

MEDIA & MARKET REPORT

2022. 06.

Market Issue

시장 한계 극복을 위해 변화를 시도하는 미디어커머스
 식품업계 NFT 활용 마케팅 활발
 MZ세대의 새로운 취미, 테니스를 공략하는 패션업계

Media News

구글, 광고 개인화 기능 공개
 락톡, 인터랙티브 애드온 기능 론칭
 네이버, 멀티모달 AI로 검색 기능 강화

New Product

네이트온 모바일
 오일나우
 버즈빌



MARKET ISSUE.

디지털 마케팅 플랜에 꼭 참고해야 하는 주요 산업 이슈를 정리해드립니다.

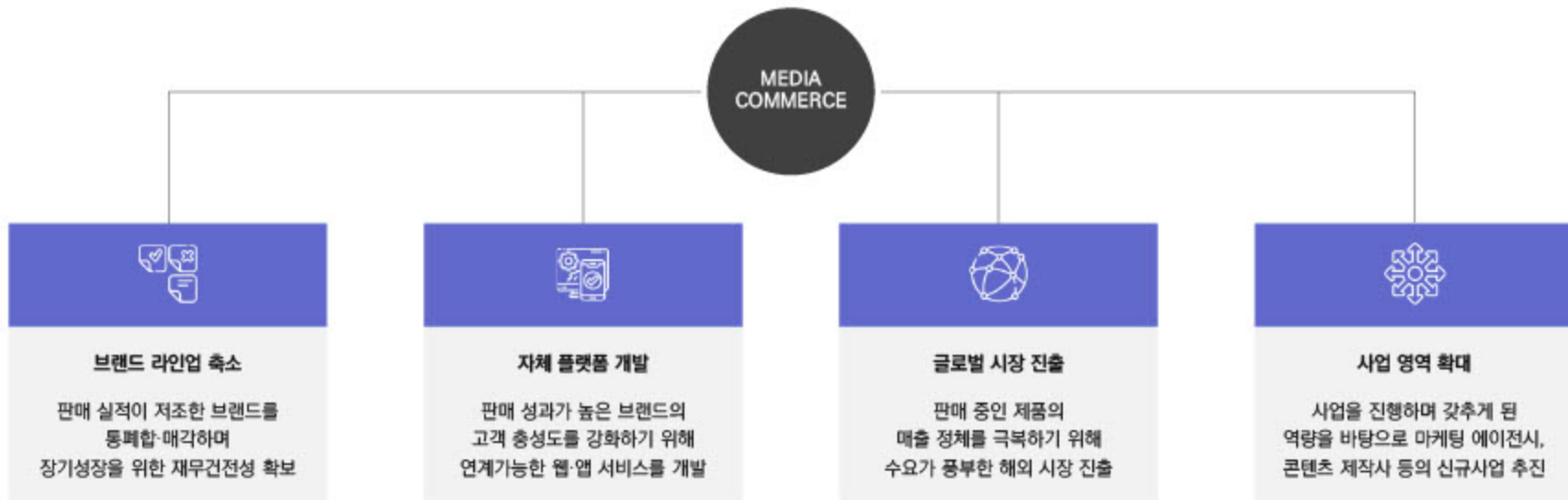
시장 한계 극복을 위해 변화를 시도하는 미디어커머스
식품업계 NFT 활용 마케팅 활발
MZ세대의 새로운 취미, 테니스를 공략하는 패션업계



시장 한계 극복을 위해 변화를 시도하는 미디어커머스

소셜미디어와 퍼포먼스 마케팅을 기반으로 빠르게 성장해오던 미디어커머스 기업들의 성장이 둔화
광고 피로도 증가, 과장광고에 대한 불신, 개인정보 보호조치로 인한 광고효율 저하가 주요원인으로 분석
미디어커머스 기업들은 마케팅 의존도를 낮추고 핵심역량을 강화하는 방향으로 사업 구조를 재편해나가는 중

미디어커머스 기업들의 사업 변화·확대



식품업계 NFT 활용 마케팅 활발

식품기업들이 소비자의 관심을 끌기 위해 NFT를 마케팅에 활용하는 사례가 증가
브랜드-제품 정체성이 담긴 NFT를 제작하여 추첨을 통해 증정하는 이벤트가 가장 일반적
최근에는 NFT 소유 고객에게 특별한 멤버십 혜택을 제공하는 등 NFT가 서비스 영역으로 연계

식품업계의 NFT 마케팅 사례



BHC x KB국민카드 '부찌' NFT 캠페인

BHC는 자사 캐릭터 '부찌' NFT를 발행하여
KB국민카드 이벤트를 통해 배모,
소유자에게 다양한 프로모션 혜택을 제공할 계획



롯데제과 x NFT 아티스트 '배베로 프렌즈' NFT 캠페인

전문 아티스트와 협업해 배베로 프렌즈 캐릭터가
등장하는 NFT 작품을 제작하고 판매,
판매수익금은 전액 기부 예정



SPC삼립 '파리바게트 제주마음센드' NFT 캠페인

많은 인기를 끌고 있는 '제주마음센드' 제품의
NFT를 한정 발행, 이벤트 당첨자에게 NFT를 증정하고
VIP 멤버십 혜택을 제공

MZ세대의 새로운 취미, 테니스를 공략하는 패션업계

MZ세대를 중심으로 테니스가 큰 인기를 끌자 패션 기업들은 테니스웨어 라인을 확대·출시
스포츠의류 브랜드는 물론, 여러 패션 브랜드가 테니스웨어 라인을 출시하며 테니스 트렌드에 합류
일상복으로 진화한 테니스룩은 여름 시즌 특수까지 누리며 유행이 쉽게 식지 않을 것으로 전망

패션업계의 테니스웨어 출시 사례



스튜디오 돔보이

첫 스포츠 라인인 '돔보이 스포츠 클럽'을 런칭하고
테니스웨어를 출시, 브랜드 특유의 핏과 색감으로
일반적인 테니스웨어와 차별화



힐라

MZ세대를 타겟으로 테니스웨어 '화이트라인'을 출시,
활동성을 강조한 '액티브 온과'
패션성을 높인 '액티브 오프' 라인으로 구성



럭키슈에프

'럭키 데 스포츠' 라인을 출시하며 테니스와 골프 등
활기찬 아웃도어 활동을 위한 제품들을 공개

MEDIA NEWS.

주요 미디어 이슈와 이달의 미디어 브리핑을 한눈에 정리하여 전해 드립니다.

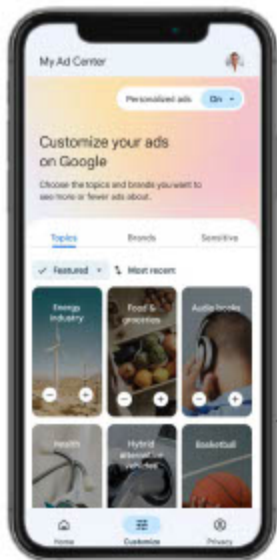
구글, 광고 개인화 기능 공개
틱톡, 인터랙티브 애드온 기능 론칭
네이버, 멀티모달 시로 검색 기능 강화



구글, 광고 개인화 기능 공개

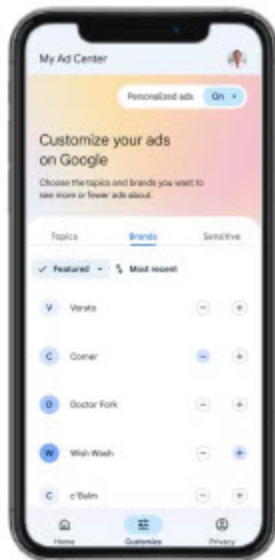
구글은 최근 열린 개발자 컨퍼런스에서 사용자가 주제별·브랜드별 광고 노출을 제어할 수 있는 도구를 공개 하반기부터 구글 및 유튜브에 적용될 예정이며 '내 광고 센터(My Ad Center)'에서 광고 제어가 가능 이는 사용자 경험관리의 일환으로 사용환경 개선, 광고 피로도 감소 등에 기여할 것으로 기대

구글의 광고 개인화 기능



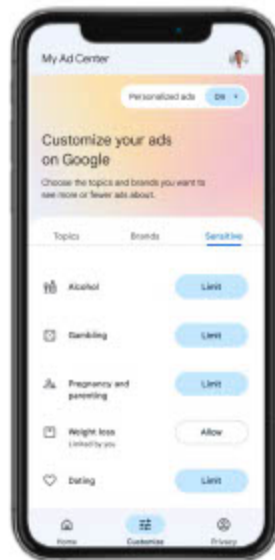
주제별 설정

건강, 식음료, 스킨케어 등 원하는
카테고리의 광고를 추가하거나 차단



브랜드별 설정

특정 브랜드의 광고 노출 여부를
-, + 버튼을 이용해 손쉽게 제어



민감한 주제 설정

알코올, 도박, 체중감량 등
민감한 주제의 광고 차단 가능

틱톡, 인터랙티브 애드온 기능 론칭

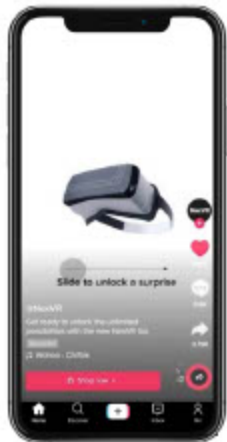
틱톡은 인피드 광고에 시각적 요소를 더해 이용자의 참여를 유도하는 '인터랙티브 애드온' 기능을 공개
영상 위에 오버레이를 띄우거나 인터랙션을 유도하며 이용자들의 흥미를 자극하고 광고 효과를 극대화
웹사이트 방문, 이벤트 참여, 구매 전환 등 다양한 마케팅 목표에 활용할 수 있을 것으로 예상

틱톡 인터랙티브 애드온 유형



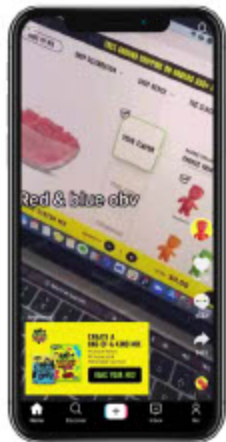
팝아웃 쇼케이스

오버레이가 영상 위에
팝업되어 클릭을 유도



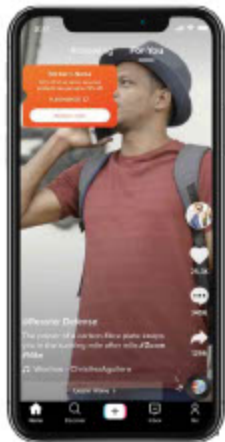
제스처

클릭, 슬라이드 등의
반응 시 랜딩 페이지 연결



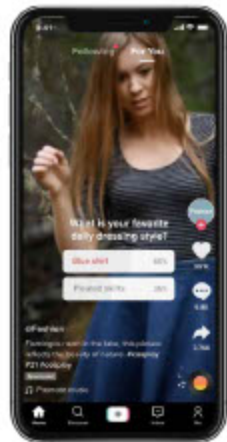
디스플레이 카드

디스플레이 카드를 띄워
메시지 전달 및 클릭 유도



기프트 코드 스티커

제품 구매 시 사용할 수 있는
할인 코드를 제공



투표 스티커

설문 조사, 퀴즈 등으로
이용자 참여 유도



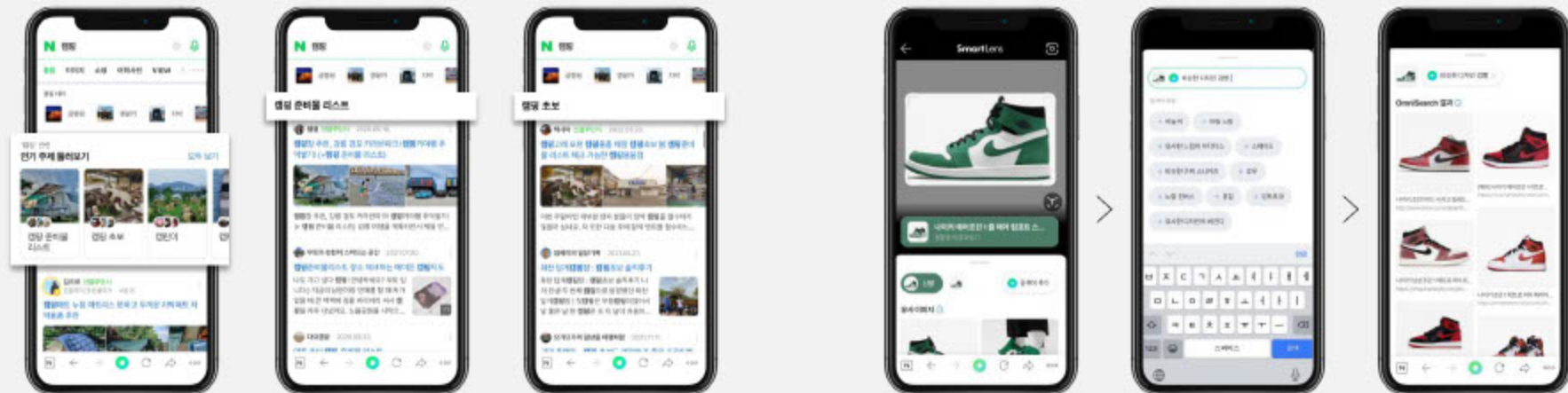
카운트다운 스티커

기간한정 타이머를 통해
구매 욕구를 자극

네이버, 멀티모달 AI로 검색 기능 강화

네이버는 복합정보를 동시에 학습하고 찾아주는 '멀티모달AI'를 이미지 검색 서비스인 '스마트렌즈'에 적용
이용자는 이미지 검색 후 검색어 추가를 통해 원하는 정보를 빠르고 효율적으로 탐색 가능
네이버는 플랫폼 경쟁력 확보 차원에서 AI를 활용한 개인 맞춤형 검색 기술을 지속적으로 강화해나갈 것으로 전망

AI를 활용한 네이버의 검색 서비스



스마트블록 기능을 적용한 에어서치 (2021. 10)

블로그, 뉴스, 이미지 등으로 노출되던 기존 방식에서
트렌드와 이용자의 관심사를 반영해 주제별로 검색 결과를 노출하는 방식으로 변경

멀티모달 AI를 적용한 스마트렌즈 (2022. 04)

이용자는 검색하고자 하는 이미지를 스마트렌즈로 촬영한 후,
검색어를 추가해 더욱 자세하고 정확한 결과 확인 가능

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버	· 브랜드검색 모바일 리뷰형 판매 재개(4월 25일~): 광고주가 직접 선택한 네이버 인플루언서의 리뷰 콘텐츠 노출
		· 스페셜DA 드래그 확장형 출시(5월 2일~): 베너 내의 이미지를 드래그 시 베너가 확장되는 상품, 기본 이미지형 대비 10% 할증
	네이버 성과형 DA	· 서비스통합 MO 광고 노출 영역 종료(4월 14일~): '서비스통합: 모바일' 노출 지면 내 스포츠 종목 중 N골프 광고 노출 제외
		· 카탈로그 판매 캠페인 타겟팅 대상 확대(5월 24일~): 카탈로그 판매 캠페인의 네이버 다이내믹 광고(NDA) 타겟팅 범위에 '쇼핑라이브 방송 반응 고객'도 포함
	SMR	· SMR 큐레이션 판매 재개(6월~): 예능 / 라이프스타일 / 시사경제 / 뮤직 / 스포츠 큐레이션 판매 재개, 고정 CPM 16,500원
		· SMR BEST 판매 재개(6월~): 실시간 인기 클럽 위주 노출되는 구좌제 상품으로 월 최대 7개 구좌 선착순 판매, 월 1.5억 이상 집행 시 구매 가능
	L.Point	· 리워드DA 신규 상품 출시: CPC 판매방식으로 롯데 DMP 데이터를 활용한 타겟팅이 가능하며, 유입 극대화 중심의 캠페인에 추천(예상 CTR 15%)
키즈노트	· 스플래시 신규 상품 출시: 키즈노트 서비스 진입 화면에 고정 노출되는 광고 상품으로 1주 3,400만 노출 1,500만원 (월~일 노출)	
프로모션	SPOTV	· KBO VOD 프리클 런칭 & 프로모션: CPM 단가 5초 스킵 10,000원, 15초 논스킵 15,000원에 할인 판매 / 월 2,000만원 이상 집행 또는 2개월 이상 집행 시 추가 노출 10% 제공
	크리테오	· New Solution 캠페인 크레딧 프로모션: New Solution 상품을 집행하는 신규 계정 대상 소진금액의 30%를 크레딧으로 제공, 계정별 최대 500만원까지 지원
	클래스팅	· 6월 프로모션: 포스트 베너 & 알림법 베너 집행 시 노출량 2.5배 제공, 종료팝업 신규 집행 시 1구좌 200만원 할인 제공

NEW MEDIA.

이달의 신규 매체 및 신규 상품에 대한 핵심 정보를 안내해 드립니다.

네이트온 모바일
오일나우
버즈빌



네이트온 모바일

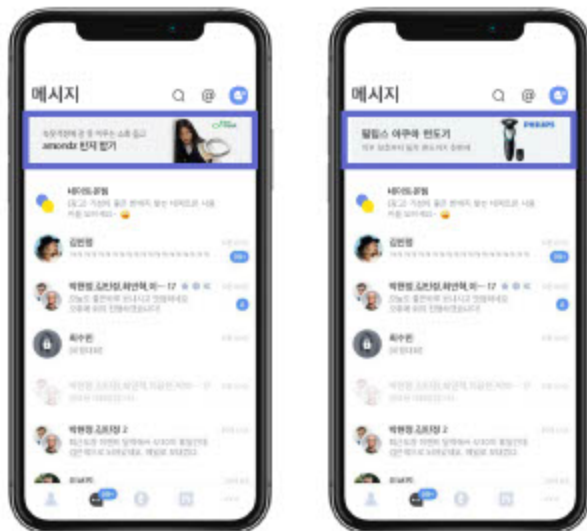
메신저 서비스 네이트온 모바일의 메시지탭 상단에 노출, 1일 2구좌 고정으로 도달률이 높은 상품

네이트온은 업무용 메신저로 활용하는 비율이 높아 직장인 타겟 광고에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	배너	CPP	-

네이트온 모바일 상단 배너

네이트온 모바일 메시지 탭 상단에 노출되는 광고 상품으로
1주 2구좌 고정 노출, 구좌당 800만 노출 예상



오일나우

월간 활성 유저가 35만에 달하는 주유소 검색 앱, 차량 관리 서비스를 함께 제공
 이용자의 80% 이상이 차량을 소유한 남성 운전자로 2040 남성 타겟 캠페인에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	배너, 앱 푸시	배너-CPP/앱푸시-건당 과금	누적 이용자수 120만

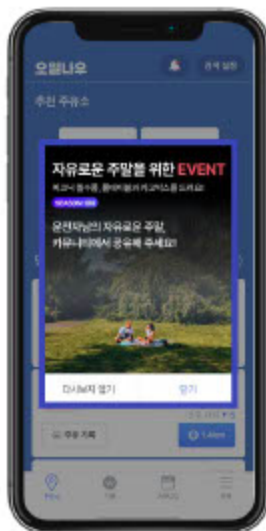
메인 배너

메인 화면 중앙에 노출,
 노출량이 가장 많은 지면



메인 팝업

메인 화면 접속 시 중앙에 노출,
 높은 CTR이 장점



인트로 스플래시

앱 실행 시 최초 노출되는
 풀스크린 광고



앱 푸시

이용자에게 전송되는 푸시 알림,
 높은 오픈율을 기록



버즈빌

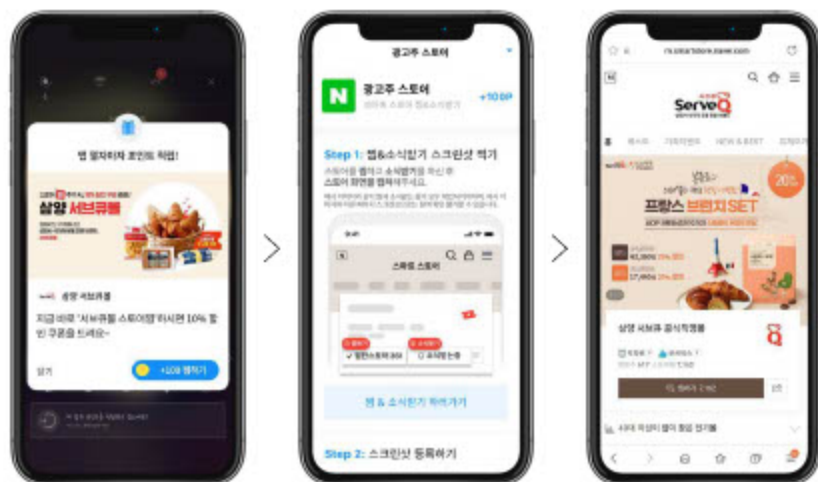
누적 이용자 수 3,900만 명을 보유한 리워드 광고 플랫폼

스마트스토어 찜, 쿼즈 풀기 등 즉각적인 행동을 유도할 수 있어 브랜드·제품 인지도 증대에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	구독형, 쿼즈형 광고	건당 과금	MAU 2,000만

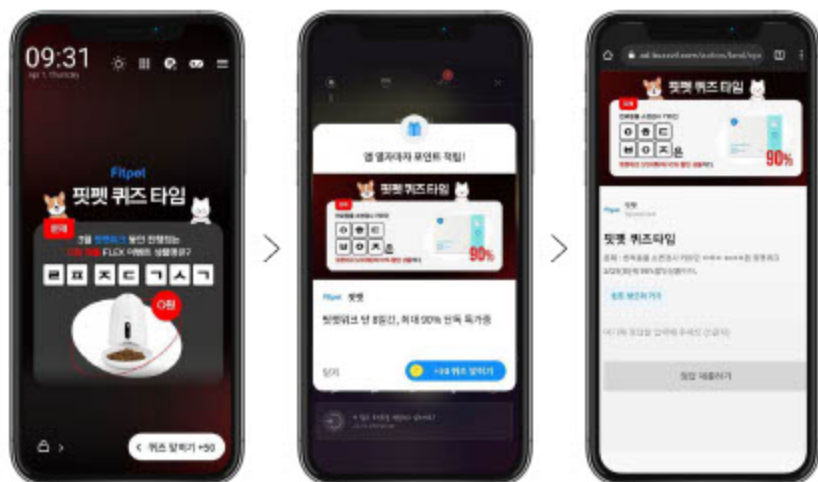
CPNstore

광고주의 네이버 스마트스토어를 찜하고
소식받기를 설정하면 리워드를 제공하는 광고 상품



CPQLite 퀴즈타임

퀴즈를 풀면 리워드를 제공하는 광고 상품으로
광고주가 원하는 페이지로 지속적인 트래픽 유도



SPECIAL PROMOTION.

메조미디어만의 특별한 미디어 프로모션을 안내해 드립니다

오일나우, 메조미디어 단독 할인 프로모션

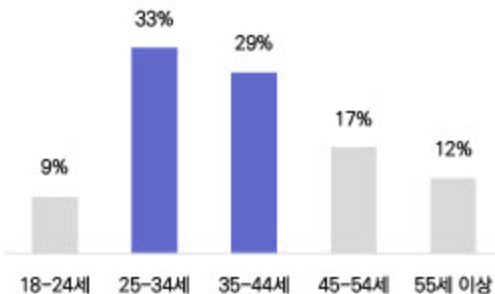
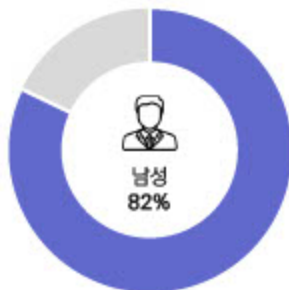
오일나우, 메조미디어 단독 할인 프로모션

누적 회원 약 120만 명, MAU 35만의 주유소 검색·차량 지출 관리 앱

프로모션 내용	<ul style="list-style-type: none"> - 프로모션 1) MO 메인 배너 3주 : 600만 원 → 500만 원 (100만 원 단가 할인) - 프로모션 2) MO 메인 배너 4주 + 앱 푸시 3만 회 : 1,250만 원 → 1,000만 원 (250만 원 단가 할인) 	신청 방법	광고주, 브랜드, 집행일정 기재하여 m_plan@cj.net 로 전달 (*집행 확정 시 별도 안내)
참고 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 앱 푸시는 수송 관련 업종만 진행 가능 / 그 외 업종 별도 문의 - 앱 내부 브릿지 페이지를 통한 아웃링크 지원, 브릿지 페이지 1회 무료 제작 제공 - 집행 기간 연장, 별도 문의 	집행 예상 효과	프로모션 1) MO 메인배너, 예상 노출 약 150만 회 (CTR 0.4% ~ 0.9%) 프로모션 2) MO 메인배너, 예상 노출 약 200만 회 (CTR 0.4% ~ 0.9%) / 앱 푸시, 3만회 발송 (CTR 3% ~ 9%)
		프로모션 기간	2022년 6월 ~ 2022년 7월 (*집행 확정일 기준)

오일나우 이용 현황

자차를 보유한 2040 남성 유저가 주이용층으로
남성 타겟 대상 브랜딩 캠페인 집행 시 활용 추천



MO 메인배너 & 앱 푸시

유저 주목도가 높고, 반응율이 좋은 메인 배너 & 앱 푸시 상품
아웃렛당을 지원하여 전환 확보에도 효과적



디지털 마켓 트렌드 아카이브, 메조미디어 트렌드기획팀

연락 문의

뉴스레터 구독신청

INSIGHT M 자료실