

# 브랜드데이 시작하기

브랜드데이 소개&가이드\_판매사용

**NAVER**





**01 브랜드데이란?**

**02 참여&우대조건**

**03 노출 영역**

**04 행사장 구성**

**05 브랜드데이 진행 프로세스**

**06 브랜드데이 효율 올리는 TIP**

**07 참고 사례**

**08 브랜드데이 결과 리포트**

# 01 브랜드데이란?

## Q 네이버에서 하루동안 최대 효과를 내는 마케팅 툴

- ✓ 단기간 최대 혜택을 제공하고 최대 효과를 낼 수 있는 프로모션
- ✓ 매출은 물론 브랜딩까지 한 번에
- ✓ 신규 고객을 단 시간에 끌어올릴 수 있는
- ✓ 신뢰도 있는 플랫폼
- ✓ 브랜드 대표 상품 판매도 하면서 신상품도 알릴 수 있는 행사

## A 단독 1DAY 프로모션 '브랜드데이'



# 01 브랜드데이란?

브랜드데이는 네이버 쇼핑의 대표 프로모션으로 하루동안 최대의 매출과 홍보 효과를 이끌어내고 있습니다.  
쇼핑 라이브, 멤버십 혜택 연계, 광고 외 네이버의 마케팅 톨을 적극 활용하며  
고객은 단 24시간 동안 브랜드에서 제공하는 최대 혜택을 받아 보실 수 있습니다.

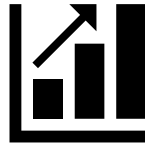


대표 상품&단독 기획

판매 극대화

단독 기획 구성

리뷰 확보



홍보 & 매출

브랜딩

유입 최대 효과

구매 전환율 증대



고객

기존 고객 로열티 확보

신규 모객

실 구매층 점검

## 02 브랜드데이 참여조건

참여조건	브랜드 여부	<ul style="list-style-type: none"> <li>스마트스토어에 입점된 업체 중 상품의 제조부터 판매까지 진행하는 (상표권을 가진) 단일 브랜드</li> <li>해외 브랜드의 공식 수입원으로 증빙이 가능한 브랜드</li> </ul>
	상품	<ul style="list-style-type: none"> <li>하루동안 네이버 스토어에 업로드 된 전체 상품에 대한 혜택 제공</li> <li>신상품, 이월상품, 단독 구성 및 단독 제작 상품 판매 진행</li> </ul>
	기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>00시부터 24시까지 단 하루 진행</li> </ul>
	혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>네이버 스토어 전 상품에 대하여 쇼핑 검색 기준 최저가(할인율, 쿠폰) 보장 필수 혹은 그에 상응하는 단독 혜택(사은품, 증정, 적립, 타임딜, 체험딜 등) 제공 필수</li> </ul>
	시즌/대중성	<ul style="list-style-type: none"> <li>해당 시즌 별 이슈에 부합하는 브랜드군 (예, 명절-선물 주력 브랜드)</li> <li>현 시점 대중 관심이 높은 브랜드군</li> <li>그룹사적으로 진행하는 대형 프로모션의 톨로 활용 가능</li> </ul>
	재고수량/배송	<ul style="list-style-type: none"> <li>일정한 수량 이상의 SKU가 네이버 스토어에 등록되어 있고, 재고를 보유한 업체로 당일 최대 재고 확보 가능 여부 확인 필요</li> <li>대량 물량 배송 및 고객 응대가 안정화된 브랜드(패널티 2단계 경고 이상 브랜드 진행 불가)</li> </ul>
	진행 여부	<ul style="list-style-type: none"> <li>카테고리 별 네이버 쇼핑서비스 이용 경험 등 별도 조건 상이</li> <li>한달에 복수 참여 불가</li> </ul>

## 02 브랜드데이 우대조건

우대조건	단독 기획/제작	• 당일 네이버 단독 기획 세트 구성 혹은 단독 제작 상품, 단독 신상품 론칭 여부
	브랜드 안정성	• 네이버 쇼핑 프로모션 진행 경험 여부
	빠른 배송	• 빠른 배송, 소비자향 배송 혜택 제공 여부
	마케팅 협력	• 자체 마케팅 진행 가능 여부(자사 홈페이지, SNS, 외부 광고, 네이버 DA 등) • 쇼핑 라이브 진행 여부
	전문성	• 네이버 브랜드스토어 입점 여부
	이슈성	• 시즌 혹은 이슈성 QC가 높은 판매 상품 보유 여부

## 03 노출 영역

브랜드데이 노출 제공 영역은 아래와 같습니다.

✓ 쇼핑투데이 내 노출

쇼핑투데이 최상단

쇼핑투데이 버티컬 층

✓ 쇼핑 서비스 내부 노출 쇼핑라이브판은 라이브 진행할 경우에만 노출

쇼핑검색 상단 배너

윈도 상품 상세

쇼핑 홈 배너

네이버 공개 캘린더

브랜드데이 캘린더

쇼핑 라이브판

✓ 브랜드사 홍보 노출 업체에서 선택하여 자체적으로 진행하는 영역

DA, 메인보드 광고

톡톡 푸시 알람

자사 홈페이지

자사 SNS

인기 카페 바이럴

# 03 노출 영역

쇼핑투데이 최상단

쇼핑투데이 버티컬  
층

쇼핑검색 상단 배너

윈도 상품 상세

쇼핑 홈 배너

네이버 공개 캘린더

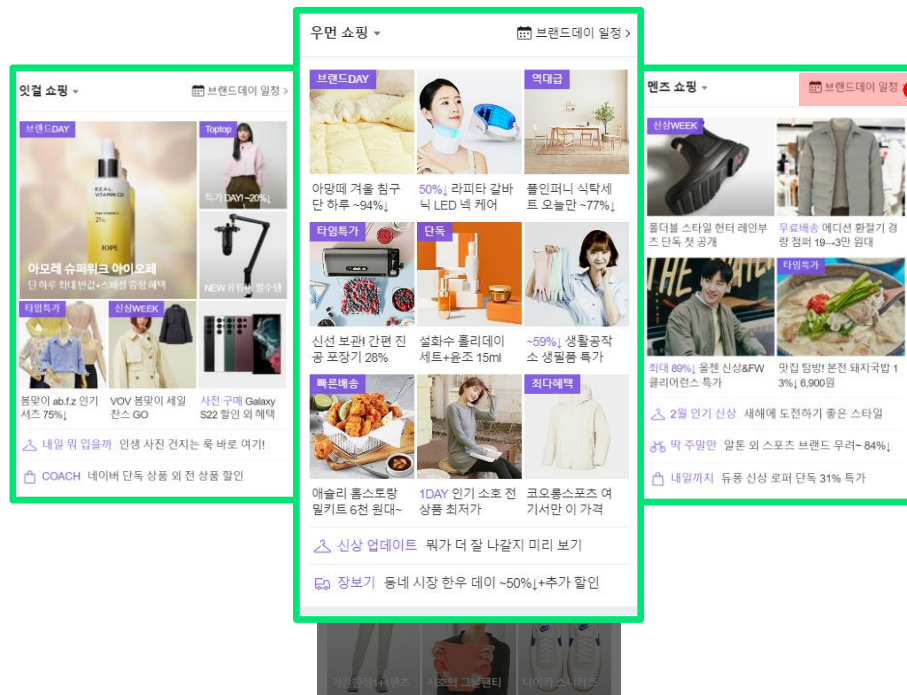
브랜드데이 캘린더

쇼핑 라이브판

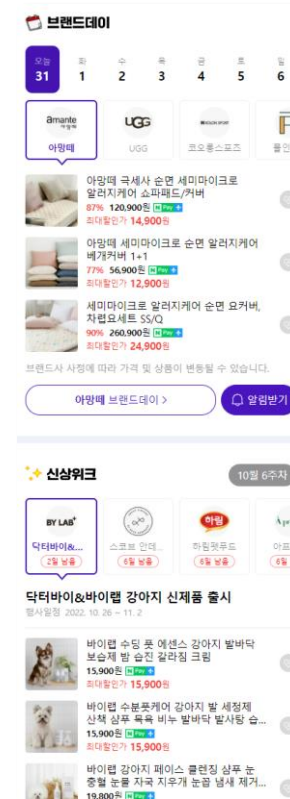
그 외

- 쇼핑투데이 최상단 : 관련 데모판에 맞춰 24시간 상시 노출됩니다.
- 쇼핑투데이 버티컬 층 : 관련 데모판 버티컬층에 24시간 상시 노출됩니다.
- ✓ 브랜드데이 캘린더: 당일 진행 행사장 진입, 진행 예정인 브랜드데이 예고 확인 및 알림 받기 기능을 제공합니다.

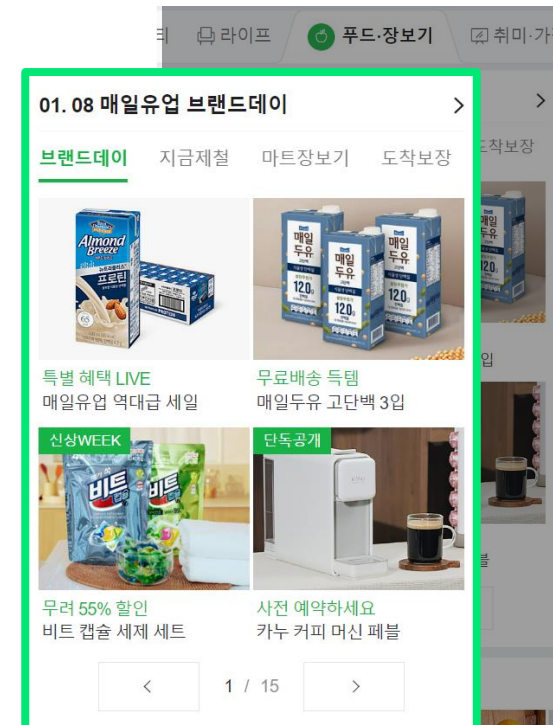
## 쇼핑투데이 최상단 층



## ✓ 브랜드데이 캘린더



## 쇼핑투데이 버티컬 층



# 03 노출 영역

쇼핑 홈 배너

쇼핑검색상단 배너

윈도 상세 배너

네이버 공개 캘린더

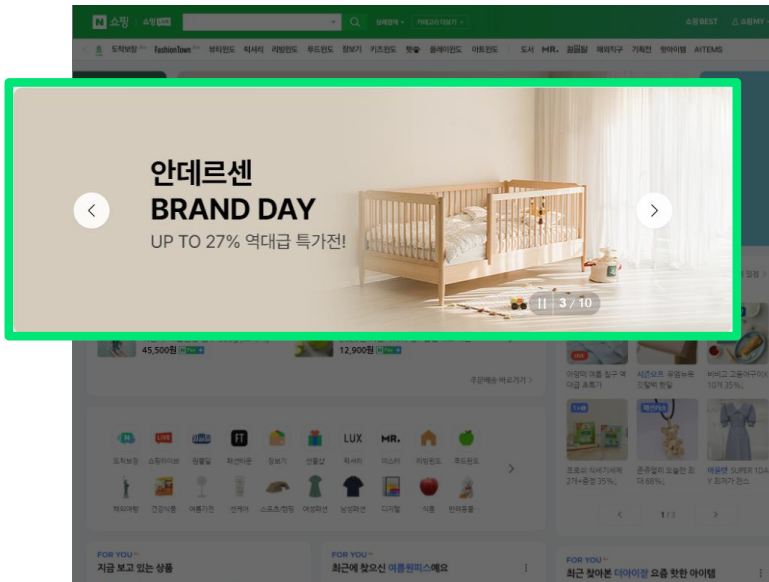
브랜드데이 캘린더

쇼핑 라이브판

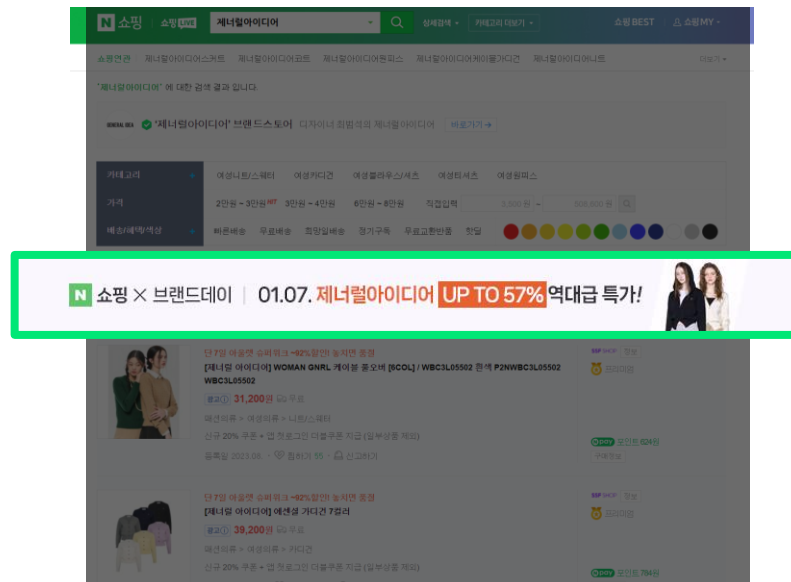
그 외

- 네이버 쇼핑 홈 배너: 행사 기간 내 상시 (24시간) 노출됩니다.
- 쇼핑 검색 상단 배너: 행사 기간 내 판매사 관련 키워드(브랜드명, 브랜드+대표 상품명, 브랜드+일반상품명 등) 검색 시 노출됩니다.
- 윈도 서비스 상품 상세 띠배너: 행사 기간 내 상시 (24시간) 노출됩니다.

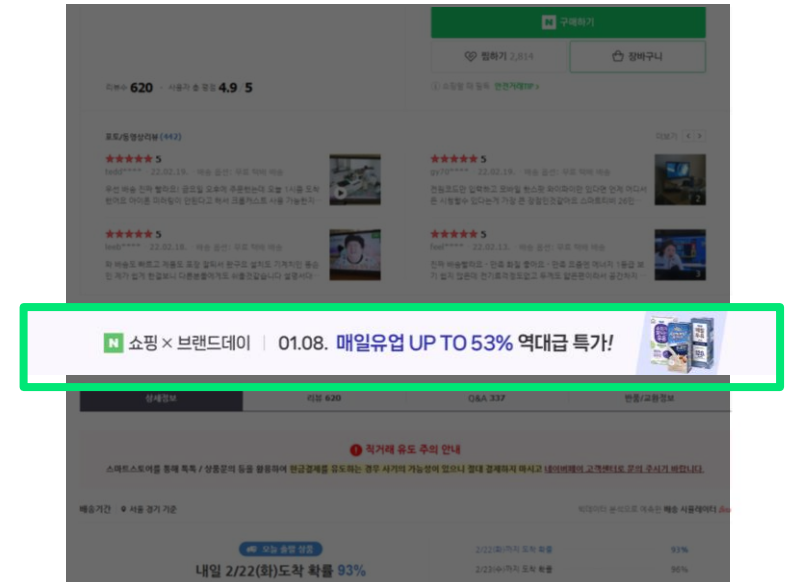
네이버 쇼핑 홈 배너



쇼핑 검색상단 배너



윈도 서비스 상품 상세 배너



# 03 노출 영역

쇼핑 홈 배너

쇼핑검색 상단 배너

윈도 상세 배너

**네이버 공개 캘린더**

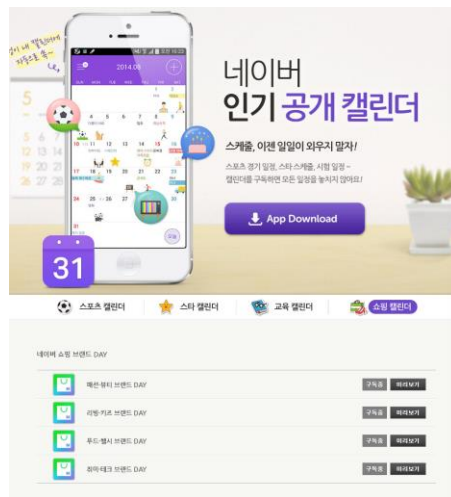
브랜드데이 캘린더

**쇼핑 라이브판**

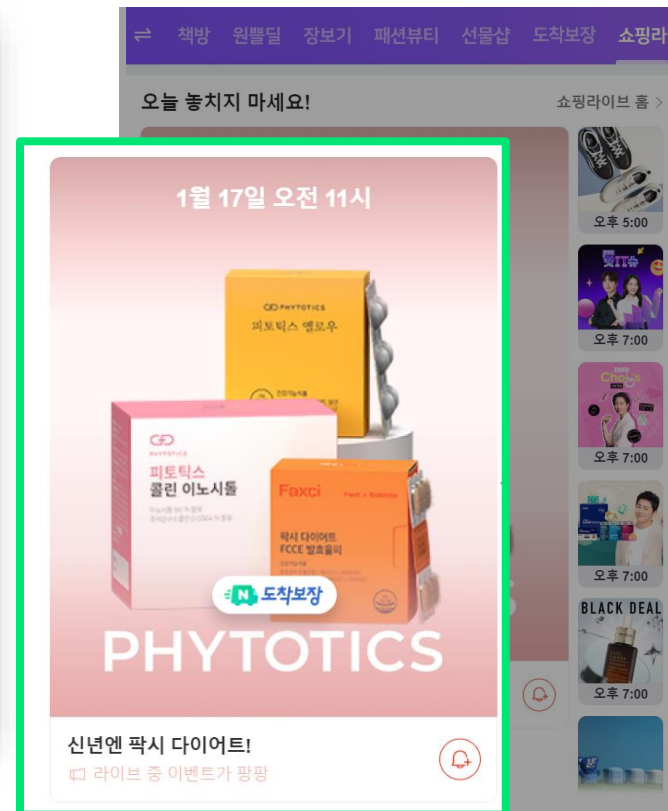
**그 외**

- 네이버 공개 캘린더: 브랜드데이 진행이 확정된 모든 일정은 네이버 공개 캘린더에 등록되며, 캘린더 구독자들에게 일정이 공유됩니다.
- 쇼핑라이브 판: 라이브 진행하는 브랜드데이 업체에 한하여 행사 당일 쇼핑라이브판 최상단 영역에 노출

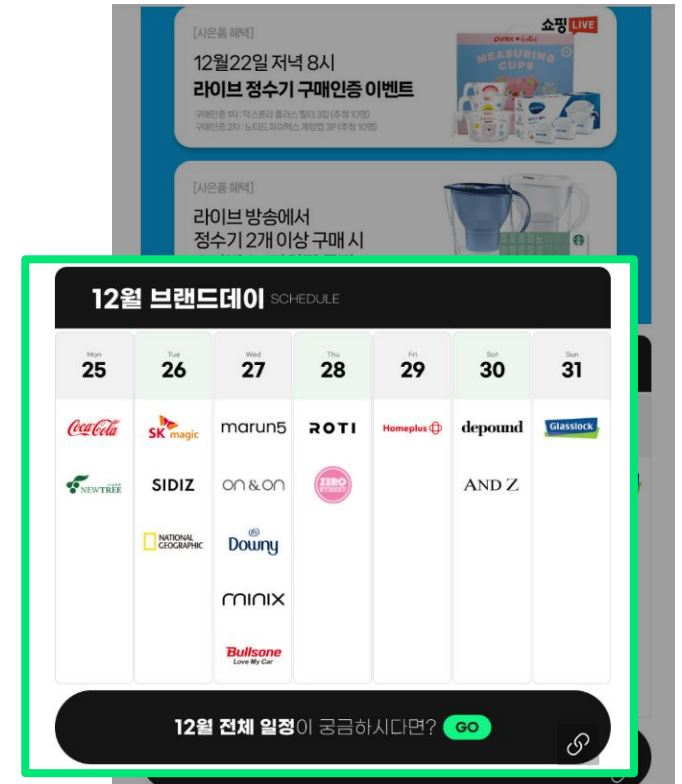
네이버 공개 캘린더 (구독자 약 22만 명)



쇼핑라이브 판 최상단



(그 외) 브랜드데이 행사장 내 해당 주차 캘린더 노출



## 03 노출 영역

DA, 메인보드 광고

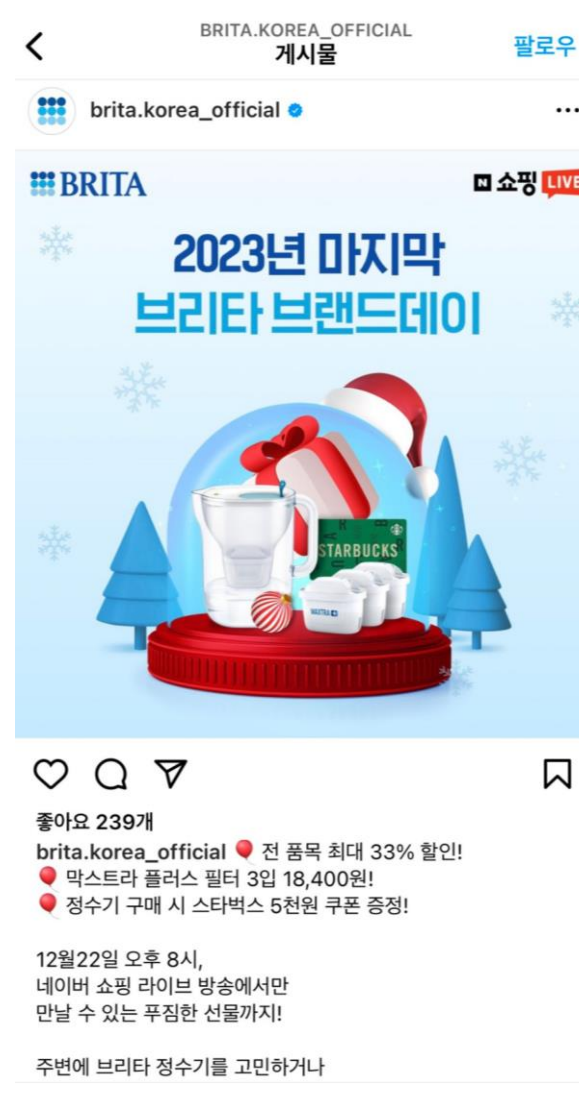
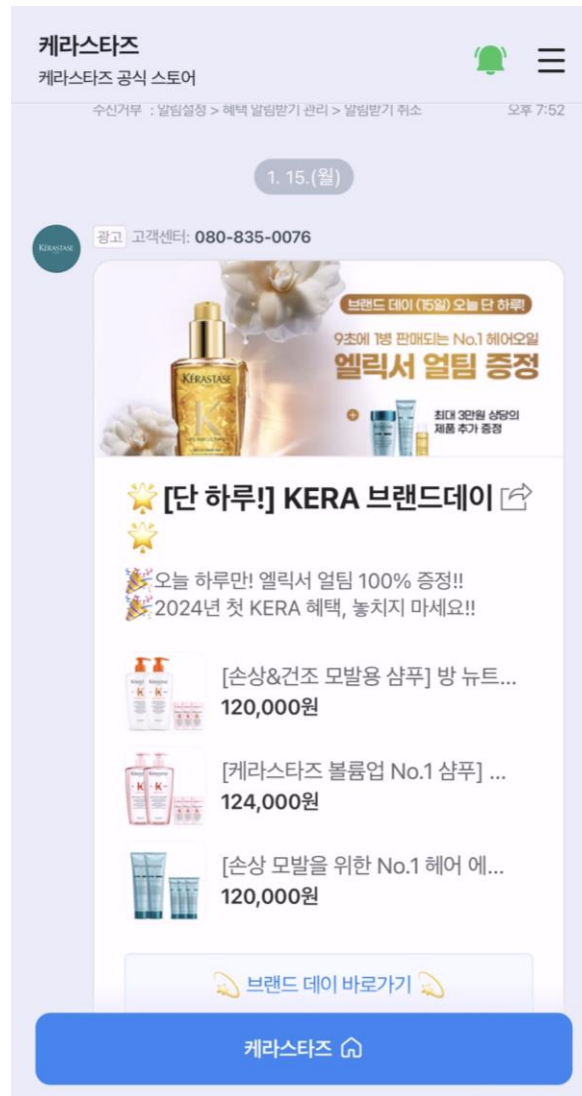
톡톡친구 푸시알람

자사 홈페이지

자사 SNS

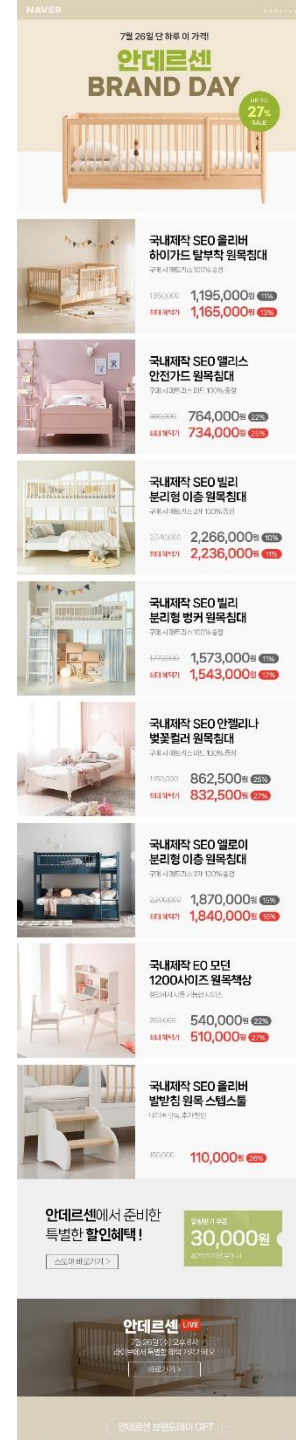
인기 카페 바이럴

- 브랜드데이 효과를 극대화시키기 위해 자체적인 마케팅 진행을 추천 드립니다.



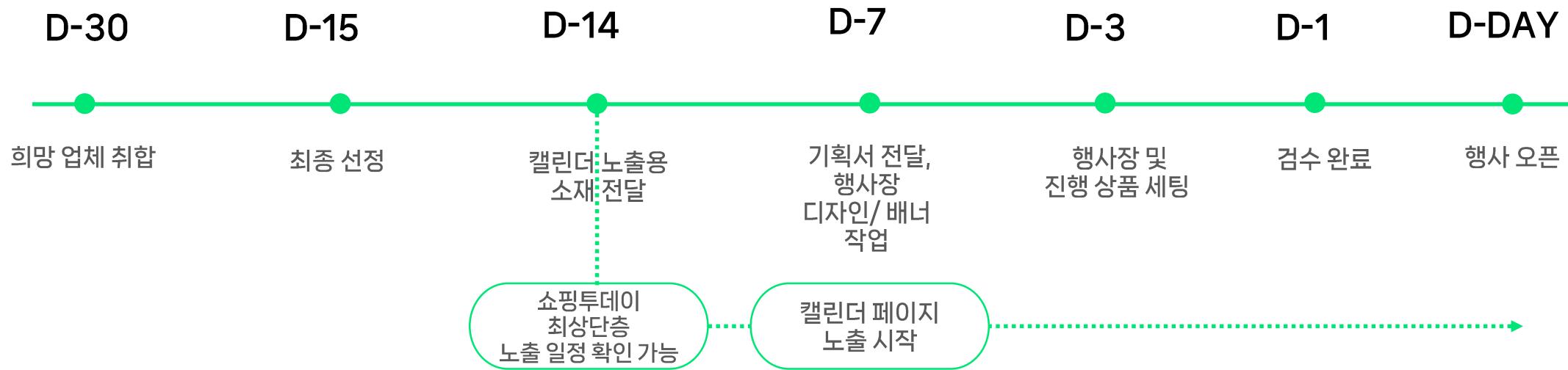
# 04 행사장 구성

- 행사장 전체 디자인 작업에 필요한 가이드는 별도 전달드리며,  
인트로, 혜택/특전, 이벤트/사은품 배너 등은 브랜드의 고유 디자인을 강조해도 무방합니다.



## 05 브랜드데이 진행 프로세스

월 전체 일수에 따라 앞 뒤 일정에 차이가 있을 수 있습니다.



## 06 브랜드데이 효율 올리는 TIP

### ☀️ 적극적인 마케팅

네이버 광고와 더불어 다양한 자체 바이럴(SNS, 블로그, 메시지 발송 등)이 병행된다면 브랜드데이 진행에 파급효과를 줄 수 있습니다.  
하루 동안 진행되는 행사이므로, 집중도를 높이기 위해 자체 바이럴을 행사 시작 일주일 전부터 진행한다면 더 큰 효과를 볼 수 있습니다.

### ☀️ 쇼핑 라이브

Q. 꼭 해야 하나요?

라이브 진행은 필수는 아니지만 당일 매출 효과를 극대화 하기 위해 추천합니다.

따라서 브랜드데이 선정 후 해당일에 맞추어 기획하는 것이 가장 좋습니다.

라이브 진행 시간대에 맞추어 쇼핑투데이 최상단에서는 1시간동안 LIVE 플래그가 노출되어 유입을 도와줍니다.

Q. 몇 시에 하는 것이 좋은가요?

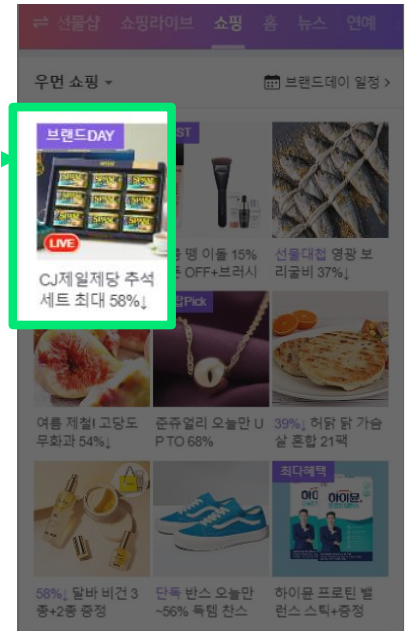
브랜드데이 당일 오전, 오후 두 번에 걸쳐 라이브를 진행하면 더 효과적인 매출 포커스가 가능합니다.

주 구매 고객에 맞춘 시간대에 진행하는 것을 추천 드립니다. (예, 리빙 주방, 키즈상품군-오전 10시, 패션, 뷰티 상품군-오후 7시)

Q. 라이브 유입을 높이기 위한 팁

라이브 시작 전 알림받기 고객들 대상으로 톡톡 메시지를 발송하면 유입이 높아집니다.

쇼핑 라이브 내 깜짝 이벤트(구매 확인, 퀴즈 사은품 등)를 진행하면 집중도가 높아집니다.



### ☀️ 네이버 익스클루시브 상품

네이버 한정판/사전 예약/단독 기획 세트/네이버 전용 단독 제작 모델은 매출 및 유입을 한 곳으로 몰아 판매 효율이 좋았습니다.

## 06 브랜드데이 효율 올리는 TIP

### 시즌에 맞는 상품

진행 시기가 연중 행사(명절, 신학기, 기념일 등) 혹은 계절감이 맞지 않을 경우 효율이 저조합니다.  
패션도 최소 한달 전 시즌 판매를 추천 드립니다.

### 물량 확보

생산라인 품질 이슈/내부적인 재고 관리로 인해 배송 지연/ 라이브&주말 물량 품절 등으로 매출에 영향을 줄 때가 있습니다.  
진행 전부터 행사 끝까지 안정적인 판매가 될 수 있도록 지속적인 재고 관리는 필수입니다.

### 판매시점

브랜드데이 진행 전 비슷한 상품 라인으로 자사몰/타사 프로모션을 했을 경우 매출에 영향을 줄 수 있으니 적절한 진행 시점 체크 부탁드립니다.

### 카탈로그 작업

검색 결과 보안을 위해 네이버 제품 카탈로그 가격 및 정보 정제 작업이 되어있을 경우 브랜드스토어 및 행사 유입율이 높아집니다.

### 빠른배송

네이버 물류 시스템을 활용해 빠른 배송이 진행된 경우 브랜드 신뢰와 상품 호감도를 상승시키는 역할을 했습니다.

# 07 참고 사례 – 성공 사례

시즌 상품 | 최대 혜택 제공 | 익스클루시브 | 최대 판촉 | 재고 확보

브랜드	성공 요인	주요 혜택 내용	진행 월/목표 달성율
아웃도어 패션	본격적인 겨울 시작 전에 패딩 판매 1개 패딩 상품이 매출의 25%를 견인	소식알림 할인 쿠폰 제공 러닝화 구매 시 스포츠마스크 증정	10월/106% 해당 업체 브랜드데이 매출 기네스 달성
뷰티	1년에 단 한번 최초/균일 할인 진행 파격 사은품 제공	전 제품 50% 할인(평소 최고 할인을 38%) 금액대별 사은품, 할인쿠폰 증정 쇼핑 라이브 진행 리뷰 이벤트(스탠바이미, 다이슨, 상품권 증정)	2월/141% (YoY 51%↑)
전자 IT	인기 신상품 재고 집중 확보	신상품 물량 쇼핑라이브에서 단독 공개, 쇼핑라이브 순결제 90% 이상 확보	2월/782%
학생 가구 전문	신학기 시즌에 맞추어 진행 라이브 혜택 제공	연중 최대 혜택 제공 네이버 광고 패키지 신학기대전 프로모션 참여 쇼핑라이브 사은품 및 혜택 제공	2월/350% 자사 하루 거래액 중 2번째 높은 수준
식품(생필품)	명절 시즌에 맞춘 기획 세트 광고 노출	쇼핑라이브 오전, 오후 2번 진행 할인+알림받기 장바구니 할인 쿠폰	1월/259%(YoY 270%↑) 자사 하루 거래액 하이 레코드 달성

## 08 브랜드데이 결과 리포트

브랜드데이라는 경험을 통해 네이버 안에서 더 효과적인 아웃풋을 이끌어 낼 수 있도록 유입, 관심도, 구매 데이터 측면으로 나누어 분석하고 결과 리포트를 제공하고 있습니다.

향후 마케팅 전략 수립 및 성장에 도움이 될 수 있도록 지속적으로 고도화 하여 제공할 예정입니다.

- 유입: 시간대별 클릭 추이, 노출 소재별 클릭 비중, 상품별 방문 현황
- 관심: 스토어짐, 상품짐 증가 수치
- 구매: 거래액, 구매 전환율, 객단가, 구매 고객 변화 등



**감사합니다.**