



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

AUG
2 0 2 3

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 글로벌 뷰티 시장 선점한 K-뷰티 현주소
- 쿠키리스 시대에 대응하는 CRM 마케팅
- 메타, 트위터 킬러 소셜미디어 플랫폼 스투드 출시

글로벌 뷰티 시장의 중심에 선 'K-뷰티'

- K뷰티 수출액 2년 연속 10조원대 ... 프랑스, 미국, 독일에 이어 세계 4위 규모
- 온라인 판매 비중이 높은 '한국화장품' 코로나19 팬데믹 영향으로 글로벌 화장품 시장의 온라인 유통망 비중 커지며 성장

| 질주하는 K뷰티 |

한국화장품 글로벌 수출 현황



한국 화장품 수출액 규모는 전년 대비 2.2% 감소했지만 베트남·태국·필리핀 등 동남아시아 국가 중심으로 수출 증가하며 규모 유지

| K뷰티 성장 배경 |

① 화장품 유통망의 디지털화

- 코로나19 팬데믹 영향으로 글로벌 화장품 시장의 온라인 판매 비중 증가
- 디지털 플랫폼을 통해 새로운 제품 정보 습득, 실 사용자 리뷰 참고 등 새로운 구매 패턴 등장

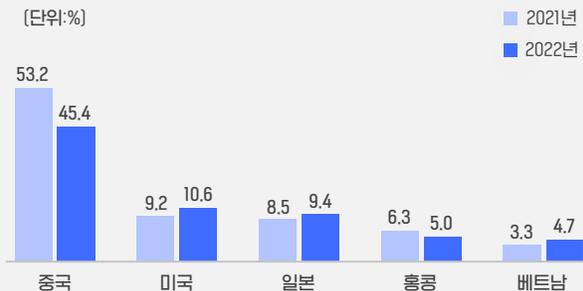


출처 : Statista

한국화장품 수출국 수



한국화장품 국가별 수출실적 비중



출처: 식품의약품안전처

② 트렌드에 부합한 K뷰티 제품의 특성

글로벌 스킨케어 제품 매출액



2023년
약 1550억 달러(e)

피부 건강에 대한 인식 증가로 스킨케어 제품에 대한 지속적인 수요 증가

한국화장품 평가 및 선호도



출처 : KOTRA<글로벌 유통망 K-소비자 트렌드>

2023 K-뷰티 트렌드 현주소

- 코로나가 바꾼 뷰티 트렌드 ... 환경과 피부 건강에 주목
- 화장품 성분을 꼼꼼히 따져보고 제품을 구매하는 스킨텔렉추얼(Get Skintellectual) 소비자 증가

| 코로나가 바꾼 뷰티 트렌드 |

Aware Beauty[의식 있고 지속 가능한 소비]

#클린뷰티 #비건뷰티



팬데믹을 겪으며 일상에서 환경을 지키기 위한 활동을 실천하는 소비자 증가



인체와 환경에 유해한 성분 배제
동물성 원료 및 동물실험 배제
친환경 포장 실천

Return of Makeup[색조 메이크업의 부흥]

#아이메이크업 #베이스메이크업 #립메이크업



코로나19 엔데믹 전환으로
아이섀도, 립, 베이스 메이크업에 대한
관심 비중 전년 동기 대비 모두 50% 상회



촉촉하고 생기 넘치는 글로우 메이크업과
밝은 컬러를 중심으로 한 화사한 색조 화장품 인기

Snack Anti-aging[간식처럼 안티에이징]

#비타민C #레티놀



짧은 틈을 내서 가볍게 찾는 간식처럼
안티에이징도 간단하게
관리하고 싶어 하는 소비자 증가



고효능 기능성 성분 & 제품에 대한
관심과 다양성 ↑

화장품도 개인 맞춤형 시대

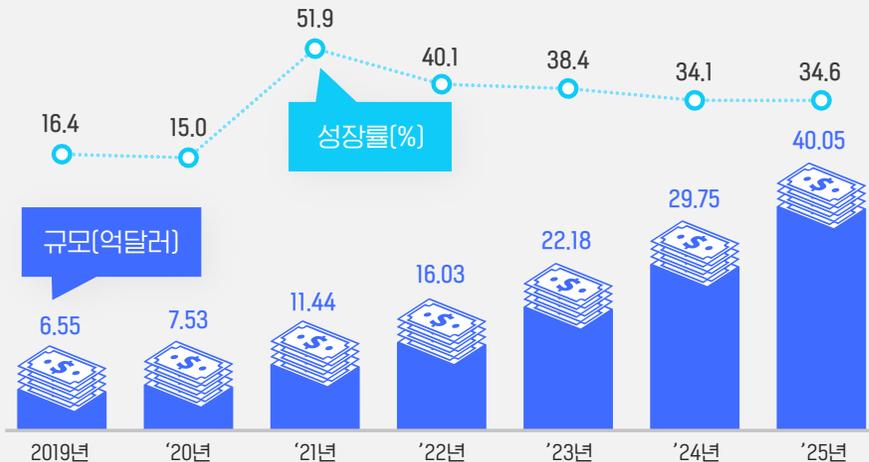
- '초개인화' 소비시장의 메가 트렌드로 부상하면서 맞춤형 화장품 시장 주목
- 전 세계 맞춤형 화장품 시장 성장세 보이고 있지만 국내는 아직 초기 단계

| 글로벌 맞춤형 화장품 시장 현황 |

맞춤형 화장품이란?

AI(인공지능) 또는 빅데이터 등을 활용해 개인의 피부 상태나 취향을 반영해 만드는 제품을 의미

전 세계 맞춤형 화장품 시장 규모 · 성장률



| 국내 맞춤형 화장품 선두주자 |



아모레퍼시픽 <헤라 커스텀 매치 서비스>

헤라의 대표 제품 '실키 스테이 파운데이션'을 총 125개의 색상으로 구성해 개인의 피부 톤에 최적화된 제품을 선택할 수 있도록 돕는 맞춤형 뷰티 서비스



코스맥스 <쓰리와우(3WAAU)>

피부, 모발 진단 전문 데이터와 AI 알고리즘을 활용한 검사부터 진단 및 처방을 통한 개인 맞춤 제품 주문을 돕는 맞춤형 뷰티 & 헬스 플랫폼

시장전망에 대한 엇갈린 반응

성장성 높은 시장! 활성화되기까지 상당 시간 걸릴 것



화장품 산업과 IT 결합의 가속화로 개인의 취향이 세분화되면서 초개인화 화장품 수요가 커지고 있다



이미 소비자는 자신의 피부에 맞는 제품을 사용하고 있고, 맞춤형 화장품은 대량 생산 한계, 비용 부담 등으로 투자 대비 수익성을 기대하기 어렵다

쿠키리스 시대에 대응하는 CRM 마케팅

- 개인정보 이슈로 인한 IT기업의 쿠키 수집 제한 정책, 그 속에서 피어난 CRM 마케팅 전략
- 자사와 접점이 있던 진성 고객을 대상으로 구매 전환률 증진 용이

| CRM (Customer Relationship Management) |

고객 관계 관리를 위한 광범위한 분야 및 전략

신규 고객의 유입을 피하되 기존 고객을 장기적으로 유지하기 위한
비즈니스 프로세스와 지원 기술

CRM이 떠오르게 된 배경

개인정보 보호를 위한
애플과 구글의 Third-party Cookie 제한 정책 현실화

- ✓ 웹사이트 방문율 및 방문수단 감소
- ✓ 검색광고 입찰자 및 입찰가 증가
- ✓ 세부적인 리타겟팅 불가 및 ROAS 감소
- ✓ 고객 획득 비용(CAC) 증가

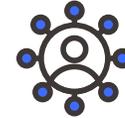


“ 자사가 보유한 퍼스트파티(first-party) 데이터를 활용하여
소비자 개인 취향에 맞춘 타겟팅이 가능한 CRM 마케팅 부상 ”

| CRM마케팅 장점 |



마케팅 비용 절감



충성고객
확보 용이



프로세스 & 워크플로우
자동화



효율적인
고객 관리



고객-기업 간
쌍방향 교류



개인 맞춤형
마케팅 전략

국내외 시장에서도 주목되는 CRM

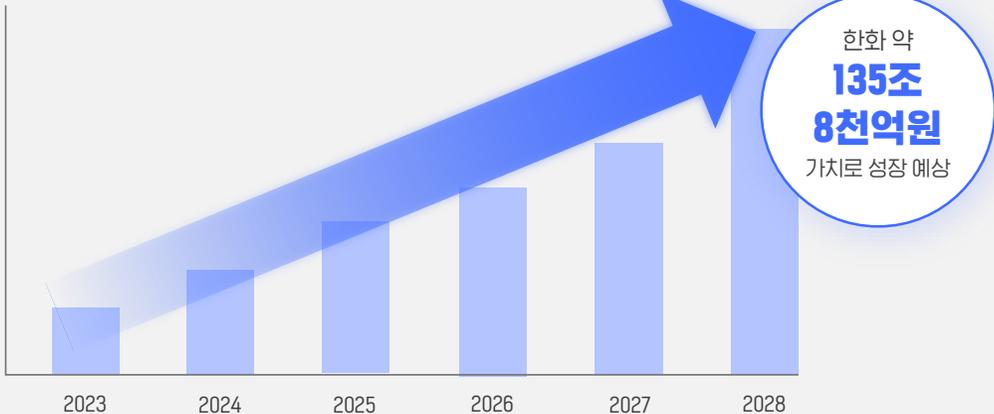
- 마케팅 인력을 대체하는 CRM의 높은 전망 및 기대되는 발전 방향
- 이탈 고객 방지 및 기존 고객을 유지하기 위한 온·오프라인 매장의 개인 맞춤형 서비스 확장

| CRM 시장의 장밋빛 미래 |



기업들은 한정된 예산으로 효율적인 마케팅을 위해 데이터를 자동화할 수 있는 CRM에 주목하고 있다. CRM기능은 앞으로 계속 정교해질 것이며 특히 인공지능(AI) 기능을 추가해 **고객 데이터 분석 능력과 활용도를 높일 것이다.** 또한 그 영역은 예측 분석, 기계 학습, NLP 등 다양한 영역으로 정밀함을 더할 전망으로 보인다.

전세계 CRM 시장 규모의 성장



| CRM 마케팅 사례 |

고객의 데이터 세분화를 통한 맞춤형 혜택 발송

아모레퍼시픽	젝시믹스	카카오스타일 지그재그
<p>구매 단계에서 보인 고객의 행동 패턴 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> 이탈 고객을 겨냥한 프로모션 혜택 제공 1,500개의 변수 분석을 통해 세밀한 리텐션 전략 가능 	<p>리뷰 분석을 통한 인기 상품 자동 추천</p> <ul style="list-style-type: none"> 타겟별로 구분된 다양한 캠페인 실시 관심도를 바탕으로 고객을 분류해 구매 전환율이 높은 상품을 자동 추천 	<p>활동 내역을 나타내는 '건강성 체크' 지표 수립</p> <ul style="list-style-type: none"> 고객의 활동빈도에 따른 마케팅 시행 의견에 따라 쇼핑 방해요소 제거 및 긍정적인 구매 경험 제공

오프라인 매장 방문을 촉진하는 이벤트 실시

룰루레몬	스타벅스
<p>설문조사를 반영한 제품 출시</p> <ul style="list-style-type: none"> 고객의 충성도 및 호감도 상승 다양한 신체 사이즈의 고객들이 유입돼 매출 상승 효과 증진 	<p>적립 서비스를 활용한 충성고객 확보</p> <ul style="list-style-type: none"> 적립 횟수 별 등급 및 혜택 상이 경품을 수령할 수 있는 이벤트를 통해 재구매(방문) 기회 마련

CRM 매체로 각광받는 카카오톡

- 고객에게 닿기를... 자사 제품을 구매로 이끄는 다채로운 메시지 발송 방법
- 국민 메신저 카카오톡을 활용한 기업의 CRM 방안

| CRM 확산을 위한 메시지 채널 |

기업이 수집하는 퍼스트파티 쿠키 혹은 고객이 제공하는 제로파티 쿠키 데이터를 활용해 SMS, app 푸시, 자사몰 팝업, 이메일, 우편, 콜 마케팅 등 다양한 방법을 통해 메시지 발송

다수의 기업이 CRM을 위해 특별히 카카오톡을 선택하는 이유



- 국내 스마트폰 이용자 94%가 메신저로 이용
- 기존 DA를 활용해 자사 제품의 긍정적인 여론 형성 탁월
- 특정 행동에 따라 면밀한 고객 구분 가능
- 고객 개인의 선호도를 바탕으로 한 선별적인 메시지 수신 가능

고객의 구매 과정 순서에 따른 CRM 메시지



출처: 보도자료(업계 취합)

| 국내 CRM 솔루션 사례 |

	스냅컴퍼니	데이터라이즈	Bigin(빅인)
지원 범위	<ul style="list-style-type: none"> 온사이트 마케팅 가능 내/외부 유입 모두 대상 캠페인 세팅 및 메시지 전담 운영 인력 투입 	<ul style="list-style-type: none"> 타겟팅 조건 템플릿 22개 및 커스텀 기능 제공 개인화 메시지와 소재 자동 생성 	<ul style="list-style-type: none"> 온·오프사이트 통합 마케팅 가능 AI 기반 최적화 타겟 생성 외부 채널 광고를 활용한 연계 캠페인 수립
운영 방식	<ul style="list-style-type: none"> API 메시지 발송 스크립트 삽입 & 유입 모수에 대한 세그먼트 분류 캠페인 제안 (타 브랜드 템플릿 제공) 	<ul style="list-style-type: none"> 고객 행동 데이터 분류 자동화 고객 맞춤형 캠페인 제공 결과보고서 자동 추출 	
제공 서비스	<ul style="list-style-type: none"> 업체별 대시보드 제공 메시지 발송 운영 인력 제공 타 브랜드 캠페인 템플릿 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 담당 매니저 배정을 통한 커뮤니케이션 업체 별 맞춤 분석 및 컨설팅 후 트렌드에 맞는 전략으로 투입 	

출처: 스냅컴퍼니, 데이터라이즈, 빅인

메타의 새로운 승부수, 스레드

- 메타, 텍스트 콘텐츠 중심 탈중앙화 소셜 네트워크 서비스 출시
- 트위터와 유사한 서비스로 두 플랫폼 사이 경쟁 주목

| 스레드(Threads)란? |

2023년 7월 6일 출시한 메타의 신규 소셜미디어 플랫폼
자매 서비스인 인스타그램과는 달리 텍스트 기반 서비스

스레드 출시 배경

흔들리는 트위터

- 검열 정책 폐기 후 유해적인 정보 증가
- 데이터 스크래핑 해결 위해 게시물 개수 제한

트위터 이용자들의
불만 증가로 불안한 상황

먹구름 낀 SNS 시장

- 세계적인 경기 침체로 기업들의 광고예산 삭감
- 애플의 개인 정보 보호 정책 강화 후 SNS 타겟팅 광고 둔화

메타 포함, 광고 수익이
대부분인 SNS 기업 타격

메타의 생각 전환

- 광고 수익 감소와 메타버스 사업 부진
- 2023년 초, AI 열풍에 맞춰 대규모 언어 모델 라마 출시

사업 구도 재편과 트렌드에
맞춘 새로운 승부수 출시

| 스레드 VS 트위터 VS 인스타그램 |

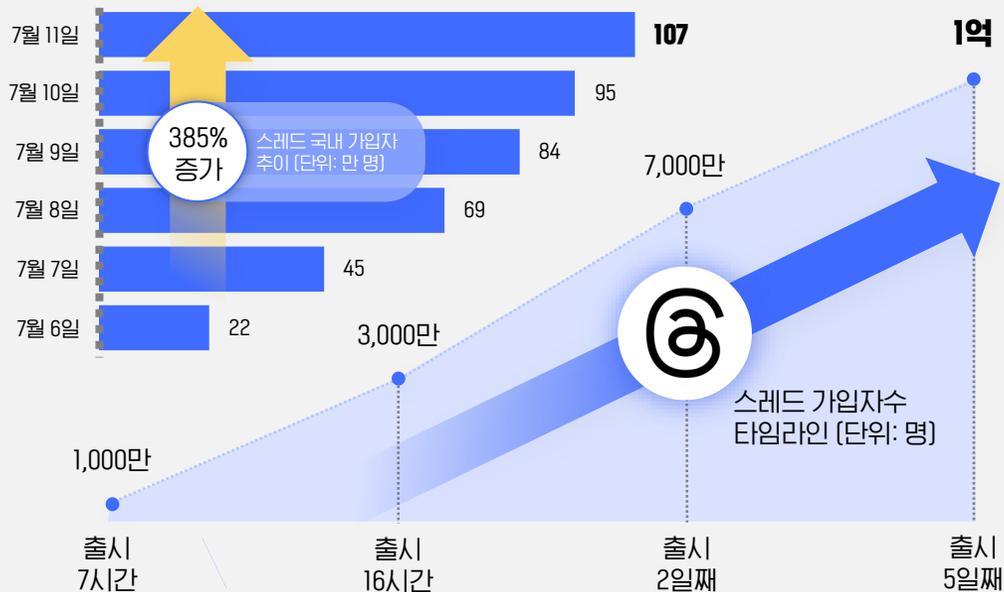
요소	스레드	트위터	인스타그램
글자 수	500자	280자(유료 계정 25,000자)	2,200자
사진 수	10장	4장	10장
비용	무료	유료 계정 월 10,400원	무료
사용 제한	없음	하루에 볼 수 있는 트윗 1,000개	없음
피드 옵션	메인 스레드 하나	트렌드, 시간, 팔로우하는 계정별로 피드 나열 가능	팔로우하는 계정, 즐겨찾는 계정별로 나열 가능
게시글 수정	불가	불가(유료 계정 가능)	가능
메시지	불가	가능	가능
해시태그	없음	있음	있음
웹에서 사용	불가	가능	가능

'1억 명 돌파' 스레드 돌풍

- 출시 직후 역대 최고 수준 가입자 상승 속도 기록 ... 이용자 1억 명 달성 최단 기록을 가지고 있던 챗GPT 추월
- 인스타그램의 부가서비스와 같은 수준의 가입 정책이 흥행 일등 공신으로 지목

| 스레드의 압도적인 초반 페이스 |

런칭 하루만에 가입자 수 5,000명 돌파 후 5일째엔 1억 명 달성,
애플리케이션 중에서 역대 가장 빠른 사용자 증가세



출처: 와이즈앤리테일·굿즈, 파이낸셜 뉴스

| 스레드 인기 이유 |



트위터의 이용자 이탈

최근 트위터가 공격적인 콘텐츠 검열 정책 폐기, 부분 유료화, 하루 열람 가능 게시물 제한 후 등을 둘러싼 트위터 이용자들이 유사서비스인 스레드로 전환



인스타그램 연동

인스타그램 계정 및 팔로우 목록을 그대로 연동할 수 있어 이용자들의 진입 장벽 낮춤



소통에 집중하는 SNS에 대한 니즈

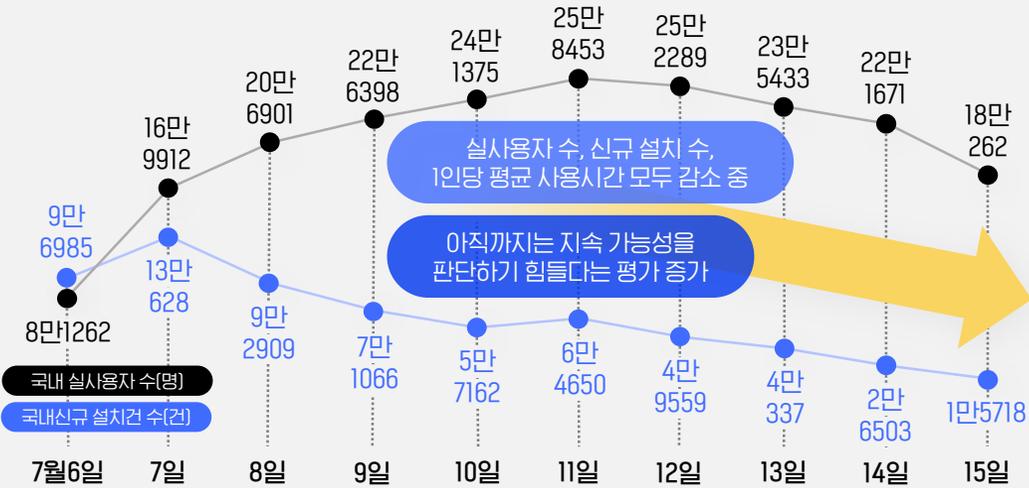
연출된 사진, 자극적인 콘텐츠, 바이럴 광고 콘텐츠에 질린 소셜미디어 이용자들이 개인적인 의견과 아이디어를 편하게 공유하는 플랫폼에 대한 니즈 증가

출처: 보도자료(업계 취합)

스레드, 앞으로는?

- 출시 5일차부터 실사용자 및 신규 설치 수 모두 하락하면서 다양한 문제 화두
- 압도적인 초기 가입자 수 기록한 스레드, 앞으로도 탄탄한 성장세를 유지할지 관심

| 아직 해결되어야 할 문제 |



과도한 개인정보 수집

- 애플 앱스토어 기준 총 13개의 정보 수집 (트위터는 9개 활용)
- 지나치게 많은 개인정보를 수집하여 이용자의 부정적인 입장 초래

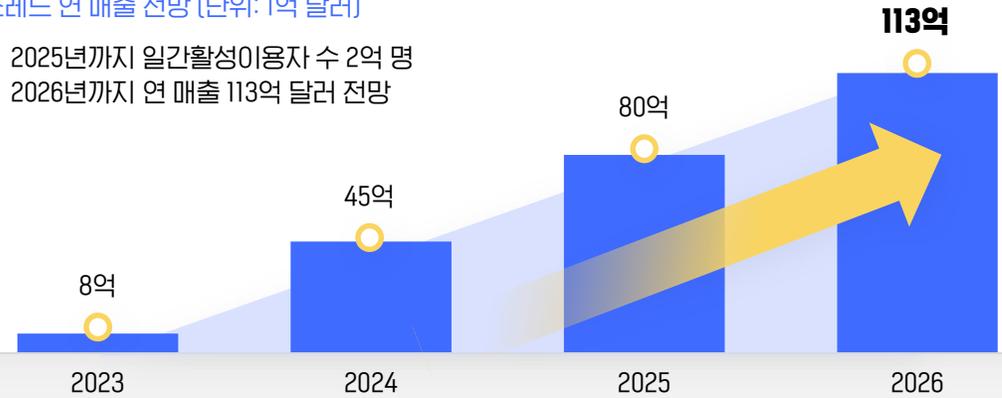
부담스러운 리스크 유발

- 다량의 백그라운드 데이터를 수집해 타 어플 대비 높은 배터리 소모 발생
- 쉬운 휴대폰 발열 유발

| 스레드 전망 |

스레드 연 매출 전망 (단위: 1억 달러)

- 2025년까지 일간활성이용자 수 2억 명
- 2026년까지 연 매출 113억 달러 전망



많은 잠재적 이용자

인스타그램
월간 활성이용자 수
약 20억 명

다양한 기능 탑재 예정

이용자들의 요구 기능
파악 후 추후 추가 예정

광고주들의 관심

트위터 대비
안정된 가이드라인
사용하는 스레드

■ MEDIA ISSUE

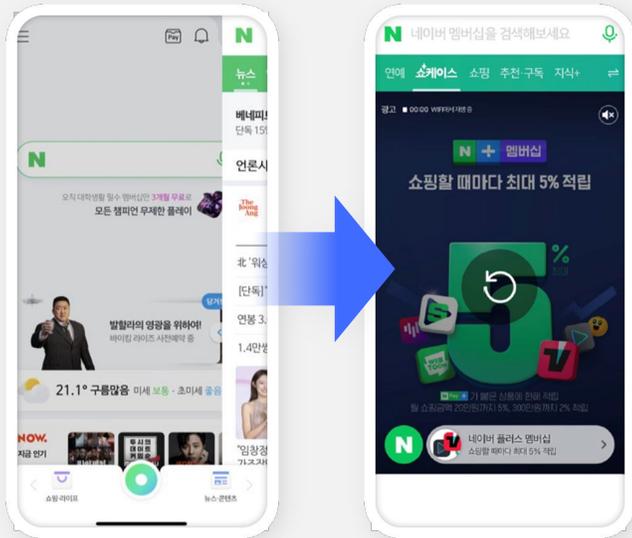
이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 네이버 쇼케이스 광고 출시
- 토스 라이브쇼핑 보기/행운퀴즈 재편
- 줌 프리미엄 쇼룸 노출 위치 변경

네이버 최초의 주제판 광고 ‘쇼케이스 광고’ 출시

- 네이버 앱 EAST 영역 판과 판 사이에 전면으로 노출되는 신규 광고상품
- 브랜드사 단독 판 전면 활용(SOV 100%)으로 우수한 광고 퍼포먼스 기대 가능

| 쇼케이스 광고(Beta) |



| 노출 상세 |

모바일앱 메인 우측 EAST 영역 주제판

모바일앱 메인 우측 EAST 영역 주제판



우측주제판 갱신 전까지, EAST 주제판 영역 탐색 중 쇼케이스 광고판 항상 노출
(검색 홈 방문 or 네이버앱 자동 리프래시 시 우측 주제판 갱신)

① 강력한 임팩트

네이버 유저 이용성 높은 EAST 주제판 노출

② 우수한 광고 퍼포먼스

*SOV 100% 전면 노출
검색/영상/CTA 모두 활용

③ 높은 랜딩 자유도

광고주 목적에 따라
아웃랜딩 활용 가능

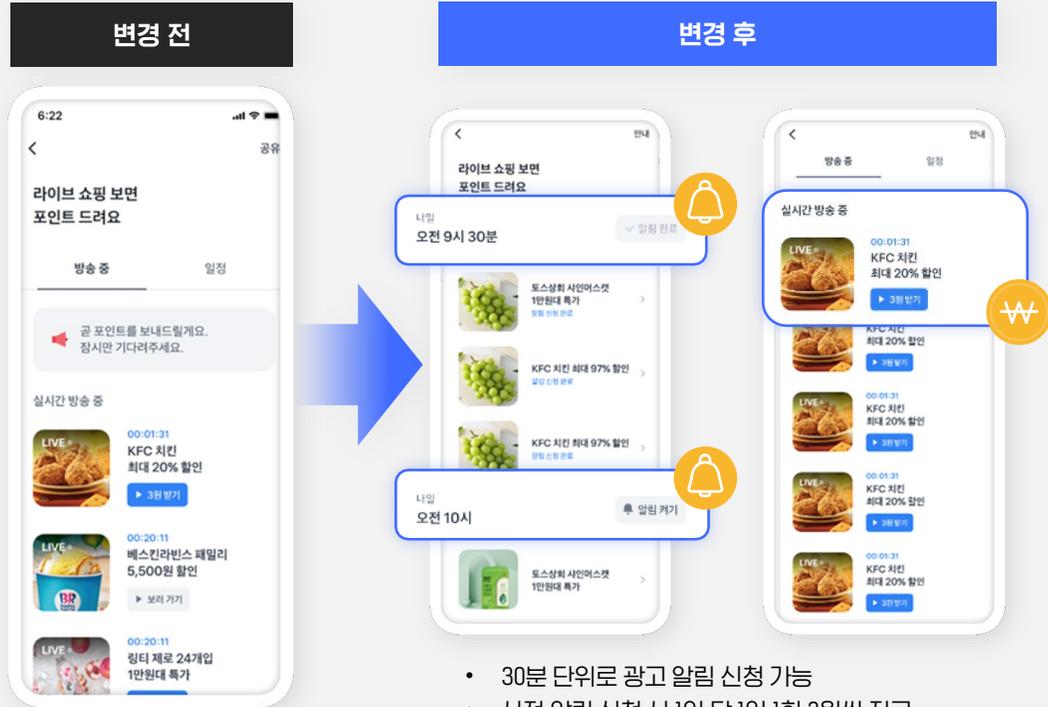
상품명	쇼케이스(EAST 전면광고)
노출영역	네이버앱 EAST 광고판 4~6번째판 중 랜덤노출
소재타임	9:16 영상소재(별도 제작가이드 참고)
집행단위	1일 24시간 독점 노출 우측 주제판 갱신 기준 프리퀀시 2회 적용 (주당 2개 광고주)
예산노출	1일 약 120만 imp.

* SOV(Share of Voice) : 미디어 노출 점유율

토스 라이브쇼핑 보기/행운퀴즈 재편

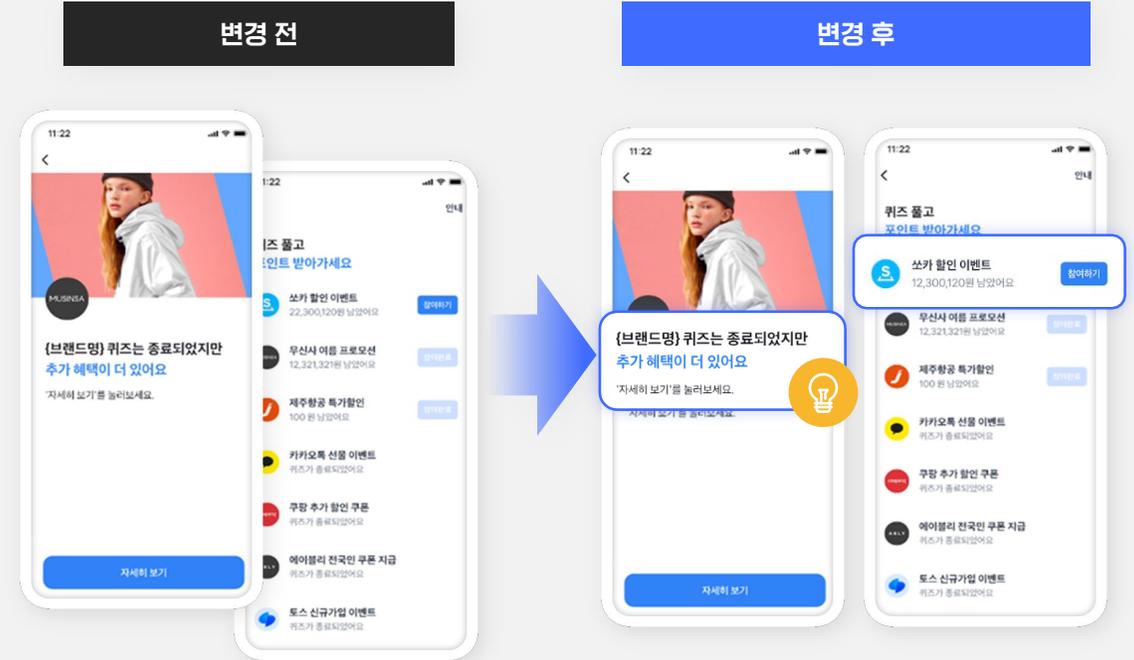
- 앱 사용 유저들에게 원활한 재생 환경과 긍정적인 경험을 제공하기 위해 개선된 라이브쇼핑 보기
- 광고주의 광고 소재 제출 효율성 및 랜딩 페이지 노출시간을 확대한 행운퀴즈

| 라이브쇼핑 보기 |



- 30분 단위로 광고 알림 신청 가능
- 사전 알림 신청 시 1인 당 1일 1회 3원씩 지급
- 알림 클릭 시 현재 라이브중인 전체 페이지로 랜딩

| 행운퀴즈 |

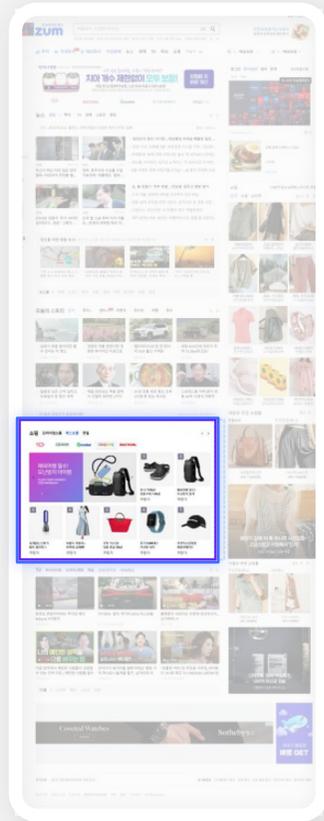


- 동일한 문구가 노출되고, 추가 혜택 입력 불가
- 퀴즈와 추가 혜택 랜딩 페이지를 동일하게 사용
- 힌트보기 페이지 노출 후 정답 입력 가능

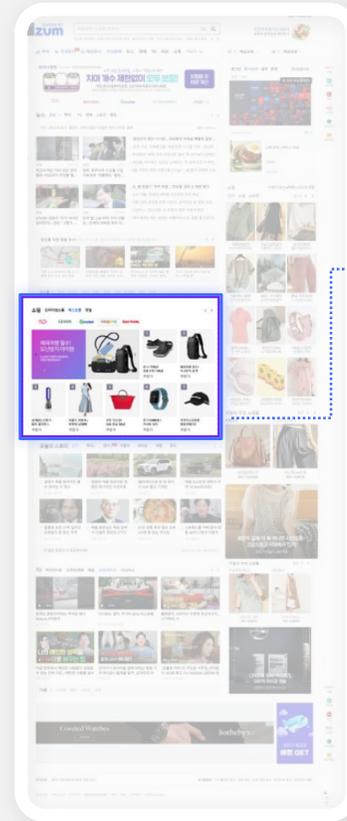
줌 프리미엄 쇼룸 노출 위치 변경

- 줌 닷컴 쇼핑 광고 중 하나인 프리미엄 쇼룸의 노출 위치 소폭 변경
- 노출량 및 광고 실적 향상에 효과적일 것으로 기대

| 변경 전 |



| 변경 후 |



뉴스영역 바로 하단으로 이동
기존 위치보다 상향 이동되어
광고성고가 약 18% 더 높을 것으로 예상

■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 카카오 VX
- 다방
- 브랜드 'Ai 추천 광고'

카카오 VX

- 스포츠에 재미를 더하는 플랫폼 기업 카카오 VX
- 온/오프라인 통합 마케팅 통해 브랜드 인지도 제고 가능

| 카카오 VX |



카카오골프예약
누적 회원 수 1,570,000+



프렌즈 스크린
스크린골프 시장 점유율 2위

주요 서비스



| 주요 광고 상품 |

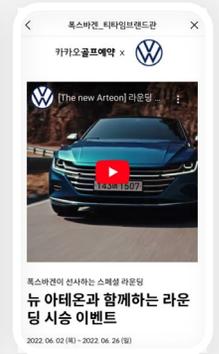
카카오골프예약



배너형



메시지형



제휴형

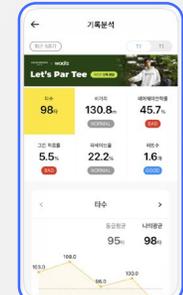
프렌즈 스크린



동영상형



코스형



이미지형

... 앱 광고

다방

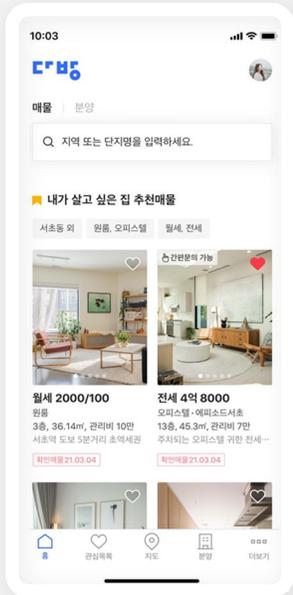
- 원룸부터 아파트까지 다양한 부동산 정보 제공하는 대한민국 대표 부동산 앱
- 트렌드를 리드하는 2039 세대를 타겟으로 광고 효율 극대화

| 다방 |



APP 다운로드
23,000,000

월 방문자(MAU)
3,000,000



국민 앱 서비스

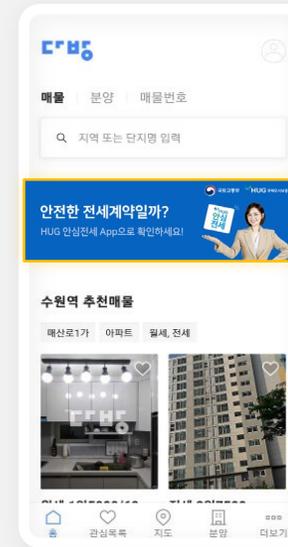
누적 다운로드 수 2,300만 명 & 월 평균 300만 명 이용
앱 평균 이용 시간 43.5분으로 업계 최고 수준



명확한 타겟층

트렌드를 리드하는 2039세대 비중 약 70% 구성
주거 이외에 인테리어, 공유 모빌리티,
구인구직, 식품 등 다양한 업종에 관심 ↑

| 주요 광고 상품 |



메인 최상단 배너

#메인 #노출 특화

다방 앱 진입 시 첫 화면 노출되는
메인 화면 최상단 위치

메인 서브 배너

#메인

메인 화면 내 중간
고객별 즐겨찾기 하단 위치

원투쓰리룸 매물 상세 배너

#지역 타겟팅 #노출 특화

원투쓰리룸 매물
상세페이지 위치

단지 매물 상세 배너

#지역 타겟팅 #노출 특화

아파트 / 오피스텔 매물
상세페이지 위치

분양정보관 배너

#분양

분양정보관 중간 영역에 위치

사업지 광고 상품

분양 / 임대 사업지 전용 상품

사업지 A - 메인 중간
사업지 B - 분양정보관 상단
사업지 C - 분양리스트 상단

서비스 상품

분양 관련 기타 상품

분양 단지 상세 배너
추천 분양 정보
커스텀 상품

브랜드 'AI 추천 광고'

- 데이터 기반으로 고객 행동과 상품 속성을 분석하여 가장 합리적인 지면에 노출하는 개인 맞춤형 AI 추천 광고 상품
- 모든 주요 지면에 개인별 최적화 소재를 노출하여 구매전환 극대화

| 브랜드 |



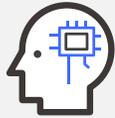
APP 다운로드
17,000,000

월 방문자(MAU)
6,300,000



모든 지면에 광고 노출

광고 지면 제한 없이 모든 지면에 대하여 가장 최적화된 영역을 선정하여 소재 자동 노출



지능형 AI 타겟 광고

유저의 구매 이력 등을 추적해 관련도가 높은 광고 송출로 최적화된 광고 환경 제공



oCPM 방식으로 마케팅 비용 절감

합리적인 방식의 단가 측정으로 최소한의 비용으로 최대한의 효율 기대 가능

| 노출 상세 |



■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 에이블리 신규 광고주 지원 프로모션
- 네이버 성과형 DA 신규/휴면 광고주 지원 프로모션
- 클래스팅 8월 카카오 푸시/상품권 증정 프로모션

에이블리 신규 광고주 지원 프로모션

- 신규 입점 셀러의 원활한 광고 활성화를 위한 지원 프로모션
- 비즈머니 10만원 이상 충전 시 무료 광고비 10만원 지급

| 지급 예시 |

August							2023
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	
		1	2	3	4	5	
6	7	8	9	10	11	12	
13	14	15	16	17	18	19	
20	21	22	23	24	25	26	
27	28	29	30	31			

충전 일자 (3만/3만/5만 = 11만원)

무료 광고비 지급 (비즈포인트 10만원)

구분	지원 내용
대상	처음 비즈머니를 충전하는 광고주
금액	비즈머니 10만원 이상 충전 시 비즈포인트 10만원 지원
방식	별도 신청 없이 매주 1회 월요일 오후 5시에 지급
확인방법	셀러어드민 - 광고 관리 - 비즈머니 관리 화면
유효기간	지급 후 2주 (이후 자동 소멸)

주의사항

- 최초 10만원 미만 충전 시 충전 합계가 10만원이 되면 자동 선정되어 지급
- 23년 6월 26일 이전에 충전 이력이 있는 광고주는 지급 불가
- 비즈포인트 지급 이후 비즈머니 반환 불가
- 비즈머니와 비즈포인트가 동시에 있는 경우, 비즈포인트 우선 소진

네이버 성과형 DA 신규/휴면 광고주 지원 프로모션

- 네이버 프리미엄 지면에 정밀한 타겟팅을 기반으로 잠재고객의 관심사에 맞는 광고 노출이 가능한 상품
- 2023년 1년 간 네이버 성과형 디스플레이 광고 신규/휴면 광고주 지원

| 노출지면 |



구분	내용
대상자	신규 광고주 : 23년 1월 1일 이전까지 성과형DA 집행 이력이 없는 광고주 휴면 광고주 : 최근 1년간, 성과형DA 집행 이력이 없는 광고주 * 사업자등록번호 기준, 해외 사업자 제외
내용	최초 과금일 포함 30일 동안의 유상소진금의 50%를 최대 50만원까지 무상충전금으로 지급 [성과형 DA 내 전 상품 적용]
참여 기간	2023년 1월 1일(일) ~ 2023년 12월 31일(일)
지급 방법	집행 시작 2개월 이후 매월 중순 집행 광고 계정으로 지급

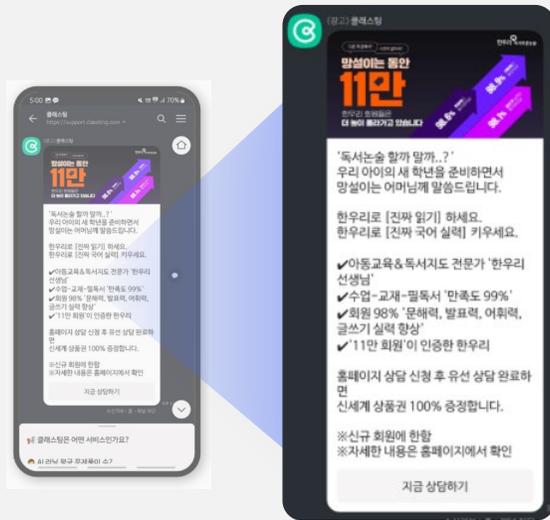
- 무상 충전금 잔액 소진 이후 추가적인 과금이 발생할 수 있으며 이는 유상소진금에 포함
- 통합결제와 연동된 광고 계정의 경우, 연동 해지 후 사용 가능
- 무상 충전금은 6개월 이내 사용을 권장하며 환불 및 계정 이관 불가

클래스팅 8월 카카오 푸시/상품권 증정 프로모션

- 대한민국 학교 현장에서 90% 사용하는 1등 클래스관리 도구로 학부모, 학생, 교사에게 직접 도달 가능한 상품
- 카카오톡 푸시 패키지 단가 할인 기간 연장 및 신규/재집행 캠페인 대상 백화점 상품권 증정

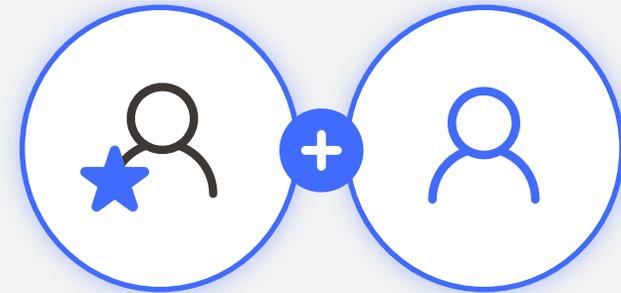
| 카카오톡 푸시 패키지 |

발송 단가 50% 할인 (120원 → 60원)



| 백화점 상품권 증정 |

신규/재집행 캠페인 대상



신규 광고주

휴면 광고주

- 초등생 자녀를 둔 학부모(약 12만명) 타겟으로 일괄 발송
- 클래스팅 회원 대상 이벤트 포함 캠페인에 한해 7/1(토)~8/31(목) 동안 연장 진행

*회원 대상 이벤트 내용: 광고주 '제품' or '서비스' 할인 or 쿠폰 발급 & 경품 or 포인트 지급 필수

- 8/31(목) 이내에 집행되는 모든 신규/재집행 캠페인 대상에게 증정
- 1,000만원 이상 집행 시, 100만원 당 백화점 상품권 1만원 증정

*게임/사행성 업종 등 타겟 별 광고 집행 불가 업종은 프로모션 제외

2023.08

MARKETING CALENDAR



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
		1	2	3	4	5
6	7	8 세계 고양이의날, 2024학년도 수능 D-100	9	10 말복	11	12
13	14 연차쓰기 좋은 날 검색광고마케터1급접수	15 광복절	16	17	18	19 2023년 부디페스트 세계 육상선수권대회 개막(~8/27)
20 FIFA 여자월드컵 폐막	21	22 칠석 대한민국 에너지의 날	23 처서 부산국제광고제 (~8/25)	24	25	26 세계 개의날 SNS광고마케터시험
27	28	29	30	31		

스마트디바이스 X 소형가전 쇼 8.17~8.19

서울 팝 컬처 컨벤션 8.25~8.27



집화 #핸드폰케이스 #핸드폰목걸이 #그립톡 #이어폰

애인용품 #고양이장난감 #고양이사료 #고양이간식 #강아지케이크

식품 #청귤 #레몬디톡스 #과일칩

가전 #펫캠 #음식물처리기 #안마인자

AUG
2023



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

문의하기

adure

E . O . D