

2019 소셜미디어 트렌드

- 서비스의 진화와 마케팅 활용 -



진화하는 소셜미디어 서비스



웹 상에서의 카페, 동호회 개념 시초

다음 카페,
프리챌, 야후



일촌 중심 수동적 네트워크.
개인의 인맥 관리 또는
일상 기록(다이어리) 중점

싸이월드,
블로그



개방형 능동적 네트워크.
시공간 제한 없는 소통과
외부 서비스와 연결 용이

페이스북,
트위터, 밴드



하이테크 신기술과 결합한
소통 기반의 콘텐츠 및 미디어 커머스,
일상적 관계 구축으로 생활 전반에 밀착

페이스북 Watch
인스타그램 쇼핑
TikTok, Tinder

CONTENTS

01 소셜미디어 시장 현황

02 소셜미디어 서비스의 진화

03 소셜미디어 마케팅 트렌드

04 소셜미디어 마케팅 사례

01

소셜미디어 시장 현황

글로벌 시장

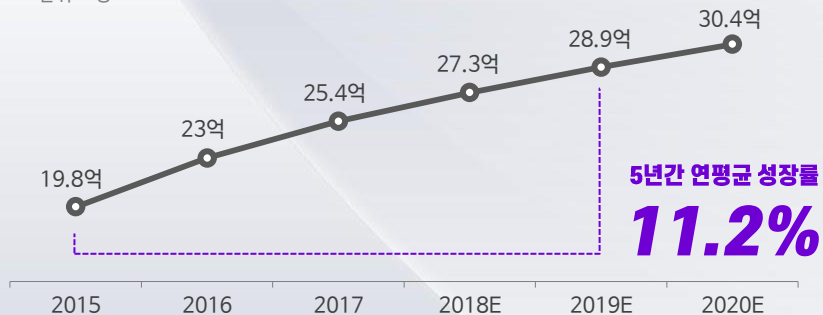
글로벌 30억 소셜미디어 인구 일 평균 2시간 ▲

글로벌 소셜미디어 이용자는 연평균 약 11.2% 수준으로 꾸준히 증가하고 있으며, 2020년에는 글로벌 이용자 30억 명 돌파 전망

전 세계적으로 일평균 SNS 이용시간이 130분을 넘어섰으며, 특히 필리핀 · 태국 · 인도 등 아시아 신흥시장의 이용시간이 매우 높은 것으로 나타남

글로벌 소셜미디어 - 이용자 규모 추이

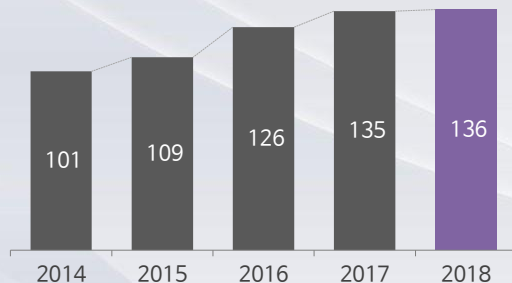
* 단위: 명



*출처: eMarketer, Social network users (2018.11)

글로벌 소셜미디어 - 일 평균 이용시간 현황

* 단위: 분



주요국 일 평균 이용시간

글로벌	136분
필리핀	252분
태국	191분
인도	152분
미국	124분
중국	117분
한국	69분

*출처: Statista, Social Media & User-Generated Content (2019.05) | we are social: Hootsuite(2019.04)

국내 시장

국내 소셜미디어 이용자 & 이용률 성장세 지속

글로벌 추세와 마찬가지로
국내 소셜미디어 이용자 규모가 확대되고 있으며,
올해 약 3,300만 명이 소셜미디어를 이용할 전망

특히 1020 세대의 일 평균 이용시간이 높으며,
올해 국내 소셜미디어 이용률이 약 50%에 이를 전망

국내 소셜미디어 - 이용자 규모 추이

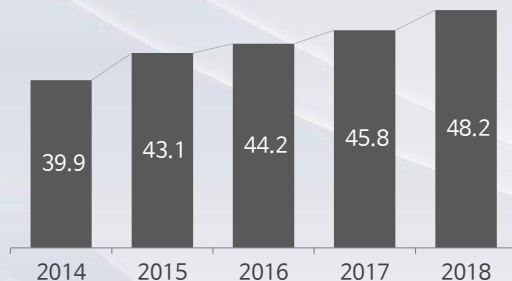
* 단위: 명



*출처: eMarketer, Social network users (2018.11)

국내 소셜미디어 이용률 현황

* 단위: %



*출처: 정보통신정책연구원, 한국미디어패널 조사 (2019.02)

연령별 일 평균 이용시간

10대	1시간 1분
20대	1시간 7분
30대	50분
40대	48분
50대	46분
60대	42분

소셜 광고 시장

글로벌 170조 & 국내 1조 원 소셜 광고 급성장

소셜미디어를 통한 글로벌 디지털 마케팅 시장이 지속적으로 성장하여 올해 약 1,000억 달러 (약 120조 원), 2021년에는 약 1,450억 달러 (약 170조 원)로 급증 전망

국내 시장도 소셜미디어를 활용한 마케팅 광고 시장 규모가 빠른 속도로 확장하고 있으며 2021년까지 약 1조원 규모로 광고비 규모 급성장 예상

*출처 : Statista, Social Media Advertising (2019.05)

글로벌 소셜미디어 광고비 규모

* 단위: 억 달러



국내 소셜미디어 광고비 규모

* 단위: 억 원



02

소셜미디어 서비스의 진화

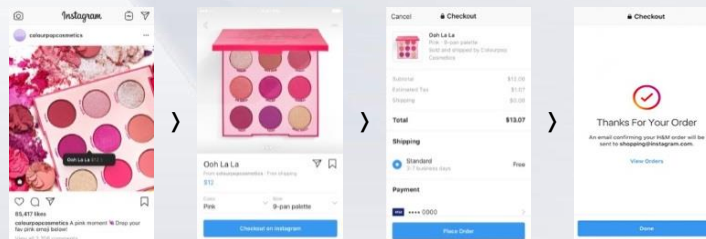
커머스

소셜미디어와 결합한 커머스 기능/서비스 확대

인스타그램의 인앱 결제 기능 추가 등 소셜미디어 플랫폼 내 커머스 기능 강화 추세

최근 커머스와 소셜미디어를 결합하여 콘텐츠 생산, 사용자들의 소통 기능을 더한 소셜머커스형 커머스 서비스 인기

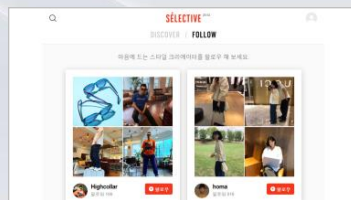
인스타그램 인앱결제 서비스 추가 (2019.4)



- 피드 내 상품에 대한 정보 확인, 주문, 결제까지 앱에서 가능한 '체크아웃' 기능 추가
- 쇼핑 기능 전반 지원 및 다양한 결제 수단으로 사용자들의 앱 내 활발한 쇼핑 활동 기대 (미국 내 베타 서비스中)

소셜미디어 형태의 신(新) 커머스 플랫폼 등장

네이버 셀렉티브 (2019.3)



- 인플루언서 스타일 정보를 상품 태그와 함께 SNS 형태로 게시
- 계정 구독, 상품 정보 확인 및 구매 가능

스타일쉐어



- 서비스 이용자들이 착샷, 후기 등을 상품 정보와 함께 SNS 콘텐츠 형태로 공유
- 계정 구독, 컬렉션에 담기, 상품 구매 가능

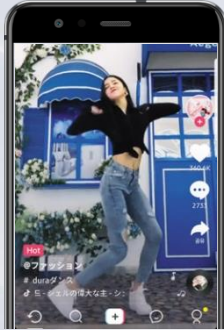
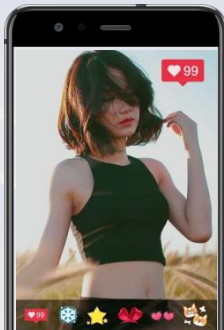

쇼트비디오

틱톡 · 콰이 · 스냅챗 등 쇼트비디오 기반 新 소셜미디어 인기

쇼트비디오 콘텐츠의 생산과 공유, 소통을 기반으로 한 새로운 소셜미디어 서비스 전세계적으로 큰 인기

이들은 다양한 이모지, 음악, 영상 편집 기능을 통해 간편한 이용을 돕고 재미를 더하며 스넵 컬처의 중심으로 부상

쇼트비디오 기반 주요 소셜미디어

서비스	틱톡(TIK TOK)	콰이	스냅챗
개발사	TikTok Pte. Ltd.	KWAI INC.	Snap Inc
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 15초 짧은 동영상 중심 · 음악 및 립싱크, 필터 등 특수 효과 다양 · 다수의 크리에이터 보유 	<ul style="list-style-type: none"> · 더빙/립싱크 콘텐츠 중심 · 3D 애니모지, 스티커 등 효과 다양, SNS 공유 기능 · 최근 라이브 기능 도입 	<ul style="list-style-type: none"> · AR 필터 콘텐츠 중심 · 동물, 아기 등 다양한 필터 이모지, SNS 공유 가능 · 오리지널 콘텐츠 확대
이용 화면			

네트워킹

새로운 관계 형성, 네트워킹 활동 소셜미디어 주목

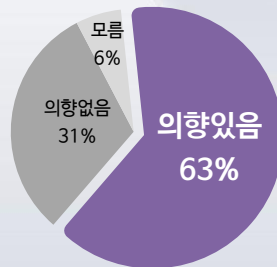
취미, 관심사, 연애 등 새로운 만남에 대한 니즈 다양하며 이에 따라 네트워킹 앱 이용 의향도 52%로 높음

취미 모임(소모임, 틴더) 및 데이팅 앱(아만다, 정오의데이트) 같은 모바일 앱 기반의 네트워킹 소셜미디어가 새로운 관계 형성 채널로 부상

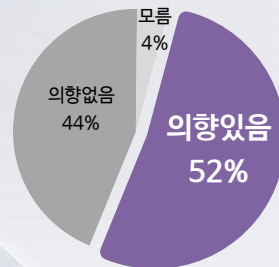
*출처 : 마크로밀엠브레인, 사교모임 앱 | 소셜데이팅 앱 관련 조사 1944 미혼남녀 (2019.02)

다양한 관계 형성 및 네트워킹 소셜미디어 니즈 확산

Q. 취미/관심사 공유 만남 참여 의향



Q. 네트워킹 앱 이용 의향



다양한 커뮤니티/네트워킹 소셜미디어 서비스

서비스	소모임	틴더(Tinder)	아만다	정오의데이트
구분	취미 모임앱	소셜 디스커버리앱	데이팅앱	데이팅앱
특징	· 독서, 스포츠, 문화, 스터디 등 자기 계발, 소확행 기반 다양한 취미 모임으로 구성	· 연애 외 친구 찾기 등 관계 형성에 중점 · 간편한 스와이프 매치, 채팅 기능 제공	· 철저한 인증 절차 통한 가입, 이상형들 기준으로 한 맞춤형 서비스 운영	· 셀프소개팅, 퀴즈 풀기 등 콘텐츠 및 커뮤니티 기능 다양

03

소셜미디어 마케팅 트렌드

5G시대

초연결 5G시대, 변화하는 소셜 마케팅

최근 5G 통신망 시대가 본격 시작되면서
소셜미디어를 중심으로 실감형 콘텐츠를 활용한
광고 및 타겟 마케팅 고도화를 위한 움직임 활발

페이스북, 네이버, 인스타그램 등 주요 소셜미디어에서
5G 기반 콘텐츠에 공격적인 투자·협업 진행 중이며
향후 더 많은 미디어 및 디지털 산업으로 확산 전망

5G시대, 실감형 콘텐츠의 마케팅 기회

5G통신 특징과 소셜마케팅의 변화

초고 화질 영상

4K/8K 고화질 영상 제작·중계

초고속/초저지연

3D화상 통화, AR/VR 활용 콘텐츠

동시 다채널 접속

가상 공간 내 대규모 이용자와 함께
실시간 동시 시청, 쌍방향 소통 가능

① 실감형(몰입형) 광고 콘텐츠 확대

- 시선 탐지 타겟팅 VR 광고, 물리적 환경과 결합된 AR 광고 등 새로운 실감형 기술 관련 광고 등장
- SNS 내 인(in)-콘텐츠 광고, 네이티브 광고 대두

② 타겟 마케팅 활용도 증대

- 5G 기반으로 소셜미디어 및 생활 전반의 이용자 빅데이터 활용하여 개인 맞춤형 서비스 고도화
- 맞춤형 콘텐츠와 타겟 마케팅/광고 중요도 증가

소셜미디어 중심으로 차세대 콘텐츠 개발 활발

페이스북 x 오클러스 소셜VR 스페이스(메타)



* 2017년 4월 베타버전 출시

VR다바이스를통해대화형가상
환경에서라이브비디오로소통

인스타그램 x SKT 5G활용 디지털 광고 협력



* 2019년 5월 협약 체결

5G시대에맞는차세대콘텐츠
확산을목표로양사업무협약체결

네이버 스타 V라이브 소셜 라이브 스트리밍



* 2020년 출시 예정

고화질VR헤드셋활용하여스타의
공연을실시간스트리밍으로감상

실감형 콘텐츠

LIVE · AR/VR · 360 등 실감형 동영상과 마케팅 결합 활발

5G 통신을 비롯한 하이테크 기술 확장에 따라
소셜미디어 플랫폼도 함께 변화하고 있으며,
급변하는 소셜 트렌드에 맞는 마케팅 전략 더욱 중요

특히, AR/VR, 라이브 스트리밍 커머스 방송 등
새로운 방식의 소셜 콘텐츠 광고가 확대되고 있음

주요 소셜미디어 내 실감형 콘텐츠 기능



360도 서라운드

- 페이스북 '360 파노라마'
- 유튜브 '스테레오 360 VR'
- 트위터 '360 부스' 운영



AR/VR/MR

- 페이스북 '소셜VR 스페이스'
- 틱톡 'AR 필터 스티커' 강화
- 스냅챗 'AR 아기 필터' 추가



LIVE 스트리밍

- 트위터 '라이브 대화' 기능
- 유튜브 'Live 스트리밍'
- 인스타그램 '라이브 IGTV'

실감형 콘텐츠 활용한 소셜 마케팅 도입

페이스북 X 마이클 코어스 AR(증강) 커머스 광고



* 2018년 7월 시범도입

페이스북인에서선글라스제품을
AR기술로 가상시착할수있는기능

틱톡 X 넥슨 '크아' AR · 해시태그 챌린지



* 2019년 3월 실시

X틱톡앱에서댄스인증챌린지실시,
크아게임캐릭터AR필터스티커제공

웨이야 X 스와니코코 소셜 라이브 스트리밍



* 2019년 5월 실시

중국왕홍 웨이야와라이프판매
실시하여시청자500만명, 완판

인플루언서

인플루언서와 소셜 내 마케팅 콜라보레이션 증가

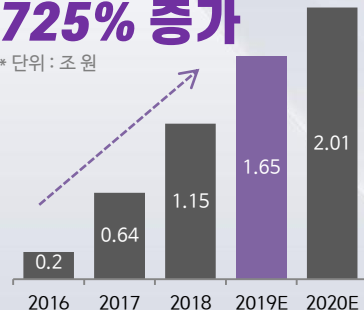
소셜미디어 내 인플루언서의 영향력이 커지면서 커머스 업계를 중심으로 먹방, 리뷰, 추천형 등의 다양한 콘텐츠로 소셜 마케팅 진행 활발

주요 소셜미디어 채널을 중심으로 인플루언서 활용한 성과 기반의 네이티브 · 바이럴 마케팅이 더욱 각광

인플루언서와 마케팅 콜라보레이션 활발

4년 만에 국내 시장규모 최대
725% 증가

* 단위 : 조 원



[인플루언서 콜라보 마케팅 주요 사례]

LF 질스튜어트 x 코코 카피탄	영향력있는 아티스트와 패션 콜라보 실시하여 밀레니얼세대 공략
롯데백화점 x 강희재 Live방송	패션 인플루언서 강희재와 GTV 라이브 방송 진행, 인스타그램mer들 초대하여 팝업스토어 홍보
쿠킹박스 콜라보 밀키트	푸드 인플루언서와 협업하여 밀키트 레시피 기획 및 상품제작-홍보 진행

인플루언서 활용 캠페인 프로세스 및 특징

1단계 | 티저영상 제작

소셜미디어 내 프리롤 광고 적용



2단계 | 콜라보 콘텐츠

인플루언서 채널에 업로드



3단계 | 세일즈 연계

아웃링크, 인앱 구매로 연결



- 먹방/뷰티/리뷰 등 각 인플루언서 별 전문 영역이 있으며, 이에 열광하는 팬덤을 확보
- 각 분야별 전문 인플루언서 활용 시, 타겟층에 브랜드의 긍정적 이미지 제고 및 높은 파급력

* 출처 : 메조미디어, 동영상 세일즈 가이드 - 인플루언서 마케팅 캠페인

04

소셜미디어 마케팅 사례

SKT X 영데이터스테이션 X 해시태그 챌린지 온·오프라인 연계, 쇼트비디오 참여형 캠페인

- 쇼트비디오 전문 앱 ‘틱톡’을 활용하여 댄스 미션을 촬영하고 이를 온라인 상에 공유하는 참여형 캠페인 진행
- CGV, CU 편의점, 에뛰드 매장 등에 설치한 ‘0데이터스테이션’ 키오스크에 방문하여 현장에서 참여 홍보 및 콘텐츠 공유

1020 세대 타겟 <SKT- 영데이터스테이션 해시태그> 인증 영상 공유 캠페인



주요 오프라인 사이트에 사이니지 홍보 및 참여 안내



틱톡 앱 내 #영데이터스테이션 해시태그 참여 및 효과 필터 제공

CGV 영화관, 편의점, 에뛰드하우스 매장 등에 설치된 키오스크에 방문하여 동영상 촬영 및 참여

특정 주제를 제시하면 유저가 주제에 맞는 비디오 콘텐츠를 직접 촬영 후 해시태그와 함께 업로드



틱톡 앱 #영틴댄스 조회수 8.2만 회
유튜브 조회수 387만 회 돌파

파라마운트 X 미션임파서블 X 360도 파노라마 360도 실감형 콘텐츠 활용한 영화 홍보 캠페인

- 파라마운트 제작사의 <미션 임파서블> 영화의 비하인드 메이킹 영상을 360도 콘텐츠로 제작하여 홍보 캠페인 진행
- Facebook 360 동영상 콘텐츠를 통해 액션 영화의 리얼리티를 이용자에게 전달하여 몰입감 높은 경험 제공

<미션 임파서블> 액션 영화, 360도 실감형 콘텐츠 홍보 캠페인



페이스북 360 파노라마로 촬영한 영화 속 영상 홍보



액션 영화 속 한 장면을 360도 방향의 실감형 콘텐츠 시청 및 공유

<Facebook 360> 기능을 사용하여
액션 영화의 비하인드 홍보용 콘텐츠 제작

영화의 주요 장면을 서라운드 뷰로 확인하는
몰입 경험 제공으로 신작 개봉에 대한 관심 증대

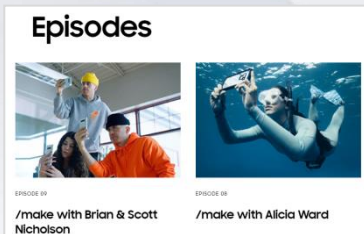
**페이스북 조회수 300만, 공유 6천 건
클리오 광고제 금상 수상**



삼성전자 X 갤럭시 노트9 X 인플루언서 ‘/make’ 시리즈 인플루언서와 콜라보, 소셜 콘텐츠 시리즈 제작

- 1020 Z세대에게 인기 있는 인플루언서와 함께 갤럭시 폰을 이용해 어떤 과정으로 영상을 촬영하고 편집, 게시하는지 시리즈로 콘텐츠 노출
- 유튜브, 페이스북 등 자사 소셜미디어 계정에 해당 홍보용 콘텐츠를 노출하여 시청자에게 긍정적인 브랜드 메시지 전달

인플루언서와 콜라보 한 삼성전자 <갤럭시 노트9> 사용기 캠페인



글로벌 인플루언서가 제품을 사용하여 촬영부터 게시까지 자연스러운 사용기 담아 시리즈로 노출

크리에이터가 어떻게 제품을 사용하여 유튜브에 콘텐츠를 공유하는지 시청자에게 간접 경험 전달

글로벌 인플루언서 9명과 제품 사용기 영상 시리즈 제작

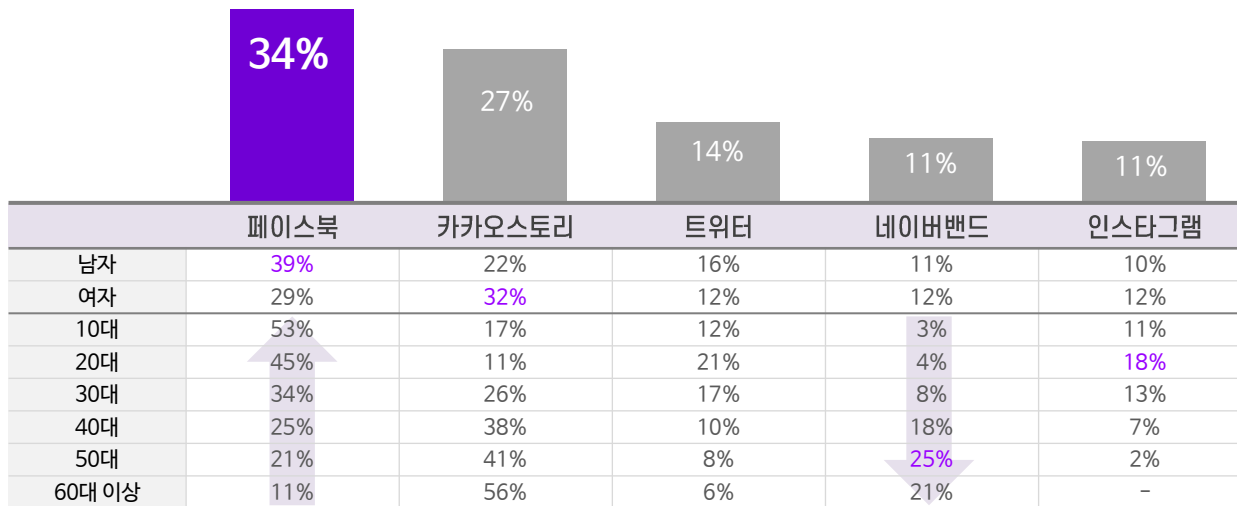
스마트폰을 사용하여 콘텐츠를 제작하고 자연스러운 제품 기능 홍보

유튜브 16만, 페이스북 3.6만 조회수
유튜브웍스 '베스트 오디언스 인사이트' 우승

APPENDIX

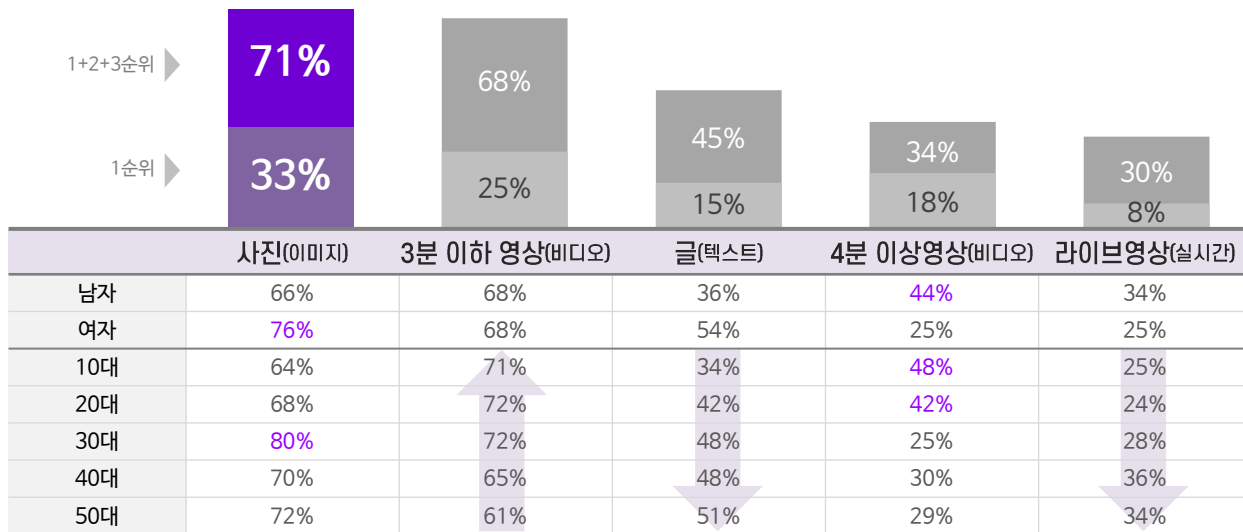
- 소셜미디어 서비스별 이용률
- 소셜미디어 선호 콘텐츠
- 소셜미디어 매체 안내

Q. 소셜미디어 서비스별 이용률은? (1순위 응답 기준)



주로 이용하는 소셜미디어는 페이스북(34%) > 카카오토리(27%) > 트위터(14%) 순임
 남성은 페이스북, 여성은 카카오 스토리의 선호 높으며, 연령별로 20대에서 인스타그램 이용 활발

Q. 소셜미디어 내 선호 콘텐츠 유형은?



가볍고 빠르게 소비할 수 있는 이미지나 짧은 영상 등 스낵 컬러 콘텐츠 인기

남성과 1020세대는 4분 이상의 영상, 여성과 30대에서는 이미지 콘텐츠에 대한 선호가 상대적으로 높음

주요 소셜미디어 매체 광고 상품 안내

	매체	매체력	상품명/특징	노출 디바이스	상품 유형	비고
소셜미디어 추천매체	틱톡	글로벌 6.8억 유저 보유 1020 Z세대에게 큰 인기로 국내 MAU 400만 명 확보	- 해시태그 챌린지/ AR스티커 - 전면광고 (15초)/인피드Ad(카드형) - 틱토키 인플루언서 광고	MO	배너/동영상	- 1020 남녀 유저: 65% (여성 유저 비중: 57%) - 쇼트폼 비디오 커뮤니티
	인스타그램	글로벌 10억 유저 보유 2030세대 이용률 높으며 국내 MAU 1,100만 명 확보	- 링크/ 동영상 광고(리타겟팅/아웃링크) - 게시물 참여 (좋아요, 댓글 목적) - 슬라이드 광고(캐러셀 광고) - 인스타그램 스토리 광고 * 타겟팅 : 관심사/핵심/맞춤/유사	PC/MO	배너/동영상	- 1829남녀 비율: 59% - 서울/경기 지역: 71% - URL 삽입가능
	블라인드	전국 200만 명 직장인이 사용하는 익명 기반 직장인 SNS MAU 110만 / WAU 80만 명	- 폴스크린 애드 (영상/이미지 타입) - 네이티브 애드 (타겟팅 옵션 적용) - 게시글 띠배너 (타겟팅 옵션 적용)	MO	배너/동영상	- 2544 남녀 유저: 84% (남성 유저 비중: 65%) - 서울/인천/경기: 83% - URL 삽입가능
	에브리타임	전국 400개 대학 캠퍼스, 353만 대학생 커뮤니티 DAU 121만/ MAU 177만 명	- 홈배너/홈카드/커뮤니티/채용정보 등 - 푸시 알람 (기본/학번/상세 타겟팅) - 오디언스 타겟팅 (학교/학번/시간표)	PC/MO	배너/동영상	- 100만+ 대학생 전용 매체 - 주간 평균 1시간 15분 사용

감사합니다

| 자료관련문의 - 트렌드기획팀 mezzo_report@cj.net |

