

MEDIA & MARKET REPORT

2021. 08.

Market Issue

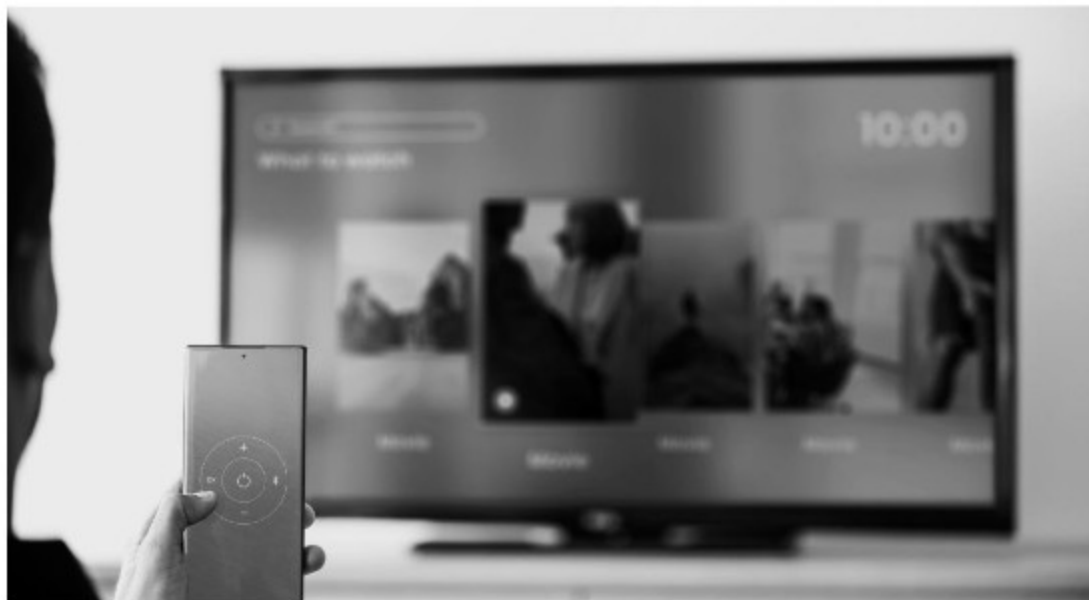
콘텐츠와 영상 개발에 힘쓰는 기업들
시청과 공간 광고 효율, 기대 효과는?
세종 카테고리 확장으로 진화해 모색하는 쇼핑 플랫폼

Media News

페이스북, 청수권나심 맞춤형 나뉠 광고 세한
사업거리에 맞춘 가하는 카카오
키오비즈 브랜드 익스팬션 동영상이형 출시

New Product

김카디
리커
고속버스터미널(경주/영동선) OO I



MARKET ISSUE.

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

폴터귀트 역량 개발에 힘쓰는 기업은
지상파-공간광고 허용, 기대효과는?
제품 카데고리 확장으로 진화를 모색하는 쇼퍼 플랫폼



풀필먼트 역량 개발에 힘쓰는 기업들

온라인 유통 기업들은 배송 경쟁력 확보를 위해 풀필먼트 역량 개발에 나서 중
네이버는 풀필먼트 입지와 제휴하는 방식으로, 쿠팡과 현대백화점은 자체 풀필먼트 시스템을 구축하는 방식으로 물류 사업 강화
빠른 배송이 물류 경쟁을 주도할 중요한 열쇠고 떠오르며, 풀필먼트를 이용한 전략이 더욱 확대될 전망

풀필먼트를 이용한 물류 경쟁력 강화 현황

업체와의 제휴



네이버 - 온라인 풀필먼트 플랫폼 'NFA'

스마트스토어 셀러에게 풀필먼트 업체를 연결해주는 온라인 플랫폼 'NFA' 오픈, 판매처 지원 열쇠를 비교하고 선택 가능

풀필먼트 시스템 구축



쿠팡 - 마이크로 풀필먼트 센터

드림속소규모 물류센터인 '마이크로 풀필먼트 센터'를 통해 10~15분 안에 생필품을 배송하는 '쿠팡이마트' 오픈, 지프형 미니밴이 센터에 상주하고 있어 빠른 배송 가능



현대백화점 - 이동형 마이크로 풀필먼트 센터

코드체인 시스템을 탑재하고 물류센터 기능을 수행하는 주기차량(이동형 마이크로 풀필먼트 센터) 활용, 지세 온라인 불려서 신선식품 주문시 30분 내 배달

지상파 중간광고 허용, 기대효과는?

시상파, 중편, 케이블의 구분없이 중간광고를 허용하고, 광고총량제를 동일하게 적용하는 '방송법 시행령 개정안'이 7월 1일부터 시행
그동안 지상파는 프로그램을 여러 회차로 쪼개 그 사이에 광고를 넣는 분리편성광고를 시행해왔으나 이제 정식으로 중간광고 송출 가능
중간광고는 분리편성광고와 달리 광고 송출 시선을 정할 수 있고 회차마다 타이틀을 삽입할 필요가 없이 높은 광고 수독도 기대

분리편성광고와 중간광고의 차이

분리편성광고	광고 종류	중간광고
하나의 프로그램을 2~3부로 쪼개 그 사이에 편성하는 광고	개념	하나의 방송 프로그램 중간에 나오는 광고
프로그램 시작전후, 분리한 회차 사이에만 광고 송출 가능	송출 시점	방송사가 원하는 시점에 광고 송출 가능
회차 한 개 회차마다 연령고지 및 시작/종료 타이틀 삽입 필요	시청자 안내 고지	연령고지 및 타이틀 삽입은 불필요하니 중간광고기시지침을 알리는 시막 또는 음성 고지 삽입 필요
분리된 프로그램이 각각 다른 회차로 간주되어 시청률 따르게	시청률 집계 방식	하나의 프로그램이므로 시청률 종합 집계

제품 카테고리 확장으로 진화를 모색하는 쇼핑 플랫폼

특정 카테고리의 제품을 전문적으로 판매하는 쇼핑 플랫폼들이 취급 품목을 넓히고 영역을 확장하는 시리 증기
대형가전이나 여행상품처럼 거래액이 높은 저음을 입점시켜 구노를 키우고, 종합몰과의 경쟁이 더 치열하기 위한 전략으로 해서
플랫폼에 대한 충성도·신뢰도가 극대 전환에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것으로 예상

쇼핑 플랫폼의 제품 확장 현황



MARKET
Kurly

식품 플랫폼 '마켓컬리'

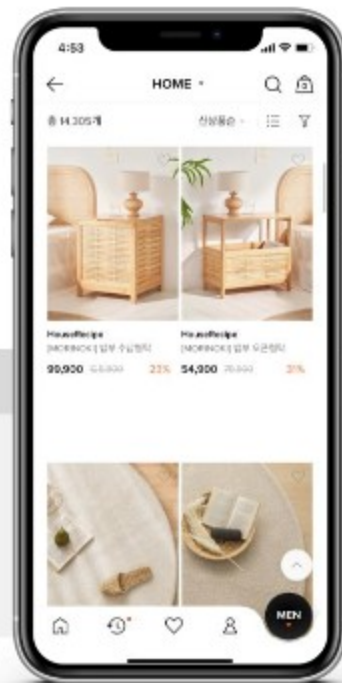
- 뷰티, 주방용품, 아기용품 등으로 확장
- 최근 인터파크투어와 손잡고
호텔 리조트 특가상품 판매
- 비식품 분야 상품 판매량 160% 증가



MUSINSA

패션 플랫폼 '무신사'

- 냉정고, 에어컨, 청소기 등
삼성전자, LG전자 외 대졸가전 판매
- 도서, 빈칸등을, 뷰티, 인더리 등
다양한 카테고리의 저품 취급



W.CONCEPT

패션 플랫폼 '더블유컨셉'

- 인테리어 제품, 전자기기 등 판매
- SSG노کم이 인수된 후 심성비스프크
라인업 및 뷰티 편집숍 시크릿 일선
- 뷰티/라이프 카테고리 거래액 54% 증가

MEDIA NEWS.

주요 미디어 이슈와 0 달의 미디어브리핑을 한눈에 정리하여 전해 드립니다.

페이 스북, 청소년 대상 맞춤형 타겟 광고지하
사업개편에 박차붙가하는 카카오
카카오 비즈보드 익스팬더를 동양상 우형 출시



페이스북, 청소년 대상 맞춤형 타겟 광고 제한

페이스북은 청소년의 사상화와 안전을 보호하기 위해 플랫폼 전반에 걸쳐 권좌를 시도

이때부터 오는 8월 23일부터 청소년의 관심사, 활동기록을 기반으로 한 최근 맞춤형 타겟 광고가 불가

해당 정책은 미신저·인스타그램에도 동일하게 적용되며, 18세 이하 청소년의 경우 나이·성별·위치 기반 광고도 가능

청소년 관련 광고 정책 변화와 대응 방안



정책 변화 내용

2021년 8월 23일부터 청소년을 대상으로 한
최근 맞춤형 타겟 광고는 집행 불가

페이스북을 비롯해
데신저·인스타그램에도 동일하게 적용



진행 캠페인 확인 사항

진행하고 있는 맞춤형 타겟 광고에
청소년이 포함되어 있 - 경우 제외 처리 된 예정

도달률을 비롯한 수치 감소가 나타날 수 있으며,
제한 대상 캠페인은 광고관리자에서 인너여성



대응 방안

제한 대상 캠페인은 8월 23일 이전 광고를
검토하고 새로운 운영 전략을 수립할 것을 추천

정책 변화 이후 청소년 도달을 유지하기 위해서는
상수, 연령, 성별로 타겟팅하는 세트를 새롭게 구성

사업개편에 박차를 가하는 카카오

최근 카카오는 시시거 선제하고 있는 언론, 웹툰, 패션 사업부문을 새롭게 난장
기세지 는 경쟁환경에 대응하며 인수합병한 기업들과 시너지를 모색하기 위한 움직임으로 분석
거뜰넌 사업체제의 성과 획득을 위해 올 하반기부터 높은 자원이 집중될 것으로 전망

카카오의 사업개편 개요



지그재그 합병 후 카카오스타일 출범
2021. 07

카카오로부터 1,000억원의 자금을 확보하며 공격적인 사업 확장이나설 준비

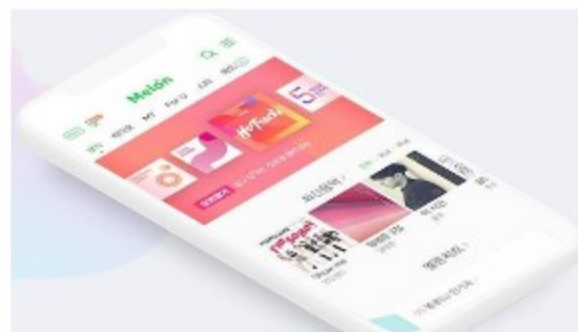
패션 카테고리에서 축적한 시인 역할을 부디, 리빙 등 스타일 전 영역으로 확장할 계획



다음웹툰, 카카오웹툰으로 새롭게 출범
2021. 08

새로운 이 용자 경험을 제공하는 UI-UX 모델과 시 웹툰 추천 서비스를 도입 계획

카카오재팬 '이 큐미'와 지난 5월 인수한 북미 올트 글러플 '이-파스'를 활용해 글로벌 시장 진출 예정



멜론, 카카오엔터에 CIC 형태로 합류
2021. 09

음원 스트리밍 기업들의 수격을 따돌리기 위해 카카오에서 루사 후 카카오엔터에 합류

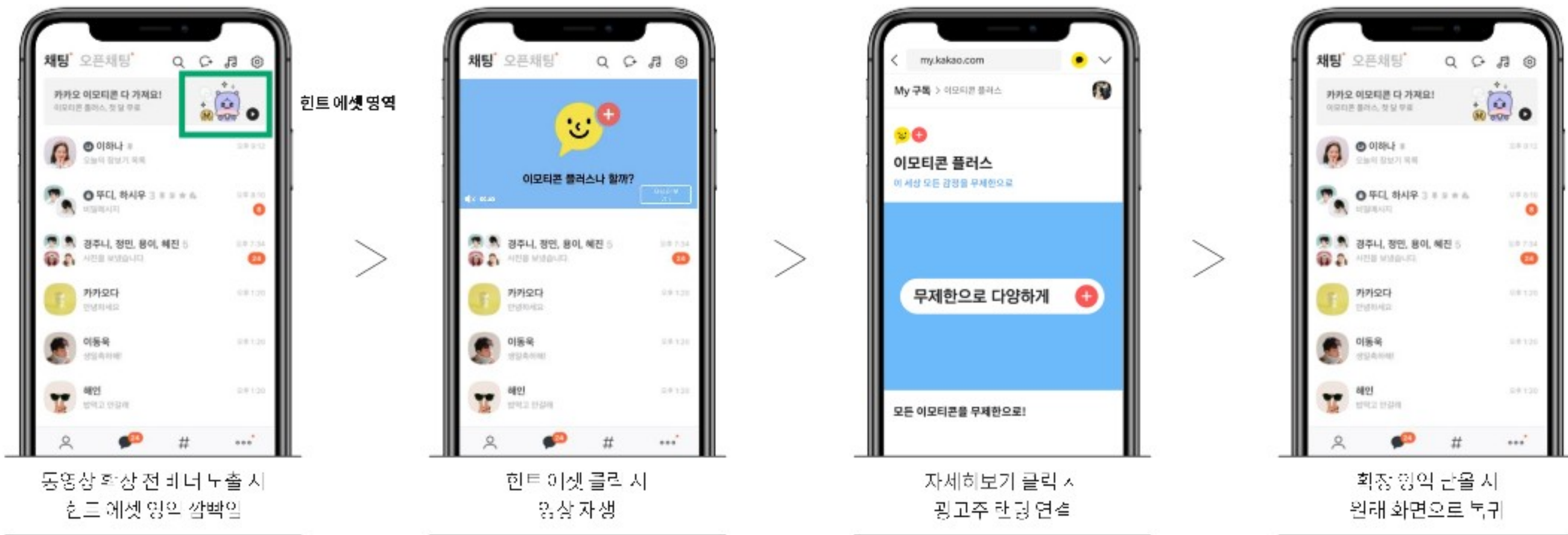
카카오엔터가 보유한 카카오페이지, 카카오키와 시너지를 통해 종합 엔터테인먼트 서비스로 고약

카카오 비즈보드 익스팬더블 동영상 유형 출시

키키오 비즈보드의 프리미엄 확장 형태인 '익스팬더블 동영상 유형'이 8월 3일 BETA 출시
비너너 힌트 이셋을 클릭 시 영상 확장과 함께 자동 저장되며, 화면 전환 없이 채팅란 안에서 시청 가능
기존 비즈보드 소재에 약간의 수정만으로도 익스팬더블을 적용할 수 있어 활용도가 높을 것으로 예상

익스팬더블 구성 및 활용 예시

BETA 단계에서는 화이트리스트 광고주만 사용할 수 있습니다.



MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버	· PC 항공권 광고 위치 및 사이즈 변경(7월 22일~): 좌측 식사 각형 미디어에서 전면 가로 미디어 형태로 노출
		· 스노우 단가 및 판매방식 변경(9월 1일~): 길입미디어 CPM 단가 3,000원 → 4,000원으로 변경, 종료미디어 판매 방식 CPM → CPT로 변경
		· 밴드 풀스크린 취소 위약금 규정/유닛 변경 예정: 집행 기간에 따라 위약금 일일&주간 추가 적용
	네이버 성과형 디스플레이 광고	· GFA 구매의도 타겟팅 카테고리 확대(7월 12일~): 기존 구매의도 카테고리 13/개에서 신규 카테고리 121개가 추가되어 오픈, 총 258개 카테고리 내 제공
		· PC 메일 재개 및 부동산 지면 신규 추가(7월 29일 예정): PC 메일 지면 광고 재개 예정, 부동산 홈·뉴스·경매·커뮤니티·세븐등의 지면에 추가 노출
	카카오	· 카카오 비즈보드 최소 입찰단가 변경(7월 8일~): 비즈보드 최소 CPM 1,000원으로 변경(기존: 4,000원)
		· 다음PC 로그인창 하단 지면 동영상 광고에 추가(7월 27일 예정): 이웃스트리 형태로 노출, 무음 상태로 자동재생되며 시운트 조건 기능
		· MAT 기능, 픽셀&SDK로 완전 통합(8월 3일~): 향후 픽셀&SDK 인증 코드를 활용한 MAT 인증인 기능(MAT 인증 코드 활용 불가)
		· 카카오톡 #탭 서비스 종료(8월 3일~): 비즈보드 상에서 #탭 탭링 불가, 기존 #탭에 노출되던 광고는 신규 서비스로 노출유치 변경
	JTBC	· US 오픈 특판 패키지 출시: 조카 차등 동행커출전, 조회수 300만회 이상 광고 상품 신규 출시
키즈노트	· 홈화면 1일 고정형 네이티브 메인 아이콘 상품 출시: 예상 노출 약 200만회, 1구좌 1천만원	
프로모션	네이버	· 밴드 풀스크린 신규 광고주 프로모션(~10월 31일): 싱클/공주일 공식 집행 금액 30% 할인 적용(싱클을 기준 최근 90일 내 광고 집행 이력이 없는 광고주 대상, 1회 한정)
	오늘학교	· 얼리버드 챌린지 패키지(~8월 31일): 얼리버드 - 챌린지 1구좌 부가 서비스/종료 말업 매치 1주(350만원) 추가제공
	에누리닷컴	· 단가할인 프로모션: 1주 기준, DA/동영상 광고 상품 단가 50% 할인

NEW MEDIA.

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

김캐디
디거
고속버스터미널(경부/영동선) 001



김캐디

스크린골프장 중보의 실시간 예약기능을 제공하는 스크린골프장 예약 플랫폼
3040 남성, 그스드 직상원 타겟 캠페인에 최적화된 PC/구비일 배너 광고 상품 보유

앱 스플래시배너

앱 실행시 하단에 노출되며
광고로 인한 독진이 가능



앱 메인하단배너

앱 메인 하단에 노출되며
최대 4기 구좌 돌링



PC 웹 메인배너

메인 화면 좌측 상단에 노출되며
최대 2기 구좌 돌링



광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC/MO	기타	C/P	=적 앱 1, 운모 17만, MAU 12만

티커

AR기술을 활용한 가상 커이 크업 플랫폼으로, 휴대폰 카메라를 이용해 증강현실에서 제품 체험이 가능
 브랜드의 실제 제품을 플랫폼 내 가상 화장품 콘텐츠로 구현, 제품 리스트에 노출

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
KO	AR	패키지	누적 일 4만 50만

가상 화장품 콘텐츠 제작 프로세스

광고단가는 제작된 콘텐츠의 노출 기간에 따라 산정
 (1년, 6개월, 1개월 패키지)



STP 01
실제 제품 전달



STP 02
가상 화장품 콘텐츠 제작



STP 03
앱 적용 및 메이크업
정밀도 체크



STP 04
가상 화장품 LIVE



고속버스터미널(경부/영동선) OOH

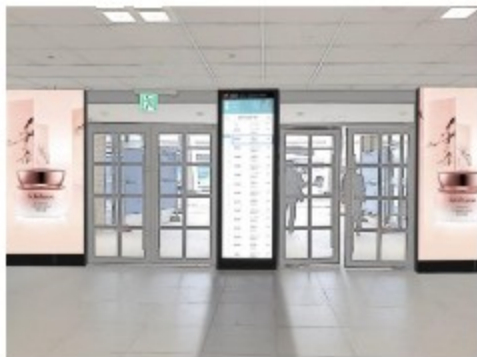
경부선 리모델링에 맞춰 다양한 유형의 디지털 OOH 미디어를 신설

지하철 3, 7, 9호선 고서곶 다수의 터미널 이용객 대상 효과적인 메시지 전달 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
OOH	이 시, 동영상	구하권	NAU 1,100만

주요 광고지면

경부선 승차 게이트



경부선 조성 부이



미디어 타워



통합 대표수



지하철 역사인구 시각 기준



SPECIAL PROMOTION.

메조미디어만의 특별한 미디어 프로모션을 안내해 드립니다

김캐디 광고실뽕 20% 특가 할인 프로모션
디저트가상 화장품 콘텐츠 부상 제작 지원 그로모션
넵드웍 x 메조미디어 단독 K리그 가상광고 프로모션

김캐디 광고상품 20% 단가 할인 프로모션

경제력 보유한 3040 남성 유저 타겟팅에 최적화된 스크린골프장 예약 플랫폼

상품구성	프로모션 A: 신 권고 상품 프로모션 B: 후두바닥	집행기간	4주
메조미디어 특별 혜택	프로모션 A: 신 권고 상품 20% 단가 할인 프로모션 프로모션 B: MO 웹 메인 하단 배너 1주 (100만뷰) 실행 시, PC & MO 웹 메인 상단 배너 1주 (300만뷰) 추가 서비스 제공 *순치는 2개 링크 주 환상 (8~9월), 월별 1개 링크 주 제공	예상 노출량(imps)	프로모션 A: 메인 키워드 배너, 예상 17만 imps / 이상 CTR 10 ~ 15% (*그외 지역 별도 논의) 프로모션 B: 예상 47만 imps / 예상 CTR 0.18% ~ 0.37% (*달 주 업종 / 시군구 별 상이)
		판매기간	프로모션 A: 2021년 8월 1일 ~ 8월 31일 프로모션 B: 2021년 8월 1일 ~ 9월 30일

* 집행 요청 및 문의 이메일: m_plan@cj.net | 메 주디 디오 디지털기획팀

프로모션 A (메인 팝업 배너 예시)

초기화면 진입 시 노출되는 전단 배너로 1개월 독점 노출이 가능
(20% 할인 적용 시 44만원 600만원 > 1개월 480만원)



*메인 화면 아래는 주 생분기, 1회 순금 증시 집행 필수

프로모션 B

MO 웹 메인 하단 배너 집행 시
PC & MO 웹 상단 배너 서비스 제공



티커 가상 화장품 콘텐츠 무상 제작 지원 프로모션

색조 화장품을 AR 콘텐츠로 제작해 제품 경험을 유도하고, 이벤트를 활용한 캠페인 확산

상품구성	티커 가상 화장품 콘텐츠 제작 패키지 (티커 드로우 1회 포함)	집행기간	별도 이니 요청 시점까지 7개월 기준
단가	가상 화장품 콘텐츠 제작을 위한 제품 5개, 티커 드로우 영동 제작을 위한 제품 30개 제공 가능	집행가능업종	색조 제품 브랜드 코스메티션
메조미디어 특별 혜택	가상 화장품 콘텐츠 5개 제작 및 게시 & 티커 드로우 1회 포함 무상 지원 (약 1,825만원)	판매기간	2021년 8월 1일 ~ 9월 30일

* 집행 요청 및 문의 문의: m_plan@cj.net | 메 주디 디오 디지털기획팀

티커 가상 화장품 콘텐츠

저렴의 컬러 & 실감 구현도가 높은 AR 콘텐츠로
코스메틱 제품 테스트 경험 제공



▶ F 키 AR 콘텐츠 활용 예시

* 제작된 AR 콘텐츠 저작권은 F 키에 귀속

티커 드로우

AR 콘텐츠 체험을 유도하는 SNS 인증 이벤트로
바이럴 확산 및 브랜드 인지도 확보에 효과적



팀트웰브 X 메조미디어 단독 K리그 가상광고 프로모션

네이버·카카오에서 노출되는 K리그 뉴미디어 광고로 높은 주목도가 특징

상품구성	K리그 가상광고, SOV 상품	집행기간	약 1개월 (K리그 경기 일정에 따라 상이) / 1 term 단위로 판매 (1 term: 24경기)
메조미디어 특별 혜택 (순삭수 지원)	프로모션 A: SOV 100% & SOV 75%, 10% 디지컬 지원	예상 노출량(imps)	생중계 150~200만 UV / VOD 250~300만 View (1개월 기준)
	프로모션 B: SOV 50% & SOV 25%, 집행기간 1:1 서비스 제공	판매기간	2021년 8월 1일 ~ 8월 31일
	프로모션 C: 하프타임 송간광고 진행 시, 우측 하단 가상광고 또는 송간광고 방구외사나 순삭수		

* SOV(Share of Voice): 광고 인벤투먼트 비율
* 순삭수: 순삭수 지원

* 집행유형 및 문의처: m_plan@cj.net | 메조미디어 디지털기획팀

K리그 가상광고, SOV 상품

네이버·카카오에 업로드되는 K리그 경기 상중계/VOD에 노출되는 상품으로
인벤투먼트 점유율(SOV) 단위 판매를 통해 커버리지 극대화 가능



우측 하단 가상광고
경기 진행 중 10분 단위로 반복노출 (8회)



하프타임 직전 가상광고
진반 종료 후 & 후반 시작 전 2회 노출



하프타임 송간광고
진반 종료 후 하프타임 1회 노출

CONTACT US,

니지 딜과 컷 브랜드 이커 이브, 메조미디어 트렌드기획팀
mezzo_report@cj.net

뉴스레터 구독신청

INSIGHT M지 루신

