

MEDIA & MARKET REPORT

2022. 09.

Market Issue

'잔테크' 소비자 공약을 위한 서비스 출시 활발
새벽배송에서 즉시배송으로 변화하는 배송 경쟁
건기식 규제 완화 움직임에 제품 출시 및 투자 확대

Media News

구글, 사용자가 원치 않는 '인앱 전면광고' 금지
메타, 음원을 활용한 수익 공유 서비스 출시
NFT 작품 게시 기능을 전 세계로 확대하는 인스타그램

New Media

크리테오 TVAex
포인트몬스터



MARKET ISSUE.

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

'잔테크' 소비자 공략을 위한 서비스 출시 활발
새벽배송에서 즉시배송으로 변화하는 배송 경쟁
건기식 규제 완화 움직임에 제품 출시 및 투자 확대



‘짠테크’ 소비자 공약을 위한 서비스 출시 활발

원자재 가격 상승 영향으로 시중 물가가 급등하자 소비자 사이에서는 불필요한 소비를 줄이는 ‘짠테크’가 열풍
이러한 소비 트렌드를 반영한 제품·서비스를 출시한 기업들의 전략은 큰 호응을 획득
출시 서비스의 성과가 입증되며, 관련 수요를 다양한 사업영역에 활용하는 사례가 증가할 것으로 예상

짠테크 공약을 위한 서비스·상품 출시 사례

대형마트



홈플러스 - 당당치킨

홈플러스 ‘물가안정 프로젝트’의 일환으로 6,990원에 구매할 수 있는 당당치킨을 출시
가성비 치킨으로 온라인 소비자 사이에서 화자

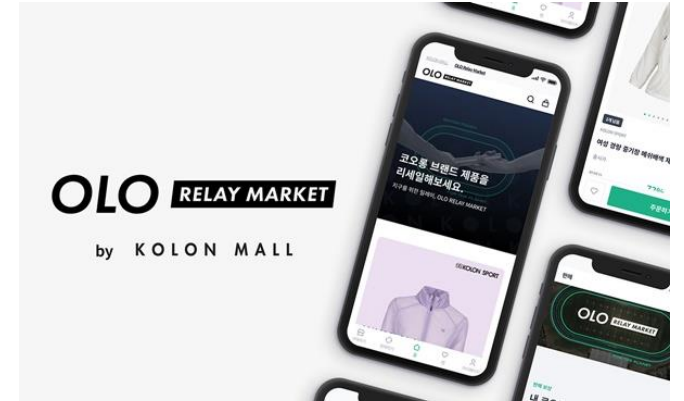
편의점



CU - 마감할인 서비스 그린세이프

유통기한이 임박한 편의점 제품을 최대 50% 할인된 가격에 구매 가능한 서비스로
전년 동기 대비 매출 약 19% 증가

패션



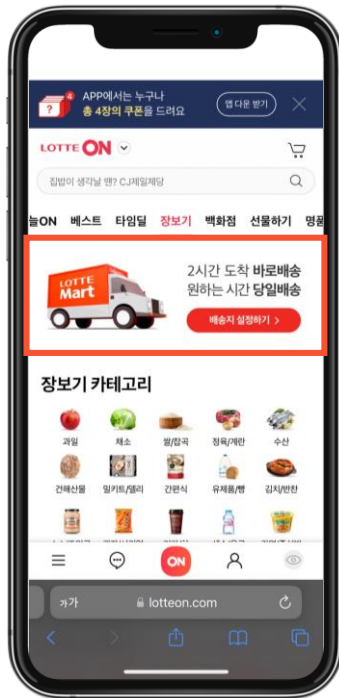
코오롱FnC - 오엘로 릴레이 마켓

코오롱FnC 브랜드 전용 리세일 마켓으로 소비자들은 해당 서비스를 통해 구매 및 판매가 가능,
아우터 기준 70~80% 할인된 가격에 판매 중

새벽배송에서 즉시배송으로 변화하는 배송 경쟁

유통업체들은 앞다퉀 진출했던 새벽배송 시장의 출혈 경쟁을 버티지 못하고 철수하는 수순
반면 오프라인 매장의 물류망을 활용해 운영비용을 절감할 수 있는 즉시배송이 대안으로 떠오르며 서비스 전환·출시가 활발
경쟁의 중심이 즉시배송으로 전환됨에 따라, 시장 내 승기를 잡기 위한 차별화 시도가 늘어날 것으로 전망

즉시배송 서비스 출시 사례



롯데온 '바로배송'

올해 4월 새벽배송 철수 후
즉시배송 서비스 '바로배송'에 집중,
주문 후 2시간 이내 배송이 완료



이마트에브리데이 '스피드e장보기'

점포 반경 2km이내 주문 상품을
최소 1시간 내에 배송하는 서비스
현재 직영점 중 90% 이상에서 운영 중

건기식 규제 완화 움직임에 제품 출시 및 투자 확대

정부는 2023년까지 대형마트·백화점의 건기식 자유판매를 허용하는 등 여러 규제를 완화할 계획
시장이 활성화될 것이라는 기대감에 유통기업을 비롯한 이종업계에서는 건기식 브랜드를 출시하고 사업을 강화하는 움직임
특히 소비자 맞춤형 제품이 미래 시장을 주도할 중요한 열쇠로 떠오르며, 이를 활용한 전략이 더욱 확대될 전망

기업들의 건기식 브랜드 출시 현황



이마트 - PB브랜드 '바이오퍼블릭' 출시

지난해 출시한 이마트의 PB브랜드로
프로바이오틱스를 비롯한 29종의 제품을
40개 이상으로 확대할 계획



홈플러스 - PB브랜드 '매일 먹는 진짜홍삼' 출시

올해 초 출시한 '시그니처 6년근 홍삼정'에 이은
두 번째 PB브랜드로 향후 홍삼 외 다른 유형의
건기식 관련 상품군을 늘려 나갈 예정



동원F&B - 건기식 브랜드 '올리닉' 런칭

프리미엄 건기식 컨셉의 제품으로
제품 기능과 이용고객을 세분화하고
맞춤형 영양관리 제품을 지속적으로 출시할 계획

MEDIA NEWS.

주요 미디어 이슈와 이달의 미디어 브리핑을 한눈에 정리하여 전해 드립니다.

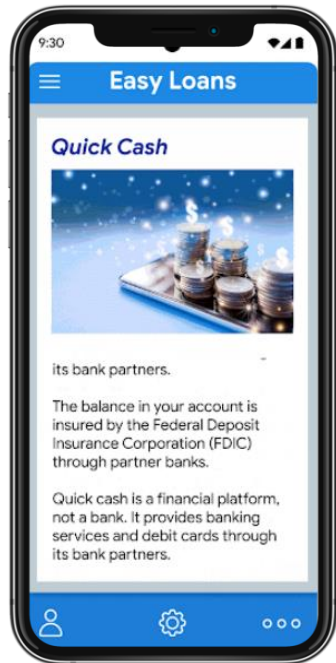
구글, 사용자가 원치 않는 '인앱 전면광고' 금지
메타, 음원을 활용한 수익 공유 서비스 출시
NFT 작품 게시 기능을 전 세계로 확대하는 인스타그램



구글, 사용자가 원치 않는 ‘인앱 전면광고’ 금지

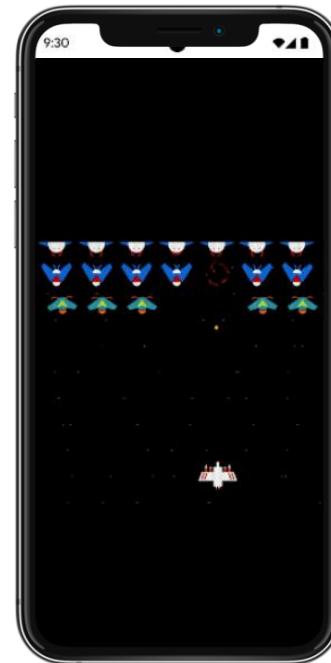
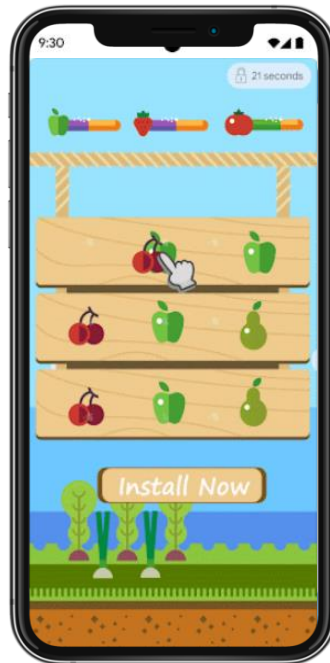
구글은 사용자의 앱 사용 경험을 개선하기 위해 2022년 9월 30일부터 광고 가이드라인을 일부 수정
앱 사용 중 예기치 못하게 팝업되는 전면광고와 15초 이후에도 닫을 수 없는 전면광고는 일체 금지
그동안 전면광고에 대한 비판이 많았던 만큼 유저와 개발사 모두가 만족하는 앱 환경이 조성될 것으로 기대

노출 불가한 전면광고 예시



앱 사용 중
예상치 못한 동영상 광고

콘텐츠 소비 중
유저가 예상하지 못한
위치 및 시점에 노출되는
동영상 광고



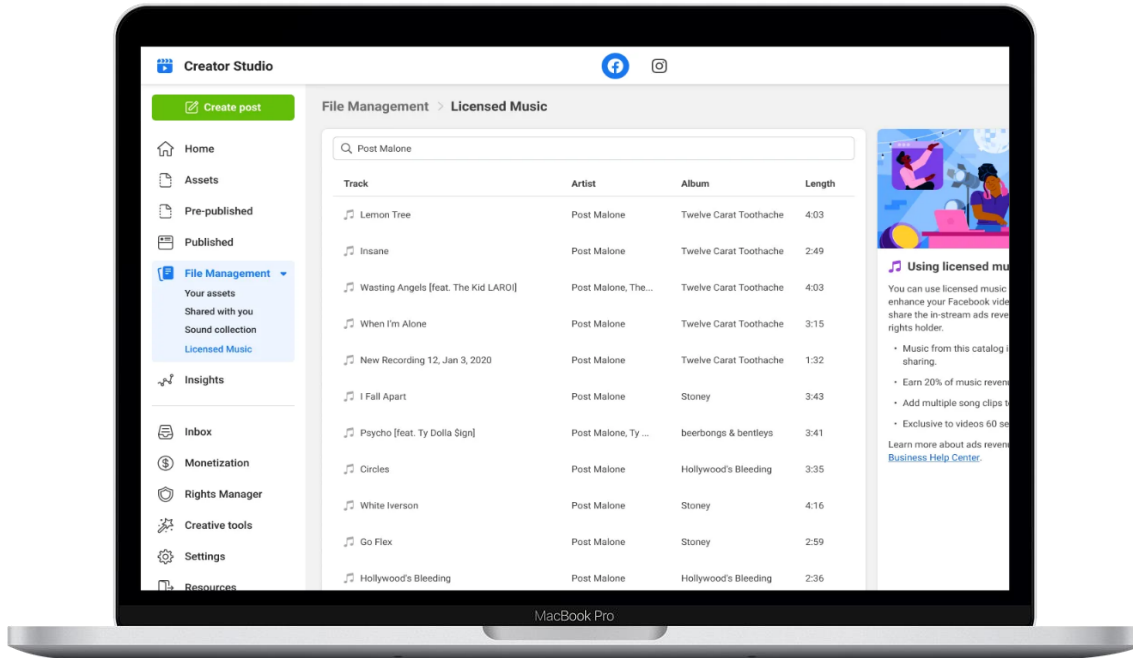
15초 이후에도
닫을 수 없는 전면광고

게임 플레이 도중 노출되고
15초가 지난 후에도
닫을 수 없는 전체 화면 광고

메타, 음원을 활용한 수익 공유 서비스 출시

크리에이터가 저작권이 있는 음악을 영상 콘텐츠에 사용하면, 음악 저작권자와 크리에이터가 모두 광고 수익을 받는 신규사업 모델을 공개
그간 메타 유저들이 저작권 있는 음악을 영상에 활용할 수는 있었지만, 이를 통한 수익 창출 방안이 마련된 것은 처음
미디어와 음악 업계가 협업하는 최초의 파트너십 사례로 크리에이터는 수익 개선을, 음악 저작권자는 음원 사용 활성화를 기대

서비스 상세 정보 및 자격 요건



구분	자격 요건
크리에이터	<ul style="list-style-type: none"> • 인스트림 광고 사용 자격 보유 • 수익화 자격 기준 충족
동영상	<ul style="list-style-type: none"> • 러닝타임 60초 이상 필수 • 페이스북 페이지 업로드 필수 • 비주얼 요소 포함 필수(음악 자체가 콘텐츠 제작의 주 목적인 영상은 제외)
사용 가능 음원	<ul style="list-style-type: none"> • Meta Creator Studio내에 수익 분배 가능한 라이선스가 부여된 음원
수익 배분 방식	<ul style="list-style-type: none"> • 광고 수익의 일부를 크리에이터와 음악 저작권자에게 공유

NFT 작품 게시 기능을 전 세계로 확대하는 인스타그램

메타는 미국에서 시범 운영을 마친 NFT 작품 게시 서비스를 한국을 포함한 전 세계 100여 개 국가에 확대 적용(2022년 8월) 이를 통해 크리에이터의 자유로운 표현과 수익 창출, 그리고 메타버스 기술의 일상화에 기여하려는 목적 기능 도입과 함께 디지털 자산에 대해 쉽게 알려주는 'NFTeach Me' 콘텐츠를 기획, 보다 더 많은 사람들이 NFT를 접할 수 있도록 지원 강화

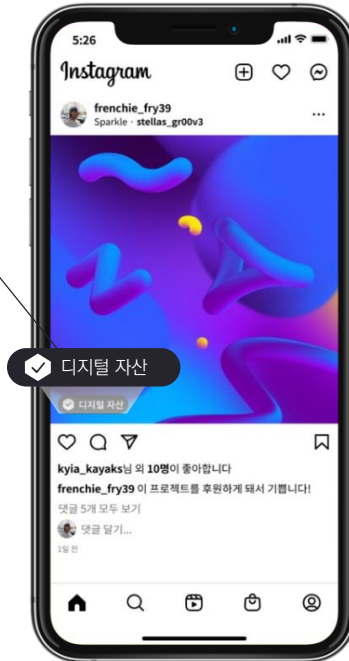
NFT 작품 게시 기능 소개

일반 게시물과 달리 반짝이는 효과가 적용되며 '디지털 자산' 표시 추가



'NFTeach Me' 콘텐츠 소개

디지털 자산에 대해 쉽게 설명해주는 교육 콘텐츠 시리즈로, @creators 계정에서 확인 가능



서비스 오픈 초기에는 일부 아티스트 및 크리에이터만 사용 가능

향후 모든 이용자가 사용할 수 있도록 순차 적용 예정 (일정 미정)

연결 가능한 디지털 지갑: 레인보우, 메타마스크, 트러스트월렛 등 지원 가능한 블록체인: 이더리움, 폴리곤, 플로우

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버	· 스페셜DA 동영상확장형 플러스 재출시(9월 5일~): 상품 스펙 변경으로 기존 30% → 20%로 할증률 조정
		· 풀스크린DA 베타 출시(8월 1일~): 네이버 모바일 화면 전체 영역을 활용하여 노출되는 상품
		· 인플루언서DA 지면 추가(8월 24일~): 인플루언서DA 및 M_통합_DA 상품이 인플루언서 토픽 본문에 추가 노출
		· 9월 KBO 프로야구 생중계 패키지 상품 출시(8월 22일부터 선착순 접수): 프로야구 생중계 전/중간에 노출, 1구좌 당 약 720만 노출 예상
	GFA	· 스마트채널 광고 노출 영역 확장(8월 24일~): 인플루언서 홈 > 인플루언서 토픽 본문 최상단 노출
		· 네이버 패밀리 매체 광고 노출 영역 확장(8월 22일~): 네이버 패밀리 매체에 SERIES 앱 추가
	카카오	· 카카오페이지 '카카오스토리' 지면 확장(9월 5일~): ① 카카오스토리 첫 화면 최상단 ② 스토리 글뷰 / 스토리 채널 글뷰 최상단 노출
· 카카오톡채널 일부 가이드 변경(8월 23일~): (기존) 웰컴메시지 내 광고성 내용 입력 불가 → (변경) 광고성 내용 입력 가능		
프로모션	클래스팅	· 9월 프로모션: 알림탭 배너 100만 노출 및 단가 할인, 종료팝업 단가 500만 원 → 300만 원 할인 적용
	데이블	· 3분기 프로모션(7~9월): 브랜드PR 캠페인, 광고비 10% 추가 충전
	버즈빌	· 신규광고주 프로모션(~9월): 2022년 내 버즈빌 집행이력이 없는 광고주 대상 서비스율 10% 제공

NEW MEDIA.

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

크리테오 TVAex
포인트몬스터



크리테오 TVAex

TV 광고를 시청한 유저를 리타겟팅하여 연속성 있는 브랜드 메시지를 전달할 수 있는 크로스미디어 상품
 방송 광고를 통한 강력한 브랜딩 뿐만 아니라 온라인 페이지 유입, 구매 등 전환율 극대화 가능

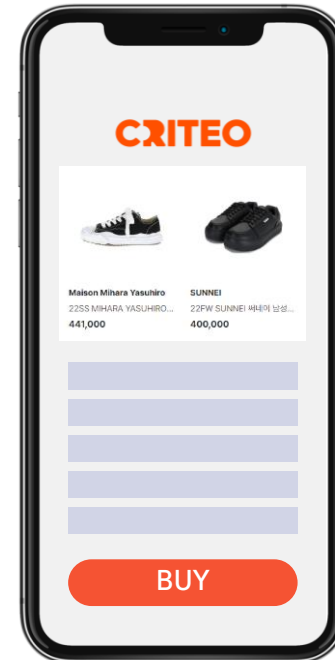
광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC, MO	배너	CPC	-

노출 프로세스

실시간 API 연동을 통해 TV 광고 시간대의 온라인 활성 유저를 타겟팅하여 크리테오 광고 노출



CJ ENM 채널 방송 광고 송출



리타겟팅 배너 노출

포인트몬스터

동영상 시청, 회원가입, 리뷰작성 등 특정 미션을 수행하면 리워드를 지급하는 보상형 광고 플랫폼
 캠페인 종료 후, 미션에 참여한 유저 데이터를 제공받을 수 있어 이를 활용한 2차 마케팅 진행 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	오퍼월	협업	미션 참여자 수 누적 48만 명

주요 미션 유형

광고주의 다양한 KPI에 맞추어 미션 설정 가능



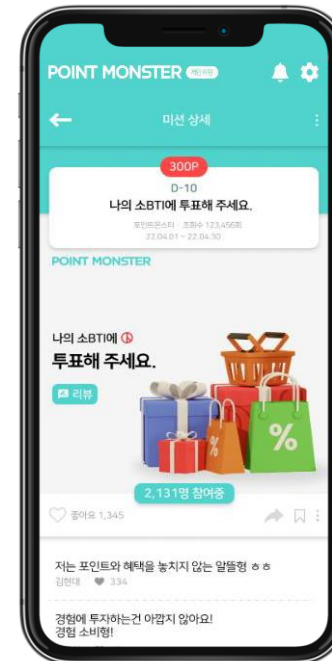
사진 인증



설문



동영상 시청



투표·리뷰

SPECIAL PROMOTION.

메조미디어만의 특별한 미디어 프로모션을 안내해 드립니다

롯데 L.POINT, 리워드DA 200만원 무상 테스트 프로모션

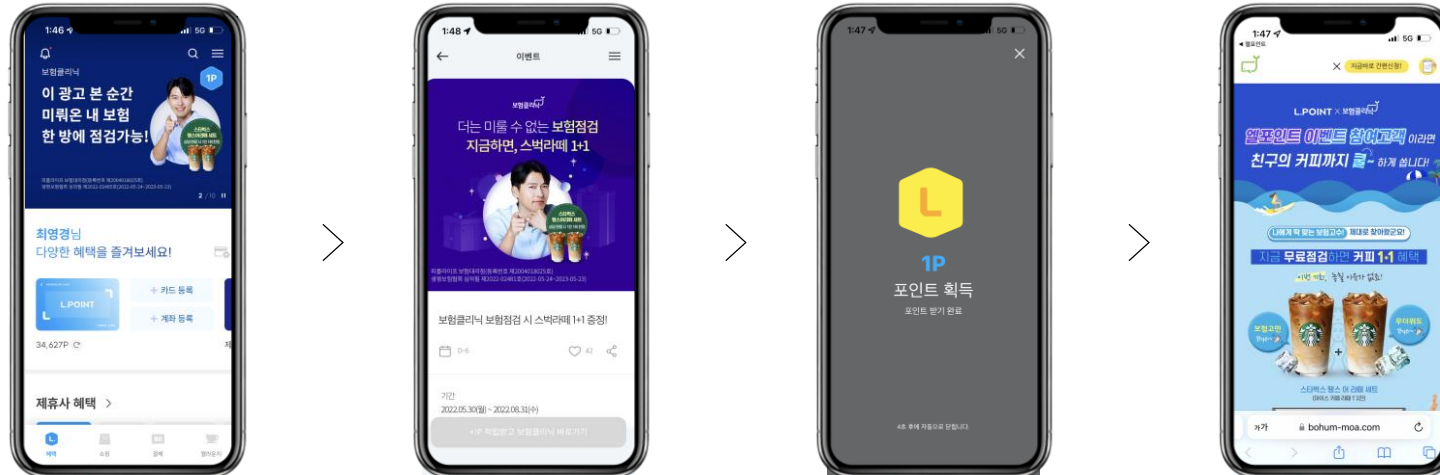
롯데 L.POINT, 리워드DA 200만 원 무상 테스트 프로모션

MAU 200만, 누적 다운로드 1,100만 이상의 롯데 계열사 포인트 적립 서비스 어플리케이션

<p>프로모션 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 노출 지면: 롯데 L.POINT 앱 최상단 메인 - 노출 상품: 리워드 DA 7일 - 집행 기간: 7일 - 타겟팅: 롯데그룹 쇼핑 행동 기반 타겟팅 적용 가능 	<p>신청 방법</p>	<p>- 광고주, 브랜드, 집행일정 기재하여 m_plan@cj.net 로 전달 (*집행 확정 시 별도 안내)</p>
<p>참고사항</p>	<p>- 집행 데이터 및 게재지면은 L.POINT의 레퍼런스로 활용될 수 있음</p>	<p>집행 예상 효과</p>	<p>- 예상 노출 약 350만 회 / 예상 CTR 2.0%, CPC 40원 (광고주 업종에 따라 예상 효율 상이)</p>
		<p>프로모션 신청 기간</p>	<p>- 2022년 9월 내(3개 광고주 한정)</p>

L.POINT 리워드DA 소개

광고 참여 시, 1포인트를 리워드로 지급하여 광고 반응률이 높으며
아웃랜딩 가능하여 유입 증대 목적의 캠페인에 추천



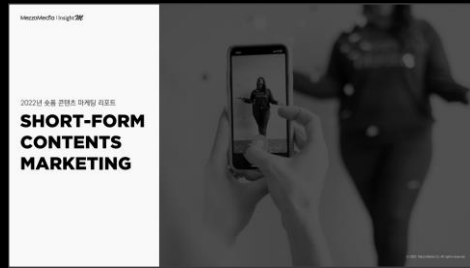
함께 보면 좋은, 메조미디어 추천 콘텐츠



2022 상반기 디지털 미디어 트렌드



젊게 사는 시니어, YOLD세대 리포트



2022 숏폼 콘텐츠 마케팅 리포트



2022 패션·화장품 업종 세일즈 가이드



2022 여행 업종 세일즈 가이드

디지털 마켓 트렌드 아카이브, 메조미디어 트렌드기획팀

연락 문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실

