

MezzoMedia

2022

여행업종
세일즈가이드



A black and white photograph of an airport terminal. A person is silhouetted against a large window, holding a camera up to take a picture of the tarmac. A suitcase is on the floor next to them. The tarmac is visible through the window, with several airplanes parked, including one with 'jetBlue' on its tail. The sky is overcast.

MARKET



파란불 켜진 전 세계 하늘길, 주요국의 95%가 입국자 자가격리 면제

• 대한민국 국민이 해외 입국 시 제한 조치현황 (22.6.15 기준)

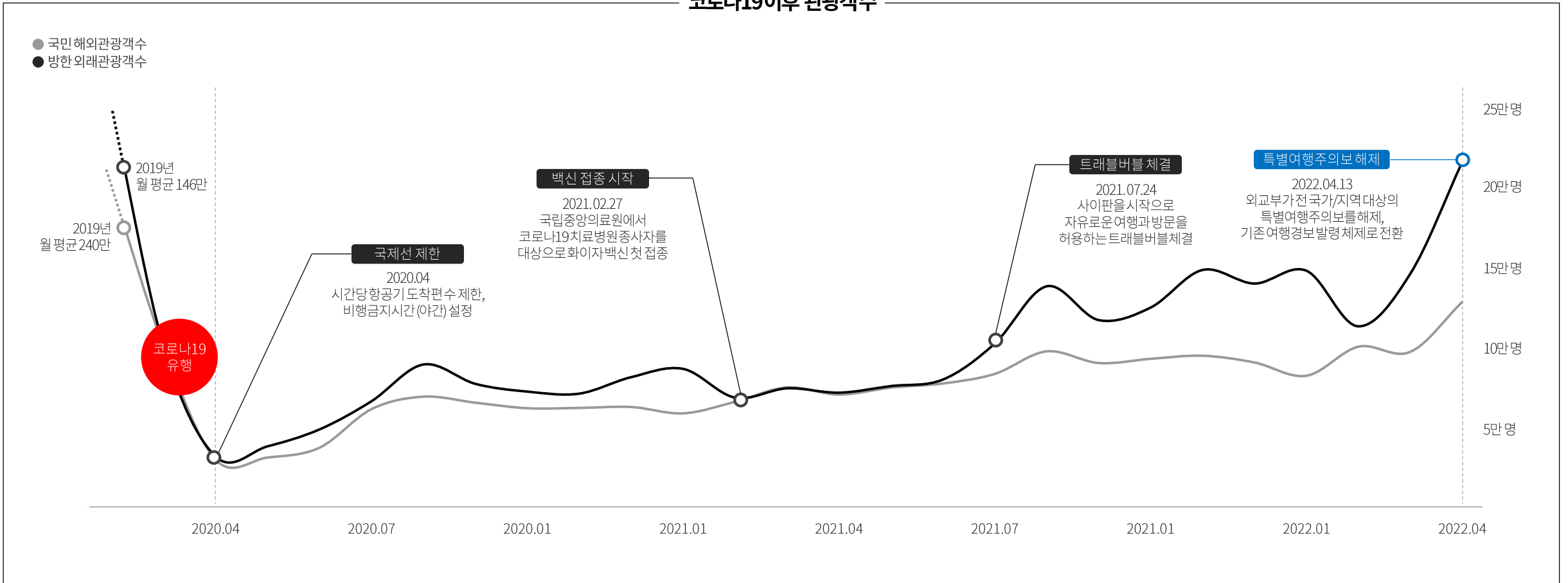


- 모든 입국자 자가격리 면제
- 백신 접종자 자가격리 면제
- 모든 입국자 자가격리

우리도 떠나볼까? 회복세를 보이는 관광객 수

- 국내 여행 수요는 꾸준히 지속되고 있으나 해외 여행객은 코로나19 유행 이후 크게 감소
- 최근, 정책 완화와 함께 일상 회복에 대한 국민들의 관심이 높아지며 관광객 수도 증가세

코로나19이후 관광객 수



*한국관광 데이터랩, 2022

항공길도 활짝! 국제선 조기 정상화로 여행 활성화 기대

- 6월 국제선이 조기 정상화되며 항공편 운항은 연내 코로나 이전의 50% 수준까지 회복 예상
- 자가격리 면제, PCR 검사 완화, 의무 검사 해제 등 방역 수준도 낮아지며 해외여행을 계획하는 수요가 증가할 것으로 기대

기간	1월 ~ 4월	5월 ~ 8월	엔데믹 ~
----	---------	---------	-------



*6월 이후는 예상 수치, 한국항공협회, 2022

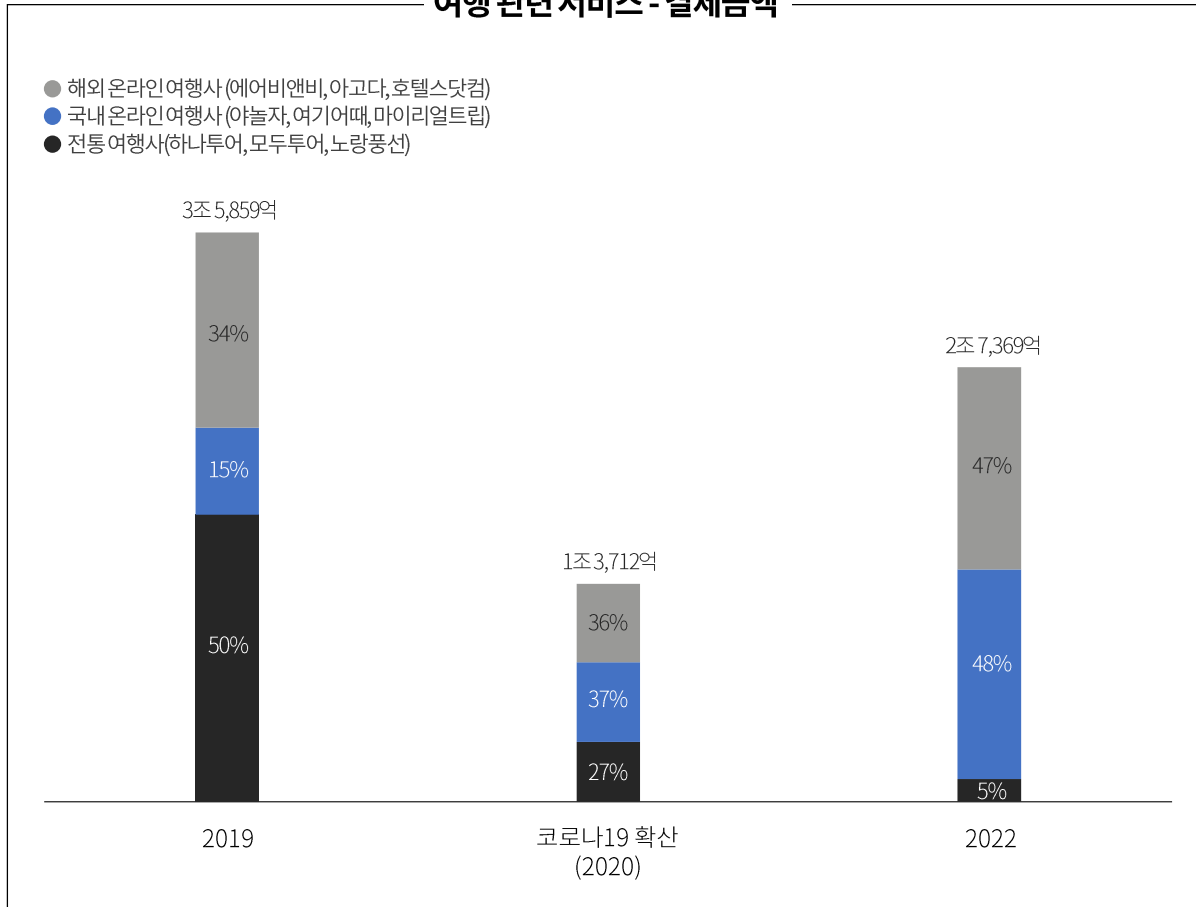
사회적 거리두기	<ul style="list-style-type: none"> (4.18) 사회적 거리두기 모든 조치 해제 		
해외입국 관리체계 개편	<ul style="list-style-type: none"> (3.10) 해외입국자 진단 검사 간소화 (3.21) 백신 접종 완료자에 한해 자가격리 면제 (4.01) 방역교통망 이용 중단 및 모든 입국자의 대중교통 이용 가능 (4.01) 무사증 입국 가능 국가 기존 50개국 → 96개국으로 확대 	<ul style="list-style-type: none"> (5.23) 24시간 이내 전문가용 신속항원검사 음성확인서도 인정 (6.01) 입국 후 PCR 검사 '1일 이내' → '3일 이내'로 조정 (6.01) 6-7일 차 자가 신속항원검사 '의무' → '권고'로 변경 (6.08) 입국 시 의무 검사 2회 → 해외입국자 격리 전부 해제 	<ul style="list-style-type: none"> 모두 해제
국제선 단계적 일상회복 방안	<ul style="list-style-type: none"> (4월) 매일 방역 당국 정기편 증편 협의 	<ul style="list-style-type: none"> (5월) 매일 주 100회 증편 (6월) 인천공항 24시간 운영 · 국제선 조기 정상화 (7월) 매일 주 300회 증편 	<ul style="list-style-type: none"> 정기편 인가 정상화 (시간당 40대, 24시간 운영)

업종 분석

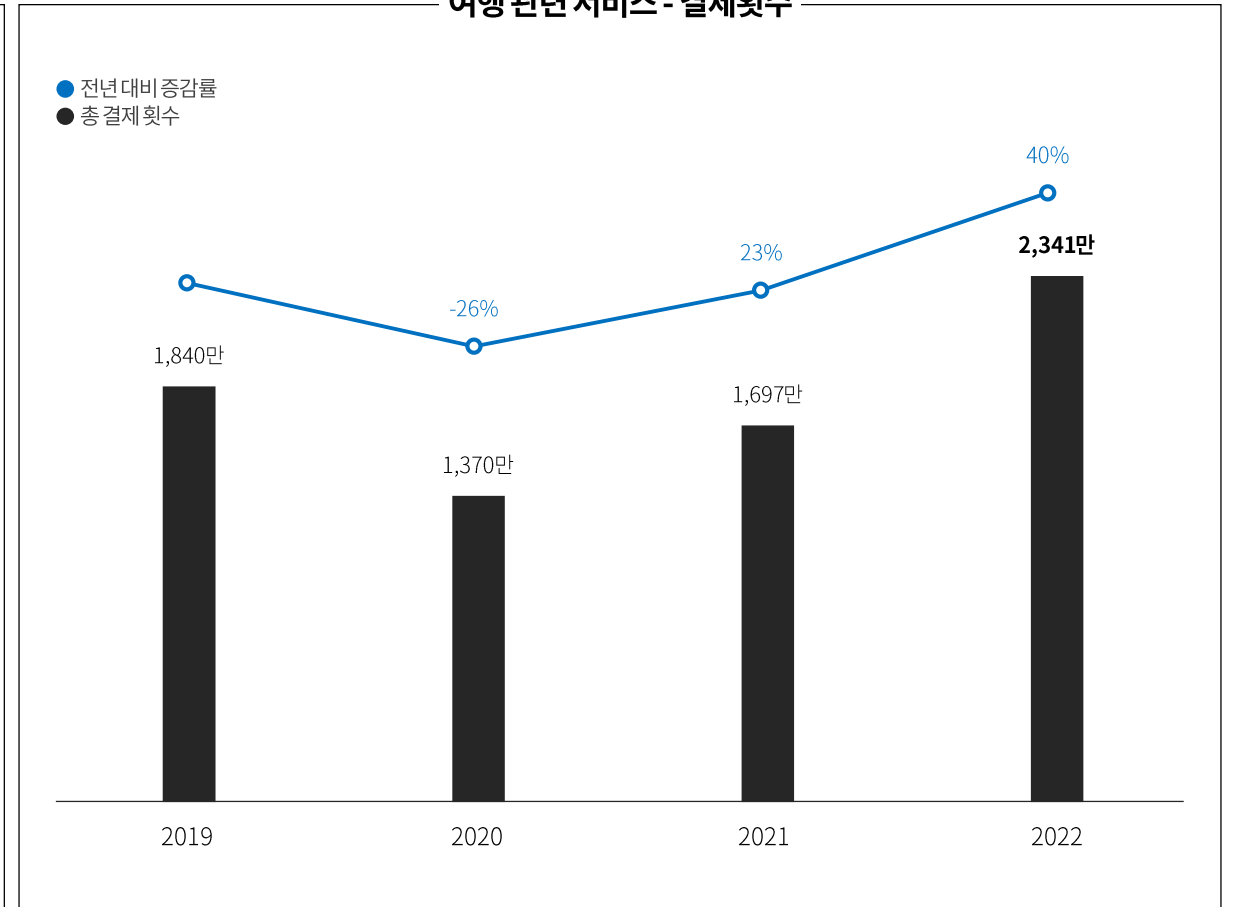
① 여행/숙박/레저

- 코로나19이후, 여행 관련 서비스 중 전통 여행사의 결제 비중 큰 폭으로 감소
- 반면, 국내 여행 중심의 숙박 기반 온라인 여행 서비스 이용률 큰 폭으로 증가
- 사회적거리두기 종료 후, 회복 여행 수요가 본격화되며 관련 시장은 더욱 성장할 것으로 전망

여행 관련 서비스 - 결제금액



여행 관련 서비스 - 결제횟수



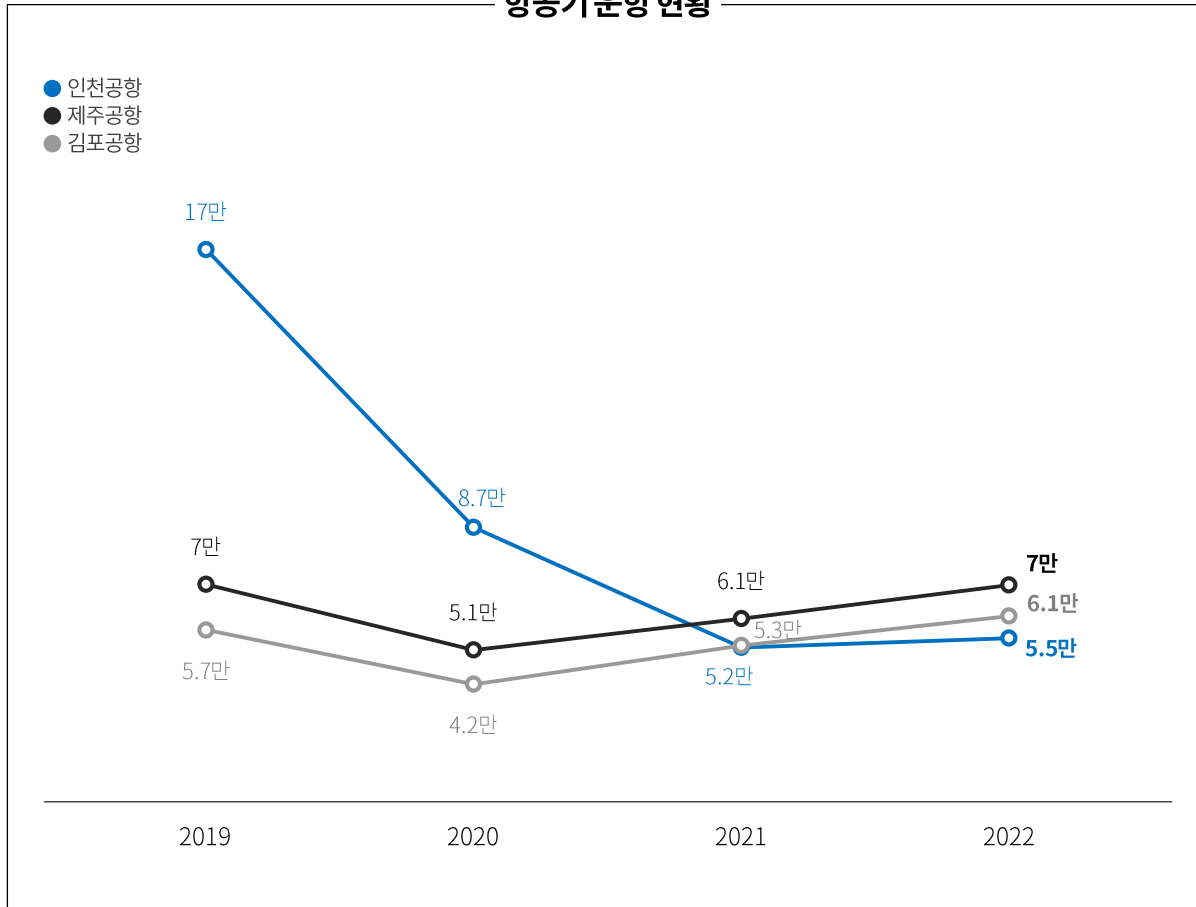
* 1~5월 기준, 와이즈앱/리테일/굿즈, 2022

업종 분석

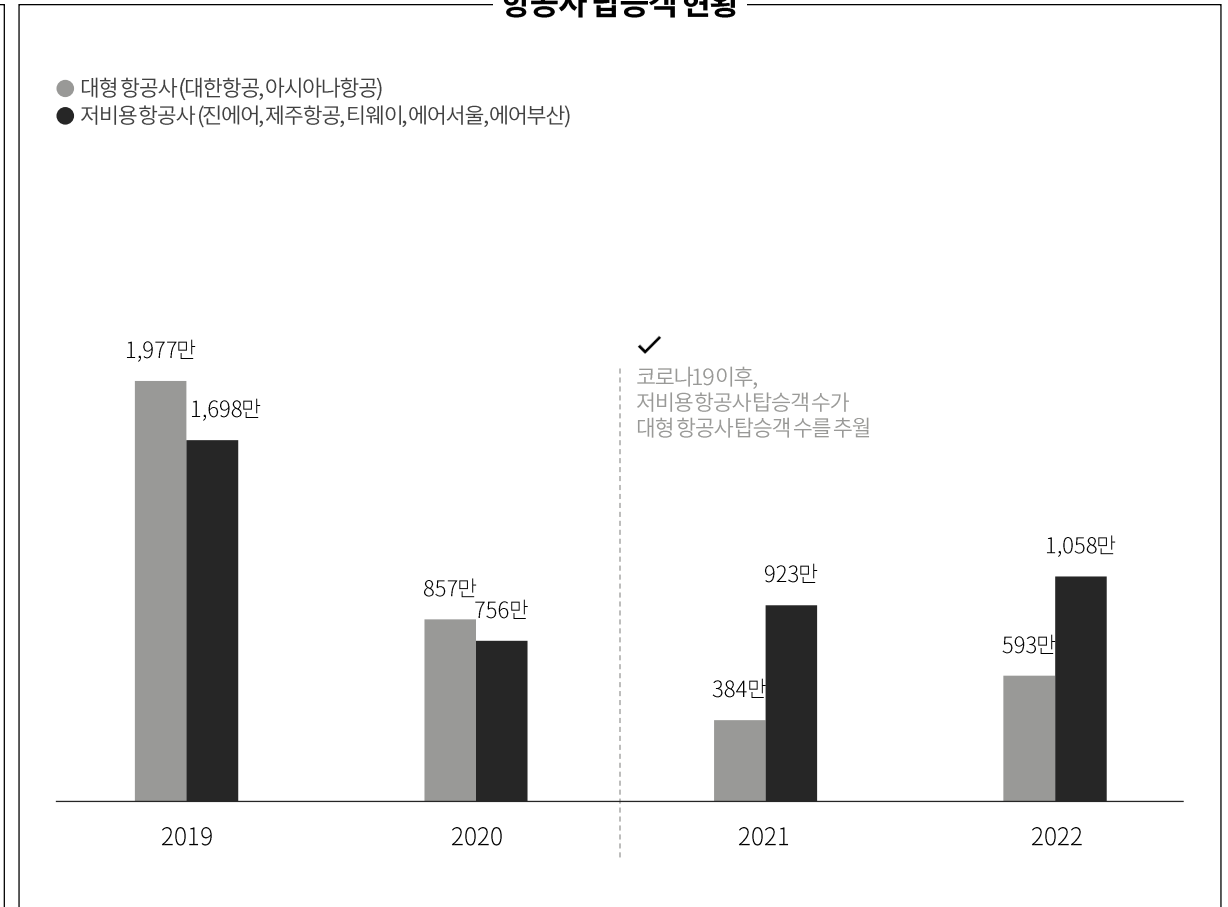
② 항공

- 코로나19이후, 해외 여행 규제로 국제선 비중이 높은 인천 공항 항공기 운항 수 크게 감소
- 국내선 비중이 높은 김포공항, 제주공항은 국내 여행지 중심으로 회복·증가세를 보이고 있음
- 국제선 항공규제가 완화 되었으나, 유가급등, 항공인력 부족 등으로 정상화까지는 시간이 걸릴 전망

항공기 운항 현황



항공사 탑승객 현황



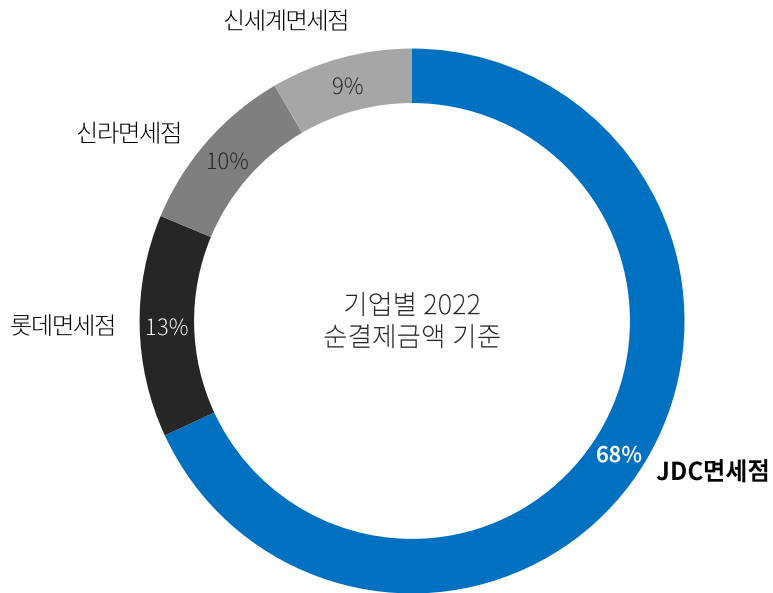
*1~5월 기준, 에어포털, 2022

업종 분석

③ 면세점

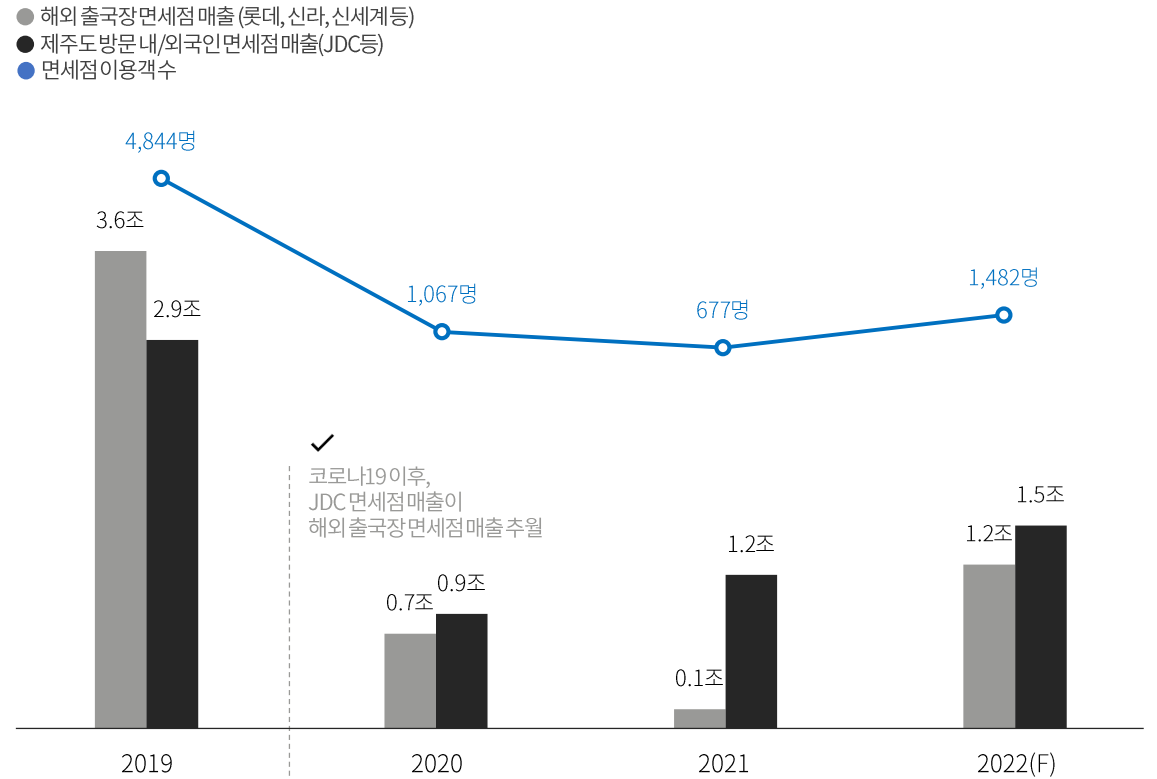
- 제주 여행 수요가 급증하며 'JDC면세점'이 시장의 약 70% 차지
- 팬데믹으로 인해 면세점의 전체 매출은 감소했지만 JDC 면세점 매출은 20년 이후 꾸준히 증가
- 최근, 면세점 이용객 수가 회복세를 보이고 있으나 고환율 리스크에 대한 자구책 마련 필요

면세점 시장 점유율



*1~5월 기준, 와이즈앱/리테일/굿즈, 2022

매출 및 이용객 추이



*한국면세점협회, 유진투자증권, 2022

기지개를 켜 여행 산업, 앞으로의 방향은?

- 억눌려있던 여행 수요와 여름 성수기 시즌이 맞물리며 여행 시장은 활기를 띠 것으로 전망
- 코로나19이후 변화된 여행 트렌드에 맞춰 여행 관련 업종의 마케팅 본격화

디지털 전환

4차 산업혁명으로 촉발된 기술 혁신은 팬데믹과 함께 더욱 폭발적으로 성장, **여행산업도 온라인 위주의 시장으로 변화**

여행 정보 확인부터 상품 예약까지 온·모바일로 가능한 온라인 여행사 플랫폼으로 체질 개선, ICT 기술을 활용한 소비자 편의성 증대

새로운 타겟 발견

주 소비층으로 부상한 MZ세대 주목, 홀로 또는 반려견과의 여행, 워케이션 등 **새로운 타겟 대상으로 시장 창출**

타겟 TPO를 고려한 서비스 출시, 반려견과 함께할 수 있는 상품 구성 등 소비자 맞춤형 여행 상품을 개발

유통 채널 확대

온라인 유통 채널 비중이 증가하며 소비자와 다양한 접점 형성이 중요, **새로운 채널 개발로 경쟁력 강화**

자체 라이브 커머스 채널 개설, 오픈마켓 등 타 제휴 채널을 활용하여 소비자와의 접점 확대

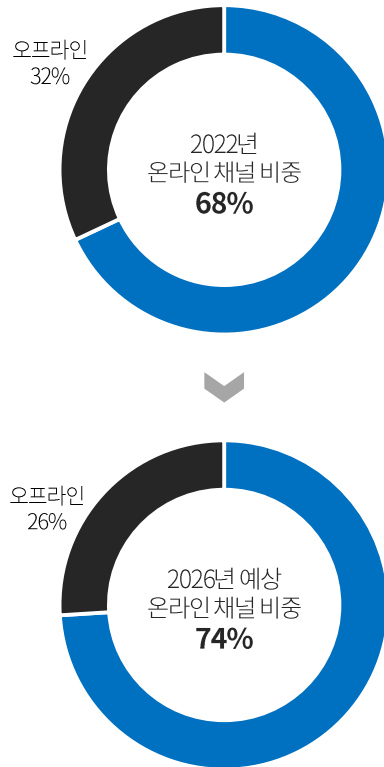
A black and white photograph of an airport terminal window. A person is silhouetted against the bright light coming through the window, holding a camera up to take a picture of the tarmac. A suitcase is on the floor next to them. Outside, several airplanes are visible on the runway, including one with 'jetBlue' on its tail. The sky is overcast.

TREND

산업 트렌드 오프라인에서 온라인으로, 디지털 경쟁력을 강화하는 전통 여행사

- 코로나19로 비대면 트렌드가 확산되자 여행 상품 판매업에도 디지털 전환이 가속화
- 전통 여행사들의 디지털 경쟁력 강화를 위해 다양한 서비스 개선과 확대가 진행되고 있음

글로벌관광산업유통채널비중



전통여행사의디지털경쟁력강화사례

온라인 플랫폼 강화



노랑풍선

패키지 상품 중심의 기존 온라인 플랫폼을 패키지/자유여행 통합 플랫폼으로 개편해 다양한 형태의 여행 수요 충족

IT 서비스 강화



모두투어

사용자 중심의 디지털 환경 구축을 위해 UI/UX, 콘텐츠관리시스템 개편 등을 포함한 웹 3.0 차세대 솔루션 개발

온라인 여행사와 협업



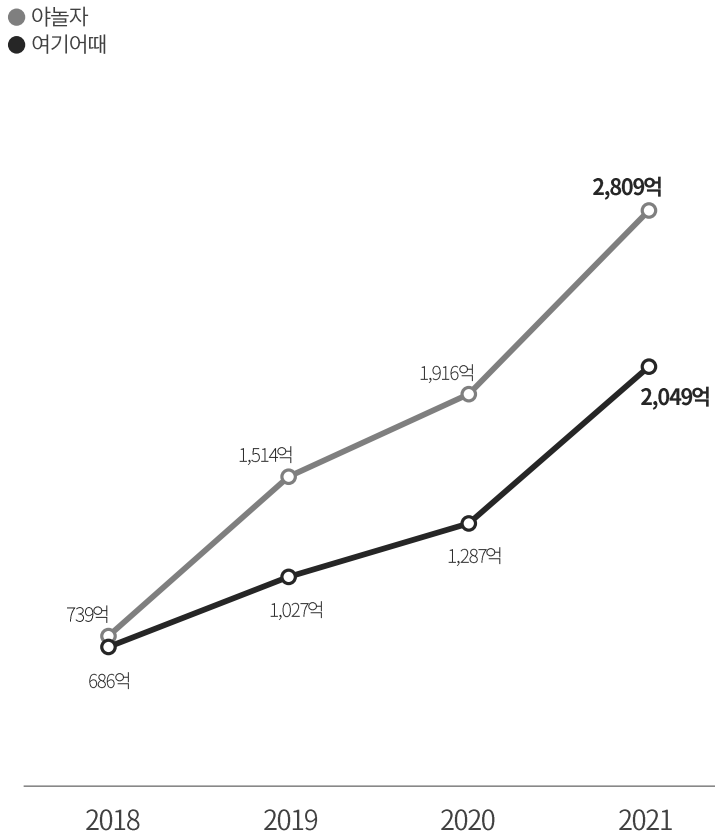
한진관광

국내 온라인 여행사 '마이리얼트립'과 업무협약을 맺고 마이리얼트립의 플랫폼을 통해 한진관광의 에어텔, 패키지 상품 선보일 예정

산업 트렌드 숙박 앱을 넘어 여행 슈퍼 앱으로, 사업 확장하는 국내 온라인 여행사

- 야놀자·여기어때로 대표되는 국내 온라인 여행사는 사업 초기 숙박 앱으로 시작했으나, 상품 및 신규 사업 확장을 통해 여행 슈퍼 앱으로 변모
- 여행 수요가 국내로 집중되면서 국내 여행 산업을 주도하는 주요 플레이어로 자리매김

국내 주요 온라인 여행사 기업 매출 추이



*전자공시시스템, 2022

온라인 여행사 사업 확장 사례

해외여행 사업 진출



여기어때

국내의 실시간 항공권 예약 서비스를 오픈해 해외여행 수요 공략, 항공권을 시작으로 숙박 등 다양한 해외여행 서비스 확장 예정

상품 카테고리 확장



여기어때

카테고리를 확장하던 여기어때는 최근 파티룸, 녹음실, 스튜디오 등과 제휴를 맺고 공간대여 서비스를 시작

트래블테크 사업 확장



야놀자

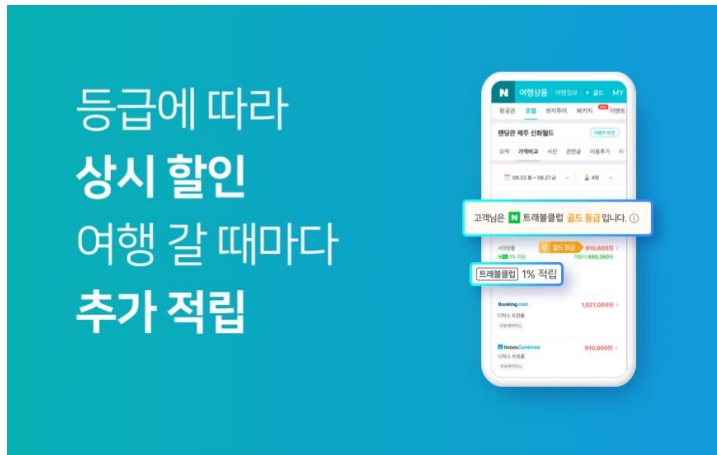
야놀자는 숙박업 사업자를 대상으로 IT 기술을 활용한 객실 관리 자동화 솔루션 제공, 추후 여가, 레저, 레스토랑 등으로 확장 예정

산업 트렌드 IT기업, 디지털 경쟁력을 기반으로 여행 사업 강화

- 국내 IT기업들은 커머스 수익성을 높이고 이용자 편의성을 제고하기 위해 여행 카테고리 서비스를 강화
- 높은 디지털 경쟁력을 지닌 IT기업이 시장 내 입지를 넓혀감에 따라 여행 업계의 디지털 경쟁력 확보가 필수적

IT기업의 여행 사업 강화 사례

네이버 - 여행 멤버십 도입



N트래블클럽

네이버 항공권·호텔 상품 구매 이력에 따라 등급을 나누고 등급별 차등 혜택을 제공하는 여행상품 멤버십 서비스를 출시하고 베타 테스트 중

카카오 - 항공 상품 확대



카카오T 항공 국제선

카카오모빌리티는 트래블테크 기업 타이드스퀘어와 손잡고 카카오T 항공 서비스 영역을 국제선으로까지 확장, 전 세계 항공권 검색·예약·발권 가능

쿠팡 - 호텔 상품 프리미엄화



쿠팡 트래블 프리미엄

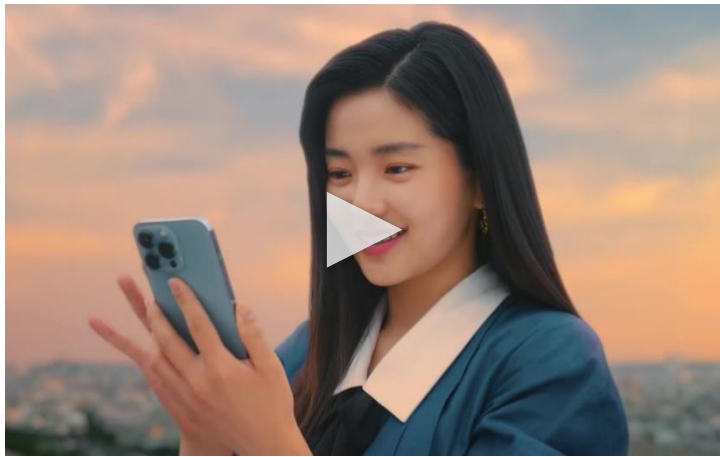
쿠팡의 여행 상품 전문 카테고리 '쿠팡 트래블'에 5성급 이상 호텔 상품을 엄선해 선보이는 테마관 '쿠팡 트래블 프리미엄' 오픈

마케팅 트렌드 리오프닝 기대에 시장 선점을 위한 빅모델 마케팅 활발

- 여행업계는 브랜드 인지도를 높이기 위해 유명 연예인을 모델로 기용하여 대규모 캠페인을 진행
- 빅모델 중심의 마케팅 재개를 시작으로 하반기부터 본격적인 광고시장 활성화 기대

빅모델 기용 사례

하나투어 - 김태리



배우 김태리를 모델로 발탁하고 신규 캠페인 진행,
엔데믹 시기에 맞게 프라이빗하고 안전한
패키지여행이 가능하다는 광고 메시지 전달

여행이지 - 조승우



교원투어는 여행사 '여행이지'를
새롭게 론칭하고 배우 조승우를 모델로 발탁,
브랜드 인지도를 제고하고 신뢰감 있는 이미지 전달

여기어때 - 윤종신, 장기하 등



배우, 가수, 유튜버 등 8명의 유명인을 모델로 발탁,
다수의 모델을 기용해 소비자의 시선을 사로잡고
중독성 있는 CM송으로 브랜드 상기 효과 극대화

마케팅 트렌드 여행 트렌드 리더 MZ세대를 겨냥한 상품 출시

- 여행산업이 온라인을 중심으로 재편되자 디지털 환경에 익숙한 MZ세대가 트렌드 리더로 부상
- 개인의 취향과 가치관에 따라 소비하는 MZ세대를 사로잡기 위한 이색 여행 상품 출시

MZ세대 겨냥 이색 상품 출시

하나투어 - 친환경 여행 상품



2030세대의 45%가 '비용을 더 내더라도 친환경 여행을 가겠다'고 응답한 만큼 친환경에 대한 관심 증가 (여기어때, 2022)

하나투어는 친환경 에코리조트 숙박, 탄소 배출을 최소화하는 교통편 등으로 구성된 지속가능한 스페인 일주 패키지 출시

티웨이항공 - 반려동물 동반 서비스



20대, 30대의 월 평균 반려동물 양육 비용은 각각 23.4만원, 20.3만원으로 전 연령 중 반려동물을 위한 소비를 가장 많이 하는 세대 (농림축산식품부, 2022)

티웨이항공은 반려동물 전용 탑승권 발급하고 서류를 증명하는 등 반려동물 기내 동반 서비스를 제공

인터파크투어X강원도관광재단 - 워케이션 상품



직장인 10명 중 8명은 '워케이션'을 긍정적으로 평가 (잡코리아, 2022) 특히 워라밸을 중시하고 디지털에 익숙한 MZ세대가 트렌드를 주도

인터파크투어와 강원도관광재단이 손잡고 바다 전망 객실, 얼리체크인·레이트체크아웃 등이 포함된 워케이션 특화 상품을 출시

마케팅 트렌드 라이브커머스로 온라인 판매 채널 확대

- 면세, 숙박 등 여행에 관련된 소비 전반이 온라인으로 옮겨감에 따라 온라인 접점을 확대하는 것이 중요
- 자체 플랫폼 내에 채널을 개설하거나 라이브 커머스 전문 플랫폼에 입점하여 판매 채널 확대

자사 채널 운영 사례



야놀자 '야놀자라이브'

라이브 커머스 카테고리 '야놀자라이브'를 오픈하고 항공권, 숙박, 패키지 등 다양한 여행 상품을 판매, 론칭 한 달 만에 조회수 10만 회 돌파



롯데면세점 '럭스몰라이브'

지난해 전담조직을 신설해 라이브 커머스를 강화하고 내수통관 면세품 전용 온라인몰인 '럭스몰'에 라이브 커머스 채널을 개설해 면세품 판매

전문 플랫폼 입점 사례



노랑풍선X SSG라이브

SSG 라이브를 통해 항공, 호텔, 시내 관광이 포함된 '롯데호텔 밤 패키지' 상품 판매, 방송시간 1시간 동안 누적 시청자 수 4,500명 기록



파라다이스시티X 네이버쇼핑라이브

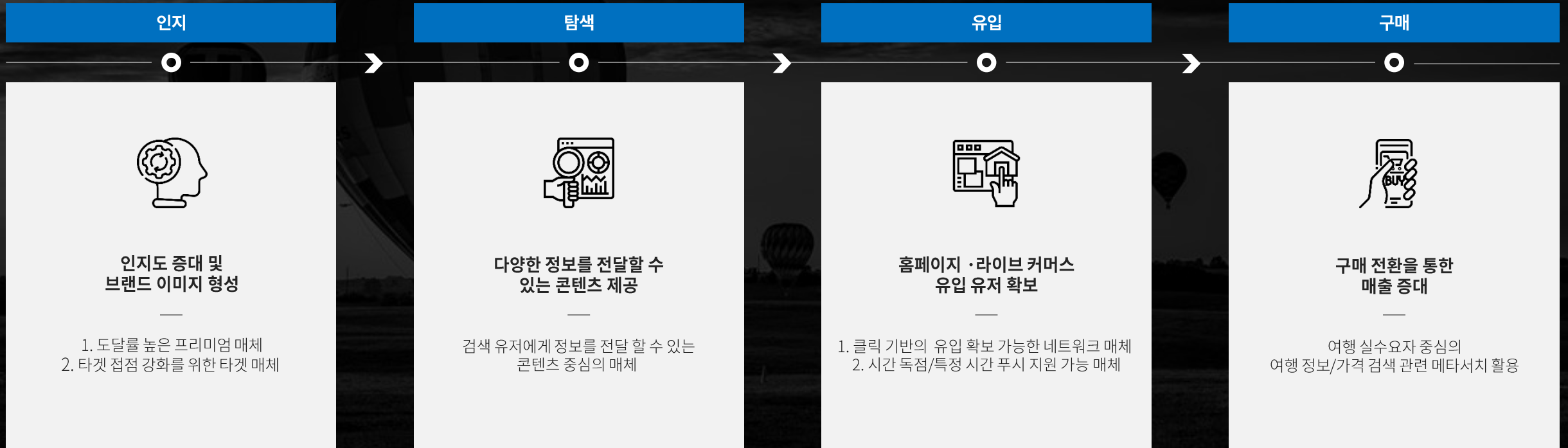
복합 리조트 파라다이스시티는 네이버 쇼핑라이브를 통해 스파 상품과 실내 테마파크 상품을 특가로 한정 판매

A black and white photograph of an airport tarmac seen through a large window. A person is silhouetted against the window, holding a camera up to take a picture. A suitcase is on the floor in front of them. The tarmac has several airplanes, including one with 'jetBlue' on the tail. The sky is overcast.

MEDIA

여행업종 캠페인 목적별 미디어 추천

• 본격적인 리오프닝에 따라 효과적인 브랜딩과 세일즈를 위해 각 단계별 목표 설정 및 운영 전략 수립



인지 **인지도 제고를 위한 미디어**

- 도달률 높은 카테고리별 TOP Tier 미디어를 활용한 브랜드 인지도 상승 기대
- 남녀노소 구분 없이 다양한 타겟들에게 도달할 수 있는 매체별 핵심 지면 또는 상품 활용

추천 미디어 상품 및 운영안

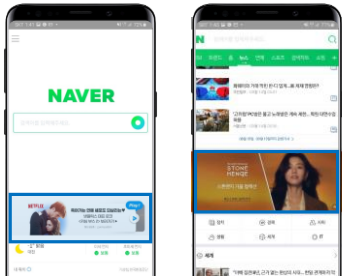
NAVER

도달률 높은 NO.1 포털 '네이버'

메인/서브 섹션 브랜드 메시지 노출
CPT/CPM/구좌제 상품으로 커버리지 극대화

운영 포인트

SOV 강화를 위해 시간고정(스페셜DA, 타임보드 등)
상품 진행 시 일반배너는 시간타겟팅 적용 추천



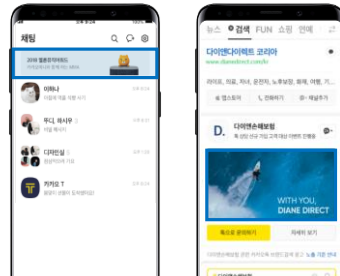
kakao

전 연령 이용률 높은 메신저 '카카오톡'

카카오톡 내에서 브랜드 메시지 노출
자연스럽고 거부감 없는 브랜딩 가능

운영 포인트

카카오 인벤토리의 효율적인 활용을 위해
배너, 비디오, 네이티브 등 다양한 소재 활용



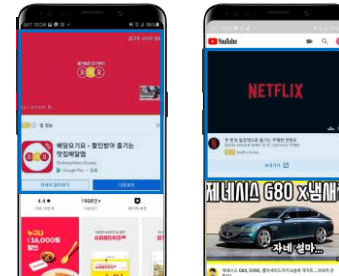
YouTube

No.1 동영상 플랫폼 '유튜브'

트루뷰 인스트림, 마스트 헤드 등
브랜딩에 효과적인 동영상 상품 활용 추천

운영 포인트

광고 집행시 영상시청 모수 확보 후
리타겟팅 동시 집행 권장



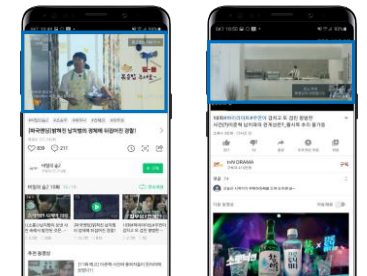
SMR

국내 최대 프리미엄 영상 콘텐츠 플랫폼 'SMR'

방송사 콘텐츠의 프리롤 노출
네이버/카카오/유튜브 등 주요 동영상 플랫폼 커버

운영 포인트

SMR 여행 업종 특판 상품 활용
인기 예능 및 여행 관련 콘텐츠 & 키워드 집중 노출



인지

트렌디한 여행자를 위한 타겟 미디어

- 코로나19 이후 여행 소비 행태 다변화로 반려동물 동반, 워케이션 등 트렌디한 여행 소비 타겟 공략 필요
- 타겟 특화 미디어를 활용한 브랜드 인지도 제고 및 세일즈 유도

반려동물

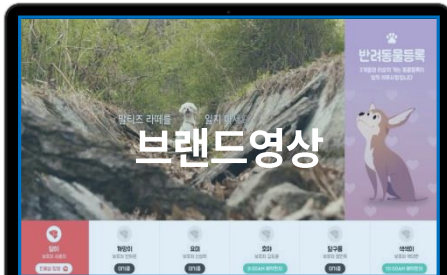


국내 대표 동물병원 디지털 사이니지 ‘펫닥’

국내 최초 PIN 타겟팅에 최적화된 매체
반려동물 보호자와 수의사 양방향 대상 타겟팅 가능

운영 포인트

전문적이며 신뢰도가 높은 동물병원 내 사이니지 노출
브랜드 인지도 상승 및 매출 증대 효과 기대



워케이션

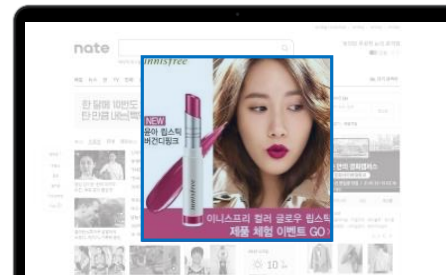


직장인 이용률 높은 PC 메신저 ‘네이트온’

원격 업무가 가능한 직장인의 필수 업무용 메신저로
주목도 높은 배너 활용하여 타겟 유효 노출 강화

운영 포인트

업무 시 이용도 높은 네이트온의 로그인 팝업 활용
화면 중앙 강제 노출로 브랜드 메시지 강제 노출

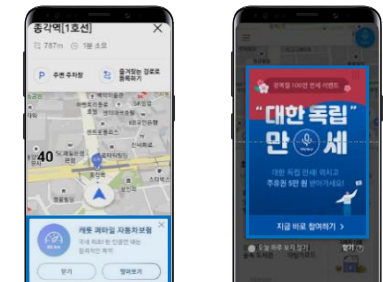


네비게이션 NO.1 ‘티맵’

3040의 이용률 높은 교통 서비스 앱으로
SKT 통계 데이터 기반 타겟팅 적용 가능

운영 포인트

강원도, 제주도, 남해 등 워케이션이 성행하는 지역의
목적지 이력 기반 타겟팅 적용 운영



탐색

콘텐츠/정보 제공에 효과적인 콘텐츠 미디어

- 현지 맛집, 리조트 추천, 가볼 만한 곳 등 온라인을 통한 정보탐색이 주로 이루어지며 관련 콘텐츠에 대한 소비 증가
- 구매 의도가 있는 유저의 정보 탐색 단계에서 양질의 콘텐츠 제공은 세일즈 전환에 기여할 수 있음

추천 미디어 상품 및 운영안

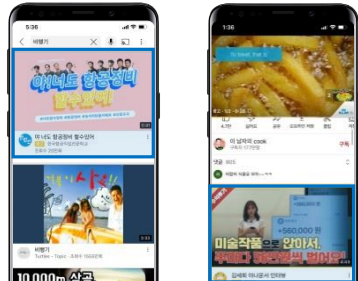


콘텐츠 정보 검색 이용률 높은 '인피드 동영상 광고'

동영상 콘텐츠 소비 No.1 미디어로
콘텐츠 검색 시 노출되는 상품 활용

운영 포인트

자사 키워드 외 업종 및 경쟁사 키워드까지 함께 활용
호기심을 자극하고, 검색 가능성이 높은 클릭 유도 문구 사용

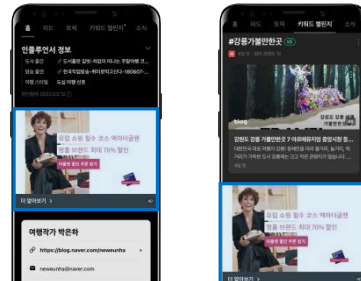


인지와 탐색이 한 번에 가능한 '인플루언서 DA'

고관여 유저들의 인지, 탐색 초기 단계에 카테고리별
우수 인플루언서들의 콘텐츠를 통해 강력한 브랜드 메시지 전달

운영 포인트

여러 개의 리뷰형 콘텐츠를 탐색하는 유저 행동 패턴 고려
지루하지 않고 지속적인 메시지 전달이 가능하도록 다양한 소재 활용

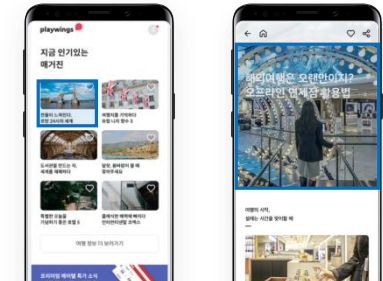


여행이 일상인 유저 필수 앱 '플레이윙즈'

콘텐츠로 유입된 유저들의 여행 관여도가 높아
항공권/호텔 상품에 대한 전환율이 높은 여행 특화 앱

운영 포인트

에디터가 직접 소개하는 호텔 콘텐츠, 추가 혜택, 여행 후기 등
캠페인 목적에 따라 전문성 높은 콘텐츠 제작



*구 '트루뷰디스커버리' 상품이 '인피드 동영상 광고'로 변경됨

유입 라이브커머스 방송 유입 극대화를 위한 미디어

- 방송 전, 사전 홍보를 위해 커버리지 확보에 효과적인 네트워크 매체 활용
- 방송 중, 방송 채널 유입 및 매출 전환 유도를 위해 특정 시간 독점 배너 및 푸시 상품 활용

추천 미디어 상품 및 운영안

세일즈 타겟 대상 사전 홍보

합리적인 단가의 CPC 상품을 활용하여
세일즈 타겟에게 유효 도달

추천 미디어

관심사, DMP 등 정교한 오디언스 타겟팅을 활용
유효 메시지 노출을 극대화할 수 있는 네트워크 미디어

Google NAVER criteo.

TargetingGates™ MAN PLUS
media adtech network

라이브커머스 방송 진행

D-DAY
라이브커머스 당일 임팩트 있는 생방송 진행,
셀럽급 인플루언서 활용할 경우 홍보 효과 극대화

주요 플랫폼

여행 업종의 경우 자사 플랫폼 기반 또는
커머스 전문 플랫폼 입점을 통한 라이브커머스 주 이용

HNT 하나투어 롯데홈쇼핑 CJONSTYLE

SSG.COM INTERPARK coupang

동시 접속 및 유입 극대화

시간 독점 및 푸시 상품 활용하여
단기간 유입을 최대화 확보

추천 미디어/상품 리스트

시간 독점	푸시/LMS
네이버 스페셜DA	LG페이
네이버 타임보드	OK캐시백
SMR타임블럭	콜라비
캐시슬라이드 타임보드	롯데카드

구매 합리적인 여행자를 위한 메타서치 미디어

- 코로나 19이후 여행 트렌드가 변화됨에 따라 개인의 취향과 경험 중심의 여행 증가
- 마케팅 단계 세분화 후 단계별 맞춤 상품 운영을 통해 최종 구매 전환이 될 수 있도록 유도

추천 미디어 상품 및 운영안

캠페인 목표에 따라 다양한 상품 지원

목표

미디어 운영 전략

인지

브랜드 / 프로모션 홍보
여행의 니즈가 높은
전체 유저 대상 노출

탐색/
유입

여행지 관광 상품 / 숙박 홍보
특정 국가/도시의 관광 상품, 호텔 등
캠페인 연관성 높은 유저 대상 노출

구매

직접적인 세일즈 유도
구매 유도를 위한 네이티브 상품 중심의
퍼포먼스 상품 활용



추천 상품

홈페이지 메인 배너

메인 페이지 상단 배너에 정해진 시간 동안 광고를
독점 노출하여 높은 효율을 기대할 수 있는 상품

애프터 클릭

검색 결과 페이지에서 이탈 후 재검색하는 유저에게
전체 팝업으로 노출되는 주목도 높은 상품

인라인

항공, 호텔, 렌터카 검색 결과 내 네이티브 광고 형태로
노출되어 강력한 사용자 전환 유도



추천 상품

전체 배너

여행을 목적으로 항공권을 검색하는
모든 유저에게 노출 가능한 상품

항로 타겟팅

사용자의 검색 결과에 따라 배너 노출
타겟 항로와 관련된 소재일수록 높은 평균 CTR 기록

네이티브 인라인

검색 결과에 따른 날짜, 목적지, 항공권
가격 등이 포함된 가독성 높은 상품으로 전환 유도

A black and white photograph of an airport terminal window. A person is silhouetted against the window, holding a camera up to take a picture of the tarmac. A suitcase is on the floor next to them. The tarmac outside shows several airplanes, including one with 'jetBlue' on its tail. The sky is overcast.

PROMOTION

메조미디어에서 제공하는 『 단독 프로모션 』

• 여행업종 선호 미디어로 구성된 특별한 혜택

Value 1	Value 2	Value 3	Value 4	Value 5
SMR	MANPLUS & SIGNALPLAY	네이트온	플레이빙즈	카약 & 호텔스컴바인
방송사 프리미엄 콘텐츠 노출로 브랜딩 & 브랜드 세이프티 동시 확보	여행업종 특화 타겟 세그먼트 구성 브랜딩과 퍼포먼스 동시에 공략 가능	원격 업무가 가능한 3040 직장인 유저의 대표 메신저	항공권, 호텔 등 여행 상품 특가 큐레이션 서비스 어플리케이션	글로벌 대표 여행 검색 플랫폼 구매 결정 단계별 맞춤 상품 보유
특별 프로모션	특별 프로모션	특별 프로모션	특별 프로모션	특별 프로모션
타임블럭 CPM 18,000원 → 15,000원 할인	① 광고주 맞춤형 여행업종 오디언스 타겟팅 제공 ② 최종 단가의 추가 8% 할인 CPC 90원 → 83원 CPM + 9,500원 → 8,796원	서비스율 600% 제공	① DA 상품, CPM 25% 할인 ② 콘텐츠 상품, 20% 단가 할인 - 스폰서드, 75만원 → 60만원 - 오리지널, 45만원 → 36만원	월 USD 5,000 이상 집행시 ① DA 상품, 서비스율 10% 제공 or ② 홈페이지 메인 배너 1일 제공 (택 1)

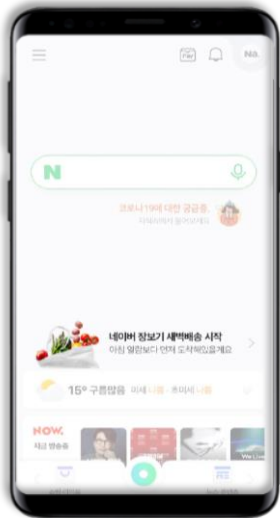
① SMR타임블럭 시너지 프로모션

- 네이버 스페셜DA 부킹 광고주 대상, SMR타임블럭 진행 시 10분간 SMR내 모든 플랫폼/콘텐츠 SOV 100% 점유 상품
- 네이버 스페셜DA와 동시 집행시 SOV 확보 극대화 기대

메조미디어단독 프로모션

타임블럭 CPM 18,000원 → 15,000원 할인

네이버 스페셜 DA



네이버 모바일 메인 2~4시간 고정 노출,
단시간 내 임팩트 있는 브랜드 메시지 노출

전 플랫폼 동시
독점 노출



SOV 극대화

SMR타임블럭



방송 직후, 모바일로 시청 전이되는 시점 공략
10분간 독점 노출로 메시지 전달력 강화

- ▶ NAVER TV
 - ▶ YouTube
 - ▶ kakaoTV
 - ▶ GOMTV
 - ▶ SMR MEMBERS
- ALL 플랫폼
ALL 콘텐츠
10분간
독점 노출

✓ SMR 플랫폼 & 콘텐츠 완전 독점 노출 상품
강력한 메시지 전달과 대세감 확보

구분	상세 내용
단가	- 기존 eCPM 18,000원 → 보장 CPM 15,000원 - 시간대별 최대 소진 가능 예산 상이, 사전 문의 필수
적용 대상	- 네이버 스페셜DA 부킹 광고주
SKIP 시점	- 5초 & 15초 Non Skip 동시노출 - 15초 초과 소재 사용 시, 유튜브 5초 Skip 노출
노출 플랫폼	- 네이버TV, 유튜브, 카카오TV, 곰TV, 방송사 홈페이지 - OTT Live 지면 제외
디바이스	- Mobile Only
참고 사항	- 선착순 판매 - 사전 인벤토리 문의 필수

* 2022년 12월까지 제공됨

② MANPLUS & SIGNALPLAY

- MANPLUS & SIGNALPLAY 주요 프리미엄 제휴 지면 내 배너, 영상 플랫폼 노출
- DATAMAX/SK/롯데DMP 활용하여 여행 업종에 맞는 정교한 타겟팅으로 세일즈 전환 유도

메조미디어 단독 프로모션

여행 업종 맞춤형 오디언스 타겟팅 + 최종 단가의 8% 추가 할인

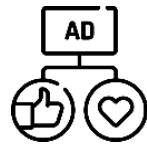
* 상품별 혜택 예시(1,000만 원 집행기준)

구분	부킹 예산	기본 업종 제공		여행 업종 추가 혜택		
		서비스율	최종 단가	공통	서비스율	최종 단가
MANPLUS_띠배너	1,000만원	67%	CPC 90원	맞춤형 오디언스 타겟팅	추가13%	CPC 83원
MALPLUS_전면배너	1,000만원	178%	CPC 90원		추가12%	CPC 83원
SIGNALPLAY	1,000만원	67%	CPM+ 9,500원		추가13%	CPM+ 8,796원

여행업종 오디언스 타겟 추천 예시



DATAMAX/SK/롯데DMP
데이터 기반 오디언스 타겟팅



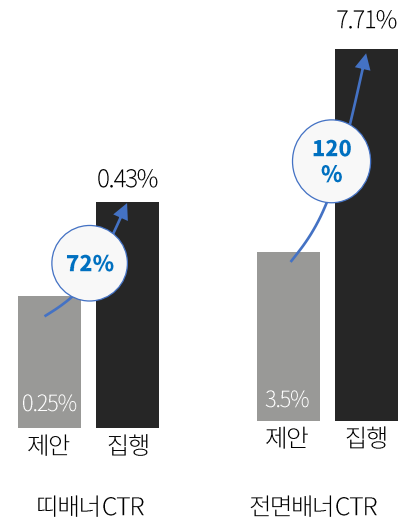
여행 업종
기 집행 캠페인 반응유저 타겟팅



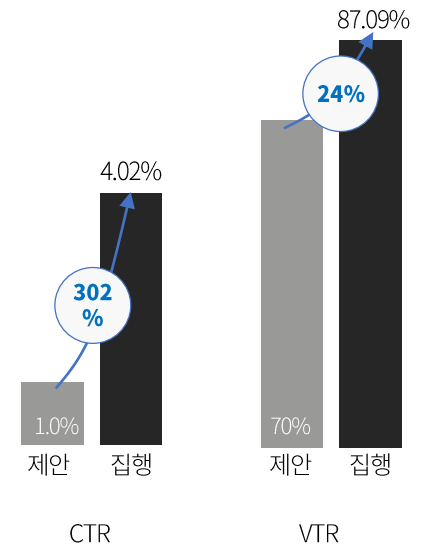
여행 업종
어플리케이션 보유자 타겟팅

여행 업종 지면별 집행 결과

< MANPLUS >



< SIGNALPLAY >



* 별도 공지 시까지 혜택 제공

* 최소 집행 금액 500만원 이상 시에만 적용 가능, 최소 집행 금액 미만 중간 정산 진행 시 단가 변동 될 수 있음

③ 네이트온

- 3040 직장인의 필수 업무용 메신저
- 브랜딩에 효과적인 지면 선별하여 특별 패키지 구성

④ 플레이윙즈

- 항공권, 호텔 등 여행 큐레이션 서비스 어플리케이션
- 우수한 콘텐츠 상품으로 고관여 유저에게 브랜드 경험 제공

⑤ 카약&호텔스컴바인

- 연간 검색쿼리 60억의 글로벌 대표 여행 검색 특화 플랫폼
- 여행 고관여 유저 대상 강력한 메시지 전달로 구매 전환 극대화

메조미디어단독 프로모션

서비스율 최대 600% 제공

노출 플랫폼 네이트온 (PC/MO)
패키지 구성 네이트온 로그인 팝업, 브랜드 아이콘 등

노출 예시



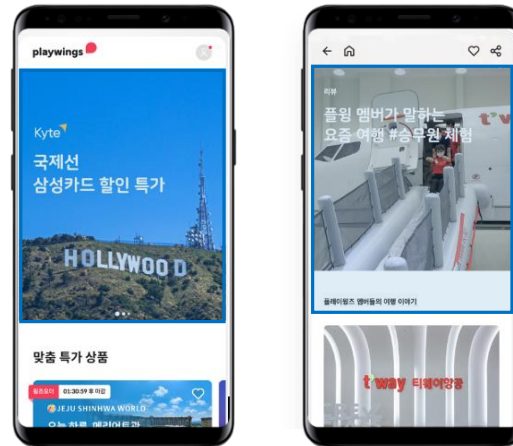
상세 내용 확인하기 >

* 2022년 3분기까지 제공됨

DA 상품 25%, 콘텐츠 상품 20% 할인

노출 플랫폼 플레이윙즈 (APP/WEB)
적용 대상 여행 관심사 소재 활용 광고주

노출 예시

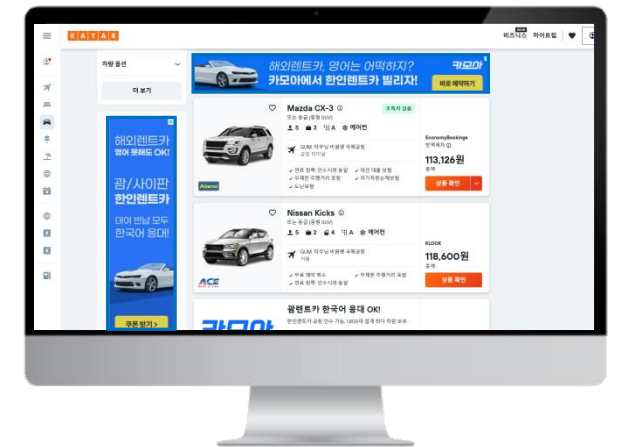


* 상품별 선착순 5개 광고주 한정, 2022년 3분기까지 제공됨

DA 서비스 10% 제공 or 홈페이지 메인 배너 1일 제공 (택 1)

노출 플랫폼 카약 & 호텔스컴바인 (PC/MO)
적용 대상 여행 카테고리 광고주

노출 예시



* 2022년 8월까지 제공됨

* 월 USD 5,000 (NET) 최소 집행 기준, DA 서비스는 Net 금액 기준 제공됨

CONTACT US.

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

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

MezzoMedia