

MezzoMedia

# MEDIA & MARKET REPORT

2019. **12**



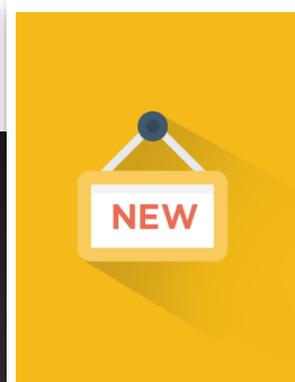
MARKET ISSUE



MEDIA NEWS



FOCUS PRODUCT



NEW MEDIA



Google Partners  
Premier Partner Awards 2019

# MEZZOMEDIA

## 2개 부문 한국 수상자 선정!



### 앱 우수성

Google 모바일 광고를 통해 전문성과 혁신을 보여준 기업에게 수여되는 상입니다.



### 온라인 비즈니스 성장

고객의 온라인 사업 진출, 지속, 성장 지원과 관련하여 전문성을 보여준 기업을 위한 상입니다.

**웹사이트**  
**3개년**  
**연속수상**

메조미디어, 구글 프리미어 파트너 어워즈 역대 수상 기록

2017 | 모바일 이노베이션 부문 수상

2018 | 모바일 이노베이션 부문 수상

2019 | 앱 우수성 부문 & 온라인 비즈니스 성장 부문 수상

DECEMBER 2019 #12  
TABLE OF CONTENTS

MARKET ISSUE

금융 | 스포츠 | 유통

MEDIA NEWS

네이버 | 카카오 | 인스타그램

FOCUS PRODUCT

마이크로 인플루언서 마케팅

NEW MEDIA

큐피트 | 토스 | 스노우

# MARKET ISSUE

---

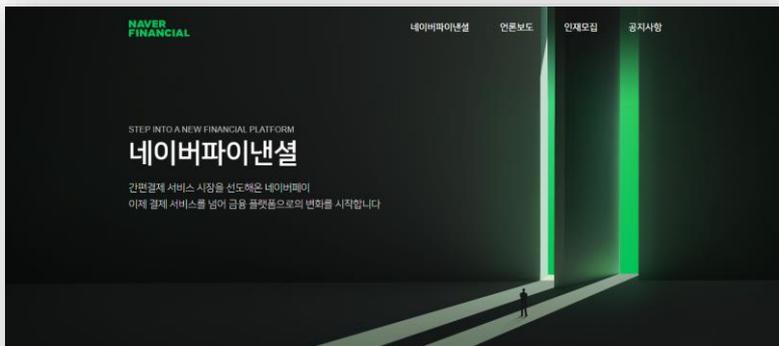
디지털 마케팅 플랜에 꼭 참고해야 하는  
주요 산업 이슈를 정리해드립니다

금융

# 네이버 파이낸셜 분사, 디지털금융 시장에서 영향력 강화

- 네이버는 결제·송금 서비스를 하던 ‘네이버페이’를 분사해 금융 계열사인 ‘네이버 파이낸셜’을 출범 (11월 1일자)
- 통장 서비스를 시작으로 금융 사업의 확대가 예상되며, 커머스, AI 등과의 사업 연계가 기대 됨
- 이번 출범은 금융기관이 아닌 ICT 업체가 금융 서비스의 주체인 ‘테크핀’ 시장 확대에도 큰 영향을 줄 것으로 예상

네이버 파이낸셜 서비스 확대 계획



Commerce & PAY



\* 출처 : 네이버 3분기 실적발표 컨퍼런스콜

스포츠

# 밀레니얼 러너를 잡아라, 러닝 스포츠 관련 시장 확대

- 최근 2030세대를 중심으로 러닝 스포츠가 확대되고 있으며, SNS에 기록을 인증하거나 러닝 크루에 가입하는 등 새로운 문화가 확산되고 있음
- 스포츠, 아웃도어, 뷰티 등 다양한 산업에서 러닝 관련 제품이나 서비스 출시에 주목하고 있으며, 관련한 콘텐츠 산업 또한 발전할 것으로 기대

## 러닝 관련 시장의 규모 변화

| 국내 애슬레저 의류 시장 규모 |

| 전년대비 2030 스포츠화 소비 증가율 |



\*출처 : 한국패션산업연구원, 2019  
The NPD Group, 2019

## 러닝 스포츠의 컬처 키워드



유통

## 가성비? 가짚비! 편슈머 취향저격하는 이종업계간 콜라보

- 물건을 구매할 때 제품에 담겨있는 재미를 따지는 편슈머(Fun+Consumer)가 하나의 소비 트렌드로 자리잡아가는 중
- 이들을 공략하기 위해 전혀 어울리지 않는 이종업계 간 콜라보레이션이 활발하게 이어지고 있음
- 대부분 한정판으로 판매되어 소비자들의 소장 욕구를 자극하며, 특히 개성이 강한 1020세대로부터 높은 호응을 얻고 있음

### 이종업계간 콜라보 사례



하이트진로 X 무신사  
'참이슬 백팩'



대한제분 곰표 X 4XR  
'곰표 패딩'



CU X 탐앤탐스  
'몰래 먹기 컨셉의 탐앤탐스 떡볶이'

# MEDIA NEWS

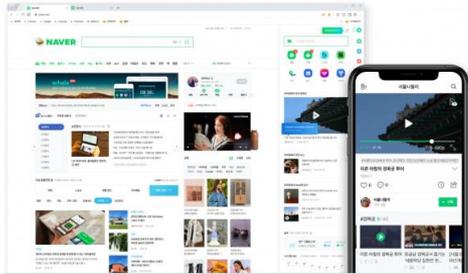
---

주요 미디어 이슈와 이달의 미디어 브리핑을  
한눈에 정리하여 전해 드립니다

# 네이버, PC 메인 지면 서비스 및 광고 상품 개편 예고

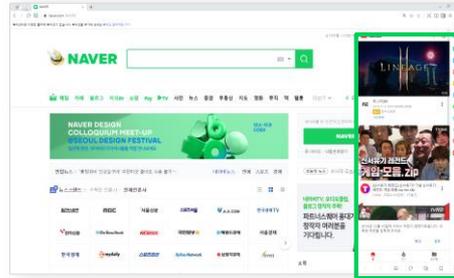
- PC보다 모바일에서의 경험이 익숙한 유저 트렌드를 반영하여, 기존 모바일의 경험을 PC로 확장한 다양한 신규 서비스 베타 오픈
- 현재는 웨일 브라우저에서만 베타 서비스로 제공 중이며, 향후 전체 브라우저 대상으로 오픈 계획
- 메인 지면 개편에 따라 메인 광고 상품도 변화가 불가피하나, 소재 제작가이드만 일부 변경 될 것으로 예상

## 주요 신규 서비스 및 광고 상품 변화 미리보기



### 핸즈오프 기능

PC 메인 페이지 내 그린닷을 열면 모바일에서 마지막으로 소비했던 뉴스와 동영상 콘텐츠를 PC에서 이어서 소비 가능



### 인스타그램 사이드패널

오디오클립, 음악 감상 등 멀티태스킹을 위한 사이드패널 신설  
인스타그램, 유튜브와 같은 타 사이트로의 연결 및 듀얼 사용 가능



### 타임보드 & 롤링보드 & 콘텐츠DA

타임보드 및 롤링보드 사이즈 변경, 위치는 변동사항 없음  
주제판 콘텐츠DA는 메인 신규 UI에 맞춰 위치 및 사이즈 조정 예정

# 카카오, SK텔레콤과 전략적 파트너십 체결

- 음원 서비스, AI 스피커, 택시 등 다양한 사업 분야에서 경쟁사로 손꼽혔던 ‘카카오’와 ‘SK텔레콤’ 전략적 파트너십 체결
- 향후 통신, 커머스, 디지털 콘텐츠, 미래 ICT 분야에서 협력을 강화해 나갈 예정이며, 구글, 넷플릭스와 같은 글로벌 사업자와 견줄 수 있는 국내 경쟁력을 확보할 수 있을 것으로 기대

## 주요 협력 분야 살펴보기

### 통신



SKT 통신 사업의 디지털 트랜스포메이션 강화  
(상담, 혜택, 결제 등)

### ICT



SKT의 언어인식 기능과 카카오 포털 콘텐츠 결합으로  
새로운 ICT 분야 기술 및 서비스 협력 강화

SK telecom

x

kakao



### 디지털 콘텐츠

카카오의 IP-제작 역량과  
SKT의 OTT·IPTV 플랫폼 결합 시너지 효과 기대



### 커머스

카카오&SKT, AI 기반 쇼핑 추천 서비스  
쇼핑 경험 혁신을 통한 거래 규모 및 수익성 강화

# 인스타그램, ‘좋아요 수 숨기기 기능’ 국내 시범 운영

- 유저들이 자유롭게 표현할 수 있는 플랫폼으로 거듭나기 위하여, 인스타그램 게시물 좋아요 수 숨기기 기능을 한국에서 시범 운영
- 한국을 포함한 미국, 독일, 인도, 인도네시아 등 총 12개국에서 시범 운영중이며, 테스트 결과에 따라 전세계로 확대해 나갈 예정
- 타인의 시선에서 벗어나 자유롭게 사용할 수 있다는 점에서 유저 반응은 긍정적이거나, 광고주와 인플루언서 측면에서는 우려의 목소리가 나오고 있어 변화 양상에 귀추가 주목됨

## 좋아요 표시 기능 변경 및 향후 예상 변화



● ‘좋아요’를 누른 유저의 숫자 대신  
‘00님 외 여러 명이 좋아합니다’로 표현  
정확한 ‘좋아요’ 수치는  
해당 계정의 소유자만 확인 가능

광고

- ✓ 인플루언서 마케팅 진행 시, 게시물 도달률 파악 어려움 우려
- ✓ 댓글과 같은 게시물 참여 형태의 캠페인 사례 증가 예상

인플루언서

- ✓ 게시물 반응을 대비 계정 팔로워 숫자가 중요해질 전망
- ✓ 조회수를 측정할 수 있는 영상이나 스토리 활용도가 높아질 것으로 예상

# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버	브랜딩DA 배너 플러스형 판매 재개: 페이스오프형, 스위칭형만 진행 가능 → 추후 확대 예정
		소재 날씨 타겟팅 유료 테스트 광고주 모집: 모바일 메인 브랜딩DA에서 테스트 진행 가능(~12/31)
		PC 신메인 개편 예정 안내: 웹일 브라우저에서만 베타 서비스 제공중, 소재 제작 통합 템플릿 활용 필수
	카카오모먼트	카카오톡 비즈보드 보장형 크리스마스 패키지 출시: CPM 5,000원, 5억 패키지로 1억 노출 보장, 5,000만 원 서비스 제공
	카카오톡 선물받기	카카오톡 선물하기 내 '선물받기' 신규 서비스 및 리워드형 광고 상품 런칭
	카카오게임즈 프렌즈타임	카카오톡 내 실시간 방송 '프렌즈타임' 공식 광고 상품 런칭
프로모션	SPOTV	12월 프리미어리그 박싱데이 패키지 출시: 라이브프리롤 1구좌 + VOD프리롤 1구좌 + VOD 가상광고 10개로 구성
	틱톡	(예약형 상품) 해시태그챌린지, TopView, Brand Takeover 상품 최대 50% 할인 프로모션(~12/31)
		(인피드 비딩형) 신규 광고주 대상 최대 15% 보너스 금액 지급 프로모션(~12/31)
	OK캐시백(오락)	오락 매체 'T멤버십, 시립월렛' 매체 제휴 확장 기념 프로모션 진행: 집행 예산의 20% 금액 추가 노출 서비스(~12/31)

# FOCUS PRODUCT

---

매 월 주요 상품을 선정하여,  
디지털 마케팅 진행 시 실무에 바로 활용 가능한  
핵심 정보를 안내해 드립니다

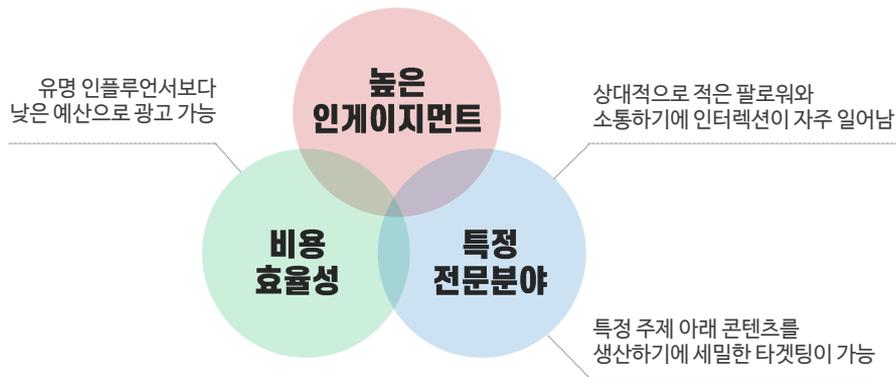
# 마이크로 인플루언서 마케팅

- 인플루언서 마케팅이 대세가 되며 이색적인 마케팅 콘텐츠를 비롯해 활용방식이 다양해지고 있음
- 최근에는 마이크로 인플루언서를 활용한 마케팅이 ROI 측면에서 더 좋은 성과를 보이는 사례가 생기며 주목 받고 있음

## 마이크로 인플루언서 마케팅의 개념



## 마이크로 인플루언서 마케팅의 강점



\* 출처 : 소셜 인플루언서를 활용한 미국 시장 진출 전략 (KOTRA, 2017)

## 주요 마이크로 인플루언서 플랫폼

- 대부분의 플랫폼이 브랜딩 광고뿐만 아니라 퍼포먼스 광고를 위한 솔루션, 상품들을 보유
- 각 매체마다 특징점, 노출 플랫폼이 상이하므로 캠페인 목적에 맞는 매체를 활용할 것을 추천

플랫폼명	특장점	노출 플랫폼
미디어스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인스타그램에서 활동하는 인플루언서와 협업하여 브랜드 콘텐츠 제작</li> <li>• 25,000명의 인플루언서와 협업 가능 (팔로워 3억명 이상)</li> <li>• 자동화 플랫폼으로 인플루언서 선정 및 효율 지표 체크 가능</li> </ul>	인스타그램
태그바이	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5,000여명의 인플루언서, SNS채널, 브랜드 콘텐츠 매체를 활용 가능</li> <li>• 데이터 기반 솔루션 제공 (미디어믹스, 캠페인 분석, 어뷰징 방지 등)</li> <li>• 체험단 리뷰부터 커머스, CPC, CPI, CPV 캠페인 진행 가능</li> </ul>	인스타그램, 유튜브, 페이스북, 블로그 등
잇플루언서	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 빅데이터 기반 인플루언서 매칭 플랫폼</li> <li>• 약 150억 건의 데이터 분석을 통해 브랜드와 연관성 높은 인플루언서를 매칭</li> <li>• 광고주의 긍·부정어, 이슈어, 인플루언서 채널 및 소통지수 등을 복합적으로 분석 가능</li> </ul>	트위터, 네이버 블로그/카페, 커뮤니티, 인스타그램
스마트포스팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 앱 설치, 영상홍보, 상품판매, DB수집 상품 등을 보유한 퍼포먼스 마케팅 플랫폼</li> <li>• 약 40만 명에 달하는 인플루언서 네트워크 보유</li> </ul>	페이스북, 네이버 블로그/카페, 카카오톡 등
텐핑	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '모바일 소문 서비스'로, 광고주와 1인 퍼포먼스 마케터들을 연결해주는 플랫폼</li> <li>• 부당 클릭 수에 대한 철저한 어뷰징 관리</li> <li>• CPC, CPV, CPA, CPE 등의 상품 보유</li> </ul>	인스타그램, 페이스북, 유튜브

# 마이크로 인플루언서 마케팅 성공 사례



Tom's of Maine (천연 화장품 브랜드)

- 5천명 수준의 팔로워를 확보한 일상적인 소비자 1,000여명을 활용해 캠페인 진행
- 인플루언서 선별 과정에 있어 인플루언서-팔로워간 인터렉션 수준을 가장 중요하게 고려
- **결과 : 6,000회가 넘는 인터렉션 확보, 소비자 참여도 600% 증가**



La Croix (탄산수 브랜드)

- 경쟁사가 TV광고를 진행할 때 인스타그램 인플루언서를 활용해 고유영역을 확보
- SNS 내 모든 사람들이 이 탄산수를 마시는 것과 같은 인식을 만드는 것을 목적으로 제품을 지속 노출
- **결과 : 브랜드 팔로워 3만 명 → 14만 명으로 증가, 밀레니얼 사이에서 La Croix를 소비하는 습관이 문화로 자리잡음**

# NEW MEDIA

---

이달의 신규 매체 및 신규 상품에 대한  
핵심 정보를 안내해 드립니다

# 쿠피트

- 기존 모바일 라이브 퀴즈쇼에서 매일 24시간 언제나 참여할 수 있는 ‘동영상 퀴즈’ 형태로 리뉴얼 오픈
- 퀴즈는 하루 최대 4번 참여 가능하며, 참여만으로도 즉각적인 보상을 제공하여 유저의 참여 확대 예상

## MEDIA DETAILS

- 형태 : MO
- 매체력 : 가입자 수 24만 명
- 판매방식 : 패키지
- 상품 유형 : 동영상 퀴즈형
- 기타 : 12/2 시즌2 리뉴얼 오픈 → 2020년 1월 한정 베타 광고 상품 출시

## [Q채널 이용 프로세스]



① 메인 화면 내 Q채널 On-air



② Q채널 세부 페이지 노출



③ 동영상 퀴즈 Play



④ 포인트 및 경품 당첨 확인

하루 4번 참여 가능한 동영상 퀴즈 'Q채널' 신규 출시 → 브랜드 관련 스폰서 퀴즈 출제 가능

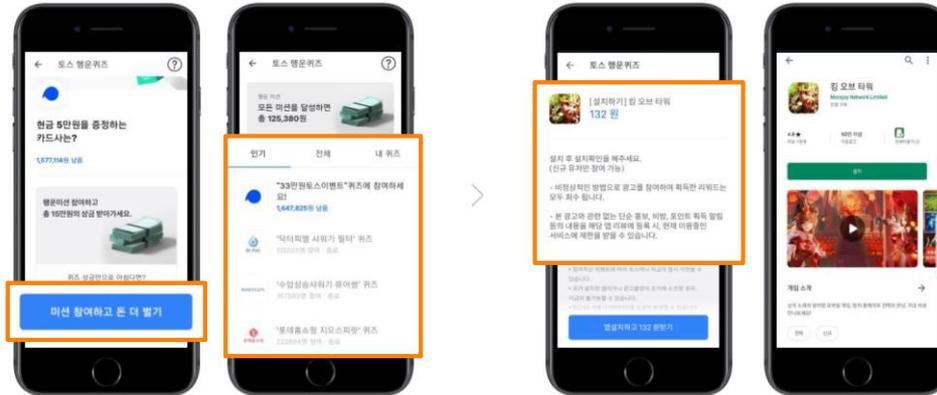
# 토스

- 행운퀴즈를 통해 신규매체로 각광받고 있는 토스 내에 리워드형 신규 상품 ‘오퍼월’ 출시
- 앱 다운로드, 회원가입, 실 구매, SNS/유튜브 구독 등 다양한 광고 목적에 따라 적합한 과금 방식 선택 가능

## MEDIA DETAILS

- 형태 : MO
- 매체력 : MAU 약 1,000만 명, 동시 접속자수 70,000명
- 판매방식 : CPI, CPE, CPA, TCPA, CPL, CPY
- 상품 유형 : 오퍼월
- 특징 : 현재는 랜덤 노출로 진행되나, 12월 중 고정 노출로 개편 예정

### [리워드 광고 오퍼월 노출 프로세스]



토스 행운퀴즈에서 퀴즈 정답을 맞힌 사용자들에게 랜덤 형태로 광고 노출

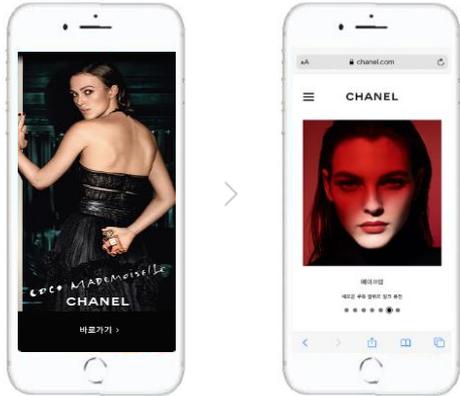
# 스노우

- 재미있는 사진과 영상을 촬영하고 편집할 수 있는 글로벌 No.1 카메라 앱
- 1020 밀레니얼 세대 이용 비중이 높으며, 최근 화보형 신규 배너 상품도 출시하여 신규 매체로서 주목도 상승

## MEDIA DETAILS

- 형태 : MO
- 매체력 : 가입자수 2,700만 명 (한국)
- 판매방식 : 상품 별 상이
- 상품 유형 : 배너, 스티커
- 기타 : 스플래시 배너 12월 내 집행 시, 1회 추가 서비스 제공

[스플래시 배너 상품]



앱 실행 시 전면팝업으로 노출되는 화보형 배너 광고  
→ 배너 클릭 시 아웃링크 랜딩 가능

[스티커 광고]



브랜드 제품 또는 마케팅 메시지가 담긴 얼굴 인식 스티커 제작 가능

# THANK YOU

| 문의 | 미디어기획팀 [m\\_plan@cj.net](mailto:m_plan@cj.net)

MezzoMedia