

Company

■ 회 사 명 : (주) 아이더블유네트웍스

■ 대표이사 : 김 형 욱

■ 설 립 일 : 1997년 9월 7일

■ 주 소 : 서울특별시 금천구 가산동 429-1 뉴티캐슬 710

■ 서 비 스 : 인터넷 포탈 및 컨텐츠, 소프트웨어 개발, 솔루션 개발, 전자상거래

아이더블유네트웍스 는 자신 있습니다.

아이더블유네트웍스 는 즐겁고 편리한 온라인 세계를 열어가겠습니다.

아이더블유네트웍스 는 세계수준의 통합 메일 솔루션 기술을 발전시켜 나가겠습니다.

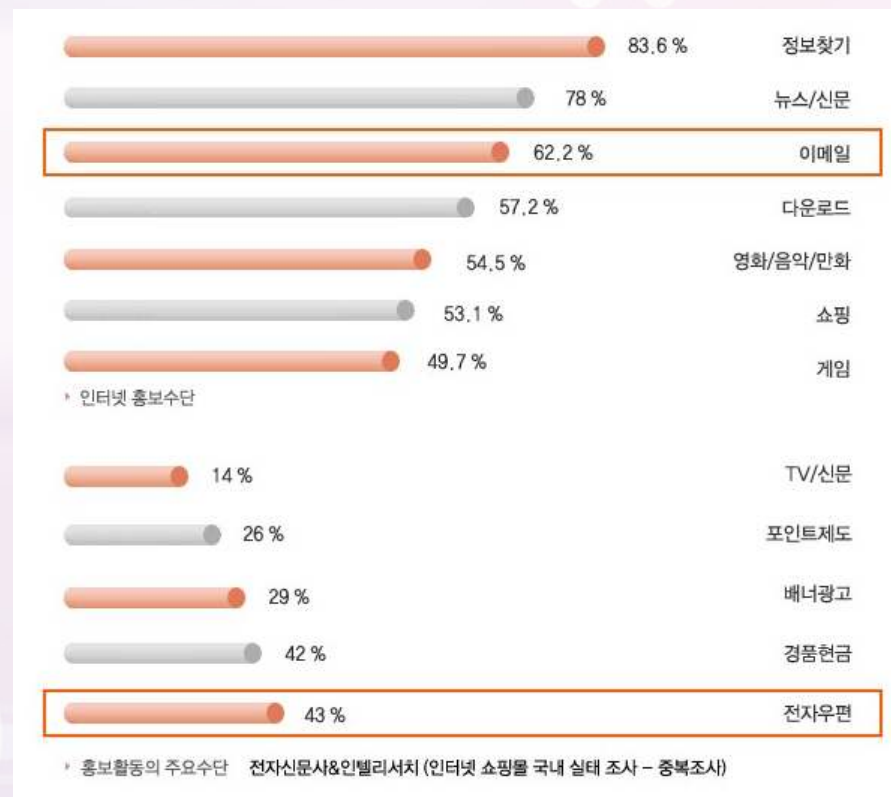
Business Area



Why e-mail Ad

인터넷 홍보 수단

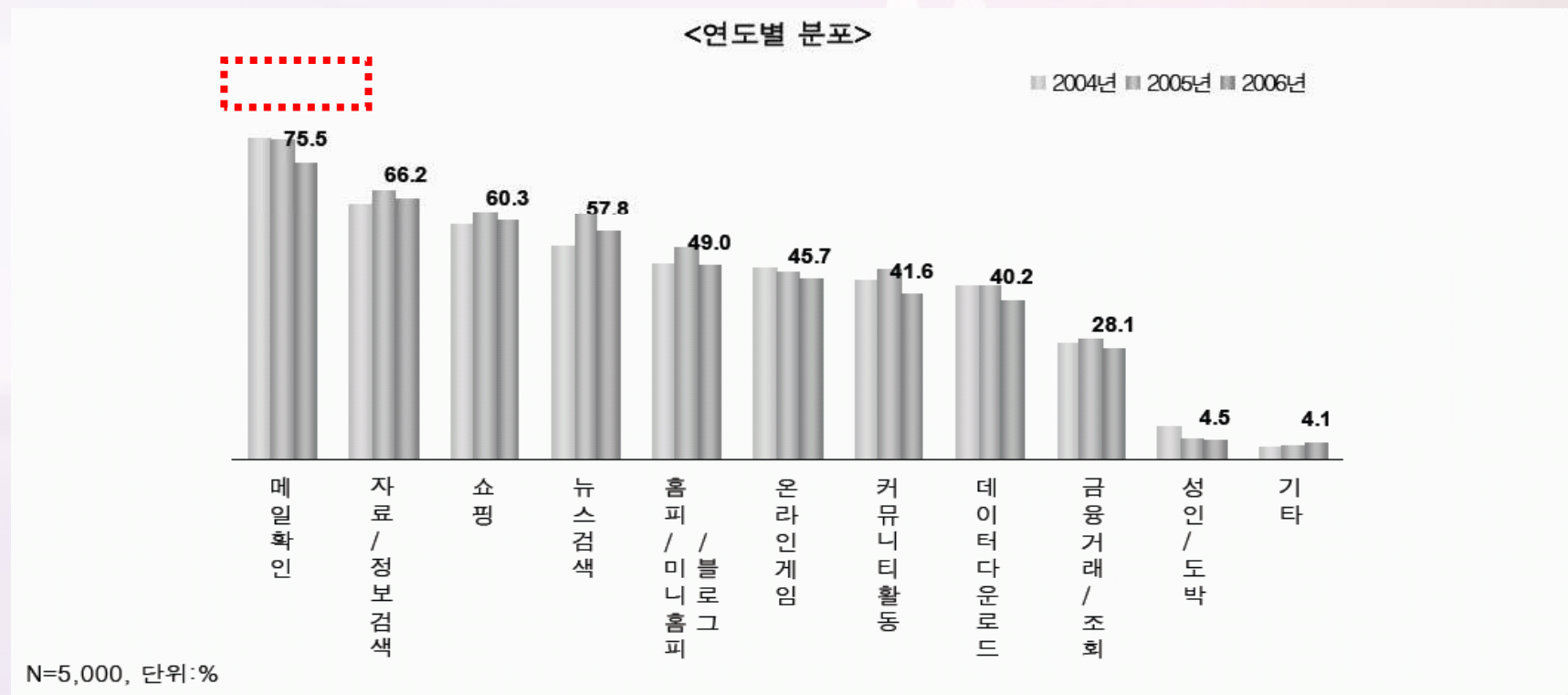
인터넷 홍보 수단으로 검색 다음으로 **e메일** 이용비율이 여전히 가장 높은 것으로 조사 되었음
홍보활동의 주요 수단으로는 **e메일** 이용비율이 여전히 가장 높은 것으로 조사 되었음



Why e-mail Ad

인터넷 서비스 이용형태

주로 이용하는 인터넷서비스는 **e메일**, 검색 서비스 이용비율이 여전히 가장 높은 것으로 조사 되었음

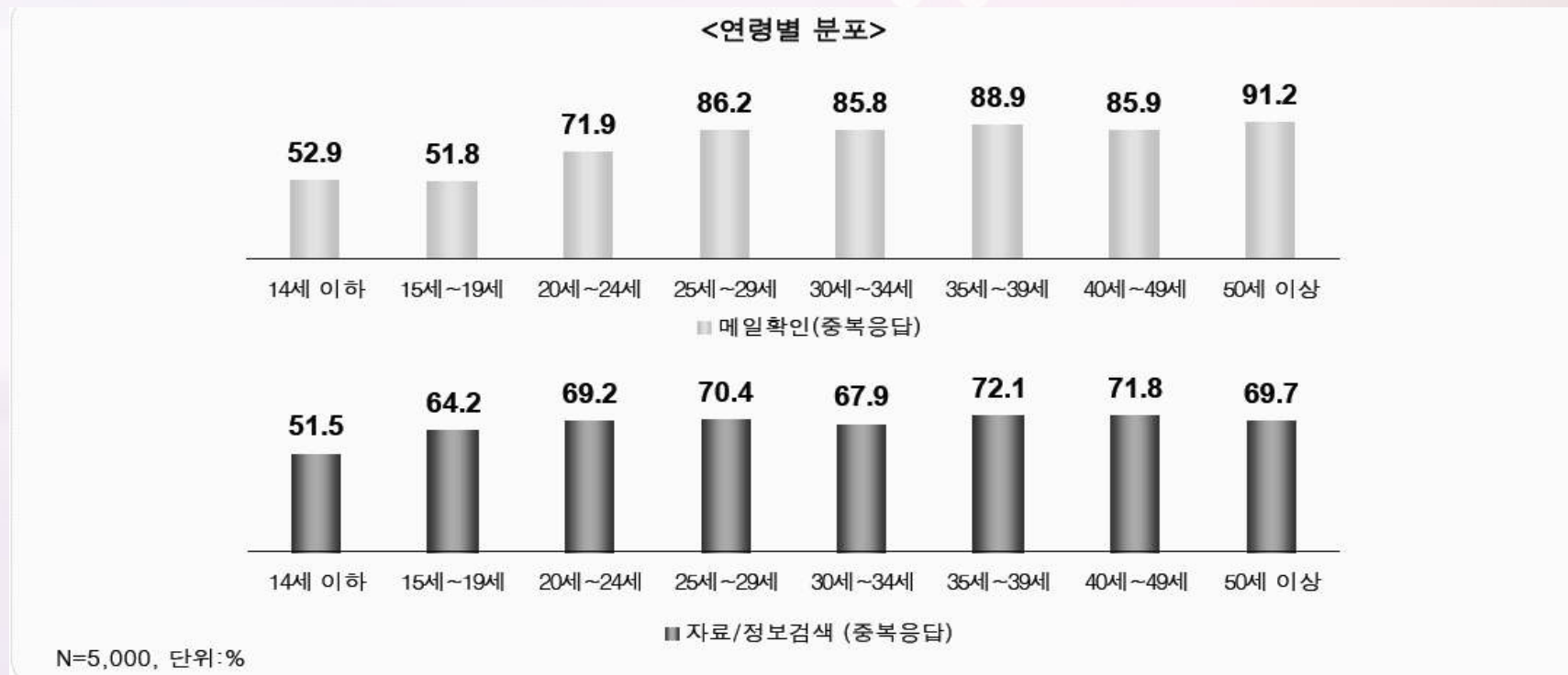


<Netizen Profile Research 보고서 발췌>

Why e-mail Ad

인터넷 서비스 이용형태

20세 이상 연령대에서 70% 이상 메일을 확인하는 것으로 나타남
모든 연령대에서 50% 이상이 메일과 정보 검색 서비스를 이용한 것으로 나타남



<Netizen Profile Research 보고서 발췌>

Why e-mail Ad

Targeting 된 가망 고객에게

직접적으로 메시지를 전달함으로써

가장 효과적인 광고 목표 달성!!!

Permission!

제휴사 퍼미션 DB와 인포메일 충성고객을 기반으로 광고수신(옵트인)회원대상으로
메일 발송
반응률 제고를 위한 최적의 발송 타이밍 전략

Core Targeting!

Active user 중 광고주가 원하는 타겟 조건에 부합하는 DB 추출을 통해 광고주의 가망
고객에 더욱 정확히 메일 발송
기업 가치에 따른 고객 세분화 전략, 세분화된 고객별 개인화 메시지 전달

Sale Up!

구매 관심자를 타겟팅 하는 2차 마케팅 전략
제품판매 증대를 위한 Viral 마케팅 전략

Why IWN Ad



인포메일러 4.5 대량메일 발송 솔루션을 통한 **발송대행** 서비스 제공

기술력

인포메일(www.infomail.co.kr) 정보매거진
Ez인포메일(www.ezinfomail.co.kr) saas기반
대량메일발송사이트
매월 2억 통의 안정적인 메일 서비스 실시 중

업계최고수준의 발송속도 확인
(건 당 동보메일 100만통, 개별메일 10만통)

국내 200여 업체에 솔루션 공급
회원 수 600만 명 이상의 대규모 사이트에 70%
이상이 인포메일러 사용 중

별도의 DB, OS 구입이 필요 없으므로 경제적인
비용절감 가능

안정성

서비스

경제성

웹 메일사별 정책변화의 빠른 대처

당사의 온라인 광고 팀과 웹메일사 담당자간의
유기적인 커뮤니케이션 진행 중

지속적인 버전 업그레이드 및 패치를 통한
시장환경 변화 및 웹 메일사별 정책변화 반영,
기능추가 공급

국제적으로 인정 받는 서비스 품질 유지.
2002년도에 일본 Double Click Japan에 라이선스 수출

당사 개발연구소 내의 인포메일러 지원 팀에서
Client별 전담 기술자가 배치되어, **실시간으로**
유지보수 지원 가능

업계 최고의 대량메일 발송 솔루션을 바탕으로 안정된 서비스 제공

Why IWN Ad



www.infomail.co.kr



이메일주소입력

회원로그인 회원가입 **이메일주소로구독** 소

UCC는 동영상만 있는 것이 아니다.

아이더블유네트웍스가 운영하고 있는 인포메일은 **User**가 직접 제작한 테마별 매거진 **Contents**를 **e메일**을 통해 본인이 스스로 원하는 테마의 매거진을 선정하여 구독하는 신개념 메일 블로그 서비스입니다.

인포메일을 구독하는 **300만** 구독 회원들은 **구독을 목적으로 가입된 회원들**로써 **실제 사용하는 메일 주소로 등록되어** 있으며 **메일발송에 대한 거부감이 적어, 반응 효율성이 높은 충성고객**으로 이루어져 있습니다.

최적의 Core Active Target 에 최고의 효과를 경험하세요

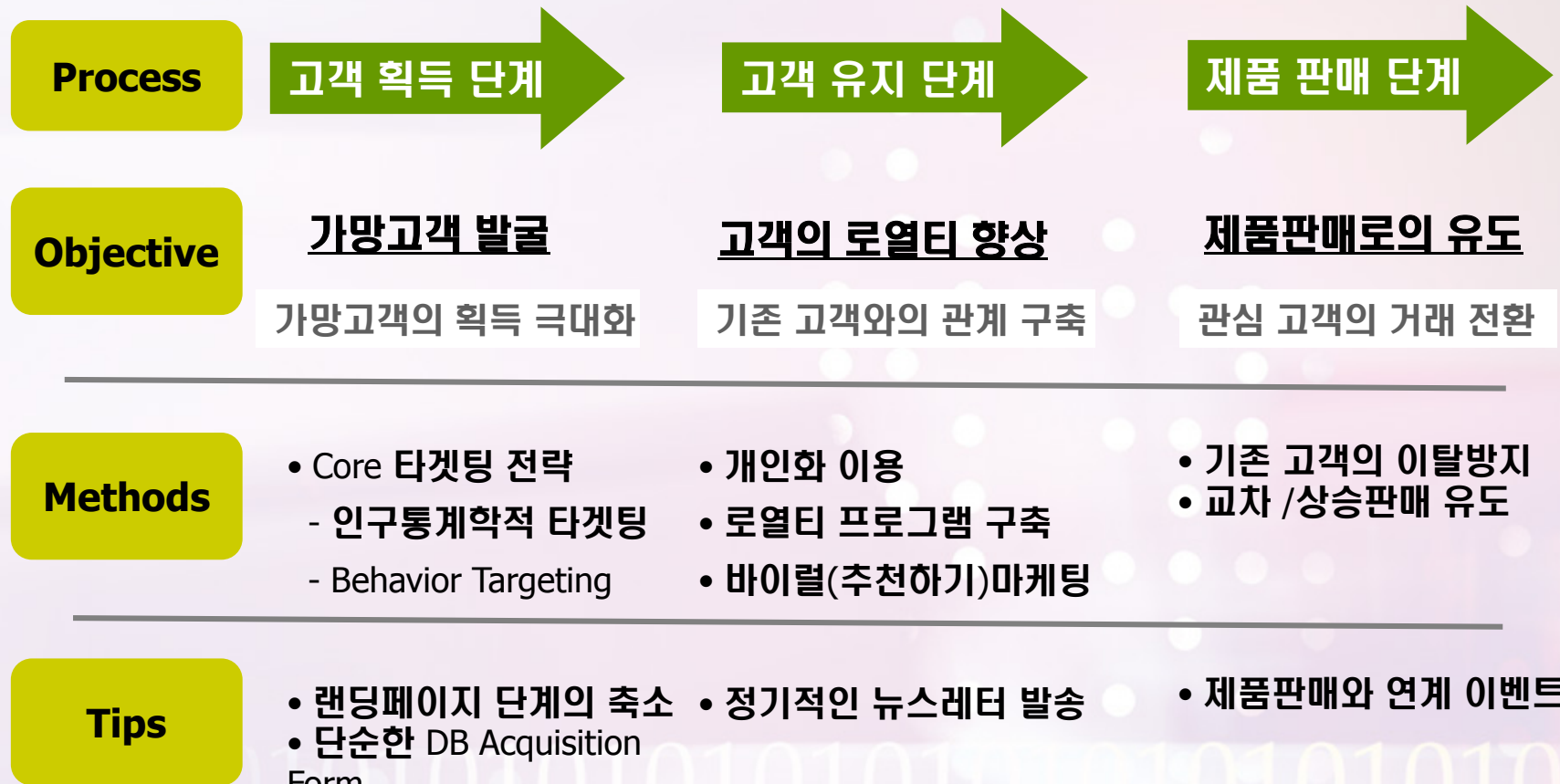
e-Mail marketing

정상적인 e메일과 스팸메일 마케팅의 차이

구분	Email 마케팅	스팸 메일
수신동의	사이트 회원가입시, 메일수신을 허락한 정상 회원에게만 발송	인터넷상의 이메일을 프로그램을 사용해서 무작위로 수집하였으므로 동의절차 없음
타겟팅	회원가입시 이름/주민번호/주소 등 기재되어 있으므로 타겟팅 가능 .	무작위 수집한 이메일이므로 회원정보가 없으므로 타겟팅 원천적으로 불가
메일제목	회원명 표기까지 가능함, 광고@표기안함	(광고) 및 @ 표기 해야 함.
본문내용	사이트 로고/사이트 회사내역 을 넣어서 발송하므로 회원의 발송자 확인이 명확함.	귀하의 이메일주소는 ***에서 수집했음 이라고 이메일 수집경위 표기 해야 함.
수신현황	정상적으로 수신 됨.	대부분 스팸함 으로 가거나 블락킹 됨.
수신자반응	정상적인 광고메일수신으로 반감없고 적극적	원치 않는 메일수신에 대한 반감
효과	충성도 높은 회원 의 적극 참여	메일수신에 대한 반감으로 충성도/효과 없음

e-Mail marketing

e메일을 통한 고객과의 Communication Cycle



e-Mail marketing

e메일 진행 Process

광고주
대행사

- 이메일 마케팅 커뮤니케이션 전략 수립
- 이메일 캠페인 기획
- Creative 컨셉 개발 및 제작
- Fulfillment Process Management

타겟팅 메일

- 효과적인 타겟팅
- 고객 DB 관리와 캠페인 반응 수집
- 캠페인 Analysis 와 효과적인 Reporting
- 이메일 캠페인 전반에 대한 Best Practices 제공

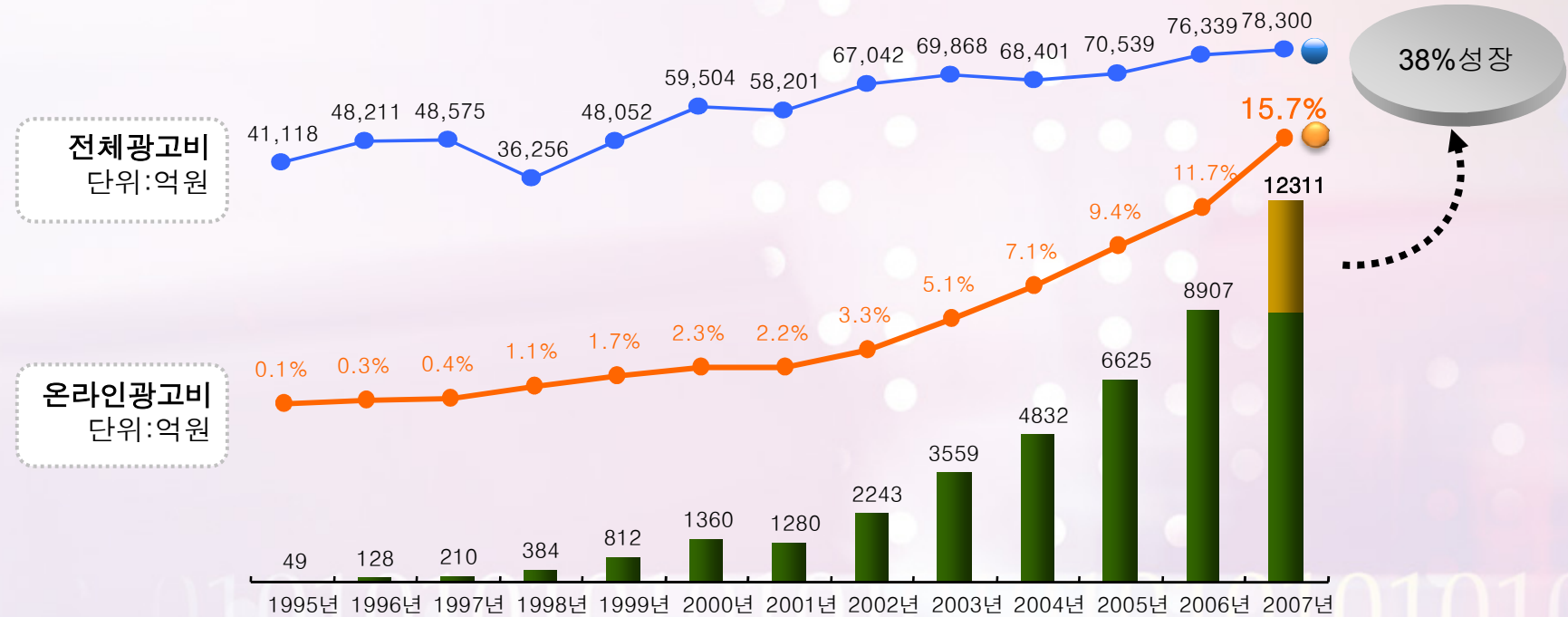
매체

- 매체의 꾸준한 신규 고객 유입과 뉴스레터의 지속적인 발송으로 매체 회원의 광고 반응을 제고
- 매체의 퍼미션 회원 대상 광고주의 eDM 발송
- 회원의 불만사항 관리 및 수신거부 처리

e-Mail marketing

2007년 기준 온라인 광고비는 1조2,311억 원 전년 대비
38% 성장, 전체광고비 대비 **15.7% 비중**

온라인 광고비 규모 추이



자료 : IMCK 한국인터넷마케팅협회 2007.12

e-Mail marketing

프로모션 제안

매주 다양한 전세계의 소식들을 발 빠르게 전해드립니다.

미디어인뉴스와 인포메일이 함께하는 weekly가 새롭게 발행되었습니다.

'자이언트' 이덕화-김성우, '마이더스' ...
끈끈한 부자의 인연은 계속된다

스포츠 애니 '지구대표 플랭크스타즈' 피...
100% 국내 기술로 일찍이 국산 스포츠 애니메이션

게임발, 글로벌 ...
신작 'KAMI RETRO' 배...

액트즈, '다크블러드'에 대한 격투 시...
캐릭터란의 소일 단계로 다양한 스타일과 기대 가능

미오, 핑크차에 내비게이션 ...
핑크색차엔 핑크색 내비게이션

부동산 전략 웹 ...
'부동산경쟁전략시뮬레...

한국MS, 온라인 자동 응답 ...
실시간 고객지원 서비스 '친절한 미소씨...

'불평남' 한지후, tvN '롤러코스터' 새 ...
신개념 서툰 줄기 '속타' 그려 불평남의 새로운 인물

도시바, 대용량 SSD 탑재 고급 최경량 ...
고급형 데스크톱 PC에 중하는 저리속도와 응답성 제공

'FC 매니저' 2차 CBT, 뭉가 달라지나 ...
다양한 기능 추가, UI/UX 개선 등 새로운 변신

넥슨, 황해 시뮬레이션 '위대한 항로' ...
한지후와 함께하는 황해 시뮬레이션 협게임 '위대한 항로'

전세계의 소식들을 발 빠르게 전해드립니다.

미디어인뉴스와 인포메일이 함께하는 weekly가 새롭게 발행되었습니다.

인포메일

박보영-주원-강별 주연 '미확인 동영상'...
경제불황 동영상으로 시작한 죽음의 저주와 지배에게 ...

'고양이 : 죽음을 보는 두 개의 눈' 박민...
연속된 의문사, 죽음의 형상을 지켜온 두 개의 눈물자

학습콘텐츠 특화...
후대성을 강화한 플랫폼

'마마' 임정화, 희귀병 아들 둔 '역적 영'...
1년만에 다시 스크린으로 복귀, 가슴이 아파서 울린 건...

학습콘텐츠 특화...
후대성을 강화한 플랫폼

심상전자, 무선 풀HD 센트...
노트PC용 듀얼 모니터의 사용 편의성...

'제8회 서울환경'...
세계 각국 우수 환경영...

가수 성시경, 'FM음악도시' ...
'음악도시 시민들' 모두 모여라

'FC 매니저' 2차 CBT, 뭉가 달라지나 ...
다양한 기능 추가, UI/UX 개선 등 새로운 변신

넥슨, 황해 시뮬레이션 '위대한 항로' ...
한지후와 함께하는 황해 시뮬레이션 협게임 '위대한 항로'

특별 이벤트

매주 발행되는 인포메일 위클리 매거진에 '배너or기사' 광고 기재 서비스

AD price

프로모션 단가

< VAT 별도 >

구분	기본단가	집행 방식	광고 개런티	비고
위클리 광고	-	배너형	1,000,000원 (전체회원 발송시)	- 200만회원 위클리 매거진에 '기사or배너'광고
일반DM광고	100만원 ~ 250만원	발송당10원	1,000,000원 (10만통 발송시)	- 기본 타겟팅(연령/성별/지역) - 광고대행시 각 매체사별로 광고단가는 다르게 적용됨
일반 DM광고	150만원 ~ 300만원	오픈당 200원	2,000,000원 (1만통 오픈시)	-기본 타겟팅(연령/성별/지역) -광고대행시 각 매체사별로 광고단가는 다르게 적용됨

Technique & Strategy

로열티 마케팅 전략

방법

Delivery

- 발송대상자 선정 -고객 세분화
- 고객별 발송 제목 차이

Offering

- Copy, Visual
- 타겟별 Offering 차이

Reward

- 이벤트 당첨자 선정시
- 타겟별 경품 차이

Learned Lesson

- 고객별 인구통계학적 분석
- 온라인 행동 양식 분석

기대 효과

- Bounce Rate 높임
- 오픈(Reach)을 증가
- 고객의 캠페인 반응 증가
- 실제 전환율 증가
- 고객 충성도 제고
- 이메일 구전효과
- 향후 마케팅 전략수립의 과학적 자료로 활용

Ad Reporting



메일 발송

자체 개발한 애드서버를
통하여 실시간으로 다양한
리포팅 결과 확인

전체인 상세 보기

등록번호	성심인방다이아트		
광고주	성심인방다이아트	대상사	망개 커뮤니케이션즈
시작일	2005-04-25	종료일	2005-05-10
방송타겟	24세이상 전국 여성	오른개런티	10000
오른수(중복)	11444 (12200)	클릭수(중복)	929 (9506)
매일개수	000님 [수신] 2주만 -10kg할수 있어요! 디워격쟁하는 2주만방다이아트~		
전행매개수	2	상세결과	[일일(오른/중복)] [유래이선]

> 매개사 리스트

No.	매개명	방송일	오른개런티	방송수	오른수 (중복)	오른중 (오른/중복)	클릭수 (중복)	CTR	매일매개수	상세결과
2	추가	외우물	2005-05-02	0	1000000	7962 (8322)	7.98%	926 (1015)	11.6%	[보기] [일일(오른/중복)] [유래이선] [클릭이미지]
1	외우물	2005-04-25	10000	300000	3462 (3878)	1.15%	4313 (4491)	124.58%	[보기]	[일일(오른/중복)] [유래이선] [클릭이미지]

No.	내용	URL	클릭수	클릭률(%)
3	실문조사 참여	http://ubnm.dmpineVadclick/pid=503/media=INFOMAIL/place=BUTTON1/size=1x1	2196	86.63%
2	수신 거부함	http://www.ontang.com/mail/revdynmail/deny_email.asp?host=infomail&user_id={userid}	178	7.02%
1	Reject	http://www.ontang.com/mail/revdynmail/deny_email.asp?host=infomail&user_id={userid}	161	6.95%
			전체 클릭수:2535 (2809)	

이메일 오픈수 / 오픈시간 확인

클릭수 / 클릭한 이미지 확인

