

Monthly

# 리서치애드 트렌드 리포트

## 5월 금융 및 보험 업종 \_배포용

2021.06

## 2021년 5월, 금융 및 보험 중분류 업종 기준

광고비는	PC + Mobile + Video 데이터, 총 약 120억 원으로 집계되었으며, PC Banner 에서 가장 많은 광고비가 집계되었습니다
광고주는	삼성화재가 약 17억 원으로 광고주 중 가장 높은 광고비를 기록했습니다
매체는	네이버가 약 40억 원으로 매체 중 가장 높은 광고비를 기록했습니다
캠페인은	삼성화재의 삼성화재다이렉트자동차보험이 가장 높은 광고비를 기록했습니다

## 2021년 5월 금융 및 보험 업종의 디지털 광고비는 총 약 120억 원으로

전년 동월 대비 1.1% 감소하고, 광고주 수는 12.4% 증가한 것으로 나타납니다



### 금융 및 보험 업종 광고비 증감

(단위: 천원, 개)



광고비

12,177,682

2020년 5월

-1.1%

12,043,607

2021년 5월



광고주 수

185

2020년 5월

12.4%

208

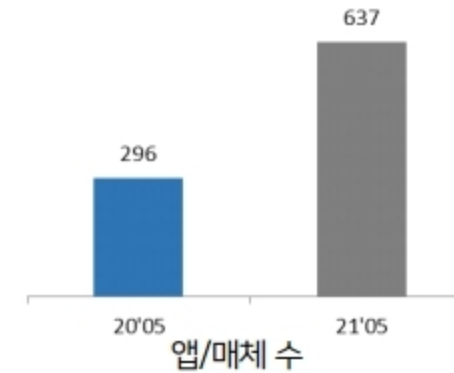
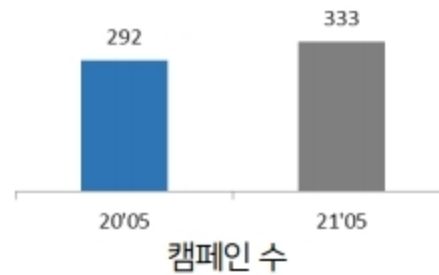
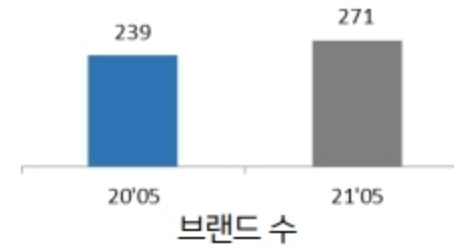
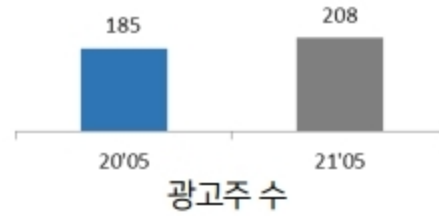
2021년 5월

## 2021년 5월 금융 및 보험 업종의 전년 동월 대비 각 수치를 살펴보면,

4개 영역 모두 증가하는 추세를 보입니다

특히, 앱/매체 수에서 제일 높은 증가율을 기록했습니다

(단위: 개)



## 2021년 5월 금융 및 보험 업종의 각 영역별 광고비는

PC > Mobile > Video 광고비 순서로 집행되었습니다

전년 동월 대비, PC 26.7% 증가했고, Mobile 18.7%, Video 9.3% 감소했습니다



PC

약 50억 원

전년 동월(20'05) 약 39억 원

광고주 TOP5

1	삼성화재
2	KB손해보험
3	현대해상화재보험
4	라이나생명
5	캐롯손해보험



Mobile

약 36억 원

전년 동월(20'05) 약 44억 원

광고주 TOP5

1	삼성화재
2	DB손해보험
3	캐롯손해보험
4	KEB하나은행
5	현대해상화재보험



Video

약 34억 원

전년 동월(20'05) 약 38억 원

광고주 TOP5

1	삼성화재
2	롯데카드
3	현대해상화재보험
4	현대카드
5	롯데캐피탈

## 2021년 5월 금융 및 보험 업종의 각 영역별 신규 광고주 TOP5

PC Banner 신규 광고주는 총 23개, Mobile Banner는 총 12개, Video는 총 2개로 확인되었습니다

PC 광고에 적은 광고비로 많은 광고주들이 광고를 집행한 것으로 나타납니다

\*2015년 광고주 데이터부터



PC

(단위: 천 원)

### 신규 광고주 TOP5

1	에프지라이프
2	착한나눔미론대부중개
3	더행복한플랜대부중개
4	뱅크서치
5	좋은플랜

PC 신규 광고주 중 광고비를 가장 많이 진행한 **에프지라이프**는 23.6%로 큰 비중을 기록했습니다



Mobile

(단위: 천 원)

### 신규 광고주 TOP5

1	PROWALTECHNOLOGY
2	대출용대부중개
3	로니에프앤
4	페이고
5	위드엠파이낸스

Mobile 신규 광고주 중 광고비를 가장 많이 진행한 **PROWALTECHNOLOGY**는 30.4%의 비중을 기록했습니다



Video

(단위: 천 원)

### 신규 광고주 TOP5

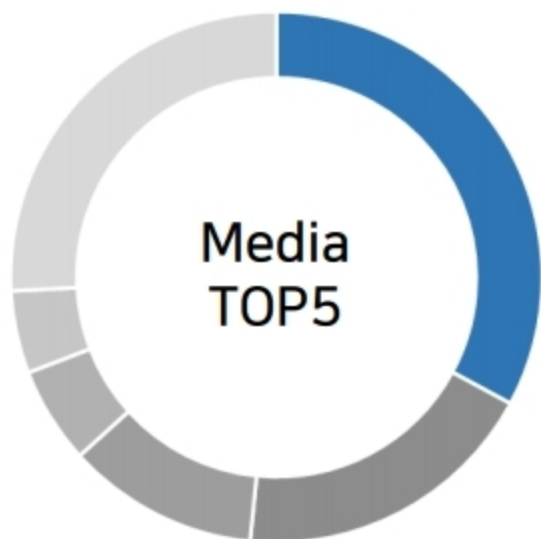
1	로니에프앤
2	블루티에프
3	-
4	-
5	-

Video 신규 광고주 중 광고비를 가장 많이 기록한 **로니에프앤**은 57.5%의 비중을 기록했습니다

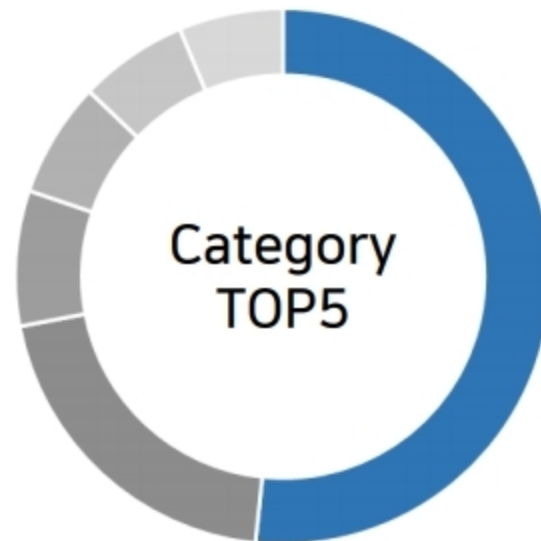
## 2021년 5월 금융 및 보험 업종의 매체 형태를 살펴보면,

웹/앱 매체 TOP5 중 네이버(web) 매체는 32.9%, 약 40억 원으로 가장 높은 광고비를 집행했습니다

카테고리 TOP5 중에서는 포털 카테고리가 51.7%, 약 62억 원으로 가장 높은 광고비를 집행했습니다



- 네이버(web) 32.9%
- 유튜브(web) 18.7%
- 네이트(web) 11.7%
- 다음(web) 5.9%
- 버즈빌(app) 5.0%
- 그 외 25.8%



- 포털 51.7%
- 엔터테인먼트 20.4%
- 신문/잡지 8.2%
- 커뮤니티 6.9%
- 모바일 6.6%
- 그 외 6.3%



## 금융 및 보험 업종 뉴스 클리핑

## 신한라이프, 공식 유튜브 개설해 MZ세대와 소통

이마속 기자 | © 송민 2021.06.25 11:34 | 0 댓글

신한생명과 오렌지라이프가 통합해 오는 7월 1일 출범하는 '신한라이프'가 신규 공식 유튜브 채널 (채널신한라이프)을 개설한다.

앞으로 신한라이프는 자사 FC의 이미지 정립과 FC라는 직업의 새로운 가치를 전달하기 위해 FC 브랜딩, MZ세대 소통/공감을 주 콘텐츠로 공식 유튜브 채널을 운영할 방침이다.

아울러 고객대상 이벤트 등 다양한 활동들과 연계해 브랜딩 시너지를 극대화하고 시즌 콘텐츠를 정규 편성해 구독자들을 지속적으로 유입할 계획이다.

이를 위해 방송인 홍석천씨와 함께 도시락 토크 프로그램 '석천이네 흥밥', 골목길 핫 플레이스를 찾아 소개하는 '힙스터' 등 MZ세대의 라이프 트렌드를 반영하고 독특한 재미까지 더한 콘텐츠를 제작, 방영을 준비하고 있다.

또한 양사 유튜브 채널 구독자들을 '신한라이프' 유튜브 채널로 유입하기 위한 다양한 SNS 이벤트도 준비하고 있다.

신규 채널 개설에 앞서, 신한생명과 오렌지라이프는 지난 6월 16일부터 양사가 보유한 유튜브 채널을 활용해 '신한라이프' 브랜드 론칭을 위한 티저 광고를 운영하고 있다.

'신한라이프' 티저 광고는 현재까지 조회수가 300만이 넘는 정도로 큰 호응을 얻고 있으며, 금융업계 유튜브 콘텐츠 조회수 기준 상위권에 랭크돼 있다.

신한생명과 오렌지라이프는 현재까지 합쳐서 약 2만 2천 명의 구독자를 보유하고 있다.

▶ [이코리아 트위터](#)

저작권자 © 이코리아 무단 전재 및 재배포 금지



앞으로 신한라이프는 자사 FC의 이미지 정립과 FC라는 직업의 새로운 가치를 전달하기 위해 FC 브랜딩, MZ세대 소통/공감을 주 콘텐츠로 공식 유튜브 채널을 운영할 방침이다.

신규 채널 개설에 앞서, 신한생명과 오렌지라이프는 지난 6월 16일부터 양사가 보유한 유튜브 채널을 활용해 '신한라이프' 브랜드 론칭을 위한 티저 광고를 운영하고 있다.

금융업계 유튜브 콘텐츠 조회수 기준 상위권에 랭크돼 있다.

출처 : 이코리아 신한라이프, 공식 유튜브 개설해 MZ세대와 소통 2021.06.25



# Search! All of your ways for digital marketing

본 보고서의 내용은 리서치애드 자체 개발 수집 엔진인 AD collector를 통해  
기계적으로 클리핑, 분류 및 통계 처리된 자료로 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다  
다만, 인터넷 상에 게재된 광고를 금액 가치로 환산한 자료로 그 활용 가치가 있습니다

리서치애드 전략운영본부

Tel. 02)546-9692 Mail. mkt@researchad.com