

MezzoMedia

D2C 마케팅의 핵심

# 자사몰 세일즈 가이드

2022



01

---

MARKET



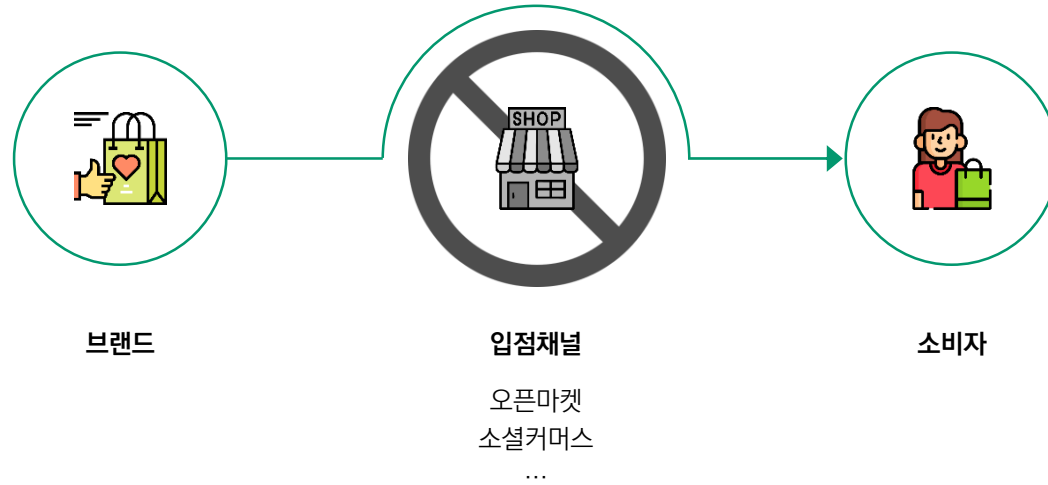
## D2C 시대의 도래

- 비대면 트렌드로 소비의 중심이 오프라인에서 온라인으로 전환
- 이커머스 역량 강화의 필요성을 느낀 기업들은 입점채널을 통하지 않고 소비자에게 직접 판매하는 D2C 전략에 주목

### D2C의 개념

# D2C

Direct to Consumer

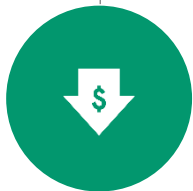




## D2C 전략의 중심 '자사몰'

- D2C 전략을 구현하기 위한 플랫폼으로 자사몰이 부상하며 가치가 변화
- 유통마진 절감은 물론 제한적인 입점채널과 달리 운영 자유도가 높아 다양한 형태의 전략 구성이 가능

### 자사몰의 특징 및 활용 요소



#### 유통마진 절감

오픈마켓 등 유통 플랫폼에 지급되는 수수료 절감



#### 유연한 상품 운영

제품 품목을 자유롭게 관리할 수 있어 환경변화 대응 용이



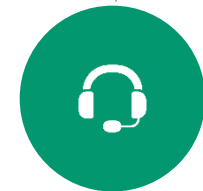
#### 충성고객 관리

브랜드 충성도가 높은 고객 대상 VIP마케팅 진행 가능



#### 고객 데이터 획득

자사몰 이용 고객 데이터를 활용해 마케팅 성과를 강화



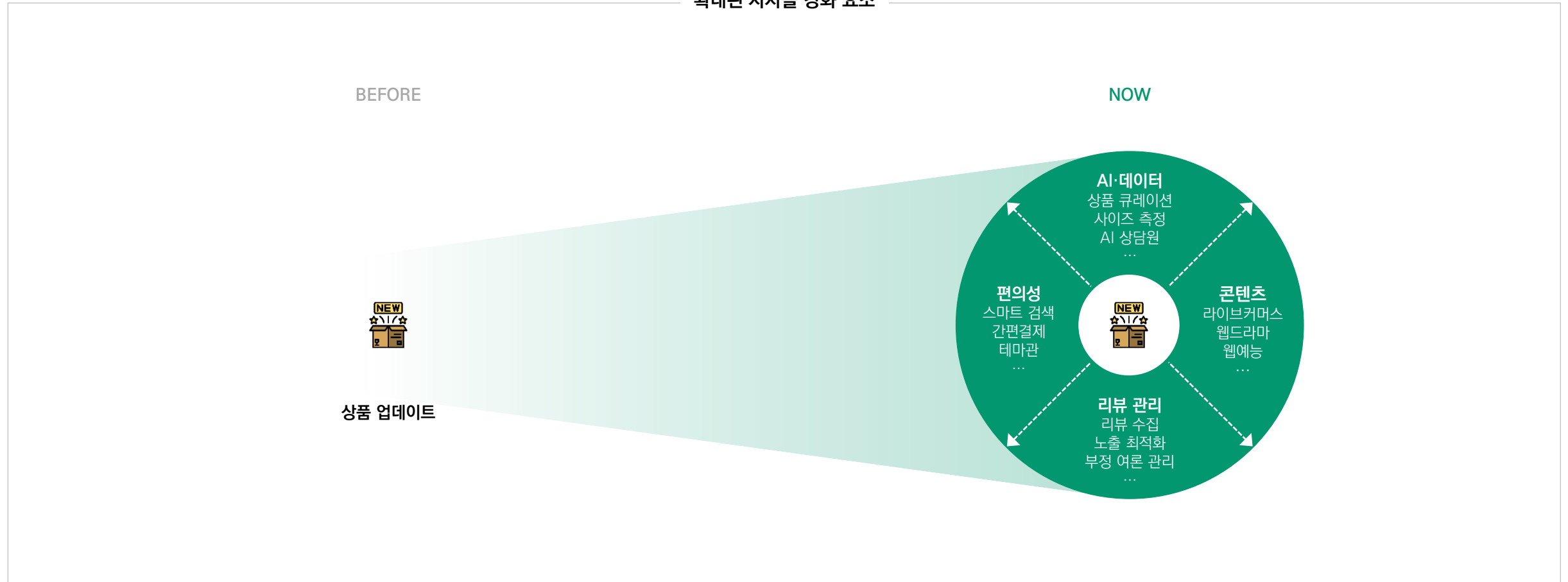
#### 피드백 수집·반영

고객의 의견을 직접 수집하고 자사몰의 서비스·마케팅에 빠르게 적용 가능

## 자사몰 강화를 위한 시도 본격화

- 자사몰을 단순 판매처가 아닌 오프라인 매장을 뛰어넘는 핵심거점으로 성장시켜야 한다는 인식이 확산
- 상품 업데이트에 치중하던 과거와 달리 긍정적인 고객경험을 제공할 수 있는 서비스 강화가 다양한 측면에서 이루어지는 중

### 확대된 자사몰 강화 요소



## 강화요소 1 사용 편의성 증대를 위한 서비스 강화

- 자사몰 유입·구매율을 높이기 위해서는 복잡하지 않고 직관적인 서비스가 중요
- 상품검색부터 구매단계에 이르기까지, 더욱 편리한 쇼핑환경을 제공하기 위한 서비스 강화 시도 활발

### 사용 편의성 증대를 위한 서비스 강화 유형



#### 스마트 검색 기능 도입

최저가 상품, 할인 상품, 인기 상품 등을 한 눈에 보여주는 스마트 검색 기능을 도입, 빠르고 합리적인 쇼핑 경험 제공



#### 테마관 신설

상품 카테고리나 브랜드가 아닌 소비자 라이프스타일에 맞춘 테마전을 기획, 페이지간 이동을 최소화하고 상품 집중도를 증대



#### 간편결제 시스템 구축

결제 관련 인증을 최소화한 시스템을 개발, 휴대폰 인증, 카드정보 등의 입력이 불필요해 구매 단계에서의 이탈률을 개선

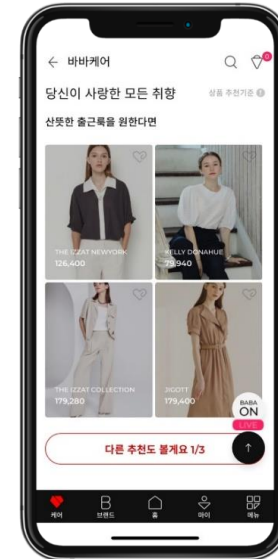
## 강화요소 2 쇼핑의 정확도를 높여주는 AI·빅데이터 도입

- 직접 눈으로 보거나 만져볼 수 없는 온라인 쇼핑의 한계를 극복하기 위해 AI·빅데이터를 활용하는 사례 증가
- 실패없는 쇼핑을 지원하기 위해 소비자가 원하는 스타일의 제품을 추천하고, 빠른 상담을 제공하는 등의 노력

### 자사몰 내 AI·빅데이터 활용 유형

 <p>상품 큐레이션</p>	<p>고객이 입력한 데이터에 기반한 추천 상품을 제시, 성별·연령 등 일차원적인 데이터부터 성격·취향 등 고차원적인 데이터까지 분석항목이 확대되는 추세</p>
 <p>사이즈 측정</p>	<p>고객이 기입한 체형 정보에 기반해 적합한 사이즈를 추천, 구매상품의 만족도를 높이고 반품률을 줄이는 효과</p>
 <p>AI 상담원</p>	<p>24시간 상담가능한 AI 상담원을 통해 제품과 관련한 고객 문의에 즉각적으로 대응, 빠른 궁금증 해소를 통해 구매전환율 향상에 기여</p>

### AI·빅데이터 서비스 도입 사례



비바더닷컴 - 케어프렌드

소비자가 성별·연령·선호 스타일을 설정하면  
시가 취향에 맞는 제품을 큐레이션



시노텍스 - 마스크 사이즈 추천

소비자의 얼굴 크기를 시가 분석해  
사이즈를 추천, 구매 전 가상착용 기능 제공

### 강화요소 3 라이브커머스 플랫폼 자체 개발 시도 활발

- 라이브커머스의 판매 영향력이 점차 커지며, 많은 기업들이 매출확대를 위한 차세대 전략으로 라이브커머스를 선택
- 제약 사항이 큰 라이브커머스 전문 플랫폼에 의존하기보다 자사몰 내 서비스를 직접 개발·구축하고 콘텐츠를 차별화하려는 노력

#### 라이브커머스 플랫폼 입점 vs 자체 개발 비교

플랫폼 입점		플랫폼 자체 개발
약 3~10%(플랫폼별 상이)	— 판매 수수료 —	없음
플랫폼사의 정책 내에서 방송 콘텐츠 제작 진행	— 콘텐츠 포맷 —	자유로운 콘텐츠 제작 포맷
자사몰 제품과 연동 불가	— 상품 연동 —	자사몰 제품과 연동 가능
제한적으로 확인 가능	— 데이터 확인 —	유입·구매 등 모든 데이터 확인 가능

#### 라이브커머스 플랫폼 자체 개발 및 운영사례



동원디어푸드 - 동원몰 D-LIVE

동원몰에서 매주 목요일 고정 진행, 높은 할인율은 물론 다양한 레시피를 소개



코오롱인더스트리 - 코오롱몰 LIVE

유명 연예인을 쇼스트로 섭외하고 토크쇼·게임·예능 형태로 라이브커머스를 진행

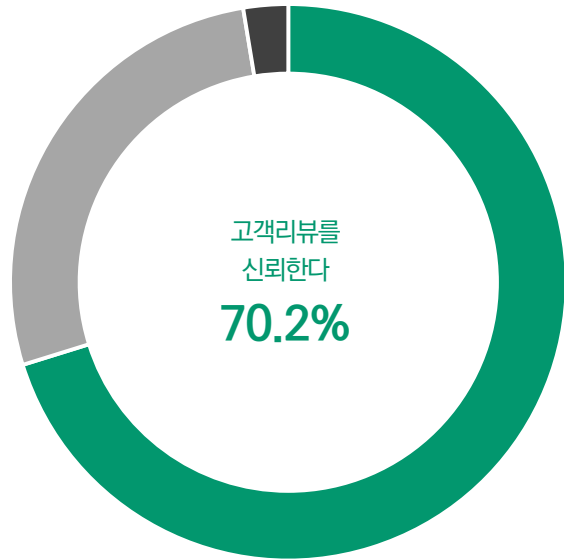


## 강화요소 4 리뷰 수집·관리 솔루션 활용 증가

- 대부분의 잠재고객은 구매를 결정하기 전 제품과 관련한 리뷰를 중요한 정보로 참고
- 더 많은 리뷰를 수집하고 체계적으로 관리할 수 있는 솔루션을 도입해 잠재고객의 구매 전환율을 높이려는 시도가 증가

고객리뷰 신뢰도

- 신뢰함
- 보통
- 신뢰안함



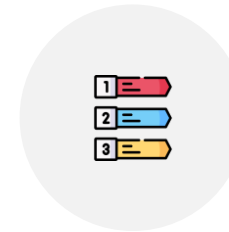
리뷰 관리 솔루션 주요기능

### 리뷰 수집



상품을 받은 고객에게 리뷰 작성을 독려하는 알림 메시지 발송, 링크 클릭 한번으로 즉시 작성 가능

### 노출 최적화



다양한 위젯 기능을 활용해 자사몰에 최적화된 방식으로 고객들의 리뷰를 노출

### 리뷰 분석



리뷰상의 고객 의견을 키워드로 분석해 상품의 장/단점을 빠르게 확인, 상품 품질 개선에 활용

\* 한국소비자연맹, 2022 온라인 설문조사

02

---

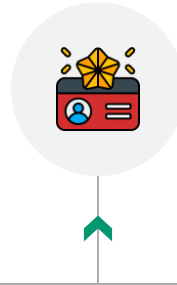
## MARKETING



## 충성고객 확보를 위한 멤버십 가입 이벤트

- 자사몰 기업들은 충성고객을 확보하기 위한 전략의 일환으로 유료 멤버십 고객 유치에 주력
- 즉각적인 멤버십 가입을 유도하기 위해 무료체험·할인·경품 등 다양한 혜택을 제시하는 이벤트를 진행

### 멤버십 가입 유도 이벤트 유형



#### 무료체험기간 제공

멤버십 혜택을 미리 경험해볼 수 있는 무료체험기간을 제공하고 기간만료 후 정식 서비스로 자동 전환되는 형태

#### 연회비 할인·면제

가입비를 포함한 연회비를 할인해주거나 자사몰에서 활용할 수 있는 포인트로 페이백

#### 멤버십 혜택 강화

일반적인 멤버십 혜택은 물론 이벤트 대상 고객만을 위한 특별 혜택을 제공

#### 경품·쿠폰 증정

선착순 또는 추첨을 통해 멤버십 가입 고객에게 경품·쿠폰을 제공

# 가상공간을 활용한 브랜드 경험 마케팅

- 메타버스·AR 등의 기술을 활용해 브랜드를 체험할 수 있는 가상공간을 자사몰에 구축
- 입체적이고 생동감있는 기술로 소비자에게 제품정보를 더욱 자세하게 전달하고 구매 가능성을 확대

## 자사몰 내 가상공간 도입 유형 및 사례

메타버스

VR

XR



### 테일러메이드 어패럴 - 메타버스 매장 구축

자사몰에서 신제품을 확인할 수 있도록 오프라인 매장과 동일한 메타버스 매장을 구축



### 에고이스트 - VR쇼룸 구성

모델 박민영을 활용한 VR쇼룸을 공개, 3D 피팅 콘텐츠를 통한 상세정보 확인 가능



### 까스텔바작 - XR 패션쇼 진행

XR기술을 활용해 실제 모델들이 가상공간에서 런웨이를 하는 패션쇼 진행



## 자사몰 매출 확대를 위한 전용상품 출시

- 특판 상품을 기획하여 자사몰 유입을 유도하고 매출에 직접적인 기여
- 한정판 상품은 가치 소비와 개성을 중요하게 여기는 소비자들에게 보다 높은 만족감을 제공하며 활용가치가 높아지는 추세

### 자사몰 전용 상품 유형

#### 한정판 상품

시중에서 구매할 수 없는  
한정판 상품을 기획하고 소량 생산,  
자사몰 멤버십 고객 및 응모를 통해 판매



원소주 - 리미티드 에디션 선착순 판매

#### 패키지 상품

특정 테마를 기준으로  
브랜드의 주요 제품들을 패키지화하고  
높은 할인율 등을 활용해 판매 활성화



오뚜기물 - 온라인 전용 랜덤박스

#### 맞춤형 상품

소비자가 원하는 사진과 문구를  
제품 패키지에 구성·인쇄하는 등  
DIY 상품 구매 서비스 제공



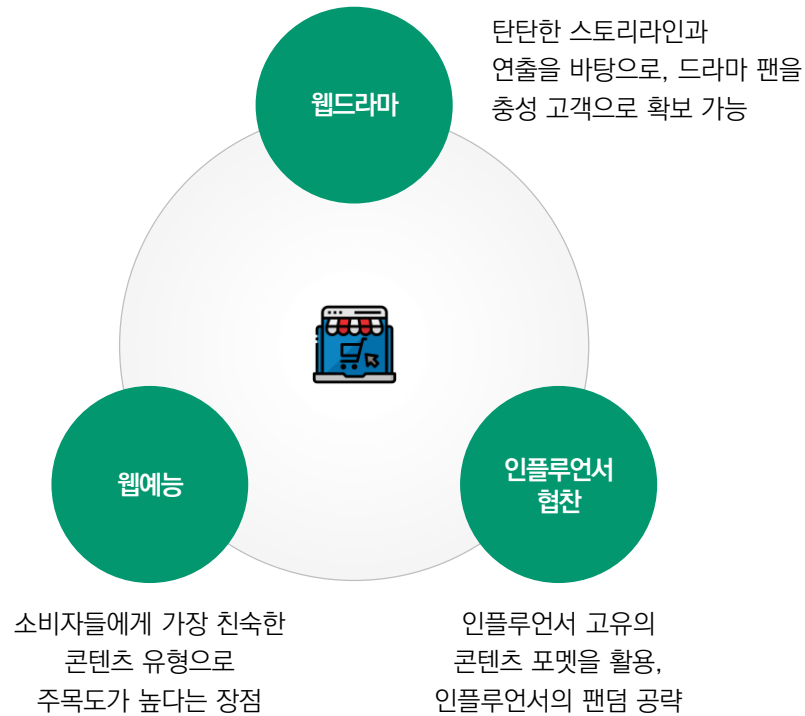
농심물 - 농꾸(농심꾸미기) 서비스



## 다양한 형태의 콘텐츠 마케팅 전개

- 소비자들이 좋아할만한 영상을 제작하고 자연스럽게 제품을 홍보하는 콘텐츠 마케팅 활용이 증가
- 웹드라마부터 예능, 협찬까지 다채로운 콘텐츠를 선보이며 친근하게 고객들에게 다가가기 위해 노력

### 자사몰에서 활용하는 콘텐츠 유형



### 자사몰 콘텐츠 마케팅 성공 사례

#### 한섬 - CJ ENM 합작 웹드라마 '바이트 씨스터즈'



<b>주요내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한섬과 CJ ENM이 합작하여 제작한 패션 업계 최초로 웹드라마</li> <li>• 수준급의 영상 연출에 탄탄한 스토리, 캐스팅까지 갖춘 고퀄리티 콘텐츠</li> <li>• 극중 배우가 제품을 착용하되 직접적인 브랜드를 노출하는 홍보방식은 최소화</li> </ul>
<b>마케팅 성과</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 누적 조회 수 1,100만회 돌파</li> <li>• 자사몰 매출 전년 동기 대비 2배 상승, 극중 배우 착용 제품 완판</li> </ul>

03

---

# MEDIA





## 입점채널 기반 캠페인과 자사몰 캠페인의 차이

- 오픈마켓·소셜커머스 등 입점채널 대상 캠페인은 플랫폼 특성상 고객 트래킹 불가, '유입' 기반 마케팅 의존도가 높은 편
- 트래커 활용이 자유로운 자사몰 캠페인은 고객 구매여정별 최적화된 캠페인 설계가 가능



》 트래킹에 대해 자세히 알고 싶다면? [CLICK](#)

# 자사몰 캠페인의 디지털 미디어 전략

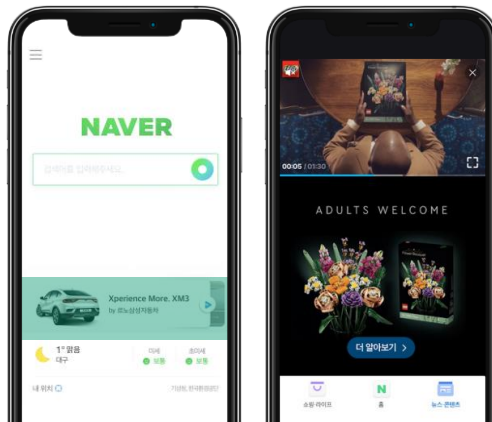
- 자사몰 고객의 행동 패턴에 따라 단계별 마케팅 목표를 수립
- 마케팅 목표를 효과적으로 달성할 수 있는 미디어 전략을 제시



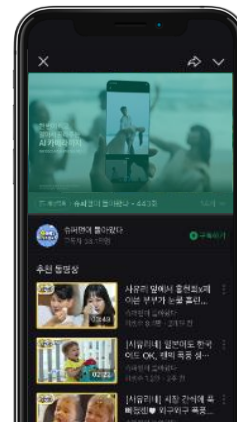
## 1. 인지 **인지도 제고에 효과적인 ‘프리미엄 지면’ 활용**

- 자사몰 오픈 초기 인지도 확보를 위해 가장 중요한 일은 고객의 관심을 끄는 것
- 막대한 트래픽을 보유한 주요 포털·동영상 미디어의 핵심 상품을 활용해 자사몰을 홍보

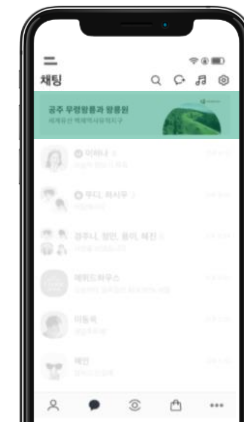
추천매체 1. 네이버



추천매체 2. SMR



추천매체 3. 카카오톡



활용 상품

스페셜 DA, 풀스크린 DA 스마트채널

1st 플러스

비즈보드

선정 근거

네이버 모바일 메인 지면에서 노출되는 광고로 단기간 내 높은 광고 노출 수를 확보, 자사몰 오픈일·대규모 이벤트 홍보에 활용 추천

국내 주요 동영상 플랫폼 내 방송 클립 첫 시청자 대상 노출되는 광고로 자사몰 홍보를 위한 영상 소재 도달률 극대화

카카오톡 서비스 중 이용량이 가장 많은 친구 탭·채팅 탭 최상단에 노출되는 광고로 주목도가 매우 높고 클릭률이 우수



## 2. 유입    고객 유입 극대화를 위한 ‘네트워크 CPC 상품’

- CPC 과금은 자사몰의 트래픽을 높이고 전환 가능성이 있는 소비자를 확보하는데 최적화된 방식
- 합리적인 단가로 목표고객 유입을 극대화할 수 있는 네트워크 미디어 집행 추천

### 추천매체 1. GDN (Google Display Network)



#### 선정 근거

자사몰 제품과 연관성 높은  
맞춤 카테고리를 타겟팅에 활용  
구매의도를 가진 잠재 고객 대상으로 광고 노출

### 추천매체 2. MANPLUS



고도화된 타겟팅 기술을 보유한  
모바일 애드 네트워크로  
업종·쇼핑 관심 그룹 타겟팅 가능

### 추천매체 3. 모비온



커머스에 전문화된 네트워크 플랫폼으로  
쇼핑 패턴에 따라 고객을 세분화하고  
유입 가능성이 높은 타겟 공략 가능

#### 운영 포인트

각 네트워크 매체의 유입 단가(CPC) 및 전환율을 분석하여, 최적의 미디어와 타겟팅 조건을 도출  
트래커를 활용하여 모수를 지속적으로 확보, 추후 이탈·휴면 유저 공략에 활용

## 2. 유입 **‘버티컬 미디어’ 활용으로 고객 접점 강화**

- 브랜드·제품과 밀접한 관련이 있는 버티컬 미디어를 선정하고 마케팅 거점으로 활용
- 각 버티컬 미디어가 보유하고 있는 전면 노출, 최상위 노출 지면을 활용한 이벤트 홍보 방식이 유입에 효과적

화장품	패션	여성	가전/가구
화해 언니의파우치 미미박스 글로우픽 ...	스타일쉐어 GQ ALLURE ...	핑크다이러리 드림미즈 이지데이 ...	오늘의집 하우스앱 행복이가득한집 ...
모빌리티	반려동물	스포츠	여행/항공
카카오톡 T-map SK엔카 첫차 ...	비마이펫 펫닥(V+AD) ...	SPOTV SBS골프 카카오VX 엑스골프 ...	호텔스컴바인 스카이스캐너 플레이왕즈 카약 ...
건강기능식품	제약/의료	유아/아동	요리/식음료
업선 챌린저스 런데이&핏데이 ...	닥플 굿닥 메디컬투데이 메디게이트 ...	키즈노트 클래스팅 아이엠스쿨 놀이의 발견 ...	망고플레이트 만개의레시피 식신 ...

\* 각 미디어별 상품은 별도 문의

### 3. 회원가입    **충성고객을 만드는 첫 단추 ‘리워드 CPA’**

- 회원가입은 브랜드에 대한 태도를 긍정적으로 변화시키고 구매 가능성을 높이는 중요한 고객 행동
- 리워드 CPA 미디어 집행을 통해 자사몰 회원가입을 유도하고, 확보한 회원 데이터를 타겟팅 광고에 활용

추천매체 1. 애디슨 오퍼월



**선정 근거**

네이버페이, 네이버웹툰, 카카오T, 토스 등  
국내 주요 미디어와 파트너 제휴,  
리워드 활용도가 높아 고객 참여가 활발할 것으로 예상

추천매체 2. 버즈빌



CJ ONE, OK캐시백, 엘포인트 등  
주요 제휴 매체가 소비와 관련된 포인트 앱으로  
회원가입 후 구매 전환율이 높을 것으로 예상

**운영 포인트**

리워드CPA 상품 집행 기간 동안 자사몰 내에서 이벤트를 함께 집행 시  
회원가입 전환율은 물론 구매 전환율까지 높이는 성과 기대

## 4. 구매    구매 고려 제품을 제시하는 ‘DSP’

- 소비자의 행동 맥락을 파악하고 공감할 수 있는 광고를 제시하는 개인화 마케팅은 구매 유도 캠페인의 중요한 전략
- 양질의 소비자 데이터를 보유한 DSP를 활용해 구매를 고려하는 잠재고객에게 개인화된 광고를 제시

추천매체 1. 몰로코



**선정 근거**

개인화 추천 엔진을 보유,  
자사몰 이용 시나리오에 따라 구매 가능성이  
높은 상품을 예측하고 개인화된 상품을 추천

추천매체 2. 크로스타겟



온·오프라인 통합 데이터를 활용해  
오프라인 매장과 자사몰을 연계한  
개인화 마케팅 설계 가능

추천매체 3. RTB하우스



딥러닝 기반 개인화 광고솔루션  
실시간으로 고객 행동을 분석하여  
최적의 개인화 광고를 적시에 노출

**운영 포인트**

실효성있는 개인화 마케팅 시나리오를 설계하기 위해서는 1st party 데이터 활용이 중요,  
축적되는 1st party 데이터를 DSP에 지속적으로 포스트백하며 캠페인 목적에 맞게 활용

## 4. 구매 **구매 고려 제품을 제시하는 'DSP'**

### ✔ DSP 활용 광고주를 위한 추가 TIP

- DSP와 연동된 DMP의 다양한 데이터를 활용하여 목표 고객을 공략하기 위한 최적의 시나리오 구성
- 트래커를 연동한 자사몰의 경우, 실시간 포스트백을 활용하여 유저 행동 변화에 따른 맞춤형 소재 노출이 가능하므로 구매 전환에 도움

Case 1. DMP 기반 시나리오 설계(예시)



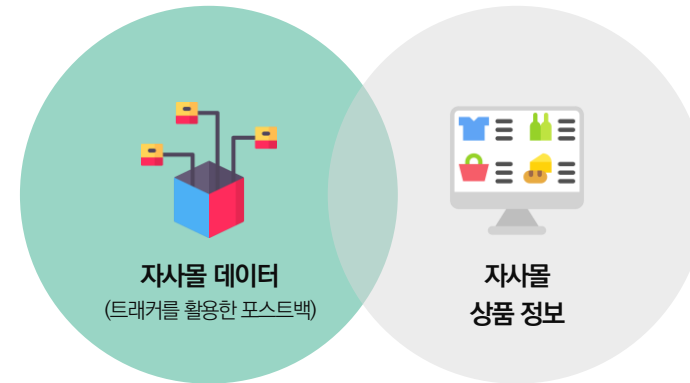
뷰티/화장품에  
관심이 많은 유저 공략



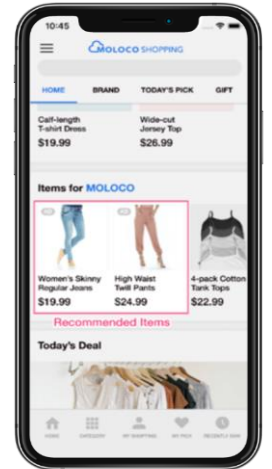
DMP	적용 시나리오
앱 프로필	화장품/뷰티 관련 앱 설치자
기업 DMP	경쟁사 브랜드 검색, 조회, 구매 고객
실내 위치	피부과, 성형외과, 뷰티 매장 방문자

목표 고객의 관심사, 행동을 예상하여  
타겟팅 시나리오에 적용

Case 2. 자사몰 포스트백 데이터 활용



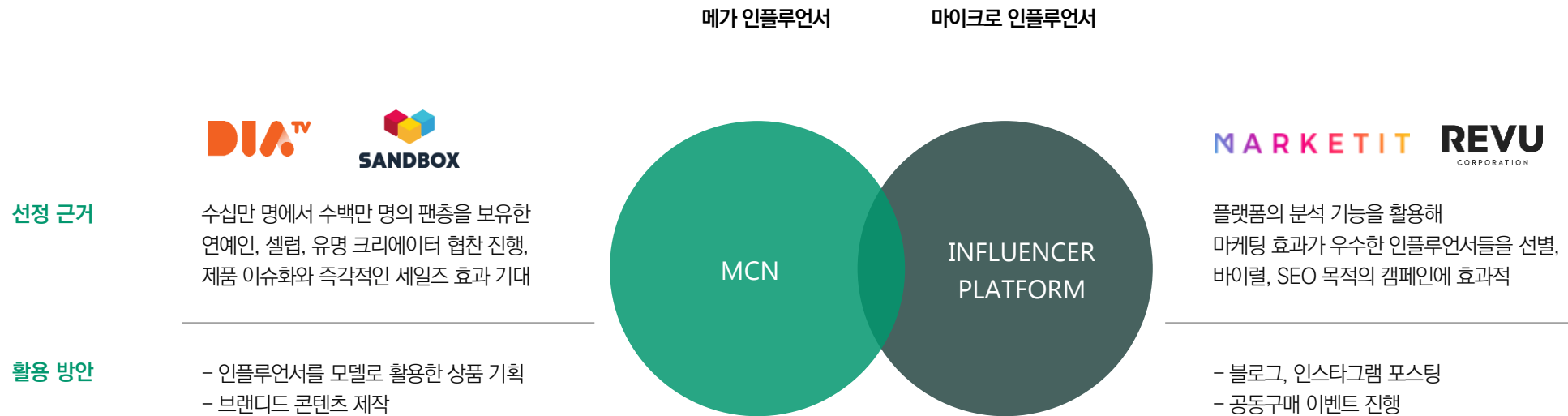
고객 데이터를 기반으로 생성된 추천 상품을 광고로 노출  
기존, 신규 고객 대상 구매 유도에 효과적





## 4. 구매    **고객의 구매 결정을 앞당기는 ‘인플루언서 마케팅’**

- 온라인 쇼핑에서 구매 결정에 가장 큰 영향을 미치는 요소 중 하나는 전문가·인플루언서의 추천 또는 리뷰
- 제품 이슈화, 바이럴, SEO 등 캠페인 목적에 따라 메가 인플루언서와 마이크로 인플루언서를 선택 활용



## 5. 재구매 **이탈·구매 고객을 다시 공략하는 ‘리타겟팅 상품’**

- 방문 고객의 행동 반경에 따른 리타겟팅은 구매 전환 성과를 높일 뿐만 아니라 자사몰 활성화에도 매우 큰 기여
- 축적된 고객 세그먼트에 따라 이탈고객은 구매 유도를, 구매고객은 유사상품 추천 또는 재구매를 유도

추천매체 1. Meta



**선정 근거**

고도화된 유사 타겟 확장 기능을  
활용하여 확보한 모수보다  
더 많은 가망 고객 공략

추천매체 2. 크리테오



AI 엔진 기반 광고 플랫폼으로  
비활성 고객의 휴면기간을 선택하여  
유입을 유도하는 메시지 전달 가능

추천매체 3. 타겟팅게이츠



자사몰에서 발생하는 구매 패턴을 분석해  
구매 전환 확률 예측  
구매 가능성이 높은 고객 집중 공략 가능

**운영 포인트**

고객들의 구매 행동을 분석하고 최적화 된 크리에이티브 및 메시지 구성 (재방문 → 할인 혜택, 재구매 → 신상품 출시 안내)  
리타겟팅 모수가 부족한 경우 전환 가능성이 높은 타겟을 확보할 수 있는 ‘유사 타겟 확장’ 기능 활용 추천

04

---

## PROMOTION





# ONLY, 오직 메조미디어에서만 제공하는 프로모션

1

## STARTER

### 타겟팅게이트츠 '자사몰 스타터' 패키지

- ☑ 유입 캠페인 CPC 100원  
→ CPC 할인단가 80원 제공(DMP타겟팅 적용)
- ☑ 리타겟팅 캠페인 CPC 150원  
→ CPC 할인단가 130원 제공

2

## INFLUENCER

### 마켓잇 '인플루언서 자사몰 홍보' 패키지

- ☑ 게시물PACK(인플루언서 50명/100명)  
→ 최대 20% 할인
- ☑ 인스타그램 릴스PACK(인플루언서 50명/100명)  
→ 최대 25% 할인

3

## SIGN-UP

### 애디슨 오퍼월 '회원가입 보장' 패키지

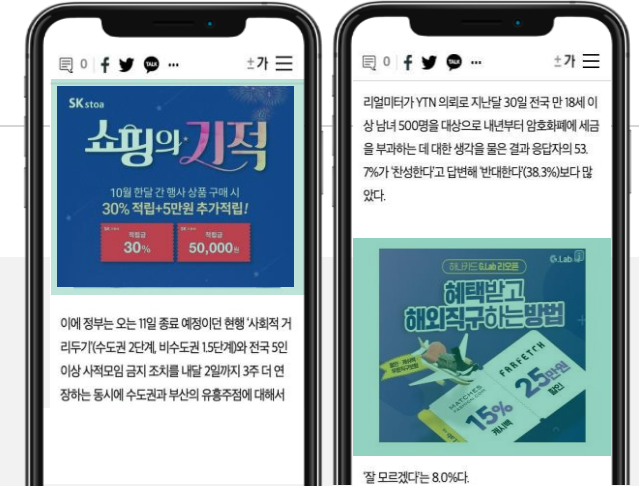
- ☑ 회원가입 10,000명 보장 PACK 구매 시  
→ 500명 추가 물량 제공
- ☑ 회원가입 20,000명 보장 PACK 구매 시  
→ 2,000명 추가 물량 제공

# 1 타겟팅게이츠 ‘자사몰 스타터’ 패키지

- 자사몰의 트래픽 활성화를 위해 고객의 방문·재방문 유입량을 극대화하는 패키지
- 타겟팅게이츠의 고도화된 DMP를 활용해 구매 고려도가 높은 고객을 확보하고, 효과적인 구매 전환 유도가 가능

## STARTER PACKAGE


- ✔ 효과적인 신규 고객 모객을 위한 ‘DMP 타겟팅’과 재방문 유도를 위한 ‘리타겟팅’ 동시 집행 가능
- ✔ 자사몰 특화 DMP 타겟팅으로 코어 타겟 접근 가능
- ✔ CPC 단가 최대 20% 할인, 비용 효율 증대




매체명	목적	상품	예산	기본 CPC	패키지 CPC	할인율
타겟팅게이츠	유입	트래픽(DMP 타겟팅)	700만 원	100원	80원	20%
	재방문/구매 전환	리타겟팅	300만 원	150원	130원	13%

\* 기본 구성이 1,000만 원으로 희망 시 1억까지 예산 조정 가능

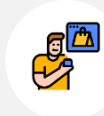
유입 극대화를 위한 추천 타겟팅




제품 카테고리 관심사



온·오프라인 구매 이력



동일 제품군 광고 반응 이력

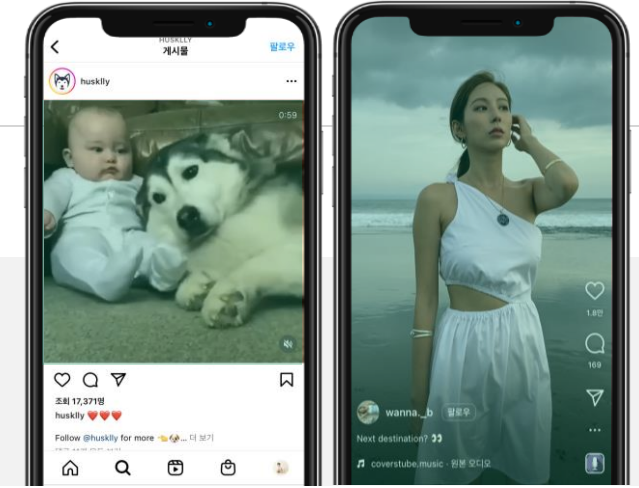


유사 제품 키워드 검색 이력



## 2 마켓잇 '인플루언서 자사몰 홍보' 패키지

- 2,000여 개 브랜드와 협업 노하우가 축적된 마켓잇의 자사몰 마케팅 특판 상품
- 이커머스 마케팅 역량이 높은 인플루언서 중 브랜드에 최적화된 인원을 50~100명 선별하고 자연스러운 홍보 콘텐츠를 생성




# INFLUENCER PACKAGE


- ✓ 각 인플루언서별 액티브 팔로워 비중 및 포스팅 역량을 검증, 제품 카테고리에 적합한 인플루언서 추천 가능
- ✓ 일반 포스팅 게시물 뿐만 아니라, 인스타그램에서 가장 주목도 높은 전면 동영상 '릴스' 활용
- ✓ 최대 25% 할인 적용으로 비용 효율 극대화

매체명	상품 구분	포스팅 내용	모집인원	기본 단가	패키지 특별가	할인율
마켓잇 (MARKETIT)	게시물 PACK	이미지(3개) 동영상(1개)	50명	500만 원	450만 원	10%
			100명	1,000만 원	800만 원	20%
	릴스 PACK	릴스(동영상) 게시물(동영상 1개) 게시물(이미지 3개)	50명	600만 원	540만 원	10%
			100명	1,200만 원	900만 원	25%


마켓잇 집행 추천 업종




화장품




패션



주얼리



식음료



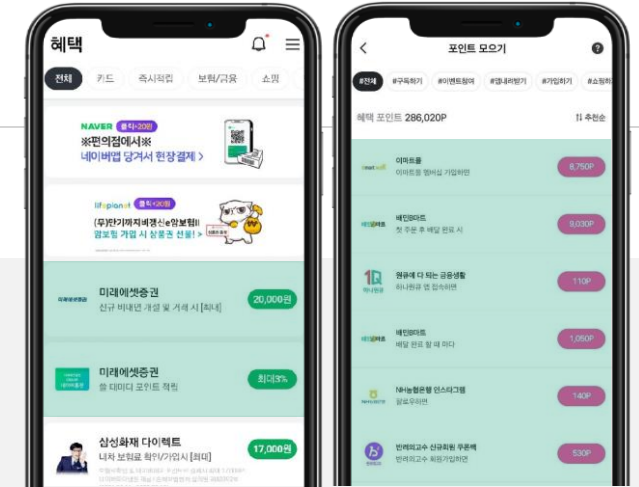
건강기능식품

...

\* 2022년 4분기까지 구매 가능

### 3 애디스 오퍼월 '회원가입 보장' 패키지

- 리워드를 리스트 형태로 제공하는 오퍼월 상품을 활용한 회원가입 고객 수를 보장하는 패키지
- 소비 친화적인 금융·엔터테인먼트·쇼핑 미디어가 주요 제휴 미디어로, 구매 가능성이 높은 소비자를 자사 고객으로 확보 가능



## SIGN-UP PACKAGE

- ✓ 일정 회원 수를 '보장'하여 안정적인 캠페인 운영 가능
- ✓ 네이버 웹툰, 시리즈, 네이버페이 등 프리미엄 미디어에 노출
- ✓ 기존 패키지 대비 추가 인원을 보장하여 합리적인 CPA 단가로 집행 가능

상품 구분	상품 구분	목적	단가(건)	패키지 단가	추가 보장 인원	서비스율
애디스	10,000명 보장	회원가입 (개인 정보 입력)	1,500원	1,500만 원	500명	5%
	20,000명 보장	회원가입 (개인 정보 입력)	1,500원	3,000만 원	1,000명	5%

\* 개인 정보 입력이 필요 없거나 추가 액션이 필요한 경우 단가 재설정 필요  
\* 애디스 오퍼월 1년내 집행 이력이 없는 광고주 대상, 집행 시 서버 연동 진행

애디스 주요 제휴 매체



네이버 쿠키오븐



네이버페이



카카오톡



지그재그



토스

SPECIAL PROMOTION

# 자사몰 패키지 구매 광고주 스페셜 프로모션

자사몰 패키지를 구매하고, 자사몰 제품을 기부하는 착한 기부 캠페인

내 용	자사몰 광고 패키지를 구매해 주시면, 메조미디어에서 자사몰 판매 제품을 구매 → 제품이 필요한 곳에 따뜻한 마음을 담아 기부해 드립니다.
대 상	<ul style="list-style-type: none"><li>• 자사몰 패키지 구매 광고주</li><li>• 1개 광고주 기준, 100만원 상당의 물품 구매</li><li>• 선착순 4개 광고주 (*부킹 기준)</li></ul>
기 부 상 품	자사몰 판매 제품 중, 광고주와 협의하여 제품 선정
기 부 처	구매 제품에 따라 별도 협의, 검토 후 진행 / 메조미디어 명의 기부





APPENDIX.

업종별 자사몰 보유 광고주 리스트



## 업종별 자사몰 보유 광고주 리스트

· 클릭 시 해당 자사몰로 이동됩니다

패션	화장품	식음료	제약/의료
뉴발란스	닥터지	농심	대웅제약
몰라웨어	몽디에스	대상	동국제약
밸롭	아모레퍼시픽	동서식품	동아제약
아디다스	오호라	등원	광동제약
안다르	이니스프리	롯데제과	안국약품
젝시믹스	AHC	풀무원	일동제약
크룩스	토니모리	바르달	한미약품
TOPTEN	더페이스샵	CJ제일제당	HK이노엔
가전제품	가구	유아/아동	건강기능식품
바디프렌드	까사미아	도노도노	뉴트리원
세라젼	동서가구	베베쿡	대상라이프사이언스
신일전자	마켓비	베이비본죽	대한뉴팜
위닉스	벤스가구	비비앤다	세노비스
캐리어	시몬스	하기스	씨스팡
코웨이	일룸	하로월드	정관장
쿠첸	한샘	퓨어락	중근당건강
쿠쿠	현대리바트	에이원베이비	JW생활건강



# CONTACT US.

디지털미디어 시장의 트렌드와 인사이트를 원하시나요 | 트렌드기획팀 [mezzo\\_report@cj.net](mailto:mezzo_report@cj.net)

메조미디어만의 차별화된 미디어 정보가 궁금하시다면 | 디지털기획팀 [m\\_plan@cj.net](mailto:m_plan@cj.net)

MezzoMedia