

TREND & MEDIA REPORT

2023.03.



TREND ISSUE

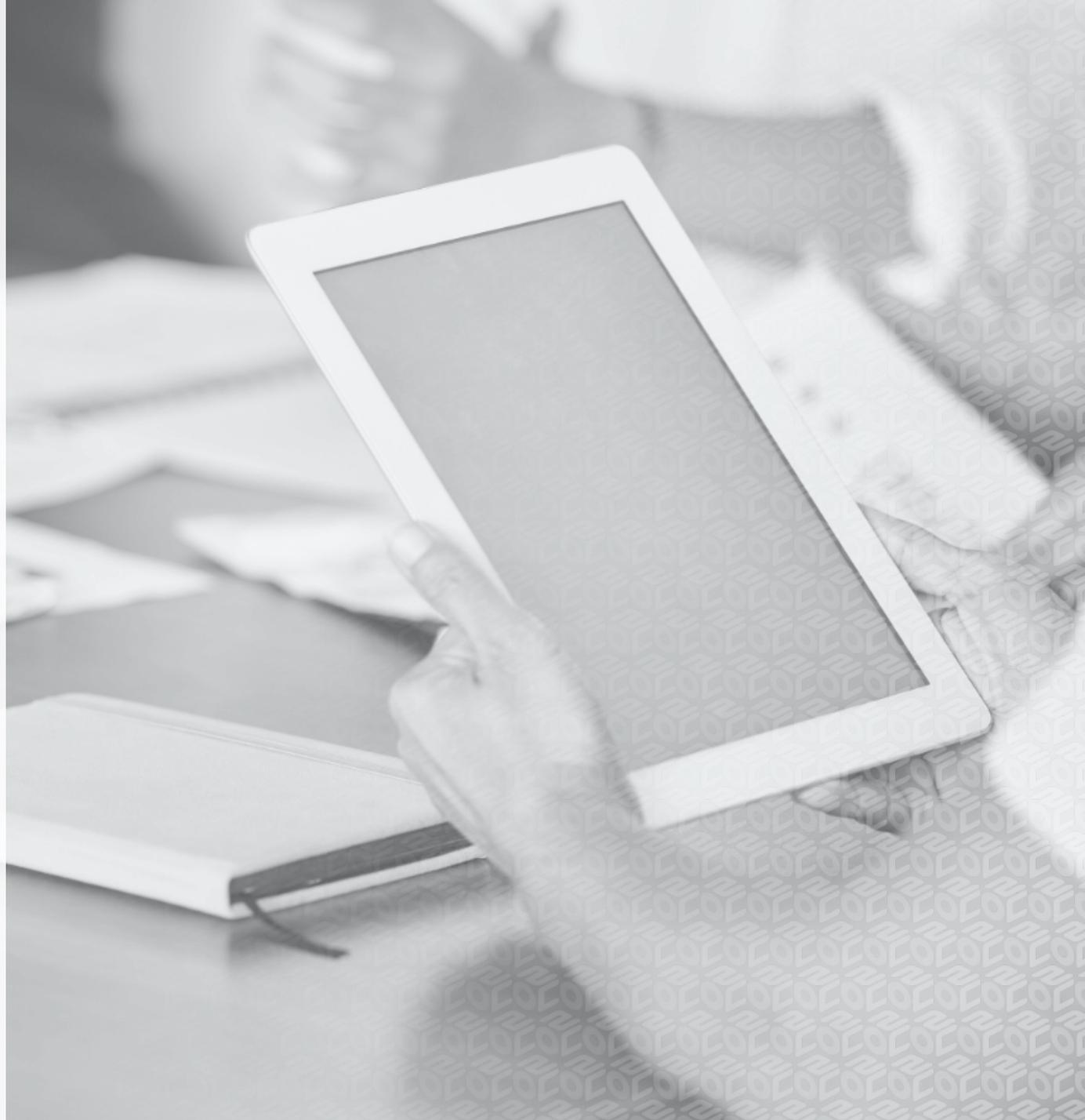
디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

1 검색 시장의 새로운 패러다임, 챗GPT 주목

2 A부터 Z까지 한 번에 슈퍼앱 전성시대

3 카카오톡이 포문 연 '선물하기', 브랜드 필수 판로로 성장

4 OTT 위협하는 차세대 미디어 플랫폼 FAST



초거대 AI 시대, 챗봇 대전 본격화

- 검색 시장의 패러다임 전환, 소프트웨어 산업 전반 바뀌 놓을 것
- 과거 폴더폰에서 스마트폰으로 넘어가는 시기보다 더 큰 파장이 있을 것
- 챗GPT로 인해 세계 AI 챗봇 서비스 시장이 연 500조 원 규모로 커질 전망



챗GPT(Generative Pretrained Transformer)란?

사용자와 질의응답, 텍스트 생성과 같은 대화와 텍스트 기반의 작업에 특화된 AI 언어 모델. 기존에 입력된 스크립트로만 대화를 진행하는 것이 아닌 딥러닝을 통해 스스로 언어를 생성하고 추론할 능력을 지님

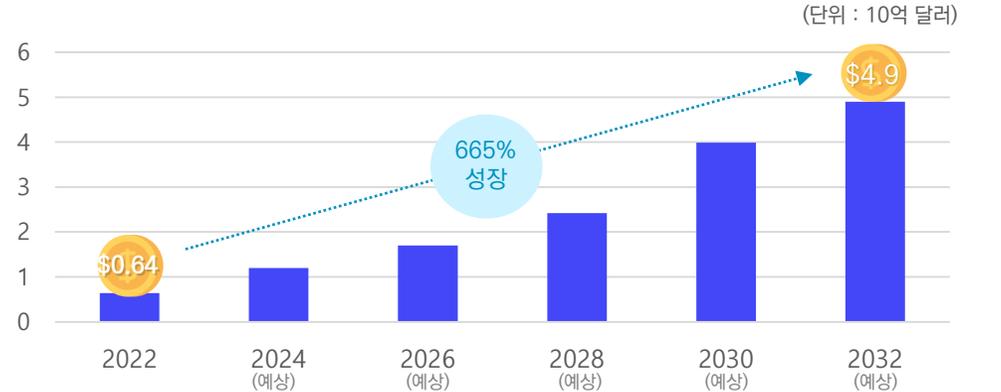
AI 챗봇 서비스 시장, 그 시작과 현재



주요 서비스별 가입자 100만명 달성 소요 기간 비교



AI 챗봇 서비스 시장 규모 성장 전망



구글 VS 마이크로소프트, 왕좌의 게임



- 챗GPT 출시 이후 '구글의 시대는 끝났다'라는 평가
- 그간 일반 소비자 대상 AI 애플리케이션 공개를 꺼린 구글의 챗GPT 개발 발표는 상당히 이례적인 일
- 현재 AI 챗봇 서비스 시장은 전례 없는 엄청난 속도전

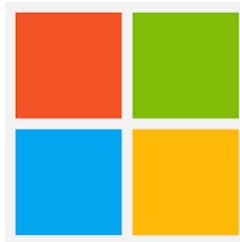
탈환하려는 자와 사수하려는 자

마이크로소프트 검색 엔진 '빙(Bing)'과 '엣지(Edge)'에 챗GPT 기술 적용

- 검색 시 기존 나열형 검색 결과와 챗GPT의 대화형 결과가 함께 제공
 - OpenAI의 챗GPT보다 향상된 언어 모델 '프로메테우스' 적용
- 공개 이후 다운로드 수 하루 평균 10만 3000회 달성, 2009년 출시 이후 최대치

마이크로소프트 '오피스' 및 '아웃룩'에도 적용 예정

- '워드'에는 자동 완성 및 쓰기 기능이 추가될 예정
- '파워포인트'에는 프롬프트 입력만으로 문서를 작성할 수 있고, 생성된 텍스트를 사용하여 그래프와 그래픽을 생성할 수 있을 예정
- '아웃룩'에서는 원하는 내용의 이메일을 자동으로 작성할 수 있게 될 예정



마이크로소프트



구글

구글 사내 비상경계령 '코드 레드' 발령

- 최근 퇴사한 창업자 래리 페이지, 세르게이 브린을 불러들임
- 창사 이래 최대 규모의 정리해고를 감행 - 로봇 사업, 사물인터넷 '푸시아' 모두 대규모 감축
- 대화형 AI 서비스 개발에 몰두하기 위한 선택으로 예상

구글형 챗GPT '바드' 공개

- 구글 개발 언어 인공지능 '람다(LaMDA)'를 활용
- 인터넷을 통해 공개된 30억 개의 문서와 11억 개의 대화 사용
- 크롬에 바드를 탑재한 대화형 검색을 준비중
- 올해 안에 20개에 달하는 인공지능 모델과 관련 서비스 공개 예정

긴 굴욕의 세월을 끝낼 '게임 체인저'

- 챗GPT 및 GPT-3 제조사 OpenAI와 100억 달러 파트너십 체결 공개, 기술 결합 예정
 - 챗GPT 신드롬은 마이크로소프트의 시장 선점&탈환 기회

빠른 시장 전개에 패닉 상태

- 마이크로소프트의 파트너십 체결 발표 이후 '엔트로픽'에 3억 달러 투자
- 2월 8일 파리 기능 시연회에서 오답 망신 - 시가총액 150조 원 증발

확대되는 AI 챗봇 서비스 시장 속 사회적 우려 증가

- 네이버, 카카오 등 국내 빅테크 기업들도 AI 챗봇 전쟁에 참전
- AI 기술을 활용한 대필, 부정행위, 거짓 정보 확산 등 AI 챗봇 윤리적 문제 부각
- 윤리적 문제 해결을 위한 사회적 노력 필요



빅테크 기업들의 AI 챗봇 서비스 시장 참여

 네이버 올해 7월 검색서비스 '하이퍼클로바X' 출시 예정 오픈AI 대비 6,500배의 한국어 능력을 갖춘 삼성전자와 AI 반도체 솔루션 개발 협력	 카카오 비용 효율적 AI 챗봇 서비스 'KoGPT' 출시 예정 선물하기, 지도, 택시 등 다양한 서비스에 접목 예정	 LG 인공지능경망을 갖춘 '엑사원' 출시 예정 전문 문헌, 수식, 표, 이미지까지 학습 가능
 바이두 3월 내 내부 테스트 완료 후 '어니봇' 정식 공개할 예정 GPT-3 파라미터 압도	 메타 2월 25일 공식 블로그에서 대규모 언어 모델 람마(LLaMA) 공개 적은 에너지로 빠르게 구동되는 효율적인 AI	 OpenAI 월 \$20 유료형 '챗GPT 플러스' 출시 계획 발표 사용자 5% 유료 전환 시 1년 매출 1.5조 (현재 하루 운영비 \$1억)

AI 챗봇 서비스의 윤리적 문제

과제/시험 부정행위	<ul style="list-style-type: none"> • 서울대 재학생, 과제 챗GPT로 제출 후 A+ 성적 • 수도권 국제학교 재학생 7명, 영문 에세이 과제 챗GPT 사용해 작성 후 전원 0점 처리 • 미국 및 국내 일부 학교에서 사용 금지 결정 • 뉴욕시 학교는 챗GPT 접속 차단
성적/인종 차별 혐오 발언	<ul style="list-style-type: none"> • 혐오/차별 발언을 할 가능성 존재 • 이를 차단하고자 논란 여부가 있는 질문엔 중립적이게 답변, 성적 질문 등에 대해선 거부하도록 설계됨
가짜 뉴스 및 정보 생성	<ul style="list-style-type: none"> • 가짜 논문을 근거로 잘못된 의학적 진단을 내림 • 인터넷에 돌아다니는 정보를 데이터로 사용하기 때문에 틀린 사실을 정답처럼 말할 수 있음

출처 : 보도자료(업계 취합), MIT Technology Review

문제 해결을 위한 노력/방안

1. 취리히응용과학대학은 '프록토리오'라는 소프트웨어 도입. 네트워크 트래킹을 통해 부정행위 방지
2. 국내 국제학교 포함 많은 학교/대학이 부정행위 검사 프로그램으로 GPTZero 채택
3. AI 챗봇 서비스의 세부 분야별 윤리 가이드라인 개발, LG 엑사원은 이미 윤리원칙 개발&적용

여전히 AI 챗봇 서비스 기술을 범죄로 악용하는 경우에 처벌할 수 있는 제도가 필요

결국 문제는 사람
 개인의 이익을 추구하지 않고 기술을 책임감 있게 길들이는 방법을 찾아야함

출처 : 보도자료(업계 취합)

A부터 Z까지 한 번에! 슈퍼앱 전성시대

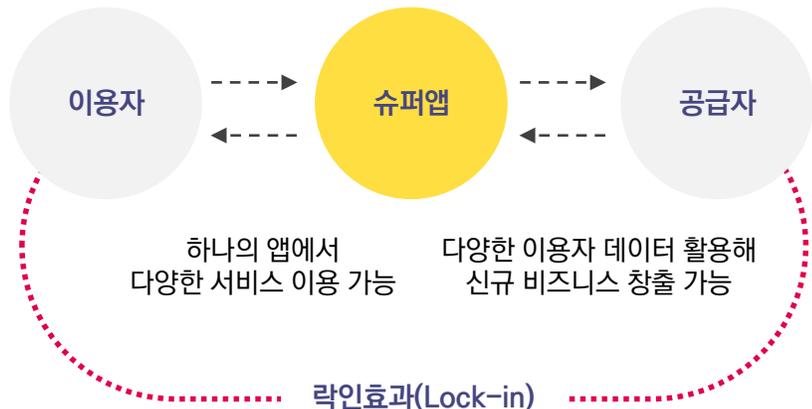
- 하나의 앱에서 다양한 서비스 이용 가능한 ‘슈퍼앱’ 글로벌 트렌드로 부상
- 슈퍼앱은 락인효과로 이용자의 체류시간과 공급자의 수익성을 향상할 수 있어 주목
- 동남아시아의 뜨거운 감자 ‘슈퍼앱’ 최근 글로벌 테크 기업도 앞다퉈 추진



슈퍼앱이란?

메시징, 쇼핑, 예약, 금융, 차량 호출 등
다양한 생활 서비스를
하나의 앱에서 이용할 수 있도록 통합한 포털 형식의 앱

슈퍼앱 강점



이용자의 만족도를 높여 자사 서비스에서 이탈하지 않도록 묶어두는 전략

아시아 태평양 지역 슈퍼앱 사례

국가	앱(App)	주요 서비스
중국	WeChat	메시징, 소셜네트워크, 디지털결제, 티켓에매, 차량호출, 음식배달, 게임
	Alipay	디지털결제, 금융서비스, 차량호출, 티켓에매, 음식배달, 기부
인도	paytm	디지털결제, 금융서비스, 차량호출, 음악
일본	LINE	메시징, 디지털결제, 뉴스, 만화 연재
동남아시아	Grab	차량공유, 음식배달, 디지털결제
	gojek	차량공유, 음식배달, 디지털결제, 생활밀접서비스

출처 : 여신금융연구소

2023년 10대 전략 기술 ‘슈퍼앱’ 선정

2027년까지 전 세계 인구의 50% 이상
슈퍼앱의 일일 활성 사용자 될 것으로 예측



글로벌 테크 기업 슈퍼앱 검토



쇼핑, 메시징, 웹검색,
뉴스피드 등의 서비스 통합한
슈퍼앱 개발 검토중



위챗처럼 다양한 기능 가진
슈퍼앱 ‘엑스(X)’ 개발 추진
(by. 일론머스크)

출처 : 보도자료(업계 취합)

네·카·토에 도전장 내민 금융권 ... 슈퍼앱 경쟁 본격화

- 국내 대표 슈퍼앱 네이버·카카오·토스 서비스 고도화
- 비금융사(빅테크·핀테크 등) 대응 위해 전통 금융사(은행·보험·카드) 슈퍼앱 전략 추진



국내 대표 슈퍼앱 전개 현황

분야	기업명	주요 서비스
빅테크	네이버	검색, 쇼핑, 결제, 콘텐츠 등 서비스 제공으로 슈퍼앱 입지 구축 특히, 커머스 기능 확대 및 유료 멤버십 네이버플러스 출시로 소비자 락인 성공
	카카오	카카오톡을 기반으로 금융, 쇼핑, 게임, 선물하기, 검색, 뉴스, OTT 서비스 '카카오TV' 등 폭넓은 서비스 제공하며 생활밀착형 전략 추진
핀테크	토스	송금, 증권, 보험, 은행 서비스뿐만 아니라 △머니알림 △DA배너 △브랜드 캐시백 △이번주 미션 △만보기 △행운퀴즈 등 다양한 리워드 혜택 제공

마이데이터 시대 본격화

마이데이터란? 흩어져 있는 개인정보를 수집해 다양한 금융상품과 혜택을 제공하는 서비스



마이데이터 산업이 활성화되며
빅테크·핀테크·금융권 앱 경쟁력 확보 위해 슈퍼앱 전략 강화

출처 : 마이데이터 종합포털

금융권 슈퍼앱 도입 현황

모바일 banking '신한S뱅크'와
'씨니뱅크'를 포함
총 6개 앱을 하나로 통합

종합 금융 플랫폼 추진을 목표로
전 계열사 금융 서비스 및
생활밀착형 제휴 서비스 제공



통합 금융
서비스 제공

이용자의
사용 편의성 강화



KB스타뱅킹을 중심으로
KB금융 계열사의
금융, 비금융 서비스 역량 집중

우리페이 도입으로
은행·카드·보험·통신·
부동산 정보를 하나로 통합

출처 : 보도자료(업계 취합)

사회적 우려는 해결해 할 숙제

- 독과점 구조 심화, 기존 산업 생존권 침해라는 사회적 우려 뒤따라
- 전 세계적으로 반독점 행위에 대한 경각심이 높아진 만큼 상생에 대한 사회적 논의 필요



슈퍼앱 독과점 우려



“슈퍼앱의 그림자가 넓어지고 있어 창업을 통해 제2의 네이버, 카카오로 키우는 것이 쉽지 않을 것”

국내 벤처투자(VC) 업계

“현재 미국의 반독점법으로는 메타, 애플, 아마존 등 빅테크 기업들의 독주를 막을 수 없다”

프라밀라 자야팔
(미국 민주당 하원의원)

해외 온라인 플랫폼 독점규제 법안



유럽연합(EU)

디지털시장법(독점방지법), 서비스법(DSA) 주요 내용

- 이용자가 자사 특정 서비스를 쓰도록 요구하는 행위 금지
- 자사 서비스나 상품을 경쟁사보다 우대해 노출하는 행위 금지
- 이용자가 검색 엔진, 가상 비서를 자유롭게 선택하도록 허용
- 대형 온라인 플랫폼의 거짓, 위험 정보 관리 의무 강화
- 독립적 감사기관에 의한 감사 의무 부과



미국

플랫폼 반독점 패키지법 주요 내용

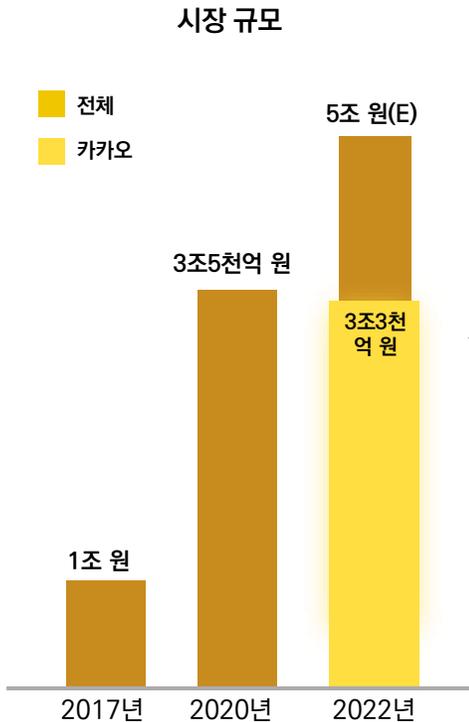
- 특정 온라인 플랫폼 내 자사 서비스 판매 금지
- 지배적 플랫폼 자사 서비스 선호 금지
- 동종 업계 경쟁사 인수 금지
- 서비스와 제품을 타회사와 호환되도록 강제
- 반독점 조사 기구의 권한과 예산 상향

카카오톡이 포문 연 ‘선물하기’ 시장, 매년 성장하며 트렌드 입증

- 시장 규모 5조 원 추정 및 지난해 ‘e-쿠폰 서비스’ 거래액 19.5% 증가(전년 대비)
- 카카오톡 선물하기, 2010년 론칭 후 1위 자리 유지하며 시장 70% 점유



선두 주자 ‘카카오톡 선물하기’ 압도적 점유율



마음을 전할 땐
카카오톡 선물하기



시장 점유율 70%

- 2010년 론칭 이후 선물하기 시장 선도
- 메신저 기반으로 운영돼 이용편의성 증대
- 선물 수신인이 주소 입력하는 방식 도입
- 기프트콘 유효기간 최대 5년까지 연장
- 교환권 환불 정책 도입
- 메시지 카드로 비대면 선물에 감정 투여
- ‘생일인 친구’, ‘위시리스트’와 시너지 효과

종합 몰에서 버티컬 앱까지... 신규 플레이어 속속 등장



네이버

- 정해진 날짜에 상품을 받는 ‘도착보장’ 적용
- 자사 AI ‘하이퍼클로버’ 활용한 선물 추천 서비스 도입
- 받는 사람 선택 시 휴대전화 연락처 연동



배달의민족

- 음식 주문 시 사용가능한 프랜차이즈 상품권, 배민 상품권 등 금액권으로 구성된 선물 목록
- 웹툰 서비스 ‘만화경’ 작가 콜라보 메시지 카드 제공



쿠팡

- 선물하기 상품에 ‘로켓배송’ 적용



컬리

- 과일, 디저트 등 컬리 차별화 상품의 구매율 높음
- 비회원도 선물 수령 가능



올리브영



29CM



에이블리



11번가



G마켓



SSG닷컴

저가 제품부터 명품까지... 브랜드 필수 판로 된 '선물하기'

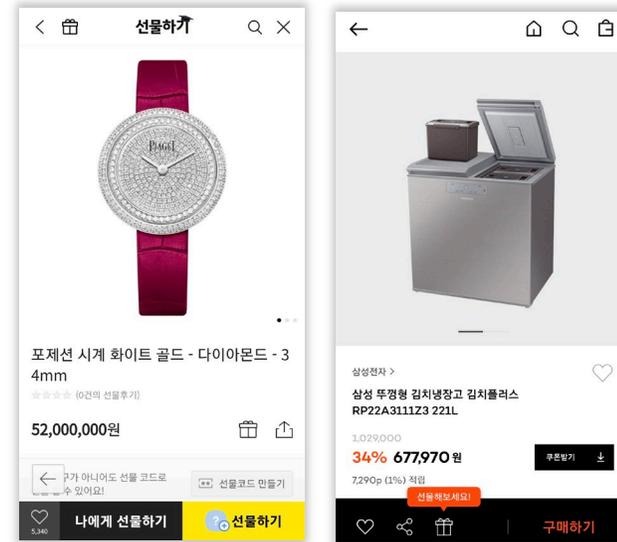
- 코로나19로 비대면 생활에 익숙해지면서 선물도 온라인으로 주고받는 문화 확산
- 스몰 럭셔리 선호도 상승하며 10만 원 미만 뷰티 제품, 특히 4~5만 원 립 제품 인기
- 명품 브랜드, 판매 채널 확장으로 브랜드 이미지 변모 및 홍보 효과 기대



선물하기, 왜 인기일까?

소비자	2030세대	상대방 주소 몰라도 이용 가능(받는 사람이 입력)
		부담 없는 금액대의 선물로도 마음 표현 가능 - 가장 많이 주고받은 상품: 스타벅스·배스킨라빈스 1~2만 원대 상품권 - 3~5만 원 상품권형 선물 비중 52% (2022년 설 기준)
		받고 싶은 선물을 표시하는 '위시리스트' 적극 활용하며 서비스 이용
		직접 전달(10.2%)보다 온라인 선물하기 사용 선호(66.7%) 이용자 77% "선물하기, 친목 유지에 도움 된다"
기업	플랫폼	판매&배송 시스템 갖춘 상태이므로 서비스 도입에 큰 어려움 없음 업체 입점 수수료 및 소비자 수요 증가로 이익 상승
	개별업체	제품 검색을 통해 받는 사람도 가격 확인할 수 있기 때문에 할인율 큰 상품은 외려 만족도 하락 ⇒ 출혈 마케팅 불필요 & 정가 판매로 기업 이익 극대화
		크리스마스, 연말, 수능 등 시즌별 효과 높음

명품, 가전 등 진화하는 선물하기 시장



카카오톡 선물하기
최고가 상품인 피아제 시계

29CM 선물 탬에서
판매 중인 김치냉장고

✓ 고가 브랜드의 시장 진입 이유

명품 시장의 큰손 된 2030
+
구매력 높은 중장년층

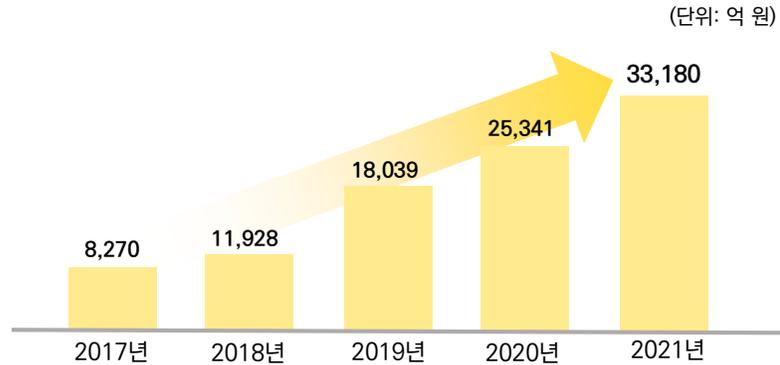
- 온라인으로 고가 제품 구매 자연스러워짐
- 젊은 소비자 많은 채널로 판로 확장해 브랜드 이미지 변화 목적
- 스몰 럭셔리 선호도 높음
- 초고가 상품의 경우, 판매 안 되더라도 홍보 효과 기대
- 명절에 비대면 선물 보내는 4060 큰 폭 증가

선물하기 시장은 ‘카카오 영향권’… 국내 대표 메신저의 장악력

- 카카오톡 선물하기 거래액 매년 증가. 총 8천여 개 업체 입점, 167만여 개의 제품 취급
- 유통 플랫폼, 카카오톡 친구 목록·메시지 활용해 서비스 운영
- 개별 업체, 카카오 독과점 상황에서 수수료 부담에도 입점 불사



카카오톡 선물하기 거래액

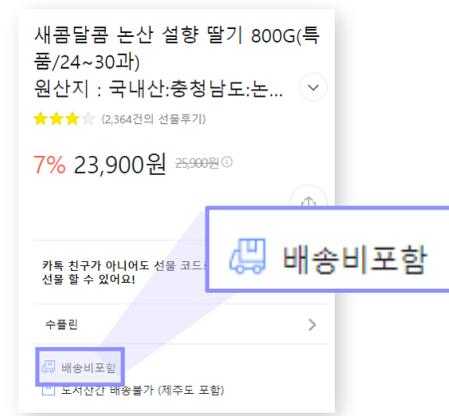


카카오톡을 활용해 선물하기 서비스 운영하는 플랫폼들



- ▲ 받는 사람 선택 시 카카오톡 친구 목록 연동
- ▲ 선물 보낸 후 수신자에게 카카오톡 메시지 전송

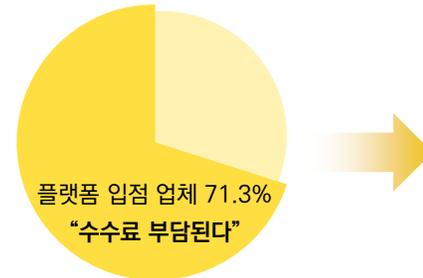
높은 수수료에도 ‘카카오톡 선물하기’에 입점하는 이유



[수수료 책정 방식]
판매가 + 배송비 합산 금액에
수수료를 계산

[카카오톡 선물하기 판매 수수료율]

패션·뷰티	20~30%
식품	15~25%
리빙	10~20%



“ 카카오의 규모가 가장 크고 이미 대체불가능한 플랫폼이어서 과도한 수수료를 부과하더라도 입점할 수밖에 없는 상황 ”

OTT 위협하는 차세대 미디어 플랫폼 FAST

- 광고 기반 무료 스트리밍 서비스 FAST(Free Ad-Supported Streaming TV), 차세대 미디어 플랫폼으로 부상
- 코로나 엔데믹 이후 OTT 성장세 둔화가 FAST 성장 견인
- FAST는 광고를 통한 수익창출이 가능해 업계 주목



FAST(Free Ad-Supported Streaming TV)란?

광고를 보는 대신 무료로 동영상 콘텐츠를 감상할 수 있는 디지털 플랫폼으로 광고 기반 주문형 비디오(AVoD)와 실시간 TV 채널이 결합된 개념

FAST 인기요인

시청자	<ul style="list-style-type: none"> - 전통적인 TV 서비스와 유사한 선형적 채널 형태로 편안한 시청 경험 제공 - 글로벌 콘텐츠 채널 무료 시청 - 스마트 TV만 있으면 별도의 셋톱박스나 가입 절차 없이 이용 가능
공급자	<ul style="list-style-type: none"> - 기존 콘텐츠 라이브러리 활용도 향상 - 가입비가 없어 이용자 확보 용이 - 광고 비즈니스 기회 확장

OTT 성장세 둔화가 FAST 성장 견인



FAST 선순환 구조



북미 중심으로 FAST 성장세

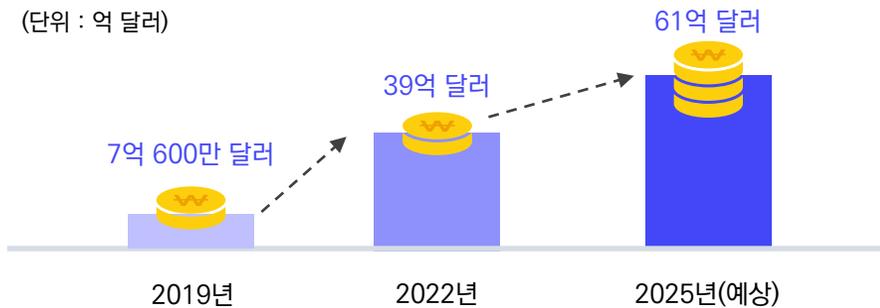
- 최대 TV시장이자 스마트 TV 보급 성장률이 가장 높은 북미 중심으로 성장세
- 미국의 FAST 채널은 약 1,500여 개로 플루토, 로쿠 등 22개 넘는 플랫폼 경쟁 중



미국 FAST 서비스 성장세

| 북미 무료 스트리밍(FAST) 시장규모 |

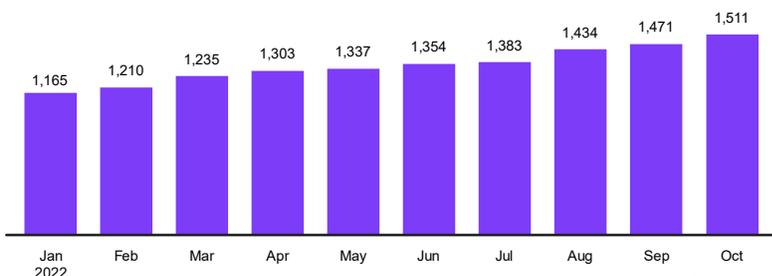
(단위 : 억 달러)



출처 : Variety

| 미국 FAST 채널 증가 추이 |

(단위 : 개)



출처 : Variety VIP+

미국의 대표 FAST 플랫폼 현황



플루토 티비(Pluto TV)

해외 진출과 콘텐츠 확보를 위해 소니 픽처스 텔레비전을 비롯한 콘텐츠 저작권자들과 제휴 및 협업 강화



로쿠(The Roku Channel)

북미, 라틴 아메리카 및 일부 유럽 지역의 소비자가 이용하는 무료 스트리밍 플랫폼
뉴스, 스포츠 중계 등 약 200개의 실시간 및 VOD 채널 제공



피콕(Peacock)

2023년 현재 무료 광고(Free Tier) 버전 상품 신규 가입 중단하며 서비스 전면 유료화



투비(Tubi TV)

지난 2019년 폭스(Fox Corporation)에서 인수해 운영 전 세계 4만 개 이상의 영화, 엔터테인먼트 콘텐츠 제공

출처 : 보도자료(업계 취합)

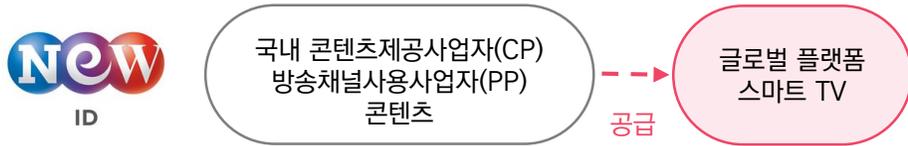
미디어의 미래 FAST ... 국내 기업도 진출 박차

- FAST의 높은 성장 가능성과 신규 광고 수익 채널로 국내 기업 주목
- 국내 대표 FAST 플랫폼 '뉴아이디' 지난해 100만 달러 이상 수출 기록 ... 올해 국내 사업 본격화



아시아 기업 최초 FAST 시장 진출

콘텐츠미디어그룹 NEW '뉴 아이디'



뉴 아이디가 제공하는 FAST 플랫폼 디지털 채널

- 2019년 설립 후 3년 만에 전 세계 20여 개 주요 글로벌 FAST 플랫폼에 콘텐츠 공급
- 현재 북미, 유럽, 남미, 아시아에 80여 개의 전문 채널 운영
- 최근 국내로 사업 영역 확장하며 삼성 TV 플러스, LG채널, 플레이Z에 60여 개 채널 공급

국내 주요 FAST 플랫폼 현황



삼성 TV 플러스

영화·드라마·예능·뉴스·스포츠 등 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있는 채널형 무료 비디오 서비스
2022년 리브랜딩을 통해 국가와 채널·사용 가능 디바이스 추가 등 사업 확장



LG채널

LG전자 자체 웹OS 운영체제 기반 실시간 영상 스트리밍 서비스
스마트 TV에 인터넷만 연결하면 다양한 카테고리의 콘텐츠 채널 시청 가능

지난해 미국 스트리밍 서비스 필름라이즈와 파트너십 구축
북미 지역 등에서 즐길 수 있는 LG채널의 FAST 채널 수 350개 돌파



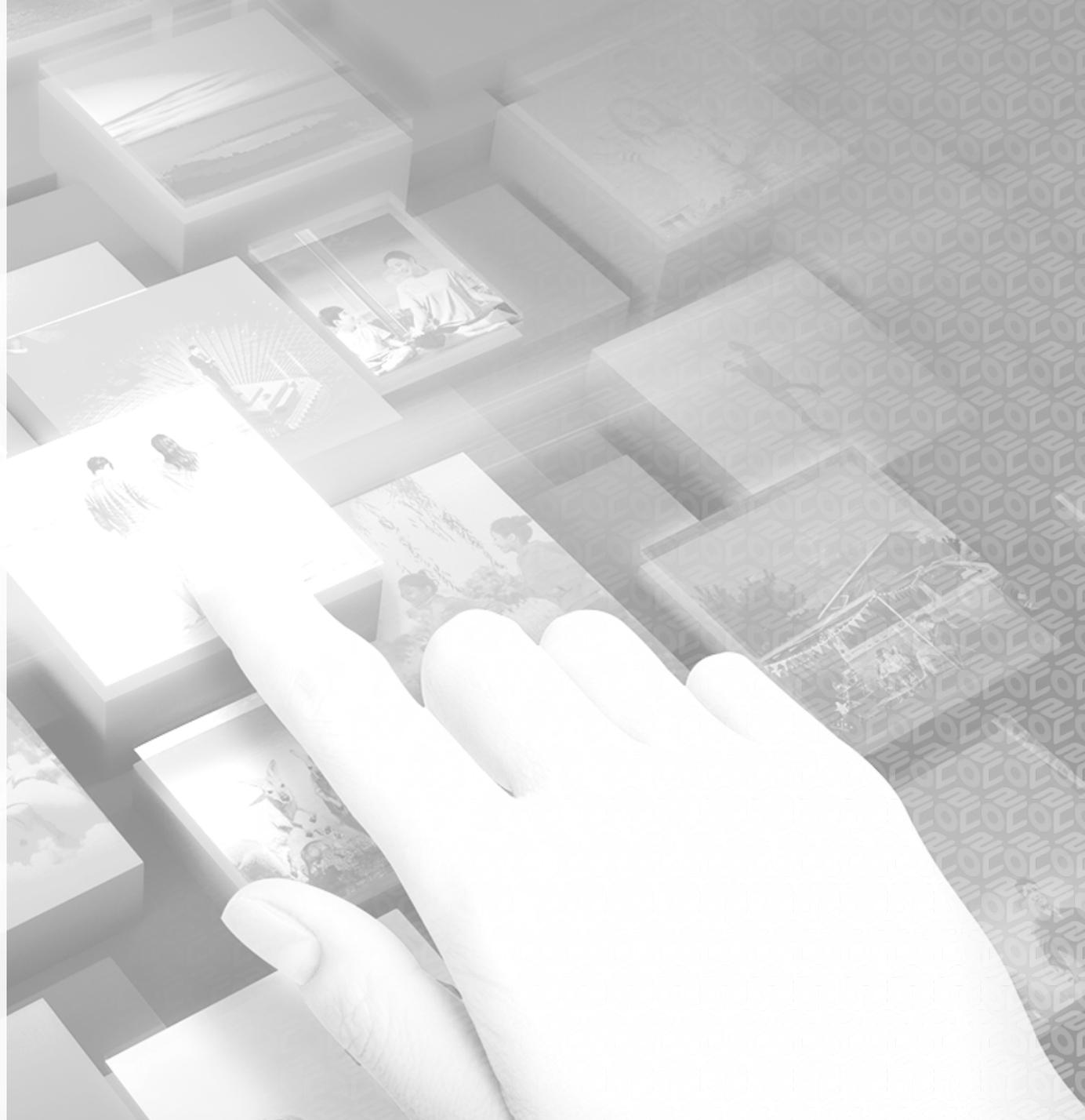
SKB 플레이제트 '채널Z'

단말기 형태의 플레이제트만 있으면 이용료 없이 콘텐츠 무료 시청 가능
예능, 드라마, 영화, 스포츠, 뉴스 등 약 30여 개 무료 채널 제공

MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 1 네이버 성과형DA '타겟팅 추천 솔루션'
- 2 카카오, 비즈보드 소재 사이즈 확대
- 3 줌, 쇼핑광고 신규 상품 'CJ ONE 쇼핑타운 AD' 출시



네이버 성과형DA 신규 기능 ‘타겟팅 추천 솔루션’

- 관심사&구매의도 타겟팅 Segment를 기반으로 가장 유사한 Segment를 확장 추천해주는 솔루션
- 브랜드 발견 및 관심 단계의 확장적인 고객군을 추천 받아 잠재 고객 확보 가능
- 특히, 구매의도 타겟팅을 기반으로 유사도 높은 구매 가망 고객을 확장해 구매 전환 극대화

NEW 타겟팅 추천 솔루션

[요가복 광고주] 타겟팅 추천 솔루션 활용 예시



구매의도 > 요가/필라테스 레슨
Segment 선택



선택한 ‘요가/필라테스 레슨’과
유사한 Segment 추출



구매의도 > 메이크업/뷰티소품
Segment 확장 추천

기대효과

고객 이해도 확대

타겟팅 추천 솔루션에서 추천한 유사 Seg를 통해 틈스 있는 고객 정의가 반영된 마케팅 플랜 수립 가능

광고 효율 증대

잠재 고객 도달

관심사 타겟팅을 기반으로 추천된 Seg 활용 시 잠재고객 도달 범위를 넓혀서 노출 확대 가능

구매 볼륨 확대

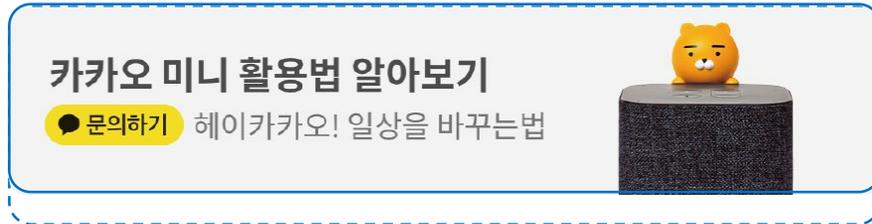
구매의도 타겟팅을 기반으로 추천된 Seg 활용 시 유사도 높은 구매 가망 고객을 확장해 전환 볼륨 확대 기대

카카오, 비즈보드 소재 사이즈 확대

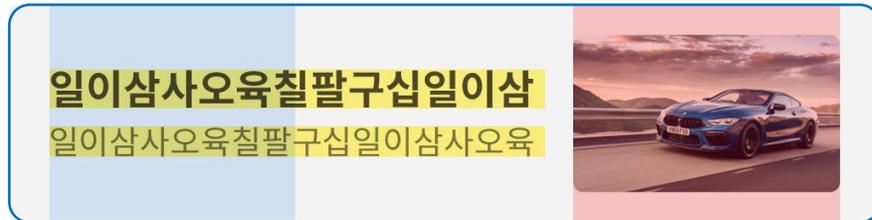
- 2월 21일부터 적용, 소재 사이즈 변경에 따라 폰트 크기 및 글자수 가이드 변경
- 2월 21일부터 소재 등록 시 구 사이즈(1029x222)는 불러오기 불가하며 소재 설명, 의견 및 증빙, 소재 이름 수정만 가능
- 기존 대비 세로 사이즈와 앱 아이콘 이미지, 폰트 크기 확대해 주목도 상승

소재 가이드 변경사항

기존



변경 가이드

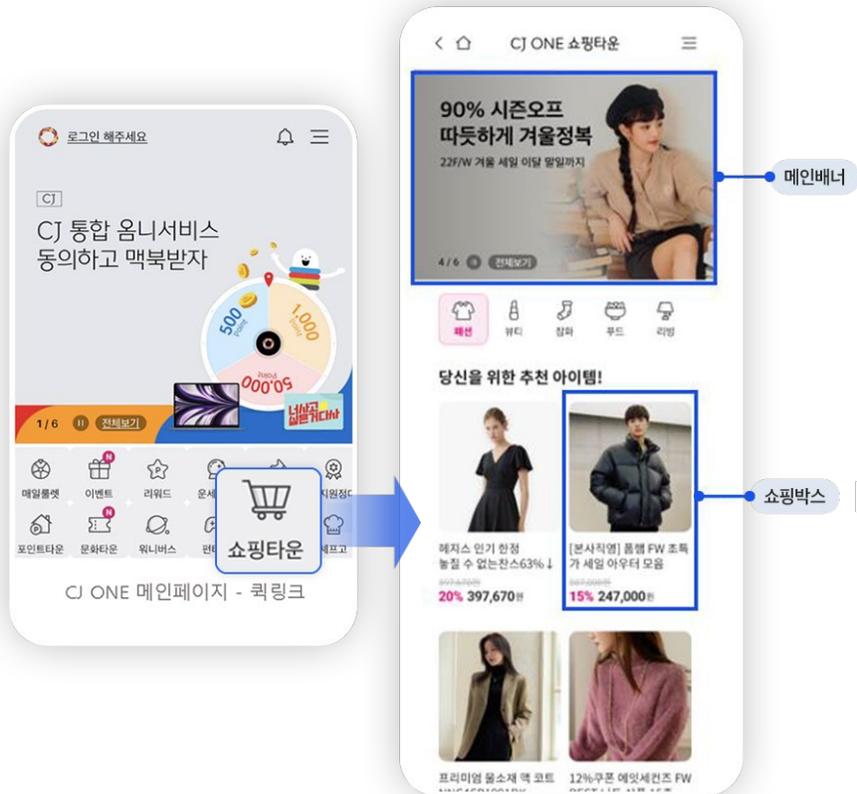


적용 대상		
오브젝트형	썸네일형	마스킹형(반원형)
텍스트형	비즈보드 익스팬더블	카카오 비즈보드 CPT(beta)
구분	변경 전	변경 후
배너 사이즈	1029x222	1029x258
오브젝트 이미지	315x222	315x258
앱아이콘 이미지	32x32	38x38
텍스트(글자수)	50자	30자

줌, 쇼핑광고 신규 상품 'CJ ONE 쇼핑타운 AD' 출시

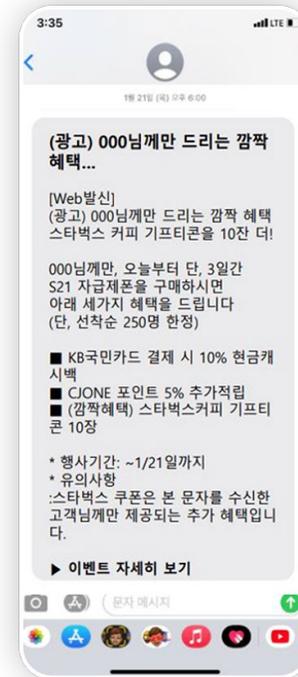
- CJ ONE 앱의 쇼핑타운 영역에 노출되는 썸네일 광고로, 메인배너와 쇼핑박스로 구성
- 고정 광고비를 통해 안정적인 운영이 가능한 상품
- 집행 가능 카테고리: 패션, 뷰티, 잡화, 푸드, 리빙

노출 지면



입점 광고주 혜택

*해당 내용의 구성 및 수량은 변경될 수 있습니다.



LMS 발송 지원
: 월 1회 / 총 1만 건



CJ ONE 앱 푸시 지원
: 월 4회 / 총 50만 건

NEW MEDIA

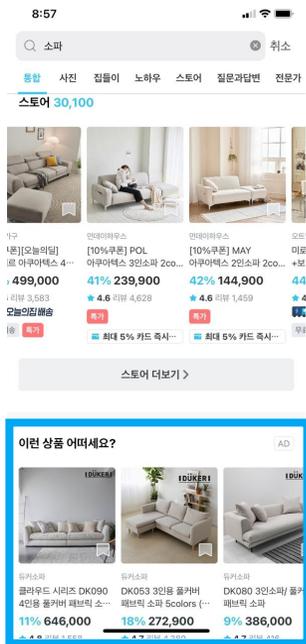
이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 1 오늘의집
- 2 챗봇나우
- 3 awmr 'OOH 미디어'

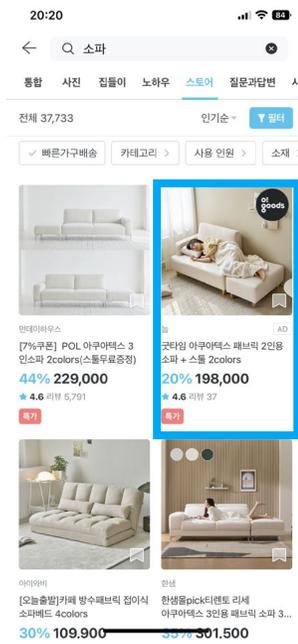


- 머신러닝 엔진을 통해 구매 확률이 높은 고객에게 광고 노출하여 구매전환 극대화
- CPC 과금 방식, 다양한 기능을 통해 합리적인 예산 활용 지원

주요 노출 지면



홈 통합검색 결과 화면



스토어 검색 결과 화면

상품 탐색/구매가 일어나는
다양한 지면에 광고 노출



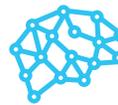
- 홈 통합검색 결과 화면
- 스토어 검색 결과 화면
- 스토어 홈 화면
- 스토어 카테고리 화면
- 상품 상세 화면(PDP)

특장점

누적 다운로드 수
2,500만 이상



월간 활성 이용자 수(MAU)
600만 명



고효율

머신러닝 엔진을 통해 구매 확률이 높은 고객에게 상품 노출



쉽고 편리한 캠페인 운영/관리

쉽게 사용할 수 있는 캠페인 매니저를 통해
광고 캠페인을 생성하고, 성과 관리



합리적인 과금 체계

고객이 상품을 클릭했을 때만 과금하며,
합리적인 입찰 방식으로 운영

챗봇나우

- 카카오톡으로 쇼핑몰의 취소/교환/반품 CS를 자동으로 처리해주는 서비스
- 광고 효율 높은 모수 자동 추출하여 마케팅 메시지 발송 가능

챗봇나우 주문취소 Flow

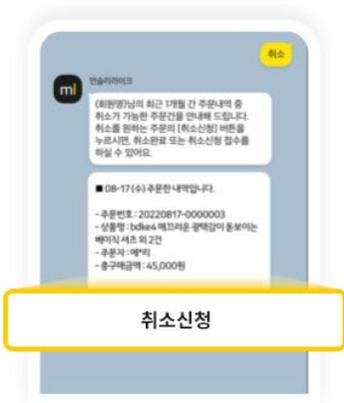
STEP 01

챗봇 메뉴에서 **취소를 누르면**



STEP 02

챗봇나우가 **취소 안내를 해줘요!**



STEP 03

취소 사유 입력 후 **완료**를 누르면
주문 취소 완료!



특장점

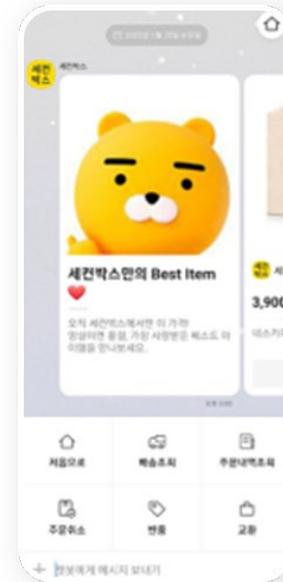
CS 처리에 투입되는 시간 절약

쇼핑몰 CS의 60%를 차지하는 취소/교환/반품 CS를 자동으로 처리해서 단순 반복 CS 처리에 투입되는 시간 절약

타겟팅 메시지

세팅 한 번으로 자동 발송되는 타겟팅 메시지로 추가 매출 기회 확보 가능

▶ 타겟팅 메시지 예시



awmr 'OOH 미디어'

- awmr은 수도권 내 주요 이동 경로 상 OOH 매체들의 공식 대행사
- 서울 올림픽대로, 강변북로 소재 야립 광고의 대부분 독점적으로 운영
- DATARGET 솔루션을 통해 빅데이터를 분석하여 브랜드에 적합한 최적의 Location 도출

주요 광고 상품

교통매체



DOOH / 빌보드



공간활용



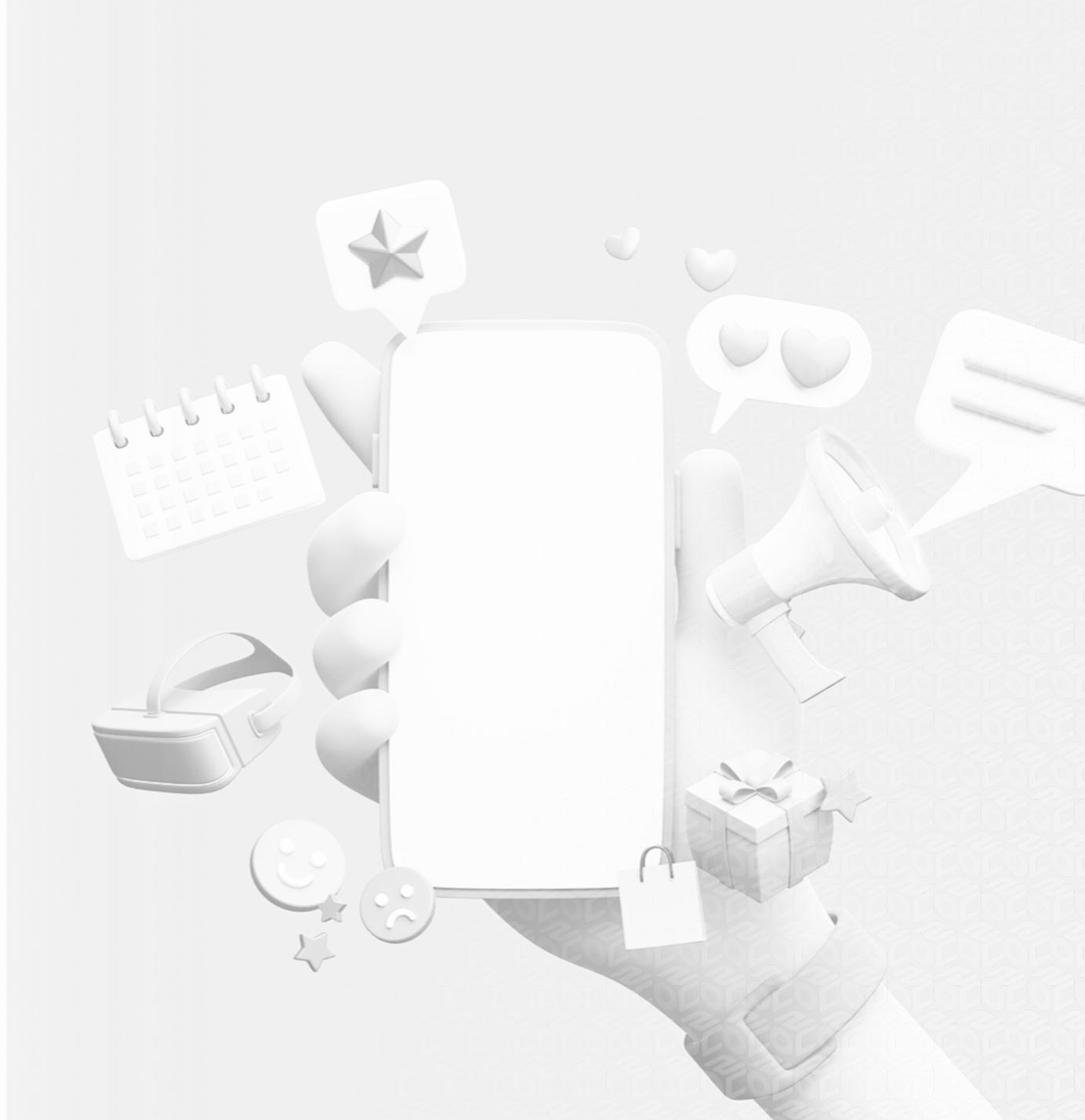
Premium Media



PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 1 지그재그 TOP보드 프로모션
- 2 네이버 M_쇼핑라이브DA 프로모션



지그재그 TOP보드 프로모션

- 광고비 할인 및 PUSH 메시지 지원(금요일, 토요일 광고를 신청·예약한 셀러 대상) 프로모션
- TOP보드는 선결제 광고 상품으로 유상 광고 코인이 미리 충전되어 있어야 광고 신청 가능
- 선착순으로 광고 신청 및 예약 진행



프로모션 내용

대상

프리미엄 디스플레이 광고 TOP보드 상품을 신청하는 모든 파트너
3월 1일~31일 노출 예정인 광고의 신청 건

적용 기간

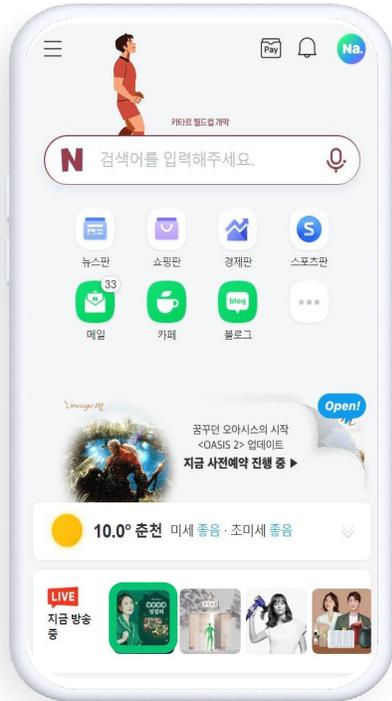
2월 15일부터 예약 마감 시까지

상세 내용

- ① 광고비 할인
- ② PUSH 메시지 지원(금요일, 토요일 광고를 신청·예약한 셀러 대상)

네이버 M_쇼핑라이브DA 프로모션

- 국내 1위(거래액 기준) 라이브커머스인 네이버 쇼핑라이브 DA 상품 프로모션
- 일간 3천만 명이 방문하는 네이버 모바일 메인 노출(NOW와 5:5 랜덤노출) & 스크롤 다운 시 쇼핑라이브 리스트 첫번째 구좌 노출(AD마크 적용)
- 오전 10시~밤 12시 사이에 1시간 동안 독점 노출되는 상품



첫 진입 시
섬네일형



스크롤 다운 시
리스트형

프로모션 내용

대상	네이버 쇼핑 라이브를 집행하는 광고주
적용 기간	별도 공지 시까지
상세 내용	공시단가 200만 원 할인

2023.03

MARKETING CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1 삼일절 	2	3 납세자의 날 & 삼겹살 데이	4
			2023 케이펫페어 서울 3.3~3.5			
5	6 경칩 	7	8 국제여성의 날 2023 월드 베이스볼 클래식 개막 (~3/22)	9	10	11
볼로냐 아동도서 박람회 3.6~3.9						
12 제95회 아카데미 시상식 (OSCAR)	13	14 화이트데이 	15 2023 서울 패션위크 F/W (~3/19)	16	17 정보통신기술자격검정 SNS 광고마케터 합격자 발표	18
		인터배터리 (INTERBATTERY) 2023 3.15~3.17			2023 서울펫쇼 3.17~3.19	
		K-MTECH (한국 소재/복합재료 및 장비전시회) 2023 3.14~3.18				
19	20	21 춘분 	22 세계 물의 날	23 국제 강아지의 날 	24 서해 수호의 날 	25 정보통신기술자격검정 검색광고마케터 1급 시험
				ADFEST 2023 3.23~3.25		
26	27	28	29	30 ISF 프랜차이즈 서울 창업박람회 (~4/1)	31 뒤셀도르프 미용 박람회 (~4/2)	

이달의
HOT 키워드

패션 #정장대여 #명품가방 #목걸이 #커플링 #골프웨어 #등산화 #등산용품

식품 #화이트데이사탕 #초콜릿 #마카롱 #케이크

뷰티 #향수 #립스틱 #선크림 #선패치

라이프스타일 #학생증사진 #프로필사진 #증명사진 #사진관 #트레킹 #호캉스



문의하기

adure

이루다마케팅 사업기획팀
ad@e-ruda.co.kr