

“真实游戏玩家的梦职场”

GAME 科长

Media **Introduction**

TABLE OF CONTENTS

1

韩国广告媒体现状

2

GAME科长介绍 (投放效果及投放案例)

3

广告单价

4

联系方式

CHAPTER I
韩国广告媒体现状

手游广告媒体现状



排名上不去

高流失率

各种风险因素

随着Google Play算法逻辑变化（计算删除率等）导致提高下载量为目的的冲榜活动不起作用，存在高流失率及假量风险



无法保证安装

单价昂贵

近期CPC广告计算安装单价时发现多数竟超过20万韩币，主要是大作或著名IP产品做品牌推广时投放



昂贵的广告费

流量少

达成级别活动等CPA（CPE）媒体，相比昂贵的广告费存在流量过少的问题，留存率远低于NCPI



假量(FRAUD)

无法确认子渠道

虽然可以保证安装单价，但是因为无法确认子渠道网盟的详细情况，所以存在各种假量问题（需要持续优化媒体）

与日俱增的广告费

홀쩍 큰 모바일 게임... 광고비도 11배나 쑥

发展迅猛的手游市场... 广告费增长11倍

手游市场广告费
呈现指数生长态势

올 5월까지 856억 달해

모바일 게임 광고비가 기하급수적으로 늘고 있다.

30일 LG계열 광고회사 HS애드가 지난해 12월 한달간 1,700명을 대상으로 미디어 이용행태를 조사한 결과 응답자의 48%가 모바일 게임을 매일 하는 것으로 나타났다. 일 평균 이용 시간은 60.8분으로, 2013년 9월 53분, 2014년 6월 59.6분에 이어 처음으로 1시간대를 넘겼다.

모바일 게임 이용 시간은 여성보다는 남성이 많았다. 연령별로는 30~40대가 가장 많은 시간을 할애했다. 30대는 일 평균 75분, 40대는 70분이었다. 모바일 게임 이용 시간 비중이 30%대를 넘긴 것은 두 연령층이 유일하다.

모바일 게임 이용자가 늘면서 게임사들의 광고 마케팅도 활발해졌다. 닐슨 아덱스가 발표한 지상파·케이블 및 종편·신문·잡지·라디오 등 5대 매체 기준 올 1~5월까지 모

바일 게임 총 광고비는 856억원에 달했다.

이는 지난해 동기 74억원에 비해 무려 11.5배 증가한 수치다.

박준우 HS애드 미디어플래닝팀 국장은 "모바일은 이제 '뉴미디어'가 아니라 '매스미디어'가 됐다"며 "모바일 동영상·전자상거래뿐 아니라 특히 모바일 게임 시장이 급속히 커지면서 광고 집행비도 다른 모바일 부문에 비해 눈에 띄게 상승하고 있다"고 말했다. /김민정기자

增加了竟11.5倍

广告费上升的原因?

广告流量猛增, 导致个别渠道效果下降

广告方式枯竭!

投入与效果成正比的广告手段变得越来越少

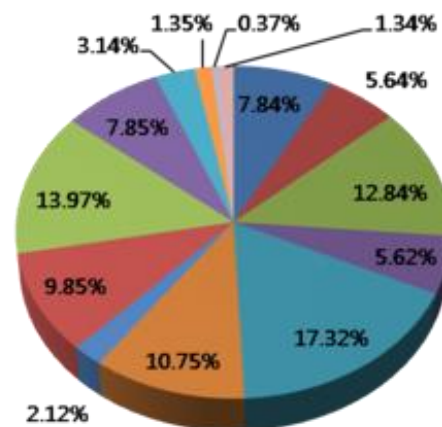
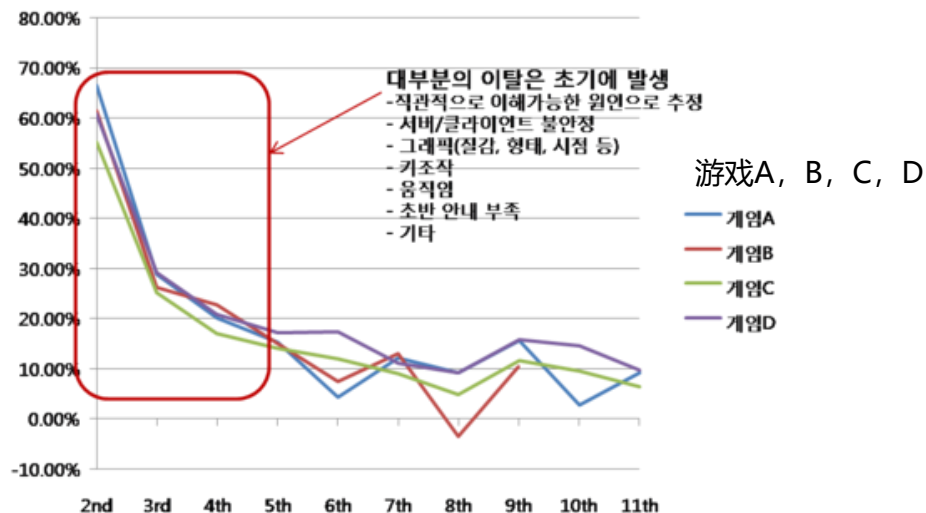
FB/谷歌单价飙高

Facebook及UAC广告的竞价单价在不是大作或著名IP游戏时表现出飙高现象

游戏上线初期流失率高的原因

大部分玩家流失发生在游戏上线初期

- 服务器不稳定
- 画面 (质感, 形态, 时间点等)
- 操作不方便
- 画面抖动
- 缺少新手流程
- 其他



- 서버불안정
 - 클라이언트불안정
 - 퀘스트적음
 - 특정퀘스트의 어려움
 - UI 불편
 - 조작어려움
 - 3D 어지럼증
 - 캐릭터가 마음에 안들
 - 그래픽이 마음에 안들
 - 노가다가 심해서
 - 파티가 없어서
- 服务器不稳定
客户端不稳定
日常任务少
部分任务难度高
UI不方便
操作难
3D眩晕
不喜欢角色
不喜欢画面
游戏太肝
没有工会

没有100%完美的游戏

超过50%的用户在感受游戏乐趣之前就已经流失了

引导适应游戏

上线首日可能发生服务器不稳定, 新手流程过长, UI不适应等问题
如果有引导玩家持续地体验游戏, 直到用户能感受到游戏的乐趣的营销模式?

深入了解游戏后留存率提高的可能性大大增加!

什么是“GAME 科长”？



职级系统

应用中设计了游戏性因素 (Gamification), 模仿公司职级晋升模式, 赋予用户持续成长的趣味及动力

真实玩家群

由100%真实游戏玩家构成的用户, 享受游戏乐趣的同时执行任务的系统化结构

提高收入

每月根据职级高低给用户支付相应薪水, 以同等价值的谷歌充值卡等方式支付, 用户使用谷歌充值卡再充值的良性循环提高游戏收入

GAME科长投放案例

+1d	+2d	+3d	+4d	+5d	+6d	+7d
58.33%						
100.00%	100.00%					
100.00%	83.33%	83.33%				
100.00%	71.43%	71.43%	71.43%			
70.00%	70.00%	40.00%	50.00%	20.00%		
58.33%	50.00%	41.67%	50.00%	50.00%	33.33%	
73.33%	53.33%	60.00%	33.33%	33.33%	33.33%	46.67%
37.50%	31.25%	37.50%	43.75%	31.25%	31.25%	37.50%
80.00%	75.00%	55.00%	60.00%	50.00%	35.00%	35.00%
73.68%	57.89%	65.79%	57.89%	47.37%	50.00%	39.47%
75.41%	62.30%	54.10%	45.90%	45.90%	49.18%	40.98%
65.08%	55.56%	50.79%	44.44%	47.62%	34.92%	30.16%

- 投放GAME科长的游戏初期表现出惊人的留存数据，活动结束后留存数据也显著高于同期的NCPI媒体的平均数据
- 关于游戏体验时间的调查数据证明，GAME科长的用户比任何一个广告媒体用户的游戏体验时间都要多
- GAME科长的用户以真实游戏玩家构成，其高留存率获得广大客户及韩国广告媒体们的认可

CHAPTER III

广告单价

广告单价

EVENT

GAME 科长上线特价 !!

NCPI ~~10,000元韩币~~ → NCPI 5,000元韩币
(50% 半价优惠活动)

1,000万韩币套餐

▶ 保证2,000个安装

- 游戏上线后30天广告期间内安装无限制, 超过最少保证安装数2,000个后持续曝光, 活动继续 (效果翻倍也按照原定广告费用结算, 不额外增收广告费)
- 活动结束后安装数若不满最少保证的2,000个时, 以实际安装数量乘以安装单价进行结算 (广告费保障制度)
- 以DNM管理者后台的实际安装数据为结算基准
- GAME科长只跟踪首次安装数据 (新玩家), 仅限新玩家不包含历史安装玩家

Thank you

广告咨询 : dnm@udnm.co.kr

GAME 科长 销售科长 ChanHo Song

CLICK!



sch@udnm.co.kr



010-9924-7632

Please do not hesitate to contact us 😊