



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

OCT
2 0 2 3

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 로컬의 '힙'한 변신, 로코노미 인기
- 게임 업계의 새로운 수익 창출 장치, 배틀패스
- 산업 간의 경계가 모호해지는 빅블러 시대

로컬의 재발견 '로코노미' 열풍

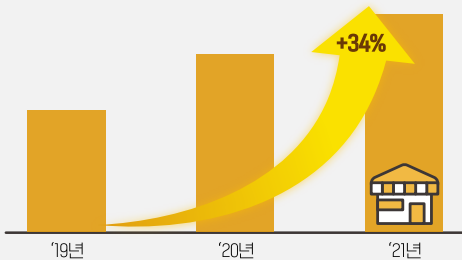
- 코로나19 팬데믹의 영향과 가치소비 확산으로 로코노미 트렌드 급부상
- 소비자 81.6% 로코노미 식품 구매 경험 있다 ... 구매하는 이유는 '지역 특색이 반영된 점이 재미있어서(49.6%)'가 1위

| 로코노미 시장 현황 |

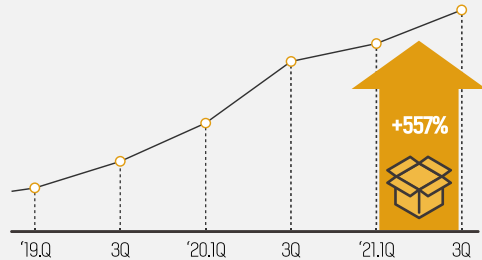
로코노미란?

지역을 뜻하는 '로컬(Local)'과 경제를 의미하는 '이코노미(Economy)'의 합성어로 지역의 특색을 담은 제품과 서비스를 소비하는 문화 현상

로컬 컨셉 숍 이용 변화



산지직송 플랫폼 이용 추이

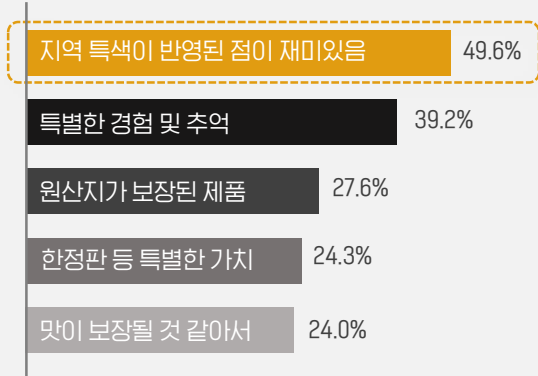


분석기간 : '19년 vs '21년, 각 연도 1~9월 신한카드 이용 기준

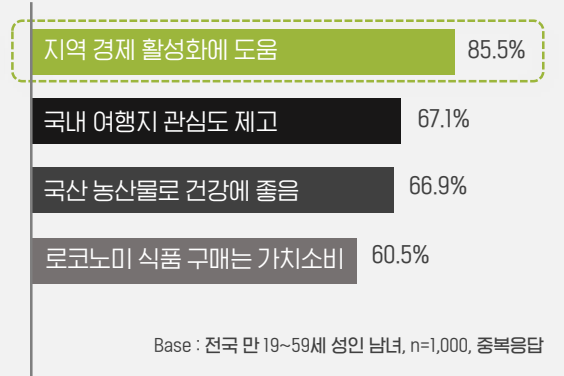
- 개성있고 트렌디한 로컬 브랜드의 증가로 로컬 컨셉 숍 이용 매년 꾸준히 증가
- 로컬 푸드 및 제철 식재료 배송해주는 산지 직송 플랫폼의 다양화로 이용 확대 추세

| 로코노미 식품에 대한 소비자 인식 수준 |

로코노미 식품 구매하는 이유



소비자 만족도 높은 로코노미 식품



로코노미 열풍 요인

코로나19 팬데믹

지역 및 동네 기반의 상품과 콘텐츠에 대한 관심 증가

가치소비 확산

자신의 가치관과 신념을 소비로 드러내는 가치소비 확산

소비자 취향 세분화

라이프스타일과 취향 세분화로 희소가치를 찾는 소비자 증가

MZ세대는 요즘 여기 ... 로컬의 '힙'한 변신

- 로컬은 소비자들에게 특별하고 힙한 요소로 각광 ... 로컬힙이라는 신조어도 등장
- 지역의 특색을 입힌 상품, 장소 등 '로컬힙'은 지방소멸을 막을 수 있는 대안으로 주목

| 가게명 트렌드에도 로컬 반영 추세 |

로컬 관련 주요 키워드 순위 변동



지역의 가치를 비즈니스로 연결하여 소비자 접근성 확대

출처 : 신한카드 빅데이터 연구소

| 지방소멸 대안으로 부상한 로컬힙 |

로컬힙이란?

지역을 뜻하는 '로컬(Local)' 과 감성을 의미하는 '힙(hip)'의 합성어로 특정 지역만의 색깔이 담긴 식품, 공간, 관광 등을 포괄



대표 로컬 상품 '춘천 감자빵'

강원도의 '로즈감자'로 만든 춘천 감자빵은 밤에서 캐낸 감자와 닭은 모습으로 MZ세대 취향 저격



시골에서 힐링 '촌캉스'

로컬힙 트렌드 확산으로 지친 일상을 떠나 조용한 시골에서 휴가를 보내는 '촌캉스' 인기



MZ세대 핫플 '강원도 양양'

지역 특색을 살려 '서핑의 중심지' 양양으로 홍보를 시작한 이후 2030세대 사이에서 가장 핫 한 도시 등극

MZ세대의 로컬힙 문화는 지방소멸 현상을 방지하고, 지역경제 활성화에 기여

출처 : 한국관광공사, 경북도, 양양군

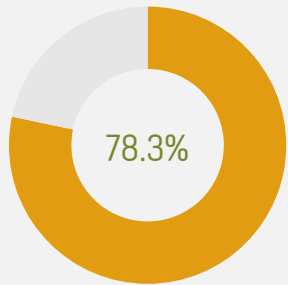
식품 · 유통업계 ‘로컬’을 담다

- 다양한 지역 특산물 활용한 로코노미 마케팅 활발
- 로코노미 상품은 지자체, 기업, 소비자 모두에게 파급효과

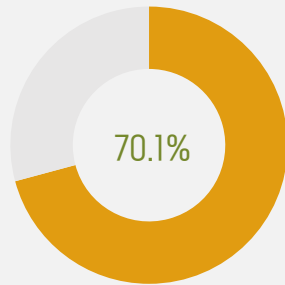
| 소비자 사로잡은 로코노미 식품 |

‘로코노미’ 식품의 인기 체감도

Base : 전국 만 19~59세 성인 남녀, n=1,000, 중복응답

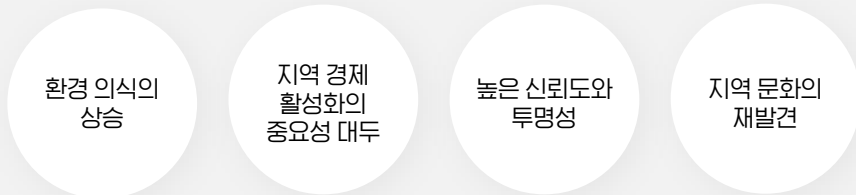


최근 ‘로코노미’ 식품이 점점 더 다양해지고 있는 것 같다



최근 다양한 유통업계에서 ‘로코노미’ 식품을 출시하고 있는 것 같다

로코노미 식품 인기 요인



출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 관련 기사

| 지역 농가와 외식업계의 맛있는 상생 |



로코노미 대표주자 ‘맥도날드’

지난 2021년부터 지역에서 식자재를 공급하는 ‘한국의 맛[Taste of Korea]’ 프로젝트 진행



지역 특화 음료 ‘스타벅스’

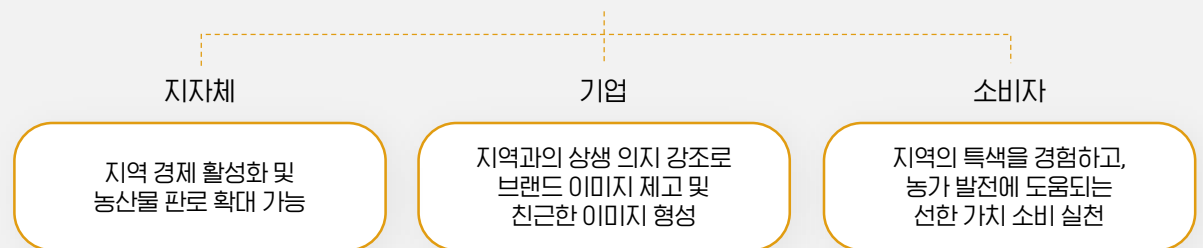
지역의 특성을 활용한 스페셜 리미티드 음료를 지속 개발하여 차별화된 고객 경험 제공



여수밤바다 소주 ‘보양해조’

관광 명소 여수를 알리기 위해 출시된 제품으로 여수 시민은 물론 관광객에게도 사랑받는 지역 대표 소주 등극

모두가 상생하는 로코노미 마케팅의 선순환



출처 : 한국맥도날드, 스타벅스코리아, 보양해조

효자에서 이제는 걸림돌로, 확률형 아이템

- 그동안 무시되었던 확률형 아이템의 다양한 문제점 대두
- 수익으로 확률형 아이템에만 의존했던 게임 업계는 실적 부진 거듭

| 게임 업계의 기존 수익모델 |

확률형 아이템

게임사가 미리 정해둔 확률에 따라 획득할 수 있는 유료 구매 아이템

확률형 아이템 문제점



"넥슨 '확률형 아이템' 이용자 속였다"...'5% 환불' 판결
(머니투데이 기사)

"넥슨은 2011년부터 확률형 아이템을 판매하며 5개 옵션 중 3개가 무작위로 배정 된다고 홍보했다.

그러나 2021년 확률 공개 당시 일부는 최대 2개까지만 나오도록 설정된 사실이 알려지며 분노를 샀다."



지나치게 낮은 확률



확률 조작 확인 어려움



과금 강제 콘텐츠



컴플리트 가차 등 복잡한 구성

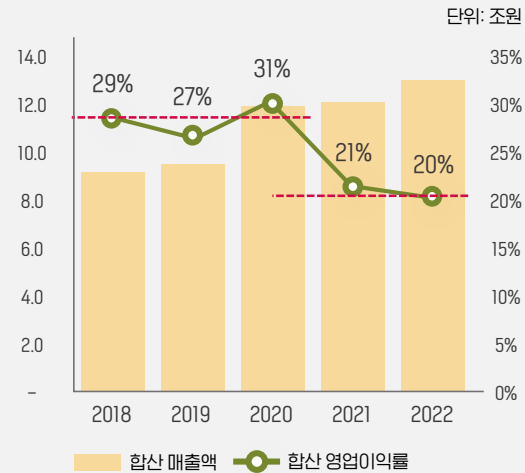


강화, 조합 콘텐츠의 확률 고도화

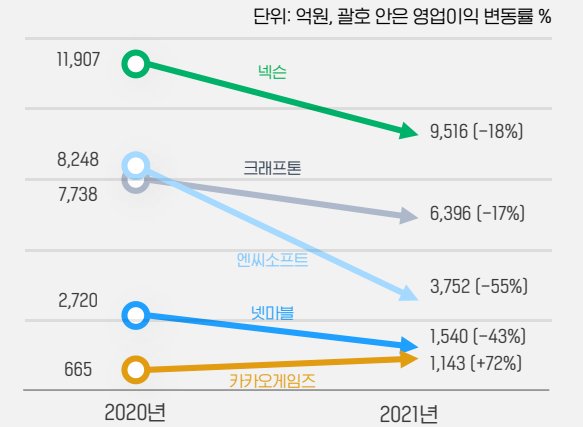
출처 : 보도자료(업계 취합)

| 실적 부진 게임 업계 |

주요 게임사 합산 매출 및 영업이익률 추이



주요 게임사 영업이익의 변화



게임 업계는 주로 수익을 게임 내에서 판매하는 유료 상품을 통해 얻는데, 확률형 아이템의 다양한 문제가 대두되자 매출 실적 부진 거듭

새로운 형식의 유료 상품이 필요한 상황

출처 : 보도자료(업계 취합)

새로운 수익 창출 장치, 배틀패스

- 옆친데 댄친 격으로 국내에서조차 확률형 아이템 규제 확정
- 새로운 수익원을 찾기 위해 게임 업계는 배틀패스 채택

| 확률형 아이템 규제 현황 |

확률형 아이템 해외 규제 사례	
일본	2012년 7월 소비자청 '컴플리트 가치' 금지에 대한 행정처분 명령 * 이중, 삼중 뽑기 형태로 다수의 확률형 아이템을 모았을 때 최종 보상을 주는 행위
네덜란드	2018년 4월 시행사업감독원, '피파18', '도타2' 등 4개의 게임에 도박 관련법 위반 판정
벨기에	2018년 4월 게임도박 위원회에서 확률형 아이템 도박으로 판정 법무장관 성명서 통해 "확률형 아이템 서비스 시 5년 이하 징역 혹은 10억 8500만원 벌금" 발표
중국	2019년 4월 신규 판호 개정 통해 "뽑기의 확률을 백분율로 표기하면 안 되고, '몇 번 하면 나온다'는 식으로 표시해야 한다"는 조항 삽입
영국	2021년 1월 연방 도박법 검토 앞두고 확률형 아이템 실태조사 보고서 통해 확률형 아이템을 도박으로 간주하고, 18세 미만 게임에서 삭제해야 한다는 결론

확률형 아이템 국내 규제는?

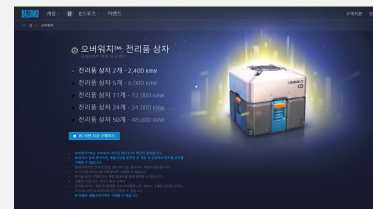
2023년 2월 27일, 확률형 아이템의 종류와 종류별 공급 확률 정보를 해당 게임 홈페이지, 광고 등에 표시해야 하는 내용의 게임산업법 개정안 국회 본회의 통과
1년의 유예기간을 거친 뒤 2024년부터 시행 예정

| 새로운 수익모델로 떠오른 배틀패스 |

배틀패스란?

레벨 업이나 일정 개수의 특정 임무를 달성하면
아이템이나 게임 화폐 보상 등을 순차적으로 지급하는 유료 상품

게임 업계는 확률형 아이템 이후 새로운 수익 창출 장치로 '배틀패스' 채택



"오버워치"의 과거 확률형 아이템



확률형 아이템 삭제 후 배틀패스 출시

배틀패스 장점

게임사
결제 이후에도 지속적인 플레이를 요구하기 때문에 유저 풀 유지에 도움

게임 유저
개인의 노력에 따라 아이템 총량이 정해져 있어 낮은 거부감
프리미엄과 무료로 나뉘어 아이템을 차등 지급하여 무과금 유저 소외감 감소

배틀패스, 확률형 아이템 대안될까?

- 게임 업계는 전반적으로 확률형 아이템에서 배틀패스로 수익원을 전환하는 추세
- 실제로 배틀패스를 채택한 모바일 게임들은 도입 직후 수익 급상승 달성

| 배틀패스 도입 현황 |

2022년 전 세계 인앱 구매 수익 TOP 10 모바일 전략 게임의 수익 모델

	앱 이름	배틀패스	확률형 아이템	광고
	Honor of Kings	0	X	X
	Three Kingdoms Tactics	X	0	X
	Clash of Clans	0	X	X
	Rise of Kingdoms	0	0	X
	State of Survival	X	X	0
	Evony	X	X	X
	Top War: Battle Game	0	0	0
	League of Legends: Wild Rift	0	X	X
	Lords Mobile	0	X	X
	Clash Royale	0	X	X

전 세계 수익 상위 100개 모바일 게임 중 약 54%가 배틀패스 도입

| 배틀패스 성공 사례 |

넥슨

카트라이더: 드리프트 - 레이싱패스



확률 요소를 제외하고 '레이싱 패스' 서비스를 주력 상품화

서든어택 - 서든패스



지속적인 클랜 활동을 장려하기 위해 서든패스 주력 상품으로 채택

넷마블

매직: 마나스트라이크 - 매직패스



추가 과금이 필요 없을 정도의 효율을 가진 매직패스 서비스로 수익모델 정착

스틸얼라이브 - 배틀패스



MMORPG 장르 특성에 맞춰 연속성을 위해 배틀패스 도입

“ 리텐션과 흥행에 긍정적 작용하는 배틀패스의 성공 사례에 힘입어 더 많은 게임사들이 배틀패스를 도입할 것으로 전망 ”

산업 간의 경계를 허무는 '빅블러' 현상 본격화

- 사회 환경의 변화에 따라 기존에 존재하던 전통적인 산업이 저물고 업무 권역을 넘나드는 '빅블러' 현상 부상
- 소비자 편의를 위한 기업의 서비스 확장 및 끊임없는 기술 발전으로 빅블러 현상 가속화

| 혁신의 융합 빅블러 |

빅블러란?

산업 간의 경계 및 범위가 희미해지면서
기존 한 분야의 산업에 있던 기업이 다른 산업에 진출하는 것

빅블러로 인한 산업 확대의 예시 '슈퍼앱'

NAVER

검색엔진 포털 서비스



금융, 쇼핑, 로봇, 자율주행, 등
다양한 편의 서비스 제공

동네 기반 중고 직거래 서비스



금융, 소셜 네트워크 서비스, 부동산 등
위치 기반 서비스 확대

* 슈퍼앱 : 채팅, 금융, 쇼핑 등 다양한 서비스를 하나의 플랫폼에서 제공하는 앱으로
이용자의 다양한 요구사항을 한 번에 충족시키는 특징이 있음

| 빅블러의 등장 배경 |

급격한 기술 발전 및 사회 변화의 영향으로
산업 운영 측면에 다양한 이슈 발생

- 전기차, 수소차 등 정부 정책 목표에 부합 (친환경 모빌리티)**
- AI, 빅데이터 등 정보 기술 발달**
- 소비자의 요구 다양화**
- 팬데믹으로 인한 온라인 시장 성장**
- 판매 - 구매 등 소비 관계의 변화**
- 기술력을 가진 기업의 새로운 시장 진출**

빅블러로 발현된 시장 변화와 기업의 대응 전략

- 생산자와 소비자, 온라인과 오프라인, 제품과 서비스 간의 역할 붕괴 및 융화 현상 발생
- 기업의 고객 유치를 위한 경쟁 구도 증진

I 빅블러가 낳은 시장의 변화 I

유통 시장의 패권 경쟁 치열



올해 국내 3대 유통사 2분기 실적 결과, 쿠팡이 유통 신흥 강자로 떠오르면서 기존의 전통 강자와 경쟁이 치열해질 것으로 전망

관습적인 소비 형태 붕괴

- | 채널 | 산업 | 소비자 |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 온·오프라인 기업의 영역 구분 소실 | <ul style="list-style-type: none"> 여러 산업 간의 영역이 흐려지는 현상 발생 | <ul style="list-style-type: none"> 판매자와 소비자 간의 역할 구분이 혼재 |

I 빅블러 현상에 맞서는 업계 I

IT업계	금융업계	뷰티업계
<p>새로운 비즈니스 도입으로 기존 서비스 강화해 잠재 or 휴면 고객 인입 제고</p> <ul style="list-style-type: none"> kakao > 자체 AI '헬릭스' 론칭 yanolja > 항공 서비스 론칭 오늘의집 > 장보기 서비스 '오픈런탈' 론칭 <p><small>* 2023년 7월 론칭</small></p>	<p>금융업 진입 장벽 완화 및 고객들의 편의성 추구가 맞물려 생태계 플랫폼으로 성장</p> <ul style="list-style-type: none"> KB국민은행 > 부동산 서비스 '내집내집' 출시 우리은행 > 헬스케어 서비스 'GC케어' 론칭 NH농협은행 > 김치구독서비스 '농협김치맛선' 론칭 <p><small>* 2023년 5월, 8월, 9월 론칭</small></p>	<p>MZ세대의 소비 트렌드를 분석해 다양한 사업을 도전하거나 새로운 상품 출시에 적극적</p> <ul style="list-style-type: none"> LG생활건강 > 뷰티 업계 최초 NFT 발행 OLIVE YOUNG > 식품 산업에 이어 주류 판매 시작 AMORPACIFIC > 라이브 커머스 '라이브 탭' 론칭 <p><small>* 2023년 2월, 6월, 9월 론칭</small></p>

기존 업무 강화 및 새로운 서비스 도입을 통해 소비자의 이탈 요소 완화

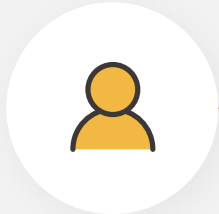
빅블러 발생 후 앞으로의 산업계 전망

- 기업 간의 경쟁 및 협력의 결과로 미래 산업에 가까운 혁신적인 서비스 발굴 예상
- 관련 전문가들은 빅블러 현상을 '새로운 시대의 도래를 이끄는 한 단계'라고 해석

| 빅블러의 의미 |

소비자 입장

빅블러 현상에 대응하는 기업의 갖은 전략으로 소비자는 이전에는 경험할 수 없었던 편의 서비스 향유



결제, 문화생활, 커뮤니티 등 다양한 요구 사항을 한 번에 해결할 수 있어 시간 및 비용 절약이 가능하고 원하는 제품이나 브랜드 탐색 여정이 수월해짐



기업 입장

긍정적인 영향

- 혁신적인 아이디어 및 기술력을 가진 스타트업의 출현 기회가 많아짐
- 상당한 기술력을 가지고 있는 재계 혹은 벤처기업은 여러 기업과 제휴를 맺어 리스크를 줄인 투자 전략 실행

부정적인 영향

- 기업 간의 거버넌스, 정보보호, 지식재산권 등의 문제 발생 확률이 높음
- 금융권의 경우, '금융지주회사법'으로 인해 한정적인 발전만 가능하여 오히려 금융그룹의 시너지 창출이 어려움

| 빅블러 가속화에 대한 전문가 소견 및 전망 |

서용구 교수 / 숙명여자대학교



4차 산업혁명으로 데이터 기반의 플랫폼 경제의 축이 움직이면서 모든 것의 정의와 경계가 흔들리는 세상이 되었다. 빅블러의 시대는 곧 빅테크의 시대이며 기술이 경제를 이끄는 새로운 시대이다.

세종대학교 / 황용식 교수



스마트폰 보급 및 ICT 발전이 빅블러를 더 가속화했다. 새로운 플랫폼 사업의 확장과 여러 혁신적인 서비스의 등장에 산업 간 영역 파괴가 지속되면서 새로운 패러다임이 만들어진 것이다.

“ 빅블러 현상의 장점에 초점을 맞춰 분석한 결과 앞으로는 매우 다채롭고 흥미로운 시장의 변화가 있을 것으로 추측 ”

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 크리에오 CV LAL 오디언스 타겟팅 옵션 업데이트
- 지그재그 광고 개편 및 상세한 디테일 설정 업데이트
- 틱톡 애즈 프로젝트 업데이트

크리테오 CV LAL 오디언스 타겟팅 옵션 업데이트

- 전환 가능성이 높은 잠재 고객 발견 및 획득에 효과적인 새로운 오디언스 타겟팅 옵션
- 크리테오 자체 구매 이벤트를 활용하여 효율적인 타겟팅 가능

| Criteo Conversion Lookalike |

CRITEO



Onetag event 기반 Seed 오디언스 생성



Event Audience



Lookalike



Adset 연결



광고 노출



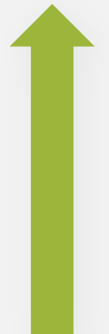
CG에서 CV 유저의 직접 추출이 가능해져
Contact list 없이도 Event 기반 Lookalike 확장 가능

| Conversion Event Seed 예시 |

고객 유형 활용

최근 구매자	최근 30일 이내 구매 고객
다수 구매자	여러 번 구매한 고객
모든 구매자	항상 구매를 하는 고객
일회 구매자	한 번만 구매한 고객
장바구니 포기	장바구니 추가 후 구매X 고객

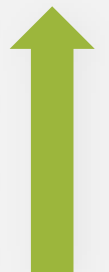
권장도



고급 설정 활용

구매됨	카테고리	특정 카테고리 상품 구매 고객
	브랜드	특정 브랜드 상품 구매 고객
장바구니 포기	카테고리	특정 카테고리 상품 추가 후 구매X 고객
	브랜드	특정 브랜드 상품 추가 후 구매X 고객

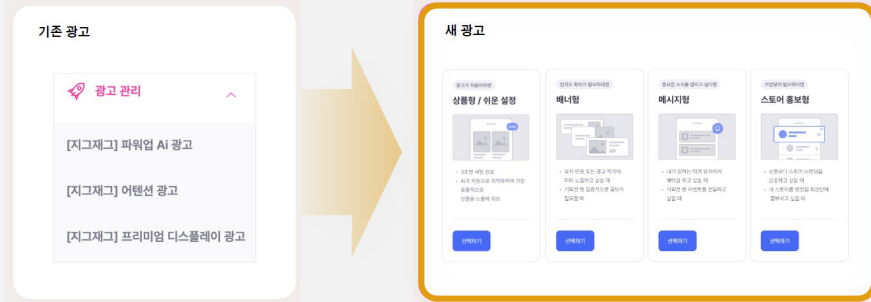
권장도



지그재그 광고 개편 및 상세한 디테일 설정 업데이트

- 지그재그 모든 광고 상품들을 하나의 상품으로 개편해 통합관리 가능
- 상세한 타겟팅 및 광고 디테일 설정을 업데이트하여 높은 효율 기대

| 광고 통합관리 |



목적에 따른 분리

상품형 광고로 원하는 상품들을 별도 예산으로 설정해 목적, 유형별로 상품 그룹을 구성 가능

클릭률 높은 그룹

신상품 그룹

부스팅 그룹

| 디테일 설정 상세 |

상품형 광고에서 타겟팅과 부스팅 강도 옵션 설정이 가능하며 그룹별 상품 구성도 수동 등록 외 상품 기준을 설정해 자동으로 광고 상품 업데이트 가능

01 타겟팅 옵션

타겟팅

전체 시
 신규 고객
 유사 타겟
 이탈 고객
 내 스토어 고객

전체
 10대
 20대 초반
 20대 후반
 30대
 40대
 50대 이상

예상 타겟 규모: 42,710 ~ 52,201명

타겟팅 설정 및 사용 가능한 데이터에 따라 추산치가 시간이 지남에 따라 크게 다를 수 있습니다.

02 부스팅 강도 조절

노출 부스팅

부스팅 단계를 선택해 보세요

이 선택 시 기본 입찰방식으로 최소 비용으로 노출위치를 분배합니다.

기본 1단계 2단계 3단계

TIP 노출 부스팅 도우미

부스팅을 설정하면 입찰가를 높여 기본 설정 대비하여 효율이 높은 노출위치를 선정할 수 있습니다.

03 그룹 내 상품 자동 갱신

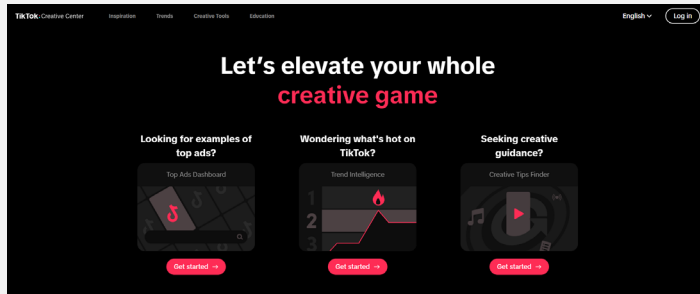


틱톡 애즈 프로젝트 업데이트

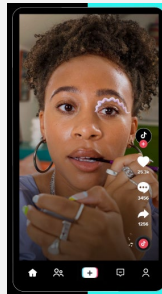
- 앱 내 광고 캠페인 운영 범위를 넓히고 타겟팅 조건을 세부적으로 업데이트
- 원활한 광고 캠페인 활성화와 광고 효율 극대화 기대

| Tiktok Ads Product Update |

Top Ads in Creative Center



노출 지면



기대효과

무료로 창의적인 영감을 빠르게 얻을 수 있음

하나의 소재 안에 다양한 상품 노출 가능

VSA 잠재고객 타겟팅 혹은 리타겟팅을 통해 전반적인 전환 효율 개선 가능

| 업데이트 내용 상세 |

구분	내용
VSA (Video Shopping Ads)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 캐러셀 광고를 Video Shopping Ads와 함께 운영 가능 ➢ 잠재고객/리타겟팅 캠페인 \$300 이상 집행하는 선착순 50개 광고주에게 \$1000 크레딧 지급 ➢ VSA 상품에도 CBO(캠페인 예산 최적화) 솔루션 적용 가능
구매 의사 타겟팅 업데이트	<p>앱 프로모션과 리드 생성 목적으로 적용 가능</p> <ul style="list-style-type: none"> * 적용 가능 상품 : 인피드 비당형, 틱톡 지면 * 적용 가능 최적화 목적 : 웹 전환, 앱 프로모션, 리드 생성, 제품판매
자동 규칙 조건 업데이트	<p>규칙 기반 작업을 생성하여 캠페인과 광고 그룹 및 광고를 자동으로 확인 및 관리 가능</p>
iOS 앱 리타겟팅 캠페인	<p>화이트리스트를 통해 iOS 14.5 이상[opt-in only] 유저 선택 가능</p>
Top Ads in Creative Center 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 언어 / 스파크애즈 여부 필터 가능 ➢ 브랜드명 및 랜딩페이지 확인 가능 ➢ 예산 레벨 확인 가능 ➢ 분석 차트 항목 업데이트

■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 디어테일
- 피터팬의 좋은방 구하기
- 데이트립

디어테일

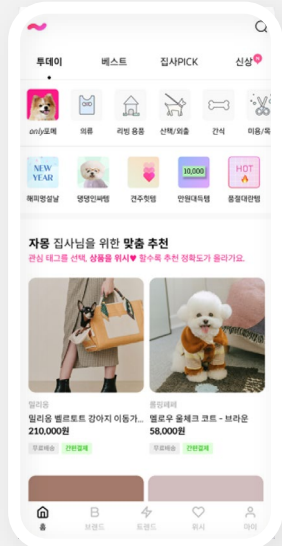
- 국내 최초 MZ세대 펫팸족을 대상으로 하는 데이터 기반의 취향 맞춤형 모바일 커머스 앱
- 앱 내 다양한 지면에 상세 타겟팅이 가능해 높은 구매 전환율 기대 가능

| 디어테일 |



누적 다운로드 수
600,000+

월 사용자(MAU)
100,000



리뷰 확보

인증된 펫플루언서의 제품 경험을 통한
신뢰도 높은 리뷰 확보와 자연스러운 바이럴 홍보



노출 영역 확대

60만+ 유저 대상으로 홈탭 메인배너와
20만+ 푸시 메시지 발송으로 지속적인 브랜드 노출 가능



진성 고객 확보

실제 견주가 90% 구성된 인스타그램/카카오톡
팔로우 대상 메시지 발송 및 상세 홍보

| 노출 예시 |

브랜드 마케팅

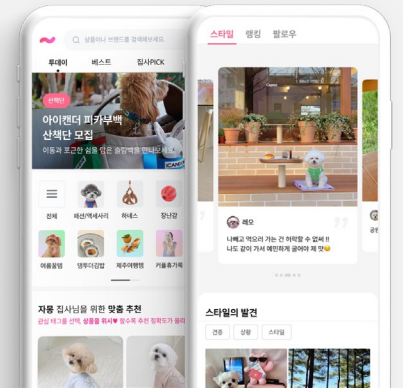
메인배너, 앱 내 상품 큐레이션, 스타일피드



브랜드 노출



자사몰 유입 및 구매 전환



체험단

평균 이벤트 조회 수
10,000+

평균 이벤트 신청자 수
2,000+

리뷰 작성률
100%

신청자 MZ세대 비율
70%+



피터팬의 좋은방 구하기

- 국내 유일, 직거래 매물 탐색이 가능한 부동산 매물정보 서비스
- 2030세대 1인 가구 대상으로 집중 반복적인 광고 노출 가능

| 피터팬의 좋은방 구하기 |



누적 가입자 수
5,000,000

월 사용자(MAU)
2,960,000



네이버부동산이 인정한 플랫폼

월 296만명이 이용하는 서비스로
네이버부동산이 인정한 부동산 직거래 플랫폼



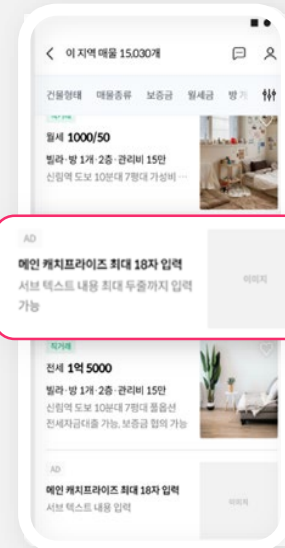
주 이용층 2030 1인 가구

구매력 높은 2030세대와
원투룸을 선호하는 1인 가구 고객이 주 이용층



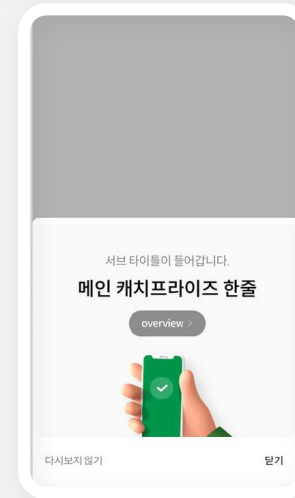
집중 반복적인 화면 조회

1인 기준 1일당 평균 조회수 6.2~7.2회로
타겟 대상으로 집중 반복적인 광고 노출 가능



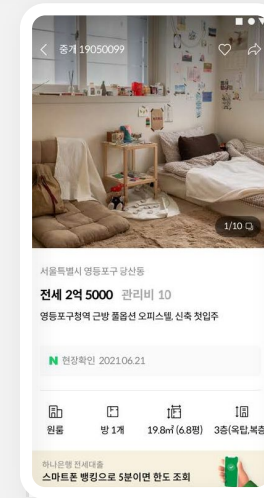
| 주요 광고 상품 |

DA 팝업광고



앱 실행 시 메인화면 노출
#이용자의 높은 몰입도

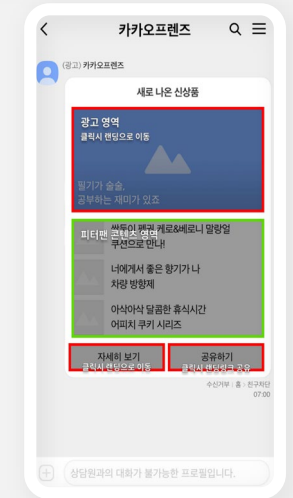
DA 배너광고



1) 매물리스트 배너광고
상품 카테고리별로 노출

2) 매물상세 배너광고
매물상세 첫화면 하단 노출
#광고 인지 용이

카톡채널 메시지 광고

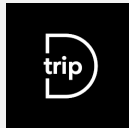


카톡 채널 추가 이용자에게 발송
#높은 오픈율 및 클릭률

데이트립

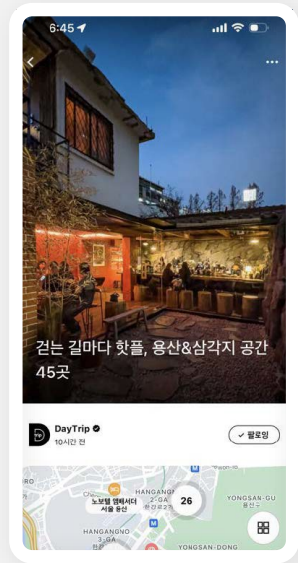
- 건축가, 여행작가, 포토그래퍼 등 로컬 큐레이터의 감도 높은 공간 콘텐츠로 일상을 더 다채롭게 만드는 플랫폼
- 공간과 제품을 감각적이고 트렌디한 콘텐츠로 발행 가능

| 데이트립 |



누적 다운로드 수
480,000

트렌드 리더
2534 이용자 50%



24시간마다 신규 콘텐츠 업데이트

공간이 데이트립 앱 내 지도에 등록되며, 인근 유저 또는 해당 지역을 검색하는 유저에게 추천 노출



인스타그램 월 약 400만 건 노출

데이트립 인스타그램 팔로워 수는 47만명이며 (23년 8월 기준) 1834 팔로워 비중이 약 70% 이상



글로벌 크리에이터 보유

현재 200명 이상의 크리에이터가 엄선된 공간 콘텐츠 발행

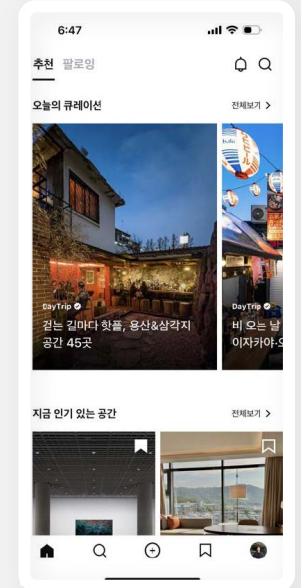
| 주요 광고 상품 |

인스타그램



인스타그램 1회 노출
(게시글, 스토리 포함)

APP



앱 접속 시 가장 먼저 보이는 상단 구좌에
24시간 노출되는 상품

■ PROMOTION

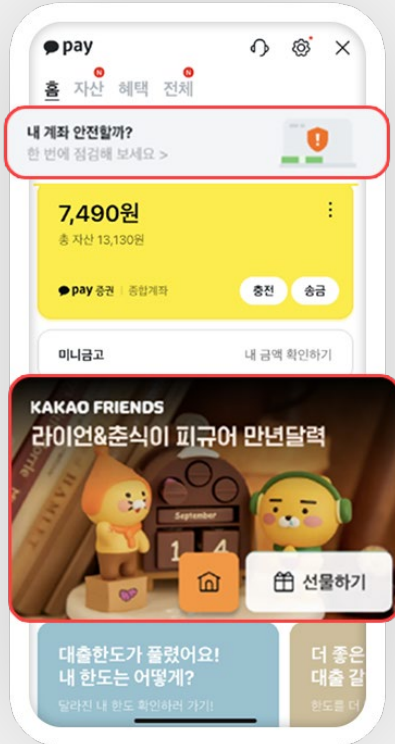
이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 버즈빌 카카오페이 X 카카오뱅크 4분기 할인 프로모션
- 토스 4분기 배너광고 할인 프로모션
- ADN 올영 패키지 프로모션

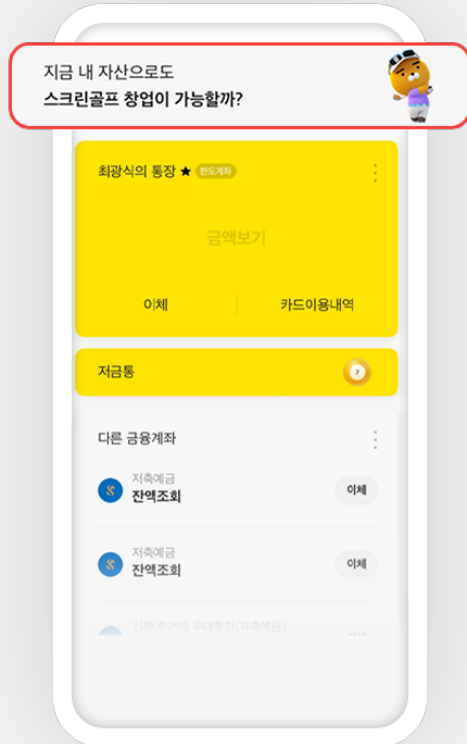
버즈빌 카카오페이 X 카카오뱅크 4분기 할인 프로모션

- 월간 활성 이용자가 높은 매체를 통해 높은 기대 효과를 도출할 수 있는 상품
- 정밀 타겟팅이 적용된 배너 CPM 단가 할인 및 SNS 구독형 상품 서비스 지원

카카오페이 페이지



카카오뱅크

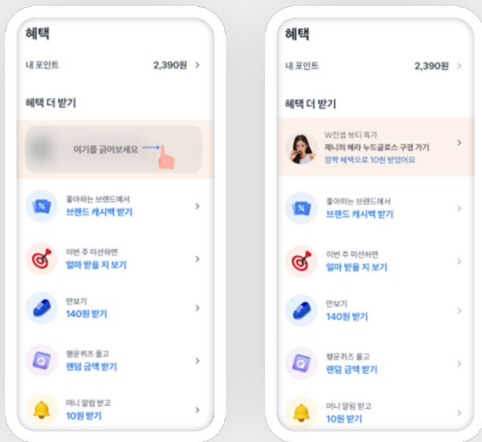


유형	구분	내용
단가 할인 및 추가서비스 제공	혜택	1) 카카오페이&카카오뱅크 CPM 20% 할인 2) 카카오페이&카카오뱅크 SNS 구독형 상품 20% 서비스 지원 * 부킹된 제안 물량 외 20% 추가 물량 제공 * 버즈빌 최소 집행 예산 기준 충족 시 적용 가능
CPM 정밀 타겟팅 지원	혜택	클릭 유저 및 ADID 등 정밀 타겟팅 적용 시 오직 10%만 할증
기간		2023.10.01 [일] ~ 2023.12.31 [일]

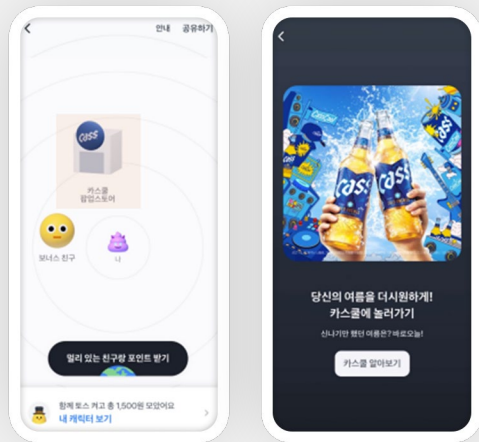
토스 4분기 배너광고 할인 프로모션

- 차별화된 액션 배너 노출 및 소비이력 기반의 타겟팅이 가능한 상품
- 신규 집행 건에 한해 CPC 단가 할인 적용

혜택탭 배너



모먼트 배너

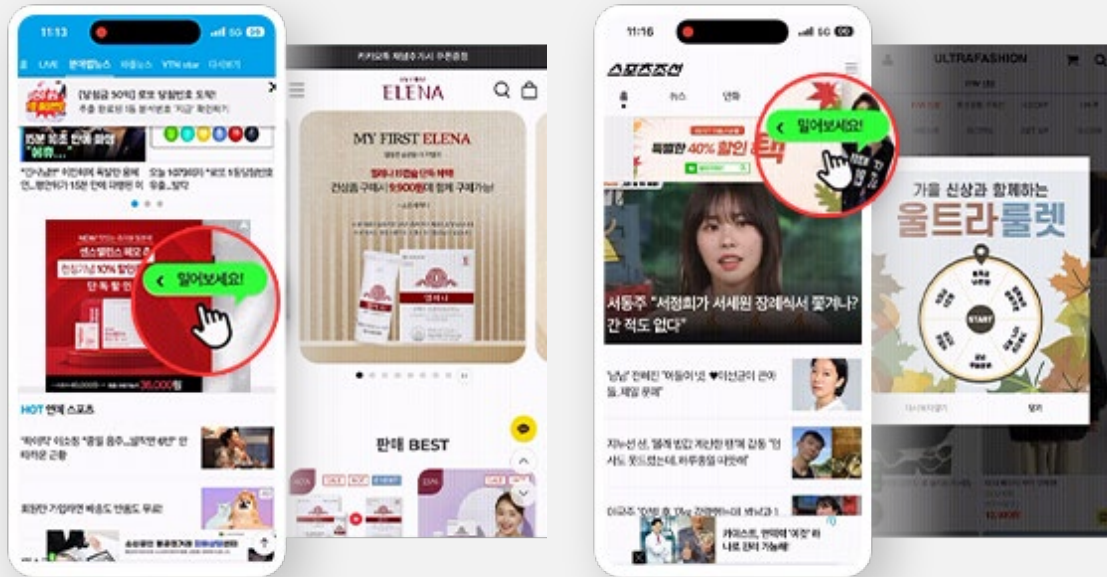


유형	노출 영역	내용
혜택 배너	혜택 탭 + 기타 지면	CPC 단가 할인
모먼트 배너	함께 토스 켜기 + 송금 완료	
기간		2023.09.04 (월) ~ 2023.12.31 (일)

ADN 올영 패키지 프로모션

- 다양한 타겟팅 방법을 통해 구매 전환율이 높은 잠재 고객에게 자연스러운 접근이 가능한 상품
- 주목도가 높은 슬라이딩 배너 CPC 할인 및 세밀한 타겟팅 적용

AND 슬라이딩 배너



구분	내용
대상	올리브영 캠페인 집행 광고주
혜택	① 기본 CPC 할인 (최대 47% 할인) ② 집행 금액 구간에 따른 무상 포인트 지급 (최대 50만원 지급)
운영 제안	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 유저의 검색 이력을 통한 직관적 타겟팅 (키워드 타겟팅) ➢ SKP DMP를 활용한 뷰티/헬스/푸드 카테고리 커스텀 타겟팅 (DMP 타겟팅) ➢ 설정한 카테고리의 경쟁사 유입 모수를 타겟팅 (관심사 타겟팅) ➢ 주요 잠재 고객층의 오디언스를 설정하여 타겟팅 (오디언스 타겟팅) ➢ 주목도가 높은 소재 활용 (슬라이딩 배너) * 활용 가능 소재 및 디바이스 : 슬라이딩 배너(MO), 고정이미지&네이티브 배너(APP)
기간	2023.09.01 (금) ~ 2023.12.31 (일)



2023.10

MARKETING CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1 국군의날, 세계 채식인의날	2 대체공휴일, 노인의날, 도하엑스포(~24년 3/28)	3 개천절	4 2023 부산국제영화제 (~10/13)	5 세계한인의날	6 연차쓰기좋은날	7
8 한로 2022 항저우아시안 게임 폐막식	9 한글날	10 임산부의날, 정신건강의날, 2023 리그 오브 레전드 월드 챔피언십 코리아(~11/19)	11 2023년 대한민국 재보궐 선거	12	13	14 외인데이, 호스피스의날
15 체육의날	16 SNS광고마케터접수 (~10/27)	17	18 산의날	19	20 검색광고마케터 1급 합격자 발표	21 경찰의날, 문화의날
22	23 중앙절	24 상강 유엔의날, 사고데이	25 독도의날	26	27	28
29 지방자치의날	30	31 할러윈 데이				

애드아시아(AD ASIA) 2023 서울 10/24~10/27

이달의
HOT 키워드

패션 #요가레깅스 #남성레깅스 #등산스타킹 #등산화 #후드바람막이

가을단풍 #가을단풍여행지 #가을단풍시기 #가을가볼만한곳 #근교드라이브

라이프스타일 #온수매트 #전기장판 #가습기 #캠핑난로 #온풍기

OCT
2023



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

문의하기

adure

E . O . D