



T R E N D
M E D I A
R E P O R T

MAY
2 0 2 4

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 불황도 이기는 명품 소비의 비밀
- 도시를 점령한 관광객, 오버투어리즘
- 다가오는 서드파티 쿠키 종말과 마케팅 시장의 미래

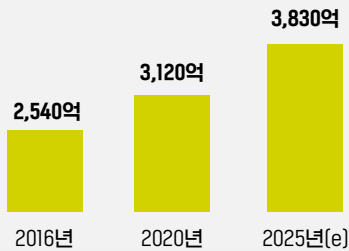
불황 패싱 럭셔리 명품 시장

- 코로나19 시기 대폭 성장한 명품 시장 ... 한국 1인당 명품 소비 마·중 제치고 세계 1위
- 경기 침체 현상에도 불구하고, 베블런 효과에 해당하는 고가의 상품 수요 증가

| 팬데믹도 비껴간 명품 시장 |

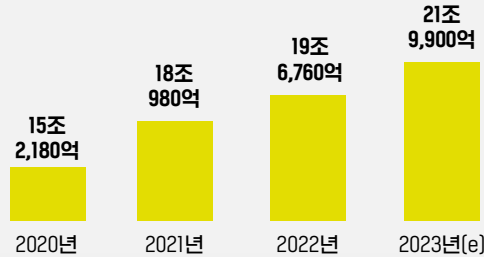
글로벌 명품 시장 규모

단위 : 유로



국내 명품 시장 규모

단위 : 원



코로나19 팬데믹으로 확산된 보복 소비 심리와 가격이 오를수록 수요가 늘어나는 '베블런 효과'가 맞물리며 명품 시장 성장

주요국 1인당 명품 소비 비용

기준년도 : 2022년



2022년 한국 명품 소비시장 규모는 세계 6~7위 수준이지만 1인당 명품 소비 규모로는 세계 최대 기록

출처 : 유로모니터, 모건스탠리

| 소비심리가 명품에 미치는 영향 |

비쌀수록 잘 팔리는 명품

일반적인 수요의 법칙

제품 가격 ↑ 수요 ↓



베블런 효과(veblen effect)

제품 가격 ↑ 수요 ↑

명품 브랜드의 N차 가격 인상

| 연도 | 샤넬 | 루이비통 | 구찌 |
|------|----|------|----|
| 2021 | 4 | 5 | 2 |
| 2022 | 4 | 2 | 2 |
| 2023 | 2 | 1 | 3 |

사회적 지위와 신분을 과시하려는 욕구로 인해 가격이 오르는데도 수요가 늘어나는 베블런 효과는 주로 고가의 상품에서 나타남

대표적인 베블런재



명품백



고급 외제차



보석



미술품



명품 아파트

베블런재는 희소성, 역사성, 상징성 등 3가지 요소를 포함

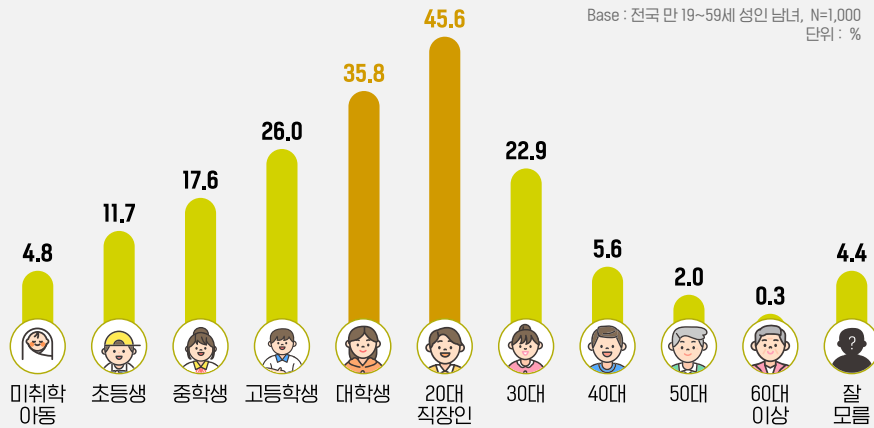
출처 : 보도자료(업계 취합)

베블런 효과를 노리는 마케팅 활황

- 최신 트렌드와 경험을 중시하며 나를 위한 소비를 아끼지 않는 MZ세대 명품 소비 주류로 부상
- 고가의 제품과 서비스를 홍보해 매출 이익을 극대화하는 베블런 효과 노린 마케팅 인기

I 명품 업계의 큰손 MZ세대 I

명품을 처음 접하는 연령대



명품이 대중화 되면서 국내 명품 소비자 20~30대로 낮아지는 추세
특히, K팝 스타들이 명품 브랜드 앰버서더로 활동하면서 10대들의 관심 증폭

명품 주요 소비층 전망

“2030년까지 젊은 세대(MZ세대와 그 이후 출생한 알파세대)가 전 세계 고급 패션브랜드 매출의 80%를 차지할 것”



I 베블런 효과에 빠진 국내 소비자 I

베블런 효과 확산 이유

- 특별한 경험을 중시하고, SNS 인증샷 문화를 즐기는 MZ세대 주요 소비층으로 부상
- 한국 사회 계층 구조에 대한 절망이 명품 소비로 분출
- 희소성 높은 제품 구매 후 비싼 값에 되파는 명품 리셀 문화 확산

베블런 효과를 활용한 사례



신라호텔 '애플망고빙수'

지난 2008년 호텔 업계 최초로 애플망고빙수 출시하며 '럭셔리 빙수' 대전의 포문을 열



헤스텐스 '하이엔드 침대'

침대 하나 가격이 최대 12억원으로 '침대계 롤스로이스'로 불리는 스웨덴 최고급 침대 브랜드



마세라티 '기블리 리벨레 에디션'

한정된 수량만 판매하는 한정판 전략과 베블런 효과의 시너지를 갖춘 '에디션' 출시

명품과 거품 사이, 명품 소비 이대로 괜찮을까?

- 베블런 효과는 경제 활성화, 브랜드 이미지 형성 등 긍정적인 면과 사회적 문제를 초래하는 양면성 존재
- 소비자 인식 개선과 함께 명품 소비에 대한 지속 가능한 대안 모색 필요

I 베블런 효과가 미치는 영향 I

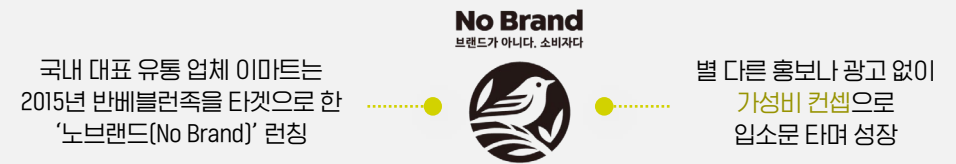
베블런 효과의 양면성

| | 긍정 | 부정 |
|----|--|---|
| 개인 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 고가의 제품을 구매함으로써 자신감과 자존감 향상 ✓ 명품 브랜드 간 경쟁으로 다양성과 선택권 향상 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 생활 수준에 맞지 않는 불필요한 지출을 야기해 금전적인 부담 초래 ✓ 자아 성찰의 부재로 개인의 발전과 성장 방해 |
| 사회 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 경제 발전과 일자리 창출 촉진 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 물질적 가치를 중시하는 물질만능주의 사회 분위기 조성 ✓ 대량 소비, 자원 낭비, 환경 오염 등 문제 야기 |
| 기업 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 높은 가치와 품질 제공으로 브랜드의 지속 가능성 향상 ✓ 고급화, 고가 정책 등 전략으로 수익 극대화 가능 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 짝퉁(모조품)의 대량생산 유발로 브랜드 이익 감소 ✓ 품질 및 사후 서비스가 기대에 미치지 못할 경우 소비자 불만 가중 |

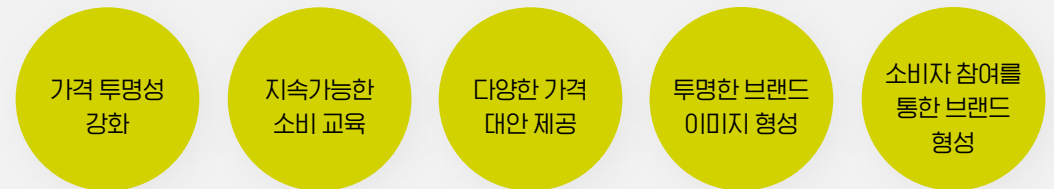
I 가성비 추구하는 반베블런족 등장 I

반베블런족이란?

가격이 저렴하고 양 많은 제품을 찾는 사람들을 일컫는 말로 이들은 제품 구매 시 '가성비'를 가장 중시함



베블런 효과 해결 방안



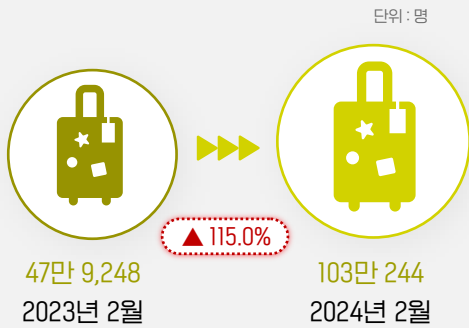
제품과 서비스의 가치에 대한 소비자 인식 교육과 함께 지속 가능한 소비를 장려하는 정책·전략 필요

관광 몰린 인파, 오버투어리즘

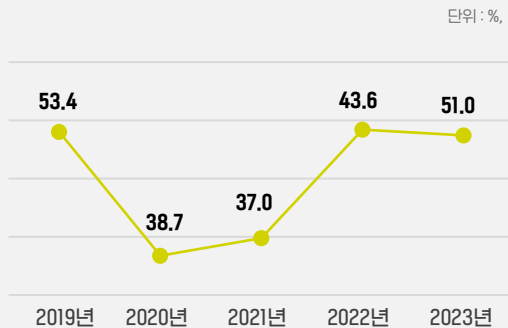
- 코로나 19 사태 해소로 관광객 급증 ... 관광 수용력을 초과하며 해당 지역의 주민들 관광 혐오 확산
- 과도한 관광객으로 인해 주민들의 삶이 침해 받는 오버투어리즘 문제 대두

| 국내 관광객 현황 |

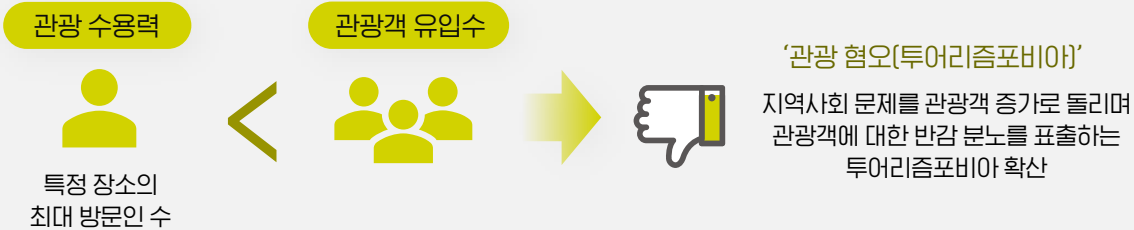
한국 방문 해외 관광객 수



연간 국내여행 경험률



관광객 수 증가로 인해 생긴 현상



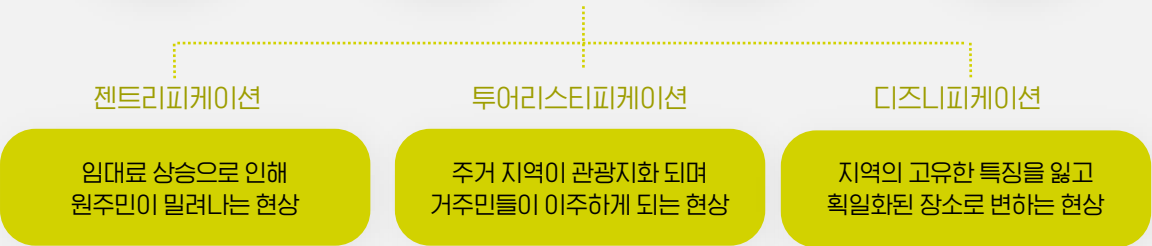
출처: 한국관광공사, 컨슈머인사이트, 보도자료(업계 취합)

| 삶을 위협하는 오버투어리즘 |

오버투어리즘이란?

‘지나치게 많은[Over]’와 ‘관광[Tourism]’의 합성어로 관광객이 증가해 지역 주민의 삶과 생활이 침해받는 현상

오버투어리즘 발생 원인



오버투어리즘 관련 파생 용어

출처: 보도자료(업계 취합)

지역 문화 소멸 위기, 관광 열풍의 부작용

- 오버투어리즘 현상으로 다양한 지역사회 문제 발생
- 대다수 관광지 오버투어리즘 현상에 인구소멸 단계 진입

| 오버투어리즘이 불러온 부정적 효과 |

오버투어리즘 부정적 사례

환경적 이슈

청결 및 위생, 소음, 교통 문제, 무단 촬영·침입 등 사생활 침해



제주도

쓰레기, 오수, 교통체증 등 과잉 관광으로 촉발되는 심각한 제주도 환경오염 문제

사회·문화적 이슈

지역의 가치·정체성 변화 및 행정 기관과의 갈등 심화



전북 전주한옥마을

대로변에 관광지형 가게만 90곳으로 경제적 이익만을 앞세운 결과 마을 경관과 정체성이 크게 훼손

경제적 이슈

주민 편의 업종 감소, 부동산 및 물가 상승



강원 양리단길

양리단길(현남면)의 경우 10년 새 땅값이 5배 상승하며 원주민들의 자발적·비자발적 이주

| 한국의 인구소멸 위험지역 현황 |

소멸 위험지역이란?

20~39세 여성인구를 65세 이상 고령인구 수로 나눈 값으로 0.2 미만은 소멸 고위험 지역, 0.5 미만은 소멸 위험진입 지역으로 정의

주요 마을형 관광지 지역소멸위험지수

• 소멸고위험 • 소멸위험진입 • 소멸주의단계

* 기준년도 : 2023년



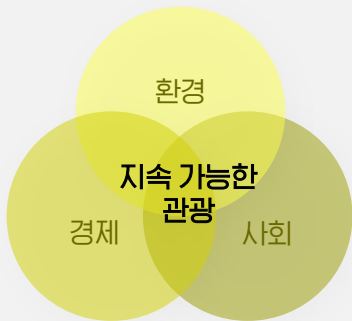
오버투어리즘으로 다수의 거주민들이 이주해 소멸 위험진입 지역 증가
주민과 관광객 지자체 간의 합의점 도출 필요

지역 발전과 관광의 조화를 위한 대안

- 지역주민과 관광객 모두 상생할 수 있는 지속 가능한 관광 환경 조성 필요
- 오버투어리즘 극복 및 지속 가능한 관광을 위해 국내외 노력 활발

| 오버투어리즘의 대안, 지속 가능한 관광 |

지속 가능한 관광이란?



미래 세대의 기회를 보장하고 현 세대의 관광객과 지역주민의 요구를 충족시키는 관광

- <환경적 지속성>**
지역의 환경 훼손을 최소화하고 관광 자원을 보전하는 관광
- <경제적 지속성>**
관광지역 경제에 도움이 되는 관광
- <사회적 지속성>**
관광지역에 거주하는 주민들의 규범 · 문화를 해치지 않는 관광

지속 가능한 관광산업 발전 대안

- 관광객 수 제한
- 세금 도입·요금 인상
- 관광 분산
- 의무 교육 실시
- 지역 사회 참여

| 오버투어리즘 국내외 대안 사례 |

지속 가능한 관광을 위한 다양한 해결 전략

| | | | |
|----|--|--|--|
| 해외 | <p>이탈리아 베네치아</p> <p>단체 관광객 규모 25명으로 제한, 관광 가이드 확성기 사용 금지 및 성수기 때 관광객 입장료 부과</p> | <p>네덜란드 암스테르담</p> <p>신규 호텔 건설 제한하여 연간 여행객 숙박 횟수를 2,000만 건 이내로 조절 계획</p> | <p>일본 교토</p> <p>기온 거리 관광객 출입 일부 제한, 관광지 사전 예약제 및 숙박세 제도 도입</p> |
| | <p>서울 북촌 한옥마을</p> <p>관광 허용 시간제 도입, 일요일 '골목길 쉬는 날' 지정, 북촌마을지킴이 배치</p> | <p>부산 감천문화마을</p> <p>마을주민협의회를 통해 관광수익의 지역 환원 및 각종 지원사업 실시</p> | <p>제주도 우도읍</p> <p>우도면 내 렌터카, 일부 자동차 운행 제한하여 교통 혼잡 해소 및 사고 위험 감소</p> |
| | <p>출처 : 문화체육관광부, 보도자료(업계 취합)</p> | <p>출처 : 보도자료(업계 취합)</p> | <p>출처 : 보도자료(업계 취합)</p> |

빅테크가 데이터 수집을 제한하게 된 배경

- 다양한 도메인에서 정보를 수집해 유저의 편의를 높이는 서드파티 쿠키
- 빅테크의 서드파티 쿠키 사용법으로 인한 소비자의 불만 가중

I 유저 행동을 분석하는 데이터 조각, 쿠키 I

쿠키란?

데이터를 저장하는 방법 중 하나로, 사용자의 정보를 저장해 유저를 식별하고 최적의 이용 편의를 제공하는 작은 정보기록 파일

쿠키 분류 기준

퍼스트파티 쿠키
(First-party Cookie)

웹사이트 소유자가 직접 수집하며 마케팅, 서비스 개선에 활용되는 데이터

서드파티 쿠키
(Third-Party Cookie)

제3자가 발행하며 사용자의 행태를 기록 및 추적하는 데이터

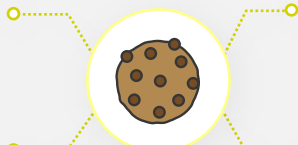
서드파티 쿠키 활용 예시

방문했던 사이트의 아이디 / 비밀번호 자동 로그인

쇼핑몰 장바구니

최근 검색한 상품

‘이 창을 다시 보지 않기’ 등 사용자 편의 기능



I 빅테크와 소비자에게 서드파티 쿠키란 I

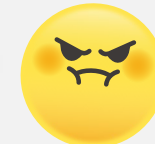
빅테크의 행태정보 수집 프로세스



소비자들의 지속적인 불만 건의

*옵트아웃 설정이 무의미해요.

*옵트아웃 : 사용자가 데이터 수집을 허용하지 않겠다고 명시할 때 정보수집이 금지되는 제도



시크릿 모드에도 개인 정보를 수집했어요.

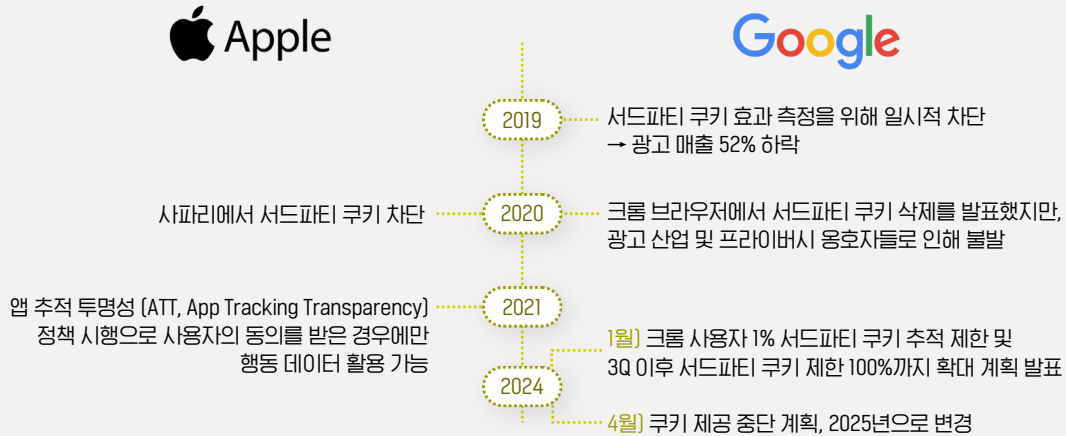
빅테크는 소비자와 개인정보보호위원회로부터 ‘무단 개인정보 수집 혐의’로 끊임없는 소송 전쟁을 벌이며, 현시대에서의 개인정보 중요성 입증

서드파티 쿠키 제한의 시작, 그 영향력은?

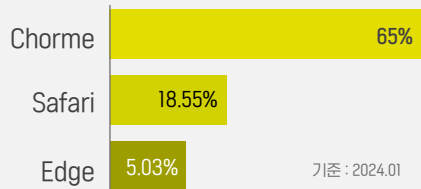
- 빅테크의 서드파티 쿠키 지원 중단은 광고 매출에 큰 타격을 줄 것으로 예상
- 온라인 광고계, 서드파티 쿠키 추적 제한으로 인해 맞춤형 개인화 광고 진행 불가

| 빅테크의 서드파티 쿠키 지원 중단 선언 |

연도별 빅테크 서드파티 쿠키 이슈



서드파티 쿠키 중단에 따른 타격

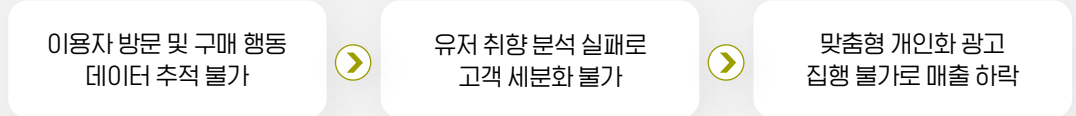


빅테크의 수입원 반 이상이 광고 매출인 점과 크롬 및 사파리가 차지하는 넓은 시장 점유율 만큼 온라인 광고 업계도 큰 타격을 받을 것으로 예상

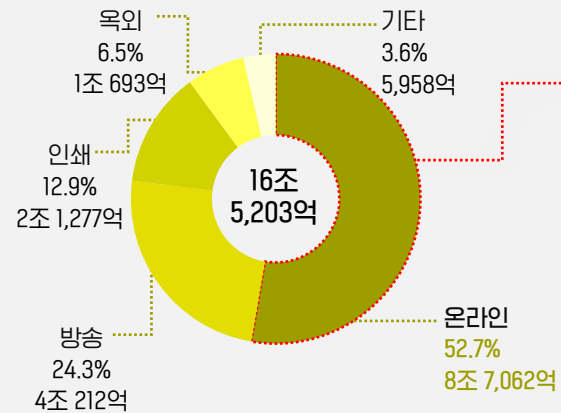
출처: 보도자료(업계 취합), Statcounter <Browser Market Share Worldwide>

| 비상등 켜진 마케팅 업계 |

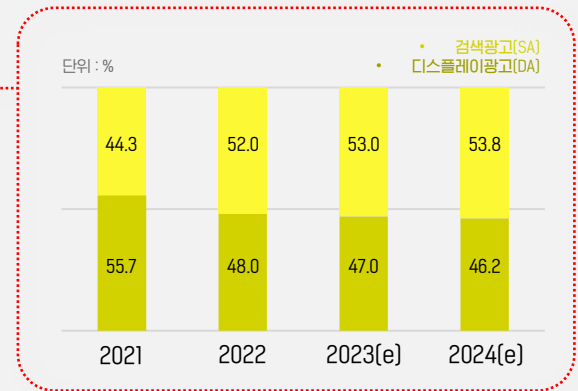
서드파티 쿠키 중단에 따른 마케팅 업계의 변화



2022년 광고시장 매출 현황



온라인 광고비 비중 변화



2021년까지 DA가 반 이상의 비중을 차지하며 증가 추이를 지속했지만, 경기 불황 및 구글의 서드파티 쿠키 중단이 이슈가 되면서 SA의 비중이 느는 추세

출처: 보도자료(업계 취합), 한국방송광고진흥공사 <2023 방송통신광고비조사>

마케팅 업계에 새로운 바람이 불까?

- 쿠키리스 시대에 맞서 빅테크 기업의 새로운 기술 개발 및 도입 확대
- 고객 추적에서 분석으로 ... 변화를 꾀하는 마케팅 시장

I 빅테크 기업이 내놓은 서드파티 쿠키 대체안 I



SKAN [StoreKit Ad Network]

* 2018년 5월 도입

- 개인 식별 없이 전환 성과 측정 가능 및 이벤트 발생 시 48시간 이내 무작위 시간에 제공
- 성과가 특정 수치 이하인 경우 데이터를 미제공하며, 캠페인 성과를 제한된 정보의 포스트백 형식으로 제공
- 모바일 앱에서는 이용자의 동의 시에만 정보 수집



프라이버시 샌드박스 [Privacy Sandbox]

* 2022년 2월 도입

- 사용자 데이터에 대한 은밀한 추적과 수집을 제한하며, GAID(Google Advertising ID)로 유저를 구분하거나 인앱 구매 등을 통해 트래킹
- 적은 수의 성과도 항상 제공하지만, 유저를 특정할 수 있는 상황을 방지하기 위해 가짜 데이터 집계 및 제공

메리디언 [Meridian]

* 일부 기업에게만 공개

- 마케팅 캠페인 및 활동에 대한 도달 범위와 반응 등을 기반으로 판매 영향을 측정하는 수학적 접근 방식 사용

I 쿠키리스 시대에 맞선 마케팅 시장의 변화 I

마케팅 방식의 변화



“ 쿠키리스 시대의 도래에 있어, 앞으로는 타 플랫폼 데이터에 의존하기보다 자체적인 고객 데이터를 수집해 소통 중심의 개인화 마케팅이 실현될 전망 ”

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 네이버 NEW 타겟팅 오픈
- OK캐쉬백 오늘 전단지 상품 출시
- 카카오 모바일 다음 '숏폼' 탭 오픈

네이버 NEW 타겟팅 오픈

- 내 비즈니스와 상호 작용한 고객 대상의 맞춤형 광고 노출이 가능한 '잠재고객 타겟' 오픈
- 맞춤 타겟과 내 데이터 타겟 등 신규 타겟팅을 통해 고관여의 잠재 고객 확보 및 쉽고 효율적인 타겟 관리 가능

| 맞춤 타겟 |

내 브랜드 또는 제품에 관련된 다양한 키워드를 통해
자사 관심 고객 및 다양한 상황의 잠재 고객 확보 가능



| 내 데이터 타겟 |

웹사이트/MAT 타겟은 광고주 웹사이트/앱에서 수집된 전환 이벤트를 활용하여
특정 전환 이벤트를 발생시킨 사용자를 타겟팅 하는 기능



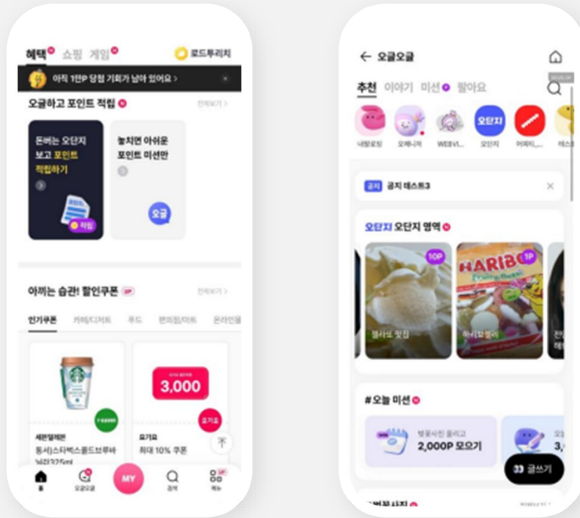
* 전환추적 스크립트 적용 및 MAT 올포스트백 전송 필수

OK캐쉬백 오늘 전단지 상품 출시

- OK캐쉬백 유저 혹은 제휴사가 생성한 피드를 보거나 클릭한 고객을 대상으로 포인트를 랜덤 지급하는 노출 보장형 광고 상품
- 유저 혹은 제휴사는 피드 노출 및 클릭을 유도하여 홍보 및 트래픽 유입 가능

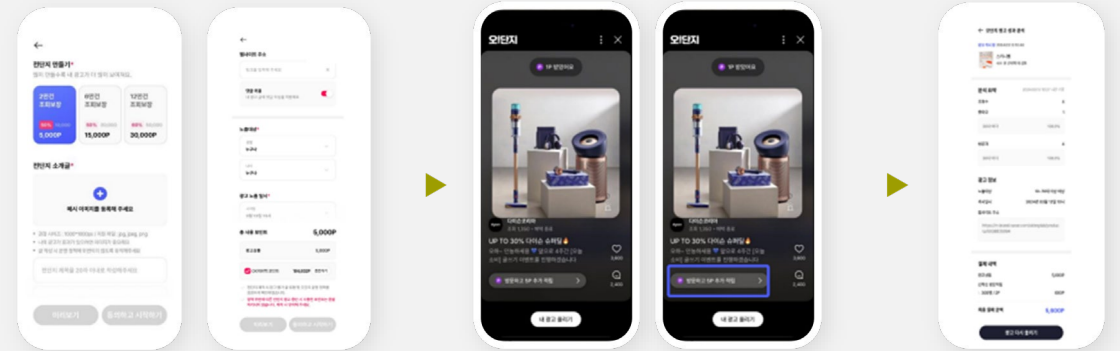
| 오늘 전단지 상품 |

신규 스마트 스토어 유입 및 매출 확대,
자체 채널로의 직유입 증대, 블로그 홍보 등을 위한 상품



- OK캐쉬백 앱 > 혜택 탭 > 오늘하고 포인트 적립 (신규)
- OK캐쉬백 앱 > 오늘오글 메인 > 추천 탭 > 오단지 (신규)

| 진행 Flow 및 특징점 |



- 광고 소재 등록
- 타겟 및 금액대 설정
- 피드 노출
- 클릭형 광고 노출 (추가 선택 가능)
- 광고 성과 확인

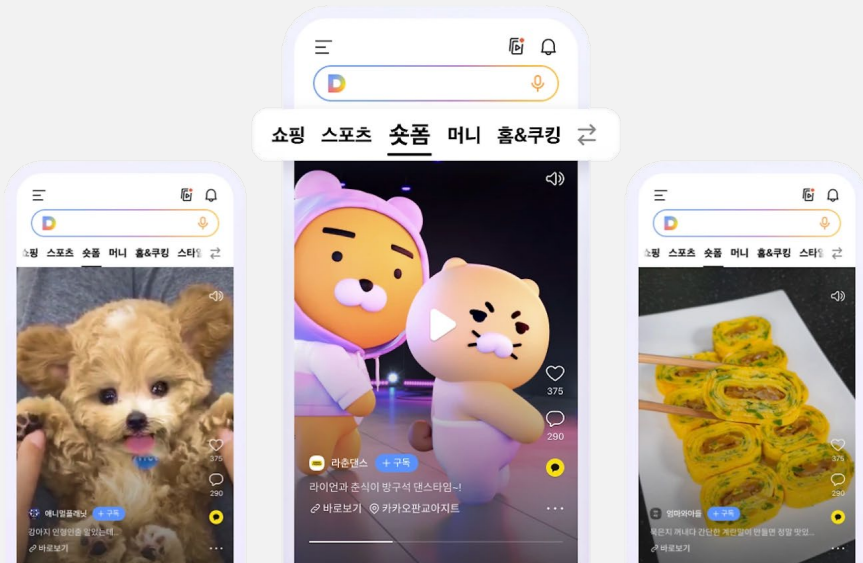
- ✓ 다양한 광고비 금액대와 타겟/노출 수 선택
- ✓ 누구나 언제든지 광고 제작/홍보 가능
- ✓ 피드 내 클릭형 광고 추가 집행
- ✓ 실시간 고객 반응 및 성과 확인

카카오 모바일 다음 '숏폼' 탭 오픈

- 다음의 숏폼 영상 콘텐츠 서비스 '오늘의 숏'을 선보이는 영역으로 다양한 주제별 숏폼 영상 제공
- '오늘의 숏' 파트너 모집을 진행해 숏폼 영상 노출 및 수익 창출 기회 제공

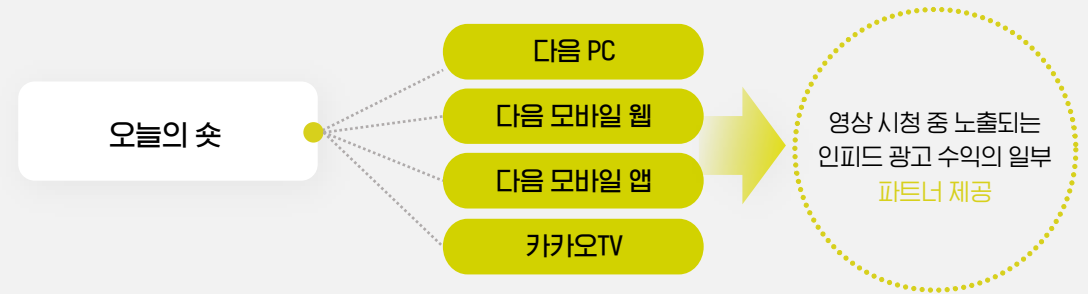
| 오늘의 숏 |

전면 플레이어 방식을 도입하여 이용자들이 끊임없이 영상을 시청해 사이트 체류 시간 증가 및 광고 수익 증대



| 오늘의 숏 '숏폼 파트너' |

다양한 환경에 효과적으로 콘텐츠를 노출하여 브랜드 인지도 제고 가능



입점 신청 방법



- 탭 순서를 변경해 다음 앱과 웹을 켜자마자 숏폼 탭 접속 가능
- '오늘의 숏' 아이콘을 추가하여 다채로운 주제의 숏폼을 쉽고 빠르게 시청 가능

■ **NEW MEDIA**

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 파우더룸
- 만개의레시피
- 가스앱

파우더룸

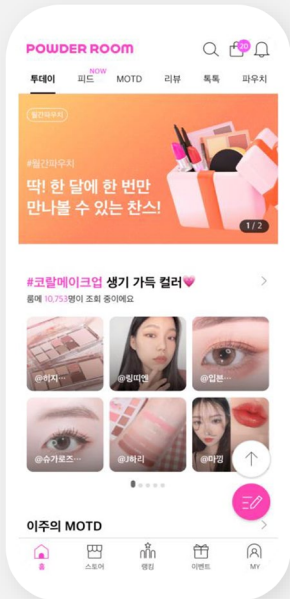
- 363만 명의 코덕 회원들이 이용하는 국내 최대 뷰티 콘텐츠 플랫폼
- 뷰티 고관여자를 타겟으로 브랜드 니즈에 따라 다양한 형태의 광고 집행 가능

| 파우더룸 |



누적 가입자 수
58만+ *APP/WEB 기준

MAU(월 사용자 수)
440만 명 *네이버 카페 기준



전 연령을 아우르는 커뮤니티

메인 타겟인 2030 여성 뿐만 아니라 채널별 다양한 연령의 뷰티 고관여자 보유



폭 넓은 뷰티 바이럴 네트워크

25,000명의 일반 충성 리뷰어와 채널별 인플루언서를 통해 고퀄리티 리뷰 생산

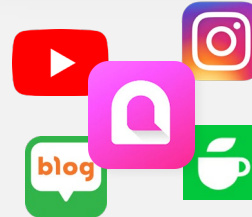


검증된 뷰티 콘텐츠

10년의 노하우를 바탕으로 소속 전문 뷰티 에디터들이 다양한 형태의 뷰티 콘텐츠 제작

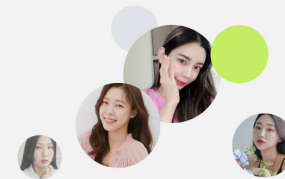
| 주요 광고 상품 |

체험단



충성 리뷰어를 통해 제품 홍보 가능한 상품

인플루언서



브랜드 인지도 및 신제품 홍보에 적합한 상품

엠블럼

* 엠블럼 예시



브랜드 제품 신뢰도 제고에 탁월한 상품

뷰티 에디터 콘텐츠



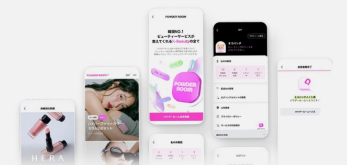
파우더룸 에디터가 직접 기획하는 고퀄리티 콘텐츠

채널 광고



브랜드 인지도 및 신제품 홍보에 적합한 상품

일본 마케팅



현지 인플루언서 섭외부터 광고까지 가능한 상품

만개의레시피

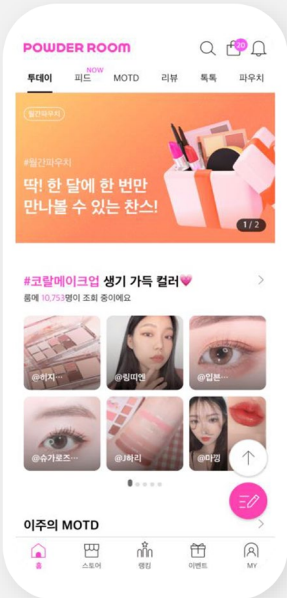
- 주부층이 주로 이용하는 국내 No.1 푸드미디어
- 자체 채널 외 다양한 온·오프라인 매체사 송출 연계를 통해 홍보 파급력 극대화

| 만개의레시피 |



APP 다운로드 수
900만 +

MAU(월 사용자 수)
750만 명



All in One 솔루션

요리, 영상, 마케팅 등 분야별 전문인력이 콘텐츠 기획, 제작, 배포 등 전 과정 진행



전문적인 콘텐츠 제작

10년 이상 축적된 노하우와 콘텐츠 제작을 위한 자체 스튜디오, 촬영장비 등 보유



탄탄한 미디어 네트워크

자사 채널 외 다양한 온·오프라인 매체사와의 제휴로 높은 콘텐츠 홍보 파급력

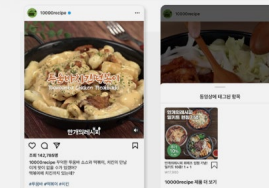
| 주요 광고 상품 |

브랜드 콘텐츠



레시피 기획, 영상 제작 및 배포까지 가능한 상품

SNS 배포



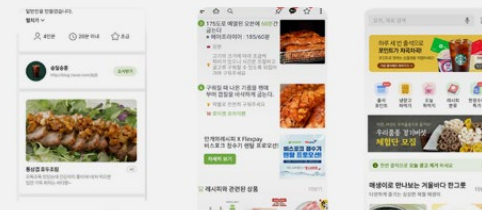
관심사 뚜렷한 팔로워 대상 타겟팅 가능한 상품

라이브 콘텐츠



구독자와 실시간 소통하는 라이브 방송 송출 상품

DA



레시피 상단 배너

레시피 하단 배너

MO 메인 중단 배너



PC 상단 배너

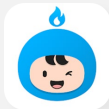
기타

- 이벤트
단독 이벤트 페이지 개설
- 공모전
레시피 콘텐츠 확보 가능한 상품
- 체험단
바이럴에 효과적인 상품

가스앱

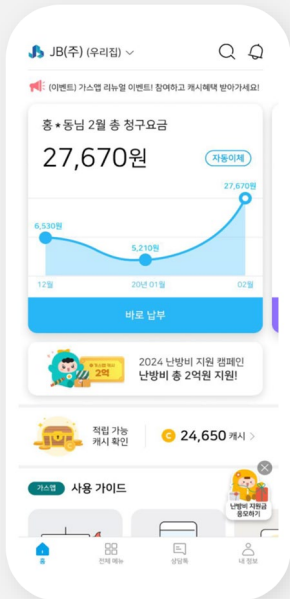
- 도시가스 서비스는 물론 요금 할인 혜택까지 받을 수 있는 에너지 통합 플랫폼
- 전국 40%에 해당하는 약 842만 가구에게 광고가 도달하여 높은 노출량 확보 가능

| 가스앱 |



APP 다운로드
500만 +

활동 회원 수
200만 명



높은 이용률

국내 공공 서비스 앱 중 가장 높은 고객 이용률로
전국 40%에 해당하는 약 842만 가구 이용



국내 최상위권 고품질 DB

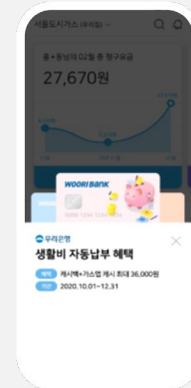
도시가스 정보 등록을 통한 정제된 DB Pool을 보유하여
다양하고 정밀한 타겟팅 광고 가능



효과적인 광고 노출

다양한 지면을 통한 폭넓은 광고 제공으로
광고 거부감 축소 및 효과적인 광고 메시지 전달 가능

| 주요 광고 상품 |



홈 토스트 배너

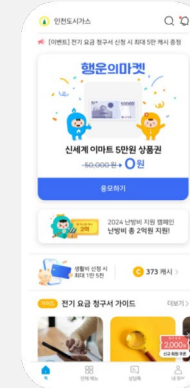
홈 진입 시 배너 랜덤 노출

홈 중앙 배너

홈 중앙 내 집중 노출

혜택/예약 배너

혜택/예약 메뉴 선택 시
독점 고정 노출



플로팅 배너

홈 진입 시 롤링 형태 노출

홈 좌측 배너

홈 중앙 내 좌측 노출

캐시 리워드형 배너

캐시 리워드로 잠재고객 인입 유도



가스락 | 잠금화면

잠금화면 전면 풀 페이지 노출

상단 배너 패키지 1,2,3

전체메뉴, 납부내역, 내정보 상단 노출

래플 행운의 마켓 1,2

자연스러운 노출로
관심 유도에 효과적인 상품

■ PROMOTION

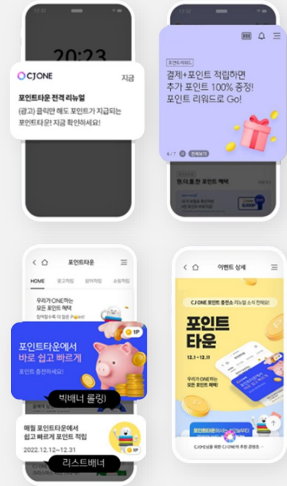
이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- CJ ONE 2024 2분기 업종 프로모션
- 에이블리 웰컴 프로모션
- 아파트너 광고 패키지 할인 프로모션

CJ ONE 2024 2분기 업종 프로모션

- 다양한 제휴 브랜드를 바탕으로 한 고객 분석을 통해 맞춤형 쿠폰 및 할인/이벤트 정보 제공 등을 지원하는 매체
- 지정 업종에 따른 할인 및 혜택 지원

CJ ONE 광고상품



POINT 패키지



ONE 베네피트



DM 상품 - 카카오

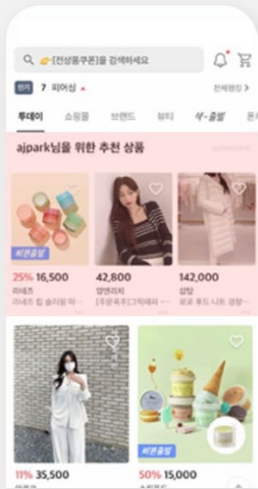
* 광고상품 일부

| 유형 | 구분 | 내용 |
|------------------|---------|--|
| 2024 2분기 업종 프로모션 | 대상 | 건기식 · 유통 · 여행 업종 |
| | 혜택 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 24년 2분기 이내 부킹 확정 시 ① 카카오&LMS 20% 추가 발송 ② ONE 베네피트 1,000원 CPM 할인 ③ 포인트 패키지 1구좌 반값 할인 |
| 마케터 대상 추가 혜택 | 혜택 | <ul style="list-style-type: none"> ① 제안 시 - 스타벅스 기프트콘 ② 부킹 확정 시 - CJ기프트 카드 |
| 기간 | 24년 2분기 | |

ABLY 웰컴 프로모션

- 국내 1위 버티컬 커머스 플랫폼으로 특화된 AI 추천 기술로 최적의 고객에게 노출해 빠른 구매 전환 유도
- 신규 셀러를 대상으로 수수료 할인 및 전용 프로모션 혜택 제공

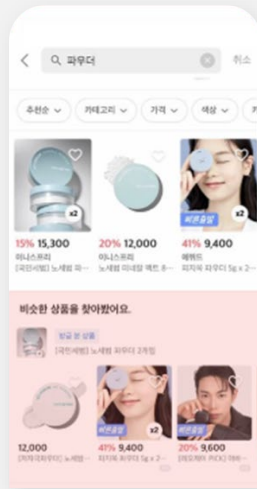
에이블리 광고 노출영역



투데이
'추천 상품'



투데이
'비슷한 상품을 찾아봤어요'



검색결과 페이지
'비슷한 상품을 찾아봤어요'

* 노출영역 일부

| 유형 | 구분 | 내용 |
|---------|--------------------|---|
| 웰컴 프로모션 | 대상 | 라이프 · 디지털 · 푸드 카테고리 신규 입점한 마켓 |
| | 혜택 | ① 입점 신청일로부터 90일간 수수료 50% 할인 ② 3단계 미션 수행 시 신규 입점사 전용 프로모션 100% 참여 보장 ③ 메인 배너 · 팝업 · 푸시 포함 3,000만 원 상당 전용 프로모션 제작 & 메인 노출 기회 제공 |
| 기간 | 24년 4월 11일 ~ 6월 9일 | |

➤ 입점신청서 작성하기

아파트너 광고 패키지 할인 프로모션

- 약 2,700단지, 230만 세대의 실거주 인증을 거친 입주민을 대상으로 타겟 광고 진행 가능
- 광고 패키지별 단가 할인 적용

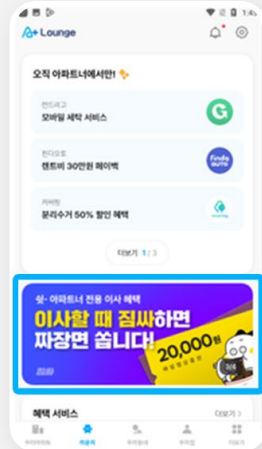
아파트너 광고상품



팝업 광고



배너 광고



혜택 / 라운지



덧글 이벤트

* 광고상품 일부

| 유형 | 구분 | 내용 |
|-------------------|---------|--|
| 광고 패키지 할인 프로모션 | 대상 | 모든 광고주 |
| | 혜택 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 패키지별 단가 할인 (패키지별 단가 상이) ① 300 / 500 / 1,000 / 2,000 PKG ② 첫집행 PKG (첫 집행 광고주 대상) ③ 수도권 PKG <p>* VAT 별도</p> |
| 기간 | 24년 2분기 | |



2024.5

MARKETING CALENDAR

| SUN | MON | TUE | WED | THU | FRI | SAT |
|--------------------------|------------------------|--------------|-----------------------|-----|-----------------------|---------------------|
| | | | 1 근로자의날 | 2 | 3 | 4 |
| 5 입하 어린이날 | 6 대체공휴일 | 7 | 8 아버지날 | 9 | 10 유권자의날 바다식목일 | 11 동학농민혁명 기념일 |
| 12 국제 간호사의날 | 13 | 14 식품안전의날 | 15 부처님 오신날 스승의날 | 16 | 17 | 18 5·18민주화운동 기념일 |
| 제77회 칸 영화제 05.14 ~ 05.25 | | | | | | |
| 19 발명의날 | 20 소만 세계인의날 성년의날 | 21 부부의날 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 디지털 마케팅 서밋 2024 | | | | | | |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 바다의날 세계 금연의날 | |

이달의
HOT 키워드

마케팅 #숏폼 마케팅 #시 마케팅

행사 #봄꽃축제 #반포 무지개분수

패션 #오피스코어룩 #그린지룩 #빈티지코어

팁 #차노을 - happy #디지털후루 챌린지 #원영적사고



MAY
2024



T R E N D
M E D I A
R E P O R T

문의하기

adure

E . O . D