



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

JUNE
2 0 2 4

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 네이버는 '라인야후 사태'에서 라인을 지킬 수 있을까
- 취미가 삶이 된 사람들 '하비프러너'
- 급증한 암표 판매를 잡기 위한 전쟁 선포

일본 국민 메신저 '라인'의 탄생과 글로벌 확산

- 한국 서비스 라인, 개발 이후 일본 집중 공략을 위해 소프트뱅크와 반반 경영 실시
- 라인, 글로벌 전역으로 뻗어있지만 그중 편리한 서비스 제공 등으로 일본에서의 압도적인 성과 기록

| 라인의 탄생 배경 및 국적 논란 교통정리 |

라인 출시 배경



이해진
네이버 창업자



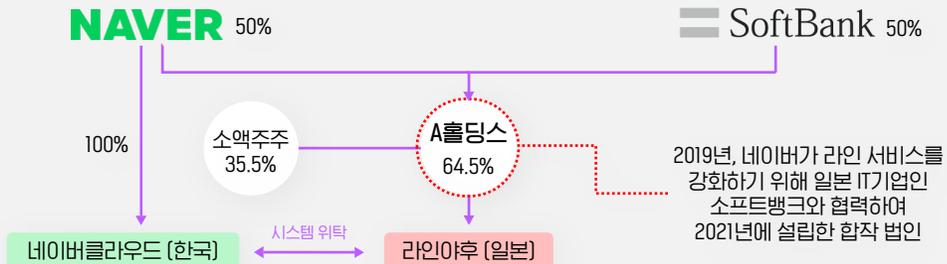
2011.06 출시



신중호
현 라인야후 CPO

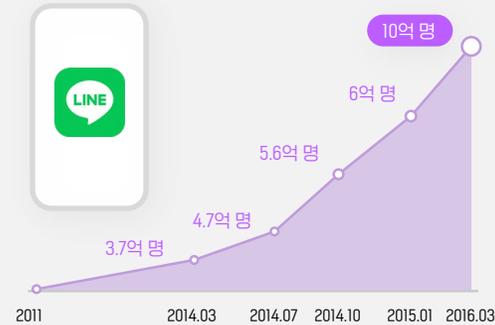
라인은 이해진 네이버 창업자가 일본 시장 공략을 위해 NHN 재팬에서 신중호 현 라인야후 CPO와 함께 기획 및 개발한 한국 서비스

현재 라인 한일지분 현황



| 글로벌을 무대로, 라인 사용 확산 |

라인 글로벌 시장 점유율



라인 글로벌 운영 현황

서비스 국가	일본, 태국, 대만, 인도네시아, 투르크메니스탄 등
월간 활성 이용자 (2023.12 기준)	1억 7,900만 명 (일본 9,600만 명)
시가총액	약 25조 원 (약 2조 8,700억 엔)

지역별 이용자 규모



일본에서의 성공 요인

- **캐릭터 마케팅**
친근한 이미지의 캐릭터를 통해 선점 효과 성공
- **다양한 커뮤니케이션 채널**
채팅 외 음성·화상 통화, 이모티콘, 오픈채팅 등 제공
- **국가·사회 전반의 인프라 구축**
공과금 납부 및 국가 행정 업무, 온라인 진료 서비스, 기업용 업무 협업 도구 제공, 자연재해 시 핫라인으로 활용

‘라인사태’ 발발, 이에 맞서는 네이버 노조

- 고객 정보 유출을 근거로 시작된 ‘라인사태’, 일본의 기술독립 추진으로 갈등 환경 고조
- 네이버 노조, 지분 매각에 강력한 반대 목소리 표출 및 정부의 개입 요구

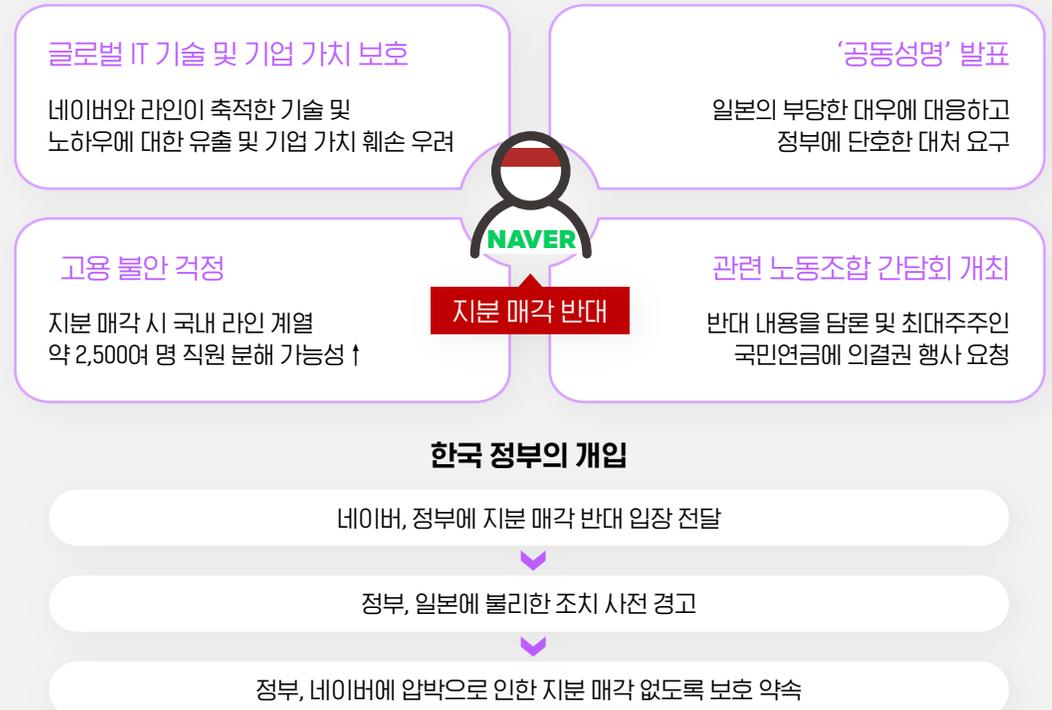
| 일본 총무성의 네이버 분리 행정명령 발표 |

‘라인사태’ 타임라인

일시	주요내용	상세
2021년 3월	A홀딩스 설립	<ul style="list-style-type: none"> 네이버와 소프트뱅크의 협력 및 반반 경영 첫발
2023년 11월	고객 정보 유출	<ul style="list-style-type: none"> 라인야후 위탁업체 ‘네이버 클라우드’의 사이버 공격 피해 발생 약 52만 건의 일본인 유저 개인정보 유출 (3차) ✓ 1차: 2021년 중국업체가 일본 사용자의 개인정보에 접근 ✓ 2차: 2023년 야후 재팬이 네이버에 유저의 동의 없이 410만 명의 위치 정보 제공 (당시 총무성의 행정지도 처분)
2024년 3월	일본 총무성 1차 행정지도	<ul style="list-style-type: none"> 개선책 마련 (네이버에 대한 라인야후의 과도한 의존 ↓) 네이버와 자본관계 재검토
2024년 4월	일본 총무성 2차 행정지도	<ul style="list-style-type: none"> 1차 행정지도 후 라인야후로부터 재발 방지책 보고서 수취 미흡하다는 판단하에 구체적인 대책 보고 재요구 (24.07.01 까지)
2024년 5월	라인야후의 기술독립 추진 발표	<ul style="list-style-type: none"> 네이버에 대한 업무 위탁 종료 및 기술 독립 추진 발표 ‘라인의 아버지’ 신중호 이사직 해임 및 이사회 전원 일본인 구성

| 라인 지분 매각 압박 대응하는 한국 |

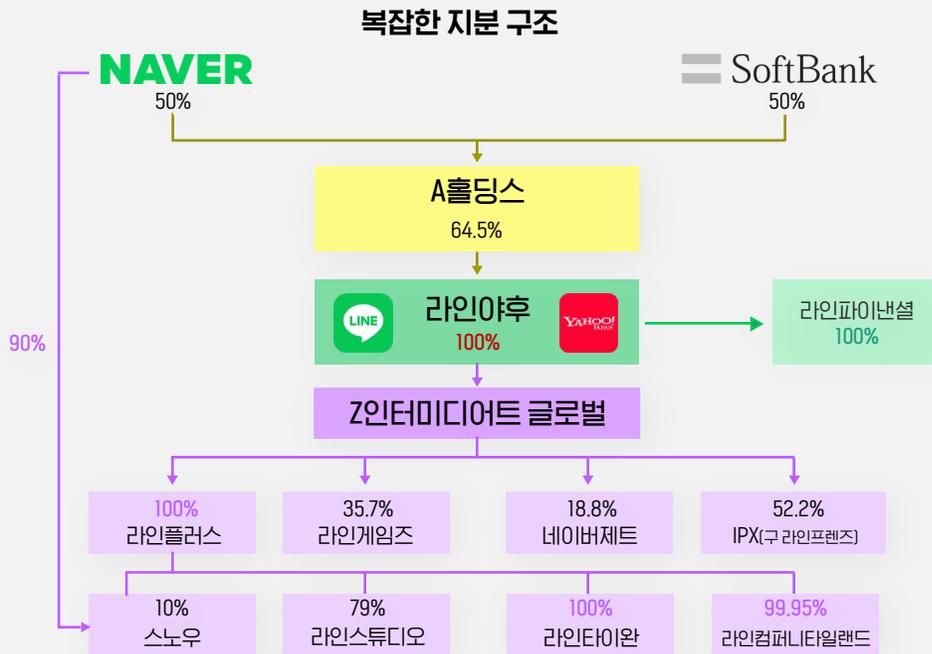
네이버 노조의 강력한 반대



네이버, 이대로 라인야후와 분리될까

- A홀딩스 산하로 밀접하게 연결된 한일기업... 복잡한 지분 구조로 분리에 오랜 시간이 걸릴 전망
- 라인과 분리 시 네이버는 전반적인 매출 및 해외 사업에 큰 타격을 입을 것으로 예상

| 긴밀하게 연결된 네이버와 소프트뱅크 |



일본 총무성의 2차 행정지도 이후 7월까지 시간을 벌었지만, 복잡한 지분관계로 장기간의 협상이 필요한 상황

| 라인과 분리 시 네이버가 입는 타격 |

일본 매출 현황



일본 내 매출의 영향력

- 일본 매출 규모와 비중은 최근 4년간 증가폭 유지
- 일본은 전체 해외 매출 중 절반 이상인 55.7% 차지
- '탈 네이버' 시 전체 매출 감소 불가피

네이버의 해외 사업 전략 위기

라인 외 일본에서 순항 중인 라인망가, 스노우, 제페토 등 네이버 계열 앱 매출 흡수의 어려움

일본이 라인에 대한 대만·동남아 등 해외 사업 총괄 시, 네이버는 기업 경쟁력 약화 및 매출에 타격

투잡 넘어 쓰리잡까지 ... N잡러 전성시대

- 본업 외 다양한 부업과 취미활동을 즐기며 삶을 살아가는 N잡러 60만 돌파
- N잡 열풍과 손쉽게 고수익을 원하는 심리 악용한 온라인 부업 사기 기승 ... 주피해자는 주부, 사회 초년생

| 직장인 N잡러 열풍 |

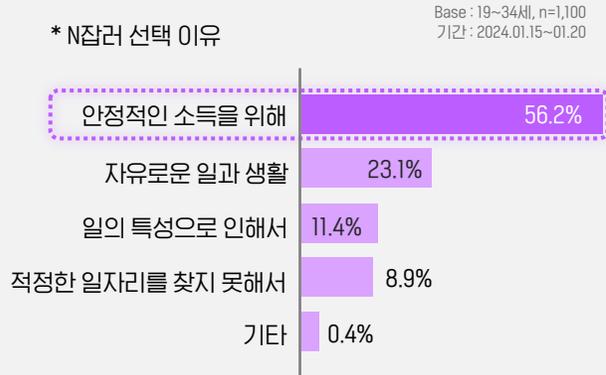
N잡러란?

2개 이상 복수를 뜻하는 'N'과 직업을 뜻하는 'job', 사람을 뜻하는 '~러(er)'가 합쳐진 말로 여러 직업을 가진 사람을 의미

연도별 부업 인구



2030세대 10명 중 6명 N잡러 준비



고물가·고금리로 높아진 가계 부담과 불안정한 고용시장, 시간과 장소에 제약 없는 디지털 플랫폼 일자리 확대 등으로 인해 N잡러 증가 추세

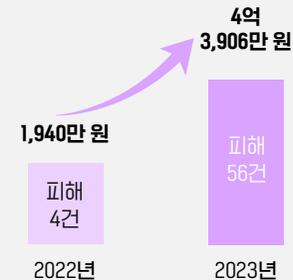
| 생계유지와 자아실현 사이 |

비슷한듯 다른 투잡 vs N잡



온라인 부업 사기 기승

온라인쇼핑몰 부업 사기 피해 현황



사기 유형 예시

- ① 온라인쇼핑몰을 활성화 목적으로 자사 쇼핑몰에서 지원자들이 선주문 후 구매 후기 작성 시 결제액 환불 및 수수료 제공 약속
- ② 대형 오픈마켓 주문 건에 대해 중간 수익을 남기고 판매하기 위해 공동구매 형식으로 도매가에 상품을 대리구매 한다고 안내 후 입금 완료 시 결제액 환불 및 수수료 제공 약속

취미가 직업이 되는 덕업일치 ‘하비프러너’

- 주 52시간제 도입으로 늘어난 여가활동 시간과 모바일 중심 시대가 도래하면서 하비프러너 트렌드 부상
- 하비프러너는 주로 SNS를 기반으로 활동하기 때문에 온라인과 모바일 환경에 대한 이해 필요

I 취미로 N잡 뛰는 하비프러너 I

하비프러너란?

취미를 뜻하는 ‘hobby’와 무엇을 추구하는 사람이라는 뜻의 ‘preneur’가 합쳐진 말로 자신의 취미를 직업으로 발전시킨 사람을 의미

직장인 5명 중 1명 추가수익 창출 취미 보유

* 직장인 수익 창출 취미 Top5 (복수응답)

Q. 취미생활을 통해 추가수익을 창출하고 있나요?

Base : 직장인 608명

그렇다(19.6%)



1위	유튜브 등 SNS	44.5%
2위	헬스/요가 등 운동 레슨	25.2%
3위	소설/에세이 등 창작활동	24.4%
4위	베이킹/요리	19.3%
5위	음악 레슨	12.6%

향후 ‘현재 취미생활을 본업으로 삼을 계획이 있다’고 답한 응답자는 73.1%로 직장인 다수가 취미를 본업으로 삼는 하비프러너 희망

I 취미가 돈이 되는 시대 개막 I

하비프러너 확산 배경



주52시간 근무제 도입으로 워라밸 문화 확산



100세 시대로 진입하며 평생직장 개념 소멸



디지털 발달로 온라인 판매 창구 확대

하비프러너 예시

유튜브를 통해 자신의 취미 활동 공유하며 광고 수익이나 후원을 받는 사람

온라인 강좌 플랫폼에서 자신의 기술을 가르치는 강사

자신의 창작물을 온라인 플랫폼을 통해 판매하는 작가

자신의 취미 관련 기술을 활용해 일하는 프리랜서

하비프러너 활동 시 주의사항

- 본업과 겸직 가능 여부 회사 내규 확인
- 수익이 발생하는 판매행위는 반드시 20일 이내에 사업자 등록 진행

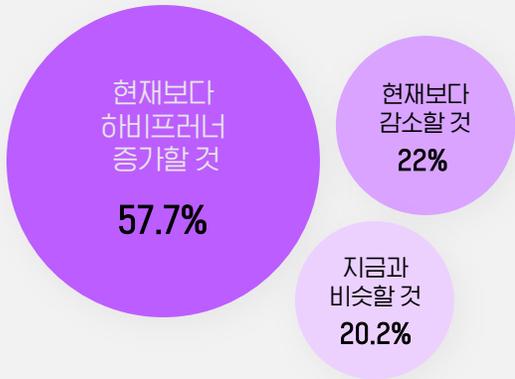
나만의 전문성으로 행복한 인생 2막 시작

- 자신의 취미로 수익을 낼 수 있는 하비프러너, 일에 대한 높은 만족도로 증가 추세
- 차별성과 전문성을 갖춘 '나만의 콘텐츠'가 하비프러너 성공의 키포인트

| 직장인의 꿈 '하비프러너' |

하비프러너 전망

Base : 직장인 608명



돈 버는 취미의 순기능

- 취미에 대한 열정 고취
- 새로운 네트워킹 구축
- 창의력 발휘 및 새로운 기술 습득
- 자신의 삶에 대한 만족도 향상

하비프러너 도전 방법

국민내일배움카드

청년, 구직자, 재직자, 재취업자가 자기개발을 할 수 있도록 훈련비 등을 지원하는 제도

창업교육센터

취·창업역량을 키울 수 있는 실무 중심의 프로그램 지원

| 국내외 덕업일치 성공 사례 |

취미로 시작해 창업까지

지역	기업명	취미	창업 배경
국내		컬리	먹거리에 대한 남다른 관심이 있었던 김슬아 대표는 신선식품 배송의 아쉬움에서 아이디어를 착안해 창업
		두끼떡볶이	떡볶이에 대한 애정으로 시작한 동호회 활동 경험을 바탕으로 브랜드 창업
		팡스부대찌개	평범한 캠퍼스에서 생계를 위해 창업을 고민하다 간편히 즐길 수 있는 부대찌개 밀키트 개발
해외		넷플릭스	DVD를 빌려보는 취미에서 아이디어를 착안해 창업
		블루보틀	커피에 진심이었던 클라리넷 연주자에서 커피계의 애플로 불리는 '블루보틀' 창업
		파타고니아	취미였던 등산에서 아이디어를 착안해 등산 장비 사업을 시작으로 아웃도어 브랜드로 확장

부르는 게 값, 심각한 압표 현황

- 폭리를 취하고자 표를 비싸게 판매하는 '압표상'이 다양한 분야에서 활동 중
- 사이버 범죄 발생 비율 1위 '사이버 사기' ... 더욱 고도화·다양화되는 인터넷 압표 거래 수법

| 다양하게 거래되는 압표 |

압표란?

웃돈을 얹고 팔아서 이득을 챙길 목적으로 거래되는 불법적인 탐승권, 입장권 등의 표

압표 거래 형태와 사례

중고거래 사이트를 통한 압표 거래

온라인 커뮤니티 및 개인간 SNS 거래

전문 리셀 온라인 플랫폼 거래

오프라인 거래



e-sports 경기

'2023 LOL 월드 챔피언십 결승전' 인기 좌석의 경우 정가의 10배 이상인 300만 원 압표 등장



KTX 열차표

명절을 악용하여 폭리를 취하고자 표를 구매하지 못한 귀성객을 상대로 정가의 두 배 이상의 웃돈 거래 권유



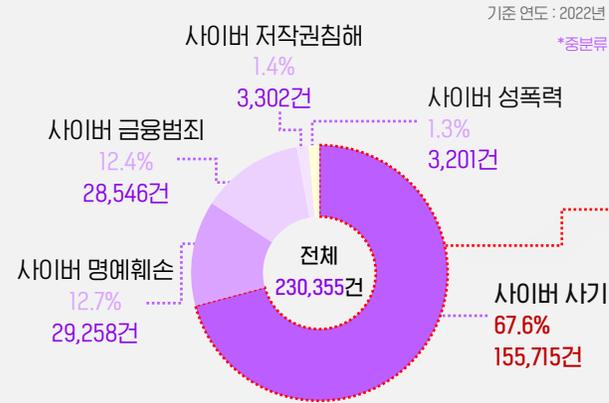
콘서트

'임영웅 콘서트'의 경우 압표상들이 매크로 프로그램을 이용해 로열석을 선점 후 500만 원에 판매

출처 : 한국대중음악공연산업협회, 보도자료(업계 취합)

| 심각한 압표 거래 실태 |

사이버 범죄 유형별 발생 비율



대중음악 공연 압표 신고 현황



압표 매매 관련 주요 수법



대리 티켓팅

구매자 계정에 업자가 직접 로그인해 원하는 좌석 대리 예매



아이디 유키기

업자가 소지한 압표를 취소 후 구매자의 아이디로 재예매



직접 링크 판매

예매하기 버튼을 누르지 않고 바로 좌석 선택 화면에 진입하는 링크

출처 : 경찰청, 문화체육관광부, 보도자료(업계 취합)

암표 거래에 최적화 된 대한민국

- 암표가 당연한 듯 거래되는 사회, 소비자와 주최자가 받는 피해 심각
- 암표 근절을 위해 50년 만에 공연법 개정안이 시행됐으나 낮은 처벌로 실효성 없다는 지적

| 활기를 띠고 있는 암표 시장 |

공식 예매처 외 티켓 구매 경험

기준 연도 : 2023년



공연 관객 4분의 1 [23.4%]
암표 구매 경험

암표 구매 시 추가 지불 금액

기준 연도 : 2023년



암표 티켓 구매 시 높은 추가 금액 지불

암표 거래의 문제점



| 국내에서 암표 근절이 어려운 이유 |

실효성 떨어지는 암표 관련 법률

제3조(경범죄의 종류)

[암표매매] 흥행장, 경기장, 역, 나루터, 정류장, 그 밖에 정하여진 요금을 받고 입장시키거나 승차 또는 승선시키는 곳에서 옷돈을 받고 입장권·승차권 또는 승선권을 다른 사람에게 되판 사람

처벌

20만 원 이하의 벌금, 구류 또는 과료의 형으로 처벌

한계

온라인에서의 부정판매 처벌 규정이 없어 법적 보완 필요

제4조의2

[입장권등의 부정판매 금지 등] 정보통신망에 지정된 명령을 자동으로 반복 입력하는 프로그램을 이용하여 입장권 등을 부정판매하여서는 아니 된다

처벌

1년 이하의 징역 또는 1천만 원 이하의 벌금

한계

매크로 행위 적발 어려움 및 범죄를 통한 수익이 벌금보다 큼



경범죄 처벌법
1973년 시행



공연법
2024년 시행

“ 여전히 낮은 처벌 수위와 허술한 규정으로 범죄 억제력 갖기 어렵다는 지적 ”

암표 근절을 위한 다양한 해결책

- 암표를 막기 위해 적극 대응을 펼치는 해외 국가
- 암표 근절 해결책으로 떠오른 'NFT 티켓' 시장의 성장과 안정성 기여 기대

| 암표를 뿌리 뽑기 위해 나선 국가 |

암표 규제 해외 사례

프랑스



승인을 받은 공식 재판매 업자만이 입장권 재판매 가능,
주최자의 요청에 따라 환불·교환 불가능
- 암표 거래 시 1만 5,000유로 벌금 부과,
위반이 반복될 경우 벌금 3만 유로(약 4,000만 원) 인상

일본



티켓 구입 후 환불·취소가 불가능하며 본인만 입장 가능,
입장권을 판매가보다 비싸게 재판매하는 것을 불법 전매로 규정
- 법을 위반할 경우 1년 이하의 징역 또는 100만 엔(약 1,000만 원) 이하 벌금 부과

타이완



암표 판매 신고 포상금 제도 운영 및 '연합 암표 퇴치팀' 운영 계획,
- 컴퓨터 조작 등 부당한 방법으로 암표 구매 시 3년 이하의 징역과
300만 타이완달러(약 1억 3천만 원) 이하의 벌금 부과

해외에서는 암표의 심각성을 인지하고 법 개정 진행,
국내 또한 실효적인 규제를 위해 **온라인 암표 매매 단속 및 처벌 강화 필요**

| 새롭게 등장한 해결법 'NFT 티켓' |

NFT 티켓이란?

블록체인 기술을 사용하여 입장권 구매 정보를 암호화하는 디지털 티켓으로
오직 본인 인증을 마친 사용자만 구매 가능 및 다른 사람에게 재판매 불가능

국내 최초 NFT 티켓 적용 사례



모던라이언 - 장범준 콘서트

NFT 티켓 장단점



- 위조 불가능으로 사기 예방
- 추가적인 디지털 혜택 제공
- 티켓 및 관리 비용 절감



- 개인정보 도용 편법에는 취약
- 디지털 소외 계층 접근성 떨어짐
- 1인 1매 제한의 아쉬움

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 네이버 DA 정보확장형 광고 출시
- 캐시노트 인앱 배너 출시
- 치지직 전용 광고상품 출시

네이버 DA 정보확장형 광고 출시

- 네이버의 기술과 DB를 활용하여, 기본 배너 이미지 외에 다양한 부가정보를 노출할 수 있는 상품
- 풍부한 소재를 통하여 광고 대상을 효과적으로 소개할 수 있으며 이를 통해 사용자 반응 유도 가능

| 브랜딩DA 정보확장형 |

기존 대비 2.7배 커진 영역에 다양한 미디어 및 정보 노출,
네이버 DB가 연동되어 간편하게 소재 제작 가능

브랜딩DA 정보확장형 (420)



브랜딩DA 정보확장형 (330)



메인이미지 사이즈에 따라 420, 330 두 가지로 제공

| 주요 광고 유형 |

일반형



쇼핑라이브형



영화/OTT형



공통 항목 카드

- ✓ **들어보기** CLOVA 음성합성 기술을 활용하여 텍스트 기반으로 오디오 소재 제작
- ✓ **검색하기** 광고주의 부가 정보를 추가로 탐색할 수 있는 기회 제공
- ✓ **소식보기** 다양한 소식들을 안내 하며 사용자와 소통 가능
- ✓ **바로가기** 광고주가 보유한 다양한 채널을 사용자와 연결

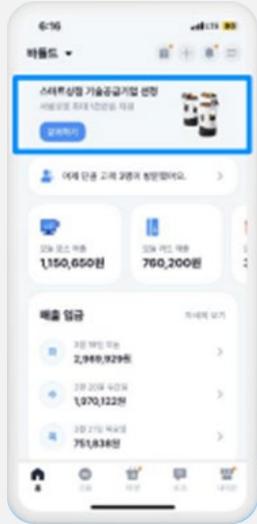
특화 카드

- ✓ **쇼핑라이브형 : '쇼핑라이브'**
쇼핑라이브 ID 입력 시
쇼핑라이브 상품 및 미리보기 제공
- ✓ **영화/OTT형 : '무비클립', '포스터'**
컨텐츠명을 입력 시 네이버 지식 베이스와 연동하여 자동으로 소재 등록

캐시노트 인앱 배너 출시

- 캐시노트 홈 화면 및 장부, 토크탭 등 유저 시용 빈도가 높은 여러 지면에 노출되는 광고 상품
- 다양한 광고 노출 형태를 활용해 풍부한 노출 및 클릭 확보 가능

| 주요 노출 지면 |



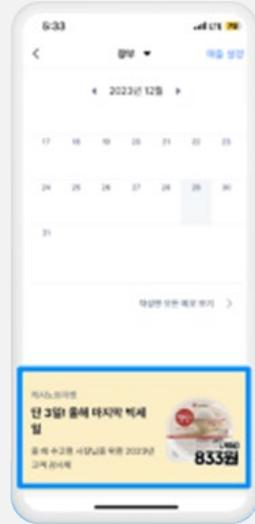
홈 화면 배너

캐시노트 앱 실행 후 홈 화면의 상단



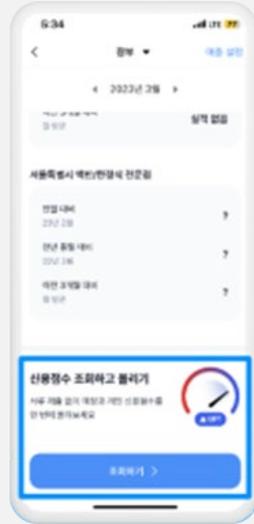
토크탭 배너

토크탭 진입 시 상단에 바로 노출되는 위치



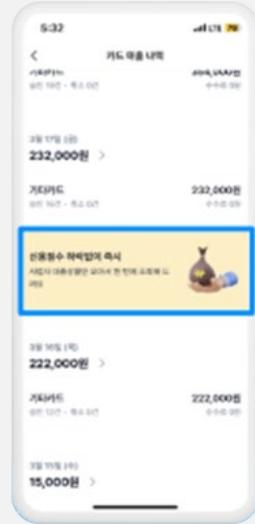
장부_메인카드배너

매일의 입출금 및 실적 등을 캘린더 형식으로 확인 가능한 영역 하단에 위치



장부_버튼형배너

일자 별 매출, 실적 등 경영관리가 가능한 영역 최하단에 위치



장부_내역리스트배너

실적 및 카드매출 등 내역리스트를 볼 수 있는 영역 중간에 위치



토크_네이티브배너

토크탭 게시 목록 사이에 위치하여 자연스런 노출



토크_게시글배너

실적 및 카드매출 등 내역리스트를 볼 수 있는 영역 중간에 위치

치지직 전용 광고상품 출시

- 게임 커뮤니티를 강화하기 위한 네이버의 게임 스트리밍 플랫폼 '치지직' 정식 오픈
- 서비스 이용자 중 1030 비중 약 93%, 영타겟 유저 대상 효과적인 광고 가능

| 치지직 서비스 |

치지직 전용 광고 상품 강점



강력한 브랜드 각인 효과
24시간 라이브 스트리밍으로
높은 노출 빈도수 확보



높은 광고 수용도
체류 시간이 길고, 활동성이 높은
광고 친화적인 이용자



타겟 다양화
지속적인 서비스 성장으로
신규 이용자 유입

치지직 전용 광고 TOP 업종

게임

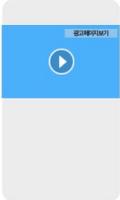
자동차/수송

엔터테인먼트

전자/ICT

타겟이 명확한 치지직 지면에만 노출되는 상품으로
영타겟 잠재고객 확보가 목표인 브랜드 집행 추천

| 치지직 전용 광고 유형 |

	내용	예시
동영상 광고	<ul style="list-style-type: none"> • 치지직 라이브와 VOD 지면 노출 • 인스트림 전광고 집행 가능 • 중간 광고 출시 예정 	  <p>MO 전광고 PC 전광고</p>
배너 광고	<ul style="list-style-type: none"> • PC 메인, 모바일 메인(웹/앱), 영상 엔드 지면 노출 	
프리미엄 라이브 (Beta)	<ul style="list-style-type: none"> • 라이브 방송시간 동안 PC/모바일 메인 및 게임판 고정 노출 • 빅캠페인 집행 추천 	

■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 테이블
- 아이엠스쿨
- 마이클

데이블

- 국내 주요 언론사를 포함한 매거진, 포털, 커뮤니티 등 방대한 매체 인프라를 보유한 아시아 최대 Customer Discovery Platform
- 사용자 행동분석 데이터를 바탕으로 머신러닝 기반의 개인화 콘텐츠 추천 및 수익화 솔루션 제공

| 데이블 |



매주 방문 활성 사용자
5,000만+ *최근 4주 기준

매월 수집 중인 Unique User
5.4억 명



강력한 매체 인프라

약 2,000여 개 매체와의 직접 제휴를 통한 광고 노출로
브랜드 세이프티 보장 및 높은 도달에 효과적



정확한 고객 탐색

사용자 소비 콘텐츠 및 사용 패턴을 분석하여
개인 맞춤 콘텐츠 추천 제공으로 신규 잠재고객 유치 용이



자동 최적화 알고리즘

자동 최적화 시스템을 통해 운영 리소스 절감 및
고효율 캠페인 운영 가능

다른 사람들이 흥미롭게 읽은 이야기

- 결혼 예산 걱정된다면? 주목!
- 솔직하게 공개하는 결혼 후의 일상
- 집을 라운지처럼 안락하게
- 스타일별로 나눠 제안하는 웨딩 드레스 스타일
- 연역력을 높이는 올바른 내 몸 사용법 10

| 주요 광고 상품 |

데이블 네이티브 애드



#다양한 형태의 콘텐츠
#편리한 캠페인 제어 #자동 최적화

웹 사이트의 주요 콘텐츠와 유사한 형태로 만들어진 광고로 사용자 관심 유도에 효과적

데이블 뉴스



#옴니채널 수익화 솔루션
#실시간 리포트 제공

사용자 관심사 고려한 개인화 뉴스를 실시간 추천하는 광고로 높은 체류시간 유도

영상 광고



#전 제휴 지면 노출
#영상 무한반복

프리미엄 매체 인프라를 통해 개인화된 영상 콘텐츠 게재하여 잠재고객의 주목도 UP

아이엠스쿨

- 650만 이상 학부모가 선택한 No.1 스마트 모바일 알림장 서비스
- 구매력 높은 3050 여성 타겟을 포함하여 전체 가구 대상의 폭넓은 광고집행 가능

| 아이엠스쿨 |



누적 가입자 수
650만+

MAU(월 사용자 수)
200만+



자녀 교육정보 큐레이션

학교 · 학원 소식부터 교육 콘텐츠까지
흠어져 있는 각종 교육정보 큐레이션 하여 제공



구매력 높은 타겟층

자녀의 교육과 가계의 소비를 담당하는
3050 여성 학부모 타겟 활동 활발



폭넓은 광고 집행

교육뿐만 아니라 건강기능식품, 식음료, 가전/가구,
쇼핑/커머스, 금융/보험, 공공기관 등 폭넓은 업종 광고 집행 가능

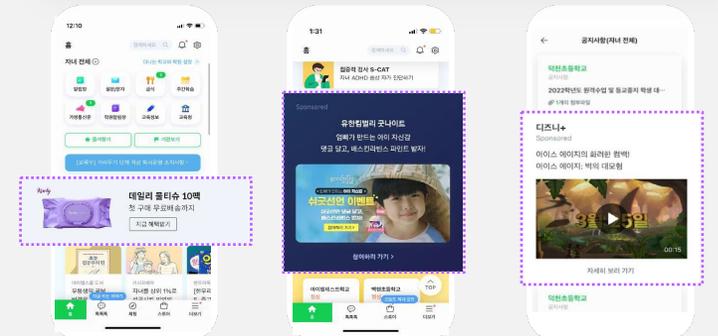
| 주요 광고 상품 |

전면 배너



앱 실행/종료 시
화면 전면 팝업 노출

피드 배너 - 애드1, 애드2·3, 리스트2



홈 화면 중단 게재

홈 화면 하단 스크롤 시
순차 노출

홈 상단 각 아이콘 피드
진입 시 2번째 카드 노출

하단 배너

유저 활성성 높은
앱 내 커뮤니티 하단 노출

* 노출 위치 : 급식하단, 일반하단,
공지/가통 하단, 톡톡하단

푸시 메시지 - 카카오톡 채널, 인앱 푸시, 문자 광고



아이엠스쿨 회원 대상의
푸시 메시지 발송 상품

▶ 인앱 푸시(이벤트 푸시) 예시

마이클

- 자동차 애프터마켓의 혁신을 이끄는 국내 No.1 차량관리 앱
- 100% 차량 소유자가 사용하는 앱으로 정확한 타겟팅 가능

| 마이클 |



누적 다운로드 수
420만+

누적 차량등록 대수
360만+



1등 차량 관리앱

모바일 자동차 서비스 중 가장 많은 사용자 보유
(누적 다운로드 425만, 누적 거래수 60만 돌파)



고관여 사용자

100% 차량 소유자가 사용하는 앱으로
구매력 있는 3040 남성이 주요 소비층



높은 고객 만족도

전국 1,500 정비소의 예약 시스템 최초 도입 및
전국 상품 가격 표준화 등 쉬운 차량관리 서비스 제공

| 주요 광고 상품 |

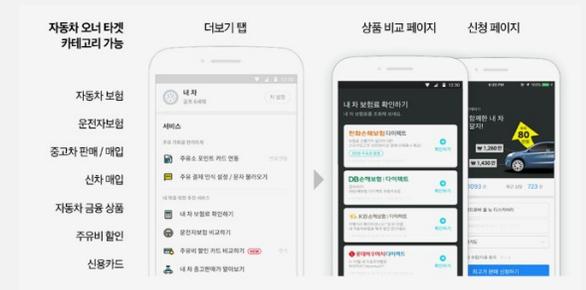
CPT 광고

CPA 광고



알림 탭

주유리포트



마이클 주요 서비스 영역에 노출되는 상품으로
타매체 대비 전환건수가 높으며
광고 효율 극대화 가능

상담접수, 견적문의 등 Action 발생 시
과금되는 상품으로
자체 제작 랜딩페이지를 통해 전환 유도 극대화

■ PROMOTION

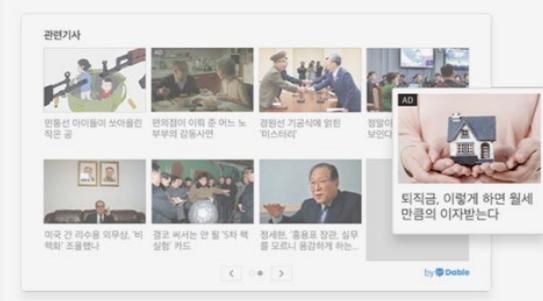
이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 테이블 1+1 프로모션
- 토스 신규 광고주 대상 프로모션
- 네이버 스플래시 광고 출시 기념 할인 프로모션

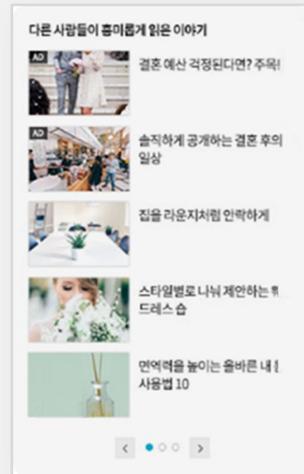
Dable 1+ 프로모션

- 강력한 매체 인프라 및 효과적인 타겟팅으로 고효율 캠페인 운영이 가능한 매체
- 신규로 집행하는 특정 업종을 대상으로 광고비 100% 추가 충전

데이블 광고상품



네이티브 애드



데이블 뉴스

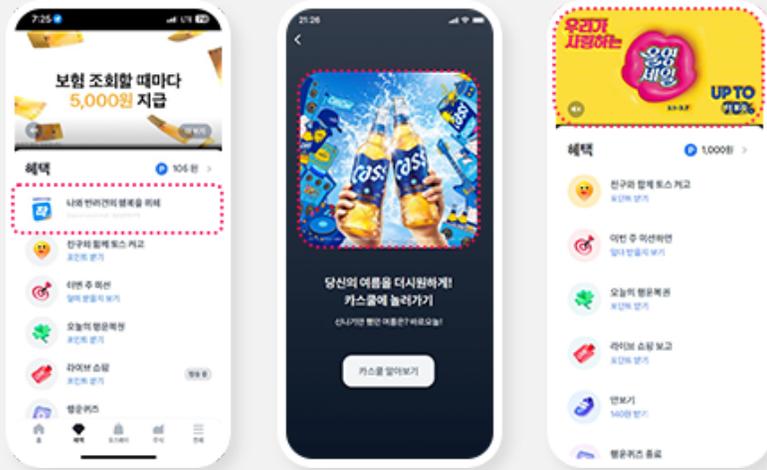
* 광고상품 일부

유형	구분	내용
1+ 프로모션	대상	여행, 교육, 기업 뉴스를 홍보(PR), 반려동물 관련 제품 및 식품, 부동산·분양, 대형오픈마켓, 영화
	조건	신규 집행
	혜택	첫 광고비 충전 시 최대 100만 원까지 100% 추가 충전
기간	24년 4월 ~ 6월	

toss 신규 광고주 대상 프로모션

- 국내 대표적인 모바일 금융 서비스로 단기간 내 폭발적인 노출량을 확보해 브랜딩 및 인지도 제고에 효과적인 매체
- 최근 광고 집행 예산 1백만 원 미만 광고주를 대상으로 50% 무상머니 1회 지급

토스 광고상품



혜택탭 배너

모먼트 배너

썸네일 배너

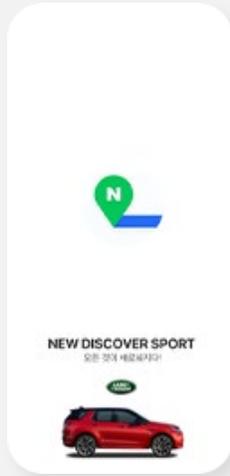
* 광고상품 일부

유형	구분	내용
신규 광고주 대상 프로모션	대상	최근 6개월 간 전체 광고 집행 예산 1백만 원 미만 광고주 대상 * 23.10 ~ 24.04 기준
	적용 상품	① 혜택탭 배너 ② 모먼트 배너 ③ 썸네일 배너 ④ 머니 알림 ⑤ 행운 퀴즈
	혜택	기간 내 월 1천만 원 이상 집행 시 50% 무상머니 1회 지급 * 최대 2천만 원 이내
기간	24년 5월 1일 ~ 6월 30일	

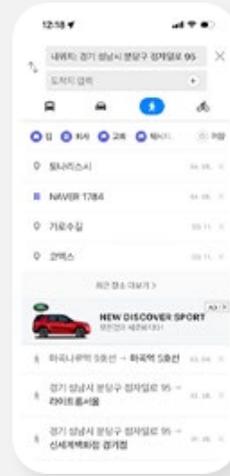
NAVER 스플래시 광고 출시 기념 할인 프로모션

- 사용자 데이터를 기반으로 장소를 노출하며, 국민 약 2,000만 명이 사용해 인지도 상승에 효과적인 지도앱
- 지도앱 스플래시 광고 패키지 50% 할인

네이버 지도앱 광고상품



스플래시 광고



스마트채널 광고

* 광고상품 일부

유형	구분	내용
스플래시 광고 출시 기념 할인 프로모션	대상	모든 광고주
	혜택	M_지도_앱_스플래시 패키지 50% 할인
	구성 상품	① 스플래시 광고 ② 검색대기화면 스마트채널 광고 ③ 길찾기 홈 스마트채널 광고 * 스플래시 소재 - 클릭 불가 / 스마트채널 - 클릭 가능 * 판매/노출 방식: 일 1구좌 독점 (노출 영역별 노출 프리퀀시 3회 적용)
기간	24년 6월 말	

2024.6

MARKETING CALENDAR



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
						1 의병의날
2	3	4	5 망종 환경의날	6 현충일	7 연차쓰기좋은날	8
9	10 단오 6.10 민주항쟁기념일	11	12	13	14 세계 헌혈자의날 부산디자인위크	15 노인학대예방의날
16	17	18	19	20	21 하지	22 검색광고메커니즘 2402회시험
23	24	25 6.25 한국전쟁	26	27	28 철도의날	29
30						

이달의
HOT 키워드

마케팅 #인플루언서 마케팅 #역시즌 마케팅

패션 #버뮤다팬츠 #트레이닝복 #벨트패션 #시스루 #구동화

밈 #너 오늘 몇명 고실거야 #뭐가 더 화나? 밸런스게임

이달의 유행템 #두바이 초콜릿 #생레몬 하이볼 #불꽃케이크

행사 #맥주축제 #장미축제



JUNE
2024



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

문의하기

adure

E . O . D