

Session 3.

카카오네이티브광고 운영사례

교육마케팅셀 박은주 부장

목차

카카오네이티브광고

운영가이드

01 모바일 쇼핑 소비자

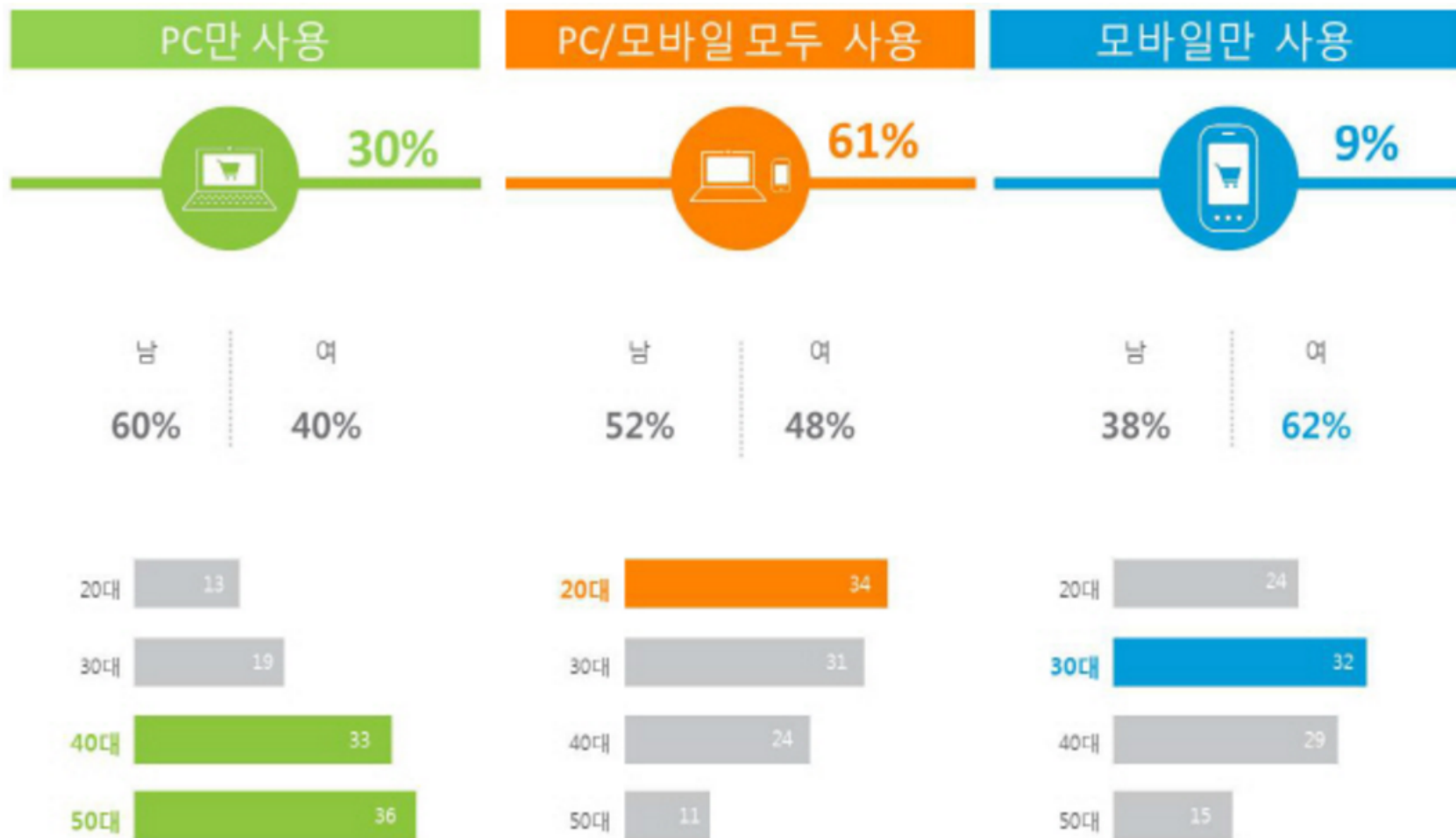
02 카카오네이티브광고 운영 사례

03 카카오네이티브광고 소재 운영 TIP

1. 1 소비 트렌드



1. 2 이커머스 소비자

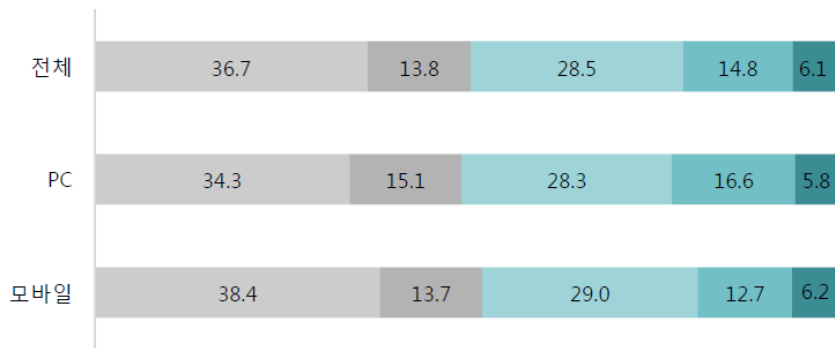


1. 3 모바일 쇼핑 구매 패턴

온라인 쇼핑 이용 시간

(단위: %)

■ 15분 미만 ■ 15분-30분 미만 ■ 30분-1시간 미만 ■ 1시간-1시간 30분 미만 ■ 1시간 30분 이상

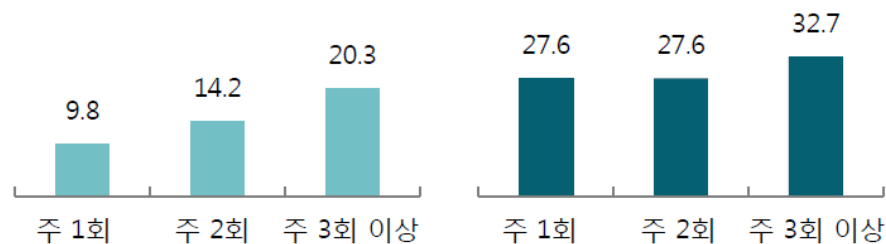


모바일 쇼핑 관여도별 구매 패턴

(단위: %)

광고/프로모션 접촉 후
제품 구매 계획

계획 없이 즉시 구매



02

카카오네이티브광고 운영 사례



2.1 광고 운영 사례 : 식품



- ✓ 광고주 : △△김치
- ✓ 광고주 요구사항
 - 고객 확대
 - 매출 증대
 - 예산은 효율적으로
 - 모바일 매출도 늘리고 싶음



컨텐츠 속에서 자연스럽게 노출

광고 소재를 콘텐츠로 인식

→ 소재와 연관도 높은, 가볍게 즐길 수 있는 스낵형 콘텐츠 기대

1. 타겟팅
2. 크리에이티브 (이미지, 텍스트)
3. 랜딩

2.1 광고 운영 사례 : 식품

업종 : 쇼핑

광고목적 : 웹사이트 유입

평균 CTR : 5.1%

일평균 최고 CTR : 6.2%

구분	캠페인명	클릭율
캠페인	000_여성	↑ 8.97%
그룹	취미_뷰티/패션/건강/식음료/가정/엔터	↑ 9.12%
	연령_30대 이상	↑ 9.03%
	취미_게임/스포츠/정치/교육/IT	↑ 8.05%
	연령_30대 미만	↓ 5.51%
캠페인	000_남성	↓ 4.43%
그룹	취미_뷰티/패션/건강/식음료/가정/엔터	↓ 4.64%
	연령_30대 이상	↓ 4.11%
	취미_게임/스포츠/정치/교육/IT	↓ 3.98%
	연령_30대 미만	→ 5.35%

● 일간 ● 월간 최근30일 : 2016.03.09 ~ 2016.04.07 ▼

Only Mobile

노출수	유입수	클릭율	평균 클릭 비용	총비용
294,269	15,061	5.1%	99	1,491,039

2.1 광고 운영 사례 : 식품

업종 : 쇼핑

평균 CTR : 5.1%

광고목적 : 웹사이트 유입

일평균 최고 CTR : 6.2%

캠페인명	광고그룹명	1-2 week	3-4 week	differ
여성		8.97%	8.00%	-10.80%
	연령_30대 이상	9.12%	8.26%	-9.33%
	취미_뷰티/패션/건강/식음료/가정/엔터	9.03%	6.19%	-31.78%
	취미_게임/스포츠/정치/교육/IT	8.05%	8.00%	-0.62%
	연령_30대 미만	5.51%	4.82%	-12.52%
남성		4.43%	3.57%	-23.30%
	연령_30대 이상	4.64%	3.61%	-22.20%
	취미_뷰티/패션/건강/식음료/가정/엔터	4.11%	3.51%	-14.60%
	연령_30대 미만	3.98%	2.28%	-42.71%
	취미_게임/스포츠/정치/교육/IT	5.35%	3.15%	-41.12%
		6.04%	4.83%	-20%

소재 교체

2.2 광고 운영 사례 : 화장품

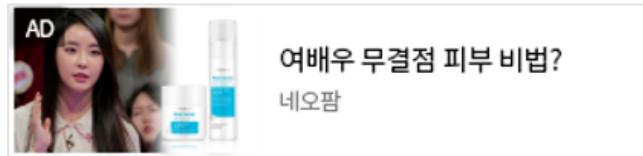
NEOPHARM
SHOP

광고목적 : 웹사이트 유입
행동유도버튼 : 알아보기

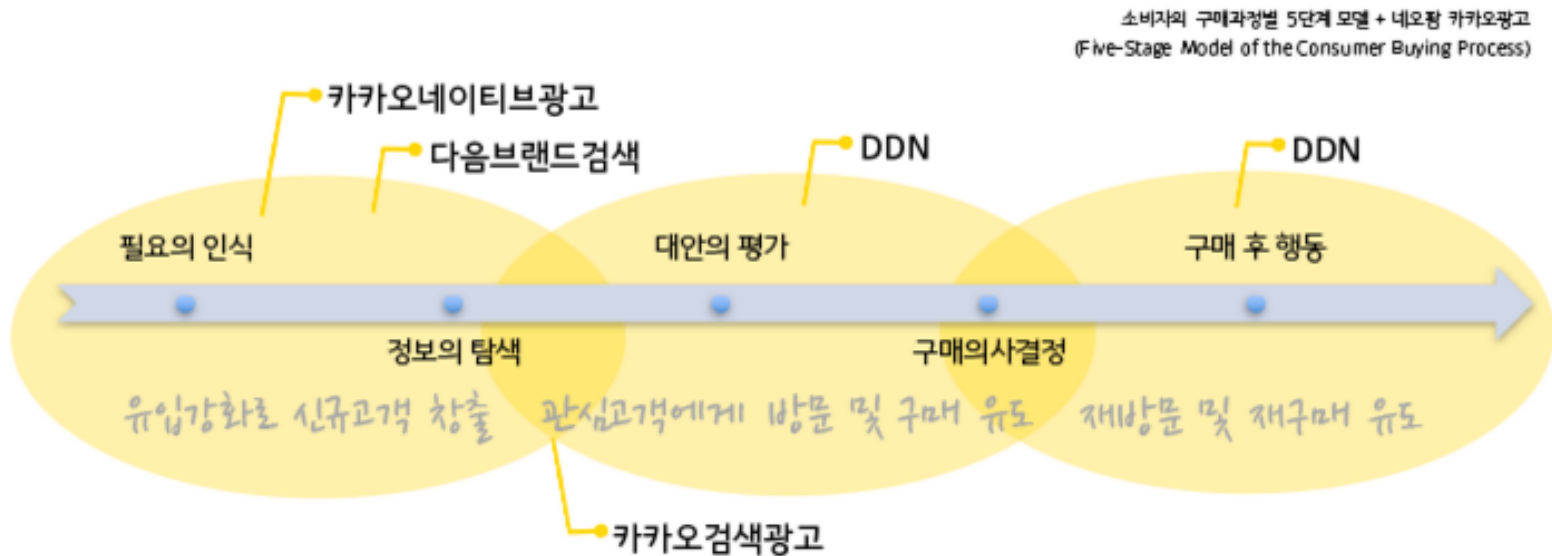
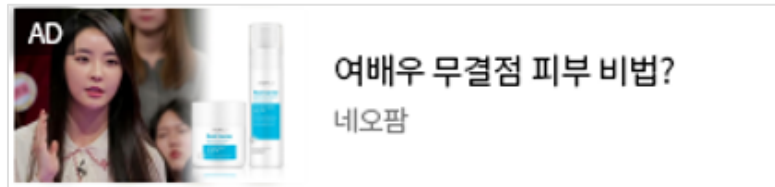
평균 CTR : 4.22%
일평균 최고 CTR : 5.41%

타겟팅 설정 :

- 성별 - 여성
- 연령 - 20~40세
- 취미- 뷰티, 엔터테
인먼트, 패션/쇼핑,
식음료, 건강/병원,
가정/육아



2.2 광고 운영 사례 : 화장품



2.3 광고 운영 사례 : 소매쇼핑

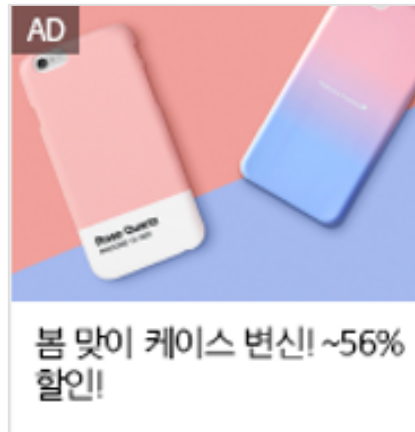


광고목적 : 웹사이트 유입
행동유도버튼 : 구매하기

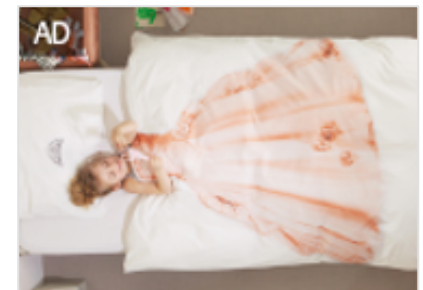
평균 CTR : 5.31%
일평균 최고 CTR : 5.9%

타겟팅 설정 :

- 성별 - 여성
- 연령 - 15~40세



레콜뜨 샌드위치 메이커
텐바이텐 10x10



꿈꾸는 아이의 침실
~50%SALE



03

카카오네이티브광고 소재운영 Tip

3.1 소재 운영 사례

이미지 주요 가이드

- 로고외 텍스트 X
- 중심 상품 및 피사체는 정중앙에 배치.
- 이미지는 리사이징 또는 Crop되는 형태를 소재 노출 예시를 통해 확인.

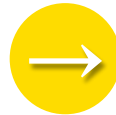
홍보문구 주요 가이드

- 객관적인 사실로, 랜딩에서 확인되어야 함.
- 제 3자 권리를 침해하지 않고, 타사 상품/서비스를 특정하여 비교할 수 없음.
- 의미 전달에 필요한 경우, 반복이 아닌 형태의 문장부호, 숫자, 허용된 특수 문자 사용 가능.

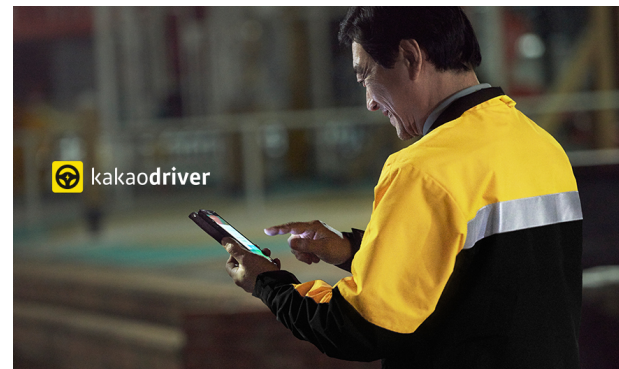
A. 콘텐츠성이 적용된 소재

(실 소재 또는 유사하게 제작된 사례입니다.)

기존 배너 소재 스타일



콘텐츠성 소재 스타일



A. 콘텐츠성이 적용된 소재

(실 소재 또는 유사하게 제작된 사례입니다.)



럭셔리 웨딩 TOP 10 모
아보기!

OOO



인터넷 호객~방지
꿀팁

OOO

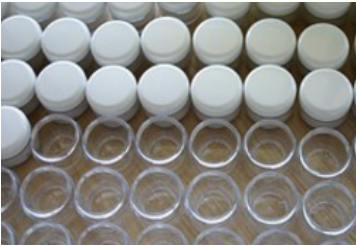


옷장 정리의 신세계!
아이디어밴드롤롤

OOO

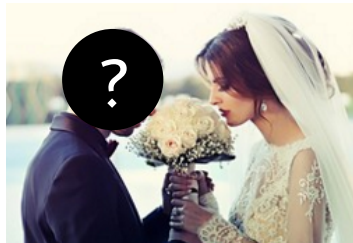
A. 콘텐츠성이 적용된 소재

(실 소재 또는 유사하게 제작된 사례입니다.)



피부과 의사도 놀란 주름,
기미 잡는

OOO



나의 미래배우자가
궁금하다면?

OOO



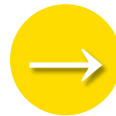
다 내 입술만 쳐다봄

OOO

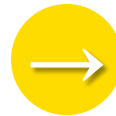
B. 시의성이 적용된 소재

(실 소재 또는 유사하게 제작된 사례입니다.)

기존 배너 소재 스타일



시의성 소재 스타일



B. 시의성이 적용된 소재

(실 소재 또는 유사하게 제작된 사례입니다.)



설레는 봄, 이번 주말 어디갈까?

OOO



봄에는 팔찌지 말입니다!

OOO



벽에 대고 쓱~ 밀어주면 인테리어 끝

OOO

C. 상품이 강조된 소재

(실 소재 또는 유사하게 제작된 사례입니다.)



코OO코 가서 꼭 사야하
는 제품

OOO



지금 가장 핫해! 즐거운
친구, 무지 쿠션

OOO



[땡처리] OOOO키즈
1만원대부터!

OOO

+ 체크해보기

(실 소재 또는 유사하게 제작된 사례입니다.)

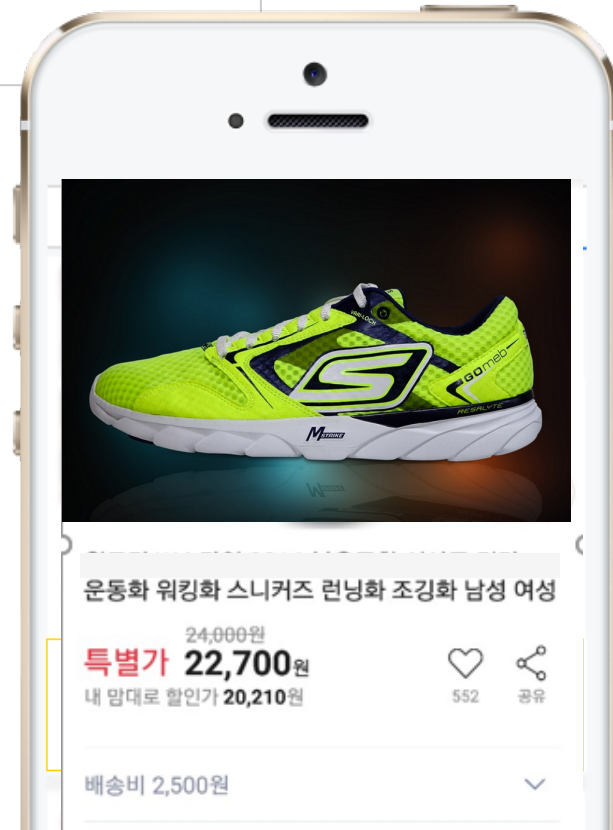


3.2 랜딩 운영 사례

(실 소재 또는 유사하게 제작된 사례입니다.)

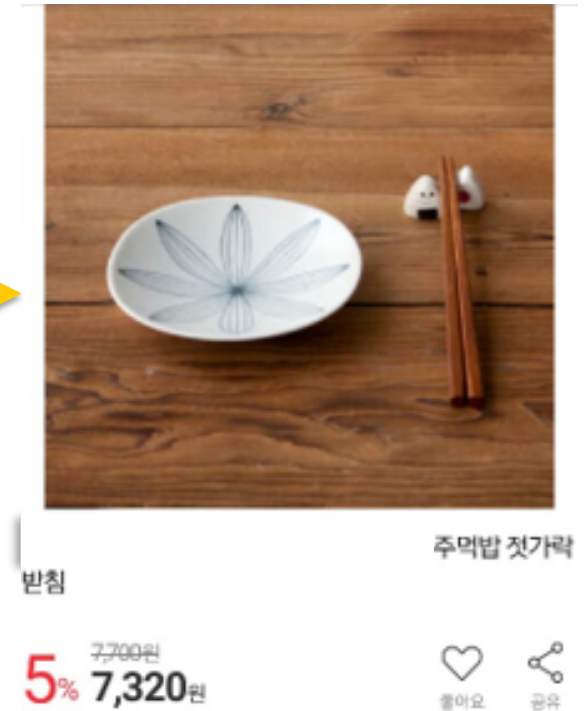


내발에도 봄이 왔네, 최대 20%할인
카카오쇼핑

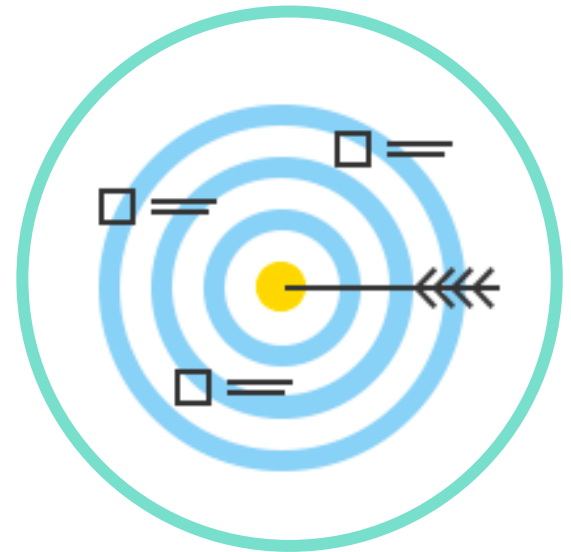


3.2 랜딩 운영 사례

(실 소재 또는 유사하게 제작된 사례입니다.)



네이티브광고 운영 요약



☆ 광고플러스 즐겨찾기 : adplus.biz.daum.net

- Kakao 광고 상품 및 광고플랫폼에 대한 상세한 자료와 성공사례를 확인할 수 있습니다.

클릭스 다이렉트

광고주

아이디

비밀번호

로그인

☐ 아이디저장 | [광고주 신규가입](#) | [아이디 · 비밀번호찾기](#)

[> 광고상품안내](#) [> 광고플러스](#) [> \(구\)카카오광고관리](#) [> 가이드북](#)

kakao 광고

광고상품안내 | 광고가이드 | **광고플러스** | 고객센터

홈 | 광고자료 | **성공스토리** | 교육안내 | 운영단계별안내 | 상품별안내

성공스토리

성공적인 비즈니스를 경험하세요.



NEW 소비자의 감성을 사로잡는 텐바이텐

광고의 목적을 이루기 위한 방법은 상품이나 상황에 따라 다양한 최적화가 필요합니다. 카카오톡네이티브광고는 모바일에 최적화된 상품에 맞게 모바일 사이트로.

2016.04.08

NEW 네이티브광고로 만나본 (주) 네오팜

3월 23일, 카카오톡광고의 새로운 상품 '카카오톡네이티브광고'가 오픈되었습니다. 카카오톡과 다용업의 프리미엄 지면에서 활동하는 유저에게 자연스런 노출을 통해 ...

2016.03.29

adplus.biz.daum.net/

kakao 광고플러스

DIY

즐거움 리폼의 시작
문고리달걀
문고리달걀 성공스토리바로가기

LEARNING

유형별 교육자료

시작하기
광고 시작을 도와주는
상품안내 및 시작안내



아이디어 찾기

Thank You