



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

**OCT**  
**2 0 2 4**

# ■ TREND ISSUE

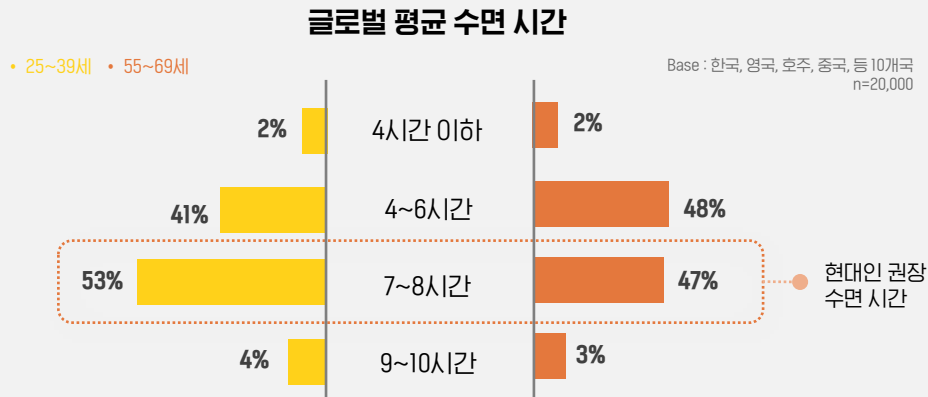
디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 수면을 돈 주고 사는 세상, 슬리포노믹스 시대 도래
- 결혼과 출산의 부재, 인구 국가비상사태 완화를 위한 정부의 노력
- 부모가 자녀에게 새긴 디지털 주홍글씨 '셰어런팅'

# 잠 못 드는 한국, 수면부채 심각성 수면 위로

- 과도한 스트레스, 바쁜 일상, 스마트폰 사용량 증가 등으로 인해 한국인 수면 부족 현상 지속
- 수면 부족의 축적으로 신체적, 정신적 장애를 초래하는 수면부채 문제 심각

## | 당신의 잠은 편안한가요? |



한국인 95%가 숙면을 취하지 못하는 것으로 나타났으며, 권장 수면 시간(7~8시간)을 지키는 비율 역시 절반에 미치지 못하는 것으로 조사

## 대표적인 수면 방해 요인

기준연도 : 2021년



## | 현대인의 적, 수면장애 |



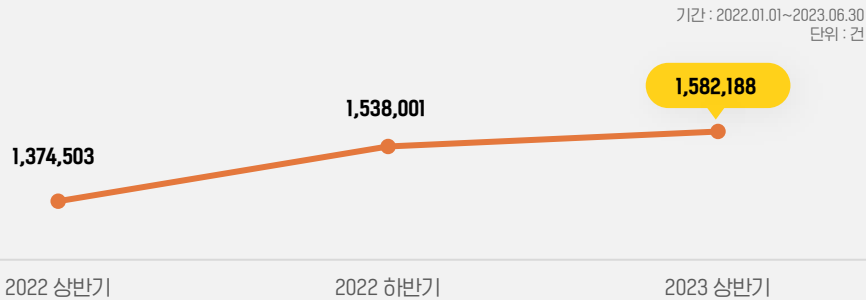
수면 시간 부족과 낮은 수면의 질은 여러 질병 문제와 인간의 행복, 웰빙, 삶의 만족도에 부정적인 영향 초래

# 잠이 돈 되는 시대, 슬리포노믹스 부상

- 코로나19 이후 건강 관리를 중요하게 여기는 현대인이 늘면서 질 좋은 수면에 대한 관심 증가
- 수면에 대한 높은 관심으로 숙면에 도움 되는 제품을 소비하는 슬리포노믹스와 첨단 기술로 숙면을 돕는 슬립테크 등장

## | 질 좋은 수면에 대한 관심 확산 |

### 수면 관련 언급량 추이



'수면'에 관한 245만 건의 빅데이터 분석 결과,  
2023 상반기 '수면'에 대한 관심은 전년 동기 대비 15% 증가

### 수면 피로도 평가

Base : 전국 만 19~59세 성인 남녀  
n=1,000

65.6%

요즘 들어 한 시간을 자더라도  
잠을 푹 자고 싶다는  
생각이 들 때가 있다

62.5%

나는 요즘 잠을  
푹 자는 사람들을 보면  
부러운 마음이 든다

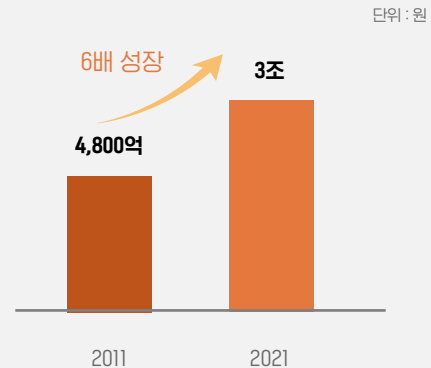


## | 돈 되는 잠, 슬리포노믹스 |

### 슬리포노믹스란?

수면(Sleep)과 경제학(Economics)의 합성어로  
수면 부족에 시달리는 현대인이 숙면에 도움되는 제품을 소비하는 현상

### 국내 슬리포노믹스 시장



### 슬립테크 등장



양질의 수면을 원하는 현대인의 증가로 슬리포노믹스가 부상하며,  
수면 문제를 기술로 해결하여 숙면을 돕는 IT 기술 기반의 슬립테크 시장 주목

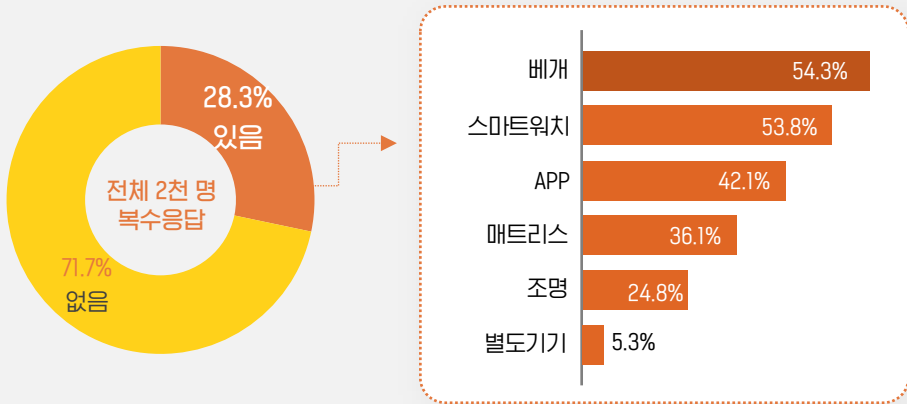
# 건강한 수면을 도와주는 슬리포노믹스의 미래는?

- 슬리포노믹스 인기에 다양한 형태의 기업과 플랫폼의 시장 진출 활성화
- 단순 수면 추적 및 데이터 분석에 그치지 않고, 이용자의 수면 만족도 향상을 목표로 해야 할 것

## 미래 먹거리로 부상한 슬립테크

### 향후 1년 내 슬립테크 제품 구매 의향

Base : 전국 만 20세~59세 남녀



#### 디지털치료제(SW)

- 수면 질환 진단 및 치료 소프트웨어

#### 슬립테크 분류

#### 수면 보조 디바이스(HW)

- 웨어러블 디바이스
- 니어러블 디바이스
- 스마트홈 디바이스

## 수면 경제 슬리포노믹스 시대

### 각 업계 수면 시장 정조준



시몬스 'N32 모션 커브드 베이스'

5개 플레이트로 분절돼  
사용자의 자세 및 수면 환경에 따라  
세밀한 각도 조절 가능



삼성전자 '갤럭시 링'

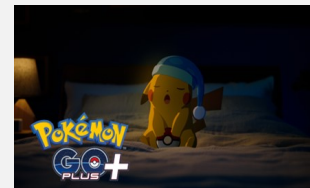
수면 시 편안하게 착용 가능하며  
충전 시 최대 7일간 사용할 수 있어  
깊이 있는 수면 정보 수집 가능



LG전자 '브리즈'

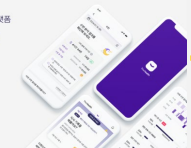
뇌파를 실시간 측정하고,  
스마트폰의 생활 데이터와 연계해  
속면에 최적화한 솔루션 제공

### 다양한 분야로 확대되는 슬리포노믹스



모바일 게임 '포켓몬 슬립'

TheHealth  
상위생명, 맞춤형 헬스케어 플랫폼  
더헬스 수면 분석  
서비스 오픈



헬스케어 플랫폼 '더헬스'



네스카페 '수면 캡슐'

# 매번 '역대 최저' 갱신 중인 국내 혼인 및 출산율

- 결혼할 의지가 있어도 못하는 현실... 매년 증가하는 미혼 인구
- 청년층, 출산 후 경제적·신체적·정신적 부담의 압박으로 국내 합계출산율은 글로벌 역대 최저 기록

## | 결혼을 하지 않는 젊은 층 |

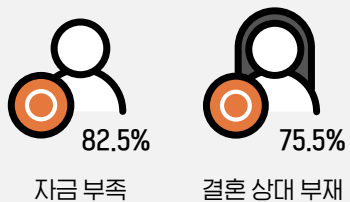
점점 많아지는 미혼 인구

Base : 25~39세 남녀, n=998만 4천 명

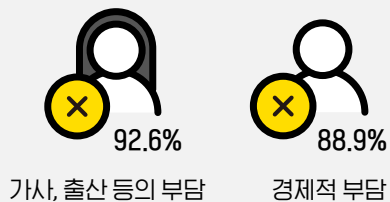


## 청년들이 결혼을 하지 않는 이유

결혼할 의사가 있는 남녀



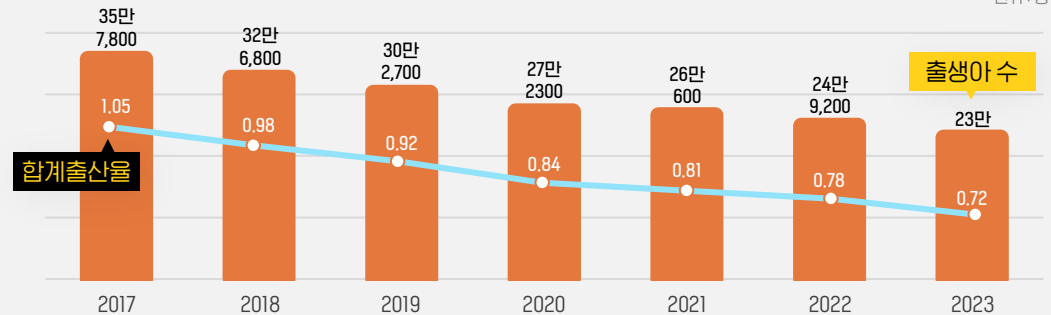
결혼할 의사가 없는 남녀



## | 낮은 혼인율에 덩달아 하락세인 출산율 |

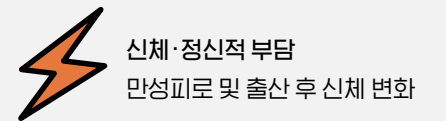
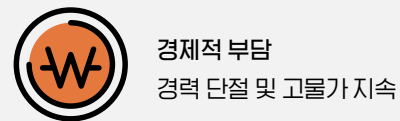
국내 출생아수 및 합계출산율

단위: 명



국내 합계출산율은 OECD(경제협력개발기구) 국가 중 가장 낮으며 최근 인구 지표는 경고등을 넘어 본격적인 위기 직면

## 출산 및 육아의 부담



# 결혼 장려를 위한 연애 프로그램 대규모 편성

- 온·오프라인에서 활발하게 편성되고 있는 일반인 대상 연애 프로그램
- 연애 프로그램 대중화로 '연애'에 대한 미혼남녀의 관심도 증가

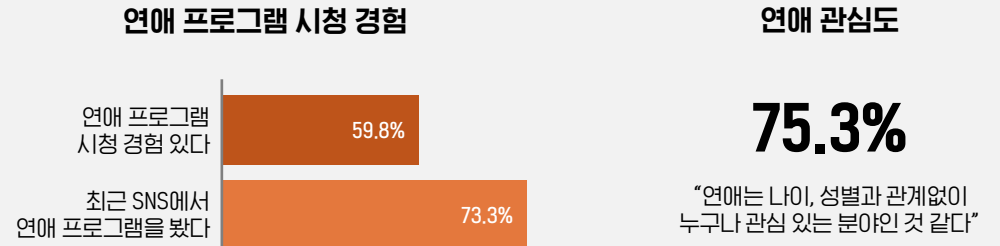
## I 지금은 대연애 프로그램 시대 I

### 다양한 컨셉의 연애 프로그램

일반인이 참여하는 연애 예능 방영 및 정부 지원으로 지역 행사의 일환으로 진행

On line	<p><b>나는 솔로</b></p> <p>결혼을 원하는 솔로 남녀를 대상으로 진행되는 극사실주의 데이팅 프로그램</p>	<p><b>돌싱글즈</b></p> <p>이혼 경력이 있는 돌싱을 대상으로 한 러브 버라이어티 프로그램</p>	<p><b>환승연애</b></p> <p>이별한 커플들이 함께 출연해 재회 혹은 새로운 사랑을 찾아나가는 프로그램</p>
	<p><b>부산 '두근두근 사하브릿지'</b></p> <p>결혼·출산 및 인구 유입을 장려하기 위해 구청에서 추진한 미혼남녀 만남 정책</p>	<p><b>성남 '솔로몬의 선택'</b></p> <p>올해로 5차를 맞이한 미혼 청춘 만남 주선 자리로 높은 성사율 기록</p>	<p><b>경산 '싱글벵글'</b></p> <p>미혼남녀의 자연스러운 만남과 결혼에 대한 긍정적인 가치관 확립을 위해 기획</p>
	Off line		

## II 한국 미혼남녀의 연애 현황 II



### 연애 예능에 대한 상반된 인식과 실제 영향

연애의 현실을 알 수 있다.

- 연애 및 인간관계 팁을 배울 수 있다.
- 대리만족을 느낄 수 있다.

VS

현실성이 떨어진다.

- 지나치게 자극적이다.
- 외모지상주의를 부추긴다.

**Q.** 연애 프로그램 시청 이후, 현재는 연애를 하고 있나요?

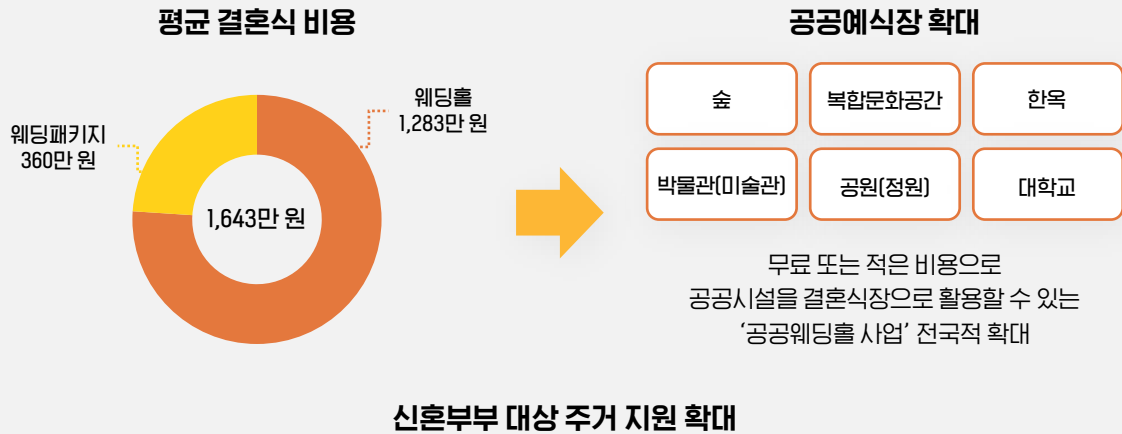
**A.** 아니요 46.3%  
네 35.4%  
연애 경험 전무후무 18.3%

연애 프로그램은 젊은 층의 연애 관심도를 높이는 데에 기여했지만, 실질적인 영향은 주진 못했으며 단순 재미와 경험을 위해 시청(참여)하는 경우가 대다수

# 미혼남녀 설득에 나선 정부

- 정부, 신혼부부의 안정적인 생활을 위해 결혼식 및 주거 지원 제도 확대
- 인구 국가비상사태를 해결하기 위한 정부의 임신-출산-육아 과정별 제도 강화 및 신설

## | 혼인을 높이기 위한 노력 |



지역	도시	내용
수도권	서울시	반값전세 : 소정의 아파트 전세를 시세 대비 50% 인하
	인천광역시	천원주택 : 하루 임대료 1천 원 주택을 연간 1천 호 규모로 공급
비수도권	전남 화순군	만원 임대주택 : 100가구를 대상으로 월 1만 원에 거주지 임대
	강원 태백시	만원 임대 주택 : 소형 아파트를 월 임대료 1만 원에 제공

## | 미래 세대를 위한 투자 |

### 임신 과정 및 출산 가정 지원 확대

임신 과정 지원 제도 신설 및 확대	출산 가정 지원
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 비용 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사전 난임 검사 신설</li> <li>- 냉동 난자 보조생식술 확대</li> <li>- 임신 및 출산진료비 바우처 강화</li> </ul> </li> <li>✓ 폐지 사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 난임 시술비/고위험 산모 의료비 지원 소득 기준 폐지</li> <li>- 난임 시술 간 칸막이 폐지</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 비용 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 둘째 이상부터 첫만남이용권 증액</li> <li>- 산후조리 비용 세액공제 확대</li> <li>- 출산증여세 공제 신설</li> <li>- 공급 주택 12만 호 이상으로 확대</li> </ul> </li> <li>✓ 보호 출산제도                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 출생통보제 시행 (출생신고 누락 방지 및 양육이 어려운 가정 아동 보호)</li> </ul> </li> </ul>

### 2025년 육아 지원 제도 예산안 대폭 강화

<p><b>육아휴직급여 증액</b> 월 250만 원까지 확대되며, 대체인력지원금은 월 120만 원까지 수령 가능</p>	<p><b>'플래너' 시범운영</b> 전국 13개 센터에서 필요한 제도를 소개하는 제도 시범운영</p>	<p><b>신생아 특례 대출 소득요건 완화</b> 부부 합산 소득 요건을 연 2억 5천만 원으로 늘려 고소득 맞벌이 부부도 대출 가능</p>
--	---	--



# 디지털 세계에 남기는 자녀의 흔적

- 자녀의 일상 사진을 SNS에 올리며 공유하는 셰어런팅이 부모 사이에서 유행
- 셰어런팅 행위에 대한 상반된 의견 팽배

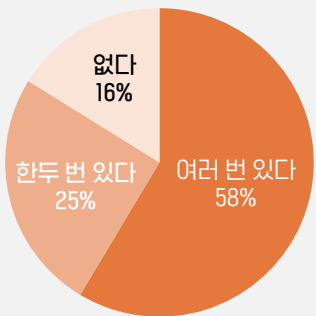
## | SNS 육아일기 '셰어런팅' |

### 셰어런팅이란?

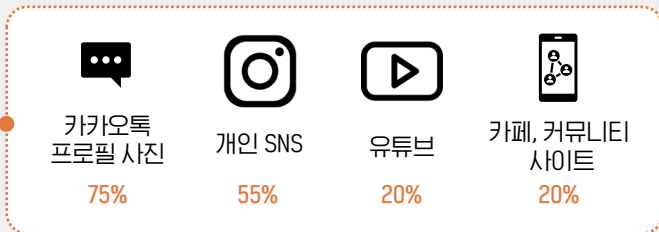
공유하다는 '셰어(Share)'와 양육을 뜻하는 '페런팅(Perenting)'의 합성어로 부모가 자녀와 관련된 콘텐츠를 습관적으로 과도하게 공유하는 행위

### 셰어런팅 경험

조사기간 : 2022.4.22~4.25 / 5.6 ~ 5.9



### 온라인 공개 매체

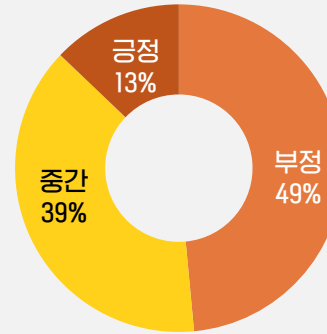


셰어런팅을 하는 부모인 '셰어런츠'는 소셜 미디어가 처음 등장했을 때부터 활동해 낯선 사람과 자기 생각을 공유하는 것에 거리낌이 없는 것이 특징

## | 셰어런팅의 이면 |

### 셰어런팅에 대한 인식

Base : 전국 성인남녀, n=2,000  
기간 : 2022.4.22~4.25 / 5.6 ~ 5.9



### 셰어런팅 경험 변화 과정

1. 진입 : 셰어런팅의 유용성
2. 몰입 : 양육자로서의 자기표현
3. 위기 : 셰어런팅의 위험성 자각
4. 조정 : 실제 일상과 양육에 집중

### 셰어런팅 긍정·부정적 효과



- 아이 성장 과정을 쉽게 기록
- 양육, 육아 관련 정보 교환
- 육아 중 느끼는 고립감 해소



- 가족, 자녀의 사생활 침해
- 각종 범죄에 악용될 가능성
- 자녀의 평판, 자아 형성에 영향

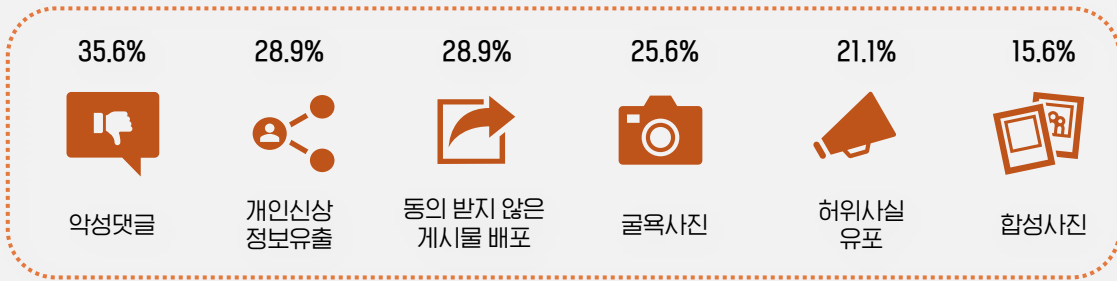
# 자녀의 사생활을 위협하는 셰어런팅

- 자녀를 범죄 표적으로 만들 위험이 높은 셰어런팅의 심각성
- 셰어런팅으로 인한 피해 사례를 줄이기 위해 적극 대응에 나선 해외 국가

## | 각종 범죄를 유발하는 셰어런팅 |

### 셰어런팅 피해 경험

기준연도 : 2024년



## 셰어런팅으로 인한 범죄 사례

**‘뉴욕주립대학교’, ‘미국 FBI’**

부모의 소셜 미디어 게시물 77%가 ‘친구 공개’로 돼 있었고, 아동 유괴 사건 범인의 76%가 ‘부모의 지인’

**영국 금융기업 ‘바클레이스’**

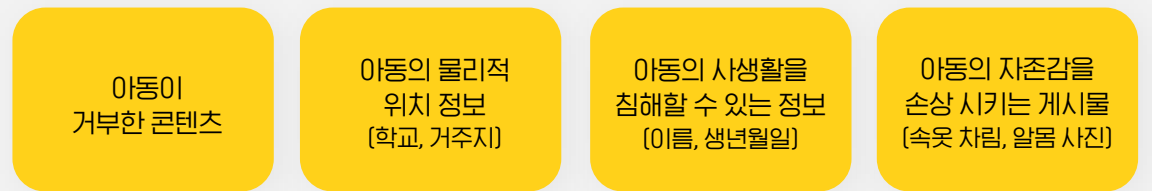
2030년에는 최대 700만 건의 자녀의 신분 도용 발생 및 온라인 사기 피해 총액 8억 달러로 예측

**‘호주 사이버안전위원회’**

소아성애성향 범죄 사이트에서 발견된 사진의 절반가량이 부모가 SNS에 업로드 한 자녀 사진

## | 보호대책을 강화하는 해외 국가 |

### 유니세프 셰어런팅 금지 콘텐츠 가이드라인



## 국가별 셰어런팅 대응 정책

- 프랑스**  
부모가 자녀 사진을 본인 동의 없이 SNS에 게재할 경우 최대 1년 징역에 벌금 4만 5,000유로(약 6,000만 원)의 벌금 부과
- 베트남**  
부모가 자녀의 사진·영상 등을 본인 허락 없이 SNS 업로드 시 처벌하는 법 개정 추진, 당사자의 허락 없이 게재할 경우 최고 5,000만 동(약 270만 원) 벌금 부과
- 영국**  
아동의 개인 정보 보호권을 법으로 제정하여 개인정보법에 따라 자녀가 셰어런팅한 부모를 상대로 소송 제기 가능

# 아이에게 주어진, 잊힐 권리

- 개인정보 보호 통제권을 아동 청소년에게 부여해 보호적 관점 전환
- '지우개 서비스'를 통해 아동 청소년 시기부터 개인정보를 스스로 보호하는 인식 조정에 중요한 역할 기대

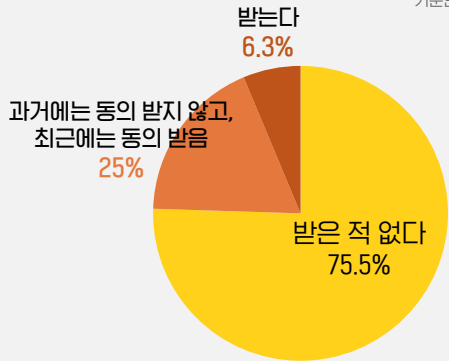
## | 디지털 시대의 보호막 '잊힐 권리' |

### 잊힐 권리란?

인터넷상에서 자신의 사생활을 노출하지 않고 보호하기 위해 기록이 저장되어 있는 영구적인 저장소로부터 특정한 기록을 삭제할 수 있는 권리

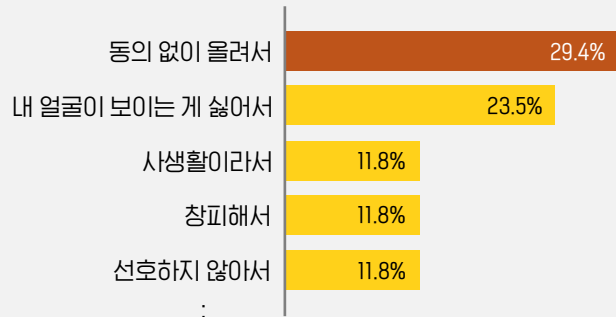
### 정보 이용에 대한 동의 여부

기준연도 : 2024년



### 본인 콘텐츠 업로드 부정적 이유

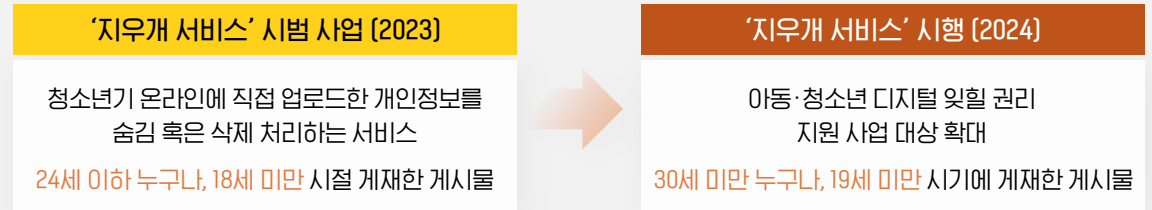
기준연도 : 2024년



디지털 환경에서는 정보가 빠르게 확대, 재생산 됨에 따라 반대한 정보에 대한 개인의 통제에 한계가 있어, 개인정보의 접근 및 통제권 강화 필요

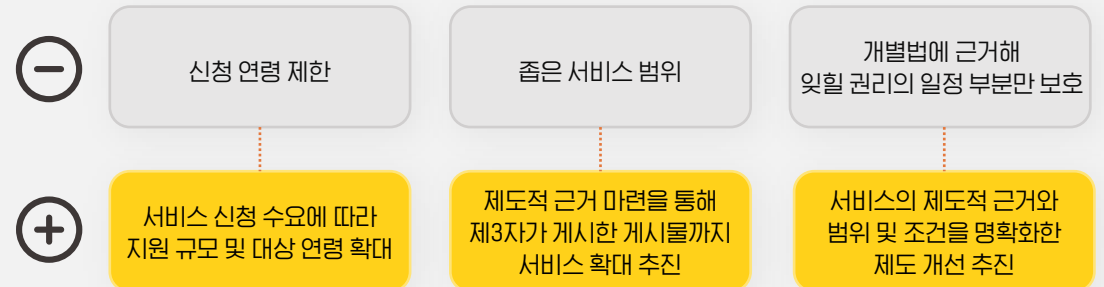
## | 잊힐 권리 보장에 나선 정부 |

### 국내 잊힐 권리 지원 사업 '지우개 서비스'



“ 지우개 서비스 시행 1년간 17,148 신청 접수 건 중 총 16,518건 처리 완료되며 지우개 서비스에 대한 높은 만족도로 이용자 나날이 증가 ”

### '지우개 서비스' 한계점 및 해결방안



# ■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

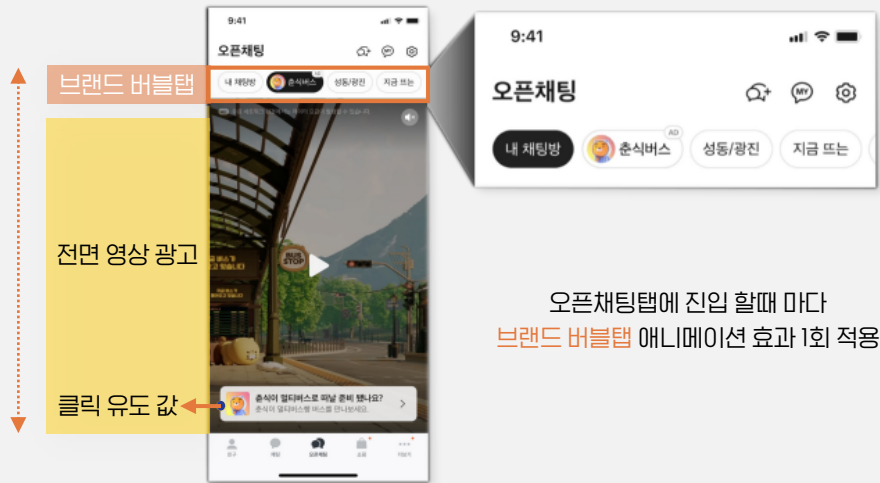
- 카카오 포커스폴뷰 출시
- 네이버 지식iN 서비스 생성형AI 도입
- 당근 걸어서 10분 기능 오픈

# 카카오 포커스풀뷰 출시

- 카카오톡 오픈채팅 탭에서 1일 24시간 동안 단독 노출되는 전면형 광고 상품
- 전면 페이지를 통한 강력한 광고 메시지로 브랜드 가치 제고에 효과적

## | 포커스 풀뷰 |

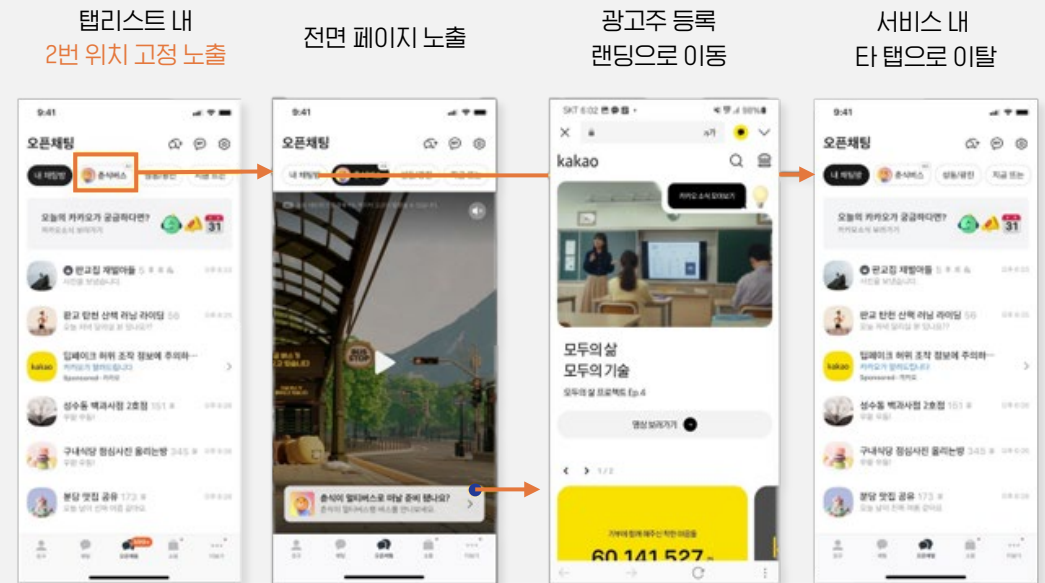
카카오톡 오픈채팅탭 사용자의 24시간을 점유하며  
강력한 브랜딩이 가능한 카카오톡 내 최초 전면형 광고



아웃랜딩, 비즈니스 폼, 채널 추가 등 광고주 목적에 따라  
다양한 랜딩타입 활용하여 자유롭게 집행 가능

## | 포커스 풀뷰 노출 방식 |

높은 주목도를 자랑하는 브랜드 버블탭을 통해 유입 후  
전면 페이지를 통한 광고 노출로 유입률 극대화 가능



- 오픈채팅탭 진입 시  
1회 애니메이션

# 네이버 지식iN 서비스 생성형시 도입

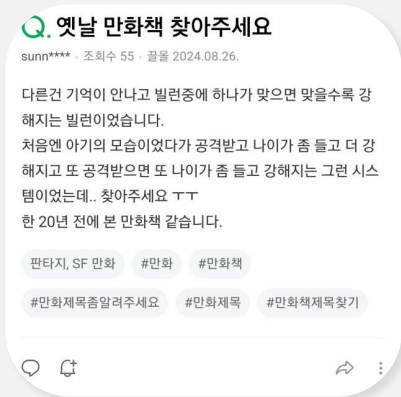
- 생성형 시 클로바 X의 AI 서비스 경험과 다양한 데이터를 기반으로 지식인에서 사람 대신 답변하는 서비스
- 높은 품질의 답변을 지속 제공해 이용자의 궁금증을 효과적으로 해결하며 유입 및 체류 시간 증가

## | 생성형 AI '지식이' |

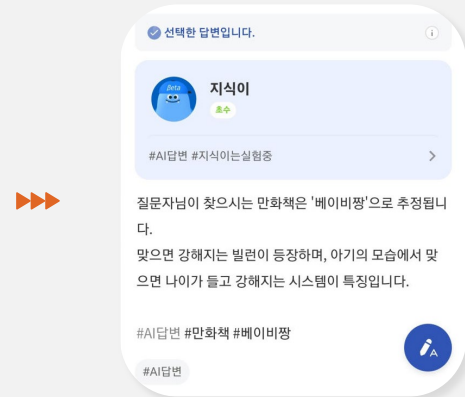
'지식인'은 이용자가 직접 답변하며 정보를 교류하는 지식 검색 플랫폼에서 '지식 커뮤니티'로 진화하는데 속도를 내기 위해 생성형 AI '지식이' 접목



질문



답변



## | 지식i FAQ |

Q. 지식이는 모든 질문에 AI 답변을 생성해주나요?

A. 하루 동안 답변이 달리지 않은 질문에만 지식이가 찾아갑니다. 일부 분야에서만 활동할 예정이며, 사진/영상/파일이 첨부된 질문에는 AI 답변을 생성하지 않아요.

Q. 지식i 답변을 채택하거나 UP을 선택할 수 있나요?

A. 지식i 답변도 채택하거나 UP을 선택할 수 있습니다. 피드백을 기반으로 지식이가 더 성장할 수 있어요.

Q. 지식i 답변이 잘못된 경우는 어떻게 하나요?

A. UP/DOWN, 댓글, 답변으로 정확한 내용을 알려주거나 신고 기능을 통해 더 나은 답변을 전달하도록 도와주세요.



# 당근 걸어서 10분 기능 오픈

- ☐ 숏폼 서비스 '당근 스토리'에서 인증한 위치를 기준으로 700미터 이내의 동네 가게를 영상으로 만나볼 수 있는 기능
- ☐ 자영업자에게는 잠재 고객을 타킷 할 수 있는 효과적인 마케팅 도구로, 고객에게는 색다른 업체 탐색 경험 제공

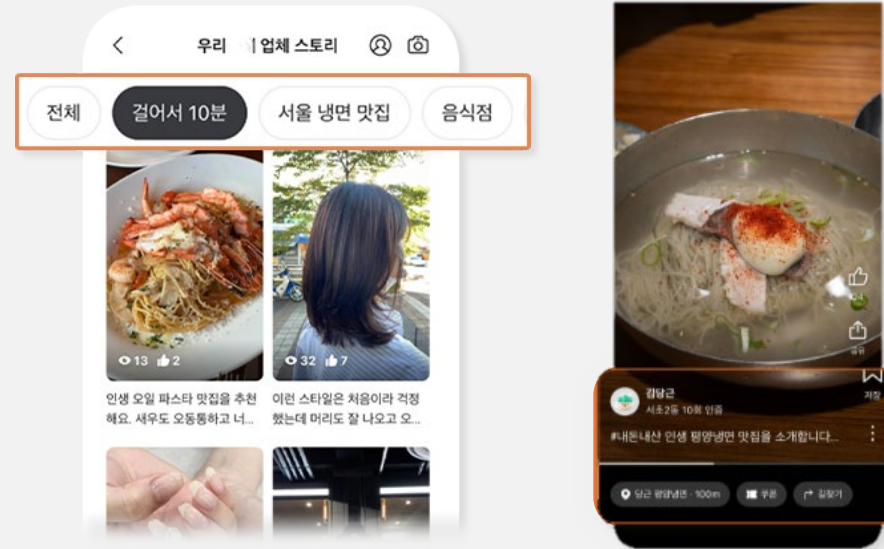
## | 당근 스토리 |

동네 가게에 관한 이야기를 1분 이내의 영상으로 공유할 수 있는 당근의 자체 **숏폼 서비스**



## | 걸어서 10분 기능 |

도보 10분 이내로 이동 가능한 가까운 가게의 영상 콘텐츠만 따로 선별해 인기 메뉴·상품, 이웃들 후기, 가게 정보 확인 가능



**길찾기 버튼**  
해당 가게까지 이동하는 경로 및 시간 쉽게 파악 가능

영상 노출 범위의 지역 제한이 없는 기존 숏폼 서비스와 달리 당근 스토리는 동네 가게 정보가 필요한 **지역 주민 대상 노출**

# ■ **NEW MEDIA**

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 짧콘랩
- 티켓링크
- 히로인스



# 짧은랩

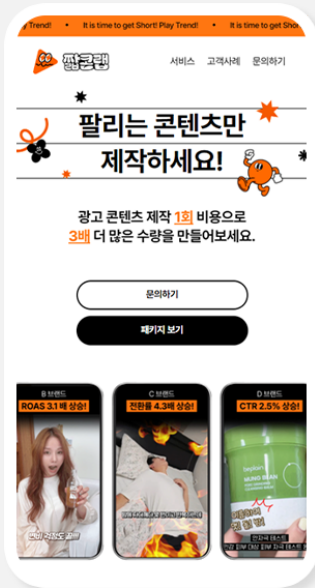
- ☐ 숏폼 기획부터 비주얼 크리에이터 섭외, 편집까지 한번에 제공하는 숏폼 제작 마케팅 서비스
- ☐ 숏폼 전문가가 엄선된 크리에이터 풀에서 최적의 브랜드 맞춤 콘텐츠 제공

## | 짧은랩 |



숏폼 최적화 크리에이터 수  
**15,000 +**

짧은랩 진행 시  
**약 65% 비용 절감**



### 고효율 콘텐츠

이루다마케팅의 다년간 축적된 광고 효율 DB 기반으로  
숏폼 전문가가 고효율 콘텐츠 기획



### 고퀄리티 크리에이터 풀

인플루언서 플랫폼 '리뷰메이커' 운영 노하우를 담아  
숏폼에 최적화된 15,000+ 크리에이터 풀 보유



### 비용 절감 효과

클라이언트 직접 제작 비용 대비  
약 65% 이상의 비용과 시간 절감 가능

## | 주요 콘텐츠 유형 |

### 캠페인 목적에 맞는 콘텐츠

<b>제품 시연 형</b> 제품의 기능과 효과, 장점 등 다양한 내용을 시각적으로 전달해 제품에 대한 이해를 도와줍니다.	<b>B&amp;A 형</b> 사용 전/후를 비교하여 제품(서비스)의 효과를 신뢰감 있게 직관적으로 전달합니다.	<b>How to 형</b> 제품(서비스)을 효과적으로 사용하는 방법을 단계별로 설명해 이해를 도와줍니다.
<b>상세 리뷰 형</b> 제품에 대한 사용 경험, 장단점, 기능 등의 특정 USP를 소비자에게 깊이 있게 전달합니다.	<b>소호스트 형</b> 특징점을 소호스트처럼 설명하며 생동감 있게 제품 정보를 소비자에게 전달합니다.	<b>제품 랭킹 형</b> 다수의 제품(서비스)을 순위로 비교 설명하여 소비자들의 선택에 도움되는 정보를 제공합니다.
<b>Look Book 형</b> 스타일링 중심의 스토리텔링으로 트렌드를 반영한 시각적 요소를 강조하며 제품을 매력적으로 보여줍니다.	<b>오프라인 방문 형</b> 오프라인을 직접 방문한 경험을 공유하며 소비자들에게 현장감 있는 정보를 제공합니다.	<b>크리에이터 형</b> 감각적인 비주얼과 스토리텔링을 통해 소비자의 관심을 끌어 브랜드 아이덴티티를 효과 있게 전달합니다.
<b>브이로그 형</b> 일상을 주제로 제품(서비스)이 자연스럽게 노출되는 유형으로 친밀감 있게 정보를 제공합니다.	<b>프로모션 형</b> 일시적으로 진행되는 이벤트 또는 프로모션을 주제로 하는 스토리를 전달합니다.	<b>자막 설명 형</b> 영상 속 자막을 주로 활용하여 정보나 메시지를 전달하고, 다양한 언어로도 제공 될 수 있습니다.

제품 USP를 분석하여 최적화된 숏폼 기획

# 티켓링크

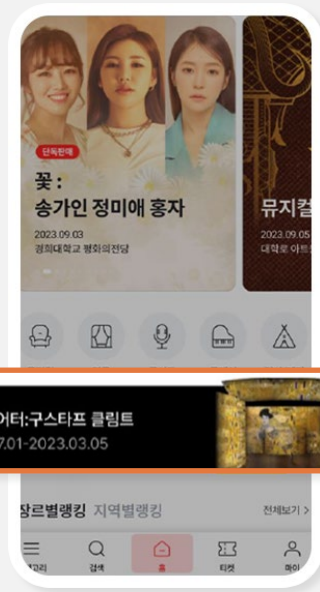
- 공연/전시/스포츠 등 장르의 티켓 예매 서비스를 제공하는 버티컬 매체
- 문화 콘텐츠를 적극 소비하는 2050대를 대상으로 폭넓은 광고 집행 가능

## | 티켓링크 |



프로 스포츠티켓 시장 점유  
**80% +**

MAU(월 사용자 수)  
**250만 +**



### 높은 광고 효과

매월 방문하는 충성 유저 250만 명을 대상으로  
효과적인 광고 노출 가능



### 구매력 높은 유저

1,000만 가입자 중 74%가 구매력 높은 2040대로  
문화생활을 즐기며 소비하는 타겟에 집중 노출 가능



### 확실한 타겟층

야구, 축구, 농구 등 프로 스포츠티켓 시장 점유율 80%로  
스포츠 관련 광고 집행에 높은 효과 보장

## | 주요 광고 상품 |

### 메인

**상단 띠 배너**  
홈 첫 진입 시  
상단에 노출되는 광고

**이미지 텍스트**  
홈 첫 진입 페이지  
우측 상단에 노출되는 광고

**레이어 배너**  
홈페이지 메인 DA  
구좌 중단에 노출되는 광고

**중단 띠 배너**  
티켓오픈 아래 노출되는 광고

### APP, Mo Web

**띠 배너 1**  
APP 메인 화면에  
노출되는 광고

**띠 배너 2**  
APP / Mo Web  
메인 화면 중단에 노출되는 광고

**띠 배너 3**  
APP / Mo Web  
메인 화면 하단에 노출되는 광고

**스포츠 배너(팝업)**  
APP / Mo Web  
스포츠 영역 하단에 노출되는 광고

### 스포츠

**레이어 배너**  
스포츠 홈 우측에 콘텐츠 정보를  
함께 노출 가능한 광고

**중단 띠 배너**  
예매 오픈 아래 노출되는 광고

**띠 배너**  
스포츠 내 어느 카테고리에서든  
상시 노출되는 광고

### 예매

**좌/우측 띠 배너**  
회원 예매 진행 시 고정으로  
예매 팝업 하단에 노출되는 광고

# 히로인스

- 엄마들이 그날의 운동을 기록하고 서로 격려하는 소셜미디어
- 건강한 삶을 추구하는 3050 여성을 타겟으로 효과적인 광고 집행 가능

## | 히로인스 |



누적 가입자 수  
**10만 +**

MAU(월 사용자 수)  
**7만 +**

적립내역	
운동함의 응원댓글 18:57   적립 성공	+200원
운동함의 응원댓글 18:53   적립 성공	+200원
운동일기 작성 (01.05) / 경기 16:12   적립 성공	+100원
첫 운동일기 작성 (01.04) / 경기 13:42   적립 성공	+1,000원
신규 가입 축하 적립금 10:24   적립 성공	+1,000원



### 확실한 타겟층

여성 100%가 사용하는 앱으로 건강을 챙기며 경제권을 쥐고 있는 3050 여성 타겟에 집중 노출 가능



### 리워드 지급

운동을 지속할 수 있는 경제적 유인을 제공하여 유저 이탈률이 적고, 충성도가 높음



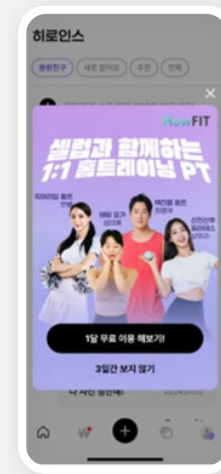
### 높은 체류 시간

유저당 일 평균 약 12분의 체류 시간을 통해 강력한 브랜딩 효과 견인

## | 주요 광고 상품 |

전면 팝업 광고

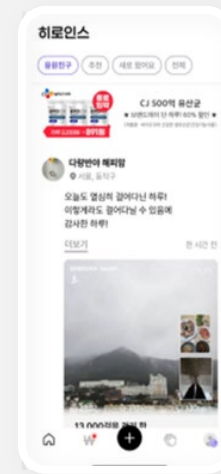
가로형 배너 광고



앱 시작 전면 팝업



앱 종료 노출 팝업



홈 피드



게시글 페이지 댓글 영역

# ■ PROMOTION

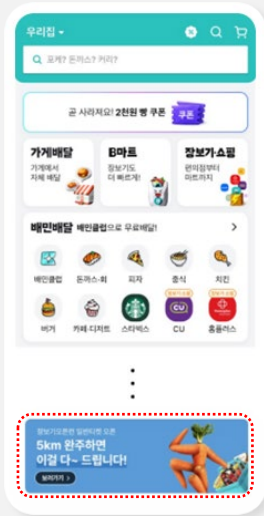
이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 배달의민족 10월 프로모션
- 다방 9~10월 어텀 프로모션
- 아파트너 10월 프로모션

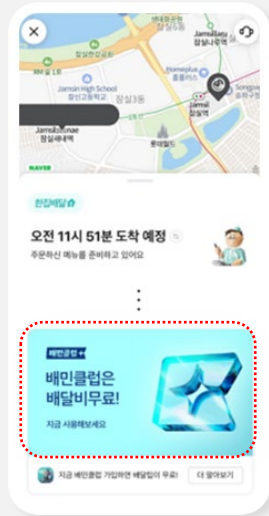
# 배달의민족 10월 프로모션

- 음식 주문/배달 서비스/퀵커머스를 이용할 수 있는 앱으로 액티브 유저 구매 전환율 80% 이상을 보유하고 있는 매체
- 배너 개편기념 상품 할인 및 신규 상품 출시에 따른 무료 테스트 제공

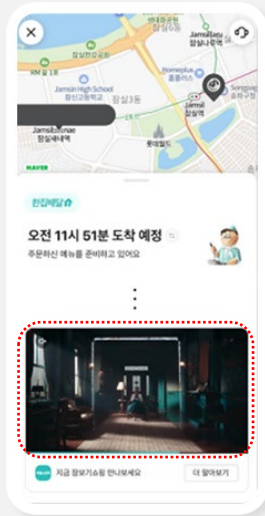
## 배달의민족 광고상품



사이배너



배달현황 배너(이미지)



배달현황 배너(동영상)

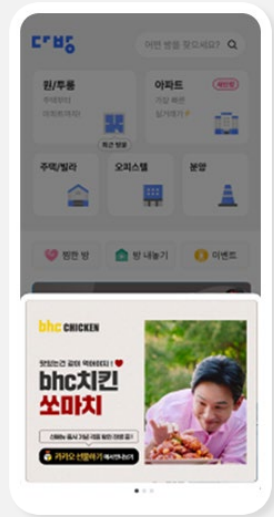
\* 광고상품 일부v

유형	구분	내용
사이배너 & 배달현황 배너 개편기념 CBT 반값할인 프로모션	혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 기간 내 부킹 확정 시 적용                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 과금단가 : CPM</li> <li>① 사이배너 : CPM 2,000원 → 1,000 원</li> <li>② 배달현황 배너(이미지형 배너) : CPM 3,000원 → 1,500원</li> </ul> </li> </ul>
신규 동영상 광고상품 출시기념 무료 테스트 프로모션		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 프로모션 기간 동안만 운영                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 대상 : 업종별 5개 캠페인 선착순 지원</li> <li>② 스펙 : 1개 캠페인당 최대 7일, 일 노출 50만 보장</li> </ul> </li> </ul>
기간	~ 24년 10월 31일	

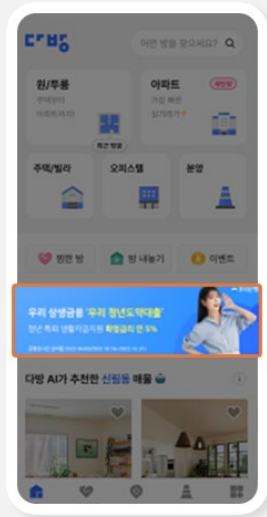
# 다방 9~10월 어텀 프로모션

- 모바일 부동산 시장 내 부동산 거래 주체들이 사용하는 주거 플랫폼으로 구매력이 높은 2039세대 비중이 높아 구매 전환에 효과적인 매체
- 기간 내 광고 집행 시 일부 상품 추가 제공

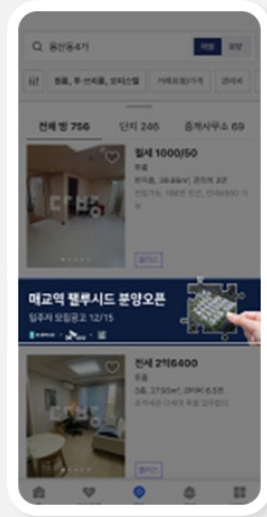
## 다방 광고상품



메인 팝업



메인 배너



지역 타겟팅

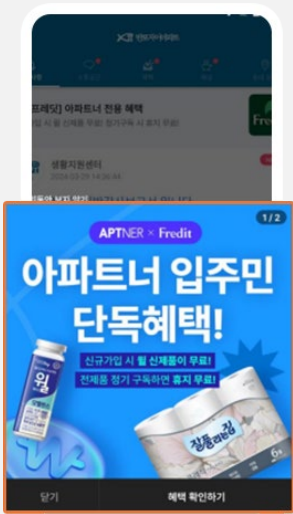
\* 광고상품 일부

유형	구분	내용
9~10월 어텀 프로모션	혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 모든 광고 제안 및 집행 담당자 대상</li> <li>① 기본 프로모션                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 메인 팝업 3일 무상 제공 or 단가 30% 할인 적용</li> </ul> </li> <li>② 분양 광고 프로모션                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 메인 배너(택1) + 지역 타겟팅 + 분양 홍보 상품 300만원</li> </ul> </li> <li>③ 공통 프로모션                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제안 시 1만원 N페이 지급</li> <li>- 집행 시 금액별 N페이 지급</li> </ul> </li> </ul> <p>* 프로모션 제공 항목 중복 적용 가능</p>
기간	~ 24년 10월 31일	

# APTNER 아파트너 10월 프로모션

- 약 3,000단지, 245만 세대의 실거주 인증을 거친 입주민을 대상으로 타겟 광고 진행 가능
- 패키지별 일부 상품 추가 혜택 제공 및 스플래시 광고 런칭 기념 단가 할인 적용

## 아파트너 광고상품



팝업 광고



배너 광고



스플래시

\* 광고상품 일부

유형	구분	내용
10월 혜택 어택 프로모션	혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 기본 구성 + 패키지별 추가 혜택 제공</li> <li>① 500PKG &amp; 700PKG 집행 시 추가 혜택 - 팝업, 배너 각 2일 + 스플래시 1일</li> <li>② 1000PKG 집행 시 추가 혜택 - 팝업, 배너 각 4일 + 스플래시 1일</li> <li>③ 1천만 원 초과 집행 시 추가 혜택 : 역대급 혜택 적용 * 별도 문의</li> </ul>
기간	~ 24년 10월 31일	
스플래시 광고 런칭 프로모션	혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 단가 할인 적용</li> <li>① 스플래시 1일 200만원 → 150만 원</li> <li>② 스플래시 PKG 2,000만원 → 1,500만 원</li> </ul>
기간	~ 24년 이내 집행 건	



# 2024.10

## MARKETING CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
		1 국군의날	2 노인의날	3 개천절	4 연차쓰기좋은날	5 세계한인의날
6	7	8 <small>한로</small> 재향군인의날	9 한글날	10 임산부의날 정신건강의날	11	12 호스피스의날
13	14 와인데이	15 체육의날	16 부마민주항쟁 세계식량의날	17	18	19 문화의날
20	21 경찰의날	22	23 <small>상강</small>	24 국제연합일 사고데이	25 독도의날	26
27	28 교정의날	29 지방자치의날	30	31 할러윈데이 회계의날		

이달의  
HOT 키워드

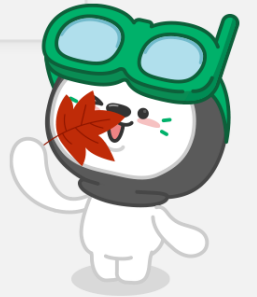
**마케팅** #체험 마케팅 #숏폼 마케팅

**행사** #핑크몰리 축제 #락 페스티벌 #달빛축제 #단풍행사

**패션** #드류어 #트렌치코트 #호피

**뷰티** #느쵸 #헤어지자고? 너누군데 #티니핑 #옴브리뉴

**유행템** #스웨덴 캔디 #맞춤 제작 티셔츠





OCT  
2024



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

문의하기

adure

E . O . D