



▲ 네이버 초기 판매정책 변경



▲ 모바일 애드 네트워크 광고상품 유형

고 있다. 모바일 광고는 포털의 모바일 웹광고와 어플리케이션 애드네트워크 등 두 가지 형태로 모바일 광고시장이 형성되고 있다.

이외에도 내년도 디지털 미디어는 전통적인 포털을 중심으로 한 디지털 매스미디어군을 대상으로 한 광고 외에도 신기술을 기반으로 하는 새로운 형태의 디지털 광고솔루션이 스마트폰, 스마트TV와 같은 새로운 디지털 플랫폼의 급격한 성장, 도입과 연결되면서 매우 차별화된 방식의 광고캠페인들이 전개

될 것으로 보인다. AR 증강현실 광고, 다양한 디지털 디스플레이 형태를 활용한 광고 등 신기술을 활용한 신광고집행을 통해 오프라인 소비자 접점에서 소비자의 간접체험 효과를 극대화하는 전략들이 훨씬 더 빈번하게 집행될 것이다.

결국, 기술을 아는 마케터와 알지 못하는 마케터 간의 캠페인을 설계하는 방식도 매우 차별화될 것이다. 미디어에서 단순한 제도의 변화를 뛰어넘는 매우 본질적이고 혁명적인 변화가 일어나고 있다. **KMA**



▲ 대한항공 래핑 항공기 AR캠페인 사례

- 내가 직접 조종해 보는 래핑 항공기 AR 캠페인'의 테마로 래핑 항공기를 그저 바라보는 것에서 한단계 나아가, 이를 직접 조종하고 자유롭게 움직여 볼 수 있도록 하여 재미 요소를 부여
- 실제 탑승권과 동일한 모양으로 쉽게 뜯을 수 있도록 제작한 보딩패스를 M25, 대학내일, 씨네21 등의 무간지와 주간지에서 쉽게 찾을 수 있도록 해 AR 코드를 인쇄하는 수고를 덜고, 캠페인의 참여도를 높임