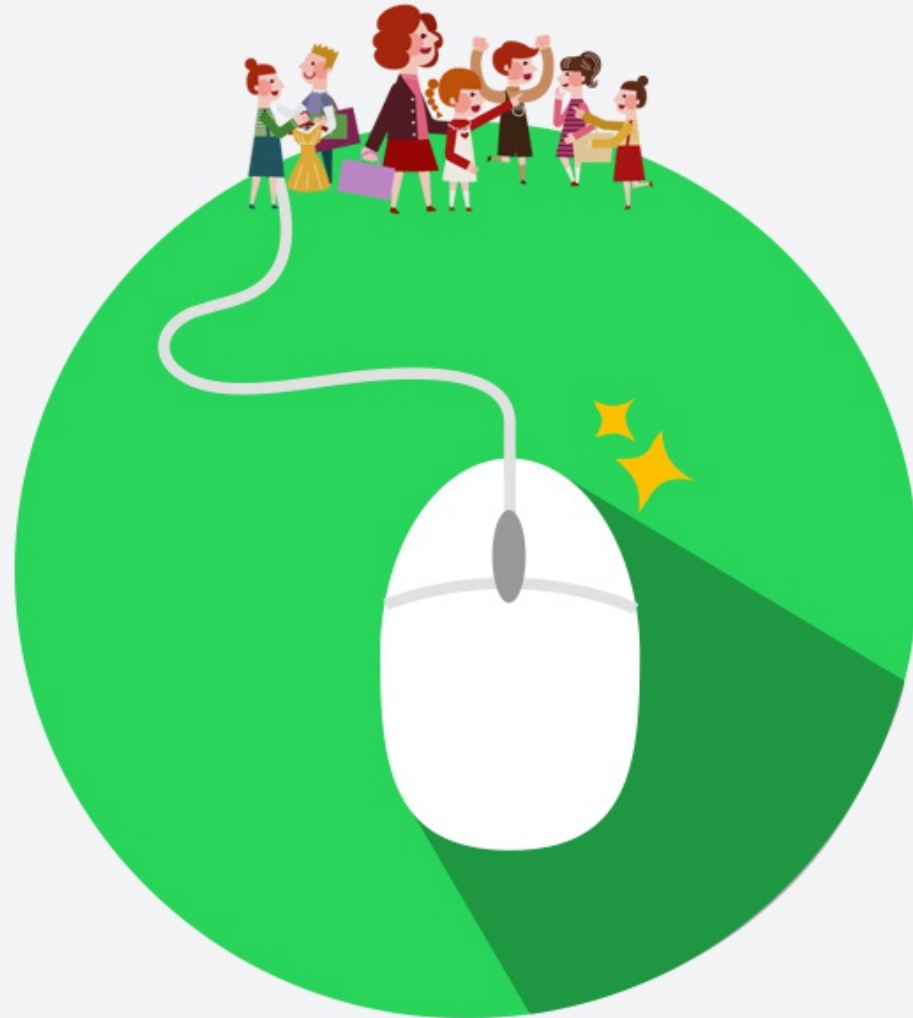


고객을 가장 쉽게 만나다



광고도 시작부터 끝까지 G마켓

# G마켓에서 광고를 시작해야 하는 이유





## G마켓의 방문자 수와 사이트 내 PV는 전체 이커머스 시장에서 1위 인터넷 이용률 및 구매력이 높은 20~30대 회원비가 약 60% 이상 점유

[출처: 코리아 클릭 - 2013년 12월 기준]

방문자수

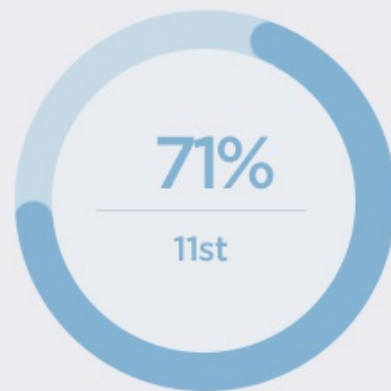
방문자연령



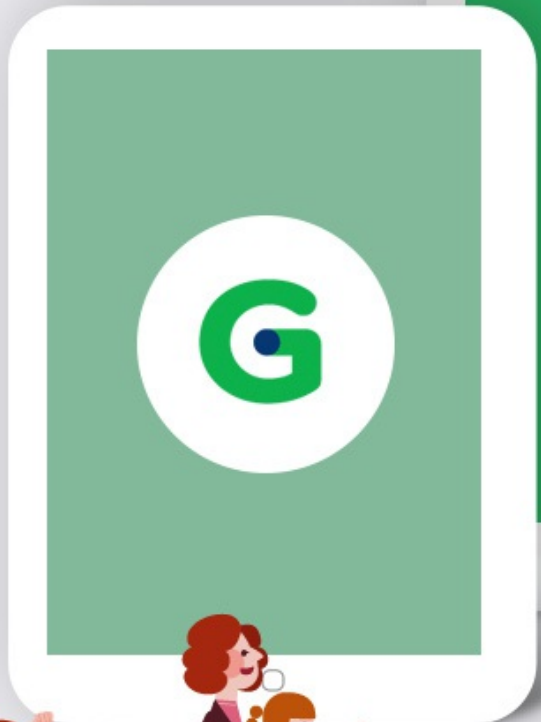
[출처: G마켓 내부자료]



# WEB TRAFFIC 비교



[출처 : 코리아 클릭 - 2013년 12월 기준]





## G마켓에서 무수히 많은 거래가 일어나고 있습니다

32%  
패션/뷰티

28%  
유아동/식품

11%  
컴퓨터/  
디지털/가전

18%  
가구/  
리빙/건강

5%  
기타

6%  
스포츠/  
자동차/취미



# No.1 브랜드 가치 G마켓



2007 - 2013  
국가 브랜드 경쟁력 지수 7년 연속 1위

2011 - 2014  
한국산업의 브랜드 파워 4년 연속 1위

2012 - 2014  
최고의 브랜드 대상 3년 연속 1위

2009 - 2014  
퍼스트 브랜드 대상 6년 연속 1위

# G마켓의 다양한 고객을 소개합니다







# Gmarket 카테고리 별 구매자 성별 구성 분포

●남자 ●여자 ●기업 ●비회원



컴퓨터·디지털·가전



스포츠·자동차·취미



유아동·식품



패션·뷰티



가구·리빙·건강



0% 20% 40% 60% 80% 100%



# Gmarket 카테고리 별 구매자 연령 구성 분포

●비회원 ●10대 ●20대 ●30대 ●40대 ●50대 ●60대이상



컴퓨터·디지털·가전



스포츠·자동차·취미



유아동·식품



패션·뷰티



가구·리빙·건강





## Gmarket의 다양한 고객을 통해 세일즈, 브랜딩, 샘플링등 Target Marketing 활동이 가능

### Gmarket 회원 지역별 비중

강원	2%	울산	2%
경기	23%	인천	5%
경남	5%	전남	2%
경북	4%	전북	3%
광주	3%	제주	1%
대구	4%	충남	3%
대전	3%	충북	2%
부산	6%	비회원	7%
서울	25%		

### Gmarket 회원 등급별 비중

SVIP	21%
VIP	35%
GOLD	19%
SILVER	17%
NEW	15%
비회원	3%

고객을 가장 쉽게 만나다



두번째 G마켓에서 광고하기



**고객과 브랜드가 만난 사례를  
소개합니다**

# 이미 많은 브랜드사가 G마켓과 함께 하고 있습니다





## DATA SERVICE FOR BRAND PROMOTION

G마켓 내부 DATA를 통한 브랜드 REVIEW 및  
한층 심화되고 효율적인 제안을 드립니다.



## GLOBAL SITE

국내판매를 넘어, 해외판매까지 이제는  
G MARKET GLOBAL SITE 가 시작됩니다.



## G MARKET SNS MARKETING PROMOTION

가장 활발한 고객 참여를 기대할 수 있는 G MARKET 공식  
SNS (FACEBOOK / TWITTER / 카카오톡)  
활용을 통해 소비자들의 자발적 ISSUE MARKETING 유도



# G마켓 GLOBAL 사이트를 활용한 카드사 프로모션

캠페인	PAY WITH VISA! GET 20% OFF
일정	2014년 4월 2일 - 2014년 7월 16일
목적	VISA카드 결제 시 20%할인
내용	구매경험이 있는 고객에게 VISA카드 결제 시 20%할인
결과	전체 쿠폰 498장 발행, 168장 사용
노출지면	G마켓 영문사이트 내 좌측 배너/ 하단 배너 외 외부 마케팅 채널



쿠폰 사용률 34%

GLOBAL 사이트에서  
진행하고 있는  
외부 마케팅 채널 소개

GOOGLE 키워드 검색 광고 집행  
BAIDE 키워드 검색 광고 집행  
GOOGLE과 제휴된 매체 동시 집행  
TBS ENGLISH RADIO  
편도우코리아(재한 중국인 포털) 집행





# 광고주의 니즈와 고객과의 접점을 반영하여 데이터 기반으로 한 광고 제안

현명한 G마켓이 가장 많이 선택한  
2014년 No.1 앱솔루트

Gmarket이 드리는 **HOT한 3가지 혜택!**

앱솔루트 명작

퀴즈 풀고, 정답을 맞추면  
2,000원 중복 할인쿠폰을 드려요~

“우리아기를 위한 앱솔루트 명작(명작)의 특징”

- 1 영유아용 10 유산균
- 2 국내분유 최대
- 3 국내 최대 22cm
- 4 대한민국 1%

우리 아기에겐 분유 말고도 더 필요해!

프리미엄 상품평 남기면 G마켓 현금잔고 행운이!

- 캠페인** 매일유업 앱솔루트 명작 프로모션
- 일정** 2014년 7월 21일 - 2014년 8월 17일
- 목적** 경쟁사 및 유아용품 구매고객 중 신규고객 발굴
- 내용** BCC쿠폰 및 구매 후 리워드 제공/ 프리미엄 상품평 후기 이벤트 등
- 노출지면** G마켓 메인지면 및 공통, 카테고리 지면 등 +DM / TOAST POP-UP



프로모션 전 데이터를 통하여  
정확한 TARGET설정 및 효율적인 프로모션 진행

## 프로모션 전 DATA 작업 내용

1. 유아동 분유 카테고리 분석
  - 매일유업VS경쟁사 주요 검색어 비교
  - 매일유업VS경쟁사 상품유입 분석
2. 고객분석
  - 매일유업VS경쟁사 구매자 비교
  - 제조사별 주요 브랜드 구매자 분석 비교



# G마켓 공식 FACEBOOK 내, 니베아 립버터 웹 프로모션 연계노출

FACE  
BOOK



G마켓 <공식>  
2월 10일 ~

• 니베아 립버터 이벤트 •  
발렌타인데이, 초콜릿 먹으면 살 찌!  
살 찌면 안되는 소중한 친구 @태깅~

후첨으로 10분여 초콜릿 대신 속속한  
립버터 발렌타인 패키지를 선물 😊... 더 보기 - 권홍수님, 이리  
사님과 함께.



WEB

Special Gift Set  
NIVEA 스페셜 기획전

니베아 립버터로 촉촉한 스킨을, 더욱 풍성한 기획으로 만나보세요!



캠페인

발렌타인데이 니베아 립버터 이벤트

일정

2014년 2월 7일 - 2014년 3월 9일

목적

니베아 발렌타인 기념 패키지 구매 활성화

내용

태깅(@) 이벤트로 댓글 유도하여 이벤트 확산,  
추첨을 통해 경품(광고상품) 증정

결과

IMP 46,197/UV 23,792/평균 600개 “좋아요” 누적  
태깅(@)으로 실제 참여자 수의 2배~3배 확산 효과

노출지면

G마켓 사이트 내 메인 배너 / 카테고리 배너



2차 바이럴 효과 기대

PROCESS

D-10

SNS 활용  
기획협의 및  
계약서 작성

D-7

G마켓  
이벤트 페이지  
생성

D-5

역 유입  
고객 대상  
할인쿠폰 개발

D-3

G마켓 공식  
페이스북 노출  
일정 협의

D-DAY

SNS 및  
웹페이지 프로모션  
동시 노출



# 기아자동차 체험단 진행을 통한 온&오프 연계 프로모션



캠페인	기아 레이 페스티벌
일정	2011년 11월 18일 - 2011년 12월 29일
목적	G마켓 내 2030 영 유아자녀를 가진 YOUNG FAMILY를 타겟으로 하여 시승참여 유도
내용	G마켓 고객의 시승 참여 및 BEST시승후기 선발
결과	총 5,090명 참여 / SNS바이럴 6,186
노출지면	G마켓 전 지면 (메인 중앙, 로그인, 기타상단 등)



1달 기준 5,090명 시승 신청  
바이럴 수 6,186건

## 이벤트 내용

1. G마켓 SNS게시판 플랫폼을 활용한 이벤트 버즈화 (PR공동 진행)
2. G맘클럽 고객 및 레이 관심고객에게 리워드 제공, 시승프로모션 진행
3. 시승참여 후기 공모전을 통한 레이 관심도 증대 및 이벤트 참여 활성화



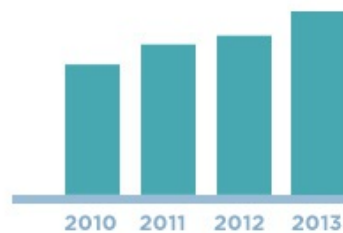
# 유아용품 연계를 통한 세일즈 프로모션 하기스 캠페인 지속적으로 진행 중



캠페인	기저귀 외, 유아용품 CROSS SELLING 를 통한 MS확보
일정	2014년 7월 28일 - 2014년 8월 31일
목적	하기스 기저귀 외 연계된 유아용품 매출 상승
내용	더블하트, 하기스, 물티슈 등 유아동 연계 상품 쿠폰 증정 2010~2013년 까지 최대 5% MS상승/ 평균 쿠폰 사용률 25%
노출지면	메인 중앙, 기타상단, BCC쿠폰 등



## 지속적인 프로모션으로 온라인 기저귀 MS 상승

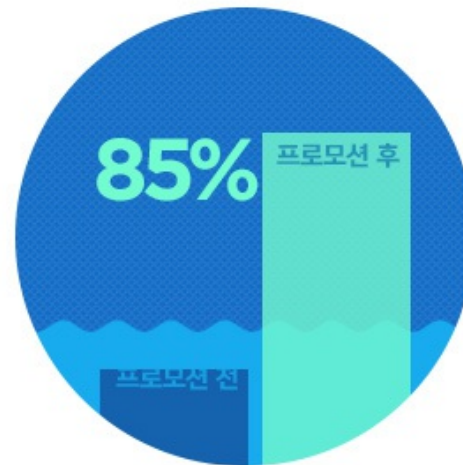


경쟁사 고객 대상 선착순 중복할인쿠폰 제공  
포토상품평, SNS댓글 등 고객 참여형 이벤트 진행



# 고객 리워드 연계(현금잔고)를 통한 세일즈 프로모션

캠페인	LG IT HIT 상품 프로모션
일정	2014년 3월 17일 - 2014년 4월 18일
목적	기획전 내 상품 구매고객 대상 리워드 제공을 통한 세일즈 활성화
내용	전체 구매고객에게 리워드(현금잔고)지급
결과	프로모션 전월 대비 매출 약 85%상승
노출지면	메인지면 / 카테고리 지면 / DM발송



프로모션 전월 대비  
매출 약 85%상승



# G마켓 카테고리 타겟 고객을 활용한 비키니상품과 제모용품 샘플링 연계 프로모션

**비키니의 계절이 돌아왔다**  
올 여름 바캉스는 비트와 함께  
**완벽하고 화끈하게** 즐기세요!

**비키니 사고 비트 샘플링 받고~**  
매끄러움이 최대 4주까지 지속되는 비트 워시 샘플링 4매 증정!

**비트 샘플링 받는 방법!**  
1. 가이던스 페이지 방문하기  
2. 비키니 구매시 비트 워시 샘플링 4매 증정 받기

**비트 워시 샘플링?**  
물이나 샴푸 없이도 간편하게!  
비키니 착용 전 사용하세요!

**비키니 사고 선물 받고 즉시 할인도 받고~**  
비키니 한수 이상 구매 시 비키니 선물과 즉시 할인 10% 증정!

**대상 1** 4월 4000  
**대상 2** 4월 5000

**사은품/증정/할인**  
2014년 6월 16일 ~ 6월 30일

**10% 할인**  
할인쿠폰 받기

캠페인	비트 + 비키니 샘플링 프로모션
일정	2014년 6월 16일 - 2014년 6월 30일
목적	비키니 구매 고객에게 비트샘플 증정을 통한 브랜딩
내용	상위 TOP셀러의 비키니 상품 구매 시 비트샘플 증정
결과	3,000개 샘플 4주 소진 완료
노출지면	G마켓 패션 기획전, 메인배너, 검색 키워드 등



**4주 동안 비키니 상품 4개로 3천개 샘플 소진 완료**

## PROCESS



# 모바일 지면을 활용한 존슨 앤드 존슨 월드컵 패키지 프로모션

캠페인	존슨앤드존슨과 함께하는 FIFA월드컵 패키지 한정특가 프로모션
일정	2014년 6월 17일- 2014년 6월 27일
목적	제품 세일즈 상승 및 FIFA월드컵 패키지 특별상품 홍보
내용	존슨즈 구매고객 대상 10%할인쿠폰 제공 뉴트로지나, 리스테린 쿨민트 500ML 각 300개 한정 정품 샘플링 배송비 2500원 소비자 부담
결과	전체 600개 HOT DEAL 정품 샘플 배송 완료
노출지면	모바일 메인 지면, 웹 메인배너 등



5분 내, 선착순 300명에게 정품 샘플링 체험 완료

모바일 프로모션 기간 내, 최대 1일 PV 11,161  
11일 기간 동안 누적 방문자 수 약 37,000명



# G마켓 구매이력을 활용한 타겟 쿠폰 프로모션

**HP 정품 잉크 할인 프로모션**  
리필보다 2배 더 출력하는 HP 정품 잉크로 출력 품질은 높이고 비용은 절약하고!

HP 정품 잉크를 할인 받고 사는 Tip!

- HP 공식 판매점에서 기간 한정 특가 구매
- 구매 4% 할인
- 할인 쿠폰 다운로드

일반 고객 2,000원	재구매 고객 1,000원
2,000원	5,000원
쿠폰 다운로드	쿠폰 다운로드

위조 잉크, 무한 리필 잉크, 병행 수입 제품에 속지 않으려면, HP 온라인 공인 판매점을 확인하세요!

한국 HP 온라인 공인 판매점 2014

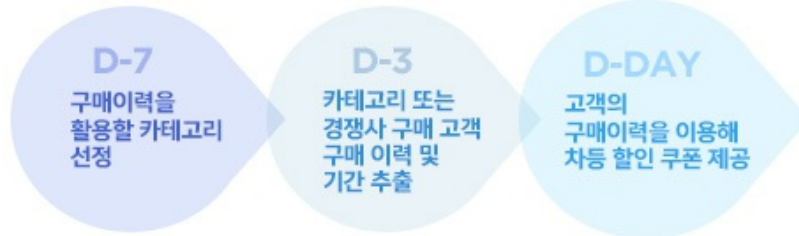
HP 온라인 공인 판매점을 확인하세요!  
한국 HP 온라인 공인 판매점 목록에 HP 소유를 필요로 하는 제품만 게재되지만, 위조품 및 복제품을 구입할 수 있는 위험을 면할 수 있습니다.  
또한 HP 온라인 공인 판매점에서는 유용한 내리 할인 혜택을 판매처로 연결하고 구매하기 바랍니다.

- 캠페인** HP정품잉크 할인 프로모션
- 일정** 2014년 5월 21일- 2014년 6월 30일
- 목적** HP정품잉크 사용 활성화 및 재 구매 고객 이탈 금지
- 내용** 일반 구매 고객에게 2천원 할인쿠폰 제공  
최근 3개월 내 구매고객에게는 재구매 활성화를 위한 5천원 쿠폰 제공
- 결과** 재 구매 고객을 위한 쿠폰 사용률 최대 42%  
일반 구매 고객을 위한 쿠폰 사용률 최대 17%
- 노출지면** 메인 중앙/ 프린터 카테고리 내 지면 등



재구매 쿠폰 평균 사용률 30% 이상

## PROCESS







# 카드 신규발급 및 사용을 위한 카드사 프로모션

- 캠페인** 스마트DC카드 출시 첫결제 이벤트
- 일정** 2014년 4월 7일- 2014년 5월 11일
- 목적** 하나 SK카드 신규 카드 출시에 따른 고객 유치
- 내용** 하나 SK 스마트 DC카드를 발급 받은 후 첫 결제를 G마켓에서 진행할 시 결제 금액에 관계 없이 3만원 리워드(현금잔고)지급
- 결과** 약 350명 (1개월) 카드 신규 발급 및 카드사용
- 노출지면** 메인지면/상품상세/주문결제/장바구니 등



약 350명 (1개월)  
카드 신규 발급 및 카드사용

## PROCESS





# 고객 상담 DB 건과 연계된 다이어트 프로모션

삼성생명 스위치 다이어트  
080-363-8800

비만도 검사

1-Out: 1시간 무료 운동

2-Out: 2시간 무료 운동

3-Out: 3시간 무료 운동

먹은 음식 환수하물, 지정 90% 흡수 억제

- 캠페인** 삼성제약 스위치 다이어트
- 일정** 2014년 6월 1일- 2014년 6월 30일
- 목적** 다이어트 전화상담을 통한 고객 DB확보
- 내용** 비만도 검사 후 상담 신청
- 결과** 평균 1일 기준 12개 DB건 확보
- 노출지면** 메인 중앙/ 기타상단/메인 브랜딩 보드



1일 평균 최대 20개 DB건

## PROCESS





# 신규 회원률 위한 고객 리워드 연계된 게임 프로모션



캠페인	샷 온라인 게임 광고
일정	2014년 7월 10일 - 2014년 7월 31일
목적	G마켓 리워드 (현금잔고) 지급으로 신규회원 모집
내용	게임 신규회원 가입한 후 현금잔고 지급
결과	3주 내 1천명 신규회원 유치
노출지면	메인중앙/브랜딩보드/로그아웃 등



메인 지면 광고 효율 최대 3.0% CTR  
(메인중앙 평균 CTR : 1.2%)

PROCESS

D-10

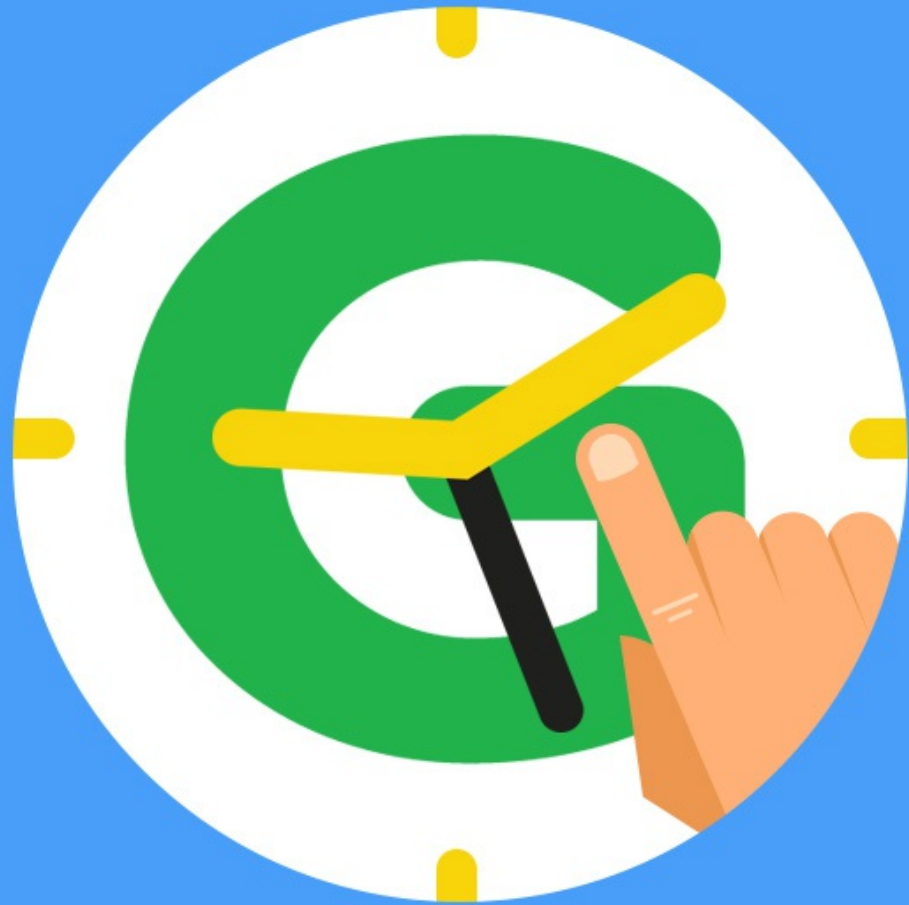
리워드 협의  
(종류/금액권)

D-7

광고 믹스안 전달  
및 지면 테스트

D-DAY

신규회원 고객  
리워드 지급



다양한 지면과 마케팅 툴을 통해  
가장 빠르고, 쉽게 고객에게 노출됩니다

메인중앙지면



G MARKET  
초기지면에 위치하여  
주목도 및 반응율이 높은  
광고 상품

사이즈	평균IMP	평균CTR	단가	형태	운영방식
785x295	구좌당 200,000 IMPS(/주)	1.2%	₩ 3,300,000	SWF,GIF,JPG 배너 / 동영상 배너	1/40구좌 롤링

검색 키워드  
테마샵



특정 키워드를 검색한  
목적성 고객에게만 노출하여  
구매전환에 효과적인  
광고상품

사이즈	평균IMP	평균CTR	단가	형태	운영방식
978x83	측정불가	측정불가	키워드 별 상이 최저 ₩ 41,300	JPG	1/16구좌 롤링

G마켓  
카테고리 영역



특정 카테고리에 유입된  
목적성 고객에게 노출하여  
전환율 및 반응율이 높은  
광고 상품

사이즈	평균PV(1주)	단가	형태	운영방식
640x260	카테고리 별 별도 전달	카테고리 별 별도 전달	JPG	1/8구좌 롤링

로그인/로그아웃



1만원, 5천원 할인쿠폰 앱카드

10,000

TRENDY MINISHOP SHOP THIS LOOK!

BIG SIZE 배너로서 주목도 및 반응율이 높은 광고 상품

사이즈	평균IMP	평균CTR	단가	형태	운영방식
425x260	450,000 IMPS(/주)	0.5%	₩ 1,900,000	SWF,GIF,JPG 배너	1/20구좌 롤링



TOAST  
POPUP



TARGETING 설정에  
따라 효율 극대화 가능한  
광고 상품



리워드 협의 (종류 및 금액권)



세부 타겟팅 추출



타겟팅 광고 세팅



TOAST POPUP노출

OPEN SURVEY



GMARKET고객을 대상으로 직접 진행하는 설문 SYSTEM 2015년 리뉴얼 예정



설문 가능 여부 및 질문지 전달



설문 시스템 입력 및 TEST



TARGET 설정하여 DM/TOAST POP 등 노출



설문 종료 후, 결과 리포트 확인

공통AD  
(기타상단)

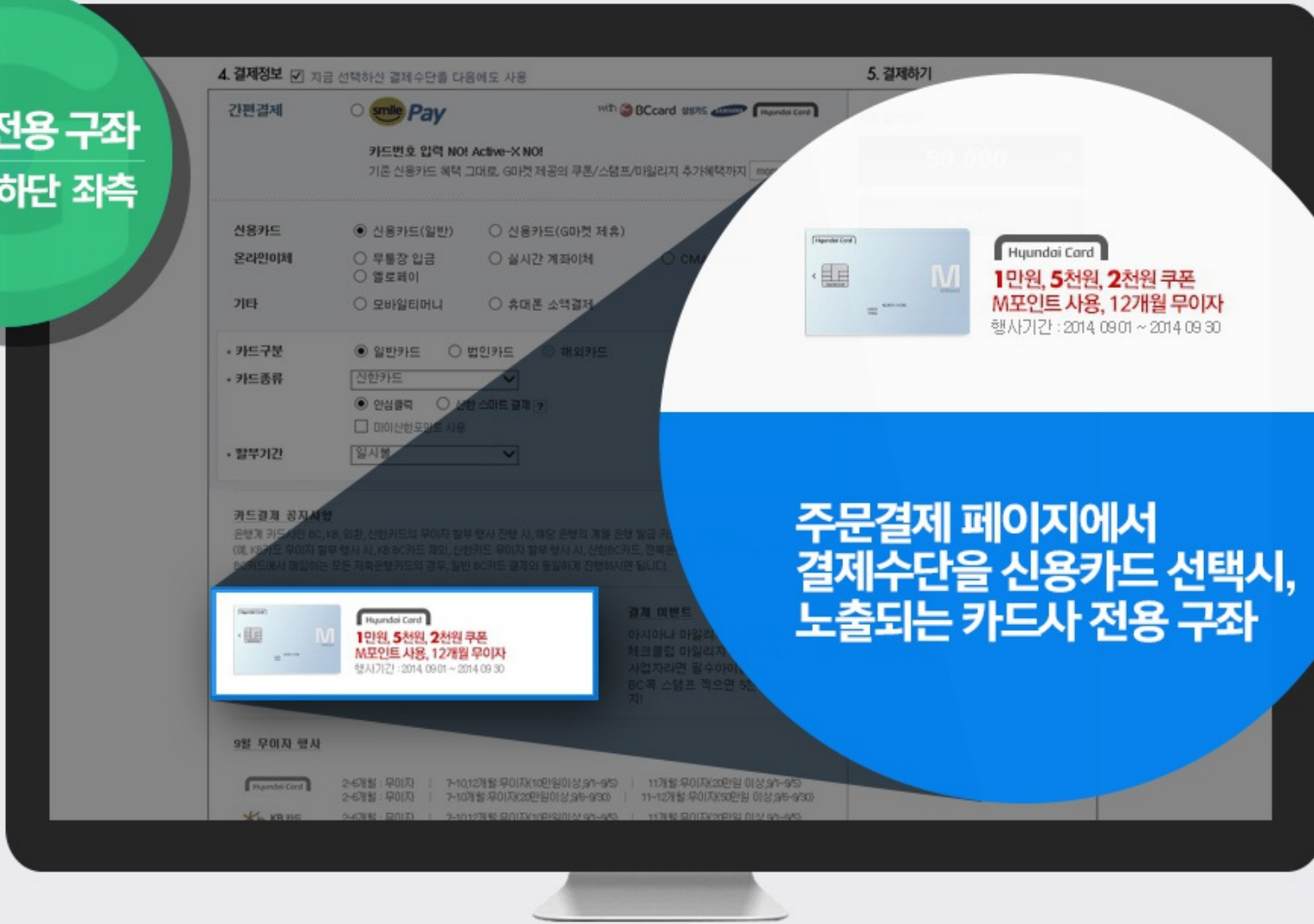


하기스만의 특별혜택  
신라호텔 스파권 + 선물세트 증정

G마켓 메인을 제외한  
전 지면 상단 배너 노출

사이즈	평균PV(1주)	단가	형태	운영방식
190x107	2,546,600	₩ 2,600,000	JPG	1/30구좌 롤링

카드사 전용 구좌  
주문결제하단 좌측



주문결제 페이지에서  
결제수단을 신용카드 선택시,  
노출되는 카드사 전용 구좌

사이즈	평균PV(1주)	단가	형태	운영방식
290x83	641,656	₩ 1,980,000	JPG	1/4구좌 롤링

DM발송



G마켓 BIG DATA를 활용하여  
이벤트 내용 고지 및  
판매촉진 유도 광고상품

사이즈	최소 발송량/통	발송비용/회	형태	운영방식
745x제한없음	50,000통	₩ 50 (기본)   ₩ 70 (구매이력, 지역 등 타겟팅 추가)	JPG	상세 타겟 메일

고객을 가장 쉽게 만나다



세번째 G마켓에서 광고를 끝내다



## 지속적인 관리 프로세스를 통해 고객 이탈 고객 방지



잠재고객 대상  
Brand Switching을 위한  
- 샘플증정  
- 신규구매 reward  
- 특가제공



구매 고객 대상  
단골 구매 유도를 위한  
할인가 제공  
Viral Reward제공



휴먼 고객 대상  
재 구매 유도를 위한  
할인쿠폰 제공  
과거 구매 상품 소식 제공  
재 구매 Reward제공



VIP구매 고객 대상  
VIP고객 유지를 위한  
할인쿠폰 복 제공  
신상품 무료 제공  
별도 이벤트 Benefit제공



# 구매 고객 행동 및 트렌드 분석을 통한 브랜드 맞춤 서비스

## TREND ANALYSIS

### Data Service

매출 기반 브랜드별 MS 변화추이  
상품/상품군 구매자 성별 연령대별 구매 트렌드  
특정 상품/상품군 구매 주기 및 빈도수  
특정 브랜드/상품 상위 매출 분석  
상품 상세&기획전 이전 페이지 유입경로 분석  
광고 집행 여부에 따른 Traffic 변화  
국내사이트 및 글로벌사이트 내 특정 상품군 매출 추이  
특정 상품군에 대한 연관 검색어 조회 수 추이  
카테고리별 브랜드/상품 검색 결과 내 상품 전시 분석  
특정 상품 및 기획전 상품평 분석  
Basket Data 비교 분석



## BEHAVIOR ANALYSIS

### Data Service

기획전 성과(페이지뷰, 방문자수, 방문수, 구매전환) 분석  
리워드(현금잔고/할인쿠폰)사용율 및 구매상품 분석  
특정 상품/상품군 구매 주기 및 빈도수  
신규 구매고객 및 반복 구매고객  
체험팩(샘플링) 구매 후 정품 구매 전환율







목적에 따라 상세 타겟팅이 가능한 매체

광고도,  
시작부터 끝까지  
G마켓