

A story

2017. 07

CHANNEL A
AD SALES & CONTENTS
GUIDE BOOK NO.2



contents

2

COVER STORY

하트시그널

일반인 출연자도 실시간 검색 상위권
화제성 물이 대성공

6

FOCUS

강력한 마케팅 톨로 주목받는 채널A

8

INSIDE DAMG

동아광장

오프라인 홍보 최고 명당

캠페인 마케팅

단순 캠페인 홍보 아닌 종합 마케팅

10

STORY

유쾌한 삼촌(三村)

착한 식재료 찾아 나서는 두 셰프들의 이야기

외부자들

지상파까지 압도

火 예능 최강자로 자리매김

14

PPL STORY

개밥주는 남자 시즌2

자연스러운 PPL 진행 전과정 소개

15

SPECIAL REPORT

해외에서도 사랑 받는 채널A 콘텐츠

17

PROGRAM GUIDE

30

AD SALES GUIDE



STORY A 제2호

발행처 미디어렙A

문의 02-2020-2610, channela_ad@mediarepa.com

윤종신

이상민

신 동

김이나

심소영

양재웅

러브라인 추리게임

하트시그널

“청춘 남녀들의 짜릿한 동거 이야기”



채널A | 매주 금요일 밤 11시 11분

김세린

장 천

배윤경

서주원

강성욱

서지혜

일반인 출연자도 실시간 검색 상위권 화제성 몰이 대성공



‘하트시그널’, 젊은 시청자들의 마음 훑치다

6월 2일 밤 11시 11분 첫 전파를 탄 하트시그널은 방송이 끝날 무렵 주요 인터넷 포털 사이트 실시간 검색어 1위에 올랐다. 재방, 3방이 진행될 때도 마찬가지였다. 일반인 출연자 6명(남3, 여3)의 이름도 포털 검색 순위 상위권에 랭크됐다. 특히 첫 방송에서 남성 출연자들의 관심을 한 몸에 받은 서지혜 씨는 거의 모든 연예 기사에 등장할 정도였다. 각종 연예 관련 블로그에서도 이름이 빠지지 않았다.

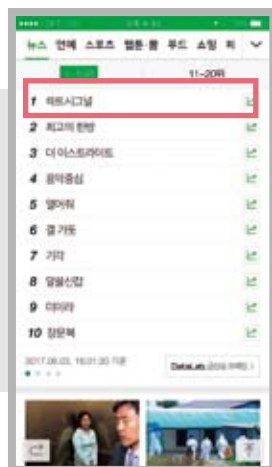
‘하트시그널’의 인기 요인은 신선한 포맷이다. 단순한 매칭 프로그램에서 벗어나 다양한 지식과 경험을 기반으로 남녀의 심리를 추측하도록 한 것이다. 시청자들의 추측을 돕는 연예 예측 도우미로는 가수 윤종신, 이상민, 슈퍼주니어 신동, 작사가 김이나, 모델 심소영, 정신과 전문의 양재용이 나섰다.

이들은 일반인 출연자들의 일거수일투족을 VCR로 관찰하고, 때론 영상을 돌려보며 섬세한 행동 하나, 말투 하나까지 분석했다. 연예인 예측자들이 단순히 ‘촉’만 동원하는 것은 아니다. 관심 있는 대상을 무의식적으로 따라하게 된다는 ‘미러링(mirroring) 효과’, 호감 가는 대상으로 배꼽이 향하게 된다는 ‘배꼽의 법칙’ 등 전문자격 지식도 총동원됐다. 아무런 말이 없는 순간에도 무의식적으로 드러나는 보디 시그널을 짚어보는 재미도 무척 크다.

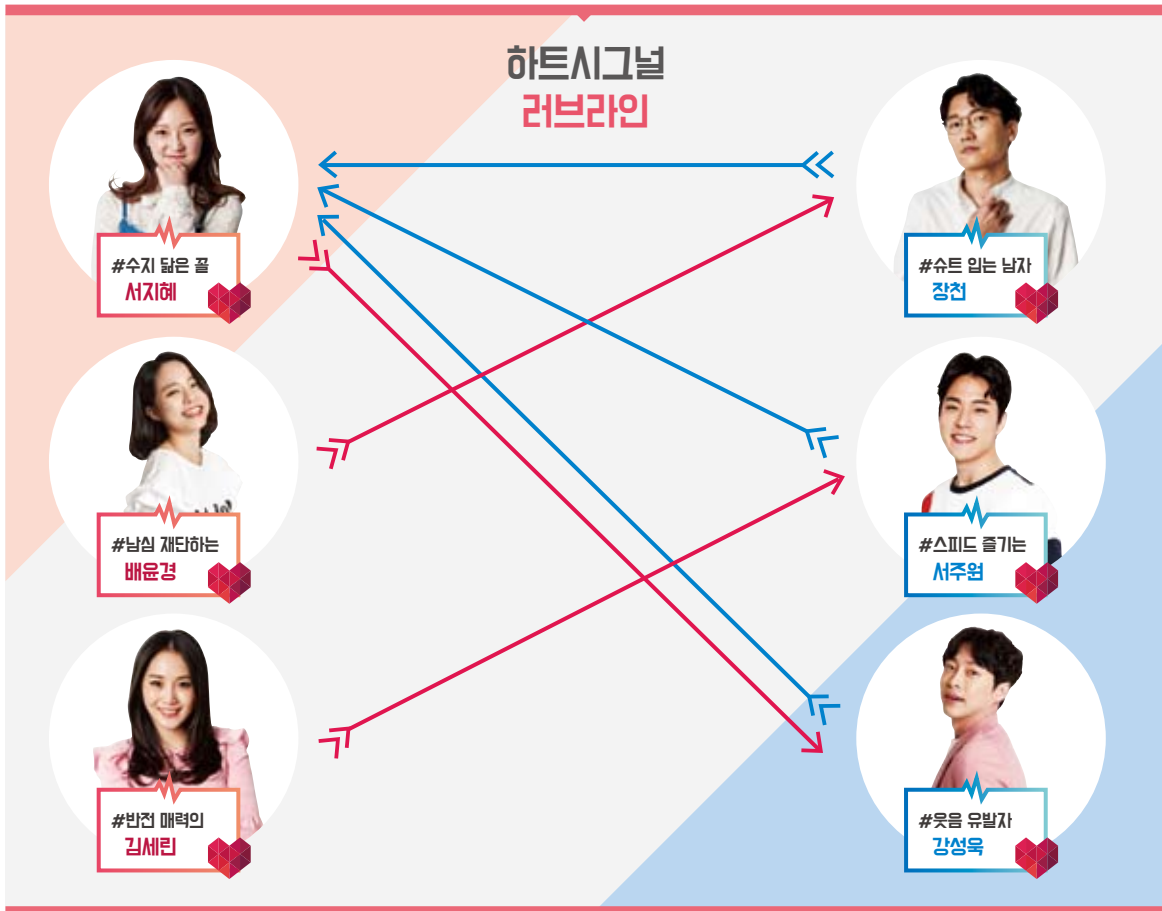
그런데 왜 방송 시간은 금요일 밤 11시 11분일까.

금요일은 이성과 연애에 대한 관심이 높은 시간대이기 때문이다. 또 11시 11분은 ‘1’이 모여 만들어진 시간인 만큼, 개별적 자아가 사랑을 시작하는 연인으로 발전할 수 있다는 뜻이다.

주요 인터넷 포털 사이트 실시간 검색어 1위







‘하트시그널’, 키워드는 리얼리티 & 추리

‘하트시그널’은 특별한 장치와 제작진 없이 일반인 출연자만 있다. 서울 종로구 부암동에 마련된 ‘시그널 하우스’ 안에는 러브라인을 부추기는 사람도 없고, 장기자랑과 게임 등을 통한 노골적 어필도 없다. 이진민 PD는 “‘사랑이 발생하는 순간’을 포착하기 위한 것”이라며 “출연자의 감정을 방해하지 않기 위해 외부적 영향력을 최소화 시키려 노력했다”고 밝혔다. 이들의 모습을 지켜보는 것은 자극적이지 않다. 첫 만남에서 한 사람 한 사람의 등장 사이에는 오디오가 비는 순간도 종종 생긴다. 음식을 준비한 후 다같이 식탁에 앉아 먹는 장면에서는 아직 친해지지 않은 출연자들의 어색한 분위기로 시간이 천천히 흘러가는 것처럼 느껴지기도 한다.

‘하트시그널’은 관찰 예능의 매력을 바탕에 깔고 ‘심리 추리’라는 양념을 첨가해 진화된 모습을 선보였다. 스튜디오에서 시

그널 하우스 내부를 관찰하는 6명의 예측단은 일반인 출연자들의 미묘한 썸 기류를 포착하고 읽어낸다.

제작진은 ‘러브 서스펜스’라는 단어를 강조한다. 범죄 현장에서 형사가 단서를 모으고 이를 통해 범인을 추리하듯, 예측단은 출연자들의 언어, 표정, 몸짓 등을 단서로 누가 누구를 향해 마음이 있는지 러브라인을 예측한다. ‘시그널’ 자체가 흥미 요소인 것.

예측단의 시그널 추리는 설렘과 몰입을 급상승시킨다. 시청자는 그들의 추리를 보며 어느새 ‘맞다’ 혹은 ‘아니다’를 속으로 따지고 있는 자신을 발견할 것이다. 첫 회 러브라인을 다 맞췄다고 끝나는 것은 아니다. 사랑은 움직이는 것. 2회, 3회 회차를 거듭할수록 이리저리 움직이는 사랑의 마음을 따라가 보는 것도 ‘하트시그널’이 주는 매력이다.



강력한 마케팅 톨로 주목 광고주들이 먼저 찾는 채널A

개국 5주년을 넘어선 채널A가 다양한 변형광고(PPL, 가상광고 등)를 앞세워 마케팅 채널로 진화하기 시작했다. 변화의 밑바탕에는 젊은 감각의 여러 예능 프로그램과 이목을 끄는 특집 프로그램들이 자리하고 있다.

방송광고는 매체 다변화와 더불어 꾸준히 진화했다. 2000년대 후반 IMC(통합마케팅)가 광고계 주요 화두가 되면서 방송 광고도 단순 노출에서 탈피해 다양한 형태의 시도들이 이뤄졌다. 하지만 당시에 변형광고는 일반 방송광고의 보조수단에 머물렀다. 2010년에 들어 tvN의 부상, 종합편성채널들의 성공적 안착 과정을 거치며 변형광고들이 주류로 떠오르면서 주목받기 시작했다.

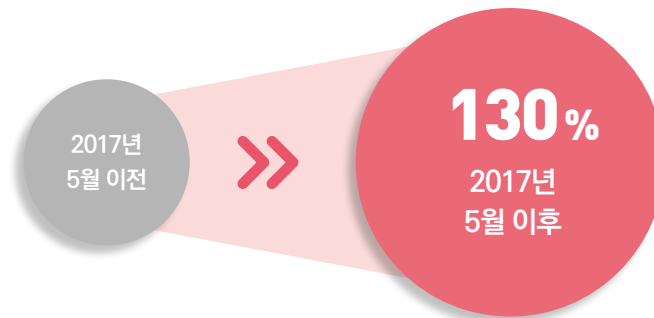
다양한 채널A 가상광고

채널A는 경쟁력 있는 다수의 리얼 버라이어티 예능을 제작하면서 광고주의 니즈에 맞는 PPL 사례를 만들어 냈다. 또 예능 프로그램에서 가상광고는 기본이고 '서울 국제 마라톤 대회', '김자민 챌린지555', '리우올림픽 특집 스포츠뉴스' 등 스포츠에서도 다양한 형태의 가상광고를 선보였다. 가상광고 소재가 없는 광고주에 대해서는 합리적인 비용으로 가상광고를 만들어 주는 서비스를 제공하기도 했다.

특히 국내 최상위 게임업체 넷마블의 경우 채널A 기상캐스터를 등장시킨 광고를 제작해 제공하면서 주목받기도 했다.



채널A 효율성 증대



‘일반광고+변형광고’ 주목

올해 광고계는 새로운 국면으로 접어들기 시작했다. 일반광고나 변형광고만으로는 광고 효과를 극대화하기 어려워져 일반광고와 변형광고의 혼합 형태가 각광받는 것이다. 동시에 지상파 채널의 영향력 감소와 케이블 채널의 부진 속에서 종합성채널이 그 대안으로 떠오르고 있다.

이 같은 흐름 속에서 채널A는 업계 최상급의 변형광고를 계속 발전시키는 것은 물론 일반광고의 퀄리티도 강화하기 위해 다방면으로 노력하고 있다.

우선 편성 측면에서 보도 프로그램을 축소하고 있다. 평일 낮에 1개 떠있던 예능 스페셜이 2개 띠로 확대됐으며, 연말까지

3개 띠로 확대할 계획이다. 또 ‘개밥 주는 남자2’, ‘밥 한번 먹자’, ‘하트시그널’ 등 2049 남녀 타깃의 다양한 장르의 신규 예능들을 쏟아내고 있다. 하반기에도 젊은 감각의 신규 예능과 드라마를 포함 다채로운 라인업을 준비 중이다.

더불어 광고 측면에서는 광고 매체로서의 퀄리티 확보를 위해 5월부터 인포머셜 및 장초수 광고를 과감하게 견어냈다. 이를 통해 약 40% 수준의 추가 광고 재원과 30% 이상의 추가 GRPs를 확보하게 됐다. 채널A는 넓은 커버리지(유료가입가구 100%)를 기본으로 다양한 변형광고와 업계 최고 수준의 광고 효율을 제공해 효과(Effect)와 효율(Efficiency)을 모두 갖춘 명실상부한 No.1 마케팅 채널로 부상할 준비를 마쳤다.

유료방송채널 광고 효율성 Top 15

*자료원 Nielsen Korea, 수도권, 2049 남녀 타깃, 2017.05, 채널별 보너스율 기준
*채널A 대비 Index

단위: %

채널A	100	SCREEN	79
MBC every1	96	OCN	69
O'live	91	SBS Sports	67
SUPER ACTION	90	SBS funE	67
DRAMA cube	89	XTM	67
Mnet	88	TV조선	65
E채널	86	JTBC2	64
		코미디TV	64

오프라인 홍보 최고 명당

광화문의 심장 동아광장



5월 15일 서울 광화문 한복판에 바위를 밟고 올라간 빨간 스포츠유틸리티차량(SUV)가 등장했다. 바삐 도심에 오가던 사람들은 시선을 사로잡는 빨간 지프에 발걸음을 멈추고 차량 주위로 모여들었다. 스마트폰을 꺼내 사진을 찍고 소셜 네트워크서비스(SNS)에 올리는 사람들도 눈에 띄었다. 피아트 크라이슬러 코리아가 SUV 브랜드 지프(Jeep)의 고성능 오프로드 버전 '지프 레니게이드 트레일호크'를 처음으로 한국에 공개한 자리는 광화문 사거리 동아미디어센터앞 '동아광장'이었다. 크라이슬러 관계자는 이번 행사로 새로운 차량에 대한 대중들의 관심이 크게 늘었다며 만족스러운 미소를 지어보였다.

광화문 사거리 세종대로 심장부에 위치한 동아광장은 홍보인들이 가장 탐내는 홍보 오프라인 스팟으로 꼽힌다. 주변에 대형 오피스 빌딩이 밀집해 직장인의 왕래가 많은데다 국내외 관광객들이 몰리는 청계광장과 바로 맞닿아 있어 하루 유동 인구가 5만 명에 달한다. 컨테이너나 무대 등 홍보 구조물의 설치가 자유롭고 오디오쇼나 거리공연 등을 자유롭게 진행할 수 있는 것도 특징이다. 벨기에 맥주 브랜드 필스너는 동아광장에 2층짜리 간이 호프를 마련해 홍보 효과를 톡톡히 봤다. 벤츠나 아디다스, 필립스 등 글로벌 기업부터 호텔스닷컴, 초록우산재단 등 연평균 80개 기업이 동아광장을 통해 대중들과 만나고 있다.



단순 캠페인 홍보 아닌 종합 마케팅

채널A 캠페인 마케팅을 말하다



홍성란 요리연구가

캠페인은 공익적 메시지로 대중과 소통하려는 커뮤니케이션 수단이다. 길이는 40초 내외이며 주로 정부부처, 지방자치단체, 공공기관 등이 광고주가 된다. 하지만 전달하고자 하는 내용이 공공의 성격을 띄고 있다면 누구라도 캠페인을 마케팅 톨로 활용할 수 있다.

올해 5월 채널A에서 진행된 육우자조금관리위원회(육우자조금)의 캠페인이 대표적인 예다. 육우자조금은 유명 셰프와 아나운서를 각각 등장시킨 '우리 육우 먹기 캠페인' 2편을 진행했다. 셰프 편에는 홍성란 요리연구가가, 아나운서편에는 채널A 손제원 아나운서가 출연했다. 이 과정에서 미디어랩A는 캠페인 송출은 물론 제작까지 함께 진행했다. 광고주는 미디어랩A에 캠페인의 목적과 내용만 얘기해 줬을 뿐, 나머지 과정은 '논스톱'으로 진행됐다.

캠페인 의뢰 광고주들의 니즈를 만족시키기 위해 미디어랩A는 캠페인·광고 전문 제작사와 긴밀한 업무 협조를 유지하고 있다. 그 결과 이번 육우자조금 캠페인도 신선하게 만들어졌다는 평가를 받고 있다.

미디어랩A는 여기에서 그치지 않았다. 광고주와 협의를 통해 도출된 캠페인 주제를 캠페인에 담은 것 외에도, 채널A가 가진 각 종 마케팅 톨을 이용해 홍보가 이뤄지도록 노력했다. 단순 캠페인에서 만족하지 않고 캠페인을 중심으로 종합 마케팅을 구현한 셈이다.

채널A의 캠페인은 미디어랩A 미디어사업팀(02-2020-2678)에서 담당하고 있다. 상담 및 문의를 통해 제작·송출은 물론 채널A 공동 캠페인, 오프라인 캠페인 행사 등 다양한 홍보 진행이 가능하다.

육우자조금 캠페인



착한 식재료 찾아 나서는 두 셰프들의 이야기

‘유쾌한 삼촌(三村) 착한 농부를 찾아서’

채널A 대표 프로그램인 ‘먹거리X파일’의 뒤를 잇는 ‘유쾌한 삼촌(三村), 착한 농부를 찾아서(이하 ‘유쾌한 삼촌’)가 6월 30일 첫 방송된다. 농촌 어촌 산촌에서 제목을 따온 ‘유쾌한 삼촌’은 착한 식재료를 찾아 소개하는 프로그램이다. 기존 ‘먹거리X파일’의 한 코너인 ‘착한농부’가 ‘농부’에만 초점을 두었다면, ‘유쾌한 삼촌’은 농부 뿐 만 아니라 건강한 먹거리를 만드는 농부, 어부 등 모든 1차 생산자의 이야기를 다룰 예정이다. 이연복, 강례오 두 셰프가 프로그램을 이끌어 갈 예정이다. 이연복 셰프는 상어 포획과정을 알게 된 후 메뉴에서 삭스핀을 지워버린 것으로 유명하다. 또 강례오 셰프는 지난 2년 동안 전국을 홀로 누비며 좋은 식재료를 찾아다녔다. 좋은 식재료



에 대한 전문가적 견해와 애정이 프로그램에 고스란히 녹아들 것으로 보인다.

6월 2일 진행된 첫 촬영에서는 강원도 정선에서 착한 곤드레를 생산하는 ‘상봉네 곤드레밭’을 방문했다. 이 자리에서 두 셰프는 곤드레를 활용한 새로운 요리까지 만들어 내는 등 찰떡 호흡을 자랑했다는 후문이다. ‘유쾌한 삼촌’의 채성일 PD “지난 5년간 ‘먹거리X파일’이 지켜온 ‘정직한 먹거리 문화 만들기’의 가치를 지키겠다”면서 동시에 “‘먹거리’의 기반이 되는 착한 식재료를 생산하는 사람들을 발굴하고, 그들을 응원할 수 있는 의미있는 프로그램을 만들겠다”라고 포부를 밝혔다. ‘유쾌한 삼촌’은 매주 금요일 밤 8시 20분 방송된다.





‘유쾌한 삼촌’은 좋은 식재료를 찾아 전국을 도는 야외 촬영 프로그램이기 때문에 다양한 상품 PPL이 가능하다.



착한 먹거리를 지향하는 프로그램에 이어서 식음료 제품 광고가 유리하다. 중CM이나 PIB를 활용하면 이미지 제고에 큰 도움이 될 것으로 보인다.



유명 셰프가 사용하는 주방기구나 야외에서 이용하는 캠핑 용품 등은 자연스럽게 PPL 할 수 있다.



지상파까지 압도 火 예능 최강자로 자리매김

외부자들

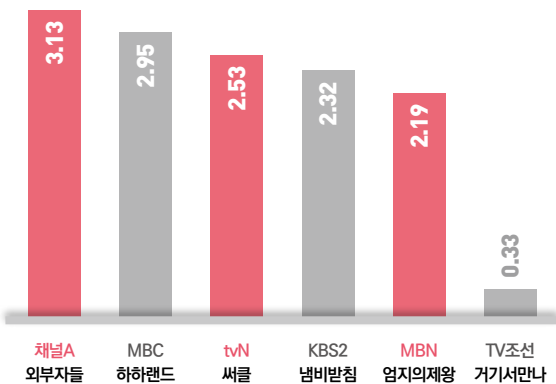
외부자들에는 다양한 변형광고의 기회가 열려 있다. 토크 프로그램의 장점을 활용한 큐카드(Cue-Card) PPL은 물론 다양한 소품을 활용한 스튜디오 디스플레이도 가능하다. 또 주목도가 가장 높은 중CM 직전에 프로그램 아이덴티티를 활용한 컨텍스트 브릿지(Context Bridge)와 프로그램 전/후 및 코너 전환 시 가상광고 집행도 가능하다.



화요일 23시대 주요 채널 프로그램 시청률 순위

단위: %

*자료원 Nielsen Korea, 수도권, 2017.06.06, 유료가입가구

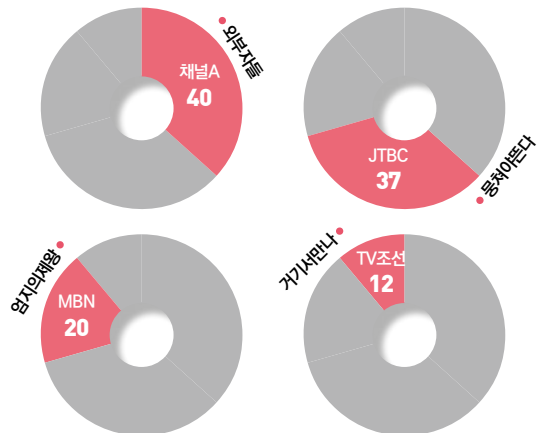


채널A의 간판 프로그램 '외부자들'이 동시간대 종합편성채널은 물론 지상파 프로그램까지 압도하는 시청률을 기록하며 화요 예능 최강자로 자리매김했다.

유료가입가구 대비 2049 남녀 타깃 시청률 비중

단위: %

*자료원 Nielsen Korea, 수도권, 2017.05.30, 유료가입가구/2049 남녀 타깃



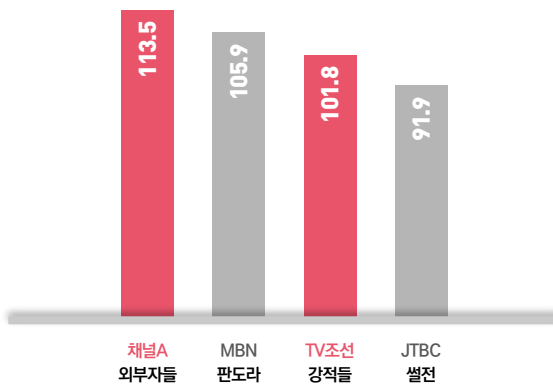
시청률의 '질'도 높다. 모든 연령대 시청률에서 2049(20세~49세)가 차지하는 비중도 40%로 동시간대 종편 프로그램 가운데 최고다. JTBC보다 3%포인트 앞서는 것으로 집계됐고, MBN 대비 2배, TV조선 대비 3.5배 수준이다.



최근 4주 시청률 상승률 Index

단위: %

*자료원 Nielsen Korea, 수도권, 2017.05, 2049 남녀 타깃

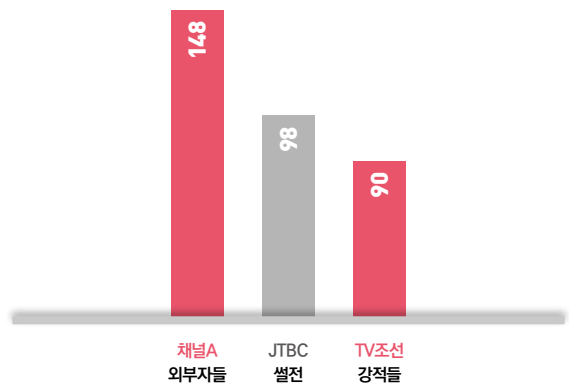


‘외부자들’은 시사 예능 최강 자리도 노리고 있다. 최근 4주 시청률 상승세를 보면 ‘외부자들’은 매주 10% 이상 상승률을 기록했다. ‘강적들’과 ‘판도라’는 현상 유지, ‘썰전’은 10% 수준으로 하락세다.

중CM AD Ratio

단위: %

*자료원 Nielsen Korea, 수도권, 2017.05.30-06.01, 2049 남녀 타깃



광고 측면에서도 좋은 성적을 기록하고 있다. ‘외부자들’의 중CM AD Ratio(프로그램 시청률 대비 중간광고 시청률 비율)는 시사 예능 프로그램 중 유일하게 100%를 상회한다. 최근 회차에서는 150%에 육박하는 중CM AD Ratio를 기록했다. 경쟁 프로그램들은 모두 100% 미만이었다.

광고주 극찬 이끌어 낸

개밥남 PPL

'개밥주는 남자 시즌2' PPL 진행 사례

광고주 바이엘코리아-세레스토(진드기 방지 목걸이)
해당 출연자 최현석 셰프
반려견 두이(허스키)

#두이의 건강검진



현석

“산책 좀 나가려고 하는데,
괜찮을까요?
기생충이나 뭐... 등등”



수의사

“일단 외부기생충은
막아야 하고요,
요즘 벼룩이나 진드기가
많이 있더라고요.
진드기 예방이 필요합니다.”



수의사

“목줄로 8개월 동안
차는 게 있어요.
한번 채워보세요.”



현석

“아 이렇게
채우는 거군요.”



제약회사 바이엘코리아는 반려견 진드기 방지 목걸이 '세레스토'를 홍보하기 위해 '개밥주는 남자 시즌2'를 택했다. 촬영 시작 전 이미 PPL 계약을 체결했다. 방송을 보지 않은 상태에서 PPL 계약이 가능했던 것은 제작진과 미디어웍A IMC팀 간 '광고주가 원하는 노출 방향을 100% 반영한다'는 사전 약속이 있었기 때문이었다. 이 약속은 개밥남 시즌2가 종영할 때까지 유효하다.

개밥남 시즌2 제작진은 프로그램 내 자연스러운 노출뿐만 아니라 온라인 노출이나 이벤트와 연계하는 등의 다양한 홍보 포인트도 구상 중이다. 개밥남 시즌2에 PPL을 하게 되면 1회성 홍보에 그치지 않고 다양하게 활용할 수게 되는 셈이다.

개밥남 시즌2는 앞으로 대한수의사협회와 연계해 반려견들의 건강을 챙기는 활동에도 앞장설 예정이다. 이를 통해 광고주들은 동물병원을 중심으로 한 홍보도 가능하게 될 것으로 보인다.

해외에서도 사랑받는 채널A 콘텐츠

“정말 흥미롭습니다. 저희 프로그램에 이 영상을 꼭 소개하고 싶습니다!”

지난 4월 프랑스 칸에서 열린 세계 최대 방송·영상 마켓 밍티비(MIPTV)에서 채널A 부스를 찾은 일본 최대 방송사 닛폰(Nippon)ทีวี 바이어는 ‘이제 만나러 갑니다’에 대한 칭찬을 아끼지 않았다. 이탈리아의 지상파 방송국 메디아셋(Mediaset)은 스타와 닮은 일반인의 활약이 돋보이는 ‘도플갱어 쇼 - 별을 닮은 그대’ 포맷 프로그램 판권을 사고 싶다는 의사를 밝혔다. 이밖에 홍콩과 태국, 대만 등의 방송사 혹은 온라인 동영상 서비스(OTT) 관계자들이 신규 예능 프로그램 구매를 위해 채널A 부스

를 찾았다.

해외 바이어들의 채널A 콘텐츠에 대한 열의는 5월 부산 벡스코에서 열린 부산콘텐츠마켓(BCM)에서도 고스란히 나타났다. 채널A 전담 부스에는 신규 론칭 프로그램 ‘하트시그널’ 계약 논의를 요청하거나 ‘개밥 주는 남자 시즌2’ 기대감으로 설렌다는 아시아 프로그램 바이어들의 방문이 이어졌다.

올 상반기(1월~6월) 밍티비와 부산콘텐츠마켓은 글로벌 방송 관계자들의 채널A 콘텐츠에 대한 관심을 확인할 수 있는 자리였다. 채널A는 하반기에도 지속적인 마켓 참여를 통해 채널A 콘텐츠를 해외에 소개할 예정이다.



▲ 위 : 프랑스 칸에서 열린 밍티비에서 일본 바이어 NTV 관계자와 채널A 프로그램 ‘이제 만나러 갑니다’ 구매에 대해 협의하고 있다.

◀ 왼쪽 1 : 다양한 방송 콘텐츠로 채워진 채널A 부스에는 부산콘텐츠마켓 행사 기간 3일 내내 글로벌 바이어들의 발길이 끊이지 않았다.

◀ 왼쪽 2 : 부산콘텐츠마켓 기간 중 채널A 관계자가 페이스북 라이브 방송 인터뷰를 통해 채널A의 콘텐츠를 소개하고 있다.



평창동계올림픽 플라자 조감도

coming
soon

17일의 기적 – 우국대

9월 방송 예정

우리도 국가대표다

2018 평창 동계올림픽 성공 기원 프로젝트!

'기적의 국가대표'가 된 아이돌 연예인들이
17일 동안 쇼트트랙, 스피드스케이팅에 도전한다.
자타공인 '빙상돌' 총출동!
레전드 국가대표와 함께 펼치는 각본 없는 드라마
평창의 재미와 감동을 채널A에서 먼저 느껴보세요.



17일의 기적-우국대
출연 예정 레전드 국가대표

제갈성렬(1970년생)
대한민국 스피드스케이팅의 초석을 다진 인물
現 의정부시청 빙상선수단 감독



박세우(1972년생)
'안현수'를 키운 최고의 지도자
現 대한빙상경기연맹 경기이사





PROGRAM GUIDE



하트시그널



시그널 하우스에서
펼쳐지는 여섯 남녀의
아름다운 동거 속
그들만의 시그널

인간의 감정은 말이 아닌 몸으로 표현된다. 남녀 사이에 오고 가는
아름다운 눈빛과 몸짓! 한 달 동안 펼쳐지는 그들만의 뜨거운 시그널,
서로의 마음을 탐색해 가며 밝혀지는 은밀한 신호의 비밀.
스튜디오에 모인 예측자들의 시그널 캐치! 예측한대로 흘러갈까?
상금을 놓고 펼쳐는 숨 막히는 추리.

PROGRAM INFO

출연 윤종신, 김이나, 이상민, 양재웅, 신동
일시 금요일 밤 11시 11분
7 Day 시청률 4.6%(가구) / 1.9%(P2049)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 2 프로그램 패키지 적용 예정
PPL 의류, 신발, 식품, 음료, 어플리케이션 등
가상 광고 등급 고지, 브릿지, 하이라이트

개밥주는 남자 시즌2



대한민국 대표 펫방,
한층 업그레이드되어
더욱 강력하게 돌아오다!

대한민국 유일무이 스타 & 반려견 관찰 버라이어티, 시즌2로 화려하게 컴백! 안정적인 시청률과 높은 온라인 화제성을 바탕으로 중CM/PPL/가상 광고 완판 행진과 더불어 2016년 최고의 VOD 수익까지 기록! 지금껏 예능에서 보기 힘들었던 이경영을 비롯, 출연하던 요리 프로그램 대신 '개밥남'을 선택한 최현석과 1세대 아이돌 강타 출연 확정.

PROGRAM INFO

출연 이경영, 강타, 최현석, 강형욱
일시 토요일 밤 9시 30분
최고 시청률 2.9%(가구) / 0.9%(P2049)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 1 프로그램 패키지 적용
PPL 애견 용품 / 출연자 용품(의상, 식품, 음료 등), 쿠키카드
가상 광고 등급 고지, 브릿지, 하이라이트

외부자들



동시간대 지상파마저
완전 압도! 지상파에서
포맷까지 베껴간
화요 예능의 최강자!

현안의 중심에 선 내부자들이 보지 못하는 것들을 날카롭게
짚어보는 채널A 최초 시사예능. 봉도사 정봉주의 소름끼치는
예언부터 토론 중 펼쳐지는 의외의 케미까지 선사한다.
매회 본방 중 실시간 검색서 상위권을 차지하며 화제성과
상품성을 고루 지닌 대표 킬러 콘텐츠로 자리매김.

PROGRAM INFO

출연 남희석, 정봉주, 진중권, 전여옥, 안형환
일시 화요일 밤 11시
최고 시청률 4.9%(가구) / 1.9%(P2049)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 1 프로그램 패키지 적용
PPL 음료, 코너 생성 가능 제품, 쿼드 등
가상 광고 등급 고지, 브릿지, 하이라이트

풍문으로 들었쇼



매회 업그레이드되며
성공적인 콘텐츠로
자리매김한 최고의
연예 토크 버라이어티!

다수의 예능에서 종횡무진 활약 중인 이상민에 언니들의 워너비
한은정 전격 합류. 마녀사냥을 성공 반열로 이끈 장본인
곽정은 에디터과 연예계 대표 입담꾼들 총 출동!
안정적인 시청률을 기록하며, 중CM 패키지 완판은 물론
문의 폭주 중.

PROGRAM INFO

출연 이상민, 한은정, 곽정은, 김지민, 홍석천 등
일시 월요일 밤 11시
최고 시청률 3.7%(가구) / 1.2%(P2049)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 2 프로그램 패키지 적용
PPL 카메라(무대 배치), 음료, 의상, 큐카드 등
가상 광고 등급 고지, 브릿지, 하이라이트

밥 한번 먹자



이제껏 볼 수 없었던 새롭고 강력한 먹방이 온다!

똥남매 신동과 홍윤화가 식당에서 조용히 식사하던 손님들의 식탁을 습격한다. 일반인과 별이는 예측불허 먹방 대결!
SNS 황태자 김재우와 예능 늦각이 김일중이 시청자들의 주문을 받아 음식을 배달한다. 주문 음식을 집에서 더 맛있게 먹는 법 대공개.
기존 먹방과 달리 음식 촬영 전문가가 생생한 먹방을 안방에 전달하고, 젊은 타깃에 맞춰 SNS로 확산까지.

PROGRAM INFO

출연 신동, 홍윤화, 김재우, 김일중
일시 토요일 오전 10시 40분
7 Day 시청률 1.3%(가구) / 0.2%(P2049)

아빠본색



시작부터 시청률 5% 육박, 화제의 그 예능!

가족 예능의 명가 채널A가 선보이는 색다른 재미와 감동으로 가득한 리얼 버라이어티. 기존 관찰 예능에 토크를 결합해 한층 업그레이드된 재미 선사. 대세 배우 이준혁, 악골 아빠 이윤석의 합류로 더욱 더 새로워질 아빠 본색.

PROGRAM INFO

출연 김구라, 문희준, 주영훈, 이한위, 이준혁, 이윤석
일시 수요일 밤 9시 30분
최고 시청률 4.5%(가구) / 0.8%(P2049)

이제 만나러 갑니다



국내외 언론 시선 집중, 300회를 바라보는 종편 최고 예능

최고 시청률 5% 돌파를 비롯 월간 평균 시청률 4% 기록!
장수원, 샘 오취리, 댄딘, 김소혜 등의 투입으로 2049 남녀 타깃형 콘텐츠로 발돋움.
태영호 공사와의 단독 인터뷰를 통해 영향력 및 화제성 다시 한 번 입증.

PROGRAM INFO

출연 남희석, 박은혜, 이상민, 신은하, 김아라, 한송이 등
일시 일요일 밤 11시
최고 시청률 5.5%(가구) / 1.5%(P2049)

나는 몸신이다



대한민국의 몸신들, 여기 다 모였다!

한국인이 가장 선호하는 건강 정보 프로그램.
시청률 6% 돌파하며 지상파 위협!
객관성이 보장된 건강 비법으로 다양한 연관 검색어 생성 중.

PROGRAM INFO

출연 정은아, 임호, 이용식, 이해정
일시 화요일 밤 9시 30분
최고 시청률 6.2%(가구) / 1.1%(P2049)

사심충만 오!래남



역사, 운동, 요리 등 분야를 가리지 않고 덤벼드는 다섯 남자의 좌충우돌 리얼 버라이어티

2017년 최고의 예능 블루칩 김성주, 안정환과 더불어 다양한 예능에서 끼를 발산한 한상진, 대세돌 몬스타엑스 리더 셔누 출연. 에이핑크를 비롯 대한민국을 뒤흔드는 가장 핫한 아이돌들을 게스트로 초청해 매회 색다른 재미 선사 예정!

PROGRAM INFO

출연 김성주, 안정환, 한상진, 조세호, 셔누(몬스타엑스)
일시 일요일 밤 8시 10분
7 Day 시청률 3.9%(가구) / 1.1%(P2049)

유쾌한 삼촌



정직한 먹거리의 가치를 찾아 떠나는 두 셰프의 여정!

이번에는 착한 식당이 아닌 식재료를 찾는다!
이연복, 강레오 두 셰프와 함께 건강한 먹거리를 찾는 여정.
먹거리X파일이 지켜온 정직한 먹거리의 가치를 이어가는 프로그램.

PROGRAM INFO

출연 이연복, 강레오

일시 금요일 밤 8시 20분

예상 시청률 2.5%(가구) / 1.0%(P2049)

서민갑부



모든 이들의 궁금증, 부자 되는 법 대 공개!

휴먼 다큐와 관찰 다큐를 결합한 신개념 교양 프로그램.
20대와 30대의 열렬한 지지를 받는 스테디셀러!
예능 제작진의 합류로 다양한 흥미 요소까지 기대.



PROGRAM INFO

내레이션 장광

일시 목요일 밤 9시 50분

최고 시청률 3.8%(가구) / 1.0%(P2049)

역사 다시보기 천일야사



이제껏 본 적도 들은 적도 없는 충격 스토리

책에는 나오지 않는 우리가 몰랐던 역사들!
막장과 선정적인 내용의 종편 재연 드라마들과 차별화 선언.
감각적인 편집을 통해 풀어낸 사실에 바탕을 둔 이야기들.

PROGRAM INFO

일시 수요일 밤 11시

최고 시청률 5.2%(가구) / 0.9%(P2049)

김현욱의 굿모닝



최고의 아나테이너 김현욱과 대한민국 대표 기상캐스터 추혜정의 만남!
놓칠 수 없는 알짜 정보로 당신의 아침을 업그레이드.
건강, 실림, 뷰티, 생활 법률, 문화 등 모든 이슈를 한눈에.

PROGRAM INFO

출연 김현욱, 추혜정

일시 평일 오전 8시

최고 시청률 1.9%(가구) / 0.2%(P2049)

닥터 지바고



의학 정보 뿐 아니라 건강과 실생활에 필요한 아이템들 총 망라.
신변잡기식 정보 나열이 아닌 철저한 실험과 검증.
최고의 입담꾼 김현욱과 건강의 대명사 레이앙의 특급 콜라보.

PROGRAM INFO

출연 김현욱, 레이앙

일시 월요일 저녁 8시 20분

최고 시청률 2.3%(가구) / 1.3%(F3054)

황금나침반



‘있어야 자산 관리를 하지’라는 안일한 생각이 만든 현실.
자산 관리에 대한 편견을 뒤집는 신개념 자산 인포테인먼트!
인기 아이돌 달샤벳을 비롯 유명 연예인들도 관심 집중!

PROGRAM INFO

출연 설수현
일시 화요일 밤 12시 30분
최고 시청률 1.3%(가구) / 0.4%(P2049)

체인지업 라이프 헬로 굿맨



건강을 잃으면 모든 것을 잃는 것!
우리의 이웃인 굿맨들의 생활방식, 운동법, 식사법을 통해
지금까지의 생활방식을 바꾸고, 생활상식은 업그레이드!

PROGRAM INFO

일시 일요일 아침 7시 20분
최고 시청률 5.2%(가구) / 0.9%(P2049)

신대동여지도



인기 개그맨 윤택이 대한민국 방방곡곡 찾아 떠나는 ‘윤택한 여행’
죽음의 문턱에서 기적적으로 살아난 이들의 ‘기적의 건강 밥상’
시골에서 자신만의 방법으로 선택한 사람들의 이야기 ‘시골에 산다’

PROGRAM INFO

출연 윤택, 이상인, 조수연
일시 일요일 아침 8시 20분
최고 시청률 2.0%(가구) / 1.0%(M3039)

채널A 종합뉴스



대한민국 가장 빠른 메인 뉴스

쟁쟁한 경쟁자들을 제치고 유료방송 메인 뉴스 상위 랭크
미디어미래연구소 선정 화제성 1위 프로그램
시청자들의 뉴스 시청 패턴을 고려한 시청자 지향형 메인 뉴스

PROGRAM INFO

출연 김승련, 곽정아

일시 매일 저녁 7시 10분

최고 시청률 5.0%(가구) / 0.8%(P2049)

뉴스 TOP 10



세상에 없는 뉴스 쇼

우리가 기억해야 할 뉴스 10개를 선정
뉴스 고수들과 선정된 10개를 살살이 분석
오늘의 이슈 이면에 숨겨진 이야기까지 꼬집어 내는 뉴스 쇼

PROGRAM INFO

출연 황순욱(채널A 보도본부 차장)

일시 평일 오후 5시 40분

최고 시청률 4.9%(가구) / 0.7%(P2049)

신문이야기 돌직구 쇼+



여당 국회의원 출신 패널부터 야당 대변인 출신 패널과 더불어
양측을 조율하는 중립 패널까지 함께하며 균형 잡힌 논조를
유지하는 대한민국 No.1 시사 토크 프로그램

PROGRAM INFO

출연 김진(채널A 기자), 양지원, 이계진 등

일시 평일 오전 9시 20분

최고 시청률 4.1%(가구) / 0.6%(P2049)

채널A 7월 기본 편성표

급	시	월	화	수	목	금	토	일
C	6			예능/교양 재방				예능/교양 재방
B	7			터닝메카드 W		예능/교양 재방		체인지업 라이프 헬로 굿맨
	8			김현욱의 굿모닝				신대동여지도
	9							
	10			신문 이야기 돌직구 쇼+		토요 랭킹쇼		선데이 모닝쇼
A	11			이슈 투데이		밥 한번 먹자		
	12			예능/교양 재방				
	13			뉴스특급		예능/교양 재방		예능/교양 재방
	14							
	15			예능/교양 재방				
	16			정치 데스크		뉴스 스테이션		뉴스 뱅크
	17							
	18			뉴스 TOP10		안형환의 시사포커스		일요매거진
	19			채널A 종합뉴스			채널A 종합뉴스	
SA	20	TV 주치의 닥터 자·바·고	예능/교양 재방	특별기획 그들처럼 먹어라	예능/교양 재방	유쾌한 삼촌	예능/교양 재방	사심 총만 오! 쾌남
	21	예능/교양 재방	나는 몸신이다	아재 감성 느와르 아빠본색	서민갑부	예능/교양 재방	개밥주는 남자 시즌2	예능/교양 재방
	22							
	23	풍문으로 들었쇼	외부자들	역사 다시보기 천일야사	예능/교양 재방	러브라인 추리게임 하트시그널	예능/교양 재방	이제 만나러 갑니다
A	24							
	1	예능/교양 재방	황금나침반	예능/교양 재방		예능/교양 재방		

광고 단가

단위: 천원

시급	일반광고(15")		시보/자막광고(10")	
	전/후CM	중CM	시보광고	자막광고(NEXT ID)
SA	7,400	11,100	4,930	1,230
A	2,500	3,750	1,670	420
B	1,300	1,950	870	220
C	500	750	330	80



채널A플러스 7월 기본 편성표



급	시	월	화	수	목	금	토	일
B	6							예능/교양 재방
	7			예능/교양 재방				
	8							
A	9	예능/교양 재방			TV 주치의 닥터 지·바·고	예능/교양 재방	서민갑부	체인지업 라이프 헬로 굿맨
	10						먹거리 X파일	예능/교양 재방
	11							
	12							
	13							
	14							
SSA	15							
	16							
	17							
	18	나는 몸신이다	풍문으로 들었쇼	이제 만나러 갑니다	사심 총만 오! 쾌남	아재 감성 느와르 아빠본색		예능/교양 재방
	19		러브라인 추리게임 하트시그널	맛있는 토요일 밥 한번 먹자	외부자들	개밥주는 남자 시즌 2		
SA	20	예능/교양 재방						
	21		예능/교양 재방		황금나침반	예능/교양 재방		
	22							
	23							
SSA	24							
	1		예능/교양 재방			역사 다시보기 천일야사		



광고 단가

단위: 천원

시급	일반광고(15")		시보/자막광고(10")	
	전/후CM	중CM	시보광고	자막광고(NEXT ID)
SSA	400	800	260	80
SA	250	500	160	50
A	80	160	100	30
B	80	160	53	16

AD SALES GUIDE >>>



• 일반광고상품

7월 프로그램 등급별 패키지

등급	프로그램	최소 청약금액(회차별/패키지 Value)		
		중CM	PIB	전후CM
Tier 1	외부자들	6천 만원	4천 만원	2천 만원
	개밥주는 남자 시즌2			
Tier 2	하트시그널	4천 만원	2천 만원	1천 만원
	풍문으로 들었쇼			
	이제 만나러 갑니다			
Tier 3	아빠본색	2천 만원		
	나는 몸신이다			
	천일야사			
	유쾌한 삼촌			
	서민갑부			

Ref) 금액대별 패키지 구성 예시

청약 금액	Tier 1	Tier 2	Tier 3	기타 횟수	패키지 Value	패키지 Value 할인율
1억원	중CM 4회	중CM 3회		금액대별 보너스율에 준함	360	72%
	중CM 4회	중CM 2회	중CM 2회			
	중CM 2회	중CM 6회				
	중CM 2회	중CM 4회	중CM 4회			
8천 만원	중CM 2회	중CM 3회			240	67%
	중CM 2회	중CM 2회	중CM 2회			
	중CM 2회	중CM 1회	중CM 4회			
	중CM 2회		중CM 6회			
6천 만원	중CM 1회	중CM 2회			140	57%
	중CM 1회	중CM 1회	중CM 2회			
	중CM 1회		중CM 3회			
4천 만원	PIB 1회	중CM 1회			80%	50%
	PIB 1회		중CM 2회			
		중CM 2회				
		중CM 1회	중CM 2회			
2천 만원	전후CM 1회		중CM 1회		40%	50%
		PIB 1회	중CM 1회			
			중CM 2회			

*패키지 Value가 동일할 경우 치환 가능(ex. Tier 1 중CM 1회 = Tier 2 중CM 1회 + Tier 3 중CM 1회 / Tier 1 PIB 1회 = Tier 2 중CM 1회 = Tier 3 중CM 2회)

프로그램별 특별 패키지

프로그램	판매 금액	위치별 횟수	
		전후CM	중CM(주말)
종합뉴스	3.5천 만원	22	8
	3천 만원	30	
애니메이션	0.5천 만원	40	

Notice AD 패키지

판매 금액	월간횟수					비고
	총 횟수	SA	A	B	C	
0.5천 만원	8	2	3	2	1	1일 노출 횟수 기준 최소 3일 전 청약 必 시급별 구성은 광고주 상황에 맞게 최대한 변동 가능
0.3천 만원	5	1	2	1	1	
0.1천 만원	2		1	1		

채널A 기본 판매 가이드

금액대	보너스율	시급별 비중			
		SA	A	B	C
6천 만원 이상	950%	40%	35%	15%	10%
5천 만원 이상	900%				
4천 만원 이상	800%	35%	35%	17.5%	12.5%
3천 만원 이상	750%				
2천 만원 이상	670%	30%	35%	20%	15%
1천 만원 이상	500%				

채널A플러스 기본 판매 가이드

금액대	1천만원 횟수	중CM 비중	SSA 비중	보너스율
1천 만원 이상	600	10%	50%	1900%
1천 만원 미만	500	80%	45%	1500%

• IMC 상품

일반 PPL 패키지

패키지	매체	구성	길이	본/재	횟수	판매 금액
기획 PPL 패키지 (에피소드 생성)	방송	기획PPL	협의	본방	1	3천 만원
				재방	TBD	
		단순PPL	협의	본방	1	
				재방	TBD	
	온라인	비디오클립			1개	
기능 PPL 패키지 (흐름 속 사용)	방송	기능PPL		본방	1	2천 만원
				재방	TBD	
		단순PPL		본방	1	
				재방	TBD	
	온라인	비디오클립			1개	
단순 PPL 패키지 (단순 배치)	방송	단순PPL		본방	1	1천 만원
				재방	TBD	
	온라인	비디오클립 편집 상황에 따라 제작 개수 상이				

Cue-Card PPL 패키지

등급	회차별 판매 금액	월단위 청약금액	해당 프로그램	길이	위치	비고
Tier 1	0.3천만원	0.7천만원	외부자들	30초 이상 (편집 상황에 따라 상이)	프로그램 오프닝	월 단위 청약 4회 기준(각 등급별 프로그램 중 택1)
Tier 2	0.25천만원	0.6천만원	풍문으로 들었쇼 이제 만나러 갑니다			
Tier 3	0.2천만원	0.5천만원	아빠본색 나는 몸신이다			
Tier 4	0.1천만원	0.3천만원	닥터 지바고 김현욱의 굿모닝			월 단위 청약 4회 기준(요일 택)

Context Bridge

위치	형태	길이	본/재	횟수	판매 금액	비고
중CM 고지 후 중Top 직전	애니메이션	7초 이내	본방 재방	4 4회 이상	2천만원	선택 프로그램 중CM 청약 광고주 대상 *제작비 포함

예능 프로그램 가상 광고 패키지

형태	형식	길이	본/재	횟수	판매 금액
코너 브릿지	프레임형	5초수준	본방	4	3천만원
			재방	TBD	
하이라이트	프레임형	10초수준	본방	4	3천만원
			재방	TBD	
프로그램 돌출	자막형	5초수준	본방	4	2천만원
			재방	TBD	
등급 고지	자막형	5초수준	본방	4	1천만원
			재방	TBD	

탄력 시보 패키지

시급	시간대	금액	기준	비고
SA Prime	21시대, 23시대	2.5천만원	1회 10초 월 30회 기준	프로그램이 2개 이상 시간대에 걸쳐 있을 경우 높은 시급 적용
SA	나머지 SA	2천만원		
A	A급 시간대 전체	1천만원		
B	B급 시간대 전체	0.5천만원		

• 결합 판매 및 업프런트 판매 제도

결합 판매 제도

형태	개별 판매가 대비 할인률	혜택	청약 조건
일반 광고	20%	· 일반 광고 포함 시 최종 청약 금액으로 최소 청약 금액 산정	· 일반 광고와 탄력 시보는 각 3천 이상 시 통합 패키지 포함 가능
탄력 시보/Notice AD			
가상 광고	50%	· 일반 광고 포함 시 채널A 플러스 추가 노출(횟수 협의 必)	· 일반 광고와 탄력 시보(or Notice AD)만의 결합 시 할인 및 혜택 불가
PPL(Cue-Card)			
PPL(Cue-Card 외)	30%	· PPL 및 가상 광고 위치에 따른 일반 광고 일자/위치 선정 가능	
동아 광장	TBD	할인 금액 일정 부분 포기 및 동아일보 시설관리팀 통해 동아 광장 활용 동시 진행 시 Benefit 제공	

*미디어랩A는 동아 광장 판매에 일절 연관 없으며, 동아 광장은 동아일보 시설관리팀에서 판매/관리

업프런트 판매 제도

패키지	청약기간	최소 청약 금액	금액 소진 조건	Upfront 통한 업그레이드 패키지
단기 캠페인형	3개월	1억원	청약 금액의 90% 이상 소진	· 일반 청약 대비 프로그램 등급 및 CM 위치 업그레이드 · 추가 보너스율 200% 이상 적용/ 추가 횟수 30% 수준 제공 · 청약 금액 100% 소진 시 계약 마지막 달 가상 광고 or 탄력 시보 서비스
중기 캠페인형	6개월	2억원		
장기 캠페인형	12개월	4억원		

업프런트 보너스율 가이드라인

청약금액	보너스율		1천 만원 횟수	
	일반청약	업프런트	일반청약	업프런트
6천 만원 이상	950%	1200%	20	25
5천 만원 이상	900%	1150%	19	24
4천 만원 이상	800%	1100%	18	23
3천 만원 이상	750%	950%	17	22

• 2017년 7·8월 판매안

*전체 횟수는 2016년 기준 횟수 적용

치맥 패키지(주류/외식업 중심)

금액	6천 만원		3천 만원		1.5천 만원	
위치	중CM	후CM	중CM	후CM	중CM	후CM
개밥주는 남자 시즌2	4	4	2	2	1	1
금요일 21시대	4	4	2	2	1	1
기타	134		60		36	
계	150		66		40	

멀티 플렉스 패키지(영화/영화관 광고주 중심)

금액	4천 만원		2천 만원		1천 만원	
위치	중CM	전후CM	중CM	전후CM	중CM	전후CM
외부자들	8		4		2	
아빠본색	2	8	1	4	2	
기타	72		33		16	
계	92		42		20	

건강 프로그램 패키지

금액	4천 만원		3천 만원		2천 만원	
위치	중CM	전후CM	중CM	전후CM	중CM	전후CM
나는 몸신이다	4	8	2	4	2	
착한 농부	4	8	2	4	2	
닥터 지바고	4	8	2	4	2	
체인지업 라이프 헬로 굿맨	4	8	8		2	4
신대동여지도	4	8	8		2	4
기타	32		32		6	
계	92		66		24	

• IMC 예시

· Cue-Card PPL



큐카드(대본)에 브랜드 로고 노출

· Context Bridge



프로그램과 브랜드의 아이덴티티



· 코너브릿지



프로그램 내에서 코너가 바뀔 때 프레임 형태로 삽입

· 하이라이트



해당 회차 하이라이트/다음회 예고시 프레임 형태로 삽입

· 프로그램 돌출



프로그램 중간에 돌출 형태로 삽입

· 등급고지



프로그램의 등급 고지시 돌출 형태로 삽입

김성주

안정환

조세호

한상진

서누

쾌남이라면
시대를 읽을 줄 알아야 한다!

오! 쾌남아
사심충만

오! 쾌남아

사심충만

매주 일요일 저녁 8시 10분

CHANNEL
A

| 우리 진짜 약속만 잡지 말고 |

맛있는 토요일

바한번 밥덕자

김일중

용운화

신동

김재우

매주 | 토 | 오전 10시 40분

CHANNEL
A