



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

SEP
2 0 2 3

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 자연 속에 쉬며 일하는 워케이션 확산
- 이색 경험 제공하는 커넥팅 마케팅 트렌드
- 나만 알고 싶은 브랜드 스몰브랜드 인기몰이

일과 여행을 동시에 ... 워케이션 인기

- 코로나19 팬데믹 이후 새로운 근무 형태 '워케이션' 부상
- 직장인 89% 워케이션 희망 ... 선호 지역 '제주도' 1위

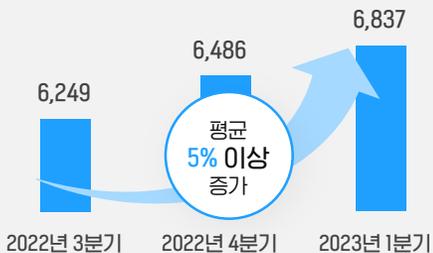
| 워케이션 시장 현황 |

워케이션이란?

일(Work)과 휴가(Vacation)의 합성어로
집이나 사무실이 아닌 휴가지에서 일과 휴가를 병행하는
새로운 근무 형태이자 관광 트렌드



워케이션 언급량 분석



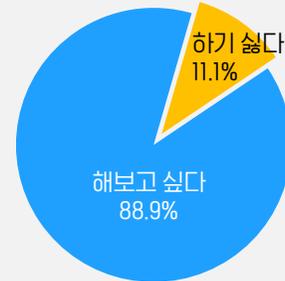
[단위:건] / 분석기간 : 2022.06.01~2023.03.31

- 코로나19 이후 재택·원격근무 등 근무 환경 변화
- 워라벨 중시하는 MZ세대 성향에 부합하는 근무형태
- 디지털노마드 트렌드 부상

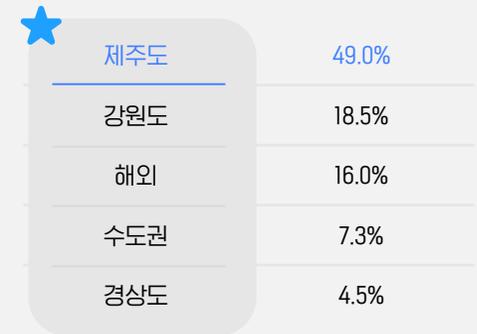
* 디지털노마드(시간과 장소 구애 없이 일하는 디지털 유목민)

| 직장인 워케이션 선호도 |

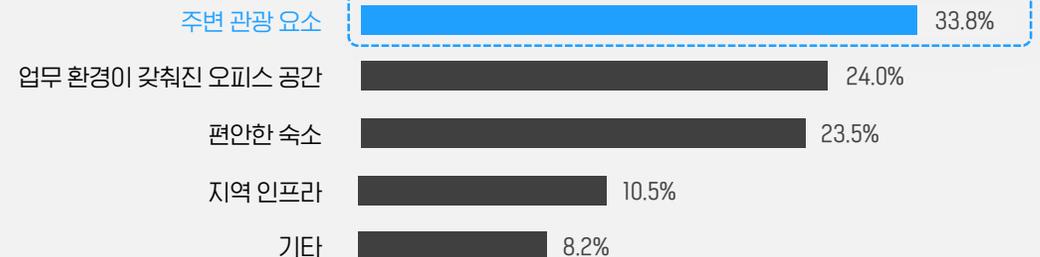
워케이션 경험하고 싶나요?



워케이션 가고 싶은 지역



워케이션 갈 때 가장 중요한 요소



국내 기업에 부는 워케이션 바람

- 일과 휴식을 함께하는 '워케이션' 기업 복지제도로 안착
- 국내 워케이션은 온라인과 비대면으로 업무 처리가 용이한 IT 기업 중심으로 확산

I 국내 워케이션 유형 I

도심형	휴양형	농촌·전통체험형
도심 호텔 등에서 업무를 마치고 휴식을 취할 수 있는 형태	사무실이 아닌 휴양지에서 업무와 휴식이 동시에 가능한 지역체류형 근무형태	농가·한옥·독채처럼 인적 드문 숙소에서 휴식을 취하며 업무 하는 형태

새롭고 낯선 지역에서의 업무를 통해 업무 효율성 향상 및 재충전 기회 제공



I 국내 워케이션 도입 현황 I

업무 특성상 온라인·비대면으로 업무 처리가 용이한 IT기업 중심으로 확산

NAVER

강원 춘천 · 일본 도쿄서
최대 4박5일 근무

kakao

겨울 단위 주 4일 근무

LINE

시차 4시간 이내 해외 지역
(일본 · 몰디브 · 괌 등)
최대 90일 근무

당근

제주·강원·남해 등서
팀원 3명 이상
'함께 일하기'
(숙박·교통·식비 제공)

yanolja

전남 여수·동해서 근무
(호텔·식사·사무용품·
카페 지원)

TMON

제주·부산·남해 숙소
및 오피스서 근무

지역 경제 살리는 워케이션의 미래는?

- 워케이션 시장 겨냥한 지자체 간 '모시기 경쟁' 치열
- 지역 관광 활성화 위해서는 일상과 여가가 가능한 시스템 및 인프라 구축 필요

| 워케이션의 경제적 효과 |

한국관광공사 <워케이션 활용 국내 관광 활성화 연구>



경제적 파급효과
총 7조 5000억원

생산유발효과 4조 5000억
부가가치 유발효과 2조 1000억원
소득유발효과 9000억원



간접고용 유발효과
2만 7000명

비교적 적은 예산으로 관광객 유치 가능

평일과 비수기 기간의 숙박 관광객 유치 및 체류시간 연장 효과

유동 인구 증가로 인한 지역경제 활성화

생활 인구 증가로 인한 인구 소멸 방지

| 지방자치단체 워케이션 사업 추진 현황 |



제주도



강원도



부산광역시

숙박시설 제공, 정주여건 개선, 사무공간 조성, 관광시설 할인 등 차별화된 체류형 관광 상품으로 워케이션 유치

“ 지역 관광 활성화를 위한 워케이션 ”

일상생활과 여가가 가능한 시스템과 인프라 구축



브랜드에게 필수적인 고객 경험

- 고객 경험은 브랜드와 고객의 관계를 형성할 수 있는 비즈니스 기회
- 고객 경험 개인화, 고객 피드백 수용, 고객 여정 지도 사용 등으로 고객 경험 개선

| 기업의 성공을 보장하는 힘 고객 경험 |

고객 경험이란?

브랜드를 인지하는 순간부터 제품 구매, 사용하는 과정에서 발생하는 고객과 브랜드 사이 유발되는 감정적, 행동적 상호작용의 총합

고객 경험을 통해 얻는 이점



고객
유지율 개선



고객의 불만
빠르게 확인



브랜드
충성도 강화



브랜드
평판 향상



경쟁 우위
확보

| 고객 경험을 개선하는 방법 |

고객 경험 개인화

상당한 양의 정보에 노출되어 피로를 느끼는 고객에게 개인화된 고객 경험을 제공하여 구매 여정을 줄이고 브랜드와의 유대 강화

원활한 고객 피드백

고객이 어떤 경험을 하고 있는지 빠르게 캐치하고, 느끼는 점을 제품/서비스에 녹여내 즉각적인 문제해결 및 추가 개선점 수집

고객 여정 지도 사용

고객 여정 지도를 통해 고객의 관점에서 이미 가지고 있는 다양한 형태의 고객 피드백을 구성하고, 인사이트를 행동으로 전환

고객 여정 지도



색다른 경험을 제공하는 커넥팅 마케팅

- 고객 경험을 중요시하는 업계 트렌드에 맞춰 고객에게 이색 경험을 제공하고자 등장
- 브랜드 모델 또는 인기 있는 캐릭터를 제품과 연결하여 신선함 부여

| 신선한 자극을 주는 커넥팅 마케팅 |

커넥팅 마케팅이란?

기업이 브랜드나 제품을 다양한 요소와 연결해 고객에게 색다른 경험을 제공하는 마케팅 트렌드



“ ‘연결하다’는 의미를 지닌 단어 ‘커넥팅(Connecting)’이 드러내듯 브랜드나 제품이 고객과 새로운 경험 사이의 가교 역할을 함 ”

커넥팅 마케팅 시작 배경

트렌드

엔데믹으로 온라인 소비와 경쟁하기 위해 고객 경험에 초점을 둔 트렌드 등장

소비자

단순 소비가 아닌 재미와 이색적인 경험을 중시하는 소비자 증가

기업

신선함을 자극하여 자연스럽게 브랜드의 인지도를 증가시키는 추세

| 유통업계 커넥팅 마케팅 사례 |

코카-콜라X뉴진스 ‘스페셜 패키지’



뉴진스와 콜라보로 소장 가치를 더한 스페셜 에디션 및 뉴진스 외 5팀의 아티스트와 글로벌 타이틀 곡 발매

비타500 제로 ‘르세라핌 팝아트 에디션’



르세라핌 이미지가 담긴 에디션 출시 요청이 잇따라 소비자 의견을 반영해 한정판 르세라핌 팝아트 에디션 발매

라보에이치칠성사이다 ‘사이다 쿨링삼푸’



짜릿한 탄산 버블의 공통된 속성을 모티브로 두피 고민을 시원하게 해결한다는 컨셉의 시원한 쿨링 삼푸 발매

굽네X넷마블 ‘신의 탑:새로운 세계 세트’



넷마블 모바일게임 신작 발매를 앞두고 굽네와 전용 패키지를 제작해 치킨을 주문할 경우 게임 아이템 100% 제공

공간과 고객을 커넥트, 공간 마케팅

- 커넥팅 마케팅 부상과 함께 공간이라는 요소와 기업을 연결하는 공간 마케팅 사례 증가
- 기업의 철학과 문화를 담아 다양한 체험을 할 수 있는 매장, 또는 팝업 스토어 활용 증대

| 커넥팅 마케팅 속 공간 마케팅 |

공간 마케팅이란?

공간을 매개로 한 소비자의 공간체험을 통해 브랜드의 이미지와 호감도를 높이는 마케팅 전략

공간이라는 요소로 Connect



공간 마케팅 장점

고객을 부르는 마케팅

공간 체험을 소비한 고객이 직접 바이럴 활동을 도모하여 그의 주변인들이 새로운 고객으로 인입

기업 철학/메시지 전달

'상품을 거래하는 장소'였던 공간을 기업의 가치와 문화를 담아 '소비의 주체'로 탈바꿈하여 기업 철학과 메시지 전달

| 다양한 공간 마케팅 사례 |

교촌치킨 '교촌필방'



교촌의 차별화된 조리방식을 모티브로 '치맥바' 컨셉의 플래그십 오픈

- '치맥바' 스타일로 고객들에게 독특하고 신선한 경험 제공
- 교촌만의 제품 철학과 고급스러운 공간을 통해 브랜드 이미지 강화

HDEX '양양 스트롱비치'



LA 베니스비치의 머슬비치에서 영감을 받아, 미국적인 느낌의 '스트롱비치' 기획

- 운동 및 SNS업로드 미션 달성 시 굿즈 제공
- 브랜드 인지도 제고와 더불어 양양이라는 관광지를 널리 알리는 기회로 작용

에그슬럿 '양양 팝업 매장'



에그슬럿 LA 베니스비치점의 현지 분위기 연출을 위한 팝업 매장 운영

- 팝업 내 단독 메뉴를 출시해 소비자에게 색다른 공간 및 특별함을 함께 제공
- 포토존과 오픈 키친으로 활기차고 밝은 감성 연출

니즈보다는 원츠에 주목한 스몰브랜드 인기

- MZ세대, 본인만을 위한 경향이 담긴 다양한 소비 트렌드 주도
- 유명 대기업 브랜드를 맹목적으로 선호하는 시대는 끝... 규모는 작지만 존재감은 확실한 스몰브랜드 선호도 급상승

| 작지만 강한 스몰브랜드 |

스몰브랜드란?

과도하게 확장하지 않음으로써 자신만의 정체성을 유지해 소비자에게 강한 존재감을 어필하는 브랜드

스몰브랜드 특징



자기 중심적인 사고를 기반으로 소비활동을 잇는 MZ를 겨냥해 '아무나'가 아닌 '나'를 위한 맞춤형 제품을 선보임



소비자는 긴 구매여정 후 구입 여부를 결정하기 때문에 선택 받는 순간 충성고객으로 전환될 가능성이 높음



소비자가 원하는 카테고리를 정확하게 파악하여 공통성 및 공감성을 두텁게 형성 (ex. 친환경 등)

| 스몰브랜드의 성장배경 |

최근 생겨난 소비 트렌드의 감성과 부합



미코노미

자기만족을 위한 소비자 지출 등의 경제활동



미닝아웃

잘 드러내지 않았던 사회적 신념 등을 소비행위를 통해 표출



편슈머

단순한 상품 구매를 뛰어 넘어 재미까지 추구하는 소비자



가심비

가격 대비 심리적 만족감을 중요시 하는 상황

MZ세대가 이끈 소비 변화

타인과 차별화된 개성있는 상품

보편화 제품

개성을 중시 하는 MZ세대가 시장의 주류로 떠오르면서 이미 대중화된 보편적인 제품보다는 스토리가 있고 본인의 매력을 어필할 수 있는 남다른 특성이 있는 제품에 대한 소비 욕구 증가

작은 브랜드가 살아남을 수 있었던 전략

- 소비자의 구매 전 고려 사항에 지속가능성, 친환경, 기후 위기 등과 같은 세부적인 사항이 추가
- 빅브랜드와 달리 스몰브랜드는 브랜드 - 소비자 간의 동일감을 형성하며 교류하는 메시지를 적극 소비해 진정성 증대

| 스몰브랜드가 추구하는 가치 |

직관적이고 심층적인 스토리텔링



스몰브랜드를 둘러싼 키워드



| 빅브랜드와의 차이점 |

소비자와의 관계 형성을 위한 flow



주 소비자층으로 떠오른 MZ세대의 소비 트렌드에 따라 스몰브랜드는 빅브랜드와 차별화된 성장 가능성을 보여줌

앞으로 기대되는 스몰브랜드의 활보

- 젊은 층 중심의 소비 트렌드는 더욱 촘촘해질 것으로 예상돼 자기만의 색을 확실히 드러낼 수 있는 브랜드 규모가 더욱 확대될 전망
- 이탈 고객 방지 및 기존 고객을 유지하기 위한 온·오프라인 매장의 개인 맞춤형 서비스 확장

| 스몰브랜드 발전 방향성 |

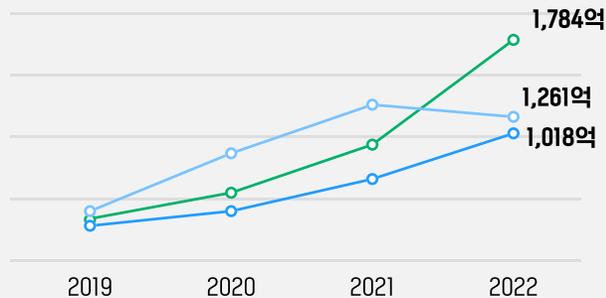
클라우드 펀딩 및 이커머스와의 결합

스몰브랜드가 브랜드로서의 가치 확립 및 체계를 구축할 수 있도록 소비자와 직접 연결시켜주는 플랫폼 등장



클라우드 펀딩

아이디어는 있지만 실행을 위한 자금이 부족해 잠재고객으로부터 모금을 벌이는 활동 성황



이커머스 결합

인플루언서와의 연합 및 이커머스 진입을 통해 다양한 소비자들에게 인지도 제고

| 스몰브랜드 성공 사례 |

동구발	녹기 전에	어글리어스
<p>환경친화적인 제품과 비장애인/장애인이 함께 일하는 사내 여건을 바탕으로 소비자에게 선한 영향력 행사</p> <p>#매출130억 #천연수제비누</p>	<p>아이스크림에 빗댄 창업자만의 분명한 철학과 다양한 이벤트로 소비자들과의 활발히 소통</p> <p>#팔로우1만8천명 #나무위키등재</p>	<p>'못난이 농산물'이 길러진 환경 혹은 직접 기른 농부의 사연 등을 하나의 스토리로 풀어 안전하게 먹어도 된다는 의미를 함축해 전달</p> <p>#정기배송자3만5천명 #친환경</p>

브랜드의 철학이 소비자의 가치에 부합하는 것이 중요

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 카카오모먼트 개인화 메시지 상품 출시
- 네이버 성과형 DA PC메인 개편 및 광고상품 업데이트
- 아크로스ADN 슬라이딩 배너 타입 런칭

카카오모먼트 개인화 메시지 상품 출시

- 카카오모먼트 및 API를 활용하여 카카오톡 채팅방으로 손쉽게 전달할 수 있는 메시지형 광고
- 특정 고객 행동 이벤트 발생 시점에 고객 맞춤 메시지 발송으로 광고 효율 극대화

| 개인화 메시지 |



| 메시지 발송 Flow |

사전 준비

- 권한 등록된 화이트리스트 계정에서만 운영 가능
- 발송요청을 위한 API 개발 필수

개인화 메시지 캠페인/광고그룹/소재 등록

- 모먼트 플랫폼 기본텍스트형, 와이드이미지형, 와이드리스트형, 캐러셀 커머스형, 캐러셀 피드형 등록 가능
- 모먼트 API 기본텍스트형, 와이드이미지형, 와이드리스트형 등록 가능

개인화 메시지 발송 요청 (모먼트 API)

- 단건 발송(1회 1건), 다건 발송(1회 최대 100건) 제공
- 수신자 전화번호/앱유저아이디, 생성된 소재번호, 메시지 내 포함될 변수값 전달

광고 상품 단가

*CPMS(발송당 과금) 방식

소재유형	기본텍스트형	와이드이미지	와이드리스트	캐러셀커머스	캐러셀피드
발송단가	25	25	30	30	30
프로모션가	20	20	25	25	25

① 고객별 맞춤 메시지

개인화된 메시지 발송으로
광고 효율 극대화

② 즉시 메시지 발송

특정 이벤트, 고객 행동 발생 시
즉시 메시지 발송 가능

③ 쉬운 광고 운영

기존 카카오모먼트 사용성
그대로 쉬운 광고 운영 가능

네이버 성과형 DA PC메인 개편 및 광고상품 업데이트

- PC메인을 모바일과 동일한 비로 노출시켜 편리 기능 강화
- PC홈 광고 상품의 노출 지면 변화로 이용자의 주목도 및 클릭율 증대

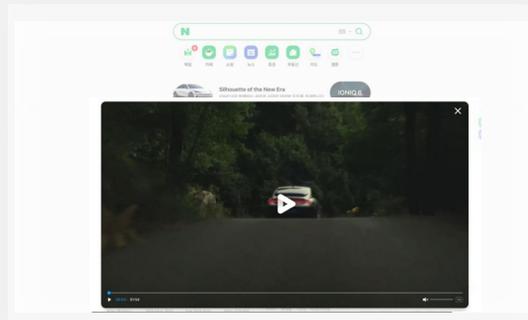
| 광고상품 노출 상세 |

타임보드/롤링보드 기본형



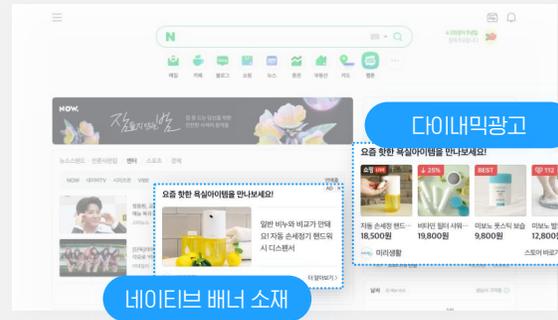
PC홈 메인 상품인 타임보드와 롤링보드의 상품 스펙 변화로 잠재 고객의 구매 욕구 환기

타임보드 프리미엄형



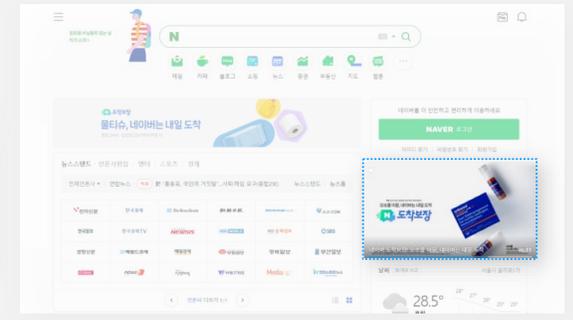
동영상 확장형 상품으로 검색창 하단 영역이 아래로 무빙돼 영상광고 소재 자동 재생

롤링보드 성과형광고



보장형 광고였던 롤링보드가 성과형 광고로 집행 가능해졌으며 별도 소재 제작 없이 노출 가능

롤링보드 아웃스트림 상품



롤링보드 영역 내에서 영상 소재가 전체 자동 재생되며 하단에 텍스트도 함께 노출 가능

아크로스ADN 슬라이딩 배너 타임 런칭

- 전면 배너를 좌측으로 밀어 후면 배너를 노출하는 ‘슬라이딩 배너’ 타임 출시
- 슬라이드를 유도하는 모션에 따라 주목도를 높이고 유저의 액션참여로 신규 고객 유입 증대

| 아크로스ADN |



전면 및 후면 배너를 완전히 노출한 뒤 곧바로 랜딩페이지를 연결해 잠재고객의 유입 확산

기대효과

잠재고객의 시선 확보

움직이는 이미지를 통해 주목도 및 참여율 향상

유저의 자발적인 액션 참여

제품 및 기업의 긍정적인 이미지 제고

신규 유입 및 전환 증대

액션 참여 후 랜딩페이지 자동 연결

| 슬라이드 배너타임 상세 |

구분	내용
활용 가능 디바이스	모바일 전용 (PC 미지원)
과금 체계	CPC(Cost Per Click, 클릭당 비용) 150원
지원 사이즈	200x200 / 250x250 / 300x250 / 320x100 (4개 사이즈) <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;">정사이즈 예시</div>  <div style="margin-left: 10px;">  </div> </div>

■ **NEW MEDIA**

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- T MAP
- 피유엠피 '씽씽'
- 버즈빌 UA 특화 상품

T MAP

- 대한민국 대표 위치기반 서비스
- 다양한 타겟팅(위치 및 사용자 기반) 툴을 통해 광고 효율 극대화

| T MAP |



총 가입자
19,790,000

월 사용자(MAU)
14,300,000



대한민국 운전자 100명 중 78명 가입

경쟁사 대비 압도적인 사용자 수 보유
구매 결정력 높은 3050 이용자 전체의 71% 구성



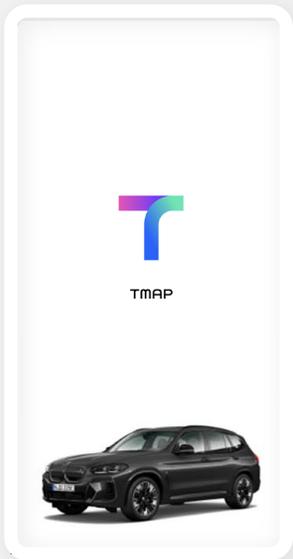
다양한 타겟팅 툴

위치 기반 타겟팅(출발지, 목적지)과
사용자 기반 타겟팅(검색어, 관심사)으로 광고 효율 UP



인벤토리 별 타겟팅

스플래시, 이미지 배너, 네이티브 광고, 쿠폰형 광고 등
인벤토리 별 타겟팅 광고 가능



| 주요 광고 상품 |

이미지 배너

인트로 팝업

T MAP 실행 시 노출되어
주목도와 클릭률 ↑

종료 팝업

T MAP 종료 시 노출

메인 상단 배너

T MAP 메인 화면에 노출되어
메시지 주목도 ↑

검색창 배너

T MAP 검색창 클릭 시 노출

검색 배너

T MAP 검색 결과 화면에 노출

네이티브 광고

모멘티 팝업

고객의 앱 사용상황에 따른
메시지와 혜택 제공하는 플랫폼

쿠폰형 광고

모멘티 쿠폰

고객의 앱 사용상황에 맞춰
메시지와 혜택 제공

음성광고

모멘티 음성

주행 중 운전상황에 맞춰
음성 형태의 메시지 제공

스플래시

T MAP 실행 시 노출되어
주목도 높은 상품

앱 푸시

T MAP을 통해 발송되는
앱 푸시 상품

문자 광고

T MAP 사용자 기반 타겟팅을 통해
발송되는 문자 상품

NEW

피유엠피 '씽씽'

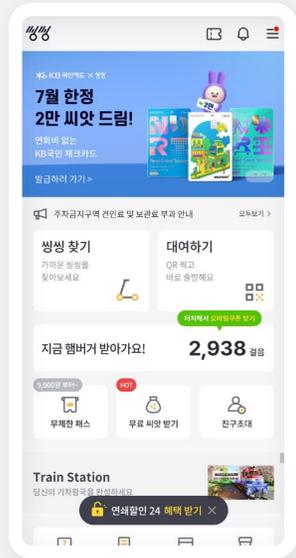
- 대한민국 대표 킥보드/자전거 대여 서비스
- 정밀한 타겟팅(회원가입정보, 금융정보, GPS 데이터)을 기반으로 한 온·오프라인 광고 진행 가능

| 피유엠피 씽씽 |



총 가입자
2,000,000

월 사용자(MAU)
510,000



트렌디한 소비자

대학생, 사회초년생, 직장인 중심 서비스로
총 가입자 200만 명 중 2030 이용자 160만 명



전국단위 홍보

전국 40여 개 주요 도시 내
3만대 이상의 킥보드, 자전거, 디지털 거치대 운영



정밀한 타겟팅

회원가입정보, 금융정보, GPS 데이터를 혼합한
정밀 타겟팅 광고 지원

| 주요 광고 상품 |

오프라인 광고



12.5인치 디지털 사이니지



턱받이 배너



바디 랩핑 광고

온라인 광고

메인 배너

씽씽 앱 실행 초기 화면으로
노출도, 주목도 높은 지면

스테이션 팝업 배너

씽씽 앱테크 '걷기' 서비스 내
항시 노출되는 화면으로
혜택에 관심 많은 회원이 중심

앱 푸쉬, 문자메시지

씽씽 서비스 200만 회원에게
앱 푸쉬, 문자메시지 발송

버즈빌 UA 특화 상품

- 개별 앱 특성에 맞춰 유저가 '특정 액션'을 자연스럽게 수행하도록 유도함으로써 UA가 이뤄지는 광고 상품
- 신규 및 휴면 유저 활성화에 최적화되어 앱 퍼포먼스 마케팅 성과 극대화

| 버즈빌 UA 특화 상품 |



버즈빌 누적 가입자
39,000,000+

월 사용자(MAU)
20,000,000+



저렴한 단가

타사 일반 광고 상품 대비 저렴한 단가로
목표하는 유저 전환 획득 가능



높은 리텐션

이하모먼트*를 일찍이 경험하여
Organic으로 획득된 유저에 비해 높은 리텐션 기록
* 이하모먼트 : 신규 유저가 서비스의 가치를 느끼는 첫 순간

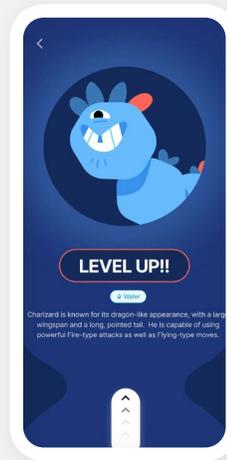


부가 KPI까지 획득

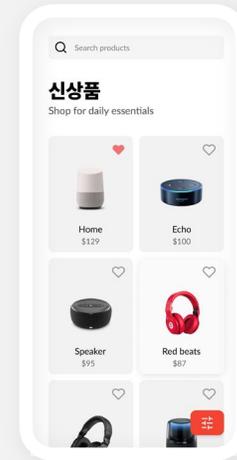
리워드를 제공하지 않는 Lower / Upper Funnel 단계의
여러 이벤트를 또한 동시에 수행하는 부가적인 효과

| 노출 예시 |

게임 앱 A 레벨 업 달성



이커머스 앱 B 상품페이지 조회



O2O 앱 C 이벤트 페이지 방문



유저에게 직접적으로 설치 혹은 특정 액션을 요구하기보다
매력적인 모먼트를 경험하게 함으로써 UA가 달성되도록 자연스럽게 넉칭

■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 3Q 카카오 비즈솔루션 베네핏 / 쓰는 만큼 돌려받는 CASH-BACK 프로모션
- 잼페이스 스킨매칭 PKG 부킹
- 핑크다이어리 메인팝업 1+1 & 리워드 프로모션

3Q 카카오 비즈니스 솔루션 베네핏/ 쓰는 만큼 돌려받는 CASH-BACK 프로모션

- 광고주가 비용 부담 없이 카카오 비즈니스 솔루션 내 여러 타입의 광고를 시도할 수 있도록 무상캐시 지원
- 카카오 비즈니스 광고 집행 금액 만큼 무상캐시백 100% 지원

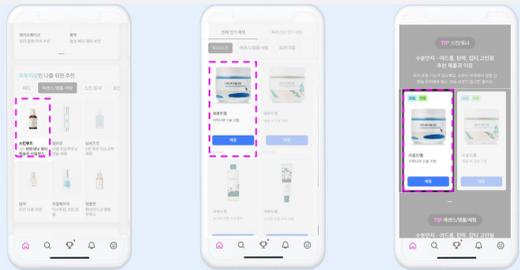


유형	구분	내용
3Q 카카오 비즈니스 솔루션 베네핏 프로모션	대상	카카오 비즈니스 솔루션 무상캐시 지급 이력이 없는 사업자
	혜택	카카오 비즈니스 솔루션(픽셀&SDK, 싱크, 알림톡) 도입 시, 각각 무상캐시 20만원 지급 * 모두 도입 시 총 60만원 무상캐시 지급
	기간	2023. 09. 11 [월] ~ 2023.10.06 [금] 무상캐시 지급일 : 23.10.17 [화]
쓰는 만큼 돌려받는 CASH-BACK 프로모션	대상	카카오 비즈니스 신규 가입자 or 직전 6개월 내 유상 광고비 10만원 미만 사업자
	혜택	해당 월 100만원 이상 신규 광고 집행 시, 집행분에 대한 100% 무상캐시 지급
	대상 상품	<ul style="list-style-type: none"> • DA (비즈보드/비즈보드CPT/디스플레이/동영상/쇼핑박스) • 채널메시지 (모먼트/채널관리자센터)
	기간	2023.09.08 [금] ~ 2023.10.10 [화] 무상캐시 지급일 : 23.10.13 [금]

앱페이스 스킨매칭 PKG 부킹

- 국내 뷰티 앱 성장률 1위 앱으로 독보적인 AI 기술을 활용해 사용자에게 피부특정 및 화장품 매칭 서비스를 제공하는 상품
- 신규 부킹 건에 한해 스킨매칭 유형 별 할인 및 홈 최상단 슷클립 베네프트 DA 증정

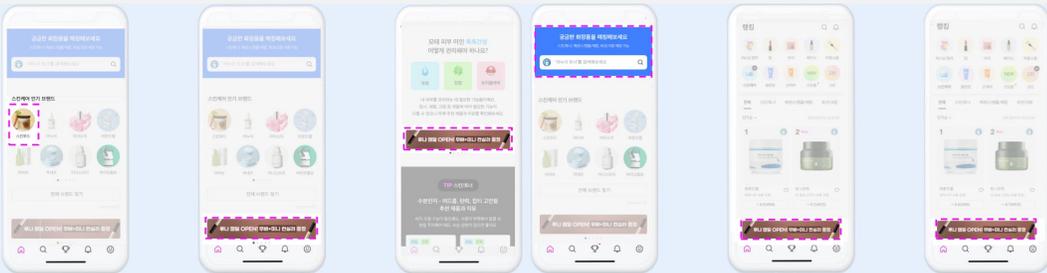
Lite / Premium



슷클립 DA 혜택



Only Premium



유형	구분	내용
Lite	혜택	프로모션가 500만원 + 홈 최상단 슷클립 DA 1회 제공
Premium	혜택	프로모션가 1000만원 + 홈 최상단 슷클립 DA 2회 제공
기간		~ 2023. 09. 30 (토)

핑크다이ารี 메인팝업 1+1 & 리워드 프로모션

- 한정된 예산 및 단기간 집행을 원하는 광고주에게 탁월
- 저예산으로 높은 노출 수를 기록할 수 있어 브랜드 인지도 제고 및 높은 신규 인입 가능



구분	내용
대상	미디어럽, 대행사, 광고주
혜택	메인팝업 광고 N일 집행 시 N일 추가 진행 (= 50% 할인)
기간	2023. 09 ~ 12월 부킹 및 집행 캠페인
추가 리워드	① 신세계 상품권 리워드 : 집행 완료 후 캠페인 예산의 2%를 상품권으로 지급 ② 추가 지면 서비스 : 예산 별 추가 지면 서비스 제공 ③ 스타벅스 카드 : 집행 여부와 관계 없이 제안 요청만 해도 1만원권 증정 * 중복제공 가능
특장점	> 단기간 캠페인 집행 시 활용도 UP > 한정적인 예산으로 최대 광고 효과 도출 > 프로모션 중복 적용으로 효율 극대화

2023.09

MARKETING CALENDAR



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
					1 베를린 국제가전박람회 (~9/5)	2
3	4 지식재산의 날	5	6	7 푸른하늘의 날	8 백로	9 구구데이
시 코리아 2023 9.6~9.8						
10 세계 자살예방의 날 해양경찰의 날	11	12	13	14 포도데이	15 SNS광고마케터 합격자 발표	16 청년의 날
17	18	19	20	21 치매극복의 날	22	23 2022 항저우 아시안 게임 (~10/8)
24	25	26	27 연차 쓰기 좋은 날	28 추석 연휴	29 추석	30 추석 연휴

이달의
HOT 키워드

패션 #가디건 #결혼식하객룩 #가을원피스 #청바지 #트위드자켓

라이프스타일 #전기자전거 #전동킥보드 #전기스쿠터 #자전거용품

추석 #나갈비 #갈비찜 #밀키트 #냄비세트 #프라이팬세트 #명절선물

생활건강 #텀블러 #에어컨커버 #쇼파커버 #셀프도배 #카펫 #러그

SEP
2023



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

문의하기

adure

E . O . D