

**NAVER**

**파워컨텐츠**

**좋은 콘텐츠로 소비자의 마음을 얻다**

---

---

# 1. 파워컨텐츠 상품 소개

1-1 파워컨텐츠란?

1-2 소비자 조사로 살펴본 파워컨텐츠

① 브랜드 호의도

② 콘텐츠 소비 후 반응

1-3 파워컨텐츠 집행 광고주 수

# 1-1 파워컨텐츠란?

양질의 정보를 제공하여 검색 이용자와 신뢰 관계를 구축하고 이를 통해 광고 효과를 극대화하는

## 네이버만의 검색 콘텐츠 마케팅 상품

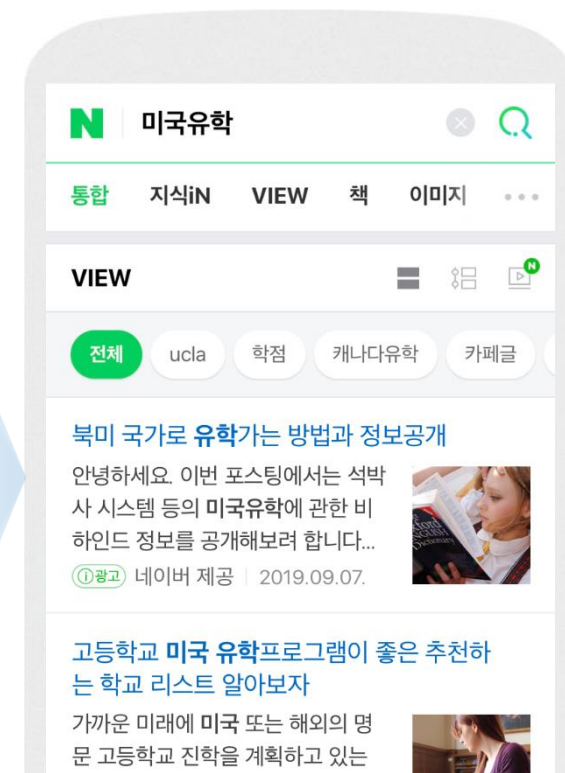
고민이 많이 되는 순간...

N 카시트추천

N 개명신청

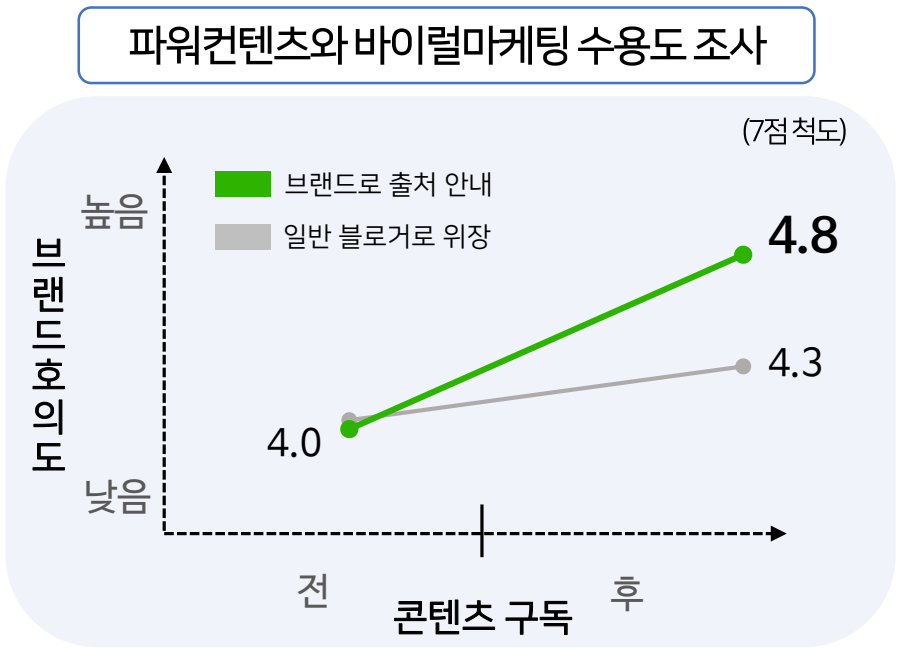
N 국제이사

N 공기청정기



# 1-2 소비자 조사로 살펴본 파워컨텐츠 ①

정보 제공의 주체를 분명히 밝힘으로 광고에 대한 신뢰도를 높이고  
이는 **브랜드에 대한 호의도를 높여주는 것으로 확인**되었습니다.



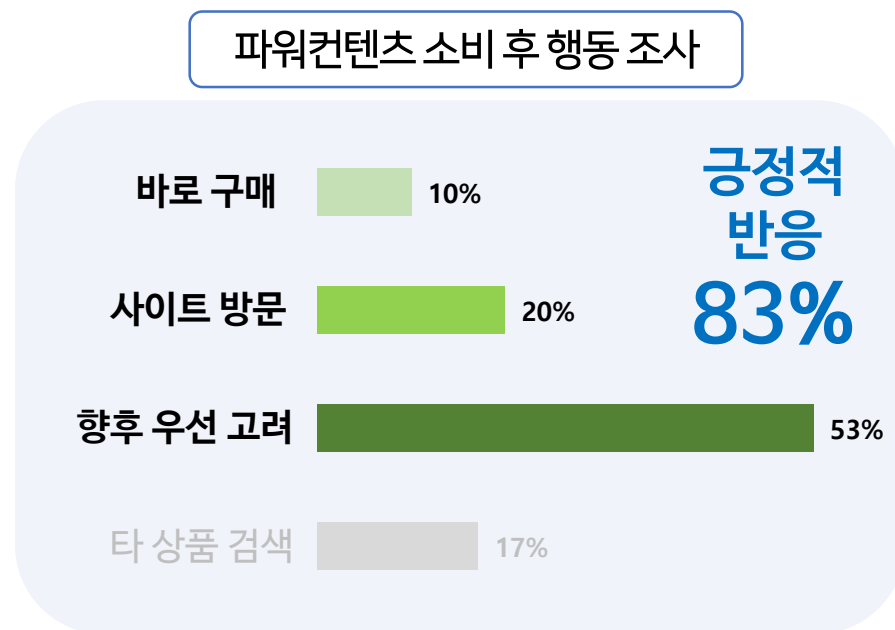
※ 출처 : 파워컨텐츠 소비자 조사  
(고려대 심리학과, 숙명여대 홍보광고학과, 계명대 광고홍보학과 공동 조사)  
- 2015. 04, 2016. 04 -

## 1-2 소비자 조사로 살펴본 파워컨텐츠 ②

콘텐츠 소비 후의 행동에 대해서도 '바로 구매', '사이트 방문' 등  
긍정적인 반응을 보였습니다.

“그간의 바이럴 마케팅에 지친 소비자들은 파워컨텐츠와 같이 광고주가 직접 소개해주는 콘텐츠에 대해 더 긍정적으로 인식해 호감을 갖게 되어 광고 반응도 높게 나타낸다는 것이 분명히 확인 되었습니다.”

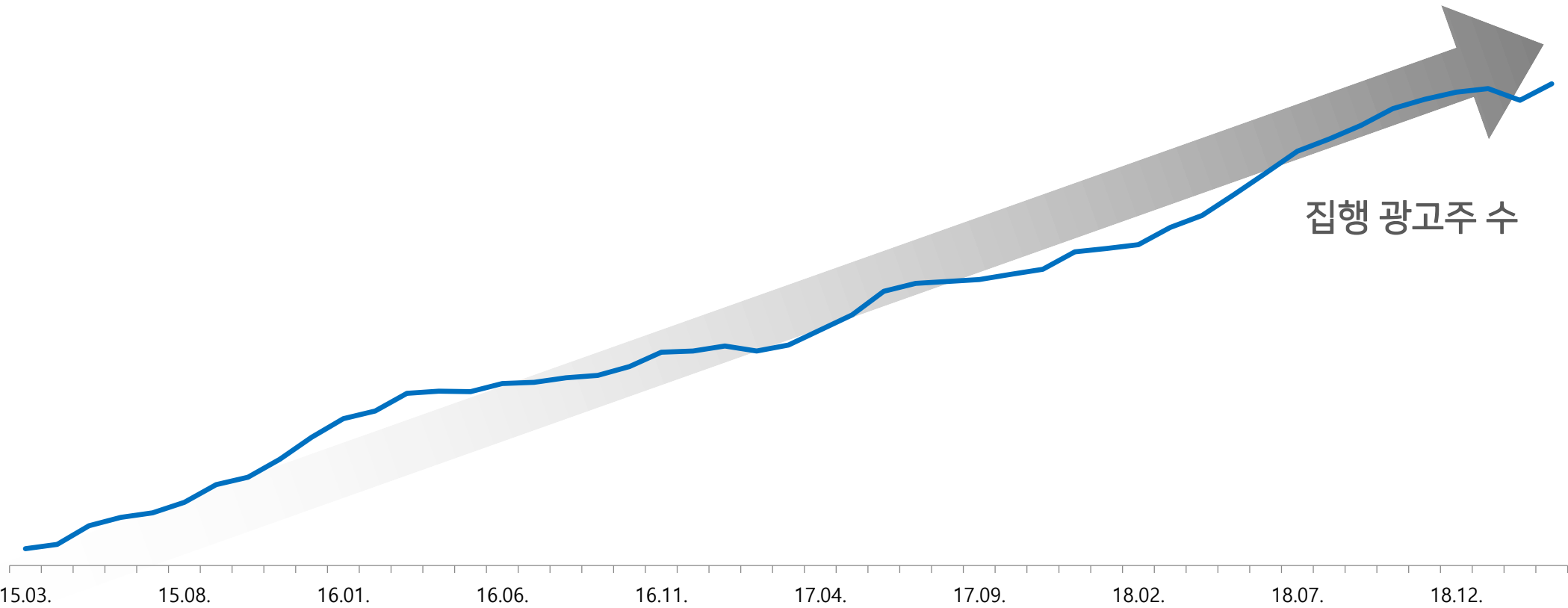
- 숙명여대 홍보광고학과 문장호 교수 -



※ 출처: 파워컨텐츠 소비자 조사  
(고려대 심리학과, 숙명여대 홍보광고학과, 계명대 광고홍보학과 공동 조사)  
- 2015. 04, 2016. 04 -

# 1-3 파워컨텐츠 집행 광고주 수

파워컨텐츠의 가치를 알아 보시는 광고주분들이 많아지고 있습니다.



---

## 2. 파워컨텐츠 광고효과

### 2-1 직접적인 효과

- ① 실제 '예약/구매'로 연결
- ② 회원 수 증대 및 회원 가입률 개선
- ③ 오프라인 사업장 방문 유도

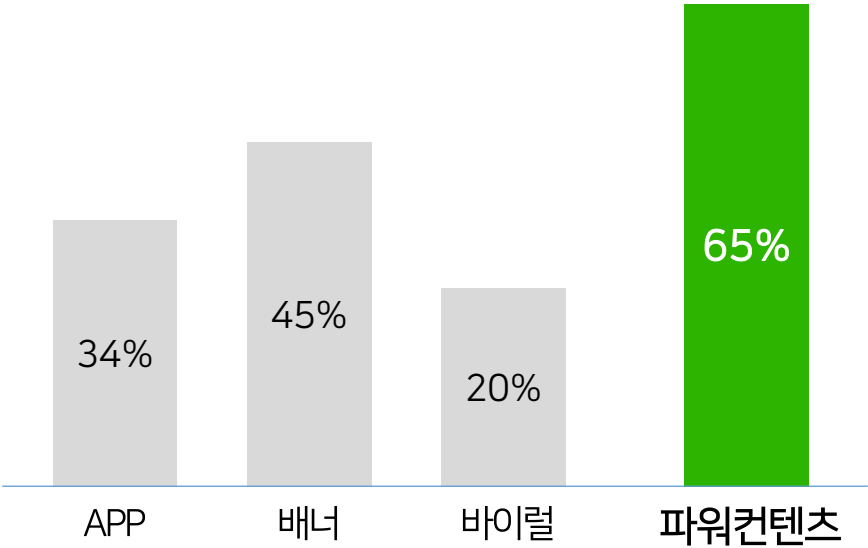
### 2-2 시너지 효과

- ① 파워링크 광고와 함께
- ② 브랜드 검색 광고와 함께
- ③ 노출 지면 확장을 통해

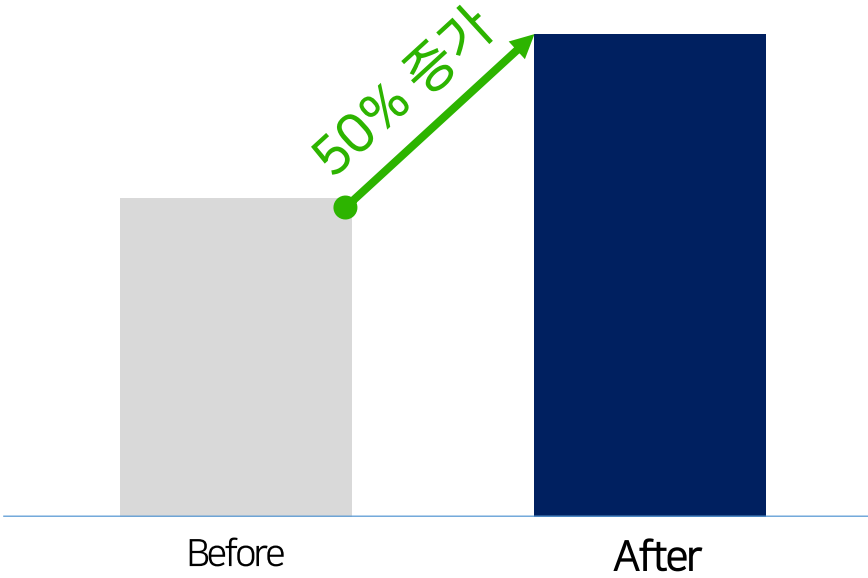
# 2-1 직접적인 효과 ①

콘텐츠로 1차 영업이 가능한 상품이기 때문에  
실제 '예약/구매'로 연결 될 수 있는 고객 확보에 용이 합니다.

굿다이렉트  
광고 집행 기간: 18.01.~18.03.



매체별 통화 성공률



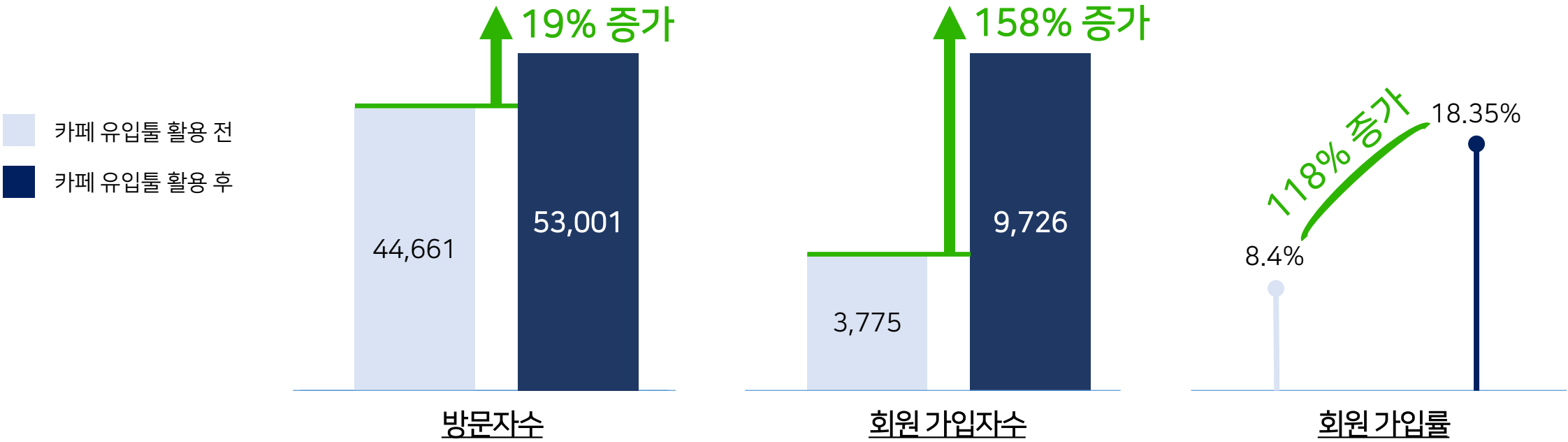
파워콘텐츠 운영 전/후 계약 체결률



## 2-1 직접적인 효과 ②

운영 중인 '카페'의 신규 유입 채널로 활용이 가능하며  
회원 수 증대 및 회원 가입률 개선에 도움이 됩니다.

인강드림  
광고 집행 기간: 17.02. ~ 17.06.



## 2-1 직접적인 효과 ③

쉽게 확인하기 어려운 정보를 (ex. 예물 가격, 다이아별 특성)

전문성 있게 제공함으로써 **오프라인 사업장 방문 유도**가 가능합니다.

새미주얼리

광고 집행 기간: 17.04. ~ 17.05.





'파워컨텐츠 광고'는 다른 네이버 광고 상품과 함께 집행 시  
시너지 효과를 내어 전체 광고 성과를 개선 시킵니다.



VS



# 2-2 시너지 효과 ①\_파워링크

파워컨텐츠 광고를 접한 검색 이용자는

파워링크 영역에서 동일 광고주의 광고를 더 많이 클릭 하게 됩니다.

민병철 전화영어

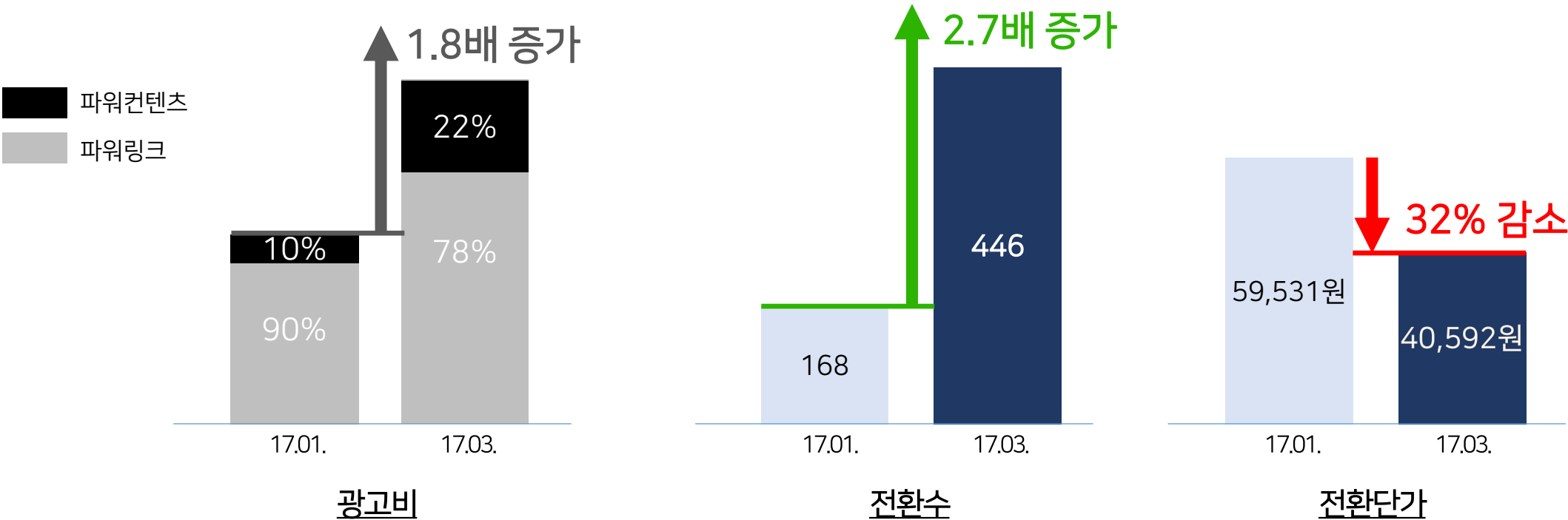
광고 집행 기간: 18.07. ※ '전화영어' 키워드 외 78개 키워드에서 발생한 노출/클릭 기준



## 2-2 시너지 효과 ①\_파워링크

‘파워컨텐츠 / 파워링크’ 동시 집행 시  
검색광고 전체의 효율을 개선 시킵니다.

YBM 원격평생교육원  
광고 집행 기간: 17.01. ~ 17.03.

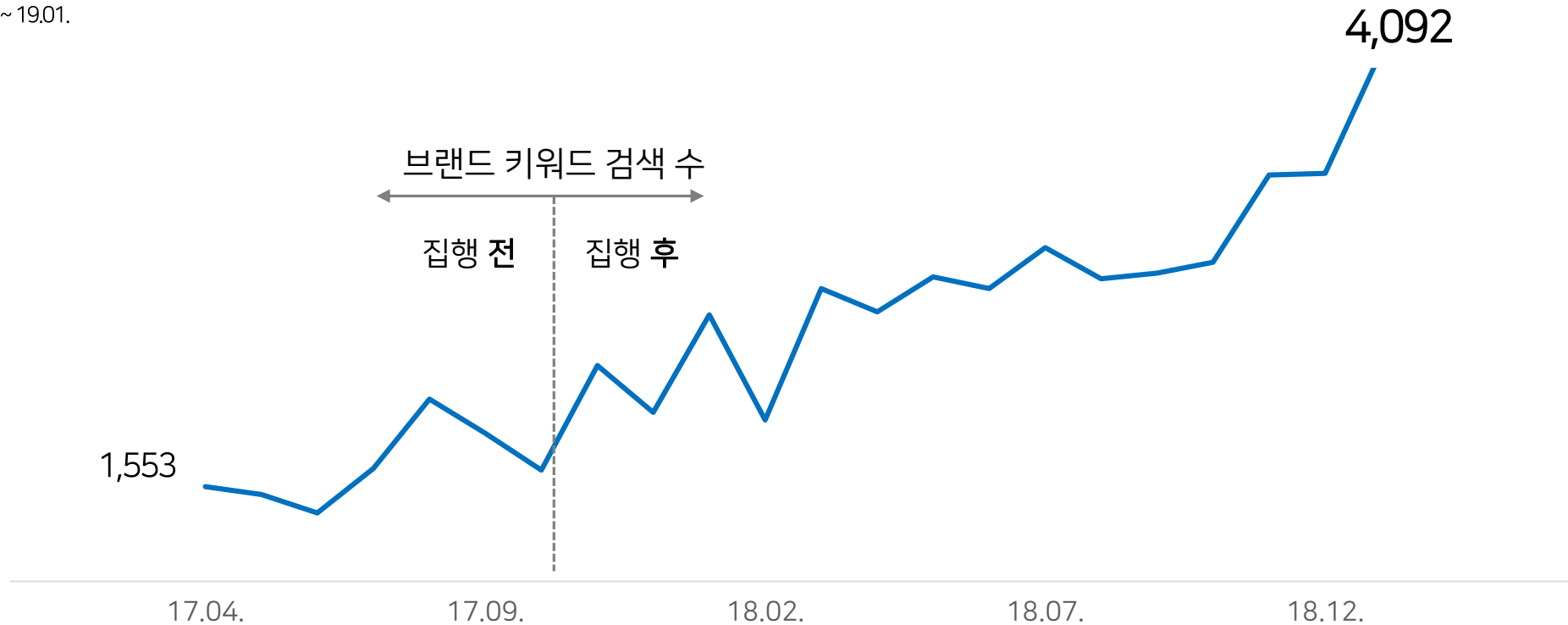


## 2-2 시너지 효과 ②\_브랜드검색

콘텐츠에 대한 만족은 해당 브랜드에 대한 관심으로 이어져  
'상호명', '제품명'과 같은 **브랜드 키워드를 검색하게** 합니다.

투어민

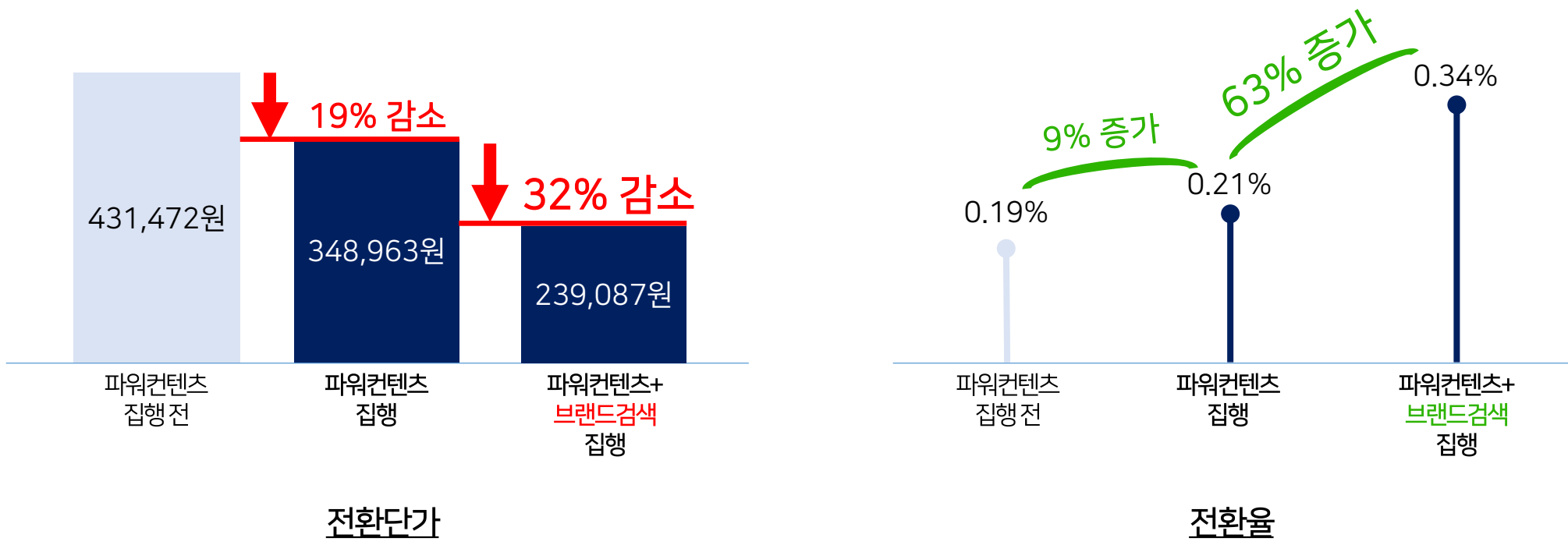
광고 집행 기간: 17.10. ~ 19.01.



# 2-2 시너지 효과 ②\_브랜드검색

‘브랜드검색’ 광고와 함께 집행 시  
전환 효율을 향상 시킵니다.

CU클린업피부과  
광고 집행 기간: 17.04. ~ 18.02.



# 2-2 시너지 효과 ③\_노출 지면 확장

파워컨텐츠에 노출이 되는 광고 그대로

디스플레이 광고(DA)영역에도 노출이 가능합니다.

※ 디스플레이 광고 영역 : 네이버 모바일 뉴스, 블로그, 카페, 지식인 등의 서비스 지면

파워컨텐츠 SA 노출 영역

N

영국유학

×

Q

통합

지식iN

VIEW

뉴스

0

...


VIEW

영국유학을 가야 하는 이유

학생에 맞는 전체적인 로드맵이 포함되어 있는 포트폴리오가 필요한 만큼 전문적으로...

①광고

글로벌 캠퍼스 에듀 2020....



파워컨텐츠 DA 노출 영역

농구

뉴스

영상

포토

일정

순위

구단·협회

'어린이날 깜짝 선물' 오리온, 일산백병원 찾아 환...


'크리스 멀런, 미국 3x3 대사로 위촉..'도쿄올림픽 ...

'지금은 같이 놀 때' 전자랜드 4일 2019 팬 미팅 ...

NBA PO '새가슴 모드' 카일 라우리, 계속되는 플...

영국 유학을 가야하는 이유

AD



학생에 맞는 전체적인 로드맵이 포함되어 있는 포트폴리오가 필요한 만큼 전문적으로 준비해주는 곳입니다 ...

글로벌 캠퍼스 에듀

블로그가기 >

😊

좋아요

5

😞

슬퍼요

0

😡

화나요

0

😍

팬이에요

1

🧐

후속기사 원해요

0

✓ 별도의 등록 과정 없음

✓ 디스플레이 광고와 동일한 지면에 노출

✓ CPC로 과금이 되어 비용 부담이 덜함

😊

좋아요

5

😞

슬퍼요

0

😡

화나요

0

😍

팬이에요

1

🧐

후속기사 원해요

0



# 2-2 시너지 효과 ③\_노출 지면 확장

기존과는 다른 잠재 고객 군에게 광고 노출이 됨으로써  
비즈니스의 외연을 넓히는데 도움이 됩니다.

인디고PC방  
광고 집행 기간: 18.04. ~ 18.05.

DA영역 노출 전 상담 내용

#적은 예산

#소액

#소량 구매

#50대

초기비용 없이도 오픈이 가능한가요?

5,000만원 예산 입니다. 상담 요청 합니다.

50~60대 창업 비용은 얼마나 들까요?

DA영역 노출 후 상담 내용

#많은 예산

#고액

#대량 구매

#150대

80대, 100대 창업 비용 알려주세요.

유동자금 2억 생각하고 있습니다.

150대 정도로 창업 문의 드립니다.

---

## 3. 파워있는 콘텐츠 만들기

3-1 파워있는 콘텐츠 특징 3가지

3-2 파워있는 콘텐츠 제작시 고려사항

- ① 연관도는 높게
- ② 상업성은 낮게
- ③ 단일컨셉으로

# 3-1 파워있는 콘텐츠 특징 3가지

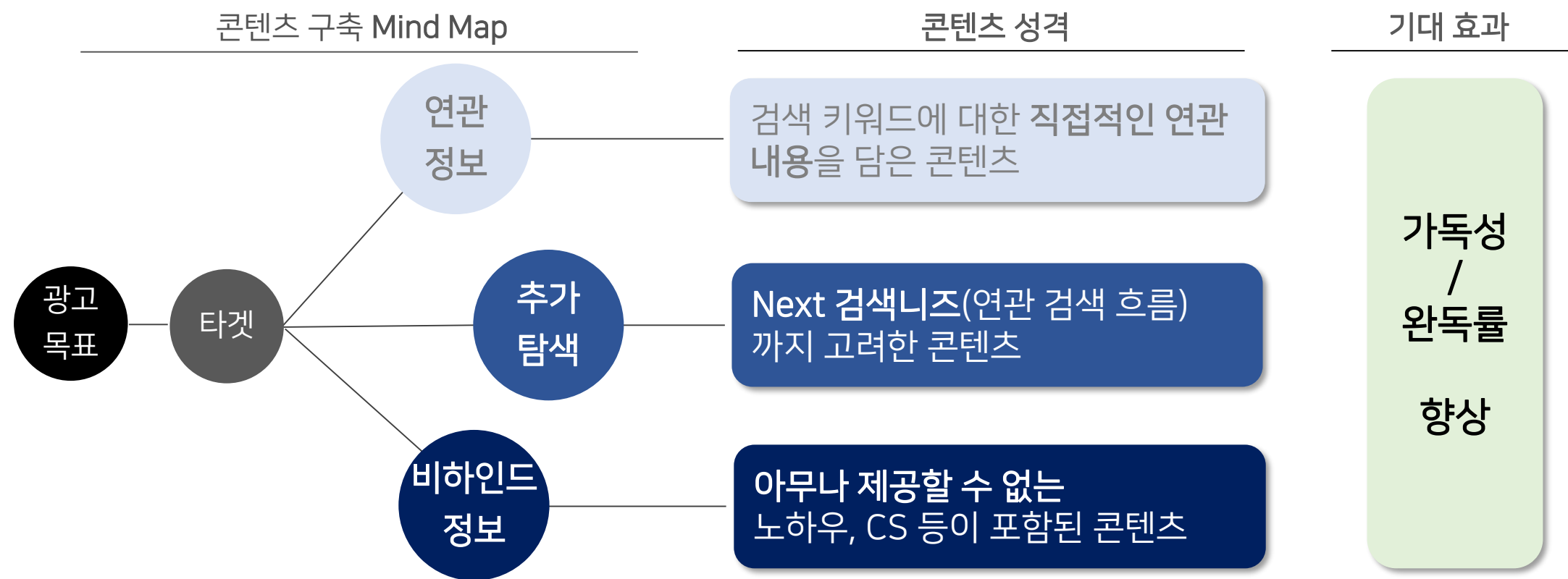
© 브랜디드 콘텐츠 AD에 대한 소비자 반응조사 / by 고려대학교 심리학과 lab

- 사전 조사한 상업성, 정보성, 오락성의 상/하위 콘텐츠 총 6개 화장품 콘텐츠 선정 > 각 콘텐츠를 읽고 난 이후의 콘텐츠 태도, 브랜드 태도, 구매 의향도에 대해 측정

- 1 내가 알려주고 싶은 내용 보다  
검색 이용자가 궁금해 할 만한 내용으로... 고 연관도
- 2 검색 이용자의 검색 니즈를 먼저 충족 시켜 준 후  
홍보는 정보성 콘텐츠와 자연스럽게 수렴되도록... 저 상업성
- 3 진지하게? (정보성) 아니면 재미있게? (오락성)  
어떠한 방식으로 소구 할 것인가? 단일 컨셉  
명확한 컨셉을 가지고 작성해야...

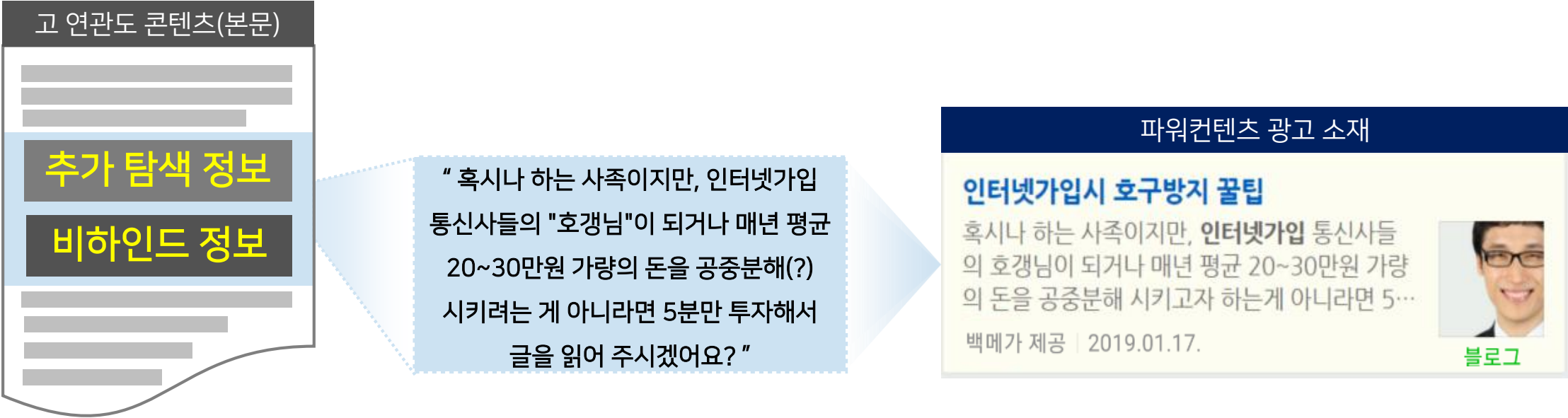
# 3-2 콘텐츠 제작 고려사항\_고 연관도

고 연관도 콘텐츠 작성을 위해서는 기본 정보외  
'추가 탐색', '비하인드 정보' 까지 고려하여 콘텐츠를 작성해야 합니다.



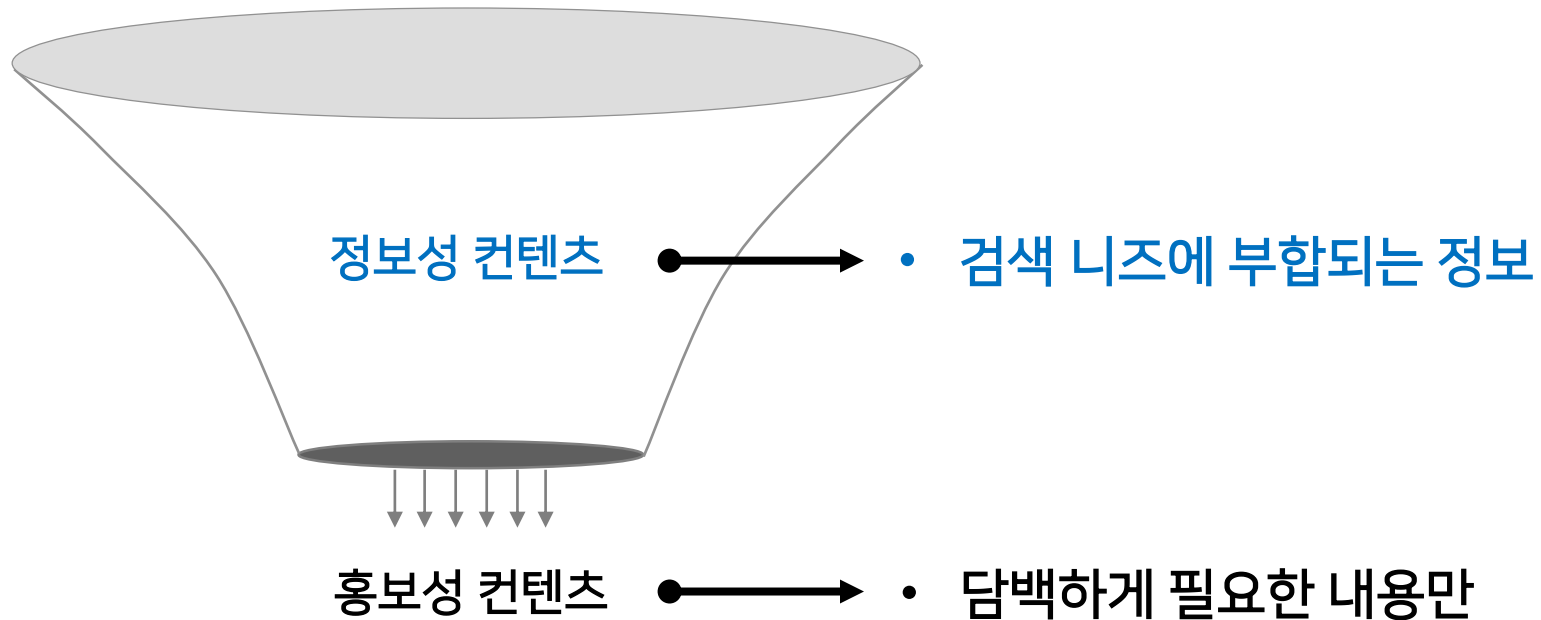
# 3-2 콘텐츠 제작 고려사항\_고 연관도

고 연관도 콘텐츠를 통해 작성된 광고 소재는  
핵심 내용을 예상 할 수 있어 클릭률을 높이는데 도움이 됩니다.



## 3-2 콘텐츠 제작 고려사항\_저 상업성

초반에는 정보성 콘텐츠를 제공하여 신뢰 관계를 형성하고  
이후 홍보성 콘텐츠를 자연스럽게 노출 합니다.



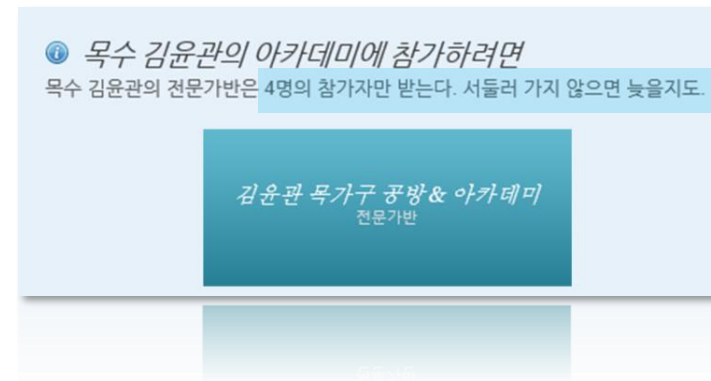
## 3-2 콘텐츠 제작 고려사항\_저 상업성

전환 페이지로의 연결을 위한 아웃링크 활용 시  
콘텐츠 작성 목적에 따라 **담백하게** 제작 합니다.



**"부담 안주는 형태"**

'전화걸기'  
'상담하기'



**"유도 문구 활용"**

'이번 주 까지만 판매'  
'30대 여성에게만 제공'

## 3-2 콘텐츠 제작 고려사항\_단일 컨셉 (정보성 or 오락성)

전달하려는 메시지가 '정보성' 컨셉에 적합하다면

'사용/체험기', '큐레이션' 등과 같은 요소들을 활용해 주시면 됩니다.

정보성을 뚜렷하게 하는 요소들

사용기 (후기)

진솔한 내용을 담아  
콘텐츠의 신뢰성을 높임

경험담 (체험담)

실제 경험한 일들을 설명

큐레이션 (Curation)

리스트 형태로  
일목요연하게 나열

전/후 비교

사용 전/후 변화(변경) 내용에  
대한 개인적인 평가

제품(서비스) 선택 가이드

선택하기 복잡한  
제품(서비스)에 대한 비교 분석



# 3-2 콘텐츠 제작 고려사항\_단일 컨셉 (정보성 or 오락성)

전달하려는 메시지가 '오락성' 컨셉에 적합하다면

'트렌드', '비주얼 콘텐츠' 등과 같은 요소들을 활용해 주시면 됩니다.

오락성을 뚜렷하게 하는 요소들



---

## 4. 파워컨텐츠 집행 전 필수 확인 사항

4-1 상품 소개 페이지

4-2 구매 가능 키워드 리스트 / 광고등록기준

4-3 광고 등록 시스템

파워컨텐츠 광고 상품에 대한 보다 많은 정보는  
아래 상품 소개 페이지의 내용을 확인해 주세요.

[NAVER](#)
[광고](#)
[비즈니스·광고](#)
[교육](#)
[운영안내](#)
[도움말](#)
[광고시스템](#)
[로그인](#)

좋은 콘텐츠로 소비자의 마음을 얻는 마케팅

# 콘텐츠검색광고

이용자에게 신뢰성 있는 정보를 제공하고,  
 광고주에게는 효과적인 브랜딩 기회와 전환 성과를 제공하는  
 네이버의 콘텐츠 마케팅 상품입니다.



<a href="#">사이트검색광고 (파워링크 유형)</a>	<a href="#">쇼핑검색광고 (쇼핑검색 유형)</a>	<a href="#"><b>콘텐츠검색광고 (파워컨텐츠 유형)</b></a>	<a href="#">브랜딩검색</a>	<a href="#">지역소상공인광고 (플레이스 유형)</a>	<a href="#">클릭초이스플러스</a>	<a href="#">클릭초이스상품광고</a>
---------------------------------------	--------------------------------------	---	-----------------------	--	--------------------------	---------------------------

이용자의 정보 탐색 의도가 깊은 키워드에 대해 해당 분야의 전문가인 광고주가 블로그, 포스트, 카페 등의 콘텐츠를 이용해 보다 정확하고 신뢰성 있는 정보를 제공하는 광고소통입니다.

네이버 PC/모바일 통합검색 결과 페이지의 파워링크 / VIEW 영역 및 모바일 콘텐츠 지면에 제목, 설명 등의 정보와 썸네일 이미지와 함께 노출 됩니다.

스타벅스 도넛에 의해 제공된 커피는 우리와 미래의 이미지를 통해 소개됩니다.  
데이터 bC스타벅스 유통망은 첫 번째 페이지에서 NEM으로 표시  
첫 번째 유통망과 관련된 모든 유통망을 보여주고 유통망을 제공합니다.  
해당 분야에 관련된 모든 것을 볼 수 있습니다. 이제 모든 데이터를 이용해  
이용자의 유통망에 대한 모든 정보를 제공할 수 있습니다.



# 4-2 구매 가능 키워드 리스트 / 광고등록기준

파워컨텐츠 집행을 위해서는 구매 가능한 키워드 리스트 확인 및  
광고등록기준에 부합되는 콘텐츠 제작이 필요합니다.

파워컨텐츠 키워드 리스트 다운로드

### 어떤 키워드로 광고하나요?

콘텐츠검색광고는 신뢰성 있는 정보를 찾고자 하는 이용자의 의도가 담긴,  
지정된 키워드에 한해 광고가 가능합니다.

파워컨텐츠 키워드 리스트 다운로드

! 키워드 리스트는 변화하는 이용자의 니즈에 맞춰 지속적으로 업데이트 됩니다.



파워컨텐츠 광고등록기준 페이지 바로가기

## 광고등록기준

네이버 광고를 집행하기 위해 꼭 알아야 할 등록 기준!  
꼼꼼히 살펴보세요.

사이트검색광고  
(파워링크)

쇼핑검색광고  
(쇼핑검색)

**콘텐츠검색광고  
(파워컨텐츠)**

브랜드검색

지역소상공인광고  
(플레이스 유형)

클릭초이스플러스

클릭초이스  
상품광고

디스플레이광고

공통

검색어를 입력하세요

전체

운영원칙

URL  
등록기준

소재  
등록기준

랜딩페이지  
등록기준

임종별  
등록기준

파워컨텐츠 등록기준 전문 다운로드

파워컨텐츠 운영기준 내용 다운로드

소재

등록원칙

URL  
등록기준

소재  
등록기준

랜딩페이지  
등록기준

임종별  
등록기준

## 4-3 광고 등록 시스템

파워컨텐츠 광고 등록은 파워링크와 동일하게  
네이버 검색 광고시스템을 통해 진행 하실 수 있습니다.



END OF DOCUMENT

관련해서 궁금하신 점은 [온라인 1:1 문의하기](#) 또는

네이버 검색광고 고객센터(1588-5896)로 연락 주시면 친절히 답변 드리도록 하겠습니다.

감사합니다.