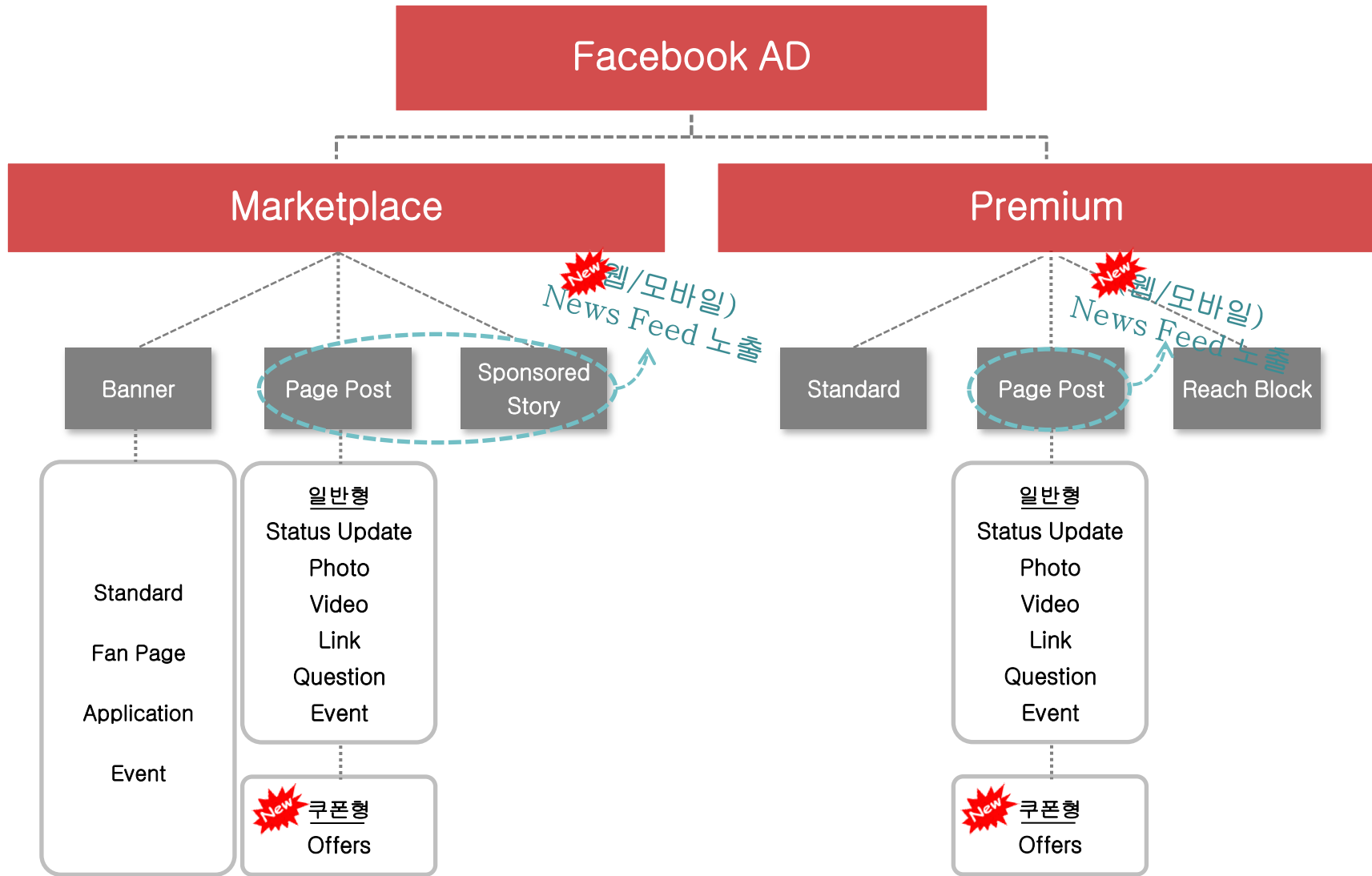


Facebook AD Products



2013. 03
MezzoMedia Inc.

Facebook AD Products



※ Marketplace / Premium AD의 Standard AD를 제외한 모든 광고 유형은 팬페이지 보유해야만 집행 가능.

Facebook AD Products

	Marketplace AD			Premium AD		
	Banner	Page Post	Sponsored Story	Standard	Page Post	Reach Block
상품 특징	<ul style="list-style-type: none"> 광고 형태에 따라 광고주 페이지 또는 팬페이지로 랜딩 가능. 동영상 광고 불가 	<ul style="list-style-type: none"> 팬페이지로만 랜딩 가능. 동영상 광고 가능 (웹/모바일) News Feed 광고 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 소재 제작할 필요 없음 	Marketplace Banner 유형과 동일	Marketplace Page Post 유형과 동일	<ul style="list-style-type: none"> Standard, Page Post 상품을 Reach Block으로 집행 가능. 1일 고정 상품
도달 범위	전체 유저	전체 유저 (뉴스피드AD) 팬+팬 친구들	팬 친구들			전체 유저
광고 영역	전 지면 우측 영역	전 지면 우측 영역 / Home 지면 뉴스피드 영역	전 지면 우측 영역 / Home 지면 뉴스피드 영역	Home 지면 우측 영역 (단독 노출)	전 지면 우측 영역(단독) / Home 지면 뉴스피드 영역	Home 지면 우측 영역
광고 스펙	<ul style="list-style-type: none"> 이미지: 100*72 타이틀: 25자 (공백포함) 본문: 90자 (공백포함) 	<ul style="list-style-type: none"> 타이틀: 팬페이지명과 동일 텍스트: 90자 까지 노출 	-	Marketplace Banner 유형과 동일	Marketplace Page Post 유형과 동일	Standard, Page Post 상품으로 가능
평균 CTR	0.04%	0.60% (뉴스피드 AD) 2.00%	0.10%	0.15%	0.70% (뉴스피드 AD) 2.00%	0.30%
최소 집행금액	500만원/월		협의	1,200만원/월		협의

Marketplace AD

Banner

광고주 페이지 유저 유입이 목적인 경우 추천

Page Post

컨텐츠(사진, 동영상, 링크)가 포함된 게시물 광고를 원할 경우 추천

Sponsored Story

신규 팬 확보가 목적일 경우 추천

Premium AD

Banner

광고주 페이지 유저 유입이 목적이며 단독 노출을 원할 경우 추천

Page Post

컨텐츠(사진, 동영상, 링크)가 포함된 게시물의 단독 노출을 원할 경우 추천

Reach Block

1일 고정 상품으로 단기간 많은 유저에게 캠페인 노출 원할 경우 추천

Marketplace AD Banner

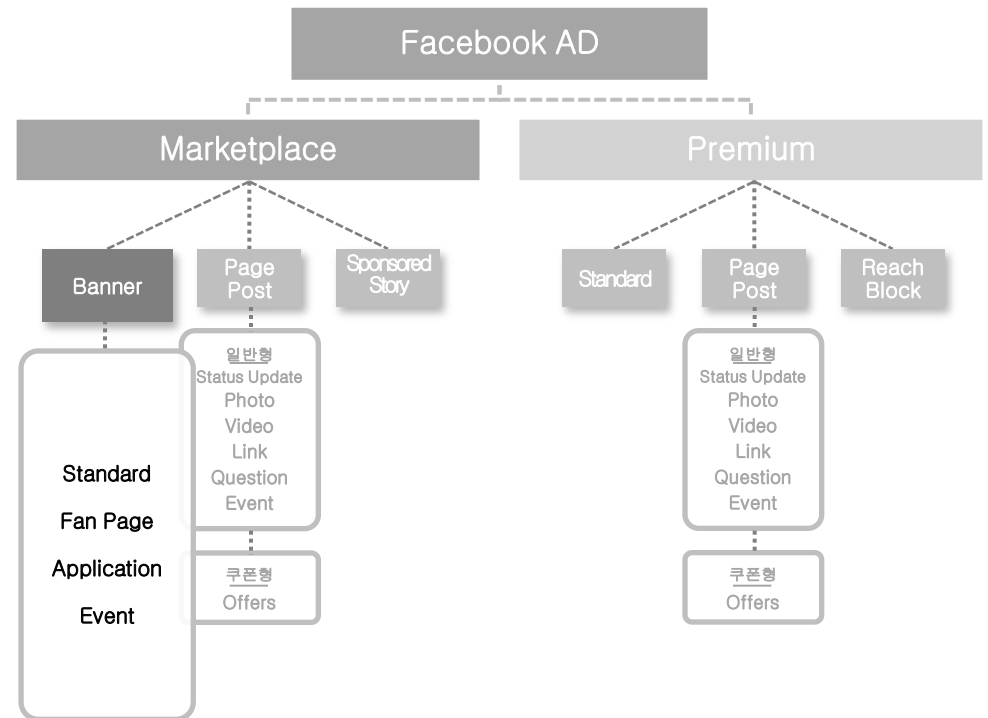
상품특징

- Facebook AD의 기본 형태로 4가지 유형이 있음.
(Standard, Fan Page, Application, Event)
- CPC 상품 (클릭 수 보장)
- 평균 CTR 0.04%
- 최소 7일전 부킹 및 3일전 소재 전달 기준.
- Standard 형태를 제외한 나머지 광고는 팬페이지를 보유하고 있어야 집행 가능



▲ 광고영역:

Home, Timeline(개인, 그룹, 로컬 및 팬페이지), 사진첩, 검색영역 지면 등의 우측 영역



Standard

오픈 전 2일간 프리미엄 테스트를 즐겨라
mirrorwar.co.kr



슈팅이기에 더 화끈한RPG!
RPG이기에 더 짜릿한 슈팅!
8월10일부터 8월11일까지
신개념 슈팅RPG 거울전쟁
신성부활 프리미엄 테스트에
지금 바로 참여하라!



- 목적: 신규 트래픽 유입 및 브랜드 노출
- 특징:
 - i) 페이스북 팬페이지를 비롯하여 모든 웹 페이지로 랜딩이 가능. (단, 팬페이지로 랜딩 시 '좋아요' 유저 수 트래킹 불가)
 - ii) 광고 타이틀 하단에 웹사이트 주소 랜덤 노출 -> 시스템에서 자동적으로 노출되는 부분으로 세팅 시 삭제 불가.
- 제작가이드:
 - 타이틀: 25자 이내(공백 포함) - 이미지: 100X72 - 본문: 90자 이내(공백 포함)

Fan Page

Starbucks Korea



스타벅스 프라푸치노 스티커를 모아보세요. 스티커를 다 모으시면 무더운 여름을 위한 시원한 프라푸치노를 드립니다! 대 화이팅!

Like · Tek Park likes this.

Canon Korea(캐논카메라)



친구들이 가장 좋아하고 가장 많은 댓글을 받은 사진은? 캐논 공식 페이스북 Find My Hot Shot에서 지금 가장 인기 있는 내 사진을 확인하세요.

Like · Tek Park likes this.



Fan Page
타임라인



Fan Page
이벤트 탭

- 목적: 팬페이지 이벤트 페이지로 유입 및 팬 확보 (*평균 팬전환율: 15-20%*)
- 특징:
 - i) 페이스북 팬페이지 내 타임라인 (담벼락), 사진, 비디오 및 다양한 이벤트 탭으로 랜딩 설정 가능.
 - ii) 광고 하단에 Like 버튼과 함께 “OO 명이 좋아합니다.” 문구 노출. (유저 혹은 유저의 친구가 팬일 경우, “OO님이 좋아합니다.”로 대체)
- 제작가이드:
 - 타이틀: 팬페이지명과 동일
 - 이미지: 100X72
 - 본문: 90자 이내(공백 포함)

Event




레이저 파워커들과 함께하는 F/W 메이크업 클래스



레이저 에센스와 파운데이션, 레이저 파워 커들과 크리니크의 야심 찬 신제품 아이 라이너, 칵 라이너 포 아이즈 인텐스를 활용한 F/W 메이크업을 배워 보세요!

Join • 186 people are going.



- 목적: 이벤트 참여 유도
- 특징:
 - i) 페이스북 팬페이지  탭으로 랜딩.
 - ii) 광고 하단에  버튼 ( 버튼)과 함께 “OO명이 참여합니다.” 혹은 친구가 참여 시 “OO님이 참여합니다.”라는 문구 노출. (즉각적인 참여 유발)
- 제작가이드:
 - 타이틀: 이벤트명과 동일(25자 이내(공백 포함))
 - 이미지: 100X72
 - 본문: 90자 이내(공백 포함)

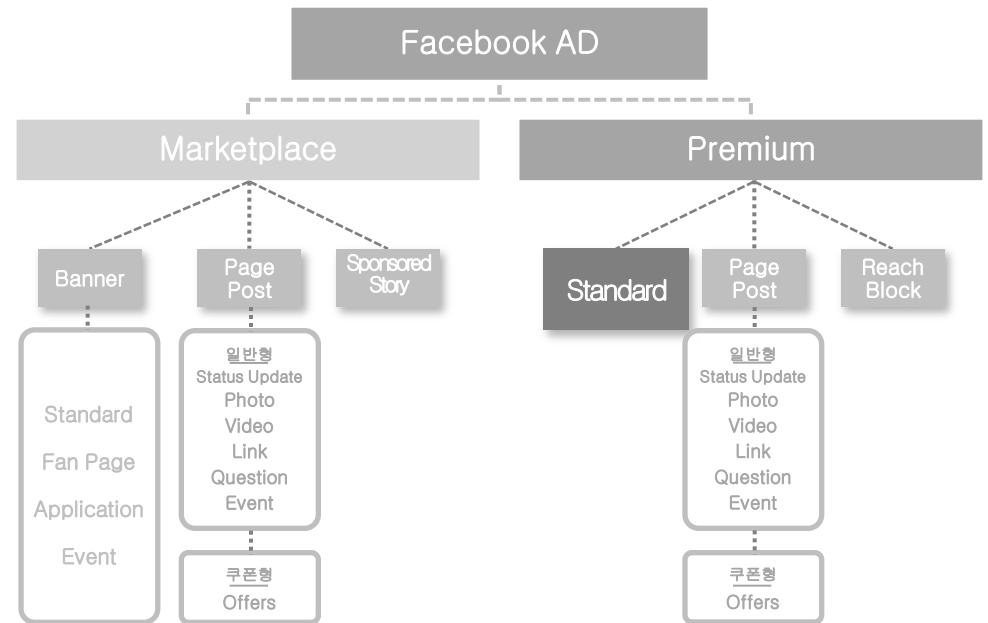
Premium AD Standard

상품특징

- Premium 상품 중 유일하게 광고주 페이지로 연동 가능.
- Home(뉴스피드) 영역에 단독 노출.
- CPM 상품 (노출 수 보장)
- 평균 CTR 0.15%
- 최소 10일전 부킹 및 7일전 소재 전달 기준.



▲ 광고영역:
Home 지면 우측 영역(단독 노출)



Standard AD

내일을 지키는 에너지, 한화



태양의 힘으로 꽃과 함께 웃고 새와 같이 노래하게 합니다. 아이의 얼굴에 내일을 비추는 환한 해가 뜨게 합니다. 지금 대한민국에 따뜻한 한화의 태양이 떠오릅니다.



- 목적: 신규 트래픽 유입 및 브랜드 노출
- 특징:
 - i) 페이스북 팬페이지를 비롯하여 모든 웹 페이지로 랜딩이 가능. *(단, 팬페이지로 랜딩 되더라도 '좋아요' 유저 수 트래킹 불가)*
 - ii) 마켓플레이스 광고와 달리 뉴스피드(홈) 페이지 상에 **단독** 노출.
 - iii) 외부 웹 페이지(광고주 홈페이지 혹은 이벤트 페이지)로의 신규 트래픽 창출에 효과적.
- 제작가이드:
 - 타이틀: 25자 이내(공백 포함) - 이미지: 100X72 - 본문: 90자 이내(공백 포함)

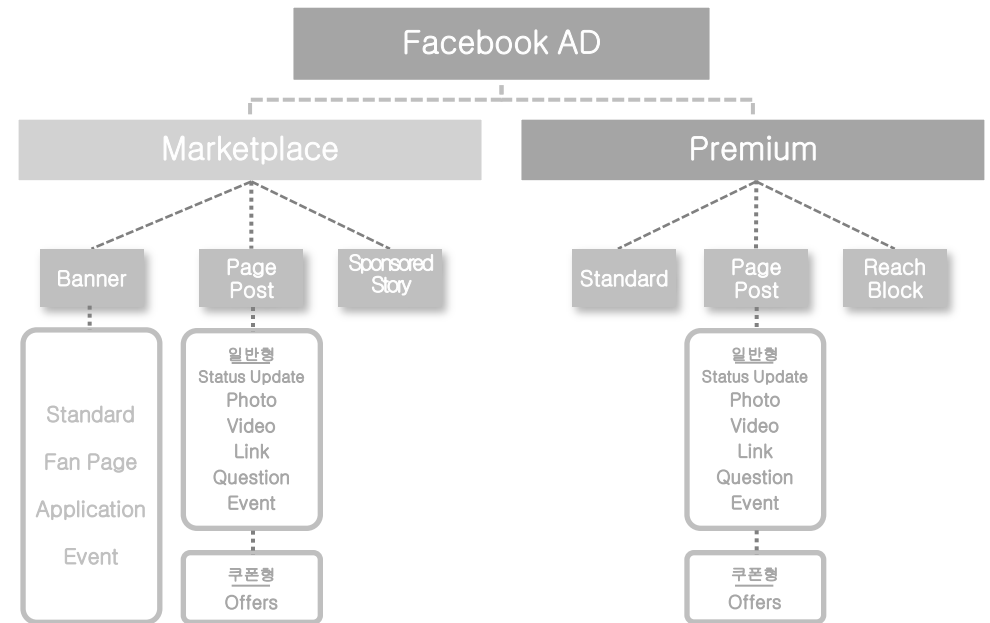
Premium AD Reach Block

상품특징

- 1일 (24시간) 고정 상품.
- 24시간 동안 로그인하는 각 유저 당 최대 5회까지 노출.
- Home(뉴스피드) 영역에 **단독 노출**.
- CPM 상품 (노출 수 보장)
- 평균 CTR 0.30%
- 최소 10일전 부킹 및 7일전 소재 전달 기준.



▲ 광고영역:
Home 지면 우측 영역(단독 노출)



Marketplace Premium News Feed

Page Post

상품특 징

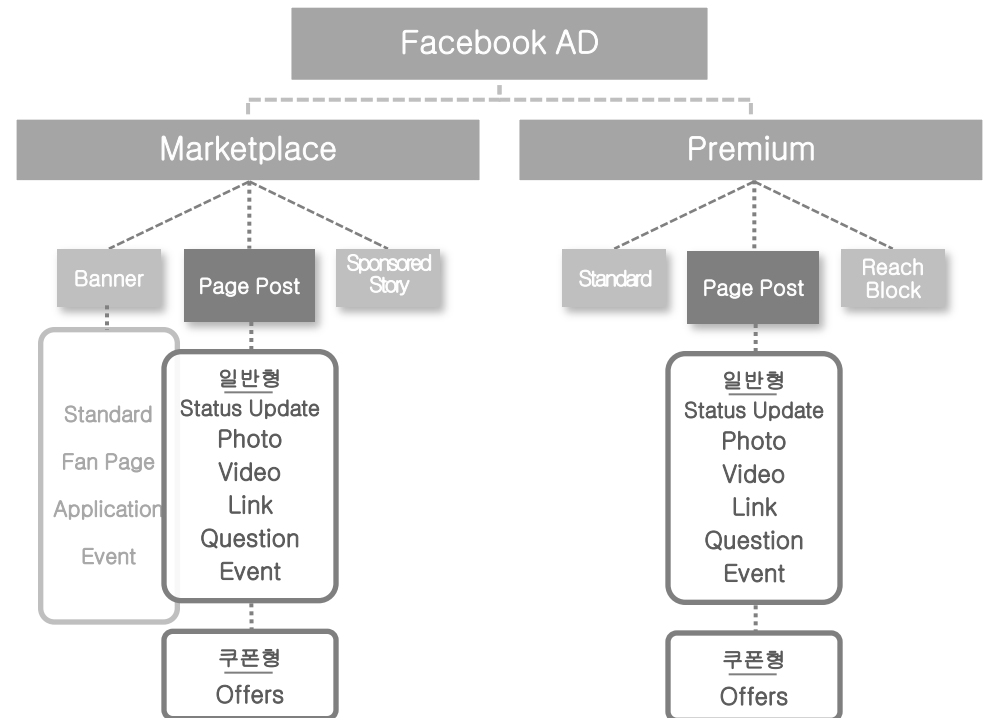
- 팬페이지 내 게시물을 광고 소재로 활용.
- Marketplace, Premium, News Feed에 따라 노출 지면 상이함.
- Marketplace, News Feed 상품은 CPC 상품 (클릭 수 보장), Premium 상품은 CPM 상품 (노출 수 보장)
- Marketplace, Premium, News Feed에 따라 CTR 상이함. (M.P: 0.60%, P.P: 0.70% N.F: 2.00%)

- 최소 7일전 부킹 및 3일전 소재 전달 기준.



광고영역 ▶

Marketplace, Premium: 전 지면 우측 영역
News Feed: Home 지면 뉴스피드 영역



Premium Page Post AD

- Home 영역 단독 노출
- Marketplace AD보다 광고 사이즈가 큼.
- 콘텐츠(동영상, 이미지 등) 사이즈가 큼.
- 친구들이 해당 광고를 '좋아요' 했을 경우 등의 소식이 광고 상단에 노출됨.
- 광고 상에서 좋아요, 댓글, 공유 가능.



VS

Marketplace Page Post AD

- Home 영역 다른 광고와 함께 노출
- Premium AD보다 광고 사이즈가 작음.
- 콘텐츠(동영상, 이미지 등) 사이즈가 작음.
- 게시물 공유, 댓글 기능 활용을 위해 클릭 필요.
- 광고 상에서 댓글 남기지 못함.

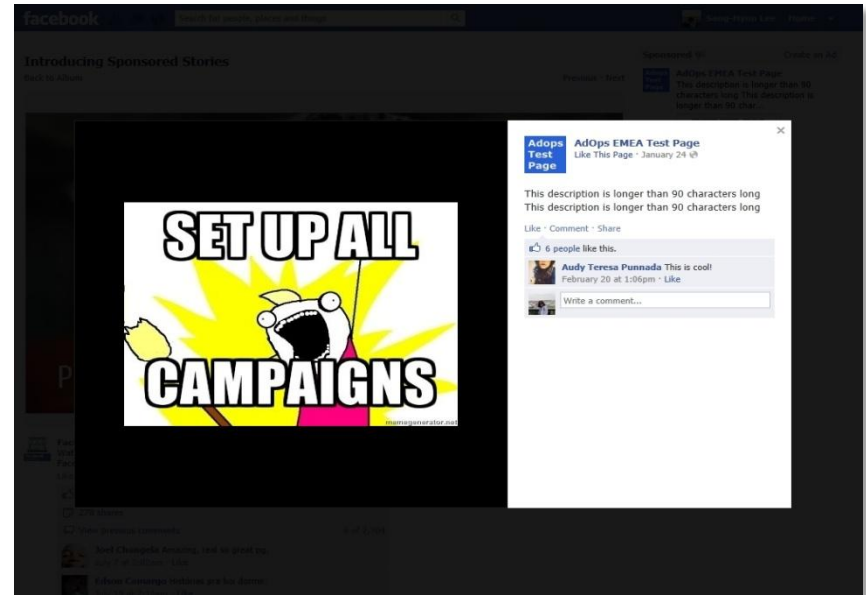


Status(상태)



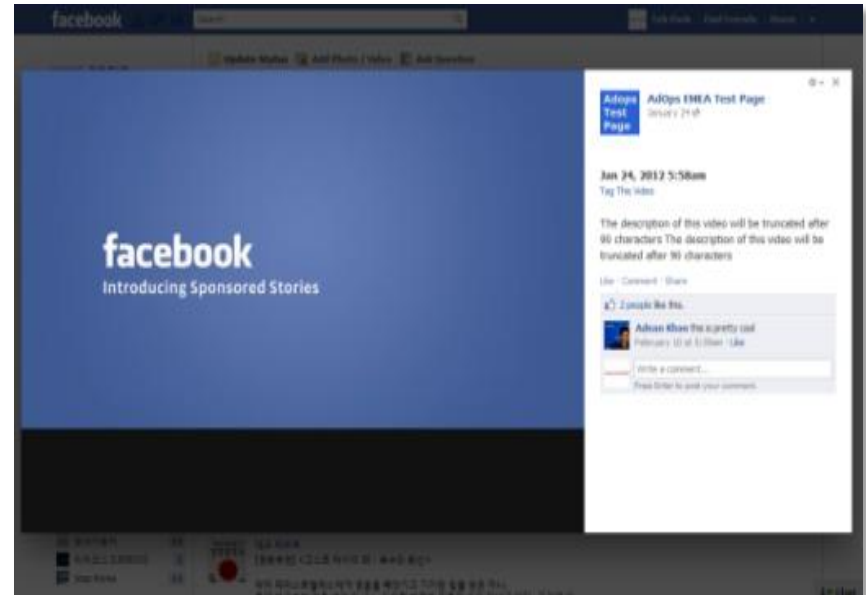
- 목적: 메시지 전달
- 특징:
 - i) 사진, 동영상, 링크 등이 포함되지 않고 순수 글만 업로드 된 게시물을 이용하여 광고 소재 제작.
 - ii) 타이틀 클릭 시 '타임라인'으로 랜딩, 텍스트 클릭 시 팝업창으로 게시물 노출.
- 제작가이드:
 - 타이틀: 팬페이지명과 동일. - 본문: 150자(Premium AD),120자(Marketplace AD)까지만 광고 상에 노출 됨.
 - (게시물 업로드 시 글자 수 제한은 없으나 광고 상에는 150자 또는 120자까지만 노출되고 이후 부분은 '..'으로 표기됨.)*

Photo(사진)



- 목적: 이미지 중심의 이벤트 진행 또는 브랜드 노출
- 특징:
 - i) 이미지가 업로드 된 게시물을 이용하여 광고 소재 제작.
 - ii) 타이틀 클릭 시 '타임라인'으로 랜딩, 텍스트 및 이미지 클릭 시 팝업창으로 게시물 노출.
- 제작가이드:
 - 타이틀: 팬페이지명과 동일. - 본문: 90자(Premium/Marketplace AD)까지만 광고 상에 노출 됨.
(게시물 업로드 시 글자 수 제한은 없으나 광고 상에는 90자까지만 노출되고 이후 부분은 '..'으로 표기됨.)

Video(동영상)



- 목적: 동영상 중심의 이벤트 진행 또는 브랜드 노출
- 특징:
 - i) 동영상이 업로드 된 게시물을 이용하여 광고 소재 제작.
 - ii) 타이틀 클릭 시 '타임라인'으로 랜딩, 텍스트 및 동영상 클릭 시 팝업창으로 게시물 노출.
- 제작가이드:
 - 타이틀: 팬페이지명과 동일. - 본문: 90자(Premium/Marketplace AD)까지만 광고 상에 노출 됨.
(게시물 업로드 시 글자 수 제한은 없으나 광고 상에는 90자까지만 노출되고 이후 부분은 '..'으로 표기됨.)

Link(링크)



- 목적: 게시물을 통한 링크 노출을 통해 특정 웹페이지로의 유입 유도 (모든 URL 링크 가능)
- 특징:
 - i) 특정 웹페이지를 링크한 게시물을 이용하여 광고 소재 제작.
 - ii) 타이틀 클릭 시 '타임라인'으로 랜딩, 텍스트 클릭 시 팝업창으로 게시물 노출, 링크 클릭 시 해당 페이지로 이동.
- 제작가이드:
 - 타이틀: 팬페이지명과 동일.
 - 본문: 90자(Premium/Marketplace AD)까지만 광고 상에 노출 됨.
(게시물 업로드 시 글자 수 제한은 없으나 광고 상에는 90자까지만 노출되고 이후 부분은 '..'으로 표기됨.)

Questions(질문)

Sponsored Create an Ad

AdOps Test Page **AdOps EMEA Test Page** asked:
 Questions in marketplace can show around 100 characters Questions in marketplace can show around 100...

- Up to 25 characters shown
- You read everything here
- This will be shown as "More"

Like This Page



facebook

Questions can be 100 characters long before they are truncated
 Questions can be 100 characters long before they are truncated

- Up to 25 characters shown
- You read everything here
- You cannot see the end over 25 char
- This will be shown as "More"

Asked By: AdOps EMEA Test Page (15 Votes)

AdOps Test Page AdOps EMEA Test Page about a month ago · · ·

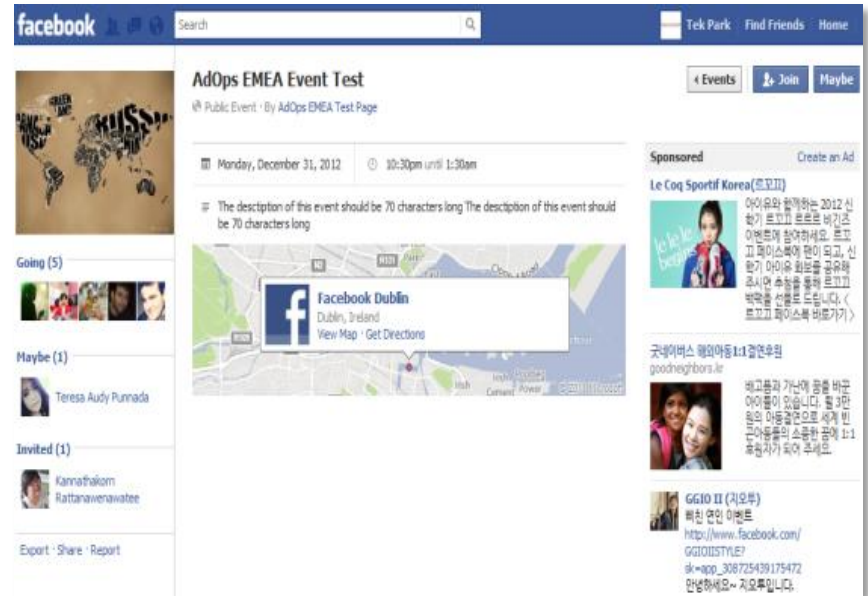
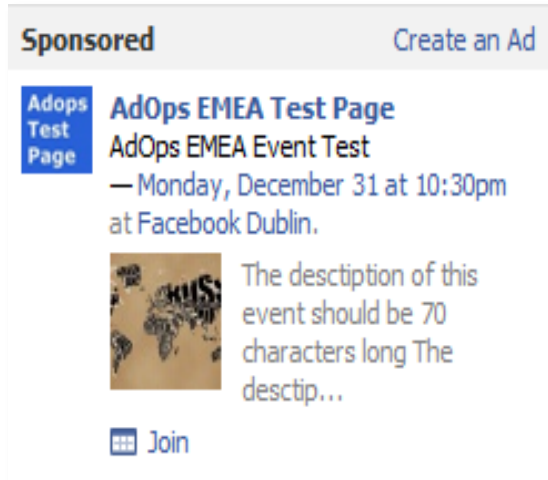
Posts: Friends · Others

Write something...

- 목적: 설문조사를 통한 유저들의 의견 조사
- 특징:
 - i) 설문조사 항목을 활용한 게시물을 이용하여 광고 소재 제작.
 - ii) 타이틀 클릭 시 '타임라인'으로 랜딩, 설문조사 제목(링크) 클릭 시 팝업창으로 게시물 노출.
- 제작가이드:
 - 타이틀: 팬페이지명과 설문조사 제목 노출. - 본문: 3개 항목(Premium/Marketplace AD)까지만 광고 상에 노출 됨.

(게시물 업로드 시 최대 100개 항목까지 등록 가능하나 광고 상에는 3개까지만 노출되고 나머지는 링크 클릭 후 팝업 화면에서 확인 가능.)

Event(이벤트)



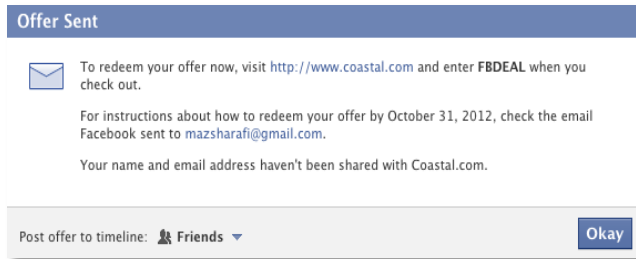
- 목적: 팬페이지 이벤트 페이지를 활용하여 오프라인 이벤트 참여 유도
- 특징:
 - i) 팬페이지 내 이벤트 페이지를 활용하여 광고 소재 제작.
 - ii) 타이틀 클릭 시 '타임라인'으로 랜딩, 이벤트 콘텐츠 클릭 시 이벤트 페이지로 이동.
- 제작가이드:
 - 타이틀: 팬페이지명과 이벤트 제목, 일정 노출. - 본문: 이벤트 페이지에 입력된 이벤트 내용이 광고 상에 노출 됨.
(게시물 업로드 시 글자 수 제한은 없으나 광고 상에는 70자까지만 노출되고 이후 부분은 '..'으로 표기됨.)

Offers (쿠폰)

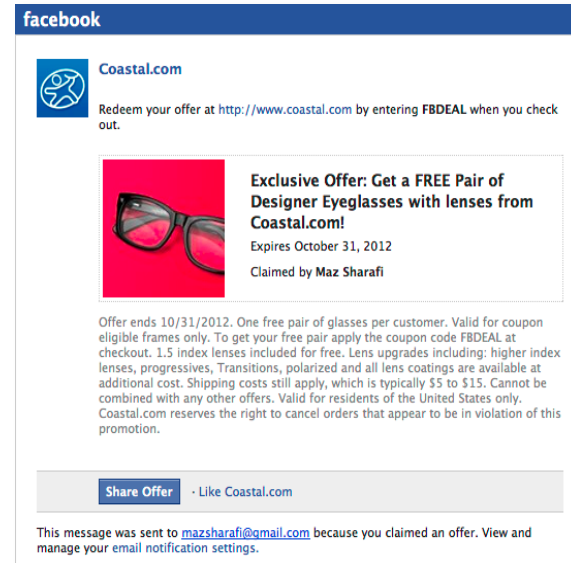
|Step 1| Offers 광고



|Step 2| 쿠폰 수락 후 팝업 안내



|Step 3| 최종 안내 이메일 전송



- 목적: 팬페이지를 통한 ‘쿠폰 발급’으로 오프라인 매장 방문 유도
- 특징:
 - i) 팬페이지 내 쿠폰 게시물을 활용하여 광고 소재 제작.
 - ii) 타이틀 클릭 시 ‘타임라인’으로 랜딩, ‘쿠폰 받기’ 클릭 시 메일로 쿠폰이 전송됨.
- 제작가이드:
 - 타이틀: 팬페이지명 노출.
 - 이미지: 90X90
 - 본문: (쿠폰텍스트) 90자 이내 텍스트 입력 (약관) 900자 이내 텍스트 입력

Page Post AD의 News Feed 노출



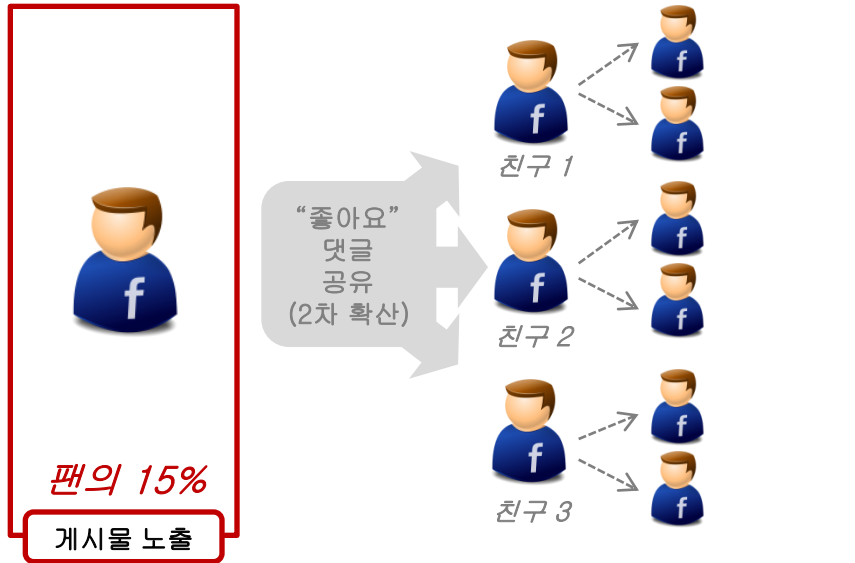
[웹 뉴스피드]



[모바일 뉴스피드]

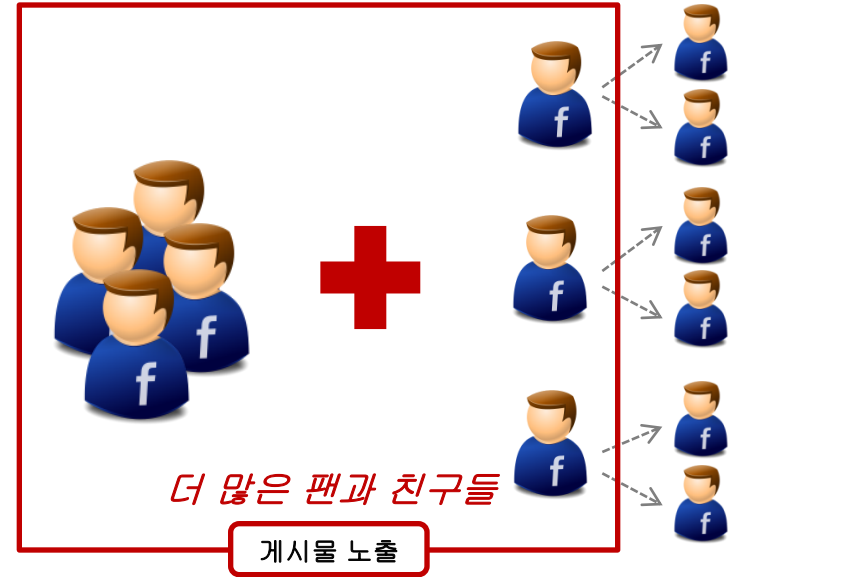
- 광고영역: Page Post AD가 데스크탑, 모바일 상의 뉴스피드 영역에 노출
- 특징:
 - i) 친구가 팬인 경우 ① 과 같이 “OO가 좋아 합니다”라는 메시지가 상단에 함께 노출.
 - ii) 일반 게시물과는 달리 페이지 ② 과 같이 “좋아요” 버튼이 추가되어 게시물 상에서 직접적인 팬 전환 유도.
 - iii) ③ 과 같이 ”Sponsored (스폰서)” 마크로 일반 게시물과 구분되며, 데스크탑은 물론 모바일 뉴스피드에 노출 가능.

Page Post AD의 News Feed 노출



[뉴스피드 일반게시물]

- 일반적으로 팬들의 15% 정도에게만 도달.
- 팬의 참여("좋아요", 댓글, 공유)를 통해서만 친구들에게 노출.
- 실시간 업데이트되는 게시물로 인해 지속적인 노출 불가.



[뉴스피드 광고게시물]

- 게시물이 도달하는 팬의 범위 확대.
- 팬 뿐만 아니라 팬의 친구들에게 까지도 노출 가능.
- 지속적인 노출을 통한 주목도 극대화.

팬페이지에 새글을 업로드 했을 때, 모든 팬페이지 팬들의 뉴스피드에 노출이 될까? 정답은 NO!!!

Page Post AD를 통해 게시글의 뉴스피드 노출 빈도를 강제적으로 높임으로써 바이럴에 더 효과적임.

News Feed AD 집행 참고사항

- 뉴스피드 광고는 게시물이 웹, 모바일 지면 동시에 노출.
 - ➡ 현재 메조미디어에서는 웹/모바일 뉴스피드에 모두 노출시키는 상품으로 판매하고 있으며, 모바일만 집중적으로 노출 원할 시 협의 하에 집행 가능.
- 모든 유저에게 타겟팅 가능.
- 게재면 전달 불가.



News Feed AD 집행 참고사항

1) 광고 이미지 내 텍스트 규정

√ 뉴스피드에 게재되는 페이지 게시물 이미지(사진) 광고 내 문구가 전체 이미지 사이즈의 20% 미만이어야 함.

√ 20% 미만 가이드를 준수할 경우 가격정보, 할인, 참여유도 문구 등도 사용 가능.



▲ 위 그림의 경우 그리드를 5x5로 나뉘었을 경우 5개의 박스 내에 문구가 포함되면 됨.
참고로 위의 이미지는 5개의 박스 이상의 영역을 문구로 사용했기에 규정에 위배됨.



이미지 내 텍스트가 전체 이미지 크기의 20% 미만이어야 함.

News Feed AD 집행 참고사항

2) 타임라인 커버 사진 내 텍스트 규정

√ 페이지의 커버사진에도 텍스트가 이미지 크기의 20%를 넘으면 안됨.

(News Feed Page Post AD 검수 시 랜딩페이지가 타임라인이 되므로, 타임라인 커버 사진 또한 규정 준수 필요)

√ 가격 및 할인 정보, 참여 유도 등의 정보 사용 불가.



커버사진 내 텍스트가 전체 이미지 크기의 20%로만 삽입되어야 함.

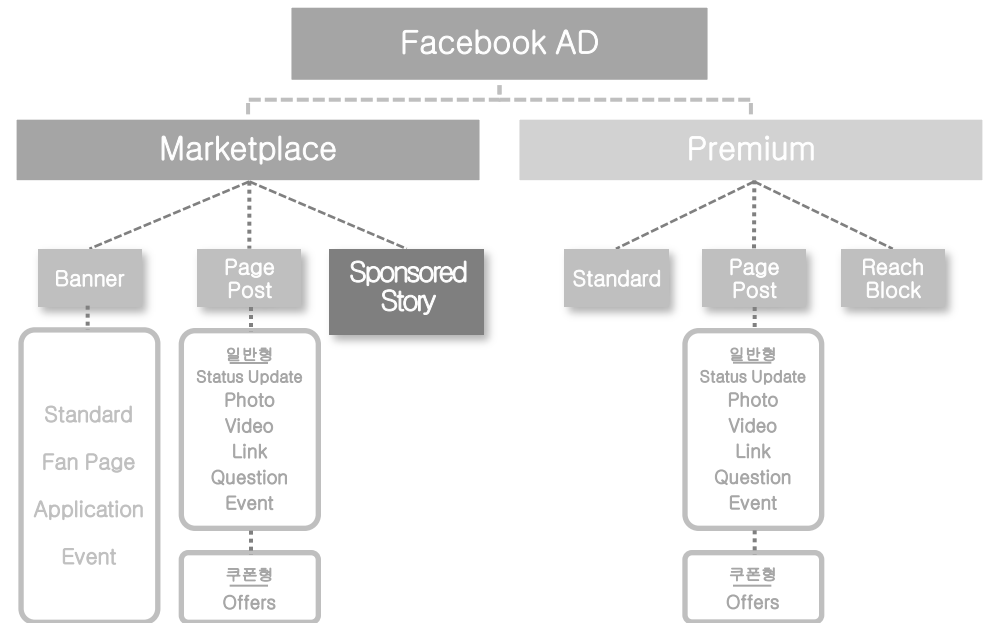
Sponsored Story

상품특징

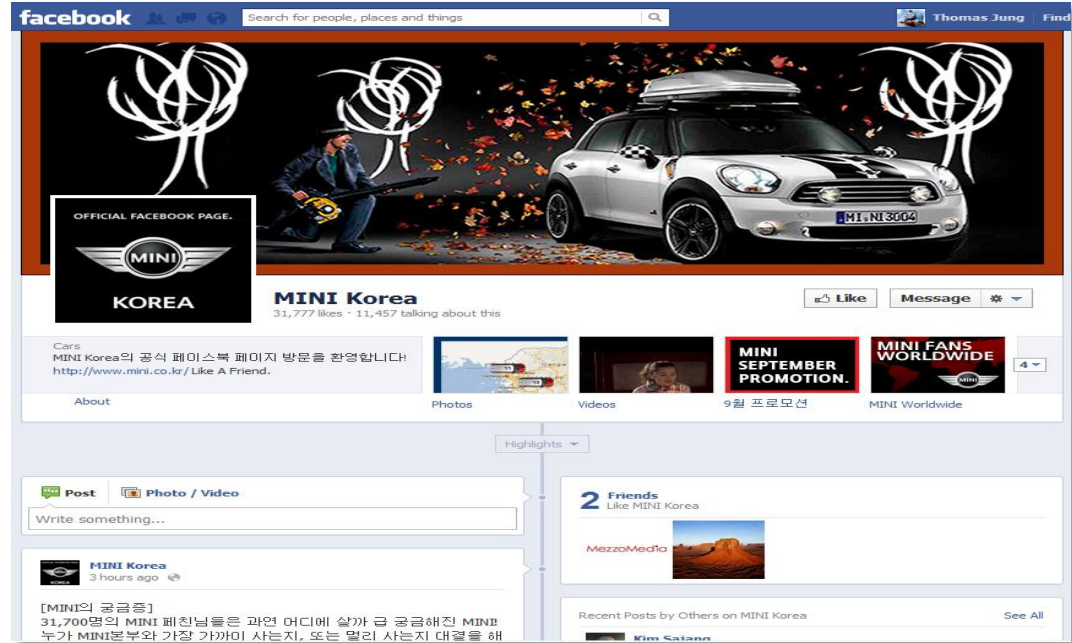
- 팬페이지 팬의 친구들에게만 노출됨.
- CPC 상품 (클릭 수 보장)
- 평균 CTR 0.10%
- 최소 7일전 부킹.
- 소재 제작 필요 없음.




▲ 광고영역:
전 지면 우측 영역.
Home 지면 뉴스피드 영역.

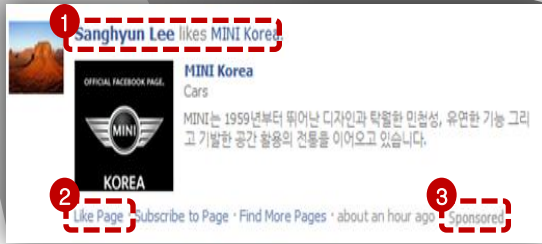


Sponsored Story

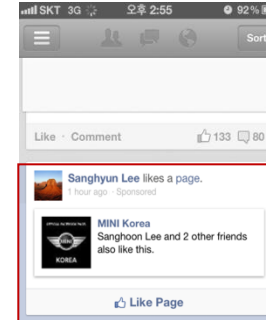


- 목적: 신규 팬 확보 (평균 팬전환율: 20-30%)
- 특징:
 - i) 팬페이지 프로필 이미지 혹은 팬페이지 명 클릭 시 팬페이지 타임라인(담벼락)으로 랜딩.
 - ii) 팬페이지 프로필 이미지, 팬페이지명  버튼과 함께 이미 팬인 친구들의 프로필 이미지와 이름이 광고 상단에 노출.
 - iii) 팬의 친구들을 대상으로만 광고가 노출되며, 뉴스피드 (데스크탑/모바일) 영역에도 게시물화되어 자동 노출.
- 제작가이드:
 - 소재 제작 필요 없음. (이미지는 팬페이지 프로필 썸네일 이미지로 자동 세팅)

Sponsored Story의 News Feed 노출



[웹 뉴스피드]



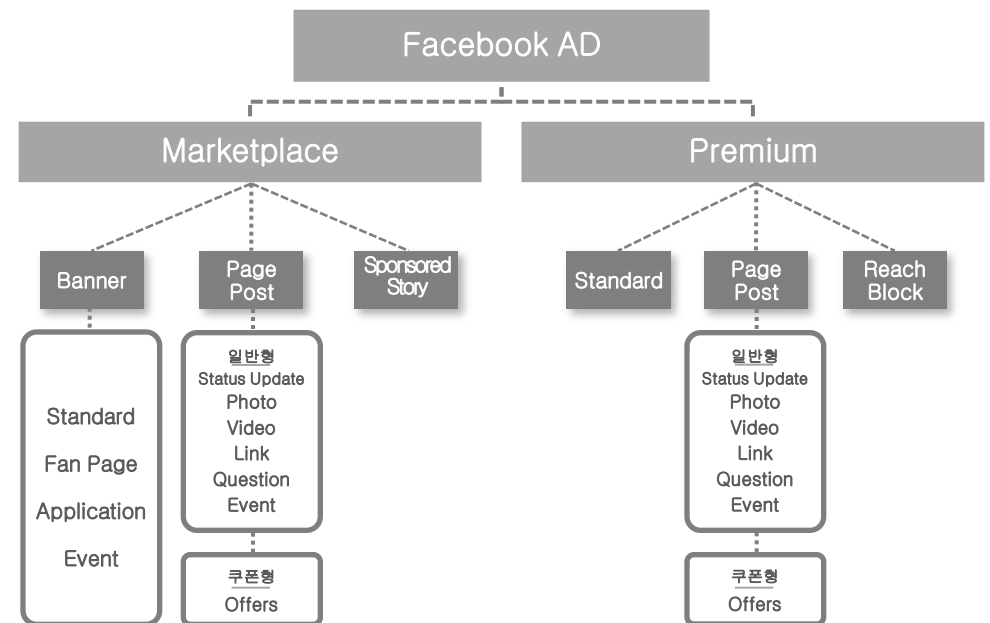
[모바일 뉴스피드]

- 광고영역: Sponsored Story가 데스크탑, 모바일 상의 뉴스피드 영역에 노출
- 특징:
 - i) 친구가 팬인 경우 ① 과 같이 “OO가 좋아 합니다”라는 메시지가 상단에 함께 노출.
 - ii) ② 과 같이 “좋아요” 버튼이 추가되어 게시물 상에서 직접적인 팬 전환 유도.
 - iii) ③ 과 같이 ”Sponsored (스폰서)” 마크로 일반 게시물과 구분되며, 데스크탑은 물론 모바일 뉴스피드에 노출 가능.

Facebook AD

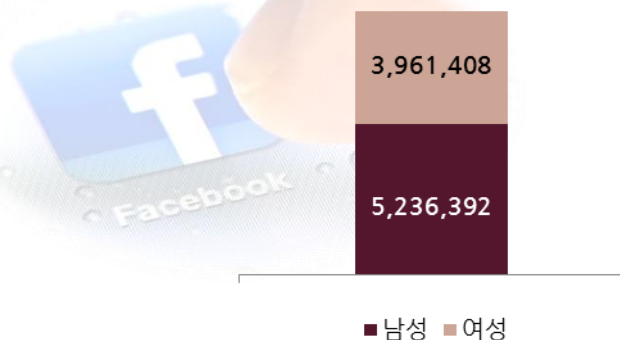
New Product

– Mobile App Install AD

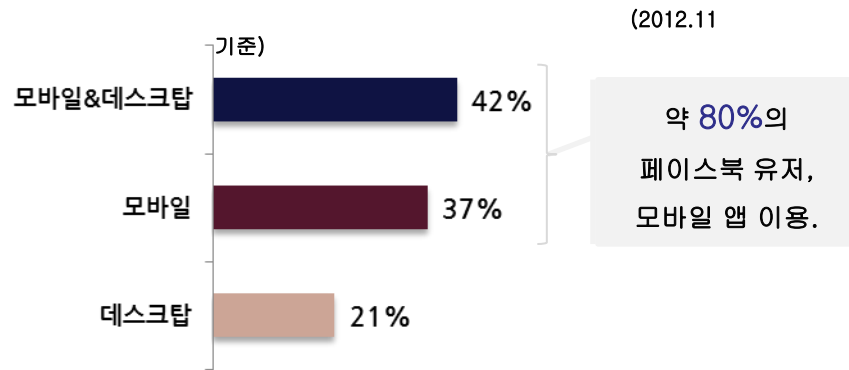


국내 페이스북 모바일 사용도

국내 Facebook App 순 설치자 9,197,800명
(2012.11 기준)

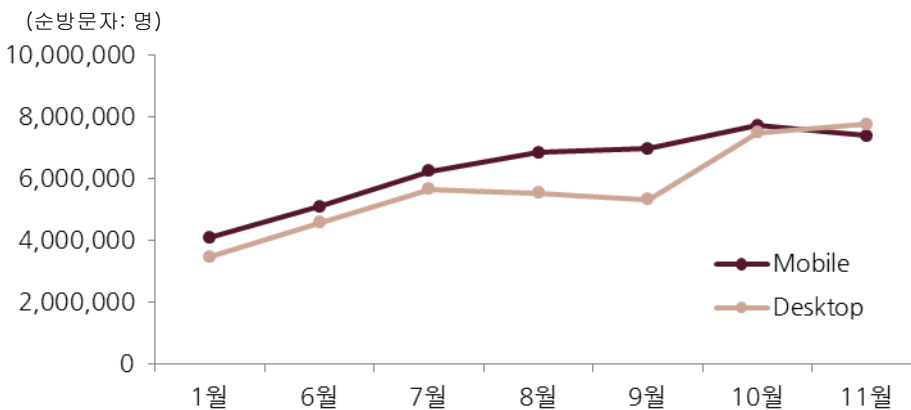
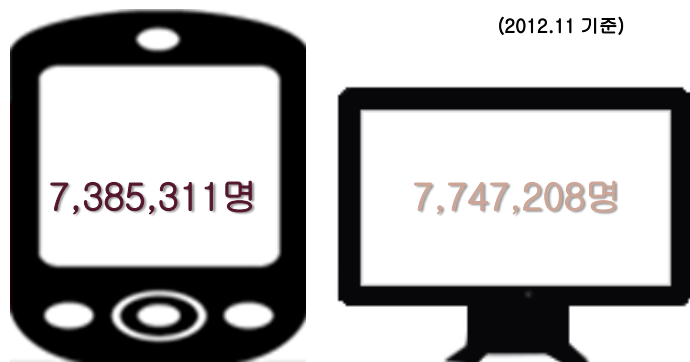


국내 페이스북 유저 중 모바일 활용 비중



국내 페이스북 Mobile vs. Desktop 순방문자 비교

(2012.11 기준)



2012년 Facebook 유저들의 모바일 기기 활용이 두드러짐.

(Source: Facebook/TNS/KoreanClick, 2012)

- 목적 “광고를 통한 앱 설치 유도”

: 앱 설치 유도를 위한 광고로 유저들이 페이스북 광고를 통해 iTunes 앱스토어 또는 Google Play Store에서 바로 앱을 다운로드 받을 수 있도록 함.

- 특징

- 모바일 뉴스피드에만 노출.
- CPI값 측정 가능.
- 성별/연령/OS(Android, iOS) 타겟 적용 가능.

- 추천 업종

게임	E-commerce	소매업	금융서비스	여행
----	------------	-----	-------	----



● 광고 구현

1) 유저의 모바일 뉴스피드에 노출

2) 지금 설치(Install Now) 버튼 클릭 시,

> Android 유저 ▶ Google Play Store로 연동

> iOS 유저 ▶ iTunes로 연동

3) 광고를 통해 몇 명의 유저가 앱을 설치 했는지에 대한 효과(CPI 값) 측정 가능.



iOS



Android

집행금액	500만원~1,000만원
단가	350원
타겟팅	<ul style="list-style-type: none">•연령(10~30대)•성별•OS (Android, iOS)
평균 CTR	1.00%
평균 Conversion	15.00%
평균 CPI	2,200원
참고사항	Marketplace 광고와 같이 롤링되는 광고가 아니기 때문에 게재면 전달이 늦어질 수도 있음. <i>(게재 전달: 캠페인 기간 내)</i>

1. 페이스북 SDK 삽입

- iOS: <https://developers.facebook.com/docs/getting-started/facebook-sdk-for-ios/3.1>

- Android: <https://developers.facebook.com/docs/getting-started/facebook-sdk-for-android/3.0/>

(해당 앱과 페이스북 연동 전에 페이스북 개발자 페이지에서 연동할 앱을 생성 하여 App ID, App Secret을 반드시 발급 받아야 완료 가능)

2. 유저가 처음 앱을 열었을 때 실행될 수 있도록 아래 OS별 해당 코드 입력

- iOS: `[FBSettings publishInstall:appId];`

- Android: `com.facebook.Settings.publishInstall(context, appId);`

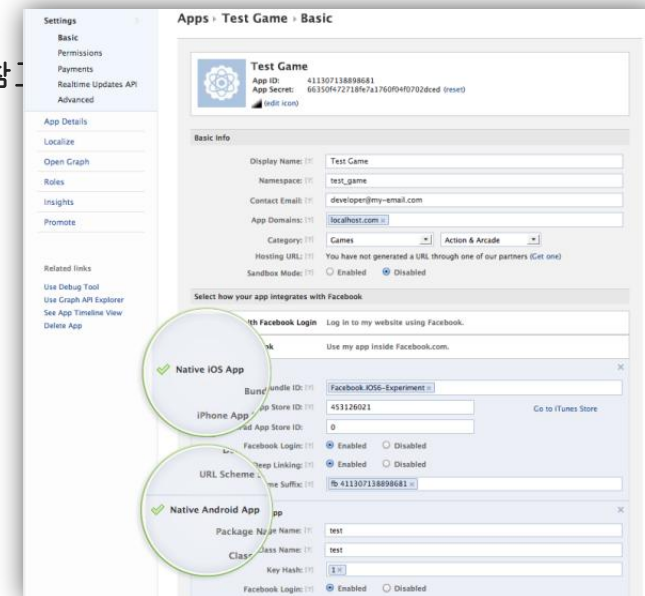
3. 모바일 앱 등록(<https://developers.facebook.com/apps/>)

- Facebook App Dashboard에서 앱 생성 후 dashboard 페이지 가장 상위에 App ID 참조

- 또는 현재 등록된 App ID 사용

- App 세팅 완료를 위해 “Settings-Basic” 페이지 기입 완료

- 광고 상에서 ‘설치하기’ 버튼 클릭할 시 해당 앱스토어로 이동하기 위해서는 Native iOS App 부분과 Native Android App 부분 입력 필수.



4. App Details page 입력 완료 ▶ App Details 입력 내용이 광고 소재로 활용됨

[필수 입력 정보]

- 1) Display Name
- 2) Descriptions
- 3) Cover Image



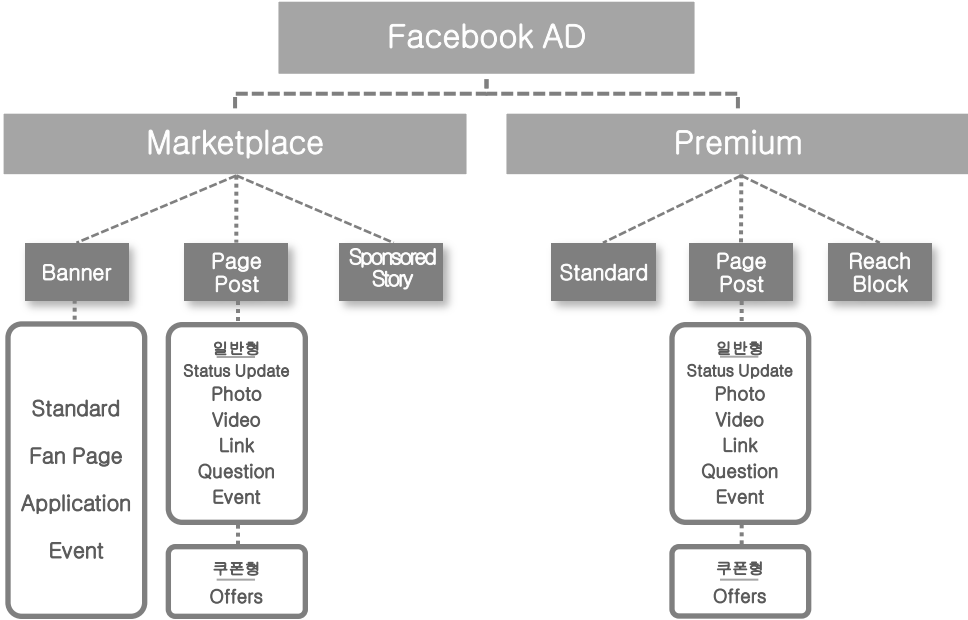
Cover Image
(800X150 pixel)

Display Name
(3~32자(공백포함))

Descriptions
(130자(공백포함))

Facebook AD

Proposal



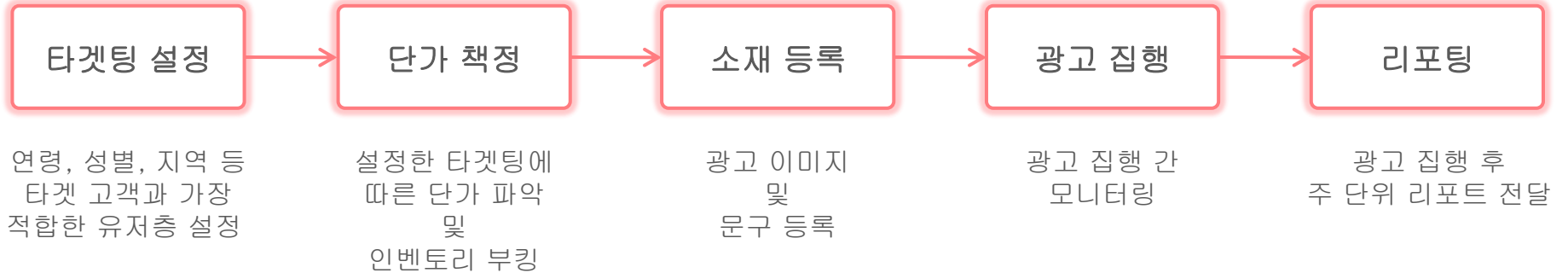
Facebook AD 기본 정책

- 단가는 캠페인 기간, 광고주의 산업군, 타겟팅 요소 등에 따라 변동됨
- 페이스북 광고 시스템이 비딩으로 이루어지는 만큼, 단가는 첫 제안서 전달일 기준으로 2주간 유효
- 최소집행금액: (Marketplace) ₩5,000,000/월, (Premium) ₩12,000,000/월
- 집행 금액은 VAT별도

Facebook AD 광고 유형별 정책

Marketplace AD_Banner	Premium AD_Standard형
<ul style="list-style-type: none"> * 광고 구매 기준: CPC 단가 기준 * 클릭 수 보장 상품 * Marketplace AD는 CTR 0.04% 기준 추정치임. * 최소 7일전 부킹 및 3일전 소재 전달 기준. (소재 전달이 늦어질 경우 라이브 일정이 늦어질 수 있습니다.) 	<ul style="list-style-type: none"> * Premium 광고 구매 기준은 CPM단가 기준입니다. * 노출 수 보장 상품 * Premium AD는 Engagement Rate 0.15% 기준 추정치임. * 최소 10일 전 부킹 및 7일 전 소재 전달 기준. (부킹 및 소재 전달이 늦어질 경우 라이브 일정이 늦어질 수 있습니다.)
(Marketplace/Premium/News Feed) Page Post AD	Sponsored Story
<ul style="list-style-type: none"> * 광고 구매 기준: Marketplace, News Feed 상품은 CPC, Premium은 CPM 기준 * Marketplace, News Feed 상품은 클릭 수 보장, Premium은 노출 수 보장 상품 * Marketplace은 CTR 0.60%, Premium은 CTR 0.70%, * News Feed는 CTR 2.00% 기준 추정치임. * News Feed는 6일에 1번 게시물 소재 교체 이슈 있음. * Marketplace, News Feed는 최소 7일전 부킹 및 3일전 소재 전달 기준, Premium은 최소 10일 전 부킹 및 7일전 소재 전달 기준. (소재 전달이 늦어질 경우 라이브 일정이 늦어질 수 있습니다.) 	<ul style="list-style-type: none"> * 광고 구매 기준: CPC 단가 기준 * 클릭 수 보장 상품 * Sponsored Story는 CTR 0.10% 기준 추정치임. * 최소 7일전 부킹 기준. (소재 제작 및 전달 이슈 없음.)

Facebook AD Process



Facebook AD 제안 요청 시, 전달 사항

광고주	아모레퍼시픽	
산업군	화장품	
기간	2012.10.01~2012.10.31	
타겟팅	성별	여성
	연령	20~39세
예산	1,000만원	
광고유형	Marketplace AD_Fan Page	
랜딩페이지	http://www.amorepacific.com	

[제안 요청 예제]

- 제안 요청 후, 단가 책정까지 약 1일 정도 소요
- 타겟팅
 - i) 성별은 남성, 여성, 전체 중에 선택 가능
 - ii) 연령은 특정 연령대 또는 전체로 선택 가능하며, 특정 연령대의 모수가 작을 경우 광고 집행이 불가 (최소 10만 명 이상의 모수 필요)
 - iii) 관심사 타겟의 경우 모수 확인 필요

Facebook AD Production Guide



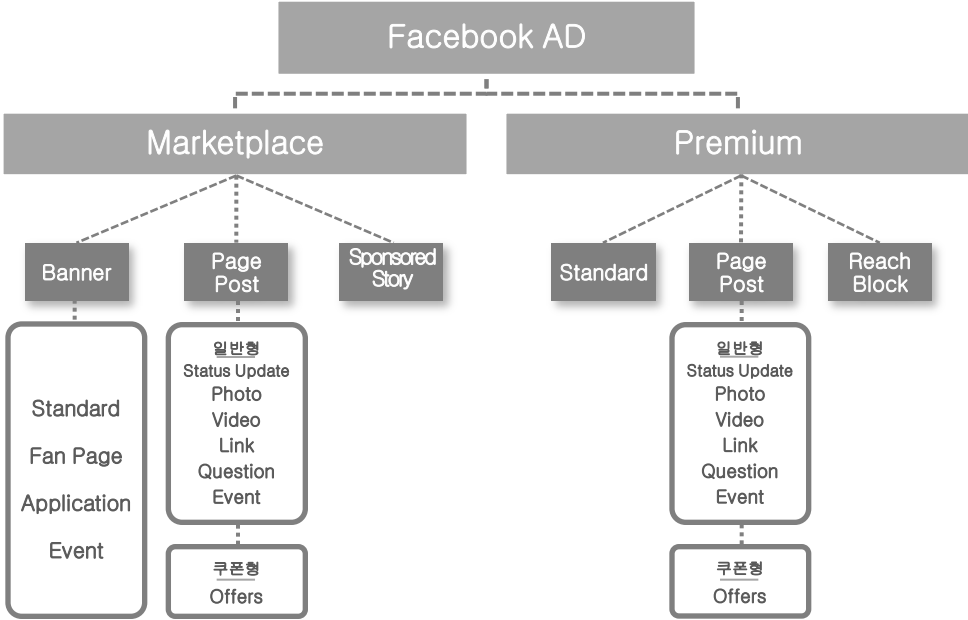
[Marketplace AD_Banner]



[Page Post AD]

- 1 타이틀 : **25자(공백포함) 내**의 광고 관련 텍스트
 - ‘!’, ‘&’, ‘~’, ‘^^’ 등의 특수문자 사용 불가
 - **Fan Page, Page Post AD 타이틀은 팬페이지명과 동일, Event AD 타이틀은 이벤트 명과 동일하게 자동 설정** (임의적으로 타이틀 작성 및 적용 불가)
- 2 본문 : **90자(공백포함) 내**의 텍스트
 - (Page Post AD의 경우, 90자 이상 작성하여 게시물 업로드 가능하지만 광고 상에서는 90자 이후부터 ‘...’으로 표기됨.)
 - ‘&’, ‘[]’, ‘^^’ 등의 특수문자 사용 불가
- 3 이미지 : **100 X 72px** / 포맷 : JPG, GIF, PNG - **크기 10kb 이내**
- 4 컨텐츠 : 게시물에 등록된 컨텐츠(사진/동영상/링크 etc.) 노출
- 5 좋아요 : Fan Page, Page Post AD 진행 시 “좋아요” 버튼 자동 생성
 - (스탠다드 광고 진행 시, 생성 불가)
- 6 썸네일 : 팬페이지 프로필 이미지 자동노출

Facebook AD Cases



■ 광고 대표 집행 사례_화장품

■ 클린앤클리어

Campaign Overview	
광고주	클린앤클리어
기간	2012.06.19~2012.07.18
타겟	13~19세 남녀
CTR	0.17%
광고 형태	Page Post AD(Video) Fan Page AD
Like 유저 수 (팬 전환율)	3,406 (51.49%)

* 팬 전환율: Like 유저 수 / Click

- 10대를 겨냥한 화장품 브랜드이니 만큼 13~19세 남녀를 대상으로 캠페인 진행.
- ‘Page Post_동영상형’과 Fan Page AD 두가지 유형의 광고를 집행하였으며, 인기 아이돌 F(X)의 크리스탈이 메이크업을 재현하는 동영상을 활용한 Page Post AD의 반응이 평균 0.60%로 나타나며 유저들로 부터 폭발적인 반응을 불러일으킴.
- 화장품에 관심이 많은 여성 유저들의 클릭이 약 90%가까이 발생하였으며, 반응률(CTR) 또한 여성 유저가 평균 0.40%대로 평균 0.15%를 보인 남성 유저들에 비해 높게 나타남.

Banner Creative

<광고 소재>

<랜딩 페이지>

■ 광고 대표 집행 사례_화장품

▪ 크리닉

Campaign Overview	
광고주	크리닉
기간	2012.10.08~2012.10.10
타겟	20세 이상 / 여성
CTR	2.04%
광고 형태	Page Post AD(Offer)
쿠폰 발급 수 (전환율)	1,707 (40.60%)

Banner Creative

<광고 소재>

<메일 쿠폰 발송>

* 전환율: 쿠폰 발급 수 / Click

- 자사 제품 구매와 함께 페이스북 offer를 통해 발급받은 쿠폰을 오프라인 매장에 제시할 시 추가 샘플 증정한다는 내용의 프로모션 3일간 진행.
- 3일 동안 총 발급된 쿠폰은 3,707개였으며, 이 중 광고를 통해 발급된 쿠폰은 1,707개로 나타남. 쿠폰 발급 받을 시 친구들의 담벼락에도 '○○님이 쿠폰을 발급 받았습니다'라는 내용이 게시되어 자연스런 바이럴을 통한 추가 쿠폰 발급 가능케 함.
- 쿠폰 발급을 받을 시 페이스북 ID로 등록된 계정으로 쿠폰이 발송되며, 쿠폰 하단에 '공유하기' 버튼이 있어 페이스북 친구들에게 바이럴 가능.

■ 광고 대표 집행 사례_식음료

▪ 롯데리아

Campaign Overview	
광고주	롯데리아
기간	2012.04.16~2012.05.13
타겟	15~35세 / 남녀
CTR	0.05%
광고 형태	Marketplace PagePost_동영상
Like 유저 수 (팬 전환율)	4,383 (24.25%)

Banner Creative

<광고 소재>

<동영상 시청>

* 팬 전환율: Like 유저 수 / Click

- 핫크리스피버거 TVCF 게시물을 소재로 활용하여 제품 홍보의 목적으로 광고 집행.
- 특별한 이벤트 프로모션을 진행하지 않았음에도 불구하고 다른 광고 유형과의 차별화 되는 이미지에 유저들이 관심을 보여 동영상 시청, 그리고 동영상 시청 후 팬페이지 및 게시글 ‘좋아요’, ‘공유’, ‘댓글’ 등 게시글에 대한 반응이 좋게 나타남.
- 송중기 효과에 힘입어 일 평균 282건 이상의 동영상 재생 수를 기록.
- 여성 유저들이 전체 클릭의 60%를 차지했으며, 평균 CTR 또한 여성유저들이 0.07%로 높게 나타남.
(남성 평균 CTR: 0.04%)

■ 광고 대표 집행 사례_식음료

▪ 미스터피자

Campaign Overview	
광고주	미스터 피자
기간	2012.06.29~2012.07.19
타겟	13~39세 남녀 / 서울, 경기, 광역시 거주자
CTR	0.08%
광고 형태	Page Post AD_Video
Like 유저 수 (팬 전환율)	5,875 (43.29%)

Banner Creative

<광고 소재>

<랜딩 페이지 및 이미지 클릭 시 구현화면>

* 팬 전환율: Like 유저 수 / Click

- 페이스북 팬페이지 오픈과 동시에 광고를 진행하였으며, 미스터 피자 로고를 ‘좋아요’ 유도하는 이미지와 인기아이돌 2PM 이미지를 활용한 Page Post 광고를 활용하여 유저들의 관심을 불러 일으킴.
- 인지도 있는 브랜드, 인기 스타를 내세운 광고 전략, 바이럴에 강한 Page Post 광고 활용 등의 3박자가 잘 맞아 떨어져 약 3주간 약 14,000명의 팬 확보.
- 연령별로는 18~24세 유저들의 클릭이 전체의 70% 이상을 차지하여 가장 높게 나타났으며, 남성 유저의 클릭률이 54%로 여성 유저의 클릭률 보다 다소 높게 나타남.

■ 광고 대표 집행 사례_패션

▪ 라코스테

Campaign Overview	
광고주	라코스테_라이브
기간	2012.04.09~2012.05.06
타겟	18~25세 / 남녀
Engagement Rate	0.42%
광고 형태	Premium PagePost_동영상
Like 유저 수	888 (14.56%)

Banner Creative



<광고 소재>



<동영상 시청>

* Engagement: Like 유저수' + 클릭 수 + 동영상 시청수

- 3명의 아티스트 이야기를 감상 후 가장 마음에 드는 아티스트의 이야기를 유저의 담벼락에 게시하여 친구들과 공유하는 이벤트 진행.
- Premium Page Post 광고가 진행되는 기간 동안 팬 전환율이 높은 Marketplace Fan Page 광고도 함께 진행하여 브랜딩과 동시에 팬 확보도 이루어질 수 있도록 함.
- 평균 0.42%의 클릭대비 Engagement Rate 기록.

※ Facebook Premium 광고의 평균 Engagement Rate 0.15% 대비 약 2.5배 이상의 높은 효과 기록.

■ 광고 대표 집행 사례_금융

▪ 라이나생명

Campaign Overview	
광고주	라이나생명
기간	2012.05.09~2012.06.08
타겟	25~40세 / 남녀
CTR	0.03%
광고 형태	Fan Page AD
Like 유저 수 (팬 전환율)	348 (13.69%)

Banner Creative

<광고 소재>

<랜딩 페이지>

* 팬 전환율: Like 유저 수 / Click

- 캠페인 기간 동안 자사의 보험 상품 홍보를 위해 팬페이지를 통해 이벤트 진행.
- 마음에 드는 보험 상품에 “좋아요”를 클릭 하고 그 이유를 댓글로 남기면 추첨을 통해 리워드를 제공함으로써 참여도 제고.
- 보험 상품의 주 타겟인 청장년층 유저들만을 대상으로 총 4개의 소재를 롤링 형태로 진행. → 효율성 제고.
- 리워드 이미지가 강조된 소재의 팬전환율이 타 소재들에 비해 높게 나타남.
- 클릭은 전체의 70% 이상이 남성 유저들에게서 발생 하였으며, 연령별로는 25~34세 유저들에게서 집중되는 경향을 보임.
- 여성 유저들의 CTR이 상대적으로 높게 나타났으며, 그 중 35~40세 유저들이 평균 0.064%의 CTR을 보임.

■ 광고 대표 집행 사례_자동차

■ MINI Korea

Campaign Overview	
광고주	MINI Korea
기간	2012.08.01~2012.08.31
타겟	국내 전체 유저 / 팬이 아닌 유저
CTR	Fan Page: 0.06% Page Post: 0.51% Sponsored Story: 0.24%
광고 형태	Fan Page AD
Like 유저 수 (팬 전환율)	3,002 (55.14%)

Banner Creative

Fan Page AD

Page Post AD

Sponsored Story

<광고 소재>

<랜딩 페이지>

* 팬 전환율: Like 유저 수 / Click

- 캠페인 목적에 따라 다양한 광고 유형(Fan Page, Page Post, Sponsored Story)을 활용하여 캠페인 진행.
 - **Fan Page AD**: 페이스북 페이지와 이벤트 프로모션 소재를 적절히 활용하여 캠페인 진행.
7월 말부터 8월 초까지 전 세계 유저를 대상으로 MINI ON THE MAP 앱 위에 MINI를 올린 후 자신이 선택한 지역명과 함께 공약 댓글을 남기고 친구를 태깅해 참여 독려하는 글로벌 이벤트 'MINI ON THE MAP' 진행.)
 - **Page Post AD**: 게시물 상에서 이벤트가 이루어지거나 이벤트 앱에서 진행되는 프로모션을 게시물로도 홍보하고자 할 때 Page Post 활용하여 바이럴 효과 창출. 주기적인 소재 교체로 꾸준히 높은 CTR 달성.
 - **Sponsored Story**: 팬페이지 팬 친구들에게 광고 노출하여 '좋아요' 유도. 60%대의 높은 팬전환율 기록.
- 광고 소재의 주기적인 교체로 인해 유저들의 광고 피로도가 낮아 CTR이 하락되지 않고 지속적으로 타 캠페인 대비 높은 CTR을 유지하였으며, 전체 유저들을 대상으로 광고를 집행함으로써 더 많은 유저들의 팬 전환 유도.

■ 광고 대표 집행 사례_스포츠

▪ 나이키 우먼스

Campaign Overview	
광고주	나이키 우먼스
기간	2012.05.15~2012.05.28
타겟	20~29세 / 여성
CTR	0.05%
광고 형태	Fan Page AD
Like 유저 수 (팬 전환율)	1,344 (27.81%)

Banner Creative

<광고 소재>

<랜딩 페이지>

* 팬 전환율: Like 유저 수/ Click

- 캠페인 기간 동안 페이스북 '걸스클럽 미션' 이벤트를 통해 20대 여성들의 브랜드 인지도 제고 및 신규 팬 창출.
- 20대 여성 유저들만을 타겟팅한 팬페이지 광고 병행으로 홍보 효과 및 팬 유입을 제고.
- 매주 진행되는 이벤트 미션에 맞춘 소재 내용 교체로 지속적인 관심 유도.
- 광고를 통해 일 평균 96명의 신규 팬들이 창출 되었으며, 평균 약 28%의 팬 전환율을 기록.
- 20~24세의 유저들에게서 전체의 76%의 클릭이 발생 하였으며, CTR은 25~29세 유저들에게서 약 0.09%로 상대적으로 높게 나타남.

■ 광고 대표 집행 사례_해외 광고

■ 한국방문의해위원회

Campaign Overview	
광고주	한국방문의해위원회
기간	2011.11.14~2011.12.11
타겟	대만, 말레이시아, 베트남, 싱가포르, 인도네시아, 홍콩 유저
CTR	0.05%
광고 형태	Standard AD
Like 유저 수	-

Banner Creative

<광고 소재>

<랜딩 페이지>

- 한류의 인기가 높고 한국 관광에 관심이 높은 동남아 6개국을 타겟팅하여 광고 집행
- 중화권은 중문 광고 소재와 중문 랜딩 페이지를, 비중화권은 영문 광고 소재와 영문 랜딩 페이지를 각각 활용함으로써, 각국별 유저들의 주목도 및 접근성 증대
- 지속적인 캠페인 모니터링을 통해, 효과가 높게 나타나는 국가들의 노출량은 늘리고 낮게 나타나는 국가들의 노출량은 낮추는 최적화 작업을 진행함으로써 전체적인 캠페인의 효과 상승을 이끌어 냄

■ 광고 대표 집행 사례_해외 광고

▪ LG전자

Campaign Overview	
광고주	LG전자
기간	2011.12.02~2011.12.21
타겟	영국, 독일, 스페인 18~40세 유저
CTR	0.03%
광고 형태	Fan Page AD
Like 유저 수	80,036

Banner Creative

<광고 소재>

<랜딩 페이지>

- 캠페인 기간 동안 국가별로 총 9가지 소재를 롤링시킴으로써 유저들의 지속적인 관심 유도
- 관심사 타겟팅을 통해 LG전자의 경쟁사 브랜드들을 관심사로 설정하고, 경쟁사 브랜드에 관심을 갖고 있는 유저들만을 메인 타겟으로 설정하여 집중 노출
 - ※ 관심사 타겟팅이 적용된 유저의 팬 전환율이 연령 타겟팅만 적용된 유저의 팬 전환율에 비해 약 2배 이상 높게 나타남
- 반응이 낮게 나타나는 관심사 및 카테고리들을 주기적으로 중지 및 재개함으로써 최적의 효과 도출

Contact us

광고문의

- 온라인 광고(디지털광고부분)
mezzo@mezzomedia.co.kr
- 모바일 App 및
모바일 Web 광고(모바일광고본부)
mobile@mezzomedia.co.kr
- 케이블TV 광고(디지털TV광고본부)
catv@mezzomedia.co.kr
- 해외 광고 및
Facebook 광고(해외광고본부)
mp@mezzomedia.co.kr



주소

경기도 성남시 분당구 서현동 266-1 분당퍼스트타워 4, 7층 (우)463-824
[도로명 주소] 경기도 성남시 분당구 분당로 55 (우)463-824
Tel. (031) 620-7500
Fax. 4층 (031) 620-7554 7층 (031)620-7555

교통

분당선 서현역 3번출구 직진 200M(도보3분)
버스 지선(초록) 220, 55-1, 33, 15, 500, 720-1, 720-2, 300
116-3, 17, 17-1, 520-1, 116-3
광역(빨강) 9414, 102, 7007-1, 5500-1

MezzoMedia's Services



Services Website

MezzoMedia

메조미디어 공식웹사이트

Korea www.mezzomedia.co.kr/

English www.MezzoMedia.co.kr/eng

Mobile m.MezzoMedia.co.kr

Facebook www.facebook.com/MezzoMedia



Mobile APP

메조미디어 모바일앱
마이크로사이트

Website app.mezzomedia.co.kr

Mobile app.mezzomedia.co.kr



MAN

앱비스타 개발자 센터

Website man.appvista.com



QR Code

앱비스타
디자인 QR 코드

Website qr.appvista.com



Dok.do

한국인의 단축
URL서비스 '독도'

Website www.dok.do



회사 +
상품 소개서



메조미디어 영문 회사 소개서
dok.do/WOgli4

download



CATV VOD AD.
Home Choice(홈 초이스) 소개서
dok.do/e9MRRu

download



모바일 광고 네트워크 MAN(맨) 소개서
dok.do/5cAbnO

download



해외 광고 소개서
dok.do/OIOIcT

download

QR

디자인 QR코드 소개서
<http://dok.do/pzo99z>

download



페이스북 광고 소개서
dok.do/h9flsY

download