

FAST CAMPUS 검색엔진 마케팅(SEM) 45_네이버 브랜드 검색이란

/

제이브릿지 마케팅 컴퍼니 / 안현철

Search Engine Marketing

이번 시간에는 일반적인 검색광고 유형이 아닌 조금더 다르고, 특별한 검색 유형의 광고에 대해서 배워볼 것입니다.

가장 대표적인 예시로, 브랜드 검색광고를 소개해드리고자 합니다.

NAVER

하나투어



브랜드 검색 '하나투어' 관련 광고입니다.



자세히 보기

하나투어 홈페이지

최대 50% 할인! 여태 본적 없는 가격!
하나투어닷컴 온라인 특가물 오픈

단체맞춤여행 이젠 패키지여행도 우리팀 맞춤으로 만들어가자!
여름휴가여행 BEST 특가상품으로 고민 없이 떠나자!



패키지



대만30만원대



타임세일

브랜드 검색의 정의

- 브랜드의 검색결과를 보완하고 풍부하게 하는 네이티브 브랜드 콘텐츠
- 최신 콘텐츠의 정제된 카테고리 별 배치를 통한 고객과의 소통 극대화
- 그 자체의 브랜딩 효과 뿐 아니라 다른 광고의 브랜딩 효과를 증폭



브랜드 검색의 조건 및 제한

Topic	Description
키워드 최대 사용 가능 개수	- 최소 1개에서 최대 30개까지 구매 가능 - 또한, 최소 1개의 키워드에 대해 검수가 통과 시, 광고 집행 가능
사용 가능 키워드	- 브랜드명 키워드 / 브랜드명 관련 키워드 / 브랜드명 오타 키워드 - 일반 명사 불가(파주병원, 쇼핑몰 '버스')
단가 산정 기간	- 최근 30일 기간 키워드별 조회수 종합 기준 - 선택한 키워드 기준으로, 각 키워드별 직전 30일 조회수 합산하여 기준 조회수 구간이 결정 - 구매 후 예상한 조회수보다 조회수 초과시에도 추가 과금 진행 없음
광고 노출 기간	- 브랜드검색은 최소 7일에서 최장 90일 단위 노출 계약 가능 - 90일 이상 장기간 노출을 원하는 경우, 90일 간격으로 추가 계약 진행 필요

감사합니다