황금분양
HWANGGEUM ADVERTISING

분양 마케팅 상품안내서

현장의 가치를 방문할 이유로

역과의 거리부터 방 하나의 쓰임까지, 황금분양이 광고에 담습니다.



Meta LMS 네이버GFA 구글 유튜브 GDN 당근

광고주의 고민

광고는 계속 나가는데,
현장은 왜 조용할까요?

“우리 현장의 장점이 전달되고 있을까?”

“고객은 어디에서 멈추는 걸까?”



예산을 늘리기 전에, 광고를 본 고객이 어디에서 망설이는지 확인합니다.

좋은 현장도,
선택할 이유가 보여야 합니다.

추상적인 수식어 중심



프리미엄 라이프

새로운 주거의 기준

어느 현장에나 쓰이는 표현만으로는
우리 현장의 차이가 남기 어렵습니다.

고객의 질문을 담은 문구



우리 가족에게 맞는 평면은?

거실과 방 배치를 평면도에서 확인하세요

고객이 궁금해할 정보를 짚어
현장을 검토할 이유를 만듭니다.

관심은 생겼는데,
상담은 왜 멈출까요?

1 **어디에 있는 현장이지?**

위치와 생활권 정보를 쉽게 찾게 합니다.

2 **내가 검토할 조건인가?**

분양 상품과 핵심 조건을 명확히 전합니다.

3 **누구에게 문의하면 되지?**

신청 버튼과 연락 경로를 분명히 보여줍니다.

광고를 누른 뒤의 경험까지 연결합니다.



현장 안내 화면 구성 예시

현장을 이해하고, 문의할 이유를 설계합니다.

입지 · 상품 · 분양 조건

무엇을 강조할지 정합니다.

광고 목표 · 예산 · 보유 자료

매체와 실행 범위를 함께 구성합니다.



“ 현장 정보가 분명할수록,
매체와 메시지의 선택 기준도 분명해집니다. ”

고객을 만나는 방식은,
현장의 목표에 따라 달라집니다.

상품	핵심 역할	대표 노출 형태	검토하면 좋은 상황	주요 확인 지표
META	관심 형성	피드·세로 영상	현장 매력과 특징 전달	클릭·상담 신청
LMS	메시지 전달	장문 문자	발송 대상 확보	발송 결과·클릭
네이버 GFA	디스플레이 접점	이미지 광고	네이버 내 현장 인지도 확대	노출·클릭·신청
YouTube·GDN	영상·배너 활용	영상·웹·앱 광고	현장 설명과 접점 확장	조회·클릭·신청
당근	지역 접점	지역 기반 광고	생활권 중심 홍보	클릭·상담 신청

클릭·상담 신청은 추적 설정과 집행 상품에 따라 확인합니다.

MEDIA / 01 OF 05

META

스크롤을 멈추게 할,
우리 현장의 첫인상.

페이스북·인스타그램에서
이미지와 영상으로
현장의 매력을 전합니다.

이럴 때 검토하세요

현장 인지도를 높이거나
입지·공간을 소개할 때

Facebook 피드

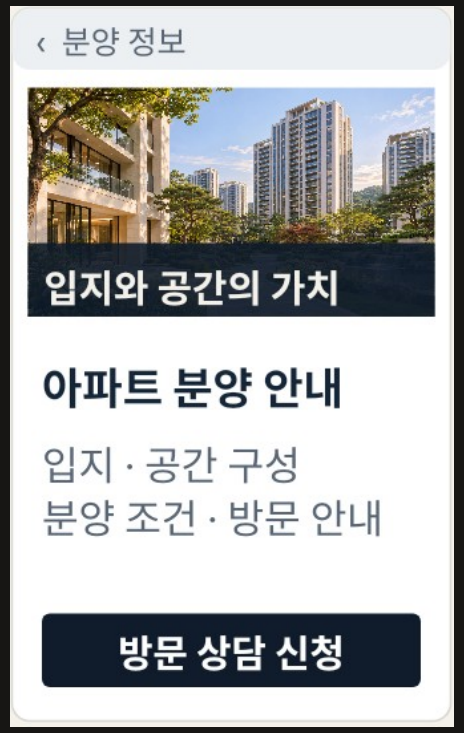


Instagram 피드



부동산 소재를 적용한 피드 광고 예시

관심을 상담으로 연결하는 두 가지 경로를 설계합니다.

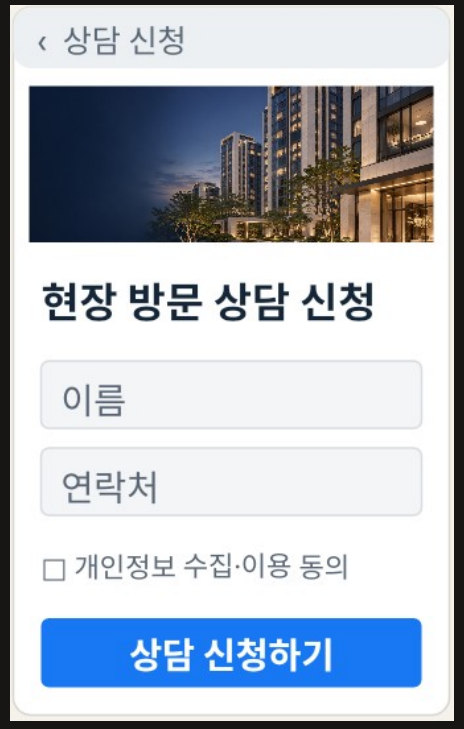


A 랜딩페이지

현장 정보를 충분히 설명
모바일 화면 · 신청 추적

설계 순서

목표 · 타겟 · 소재 구성
상담 연결 · 결과 확인



B 인앱 신청 양식

앱 안에서 정보를 입력
신청 항목과 동의 안내

준비와 측정

현장 자료 · 계정 권한
도달 · 클릭 · 신청 · 비용

외부 페이지의 신청은 추적 설정이 필요합니다. 타겟 · 양식은 국가별 주거 광고 정책과 계정 조건을 확인합니다.

MEDIA / 02 OF 05

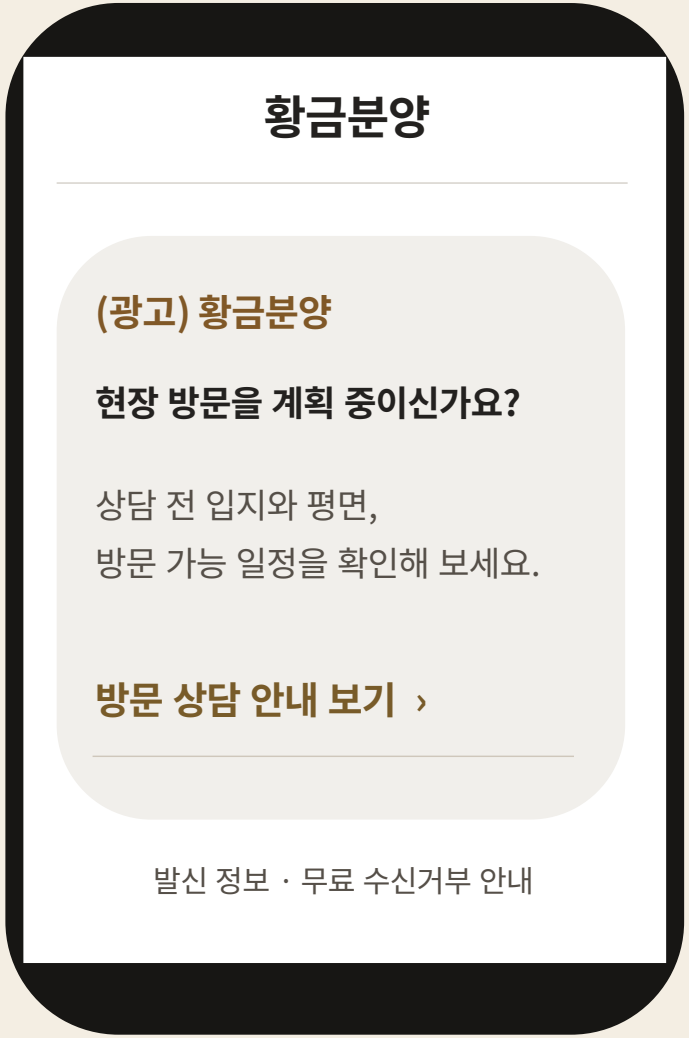
LMS

알려야 할 분양 정보를, 한 통에 명확하게.

장문 문자 안에
현장 정보와 상담 경로를
알기 쉽게 담습니다.

발송 대상이 확보됐을 때

수신 동의와 발송 조건을
확인한 뒤 집행합니다.



1 첫 문장

누가, 무엇을
알리는지 명확하게

2 핵심 정보

고객이 검토할
정보를 간결하게

3 문의 경로

상담 링크 또는
연락처로 연결

장문 문자(LMS) 문안 예시 · 사진을 함께 보내는 멀티미디어 문자(MMS)는 별도 형식입니다.

보낼 대상부터 발송 결과까지, 한 단계씩 확인합니다.

01


집행 방식

보유 고객 또는
공급사 상품

02


발송 조건

수신 동의와
대상 조건

03


문안 확정

광고 표시·발신자
수신거부 안내

04


발송 진행

단가·발송량
일정 협의

05


결과 확인

요청·성공·실패
추적 시 클릭

광고주 보유 고객

수신 동의·이용 권한 확인

별도 공급사 상품

상품별 대상·발송 조건 협의

MEDIA / 03 OF 05

네이버 GFA

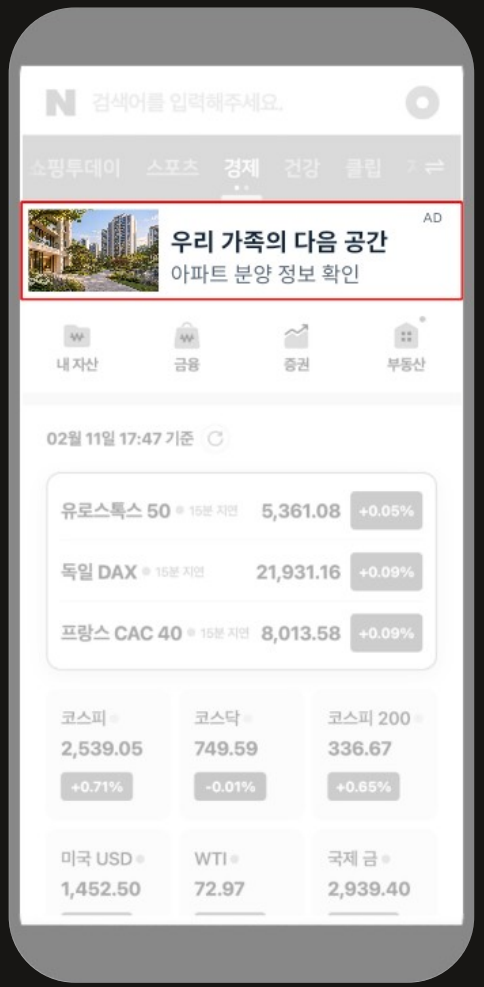
네이버를 보는 순간, 현장을 보여주세요.

네이버 디스플레이 지면에
이미지와 메시지로
고객 접점을 만듭니다.

정보 탐색 중 광고 접점

이미지와 핵심 문구로
현장에 대한 관심을 유도합니다.

네이버 홈



네이버 피드



네이버 홈·피드 광고 배치 예시 · 실제 지면은 캠페인에 따라 달라집니다.

광고 목적에 맞춰,
지면 · 소재 · 연결 페이지를 구성합니다.

01



목표 설정

인지도 또는
상담 목표

02



지면 검토

적용 지면과
타겟 확인

03



소재 등록

이미지 · 문구
심사 기준

04



광고 운영

연결 페이지와
추적 점검

05



반응별 개선

노출 · 클릭률
상담 신청

광고주 준비

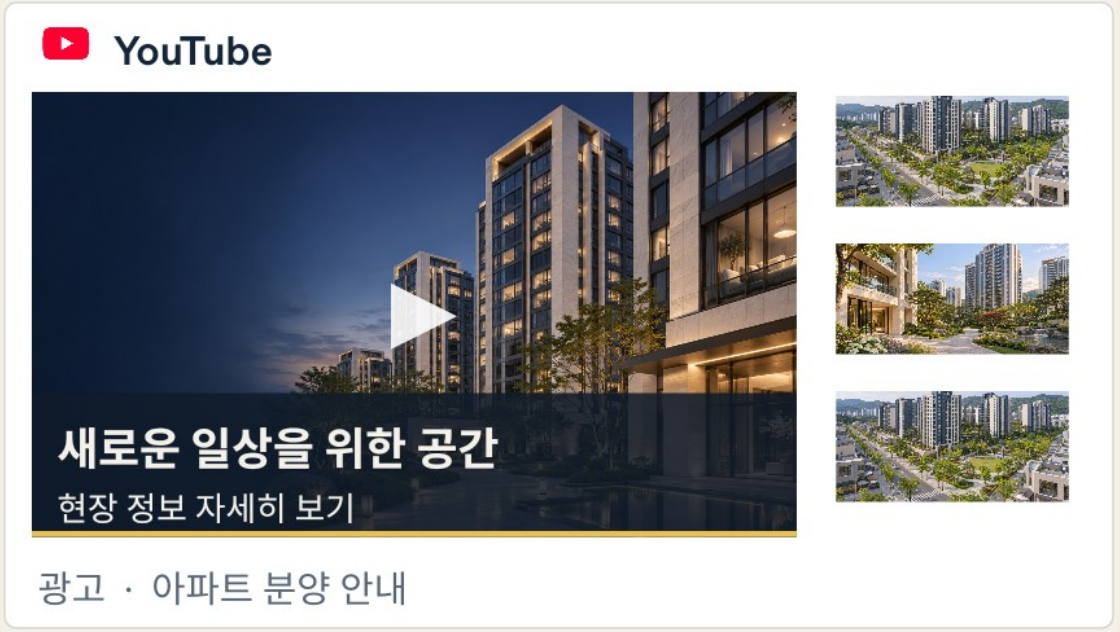
현장 자료 · 사업자 정보 · 계정 권한

상담 측정 조건

신청 경로에 전환 추적 설정

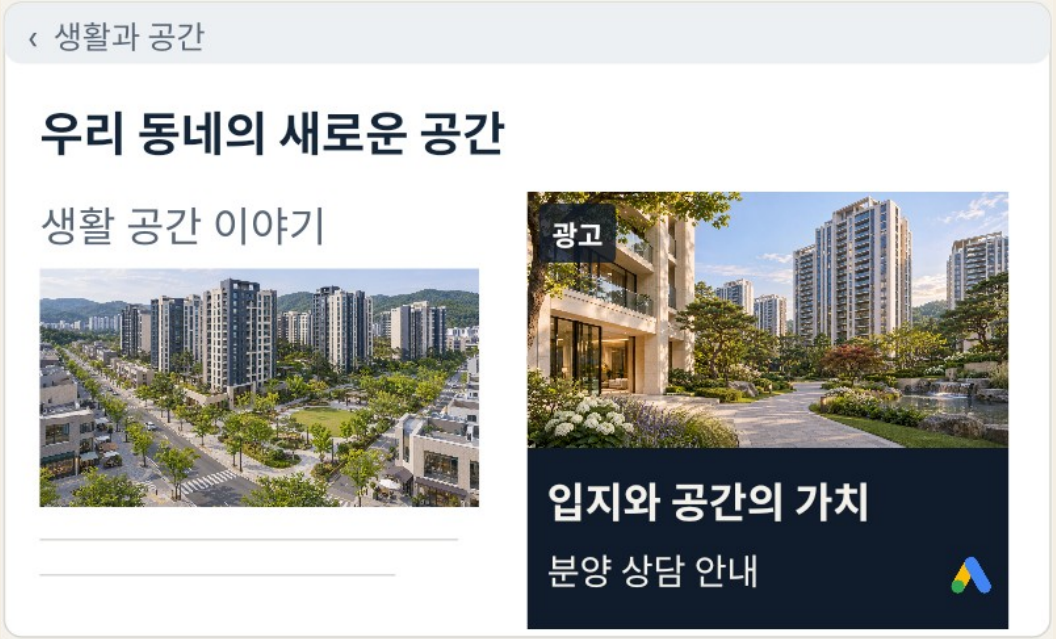
영상으로 이해시키고, 배너로 떠올리게.

YouTube 영상 광고



영상을 보는 고객에게 입지와 공간 소개

GDN 디스플레이 광고



웹·앱의 광고 영역에 이미지 배너 노출

Google Ads 집행 예시 · GDN은 구글 디스플레이 네트워크를 뜻하며, 캠페인에 따라 광고 지면이 달라집니다.

영상과 배너,
준비할 소재와 확인할 지표가 다릅니다.

YouTube 영상

준비 소재
영상 · 제목 · 연결 페이지

확인 지표
조회 · 시청 · 클릭 · 상담 신청

집행 준비
제공 영상 활용 또는 별도 제작

GDN 이미지 · 배너

준비 소재
이미지 · 문구 · 로고 · 연결 페이지

확인 지표
노출 · 클릭 · 상담 신청

집행 준비
매체 형식에 맞춘 소재 구성

리마케팅은 데이터 · 설정 · 정책 충족 시 검토합니다. 영상 · 촬영 · 랜딩 제작과 추적 설정 범위는 별도 협의합니다.

MEDIA / 05 OF 05

당근

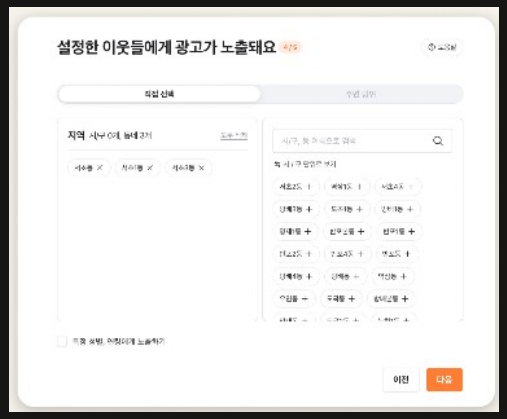
동네를 잘 아는 고객에게 닿는 광고.

현장 주변에서 생활하는
고객에게 익숙한 장소와
이동 경로로 설명합니다.

생활권을 중심으로 알릴 때

인근 역과 도로, 편의시설을
광고 문구·이미지에 담습니다.

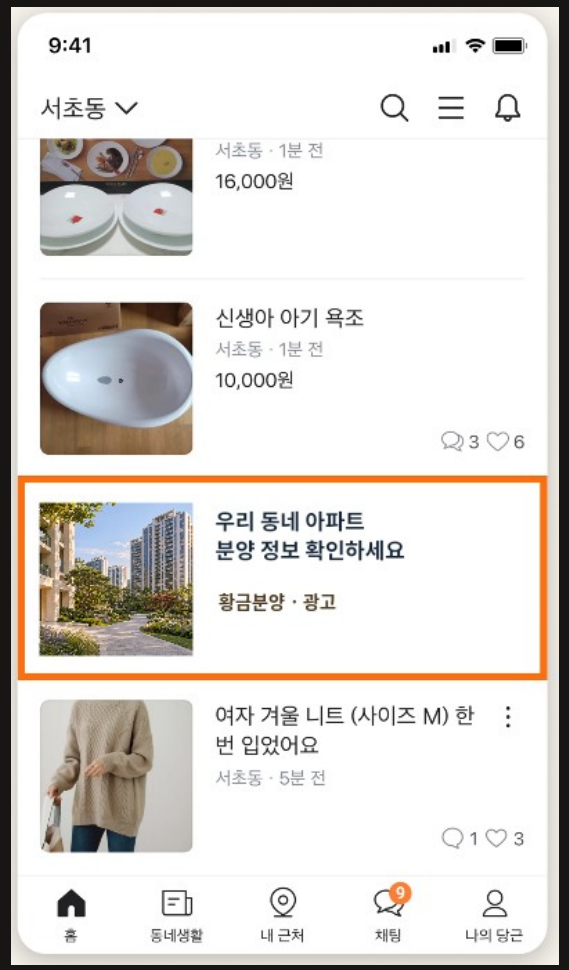
지역 설정



생활권을 보고 광고 지역을 선택



당근 홈 피드



당근 광고 지역 선택과 홈 피드 배치 예시

지역을 고르는 것에서,
지역에 맞는 메시지까지.

01


생활권 검토

현장 주변의
입지·접근성

02


광고 목적

알릴 내용과
고객 행동

03


지역형 소재

생활 정보를
문구·이미지로

04


문의 연결

가능한 연결
방식 확인

05


반응 확인

클릭과 신청
운영 결과

유료 광고 집행

상품·목표·지역·소재·연결 경로 협의

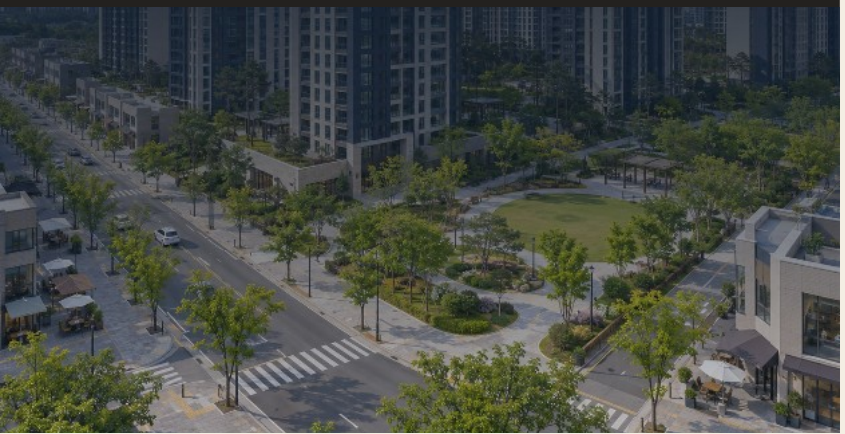
비즈프로필 소식 관리

소식 작성·게시 관리 범위는 별도 협의

지역 범위와 집행 조건은 선택 상품과 매체 심사 기준을 반영해 협의합니다.

01
매체 전략

우리 현장에는 어떤 광고부터 필요할까요?



인지도를 넓히고 싶다면

META **네이버 GFA**

이미지와 첫 문장으로 입지·공간의 특징을 알립니다.

현장을 자세히 설명하고 싶다면

YouTube **GDN**

영상으로 특징을 설명하고, 배너로 접점을 넓힙니다.

생활권·안내 대상에 집중한다면

당근 **LMS**

당근은 지역 접점, LMS는 확보된 발송 대상을 검토합니다.

목표·예산·자료 조건에 따라 매체 조합을 제안합니다.

02 집행 운영

무엇을 준비하고, 어떻게 시작할까요?

1

현장·목표 정리



위치·분양 조건 공유
목표·예산·범위 합의

2

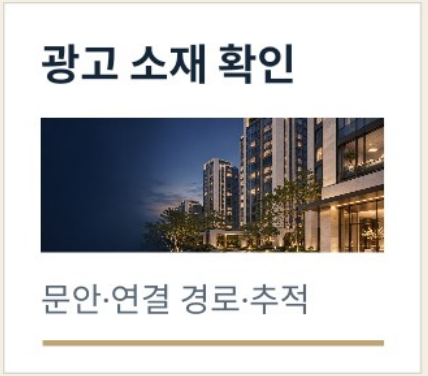
자료·소재 준비



이미지·문안 구성
연결 경로·계정 준비

3

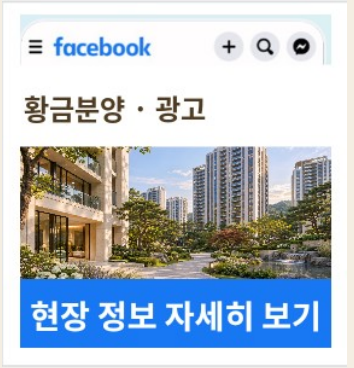
승인·심사



광고주 최종 확인
매체 심사·추적 점검

4

집행·운영



게시·발송 상태 확인
반응 확인·운영 조정

03 성과 개선

고객 반응을 보고, 다음 광고의 방향을 정합니다.

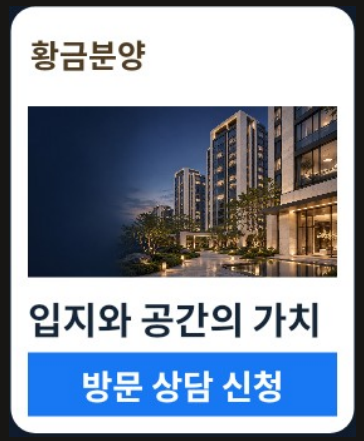
노출



광고가 얼마나 보였는지

지면·대상 설정 점검

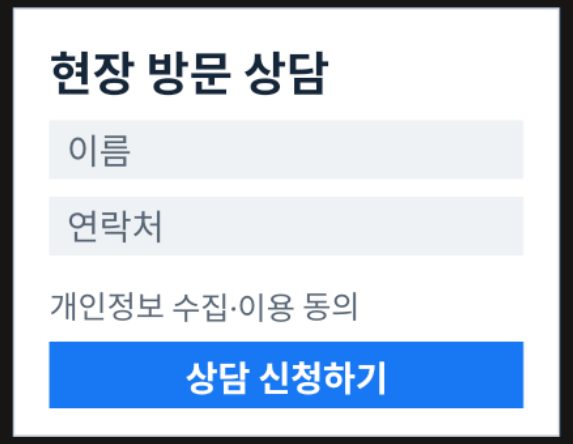
클릭



어떤 광고를 눌렀는지

첫 문장·이미지 조정

상담 신청



문의로 이어졌는지

신청 항목·연결 경로 점검

신청당 비용 합의한 광고 비용을 추적된 신청 건수로 나눠 소재별 효율을 비교합니다.

04 업무 · 견적

맡길 업무가 보이면, 견적도 명확해집니다.

견적 확인 · 예산·기간·수량·수정·보고 범위·VAT



집행부터 제작까지,
필요한 범위를 함께 정합니다.

집행 비용	**매체 집행비** 광고 예산·기간·발송 조건
운영 비용	**운영 수수료** 계정 설정·광고 운영·결과 보고
제작 비용	**소재 제작 / 영상·랜딩 제작** 보유 자료 활용·제작 수량·수정 범위
기타 옵션	추가 업무·추적 설정 범위는 별도 협의

현장 조건과 집행 범위에 따라 개별 제안합니다.

우리 현장에 적용하기 전, 궁금한 점을 정리했습니다.

Q 어떤 상품부터 시작하나요?

현장 목표, 자료, 예산 등을 확인하여
우선 검토할 매체를 제안합니다.

Q 홈페이지·영상이 없어도 되나요?

보유 자료로 가능한 방식을 검토하고
추가적으로 필요한 자료는 협의합니다.

Q 예산과 기간은 어떻게 정하나요?

목표와 매체 조건, 소재 준비 상태를
확인 후 집행 계획을 상의합니다.

Q 광고 시작 전 무엇을 준비하나요?

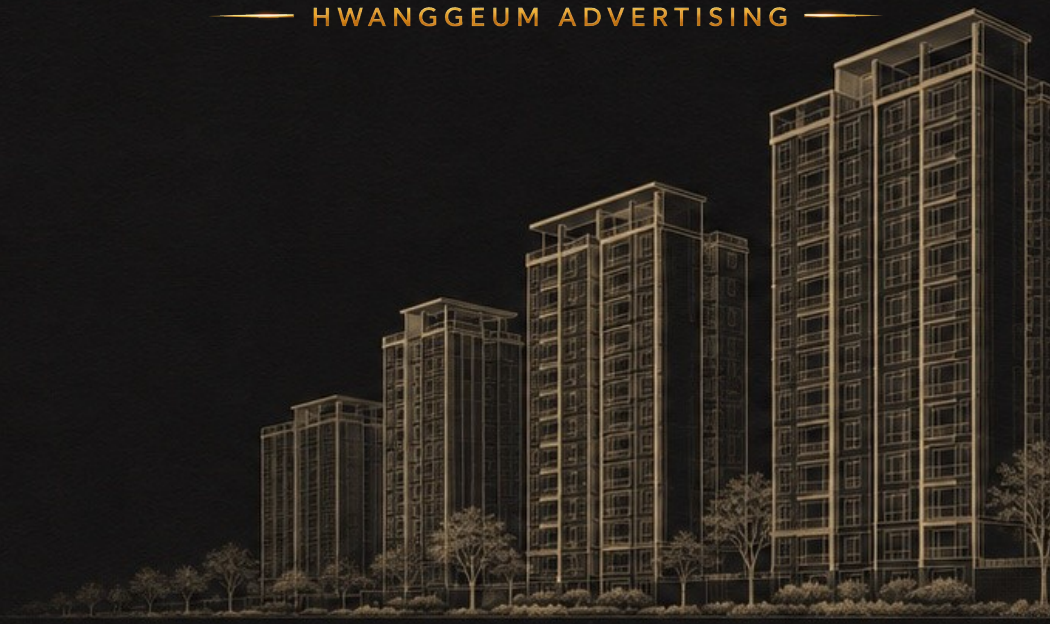
현장 위치와 분양 상품, 핵심 조건을 알려주세요.
보유 이미지·영상·연결 페이지도 함께 확인합니다.

분양 광고 상담

우리 현장을 찾을 고객,
어디에서 만날까요?

황금 분양광고
HWANGGEUM ADVERTISING

현장명과 분양 일정, 광고 예산을 알려주세요.
현장에 맞는 매체와 첫 광고에 담을 메시지를 제안합니다.



황금분양에 우리 현장 광고를 문의하세요.