

20
17

APR

no. 268

MEDIA TREND

미디어 동향 및 마켓 이슈

INDEX

디지털 미디어 & 마켓 이슈

MEDIA ISSUE

- A. 네이버 PC 메인 화면 개편
- B. 카카오톡 주문하기 서비스 도입
- C. 페이스북, 몰입형 광고 상품 '컬렉션' 출시

MARKET ISSUE

- D. 네이버 vs 카카오, AI 서비스 현황
- E. 제19대 대통령 선거 특집 페이지 오픈

A. 네이버 PC 메인 화면 개편

- 네이버는 다양한 이용자 기기 환경 고려 및 모바일 연동성 강화 목적으로 3년 만에 PC 메인 화면 개편_3월 27일 적용

: 넓은 화면의 디바이스 이용 증가에 맞춰 가로화면 크기 및 검색창 크기 확대, 가시성 개선

: 뉴스스탠드 노출 언론사 확대 및 모바일 주제판 도입하여 다양한 콘텐츠 노출, 언론사 및 주제판에 대한 개인 설정 기능 강화

네이버 PC 메인 화면 개편



1. 디자인 개편

- ① 가로화면 크기 확대
: 공간 활용도를 높이고, 가시성 개선
- ② 검색창 크기 및 주변 영역 확대
: 검색창 확대 및 추천 키워드 삭제하여 검색 집중도 향상

2. 뉴스스탠드 변화

- ③ 뉴스스탠드 노출 방식 변경
: 언론사 수 확대 및 신문 썸네일에서 로고로 변경
: 마우스오버시 구독/기사보기 노출, 뉴스 채널 설정의 접근성 강화

3. 모바일 연동 강화

- ④ 모바일 주제판 도입
: 모바일과 동일한 주제판을 적용해 다양한 콘텐츠 노출
설정 기능을 통해 관심있는 분야 구성 가능
모바일 설정과 연동하여 개인화 영역으로 활용

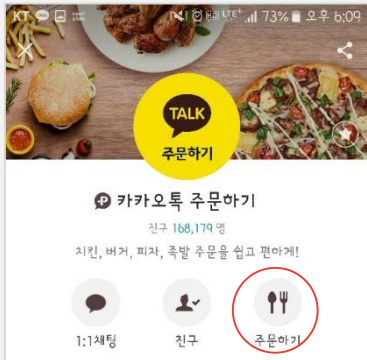
B. 카카오톡 주문하기 서비스 도입

- 카카오톡에서 피자, 치킨, 버거, 한식 등 프랜차이즈 브랜드의 음식을 주문할 수 있는 ‘주문하기’ 서비스_3월 21일 오픈
 - : 카카오톡 주문하기는 별도의 앱 설치 없이 카카오톡 플러스친구나 더보기 탭을 통해 배달음식 주문 가능, 배달의 민족, 요기요 등의 ‘배달 앱’과 경쟁
 - : 빠르고 쉬운 주문 프로세스는 강점, 대형 프랜차이즈 브랜드 위주로 입점하여 메뉴 선택의 다양성 부족은 개선 필요 사항
 - : 카카오톡을 생활밀착형 플랫폼으로 진화시키는 첫번째 단계로 향후 장보기, 상담, 예약 등의 기능이 도입될 예정

카카오톡 주문하기 서비스

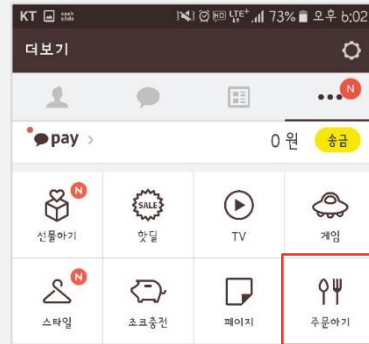
1. 주문하기 서비스 선택

① 카카오톡 주문하기 플러스친구 추가

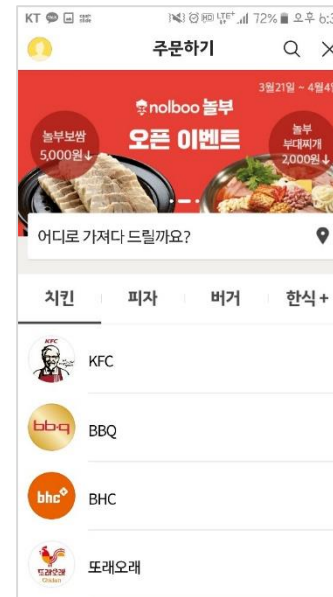


or

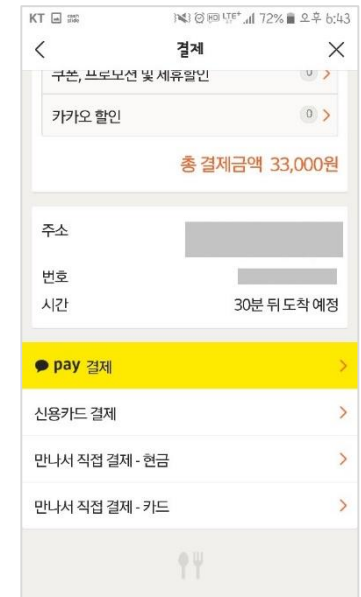
② 카카오톡 ‘더보기’ 탭에서 주문하기 선택



2. 주문 업체 및 메뉴 선택



3. 결제



C. 페이스북, 몰입형 광고 상품 ‘컬렉션’ 출시

- 최대 50개의 제품 이미지를 뉴스피드 내에 표현, 몰입도 높은 컬렉션 형태로 이용자 제품 구매 유도 가능_3월 24일 적용

: 2017년 출시한 첫 광고 상품으로 브랜드가 이용자에게 전달하고자 하는 제품 이미지나 동영상 한 게시물 안에 묶어서 표현

: 모바일 환경에서 이용자의 제품 발견, 탐색, 구매를 연결시킬 수 있는 상품으로

계절 이슈, 신상품 런칭, 기획전 등 특정 주제에 맞는 개별 상품 이미지 부각 및 이용자 구매 유도 가능

페이스북 ‘컬렉션’ 출시

뉴스피드 내 컬렉션 상품 노출

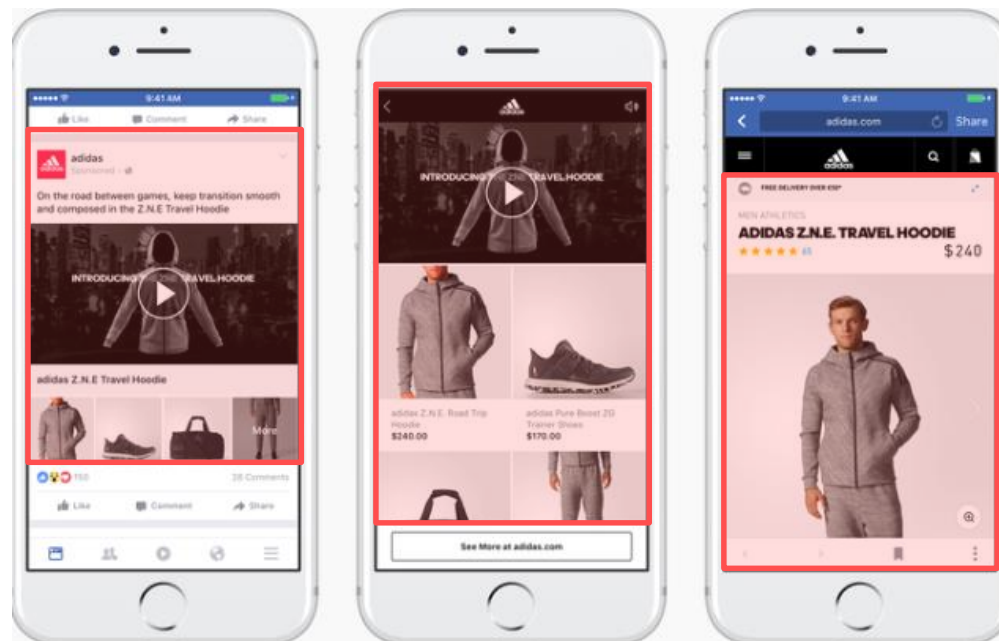
: 메인 동영상 or 이미지
+ 상품 이미지 4개

컬렉션 전체 상품 노출

: 상품 이미지 영역 클릭 시
앱 이탈 없이 전체 상품 로딩

구매 페이지 연결

: 개별 상품 선택 시
구매 페이지로 연결



D. 네이버 vs 카카오, AI 서비스 현황

- 네이버는 네이버랩스 주도로 AI 서비스 개발·적용, 카카오는 카카오브레인 설립 및 사내 전담 조직 신설하며 AI 서비스 개발 박차

: 네이버는 다양한 분야에서 AI를 적용해 온/모바일 서비스를 고도화하고 있으며, 로봇·자율주행 자동차 등의 산업으로 AI 영역 확대

: 카카오는 상반기 내 카카오톡, 멜론, 택시 호출 등 카카오택시 서비스에 AI 플랫폼을 결합해 획기적인 생활밀착형 서비스를 제공할 계획



E. 제19대 대통령 선거 특집 페이지 오픈

- 제 19대 대통령 선거를 앞두고 공약과 정책, 관련 뉴스 등 선거 관련 정보를 제공, 검증된 뉴스 유통 노력

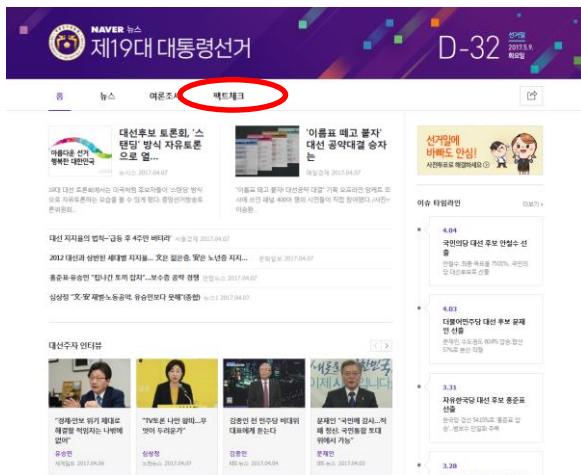
: 네이버는 특별페이지 내 '팩트체크' 메뉴를 통해 검증 뉴스 전달로 차별화

: 카카오는 카카오톡 플러스친구 공식 계정을 통해 후보자의 콘텐츠 전달, 다음 특별페이지에서는 4월 17일부터 후보자 특화 콘텐츠 전달 예정으로 '인물'별 정보로 차별화

: 구글의 경우 국내 기사에 '팩트체크' 기능을 4월 7일 도입, 특정 언론사와 파트너십을 통해 사실 확인 기준을 충족한 기사에 대해 '팩트 체크' 라벨을 붙일 수 있음

제 19대 대통령 선거 특집 페이지

[네이버]



[카카오톡 플러스친구]



[다음]



[구글]



~~more than expected!~~ nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청