



REVIEWPLACE

리뷰플레이스 상품제안서

www.reviewplace.co.kr



2021

SHOPPING.

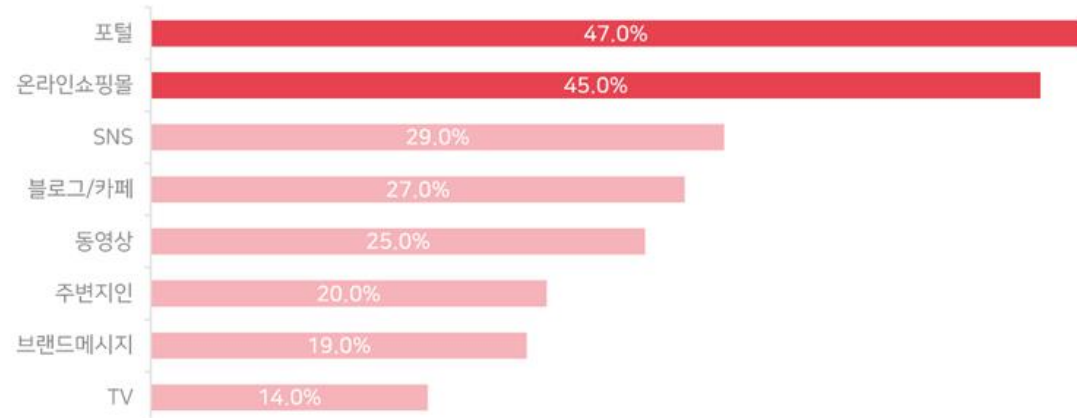
고객들은 어떤 정보를 보고 제품을 구매하는 걸까요?
제품을 알리려면 먼저 소비자가 어디에서 제품을
검색하는지 알아야 합니다

제품 정보 획득 경로

메조미디어에서 서울, 5대 광역시 기준
만 14-49세 남녀, 총 345명을 대상으로 조사한
설문 내용에 따르면,
2명 중에 1명은 **포털과 온라인 쇼핑몰**에서
제품 정보를 획득한다고 답했습니다.

20/30 대의 경우 **SNS**에서도
많은 정보를 얻는 것으로 나타났습니다.

제품 정보 획득 경로



인플루언서 마케팅? 인지도와 구매 전환까지!

마케팅으로 소비자가
반응해서 **검색과 구매까지
연결되어야** 합니다.

구매 영향 및 광고 반응

구매 영향 및 행동 유발에 영향을 주는 광고의 경우
성별에 따라 다소 차이가 있으나

여성의 경우 가장 기억에 남는 광고로

동영상 광고, **인플루언서 광고**, SNS 광고를 꼽았으며
광고를 본 뒤 정보를 검색한 경험을 묻는 질문 역시
인플루언서 광고, 동영상 광고, SNS 광고 순으로
해당 광고 유형이 **소비자 행동 유발**에 영향을 준 것으로
분석되었습니다.

유통 업종 주 이용 정보/콘텐츠

구입 배송 후기

프로모션

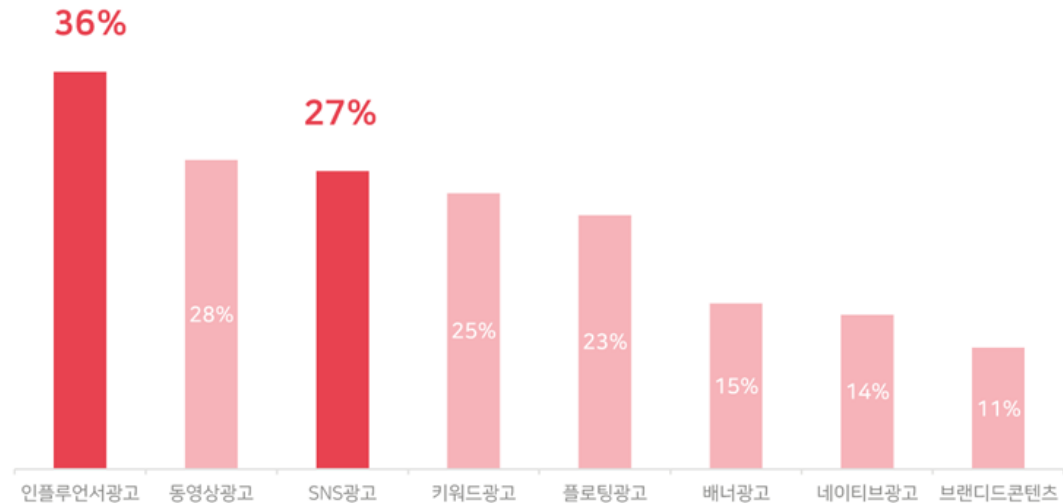
생활 활용 정보

제품 딜 정보

제품 브랜드

이벤트

광고 구매 영향



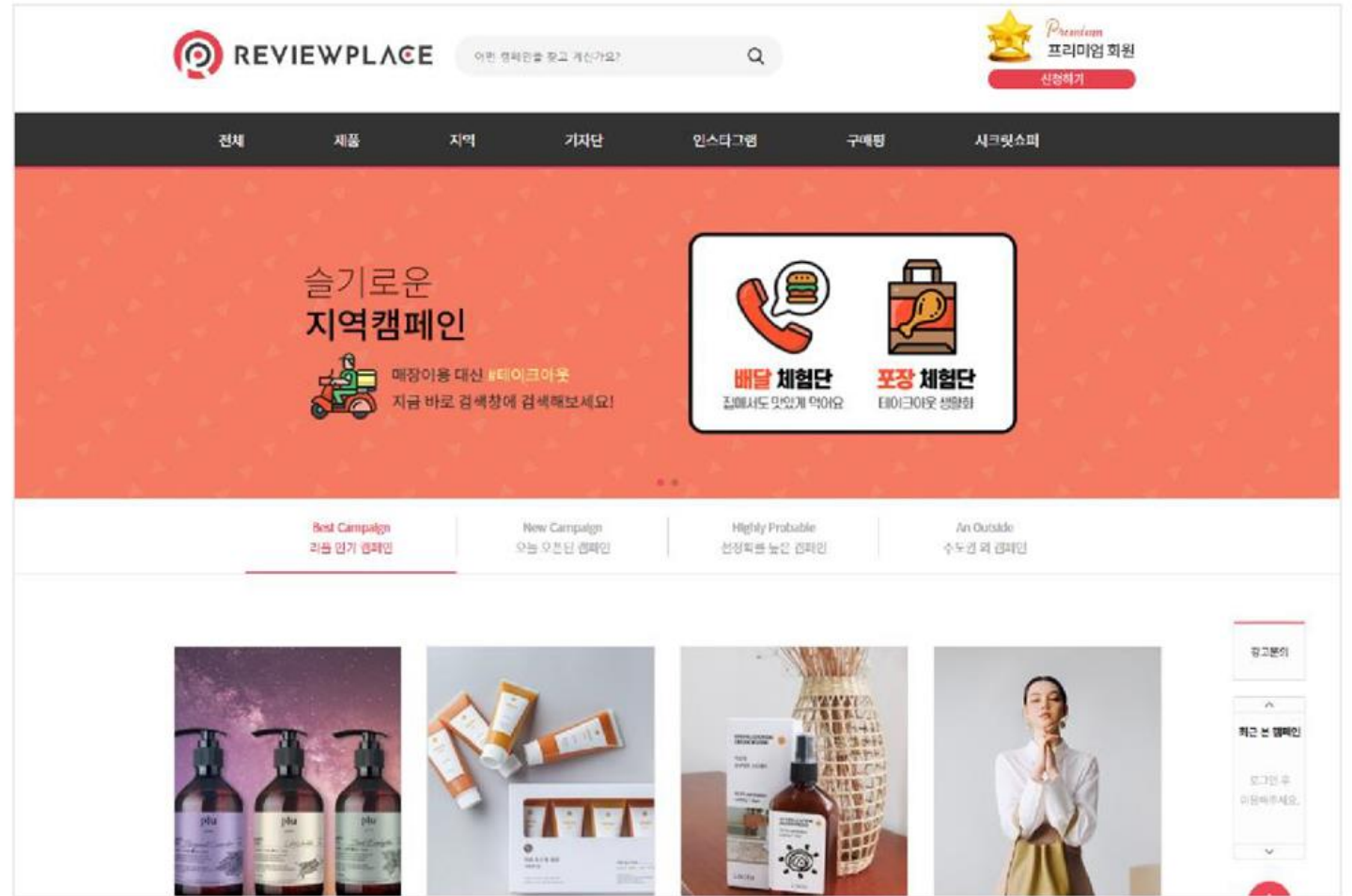
● **소비자가 찾는 정보 및 콘텐츠 노출이 필요합니다** ●

리뷰플레이스
블로그체험단
No.1 에서
인플루언서
마케팅까지

#블로그/인스타그램

#포털검색노출

#구매평후기



다양한 캠페인 운영 경험을 바탕으로 효과적인 마케팅을 제안합니다.

01

인플루언서
52만+

02

캠페인
37만+

03

콘텐츠
260만+

리뷰플레이스는 광고주와 함께 성장해왔습니다.



'좋은 경험을 가진 고객들은 다시 찾아온다'

브랜드 인지도와 매출 고민, 수많은 고객과 함께하며 알게 된 답답함. '리뷰플레이스'를 통해 함께 고민해온 지난 8년간 고객사와 함께 소통하며 해답을 찾았습니다. 그 결과 다양한 콘텐츠로 고객사의 상품 및 서비스를 알리고, 콘텐츠를 통해 브랜드 인지도 제고 및 매출을 증가시키기 위한 노력으로 여기까지 올 수 있었습니다.



1:1 전문 마케터 배정



인플루언서 선정 빅데이터를 바탕으로 꼼꼼하게 선정합니다.

등급	닉네임/아이디	성별	연령	지역	카테고리 적합성	방문자 수	PV	활동이력			MD 평가
								진행	취소	블랙리스트	
프리미엄	제시카/ab001	♀	36	서울	적합	12,214	11,094	2	0	0	사진 퀄리티 우수
블랙	먹깨비/Odksk	♂	34	경기		708	884	4	1	6	포스팅 길이 짧음, 제품설명사진 위주
	오드리/dkqi29	♀	30	경기	적합	10,827	10,057	1	0	0	좋아요, 댓글 활성화 높음
	데이지/dayswl89	♀	27	경기	적합	1,101	1,086	0	1	0	
	귀욤/naver_9sdkj	♀	32	경기		866	453	2	0	1	카테고리 전문성 약함

자동화 수치와
캠페인 운영 노하우를
 바탕으로 작성된 MD
평가까지

블로그를 평가할 때 기본이 되는 방문자 수치는 물론, **연령 및 성별 정보와 플랫폼 활동 이력**을 바탕으로 작성된 MD 평가까지 반영합니다. 수치는 기술적인 부분으로 다양한 플랫폼에서도 제공하고 있지만, 작성 콘텐츠 퀄리티에 대한 정성적인 평가는 결코 AI가 대체할 수 없는 영역이기에, 참여한 이력을 바탕으로 전문 MD가 작성한 평가가 '인플루언서 선정' 때 반영됩니다. (일 방문자 수의 평균 수치, 활동 이력에 문제가 있는 회원의 경우 '블랙리스트' 관리, 포스팅 평균 노출 수치 분석값 등)

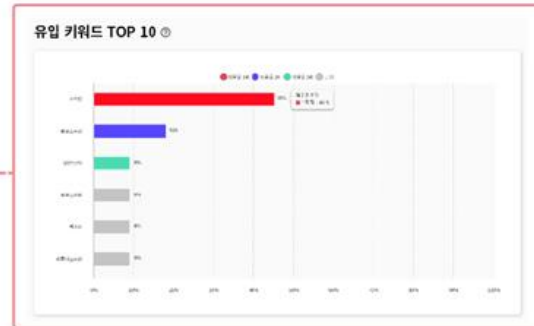
캠페인 결과를 한눈에 마케팅에 필요한 정보만 담은 결과보고서



■ 일일 콘텐츠 조회 수

콘텐츠 일별 조회 수를 제공합니다.
PC / MO 구분하여 제공되며 모바일의 경우 PC 조회 수 바탕으로 자동화 로직에 의해 예측된 수치로 제공됩니다.

등록된 콘텐츠의 조회가 발생한 날부터 30일까지 데이터를 확인할 수 있으며, 정확한 효율 측정을 위해서 마케팅 활용에 유의미한 기간의 데이터만 제공합니다.



■ 유입 키워드 TOP 10

선정된 인플루언서가 제품 및 서비스 체험 후 등록된 콘텐츠를 포털(네이버) 이용자가 검색하여 조회했을 때, 어떤 키워드로 콘텐츠에 유입되었는지 분석하여 제공합니다. (네이버 검색 기준)

캠페인별 1~10위까지 유입 키워드 및 각 키워드의 유입률을 그래프 형태로 파악할 수 있습니다.



■ 키워드 모니터링

네이버 VIEW 탭 기준 핵심 키워드별 상위 노출 현황을 그래프로 제공합니다. (1~20위까지)

가독성 있는 그래프 형태로 일자 별 순위 및 누적 랭킹을 한눈에 파악할 수 있습니다.

인플루언서 관리 및 광고책임제 광고 집행 신뢰를 높이는 시스템

미등록 콘텐츠 발생시 콘텐츠 등록 및 관리 시스템 시행

미등록 콘텐츠?

미등록 콘텐츠는 발생하지 않는 것이 최선입니다.

미등록 콘텐츠가 발생한 경우

운영팀의 관리하에 최대한 등록할 수 있게 조치하며

2020년 기준, 월별 미등록 콘텐츠 등록은

평균 98% 이상 이루어지고 있습니다.



2020 미등록 해제

미등록 관리 시스템

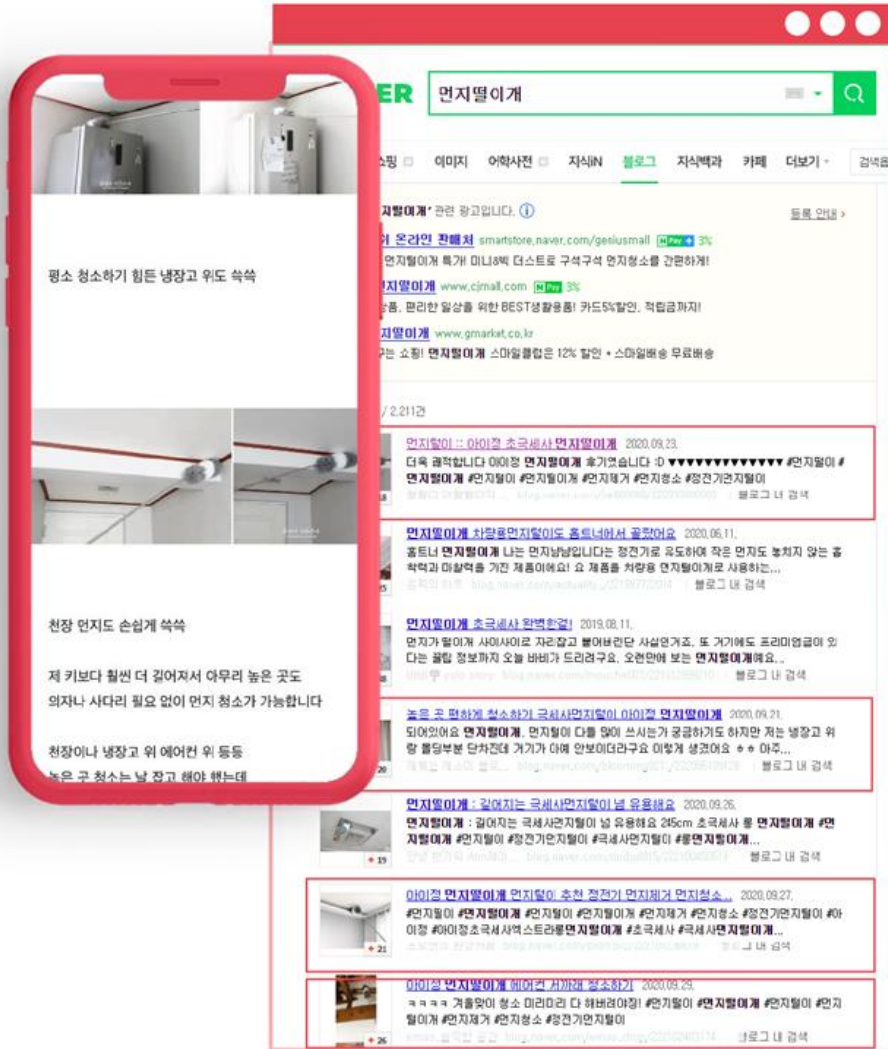
사이트 이용제한

별도 페널티 부여

내용 증명 발송

광고책임제 시행

캠페인 진행 시 모집 인원내 미달이 발생할 경우 추가로 캠페인을 진행할 수 있습니다.



체험단

블로그 Blog 체험 후 작성하는 콘텐츠

제공된 상품 / 서비스를 인플루언서가 직접 체험 후 마케팅 맞춤 콘텐츠를 생성하여 노출하는 캠페인

“제품은 좋은데 판매가 어렵네요.”, “상품명을 검색했을 때 실 사용기나 후기가 보이면 참 좋는데..”

네이버 UGC검색 (VIEW/리뷰/블로그/포스트/카페) 노출 기준 검색 알고리즘이 갈수록 고도화되고 정교해지며 이제 단순 홍보성 포스팅 방식은 검색 영역에서 자리를 잃어가고 있습니다.

C-Rank, D.I.A.+ , 유사문서 판독 시스템 등 다양한 알고리즘에서도 좋은 콘텐츠로 인식되어 마케팅에 필요한 정보가 노출될 수 있도록 블로그 콘텐츠도 진화되고 발전되어야 합니다.

실사용기나 체험 후기와 같이 소비자들이 찾는 정보 및 전문성 있는 콘텐츠로 원하는 마케팅 정보가 검색 시 잘 노출될 수 있도록 진행할 수 있게 제안해 드립니다. (신제품 홍보, 프로모션, 앱 론칭 등)

Tip 다양한 알고리즘을 고려하여 어떤 콘텐츠 진행할지, 어떤 키워드를 메인으로 설정할지 결정하는 것이 중요합니다.

블로그 Blog 캠페인 진행 사례입니다

업종별 추가 사례가 필요하신 분은 마케터에게 문의해주세요



보국전자



JMW



메디힐



스위스밀리터리



비치노아



아베크



홍베이팡



bhc



체험단

인스타그램 Instagram #비주얼 콘텐츠

사진/영상 등 비주얼 콘텐츠를
인스타그램 인플루언서를 활용하여 확산하는 상품

“해시태그로 검색했을 때 예쁜 사진이 보이면 좋을 것 같아요”, “인스타 계정이 있는데 후기로 태그를 원해요!”

국내 소셜 미디어 이용자 수는 3,550만 명, 인스타그램은 MAU 10억 명 달성으로 상품 홍보에 있어 중요한 정보를 제공함과 동시에 소셜 미디어 플랫폼 중에서도 쇼퍼블 콘텐츠 중심으로 콘텐츠를 넘어 온라인 판매 채널로 확대되고 있습니다.

인스타그램 장점인 ‘해시태그’와 사진을 적극적으로 활용한 콘텐츠로 상품 홍보는 물론 직접 운영하시는 광고주 계정 태그는 물론, 판매페이지로의 연결까지 이루어질 수 있는 핵심 홍보 채널입니다.

Tip 적절한 해시태그 활용 및 시즈널 이슈를 잘 활용한 캠페인 진행이 중요합니다.

인스타그램 Instagram 캠페인 진행 사례입니다

업종별 추가 사례가 필요하신 분은 마케터에게 문의해주세요



엠스코르



제노브



로얄워터



그레놀라하우스



각방



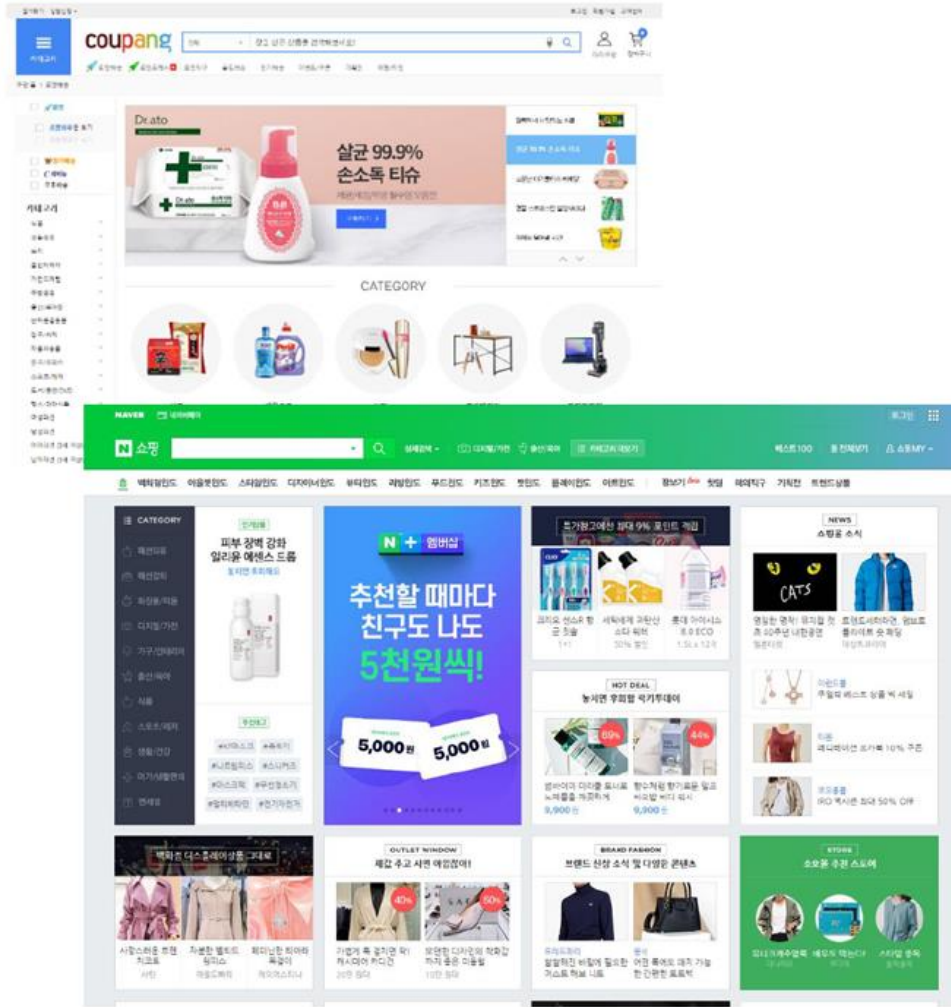
연천미라클타운



카페와안



덕화명란



체험단

구매평 Shopping Review 구매후기, 구매평, 리뷰

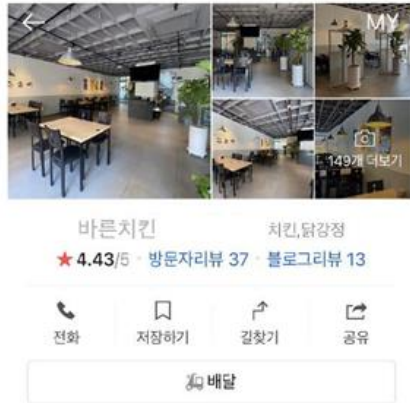
스토어팜, 자사몰 등 인플루언서가 직접 상품을 구매하고 상품 후기 영역에 리뷰를 노출하는 상품

“신제품이라 아직 상품 후기 영역에 후기가 없어요.”, “상세한 사진과 직접 체험한 성의 있게 작성된 후기를 상품 후기에 노출하고 싶어요.”

2020년 소비자 대상 설문조사 결과, 전 업종 평균 소비자 67.6%는 상품 구매과정을 공유하며 구체적으로 온라인 쇼핑물을 통한 리뷰/후기 작성으로 자신의 소비 과정의 경험을 공유하는 것으로 답했습니다.

뉴 노멀(New normal)시대, 언택트 환경에서 온라인 쇼핑 구매가 늘어난 지금 상품 구매 전 실 사용자 위주의 직접 체험한 상품 후기를 노출하는 것만큼 구매 유도에 효과적인 방법이 있을까요? 소셜 커머스 중 단연 구매 양이 많은 쿠팡, 네이버 검색 노출 및 N페이 등 간편결제 편의성으로 높은 비중을 차지하는 스마트 스토어까지, 상담하고 결정하세요

Tip 1회성이 아닌, 디지털 커뮤니케이션 채널로 재구매 및 신규 구매를 위한 '구매 후 경험 관리'로 지속적인 투자가 핵심입니다.



체험단

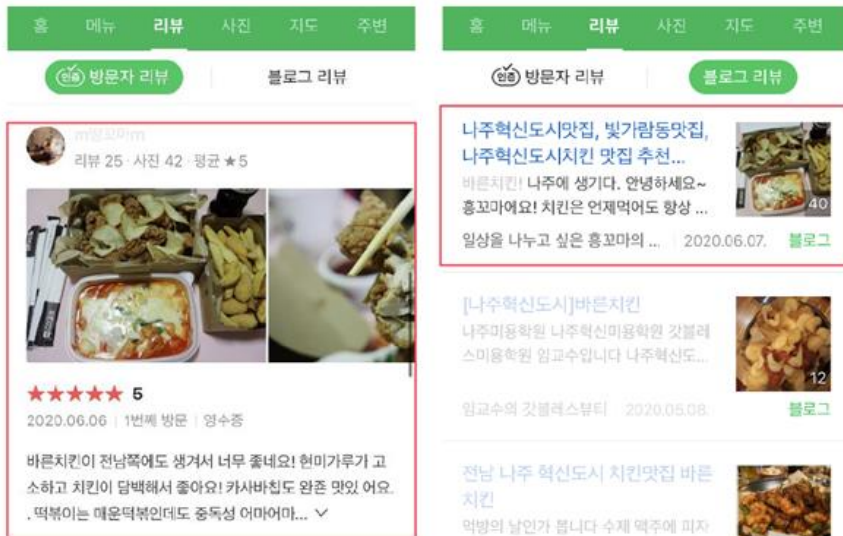
시크릿쇼퍼 Secret Shopper 방문자 + 블로그 리뷰 결합

방문 고객은 물론 배달 주문 고객까지,
스마트플레이스 관리의 중요성 직접 느껴보세요.

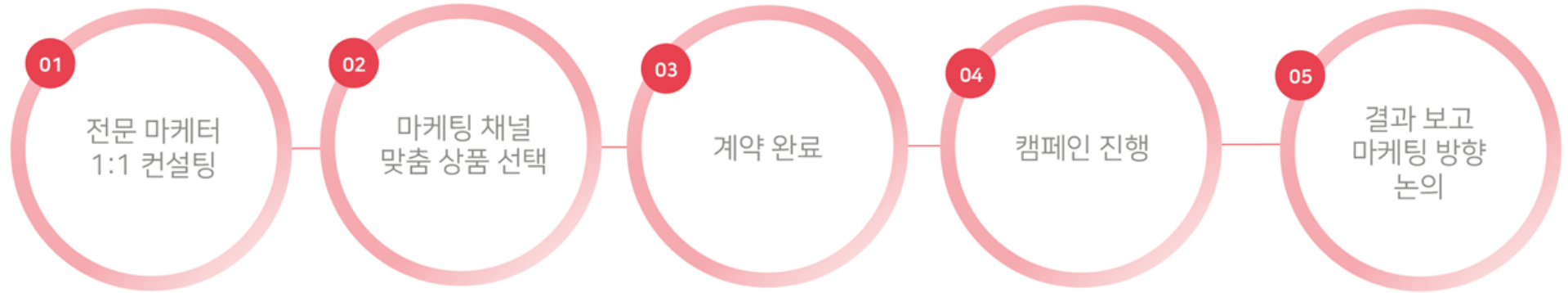
“방문자 리뷰, 너무 부담스러운데 어떻게 관리해야 할지..”

방문자리뷰는 이용자들이 네이버 예약, 주문, 영수증으로 실제 방문한 장소에 대한 후기를 자유롭게 작성하여 다른 이용자에게 도움이 되는 정보를 알리는 서비스입니다.
네이버 안내에 따르면 이용자들의 업체 방문 참고 자료로 제공되어 노출/비노출 여부를 별도로 설정할 수 없습니다.
시크릿쇼퍼는 네이버에서 매장 정보 검색 시 퀄리티 있는 사진과 후기를 제공하여 매장 방문 또는 배달 주문 등을 유도하는 데 도움을 줄 수 있는 상품입니다.

주의 관리 시 잘못된 방식으로 리뷰를 작성하게 되면, 서비스 부정 사용으로 제재될 수 있습니다.
체험하고 직접 작성되는 후기로 진정성 있게 작성되어야 합니다.



리뷰플레이스 상품 진행 순서



*자사에서 진행하는 모든 캠페인은 '추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침'을 준수합니다.

전문 마케터와 인플루언서 관리 담당자가 1:1로 진행해드립니다.

상품 안내

채널 : 블로그 / 인스타그램 / 구매평 | 체험방식 : 배송형 / 방문형 / 기자단

마케팅 목적에 맞춰서 다양한 형태로 진행할 수 있습니다. 자세한 내용은 담당 마케터에게 문의해주세요.



REVIEWPLACE

신뢰를 바탕으로 리뷰플레이스와
함께한 파트너사입니다.





CONTACT US

고객센터 1661-8220 | FAX 02-6670-5029 |

서울시 금천구 가산디지털1로 196, 에이스테크노타워 10차 14F 리뷰플레이스

www.reviewplace.co.kr