



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

JUL
2 0 2 3

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 온·오프 경계 허문 옴니채널 마케팅
- 다시 주목 받는 게이미피케이션

온·오프 경계 허문 옴니채널

□엔데믹 이후 오프라인과 온라인을 연결하는 옴니채널 전략 주목

□각 채널의 장점을 유기적으로 연결하여 일관된 커뮤니케이션으로 고객에게 다양한 경험을 제공하는 것이 핵심

| 옴니채널이란 |

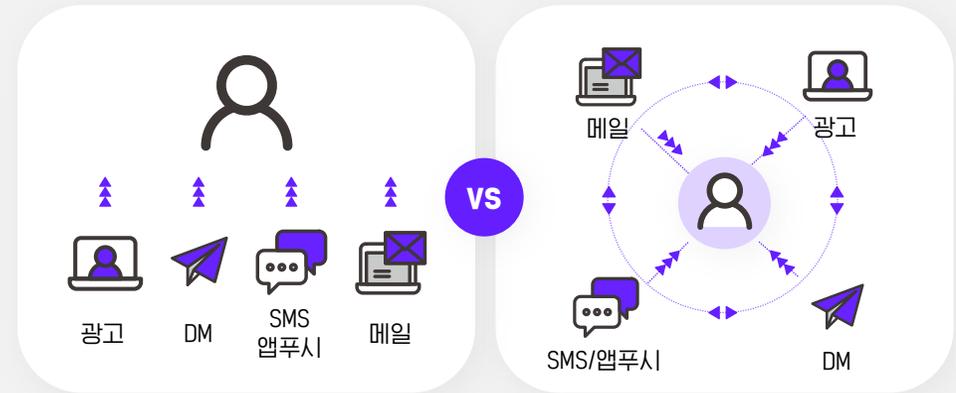
옴니[Omni] + 채널[Channel]

고객중심으로 온·오프라인의 여러 채널을 통합하고 연결하여 일관된 커뮤니케이션 제공으로 고객경험 강화 및 판매를 증대시키는 전략

옴니채널 장점



| 멀티채널과 옴니채널 차이 |



	멀티채널	옴니채널
주체	기업	고객
채널간 연계	없음	유기적 연결
운영	독립적	통합적
전략	채널 운영 효율성, 수익성 추구	고객 경험 강화

쇼핑계의 큰 손 옴니채널 고객

- 옴니채널 고객은 1개 채널만 이용하는 고객보다 지출이 많고, 브랜드 충성도가 높음
- 옴니채널 전략은 직접 보고 구매하려는 수요가 높은 분야에서 각광

| 옴니채널 고객이 중요한 이유 |

더 많은 지출
오프라인 4% ↑
온라인 10% ↑

높은 충성도
재구매 확률 ↑

연령 불문 전세대
높은 옴니채널 구매 패턴

다양해진 소비자 구매 형태



쇼루밍
[Showrooming]

매장 확인 후 해당 리테일러의
모바일 사이트에서 구입



스캔 & 스크램
[Scan and Scram]

매장 확인 후 다른 온라인
리테일러로부터 구입



웹루밍
[Webrooming]

온라인 검색 후
오프라인 매장에서 구입



클릭 & 콜렉트
[Click and Collect]

온라인으로 구매 후
매장이나 키오스크에서 픽업



클릭 & 배송
[Click & Ship]

매장 확인 후 편의성 때문에
스마트폰으로 구매

| 직접 보고 구매하려는 수요가 높은 분야에서 각광 |



오토모티브

자동차는 초고관여 제품으로 높은 고객 충성도 유지가 핵심
이에 모든 접점에서 고객과 연계되는 옴니채널 전략으로
편리한 구매 여정 제공



명품 플랫폼

명품 플랫폼의 신뢰도 향상과 고객경험의 수준 향상 위해
오프라인 매장 진출 확산



유통업계

소비자의 편리한 구매 및 오프라인 매장 접근성 확대 위해
온라인 서비스 개편 및 오프라인 픽업 서비스 강화

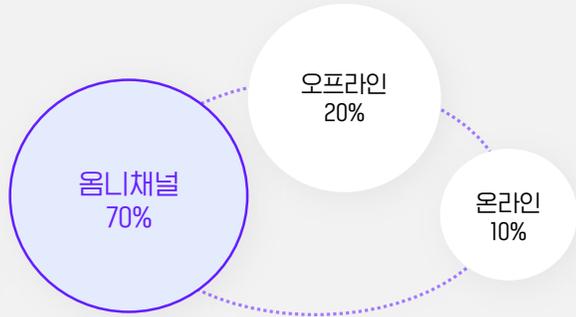
유통가 옴니채널 마케팅 활발

- 전 세계 70% 소비자 옴니채널 쇼핑 선호, 온라인 구매 전 직접 매장에서 제품을 체험하고자 하는 소비자들의 수요 증가
- 유통가 오프라인의 '체험'과 온라인의 '접근성'을 고려한 옴니채널 전략 구축으로 소비자 공략

옴니채널 원하는 소비자들

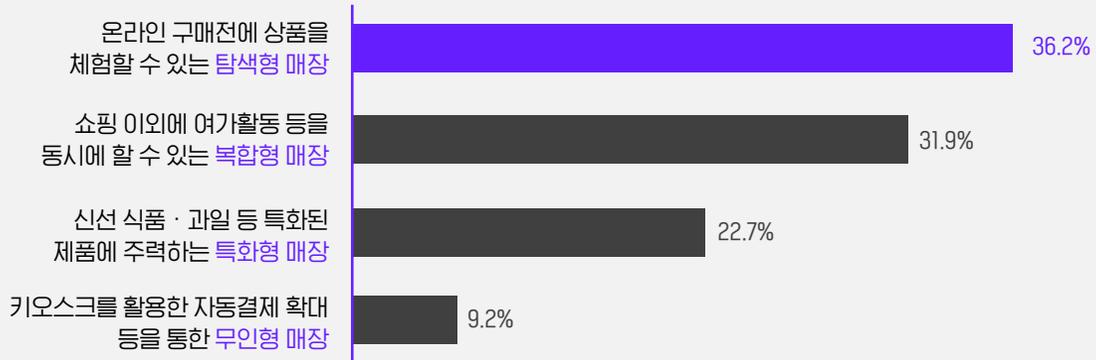
미국의 디지털 마케팅 전문회사
바자보이스(Bazaarvoice)

Q. 어떤 쇼핑 방식이
가장 행복하다고 느끼나요?



오프라인 소매점 사업방향

(n=1,000)



옴니채널 마케팅 사례



CJ 올리브영	이케아	스타벅스
'오늘드림', '오늘드림픽업', '모바일선물 픽업' 등 온·오프라인을 연결하여 심리스 쇼핑 환경 제공	전화, 채팅, 온라인 화상 서비스 등 원격 채널로 상담부터 결제까지 가능한 고객 맞춤 서비스 제공	모바일 리워드앱 통해 모바일 경험과 매장 내 경험을 통합하여 소비자 편의성 제고

완벽한 채널 동기화로 소비자에게 편리한 쇼핑환경 제공



다시 주목 받는 게이미피케이션

- 코로나19로 인한 디지털 시장의 성장으로 게이미피케이션 시장 지속적으로 성장할 것으로 전망
- 성공적인 게이미피케이션을 위해서는 도전, 경쟁, 성취, 보상, 관계 등 5가지 요소가 고려되어야 함

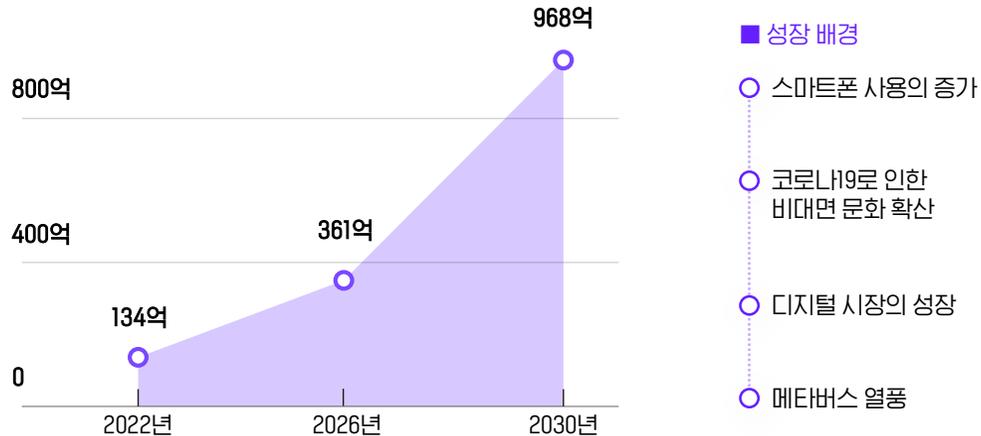
| 게이미피케이션 이란 |

게임(Game) + ~화하다(ification)

게임의 매커니즘, 사고방식, 디자인 요소 등을 적용하여
사용자에게 재미와 보상을 제공하는 기법

글로벌 시장 규모 전망

(단위 : 달러)



출처: Precedence Research

| 게이미피케이션 5대 요소 |

5가지 요소가 포함될수록 사용자가 재미를 느끼고
참여에 대한 동기 부여가 될 수 있음



요소	내용
도전	사용자에게 기회 제공(미션 수행, 과제 해결 등)
경쟁	사용자들 간의 경쟁구도(랭킹, 리더보드)를 만들어 경쟁심 유발
성취	미션 성공 시 성취감을 제공하고, 사용자에게 게임에 지속적으로 참여할 수 있는 동기 부여
보상	미션 달성 시 일정한 보상 제공
관계	주변 인물을 게임에 초대하거나 게임 속에서 사용자와 유대관계 형성하여 소통을 통해 게임에 몰입

출처: KB경영연구소 <게이미피케이션을 활용한 국내외 금융 상품 서비스 적용사례>

목표 달성 시 보너스 ... 금융권 게이미피케이션 강화

- MZ세대 오락성이 접목된 게임형 부가서비스(챌린지, 미션)와 이벤트(경품 추첨)에 높은 참여와 만족도 보임
- 금융권, 비대면 채널의 경쟁력 확보와 주요 타겟인 MZ세대 공략 위해 게임 요소 접목한 금융상품 및 서비스 강화

주요 소비층으로 부상한 MZ세대

디지털 네이티브	재미 추구	자발성
<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 환경에 익숙 • 디지털에 기반한 의사소통 활발 • 기성세대에게도 큰 영향력 행사 	<ul style="list-style-type: none"> • 시대적 배경으로 인한 재미 추구 성향 가속화 • 건강도 재미를 추구하며 관리 	<ul style="list-style-type: none"> • 자발적으로 문화를 확산시키는 경향 • 자신이 경험한 것을 SNS에 공유

금융권 '재미·보상'으로 MZ세대 공략

현재 걸음수
408 걸음

방문해서 100원 받기

1,000걸음 10원 받기

5,000걸음 10원 받기

10,000걸음 10원 받기

카카오뱅크 26주적금 with 카카오톡

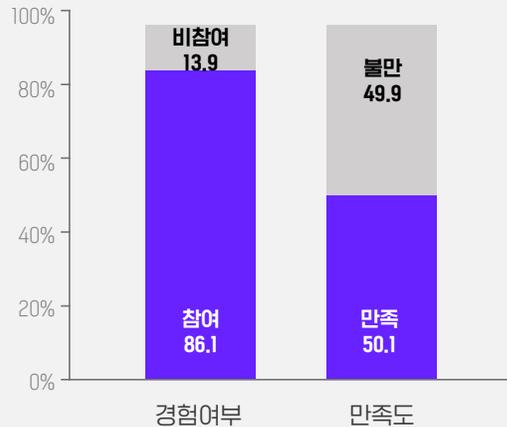
3만원 주정 비납입을 스티커 증식 제공

KB국민은행, 「은국민 건강적금」 출시

MZ세대의 게임형 부가서비스 경험



MZ세대의 이벤트 경험



*Base : 만19~41세 전국 남·여 2000명

토스 '만보기'

모바일 APP 내 만보기 서비스를 통해 걷기 목표 달성 시 토스 머니 적립

카카오뱅크 '26주 적금'

26주간 매주 일정 금액을 납입하는 미션 제공으로 동기 부여 및 재미 제공

KB국민은행 '은국민 건강적금'

걸음 수에 따라 우대 이율 차등 적용하는 자유 적립식 상품 (일반/시니어 고객 상품 분류)

금융 앱 방문, 금융 거래 발생 등 고객 행동 유도

브랜드 인지도 및 충성도 제고

상품/서비스 사용하도록 게임 요소로 소비자 흥미 건인

게이미피케이션을 통한 소비촉진 기대

일상에 스며든 게이미피케이션

- 새로운 고객 경험 제공을 위한 수단으로 게이미피케이션 마케팅 각광
- 무분별한 게이미피케이션은 오히려 역효과, 고객의 요구와 가치에 부합하는 설계가 뒷받침 되어야 함

I 대표적인 성공 사례 NRC I

▶ **나이키 런 클럽(NRC)** 디지털 시계를 통해 거리·속도와 같은 러닝 데이터를 확인할 수 있는 앱



▼ 나이키 런 클럽(NRC) 레벨

옐로우 0 - 49.99 킬로미터	퍼플 2,500 - 4,999 킬로미터
오렌지 50.00 - 249.9 킬로미터	블랙 5,000 - 14,999 킬로미터
그린 250.0 - 999.9 킬로미터	볼트 15,000 킬로미터
블루 1,000 - 2,499 킬로미터	

게임 요소 사용자가 뒀 거리에 따라 레벨 부여

경쟁 요소 다른 사람과 내 순위 비교



I 국내 게이미피케이션 사례 I

SK플래닛 '로드투리치'	LG전자 'ThinQ 방탈출 카페'	농심 '신라면분식점'
6월 런칭한 OK캐쉬백 NFT 멤버십 서비스 퀴즈와 게임 요소를 접목해 소비자 참여와 몰입 유도	LG ThinQ 앱의 주요 기능과 방탈출 게임 컨셉을 접목한 복합문화체험공간	메타버스 플랫폼 제페토 내에서 자신의 취향에 따라 라면을 조리하는 가상체험 제공

게이미피케이션 실행 단계



■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 카카오 비즈보드 CPT(beta) 실사배경 비즈보드 기간한정 판매
- 토스 모먼트 배너 출시
- 키즈노트 메인배너 개편

토스 모먼트 배너 출시

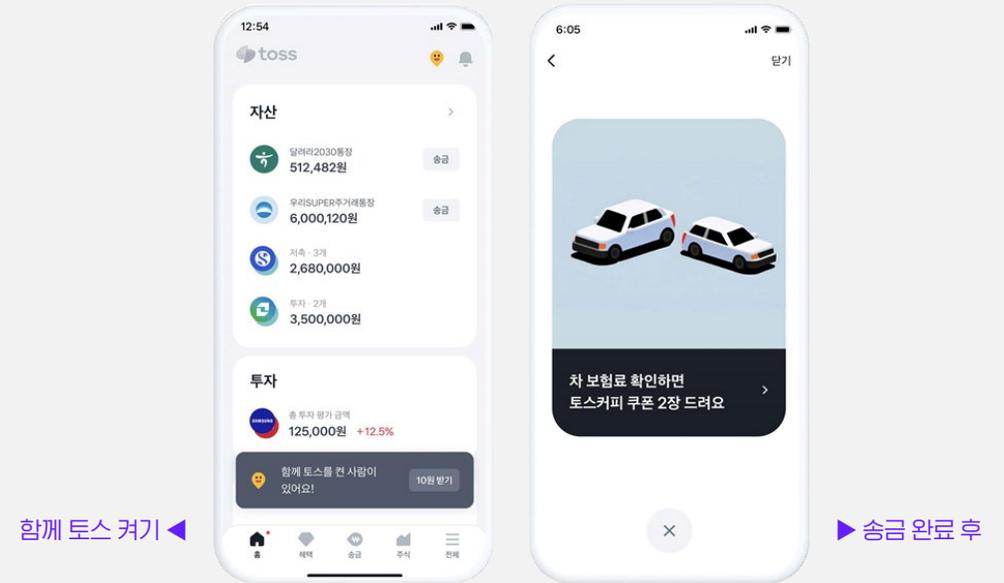
- 단순 배너가 아닌 유저 참여형 액션 배너 노출로 광고 소재에 대한 집중도 향상
- 광고 소재에 관심있는 타겟 유저를 페이지로 랜딩시켜 높은 전환 성과 기대 가능

| 모먼트 배너 FLOW |



| 노출 영역 |

토스 내 인기 서비스인 함께 토스 켜기와
주요 서비스인 송금 시
타겟 유저에게 광고 소재 노출 가능



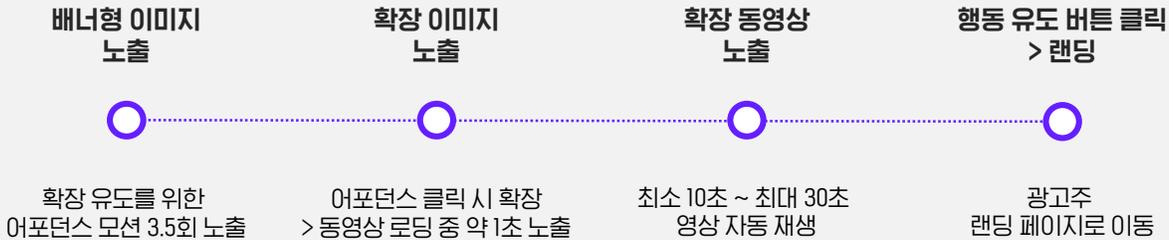
키즈노트 메인배너 개편

- 키즈노트는 영유아 교육기관과 자원생 학부모 간의 커뮤니케이션을 도와주는 국내 최초 스마트 알림장 서비스
- 기존 보다 확장된 크기의 이미지형 메인배너와 신규 출시된 영상형 메인배너 통해 광고 메시지 효과적으로 전달 가능

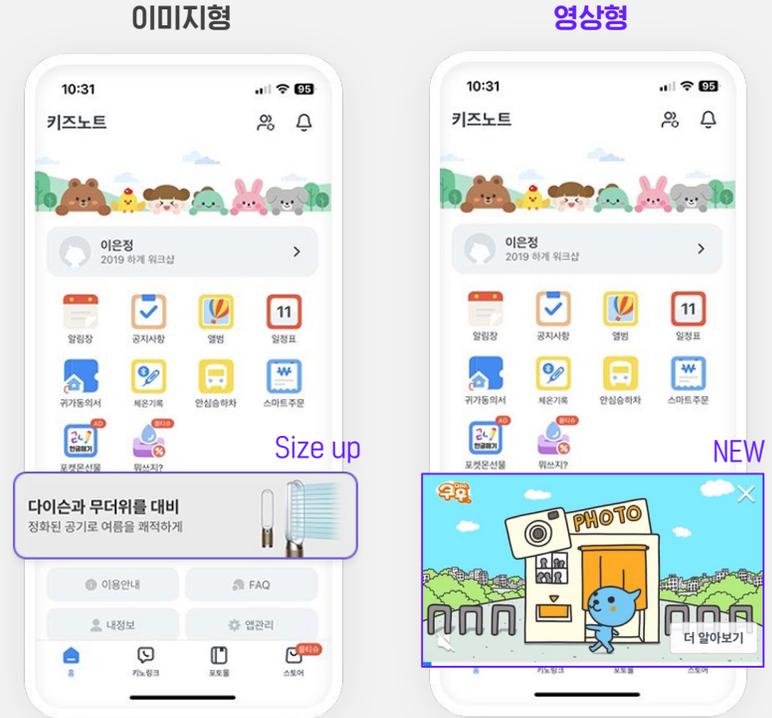
| 메인배너 광고 |

구분	내용
상품개요	키즈노트 App 실행 시 메인화면에 노출되어 브랜드 인지 및 클릭 효과 극대화 가능한 광고 상품
보장노출	Impressions : 2,400,000 / 1주
가격 정책	메인배너 노출 단가 1주 600만 원(VAT 별도) / 이미지형과 영상형 동일

NEW 메인배너 동영상형



| 노출 상세 |



카카오 비즈보드 CPT(beta) 실사배경 기한한정 판매

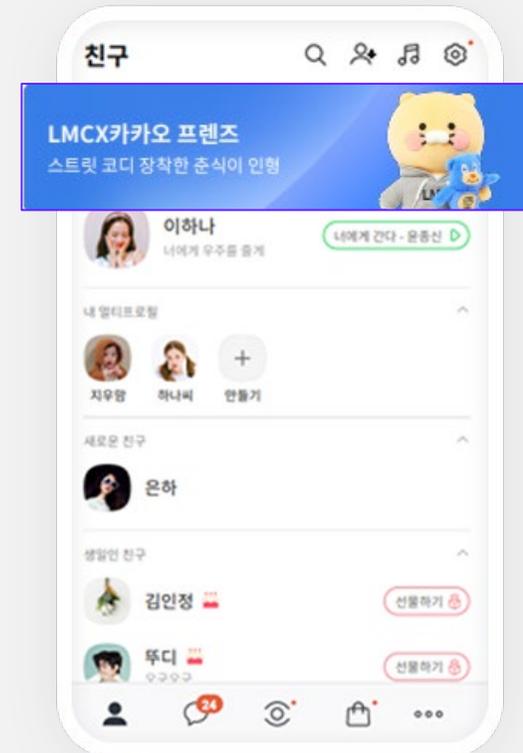
□소재 BG영역 내에 실사 이미지 또는 브랜드컬러, 패턴 등을 활용한 브랜딩 강화형 프리미엄 상품

□기간 한정 판매 후 노출 종료 예정

| 카카오 비즈보드 CPT 실사배경 |

구분	내용
접수기간	2023.06.05(월) ~ 07.19(수) / 접수 종료일 추후 변동 가능성 있음
노출기간	2023.06.07(수) ~ 08.15(화)
상품 구매 방법	기존과 동일: 카카오 비즈보드 입찰 신청 시 상품옵션 > 실사배경 비즈보드 선택

| 노출 상세 |



진행 FLOW



■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 배달의민족 AD
- CJ ONE AD
- 아파트너
- 네이버 그린윈도우 패키지

배달의민족

- 음식 주문 서비스를 넘어 퀵커머스, 브랜드 제품 구매까지 유저들이 '소비'를 목적으로 활용하는 생활서비스 플랫폼
- 압도적인 사용량 및 노출량으로 유사매체 대비 높은 광고 노출 효과

| 배달의민족 |



APP 다운로드
54,000,000

월 방문자(MAU)
17,000,000



국민 앱 서비스

업계 최초 누적 다운로드 5,000만 건 돌파 & 월 방문자 1,700만 명
주중/주말 편차 없는 안정적인, 압도적인 트래픽



최적화 배너

유저 서비스 동선에 최적화된 다양한 지면의 배너
(최대 6개 배너 동시 노출 가능)



효과적인 지역 타겟팅

고객 실제 활동 반경을 기반으로 한 효과적인 지역 타겟팅
+ 배달 / 커머스 결제 데이터 기반 타겟팅(출시 예정)

| 노출 상세 |

사이배너

배민 앱 내 유저의 동선 사이에 지속적으로 노출되는 광고

메인홈

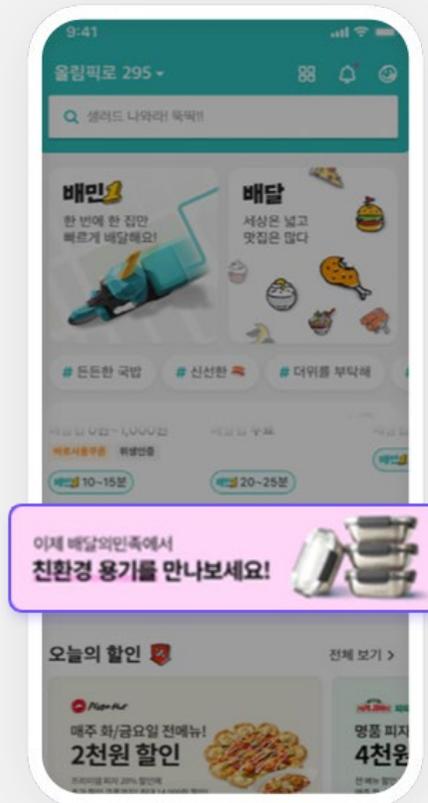
배달홈

검색홈

배달/배민
리뷰

마이배민

알림센터



- 1일 단위로 구매 가능하며 각 노출 위치 단위별 구매 가능
- 전체 광고 노출 트래픽의 10%에 랜덤 노출 (1일 최대 10개까지 구매 가능)

CJ ONE

- 맞춤형 쿠폰, 다양한 할인/이벤트 정보 제공 등 광고주의 성공적인 마케팅을 지원하는 통합 마케팅 서비스 플랫폼
- CJ그룹 고객 2,800만명의 소비 데이터를 기반으로 광고주 맞춤 타겟팅 가능

| CJ ONE |



트렌드 리더
2039 이용자 53%

주체적 소비 생활하는
여성 비중 65%



130개 광고주의 선택

2022년 한 해 동안 130개의 광고주와 300여 건의 캠페인을 진행하며 다양한 레퍼런스 보유

효율이 입증된 마케팅 플랫폼

전체 광고주의 38%가 최소 3개월 이상 연속 광고 집행
광고 효율이 입증된 마케팅 플랫폼으로 광고주의 성공적인 마케팅 솔루션 제공

광고주 맞춤 타겟팅 가능

CJ그룹 충성고객 2,800만명의 포인트 적립/사용 데이터 및 축적된 집행 레퍼런스 데이터 활용해 정교한 타겟팅 가능

| 주요 광고 상품 |

PKG 상품

포인트 패키지

리워드형 이벤트 상품

컬처 패키지

프리미엄 문화 이벤트
무료로 즐길 수 있는 '원픽컬처'

플레이 패키지

CJ ONE 특별 통합 상품
프리미엄 동영상 PKG

DA 상품

ONE 베네핏

메인화면 리워드형 배너로
유입률 극대화 가능

Target ONE

CJ그룹 해비 유저 대상으로
노출되는 네트워크 광고 상품

원더락

CJ ONE 첫 화면 적립 서비스
원더락(잠금화면)

DM 상품

KAKAO

CJ ONE 카카오톡 플친 470만명
대상 맞춤 타겟 메시지 발송

LMS

최소 준비 기간으로 높은 효율
보장하는 베스트셀링 상품

아파트너

- 입주민에게 편리하고 풍요로운 아파트 생활을 제공하는 아파트 생활 토탈 플랫폼
- 실거주 인증을 거친 진성 유저 대상의 타겟 광고 노출 가능

| 아파트너 |



누적 다운로드 수
1,000,000 이상

월 방문자(MAU)
630,000



대한민국 1등 아파트 앱

아파트 생활 편의 기능 및 입주민 소통 커뮤니티를 제공하여 입주민들의 앱 가입 및 접속률 향상



실거주 인증 거친 진성 유저 타겟

입주자 명부 기반 '거주지 인증'을 거친 입주민에게 광고 노출 진성 유저 타겟으로 효과적인 광고 성과 기대



자산과 소비력을 갖춘 타겟

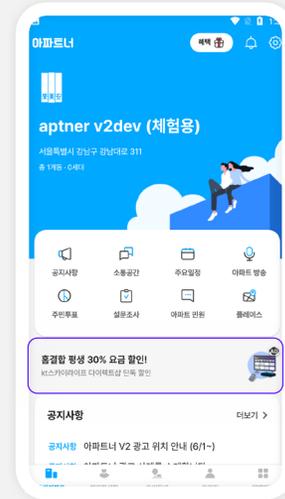
경제 활동이 활발한 3050 세대 약 80% 구성
동시에 6070 장년 및 1020 자녀 등 전 세대 커버 가능

| 주요 광고 상품 |

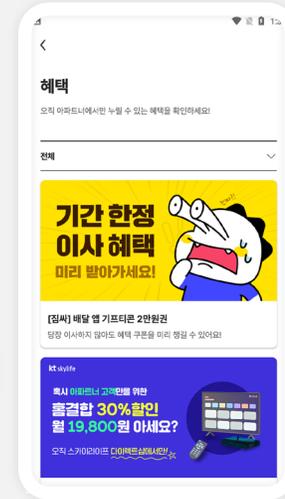
팝업광고



배너광고



헤택광고



덧글 이벤트



네이버 그린윈도우 패키지

- TVC 집행 없이도 브랜드 영상 내 그린윈도우 노출 및 활용 가능한 네이버 동영상 광고 상품 패키지
- 강력한 브랜드 키워드로 인지도 제고와 높은 퍼포먼스 효과 기대 가능

| 그린윈도우 패키지 |

그린윈도우 X 디지털 동영상 광고



'검색' 액션으로 이어질 수 있도록
[네이버 검색창] + [브랜드 키워드] 광고 소재에 제공

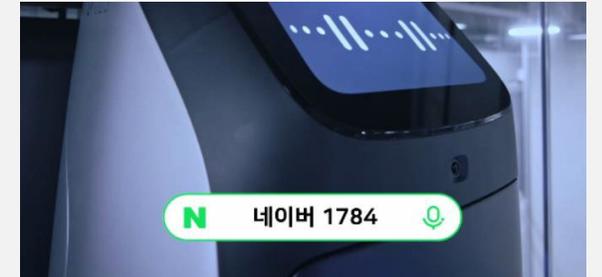
| 제공 유형 |

시청자에게 참여 혹은 일반 검색을 유도하는
유도문구형 및 기본확장형 두 가지 유형 제공



A. 유도문구형

유도문구 노출 후 기본형으로 전환
총 7초 노출
[유도문구 최대 20자, 기본형 최대 5자]



B. 기본확장형

음성검색 노출 후 기본확장형으로 전환
총 4초 노출
[기본형 최대 15자]

그린윈도우 패키지 구매 시
인스트림 동영상 광고 & 배너 동영상 광고 집행 가능

■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

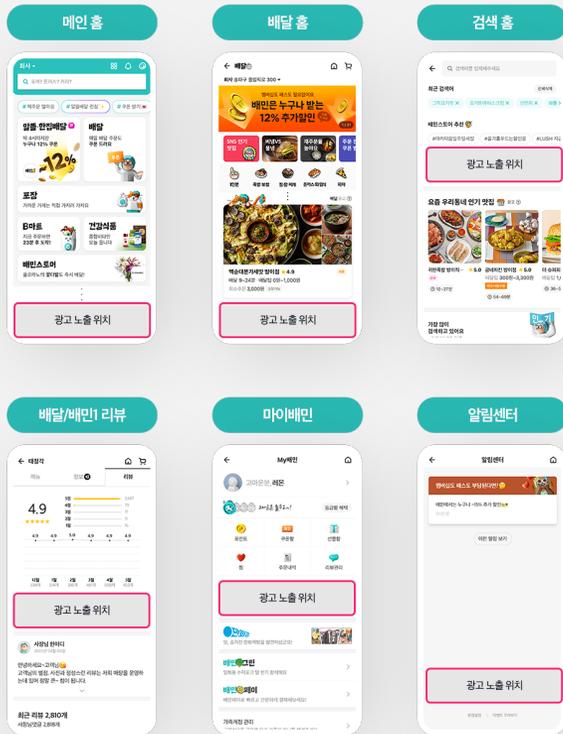
- 배달의민족 웰컴프로모션
- CJ ONE Sold out 기념 감사 프로모션
- 아파트너 할인 프로모션
- 당근마켓 카탈로그 상품 광고 런칭페이백 프로모션

배달의민족 웰컴프로모션

□ 2023년 8월까지 최대 70% 할인 웰컴 프로모션 진행중

□ 유저 서비스 동선에 최적화된 6개 지면에 노출되는 사이배너(DA)와 앱 첫 화면에 노출되는 대문배너(스플래시배너) 통해 광고 노출 효과 극대화

| 사이배너 |



| 대문배너 |



광고 상품명	사이배너	대문배너(7월 4주차 출시 예정)
광고 상품	DA배너	스플래시배너(7월 4주차 출시 예정)
위치	앱 내 6개 위치 (메인홈/배달홈/검색홈/리뷰/마이배민/알림센터)	앱 로딩 화면
예상 노출량 (1일간)	6개 위치 모두 노출 시 110만 imps (전체 광고 노출 트래픽의 10% 노출 시의 예상 노출량)	1,100만 imps
공시단가 (vat별도)	1일 모든 지면 구매 시 ₩7,500,000 [40% 할인 판매] ₩4,500,000 → 7일간 구매 시 70% 할인 적용	1일 구매 시 ₩30,000,000 [33% 할인 판매] ₩20,000,000

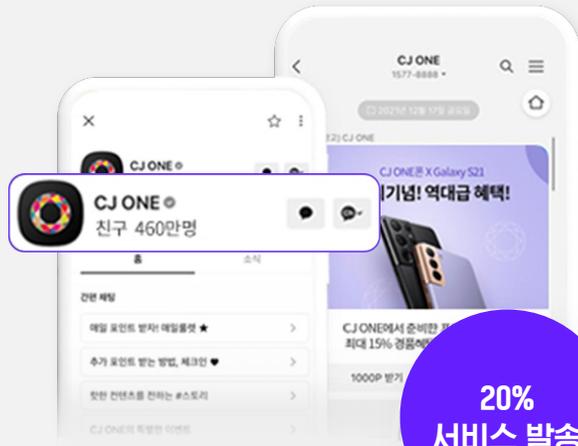
• 광고상품의 구매 기간별 / 지면별 / 패키지 구매 금액 이루다마케팅 문의

CJ ONE SOLD OUT 기념 감사 프로모션

- 2023년 6월부터 8월까지 프로모션 진행
- 기간 내 진행 확정 광고주 대상으로 프로모션 진행

| 카카오톡 메시지 완판 기념 |

최소 1회/5만 건 발송 시
20% 추가 발송 + 스타벅스 3만 원권



• 10구좌 한정 / 아웃랜딩 가능

| ONE베네핏 완판 기념 |

“Non타겟” 1구좌/500만원 집행 시
CPM 25% 할인 3,000원



• 성/연령 타겟없이 진행하는
광고주 한정 / 아웃랜딩 가능

아파트너 단지별, 입주민 타겟 광고 패키지 할인 프로모션

- 대한민국 1등 아파트 앱으로 입주민에게 편리하고 풍요로운 아파트 생활을 제공하는 아파트 생활 토탈 플랫폼
- 아파트너 광고상품은 팝업 광고 / 배너 광고 / 콘텐츠 광고 3종으로 구성되어 있으며 과금 방식은 모두 CCP

| 팝업 광고 (앱 메인) |



| 배너 광고 |



(기간: ~9/30 까지)

| 콘텐츠 광고 (혜택 광고 / 댓글 이벤트) |

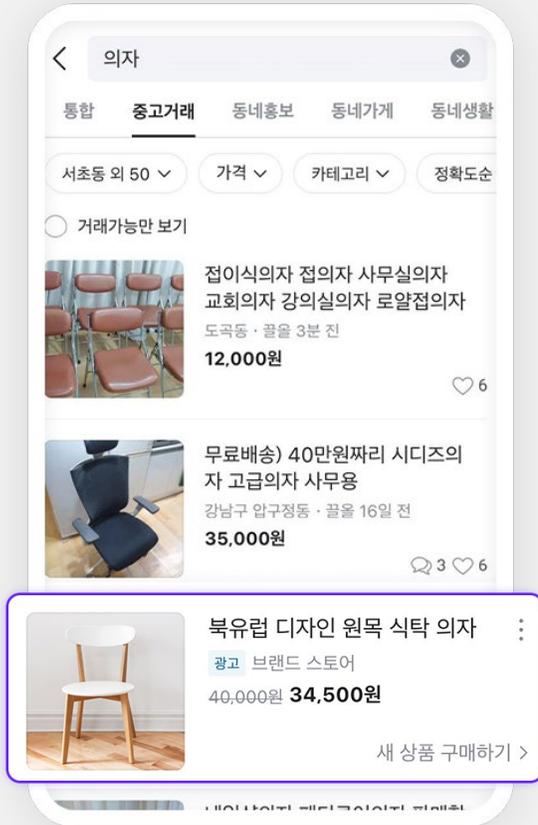


상품	상품 구성	구좌 수	기간	기본 단가 (VAT 제외)	패키지 단가 (VAT 제외)	타겟팅	구좌 당 주간 노출 수
PKG 1	팝업 광고	5구좌	1주	7,000,000	10,000,000 <small>*혜택 광고의 경우, 아파트너 입주민을 위한 혜택 있을 시 무료 노출</small>	전국 노출 (타겟 불가)	70만
	배너 PKG 광고 (5개 지면 동시 노출)	6구좌	1주	5,000,000			125만
	혜택 광고	제한 없음	2주	2,000,000			32만
PKG 2	팝업 광고	5구좌	3일	6,000,000	5,000,000	전국 노출	30만
PKG 3	팝업 광고 (타겟팅: 강남 3구)	5구좌	1주	4,000,000	5,000,000	강남 3구 (강남/서초/송파)	1만
	혜택 광고	제한 없음	4주	2,000,000		전국 노출	32만
PKG 4	팝업 광고	5구좌	1일	2,000,000	3,000,000	전국 노출	8만
	혜택 광고	제한 없음	4주	2,000,000			32만

당근마켓 카탈로그 상품 광고 런칭페이백 프로모션

□ 당근마켓 카탈로그 상품 런칭 기념페이백 프로모션

□ '카탈로그 상품 광고'는 등록된 상품의 카테고리 정보를 기반으로 지면의 문맥과 매칭하여 자동 노출되는 상품



구분	내용
대상자	프로모션 기간 내 당근마켓 전문가모드에서 카탈로그 광고비를 100만원 이상 사용한 광고계정
혜택	기간 내 카탈로그 광고에 사용한 유상소진 광고비 중 50%를 대상 광고 계정에 페이백 지급 (최대 100만원)
참여 기간	2023년 6월 1일(목) ~ 7월 31일(월)
지급 일자	2023년 8월 10일(목)

- 프로모션 일정 및 내용은 변경될 수 있습니다.
- 광고캐시는 지급 일자로부터 30일 후 사용기한 만료



2023.07

MARKETING CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
						1
2	3 세계 일화용 비닐봉지 없는 날	4	5	6	7	8
2023 코네일엑스포 7.2~7.4						
9	10 디오픈 챔피언십 골프 (영국) 개막(~7/17)	11 초복 세계 인구의 날	12 정보보호의 날	13	14 검색광고마케터 1급 합격자 발표	15
16	17 제헌절 SNS광고마케터 접수 [~7/28]	18	19	20 FIFA 여자 월드컵 개막 [~8/20]	21 중복 2023 케이펫케어 코엑스 [~7/23]	22
콘텐츠 마케팅 서밋 7.20~7.22						
23 대서	24	25	26	27	28	29
30	31					

이달의
HOT 키워드

라이프스타일 #곰팡이제거제 #에어컨청소 #제습기 #빨래건조기

여름휴가 #제트스키 #서핑보드 #워터파크 #가평배지 #강원도기불만한곳

식품 #닭가슴살 #탄수화물컷팅제 #프로틴 #샐러드 #삼계탕 #초복 #중복

패션 #수영복 #비치웨어 #비캉스룩 #아쿠아슈즈 #선글라스 #버킷햇

JUL
2023



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

문의하기

adure