


01

06

2022 상반기 추천 미디어 결산.

A dark, low-key photograph of a person's hands holding a smartphone. The person's face is partially visible in the upper right, looking down at the device. A thin, horizontal green line spans across the middle of the image, passing behind the text. The overall mood is professional and tech-oriented.

메조미디어가 소개한 2022년 상반기 신규 미디어 중
클라이언트 선호도와 광고 성과가 높았던 미디어들을 소개합니다.

네이트온 모바일

업무용 메신저로 많이 활용하는 네이트온의 모바일 광고 상품,
사용량이 가장 많은 메시지 탭 상단에 1주 2구좌 고정 노출

MEDIA SPEC

핵심 타겟	2040 직장인 남녀
광고 형태	MO
상품 유형	배너
판매 방식	CPP
미디어 파워	구좌 당 800만 노출 예상

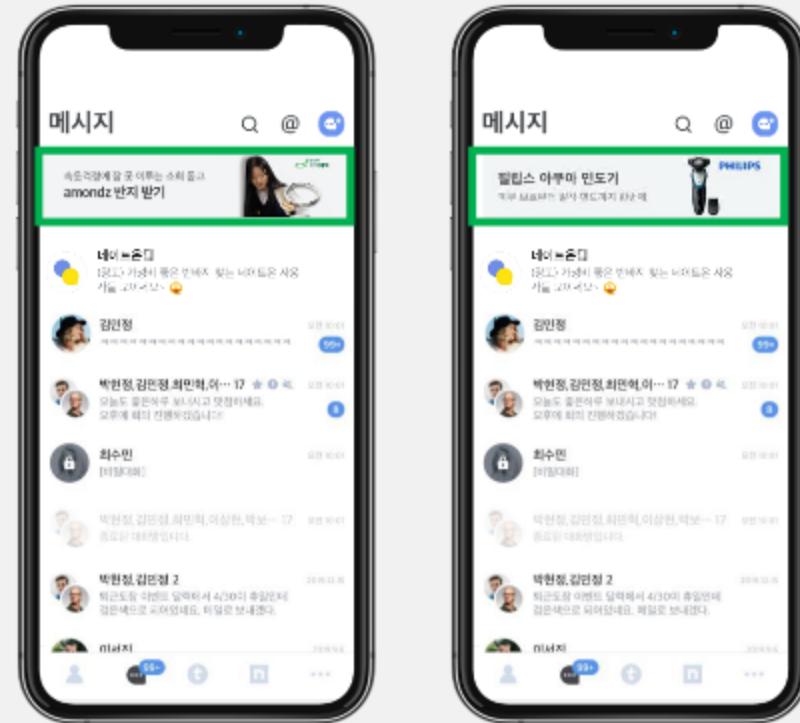
MEZZO PICK

클릭률이 우수해 CPC 중심의 캠페인을 집행하는 브랜드에서 선호
주 사용 유저가 경제활동을 하고 있는 직장인으로,
광고 유입 이후 구매전환을 또한 높은 편

추천업종

추석, 연말 시즌 특수를 위한 **유통, 커머스** 브랜드 집행 추천

네이트온 모바일 상단 배너



플레이오

2,000여 개의 게임과 연동, 플레이타임에 따라 리워드를 제공하는 게임 멤버십 앱
전면 팝업, 빅배너 그리고 미션 수행을 유도하는 이벤트 탭 등의 상품 보유

MEDIA SPEC

핵심 타겟	1020 남성
광고 형태	MO
상품 유형	배너
판매 방식	NCPI
미디어 파워	누적 다운로드 수 50만, 이용자 수 10만 이상

MEZZO PICK

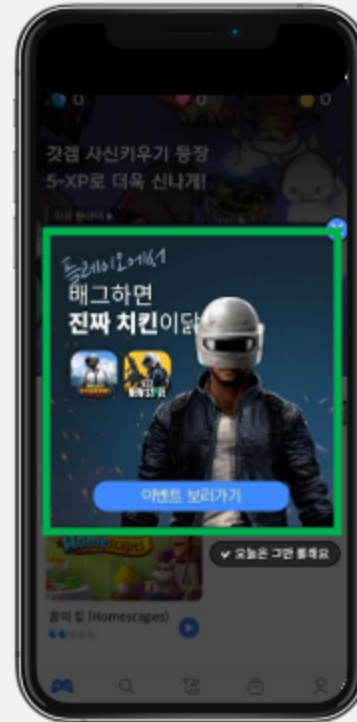
모바일 게임을 즐겨 하는 Z세대의 이용이 높은 미디어로
타겟 커버리지 확장을 위해 다수의 게임 광고주가 신규 미디어로 선택

게이머들이 밀집되어 있어 신규 가입자 확보와
기존 유저의 리텐션 강화에 효과적

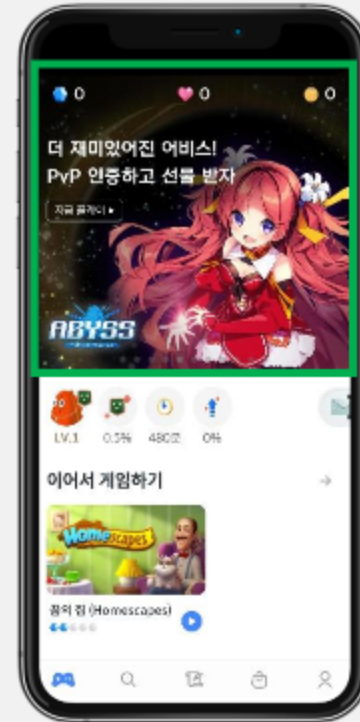
추천업종

게임 브랜드의 런칭, 업데이트, N주년 등 이벤트 시 집행 추천

전면 팝업 배너



빅배너



MBC YouTube

퀄리티 높은 MBC 콘텐츠에 광고할 수 있는 노출 보장형 유튜브 상품
예능, 뉴스, 스포츠, 음악 등 채널과 콘텐츠를 기반으로 타겟팅 가능

MEDIA SPEC

핵심 타겟	전 연령
광고 형태	PC/MO
상품 유형	동영상
판매 방식	CPM
미디어 파워	총 45개 채널, 구독자 총 4,550만 명

MEZZO PICK

MBC가 직접 제작한 콘텐츠로만 구성되어 있어 브랜드 세이프티 보장

15초 논스킵 기준 VTR이 80~90%로 높은 편이며
CPV 단가가 10원대로 브랜딩 캠페인에 최적화

추천업종

타겟 관심사가 유사한 **영화**, **OTT** 브랜드의 신작 홍보 캠페인에 추천

주요 상품 패키지



패키지 I

예능 PACK - MBC엔터, TVPP, 오분순삭
BEST PACK - 놀면뭐하니?, 나혼자산다
NEWS PACK - MBC NEWS, 14F, 엠빅뉴스

채널 구독자 수 2,122만 +
누적 조회 수 331억 +



패키지 II

옛 PACK - 옛날 예능, 드라마 콘텐츠
SPORTS PACK - 스포츠뉴스, 스포츠탐험대
MUSIC PACK - 음악중심, 잇츠라이브, 복면가왕

채널 구독자 수 1,577만 +
누적 조회 수 166억 +



패키지 III

GLOBAL PACK - 국가별 타겟팅
CELEB PACK - 셀럽 연관 타겟팅
UPFRONT - 6개월 장기 집행 시 할인

K-Cluture를 선도하는 프로그램,
셀럽과 연관된 콘텐츠 모음

T전화

전화 앱 점유율 1위인 T전화에 노출되는 배너 광고 상품

SK 서비스 이용자 특성과 SKT DMP 데이터를 분석해 고도화된 타겟팅 가능

MEDIA SPEC

핵심 타겟	4060 남녀
광고 형태	MO
상품 유형	배너
판매 방식	CPM, CPC
미디어 파워	MAU 1,300만

MEZZO PICK

구매력 높은 중장년층이 주 사용 유저로 전환 캠페인에 높은 성과 기대

1st Party 데이터 활용, Lookalike 모델을 통한 유사 모수 확장 등 고도화된 타겟팅을 통해 다양한 마케팅 목표 달성 지원

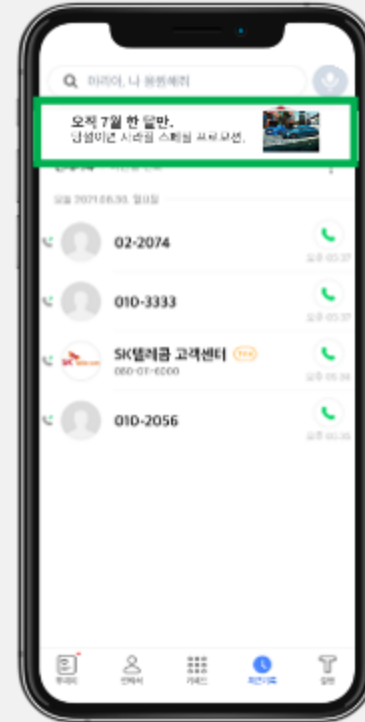
추천업종

중장년층의 대상 **병원, 제약, 보험, 의료기기** 브랜드 집행 추천

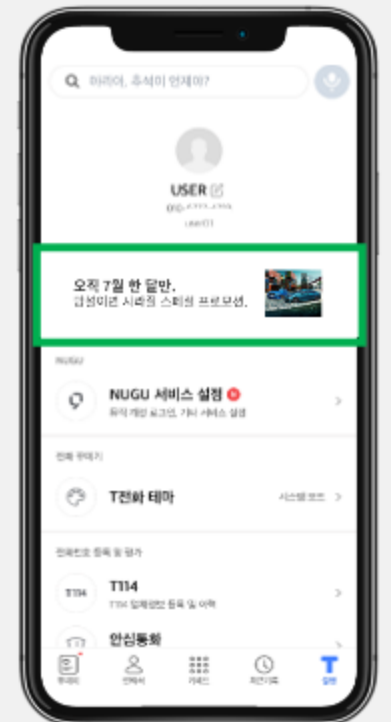
홈 배너



최근 기록 배너



T설정 배너



김캐디

매장 정보와 실시간 예약 기능을 제공하는 스크린골프장 예약 플랫폼
전국 약 5,500개 매장과 제휴되어 있으며 골프 열풍에 힘입어 빠르게 성장 중

MEDIA SPEC

핵심 타겟	3554 남성
광고 형태	PC/MO
상품 유형	배너, 콘텐츠
판매 방식	CPP
미디어 파워	누적 다운로드 수 46만 건, MAU 35만

MEZZO PICK

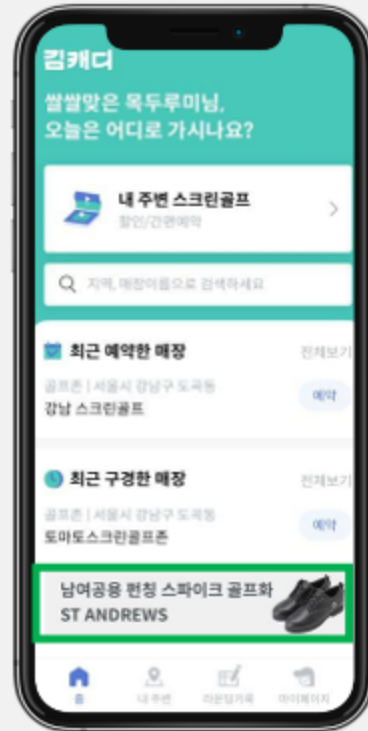
골프, 3050 남성, 고소득층 타겟에 최적화된 미디어로
제안 문의와 광고 집행이 지속적으로 증가하는 추세

이용자 리텐션이 높아 고정 배너 상품을 장기 집행 시
브랜드 인지도 제고에 효과적인 것으로 예상

추천업종

고관여 제품인 **명품, 자동차** 브랜드 집행 추천

앱 메인 하단 배너



핀 광고



관다

초중고 문제 풀이 검색, 교육 콘텐츠, 스터디 툴 등을 제공하는 교육 앱
한국을 포함한 글로벌 20개국에서 앱 마켓의 교육 카테고리 랭킹 1위 달성

MEDIA SPEC

핵심 타겟	1019 남녀
광고 형태	MO
상품 유형	배너
판매 방식	CPM
미디어 파워	가입자 6,300만 명, MAU 900만 명

MEZZO PICK

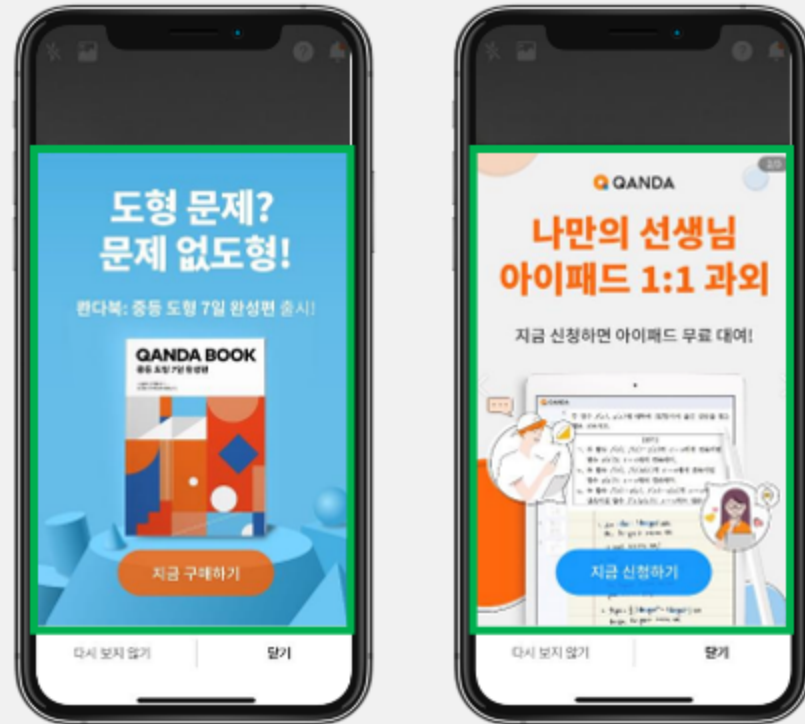
타겟 확보가 어려운 중고등학생이 전체 타겟 중 82%로
10대 대상 광고에 최적화

'전면 팝업 배너' 단일 상품으로 구성,
광고 주목도가 높으며 클릭 효율이 우수

추천업종

22년 하반기 수능 시즌에 맞춰 **인터넷강의, 학습지** 브랜드 집행 추천

앱 론칭 전면 팝업



카카오 엔터테인먼트 유튜브

카카오 엔터테인먼트 산하 유튜브 채널로 광고 집행 및 PPL/협찬 가능
 업종/브랜드 타겟에 적합한 채널들을 패키징하여 광고 상품으로 구성

MEDIA SPEC

핵심 타겟	1834 남녀
광고 형태	PC/MO
상품 유형	동영상
판매 방식	CPM, 협찬
미디어 파워	10개 채널 구독자수 총 3,500만 명 이상

MEZZO PICK

K-POP·셀럽·크리에이터에 강력한 팬덤을 이루고 있는 영타겟이 주 시청 유저로 인게이지먼트 확보에 유리

브랜드 모델이 출연하는 콘텐츠·채널에 협찬 결합형 광고 진행 시 높은 연관성으로 광고 효과 극대화

추천업종

여름 페스티벌 시즌에 맞춰 뷰티·패션, 콘서트 브랜드 집행 추천

주요 상품 타겟팅



채널 타겟팅

카카오엔터의 주요 채널인 1theK, 카카오TV, 피지컬갤러리의 채널 타겟팅 가능

채널 구독자 수 204만 +
 누적 조회 수 216억 +



큐레이션 타겟팅

업종/브랜드 타겟에 적합한 셀럽 채널(패션뷰티·맨즈)을 큐레이션하여 광고 노출

채널 구독자 수 2,754만 +
 누적 조회 수 233억 +



협찬 결합형

PPL/협찬 진행한 콘텐츠의 인스트림 SOV 100%로 광고 노출, 결합 패키지 진행도 가능

1theK, CMM, 브랜드 콘텐츠와 결합 패키지 진행으로 SOV 독점

롯데카드

906만 명의 회원을 보유한 롯데카드의 모바일 광고 상품

롯데카드 이용 정보 및 롯데 그룹사 유통 데이터를 타겟팅에 활용

MEDIA SPEC

핵심 타겟	3050 여성
광고 형태	MO
상품 유형	배너, LMS, 앱푸시
판매 방식	배너-CPP/메시지-건당 과금
미디어 파워	디지털채널 MAU 360만

MEZZO PICK

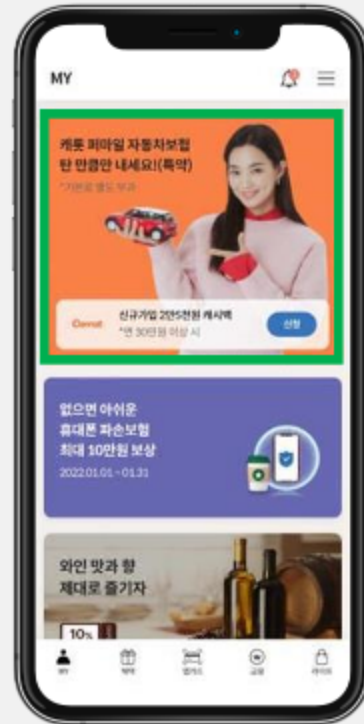
경품·캐시백 등 직접적인 혜택을 소구할 경우 참여율이 크게 증가,
이벤트 홍보를 위한 미디어로 활용 추천

LMS, 앱푸시 등의 광고와 함께 집행 시
고객의 즉각적인 반응 유도에 효과적

추천업종

주부 타겟 대상 **가전, 보험, 유통** 브랜드 집행 추천

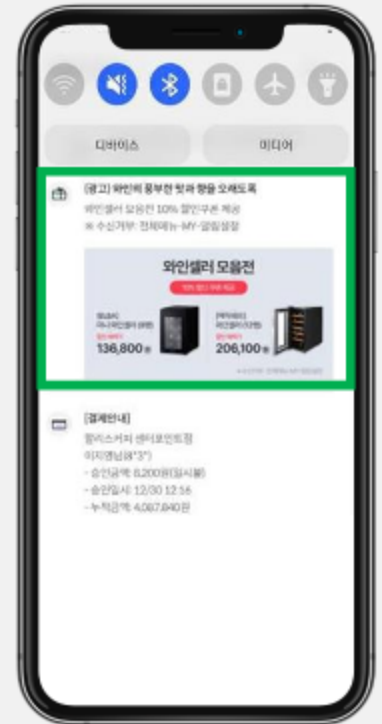
앱 메인 피드 배너



LMS



앱푸시



비드리치

리치미디어 기반의 게임 전문 매체 네트워크 광고 플랫폼

스킨형, 동영상 스킨형, 3D 큐브형 등 주목도 높은 리치미디어 상품 보유

MEDIA SPEC

핵심 타겟	1040 남성
광고 형태	PC
상품 유형	배너, 동영상
판매 방식	CPM
미디어 파워	PV 월 3.5억, MAU 2,200만 명

MEZZO PICK

리치미디어 평균 CTR 3~8%로 배너 광고 중 클릭률이 매우 높은 편

광고에 대한 유저 참여율이 높아
리타겟팅 광고 진행을 위한 1차 모수 확보에 용이

추천업종

게이머들의 관심이 높은 **게임, 전자기기, 식음료** 브랜드 집행 추천

브랜딩게이트S



브랜딩게이트V



오일나우

월간 활성 유저가 35만에 달하는 주유소 검색 앱으로 차량관리 서비스를 함께 제공
앱 평점 4.9로 유저들의 서비스 만족도가 높은 미디어

MEDIA SPEC

핵심 타겟	2040 남성, 서울-수도권 거주
광고 형태	MO
상품 유형	배너, 앱푸시
판매 방식	배너-CPP/앱푸시-건당 과금
미디어 파워	누적 이용자수 120만

MEZZO PICK

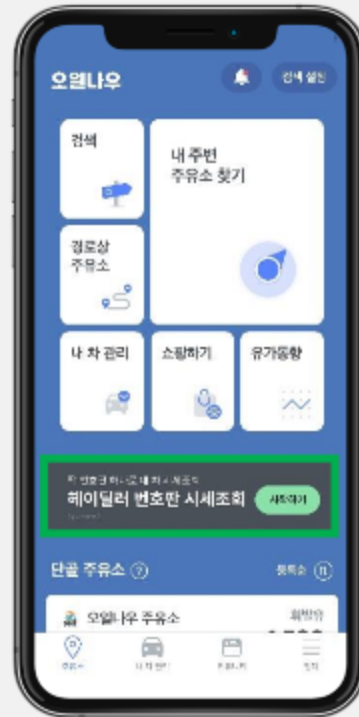
모든 사용자가 100% 자동차를 보유하고 있어,
카라이프에 관심이 많은 2040 남성 타겟 대상 광고에 효과적

운전자 대상 직접적인 메시지 전달에 용이하며
지역, 차종, 디바이스 등 세분화된 타겟팅 가능

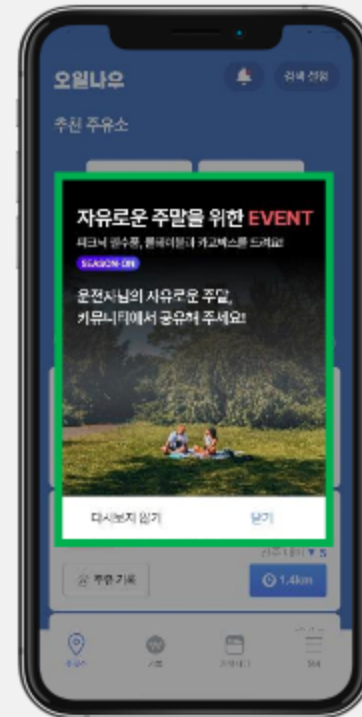
추천업종

운전자 맞춤 혜택을 제시할 수 있는 **자동차, 카드** 브랜드 집행 추천

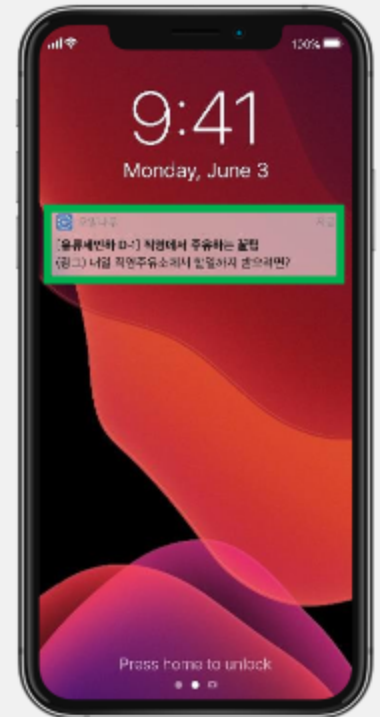
메인 배너



메인 팝업



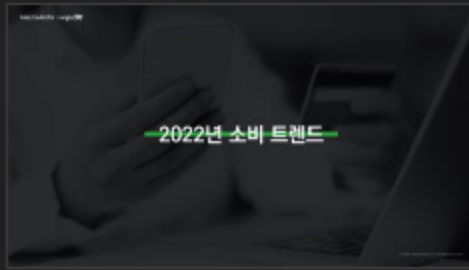
앱푸시



함께 보면 좋은,
메조미디어 추천 콘텐츠



2022 상반기 디지털 미디어 트렌드



소비 트렌드 리포트



패션·화장품 업종 세일즈 가이드



디지털 미디어 마일스톤



업종 분석 리포트

디지털 마켓 트렌드 아카이브, 메조미디어 트렌드기획팀

연락 문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실

