



Insight **M** | Global Ads

2015 글로벌 디지털 시장 전망

2015.01

Contents

1. 2015 글로벌 광고 시장 트렌드
2. 2015 디지털 시장 주요 키워드 4
3. 2015 디지털 시장 주요 트렌드 4
4. 2015 중요도가 감소하는 키워드 5

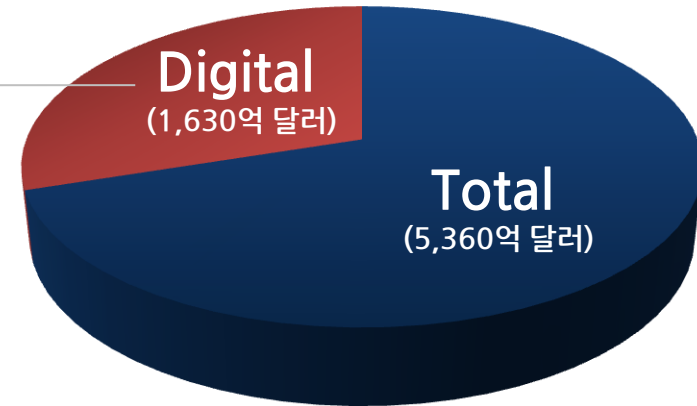


1. 2015 글로벌 광고 시장 트렌드

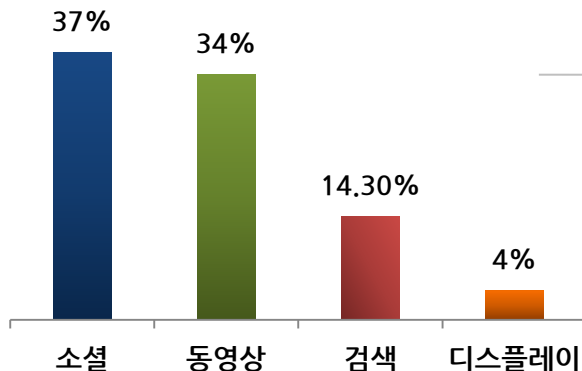
2015, 디지털 광고 시장 전망

- 2015년 디지털 광고 수익: 1,630억 달러 (전체 광고 수익의 30% 차지)
- 총 73개국 중 16개국에서 디지털 미디어가 No.1 미디어 카테고리 자리잡을 전망
(2014년, 14개국 (영국/호주/캐나다/독일/중국/스웨덴/네덜란드/etc.) 에서 디지털 미디어가 No.1 미디어로 등극)
- 디지털 광고 수익, 2019년 TV 광고 수익을 따라 잡을 전망

2015년 광고 수익 전망



2015년 광고 유형 별 성장률 전망



2015, 광고 유형 별 전망

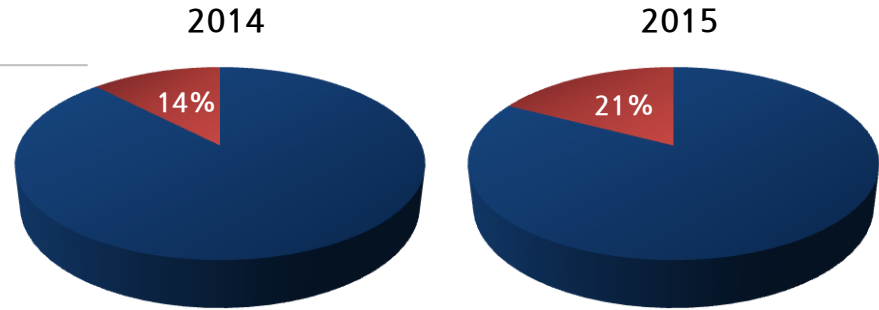
- 2015년 광고 유형 별 성장률 전망:
소셜(+37%), 동영상(+34%), 검색(+14.30%), 디스플레이(+4%)
→ **소셜 광고의 성장률이 가장 클 것**
- 2014년 광고 유형 별 집행 비율
검색(49%) > 디스플레이(21%) > 소셜(12%) > 동영상(8%)
→ **여전히 검색 광고의 비율이 가장 크게 차지**

1. 2015 글로벌 광고 시장 트렌드

모바일 광고 비중의 증대

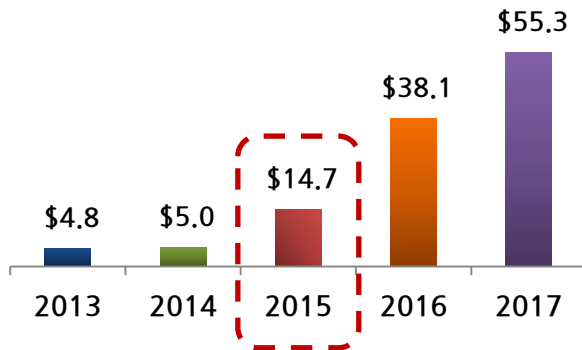
- 전체 디지털 광고 중 모바일로 집행된 광고 노출 비중은 2014년 14%였으며, 2015년엔 21%까지 증가 예상
- 모바일 광고비 역시 2014년 72% 성장했으며, 2015년에도 45%의 성장률을 보일 것으로 전망
- 모바일을 선도하고 있는 광고 유형으로는 소셜이 가장 큰 비중을 차지했고, 다음으로 동영상 광고 순

전체 디지털 광고 중 모바일 광고 노출 비중



연도 별 글로벌 Programmatic 광고 비용

(단위: 10억)



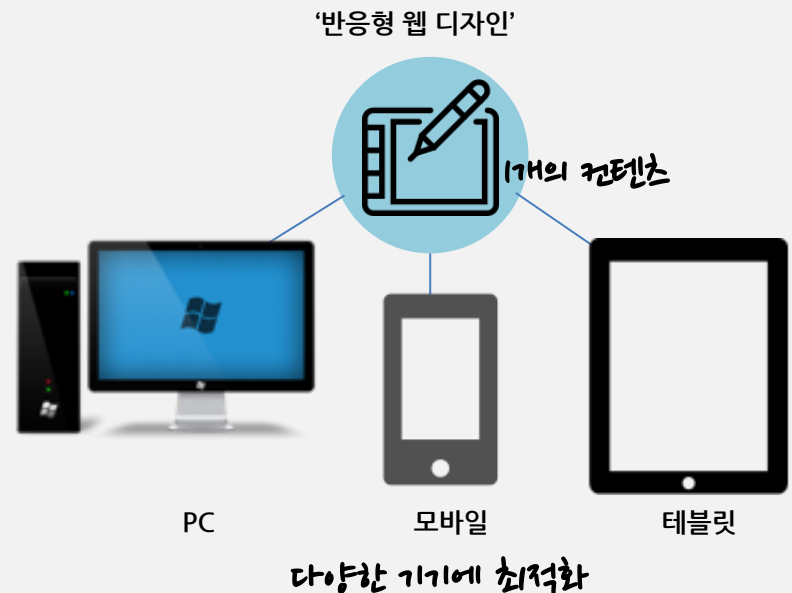
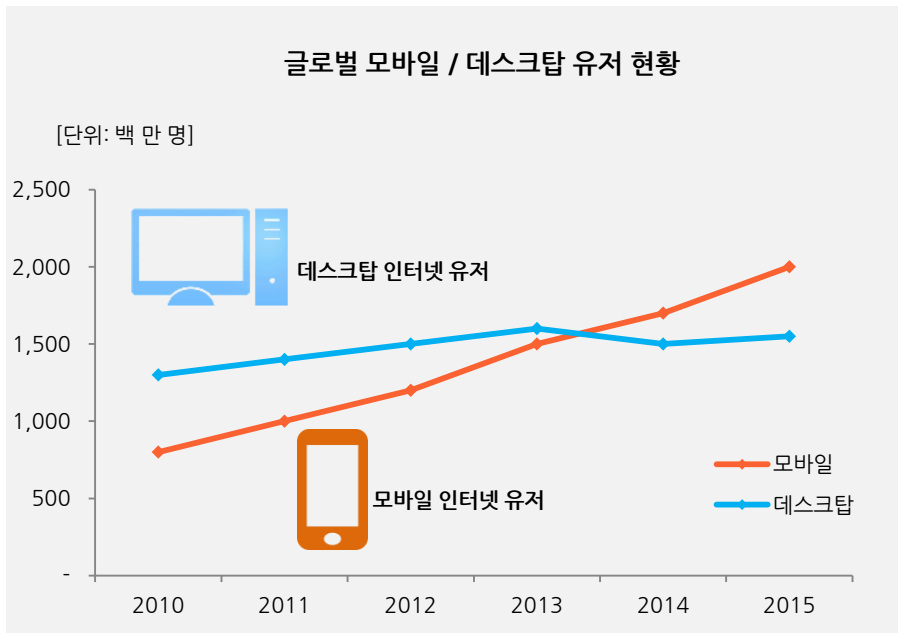
Programmatic buying의 지속적인 성장

- 2015년 글로벌 Programmatic 광고 비용이 147억 달러까지 증가할 것으로 예상되고 있으며, 2017년까지 그 규모가 비약적으로 증대될 것으로 전망
- 디스플레이 광고 분야에서 본다면, 2015년 전체 글로벌 디스플레이 광고의 59%가 Programmatic buying 형태로 운영될 것으로 예상

2. 2015 디지털 시장 주요 키워드 4

반응 (Responsive)

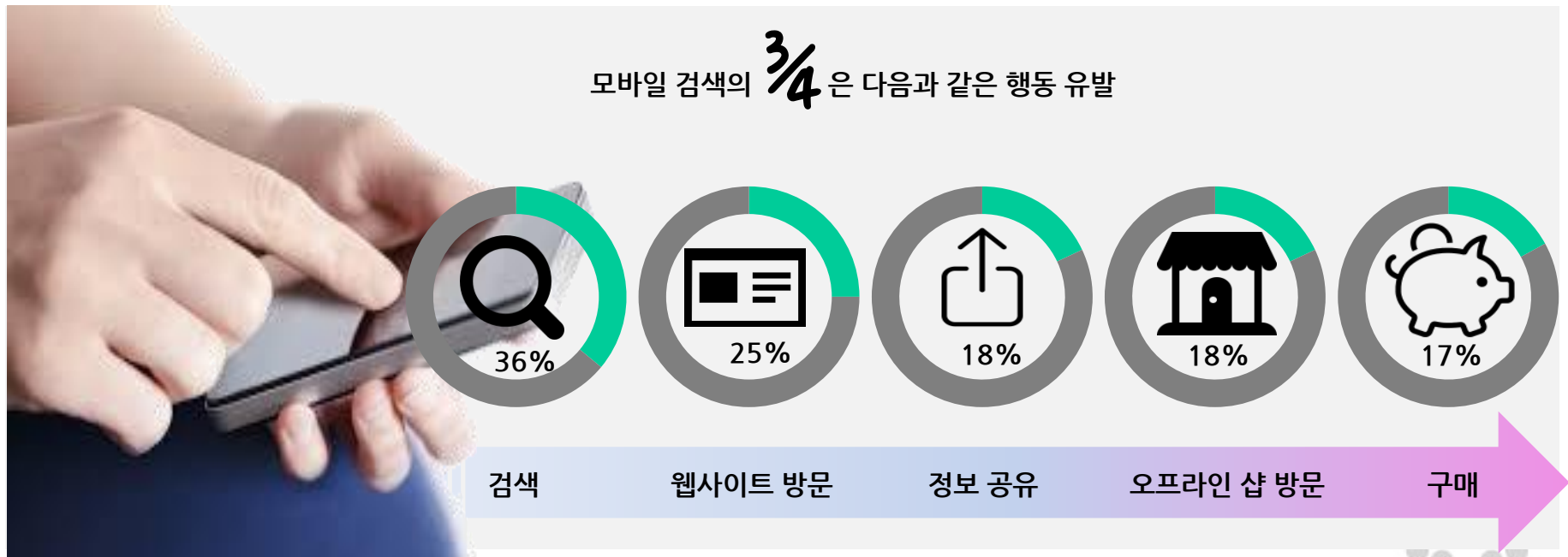
- 소셜미디어가 중요한 마케팅 수단이 되면서 real-time marketing이라는 단어가 자주 언급될 정도로 브랜드의 유저에 대한 반응속도가 중요하게 여겨짐
- 2015년에는 기기의 다변화로 real-time이라는 단어가 소셜미디어 마케팅에만 국한 되는 것이 아니라 브랜드 콘텐츠가 여러 기기에 동시에 보여질 수 있도록 하는 ‘반응형 웹 디자인’ 시장에까지 적용되고 있음
- ‘반응형 웹 디자인’은 1개의 콘텐츠 제작으로 데스크탑/스마트폰/태블릿 등 다양한 사이즈의 기기에 최적화 되어 노출 가능
- ‘반응형 웹 디자인’은 모바일 인구 증가로 늘어난 모바일 소비자들을 타겟팅한 마케팅에 용이.



2. 2015 디지털 시장 주요 키워드 4

모바일 검색(Mobile search)

- 모바일이 콘텐츠, 상거래, 광고 산업 전반에 영향을 미칠 것이며, 그 중에서도 모바일 검색이 화두가 될 것
- 2015년 검색이 스마트폰과 태블릿에서 활발하게 나타나며 모바일 검색이 절정에 달할 것으로 전망
- 2015년 미국 모바일 검색 시장이 전체 검색시장에서 50.1%를 차지하며 절반을 넘어섬에 따라 모바일 쇼핑 시장도 넓어질 예정
- 데스크탑에 비해 낮은 ROI를 보였던 모바일은 2015년부터 점차 향상되어 데스크탑과 비슷한 수치를 나타낼 전망이며 특히, 모바일 검색이 실제 매장 구매로 이어지는데 미치는 영향이 가장 증가할 전망



2. 2015 디지털 시장 주요 키워드 4

자동화 (Automation)

- 디스플레이 광고 뿐만 아니라 모바일, 동영상, 소셜, 검색 광고 등에 실시간 비딩을 통한 프로그래머틱 바이딩(Programmatic Buying)이 적용되어 광고의 자동화 영역이 넓어질 전망
- 디지털 마케팅 업계에서 광고의 프로그래머틱 바이딩(Programmatic Buying)이 디스플레이 모바일 동영상 광고 유형에서 50% 이상의 비율을 차지하며 가장 활발하게 적용될 것으로 전망
- 사용자가 실시간으로 공개하는 다양한 정보와 콘텐츠에 맞는 광고를 정확하게 퍼블리싱 할 수 있게 됨으로써 광고에 대한 수요도 높아질 것이며, 실제로 많은 광고주들이 관심을 가지고 있는 추세로 2015년에는 전 세계적으로 약 150억 달러가 프로그래머틱 광고에 쓰일 예정

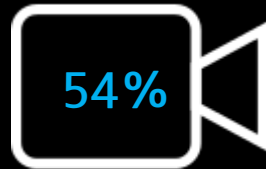
광고의 자동화는 늘어날 것이다



디스플레이



모바일



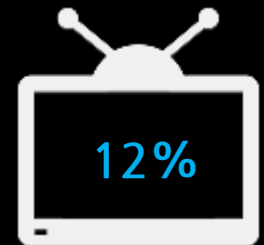
동영상



소셜



검색

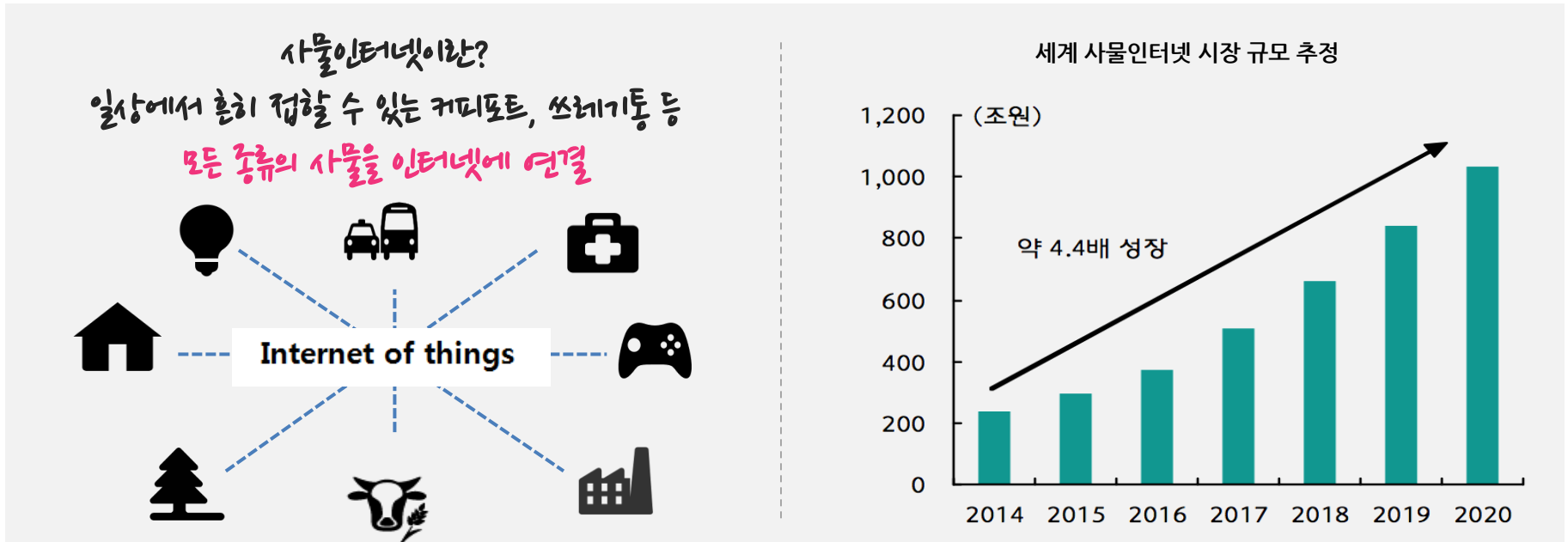


TV

2. 2015 디지털 시장 주요 키워드 4

사물 인터넷(IOT)의 대두

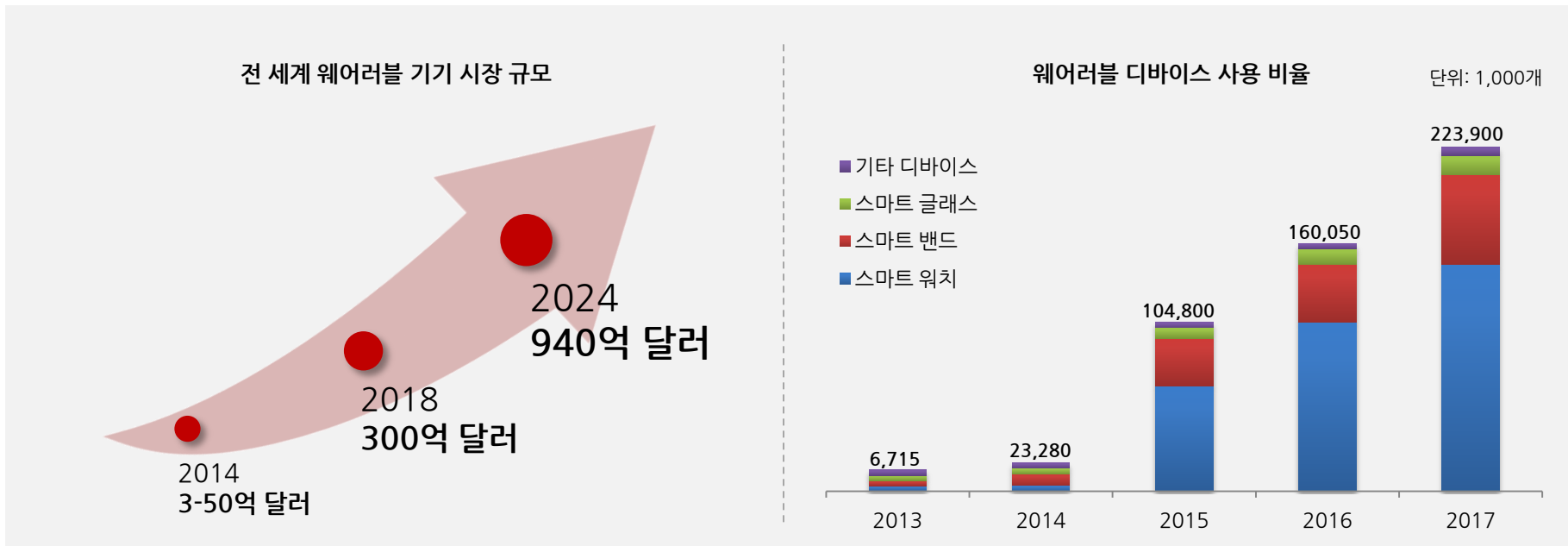
- 최근 통신 인프라 고도화와 근거리무선통신(NFC) 기술 발전 및 커넥티드 단말(무선 인터넷과 연결되는 스마트 기기) 증가가 사물인터넷의 실제 출현에 기여
- 다수 기관들의 경제 규모도 사물인터넷 기기의 증가로 급속하게 증가할 것으로 전망되며, 업계에서는 사물인터넷을 차세대 디지털 혁명으로 여기며 개인당 1~2대 불과했던 PC, 모바일에 비해 인터넷에 연결되는 기기가 폭발적으로 증가할 예정
- 사물인터넷은 2020년까지 세계 기업 이익을 21% 증가시키며, 총 19조 달러의 경제 효과를 창출할 것으로 추정, 전 세계적으로 사물인터넷 제품, 서비스 공급업체의 수익이 3,000억 달러(약 318조 원)를 넘어서고, 세계 경제의 부가가치는 1조 9,000억 달러(약 2,000 조 원)로 전망



3. 2015 디지털 시장 주요 트렌드 4

웨어러블(Wearable) 디바이스에 대한 관심 계속될 것

- 웨어러블 디바이스 시장은 계속해서 빠르게 성장하여 2014년 3~50억 달러 수준이던 전 세계 웨어러블 디바이스 시장 규모는 2018년에는 300억, 2024년에는 940억 달러 규모에 달할 것으로 예측됨
- 전체 웨어러블 디바이스 중 가장 많이 사용되는 기기는 활용성과 휴대성이 가장 뛰어난 스마트 워치가 될 것으로 예상됨
- 전문가들의 의견에 따르면 웨어러블 디바이스가 가장 제 역할을 해낼 산업 분야는 의료, 헬스, 정보 및 엔터테인먼트, 산업, 군사 분야
- 웨어러블 디바이스는 앞으로도 사물인터넷(IoT), 스마트홈, 스마트카, 3차원 프린팅 등의 첨단 기술과 융합되어 더욱 다양한 생활 편의를 제공할 것으로 기대됨

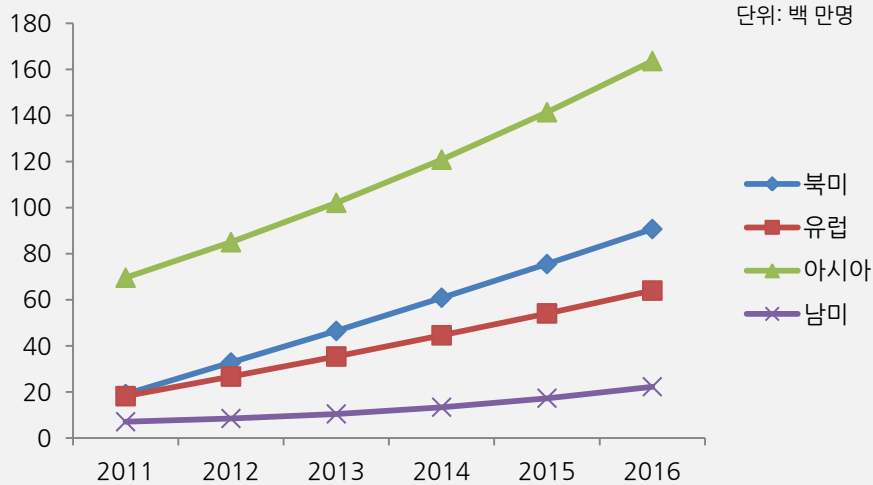


3. 2015 디지털 시장 주요 트렌드 4

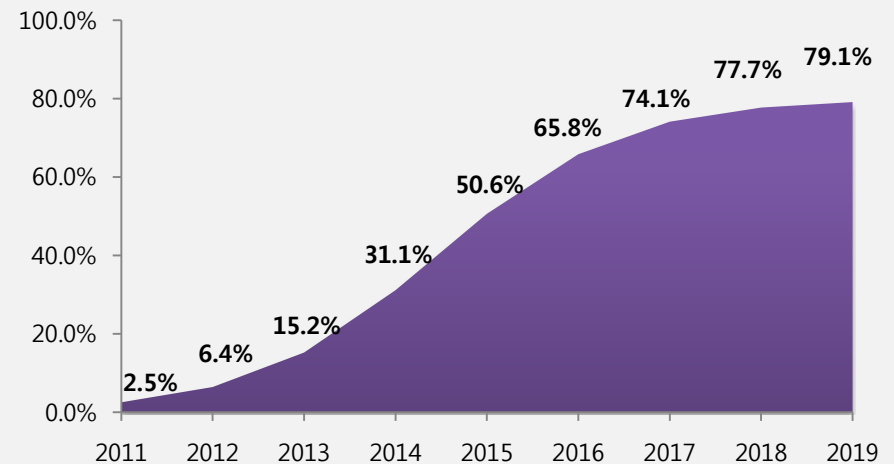
이제 지갑 대신 ‘스마트폰’으로… ‘모바일 결제’ 대중화

- 전 세계 모바일 결제 이용자 수가 빠르게 증가하고 있는 것으로 나타났으며, 그 중 아시아 지역이 가장 많은 모바일 결제 인구를 보유하고 있고 북미지역과 유럽 지역, 남미 지역이 그 뒤를 잇고 있음
- 모바일 결제 이용자가 늘어남에 따라 자연스럽게 모바일 결제를 도입하는 업체 수도 증가하여 스마트폰과 태블릿PC 등 모바일 기기를 카드 결제 단말기로 사용하는 신 유형 지급 결제서비스인 mPOS를 채택하는 유통업체들이 빠른 속도로 증가하고 있음
- 조사에 따르면 미국 내 mPOS를 도입한 유통 업체 비율이 2015년에는 절반을 넘어설 것으로 예상되었으며, 2019년에는 약 80%에 달하는 유통 업체들이 모바일 결제를 도입할 것으로 전망됨

전 세계 지역 별 모바일 결제 이용자 규모



미국 mPOS 채택 유통업체 비율

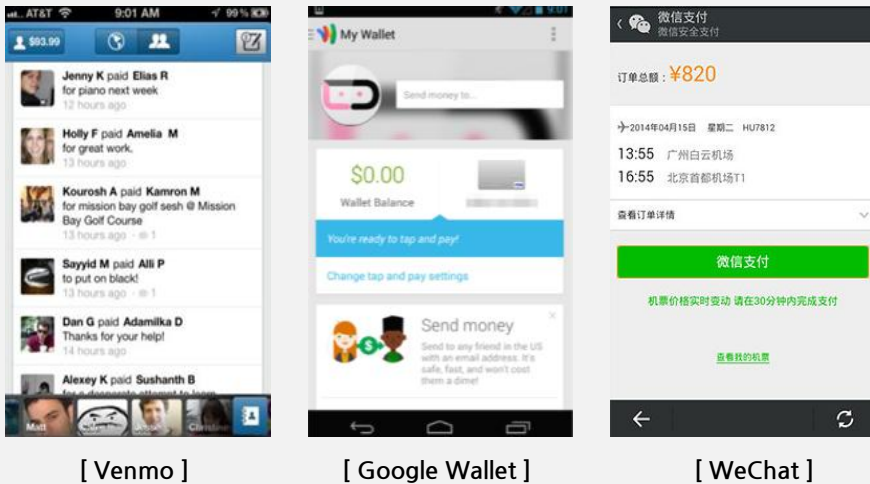


3. 2015 디지털 시장 주요 트렌드 4

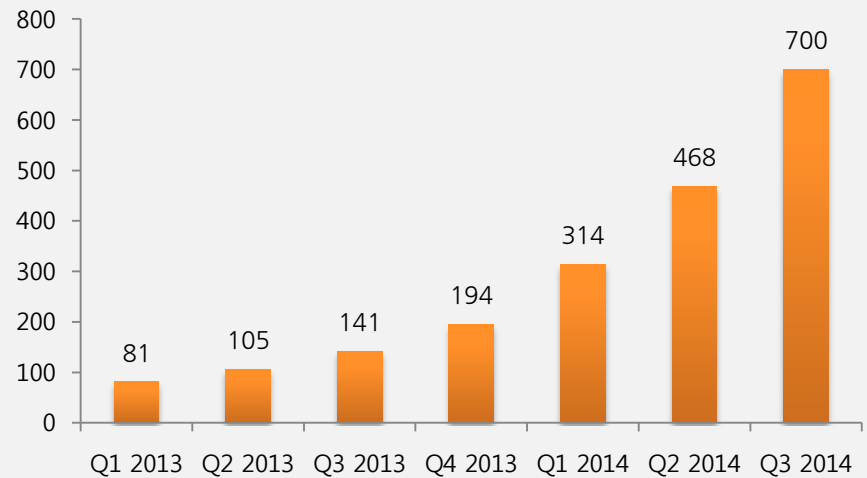
기존 모바일앱의 금융 시장 진입 확산

- 2015년에는 금융을 뜻하는 파이낸셜(Financial)과 기술(Technique)의 합성어인 ‘핀테크’가 각광을 받으면서 이러한 핀테크 산업 중 하나인 모바일 금융 서비스가 디지털 시장의 주요 키워드로 떠오를 것으로 전망됨
- 최근 미국의 P2P(peer to peer) 결제 앱 ‘Venmo’와 중국 텐센트사의 소셜 메시징앱인 ‘WeChat’ 등이 모바일 금융 서비스 사업을 통해 좋은 성적을 거두면서 미국 10대들에게 큰 인기를 끌고 있는 메시징앱 ‘Snap Chat’ 또한 현금 송금 서비스를 출시하는 등 기존의 소셜 및 메시징 앱들의 모바일 금융 시장 진출이 계속 되면서 모바일 금융 시장의 폭발적인 성장이 예상됨
- 하지만, 아직 초기 단계인 만큼 보안의 취약성이 드러나 더욱 확실한 기술적, 제도적 방안 마련이 요구되는 상황

전 세계 주요 모바일 금융 서비스



미국 모바일 금융서비스 Venmo의 결제 규모 단위: 백 만 달러



3. 2015 디지털 시장 주요 트렌드 4

광고성 콘텐츠의 홍수...네이티브 광고의 필요성 대두

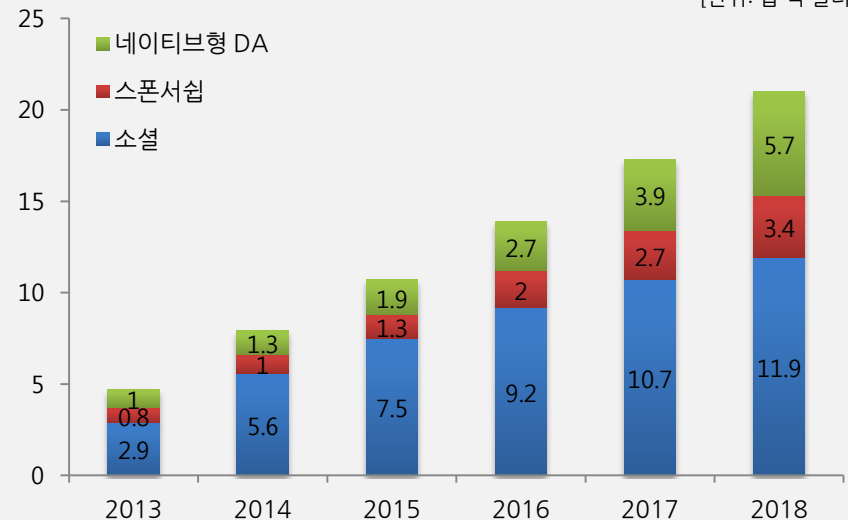
- 많은 온라인 유저들이 최근 인터넷 서핑 중 내용의 흐름을 끊는 광고성 콘텐츠가 많다고 느끼고 있음. 이마케터의 조사에 따르면 소셜 네트워크 이용 시 광고성 콘텐츠가 적당한 수준을 넘어 과도하게 노출되는 것 같다고 응답한 유저가 평균 약 60%에 달하는 것으로 조사되어 무조건 많은 예산을 투입 한다고 해서 좋은 광고 효과를 기대하기 어려운 것으로 나타남
- 과도한 광고로 인한 소비자들의 거부감을 줄여주기 위해 나타난 네이티브 광고는 반응률이 기존 디스플레이 광고에 비해 높은 것으로 나타났으며, 특히 모바일에서의 반응률이 데스크탑 보다 월등히 높게 나타나는 것으로 조사됨
- 네이티브 광고의 광고 수익은 지난해 79억 달러 규모에서 빠르게 증가하여 2018년에는 210억 달러 까지 성장할 것으로 전망됨

최근 소셜 네트워크 유저들이 인식하는 광고의 양

	Emerging markets	Mature markets	Total
굉장히 많음	24%	19%	22%
조금 많음	41%	34%	38%
적당함	31%	41%	36%
조금 적음	2%	5%	4%
굉장히 적음	1%	1%	1%

네이티브 광고 유형 별 광고 수익 전망

[단위: 십 억 달러]



4. 2015 중요도가 감소하는 키워드 5

No.1 '데스크탑 단독 사용자'

- ◆ 데스크탑 단독 사용자의 비율이 계속해서 줄어들고 있음 (1년 사이 46%에서 36%로 감소)
- ◆ 데스크탑 뿐만 아니라 스마트폰, 태블릿PC를 동시에 사용하는 멀티 플랫폼 유저가 늘어나면서 그에 따른 세분화된 마케팅 전략이 요구됨

No.2 'QR 코드'

- ◆ QR 코드를 활용한 마케팅에 있어 앞으로 현재 수준 이상의 발전은 기대하기 힘들 것이라는 의견이 지배적
- ◆ 미국 스마트폰 사용자들 중 QR코드를 스캐닝 하는 사람의 증가율이 2012년 36.7%에서 2014년 21.5%로 성장 정체를 보이고 있음

No.3 '스마트 TV'

- ◆ 실제 스마트 TV를 통한 사용자들 간의 커뮤니케이션은 매우 적은 것으로 조사됨
- ◆ 사용자의 세컨드 스크린 활동 중 대부분은 TV 프로그램과 관련된 것이 아님 (TV프로그램과 관련 없는 메시지 확인, SNS 업데이트 등)

No.4 '베이비붐 세대'

- ◆ 현재 미국에는 1964년 이전에 태어난 베이비붐 세대가 전체 인구의 40% 이상을 차지하고 있으며 전체 부의 70%를 소유하고 있음
- ◆ 그러나, 이러한 베이비붐 세대는 헬스케어 시장을 제외하고 연령이 높아질수록 지출을 적게 하는 것으로 조사됨

No.5 '개인정보 보호'

- ◆ 각종 온라인 범죄가 기승을 부리면서 개인정보 활용에 대한 걱정이 매년 증가하고 있음 (2013년 68.7% → 2014년 74.8%)
- ◆ 하지만, 자신의 정보를 이용해 사용성이 개선되고 혜택 제공이 더 이루어진다면 어느 정도의 개인정보 활용에 동의한다는 의견도 많음

Contact us

광고문의

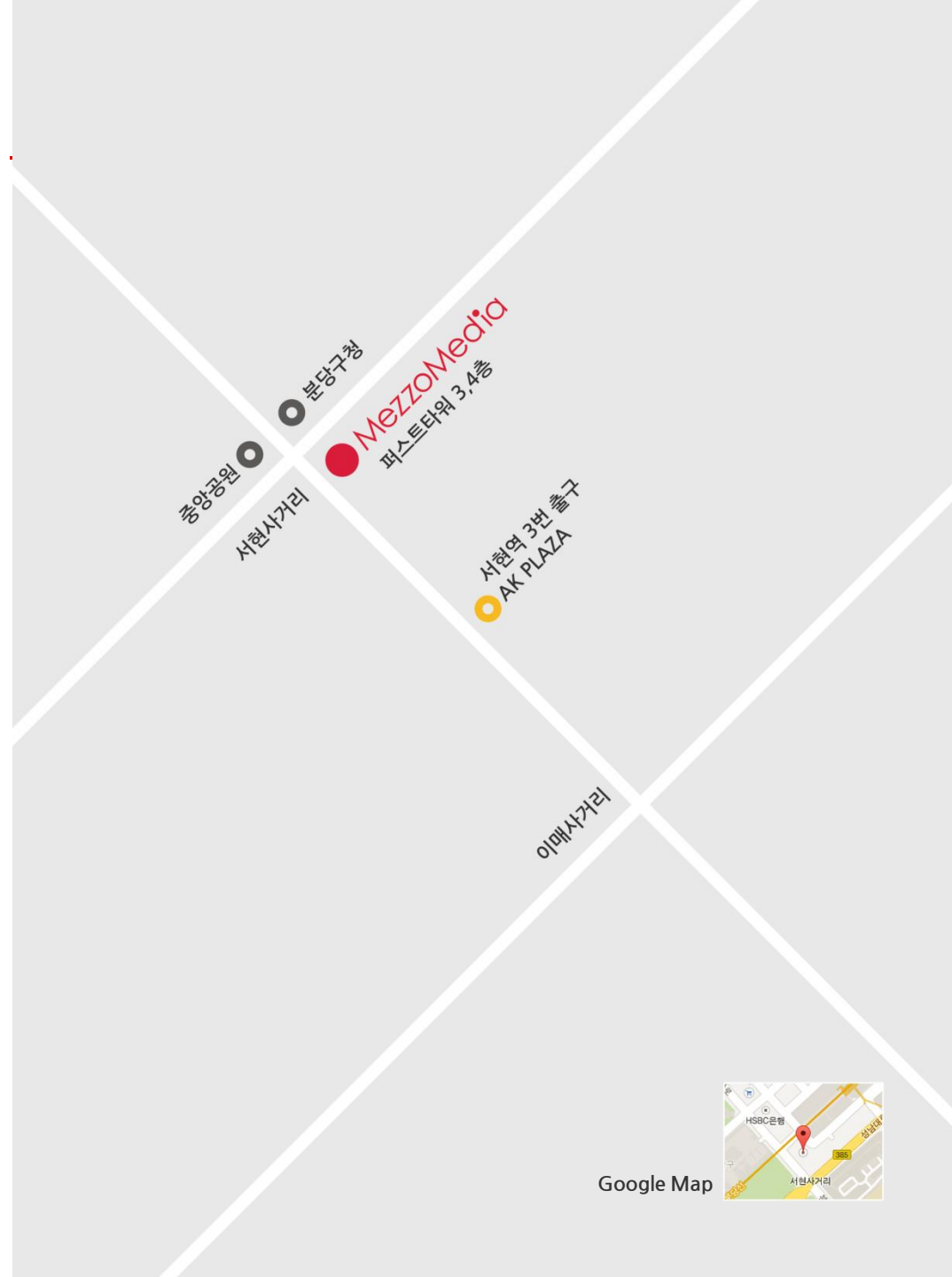
- 온라인 광고 (디지털광고사업본부)
mezzo@mezzomedia.co.kr
- 모바일 App / 모바일 Web 광고 (모바일사업본부)
mobile@mezzomedia.co.kr
- 디지털영상광고 (N스크린광고본부)
nscreen@mezzomedia.co.kr
- 해외 광고 및 Facebook 광고 (해외광고본부)
mp@mezzomedia.co.kr
- 소셜 분석 및 모니터링 (SNS플랫폼사업본부)
tibuzz@mezzomedia.co.kr

주소

경기도 성남시 분당구 서현동 266-1 분당퍼스트타워 3,4층 (지하1층 교보문고)
[도로명 주소] 경기도 성남시 분당구 분당로 55 (우)463-824

Tel. 031) 620-7500

Fax. 3층 (031)620-7555 / 4층 (031)620-7554



Google Map



T h a n k y o u