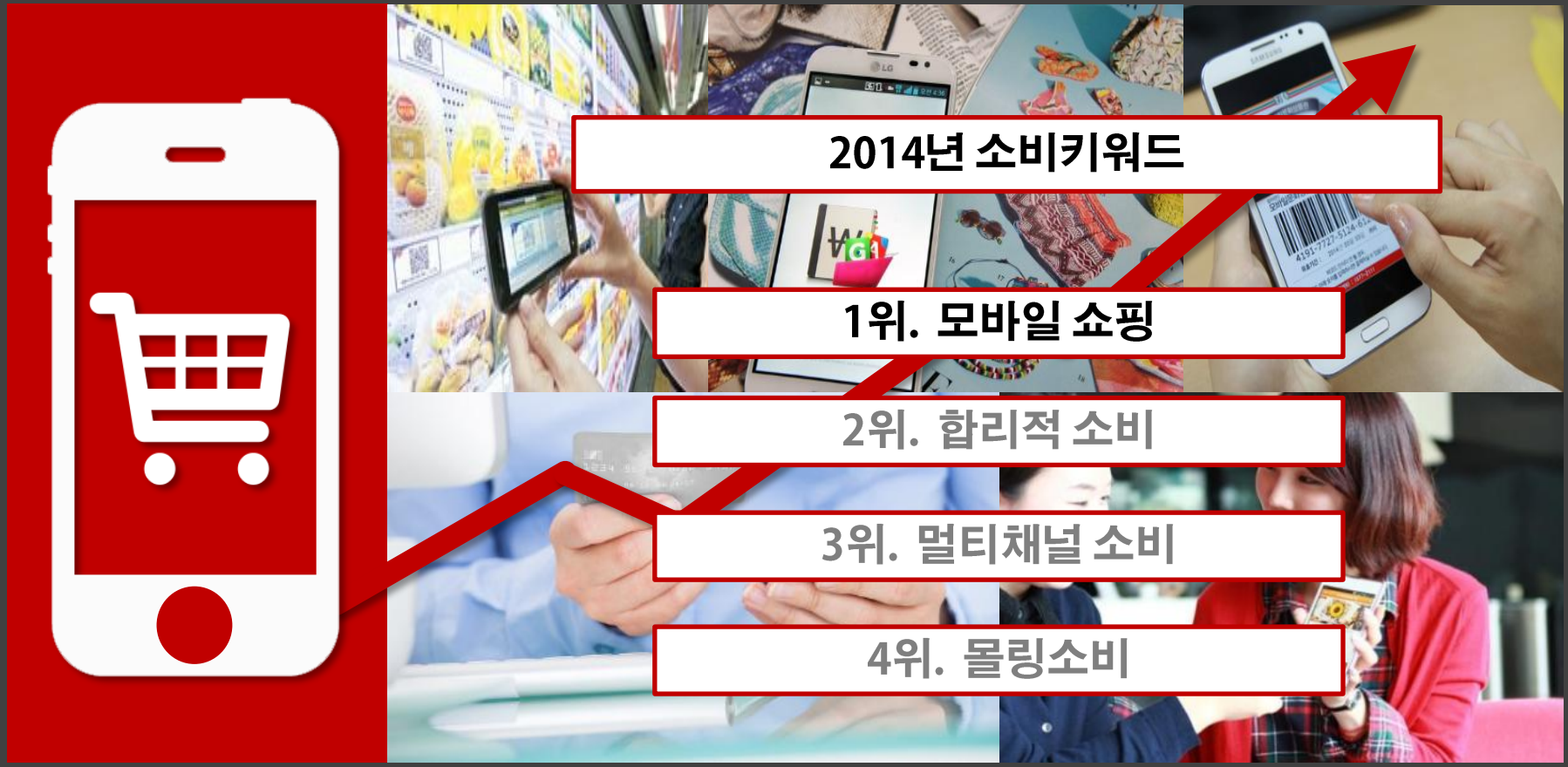
- 모바일 쇼핑 시장
- 모바일 쇼핑 이용 현황
- 모바일 쇼핑 광고 집행 현황

02. 모바일 쇼핑 특화 매체

- 카카오 스타일
- 카카오 플러스친구
- 쇼핑슬라이드
- 뷰티인미

변화된 라이프 스타일에 맞춘 모바일 쇼핑, 2014년 소비키워드로 떠올라

‘언제(when) 어디서(where) 살(buy) 것이냐’

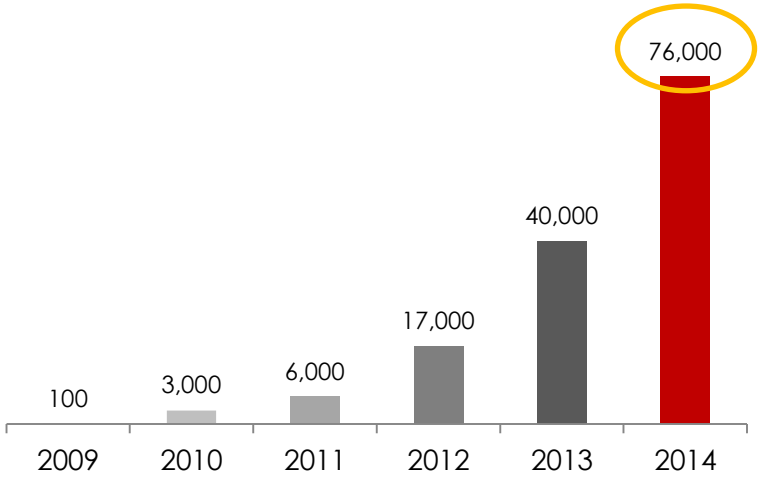


출처 : 창업경영신문 2013.11.15

2014년 소비 키워드는 '모바일 쇼핑'

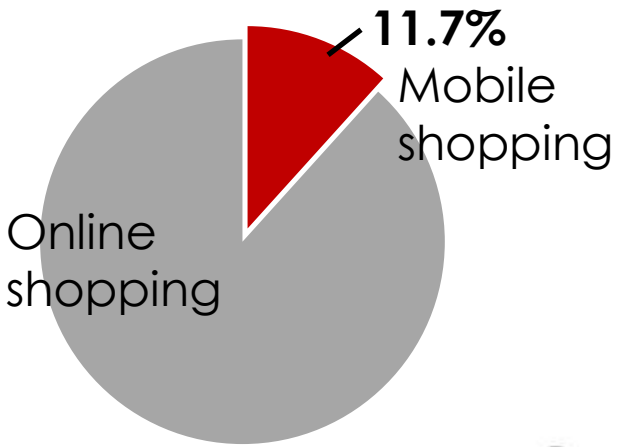
- **모바일 쇼핑, 올 한해 유통업계의 새로운 성장동력으로 부상**
  - 오프라인에서 온라인으로 현재는 모바일로 소비 패턴의 변화가 이루어짐
  - 3년 전인 2011년까지 1조원에도 미치지 못했던 모바일 쇼핑 매출 규모는 2012년 1조7000억원으로 처음 1조원대의 벽을 뛰어 넘은 직후 매년 기하급수적인 성장 속도 기록

국내 모바일 쇼핑 시장 규모 현황 및 전망 (단위:억원)



출처 : 아시아투데이 2013.07.10

전체 온라인 쇼핑중 모바일쇼핑 비중

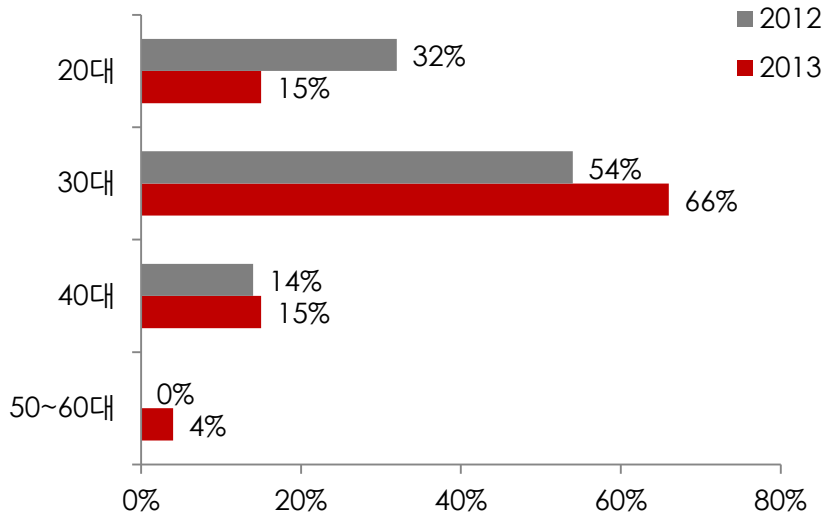


출처 : etnews 2013.11.13

다양한 사람들이, 원하는 시간에

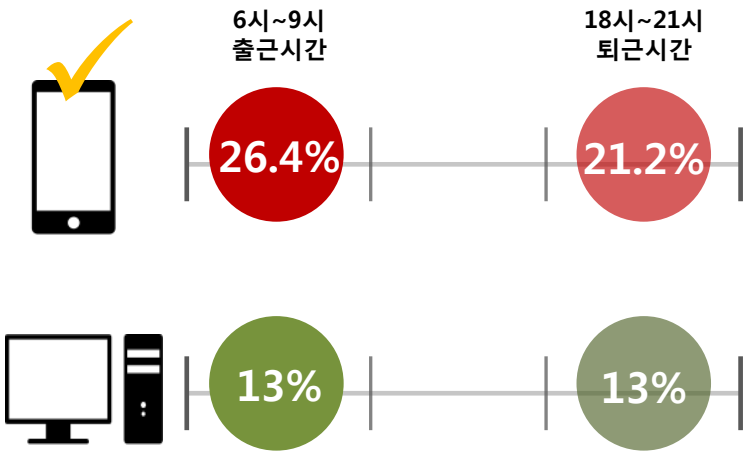
- **20대만의 꼬리표로 여겨지던 모바일 쇼핑은 현재 전 세대를 초월하는 보편적인 소비방법으로 확대**
  - 2012년 초반 모바일 쇼핑 고객 연령대가 20대 32%, 30대 54%, 40대 14%에 그쳤다면 올 연말 기준으로 20대는 감소하는 경향을 보이지만 30대와 40대가 각각 66%와 15%로 확대되고, 50,60대 이용고객도 4%의 비중을 차지할 정도로 모든 연령대에서 모바일을 이용한 소비 행태 변화가 뚜렷
  - 모바일 쇼핑족의 시간대별 매출 비중은 출근시간(6시~9시)과 퇴근시간(18시~21시)이 각각 26.4%와 21.2%로 전체 시간대의 절반에 육박했으며, 같은 시간대의 온라인 웹 이용객의 구매 비중은 13%수준에 그침

모바일 쇼핑 이용 연령비율 (홈플러스)



출처 : 헤럴드경제 2014.01.02

모바일 쇼핑 vs 온라인 쇼핑 시간대별 매출 비중



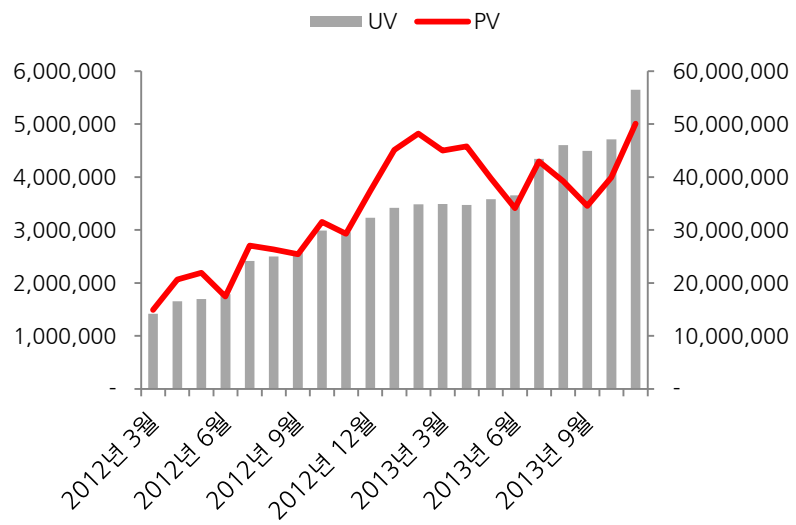
출처 : 스포츠서울 2013.12.23

모바일 쇼핑 이용 증가 추세

● **모바일 쇼핑 트래픽 및 이용시간의 지속적인 증가**

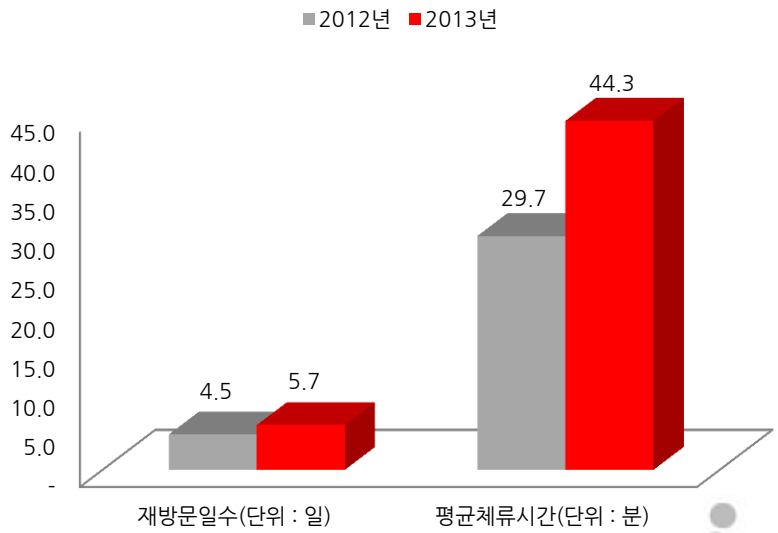
- 2012년 3월 모바일 쇼핑 트래픽이 월 평균 약 142만명이었던 것에 비해, 2013년 11월 월 평균 약 565만명으로 400% 가량 증가
- 모바일 쇼핑(mWeb+App) 재방문 일수의 경우 2012년 대비 월 평균 4.5일에서 5.7일로 증가
- 모바일 쇼핑(mWeb+App) 평균 체류 시간 또한 월 평균 29.7분에서 44.3분으로 2012년에 비해 약 1.5배 가량 증가

모바일 쇼핑 트래픽 증감 추이



출처 : 코리안클릭 2012.03~2013.11

모바일 쇼핑 이용 변화 추이



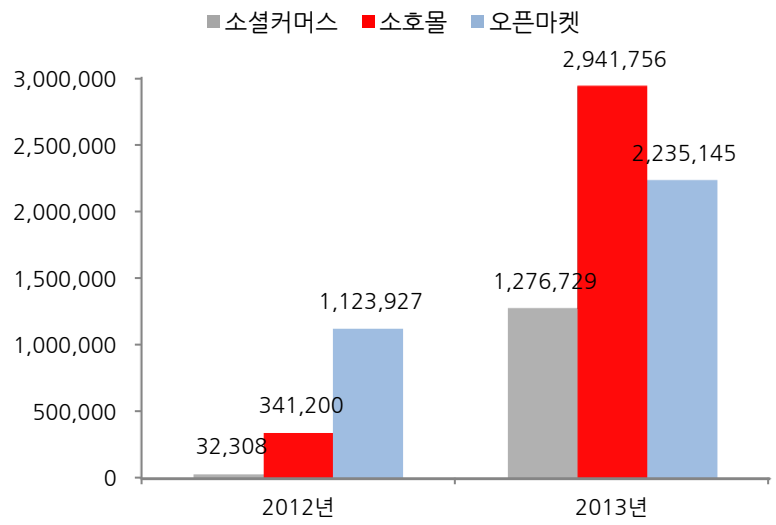
출처 : 코리안클릭 2012.03~2013.11

모바일 광고 집행 비중&비용 증가

● **쇼핑 광고주의 모바일 광고 집행 증가**

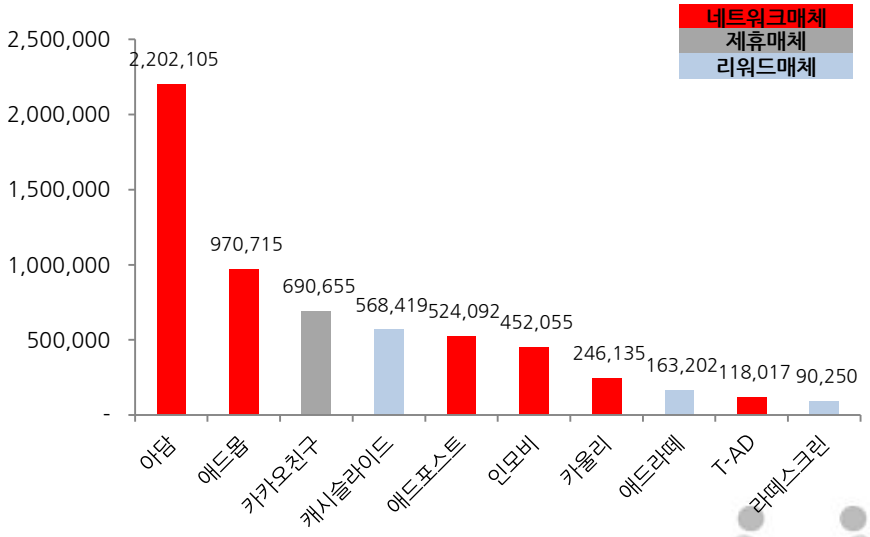
- 2013년 쇼핑 3개 카테고리(소셜커머스, 소호몰, 오픈마켓)의 모바일 광고 집행 금액은 약 65억 가량으로 유통 업종 모바일 광고의 약 51%의 비중
- 소호몰의 모바일 광고집행 금액이 2012년 대비 가장 많이 증가하였으며, 2013년 쇼핑 카테고리 내 가장 많은 광고비 집행
- 아담, 애드몹, 애드포스트 등 네트워크 매체를 가장 많이 활용하였으며, 제휴를 통한 카카오 친구 및 App 활성화를 위한 리워드 매체 활용

쇼핑 카테고리 별 광고 집행 금액 (단위:천원)



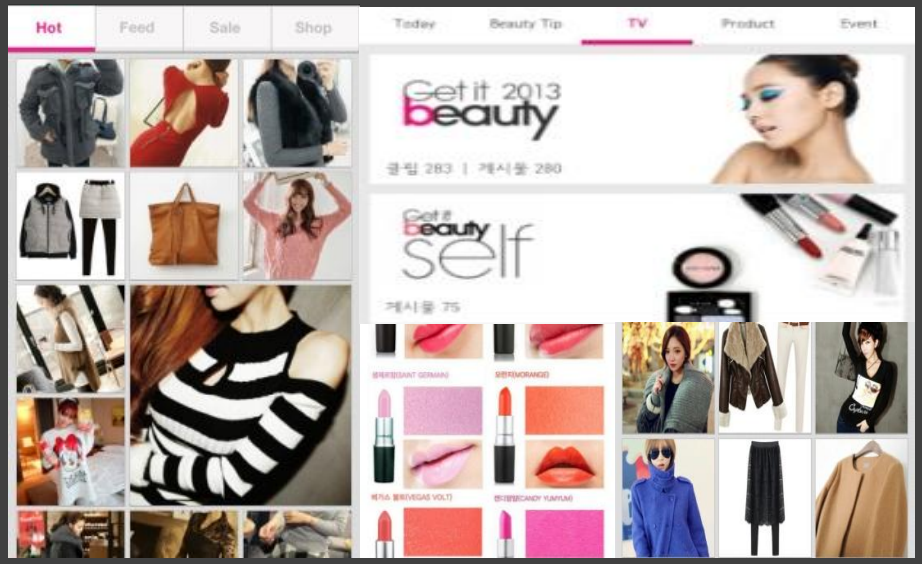
출처 : 리서치애드 2012.01~2013.12

쇼핑 광고주 최다 집행 매체 Top10 (단위:천원)



출처 : 코리안클릭 리서치애드 2013.01~2013.12

쇼핑의, 쇼핑에 의한, 쇼핑을 위한, 특화 매체



- **광고 거부감을 줄이는 콘텐츠형 UI**

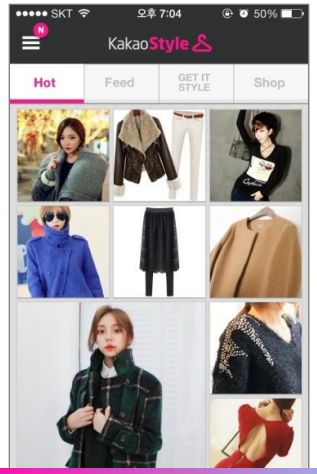
- 쇼핑 특화 매체는 일반 모바일 매체와 달리 잡지 카달로그 형식, 고화질 이미지 등을 활용하여 광고가 아닌 콘텐츠를 보는 듯한 느낌을 제공하여 광고에 대한 거부감이 적음

- **모바일 쇼핑몰 & PC 기반의 온라인 쇼핑몰을 동시에 활성화**

- 모바일과 태블릿, PC등 다양한 디바이스를 통해 상품 구매가 가능하기 때문에 모바일광고에 노출된 고객이 PC에서 구매를, PC광고에 노출된 유저가 모바일로 구매하는 크로스 마케팅이 가능

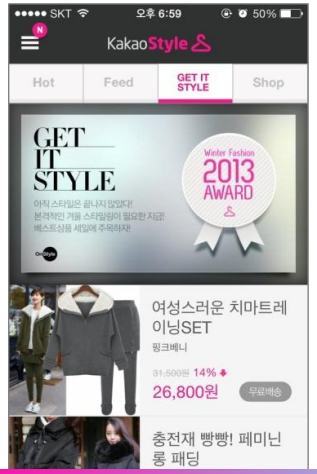
02. 모바일 쇼핑 특화매체 - 카카오 스타일

카카오톡 유저 기반 패션 특화 모바일 쇼핑 채널

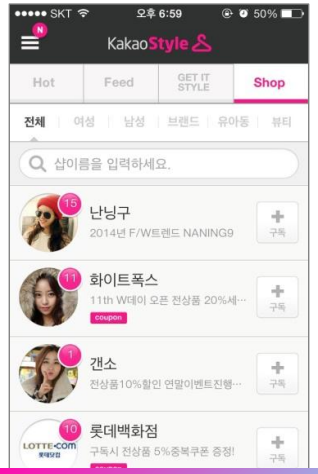


Hot 인기 패션 아이템 소개

Feed 할인 쿠폰 등 구독 쇼핑몰 정보



Get it style 카카오스타일 추천상품



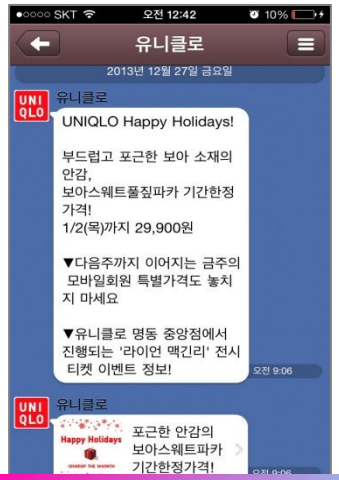
Shop 입점 쇼핑몰 리스트

- **카카오 스타일**
  - 패션 카달로그 형태로 상품을 배열하여 패션 트렌드를 한 눈에 파악할 수 있음
  - 입점 쇼핑몰 리스트에서 '숍 구독하기'를 클릭하면 마음에 드는 숍의 쿠폰 및 신상품 정보를 카카오 스타일 내에서 'Feed'로 받아보기 가능
  - 카카오톡 친구들의 관심 쇼핑몰 보기, 카카오톡 친구들과의 즉각적 정보 공유가 가능한 점 등 패션 정보 SNS로서의 특징 보유
  - 카카오톡 더보기 메뉴에 카카오 스타일 앱 아이콘이 상시 노출됨으로써 카카오톡 유저 유입에 용이
- **카카오 스타일에 적합한 쇼핑 업종**
  - 이미지를 중심으로 노출되는 카달로그 형태 이기 때문에 착용샷을 통해 스타일을 중점적으로 보여 주는 여성 패션 소호몰 적합

02. 모바일 쇼핑 특화매체 - 카카오 플러스친구

압도적인 광고 반응률을 가진 메시지형 푸쉬 광고

카톡 플러스친구 프로필 화면



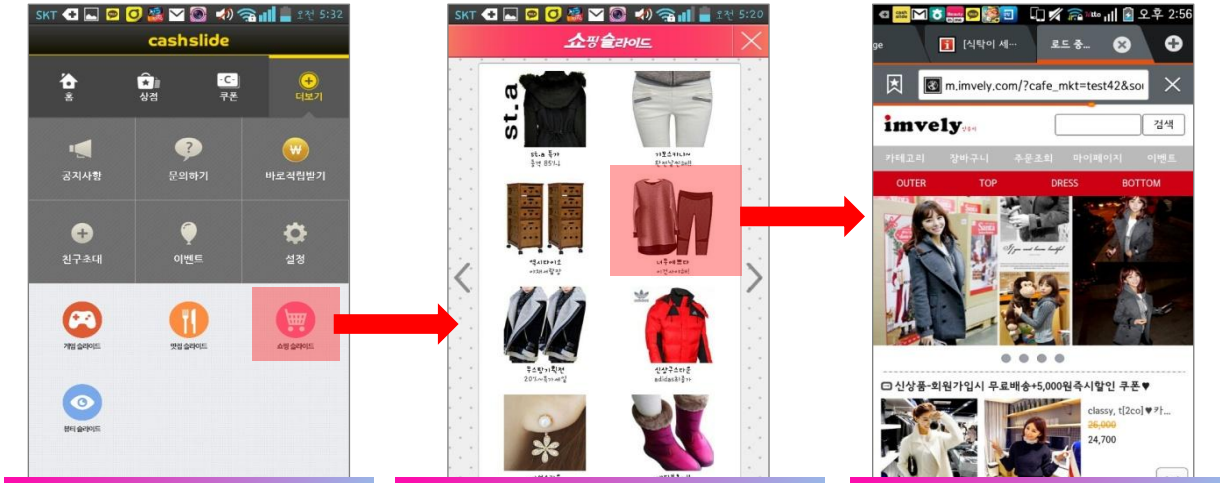
카톡 메시지 푸쉬광고 화면

이벤트 페이지

- **카카오 플러스친구**
  - 국내 3,500만명 카카오톡 유저 기반으로 한 광고. 플러스친구 추천/친구 찾기/슬라이드 배너 등 카카오톡 내부 채널을 활용하여 가입 유도
  - 광고주가 원할 때 마다 이벤트 공지, 할인 쿠폰 배부 등 카카오톡 메시지 푸쉬 광고가 가능
  - 플러스 친구의 메시지 오픈율 이메일 DM 광고 대비 오픈율 40배 (e-DM 평균 오픈율 1%)
  - 광고 화면(카카오톡 채팅창)에 단일 브랜드가 독점 노출됨으로써 주목도가 높은 매체
- **카카오 플러스친구에 적합한 쇼핑 업종**
  - 이벤트 프로모션을 진행하거나 주기적으로 신상품을 홍보해야하는 대형 광고주 적합

02. 모바일 쇼핑 특화매체 - 쇼핑슬라이드

클릭 시 한번에 쇼핑몰로 아웃링크 되는 쇼핑 광고

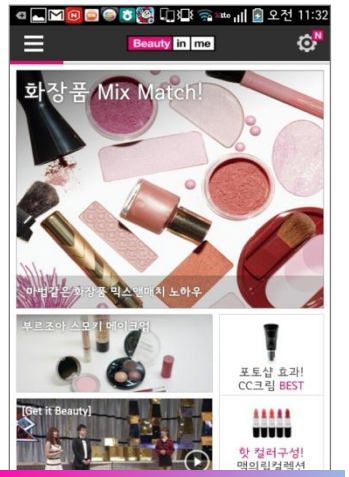


캐시슬라이드 더보기 메뉴 | 쇼핑슬라이드 화면 (단일 메뉴) | 상품 클릭 시 쇼핑몰로 이동

- **쇼핑슬라이드**
  - 200만 명 유저 수를 보유한 캐시슬라이드 앱의 더보기 메뉴에 상시 노출
  - 강제 노출 방식이 아닌 유저가 직접 방문하는 형태이므로 광고 상품에 대한 관여도 및 구매 가능성 높음
  - 스크린 화면에 총 8개 상품씩, 정형화된 크기로 배열하여 특정 상품이 부각되기 보다는 각각의 상품이 균등한 주목도를 보임
  - 클릭 시 바로 해당 쇼핑몰로 이동(아웃링크)시켜 해당 쇼핑몰의 체류 시간을 늘리는 동시에 해당 쇼핑몰의 다른 상품 보기 유도가 가능
- **쇼핑슬라이드에 적합한 쇼핑 업종**
  - 캐시슬라이드 유저 중 10대, 20대 비중 70% 이상 이기 때문에 1020 연령층을 타겟 브랜드에 적합

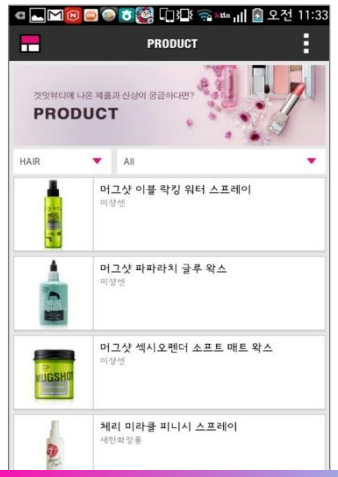
02. 모바일 쇼핑 특화매체 - 뷰티인미

믿을 수 있는 뷰티 정보를 통해 구매를 유도하는 뷰티앱



뷰티인미 메인화면

겟잇뷰티 방송 동영상



겟잇뷰티 제품 리스트

진행중인 이벤트 리스트

- **뷰티인미**
  - CJ E&M 제작 어플로서, 자사의 콘텐츠 큐레이션 서비스 '인터레스트미'의 뷰티 콘텐츠와 온스타일의 '겟잇뷰티' 정보를 종합
  - 인터레스트미의 뷰티 전문 큐레이터, 겟잇뷰티라는 방송 프로그램에 의해 검증된 정보를 제공한다는 점에서 자연스럽게 제품 구매를 유도
  - My interst(관심 브랜드 소식, 관심 뷰티 정보) 등록 기능을 통해 일회성 정보 전달이 아닌 유저와의 지속적 커뮤니케이션을 지향
- **뷰티인미에 적합한 쇼핑 업종**
  - 쇼핑 중에서도 뷰티에 특화된 매체로써, 다양한 화장품 광고주들의 주목을 끌기에 적합
  - TV프로그램인 겟잇뷰티 시청자 비중 높기 때문에 소개된 화장품 브랜드 혹은 신제품 프로모션을 홍보하고 싶은 뷰티 브랜드 광고에 적합

Contact us

광고문의

- 온라인 광고(디지털광고부분)
  mezzo@mezzomedia.co.kr
- 모바일 App 및
  모바일 Web 광고(모바일광고본부)
  mobile@mezzomedia.co.kr
- 케이블TV 광고(디지털TV광고본부)
  catv@mezzomedia.co.kr
- 해외 광고 및
  Facebook 광고(해외광고본부)
  mp@mezzomedia.co.kr

주 소 경기도 성남시 분당구 서현동 266-1 분당퍼스트타워 4, 7층 (우)463-824
[도로명 주소] 경기도 성남시 분당구 분당로 55 (우)463-824
Tel. (031) 620-7500
Fax. 4층 (031) 620-7554 7층 (031)620-7555

교 통 분당선 서현역 3번출구 직진 200M(도보3분)
버 스 지선(초록) 220, 55-1, 33, 15, 500, 720-1, 720-2, 300
116-3, 17, 17-1, 520-1, 116-3
광역(빨강) 9414, 102, 7007-1, 5500-1

MezzoMedia's Services

Services Website

MezzoMedia

메조미디어 공식웹사이트

Korea
www.mezzomedia.co.kr/

Engilsh
www.MezzoMedia.co.kr/eng

Mobile
m.MezzoMedia.co.kr

Facebook
www.facebook.com/MezzoMedia

Mobile APP

메조미디어 모바일앱
마이크로사이트

Website
app.mezzomedia.co.kr

Mobile
app.mezzomedia.co.kr

MAN

앱비스타 개발자 센터

Website
man.appvista.com

QR Code

앱비스타
디자인 QR 코드

Website
qr.appvista.com

Dok.do

한국인의 단축
URL서비스 '독도'

Website
www.dok.do

회사 + 상품 소개서

메조미디어 영문 회사 소개서 dok.do/WOgli4 download	CATV VOD AD. Home Choice(홈 초이스) 소개서 dok.do/e9MRRu download
모바일 광고 네트워크 MAN(맨) 소개서 dok.do/5cAbnO download	해외 광고 소개서 dok.do/OlOIcT download
디자인 QR코드 소개서 http://dok.do/pzo99z download	페이스북 광고 소개서 dok.do/h9fLsY download