

TREND & MEDIA REPORT

2023.02.



Copyright©ERUDA marketing all rights reserved.

TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

1 차세대 로그인 방식 '패스워드리스' 주목

2 새로운 마케팅 채널로 떠오른 '습관 관리 앱'

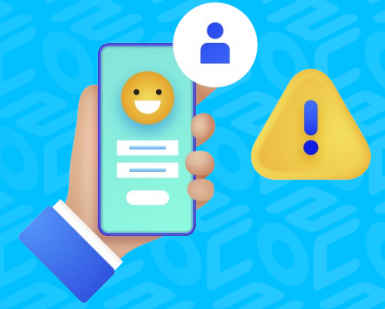
3 진짜 사람이야? 버추얼 휴먼 전성시대

4 이커머스 새벽배송 전쟁, 승자는?

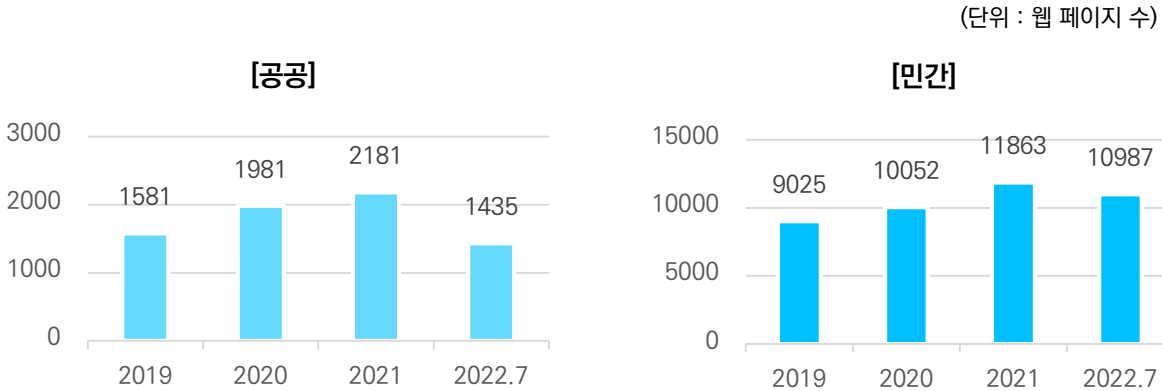


개인정보 유출 이대로 괜찮을까?

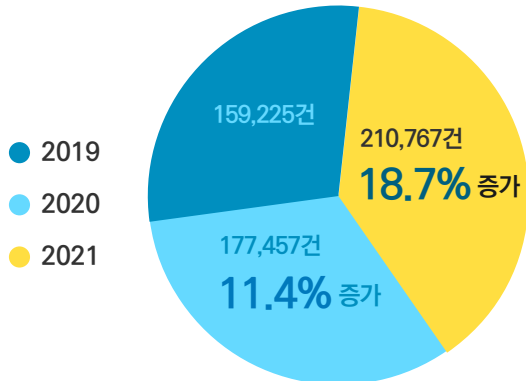
- 공공 · 민간 분야에서 개인정보 관리 소홀로 인한 개인정보 노출 건수 매년 증가
- 국내외 대기업들의 개인정보 유출 사고 잇따라 발생하며 이용자들의 불안 급증
- 개인정보 침해 신고센터 상담 접수 전년도(2020년) 대비 18.7% 증가(2021년)



국내 웹사이트 상 개인정보 노출 게시물 탐지 현황



출처 : 한국인터넷진흥원(KISA)



| 개인정보침해 신고센터 상담 접수 |

디지털 전환의 가속화로 개인정보 유출 피해와 범죄 사례가 늘고 있어
이용자들의 우려 확산

출처 : 2022 개인정보보호 연차보고서

2023 국내외 기업 개인정보 유출 사례



1월 2일

- LG유플러스 이용자 약 18만 명의 정보 유출돼 논란
- 유출된 정보 항목

고객번호, 성명, 우편번호, 주소, 생년월일, 전화번호, 암호화된 주민번호, IMSI, 고객정보 변경시간, 단말모 델명, 이메일, 암호화된 비밀번호, 가입일, 유심번호, IMEI, MAC주소, 웹아이디, 이용상품명



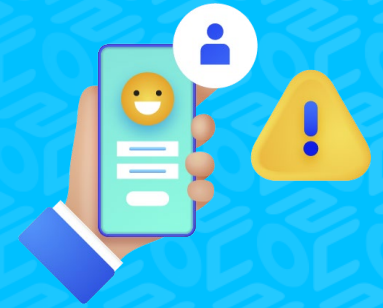
1월 4일(현지시간)

- 트위터 회원 개인정보 2억 3000여 건 해커 웹사이트에 게시돼 논란
- 해킹된 이메일 주소 등 개인정보는 지난 2021년 말 수집된 것으로 외부에서 트위터 시스템의 취약점을 노린 것으로 추정

출처 : 보도자료(업계 취합)

굿바이 패스워드... 차세대 로그인 방식 '패스워드리스' 주목

- 전 세계적으로 매초 579건, 매년 180억 건의 비밀번호 해킹 사고 발생
- 이에 대한 대안으로 '패스워드리스' 차세대 로그인 방식으로 부상
- 글로벌 IT기업 3사 애플, 구글, 마이크로소프트(MS) 패스워드리스 로그인 방식의 대중화 지원 확대



마이크로소프트(MS) 자체 조사 결과

2021년 7월, 미국 성인 1,248명 대상으로 조사



10명 중 1명

모든 웹사이트에서
동일한 비밀번호 사용

응답자의 40%

단순한 규칙 적용해
비밀번호 업데이트



“ 전 세계에서 매초 579건,
매년 180억 건의 비밀번호 해킹사고 발생 ”

출처 : 2022 개인정보보호 연차보고서

패스워드리스

비밀번호 대신 생체 인식·인증서 등을 통해
이용자 신원을 확인하는 로그인 방식

한 번 로그인 후에는 재차 인증을
요구하지 않는다는 점에서 '2차 인증'과 다름

| 기대효과 |

보안성

비밀번호가 필요 없어
해킹 위험에서 안전함

편리성

계정 정보 관리의
번거로움 감소

글로벌 IT기업 도입 현황



마이크로소프트 '암호 없는 인증'

- 비밀번호 대신 인증 앱, 보안키, SMS/이메일 확인 코드 등을 통해 로그인 가능한 옵션 제공



애플 '패스키(Passkey)'

- 비밀번호 대신 얼굴이나 지문과 같은 생체정보를 이용해 로그인하는 기능
- 모든 로그인 정보는 암호화돼 타인에게 공유할 수 없으며, 데이터 유출 문제에서 자유로움

| 구글/MS/애플 - FIDO 기술 지원 확대 계획 발표 |

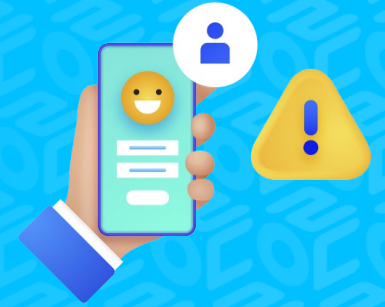
(2023년 예정)

FIDO란? 지문, 안면인식, 개인식별번호(PIN) 등의 인증 방식을 웹사이트나 애플리케이션(앱)에서도 로그인할 수 있도록 한 기술

출처 : 보도자료(업계 취합)

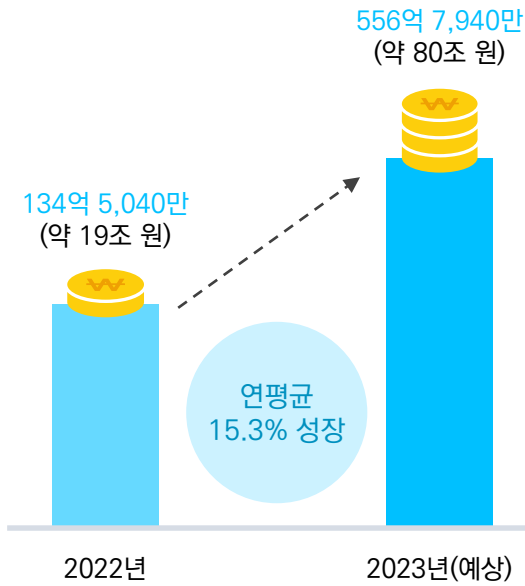
“이제는 패스워드리스 시대” 국내IT 업계 도입 확산

- 전 세계 패스워드리스 시장 19조 원 규모, 2023년까지 약 80조 원 규모로 성장 예상
- 네이버 국내 포털 업계 최초로 ‘패스워드리스’ 도입
- 최근 판교 SK C&C 화재에 따른 로그인 에러(카카오 연동) 이슈 겪은 두나무(업비트) 자체 로그인 시스템 도입



글로벌 패스워드리스 시장 규모

(단위 : 억 달러)



출처 : 해외 시장조사기관 FMI(Future Market Insights)
 ‘비밀번호 없는 인증 시장(Passwordless Authentication Market)’ 보고서

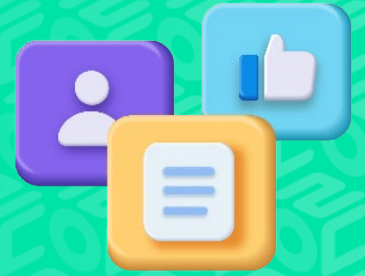
국내 IT 업계 패스워드리스 도입 현황



네이버 - 국내 포털 업계 최초 ‘패스워드리스’ 도입	업비트 - 자체 로그인 시스템 ‘업비트 로그인’ 도입
<p>이용자가 휴대전화 번호로 한 번 인증하면 재차 비밀번호를 기재 받지 않는 방식</p> <p>신규 가입자는 아이디, 이름, 생년월일, 휴대전화 번호만 기재하면 사용 가능</p>	<p>이용자는 별도 프로그램이나 앱 설치 없이, 본인인증을 통해 발급된 6자리 PIN 비밀번호 또는 생체 인증만으로 서비스 이용 가능</p>
<p>지원 - 안드로이드 앱 도입 완료, 기기 권한 문제 해결 후 iOS/PC 웹으로 확대 예정</p>	<p>지원 - 업비트 웹 및 앱 최신 버전 (안드로이드는 6.0 버전 이상, iOS는 13버전 이상)</p>



갯생 트렌드 이어받은 '습관 관리 앱'



- 갯생, 리추얼 라이프로 나타나는 자기 관리 열풍, 습관 관리 앱 성장 견인
- 일상적인 미션으로 생활 습관 형성하고, 달성 인증 및 커뮤니티 기능을 통한 동기부여가 주요 기능

습관 관리 앱이란?

운동, 공부 등 목표하는 일을 수행하게끔 이용자를 관리해 성공적인 달성을 도와주는 서비스

주요 애플리케이션



챌린저스

- 구글 플레이 스토어 기준, 100만 이상 다운로드한 대표 앱
- 원하는 습관에 돈을 걸어 성공률에 따라 환급 및 보상
- 공동 목표 가진 유저와 함께 도전
- 기업 제휴 챌린지로 브랜드 홍보에 활용 가능



루티너리

- 해외 이용자 80%의 글로벌 앱(국내 개발)
- 원하는 요일·시간에 루틴 생성하고 습관 채워넣어 설정
- 유명인 루틴을 알아보고 내 루틴으로 추가해 습관 벤치마킹 도모
- 웨어러블 기기와 알림 연동



그로우

- 교육 기업 '휴넷' 개발 앱
- 미션 성공 시 포인트 적립
- 실천율 통계 제공
- 그룹 챌린지 및 게시판 기능으로 동기부여

애플리케이션별 포지션

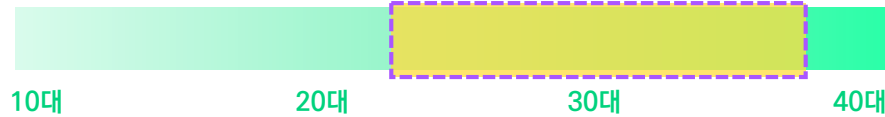


20대 초중반~30대 후반 '밀레니얼 세대'가 주요 이용층

- 유저 간 상호작용 활발한 서비스는 20대, 과금형 서비스는 30대 이용자 다수
- 가장 많이 도전한 미션 '일찍 일어나기'... 미라클 모닝 인기 지속



주요 이용 연령대



도전 과제 Top 3

- 1 일찍 일어나기
- 2 1만 보 걷기
- 3 건강기능식품 및 약먹기

습관 관리 앱을 사용하는 이유

- ✓ 부담스럽지 않은 일상적인 미션
- ✓ 미션 실천과 달성의 성취감
- ✓ 일정 기간 지속하며 습관화해 생활 개선
- ✓ 타인과 목표 공유하며 동기부여
- ✓ 알림 기능 및 성공률 트래킹으로 미션 달성 도움

도전 과제 연관 키워드

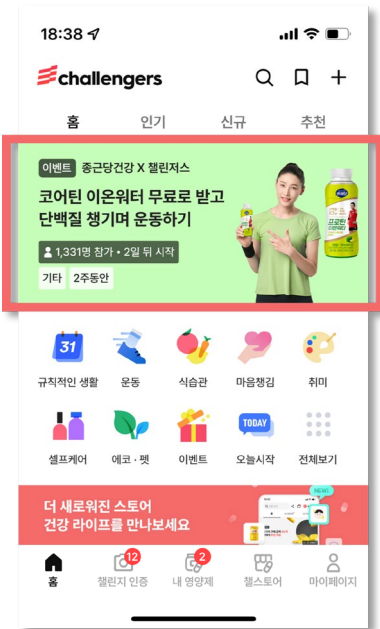


업계 대표 앱 챌린저스, 새로운 마케팅 채널로 주목

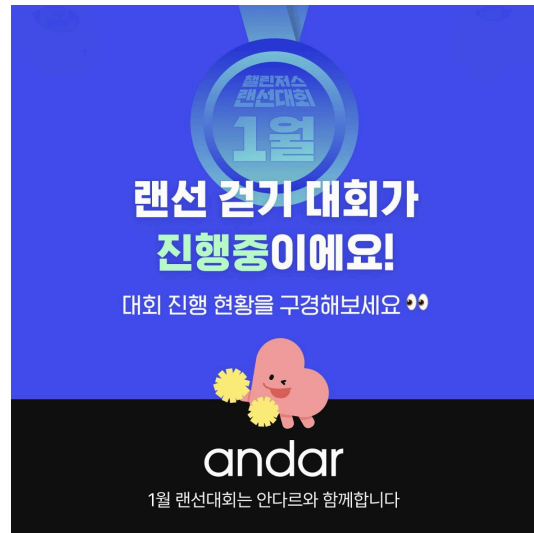
- 2022년 제휴 기업 수 전년 대비 2배 증가... 누적 161개 사
- 습관 챌린지와 결합한 '지속적인 브랜드 경험'에 제휴사 만족도 상승



챌린저스 기업 제휴 챌린지 사례

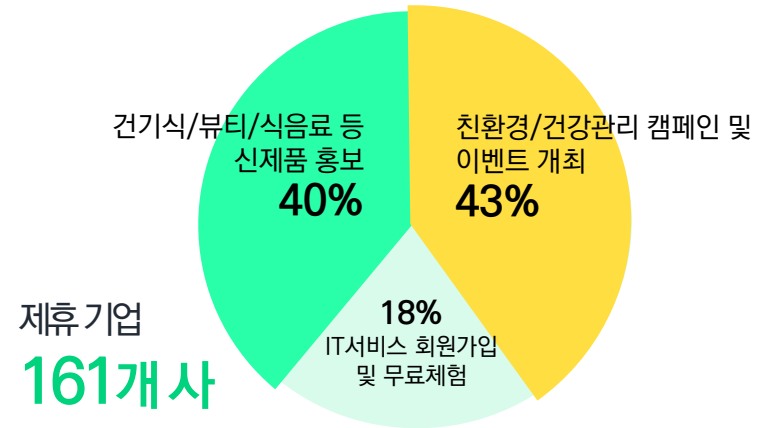


종근당건강 이온워터 마시며 운동하기



안다르X챌린저스 랜선 걷기 대회

챌린저스 기업 제휴 챌린지 분포



챌린저스 제휴사 반응

- 가장 효율적인 비용으로 인스타그램 게시물 수를 늘릴 수 있는 매체
- 오픈 10분 만에 300명 모임을 완료해 신제품 노출 목적 달성
- 주기적인 행동을 유도 한다는 점이 다른 이벤트와의 차별점

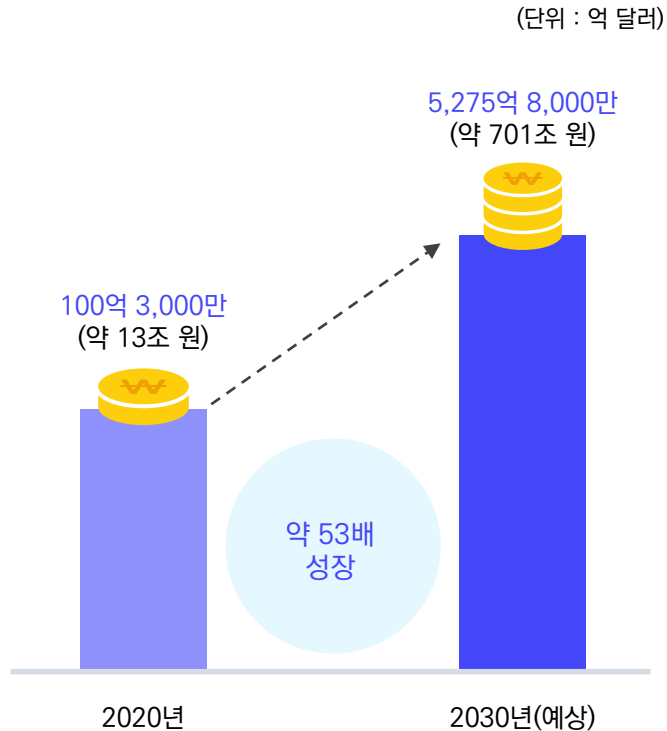


진짜 사람이야? 버추얼 휴먼 전성시대

- 버추얼 휴먼이란? AI와 첨단 컴퓨터 그래픽 기술을 기반으로 만든 가상의 인간을 의미
- 코로나 팬데믹 이후 주목받은 메타버스(가상과 현실이 혼합된 세계)와 함께 버추얼 휴먼 산업도 활기
- 전 세계 버추얼 휴먼 시장 2030년까지 약 700조 원 규모로 10년 동안 약 53배 급성장 전망



글로벌 버추얼 휴먼 시장 규모



출처 : 이머전리서치

버추얼 휴먼 주목받는 이유

커스터마이징 용이	얼굴, 체형, 인종 등 외형뿐만 아니라 목소리, 말투, 행동 등 자사 브랜드 이미지에 맞는 모델 구현 가능
시공간의 제약 없음	시공간의 제약 없이 전 세계인을 대상으로 다양한 활동이 가능하며 실존 인물과 달리 컨셉 방향의 제약 없이 자유롭게 브랜딩 가능
사생활 리스크 없음	가상인간이기에 음주운전, 스캔들 등 사생활 논란이 없으며 세월이 지나도 늙지 않고, 무한대의 체력 유지
비교적 낮은 비용	실제 연예인과 비교했을 때 광고 단가 적은 편 사업 목적에 따라 다양하게 활용 가능하며 화제성이 높아 적은 비용으로 큰 마케팅 효과 기대 가능

출처 : 보도자료(업계 취합)

2023년 SW산업 10대 이슈 #버추얼 휴먼의 영향력 확대 선정

가상과 현실이 융합하는 메타버스 시대가 도래하면서 버추얼 휴먼의 활용 영역은 지속적으로 확대될 것으로 전망 (2022년 1월 이슈리포트 中)



소프트웨어정책연구소

버추얼 휴먼의 어제와 오늘

- 국내 버추얼 휴먼 광고 모델, 가수, 인플루언서, 쇼호스트 등으로 활동 무대 넓히며 영향력 확장
- 인공지능(AI)을 활용한 컴퓨터 그래픽 기술의 발달로 버추얼 휴먼 활용 분야 금융, 교육, 게임, 의료 등 다양한 영역으로 확대될 전망



국내 버추얼 휴먼 현황



사이버 가수 아담

버추얼 휴먼의 시초
CG 캐릭터에 실제 가수의
목소리를 입힌 방식으로 제작



로지(Rozy)

국내 1호 버추얼 휴먼
SNS 인플루언서를 넘어
광고 모델, 가수 등으로 활동



나수아

국내 버추얼 휴먼 최초
태국 광고 전문 회사와
전속계약 체결하며 해외 진출



한유아

음원 발매, 광고 모델, 칼럼 연재
등 다방면에서 아티스트로 활동



이슬

네이버 쇼핑크라이브
쇼호스트로 활동

출처 : 보도자료(업계 취합)

버추얼 휴먼의 활용 분야

구분	주요 활동 분야	핵심 콘텐츠	주요 업체
엔터테인먼트	가상 모델, 가수, 배우, 인플루언서 등 메타버스 VR 캐릭터	음악, 영화, 게임 등 메타버스 내에서 활용 가능한 콘텐츠 VFX 기술	SM엔터테인먼트(에스파) 텐센트 (K/DA) 에이편인터랙티브 (아보키) EVR 스튜디오 (시라) 온마인드(수아)
유통 · 금융 · 방송	인공지능 기반이 챗봇과 결합하여 상품 설명, 소개, 상담 등 기존 상담원들이 담당하던 업무를 대체 방송 출연 모델을 대체하는 디지털 인플루언서	비주얼 어시스턴트 가상 상담원 비주얼 키오스크 VFX 콘텐츠	마인즈랩 (AI 휴먼) TCL(시아) 싸이더스 스튜디오 엑스(오로지) LG전자(김래야)
교육 · 훈련	디지털 휴먼이 등장하는 온라인 강의	인터넷 강의 전문가의 정확한 동작을 재현하는 훈련용 콘텐츠	마인즈랩(AI휴먼) UneeQ 삼성(Neon)
헬스케어	재활의학, 운동 코치 등	전문 트레이너의 움직임을 정밀하 게 재현하는 디지털 휴먼 콘텐츠	Codelane(헬스케어 솔루션) 모션 캡처
모션 캡처	실제 사람, 동물 등의 움직임을 정밀하게 캡처하여 데이터화	모션 트래커 스튜디오 캡처 슈트 HMC	Xsens(자이로식) OptiTrack(광학식) Vicon(광학식) Dynamixyz(페이션캡처)
실시간 렌더러	디지털 휴먼 생성 및 리깅, 모션 적용 등	실시간 렌더링이 가능한 게임 엔진	Epic(언리얼엔진) 유니티테크놀로지스(Unity)
블류메트릭 3D 모델	블류메트릭 캡처를 통해 3D 모델 제작	사전에 제작되어 바로 활용 가능한 블류메트릭 3D 모델 판매	렌더피플 UneeQ

출처 : Korea Science '디지털 휴먼의 현재와 미래'

폭풍성장 ‘버추얼 휴먼’의 명과 암

- 디지털에 익숙하고 가상현실을 친근하게 여기는 MZ세대를 타겟으로 한 버추얼 휴먼 마케팅 눈길
- 지속 성장하는 버추얼 휴먼 시장에 발맞춰 실시간 상호작용이 가능한 버추얼 휴먼 기술 개발 박차
- 버추얼 휴먼 발전에 ‘사회적 부작용’ 우려 증가 ... 문제 개선을 위해 정부 · 기업 · 개인 공동의 노력 필요



버추얼 휴먼 마케팅 사례



SK텔레콤x나수아

SKT의 대표 AI 서비스 에이닷 광고모델로 발탁
SKT 전속모델 장원영과 친구 사이로 등장해
에이닷 신규 서비스 ‘에이닷티비(A. tv)’ 주요 기능 전달



무신사x무아인

시공간에 구애받지 않고, 자신의 취향과 스타일에 따라
다양하게 변신하는 무신사 앰버서더 버추얼 휴먼 ‘무아인’의
멀티 페르소나를 통해 “다 무신사랑 해”라는 브랜드 메시지 전달



롯데홈쇼핑x루시

롯데홈쇼핑이 자체 개발한 ‘루시’, 라이브 커머스 진행자로 데뷔
상품 소개는 물론 시청자와 실시간 소통을 통해
새로운 쇼핑 경험 제공

AI 기술 발전에 따른 문제점

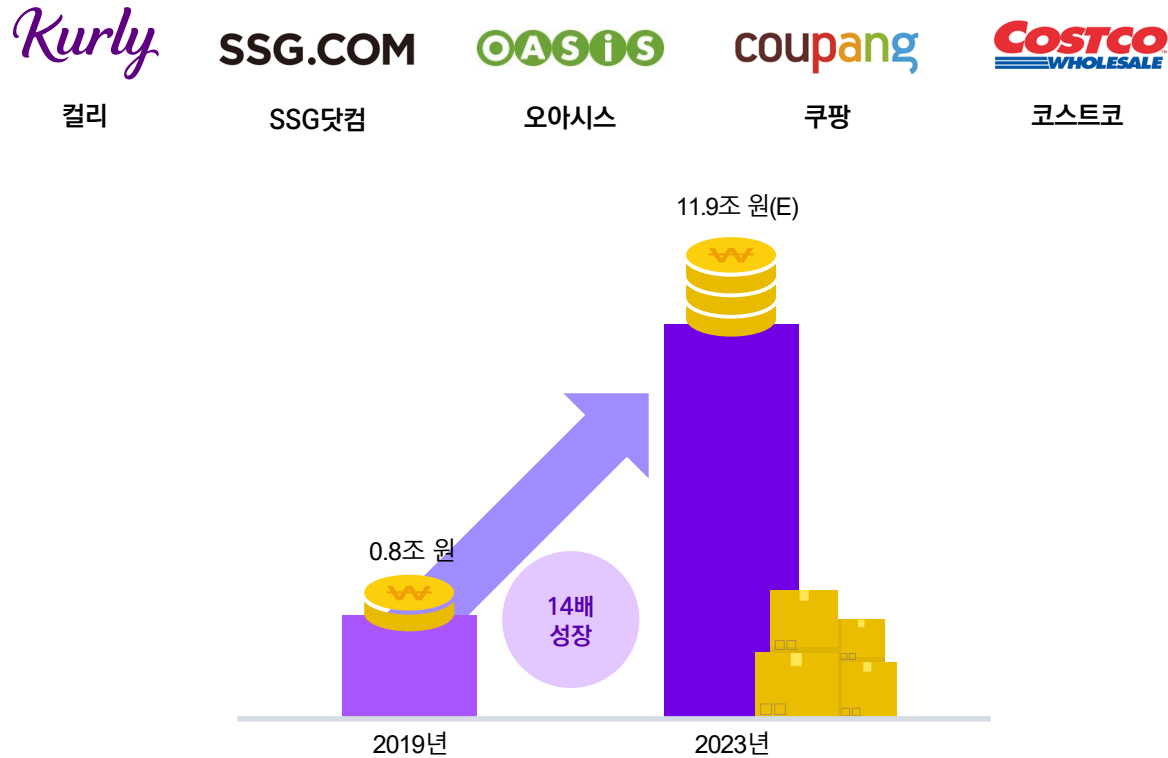
윤리적 문제	버추얼 휴먼을 통한 허위사실 유포 및 명예훼손, 성희롱, 욕설 등 윤리적 문제 우려
사이버불링	메타버스에 머무는 시간이 늘어나면서 온라인상 괴롭힘과 따돌림을 뜻하는 사이버불링 문제 심각성 대두
딥페이크	딥페이크를 활용한 사이버 사기 급증 불법 음란 동영상에 타인의 얼굴 합성하는 디지털 성범죄 급증 * 딥페이크란? 인공지능 기술로 특정 인물의 얼굴 등을 영상에 합성한 ‘가짜 동영상’을 의미
외모지상주의	대부분의 버추얼 휴먼은 비현실적인 예쁜 외모로 표현되는 경우가 많아 외모지상주의 심화 가능성 우려

마켓컬리가 쏘아 올린 '새벽배송'

- 2015년 컬리의 '샛별배송' 이후 국내 이커머스 사 대다수 새벽배송 시작
- 시장 규모, 가파른 성장 곡선 그리며 지속 확장
- 오아시스, '이커머스 1호 상장사' 타이틀 코앞



새벽배송 시장 규모 및 대표 기업



새벽배송 그 시작은...

- 2015년 컬리, 세계 최초 새벽배송 '샛별배송' 시작
- 2018년 쿠팡(로켓프레시)·오아시스, 새벽배송 시장 진입
- 2018~2019년 플레이어 대규모 진입 '새벽배송 춘추전국시대'
- 2019년 SSG닷컴, 새벽배송 시장 진입
- 2020~2021년 오아시스·쿠팡·컬리, 상장 준비 발표
- 2023년 컬리, 상장 철회
오아시스, '국내 1호 이커머스 상장사' 기대

새벽배송, 이커머스를 망치러 온 구원자

- 저무는 새벽배송... 롯데온·헬로네이처·GS프레시몰·프레시지 등 새벽배송 사업 철수
- 쿠팡, 컬리, SSG닷컴 등 시장 빅3 지속 적자
- 인프라 구축 위한 대규모 자본 투입, 높은 인건비가 오랜 적자 원인으로 꼽힘



2022년 새벽배송 사업 철수 기업



롯데온



헬로네이처



GS프레시몰

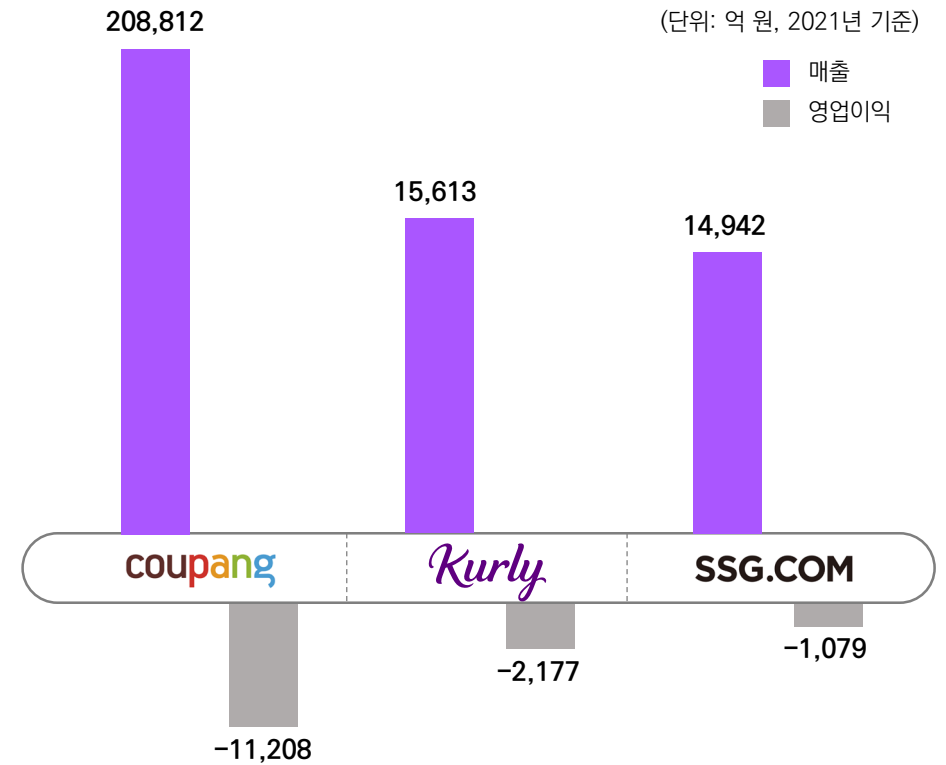
프레시지

수익성 문제 원인

- ✓ 대규모 물류센터 구축 비용
- ✓ 야간근무 배송 기사 인건비 (주간근무보다 1.5~2배 상승)
- ✓ 주요 상품군인 신선식품 위한 콜드체인 시스템 구축 비용
- ✓ 신선식품 재고로 발생하는 손실



빅3도 못 피한 적자

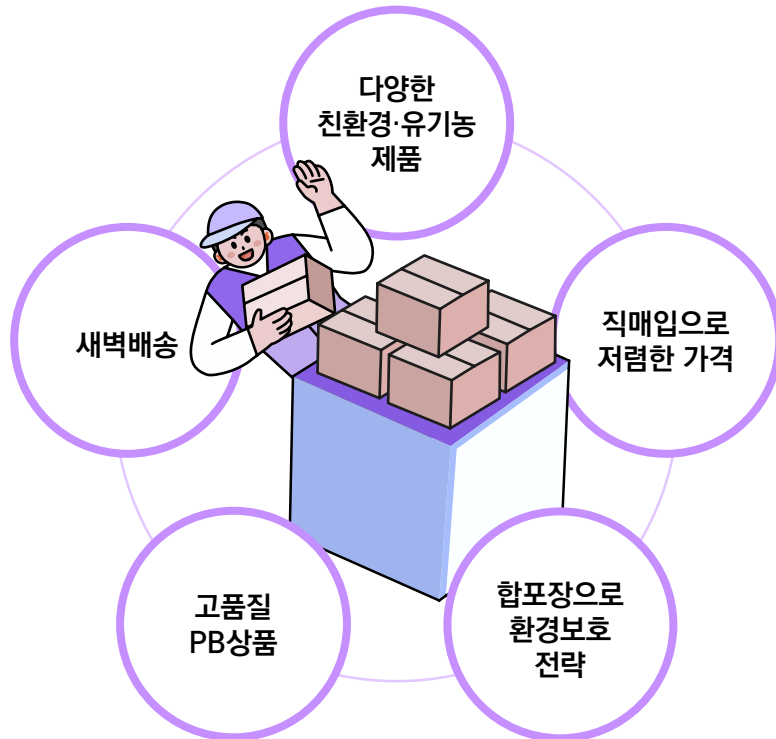


‘업계 유일 흑자’ 오아시스, 이커머스 1호 상장사 될까

- 2011년 유기농 신선식품 판매 기업으로 시작해 2021년 유니콘 기업(기업가치 1조 원 이상 비상장기업) 선정
- 2020년 97억 원, 2021년 57억 원 영업이익에 이어 2022년 3분기에만 77억 원 달성... 흑자경영 지속



소비자를 사로잡는 비결



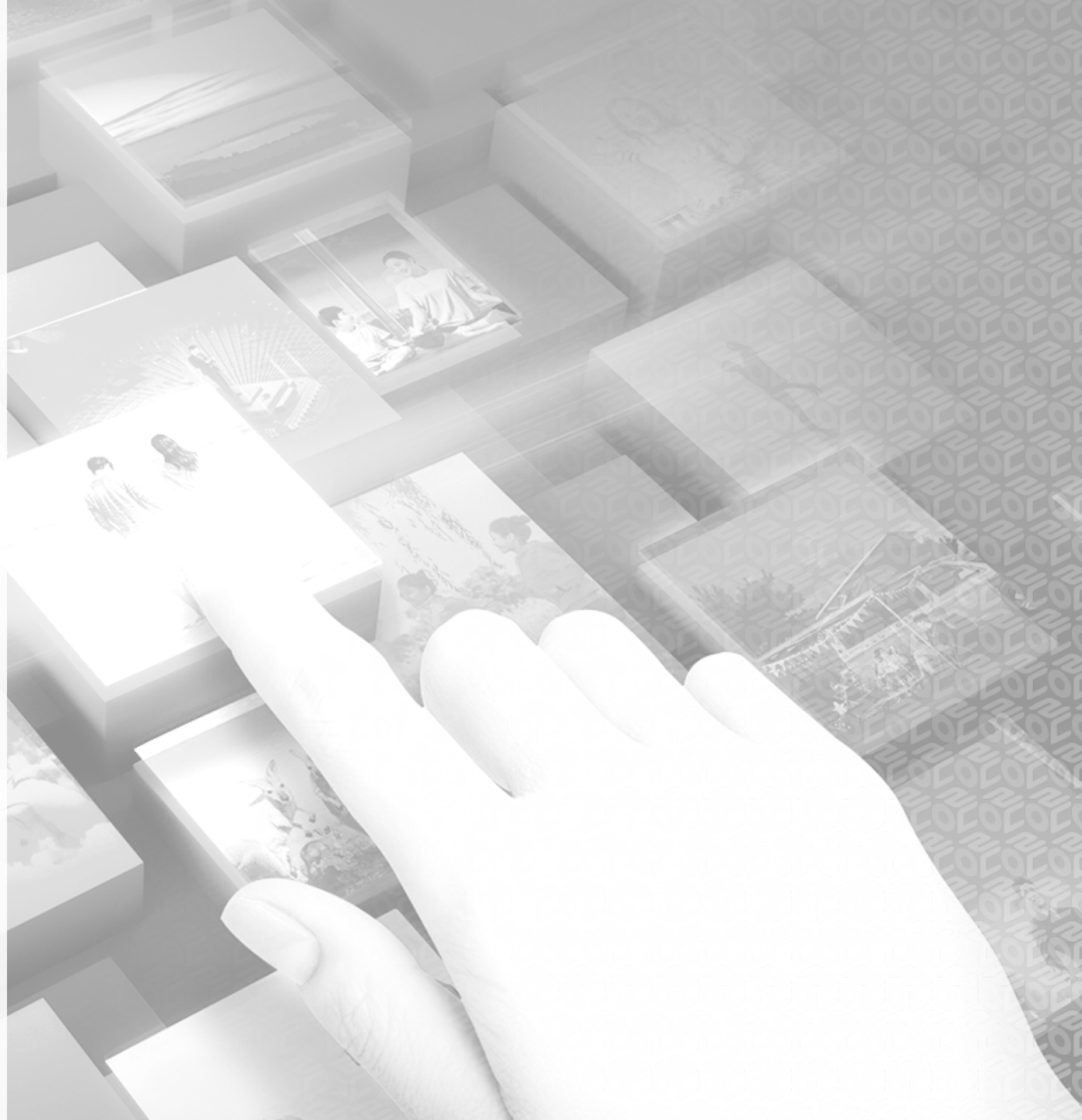
물류 시스템 특징

- ✓ **피킹&패킹 솔루션 ‘루트’**
 자체 개발한 앱으로, 주문서의 QR코드를 찍으면 주문 내용과 물류센터 내 제품 위치를 알려줘 선별·포장 시간 단축
- ✓ **통합물류센터**
 상온, 냉장, 냉동 물류센터를 따로 설치하는 타사와 달리 모든 제품을 한 물류센터 안에 구역을 나눠 배치함으로써 효율 극대화
- ✓ **온오프라인 시너지**
 온라인 미소진 상품을 오프라인 매장에서 할인된 가격에 판매해 재고로 인한 손실 방지

MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

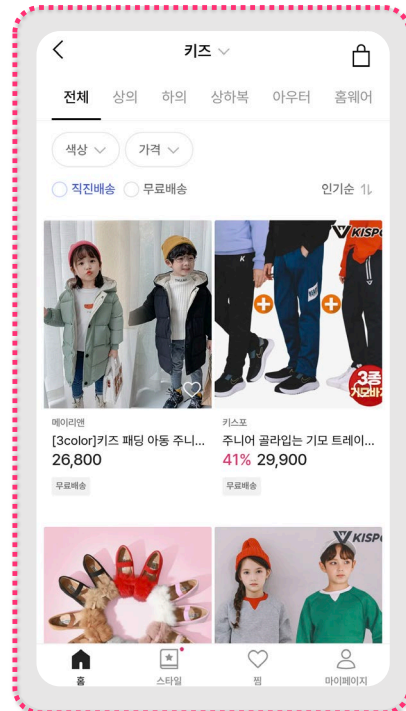
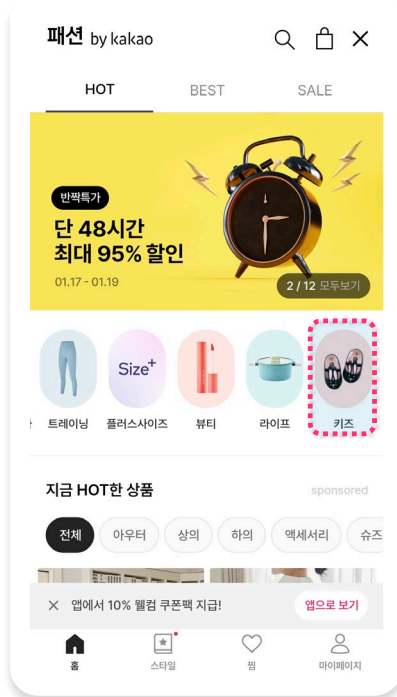
- 1 패션바이카카오, 키즈 카테고리 신설
- 2 지그재그, 신규 상품 'TOP보드 광고(beta)' 출시
- 3 에이블리 선물하기 서비스 오픈
- 4 스노우(SNOW) AR 필터 상품 업데이트



패션바이카카오, 키즈 카테고리 신설

- 1월 16일 패션바이카카오 내 별도 카테고리를 만들고 키즈용 상·하의, 아우터, 홈웨어, 잡화 등 판매
- 스토어 입점 시 지그재그와 동시 입점 필수
- 키즈 카테고리는 광고, 직진배송, 글로벌 운영 제한

카테고리 지면



입점 안내



키즈 카테고리에 어떻게 입점할 수 있나요?

기존 패션바이카카오 입점 절차와 동일하며 반드시 지그재그에도 함께 입점 신청해야 합니다.



'키즈' 대상 연령이 어떻게 되나요?

베이비(2세 이하), 키즈(2~7세), 주니어(8~15세)를 대상으로 하는 제품이면 가능합니다.



이미 지그재그나 패션바이카카오에 입점한 스토어에서 키즈 제품을 판매하고 싶으면 어떻게 하나요?

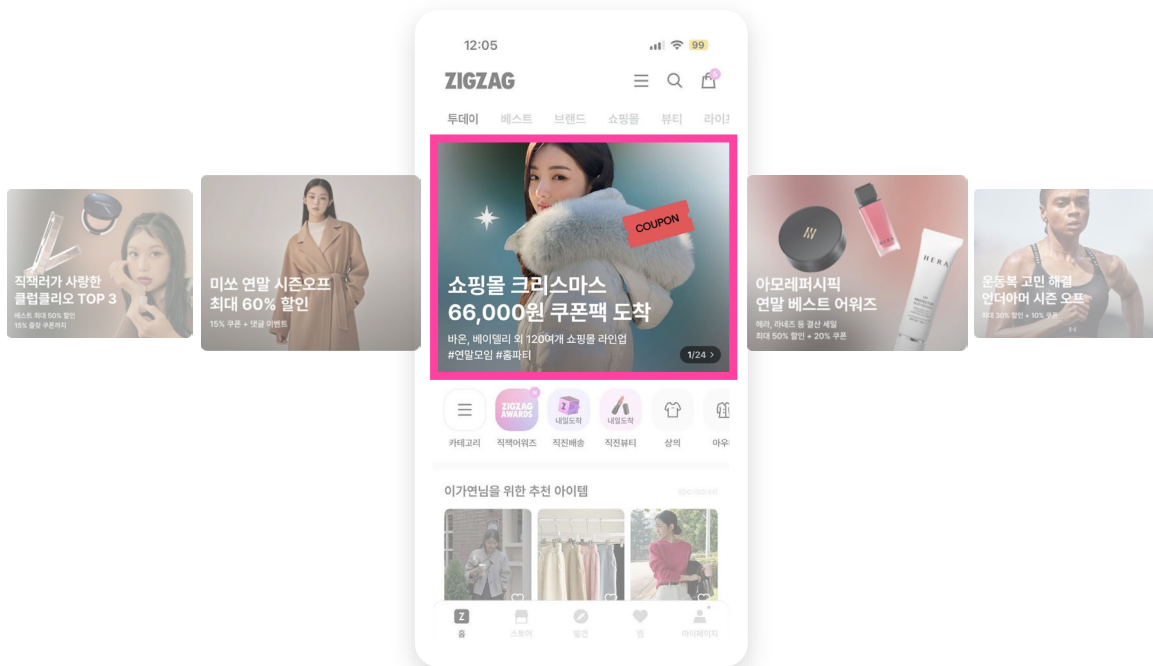
키즈 카테고리를 추가적으로 연동하고, 상품별로 카테고리 정보를 입력 후 운영하실 수 있습니다.



지그재그, 신규 상품 'TOP보드 광고(beta)' 출시

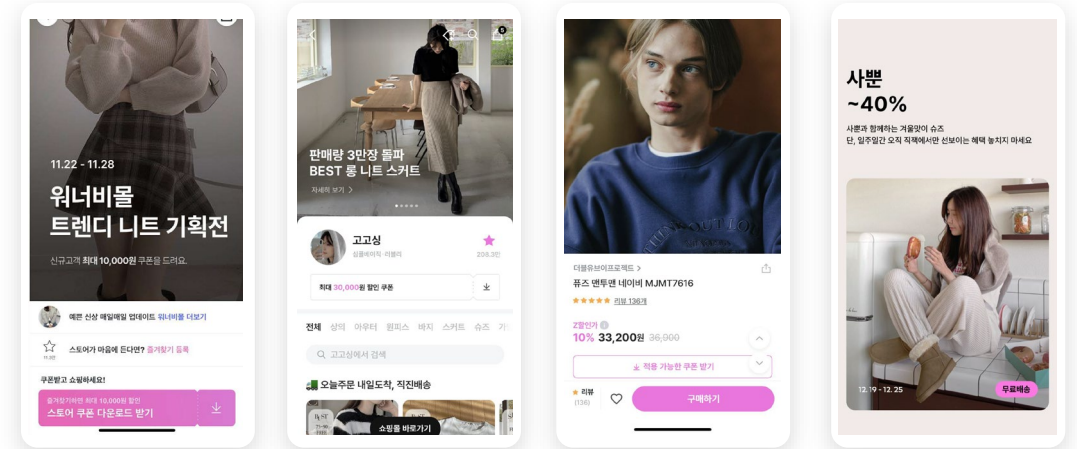
- 지그재그 앱 첫 화면 최상단에 노출되는 배너 광고로, 1~5개 광고가 랜덤 롤링되며 노출
- 하루 최소 20만 회 노출과 2% 클릭률 예상되는 상품

노출 지면



랜딩페이지

다양한 랜딩페이지 선택지로 구매 전환 극대화



스토어 픽

쿠폰 노출로
묶음 구매 유도에
유리

스토어 홈

상품 노출과
브랜드 인지도
확보 가능

상품 상세페이지

주요 상품의
노출 수 증대

단독 기획전

기획전 홍보로
더 많은 고객 유입
유도

에이블리 선물하기 서비스 오픈

- 여성 패션 플랫폼 업계 최초로 모바일 앱 내 선물하기 서비스 오픈
- 에이블리 앱 내 패션, 뷰티, 라이프 카테고리 전 상품(해외배송 상품 제외) 모바일에서 간편하게 선물하기 가능
- 선물을 주고받는 고객 모두의 편의성 강화를 위해 지속적인 서비스 고도화 예정

2022 한국인이 가장 많이 사용하는 패션 쇼핑앱 1위

한국인 만 10세 이상 스마트폰 사용자(Android+iOS) 표본 조사 결과

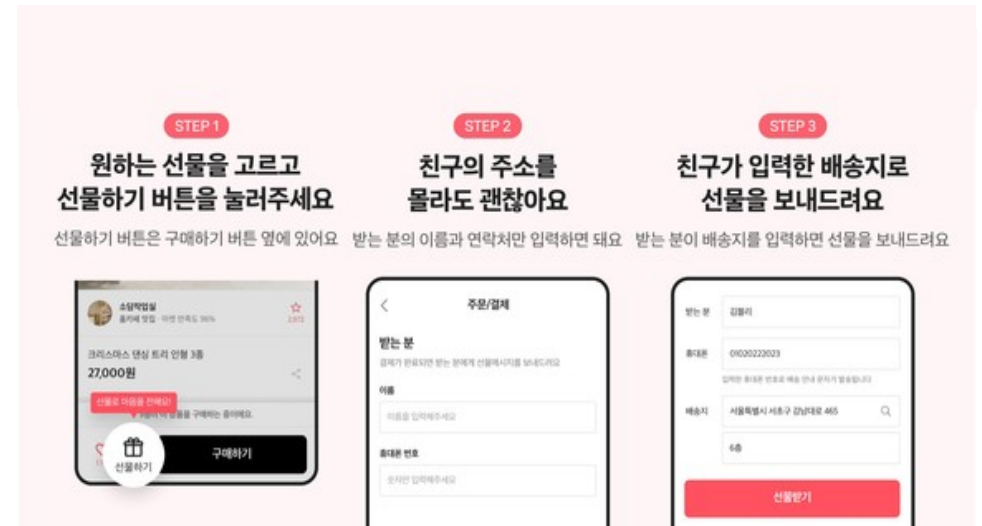
출처 : 앱·리테일 분석 서비스 와이즈앱·리테일·굿즈



| 성과 달성의 주요 원인 |

- 빠른 배송 서비스 '삭출발' 수요 증가
- 패션뿐만 아니라 뷰티, 라이프, 푸드 등 특화된 상품 구성으로 카테고리 확장
- 앱 내에서 즐길 수 있는 커뮤니티 기능, 스타일 콘텐츠 등 볼거리 강화

NEW 선물하기 서비스



| 서비스 특징점 |

- 연령대, 가격 등 원하는 조건에 따라 다양한 카테고리 상품 하나의 앱에서 선물 가능
- '가심비' 뷰티 상품부터 부담 없이 선물하기 좋은 라이프, 푸드 카테고리 상품 보유
- 해외 프리미엄 브랜드 및 스몰 럭셔리 상품도 선물하기 가능
- 앱 설치하지 않았거나 비회원인 경우에도 선물 수령 가능

스노우(SNOW) AR 필터 상품 업데이트

- 국내 1위 카메라 앱 SNOW AR필터 상품 업데이트
- SNOW는 유저의 얼굴, 모션 등을 인식해 메이크업, 악세서리, 스티커 등을 입힐 수 있는 AR필터를 차별화 요소로 내세워 인기

신규 AR 필터 종류

자막 효과, 벽 인식, 공간 3D 오브젝트 노출이 가능한 필터 출시



자막 효과

텍스트 수정이 가능한 슬로건을 필터 내 삽입하여 유저로 하여금 다양한 DIY 콘텐츠 생성 가능



벽 인식

갤러리에 저장된 사진을 불러와 브랜드 프레임 적용하여 원하는 벽면에 가상 착붙 시킬 수 있으며, 다양한 장소에서 DIY 콘텐츠 시도 가능



공간 3D 오브젝트 노출

유저가 있는 공간에 가상의 3D 브랜드 요소들을 노출시키는 기술로 팝업스토어, 행사 등에서 QR코드 스캔을 통해 추가적인 증강현실 경험 제공 가능

신규 AR 필터 옵션

게임 AR 필터 플레이 등수 공개

- 유저의 게임 플레이를 통한 높은 인게이지먼트와 주목도를 자랑하는 광고상품
- 미션에 따른 쿠폰 지급을 통한 추가적인 브랜드 액션 유도
- 특정 점수(등수) 도달한 유저 대상으로 이벤트 진행 가능

스노우 앱 내 쿠폰 발행

- 스노우 또는 B612의 브랜드 필터를 사용한 유저들에게 리워드 제공 및 전환을 높이는 데 도움
- 난수 번호, 유니버설 코드 또는 QR 코드를 통해 유저들에게 할인쿠폰부터 게임 내 아이템 지급까지 모두 가능

스노우 쿠폰 마케팅

- 스노우 주요 유저인 MZ세대 여성에게 혜택 제공을 통한 마케팅 가능
- AR 필터 집행 광고주에 한해 비용 없이 제휴로 진행 가능
- 자사몰 할인쿠폰, 기프트콘 난수쿠폰 번호 제공(필수) 및 쿠폰 혜택은 사전 협의를 통해 진행

팝업스토어 (오프라인) 협업

- 스노우 AR 필터 QR코드를 오프라인 공간에 노출하여, 온/오프라인을 통틀어서 고객들에게 AR 경험을 함께 제공 가능

NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

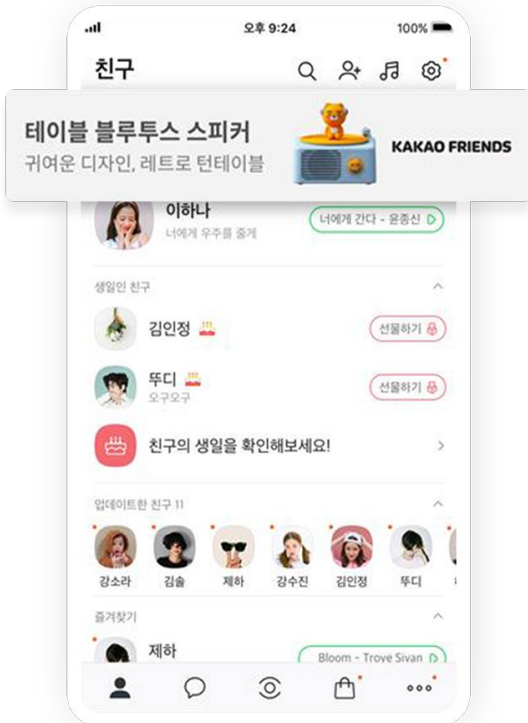
- 1 카카오 비즈보드 CPT
- 2 당근마켓 전문가모드 광고
- 3 토스 라이브 쇼핑 보기
- 4 스노우 AR필터 & DA 광고



카카오 비즈보드 CPT

- 카카오톡 친구탭(1탭)의 메가트래픽을 일정 시간 단독 점유하여 광범위한 유저에게 도달할 수 있는 상품
- CPT(Cost per Time) 구매 방식을 통해 시간대별 노출 및 도달을 극대화하여 브랜딩 임팩트 확보 가능

광고 상품 상세 내용



구분	내용
판매방식	구좌 단위 판매
구매방식	CPT (Cost per Time)
노출방식	1일 10구좌(기본 2시간, 심야시간 4시간)
판매단가	평일/휴일, 시간대별 판매단가 상이
노출유형	비즈보드 일반형 기준 (1029*222)
	※ 기본형 대비 완화된 가이드 제공 (오브젝트형 / 썸네일 박스형)
	복수 소재 등록 가능 (개수 제한 없음)
캠페인 셋팅	1개의 캠페인 - 1개의 광고 그룹 맵핑 필수 ※ 타겟팅 불가
업종 제한	제한 업종 확인 필요

특장점

카카오톡 친구탭
일 평균 이용자
2,200만 명

카카오톡 친구탭
최상단 노출

광범위한
유저에게
도달 가능

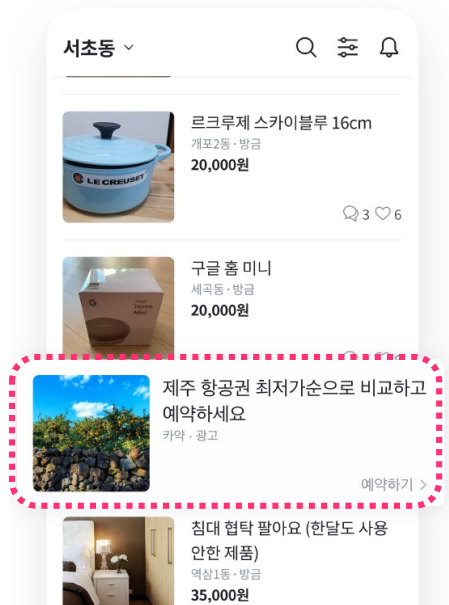
브랜딩 임팩트
극대화

원하는 랜딩 방식
선택 가능

당근마켓 전문가모드 광고

- 이용자(월 1,800만 명)가 가장 많이 보는 당근마켓 홈에 노출되는 광고 상품
- 전국 지면에 노출 및 구매력 높은 유저 대상으로 타겟팅 하여 효율 극대화

광고 상품 상세 내용



구분	내용
노출위치	당근마켓 앱 피드(iOS, Android)
노출방법	네이티브 피드 광고
노출소재	[이미지 + 텍스트] 형태
과금방식	CPC(Cost per Click)
평균 CTR	2~3%

특장점



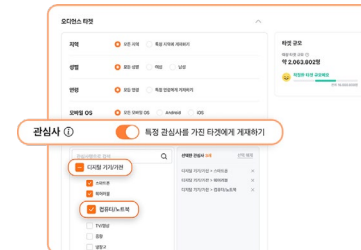
아웃링크 지원

사이트/앱 방문 극대화할 수 있는
아웃링크, 비즈프로필, 개인 게시물 광고 가능



관리기능 강화

캠페인, 광고그룹, 소재 단위 설정 지원 통해
광고 관리 기능 강화



정밀한 타겟팅

인구통계학, 지역, 관심사 등
정밀한 타겟 설정 가능



맞춤 보고서

맞춤 보고서를 통해
광고 성과 효과적으로 분석 가능

토스 라이브 쇼핑 보기

- 라이브 방송 사전 알림 신청 및 시청자 트래픽 확보까지 라이브 방송 부스팅에 효과적인 상품
- 특가 · 프로모션에 반응을 높은 혜택택 유저 대상으로 참여 유도하여 트래픽 극대화

특장점



사전 알림 받기 + 앱푸시 무상지원

최대 24시간 방송리스트 노출과 알림 신청 유저 대상 앱푸시 지원으로 방송 초반 트래픽 집중

업계 최고 수준의 트래픽 제공

방송시간 1시간 기준 최대 23만명의 시청자 라이브 방송에 유입 시킬 수 있음

전 연령대 방송시청 부스팅 가능

전 연령대를 아우르는 토스 유저 대상으로 폭넓은 연령대 시청자 확보 가능

라이브 쇼핑 보기 Flow

| 알림 받기 |



당일 라이브 방송
리스트 노출



방송시간에 맞춰
앱 푸시 발송



방송 상세페이지
CTA 클릭



라이브 방송
랜딩

| 라이브 보기 |



라이브 중인
방송 리스트 노출



방송 상세페이지
CTA 클릭



라이브 방송
랜딩

스노우 AR 필터 광고

- 국내 1위 카메라 앱 SNOW의 이펙트 탭 통해 브랜드 필터 노출
- 필터 클릭 시 가이드 배너가 노출되며 광고주 브랜드 정보 노출 가능
- 촬영 중에는 자유로운 랜딩페이지 설정이 가능한 상시 배너 통해 추가적인 캠페인 효과 기대 가능

광고 상품 상세 내용



프레임 필터

상액자형 필터

2D 필터

2D 얼굴 인식 기반 필터
(트리거 가능)

3D 필터

3D 얼굴 인식 기반 필터
(게임 가능)

Virtual Try On

제품 체험 필터 (4종)

네컷 사진

커스텀 프레임 필터

NEW

Face Changer

영상/이미지 내 유저 얼굴 합성

NEW

스노우 DA 광고

- 이용자의 70%인 여성과 주 이용자 층인 MZ세대가 주목하는 패션, 뷰티, 커머스 업계부터 금융, 관공서, 게임 업계까지 다양한 산업군에서 주목
- 다양한 DA 광고 지면을 통해 폭발적인 트래픽과 높은 전환율 기대 가능

광고 상품 상세 내용

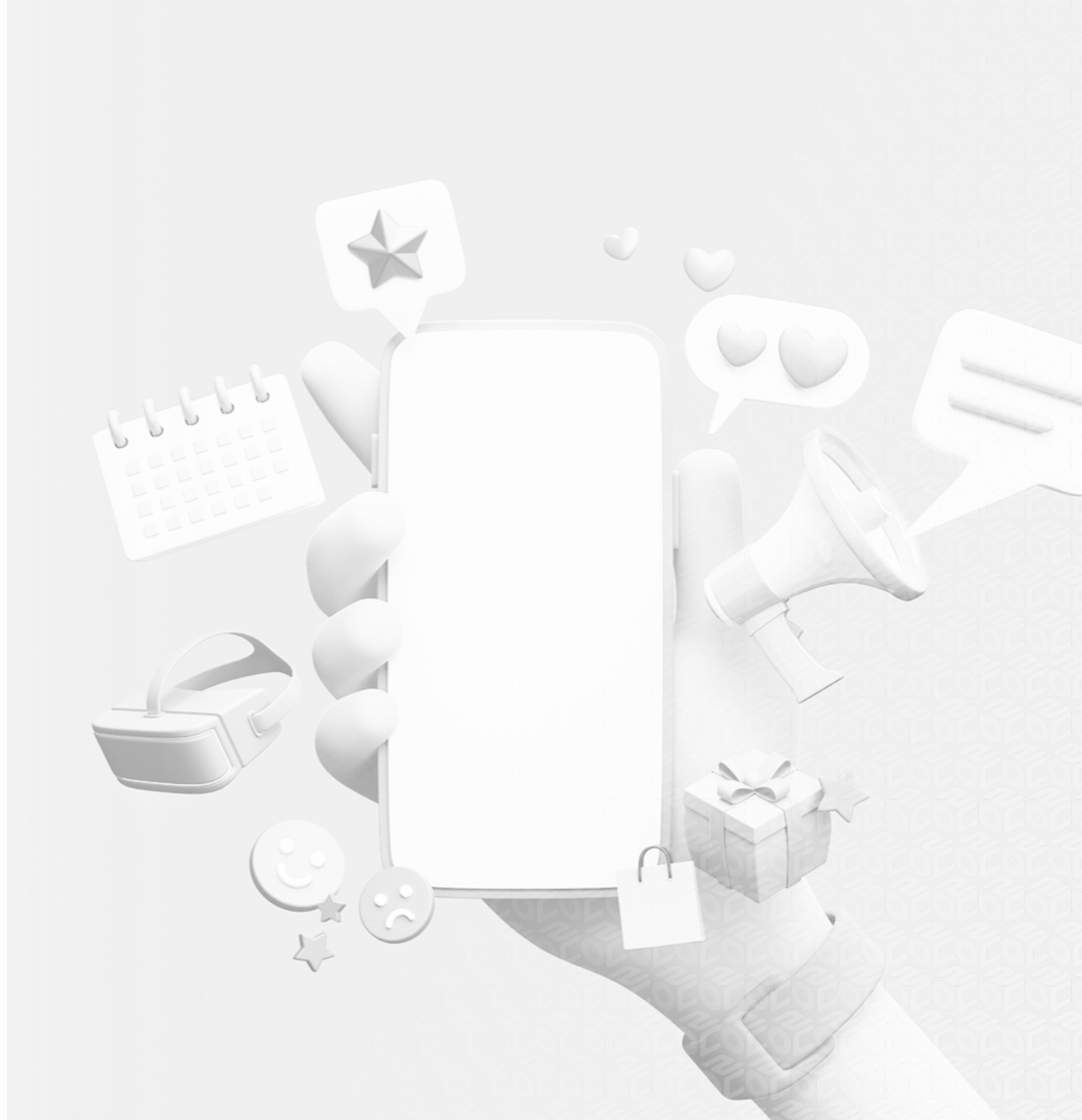


스플래시 배너	셔터 아이콘	팝업 배너	종료 배너	갤러리 배너	컴팩트 배너
앱 오픈 시 노출되는 전면 배너	사진 촬영 화면에서 지속적으로 노출되는 로고형 아이콘	3회 촬영 시 하단에서 팝업 되는 배너	앱 종료 시 노출되는 전면 배너 (Android 기기만 지원)	갤러리 하단에 위치한 배너형 지면	촬영 컴팩트 화면 하단에 노출되는 지면 (자동 저장 기능 OFF 시 노출)

PROMOTION

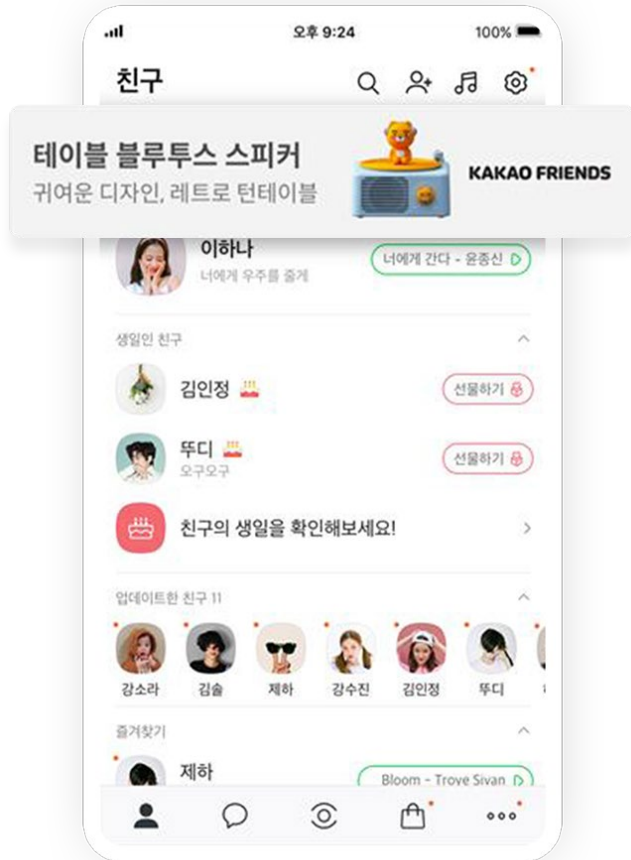
이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 1 카카오 비즈보드 CPT (beta) 프로모션
- 2 토스 '라이브 쇼핑 보기' 출시 기념 프로모션
- 3 스노우 AR 필터 1분기 프로모션



카카오 비즈보드 CPT (beta) 프로모션

- 카카오톡 친구탭(1탭) 최상단에 고정된 배너로 노출되며, 일평균 2,200만 회라는 메가트래픽 보장 지면
- 기존 비즈보드의 효율적인 톱 내 랜딩 방식 선택과 광고주가 원하는 최종 액션으로 유도하기에 효과적
- CPT 방식으로 과금되며 계약된 시간 동안 독점 노출

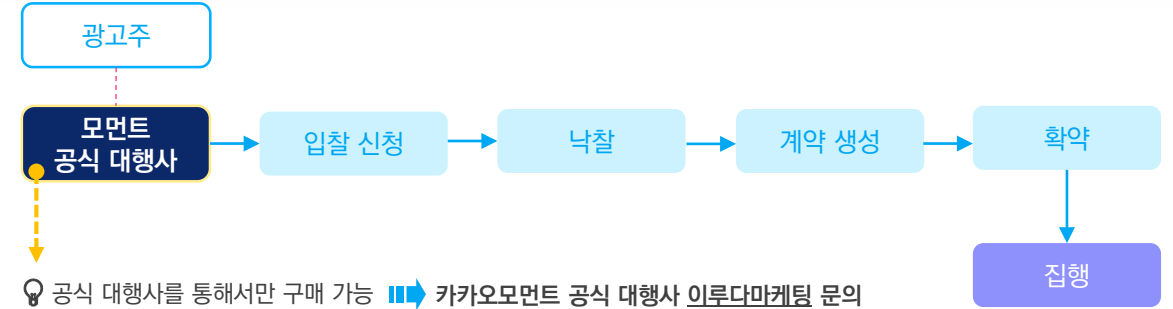


프로모션 내용

적용 기간 | 2023년 3월 6일 ~ 4월 2일 노출 구좌

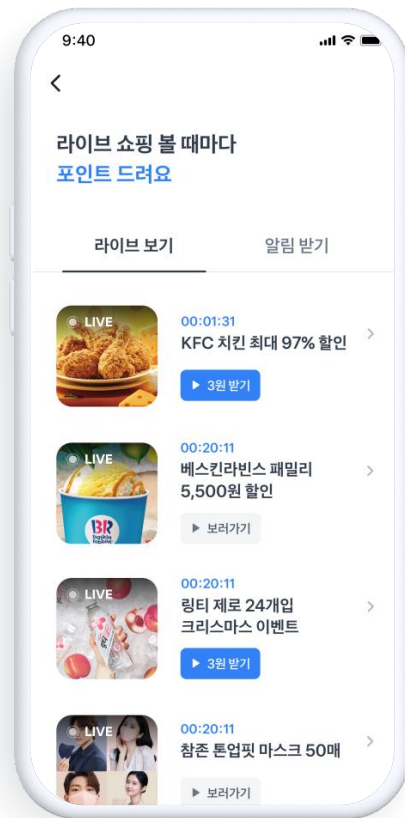
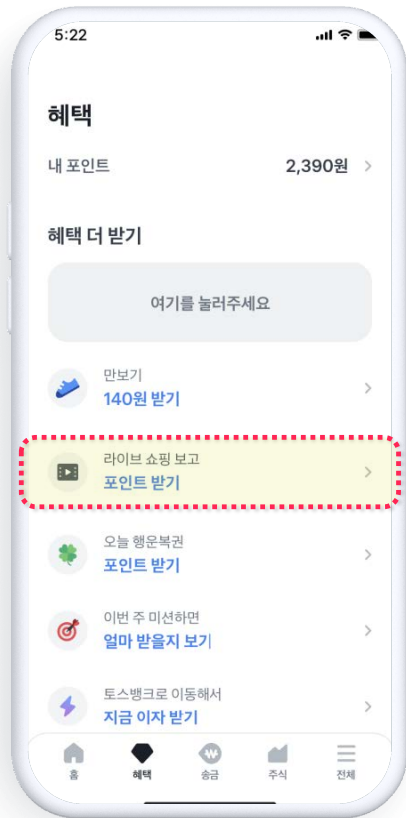
단가 | 공시 단가 기준 40% 할인

비즈보드 CPT 집행 프로세스



토스 '라이브 쇼핑 보기' 출시 기념 프로모션

- 신규 광고 상품 '라이브 쇼핑 보기'의 출시 기념 단가 할인 프로모션
- '라이브 쇼핑 보기'는 혜택탭 내 방송 리스트 노출과 방송 전 앱푸시 알림을 통해 시청자 수 증대에 효과적인 상품
- 알림 신청 및 방송 시청 시 유저에게 제공되는 리워드 포인트는 전액 토스 부담



프로모션 내용

대상

라이브 쇼핑 보기 신규 브랜드(플랫폼/기획전 기준이 아닌 브랜드명 기준) 중 방송 시간 1시간 이하 상품

적용 기간

1월 25일 방송 ~ 2월 28일 방송

단가

150만 원(공급가) → 100만 원(공급가)

💡 공식 대행사를 통해서만 구매&할인 적용 **▶▶▶** 토스 공식 파트너사 **이루다마케팅** 문의

스노우 AR 필터 1분기 프로모션

- 국내 1위 카메라 앱으로 전 연령 유저를 포괄하는 글로벌 인기 서비스
- AR 필터 광고로 트렌디한 브랜딩과 인지도 상승 효과



프로모션 내용

적용 기간

2023년 1월 ~ 3월

① 별론 톨팁 배너 제공

24시간 노출! 일 평균 예상 노출량 70~80만

배너 클릭 시 필터로 랜딩 가능

② B612 동시 노출

월 평균 이용자 수 200만 명

MZ세대 여성 유저 적극 타겟팅 가능

2023.02

MARKETING CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1 통계청, 2022년 온라인 쇼핑동향 발표	2 산업통상자원부, 2022년 주요유통업체 매출동향 발표	3 마이펫페어 2023 서울	4 입춘
5 정월 대보름	6	7	8	9	10	11
12	13 제15회 슈퍼볼(NFL) 개최	14 발렌타인데이	15 K-일러스트레이션페어 서울 2023 (~2/19) 제 73회 베를린국제영화제 2023 (~2/26)	16	17 2023서울국제스포츠레저산업전	18
19	20	21	22 서울리빙 디자인페어 (~2/26)	23	24	25 2023 K리그 개막
26	27 바르셀로나 MWC 모바일 박람회 2023 (~3/2)	28 2023 코리아그랜드세일 (~2/28)				

이달의
HOT 키워드

패션 #데이트룩 #졸업식코디 #스키복

뷰티 #스킨케어 #마스크팩

발렌타인데이 #초콜릿 #꽃다발 #향수

졸업식 #졸업선물

이사 #부동산 #청소, #인테리어

겨울방학 #스키장 #체험학습



문의하기

adure

이루다마케팅 사업기획팀
ad@e-ruda.co.kr