

2026년

VOD부터 실시간 광고까지 One Stop

IPTV광고 통합 소개서

kt nasmedia

Copyright©2026 kt nasmedia Co., LTD. All Rights Reserved



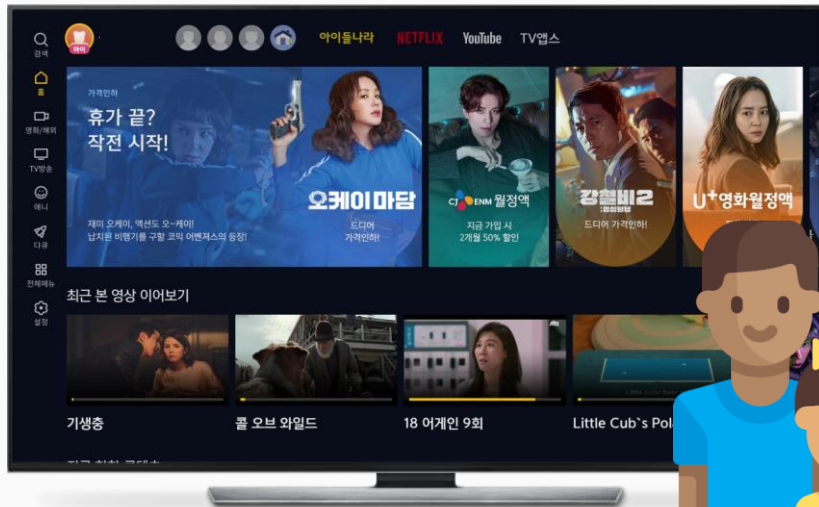
INDEX

- 01. ABOUT IPTV IPTV 매체 소개
- 02. IPTV AD STRENGTH IPTV 광고 경쟁력
- 03. IPTV AD PRODUCT IPTV 광고 상품 소개
- 04. WITHNASMEDIA 나스미디어 경쟁력

실시간 채널과 방송·영화 VOD 등 다양한 엔터테인먼트를 단 하나의 플랫폼에서!

3,200만 가구의 TV 플랫폼, IPTV

지상파·케이블 100여개 채널
방송·영화·키즈 등 VOD
게임·공연 엔터테인먼트 등
종합 콘텐츠 플랫폼

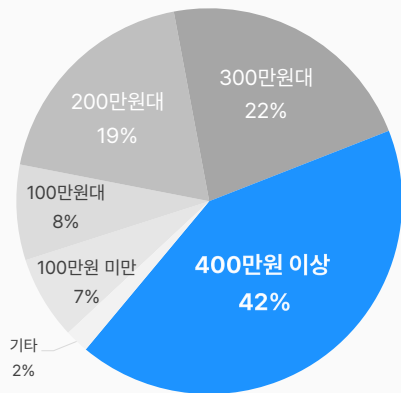


25년 12월 실시간 기준
3,174만 가입가구 보유

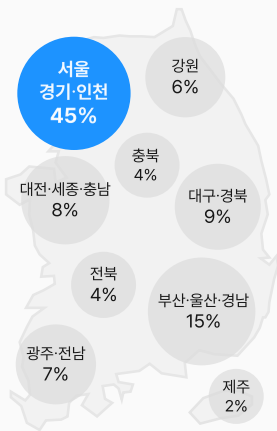
고소득 · 수도권 거주 · 3059세대

구매력 높은 프리미엄 가입가구를 보유하고 있습니다.

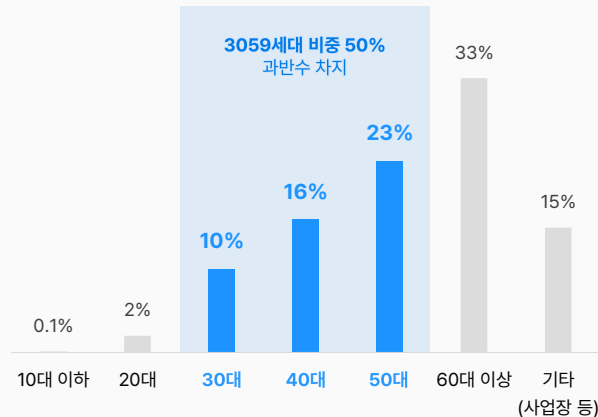
소득 분포별 비중



지역별 비중



연령대별 비중



* 출처: 2020년 방송매체 이용행태 조사 (방송통신위원회)

* 지역별 개인소득 규모: 경기 > 서울 > 부산순 (2020년 기준, 통계청)

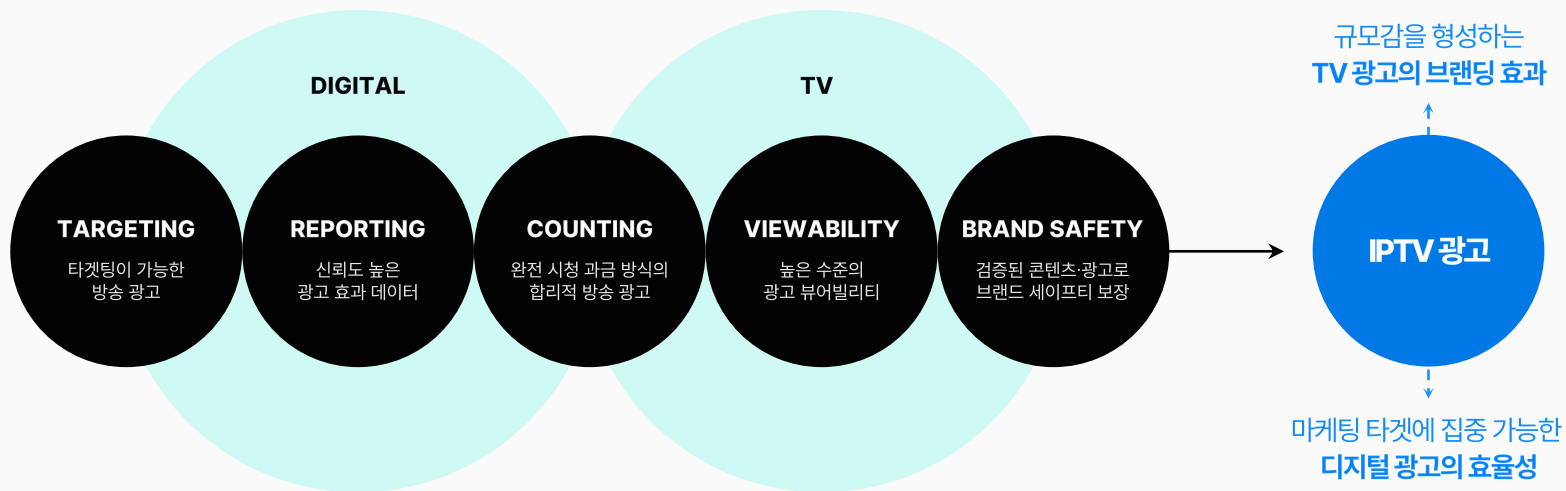
* 출처: IPTV A사 발표자료 (25년 12월 기준)

* 가구주 연령별 월평균 소비지출: 40대 > 50대 > 30대 이하순 (2020년 기준, 통계청)

* 출처: IPTV A사 발표자료 (25년 12월 기준)

TV와 디지털의 강점이 결합된 IPTV 광고

TV 광고의 규모감과 디지털 광고의 효율성을 함께 제공합니다.



★ TARGETING

셋톱박스 기반의 타겟팅이 가능한 방송 광고

어드레서블 광고 송출 기술을 활용한 셋탑박스별 광고 제어가 가능해
같은 시간, 같은 채널을 보더라도 가구별 특성과 관심사 등에 따라 맞춤형 광고가 노출됩니다.

기존 방송 광고

불특정 다수에게 동일한 광고 송출



IPTV 광고

가구별 맞춤형 광고 송출



★ TARGETING

캠페인에 적합한 다양한 타겟팅 옵션 제공

채널, 카테고리·프로그램, 지역, 시간대 타겟팅은 물론

TV 시청이력과 모바일 데이터를 활용한 오디언스 타겟팅까지 캠페인에 알맞은 마케팅 툴을 제공합니다.

채널 타겟팅 (실시간 쿼톤 한정)

인기 채널 및 타겟 주요 시청 채널
중심으로 광고 노출 가능



예시

tvN/중편보도 등
시청률 상위 채널 타겟팅

카테고리·프로그램 타겟팅 (VOD 한정)

광고에 적합한 카테고리(장르) 및
프로그램 단위의 타겟팅 가능



예시

영화 카테고리 타겟팅,
유재석 출연 예능 타겟팅

지역 타겟팅

가입자 정보 기반으로
시/군/구 단위의 지역 타겟팅 가능



예시

수도권 타겟팅,
프리미엄 지역 (강남 3구) 타겟팅

시간대 타겟팅

효율적인 광고 타겟 노출을 위해
광고 집행 시간대 및 요일 설정 가능



예시

주말 타겟팅,
저녁 프리미엄 시간대 타겟팅

오디언스 타겟팅

TV 시청이력 및 모바일 데이터를
활용한 관심사 기반 타겟팅 가능



예시

가전 및 가구 구매 관심자,
신혼부부/결혼 예정자 타겟팅

TVC 리/다타겟팅

자상파/케이블 광고 시청 여부에 따른
리타겟팅 및 다타겟팅 가능



예시

1개월 차 자상파/케이블 매체 집행,
2개월 차 TVC 미시청자 타겟팅

★ COUNTING

완전 시청 과금으로 합리적 비용의 방송 광고

100% 완전히 시청된 광고 노출에 한해서만 과금되며

TV 플랫폼의 특성상 동반 시청자가 존재하여 보다 합리적인 비용으로 방송 광고 집행이 가능합니다.



완전 시청 기준의 과금 방식 체계

100% 완전히 시청된 광고 노출에 한해서만 과금되어 경제적

0 Impression

비과금

1 Impression

과금

IPTV 시청 시 가구 내 동반 시청자 존재

TV 플랫폼 특성상 가구 내

동반 시청자를 보유하고 있어 효율적

IPTV
동반 시청자수

1.9명*

* IPTV A/VOD 개인 시청 데이터 기준 (TNmS 제공, 21년 12월 기준)

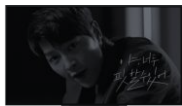
★ REPORTING

전수 조사 방식의 신뢰도 높은 광고 효과 데이터 제공

패널 조사 방식의 전통적인 방송 광고와 달리

셋탑 로그 기반의 전수 조사 방식을 토대로 세밀하고 정확한 광고 효과 분석 데이터를 제공합니다.

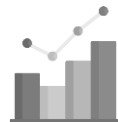
기존 방송광고



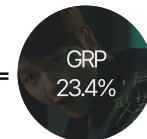
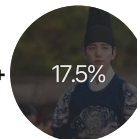
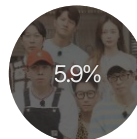
광고노출



TV시청가구중
리서치기관패널가구조사



분단위광고시청률
리포트제공



IPTV 광고



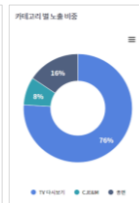
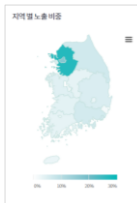
광고노출



IPTV가입가구
셋탑로그수집하여전수조사



카테고리·지역·시간대별
리포트제공



★ VIEWABILITY

TV 스크린 & Non-Skip 노출로 최상의 뷰어빌리티 제공

IPTV 광고는 TV 디바이스의 대형 화면에 노출되어 주목도가 높고

Non-Skip 방식으로 시청자들의 광고 완전 시청을 보장하여 높은 수준의 뷰어빌리티를 제공합니다.

뷰어빌리티 정의 및 중요성



뷰어빌리티 (Viewability, 광고 가시성)

- 광고의 단순한 노출이 아닌 실제로 시청자에게 인지되었는 지를 측정할 수 있는 지표
- 영상 광고의 경우 통상 2초 이상의 지속 시간과 화면 내 50% 이상의 노출을 최소 기준으로 함*

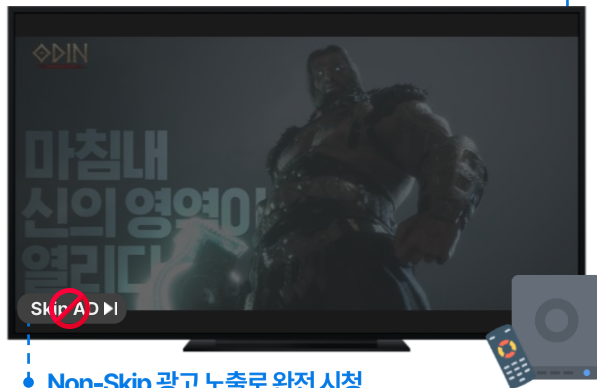
15초 이상 지속 & 화면의 50% 이상을 차지하는 광고에 노출될 경우**

브랜드 이미지
↑ 11%

브랜드 구매 의향
↑ 23%

브랜드 추천 의향
↑ 9%

TV 디바이스의 Full-Screen으로 높은 주목도



Non-Skip 광고 노출로 완전 시청

★ BRAND SAFETY

방송 심의 규정 준수하여 브랜드 세이프티 보장

불특정 다수의 부적절한 유해 콘텐츠가 아닌

방송 심의 규정을 준수하는 채널과 콘텐츠 지면에 광고가 노출되어 브랜드 세이프티를 보장합니다.

브랜드 세이프티 정의 및 중요성



브랜드 세이프티 (Brand Safety, 브랜드 안전성)

- 유해 콘텐츠 지면에 광고가 노출될 경우 브랜드 가치 및 호감도가 훼손될 우려 존재
- 프로그래매틱 바이딩 광고 성장과 함께 브랜드 세이프티의 중요성이 크게 부각

Q.

가짜뉴스, 선정적·폭력적 콘텐츠 등 유해한 콘텐츠와 함께 나오는 광고가 브랜드에 대한 소비자들의 인식에 어떠한 영향을 준다고 생각하십니까?*

■ 긍정적이다 ■ 부정적이다 ■ 아무런 영향이 없다

13%

49%

39%



선정적·폭력적 콘텐츠, 불법 저작권물 등
불특정 다수의 부적절한 유해 콘텐츠

VS



심의 규정을 준수하는
방송·영화 월메이드 콘텐츠로 구성된 IPTV



자극적인 주제의 소재 혹은
규정을 벗어난 업종 집행 불가

VS



방송 광고 심의 규정에 따라
검수된 소재로 집행되는 IPTV 광고 지면

PRODUCT OVERVIEW

맞춤형 캠페인 운영이 가능한 다양한 IPTV 광고상품

실시간채널 영역



실시간 채널 진입

프로그램 A
방송 종료프로그램 광고
(후CM 영역)

어드레서블TV 프라임

큐톤 광고 고지

큐톤 광고
(SB 영역)

어드레서블TV 베이직

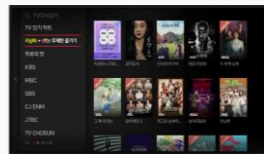
프로그램 B 오프닝

프로그램 광고
(전CM 영역)

어드레서블TV 프라임

프로그램 B
방송 시작

VOD 영역



VOD 메뉴 진입

VOD 콘텐츠 선택

VOD 시청전

프리롤 광고

VOD 시청작전

단초수 광고

VOD 시작

VOD 시청중

Pause

VOD 시청종료

포스트롤 광고

TV 광고 지면에서 타겟 맞춤형 광고를 집행하고 싶다면?



프리미엄한 실시간 채널 광고

어드레서블TV 프라임

광고예시영상 CLICK →

★ 어드레서블TV프라임

타겟팅이 가능한 프로그램 광고

어드레서블TV 프라임은 셋탑별 광고 제어로
프로그램 전·후CM 영역에 노출되는
타겟팅에 특화된 방송 광고 상품입니다.

어드레서블TV 프라임 광고 송출 프로세스

IPTV가 아닌 플랫폼에서 시청 시

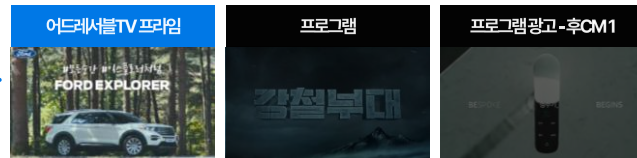


● Cue 신호

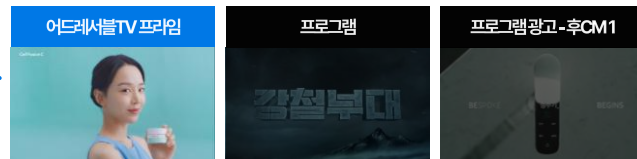
IPTV 플랫폼에서 시청 시



자동차 고관여자셋탑



뷰티 고관여자셋탑



- 채널에서 큐 신호를 받으면 어드레서블TV 프라임이 기존 프로그램 광고를 대체하여 송출
- 어드레서블TV 프라임 광고 소재는 시청자 관심사에 따라 서로 다른 맞춤형 광고 소재 송출

★ 어드레서블TV프라임

관심사 기반 오디언스 타겟팅 특화

어드레서블TV 프라임은 실시간 채널과 VOD,
홈쇼핑 등 TV 시청에 대한 빅데이터를 활용하여
52개의 타겟팅 세그먼트를 구축하였습니다.

어드레서블TV 오디언스 타겟팅 SEG.

데모그래픽 / 페르소나 / 상품 등 총 52개 세그먼트 구축



명품 브랜드 관심이 높은 가구로 선별된
'High-End 소비자' 세그먼트 타겟팅



해당 세그먼트에서 실시간 채널 시청 시,
패션 브랜드·명품 구매 플랫폼 광고 노출

데모 그래픽	Z세대	페르소나	1인가구	다이어터	야구팬	임신 및 출산 예정자	직장인	상품	가전가구	금융
	3049남성		E-Sports 관심자	모바일광고 회피자	영유아 부모	자산지수 10%	초등학생 자녀 부모		뷰티	식품
	3049여성		High-End 소비자	소상공인 및 자영업자	영화 애호가	전문직	트래블러		의류	차량
	5069남성		OTT 구독자	스포츠 매니아	예술/공연	주부	패션 트렌드세터		홈엔터테인먼트	
	5069여성		골프 매니아	신혼부부 및 결혼예정자	이사 예정자	중고등학생 자녀 부모	펫 프랜들리			

★ 어드레서블TV프라임

광고 제휴 채널 지속 확대중

어드레서블TV 광고는 지상파 채널을 비롯
SBS미디어넷, KBS N, SKY, JTBC 계열
채널에서 송출 중이며 지속적으로 제휴 채널을
확대해 나가고 있습니다.

* 지상파 어드레서블TV 집행은 별도 제안 필요

어드레서블TV 광고 제휴 채널 현황

지상파	SBS미디어넷 계열	SKY TV & 미디어지니	일반 PP
 	  	      	          
JTBC 계열	KBSN 계열		
 	     		         
CJENM 계열		SPOTV	
  		  	

합리적인 가격으로 TV 광고를 집행하고 싶다면?



합리적인 실시간 채널 광고

어드레서블TV 베이직

광고예시영상 CLICK →

✦ 어드레서블TV베이직

넓은 커버리지의 도달률 특화 상품

어드레서블TV 베이직은 한 번의 캠페인 집행으로
약 100 여 개 실시간 채널의 SB 영역*을
커버할 수 있는 커버리지 특화 상품입니다.

프로그램 A
방송 종료

프로그램 광고
(후CM 영역)

큐톤 광고 고지

어드레서블TV
베이직
(SB 영역)

프로그램 B
오프닝

프로그램 광고
(전CM 영역)

프로그램 B
방송 종료



어드레서블TV 베이직 집행으로 약 100 여 개 실시간 채널의 SB 광고 영역을 커버

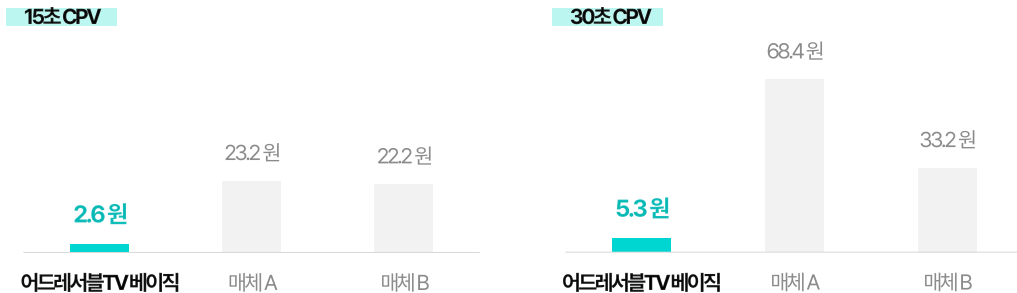


★ 실시간 큐톤 광고

디지털보다 합리적인 단가

어드레서블TV 베이직은 높은 시청완료율과
완전 시청 과금 방식을 통해
보다 효율적인 광고 노출이 가능합니다.

어드레서블TV 베이직 vs. 디지털 동영상 매체 소재 길이별 효율 비교



구분	15"			30"		
	표본수	VTR	CPV (Gross)	표본수	VTR	CPV (Gross)
어드레서블TV 베이직	95	98.95%	2.62원	37	98.26%	5.31원
매체 A	611	72.93%	23.23원	268	25.67%	68.39원
매체 B	570	29.36%	22.15원	880	31.04%	33.24원

※ 출처: 베이직 VTR-SK 제공 값, 베이직 CPV-SK/LG 나스 실 집행 데이터 기준 (21년), 매체 A/B-나스 실 집행 데이터 기준 (21년)

✦ 어드레서블TV베이직

디지털만큼 정교한 타겟팅

채널, 시간대 등 기본 타겟팅부터
지역 및 오디언스 타겟팅을 활용하여
캠페인 맞춤형 방송 광고가 가능합니다.

ALL 채널(약100여개), TOP 채널(30개)
키즈/애니, 광고주 지정 채널 등

채널 타겟팅

수도권 타겟팅,
시/군/구 단위 세부 타겟팅 등

지역 타겟팅

시간대 타겟팅

TV 시청 프라임 시간대, 심야 시간대 등

오디언스 타겟팅

콘텐츠·홈쇼핑·모바일
사용 이력 기반 관심사 타겟팅

똑같은 광고를 노출해도 시청자에게 강렬한 인상을 남기고 싶다면?



높은 주목도의 TV 광고 상품

VOD 광고

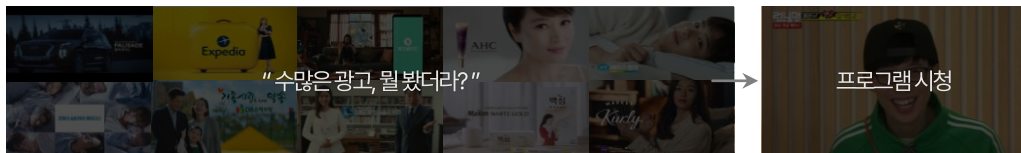
광고예시영상 CLICK →

★ VOD 광고

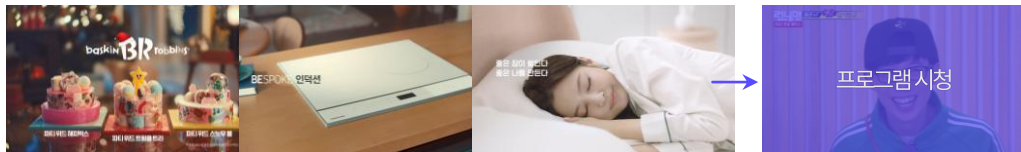
주목도 높은 VOD 광고

VOD 광고는 시청 전 최대 3개* 광고를
노출하여 광고 혼잡도가 낮으며,
Non-Skip 노출로 강력한 메시지 전달
효과를 기대할 수 있습니다.

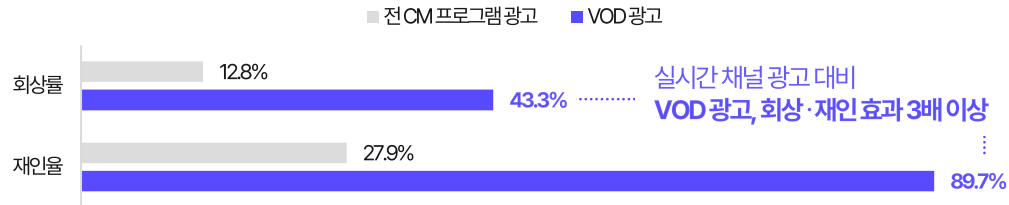
실시간방송광고 프로그램 시청 전 최대 24개 광고 노출 / 광고 Zapping 가능



VOD 프리롤 광고 프로그램 시청 전 최대 3개 광고 노출 / 광고 Zapping 불가



프로그램 광고 vs. VOD 광고 정성 효과 비교



* Genie TV VOD는 프리롤 광고 1개 노출, 단초수 광고 상품 제외 기준

※ 출처: VOD 광고와 실시간방송 광고 효과 비교 (한국심리학회지)

★ VOD 광고

콘텐츠 시청 시 다양한 지면 노출

VOD 광고는 콘텐츠 시청 전부터
시청 중, 시청 후까지 다양한 지면에서
노출 가능합니다.

노출형 광고 상품 (프리롤 · 단초수 · Pause · 포스트롤)

프리롤 광고

VOD 시작 전 노출되는 동영상 광고로 최대 60초까지 노출 가능
광고 Non-Skip 방식으로 강력한 노출효과 보장



단초수 광고

VOD 시작 직전 노출되는 3~6초 짧은 동영상 광고 상품
합리적 비용으로 대량 노출에 유리하여 도달률 확보에 유리

Pause 광고*

VOD 시청 중 일시정지를 눌렀을 때,
화면 리사이징 후 배경화면 형태로 노출되는 이미지형 광고 상품



포스트롤 광고*

VOD 종료 후 노출되는 동영상 광고로
최대 120초까지 노출 가능하여 스토리텔링형 장초수 소재에 용이



* Pause 상품 U+tv 한정 / 포스트롤 상품 U+tv, Btv 한정

IPTV 3사 전 상품 공식 판매사

나스미디어에서는 IPTV 광고가 One-Stop으로 가능합니다.

IPTV 3사 VOD & 실시간 광고 공식 판매사

넓은 매체 커버리지와 최고의 Media Buying Power 보유
IPTV 모든 상품의 제안부터 리포팅까지 One-Stop 운영 가능



10년 이상의 IPTV 광고 운영 노하우

다년간의 IPTV 광고 운영 노하우로 체계적인 프로세스 보유
캠페인 목적에 알맞은 관리·운영으로 효율적인 업무 프로세스 보장



업계 유일의 IPTV 플래닝·리포팅 솔루션 보유

IPTV 광고 솔루션과 인사이트로 성공적인 캠페인을 지원합니다.

IPTV 광고 솔루션

디지털 동영상 광고 전략모델

ReMix



지상파·케이블 IPTV & 디지털 매체 조합에 따른
예산 배분 및 효과 예측 자료 제공

IPTV 광고 전략 솔루션

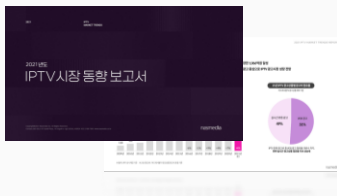
anthology



IPTV 3사 간 예산 배분 및 광고 효과 예측,
지상파·케이블 비교 위한 타겟 GRP 리포트 제공

IPTV 인사이트 자료

IPTV 시장 동향 보고서



업종별 IPTV 집행 사례



IPTV 플래닝 가이드



Appendix. 나스미디어 주요 클라이언트



식음료



전기·전자



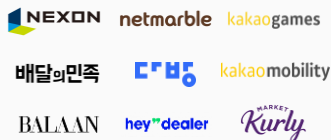
교육



패션·화장품



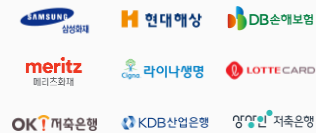
앱·게임



가구·잡화



금융·보험



주택·건설



iptv광고는 케이티나스미디어와 함께

kt nasmedia 디지털방송팀 | mbiz@nasmedia.co.kr

kt nasmedia