

MEDIA NEWS REPORT

2026.11



01. MEDIA ISSUE

오픈AI, 챗GPT 이미지 생성 시 노출되는 '비주얼 광고' 도입
메타, 인스타그램 '라이브 방송 광고' 국내 출시
AI 빅테크 3사, '자율형 AI 에이전트' 경쟁 치열

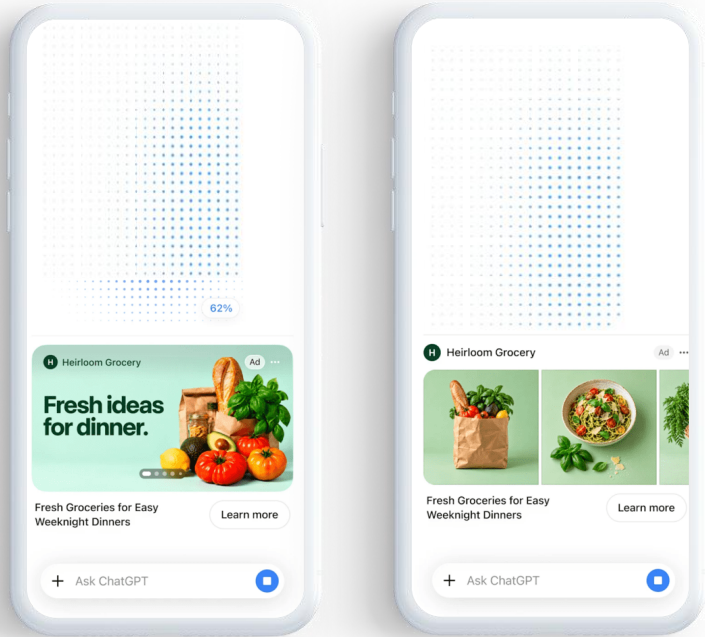


오픈AI, 챗GPT 이미지 생성 시 노출되는 ‘비주얼 광고’ 도입

오픈AI는 사용자가 챗GPT에서 이미지를 생성하는 동안 제품이나 서비스와 관련된 브랜드의 이미지 광고가 표시되는 비주얼 광고를 도입
사용자가 프롬프트를 입력하고 이미지 생성 결과를 기다리는 스킵할 수 없는 ‘대기 시간’을 광고 노출 타임으로 활용한 전략
단순 키워드 기반이 아닌 주고받은 대화 속 조건과 맥락, 소비자의 최종 결정 직전의 의도를 파악해 광고를 매칭하므로 광고 효과가 증대될 것으로 기대

오픈AI 광고 도입에 따른 기대 효과

오픈 AI (플랫폼)	광고주 (마케터)	사용자
<div>▶ 매출 성장 견인 구글·메타가 독점하던 글로벌 디지털 광고 예산을 흡수하여 다각화된 캐시카우 확보</div> <div>▶ 초기 AI 광고 시장 선점 검색 및 소셜 미디어 중심의 광고 판도를 대화형 AI 중심으로 재편해 우위 선점</div>	<div>▶ 높은 구매 전환율 사용자가 정보를 비교하고 결정을 내리는 ‘고관여 탐색 과정’에 개입, 실제 소비로 연결</div> <div>▶ 브랜드 안전성(Safety) 확보 민감한 대화에는 광고가 차단되는 시스템을 통해 브랜드 이미지 타격 방지</div>	<div>▶ 무료 접근성 확대 광고 시청을 대가로 더 높은 수준의 AI 기능, 또는 늘어난 사용량을 무료로 이용 가능</div> <div>▶ 유용한 정보 발견 고도화된 AI 맥락 분석을 통해 내게 필요한 제품이나 서비스를 자연스럽게 추천 받음</div>

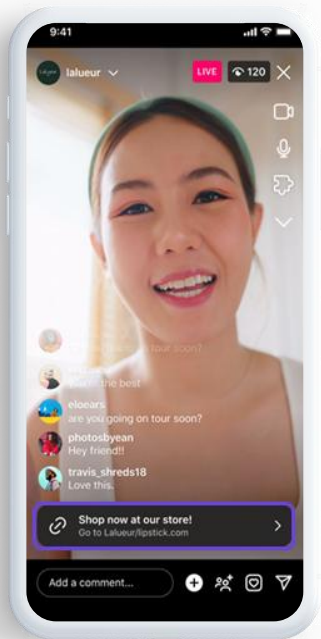


오픈AI 비주얼 광고 예시
생성 중인 이미지와는 별도로 게재 / 광고 이미지에는 “Ad” 라벨 표기

메타, 인스타그램 ‘라이브 방송 광고’ 국내 출시

메타가 기존 팔로워뿐 아니라 제품 구매 의향이 높은 이용자에게도 라이브 방송을 보여주는 광고 상품인 인스타그램 ‘라이브 방송 광고’를 출시
라이브 방송 자체를 광고로 활용해 별도 소재를 제작할 필요가 없으며, 라이브 방송 시간 동안 스토리·릴스·피드에 실시간 광고 노출로 시청자층 확대
소비자가 제품을 발견하고 인스타그램 샵을 통해 결제·구매하는 과정이 하나로 연결되는 메타의 원스톱 커머스 생태계가 한층 더 강화될 것으로 기대

인스타그램 ‘라이브 방송 광고’ 주요 내용



외부 페이지로 이동 가능한
CTA버튼 지원

자동 노출 및 연동



팔로워 수 1,000명 이상의 프로페셔널
및 크리에이터 계정은 진행 중인 라이브
방송을 인스타그램 피드, 릴스, 스토리
영역에 실시간 광고로 송출 가능

잠재고객 발굴



기존 팔로워나 자연 유입에만 의존하지
않고, 메타의 타겟팅 시스템을 활용해
구매 확률이 높은 새로운 잠재 고객에게
실시간으로 도달 가능

구매 링크 삽입



라이브 방송 광고 내 외부 웹사이트
연동 링크를 삽입해 시청자가 방송을
보며 실시간 구매나 문의로 곧바로
이어지는 원스톱 구조 제공

성과 측정 지원



도달, 노출, 영상 조회수 등
광고 데이터 분석/측정 결과 지원
(일반 라이브 대비 시청자 수 24배, 구매 건수
17.1% 증가 및 ROAS 2.7배 효과 입증)

AI 빅테크 3사, ‘자율형 AI 에이전트’ 경쟁 치열

최근 구글, 오픈AI, 메타에서 기존 챗봇의 한계를 넘어 사용자를 대신해 상시 구동되며 직접 행동하는 ‘자율형 AI 에이전트’를 앞다투어 출시
구글은 워크스페이스 생태계 선점, 오픈AI는 고성능 업무 자동화 솔루션 구축, 메타는 일상 밀착형 초개인화 커머스 연계라는 차별화된 전략을 수립
사용자의 디지털 생산성 극대화뿐 아니라 AI 에이전트가 중개한 실제 거래에 대한 플랫폼 중개 수수료, 광고 수익 등 새로운 미래 수익원을 확보 기대

AI 빅테크 3사의 AI 에이전트 비교

제미니아이 스파크 (Gemini Spark)		오픈AI 닷츠 (OpenAI Dots)		메타 뮤즈 (Meta Muse)	
출시일	2026.05.14 (구글 I/O 최초 공개), 2026.07.30 (한국 출시)		2026.09.29 (오픈AI DevDay 2026 공개/출시)		2026.09.08 (미국, 캐나다 선출시)
기반 모델 / 연동 생태계	Gemini 3.6 계열 모델		GPT-6 아스트라 (Astra)		Muse Wonder/Muse Spark 1.3
	G메일, 구글 문서, 캘린더 등 구글 워크스페이스 핵심 앱과 기본 연동		전용 클라우드 환경 제공, 슬랙, 팀즈 등 4,000개 이상의 업무 앱 연동		이메일, 캘린더, 스마트홈, 외부 결제/쇼핑 서비스, 외부 앱 등과 연동
주요 특징점	<ul style="list-style-type: none">백그라운드에서 24시간 상시 작동기기 화면이 꺼져 있어도 다단계 워크플로우를 연속 처리구글 인프라 기반의 높은 안정성		<ul style="list-style-type: none">업무 변화를 능동적으로 파악해 선제적 제안 및 처리복잡한 코딩 리서치 및 외부 앱 제어에 탁월전용 가상 PC 및 ID 부여		<ul style="list-style-type: none">웹 브라우징, 양식 자동 완성, 결제 및 예약까지 수행하는 실행형 비서독립된 가상 머신과 보안 승인 에이전트의 철저한 보안 통제
가격 및 언어	구글 AI 프로 (월 \$20) / 울트라 플랜 포함 (월 \$100)		Pro (\$100/200/500) 및 비즈니스 요금제		무료 (한도), Power (월 \$20), Maximum (월 \$100)
	한국어 정식 지원		한국 포함 글로벌 순차 출시 (일부 유럽 제외)		현재 한국 IP 이용 및 앱 다운로드 불가
핵심 비즈니스 목적	구글 생태계 내부 이용자의 업무 생산성 극대화 및 구독 유지		독립적인 디지털 동료로서 종합적인 업무 및 워크플로우 자동화		쇼핑, 예약, 태스크 처리를 지원하는 소비자 중심의 초개인화 AI 비서
광고 비즈니스 방식	기존 검색 및 워크스페이스 솔루션 연계형 광고 구조 유지		순수 요금제 구독 기반 중심 (광고 의존도 최소화)		사용자 승인 기반의 쇼핑/가격 비교, 커머스 생태계 중개/타겟팅 확보

02. NEW MEDIA

네이버 - 파파고

이마트 DOOH

CJ ONE - ONE퀴즈



신규 상품

네이버 파파고

내국인과 외국인이 모두 사용하는 글로벌 AI 번역 서비스

노출 한도 없이 1일간 단독 브랜드 독점, 이용자의 사용 언어에 따라 상품 분리

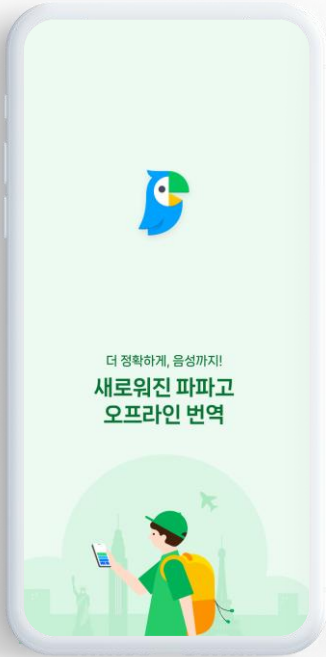
광고 형태	상품 유형	판매 방식	패키지 예상 노출량
MO	DA	CPT	한국어 450만 / 외국어 300만

NEW

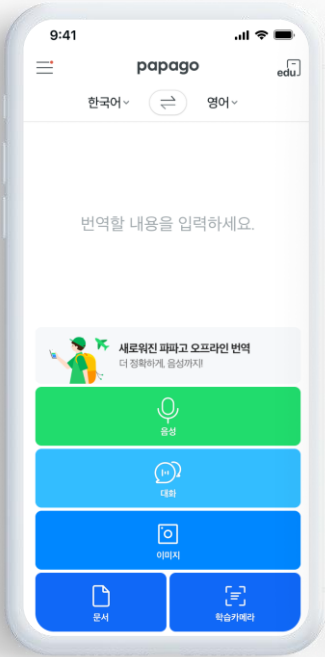
파파고 앱 스플래시 패키지 (한국어)

앱 구동 시 스플래시와 리마인드 배너를 패키지로 제공

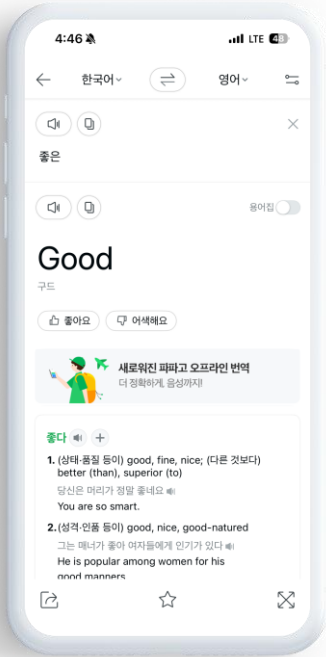
여행·학습·해외 구매 등 목적이 뚜렷한 이용 맥락에서 브랜드 각인에 최적



스플래시



파파고 홈



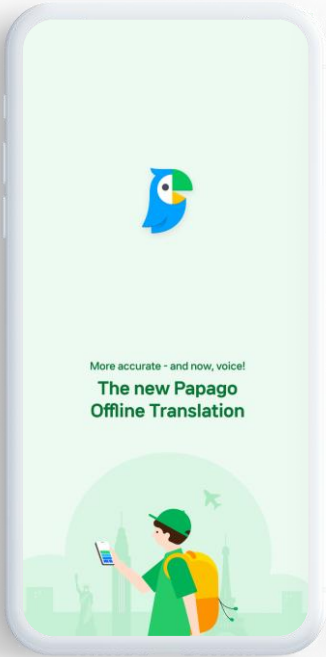
번역결과

NEW

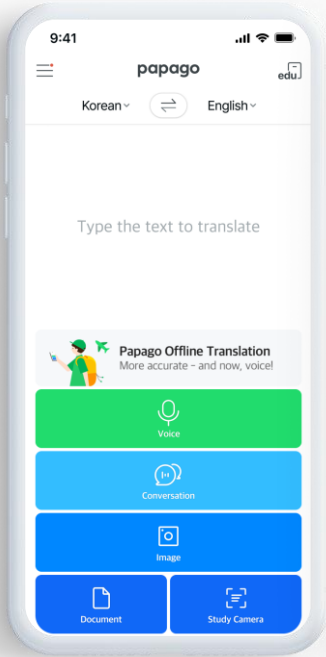
파파고 앱 스플래시 패키지 (외국어)

외국어로 파파고를 활용하는 이용자에게 동일 패키지로 노출

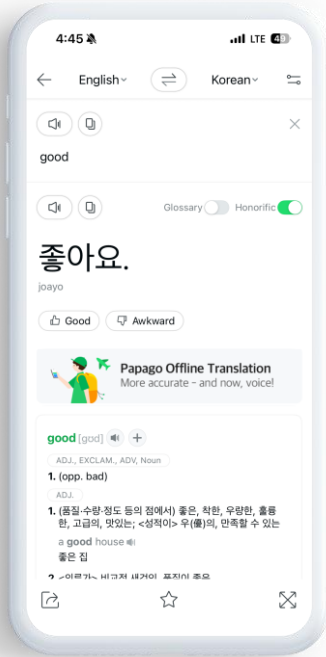
입국 전부터 체류기간 중 상시 이용되는 매체로, 외국인 대상 캠페인 등에 적합



스플래시



파파고 홈



번역결과

신규 매체

이마트 DOOH

매장 내 주요 쇼핑 동선 곳곳의 디지털 스크린을 통해 고객과 만나는 오프라인 리테일 미디어
쇼핑 동선 속 자연스러운 노출로 실구매 고객의 인지와 구매 전환을 이끄는 신제품 캠페인에 적합

NEW

(이마트) 무빙워크 미디어

고객 이동 경로에 맞춘 반복 노출로 강력한 브랜드 인지도 형성
상품을 구매하는 여정에 노출되어 실구매 유도에 긍정적 기여 가능



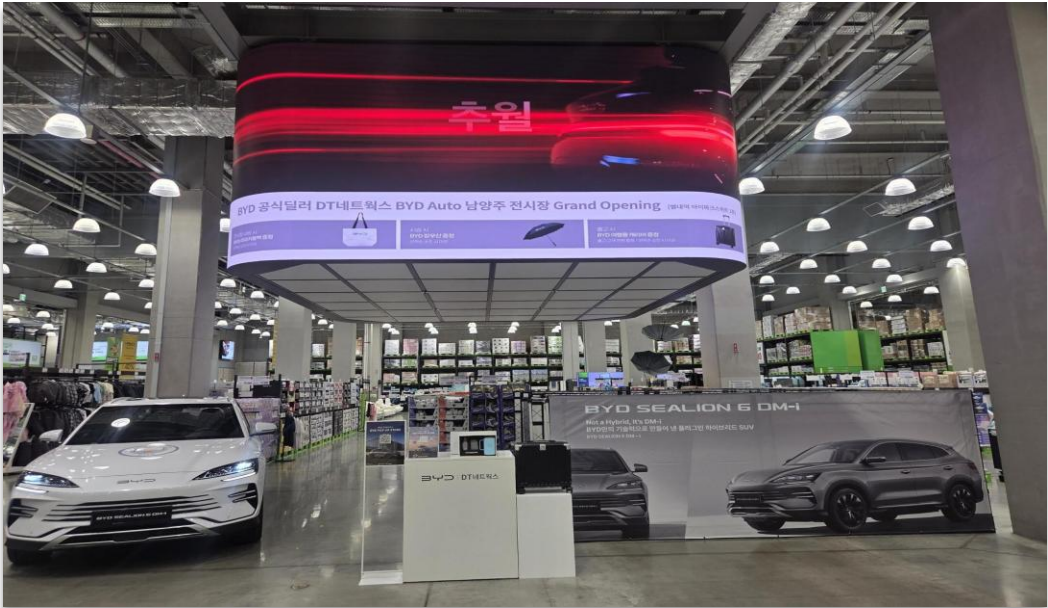
무빙워크 벽면 사이니지

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
DOOH	사이니지 이미지/동영상	CPP	이마트 : 101개점 / 트레이더스 : 9개점

NEW

(트레이더스) 미디어 큐브

상단 4면 대형 LED 영상, 음향 송출과 하단 실물 전시를 결합한 공간 일체형 프로모션 집행 가능
주목도 높은 디지털 영상과 오프라인 체험의 시너지를 통해 신제품 출시 및 브랜드 협업 캠페인의 각인 효과 극대화



상단 (미디어 큐브), 하단 (팝업 전시공간)

신규 상품

CJ ONE

다양한 제휴 브랜드 포인트 적립 및 생활 문화 서비스를 즐길 수 있는 멤버십 플랫폼

신제품 홍보 및 프로모션 이벤트 캠페인에 적합한 인터랙티브형 PKG 상품을 신규 출시

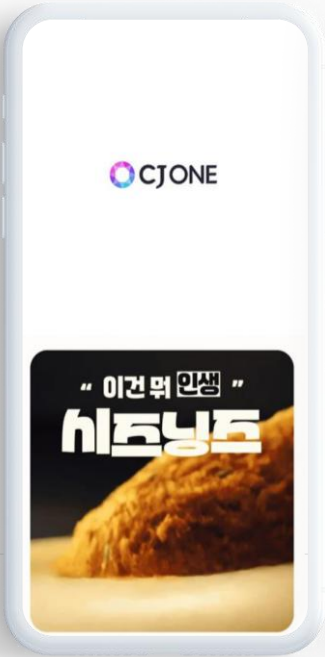
광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	DA	CPT	MAU 300만 / DAU 30만

NEW

ONE 퀴즈

주목도 높은 스플래시/전면 팝업 프리미엄 지면 독점 노출

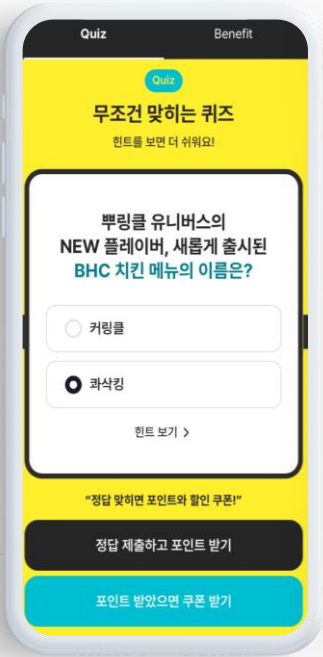
CJ ONE 유저들에게 브랜드 홍보 및 트래픽을 유도하고 퀴즈 이벤트로 연계하여 인터랙션 유도 가능



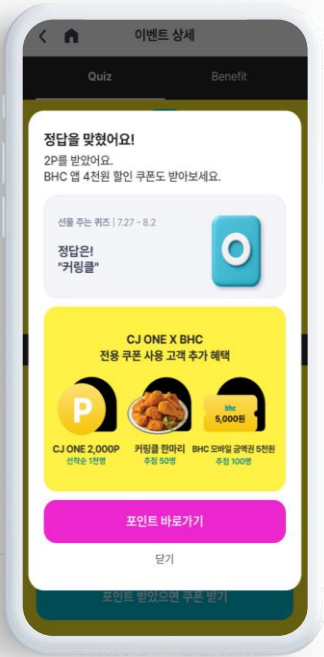
스플래시



전면 팝업



이벤트 페이지 (퀴즈형)



03. MEDIA NEWS BRIEF

광고 정책 및 상품
프로모션



MEDIA NEWS BRIEF

광고 정책 및 상품 업데이트

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버 NOSP	<div><div>· 네이버 주류 광고 경고 문구 표기 기준 변경 (11/9~)</div><div>- 주류 광고 경고 문구에 ‘음주운전 위험’ 내용이 추가되어 네이버 광고 주류 광고 집행 기준 또한 변경</div></div>
		<div><div>· 네이버 지도앱 버블키워드 상품 관련 변경 사항 적용</div><div>- 네이버 지도앱 서비스 개편에 따라 아웃랜딩 신규 지원, 노출 지면 확대, 상품 구성 일부 변경</div></div>
		<div><div>· 네이버 파파고 앱스플래시 패키지(한국어, 외국어) 출시</div><div>- 파파고 앱의 스플래시와 스마트채널(홈, 번역결과) 지면을 묶은 패키지 상품을 신규 출시</div></div>
	네이버	<div><div>· 네이버 디지털옥외광고 - 광고 가능 업종 확대</div><div>- 기존 업종에서 식음료, 숙박, 병·의원 유관 업종까지 광고 가능 업종으로 확대</div></div>
		<div><div>· 네이버 ADVoost 쇼핑/쇼핑검색광고 - 네이버 메인 MO 카-테크 주제판 광고 노출</div><div>- 기존 노출되던 CAR&LIFE 보장형 광고는 종료되며, 해당 영역에 ADVoost 쇼핑/쇼핑검색광고가 노출</div></div>
		<div><div>· 네이버 디지털옥외광고 - 신규 송출 매체 IPTV 추가</div><div>- 네이버 디지털옥외광고를 IPTV 실시간 방송의 지역 광고 영역에서도 확인 가능</div></div>
		<div><div>· 네이버 플레이스광고 - ‘ADVoost 플레이스’ 스마트플레이스센터 오픈</div><div>- 네이버 스마트플레이스센터에서도 ‘ADVoost 플레이스’ 적용 가능</div></div>
	카카오	<div><div>· ‘고객데이터’ 타겟 메뉴 신설 (9/28)</div><div>- 기존에는 광고 유형별로 타겟 데이터를 고객파일/친구그룹으로 나눠 등록해야 했으나, ‘고객데이터’ 메뉴에서는 한 번 등록하면 성과형·참여형·메시지 광고에 공통으로 사용 가능</div></div>
		<div><div>· 커머스 랜딩 URL 사용 시 유입 경로 값 (레퍼러 파라미터) 자동 추가 (9/28)</div><div>- 커머스 URL(선물하기, 톡스토어, 쇼핑라이브)로 랜딩 시 레퍼러 파라미터가 자동 부착되어 커머스 판매자센터 통계에서 광고 유입 경로 및 전환 지표 확인 가능 (현재 톡스토어만 가능, 선물하기 추후 제공)</div><div>*레퍼러 파라미터: 사용자가 어떤 플랫폼을 통해 유입되었는지를 식별하기 위해 랜딩 URL에 부착하는 유입 경로 정보</div></div>
		<div><div>· 스마트메시지 신규 등록 종료 (11/3)</div><div>- 카카오톡 채널 × 도달 캠페인에서 제공하던 ‘스마트메시지’ 신규 등록 기능이 종료되고, 모먼트 [메시지] 메뉴의 '메시지 최적화'로 대체 제공</div><div>*스마트메시지: 복수 메시지 등록 시 유저별로 반응이 좋은 메시지를 자동으로 매칭하여 발송하는 기능</div></div>
		<div><div>· 비즈니스폼 랜딩 지원 종료 및 비즈니스폼+로 대체 (11/3)</div><div>- 11/3부터 기존 비즈니스폼 랜딩 소재는 새로 만들거나 수정할 수 없어 '비즈니스폼+' 랜딩으로 대체하여 운영 권장</div><div>- 기존 비즈니스폼은 12/31 종료 예정으로 이후 응답 수집이 중단되며, 응답 데이터는 27년 3월 31일까지 다운로드 가능</div><div>*비즈니스폼+: 기존 비즈니스폼은 비즈니스 관리자센터에서 폼 생성 후 모먼트 광고 계정에 연동해야 했으나, 비즈니스폼+는 모먼트 관리자센터 안에서 바로 폼을 만들어 활용 가능</div></div>

MEDIA NEWS BRIEF

광고 정책 및 상품 업데이트

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	구글	<ul style="list-style-type: none">• VRC & VVC 유사 잠재고객 도입<ul style="list-style-type: none">- 기존 오디언스 확장 기능을 대체하여 1차 데이터 기반 유사 잠재고객 발굴 및 신규 도달 확대
	메타	<ul style="list-style-type: none">• 신규 비즈니스 자산 인증 및 광고 계정 위치 인증 설정<ul style="list-style-type: none">- 신규 비즈니스 자산을 생성한 경우 '광고 설정 > 인증 및 광고 투명성'에서 사전 인증을 완료해야 하며, 미완료 시 인증 요청 알림과 함께 광고 게재가 중단될 수 있어 사전 설정 필요- 사업장 위치 인증 알림이 표시된 계정의 경우, 해당 국가 전화번호 코드, 발급 결제 수단, 신분증 중 하나로 인증 완료 필수 (위치 인증은 사전 인증 불가, 알림 수신 계정만 대상)
		<ul style="list-style-type: none">• 브랜드 리프트 스터디(BLS) 한국 최소 집행 금액 기준 상향 (9/15)<ul style="list-style-type: none">- 통계적 신뢰도 확보를 위한 기준 개편으로, 한국의 경우 최소 집행 금액이 기존 \$40,000에서 \$58,000으로 상향 조정 (에이전시팀 BLS 신청 조건은 \$64,000 유지)- 9월 15일 이후 신규 생성 스터디부터 적용되며, 최소 금액 미달 시 스터디 결과를 받지 못할 수 있으므로 계획 단계에서 예산 충족 여부 필수 점검
		<ul style="list-style-type: none">• 단기 집중 노출을 위한 ‘광고 슈퍼 버스트(Ads Super Burst)’ 베타 테스트 참여 신청<ul style="list-style-type: none">- 광고 슈퍼 버스트: 기존 2~5일 기간인 광고 버스트보다 더 짧은 3~24시간 내에 타겟 오디언스에게 최대 60%까지 폭발적인 도달을 보장(±5% 오차, 빈도 1회 제한)하는 신규 솔루션- 현재 도달 플래너에서 예약 가능하며, 베타 테스트 신청 가능 (신청 시 BLS 동시 진행 필수)
		<ul style="list-style-type: none">• 파트너십 광고와 어드밴티지+ 카탈로그 광고 결합 기능 지원<ul style="list-style-type: none">- 크리에이터 콘텐츠를 광고의 메인 소재로 두고 그 하단에 구매 가능한 카탈로그 상품을 연동해 노출하는 기능으로, 컬렉션 및 제품 표시를 사용하는 단일 미디어 형식에 바로 적용 가능- 크리에이터 시그널과 카탈로그 상품 시그널이 상호 보완되는 방식으로, 단일 미디어 적용 기준 클릭률 +4%, 전환 +3% 성과 개선 확인
	넷플릭스	<ul style="list-style-type: none">• 어드밴스드 데모 타겟팅 지원<ul style="list-style-type: none">- 넷플릭스 1P 데이터를 활용한 어드밴스드 데모 타겟팅 추가- 가구 구성 (Household Composition): 미성년 자녀 보유 가구- 가구 소득 (Household Income): High 고소득 가구 (상위 20%) / Mid 중소득 가구 (중위 40% ~ 80%) / Low 저소득 가구 (하위 40%)
		<ul style="list-style-type: none">• 넷플릭스 오리지널 영화 프리롤 구간 광고 길이 변경<ul style="list-style-type: none">- 프리롤 구간 광고 30초 → 90초 운영 (최대 광고 길이 75초 지원)- 넷플릭스 오리지널 시리즈 및 비넷플릭스 콘텐츠의 프리롤은 30초 구간(최대 광고 길이 30초, 최대 2개)으로 운영
		<ul style="list-style-type: none">• 영상 + QR 광고 모바일 디바이스 자동 미노출<ul style="list-style-type: none">- 기존: QR 영상은 Mobile / CTV+Desktop 2개 라인으로 운영, CTV·Desktop에서는 QR이 노출되고 Mobile에서는 QR 없는 영상 노출- 변경: QR 영상은 CTV와 Desktop에만 노출되며, Mobile에는 자동으로 미노출
	티빙	<ul style="list-style-type: none">• 장르 타겟팅 상품 출시 (Beta)<ul style="list-style-type: none">- 티빙 콘텐츠를 장르별로 나누고, 특정 장르를 즐겨 보는 시청자에게 광고를 집중 노출하는 상품- 상품 정보: 최소 집행 금액 1천만 원 / 관심 장르(16종)에 성별·연령(5세 단위), 디바이스/OS, 시간대, 요일, 광고 위치 타겟팅 추가 가능 (추가 옵션 적용 시 할증)- Beta 기간 (10/12~12/31) 한정 판매되며, 해당 기간 내 집행 광고주 대상 최대 500만 원 무가 지원

MEDIA NEWS BRIEF

광고 정책 및 상품 업데이트

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	티빙	<ul style="list-style-type: none">· 관심사 타겟팅 세그먼트 확장<ul style="list-style-type: none">- 베이직 인스트림의 타겟팅 옵션인 관심사 타겟팅에 세그먼트 4개 추가- 기존 세그먼트: 오피니언 리더(시사·경제 이슈 관심 유저), 뷰티/패션 고관여, 게임 & 서브컬처 마니아- 신규 세그먼트: 스포츠 팬덤, 패밀리/키즈, 푸디/먹방, 액티브 시니어(트로트·토크쇼 시청 시니어 유저)
	틱톡	<ul style="list-style-type: none">· 오가닉 틱톡 계정을 광고 계정과 연결하기 전, 틱톡 비즈니스 인증 필수 (10/7)<ul style="list-style-type: none">- 틱톡 계정에 대한 비즈니스 계정 기업 자격 검증 완료 이후 광고 계정과 연동 가능하므로, 사전에 틱톡 계정 비즈니스 인증 진행 필수
	당근	<ul style="list-style-type: none">· 검색광고 노출 순위 산정 방식 변경<ul style="list-style-type: none">- 입찰가뿐 아니라 광고 품질, 검색어와 광고 소재 및 랜딩 페이지의 관련성 등 여러 요소를 종합적으로 반영하여 결정- 광고 노출 결과가 개인화되어, 사용자마다 다른 광고 노출
	스포티파이	<ul style="list-style-type: none">· Spotify Sponsored Playlist 상품 국내 출시<ul style="list-style-type: none">- Sponsored Playlist(스폰서드 플레이리스트)는 스포티파이의 인기 프리미엄 플레이리스트 구좌를 한 브랜드가 독점으로 사용하는 고임팩트(High-Impact) 광고 상품- 브랜드가 선택한 스포티파이 공식 플레이리스트 내에서 100% 점유율(SOV - Share of Voice)을 확보하여 브랜드 인지도와 주목도 극대화 가능
	SMR	<ul style="list-style-type: none">· 2026년 수험생 특판 출시<ul style="list-style-type: none">- 2027 수능 시즌을 맞아, 수험생과 학부모 타겟을 공략할 수 있는 패키지①기본PKG (수험생/학부모): 구좌 단가 2천만 원, 보너스율 10%, 오디오스 타겟팅 + 콘텐츠 큐레이션 구성②플러스PKG (수험생/학부모): 구좌 단가 5천만 원, 보너스율 164%, 기본PKG + EBS 가상광고 구성
		<ul style="list-style-type: none">· 2026년 홀리데이 특판 출시<ul style="list-style-type: none">- 연말 시즌을 겨냥한 홀리데이 특판으로, 연말 선물 수요 공략부터 프리미엄 TV 스크린을 활용한 브랜드 인지도 강화까지 캠페인 목적에 맞는 구성으로 제안 가능①홀리데이 기프트PKG: 구좌 단가 3천만 원, 보너스율 10% / 선물 구매 관련 핵심 타겟과 OTT 방송 화제작을 결합하여 브랜드 접점 확대 가능 상품 (추천 업종: 명품, 주얼리, 휴대폰 등)②홀리데이 빅스크린PKG: 구좌 단가 5천만 원, 보너스율 30% / 유튜브 TV와 TV 홈 배너를 결합하여 대형 스크린에서 브랜드 임팩트 극대화 가능 상품 (추천 업종: 자동차, 호텔, 리조트 등)
		<ul style="list-style-type: none">· 웨이브 골프 오리지널 필드캠 LIVE 중간광고 특판 출시<ul style="list-style-type: none">- KLPGA 챔피언십 중 가장 화제성 높은 최종 라운드만, 가장 주목받는 플레이어 1명의 모든 순간을 생중계하는 콘텐츠인 <필드캠> 내 중간광고 상품- 구좌 일정: 9/20(일), 10/4(일), 10/11(일), 10/18(일), 11/8(일) / 구좌 단가: 500만 원 (1일 1구좌) / 구좌당 단독 노출, 다구좌 구매 가능
	토스	<ul style="list-style-type: none">· 디스플레이 광고 형태 확대<ul style="list-style-type: none">- 한 줄 배너 세트형(카탈로그), 미니 세트형(카탈로그), 가로 비디오형, 세로 비디오형 광고 노출 형태 4종 추가
		<ul style="list-style-type: none">· 앱 설치 유도하기 캠페인 OS별 운영 가능<ul style="list-style-type: none">- 캠페인별 APP 1개, OS 1개만 선택할 수 있으며, 선택한 OS 사용자에게만 광고 노출

MEDIA NEWS BRIEF

프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	네이버	<div><div>· 치지직 인스트림 개편 할인 프로모션</div><div>1) 기간: 9월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: PM_치지직_인스트림_15초 SKIP(신) 상품 집행 시</div><div>3) 혜택: 월 집행액 구간에 따라 공시 단가(CPM 13,000원) 대비 30~60% 할인 적용</div></div>
		<div><div>· 브랜드검색 통합 개편 2차 프로모션</div><div>1) 기간: 26년 10월 1일 ~ 27년 3월 1일</div><div>2) 대상: 기간 내 브랜드검색 개편 상품을 구매하는 모든 광고주</div><div>3) 혜택: 2차 프로모션가로 조정되며, 27년 3월 2일부터는 정가 적용 예정</div><div>- 단, 지자체 단가의 경우 2027년 1월 4일부터 정가로 적용</div></div>
	카카오	<div><div>· 커머스 카탈로그 연동 베네핏 프로모션</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 11월 30일 (기존 5/21~9/30 진행된 프로모션의 기간 연장, 무상캐시 사용 기한 기준 변경)</div><div>2) 대상: 선물하기 및 톡스토어에 입점해 있으며, 프로모션 기간 내 카탈로그 연동을 진행한 사업자</div><div>3) 혜택: 100만 원의 무상캐시 지급</div><div>참고: 무상캐시는 지급일 기준 30일 내 사용 필요 (기존 90일 → 30일로 변경)</div></div>
		<div><div>· 신규 및 증액 SME 광고주 대상 무상 크레딧 지급 프로모션 (ASAP 프로그램)</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 신규 (분기 평균 10만 원 미만 or 신규 사업자) 또는 증액 광고주 (분기 평균 10만 원 이상 사업자)</div><div>3) 혜택</div><div>① 신규 광고주: 월 최소 200만 원 광고 집행 시 무상캐시 지급 (월별 차등 지급 - 1개월 차 50%, 2개월 차 70%, 3개월 차 120%)</div><div>② 증액 광고주: 분기 평균 집행 금액 20% 이상 증액 시 무상캐시 100% 지급 (월 최소 300만 원 이상 소진 필요, 기준 매출 제외한 증액분의 100% 캐시 지급)</div><div>*4분기 한정, 26년 증액 광고주로 참여 이력이 있는 사업자도 참여 가능하며, 별도 기준 금액 사전 합의 필요</div></div>
	넷플릭스	<div><div>· 2Q~4Q 신규 광고주 프로모션</div><div>1) 기간: 4월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 라이브 시점 기준, 직전 12개월 내 넷플릭스 광고를 집행한 이력이 없는 광고주</div><div>3) 혜택: 지정 기간(26.04.01~26.12.31) 내 집행 예산에 한하여 추가 20% 보너스 Impression 혜택 제공</div></div>

MEDIA NEWS BRIEF

프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	넷플릭스	<div><div>• 하반기 PMP 단가 할인 프로모션</div><div>1) 기간: ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: PMP 구매 방식 첫 진행 광고주 (기존 DIO, PG 진행 이력이 있더라도 PMP 진행이 처음이라면 프로모션 대상에 포함)</div><div>3) 혜택: PMP 최소 입찰가 20% 할인 혜택 제공</div></div>
		<div><div>• (오픈 베타) 인터랙티브 영상 광고 프로모션</div><div>1) 기간: ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 26년 4Q 내 인터랙티브 집행 광고주</div><div>3) 혜택: *4Q에 청약하여 27년 1Q로 이어지는 경우에도 동일한 혜택 적용 가능</div><div>① 인터랙티브 상품 할증 10% 면제</div><div>② 1.25억 원 이상 집행 시, 보너스 노출량 10% 제공 + 측정 솔루션 Lucid BLS 제공 (약 2천만 원 상당)</div></div>
		<div><div>• PMP Cross-Channel Reach 스테디 프로모션</div><div>1) 기간: ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 넷플릭스 - Cross-Channel Reach 스테디를 진행하고자 하는 광고주 (*YouTube에 한해 Cross-Channel 테스트 지원)</div><div>3) 혜택: PMP 최소 입찰가 20% 할인 혜택 제공</div></div>
		<div><div>• [시즌] QSR / 다이닝 패키지 프로모션</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: F&B의 Dining & QSR (Quick Service Restaurants) 브랜드의 신메뉴/한정 메뉴 캠페인</div><div>3) 혜택: 일시정지(QR) 또는 인터랙티브 영상 집행 시, 보너스 노출량 제공 (1년 이내 미집행/기집행 광고주별 보너스율 기준 상이)</div></div>
		<div><div>• [시즌] 스윗모먼트 패키지 프로모션</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 27년 3월 31일</div><div>2) 대상: 디저트 / 카페 브랜드</div><div>3) 혜택</div><div>① 데모(15%) & 장르(10%) 타겟팅 할증 면제</div><div>② PMP 구매 방식 첫 집행 시 최소 입찰가 20% 할인 혜택 중복 적용</div></div>

MEDIA NEWS BRIEF

프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	티빙	<div><div>• 4분기 신규 및 휴면 광고주 프로모션</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 신규 광고주 또는 최근 12개월간 미집행 광고주</div><div>3) 혜택</div><div>① 분기 내 3천만 원 ~ 1억 원 미만 집행 시 (*Non KBO 일반 상품 Only / PPL 상품 제외): 청약 금액의 30%를 오늘의 TOP20 or 베이직 인스트림 중 추가 노출 제공 (선착순)</div><div>② 분기 내 1억 원 이상 집행 시 (*KBO 상품 금액 포함, PPL 상품 제외): 청약 금액의 30%를 오늘의 TOP20 or 베이직 인스트림 중 추가 노출 제공 + BLS 1회 제공 (선착순)</div><div>*참고: 오늘의 TOP 20 or 베이직 인스트림 추가 노출분은 논스킵/스키퍼블 중 선택 가능, 단 제한 업종 외에는 타겟팅 적용 불가</div></div>
	틱톡	<div><div>• 신규 및 휴면 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 에이전시 내 최초 집행 또는 1년 이상 휴면 광고주</div><div>3) 혜택: 캠페인 첫 30일 기준 집행 금액에 따른 크레딧 지급 (300만 원(\$2k) 집행 시 300만 원(\$2k) 지급 / 750만 원(\$5k) 집행 시 450만 원(\$3k) 지급 / 1,500만 원(\$10k) 집행 시 750만 원(\$5k) 지급)</div><div>*참고: 300만 원(\$2k) 구간 크레딧 혜택만 조건 일부 상이 - 사업자 기준 틱톡 최초 집행 시</div></div>
	노크타운	<div><div>• 4분기 프로모션</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 기간 내 진행 광고주</div><div>3) 혜택: 하기 내용으로 서비스 추가 제공</div><div>① 메인 패키지 광고 1구좌 집행 시, 논타겟 APP 푸시 5만 건 무료 제공</div><div>② 대형/지정/프리미엄 단지 푸시 500만 원 이상 집행 시, 신규 단지 옵션 대상 메인 패키지 광고 1구좌 제공</div><div>③ 리빙 배너 패키지 1개월 집행 시, 1+1 리빙 배너 1개월 추가 제공</div></div>
	다음	<div><div>• 4분기 프로모션</div><div>1) 기간: 26년 4분기 내</div><div>2) 대상: 기간 내 진행 광고주</div><div>3) 혜택: 상품 구성에 따라 혜택 상이</div><div>① 2+1: 상품 2개 구매 시 동일 상품 1개 무상 제공</div><div>② 3+2: 상품 3개 구매 시 동일 상품 2개 무상 제공</div><div>③ 5+5: 상품 5개 구매 시 동일 상품 5개 무상 제공</div></div>

MEDIA NEWS BRIEF

프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	레딧	<div><div>· 신규 광고주 추가 크레딧 지급</div><div>1) 기간: 26년 4분기 내</div><div>2) 대상: 신규 광고주 \$10K 이상 사용 시</div><div>3) 혜택: 최대 광고비의 20%까지 추가 크레딧 제공, 광고주당 최대 \$20K, 전체 프로그램 예산 한도 소진 시까지</div></div>
		<div><div>· 첫 테이크오버 구매 광고주 할인</div><div>1) 기간: 26년 4분기 내</div><div>2) 대상: 테이크오버 구매 이력 없는 광고주</div><div>3) 혜택: 상품 종류에 따라 15~20% 할인</div></div>
		<div><div>· 케이스 스터디 크레딧 지급</div><div>1) 기간: 26년 4분기 내</div><div>2) 대상: Reddit과 협업하여 케이스 스터디 제작 시</div><div>3) 혜택: 최대 5% 광고 크레딧, 최대 \$15,000</div></div>
	리멤버	<div><div>· 4분기 프로모션</div><div>1) 기간: ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 리멤버 메인 배너 캠페인 집행 시</div><div>3) 혜택: 집행 금액의 100%를 메인 배너 노출로 추가 제공</div></div>
	몰로코	<div><div>· 4분기 신규 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 최근 30일 내 몰로코 집행 이력이 없는 광고주 중 몰로코 에이전시 파트너사를 통해 신규 캠페인 집행하는 광고주</div><div>3) 혜택: 광고주당 최대 300만 원 무상 크레딧 제공</div><div>① 분기별 사용 가능 금액 한도가 존재하여 소진 시 진행 불가</div><div>② 크레딧만 활용한 1회성 무상 광고 지양하여 프로모션 신청 시 캠페인 상세 정보 안내 필요</div></div>

MEDIA NEWS BRIEF

프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	에브리타임	<div><div>• 4분기 프로모션</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 기간 내 진행 광고주</div><div>3) 혜택: 하기 패키지별 할인 적용, 첫 집행 광고주 대상 홈 아이콘 50% 할인 적용</div><div>① 스플래시 1일 + 하단 팝업 1일: 단가 30% 할인</div><div>② 스플래시 1일 + 홈 배너 7일: 단가 35% 할인</div><div>③ 스플래시 1일 + 홈 배너 7일: 단가 40% 할인</div></div>
	SMR	<div><div>• 쿠팡플레이 4분기 프로모션</div><div>1) 기간: 10월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상: 쿠팡플레이 집행 광고주 (프로모션별 상이)</div><div>3) 혜택: 집행 금액의 50% 보너스 제공</div><div>- 분기 한정 프로모션: 전체 광고주 대상, 3천만 원 이상 집행 시</div><div>- 웰컴 PKG 한정 프로모션: 최초 집행 광고주 대상, 500만 원 이상 집행 시</div></div>
	카카오뱅크	<div><div>• 카카오뱅크 뉴크크 광고주 300만 원 지원 프로모션</div><div>1) 기간: 26년 4분기 내</div><div>2) 대상: 신규 광고주</div><div>3) 혜택: 상품 구성에 따라 혜택 상이</div><div>① 제안 혜택: 카카오뱅크 신규 광고주 제안 시, 카톡 선물하기 1만 원 상품권 지급</div><div>② 부킹 혜택: 카카오뱅크 신규 광고주 부킹 시, 카톡 선물하기 10만 원 상품권 지급</div><div>③ 무상 서비스: 카카오뱅크 신규 광고주 500만 원 이상 부킹 시, 혜택 탭 상단 광고(이미지/동영상) 300만 원 무상 지원</div></div>
	핀터레스트	<div><div>• 신규 및 기존 광고주 대상 무상 크레딧 프로모션</div><div>1) 기간: 26년 4분기 내</div><div>2) 대상: Auction 캠페인 집행 광고주 (신규 및 기존)</div><div>3) 혜택: 1천만 원 이상 집행 시 유상 집행 금액 대비 최소 25% 이상 무상 크레딧 추가 제공, Auction 캠페인에 한함 (테이크오버 상품 비포함)</div></div>

MEDIA NEWS BRIEF

프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	당근	<div><div>• 4Q 연말 프로모션</div><div>1) 기간 : 11월 1일 ~ 12월 31일</div><div>2) 대상 : 기간 내 카탈로그 - 상품 구매 늘리기 캠페인으로 유상 소진액 300만 원 집행 시 (*프로모션 사전 신청 필수)</div><div>3) 혜택 : 프로모션 기간 내 유상 소진액의 100% 무상캐시 페이백 (최대 1,000만 원)</div><div>↳ 아래 3개 조건을 모두 충족한 경우 광고계정에 한해 혜택 제공</div><div>① 전환 추적 코드 연동: 전환 추적 코드 이벤트 연동 및 상품 ID 값 포스트백 완료</div><div>② 리타겟팅 타겟 설정: 광고 그룹 내 '방문/상세페이지 조회/장바구니 D-30일' 중 1개 이상 포함</div><div>③ 프로모션 사전 신청: 캠페인 집행 시작 전 프로모션 참여 신청 완료</div></div>

함께 보면 좋은, CJ메조미디어 추천 콘텐츠



/
2026 트렌드 리포트



/
2026 타겟 분석 리포트



/
AI 네이티브 세대 리포트



/
금융 업종 분석 리포트



/
패션 업종 분석 리포트

INSIGHT

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.