

농산물 전자상거래 인터넷 광고유형별 효과 분석

1. 현황 및 문제점

가. 농산물 전자상거래 홈페이지 운영능가가 증가하고 있음

- 농산물 전자상거래 농업인 홈페이지는 농림부 및 지방자치단체가 지원하기 시작한 1999년을 기점으로 본격화되어 2005년 현재 약 8,000여개로 증가

나. 홈페이지 운영경험 및 홍보 부족 등으로 판매 부진

- 독자 도메인 확보 미흡 및 도메인 홍보 실적 저조
- 회원가입 실적이 저조, 농산물 판매실적 부진

다. 홈페이지 운영기술 및 마케팅 능력 부족

- 다수의 농가가 마케팅 전략의 부족으로 시장변화에 대한 대처 하지 못함
- 운영자의 경영마인드 부족으로 회원관리 미흡

2. 연구결과 ('05)

가. 인터넷 광고 유형별 방문객 증대효과(2003 ~ 2005)

(단위 : 천원, 명/월)

구분	키워드 광고			오버추어 광고			키워드+오버추어 광고		
	평균 비용	실시 전 방문자	3개월 후 방문자	평균 비용	실시 전 방문자	3개월 후 방문자	평균 비용	실시 전 방문자	3개월 후 방문자
덕산농장	90	471	551						
참샘골	800	1,500	3,000	500	3,000	6,000	-	-	-
안흥콩터	-	-	-	-	-	-	2,000	30	3,000
새한매실	500	4	100						
계	463	1,975	3,651	500	3,000	6,000	2,000	30	3,000
대비		100%	184		100	200		100	10,000

나. 인터넷 광고 서비스별 장단점

구분	장점	단점
이메일 광고	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 제작일정 및 전달 속도의 개선 ◦ 동시에 다수에게 정보 전달 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 불특정 다수에게 전송할 경우 스팸메일로 간주되어 거부감
경품사이트 등록	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 일시에 많은 가입자 확보 가능 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 구매 전환율이 떨어지고 허수 회원 많이 가입
키워드 광고	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 검색엔진 사용자를 방문자로 유도 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 다소 비용이 높음
오버추어 광고	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 검색엔진 최상위에 위치하여 방문을 최상 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 경쟁 입찰로 비용이 높아질 우려가 있고 부정클릭 우려

3. 기대효과

- 효과적인 인터넷 광고기법 도입으로 인한 방문객 증가
- 구매율 증가로 매출액 및 소득증대

4. 적 요

- 키워드 광고의 경우 광고실시 3개월 후 84%의 방문자 증가를 보였고, 오버추어 광고는 100% 증가하였으나 개설초기에 키워드광고와 오버추어 광고를 적절히 같이 실시한 결과 100배의 규모로 방문자 수가 증가하였음
- 인터넷 광고는 전통적 미디어에 비해 투입한 비용 대비 효과와 효율성이 높으며 전통적 매체가 어느 특정 목적을 위해 주로 쓰이는 것과는 달리 다양한 목적을 위하여 활용 가능

5. 유사 영농활용기술과의 차이점

- 없음

<세부연구결과성적>

가. 인터넷 광고 유형별 방문객 증대효과(2003 ~ 2005)

(단위 : 천원, 명/월)

구 분	키워드 광고			오버추어 광고			키워드+오버추어 광고		
	평균 비용	실시 전 방문자	3개월 후 방문자	평균 비용	실시 전 방문자	3개월 후 방문자	평균 비용	실시 전 방문자	3개월 후 방문자
년 월		2005. 8	2005.11						
덕산농장	90	471	551						
년 월		2003. 3	2003. 6		2005. 3	2005. 6			
참샘골	800	1,500	3,000	500	3,000	6,000	-	-	-
년 월								2004. 1	2004. 4
안흥공터	-	-	-	-	-	-	2,000	30	3,000
년 월		2003. 5	2003. 8						
새한매실	500	4	100						
계	463	1,975	3,651	500	3,000	6,000	2,000	30	3,000
대 비		100%	184		100	200		100	10,000




나. 인터넷 광고의 장단점

장 점	단 점
<ul style="list-style-type: none"> ◦ 시공간의 한계 극복 ◦ 잠재고객의 세분화 가능 ◦ 고객과의 일대일 상호작용이 가능 ◦ 멀티미디어 활용 가능 ◦ 광고 효과의 즉시 모니터링이 가능 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 통일된 표준이 없음 ◦ 광고효과측정에 대한 객관적 수단 부재 ◦ 공중파방송에 비해 얇은 사용자 계층 ◦ 정보관리에 대한 높은 부하

다. 키워드 광고와 오버추어 광고(스폰서링크)의 특징

키워드 광고	오버추어 광고(스폰서링크)
<ul style="list-style-type: none"> ◦ 검색창에 입력되는 특정 키워드의 검색결과에 노출되는 광고 ◦ 검색사이트별 광고명칭 및 서비스 내용 등이 조금씩 다름 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 인터넷 검색 결과 첫 페이지 상단에 노출 ◦ 고객이 광고를 클릭하여 직접 사이트에 방문한 경우에만 광고비 과금 ◦ 입찰에 의한 자율적 광고노출순위 조정 ◦ 에디터 팀의 검색어, 광고비에산 등에 대한 검색 전문 컨설팅 서비스 제공 ◦ 온라인 고객 계정 관리 시스템을 통한 효과적인 광고운영 및 실시간 효과검증

라. 대표적 검색엔진 네이버 광고별 특징

스폰서 링크	광고 영역	<ul style="list-style-type: none"> 특정 검색어 검색결과 첫 페이지에 '사이트 제목-사이트 설명' 형식으로 제공되는 광고 최상단에 위치하며, 검색어별로 최대 5위까지 광고영역을 제공 검색광고 서비스 업체인 오버추어를 통해 서비스 신청
	등록 방법	<ul style="list-style-type: none"> Fast Track(패스트 트랙) : 등록비 165,000원(초기등록비 20만원 별도) <ul style="list-style-type: none"> 오버추어의 전문에디터가 직접 광고주의 사이트를 검토, 분석하여 키워드 광고에 적합한 최대 100개의 검색어, 등록내용, 광고 예산 등을 제안 근무일 기준 최대 3일 이내 등록 Self Service(셀프 서비스) : 등록비 없음 (초기등록비 20만원 별도) <ul style="list-style-type: none"> 광고주가 검색어, 등록내용을 직접 작성 근무일 기준 최대 5일 이내 등록
	가격 체계	<ul style="list-style-type: none"> 검색결과로 노출된 광고는 광고주가 정한 입찰가에 따라 노출 순위가 결정되고 입찰가는 수시 조정이 가능하며, 검색이용자가 광고를 클릭하여 사이트를 방문하였을 때에만 과금
	화면 예시	<p>참새골 키토산 맛돌호박 - 키토산 농법으로 재배한 맛돌호박. 호박미인, 호박즙, 친환경 경 농산물, 무료배송. http://www.camsemgol.com</p>
파워 링크	광고 영역	<ul style="list-style-type: none"> 특정 검색어 검색결과 첫 페이지에 '사이트 제목-사이트 설명' 형식으로 제공되는 광고로 스폰서링크 바로 아래 통합검색결과 상단에 위치하며, 검색어별로 최대 5위까지 광고영역을 제공
	등록 방법	<ul style="list-style-type: none"> 계약 종료 1일전 낮12시(정오)부터 네이버 키워드샵에서 구매 및 재구매 <ul style="list-style-type: none"> 예시 : 종료일이 30일이면 29일 낮12시부터 구매가능 입찰 대상 키워드인 경우에는 기존 광고 종료 6일 전부터 2일 동안 입찰을 통하여 구매가능 파워링크 광고는 기존 광고주에게 우선권을 부여하지 않음
	가격 체계	<ul style="list-style-type: none"> 1,000회 미만 = 최저단가 40,000원 * PPI 1,000회~59,900회 = 전월노출수 * 10원 * PPI 59,900회 이상 = 59,900 * PPI ※ 부가세 별도 일반키워드 5위 기준금액(1위:1.7배, 2위:1.5배, 3위:1.2배, 4위:1.1배) PPI(Purchasing Power Index)는 키워드별 구매력, 인기도, 광고효과를 고려하여 산정한 가중치이며 PPI의 범위는 0.5 ~ 30
	화면 예시	<p>무료배송 애플매니아 - 선물셋트, 선물용사과, 영주꿀사과 등 산지직송, 선물용.  http://applemania.co.kr</p>
플러스 프로	광고 영역	<ul style="list-style-type: none"> 특정 검색어 검색결과 첫 페이지에 '사이트 부가정보- 이미지'를 함께 보여 주고 파워링크 아래에 위치하며 검색어별로 최대 5위까지 광고영역을 제공 광고주가 직접 기술한 다양하고 정확한 홍보내용이 최대 3줄까지 반영
	등록 방법	<ul style="list-style-type: none"> 파워링크 등록방법과 동일
	가격 체계	<ul style="list-style-type: none"> 파워링크 가격체계와 동일
	화면 예시	<p> 안홍콩터 냄새없는 고급청국장 안홍콩터  - 생청국장, 쥐눈이콩 생청국장, 가루청국장, 병입청국장환, 된장, 국산콩, 가마솥, 볶짚, 황토방에서 익은 전통청국장, 강원도지사 품질인증, 농림부장관상. http://www.kongteo.com</p>