

FAST CAMPUS 모바일 마케팅 BOOT CAMP 온라인

/

Wisebirds / 이희원

Mobile Marketing

*이 강의는 모바일 마케팅 기초 강의입니다.

기초와 개념 +

체계확립+

실무준비+

모바일 미디어 개요

Contents)

Social Media

Video

Ad Networks

Rewards

Messaging

Creatives)

Banners

Video

Natives

| 소셜미디어 (페이스북, 인스타그램 등등)



- 소셜 피드안에 내용과 같은 형식으로 삽입되는 *네이티브 애드
- 로그인 기반으로 유저 개인의 관심사를 비교적 정확히 알 수 있기 때문에 *고가치 유저(High Value user) 타겟팅 가능
- 페이스북, 인스타그램은 국내 매체볼륨이 형성돼 있고 광고 시스템도 정확한 편으로 필수 모바일 매체로 꼽히고 있음

| 비디오 (유튜브, 아프리카TV 등)



- 비디오 플랫폼 내 동영상 형태 혹은 디스플레이 광고 형태로 삽입
- 유튜브같은 경우는 보통 프리롤/미드롤 형태로 영상 내에 삽입
- 모바일 동영상 시청자의 폭발적인 증가로 필수적인 모바일 매체이며 특히, 영상 조회수를 높여야 하는 브랜딩 캠페인 진행시 선호됨
- 광고 성과 측정에 있어서도 정확하며, 조회당 과금하는 방식이 선호도 높음

| 애드네트워크 (GDN 등)

- 개별 모바일 웹, 모바일 앱 매체의 인벤토리를 모아 대표 매체를 만듦.
- 모바일에서 많이 사용하는 앱, 웹에 광고하고 싶을 때 사용
- 애드네트워크를 통해 여러 앱웹에 광고 할 수 있기 때문에 간편하게 캠페인을 스케일업할 수 있으며 중복 노출을 피할 수 있음
- 애드네트워크별 타겟팅에 따라 광고 반응률을 높임과 동시에 비용 합리적인 광고 진행 가능

| 리워드 (탭조이, 카카오페이지 등)

- 모바일 게임 내에 삽입해 광고영상을 보고 나면 게임머니를 지급하는 등 반대급부가 있는 광고 모델임
- 모바일 게임 혹은 콘텐츠형 비즈니스에 잘 맞는 형태. 광고를 보고 게임을 더 진행하거나 웹툰이나 웹소설같은 콘텐츠를 볼 수 있음
- 게임이나 콘텐츠 광고주에 맞는 광고 매체
- 비용합리적인 캠페인 결과를 원할 시에 사용함

| 메시지 (카카오톡 플러스친구, 페이스북메시지 등)

- 메시지를 푸쉬하는 형태의 모바일 광고 상품
- 카카오톡 플러스친구는 구독한 페이지에서 정기 발송하는 메시지 단위로 광고를 판매했음.
- 모바일 디바이스라는 특성에 가장 맞는 광고 상품이기도 하지만 아직까지는 일방적인 PUSH에 그쳤으며, 지속적으로 Bot 개발 등이 이어지며 Interactive한 형태로 진화할 예정

감사합니다 ^^

더 궁금한 점은 댓글을 통해 질문주세요!