



LG 전자 멤버십

광고 상품소개서

2024

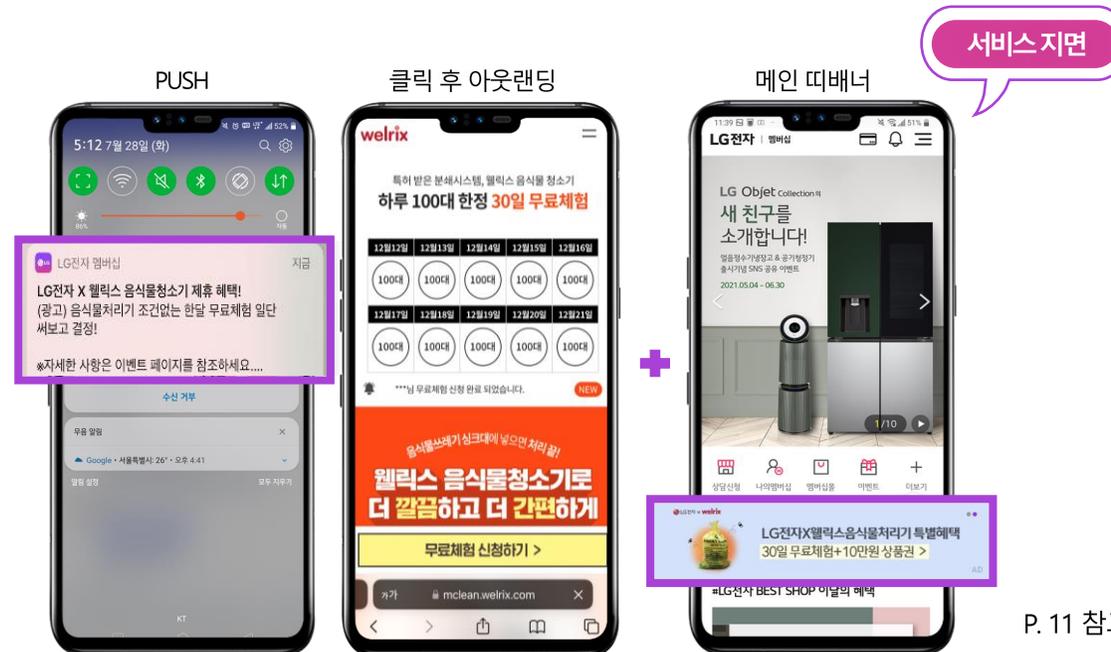
LG전자멤버십 UPDATE

2024년 LG전자멤버십 **PUSH** 상품 업데이트 안내드립니다.

◆ PUSH

*서비스 지면 추가 - 메인 띠배너

유저가 푸시 알람을 확인한 이후에도 **메인 화면에서 광고를 확인하여**
광고주 웹페이지로 재진입할 수 있도록 서비스 지면 제공 (PUSH 발송일 기준, 2일)



INDEX

01

APP소개

- LG전자 멤버십 APP 특징
- User Demographic

02

광고상품

- 지면 소개
- 상품 소개
 - (1) 메인 DA
 - (2) PUSH
 - (3) TOTAL 패키지
 - (4) 1 day 라이브 방송

03

광고활용가이드

- 캠페인 시나리오 1
- 캠페인 시나리오 2
- 캠페인 시나리오 3

04

광고집행프로세스

- 집행 프로세스
- 집행 가이드

05

소재제작가이드

- 시작 팝업 소재가이드
- 메인 띠배너 소재가이드

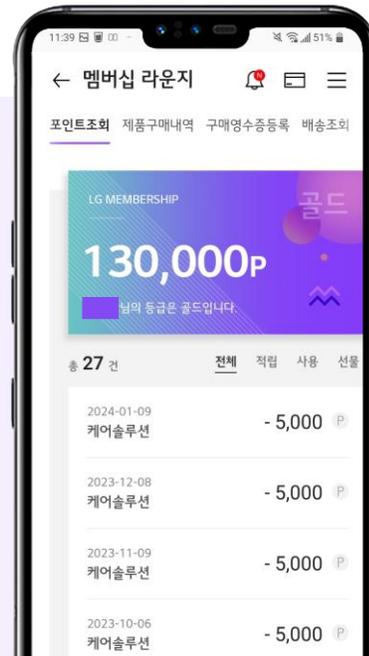
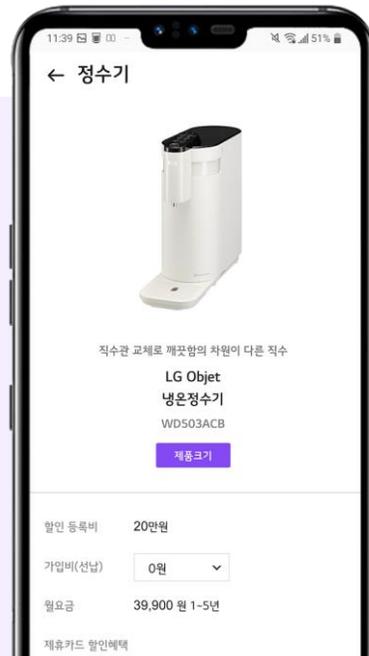
1. APP 소개

APP Information

About 'LG전자멤버십'

전국 LG전자 베스트샵 구매회원에게 제공되는 멤버십 서비스입니다.

포인트 적립, 케어 솔루션은 물론 다양한 혜택까지!
LG전자 베스트샵에서 생활가전 제품을 구매하는 회원 전용 멤버십 서비스로
고품격 라이프스타일에 맞는 제품구매, 제휴 할인, 이벤트 등을 제공합니다.



About 'LG전자멤버십'

프리미엄 라이프스타일을 위한 풍부한 혜택!

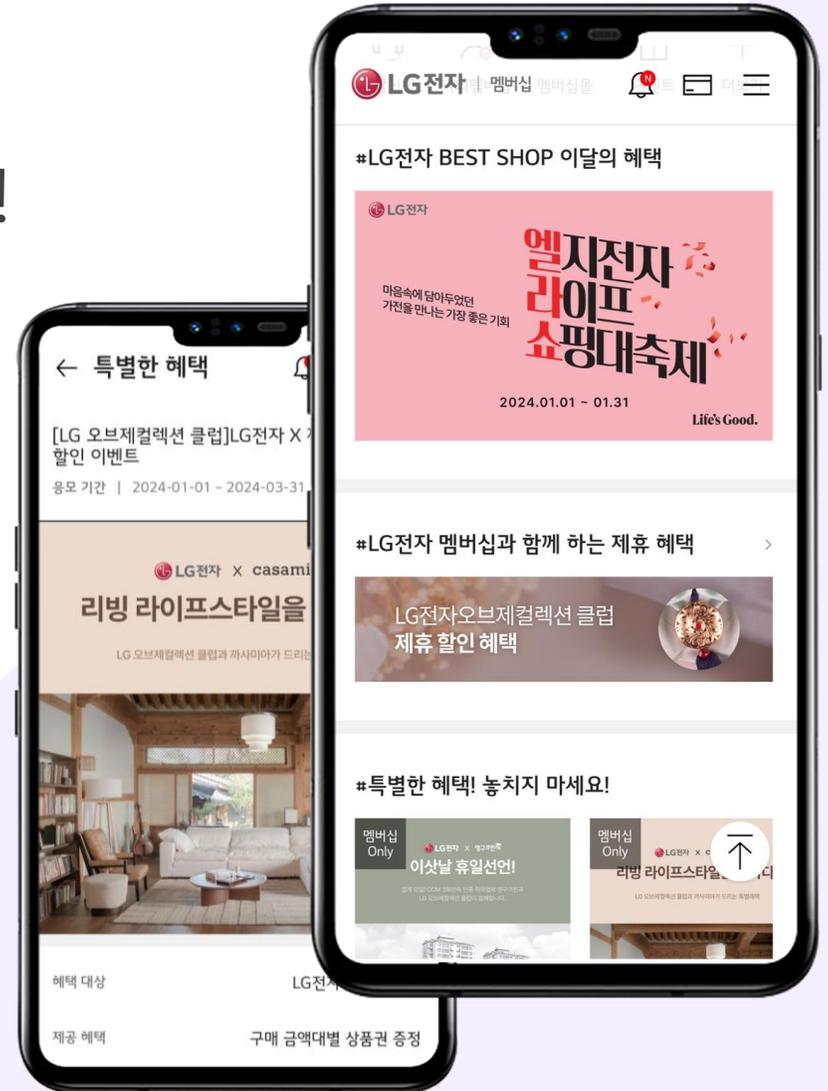
LG전자 제품의 가치를 더 편리하게 경험할 수 있도록 멤버십 고객 전용 특별 혜택 이벤트를 제공합니다.
다양한 멤버십 서비스를 확인할 수 있어 **유저 충성도 및 참여도가 높습니다.**

지속적으로 높아지는 진성유저의 가입

LG전자 베스트샵 상담 매니저의 권유로 오프라인을 통한 앱 가입율이 높은 서비스이며,
실제 구매 유저가 가입해 높은 구매력을 보입니다.

차별화된 혜택과 유저 참여형 이벤트 운영

출석체크, 100% 당첨 이벤트 등 매일 10개 이상의 내부 이벤트로
다양한 혜택을 제공하고 고객 참여를 이끌어 냅니다.

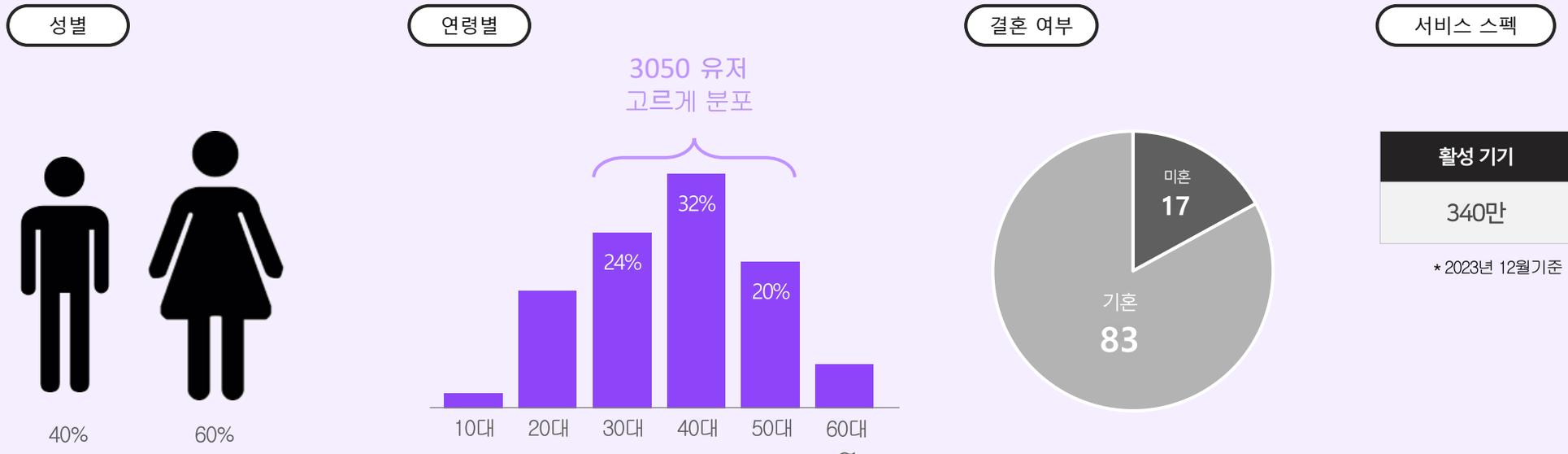


User Demographic

월 500만원 이상의 고소득자가 유저의 50%로 높은 구매력을 갖고 있습니다.

높은 구매력을 가진 유저에게 **고관여 제품 및 서비스의 브랜딩 캠페인** 집행해 보세요.

앱 사용자는 **이사, 혼수, 출산 등 일상 사이클 변화** 주기에 속해 있어 **가전제품, 생필품, 육아 용품 등 제반 업종에 관심이 높습니다.**

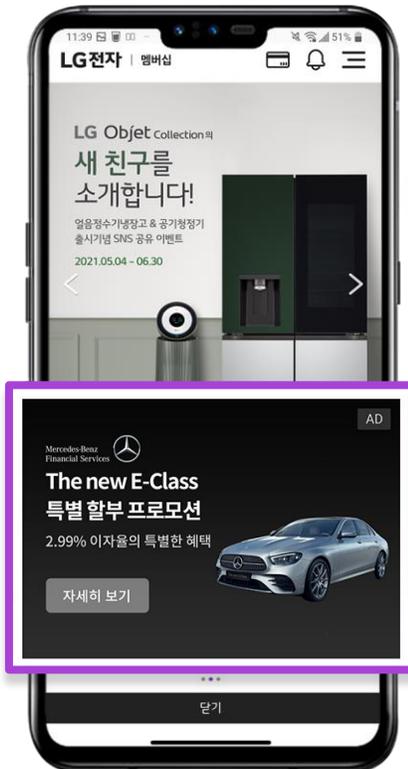


2. 광고 상품

Ad Product

광고 노출 지면

유저의 시선이 가장 먼저 닿는 곳,
주목도 높은 메인 지면에 브랜드 광고가 노출됩니다.



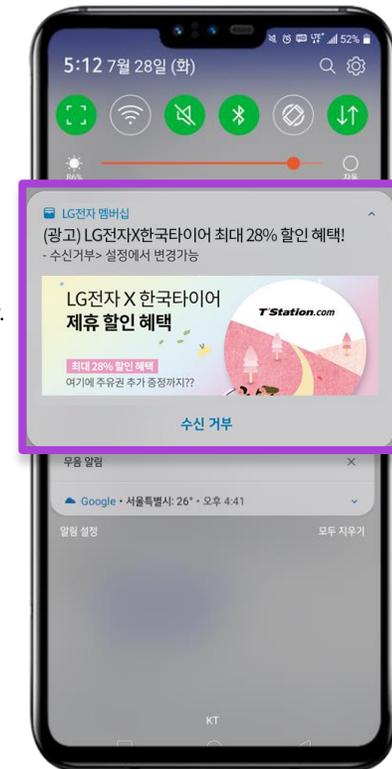
지면1 시작 팝업

앱 실행 및 홈 화면 진입 시
팝업으로 노출되는 지면입니다.



지면2 메인 띠배너

유저들의 체류시간이 가장 긴
홈 화면 하단에 상시 노출됩니다.



지면3 PUSH

휴대폰 noti패널에 푸시 알람을
노출하여 메시지를 전달할 수 있습니다.

광고 상품 소개

1. 메인 DA (시작 팝업 + 메인 띠배너)

메인 DA는 시작 팝업 + 메인 띠배너 지면으로 구성되어 있습니다.

주목도가 높아 유저 참여도가 우수하여, **회원가입 / 이벤트 참여 / 프로모션 홍보 캠페인**에 추천합니다.

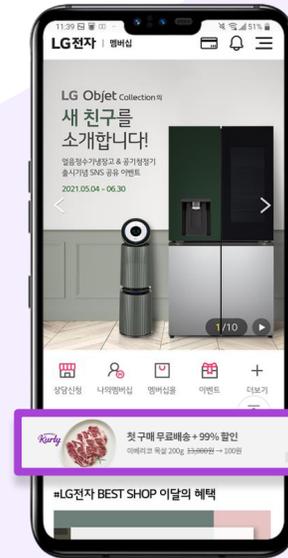
(!) 프리미엄 라이프스타일 브랜드 집행을 지향하고 있으며, 집행 전 브랜드 및 소재 검수가 진행됩니다.

※ 1주 고정가로 판매되는 CPP 상품이며 노출/ 클릭/ CTR은 예상치로 개런티 되지 않습니다.

시작 팝업



메인 띠배너



상품	집행 기간	최소집행금액 (VAT 별도)	예상 노출	예상 클릭	예상 CTR	비고
메인 DA (시작 팝업 + 메인 띠배너)	1주	300만원	1,000,000	6,000	0.60%	슬롯 위치 랜덤 노출 (1~4번)

* 타겟팅 불가 / 월요일로 시작일 고정 운영 (월~일, 1주)

* 지면 별 단독 집행 불가하며 2개 지면 모두 아웃랜딩 가능

광고 상품 소개

2. PUSH

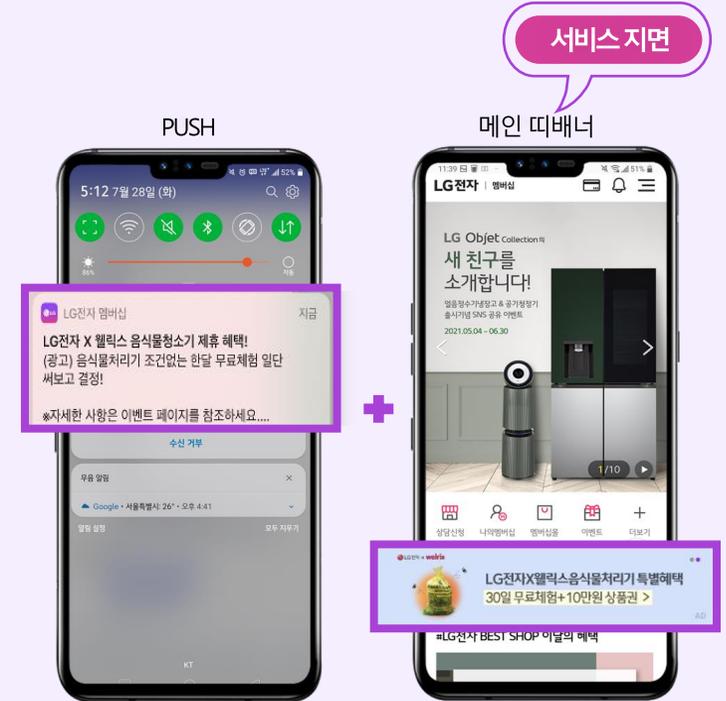
공시단가 건당 20원이며, 최소집행금액은 300만원 입니다. (논타겟팅 기준, 발송 최대 모수 약 270만명)
 PUSH 발송일 기준 2일 동안 메인 띠배너 지면에 노출 서비스 제공합니다.

상품	집행 기간	최소집행금액 (VAT 별도)	발송 대상 모수 (논타겟 기준)	예상 오픈율	비고
PUSH	1회	300만원	15만 명	2.5%	논타겟팅 기준

(!) 아웃랜딩 가능, 타겟팅 옵션별 단가 및 발송모수 상이

타겟팅 옵션		단가	상세 항목
일반 타겟팅	성별	30원	남, 여
	연령		5세 단위
	지역		거주지 기반, 구/동 단위
관심사 타겟팅	인테리어	50원	오브제컬렉션 라인 구매 고객
	생활 편의성 /트렌드		식기세척기, 건조기, 스타일러 구매 고객
	헬스/뷰티		정수기, 공기청정기, 안마의자, 뷰티제품 (프라엘 등) 구매 고객
	IT 기기		노트북, 컴퓨터, 모니터, 스마트폰 구매 고객
고소득 타겟팅	백화점 구매	50원	전국 백화점 입점 LG 베스트샵 내 결제이력 고객
	고액 결제	100원	1,000만원 이상 가전 결제 고객

* 타겟팅 옵션은 광고 목적에 따라 다양하게 교차 선택 가능
 (교차 타겟팅 예시) 생활 편의성 / 트렌드 관심' 모수 중 '여성' 유저 : 건당 50원 (높은 기준가 적용)



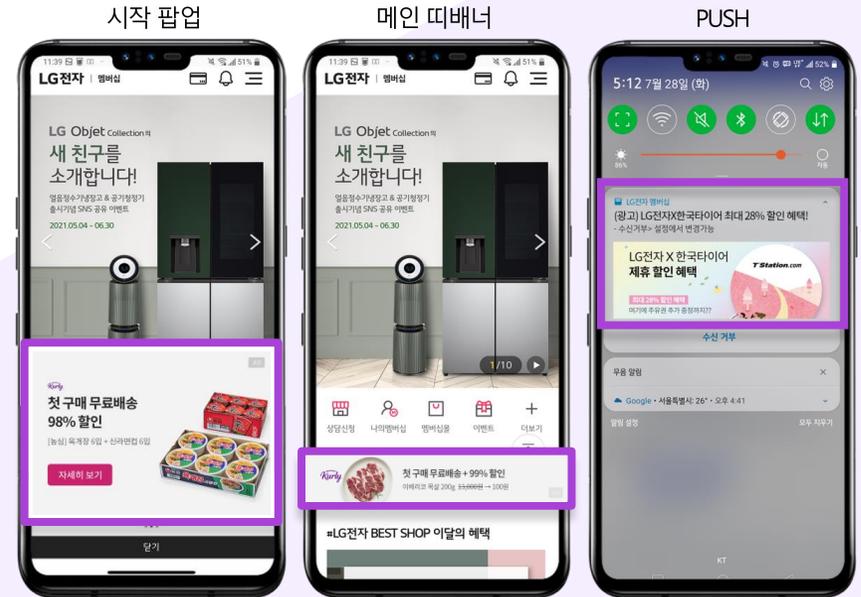
광고 상품 소개

3. TOTAL 패키지 (메인 DA + PUSH)

메인DA와 PUSH를 모두 활용하여 유저 참여도를 극대화할 수 있습니다.
패키지 진행 시 아래와 같은 서비스를 제공합니다.

제공 혜택

PUSH 집행 단가 **50% 할인** (논타겟 기준 건당 20원 → 10원)



상품	상품 구성	집행 기간	공시단가 (VAT 별도)	예상 노출 / 발송수 (논타겟 기준)	예상 클릭수	예상 CTR/ 오픈율	패키지 제안가 (VAT별도)
TOTAL 패키지	메인 DA	1주	300만원	100만	6,000	0.6%	600만원 (!)300만원 세이프 효과!
	PUSH	1회	600만원	30만	7,500	2.5%	

→ 단가 50% 할인, 300만원

* 구성 상품의 상세 내용은 9, 10 페이지 참고

광고 상품 소개

4. 1 day 라이브 방송 (메인 DA: 시작 팝업 + 메인 띠배너)

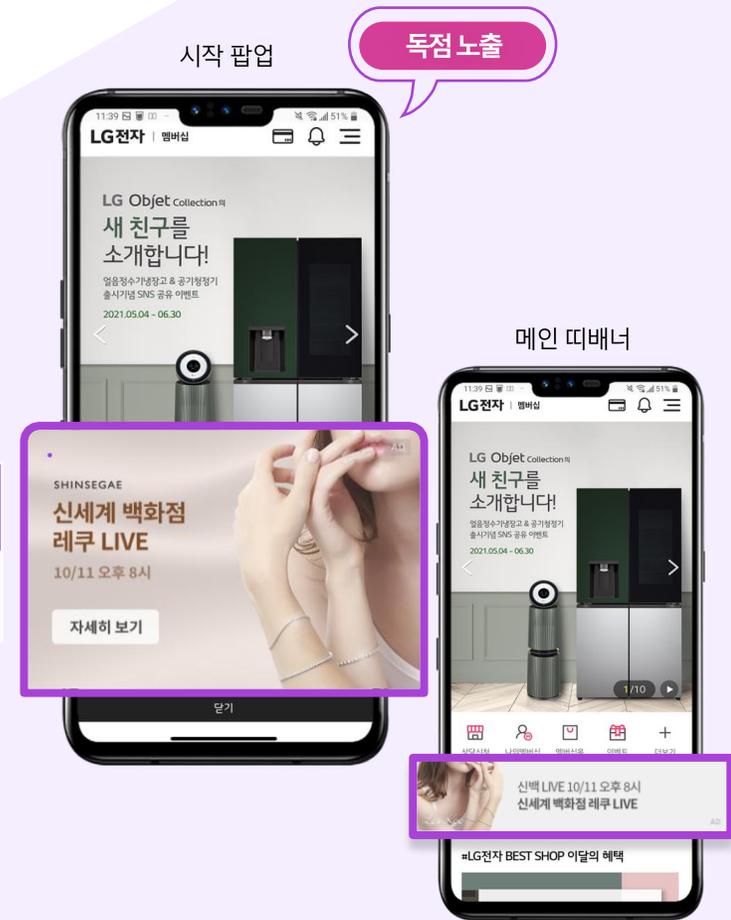
주목도 높은 시작 팝업과 메인 띠배너 지면에 24시간 라이브 되는 상품으로 이벤트 참여에 활발한 LG전자멤버십 유저의 특성을 토대로 만들어졌습니다.

라이브 커머스 캠페인 외 타임딜, 1day 기획전 같은 단발성 캠페인에 적합하며 트래픽이 집중될 수 있도록 시작 팝업 독점 노출됩니다.

상품	집행 기간	최소집행금액 (VAT 별도)	예상 노출	예상 클릭	예상 CTR	비고
1day 라이브 방송 (시작 팝업 + 메인 띠배너)	1일	100만원	200,000	1,600	0.80%	시작 팝업 독점

* 1일 CPP 상품으로, 노출/ 클릭수는 개런티 불가

* 타겟팅/ 시간대 지정 불가



3. 광고 활용 가이드

Ad Reference

광고 활용 가이드

캠페인 시나리오

① 수요 시즌에 맞춰 광고 물량 집중

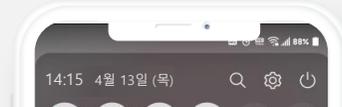
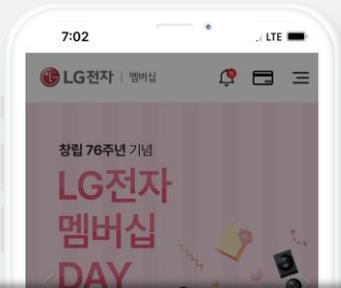
상품의 수요가 집중되는 시즌에 맞춰 LG전자멤버십 TOTAL 패키지 광고를 집행하여 우수한 유입 성과를 확보했습니다.



계절 가전 A사

메인DA | CTR 0.57%

PUSH | 오픈률 5.76%



광고 상품 1 TOTAL 패키지 상품 (메인DA+PUSH)

광고주 2 공기청정기 렌탈

캠페인 설계 3 날씨/기후에 따라 수요가 집중되는 계절가전 상품의 특성을 이용해 황사, 미세먼지가 나빠지는 4월에 <메인DA+PUSH> 패키지 진행

광고 전략 4

- 가전/가구에 관심이 높은 앱유저 특성을 살려 PUSH **논타겟팅**으로 설정
- PUSH 상품 단가 할인 혜택을 활용해 PUSH **발송량 최대화**
- 메인DA 라이브 중 PUSH 발송하여 **캠페인 리마인드 효과**

광고 활용 가이드

캠페인 시나리오

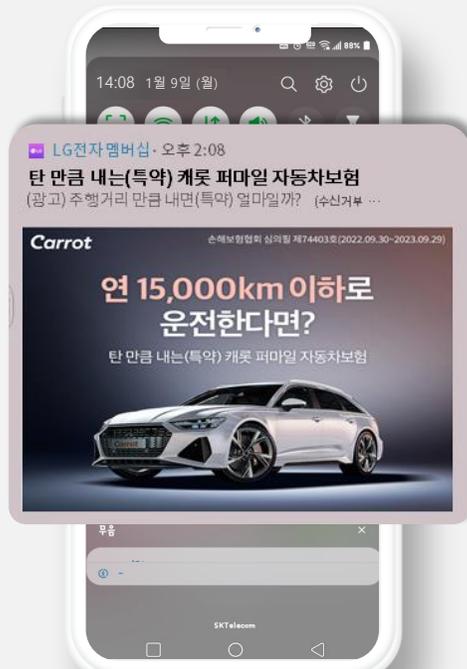
② PUSH 타겟팅 구체화

보험 업종의 경우, 정확한 데모 타겟팅 설정 만으로도 높은 유입 효율을 기대할 수 있습니다.



자동차 보험 B사

PUSH | 오픈률 2.96%



광고 상품

1

PUSH

광고주

2

자동차보험

캠페인 설계

3

보험료 조회, 상담 신청 등 DB확보가 핵심 KPI인 보험 광고주 특성을 고려하여 주요 유저를 PUSH 타겟으로 설정하고 오픈률과 UV를 확보하는 것을 캠페인 목표로 설정

광고 전략

4

- 기혼자 80% 이상, 3050 유저 75%로 구성된 LG전자멤버십 주요 유저와 자동차보험 광고의 매체 핏이 적합할 것으로 판단
- 여성 유저의 비중이 소폭 높은 매체인 점 고려해 핵심 타겟(남성 35~55세) 설정하여 PUSH 발송
- 동종업종 논타겟 PUSH 대비 오픈률 1.5~2%p 우수한 캠페인 결과 도출

광고 활용 가이드

캠페인 시나리오

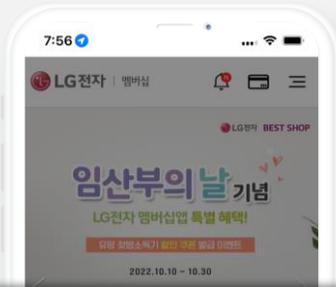
③ 1 day 기획전 유입 최대화

라이브커머스, 타임딜 등 하루만 진행되는 특별 기획전에 구매력이 높은 LG전자멤버십 고객을 유입할 수 있습니다.

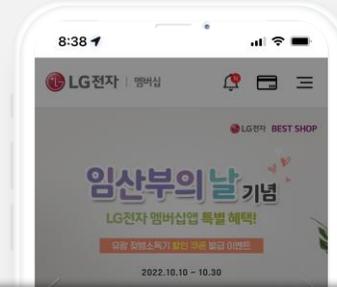


커머스 C사

메인DA | CTR 0.77%



메인DA | CTR 0.71%



광고 상품 1 1 day 라이브 방송 상품 (*1일 100만원 / 노출수 20만)

광고주 2 커머스사 라이브 방송

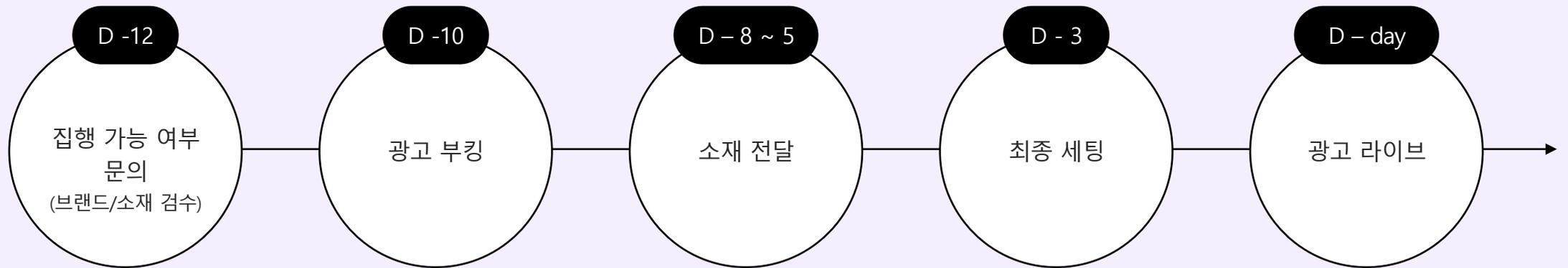
캠페인 설계 3 단 시간에 다수의 유입볼륨 확보가 필요한 라이브방송을 고려하여 1day 메인DA 독점 노출 진행

광고 전략 4

- 해당 상품 시작팝업 지면에 단독 노출 혜택으로 유입 볼륨 이점 활용
- 3050 여성층이 앱 주요 유저인 점 고려하여 여성향 제품을 소재로 선정
- 메인DA 평균 CTR 대비 0.2%p 우수한 캠페인 결과 도출

4. 광고 집행 프로세스 Process & Guide

집행 프로세스



광고 집행 가이드

운영 정책 및 소재 교체 가이드

광고대행수수료는 총 광고비의 15% (VAT별도)

동일 기간 내 한 광고주 / 한 구좌로 집행 가능
1주 기준으로 소재 교체는 최대 2회까지 가능하며, 영업시간 16:00 내 접수 건에 한함
(단, 주말 및 공휴일 소재 교체 불가)

부킹 후 시작일 기준 D-6 취소 시 광고비의 20% 위약금 부과
매체 결함 사유 제외 중간 정산 불가

광고 최초 등록/ 소재 수정 시 심사가 진행되며, 라이브 기간 중에도 수시로 모니터링이 진행됩니다.
모니터링 결과 저품질 광고로 판단될 경우 내부 정책에 따라 광고가 중지될 수 있습니다.

집행 불가 업종

LG전자 제품의 경쟁사는 진행이 어렵습니다.

병의원, 의료기기/ 건강보조기구, 담배, 사금융, 성인, 사행성, 주류 카테고리 집행 불가합니다.
이외에도 광고주 업종 제한이 있을 수 있습니다. 자세한 내용은 문의 주시기 바랍니다.

업종별 심의 가이드라인

아래에 명시된 업종의 경우 광고 집행 전 관련 법에 따라 사전심의를 받아야 합니다.
심의를 받은 경우 심의필 번호 및 심의를 받은 사실을 광고 소재에 표기해야 합니다.
(* 광고 소재 : 이미지, 문구, 연결화면 등)

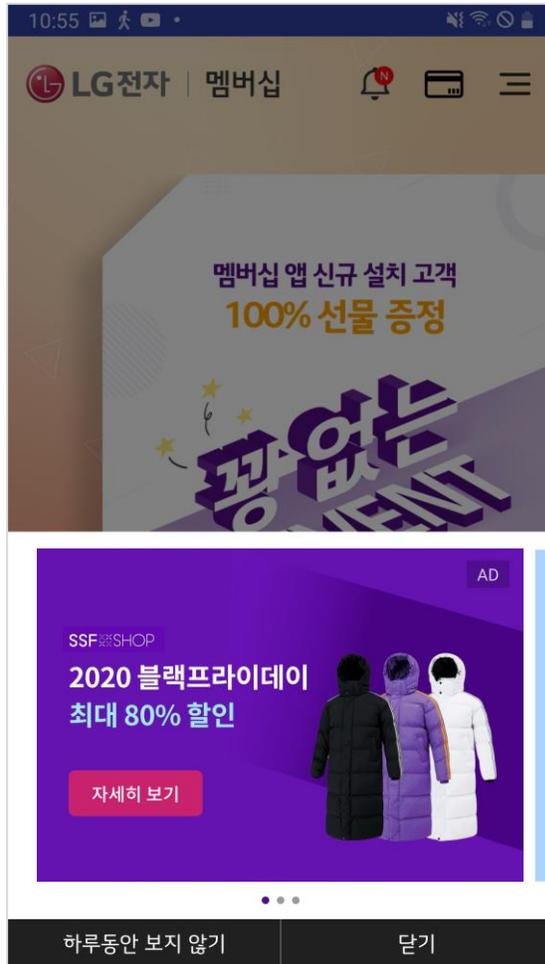
- 의약품 및 의약외품 : 의약품광고사전심의위원회, 한국제약바이오협회
- 건강기능식품 : 한국건강기능식품협회

+) 관련 정부 및 유관부서의 시정 명령이 전달된 경우, 집행 기간 중이더라도 광고가 중단될 수 있습니다.

5. 소재 제작가이드

Design Guide

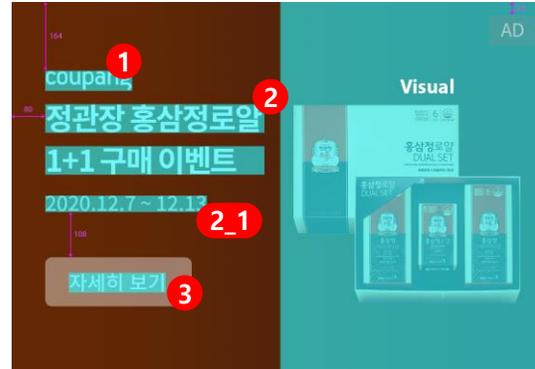
메인DA 광고 <시작 팝업> 소재 가이드



*소재 용량: 50kb 이하

*AD size: 640 x 440

① text + button



1) 브랜드 로고

- Height값 80px 이내
- 소재 텍스트와 왼쪽 정렬로 배치

2) 제목 텍스트

- 설명 텍스트 있을 경우, 최대 2줄 (공백 포함 22자 내외)
- 설명 텍스트 없을 경우, 최대 3줄 (공백 포함 30자 내외)
- font style: Noto sans cjk, 9pt, Regular 이상
- font color: 2가지 색상 이내 사용

2_1) 설명 텍스트

- 이벤트 기간, 심의 번호 등의 필수 기재 정보, 이벤트 상세 설명 등 최대 2줄 이내로 작성 (공백 포함 30자 내외)
- font style: Noto sans cjk, 6pt, Regular
- font color: #000000 or #ffffff / 투명도 70~80%

② text only



3) CTA 버튼

배경 색 고려하여 투명도 있는 white 또는 pink 색상만 사용

- 버튼 텍스트:
- font style: Noto sans cjk, 6pt, medium
- font color: #ffffff
- Button background color
: white - #ffffff / 투명도 40% 이상, pink - #c9236d / 투명도 100%

4) 배경 색상

- 채도 30% 이상

5) 이미지

- 가이드 영역 벗어날 경우 텍스트 가독성 해치지 않도록 주의

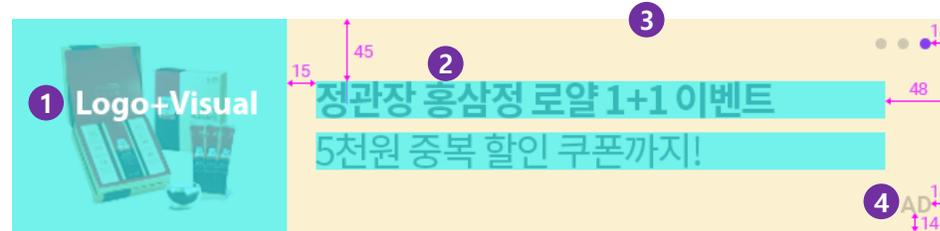
6) AD 마크

- AD 마크 영역 고정, 배경 색상에 따라 그레이 투명도 조절

메인DA 광고 <메인 띠배너> 소재 가이드

*소재 용량: 50kb 이하

*AD size: 680 x 154



1) 로고+비주얼 이미지

공통(로고+비주얼)

- 가이드 영역 내 배치
- 배경색 제거 이미지 권장
- 배경과 뚜렷하게 구별되는 이미지 사용
- 복잡한 패턴 이미지 사용 불가

로고

- Height값 최소 20px 이상, 이미지 고려하여 크기 조정
- 비주얼 이미지 영역 침범하지 않도록 주의
- 생략 가능

2) 텍스트

- 텍스트 시작 위치 수정 불가
- 이벤트 상세 설명 최대 2줄 이내로 작성 (공백 포함 45자 내외)
- font style: Noto sans cjk, 28pt, Regular/Bold
* 광고 심의필/기간 등의 보조 정보 - Noto sans cjk, 14pt, Regular
- font color: #000000 / 투명도 70%
- point color: 가격, 할인을 등 중요 내용에 한해 포인트 컬러 1가지 사용 가능

3) 배경 색상

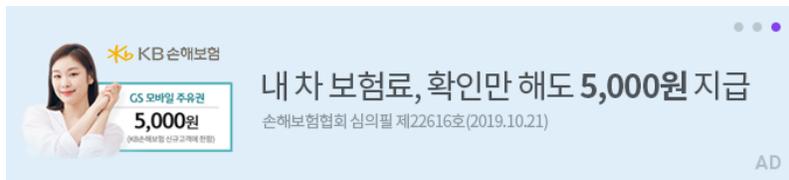
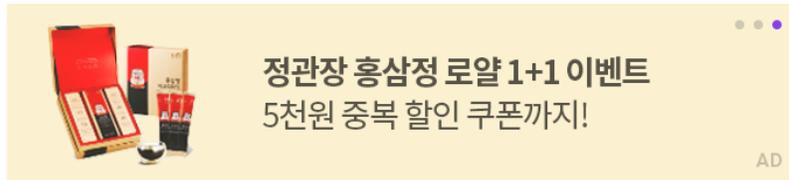
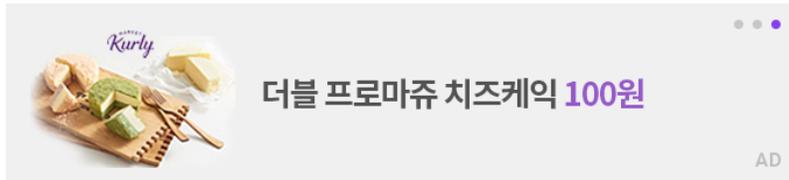
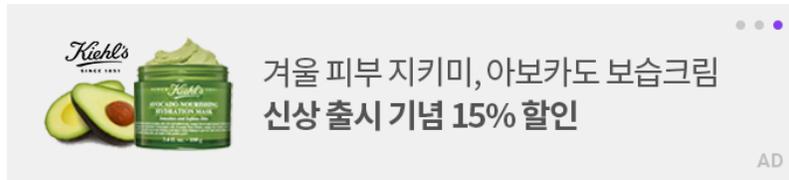
- 저채도 색상 사용 (채도 15% 이하)
- white(#FFFFFF), 인디케이터 색상(#833fed) 사용 불가

4) AD 마크

- Color: #000000 / 투명도 80% (배경색에 따라 투명도 20% 내외 조절 가능)
- AD 마크 영역, 폰트 스타일 수정 불가

메인 띠배너 소재 가이드 _ 배너 예시

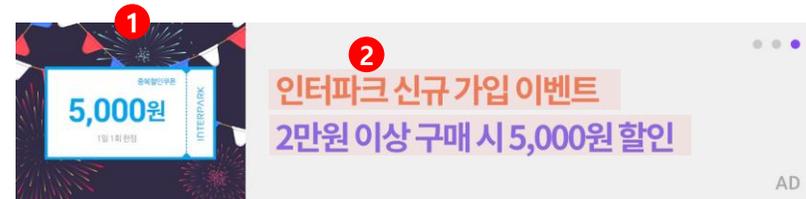
✓ Good Case



! Bad Case



① 배경색과 비슷하여 눈에 띄지 않는 이미지



① 복잡한 패턴의 이미지

② 포인트 컬러 2가지 이상 적용

Thank you!

NHN AD 미디어솔루션팀
mediasolution@nhn.com

경기도 성남시 분당구 대왕판교로 645번길 16 NHN 플레이뮤지엄
NHN Play Museum, 16, Daewangpangyo-ro 645beon-gil, Bundang-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do