

# MEDIA & MARKET REPORT

## 2025. 12

- MEDIA
- MARKET

CONSUMER



01

# MARKET ISSUE

---

C커머스, 신선식품 카테고리 확장

금융권, 임베디드 금융 서비스로 소비자 접점 확대

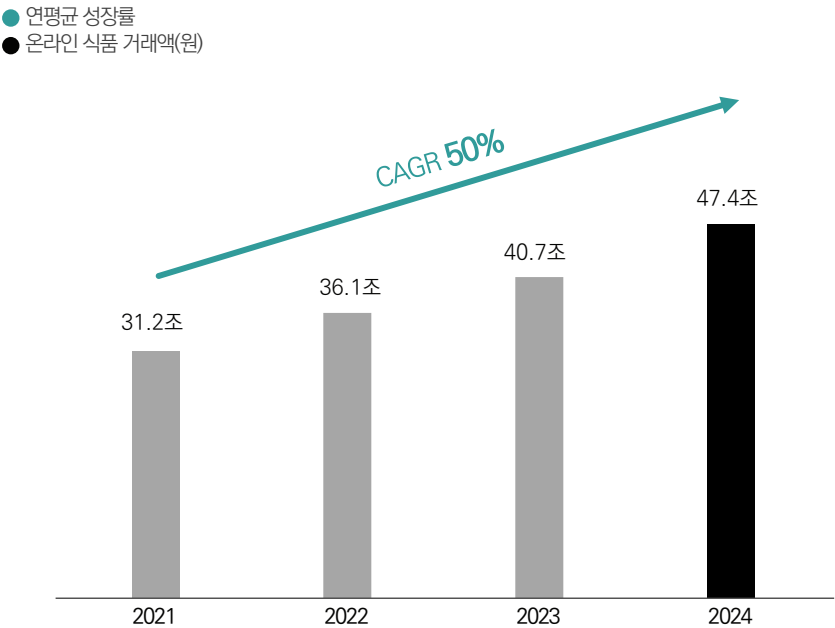
천만 러닝족 겨냥한 상품 및 서비스 출시 활발

# C커머스, 신선식품 카테고리 확장

국내 온라인 식품 거래액은 2021년 31조 2476억 원에서 지난해 47조 360억 원으로 4년간 연평균 성장률이 50%에 달하며 폭발적으로 증가  
이에 따라 중국 C커머스도 플랫폼 내 신선식품 카테고리를 확장하고 한국 판매자를 통한 현지화 유통과 가격 경쟁력 강화로 국내 소비자들을 유입  
초저가 전략을 내세운 C커머스가 새벽배송까지 도입할 가능성까지 전망되며 국내 이커머스 시장의 지각변동에 귀추가 주목

## 온라인 식품 거래액

통계청, 2025



## C커머스 신선식품 카테고리 강화 사례

### 알리익스프레스



#### 알리프레시 시범 운영

국내 생산 농산물과 가공식품을 판매하는 알리프레시를 론칭, 향후 생필품 등 카테고리 확장 및 배송 효율성을 개선하고 국내 소비자 피드백을 반영해 정식으로 오픈 예정

### 테무



#### 테무 L2L(Local-to-Local) 모델 도입

식품 및 식료품(Food & Groceries) 섹션을 통해 가공식품 외 육류, 과일 등 신선식품까지 판매, 낮은 수수료를 기반으로 입점 판매자를 대거 확보해 가격 경쟁력으로 승부 예정

# 금융권, 임베디드 금융 서비스로 소비자 접점 확대

시중 은행들이 비금융 기업과의 제휴를 통해 비금융 플랫폼 안에서 금융 서비스를 이용할 수 있는 '임베디드 금융' 서비스를 강화하는 추세  
임베디드 금융은 플랫폼 내에 금융 기능을 직접 탑재하는 방식으로 고객 접근성을 높여 이용 빈도와 충성도를 함께 끌어올릴 수 있다는 장점  
포화 상태에 이른 기존 금융 서비스를 대신해 임베디드 금융이 신규 고객을 유치할 수 있는 새로운 활로가 될 것으로 기대

## 임베디드 금융 상품 출시 사례

### 우리은행 X CJ ONE



#### CJ PAY 우리통장

'CJ PAY 우리통장'은 CJ ONE 앱에서 계좌 개설이 가능하며 선불 충전금을 우리은행 계좌에 보관하고, 충전금으로 결제 시 결제 금액의 최대 2%까지 CJ ONE 포인트가 적립되는 상품

### NH농협은행 X 컬리



#### NH퍼플통장

'NH퍼플통장'은 컬리를 주로 이용하는 고객들이 우대 금리 혜택과 쇼핑 쿠폰 혜택을 동시에 누릴 수 있는 입출금이 자유로운 예금 상품으로 컬리 앱에서 계좌 개설 가능

### KB국민은행 X 스타벅스



#### KB별별통장

'KB별별통장'은 스타벅스 앱에 KB국민은행 계좌를 연결해 결제하는 '계좌 간편결제 서비스'로 사이렌 오더로 주문 시 스타벅스 리워드 별이 추가로 지급(일 1개, 월 최대 5개)



# 천만 러닝족 겨냥한 상품 및 서비스 출시 활발

2030세대를 중심으로 경쟁적인 분위기에서 벗어나 함께 달리는 즐거움을 공유하고 건강을 관리하는 러닝족이 증가  
특히 다른 스포츠에 비해 초기 비용 부담이 적고, 러닝 크루와 같은 소모임이 활성화되면서 국내 러닝 인구가 1,000만 명으로 급증  
단순한 운동을 넘어 새로운 라이프스타일 트렌드의 주축으로 자리 잡은 러닝을 활용한 다양한 마케팅이 더욱 활발해질 것으로 기대

## 러닝족 겨냥 상품 출시 사례

### 여행



하나투어 - 런트립

달리기와 여행을 결합한 '런트립(Run+Trip)' 상품으로  
다양 마라톤 대회에서 '런생샷'을 담아줄 러닝 전문  
포토그래퍼와 8년 차 러닝 인플루언서가 동행하는 러닝 여행

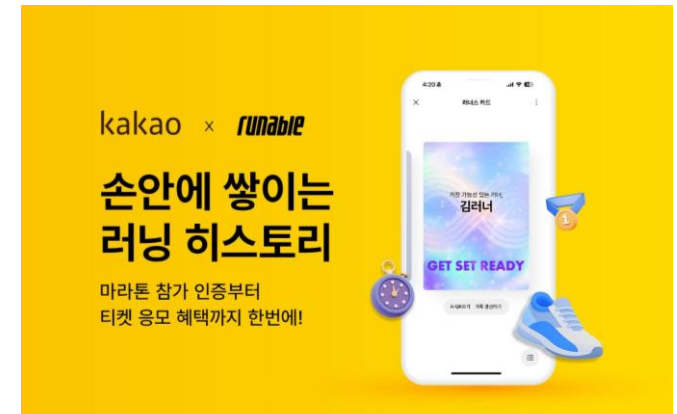
### 식품



풀무원 - 러너 식단

러닝 플랫폼 '러너블'과 협업해 러너를 위한 맞춤 식단 출시  
러닝 대회 준비 기간, 대회 직전, 대회 직후 각 시기에 맞는  
영양 관리를 할 수 있는 운동 단계별 맞춤 식단 3종으로 구성

### IT



카카오 - 러너스 카드

러닝 및 마라톤 대회 참가 기록을 디지털 카드에서 공식적으로  
인증하고 체계적으로 관리할 수 있는 러너스 카드 출시,  
발급된 카드는 카카오톡 프로필의 인증 배치 형태로 공개 가능



02

# MEDIA ISSUE

---

오픈AI, 웹 브라우저 'ChatGPT Atlas' 공개  
카카오, '챗GPT 포 카카오(ChatGPT for Kakao)' 도입

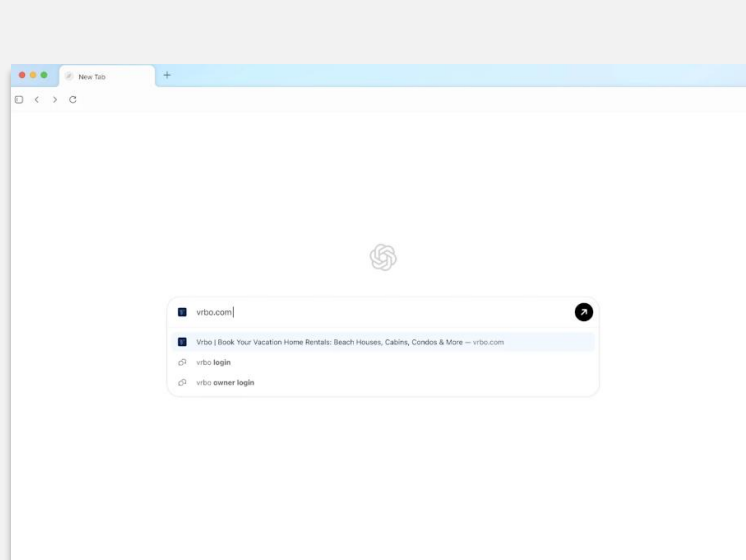
# 오픈AI, 웹 브라우저 ‘ChatGPT Atlas’ 공개

오픈AI는, 오픈AI의 ChatGPT가 내장된 새로운 웹 브라우저 ‘ChatGPT Atlas’를 공개

맥OS 전용으로 출시된 Atlas는 ChatGPT를 웹 브라우저에 통합해 AI 기반 검색, 요약, 에이전트 기능을 한 창에서 제공

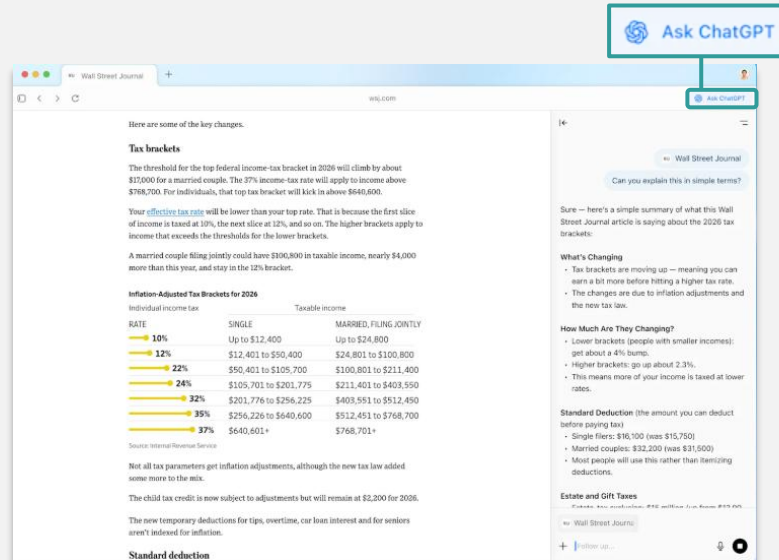
검색·쇼핑·이메일 등 웹상의 모든 활동에 ChatGPT가 중심 역할을 수행하도록 설계했으며 윈도우와 iOS, 안드로이드 운영체제 기반으로도 확대할 예정

## 오픈AI ‘ChatGPT Atlas’ 주요 내용



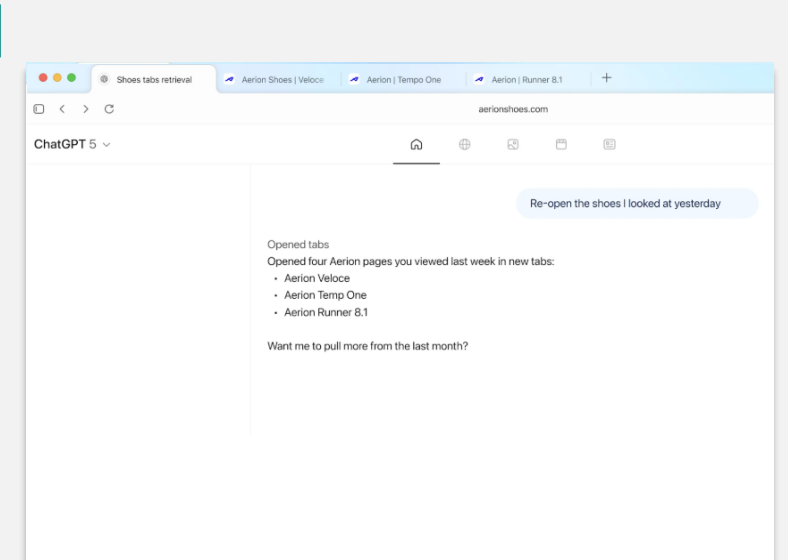
### 시작 탭에서 ‘ChatGPT’에게 묻기

사용자는 검색 엔진에 의존하지 않고도 시작 탭인 Atlas에 질문하면 맥락에 맞는 답변을 얻을 수 있고, ChatGPT에 로그인하면 북마크·비밀번호·브라우저 기록 등 기존 브라우저에서 가져오기도 가능



### ‘Ask ChatGPT’를 클릭해 묻기

‘Ask ChatGPT’를 클릭해 ChatGPT 사이드바를 열고, 보고 있는 창에서 바로 요약·설명 등 업무 처리 가능, ChatGPT는 사용자가 보고 있는 페이지의 세부 내용을 확인하여 더 유용하고 알맞은 응답을 제공



### ‘ChatGPT’에게 요청하기

사용자가 탐색한 것을 기억하여 과거 페이지로 돌아가거나 요청하는 업무 수행 가능, 예를 들어 “어제 본 신발을 다시 보여줘” 또는 “탭을 정리해 줘”라고 입력하면 ChatGPT가 처리

# 카카오, ‘챗GPT 포 카카오’ 도입

오픈AI의 GPT-5 모델 기반의 ‘챗GPT 포 카카오(ChatGPT for Kakao)’를 정식 도입하며 카카오톡에 AI 기능을 본격 통합 AI를 이용해 체류시간을 증대하는 동시에 기존 메신저 중심의 사업 구조를 벗어나 수익을 확장하기 위한 전략이라는 분석 간단한 질문부터 복잡한 요청까지 카카오톡 내에서 대화하듯 이용 가능해 국내 사용자들이 일상 속에서 손쉽게 AI를 경험할 수 있을 것으로 기대

## ‘챗GPT 포 카카오(ChatGPT for Kakao)’ 주요 내용

### 서비스 이용

채팅 탭 상단에 위치한 ChatGPT 버튼을 클릭해 바로 서비스 사용 가능

ChatGPT의 답변을 채팅방에 공유하거나 채팅방에서 대화 중에도 ChatGPT에게 질문하기 가능

### 계정 연동

신규 이용자는 카카오 계정으로 간편하게 ChatGPT 이용 가능

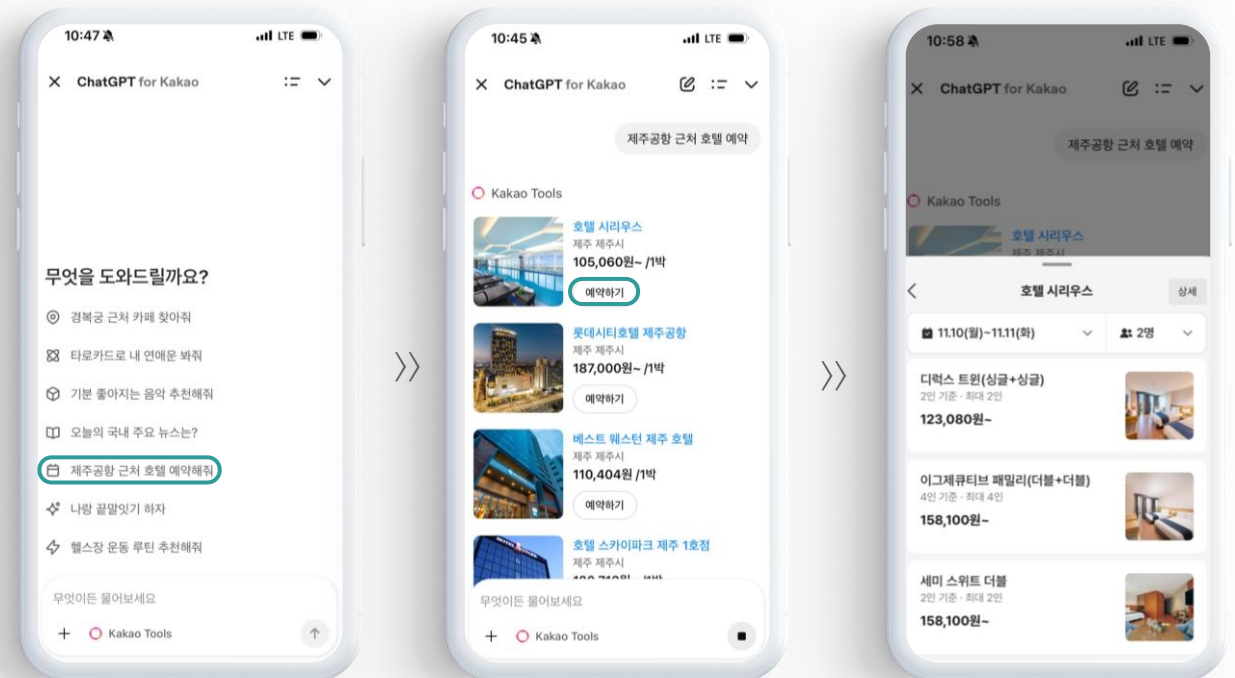
OpenAI 계정 보유자는 기존 계정을 통해 ChatGPT for Kakao 이용 가능

### ‘Kakao Tools’ 기능

ChatGPT에 말하면 카카오톡, 카카오톡 예약하기, 카카오톡 선물하기, 멜론과 연동된 ‘Kakao Tools’가 처리

Ex) “제주공항 근처 호텔 예약해 줘”라고 질문하면 Kakao Tools가 카카오톡 예약하기를 호출해 정보 제공

## ChatGPT for Kakao 예약하기





# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	메타	<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>쿠팡 협력광고 지원 중단</b> : 메타 쿠팡 협력광고가 점진적으로 축소되며, 최종적으로 11월 중으로 순차 종료될 예정 (11월 셋째 주 안으로 종료 예정)</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>다중 전환 최적화 지원</b> : 한 기어 기간 내 여러 번 전환할 가능성이 높은 고객을 예측하여 광고를 최적화하는 ‘다중 전환 최적화 (Multi-Conversion Optimization)’ 론칭<ul style="list-style-type: none"><li>↳ 10월 27일 런칭되어 11월 말까지 100% 계정에 적용 예정, 판매 목표 / 전환 수 극대화 / 웹사이트 전환위치에서만 지원되며, 추후 다른 옵션으로의 확대 여부는 검토 중</li><li>↳ 캠페인 생성 시 전환 집계 기준으로 ‘첫 번째 전환’ 또는 ‘모든 전환 (=다중전환)’을 선택할 수 있으며, ‘모든 전환’이 다폴트 값으로 선택</li></ul></li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>트래픽 캠페인 기본 성과 목표 변경</b> : 10월 30일부터, 트래픽 캠페인의 기본 성과 목표가 ‘링크 클릭’에서 ‘랜딩 페이지 조회’로 변경<ul style="list-style-type: none"><li>↳ 신규 캠페인 생성 시 업데이트 확인 가능하며, 기존 링크 클릭을 사용하는 트래픽 캠페인을 복제할 경우, ‘추천 적용하여 복제’ 선택 시 ‘랜딩 페이지 조회’ 최적화로 변경</li><li>↳ ‘랜딩 페이지 조회’는 광고를 클릭하고 실제로 웹사이트를 조회할 가능성이 높은 사람들에게 광고를 노출하여, 링크 클릭 대비 이탈률이 더 낮은 결과 제공</li></ul></li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>‘게시물 참여’ 성과 목표 기준 변경 테스트</b> : ‘게시물 참여’ 성과 목표에서 리포팅되는 행동의 수를 4가지로 축소하고, 성과 목표 및 지표명을 ‘Interactions(상호작용)’으로 리브랜딩<ul style="list-style-type: none"><li>↳ 11월 3일부터, 12%의 계정에서 테스트 진행되며, 점진적으로 확대할 계획 - 기존 ‘게시물 참여’ 성과 목표가 ‘상호작용(Interaction)’으로 바뀌어 나타난다면 테스트 포함된 계정</li><li>↳ 기존 행동 기준 - 12가지 : 게시물 공유/공감/저장/댓글, 동영상 3초 이상 재생, 사진 조회, 링크 클릭, 프로필 클릭/팔로우, 위치 클릭, 해시태그 클릭, 설문 스티커 클릭</li><li>↳ 새로운 행동 기준 - 4가지 : 게시물 공유, 게시물 공감, 게시물 저장, 게시물 댓글</li></ul></li></ul>
	구글	<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>구글애즈 ‘조회수’ 관련 측정 항목 업데이트</b> : 시청자가 인식하는 조회수 기준과 맞추기 위해, 공개 조회수(Public View)의 정의가 오가닉 집계 방식과 동일하게 변경 (쇼츠 : 광고 영상이 재생되는 즉시 조회수로 집계 / 인스트림 : 범퍼애드를 포함하여 ‘건너뛸 수 없는’ 광고 형식도 집계)</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>유튜브 쇼츠 광고 댓글 기능 도입</b> : 2025년 10월 6일부터, 유튜브 쇼츠 광고에 댓글 기능이 점진적으로 도입. 광고 영상의 채널이 구글애즈 또는 DV360에 연결된 경우에만 댓글 표시</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>EU 정치 광고 필수 신고</b> : 새로운 EU 정치 광고 정책에 따라, 모든 광고주는 계정 및 캠페인 레벨에서 ‘정치적 광고’ 여부를 직접 신고해야 함. 비정치적 광고인 경우에도 No 선언 필요</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>유튜브 마스트 헤드 상품 가격 변동</b> : 2026년부터 유튜브 마스트 헤드 상품(CPM/CPH) 가격 인상 (CPM: 2,800원 → 3,000원, CPH: 33,350,000원 → 38,000,000원). 타겟팅 할증은 25년과 동일(+420원)</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>CTV 유튜브 셀렉트 60초 논스킵 오픈</b> : CTV 지면에만 노출되는 ‘유튜브 셀렉트 라인업’ 상품의 ‘건너뛸 수 없는 인스트림 광고’ 최대 길이 60초 선택 가능 (15/30/60초)</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>판매자 센터 프로모션 기능 업데이트</b> : 구글 검색, 쇼핑 탭 등 다양한 구글 서비스에 제품의 할인된 가격을 표시하는 ‘프로모션’기능 업데이트. 구글 판매자 센터에서 등록 가능</li></ul>

# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	카카오	<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>선물하기 지면 확장</b> : 11월 6일부터 카카오톡 선물하기에도 모먼트 광고가 노출 가능하도록 지면 확장 (해당 영역 내 미부킹된 구좌에 대해 모먼트 성과형 광고 노출 가능)<ul style="list-style-type: none"><li>↳ 세부 노출 지면 : 선물하기 홈, 카테고리 홈, 랭킹 탭</li><li>↳ 노출 가능 소재 : 이미지 배너, 이미지 네이티브 소재이면서 선물하기 랜딩 URL로 설정한 소재</li></ul></li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>모먼트 카카오톡핑 타겟팅 오픈</b> : 카카오 선물하기와 톡스토어(톡딜)에서 발생하는 상품조회, 구매, 장바구니 담기, 찜하기 등 고객행동 데이터 기반 타게팅 오픈 (성과형 11/5, 메시지 11/4 적용)</li></ul>
	네이버	<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>쇼핑검색광고 검색대기창 광고 노출 확대</b> : 가격비교, 네이버플러스 스토어 지면에 각각 노출 가능한 상품을 대상으로 검색대기창 내 ‘추천검색어’와 연관된 상품을 노출</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>플레이스광고 부동산 업종 광고 노출 확대</b> : 네이버 모바일 통합검색 부동산 단지명 영역 및 모바일 네이버페이 부동산 영역에서 플레이스광고 노출</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>ADVoost 쇼핑 캠페인 부스트 업 (Beta) 기능 출시</b> : 네이버 외 검증된 광고 영역(검색 포털, 가격비교 사이트, 소셜 미디어 등)에 ADVoost 쇼핑 광고 확대 노출 (스마트스토어/ 브랜드스토어 대상)</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>ADVoost 오디언스 타게팅 (Beta) 유형 출시</b> : 광고주의 퍼스트파티 데이터와 네이버의 데이터를 결합하여, 목표 달성에 적합한 사용자를 자동으로 타게팅하는 유형 오픈</li></ul>
	SMR	<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>육아 업종 특판 &amp; 흑백요리사2 특판 출시</b> : 영유아 업계 겨냥 패키지와 연말 기대작인 흑백요리사2와 연계한 특판 상품 출시<ul style="list-style-type: none"><li>↳ 육아 업종 특판 : 최근 출산율 반등으로 활기를 띤 육아 업종을 겨냥하여 육아 고관여 오디언스와 콘텐츠 타겟팅으로 구성된 특판 상품 출시 (2,000만 원 / 1개월 - 기간 협의 가능)</li><li>↳ 흑백요리사2 특판 : 출연 셰프 및 푸드 콘텐츠를 활용한 맞춤DIY와 OTT 이용자 대상 프리미엄 TV 홈배너를 결합한 상품 (3,000만 원 / 1구좌 - 선착순 5구좌 판매)</li></ul></li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>웨이브 &amp; 티빙 지면 노출 중단</b> : 25년 11월부터 계약 종료로 인해 SMR Live를 통한 웨이브와 티빙 지면 광고 노출 지원 중단</li></ul>
	티빙	<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>25년 4분기 신규 상품 2종 프로모션</b> : 신규 론칭한 아웃스트림과 CTV PREMIER PKG 상품에 대해 론칭 기념 프로모션 진행<ul style="list-style-type: none"><li>↳ 아웃스트림 런칭 기념 프로모션 : 4분기 한정 단가 20% 할인 (평일 1,200만 원 → 1,000만 원 / 주말&amp;공휴일 1,500만 원 → 1,200만 원) + 연속 집행 시 최대 20% 할인 (2일 연속 10% / 3일 연속 20%)</li><li>↳ CTV PREMIER PKG 런칭 기념 프로모션 : 5,000만 원 이상 집행 시 BLS (Brand Lift Study) 무상 지원</li></ul></li></ul>
	당근	<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>리드폼 알림 &amp; CTA 기능 업데이트</b> : 리드 수집 시 알림 수신 가능, 광고주의 업종과 목적에 맞는 버튼 문구로 설정 가능</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>· <b>Cafe24를 통한 카탈로그 연동 기능 추가</b> : Cafe24의 상품 DB를 카탈로그에 쉽게 연동하여 광고를 집행할 수 있는 기능 추가</li></ul>

# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	네이버	<ul style="list-style-type: none"><li>연말 프리미엄광고 프로모션 (선착순)<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 11월 1일 ~ 12월 31일</li><li>2) 대상 : 더블크라운, 스페셜DA, 쇼케이스(일반/프리미엄), PC 홈 전면광고 집행 시 (4개 상품 중 최소 2개 이상 믹스 필수)</li><li>3) 혜택<ul style="list-style-type: none"><li>① 위 상품 pool 내 1.5억 이상 신규 부킹 시, 쇼케이스 1구좌 무상 제공 (날짜/요일 랜덤 적용)</li><li>② 위 상품 pool 내 3억 이상 신규 부킹 시, 쇼케이스 1구좌 (날짜/요일 랜덤 적용) + 스페셜DA 주말 1구좌 무상 제공</li></ul></li></ul></li></ul>
	넷플릭스	<ul style="list-style-type: none"><li>연말 신규광고주 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 11월 1일 ~ 12월 31일</li><li>2) 대상 : 최근 6개월간 (2025/5/1 ~ 2025/10/31) 넷플릭스 광고를 집행한 이력이 없는 광고주</li><li>3) 혜택 : 집행 금액의 추가 25% 보너스 Impression 혜택 제공 (PG로 진행 시 추가 5% 제공)</li></ul></li><li>연말 기존광고주 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 11월 1일 ~ 12월 31일</li><li>2) 대상 : 최근 6개월간 (2025/5/1 ~ 2025/10/31) 넷플릭스 광고를 집행한 이력이 있는 광고주</li><li>3) 혜택 : 각 청약 금액 구간에 따른 보너스 Impression 혜택 제공 (PG로 진행 시 추가 5% 제공)</li></ul></li></ul>
	토스	<ul style="list-style-type: none"><li>신규/이탈 광고주 모객 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 하반기</li><li>2) 대상 : 사업자번호가 처음 등록되었거나, 6개월 이상 매출 0원인 광고주</li><li>3) 혜택 : 첫 60일 내 총전 금액 기준 구간 별페이백 지급 (1구간 : 50만 원, 환급률 100% / 2구간 : 150만 원, 환급률 66.67% / 3구간 : 300만 원, 환급률 50%)</li></ul></li></ul>
	카카오VX	<ul style="list-style-type: none"><li>11~12월 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 11월 1일 ~ 12월 31일</li><li>2) 대상 : 월 5백만 원 이상 집행 및 12월까지 정산 완료 시</li><li>3) 혜택 : 25년 집행 내역 없는 신규 광고주 대상 서비스율 30% 제공</li></ul></li></ul>
	KB국민은행 /KB국민카드	<ul style="list-style-type: none"><li>4분기 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 11월 1일 ~ 12월 31일</li><li>2) 대상 : 상품별 상이</li><li>3) 혜택<ul style="list-style-type: none"><li>① KB스타뱅킹 Ads : KB스타뱅킹 Ads 런칭 기념 CPM 50% 할인 (ex. 혜택 메인배너 CPM 4,000원 -&gt; CPM 2,000원)</li><li>② KB부동산 : 광고 상품 런칭 기념 1+1 패키지 제공 (ex. 바텀시트 1구좌 진행 시 1구좌 추가 진행)</li><li>③ KB Pay Ads : : 최초 집행 광고주 공시금액 100% 서비스율 적용 *광고 진행 2회차까지 적용 (ex. 1,000만 원 진행 시 공시금액 2,000만 원 진행)</li></ul></li></ul></li></ul>

# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	SOOP	<ul style="list-style-type: none"><li>4분기 비게임 업종 겨울 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 11월 1일 ~ 12월 31일</li><li>2) 대상 : 기간 내 부킹된 비게임 업종 캠페인 대상</li><li>3) 혜택<ul style="list-style-type: none"><li>① 신규 100%, 기존 50% 만큼 집행 예산에 따라 서비스 제공</li><li>② 패션 및 가전/식음료 캠페인의 경우 신규/기존 상관없이 유상 집행 금액의 100% 서비스 제공</li><li>③ 광고주 측에서 니즈 있을 경우 현물 협찬 및 PPL 홍보 지원 (별도 협의 필요)</li><li>④ 신규 상품 집행 시 1+1으로 서비스 제공 (무상지원 프로모션과 중복 적용 X)</li></ul></li></ul></li></ul>
	TG	<ul style="list-style-type: none"><li>TG KT 제휴 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 9월 18일 ~ 12월 31일</li><li>2) 대상 : KT 제휴를 활용하여 TargetingGates를 집행하는 모든 광고주</li><li>3) 혜택 : 부킹 광고비의 10% 무상 포인트 충전 (최소 100만 원 이상 부킹 권장)</li></ul></li></ul>
	NHNAD 페이코캠퍼스	<ul style="list-style-type: none"><li>페이코 캠퍼스 노출 극대화 패키지 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 10월 1일 ~ 12월 31일</li><li>2) 대상 : 기간 내 노출 극대화 패키지를 첫 집행하는 광고주</li><li>3) 혜택 : APP PUSH 1회 무상 제공</li></ul></li></ul>
	올웨이즈	<ul style="list-style-type: none"><li>11월 신규 광고주 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 11월1일 ~ 11월30일</li><li>2) 대상 : 집행 이력이 없는 신규 광고주</li><li>3) 혜택 : CPC 단가 5원, Ecpm 단가 500원 적용</li></ul></li></ul>
	인모비	<ul style="list-style-type: none"><li>리타겟팅 상품 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>1) 기간 : 25년 11월1일 ~ 11월30일</li><li>2) 대상 : 모바일APP 런칭, MMP연동 완료 / 리타겟팅 모수 최소 50만 총족 캠페인</li><li>3) 혜택<ul style="list-style-type: none"><li>① 1개월 집행 시, 최초 2주 동안 발생한 금액 서비스 지원 (Max. 200만 원)</li><li>② 1개월 미만 집행 시, (캠페인 중도 off), 총 발생 금액에서 30% 서비스 지원</li></ul></li></ul></li></ul>



03

# NEW MEDIA

---

KB스타뱅킹

G마켓

카카오페이

KREAM

신규 매체

# KB스타뱅킹

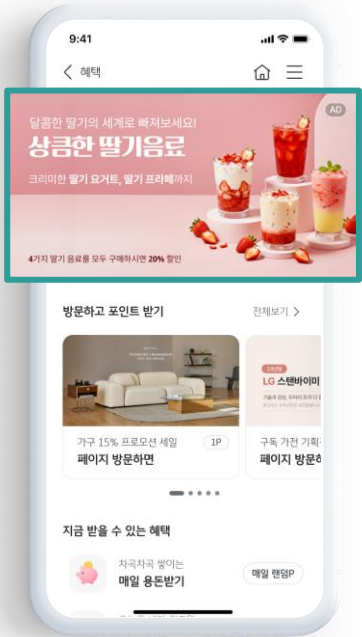
사용자의 브랜드 신뢰도 및 집중도가 높은 KB국민은행의 모바일 뱅킹 앱

전 세대에 걸쳐 고르게 분포된 사용자를 기반으로 원하는 타겟을 자유롭게 설정해 효과적인 광고 집행 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	배너 광고	CPM	MAU 1,400만 / 누적 가입자 수 2,200만

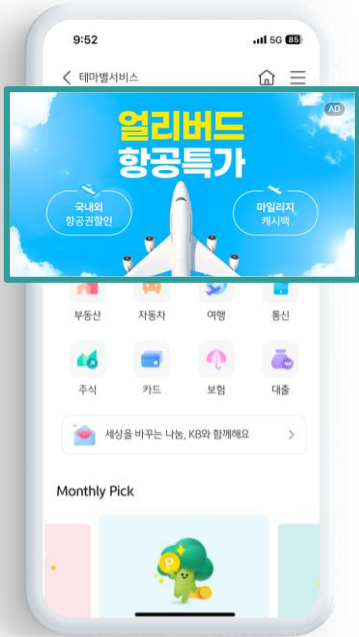
## 혜택 배너

주목도가 높은 혜택 탭에 노출되는 배너 상품  
크기와 위치를 목적에 따라 유연하게 선택 가능



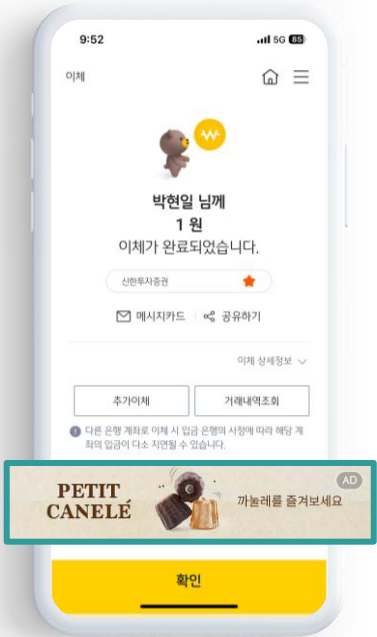
## 테마별서비스 배너

고객의 관심사에 맞춰 금융 및 생활 서비스를 모아  
제공하는 테마별서비스 탭에 노출되는 배너 상품



## 이체완료 배너

이체완료 후 연결되는 화면에 노출되는 상품  
가장 많은 노출수가 예상되어 효율적인 운영 가능



신규 상품

# G마켓

누적 조회수 11억 뷰에 달하는 G마켓 라이브 커머스 ‘G라이브’의 ‘스폰서드 광고’ 신규 출시  
실시간 방송에 몰입하는 소비자에게 브랜드를 자연스럽게 노출할 수 있는 패키지 상품

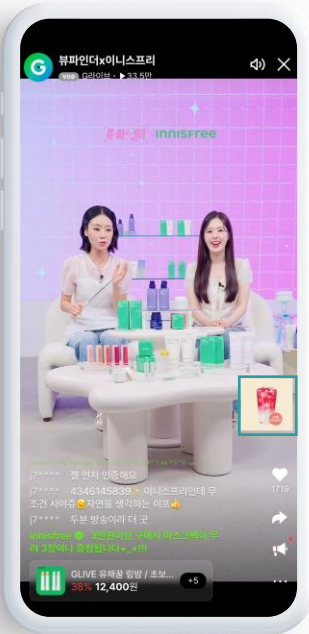
광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC/MO	배너/동영상 광고	구좌형	회당 평균 시청자 수 18.5만

New

## G마켓 스폰서드 광고 패키지

### 플로팅 배너

라이브 방송 화면 우측간에 브랜드 배너 롤링  
지속·반복 노출로 브랜드 각인 효과 상승



### 중간 영상 재생 광고

15초 논스킵 영상 총 2회 재생(방송 시작 시/종료 10분 전)  
방송의 가장 몰입되는 구간에서 시선 확보



### G마켓 판매 링크 연결

방송 중 상품 목록 그리드 최하단에 상품 1개 노출  
G마켓 온라인 몰에 판매 상품이 있는 브랜드 한정 제공



신규 상품

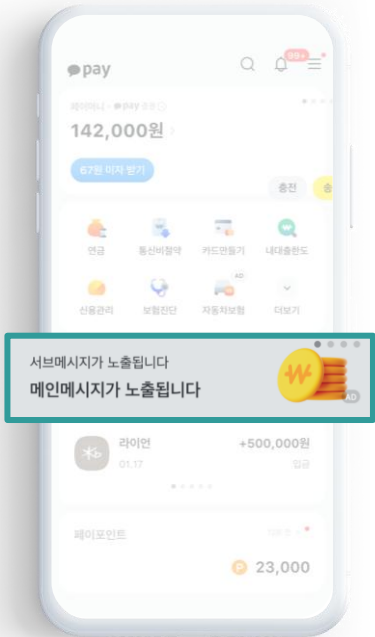
# 카카오페이

전 국민 10명 중 9명이 사용하는 카카오톡 기반 금융 플랫폼 ‘카카오페이’ 신규 상품 출시  
2천만 마이데이터 가입 유저를 바탕으로 광범위하고 신뢰도 높은 데이터를 활용한 정교한 타겟팅 가능

New

## 핏배너

카카오페이 주요 서비스 지면 내 노출되는 상품  
금융/소비 데이터 활용한 타겟팅으로 효율적인 예산 운용 가능

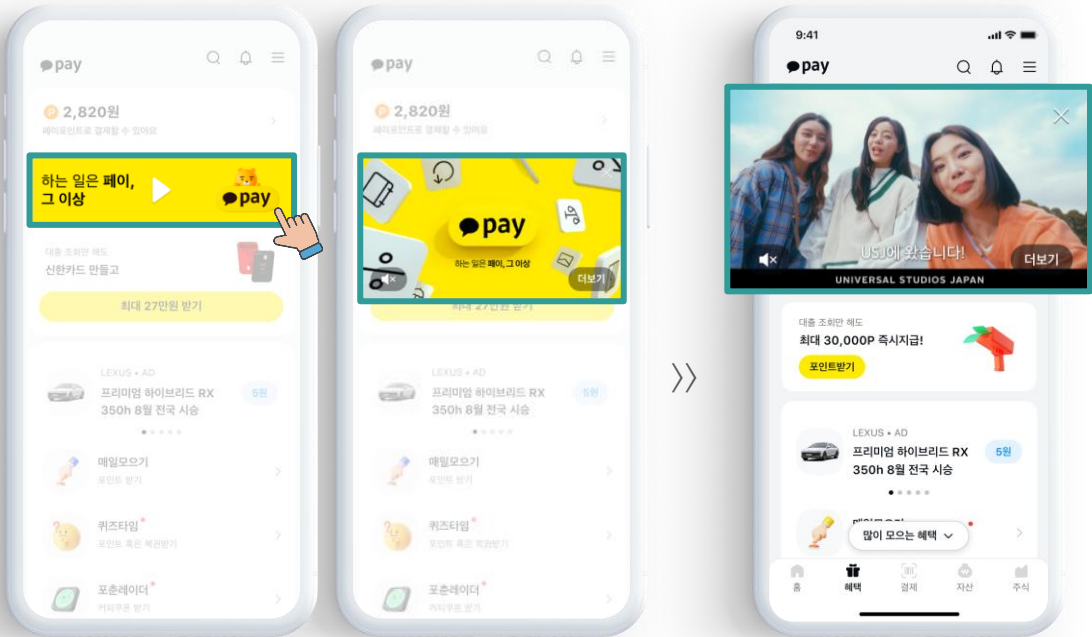


\*자산/투자/신용 등 10여 개의 지면

New

## 혜택 동영상

기존의 클릭 시 확장되는 방식에서 자동 재생으로 변경  
주목도 높은 최상단 영역으로 브랜딩 캠페인에 효과적



As-is

To-be  
\*12월 신규 리뉴얼

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	배너/동영상 등	CPC 400원/ CPM 1,500원	MAU 2,410만



신규 상품

# KREAM

다양한 패션 아이템을 쉽고 안전하게 구매할 수 있는 한정판 거래 플랫폼 KREAM의 신규 상품 출시  
진입 화면에서 주목도를 높이고, 핵심 체류 화면에서 연속 노출하여 인지도를 극대화할 수 있는 패키지 상품

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	구좌형	MAU 400만

New

## 프리미엄 패키지

### 스플래시

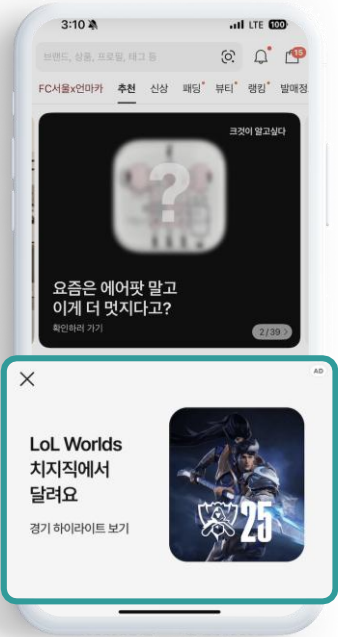
앱 실행 시 노출되는 전면형 스플래시 광고  
주목도가 가장 높은 지면으로 강력한 메시지 집중도 확보



\*클릭 랜딩 불가

### 팝업

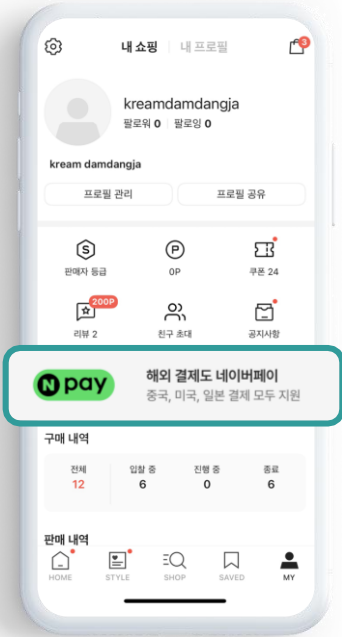
앱 진입 직후 하단에 노출되는 팝업 배너  
유저의 사용 흐름에 따른 노출로 브랜드를 각인 효과 탁월



\*클릭 랜딩 가능

### MY Page 띠배너

My Page 상단에 노출되는 띠배너  
앱 이용에 보다 적극적인 유저에게 효과적으로 도달 가능



\*클릭 랜딩 가능

# 함께 보면 좋은, 메조미디어 추천 콘텐츠



2025 타겟 분석 리포트



2025 업종 분석 리포트



2025 디지털 미디어 마일스톤



디지털 라이프 스타일 리포트 - 여가·취미



디지털 라이프 스타일 리포트 - 소비·쇼핑

# INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

연락·문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실



※ 본 보고서의 저작권은 CJ메조미디어에게 있습니다. 무단 도용·배포·복제를 금하며, 인용·활용 시에는 반드시 사전 동의를 득해야 합니다.