

no.211

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

1) 6월 광고비 현황 - 업종

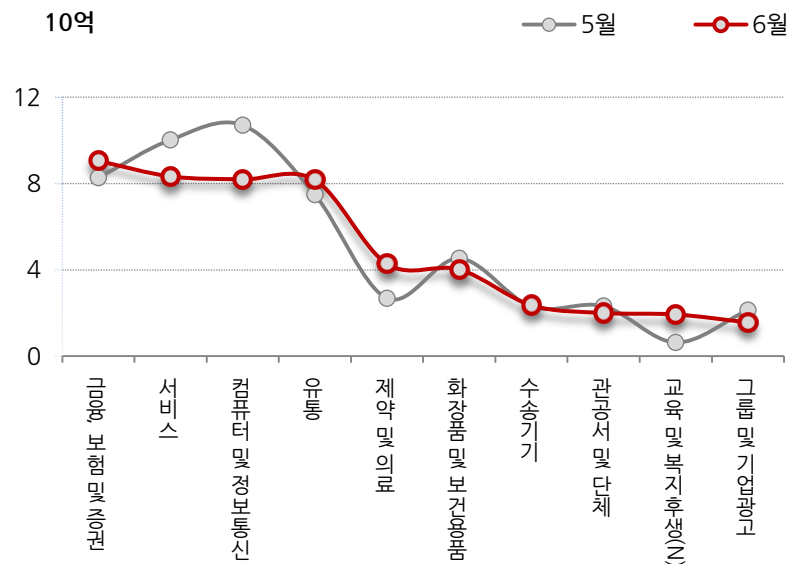
➢ 교육 및 제약/의료 업종을 제외한 대부분의 업종이 전월 대비 하락하거나 비슷한 수준 유지

Top10 업종 및 주요 광고주

Category	주요 광고주	주요 게재면	5월	6월	MoM
금융, 보험 및 증권	현대캐피탈, 현대카드	초기, 뉴스, 금융	8,267,750	9,055,487	10%
서비스	롯데쇼핑롯데ent, CJEnM픽쳐스	초기, 메신저, 뉴스	10,026,535	8,335,351	-17%
컴퓨터 및 정보통신	삼성전자, 넥슨	초기, 메신저, 뉴스	10,704,058	8,199,854	-23%
유통	이베이, 신세계	초기, 메신저, 뉴스	7,483,527	8,166,586	9%
제약 및 의료	밝은성모안과, 강남하늘안과	초기, 뉴스, 모바일웹	2,680,318	4,277,630	60%
화장품 및 보건용품	에이블씨앤씨, 이엘씨에이	초기, 메신저, 모바일웹	4,530,900	4,022,749	-11%
수송기기	한국지엠, BMW	초기, 자동차, 스포츠	2,292,901	2,364,975	3%
관공서 및 단체	고용노동부, 문화체육관광부	초기, 스포츠, 뉴스	2,318,576	2,006,651	-13%
교육 및 복지후생(N)	고려사이버대학교, 경희사이버대학교	초기, 메신저, 모바일웹	637,053	1,937,858	204%
그룹 및 기업광고	한국피앤지, 현대자동차	초기, 올림픽, 뉴스	2,136,968	1,569,910	-27%

(단위:천원)

Top10 업종 광고비 추이



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

- 교육 업종, 2학기 신/편입생 모집을 위한 캠페인 증가로 전월 대비 광고비 상승
- 의료 업종(성형외과, 안과)과 유통 업종의 경우, 계절 이슈(여름 방학/휴가)로 인해 전반적인 광고 집행 증가
- 금융 업종, 전월에 이어 현대캐피탈과 현대카드의 신규 가입자 증대 및 판촉 중심 캠페인 집행 증가
- 그룹/기업광고 업종의 경우, 올림픽 후원 그룹의 브랜딩 광고로 올림픽 특설 페이지 집행 비중 높게 나타남

2) 6월 광고비 현황 - 광고주

➢ 전체적으로 상승세를 보이고 있으며, 계절 이슈(여름 방학/휴가)에 따른 유통 업종 광고주들 광고 집행 증가

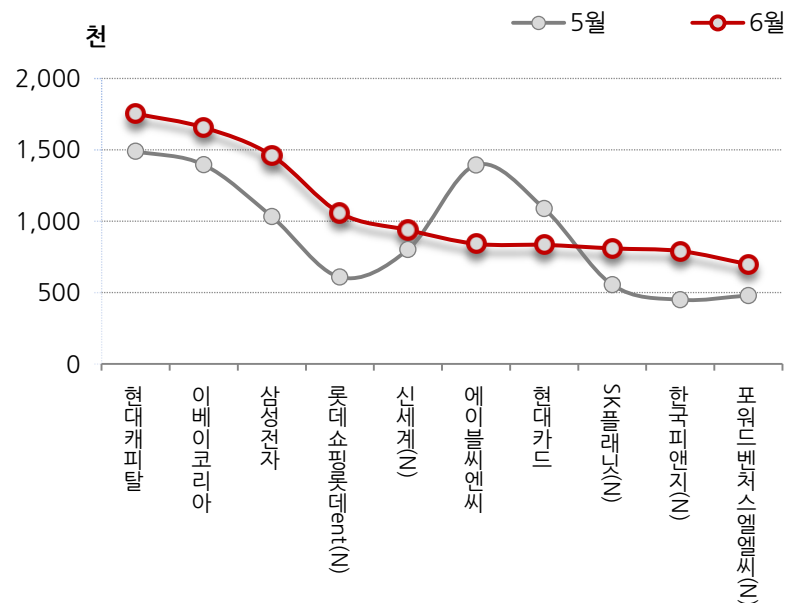
Top10 광고주 및 주요 브랜드

Advertiser	주요 브랜드	5월	6월	MoM
현대캐피탈	다이렉트론, 하우징론	1,489,252	1,753,034	18%
이베이코리아	지마켓, 옥션	1,394,581	1,656,429	19%
삼성전자	애니콜, 삼성카메라	1,032,023	1,460,420	42%
롯데쇼핑 롯데ent(N)	아부의왕, 더레이븐	608,129	1,057,912	74%
신세계(N)	이마트, 신세계몰	801,831	938,659	17%
에이블씨엔씨	미샤글램실키바디밤, 수퍼아쿠아워터폼크림	1,393,764	841,663	-40%
현대카드	현대카드DIRECT, 현대카드	1,088,295	834,568	-23%
SK플래닛(N)	11번가, 바스켓	554,699	809,840	46%
한국피앤지(N)	피앤지, 질레트퓨전	449,780	791,088	76%
포워드벤처스 엘엘씨(N)	쿠팡	479,474	698,493	46%

(단위:천원)

- 현대캐피탈, 신규 가입 유도를 위한 다양한 캠페인 집행으로 전월 대비 광고비 소폭 상승
- 한국피앤지의 경우, 다양한 프로모션을 통한 제품 판촉을 포털 사이트 및 언론사 중심으로 집행
- 유통 업종의 광고 집행 증가로 인해 주요 광고주(이베이, 신세계, 11번가, 쿠팡 등)의 광고비 상승세 보임

Top10 광고주 광고비 추이



3) 6월 광고비 현황 - 매체

➢ 상위권 매체 순위 변동 없으며, IT 전문 웹진 지디넷이 순위권 진입

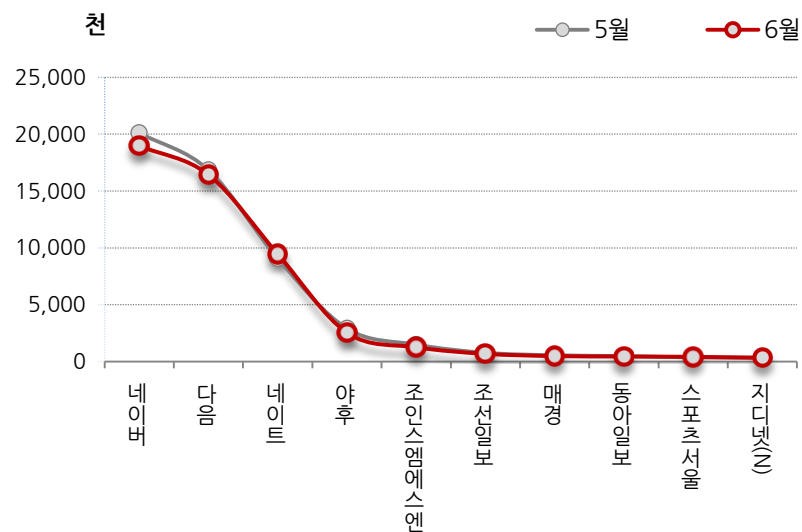
Top10 매체 및 주요 광고주

Media	주요 광고주	5월	6월	MoM
네이버	현대캐피탈, 삼성전자	20,114,139	18,972,513	-6%
다음	이베이코리아, VISA	16,849,210	16,426,236	-3%
네이트	하나은행, 이베이코리아	9,071,582	9,449,673	4%
야후	신세계, SK플래닛	2,910,246	2,539,719	-13%
조인스엠에스엔	아프릴레코리아, 네오위즈게임즈	1,495,436	1,258,561	-16%
조선일보	일동제약, 현대캐피탈	777,921	680,795	-12%
매경	하나투어, 대한항공	559,309	485,575	-13%
동아일보	아시아나항공, KCC건설	488,586	446,813	-9%
스포츠서울	스포츠투토, 천호식품	373,676	414,298	11%
지디넷(N)	마이크로소프트, 텍사스인스트루먼트	353,399	328,595	-7%

(단위:천원)

- TOP3 포털의 경우, 금융(현대캐피탈, VISA, 하나은행)업종 광고주가 높은 비중 차지
- 중소 포털은 유통 업종(신세계, 아프릴레코리아) 광고주가, 언론사는 수송 업종(대한항공, 아시아나항공) 광고주가 많은 캠페인 집행
- 지디넷, 컴퓨터 및 정보통신 업종 광고주의 판촉 광고로 인해 Top10 순위권 진입

Top10 매체 광고비 추이

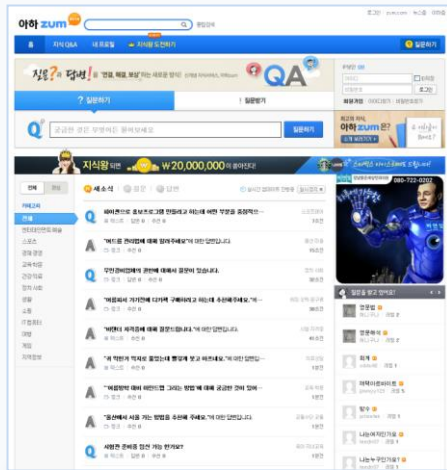


* 리서치 애드 기준 금액으로, 실제 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있음

2) 줌닷컴, 개방형 지식 서비스 아하줌 오픈

- 포털 줌닷컴은 기존에 제공하던 검색줌, 뉴스줌에 이어 지식 서비스 아하줌 오픈
- '링크 답변' 등 타 지식 서비스 대비 차별화된 특징 내세워 이용자에게 어필

아하줌 서비스 개요

*아하줌 초기면 (<http://aha.zum.com/>)

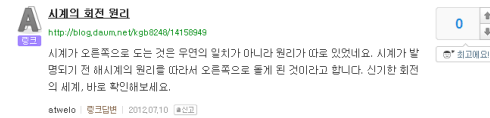
*서비스 강점

답변 방식
유형화

*질문자는 텍스트·링크·이미지·투표 등 4가지 답변 방식 선택 가능



링크 통한
열린 답변

*답변자는 외부 사이트·블로그·카페 글을 링크 형태로 답변 가능








지식장학금
(현금 리워드)포인트 제도 운영, 아하줌에서 발생하는 광고 수익을
답변자 및 추천인에게 나눠주는 보상 시스템

1. 아하줌 서비스를 통해 줌닷컴 자체 보유 서비스 라인업 강화 및 트래픽 증대 노력
2. '링크 답변' 제공으로 타 지식 서비스 대비 개방성 확보
3. 현금 리워드 제도 운영하여 유저들의 적극적인 질문 및 답변 활성화 유도

3) 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1)

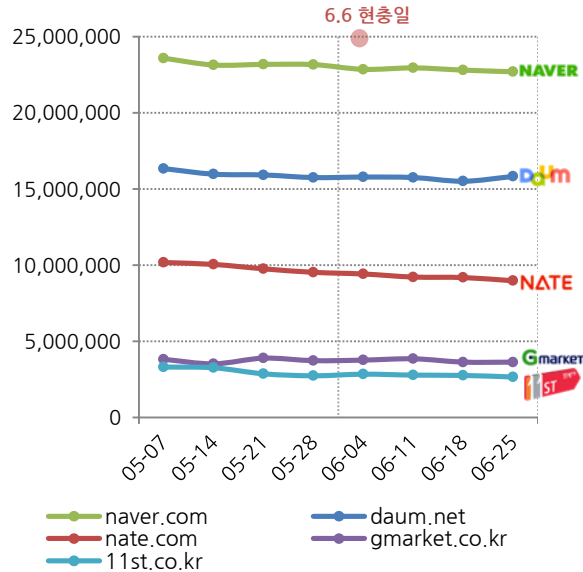
사이트	내용	상세 내용
	네이버 모바일홈 대폭 개편	• 모바일 이용자들의 콘텐츠 소비 트렌드에 맞춰 뉴스, 스포츠, 연예 외에 라이프, FUN, 쇼핑 탭을 추가하고 읽을거리 대폭 강화
	뉴스캐스트 개편 검토	• 언론사를 상대로 의견 수렴 한 뒤 개편 논의를 진행할 예정이며, 선정성·낙시성 기사 등 매체수 변동없이 개선 예정
	네이버, 페이스북·트위터도 품다	• 트위터나 페이스북 등 외부 소셜네트워크서비스를 네이버 안에서도 확인하고 활용할 수 있도록 소셜 연계 기능 강화
	네이버 왕버스 개편	• 왕버스 섹션 스폰서십에서 상단배너로 변경되면서, 여행 관련 업종(여행사, 항공사, 관광청 등) 외 업종은 사전 문의를 걸친후 집행 가능
	라인 4천만 돌파...플랫폼으로 간다	• 모바일 메신저 애플리케이션 '라인'의 전 세계 이용자가 4천만명을 돌파, 이를 계기로 플랫폼으로의 진화를 본격적으로 추진할 것며 전 세계에 통용되는 플랫폼으로 성장시킬 계획
	로컬광고 사업 본격 확대... '단골' 출시	• 로컬광고 서비스인 '단골'을 순차적으로 확대할 계획이며 이는 매장을 찾는 사용자에게 상세한 정보와 경제적 혜택을 제공하고 매장 점주에게는 고객관리와 상세한 매장 소개 기능을 제공
	N스크린으로 '유로 2012대회' 온라인 생중계	• 6월 9일부터 열리는 '유로 2012' 전 경기를 인터넷, 모바일, 다음TV, 디지털뷰를 통해 고화질로 중계하고 특집페이지를 통해 대회정보와 관련 뉴스 등을 제공
	다음 지도 '도보 길찾기' 50개 도시 확대	• 춘천, 원주, 김해 등 15개 도시에 도보 길찾기 서비스를 확대함으로써 그 동안 서울시를 비롯한 수도권 지역, 5대 광역시 및 제주, 서귀포, 청주, 여수 등 총 50개 시에 서비스 제공
	어린이 포털 '키즈짱' 서비스 개편	• 이번 서비스 개편은 유아가 학습에 몰입하고 능동적으로 참여할 수 있는 환경을 조성하는 데 초점 • 자체 제작한 유아교육 콘텐츠 등 유아들의 눈높이에 맞춘 콘텐츠를 강화
	'마이피플' 프로필 기능 강화	• 여러 장의 사진을 마이피플 프로필에 등록할 수 있으며, 프로필의 상태 메시지도 최대 40자까지 입력 가능
	다음-서울시, 시민참여 '커뮤니티맵' 공동 구축	• 서울시 생활정보와 재난·재해 정보를 제공하는 '커뮤니티 맵' 공동 구축해 운영하고 다음 '아고라', 'tv팟' 등 서비스를 활용한 서울시정에 대한 시민의견을 수렴할 예정
	EBS 인기프로그램 다음에서 본다	• 다음, '지식채널 e'와 '다큐프라임' 등 40여개 EBS 프로그램 동영상을 제공하는 'EBS 지식' 서비스를 오픈

3) 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (2)

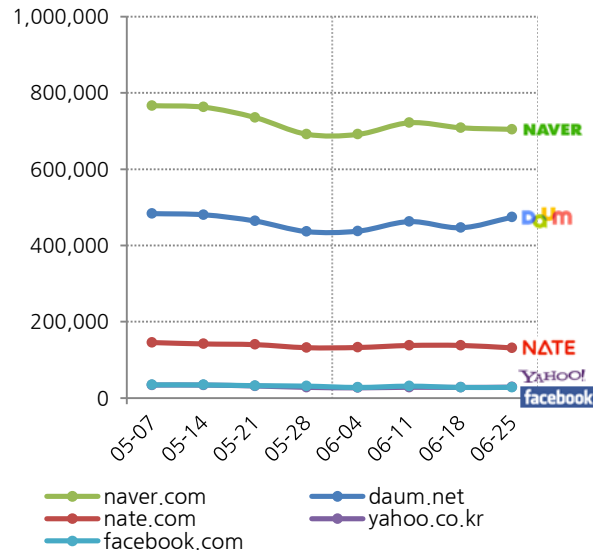
사이트	내용	상세 내용
NATE 	봉사-기부 공간 '사이좋은세상' 개편	• 회원들이 도움을 필요로 한 사연을 올릴 수 있는 게시판이 추가됐고 현금결제 후원 등 참여방법도 다양
	네이트 영화, 모바일 예매 서비스 개시	• 스마트폰을 이용해 메가박스, 롯데시네마, 프리머스에서 상영하는 모든 영화를 상영 20분 전까지 예매할 수 있으며, 이용 중 번거로운 페이지 이동 없이 한 화면에서 시간, 좌석 등의 선택 및 확인이 가능
	SK컴즈-구글, 포털 동영상 시장 재편	• SK컴즈와 구글은 국내 포털사이트인 네이트에 동영상 사이트 유튜브의 콘텐츠를 제공하고, 구글의 디스플레이 광고모델인 애드센스를 제휴하는 등 유튜브 서비스와 광고 사업 부분에서 상호 협업
	맛집이나 약속장소, 위치 네이트 지도로 알리자!	• SK커뮤니케이션즈는 네이트 지도에 메신저나 SNS로 위치정보를 내보내는 기능을 추가
YAHOO! 	CJ E&M, 야후에 한류 콘텐츠 공급	• CJ E&M 온라인사업본부, 야후코리아와 제휴해 야후APAC에 속한 5개국 'K-웨이브' 사이트에 한류 콘텐츠 공급
Google 	'3D 구글 어스' 공개	• 구글은 6일(현지시각) 미국 샌프란시스코 본사에서 열린 구글 맵스 컨퍼런스에서 3D와 오프로드, 오프라인 등 3대 지도서비스 개선안을 발표
	차세대 모바일OS '젤리빈' 공개	• 구글이 차세대 OS '젤리빈'을 공개하며 애플 iOS6와 전면 대결을 선언
interworks 	브랜딩타임 인터랙션 패키지 출시	• 기존 브랜딩타임 광고에서는 불가능했던 기능을 보완 및 추가한 상품으로 빅사이즈 광고, 인터랙션 광고, 동영상, 멀티클릭이 가능해짐
KakaoTalk 	사이버머니 '초코' 도입	• 카카오톡이 유료 콘텐츠 구매에 사용할 수 있는 사이버머니 '초코' 도입 • 기존 카카오톡 서비스는 무료로 제공하면서 이모티콘 등 일부 유료 콘텐츠 구매용으로 사이버머니 사용이 가능
paran 	포털 '파란', 모바일 사업에 전념	• 파란닷컴이 8년 만에 서비스를 중단, 앞으로 KTH는 모바일 사업에 집중해 역량을 더욱 강화할 예정
facebook 	위치기반 친구찾기 도입	• 현재위치 주변에 있는 친구를 찾아주는 기능인 '프렌드셰이크(Friendshake)'를 도입 • 모바일 웹과 애플리케이션을 통해 사용이 가능하도록 시험서비스 중

1) 트래픽 변화 - 초기 페이지 (top5)

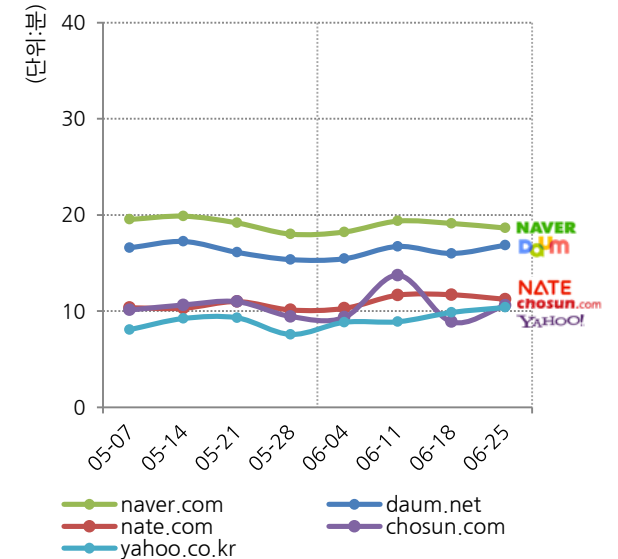
UV



PV



Avg.DT



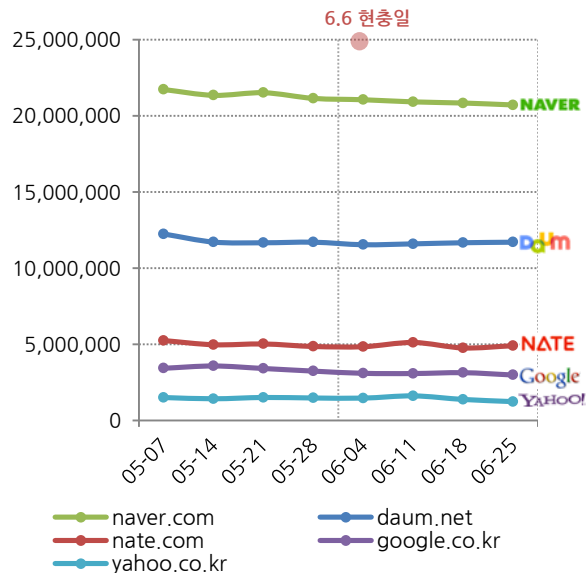
*Avg.DT(Average Duration Time) : 평균체류시간
 * 해당 도메인의 도달률이 1% 미만인 경우, 순위에서 제외

전월 대비 top5 사이트 대부분 트래픽 하락세

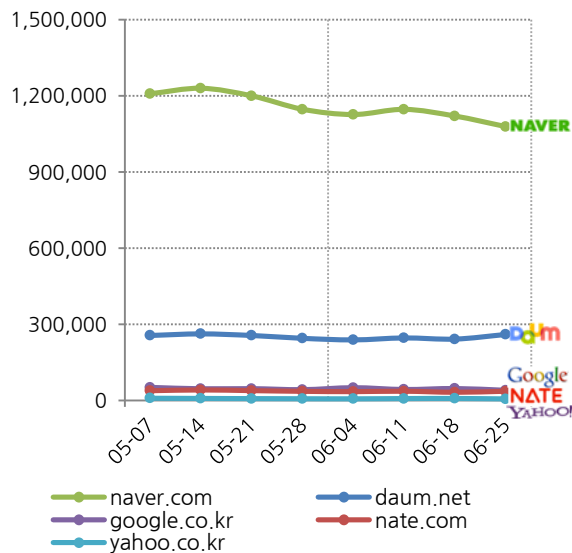
- 6월 들어 초기면 top5 사이트의 UV, PV 소폭 감소 경향
- 특히 6월 4일 주 공휴일로 인해 일부 상위 포털에 한하여 UV 하락 나타남
- 야후와 페이스북은 서로 유사한 PV 수치 보이며 잦은 4, 5위 변동 발생

2) 트래픽 변화 - 검색 섹션 (top5)

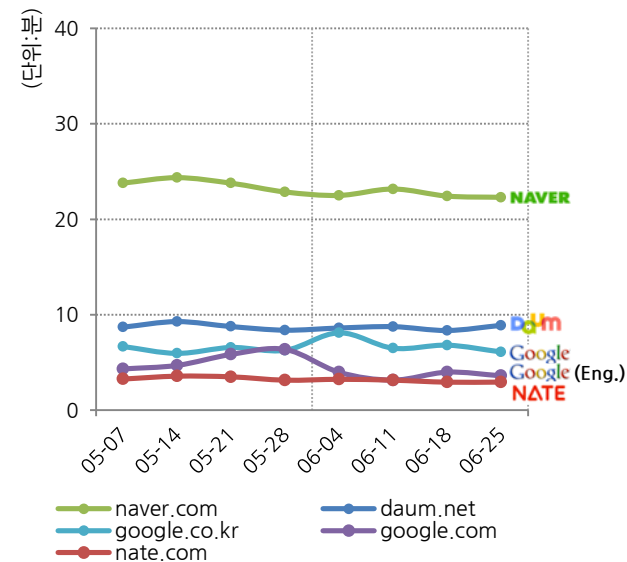
UV



PV



Avg.DT



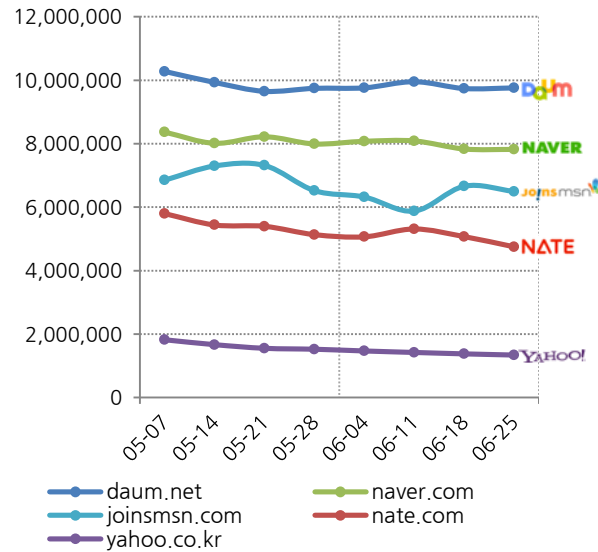
*Avg.DT(Average Duration Time) : 평균체류시간
* 해당 도메인의 도달률이 1% 미만인 경우, 순위에서 제외

검색 섹션, 일부 포털 중심으로 트래픽 감소

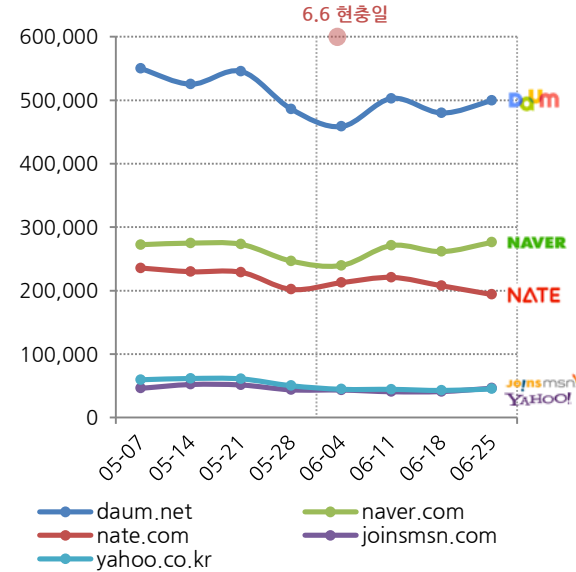
- 네이버의 경우, 6월 이후 UV 소폭 감소함에 따라 PV 동반 하락세 보임
- 그 외 순위 변동 또는 눈에 띄는 큰 트래픽 변화 나타나지 않음

3) 트래픽 변화 - 뉴스 섹션 (top5)

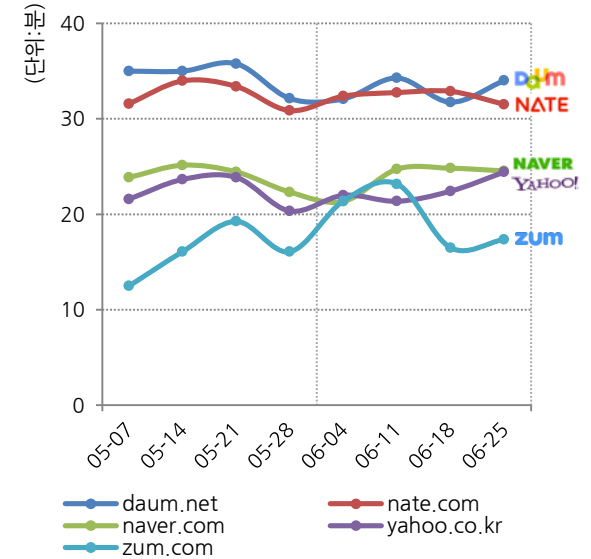
UV



PV



Avg.DT



*Avg.DT(Average Duration Time) : 평균체류시간
* 해당 도메인의 도달률이 1% 미만인 경우, 순위에서 제외

줌닷컴, 지속적인 평균체류시간 증가

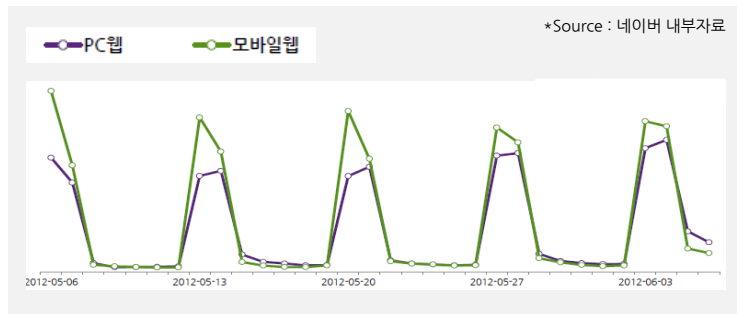
- UV 순위 변동 없는 가운데, PV의 경우 6월 4일 주 공휴일로 인해 일부 상위 포털에서 소폭 감소세
- 줌닷컴 뉴스 섹션은 올해 월별 UV, PV 비교적 꾸준히 성장함에 따라, 평균체류시간 동반 상승하여 6월 첫 5위권 진입

1) 네이버 나는 가수다2 스폰서십 패키지

- 네이버, 나는 가수다2 콘텐츠 독점 서비스에 따른 스폰서십 상품 출시
- 유저의 미디어 이용 패턴을 고려, 광고 노출 확대를 위해 PC 웹·모바일 지면 동시 활용

나는 가수다2 스폰서십 패키지

나는 가수다2 PC웹, 모바일웹 PV 변화



- 방영 당일 : 모바일 PV가 웹에 비해 상대적으로 높음 (생방송 시청)
- 방영 익일 : PC웹을 통한 다시보기 활성화

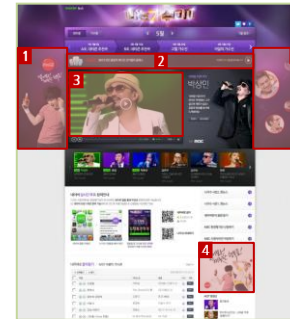
상품 기대 효과

- PC웹 뿐만 아니라 모바일웹을 통해 광고 노출, 반복적인 메시지 전달 가능
- 1개 광고주가 4주 이상 독점 집행하여 브랜드의 집중적인 노출 예상

PC웹, 모바일웹 지면 구성

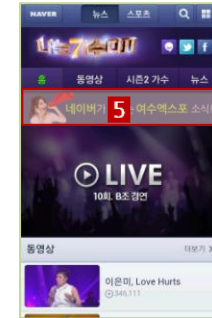
*PC Web

- 1) 좌/우 스킨
- 2) 바 확장형
- 3) 동영상 후광고
- 4) 우측 280



*Mobile

- 5) 상단 띠배너



나는 가수다2 스폰서십 판매 정보

- 집행 기간 : 7월 9일 ~ 10월 14일 (총 14주)
- 판매 단가 : 4천만원 (4주 독점) / 1억2천만원 (기간 내 독점)

2) 매체별 올림픽 패키지 (아프리카TV, 인터웍스)

- 주요 포털에 이어 동영상 사이트 및 애드 네트워크 상품 활용한 올림픽 패키지 출시
- 광고주의 캠페인 예산 및 TV CM 보유 여부 등에 따라 매체별 자유로운 상품 선택 가능

아프리카TV 올림픽 패키지

1) 지면 구성

메인 스폰서 런던올림픽 페이지, 런던올림픽 플레이어, 모바일 올림픽 페이지, 아프리카TV 메인, 라이브 플레이어

서브 스폰서 런던올림픽 플레이어, 모바일 올림픽 페이지, 아프리카TV 메인, 라이브 플레이어

2) 주요 지면 및 특징



런던올림픽 페이지 (예시)



라이브 플레이어

PC웹 /모바일 모두 노출, 동영상 소재 보유 시 유리(프리롤, 포스트롤)

3) 판매 정보

- 집행 기간 : 7월 24일 ~ 8월 31일
- 판매 단가 : (메인스폰서) 1억원, 1개 광고주 독점
(서브스폰서) 2천만원, 5개 광고주

인터웍스 올림픽 패키지

1) 매체 구성

경향신문 국민일보 노컷뉴스 문화일보 서울신문 세계일보 중앙일보 한국일보 아시아투데이 중앙데일리 파이낸셜뉴스 서울경제 머니투데이 아주경제 한국경제 아시아경제 이데일리 스포츠서울 스포츠칸 스포츠투데이 스포츠한국 일간스포츠 엑스포즈 KBS TV리포트 NTN 스타뉴스 JTBC SSTV OSEN

2) 주요 지면 및 특징



Contextual Matching Banner



Contextual Matching Floating

비교적 저렴한 가격으로 올림픽 관련 기사에만 광고 노출 가능

3) 판매 정보

- 집행 기간 : 7월 27일 ~ 8월 12일
- 판매 단가 : 구좌당 3천만원 (총 10구좌)
*2012 런던 올림픽 개최기간 : 2012년 7월 28일 ~ 8월 13일

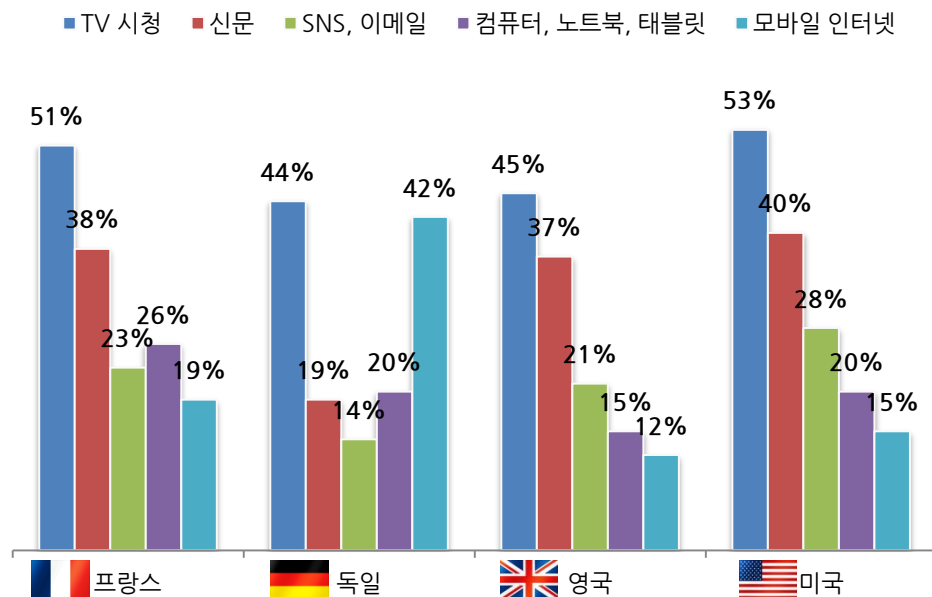
*Source : 아프리카TV, 인터웍스 올림픽 패키지 소개서

1) 온라인 스포츠판들의 증가

- 40억 이상이 런던 올림픽을 볼 것으로 예상하는 가운데, 적어도 10억 이상이 PC, 휴대 전화, 태블릿 등의 디지털 기기 사용 예상
- 프랑스, 독일, 영국, 미국에서 인터넷 유저의 15-26%가 PC와 태블릿 등을 통해 올림픽을 볼 예정이라고 응답 (2012.05. Deloitte)
- 독일 인터넷 유저의 반에 가까운 42%가 모바일 웹을 통해 올림픽 관련 정보를 얻을 예정 (2012.05. Deloitte)
- 미국의 35세 미만 성인 인터넷 유저의 약 25%가 지난 30일 이내 온라인 스포츠 사이트 이용 경험 (2011.11. Experian Simmons)
- 미국 전체 인터넷 인구 중 약 20%가 온라인 스포츠 사이트 이용 경험해 마케터에게 큰 기회 제공 (2011.11. Experian Simmons)

디지털을 통한 런던 올림픽

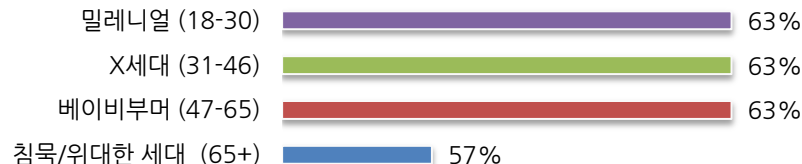
< 국가별 인터넷 유저의 2012 런던 올림픽 기간 사용 예정 미디어, 2012년 3월 >



*Source: Deloitte, 2012.05

스포츠 팬과 온라인

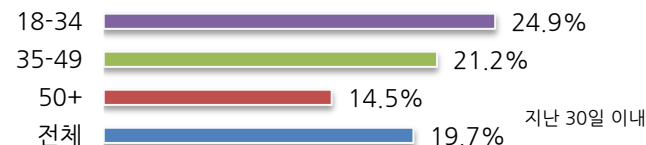
< 미국 스포츠 팬 인구 프로필, 2011년 11월 >



*Source: Marist Institute for Public Opinion, 2011.12

- 설문 조사에 따르면, 미국 성인의 61%가 스스로를 스포츠판이라고 생각하며, 그 중 남성은 72%를 차지
- 18세-65세까지 각 세대별로는 비슷한 비율을 보이고 있음

< 온라인 스포츠 사이트 사용/방문한 연령별 미국 인터넷 유저, 2011년 11월 >








지난 30일 이내

*Source: Experian Simmons, 2012.03

*Source: eMarketer, 2012.07

6월 광고비 주요 광고주 캠페인 사례

*리서치애드 6월 광고비 TOP10 광고주 중 선정

광고주	브랜드	이미지	캠페인명	요약
한국피앤지	피앤지		Thank you, Mom	- 땡큐맘 이벤트는 공식 홈페이지(http://thankyoumom.co.kr/)와 페이스북을 통하여 어머니께 전하고 싶은 감사의 메시지를 입력하고, 이 메시지와 선물세트를 보낼 주소 및 정보를 입력하면 추첨을 통해 매주 1,000분의 어머니께 특별한 선물을 전달
현대카드	현대카드		RE-MONSTER 프로젝트	- 인기그룹 '빅뱅'의 신곡 발표와 동시에, 이 곡을 재해석한 색다른 버전의 곡을 모집 - 이 곡들을 대상으로 인터넷 투표를 실시하고, 그들 중 가장 많은 점수를 얻은 3팀을 뽑아 앨범 제작 지원, 뮤직비디오 제작, 공연기회 제공 등 다양한 혜택 제공
삼성전자	애니콜		Galaxy S STADIUM	- 런던 올림픽을 공식 후원하는 차원에서, 갤럭시S3의 기능을 올림픽 게임을 통해 습득할 수 있게 하는 이벤트 - 인기 아이돌 가수들이 직접 게임을 하는 모습을 보여주거나, 함께 게임을 즐길 수 있도록 하며, 이를 진행하면서 사용법이나 제품 특성을 설명
롯데쇼핑 롯데ent	아부의왕		아부붓	- 영화의 컨셉에 맞게, '아부붓'이라는 계정의 트위터(twitter.com/abuking2012)를 통해, 아부붓하는 방법, 사회생활 하는 방법 등을 매일 매일 전해 주면서 소비자에게 영화를 각인 시킴
이베이코리아	옥션		'도둑들' 촬영소품 나눔경매	-영화 '도둑들'에서 배우들이 직접 사용한 소품들이 경매에 나오는 것으로, 셔츠, 정장, 드레스 등 총 10점의 아이템이 매주 2~3점씩 소개됨 - 나눔경매 이벤트 페이지를 통해 횡수 제한 없이 입찰 가능하며, 경매 마감까지 최고가를 제시하는 입찰자에게 촬영 소품을 소유할 수 있는 기회 제공

*Source : 각종 뉴스 검색 및 해당 사이트 제공

More than expected !

more than expected !

We differentiate your business with network advertising service

> [nasmedia](#)