

Mobile Trend Report

2012' 3Q

나스미디어 모바일 트렌드 리포트

Trend

1. 스마트폰 이용자 현황
2. 모바일 트래픽 현황

Issue

1. 런던올림픽, 모바일 이용률이 PC 추월
2. 모바일 CPI 매체 집행 활성화
3. 모바일 광고 크리에이티브 다양화

Insight

1. APP 홍보 캠페인을 위한 모바일 매체 소개

Media

1. 신규매체소개 - 포인트친구 애딩
2. 신규상품소개 - 카울리 Video AD

Case 화장품 업종 모바일 광고 사례 (스마트폰/스마트패드)

Trend 1. 스마트폰 이용자 현황

2012년 8월 스마트폰 가입자 수

30,000,000

돌파

96 min



인터넷 이용 시간

8 개



주 평균 다운로드 APP 개수

67 min



모바일 SNS 이용 시간

60 %

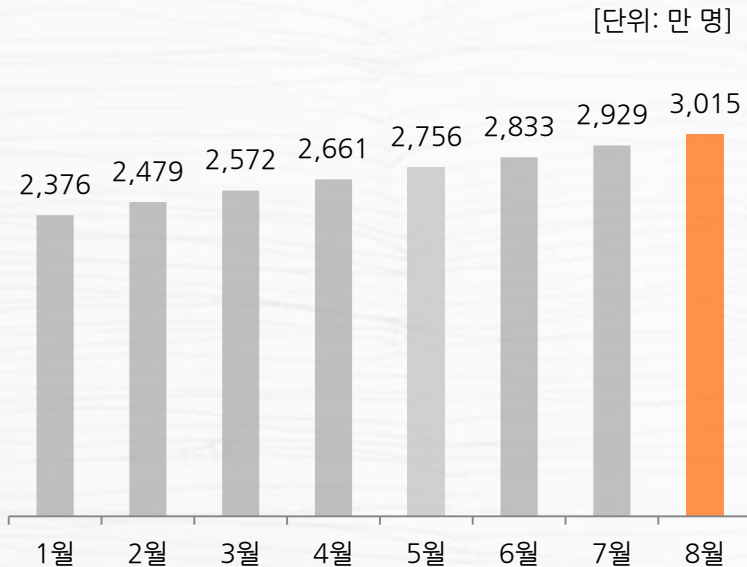


모바일 쇼핑 이용자 비율

Trend 1. 스마트폰 이용자 현황

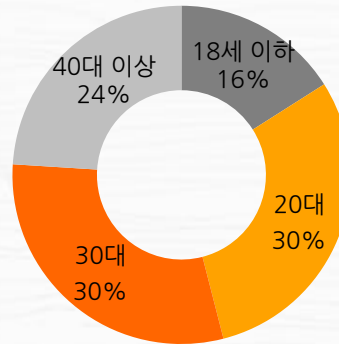
국내 스마트폰 가입자는 2012년 8월말 기준 3,000만명 돌파

스마트폰 가입자 추이



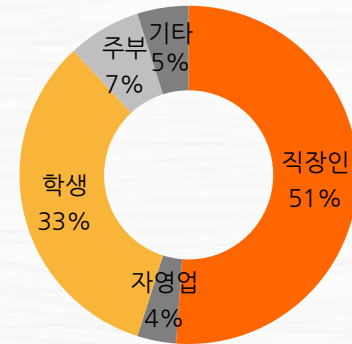
연령/직업별 이용 비중

[연령별 이용 비중]



* 안드로이드 APP 이용자 기준

[직업별 이용 비중]



*방통위 2012/09, KDB대우증권리서치센터/닐슨코리아클릭 2012/09 재가공

Trend 2. 모바일 트래픽 현황

순방문자 기준 상위 서비스의 PV와 순방문자 수는 지속적으로 증가하고 있으나, 순위 변동은 크지 않음

안드로이드폰 모바일WEB/APP 순위 (순방문자 기준)

단위: 천명/천뷰/8월 순방문자 기준

도메인	6월		7월		8월	
	순방문자	PV	순방문자	PV	순방문자	PV
android.com	13,887	181	18,417	86	18,406	63
kakao.com	13,557	2,910	17,942	1,168	17,893	3,444
naver.com	13,318	3,014,994	17,607	6,021,554	17,562	6,369,096
google.com	12,965	71,418	16,733	81,477	17,026	91,227
daum.net	10,898	2,328,285	14,404	2,978,800	14,131	3,230,961
youtube.com	9,593	25,927	13,419	39,790	13,517	27,259
samsung.com	8,129	1,725	10,770	2,683	10,903	1,918
nate.com	8,154	464,593	10,719	591,563	10,670	526,440
google.co.kr	7,802	198,587	10,500	312,172	10,022	297,260
ahnlab.com	7,186	47	9,381	38	9,465	76

* KDB대우증권리서치센터/닐슨코리아클릭 2012/09 재가공

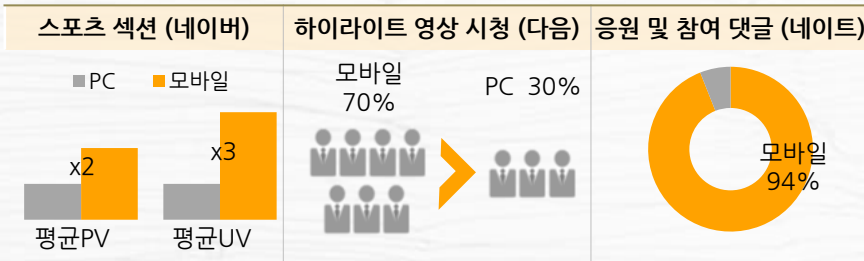
Issue 1. 런던올림픽, 모바일 이용률이 PC 추월

2012 런던올림픽 기간 동안 스마트폰으로 스포츠 중계 시청 및 실시간 경기 기록 확인 이용자 증가
 올림픽 특수 효과를 겨냥하여 타겟 접점이 높은 모바일 지면에 광고를 집행함으로써 광고 효과 제고

올림픽 기간 모바일 이용 현황

- 주요 포털의 스포츠 섹션 및 뉴스 페이지 모바일 트래픽이 런던올림픽 특수효과로 증가하며, 모바일을 통한 이용자가 PC 추월
 이는 새벽 시간대의 경기 중계로 인해 TV나 인터넷 보다는 출근/등교길 등 이동 중에 모바일로 경기 결과와 영상을 확인하는 이용자가 급증했기 때문
- 하이라이트 영상을 보고, 올림픽 경기 응원/댓글 참여를 하는 등 스마트폰을 통해 실시간으로 스포츠 이슈를 소비하며 생산하는 패턴을 보임

〈런던올림픽 주간 주요 포털의 PC/스마트폰 이용 현황 (7/30~8/5)〉



〈런던올림픽 주간 PC/스마트폰 검색어 TOP 5 (7/30~8/5)〉

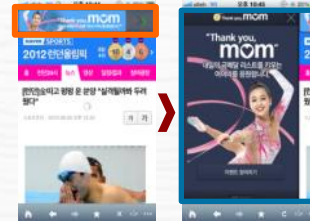
PC			스마트폰		
순위	검색어	쿼리수	순위	검색어	쿼리수
1	신아람	297만회	1	신아람	180만회
2	티아라	259만회	2	왕기춘	141만회
3	티아라중대발표	233만회	3	런던올림픽 메달순위	141만회
4	티진요	233만회	4	티진요	117만회
5	화영	218만회	5	김지연	107만회

올림픽 모바일 광고 집행 사례

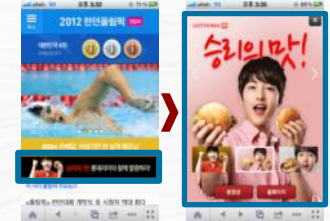
〈삼성전자 : 네이버 / 다음 / 네이트〉



〈P&G : 네이버〉



〈롯데리아 : 다음〉



* 출처: 닐슨코리아클릭 2012/08

Issue 2. 모바일 CPI 매체 집행 활성화

모바일 APP 다운로드 캠페인을 위한 CPI (Cost per Install) 매체 광고 집행이 증가하는 추세
 APP 설치 확인 후 과금하며, SNS 연동을 통한 유저의 자발적인 참여 유도로 캠페인 효과 극대화 가능

CPI 매체 비교			
매체명	애드라떼	인스톨큐브	Tnk Ad
매체 소개	광고 시청 보상형 APP 애드라떼에 광고 노출	네트워크APP의 포인트 충전소 등에 광고 노출	네트워크APP의 포인트 충전소 등에 광고 노출
타겟팅	연령/성별/지역/OS/요일/시간	단말기/OS	연령/성별/OS/요일/시간/카테고리/마켓
광고 특징	<ul style="list-style-type: none"> - APP 설치 확인 후 유저에게 리워드 지급 - 단일APP 중 최대 APP 다운로드 확보 가능 - 카피라이팅 이벤트 및 추천하기 등 유저의 자발적인 바이럴 마케팅 가능 	<ul style="list-style-type: none"> - APP 설치 확인 후 유저에게 리워드 지급 - 다양한 카테고리의 제휴 APP 60여 개에 광고 노출 가능/ 커버리지 확보 용이 - 네트워크 APP 간 중복 참여 방지 가능 	<ul style="list-style-type: none"> - APP 설치 확인 후 유저에게 리워드 지급 - 제휴 APP 100여개에 광고 노출 가능/ 커버리지 확보 용이 - 네트워크 APP 간 중복 참여 방지 가능 - APP 다운로드 외에 다양한 CPA 캠페인 진행 가능 (SNS 연동, 설문조사 등)



* 캠페인 기간은 대부분 보장 설치 건수 소진 시까지나, 빠르면 2~3일 이내, 최대 2주 이내에 소진 예상
 * 중복 다운로드 체크를 위해 광고주 APP에 매체 SDK 삽입 필요. 삽입 후 다소 기간 소요됨

Issue 3. 모바일 광고 크리에이티브 다양화

리치미디어 광고 상품 증가, 제작 지원 등을 배경으로 다양한 크리에이티브의 모바일 광고 사례 증가
 광고의 주목도를 높이고 이용자의 지속적인 몰입과 참여를 유도해 최적의 광고 효과 제공

다양화 현황 및 배경

- 새로운 형태의 광고에 대한 니즈와 리치미디어 신규 상품 증가 및 매체별 제작지원을 바탕으로 다양한 크리에이티브의 모바일 광고 증가
 - 일반적인 띠배너 광고/이미지형 랜딩 페이지에서 벗어나 더욱 높은 광고 효과를 확보할 수 있는 새로운 형태의 광고에 대한 니즈 증가
 - 애니메이션/스크래치/360도 회전 등 리치미디어 광고 상품 증가, 집행 금액에 따른 매체별 제작 지원으로 다양한 시도를 할 수 있는 기회 증대
- 다양한 인터렉션/흥미요소 제공으로 광고의 주목도를 높이고 이용자의 지속적인 몰입과 참여를 유도해 최적의 광고 효과 제공

광고 집행 사례

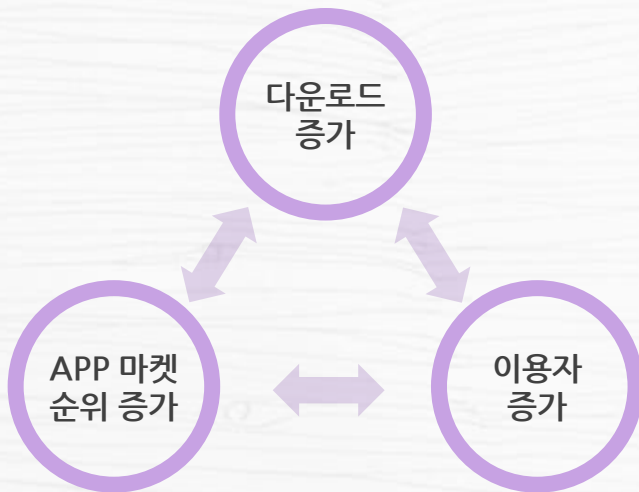
르 노 삼 성 S M S	 <p>중력 센서를 활용, 휴대폰을 기울여 CD 아이콘 이동 시 배너 소재 변경</p>	코 카 콜 라	 <p>배너 터치 시 3D 광고 노출 (제품 360° 돌려보기, 뚜껑 열어 혜택 보기 등)</p>
보 해 월	 <p>배너 터치 시 동영상이 자동 재생되며 한가인과 함께 제품을 음용하는 상황 연출, 이용자 선택에 따라 다른 동영상이 전개되어 이용자 몰입 및 흥미 유발</p>		

Insight 1. APP 홍보 캠페인을 위한 모바일 매체 소개

스마트폰의 대중화에 따라 브랜드APP 외에도 모바일 게임/금융/커머스 등 서비스용 모바일 APP 증가
성공적인 APP 다운로드 및 이용 활성화를 위한 캠페인 역시 급증하는 추세

캠페인 특징 및 전략

APP 다운로드 캠페인 특징



✓ 매체 활용 포인트 - 전략적으로! 이원화하여!

- 단기 집중적인 다운로드 수 확보를 통해 APP 마켓 내 순위 상승 유도
→ CPA 매체 활용
- Active User 확보를 위해 다양한 매체를 활용한 브랜딩 진행
→ 네트워크 광고 / APP 포털 / APP 마켓

✓ 스케줄링 포인트 - 단기! 집중적으로!

- APP 다운로드 캠페인의 경우 APP 마켓 순위에 따라 이용자 증가 추이가 크게 달라지므로 단기에 집중적인 캠페인 물량 소진이 필요
- 일정 다운로드 수 확보 이후에는 지속적인 브랜딩으로 순위 유지 및 바이럴 효과 유도 필요

Insight 1. APP 홍보 캠페인을 위한 모바일 매체 소개

CPA 매체 / 네트워크 매체 / APP 포털 / APP 마켓 등 APP 다운로드 캠페인에 최적화된 다양한 매체가 있으며, 이들 매체를 믹스하여 집행 시 더욱 효과적인 집행 가능

주요 매체 소개

유형	매체 소개	매체 특성	활용 방식	매체 종류	단가	비고
CPA 매체	이용자 액션에 대해 리워드를 제공하는 매체, 무료 충전소 네트워크 또는 광고 전용 APP 위주	APP 다운로드/접속 건 당 과금 형태	캠페인 초반 단기 순위 확보를 위해 활용	애드라떼, TnK 등	건당 400원 이상	-
네트워크 매체	여러 모바일 WEB/APP을 네트워크하여 브랜딩 광고를 노출하는 매체	다양한 모바일 유저 대상 브랜딩 광고 가능	Active User 확보를 위한 브랜딩 매체로 활용	Ad@m, 카올리, 애드몹, Tad 등	매체별 다름	-
APP 포털	APP 추천 정보 및 상세 정보 검색 기능을 제공하는 APP 포털	APP 소개와 광고가 함께 노출되어 자연스러운 브랜딩 및 다운로드 유도 가능	APP 다운로드 수 및 브랜딩 효과 동시 확보 가능	팟게이트	1주 300만원	iOS만 제공
				APP순이	1주 100~200만원	안드로이드만 제공
APP 마켓	APP을 유통하는 마켓으로, 스토어 내 배너를 노출하는 형태	APP 마켓 내 직접 광고 노출로 즉각적인 다운로드 유도 가능	APP 다운로드 수 및 브랜딩 효과 동시 확보 가능	T스토어, 올레마켓	1주 500만원 ~3,000만원	마켓별/상품별 단가 차등 적용

Insight 1. APP 홍보 캠페인을 위한 모바일 매체 소개

APP의 특성, 캠페인 기간 및 예산 등에 따라 다양한 매체를 활용해 모바일 APP 홍보 캠페인이 진행되고 있음

LG 유플러스 스마트 070



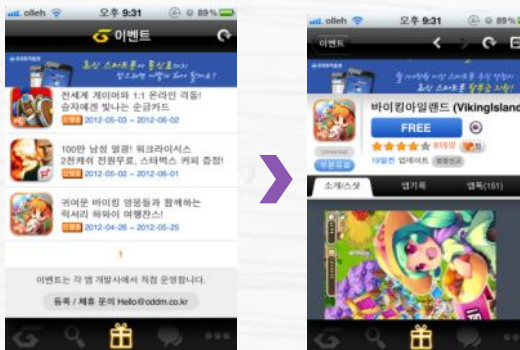
[네트워크 매체 배너 노출 후 APP 마켓으로 이동]



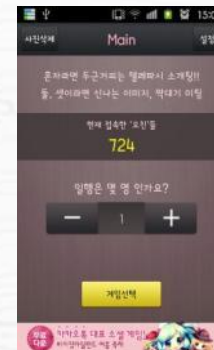
[모바일 CPA 매체를 통해 APP 마켓으로 이동]



위메이드엔터테인먼트 바이킹아일랜드



[APP 포털을 활용해 APP 마켓으로 이동]



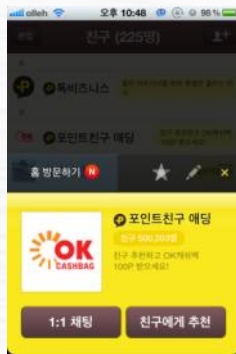
[네트워크 매체 배너 노출 후 APP 마켓으로 이동]



Media 1. 신규 매체 소개 - 포인트친구 애딩

OK캐쉬백 회원으로 인증한 카카오톡 이용자 대상 광고 메시지 발송 서비스 “포인트친구 애딩”
OK캐쉬백 통계 데이터 기반의 정교한 타겟팅과 높은 참여율이 장점

광고 노출 프로세스



[메시지 발송]



[광고 참여]



[OK캐쉬백 적립]

광고 상품 단가 및 특징

상품	포인트친구 애딩
기능	<포인트친구 애딩>의 플러스친구 유저에게 광고 메시지 발송, 광고 참여자에게 OK캐쉬백 적립
단가	기본형 기준 건당 200원 / 최소 집행 금액 1,000만원
비고	메시지 형태/ 발송 건수에 따라 단가 상이

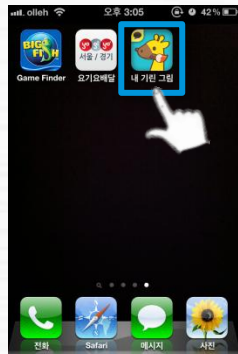
특징

- OK캐쉬백 통계 데이터 기반 정교한 타겟팅 가능 (인구통계학/소비패턴 등)
- 메시지 유형 및 건수에 따라 과금하므로 효율적인 캠페인 진행 가능
- 리워드 (OK캐쉬백 포인트) 제공으로 인한 높은 참여율

Media 2. 신규 상품 소개 - 카울리 Video AD

카울리 Video AD는 APP 실행 시 전면에 동영상 자동 재생되는 상품으로, 배너 광고의 랜딩으로도 활용 가능
 캠페인에 최적화된 디자인 구성이 가능하며 다양한 랜딩페이지로 연결 가능한 추가 링크 제공

광고 노출 프로세스



[APP 실행]



[전면 동영상 광고 노출]



[랜딩페이지 노출]

광고 상품 단가 및 특징

상품	카울리 Video AD
기능	APP 실행 시 스마트폰 전면에서 동영상 자동 재생 배너 광고의 랜딩 페이지로 활용
단가	전면 노출 기준 CPM 1,000원 (배너 광고 랜딩으로 활용 시 일반 배너 단가만 과금)
비고	광고 유형별 과금 방식 상이, 동영상 30초 이내만 가능

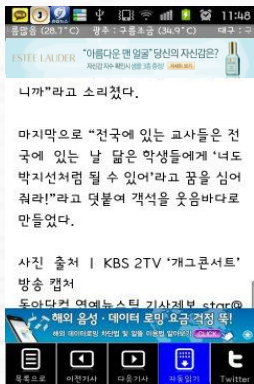
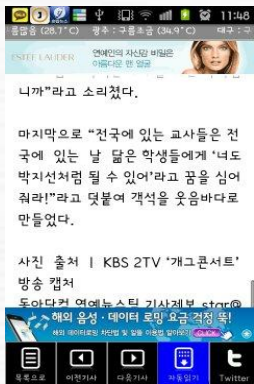
특징

- 동영상이 자동 재생되어 높은 주목도 제공
- 배너 광고의 랜딩 페이지로도 활용 가능
- 캠페인에 최적화된 배경/광고주로그/동영상이 함께 노출되어 광고주 마이크로사이트에 방문한 듯한 효과 제공
- SNS, 이벤트 웹 페이지, APP 다운로드 페이지 등 다양한 랜딩페이지로 연결 가능

Case 화장품 업종 사례 - 스마트폰

신제품 샘플 교환 쿠폰 제공 및 매장 방문 유도, 동영상 재생 캠페인이 많은 편이며, SNS 링크 제공에 적극적

에스티로더



에뛰드



* 2012년 7월 ~ 9월 나스미디어 자체 모니터링 결과

Case 화장품 업종 사례 - 스마트폰

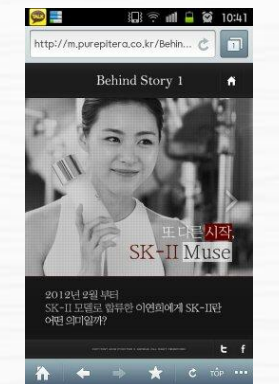
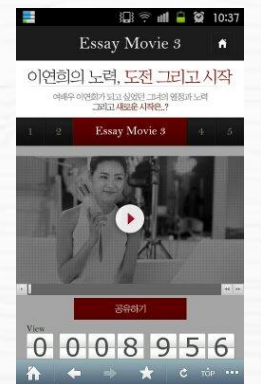
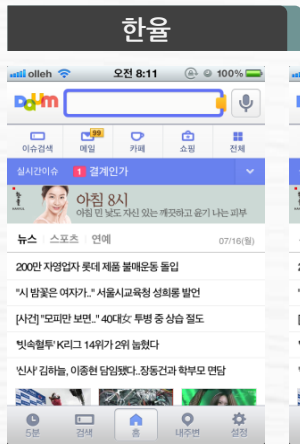
지속적인 브랜딩 효과 유도를 위해 카카오톡 플러스 친구 상품 집행 활발



* 2012년 7월 ~ 9월 나스미디어 자체 모니터링 결과

Case 화장품 업종 사례 - 스마트폰

브랜드/제품별 특성에 따라 시간 타겟팅 / 시리즈형 소재 운영 등 다양한 광고 기법 시도



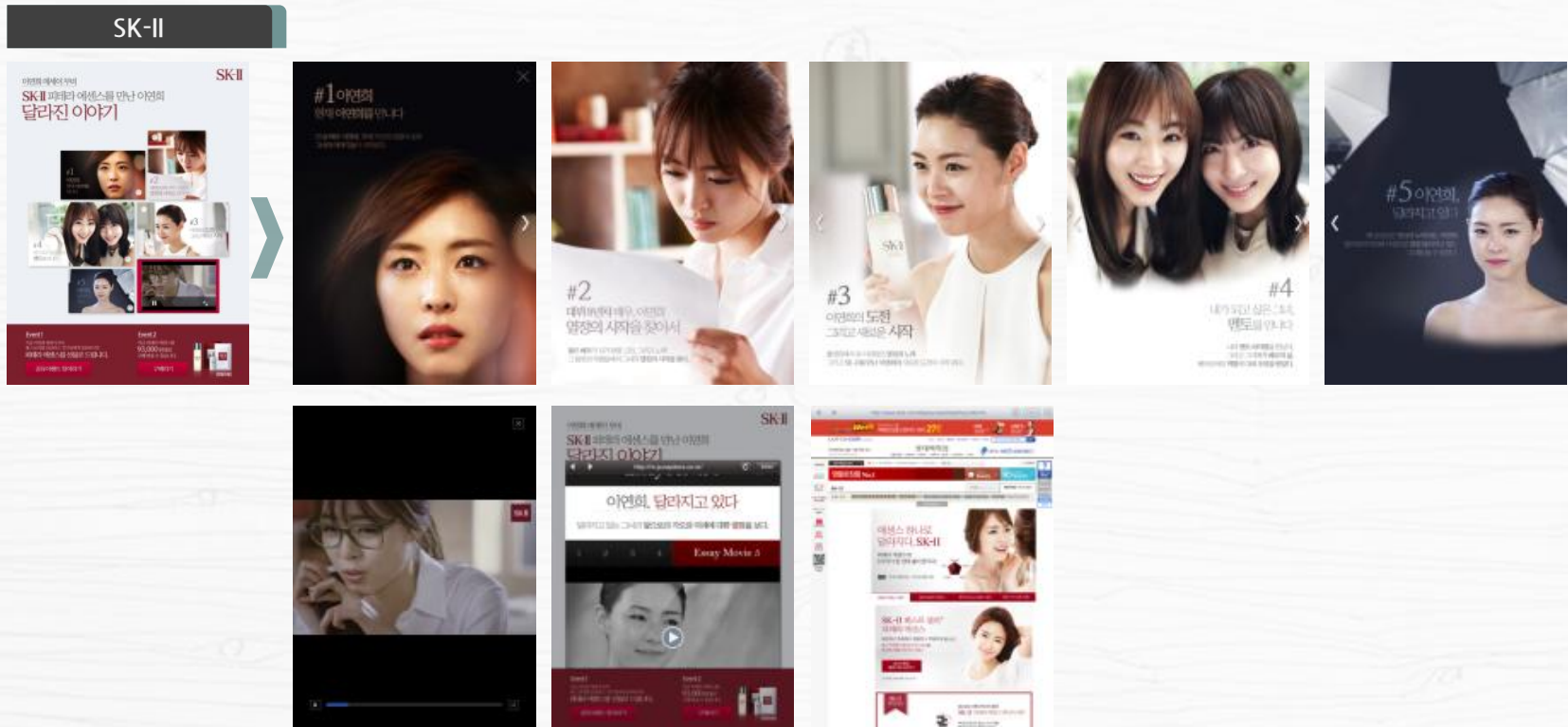
[2차 캠페인]

[3차 캠페인]

* 2012년 7월 ~ 9월 나스미디어 자체 모니터링 결과

Case 화장품 업종 사례 - 스마트패드

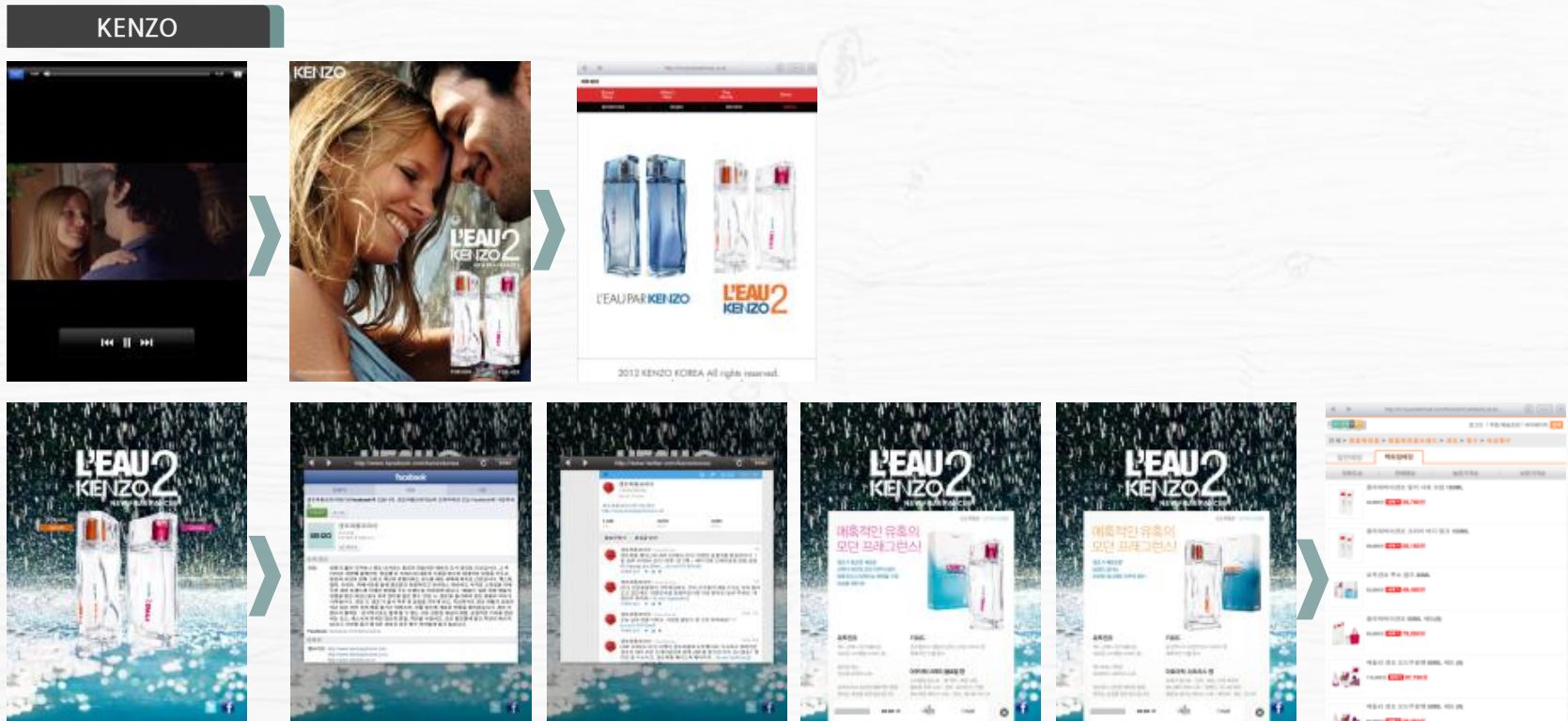
한 페이지 내에서 이미지 슬라이드/동영상 등 다양한 기능을 제공하는 '복합형' 상품 집행 사례가 많은 편이며, 브랜드별 타겟 특성에 명확히 부합하는 매거진을 선택적으로 집행



- | 코스모폴리탄 8월호
- | 전체 캠페인 스토리를 이미지 팝업/이미지 슬라이드 형태로 제공
- | 공유 이벤트 참여 유도를 위한 모바일 이벤트 페이지 링크와 구매 연결이 가능한 온라인샵 링크 제공

Case 화장품 업종 사례 - 스마트패드

타 업종 대비 동영상 소재 (TV CF, 제품 사용법 등) 및 링크 (SNS / 온라인샵 / 홈페이지) 활용이 두드러진 편



| 럭셔리 9월호
| 동영상 자동 재생으로 주목도 확보 및 SNS 유입으로 브랜드- 독자 관계 강화 유도
| 제품 터치 시 제품별 정보 제공 및 구매 연결이 가능한 온라인샵 링크 제공

Created by **nasmedia**

감사합니다

나스미디어 모바일 트렌드 리포트

2012.10

email: mobile@nasmedia.co.kr