

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...



카시트추천



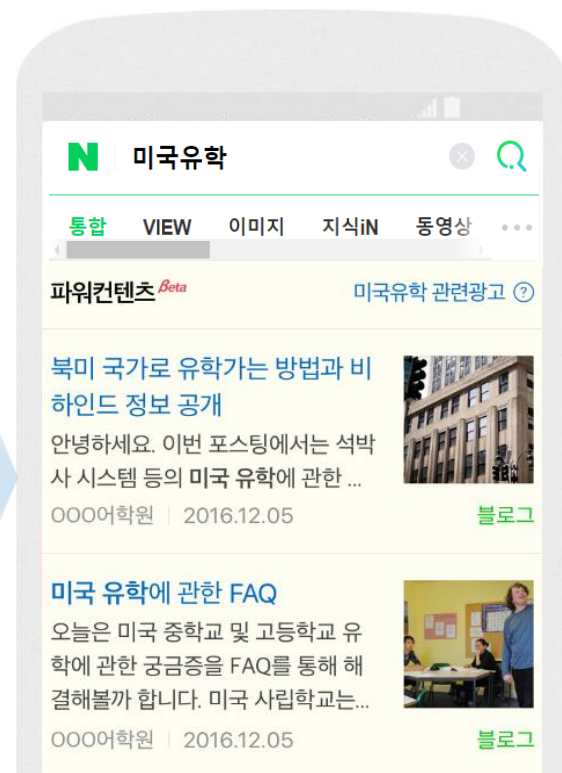
개명신청



국제이사



공기청정기



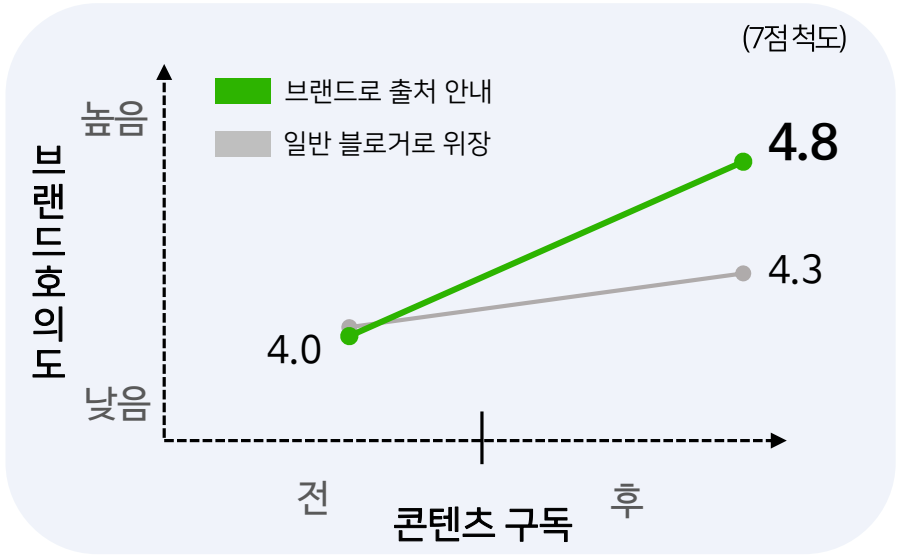
1-2 소비자 조사로 살펴본 파워컨텐츠 ①

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



→ 업체(브랜드)명

파워컨텐츠와 바이럴마케팅 수용도 조사



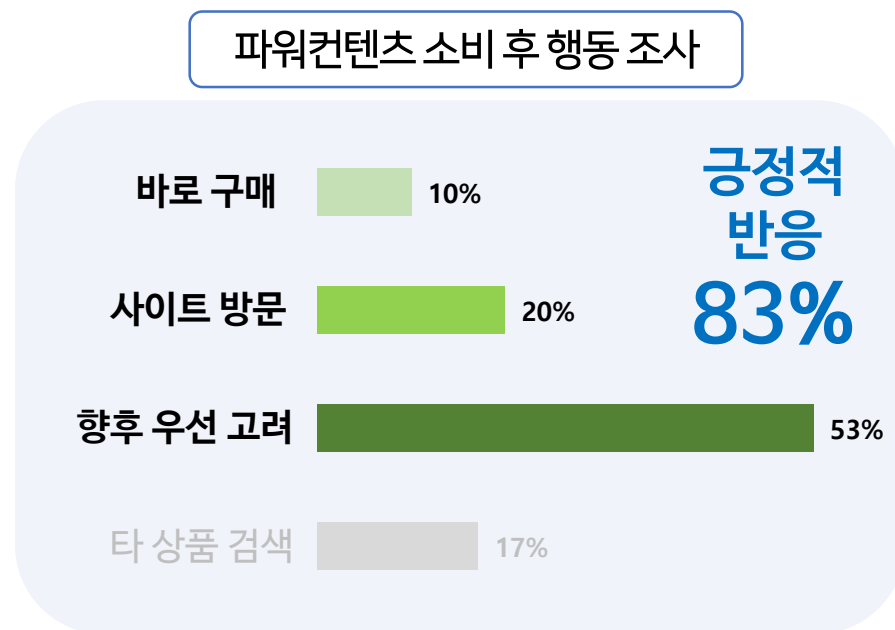
※ 출처 : 파워컨텐츠 소비자 조사
(고려대 심리학과, 숙명여대 홍보광고학과, 계명대 광고홍보학과 공동 조사)
- 2015. 04, 2016. 04 -

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.”

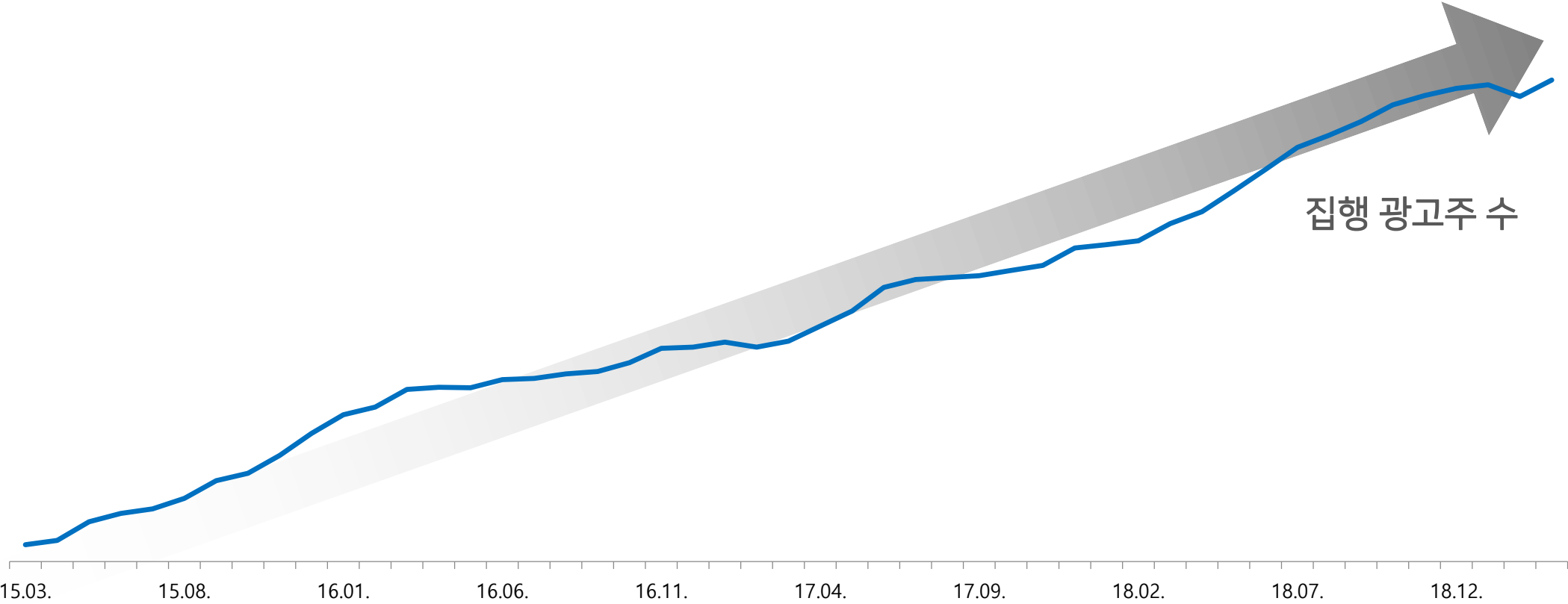
- 숙명여대 홍보광고학과 문장호 교수 -



※ 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

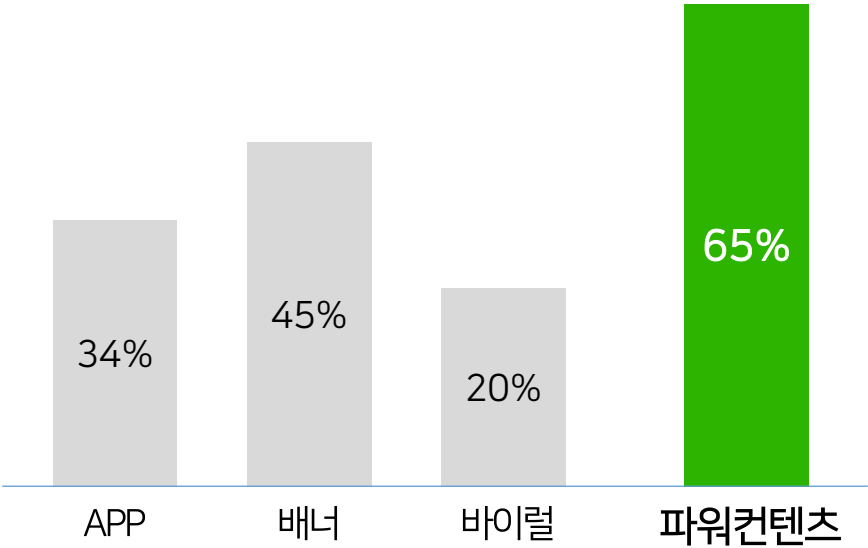
2-2 시너지 효과

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

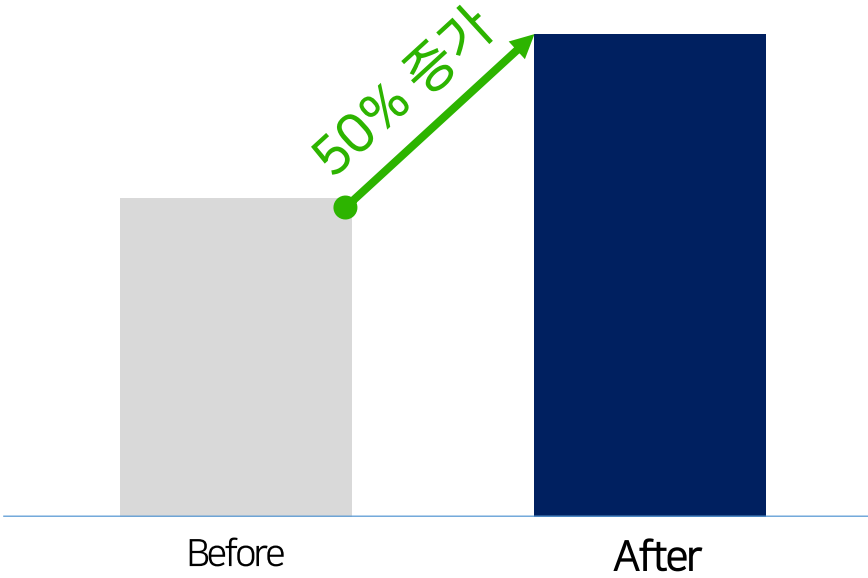
2-1 직접적인 효과 ①

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

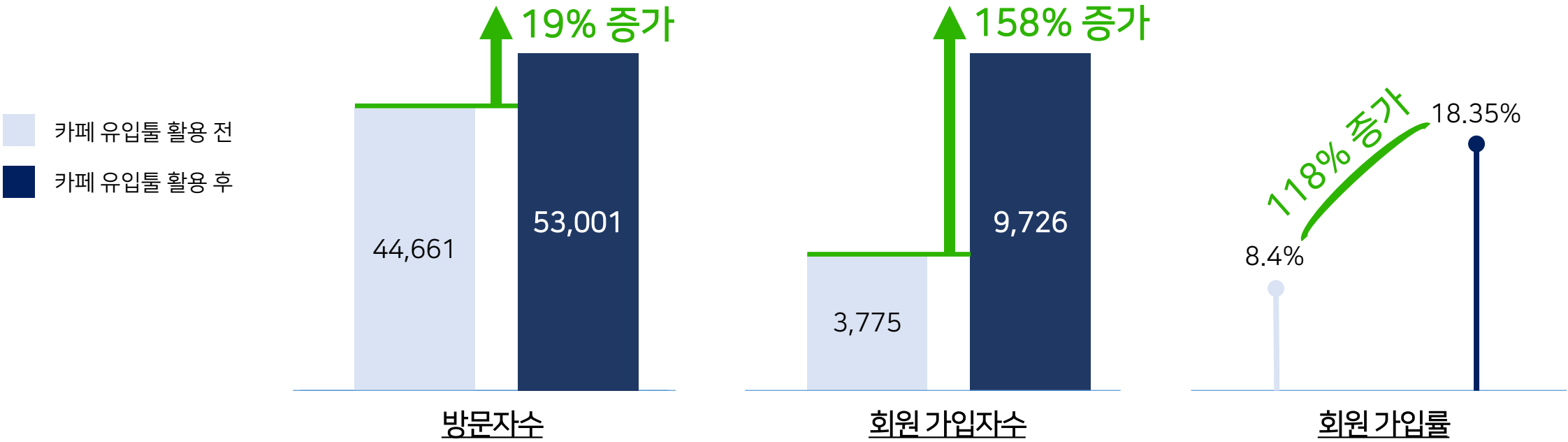


파워콘텐츠 운영 전/후 계약 체결률

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.

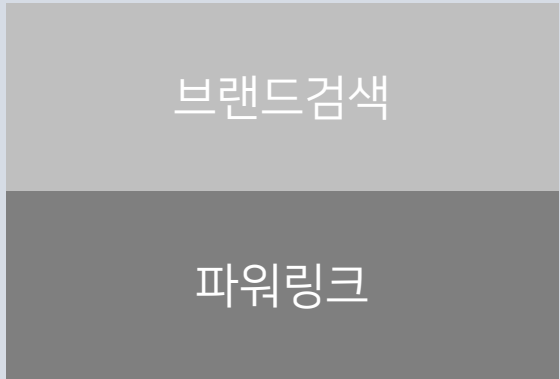
새미주얼리

광고 집행 기간: 17.04. ~ 17.05.

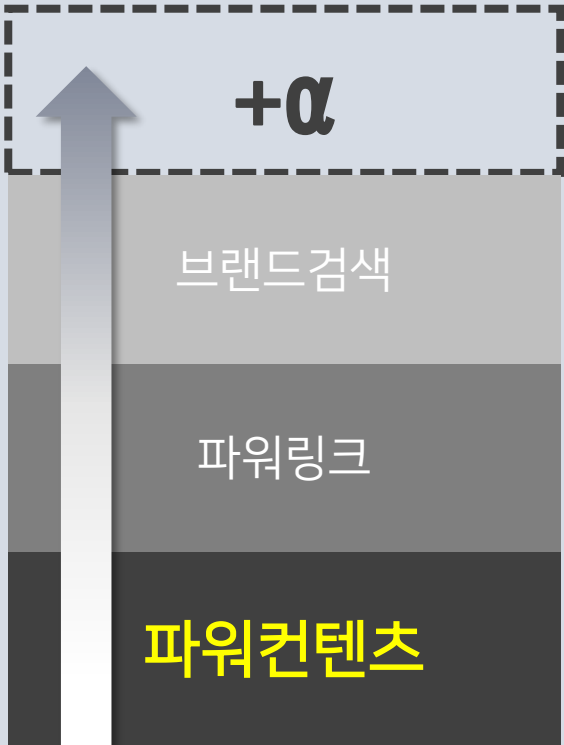




'파워컨텐츠 광고'는 다른 네이버 광고 상품과 함께 집행 시
시너지 효과를 내어 전체 광고 성과를 개선 시킵니다.



VS



2-2 시너지 효과 ①_파워링크

파워컨텐츠 광고를 접한 검색 이용자는

파워링크 영역에서 동일 광고주의 광고를 더 많이 클릭 하게 됩니다.

민병철 전화영어

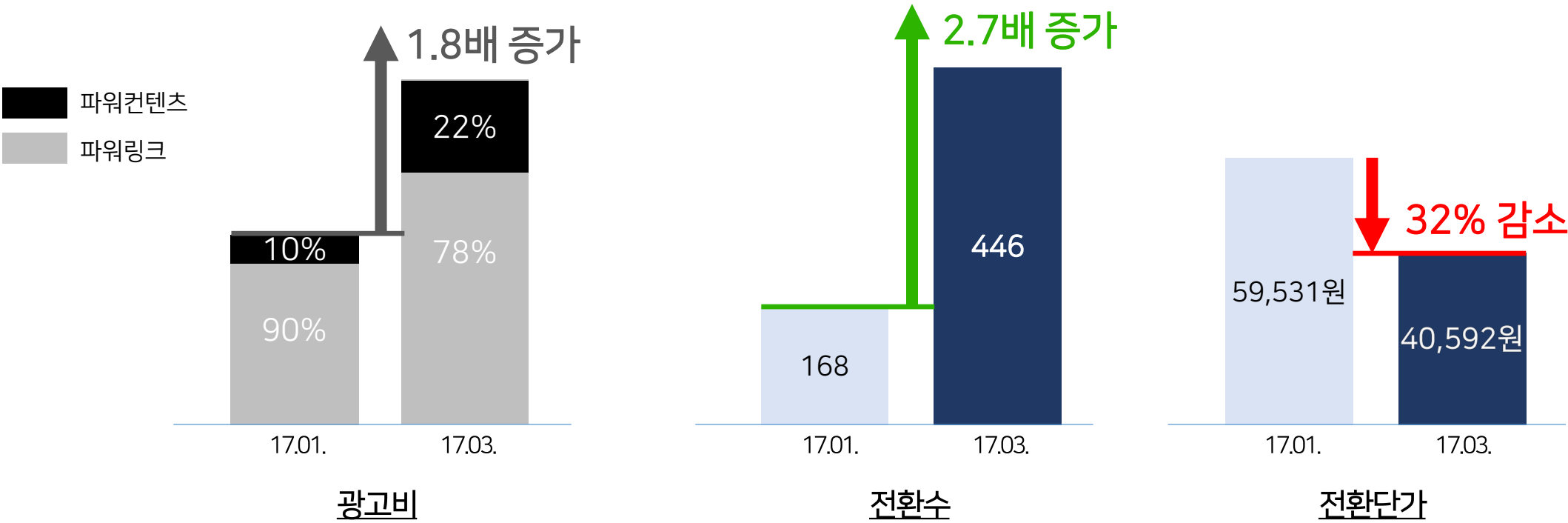
광고 집행 기간: 18.07. ※ '전화영어' 키워드 외 78개 키워드에서 발생한 노출/클릭 기준



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.

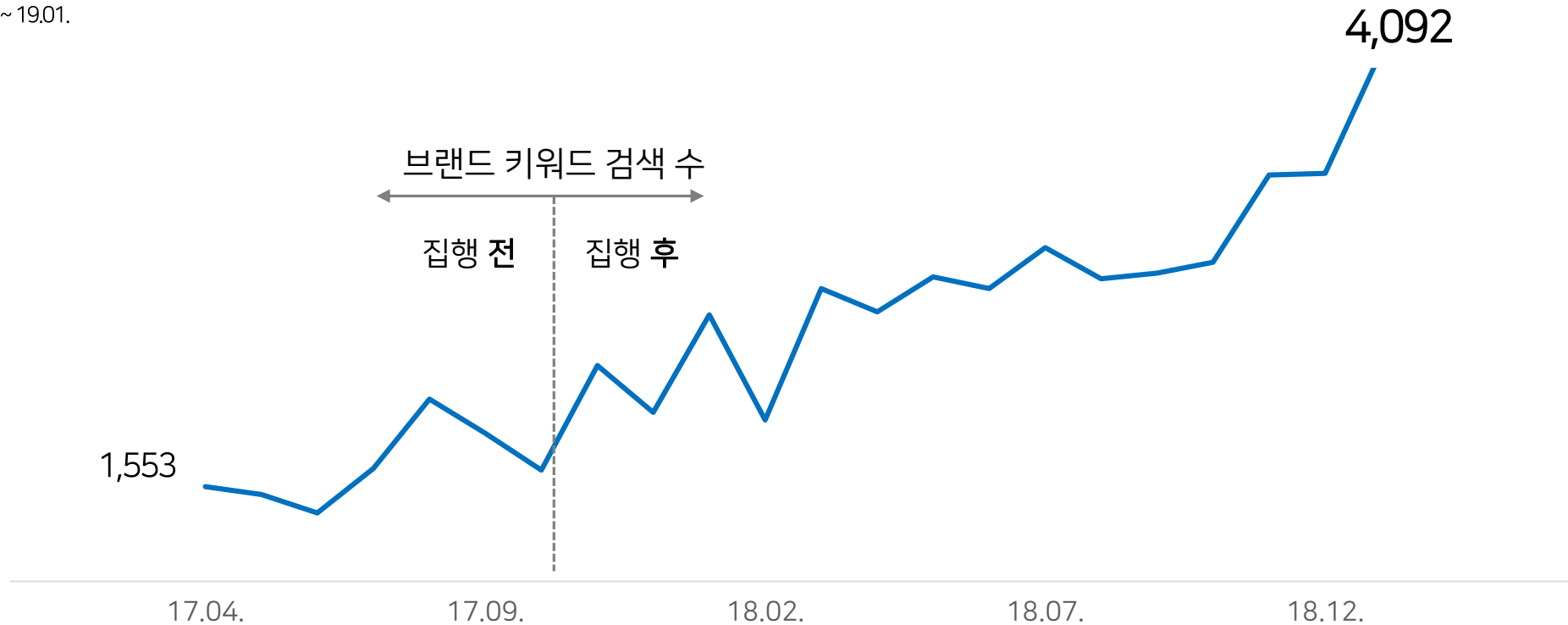


2-2 시너지 효과 ②_브랜드검색

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

투어민

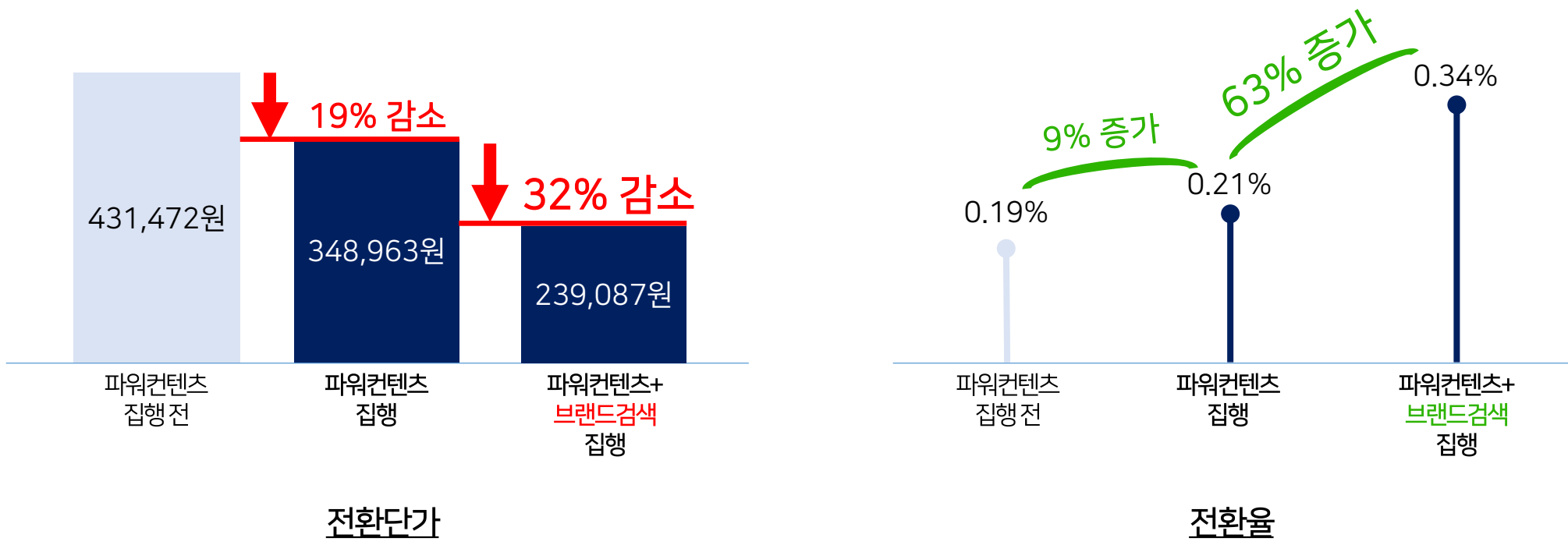
광고 집행 기간: 17.10. ~ 19.01.



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

미국유학

통합 VIEW 이미지 지식IN 동영상

파워컨텐츠 Beta 미국유학 관련광고 ?

영국유학을 가야 하는 이유

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

글로벌 캠퍼스 에듀 | 2018.06.02

블로그

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

슬피요 0

화나요 0

팬이에요 1

후속기사 원해요 0

✓ 별도의 등록 과정 없음

✓ 디스플레이 광고와 동일한 지면에 노출

✓ CPC로 과금이 되어 비용 부담이 덜함

😊

😓

😡

😍

🧐

좋아요

슬피요

화나요

팬이에요

후속기사 원해요

5

0

0

1

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

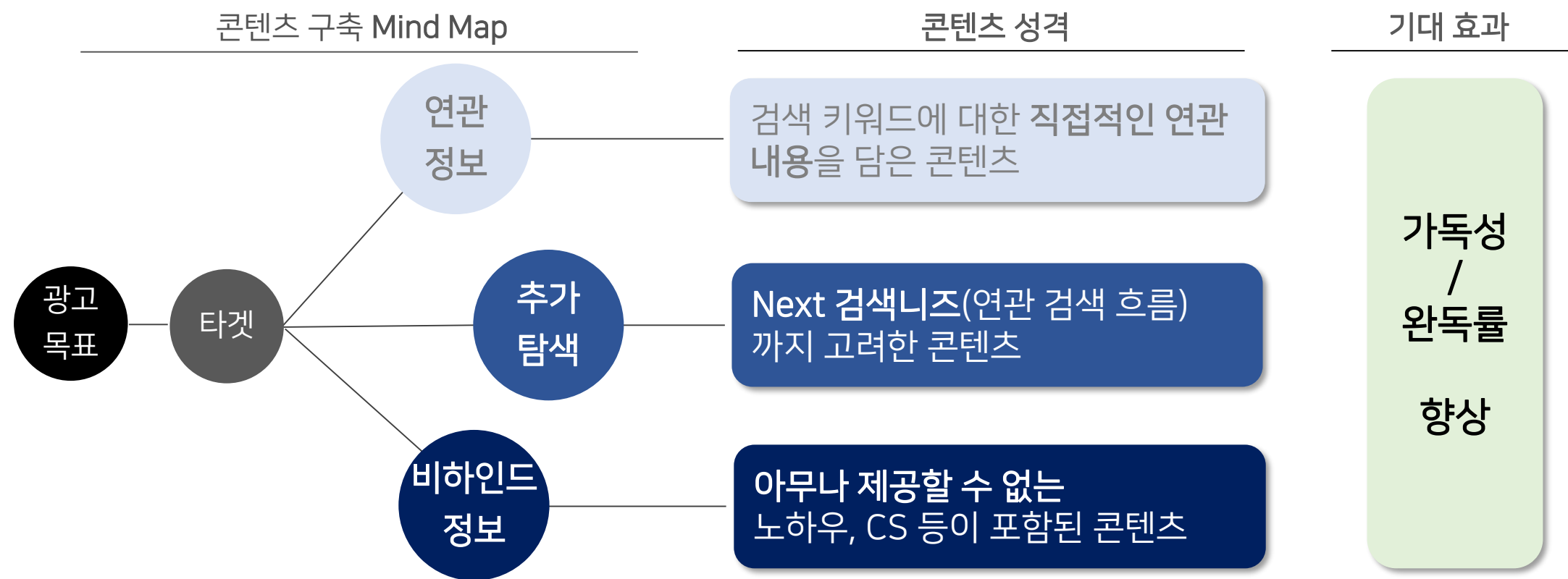
© 브랜디드 콘텐츠 AD에 대한 소비자 반응조사 / by 고려대학교 심리학과 lab

- 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...

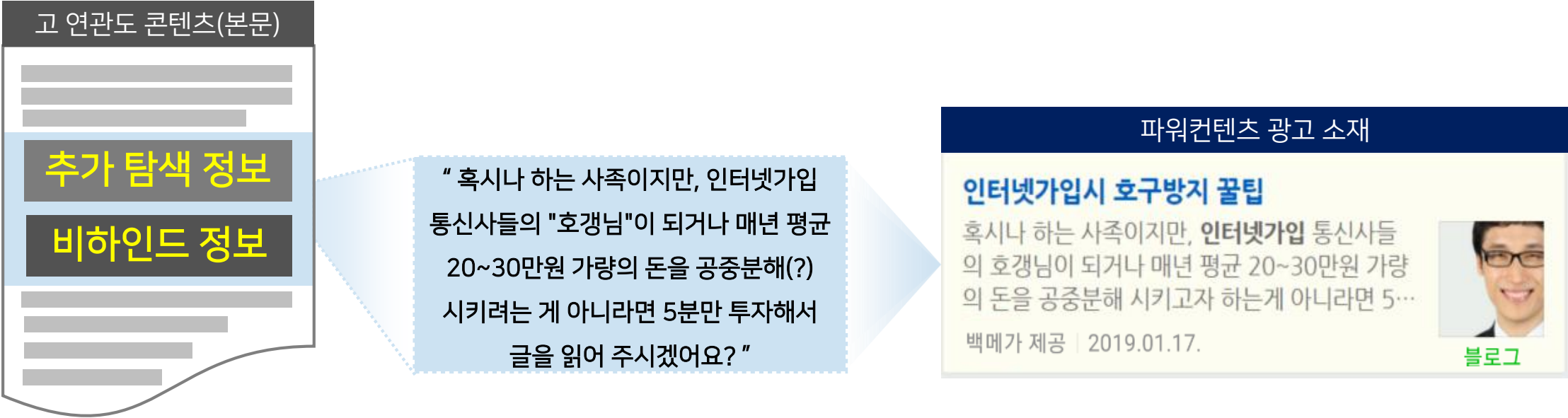
3-2 콘텐츠 제작 고려사항_고 연관도

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



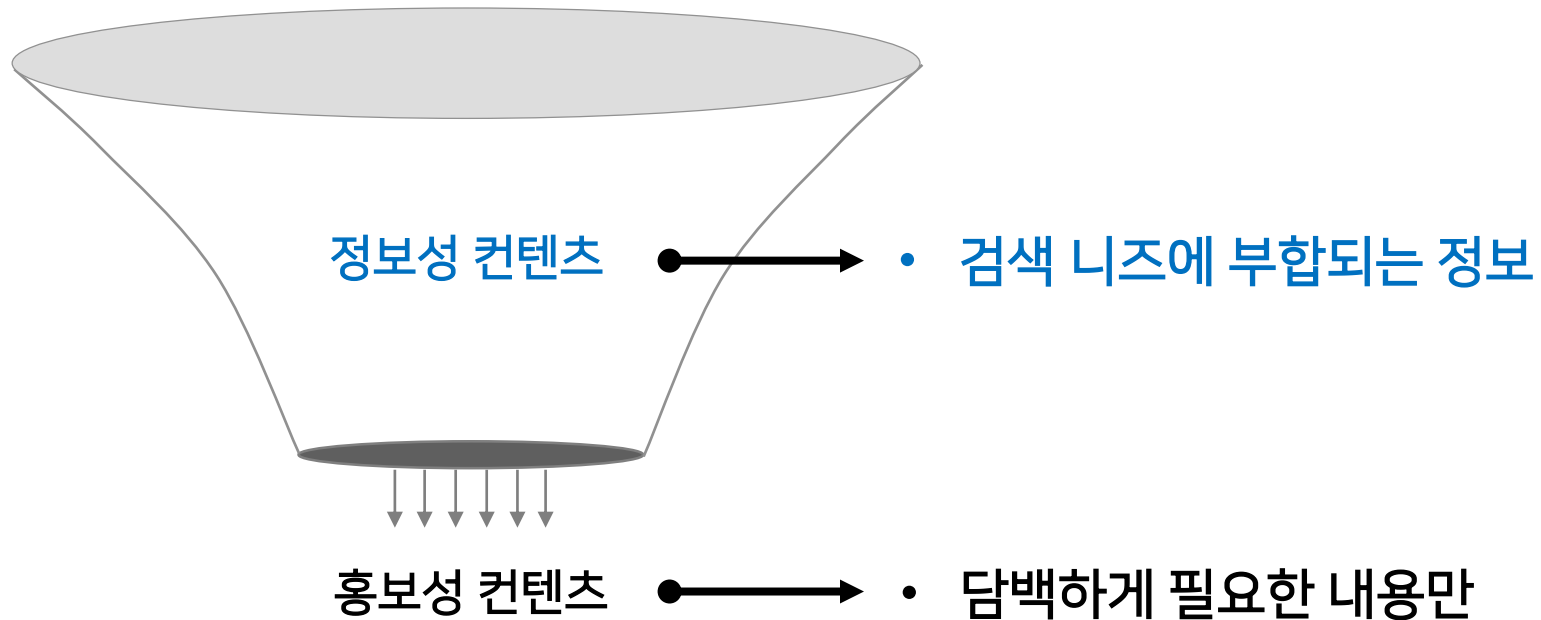
3-2 콘텐츠 제작 고려사항_고 연관도

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.



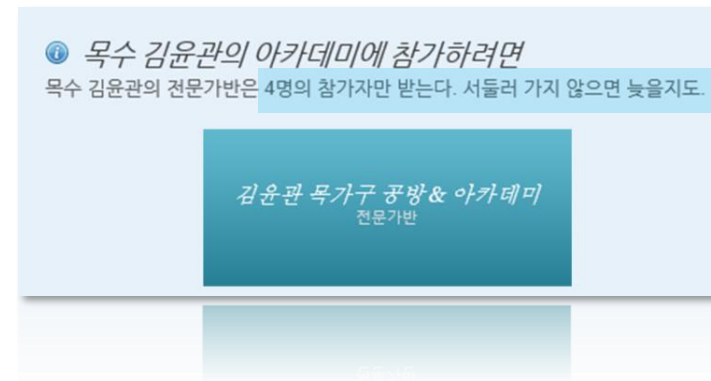
3-2 콘텐츠 제작 고려사항_저 상업성

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.

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

4-3 광고 등록 시스템

파워컨텐츠 광고 등록은 파워링크와 동일하게
네이버 검색 광고시스템을 통해 진행하실 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.