

2019
06 —

Vol. 294

MEDIA TREND

미디어 동향 및 마켓 이슈

Index

디지털 미디어 & 마켓 이슈

MEDIA ISSUE

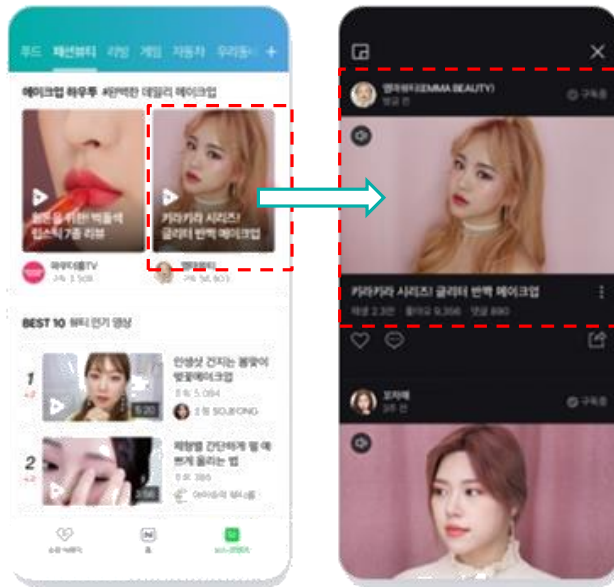
- 네이버, '동영상 뷰어' 및 '우선 검색 옵션' 등 멀티미디어 기능 강화
- 카카오커머스, 2인 공동구매 서비스 '톡딜' 오픈베타
- 구글, 하반기에 적용될 모바일 특화 신규 광고 공개
- 트위터, K-POP 콘텐츠 확보 및 양방향 소통 기능 확대

MARKET ISSUE

- AR 필터 파급 효과... '스냅챗' 트래픽 및 이슈 급상승
 - 젊은 층을 중심으로 TV 시청 행태 변화... OTT 영향력 확대
 - 이달의 단신 소식
-

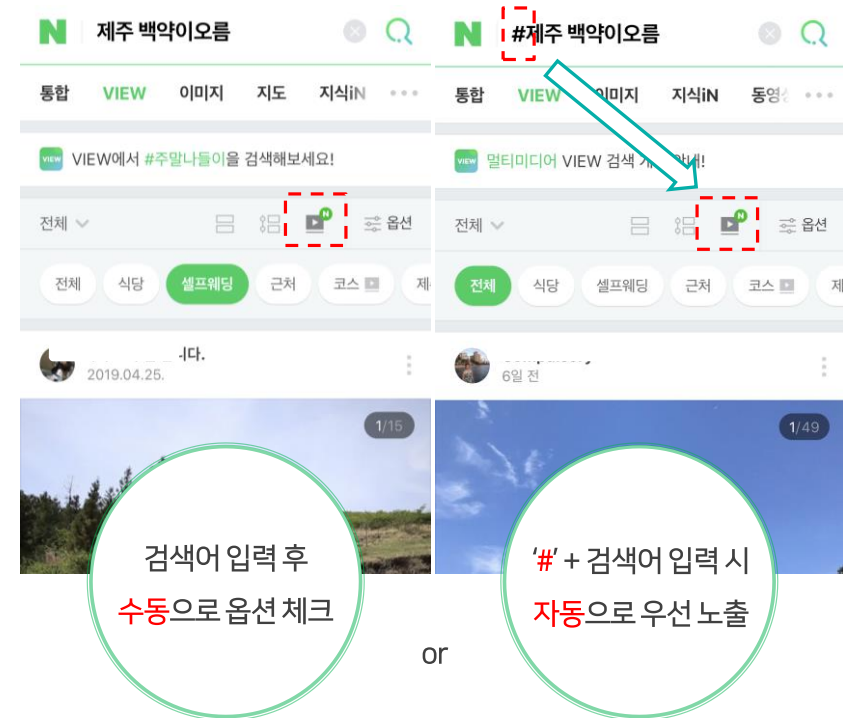
네이버, '동영상 뷰어' 및 '우선 검색 옵션' 등 멀티미디어 기능 강화

- 신규 앱 내 '동영상 전용 뷰어' 베타 적용



- AiRS 기반으로 추천된 다양한 영상 연속 시청 가능
- 푸드 · 자동차 · 리빙 · 패션뷰티 · 게임 5개 주제판 우선 적용

- 동영상 · 사진 우선 검색 설정 도입(5월 27일)

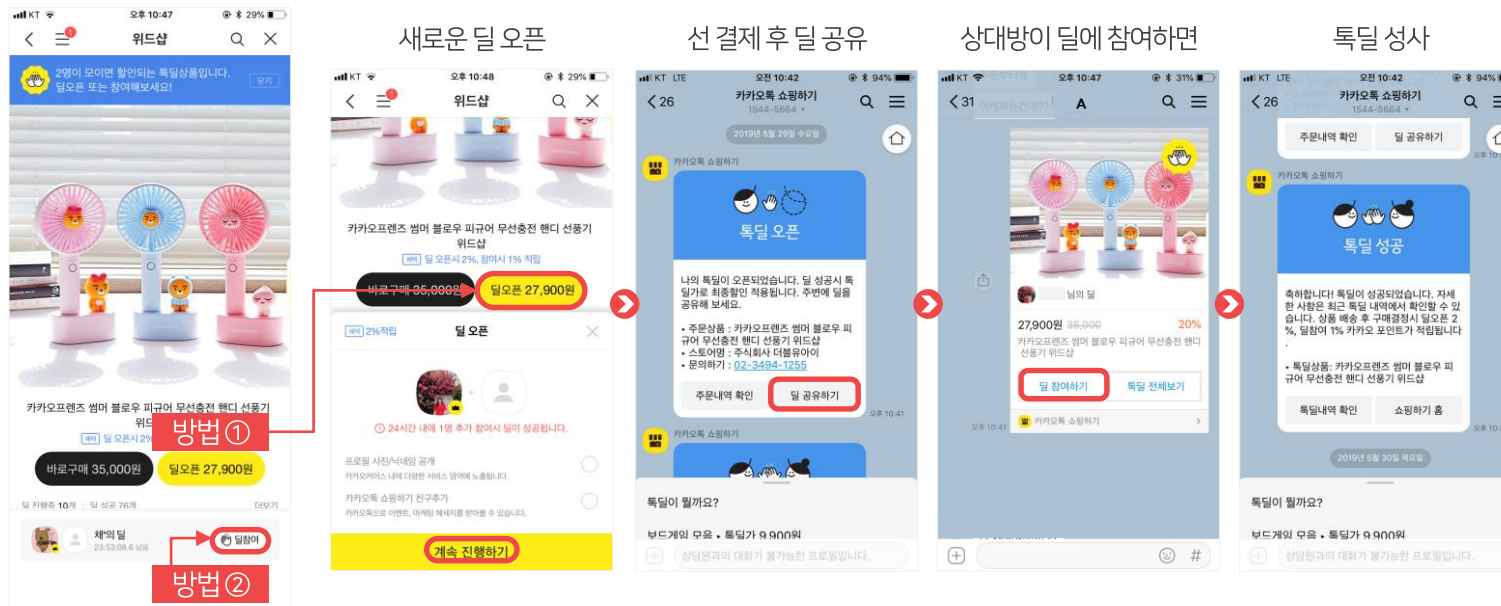


* Source : 네이버

- 네이버는 멀티미디어(동영상 · 사진 등) 콘텐츠의 소비 활성화 및 사용성 개선을 위해 '동영상 전용 뷰어'와 '우선 검색 설정' 도입 (5월 30일)
- 동영상 전용 뷰어에는 V라이브 · 블로그 · 카페 등 다양한 네이버의 동영상 콘텐츠가 노출되며, AI 콘텐츠 추천 기술 AiRS를 통해 맞춤형 동영상 연속 시청 유도
- 멀티미디어 우선 검색 설정 시 블로그나 카페에 업로드된 멀티미디어 정보가 최상단에 노출되며, 검색어 앞에 '#'을 붙이면 별도 설정없이 자동으로 적용됨

카카오커머스, 2인 공동구매 서비스 '톡딜' 오픈베타

2인 공동구매 서비스 '톡딜'



기 오픈된 딜 참여하면 완료

✓ 톡딜이란?

24시간 내 2명이 함께 구매하면
가격이 할인되는 2인 공동구매 서비스

✓ 톡딜 이용 방법

- ① 새로운 딜을 직접 오픈 후
딜 참여자를 기다리거나
딜 공유를 통해 지인과 성사시킬 수 있음
- ② 타 이용자가 오픈한 딜에 참여해 구매

✓ 효과

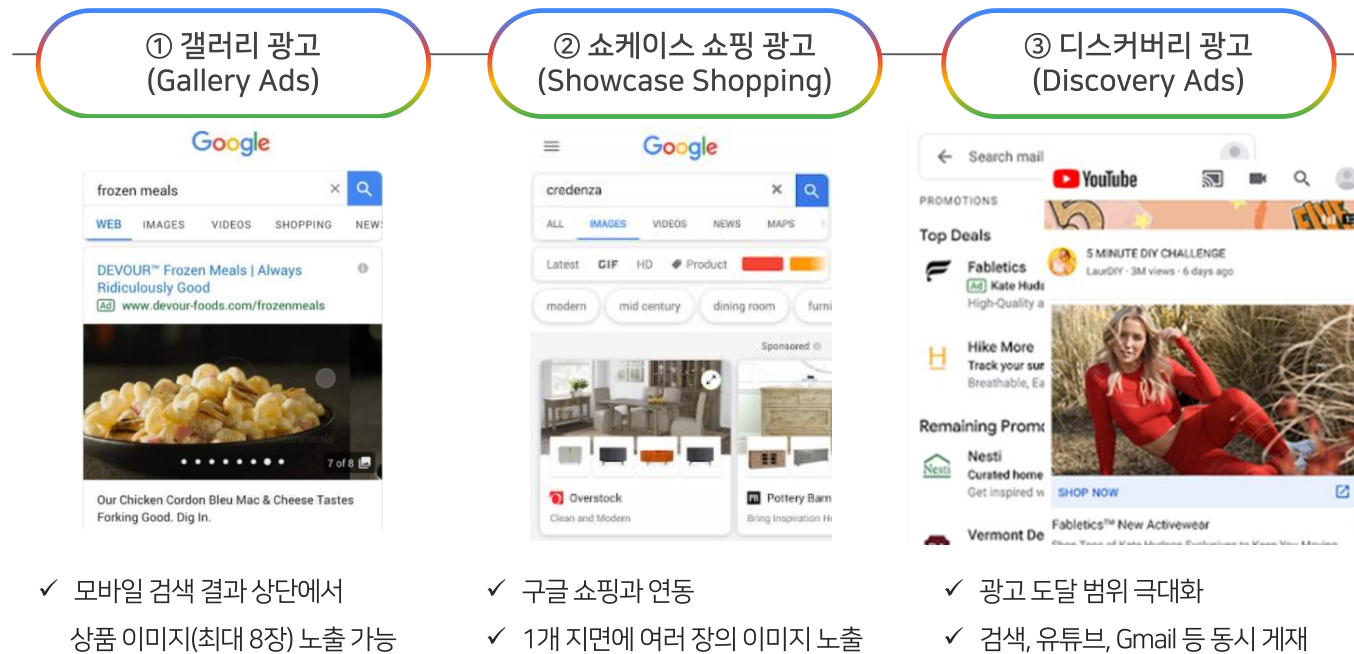
소비자 - 새로운 구매 방식 및 혜택
광고주 - 효과적인 마케팅 기회 제공

* Source : 카카오, 관련 기사

- 카카오톡은 '쇼핑하기'에서 자신의 카카오톡 친구 또는 모르는 이용자와 함께 구매 혜택을 받을 수 있는 2인 공동구매 서비스 '톡딜' 베타 버전 오픈 (5월 23일)
- 공동 구매가 성사되기까지 많은 인원을 모으고 기다려야 하는 불편함을 최소화하고, 2명의 인원으로도 할인 혜택을 제공하기 위해 '톡딜' 출시
- '톡딜'은 다음쇼핑 · 카카오톡 #(<shopping>)쇼핑 · 카카오타일 등에도 6월 말부터 적용 예정이며, 지속적인 수익 창출을 위해 기회를 모색할 전망

구글, 하반기에 적용될 모바일 특화 신규 광고 공개

구글 - '마케팅 라이브 2019' 에서 발표한 신규 광고 형식 및 툴



<광고 집행 편의성 강화 기능>

- 범퍼 머신 (Bumper machine)
 - 최대 90초의 광고주 영상을 6초 범퍼 소재로 자동 변환
- 퍼포먼스 플래너 (Performance Planner)
 - 광고비 지출 관리 도구

* Source : 관련 기사

- 구글은 미국 현지에서 개최된 '마케팅 라이브 2019' 행사에서 올 하반기 모바일 앱에 적용될 신규 광고 형식 및 기능 공개 (5월 14일)
- 모바일에 최적화된 신규 광고를 통해 검색 결과에서 보다 다양한 소재를 노출할 수 있고, 구글 서비스 전반을 활용해 광고 도달 범위 극대화 가능
- 구글 광고 집행 편의성을 강화하는 범퍼 광고 머신과 광고비 지출 관리 도구 등도 추가로 공개하며 마케팅 플랫폼으로서 구글의 입지 강화

트위터, K-POP 콘텐츠 확보 및 양방향 소통 기능 확대

5월 트위터 주요 이슈

'KCON' 레드카펫 독점 생중계



특징

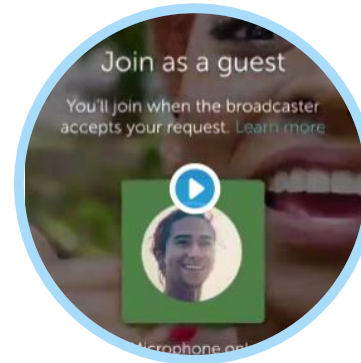
국내 유명 아티스트가 출연하는 'KCON' 독점 콘텐츠 제공 및 광고 패키지 판매



효과

'15-35세 K-POP & K-culture 팬' 타겟 확보

라이브 방송 '오디오 게스트' 기능



라이브 스트리밍 시 최대 3명 게스트가 '오디오'로 방송 참여 가능



라이브 진행자-시청자 간 소통의 질 향상

설문형 카드상품 출시



이용자의 능동적인 참여를 유도하고 소비자 조사가 가능한 설문형 광고 출시



engagement 확대 캠페인에 최적화

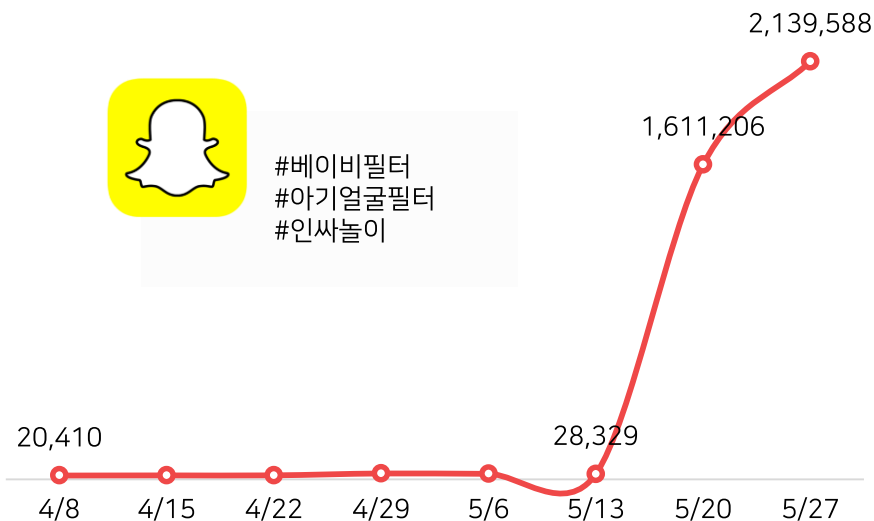
* Source : 트위터, 관련 기사

- 국내외 K-POP, 연예인 팬덤을 대상으로 실시간 정보 및 콘텐츠 소비 플랫폼으로 자리잡은 트위터는 독점 콘텐츠 및 양방향 소통 기능을 강화하고 있음
- 차별화된 콘텐츠 독점 제공을 통해 이용자를 확보하고 스타의 라이브 방송 중 직접 대화할 수 있는 '오디오 게스트' 기능을 추가해 서비스 만족도 향상 기대
- 이용자에게 실시간으로 피드백을 받을 수 있는 '설문형 카드' 상품을 출시하였으며, 향후 서비스 전반에 인터랙티브 옵션을 추가해 나갈 계획

AR 필터 파급 효과... '스냅챗' 트래픽 및 이슈 급상승

스냅챗 앱 다운로드 변화 추이(Android)

(단위: 건)

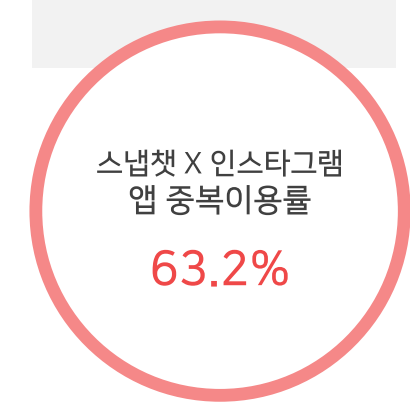


스냅챗 버즈량 및 인스타그램 중복이용률

-SNS 내 '스냅챗' 버즈량 급상승
-인스타그램에서 언급된 비중 70.9%



-스냅챗 필터를 통해 촬영 후
인스타그램에 업로드하는 이용 행태



*베이비필터: 스냅챗 내에서 사람의 얼굴을 촬영하면 아기 얼굴처럼 변환해주는 AR 그래픽 필터

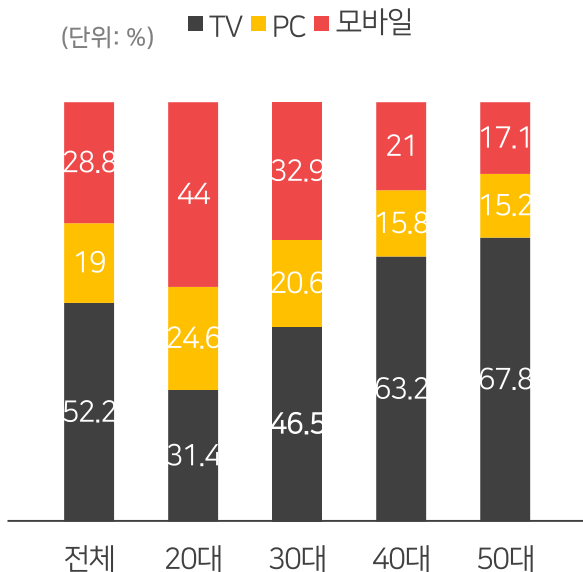
* Source: 닐슨코리안클릭(Android), 소셜메트릭스

- 5월 중순 경 국내 인기 연예인 및 인플루언서들이 스냅챗의 *베이비필터를 활용한 사진을 SNS에 업로드하며 단기간 이슈로 확산됨
- AR 필터를 적용한 게시물 및 해시태그가 증가함에 따라, 국내 이용률이 저조했던 스냅챗은 5월 24일 기준 구글 앱 마켓 인기 앱 순위 1위를 차지하며 다운로드 급상승
- 5월 내 '스냅챗' 관련 버즈가 가장 많이 발생한 매체는 인스타그램(70.9%)으로, 필터 앱을 통해 촬영하고 SNS에 업로드하는 이용 행태가 큰 파급 효과를 유발함

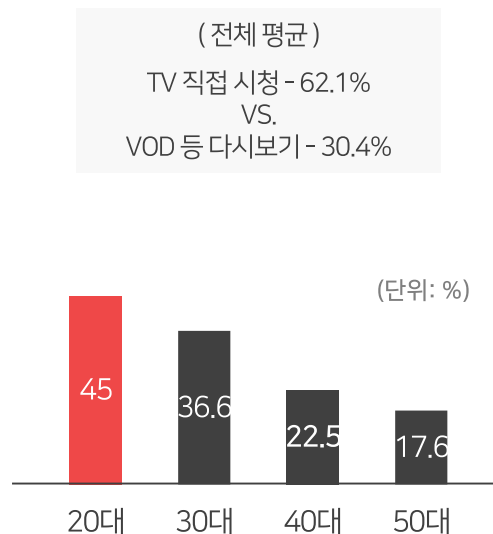
젊은 층을 중심으로 TV 시청 행태 변화... OTT 영향력 확대

TV 시청 습관 및 인식 조사 결과

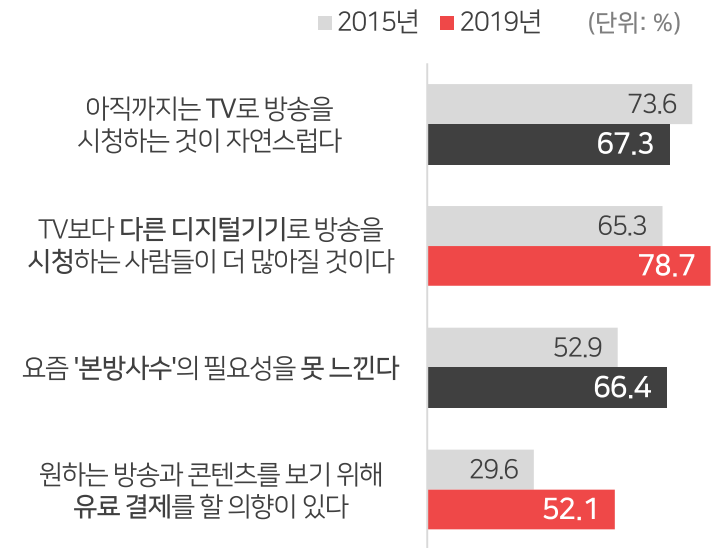
| TV 콘텐츠 시청 시 주 이용 기기 |



| TV 시청 방식-VOD 다시 보기 비중 |



| TV 시청에 대한 인식 |



* Source : 엠브레인 트렌드모니터 'OTT서비스' 관련 설문조사

- 시장조사 기관 엠브레인 조사 결과, 젊은 연령층 일수록 TV 프로그램 시청 시 PC /모바일을 통한 다시보기 비중이 높게 나타남
- 응답자 10명 중 약 6명은 본방송 시간에 맞춰 TV로 시청하지 않아도 된다고 인식하고, 10명 중 약 8명은 디지털 기기를 활용한 콘텐츠 시청이 더 많아질 것으로 예상
- 방송 콘텐츠 시청에 대해 유료 결제를 할 의향이 있다고 한 응답자 비율 또한 과거 대비 약 2배 가까이 증가해 향후 TV를 대체하는 OTT 서비스의 영향력이 커질 전망

이달의 단신 소식

구분	이슈
네이버 카카오	- 네이버 브이라이브 해외 진출 가속...VR앱도 추가 : 스마트폰 보급률이 높은 인도네시아, 태국, 그리고 일본 등 4개 국가를 전략 국가로 뽑아 해당국가 시장 진출 가속 - 카카오페이 별도 앱 출시...영수증 · 보험 · 배송 기능 추가 : 카카오페이는 올해 결제 · 송금 등 간편결제 서비스에서 보험, 배송 결제, 해외 결제 등 다양한 금융 서비스로 영역을 확대할 계획
구글/유튜브	- 구글, 약관 수정...유튜브 영상 삭제 시 이유 통보해야 : 콘텐츠 삭제와 계정 해지는 이용자의 권리를 제한하는 것이므로 그 사유가 구체적이고 합리적이어야 하며, 개별 통지해 불복절차를 부여 - 구글, 크롬에서 광고주의 이용자 범위 추적 제한 : 구글은 사용자가 크롬 브라우저에 저장된 모든 쿠키들을 보고, 마음에 들지 않는 쿠키 추적기를 차단할 수 있는 새로운 기능 발표
인스타그램	- 인스타그램, IGTV에 가로형 영상 지원 : 가로형 영상은 춤이나 운동 영상처럼 움직임이 많거나 여러 사람이 프레임에 등장하는 영상에 유용할 것으로 기대 - 인스타그램, 좋아요수 · 조회수 가리는 실험 진행 : 좋아요에 집착하고 관심을 받으려는 이용자를 줄이고 소통 목적이었던 과거로 돌아가려는 취지, 이번 실험은 캐나다에서 먼저 실시될 예정
글로벌 동영상	- 인스타그램 스토리 내 다이내믹 광고 지원 예정 : 광고주의 웹사이트나 앱에서 특정 제품에 관심을 보인 이용자를 리타겟팅해 광고를 노출하는 상품으로 단일 이미지와 슬라이드 소재로 집행 가능 - 인스타그램 브랜드 콘텐츠 광고 테스트 (미국 대상) : 브랜드 콘텐츠(오가닉 피드 게시물)를 광고로 활용하는 테스트 진행, 페이스북에서는 모든 국가 대상으로 브랜드 콘텐츠를 광고로 활용 가능
	- 넷플릭스, 유아동 미디어 브랜드 '스토리봇츠' 인수 : 스토리봇츠 인수를 통해 캐릭터 기반 교육 콘텐츠를 확대할 계획 '콘텐츠왕국' 디즈니, 스트리밍 업체 홀루 경영권 장악 : 디즈니와 케이블 통신기업 컴캐스트는 NBC유니버설이 보유한 홀루 지분 33%를 2024년 디즈니가 사들이는 계약에 합의

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청