

no.227

Media Trend

미디어 동향 & 신규 광고 상품

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'. Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399
Contact Us 3F,4F,5F Daishin Securities Bldg. 943 Dogok-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080

미디어 동향 & 신규 광고 상품

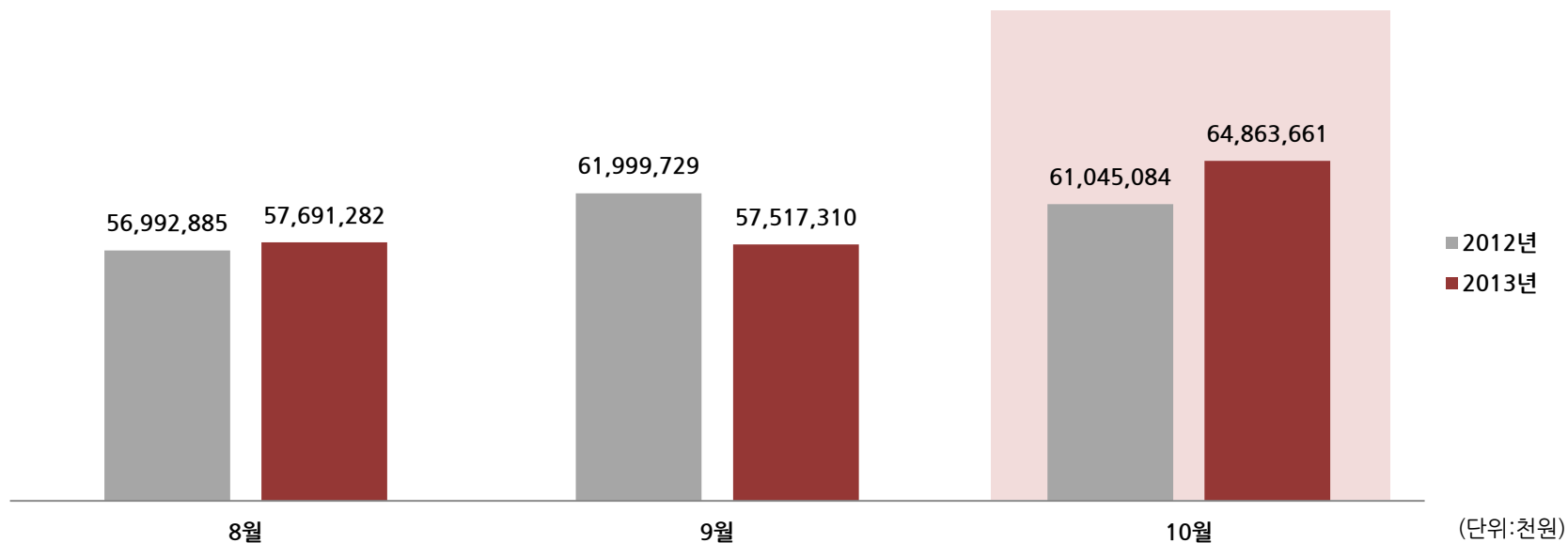
Index

1. 10월 광고비 현황
2. 온라인 매체 동향
3. 10월 트래픽 동향
4. 신규매체 & 신규상품

A. 10월 광고비 현황 - 전체

- 2013년 10월 전체 온라인 광고 집행 금액은 약 649억 원으로 집계
- 연말을 앞두고 기업들의 광고/마케팅 비용이 증가하면서 전월(9월, 575억 원) 대비 12.8% 큰 폭 상승
전년 동기(2012년 10월, 610억 원) 대비 6.3% 증가

전체 온라인 광고비 현황



※ 본 자료는 리서치애드의 광고비 데이터를 기반으로 작성 되었으며, 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다.

*Source : ResearchAD 10월

B. 10월 광고비 현황 - 업종

- 10월 Top10 업종의 광고비는 전체적으로 증가세
- 서비스(신작 영화 마케팅)와 건설, 건재 및 부동산(아파트 분양 광고) 업종은 전월 대비 광고비 각각 31%, 59% 증가
- 병원 광고주의 광고 집행이 증가한 제약 및 의료 업종과 겨울 시즌을 앞둔 패션/의류 업종은 광고비 증가하며 순위 상승

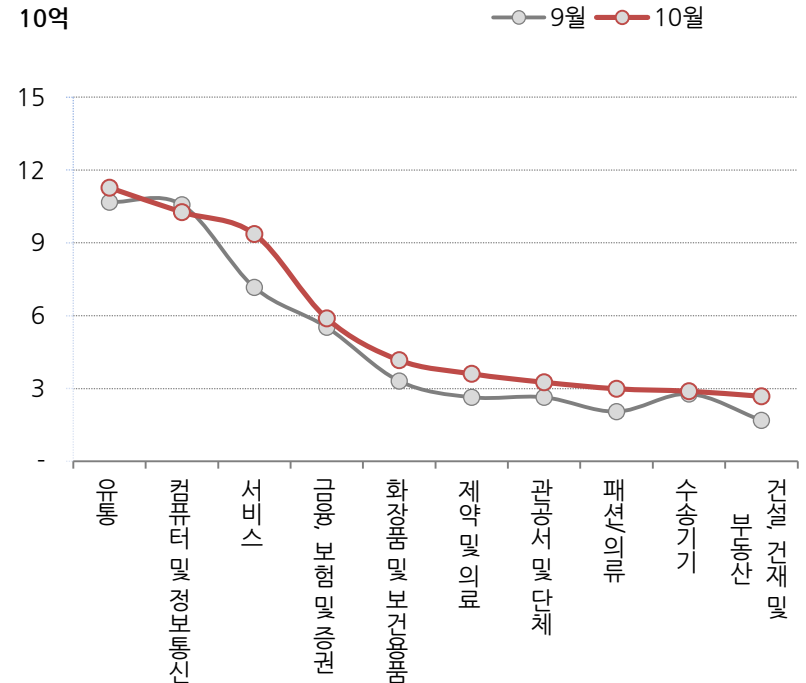
Top10 업종

순위	업종	순위변화	9월	10월	증감률
1	유통	-	10,675,588	11,273,069	6%
2	컴퓨터 및 정보통신	-	10,567,651	10,265,592	-3%
3	서비스	-	7,164,837	9,363,649	31%
4	금융, 보험 및 증권	-	5,522,580	5,888,794	7%
5	화장품 및 보건용품	-	3,305,873	4,167,013	26%
6	제약 및 의료	▲2	2,637,173	3,606,486	37%
7	관공서 및 단체	-	2,637,954	3,256,410	23%
8	패션/의류	▲1	2,045,102	2,988,648	46%
9	수송기기	▼3	2,773,125	2,888,485	4%
10	건설, 건재 및 부동산	-	1,687,139	2,678,667	59%

(단위:천원)

*컴퓨터 및 정보통신: 게임광고주 포함 / *서비스: 영화사 포함

Top10 업종 광고비 추이



* 본 자료는 리서치애드의 광고비 데이터를 기반으로 작성 되었으며, 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다.

*Source : ResearchAD 10월

C. 10월 광고비 현황 - 광고주

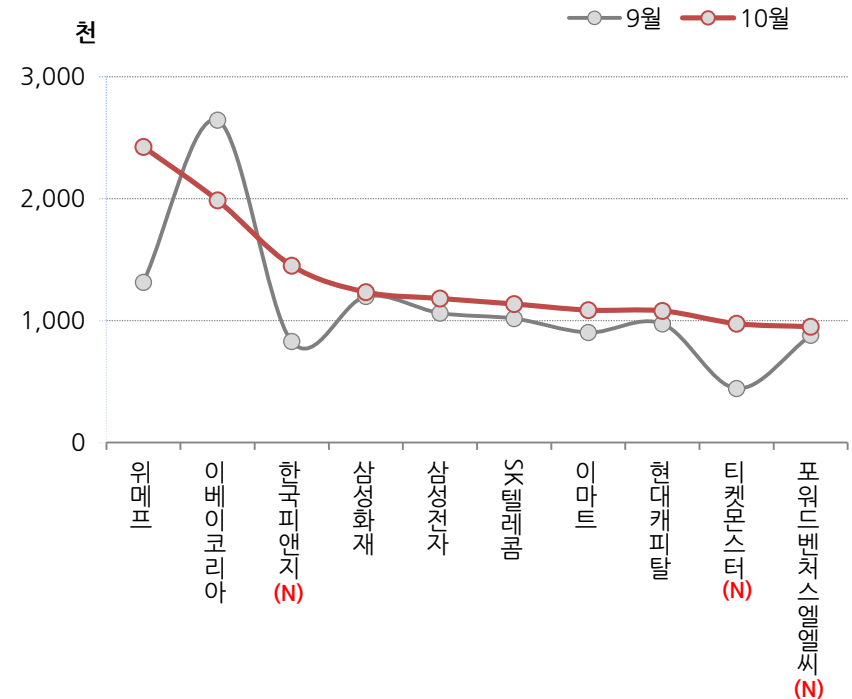
- 대형 유통 업종 광고주의 광고 집행이 두드러진 가운데, 소셜커머스 Big3 업체는 치열한 마케팅 경쟁으로 광고비 급증
- 위메프는 절대우위 캠페인으로 광고비 85% 상승, 티켓몬스터와 포워드벤처스엘엘씨도 광고 집행 증가하며 top10 진입
- 한국피앤지는 신제품 출시(위스퍼, 질레트퓨전, 페브리즈 등)로 광고비 75% 증가하며 새롭게 순위권 진입

Top10 광고주

순위	광고주	순위변화	9월	10월	증감률
1	위메프	▲1	1,314,304	2,424,949	85%
2	이베이코리아	▼1	2,644,692	1,986,748	-25%
3	한국피앤지 (N)	▲10	829,661	1,451,143	75%
4	삼성화재	-	1,198,825	1,234,221	3%
5	삼성전자	-	1,062,386	1,181,817	11%
6	SK텔레콤	-	1,017,402	1,136,461	12%
7	이마트	▲2	903,296	1,086,239	20%
8	현대캐피탈	-	973,951	1,080,187	11%
9	티켓몬스터 (N)	▲16	443,765	975,423	120%
10	포워드벤처스엘엘씨 (N)	▲1	880,604	950,402	8%

(단위:천원)

Top10 광고주 광고비 추이



※ 본 자료는 리서치애드의 광고비 데이터를 기반으로 작성 되었으며, 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다.

*Source : ResearchAD 10월

D. 10월 광고비 현황 - 매체

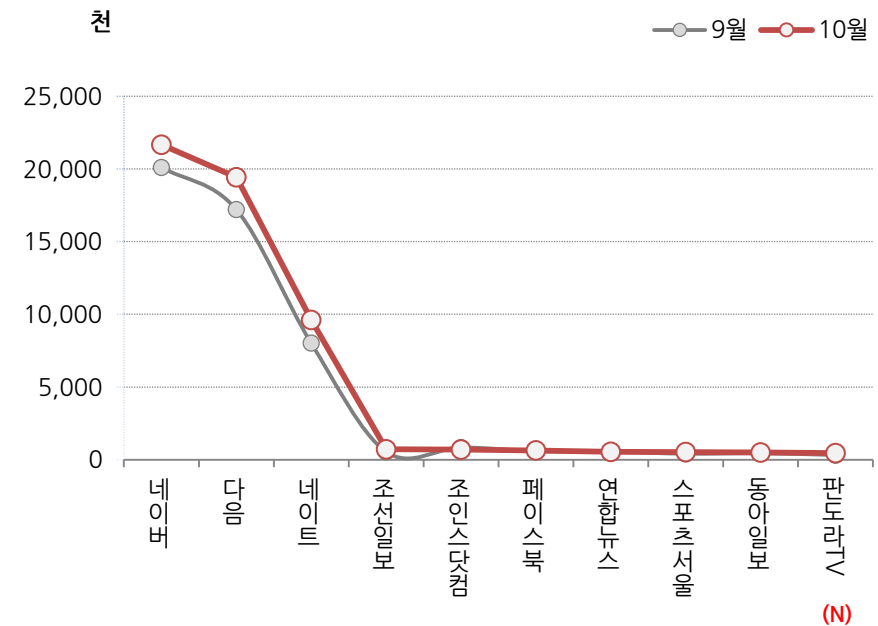
- Top10 내 대부분의 매체 광고비가 증가세, 중하위 매체를 중심으로 순위 변동
- 조선일보, 스포츠서울, 동아일보 등 주요 언론사 사이트의 광고 집행 금액이 두 자릿수 이상 증가
- 판도라TV는 광고주 및 캠페인 수 증가로 전월 대비 46% 광고비 상승, top10 내 새롭게 진입

Top10 매체

순위	매체	순위변화	9월	10월	증감률
1	네이버	-	20,104,239	21,668,107	8%
2	다음	-	17,210,010	19,429,994	13%
3	네이트	-	8,023,070	9,613,104	20%
4	조선일보	▲2	544,283	711,024	31%
5	조인스닷컴	▼1	832,408	693,733	-17%
6	페이스북	▼1	576,534	639,631	11%
7	연합뉴스	-	538,786	541,149	0.4%
8	스포츠서울	▲1	402,592	525,012	30%
9	동아일보	▼1	433,743	495,082	14%
10	판도라TV (N)	▲4	310,905	452,649	46%

(단위:천원)

Top10 매체 광고비 추이



※ 본 자료는 리서치애드의 광고비 데이터를 기반으로 작성 되었으며, 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다.

*Source : ResearchAD 10월

A. 네이트 초기면 콘텐츠 강화

- ▶ 네이트의 주요 타겟인 젊은 여성층의 관심 콘텐츠 강화를 위해 쇼핑 서비스 및 볼거리 확장
- ▶ 바스킷 비교쇼핑과 제휴로 진행하던 네이트 쇼핑을 자체 서비스로 출시하며 가격비교 편의성과 집중도 향상
- ▶ 하단의 판, 톡톡, 웹툰 등 볼거리 영역 재구성 및 '오늘' 코너 신설로 초기면 콘텐츠 강화
- ▶ 인기 섹션인 '이슈 업'에 SNS 공유기능 추가로 섹션 강화 및 바이럴 유도

네이트 초기면 서비스 현황

초기면 상단



업데이트 서비스	변경 내용
1. 쇼핑 서비스	바스킷 비교 쇼핑 제휴 → 네이트 쇼핑 자체 서비스로 변환
2. '오늘' 코너 신설	날씨, 운세, 주가와 같은 데일리 정보의 간편 소비 유도
3. 인기 섹션 SNS 기능 추가	이용자 호평이 많았던 '이슈업' 섹션 강화를 위해 SNS 공유 기능 추가
4. 볼거리 확장	네이트 스타일 버튼 전방 배치 톡톡, 웹툰, 영화 등 볼거리 영역 확장

*Source : 네이트 공지사항 및 각종 뉴스 기사

B. 네이버 모바일 서비스 개편

- ▶ 사용자들의 요구를 반영해 모바일 포털 환경에 맞는 편리함과 직관성을 살린 개편 진행
- ▶ 상단의 메뉴바 삭제로 검색창만 남겨 검색 본연의 기능을 강조하고, 실시간 검색어를 뉴스 섹션 중간에 배치
- ▶ 대표 콘텐츠인 뉴스, 연예, 스포츠 정보는 해당 버튼을 누를 때마다 전용 화면으로 넘어가는 '카드형' 디자인 적용
- ▶ 신설된 '나우(NOW)' '섹션은 가독성 높은 디자인과 스크롤 및 북마크 기능 추가로 소비자 편의성 고려
- ▶ DA 위치 역시 상단으로 조정되면서 유효 노출 횟수 증가할 것으로 예상

네이버 모바일 개편 현황

• 검색 기능 강조 및 광고 위치 상향 조정



1. 상단 메뉴바 삭제 후 검색창 강조 (메뉴는 좌측 하단 버튼에 등록 가능)
2. 실시간 검색어 위치 하향 조정 뉴스 섹션 중간에 노출
3. 광고 위치 상향 조정



• 양측여백 및 콘텐츠별 전용화면 적용

4. 전체적인 UI가 양측 여백을 활용한 디자인으로 변하면서, 연예/스포츠 등의 버튼을 누를 때 마다 전용 화면으로 연결되는 '카드형' 적용

• 새로운 볼거리 소비를 위한 섹션 신설

5. 'NOW' 섹션 신설
지금 읽을 만한 새로운 볼거리 제공
제목과 미리보기 형식을 사용해
가독성 높임
관심 콘텐츠는 바로 북마크 추가 가능



C. 주요 포털 지도 서비스 강화

- ▶ 주요 포털들의 모바일 서비스가 확대되면서 모바일 주요 기능인 지도 서비스 역시 개편 및 강화
- ▶ 네이버의 경우 숙박 전문 콘텐츠 기업과의 협약으로 전국 6천여 곳 DB를 새롭게 추가하며 상호 시너지 창출
- ▶ 다음은 맛집, 캠핑 등 테마에 따라 소비자들이 직접 정보를 등록할 수 있는 소셜 맵핑 서비스 '테마 지도' 출시
- ▶ 구글, 대중교통 길 찾기 서비스의 전국 확대로 기존 제공되던 6대 광역시 정보 외 외곽 및 농어촌버스 등 약 2만개의 노선 추가

주요 포털 지도 서비스 개편 현황

네이버 지도 - 전국 6천여 숙박업체 정보 추가



1. 숙박 전문 업체 호텔엔조이, 호텔패스, 야놀자, UOK, 메이트아이 등과의 제휴 협력 진행
2. 새롭게 추가할 DB는 호텔 1천여 곳, 모텔 1천300여 곳, 펜션 4천여 곳 등 총 6천여 곳
3. 사용자들은 검색 한 번으로 전국 단위의 숙박 관련 정보 확인 가능

다음 지도 - 함께 만드는 '테마지도' 오픈



1. 이슈별 테마에 해당하는 장소의 위치정보와 이용자 팁, 리뷰를 사용자와 함께 만들어가는 형식
2. 다음지도와 연동해 로드뷰, 최단경로 길찾기 서비스 제공
3. 다음지도 정보를 이용자와 함께 수정하는 '대한민국 지도건강 캠페인' 진행으로 쌍방향 커뮤니케이션 지속적 시도

구글 지도 - 대중교통 길찾기 서비스 전국 확대



1. 기존 대중교통 길 찾기는 서울 및 6대 광역시 시내교통·고속버스·철도 서비스 까지만 제공
2. 이번 개편을 통해 지방 소도시 외곽버스와 농어촌버스 정보의 운행시간/간격 확인 가능
3. 사용자가 출발시각을 설정하면 소요시간과 도착시간까지 보여주는 등 소비자 편의성 강화

D. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
네이버	서비스	'한게임' 대신할 새 브랜드 '토스트' 공개	• 토스트는 '갓 구운 빵처럼 신선하다'는 이미지와 함께 게임이 지향(TOward)하는 예술(Art), 과학(Science), 기술(Technology)를 상징
	모바일	밴드, 글로벌 2000만 다운로드 돌파	• 지난 5월 1천만 다운로드를 돌파했으며 이후 5개월 만인 10월, 2천만 다운로드 달성
		'라인 포코팡', 누적 다운로드 2천만건 돌파	• 출시 147일만에 전세계 누적다운로드 수 2천만 건 돌파. 추후 태국어, 중국어 번자체 지원 예정
	뉴스	검색 결과에 외부 CP 콘텐츠도 함께 노출	• 내부 또는 계열 서비스 위주의 결과 노출에서 외부 콘텐츠제공업체(CP) 콘텐츠 역시 동등하게 배치
		네이버 웹툰, 해외 출판전시회에 성공적 데뷔	• '프랑크푸르트 도서전'의 웹툰 전시관 방문자 수가 2만 명을 넘는 등 성황리에 첫 해외 전시회 종료
	인물정보 서비스 투명성 강화	• 인물정보의 자동완성 및 연관검색어 관리 강화, 외부 위원회의 검증, 신고센터 신설 등 서비스의 정책 및 운영 전반에 대한 기술적·관리적 조치 강화 예정	
다음	모바일	스토리볼서 모바일 드라마 시청	• 콘텐츠 플랫폼 스토리볼이 모바일에 딱 맞춘 드라마 영상 콘텐츠로 드라마 유통의 새로운 방식 시도
	서비스	다음지도, '이용자들이 신고·수정'	• 다음지도를 이용자와 함께 수정하는 '대한민국 지도건강 캠페인'을 진행하여 잘못된 지형·명칭 접수
		'대입' 서비스 오픈	• EBS 강좌 및 공략법, 과목별 학습법, 입시 자료를 한데 모아 제공하는 수험생용 학습 서비스 오픈
	뉴스	다음세대재단, '인터넷 리더십 프로그램' 개최	• 제주 다음스페이스에서 전국 도서관 리더 30명 대상으로 진행
	SK텔레콤-다음, 미래 서비스 발굴 위한 제휴	• SK텔레콤이 보유한 앞선 ICT 기술과 다음의 우수한 콘텐츠 사업 역량을 결합해 양사 상품·서비스를 강화하고 신규 성장 사업을 공동으로 발굴 예정	

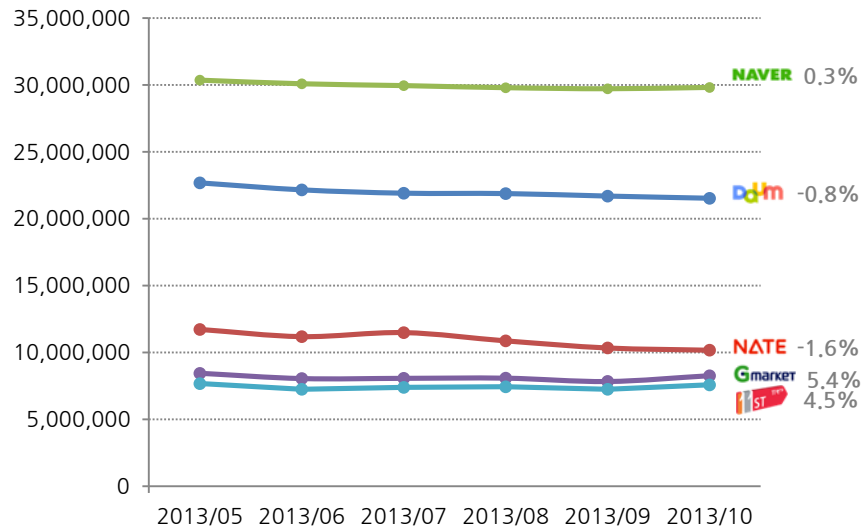
D. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (2)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
네이트	SNS	데이비에 '스토리' 기능 추가	• 자신에게 맞춤형 콘텐츠를 선별해서 알려주는 '스토리' 기능 추가
	뉴스	뉴스 댓글 `선택적 실명제` 실시	• 기존 댓글 작성 시 `이용자 아이디 4자리+***`로 표시되던 것을 동의 여부에 따라 자신의 이름 기재
	서비스	'C로그' 서비스 출시 3년만에 종료 맞춤형 블로그 글 추천앱 '싸블나블' 출시	• 3년 전 출시한 SNS 'C로그' 서비스 종료, 싸이월드와 함께 모바일 전용 SNS인 데이비에 주력 • 싸이월드 블로그에서 재미있고 유익한 글만 골라 관심사별로 소개하는 앱
야후	모바일	구글 제치고 3개월 연속 방문자수 1위	• 9월 한 달 동안 방문자 수 1억9780만건을 기록해 1억9140만건을 기록한 구글을 근소한 차이로 추월
페이스북	서비스	그래프 서치, 사용자 글까지 검색	• 기존 한계점을 보완하고자 시간, 장소, 내용 등 다양한 기준에 따라 검색 할 수 있도록 업데이트
		모바일 결제 플랫폼 끌어안기 나서	• 모바일 앱 광고를 클릭하는 것만으로 쇼핑하기, 게임실행, 음악듣기 등과 같은 특정 앱 기능 실행 유도
		'이름 검색 제한' 기능 폐지	• 유명무실했던 '이름 검색 제한(이름으로 자신을 검색할 수 없는 설정)' 기능 완전히 폐지
	뉴스	이스라엘 모바일 앱 분석업체 오나보 인수	• 오나보는 페이스북이 이스라엘에 두는 첫 오피스로, 이스라엘 현지에서 전진기지 역할 기대
	광고	깜짝 실적 페이스북, 3분기 매출 60% 증가	• 3분기 매출 20억2천만달러, 순익 4억2천500만달러를 기록. 일등 공신은 모바일 광고
트위터	광고	트위터, 국내 광고 판매 시작	• 전세계 2억3천만 이용자를 보유한 트위터가 11월 1일부터 국내에서도 '광고 상품' 판매 시작
카카오톡	서비스	100억 투자 '카카오 상생센터' 설립	• 모바일 콘텐츠 기업과의 동반성장을 위해 5년 간 100억원 투자, '카카오 상생센터(가칭)' 설립
		카카오PC, 천만 내려받기 돌파	• PC 버전 출시 100여일 만에 천만 다운로드 돌파, 이용시간 기준 점유율 26.8%로 1위 네이트온(60.7%)과는 33.9%포인트의 격차
	SNS	카카오뮤직, 20일만에 500만 돌파	• 벅스를 운영중인 네오위즈인터넷과 공동으로 진행하는 '카카오뮤직', 500만 다운로드 돌파

A. 10월 트래픽 동향 - 초기 페이지 top5

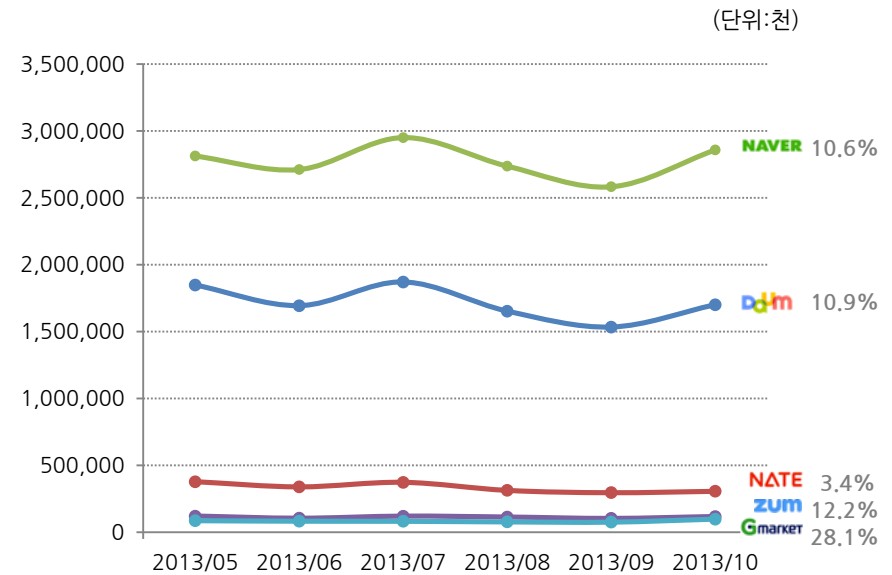
- ▶ 전월 추석 연휴 영향으로 감소했던 초기면 트래픽은 전반적으로 상승
- ▶ 포털 3사 초기면 UV는 약보합세인 반면, PV는 큰 폭 증가하며 상승세로 전환
- ▶ 지마켓은 상품 및 이벤트에 대한 이용자의 활동성 증가로 PV 28% 상승, 11번가를 넘어서며 top5 진입

UV



● naver.com ● daum.net ● nate.com
● gmarket.co.kr ● 11st.co.kr

PV

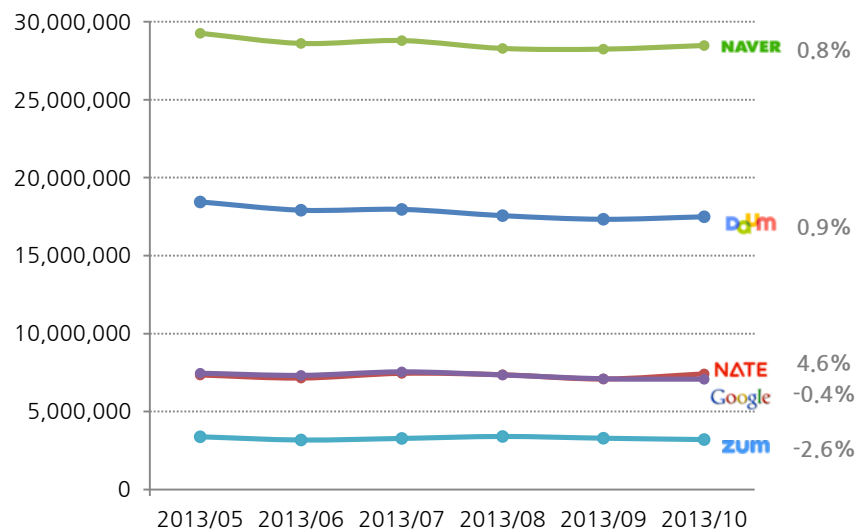


● naver.com ● daum.net ● nate.com
● zum.com ● gmarket.co.kr

B. 10월 트래픽 동향 - 검색 섹션 top5

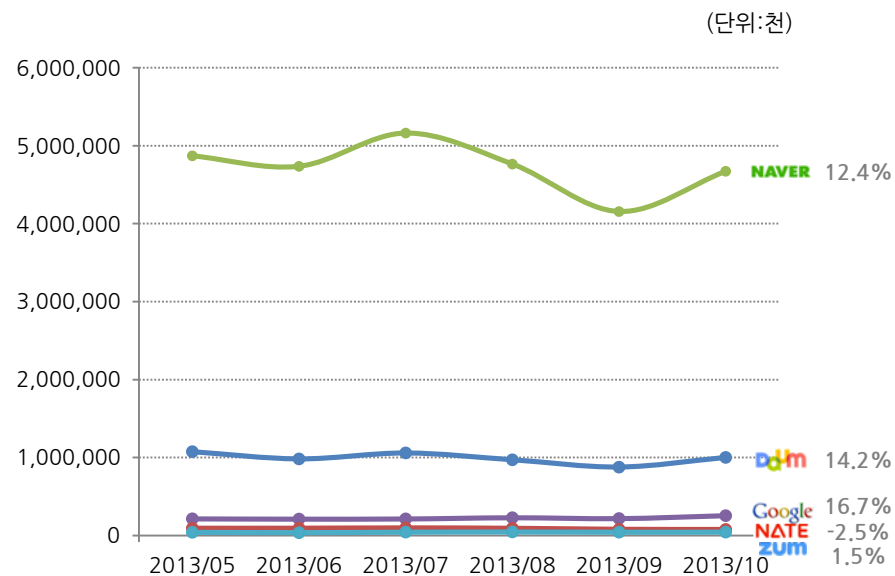
- ▶ 검색면 UV는 전월과 비슷한 흐름을 보이거나, PV는 1인당 평균 검색량이 증가하며 상승
- ▶ 네이트는 지식 검색과 커뮤니티 검색 이용자가 증가하면서 UV 4.6% 상승, 구글과 순위 변동
- ▶ 구글의 경우, UV는 소폭 감소한 반면 PV는 16.7% 상승해 가장 활발한 검색 활동을 보임

UV



naver.com daum.net nate.com
google.co.kr zum.com

PV

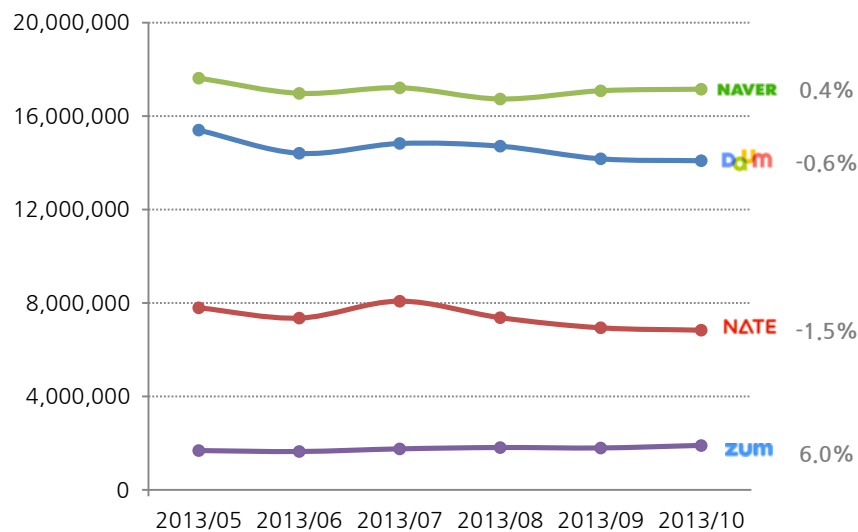


naver.com daum.net google.co.kr
nate.com zum.com

C. 10월 트래픽 동향 - 뉴스 섹션 top4

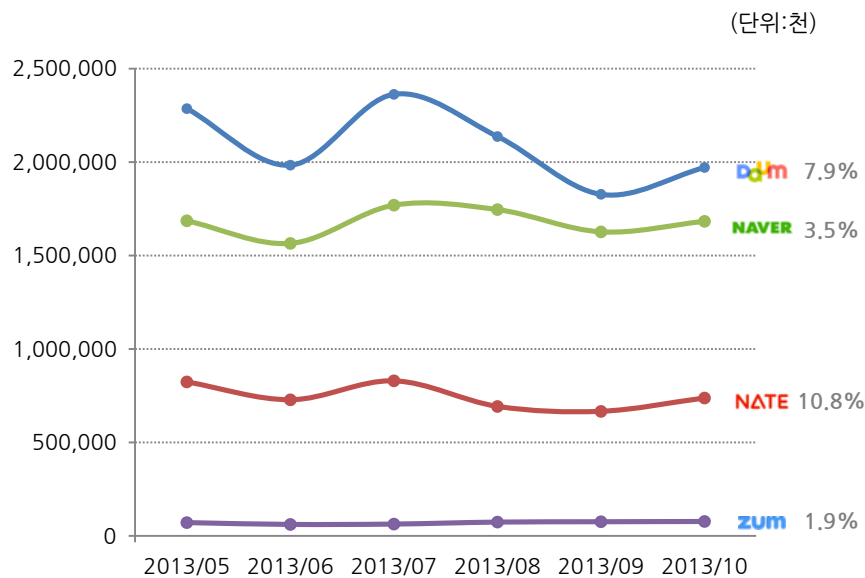
- ▶ 전월 대비 월간 일수와 근무 일수 증가로 인해 뉴스면 트래픽은 회복세
- ▶ 뉴스면 UV는 전월과 비슷한 흐름을 보이는 가운데, 줌은 40~50대의 방문이 증가하며 6% 상승
- ▶ PV는 사회/연예/스포츠 분야의 다양한 이슈들로 뉴스 콘텐츠 소비가 증가하며 모든 매체에서 상승세로 전환

UV



naver.com daum.net nate.com zum.com

PV



daum.net naver.com nate.com zum.com

(단위:천)

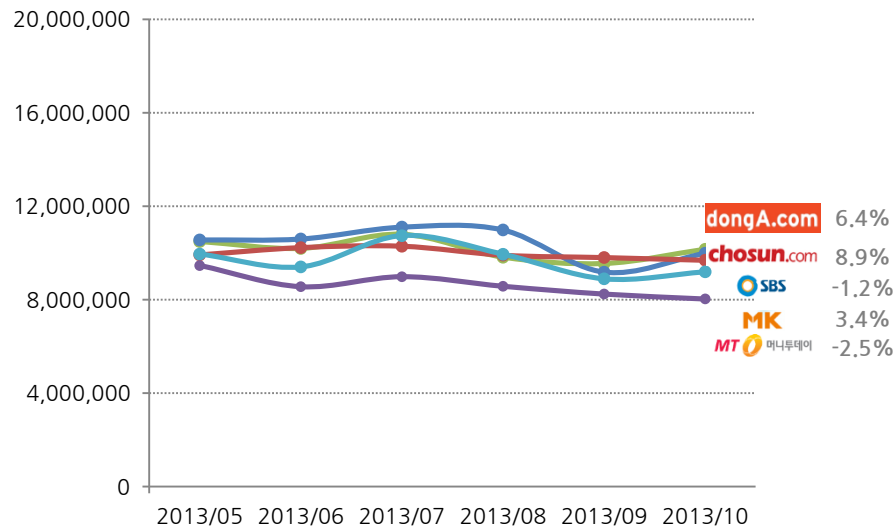
* 7월 조인스MSN이 미디어 사이트 조인스닷컴과 포털 MSN으로 분리되어, 뉴스 섹션 내 제외

*Source : 코리안클릭 10월

D. 10월 트래픽 동향 - 언론사 사이트 top5

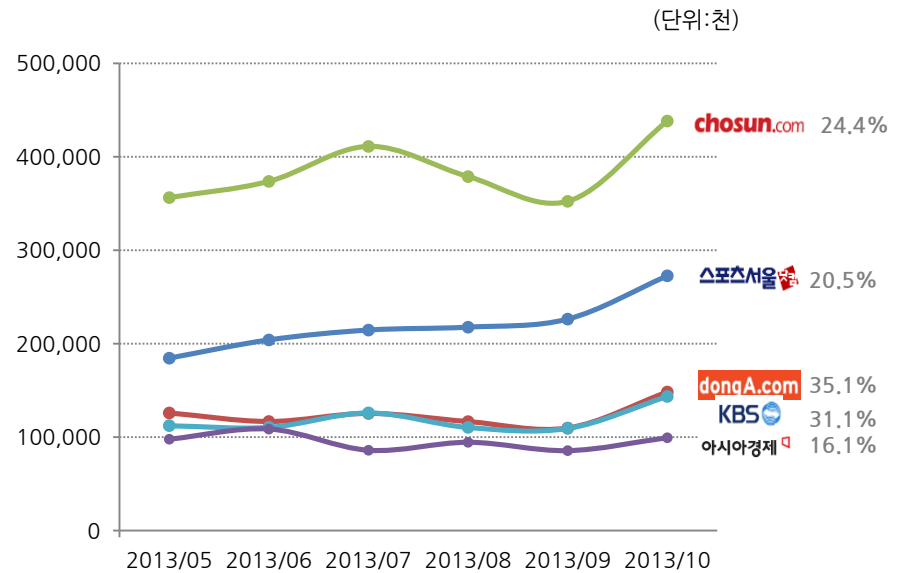
- ▶ 언론사 사이트의 UV는 강보합세, 40대 이상 연령층의 활동성 증가로 트래픽 대체로 증가
- ▶ 동아닷컴은 스포츠동아, MLB파크, 도깨비뉴스 등 서비스의 이용 증가로 UV 순위 1위로 올라섬, PV도 35% 상승
- ▶ 조선닷컴은 포털을 통한 유입 개선으로 UV 8.9%, PV 24.4% 상승

UV



● donga.com ● chosun.com ● sbs.co.kr
● mk.co.kr ● mt.co.kr

PV



● chosun.com ● sportsseoul.com ● donga.com
● kbs.co.kr ● asiae.co.kr

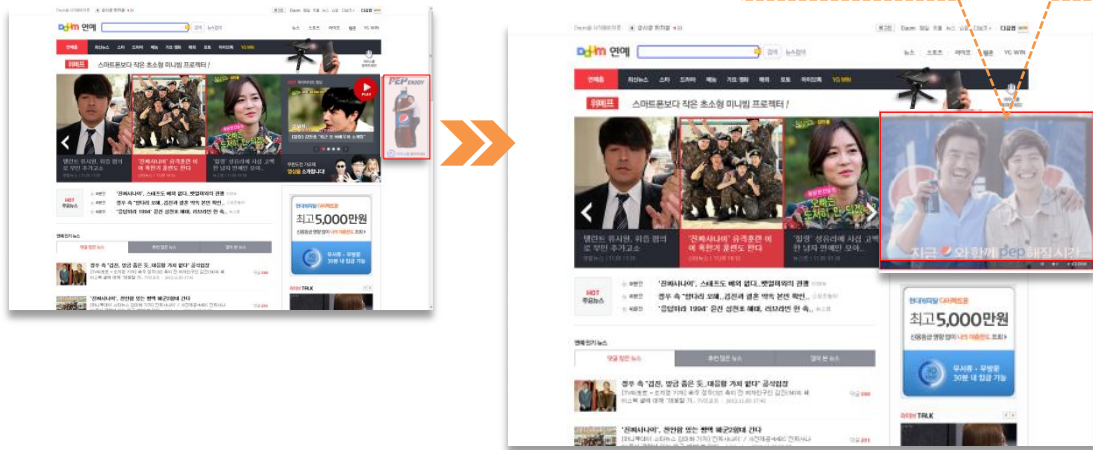
*Source : 코리안클릭 10월

A. 다음 미디어130스킨_확장형

- 다음의 인기 지면 미디어섹션에 노출되는 미디어130_확장형 상품 출시
- 뉴스 탑, 기사뷰 페이지, 아고라, 텔존, View 전 지면 우측 중단에 노출되는 상품
- 기존 미디어 130스킨에 마우스 오버 시, 좌측 콘텐츠 영역까지 확장되는 형태로 광고 주목도 상승 기대

미디어 130스킨 확장형

기존의 '미디어 130스킨' 기본형은 마우스 오버시, 플래시가 작동하는 액션이었으나, '확장형'은 중단 콘텐츠 영역까지 와이드하게 노출됨



상품명	미디어 130 스킨 확장형 (플래시형, 동영상형)
노출 영역	미디어 다음 전 섹션 노출
상품 단가	2,640 만원 (일반형 2,200 만원에서 20% 할증)
판매 방식	1주 3구좌 롤링
예상 노출량	약 5,500 만 Imps / (1구좌 기준)

*Source : 다음 공시사항

B. 다음 스포츠130스킨

- ▶ 다음에서 스포츠 섹션 130스킨 상품 출시
- ▶ 스포츠 중계센터를 통한 생중계 및 다양한 스포츠 뉴스를 제공하는 스포츠 섹션 내 상품
- ▶ 주요 이용자는 중장년층 남성으로 식음료, 전자제품, 영화 업종 등 30대 이상 남성을 타겟으로 한 캠페인에 적합할 것으로 보임

다음 스포츠 130스킨

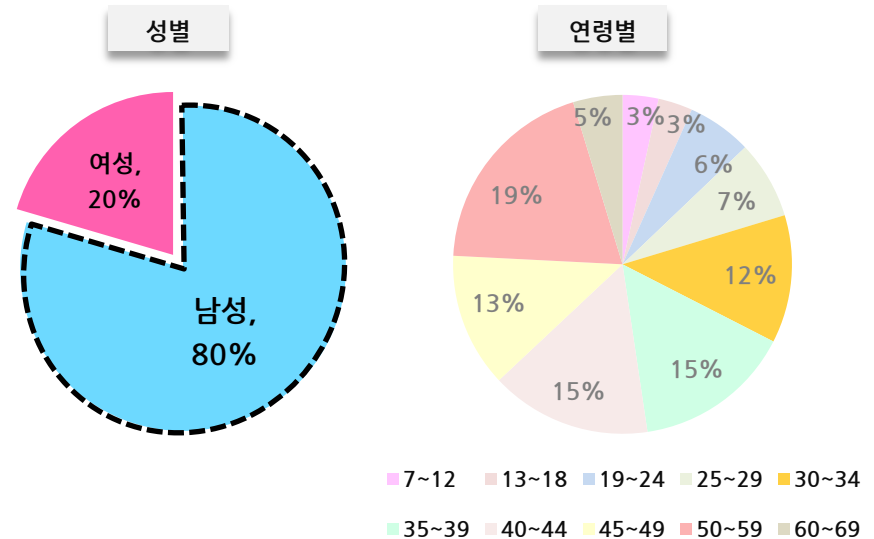
다음 스포츠 130스킨 개요

* '스포츠 130' 예시



- 노출 영역 : 스포츠 섹션 (골프/중계센터/네티즌 센터의 세부 섹션 노출 제외)
- 사이즈 : (확장 전)130*250 → (확장 후)440*330
- 단가 : 1,200 만원 / 1구좌 (확장_플래시형/동영상형은 20% 할증)
- 예상노출량 : 구좌당 약 2,200만 Imps / 1주 2구좌

다음 스포츠섹션 이용자 데모그래피



C. 조인스닷컴 사이트 리뉴얼 및 신상품 출시

- ▶ 지난 7월 MSN과 분리된 조인스닷컴이 기존의 포털형 디자인에서 스마트 기기에 최적화된 UI로 개편
- ▶ 반응형웹 * 적용으로 PC 뿐 아니라 스마트폰과 태블릿 접속 시 해당 기기 맞춤형 브라우저가 제공됨
- ▶ 개편과 함께 아이커버 재판매 및 브랜딩에 적합한 초기면 신규상품 출시

*반응형웹 : 사용자의 장치 특성에 따라 화면 배치가 유연하게 바뀌도록 구현되는 웹

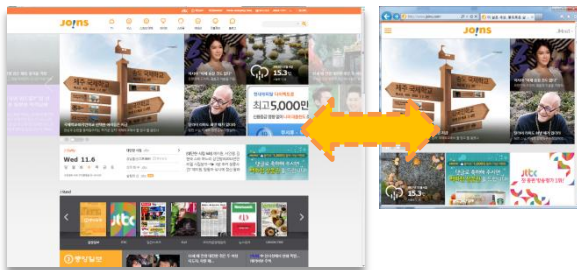
조인스닷컴 개편 & 초기면 신상품



개편 전



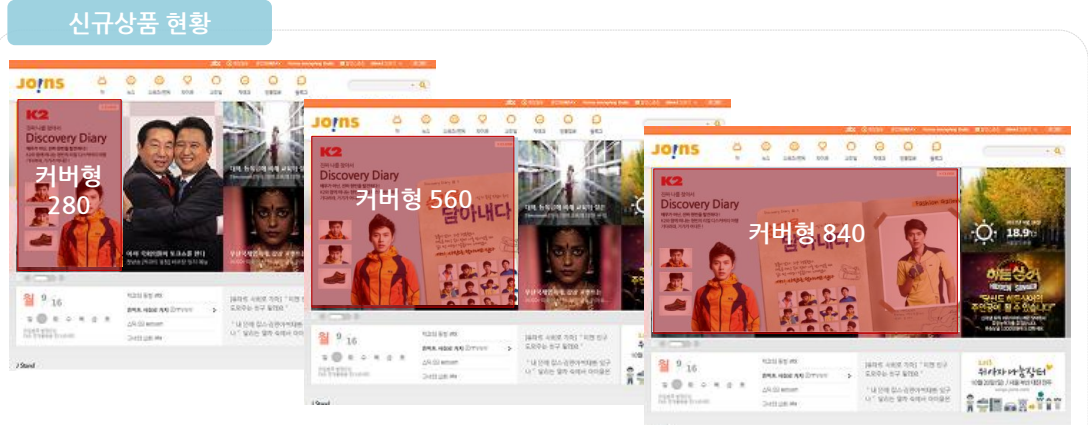
개편 후
✓ 웹 브라우저 크기에 따라
콘텐츠 배치가 유연한 '반응형 웹'



*PC 웹



*모바일 웹



	커버형 280	커버형 560	커버형 840
사이즈	280*460	560*460	840*460
단가	CPM 4,000원	CPM 6,000원	CPM 8,000원

※ 참고
조인스닷컴 로고 변경



JOINS 로고를 기본 컬러와 느낌표는 유지하되 둥근 글씨체로 표현해 사용자가 보기에 편안하도록 디자인 리뉴얼

D. 트위터 프로모션 상품

- ▶ 글로벌 SNS 트위터가 프로모션 상품 3가지의 국내 판매 시작
- ▶ 전세계 사용자 수 2억 3천만명의 강력한 매체 파워를 바탕으로, 타 SNS와 차별화 되는 개방된 플랫폼이라는 강점을 활용함
- ▶ 사용자와의 관계에서 과금되는 CPE* 상품(프로모션 트윗, 프로모션 계정) 및 독점 노출 가능한 상품(프로모션 트렌드)도 있어 프로모션 뿐 아니라 브랜딩 광고 등 다양한 캠페인 목적을 충족시킬 수 있는 상품

* CPE: Cost-per-engagement

트위터 프로모션 상품

* 모든 프로모션 상품은 프로모션 아이콘(👈)으로 순수 콘텐츠와의 차별화



상품

	프로모션 계정	프로모션 트윗	프로모션 트렌드
			
상품개요	팔로워 추천란에 우선순위 배치되는 상품	실시간으로 바뀌는 타임라인에서, 광고주의 '트윗'이 이용자에게 가장 잘 보이도록 상위 노출 (관심사, 계정, 키워드 등 다양한 카테고리 타깃팅 가능)	트렌드를 한눈에 보여주는 트렌드 영역에 일고정 노출되며, 클릭 시 프로모션 트윗으로 연결되는 패키지 상품으로 온라인 버즈 생성에 적합한 상품
상품목표	팔로워 증대 / 고객 충성도 향상	도달율(Reach) 증대 / 유저 참여 확대 / 관련 대화 활성화	큰 폭의 인지도 상승 / 온라인 바이럴 / 이벤트 런칭
노출영역	웹 (홈, 프로필, 발견하기, 검색), 모바일 (발견하기, 검색)	웹과 모바일의 트위터 '타임라인'	웹과 모바일의 '트렌드 영역'
판매방식	팔로워 당 비용 (Cost-per-follower) 입찰	참여 당 비용 (Cost-per-engagement) 입찰	24시간 독점구좌

*Source : 트위터 프로모션 상품 소개서

More than expected !

more than expected !

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

※ 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지 회원가입 시 뉴스레터 수신 체크