

All New cashslide Introduction For 2018



contents

1.Real Lifestyle Media “cashslide”

2.Why cashslide: Lifestyle을 “이해” 합니다

3.Why cashslide: Lifestyle을 “공략” 합니다

4.Appendix



part one

Real Lifestyle Media “cashslide”



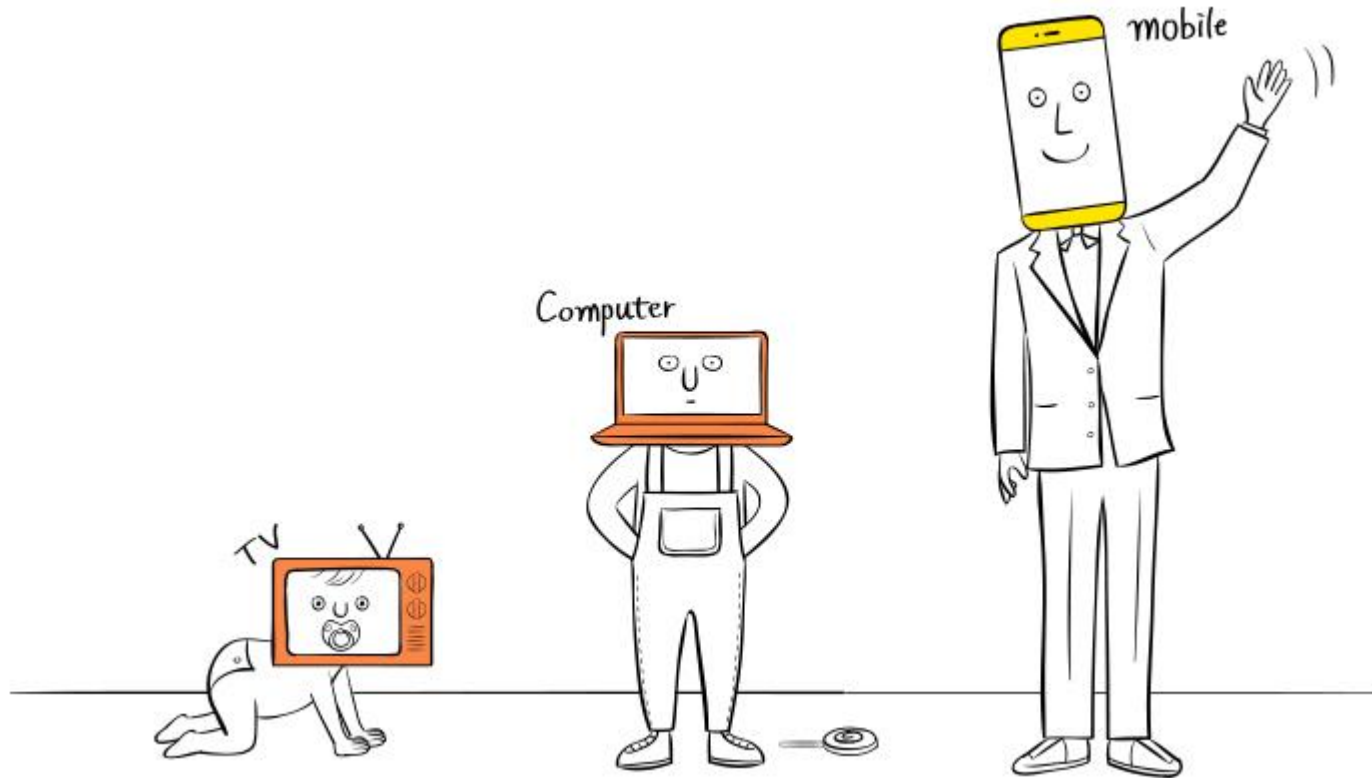
Media Industry Trend

이렇게 빨리 미디어의 변화가 찾아올지 몰랐습니다



Media Industry Trend

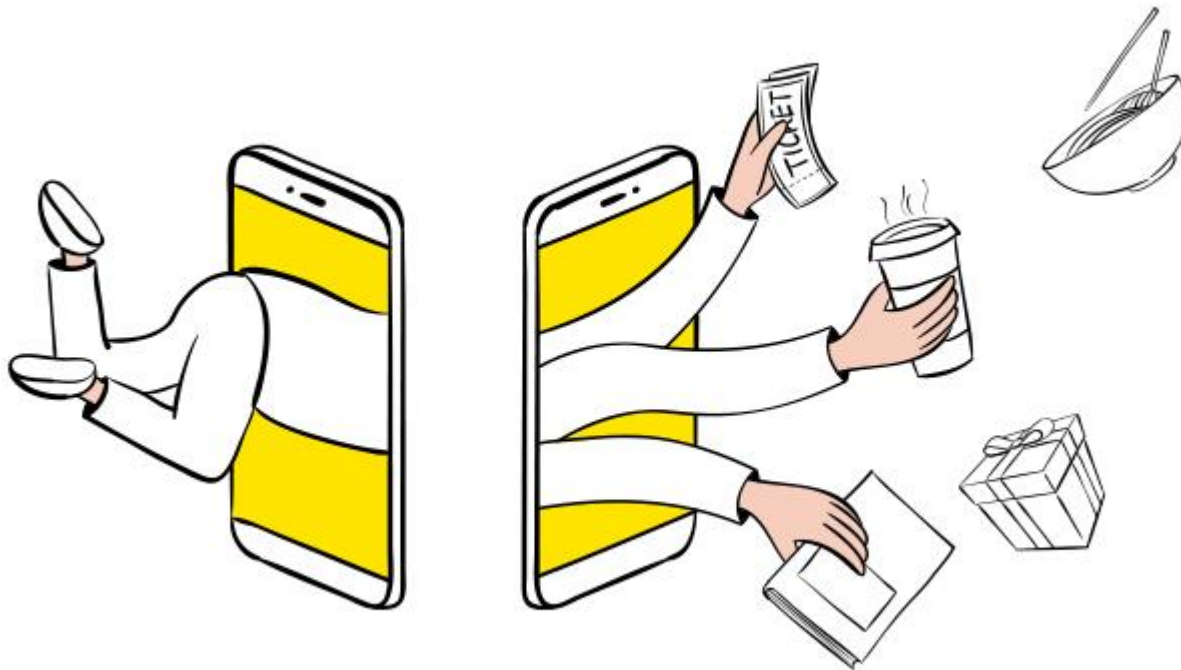
1950년에 흑백 텔레비전이 등장한 이후 색이 입혀진 시간은 30년
인터넷 사용이 일상화된지는 20년, 모바일의 대중화는 10년
우리 생활 속 미디어의 변화는 얼마나 더 빠르게 다가올까요?



Media Industry Trend

모바일의 영향력으로부터 어느 누구도 자유로울 수 없습니다

모바일은 이미 우리 일상 곳곳을 바꾸고 'Lifestyle Trend'로 자리 잡았습니다



Media Industry Trend

衣食住 전반 모바일을 통해 옷을 사고, 음식을 주문하고, 영화를 보고 Lifestyle 중심으로 더욱 확대되었습니다
우리는 어느새 손안에서 모든 생활을 경험하고 있습니다



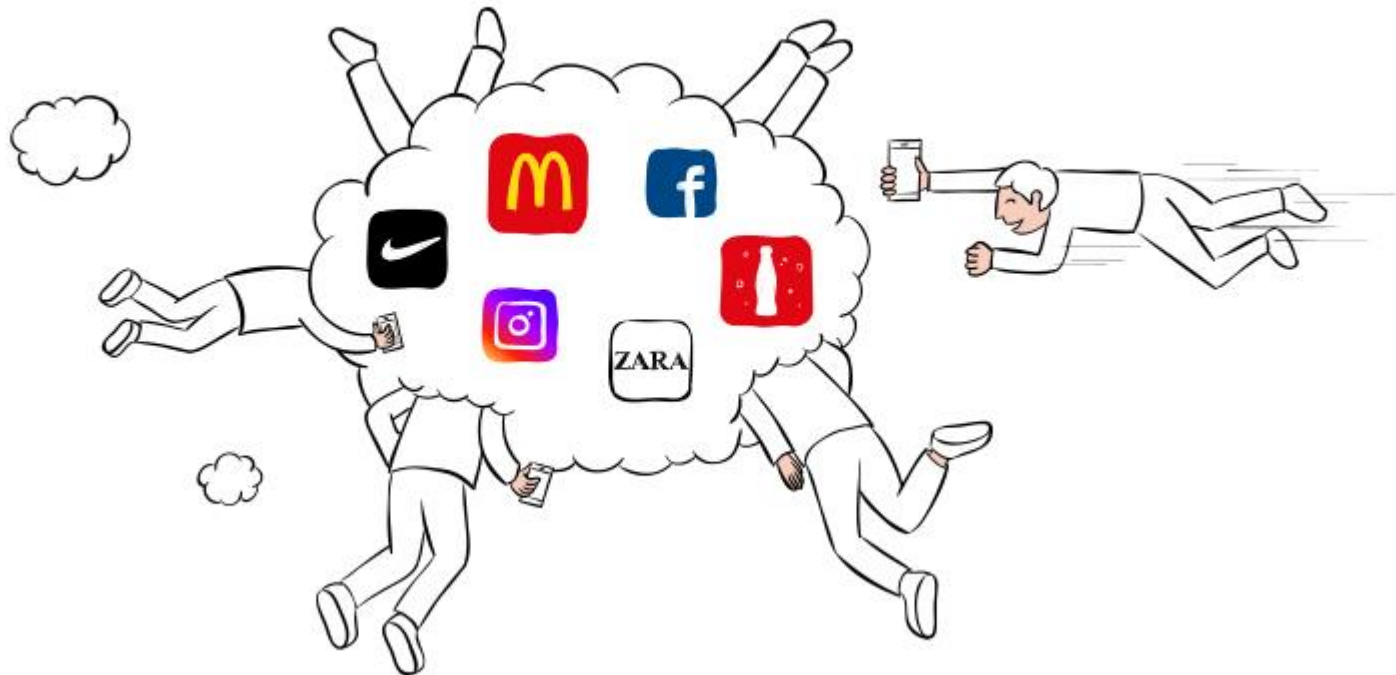
Media Industry Trend

지금 우리 생활 속 ‘모바일’ 은 프로메테우스가 인간에게 선물한 ‘불’ 이 아닐까요?
모바일의 출현 전후로 ‘Lifestyle’의 많은 것이 변했습니다



Media Industry Trend

모바일 중심 'Lifestyle'의 불길은 고객 '커뮤니케이션 방식'에도 변혁을 일으키고 있습니다
바야흐로 광고 커뮤니케이션에도 뜨거운 변화가 시작된 거죠



Media Industry Trend

그 예로 Life Tracker시대를 연 나이키 FUEL BAND를 아시나요?

Life is a sports, Make it Count 고객이 원하는 건강과 운동에 대한 Lifestyle의 Needs를 밴드에 녹여 자발적 목표 달성, 타인과의 공유/경쟁으로 놀라운 성과를 달성했으며 운동 정보 DB로 다양한 이벤트를 진행했습니다



기능성 관점 PUSH성 세일즈 메시지 VS Lifestyle 관점 공감성 쌍방향 자발적 동기부여 메시지

Media Industry Trend

이 외에도 SOCAR 국내 런칭 사례를 통해 Lifestyle을 적극 반영한
고객중심의 커뮤니케이션 방식의 중요성을 느낄 수 있습니다

소유가 아닌 고객이 필요한 특별한 상황과 시간에만 빌려쓰는 젊은 층의
실용주의 Lifestyle을 자극해 단기간 빠른 브랜딩과 고객을 확보한 SOCAR



SOCAR

렌터카의 대여 관점 PUSH성 가격/차종 강조 메시지 VS Lifestyle 관점 공감성 T.P.O 세분화 메시지

Media Industry Trend

Lifestyle을 반영한 광고/마케팅은 왜 중요할까요?

첫 번째 이유는

일방적 Push가 아닌 공감으로써 고객의 행동을 유발하기 때문입니다



기존 쇼핑몰의 Push성 단순 할인쿠폰 혜택 메시지

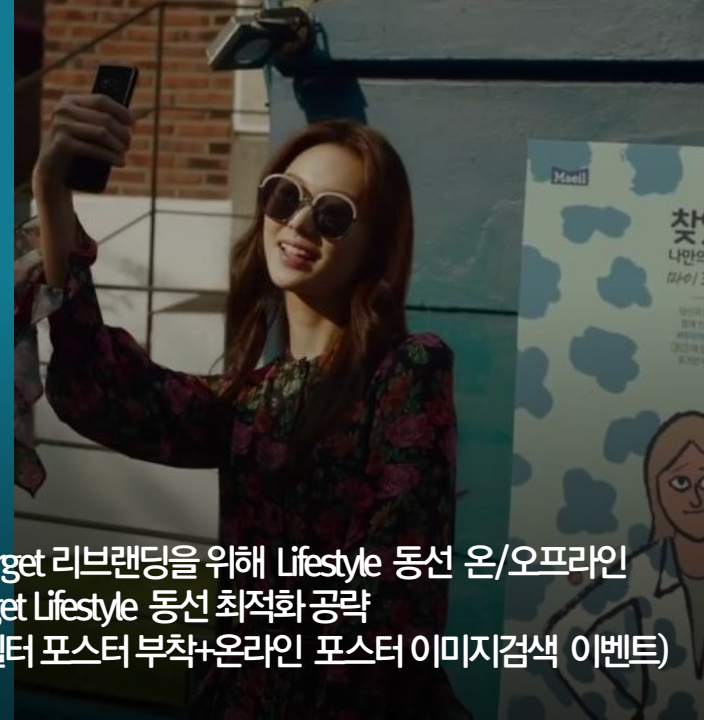
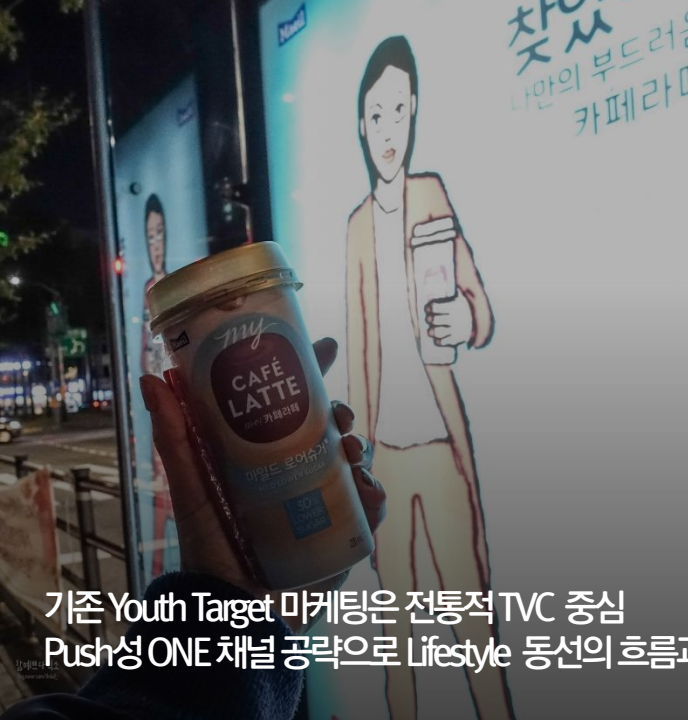
VS

C*** 쇼핑몰의 Lifestyle 관점 휴식과 만남의 Lifestyle 욕구를 공감시킨 별마당도서관

Media Industry Trend

두번째 이유는

기존의 광고/마케팅과는 다른 새로운 맞춤형 타게팅이 가능하다는 점입니다



기존 Youth Target 마케팅은 전통적TVC 중심
Push성ONE 채널 공략으로 Lifestyle 동선의 흐름과 반영 부족

vs

C** 커피음료는 Youth Target 리브랜딩을 위해 Lifestyle 동선 온/오프라인
통합관점 해석 Youth Target Lifestyle 동선 최적화 공략
(TVC+대화가근방 버스쉼터 포스터 부착+온라인 포스터 이미지검색 이벤트)

Discovery of Possibility

캐시슬라이드는 이러한 흐름의 선두에서 근래 Lifestyle의 핵심인
모바일 첫 Gateway인 잠금화면을 보았고 고객 가치창출의 가능성을 발견했습니다

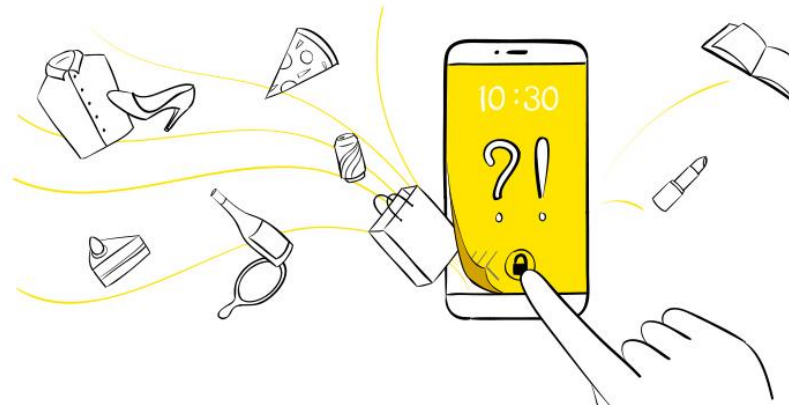


Discovery of Possibility

캐시슬라이드가 모바일 첫 화면을 점유한다는 것은 고객의 'Lifestyle'을 점유해
일상의 소소한 발견과 즐거움, '바로 소소하고 확실한 행복' 을 제공함을 의미합니다
그럼 고객이 전달받는 가치를 조금 더 자세히 알아볼까요?



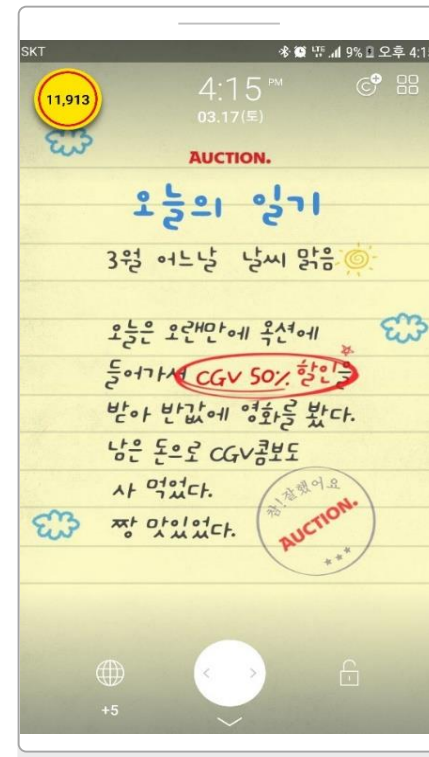
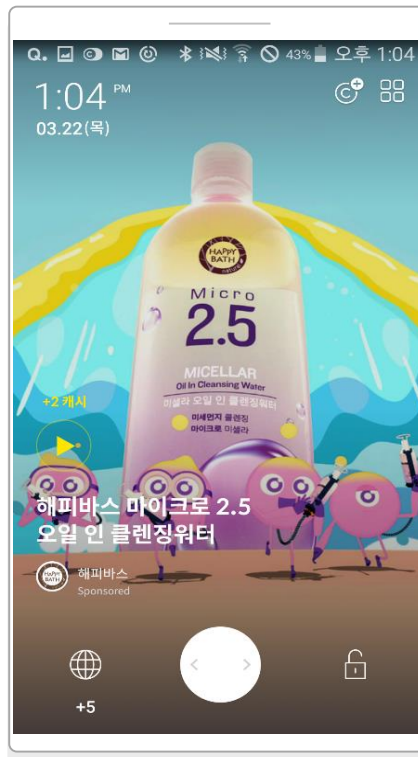
"Unlock Your 낙"



Discovery of Possibility

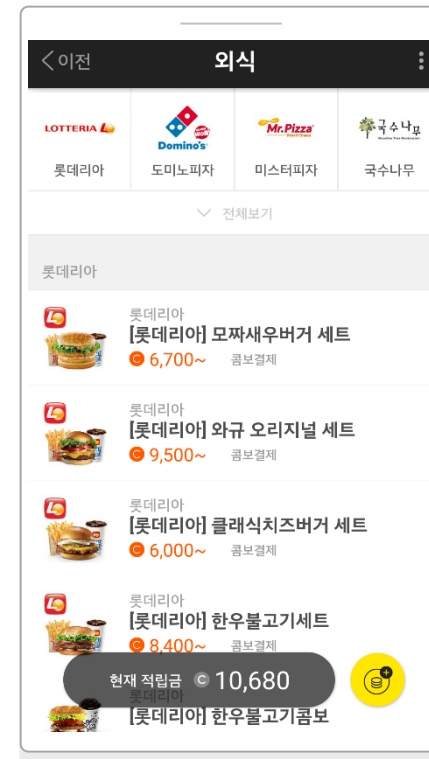
고객은 생활에 유용한 ‘혜택’을 발견하며 즐거움을 느낄 수 있습니다

첫 화면의 다양한 광고와 이벤트를 통해 소소하지만 보탬이 되는 혜택을 얻습니다



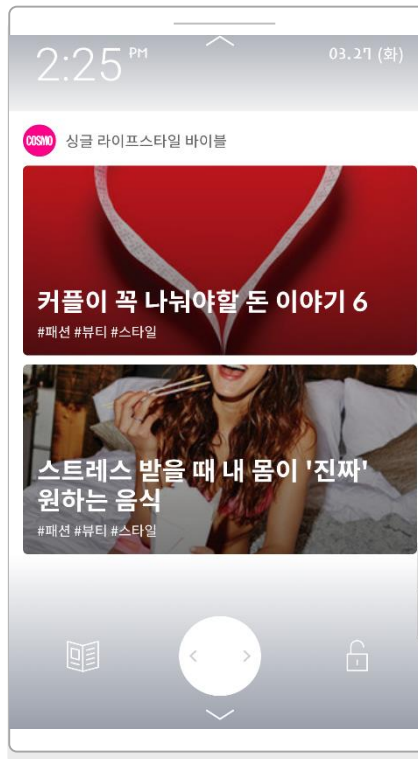
Discovery of Possibility

일상에서 유용한 소소한 '혜택' 을 발견하고 '소비' 하는 즐거움을 느낄 수 있습니다
첫 화면 쇼핑 정보와 캐시슬라이드만의 상점 서비스가 衣/食/住 소비의 기쁨을 선사합니다



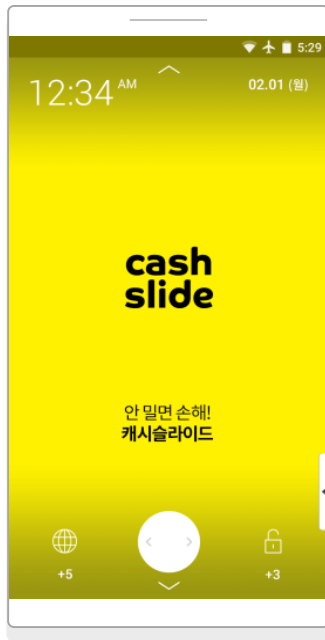
Discovery of Possibility

일상에서 관심사별 ‘뉴스/정보’ 를 발견하는 즐거움을 느낄 수 있습니다
첫 화면 다양한 콘텐츠와 뉴스를 통해 관심사와 매칭되는 정보를 즐깁니다



Discovery of Possibility

이를 토대로 캐시슬라이드는 ‘Lifestyle’ 기반 첫 화면 Gateway로서 독보적인 가치를 확보하여 모바일 넘버원 진정한 ‘Lifestyle 미디어’ 로 성장하였습니다



NBT's Brothers & Synergy Effect

모바일 넘버원 캐시슬라이드 뿐만 아니라 NEXT BIG THING! NBT의 모든 서비스 라인업들은 고객의 'Lifestyle' 을 기반으로 탄생되었습니다

Health Lifestyle과 찰떡궁합 적립형 만보기 서비스
건다 보면 어느새 쌓여있는 캐시
일상 속 건강한 혜택 '스텝업'



Entertaining Lifestyle을 즐기는 당신에게
큰 재미와 혜택을 동시에! 풀다 보면 어느새 쌓여있는 캐시
일상 속 재밌는 혜택 '더퀴즈라이브'



Everyday Valuable Lifestyle을 원하는 당신에게
한 번 설정 지속적 혜택, 쓰다 보면 어느새 쌓여있는 캐시
일상 속 혜택의 습관화 '노랑브라우저'



NBT's Brothers & Synergy Effect

‘스텝업’과 ‘더퀴즈라이브’ 그리고 ‘노랑 브라우저’ 서비스는 캐시슬라이드와 함께 고객 Lifestyle 기반의 더욱 강력한 Synergy Effect를 불러옵니다

스텝업



퀴즈포텐 '더퀴즈라이브'

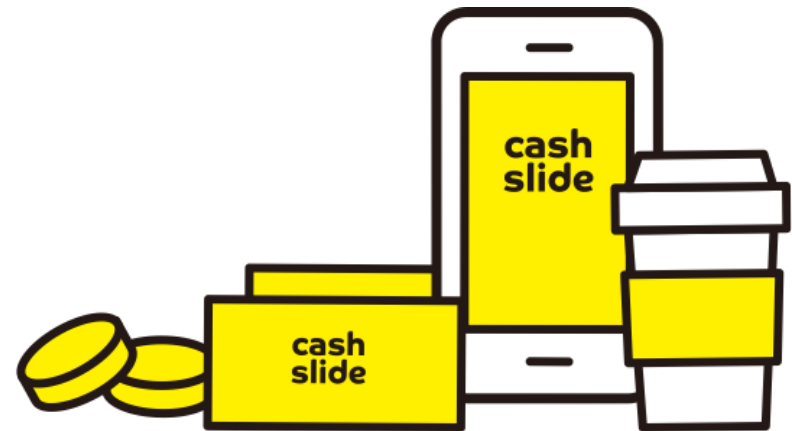


노랑브라우저



part two

Why cashslide Lifestyle을 “이해” 합니다



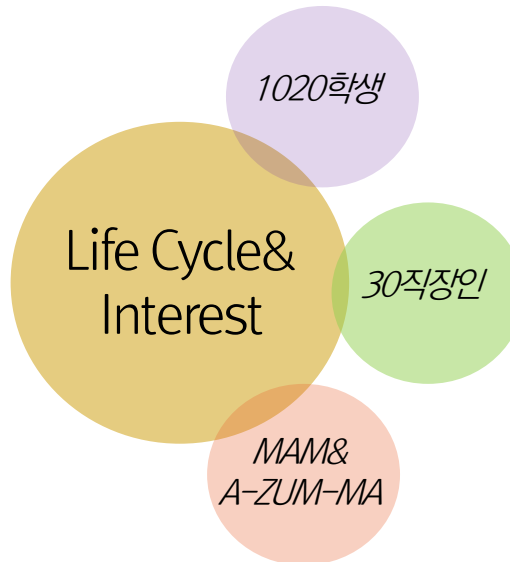
Why Cashslide

고객 Lifestyle Insight를 이해한 캐시슬라이드만의 가치는 “Lifestyle Tracking” 입니다
“Lifestyle Tracking”이 가능하다면 우리는 어떤 의미있는 고객 생활 속 Insight들을 속속들이 알게 될까요?

“어떤 이슈들에 스마트폰을
자주 확인했을까?”



“하루 동안 스마트폰을 어떻게 사용할까?”
“잠금화면으로 엿볼 수 있는 요즘 관심사는 무엇일까?”



“열심히 모은 포인트
어떻게 소비하는게 트렌드일까?”



Why Cashslide

잠금화면 트래픽 순간시점 증가율을 토대로 분석결과 우리 고객들은 작년 한해 대한민국 주요 이슈들과 함께 캐시슬라이드와 동행하는 Lifestyle을 추구하였습니다

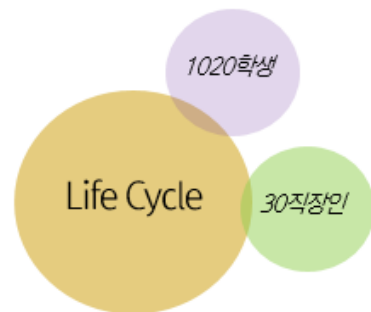
잠금화면 노출 횟수로 알아본 2017 BIG ISSUE BEST 5

아래 수치는 분당 잠금화면 노출 횟수

1	사상 최초 수능연기 포항 지진 2017년 11월 15일		138,319	평균대비 2.7배
2	박근혜 前대통령 파면 선고 2017년 3월 10일		117,770	평균대비 2.3배
3	비, 김태희 결혼식 2017년 1월 19일		117,143	평균대비 2.2배
4	故김주혁 교통사고로 사망 2017년 10월 30일		92,011	평균대비 1.8배
5	국내에서도 살충제 계란 발견 2017년 8월 15일		81,516	평균대비 1.6배

Why Cashslide

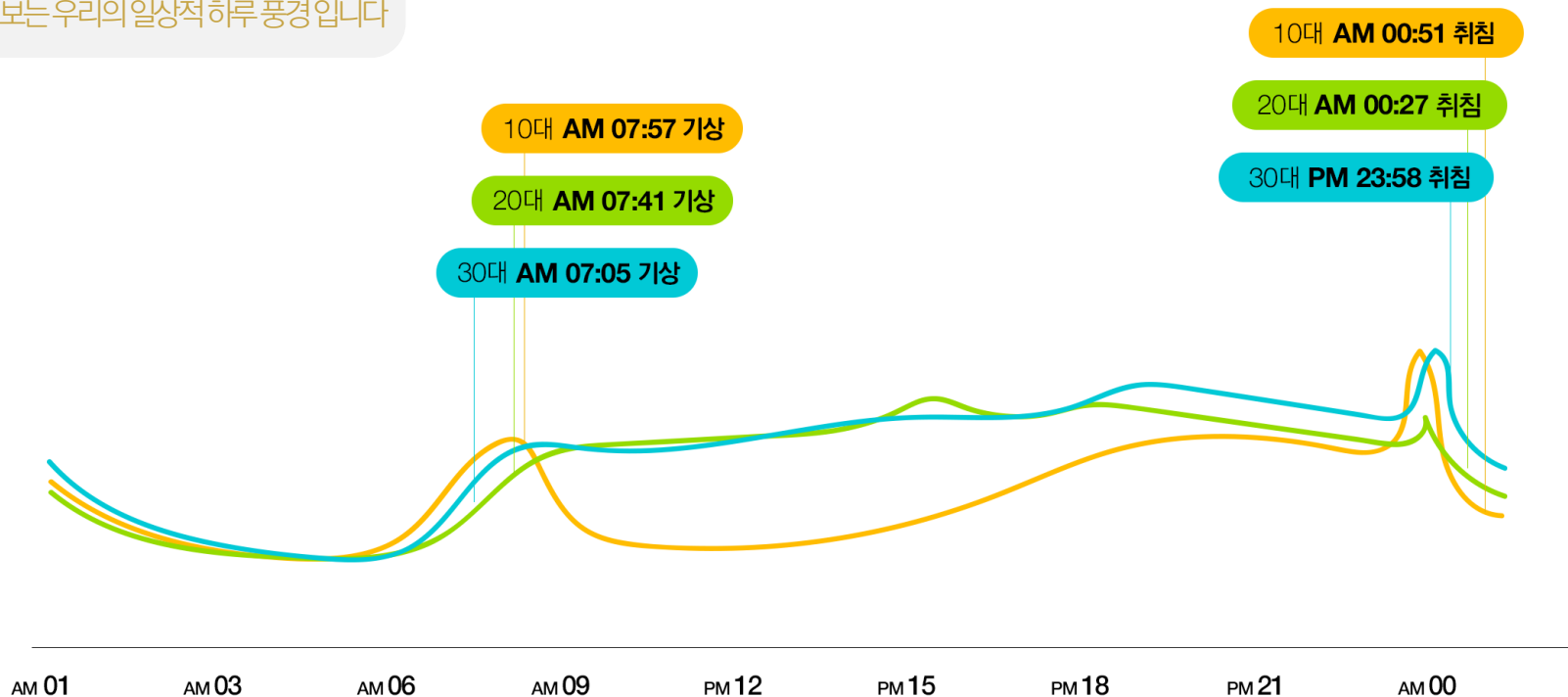
대한민국의 대표 고된 3D 그룹군인 1020 중/고등/대학생과 직장인 그룹의 Life Cycle은
작년 한해 어땠을까요? ‘나’라는 사람은 비슷한 내 또래보다 어떤 ‘삶’을 살고 있는 걸까요?



2017년 연령대별 평균 언제 잠들고 언제 일어날까?

2017년 평균 잠금화면 노출 횟수 기준

각연령대별 기상&취침 Lifestyle은 제각각!
10대의 경우 평균 취침시간이 낮고
직장인 30대의 취침이 출근 걱정에서 제일 빠르네요
Lifestyle로 보는 우리의 일상적 하루 풍경입니다



Why Cashslide

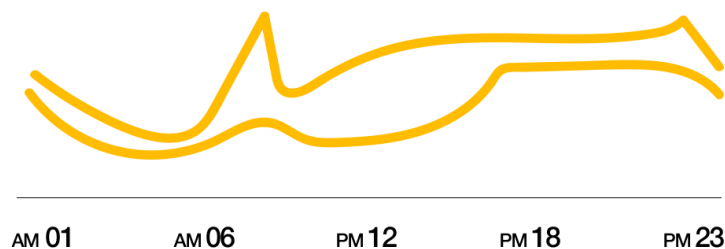
1020대 학생 그룹과 30대 직장인 그룹의 하루 패턴을 좀 더 살펴볼까요!

1020학생
Life Cycle
30직장인

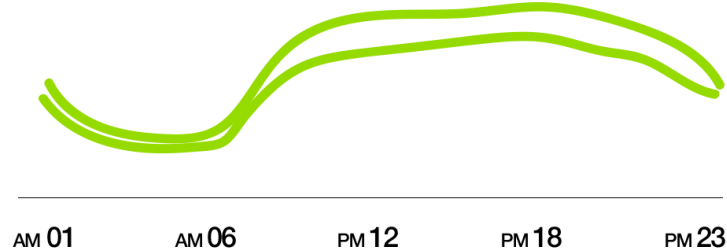
학생 그룹은 학교 수업 일정에 따라 기상 이후
잠금화면 트래픽 변화가 잦고
직장인 그룹은 취침 이후 저녁 시간 때까지
완만하게 큰 변화 없는 패턴을 보이네요
오늘 하루도 대한민국 직장인 파이팅입니다!

2017년 월간 하루 편차
얼마나 다른 하루였을까?

변화무쌍형 학생



수레바퀴형 직장인



학생

1월~12월 각각 하루의 패턴이 매우 다른 변화무쌍한 라이프스타일

직장인

1월~12월 각각 하루의 패턴이 거의 비슷한 수레바퀴 돌아가듯 일정한 라이프스타일

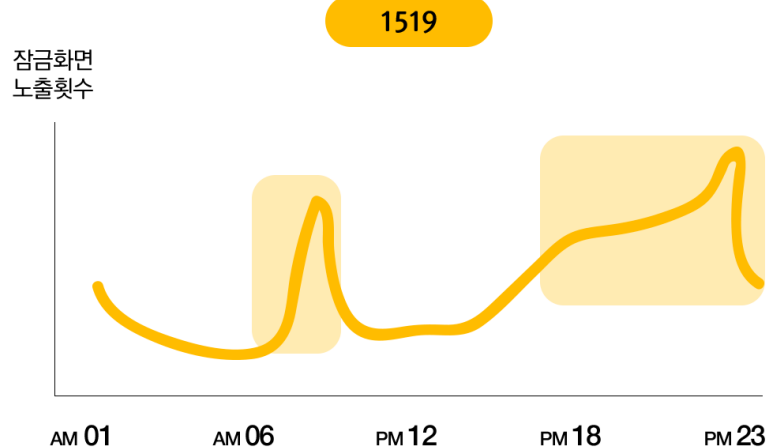
Why Cashslide

학생 그룹 중 좀더 자세하게 10대 중고등학생과 20대 대학생 그룹의 Lifestyle로 각각 나눠서 비교해볼까요!

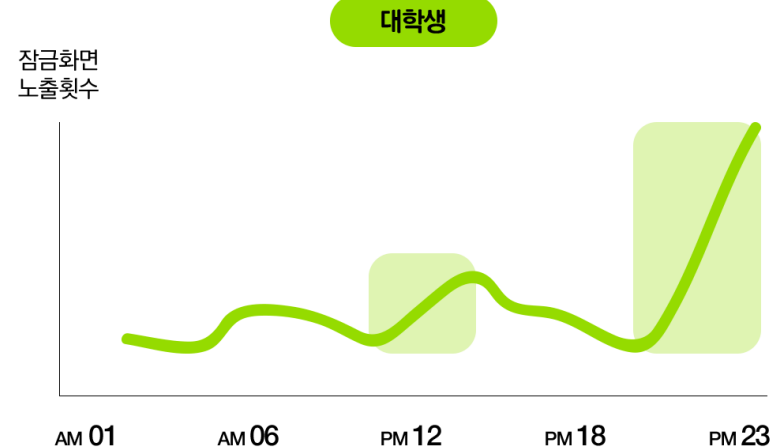
중고등 학생은 오전 자율 학습과 저녁 야간 자율 학습 등 학교 수업 일정에 큰 영향을 받고
대학생 그룹은 오전/점심/오후 시간을 기준으로 완만한 패턴을 보이네요 학생 그룹은 모두 학사 수업 일정에 영향을 받는 Lifestyle 을 살고 있군요

변화무쌍 학생 라이프스타일

1519 vs 대학생



주로 등교 전과 방과 후에 스마트폰을 이용하고,
평일보단 주말에 더 많은 이용량을 보입니다.



점심시간과 저녁 시간에 주로 스마트폰을 이용하며,
주말보단 평일에 더 많은 이용량을 보입니다.

VS

Why Cashslide

주부/아줌마 그룹과 직장인 그룹의 하루는 어떨까요? 언제쯤 청소기 끄고 허리 한번 펴고 수다를 떨고 언제 팀장님 몰래 티타임을 탕비실에서 몰래 즐기는지 한번 살펴볼까요

Life Cycle

30 직장인

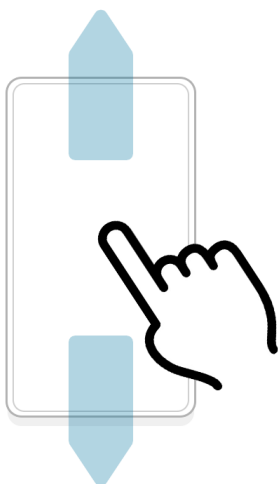
MAM&
A-ZUM-MA

플로팅 잠금화면 Tracking을 기준으로 살펴보니
주부는 오전 11:13에 남편 출근/아이 등교 이후
주로 휴식을 즐기고,
직장인은 졸린 오후 3:28에 주로 여유를
즐기는군요
휴식시간도 각자 Lifestyle과 매우 밀접합니다

플로팅으로 알아본

주부와 직장인의 여유시간

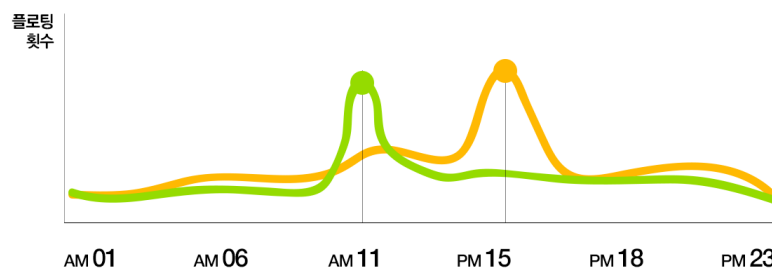
플로팅이란?



잠금화면을 위 아래로
스와이핑하며 콘텐츠나
광고를 탐색하며
머무르는 액션

전체 유저의 **60%**는
하루 한 번 이상
플로팅 이용

플로팅을 언제할까?



잠금화면에 머무르며 정보를 탐색하는 기능 특성 상
주부는 오전 11시13분, 직장인은 오후 3시28분이
여유시간이라고 추측해볼 수 있습니다.

Interest

M4M8
A-ZUM-MA

Why Cashslide

주부/아줌마 그룹은 17년 어떤 아이돌을 애정하고 열광했을까요?
캐시슬라이드에서 다양하게 노출되는 콘텐츠들안에 그 해답이 있군요. 축하합니다! 워너원!

콘텐츠 반응이력으로 알아본
엄마들이 애정하는 아이돌 **BEST 5**

1 Wanna One 워너원



2 BTS 방탄소년단



3 EXO 엑소



4 NU'EST W 뉴이스트W

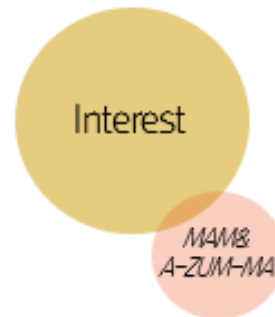


5 BIGBANG 빅뱅



Why Cashslide

그 다음 주부/아줌마 그룹이 애정하는 양대 애정템은 아이돌과 드라마죠!
17년 어떤 드라마에 울고 웃으며 열광했을까요?



대한민국아버님들! 자식분들! 평일저녁/주말저녁엔 엄마들에게 자유를
주세요! 엄마들의 황금빛 드라마 휴식 타임을 방해하면 큰일 납니다
주부 시청률이 높은 **TV 프로그램 종료 직후 캐시슬라이드** 주부 그룹들의
트래픽도 높아지네요
오프라인 주부 **Lifestyle** 과 매우 긴밀한 관계인 캐시슬라이드입니다

주부 인기 드라마 TOP 3 TV 시청률과 잠금화면

1. 주부 시청률 순위

1위 황금빛 내 인생

KBS 토, 일 / 19:55~21:15

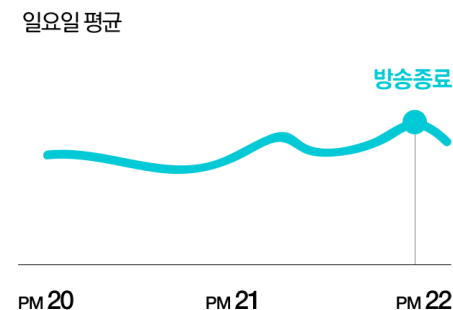
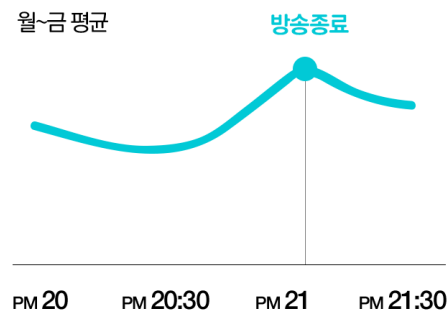
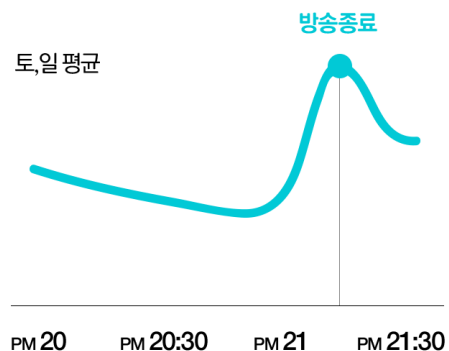
2위 미워도 사랑해

KBS 월~금 / 20:25~21:00

3위 밥상 차리는 남자

MBC 일 / 20:45~22:00 (2회 연속)

2. 주부 그룹 잠금화면 오픈 횟수



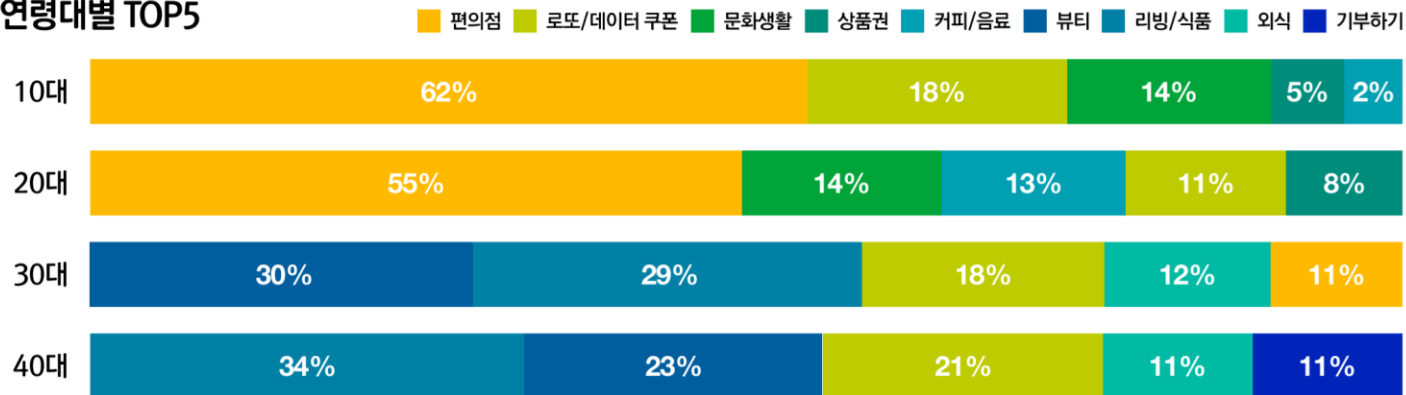
Why Cashslide

셋째, 소비생활을 살펴보면 17년 한해 캐시슬라이드 상점에서는 연령별로 애정템에 차이가 있습니다
1020은 역시 편의점 먹거리에 3040은 커피교환권과 데이터쿠폰 등 생활밀착형 아이템에 관심이 높았군요

상점 애정템을 통해서 연령별 Lifestyle의 차이가 명확하게 보입니다. 특히 **10대와 20대**는 편의점 선호템에서도 미세한 차이가 있네요!
특히 우리 **20대**는 컨디션관리 좀 올해에는 더 잘하셔야겠네요

캐시슬라이드 상점 구매이력 연령대별 Bestseller TOP 5

1. 연령대별 TOP5



2. 연령대별 편의점 상품 TOP3



Why Cashslide

우리 고객들의 Lifestyle은 빼빼로데이, 발렌타인데이 등 ‘특별한 날’ Seasonality와도 밀접한 연관이 있습니다
그 만큼 고객들은 캐시슬라이드를 하나의 생활플랫폼 소비 창구로 생활 속에 밀접하게 ‘연’을 맺고 있다는 뜻이겠죠

빼빼로데이에는 역시 상점의 빼빼로 아이템이 인기를 독차지했군요!
발렌타인데이엔 역시 펠레로로쉐 초콜릿!
우리 고객들은 상점 아이템을 이벤트 주기에 맞춰 참뚝뚝하게
선택하고 있네요

캐시슬라이드 상점 구매 유저 특징1

시즌에 맞는 소비

2017년 11월 11일 Bestseller TOP 5

1		롯데 아몬드 빼빼로 전월대비 360배 ▲
2		롯데 초코 빼빼로 전월대비 2,747배 ▲
3		카카오페이지 2,000캐시
4		컬처랜드 문화상품권
5		빙그레 바나나우유

2018년 2월 14일 Bestseller TOP 5

1		페레로로쉐 3구 전월대비 40배 ▲
2		허쉬 밀크 초콜릿 전월대비 66배 ▲
3		허쉬 밀크 초콜릿 1500 전월대비 21배 ▲
4		오리온 초코송이 전월대비 3배 ▲
5		컬처랜드 문화상품권

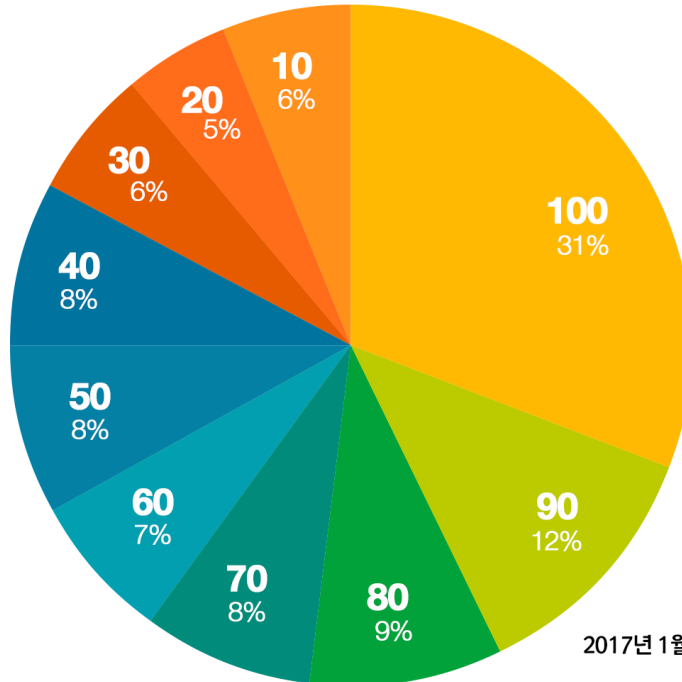
Why Cashslide

우리 고객들은 시즌에 맞는 시기적절한 관심사별 소비와 함께 매우 계획적인 목표를 가진 소비 트렌드를 동시에 보이시네요! 원하는 아이템을 살 땐 화끈하게 구매후 100% 만족하는 소소하고 확실한 소비생활을 매우 칭찬해!

캐시슬라이드 상점 구매 유저 특징 2

목적이 뚜렷한 소비

구매 시 보유 적립금의 얼마 만큼을 사용할까?



52%의 유저가 한 번 구매 시
자신이 보유하고 있는
적립금의 **71%**사용

충동 구매보다는 목표 상품을 위해
꾸준히 적립하여 구매하는 비율이
좀 더 높습니다.
목적 지향적인 소비라고
할 수 있겠죠? :)

2017년 1월 ~ 3월 기준

Why Cashslide

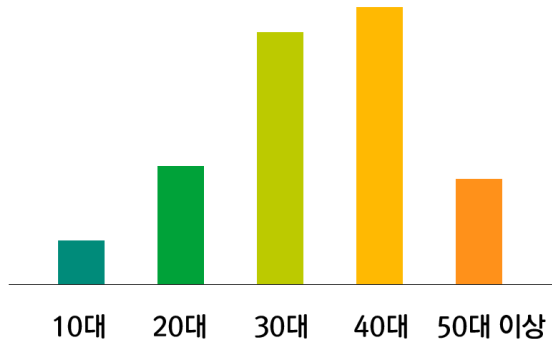
이 뿐만이 아니죠 우리 고객들은 소비의 클래스도 남다릅니다! 기부 어디에서 해보셨나요? 아직도 구세군?
고객들은 모바일 기부를 이미 오래전부터 생활 속 Lifestyle의 하나로 가치있는 소비를 실천해오고 있습니다

주목할만한 부분은 특히 30대 이상 4050 세대의
기부활동 참여도 인데요 남을 배려하고 돕는
마인드를 가진 어른이 진짜 어른! 세상을 젊게 사는
Young Forty 캐시슬라이드만의 꽃 중년이 아닐까요

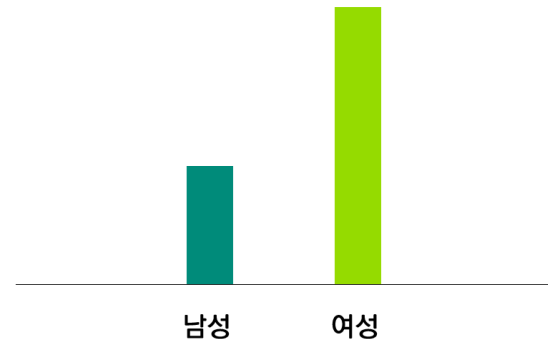
캐시슬라이드 상점 구매 유저 특징 3 가치있는 소비

캐시슬라이드에서도 모바일 기부 트렌드를 확인할 수 있습니다.
전체 유저의 **8~10%**는 적립금을 꾸준히 기부하기를 통해 소비하고 있고,
특히 40대, 그 중에서도 여성이 가장 많은 비중을 차지합니다.

기부하기 유저연령



기부하기 유저성별



Why Cashslide

캐시슬라이드의 Valuable 한 Lifestyle Tracking DB가 축적되어 마케팅적으로 Valuable한 핵심 그룹을 형성하였습니다

[Lifestyle 마케팅 관점 핵심 타게팅 그룹 분류]



시장에서 마케팅적으로 자주 활용되는 핵심 타게팅 그룹군을
캐시슬라이드가 보유한 핵심 타겟 그룹군이 상호 **Matching** 시켜 완벽 **Cover** 가능

Why Cashslide

Group 1: 캐시슬라이드에는 Young Challenger Lifestyle 그룹이 있습니다
Youth Target 으로 요즘 청년층의 관심사와 새로운 트렌드에 높은 반응을 보입니다

Persona Young Challenger



주요 관심사: 새로운 기술과 서비스 트렌드 민감
대표 키워드: **Challenge, Vision, IT, Trendy**

1. 모바일은 나를 표현해주는 도구이자 일상 필수품
2. 동영상 콘텐츠를 통한 정보의 습득 일상화
3. 새로운 기술/서비스 민감하여 바로 **Trial** 시도
4. 빠르게 볼 수 있는 썸네일형 뉴스 콘텐츠 선호
5. 타인보다 나만의 개성과 **Yolo Life** 추구

Why Cashslide

Group 1: 캐시슬라이드에는 Young Challenger Lifestyle 그룹이 있습니다
Youth Target 으로 요즘 청년층의 관심사와 새로운 트렌드에 높은 반응을 보입니다



젊은층 고객들에게 친숙한 대표 미디어들과의 제휴로 **Lifestyle** 콘텐츠 풍부
(CJ E&M, 대학내일, 피키캐스트, JTBC, SBS, 카카오 1boon 등)

Why Cashslide

Group 1: 캐시슬라이드에는 Young Challenger Lifestyle 그룹이 있습니다
Youth Target 으로 요즘 청년층의 관심사와 새로운 트렌드에 높은 반응을 보입니다

[Young Challenger Lifestyle 高반응 CP&콘텐츠]

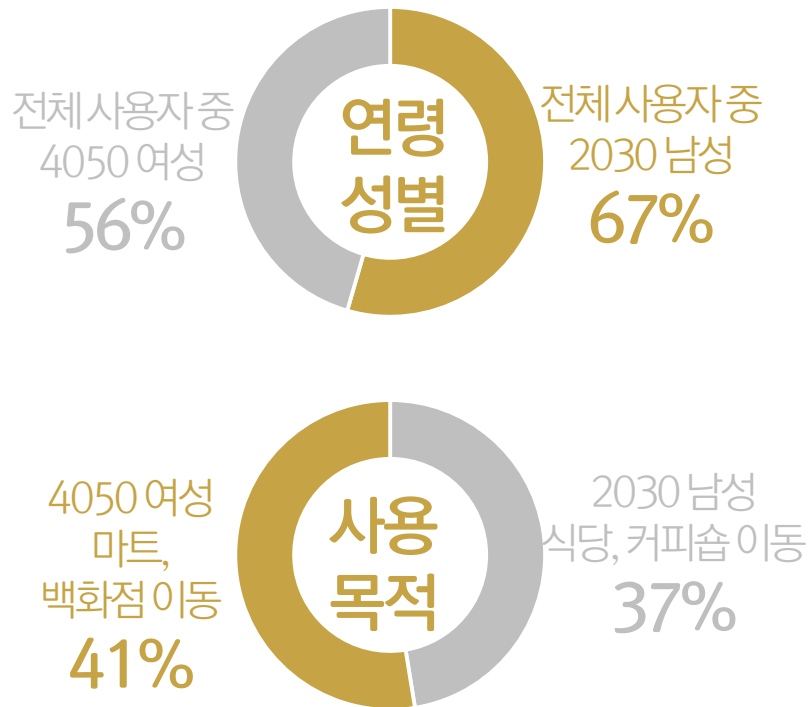


도전과 새로운 트렌드 뉴스 영상 콘텐츠, 대학생활, 연예(드라마 포함)
패션, 뷰티 등 각 분야의 꿀팁류 콘텐츠 반응 우수

Why Cashslide

Group 1: 캐시슬라이드에는 Young Challenger Lifestyle 그룹이 있습니다
Youth Target 으로 요즘 청년층의 관심사와 새로운 트렌드에 높은 반응을 보입니다

[New020 서비스 SOCAR 이용행태 분석]



SOCAR는 **Young Challenger Lifestyle** 추구 2030 남성 우세
2030 남성: 외식 등 데이트 목적
4050 여성: 장보기 쇼핑 목적



캐시슬라이드는 **SOCAR** 전체
캠페인 전환율의 40%를 **COVER**하는
Young Challenger 그룹
성향이 높은 미디어

** 롯데카드 빅데이터 분석 결과 기준 / 매출 데이터 600만 건 분석 (15/1~17/7월)

Why Cashslide

Group 1: 캐시슬라이드에는 Young Challenger Lifestyle 그룹이 있습니다
Youth Target 으로 요즘 청년층의 관심사와 새로운 트렌드에 높은 반응을 보입니다

[Young Challenger 그룹 광고 기집행 사례]



Young Challenger Lifestyle 그룹 활용

- ① App Targeting #학업 #취업 #커뮤니티 #연애데이트
- ② LBS Targeting #대학가 #학원가 #쇼핑몰
- ③ Interest Targeting #문화 #연예 #이벤트

TIP

[Young Challenger Target Pool]

Avg.
25%



출처: 캐시슬라이드 내부 데이터

캐시슬라이드는
Young Challenger 그룹
커뮤니케이션 최적화 미디어

Why Cashslide

Group 2: SNS Influencer (Opinion leader) Lifestyle 그룹이 있습니다
SNS를 통해 혜택을 공유하고 이슈에 반응합니다

Persona SNS Influencer



주요 관심사: 앞선 정보 입수/공유, 새로운 트렌드 민감
대표 키워드: SNS 👍❤️ Follower, 공감, Share

1. SNS은 나만의 또 다른 자아가 살고 있는 온라인 세상
2. 패션, 뷰티 글로벌 트렌드 민감/능동적 정보탐색
3. 새로운 기술/서비스 민감하여 바로 Trial 시도
4. 사교성이 높으며 온라인 SNS 관계망 친구 다수
5. 나의 개성과 Yolo Life도 중요하나 타인의 삶도 궁금

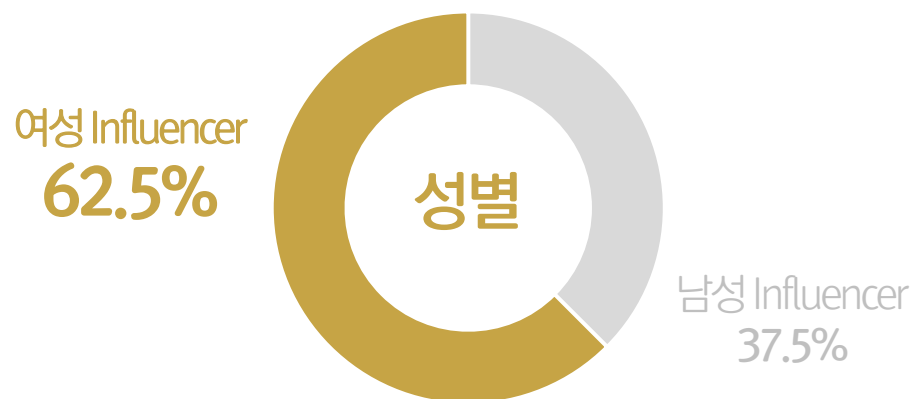
Why Cashslide

Group 2: SNS Influencer (Opinion leader) Lifestyle 그룹이 있습니다
SNS를 통해 혜택을 공유하고 이슈에 반응합니다

[친구 추천을 실행한 유저 비중]



[Influencer로 친구 추천을 실행한 유저 성별 비중]

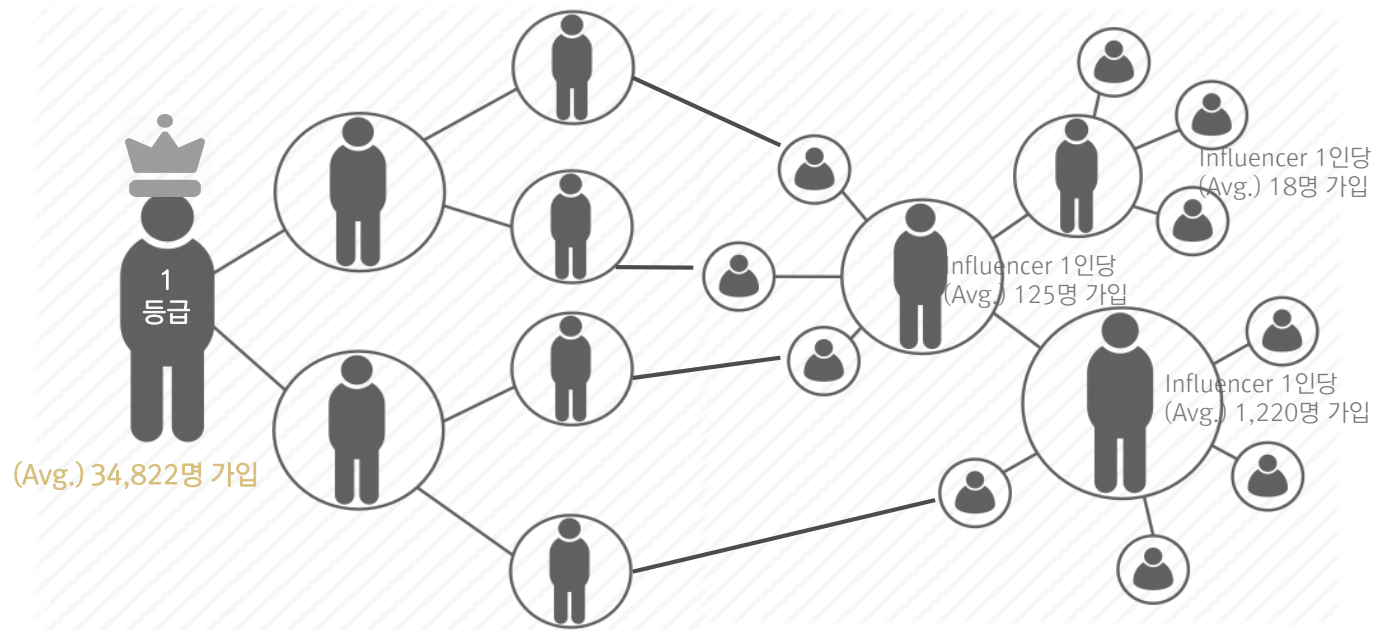


출처: 캐시슬라이드 내부 데이터

캐시슬라이드의 가입자 중 Influencer로서 친구에게 추천을 1회 이상 진행한 유저는 19%대로 높게 나타났으며 친구 추천을 활발하게 한 Influencer는 여성의 비중이 남성보다 매우 높게 나타남

Why Cashslide

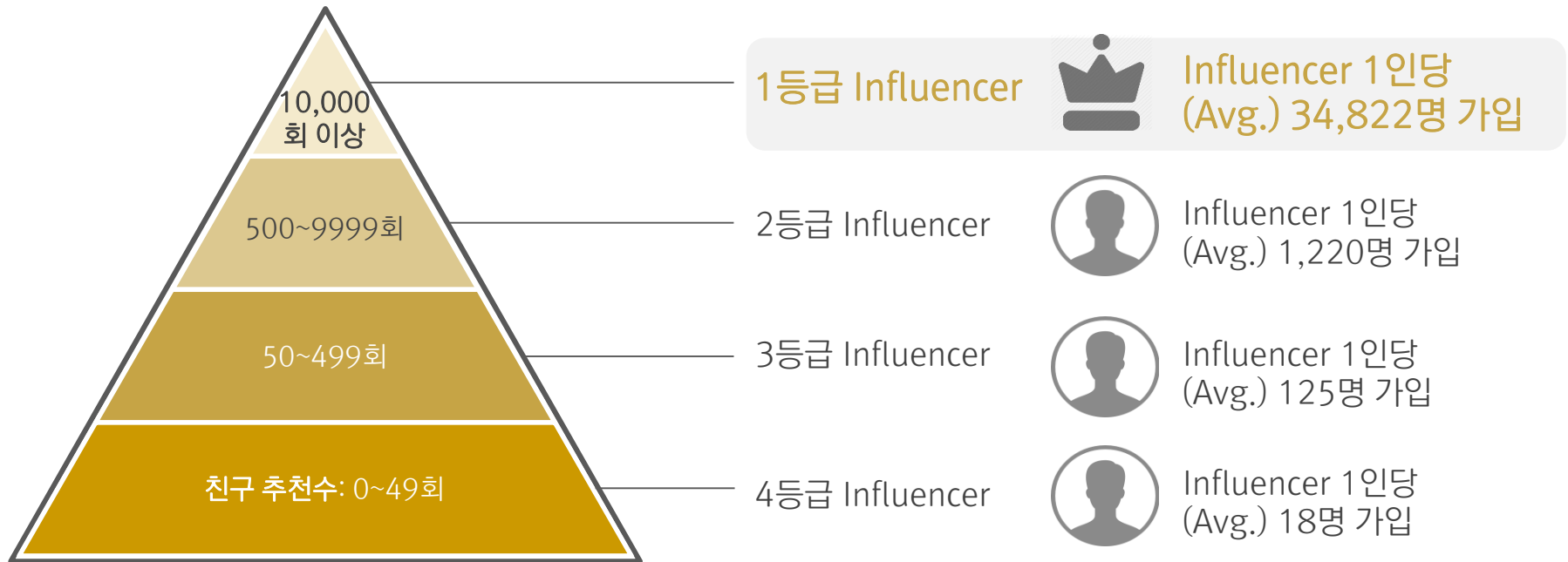
Group 2: SNS Influencer (Opinion leader) Lifestyle 그룹이 있습니다
SNS를 통해 혜택을 공유하고 이슈에 반응합니다



Why Cashslide

Group 2: SNS Influencer (Opinion leader) Lifestyle 그룹이 있습니다
SNS를 통해 혜택을 공유하고 이슈에 반응합니다

전체가입자중 친구 추천 1회 이상 실행한
380만명 Influencer 등급 분류



Why Cashslide

Group 2: SNS Influencer (Opinion leader) Lifestyle 그룹이 있습니다
SNS를 통해 혜택을 공유하고 이슈에 반응합니다

혜택 인증/공유



기부활동 인증/공유



이벤트 정보공유

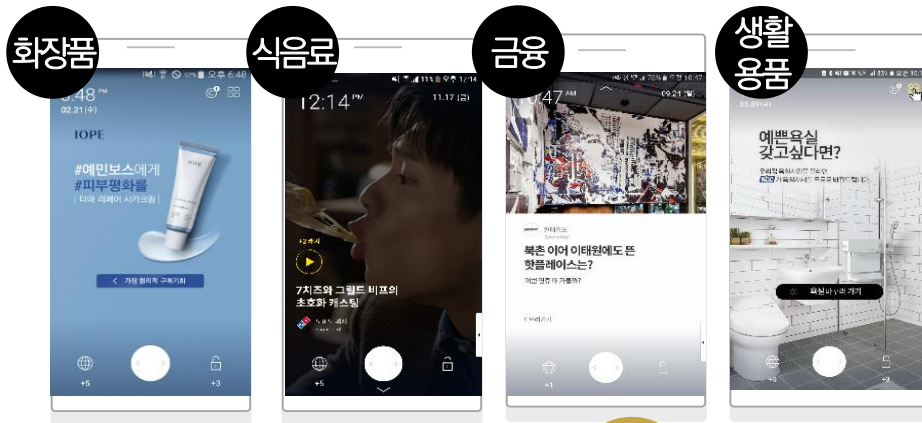


Influencer 그룹 유저들은 SNS 채널을 통해 캐시슬라이드를 통해 받은 혜택과 이벤트 정보 등을 활발하게 공유/인증 진행 중

Why Cashslide

Group 2: SNS Influencer (Opinion leader) Lifestyle 그룹이 있습니다
SNS를 통해 혜택을 공유하고 이슈에 반응합니다

[Influencer 그룹 광고 기집행 사례]



TIP

Influencer Lifestyle 그룹 활용

- ① App Targeting #소셜 #뷰티 #IT제품 #카메라
- ② LBS Targeting #핫플레이스 #관광지 #쇼핑몰
- ③ Interest Targeting #식음료 #여행 #취미

[Influencer Target Pool]

Avg.
40%



출처: 캐시슬라이드 내부 데이터

캐시슬라이드는
Influencer 그룹
커뮤니케이션 최적화 미디어

Why Cashslide

Group 3: Shopaholic Lifestyle 그룹이 있습니다

Persona Shopaholic Lifestyle



주요 관심사: 할인구매/생활 정보, 연예인, 시즌트렌드
대표 키워드: 신상, Trend, Shopping, 구매TIP, 득템

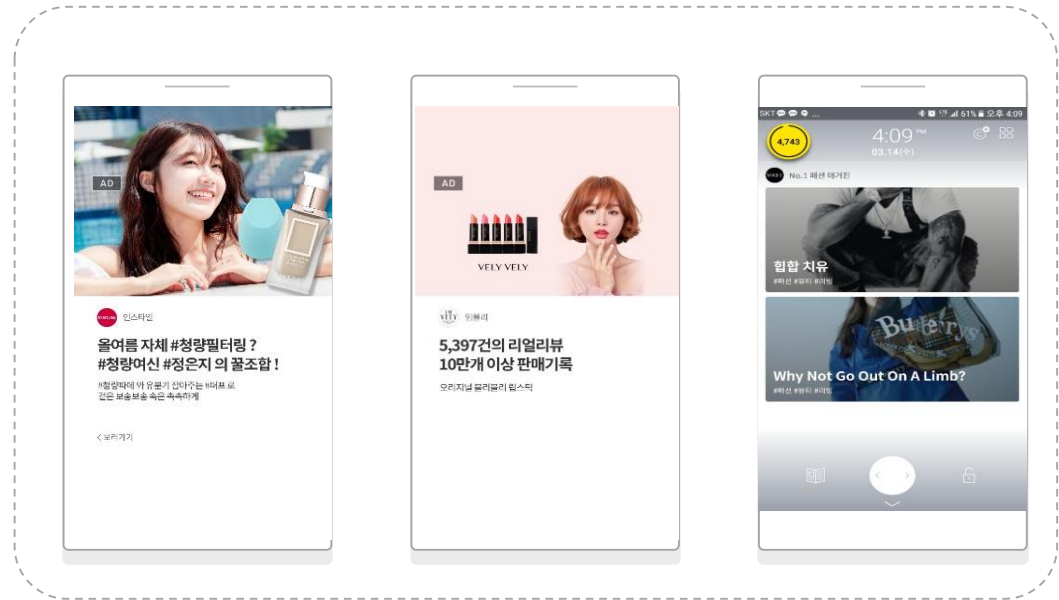
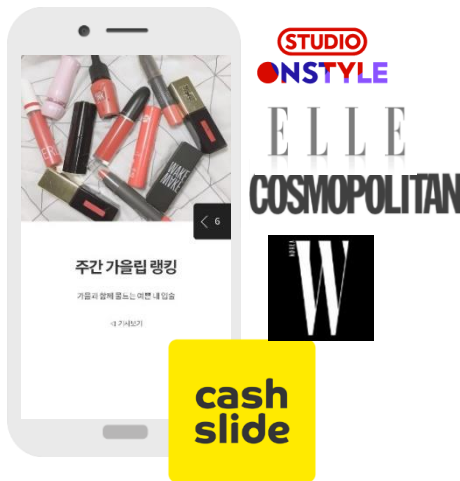
1. 쇼핑은 시간날 때마다 톡톡이 즐기는 나만의 놀이
2. 패션, 뷰티 글로벌 트렌드에 민감/능동적 정보탐색
3. 제 값 다주고 사면 바보, 꼼꼼한 할인쿠폰 신공발휘
4. 나만의 온라인 쇼핑물 리스트 Bible 보유 중
5. Blog, SNS 탐색 즐기고 나의 개성과 트렌드 중시

Why Cashslide

Group 3: Shopaholic Lifestyle 그룹이 있습니다

[Shopaholic Lifestyle 高반응 CP&콘텐츠]

VOGUE
ALLETS
C
PLAYBOY
InStyle



다양한 국내외 패션, 뷰티 트렌드/신상품 소개, 쇼핑 정보, 해외 셀럽 콘텐츠 반응 우수

Why Cashslide

Group 3: Shopaholic Lifestyle 그룹이 있습니다

① 캐시슬라이드 잠금화면 광고를 통한 매출액



한달간 광고를 통한
총구매건수 약 60만건

한달간 광고를 통한
총매출액 약 50억

② 캐시슬라이드 내부 INAPP 상점을 통한 매출액



한달간 상점
총구매건수 약 30만건

한달간 상점
총매출액 약 15억

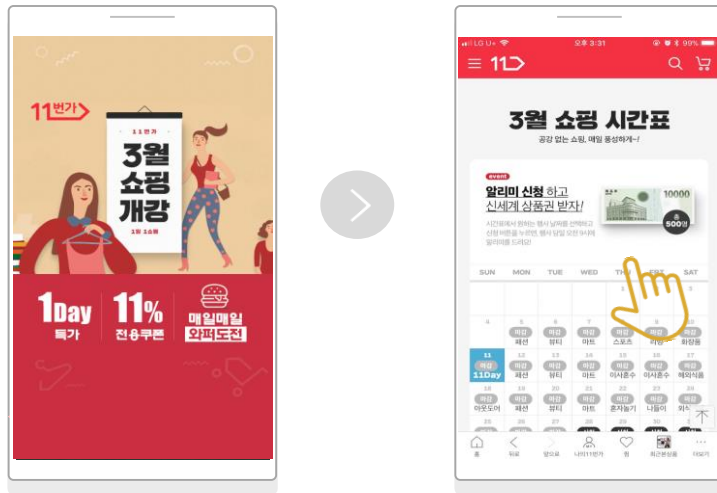
출처: 캐시슬라이드 내부 데이터

캐시슬라이드는 쇼핑 광고 플랫폼으로 한달 평균 높은 쇼핑 트래픽 지수를 달성 중으로
특히 2030~4050 까지 연령별 관심 쇼핑 분야가 세분화되어 잠금화면을 통해 다양한 쇼핑 정보습득 및 구매를 즐김

Why Cashslide

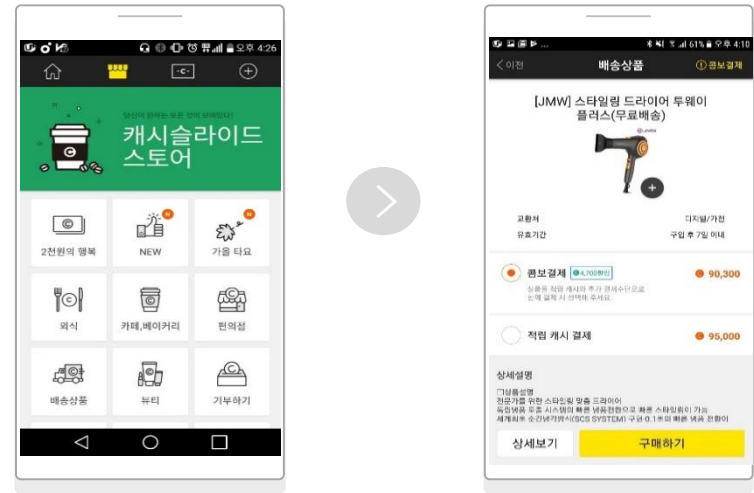
Group 3: Shopaholic Lifestyle 그룹이 있습니다

① 캐시슬라이드 잠금화면 광고를 통한 구매



광고 배너를 보고 좌 슬라이드 후
커머스/오픈마켓 APP 상세 구매 페이지에서 구매

② 캐시슬라이드 내부 IN APP 상점을 통한 구매



캐시슬라이드 IN APP에 마련된
상점을 통해 다양한 아이템 캐시 구매

이미 월 평균 약 90만 건의 구매가 이루어지고 있으며 고객들의
모바일 구매 플랫폼으로 캐시슬라이드를 인식함

Why Cashslide

Group 3: Shopaholic Lifestyle 그룹이 있습니다

1위		편의점 아이템 소비(GS/CU)
2위		커피/음료(스타벅스/이디야/투썸)
3위		문화생활
4위		상품권 구매(이마트/홈플러스)
5위		외식(도미노피자/롯데리아/치킨)
6위		기부활동(세이브더 칠드런)
7위		케익/도넛구매
8위		뷰티
9위		이벤트
10위		기타

(출처: 캐시슬라이드 상점 구매 이력 기준 17년)

다양한 연령대가 Lifestyle 상황에 맞게
소/확/행을 즐길 수 있는 아이템을
소비하는 즐거움 경험

Shopaholic Lifestyle 추구
유저가 많은 미디어

캐시슬라이드 상점 내 판매 결과 연령을 초월한 다양한 쇼핑 아이템에 관심이 높음

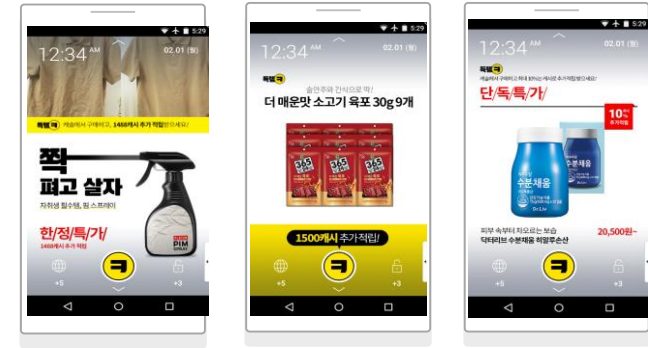
Why Cashslide

Group 3: Shopaholic Lifestyle 그룹이 있습니다

잠금화면
식품/생필품 노출



잠금화면
생활용품 노출

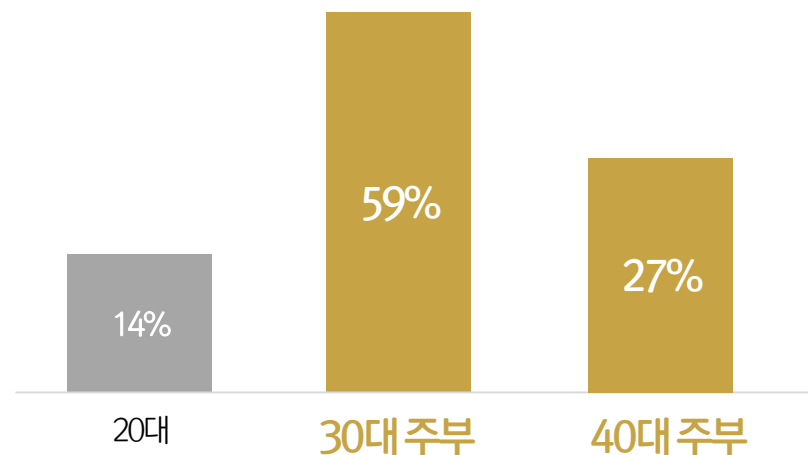
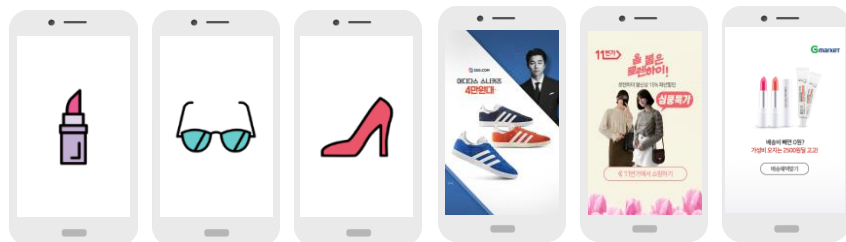


캐시슬라이드 생활형 자체 커머스 “득템ㄴ” 판매 결과 커머스 상품 중
2935 타겟 주부와 밀접한 생활 용품 및 생필품(식품/휴지)의 판매량 우수

Why Cashslide

Group 3: Shopaholic Lifestyle 그룹이 있습니다

다양한 커머스 캠페인 집행



출처: 캐시슬라이드 내부 데이터

오픈마켓/홈쇼핑등 커머스 관련광고 집행 시 가정경제의 핵심
3040 주부 타겟의 구매율이 매우 높았습니다.
캐시슬라이드는 그 어느 **Media** 대비 **Shopaholic Lifestyle** 추구 유저가 많은 미디어

Why Cashslide

Group 4: Young forty Lifestyle 오늘을 더 젊게 사는 그룹이 있습니다

Persona

Young Forty Lifestyle



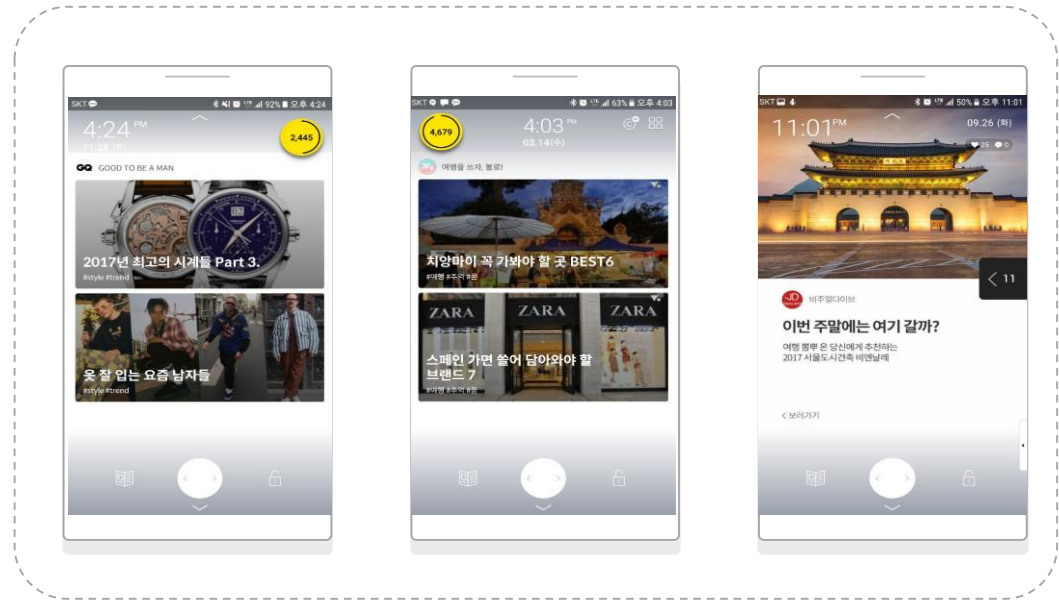
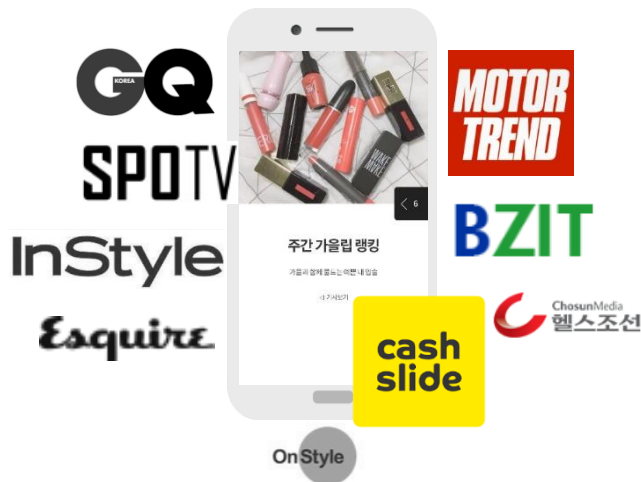
주요 관심사: 젊게 사는/보이는 법, 지금의 행복/만족
대표 키워드: 그루밍, 패션뷰티, 동안, Trend, 건강, 여행

1. 보수/진보 이념보단 합리와 상식을 우선시
2. 결혼/출산에 대한 관심을 받아들이지 않음
3. 패션, 뷰티 글로벌 트렌드에 민감/능동적 정보탐색
4. 미래보단 현재의 행복과 만족에 충실
5. 왕성한 소비성향/새로운 것에 대한 수용력 높음
6. 젊음, 동안에 대한 욕구와 삶의 가치로 도전을 즐김

Why Cashslide

Group 4: Young forty Lifestyle 오늘을 더 젊게 사는 그룹이 있습니다

[Young forty Lifestyle 高반응 CP&콘텐츠]

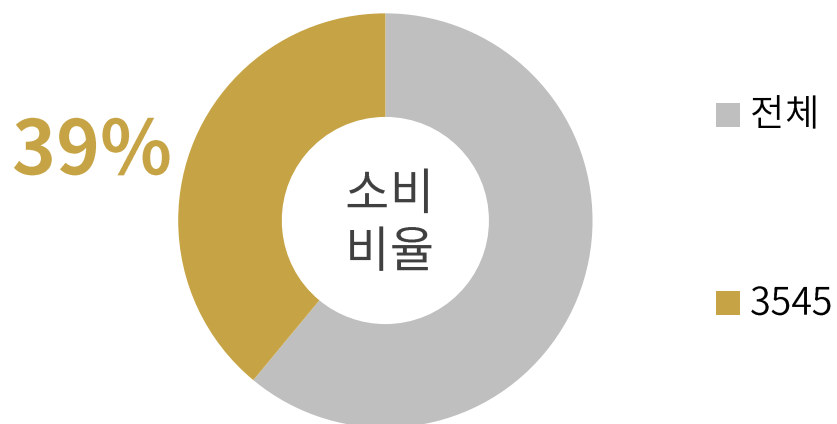


100세 시대의 트렌드에 따라 ‘그루밍’ ‘뷰티’ 등 젊음 유지와 패션관련 콘텐츠,
여행/여가생활, 재테크, 스포츠 등 엔터테인먼트+자기 투자형 콘텐츠 반응 우수

Why Cashslide

Group 4: Young forty Lifestyle 오늘을 더 젊게 사는 그룹이 있습니다

[캐시슬라이드 콘텐츠 소비 이용률 분석]



3545세 타겟들의 콘텐츠 소비율이
매우 높아 다양한 관심사별 더 젊게
살아가고자 원하는 욕구의
Young forty Lifestyle 추구
유저가 많은 **Media** 입니다

30대 직장인

자동차/주식 금융/여행
패션/여가활동 생활용품 등
생활밀착형 콘텐츠 소비



40대 직장인/주부등

비즈니스/재테크/여행
양육/건강/Lifestyle 콘텐츠 소비



Why Cashslide

Group 4: Young forty Lifestyle 오늘을 더 젊게 사는 그룹이 있습니다

[Young forty 그룹 광고 기집행 사례]



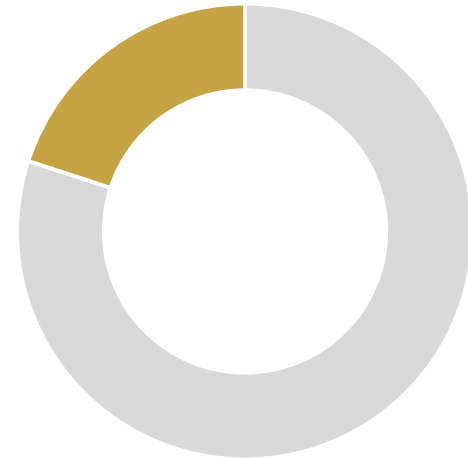
Young forty Lifestyle 그룹 활용

- ① App Targeting #금융 #뉴스 #스포츠
- ② LBS Targeting #쇼핑몰 #공항 #유명여행지
- ③ Interest Targeting #건강 #자테크 #패션뷰티

TIP

[Young forty Target Pool]

Avg.
20%

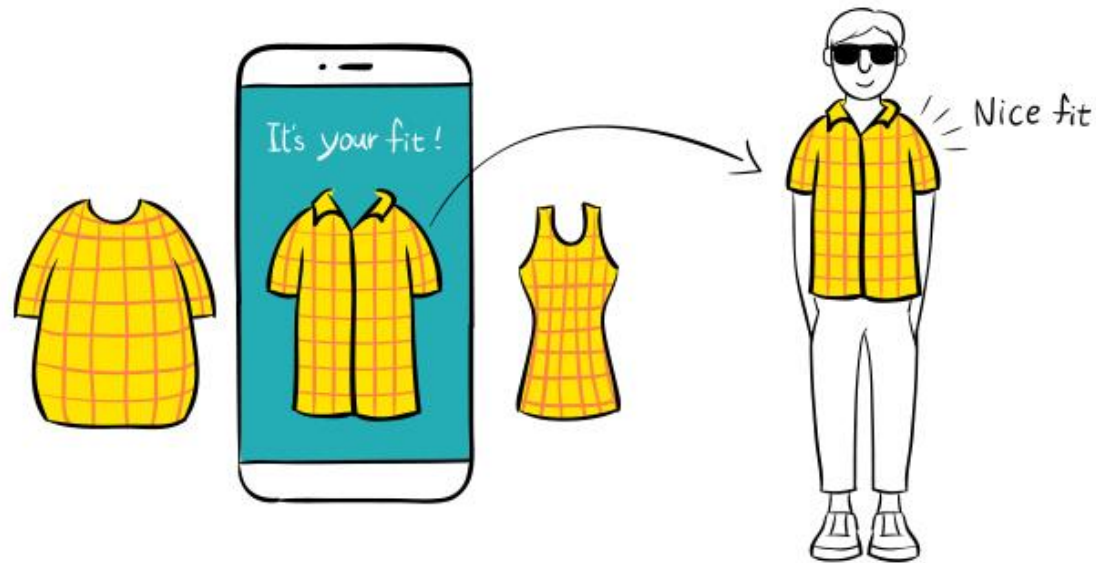


출처: 캐시슬라이드 내부 데이터

캐시슬라이드는
Young forty 그룹
커뮤니케이션 최적화 미디어

Why Cashslide

캐시슬라이드는 핵심 그룹을 Mix&Matching 타게팅하고 캠페인별 Customizing을 전담 할 Campaign Manager를 통해 강력한 “Lifestyle Targeting”을 맞춤 제안해드립니다



Why Cashslide

캐시슬라이드는 핵심 그룹을 Mix&Matching 타게팅하고 캠페인별 Customizing을 전담 할 Campaign Manager를 통해 강력한 “Lifestyle Targeting”을 맞춤 제안해드립니다

캠페인 Customizing Order Made Process



캠페인별 라이브 **Order Made Process** 구축을 통해 신속하고 빠른 최적화 제안

Why Cashslide

캐시슬라이드는 핵심 그룹을 Mix&Matching 타게팅하고 캠페인별 Customizing을 전담 할 Campaign Manager를 통해 강력한 “Lifestyle Targeting”을 맞춤 제안해드립니다

[캠페인 Customizing Order Made 사례]
*그외 62개 이상의 tag 분류로 타겟 커스텀 가능

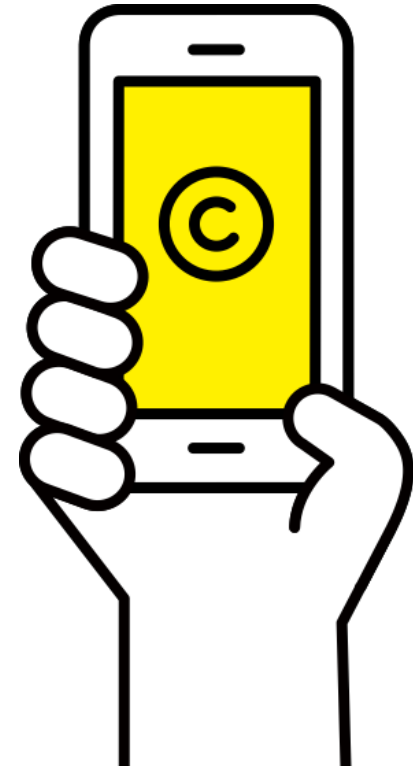


S전자 가전 캠페인 집행시 게임특화 모니터, 주부구매 가전군, 남성구매 가전 **TV**군, **Youth** 타겟구매 가전군 **Lifestyle** 세분화 후 맞춤 타게팅 적용/우수한 광고효과 달성

*평균보다 우수한 캠페인 결과 달성 (Avg CTR 20%)

part three

Why cashslide Lifestyle을 “공략” 합니다



Why Cashslide

18년 캐시슬라이드는 Lifestyle DB 토대 위 보유한 핵심 타겟 그룹을 통해 Valuable한 광고상품을 제안드립니다

[Lifestyle 공략 마케팅 목적별 분류]

전환율이
중요할 때
**Lifestyle
Targeting**

원하는 **Lifestyle** 을 쏙쏙 추려
Segmentation Strategy Targeting

인지도가
중요할 때
**Lifestyle
Block**

핵심타겟의 중요한 **Lifestyle**
상황/시간/장소 독점 광고노출

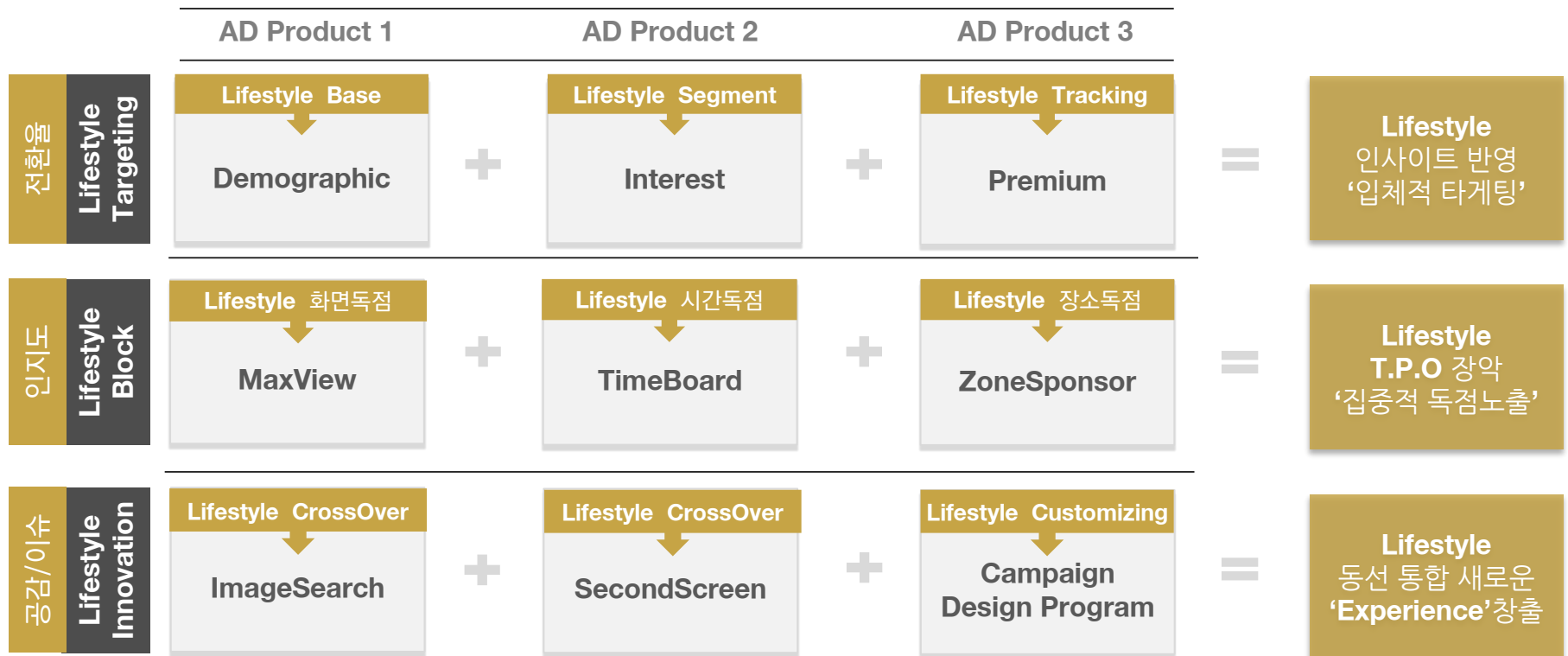
공감/이슈가
중요할 때
**Lifestyle
Innovation**

핵심타겟의 공감과 이슈를 만들 수 있는
Lifestyle 동선통합/새로운 고객 경험제공

캐시슬라이드의 광고 상품은 업종을 초월하여 근래 더욱 중요해진
Lifestyle 마케팅 목적달성에 '최적화' 되어 구성됨

Why Cashslide

18년 캐시슬라이드는 Lifestyle DB 토대 위 보유한 핵심 타겟 그룹을 통해 Valuable한 광고상품을 제안드립니다



Why Cashslide

Lifestyle Targeting

고객 Lifestyle 인사이트가 풍부하게 반영된 캐시슬라이드만의 DB를 통해 다양한 섹션의 DB를 복합적으로 Cross check하여 입체적인 Lifestyle 'Targeting' 광고가 가능합니다

1_Demographic



가입자 기본 데모그래피 정보
(연령/성별/기혼여부)

2_Interest



가입자 콘텐츠 소비 이력
+
상점 구매 이력

3_Premium



카테고리별 광고 소비이력
(우수반응 사례적용)

타게팅이 Step by Step 고도화 될 수록 평균 광고 반응을 증대

8~10% (CTR Avg.)

13~15% (CTR Avg.)

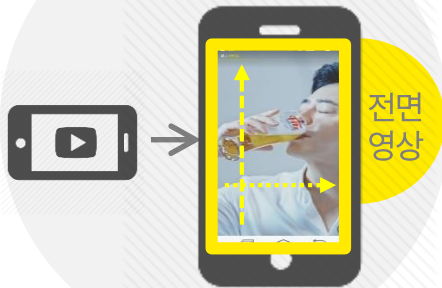
20~25% (CTR Avg.)

Why Cashslide

Lifestyle Block

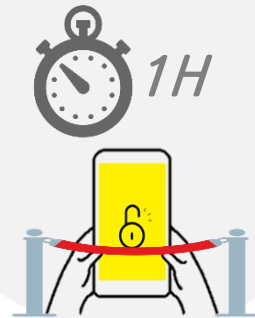
고객 Lifestyle Moment Catch를 통해 어떤 시간과 장소, 특정 상황별 어떤 방식으로 고객의 관심을 독점할 수 있는지 Know-how 보유하여 집중적 Lifestyle 'Block' 독점 광고가 가능합니다

1_MaxView



스마트폰 전면에서
Full-size 동영상을 시원하게 노출
(원본 손실없이 세로형 영상편집지원)

2_TimeBoard



캠페인 목표에 맞는 중요 시간대를 선정 후
1시간 단위로 잠금화면 광고노출 독점상품

3_ZoneSponsor



캠페인 목표에 맞는 장소/지역 선정 후
해당지역 위치한 고객의 잠금화면 광고노출 독점상품

Why Cashslide

Lifestyle Block

고객 Lifestyle Moment Catch를 통해 어떤 시간과 장소, 특정 상황별 어떤 방식으로 고객의 관심을 독점할 수 있는지 Know-how 보유하여 집중적 Lifestyle 'Block' 독점 광고가 가능합니다

MaxView 사례



원본 영상 스토리라인 유지

- ✓ 기존 편집된 광고영상 스토리 손실없이 편집

원본 영상 클라이막스 강조

- ✓ 모델/제품 확대 등 세로형 영상 Impact 강조

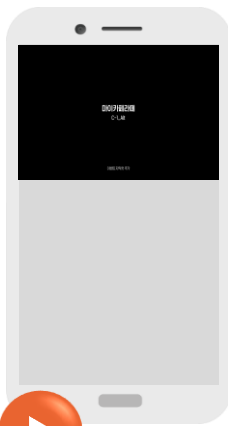
엔딩시 유저 클릭 유도 강화

- ✓ 잠금해제 유도와 자연스런 브랜딩

스마트폰 전체화면을 활용하는 Full-size 세로형영상상품

[매일커피라떼커피]

기존 영상
(가로 전용)



시연 영상클릭

편집
→

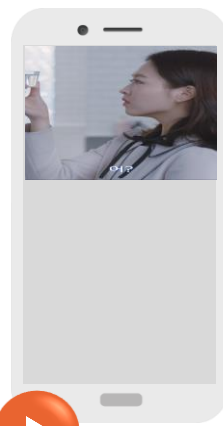
편집 영상
(세로 전용)



시연 영상클릭

[동아제약가그린]

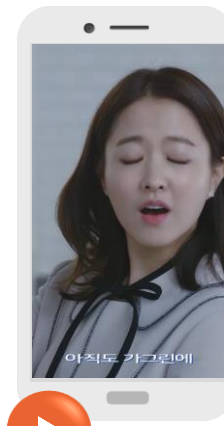
기존 영상
(가로 전용)



시연 영상클릭

편집
→

편집 영상
(세로 전용)



시연 영상클릭

Why Cashslide

Lifestyle Block

고객 Lifestyle Moment Catch를 통해 어떤 시간과 장소, 특정 상황별 어떤 방식으로 고객의 관심을 독점할 수 있는지 Know-how 보유하여 집중적 Lifestyle 'Block' 독점 광고가 가능합니다

AutoView 사례



영상도 보고 이미지도 보고

- ✓ 잠금화면 한 공간에 영상+이미지 동시 노출

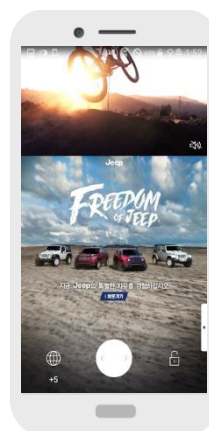
다양한 이벤트 내용 전달 용이

- ✓ 효과적인 이벤트 내용 고지+브랜딩 한번에

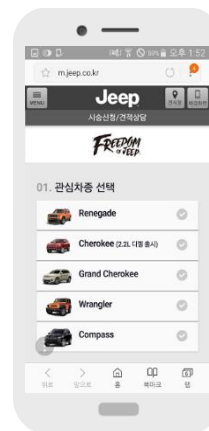
스마트폰 전체화면을 활용해 영상과 이미지를 동시에 노출 가능한 상품

[Vehicle: JEEP 자동차]

전면 광고



랜딩 페이지



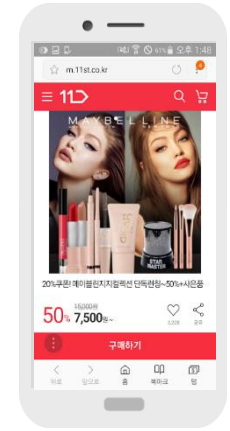
동영상이 아닌 일반배너형 차량광고 효율 대비
CTR 70% 상승

[Cosmetic: 메이블린]

전면 광고



랜딩 페이지



동영상이 아닌 일반배너형 화장품광고 효율 대비
CTR 60% 상승

Why Cashslide

Lifestyle Block

고객 Lifestyle Moment Catch를 통해 어떤 시간과 장소, 특정 상황별 어떤 방식으로 고객의 관심을 독점할 수 있는지 Know-how 보유하여 집중적 Lifestyle 'Block' 독점 광고가 가능합니다

TimeBoard 사례



원하는 골든타임 선택가능

- ✓ 원하는 타겟의 중요 시간대에 집중노출

1시간 단위 독점 노출로 임팩트

- ✓ 신제품 런칭, 실시간 라이브 이벤트 시
- ✓ 팝업스토어 런칭 시
- ✓ 스토리형식의 감작 이벤트 진행 시
선택과 집중이 필요한 순간에 최적화

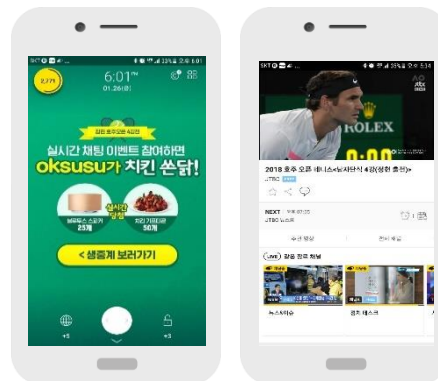
시간당평균400만노출확보/잠금화면 1시간 고정노출상품



출처: 3월 내 진행된 일부 유료 테스트 집행 결과

[SK 옥수수 사례]

호주오픈4강경기시정현선수경기생중계 광고 집행
*집행결과 N포털 광고상품 대비 우수한 광고 효율성 기록
*특정시간에 집중적으로 경기영상트래픽증대 목적에 효과적



	노출	클릭	CTR
N포털 스페셜DA (1시간 기준)	6,463,335	53,691	0.83%
TimeBoard	4,998,434	481,114	9.63%

약 9배
많은
CLICKS

약 9배
높은
CTR

Why Cashslide

Lifestyle Block

고객 Lifestyle Moment Catch를 통해 어떤 시간과 장소, 특정 상황별 어떤 방식으로 고객의 관심을 독점할 수 있는지 Know-how 보유하여 집중적 Lifestyle 'Block' 독점 광고가 가능합니다

ZoneSponsor 사례



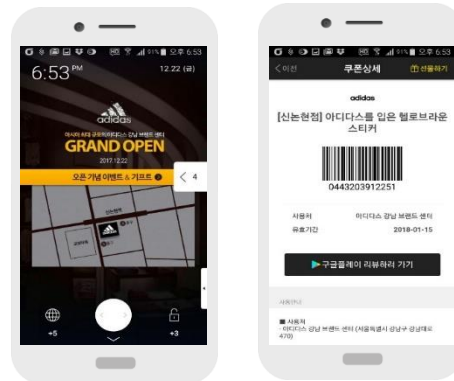
원하는 핵심지역 선택가능

- ✓ 낭비없이 핵심 지역만 쏙쏙 선택 집중노출

온/오프라인 IMC 마케팅 활용

- ✓ 신규 오프라인 매장 런칭 홍보시
- ✓ 특정지역 내 세일 이벤트 진행시
- ✓ 특정지역 내 단기간 방문을 증대가 필요할 시

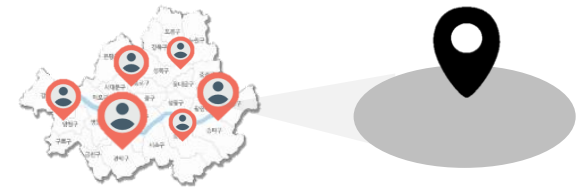
원하는 특정지역 내 모든 잠금화면 독점 노출이 가능한 특정지역스폰서십상품



[아디다스 신규 매장 오픈 사례]

오프라인 신논현점 매장 반경 3km ZoneSponsor 집행
쿠폰 다운로드 후 매장 방문 시 선물 제공

***특정 지역내 집중적으로 아디다스 신규 매장 방문 / 모객 목적 효과적**



Why Cashslide

Lifestyle Innovation

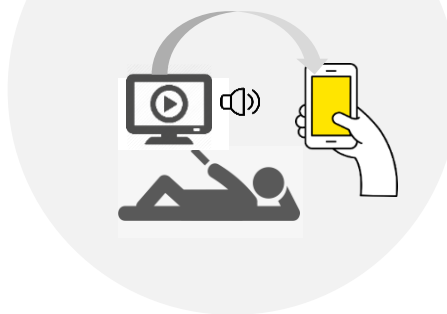
고객 Lifestyle의 동선을 이해하고 하나로 통합해 온/오프라인 고객 동선에 최적화한 효과적인 통합형 캠페인을 기획해 New Experience, Lifestyle 'Innovation' 광고가 가능합니다

1_Image Search



구글 솔루션을 통해 오프라인 이미지 촬영(로고/상품 인증)
이벤트 참여 프로세스로 연결해 새로운 고객경험 제공

2_SecondScreen



TV와 모바일의 Connected 광고 상품으로
TV 연동형 n스크린 광고가능

3_Campaign Design Program



캐시슬라이드가 전략적으로 캠페인의 A to Z
기획부터 실행까지 Client와 콜래보 형태로 참여해
정규상품 외 새로운 형태의 이벤트+광고설계 지원가능

Why Cashslide

Lifestyle Innovation

고객 Lifestyle의 동선을 이해하고 하나로 통합해 온/오프라인 고객 동선에 최적화한 효과적인 통합형 캠페인을 기획해 New Experience, Lifestyle 'Innovation' 광고가 가능합니다

Image Search 사례



기존에 없던 형태의 이벤트

- ✓ 온/오프라인 IMC 통합형 이벤트 최적화

고객 흥미 유발/참여율 증대

- ✓ 고객의 참여율 증대
- ✓ SNS 온라인 이슈버징 생산
- ✓ 이미지 촬영/인증 프로세스로 온라인 SNS 버징 이미지 생산에 유리

모바일 사진촬영을 통해유저를 캠페인에 자발적으로 참여시키고 새로운브랜드 경험을 제공하는상품

[[매일유업카페라떼 사례]]

Youth Target 동선에 맞춰카페라떼 포스터설치/ 포스터 이미지촬영/인증 성공시 캐시적립



Why Cashslide

Lifestyle Innovation

고객 Lifestyle의 동선을 이해하고 하나로 통합해 온/오프라인 고객 동선에 최적화한 효과적인 통합형 캠페인을 기획해 New Experience, Lifestyle 'Innovation' 광고가 가능합니다

SecondScreen 사례



ON-OFF 통합 Cross over

- ✓ TV와 모바일의 연결
- ✓ 다양한 이벤트 정보를 바로 모바일로 검색연결

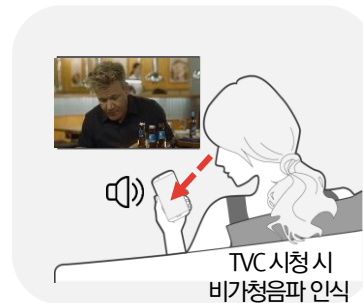
고객 흥미 유발/참여율 증대

- ✓ 고객의 참여율 증대
- ✓ SNS 온라인 이슈버징 생산
- ✓ 이미지 촬영/인증 프로세스로 온라인 SNS 버징 이미지 생산에 유리

TV와 모바일의 Connected Brand Experience 가능 상품

[카스맥주]

오프라인에서 카스 TVC 시청시 카스 프로모션 정보가 모바일 잠금화면에 연동되어 노출
잠금해제시 SNS 이벤트 페이지 연결



Why Cashslide

Lifestyle Innovation

고객 Lifestyle의 동선을 이해하고 하나로 통합해 온/오프라인 고객 동선에 최적화한 효과적인 통합형 캠페인을 기획해 New Experience, Lifestyle 'Innovation' 광고가 가능합니다

Campaign Design Program Process



ON/OFF 통합 Cross over 이벤트

- ✓ 브랜드 특성/타겟에 맞게
- ✓ 캠페인 목적에 맞게 다양한 형태 이벤트 설계

새로운 광고상품 설계/최초집행

- ✓ 정규상품 외 브랜드 최적화 NEW 광고상품 제안 (동일 업종 또는 유사 타게팅 실행 캠페인 기집행 우수 광고상품 반영)

캐시슬라이드와 전략적 콜래보 제휴 통해 캠페인 기획부터 실행까지 진행/
기존에 없던 이벤트 형태와 새로운 광고 설계 및 실행 상품

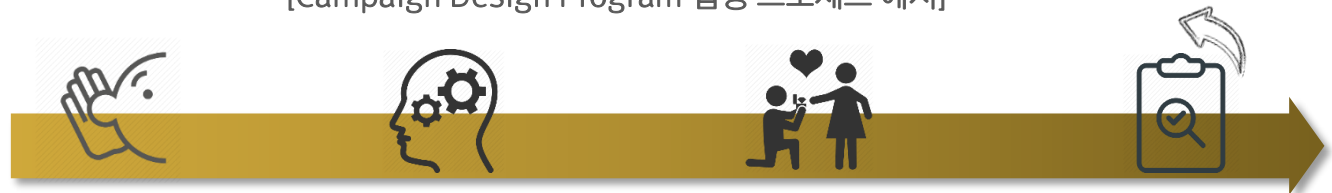
추후 캐시슬라이드와 함께 Lifestyle 기반 시너지 강화 가능한 다양한 서비스 연계 광고상품 지원 예정

스텝업

더 퀴즈라이브

+ 18년 Coming Soon More...

[Campaign Design Program 집행 프로세스 예시]



[1단계]

- Client RFP 입수
- 전담 캠페인 매니저 배정
- 캠페인 매니저 주관하 전략/기획 Creative Cell 지원부서 내부 킷오프 OT 집행

[2단계]

- RFP KPI 목표 달성에 최적화 된 캠페인 실행 전략 도출
- 소비자/시장/경쟁사 분석
- 캠페인 프로세스 기획
- 최적화 신규 광고상품 기획

[3단계]

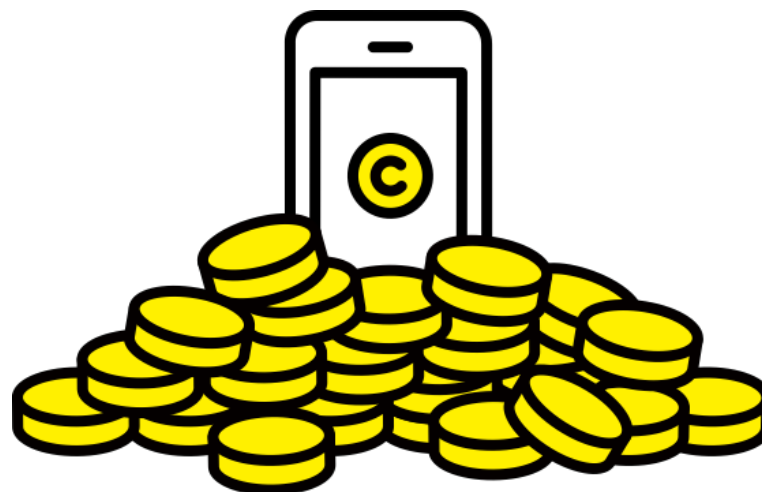
- 캠페인 풀 로드맵 플랜 제안
- 광고 도달률 증대를 위한 최적화 맞춤 광고상품 제안
- 기존에 없던 새로운 형태의 맞춤 캠페인 프로세스 제안

[4단계]

- 캠페인 실행
- 결과반응 추이에 따른 반영
- 종료 후 인사이트 도출
- Next 캠페인 집행 시 적용

part four

Appendix

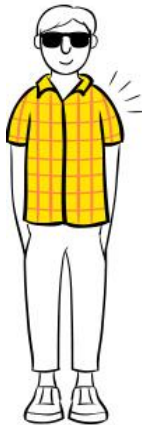


Lifestyle NBT Lab's Members

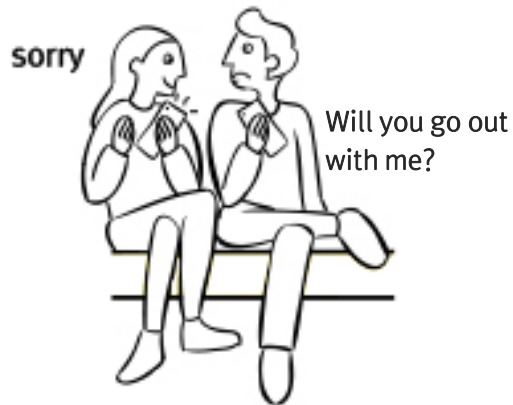
고객의 Lifestyle을 연구하는 NBT 사람들은 누구일까요?

우리 고객의 Lifestyle을 연구하는 NBT LAB의 cashslide member를 소개해드립니다

cashslide member에겐 3가지 차별적 특징이 있습니다



“우리는 도달할 수 없는
도전을 좋아합니다”



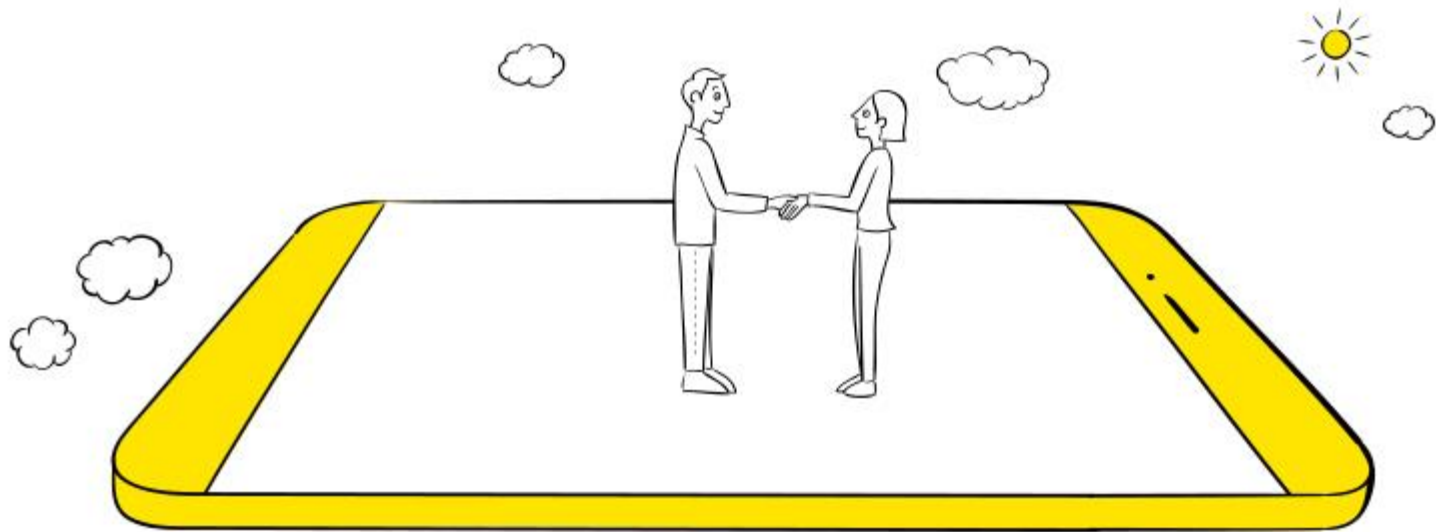
“유의미한 실패를 자주 하죠”



“도전과 실패를
반복하며 학습합니다”

Lifestyle NBT Lab's Members

매일 새로운 도전을 시도한다는 것, 꽤나 험난한 과정이죠?
NBT의 도전 문화는 모두가 쉽게 생각할 수 있는 문화는 아닙니다



Lifestyle NBT Lab's Members

우리는 이러한 도전이

사람들의 일상을 조금 더 즐겁게, 조금 더 새롭게 만든다고 믿습니다

이것이 우리가 생각하는 혁신이고, 끊임없이 도전을 시도하는 이유입니다



cashslide media spec

AD Products

구분	광고 상품	상세
동영상	MaxView	Full-size 세로 동영상 노출
	AutoView	자동재생 영상 + 이미지 동시 노출
	LockerView	긴 영상 가능, 시청 후 자동랜딩
독점형	TimeBoard	특정 1시간 고정 독점 노출
	ZoneSponsor	특정 지역 독점 노출
노출형	CPMC	노출량과 클릭수 동시 보장
	CPM / CPC	노출량 혹은 클릭수 보장
	MultiView	잠금화면 지면 분할 + 터치 지원
액션형	CPI / CPE / CPA	캐시슬라이드 + TNK / 포커스엠 네트워크 가능
	NCPI / NCPA	캐시슬라이드 + 애디슨 네트워크 가능
	Multi Action	앱 내 다중 이벤트 설정으로 원하는 단계까지 유도
ON-OFF 연계	SecondScreen	비가청음파 삽입 방식의 TV-모바일 연동
	Image Search	이미지 검색 및 인식 기능 활용한 이벤트 캠페인
Special Offer	브랜드와 캐시슬라이드의 콜라보레이션 형태의 이벤트 + 광고 설계	

Targeting

구분	타겟팅	상세
데모	나이	최소연령 15세부터, 최소 구간 5세 단위
	성별	남성/여성
	결혼여부	미혼/기혼
앱 프로파일	앱 타겟팅 (설치/제외)	타겟 앱 리스트 전달 필요
리타겟팅	관심사	콘텐츠에 반응했던 유저 이력 기반
	관심사프리미엄	콘텐츠와 광고에 반응했던 유저 이력 기반
	광고반응	자사 광고에 반응했던 유저 이력 기반
	Google ADID	직접 전달 필요, 유저 매칭율 약 5~10%
디바이스	LBS	위/경도 값 및 반경(최소 500m) 설정
	디바이스 모델	디바이스 모델명 지정
	통신사	SKT / KT / LGU+ 가능

Thank you