

Monthly

리서치애드 트렌드 리포트

12월 교육관련 웹서비스(온라인교육)업종 _배포용

2022.01

2021년 12월, 교육관련 웹서비스(온라인교육)중분류 업종 기준

광고비는

PC + Mobile + Video 데이터, 총 약 81억 원으로 집계되었으며,
Video 에서 가장 많은 광고비가 집계되었습니다

광고주는

메가스터디교육 이 약 8억 원으로 광고주 중 가장 높은 광고비를 기록했습니다

매체는

유튜브 가 약 22억 원으로 매체 중 가장 높은 광고비를 기록했습니다

캠페인은

스터디맥스의 스피킹맥스가 가장 높은 광고비를 기록했습니다

2021년 12월 교육관련 웹서비스(온라인교육)업종의 디지털 광고비는 총 약 81억 원으로

전년 동월 대비 17.5% 증가하고, 광고주 수는 32.4% 증가한 것으로 나타납니다



교육관련 웹서비스(온라인교육)업종 광고비 증감

(단위: 천 원, 개)



광고비

6,875,603

2020년 12월

17.5%

8,076,028

2021년 12월



광고주 수

216

2020년 12월

32.4%

286

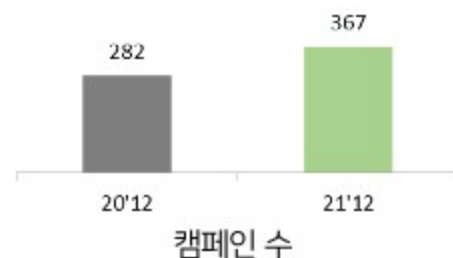
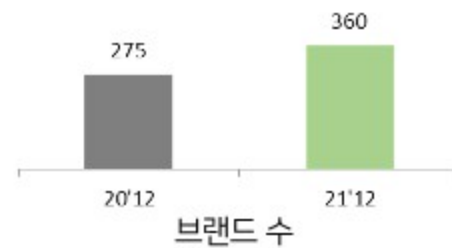
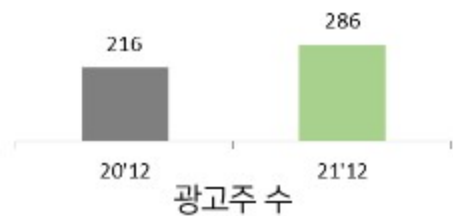
2021년 12월

2021년 12월 교육관련 웹서비스(온라인교육)업종의 전년 동월 대비 각 수치를 살펴보면,

4개 영역 모두 증가하는 추세를 보입니다

특히, **앱/매체 수**는 45.8%로 가장 높은 증가율을 기록했습니다

(단위 : 개)



2021년 12월 교육관련 웹서비스(온라인교육)업종의 각 영역별 광고비는

Video > PC > Mobile 광고비 순서로 집행되었습니다

전년 동월 대비, PC, Mobile, Video 각각 19.8%, 46.6%, 0.2% 증가했습니다



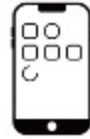
PC

약 28억 원

전년 동월(20'12) 약 23억 원

광고주 TOP5

1	스터디맥스
2	챔프스터디
3	천재교육
4	메가스터디교육
5	이투스교육



Mobile

약 23억 원

전년 동월(20'12) 약 16억 원

광고주 TOP5

1	메가스터디교육
2	연세대학교
3	천재교육
4	이투스교육
5	세븐에듀



Video

약 30억 원

전년 동월(20'12) 약 30억 원

광고주 TOP5

1	메가스터디교육
2	천재교육
3	이투스교육
4	클래스101
5	컬슨

2021년 12월 교육관련 웹서비스(온라인교육)업종의 각 영역별 신규 광고주 TOP5

PC Banner 신규 광고주는 총 14개, Mobile Banner는 총 14개, Video는 총 4개로 확인되었습니다

*2015년 광고주 데이터부터



PC

(단위: 천 원)

신규 광고주 TOP5

1	에듀라이크
2	티디아이
3	러닝플러스
4	캄아일랜드
5	서울직업교육거점센터

PC 신규 광고주 중 광고비를 가장 많이 진행한 **에듀라이크**는 39.2%로 큰 비중을 기록했습니다



Mobile

(단위: 천 원)

신규 광고주 TOP5

1	알파벳토이
2	라이징크래프트
3	하이코두
4	러닝플러스
5	단숨

Mobile 신규 광고주 중 광고비를 가장 많이 진행한 **알파벳토이**는 39.7%의 비중을 기록했습니다



Video

(단위: 천 원)

신규 광고주 TOP5

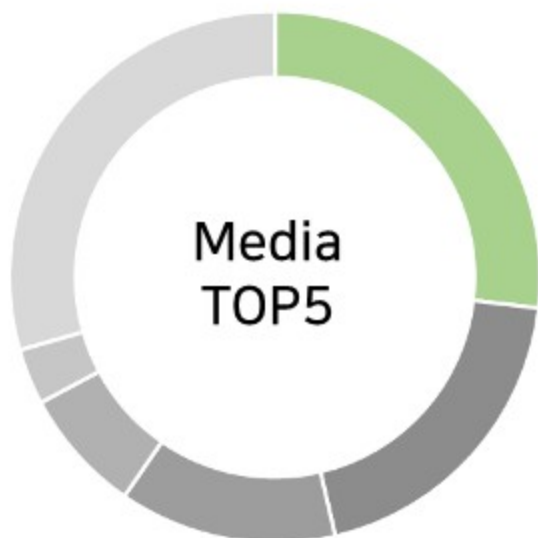
1	키바온라인
2	패스프렘
3	하이코두
4	더블유에이티
5	-

Video 신규 광고주 중 광고비를 가장 많이 진행한 **키바온라인**은 53.4%의 비중을 기록했습니다

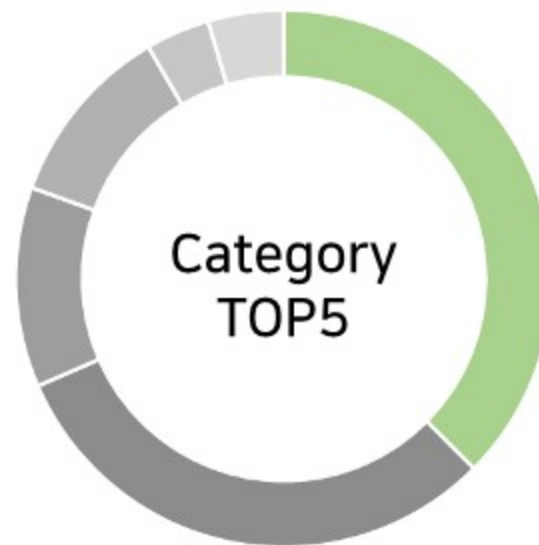
2021년 12월 교육관련 웹서비스(온라인교육)업종의 매체 형태를 살펴보면,

웹/앱 매체 TOP5 중 유튜브(web) 매체는 26.9%, 약 22억 원으로 가장 높은 광고비를 집행했습니다

카테고리 TOP5 중에서는 포털 카테고리가 37.5%, 약 30억 원으로 가장 높은 광고비를 집행했습니다



- 유튜브(web) 26.9%
- 다음(web) 19.5%
- 네이버(web) 13.3%
- 페이스북(web) 7.6%
- 네이트(web) 3.4%
- 그 외 29.4%



- 포털 37.5%
- 엔터테인먼트 31.0%
- 신문/잡지 12.0%
- 커뮤니티 11.1%
- 모바일 3.9%
- 그 외 4.6%

교육관련 웹서비스(온라인교육)업종 뉴스 클리핑

어? 그 배우 아니네...모델 바꾼 기초영어 '광고 전쟁'

위버스매체 | 이창훈 기자

2021.01.22 06:00



주요 기초영어 교육업체들이 광고모델을 대기 불만이 커면서 마케팅 전쟁에 불이 붙을 전망이다. 연달연시 영어교과서 수요에 밀리는 코로나19(COVID-19)로 인한 교과서교과 용가까지 겹쳐 치열한 시장전쟁 양상이 예상된다.

22일 기초영어 업계에 따르면 시원스쿨을 운영하는 에스제이더블유(SJW)인터내셔널은 지난 15일 배우 하정우와 김수현을 광고모델로 낙점했다. 지난해 7월 광고모델을 기용했던 시원스쿨은 1년 만에 다시 브랜드 얼굴을 갈았다.

시원스쿨은 이들이 모델링을 이유로 "친근하고 신뢰도 높은 이미지"라고 설명했다. 특히 하정우는 어시플 시원스쿨 대표강사에게 직접 영어를 배우고 있는 까닭이다. 김수현 배우는 시원스쿨과 강사 강우를 주선 중인 것으로 알려졌다.

대규모인 경쟁업체인 종합교육기업 야나두는 4년 넘게 활동하던 배우 조정석을 대신에 마동석과 헨리를 전면으로 내세운다. 야나두는 나아가 유명 모델을 사용하지 않고, 일반인 수강생을 기용하는 등 변화를 시도하고 있다.

김이승후진 시제집을 운영하는 위버스타인두는 지난해 12월 배우 이상윤을 광고모델로 낙점했다. 4년 전부터 인연을 맺었던 이상윤과 결혼하고, 서울대학교 출신의 '이아남'이 거시된 남자 '이아남' 수석모델 이상윤을 찍었다. 위버스타인두가 2018년 인수한 스피킹맥스는 배우 이서진을 쓰고 있다.

지난해 말 출시한 AI(인공지능)를 활용한 영어회화 브랜드 원어공은 배우 유연석을 전속모델로 정했다. 원어공 관계자는 "지적이고, 신뢰감 있는 유연석의 이미지와 원어공 브랜드가 잘 들어맞는다"고 모델 선정 이유를 설명했다.

업계 따르면 3000억 원 거액으로 알려진 국내 기초영어 시장은 모델의 중요성이 높다. 현재부터 설날 캠페인까지 한해 농사를 결정짓는 최대 선수가인데, 콘텐츠 차별화에 앞서 이미지와 따라 손목이 뒤따라기도 하기 때문이다.

올해는 특히 경쟁적으로 남성 배우를 전면에 내세우고, 신뢰감 있는 브랜드 이미지 강화에 공을 들이는 모습이다. 업계 관계자는 "올해는 코로나19까지 대학지 온라인 교육수요가 급증했고, 실력에 도 영향을 미칠 수 있다"고 말했다.

원어공은 높은 마케팅 비용에 대한 비판의 목소리도 높다. 소비자들에게 부담이 전가되고, 콘텐츠 질 저하와 수익확대까지 이어질 수 있기 때문이다. 업계 관계자는 "시장 경쟁상 때문에 비싸게 높은 광고비를 쓰고 있다"고 지적했다.

2019년 감사보고서에 따르면 시원스쿨은 연정기준 매출 452억 원올 넘어 광고선전비만 100억 원 올렸다. 야나두는 매출액 425억 원올 기록했고, 광고료 25억 원올 들었다. 위버스타인두는 매출 461억 원에 광고료 128억 원올 썼다.

시원스쿨을 운영하는 에스제이더블유(SJW)인터내셔널은 지난 15일 배우 하정우와 김수현을 광고모델로 낙점했다.

대표적인 경쟁업체인 종합교육기업 야나두는 4년 넘게 활동하던 배우 조정석을 대신에 마동석과 헨리를 전면으로 내세운다. 야나두는 나아가 유명 모델을 사용하지 않고, 일반인 수강생을 기용하는 등 변화를 시도하고 있다.

위버스마인드가 2019년 인수한 스피킹맥스는 배우 이서진을 쓰고 있다.

원어공은 배우 유연석을 전속모델로 정했다. 원어공 관계자는 "지적이고, 신뢰감 있는 유연석의 이미지와 원어공 브랜드가 잘 들어맞는다"고 모델 선정 이유를 설명했다.

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