

MEDIA & MARKET REPORT

2022. 01.

Market Issue

마이데이터 선점을 위한 마케팅 경쟁 치열
신사업으로 영토 확장하는 음원 플랫폼
새로운 진로 모색하는 1세대 이커머스 기업

Media News

인스타그램, 릴스 비주얼 답장 기능 출시
트위터, 탐색 페이지에서 동영상 기능 강화
SMR, 플랫폼 선택할 수 있도록 상품 구조 개편

New Product

하이클래스
속삭
포켓CU



MARKET ISSUE.

디지털 마케팅 플랜에 꼭 참고해야 하는 **주요 산업 이슈**를 정리해드립니다.

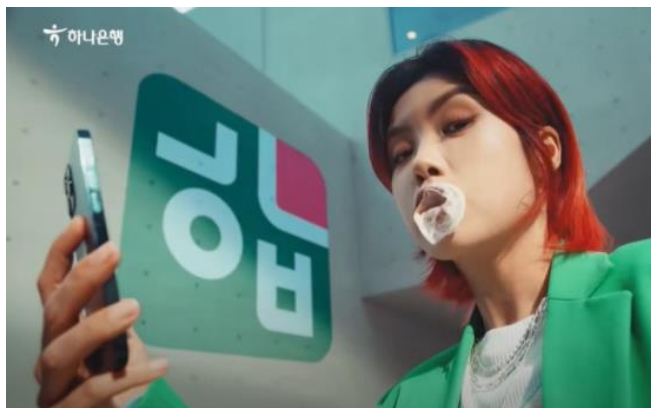
마이데이터 선점을 위한 마케팅 경쟁 치열
신사업으로 영토 확장하는 음원 플랫폼
새로운 진로 모색하는 1세대 이커머스 기업



마이데이터 선점을 위한 마케팅 경쟁 치열

1월부터 마이데이터 산업(본인신용정보관리업)이 본격적으로 시작되며 시장을 선점하기 위한 경쟁이 치열
사업자는 이용자의 데이터를 활용하여 맞춤형 금융 상품을 제공할 수 있기 때문에 이용자 확보에 열중
디지털 서비스 이용률이 높은 젊은 층을 주요 타겟으로 설정, 이들을 공략하기 위한 마케팅이 활발

마이데이터 서비스의 마케팅 사례



하나은행 '하나 합'

최근 인기가 급상승 중인 댄서 아이키를
전속모델로 기용, 아이키가 직접 디렉팅한 안무가 담긴
광고영상을 하나은행 공식 유튜브, SNS에서 공개



신한은행 '머니버스'

유명 일타강사 이지영을 섭외하여
'돈 개념 강좌'를 주제로 한 유튜브 영상을 제작하고
서비스 가입 이벤트를 진행



NH농협은행 'NH마이데이터'

모델 한소희에게 '누수노시농'이라는 캐릭터를
부여하고 유머러스한 소재의 광고 영상을 제작,
누수노시농은 '돈의 누수는 NO 신용은 UP'이라는 의미

신사업으로 영토 확장하는 음원 플랫폼

국내 음원 스트리밍 시장은 성장 둔화, 글로벌 사업자들의 진입 등으로 수익 저하가 우려
국내 음원 플랫폼사들은 새로운 성장 동력을 발굴하기 위한 사업 확장을 잇따라 선언
IP 사업, 메타버스 서비스 등 성장성 높은 영역으로 진출하며 새로운 경쟁이 시작될 것으로 전망

음원 플랫폼의 사업 확장 사례



NHN벅스 - IP 사업 확장

콘텐츠 기업들과 협력하여 드라마 제작 사업 진행,
뮤직시네마 '사운드트랙#1'을 첫 시작으로
OST를 비롯한 다양한 장르의 콘텐츠를 확보할 예정



바이브 - 파티룸 기능 도입

오디오 소셜 네트워크 서비스로
이용자들의 음성 채팅을 지원,
비대면 공연이나 강연도 지원할 예정



지니뮤직 - 오디오 콘텐츠 서비스 확대

오디오 콘텐츠 서비스 '스토리G'를 출시하며
오디어북, 오디오예능, 오디오드라마 등을 제공,
향후 '밀리의서재' 콘텐츠와도 연계할 계획



플로 - 메타버스 생태계 확장

SKT의 메타버스 서비스 '이프랜드(ifland)'와 협업,
플로의 오디오 크리에이터들이 메타버스 내에서
활동하고 소통할 수 있는 생태계 구축 예정

새로운 진로 모색하는 1세대 이커머스 기업

최근 국내 이커머스 시장이 네이버, 쿠팡 2강 구도로 재편되면서 1세대 이커머스 기업들의 입지가 축소
위기를 극복하기 위해 위메프와 티몬은 소셜 커머스가 아닌 새로운 커머스 플랫폼으로 변화 중
위메프는 고도화된 IT 기술과 접목한 큐레이션 서비스로, 티몬은 자체 제작 콘텐츠로 경쟁력을 확보

위메프, 티몬의 변화 방향

위메프

메타쇼핑 플랫폼으로 진화

MD가 상품을 직접 큐레이션하던 서비스 방식에서
타 쇼핑몰에 있는 상품까지 검색하고 구매할 수 있는
‘메타쇼핑 플랫폼’으로 전환

23만개 쇼핑몰, 7억개 상품에서 추출한 데이터를 활용

가격 비교뿐만 아니라 상품비교, 스타일비교 등
기술적으로 보다 진화된 서비스를 제공할 예정



TMON

콘텐츠 커머스 플랫폼으로 진화

최근 앱을 개편하며 라이브 커머스 서비스 ‘티비온’을
전면에 배치해 라이브 콘텐츠 강화

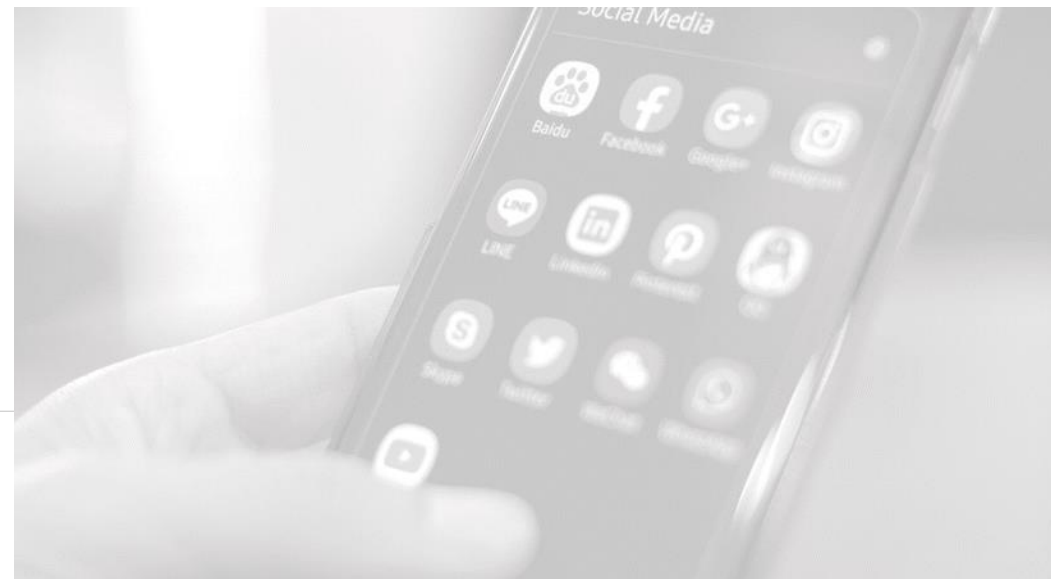
오리지널 웹예능 콘텐츠 '광고천재 씬드롬'을 유튜브에서
공개, 영상에서 소개한 제품은 티몬에서 함께 판매

틱톡과 MOU체결, 틱톡 크리에이터들이 티몬 라이브커머스와
연계한 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원할

MEDIA NEWS.

주요 미디어 이슈와 이달의 미디어 브리핑을 한눈에 정리하여 전해 드립니다.

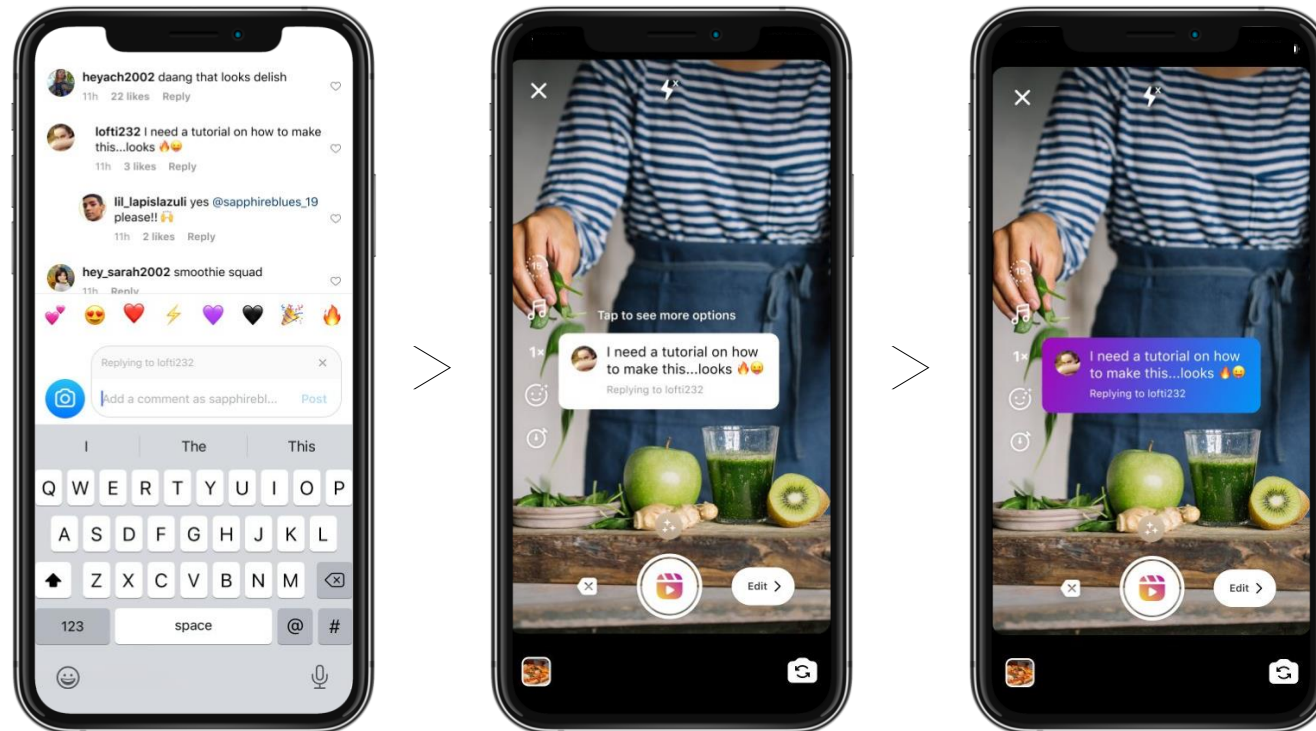
인스타그램, 릴스 비주얼 답장 기능 출시
트위터, 탐색 페이지에서 동영상 기능 강화
SMR, 플랫폼 선택할 수 있도록 상품 구조 개편



인스타그램, 릴스 비주얼 답장 기능 출시

인스타그램은 다른 이용자의 댓글에 릴스 동영상으로 답장하고, 해당 댓글을 스티커로 만들어 영상 내에 삽입할 수 있는 기능을 출시
비주얼 답장 기능은 특히 브랜드 인스타그램을 운영하는 사업자들에게 큰 도움이 될 것으로 전망
팔로워들과의 소통을 강화하고, 상품에 대한 문의를 영상으로 응대하는 등 다양한 용도로 활용이 가능

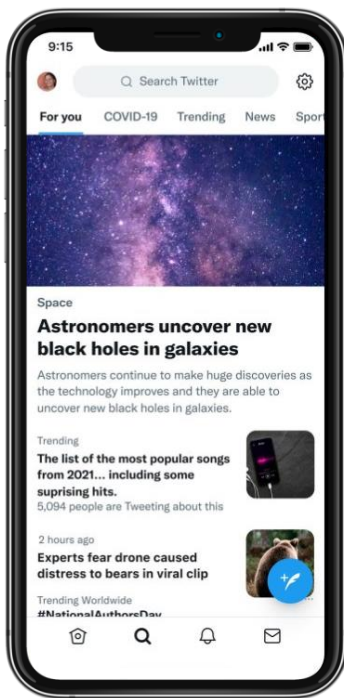
인스타그램 릴스 비주얼 답장 기능



트위터, 탐색 페이지에서 동영상 기능 강화

트위터는 영어권 일부 국가를 대상으로 앱 내 '탐색' 페이지를 동영상 피드로 형태로 전환하는 기능을 테스트 중
텍스트와 이미지 중심이었던 기존 피드가 영상 중심으로 변경되고 추천 동영상을 노출시킬 예정
페이스북과 인스타그램에 이어 트위터 또한 영상을 중심으로 하는 콘텐츠 트렌드를 반영

트위터 탐색 페이지 변경 예시



변경 전



변경 후

SMR, 플랫폼 선택할 수 있도록 상품 구조 개편

시청자들의 콘텐츠 소비 패턴이 플랫폼 중심으로 변화함에 따라, SMR은 플랫폼 단위의 맞춤형 상품을 새롭게 출시
플랫폼 통합 정책을 폐지하고, 플랫폼별 개별 구매와 캠페인 KPI에 따른 타겟팅 구성이 가능하도록 상품 구조를 개편
이로써 플랫폼 선택과 타겟 설정의 폭이 넓어져 캠페인 성과 달성에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망

SMR 개편에 따른 신규 상품

도달 보장 중심의 유튜브 전용 상품

도달 보장 Weekly (구. Z100)

- 유튜브 내 SMR 인기 채널 50개에 노출되며 데모 타겟팅이 가능한 상품
- 지정 타겟에 대해 50만명 도달을 보장해주는 상품으로, Reach 강화에 효과적
- 데모 요청, 인벤토리 확인 등의 번거로움을 최소화하기 위해 1주 단위로 데모 구간 규격화

유튜브 전용 큐레이션X데모

- 유튜브 인기 채널로 구성 위주로 구성
- 성별&연령 자유로운 데모 타겟팅 설정 가능
- 스포츠, 게임, 뉴스 등 브랜드 업종에 적합한 카테고리 옵션 선택 구매 가능

국내 플랫폼 개별 구매 가능

네이버 데모 타겟 상품

- SMR 인벤토리가 NOSP에 연동된 상품으로, 데모&지역 타겟팅 가능
- 데모 CPM: 네이버 플랫폼의 SMR 콘텐츠에 15초 Skip 형태로 노출
- 데모 CPM V30: 네이버TV 플랫폼 내 모든 콘텐츠에 5초 Skip 형태로 노출

랜덤 CPM V70

- 카카오톡, 곰TV, SMR 멤버스에 랜덤 노출되는 VTR 보장 상품
- 예상 노출량 미달 시에도 70% 노출 보장 (15초 광고)
- 안정적인 조회수 확보 가능

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버	· SNOW 스플래시 믹스 신규 상품 출시: B612 / SODA / FOODIE 앱 내 스플래시 배너+셔터 배너에 노출되는 상품 출시, CPT 방식으로 판매, 예상 노출 수 구좌당 약 35만, 55만
		· SNOW 패밀리팩 신규 상품 출시: M_스노우 스플래시 원픽 1구좌+M_스노우 스플래시 믹스 2구좌로 구성된 상품, SNOW / B612 / SODA / FOODIE 앱의 스플래시+셔터 배너에 노출
	네이버 성과형 DA	· 서브 PC 광고 노출 영역 확장: 스포츠 홈&종목 홈(12월 30일~), 웹툰 작품 댓글 상단(1월 6일~)으로 광고 노출 영역 확장
		· 메인 MO&PC ‘부모!’ 광고 노출 종료(1월 13일~): 네이버 메인 MO&PC에 노출되는 ‘부모!’ 광고 노출 영역 종료 예정
		· 플랫폼 이용 가능 웹브라우저 변경(1월 20일~): Microsoft 사의 Internet Explorer 11 지원 종료 이슈에 사전 대응하여, 네이버 성과형 DA 플랫폼 접속을 위한 권장 브라우저 대상에서 IE 제외
	카카오	· 카카오모먼트, ‘채널 관리자센터 메시지 불러오기’ 기능 종료(12월 16일~): 채널 관리자센터에서 생성한 메시지를 불러올 수 있는 '채널 관리자센터 메시지 불러오기' 기능 종료
		· 카카오모먼트, 캐러셀 메시지 기능 개선(12월 16일~): Intro 필수입력 → 선택입력으로 변경 / Intro 랜딩 설정 기능 추가, Intro 홍보이미지 클릭 가능 / PC 링크 입력 지원 (Intro, 캐러셀 모두 적용)
		· 모바일 다음 첫 화면 개편(1월 13일~): My뷰 내 발견탭 신설 / My 피드 내 랭킹탭 종료 / 모바일 다음 첫 화면 뉴스탭→발견탭으로 변경 / 언론사가 직접 편집, 발행하는 방식으로 뉴스 서비스 변경
		· 카카오모먼트, 자동결제 기능 개선 및 변경(1월 25일~): 카카오페이 연동 없이 결제 카드 등록 or 카카오페이 연동을 통해 결제 카드 및 자동 결제 기능 사용할 수 있도록 개선 예정
	KBS&MBC	· 2022년 스포츠대회 배너 광고 판매: 베이징 동계올림픽 / 항저우 아시안게임 / 카타르 월드컵 생중계&특집 페이지내 독점 광고 패키지 출시
프로모션	네이버 성과형 DA	· 2022년 신규 광고주 지원 프로그램: 2022년 1월 1일 이후, 첫 과금이 발생한 신규 광고주를 대상으로 30일간 유상 소진 금액의 50%를 무상충전금으로 지원
	CJONE	· 해피뉴이어 프로모션: 2022년 1월 이내 부킹 확정 광고주 및 1월 이후 집행 캠페인을 대상으로 이벤트 패키지 3구좌 집행 확정 시, App Push 2배 & 상품권 리워드 증정
	OK캐시백	· CBT 광고주 모집: 네이버 쇼핑라이브 유입 증대를 위한 CPA 신규 상품 출시예정, CBT 참여 광고주 모집 / 참여 시 데모 타케팅 무상지원&OK 캐시백 홈 메인에 HOT 콘텐츠로 노출 및 참여적립 페이지 노출

NEW MEDIA.

이달의 **신규 매체** 및 **신규 상품**에 대한 핵심 정보를 안내해 드립니다.

하이클래스
속삭
포켓CU



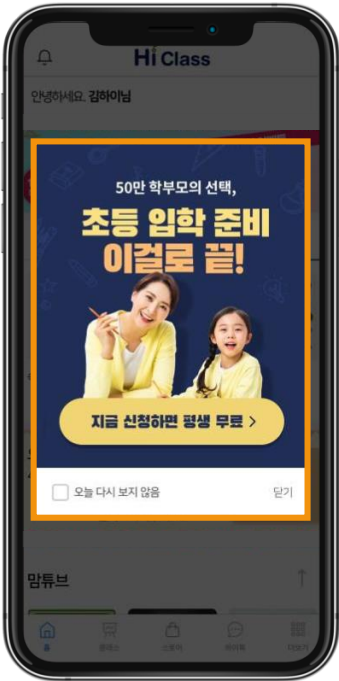
하이클래스

학부모와 교사 간 채팅, 과제 및 결석 관리, 알림장 등의 기능을 제공하는 학급 소통 앱
전국 초등학교 가입률 99%로 초등생 또는 학부모 타겟 캠페인 집행 시 높은 효율 예상

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	배너	CPP	누적 회원수 160만 명

시작 팝업

브랜드 인지와 클릭 유도에 효과적이며
앱 시작 시 노출되어 높은 집중도가 특징



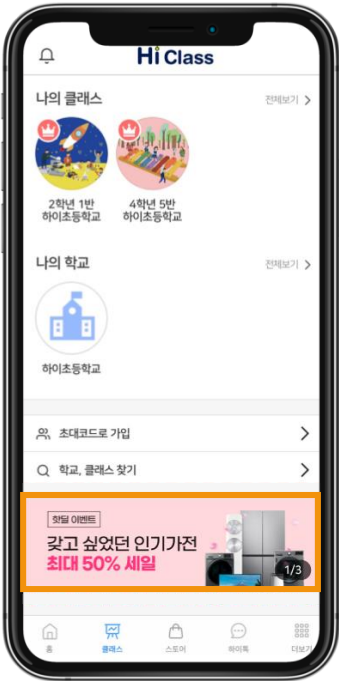
홈 띠배너

홈 화면 진입 시 첫 화면에 노출되어
높은 노출 빈도가 특징



클래스탭 배너

주요 탭인 클래스탭 하단에 위치하여
브랜드 인지에 효과적



콘텐츠 배너

급식, 가정통신문 등 사용자의 관심도가 높은
학교 정보와 함께 노출되는 배너



속삭

대외활동, 공모전, 인턴 모집 공고 등의 정보를 관심사에 따라 추천해주는 대학생할 정보 앱
유저의 99%가 19~28세 대학생으로, MZ세대 타겟 캠페인 집행에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	배너	CPP	누적 다운로드 수 7.5만 회

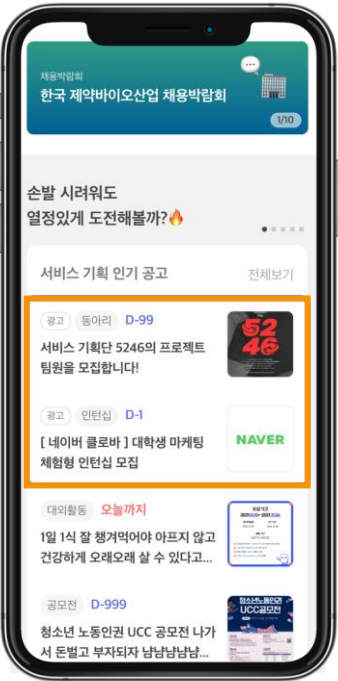
멀티 띠배너

앱 실행 시 메인 화면 상단에 노출



캐러셀 배너

메인 화면 중간 영역에 노출



스와이프 배너

추천 탭 내에 노출



포켓CU

편의점CU의 공식 멤버십 앱으로 간편결제, 포인트 적립 및 제휴 할인 등의 기능을 제공
혜택형 이벤트와 신상품에 관심이 많은 2030세대 유저 보유

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	배너	CPP	MAU 150만

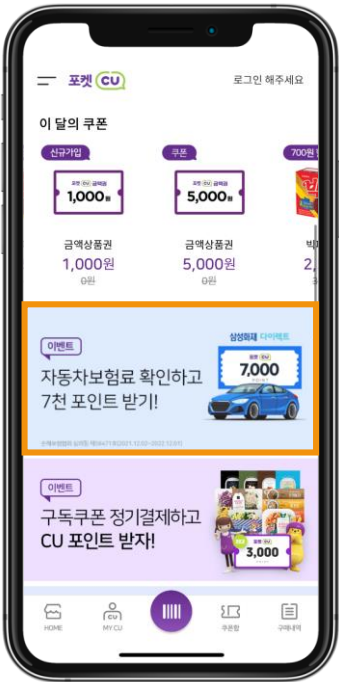
메인 롤링 배너

앱 실행 시 메인 화면에 노출



메인 리스트 배너

메인 화면 하단에 노출



메인 중앙 롤링 배너

메인 화면 중앙에 노출



SPECIAL PROMOTION.

메조미디어만의 **특별한 미디어 프로모션**을 안내해 드립니다

비트윈, 스페셜데이 프로모션

비트윈, 스페셜데이 프로모션

커플 메신저 분야 1위 비트윈의 전면 팝업 배너 무상 제공 프로모션으로, 발렌타인데이/화이트데이 등 데이 마케팅 진행 시 활용 추천

프로모션 내용	비트윈 유가 집행 시, 전면 팝업배너 1구좌(500만원) 무상 제공	집행 예상 효과	전면 팝업배너 예상 노출 약 200,000회 / 예상 CTR 1.0% (*광고주 업종에 따라 상이)
대상 업종	식음료 업종 광고주 (*타 업종 집행 시, 별도 문의)	프로모션 기간	2022년 1월 - 2022년 3월
노출 지면	MO 전면 팝업배너 1일 단독 노출	신청 방법	광고주, 브랜드, 집행일정 기재하여 m_plan@cj.net 로 전달 (*집행 확정 시 별도 안내)

전면 팝업배너

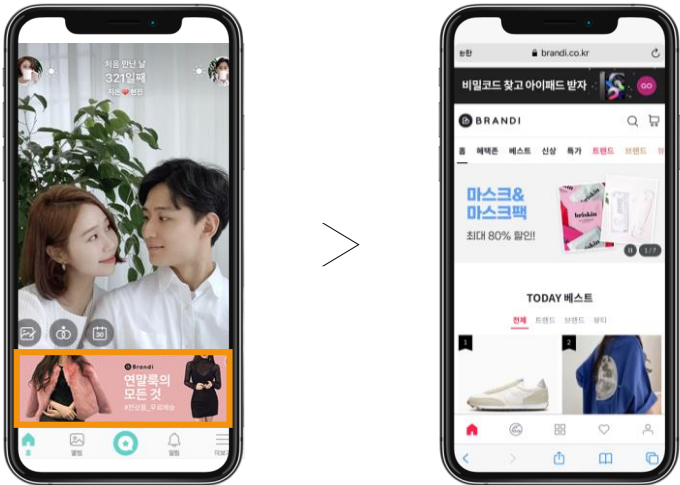
1일 단독 팝업 노출로 유저 주목도가 매우 높으며,
전면배너로 노출되어 브랜드 인지 및 유입 확보에 효과적



전면 팝업배너 노출 예시

비트윈 홈배너

앱 실행 시 첫 화면에 노출되는 메인 광고상품으로
전면 팝업배너와 동시 집행할 경우, 브랜드 강화 및 구매전환 유도 용이



비트윈 홈배너 노출 및 랜딩 예시

CONTACT US,

디지털 마켓 트렌드 아카이브, 메조미디어 트렌드기획팀
mezzo_report@cj.net

뉴스레터 구독신청

INSIGHT M 자료실

