

An abstract graphic consisting of several overlapping, rounded shapes in various shades of blue and white, creating a sense of depth and movement. The shapes are layered, with some appearing to be in front of others, and they are set against a plain white background.

# Daum Communications CRM 사례 발표

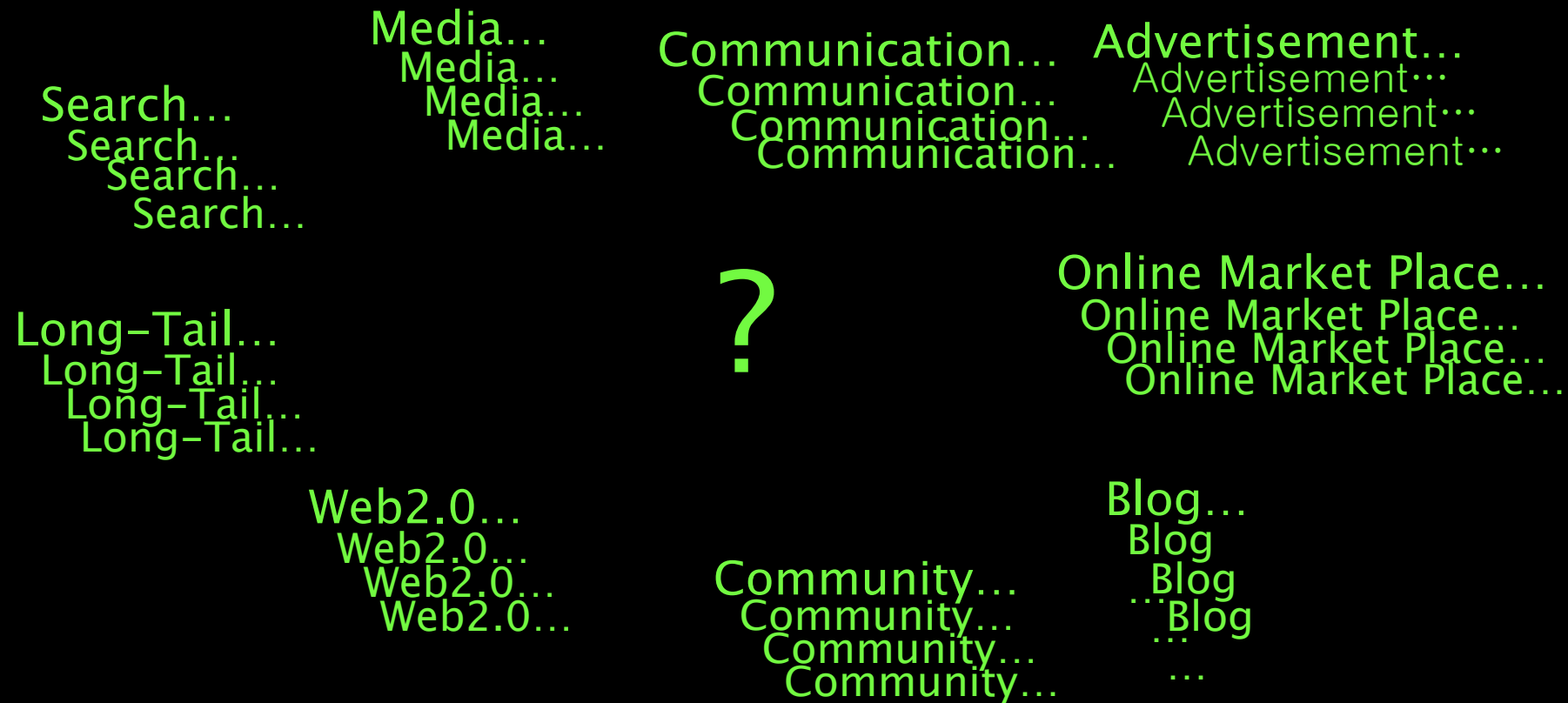
Daum 서비스혁신본부 본부장 임정욱



2007. 3. 14.

수많은 현상이 변화하고 발생하는 인터넷 비즈니스 환경...

어떻게 하는 것이 경쟁우위를 가져갈 수 있는가?



# Go Back to Basic!!!

Daum이 가지고 있는 장점을 최대한 활용한  
인터넷 서비스와 비즈니스의 차별화

Daum이 추구하는 CRM의 시작...



## Daum은 개인의 라이프 스타일을 관통하는 인터넷 포털

Daum이 제공하는 다양한 서비스 플랫폼을 통해서 고객들은 수많은 행동을 발생.  
고객 행동패턴 분석을 통해 새로운 가치를 유저에게 제공하는 최적의 Platform.

Daum 검색

Daum 한메일넷

Daum 블로그

Daum 카페

Daum

Daum 동영상

Daum 미디어다음

d&shop...

Daum 금융플라자

# Daum이 가지고 있는 장점

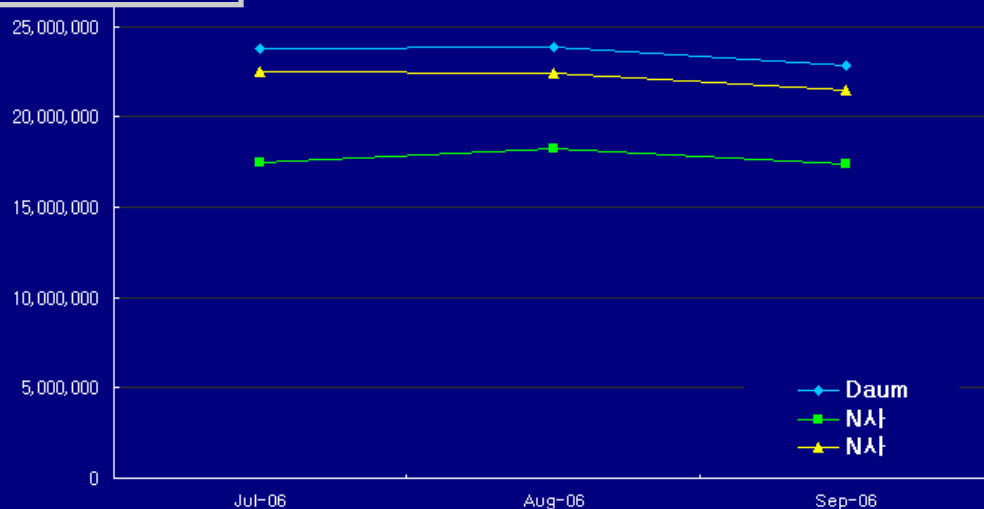
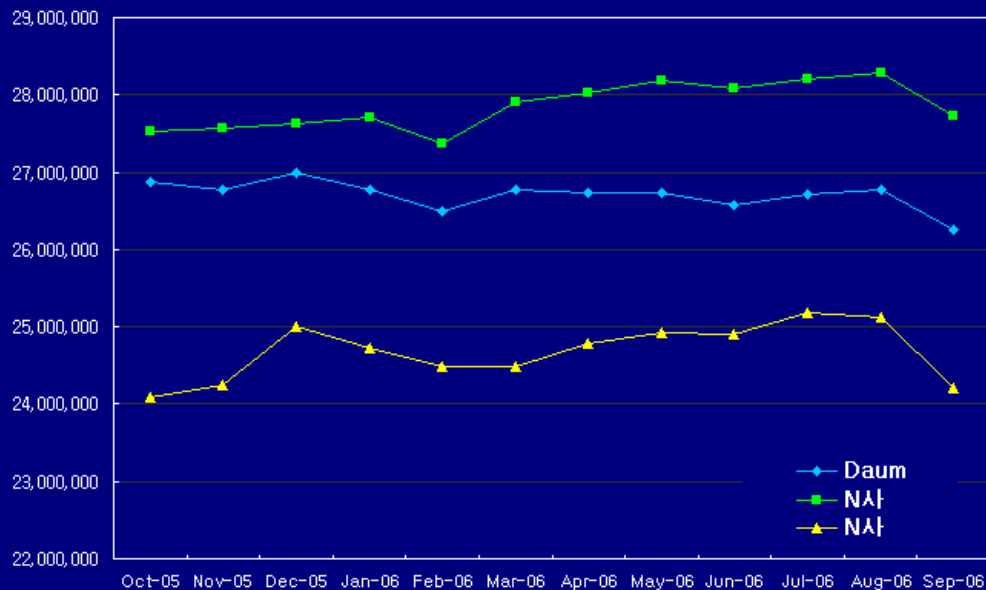
## 개인의 라이프 스타일을 관통하는 인터넷 포털, Daum

The screenshot displays the Daum homepage with a blue header. At the top, it lists navigation options: 'Daum을 시작페이지로 · 다음돌바 설치 | 충북', '메일 | 카페 | tv팟 | 블로그 | 플래닛 | 쇼핑 | 뉴스 | 금융 | 게임 | 빨간별'. The main navigation bar includes '인기 | 한채영 결혼 | 주민번호 도용확인 | 김주하 78kg | 홍영주 결혼', a search bar with '통합검색' and '검색' buttons, and category buttons for '신지식 | 카페 | 블로그 | 동영상 | 사진 | 지역 | 쇼핑하우 | 책'. A weather widget shows '태양의서커스 큐담 29일 드디어 한국상륙!' and a '스킨' dropdown. Below the header, a news section features '사건 | 우리나라의 미인의 조건은? | '개팔자가 상팔자' 영어로 어떻게 표현?' and '실시간 이슈 : 9 한채영 남편' with '+132' likes. The left sidebar contains a 'Daum 카페' section with '한번에 10M씩 무제한 업로드' and 'DSLR 사진도 문제 없다!' alongside a camera image, and a '중인 다음' section with '아직도 동동해?' and '날씬한 당신이라면 지갑도 슬림하게~'. The main content area has a '미디어다음' section with '스포츠 | 연예 | 아고라' tabs and a featured article about '노대통령, 검찰 감압수사 경연비판...사법개혁안 처리 압박'. Below it is a '홍미진진 UCC' section with '3.14 White Day Special' and a video thumbnail. The right sidebar features a 'd&shop...' section with clothing items, an 'onker' section with shoes, and a '쇼핑하우' section with various products. At the bottom, there's a '다음다이렉트 | Auction' section and a '디지털컨텐츠' section. The Daum logo is visible in the bottom right corner.

# Daum이 가지고 있는 장점

Daum의 트래픽.

Daum의 로그인 트래픽.



※ 월간 기준 UV 수치 및 Log-in 수치  
Korean Click. 2006. 10 기준.

## Service

Daum이 제공하는 인터넷 서비스에 대한 개인화를 통해 고객 편의 증진.

## Business

타겟팅된 Daum의 마케팅툴을 통해 고객 가치 증진.



## Analysis

Daum의 자체 기술로 발전하는 각종 분석 툴

- 당사 의사결정을 위한 분석툴
- 개인, 소규모사업자를 위해 제공하는 무료 분석툴

# Daum의 CRM 사례

## Daum Service

→ Search

→ Cafe

## Daum Business

→ e-Marketing TMP

→ Shopping



## Daum 검색 ‘네티즌의 선택’

검색어간 연관관계를 분석, 사용자가 검색한 키워드와 유사한 검색행태를 보이는 연관 키워드를 추천하는 서비스.

The image shows a screenshot of the Daum search engine interface. The search bar contains the keyword '스타벅스' (Starbucks), which is highlighted with a red box. Below the search bar, a green box highlights the '네티즌의 선택' (Netizens' Choice) section, which lists related keywords: 커피빈, 스타벅스가격, 파스쿠치, 스타벅스메뉴, and 던킨도너츠. To the right, a sidebar titled '네티즌의선택' (Netizens' Choice) lists 10 related terms, also highlighted with a green box. The main search results area shows a link to '스타벅스' (http://www.istarbucks.co.kr/) and a '쇼핑하루 스타벅스 가격비교' (Shopping Day Starbucks Price Comparison) link. The sidebar also includes a '블로그 더 보기' (View more blogs) link and a '홈페이지 등록 신청하기' (Apply for homepage registration) link.

Daum 검색

통합검색 ▼ 스타벅스 ▼ 검색

통합 웹 뉴스 카페 신지식 레포트 up 블로그 게시판 음악 이미지 동영상

네티즌의 선택 [커피빈](#) | [스타벅스가격](#) | [파스쿠치](#) | [스타벅스메뉴](#) | [던킨도너츠](#)

바로가기 [스타벅스](#) http://www.istarbucks.co.kr/ [즐거찾기에 추가](#)

쇼핑하루 [스타벅스 가격비교](#) - 상품검색, 상품정보, 상품평, 사용자 리뷰 등 종합적인 쇼핑정보 제공

스폰서링크

- 스타벅스 창업상당 서울창업 - 스타벅스, 커피빈, 할리스, 자바시티 등 유명 프랜차이즈 커피숍 무...  
http://www.seoulchangup.com
- 스타벅스 무료상당 성공창업 - 서울, 경기 스타벅스, 할리스, 커피빈, 무료 창업상당, 테이크아웃 등...  
http://www.sungkongchangup.com
- 스타벅스 창업 스케이저프 - 스타벅스 창업전문으로 시그지리 디스한번 매출 좋은 정보 알드양스...

비즈니스 사이트 신청하기

블로그 더 보기

홈페이지 등록 신청하기

네티즌의선택

- 1 커피빈
- 2 스타벅스가격
- 3 파스쿠치
- 4 스타벅스메뉴
- 5 던킨도너츠
- 6 자바커피
- 7 할리스
- 8 스타벅스커피가격
- 9 스타벅스 칼로리
- 10 스타벅스텀블러

아파디 125

- 10 니콜 나레인 ▲ 92
- 11 김경록 파리의연... ▲ 82
- 12 노현정 부부 생... ▲ 77
- 13 싸이 친누나 ▲ 70
- 14 세브첸코 ▲ 70
- 15 권상우 롤카 ▲ 69

2006.10.23 16:24

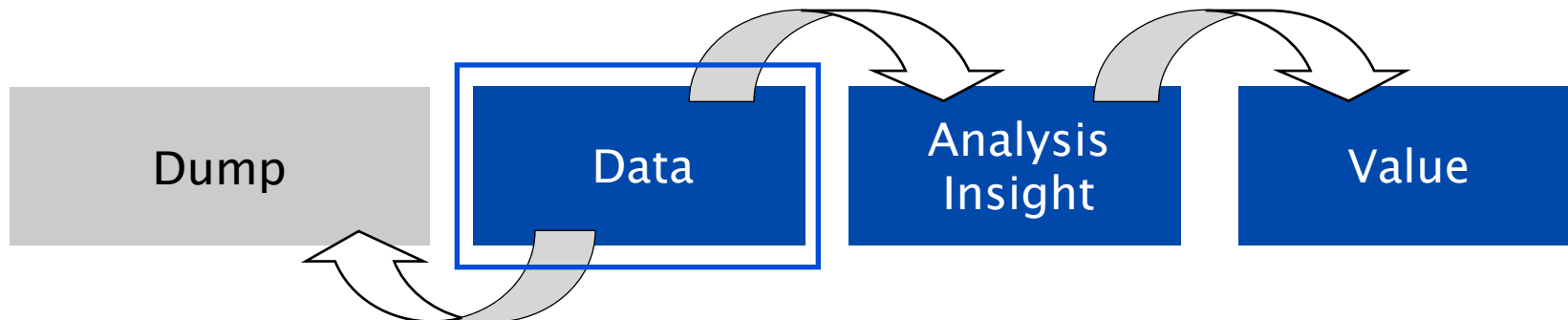
## ‘네티즌의 선택’의 성과

“버려졌던 데이터를 활용, 고객에게는 검색 편의성을,

당사에게는 추가 매출을”

고객에게는 자신이 원하는 정보를 보다 쉽게 찾을 수 있는 질 높은 서비스를 제공.

당사는 검색쿼리의 상승으로 인해 추가매출 발생.



# Daum의 CRM 사례

## Daum Service

→ Search

→ Cafe

## Daum Business

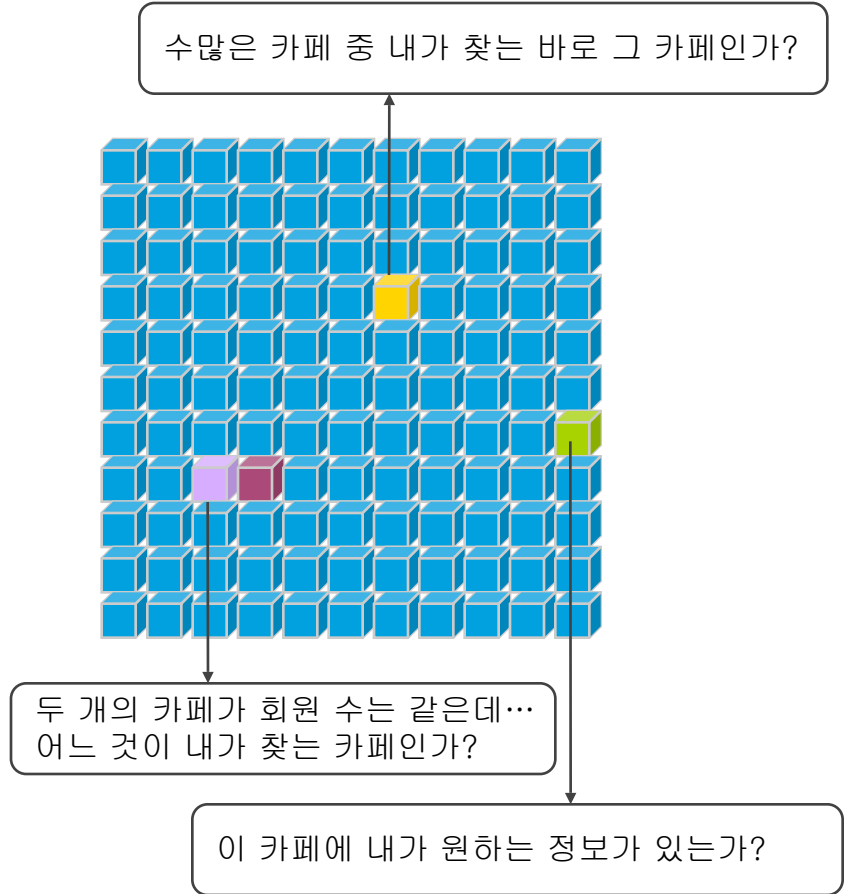
→ e-Marketing TMP

→ Shopping

정보의 보고, Daum 카페

그러나...

700만개의 카페, 20억개의 UCC 글

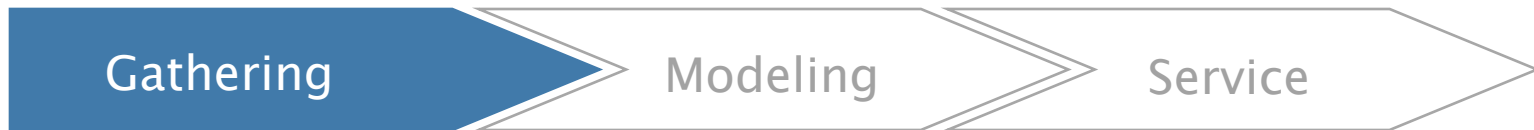


회원이 가장 많은 카페가 내가 원하는 카페인가? ``

카페 랭킹 : 회원의 카페 재방문율에 영향을 주는 독립변수들을 구성하여, 해당카페의 활동을 점수화, 활동성 높은 카페를 추천하는 서비스.

## 기본개념

- 1) 가치있는 카페라면 방문했던 회원이 만족하고, 다시 방문할 가능성이 크다.
- 2) 회원의 카페에 대한 추천점수는 회원의 재방문율로 측정 가능하다.
- 3) 일정기간 고객의 성향, 카페의 특성, 카페에 대한 고객의 방문경험을 관찰, 재방문 가능성을 예측한다.
- 4) 위 작업을 통해 회원단위로 계산된 추천점수를 해당 카페별 합산한다.
- 5) 계산된 카페추천점수는 회원들에게 해당카페에 대한 추천정보로 제공한다.



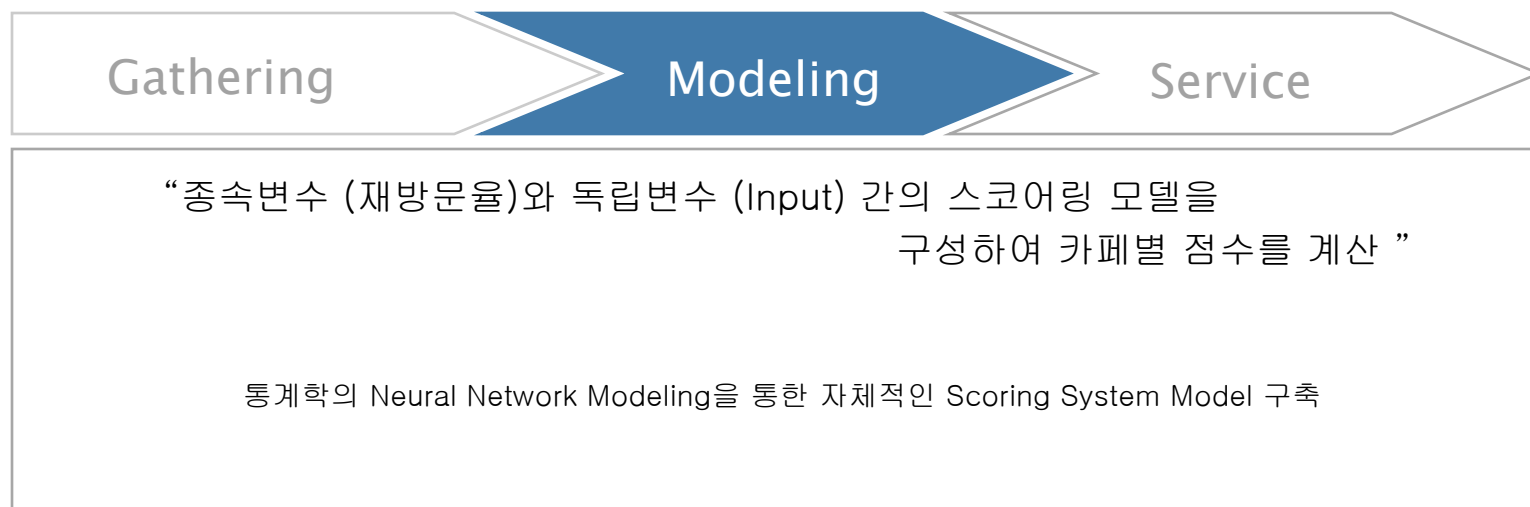
“특정 기간 내에 특정 인원수 이상이 방문한 카페를 수집하고  
해당 카페 회원들의 카페 활동 기록을 수집”

- (1) Individual Input : 나이, 성별, 로그인 회수, 연속 로그인, 등록연월, 가입 카페 수, 광고수신여부, 캐쉬, 쇼핑경험
- (2) Café Input : 카페등록 연월, 최근 기간의 카페 PV, 가입회원수, 최근 활동 회원수, 등록 글수 등
- (3) 개인별, 카페별 Input에 대한 통합적인 특성 고려

카페 랭킹 : 회원의 카페 재방문율에 영향을 주는 독립변수들을 구성하여, 해당카페의 활동을 점수화, 활동성 높은 카페를 추천하는 서비스.

기본개념

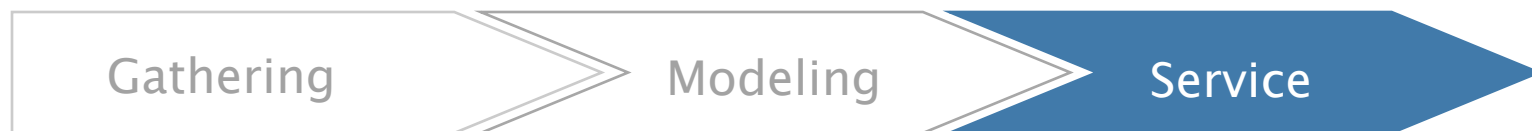
- 1) 가치있는 카페라면 방문했던 회원이 만족하고, 다시 방문할 가능성이 크다.
- 2) 회원의 카페에 대한 추천점수는 회원의 재방문율로 측정 가능하다.
- 3) 일정기간 고객의 성향, 카페의 특성, 카페에 대한 고객의 방문경험을 관찰, 재방문 가능성을 예측한다.
- 4) 위 작업을 통해 회원단위로 계산된 추천점수를 해당 카페별 합산한다.
- 5) 계산된 카페추천점수는 회원들에게 해당카페에 대한 추천정보로 제공한다.



카페 랭킹 : 회원의 카페 재방문율에 영향을 주는 독립변수들을 구성하여, 해당카페의 활동을 점수화, 활동성 높은 카페를 추천하는 서비스.

기본개념

- 1) 가치있는 카페라면 방문했던 회원이 만족하고, 다시 방문할 가능성이 크다.
- 2) 회원의 카페에 대한 추천점수는 회원의 재방문율로 측정 가능하다.
- 3) 일정기간 고객의 성향, 카페의 특성, 카페에 대한 고객의 방문경험을 관찰, 재방문 가능성을 예측한다.
- 4) 위 작업을 통해 회원단위로 계산된 추천점수를 해당 카페별 합산한다.
- 5) 계산된 카페추천점수는 회원들에게 해당카페에 대한 추천정보로 제공한다.



“카페 이용자들이 이용하는 통로에 노출공간을 확대시켜  
카페선택에 도움 및 카페활동의 동기 부여 ”

Daum 카페 | 사진마법사 파이를 블로그에서 >

카페 ▼ 유노음호 검색

카페 | 블로그 | 플래닛
동영상 | 파이 | 음악샵

카페 포커스 | 카페 랭킹 | 카페 스토어 | 카페 서포터즈 | 공식 커뮤니티 | 이벤트
자주가는 카페 바로가기 ▼

해킹치단 실행 보안접속 ON

ID저장  
 로그인

회원가입 | ID·비밀번호 찾기

카페 만들기

공지사항 더보기

- 카페 디스크 서비스 종료
- 랭킹업데이트 변경안내
- 100GB자료실서비스종료
- Q&A게시판 점검(10/21)

이벤트 더보기

확실한 수익 배분!  
체험 블로그 **대모집**

▲ **에드글릭스 체험단 대모집**

- 카페 서포터즈 파티 초대
- 휴대폰 카페! 순금잡기~
- 생리대 1년분 공짜!!
- 쓱크맘 공짜 선물!!

공식 커뮤니티 더보기

- ◆심은경 FanCafe
- 프로방스집꾸미기
- 인보여해투마리

## I 카페 랭킹

카페 랭킹은 카페 선택의 새로운 기준을 제시하기 위해 도입 되었습니다.  
카페의 다양한 활동을 측정하는 스코어들을 합산하여, 이를 랭킹으로 구분하는 Daum카페만의 카페 활동 지표입니다.

훈장랭킹
통신랭킹
음식랭킹
동물랭킹
식물랭킹
사람랭킹
카페 스토어

훈장 랭킹은 반짝이는 훈장과 보석 아이콘으로 구분합니다.  
최상위 훈장 랭킹에 속하는 100개의 카페를 만나보세요.

## O 급상승 카페

순위	카테고리	카페 이름	상승단계	회원수
1	팬카페/연예인	♪Music Of Asia. ...	↑ 48단계	10963
2	방송/연예/TV	위대한 유산 74434 공식...	↑ 21단계	122385
3	초중고교/10대	한국교복매니아	↑ 11단계	410137
4	천목/대화/휴식	커피향이있는 마음의심터	↑ 8단계	24088
5	대학/대학원/전공/주제별	.:★. 취업 뽐내기™ ....	↑ 7단계	621918

## O 카페 TOP 100

순위	카테고리	카페 이름	랭킹(스코어)	회원수
1	방송/연예/방송일반	엽기 혹은 진실..(연예인 과거사진)	🏆 - 209 단계   1092191 점	3145141
2	스포츠/레저/축구	I Love Soccer (축구동영상)	🏆 - 203 단계   635213 점	814026

## ‘카페랭킹’의 성과

- 1) Choice → 카페선택의 어려움을 줄여주는 보조적인 검색도구.
  - 2) Motivation → 카페회원과의 상호피드백을 통해 카페활동에 동기 부여.
- ➔ 카페 랭킹은 한번 카페를 이용한 고객이 다시 찾게 하는 디딤돌.

현재 카페는 유저의 행동 패턴을 분석하는 ‘카페랭킹’ 뿐 아니라,

700만개의 카페, 20억개의 UCC에서  
원하는 정보를 찾아주는 ‘카페검색’을 구축.

‘카페랭킹’, ‘카페검색’과 같이 변화하는 비즈니스  
트렌드에 맞게 지속적으로 발전 중인 Daum 카페.

# Daum의 CRM 사례

Daum Service

→ Search

→ Cafe

Daum Business

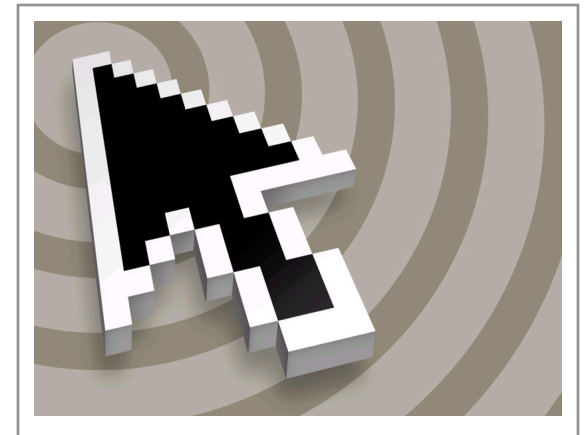
→ e-Marketing TMP

→ Shopping

● ● ●

# Target Marketing Program?

*...Behavioral Targeting*



## 타겟 마케팅의 3대 전제조건

### 1. 유저를 어떻게 식별할 것인가?” (Log-in Based)

identity is the (feeling of) identity of a group or culture, or of an individual as far as she/he is influenced by her/his belonging to a group or culture. Common habits, characteristics, ideas may be clear markers of a shared cultural identity, but essentially it is determined by difference: we feel we belong to a group, and a group defines itself as a group, by noticing and highlighting differences with other groups and cultures



## 타겟 마케팅의 3대 전제조건

### 2. 타겟 트래픽이 확보되는가?” (Traffic)

A scale is either a device used for measurement of weights, or a series of ratios against which different measurements can be compared. The latter need not always be a linear ratio, and is often logarithmic.

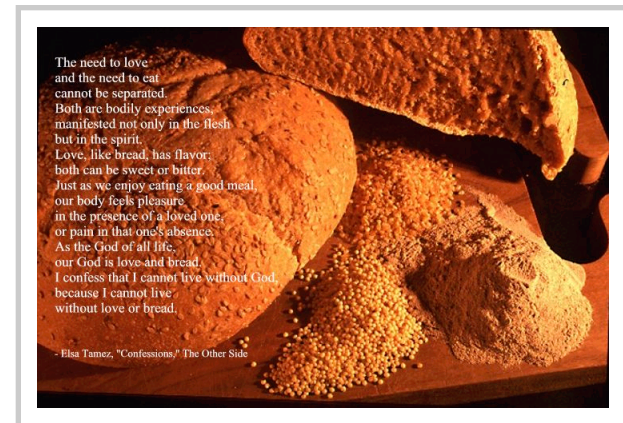
A draughtsman's scale is a ruler-like device, often with a triangular cross-section, that permits him to represent items in the same relative dimensions.



## 타겟 마케팅의 3대 전제조건

### 3. 필요를 어떻게 찾아낼 것인가?” (Behavioral)

The behavior of people (and other organisms or even mechanisms) falls within a range with some behavior being common, some unusual, some acceptable, and some outside acceptable limits. The acceptability of behavior is evaluated relative to social norms and regulated by various means of social control. For behavior of people see human behavior. Animal behaviour is studied in comparative psychology, ethology, behavioural ecology and sociobiology.



# TMP Core = Behavioral Targeting

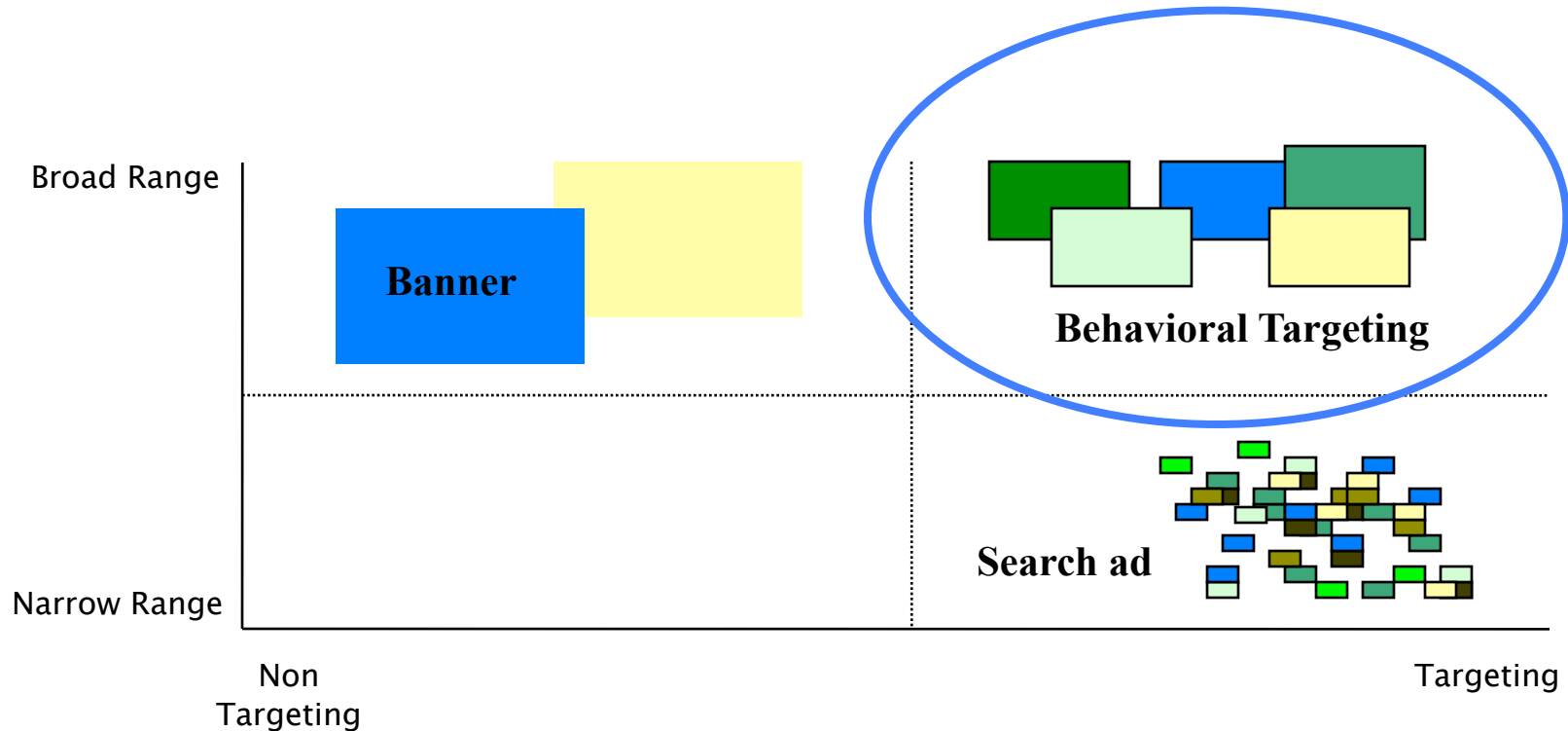
유저 행태에 기반한 타겟마케팅

“시시각각 변화하는 動的인 유저의 필요를 파악하기  
위해선 유저의 행태를 분석해야 한다.”

# Daum business, e-marketing TMP

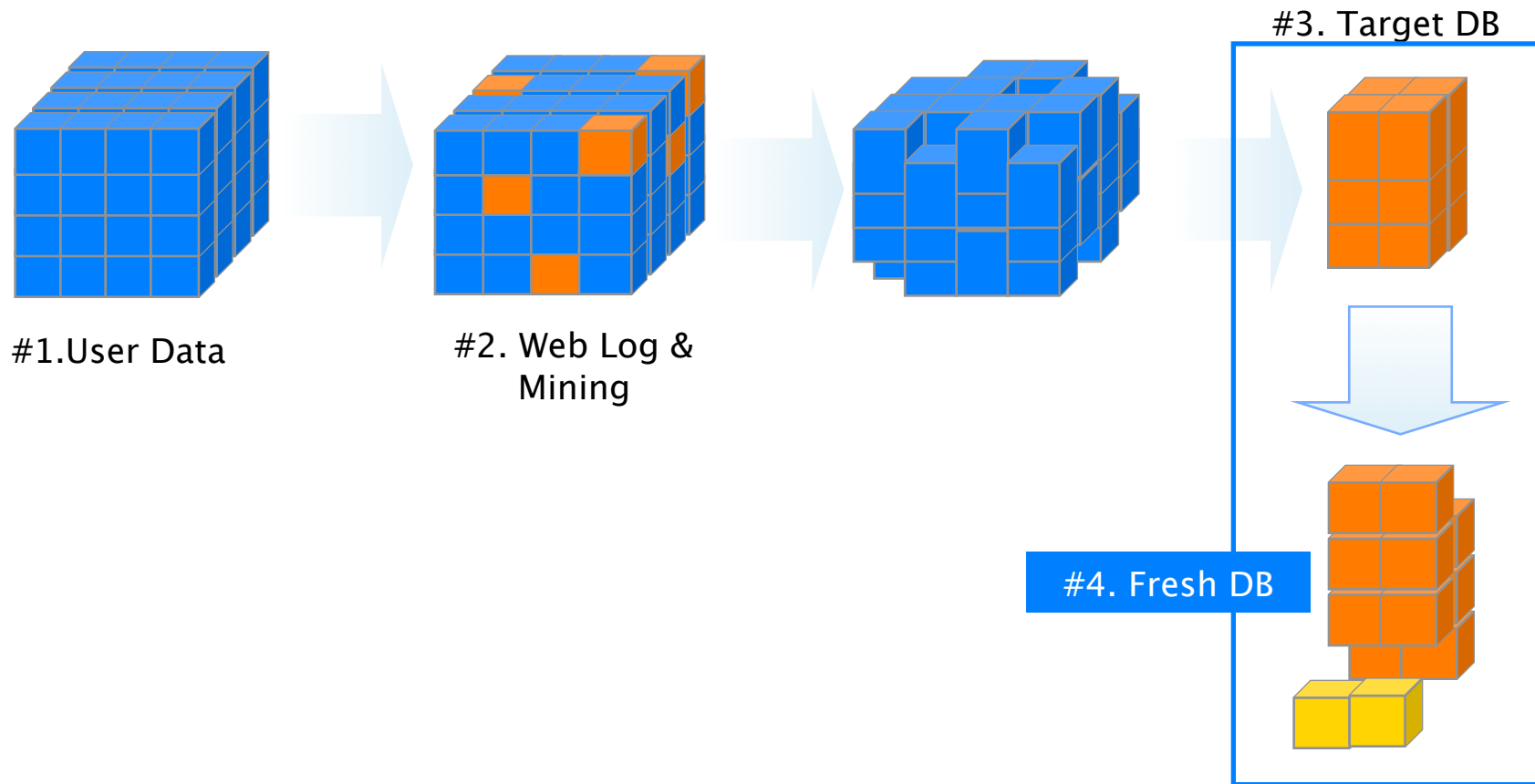
방법론

## Positioning



## 방법론

### Fresh DB 추출과정



캠페인의 성격에 맞는 최적DB추출

## TMP Solution

### Premium TMP

특정 시점 혹은 일정 기간 동안 특정한 행동을 한 사용자를 추출하여 그 사용자 에게 맞는 특정한 광고를 효과적으로 노출하는 타겟 마케팅 툴.

### Real-Time TMP

사용자가 특정 키워드를 검색하였을 경우, 검색 즉시 타겟군에 편입시켜 광고를 노출 하는 방식으로 ‘키워드’를 통해 광고에 대한 사용자의 관여도를 극대화할 수 있는 실시간 검색기반 Targeting 방법론.

### IP Targeting ‘Townz’

한국 인터넷진흥원의 IP Address의 기초정보 외 Daum의 자체 솔루션과 회원 정보 분석을 통해 사용자 접속 지역에 맞추어 타겟팅한 광고를 노출.

# 실제 성과사례 소개



1. TMP - 두산, '처음처럼'

## 처음처럼 TMP

- Client: 두산 ‘처음처럼’
- Objective:
  - 새로운 TVC를 통한 brand awareness 확대
  - 제품의 특성 및 장점에 대한 공지
  - 이벤트를 통한 신규회원 확대
- Execution Period: 2006.09.04 ~ 2006.10.01
- Budget: 50,000,000 KRW
- Campaign Target: Target behavior를 통한 targeting
  - 만 19세 이상으로 Profile targeting을 기본 전제로 하여 targeting 진행
  - Café 방문자
  - 키워드 검색 사용자

## 2. Campaign Process

TMP-처음처럼

### ▶ campaign 진행 프로세스

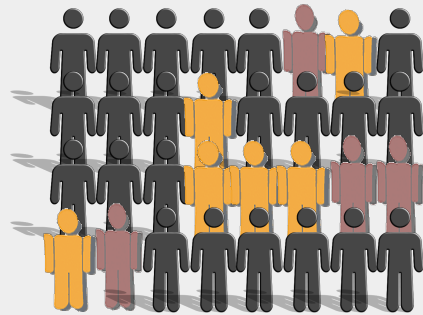
- 제품에 대한 인지도 확보 및 TVC의 GRP 보완 등을 위해 성인 targeting만을 통한 VOD 광고 진행
  - 집행기간: 2006.08.28~2006.10.08
- 소주의 주 소비층에 접근하기 위해 TMP를 통한 행태 타겟팅(만 19세 이상의 타겟팅 전제) 진행
  - 집행기간: 2006.09.04 ~ 2006.10.01
  - 로그인 사용자 중 만 19세 이상의 비율은 90% 이상
  - Core target 선별을 위해 café 방문자, 특정 키워드 조회 사용자 등의 활성 DB를 대상으로 광고 노출
- Banner Creative



#### ▶ Target 추출 방법

- 주류라는 제품 특성 상 성인 타겟팅을 위해 ‘만 19세 이상’이라는 조건은 공통 적용
- Café 방문자: Offline 모임이 예상되는 café 방문자 추출
  - 스포츠/레저, 취미, 생활/건강, 대학/대학원, 동문회, 지역/고향, 친목, 군대 등의 café 중
  - 소주, 맛집, 식당, 횃집, 고깃집, 삼겹살, 식도락 등의 키워드 사용 café  
e.g., ‘소주’라는 키워드를 사용하는 café는 약 2,900개 이상, ‘삼겹살’이라는 키워드 사용 café 역시 약 690개 이상임
- 특정 키워드 검색 사용자
  - 주류 관련 키워드: 경쟁사 브랜드 및 이종의 주류 포함
  - 맛집 관련 키워드: 유명식당, 술집 등의 음식점명, 맛집 관련 키워드
  - ‘이영아’ 관련 키워드: ‘처음처럼’이 모델 ‘이영아’를 검색한 사용자(스타마케팅)

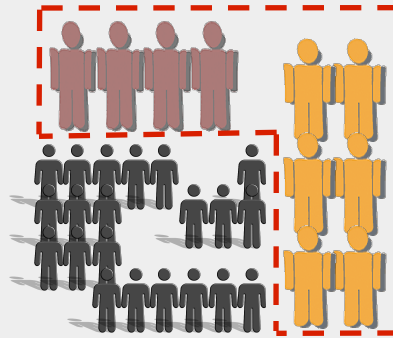
### ▶ TMP 진행 방법



① 로그 데이터를 통해 사용자 행태 분석



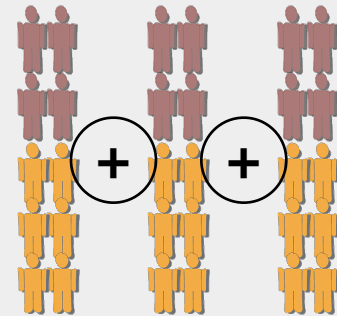
Profile 정보를 통해 만 19세 이상 DB의 로그 데이터를 통해 사용자 행태 분석



② 특정 타겟만 선별하여 그룹화



- 1. Café 및 Café 키워드를 통한 특정 카페 방문자 DB 추출
- 2. 특정 키워드 검색 DB 추출



③ 매일 새로운 데이터로 그룹 보정



매일 1과 2의 행동을 취한 새로운 DB를 통해 그룹 보정

# 5. Campaign Result

## ▶ 성인타겟팅 VOD 배너 효과 vs TMP VOD 배너 효과

- core target에 한정된 노출, 텍스트 지면(TMP에는 없음) 적용 등의 차이로 인해 노출량이 금액 기준 약 3.8배 정도 차이를 보이지만 실제 'play & click'의 비율은 TMP에서 8배 이상 높게 나타났음.
- 비용 측면에서 역시 TMP를 통한 'play & click' 비용이 37원으로 성인타겟팅 VOD 광고 대비 ½ 이하로 효율적이었던 것으로 평가됨.
- 광고 게재 지면별 size를 제외하고 동일한 Creative를 활용하였음.

성인타겟팅 VOD 배너	측정 지표	TMP VOD 배너
100,000,000 원	광고비	50,000,000 원
103,356,880	Impression	13,437,830
1,278,424	Play & click	1,347,820
1.24%	PTR*	10.03%
78 원	Cost per Play & Click	37 원

$$PTR^* = (Play+Click)/Imps \times 100$$

- 연관성 및 활동성 높은 target group 선정
  - ‘소주’라는 제품의 특성 상, 대중성을 띠고는 있으나 이 부분은 동시에 진행하였던 ‘성인 타겟팅’ 광고를 통해 접근하고 있었으며 ‘행태타겟팅’이 가능한 TMP를 통해서서는 사용자 행태를 기반으로 한 좀 더 밀착된 접근이 필요하였음
  - D&shop에서 보인 구매행태, 특정 카페/컨텐츠 방문자, 특정 키워드 검색 사용자 등 다양한 행태를 targeting 할 수 있는 TMP를 통해 core target에게 광고를 지속적으로 노출하였을 뿐 아니라 높은 반응률을 유도하였음
  - 소주가 대량으로 소비되는 ‘모임’, ‘음식’, ‘맛집’ 등과 관계있는 카페 및 카페 키워드를 중심으로 ‘카페 방문자’ DB를 포함하였으며,
  - 술이나 술과 관계된 음식을 검색한 사용자, ‘처음처럼’의 모델인 ‘이영아’를 검색한 사용자 등의 DB를 포함하여 TMP 타겟을 설정하였음
  
- 제언
  - 일반적인 메시지가 아니라 Target group마다 차별화된 메시지를 통해 소구할 경우, 반응률을 더 높일 수 있을 것으로 기대됨  
e.g., 식도락 동호회 café 관련 group에게 ‘안주맛이 살아난다’는 특성과 연관지어 소구



## 2. TMP - D성형외과

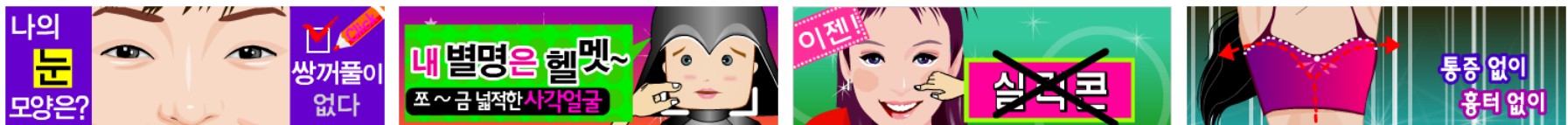
## D성형외과 TMP

- Client: D성형외과
- Objective:
  - 성형수술을 원하는 고객군들에게 D성형외과 브랜드 노출 및 이를 통한 인지도 확대
  - 성형수술을 원하는 고객들에게 D성형외과에 대한 상세정보 제공 및 온라인 상담신청 유도
  - 행태 타겟팅을 통해 차별화된 메시지 전달 및 고객 전환율 확대
- Execution Period: 2006.05.08 ~ 2006.05.21
- Budget: 10,000,000 KRW
- Campaign Target: Target behavior를 통한 targeting
  - Real time TMP\* 활용: 검색한 키워드를 중심으로 이와 매칭되는 수술 부위 관련 배너 노출
  - TMP 전체적으로 연령은 19~40세, 여성으로 제한
  - 콘텐츠 방문자: 여성 콘텐츠(미즈넷) 방문자
  - 키워드 검색 사용자
  - 카페 방문자
  - d&shop 클릭/구매자

## 2. Campaign Process

### ▶ campaign 진행 프로세스

- 연간광고주로 지속적으로 D성형외과의 광고를 진행하고 있었음
- 소구력 및 고객전환율을 높이기 위해 TMP 진행(Real time TMP 포함)
  - 집행기간: 2006.05.08 ~ 2006.05.21
  - Real time TMP: 비로그인 기반으로 특정 검색어 검색 시, 사용자에게 12시간 동안 노출되는 광고를 뜻함. TMP와 달리 로그인하기 전의 행태(검색어)를 기반으로 광고를 노출하는 것이며 D성형외과의 경우, 키워드를 ①성형일반, ②눈/코, ③가슴, ④안면윤곽의 4개 군으로 구분하여 각각 이에 맞는 creative를 제공하였음.
  - 로그인 기반으로 사용자의 특정 행태를 중심으로 타겟팅하는 TMP는
    - 19세~40세, 여성이라는 demographic data를 공통 요소로 하였으며
    - 성형 관련 키워드
    - 카페 방문자
    - d&shop 특정 상품 클릭 및 구매자
    - 콘텐츠 방문자들을 주요 타겟으로 하여 광고 진행
- Banner Creative: 아래와 같이 각 상황별로 차별화된 creative 제공



## ▶ TMP Target 추출 방법

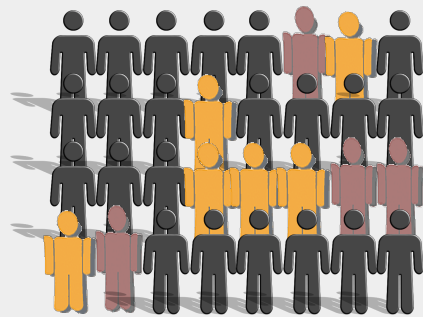
- 실제 이용 고객 중 비중이 크고 구매력이 있는 '19세~40세, 여성'이라는 조건은 공통 적용
- 성형관련 키워드: ①성형일반, ②눈/코, ③가슴, ④안면윤곽 군으로 나누어 각 그룹별로 상세 키워드를 검색한 사용자에게 해당 군에 맞는 creative 노출  
e.g., '②눈/코' 관련 키워드인 '쌍꺼풀'을 검색한 사용자에게는 눈/코 성형에 대한 메시지가 담긴 배너광고를 노출
- 카페 방문자: 성형 수술 및 미용 관련 카페 방문자
- d&shop 특정 상품 클릭 및 구매자: 다이어트/미용/건강 제품 중 몸매/피부관리 용품, 명품관, 화장품/향수 등 여성관련 제품 클릭 및 구매자
- 콘텐츠 방문자: 여성 콘텐츠(미즈넷) 방문자

## ▶ Real time TMP Targeting을 위한 키워드 추출 방법

- TMP의 키워드와 마찬가지로 ①성형일반, ②눈/코, ③가슴, ④안면윤곽의 4개 군으로 나누어 키워드 선정  
e.g., ①-성형, ②-쌍꺼풀, ③-가슴성형, ④사각턱, 광대뼈 등
- 각 키워드 군에 따라 차별화된 메시지를 담은 광고 소재에 매칭  
e.g., '사각턱'이라는 키워드 검색 사용자에게 아래와 같은 광고 소재 노출

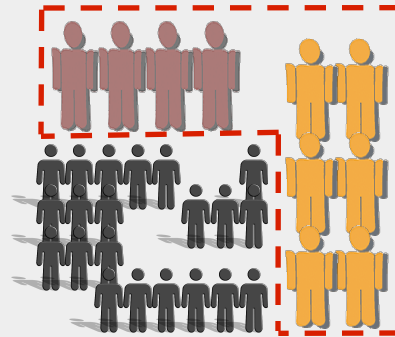


## ▶ TMP 진행 방법



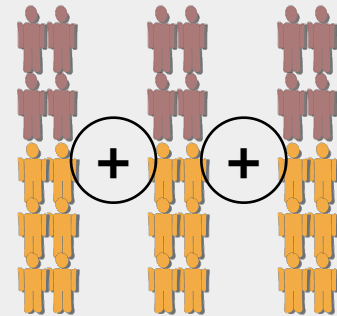
① 로그 데이터를 통해 사용자 행태 분석

Profile 정보를 통해 19세~40세 여성 DB의 로그 데이터를 통해 사용자 행태 분석



② 특정 타겟만 선별하여 그룹화

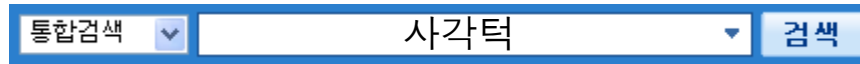
1. 성형관련 키워드를 검색한 사용자
2. 성형과 연관된 카페 방문자
3. d&shop에서 특정 상품 클릭/구매자
4. 콘텐츠 방문자 (위 번호대로 우선순위 설정)



③ 매일 새로운 데이터로 그룹 보정

매일 1, 2, 3, 4의 행동을 취한 새로운 DB를 통해 그룹 보정

## ▶ Real time TMP 진행 방법

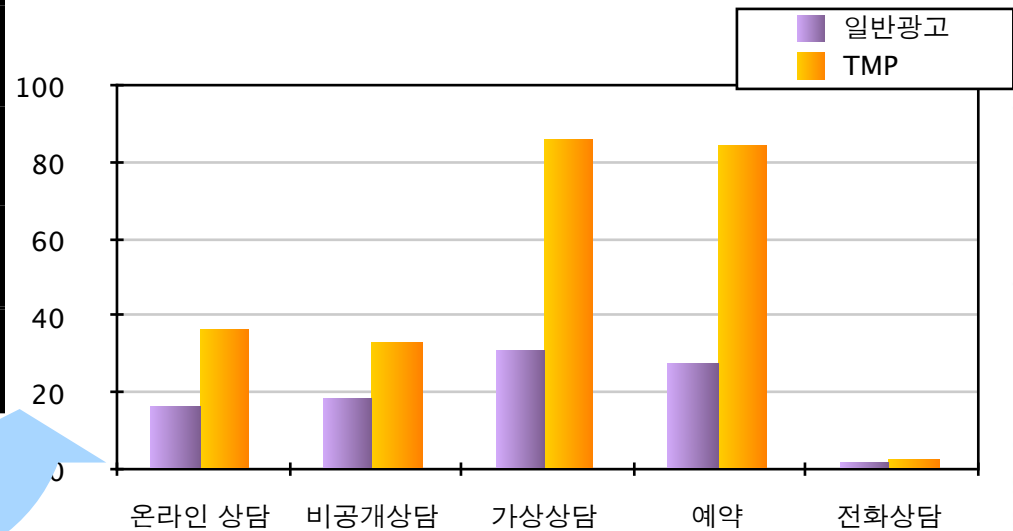


# 5. Campaign Result

## ▶ 일반광고 vs TMP 광고

- core target에 한정된 노출, 텍스트 지면(TMP에는 없음) 적용 등의 차이로 인해 TMP를 통한 CPC가 일반배너 대비 약 15배 높은 결과치를 보임
- 하지만 실제 온라인 상담이나 예약 등 실제 action으로의 전환은 TMP를 통한 결과가 2배 이상 높게 나타났으며 적극적 action인 예약의 경우 3배 이상의 효과를 보였음
- 일반광고를 통해 많은 노출과 클릭을 유도할 수 있다는 장점(브랜딩 측면)은 있으나 '성형'과 같이 특정한 니즈를 가진 고객집단을 targeting하는 것은 TMP 및 Real time TMP를 진행하는 것이 보다 효과적이라는 것을 알 수 있음

일반배너	측정 지표	TMP
7,500,000 원	광고비	10,000,000 원
56,272	click	4,929
133 원	CPC	2,029 원



회원가입후의 **action**

- ‘성형외과’라는 광고주 및 서비스 특성 상 mass를 대상으로 하는 접근보다는 니즈를 가진 target에게 집중하는 커뮤니케이션이 필요한 상황이었음
- ‘키워드’를 통해 강한 니즈를 가진 사용자 targeting
  - 사용자가 자신의 니즈를 가장 직접적으로 표현하는 ‘키워드 검색’을 중심으로 하여 TMP 그룹 및 Real time TMP 키워드 선정
  - 12시간 동안의 중복 노출을 통해 브랜드에 대한 인지도 뿐 아니라 메시지를 강력하게 전달
- Behavior targeting을 통한 타겟그룹 선정
  - 주요 고객군을 감안하여 연령(19~40세)과 성별(여성)을 설정하고
  - 사용자의 키워드 검색, 카페 방문, 컨텐츠 방문 등 다양한 history를 중심으로 하여 그룹군을 설정하였음
- 차별화된 메시지를 통한 소구
  - 성형일반, 눈/코, 안면윤곽, 가슴 등 타겟군에 따라 각각 다른 메시지로 소구함으로써 사용자의 공감 및 적극적인 반응을 유도하였음

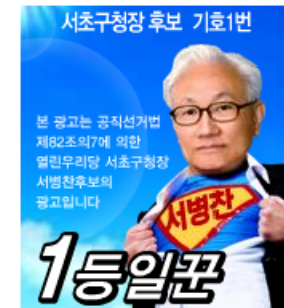
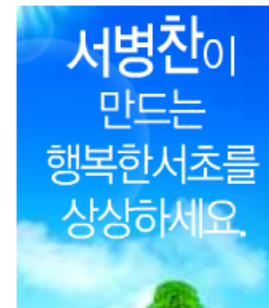
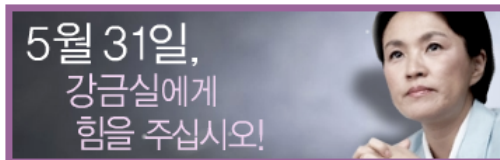
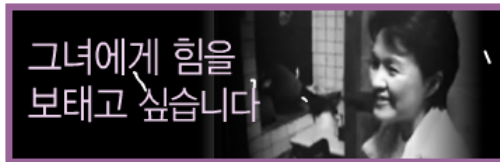
### 3. Townz – 5.31 지방선거

## 5.31 지방선거 Townz

- Client: 열린우리당, 민주노동당
- Objective:
  - 인터넷을 통한 각 지역구 출마자의 선거 공약 전달  
(기존 4대 매체의 영향력 감소와 함께 사용자 접점시간이 많은 인터넷을 통한 광고 진행)
  - 후보들의 홈페이지로의 연계를 통해 in-depth communication 진행
- Execution Period: 2006.05.18 ~ 2006.05.30
- Campaign Target:
  - 전국의 구 단위 타겟팅을 통해 지방선거 출마자들의 개별 광고 진행
  - 광역시 단위의 시장 후보 광고

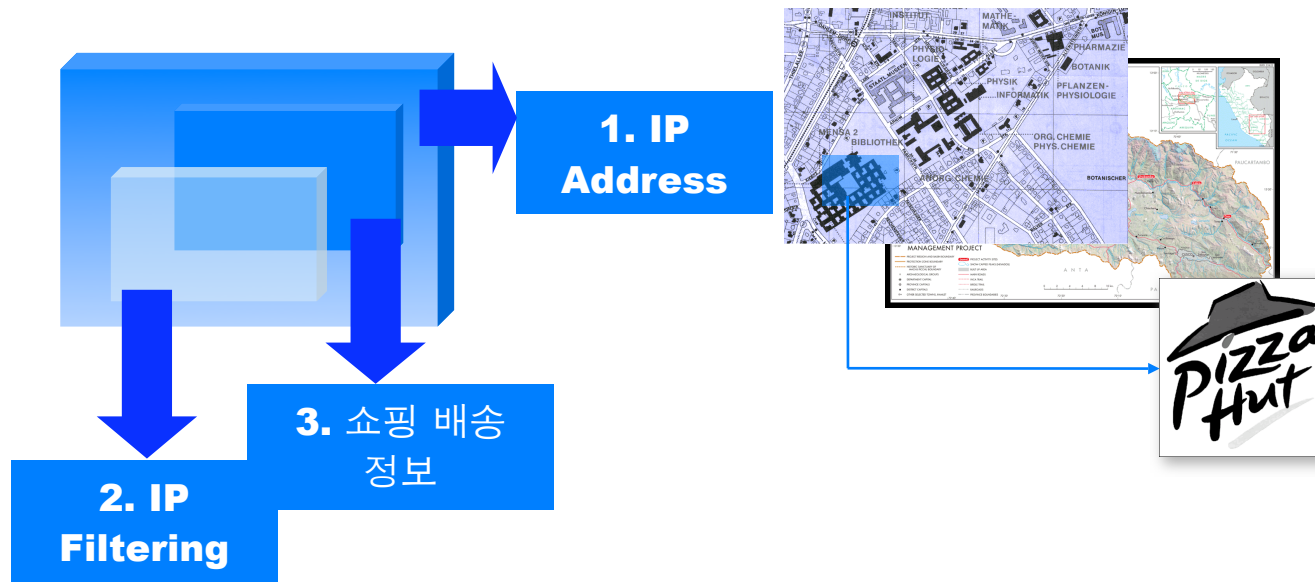
### ▶ campaign 진행 프로세스

- 로그인을 바탕으로 한 profile 상의 지역정보(회원가입 시 사용자가 작성)가 아닌
- 사이트 접속 시, IP 정보 확인을 통해 사용자가 있는 실제 지역을 타겟팅하여 광고 하는 비로그인 방식으로 집행(TOWNZ)
  - 집행기간: 2006.05.18 ~ 2006.05.30
  - 각 지역별 노출량을 예측하여 구 및 시단위로 광고 게재
  - 광고의 지나친 중복 노출로 야기되는 사용자 불만을 최소화하기 위해 노출 비율 조정도 함께 진행
  - 인접지역 등에서 발생하는 광고 노출의 오류는 지방센터 및 콜센터를 통해 신속하게 처리
  - 경쟁사의 경우, 지역 타겟팅 광고가 아닌 비례대표 선거광고 진행
- Banner Creative



▶ TOWNZ is...

- 한국 인터넷진흥원의 IP Address의 기초정보 외 Daum 자체 솔루션과 회원정보를 통해 사용자 접속 지역에 따라 타겟팅하여 광고를 노출하는 상품



1차 정보: knic(한국인터넷 정보센터)의 정보를 토대

2차 정보: 회원 정보 및 d&shop의 배송정보를 이용해 정확도를 높임

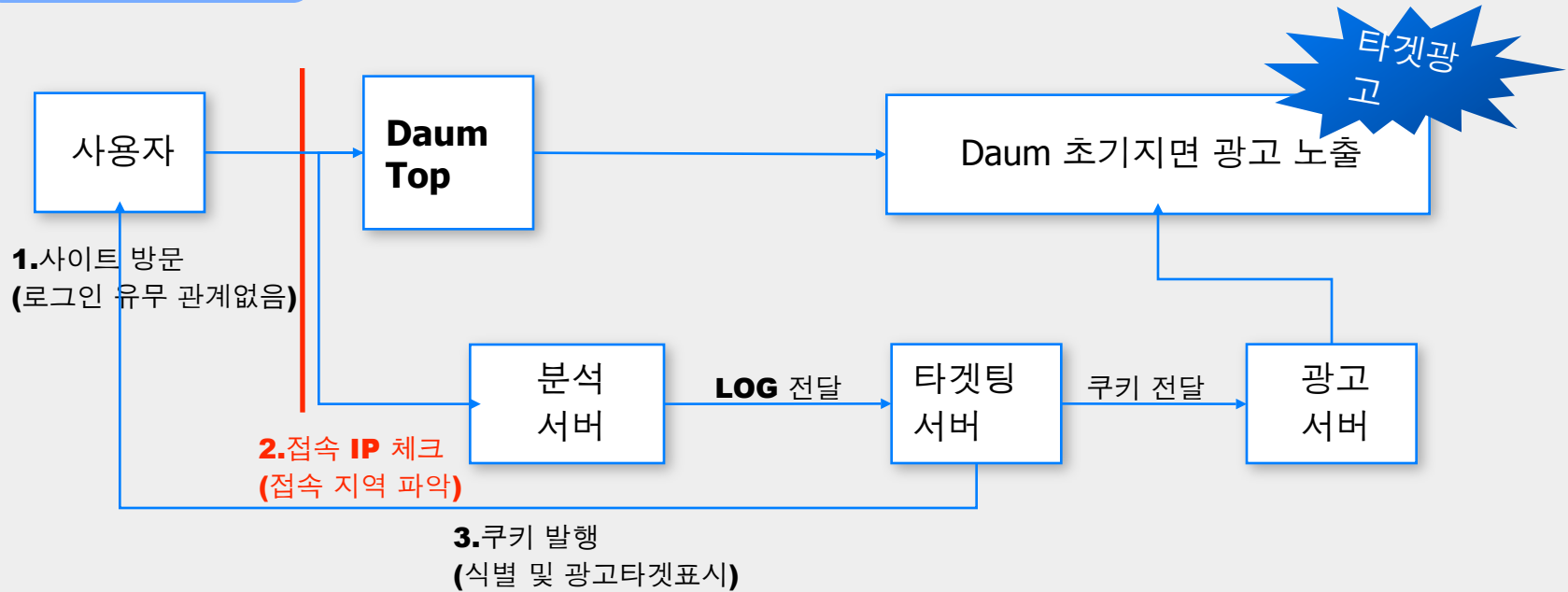
2,673만 Daum 회원 정보와 d&shop이 가지고 있는 회원

배송지 정보를 IP 정보와 매칭, 비교분석하여 IP 타겟팅의

정확도를 구/면/읍 단위로는 92% 이상, 시 단위 이상은 95% 이상 달성

## ▶ TOWNZ 광고 노출 Process

TOWNZ 타겟팅 프로세스



접속과 동시에 사용자 분석완료

- IP 정보 및 Daum의 filtering 시스템을 통해 각 구청장 후보의 선거광고가 해당 지역 구에서 접속한 사용자에게 노출되는 최초의 온라인 지방선거 광고 캠페인이었다는 의의를 가짐
- 접경지역에서 발생한 일부 오류는 확인 즉시 수정하는 형태로 진행하였으며 이를 통해 TOWNZ의 지역정보를 함께 업데이트하여 정확도를 더욱 높일 수 있었음
- 일정 지면(초기배너, 초기중단배너, 초기 비즈채널)에서의 중복 노출이 많았음에도 불구하고 CTR은 초기배너와 중단배너가 각각 0.2%, 0.06% 수준으로 나타나 사용자들의 반응이 비교적 높았던 것으로 보임

- 구 단위의 타겟팅이 가능한 IP targeting 기술
  - 일부 인접지역에서 문제가 발생하기도 하였으나 KRNIC IP data의 한계를 d&shop 배송정보, 회원 정보 등을 통해 극복하였음
  - 이와 같은 필터링을 통해 구 단위까지 타겟팅이 가능하며 이번 5.31 선거에서 구 청장 선거 광고 상품으로 활용하였음
  - 노출 비율을 일정하게 적용할 수 있는 시스템 구현을 통해 광고의 지나친 중복 노출 및 이로 인한 역효과 방지
- 신속하고 적극적인 CS 관리
  - 선거 광고 기간이 정해져 있는 점, 정확한 타겟팅이 필수적인 캠페인의 성격 등을 감안하여 지방센터, 선거캠프와 함께 오류가 발생하는 지역의 IP를 빠르게 확인하고 수정작업을 진행하였음
  - 대량의 소재 교체 등이 필요한 작업이었으나 빠른 대응을 통해 광고주 만족도 제고

# Daum의 CRM 사례

Daum Service

→ Search

→ Cafe

Daum Business

→ e-Marketing TMP

→ Shopping

## 유저의 인터넷 쇼핑 시 각 단계에 대한 CRM 프로세스

선택 & 구매

재구매

“하얀색 상의를 구매하려는 고객에게  
하얀색 블라우스, 하얀색 니트, 하얀색 티를 제안, 구매”

앞서 설명 드린 검색 ‘네티즌의 선택’과 마찬가지로 여러 고객의 쇼핑 행동패턴, 해당 고객의 서비스 이용 패턴 등의 공통점을 분석하여,

고객으로 하여금 물건을 선택하는데 있어 다양한 방식을 제안하여 상품을 선택, 구매하도록 제안.

The screenshot shows a shopping interface with several elements:

- Product Recommendations:** Three items are listed with their prices and original prices:
  - ★단독특가★ 브랜드... 19,800원 (원가 6,801)
  - ★1+1 사은품 증정★... 32,800원 (원가 3,481)
  - ★가을신상품★ 8부... 29,800원 (원가 2,025)
- Product Grid:** A grid of clothing items with the brand name 'Elegance Black Queen' and prices:
  - 스타치 원버튼 베스트 39,800원
  - 세틴트리밍 와이드 팬츠 38,800원
- Navigation:** A blue bar with the text '새안의 더많은 상품 보기' (View more products in new colors).
- Image:** A close-up image of a plaid shirt.

## 유저의 인터넷 쇼핑 시 각 단계에 대한 CRM 프로세스

선택 & 구매

재구매

“구매를 완료한 고객에게는 구매에 따른 로열티를  
지급하여 지속적인 재구매를 유도”

고객의 재구매율에 영향을 주는  
RFM 변수들을 구성하여 고객별 차별  
화된 편익을 제공하는 고객생애가치  
극대화 프로그램.

※ RFM (Recency, Frequency, Monetary)  
: 최근구매일, 빈도, 금액 변수에 대한  
정보를 수집, 로지스틱 모델링을 통한  
분석을 통해 고객간 등급 혜택 제안.

d&shop은 이제까지도 고객님들을 위해 특별히 마련된 디앤유를 알고 계시나요?

디앤유 라운지는 우수고객 서비스의 일환으로 만들어진  
d&shop 우수고객 전용 공간입니다.

우수고객은 어떻게 되는거냐고요? 아래를 잘 살펴보세요 고객님도 아주 쉽게 우수고객이  
되실 수 있습니다. 빠른 시일 내에 고객님을 디앤유 라운지에서 뵙고 싶습니다. 파이팅!

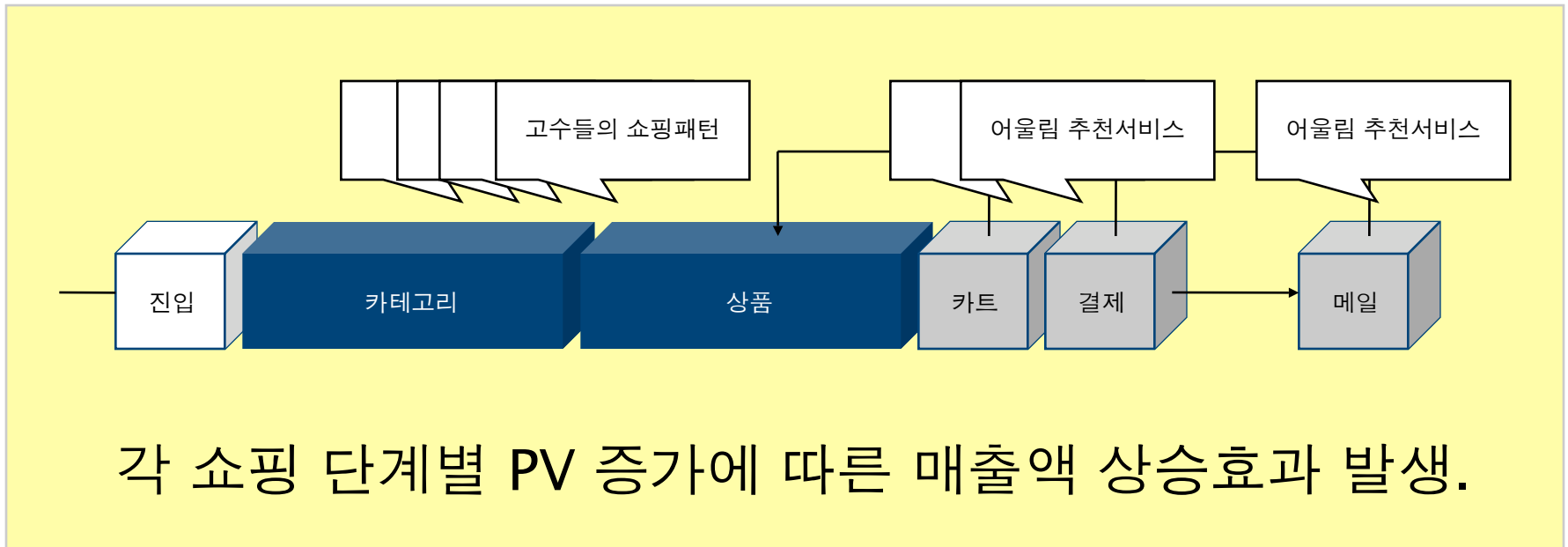
디앤유 특별한 당신(You),  
우수고객님들께만 전해드리는  
쇼핑의 遊喜(유희),  
특별한 고객감동 서비스입니다.  
혜택서비스는 고객님들의 등급에 따라  
제공되며 등급은 크게  
아래 2가지로 나뉩니다.

디앤수 [혜어남:수]  
디앤미 [아름다움:미]

디앤수(혜어남 秀) 우수고객님  
디앤미(아름다움 美) 우수고객님

## 성과 사례

- 1) 포털 쇼핑몰로서 가지고 있는 자원을 최대한 활용하는 방안 제시.
- 2) 상품의 사용목적 유형에 따라 연결함으로써, 폭넓은 상품 노출 및 구매 유도.
- 3) 각종 상품 및 카테고리에 대한 개인의 선호도는 물론 보유 여부에 대한 정보 수집을 통하여 장기적인 관점에서 고객 데이터 정비.
- 4) 위시리스트와 차별되는 추천상품으로 보다 가능성 있는 상품 노출 및 구매 유도.



## Daum CRM의 도전과제

## 개인화(Personalization)의 어려움



포털사이트 Daum

대한민국 국민  
6백여만명이  
매일 로그인

6천여만명의 회원  
(중복포함)



## 다음의 개인화영역 1- 로그인 박스

**에스티마님**  
당신을 위한 여행을 떠나세요

- 메 일** 431통 | 쓰기 ▶
- 카 피** 내카페목록 | 쪽지 ▶
- 블로그** 방문28 | 댓글0 ▶
- 운 세** 2007년의 운세는? ▶
- 금 용** MY증권 | 인기종목 ▶

---

- 쇼 핑** 할인쿠폰 1장 ▶
- pomm** 포인트 | 내역보기 ▶
- 캐 쉬** 265,120원 | 출전
- 폰세상** 이모티콘 사랑고백 ▶
- 플래닛** 방문0 | 방명록0 ▶

로그아웃 | 정보수정 ▶ 접기



**MY 증권** MY증권가기 | X

종목명	현재가	등락률	
다음커머스	16,900	▲ 3.05	토론   뉴스
다음	64,500	▼ 1.23	토론   뉴스
NHN	129,900	▲ 0.70	토론   뉴스

내관심종목 : 3개      2007.03.02 장종료 - 20분 지연

'하얀거탑' · 내일까지 전국 많은 비 | 영화 관객  
 열동일 폭로논란 · [만화]브이 | 청소년축구, 브라질고



## 다음의 개인화영역 2-추천서비스



**SKY I-U160**

**mple**  
스카이 붐붐폰 |  
**공짜!!**

아르바이트 | 세계엔 | 이벤트  
부동산 | IPTV | VOD | 운세  
여행 | 파이 | 지도 | 증권 | 취업  
여성 | 뮤직 | 교육

**퀵서비스링크** 자주 사용하시는 서비스를 선택하세요.

<input checked="" type="checkbox"/> 교육	<input type="checkbox"/> 만화	<input type="checkbox"/> 문자	<input checked="" type="checkbox"/> 뮤직	<input checked="" type="checkbox"/> 여성
<input type="checkbox"/> 백과사전	<input type="checkbox"/> 복권	<input checked="" type="checkbox"/> 부동산	<input checked="" type="checkbox"/> 세계엔	<input type="checkbox"/> 수능
<input type="checkbox"/> 신지식	<input type="checkbox"/> 아고라	<input checked="" type="checkbox"/> 아르바이트	<input checked="" type="checkbox"/> 이벤트	<input checked="" type="checkbox"/> 여행
<input type="checkbox"/> 영어사전	<input type="checkbox"/> 영화	<input type="checkbox"/> 온챗	<input checked="" type="checkbox"/> 운세	<input type="checkbox"/> 유스보이스
<input type="checkbox"/> 보험	<input checked="" type="checkbox"/> 증권	<input checked="" type="checkbox"/> 지도	<input type="checkbox"/> 책	<input checked="" type="checkbox"/> 취업
<input type="checkbox"/> 텔존	<input checked="" type="checkbox"/> 파이	<input type="checkbox"/> 폰게임	<input type="checkbox"/> 폰세상	<input type="checkbox"/> 한디스크
<input type="checkbox"/> 항공예약	<input checked="" type="checkbox"/> IPTV	<input type="checkbox"/> pomm	<input type="checkbox"/> tv팟	<input checked="" type="checkbox"/> VOD

\* 선택할 수 있는 서비스 수가 제한되어 있습니다.

개인화영역에서 고객에게  
어떤 가치를 줄 수 있을까?

# Challenges

## 다양한 개인화 서비스들

The image shows a screenshot of a personalized web portal, WZD.com, with a sidebar on the left and a main content area on the right. The sidebar contains various service icons and links, including '내 피드' (My Feed), '추천 피드' (Recommended Feed), '날씨' (Weather), '웹 검색' (Web Search), '이메일' (Email), and '이벤트' (Event). The main content area is divided into several sections: 'MY PAGE MORE' with weather and flickr widgets; 'WZD.com' header with navigation tabs; '읽고 시작하세요' (Read and Start Here) section with a 'D-10' announcement and 'The Wizard Works' news; '내가 좋아하는 사진들' (Photos I Like) with a photo of flowers; '최신 인기 UCC' (Latest Popular UCC) with video thumbnails; '내가 즐겨찾은 사이트' (Sites I Like); '내가 해야 하는 일!' (Things I Need to Do!) with a calendar; and '내 스케줄은?' (My Schedule?). A large 'D-10' announcement is highlighted in red, stating '두근두근 화이트데이 그녀가 내 마음을 받아들까?' (D-10: Will she accept my heart on White Day?). A speech bubble from a yellow character says '위자드닷컴의 마스코트, 자두입니다!' (The mascot of WZD.com, the peach!).

## Lesson 1

### 고객은 바쁘다

로그인 후에는 미리 정해진 행동만 한다.

## Lesson 2

### 고객은 게으르다

고객에게 복잡한 개인화설정을 하도록 할 수 없다.  
고객은 간단함을 원한다.



## *Smart Personalization*

고객이 원하는 것을 먼저 해주어라

심플한 개인화

고객이 원하는 것을 자동으로 알아서 해주는 개인화

# Daum CRM etc

**Daum 웹인사이드** BETA
Intelligent analytics system for your business & website

해킹차단  실행 | 보안접속  ON

ID저장

회원가입 | ID·비밀번호 찾기

**공지사항** 더보기 >

- 분석리포트 종류 안내
- 웹인사이드 베타 오픈!

적은 광고비로  
효과는 대박!

**Daum 클릭스** GO

**Customer WEB Analytics Service**

**웹인사이드**  
고객들이 어떻게 내 사이트를 찾아오고, 무슨 행동을 하다가 어디서 빠져 나가는지 등의 기본적인 웹사이트 분석에서부터 다양한 마케팅 효과 측정까지 모두 가능한 분석 서비스입니다.

- Free & Easy to use Service**  
어렵고 복잡했던 웹사이트 분석, 이전 누구든지 무리 없이 간단한 스크립트만 삽입하면 쇼핑몰, 블로그 등 어디든
- Marketing Support Service**  
웹인사이드를 통해 커뮤니티 운영자라면 트래픽 정량 파악할 수 있고, 광고주라면 투자 수익률(ROI)등의 검색 광고주라면 부정클릭 이슈와 앞으로 구매해

서비스 약관/정책 | 권리침해신고 | 이용약관 | 웹인사이드 고객센터

Copyright (c) Daum Communications, All rights reserved.

**Daum 한메일넷** | 
슬림해진 실루엣으로 **새변신!**

메인
주소록
RSS넷
보안넷

해킹차단  실행 | 보안접속  ON

ID저장

회원가입 | ID·비밀번호 찾기

**한메일넷, 국내최초 자동 저장 오픈!**

**자동저장 기능으로 안심하고 메일 보내세요~**

메일 쓰는 도중 소중한 메일이 날아가버려서 속상한 적 없으셨나요?  
한메일넷에서 국내최초 메일쓰기 자동저장 기능을 오픈하였습니다.  
이제 소중한 메일은 안전하게 한메일로 보내세요~

▶ 자동저장 자세히 알기

편지읽기

편지쓰기

수신확인

환경설정

**Daum**  
Innovative People

Overview
Traffic Analysis
User Analysis

**Decision Support System**

Ver 3.0

**Better**

marketing decisions



감사합니다.