

# 월간 미디어 동향 리포트

주요 포털 및 온라인/모바일/디지털 이슈와 트렌드

#미디어 #매체 #온라인 광고 #디지털 광고



CONSUMER INSIGHT REPORT: IRMR20210002 / PUBLISHING DATE : 2021. 02. 10 WED

COPYRIGHTS © 2002-2021. ALL RIGHTS RESERVED BY DMC MEDIA

본 보고서는 개별 유포에 대한 트래킹이 가능합니다. 불법으로 유통할 경우, 관계 법령에 의한 불이익 또는 처벌 받을 수 있습니다

당신이 야 할 모든 정보 !

# DMC:REPORT

디 / 엠 / 씨 / 리 / 포 / 트

디지털, 마케팅, 소비자 전문 리포트 서비스

<http://www.dmcreport.co.kr>



01월  
디지털 미디어  
동향 리포트

주요 포털 및 온라인/모바일  
/디지털 이슈와 트렌드

INTRODUCTION

본 보고서는 월별 디지털 미디어 이슈와 트렌드를 한 눈에 살펴볼 수 있도록 정리한 보고서입니다. 주요 포털 및 온라인/모바일/디지털 이슈를 통해 해당 월의 뉴스와 트렌드를 파악할 수 있습니다.  
본고를 통해 빠르게 변화하는 디지털 시장을 이해하는 데 자그마한 도움이 될 수 있기를 바랍니다.

Part 1. 디지털 미디어 이슈

1. 네이버_성과형 광고 내 “구매 의도” 타게팅 기능 추가	5
2. 카카오_모먼트 플랫폼 내 메시지 작성 및 관리 기능 개선	6
3. 구글_유튜브, 상품 전환 측정방식 업데이트	7
4. 페이스북_Instagram 신규 기능 안내	8
5. IPTV_LG U+, B tv 실시간 TV 상품 출시	9
6. 버티컬_LG U+ 모바일 TV 광고 상품 출시	10

Part 2. Media Marketing Trend

1. Marketing News	12
2. Global Marketing Trend	13



## 01월 디지털 미디어 동향 리포트

---

주요 포털 및 온라인/모바일  
/디지털 이슈와 트렌드

### Part 1. 디지털 미디어 이슈

1. 네이버\_성과형 광고 내 “구매 의도” 타게팅 기능 추가
2. 카카오\_모먼트 플랫폼 내 메시지 작성 및 관리 기능 개선
3. 구글\_유튜브, 상품 전환 측정방식 업데이트
4. 페이스북\_Instagram 신규 기능 안내
5. IPTV\_LG U+, B tv 실시간 TV 상품 출시
6. 버티컬\_LG U+ 모바일 TV 광고 상품 출시

### Part 2. Media Marketing Trend

## 네이버 성과형 광고 내 “구매 의도” 타게팅 기능 추가

- 구매 가능성이 높을 것으로 기대되는 잠재 고객을 대상으로 한 타게팅 기능 추가
- 총 137개 항목 최대 4 Depth로 구성되어 정교한 타게팅 가능

### 구매 의도 타게팅 세팅 과정

- 광고 그룹 > 오디언스 설정

The process of setting up 'Purchase Intent' targeting on Naver is shown in three steps:

- 오디언스 설정 (Audience Settings):** The '상세 타겟' (Detailed Targeting) section is highlighted with a red box, indicating the next step.
- 상세 타겟 설정하기 (Setting Detailed Targeting):** The '구매 의도' (Purchase Intent) section is selected, showing a list of categories and sub-categories. The '구매 의도' section is highlighted with a red box, indicating the next step.
- 상세 타겟 ① (Detailed Targeting 1):** The final selection screen shows the chosen targeting options, including '구매 의도' (Purchase Intent) and '관심사' (Interests).

## 카카오, 모먼트 플랫폼 내 메시지 작성 및 관리 기능 개선

- 21년 2월 1일자로 채널관리자센터에서만 가능하던 메시지 작성 및 관리 기능이 모먼트 플랫폼 내 탑재
- 기존과 동일하게 채널관리자센터에서 생성한 메시지를 불러오는 기능은 유지되어 동일하게 사용 가능

### 메시지 작성 화면 예시

소재

새 소재 기존 소재 메시지 관리 목록

새 소재 캠페인, 광고그룹 설정 내용에 따라 새롭게 등록 가능한 소재만 표시됩니다.

메시지 기본텍스트 메시지 와이드이미지 메시지 와이드리스트

타이틀 \*

타이틀을 입력하세요 20

리스트 1 \*

소재 영역

+ 파일 추가

홍보문구

홍보문구를 입력하세요 25

미리보기

카카오목록

테스트 발송

꽃길만견자

http://www.daum.net

(광고) 꽃길만견자

타이틀

리스트 1 홍보문구

리스트 2 홍보문구

### 메시지 수정 화면 예시

메시지 상세

소재 목록

메시지 정보

기본정보

이름	메시지_202101121427
카카오목록 채널	꽃길만견자
메시지 유형	기본텍스트

부가 정보

소재 영역	홍보이미지
버튼 1	바로가기 URL : <a href="#">링크 확인하기</a>
버튼 2	미설정
공유하기	설정

미리보기

꽃길만견자

http://www.daum.net

(광고) 꽃길만견자

안녕하세요  
테스트입니다

바로가기

수신거부 | 풀 | 친구차단

수정

테스트 발송

### 장점

모먼트 내 메시지 작성/관리 기능 추가되어 사용자 편의 증대

## YouTube A&C(Awareness & Consideration) 상품 전환 측정방식 업데이트

- 트루뷰포리치, 인스트림 등 인지, 고려 단계에 있는 상품(Youtube A&C)의 전환 측정 방식이 View Based Attribution 모델(30s, 30일)에서 Engaged Views 모델(10s, 3일)로 자동 변경 될 예정입니다

목적 : Youtube A&C 상품과 Action 상품의 전환 모델 표준화를 통해 보다 정확한 동영상 캠페인의 영향력 측정을 위한

유튜브 광고상품	비딩 방식	변경 전 “전환수” View Based Attribution Model	변경 후 “전환수” Engaged Views Model
Reach	CPM	<ul style="list-style-type: none"> <li>클릭 후 전환</li> <li>30초 이상 광고 시청, 30일 내 전환</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>클릭 후 전환</li> <li><b>10초 이상 광고 시청, 3일 내 전환</b> (기존 Trueview for action 에서 사용하던 방식)</li> </ul>
Maximize Lift	Auto-Bid		
in-stream (standard)	CPV		
TrueView for Shopping	CPV		

### 전환 추적을 하는 YT A&C 광고주

전환측정방식 변경에 따라 전환에 대한 기간 Window가 30일에서 3일 이내로 변경되면서 전환수가 적게 기록될 수 있습니다.

### 전환 추적을 하지 않는 YT A&C 광고주

전환측정방식 변경에 따른 영향이 없습니다.

## Instagram 신규 기능 안내

- 다양한 크리에이티브 도구(음악 스티커 및 Reels) 런칭을 통한 부가 서비스 기능 강화

### Instagram 음악 스티커



#### 상품설명

15초 분량의 스토리 영상이나 사진에 배경 음악을 추가할 수 있는 기능

#### 실행 방법

스토리 업로드 클릭 후 스티커 중 '음악 스티커' 에서 원하는 음악을 선택하여 원하는 노래 구간 선택하여 사진이나 영상에 적용

#### 기능 특징

가사 서비스를 지원하는 음원의 경우 가사 스티커 기능 사용 가능  
스토리에 사용된 음악 스티커를 누르면 노래의 저작권자인 해당 아티스트의 인스타그램 혹은 페이스북 계정으로 연결 가능

#### 참고 사항

저작권과 관련이 있는 국가에서 음악 스티커를 사용한 스토리를 보았을 때 '해당 국가에서는 재생이 되지 않습니다'와 같은 메시지가 확인 될 수도 있음

### Instagram Reels



🎵 음악 라이브러리에서 노래 선택 가능

😊 다양한 효과를 사용하여 여러 클립 녹화

📱 배치를 사용하여 촬영 장면 배치 기능

#### 상품설명

오디오, 효과 및 새로운 크리에이티브 도구를 통해 15초-30초 사이의 멀티 클립 동영상을 녹화하고 편집하는 기능

#### 실행 방법

Instagram 카메라 하단의 '릴스' 버튼 선택 > 다양한 크리에이티브 도구를 통해 영상 업로드



# LG U+, B tv 실시간 <노출&Reach 극대화> 상품 출시

- 캠페인 기간 실시간 광고 전체 노출량의 약 10% 정도를 점유하는 상품 출시
- 실시간 광고 첫번째 순서로 노출되며 단기간 노출량과 Reach를 극대화

## 광고 노출 형태

- 단기간 노출량 및 Reach 극대화 KPI 캠페인 운영
- 24시간동안 발생하는 모든 SB 시간 내에 노출 편성 (약 1,000회/일)
- 1st 슬롯 노출 보장



## 상품 유형

구 분	채 널	예상 Reach	구 좌	구좌 당 단가
Btv	실시간 84개 채널	350만	1구좌/1주	3,500만원
Btv Btv 케이블	Btv 실시간 84개 채널 Btv 케이블 A~C형 중 택1	550만	1구좌/1주	4,500만원
U+	실시간 100개채널	250만	1구좌/1주	2,500만원

- 소재 15초 Only
- 주 당 선착순 1구좌 청약 가능, 2구좌(2주) 연속 구매 불가
- 논 타겟팅 (전국) / 24시간 노출

# LG U+ 모바일 TV 광고 상품 출시

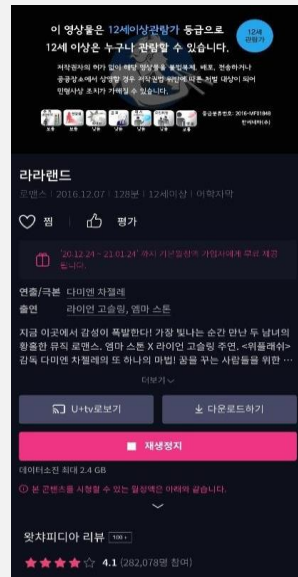
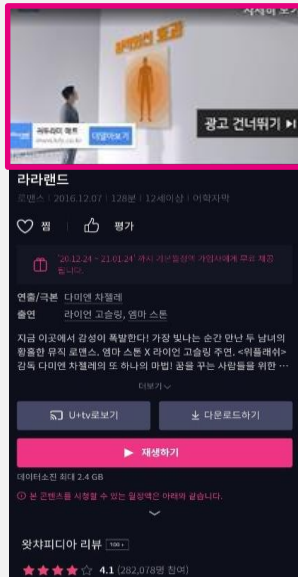
- 월 순 이용자 200만, 3040대 이용자 비중 약 59%
- 지상파 포함 TV 다시보기 서비스 및 80여개 실시간 채널 서비스 제공

## 광고 노출 형태

무료 VOD 시청 전 / 실시간 채널 진입  
숏폼 콘텐츠 시청 전

동영상 광고 노출

콘텐츠 또는 실시간 채널 재생



## 상품 유형

구분	단가	비고
5초 SKIP_논타겟팅	CPM 8,000원	* 타겟팅 등 부가 옵션 연내 지원 예정
6초 범퍼_논타겟팅	CPM 3,000원	
15초 논스킵	CPM 15,000원	* 하반기 출시 예정

- 부킹 전 인벤토리 체크 필수
- 리포트 주 1회 / 노출 수 제공
- 소재 길이 / 서비스 율 등 사전 협의



# 01월 디지털 미디어 동향 리포트

---

주요 포털 및 온라인/모바일  
/디지털 이슈와 트렌드

## Part 1. 디지털 미디어 이슈

## Part 2. Media Marketing Trend

1. Marketing News
2. Global Marketing Trend

## Part 2. Media Marketing Trend

## 1. Marketing News

# 이달의 마케팅 뉴스 클리핑

- 방송통신위원회, 방송 자원 구조 개편: 수신료 최대 1,500원 이상 인상, 지상파 중간 광고 허용 등
- 유명 인사들의 사용으로 화제가 되고 있는 초대 기반의 소셜미디어 “클럽하우스”

## 주요 마케팅 뉴스 클리핑



2021년 방송통신위원회 주요 정책 과제 중 KBS 수신료 인상, 지상파 중간 광고 허용 등 자원 구조 개편 관련 내용이 포함되어 있다.



기존 가입자들의 초대로 사용 가능한 소셜 미디어 “클럽하우스”는 오프라 윈프리, 일론 머스크, 마크 저커버그 등 유명 인사들의 가입으로 화제가 되고 있다.

## 이달의 뉴스 TOP 7

### NEWS TITLE

[방통위, 올해 KBS 수신료 제도개선·지상파 중간광고 허용 추진](#)

[일론 머스크가 써서 화제된 소셜미디어 '클럽하우스'](#)

[플랫폼 검색 결과 "광고야 정보야?"...소비자 80%, 명확한 광고 표기 원한다](#)

[인터넷광고비, 방송광고비 앞질러...모바일 64% 급성장](#)

[\[해의 크리에이티브\] 지금까지 공개된 슈퍼볼 2021 광고](#)

[KT, 그룹 콘텐츠 역량 결집하고 '네이버·카카오 대항'](#)

[유튜브에 지친 Z세대, 오디오북으로 '힐링'](#)

## Part 2. Media Marketing Trend

### 2. Global Marketing Trend

# 2021년, 코로나 바이러스의 영향으로 새롭게 부상한 디지털 트렌드

- 디지털 기기로 건강을 관리하는 디지털 피트니스 (Digital Fitness), 원거리에서 임상 헬스 케어를 제공하는 원격 의료 (Telemedicine), 식배달 앱 (Food Delivery) 새로운 디지털 트렌드로 주목
- 코로나 바이러스로 인해 소비자가 경험할 수 없는 것들을 디지털화하여 제공하기 시작하며 이러한 트렌드가 가속화되었으며, 마케터에게는 새로운 시장의 고객에게 다가갈 기회 제공

## 코로나 시대, 새롭게 떠오른 디지털 마케팅 트렌드



디지털 피트니스는 체육관 같은 대면 공간을 대체하고, 정교한 웨어러블, 개인화된 건강 추적 조합으로 새로운 소비자 피트니스 환경을 구축하였다.



배달 앱을 통해 사람들이 칼로리를 쉽게 섭취할 수 있게 되었고, 미국의 디지털 레스토랑 시장의 매출은 작년 보다 두 배 이상 증가하였다.



기술을 따라가는 속도가 다소 느린 베이비 부머 세대에게 원격 의료에 대한 좋은 서비스를 제공하며 해당 산업의 발전을 이뤘다.

# NOTICE & CONTACT US

본 내용은 ‘디지털 미디어 & 마케팅’의 이해 및 마케팅 가이드 정보의 제공 목적으로 작성되었으며, 보고서에 대한 모든 저작권은 DMC미디어에 있습니다. 보고서의 내용을 부분적으로 발췌 또는 인용 시에는 반드시 당사의 사전 동의를 득하여 주시기 바랍니다. 감사합니다.

보고서 제목	월간 디지털 미디어 동향 리포트
분류	인텔스 리포트 _ 미디어 보고서
S/N	IRMR20210002
작성일자	2021.02.10
작성자	DMC MEDIA   미디어전략팀
관련 문의	media.dmc@sbs.co.kr   02-6230-6602
출처	DMC리포트 (www.dmcreport.co.kr)

## Digital Media & Marketing Intelligence Center

DMC리포트는 디지털 미디어 & 광고마케팅 분야 연구/조사/분석 미디어입니다.  
15년 간의 디지털 광고마케팅 실 집행 결과 데이터 베이스와 인사이트를 바탕으로 마켓, 미디어, 컨슈머, 서베이, 글로벌 이슈 및 다양한통계자료를 통해 디지털 미디어&광고마케팅 분야 전문자료로서의 가치 및 활용도, 영향력을 인정 받으며 해당 분야 전반을 아우르는 ‘전문지식채널’로써 자리매김하고 있습니다. 시장을 통찰함과 동시에 실무에도 즉시 반영될 수 있는 ‘DMC리포트’를 만나 보시길 바랍니다.  
[www.dmcreport.co.kr](http://www.dmcreport.co.kr)