

G마켓 Credential 2010

Brand Communication Team



“WHAT WE BELIEVE”

WE CREATE OPPORTUNITIES FOR PEOPLE WE CARE.
BECAUSE WE KNOW PEOPLE DEPEND ON US.
WE MAKE A DIFFERENCE IN THE WORLD.



아무도 생각하지 못한 한 사람의 작은 실험이 E-COMMERCE 시장이라는 새로운 효율적인 시장을 만들었습니다.
이베이는 모든 사람이 물리적, 공간적 제약 없이 자유롭게 구매자와 판매자를 연결 새로운 기회를 만들고 이를 통해 보다 더 나은 세상을 만들어 갑니다.



GLOBAL EBAY IS ...

“NO.1 WORLD E COMMERCE COMPANY”



\$57.2 Bill.

전체 거래량(약66조원)

\$8.7 Bill.

전체 사이트 순익 (약 10조)

90.1 Mill.

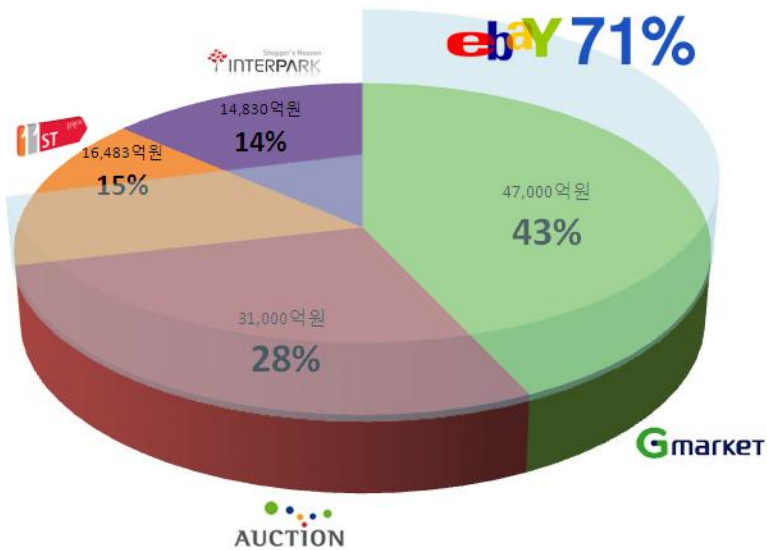
전체 회원 수 9천만명



EBAY KOREA IS ...

2010년 EBAY 코리아 출범 후 전체 **오픈마켓 대한민국 NO.1** 등극
 오픈 마켓 MS 71% 유통업전체 매출 순위 4위

오픈마켓 시장 점유율 (거래금액)
 2009년 기준



2012년 거래총액 11조
 유통 업계 1위 달성



(출처 : 2009년 기준, 업체별 기업공시자료 참조)



대한민국 NO.1 오픈마켓 브랜드- **Gmarket**

거래액

4.5조 원

[2010년 10월]

회원수

약 1,950만명

[전체 인터넷 이용인구의 약 40% 이상]

일방문자

약 315만명

[전체 사이트 5위 / 쇼핑몰 1위]

점유율

43%

[2009년 오픈마켓 거래 금액 기준]

GMARKET 트래픽

순방문자 등의 양적 지표뿐만 아니라, 총 체류시간, 방문빈도 등 질적인 지표에서도 G마켓은 전자상거래 업계 최고의 수치를 보임

온라인 매체 순방문자 순위

순위	전주 순위	도메인	순방문자↓	도달률 (%)
1	1	naver.com	25,638,479	79.48
2	2	daum.net	21,172,045	65.64
3	3	nate.com	16,784,133	52.03
4	4	cyworld.com	13,327,563	41.32
5	6	gmarket.co.kr	9,103,010	28.22
6	5	tistory.com	8,680,625	26.91
7	8	auction.co.kr	8,131,675	25.21
8	9	chosun.com	7,921,331	24.56
9	15	hankyung.com	7,394,772	22.93
10	10	joins.com	7,385,634	22.90
11	7	yahoo.co.kr	7,218,804	22.38
12	11	11st.co.kr	7,151,277	22.17
13	12	mt.co.kr	7,008,660	21.73
14	14	seoul.co.kr	6,012,980	18.64
15	16	hankooki.com	6,006,768	18.62
16	17	kbstar.com	5,756,229	17.85

[코리아 클릭 사이트별 2010 9월 순위 자료]

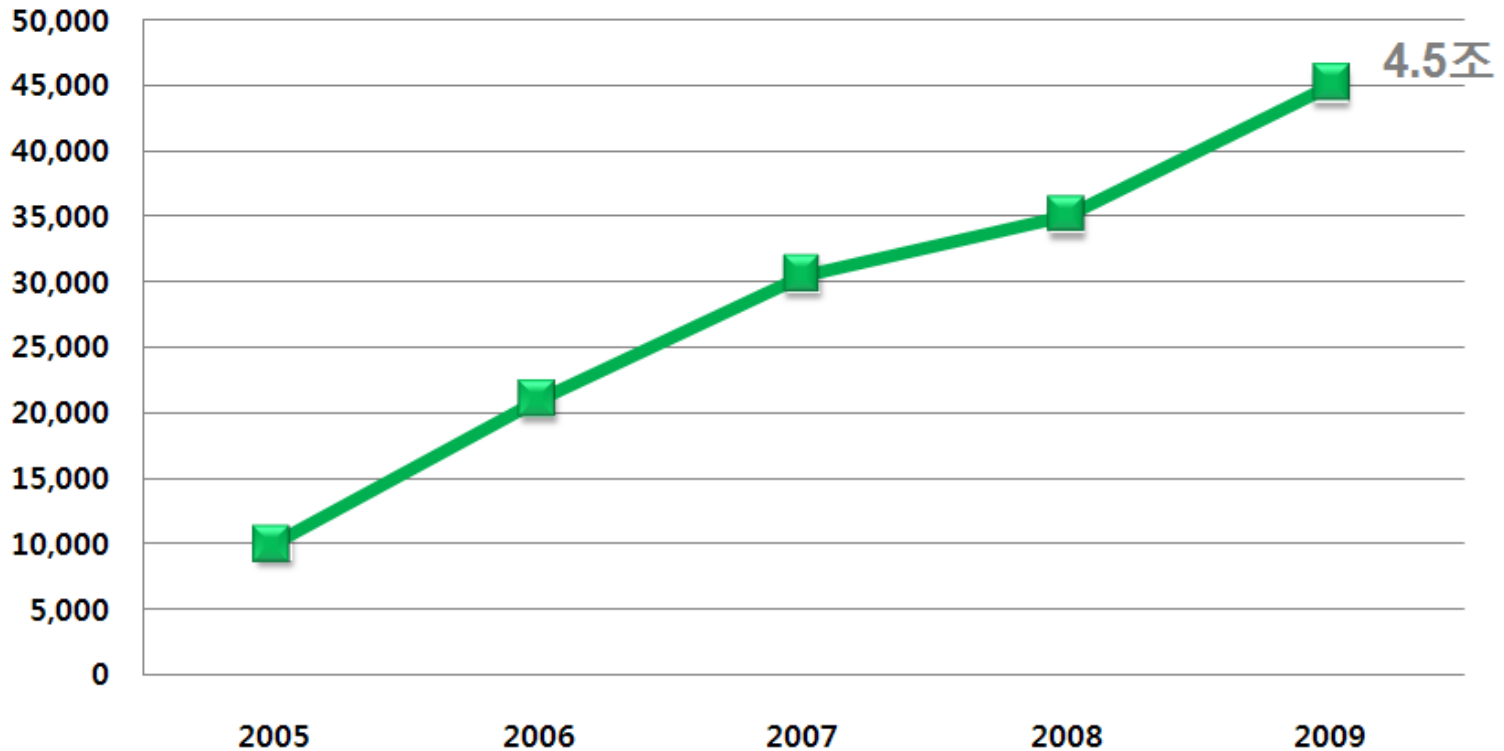
쇼핑몰 사이트 순위

Site	순위 변동*	UV	Avg. DT (min.)	Avg. Visits	Avg. FQ. (days)	Avg. PV	Avg. LT (sec.)
gmarket.co.kr	-	17,510,017	60.1	7.3	5.0	123.4	2.0
auction.co.kr	-	17,140,841	66.7	7.8	5.0	129.7	2.3
11st.co.kr	-	14,878,402	36.8	5.7	4.1	59.4	2.6
interpark.com	-	10,688,848	18.9	3.9	3.0	32.9	2.7
shinsegae.com	-	8,179,601	18.1	3.7	3.1	38.3	1.7
gsshop.com	-	7,928,300	28.8	5.2	3.9	75.2	1.7
lotte.com	-	7,835,962	27.7	4.4	3.4	43.2	3.4
cjmall.com	+2	7,165,009	24.8	5.2	4.0	59.7	1.8
Shinsegaemall (ecommerce)*	-1	6,990,000	18.3	3.4	3.3	31.5	2.3
lotteimalll.com	-1	6,887,635	25.1	5.5	4.2	67.6	1.9
hmall.com	-	6,196,632	24.1	4.7	3.6	66.5	1.8

[코리아 클릭 전자상거래 10년 2분기 보고서 중 발췌]



대한민국 전자 상거래 시장의 매출 선두업체 - G마켓 양사 20% 이상의 연간 매출 성장세 유지

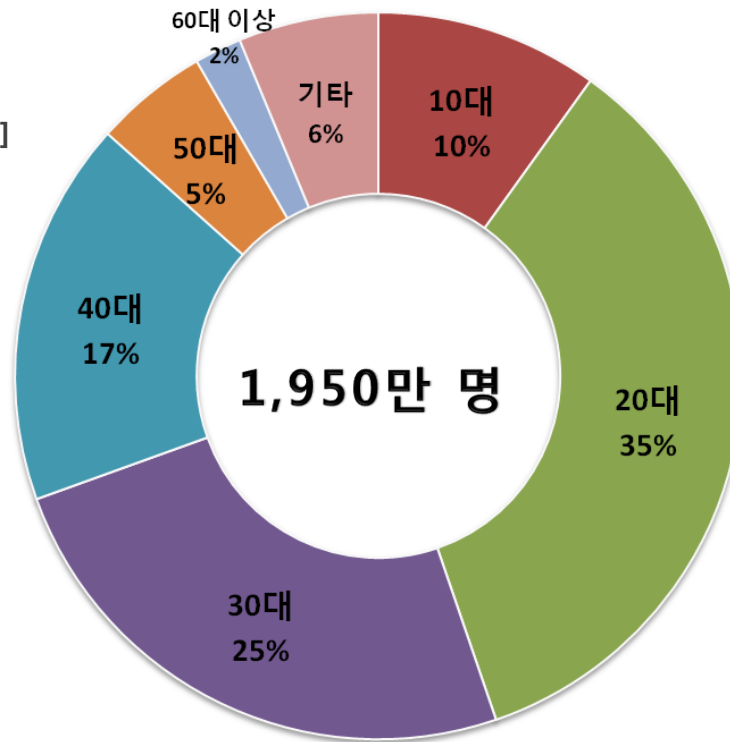


GMARKET 회원 현황

대한민국 인터넷 이용자의 ¼이 G마켓의 회원입니다
인터넷 이용률 및 구매력이 높은 20대 30대의 회원비가 약 50% 이상 점유

Gmarket

[2010년 10월 기준data]

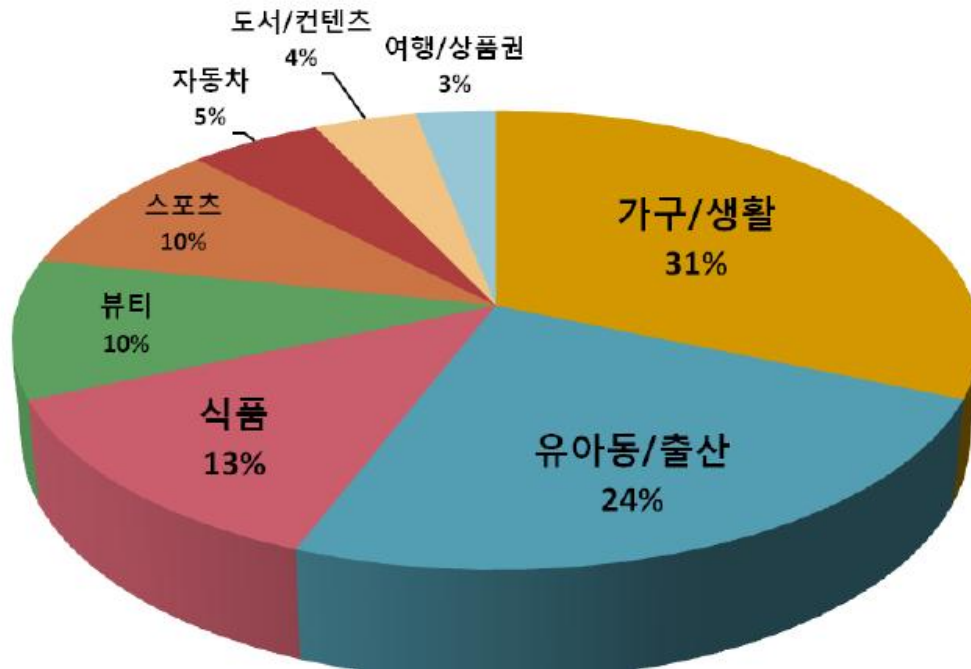


GMARKET 카테고리별 매출비중

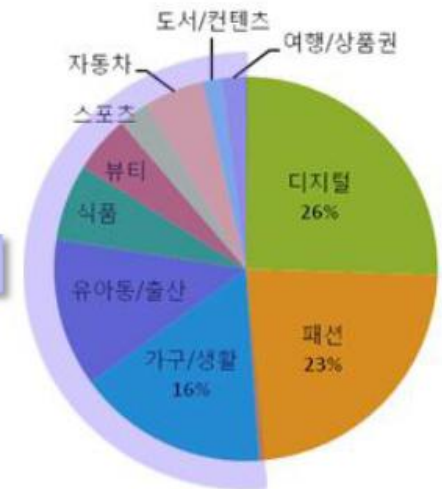


온라인 유통채널의 확대를 반영 - 생활, 유아동 카테고리 강세

전통적으로 큰 비중을 차지하던 패션 디지털 외에 생활, 유아, 식품 카테고리 빠른 매출 성장세 보임



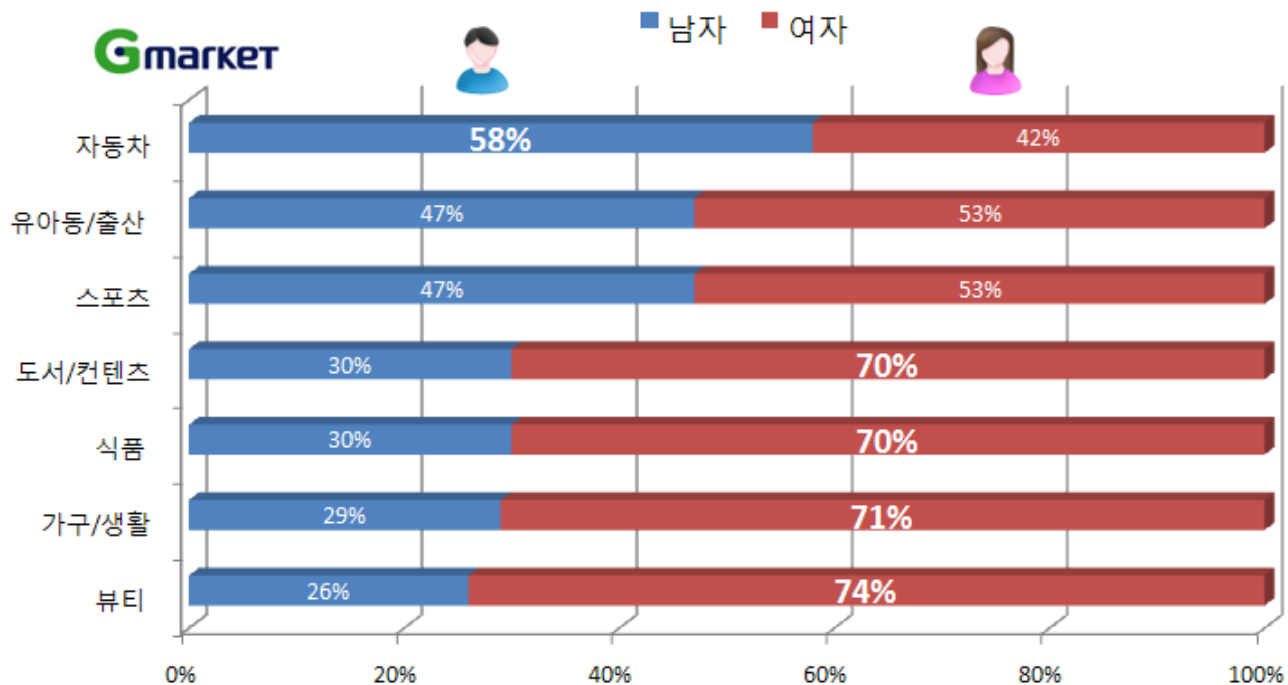
카테고리 별 매출 비중
(2009년 연간 매출기준)



GMARKET 카테고리별 구매자수 성비

뷰티,생활,식품 카테고리 G마켓 여성구매 고객 강세

G마켓 구매자 성비 비율에 따라 사이트 프로모션 진행 시 구매자에 대한 타겟화된 프로모션 진행
예) 뷰티, 생활 (여성 타겟) G마켓 뷰티, 생활 카테고리 연계



G마켓*

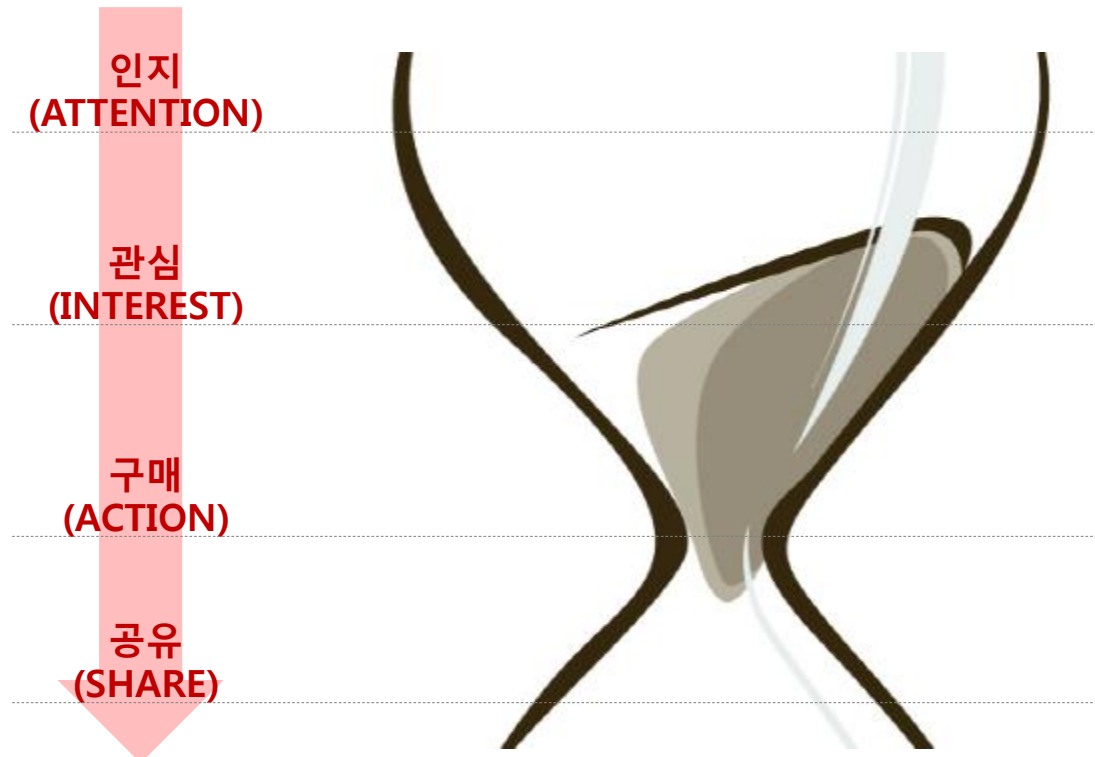
POP Communication Program



이제,
소비자의 구매의사결정 과정이
하나의 매체에서 이루어집니다

POP COMMUNICATION PROGRAM

소비자가 브랜드를 찾아가는 동안 광고가 도움을 줄 수 없는 단계까지 접근하여
보다 큰 임팩트를 전달하고 브랜드와 목표고객과의 관계 형성을 통해
제품 구매 연결까지 강력한 시너지를 발생시키는 통합 마케팅 채널입니다



ATTENTION #1

BRANDING PROMOTION

"잠재고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 온라인 매체가 얼마나 될까요?"

국내 1위 오픈마켓 매체로 잠재고객들의 넓은 도달율을 확보하고 있으며,
이를 통해 높은 반응율을 기대할 수 있는
브랜딩 프로모션에 적합한 마케팅 채널입니다



1) 크로스미디어 : CF 소품 경매 프로모션

일반적으로 브랜딩이라 하면 공중파TV, CATV를 떠올리게 되고 보완 매체를 추가로 탐색하게 됩니다
이때, 소비자 반응 확인 및 TVC 에서 충족시키지 못했던 이슈 사안을 어떻게 충족해야 할까요?
이베이는 TV와 인터넷이 적절히 믹스 된 프로모션을 통해 브랜드 상기 및 재인,구매연결이 가능합니다



TVC
G마켓 검색창 노출



인지 탐색



사이트 유입
사이트 내 브랜드 노출



TVC노출 상품
경매 프로모션



구매 유도

#1 BRANDING PROMOTION

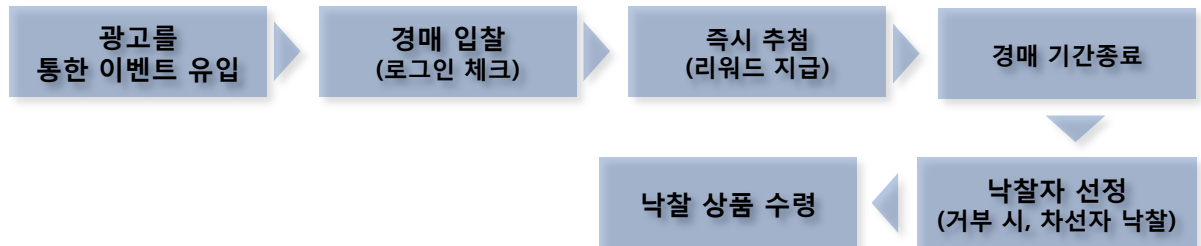
CASE

'마티즈' 김태희 CF촬영 의상 소품 경매

스타 마케팅을 온라인상에서 활성화 시키기 위하여 CF 촬영 의상 및 소품을 브랜드와 함께 노출 시킴으로써 단기간에 많은 소비자 액션이 이루어졌던 사례입니다

- ✓ 경매를 통한 **1,000만원대 마티즈 판매** 및 김태희와 사진 촬영
- ✓ 30만원 대 CF 의상 및 소품 낙찰
- ✓ IMP 12,339,386회 / CLICK 5,320 기록

MECHANIC



2) 소셜미디어 : 트위터 활용 프로모션

고객들에게 가치를 제공하는 기존의 비즈니스 기능(세일즈 및 고객센터 등)들이 보다 사회적 커뮤니케이션으로 이루어질 수 있도록 지원하는 마케팅툴입니다

소셜 기능이 가능한 매체 G마켓



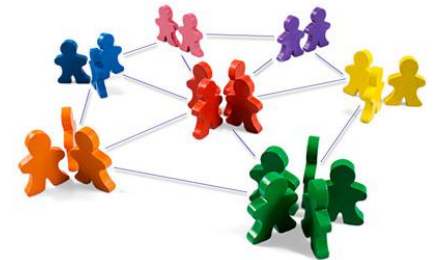
소셜 활용 프로모션



<http://gmkt.kr/gLQ54r>

복사하기

보내기



Follow + create + Engage

G마켓 사이트 내
단축URL 및 트위터로 보내기 기능

#1 BRANDING PROMOTION

CASE

'패션포토 콘테스트' 트위터 소문내기



패션포토 콘테스트 형태로 트위터를 활용하여 프로모션을 외부채널로 확산시키고 소비자들의 포토 상품평을 통해 직접적인 제품 구매 및 경품으로 적극 유도한 사례입니다

- ✓ G마켓 페이지 내 트위터 바로가기 버튼 활용 **_소비자 편의**
- ✓ 소셜 미디어를 통한 자연스러운 프로모션 확산
- ✓ G마켓 트위터 내 이벤트 노출 **_팔로어 약 5,000명 이상 보유**



MECHANIC

광고,트위터를 통한 이벤트 유입

이벤트 참여 (트위터 보내기 클릭)

참여 완료 (트위터 주소 남기기)

경품 지급

당첨자 선정



INTEREST #2

SAMPLING PROMOTION

"EMOMATION(EMOTION+INFORMATION)을 통해 구매로 연결이 가능한 플랫폼입니다

소비자에게 체험의 기회를 통해 감동을 제공하고
이성적 정보뿐 아니라 감성적 가치를 공유하도록 하여
브랜드의 긍정적인 영향력을 생성, 전파 합니다



1) MASS TARGET 샘플링 프로모션

시즌별, 구매 이력별 고객을 선별하여 정확한 타겟에게 단 시간에 확산 시키고 소비자가 직접 참여, 생산하도록 유도하는 프로슈머 마케팅이 가능 합니다



소비자 제품 사용



프로모션을 통해
제품에 대한 의견 제시 및 참여



소비자 의견 수렴 및 반영



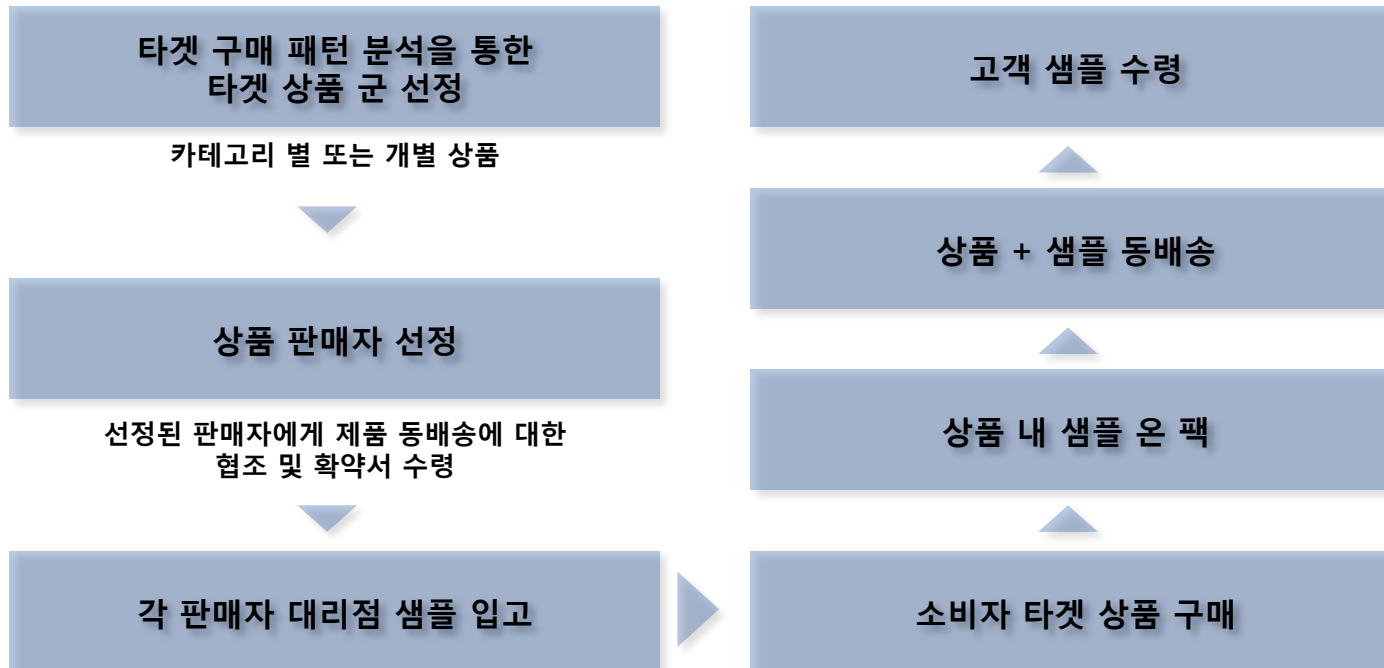
브랜드 객원
마케터, 체험단으로 활동

#2 SAMPLING PROMOTION

MECHANIC

MASS TARGET SAMPLING

배송비를 절감하고 정확한 타겟에게 단 시간 내 샘플링 할 수 있는 최적의 아이템입니다
오프라인 도달을 28% 대비, 약 99%의 정확한 타겟 도달율과 약40%의 구매로의 연결이 가능합니다



#2 SAMPLING PROMOTION

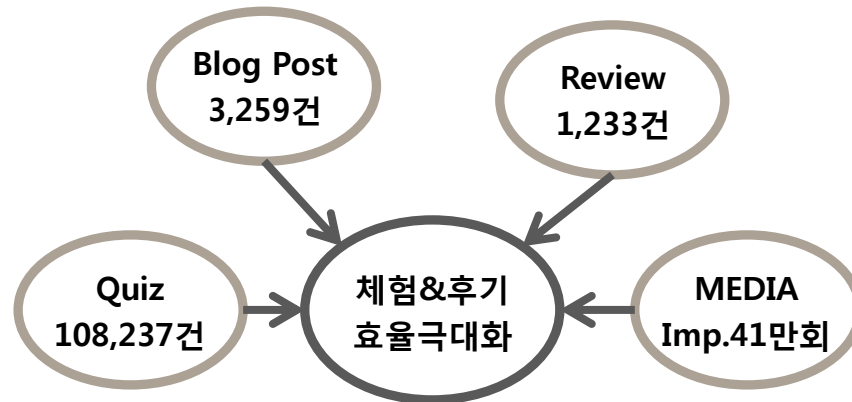
CASE

'POST 그레놀라' 샘플 프로모션



배송비 2,500원으로 무료체험 후,
프리미엄 상품평 작성 시 추첨을 통해 50만원 상당 캠코더와 G마켓 2만원 선물권 증정.
타겟 샘플링을 통해 바이럴 콘텐츠까지 생성하였던 사례입니다

- ✓ 이벤트 PV 41,037,233회 / UV 122,023회
- ✓ 샘플링 개수 2,000개. 이를 통한 상품평 작성자 1,233명
RESPONSE RATE 62% 달성



2) 정품 여론관리 샘플링 프로모션

여론 측정 솔루션을 도입하여, 파워블로거들의 리뷰와 설문을 통한 구매자DATA 등 소비자 반응을 제공 받으실 수 있는 새로운 개념의 PREMIUM SAMPLE SERVICE입니다



ACTION #3

SALES PROMOTION



“구매결정 단계에서 경쟁 브랜드로의 전환이 가능한 매체입니다”

구매고객 대상, 초기 유입 인지 브랜드에서 경쟁 브랜드로의
구매 전환이 가능한 매체로서 구매시점 즉시 (REAL TIME) 경품 등의
지원을 통해 소비자의 유입을 유도하고 경쟁 브랜드로의 길목 차단이 가능합니다

1) 카테고리 스폰서 프로모션

입점 브랜드가 아닌 경우라도, G마켓에서는 다양한 프로모션이 가능합니다
동일 타겟의 카테고리에 스폰서가 되어 무료 배송비, 할인 쿠폰 등의 리워드 제공 프로모션 및
카테고리와의 연합 기획전 등으로 유니크 한 소비자 BENEFIT 을 제공 합니다



타겟 카테고리 선정



카테고리 연합 타겟 리워드 구성
1) 상품 상세 페이지 배송비 쿠폰
2) 여성 우대 쿠폰



카테고리 + 브랜드
공동 프로모션 집행

#3 SALES PROMOTION

CASE

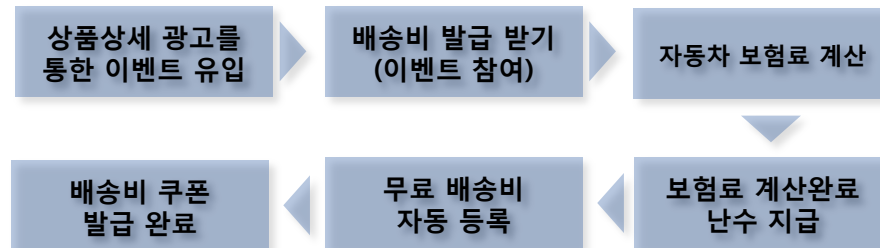
'삼성화재 마이애니카' 자동차 무료 배송비 쿠폰 지원



자동차 용품 카테고리과 연합하여 활용도가 높은 무료 배송비 쿠폰 지원
(리워드 즉시 제공이 가능하도록 브랜드 사이트와 연동)
상품 상세 페이지 내 노출을 통해 구매 시 활용 가능한 즉시 쿠폰을 지원함

- ✓ 1개월 집행 시 _ 쿠폰응모자 1,240명
- ✓ 타 매체 집행 대비 **CONVERSION RATE 70%**
- ✓ 자동차 카테고리 상품 상세 페이지 내 노출

MECHANIC



2) REWARD 제공 프로모션

구매 고객 대상, 단독 할인쿠폰 지원 등의 브랜드의 세일즈를 위한 다양한 보상의 기회를 제공합니다
(할인쿠폰, G스탬프, 배송비쿠폰, 경품지원 등)

Gmarket



프로모션 참여



다양한 리워드 지급
(할인쿠폰, G스탬프, 배송비 쿠폰)



리워드를 활용한
제품 구매로의 연결

#3 SALES PROMOTION

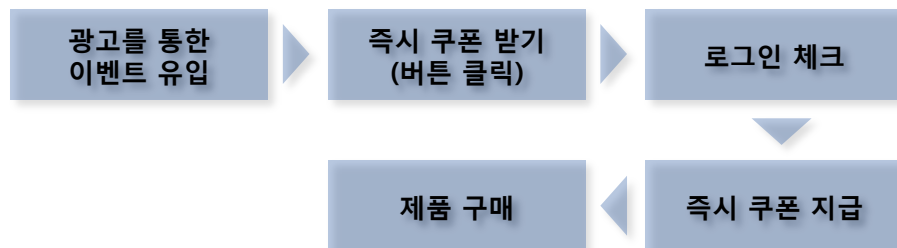
CASE

'위스퍼 에어드라이시트' 할인쿠폰 활용

기획전 내 상품 구매 시 적용되는 10% 할인쿠폰을 활용하여 해당 기획전 내 상품들의 세일즈를 유도하는 프로모션

- ✓ 이벤트 참여자 10% 할인쿠폰 지원 **_G마켓 지원**
- ✓ 쿠폰 응모자 수 약 2,000명 **_당첨율 100%**
- ✓ 기획전 내 상품 단독 추가 할인 혜택 제공
- ✓ 할인쿠폰을 통한 구매 전환율 **_약 10% 달성**

MECHANIC



3) 구매인증 프로모션

온/오프라인을 연계하여 세일즈로 연결시키는 마케팅 형태로 오프라인에서 제품을 구매 후 온라인을 통해 해당 제품의 구매를 인증 받아 고객에게 리워드를 제공하는 형태입니다



G마켓 내
프로모션 고지



난수번호가 출력된
제품 출시



오프라인 매장
제품 구매



G마켓, 옥션 프로모션 내
구매 인증 및 즉석 쿠폰 당첨

#3 SALES PROMOTION

CASE

캐논 DSLR 구매 인증

캐논 파워매치 프로젝트
 세는 다리와 정품인증의 동반자! DM 그리고 늘어난 세상의 행복!
 09.15~11.15

이벤트 기간동안 해당 바디와 렌즈 구매 후 정품등록 및 이벤트 응모를 마친 고객 전원에게 선금쿠폰 리워드 제공!
 - 제품 구매 기간: 9/15~11/15
 - 선금쿠폰 및 이벤트 응모 기간: 9/15~11/22

● 이벤트 대상 제품 및 환급기준

구분	대상 제품	DOS SLR Mark II	DOS 70	DOS 60	DOS S160	DOS 1000
EF 나일론 렌즈	EF 50-500mm F7.8L IS USM	1,800원	1,800원	1,500원	1,500원	1,500원
	EF 77-400mm F4L USM	1,500원	1,500원	1,200원	1,200원	1,200원
	EF 24-70mm F2.8L USM	1,800원	1,800원	1,500원	1,500원	1,500원
	EF 24-105mm F4L IS USM	1,800원	1,800원	1,500원	1,500원	1,500원
	EF 70-200mm F2.8L IS USM	2,000원	2,000원	2,000원	2,000원	2,000원
	EF 70-200mm F2.8L IS USM	1,800원	1,800원	1,500원	1,500원	1,500원
EF 렌즈	EF 100mm F2.8L Macro IS USM	1,500원	1,500원	1,200원	1,000원	1,000원
	EF 80mm F2.8 USM	1,100원	1,100원	800원	800원	800원
	EF 85mm F1.8 USM	1,100원	1,100원	800원	800원	800원
	EF 85mm F1.8 IS USM	2,500원	2,500원	2,000원	1,800원	1,800원
EF S 렌즈	EF 100mm F2.8 Macro USM	1,500원	1,500원	1,000원	800원	800원
	EF-S 18-400mm F3.5-5.6 IS USM	-	1,500원	1,200원	1,000원	1,000원
	EF-S 18-200mm F3.5-6.3 IS USM	-	1,200원	1,000원	800원	800원
	EF-S 18-200mm F3.5-6.3 IS USM	-	1,200원	1,000원	800원	800원
	EF-S 18-200mm F3.5-6.3 IS USM	-	1,200원	1,000원	800원	800원
스피커/리모컨	SPKEX1	1,100원	1,100원	800원	800원	800원
	RS-CT	-	1,100원	-	-	-

이벤트 제품 구매하기 | 정품등록 바로가기 | 이벤트 응모하기

이벤트 응모 절차

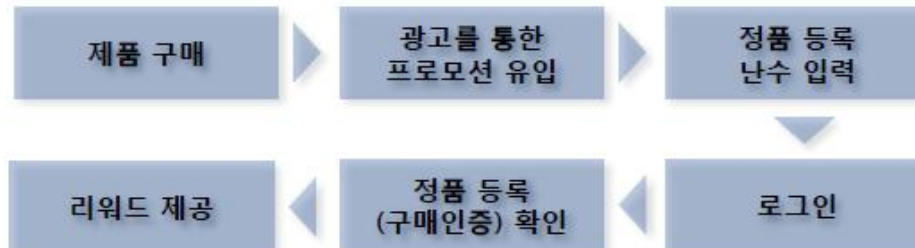
- 1 이벤트 제품 구매
- 2 정품등록
- 3 이벤트 응모

제품 구매 후 같은 기획전 페이지 내 구매 인증 (정품인증)을 유도하는 프로모션 집행
 구매 인증 시 제품 약세서리, 부품 등의 할인쿠폰 리워드 제공

✓ 연결 카테고리 제품 판매

✓ 구매 후 브랜드 사이트 가입 등의 소비자 불편 축소

MECHANIC



#3 SALES PROMOTION

CASE

'엘라스틴' 오프라인 구매 인증

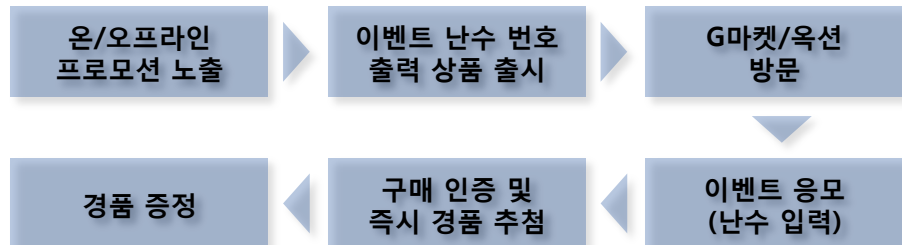
온/오프라인을 연계하여 세일즈 볼륨을 증대시키는 마케팅 형태.
오프라인에서 제휴사 제품을 구매 후 온라인을 통해 해당 제품의 구매를 인증 받은 고객 대상 리워드 제공

✓ 이벤트 상품 160,000EA

✓ 일별 참여자 수 약 600명 / 전체 참여자 수 약 32만명

✓ 쿠폰 회수율 20% 달성

MECHANIC



엘라스틴 생활백서 Elastine

G마켓 쿠폰은 꼭 챙긴다!

엘라스틴을 구입할 땐 G마켓 쿠폰도 꼭 챙기는 센스!
엘라스틴 기획세트를 구입하신 후 쿠폰에 인쇄된 **행운번호**를 입력하세요
응모하신 모든 분께 **G마켓 쿠폰 100% 즉시당첨** 특
송 100 분씩 캐는 **DSL.R 카메라**와 **엘라스틴 세트**의 당첨 기회를 한꺼번에 드립니다.

행운번호 응모하기

• 행사기간 2006.12.1 ~ 2007.1.31
• 당첨자 발표 2007.2.1 [당첨자 보기](#)

행운1
G마켓 쿠폰 100% 당첨
COUPON 2,000원

행운2
DSLR (카메라 DSLR-4000) 카메라 3명
엘라스틴 세트 100명

응모방법

- 1 할인 마트에서 엘라스틴 기획세트 제품 구매
- 2 스크린에 표시된 행운번호 확인
- 3 G마켓에서 행운번호 입력하기
- 4 이벤트 행사 행운번호 입력
- 5 특가지 행운확인



4) BRAND CO-OP 프로모션

동일 타겟의 브랜드를 묶어 광고 및 경품 등의 마케팅 금액을 효율적으로 집행하고
자사의 카테고리 외 동일 타겟 카테고리에 자사의 브랜드 노출이 가능한 마케팅 툴입니다

[예시]



SHARE #4

REVIEW PROMOTION

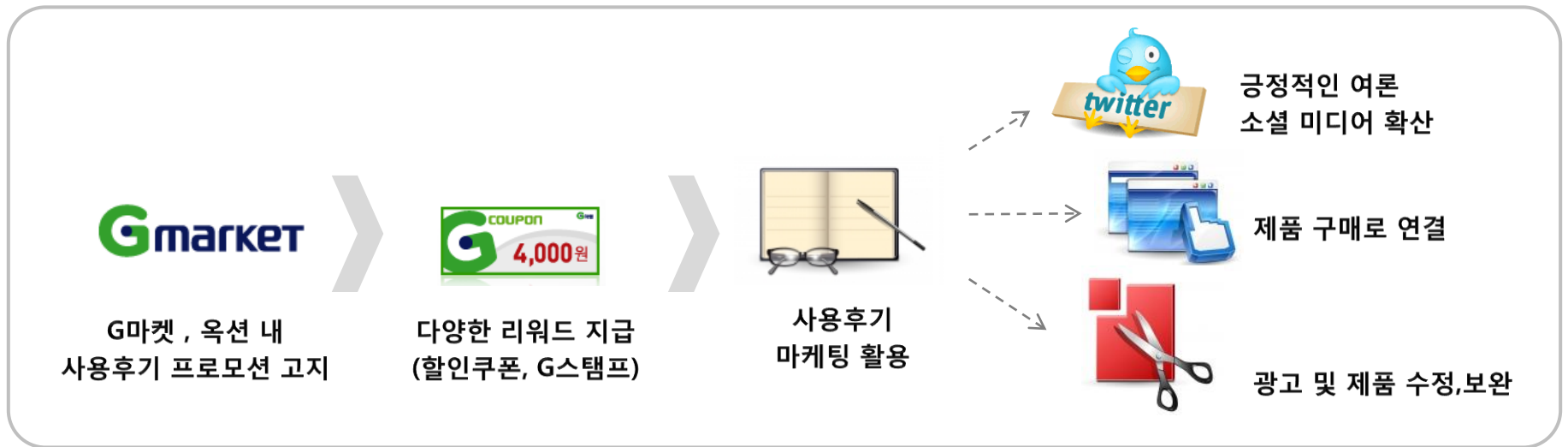
“구매시점에선 매체의 역할보다 주변의 추천이나, 입소문이 결정적입니다”

지속적인 소비자와의 COMM..을 통해 브랜드 충성 고객으로
전환되도록 유도하고 UEC(USER EDITED CONTENTS)를 활성화 시켜
자발적인 브랜드 확산 유도가 가능합니다



1) 사용 후기(REVIEW) 프로모션

기 구매 고객들에게 제품 사용에 대한 피드백을 받아 지속적인 소비자 여론관리가 가능하며, 이를 통한 긍정적인 의견들은 구매 예정 고객이 구매를 확정하는데 결정적인 영향을 미치게 됩니다



#4 REVIEW PROMOTION

CASE

'맥심 T.O.P 더 블랙' 체험 후기



맥심 TOP제품의 배송비만 결제한 후 제품을 체험해 볼 수 있는 프로세스.
G마켓에서 진행하는 오프라인 콘서트에 해당 제품을 후원하여 추가적인 오프라인 즉시 샘플링 유도.

- ✓ 프로모션 PV 53,852회 / 블로그 포스트 1,300EA
- ✓ 샘플링 참여수 3,000명 / 프리미엄 상품평 123건
- ✓ G마켓 스타 콘서트 제품 후원 15,000개 샘플 배포

1 프리미엄 상품평 (50)

★배송비만 내면 공짜★T.O.P 더 블랙 4...
·작성자: 프리자* ·등록일: 2009.05.16 ·조회수: 10 ·#4

★배송비만 내면 공짜★T.O.P 더 블랙 4권 단골특가블랙커피-배송비만내면 단골특가~ㅋㅋㅋ남용이요~~~단골특가 종종있었음중경어울^^~배송비내구~~꽃공에 스탬프만 있으면~~실게구매할수있어요~~받아보니~~4권이었는데도~~같이 무지크더라구요~~한번에 다섯먹을듯해요~~~*~*정말 편~~한~블랙 커피예요^.....

T.O.P 더 블랙 4권 단골특가 - 배송비만...
·작성자: 냉정과**** ·등록일: 2009.05.08 ·조회수: 119 ·#2

맥심 티오프(T.O.P) 더 블랙 - 275ml 4권배송비 2500원과 스탬프 5장으로 구입했어요. 얼마전에 스탬프 15장인가 했었던것 같은데.. 5장으로 다시 불러와서 바로 주문.. 용기가 플라스틱인줄 알았는데, 캔이었는데, 이해서 그냥 버리긴 좀 아까운.. 개수가 있어서 재발송하면 좋들듯.. 블랙

중이요~~~ 진한 커피맛이 맛있네요~
·작성자: rai***** ·등록일: 2009.05.13 ·조회수: 111 ·#0

저는 달달한 커피를 싫어하는데...T.O.P 더 블랙은 진하고 달지 않아서 너무나 좋습니다.진한 커피 맛이 너무나 좋네요~~~ 배송비에 스탬프 5장이 아깝지 않습니다.저처럼 달지 않은 진한 커피를 좋아하시는 분들께는 강추~~~ 입니다.사견처럼 상자에 담겨왔습니디. 마지막 시간에 유효할자가 찍혀있는데...2010

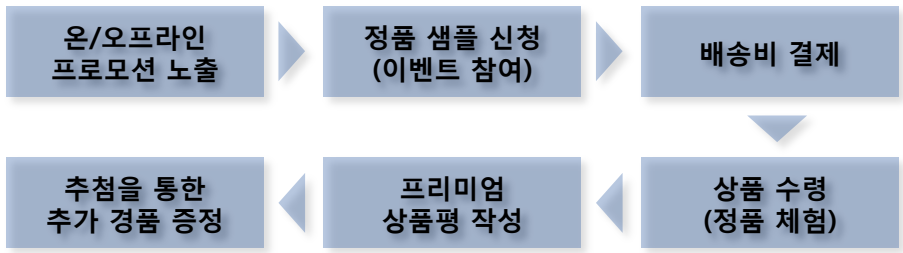
굉장한 에스프레소의 맛 티오프
·작성자: 포버난***** ·등록일: 2009.04.26 ·조회수: 393 ·#1

[동서식품 T.O.P 더 블랙] G마켓 단골한스 이벤트로 구입한 [동서식품 T.O.P 더 블랙] 입니다~판매가는 배송비 2,500원만 내면 공짜로 받을수 있어요~ 한마디로 2,500원에 무료배송제품만 스탬프 15장 처럼 조건입니다~ 저처럼 스탬프 여유있으신분들은 한 번쯤 시도셔도 좋들듯^^구매한지는

굉장한 맛을 좋아하시다면...
·작성자: 골같은** ·등록일: 2009.05.16 ·조회수: 6 ·#5

블랙이라 마시며 마실수록 깔끔하고 맛있네요. 밀크커피를 주로 마시는데, 밀크커피가 무더러움이 있다면, 블랙커피는 깔끔함이 있습니다. 특히 요즘같이 더운 날, 블랙이론 블랙한 잔 마신다더 깔끔이 꼭 가실 듯. 블랙이 블랙피로 마시니 더 맛있더라고요..모이론 스탬프를 이렇게 활용할수 있는 기회가 있어 다행중요..이런 이

MECHANIC



2) 설문(SURVEY) 프로모션

효과적인 고객 NEEDS 파악을 위해 구매시점에서 **구매자별, 연령별, 카테고리 타겟별** 다양한 SURVEY를 통해 마케팅 ISSUE에 대한 해답을 투자 비용 대비 효율을 얻어내실 수 있습니다



G마켓, 옥션 내
설문 고지



품질, 가격, 불만 사항 등
다양한 문항의 설문 진행



참여자 대상 리워드 지급
(할인쿠폰, G스탬프)



설문 결과를 통한
소비자 성향 파악 및 제품 개선

#4 REVIEW PROMOTION

CASE

'맥심 드립커피' 설문행사

드립커피에 대한 음용 형태 및 경쟁사 제품 이용 파악을 위해 진행한 프로모션으로 설문참여자 대상 경품을 제공함.
포털 사이트 등에 추가적으로 노출하여 해당 페이지로의 유입 활성화

- ✓ 설문 응모자 **31만명** (일 평균 응모자 1만명)
- ✓ 사전. 사후 설문을 통해 유효DATA 추출
- ✓ PV 411,851회 / 일 PV 14,000회 기록

Maxim Daily 36.5일 지원พันธมิตร Everyday Partner

Maxim Drip Coffee 36.5일 지원พันธมิตร Everyday Partner

HOT NEWS N.K. team dies in Thailand kidnapping case

Korea, Japan settle fisheries dispute

All in coffee 愛 Event

구매고객 EVENT 1 맥심드립커피 2주간 한정 무료 시음행사

- ▶ 참여방법: 해당 상품 구매 고객 선착순 2천명 상품구입 (서울, 수도권)
- ▶ 참여지역: 맥심드립커피 'good'
- ▶ 경품내용: 구매상품과 함께 배송

구매고객 EVENT 2 맥심드립커피 행복 퀴즈 & 설문 행사

맥심드립커피 & 이그잔 무료 행운권 4천장의 할인쿠폰을 드립니다.

맥심드립커피 1개월의 행복과 맥심이그잔 500잔을 선물합니다.

구매고객 EVENT 3 맥심드립커피 무료 명품 행운 행사

1,000명의 할인쿠폰과 명품의 행운을 당신께~

명품행운권 1개, 명품시계 4개, 만수무강 피우디 10개

명품의 행운을 주는 방법: 아래 상품을 구매하시면, 구매상품과 함께 배송되는 맥심드립커피

G마켓 1,000원 할인쿠폰을 무려 4천분께 드립니다.

1. 귀하는 최근 1달 동안 원두커피를 드신 경험이 있으신
가? 있으시다면 어느 정도 드셨습니까?

① 월 1-2잔 ② 월 3-5잔 ③ 월 6잔 이상

④ 거의 매일 ⑤ 안 마셨다

2. 귀하는 샘처럼 생긴 1회용 원두커피를 드셔본 경험이
있으십니까? 드셔본 브랜드는 어느 것입니까?

① 카타오카의 몽파페 ② 키 커피의 드림 온 ③

UCC의 일회용 드립커피 ④ 맥심 드립커피 ⑤ 롯데삼강의 리치빌 ⑥ 기타 ⑦ 마쳐본 적 없음

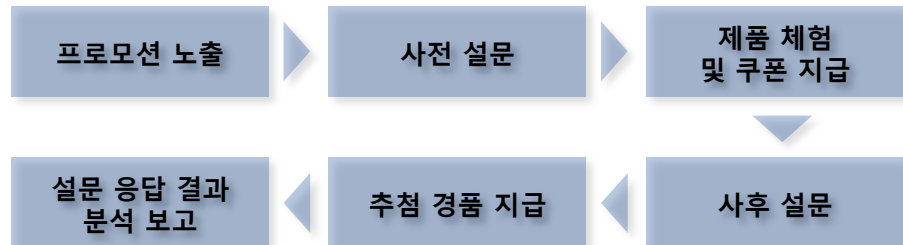
3. 귀하는 평소 원두커피를 구매하실 때, 어떠한 점을 가장
고려하여 선택하십니까?

① 향 ② 맛 ③ 브랜드 ④ 가격 ⑤ 사용의

편리함 ⑥ 구매와 편리함 ⑦ 프로모션(증정품) ⑧

기타

MECHANIC





다양한 IDEA의 프로모션 및 제휴가
자유롭게 협의, 진행 가능합니다

EBAY POP COMMUNICATION PROGRAM

제품을 인지하고 구매하기까지의 모든 단계에 소비자에게 접근이 가능합니다
 제품 출시 단계에서 정착되기까지 시즌별 프로모션을 진행하실 수 있습니다





กูดช้างงา

15

Gmarket만의
프리미엄 서비스가 제공됩니다

SERVICE PROGRAM

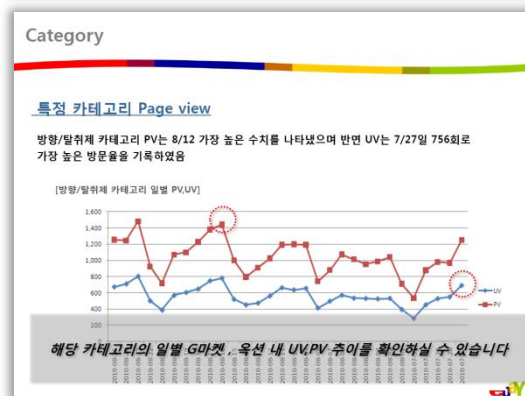
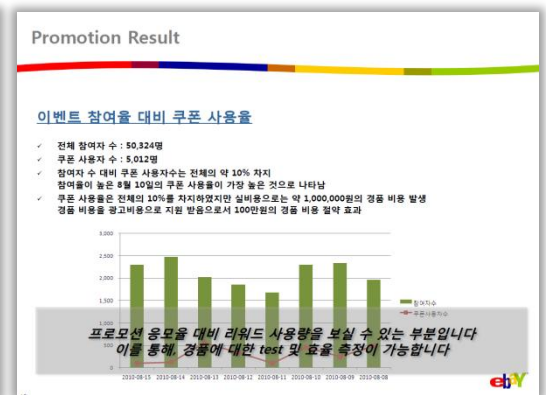
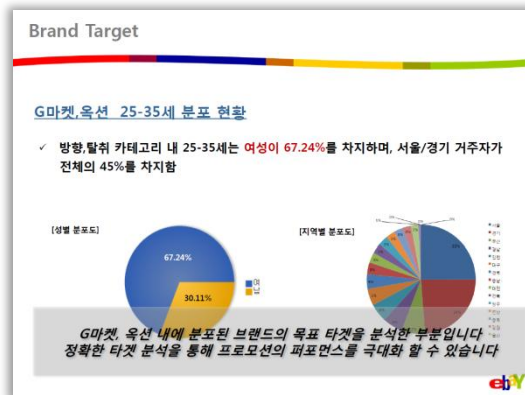
제품과 브랜드에 대한 소비자 반응 및 구매 전환 결과를 제공합니다

지금도, 다양한 브랜드들이 테스트 마케팅이나 전문가 의견등을
통해 직간접적으로 마케팅의 효과를
측정하는 시스템을 구축해 가고 있습니다
이는, 비용 절감의 기회를 점검하는데도 도움이 됩니다.



광고효과! 아직도, 클릭수와 CTR로 측정하시나요? 구매자 분석을 기반으로한 G마켓만의 프리미엄 리포트를 제공합니다

- ✓ G마켓, 옥션 내 목표 고객 현황
- ✓ 주간 카테고리 트렌드 / 시즌 이슈
- ✓ 카테고리 매출 현황
- ✓ 경쟁사 매출 분석
- ✓ 프로모션 결과 분석
: 일별 CVR, 응모자 DeMo 분석
- ✓ 광고 집행 결과 분석
: 광고를 통한 이벤트 참여율, 구매전환율



브랜드 입점을 통한 다양한 마케팅을 지원합니다

초기 입점 교육 및 활성화 마케팅 방안까지 G마켓, 옥션에서 서포트 해드립니다
G마켓 단독런칭, 단독 상품 구성, 신제품 특가판매등의 구성도 가능합니다

The screenshot shows the eBay.co.kr homepage with several key sections:

- 2010년 3차 정책변경 SR10.3**: A central banner announcing policy changes, including a 500-item limit, keyword search, and shipping service improvements.
- 판매 가이드**: A sidebar menu with categories like '초보자 가이드', '전문가 가이드', and '영문 판매 가이드'.
- 판매자 교육안내**: A section for seller education with a list of topics such as '1008 부산 글로벌 판매자 설명회' and '0930 이베이 글로벌 셀러 1일 과정'.
- eBay 공지사항**: A section for eBay notices, including 'UK 영국 커뮤니티 허브 사이트 개편' and 'eBay 무료 배송 제품 레이블은 DSR'.
- eBay Basic**: A section for basic seller information and policies.
- FAQ**: A section for frequently asked questions.
- 수수로 계산하기**: A calculator for listing and shipping fees.
- eBay 상담센터**: A section for eBay support services.

1. 기업 대상 방문 입점 강의,교육

2. 온라인 단독 상품 구성

3. 신제품 특가 판매

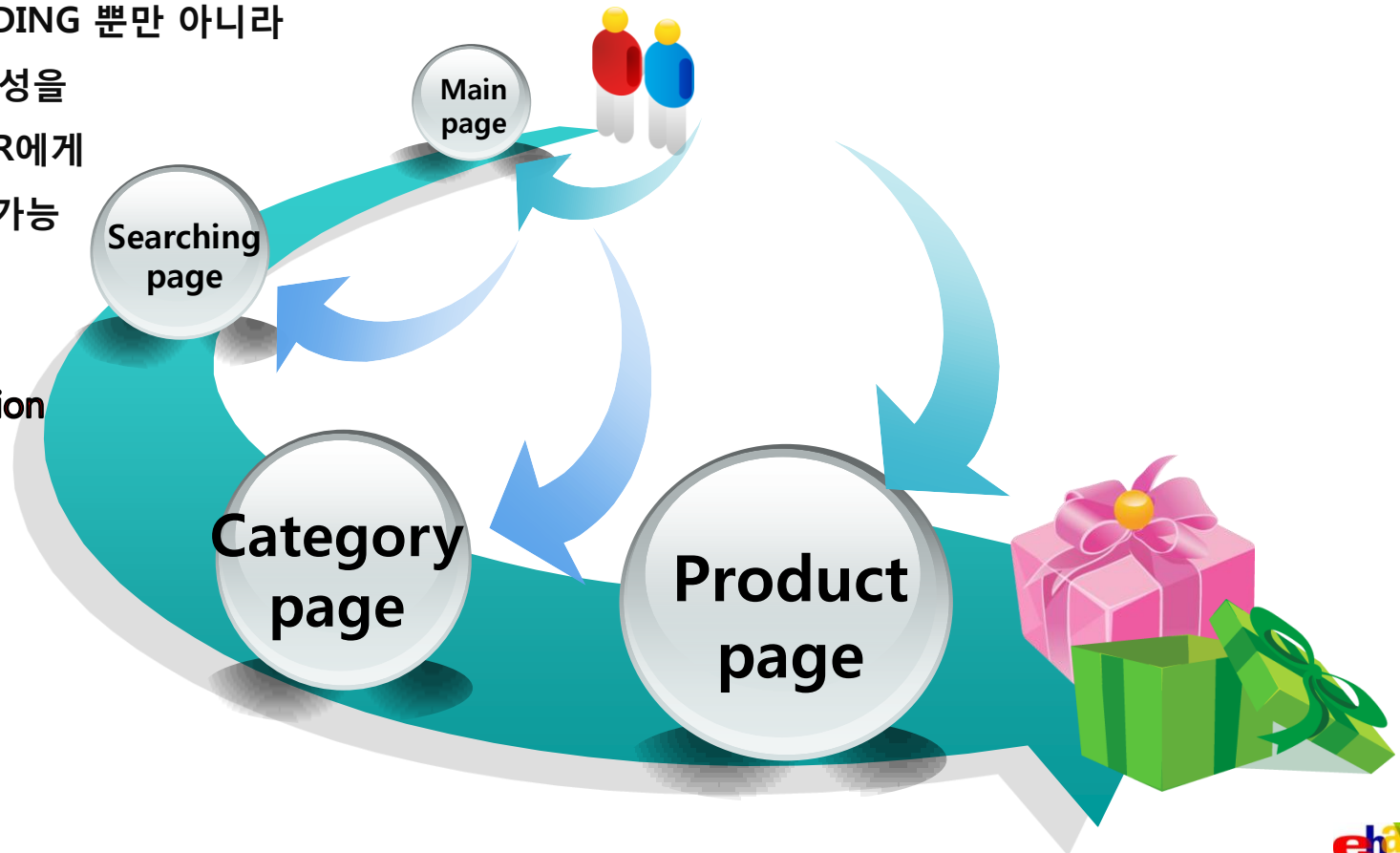
4. 오픈 마켓 단독 런칭

Open Market AD-slot = On a journey to buying

인터넷 구매 프로세스 전 과정에 노출 가능

노출을 통한 BRNADING 뿐만 아니라
실제 구매까지 목적성을
가지고 방문한 USER에게
ACTION까지 유도 가능

Portal = branding
Target media = action



Thank you

