

nasreport no.258

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea



Media Trend

미디어 동향 & 신규 광고 상품

공지사항

1. 데이터 제공사의 정책적 이슈로
PC 광고비의 기준이 **배너 광고(인스트림 동영상 제외)**로 한정되었습니다.
따라서 전월 보고서에 반영된 광고비 데이터와 차이가 있습니다.

또한 본 보고서에 작성된 시장/업종/광고주/매체 광고비 규모는
전체 광고비 데이터와 차이가 있을 수 있으므로 해석에 유의하시기 바랍니다.
2. Media Trend **월간 광고비 및 트래픽 데이터**는 2016년 6월까지 제공하고,
이 후에는 상반기(1월~6월)/연간 결산(1월~12월) 보고서로 대체할 예정입니다.
참고 부탁드립니다.

Index.
미디어 동향 &
신규 광고 상품

- A. 5월 광고비 현황
- B. 온라인 매체 동향
- C. 5월 트래픽 동향
- D. 신규매체 & 신규상품

nasreport no.258

nasmedia is a group of media planning
professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea

Media Trend

월간 광고비 현황

Index.

월간 광고비 현황

- PC -

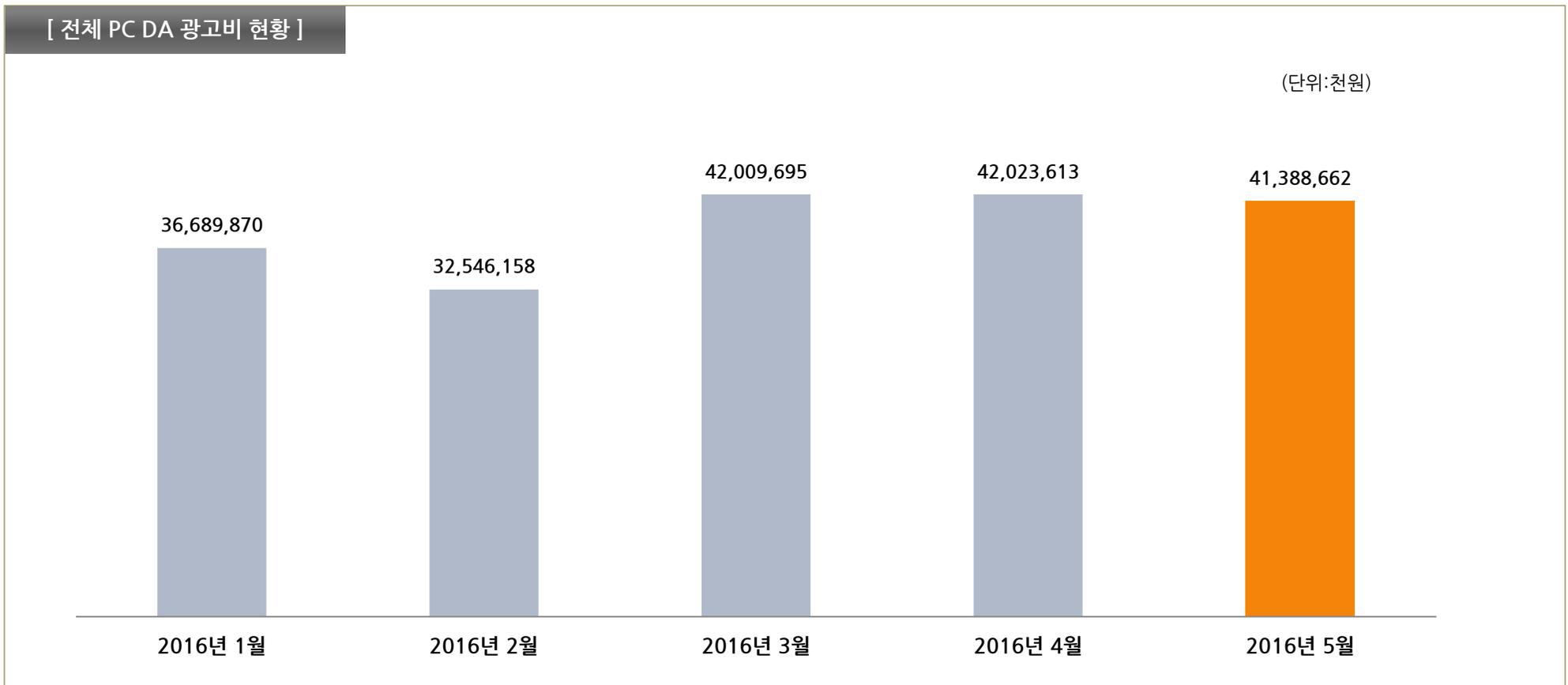
- A. 5월 광고비 현황-전체
- B. 5월 광고비 현황-업종
- C. 5월 광고비 현황-광고주
- D. 5월 광고비 현황-매체

- Mobile -

- E. 5월 모바일 광고비 현황:전체
- F. 5월 모바일 광고비 현황:업종
- G. 5월 모바일 광고비 현황:광고주

A. 5월 광고비 현황 : 전체

- 2016년 5월 전체 PC DA 광고 집행 금액은 약 414억 원으로 집계
- 전월(2016년 4월, 420억 원) 대비 0.2% 감소

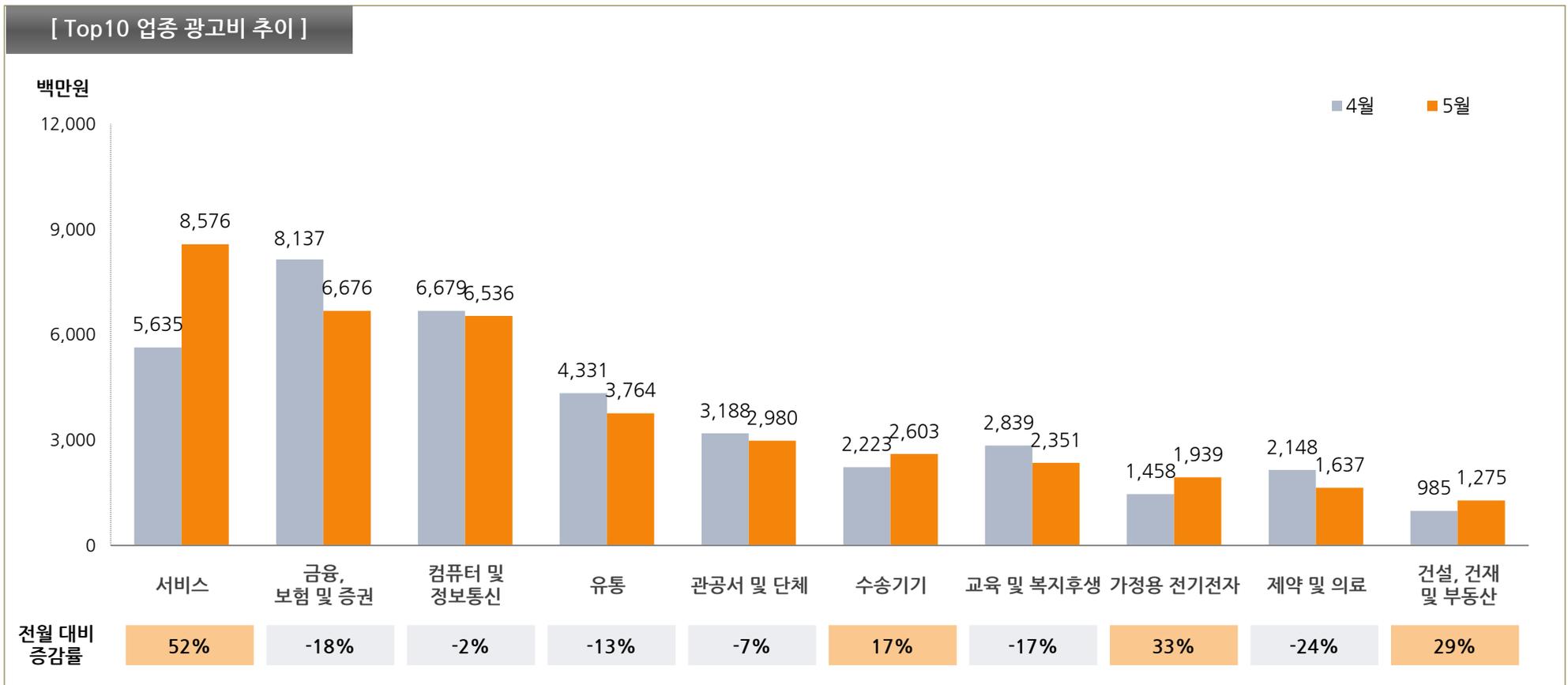


* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 차이가 있을 수 있습니다.

* Source : ResearchAD 5월

B. 5월 광고비 현황 : 업종

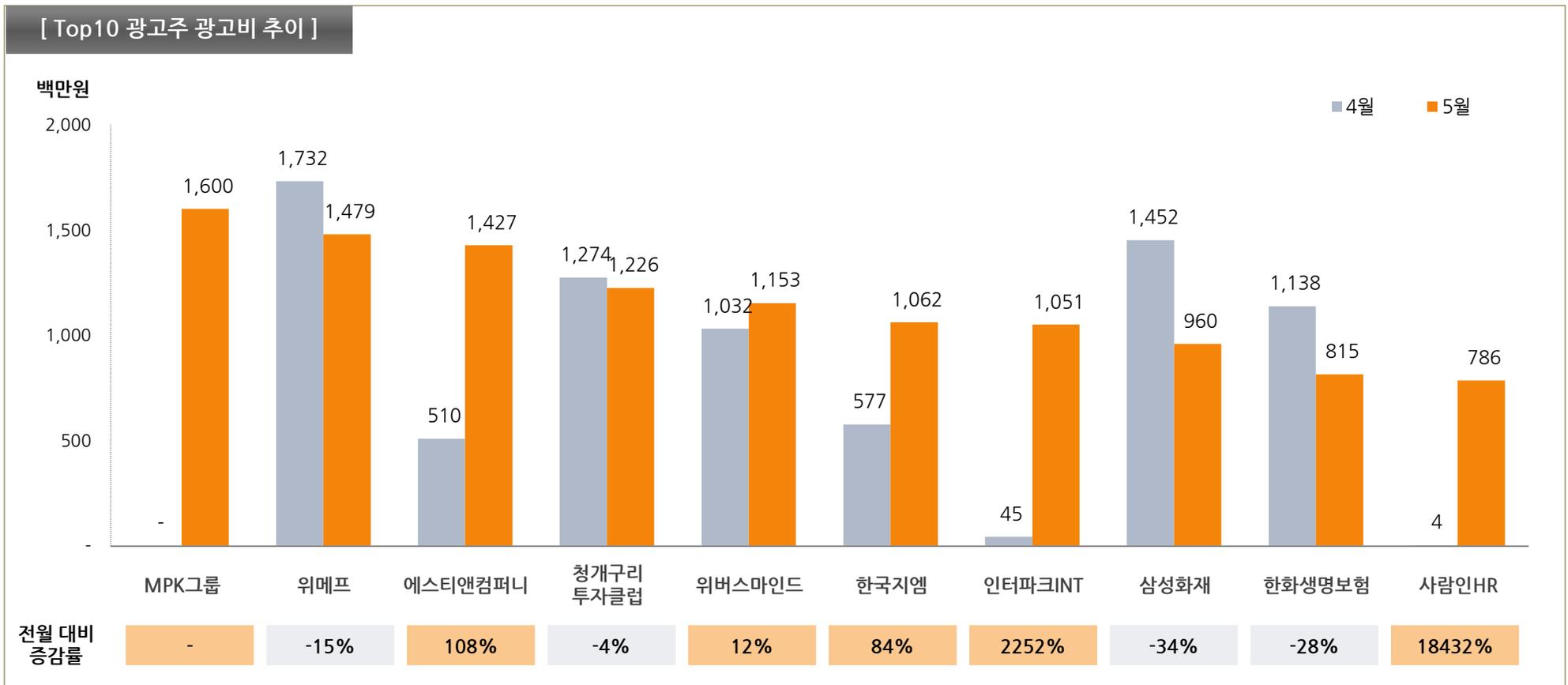
- 상위 업종에서 전월 대비 광고비 감소를 보임
- 서비스 업종은 업종 내 상위 광고주(MPK그룹, 인터파크INT, 사람인 HR, Expedia 등)의 광고비 확대 영향으로 Top 10 내 가장 높은 증가율 기록
- 시즌 가전 마케팅 및 위버스마인드 광고비 확대로 가정용 전기전자 업종의 광고비 증가



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 차이가 있을 수 있습니다.
* Source : ResearchAD 5월

C. 5월 광고비 현황 : 광고주

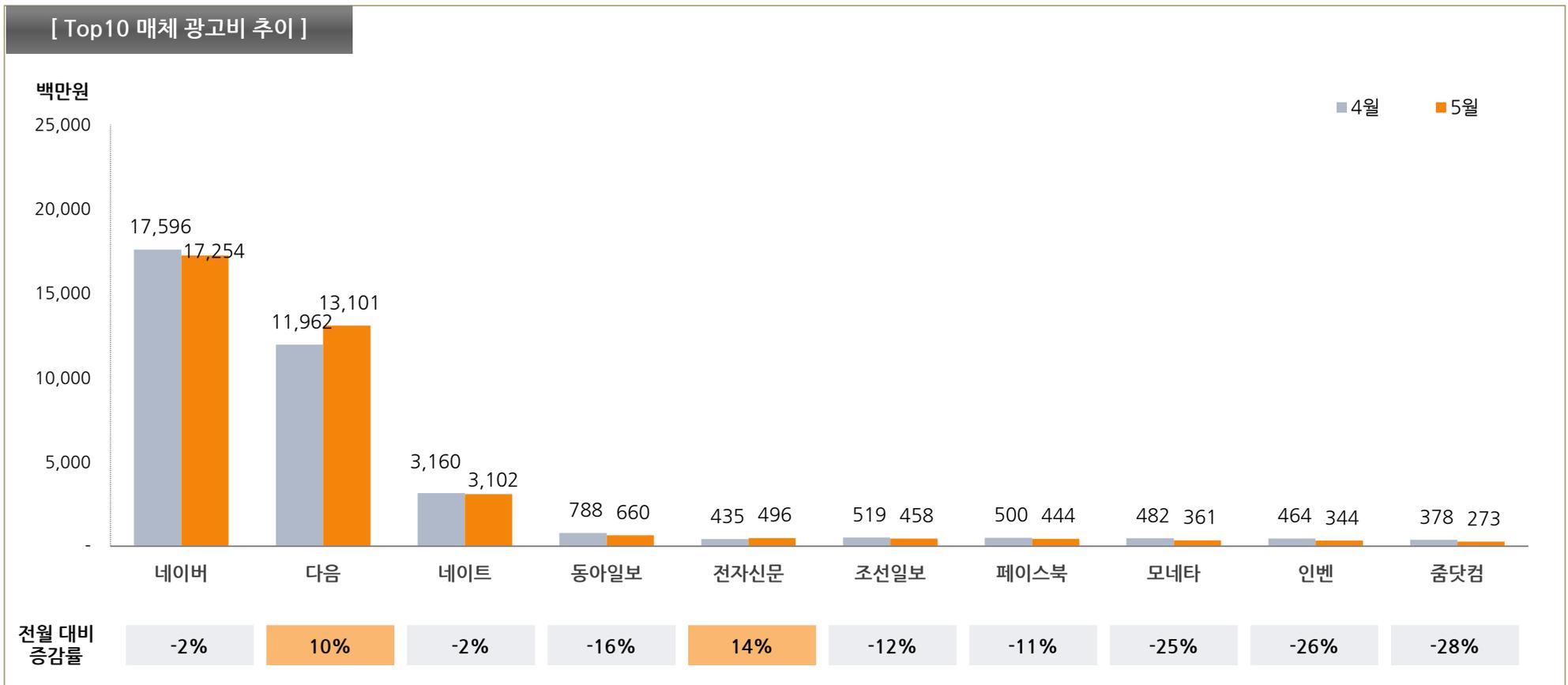
- MPK그룹은 5월 가정의 달을 맞아 미스터 피자의 대규모 마케팅을 진행, 가장 많은 광고비 기록
- 에스티앤컴퍼니는 영어단기학교의 신토익 이슈 마케팅, 한국지엠은 쉐보레말리부 사전계약 실시 고지로 전월 대비 높은 광고 성장률을 보임
- 인터파크INT는 인터파크투어의 온라인 여행박람회 캠페인, 사람인HR은 사람인과 오투잡의 브랜딩 캠페인을 대규모로 진행, Top10내 신규 진입



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 차이가 있을 수 있습니다.
* Source : ResearchAD 5월

D. 5월 광고비 현황 : 매체

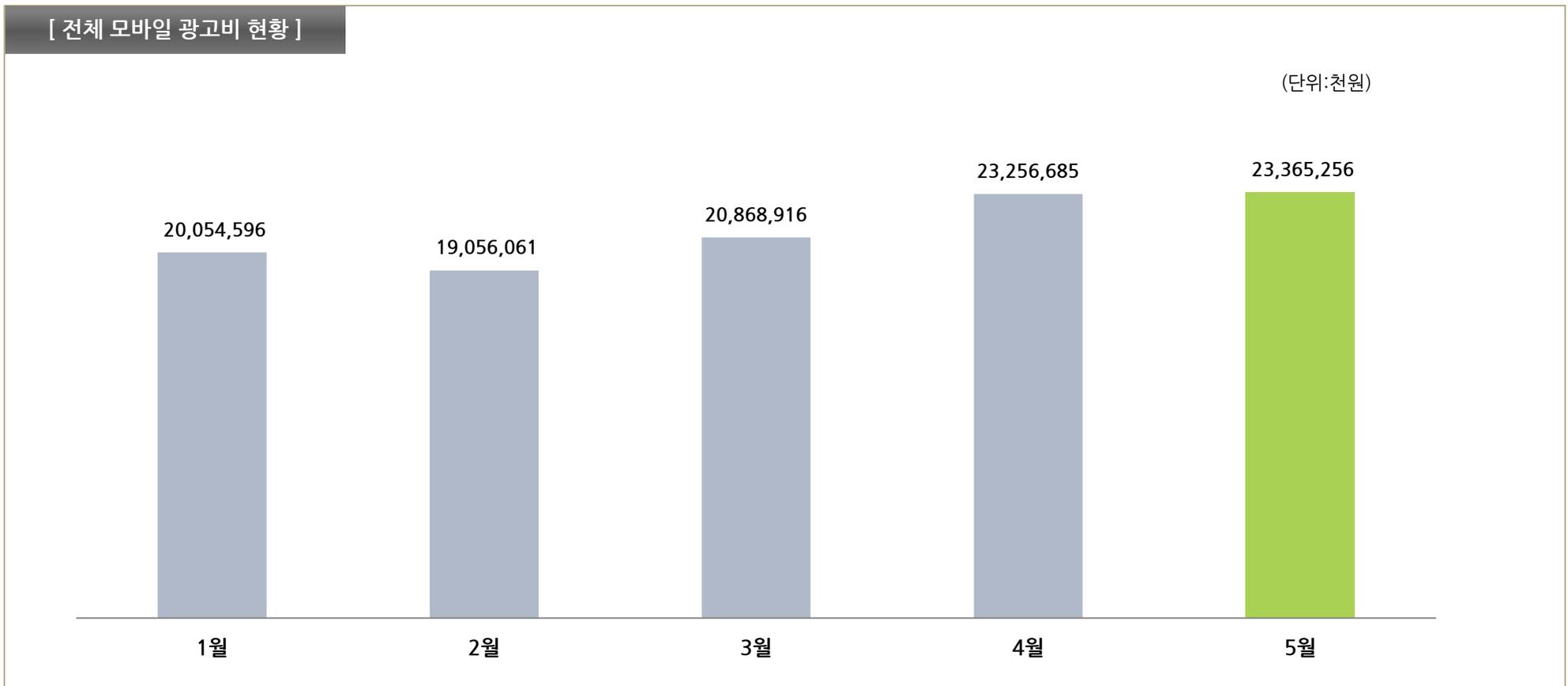
- 다음과 전자신문을 제외한 Top10 매체는 전반적으로 광고비 감소
- 다음은 한국지엠, 인터파크INT, 삼성 등 주요 광고주의 광고비를 70% 이상 점유하며, 전월 대비 광고비 증가
- 모네타는 금융, 보험 및 증권 업종, 인벤은 컴퓨터 및 정보통신 업종, 줌닷컴은 유통 업종의 광고비 감소 영향으로 전월 대비 광고비 감소



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 차이가 있을 수 있습니다.
* Source : ResearchAD 5월

E. 5월 모바일 광고비 현황 : 전체

- 2016년 5월 전체 모바일 광고 집행 금액은 약 233.7억 원으로 집계
- 전월(2016년 4월, 232.6억 원)과 유사한 수준 유지

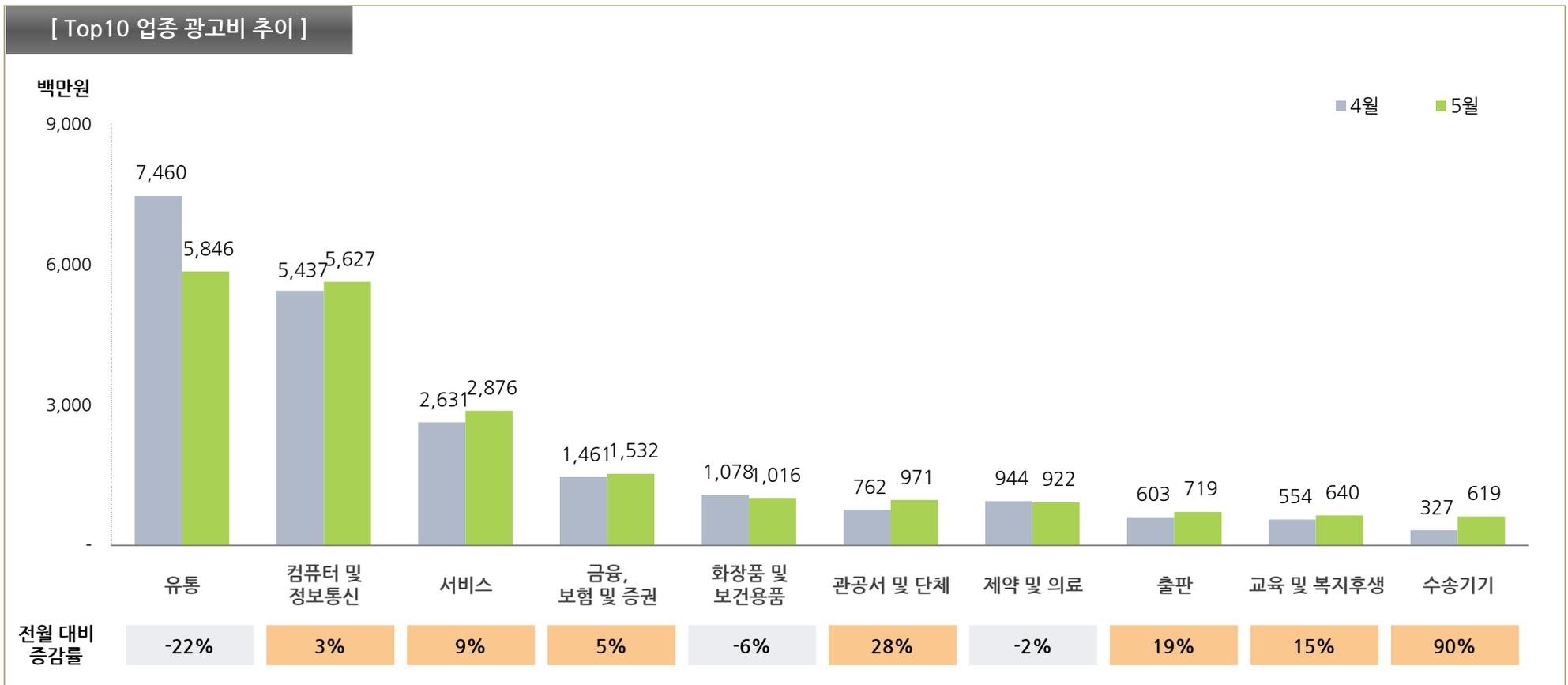


* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 차이가 있을 수 있습니다.

* Source : ResearchAD 5월

F. 5월 광고비 현황 : 업종

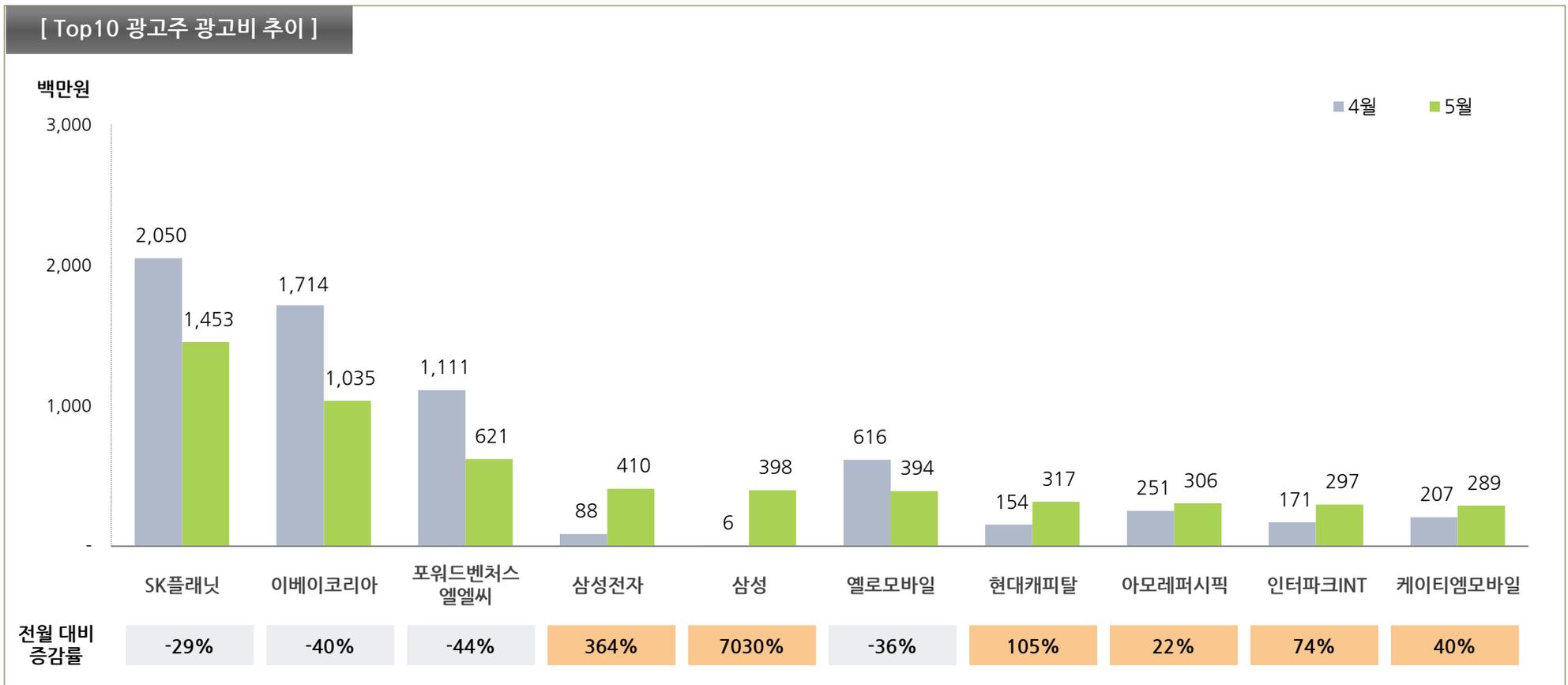
- 전월 2016년 최고 광고비를 기록했던 유통 업종은 큰 폭으로 광고비가 감소했으나, 업종 내 Top 1 수성
- 관공서 및 단체 업종은 전월 선거 이슈로 광고비 점유율이 높았던 정당 및 관련 기관의 광고 미집행에도 불구하고, 어린이재단 및 한국고용정보원 등 상위 광고주의 광고비 확대로 2016년 중 가장 높은 광고비 기록
- 수송기기 업종은 한국닛산과 르노삼성자동차의 신모델 광고 집행 증가로 Top10내 가장 높은 광고 성장률을 보임



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 차이가 있을 수 있습니다.
* Source : ResearchAD 5월

G. 5월 광고비 현황 : 광고주

- 전월 쇼핑 증가 시즌(계절 변경, 5월 행사 선물 구입 등)에 맞춰 모바일 광고를 확대했던 쇼핑 광고주의 광고비 감소가 두드러짐
- 갤럭시S7 마케팅 및 삼성전자 뉴스룸 프로모션을 진행한 삼성전자와 영삼성 '청춘問답' 캠페인을 진행한 삼성의 광고비가 큰 폭으로 증가
- 인터파크INT는 인터파크투어의 온라인 여행박람회를 모바일에서 큰 규모로 진행, 전월 대비 광고비 증가



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 차이가 있을 수 있습니다.
* Source : ResearchAD 5월

nasreport no.258

nasmedia is a group of media planning
professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea



Media Trend

온라인 매체동향

Index.

매체동향 & 단신소식

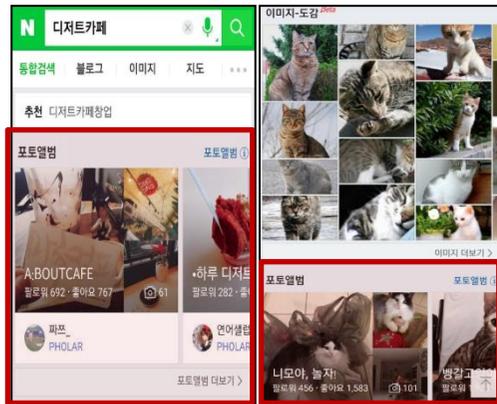
- A. 네이버, 신규 검색 서비스 출시 및 서비스 영역 강화
- B. 카카오, '다음 웹툰' 사내 독립 기업(CIC)으로 전환
- C. 페이스북, 오디언스 네트워크 광고 서비스 강화
- D. 인스타그램, 모바일 앱 서비스 개편 및 신규 광고 상품 공개
- E. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1), (2)

A. 네이버, 신규 검색 서비스 출시 및 서비스 영역 강화

- 모바일 중심의 다양한 검색 서비스 추가적으로 공개, 빅데이터를 활용한 이용자 맞춤형 검색 결과 제공
 - : 최근 네이버는 모바일을 중심으로 자사의 기술력을 최대한 활용하여 검색 서비스 역량 강화에 집중
 - : 모바일 검색에 포토앨범을 도입하여 이미지 중심의 검색 결과를 제공하고 네이버의 이미지 기반 SNS 폴라의 검색 결과를 노출시켜 시너지를 창출해 나갈 전망
 - : 또한, 라이브 여행 검색 서비스는 이용자들이 자주 찾는 검색어를 분석하여 맞춤 정보를 제공. 10-20대 취향을 반영한 유명 셀럽 이미지 타임라인 서비스도 공개

네이버 검색 서비스 강화

모바일 검색-포토앨범 도입



- 포토앨범 도입을 통해 이미지 중요 검색 정보로 활용
 - 모바일 검색 내 포토앨범을 도입하여 이미지 라이브 검색 서비스 고도화
- 이미지 기반 SNS '폴라'와 연동을 통한 활성화 기대
 - 네이버의 대표적인 이미지 기반 SNS 서비스인 폴라의 이미지를 검색 서비스와 연동 하여 폴라의 활성화 기대

여행지 추천 '라이브 여행'



- 지역 및 테마 카테고리를 통해 맞춤형 여행지 추천
 - 빅데이터 분석을 통해 여행지 인기 테마를 자동 추출하는 ConA 기술 도입
 - ConA는 머신러닝을 통해 이용자들이 자주 찾는 여행지 검색어와 리뷰에서 테마 단어를 추출한 뒤 여행지별로 태깅을 제공

셀럽 히스토리 - 이미지 타임 라인

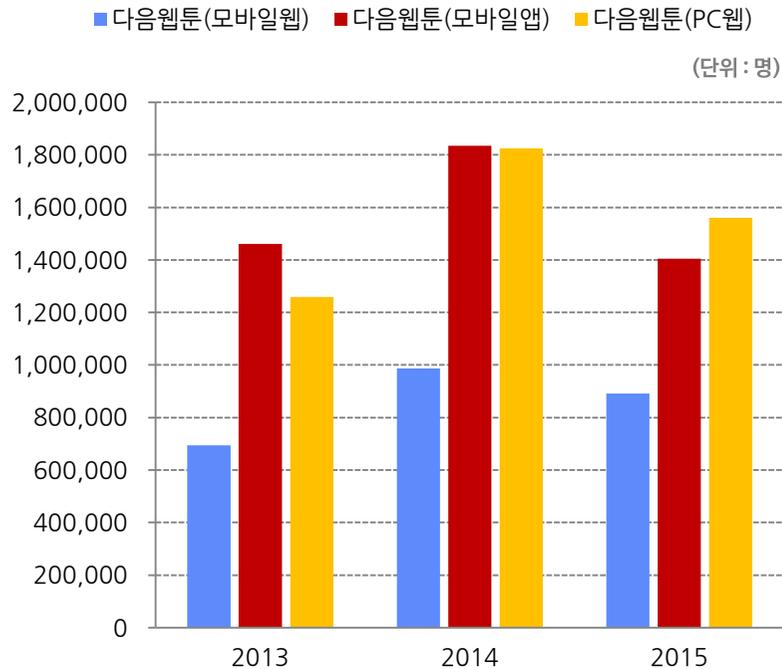


- 유명한 고화질 현장 이미지를 시간순으로 제공
 - 이미지 타임라인은 이용자가 이미지로 스토리까지 확인하도록 이미지 정보 가치를 실시간으로 전달
 - 딥러닝 기술을 활용해 뉴스 기사에서 유의미한 이벤트와 핵심 문장을 추출하고 클러스터링 과정을 통해 결과 제공
 - 10-20대 이용자 데이터를 적극 반영

B. 카카오, ‘다음 웹툰’ 사내 독립 기업(CIC)으로 전환

- 카카오는 대표적인 스낵컬처 콘텐츠인 웹툰 서비스의 사내 독립 기업 전환을 통해 경쟁력 강화 및 빠른 사업 성장 유도
 - :카카오는 다음을 대표하는 콘텐츠 서비스 중 웹툰을 사내 독립 기업(CIC: Company in Company) 형태로 분리
 - :최근 웹툰 서비스는 OSMU(One Source Multi Use) 형태로 활용될 뿐만 아니라 대표적인 스낵컬처로 모바일을 통한 이용량이 증가하는 추세
 - :카카오는 카카오페이지를 서비스하는 모바일 콘텐츠 전문 업체인 포도트리에 다음웹툰을 사내 독립 기업으로 분리하여 웹툰 서비스를 빠르게 성장시켜 나갈 전망

다음 웹툰 서비스 월 평균 방문자 현황



다음 웹툰 사내독립 기업 구조

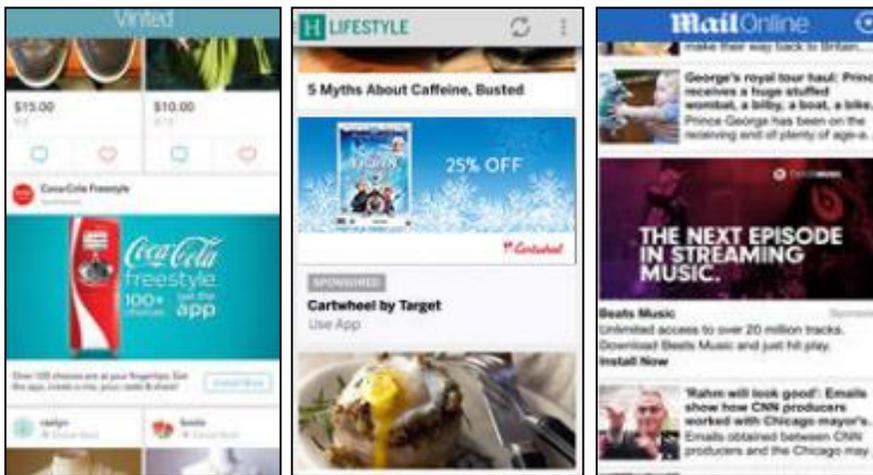


- 카카오 페이지 콘텐츠를 담당하는 카카오 자회사 ‘포도트리’
 - 포도트리는 카카오의 자회사로 카카오의 콘텐츠 서비스 중 카카오 페이지를 서비스하는 업체
- 다음 포털 내 웹툰 서비스를 포도트리의 사내독립기업(CIC)형태로 합류
 - 다음의 대표적인 콘텐츠 서비스인 웹툰 서비스를 사내독립기업 형태로 분리
 - 독립 기업 사명은 ‘다음웹툰 컴퍼니’이며 다음 웹툰 내 인력이 대표를 맡음
 - 콘텐츠 전문 업체인 포도트리의 카카오페이지와 시너지 효과 기대

C. 페이스북, 오디언스 네트워크 광고 서비스 강화

- 페이스북은 오디언스 네트워크 광고 서비스에 동영상 기능을 확대하고 광고 타깃 범위를 '비회원'까지 확대 적용
 - : 페이스북은 페이스북 또는 인스타그램 상에 게재되는 광고를 외부 웹사이트 또는 앱에서 노출시킬 수 있는 오디언스 네트워크 광고 서비스를 강화
 - : 기존 오디언스 네트워크 서비스에 동영상 콘텐츠를 삽입하는 기능을 확대하고 모바일 뿐만 아니라 PC에서도 적용이 가능하도록 개선
 - : 또한, 페이스북의 계정이 없는 비회원 유저에게도 쿠키를 통한 추적을 통해 오디언스 네트워크를 적용한 타깃 광고 노출 가능

페이스북 오디언스 네트워크 동영상 기능 확대



f 페이스북 오디언스(타깃) 네트워크

페이스북 또는 인스타그램 상에 게재되는 광고를 외부 웹사이트나 앱에서 노출하도록 도와주는 광고 기능

- 페이스북 타깃 네트워크 동영상 기능을 확대
 - 기존 타깃 네트워크 서비스에 동영상 콘텐츠를 삽입하는 기능을 확대
 - 타깃 네트워크를 활용하는 페이스북 및 인스타그램 광고주는 동영상 콘텐츠 재생 시에 광고 노출이 가능하며, 게재된 기사 내에 동영상 삽입도 가능
 - 타깃 네트워크 기능을 모바일 뿐만 아니라 PC까지 확대 적용

페이스북 오디언스 네트워크 비회원 노출



* 페이스북 계정을 가지고 있는 이용자를 대상으로 오디언스 타깃팅 및 광고 노출



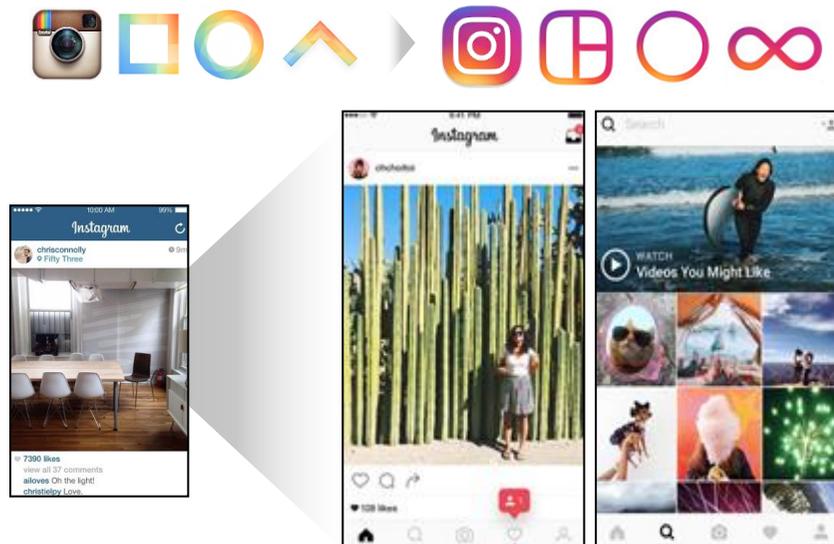
쿠키 정보를 활용하여 페이스북 계정이 없는 비회원에게도 타깃팅 광고 노출 가능

* 단, 유저들은 버튼을 통해 광고 서비스 on/off 설정 가능

D. 인스타그램, 모바일 앱 서비스 개편 및 신규 광고 상품 공개

- 인스타그램, 이용자가 업로드한 콘텐츠를 최대한 강조할 수 있도록 UI 개편 진행
 - 인스타그램은 애플리케이션 아이콘을 변경하고 서비스 화면에서 색상을 최대한 배제하고 이미지를 최대한 강조할 수 있는 심플한 형태로 개편
 - 최근 인스타그램을 통한 동영상 시청자수가 증가함에 따라 슬라이드형 동영상 광고를 새롭게 출시
 - 슬라이드형 동영상 광고는 최대 5개의 동영상 및 이미지를 슬라이드 형태로 볼 수 있어, 다양한 광고를 보다 길고 풍부하게 노출 가능

인스타그램 모바일 APP 서비스 개편



- 인스타그램 애플리케이션 아이콘 업데이트
 - 기존 아이콘에서 이용자들이 가장 좋아하는 요소인 무지개와 카메라 렌즈를 반영
 - 인스타그램, 레이아웃, 하이퍼랩스, 부메랑과 같은 관련 앱의 아이콘에 통일성 반영
- 서비스 화면 UI(User Interface) 개편을 통해 콘텐츠 이미지 강조
 - 기존 서비스 화면에서 최대한 색상 사용을 제외하고 단순한 디자인을 적용하여 이용자가 올린 이미지 자체가 주목 받도록 업데이트

인스타그램 슬라이드형 동영상 광고 공개



- 인스타그램 슬라이드형 동영상 광고 (Video Carousel Ads)
 - 최대 5개의 동영상과 이미지를 사용자가 좌우로 넘기며 볼 수 있는 방식
 - 다양한 광고 콘텐츠를 보다 길고 풍부하게 전달 가능
- 인스타그램 동영상 시청자 수 증가에 맞춰 광고 상품 도입
 - 2015년 12월 대비 인스타그램 동영상 시청자수는 약 40% 이상 증가
 - 동영상 시청자수 증가에 따라 단순한 이미지에서 점차 동영상을 활용한 광고 상품을 추가해 나갈 전망

E. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식(1)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
네이버	뉴스	네이버 태국 플랫폼 사업 본격화	• 네이버가 자회사 라인을 통해 태국 O2O 모바일 플랫폼 사업을 본격화할 예정
		푸드윈도 거래액 급증	• 네이버 푸드윈도 지난달 기준 월 거래액 및 입점 식재료와 식품수가 전년동기대비 3배 이상 급증
	뉴스 댓글 주이용층은 30대 남성	• 네이버 뉴스 기사에 가장 많은 댓글을 쓰는 이용자층은 30대 남성으로 조사	
	서비스	네이버 스페셜 스토리픽 공개	• 콘텐츠 창작자 포트폴리오 '그라폴리오'의 작가들이 이용자의 사연을 그림으로 그려주는 스페셜 스토리픽 오픈
네이버 지식in 전당 오픈		• 네이버는 지난 14년간 지식in이 구축한 빅데이터 기반으로 '지식in 전당' 서비스를 시작	
카카오	뉴스	카카오 1분기 실적 발표	• 모바일 매출 비중이 역대 최대치인 63%를 기록하며 모바일 사업 성장성에 대한 기대감 상승
		하드코어 게임 연이어 출시 예정	• 최근 게임 사업 강화에 노력중인 카카오가 여름시즌 대작 모바일게임을 연이어 출시할 것으로 전망
	서비스	하반기 홈클리닝과 주차시장 진출	• 1분기 실적 발표 컨퍼런스콜을 통해 '카카오홈클린'과 주차 서비스 '카카오주차'를 선보인다고 발표
		카카오 택시 블랙 전화 이용 가능	• 기존 '카카오택시'앱으로만 가능했던 고급택시 콜서비스가 전화를 통해서도 이용 가능
		내키스 시즌2 시작	• 카카오는 팬들이 직접 연예인을 밀어주는 신개념 모바일 서비스 '내가 키우는 스타' 시즌2를 시작

E. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식(2)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
페이스북	서비스	라이브 시간 90분 이상 송출 가능	• 소셜미디어 페이스북이 이용자 확대를 위해 라이브 동영상 서비스의 시간제한을 없앨 전망
		360도 사진 피드에서 시청	• 페이스북은 얼굴인식 알고리즘 '딥페이스'에 적용된 기술을 동영상에도 적용
뉴스	뉴스	메신저 대화 사라지는 기능 시험중	• 페이스북이 메신저 대화 내용을 스냅챗(Snapchat)처럼 15분 뒤 사라지는 기능을 적용할 예정
		마케팅 효과가 가장 좋은 SNS '페이스북'	• 페이스북이 소셜 미디어 플랫폼에서 투자 대비 수익이 가장 높은 것으로 조사됨
트위터	서비스	페리스코프에 드론 생중계 기능 추가	• 트위터가 페리스코프에서 세계 최대 드론업체 DJI의 드론을 활용한 생중계를 지원
		140자 제한 정책 완화	• 트위터는 140자 이내의 단문형 메시지 제한을 풀어 사진이나 링크 등은 글자 수에서 제외하기로 결정
구글	서비스	크롬 플래시 차단 기본으로 설정	• 구글 크롬 웹브라우저에서 플래시 차단을 기본으로 설정할 계획
		이미지로 구글검색 가능	• 모바일에서 구글 검색을 할 때, 단어가 아닌 이미지를 써도 검색 내용 확인
캐시슬라이드	서비스	상점 내 배송상품 서비스 신설	• 배송상품 카테고리는 적립금 캐시로 제품을 구매하고 주소를 입력하면 집으로 배송해주는 서비스
왓츠앱	서비스	PC버전 출시	• 세계 최대 모바일 메신저 '왓츠앱'이 맥이나 윈도 PC에서도 사용할 수 있는 데스크톱 버전을 출시
옐로모바일	뉴스	1분기 실적 발표	• 스타트업 연합군 옐로모바일이 2016년 1분기 영업손실 70억원을 기록
판도라TV	서비스	플러피 화면방송 서비스 추가	• 방송 진행자가 스마트폰에서 실행 중인 웹서핑, 게임 등 화면을 실시간 시청자에게 제공하는 기능
아프리카TV	뉴스	VR 콘텐츠 공모전 개최	• 아프리카TV는 다양한 VR 콘텐츠 발굴과 창작자 육성을 위해 '위드 VR 챌린지' 개최
피키캐스트	서비스	라이브 방송 콘텐츠 공개	• 피키캐스트는 실시간 라이브 방송 기능을 추가해 모바일에 맞는 새로운 라이브 콘텐츠를 공개

nasreport no.258

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea

Media Trend

월간 트래픽 동향

Index.

월간 트래픽 동향

- A. 5월 PC+Mobile(Web+App) 트래픽 전체 순위(1-20위)
- B. 5월 PC 트래픽 전체 순위(1-20위)
- C. 5월 Mobile(Web/App) 트래픽 전체 순위(1-20위)
- D. 5월 Portal_PC /Mobile 트래픽 동향
- E. 5월 SNS_PC/Mobile 트래픽 동향
- F. 5월 Video_PC/Mobile 트래픽 동향

A. 5월 PC+Mobile(Web+App) 트래픽 전체 순위(1-20위)

(순위기준: 순방문자)

순위	순위변화	도메인	사이트+애플리케이션 순방문자	평균 체류시간 (분)	페이지뷰
1	-	naver.com	37,050,829	2,450.66	24,282,930,877
2	-	kakao.com	33,177,546	2,542.82	112,643,648
3	-	daum.net	31,561,637	1,113.69	8,479,322,834
4	-	google.com	30,758,219	172.29	440,198,582
5	-	youtube.com	27,597,530	407.49	736,755,819
6	-	tistory.com	22,251,338	13.92	299,976,618
7	-	google.co.kr	20,949,591	23.02	1,217,855,969
8	▲1	11st.co.kr	20,687,103	79.6	633,545,660
9	▼1	gmarket.co.kr	20,269,918	43.75	752,373,854
10	-	facebook.com	19,835,912	377.5	688,802,723
11	-	band.us	16,984,395	135.05	45,644,249
12	-	auction.co.kr	16,135,954	74.34	815,729,006
13	-	wemakeprice.com	13,962,610	37.61	162,184,373
14	-	coupang.com	13,707,736	30.71	176,394,334
15	-	nate.com	13,220,051	1,709.23	1,446,769,182
16	-	ticketmonster.co.kr	12,539,177	34.48	141,472,419
17	▼1	interpark.com	11,920,546	17.1	230,143,211
18	-	kbstar.com	11,679,473	36.18	412,410,007
19	▲2	gsshop.com	10,275,042	27.73	129,117,121
20	▼1	zum.com	10,135,925	20.03	304,899,321

* Mobile APP의 경우 디바이스에 내장되어 있는 APP이나, 통신사 내장형 APP 순위 제외

* Source : 코리안클릭 5월

B. 5월 PC 트래픽 전체 순위(1-20위)

(순위기준: 순방문자)

순위	순위변화	도메인	순방문자	평균 체류시간 (분)	페이지뷰
1	-	naver.com	30,101,835	325.08	16,557,240,721
2	-	daum.net	23,178,627	159.26	6,005,769,621
3	-	tistory.com	17,346,175	11.04	195,190,086
4	▲2	youtube.com	12,678,964	44.42	671,084,576
5	▼1	11st.co.kr	11,928,413	23.61	534,493,961
6	▲1	google.com	11,884,964	17.01	374,638,897
7	▼2	gmarket.co.kr	11,427,779	25.58	577,343,476
8	-	google.co.kr	10,893,812	20.37	656,452,303
9	-	auction.co.kr	9,872,088	34.96	697,797,120
10	-	zum.com	9,106,852	21.56	293,938,101
11	▲1	facebook.com	8,116,115	29.75	465,609,442
12	▲1	interpark.com	7,932,238	13.63	189,178,688
13	▼2	wemakeprice.com	7,863,001	15.43	135,186,569
14	▲2	kakao.com	7,260,194	5.86	44,447,785
15	▼1	nate.com	7,162,987	82.7	968,257,900
16	▲25	hometax.go.kr	6,814,666	24.8	436,795,451
17	▼2	bing.com	6,782,004	1.65	37,214,055
18	▼1	coupang.com	6,692,752	17.51	147,571,484
19	▼1	kbstar.com	6,274,779	37.41	410,833,210
20	-	ticketmonster.co.kr	5,915,411	16.35	115,693,974

* Source : 코리안클릭 5월

C. 5월 Mobile(Web/App) 트래픽 전체 순위(1-20위)

Mobile_WEB

(순위기준: 순방문자)

순위	순위변화	도메인	순방문자	평균 체류시간 (분)	페이지뷰
1	-	naver.com	17,985,747	278.07	7,723,410,638
2	-	google.co.kr	14,565,744	17.88	561,403,666
3	-	daum.net	11,932,552	138.67	2,472,173,265
4	-	gmarket.co.kr	10,287,056	13.91	175,030,378
5	-	tistory.com	9,530,132	11.72	104,786,532
6	▲1	google.com	9,022,112	4.5	65,559,684
7	▼1	11st.co.kr	7,980,428	11.29	99,051,699
8	-	facebook.com	7,918,276	15.54	223,193,281
9	-	kakao.com	6,799,936	6.62	68,195,863
10	-	auction.co.kr	5,810,812	16.49	117,931,886
11	▲3	cjmall.com	4,556,440	7.29	36,015,466
12	▼1	joins.com	4,426,750	4.16	20,558,419
13	-	chosun.com	4,327,265	5.6	41,141,638
14	▼2	youtube.com	4,010,198	21.58	65,671,243
15	▲2	interpark.com	3,944,497	6.65	40,964,522
16	-	wikipedia.org	3,656,603	3.12	12,998,017
17	▲1	twitter.com	3,441,130	3.55	36,028,388
18	▲7	lotteimall.com	3,411,137	6.22	30,058,042
19	▲9	gsshop.com	3,286,779	6.75	25,518,919
20	▼5	wemakeprice.com	3,088,104	6.92	26,997,804

Mobile_APP

(순위기준: 순이용자)

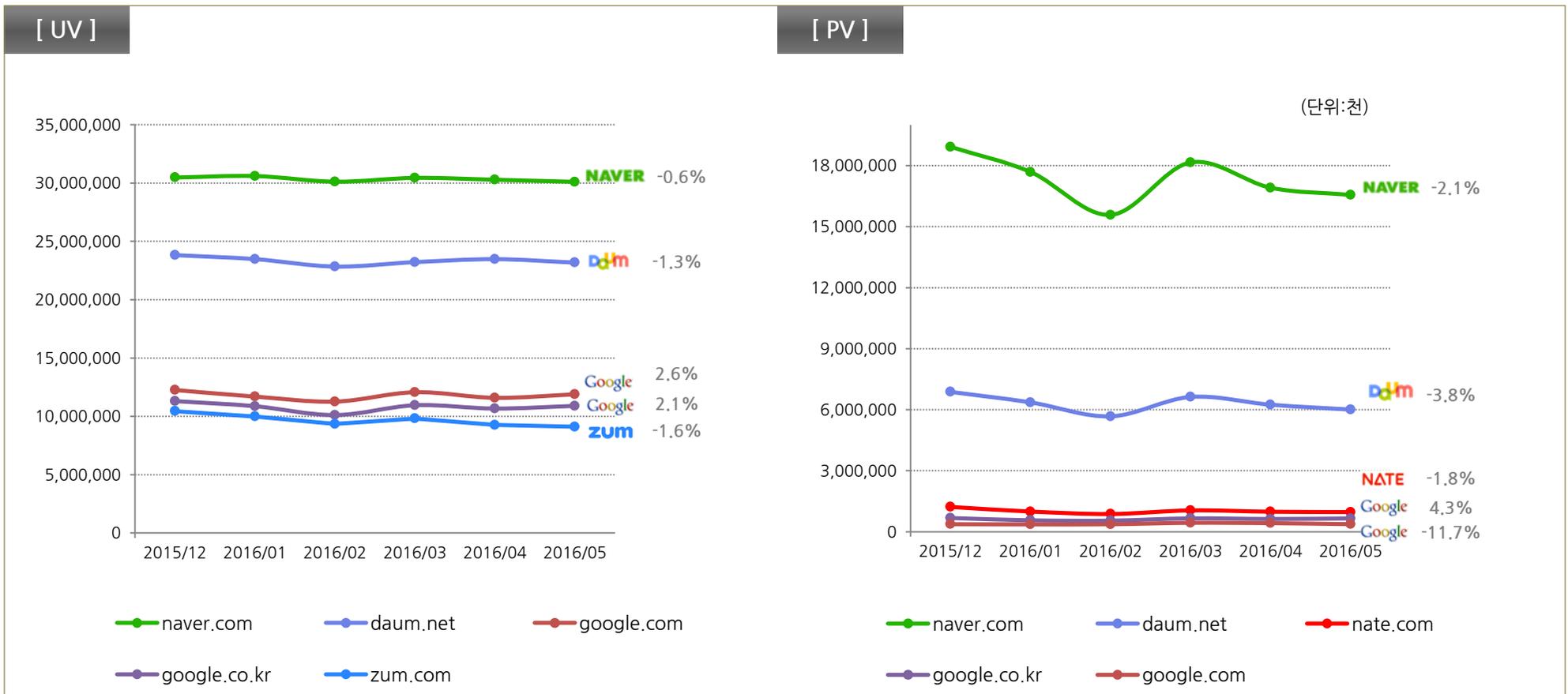
순위	순위변화	애플리케이션	순이용자	총 이용시간 (*1000분)
1	-	카카오톡	29,459,481	25,689,872
2	-	YouTube	21,447,024	10,595,981
3	-	네이버	21,416,453	14,458,268
4	-	밴드	16,175,514	2,256,917
5	-	카카오스토리	15,313,180	1,418,369
6	-	Facebook	11,452,600	6,978,300
7	▲3	11번가	9,389,843	1,219,852
8	▼1	Syrup	9,017,737	134,819
9	▼1	네이버지도	8,787,942	339,139
10	▼1	Google+	8,650,981	57,090
11	-	후후	8,426,638	233,681
12	▲1	OK캐쉬백	8,047,605	3,171,046
13	▲3	캐시슬라이드	7,920,207	10,810,733
14	▼2	쿠팡	7,632,632	286,048
15	▼1	다음	7,606,825	2,858,409
16	▲2	위메프	6,790,573	382,455
17	-	T map	6,713,163	1,898,552
18	▼3	멜론	6,660,955	1,638,373
19	-	KB국민은행 스타뱅킹	6,591,555	158,598
20	▲5	티몬	6,356,411	318,151

* Mobile APP의 경우 디바이스에 내장되어 있는 APP이나, 통신사 내장형 APP 순위 제외

* Source : 코리안클릭 5월

D. 5월 Portal_PC 트래픽 동향

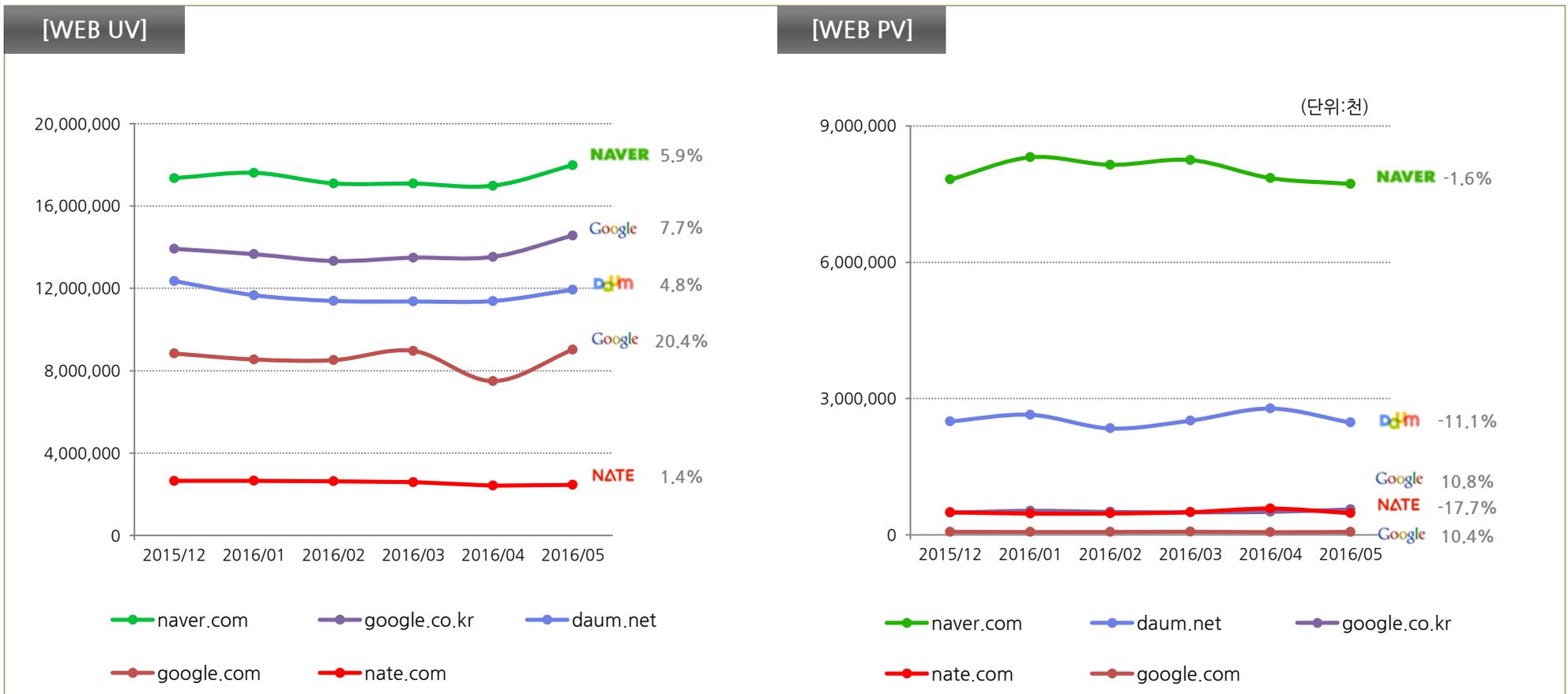
- 전체적인 포털 PC 트래픽 어린이날부터 시작된 연휴의 영향으로 전월 대비 감소세를 나타냄
- 네이버와 다음은 커뮤니티 및 뉴스&미디어 섹션 이용 감소로 전월 대비 UV와 PV 모두 하락세를 기록
- 구글(google.co.kr)은 13-18세 연령층의 유입 증가 및 활동성 개선의 영향으로 전체적인 트래픽 증가



* Source : 코리안클릭 5월

D. 5월 Portal_Mobile WEB 트래픽 동향

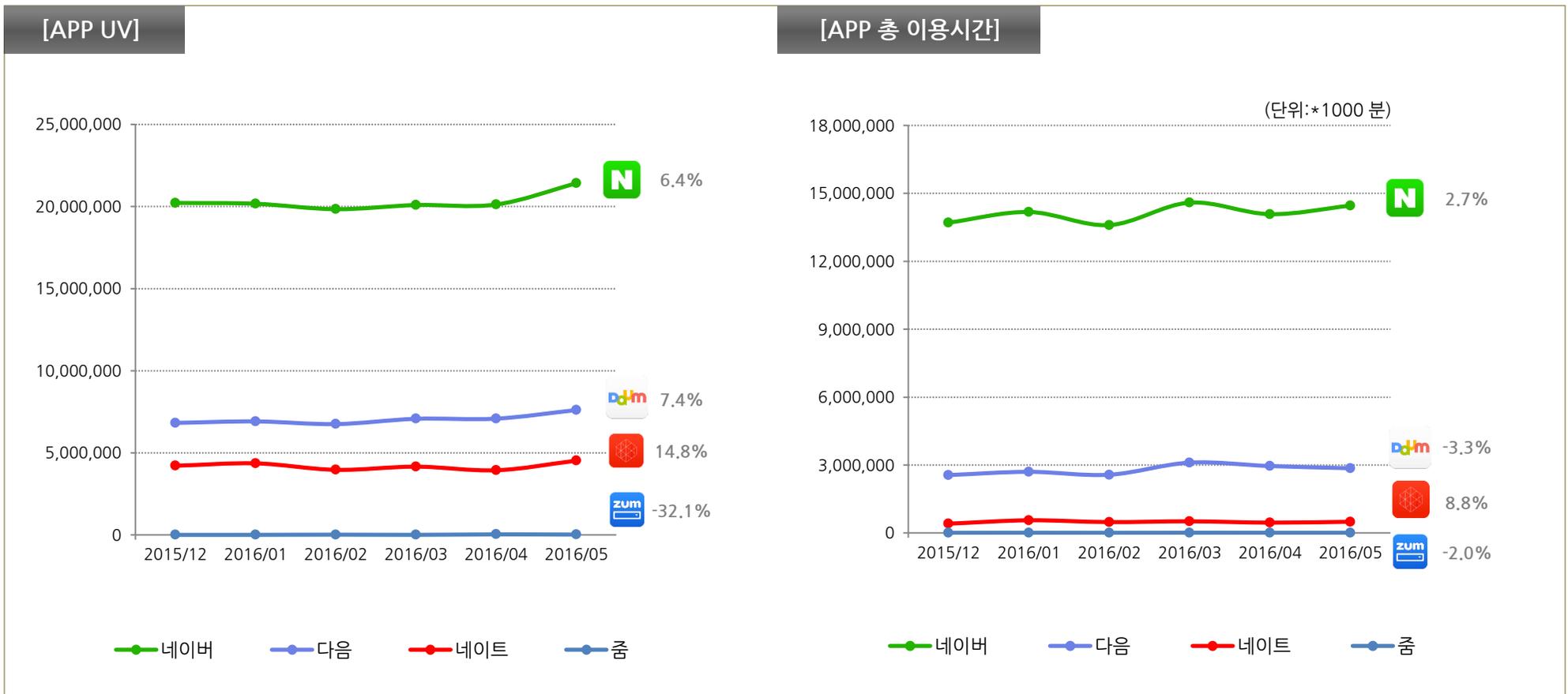
- 전체적인 포털 모바일웹 트래픽 전월 대비 UV는 증가세를 보였으나 PV는 감소세를 기록
- 구글(google.com)은 35-49세 연령층의 방문 증가로 전월 대비 UV 20.4% 큰 폭으로 상승을 나타냄



* Source : 코리안클릭 5월

D. 5월 Portal_Mobile APP 트래픽 동향

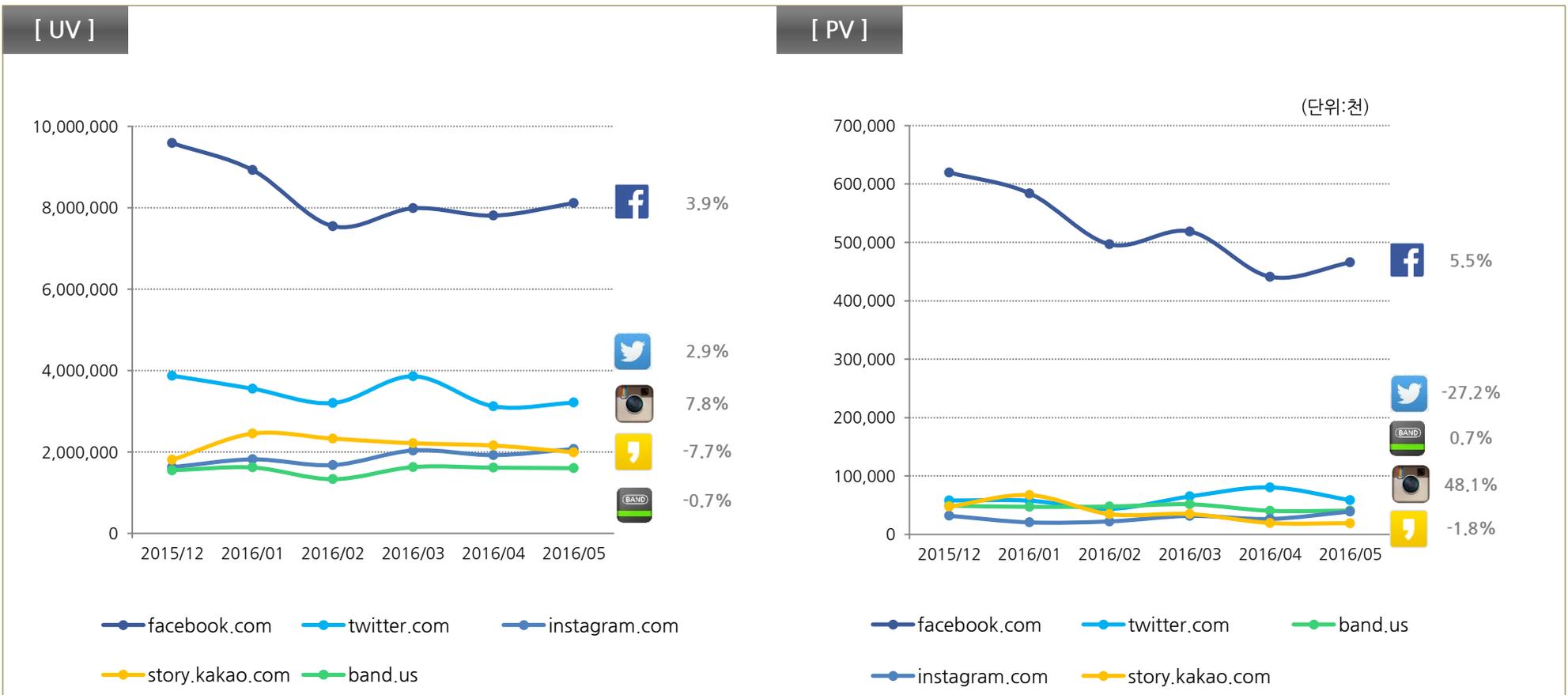
- 포털 모바일앱 전체적인 트래픽은 전월 대비 증가세를 나타냄
- 네이버는 남성 이용자수 증가와 13-18세 연령층의 활동성 개선으로 전월 대비 UV와 PV 각각 6.4%, 2.7% 상승
- 네이트는 19-24세 연령층의 이용량 및 활동성 개선되며 전체적인 트래픽 전월 대비 증가를 기록



* Source : 코리안클릭 5월

E. 5월 SNS_PC 트래픽 동향

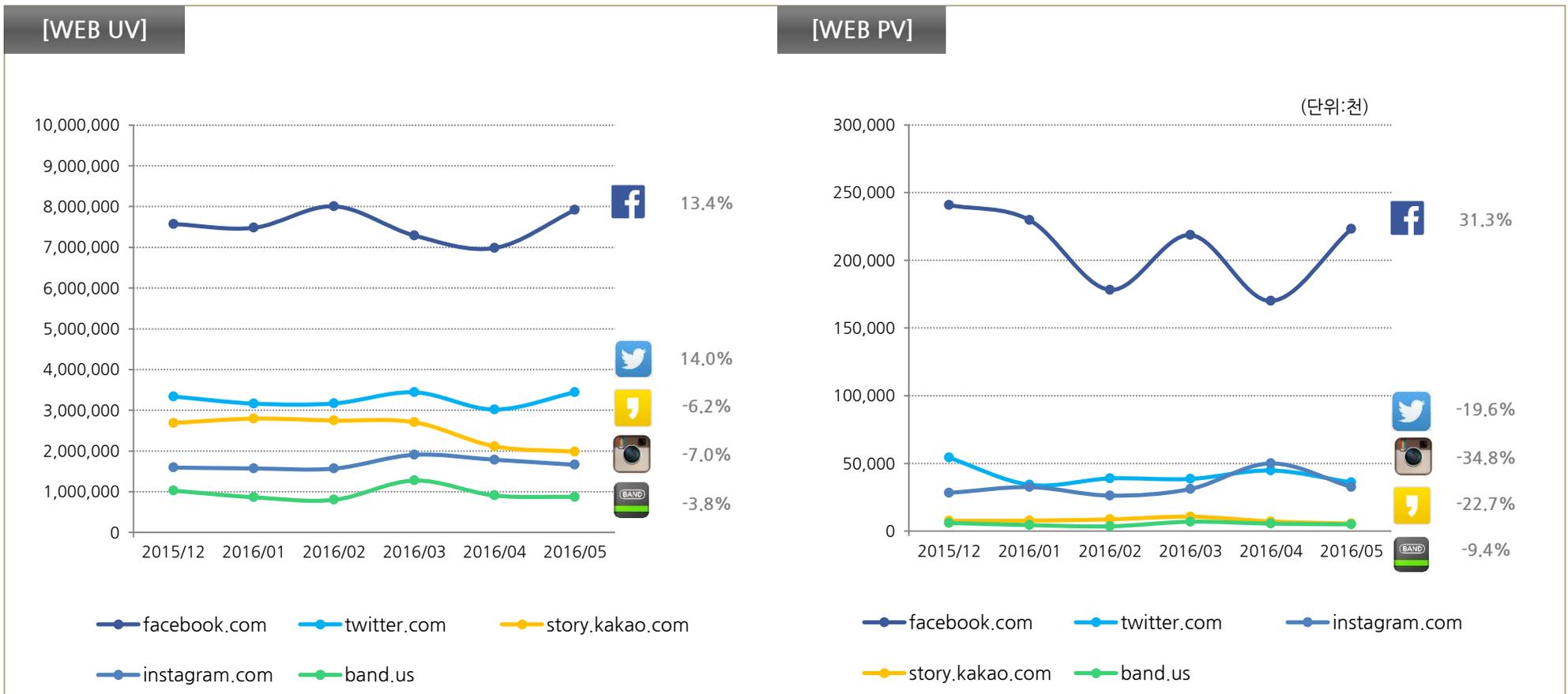
- 전체적인 PC SNS 트래픽 전월 대비 증가세를 기록
- 페이스북은 19-24세 연령층의 방문량 증가 및 활동성 개선으로 전월 대비 UV와 PV 각각 3.9%, 5.5% 상승을 나타냄
- 카카오토리는 2016년 1월 이후 지속적인 이용자 및 활동성 하락세를 나타냄



* Source : 코리안클릭 5월

E. 5월 SNS_Mobile WEB 트래픽 동향

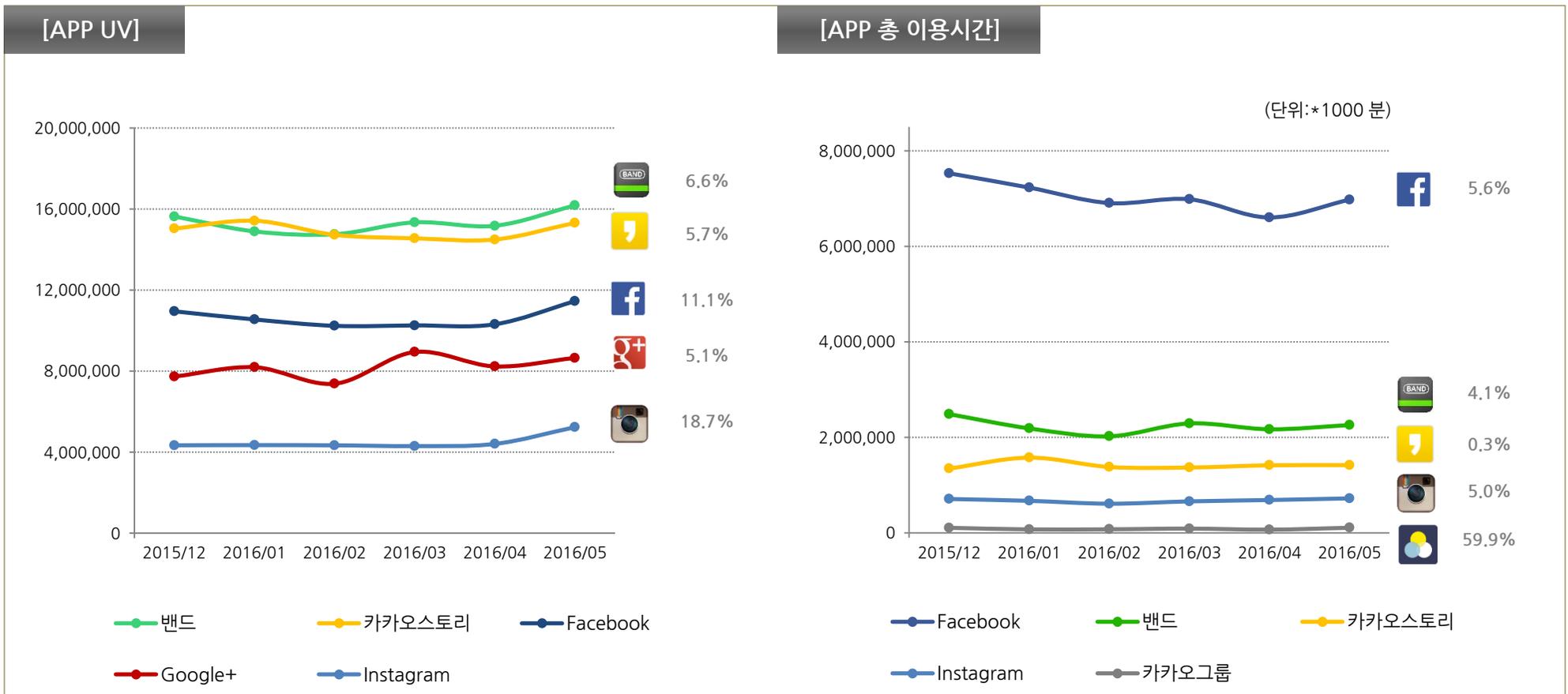
- 페이스북은 12세 이하 연령층을 제외한 전연령층의 이용량 증가로 전월 대비 UV와 PV 모두 큰 폭으로 상승
- 트위터는 20-30대 연령층의 방문은 큰 폭으로 증가했으나 18세 이하 연령층의 활동성 약화로 PV는 19.6% 하락
- 인스타그램은 여성 이용자수 감소의 영향으로 전월 대비 UV 7.0% 하락을 기록



* Source : 코리안클릭 5월

E. 5월 SNS_Mobile APP 트래픽 동향

- 전체적인 SNS 모바일앱 이용량은 전월 대비 증가세를 나타냄
- 밴드는 전연령층의 이용 및 활동성 개선의 영향으로 전월 대비 UV와 총 이용시간 각각 6.6%, 4.1% 상승
- 카카오그룹은 전월 대비 35-39세 연령층의 이용량 큰 폭으로 증가하며 새롭게 순위권 진입

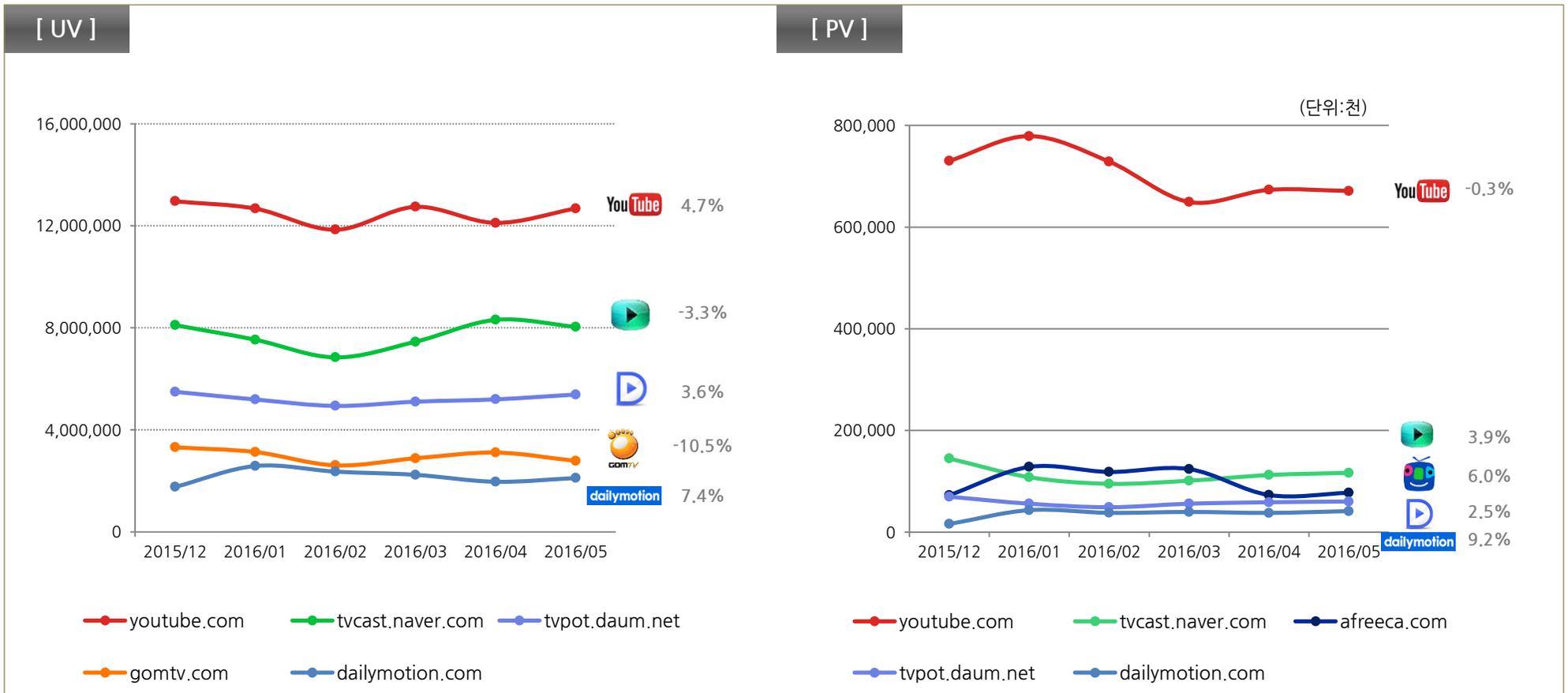


* Source : 코리안클릭 5월

F. 5월 Video_PC 트래픽 동향

- 유튜브 전월 대비 UV는 증가 했으나, 19-24세 연령층의 활동성 약화의 영향으로 PV는 전월 대비 소폭 감소
- 곰tv는 전월 대비 남성 이용자수 감소하며 UV 10.5% 큰 폭으로 하락
- 프랑스 동영상 공유 플랫폼 데일리모션은 19-24세 연령층의 이용량 증가로 UV와 PV 각각 7.4%, 9.2% 상승

* Video 카테고리는 닐슨 코리안클릭 데이터를 기반으로 동영상 콘텐츠를 제공하는 플랫폼을 자체 선정

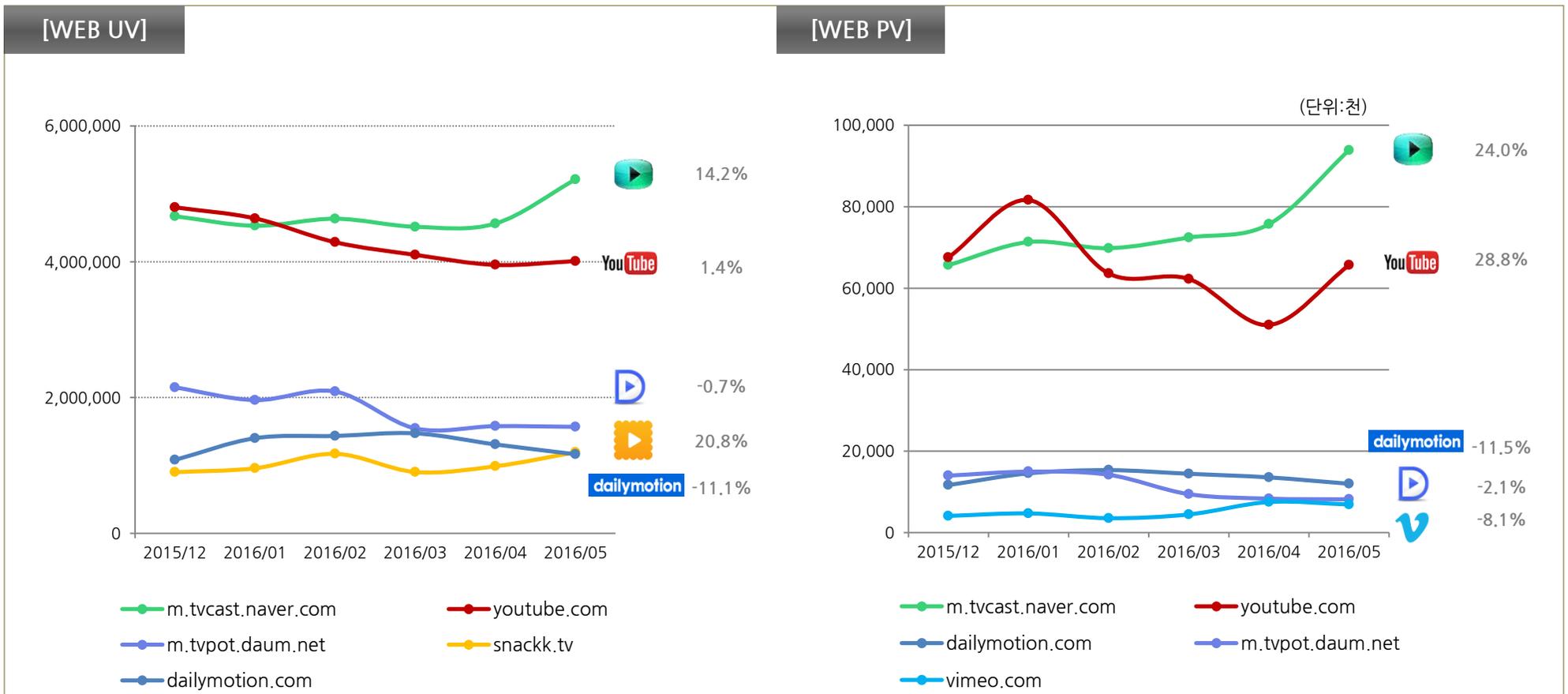


* Source : 코리안클릭 5월

F. 5월 Video_Mobile WEB 트래픽 동향

- 2016년 2월 이후 꾸준한 상승세를 기록 중인 네이버 tv캐스트는 전월 대비 전체적인 트래픽 큰 폭으로 증가
- 유튜브는 남성 이용자의 활동성 개선으로 전월 대비 PV 28.8% 증가를 나타냄
- 스낵TV(snack.tv)는 여성 방문자수 급증의 영향으로 전월 대비 UV 20.8% 상승을 기록

* Video 카테고리는 닐슨 코리아클릭 데이터를 기반으로 동영상 콘텐츠를 제공하는 플랫폼을 자체 선정

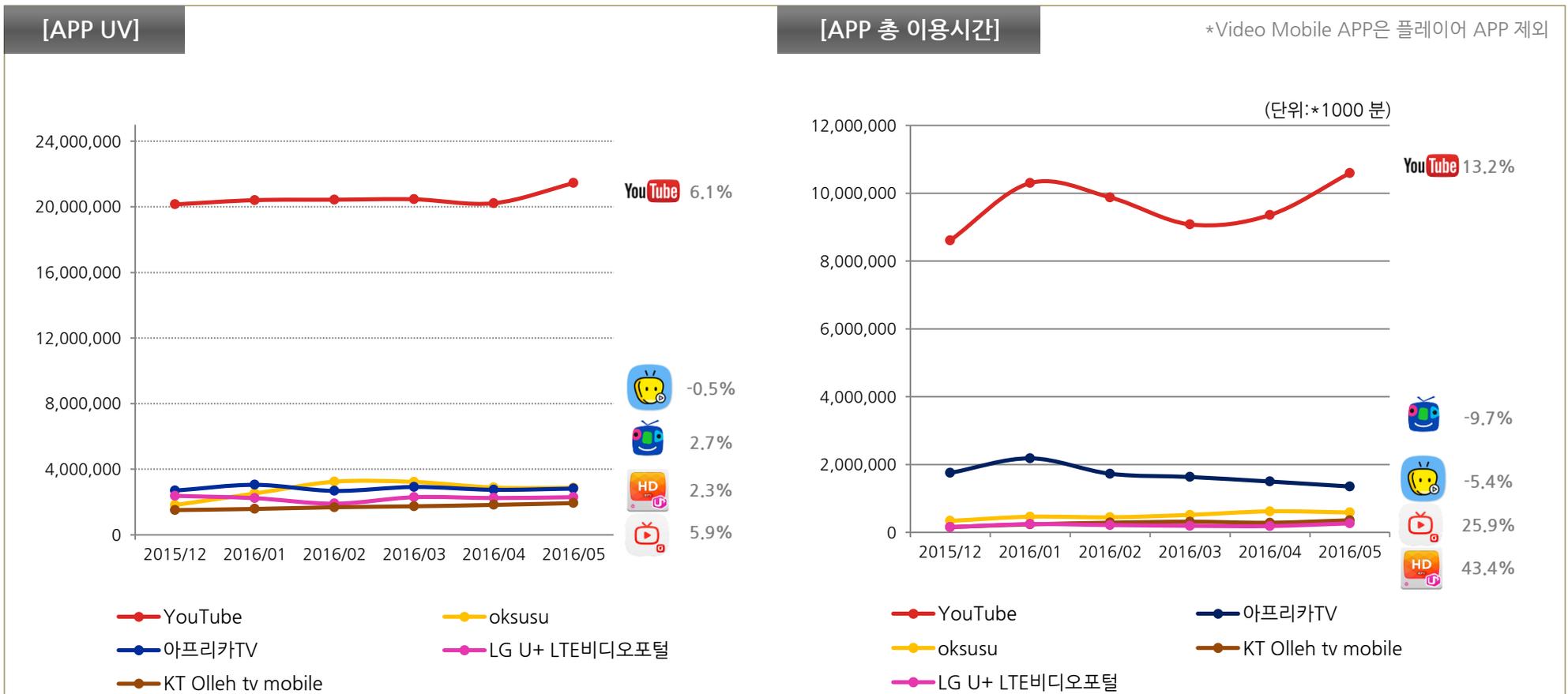


* Source : 코리아클릭 5월

F. 5월 Video_Mobile APP 트래픽 동향

- 전체적인 동영상 모바일앱 트래픽 전월 대비 증가세를 나타냄
- 유튜브는 전연령층의 이용량 증가로 전월 대비 UV와 PV 각각 6.1%, 13.2% 상승을 기록
- 최근 모바일 IPTV 콘텐츠를 확대를 진행중인 kt 올레 tv와 LG유플러스 LTE는 전월 대비 전체적인 트래픽 증가세를 나타냄

* Video 카테고리는 닐슨 코리안클릭 데이터를 기반으로 동영상 콘텐츠를 제공하는 플랫폼을 자체 선정



* Source : 코리안클릭 5월

nasreport no.258

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea



Media Trend

신규매체 & 신규상품

Index.
신규매체 & 신규상품

- A. 잡플래닛
- B. 고고씽
- C. 겿차
- D. 밀크
- E. 봉봉(vonvon)
- F. 그리드잇

* 신규 매체 현황/상품 내용은 일부 변경될 가능성 있으며, 제안 시 추가 확인 필요

A. 잡플래닛

구직자 및 취업 준비생에게 직장인의 실제적인 기업 리뷰 및 정보를 제공하는 매체로

동영상 광고 시청 시, 기업 리뷰 작성을 하지 않아도 “기업 리뷰”를 볼 수 있는 권한을 부여하여 높은 효과 기대

▶ 매체 현황



- 특징
 - 1) 구직자 및 취업 준비생 타겟을 다수 보유한 버티컬 매체로 해당 타겟 대상 캠페인 집행 시 용이
 - 2) PC/MO 모두 집행 가능하여 동일기간 캠페인 집행 시 높은 효과 기대
- OS : Android | iOS, 모두 보유
- 매체력 : 누적다운로드 150만, PV : 1천만+/월
- 타겟팅 : 불가
- 광고상품 : CPV, CPVC

▶ 주요 상품 설명

- 콘텐츠 블라인드 동영상 광고(MO) -

기업 리뷰 미 작성 유저는 타 유저의 리뷰 열람 불가

동영상광고 시청 및 광고주 페이지 랜딩

기업 리뷰 1건 열람 가능

- 콘텐츠 블라인드 동영상 광고(PC) -

기업 리뷰 미 작성 유저는 타 유저의 리뷰 열람 불가

동영상광고 시청 및 광고주 페이지 랜딩

기업 리뷰 1건 열람 가능

B. 고고씽

국내/외 30여 곳의 항공사에서 특가정보를 실시간 자동 수집하여 서비스 중인 매체로
“여행”업종 관심 유저를 다수 보유하여 해당 타겟 캠페인 집행 시 높은 효과 기대

▶ 매체 현황



• 특징 :

- 1) 구글 스토어 내 1,000개 이상의 리뷰 및 높은 평점 보유
- 2) '여행'업종에 특화된 서비스 제공 중으로 2030세대 유저 다수 보유

• OS : Android

• 누적 다운로드 : 15만, DAU : 1~4만, PV : 50만/월

• 판매방식 : CPC, CPM, CPP(Cost Per Period)

• 광고상품 : 카드뷰, 탭배너, 종료팝업

▶ 주요 상품 설명

- 카드뷰 -



피드 사이 컨텐츠 형식 노출

- 이미지 푸쉬 -



항공사 관련 광고일 경우 제공

- 탭배너 -



항공권 정보 상단 빅배너 노출

- 종료팝업 -



앱 종료 시 전면 팝업 노출

C. 겿차

신차 구입 시 최저가 구매가 가능하도록 딜러와 구매자를 연결시키는 중개 매체로
2040세대 후반 남성 유저를 다수 보유하여 해당 타겟 캠페인 집행 시 용이

▶ 매체 현황



- 특징 : 기존 광고 영역 외 집행을 원하는 영역이 있을 시 개발 협의 후 집행 가능
- OS : Android | iOS, 모두 보유
- 누적다운로드 : 5만, PV : 10만/2주
- 판매방식 : CPP(Cost Per Period)
- 광고상품 : 메인페이지 상단롤링, 앱 진입 시 전면팝업 배너

▶ 주요 상품 설명

- 상단 롤링 -



메인 화면 상단
롤링배너 노출

- 전면팝업 -



앱 진입 시
전면팝업 노출

- 개발 협의에 따른 집행 사례 -



핫딜/현황 탭 내
노출 상품 클릭



상품 상세 현황 페이지 내
"보험료 계산" 탭 생성



보험료 계산
페이지 랜딩

D. 밀크

삼성전자 갤럭시 휴대폰 유저들에게 음원 서비스를 무료로 제공하는 매체로

음성 및 배너광고가 가능하며, 3040세대 유저를 다수 보유하여 해당 타겟 캠페인 집행 시 용이

▶ 매체 현황



• 특징

- 1) "브랜드스테이션" 상품의 경우, 광고주의 플레이리스트 생성/노출이 가능하여 브랜딩 광고주 집행 시 용이
- 2) "플로팅배너" 내 랜딩 URL 삽입 불가, "전면팝업"내 랜딩 URL 삽입 가능하나 이벤트 내용 포함 필수
- 3) "삼성전자" 경쟁사 캠페인 집행 불가, 광고 음원 성향에 따라 송출 가능 범위(스테이션) 상이

•매체력 : 누적다운로드 500만, DAU : 23만

•타겟팅 : 불가

•광고상품 : CPL(Cost Per Listen), 브랜드스테이션

▶ 주요 상품 설명

- 음성광고 + 플로팅배너 -



[A음성광고20초]



[아티스트 멘트-광고X]



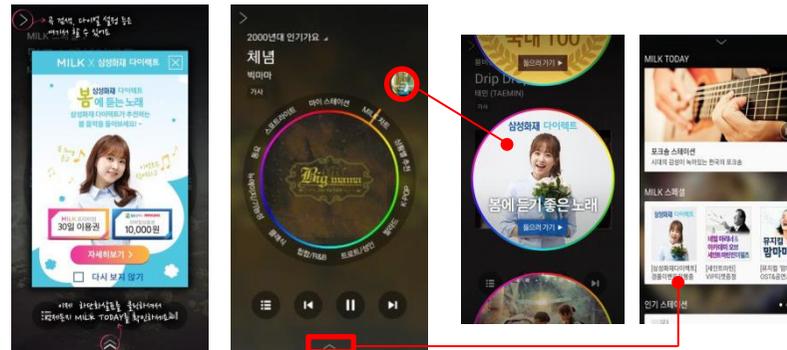
[B음성광고20초]

4곡 스트리밍 이후 마다
음성광고 또는 아티스트 멘트 삽입



음원 스트리밍 시 배경화면 내 배너 노출
("브랜드스테이션" 내에도 동일 노출)

- 브랜드스테이션 -



앱 진입 시
전면팝업 노출

음원 재생 화면 내 우측상단 아이콘 클릭,
하단 알림바 드래그 시 브랜드스테이션 광고 노출

E. 봉봉(vonvon)

자체 웹 사이트 및 SNS를 통한 참여형 콘텐츠 생산과 바이럴이 가능한 매체로
유사 타 매체 대비 매체력 및 파급력이 높아 캠페인 집행 시 높은 효과 기대

▶ 매체 현황



- 특징
 - 1) 유사 타 매체 대비 높은 매체력 및 다양한 노출 지면을 보유하여 캠페인 집행 시 높은 효과 기대
 - 2) 전체 트래픽의 약 90%가 SNS를 통해 유입되어 SNS를 통한 바이럴 극대화 가능 (콘텐츠 평균 공유율 : 17%)
- 매체력 : UV : 약 900만/월, PV : 1.3억/월
- 타겟팅 : 불가
- 광고상품 : 브랜드 콘텐츠, 배너 광고

▶ 주요 상품 설명

- 브랜드 콘텐츠 -



퀴즈 타입 : 심리테스트 등의 참여를 통한 흥미유발



게임 타입 : 단계별 게임을 통한 흥미유발



이미지 타입 : 문항을 풀이하는 동안 이미지 노출

- 배너 광고 -



퀴즈 문항 화면의 선택지 하단 노출



퀴즈 문항 화면의 선택지 상단 노출



콘텐츠 인트로 페이지 최상단 노출

F. 그리드잇

SNS를 통한 푸드컨텐츠 바이럴 플랫폼으로, 대표 페이지로는 “오늘 뭐 먹지?” 보유 중이며 페이스북, 인스타그램, 카카오토리 등을 활용하여 다양한 푸드컨텐츠 서비스 중

▶ 매체 현황



- 특징 : 페이스북 페이지 내 푸드 관련 주요 채널 다수 보유 중(페이지 총 팬 수 500만)
- 대표 페이지 : 오늘 뭐 먹지, 맛집뉴스 등
- OS : Android | iOS, 모두 보유
- SNS 페이지 총 팬(Fan) 수 : 약 500만
- 광고상품 : 페이지 내 컨텐츠 포스팅

▶ 주요 상품 설명

- 페이스북 페이지 -

도달 : 약 540만
View : 약 1,300만



- 페이지명 : 오늘 뭐 먹지?
- 팬(fan) 수 : 344만명
- 컨텐츠 View : 9억/월
- 도달 : 1,500만/주

도달 : 약 660만
조회 : 약 257만





more than expected!

nasmedia

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

- 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청



nasmedia

미디어전략실 트렌드전략팀