

전 세계 최대 스트리밍 서비스

# "Spotify 한국 진출"

광고 인벤토리 중심으로 알아보기



# "Spotify"

2008년, **스웨덴**에서 출시된 **음원 스트리밍** 서비스

2015년, 글로벌 확장 시작으로  
**전 세계 79개국** 진출



시장 조사 업체 스탯이스타(Statista)에 따르면,  
2019년 4분기 스포티파이 사용자  
**약 2억 7100만명**  
(유료 가입자 1억 2400만명)



\* 애플 뮤직 사용자 600만명 / 유튜브 뮤직 사용자 2200만명  
\* 국내 최대 사업자인 멜론 사용자(500만명)의 24배

2017년, 애플을 유럽연합(EU)에 제소한  
[**애플 갑질 폭로**] 로 인지도를 얻어,  
현재 미국에서 **애플 뮤직**과  
유료 가입자 규모에서 **1·2위** 경쟁 중

Apple Music Spotify

[**애플 갑질 폭로**]

가입자가 **프리미엄 앱** 가입 시, 결제시스템  
이용 대가로 **매출액의 30% 수수료** 부과  
\* **애플 뮤직 해당 규정 적용 받지 않음**

\* 출처: '세계적인 음원 서비스' 스포티파이, 한국 진출 확정..국내 음원 시장 지각변동  
\* 출처: '스포티파이' 韓 진출...국내 음원시장 판도 변화 예고

\* 출처: 스포티파이 "애플 갑질 못 참겠다"

# " Spotify 전략 및 서비스 "



고도화된 '맞춤형 추천 음악' 서비스  
제휴를 통한 방대한 고품질 음원  
아티스트 전용 앱 (Spotify for Artists)  
광고 기반 무료 감상  
깔끔한 UI

\* Spotify 요금제

무료 버전	광고 시청, 일부 기능 제한 (유튜브와 유사)
프리미엄 버전	미국의 경우, 애플 뮤직보다 조금 비싼 요금제 개인 \$9.99   가족 \$14.99 영국 £ 9.99 (약 14,600원) 캐나다 \$9.99 (약 11,820원) 일본 ¥ 980 (약 10,600원) 인도 ₹ 129 (약 2,100원)

### 사용자 패턴 기반 플레이 리스트

음악의 박자, 가사, 높낮이    자주 듣는 음악 형태

사용자의 음악 듣는 형태    상황    ...

DJ, 음악 평론가, AI 전문가의 로직 연구를 기반으로  
개개인 맞춤형 플레이 리스트 제작 및 추천

타 스트리밍 업체 대비 고도화 된 기술

### 스포티파이 포 아티스트

아티스트 전용 앱    Spotify for Artists

2억 7천만명의 사용자 DB 기반 아티스트·팬 연결 서비스 제공  
아티스트, 앱을 통해 자신의 소식을 팬들에게 전달  
음원 성과 데이터를 이용하여 팬들의 음악소비 패턴 파악 가능

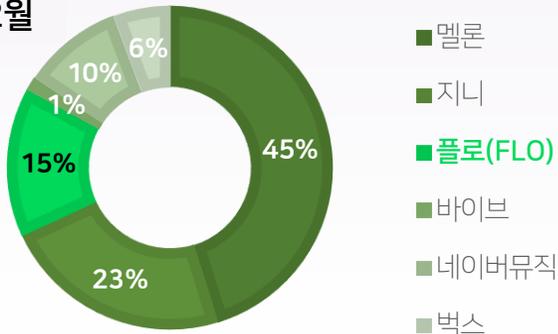
어떤 사람들이 자신의 음악을 청취하는지  
자신의 팬이 주로 어느 곳에 많은 지 등 파악 가능

\* 출처 : '스포티파이' 주요기능 및 다른 나라 이용 가격

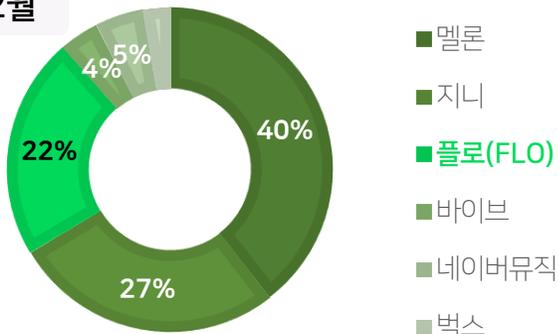
# “ 국내 사용자 현황 및 니즈 변화 ”

## 국내 주요 음원 플랫폼 별 사용자 변화

2018년 12월



2019년 12월



국내 음원시장 판도,  
“남들이 많이 듣던 음악”에서  
“내가 듣고 싶은 음악”으로 변화

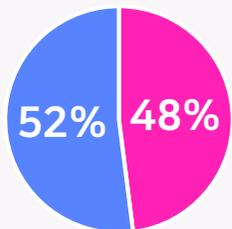
SK 테크엑스의 음원서비스 ‘뮤직메이트’, 2018년 12월 **플로(FLO)**로 출시 후발주자로 시장 진입하였으나, ‘**맞춤형 추천 음악**’ 시스템을 도입하여 2018년 14.9%의 점유율로 3위를 기록

SK 텔레콤의 전폭적인 마케팅에 힘입어 1년 만에 **22.2%**까지 증가 지니와 플로(FLO)의 이용자수 격차, **742만**에서 **446만**으로 **급격히 감소**

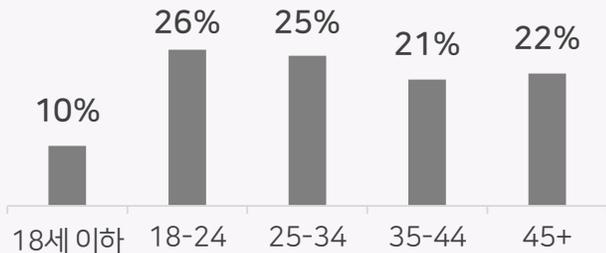
\* 출처 : ‘음원계의 넷플릭스’ 스포티파이 한국 진출?...‘플로’ 이어 음원시장 흔들까

# " Spotify 아시아 국가 타겟 현황 "

## JAPAN



■ 여성 ■ 남성



### 모바일 중심



### Monthly Active Users

**480만 명**

\* App Annie (Mar 2019) 기준

### 하루 평균 사용 시간

**129**  
min / day

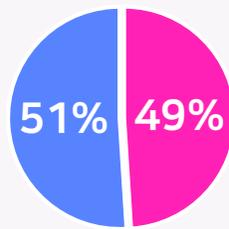
### 특징

#### [ 여행 시즌 ]

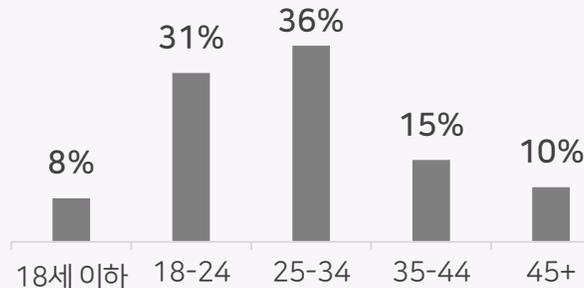
일본 학생들의 방학 기간인 3,7,8월 그리고 근로자의 황금 연휴 기간, 여행 비율 증가와 함께 Spotify의 사용량이 급증한다.

\* 출처 : Spotify

## Hong Kong



■ 여성 ■ 남성



### 모바일 중심



### Monthly Active Users

**79만 명**

\* App Annie (Mar 2019) 기준

### 하루 평균 사용 시간

**154**  
min / day

### 특징

#### [ 현명한 소비자들 ]

스포티파이 스트리머는 일반적인 라디오 청취자들보다 혁신적인 브랜드나 물건을 1.4배 더 많이 사는 경향이 있고, 더욱 합리적이고 이성적인 방법으로 제품을 구매한다.

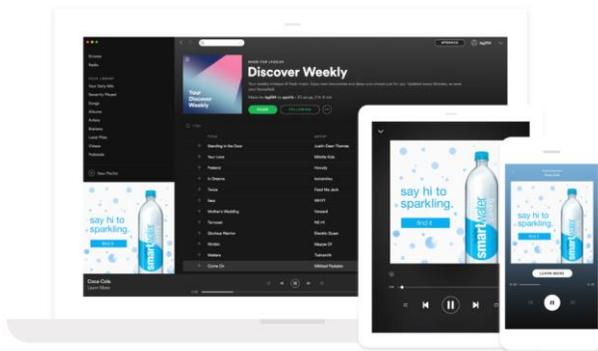
\* 출처 : Spotify

# " Spotify 인벤토리 "

## AUDIO

### Audio Everywhere package

| 브랜드 SOV 100% 달성 가능



Component 1: Audio File

Component 2: Companion Display Unit

## VIDEO

### Sponsored Session

| 해당 브랜드 영상 시청 시,  
30분 간 광고로 인한 중단없이 음악 청취 가능



Component 1: "Watch Video" Title Card

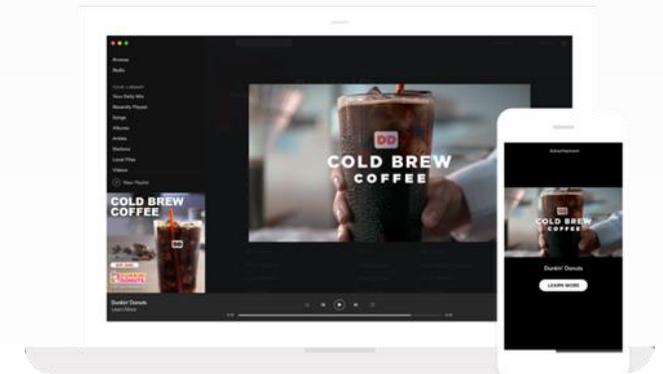
Component 2: Video (Hosted by Spotify)

Component 3: Branded End Card (Hosted by Spotify)

## VIDEO

### Video Takeover

| 로그인한 사용자가 참여했을 때, 전달되는 광고  
높은 Viewability 큰 특징



Mobile

Desktop

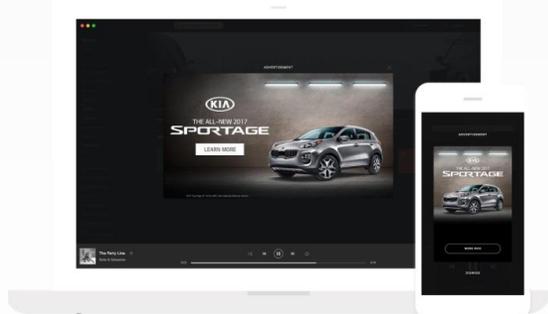
All platforms

# " Spotify 인벤토리 "

## DISPLAY

### Overlay

유저가 Spotify App으로 돌아올 때,  
Overlay 광고 전달 >> 브랜드 효과 극대화



Mobile

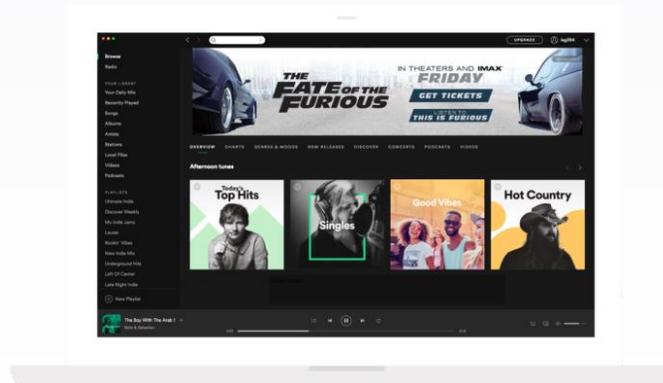
Primary Image Asset

Leaderboard Companion Unit

## DISPLAY

### Homepage Takeover

Spotify 홈페이지 24시간 전면 배너 광고



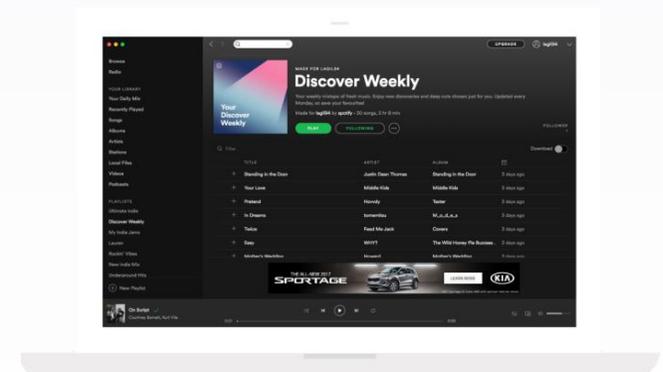
Component 1: Background Image Asset

Component 2: Interactive Area

## DISPLAY

### Leaderboard

IAB로 브랜드 메시지 강화하기



Spotify 호스팅

3rd Party 호스팅

# “ DV360을 통한 Spotify 운영 ”



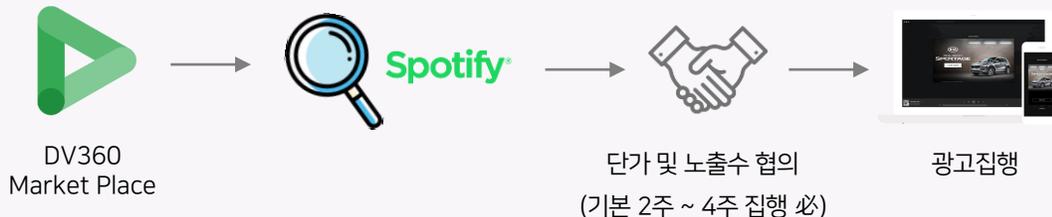
## Display & Video 360?

Google의 DSP로 전세계 80여개의 AdExchange와 연동되어 커버리지를 극대화하여, Google Ads, GA, DMP 등 다양한 플랫폼과 호환하여 전략적인 디지털 마케팅 가능!

- 인벤토리 마켓(PMP)을 통해 **프리미엄 인벤토리 구매 & 광고주 특성에 맞춘 Deal 활용**으로 타겟팅 극대화
- 유저 데이터를 활용한 **오디언스 타겟팅**을 통해 유저에게 효율적으로 도달 가능

### Programmatic Deal

- Preferred Deal  
특정 광고주에 대해 특정 인벤토리에 우선적으로 입찰할 수 있는 권한을 부여하는 거래방식
- Guaranteed Deal  
광고 단가 및 노출수를 확정 후 보장된 노출수로 광고주에게 인벤토리를 판매하는 거래방식



### 타겟팅 옵션



Keyword



App/URL



Audience



Remarketing /lookalike



Category



DMP

**“ 감사합니다! ”**

본 리포트에 대해 문의사항이 생기시면 언제든지 연락 주시기 바랍니다.

| 광고 문의 | [agency@adop.cc](mailto:agency@adop.cc)