

nasreport no.259

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea

Media Trend

미디어 동향 & 신규 광고 상품

Index.
미디어 동향 &
신규 광고 상품

- A. 온라인 매체 동향
- B. 신규매체 & 신규상품

nasreport no.259

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea



Media Trend

온라인 매체동향

Index.

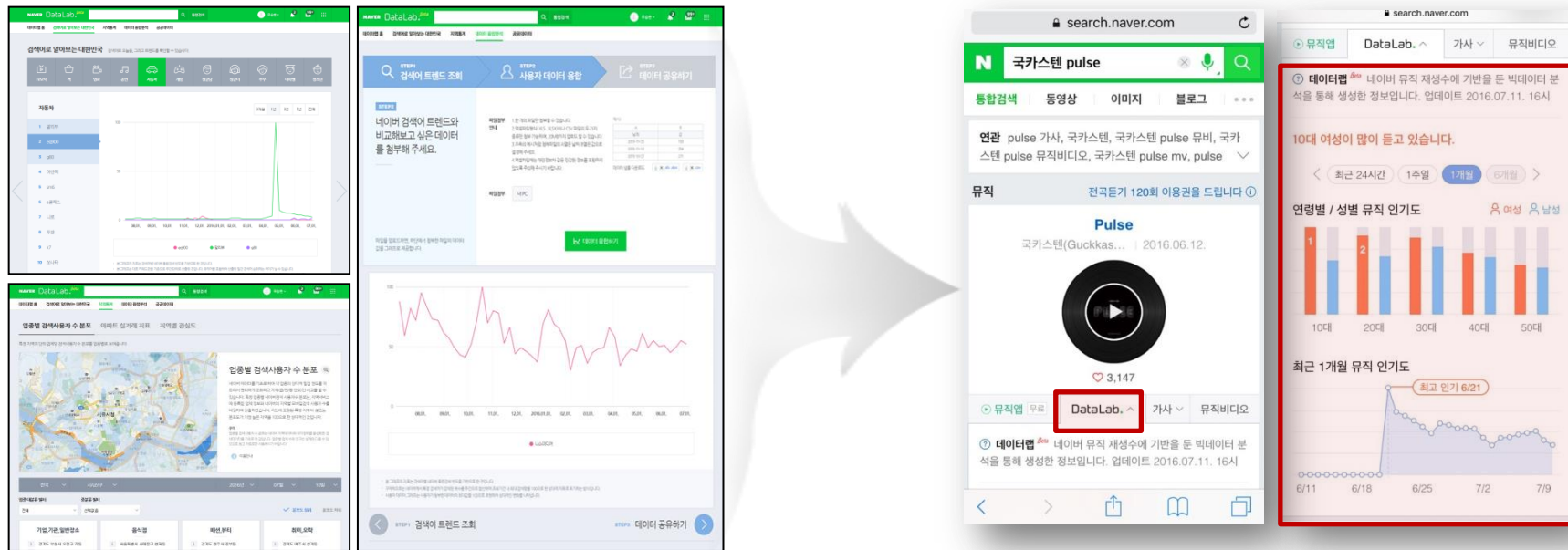
매체동향 & 단신소식

- A. 네이버, 빅데이터 기반 '데이터랩' 검색 서비스에 적용
- B. 네이버페이, 출시 1주년 성과 및 설문 결과 공개
- C. 카카오, 조직 이원화를 통해 '다음(Daum)' 경쟁력 강화
- D. 카카오, 교통 관련 O2O 서비스 개편 및 확대
- E. 페이스북, 동영상 콘텐츠 서비스 영역 강화
- F. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1), (2)

A. 네이버, 빅데이터 기반 ‘데이터랩’ 검색 서비스에 적용

- 음악 콘텐츠 관련 검색 결과 페이지에 네이버 빅데이터 서비스 ‘데이터랩’ 데이터 노출
 - : 2016년 1월 네이버는 검색어 기반의 빅데이터 서비스인 ‘데이터랩’을 런칭하고 검색 서비스 이용자의 축적된 데이터를 외부에 공개
 - : 네이버는 음악과 관련된 검색 결과에 ‘데이터랩’ 탭을 추가하고 검색된 음악에 관련된 빅데이터 정보를 제공
 - : 최근 네이버는 지식in과 관련된 빅데이터 공개, 빅데이터 관련 신규 서비스 개발 스타트업 육성 등 빅데이터와 관련된 사업을 본격화하고 있음

네이버 빅데이터 활용 서비스



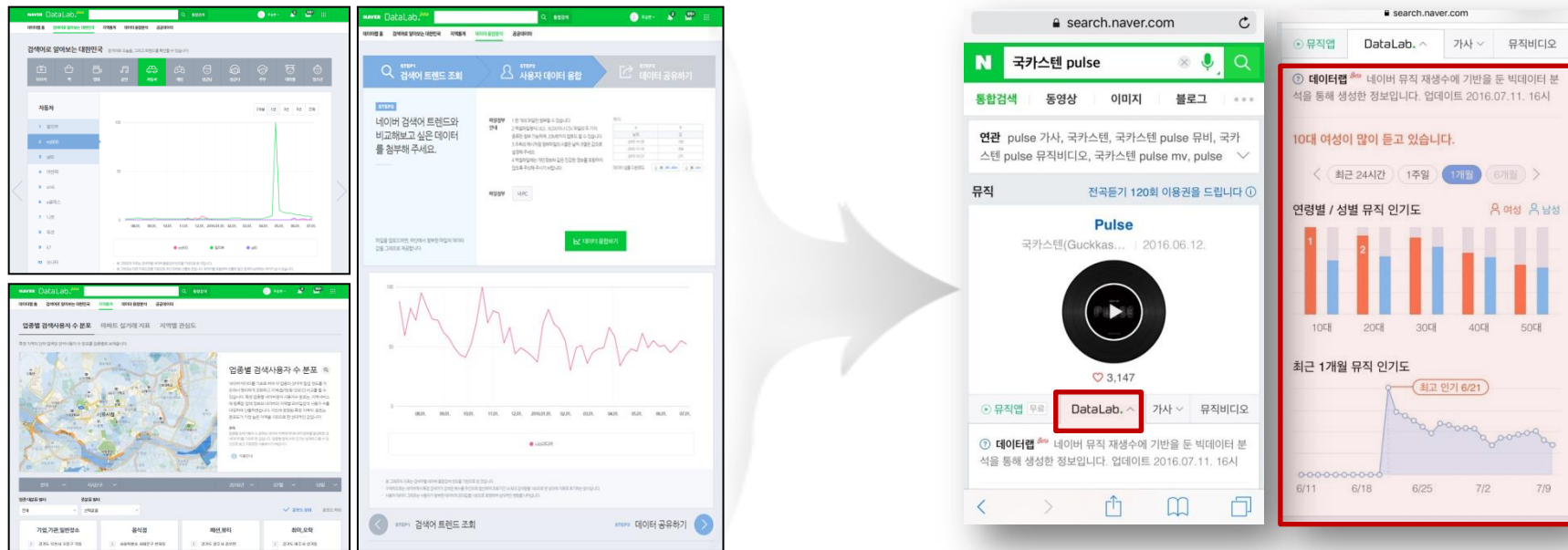
- 데이터랩(Data Lab) - 검색어 기반 빅데이터 서비스 (2016년 1월 출시)
 - : 네이버는 검색 서비스 이용자들의 로그인 데이터를 기반으로 빅데이터를 축적하고 검색서비스에 활용

- 네이버 음악 서비스 관련 검색 결과에 ‘데이터랩’ 탭 추가
 - : 네이버는 음악과 관련된 콘텐츠 검색 결과 페이지에 ‘데이터랩’ 탭을 신설
 - : 데이터랩 탭을 통해 관련 음악에 관한 빅데이터 정보 확인 가능

A. 네이버, 빅데이터 기반 ‘데이터랩’ 검색 서비스에 적용

- 음악 콘텐츠 관련 검색 결과 페이지에 네이버 빅데이터 서비스 ‘데이터랩’ 데이터 노출
 - : 2016년 1월 네이버는 검색어 기반의 빅데이터 서비스인 ‘데이터랩’을 런칭하고 검색 서비스 이용자의 축적된 데이터를 외부에 공개
 - : 네이버는 음악과 관련된 검색 결과에 ‘데이터랩’ 탭을 추가하고 검색된 음악에 관련된 빅데이터 정보를 제공
 - : 최근 네이버는 지식in과 관련된 빅데이터 공개, 빅데이터 관련 신규 서비스 개발 스타트업 육성 등 빅데이터와 관련된 사업을 본격화하고 있음

네이버 빅데이터 활용 서비스



- 데이터랩(Data Lab) - 검색어 기반 빅데이터 서비스 (2016년 1월 출시)
 - : 네이버는 검색 서비스 이용자들의 로그인 데이터를 기반으로 빅데이터를 축적하고 검색서비스에 활용

- 네이버 음악 서비스 관련 검색 결과에 ‘데이터랩’ 탭 추가
 - : 네이버는 음악과 관련된 콘텐츠 검색 결과 페이지에 ‘데이터랩’ 탭을 신설
 - : 데이터랩 탭을 통해 관련 음악에 관한 빅데이터 정보 확인 가능

C. 카카오, 조직 이원화를 통해 '다음(Daum)' 경쟁력 강화

- 카카오는 포털 서비스인 '다음(Daum)'의 경쟁력 강화를 통한 광고 수익 극대화를 위해 역량을 집중할 전망
 - : 카카오는 단일화 되어있던 서비스 조직을 '포털', '소셜'로 이원화
 - : 신설된 포털 부문 조직은 루빅스(RUBICS) 고도화, 멜론과 연계를 통한 음악서비스 강화 등, 다음(Daum)의 콘텐츠 경쟁력을 향상을 위해 노력할 것으로 보임
 - : 카카오는 포털 서비스 경쟁력 강화를 통해 광고 서비스의 실적 개선에 총력을 기울일 것으로 예상됨

카카오 포털 부문 조직 신설 및 서비스 강화 내용

- 루빅스(RUBICS) 적용 (2015년 12월)
 - : 추천 서비스 루빅스를 이미지를 비롯한 모든 뉴스에 적용



- 다음 초기면 개편 (2016년 4월)
 - : 신규 모바일 콘텐츠 서비스 '1boon' 전면 배치
 - : 쇼핑탭 개편을 통한 쇼핑 콘텐츠 규모 확대




- 루빅스(RUBICS) 고도화를 통한 맞춤형 콘텐츠 서비스 강화
- 멜론과 포털 연계를 통해 음악 콘텐츠 시너지 확대
- 포털 사업 강화를 통한 광고 수익 확대 기대

- 포털 부문 신설을 통해 서비스 이원화(포털/소셜)
 - : 카카오는 단일화 되어있던 서비스 부문을 이원화 하여 서비스별 경쟁력 확대
 - : 소셜 부문은 카카오톡과 카카오스토리를 중심으로 커뮤니케이션 기반 플랫폼 서비스 강화

D. 카카오, 교통 관련 O2O 서비스 개편 및 확대

- 카카오는 위치 기반 데이터를 활용한 다양한 교통 관련 O2O 서비스를 출시하고 이용자 유입을 유도
 - : 최근 카카오는 교통 관련 O2O 서비스인 카카오내비, 카카오 버스, 카카오 지하철을 새롭게 출시
 - : 신규로 출시된 서비스는 카카오톡 계정과 연동을 통해 로그인 가능하며, 관련 정보를 카카오톡 대화방을 통해 공유 가능
 - : 카카오는 하반기 주차장 서비스 등 교통과 관련된 O2O 서비스를 추가적으로 출시할 예정

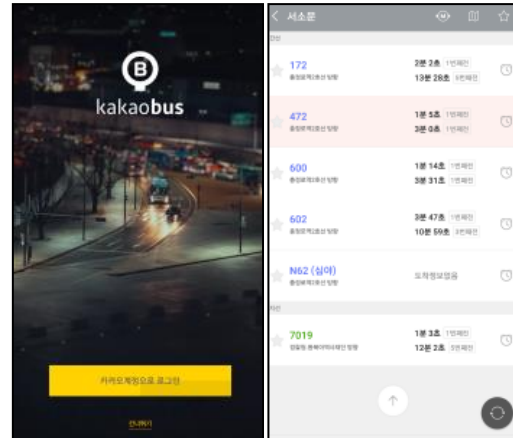
카카오 교통 관련 O2O 서비스

 카카오내비 - 랜드마크 서비스(수익화 시도)



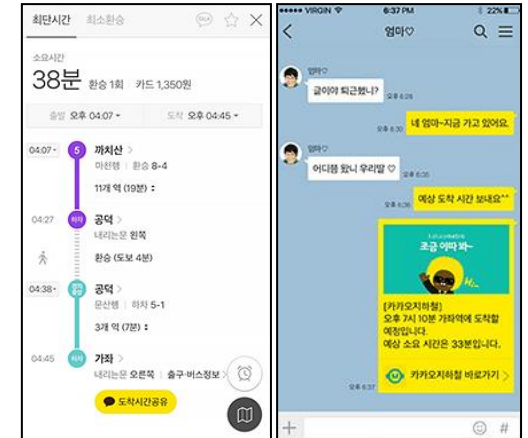
- 런칭일 : 2016년 3월
- 카카오가 인수한 김기사업을 개편하여 '카카오내비'로 신규 런칭
- 월 평균 이용자수는 약 260만 명(2016년 기준)
- 카카오내비 지도 서비스 내 특정 위치, 기업, 상점 등 특징 있는 장소를 이용자에게 부각시켜 보여주는 '랜드마크' 서비스를 통해 수익화를 진행 예정

 카카오 버스



- 런칭일 : 2016년 4월
- 월 평균 이용자수는 약 250만 명(2016년 기준)
- 카카오톡 계정 연동을 통해 로그인 가능
- 버스 승하차 알람 서비스를 추가하여 이용자 편의성 향상

 카카오 지하철



- 런칭일 : 2016년 6월
- 카카오톡 계정과 연동이 가능하며, 도착시간을 카카오톡 대화방에 공유 가능

E. 페이스북, 동영상 콘텐츠 서비스 영역 강화

- 페이스북 미디어 콘텐츠사와 제휴 및 생중계 서비스 강화를 통해 페이스북 동영상 서비스 이용자 유입 가속화
 - : 페이스북은 동영상 서비스 영역 강화를 위해 140여 개 미디어 회사 및 유명인과 약 5,000만 달러(한화 약 578억 원)의 콘텐츠 공급 계약 체결
 - : 계약을 통해 제공되는 동영상 콘텐츠는 페이스북의 실시간 생중계 플랫폼인 페이스북 라이브를 통해 제공
 - : 페이스북은 페이스북 라이브 플랫폼에 VR 서비스를 지원하고 API를 공개하는 등 동영상 서비스 영역을 강화하고 이용자 확대를 위해 역량을 집중할 전망

페이스북 미디어 콘텐츠 공급 계약 체결

페이스북 라이브 서비스 강화



VR

API 공개

• 페이스북 라이브는 VR 생중계 서비스 지원
• 페이스북은 2014년 오кул러스를 인수하는 등 VR 콘텐츠를 지속적으로 강화할 전망

• 페이스북 라이브 관련 API 공개
• 페이스북과 호환이 가능한 애플리케이션에서 페이스북 라이브 이용 가능

• 페이스북은 CNN, NYT, 허핑턴포스트, 폭스미디어, 매셔블 등 약 140여 개의 미디어 회사 및 유명인과 콘텐츠 공급 계약 체결
• 관련 회사의 동영상 콘텐츠는 페이스북 라이브를 통해 제공될 예정

F. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식(1)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
네이버		뮤지션리그 차트 신설	• 네이버 뮤직이 업계 최초로 음악 창작자들을 위한 별도 차트를 신설하고 창작 활동을 위한 지원금을 전달
	뉴스	블로그 신규 이용자 24%가 10대	• 네이버는 2010년부터 2016년까지 신규 이용자를 분석한 결과 전체 24%가 10대 중고등학생으로 조사
		'V 라이브 플러스' 유료 콘텐츠로 수익화 진행	• 네이버가 동영상 라이브 스트리밍 서비스 '브이 라이브'에 유료 콘텐츠를 도입
		모바일 홈 '과학' 주제판 추가	• 네이버 모바일 상단에 '과학' 주제판이 추가되면서 기존 주제판까지 총 20개의 주제판이 운영
카카오		카카오 대기업 집단 제외	• 정부가 대기업 집단의 자산 기준을 5조원에서 10조원으로 상향하면서 카카오가 대기업집단에서 제외
	뉴스	카카오드라이버 기본요금 지역별 차등 적용	• 카카오가 모바일 대리운전 연결 서비스 '카카오드라이버'에 지역별 차등 요금제를 도입
		'유로2016' 및 '코파아메리카' 전경기 생중계	• 카카오는 다음스포츠를 비롯해 다음 tv팟, 다음앱, 카카오TV등에서 고품질로 생중계
	서비스	다음tv팟-카카오tv 서비스 통합 착수	• 카카오가 동영상 플랫폼 다음tv팟과 카카오tv 통합을 위한 계획을 수립중

F. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식(2)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
페이스북	서비스	뉴스앱 noti파이 서비스 종료	• 페이스북이 실시간 알림 기반 뉴스 앱 noti파이 앱을 출시 7개월만에 종료
		라이브 얼굴 필터 추가	• 페이스북이 자사 라이브 서비스에 조만간 스냅챗에서 쓰이는 것과 같은 필터를 넣을 계획
	뉴스	댓글에 동영상 첨부하는 기능 추가	• 페이스북이 게시글에 동영상을 올리는 것처럼 댓글에 바로 동영상을 올릴 수 있는 기능을 추가할 예정
	뉴스	페이스북 어워즈 수상작 발표	• '페이스북 어워즈'는 한 해 동안 페이스북과 인스타그램을 통해 진행된 캠페인 중 가장 창의적인 작품을 선정
트위터	서비스	360도 비디오 콘텐츠 강화	• 트위터가 NBA 경기를 기반으로 360도 비디오 콘텐츠 강화
		동영상 트윗 제한 시간 확대	• 트위터는 동영상 콘텐츠 창작 및 생산을 돕기 위해 업로드 가능한 동영상 시간을 140초로 변경
유튜브	서비스	한국 동영상 해외 번역 지원 강화	• 유튜브가 해외 사용자들이 국내 콘텐츠에 쉽게 접근할 수 있도록 도와주는 '유튜브 영상 번역 도구' 확산
		1인 미디어 모바일 생중계 도입·지원 확대	• 글로벌 동영상 사이트인 유튜브가 모바일 생중계 기능 도입을 통해 1인 미디어 지원 확대
링크드인	뉴스	MS 링크드인 인수	• 마이크로소프트(MS)가 링크드인을 262억 달러(약 30조8000억원)에 전격 인수
네이트	서비스	네이트Q 활성화	• 네이트 내 이슈 토론공간인 네이트Q 서비스에 대한 역량을 강화해나갈 전망
판도라TV	서비스	플러프에 카테고리 기능 추가	• 모바일 생방송 앱 '플러프'에 사용자가 원하는 관심분야 방송을 선택할 수 있는 '카테고리' 기능 추가
아프리카TV	뉴스	VR 게임 중계 방송 서비스 시연	• 아프리카TV는 '2016 VR Summit'에서 VR 게임 화면을 아프리카TV를 통해 송출하는 생방송 진행
야놀자	뉴스	미리예약 이용률 3개월 만에 2배 증가	• 미리예약 서비스 도입 후 전체 야놀자 예약건 중 15.7% 차지하며 이용률 큰 폭으로 상승

nasreport no.259

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea



Media Trend

신규매체 & 신규상품

Index.
신규매체 & 신규상품


- A. JTBC골프
- B. 키즈월드
- C. 나는게이머다
- D. 애플러빈
- E. 모로코

* 신규 매체 현황/상품 내용은 일부 변경될 가능성 있으며, 제안 시 추가 확인 필요

A. JTBC골프

LPGA 방송 및 JTBC 골프의 레슨 영상 클립 등 골프 콘텐츠를 서비스하는 매체로
3050세대를 다수 보유하여 해당 타겟 캠페인 집행 시 용이

▶ 매체 현황



[\[다운로드\]](#)

- 특징
- 1) 경영관리, 자영업 등 구매력 높은 프리미엄 유저 층 다수 보유
- 2) 3D 광고 송출이 가능하여 해당 상품 집행 시 높은 주목도 기대
- OS : Android | iOS, 모두 보유
- 매체력 : 누적다운로드 80만, DAU : 30만
- 타겟팅 : 불가
- 광고상품 : CPP(Cost Per Period)

▶ 주요 상품 설명

- 3D 광고 -



홈 섹션 하단 하프배너

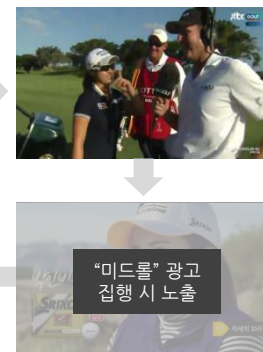


뉴스 본문 하단 하프배너

- 온에어 프리롤/미드롤 광고 -



상단 "온에어" 클릭 시 생중계 시청 가능하며 프리롤/미드롤 광고 노출



B. 키즈월드

키즈 교육 콘텐츠(e.g. 동화, 한자, 수학놀이 등)를 서비스하는 매체로
2030세대 키즈맘 타겟을 다수 보유하여, 해당 타겟 광고 집행 시 높은 효과 기대

▶ 매체 현황



[다운로드]

- 특징
 - 1) “블루핀” 키즈앱 애드네트워크 내 광고 집행은 지양, 캠페인 집행 니즈 있을 시 협의 필요
 - 2) CPC, CPV 집행 시 유저에게 지급하는 키즈월드 코인(리워드)은 매체사에서 지원
- OS : Android | iOS, 모두 보유
- 매체력 : 누적다운로드 200만, DAU 10만
- 판매방식 : CPC, CPV, 기타상품 협의 가능
- 최소집행금액 : 500만원(협의가능)

▶ 주요 상품 설명

- 배너광고 노출에서 -



키즈월드 메인화면 내
무료 이벤트 탭 클릭



무료 이벤트 탭 클릭 시
코인 충전소 진입



코인 충전소 클릭 시
배너 광고 노출



클릭 시 1회에 한하여
해당하는 코인을 유저에게 지급

C. 나는게이머다

유저의 구글스토어 결제 이력을 바탕으로 “게임 결제” 가계부 서비스를 제공하는 매체로
정량적 유저 수는 낮지만, 과금 유저 대상으로만 광고노출이 가능하여 모바일게임 캠페인 집행 시 용이

▶ 매체 현황



[다운로드]

- 특징 :
 - 1) 매체에서 GAID 수집 불가하여, 신규 유저 유입 목적 캠페인 진행 시 광고주 트래킹 URL 제공 필수
 - 2) 앱 이용 유저 ARPU(Average Revenue Per User) 5만원 수준으로 고 과금 유저 보유 중
- OS : Android
- 매체력 : 누적다운로드 4만, WAU 1만 5천
- 주요 광고상품 : 이벤트배너(플레이타임 형)

▶ 주요 상품 설명

- 이벤트 배너 -



해당 게임을 이미
다운로드 한 유저는
“체크” 아이콘 노출

신규 유저는
“다운로드”
아이콘 노출

나는게이머다 메인 화면



<프리미엄 구좌>
상단 배너 2구좌 + 하단 배너



<일반형 구좌>
중단 배너 3구좌

D. 애플러빈

글로벌 모바일 동영상 애드네트워크 서비스를 제공하는 매체로
매체별 ROAS 비교를 통한 최적화 진행 중이므로 캠페인 집행 시 높은 효과 기대

▶ 매체 현황



- 특징
 - 1) 글로벌 매체이지만 한국 담당자를 보유하여 원활한 커뮤니케이션 가능
 - 2) CPC 집행만 가능하나, 앱 설치 캠페인 시 일 소진 건수 100~2,000건 이력 보유 (기준 : 국내)
- 형태 : Android | iOS, 모두 보유한 애드네트워크
- 매체력 : 주요 퍼블리셔 2,500개 수준, 도달 1,000만 (기준:국내)
- 타겟팅 : 개별 앱, 앱 카테고리, 국가, OS, 성별, 디바이스, 요일, 시간 등
- 광고상품 : DCPC(Dynamic CPC)

▶ 주요 상품 설명

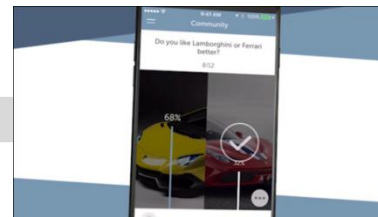
- 동영상광고 노출 예시 -



게임 초기 화면 우측 상단
광고 시청 버튼 노출



게임이 끝난 후 좌측 하단
광고 시청 버튼 노출



광고 시청 버튼 클릭 시
15~30초 광고 시청



비디오 광고 시청 후
게임포인트 지급 Pop-up창 노출

E. 모로코

글로벌 RTB사를 파트너로 보유한 '애드네트워크'로

유저의 매체 이용 특징 및 패턴을 기반으로 타겟팅된 오디언스에게 광고를 노출시키는 매체

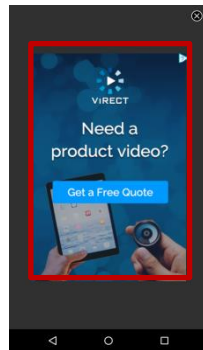
▶ 매체 현황



- 특징 : 유사 타 매체 대비 유저 리텐션이 약 5배~10배 높은 양질의 유저 보유(기준 : 쇼핑업종)
- 형태 : 애드네트워크
- 매체력 : 13억+ view/일, 글로벌 RTB사(구글 애드익스체인지, 모펍)와 파트너쉽 중
- 타겟팅
 - 1) 성별, 나이, 언어, 디바이스, OS 등 다양한 타겟팅 가능
 - 2) 광고를 보게 되는 유저는 이미 기존의 매체 이용 패턴 분석에 의해 타겟팅된 오디언스 보유
- 판매방식 : CPC, CPM, Non-incent CPI

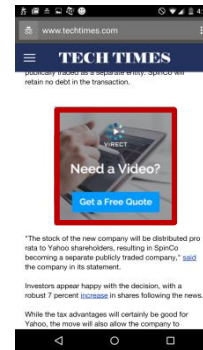
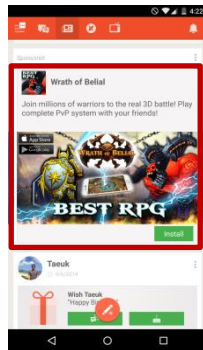
▶ 주요 상품 설명

- 띠/전면배너 -



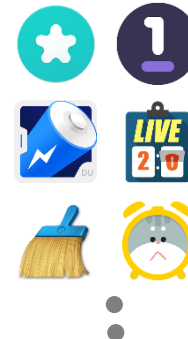
띠/전면배너 형태 광고 노출

- 네이티브애드 -



네이티브애드(e.g. 피드형광고) 형태 광고 노출

<모바일 앱>



<모바일 웹>



구글 애드익스체인지/모펍을 통한 광고 노출



more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하시면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

- 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청



nasmedia

미디어전략실 트렌드전략팀