



T R E N D
M E D I A
R E P O R T

JUL
2 0 2 4

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 디지털 마약 '숏폼'의 이중성
- 유료 구독 서비스 시대의 도래?!
- 즐거운 경험을 선사하는 팝업스토어 마케팅의 불편한 진실

60초의 마법, 숏폼에 빠지다

- 국민 4명 중 3명은 숏폼 콘텐츠 시청자로, 10대부터 60대 이상 전 연령층 과반 이상이 숏폼 시청 경험 유
- 현대인의 콘텐츠 소비 패턴 변화와 다양한 숏폼 플랫폼 등장으로 숏폼 인기 확산

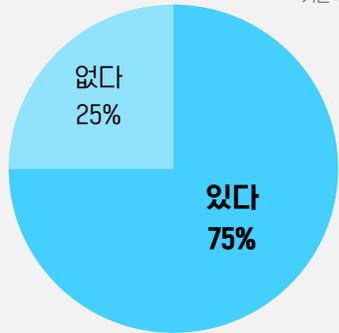
| 짧지만 강력한 숏폼 열풍 |

숏폼이란?

평균 15초~60초 이내의 짧은 영상으로 제작된 콘텐츠로
틱톡, 유튜브 쇼츠, 인스타그램 릴스 등이 대표적인 숏폼 플랫폼

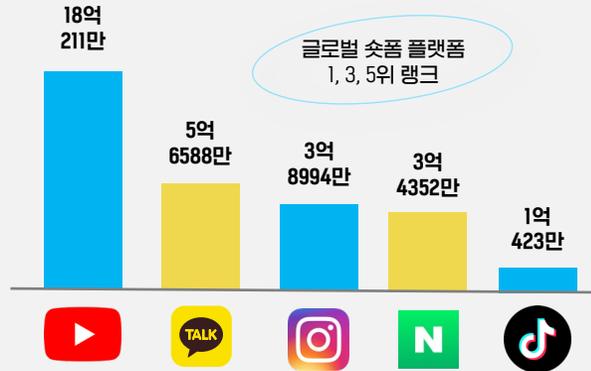
숏폼 콘텐츠 시청 경험

Base : 전국 만 18세 이상 남녀, n=1,000
기간 : 2023.10.13~16



5월 한국인의 앱 사용 시간

단위 : 시간



시성비(시간 대비 성능 효율)가 새로운 소비 트렌드로 부상하며
짧고 강력한 숏폼 콘텐츠 이용이 꾸준히 증가하는 추세

| 숏폼 인기 견인하는 플랫폼 3대장 |

숏폼 인기 요인



이동 중에도 시청 가능한
형태로 디바이스 다각화



텍스트, 이미지에서
영상 중심으로
콘텐츠 소비 방식 변화



짧은 러닝타임과
쉬운 접근성

대표적인 숏폼 플랫폼

특징	Shorts	Reels	TikTok
영상 길이	최대 60초	15초~90초	15초~10분
주요 콘텐츠	예능 클립, 교육, 리뷰	패션, 뷰티, 라이프스타일	챌린지, 유머, 댄스
주요 기능	유튜브 검색 연동	인스타그램 쇼핑, 인터랙티브 스티커	해시태그 챌린지, 고급 알고리즘
마케팅 활용	브랜드 인지도 상승, 리뷰 콘텐츠	브랜드 이미지 강화, 제품 홍보	참여형 마케팅, 바이럴 효과

광고계 접수한 숏폼, 영역 확장 어디까지?

- 숏폼 인기에 힘입어 각 산업군 숏폼 활용한 마케팅 전략 강화 추세
- 단순 마케팅 수단을 넘어 국내외 대표 플랫폼 기업들 숏폼 서비스 고도화

| 광고 시장에 부는 숏폼 바람 |

글로벌 숏폼 광고 시장 규모

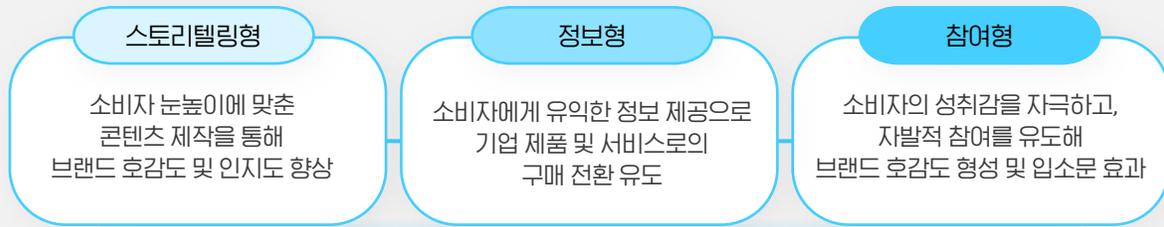
단위 : 억 달러



숏폼 마케팅 장점

- 콘텐츠/광고 간 경계가 모호해 거부감 낮음
- 짧은 영상 길이로 낮은 제작 비용
- 브랜드 가시성 향상
- 높은 참여도 및 상호작용 유도 가능

숏폼 콘텐츠 유형



숏폼 플랫폼별 특징과 이용자 특성을 고려하여 브랜드에 맞는 숏폼 콘텐츠 제작 필요

출처 : 나스미디어, 보도자료(업계 취합)

| 숏폼 영역 확대 가속화 |

숏폼과 쇼핑을 합친 '숏핑' 인기

유튜브

카페24와 손잡고 세계 최초로 '쇼핑 전용 스토어' 국내 출시하며 쇼핑 기능 강화

CJ온스타일

앱 최상단에 숏폼 탭 신설하여 '30초 커머스' 확대

롯데홈쇼핑

TV 홈쇼핑 최초로 생방송에 숏폼 적용한 '300초 특가' 프로그램 시작

숏폼 강화하는 국내 이커머스 플랫폼

자체 숏폼 서비스 '클럽' 통해 크리에이터-기업 간 협업 지원하는 브랜드 패키지 출시 및 하반기 광고 수익 쉐어 프로그램 출시 예정

'숏폼' 전용 탭 신설 및 보상 시스템 구축

동네 가게 소개하는 숏폼 서비스 '당근 스토리' 런칭

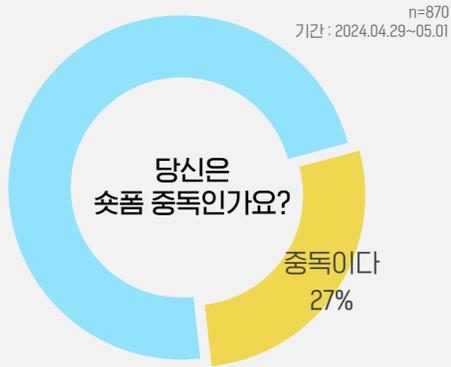
출처 : 각사(유튜브, CJ온스타일, 롯데홈쇼핑), 보도자료(업계 취합)

멈출 수 없는 디지털 마약 숏폼의 위험성

- 국내 스마트폰 사용자 1인당 하루 평균 1시간 30분 숏폼 시청 ... '숏폼 중독' 심각한 사회적 문제로 부상
- 도파민 과다 분비로 '팝콘 브레인'을 유도할 수 있어 전세계적으로 숏폼 시청 규제 움직임 확산

| 심각한 숏폼 중독 현상 |

직장인 4명 중 1명 숏폼 중독



숏폼 vs OTT 사용시간 비교



중독성 강한 숏폼 부작용

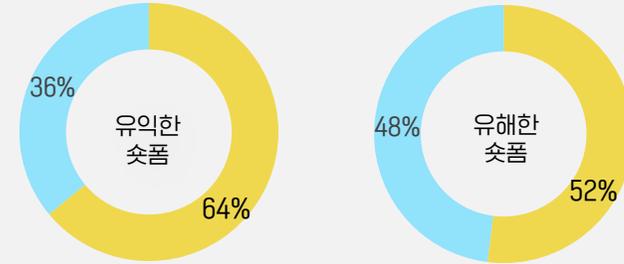


과도한 숏폼 시청은 주의력과 집중력을 저하시키고, 뇌 기능에 문제를 일으켜 강렬한 자극에만 반응하는 '팝콘 브레인(Popcorn Brain)' 현상 야기

| 숏폼 콘텐츠 양면성 |

유익 · 유해 콘텐츠 경험

• 있다 • 없다



Base: 전국 만 18세 이상 남녀, n=1,000
기간: 2023.10.13~16

숏폼 콘텐츠 시청자 10명 중 7명은 시청 과정에서 발생하는 유해 콘텐츠 접촉 가능성, 높은 중독성, 부정확한 정보 등의 우려로 규제 필요하다 응답

전세계적인 숏폼 규제 확산

스크린 타임 및 디지털 웰빙 기능 개발

18세 미만 유저에게 일 60분 이상 사용 시 특정 패스워드 입력 요구

디지털 플랫폼 내 중독성 강한 디자인 규제하는 법안 도입 추진

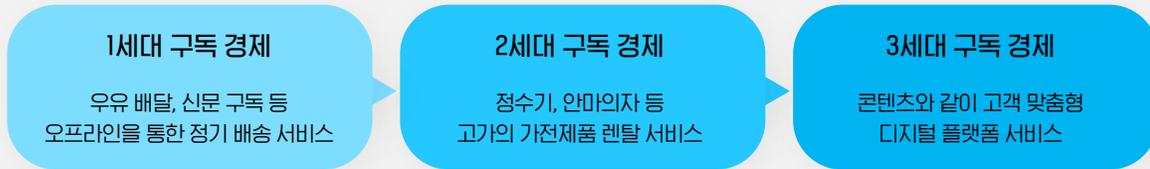
국내에는 아직 숏폼 중독 해결을 위한 종합적인 대책 마련이 되지 않은 상태로 정부의 제도적 규제와 개인의 자율적인 노력이 동반되어야 할 것

새로운 소비 트렌드로 부상한 '구독 경제'

- 소유보다 경험을 중요시하는 소비 성향과 디지털 기술 발전으로 인해 '구독 경제 시장' 확대
- 구독 공화국이 된 대한민국, 국내 소비자 90%가 유료 구독 서비스 이용

| 빠르게 진화하는 구독 경제 시장 |

구독 경제 시장 확대



구독 경제 성장 배경



출처 : 보도자료(업계 취합)

| 일상에 스며든 유료 구독 서비스 |

유료 구독 서비스 이용 현황

기준 연도 : 2024년



국내 소비자 10명 중 9명이 여러 구독 서비스를 동시에 이용하는 만큼 구독 경제는 우리 일상 속 하나의 비즈니스 모델로서 정착

출처 : 라인, 보도자료(업계 취합)

구독 경제 시장 성장 가속화

- 소비자와 공급자 양측의 이익 모두 충족 ... 다양한 영역으로 확장해 나가는 구독 경제
- 2025년 국내 구독 경제 시장 100조 추정, 구독 경제가 지속적으로 발전할 것이라는 긍정적 전망

| 소비자와 공급자가 '윈윈' 하는 비즈니스 |

구독 경제의 장점

공급자

일정 기간 이용자를 묶어두는 '락인 효과' 유도 및 정기적 결제로 안정적인 매출 확보



소비자

비교적 저렴한 비용으로 개인화된 다양한 서비스 경험 가능

유료 구독 서비스 운영 사례



넷플릭스 '무제한 구독'

전 세계 최대의 OTT 플랫폼으로 각 요금제마다 광고, 동시 접속 인원, 화질 등 차등을 둔 것이 특징



퍼플독 '정기 배송형 구독'

매월 시가 매칭해주는 새로운 맞춤 와인을 받아볼 수 있는 국내 최초 와인 정기구독 서비스



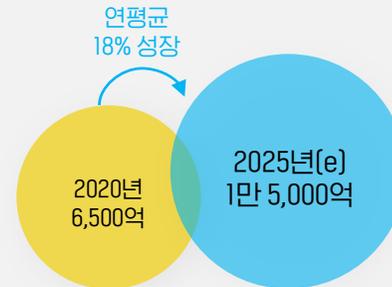
현대 셀렉션 '렌탈형 구독'

다양한 종류의 현대자동차 차량을 추가 비용 부담 없이 원하는 기간만큼 이용 가능

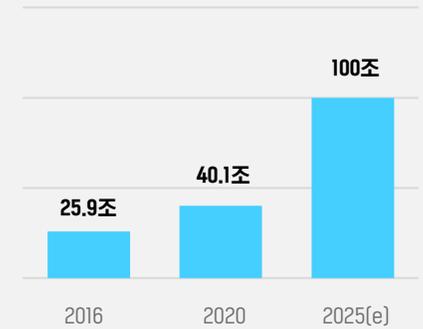
| 구독 경제 시장의 전망 |

전 세계 구독 경제 시장

단위 : 달러



국내 구독 경제 시장



구독 서비스 확산에 대한 인식

기준 연도 : 2022년
단위 : %



영상 중간에 광고를 끼워 넣은 대신 구독료를 낮춘 **광고형 요금제**에 대한 선호도 증가

광고 없는 SNS의 시작 'SNA'

- 맞춤형 광고의 한계로 인해 광고 업계 큰 타격 ... 새로운 수입원 'SNA' 사업 도입
- 과점 체제로 이뤄져 있는 SNS 업계, 소비자의 눈총에도 유료 구독 전환 적극 유도

| 막을 내리는 무료 인터넷 서비스 |

SNA란?

'Subscription No Ads'의 약자로 소셜미디어에 광고를 표시하지 않는 대신 매월 요금을 청구하는 유료 구독 서비스

SNA 도입 배경



유럽연합 [EU]

사용자의 동의를 구하지 않은 맞춤형 광고 제공 기능 제한



애플·구글

서드파티쿠키 제공 중단



삼성·애플

맞춤형 광고 차단 기능이 담긴 소프트웨어 업데이트 진행

개인정보 보호를 강화하기 위해 서드파티 쿠키 제공이 제한되며 맞춤형 광고를 대체할 새로운 수익 모델 발굴 시급

| SNS 업계의 유료 서비스 확대 도입 |

SNS 유료 서비스 도입 현황



유럽 사용자 대상으로 광고가 노출되지 않는 유료 구독 서비스 출시 검토 중, 인증 배지 구독 서비스 '메타 베리파이드' 도입



'프리미엄', '프리미엄+'로 요금제에 따라 이용 가능 기능과 광고 노출 제거 정도가 다름, 모든 앱 이용자에게 월 사용료 부과 계획 검토



광고가 노출되지 않는 구독 서비스 테스트 중



'스냅챗+' 정식 도입하여 절친 설정 및 인증 배지 부여, 스토리 열람 확인 기능 제공

SNS 유료 서비스에 대한 냉랭한 소비자 반응에도 높은 SNS 이용률과 적은 SNS 대체재로 기업의 유료 서비스 도입은 지속될 전망

이색 마케팅 체험 공간, 팝업스토어 열풍

- 팬데믹 이후, 소비자의 외출에 대한 갈망으로 팝업스토어 성장 가속화 및 이색 마케팅으로서 꾸준한 인기 지속
- 브랜드와 소비자 모두에게 새로운 도전이자 이색 경험이 되어주는 팝업스토어

| 우리 일상에 자리 잡은 팝업스토어 |

팝업스토어란?

인터넷 '팝업창' 처럼 잠시 떴다 사라지는 모습이 비슷하여 붙은 이름으로, 짧은 기간동안 특정 장소를 임대하여 운영하는 '임시 매장'

최근 팝업스토어 검색량

기준 연도 : 2024년



'팝업스토어 성지' 더현대서울 기록

기준 연도 : 2021~2022년

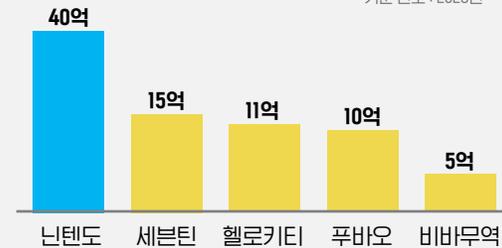
총 방문객	약 460만 명
운영 매장 수	321개
SNS 총 언급량	33만 8,266건

팝업스토어가 장기적인 인기를 누리고 있는 가운데, 주로 비주얼적으로 시선을 사로잡는 데 유리한 패션, 캐릭터 등의 카테고리 인기가 뚜렷

| 브랜드와 소비자를 웃게 하는 팝업스토어 |

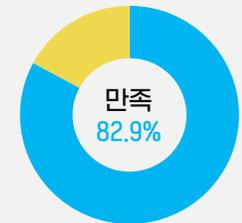
2023 주요 팝업스토어 매출 현황

기준 연도 : 2023년



소비자 팝업스토어 방문 만족도

기준 연도 : 2023년



팝업스토어의 장점

	브랜드 관점	소비자 관점
장점	<p>비교적 낮은 비용으로 높은 홍보 효과를 낼 수 있으며 제품에 대한 실시간 피드백 파악 가능</p>	<p>'경험' 중심 트렌드에 발 빠르게 편승 가능하며 희소성이 높은 제품 소장(구매) 가능</p>
궁극 이익	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 브랜드의 '새로운 도전'을 통해 소비자는 '즐거움' 충족 ➢ 오프라인 환경을 통한 브랜드와 소비자 간의 대면 쌍방향 커뮤니케이션은 페인포인트 보완 및 상호 관계 강화 	

즐거움에 가려진 팝업스토어의 두 얼굴

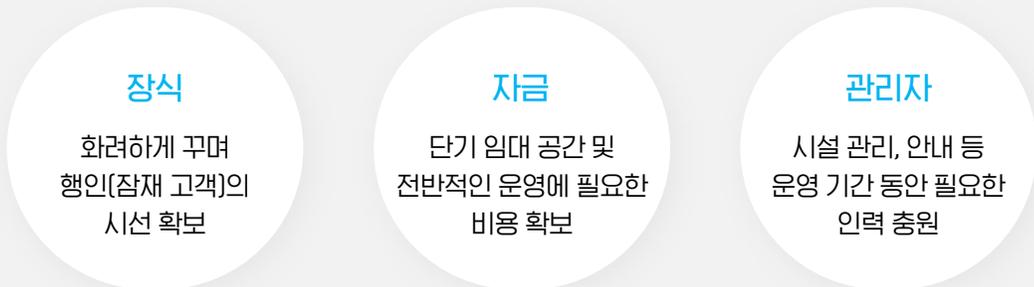
- MZ세대의 놀이터가 된 팝업스토어, 단기간 운영되지만 대량의 자원 필요
- 한정된 지역에서 밀집하여 오픈하는 팝업스토어로 인해 다양한 문제점 발생

| 즐거움의 극대화, 팝업스토어 운영 요건 |

팝업스토어 기획에 필요한 추상적 키워드



팝업스토어 설치 시 필요한 물리적 요소



| 철거 시 드러나는 팝업스토어의 그늘 |

팝업스토어 운영으로 인한 문제점



환경

- ▶ 팝업스토어는 주로 유통인구가 많은 곳에 밀집되어 운영되며, 철거 시 가벽, 천막, 장식품 등과 같은 쓰레기가 1곳당 평균 1t씩 발생



지역 상권 및 주민 피해

- ▶ 단기간으로 짧게 운영되어 상업용 부동산 시장의 침체 및 임대 비용 급상승
- ▶ 설치, 운영 중 방문객 물림, 철거 반복으로 발생하는 소음 피해 지속



소비 환경

- ▶ 소비자에게 불리한 환불 약관 및 환불 규정 안내 미흡
- ▶ 예약, 구매 등으로 수집하는 개인정보의 보유기간 혹은 파기일 미안내 및 팝업스토어 입장 행위를 초상권 사용 동의로 간주

팝업스토어 폐기물 및 재활용 처리 기준 전무

단기 운영 매장이 지역 문제로 나비효과 작용

7일 이내 등 짧은 환불 기간 혹은 환불 불가 사례 급증

팝업스토어, 문제점 딛고 밝은 미래 이어질 전망

- 문제점을 해결하기 위한 다양한 기업의 노력으로 한 걸음 더 가까워진 지속 가능한 팝업스토어
- 사회·문화 전문가, 팝업스토어는 여러 측면의 상호 보완을 통해 오프라인 유통 채널로서 존재감 강화 예측

문제점 해결을 위한 다양한 시도

관점별 사례

친환경



미샤 팝업사이클링 '포레스트'

팝업스토어 진행 후 남은 자재로 팝업 사이클링을 진행해 공간 디자인과 도시재생을 설치미술로 구현

상권 안정 및 소음 완화



빌드웰러 '스토어 솔루션'

지속 가능한 상업 공간을 위해 조립식 집기 및 구조물을 렌탈할 수 있는 서비스 등장

소비자 보호



한국소비자원 '권고 조치'

소비자에게 불리한 조건 개선, 상품 표시 사항 누락 방지, 개인정보 및 초상권 사용 동의 절차 개선 권고

팝업스토어 부익부 빈익빈 해결



대기업



중소기업



- 1 정부의 소공인 대상 '오프라인몰 입장 지원'
- 2 고객의 임대료 극복 및 폭발적인 이슈화를 위해 중소 브랜드가 한 데 모인 '팝업 편집샵' or '쉐어(공유) 팝업스토어' 사업 모델 등장

전문가들이 분석한 팝업스토어의 미래

오프라인 유통 채널로서의 발전

환경 보호 & 상업용 공간의 발달

재활용 or 재사용할 수 있는 자재물 사용 권장 및 폐기물 기준법 확립 촉구, 단기 임대 공용 공간인 '쉐어 팝업스토어' 활용도 증가 예상

콘텐츠 차별화 강화

갑자기 등장했다가 사라지는 빠른 속도감으로 소비자는 쌓이는 피로와 혼란스러움에 익숙해지므로 브랜드 정체성 보다 콘텐츠 다양화에 집중 필요

시민의 문제 인식 제고

소비자의 소비 생활이 개인을 넘어 사회와 환경에 영향을 미친다는 사회적 책임에 대한 인식 향상 필요

“ 팝업스토어는 오프라인 유통 채널로서 주최자가 다양해지는 만큼 브랜드는 획일화되지 않은 이벤트로 소비자에게 이색적인 공간과 경험을 제공해야 할 것 ”

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 네이버 브랜드 검색 개편
- 오늘의집 퍼포먼스 DA 리뉴얼 오픈
- 인스타그램 메모 기능 3종 출시

네이버 브랜드 검색 개편

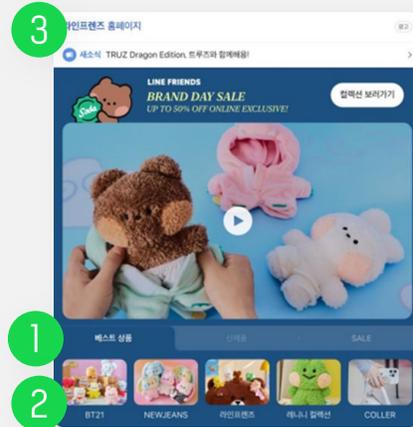
- 브랜드명 검색 시 검색결과 상단에 브랜드 관련 최신 정보를 다양한 이미지와 함께 노출하는 광고
- 브랜드 정보 및 다양한 콘텐츠를 임팩트 있게 노출 가능

| 브랜드 검색 개편 |

<모바일 프리미엄형 스토리>



<PC 프리미엄형 동영상>



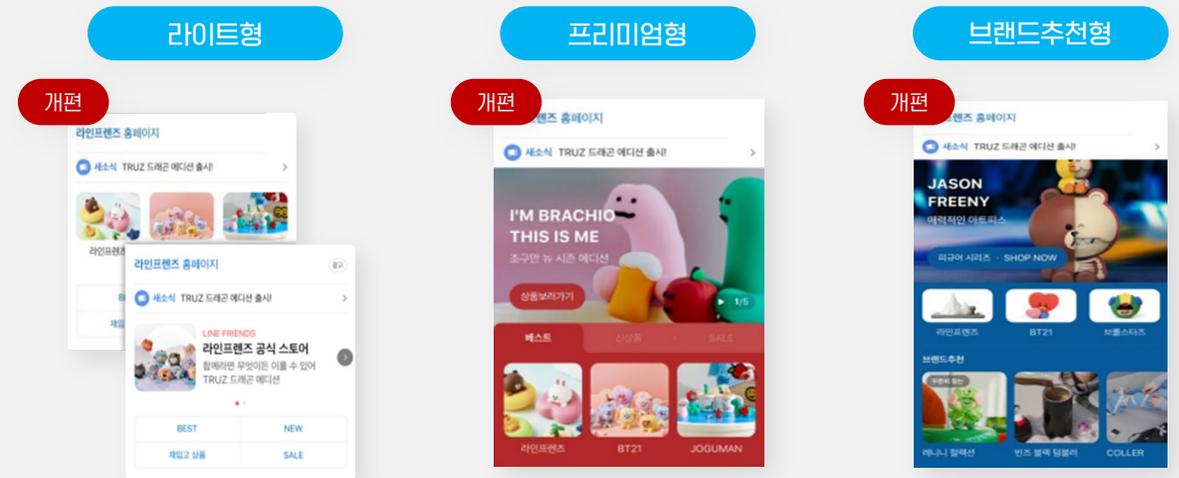
① **다이나믹 썸네일**로 더 다양한 브랜드 콘텐츠 노출

② **브랜드컬러**로 더욱 뚜렷해지는 브랜드 아이덴티티

③ **브랜드소식/쇼핑라이브/숏클립 추가 연동**

| 템플릿 라인업 개편 |

이미지/동영상 노출을 강화한 템플릿 추가되어 캠페인 운영 목적에 맞는 템플릿 선택 가능



네이티브 룩으로 브랜드의 검색결과를 자연스럽게 보완

이미지/영상과 브랜드 컬러로 브랜드의 아이덴티티 각인

브랜드 메시지와 추천상품/서비스를 노출하여 전환 유도

오늘의집 퍼포먼스 DA 리뉴얼 오픈

- 최적화된 고객에게 전달하고 싶은 메시지를 브랜드의 다양한 상품들과 함께 보여줄 수 있는 상품
- 과금 방식을 CPC(클릭당 과금)으로 변경하여 효율적인 광고 집행 가능

| 퍼포먼스 DA 리뉴얼 |

과금 방식이 CPM(노출당 과금)에서 합리적인 **CPC(클릭당 과금)**으로 변경되어
유입당 단가는 감소하고, 광고 수익률은 증가

합리적인 과금 방식

클릭당 과금(CPC)



유입당 단가 감소

40-50% 감소



광고 수익률 증가

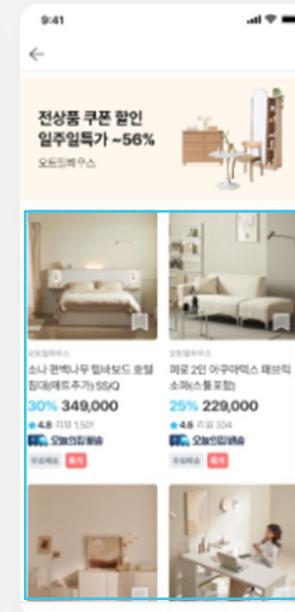
1.5~2배 증가



| 노출 지면 예시 |

관심도가 높은 유저에게 광고를 노출하여 인지/흥미 유발 및 신규 유저 유입 증대

카피와 이미지를 활용한
자유로운 크리에이티브 구성



클릭 시 랜딩 페이지
하나의 상품만이 아닌,
브랜드의 다양한 상품들
한번에 노출

- **프리미엄 위치**(홈 메인 최상단, 상품 상세/모음전 중단)에 **주목도 높은 노출**
- 배너 클릭 시 랜딩 페이지로 연결 되어 **브랜드 내 다양한 상품 노출 가능**

인스타그램 메모 기능 3종 출시

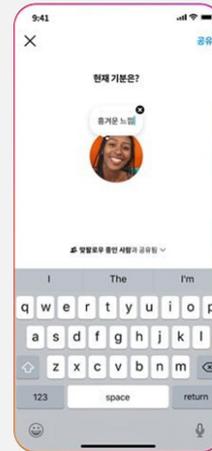
- 60자 이내 텍스트나 동영상, 또는 음악으로 생각을 가볍게 올리고 공유할 수 있는 메모 기능 3종 추가
- 이용자 간 연결을 한층 강화하는 새로운 소통 창구 제공

| 인스타그램 메모 기능 |

다이렉트 메시지(DM)함 상단 말풍선 모양으로 24시간 동안 표시되며
생각과 상태를 부담 없이 공유해 이용자 간 긴밀한 소통 제공

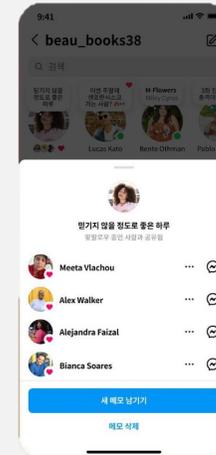


| 새롭게 추가된 메모 기능 3종 |



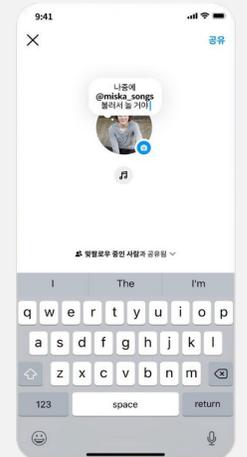
클라보 게시물

하나의 주제 선정 시
친구들이 그에 대한 반응을
공유 및 모아보는 기능
* 공개 대상 직접 설정 가능



메모 좋아요

메모 '좋아요' 남기기 가능,
좋아요를 누른 사실은 본인과
메모를 처음 쓴 사람만 확인



언급

메모를 작성할 때
다른 계정을 @ 언급 가능,
언급은 알림을 통해 확인

추가된 3종의 메모 기능은 일부 이용자에 한해 사용할 수 있으며
추후 모든 이용자에게 순차 도입될 예정



■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 리멤버
- 노트폴리오
- 크루비

리멤버

- 400만 비즈니스맨이 사용하는 직장인 필수앱
- 구매력 높은 고소득 핵심 유저를 대상으로 다양한 지면에 정밀한 타겟팅 광고 가능

| 리멤버 |



누적 가입자 수
400만 +

가장 영향력 있는 유저풀
62% *대표/임원/부장급



B2B 광고 최적화 매체

기업 의사 결정권자인 대표, 임원, 부장급
이용자 비중이 60% 이상으로 광고 반응도 높음



구매력 높은 프리미엄 소비자

고소득 전문직 10만 명 이상을 타겟으로
프리미엄 제품 · 고품질 서비스 노출 가능



정밀한 타겟팅

회사 규모, 업종, 부서, 직급, 주소 등
이용자의 다양한 정보를 기반으로 정밀 타겟팅 가능

| 주요 광고 상품 |

팝업 배너



메인 배너



앱 종료 배너



스퀘어 배너



알림 Native



이메일



노트폴리오

- 크리에이티브 분야 타겟에 최적화된 국내 대표 포트폴리오 플랫폼
- MZ세대를 포함하여 디자인과 예술에 관심 많은 타겟 대상의 폭넓은 광고 집행 가능

| 노트폴리오 |



월간 페이지뷰 수
200만 +

MAU(월 사용자 수)
23만 +



국내 최대 포트폴리오 플랫폼

국내 디자인 포트폴리오 수 1위, 월간 페이지뷰 수 200만, 월간 작품 조회 수 400만 등 크리에이티브 분야 최적화 매체



명확한 타겟층

전체 방문자의 약 74%가 18~34세로 디자인과 예술에 관심 많은 MZ세대 타겟팅 광고 유리

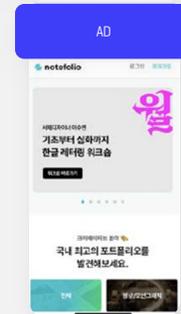


높은 고객 만족도

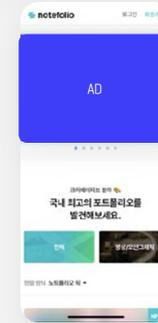
크리에이티브 분야뿐만 아니라 다양한 분야의 기업이 만족하는 광고 효과

| 주요 광고 상품 |

상단 띠배너



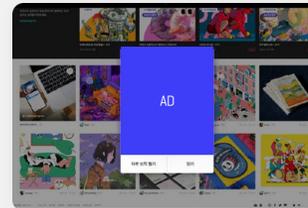
메인 롤링 광고



콘텐츠형 DA



메인 팝업 배너



eDM



인스타그램 포스팅



크루비

- 국내 30만 명 이상의 예비, 전·현직 승무원이 함께하는 국내 1등 승무원 플랫폼
- 트렌드를 선도하며 구매력이 높은 젊은 여성을 타겟으로 광고 성과 극대화 가능

| 크루비 |



이용자 수
30만 +

주이용층
여성 85%+, 20대 80%+



뛰어난 매체력

자기관리와 품위유지에 민감한 유저를 바탕으로 트렌드를 선도하는 뛰어난 매체력 및 특수성 경비



명확한 타겟층

이미지와 자기관리에 투자를 아끼지 않는 구매력 높은 젊은 여성 타겟 캠페인에 효과적



활발한 유저 활동

동종업계 유저들이 한데 모여 정보를 공유함으로써 쌓인 앱에 대한 신뢰도를 바탕으로 높은 참여 기대 가능

| 주요 광고 상품 |

채널 상단 배너



게시글 띠배너



네이티브 피드



메인 팝업



인스타그램 콘텐츠



■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 캐시노트 3분기 프로모션
- 왓차 & 왓차피디아 3분기 프로모션
- 클래스팅 7월 프로모션

Cashnote 3분기 프로모션

- 140만 명 이상의 '인증된' 사장님들이 모여 있는 플랫폼으로 자영업자, 소상공인을 대상으로 광고를 집행할 수 있는 매체
- 일부 광고상품 할인 및 콘텐츠 무료 제작

캐시노트 광고상품



인앱 배너



앱 종료 배너



친구특광고

대상	유형	구분	내용
3분기 프로모션	광고상품 할인	혜택	① 인앱 배너 35% 할인 ② 앱 종료 배너 할인 ③ 친구특광고 50% 할인 ④ 올인원 패키지(앱 시작 + 인앱 + 종료 배너) 할인
	콘텐츠 제작 및 광고 패키지 할인	혜택	① 비즈봇 500만 원 이상 진행 시 카드뉴스 무료 제작 ② 금융광고 패키지 할인
	마케터 대상 프로모션	혜택	① 매체 제안 시 배달의민족 쿠폰 제공 ② 부킹 확정 시 집행 금액의 2% 수준의 상품권 제공
기간		~ 24년 3분기	

* 광고상품 일부

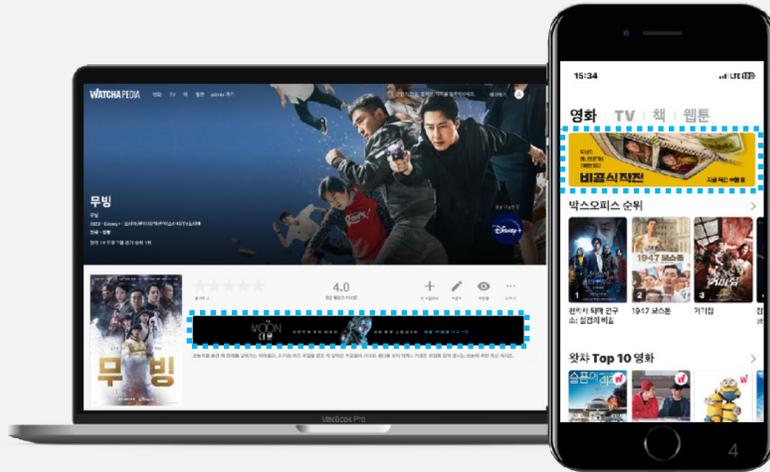
WATCHA WATCHA PEDIA 3분기 프로모션

- 왓차로 콘텐츠를 시청한 후 왓차피디아로 후기를 남기는 시스템으로 젊은 층 유저를 다수 보유하고 있어 해당 타겟에게 적합한 매체
- 1구좌 무상 제공 및 최대 50% 할인이 적용되는 3분기 프로모션과 최대 90% 할인을 제공하는 6월 임박구좌 특가 판매

왓차 & 왓차피디아 광고상품



스플래시



보드 배너

* 광고상품 일부

유형	구분	내용
3분기 프로모션	혜택	① 1+1 무상 제공 이벤트 - 왓차피디아 광고 1구좌 집행 시 동일 수준의 광고 1구좌 무상 제공 ex. 500만 원 구좌 1주 집행 시, 500만 원 구좌 1주 제공 ② 웰컴 백! 이벤트 - 대상 : 2023년 ~ 2024년 2Q 집행 or 문의 이력 업체 - 정가 대비 최대 50% * 중복 적용 불가(택1)
6월 임박구좌 특가 판매	혜택	6월 잔여 구좌 광고 라이브 시 50 ~ 90% 할인
기간	24년 3분기	

CLASSTING 7월 프로모션

- 국내 학교 90% 이상 현장에서 사용하는 플랫폼으로, 학생/학부모/교사를 타겟팅 하는 캠페인에 탁월한 매체
- 일부 상품 서비스율 제공 및 최소 집행 금액 기준 인하

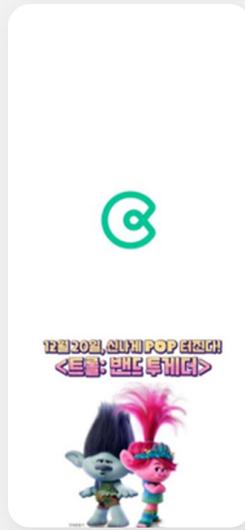
클래스팅 광고상품



게시글 상품



교사 상품



스플래시 배너

* 광고상품 일부

대상	유형	구분	내용
광고주 대상	7월! 광고는 클래스팅에 맡기고 떠나세요	혜택	기간 내 집행되는 학부모 대상 대표 광고 게시글 피드 서비스율 10% 제공 (VAT 별도)
	교사 & 학생 타겟 모든 상품 노출량 10% 제공	혜택	기간 내 집행되는 교사 & 학생 타겟 전 상품 (VAT 별도)
	여름 추천 업종 프로모션	혜택	여행레저/문화행사 업종 노출 서비스량 5% 제공 (VAT 별도)
	최소 집행 금액 기준 인하	혜택	모든 캠페인 최소 집행 금액 500만 원 → 300만 원으로 할인
마케터 대상	7월 프로모션	혜택	① 광고주에게 제안 시 올리브영 상품권 증정 ② 1,000만 원 이상 집행 시 백화점 10만 원권 증정 + 추가 100만 원당 1만 원 추가 증정 (지급 금액 제한 없음)
기간			~ 24년 7월 31일

상반기 주요 소식



지그재그 에이전시 어워즈 광고효율 퍼포먼스 부문 수상

이루다마케팅이 2024년 1분기 지그재그 에이전시 어워즈 '광고 효율 퍼포먼스' 부문을 수상했습니다.

해당 부문은 광고 클릭률(CTR), ROAS 등 주요 평가 지표를 바탕으로 스토어 성장에 크게 기여한 광고 운영 능력이 우수한 대행사에게 선정되는 상입니다.

[바로가기](#)

이루다마케팅, 월마트 마켓플레이스 공식 파트너 카이로스엑스와 맞손...현지 마케팅 강화



월마트 마켓플레이스 공식 파트너 카이로스엑스와 업무 협약 체결

세계 1위 유통기업 월마트(Walmart)의 이커머스 플랫폼인 Walmart Marketplace의 국내 최초 공식 파트너 '카이로스엑스'와 업무 협약을 체결했습니다.

이번 협약으로 양사는 국내 우수 중소기업 브랜드와 제품의 미국 수출을 지원하고, 글로벌 Top 온라인 마켓플레이스에서 성장할 수 있도록 협력할 예정입니다.

[바로가기](#)



제1회 이루다 공유 스페이스 개최

이루다마케팅 구성원이 한자리에 모여 인사이트와 노하우를 공유하는 네트워킹 행사를 개최하였습니다.

첫 이공스 주제는 요즘 광고 업계의 뜨거운 감자 AI 생성형 이미지 제작물 '미드저니'로 활용 방법부터 실제 제작 사례까지 노하우를 익힐 수 있는 시간이었습니다.



2024.7

MARKETING CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	1	2	3	4	5	6 소서
				한국수입박람회		
7	8	9	10	넥스트커머스 2024		13
14 실버데이	15 초복	16	17 제헌절	18	19	20
21	22 대서	23	24	25 중복	26	27 유엔군 참전의날
			2024 파리 올림픽 07.24 ~ 08.10			
28	29	30	31			

이달의
HOT 키워드

마케팅 #생성형 AI #숏폼 광고

행사 #수국축제 #음악 페스티벌 #머드축제

패션 #레이어드 원피스 #트랙팬츠 #카프리카팬츠

음악 #티리미수케익 #사랑했나봐(윤도현 밴드) #슈퍼노바

이달의 유행템 #이디야X위글위글 젤리백 #세븐일레븐 야구카드



JUL
2024



T R E N D
M E D I A
R E P O R T

문의하기

adure

E . O . D