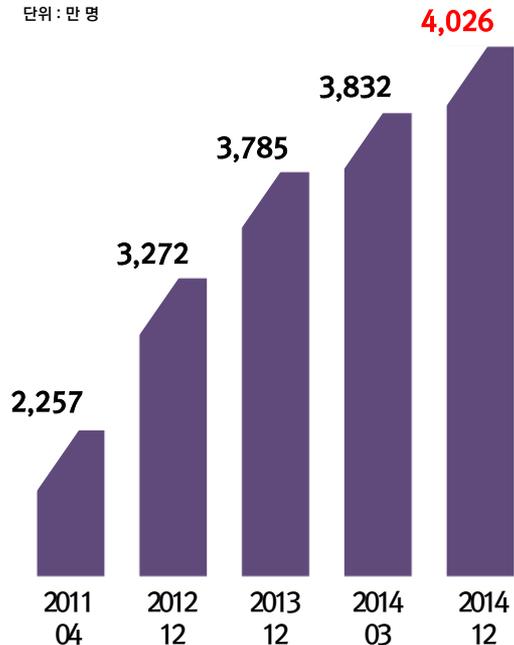


Smart  
Point

스마트포인트  
매체 소개서

## 국내 스마트 폰 보급 현황

단위: 만 명

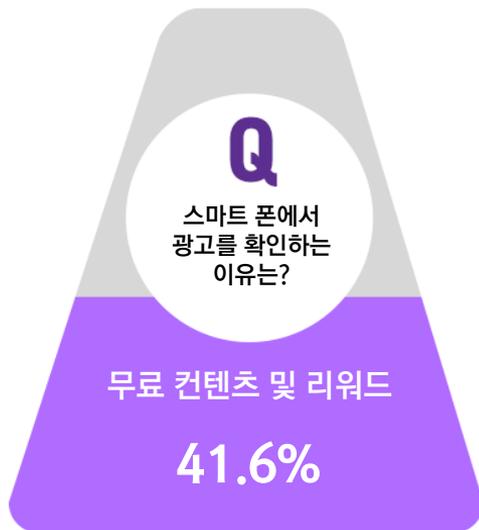


스마트 폰  
4,000만 시대!

## 일 평균 통화량



<출처: 미래창조과학부, 한국정보통신진흥회, KISA>



〈출처 : KISA〉



스마트 폰  
4,000만 시대

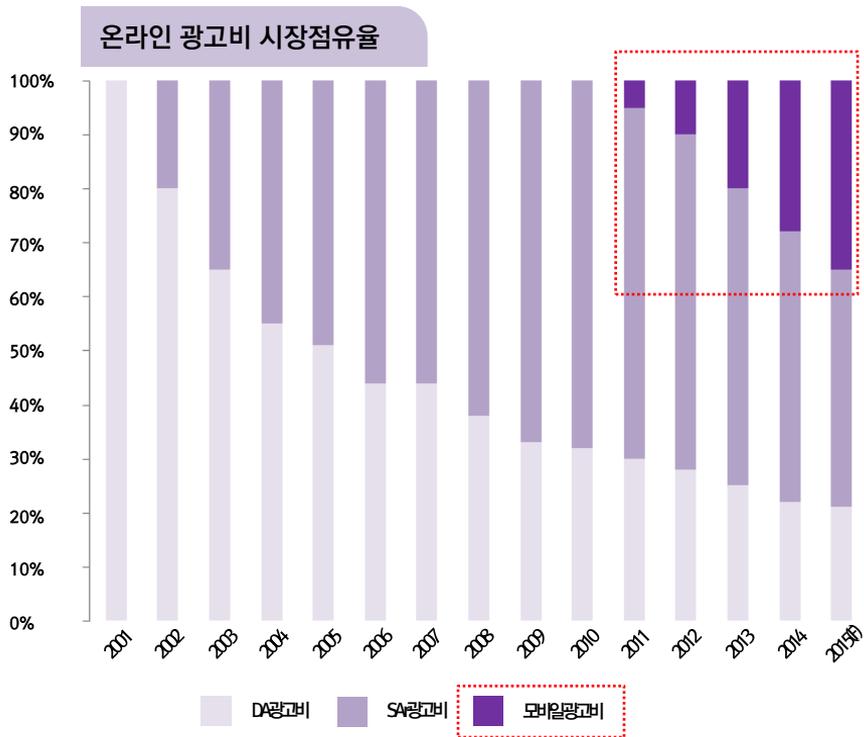


하루 통화  
평균 8번



모바일 광고  
적극적 참여  
낮은 거부감

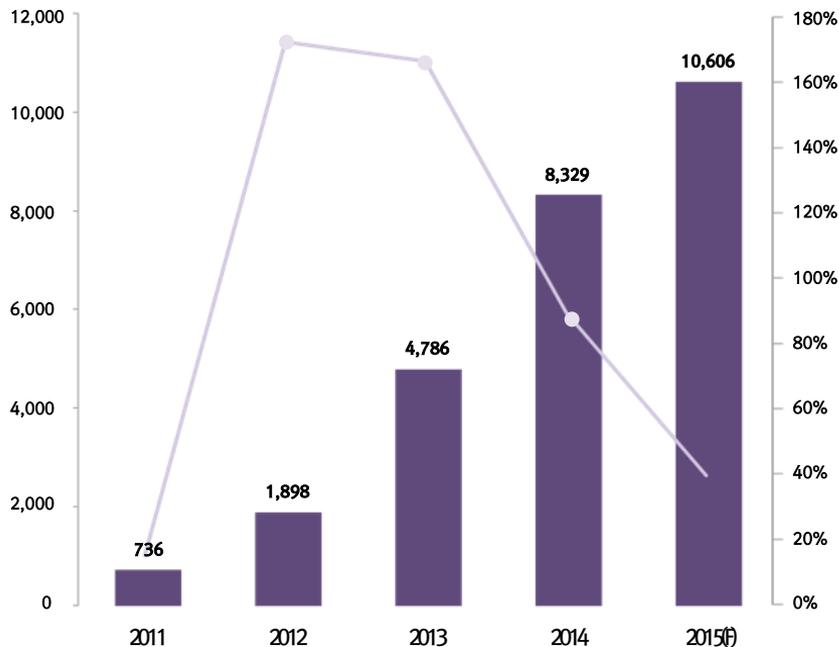
스마트 포인트에 **딱** 맞는 스마트폰 사용자



- ✓ 2011년부터 모바일 광고비 지속적 성장
- ✓ DA 광고 보다 모바일 광고에 더 많은 광고비 투자

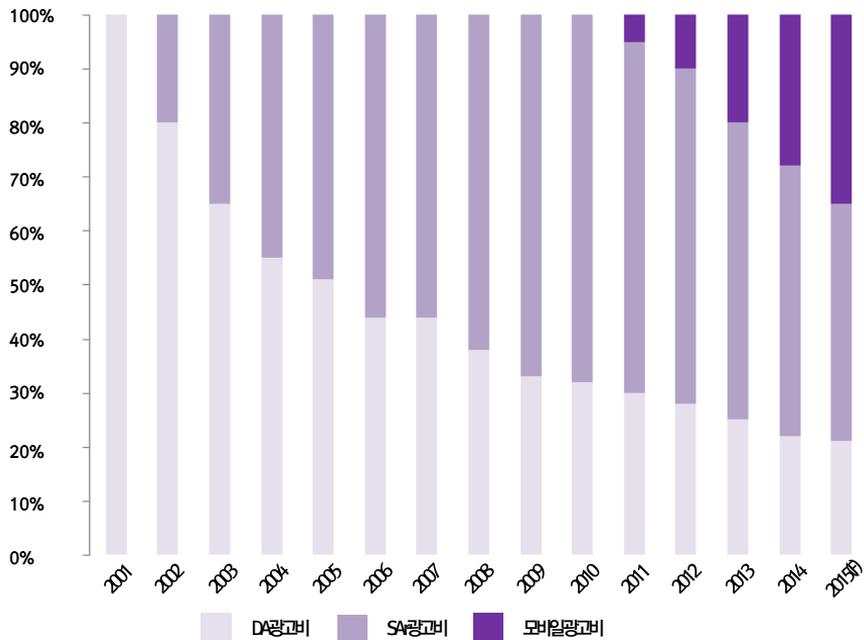
국내 모바일 광고 시장전망

단위: 억 원



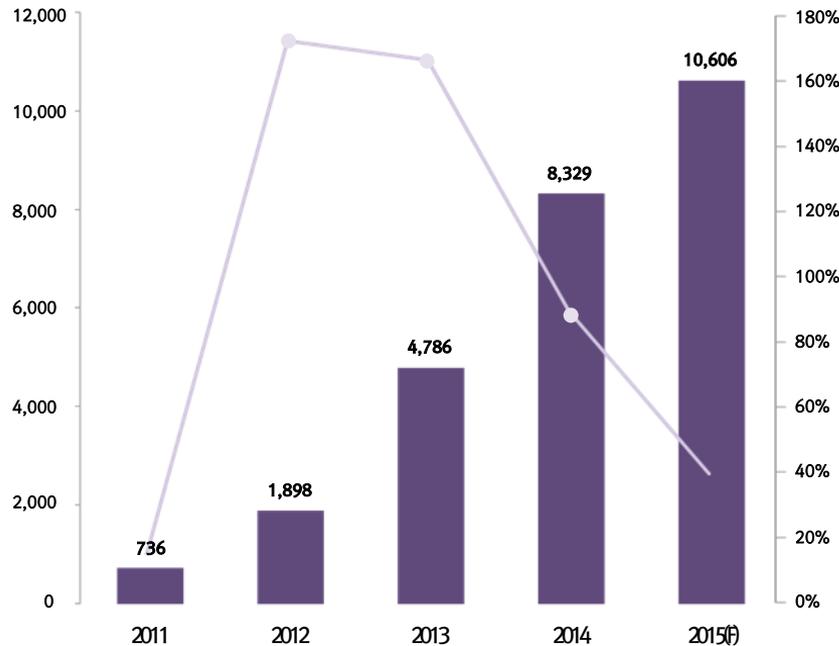
- ✓ 2014년 국내 모바일 광고 시장, 전년 대비 74.1% 성장
- ✓ 2015년 국내 모바일 광고 시장, 1조 600억 원 예상

### 온라인 광고비 시장점유율



### 국내 모바일 광고 시장 전망

단위 : 억 원



## 모바일 광고 시장은, 높은 성장률로 지속적 성장 중

◎ 스마트 포인트는 스마트 폰의 통화 대기 및 종료 화면에 노출되는 모바일 광고 플랫폼



통화 전 노출



통화 후 노출

화면 터치  
CPM 상품  
리워드 제공



랜딩 페이지  
(구글 마켓, 이벤트 페이지, 유튜브 등)

## ◎ 스마트한 통화 습관 스마트 포인트의 스마트한 특징



01 통화전/후 같은 이미지 및 메시지 노출로  
소비자들에게 **각인 및 인지 효과 극대화**

02 스마트 포인트 플랫폼에 대한 충분한 인지 및 동의 후  
광고가 노출되기 때문에 **소비자들의 거부감 하락/반응률 상승**

03 다양한 네트워크 앱을 통해 **다수의 소비자에게 광고 노출**  
(네트워크 앱 추가 시, 앱 타겟팅 개발 진행 예정)

04 소비자들의 스마트폰 이용 형태에 맞는  
**차별화된 애드 포지션으로 거부감 하락/반응률 상승**

05 소비자들에게 리워드를 제공하여  
광고에 대한 반응률 및 **광고 브랜드 이미지 제고**

◎ 통화 전/후 동일 이미지 및 메시지가 노출되기 때문에, 유저의 인지/각인 효과 극대화



〈통화전〉

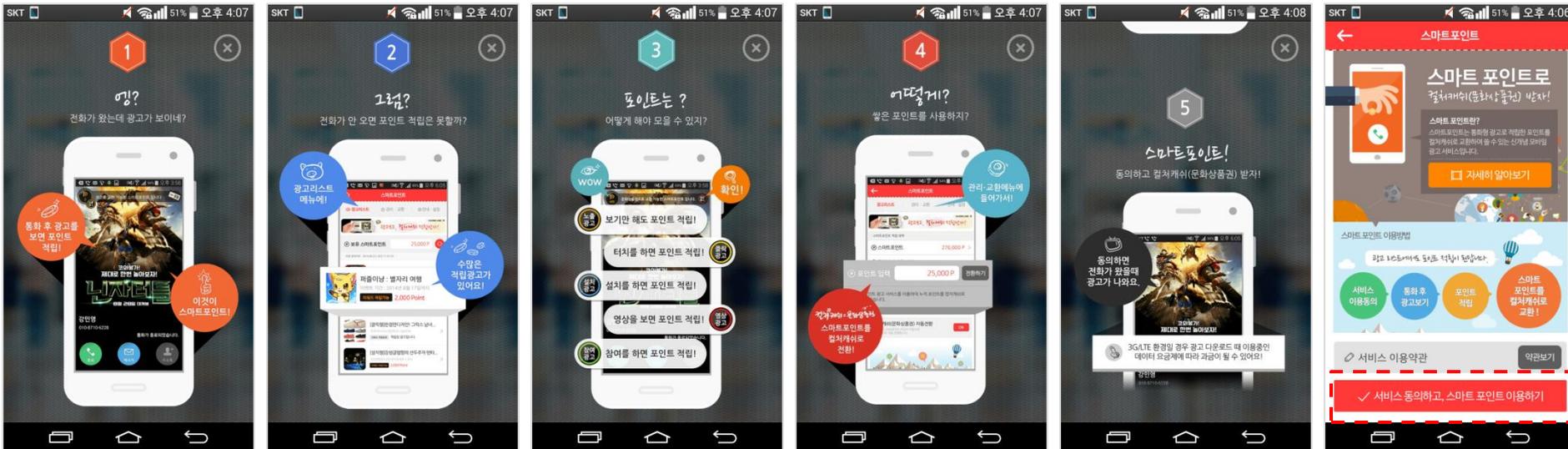
- ✓ 전화수신시 유저의 편의를 고려한 UX 디자인
- ✓ 전화수신의 목적을 위해 터치기능x



〈통화후〉

- ✓ 상품 정보 및 리워드의 상세안내 문구노출
- ✓ 통화목적 달성 후 노출되어 유저들의 반응률 향상

## ◎ 스마트 포인트 사용법에 대한 튜토리얼 진행, 사용 동의 절차 후 이용하기 때문에 참여도 상승



◎ 다양한 네트워크 앱을 통해 다양한 소비자 확보



## ◎ 차별화된 애드 포지션으로 거부감 하락 및 반응률 상승

〈모바일띠배너〉



광고영역이 작고 타컨텐츠와 함께 노출되기 때문에 주목도가 낮고 메시지 전달이 어려움

〈In-App전면배너〉



App사용에 방해가 되어 광고에 대한 거부감 및 부정적 이미지 형성

〈잠금화면배너〉



스마트폰 사용에 대한 정확한 목적이 있기 때문에 광고에 대한 반응률을 저조

〈스마트포인트〉



소비자의 활용하지 않은 공간을 활용한 전면광고  
통화목적 달성 후 광고 노출로 소비자 반응을 향상

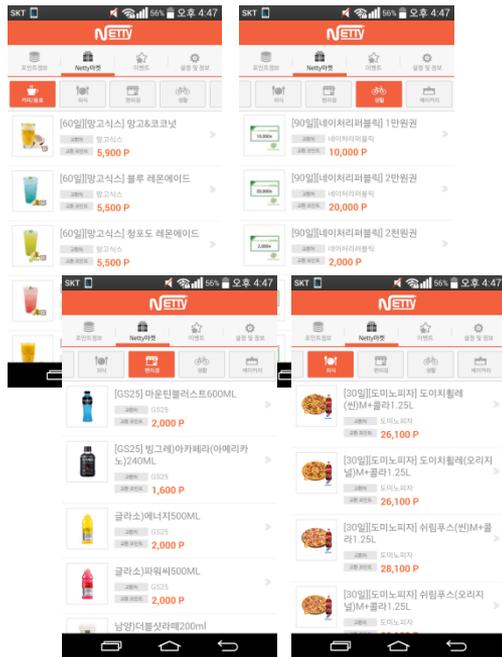
## ◎ 리워드를 통한 유저 혜택으로 광고에 대한 참여도 향상 및 긍정적 브랜드 이미지 형성



리워드 적립



리워드 사용



《일반상품교환》

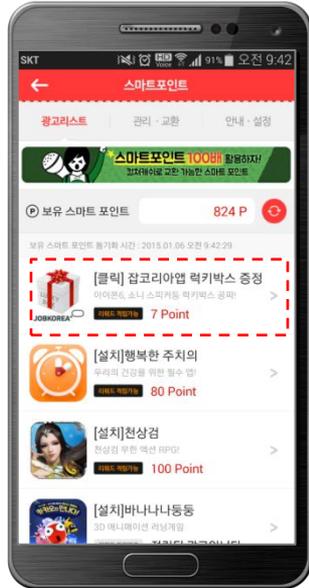


《제휴사포인트교환》

- ◎ CPM(노출 보장형)\_브랜드 인지도 확산 및 진성 고객 모집 활용  
 단가: 10,000원(통화 전/후 노출을 1회로 카운팅)  
 비고: 수신 거부 및 부재중 전화는 광고비 과금x



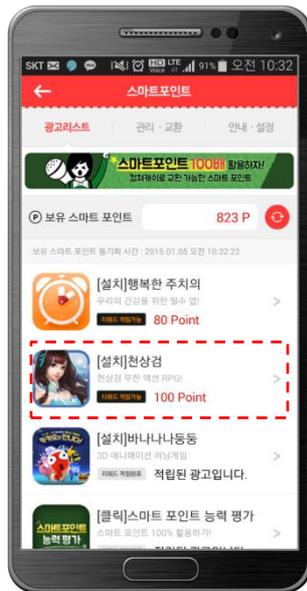
- ◎ CPC(클릭 보장형)\_이벤트 참여 및 랜딩 페이지 방문 유도
- 단가: 100원
- 비고: 광고 리스트 노출 및 진행 선택 가능



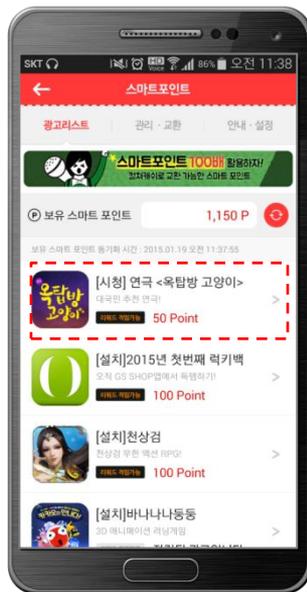
## ◎ CPI(설치 보장형)\_단기간 내 다운로드 부스팅 및 신규 유저 모집 활용

단가: 300원

비고: 별도 SDK 삽입 필요 없음



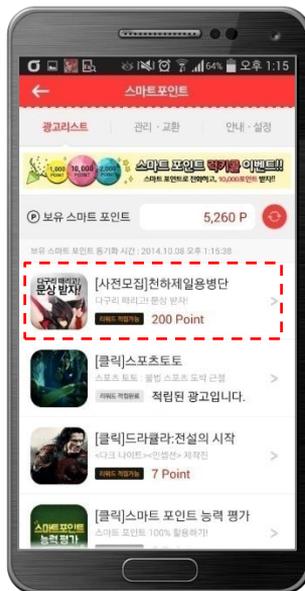
- ◎ CPV(동영상 시청 보장형)\_영화 예고편 및 프로모션/이슈 영상 배포 및 시청 유도 활용  
 단가: 180원  
 비고: 영상 플레이 타임은 제한이 없으며, 15초 이상 시청한 횟수만 광고비 과금



## ◎ CPB(모바일 게임 사전 등록 보장형)\_모바일 게임 런칭 전 사전 등록 모집 활용

단가: 1,200원

비고: 사전 등록 신청한 DB로 광고비 과금. 핸드폰 번호 자동 입력으로 타인 번호로 신청 불가



\*신청사서버연동및개발작업을우해일소요

상품	단가(VAT별도),(단위 : 원)	비고
CPM	10,000	통화 전/후 노출을 1회로 카운팅
CPC	100	리스트 광고 진행 여부 선택 가능
CPI	300	앱 다운로드 및 설치
CPV	180	15초 이상 영상 시청
CPB	1,200	사전등록 신청 핸드폰 번호 자동 입력, 변경 불가

\*캠페인진행시, 단가내고및서비스율협의가능

◎ 체계적 광고 프로세스로 효과적 캠페인 진행



Question	Answer
광고 집행 방식은?	별도의 SDK 삽입 없이 소재와 URL만 주시면 광고 진행 가능합니다.
광고 집행 기간 및 최소 집행 금액은?	광고 집행 기간은 제한 없이 설정 가능하며, 최소 집행 금액은 300만원입니다. (* 단, 인벤토리 상황에 따라 단기간 다량의 물량 소진은 제한이 있을 수 있음)
광고비 세금 계산서 발행일은?	광고 종료일을 기준으로 세금 계산서를 발행합니다.
광고비 결제 방법은?	세금 계산서 발행일 기준으로 30일 이내 현금 입금을 원칙으로 하며, VAT 별도입니다. (*단, 결제일은 협의 가능)
소재 제작은 누가 하나요?	광고 소재 제작은 디자인 가이드를 준수하여 광고주가 직접 제작하셔야 합니다.

\*추가적인 문의 사항 있으시면, 언제든지 연락 주세요!

# Thank U



이용운 팀장  
licandoit@core-mobile.co.kr  
070.4880.1921

광고 문의



한영민 팀장  
ymhan@core-mobile.co.kr  
070.4880.1922

제휴 문의

# Appendix

◎ Case Study (CPI)



1월 : 700만원 → 50.38% < 2월 : 1,900만원 → 55.75% < 3월 : 4,600만원 → 67.80% , 74.99%

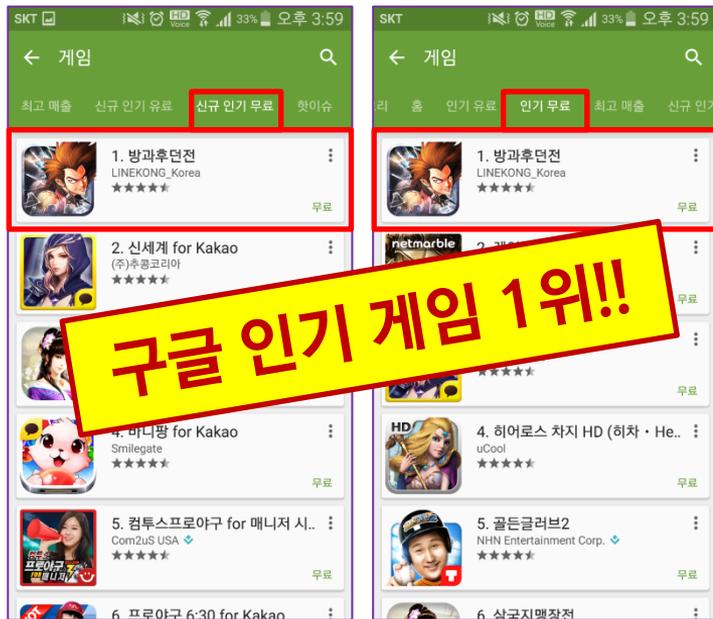
→ CPI 상품의 설치 전환율 60% 이상으로 3월 광고 비용 6배 증액 및 <GSTV> 캠페인 추가 진행

## ◎ Case Study (패키지 광고)

### [방과 후 던전 캠페인]



: 2/24 ~ 4/7까지 CPC + CPB + CPI로 광고 진행



CBT (2.24~3.2까지) -> CPC 광고 / 사전모집 (3.9~3.16까지) -> CPB 광고 / 런칭 (3.19~4.7까지) -> CPI 광고로 진행

-> 스마트포인트의 CPC,CPB,CPI 등 다양한 광고 상품을 활용하여 진행 후 **구글 신규 인기 및 인기 게임 1위 등극**

◎ Case Study (CPM /CPC)



**퍼즐앤드래곤(CPM)**  
기간 : 1/26 ~ 2/1  
CTR : 25.47%



**투스톤(CPM)**  
기간 : 9/3 ~ 9/17  
CTR : 25.99%



**잡코리아(CPC)**  
기간 : 1/6 ~ 1/13  
CTR : 28.56%

◎ Case Study (CPC /CPV)



리버스월드(CPC)  
기간 : 1/8 ~ 1/14  
CTR : 22.53%



덕수리 5형제(CPV)  
기간 : 11/24 ~ 12/8  
시청률 : 60.66%



상의원(CPV)  
기간 : 12/23 ~ 12/31  
시청률 : 58.71%