



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

MAR
2 0 2 4

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 생성형 AI가 만드는 새로운 미래 모습
- 체험을 통해 구매로 가는 길, 트라이슈머
- 오프라인 시장 1위 자리를 노리는 편의점 근황

생성형 AI 시대 개막

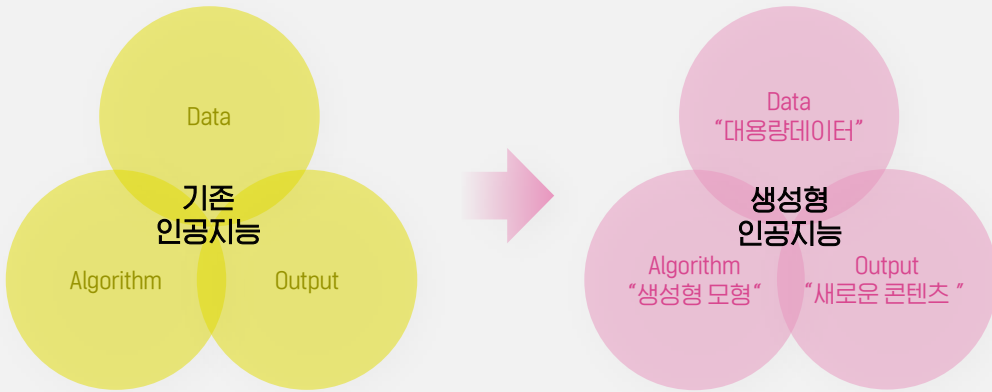
- 인공지능의 발전과 함께 진화된 '생성형 AI' 미래 산업의 게임 체인저로 부상
- 22년 11월 챗GPT 출시 이후, 누구나 쉽게 접근하고 활용할 수 있는 '생성형 AI' 대중 서비스로 자리매김

| 인공지능 기술의 발전 '생성형 AI' |

생성형 AI란?

텍스트, 이미지, 음악, 동영상 등 기존 콘텐츠를 활용해 새로운 콘텐츠를 생성하는 인공지능(AI) 기술

기존 인공지능 VS 생성형 인공지능

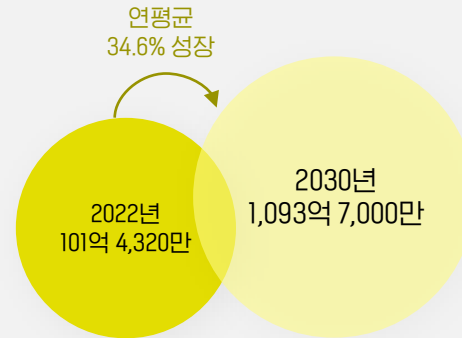


생성형 인공지능은 대규모 생성형 모형을 구축하고, 방대한 데이터를 학습시켜 실제 활용 가능한 수준의 고품질 콘텐츠 생성 가능

| 챗GPT가 몰고온 생성형 AI 열풍 |

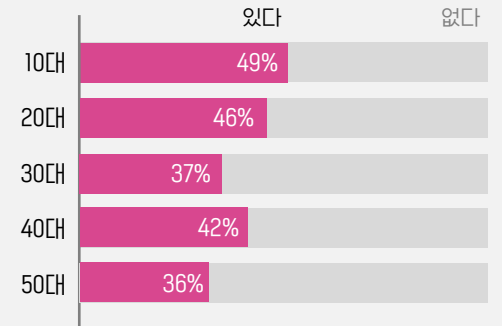
글로벌 생성형 AI 시장 규모

단위: 달러



2023 생성형 AI 이용 행태

Base: 서울/경기 만 15~59세 남녀, n=1,000



챗GPT는 대화형 인공지능 챗봇으로 기존 AI 챗봇과 달리 획기적인 기능·기술적 발전으로 생성형 AI 열풍 주도

생성형 AI 활용 분야



생성형 AI가 선사할 마케팅의 미래는?

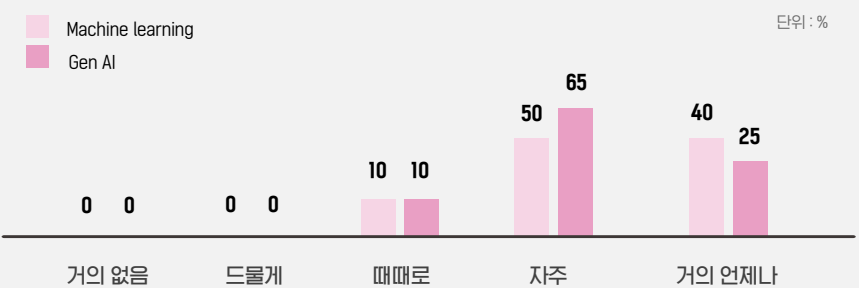
- 생성형 AI 활용으로 수년 내 기업의 마케팅 업무 3분의 1가량 자동화 될 것으로 전망
- 소비자에게 개인화된 서비스 제공이 가능해 광고/마케팅 업계의 생성형 AI 활용 증가 추세

| AI가 일하는 세상 도래 |

IDC 2024년 이후 미래 전망 보고서



세일즈와 마케팅 부문에서의 향후 2년 안에 생성형 AI 활용 계획 정도



출처: IDC, McKinsey

| 인간의 창작 영역을 넘보는 생성형 AI |

생성형 AI 마케팅 사례

<p>대흥기획 '롯데그룹 신년광고'</p> <p>국내 처음으로 카피 포함 텍스트, 이미지, 광고 배경 음악 등 광고영상 제작 전 과정에 생성형 AI 활용</p>	<p>11번가 '여름 바캉스 프로모션'</p> <p>인공지능 이미지 생성 프로그램 '미드저니'를 활용하여 프로모션 이미지 제작</p>	<p>현대백화점 '루이스'</p> <p>광고 카피, 판촉행사 소개문 등 마케팅 문구 제작에 특화된 AI 카피라이팅 시스템 '루이스' 도입</p>
--	---	---

마케팅 활용 시 장점

<p>자동화로 시간 및 예산 효율성 증대</p>	<p>타겟 고객 맞춤형 콘텐츠 생성 가능</p>	<p>구조화되지 않은 고객 데이터 분석 가능</p>
----------------------------	----------------------------	------------------------------

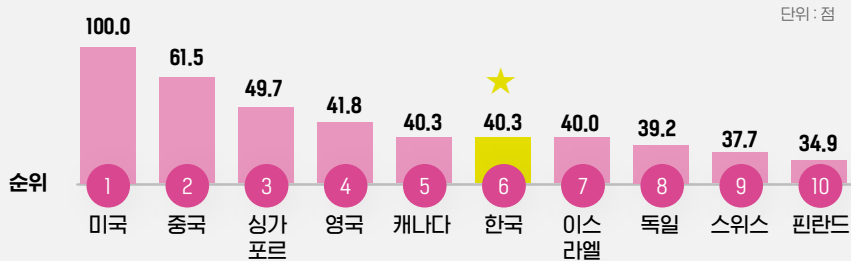
출처: 각 사, 보도자료(업계 취합)

국내 생성형 AI 어디까지 왔나

- 글로벌 AI 지수 상위 국가이지만 현장 인력 부족 및 민간투자 부진 문제 심각
- 글로벌 시장 내 생성형 AI 선점을 위해 정부 관련 정책 강화 추진

| 국내 AI 경쟁력의 현주소 |

2023 글로벌 AI 지수 상위 국가



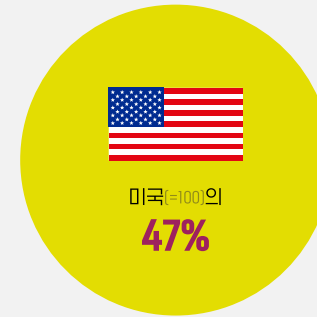
한국의 글로벌 AI 지수 부문별 순위

구분	종합	인재	인프라	운영환경	연구수준	특허	정책	민간투자
2019년	8위	28위	5위	30위	22위	3위	31위	25위
2023년	6위	12위	7위	11위	12위	3위	6위	18위

국내 AI 기술은 조사대상 62개국 중 6위 수준으로 'AI 강대국'으로 평가 받고 있지만 여전히 인재, 민간투자 부문에서는 약세

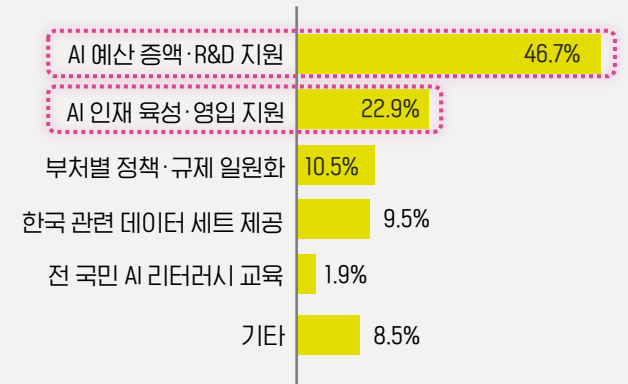
| 장밋빛 미래를 위한 준비 |

한국인 개발자들이 평가한 국내 AI 수준



Base : AI 관련 59개 기관, n=105
* 기준년도 : 2024년

한국 AI 경쟁력 어떻게 올리나



디지털 인재 양성을 위한 정부 정책



2026년까지 디지털 인재 100만 양성 목표

생성형 AI 선도인재 양성 신설 및 디지털 분야 대학원 확대

기업주도형·혁신형 인재양성 내실화로 전문 실무인재 적기 양성

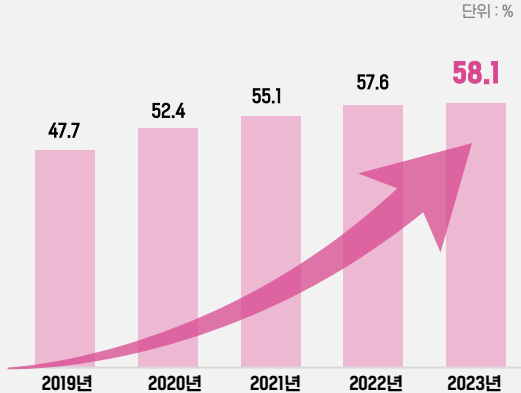
2024년 4,393억원 투자

과대광고 폭증, 소비자들의 지혜로운 진화 시작

- SNS 이용량이 늘면서, 소비자를 유인하기 위한 과대광고 급증
- 허위·과대광고에 대응하기 위해 현명한 소비를 추구하는 전략적 소비자들 증가

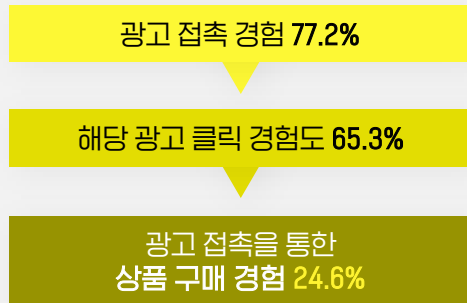
| 도 넘은 SNS 광고 시장 실태 |

SNS 이용률 추이



SNS를 통한 광고 노출 구매

기준 : 2023년, 인스타그램



2023년 허위·과대광고 적발



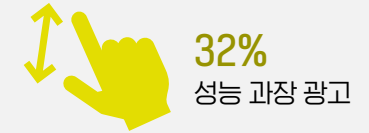
사용자의 주목을 끄는 콘텐츠가 SNS에서 더 많은 노출을 받으며 허위·과대광고 증가

| 불황 속 똑똑해지는 소비자 |

과대광고 피해 경험



가장 많이 접한 유해 광고 형태



* 기준년도 : 2023년

소비자의 유형



지속되는 경기 불황과 SNS 과대광고 속에서 상품을 실속 있게 구매하려는 **전략적 소비자** 증가

똑똑한 소비자의 등장 '트라이슈머'

- 실제 사용 경험을 주로 하는 제품이나 서비스에 특화된 트라이슈머
- 소비자들이 고객 가치를 경험할 수 있도록 기업들이 다채로운 형식의 트라이슈머 마케팅 강화

| 경험하고 선택하는 트라이슈머 | 트라이슈머란?

'시도(Try)'와 '소비자(Consumer)'의 합성어로
새로운 제품이나 서비스를 체험해 보고 평가한 후 구매하는 소비자

트라이슈머 구매 단계

제품에 대한
사전 정보 수집

▶▶▶
체험단, 서포터즈 등
제품을 접할 수 있는
기회 탐색

▶▶▶
제품 실사용 후
만족도에 따라
제품 구매

트라이슈머 특징



새로운 제품이나 서비스를 직접 체험하고 경험하는 과정을 통해 만족감을 얻는 참여적인 성향



마케터들의 강제적 광고보다 자유로운 선택을 선호 자발적 참여를 통해 오는 경험을 중시



체험을 통해 얻는 경험을 소셜 미디어로 공유하며 소셜 콘텐츠를 통한 마케팅에 기여

| 트라이슈머 마케팅 사례 | 온라인 (Online)

SSG닷컴



<온라인 시식회>

인기 상품 샘플링 체험을 통한
신상품 홍보로 매출 증대 효과

경동나비엔



<단골상점>

2주간 온수 매트 체험 기회 제공
체험단 200명 중 66% 구매 희망

아모레퍼시픽



<써봐야 안다>

원하는 샘플 12종을 골라
다양한 화장품 브랜드 경험 제공

오프라인 (Offline)

동대문 엽기떡볶이



<팝업스토어>

자사 이색 메뉴 시식 서비스 후
소비자 피드백 받아 신제품 출시

에이스침대



<체험형 매장>

베스트셀러 제품들 직접 경험
제품 비교 분석 용이

세라젬



<웰카페>

홈 헬스케어 제품과 서비스 제공
누적 체험 고객 수 570만 명 돌파

능동적 소비 추구하는 트라이슈머를 사로잡기 위한
경험 중심의 온·오프라인 마케팅 강화

체험으로 믿음을 쌓는 '트라이얼 키트'

- 소비자와 브랜드 간 유대감 강화하고 마케팅 전략의 효과를 향상시키는 트라이얼 키트
- K-뷰티에 특화되었던 트라이얼 키트가 다양한 분야에서 사용될 전망

| 트라이얼 키트의 획기적 역할 |

트라이얼 키트란?

'시험(Trial)'과 '묶음(Kit)'의 합성어로
자사의 대표 제품을 경험해볼 수 있는 소용량 세트

트라이얼 키트 장점

소비자

- ✓ 상품 구매 전 확신 증진 및 구매 결정에 도움
- ✓ 합리적인 가격으로 제품 경험과 적은 기회비용
- ✓ 소량 세트 구성으로 '트래블 키트' 혹은 선물용으로도 활용

브랜드

- ✓ 소비자의 선호도와 욕구를 파악하여 효과적인 맞춤형 마케팅 전략 수립
- ✓ 소비자들을 유인해 잠재적 고객 확보 및 유지
- ✓ 소비자의 피드백 수집을 통해 제품 개선 활용, 고객 만족도 향상

| 트라이얼 키트의 전망 |

트라이얼 키트 활용 제품군

칸토 '섬유유연제'	오펀옴 '페이퍼 인센스'	플라임밀 '단백질 셰이크'
런드리 브랜드. 섬유유연제 6종과 세제를 저렴한 가격으로 체험 가능	커스텀 코스메틱 브랜드. 9가지의 향 모두 시향 가능 가성비와 패키지까지 행겨 인기	건강식품 브랜드. 대용량으로 부담을 느끼는 소비자를 겨냥한 간편식품



높은 만족도와 품질을 제공하며 제품에 대한 신뢰를 증진시키는 역할로
K-뷰티 분야뿐 아니라 다양한 제품 카테고리에서도 활용될 긍정적 전망

편의점, 백화점 추월하고 오프라인 1위 쟁취하나?

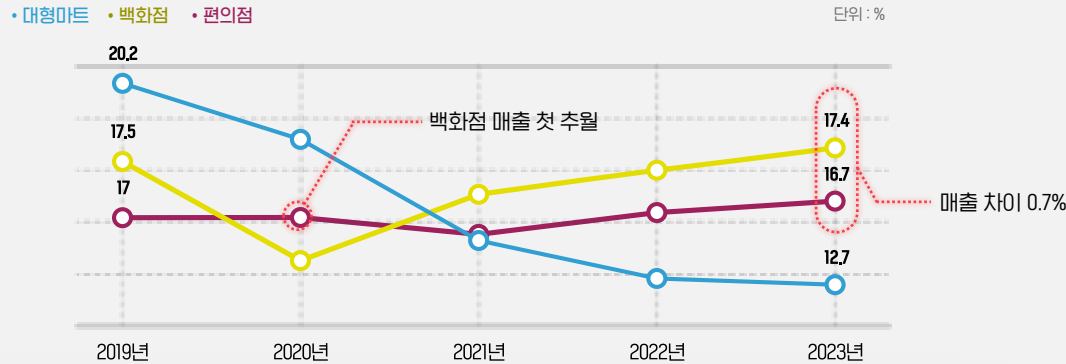
- 오프라인 유통업계 간 경계 붕괴로 편의점 매출 급상승
- 편의점의 맹추격에 따라 잡히지 않으려는 백화점의 색다른 대응

| 오프라인 유통업계 현황 |

3대 오프라인 유통업체



붕괴된 오프라인 유통업계 간 경계



오프라인 유통업계 간 경계가 점차 허물어지기 시작하면서 편의점 성장 및 백화점·대형마트의 매출 불안정 포착

| 편의점 성장의 첫걸음, 팬데믹 |

편의점과 타 오프라인 업체의 엇갈린 희비

편의점	그외 (백화점·대형마트)
<ul style="list-style-type: none"> 주거 공간과 가까운 거리 및 1인 가구 증가 물가 상승·금리 부담 등으로 절약 소비 트렌드 급부상 초특가 자체 개발 상품 확대 및 박리다매 전략 활발 신선·고가 제품 확대하여 마트·백화점 역할 대체 	<ul style="list-style-type: none"> 사회적 거리 두기로 인한 시간 및 인원 제한 (다중이용시설 폐쇄) 경기 침체 및 지속적인 고물가로 명품 인기 하락 및 경제적 압박 심화 여행 등으로 인한 소비 분산 및 F/W시즌 이상 고온 영향으로 패션 실적 부진 인건비·수도 광열비·판촉비 등 고정비 지출 폭 증가

1위 자리를 지켜내기 위해 진화하는 백화점

레저·예술 산업 런칭

경험 확장을 통한 고객들의 시성비 점유

식품관 강화

프리미엄 다이닝 오픈 및 글로벌 유명 디저트 브랜드 입점

공간 마케팅

팝업스토어 or 미술품 전시 통해 고객 체류시간 증대

편의점 매출 증가의 직통 비결

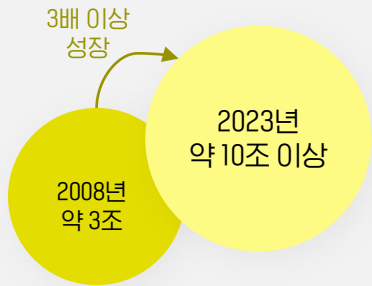
- 고물가로 힘든 소비자들 공략해 PB상품 확대에 나선 편의점, 가성비와 빠른 제조로 트렌드 편승
- 이색적인 상품 및 공간의 재구성으로 젊은 층과 외국인 관광객 매혹

| PB상품 확대로 브랜딩 강화 |

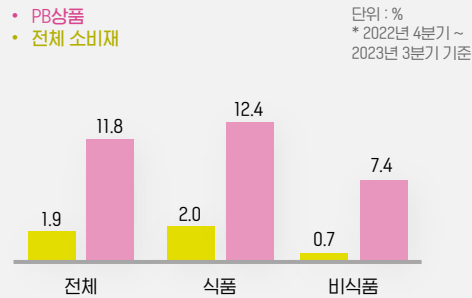
PB상품이란?

유통업체가 자체적으로 기획·개발·출시하는 상품으로, 제조업체와의 직접 계약을 통해 보다 단순한 유통구조로 가격대가 저렴한 편

PB상품 시장 규모



PB상품 매출 성장률



제조사와의 거래로 리스크를 최소화하면서도 판매 상품군의 다양성을 확보 및 우리 브랜드의 경쟁력을 강화할 수 있어요.

저렴한 가격으로 양질의 제품을 경험할 수 있으며, 제조 과정이 비교적 짧은 편이라 트렌디한 상품을 빠르게 받아들 수 있어요.

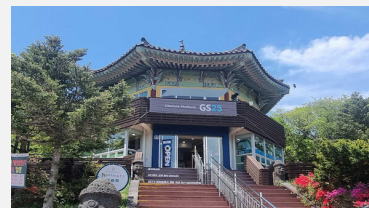


| 젊은 층과 관광객의 놀이터가 된 이색 편의점 |

편의점 상품 활용

이색 상품 출시	PB 상품 확대	캐릭터 협업 & 굿즈 출시
생태 화장실 조립식 주택	GS25 유어스 세븐일레븐 세븐셀렉트	X X

편의점 공간 활용



GS25 '제주도 한라산 편의점'

고지점에 위치한 점을 고려해 카페25 특화매장으로 앞세워 '한라산 뷰 맛집 카페'로 급부상



CU 'K-라면 특화 편의점'

외국인 관광객에게 새로운 쇼핑 경험을 제공하기 위하여 일반 편의점 내 봉지라면 수 보다 약 3배가량 더 많은 가짓수 구비



이마트24 '크리에이터 작업실'

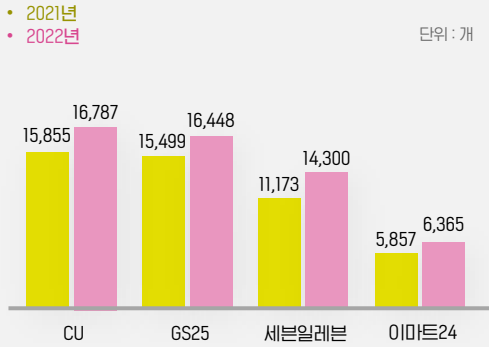
'다꾸', '스꾸' 등 '꾸미기'를 즐기는 MZ세대 트렌드를 저격하여 유튜버·작가 등의 작업실 구현

편의점 브랜드 간의 치열한 경쟁 개막

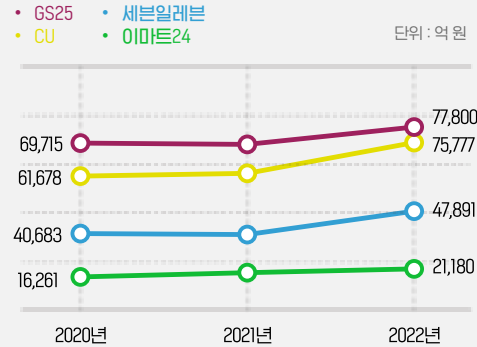
- 국내 편의점 4사, 팬데믹 이후 공통 핵심 전략을 통해 꾸준한 성장세 지속
- 브랜드 경쟁 강화를 위한 온·오프라인 마케팅 활황

| 국내 편의점 4사 업태 현황 |

점포 수 추이



매출 추이



점포 수 및 매출 부문, CU와 GS25가 압도적이거나 국내 편의점 4사 모두 꾸준한 성장세 유지

최근 국내 편의점 4사 공통 핵심 전략

- 캐릭터 협업**
 - 트렌디 굿즈 지속 발행
- 세계화 도전**
 - 환전 서비스 도입
 - 해외 진출
- 스마트 편의점**
 - 무인 점포
 - 응대 자동화
- 카테고리 확대**
 - 양주/와인
 - 명절선물
- 멀티 플랫폼**
 - 편의점 택배
 - 계좌 개설

출처: 각사, 보도자료(업계 취합)

| 편의점 별 독특한 마케팅 전략 |

남녀노소를 대상으로 온·오프라인 마케팅 강화

<p>CU x 제페토 'CU 제페토한강점'</p> <p>10대 고객들을 겨냥해 메타버스 앱 '제페토'와 손잡아 무인 편의점 컨셉의 매장 제작</p>	<p>GS25 유튜브 채널 '이리오너라'</p> <p>자사 제품을 활용하면서도 1020세대 트렌드에 부합하는 영상 콘텐츠 업로드해 구독자 100만 명 달성</p>	<p>세븐일레븐 '푸드드림'</p> <p>즉석식품 특화 매장으로, 국내외 식품 브랜드를 총집합시켜 새로운 도전과 트렌디함을 더해 기존 '올드'한 이미지 탈피</p>
---	---	--

첨단 기술 적용 및 브랜딩 강화 전략 등 이색 마케팅에 도전하여 편의점 브랜드 간 경쟁이 더욱 심화될 전망

출처: 각사, 보도자료(업계 취합)

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

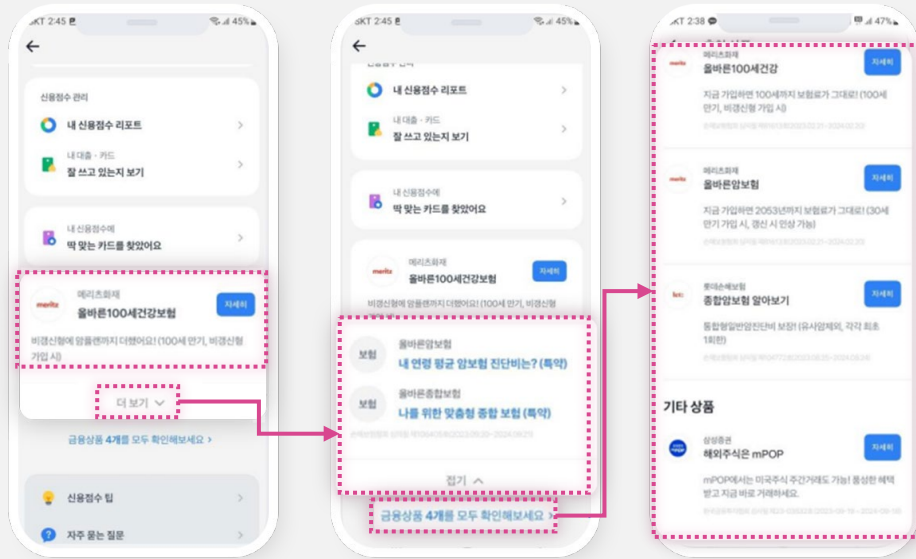
- 토스 신용점수보드 상품 출시
- 네이버 검색 '뷰', '인기글'로 전환
- 올리브영 매거진 서비스 출시

토스 신용점수보드 상품 출시

- 토스 신용점수보드란 금융 상품에 니즈가 많은 고객층을 중심으로 트래픽을 확보할 수 있는 배너 광고 상품
- 신용 점수(등급) 별로 구분하여 노출할 수 있어, 타겟에 맞는 광고 운영 가능

| 토스 신용점수보드 상품 |

‘더보기’ 영역을 통해 배너 추가 노출 유도



| 소재 제작 가이드 |

메인 배너 소재 외 서브 배너 소재
최대 2개까지 확장하여 운영 가능

① 메리츠화재
② 올바른100세건강보험

③ 비갱신형에 암플랜까지 더했어요! (100세 만기, 비갱신형 가입 시)

보험 ② 올바른암보험
④ 내 연령 평균 암보험 진단비는? (특약)

보험 ② 올바른종합보험
④ 나를 위한 맞춤형 종합 보험 (특약)

손해보험협회 심의필 제106405호(2023.09.20~2024.09.21)

- ① 브랜드 명 : 브랜드 명만 노출
- ② 상품 타이틀 : 상품명만 노출, 공백 포함 최대 10자
- ③ 상품 설명 (문장형) : 추가 장점 설명을 문장 형태로 작성
편리성, 우대조건, 대상, 금리, 한도 작성
- ④ 상품 설명 (별류형) : 추가 장점에 대한 별류만 노출

노출영역	운영 방식	월간 MAU	월 예상 노출	월 예상 클릭
신용점수	랜덤 노출	400만	800만	23만

※30일 기준

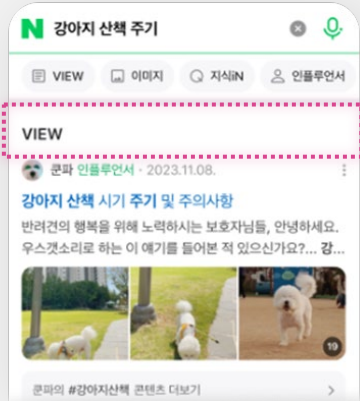
네이버 검색 '뷰', '인기글'로 전환

- 스마트블록 전면 통합으로 사용자의 의도를 분석하여 새로운 검색 경험 제공
- 사용자들이 원하는 정보를 쉽게 찾고, 새로운 콘텐츠를 발견할 수 있는 기대 효과 증대

| 스마트블록 전면 통합 화면 예시 |

사용자의 검색 의도를 세분화해
주제에 따른 콘텐츠 제공

변경 전



콘텐츠를 나열하는 형태의 결과 제시

변경 후



사용자 맞춤형 콘텐츠 노출

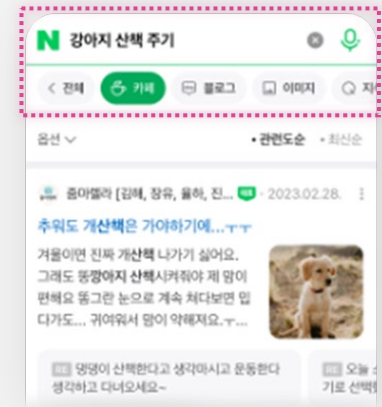
| 블로그·카페 탭 전환 화면 예시 |

블로그 탭



개인 공간에서 생산한 글

카페 탭



다수가 참여한
커뮤니티 등에서 생산한 글

스마트블록에 흡수된 VIEW 탭을 블로그 탭과 카페 탭으로 전환하여,
콘텐츠 포맷에 따라 **버티컬 콘텐츠**를 더 빠르게 탐색할 수 있도록 제공

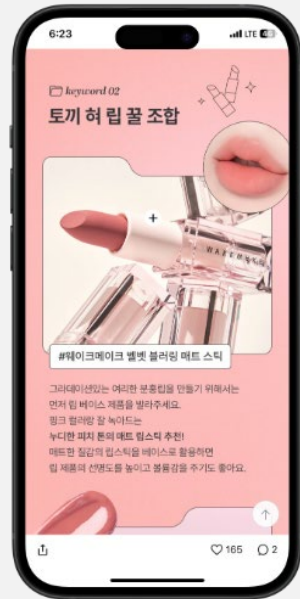
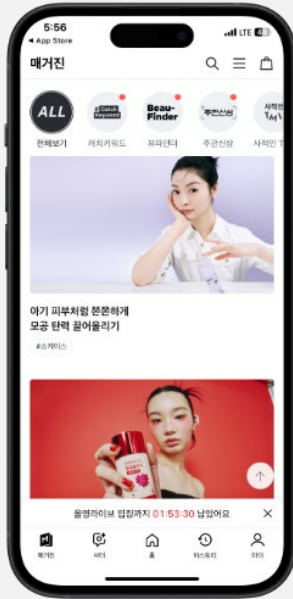
올리브영 매거진 서비스 출시

- 올리브영 앱 내의 콘텐츠 서비스로 뷰티·라이프스타일 관련 다양한 콘텐츠 제공
- 자사 매거진을 통해 협력사와 고객 간 접점 기회를 늘려, 중소 브랜드 홍보 창구로 활용

| 올리브영 매거진 서비스 화면 예시 |

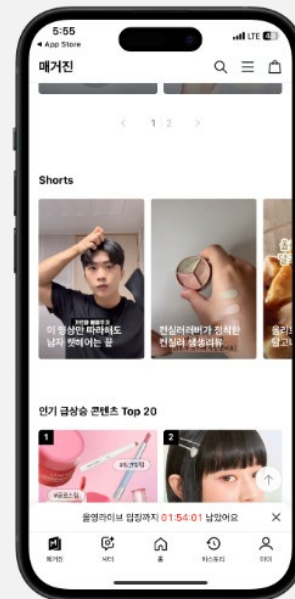
에디토리얼 콘텐츠

간결한 텍스트와 이미지 기반 콘텐츠



숏폼 형태 콘텐츠

1분 내외의 짧은 영상



■ **NEW MEDIA**

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 열풍타
- 화해
- 얘기아가자

열품타

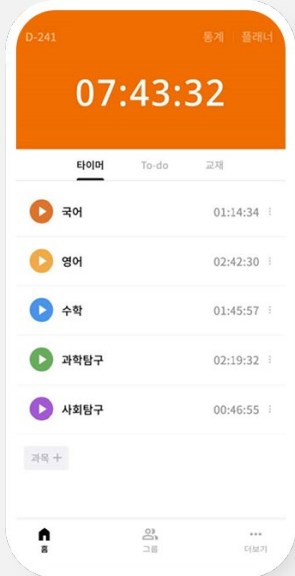
- MZ세대를 위한 비대면 스터디 그룹 플랫폼
- 초등생부터 취준생까지 넓은 커버리지의 잠재 고객 대상으로 타겟팅 광고 가능

| 열품타 |



누적 가입자 수
800만 +

MAU(월 사용자 수)
110만 +



교육 카테고리 1위

전국 고등학생 138만명 중 24%가 사용하는 앱으로
특히, 자율고/특목고 재학생의 60% 이상이 사용



정확한 타겟팅

최초 가입 시 유저가 설정한 연령을 바탕으로
보다 정확한 타겟팅 설정 가능



높은 광고 효율

유저의 이용 경로에 동일 배너 노출을 통해
인지도 및 브랜딩 제고

| 주요 광고 상품 |

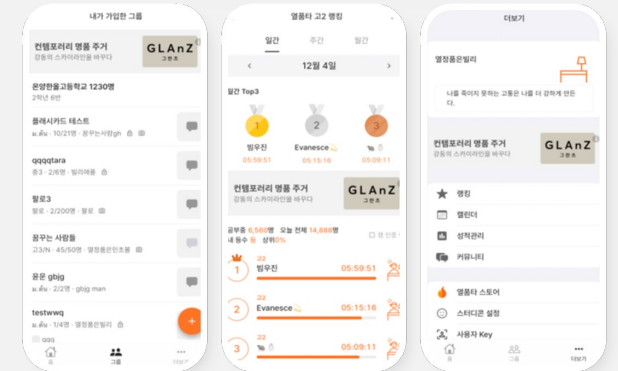
전면 팝업

HOT



앱 실행 시 팝업 노출되는
가장 집중도 높은 광고

스몰 배너 3종 패키지



그룹 탭, 랭킹, 더보기에
노출되는 광고

보상형 액션광고

스몰배너 3종 패키지(CPP) + 리워드(CPA) 상품으로 가장 빠른 KPI 달성 가능



네이버, 카카오톡 ID 있음?
지금 에듀월 회원가입하면 스터디콘 공짜임

화해

- 화장품 성분 데이터 분석 및 이용자 맞춤 리뷰 정보 제공하는 국내 1위 뷰티 앱
- 광고주 니즈에 맞는 다양한 맞춤형 광고가 가능해 매출 상승 및 인지도 제고에 효과적

| 화해 |



누적 다운로드 수
1,200만 +

MAU(월 사용자 수)
130만 +

국내 2030 필수 뷰티 플랫폼

화장품 구매 영향력이 높은 뷰티 고관여자
2030 여성 이용자 비중 약 80%



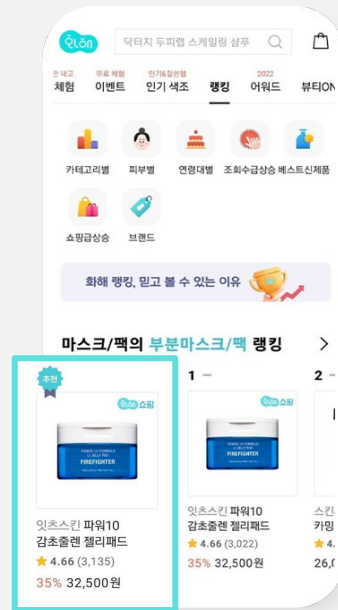
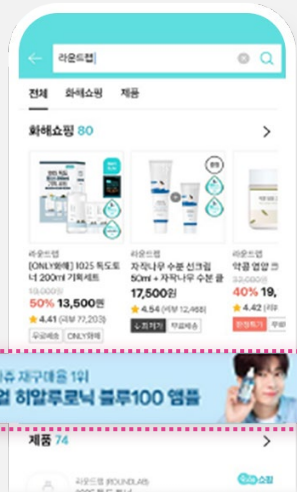
업계 최대 규모인 780만 건의 클린리뷰

자체 알고리즘을 통한 어뷰징 리뷰 탐지 및
전담팀의 직접 검수를 통한 집중 모니터링으로 신뢰도 UP



브랜드 맞춤형 광고

광고주 니즈에 맞는 다양한 맞춤형 광고를 제공하며
광고 게재 후 엠블럼 획득 시 외부 마케팅 소스로 활용 가능



* 랭킹추천제품 예시

| 주요 광고 상품 |

이벤트 광고

공.평.단
화해 앱 내 리뷰 작성 상품

화해 설문단
제품 사용 후 설문조사 응답 상품
(외부 마케팅 소스 활용 가능)



디스플레이 광고

메인롤링배너
화해 홈 최상단 외부랜딩 배너

서브이미지배너
유저 주요 이용경로 반복 노출 배너

제품상세배너
특정 제품 탐색 유저 타겟 노출 배너

랭킹추천제품
주목도 높은 랭킹 탭 내 노출

쇼핑플러스+광고

광고&쇼핑 패키지
브랜드+화해 쇼핑 구매 유도
가능한 패키지 상품

마케팅 자산

주간 랭킹 엠블럼
주간 랭킹 최소 1주일 이상
1위 랭크 시 구매하여 2차 마케팅
자산으로 활용 가능한 상품

얘기야가자

- 150만 이상 엄마 아빠가 선택한 국내 1위 키즈 액티비티 플랫폼
- 영유아부터 초등생 자녀를 둔 2545 핵심 유저 타겟으로 다양한 광고 집행 가능

| 얘기야가자 |



누적 이용자 수
150만 +

재방문율
65%



키즈 액티비티, 가족 여행 분야 1위

위치·카테고리 기반으로 전국 3만 여개 정보 제공 및
고객 후기와 실시간 댓글 리뷰 기능으로 신뢰도 UP



구매력 높은 2545 핵심 고객

영유아부터 초등생 자녀를 둔 2545 연령이 핵심 유저로
해당 그룹을 타겟팅하는 광고에 유리



높은 체류 시간

1회 접속 평균 이용 시간 9분으로
브랜딩 효과 증대 (23년 평균 이용 시간)

| 주요 광고 상품 |

팝업 광고

#노출수 #트래픽

앱 실행 시
첫 화면 팝업 형태로 노출

메인 배너 광고

#노출수 #인지도 증대

메인 화면 및 최상단 화면 노출

SNS 광고

#바이럴 효과

얘기야가자 공식 인스타그램 및
메타 팔로워에게 노출
(옵션 추가 가능)

위치 기반 광고

#잠재고객 확보

노출반경에 위치한
고객 타겟으로 최상단 노출

APP 푸시 광고

#트래픽

희망 지정일에
앱 푸시 메시지 발송

카카오채널 메시지 광고

#트래픽

카카오 캐러셀 피드형
메시지 발송



스플래시 광고

#브랜딩 최적화

앱 접속 시
풀스크린으로 독점 노출

■ PROMOTION

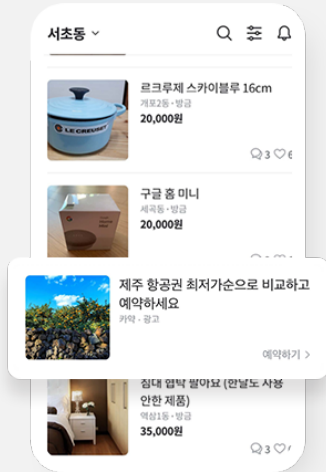
이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 당근 전문가모드 대상 사례 공모전
- 다방 24년 1분기 이사 시즌 20% 할인 프로모션
- 브랜드 2024 신규 광고주 첫 충전 프로모션
- 지그재그 메시지 광고 단가 할인 프로모션

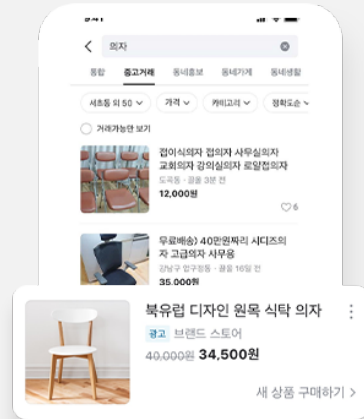
당근 전문가모드 대상 사례 공모전

- 당근 전문가모드는 목표 달성을 위해 필요한 다양한 타겟팅과 정교한 관리 기능 제공하는 광고 모드
- 성공 사례 공모전 수상자 10팀에게 무상캐시 지급 및 다양한 혜택 제공

당근 전문가모드 광고 유형



네이티브 피드 광고



카탈로그 상품 광고

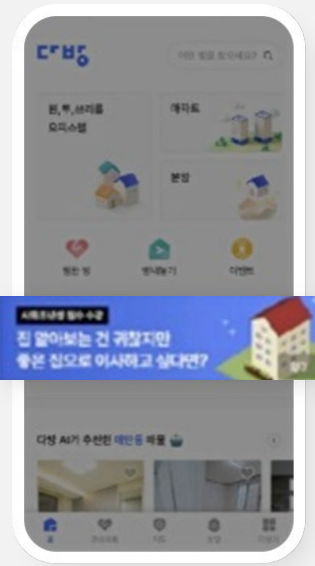
유형	구분	내용
제1회 당근 전문가모드 대상 사례 공모전	대상	당근비즈니스가 제공하는 '전문가모드'를 활용한 기업 및 브랜드 마케터 누구나
	혜택	수상작 대상 리워드(총 10개 수상작 선정 예정) - 500만원 상당 무상캐시 지급 - 백화점 상품권 증정 - 당근비즈니스 홈페이지 내 인터뷰 게재 - 1:1 캠페인 컨설팅
기간		24년 2월 26일(월) ~ 3월 29일(금) * 수상작 발표 : 24년 4월 11일(목)

- 공모전 제출용 양식 다운로드 [\(click\)](#)
- 공모전 접수 신청 바로가기 [\(click\)](#)

다방 24년 1분기 이사 시즌 20% 할인 프로모션

- 모바일 부동산 시장 내 부동산 거래 주체들이 주로 사용하는 주거 플랫폼으로 구매력이 높은 2039세대 비중이 높아 구매전환에 효과적인 매체
- 이사·청소·가전·인테리어 관련 업종 대상 배너 2종 20% 할인

다방 광고상품



메인 배너



지역 타겟팅 배너

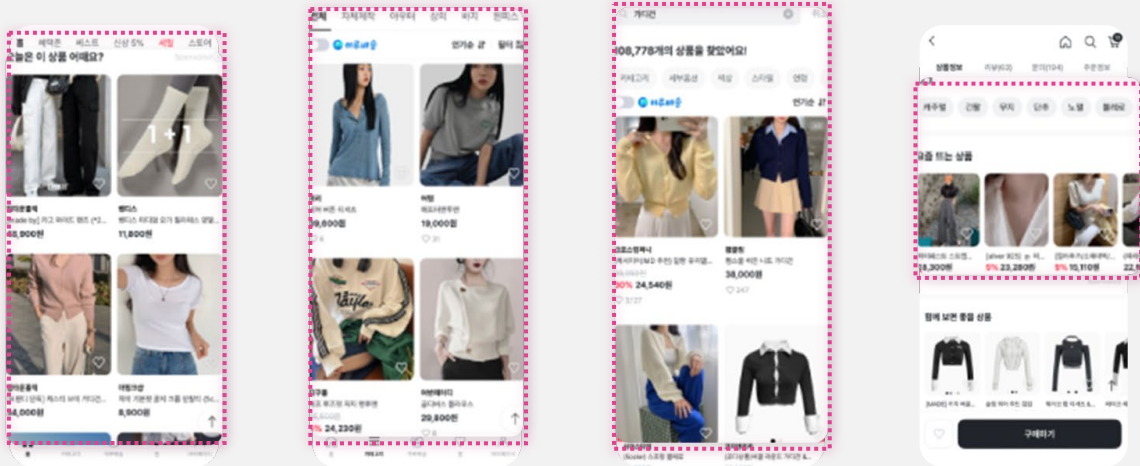
* 배너 유형 일부

유형	구분	내용
2024 1분기 이사 시즌 할인 프로모션	대상	이사·청소·가전·인테리어 관련 업종 대상
	혜택	메인 배너 + 지역 타겟팅 배너 20% 할인 <ul style="list-style-type: none"> • 메인 배너 (택1) - 메인 최상단 배너 - 메인 서브 배너 • 지역 타겟팅 배너 (택1) - 리스트 배너 - 단지 매물 상세 배너 - 원투쓰리룸 매물 상세 배너
기간	~ 24년 1분기	

BRANDI 2024 신규 광고주 첫 충전 프로모션

- 스마트 시 광고를 통해 합리적인 마케팅 비용으로 인지도 상승 및 매출 증진에 효과적인 매체
- 신규 고객 한정 무상 포인트 지급

브랜드 광고 노출 영역



홈

카테고리

검색

상품 상세 페이지

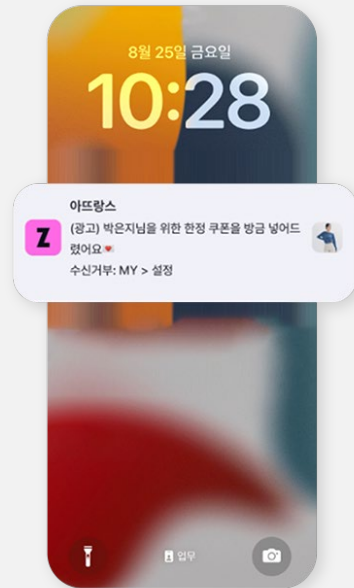
* 노출 영역 일부

유형	구분	내용
2024 신규 광고주 첫 충전 프로모션	대상	비즈센터 가입 후 첫 충전 진행 셀러
	혜택	무상 포인트 10만 원 지급
유의사항	첫 충전 프로모션 포인트 요청서 작성 필요	
기간	~ 24년 12월 31일(화)	

ZIGZAG 메시지 광고 단가 할인 프로모션

- AI 기술 기반의 노출 방식을 활용하여 매출 증대 및 브랜딩에 탁월한 매체
- 메시지 발송 단가 할인 및 개편

지그재그 광고상품



메시지 광고

유형	구분	내용
메시지 광고 단가 할인 프로모션	혜택	1건 발송당 91% 할인
	기간	24년 2월 19일(월) ~ 추후 별도 공지 예정
메시지 광고 개편	① 일부 타겟 유지 및 삭제 & 추가 타겟 생성 ② 기존 템플릿 발송 & 원하는 문구 작성 후 발송 가능	



2024.3

MARKETING CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
					1 삼일절	2
3 납세자의 날	4 연차쓰기 좋은 날	5 경칩	6	7	8 3·8 민주주의거 국제 여성의 날	9
10 제96회 아카데미 시상식[OSCAR]	11	12	13	14 화이트데이	15 3.15의거기념일	16
17	18	19	20 춘분 상공의 날	21	22 서해수호의 날	23 국제 강아지의 날 검색광고 케터 24회 시험
24	25	26	27	28	ADFEST 2024	
29	30	31				

이달의
HOT 키워드

패션 #블레이저 #자켓 #원피스 #후드 #후드집업

라이프스타일 #기능성화장품 #새학기 #화이트데이

식품 #달래 #냉이 #딸기 #쭈꾸미 #바지락 #사탕



MAR
2024



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

문의하기

adure

E . O . D