

eMFORCE - Monthly

Digital Marketing Trend / News

2019.06

‘eMFORCE Monthly’는 국·내외 마케팅/시장 관련 소식, 정보를
정리, 공유드리는 자료입니다.

각 자료는 국내 마케팅 관련 채널 및 언론사 기사 등에서 발췌하였으며,
원문의 의도 및 콘텐츠 변질 방지를 위해 가급적 가공을 최소화하고 있습니다.

이 점 참고 바랍니다.

[06월호 자료 출처]

1. 더피알 / <http://www.the-pr.co.kr/>
2. 서울경제 / <https://www.sedaily.com/>
3. 한국경제 / <https://www.hankyung.com/>
4. 디지털타임스 / <http://www.dt.co.kr/>
5. 바이라인 네트워크 / <https://byline.network/>
6. 네이버 광고 / <https://saedu.naver.com/notice/list.nhn>
7. 카카오 키워드광고 / <https://clix.biz.daum.net/>
8. 메조미디어 미디어&마켓 리포트_5월호



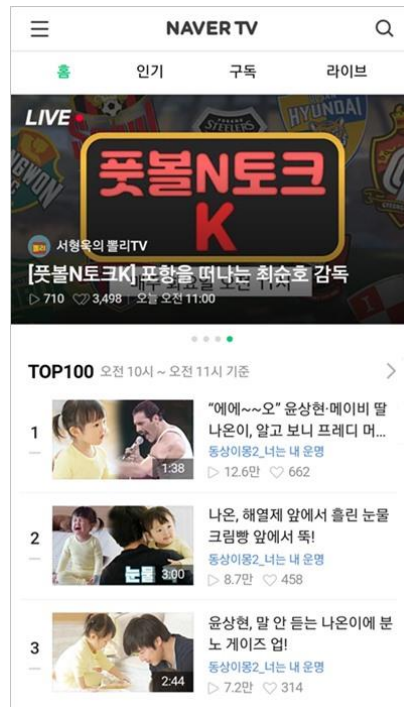
Trend & Issue

이

온라인/모바일 시장 동향 및 이슈

☑ 네이버TV, 방송사 뺀 채 '5초 광고'로 전환

- 네이버, 5월 6일부터 기존 15초 스킵광고 대신 5초 광고로 전환.
- 단, 주요 방송사의 클립 영상 등이 송출되는 스마트미디어랩(SMR)의 경우 현재 미적용.
- 네이버TV 이용에서 방송사 콘텐츠가 차지하는 비중이 높고, 유튜브와 차별점을 가져갈 수 있는 주요 경쟁력인 만큼 네이버TV에서 SMR이 영향력이 높음.
- 유튜브 5초광고 대비 포털의 경쟁력이 떨어지는 것이 주요 요인으로 주목.



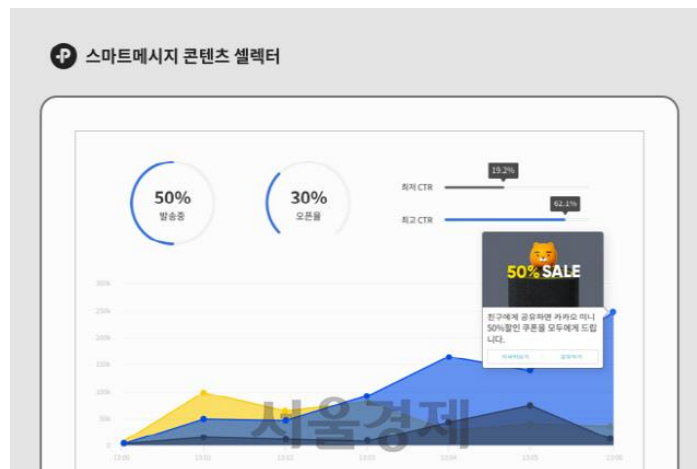
[네이버 TV, 15초 스킵 광고 중단]

이

온라인/모바일 시장 동향 및 이슈

☑ 카카오톡 플러스친구 '스마트메시지'...마케팅 효과 입증

- 지난 3월 출시된 카카오톡 '특비즈솔루션' 일환의 '스마트메시지' 호응도 상승.
- 인공지능(AI) 기반으로 최적화된 메시지 발송이 가능한 카카오톡 플러스친구의 새로운 기능에 주목.
- 파트너사가 발송하고 싶은 메시지(최대 10개)를 입력하면 '콘텐츠 셀렉터' 기능으로 소수의 친구에게 우선 발송하고, 반응을 분석해 가장 반응이 좋은 메시지가 전체 친구에게 발송.
- 메시지 발송률, 클릭률, 효과 등의 통계 파악이 가능하고, 이용자의 속성을 인구통계, 관심사 등에 맞춰 자동으로 분석.
- 추후 이용자의 메시지 반응에 대한 불확실성을 AI 분석을 통해 해결하여 업무의 효율성 증가 목적으로 진행.



[스마트 메시지 성과 확인]

이

온라인/모바일 시장 동향 및 이슈

☑ 페이스북, 입장 바꿔 가상화폐 광고 '허용'

- 지난 8일부터 페이스북에서 가상화폐(암호화폐) 관련 광고 노출 가능.
- 암호화폐 광고 정책 전면 수정에 따라 진행되며, 특정 **암호화폐공개와 관련 되는 광고는 제한되나**, 이를 제외한 **대부분의 암호화폐 관련 광고 허용**.
- 기존의 경우 암호화폐 관련 광고의 경우 사전 승인된 광고만 허용하는 정책 시행.
- 추후 **블록체인 기술, 암호화폐 산업 뉴스, 교육 또는 이벤트**와 관련한 광고의 경우 더이상 사전승인이 없도록 추가 검토 예정.



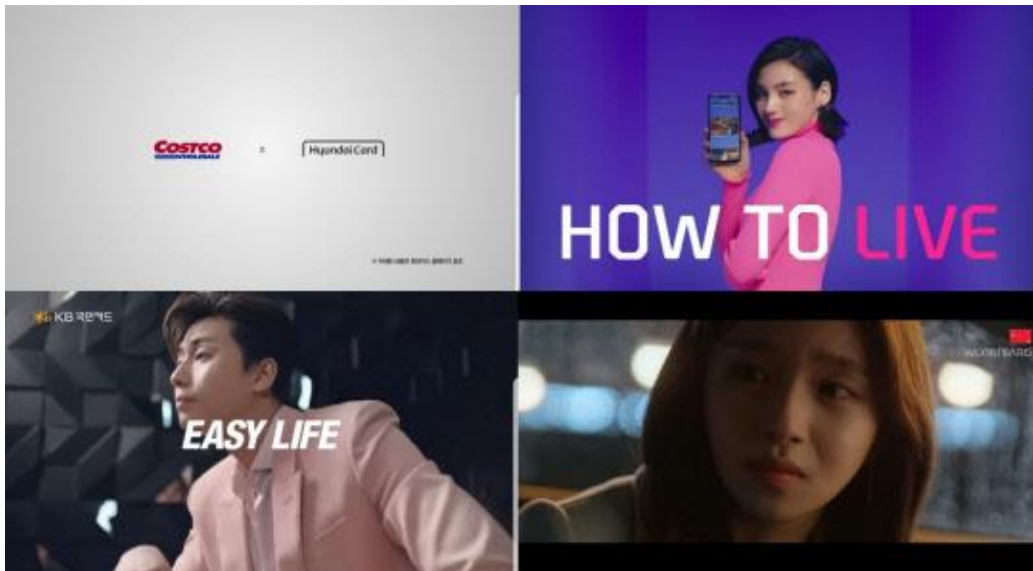
[페이스북, 입장 바꿔 가상화폐 광고 '허용']

이

온라인/모바일 시장 동향 및 이슈

☑ 유튜브 마케팅에 빠진 카드업계

- 주요 카드사, 브랜드 마케팅의 일환으로 유튜브 활용 증가.
- 카드상품별 혜택 소개, 메인 슬로건 주제 광고 영상, 연예인 모델 활용, 웹드라마 등 다양한 마케팅 방법으로 유튜브 시장 공략.
- TV가 아닌 유튜브로 동영상 시청이 확산되는만큼, 추후 유튜브를 활용한 마케팅 호응도의 경우 점차 증가할 것으로 전망.



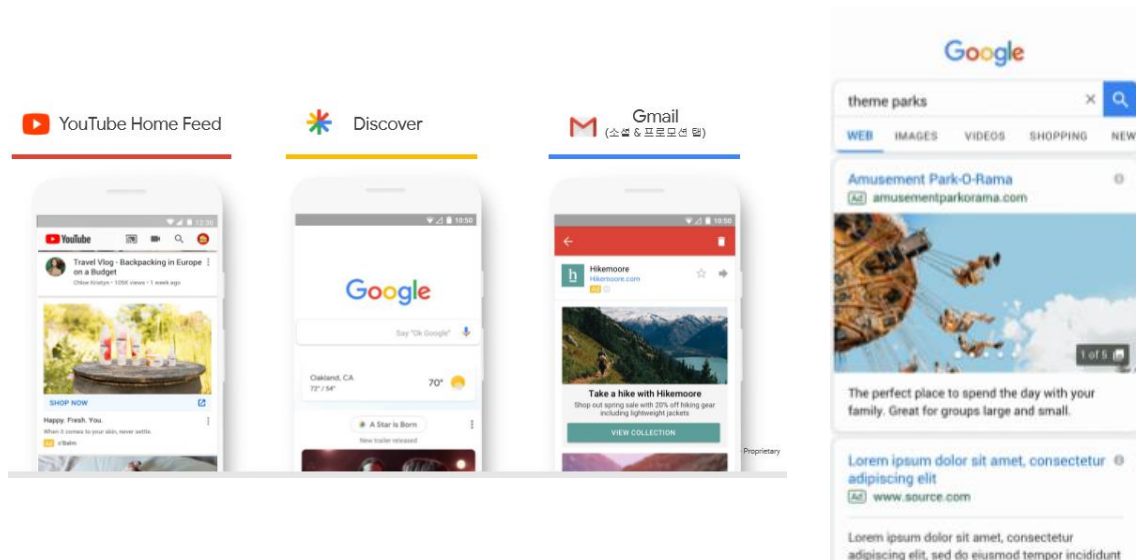
[현대카드·신한카드·KB국민카드·우리카드 유튜브 광고 현황]

이

온라인/모바일 시장 동향 및 이슈

☑ 2019 구글 새로운 모바일 검색 광고 4종

- 구글, 지난 14일 열린 '구글 마케팅 라이브'를 통한 신규 리뉴얼 예정 광고 상품 소개.
- 구글 앱 홈 화면, 유튜브 홈 피드 등에 노출되는 디스커버리 광고, 사용자가 검색 시 최상단에 이미지와 함께 노출되는 갤러리 광고 등이 대표적.
- 구글 앱 홈 화면의 경우 웹과 달리 하단에 관심사 기반 디스커버리 탭 사이에 롤링 배너가 광고로 삽입.
- 소개된 모든 상품들의 경우 연내 출시를 목적으로 하고 있으며, 상세 내역 등의 경우 추후 확정 시 별도의 세션을 통해 공개 예정.



[구글 새 모바일 검색광고 상품 예시 화면]



Media Issue

이

주요 매체 이슈 - 네이버

☑ 네이버 홍보영상 확장소재 노출 안내

■ 적용 일시

- 2019년 5월 29일

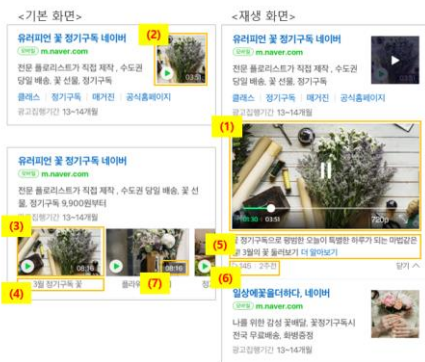
■ 적용 영역

- 모바일 파워링크 더보기 영역 (하반기 중, 모바일 통합검색 영역에도 노출될 예정)

■ 특징 및 내용

- 홍보 영상' 확장소재는 동영상 썸네일, 동영상 제목 등으로 구성
- 필수 요소 3가지(동영상, 동영상 썸네일 1, 동영상 제목 1) 등록
- 광고그룹에 '홍보 영상'이 등록되어 있다면, 등록된 '홍보 영상' 중 1개가 광고에 항상 노출
- 2개 이상의 '홍보 영상'이 등록되어 있다면, 광고 하단에 N개 형태로도 노출

■ 노출 예시



※ 초록색으로 표시한 항목: 광고시스템에서 입력해야 하는 필수 요소

no	항목	비고
1	동영상	네이버TV의 동영상을 불러오거나 광고시스템에서 직접 업로드
2	동영상 썸네일 1	광고시스템에서 등록(495*495 px)
3	동영상 썸네일 2	네이버TV의 '동영상 대표이미지'
4	동영상 제목 1	광고시스템에서 등록(1~10자)
5	동영상 제목 2	네이버TV의 '동영상 제목'
6	동영상 조회수, 등록일	동영상 조회수, 등록일
7	동영상 재생시간	동영상 재생시간

[노출 예시 및 필수 구성 요소]

이

주요 매체 이슈 - 네이버

☑ 네이버 브랜드검색 '프리미엄형 New동영상' Beta 출시

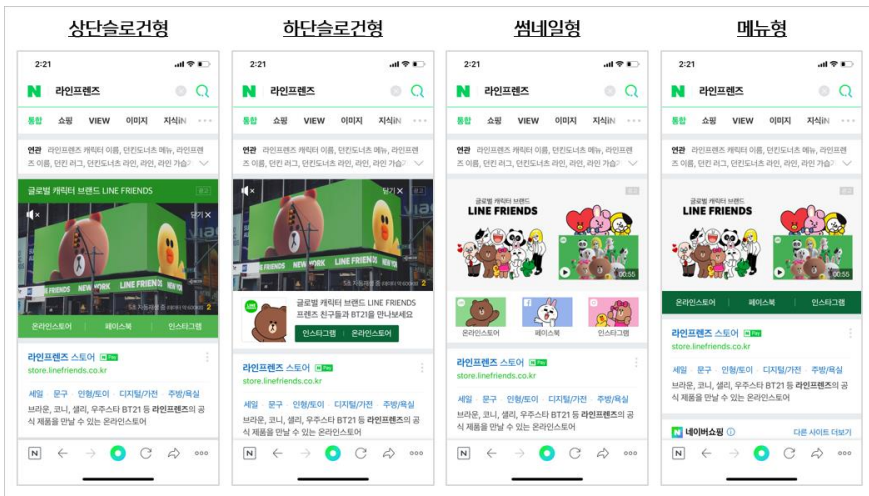
■ 적용 일시

- 2019년 5월 28일 ~ 2019년 8월 21일 (약 3개월)

■ 적용 내용

- 베타 기간 동안에는 4가지 유형을 모두 사용하여 집행해야 함
- 한 템플릿 내에서 '상단 슬로건형', '하단 슬로건형', '썸네일형', '메뉴형' 4가지 UI로 노출 가능
- 와이파이 환경에서 영상 자동재생되며, 셀룰러 혹은 네트워크 확인불가 환경에서 6초의 프리뷰 영상 재생 후 썸네일로 노출되며, 이용자가 클릭 시 풀영상 재생
- 단, 아이폰에서 사파리, 크롬 등 브라우저로 접속 시에는 프리뷰 영상이 노출

■ 노출 예시



[네이버 브랜드검색 '프리미엄형 New동영상' Beta]

이

주요 매체 이슈 - 카카오

☑ 카카오 확장소재 맞춤제안 기능 개선 및 다이렉트 도입 안내

■ 적용 일시

- 2019년 5월 28일 예정

■ 적용 내용

- 확장소재 맞춤제안 / 다이렉트 오픈

■ 특징

- 확장소재 썸네일이미지 타입을 대상으로 하며, 추후 다른 타입으로 확장 예정
- 확장소재 맞춤제안을 제공 받기 원하실 경우, 확장소재 맞춤제안의 신규/추가 업데이트를 원하실 경우 문의게시판을 통해 신청 가능.

■ 노출 예시

대상	확장소재명	확장소재-이미지	소재명	제안일
그제이스1 http://grace_all_1.com	kk.0000_53		썸네일이미지	2019.05.03
그제이스1 http://grace_all_1.com	kk.0000_118		썸네일이미지	2019.05.03
그제이스1 http://grace_all_1.com	kk.0000_182		썸네일이미지	2019.05.03

[키워드광고 다이렉트 내 확장소재 맞춤제안 추가]

이

주요 매체 이슈 - 카카오

☑ 카카오 확장소재 노출영역 확장(PC컨텐츠) 안내

■ 적용 일시

- 2019년 5월 29일

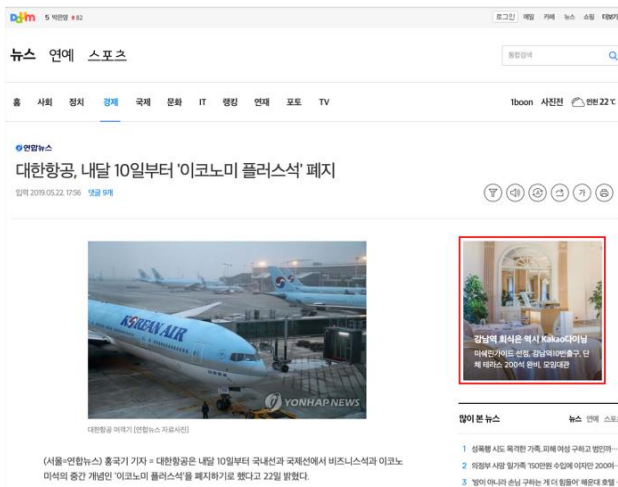
■ 적용 지면 및 대상

- 'PC 컨텐츠' 노출지면 중 PC Daum 뉴스, 스포츠, 연예 지면 일부
- 확장소재 중 **썸네일이미지타입** 대상으로 진행

■ 적용 내용

- 노출 및 클릭 집계는 기존 보고서(확장소재 보고서)에 합산.
- 개별지면에 대한 노출전략 설정 불가능.
- 노출 지면 확장에 따라 노출량이 증가할 수 있음.

■ 노출 예시



[키워드광고 확장소재 노출영역 확장(PC컨텐츠)]

02

온라인/모바일 매체별 프로모션

☑ 네이버 쇼핑박스 트렌드상품 프로모션

1. 트렌드상품 신규광고주 Welcome 프로모션 안내

▶ 기간

- 입찰 : 2019년 4월 29일~ 2019년 7월 21일
- 광고 서비스 : 2019년 5월 13일~ 2019년 8월 4일

트렌드상품 Welcome 프로모션

대상 광고	PC 쇼핑박스 트렌드상품
프로모션 개요	트렌드상품 신규 광고주 모집
프로모션 내용	신규 광고주의 낙찰 1구좌에 낙찰가의 20% 수수료 지급 (기존 수수료 13% + 추가 7% 지급) (복수 개를 구매할 경우, 복수 개 구좌에 모두 20% 수수료 지급)
프로모션 대상	구매 회차 직전 6개월간(24주) 트렌드상품 낙찰 내역이 없는 신규 광고주 구매 구좌
프로모션 기간	입찰 기준: 4월 29일 ~ 7월 21일 (총 12주, 약 3개월)
프로모션 기간	광고 서비스 기준: 5월 13일 ~ 8월 4일 (총 12주, 약 3개월)
참고사항	<ul style="list-style-type: none">• 해당 기간 쇼핑 광고대행사 수수료 정산 시 프로모션 대상 구좌에 대한 추가 금액이 포함되어 정산 됩니다.• 프로모션 대상 구좌 광고 취소 시(광고 중도 취소 포함)프로모션 금액 지급은 취소됩니다.• 광고 취소 시 이미 프로모션 금액이 지급된 경우 차월 정산 시 마이너스 처리 됩니다.

Thank you