

olleh

KT IPTV

olleh tv 매체 소개서



2011.08. **kt** mhows

*KTmhows는 KT의 자회사로서, olleh tv의 미디어랩을 담당하고 있습니다.

목 차

olleh tv 현황	3
olleh tv 광고상품	14
제안	31

| olleh tv 현황



IPTV[Internet Protocol Television]

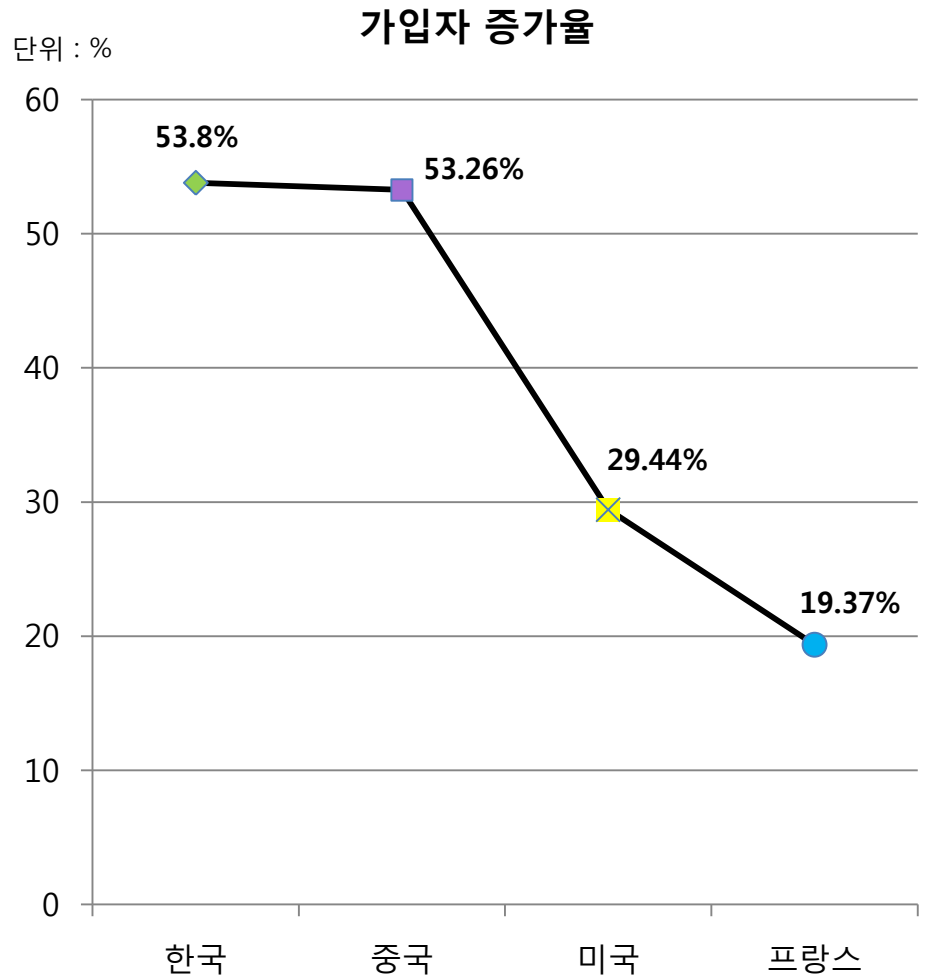
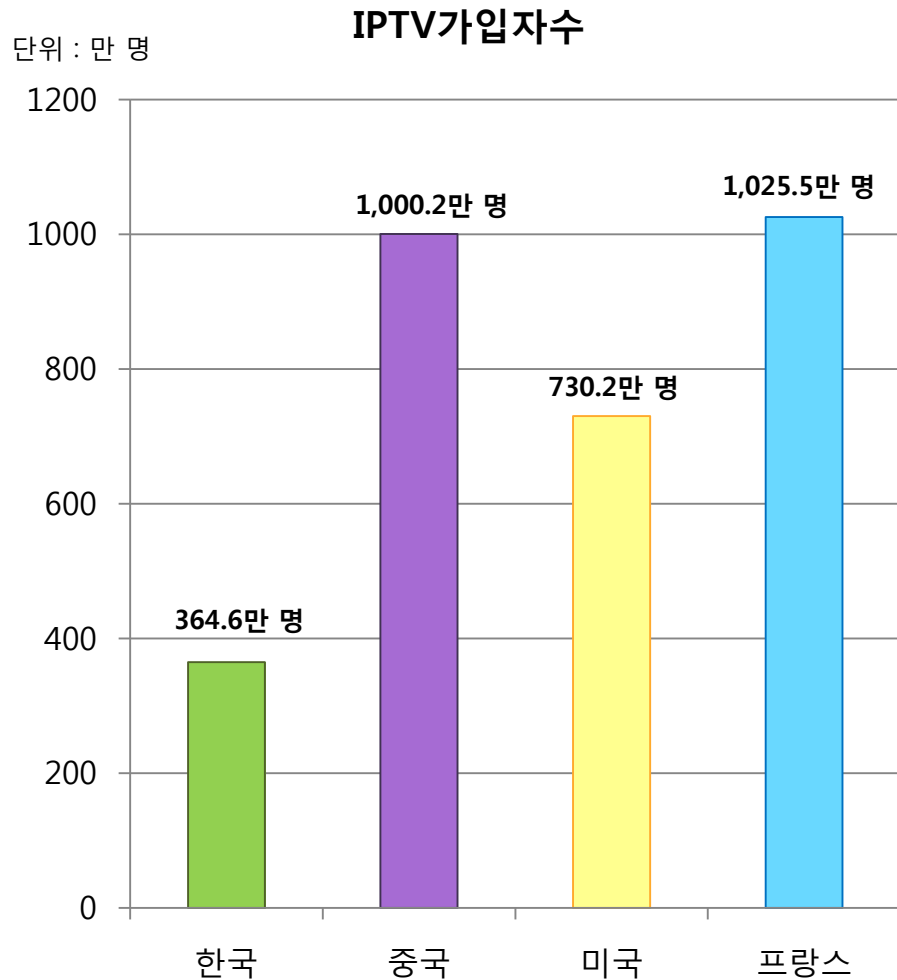
- 초고속 인터넷망을 이용하여 제공되는 양방향 텔레비전 서비스
- 시청자가 원하는 시간에 원하는 콘텐츠 시청 가능
- 현재 IPTV는 3사에서 서비스 제공
 - KT olleh tv, SK B TV, LG U+TV

olleh tv(前 QOOK TV)

- VOD, 실시간 채널, 지역 정보 등 생활밀착형 콘텐츠 총 망라
- 소비 주도 계층인 대도시 아파트 거주층에 높은 수용도
- IPTV 최다 가입가구 (2011년 8월 현재 279만 가구)
- 국내 최다 콘텐츠(130개 채널, 9만 여 편 콘텐츠)

세계 IPTV 가입자 현황

- 2010년 4분기 기준, 우리나라 IPTV 가입자 수는 프랑스, 중국, 미국에 이어 4위를 차지
- 반면, 가입자 증가율은 전년 동기 대비 53.8%로 우리나라가 1위

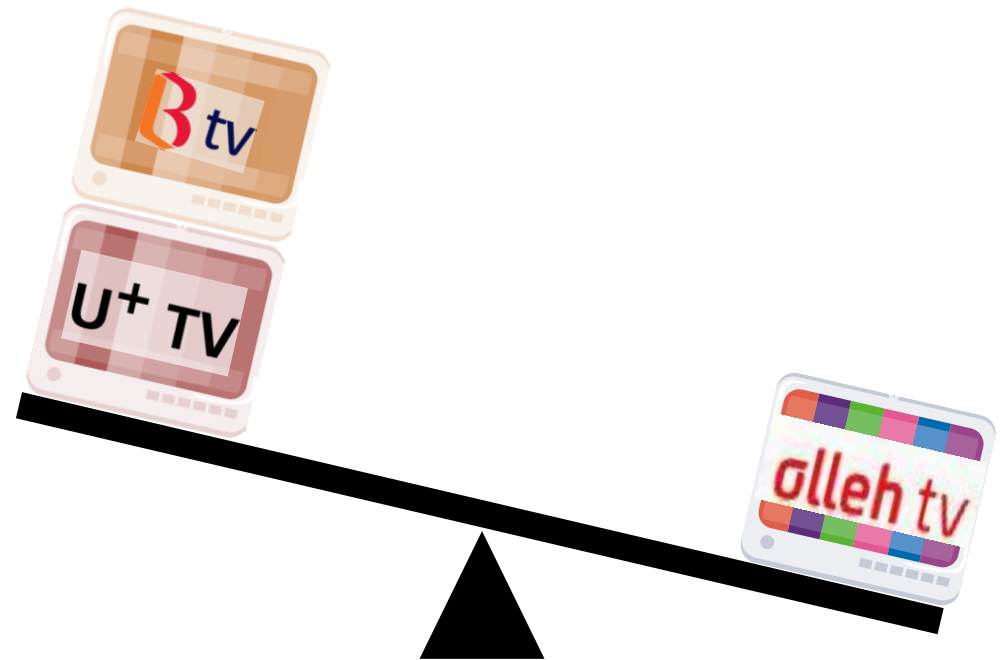


국내 IPTV 서비스 현황

			
제공 회사	KT	SK브로드밴드	LG파워콤
서비스 시작일	2007년 7월	2006년 7월	2007년 12월
가입 가구수	279만	96만	78만
라이브 채널	130개 채널	85개 채널	95개 채널
제공 콘텐츠	9만여 편	8만5천여 편	4만여 편
서비스 방식	iCOD / D&P	D&P	D&P

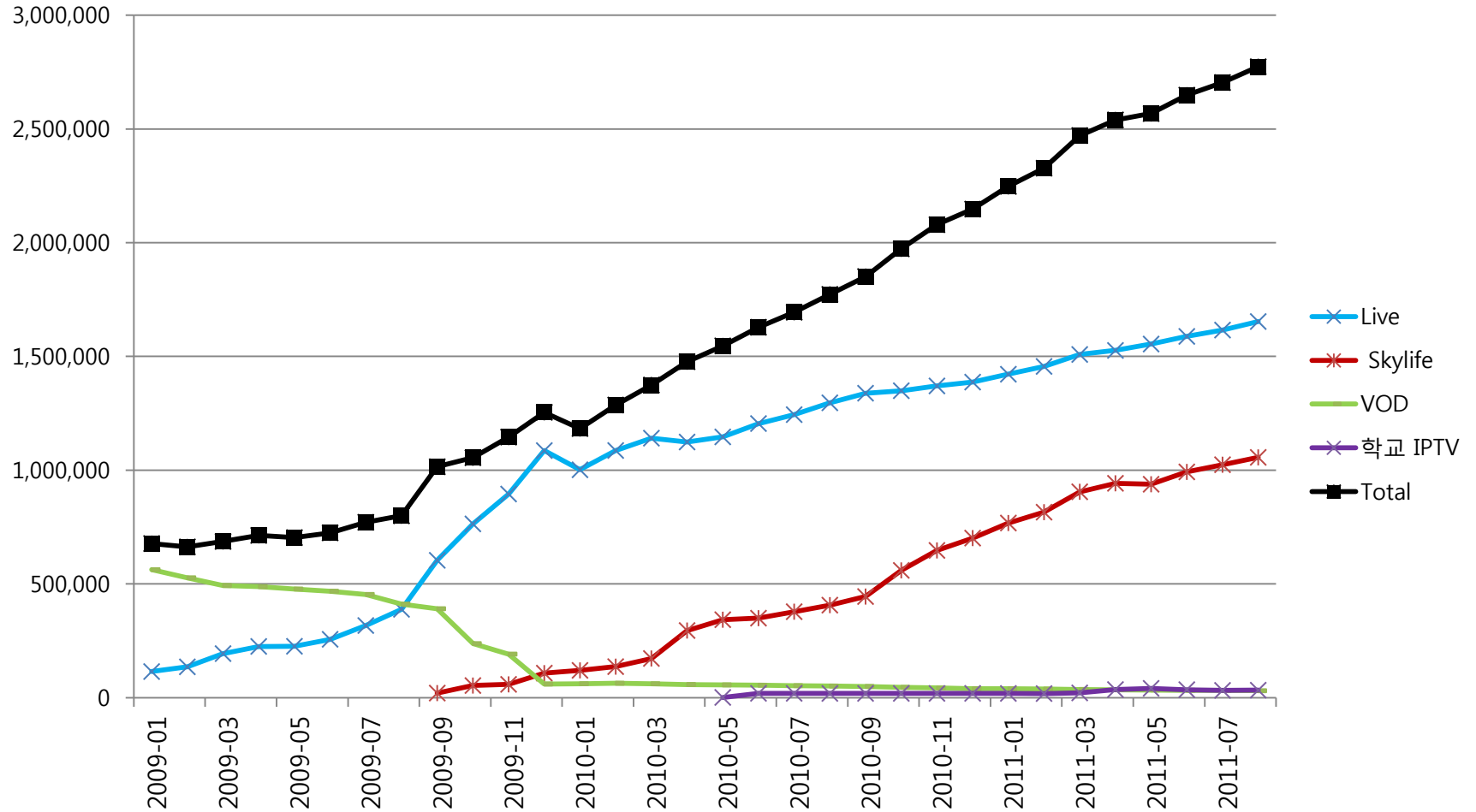
olleh tv vs.타사 IPTV

- 가입가구 수
 - **olleh tv : 279만 가구**
 - B TV : 96만 가구
 - U+TV : 78만 가구
- VOD 로딩 타임에 노출되는 광고의 수
 - **olleh tv : 1개의 광고 단독 노출**
 - B TV : 2개의 광고 노출
 - U+TV : 2개의 광고 노출
- 콘텐츠 보유량 비교
 - **olleh tv : 9만여 편**
 - B TV : 8만 5천여 편
 - U+TV : 4만여 편



olleh tv 가입가구 증가

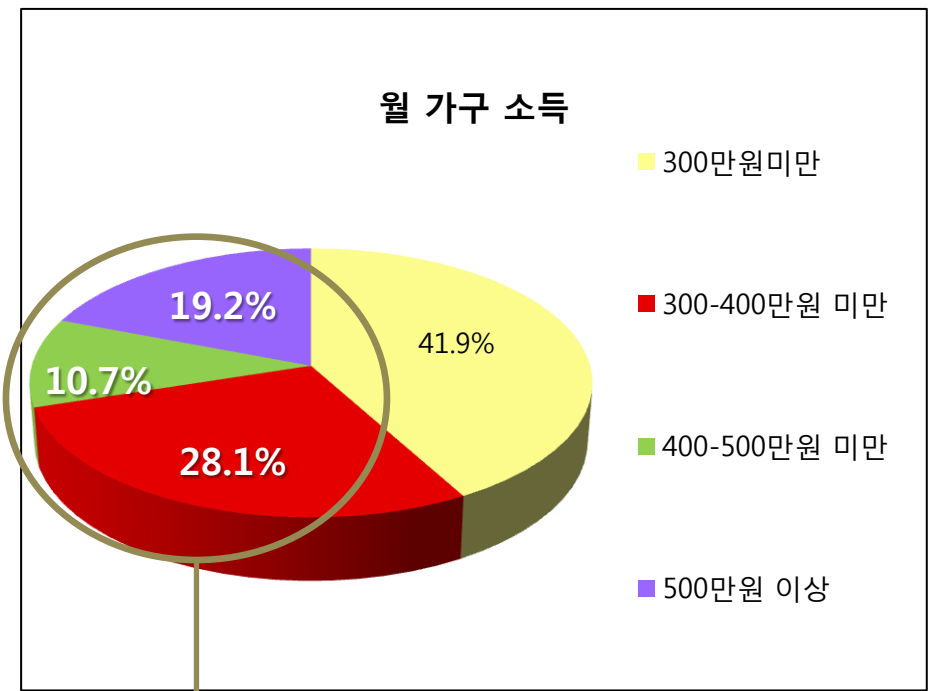
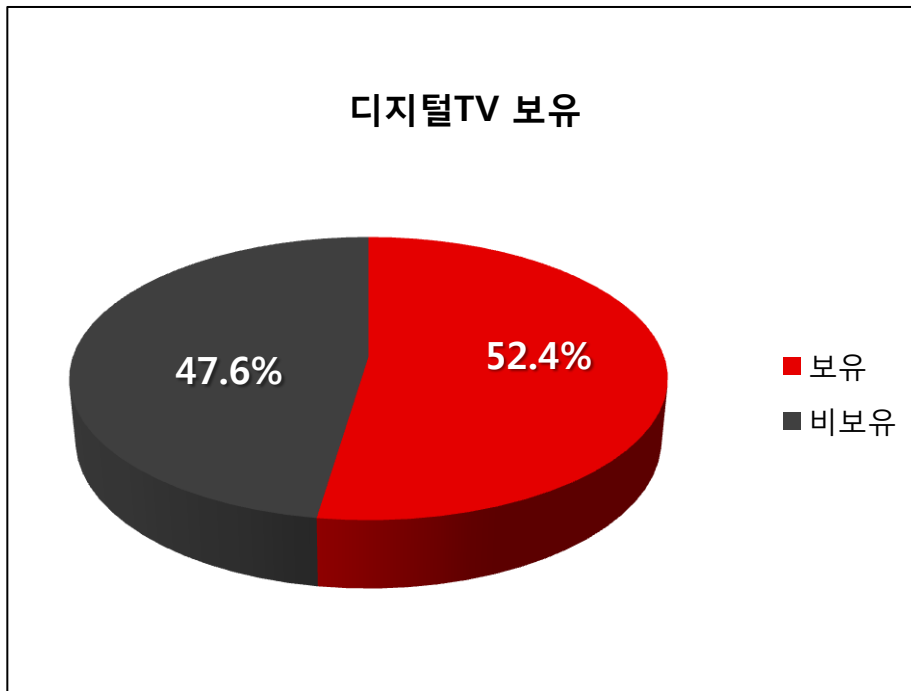
- 전체 IPTV 가입가구의 절반 이상 차지
- 2009년 1월 72만 가구 → 2011년 8월 현재 279만 가구



* 2011년 9월 15일 업데이트

olleh tv 가입가구 Profile

- 52% 디지털 TV 보유 (vs 전국 평균 35%)
- 58% 월 가구소득 300만원 이상

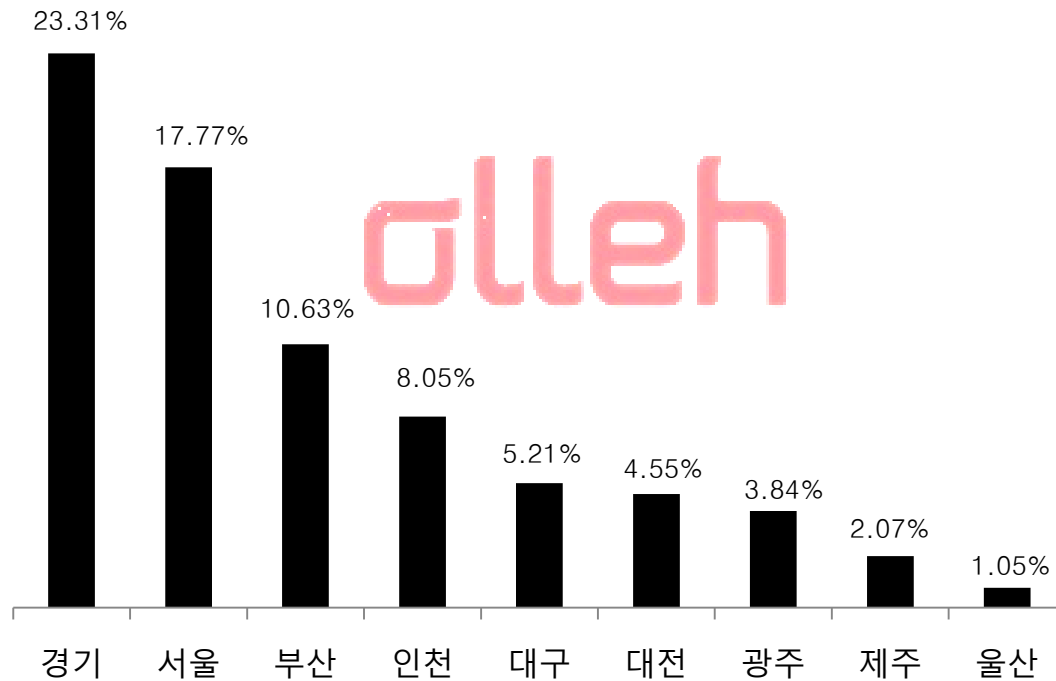


300만원 이상 가구 소계 58%

olleh tv 가입가구 Profile

▶ olleh tv 가입가구 지역별 자료

- 수도권 및 주요 7대 도시에 전체 olleh tv 가입자의 76.49%가 거주



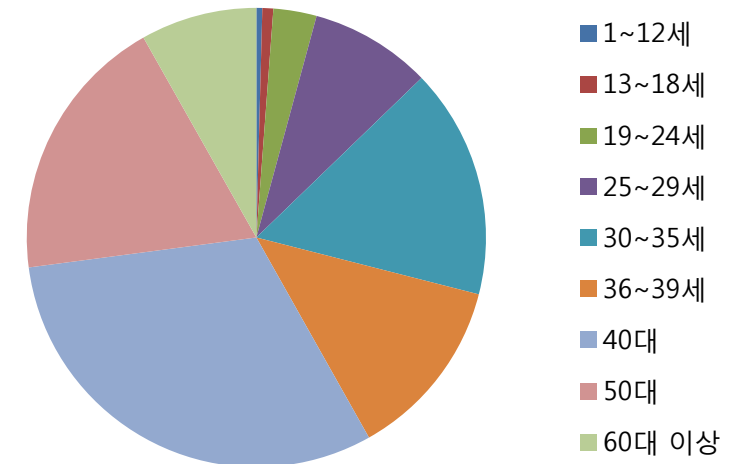
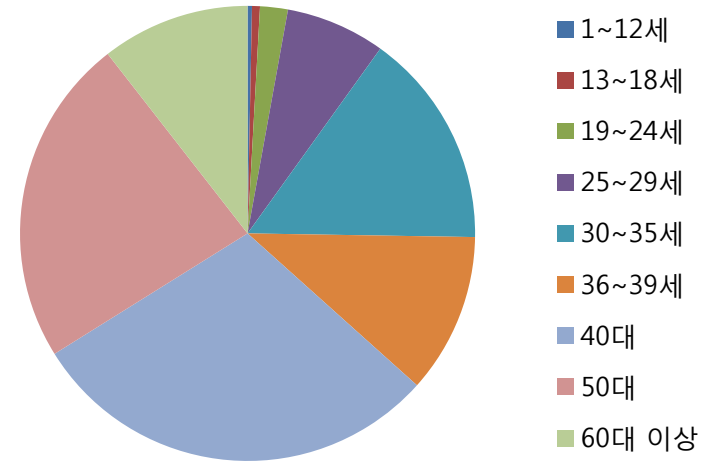
2011년 9월		
지역구분		총 가입자수
서울		489,849
경기	인천광역시	222,050
	경기남부	426,871
	경기북부	215,867
충청도	대전광역시	125,409
	충남	72,301
	충북	100,975
전라도	광주광역시	105,919
	전남	46,237
	전북	108,427
강원도		157,995
경상도	부산광역시	293,161
	대구광역시	143,554
	울산광역시	28,944
	경남	114,492
	경북	47,863
제주도		57,203
총 합		2,757,117

* 2011년 9월 15일 업데이트

olleh tv 가입가구 Profile

▶ olleh tv 가입가구 성별/연령 자료 (2011년 9월 15일)

성별	연령	가입자수	%
남자	1~12세	4,566	0.17%
	13~18세	8,116	0.30%
	19~24세	30,502	1.12%
	25~29세	107,552	3.95%
	30~35세	230,315	8.46%
	36~39세	169,142	6.21%
	40대	437,163	16.06%
	50대	349,165	12.83%
	60대 이상	156,268	5.74%
여자	1~12세	3,852	0.14%
	13~18세	6,933	0.25%
	19~24세	29,090	1.07%
	25~29세	80,956	2.97%
	30~35세	152,484	5.60%
	36~39세	120,170	4.42%
	40대	293,357	10.78%
	50대	180,039	6.62%
	60대 이상	75,948	2.79%
미입력	미입력	285,899	10.51%
계		2,721,517	100%



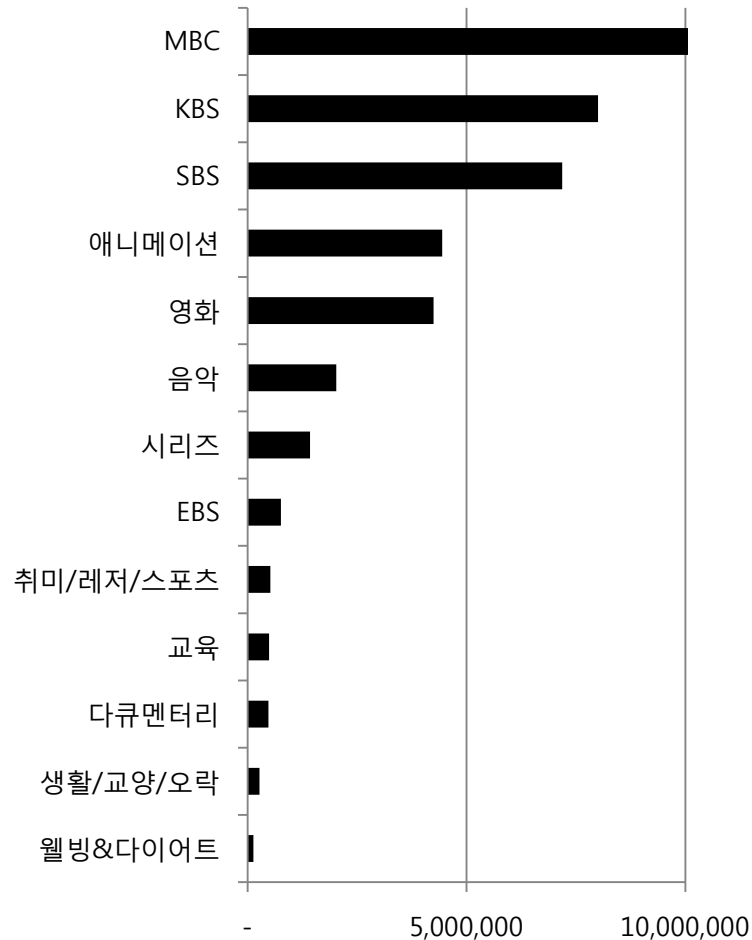
* 순유지가입자수(신규가입자는 미포함)

VOD 이용 빈도 조사

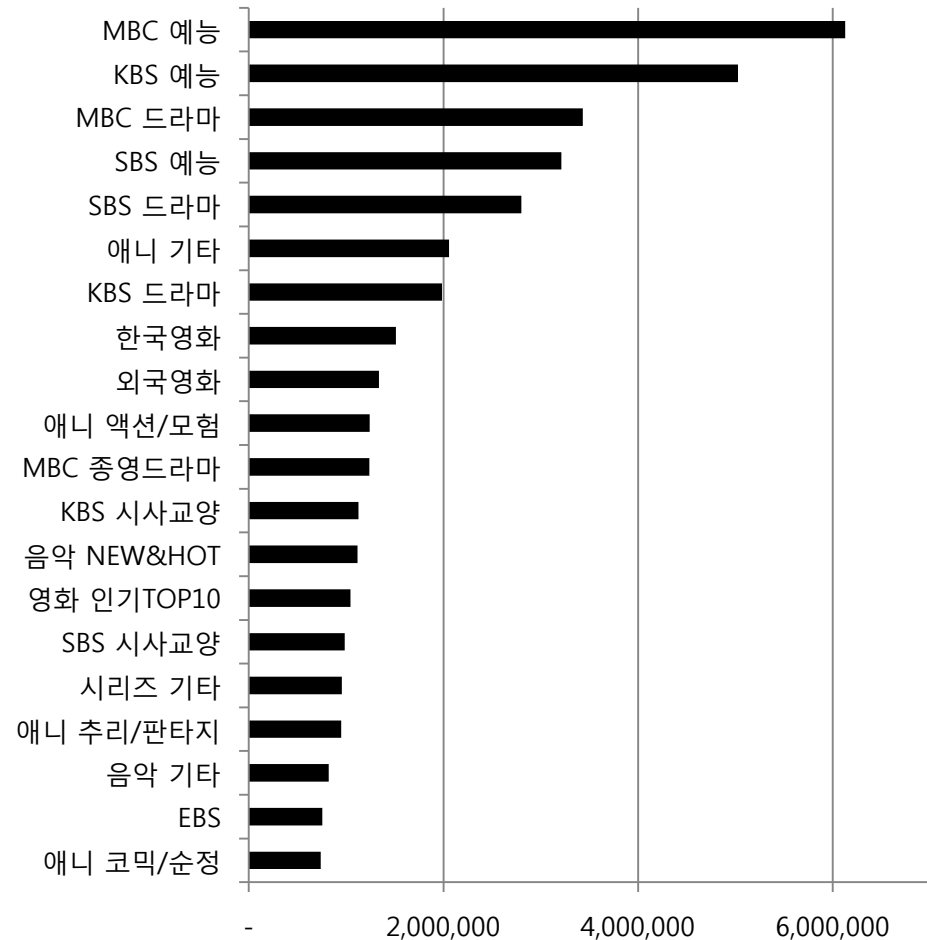
➤ VOD 카테고리별 이용횟수(2011년 8월)

- 공중파3사 > 애니메이션 > 영화 등의 카테고리에서 높은 이용률
- 공중파 : 예능 > 드라마 > 종영드라마 순

1 depth



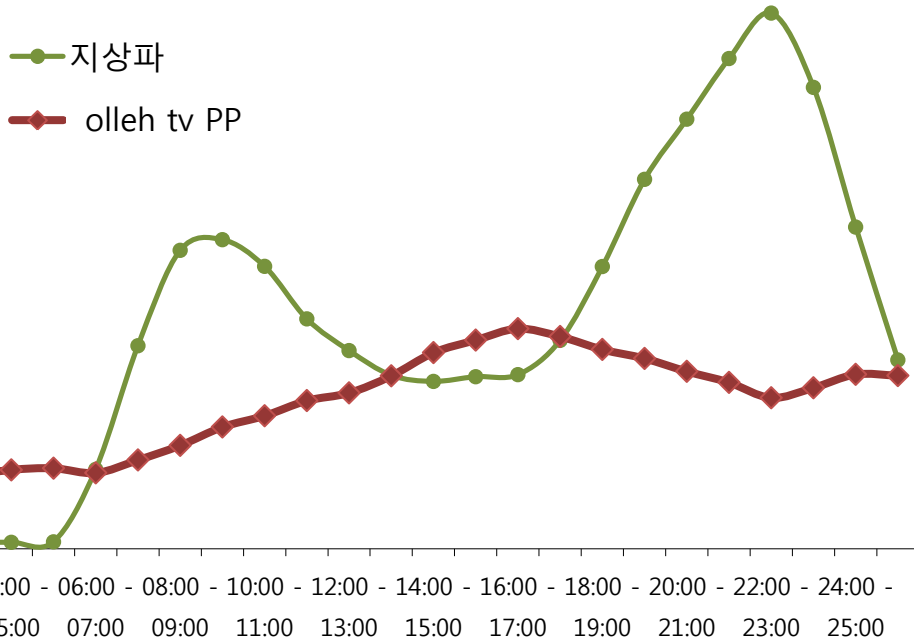
2 depth



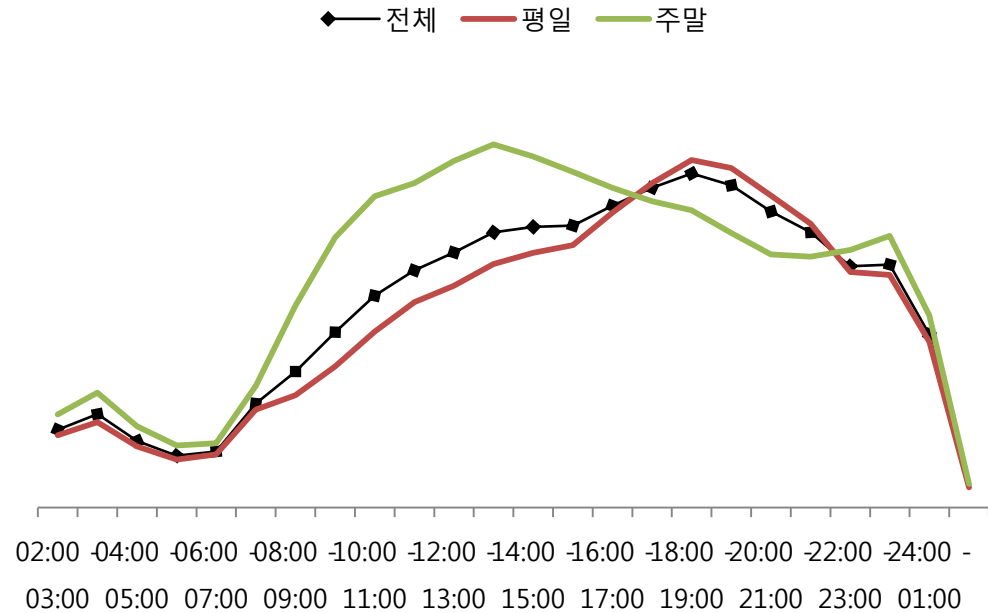
olleh tv 시간대별 시청률/ VOD 이용률

- 타 매체에 비해 시간대별 균일한 시청률
- 오후 시간대의 시청률/이용률이 타 매체 대비 높은 수준

실시간 지상파 vs olleh tv PP 시청률



olleh tv VOD 이용률



| olleh tv 광고 상품



노출형

- **Pre Play** 광고
 - 프로그램 로딩 시 단독 노출
 - 단일광고, 강제 노출로 높은 주목도
- **Home Play** 광고
 - olleh tv 첫 화면 광고
 - 채널, 메뉴 선택 전 노출

양방향 광고 (Interactive)

- **AD Q** : 콘텐츠 시청 중 노출되는 **컨텐츠 결합형** Interactive 광고
- **Pre Q** : Pre Play (20초/30초) 광고와 함께 Trigger가 노출되는 양방향 광고
- **Brand Page** : AD Q 와 Pre Q를 클릭했을 때 연결되는 광고주 전용 페이지
- **Micro Site** : AD Q를 클릭했을 때 연결되는 대형 팝업
- **기타** : PPL-POP, 시보 Q

Cue-tone

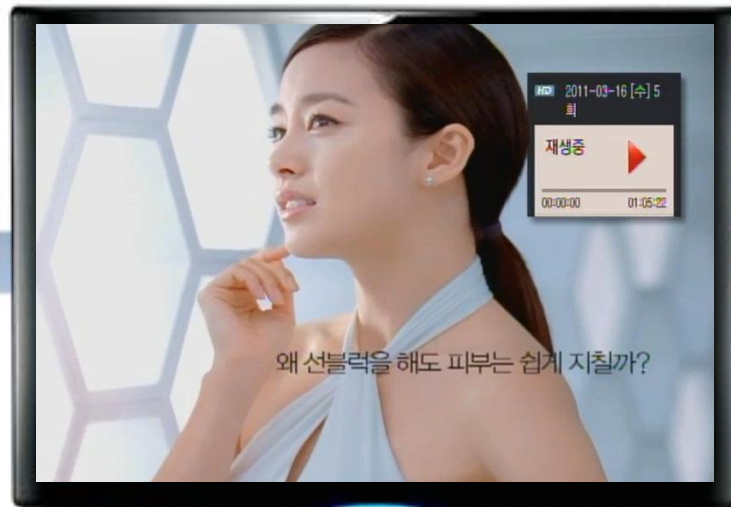
- 채널 별로 시간당 2분간 할당된 SB(Station Break) time에 송출하는 광고 상품 (= 케이블 TV 지역광고)
- olleh tv live 총 119개 중 28개 채널에 SB 광고 운행 중

olleh tv VOD 광고 - Pre Play 동영상 광고

- 시청자가 선택한 VOD 프로그램 시작 전 노출 되는 동영상 광고
- 높은 주목도
 - 강제 노출 : VOD 프로그램 시작 전 **로딩타임에 강제 노출**
 - 독점 노출 : **프로그램 당 1개의 광고만 단독 노출**
- 높은 효율성
 - 노출량 기준 단가 산정 (CPM)
 - 가구 CPM : 15초/20초 소재 : **25,000원** / 30초 소재 : **35,000원**
 - 시청률 조사에 의한 추정 노출량이 아닌, **실제로 노출된 횟수**에 따른 광고비 책정



VOD 선택



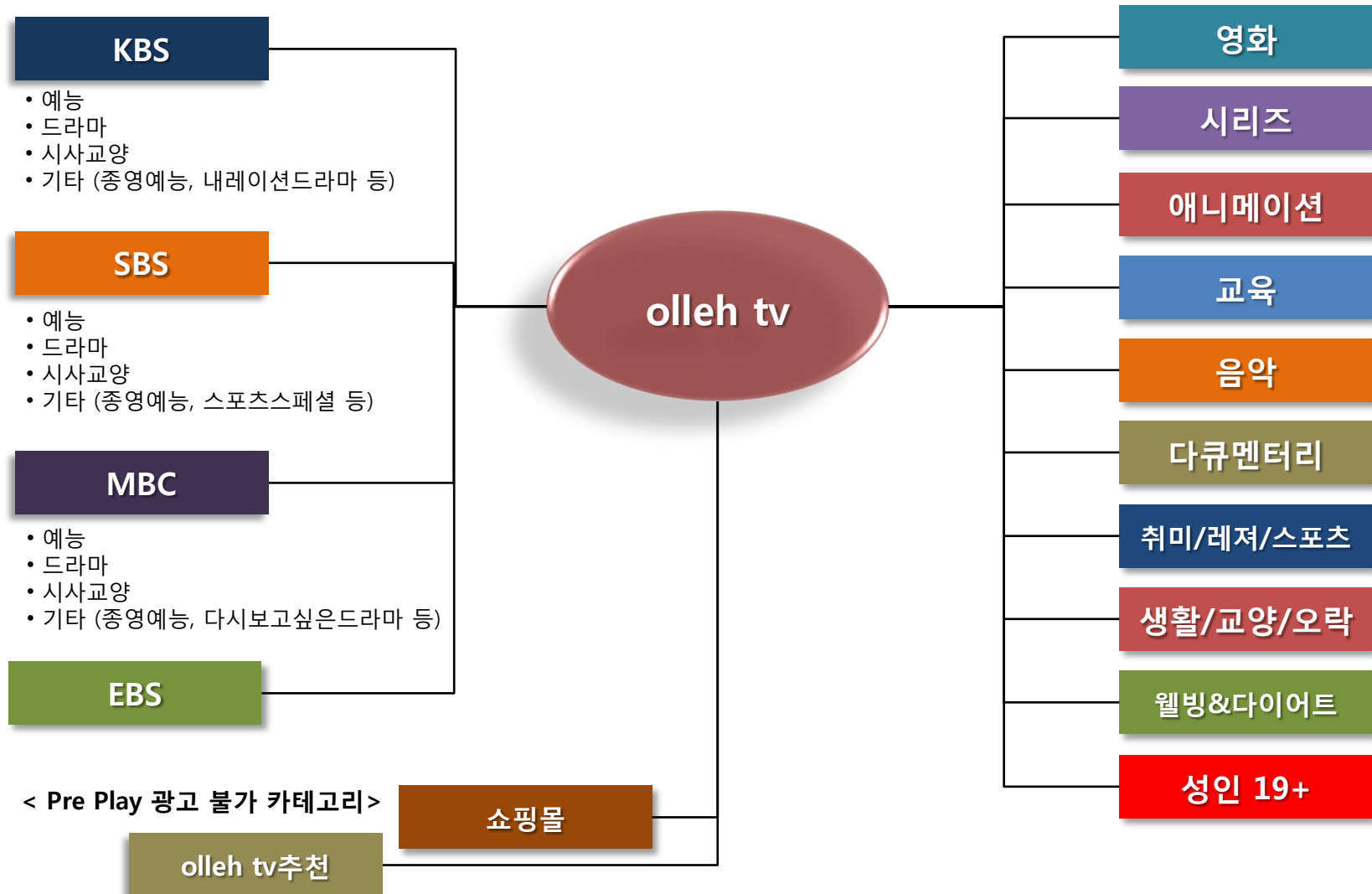
Pre Play 광고 노출



VOD 시청

olleh tv VOD 광고 - Pre Play 광고 집행 카테고리

- 아래 14개 카테고리에 희망 노출량을 배분하여 월별 청약 진행
- KBS, SBS, MBC 는 2Depth 까지 카테고리 청약 여부 선택 가능



olleh tv VOD 광고 - 인기 카테고리별 콘텐츠

드라마



예능



영화



시리즈



애니



Q-sheet 예시

카테고리		프로그램	소재 길이	노출량		집행금액
KBS	드라마	공주의남자,스파이명월, 광개토태왕,오작교형제들	15"	44,000 회	27%	₩ 1,100,000
	예능	불후의명곡, 개그콘서트, 1박2일, 남자의자격	15"	49,600 회		₩ 1,240,000
	종영드라마	웃어라동해야, 드림하이, 성균관스캔들, 도망자	15"	36,000 회		₩ 900,000
MBC	드라마	지고는못살아, 천번의입맞춤, 계백, 애정만만세	15"	49,000 회	29%	₩ 1,225,000
	예능	댄싱위드더스타, 나는가수다, 무한도전, 황금어장	15"	57,200 회		₩ 1,430,000
	종영드라마	넌내게반했어, 미스리플리, 최고의사랑	15"	33,000 회		₩ 825,000
SBS	드라마	보스를지켜라,여인의향기, 무사백동수,내사랑내결에	15"	39,000 회	24%	₩ 975,000
	예능	기적의오디션, 강심장, 런닝맨, 인기가요	15"	42,200 회		₩ 1,055,000
	종영드라마	시티헌터, 신기생년, 49일, 마이더스, 싸인	15"	34,000 회		₩ 850,000
영화	최신영화, 한국영화, 외국영화 등	리오, 고양이, 127시간, 블랙스완, 위험한상견례	15"	33,600 회	7%	₩ 840,000
시리즈	인기미드, 해외시리즈, 추리시리즈 등	사조영웅전, 신탐적인결, 멘탈리스트,스파르타쿠스	15"	32,600 회	7%	₩ 815,000
애니메이션	액션/모험, 코믹/순정, 추리/환타지 등	블리치, 나루토, 원피스, 명탐정코난, 흑집사	15"	29,800 회	6%	₩ 745,000
합 계				480,000 회	100%	₩ 12,000,000

금액 : 1,000만원
 기간 : 1개월
 소재 길이 : 15초
 평균보장CPM : 20,833원

• 카테고리 선정 및 카테고리별 노출량은
 광고주 요청 및 광고 타겟에 따라 수정
 가능

olleh tv VOD 광고 - Home Play 동영상 광고

➤ 시청자가 셋탑박스를 켰을 때 Default 채널에 노출되는 동영상 광고

➤ Coverage

- olleh tv 가입 전체가구 노출 (2011년 8월 279만 가구 돌파)
- Pre Play 및 양방향 광고와 상호 보완

➤ 단가

시급	단가
1개 구좌	300만원
4개 구좌	1,000만원(패키지 할인)

- 1개 구좌
 - 1주일 노출
 - 약 50만회 노출
 - 1주당 판매 가능 구좌 16개

➤ 광고와 olleh tv 프로그램 안내 영상이 Rolling



Default 채널 배경화면에 Home Play 노출

olleh tv VOD 광고 - Pre Play 및 Home Play 광고 단가표 (2011년 기준)

➤ Pre Play

- 기본 타케팅 : 15개 카테고리에 노출 Mix (KBS, SBS, MBC는 2 Depth 가능)

소재	단가 (CPM)	월 집행금액 (원)	규정노출 (횟수)	보너스 (횟수)	노출계 (횟수)
15/20초	25,000	5,000,000	200,000	-	200,000
		10,000,000	400,000	80,000	480,000
30초	35,000	5,000,000	143,000	-	143,000
		10,000,000	286,000	56,900	342,900

➤ Home Play

소재	구좌/기간	집행금액 (원)	예상노출 (횟수)	예상CPM (원)
15/20초	1구좌/ 1개월	10,000,000	2,000,000	5,000
	2구좌/ 1개월	15,000,000	4,000,000	3,750
30초	1구좌/ 1개월	15,000,000	2,000,000	7,500
	2구좌/ 1개월	20,000,000	4,000,000	5,000

olleh tv 양방향 광고 - AD Q

- AD Q : 콘텐츠 시청 시 노출되는 팝업 광고를 보고, 시청자가 리모콘을 눌러 직접 참여할 수 있는 양방향 광고
- 기본 구성요소
 - Q (Cue): 콘텐츠 시청 중 나타나는 Trigger
 - **Micro site** : Q 노출 시 반응(빨간 버튼 선택)하면 콘텐츠 중단 없이 나타나는 이벤트 팝업 페이지
 - **Brand Page** : Micro site 시청 시 반응하면 콘텐츠가 중지되고 브랜드 페이지로 이동

Q (Trigger)



Micro site



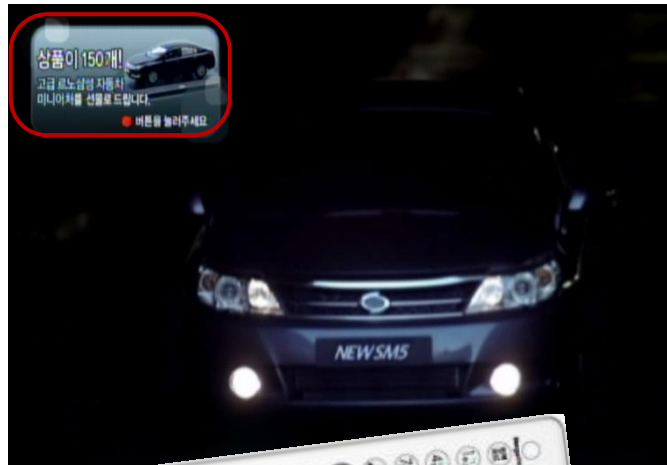
Brand page



olleh tv 양방향 광고 - Pre Q

- Pre Q : Pre Play (20초/30초)광고와 함께 노출되는 Trigger가 노출되는 양방향 광고
- 기본 구성요소
 - Q (Cue): 콘텐츠 시청 중 나타나는 Trigger
 - **Micro site** : Q 노출 시 반응(빨간 버튼 선택)하면 콘텐츠 중단 없이 나타나는 이벤트 팝업 페이지
 - **Brand Page** : Micro site 시청 시 반응하면 콘텐츠가 중지되고 브랜드 페이지로 이동

Q (Trigger)



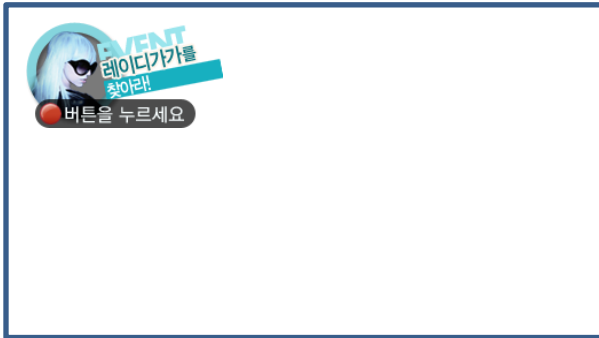
Micro site



Brand page



olleh tv 양방향 광고 - 구성요소



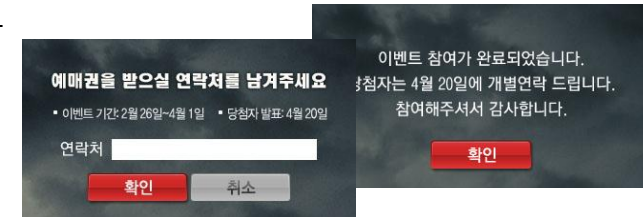
➤ Q (Trigger)

- AD Q : 콘텐츠 재생 후 5분/15분에 Trigger가 30초간 노출
 - 시청자가 선택한 콘텐츠 플레이 중 노출 → 높은 주목도와 반응률
- Pre Q: Pre Play (20초/30초)광고와 함께 Trigger가 노출
- 이벤트/상품/메시지와 연관성 높은 카테고리 선택 및 집중노출 시 최적



➤ Micro site

- 리모컨 컬러키를 누르면 시청중인 VOD 콘텐츠 중단없이 나타나는 이벤트 페이지
- Trigger 노출 시 반응한 시청자들에게만 노출 → 높은 메시지 주목도
- 3~4 Page 까지 구성 가능 및 휴대폰 입력을 위한 팝업 등 추가 가능
- AD Q 만 진행 가능, 동영상 링크 불가



➤ Brand Page

- olleh tv내에 존재하는 광고주 만의 전용 페이지
- Page 수 제한 없음, 동영상 플레이 가능, 팝업 추가 가능
- 동영상, 상품 세부정보, 이벤트 세부정보 등 노출
- 모바일 연계 (폰번호 입력 및 쿠폰/기프티쇼 발송 등) 가능

olleh tv 양방향 광고 - 단가 안내

▶ 양방향 광고 (제작비 별도)



Micro site



Brand page



AD Q / Pre Q

- AD Q: VOD 콘텐츠 시청 중 Q 노출
- Pre Q: Pre Play (20/30초)광고와 함께 노출
- **CPM 10,000원 : 1회 노출당**
- **• AD Q 10원, Pre Q 35원/45원**
- 캠페인 당 50만회 노출 보장 (500만원)
- 제작비 별도 (디자인 및 개발)

• 월 기준: 500만원/월

- 제작비 별도 (디자인 및 어플 개발)
- AD Q만 가능
- **시청 중인 VOD 중단 없이** Ms 노출
- 4 Page 까지 가능, 동영상 링크 불가
- 추가 팝업도 가능

• 월 기준: 500만원/월

- 제작비 별도 (디자인 및 어플 개발)
- **시청 중인 VOD 중단 후** BP노출
- Page 수 제한 없음, **동영상 플레이** 가능
- 추가 팝업 가능

- 양방향 광고를 이용하시려면 광고주의 정보, 소재 등을 표현할 수 있는 공간인 마이크로사이트 또는 브랜드페이지를 플랫폼에 입점시켜야 합니다. 이때 해당 공간의 마이크로사이트 또는 브랜드 페이지 운영 및 입점비가 발생합니다.
- 상기 가격은 매체비이며, Q광고 제작비(디자인비, 코딩비 등)는 별도 입니다.
- 상기 가격에는 경품비 및 정보이용료, 통신료가 제외되어 있습니다.

“ 프로그램 내 해당 장면과 관련된 기업/브랜드/상품 정보를 요청하는 다양한 형태로 노출 ”

Spot형 (트리거)

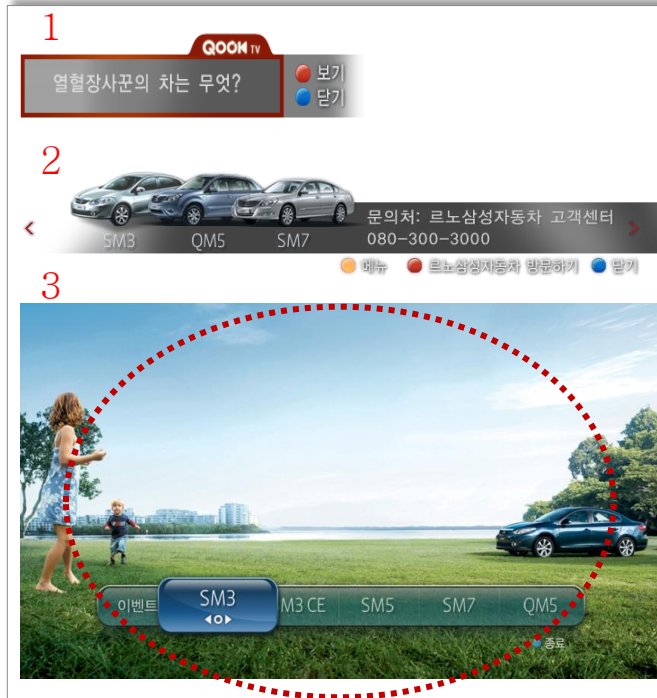
- 단순 트리거로 제품 브랜드, 가격, 구입정보 제공
- 아이콘노출 → 빨간버튼을 누르면 화면에 노출되는 상품정보 제공
- 광고비
 - 노출 1회당 100만원
 - 개발비 무료

채널형 (브랜드페이지)

- Spot 형에서 광고주 DAL페이지로 이동
- 아이콘노출 → 빨간버튼을 누르면 화면에 노출되는 Spot형 상품정보 제공 → 상세정보 선택시 광고주 전용페이지로 이동
- 광고비
 - 패키지 3,000만원/월 (개발비 포함)
 - 최소 월 6회 이상 노출시 집행

마이크로형 (마이크로페이지)

- Spot 형에서 마이크로 사이트로 이동
- 아이콘노출 → 빨간버튼을 누르면 화면에 노출되는 Spot형 상품정보 제공 → 상세정보 선택시 마이크로 페이지 노출
- 광고비
 - 패키지 1,500만원/월 (개발비 포함)
 - 최소 월 4회 이상 노출시 집행



“ 매시 정시 시보 알림시에 Trigger를 노출하는 양방향 광고상품 ”

▶ 광고 프로세스 예시



1. 정시 5초전 시보서비스



2. 정각에 이벤트 Trigger노출



3. 이벤트 세부내용 노출 1



4. 이벤트 세부내용 노출 2



5. 결과 노출

▶ 광고비 (제작비 별도)

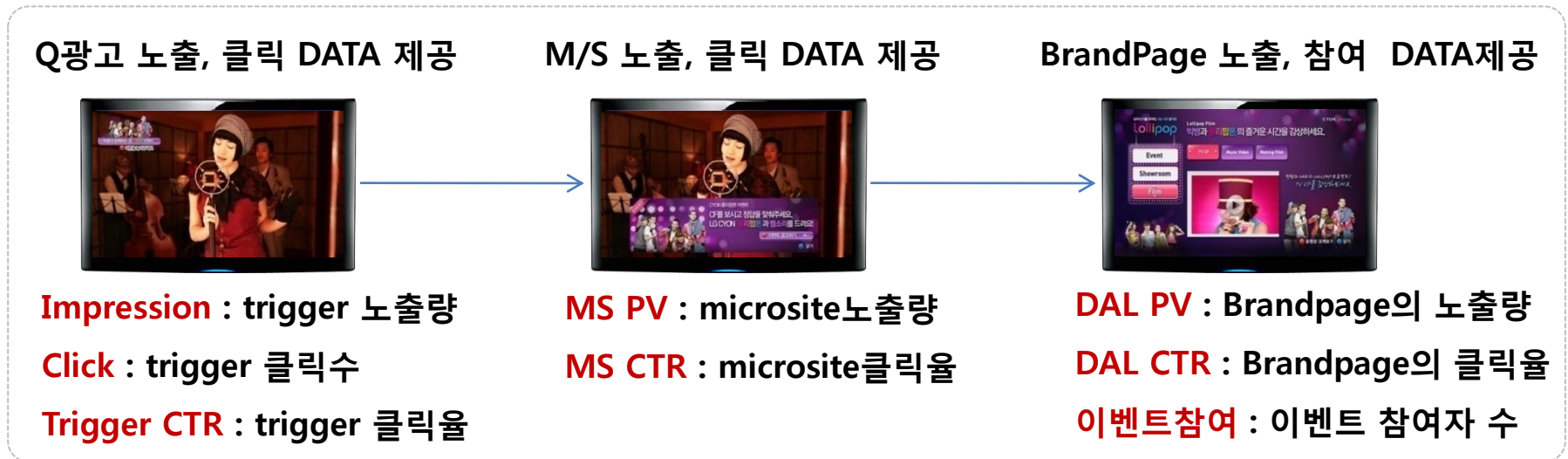
구분	시급	광고비	예상노출	예상CPM
주말	SA 12~25시	1,000,000	75,000	13,333
	A 2~11시	300,000	28,000	10,714
주중	SA 12~25시	800,000	68,000	11,765
	A 2~11시	200,000	25,000	8,000

- 해당 광고시급에서 1개 시간대 선택
- 최소 집행금액 500만원
- 서비스 집행 (주중 동일 시간으로 서비스 제공)
- 집행예시
 - 주말 SA급 10회 집행 (1,000만원)
 - 주중 SA급 12회 보너스 집행

➤ Set Top Box Log data 수집을 통한 전수 조사 방식의 노출 효과 리포트 제공



리포트는 광고의 노출부터 이벤트 참여까지 상세한 분석을 제공합니다



* 이벤트 참여 DATA는 별도의 DB서버를 통해 RAW DATA형식으로 제공됨

olleh tv 양방향 광고 - 장점 및 활용

- 단순노출 뿐만 아니라 소비자의 **반응(Response)** 유도
- 시간대별, 지역별, 카테고리별 타겟팅 가능
- 새로운 경험(광고에의 반응)을 통한 광고 메시지와의 유대감 형성
- 높은 반응률 : 온라인 대비 월등한 CTR

• olleh tv Trigger 최저 CTR : 1.0 % (최고 4% 이상) [참고] 주요 온라인 포털 평균 CTR : 0.2 ~ 0.3%



➤ 양방향 광고의 활용



○ 브랜딩 Q

- 브랜드/상품 정보
- 추가 영상
- 카타로그



○ 프로모션Q

- 런칭이벤트
- 매장방문 유도
- 샘플링/ 쿠폰제공



○ Response Q

- 고객반응조사
- 고객데이터 수집



○ 커머스 Q

- 직접판매
- 예약구매
- 테스트마케팅 (준비중)



○ 애드테인먼트

- 24시간 광고노출
- 광고주전용채널
- 대 고객서비스

➤ SB (Station Break)

- 채널 별로 시간당 2분 (=120초)간 할당된 SB(Station Break) time에 송출하는 광고 상품
- 광고 가능 대표 채널
 - YTN, OCN, 슈퍼액션, 온스타일, 투니버스, 온게임넷, 애니플러스 등
 - IPTV 전용 스포츠 채널 : IPSN (MLB, UFC, KPGA, 김연아 등), 스포츠원(MUTV(EPL), 월드골프 등)
- 2011년 3월부터 CJ미디어의 8개 채널 및 콘텐츠를 서비스함
 - 신규 채널 : CH CGV, tvN, Mnet, NGC, XTM, O'live, 챔프, 중화TV

➤ 송출 단가

시급	시간대	소재	기준 단가(원)	기본 보너스
SA	14~19시, 24~01시	30초	200,000	2000% (2011년 기준)
A	10~13시, 20~23시		160,000	
B	02~09시		140,000	

| 제안



2011년 보너스 정책

➤ Pre Play 광고 금액 대비 보너스율 기준

광고주 구분	집행금액 (억 원)	보너스율
단기 광고주	0.1 이상	20%
	0.2 이상	30%
장기 광고주	0.3~0.6	40%
연간 광고주	0.6~1.2	50%
	1.2 초과	60%

➤ Home Play 특별 프로모션

시급	단가
1개 구좌	300만원
4개 구좌	1,000만원



시급	단가
1개 구좌	150만원
4개 구좌	500만원

광고주를 위한 benefit

- 신규 광고주의 경우 광고 집행 금액의 10% recoup!
(단, 1회째 광고 집행 결제 금액 기준)

신규 고객 특별 보너스 10%분 현물 지불(ex: i-Pad).
광고비 지불 후 정산.

* 신규 광고주라 함은 이제까지 olleh tv에 광고 게재 경험이 없는 광고주를 칭합니다.

- 연간계약의 경우 연간집행금액에 대한 기프티쇼 보너스 제공
 - 6천~9천 : 집행금액 x 5%
 - 9천 초과~1.2억 : 집행금액 x 7%
 - 1.2억 초과 : 집행금액 x 10%

연간집행금액	olleh tv 광고				모바일 상품권 기프티쇼 보너스 제공
	Pre Play 규정노출	보너스율	Pre Play 제공 노출	제공금액 환산	
6,000만원	2,400,000	50%	3,600,000	9,000만원	300만원
9,000만원	3,600,000	50%	5,400,000	13,500만원	630만원
1.2억 원 초과	4,800,000	60%	7,680,000	1.9억 원	1,200만원
1.5억 원	6,000,000	60%	9,600,000	2.4억 원	1,500만원

[20초 소재 Pre Play 집행 예시]

* 상기 benefit은 Mobile push광고로 대체 가능합니다.

KTmhowsga 드리는 또 하나의 특별한 혜택

SHOW 데이터 완전자유존에
보너스 광고 운행

∴ 광고효율성 극대화

● 완자존 VOD광고의 장점

1. 높은 주목도 (1개의 최신영화에 1개의 광고)
2. Creative구성 가능 (광고시간의 제약없음)
3. 모바일 매체 이용 (무과금, 양방향서비스 제공)



<영화안내 및 전편보기 클릭>

국정원 커플의 이중생활!!
 감독 : 신태라
 주연 : 김하늘, 강지환
 장르/상영시간 : 액션,코미디/112분
 개봉일 : 2009. 04. 22
 줄거리 : 속이는 게 임무, 감추는게 직업인 7급 공무원 그녀를 의심하라! 그를 의심

※마카오 관광청 홍보영상(31초) 재생 후, 7급공무원 영화를 감상하실 수 있습니다

- ① 1부 전편보기 (0원/28:16/39.0M)
- ② 2부 전편보기 (0원/28:16/34.1M)
- ③ 3부 전편보기 (0원/28:16/29.4M)
- ④ 4부 전편보기 (0원/29:05/39.0M)
- ⑤ ▶지난영화☆노잉
- ⑥ ▶지난영화☆여고괴담5:동반자살

<광고 CF 노출 - 영화상영 직전>

광고 하단에 안내 멘트 노출
-[잠시 후 영화가 시작됩니다]-



감사합니다.

Contact : 조성진 팀장, 송용선 과장, 이승환 대리, 양지수

T : 02 2189 7051, 7038, 7049, 7029

M : 010 3212 5715, 016 427 1322, 010 3346 6157, 010 5526 1463

E : sungjin@mhows.com, yssong@mhows.com, shlee@mhows.com,
jisooplus@mhows.com

홈페이지 : www.mhows.com

