

MezzoMedia

2022

패션·화장품 업종
세일즈가이드



MARKET

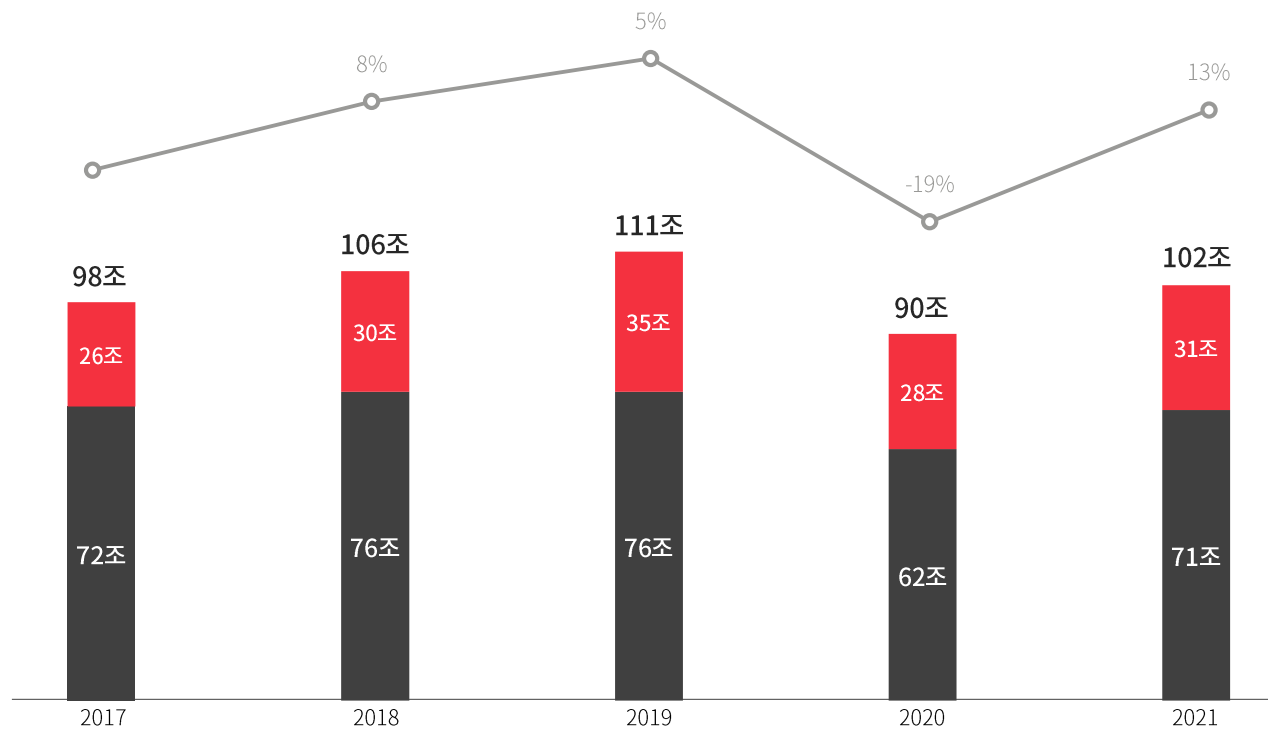
2022 리오프닝이 기대되는 패션·화장품 시장

- 21년 패션과 화장품 판매액은 전년 대비 13% 증가율을 보였으며 올해는 코로나 이전 수준으로 회복 전망
- 사회적 거리두기 완화에 따라 외부 활동이 늘어나며 패션과 화장품 소비가 증가할 것으로 기대

패션·화장품 판매액 추이

통계청, 2022

- 전년대비증감률
- 패션
- 화장품



리오프닝 핵심은 ‘고객 경험의 디지털 트랜스포메이션’

- 소비 활동의 중심이 온라인으로 이동함에 따라 사업자들은 고객 경험을 디지털로 확장
- 직·간접적인 제품 경험 제공, 커뮤니케이션 채널 확대 등을 통해 온라인 쇼핑의 한계를 극복

디지털 고객 경험 주요 서비스

라이브
커머스

온라인 판매 채널 확대

접근성 높은 플랫폼에서
실시간 소통을 통해
판촉 기회를 확대

메타버스
AR VR

가상 체험 콘텐츠

가상 메이크업, 가상 매장 등
디지털 기술을 활용하여
브랜드·제품의 간접 경험을 제공

맞춤형
큐레이션

실사용자 리뷰 데이터 활용

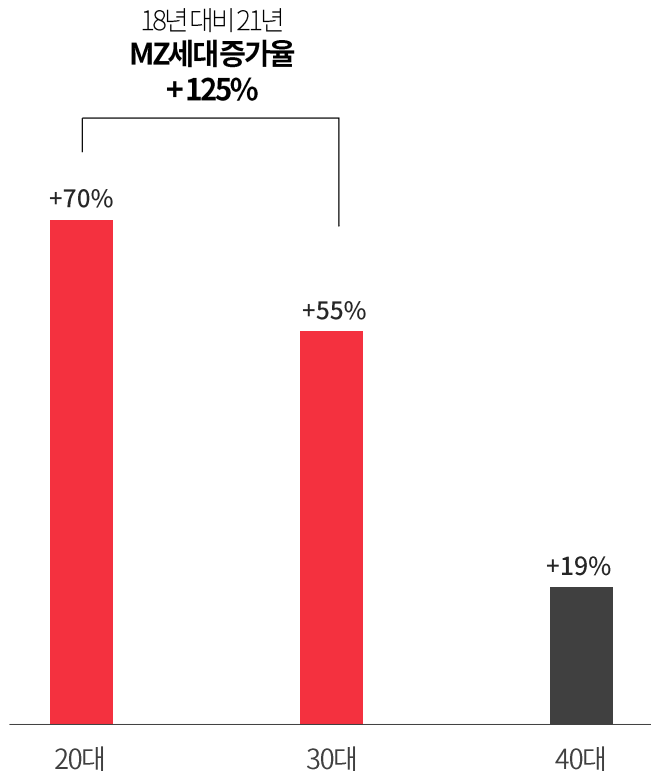
실구매자들의 연령·피부타입,
신장·몸무게 등의 데이터를 활용하여
맞춤형 추천 정보를 제공

Trend 1 럭셔리 산업, 이커머스로 강화로 MZ세대 점점 확대

- 코로나19의 장기화로 보복 소비가 늘고, 과시형 소비문화가 확산하며 MZ세대의 럭셔리 제품 구매량이 증가
- 2030세대의 접근성을 높이기 위해 자체 앱에서 판매를 개시하거나, 전문 유통 채널을 활용

럭셔리제품 구매량 증가율

롯데멤버스, 2022



채널 다각화 사례



브랜드 자체 앱

브랜드 아카이브로 활용하던
자체 앱에서 구매 서비스를 개시,
공식적인 온라인 판매 시작

럭셔리 패션·뷰티 전문몰

대형 유통 기업의
온라인 몰에 입점하여
판매 채널 확장

H&B 스토어

2030세대 이용이 활발한
H&B 스토어의 프리미엄관에 입점
영소비자 점점 확대

Trend 2

취향과 가치를 담은 인디 브랜드의 강세

- MZ세대에게 소비란 단순히 물건을 구매하는 것이 아닌 자신의 개성을 표현하는 수단
- 90년대 패션, 비건 뷰티 등 차별화된 아이덴티티로 MZ세대의 취향을 만족시키는 인디 브랜드가 인기

인디 브랜드 정의와 사례

FASHION



WHYNOTUS(와이낫어스)

90년대 문화에 영감을 받은 디자인으로
MZ세대의 뉴트로 트렌드를
주도하는 인디 패션 브랜드

INDIE BRAND

거대 자본의 투자 없이 독립적으로 설립한 소규모 브랜드,
설립자의 신념과 가치가 브랜드에 고스란히 반영되어
독자적인 개성과 콘셉트를 가진 제품으로 탄생

BEAUTY



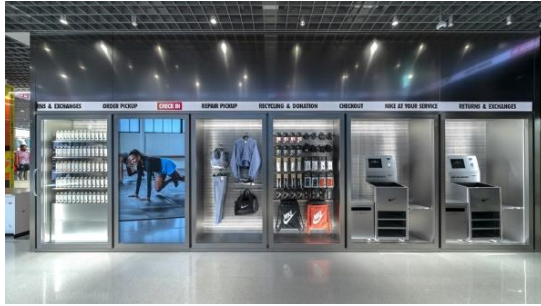
AMUSE(어뮤즈)

환경과 지속가능성을 중요하게 생각하는
MZ세대의 소비 트렌드를 반영한
비건 라이프스타일 뷰티 브랜드

Trend 3 오프라인 매장의 새로운 활용 '체험형 공간'

- 온라인 소비가 증가하자 기존 오프라인 매장은 판매의 목적을 넘어 '체험형 공간'으로 변모
- 혁신적인 서비스와 다양한 즐길 거리를 통해 긍정적인 브랜드 경험을 제공

나이키콘셉트스토어



나이키 서울 | 2021년 8월 오픈

단순히 스포츠용품만을 판매하는 매장의 역할에서 벗어나
'스포츠-도시-소비자'를 연결하는 매개체로 오프라인 공간 활용
디지털 기술과 결합한 다양한 서비스를 제공

스포츠 펄스

서울에서 이루어지는 스포츠
정보와 나이키 앱의 활동 통계를
대형 스크린에서 실시간으로 제공

인사이드 트랙

전자태그 기술이 적용된
테이블에 제품을 올려두면
디스플레이에 상세 정보 표시

브로드캐스트 부스트

소비자는 실시간 방송으로
매장에 있는 직원과 상담 가능
제품 및 스타일링 정보 제공

체험형 매장 사례



레스토랑 '구찌오스테리아'

식기, 인테리어 등에 브랜드 정체성을 반영한 파인다이닝
플래그십 스토어 구찌 가옥 내 위치



자연 농장 '스킨푸드도산'

자연 원료로 화장품을 만드는 브랜드 철학을
자연 농장 콘셉트로 재해석해낸 스토어



한옥 '설화수의 집'

한국적 아름다움을 추구하는 설화수의 가치관을 담아
북촌 '한옥 마을'에 오픈한 플래그십 스토어

Trend 4

공동 타겟을 기반으로 사업다각화전개

- 여러 패션·화장품 브랜드가 주력 카테고리에서 벗어나 사업 영역을 활발히 확장 중
- 주력 브랜드와 고객층이 유사한 사업을 중심으로 다각화하며 안정성과 시너지를 확보

사업다각화현황

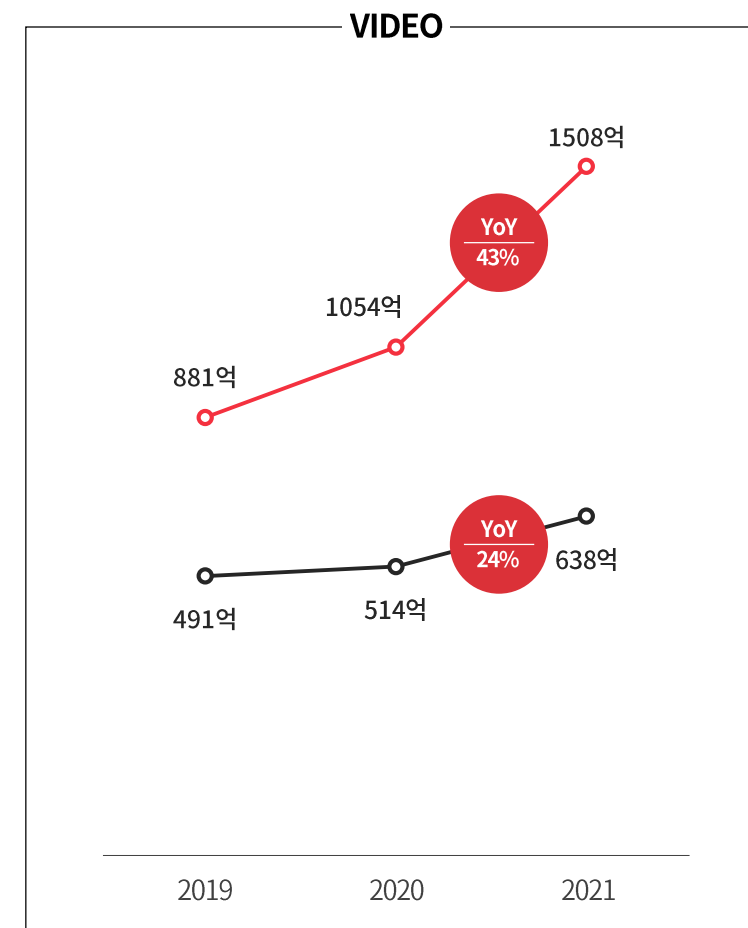
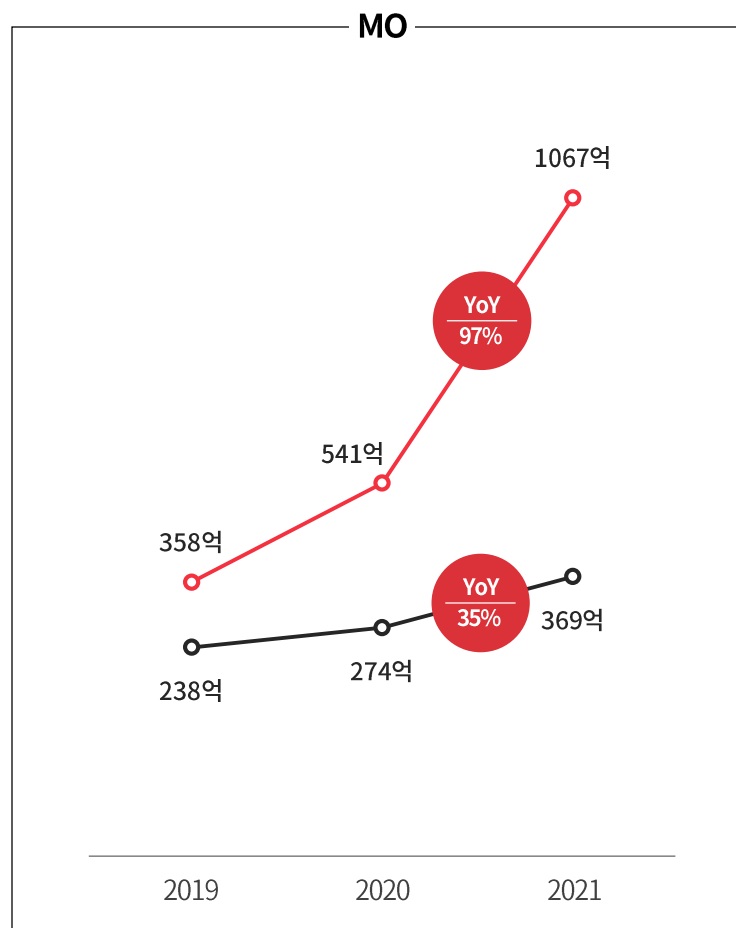
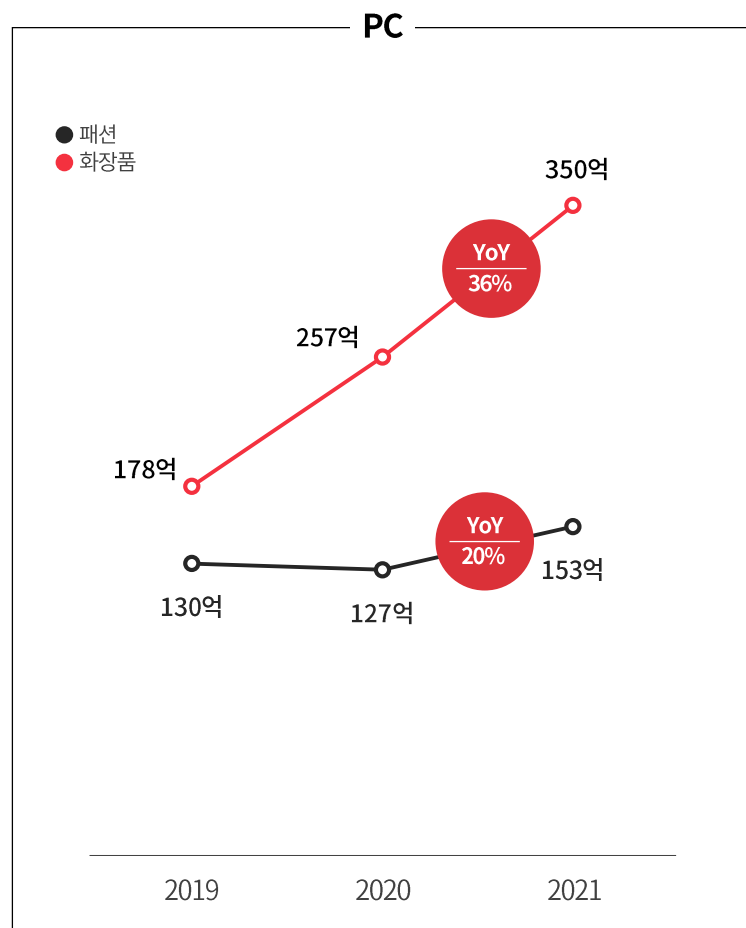
패션		구분	화장품	
 화장품	 향수	확장 분야	 건강기능식품	 펫뷰티
차세대 성장 동력 확보를 위해 화장품 카테고리로 사업 확장 기존에 확보한 인지도와 유통망으로 신사업 분야의 빠른 정착을 기대	가격은 비싸지만 희소성이 있는 니치 향수 유통 사업 진출 낮선 해외 브랜드 위주로 독점 판권을 확보하여 시장 진입	현황	이너뷰티 수요가 증가함에 따라 바르는 뷰티에서 먹는 뷰티로 확장 콜라겐과 효소 등을 중심으로 이너뷰티 브랜드를 론칭	최근 급격히 성장 중인 반려동물 시장을 겨냥 반려동물 전용 제품을 출시 화장품 사업에서 쌓은 노하우를 활용하여 펫 전용 샴푸, 치약, 바디팩, 미스트 등 출시
젝시믹스 - 젝시믹스 코스메틱 롯데지에프알 - 샬롯틸버리 코오롱FnC - 엠퀼리	신세계인터내셔널 - 바이레도, 딥티크 한섬 - 리퀴드 퍼퓸 바 LF - 조보이	사례	아모레퍼시픽 - 바이탈뷰티, 큐브미 클리오 - 클리오라이프케어 뉴스킨 - 파마넥스	아모레퍼시픽 - 푸푸몬스터 코스맥스그룹, 아로마티카 펫뷰티 전용 상품 출시



MARKETING

온라인 구매가 증가함에 따라 디지털 광고비 큰 폭으로 증가

- 21년 디지털 광고비 증가율은 전년 대비 패션 27%, 화장품 58%로 높은 증가세
- 온라인 소비가 증가함에 따라 디지털 마케팅이 활발해진 것으로 분석



Trend 1 Z세대 고객 확보를 위한 메타버스 마케팅 활발

- Z세대 잠재 고객을 확보하기 위해 이들이 모인 메타버스에서 마케팅을 전개
- 메타버스 내 가상 점포를 개설하거나 가상 제품을 출시하여 브랜드 친밀도를 높이고 제품 체험 기회 제공

메타버스 마케팅 사례



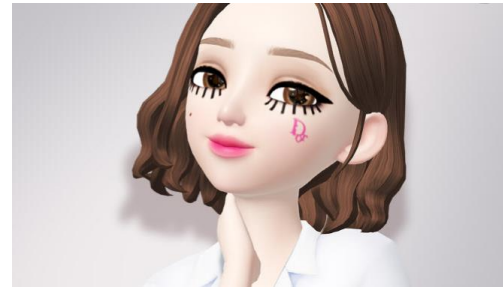
나이키 X 로블록스 나이키랜드

로블록스에 가상 놀이공간 구축,
나이키 제품으로 아바타를 꾸미거나
다른 유저들과 함께 다양한 미니 게임 가능



랄프 로렌 X 제페토 랄프 로렌 월드

제페토에 플래그십 스토어를 오픈,
K팝 아이돌 '투모로우바이투게더'의
가상 라이브 이벤트 및 팬미팅 진행



디올 X 제페토 메이크업 컬렉션

제페토 전용 메이크업 컬렉션 출시,
9가지 스타일의 메이크업 세트로 구성되어
원하는 스타일을 골라아바타에 적용 가능



에뛰드 X 제페토 버추얼 플래그십 스토어

제페토 내 플래그십 스토어를 오픈,
아바타를 통해 메이크업을 시연하거나
에뛰드 제품을 활용한 점프 게임 등 체험

Trend 2 버추얼 인플루언서로 독특하고 신선한 브랜드 경험 제공

- 버추얼 인플루언서는 인지도 확보에 용이하고, 브랜드에 트렌디한 이미지를 부여할 수 있다는 장점을 보유
- 다양한 스타일의 버추얼 휴먼이 등장하고 있고 활동 범위 또한 확대되고 있는 만큼 이들을 활용한 마케팅은 계속해서 늘어날 것으로 전망

버추얼 인플루언서 활용 사례

CJ온스타일 X 루이



유튜브 커버 가수 루이와 협업,
온스타일의 신상품을 착용하고 노래 커버 영상 촬영
루이 인스타그램에 동시 업로드하여 홍보 효과 극대화
-
영상 누적 조회수 17만, 게시물 좋아요 1,000개 이상

헤라 X 로지



로지를 SNS 인플루언서로 발탁,
제품과 함께 트렌디한 무드를 연출한
로지의 사진을 활용하여 브랜드를 홍보
-
관련 게시물 좋아요 19,000개 이상

파파레서피 X 수아



자연주의 화장품 브랜드 파파레서피는
밝고 깨끗한 이미지의 수아와 협업,
브랜드 콘셉트에 맞는 청순한 느낌의 게시물 업로드
-
게시물 인터랙션 710개 이상

Trend 3

발견형 소비를 공략하는 브랜드드 콘텐츠 제작

- 소비 목적 없이 콘텐츠를 즐기다가 자연스럽게 제품 구매까지 이르는 발견형 소비가 증가
- 이들을 사로잡기 위해 웹드라마, 웹예능, 음원 등 자체 콘텐츠를 제작하고 콘텐츠 내에 브랜드 메시지를 자연스럽게 녹이는 사례가 증가

브랜드드 콘텐츠 제작 사례

한섬 '바이트 씨스터즈'



자사 유튜브 채널 '푸쳐한섬'을 통해 웹드라마 공개
방영 이후 더한섬닷컴 매출이 2배 이상 증가하고
극 중 배우들이 입고 나온 옷이 완판되는 등 인기몰이

전 에피소드 누적 조회수 1,300만 이상

SSF샵 '배달의 프로들'



자사 유튜브 채널 '세사패TV'를 통해 웹예능 공개
광희와 딘딘이 소비자의 패션 고민을 듣고 그에 맞는
SSF샵 제품을 직접 배달하는 콘셉트의 예능

전 에피소드 누적 조회수 132만 이상

인셀덤 '인생덤 그녀'



화장품 방문 판매원 엄마와 뷰티 유튜버 딸의
영혼 체인지를 다룬 내용의 웹드라마 제작
드라마 소재에 제품을 자연스럽게 녹여 연출

전 에피소드 누적 조회수 240만 이상

Trend 4 증강현실 기술을 활용한 체험 마케팅

- 코로나19로 오프라인 쇼핑이 줄고 실제 제품을 사용해 보는 것이 어려워지자 AR을 활용한 마케팅 전개가 활발
- 시공간의 제약없이 쉽게 제품을 체험할 수 있어, 기존 고객뿐만 아니라 잠재 고객 유입도 기대

패션·화장품 AR 필터 사례



젠틀몬스터

아이웨어 브랜드 젠틀몬스터는 신제품 선글라스를 홍보하기 위해 AR 필터 제작

사용자들이 신제품을 착용하고 브랜드를 경험할 수 있도록 인스타그램 및 틱톡 AR 필터를 제작



아모레퍼시픽

아모레 퍼시픽의 온라인 공식몰 '아모레몰'은 AR 가상 메이크업 서비스를 도입

사용자들은 자신의 얼굴에 화장품 필터를 씌워 제품의 컬러와 텍스처를 테스트 할 수 있으며 상품 바로가기를 통해 즉시 구매가 가능

Trend 5 **당당한 여성의 이미지를 활용해 메시지의 전달력 강화**

- ‘당당함’을 중요하게 생각하는 MZ세대 소비자의 시선을 사로잡기 위해 걸크러쉬 콘셉트의 마케팅이 활발
- 자신감 있고 프로페셔널한 여성 스타의 모습을 통해 브랜드 이미지를 효과적으로 각인

당당한 여성 이미지 활용 마케팅 사례



발란X김혜수

김혜수의 캐릭터를 고급스럽고 당당하게 연출, '명품을 왜 백화점에서 사?'라는 물음을 던지며 발란의 서비스를 강렬하게 전달



나이키X스트리트우먼 파이터

‘스트리트 우먼 파이터’의 댄서들을 모델로 활용한 ‘OWN THE FLOOR’ 캠페인 영상 공개, 자신감 있고 개성 있는 모습을 강조



AHCX아이키

AHC는 아이크림 제품의 모델로 댄서 아이키를 발탁, ‘두려움을 넘어 아이콘으로’라는 슬로건과 함께 프로페셔널한 모습을 담은 광고 영상 공개



AGE 20'sX 김희진

배구선수 김희진을 톤업 베이스 라인 뮤즈로 선정, 메이크업 화보 촬영과 함께 라이브 팬미팅으로 팬들과 소통



MEDIA

패션·화장품 마케팅 추천 미디어

• 최신 마케팅 트렌드와 연관된 미디어 추천 및 운영 포인트 제시

Media 1

메타버스 미디어

브랜드를 체험할 수 있는 가상공간/아이템 개발
메타버스가 익숙한 Z세대 공략 용이

활용 방향

유입 활성화를 위해 메타버스
인플루언서 섭외&Z세대 타겟 미디어 활용

추천 미디어



Media 2

AR 미디어

AR 필터를 활용한 브랜드 경험 제공
브랜드 및 제품 구매 유도에 효과적

활용 방향

브랜드 AR 필터를 홍보할 수 있는
인앱 DA 광고 동시 집행하여 효과 극대화

추천 미디어



Media 3

콘텐츠 마케팅 특화 미디어

콘텐츠 구성에 특화된 지면, 타겟팅 활용하여
주목도 확보 및 콘텐츠 몰입도 증대

활용 방향

콘텐츠 기획 단계부터 미디어 플랜 구성 필요
순차 노출, 세로형 지면 등 다양한 옵션 활용

추천 미디어



Media 4

고소득층 타겟 미디어

직장인/전문직 타겟 미디어 활용
구매력 있는 고소득층 집중 공략

활용 방향

회사/직급/지역 타겟팅 활용
혜택 위주 메시지로 소구

추천 미디어



Media 1 가상 세계 브랜드 존재감 구축 ‘메타버스’ 미디어

- Z세대를 중심으로 소비자 활동이 가상 세계로 확장되면서 기업들의 마케팅 영역도 이동
- 캠페인 목적에 적합한 메타버스 선정과 유입 활성화를 위한 미디어 활용이 중요

추천 미디어 상품 및 운영안



제페토(네이버Z)

국내 대표 메타버스 미디어로
구현도 높은 가상 공간 구축 시 이용 추천

운영 포인트

제페토 인플루언서 ‘제페터’를 섭외하여
브랜드 아이템, 가상공간 홍보



로블록스(로블록스컴퍼니)

글로벌 최대 규모 메타버스로
브랜드 스토리를 담은 게임 제작 시 효과적

운영 포인트

게임 특화 미디어를 활용하여
브랜드 가상공간&게임 유입 증대



이프렌드(SKT)

모임에 특화된 서비스로
다양한 주제의 가상 모임이 활성화 되어 있음

운영 포인트

Z세대 타겟 콘텐츠로 정기 모임을 개설
브랜드 호감도 및 로열티 확보

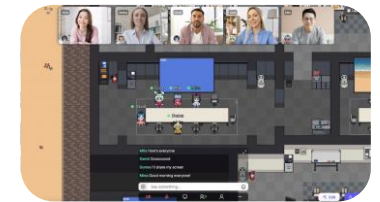


젼(네이버Z × 슈퍼켓)

5만 명 까지 수용되는 가상공간 구축 가능
신제품 설명회, 쇼케이스, 웨비나에 적합

운영 포인트

웹 기반 메타버스로 광고를 통한 유입 허들 낮음
다양한 타겟팅 광고를 활용하여 모객



Media 1 메타버스 마케팅 포인트 & 프로세스

- 메타버스 플랫폼 선정부터 마케팅 플랜까지 유기적인 기획 필요
- 전달하고자 하는 메시지를 명확히 설정하여 가상 공간 & 오브젝트 구축에 반영

포인트

메타버스 플랫폼 선정

브랜드 목표에 최적화된
메타버스 플랫폼 선정

타겟 미디어 활용

유입 증대를 위한
Z세대 타겟 광고 상품 집행

메인 콘텐츠 집중

긍정적인 브랜드 경험 제공을 위해
메인 콘텐츠에 리소스 집중

메타버스 마케팅 프로세스

STEP1

브랜드 최적화
메타버스 콘텐츠 기획



캠페인 목적에 맞는 플랫폼 선정
최적화된 콘텐츠 기획

STEP2

메타버스 구축
마케팅 전략 수립



메타버스 콘텐츠 개발, 유입 증대를 위한
마케팅 & 타겟 미디어 계획 수립

STEP3

라이브
마케팅 실행 & 콘텐츠 관리



라이브 & 유입 활성화를 위한 마케팅 실행
재방문을 위한 콘텐츠 개발

Media 2 브랜드 경험 마케팅에 최적화된 'AR미디어'

- 비대면 트렌드가 지속되면서 AR 기술을 활용한 제품, 브랜드 경험 마케팅이 증가하고 있음
- AR 필터로 제품을 가상 체험하고 구매 욕구를 자극하여 세일즈 활성화 기대

추천 미디어 상품 및 운영안

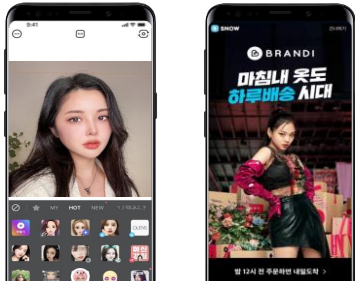


국내 대표 카메라 앱 'SNOW'

AR 마케팅에 특화된 'Virtual Try On' 상품 보유
여성 비중이 높아 패션&화장품 타겟 공략에 효과적

운영 포인트

SNOW 주요 인앱 배너 상품을 동시 집행하여
필터 이용률 상승&유저 도달 극대화



바이럴에 효과적인 '인스타그램'

브랜드에서 제작한 AR 필터를 입점시켜
릴스, 스토리 등 다양한 콘텐츠에 활용할 수 있음

운영 포인트

패션&화장품 특화 인플루언서를 섭외하여
필터 사용 활성화 및 바이럴 효과 증대



Z세대 트렌드 거점 '틱톡'

AR 콘텐츠가 가장 많이 생산되는 미디어
유저 인게이지먼트가 높아 이슈라이징에 효과적

운영 포인트

브랜드 스티커를 활용한 참여형 상품
'해시태그 챌린지' 집행 시 시너지 극대화



Media 3 브랜드 콘텐츠를 몰입도 있게 ‘콘텐츠 마케팅 특화 미디어’

- 긴 호흡과 몰입도가 필요한 브랜드 콘텐츠 특성에 적합한 상품 구성
- 단순 프리롤 광고와 달리 소재 순차 노출, 세로형 지면, 콘텐츠 타겟팅 등을 활용하여 높은 주목도 확보 가능

추천 미디어 상품 및 운영안



No.1 동영상 플랫폼 ‘유튜브’

VAS(Video Ad Sequencing) 상품 활용
긴 호흡의 브랜드 콘텐츠 소재를 순차적으로 노출

운영 포인트

유튜브 채널 연동, 스토리텔링에 적합한
시퀀스 구성 등 운영을 위한 사전 준비 필요

광고 소재의 노출 순서를 지정하여 순차 노출

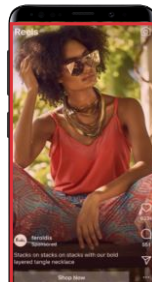


릴스를 통해 더 강력해진 ‘인스타그램’

풀 스크린 형태의 릴스 광고 활용
광고주의 브랜드 콘텐츠를 높은 몰입도로 노출

운영 포인트

릴스의 지면 및 이용 행태를 고려한
짧고 재미있는 숏폼 콘텐츠 제작



프리미엄 콘텐츠 플랫폼 ‘SMR’

방송사 콘텐츠&DIA TV 뷰티 채널 프리롤 노출로
안정적인 브랜드 세이프티 확보

운영 포인트

뷰티/패션 큐레이션 상품으로
코어 타겟 공략

데모 큐레이션 뷰티/패션 대표 노출 채널



CJ ENM
백만뷰 Get it Beauty



JTBC
beauty



DIA TV
썬님

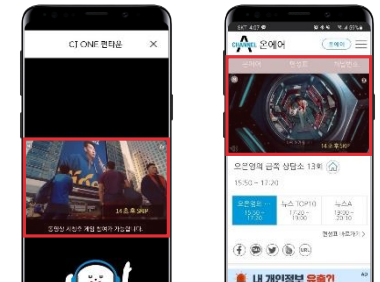


퍼포먼스 동영상 네트워크 ‘시그널플레이’

프리미엄 제휴 매체들을 통한
주목도 높은 노출이 가능한 동영상 상품

운영 포인트

주요 매체와 동시 집행 시
추가 Reach 확보 및 타겟 커버리지 보완 가능



Media 4 하이엔드 패션·화장품 브랜드를 위한 ‘고소득층 타겟 미디어’

- 직장인, 전문직 타겟 미디어를 활용하여 구매력이 높은 소비층 공략
- 회사/직급/지역 등 해당 매체 고유의 타겟팅 옵션 적극 활용

추천 미디어 상품 및 운영안

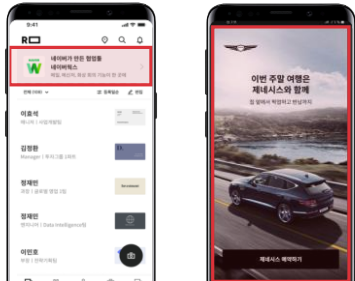


직장인 필수 앱 ‘리멤버’

360만 비즈니스맨이 사용하는 대한민국 No.1 명함 관리 앱
비즈니스 콘텐츠, 커뮤니티, 채용 등 비즈니스 관련 다양한 서비스 제공

운영 포인트

대표 및 임원급(직급) + 의사, 법조인(직무) 타겟팅 등
고소득 전문직 타겟팅을 통해 높은 구매력의 소비층 공략

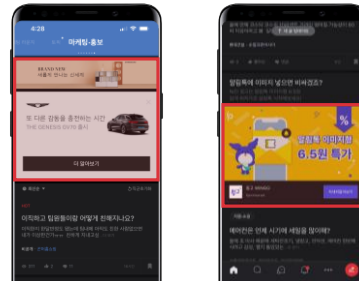


직장인 익명 커뮤니티 ‘블라인드’

블라인드 유저의 47%가 연 6,000만 원 이상의 연봉 소득자로
구매력이 높은 고소득층 타겟 접점 확보 용이

운영 포인트

원데이 스페셜 DA(1일 고정 상품) 상품 활용하여
단시간 내 집중적인 트래픽 유입

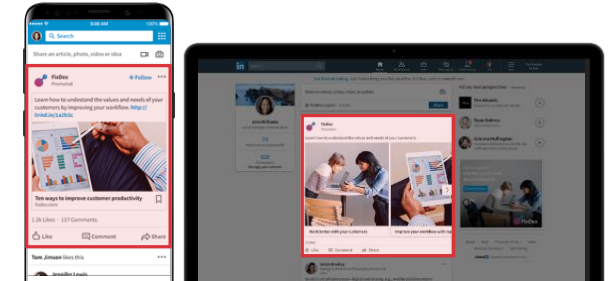


글로벌 비즈니스 전문 소셜 미디어 ‘링크드인’

타 소셜 미디어 대비 우수한 신뢰도와 고객 층 보유
회사 규모, 직책, 연차, 관심사 등 정교한 타겟팅 지원

운영 포인트

패션, 화장품 업종에 적합한 Carousel 상품 활용하여
다양한 제품 이미지 및 정보 전달 가능



Media 5 화장품 버티컬 미디어

- 핵심 타겟이 주로 사용하는 화장품 앱을 마케팅 거점으로 활용
- 브랜드 인지도를 확보할 수 있는 '배너 광고'와 구매·전환에 효과적인 '리뷰 광고'가 대표적인 상품

추천 미디어 상품 및 운영안



뷰티 커뮤니티 플랫폼 '글로우픽'

뷰티 제품 리뷰 및 카테고리 랭킹 서비스 제공
뷰티 고관여군 타겟 공략에 효과적

운영 포인트

스플래시 배너, 팝업 배너 상품으로
유저 노출 극대화

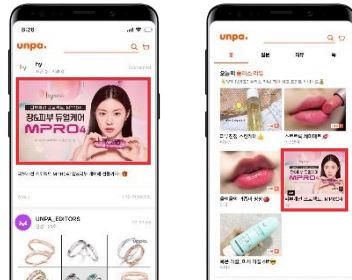


Z세대 선호도가 높은 '언니의 파우치'

활동성 높은 150만 회원을 보유하고 있으며,
다양한 서브 채널 활용하여 커버리지 확대 가능

운영 포인트

타겟 유저 대상 주목도 확보를 위해
화장품 기능, 효과 위주 메시지 소구

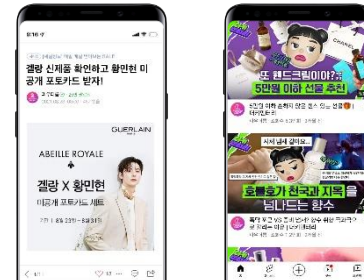


네이버 뷰티 커뮤니티 1위, '파우더룸'

국내 대표 뷰티 콘텐츠 플랫폼,
콘텐츠 공신력이 높아 구매 전환 연결 기대

운영 포인트

네이버, 유튜브 등 콘텐츠 유통 채널 상품 활용해
이슈라이징 도모 및 커버리지 확장

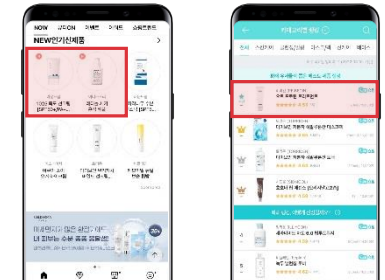


2030 여성 뷰티 플랫폼 '화해'

8년 연속 구글 뷰티 앱 1위,
구매 단계의 유저 공략으로 전환 극대화

운영 포인트

앱 내 제품 조회 수가 구매로 연결되도록
신뢰도 높은 리뷰&제품 추천 상품 동시 집행 추천



Media 6 패션버티컬미디어

- 패션 브랜드에 최적화된 앱·네트워크·매거진을 공략해 타겟 직접 도달 확보
- 비교적 소액으로도 접근이 가능하며 로드블럭·인터랙티브 배너 등의 상품 활용도가 높은 편

패션 매거진 미디어 바로가기



추천 미디어 상품 및 운영안



1525 여성 타겟 플랫폼 '스타일쉐어'

구매력 있는 826만 회원을 통해
높은 구매 전환율로 퍼포먼스 극대화

운영 포인트

DA 광고와 자체 라이브 커머스 동시 진행 시,
단기간 브랜드 인지도 증대 및 구매 전환 기대

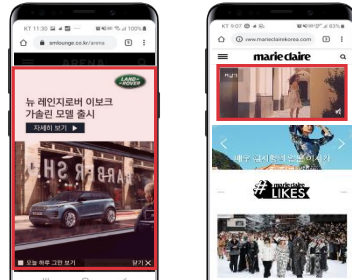


프리미엄 패션/뷰티 매거진 네트워크 'TDN'

프리미엄 패션 콘텐츠 & 빅 배너 영역 노출,
패션 고관여 유저 공략에 최적화

운영 포인트

풀 스크린 지면을 활용해
브랜드 아이덴티티가 반영된 크리에이티브 추천

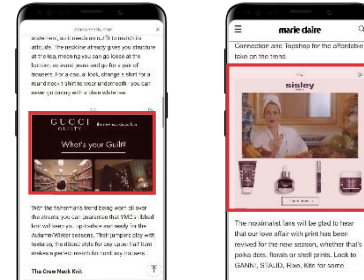


공신력 높은 프리미엄 콘텐츠 네트워크 'Teads'

몰입도 높은 인터랙티브 광고 상품과
합리적인 과금 방식으로 비용 효율성 우수

운영 포인트

비디오 셀렉트, 쇼퍼블 비디오 등
인터랙티브한 경험 제공으로 브랜드 관여도 증대



세계 1위 패션, 스트리트웨어 웹진 '하입비스트'

패션 고관여 유저 선호 플랫폼,
유니크한 정보 전달로 충성도 높은 유저층 보유

운영 포인트

구매의도가 있는 영타겟 대상
스폰서드 상품을 활용하여 구매 유도





PROMOTION

메조미디어에서 단독으로 제공하는 특별 프로모션

• 합리적인 비용으로 효과적인 광고 캠페인 진행이 가능한 특별한 이벤트


Value 1	Value 2	Value 3	Value 4
<div>MetaBuzz 제페토 패키지</div> <div>국내 대표 메타버스 에이전시 ‘메타버즈’ 풍부한 노하우로 효과적인 메타버스 마케팅 진행</div> <div>특별 패키지</div> <div>제페토 마케팅 패키지</div> <div>① 베이직 : 1,900만 원 ② 스탠다드 : 2,900만 원 ③ 프리미엄 : 3,300만 원</div>	<div>SNOWVTO 패키지</div> <div>AR마케팅에 특화된 카메라 앱 AR필터 제작 및 인앱 홍보 가능</div> <div>특별 패키지</div> <div>VTO (Virtual Try On) 20%할인 제공</div>	<div>리멤버</div> <div>360만 비즈니스맨이 사용하는 명함 관리 앱 고소득, 전문직 타겟팅 활용</div> <div>특별 패키지</div> <div>서비스율 20% 제공</div>	<div>TDN</div> <div>매거진 매체를 중심으로 구성된 프리미엄 네트워크 플랫폼</div> <div>특별 패키지</div> <div>추가 노출 제공</div> <div>① 로드블럭 상품 1구좌(7일) 1일 추가 노출 ② CPM 상품 5% 서비스율 제공</div>

메조미디어 단독 1

MetaBuzz 제페토 패키지

- 제페토는 Z세대 여성 비중이 높아 패션·화장품 마케팅에 효과적인 플랫폼
- 브랜드 아이덴티티를 명확하게 전달할 수 있는 완성도 높은 가상 공간 구현이 가능함

패키지 집행 문의



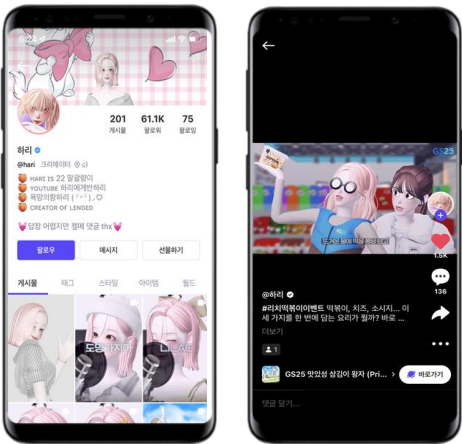
※ MetaBuzz: 메타버스 전문 크리에이터 그룹

브랜드 가상 공간 구축



<브랜드 아이덴티티를 반영한 구성>

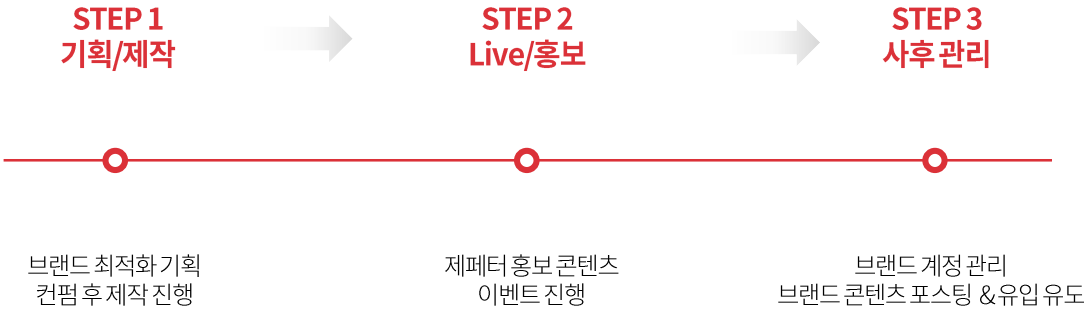
제페터(인플루언서) 홍보



<제페터 섭외>

<제페터 홍보 콘텐츠>

집행 프로세스



※ 패키지 구성

구분	구성	단가
베이직	가상 공간 구축, 제페터 홍보, 이벤트 운영 관리	1,900만 원
스탠다드	가상 공간 구축, 제페터 홍보, 이벤트/브랜드 계정 운영 관리	2,900만 원
프리미엄	가상 공간 구축, 제페터 홍보, 이벤트/브랜드 계정 운영 관리, 홍보 영상제작	3,300만 원

※ 본 패키지는 2022년 3분기까지 구매 가능
* 패키지 별 단가는 ‘빌드잇’ 제작 기준이며 ‘유니타’ 제작 시 별도 문의 (상세 단가는 브랜드 요청 내용에 따라 달라질 수 있음)

메조미디어 단독 2

스노우 VTO(Virtual Try On) AR 필터 마케팅 패키지

- AR 필터를 활용한 브랜드 가상 경험부터 세일즈까지 기대할 수 있는 통합 구성
- 필터는 3주 동안 지속 노출되어 인지도를 확보할 수 있으며, AR 필터로 제품의 특징을 체험하기 때문에 구매 전환 효과 기대 가능

선착순 5개 브랜드 20% 할인 제공 (3,000만원 → 2,400만원)

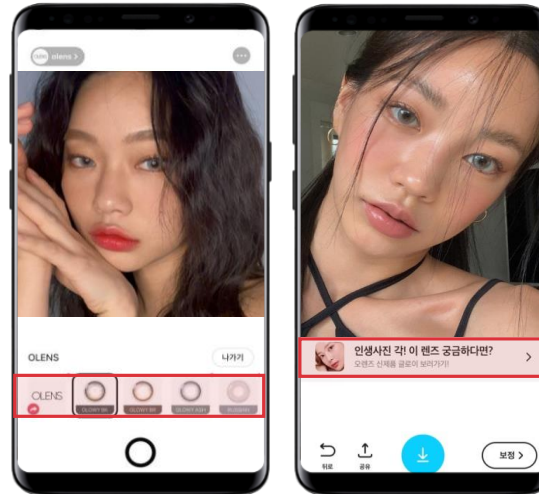
STEP 1
제품 및 브랜드 필터 홍보



<이펙트 탭 노출>

<가이드 팝업 배너>

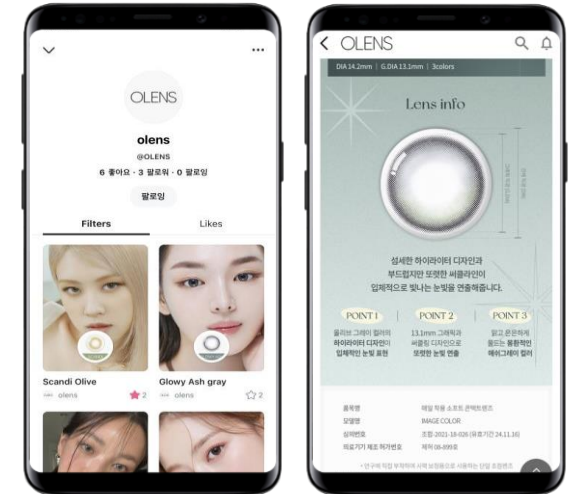
STEP 2
필터 사용(제품 경험)



<브랜드 커스텀 필터>

<컨펌 배너 - 랜딩 가능>

STEP 3
구매 전환 유도



<인기 브랜드관>

<세일즈 페이지>

* 본 프로모션은 2022년 2분기까지 제공됨

메조미디어 단독 3 리멤버

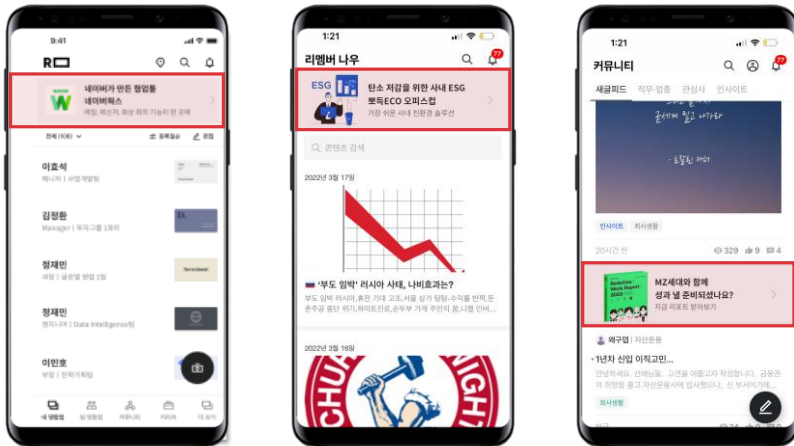
- 기업 규모, 업종, 직급 등의 타겟팅을 활용하여 구매력이 높은 고소득층 공략
- 패션·화장품 또는 럭셔리 카테고리 브랜드 집행 시 프로모션 혜택 제공

고소득층 타겟 미디어 프로모션

20% 서비스율 제공

노출 플랫폼 리멤버 (APP)
 제공 대상 패션·화장품 카테고리 광고주

노출 예시



<명함첩 메인>

<리멤버나우 메인>

<커뮤니티메인>

* 본 프로모션은 2022년 5월까지 제공됨

메조미디어 단독 4 TDN (Tapzin Display Network)

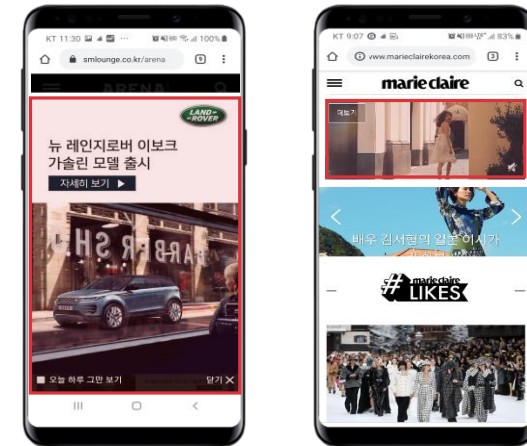
- 패션·화장품 특화 매거진 중심의 제휴 네트워크 보유
- 일반 배너 외 확장형 리치미디어, 로드블럭, 네이티브 동영상 광고 등 다양한 형태의 상품 지원

패션/화장품 업종 프로모션

- ① 로드블럭 상품: 1구좌(7일) 집행 시 1일 추가 노출
- ② CPM 상품: 5% 서비스율 제공

노출 플랫폼 TDN 제휴 네트워크 (PC/MO)
 적용 상품 TDN 내 구좌제 or CPM 상품

노출 예시



<전면 광고>

<기본 배너형 광고>

* 본 프로모션은 2022년 2분기까지 제공됨

Appendix

MANPLUS & SIGNAL-PLAY, 뷰티/패션 패키지

패키지 소개서 바로가기

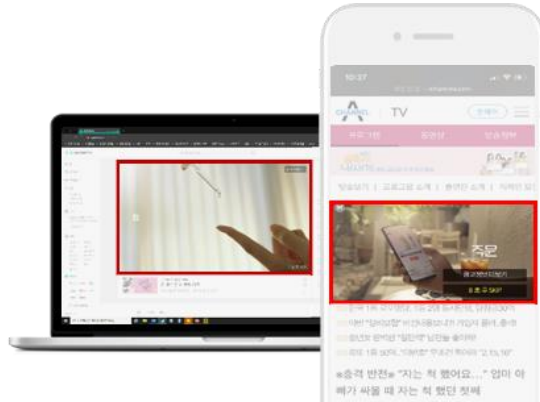
- 패션·화장품 관심 타겟에게 효과적으로 도달할 수 있는 정교한 타겟팅 지원 및 최대 서비스율 제공

MANPLUS 노출 예시



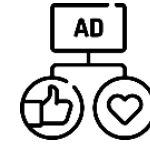
<주요 프리미엄 제휴 지면 내 DA 노출>

SIGNAL-PLAY 노출 예시



<주요 언론사 및 국내 대표 동영상 플랫폼 노출>

패션·화장품 업종 오디언스 타겟팅 항목

SKP & 자체 DMP
데이터 기반 오디언스 타겟팅패션·화장품 업종
기 집행 캠페인 반응유저 타겟팅패션·화장품 업종
어플리케이션 보유자 타겟팅

※ 패키지 구성 예시(1,000만 원 집행기준)

구분	부킹 예산	구성	단가
MANPLUS_띠배너	1,000만 원	광고주 맞춤형 오디언스 타겟팅 + 서비스율 80% 제공	CPC 83원
MALPLUS_전면배너	1,000만 원	광고주 맞춤형 오디언스 타겟팅 + 서비스율 200% 제공	CPC 83원
SIGNAL-PLAY	1,000만 원	광고주 맞춤형 오디언스 타겟팅 + 서비스율 36% 제공	CPM+ 8,796원

* 부킹 예산 구간 별 서비스율 추가 제공되며, 연장 집행시 해당 캠페인 한정 서비스율 유지

CONTACT US.

디지털미디어 시장의 트렌드와 인사이트를 원하시나요 | 트렌드기획팀 mezzo_report@cj.net

메조미디어만의 차별화된 미디어 정보가 궁금하시다면 | 디지털기획팀 m_plan@cj.net

MezzoMedia