



2020 디지털마케팅 트렌드 7

2020
디지털마케팅 트렌드

#핵심키워드7

#'3E' 매체

#Video Commerce

데이터 3법 통과와 GDPR

#데이터 드리븐 마케팅

#쇼퍼블 콘텐츠

#음성 광고 검색

#프로그래매틱 TV 광고

'3E' 매체란?

글로벌 기반의 매체인
틱톡, 트위치, 트위터를 칭하는 말

10대 청소년(2363명) 미디어 이용 조사에 따르면 10대의 온라인 동영상 플랫폼 이용률은 87.4% (한국언론진흥재단)

틱톡 / 트위치 / 트위터의 눈에 띄는 성과, 향후 성장이 기대되는 매체

쉽고 간단하고 재밌는 영상로 Z세대를 공략한 공유 플랫폼, 틱톡

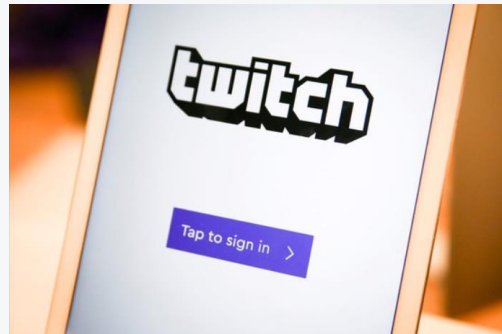
소비자의 자발적 마케팅, 틱톡



디지털 네이티브(Digital Native),
Z세대를 매료시킨 쇼트 비디오 Tick Tok

해시태그, 스티커 이벤트 진행을 통한
브랜드 이미지 재고

전문 게이머의 플레이를 보는 트위치



실시간 게임 중계(스트리밍) 서비스 1위

"Z세대를 위한 브랜드 파트너십으로
가장 이상적인 후보"

* 출처: 앱애니(App Annie)

실시간 업데이트, 트위터



2020년 초, 6초 분량 '스포트라이트' 광고 국내 도입

일반 광고에 비해 머문 시간 26%, 인지도 113%,
브랜드 고려율 18% 광고 클릭률 3배 증대

Video Commerce란?

동영상을 통한 구매 유도,
제품 판매 방식

동영상에 익숙한 젊은 세대를 잡기 위한 영상 미디어를 활용한 V커머스의 도입 활발
V커머스는 매출 확보 차원 뿐만 아니라, 가성비를 넘어서는 고객 유입 및 특별한 쇼핑 경험을 제공
일반 모바일 상품 대비 V-Commerce에서 구매까지 이어지는 구매전환율은 약 12% 높음

실시간 구매 가능한 모바일 라이브 쇼핑



CJ 오쇼핑에서 2030세대를 잡기 위해 운영하는 모바일 생방송 전용 채널 '쇼크라이브'

자신만의 콘텐츠로 쌓아올린 영향력을 가진 '인플루언서'와 협력을 통해 친밀감, 신뢰감 향상

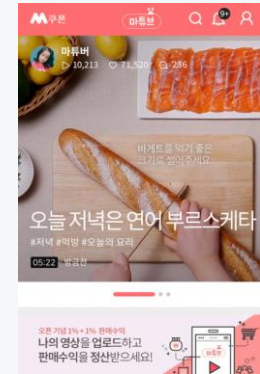
재미와 결합시킨 브랜드 콘텐츠



GS25 편의점에서 판매되는 상품을 소재로 직원들이 참여하는 홍보 영상 콘텐츠 제작

댓글 참여 이벤트를 통해 CTA를 높이고 잠재고객을 충성고객으로 전환

고객 참여형 홍보 영상 콘텐츠



고객이 직접 롯데마트에서 판매되는 상품을 소재로 M쿠폰 어플에 영상을 찍어 업로드

구매 버튼 클릭 시, 사이트 연동
제품 구매 시, 영상 게시자에게 판매금액의 1% 적립

데이터 3법이란?

4차 산업혁명 핵심자원인
데이터의 활용을 위한 3법 개정

GDPR이란?

유럽연합 General
일반 Data
데이터 Protection
보호 규칙 Regulation

데이터 3법의 핵심, '내 허락 없이 사용되는 가명정보'

실명이나 주민등록번호 등 **신원 정보**는 암호화, 하지만 **소득·나이·결제금액** 같은 개인 신상 정보는 가명 정보로 열람 가능

데이터 3법 개정 2020.1.10

개인정보 보호법 개정안	정보통신망법 개정안	신용정보법 개정안
데이터 활용 제고 개인정보의 합리화 개인정보의 범위 명확화 개인정보 보호체계 일원화	'개인정보보호법' 이관 '개인정보보호위원회' 변경	빅데이터 이용의 법적 근거 명확화 빅데이터 활용의 안전장치 강화 데이터 경제의 활성화를 위한 규제 혁신 금융 신용정보의 규제체계 선진화 새로운 개인정보 자기결정권의 도입

데이터 3법, 기대효과 및 파급효과

<p>산업 영향</p> <p>국내 IT 기업, 법 테두리 안에서 할 수 있는 개인정보 활용 증가 금융·핀테크 스타트업, 데이터 3법 통과로 탄력 성장 기대</p>	<p>개인 살림</p> <p>주부·학생·사회초년생 등 금융 이력 정보가 적은 경우, 신용 등급이 상승 → 고객의 동의를 받은 제3자, 여러 곳에 흩어진 고객의 금융정보, 공공요금 납부 정보 종합 평가 가능</p>
<p>해외 진출</p> <p>표준계약 여부, 기업규칙, 공인 행동강령 등을 까다롭게 심사하는 GDPR (개인정보 FTA) 국내를 포함한 모든 기업, EU 심사를 거쳐야 EU 내 거주자 정보 획득 가능</p> <p>데이터 3법의 통과로 EU 적정성 검사 기준 '독립된 개인정보 규제기관 설립' 요건 충족</p>	<p>사생활 영향</p> <p>암호화 된 개인정보 '개인 재식별화' 금지 (기업 전체 매출의 3% 이하에 해당하는 과징금 / 개인의 경우 5년 이하의 징역 또는 5000만원 이하의 벌금)</p>

* 출처: 중앙일보

데이터 드리븐 마케팅이란?

Data를 활용하여
마케팅 의사결정을 내리는 것

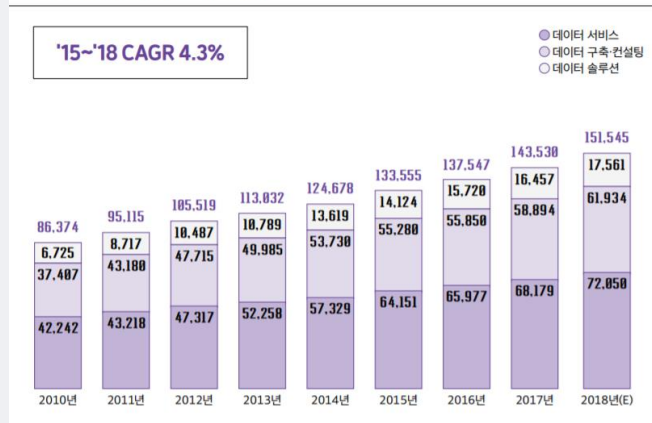
모바일 중심 데이터를 통해 소비자들의 성향을 비롯한 각종 앱 이용정보, 위치정보 등을 종합하여 **소비자들의 페르소나(persona)** 제작
다양한 페르소나에 따라 최적화된 **여러 버전의 크리에이티브**를 활용, **광고의 효과를 극대화**
소비자들의 반응을 트래킹해 **리타겟팅(re-targeting)**, **세일즈 리드(sales lead)**까지 이어갈 수 있는 **마케팅 기술의 발전**
AD Tech사 뿐만 아니라 **광고대행사, 미디어 렉사** 등 또한 **데이터 드리븐 마케팅 역량 강화**에 집중하고 있으며 치열한 **데이터 솔루션 경쟁** 중

점점 커지는 한국 데이터 시장 규모

*자료: 한국데이터산업진흥원

[그림 3-1-1] 데이터산업 시장규모, 2010~2018(E)

(단위: 억 원)



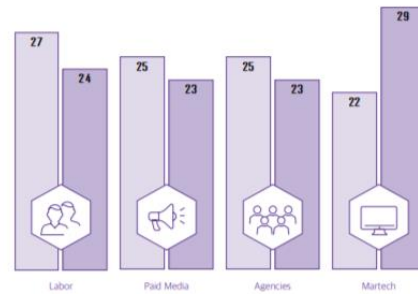
※ 2014년 이전 통계는 통계작성승인(2016년) 이전에 도출된 시범 조사 결과임 (이하 표·그림 모두 동일)
※ 출처: 과학기술정보통신부·한국데이터산업진흥원, 「2018 데이터산업 현황조사」 보고서, 2019.3.(이하 동일)

가트너 CMO 지출 비용 조사

*자료: 정보기술 컨설팅 회사 가트너

CMO Budget

Percentage going to people and programs



Q. Tell us how your company's fiscal year 2018 total marketing expense budget is being allocated to or spent on each the following people and programs n = 605

gartner.com/SmarterWithGartner

Source: Gartner
©2018 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. Gartner is a registered trademark of Gartner, Inc. or its affiliates. PR_051_542537

Gartner

데이터 드리븐 마케팅 동향

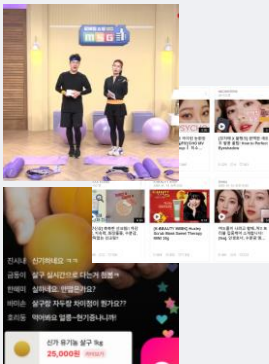
마테크와 애드테크의 병합으로
실시간 고객 분석과 광고 비용의 효율적인 지출 가능해 질 것

*출처: IBM 왓슨 마케팅 트렌드 보고

쇼퍼블 콘텐츠란?

감상 중인 콘텐츠에서 바로
구매까지 한 번에 가능한 콘텐츠

포털, SNS, 이커머스 등 다양한 디지털 플랫폼에서 간편 결제에 주력
편리한 사용성을 통한 결제 전환률 향상
소비자 반응이 즉각적이고 확실한 인플루언서 마케팅을 기반으로 함



쇼퍼블 콘텐츠 플랫폼

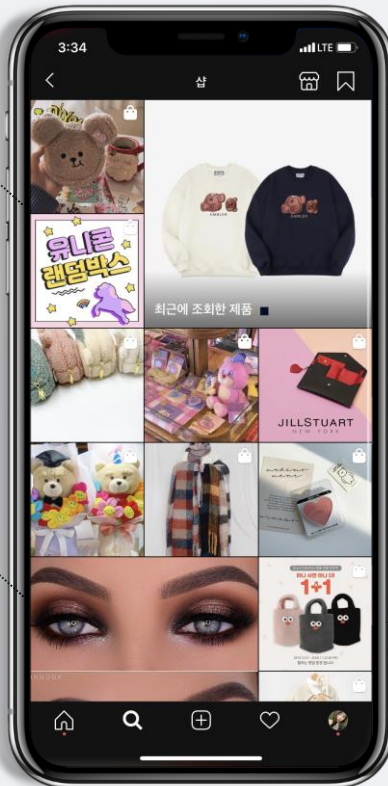
인스타그램 샵
네이버 뷰스타마켓
롯데홈쇼핑 몰리브(Molive)
오쇼핑 카카오톡 라이브
그립(Grip) 라이브 쇼핑
한성 스타일 라이브

설문조사 결과

M세대, 온라인 쇼핑 시 가장 편하게 느끼는 신기술

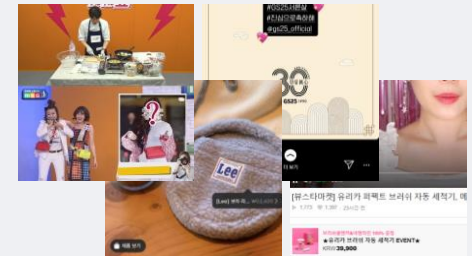
- 1위. 이미지 검색 (62%)
- 2위. 광고 내 구매하기 버튼을 통한 쇼핑 (57%)

* 출처: 글로벌 광고 플랫폼 기업 크리테오 조사결과



쇼퍼블 콘텐츠

인스타그램 포스트: 단일 이미지 피드 쇼핑 카드 제공
인스타그램 스토리: 탭을 통한 외부 사이트 연동
네이버 동영상: 영상 하단 구매 링크 제공
라이브 방송: 모바일 라이브 홈쇼핑 방송 서비스 제공



WHY?

[간편한 인앱 결제의 도입] + [높은 결제 전환율]

네이버, 카카오톡 (포털)
> 네이버페이, 카카오페이 등 간편 결제 시스템 강화

인스타그램, 페이스북 (SNS)
> 체크아웃, 정보 탐색, 광고 노출, 구매 시스템 최적화

쿠팡, 지마켓, 11번가, 인터파크 (이커머스)
> 스마일페이, 11페이 등 AI 서비스 강화 및 자체 결제 시스템 구축

음성 광고 검색이란?

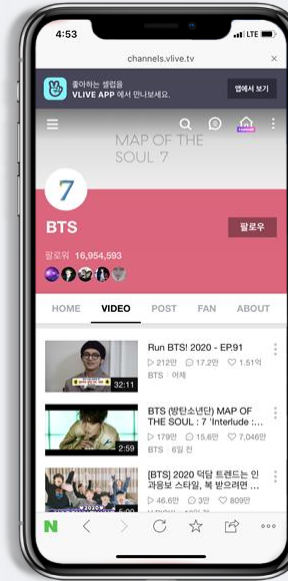
AI 기술을 활용한
실시간 음성 인식 처리 기술

네이버 클로바 플랫폼

타 매체 대비 음성 광고 검색 이벤트 참여도 2배
네이버와 3rd Party의 다양한 콘텐츠 접근 가능
클로바가 탑재된 기기 어디서든 구현 가능
* 스피커, 자동차, TV, 스마트폰 등

광고 집행 형식

통합검색 + 서제스트발화 음성검색광고
커스텀카드 음성검색광고 (단일타입 & 리스트타입)
동영상 타입 음성검색광고



동영상 타입 음성검색광고

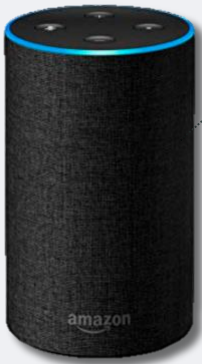
예고편, 광고, 하이라이트 등 주요 영상 연동 가능
* 네이버 TV 바로 재생은 2020년 상반기부터 가능
* 네이버TV 비 SMR 영상만 재생가능

커스텀카드 음성검색광고

다양한 캡치레이즈를 활용한 마케팅 가능
* 음성광고검색 > 멀티턴 유도 > 연속발화 > 보상 (쿠폰, 이벤트 등)

통합검색 + 서제스트발화 음성검색광고

통합검색&브랜드검색 결과에 이어 탐색 가능한 서제스트 발화 제공
* Suggest: 검색어 자동 완성 추천 기능

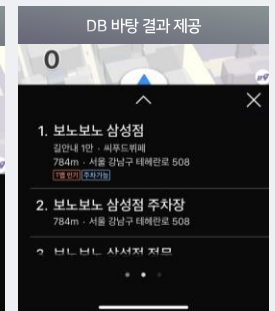
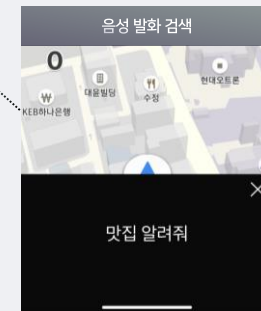


아마존 시음성 비서 알렉사

아마존에서 개발한 인공지능 플랫폼
음악재생, 날씨정보, 교통정보 등 다양한 기능 제공
카카오프렌즈, 북미 시장 진출 위해,
아마존 알렉사와 협력 검토 * CES 2020

티맵 X NUGU X 아리아

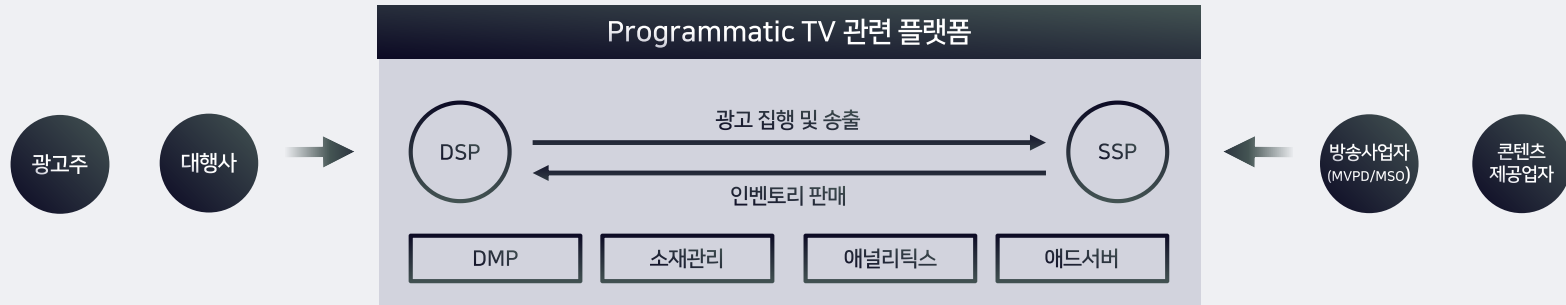
운전 중 음성 비서를 호출하여 GPS 정보를 기반으로
사용자가 원하는 정보를 제공



프로그래매틱 TV 광고란?

광고 퍼포먼스 증대를 위해 데이터에 기반하여
TV 광고 구매, 운영, 송출까지 가능한 자동화 기술

IPTV, 스마트 TV, OTT 등 TV 서비스가 늘어남에 따라 CPM, CPC 수치(디지털 광고의 측정 방식) 활용을 통한 광고비 절감 및 효율적인 운영 가능성/연령 데모 데이터를 활용한 타겟팅 뿐 아니라 다양한 데이터를 활용하는 방향으로 진화할 것으로 예상



실시간 광고 지면 바인딩



프로그래매틱 광고 유형

구매유형	Open Auction	Private Auction	Preferred Deals	Guaranteed Deals
거래방식	공개입찰 (누구나 입찰)	비공개 입찰 (초청된 구매자만 입찰)	비공개 고정가 1:1 거래	비공개 고정가 1:1 거래
단가	입찰	입찰	협상	협상
노출량 보장 여부	보장 불가	보장 불가	보장 불가	보장 가능 업프론트 노출 구매

* 출처: 제일기획

출처

[출처: 중앙일보] 정부·기업 반기는 데이터3법, 내 개인정보 가져간다는데...

<https://news.joins.com/article/23678516>

[출처: 더피알뉴스] [2020 커뮤니케이션 키워드] 디지털 트랜스포메이션~컨버전스

<https://www.the-pr.co.kr/news/articleView.html?idxno=44045>

[출처: 한국데이터산업진흥원] 2019 데이터산업백서

<https://www.kdata.or.kr/>

[출처: KR마케팅] 새로운 마케팅 음성검색, 네이버 클로바 플랫폼을 소개드립니다!

<http://krmkt.co.kr/blogpost-191121/>

[출처: 서울경제] 카카오프렌즈, 아마존 알렉사와 손잡는다 [CES 2020]

<https://www.sedaily.com/NewsView/1YXKFK0WSZ/GD0101>

[출처: 조선비즈] 트위터, 6초 영상 광고 '스포트라이트' 국내 도입

https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/01/07/2020010703225.html

[출처: 뉴데일리경제] "틱톡의 성공, 소비자의 자발적 마케팅이 주효"

<http://biz.newdaily.co.kr/site/data/html/2019/05/14/2019051400098.html>

[출처: 뉴스룸] 이벤트 체리피커를 충성 고객으로 만드는 방법

<http://newsroom.bigfoot9.com/2018/01/02/how-to-make-a-blacklist-a-loyal-customer/>

[출처: 연합뉴스] 동영상 올리고 돈도 벌고...롯데마트, V커머스 '마튜브' 도입

<https://www.yna.co.kr/view/AKR20191025167600030>

[출처: 식품음료신문] 유통가 'SNS 인플루언서' 잡기 총력전...흥미 유발·상세한 설명 등
친근한 소통 장점

<http://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=86040>

A wide-angle, high-angle photograph of a city at night, likely Seoul, South Korea. The skyline is dominated by numerous skyscrapers, many of which are brightly lit with blue and white lights. The city lights create a dense, glowing pattern across the lower half of the image. The sky is dark, and the overall atmosphere is one of a vibrant, modern metropolis.

감사합니다

본 리포트에 대해 문의사항이 생기시면 언제든지 연락 주시기 바랍니다.

| 문의 | agency@adop.cc

애도오피
서울특별시 강남구 테헤란로 623 삼성빌딩 10층
623, Teheran-ro, Gangnam-gu, Seoul, Republic of Korea

 ADOP