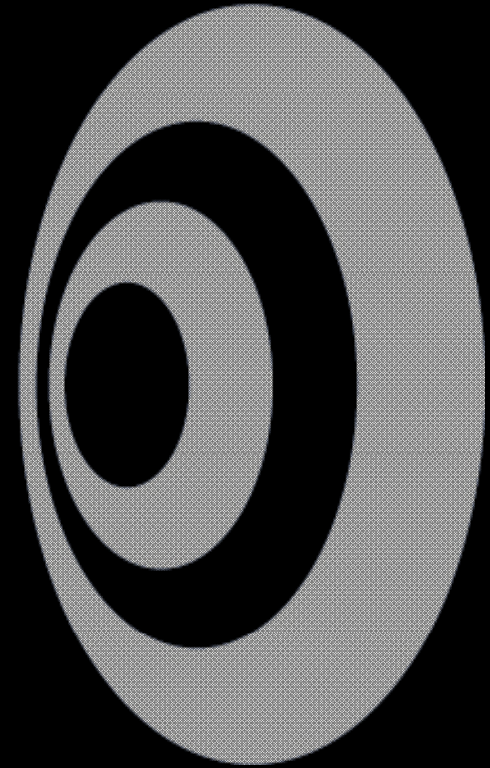


검색광고의 현황과 전망

2007. 12. 11

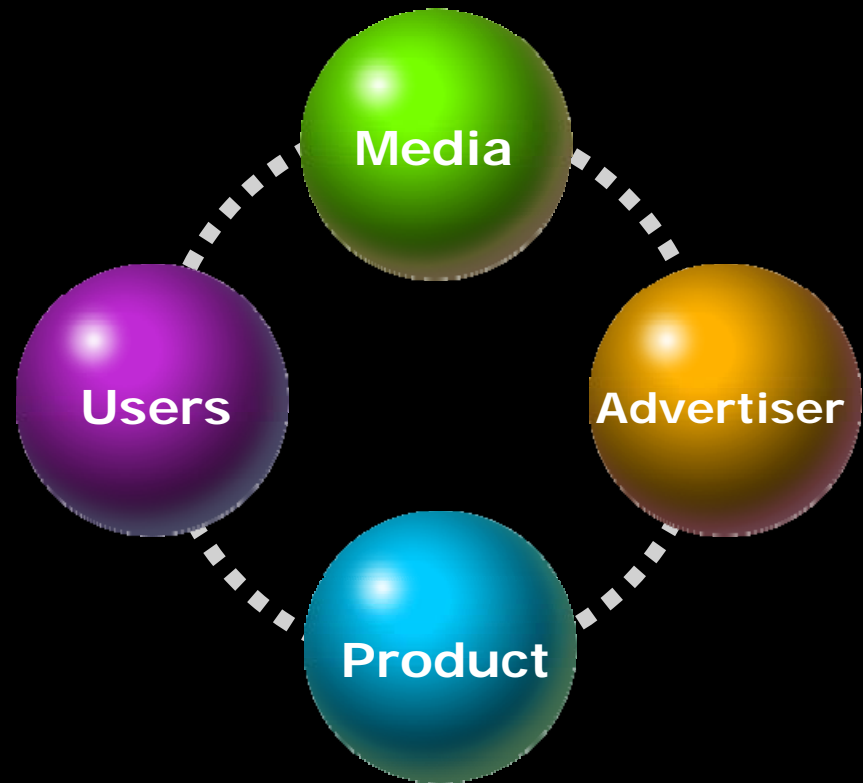
오버추어 코리아 세일즈팀

차재덕 부장



Contents

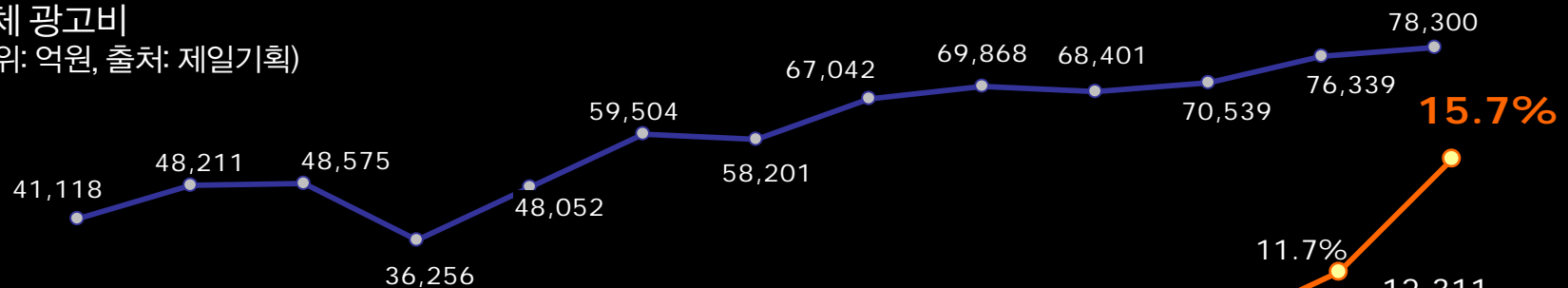
- 검색광고 시장 규모
- 검색광고 성장 배경
- 검색광고의 과제
- 향후 전망



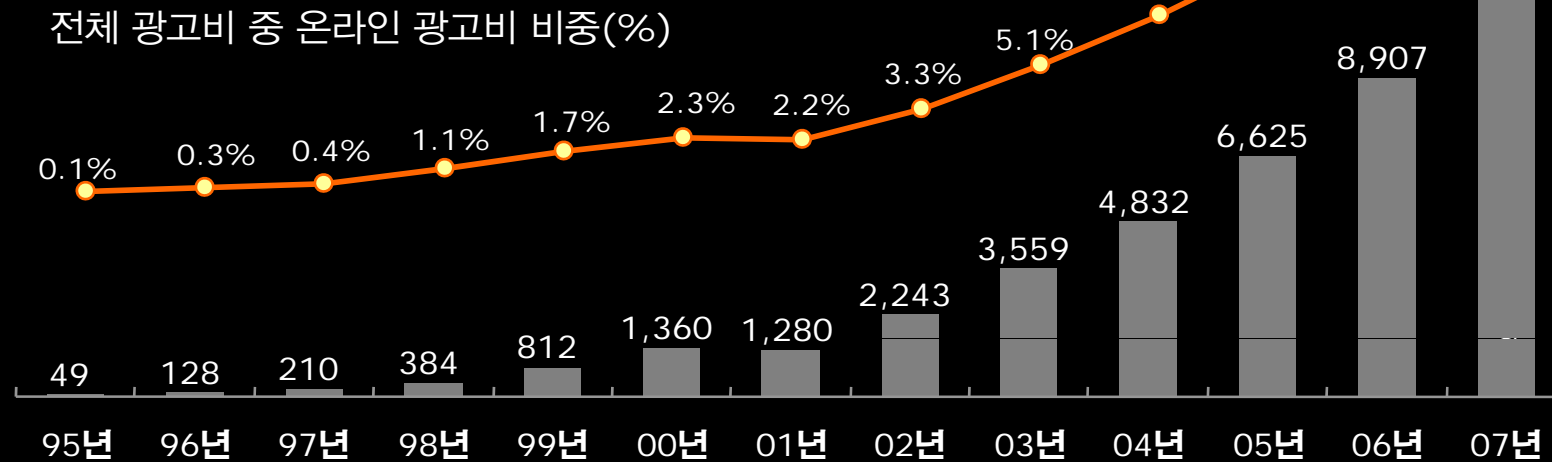
검색광고 시장 규모

지속되는 온라인 광고 시장 성장세

전체 광고비
(단위: 억원, 출처: 제일기획)



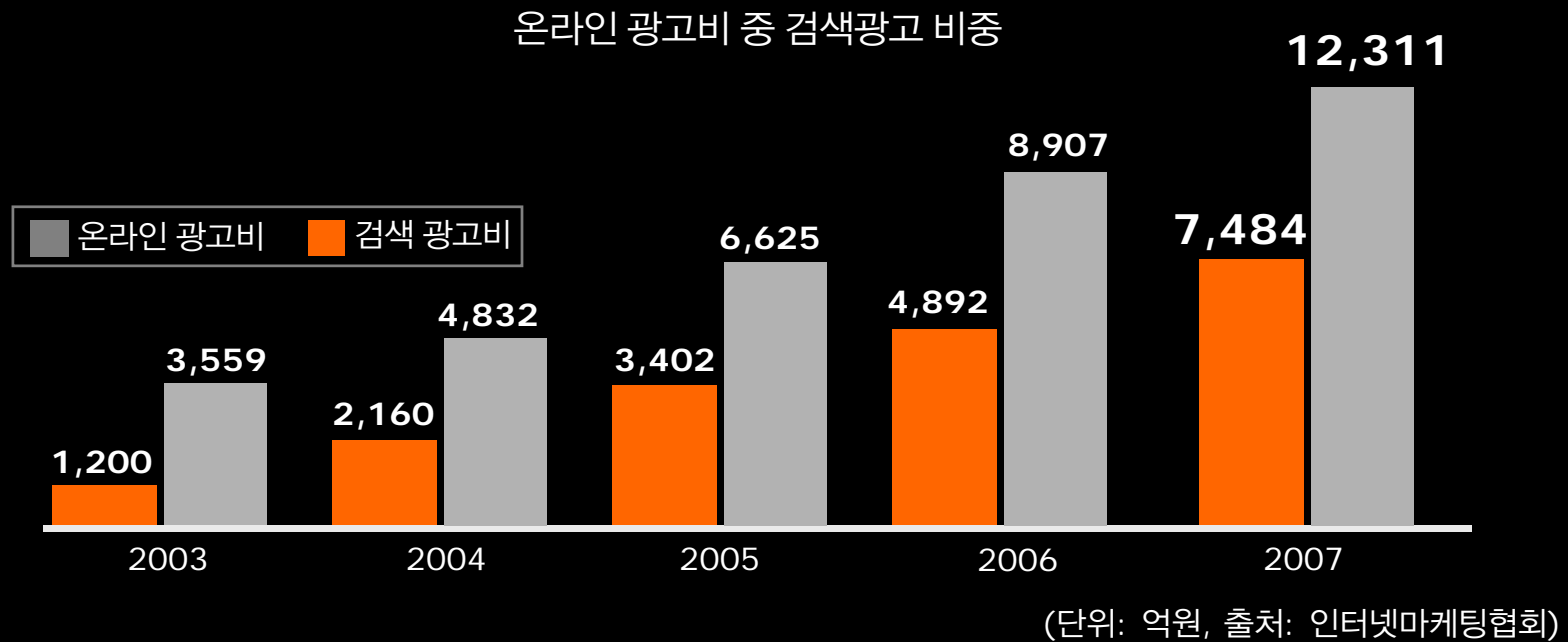
전체 광고비 중 온라인 광고비 비중(%)



온라인 광고비
(단위: 억원, 출처: 인터넷마케팅협회)

온라인광고의 성장을 주도하는 검색광고

07년, 온라인광고의 60%, 전체광고의 9.6% 예상

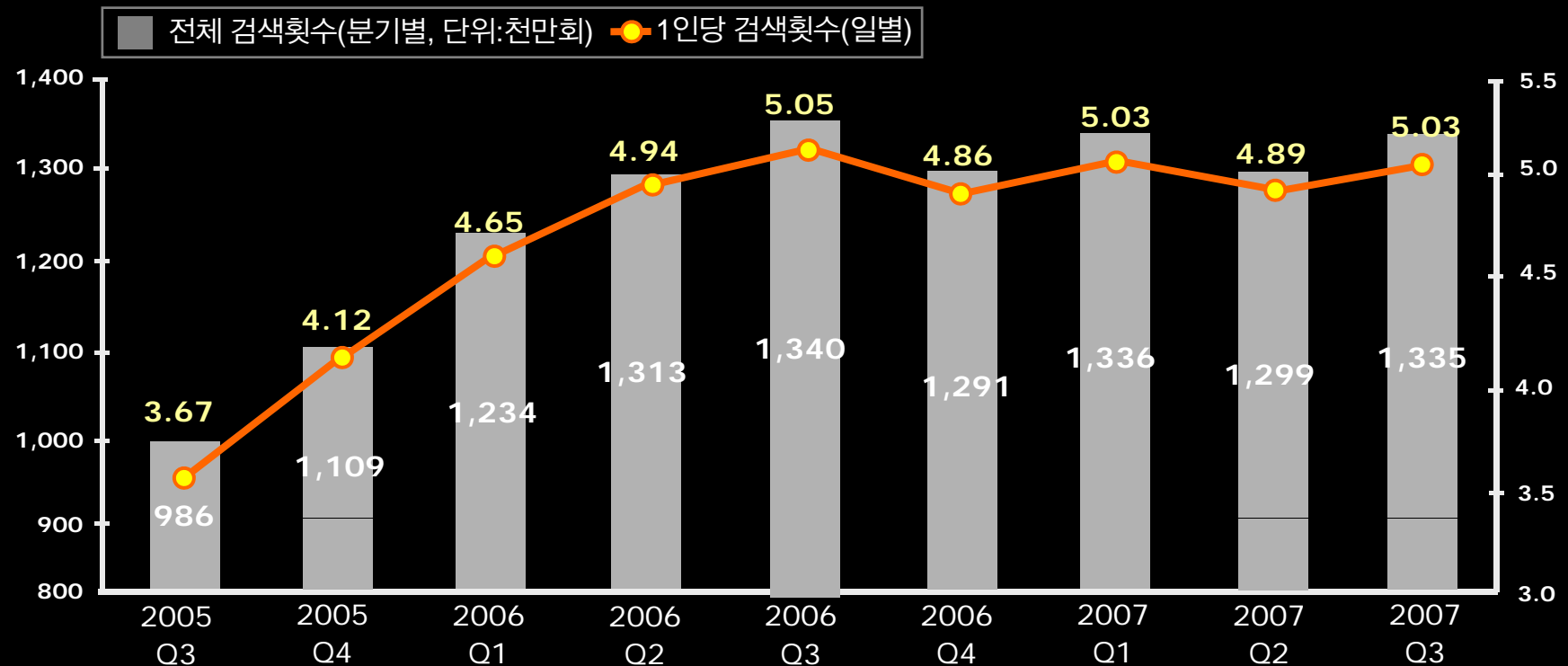


검색광고 성장 배경

Media

검색 사용자의 증가로 매체로서의 가치 증대

주요 포털사이트 전체 검색횟수 & 1인당 검색횟수



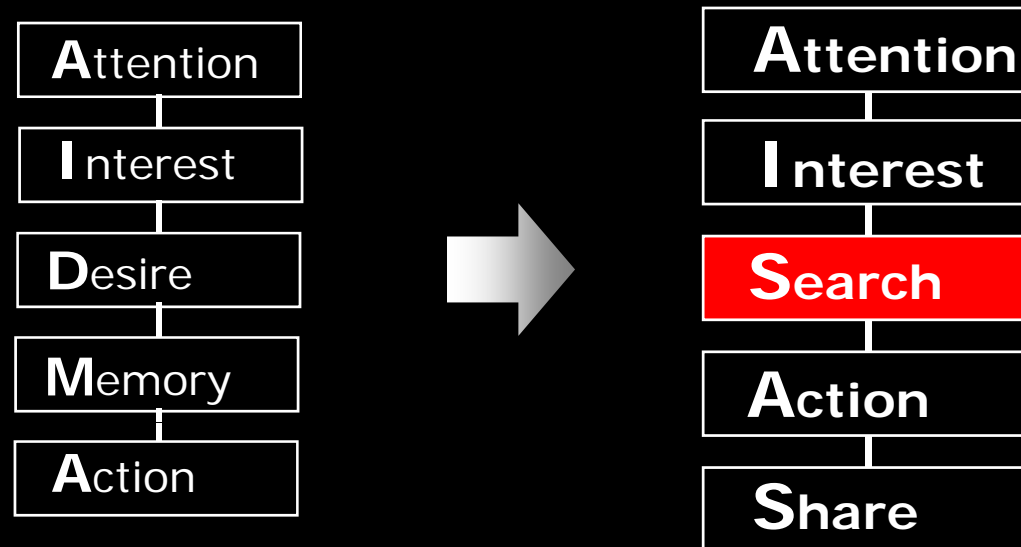
(출처: 코리안클릭 / 포털사 : 네이버, 다음, 야후, 엠파스, 구글, 파란, 하나포스
2006년 전체 인터넷 사용인구 : 2,951만명, 이용률 97.2%)

Users

정보로서의 광고 가치 인정

유저의 Intent에 부합되는 광고 리스팅

인터넷시대의 소비자 행동



일방적인 정보 제공 → 스스로 조사하여 구매 / 결정

Users

검색결과에 대한 유저의 태도

Q. 검색시 상위에 보이는 회사가 리더라고 생각하나?

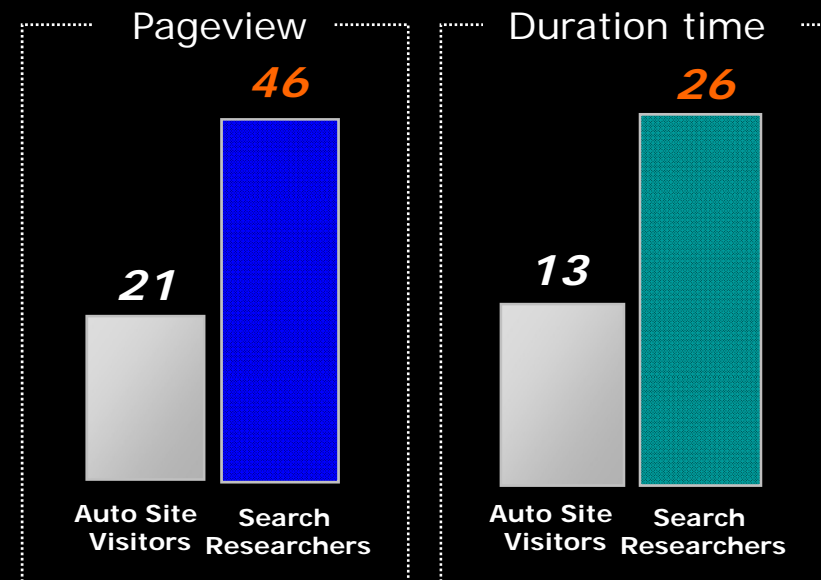


Q. 리딩하는 브랜드는 상위검색 순위에 있어야 하나?



(출처: It's Broadband Life, Forrester for Yahoo! And MediaEdge:cia 2005)

검색광고와 체류시간



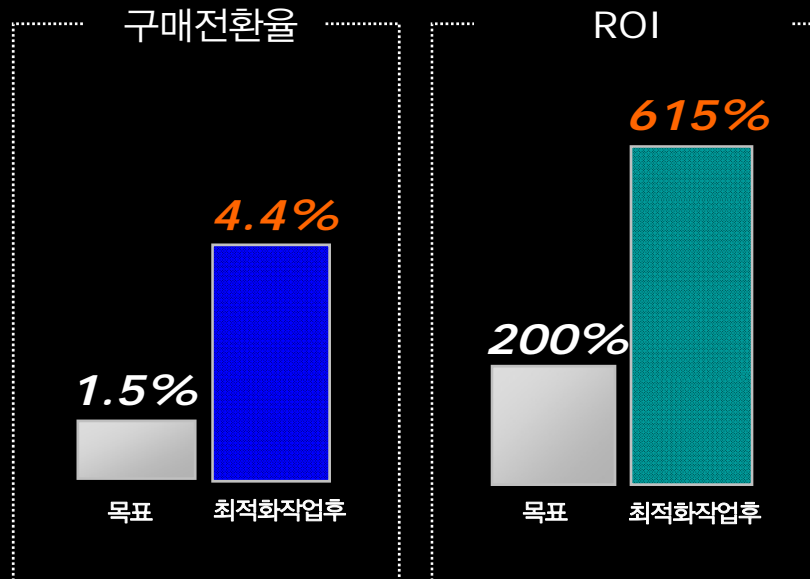
(단위: 분, 출처: Search branding study, 2006, YSM)

Product

성과 기반의 과금 체계

Performance에 따른 효율적인 광고 집행

검색광고 사례) 인터넷쇼핑몰 O사



← 지속적인 모니터링과 효율분석을 통한 광고집행

CPC vs CPM

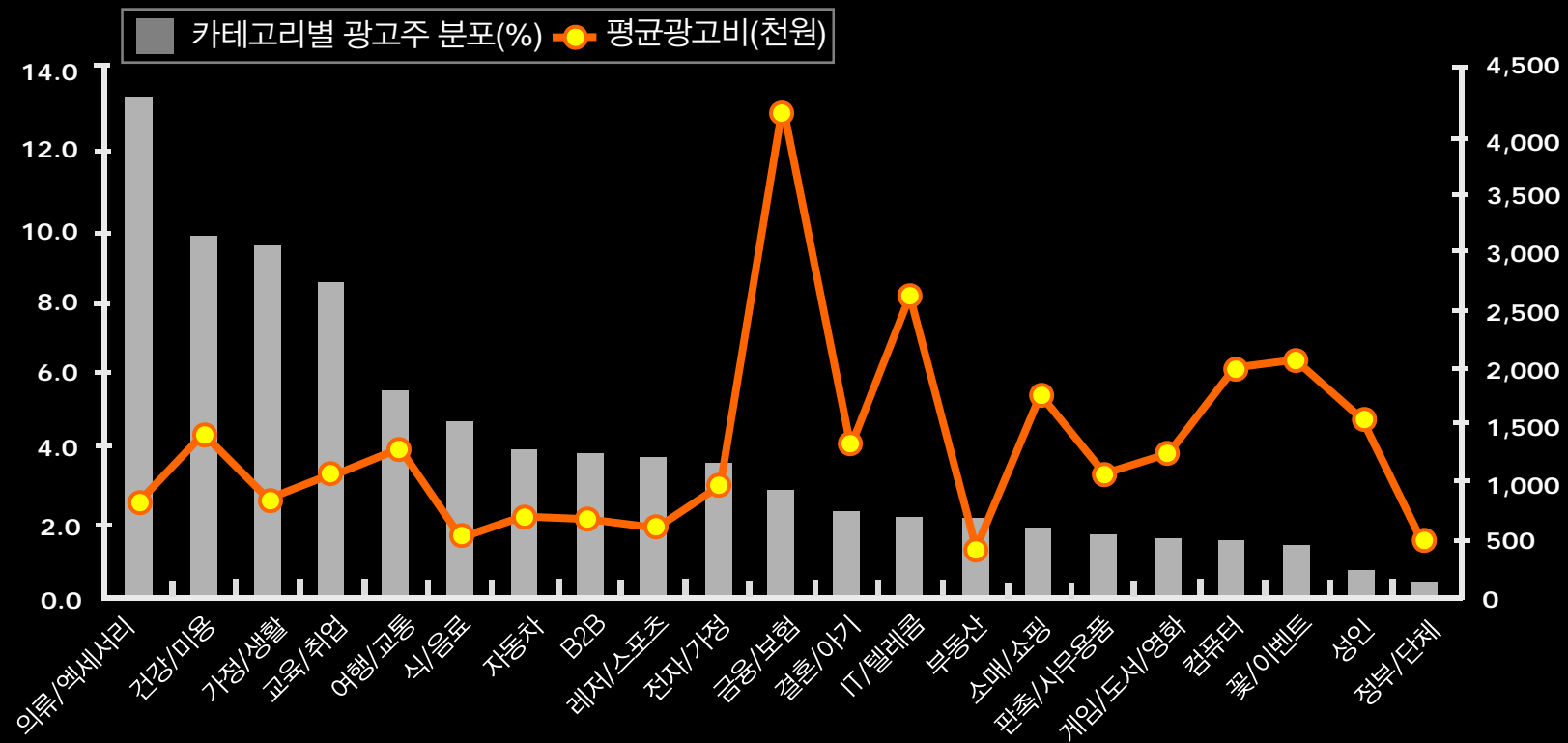
2007. 1. 다음 - 구글 계약
2007. 3. 네이버 클릭초이스 CPC로 전환
CPC 유입 클릭이 증가하는 추이

성과 기반의 CPC 광고 중심으로 변화 예상

Advertiser

광고의 대중화 유도

카테고리별 광고주 규모, 평균 광고비



(출처: 오버추어 내부자료. 2007년 10월. 전체 광고주 3만 5천)

Advertiser

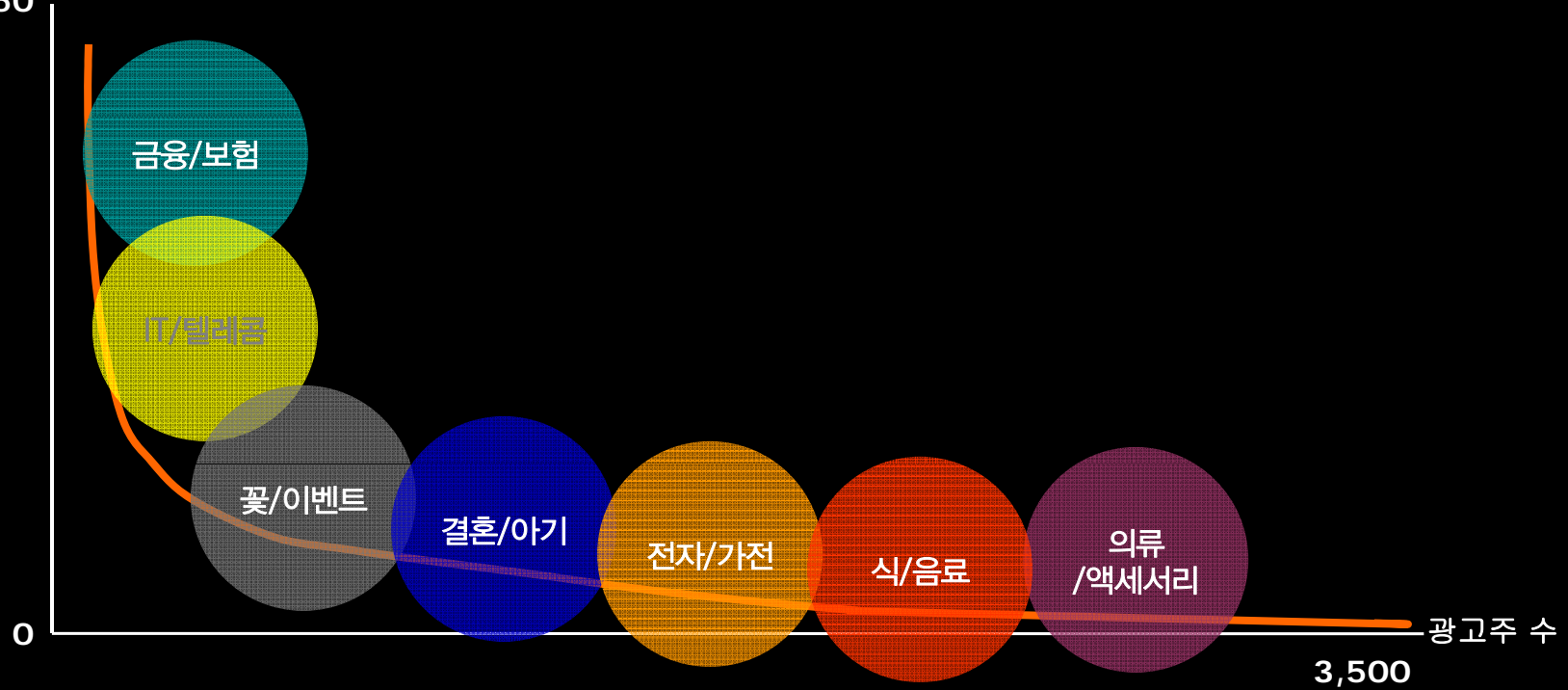
광고의 대중화 유도

다양한 카테고리 / 소액 광고주 저변 확대

평균 광고비(만원)

450

Spending & 계정수 비교



검색광고의 과제

Media

검색 결과면의 치열한 경쟁

[illegible]

“꽃배달” 검색 시, 네이버 결과 페이지: 1261 x 5715 px		
광고	스폰서 링크	5개
광고	파워 링크	5개
광고	플러스 프로	5개
컨텐츠	지식 in	7개
컨텐츠	카테고리	1줄
광고	비즈 사이트	10개
광고	지역 정보	5개
컨텐츠	지식쇼핑	3개
컨텐츠	동영상	3개
컨텐츠	전문 자료	5개
컨텐츠	음악	1줄
컨텐츠	최신 뉴스	5개
컨텐츠	웹 페이지	5개
컨텐츠	이미지	5개

2007 KNP 세미나 _ 검색광고의 현황과 전망

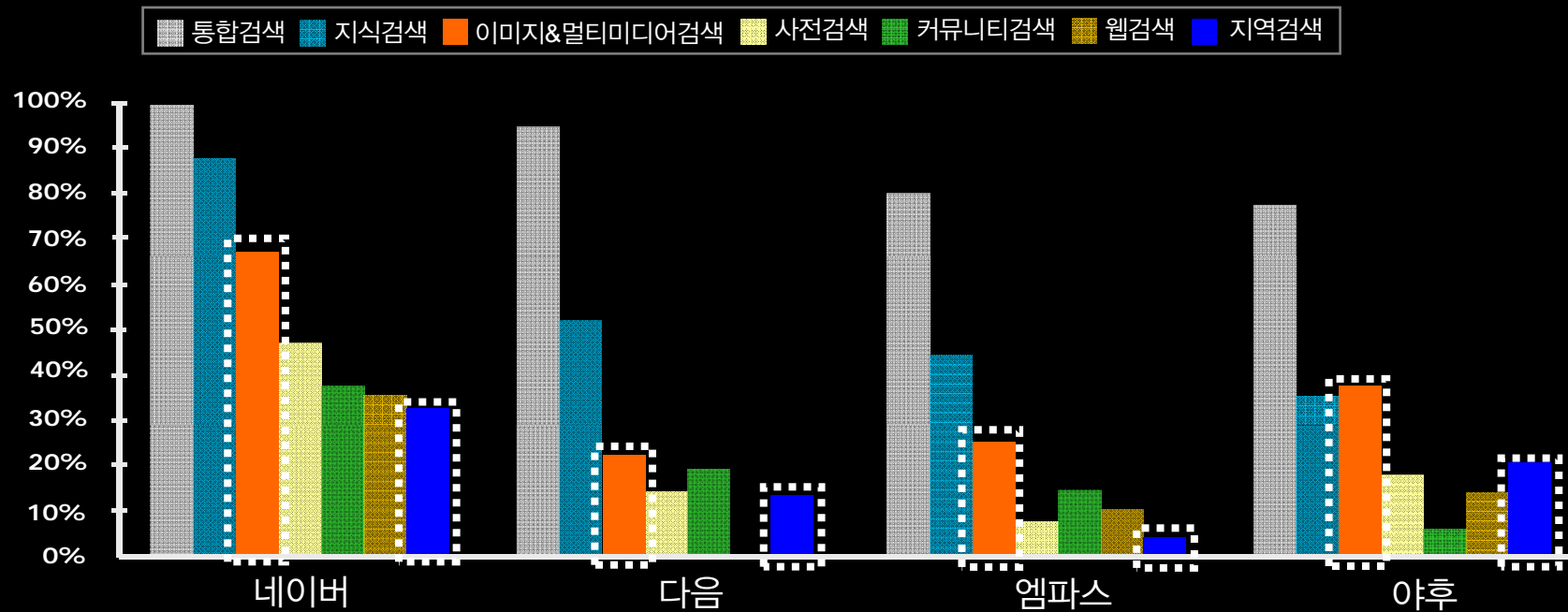


Users

검색 Needs의 진화

이미지 & 멀티미디어 / 지역검색의 증가

포털 사이트별 검색비중

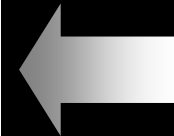


(출처: 코리안클릭, 2007. 9)

Users

SEM 보다 SEO 활동이 보편화

검색광고 외,
SEO영역에서 활동



1. 검색광고
2. 사전
3. 지식iN
4. 사이트
5. 지역정보
6. 블로그
7. 책
8. 카페
9. 동영상
10. 전문자료
11. 뉴스
12. 웹문서
13. 이미지
14. 웹페이지

Product

Text 광고로서 제한적인 메시지 전달력

Brand Image 제고의 한계

주요 검색광고 상품의 노출 결과 비교

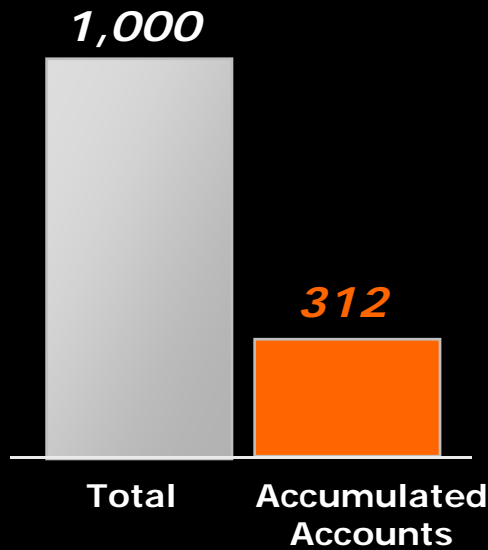
		글자수	이미지
오버추어 스폰서링크	스폰서링크 • 동부화재 다이렉트 자동차보험 - 동부다이렉트 자동차보험 가입안내, 최대 38% 저렴한 보험료 산출, 권익예약서비스. http://www.directdongbu.com	제목 15 / 설명 45	X
구글 스폰서링크	스폰서링크 • 동부 다이렉트 자동차보험 - 최대 38% 저렴한 동부화재 다이렉트 자동차보험, 동부화재 서비스 그대로. http://www.directdongbu.com	제목 (한글 12, 영문 25) / 설명 (한글 35, 영문 70)	X
네이버 클릭초이스	파워링크 1. 한국살용화재 이뮤다이렉트 - 이뮤다이렉트, 각종 이벤트 진행 중, 보험상품 비교, 20분 긴급출동 보증제, POWER http://www.eyoudirect.co.kr	제목 15 / 설명 45	X
네이버 플러스프로	플러스프로  자동차보험 비교견적 인슈라인 PLUS - 실시간 자동차보험료 비교 추천, 운전자 연령특약 맞춤 보험 컨설팅, 1인한정, 1인 추가, 부분한정, 오토차량, 예매백, 네비게이션, ABS, 연령한정. http://insuline.co.kr	제목 15 / 설명 45 + 부가설명 45	70 x 50 pixel

Advertiser

브랜드 광고주의 참여 부족

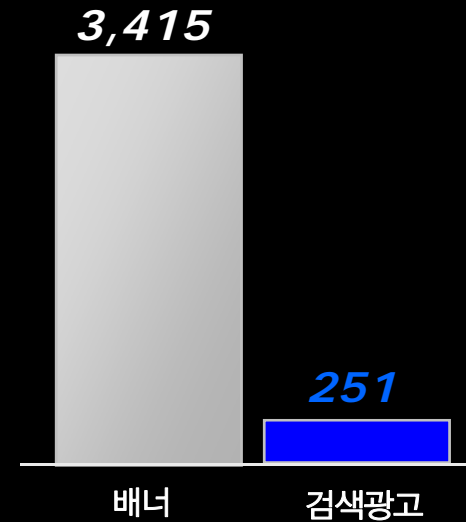
광고 운영이 적고, 배너 대비 저조한 광고비

1천대 광고주 검색광고 집행 현황



(오버추어 누적집계. 2007년 11월19일 기준)

배너 vs 검색광고 Spending 비교
(K사, 2007년 1~10월 합계)



(단위 : 백만원)

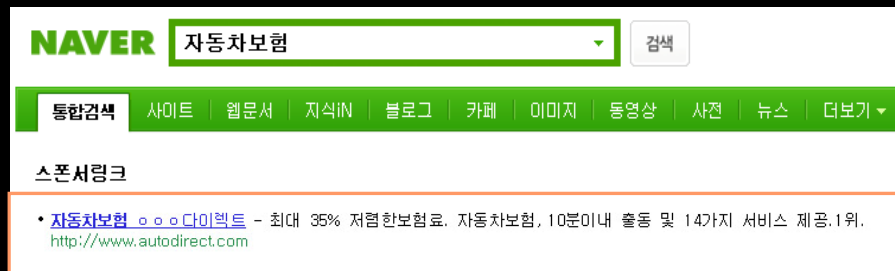
출처: 배너-리서치애드 / 검색광고-오버추어 내부집계)

향후 전망

광고의 주목도 제고를 위한 노력

유저와의 Relevancy 강화를 통한 광고 리스팅의 신뢰성 제고

광고문구 Testing



- 광고문구 롤링을 통해, 최적의 광고문구 Testing

Bidding System 변경

	CPC
1	1000
2	900
3	800
4	500
5	100

➔
+
리스팅별
광고품질지수

	CPC
1	800
2	1000
3	900
4	500
5	100

- 클릭율, 노출/클릭 포션, 지역타겟팅 등에 따라
리스팅별 광고품질지수 평가
- 입찰가와 품질지수의 종합점수로 순위 결정

리스팅 결과에 유저와의 Relevancy 반영

다양한 검색광고 상품 개발

버티컬검색, 지역검색, 동영상 검색 등 신규 검색광고 상품 개발

버티컬검색



다양한 검색광고 상품 개발

버티컬검색, 지역검색, 동영상 검색 등 신규 검색광고 상품 개발

버티컬검색

The screenshot displays the Yahoo! Korea search interface. The search term '원더걸스' is entered in the search bar. The '동영상' (Videos) tab is selected, highlighted with an orange box. Below the search bar, there are navigation links for '통합검색', '웹', '이슈', '지식', '블로그 UP!', '사진', and '뉴스'. The '동영상' section shows a list of video results from SBS NeTv. The first result is '원더걸스 데이트경매 2백만원 치솟아!' with a thumbnail showing a group of people. The second result is '원더걸스 제주 열미!' with a thumbnail showing two women. The third result is '원더걸스 이상형을 말하다!' with a thumbnail showing two women. The fourth result is '원더걸스 이바보! 라이브~' with a thumbnail showing a woman. Each result includes a title, a brief description, the date and time, and the source 'SBS NeTv'.

YAHOO! KOREA 검색 **원더걸스** 이미지 **동영상** 쇼핑

통합검색 웹 이슈 지식 블로그 UP! 사진 뉴스

동영상 : ☒ 전체 ☐ 동영상 DB ☐ 웹동영상

동영상 DB [총 26,548 개중 1 - 5] 관련순 | 최신순 | 상세설명

출처별 고급정렬

원더걸스 데이트경매 2백만원 치솟아!
원더걸스 데이트경매 2백만원 치솟아! 이것이 원더걸스의 힘! 출처 두시탈출 컬투쇼 (다시보기) 84회
2007. 11. 30 | 3분38초
SBS NeTv

원더걸스 제주 열미!
도전1000곡 - 원더걸스 제주 열미와 선예의 감작한! 페스티벌 상금상금!~ 출처 도전! 1000곡 364회
2007. 12. 03 | 2분27초
SBS NeTv

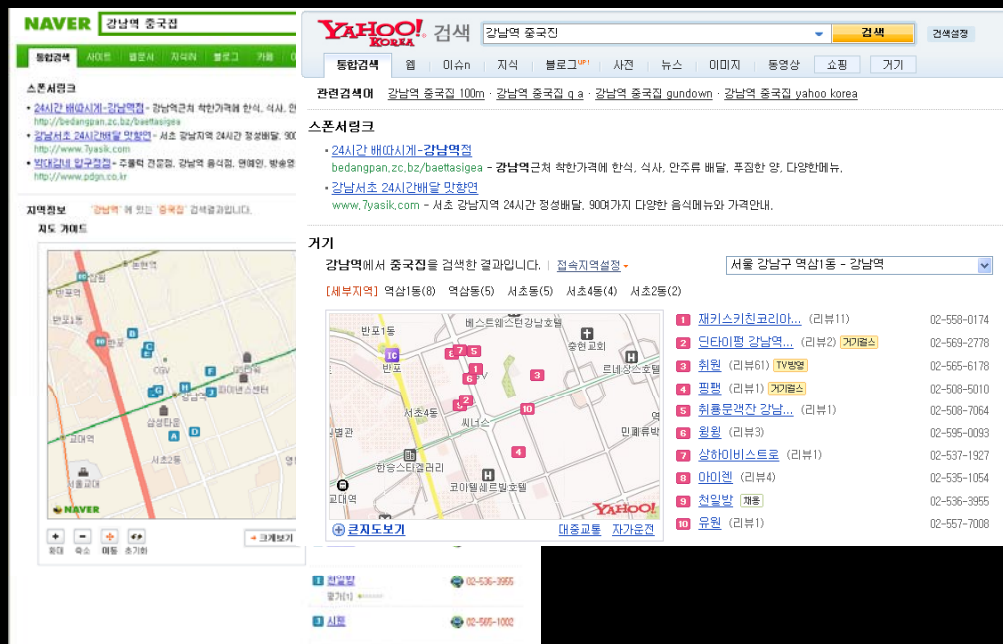
원더걸스 이상형을 말하다!
두시탈출 컬투쇼 - "배용준이 감웃입고 열미출 했으면.." 원더걸스 정재욱의 솔직한 이상형 들어보세요~ 출처 두시탈출 컬투쇼 (다시보기) 84회
2007. 11. 30 | 2분48초
SBS NeTv

원더걸스 이바보! 라이브~
두시탈출 컬투쇼 - 원더걸스 히트예감! "이바보" 라이브~ 출처 두시탈출 컬투쇼 (다시보기) 84회
2007. 11. 30 | 4분10초

다양한 검색광고 상품 개발

버티컬검색, 지역검색, 동영상 검색 등 신규 검색광고 상품 개발

지역검색



지역검색 광고

- 검색횟수 대비 상품화 저조
- 광고주의 대부분은 오프라인 기반의 소규모 업체 (대부분 홈페이지가 없음)

사이트별 표준화 및 네트워크화 필요

Brand 광고주 유입을 위한 노력

Brand 광고주의 Needs에 맞는 검색상품의 개발
(Text + Visual + Audio 결합 상품 등)

쇼핑매치 사례

The screenshot shows the Auction website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'My Auction', '장바구니', '내물품팔기', '판매관리', '고객센터', '회원가입', '로그인', '옥션·현대카드M', and 'skype'. Below this is a search bar with the text '디지털 카메라' (Digital Camera) entered. To the left of the search bar is a sidebar with various product categories like '여성의류', '남성의류', '신발', '가방', '집화', '주얼리', '시계', '화장품', '향수', '가구', '침구', '인테리어', '주방', '건강', '생활용품', '출산', '완구', '이동용품', '유아', '아동의류', '식품', '농수축산물', '컴퓨터', '디지털가전', '게임', '영상', '음향', '생활가전', '핸드폰', '스포츠', '레저', '자동차용품'. The main content area features a large banner for '파스퇴르 20주년 기념행사' (Pasteur 20th Anniversary Event) with two main offers: '01. 키큰아이 출시기념 대특가전' (Key-Keen-Ai launch commemorative big sale) and '02. 온라인대리점 1주년 행사' (Online agent 1st anniversary event). Below the banner are images of various products including '키큰아이' (Key-Keen-Ai) baby food, '누생양주망' (Nusengyangju-mang) wine, and '사파이어' (Sapphire) jewelry. To the right of the main content area is a sidebar with 'Event News' and '나의 쿠폰/포인트' (My Coupon/Point). At the bottom, there are more product recommendations like '디지털가전 | 게임' (Digital Home Appliances | Games), 'MP3, 디카' (MP3, Digital Camera), and '초특가코너' (Super Special Price Corner).

Brand 광고주 유입을 위한 노력

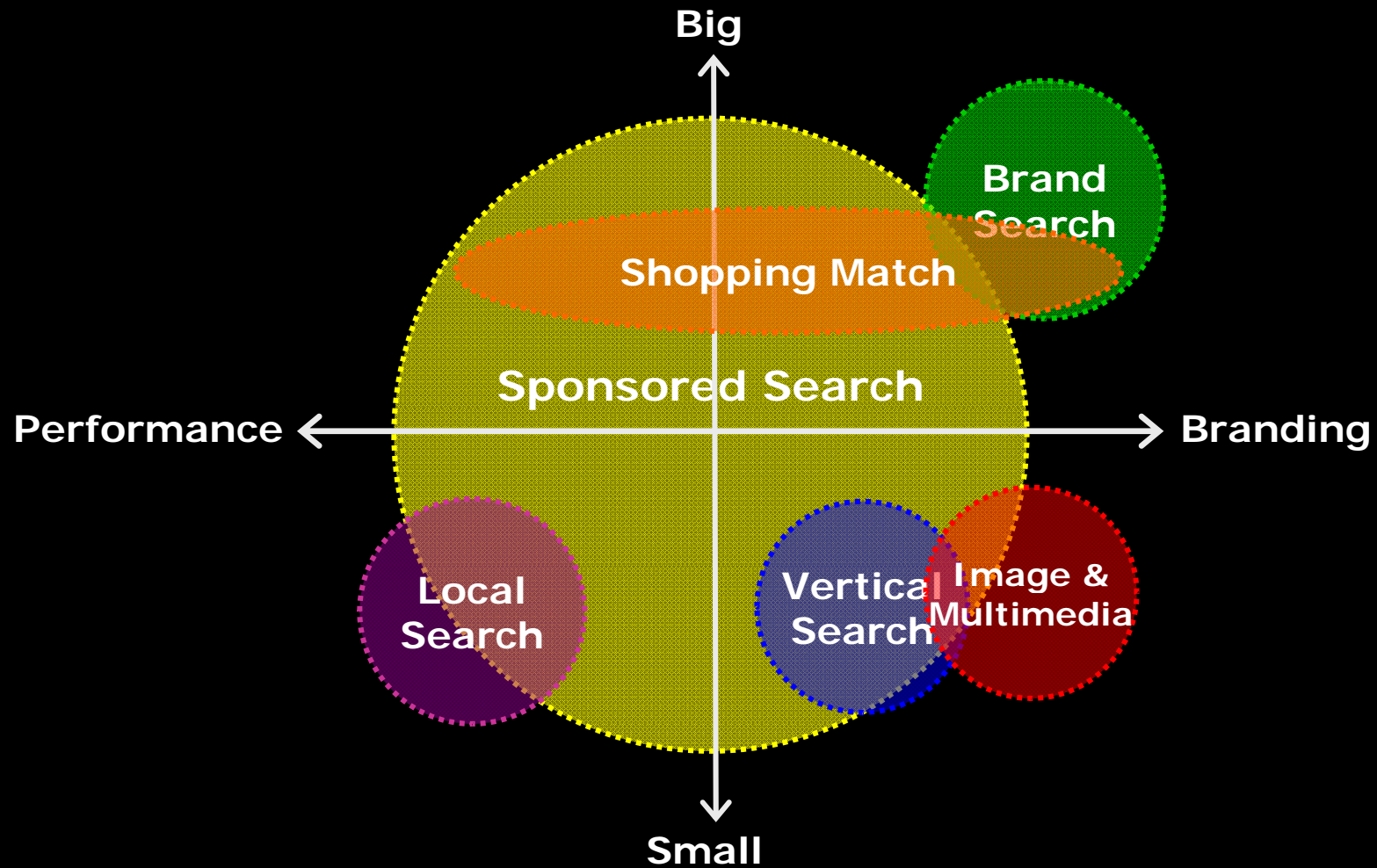
Brand 광고주의 Needs에 맞는 검색상품의 개발
(Text + Visual + Audio 결합 상품 등)

쇼핑매치 사례

Mouse over →
Displays full-size banner

키워드와 카테고리를 통해 접근한 쇼핑 고객에게 Multimedia BIG 배너 노출!

검색광고 Portfolio



보다 다양한 검색상품이 개발될 것으로 예상

Summary

- 검색광고 시장 규모

- ✓ 지속적인 성장. 2007년 온라인광고비의 60%, 전체 광고비의 10% 예상

- 검색광고 성장 배경 및 과제

	성장 배경	과제
Media	검색사용자의 증가 → 매체로서의 가치 증대	검색결과면의 치열한 경쟁
Users	정보로서의 광고 가치 인정	검색 Needs의 진화
Product	성과 기반의 과금 체계	Text광고로서 제한적인 메시지 전달력
Advertiser	광고의 대중화 유도	브랜드 광고주의 참여 부족

- 향후 전망

- ✓ 광고의 주목도 제고를 위한 노력 – 유저와의 Relevancy 강화를 통한 광고의 신뢰성 제고
- ✓ 다양한 검색광고 상품 개발 – 버티컬검색, 지역검색, 동영상 검색 등
- ✓ Brand 광고주 유입을 위한 노력 – Brand 광고주의 Needs에 맞는 상품 개발

감사합니다