

20  
17

AUG

no. 272

# GLOBAL TREND

글로벌 주요 이슈\_글로벌 모바일 동영상 광고 인식

# INDEX

## 글로벌 주요 이슈

### 글로벌 모바일 동영상 광고 인식

- A. 모바일 동영상 광고 인식
- B. 모바일 동영상 광고 집행 주요 목적
- C. 모바일 동영상 광고 노출 채널
- D. 모바일 동영상 광고 소재 길이

※본 자료는 YOUAPPI에서 글로벌 모바일 마케터를 대상으로 조사한 자료를 기반으로 정리 및 재가공한 자료임을 알립니다

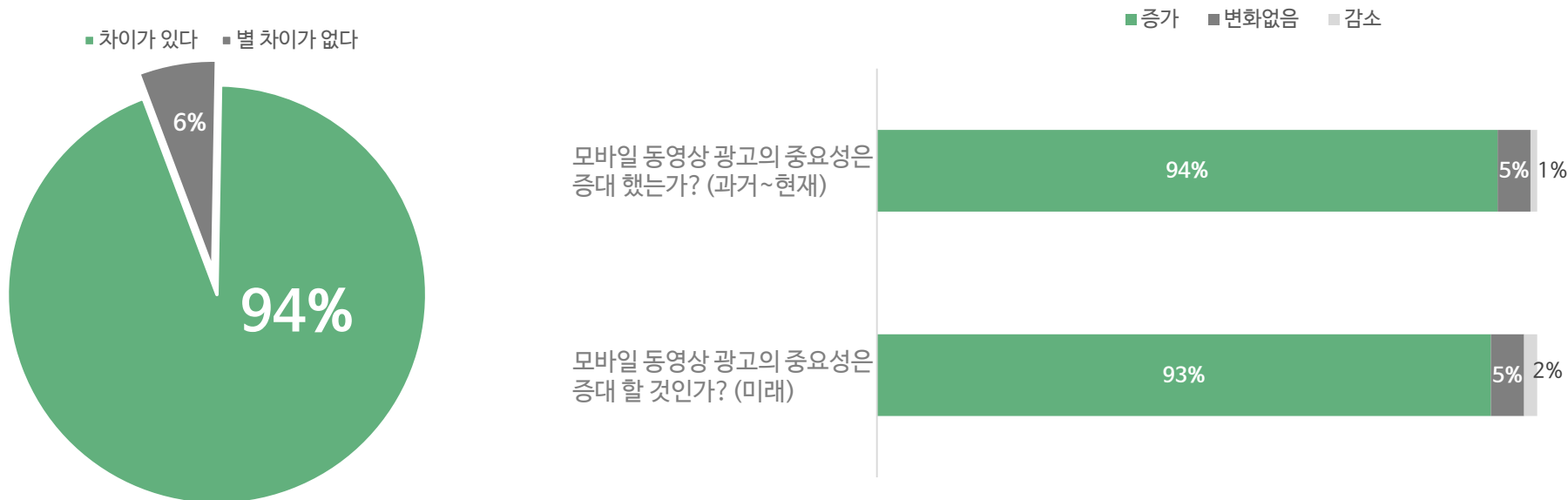
※국내 시장 현황과는 다소 차이가 있을 수 있음을 밝힙니다

# A. 모바일 동영상 광고 인식

- YouAppi 설문 조사에 따르면, 대부분의 모바일 전문 마케터들은 모바일 동영상 광고가 기존 동영상 광고와 다르다고 인식하고 있으며 모바일 동영상 광고는 현재 뿐만 아니라 향후에도 중요도가 더욱 높아질 것이라고 응답

## 모바일 동영상 광고에 대한 인식 조사

Q. In your opinion, are best practices different for mobile video than traditional desktop video?



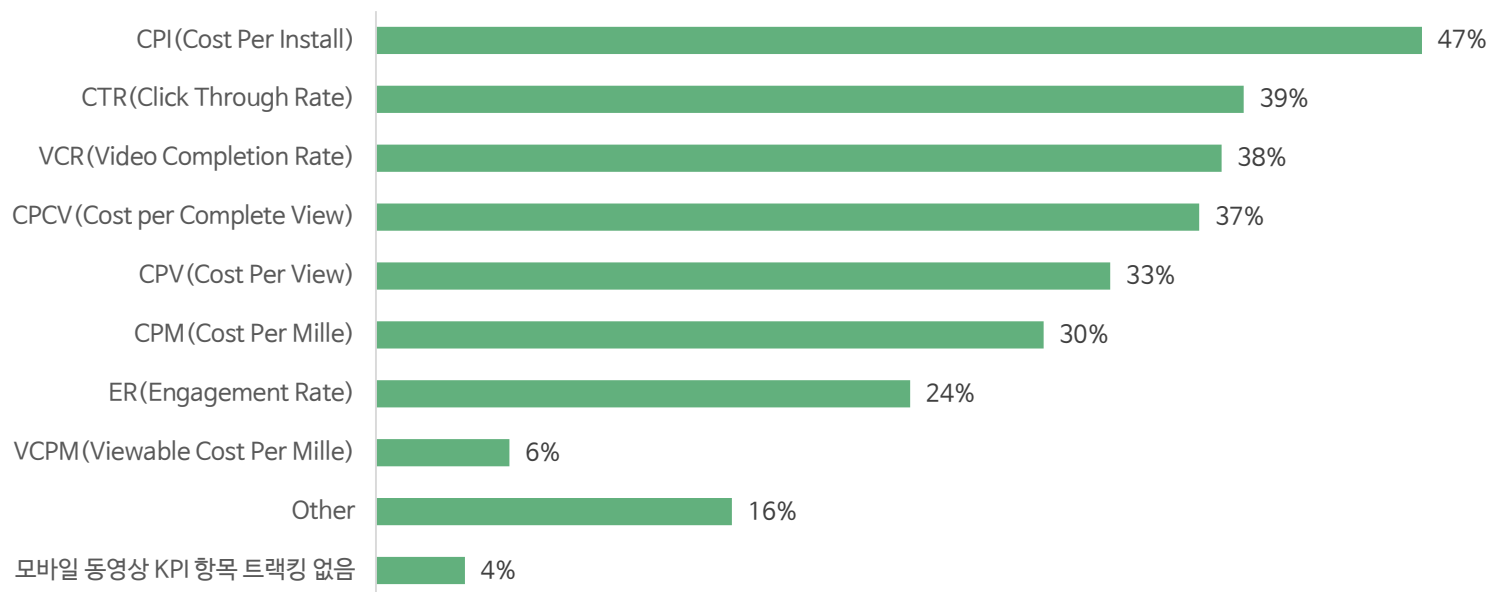
\* 출처 : YouAppi\_Dirty Little Secrets of Mobile Video

## B. 모바일 동영상 광고 집행 주요 목적

- 마케터들은 다양한 모바일 동영상 광고 효과 측정 항목 중 CPI를 가장 주요한 KPI로 고려하는 것으로 나타남
- 모바일 동영상 광고의 주요 KPI는 CPI (47%) > CTR(39%) > VCR(38%) > CPCV(37%) > CPV(33%) > CPM(30%) 순이었으며, 단순 광고 노출보다 퍼포먼스(Install/Click 등)나 실제 시청 완료 여부를 더 중요한 효과 측정 지표로 생각하고 있음

모바일 동영상 광고 집행 시 중요 KPI 지표

Q. What metrics or KPIs do you use to measure the success of your mobile video activities?



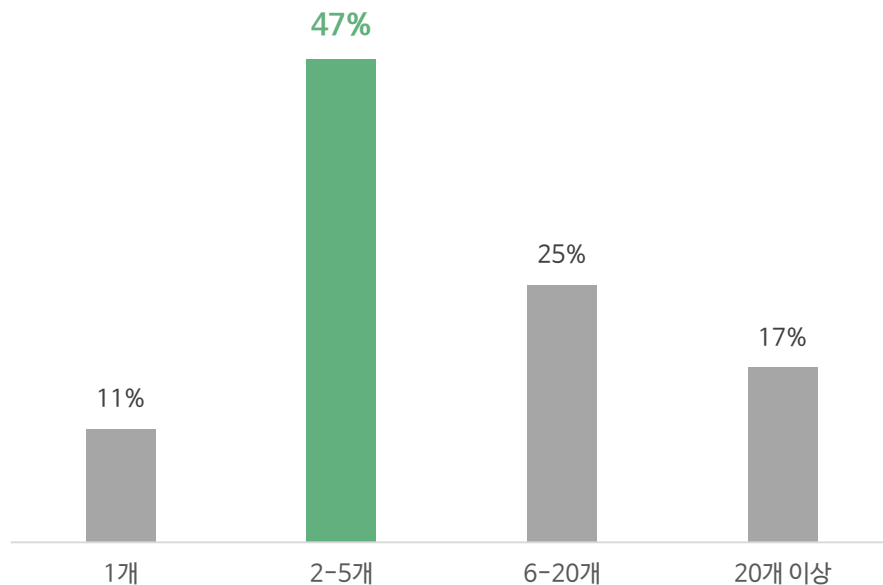
\* 출처 : YouAppi\_Dirty Little Secrets of Mobile Video

## C. 모바일 동영상 광고 노출 채널

- 모바일 동영상 광고는 2-5개 채널에 노출하는 비중이 47%로 가장 높았으며, 6개 이상의 다른 채널을 이용하는 비중도 42%로 높게 나타남
- 모바일 동영상 광고 노출 플랫폼으로는 페이스북에 대한 선호가 75%로 가장 높았으며, 인앱 광고(69%), 유튜브(66%) 순

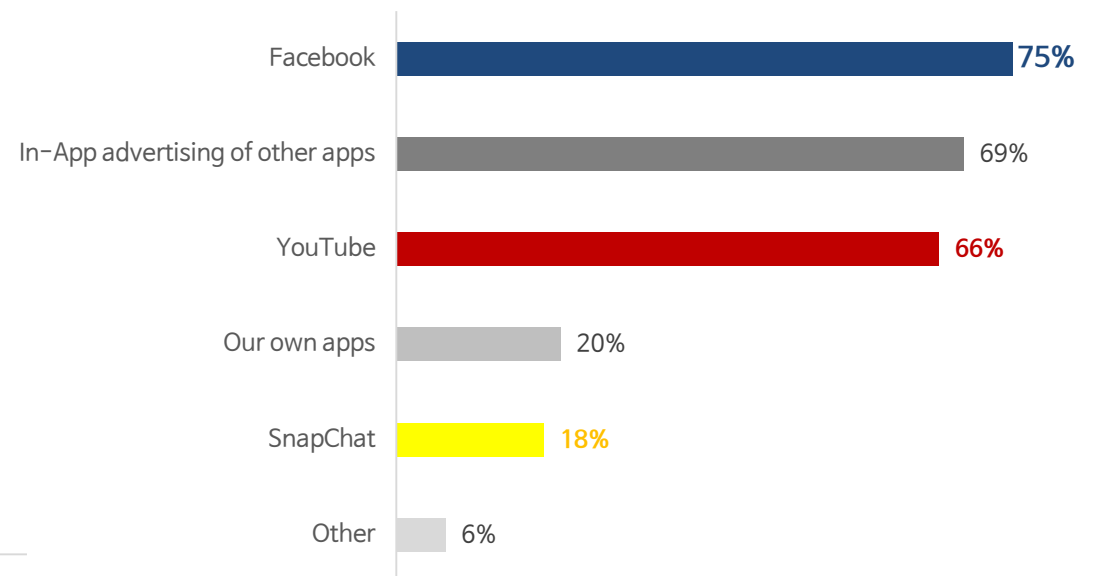
모바일 동영상 광고 노출 채널 수

Q. How many different channels do you deliver mobile video to?



모바일 동영상 광고 노출 플랫폼

Q. Which apps are important to your mobile video activities?



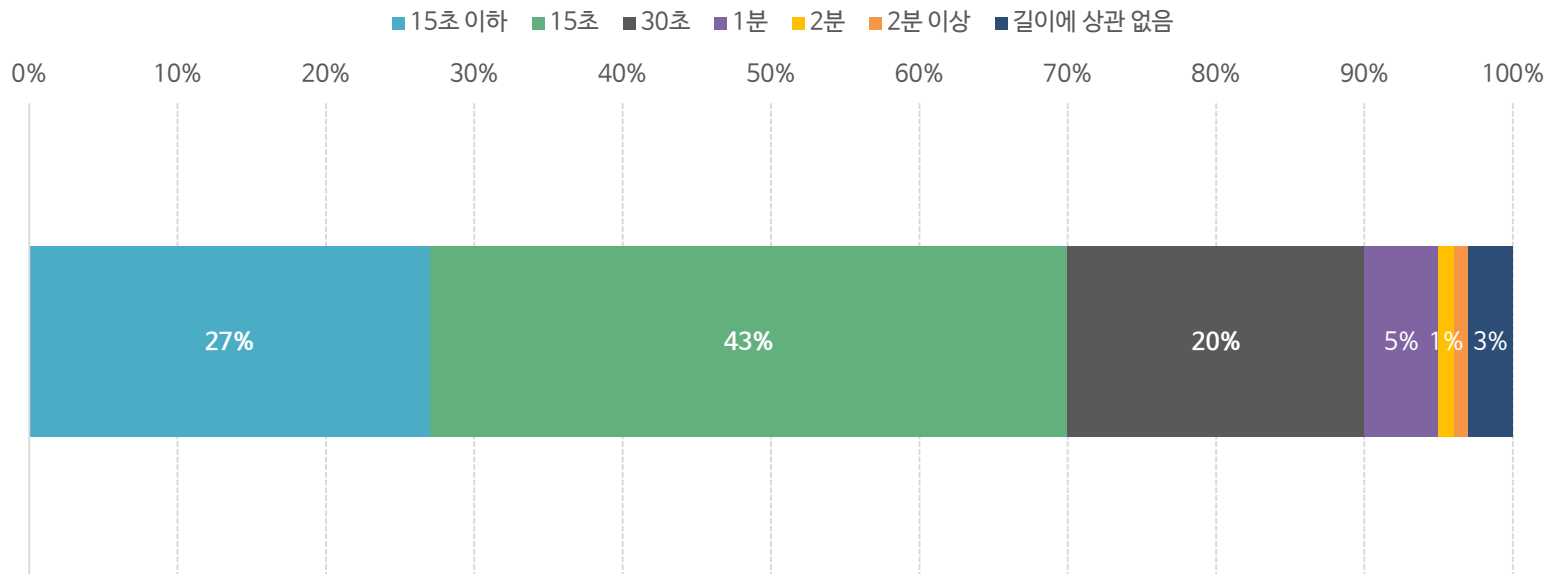
\* 출처 : YouAppi\_Dirty Little Secrets of Mobile Video

## D. 모바일 동영상 광고 소재 길이

- 모바일 동영상 광고의 길이와 관련한 설문에서는 15초 광고가 가장 적절하다는 응답이 43%로 가장 높게 나타남
- 15초 이하의 짧은 동영상 광고에 대한 선호 비율이 70%로 높았으며, 30초 이상 동영상 광고 소재에 대한 선호도는 상대적으로 낮게 나타남

선호하는 모바일 동영상 광고 소재 길이

Q. In your opinion, what is the ideal length of a video for mobile?



\* 출처 : YouAppi\_Dirty Little Secrets of Mobile Video

# more than expected!

## nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면  
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청