

MEDIA&MARKET REPORT

2024. 01

• MEDIA
• MARKET
CONSUMER



01

MARKET ISSUE

다가온 연말연시, 시즌별 마케팅 활발
게임업계, 확률형 아이템을 대체할 수익 모델 모색
사회적 약자를 위한 배리어프리 서비스 도입 증가

다가온 연말연시, 시즌별 마케팅 활발

크리스마스, 연말연시 등 시즌별 이슈에 맞춰 여러 브랜드에서 마케팅 전개
연말연시에 걸맞은 콘셉트와 오프라인 팝업, 게임, 퀴즈 등 소비자가 직접 참여할 수 있는 이벤트를 통해 특별한 재미 요소를 제공
이벤트에 참여하는 과정을 통해 소비자가 해당 브랜드의 서비스를 자연스럽게 이용하게 함으로써 브랜드 친밀도를 높이고 잠재 고객을 확보 가능

연말연시 마케팅 사례

오프라인 팝업



CGV – 용한점집

2024 푸른 용의 해를 맞아 점집 콘셉트의 팝업 이벤트 진행,
새해 소망으로 부적을 써주거나 지난해의 기억을 날릴 수 있는
메모리얼 설치 등 신년 띠를 소재로 이벤트를 진행해 방문 유도

게임



토스 – 도전! 산타 선발 대회

관찰력 테스트 게임을 통해 산타로서의 자격을 획득하고
간편결제 서비스 토스페이로 기부를 할 수 있는 인앱 이벤트 진행,
기부 과정에서 자연스럽게 자사 서비스를 체험하도록 유도

퀴즈



왓차 – 도전 왓차벨

한 해 동안 본 영화들을 돌아볼 수 있는 퀴즈를 진행하고
점수를 공유할 수 있도록 해 자발적인 확산 유도,
문제로 나온 영화들을 왓차에서 감상할 수 있도록 리스팅업

게임업계, 확률형 아이템을 대체할 수익 모델 모색

이용자가 일정 금액을 지불하면 게임 아이템을 무작위로 지급하는 ‘확률형 아이템’ 방식은 게임 업계의 주요 비즈니스 모델(BM) 그러나 24년 3월부터 게임 내 확률형 아이템의 유형 및 획득 확률을 의무적으로 표시해야 하는 제도가 시행될 예정 확률형 아이템에 대한 제도적 규제가 강화되고 이용자들의 부정적 여론도 커지자, 게임업계는 최근 신작에 새로운 수익 모델을 도입하는 추세

최근 게임 업계가 도입한 수익 모델

광고 제거 월정액형



넷마블 ‘세븐나이츠 키우기’

월 9,900원을 내면 28일간 광고를 시청하지 않고도 보상을 획득할 수 있는 광고 제거 월정액을 핵심 BM으로 도입, 과금을 원치 않는 이용자는 광고를 시청하고 보상 획득 가능

패스형



엔씨소프트 ‘쓰론 앤 리버티’

캐릭터가 성장을 할 때마다 또는 특별 미션을 달성할 때마다 보상을 지급하는 ‘성장 패스’와 ‘배틀 패스’를 도입, 유료 패스 구매 시에는 추가 보상을 지급하는 방식의 BM 적용

패키지형



네오위즈 ‘P의 거짓’

‘P의 거짓’은 첫 게임 구매 시에만 비용이 발생하고 이후엔 추가 비용 없이 즐길 수 있는 ‘패키지 게임’으로 출시, 지난 9월 출시 후 한 달 만에 패키지 판매량 100만 장 돌파

사회적 약자를 위한 배리어프리 서비스 도입 증가

장애인·노인 등 사회적 약자도 차별 없이 자사의 제품 또는 서비스를 이용할 수 있도록 배리어프리(Barrier-free) 서비스를 도입하는 사례가 증가
의미 있다고 생각하는 것에 기꺼이 소비하고 자발적인 홍보까지 마다하지 않는 ‘미닝아웃’ 트렌드가 지속됨에 따라 기업의 사회적 활동은 더욱 중요
기업의 사회적 활동에 대한 소비자들의 요구가 높아지고, 기업 인식에 큰 영향을 끼치는 만큼 사회적 약자를 고려한 서비스 도입은 더욱 활발해질 것

배리어프리 서비스 도입 사례

외식



맥도날드 - 음성 안내 키오스크

국내 패스트푸드 업계 최초로 시각장애인을 위한
음성 안내 키오스크를 도입, 이용자는 음성 안내를 통해
메뉴·가격 등을 확인하고 물리 버튼을 조작해 메뉴 선택 가능

편의점



CU - 픽업 서비스

문턱이나 계단으로 인해 매장 진입이 어려운 휠체어 이용자나
시·청각 장애인을 위해 앱으로 사전 구매한 제품을
차 안이나 매장 앞에서 받을 수 있는 픽업 서비스 도입

OTT



왓차 - 배리어프리 자막, 화면해설방송

7편의 오리지널 시리즈에 시각장애인을 위한 음성 화면 해설
서비스를 도입, 청각장애인을 위해 대사·소리·음악 등의
설명이 기재된 배리어프리 자막을 2,000여 개로 확대



02

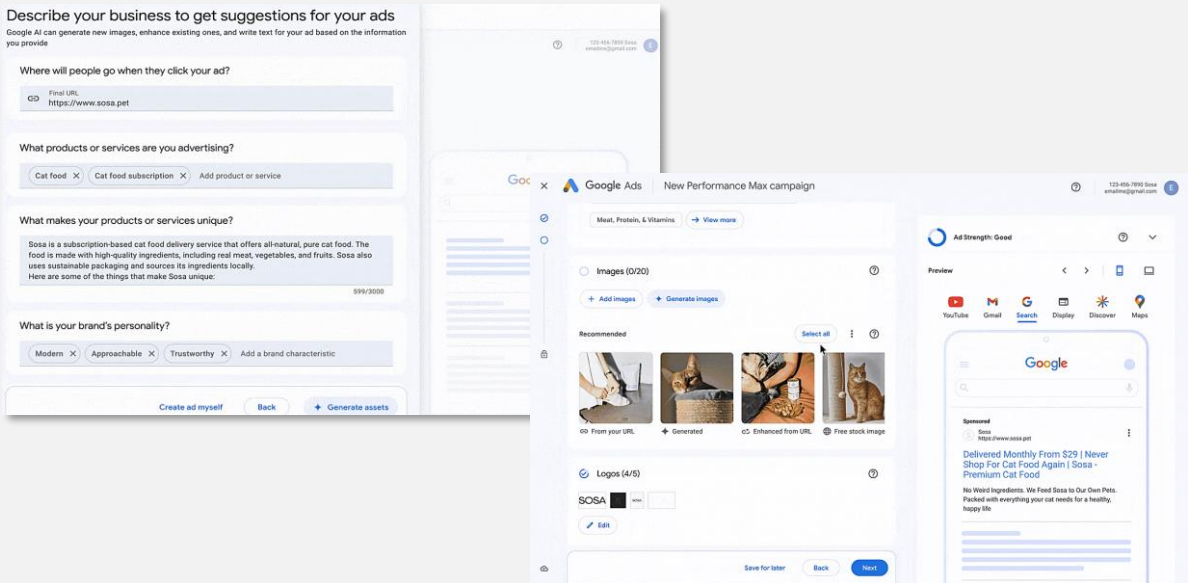
MEDIA ISSUE

구글, 퍼포먼스 맥스에 생성형 AI 적용
메타의 수익 모델 다각화 전략, 유료 구독과 크리에이터
인스타그램, 릴스 강화를 위한 신규 기능 추가

구글, 퍼포먼스 맥스에 생성형 AI 적용

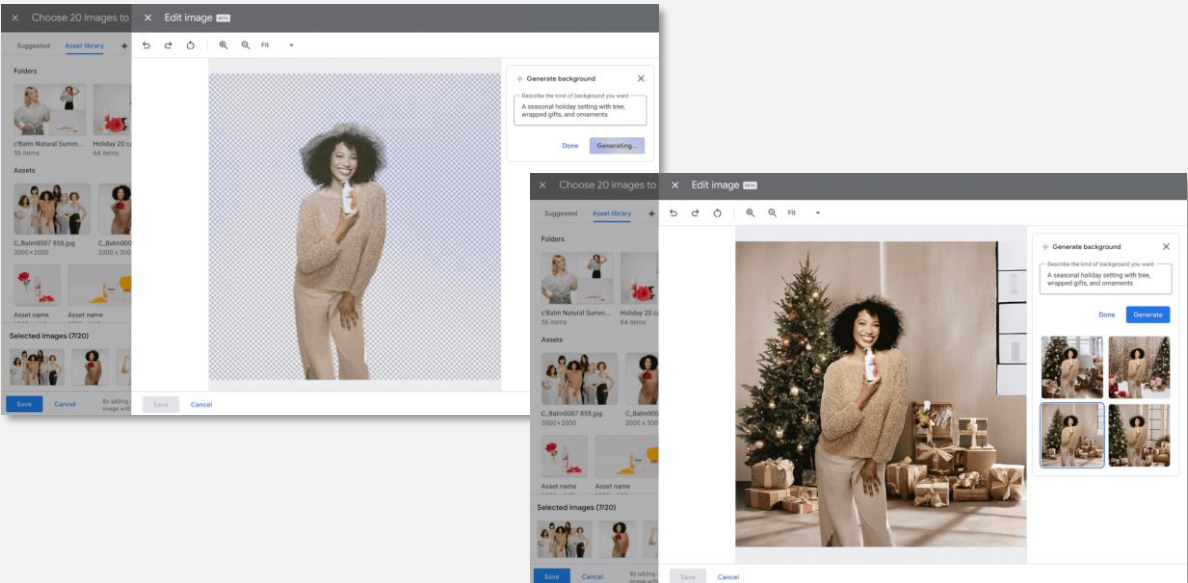
퍼포먼스 맥스는 하나의 캠페인으로 유튜브·DA·검색 등 구글의 모든 인벤토리를 활용하여 실시간으로 최적화된 광고를 게재할 수 있는 시스템
구글은 미국 광고주를 대상으로 퍼포먼스 맥스에 생성형 AI를 적용하여 원하는 내용을 입력하면 광고 소재를 자동으로 생성하는 기능을 추가
카피나 이미지 제작에 들어가는 리소스를 절감할 수 있고, 하나의 캠페인에서 여러 인벤토리의 소재를 제작하고 관리할 수 있어 효율적

AI 퍼포먼스 맥스의 주요 기능



새로운 소재 생성

판매할 제품, 소구점, 특징 등을 입력하면 광고 문구, 이미지 등을 자동으로 생성
검색, 디스플레이 등 각 광고 인벤토리에 최적화된 소재 제공



기존 소재 변형

AI 이미지 편집 기능에서 원하는 배경을 텍스트로 입력하면 이에 맞는 배경을 생성
기준에 보유하고 있는 광고 이미지를 다양하게 변형 가능

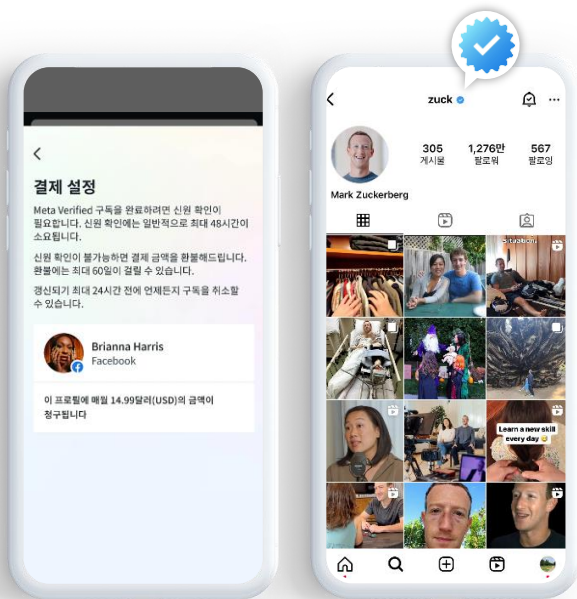
메타의 수익 모델 다각화 전략, 유료 구독과 크리에이터

메타는 최근 '유료 구독 서비스'와 '크리에이터 수익화 서비스'를 도입

이를 통해 인증 배지 구독료, 크리에이터 수익에 대한 수수료 등 새로운 수익을 확보 가능

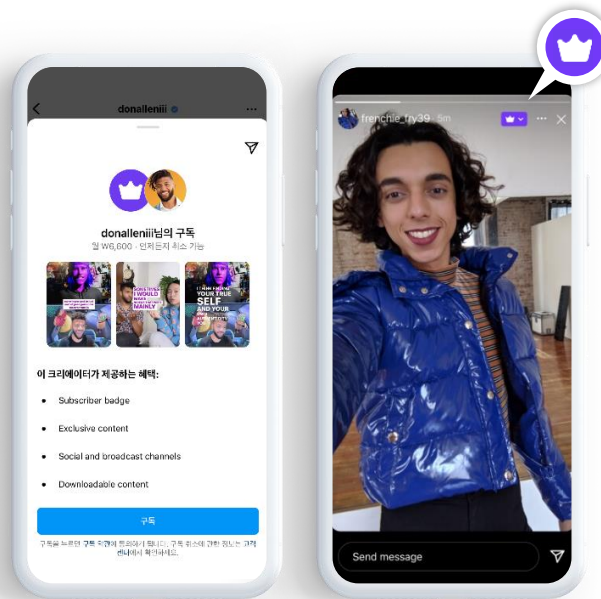
그동안 메타의 주 수익원은 광고였으나, 전 세계적으로 맞춤형 광고 규제가 확산되자 새로운 매출원을 발굴해 수익 구조를 다각화하기 위한 전략

수익 모델 다각화를 위한 메타의 신규 서비스



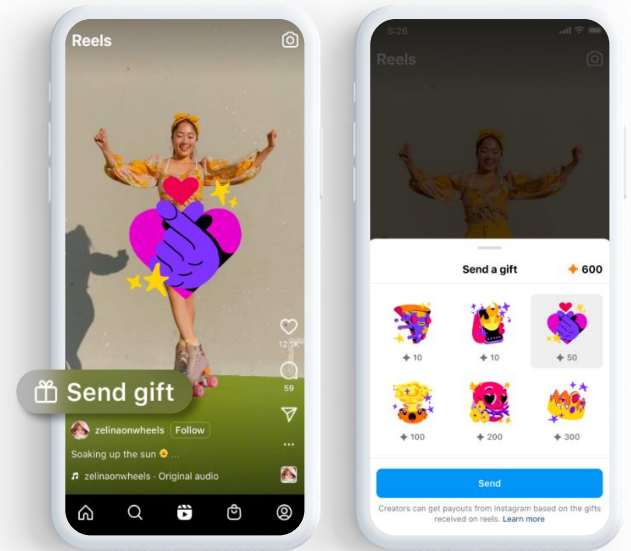
메타 배지 유료 구독 서비스 '메타 베리파이드'

인스타그램 월 22,000원, 인스타그램+페이스북 월 35,900원을 지불하면 프로필에 공식 인증 배지를 부여하는 구독 서비스, 기존 유명인에게만 부여했으나 일반인도 유료 구독 시 배지 획득 가능



인스타그램 유료 구독 서비스 '크리에이터 구독'

크리에이터가 직접 월 구독료를 책정하고 유료 구독자에게는 릴스·라이브·스토리 등 독점 콘텐츠 제공, 구독자의 댓글·DM 옆에는 보라색 배지가 표시되어 구분 가능



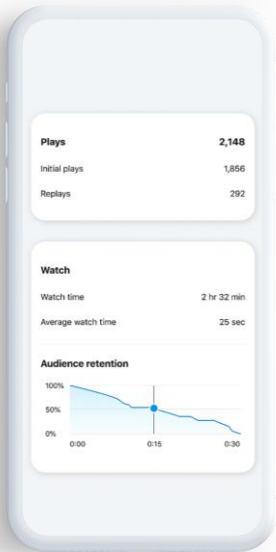
인스타그램 릴스 유료 후원 서비스 '기프트'

이용자는 앱 내 재화인 '스타'를 구매한 후 금액대별 '기프트'를 보내 마음에 드는 릴스를 후원 가능, 크리에이터는 이용자에게 받은 '스타'를 현금화하여 수익 창출

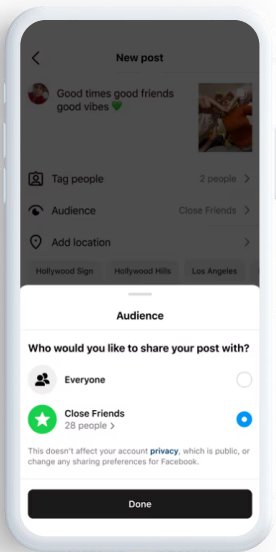
인스타그램, 릴스 강화를 위한 신규 기능 추가

인스타그램은 더욱 많은 사람들이 릴스 콘텐츠를 제작·공유 할 수 있도록 서비스 환경 구축에 열을 올리는 중
콘텐츠가 다양할수록 이용자의 체류시간이 늘고 트래픽이 높아지므로, 누구나 손쉽게 릴스 콘텐츠를 제작할 수 있도록 기능을 업데이트
일부 크리에이터뿐만 아니라 일반 이용자들의 릴스 업로드량이 지속적으로 증가할 것으로 예상

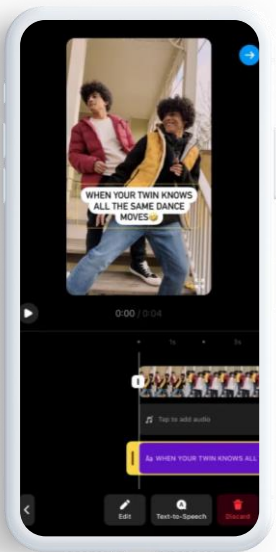
릴스 신규 기능 내용



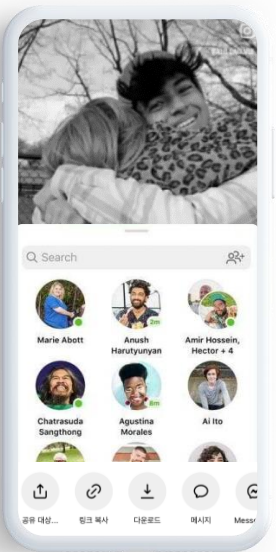
릴스 성과 측정 항목 업데이트
재생수, 리플레이 수, 시청 시간, 리텐션 등
릴스의 성과를 세부적으로 확인할 수 있도록
측정 항목 업데이트, 반응을 높은 콘텐츠 제작을 유도



공개 범위 옵션 다양화
이용자가 지정한 사람만 영상을 볼 수 있는
‘친한 친구’ 기능을 스토리뿐만 아니라 릴스에도 적용,
릴스 업로드에 대한 진입장벽 완화



릴스 제작 소스 및 기능 업데이트
크리에이티브한 릴스 콘텐츠를 손쉽게
제작할 수 있도록 필터, 오디오, 텍스트 스타일 등
콘텐츠 소스 및 기능을 지속적으로 업데이트



다운로드된 릴스에 워터마크 표시
릴스를 이용자 개인 앨범에 다운로드 가능,
다운받은 릴스에는 인스타그램 워터마크가 표시되어
타 플랫폼 업로드 시 인스타그램으로 유입 유도 가능

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버 NOSP	· 시리즈앱 풀스크린 논스킵AD 신상품 출시: 30초 광고시청을 완료하면 유료 콘텐츠를 무료로 열람할 수 있는 전면형 광고로, 풀스크린 형태의 비디오 광고
		· 웹툰 작품홍DA 신상품 출시: 웹툰 모바일앱 내 각 작품 홈 상단에 스마트채널 형태로 노출되는 상품, 회차 상단에 위치해 주목도가 높은 것이 특징
		· 소재 파일명 내 ‘.’ 문자 사용 불가(12/7~): 소재 등록시 업로드되는 파일명에 ‘.’ 문자 포함 시 업로드 오류 팝업 노출되도록 적용 (ex. 연말홍보소재.ver2), 파일명 내 해당 문자 제거 필요
	네이버 GFA	· 네이버 피드 지면 ‘건강보조식품’ 중 일부 식품류 제한 처리(12/05~): 건강보조식품 중 '남성' 전용 식품(아르기닌, 활력 관련 제품 등), '여성' 전용 식품(질 유산균, 활력 관련 제품 등), ‘탈모’ 관련 식품 제한 처리
		· 성과형 디스플레이 광고 플랫폼 변경사항(12/12~): ‘이미지 배너’ 소재 생성 시 1:1 비율의 광고 이미지 등록 지원 예정 / 노출가능지면: 웹툰 작품 하단, 노출 가능 비율: 1200X1200px
	카카오	· 모먼트, 다음쇼핑 이미지박스 홍보문구 입력 정책 변경(12/20~): 이미지박스 소재의 상/하단 홍보문구 최대 입력 글자수가 8자에서 7자로 변경
프로모션	네이버 NOSP	· 시리즈앱 풀스크린 논스킵AD 런칭 프로모션(12/18~별도 공지시까지): 1,000만 원 이상 집행 시 CPM 단가 50% 할인 (CPM 30,000 → 15,000)
		· 웹툰 작품홍DA 런칭 프로모션(12/11~별도 공지시까지): 단가 할인 (CPM 1,500 → 750)
	카카오VX	· 24년 1~2월 프로모션: 카카오 골프예약 광고 월 500만 원 이상 부킹 확정 캠페인 대상, 서비스율 24% 추가 제공, 부킹 확정 시 백화점 상품권 리워드 지급
	키즈노트	· 12월 프로모션: 리스트배너 25%, 포토스와이프 50% 단가할인 제공 / 리스트배너 부킹 시, 노출량 100% 추가 제공
	LG전자멤버십	· 23년 12월~24년 1월 프로모션: 신규 광고주(PUSH 상품 200만 원 이상 집행 필수) 대상, 푸시 10만 건 서비스 제공

03

NEW MEDIA

바른미디어
왓차
KBS kong

바른미디어

국내 청첩장 시장 점유율 1위 브랜드 바른손카드를 보유하고 있는 웨딩 타겟 미디어
예비 신혼 부부 타겟 캠페인 시 효과적이며 가전, 가구, 여행 등의 업종에 추천

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC, MO	배너, LMS	배너-CPP/LMS-건당 과금	바른손 회원 수 15만 명

GDN

GDN, 유튜브, 플레이스토어 등 300만 개의
게재지면에 배너 또는 영상 광고 송출 가능



인스타그램

바른손 고객 중 원하는 타겟 고객을 설정하여
인스타그램 광고 진행 가능



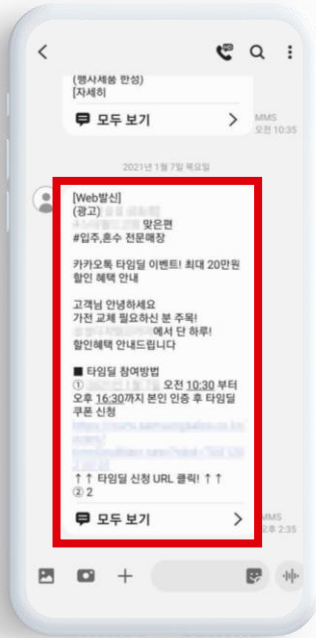
사이트 내부 배너

바른손카드/프리미엄페이퍼/더카드 등 5개의
바른손 패밀리 사이트에 노출되는 배너 상품



LMS AD RATES

LMS 수신 동의자 대상 메시지 광고로
발송 타겟 데이터 커스터마이징 가능



왓차

영화, 드라마, 예능 등 13만여 편의 작품을 감상할 수 있는 OTT 플랫폼
콘텐츠를 소장·대여하는 개별 구매 사용자가 많아 콘텐츠 고관여 이용자 대상 광고에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC, MO	이미지	CPP	누적 다운로드 2,000만 회

스플래쉬 배너

앱 실행 시 가장 처음 단독 노출되는 상품으로
높은 주목도가 특징 (MO)



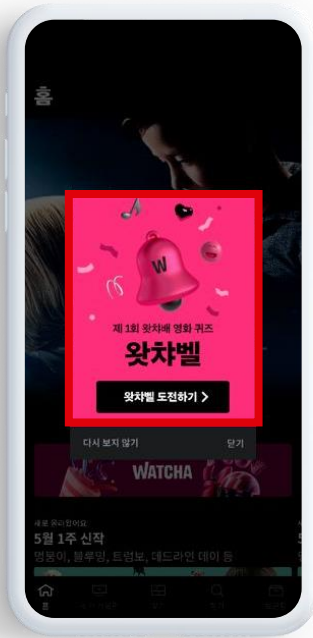
보드 배너

홈, 개봉관, 웹툰 탭 첫 화면에 노출되는 상품으로
높은 노출 빈도와 클릭률이 특징 (PC, MO)



전면 팝업 배너

앱, 웹 진입 시 전면 팝업 형태로 노출되는 상품으로
할인 및 이벤트 광고에 효과적 (PC, MO)



KBS kong

KBS 라디오 7개 채널 실시간 청취, 보이는 라디오, 채팅 등의 서비스를 제공하는 참여형 라디오 앱
이용자의 67%가 4050대로 중·장년층 타겟 캠페인에 효과적

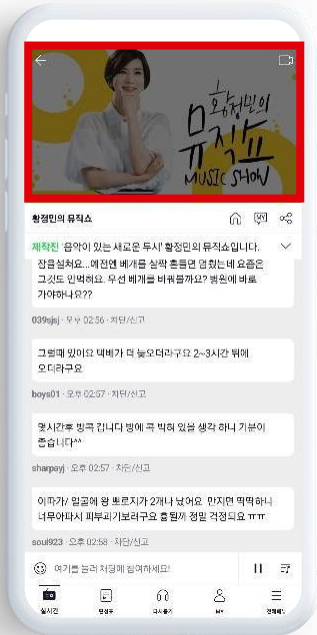
광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	음성	CPP	월간 청취자 수 150만 명

프리롤 음성 광고

라디오 프로그램 진입 시, 1회 10초 동안 송출되는 음성 광고 상품으로
짧은 시간 내 높은 각인 효과를 줄 수 있어 인지도 증대에 효과적



〈프로그램 진입 전〉



〈프로그램 진입 직후 음성 광고 송출〉

04

SPECIAL PROMOTION

왓차 X 메조미디어 단독 프로모션

왓차피디아 X 메조미디어 단독 프로모션

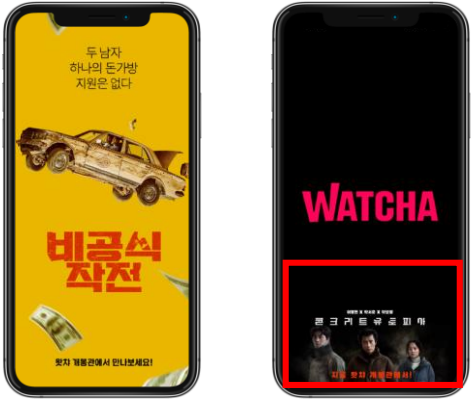
왓차 X 메조미디어 단독 프로모션

약 13만여 편의 작품 보유, OTT 부문 브랜드 고객 충성도 대상 6년 연속 1위의 OTT 플랫폼

프로모션 내용	① 단가할인: 전 상품 20% 추가 할인	신청 방법	광고주, 브랜드, 집행일정 기재하여 m_plan@cj.net 로 전달 (*집행 확정 시 별도 안내)
	② 무상 구좌 제공	프로모션 기간	2024년 1분기 (1월~3월)
	- 3,000만 원 이상 집행 시, 전면 팝업 배너 4일(약 850만 원) 제공	매체력	누적 다운로드 수 2,000만 회 이상
	- 5,000만 원 이상 집행 시, 전면 팝업 배너 7일(1,500만 원) + 보드 배너 3일(약 1,100만 원) 제공		
	③ 추가 수수료 지급		
	- 신규 광고주 집행 시, 10% 추가 수수료 지급 (20% → 30%)		

스플래시 배너

앱 실행 시 진입 화면에 단독 노출



스플래시 풀 (Full Screen) 스프래시 파셜(Partial)

보드 배너

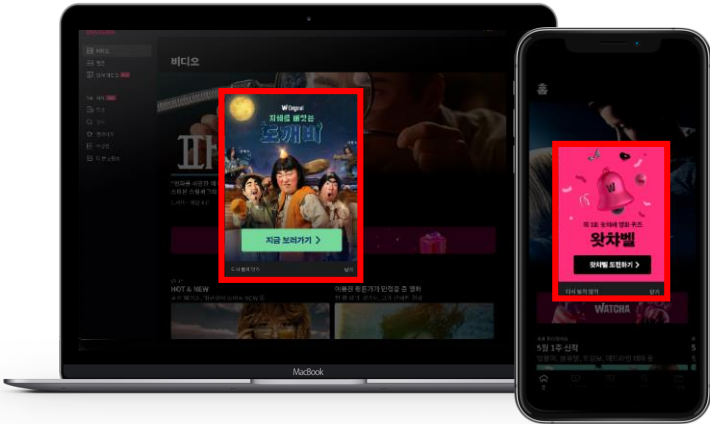
앱/웹 내 3개 탭에 보드 형태로 노출



* 노출 지면: 홈, 개봉관, 웹툰

전면 팝업 배너

앱/웹 진입 시 팝업 형태로 노출



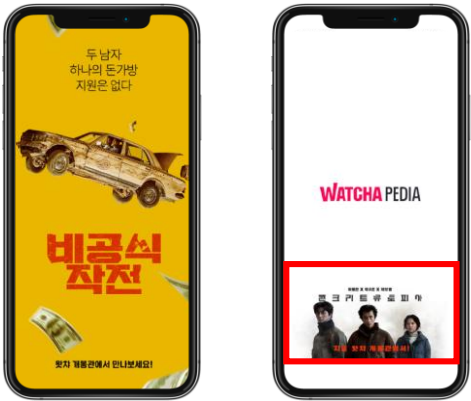
왓차피디아 X 메조미디어 단독 프로모션

영화, TV프로그램, 책, 웹툰 작품을 검색하면 신뢰도 높은 별점과 다른 이용자들의 코멘트를 볼 수 있는 콘텐츠 평가 플랫폼

프로모션 내용	① 단가할인: 전 상품 10% 추가 할인 ② 무상 구좌 제공 - 500만 원 이상 집행 시, 전면 팝업 배너 4일(약 580만원) 제공 - 1,000만 원 이상 집행 시, 전면 팝업 배너 7일(1,000만원) + 보드 배너 3일(약 193만원) 제공 ③ 할증 면제 - 관심사 타겟팅 및 OS별 소재 분할 할증 무상 적용	신청 방법	광고주, 브랜드, 집행일정 기재하여 m_plan@cj.net 로 전달 (*집행 확정 시 별도 안내)
		프로모션 기간	2024년 1분기 (1월~3월)
		매체력	누적 가입자 수 1,387만 명 이상

스플래시 배너

앱 실행 시 진입 화면에 단독 노출



스플래시 풀 (Full Screen) 스프래시 파셜(Partial)

보드 배너

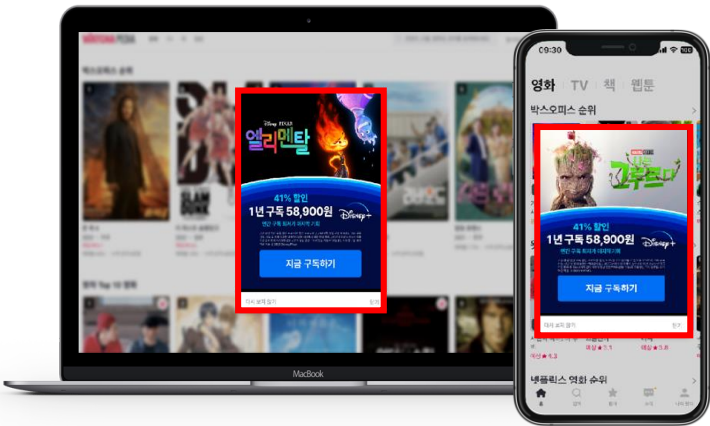
앱/웹 내 6개 탭에 보드 형태로 노출



* 노출 지면: 홈 화면, 콘텐츠 상세페이지, 검색화면, 나의 왓차 탭, 소식탭, 컬렉션 상세 페이지

전면 팝업 배너

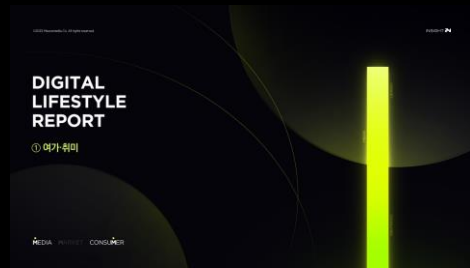
앱/웹 진입 시 팝업 형태로 노출



함께 보면 좋은, 메조미디어 추천 콘텐츠



2024 트렌드 리포트



2023 디지털 라이프스타일 리포트



2023 타겟 분석 리포트 (10대-50대)



2023 업종 분석 리포트



2023 소비 트렌드 시리즈

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

연락 문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실

