

A grayscale background image showing a person's hands holding a tablet. The tablet screen displays a digital interface with various elements like a clock, a calendar, and a list of items. A semi-transparent white box is overlaid on the right side of the image, containing Korean text.

2023년 06월

인 크 로 스

미 디 어

리 포 트

2023년 6월 인크로스 미디어 소식



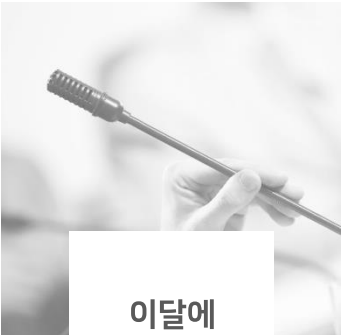
미디어 트렌드

주요 업종별 플랫폼
트렌드 소식을
전해 드립니다.



주요 매체 소식

네이버, 카카오, 구글,
페이스북 등 주요
미디어의 개편 소식과
광고 상품 트렌드를
보여 드립니다.



이달에 주목할 미디어

이달에 핫한 광고 상품과
신생 매체의
광고 상품을 소개합니다.

incross

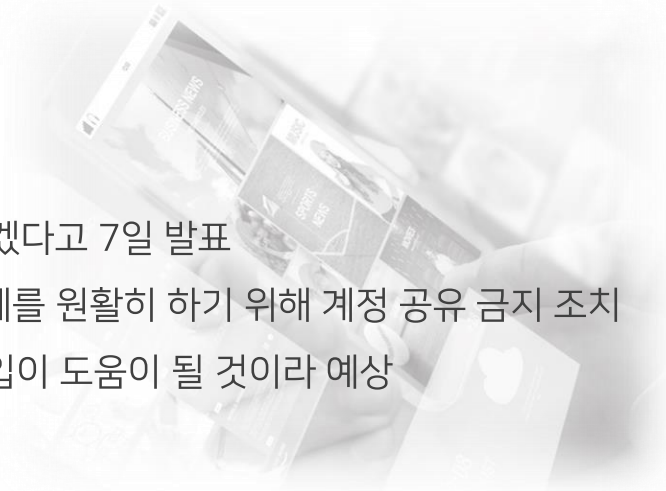


미디어 트렌드

주요 업종별 플랫폼 트렌드 소식을
전해 드립니다.

아마존도 광고 요금제 도입 검토 중

- 넷플릭스와 디즈니+에 이어 아마존도 자사 온라인 동영상 서비스(OTT) 프라임비디오에 '광고 요금제' 도입을 검토하겠다고 7일 발표
- 넷플릭스와 디즈니+는 HVOD* 요금제로 변경하고 15/30초의 프리롤 또는 미드롤을 제공 중. 넷플릭스는 광고 요금제를 원활히 하기 위해 계정 공유 금지 조치
- 초기 단계로 아직 확정된 내용은 없으나 미국프로농구(NBA) 중계권을 얻고, 중계료 지급을 위해서는 광고 요금제 도입이 도움이 될 것이라 예상



OTT

	넷플릭스	디즈니+
출시일	2022. 11. 1	2022. 12. 8
출시 국가	한국 포함 12개 시장	미국
출시 가격	광고형 베이식 \$6.99/월 (한화 5,500원/월)	베이식 \$7.99/월 (한화 9,900원/월)
광고 유형	시리즈: 15/30초 프리롤/미드롤 영화: 15/30초 프리롤	15/30초 프리롤/미드롤
광고 노출수 상한	시간당 최대 4~5분 광고 시간당 1회, 1일 3회 향후 10위권 내 콘텐츠 광고, 콘텐츠 시작 부분에 광고 재생되도록 하는 방법 등 검토	시간당 약 4분 광고 시간당 1회, 1일 2회, 1주일 12회
광고 협업 파트너	마이크로 소프트	더트레이드데스크
현재 상황	계정 공유 금지 조치 최근 본격 시행 (뉴질랜드, 캐나다, 포르투갈, 스페인, 미국)	

아마존 프라임비디오의 HVOD* 요금제 검토 중



7일 아마존 프라임비디오가 광고 요금제 도입을 검토하겠다고 발표
현재 NFL등 스포츠 중계 및 영화·오락 프로그램 등을 서비스 중
아마존은 2025년 기존 계약 기간이 끝나는 NBA 중계권을 따내기 위해 검토 중

* Hybrid VOD. 광고형과 구독형을 혼합한 요금제

다음·네이버 뉴스 댓글 방식 개편... 다음은 실시간 댓글, 네이버는 악플러 공개

- 8일 다음은 기존 뉴스 댓글을 '타임톡'으로 개편. 사실상 실시간 채팅 방식을 도입
- 타임톡은 기사 발행 후 24시간의 시간 제한이 있으며 서비스 적용 시간이 지나면 댓글창 자체가 사라져 댓글을 작성하거나 다른 사람의 댓글을 확인할 수 없음
- 네이버는 뉴스 댓글 이용자의 아이디 일부와 닉네임, 이용 제한 상태를 노출하기 시작
- 댓글 이용자가 지금까지 작성한 댓글들도 다른 사람들이 모두 확인 가능

다음 뉴스 댓글 개편 - 박제형에서 실시간형으로

타임톡 beta
이 뉴스에 대해 의견을 나눠보세요.
톡방 종료까지 **18:31:23** 남았습니다.

참여하기

▲ 다음 기사 하단에 '타임톡' 배치(기존 댓글 위치) 시간 제한(24시간)을 두고 기사 주제에 대해 다른 독자들과 실시간 대화 가능

타임톡 내에는 클린봇이 작동해 악성 댓글 차단

네이버 뉴스 댓글 개편 - 이용자의 댓글 행태 정보 공개

228개의 댓글 MY댓글
현재 댓글 218 | 작성자 삭제 10 | 규정 미준수 0

댓글 작성 통계

성별	10대	20대	30대	40대	50대	60대+
남자	80%	20%	0%	0%	17%	36%
여자	0%	0%	0%	0%	28%	18%

댓글을 입력해주세요

순공감순 최신순 공감비율순

클린봇이 악성댓글을 감지합니다.

◀ 기사별 댓글 관련 통계 확인

◀ 클린봇으로 악성 댓글 차단

댓글 작성자의 다른 기사 댓글, 공감률, 본인삭제를 등을 공개



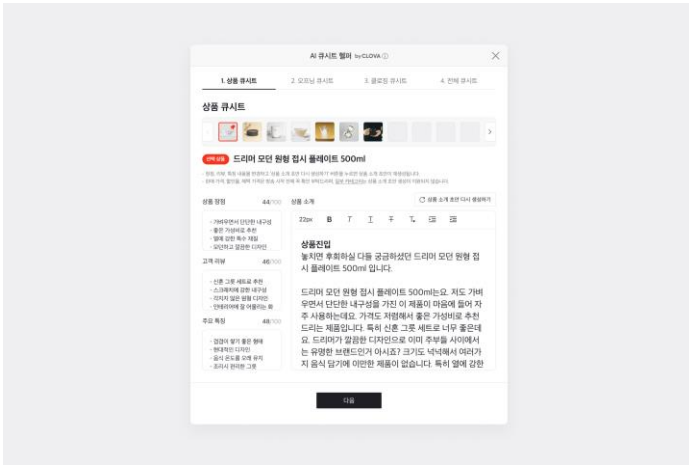
주요 매체 소식

네이버, 카카오, 구글, 페이스북 등
주요 미디어의 개편 소식과
광고 상품 트렌드를 보여 드립니다.

네이버

네이버 쇼핑라이브, 하이퍼클로바 기술로 판매자 큐시트 작성 돕는다

- 5월 31일 쇼핑라이브 '큐시트' 초안을 상품 특성에 맞게 자동으로 작성해주는 'AI 큐시트 헬퍼' 서비스를 베타 오픈
- AI가 상품 정보, 구매 리뷰 분석해 셀링 포인트 정리. 하이퍼클로바 문장 생성 능력으로 자연스러운 대본 초안 구성
- 'AI 큐시트 헬퍼'는 각 판매자의 네이버 쇼핑라이브 관리툴 페이지에서 이용 가능



네이버페이 현장결제, 삼성페이 기능 도입으로 빠르게 확산... 한 달간 58만 결제처에서 1,400만 건 혜택 경험

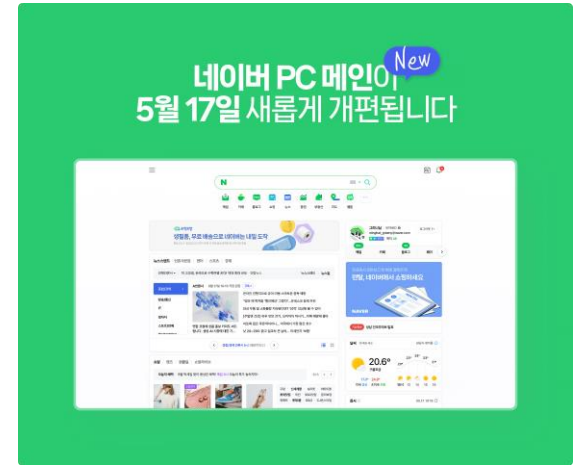
- 5월 18일, 4월 네이버페이 앱 신규 설치 건 수 전월 대비 186% 급증 및 구글 플레이 스토어 인기 앱 1위 기록을 발표
- 한 달간 약 58만여 가맹점서 포인트 뽑기 약 1,400만 건 참여
- 5월 이내 네이버 앱서도 삼성페이 기능 도입된 네이버페이 현장결제 이용 가능할 예정

N Pay × SAMSUNG Pay



네이버, 모바일과 동일한 사용성 제공 위해 PC 메인 페이지 개편

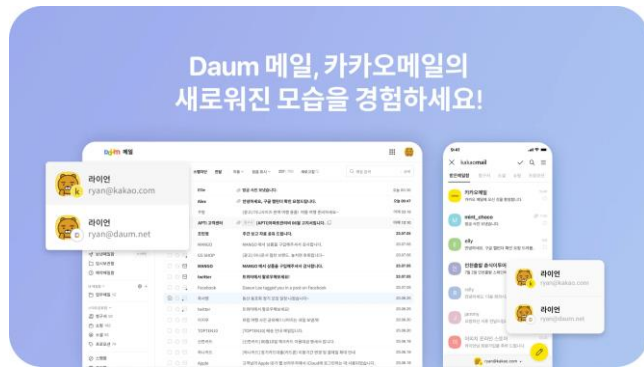
- 5월 17일 전체 적용 앞두고 일주일 간 뉴메인 사용해볼 수 있는 체험 기간 운영하겠다 발표
- PC메인 상단서 모바일과 동일한 사용성 제공, 멀티태스킹 지원하는 '위젯보드'로 MZ사용자 저격
- 3단계 글자크기, 다크 모드, 해상도별 최적화된 레이아웃 등 사용자 편의성 대폭 강화



카카오

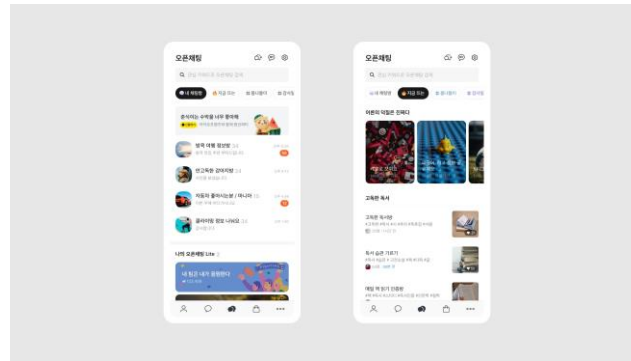
카카오, 다음메일·카카오메일 서비스 개편

- 9일 다음CIC가 다음메일과 카카오톡 메일 서비스를 개편
- 다음메일과 카카오톡 메일 화면 디자인을 변경. 전체적인 디자인을 통일, 아이콘과 글자를 또렷하게, 메뉴 간격을 넓혀 이용성 확대
- 저시력자를 위한 다크모드 제공
- 향후 장애인이 보다 편리하게 메일 서비스를 이용하도록 접근성 개선 예정



카카오톡 '오픈채팅', 카카오톡 3번째 탭에 신설 관심사 기반 플랫폼으로 강화

- 5월 17일 카카오톡 3번째 탭에 오픈채팅을 별도 탭으로 신설.
- 관심사 기반 커뮤니케이션 플랫폼으로서의 역할을 강화할 예정
- 비지인들과 관심사·취미 교류하며 자유롭게 소통하는 공간
- 3탭으로 전면 배치해 접근성 확대, 가장 빠르게 최신 트렌드와 관심사 발견 가능
- 대규모 인원 참여하는 새로운 유형의 채팅 '오픈채팅 Lite' 신규 도입



카카오, 카카오톡 '채팅방 조용히 나가기' 기능 추가

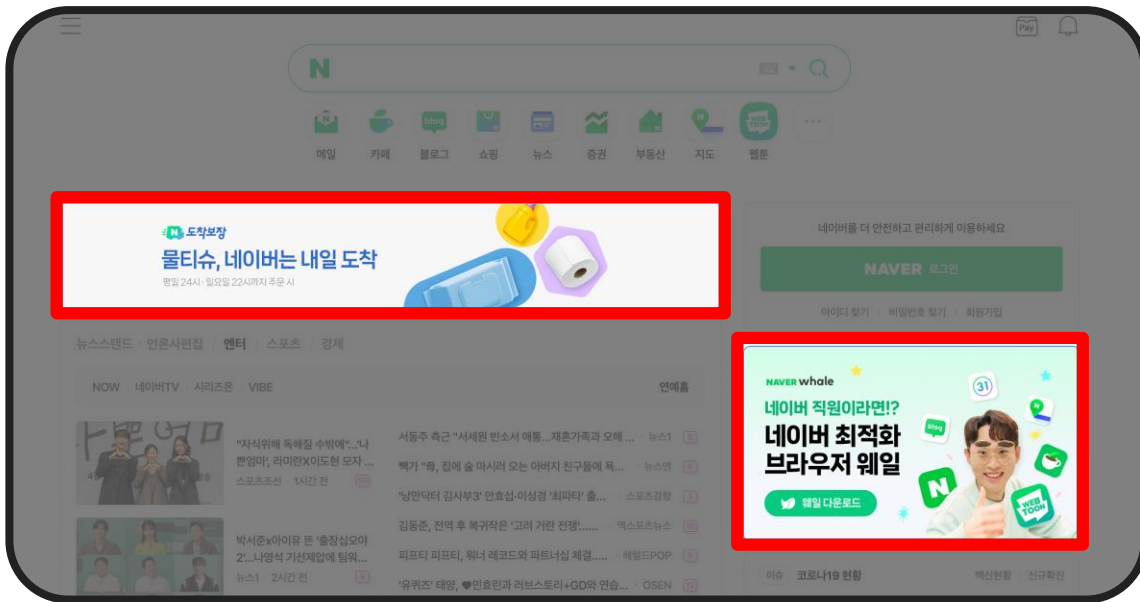
- 5월 10일 카카오톡 업데이트(v10.2.0)를 진행하며 '채팅방 조용히 나가기' 기능을 실험실에 추가
- 해당 옵션을 선택한 뒤 그룹 채팅방을 나가면 'OOO님이 나갔습니다'라는 문구가 다른 참여자들에게 표시되지 않음
- '채팅방 조용히 나가기' 기능은 카카오톡이 2023년 연중으로 진행할 '카톡이지' 프로젝트의 일환으로 진행



네이버 NOSP 타임보드/ 롤링보드 상품성 강화에 따른 노출집계 및 판매정책 변경

- 타임보드/ 롤링보드의 배너 면적이 확대됨에 따라, 해당 상품의 노출집계 및 판매정책이 6월 26일 집행분부터 변경
- 타임보드의 경우 기존 대비 배너 면적 +7% 확대 및 구좌당 단가 평균 -22% 조정
- 롤링보드의 경우 기존 대비 배너 면적 +44% 확대 및 기존 대비 강화된 노출 집계 기준으로 인한 비용 대비 효율성 증가

변경된타임보드/롤링보드노출지면



<타임보드>

<롤링보드>

주요변경사항요약

구분	타임보드	롤링보드
과금 방식	CPT	CPM
배너 면적	+7% 확대	+44% 확대
예상 클릭수	기존 대비 +0~20% 증가	기존 대비 +40% 증가
예상 평균 CTR	0.19% (기존 대비 +104%)	0.22% (기존 대비 +233%)
공통 사항	일반적인 유효 노출 기준에 다양한 추가 필터를 더한 노출수+를 리포팅 및 과금 노출 기준으로 변경	

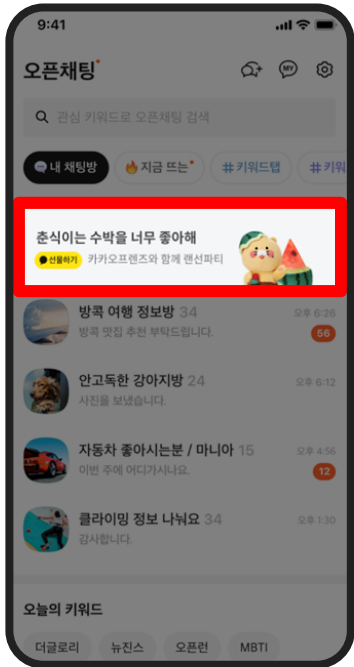
* 노출 집계 기준 변경에 따라 리포트상 집계되는 노출수는 일정폭 감소될 수 있음

* 노출수+는 사용자에게 광고가 효과적으로 도달하였는지 가늠하는데 한층 효과적

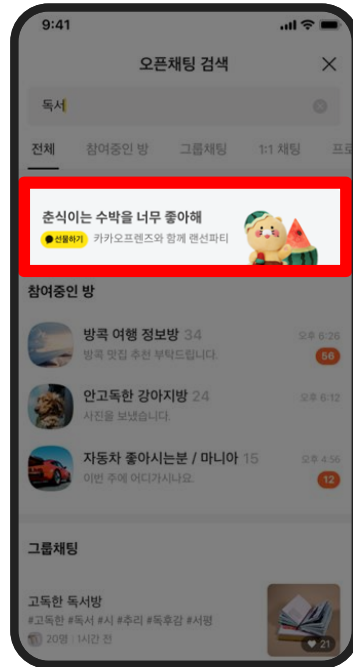
카카오 비즈보드 오픈채팅탭 노출 지면 변경

- 오픈채팅방이 기존 채팅방과 분리되어 별도 탭으로 생성됨에 따라 비즈보드 노출 지면 변경
- 5월 16일부터 순차적으로 적용될 예정이며, 오픈채팅탭에서는 비즈보드 익스팬더블 미노출

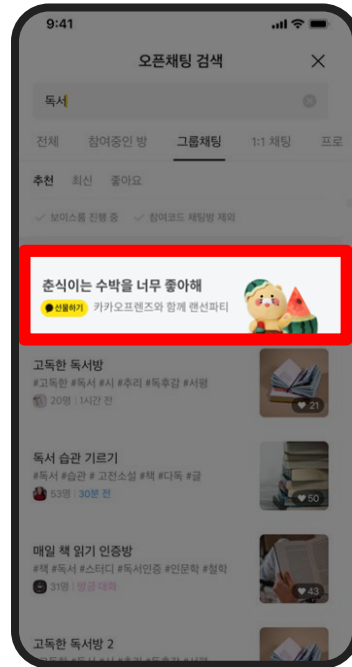
변경된 비즈보드오픈채팅탭노출 지면



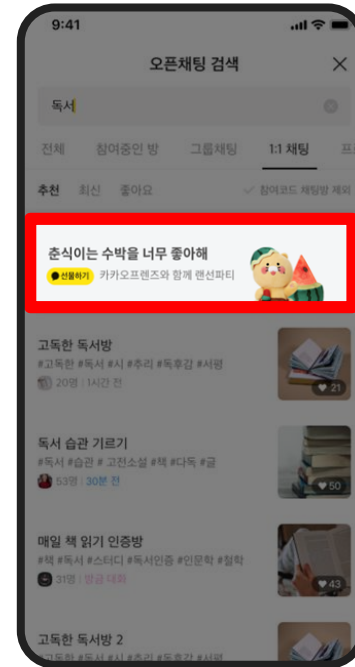
<오픈채팅탭-내 채팅방>



<검색결과-전체>



<검색결과-그룹채팅>



<검색결과-1:1채팅>

변경위치

구분	게재 지면	상세 위치
변경 전	카카오톡 > 채팅 > 오픈채팅	채팅 > 오픈채팅 목록 오픈채팅 검색결과 (그룹채팅/ 1:1채팅)
변경 후	카카오톡 > 오픈채팅	오픈채팅탭 > 내 채팅방 오픈채팅 검색결과 (전체/ 그룹채팅/ 1:1채팅)

상품 개편 및 광고 정책 업데이트

매체	주요 내용
네이버	NOSP 타임보드/ 롤링보드 소재 제작 가이드 변경 안내(5/8) : 5/17 PC 메인 개편에 따른 변경된 타임보드/ 롤링보드 소재 사이즈 변경 등
	NOSP 6월 프로야구 생중계 동영상 광고 상품 출시 안내(5/11) : 6월 프로야구 생중계 패키지(CPT) 및 프로야구 생중계 중간광고 CPMV 상품 출시
	NOSP 2023 LCK 서머 생중계 패키지 출시 안내(5/30) : 생중계 전광고/ 중간광고, LIVE 카운트다운 배너로 구성된 패키지 출시 등 (총 6구좌, 구좌 당 4,000만 원)
	GFA 스마트채널, 서비스 통합 게임 신규 노출 안내(5/3) : 5/3부터 "네이버 > 게임 > 라운지, 기타"에 신규 노출
	GFA 스마트채널 어학사전 신규 노출 안내(5/3) : 5/4부터 "네이버 > 모바일 > 어학사전 > 제2 외국어, 제3 외국어, 한외사전, 학습"에 신규 노출
	GFA 성과형 광고 노출 형태 변경 안내(5/10) : 5/17부터 PC 메인 개편에 따른 광고 노출 형태 변경 (별도 소재 등록 변경 불필요)
	GFA 커뮤니케이션애드 목록형 노출 디자인 변경 안내(5/18) : 6/1부터 목록형 광고 우측 "더보기" 박스 삭제 및 이미지 우측 정렬
	위생 속옷 광고 가이드 일부 완화 안내(5/30) : 제품에 맞는 성별 타겟팅 적용 시 위생 속옷 제품 이미지 및 일부 표현 사용 가능 등
카카오	문의게시판 신규 카테고리 오픈 안내(5/8) : 광고 계정 운영 및 소진/ 효율 관리 방안에 대한 도움을 받을 수 있는 "계정 운영 가이드 문의" 카테고리 오픈
	1:1 채팅방 설명이 추가된 이미지/ 동영상 수신 기능 추가 안내(5/9) : 설명이 추가된 이미지/ 동영상을 관리자센터 1:1 채팅방에서 확인 가능 등
	비즈보드 게재지면 노출 옵션 설정 명칭 변경 안내(5/16) : "채팅탭/ 오픈채팅탭에만 노출"에서 "채팅탭에만 노출"로 변경 등
	비즈보드 CPT 7월 판매안 안내(5/18) : 7/3~7/30 노출 구좌 공시 단가 기준 40% 할인

상품 개편 및 광고 정책 업데이트

매체	주요 내용
카카오	키워드 광고 프리미엄링크 오픈채팅탭 노출 지면 변경 안내(5/22) : 5/16부터 "검색결과(그룹채팅/ 1:1채팅)"에서 "검색결과(전체/ 그룹채팅/ 1:1채팅)"로 변경 등
	Open API 변경 사항 안내(5/23) : 보고서 발송 지표, 픽셀 & SDK 전환 지표 추가 및 소재 상태 변경 API 지원 대상 확대 등
	플랫폼(보고서) 기능 개선 및 변경사항 안내(5/25) : 5/30부터 분석 기간 단위별 최대 조회 기간 62일로 통일 및 광고 계정 기준으로 전체 지표 조회 기능 제공 등
	"내 상점 연동" 기능 종료 안내(5/26) : 6/28부터 소재 라이브러리 내 "내 상점 연동" 기능 종료에 따라 신규 소재 생성 불가 (기존 생성된 소재는 지속 운영 가능)
	플랫폼 기능 변경사항 적용 안내(6/1) : 구) 톡 전환 지표가 픽셀 & SDK와 통합된 지 1년이 경과함에 따라, 22년 6월 23일 이전 지표는 플랫폼 내 제공 중단
	비즈보드 CPT(beta) 실사배경 비즈보드 기간한정 판매(6/2) : 6/5~7/19 접수 및 6/7~8/15 노출 가능 (접수 종료일은 추후 변동 가능성 있음)
LG전자멤버십	신규 광고 상품 출시 안내(5/9) : 주목도 높은 시작팝업, 메인띠배너 지면에 24시간 라이브되어, 타임딜 등 단발성 캠페인에 적합한 "1 day 라이브 방송" 상품 출시
ADPs	신규 매체 상품 소개서 공유(5/10) : 환자의 처방전 데이터를 통해, 전국 5,000여개 약국의 복약안내문에 노출되는 질병 타겟팅 플랫폼 매체
포스텔러	신규 매체 상품 소개서 공유(5/11) : MAU 102만명, 누적 다운로드 550만회의 국내 대표 운세 어플리케이션 (유저 중 MZ세대 83%/ 여성 75%)
작심애드	신규 매체 상품 소개서 공유(5/11) : 작심스터디카페 공간 내 디스플레이 광고, 샘플링, 체험 이벤트 등 다양한 캠페인이 가능한 매체
당근마켓	카탈로그 광고 OBT 전환 안내(5/11) : 별도 권한 부여 없이 전문가모드 광고를 통해 카탈로그 광고 세팅 및 집행 가능 등
비트윈	신규 패키지 상품 출시 안내(5/12) : 비트윈 홈배너, 스토리플레이 독점형 DA로 구성된 패키지 상품 출시_1,000만 원/ 2주 (공시 단가 2,000만 원)

상품 개편 및 광고 정책 업데이트

매체	주요 내용
노트폴리오	신규 매체 상품 소개서 공유(5/12) : 다양한 분야의 아티스트, 디자이너가 이용하는 온라인 포트폴리오 플랫폼 매체 (MAU 23만명, 월간 PV 200만 이상)
라우드소싱	신규 매체 상품 소개서 공유(5/12) : 아이디어, 캐릭터, 로고 디자인 등 공모전 위주의 온라인 플랫폼 매체 (MAU 30만명, 월간 PV 300만 이상)
크리테오	CCA Golden Setup 확장 제안 및 자동 적용 안내(5/12) : CCA 캠페인에 설정된 User context와 Ndate(방문 일자)를 최대한 제한 없이 확장 예정 등
오일나우	정책 변경 안내(5/15) : 기존 브릿지 페이지를 통해서만 아웃랜딩 가능하였으나, 일부 광고 지면 광고주 페이지로도 가능, 타겟팅 옵션 내 관심사 타겟팅 추가
카카오모빌리티	편의점 광고 개편 안내(5/16) : 기존 2종의 편의점 올인원 패키지 단가 체계를 단일화_4,500만 원/ 1개월 (총 10구좌)
비드리치	신규 광고 상품 출시 안내(5/16) : 게임을 설치하지 않고 광고 안에서 짧게 게임을 체험해 볼 수 있는 PC용 플레이어블 광고 상품 "브랜딩 PA" 상품 출시
삼성 스마트 TV	최신 광고 상품 소개서 공유(5/17) : 기기 타겟팅, APP 이용자 타겟팅, 리/ 디타겟팅 등 신규 타겟팅 추가
NBT	애디슨오퍼월 글로벌 런칭 안내(5/18) : 성과 기반의 목적 달성형 광고 상품 "Treasure Hunt" 북미지역 대상 6월 말 정식 출시 예정 (추후 노출 대상 국가 확장 예정)
아프리카TV	2023 LCK SUMMER 스폰서십 패키지 안내(5/19) : "영상 + DA + 브랜딩 패키지"_5,000만 원/ "영상 + 브랜딩 패키지"_4,000만 원 등
	U20 월드컵 스폰서십 패키지 안내(5/30) : PC 메인 브랜딩 외 7개 상품 구성 패키지_2,000만 원/ PC 인스트림 외 3개 상품 구성 패키지_500만 원 등
김캐디	신규 패키지 상품 출시 및 단가 테이블 변경 안내(5/22) : 브랜드 특화형, 리드 확보형, 노출 보장형 패키지 출시 및 단가 테이블 변경 등
틱톡	5월 프로젝트 업데이트 안내(5/24) : R&F의 최적화 목표 중 Traffic, Video View 목표의 신규 광고 그룹 생성이 6/1부로 종료 및 캐러셀 애즈 베타 테스트 오픈 등

상품 개편 및 광고 정책 업데이트

매체	주요 내용
CJENM	CTV 23년 세일즈 가이드 안내(5/24) : CJ YouTube 단독 집행 시 CPM 13,000원이지만 CJ CTV를 통한 집행 시 CPV 8원으로 구매 가능 등 TVING 뽕뽕지구오락실2, 댄스가수유량단 특판 안내(5/25) : 프로그램 별 5구좌_구좌 당 500만 원/ CPV 25원/ 예상 VTR 89%/ 예상 노출수 224,719 등
카카오게임즈	캐시프렌즈 부스팅 패키지 출시 안내(5/24) : 캐시프렌즈 10만 건, 오퍼월 DA, 앱푸시로 구성된 "CPI 10만 부스팅 pack" 출시 등_3,000만 원 특채널 메시지 가부킹 구좌 위약금 가이드 변경 안내(5/30) : 챌린지를 통한 구좌 확정 즉시, 위약금 대상 상품 구매금액의 10%를 위약금으로 납부 등
위키톨리	신규 매체 상품 소개서 공유(5/31) : 위키톨리 자체 34개 SNS 및 다양한 채널에 네이티브 광고를 노출할 수 있는 언론 플랫폼 매체
CJ ONE	신규 패키지 상품 출시 안내(5/31) : 원픽컬쳐 내 메인배너, 이벤트리스트, 앱 푸시, 이벤트페이지로 구성된 "컬쳐 패키지" 출시 등_1,000만 원/ 2주
디지털캠프	DMP 신규 업데이트 안내(5/31) : SKP DMP, Loplat DMP, DeePAD, TG360 DMP 및 디지털캠프 자체 DMP 데이터를 활용한 맞춤형 코호트 타겟팅 진행 가능 등
관다	신규 광고 상품 출시 안내(6/1) : 소재 최적화 및 학교 타겟팅이 가능한 "검색 결과(띠배너)" 상품 출시 등_CPM 6,000원/ 예상 CTR 0.5~0.9%
SMR	악귀 콘텐츠 특판 안내(6/5) : 1차 집행(6/23~7/20)_2,000만 원/ 2차 집행(7/21~8/17)_2,000만 원 (1, 2차 별도 구매 가능 및 구좌 구매 개수 제한 없음)
캐시워크	신규 광고 상품 출시 안내(6/7) : 라이브방송을 캐시워크 앱에 동시 송출하여 시청자 수를 높일 수 있는 "돈버는라방" 출시 등_50만 원 (할인 프로모션 진행중)

프로모션 진행

매체	주요 내용
네이버	NOSP 건설/ 부동산 업종 대상 프로모션 진행 안내 : ~7/2 기간 내 롤링보드 구매 시 서비스 노출 혜택 적용 등 (1,000만 원 이상_50%, 2,000만 원 이상_100%)
	NOSP 프로야구 신규 프로모션 안내 : 6월 프로야구 생중계 CPT 3구좌 이상 구매 시 PC 네이버스포츠 프로야구 섹션 사이드스킨 10일 노출 추가 제공 등
	NOSP 브랜드추천형 프로모션 안내 : ~8/31 기간 내 22년 5월 이후 브랜드추천형 집행 이력이 없는 키워드 대상 30일 이상 집행 시 서비스 금액 20% 제공
클래스팅	5~6월 프로모션 안내 : ~6/30 기간 내 집행되는 모든 캠페인 대상 게시글, 시작팝업, 종료팝업, 클래스탭 상품 노출 서비스율 15% 제공 등
당근마켓	카탈로그 광고 OBT 프로모션 안내 : ~7/31 기간 내 100만 원 이상 소진한 광고주 대상 유상소진 광고비 중 50% 무상캐시 형태로 지급 (최대 100만 원 지급 가능)
비트윈	2분기 프로모션 안내 : ~6/30 기간 내 비트윈 홈배너 상품 1,000만 원 이상 집행 시 CPM 1,375원으로 단가 할인 및 전면 팝업 배너 1일 무상 제공 등
트위터	프리미엄 대행사 대상 일고정상품 프로모션 안내 : ~6/20 기간 내 트위터 모든 일고정상품 집행 시 상품 금액의 20%를 크레딧으로 제공 등
카카오모빌리티	카카오내비 프로모션 안내 : ~8/31 기간 내 카카오내비 패키지 업종별 첫 집행 캠페인 대상 단가 20% 할인 (1주 독점 8,500만 원 -> 6,800만 원)
비드리치	신규 상품 출시 기념 테스트 프로모션 안내 : ~7/31 기간 내 브랜딩 PA 테스트 캠페인 200만 원 집행 시 서비스 200만 원 제공 등
JTBC 골프	중간광고 성수기 특판 프로모션 안내 : JTBC Golf 온에어 중간광고 상품 기존 800만 원 에서 640만 원으로 단가 할인_월별 2구좌 총 8구좌 판매 (6~9월)
삼성 스마트 TV	추가 노출 수 증정 프로모션 안내 : ~8/31 기간 내 월 예산 500~1,000만 원 집행 캠페인 대상 TV Plus 채널 광고 집행 시 10% 노출 수 추가 제공
핑크다이어리	3분기 프로모션 안내 : ~8/31 기간 내 신규 광고주/ 브랜드 300만 원 이상 부킹 및 집행 완료 캠페인 대상 메인 팝업 1일 제공 등 (1일 500만 원 고정 지면 상품)

프로모션 진행

매체	주요 내용
CJ ONE	6~8월 프로모션 안내 : ~8/31 기간 내 카카오 메시지 최소 5만건 이상 발송 시 20% 추가 발송 및 ONE 베네피트 농타겟팅 집행 시 CPM 단가 25% 할인 적용 등
오일나우	무상 프로모션 안내 : ~7/31 기간 내 캠페인 집행하는 신규 광고주 대상 메인 배너 7일, 앱푸시 3,000건, 메인 팝업 3일, 메인 하단 배너 7일 무상 제공
관다	6월 프로모션 안내 : ~6/30 기간 내 제안 요청 캠페인 대상 검색 결과(이미지) 및 검색 결과(띠배너) 상품 CPM 단가 40% 할인 적용
캐시워크	6월 프로모션 안내 : ~6/30 기간 내 라이브형 퀴즈 상품 부킹 시 단가 할인 등 (오후 12시~16시 30분 구좌 대상/ 기존 단가 80만 원에서 50만 원으로 단가 할인)



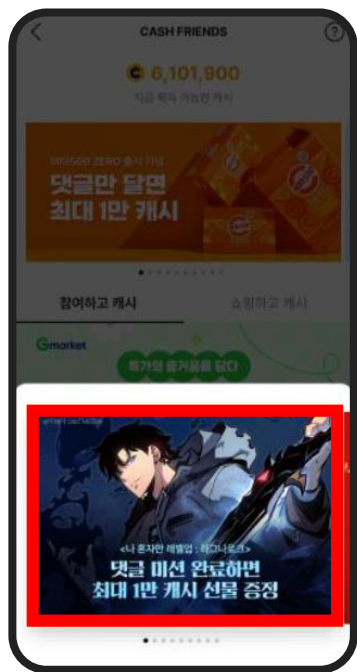
이달에 주목할 미디어

이달에 핫한 광고 상품과
신생 매체의 광고 상품을 소개합니다.

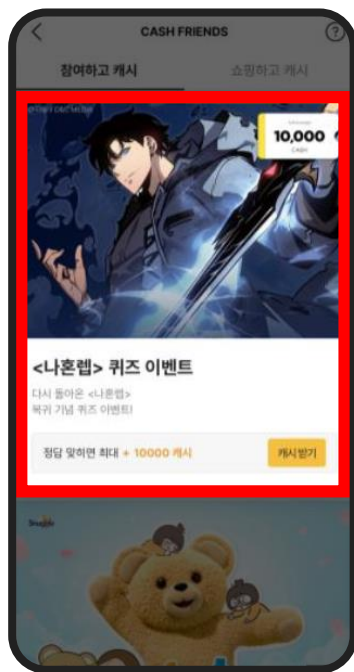
1. [카카오엔터] 유저들의 댓글 참여를 부스팅 할 수 있는 “캐시프렌즈 댓글 프로모션” 패키지

- 캐시프렌즈 전용 배너 구좌와 카카오페이지 앱 메인홈 중단 배너를 믹스하여, 광고주가 희망하는 주제로 유저들의 댓글 프로모션 참여 유도 가능
- 프로모션 전용 작품관인 캐시 혜택관에 브랜드 프로모션 회차를 업로드하고, 해당 회차에 프로모션 주제에 맞는 댓글 참여 유도
- 500만 원의 금액으로 100만+ 노출 보장, 예상 클릭률 2~5%, 1만건 내외의 유저 참여 효과 발생 가능

프로모션배너노출예시



<캐시프렌즈 팝업>



<캐시프렌즈 오퍼월>

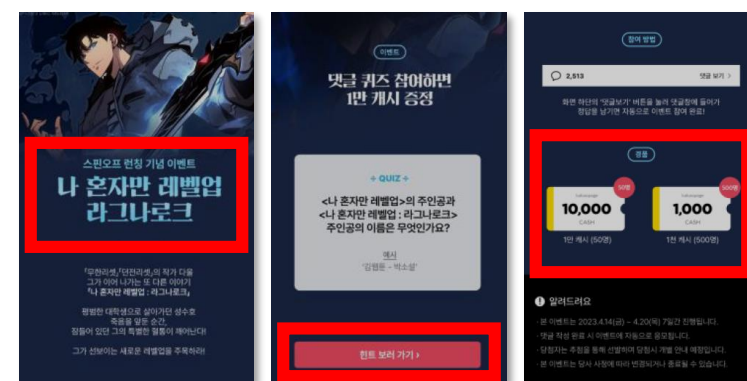


<캐시프렌즈 상단 배너>



<카카오페이지 중단 배너>

댓글 프로모션

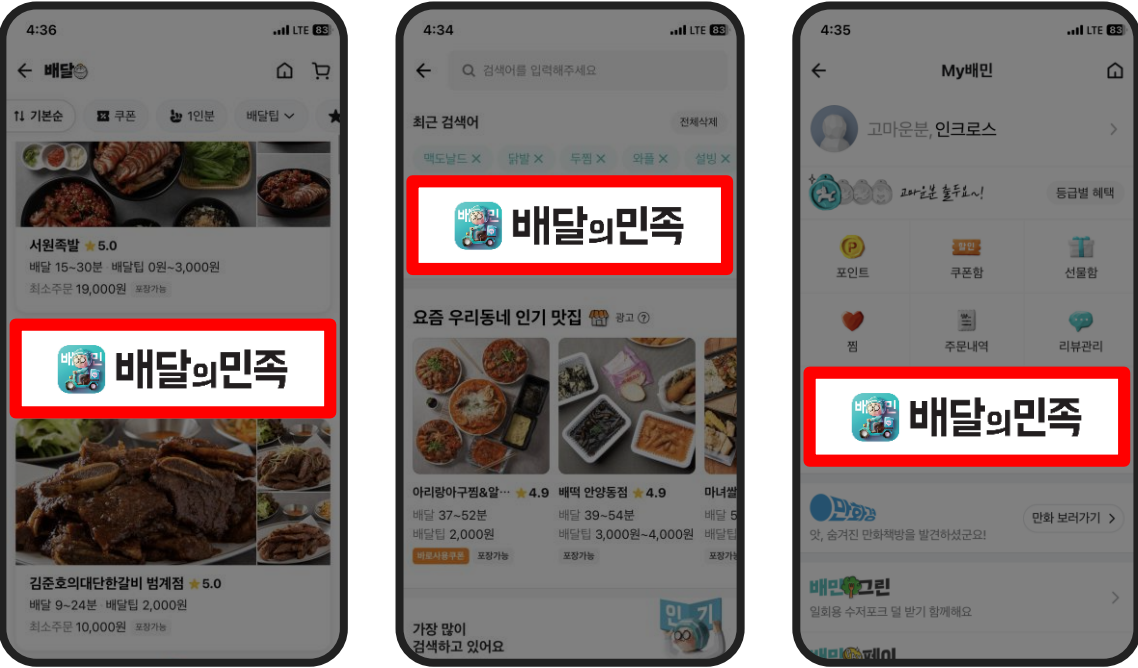


프로모션 주제	아웃랜딩 제공	프로모션 경품
영화 기대평, 신제품 퀴즈 등 댓글 작성이 가능한 주제 자유롭게 가능	프로모션 회차 내 버튼을 통해 광고주 희망 페이지로 연결 가능	카카오페이지 100만 캐시 (광고비 내 포함)

2. [배달의민족] 음식 주문 서비스를 넘어 다양한 서비스를 제공하는 생활 서비스 플랫폼

- 누적 다운로드 5,400만건, MAU 1,700만명, 일 평균 주문 수 170만건의 압도적인 트래픽 보유
- 카카오 비즈보드 노출 영역 구좌를 배달의 민족에서 자체 판매 시작 (현재 오픈베타 테스트 기간으로, 테스트 기간 배달의 민족 자체 판매 구좌 우선 노출 예정)
- 제약이 없는 소재 배경 색상, 스플래시 상품과 같은 자체 광고 상품 개발 등 현재 앱 내 노출되는 비즈보드 광고와 차별점이 있을 예정

주요 노출 지면 예시



<배달홈>

<검색홈>

<My배민>

판매안내

구분	내용	
노출 영역	메인홈/ 배달홈/ 검색홈/ 배달리뷰 배민1리뷰/ My배민/ 알림 총 7개 영역	
노출 방식	광고 구좌 전체 트래픽의 10% 또는 20% 노출 선택 가능	
판매 방식	최소 7일 집행 (주 단위)	
예상 노출량	전체 트래픽의 10% 노출	700만~750만/ 주
	전체 트래픽의 20% 노출	1,400만~1,500만/ 주
단가 (VAT 별도)	전체 트래픽의 10% 노출	프로모션가 1,500만 원/ 주
	전체 트래픽의 20% 노출	프로모션가 3,000만 원/ 주

* 프로모션가 적용 기간은 ~6/30 예정 (공시 단가 대비 33% 할인된 가격)

E.O.D

본 리포트에 대해 궁금한 점이 있으시면 언제든지 연락 주시기 바랍니다.

미디어랩사 인크로스㈜

리포트관련문의 마케팅기획팀(뉴스레터) ad_news@incross.com

매체 관련 문의 마케팅기획팀 media@incross.com

인크로스의
더 많은 인사이트를
보고 싶다면?

정기구독하기

incross

© 2023 Incross – All rights reserved.

This document constitutes the exclusive property of Incross. Incross retains all copyrights and other rights over, without limitation, Incross' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Incross. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs and the needs of its affiliated companies as the case may be only for the purpose of evaluating the document for services of Incross. No other use is permitted.