

## Ⅲ. 신상품 및 신규 매체 리포트

- 1. 온라인      - 신상품 : 네이버\_해피빈 Café-리그  
네이트\_소셜애드, 추석 특판, 소호몰 신규 패키지  
네오위즈 인터넷\_박스 나는 가수다 스폰서 패키지  
매경닷컴\_BIZ Twitter
- 2. 모바일      - 신상품 : 애드몹(Admob) 반일 독점 상품\_ "빅뱅"  
카울리(Cauly) 시간 점유 상품\_ "타임애드"
- 3. 디지털 OOH - 신상품 : LG U+\_미디어라이프

2011-08

# 신상품\_온라인

네이버\_해피빈 Café - 리그

특정 카테고리 및 등급별 네이버 카페 저금 경쟁 후원을 통해,  
기업CSR 홍보 및 브랜드 마케팅이 가능한 상품

<Step 1. 콩 배너 노출>



<Step 2. 콩 지급 레이어 팝업>



<Step 3. 개별 카페 콩 저금>

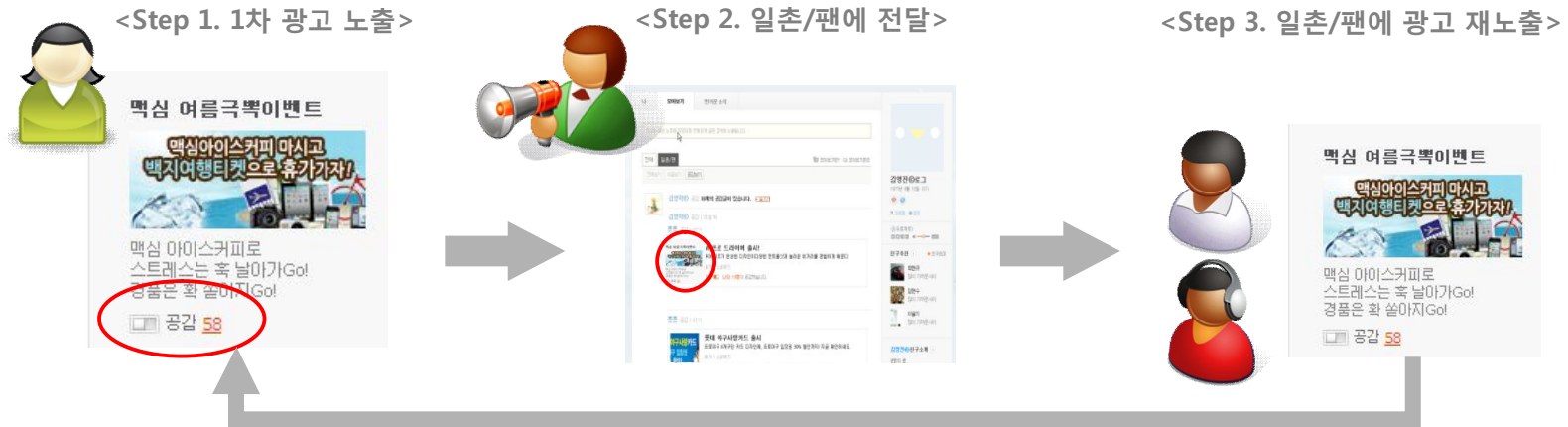


| 구분   | 내용                           |
|------|------------------------------|
| 상품명  | 해피빈 Café-리그 상품               |
| 단가   | 구좌당 1,500만 원 (상금 콩 500만원 별도) |
| 판매방식 | 1주3구좌 롤링 (최소 2주 2구좌 구매 필수)   |
| 비고   | 상품 집행 금액의 70~80% 콩 배포        |

# 신상품\_온라인

## 네이트\_소셜애드

'타겟팅+ 일촌확산'이 가능한 신개념 소셜광고  
 1차 광고 노출 고객의 공감을 통해 비슷한 성향을 가진 일촌/팬에게 자동 공유되어 광고 재확산



| 구분   | 내용  |
|------|---|
| 상품명  | 소셜애드  |
| 단가   | CPM 1,500원 / CPC 500원                                   |
| 노출영역 | 미니홈피, 마이싸이월드, @로그 등 SNS 주요 영역과 뉴스, 메일/쪽지, 판 등 네이트 인기 영역 |
| 비고   | 관심사 정보를 활용한 고도화된 타겟팅: Demo 정보 및 136개 관심사로 세분화           |

# 신상품\_온라인

## 네이트\_2011 추석 특판 패키지

| 지면  | 특판 적용 기간                               | 세부내용   |
|---|--|--|
| 브랜딩샷  | 9/10~9/13                              | - 3,000만원 패키지로 할인 (브랜딩샷+1,000만원 서비스)   |
| 메인배너  | - 일반 : 9/12~9/18<br>- 시간독점 : 9/10~9/13 | - 일반 : 구좌당 노출 50% 추가 (435만→655만)<br>* 선착순 40구좌 한정(이후 부킹건은 435만 노출 진행)<br>- 시간독점 : 독점 시간 연장 (1시간→2시간)<br>* 특판 기간 내 일일 1구좌로 축소 운영, 2시간 연속 진행 가능, 연장된 시간의 타 일정 진행은 불가 |
| 네이트온 구좌제 상품<br>: 토스트바,대화창텍스트,<br>쪽지창배너,쪽지창텍스트 | 9/12~9/18                              | - 1구좌 진행시 1구좌 추가 서비스<br>예) 토스트바 1구좌 구매시 해당주 2구좌 노출<br>쪽지창 배너 1구좌 구매시 해당주 2구좌 노출  |

| 구분   | 내용   |
|------|--|
| 상품명  | 2011 추석 특판 패키지                                   |
| 단가   | 지면 별 상이  |
| 특판지면 | 브랜딩샷, 메인배너(일반/시간고정), 토스트바, 대화창텍스트, 쪽지창배너, 쪽지창텍스트 |
| 비고   | 브랜딩샷 특판을 제외한 타 지면 특판은 기존의 금액별 / 업종별 서비스와 함께 적용   |

# 신상품\_온라인

## 네이트\_소호몰 신규 패키지

< 최초 계약시 6개월 약정할 경우 >

| 상품구분       | 게재면      | 보장노출       | 정상단가       | 예상클릭   | 예상CPM | 예상CPC | 월 제안단가   |
|------------|----------|------------|------------|--------|-------|-------|----------|
| 메인배너       | 네이트/네이트온 | 48,957,143 | 81,000,000 | 71,057 | 613   | 422   | 3,000만 원 |
| 미니홈피 플로팅AD | 네이트/네이트온 | 59,964,286 | 81,000,000 | 96,964 | 500   | 309   | 3,000만 원 |
| 토스트바       | 네이트/네이트온 | 43,852,381 | 81,000,000 | 79,836 | 684   | 376   | 3,000만 원 |
| 쪽지창배너      | 네이트/네이트온 | 70,019,048 | 81,000,000 | 91,686 | 428   | 327   | 3,000만 원 |

< 최초 계약시 3개월 약정할 경우 >

| 상품구분       | 게재면      | 보장노출       | 정상단가       | 예상클릭   | 예상CPM | 예상CPC | 월 제안단가   |
|------------|----------|------------|------------|--------|-------|-------|----------|
| 메인배너       | 네이트/네이트온 | 48,957,143 | 75,000,000 | 71,057 | 613   | 422   | 3,000만 원 |
| 미니홈피 플로팅AD | 네이트/네이트온 | 56,978,571 | 75,000,000 | 81,279 | 527   | 369   | 3,000만 원 |
| 토스트바       | 네이트/네이트온 | 42,835,714 | 75,000,000 | 76,136 | 700   | 394   | 3,000만 원 |
| 쪽지창배너      | 네이트/네이트온 | 60,852,381 | 75,000,000 | 72,686 | 493   | 413   | 3,000만 원 |

\* 3개월 진행 후 연장의사 표시한 업체는 연장한 3개월에 한해서만 추가 서비스를 적용

| 구분   | 내용   |
|------|--|
| 상품명  | 소호몰 신규 패키지   |
| 단가   | 월 3,000만 원   |
| 계약기간 | 최소 3개월 최장 6개월까지 연장 가능                                    |
| 비고   | 최초 계약시 6개월 약정할 경우 추가서비스를 제공 (단, 이 경우 3개월 연장의사 표시 선택권 없음) |

# 신상품\_온라인

## 네오위즈 인터넷\_박스 나는 가수다 스폰서 패키지

박스 나가수 스페셜 페이지 + 나가수 모바일 APP 모두 노출  
하나의 패키지로 온라인, 모바일을 모두 Cover 가능

[박스 나가수 스페셜 페이지]

[http://www.bugs.co.kr/imsinger?wl\\_ref=event\\_layer](http://www.bugs.co.kr/imsinger?wl_ref=event_layer)



[나가수 App 메인 페이지]

|           | Section        | Product            | 판매단위   | 판매금액    |
|-----------|----------------|--------------------|--------|---------|
| 나가수 웹 페이지 | 나가수 Main, 다시보기 | 나가수 웹 동영상프리롤       | 1/3 롤링 | 월 2천만 원 |
|           | 박스 웹플레이어       | 박스 웹 플레이어 스폰서      | 1/6 롤링 |         |
| 나가수 APP   | Main           | 나가수 App Main 스폰서   | 1/3 롤링 |         |
|           | 무편집 동영상 List   | 나가수 App Sub 스폰서    | 1/3 롤링 |         |
|           | 동영상보기          | 나가수 App 동영상 브랜딩프리롤 | 1/3 롤링 |         |
|           | 아티스트 페이지       | 나가수 가사보기 브랜딩스킨     | 1/3 롤링 |         |

| 구분   | 내용                                  |
|------|-------------------------------------|
| 상품명  | 박스 나는 가수다 스폰서 패키지                   |
| 단가   | 2,000만 원 / 1개월 / 최대 3개 광고주          |
| 판매기간 | 2011년 8월 1일 ~ 12월 31일               |
| 비고   | 8월에 진행하시는 광고주는 할인된 단가로 1천만 원에 진행 가능 |

# 신상품\_온라인

## 매경닷컴\_BIZ Twitter

매경닷컴 인기 뉴스 리스트, 기사 소셜 댓글에 기업의 트위터, 페이스북 자동 등록  
1일 200만 이상 노출되는 매경닷컴 기사 전체에 노출, 실시간 등록으로 매경닷컴 유저와 소통의 도구로 활용

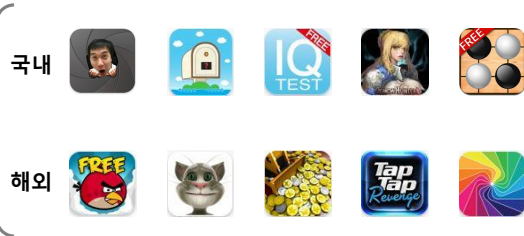


| 구분   | 내용   |
|------|--|
| 상품명  | 소셜서비스 BIZ Twitter                                |
| 단가   | 300만 원 /주, 1,000만원 /월                            |
| 판매방식 | 최대 3개 광고주 롤링                                     |
| 비고   | - 75만 노출/1일, 광고주 당<br>- 자동 노출 : 트위터 아이디, 페이스북 계정 |

# 신상품\_모바일

## Admob "빅뱅" 3분기 특판 패키지

Admob  
주요 노출 매체



• App. 상단 또는 하단에 이미지 형태로 배너 노출



▲ 일일 9시간 인벤토리 90% 점유

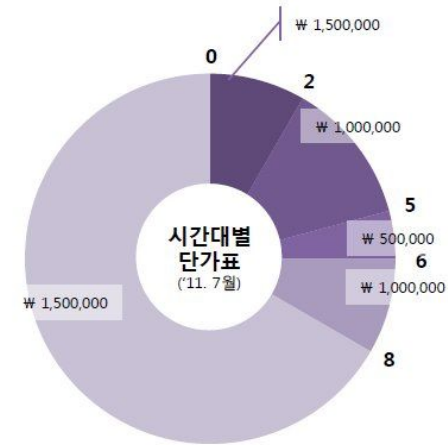
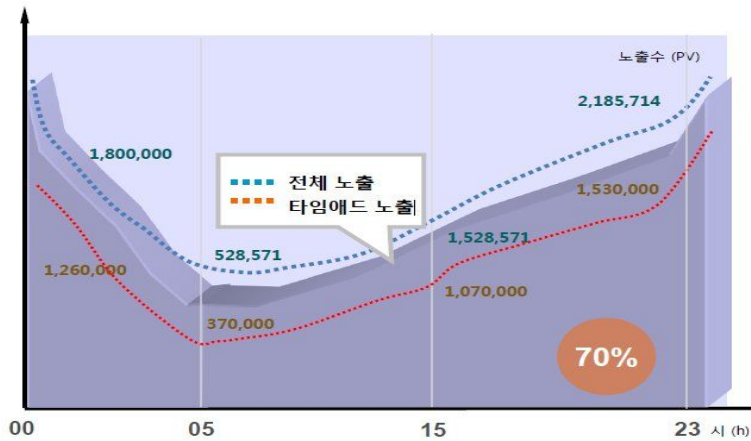
\*참고 : Admob 상품소개서 및 기 집행 사례

| 구분         | 내용   |
|------------|--|
| 상품명        | 애드몹(Admob)_빅뱅 (3분기 특판 패키지)   |
| 단가         | 반일 (15시 ~ 24시) 3,000만원 / 2회 진행시 5,000만원  |
| 특징 및 판매 방식 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일일 9시간 동안 Admob 전 네트워크 매체에 90%이상 인벤토리를 점유하여노출</li> <li>- 일 판매 구좌수 : 최대 1구좌(9시간)</li> <li>- 노출 및 클릭 비 보장 상품</li> </ul> |
| 집행 가이드     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스텐다드형 랜딩페이지로 노출(Web/Video/Call/AppStore/SNS/Calendar)</li> <li>- 집행전 상품 구매 가능일 확인(필수)</li> </ul>                      |



# 신상품\_모바일

## Cauly "타임애드" 상품

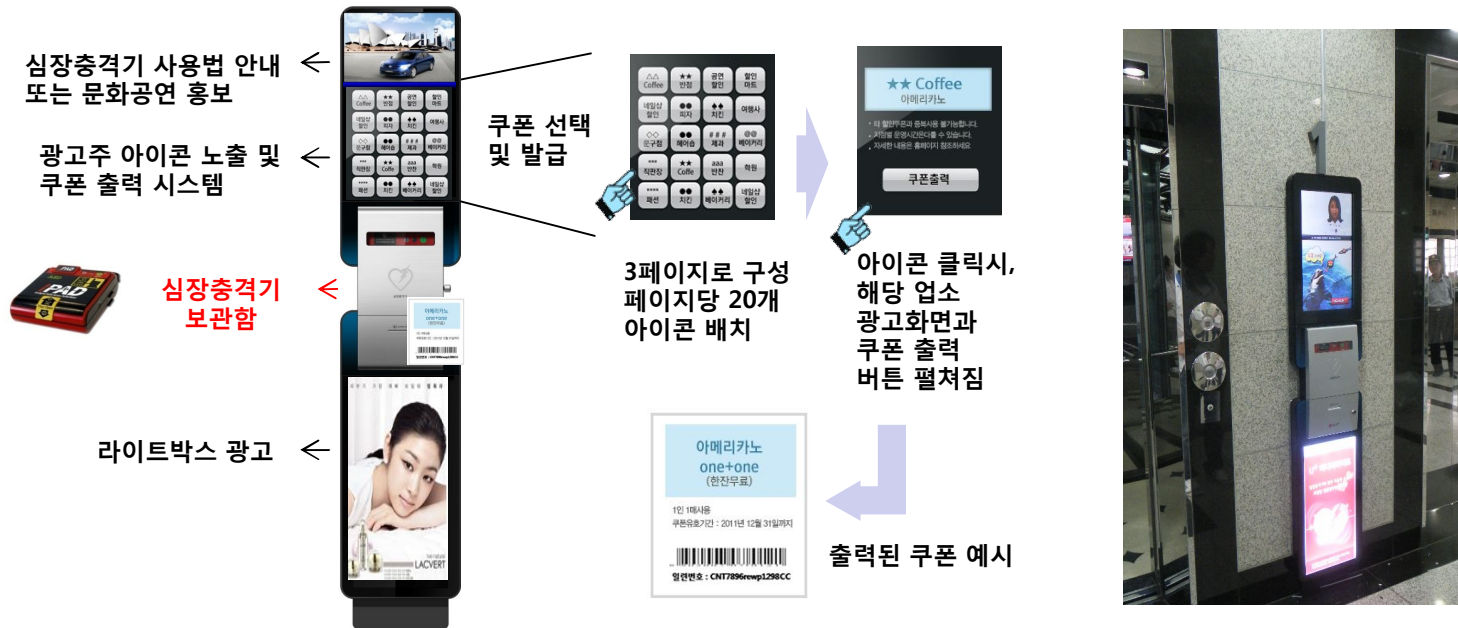


\*참고 : 카울리 상품소개서

| 구분     | 내용  |
|--------|---|
| 상품명    | Cauly(카울리)_타임애드 상품  |
| 단가     | 시 구간 별 단가 상이함(최소 50만원 ~ 최대 200만원)   |
| 특징     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 원하는 시간대에 카울리 전체 노출량의 약 70% 가량 인벤토리 점유</li> <li>- 1day -1time -1campaign 집행가능</li> <li>- APP 광고는 OS 구분 하여 집행하고, 선착순 예약 판매 방식</li> </ul> |
| 집행 가이드 | - 타임 마케팅 및 집중도 높은 광고 집행을 원하는 광고주에게 적합   |

# 신상품\_디지털 OOH

## LG U+ \_ 미디어라이프



- ❖ LG유플러스는 최근 23인치 터치형 LED 모니터와 할인 쿠폰 발급기가 구비된 자동심장제세동기 디지털 보관함 'U+ 미디어라이프'를 출시
- ❖ 기기 상단부 모니터에서는 자동심장제세동기 사용 동영상 및 아파트 주변 상점 정보 및 터치형 쿠폰 발급기를 통해 고객 편의를 제공하고, 하단부에는 라이트박스를 삽입해 광고 매체로서의 효과 기대
- ❖ 2011년 8월말까지 서울권역 1,000대 설치 예정 / 연내 5,000대 설치 예정(700단지, 56만 세대)

출처 - 매체 자료 및 기사 참조



[media@dmcmedia.co.kr](mailto:media@dmcmedia.co.kr)