

# COMMERCE MARKETING

## 캐시슬라이드 상품 소개서

### 광고상품 안내

전화 일반광고 02-567-3719 입점광고 1688-7662 이메일 [mc@nhn-commerce.com](mailto:mc@nhn-commerce.com)  
서울특별시 구로구 디지털로 26길 72 2,3층 엔에이치엔커머스(주)

“마케팅은 단기적인 판매를 위한  
노력이 아니라 장기적인 투자노력이다”

*Philip Kotler*

E-commerce 시장에서 성장 동력이 될 수 있도록  
엔에이치엔커머스(주)가 마케팅도 함께하겠습니다.

캐시슬라이드

# Contents

---

01 매체 소개

02 상품 소개

01

# 매체 소개

Media introduction

# About Company

전세계 최초의 잠금화면 광고매체로 시작한 캐시슬라이드,  
이제 **신개념 모바일 콘텐츠 포털**로 진화

잠금화면에서  
광고&컨텐츠를 번갈아보는 신개념 UX 적용



게임, 커머스, 뷰티 등  
다양한 업종의 광고

시사, 연예, 생활 등  
다양한 영역의 콘텐츠

잠금화면에서  
최적화된 노출&클릭 형태



와이드한 화면/상하 슬라이딩

# About Company

폭넓은 카테고리의 콘텐츠를 종합적으로 제공



전체 노출량의 40%, 전체 유저의 60% 이상이 사용하는  
캐시슬라이드 서비스의 핵심 value

# About Company

“퀵런처” 도입으로 더욱 강력해진 모바일 잠금화면 포털 기능

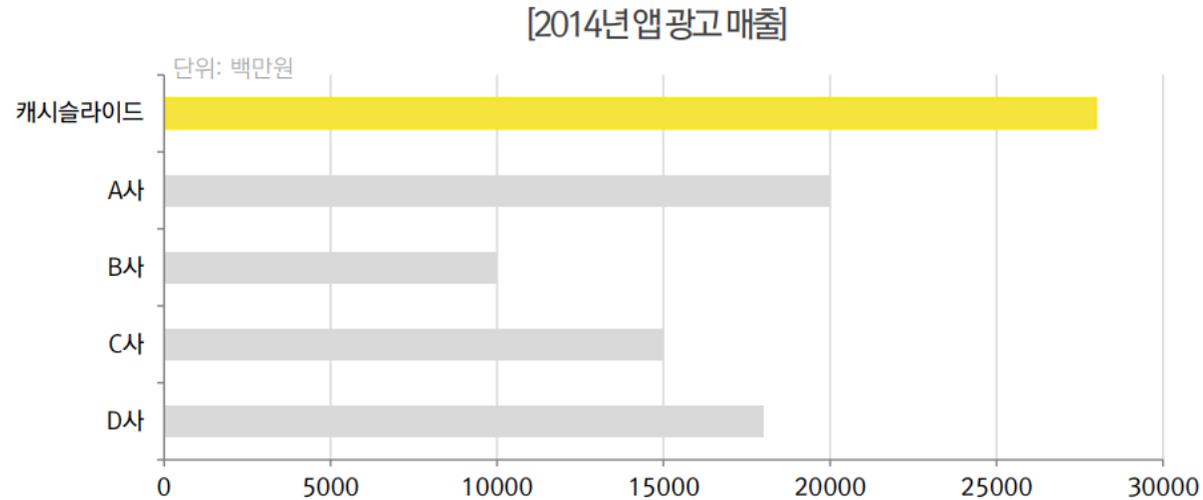
전체유저의 1/30이상이 **일 평균 2회** 이상 꾸준히 사용



유저의 **생활 습관을 점유한**  
**모바일 포털 역할 강화**

# About Company

## 2014년 앱 광고 매출 1위 캐시슬라이드



### 모바일 광고 시장에서 포털사 제친 스타트업 ‘NBT파트너스’ – 전자신문 (2014.5.25)

25일 업계에 따르면 NBT파트너스의 월 매출은 30억원(수수료 포함) 수준으로 25억원 수준인 타 포털사를 누르고 업계 1위를 달리고 있다. 캐시슬라이드란 단일 매체로 이룬 성과라 더욱 눈길을 끈다.

### “잠금화면을 보다 유용한 미디어 플랫폼으로 만들 계획입니다” – 이코노미조선 (2014.7.7)

설립 1년 만에 200억원의 매출을 기록하며 돌풍을 일으킨 스타트업. 4명의 인원으로 시작해 55명의 인원으로 사세를 확장한 기업. 모바일 광고 플랫폼으로 광고주들의 뜨거운 호응을 얻고 있는 기업. 서비스 제공 6개월 만에 40억원 규모의 투자를 받은 기업. 모두 NBT파트너스를 설명하는 말이다.

### “캐시슬라이드, 스마트폰 첫 화면 장악 나섰다” – 한국일보 (2013.7.10)

캐시슬라이드를 만든 (주)NBT파트너스는 CJ창업투자, MVP창업투자, 다음커뮤니케이션 등으로부터 모두 40억원의 투자 유치에 성공했다고 밝혔다.

# Trend Review

모바일 광고 시장은 2가지 Driver를 기반으로 성장하고 있습니다.

## 트래픽의 대이동

“사람 눈 가는 곳에 광고가 가고, 사람 눈은 이제 모바일로 몰린다”

모바일에 최적화된  
“노출”로 승부를 보았던 시기



현재까지의 성장 동력

## “Mobile(이동성)”의 특성

“스마트폰은 어딜 가든 따라다니는 현대인의 필수품”

모바일에 최적화된  
“기능”을 강화하여 시장을 압도하는 시기

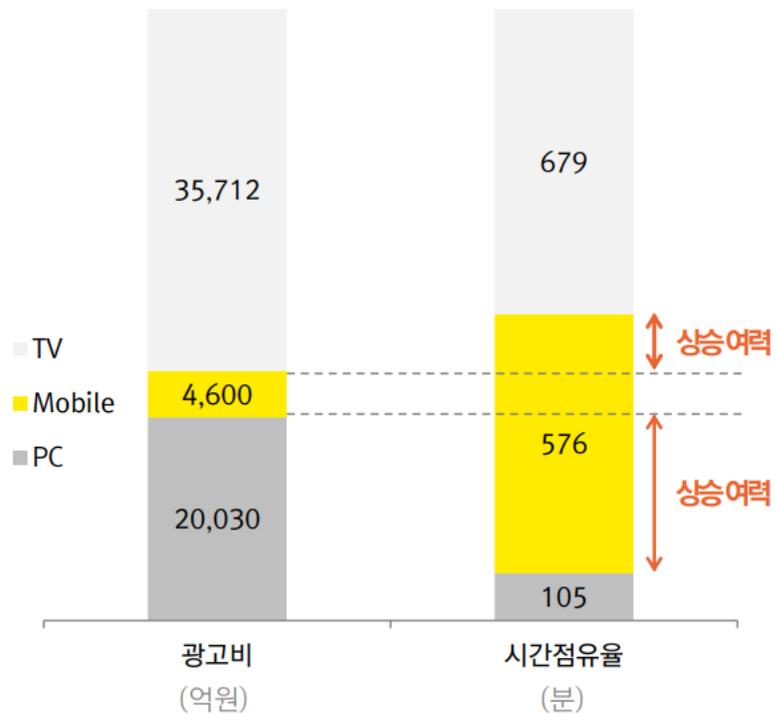


앞으로의 추가적인 성장 동력

# Trend Review

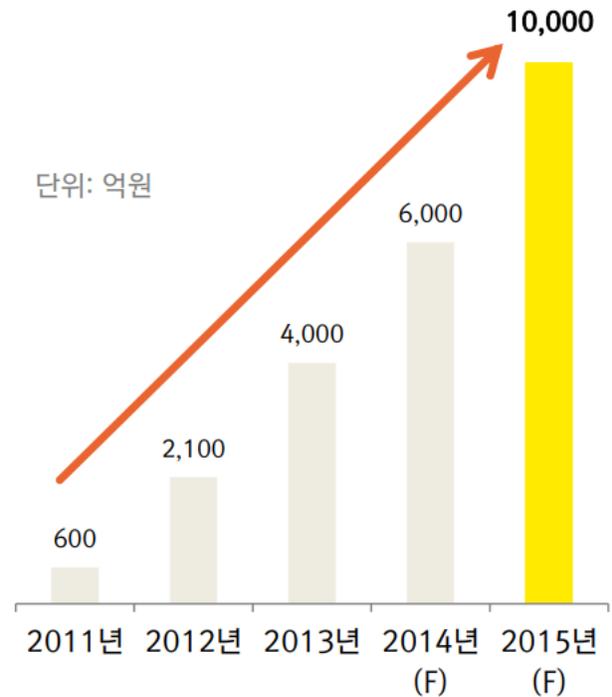
모바일 광고 시장은 높은 잠재력을 기반으로 지속적인 성장이 예상됩니다.

사람들의 시간 점유 대비  
모바일 광고 지출이 여전히 낮음



(출처 : 2014.03 한국광고협회)

모바일 광고 집행은 갈수록 늘어나는 추세로 예상



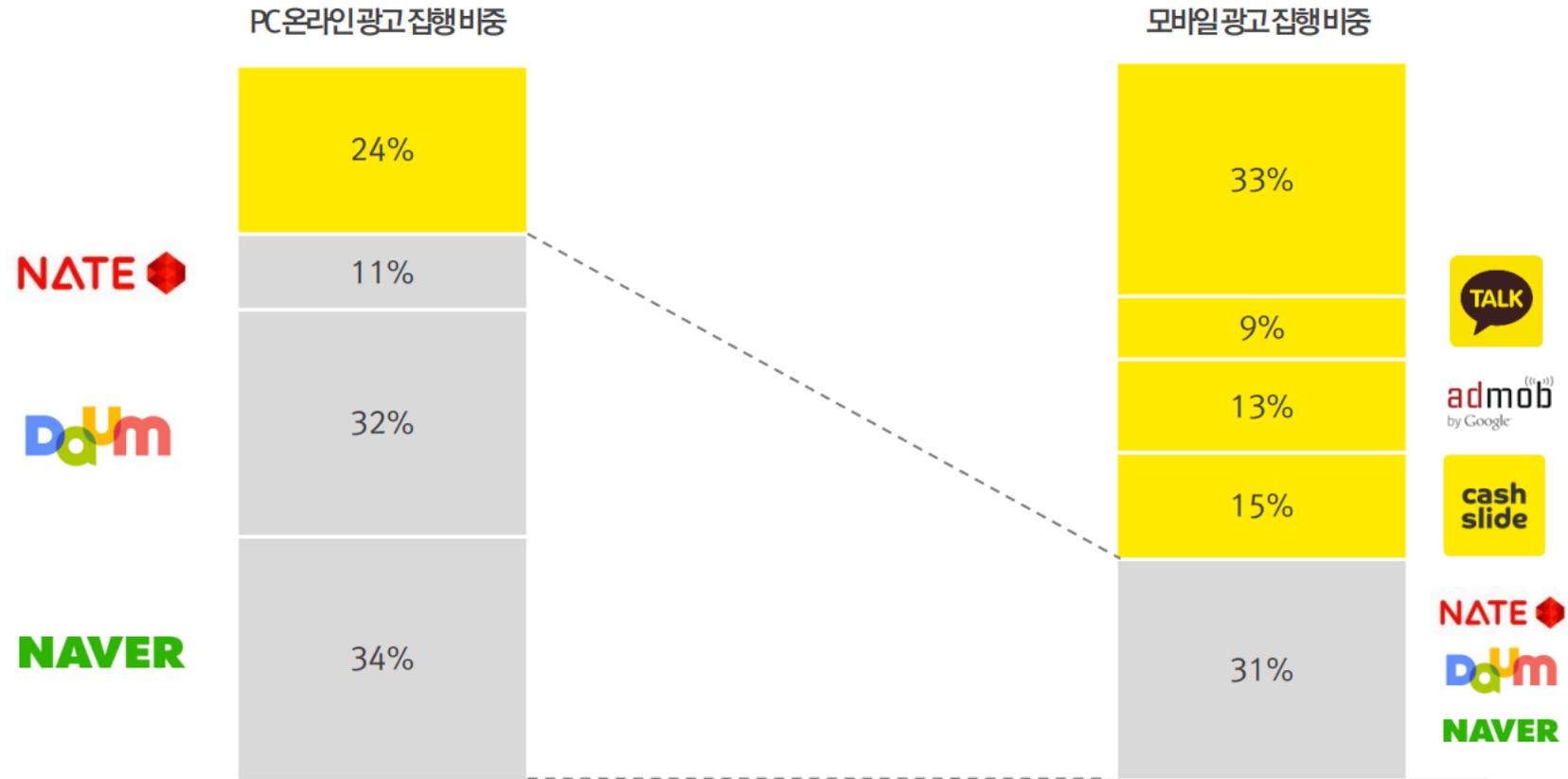
(출처 : 온라인광고협회, DMC미디어, NBT intelligence)

# Trend Review

모바일 광고 시장을 지배하고 있는 3가지 트렌드

## 1. 모바일은 포털이 전부가 아님

PC온라인과는 다르게, 모바일은 대형 포털에 대한 의존도가 매우 낮음



(출처: 리서치애드 2014년 4분기 자료, 표본 조사 기반이므로 실제와 다를 수 있음)

# Trend Review

## 모바일 광고 시장을 지배하고 있는 3가지 트렌드 2. 전면배너의 역습

좁은 화면의 한계를 극복할 수 있는 전면배너가 각광받고 있음

광고주 차원  
“최대한 많이”



VS



공급 차원  
“가급적 적게”



- 스마트폰 크기의 10% 수준인 때배너로는 메시지 전달, 주목도 확보가 쉽지 않음
- 실제 반응률도 많게는 5~10배까지 차이 발생(CTR 기준)

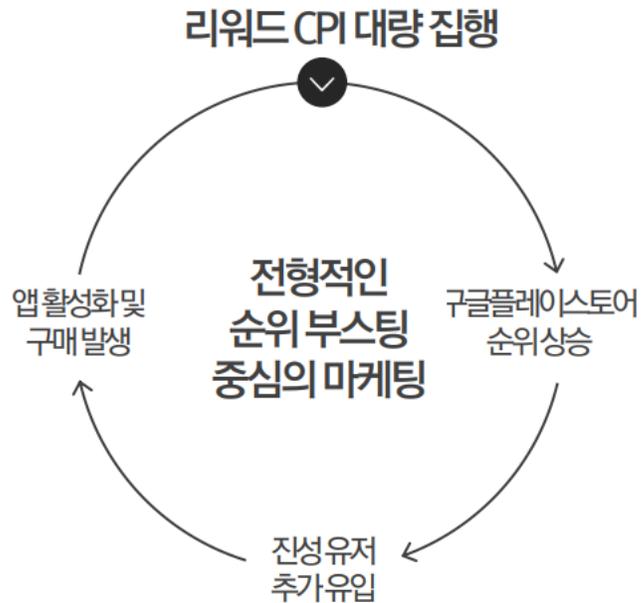
- 전면 광고의 경우 무분별하게 삽입할 경우, 유저의 거부감이 고조될 수 있음
- 매체 입장에서는 전면 광고 인벤토리 제공을 꺼리게 됨

제한된 양질의 전면배너 인벤토리를 확보하는 것이 매우 중요해짐

# Trend Review

## 모바일 광고 시장을 지배하고 있는 3가지 트렌드 3. 앱 마케팅의 다변화

초기 앱 마케팅 형태



→  
분화  
&  
다양화

최근의 앱 마케팅 변화양상

전형적인 순위부스팅 중심의 마케팅

리워드CPI대량집행

순위부스팅+진성유저 확보 Mix

1. 리워드CPI대량 집행

2. CPM/CPC를 통한 진성유저 확보

진성유저 확보 중심의 마케팅

1. TVC/옥외광고등으로 인지도상승

2. CPM/CPC를 통한 진성유저 확보

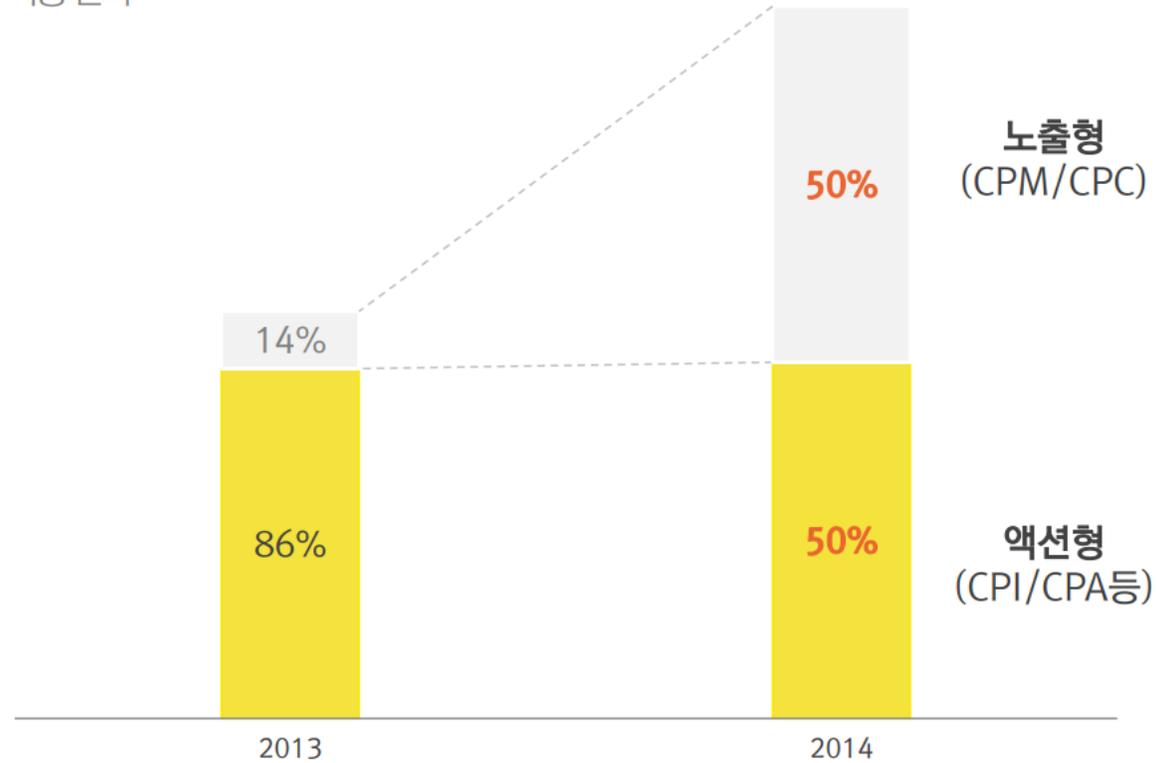
보상형 CPI 위주의 앱 마케팅에서 점차 다양한 형태로 진화하고 있음

# Trend Review

모바일 광고 시장을 지배하고 있는 3가지 트렌드

## 3. 앱 마케팅의 다변화

캐시슬라이드 연도별 상품 비중 변화



실제 캐시슬라이드의 매출 비중도  
앱 마케팅 트렌드를 반영하고 있음

# Trend Review

금년부터 본격화될 것으로 예상되는 3가지 트렌드

광고의 핵심

관련 트렌드

캐시슬라이드 대응 방향성



### 동영상광고 활성화

- ✓ 전환효율 중요시하는 광고주 증가
- ✓ 모바일 최적화된 영상 경험 요구



1. 시장 친화적인 단가 체계 구성
2. 유저 친화적인 시청 형태 마련



### 최적화기능 고도화

- ✓ 과거 volume 중심의 접근  
→ 지속가능한 효율 추구로 변화



1. 업종별 맞춤형 타겟팅 패키지 도입
2. 차별화된 audience 타겟팅 활성화



### Native Ad 활성화

- ✓ 매체별 광고 포맷 최적화 중요성 증가
- ✓ 콘텐츠와 연계된 광고 시도 증가



1. 전면 최적화된 네이티브 포맷 개발
2. 콘텐츠 연계 광고 상품 개발

# Why cashslide?

모바일 매체가 가질 수 있는 모든 장점을 보유한  
종합 모바일 광고 플랫폼 캐시슬라이드

1

폭넓은 유저 pool을  
대상으로

- 누적 천만 가입자
- 국내 10위권 DAU
- 10대~40대까지 고른 유저 분포

2

다양하고 정밀한  
타겟팅을 통해

- 가입자 정보 기반의 기본 타겟팅(성별, 연령, 기혼 여부)
- 기술력 기반의 정밀 타겟팅(콘텐츠, LBS, 앱, 기기, 통신사)

3

차별화된  
노출 형태 제공

- 띠배너보다 크고 In-app 전면 배너보다 자연스러운 노출



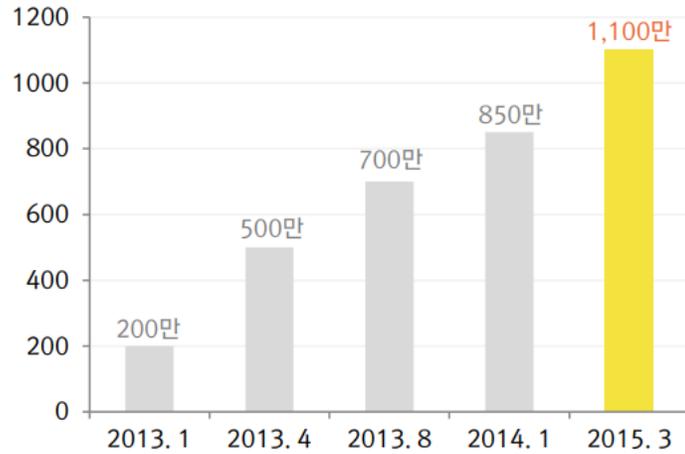
모바일 환경에 최적화된 DA 매체  
캐시슬라이드

# Why cashslide?

## 1. 폭넓은 유저 pool

국내 최상위권 수준의 유저 구성

1,100만 누적 가입자수

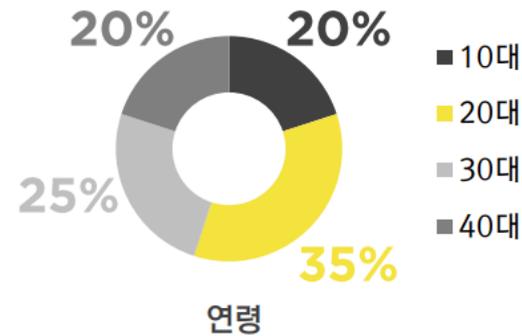
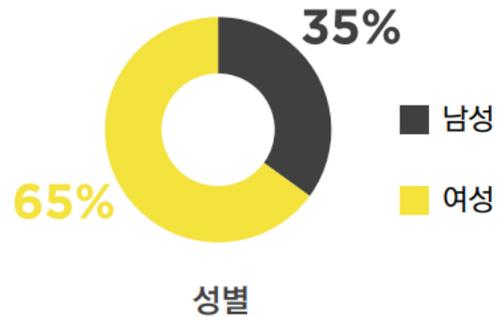


국내 Top 10 수준 DAU

순위	App 이름	DAU(명)_Daily Active User	실행시간
01	카카오톡 Kakao Talk	32,958,853	54분27초
02	네이버 Naver	19,517,956	32분39초
03	카카오톨리 KakaoStory	13,578,943	13분3초
04	밴드 BAND	11,099,902	20분5초
05	Facebook	10,486,544	36분53초
06	다음 Daum	5,226,343	20분10초
07	캐시슬라이드	5,007,543	3시간48분10초
08	Clean Master	4,226,829	9분28초
09	애니팡2 for Kakao	3,109,976	52분12초
10	네이버 웹툰 Naver Webtoon	2,998,582	24분25초

(출처: 앱랭커 2015.03, 표본조사 결과로, 실제 DAU는 200만 수준)

다양한 유저 구성



# Why cashslide?

## 2. 정밀한 타겟팅

모바일에서 상상 가능한 모든 타겟팅 옵션 제공

### 캐시슬라이드 가입자 정보를 활용한 기본 타겟팅

연령	5세 단위 설정 가능
성별	남성 / 여성 구분
결혼여부	기혼 / 미혼 구분

### 캐시슬라이드 기술력을 활용한 정밀 타겟팅

LBS	5km 단위 설정 가능
특정 기기	기기명 / LTE상품 등
특정 App	유저 관심사App / 경쟁사App / 자사App 등
통신사	SKT / KT olleh / LG U+
콘텐츠 소비이력	캐시슬라이드의 특정 콘텐츠를 클릭한 유저 대상

# Why cashslide?

## 3. 차별화된 노출 방식

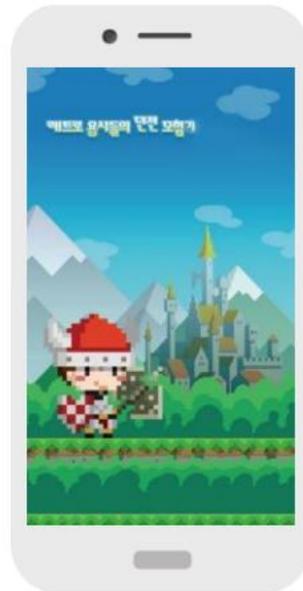
### 모바일에서 최적화된 배너 노출 구조

모바일띠배너



광고 영역이 작아  
주목도가 낮고  
메시지 전달이 어려움

In-App 전면 배너



앱사용에 방해가 되어  
거부감 유발

캐시슬라이드 잠금화면



잠금화면을  
활용한  
“전면 광고”

VS

스마트폰 화면 전체를 사용한  
자연스러운 노출



“광고보기”에 동의한  
유저들에게 보여져 거부감 적음

02

# 상품 소개

Product introduction

# Product Line-up

## 광고주의 다양한 KPI를 만족시킬 수 있는 상품 Line-up 보유

**노출형상품** 다양하고 정밀한 타겟팅을 통하여 더 많은 잠재고객들을 원하는 페이지로 유입

상품명	단가	상품내용	기본 타겟팅 적용 시 단가	정밀 타겟팅 적용 시 단가
CPM	8,000원/1,000노출당	노출량보장	8,000원/단가할증없음	App,콘텐츠:50%할증 LBS,기기,통신사:100%할증
CPC	90원/클릭당	클릭수보장	90원/단가할증없음	

\*노출형 상품 1일 최소 집행 금액 50만원

**액션형상품** 광고니즈에 최적화된 액션형상품으로 빠른 시간내 KPI달성보장

상품명	단가	상품내용	기본 타겟팅 적용 시 단가	정밀 타겟팅 적용 시 단가
CPI_설치형	250원/설치당	App 설치보장	250원/단가할증없음	
CPI_실행형	350원/설치+실행당	App 설치+실행보장	350원/단가할증없음	
CPL	600원/페이스북좋아요	페이스북좋아요수보장	600원/단가할증없음	
CPK	400원/카카오로그인	App설치+카카오로그인보장	400원/단가할증없음	
CPA	협의	다양한형태의액션보장	협의/단가할증없음	App,콘텐츠:50%할증 LBS,기기,통신사:100%할증
CPF	350원/실행형	App설치+실행보장	350원/단가할증없음	
최소 집행금액 4,000만원	+50원/+후속실행형	기존App 실행이력있는 유저에게 다시한번App 실행유도	50원/단가할증없음	
CPV	시청분수에따라협의 /동영상시청당	동영상시청보장 +2차랜딩페이지유도	15초이하:100원 30초이하:200원 60초이하:600원 /나이,성별모두타겟팅시20%할증	

\*액션형 상품 1일 최소 집행 금액 100만원

기본 타겟팅은? 나이 / 성별 / 결혼 여부

정밀 타겟팅은? LBS(Location Based Service) / 특정기기 / 특정App / 통신사 / 콘텐츠

# Product Line-up

## 광고주의 다양한 KPI를 만족시킬 수 있는 상품 Line-up 보유

**노출형상품** 다양하고 정밀한 타겟팅을 통하여 더 많은 잠재고객들을 원하는 페이지로 유입

상품명	단가	상품내용	기본 타겟팅 적용 시 단가	정밀 타겟팅 적용 시 단가
CPM	8,000원/1,000노출당	노출량보장	8,000원/단가할증없음	App,콘텐츠:50%할증 LBS,기기,통신사:100%할증
CPC	90원/클릭당	클릭수보장	90원/단가할증없음	

\*노출형 상품 1일 최소 집행 금액 50만원



**액션형상품** 광고니즈에 최적화된 액션형상품으로 빠른 시간내 KPI달성보장

상품명	단가	상품내용	기본 타겟팅 적용 시 단가	정밀 타겟팅 적용 시 단가
CPI_설치형	250원/설치당	App 설치보장	250원/단가할증없음	
CPI_실행형	350원/설치+실행당	App 설치+실행보장	350원/단가할증없음	
CPL	600원/페이스북좋아요	페이스북좋아요수보장	600원/단가할증없음	
CPK	400원/카카오로그인	App설치+카카오로그인보장	400원/단가할증없음	
CPA	협의	다양한형태의액션보장	협의/단가할증없음	App,콘텐츠:50%할증 LBS,기기,통신사:100%할증
CPF 최소집행금액 4,000만원	350원/실행형 +50원/+후속실행형	App설치+실행보장 기존App실행이력있는유저에게 다시한번App실행유도	350원/단가할증없음 50원/단가할증없음	
CPV	사청분수에따라협의 /동영상사청당	동영상사청보장 +2차랜딩페이지유도	15초이하:100원 30초이하:200원 60초이하:600원 /나이,성별모두타겟팅시20%할증	

\*액션형 상품 1일 최소 집행 금액 100만원



기본 타겟팅은? 나이 / 성별 / 결혼 여부

정밀 타겟팅은? LBS(Location Based Service) / 특정기기 / 특정App / 통신사 / 콘텐츠

# 상품 소개 CPM/CPC

## 이제는 캐시슬라이드의 대표 상품 CPM/CPC

적절한 타겟팅 설정에 따라 업계 최고 수준의 효율 제공

단가	CTR
CPM 8,000원 CPC 90원	평균 100%

1  
모바일  
Web 페이지



2  
쿠폰 즉시  
다운로드



3  
모바일  
App 내 페이지



← 좌측 슬라이딩 후 광고주 페이지로 이동

# CPM/CPC 콘텐츠 리타겟팅

캐시슬라이드의 콘텐츠는 유저들의 행동을 가장 정확히 반영하는 타겟팅의 척도

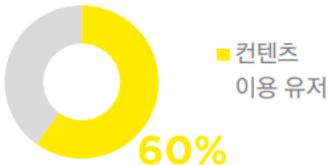
1

캐시슬라이드 유저는 콘텐츠를 많이 소비

일노출량의 40%가 콘텐츠 전체 유저의 60% 이상이 실클릭



Daily 노출량



월간 이용자

(2014년 6월 기준)

2

캐시슬라이드는 정말 다양한 콘텐츠들을 제공

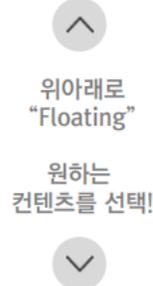
다양한 Content Provider로 유저의 어떤 관심사도 커버 가능

<p>신문기사</p> <p>전자신문</p> <p>한국일보</p> <p>중앙일보</p>	<p>특화 미디어</p> <p>Dispatch</p> <p>afreecaTV</p> <p>WALL STREET JOURNAL</p>
<p>엔터테인먼트</p> <p>LOEN</p>	<p>생활 정보</p> <p>STYLE.COM</p> <p>vingle</p> <p>Living sense</p>

3

캐시슬라이드에서는 원하는 콘텐츠를 “골라서” 소비

“어찌다들어가는” 콘텐츠가 아닌 “유저가 선택한” 콘텐츠 소비



캐시슬라이드의 콘텐츠도 이제는 타겟팅의 훌륭한 기준입니다

# CPM/CPC 콘텐츠 리타겟팅

콘텐츠 소비 성향과 밀접한 광고 집행시 높은 전환 효과 확보 가능

CASE  
STUDY

## 자동차업종 사례

자동차 관련 콘텐츠  
클릭 유저 타겟팅

VS

연령/성별  
타겟팅



## 영화업종 사례

영화/연예/문화  
관련 콘텐츠  
클릭 유저 타겟팅

VS

연령/성별  
타겟팅



콘텐츠 타겟팅이 기본 타겟팅 대비  
0.5~2배 수준의 효율 증대 확보 가능

# CPM/CPC LBS 타겟팅

Multi-Location 타겟팅을 통해  
Offline 기반 광고주에 최적화된 광고 집행 가능

캐시슬라이드의 Multi-location 타겟팅  
동시에 여러 지역을 한꺼번에 타겟하는 캐시슬라이드만의 차별화된 LBS 타겟팅 기법



### 행정지역

“전국 광역시 타겟”  
“수도권 타겟”

### 상주지역

“주거 단지 타겟”  
“업무 단지 타겟”

### 구매접점

“전국 주요 마트  
100개 타겟”

...

다양한 오프라인 중심 광고주가 선도적으로 집행



...

# CPM/CPC LBS 타겟팅

전략적인 지역 선정을 통해  
광고주가 원하는 형태의 고객 점점 확보 가능

CASE  
STUDY

브랜드 인지



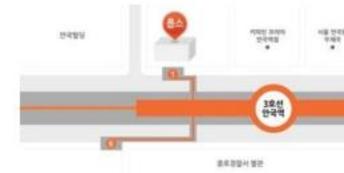
구매처 방문



구매 결정



Target audience를 거주지 기준으로 걸러내  
선택적인 인지도 상승



구매가 이루어지는 지역에 집중하여  
구매 의사결정에 직접 영향을 미침

# 동영상 시청보장 CPV

CASE STUDY

캐시슬라이드의 콘텐츠는 유저들의 행동을 가장 정확히 반영하는 타겟팅의 척도

Q. 동영상 시청 보장형 상품 (CPV)이란?  
A. 유저들의 동영상 시청을 보장하는 광고 상품

전면 배너 보고



**CPM집행 효과**

동영상 시청당 20~100배 이상의 모바일 전면 배너 노출 발생



동영상 시청 후



**CPV집행 효과**

안정적인 동영상 시청 완료수 보장



랜딩 페이지 이동



**CPC집행 효과**

시청 완료와 동시에 랜딩 페이지로 자동 클릭

CPM+CPV+CPC 통합 광고 효과로  
최적의 동영상 마케팅 tool 제공

# 동영상 시청보장 CPV

캐시슬라이드의 콘텐츠는 유저들의 행동을  
가장 정확히 반영하는 타겟팅의 척도

## CPV 시청형

과금기준	동영상시청/15초이하	동영상시청/30초이하	동영상시청/60초이하
단가	100원	200원	600원
특장점	동영상시청완료후 2차페이지로 자동 랜딩		
주의사항	<ul style="list-style-type: none"><li>동영상 시청 횟수를 보장하는 상품으로, 건별 카운팅은 캐시슬라이드 리포팅 페이지 기준으로 진행됩니다. (유튜브 페이지 조회수 증가와는 무관)</li><li>유튜브에 등록된 해당 동영상 주소(URL) 를 전달해주시면 광고 집행이 가능합니다.</li><li>좌측 슬라이드가 곧 동영상 재생으로 진행되지는 않습니다. (재생 버튼 누르기 필요)</li></ul>		

\* 1일 최소 집행 금액 100만원

기본 타겟팅은? 나이/성별

모두 타겟팅 시는? 나이/성별 모두 타겟팅 시 단가 20% 할증

※ 동영상 분량이 60초 이상일 경우 별도 협의가 필요합니다.

# 동영상 시청보장 CPV

전환 효율에 집중하는 광고주 특성에 맞추어  
실제 앱 설치 효과로 이어지는 사례 확보

CASE STUDY

게임 업종 CPV 집행 사례

## Case 1

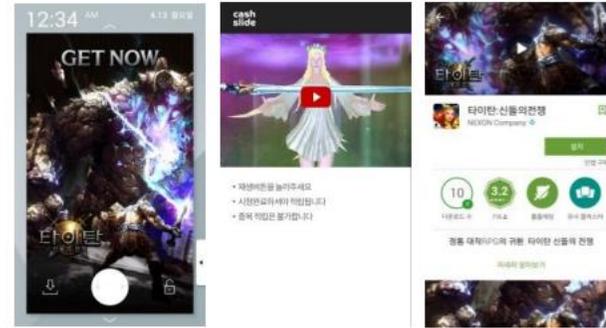


전면배너

동영상  
페이지

시청완료후  
앱설치페이지

## Case 2



전면배너

동영상  
페이지

시청완료후  
앱설치페이지

단가 최적화+기설치자 제외 필터를 기반으로  
합리적인 전환단가 확보 가능

# 동영상 시청보장 CPV

전환 효율에 집중하는 광고주 특성에 맞추어  
실제 앱 설치 효과로 이어지는 사례 확보

CASE STUDY

기타업종 CPV 집행사례

## Case 1



전면배너

동영상  
페이지

시청완료후  
앱설치페이지

## Case 2



전면배너

동영상  
페이지

시청완료후  
앱설치페이지

페이지 유입, 영상 viral 확산 등  
동영상 시청 이후 실 action 유도에 특화



# THANK YOU

<https://marketing.nhn-commerce.com/>

Copy data: Cashslide

Copyright © all rights reserved NHN-COMMERCE