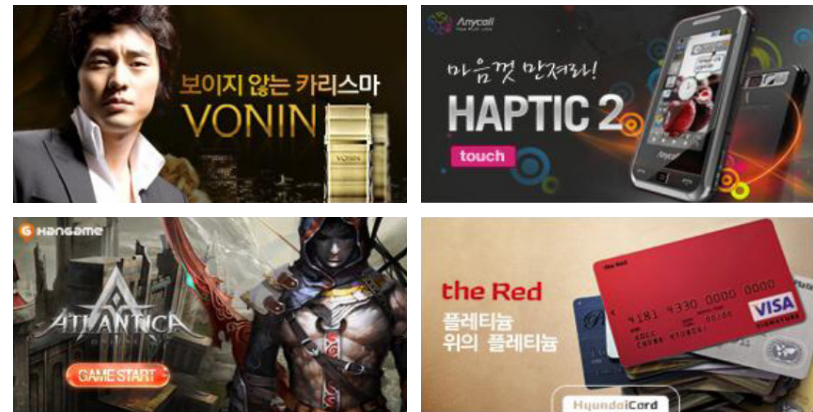


(1) 네이버 개편(1/2)

네이버 홈 광고상품 변경 상단배너 및 브랜딩보드 사이즈 확장 / 팝아이콘 폐지

- ❖ 네이버 홈 개편을 맞아 상단배너 및 브랜딩보드 사이즈 확장 및 팝아이콘 상품 폐지
- ❖ 개편 후 광고영역 사이즈가 약 150% 확장됨에 따라 배너 제작 시 공간 활용이 여유롭고, 보다 많은 콘텐츠 수용이 가능
- ❖ 홈 브랜딩보드는 기존 191*150에서 280*150으로 사이즈가 확장되면서 점점 많아지고 있는 동영상 광고에 최적화된 16:9 비율을 구현
- ❖ 최근 늘어나는 영상광고를 보다 효율적으로 사용할 수 있도록 HD 방송 비율인 16:9 사이즈로 맞춤

<네이버 홈 광고상품 변경>

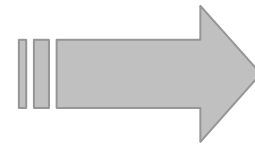
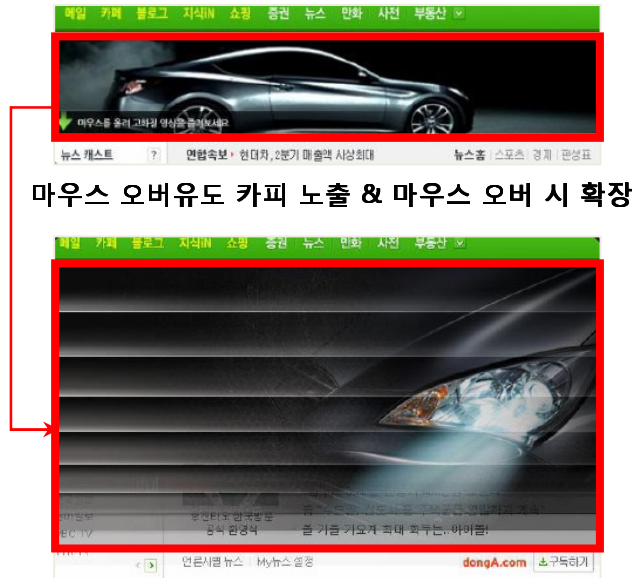


(1) 네이버 개편(2/2)

상단배너 동영상 확장형의 주목도 증대 고화질 영상 노출로 시각적 인지 효과 상승

- ❖ 595*100 사이즈 변경 후, 상단배너 동영상 확장형의 주목도가 증대될 것으로 기대
- ❖ 사용자 Mouse Over시, 고화질 영상 노출을 통한 광고 인지 효과 상승 기대
- ❖ 직관적인 유도 카피를 이용한 주목도 상승 효과 및 Mouse Over 유도 카피를 이용한 사용자 액션 유발

<네이버 홈 상단배너 동영상 확장형>



확장형 펼침 모션 이후 동영상/애니메이션 play

(2) 다음(1/3)

다음 브랜딩 프리롤 출시

클릭 가능한 버퍼링바 변형 상품, 최초 3초 디폴트 노출 및 버퍼타임 상시 노출

- ❖ 짧고 명확한 브랜딩 및 티징 메시지에 효과적인 상품
- ❖ 한정된 기간에 최대 노출이 필요한 런칭 캠페인 및 영화/게임 광고주에게 적합한 상품

최초 3초간
Default 노출

- 동일 영상 1회/1일 freq. 적용
- Sound ON 가능

이후 모든 버퍼타임
상시 노출
-freq. 무관
- Sound OFF Default



(2) 다음(2/3)

주목도 및 커버리지 증대

브랜딩 / 프로모션 고지 캠페인 등의 Reach 확보를 위한 최적의 광고 상품

일 예상 총 imp	약 14,000,000imp	광고비	1,000만원 / 1일 독점
예상 CTR	약 0.25%~0.30%	광고 운용	최초 플레이 3초+이외 버퍼링 타임 (동일 크리에이티브 2회 이상 집행 불가)
예상 Click 수	약 40,000click	광고 게재 위치	tv팟/카페/블로그 내 동영상 (향후 Daum 전체 동영상으로 확대 예정)
예상 CPC	약 250원		

•2008.9월~10월간 총 4회 테스트 평균 결과치이며 (Daum_AMS기준) 실 집행 시 크리에이티브에 따라 효과는 다르게 도출될 수 있습니다

주목도 UP

- > 동영상 플레이 전 3초간 강제 노출 (동일영상 1회/1일 프리퀀시 적용)
- > 콘텐츠 前 노출 시 사운드 삽입 가능, 청각+시각 이미지를 동시에 전달

커버리지 UP

- > tv팟 및 카페/블로그 내 모든 동영상에 적용 (향후 Daum 내 모든 동영상으로 확대 예정)
- > 콘텐츠 前 노출 외 모든 버퍼 타임(초기/중간)에서도 지속적 노출

수용성 UP

- > 버퍼링바 형태로 노출되어, 광고가 아닌 자연스러운 콘텐츠 시청 과정으로 인식
- > 콘텐츠 前 3초간만 강제 노출로 pre-roll에 대한 유저 거부감 최소화

(2) 다음(3/3)

초기면 콘텐츠 전체 변형, 트랜스폼 클릭시 전체 콘텐츠가 여백배너로 흡수되는 구현 방식으로 브랜딩에 최적합

- ❖ 초기면 1일 고정 약 8,000만Imp로 브랜드 인지도 확보 및 전체 콘텐츠 영역의 변형을 통한 이슈화
- ❖ 초기면 전체 콘텐츠 변형을 통하여 광고에 대한 거부감없이 사용자에게 흥미를 유도를 통한 BoomUp
- ❖ 콘텐츠 변형 후 전체 콘텐츠 영역 전체페이지 내 상세한 메시지 전달이 가능
- ❖ 초기면 고정으로 브랜드인지도 확보 및 초기면 변형으로 광고에 대한 높은 주목도&반응률의 시너지 효과 기대

<다음 트랜스폼 집행 사례>



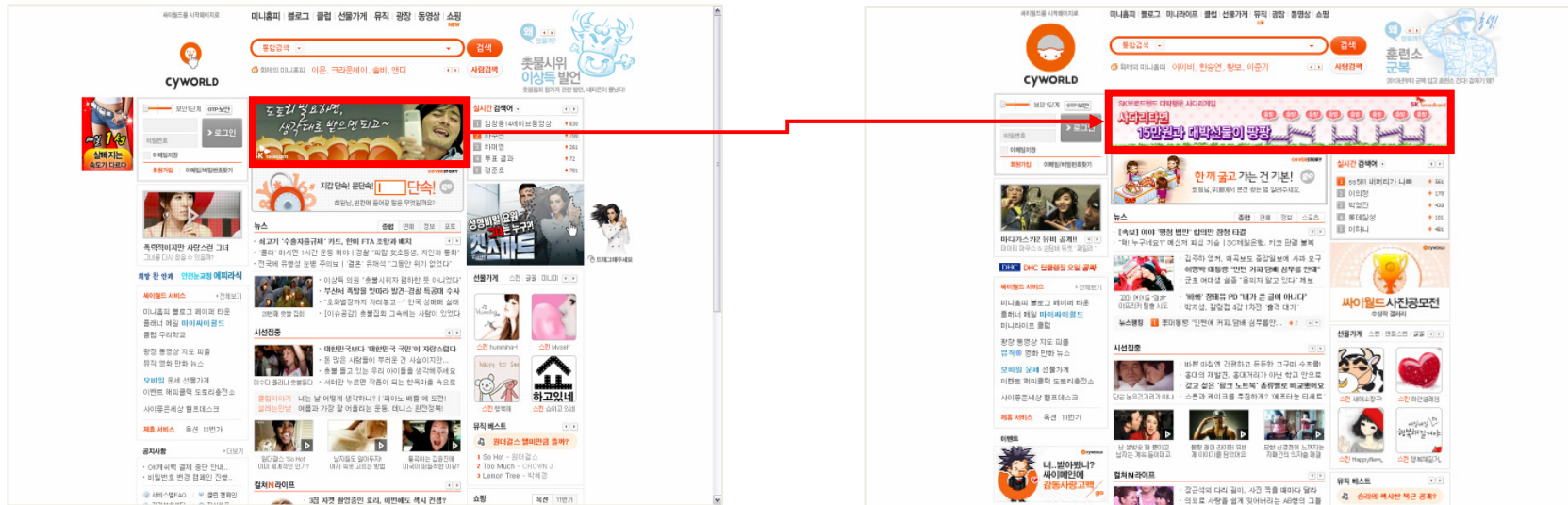
http://eventfiles.daum.net/hanmail/system/ong/sample/banner/top_transform/ch2/index.html

(3) 싸이월드

메인 배너 사이즈 개편 380*100에서 595*100으로 기존 대비 약 150% 확장

- ❖ 기존의 380*100에서 595*100 사이즈로 확대개편
- ❖ 네이버 메인배너와 같은 사이즈로서 기존보다 넓은 광고영역 확보
- ❖ 네이버, 싸이월드 등 빅포털 중심으로 메인페이지 개편에 따라 메인광고상품의 사이즈를 확장하는 추세
- ❖ 한정된 공간 내에서 노출되는 온라인 광고의 특성상, 사이즈 개편은 더 많은 광고내용을 담을 수 있다는 장점

<싸이월드 메인배너 개편>



4) 매시브

발렌타인 / 화이트 데이 프로모션

Teenager / Young Adult의 주요 이벤트 데이를 활용한 인지도 제고

- ❖ Target 사용자가 익숙한 Gaming을 캠페인을 위한 Unique Media로 활용
- ❖ 인게임 광고 및 게임 팝언더를 통해 Propose 희망자를 등록
- ❖ 이벤트 등록 시 게임내 게재된 광고주의 인게임광고 스샷과 사연등록
- ❖ 당첨자의 사랑고백 광고를 게임내 광고로 제작하여 Valentine / White day 당일 게재
- Special Force 및 R2Beat만 진행 가능

<당첨자의 사랑고백 게재 (In-Game)>

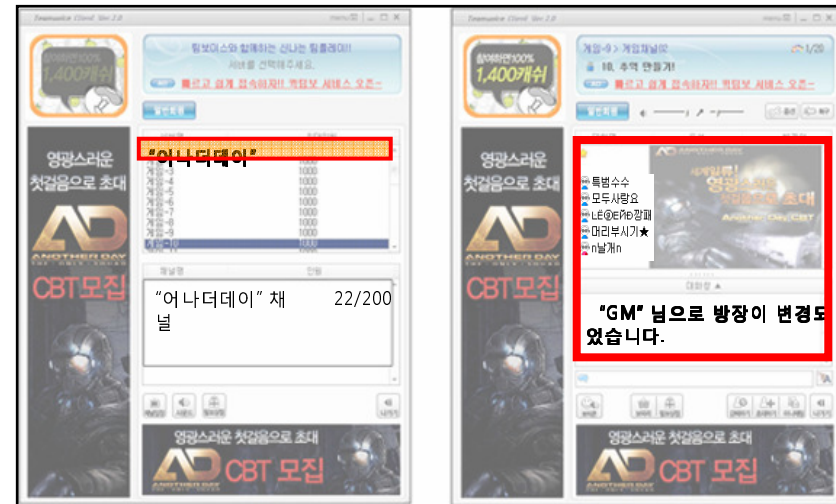


(5) 팀보이스

“팀보” 클라이언트 2.0 유저 참여형 프로모션 팀보 클라이언트 실행 시 최상단에 강제 노출

- ❖ “팀보이스” 의 클라이언트를 이용하여 게임 및 제품,영화 홍보를 유저들에게 실시간으로 전달
- ❖ 단순 클릭 및 홍보가 아닌 실질적인 참여를 유도 할 수 있어 기대효과가 큰 프로모션

이벤트페이지에 “어나더데이” GM과의 데이트 공지



팀보클라이언트가 실행되는 동시에 첫 상단을 “어나더데이” 서버라 명칭하고 서버에 접속 시 “어나더데이” GM이랑 실시간으로 음성커뮤니티로 대화의 장을 엽니다

