



Inside Media

이번 달 꼭 확인해야 할 디지털 미디어 이슈들! 

01 | AI TREND

네이버, AI 생태계 확장 본격화
쇼핑 광고·언어모델 동시 진화
카카오맵, AI 기반 장소 추천 서비스
'시메이트 로컬' 출시

02 | Market Issue

메타, Threads 피드 광고 업데이트
YouTube, 2025 액티브 시니어 패키지 출시
카카오 신규 상품 브랜드 메시지 출시

03 | New Media

네이버 치지직 인스트림 First-view 상품 출시
당근, 리드폼 랜딩 타입의 피드 광고 출시

04 | Performance

해외 인플루언서 마케팅 성공사례 - 티르티르, 코스알엑스, 룰루레몬

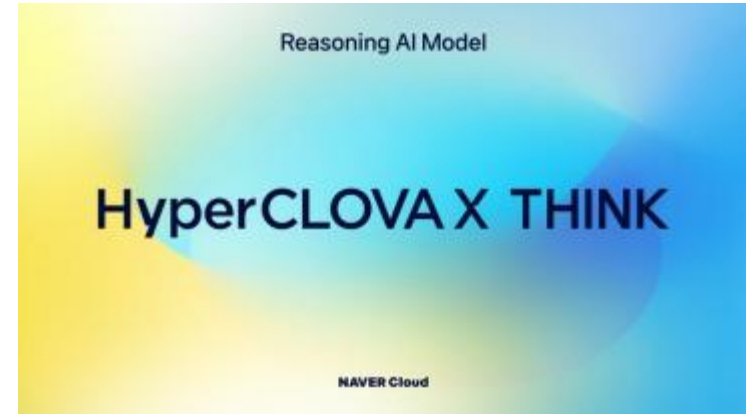
네이버, AI 생태계 확장 본격화...쇼핑 광고·언어모델 동시 진화

- 판매자 AI 광고 역량 강화 및 경험 확장 돕기 위한 'AD Voost 쇼핑' 솔루션 지원 시작
- 최상급 언어 능력 갖춘 추론모델 'HyperCLOVA X THINK' 공개



네이버, AI 솔루션 'ADVoost 쇼핑'으로 스마트스토어 판매자 성장 지원

- ✓ '성장 마일리지' 도입...AI 광고 도입 장벽 낮춘다
→ 스마트스토어 판매자에게 AI 솔루션 활용을 위한 마일리지를 지급해 초기 광고 비용 부담 완화
- ✓ 'ADVoost 쇼핑' 통해 판매자 맞춤형 광고 효율 강화
→ 지급된 마일리지를 비즈니스로 전환해 AI 기반 광고 집행에 활용, 제품 노출과 판매 성과를 높임
- ✓ 8월 'AI RIDE' 캠페인, 체험 기회로 AI 활용 확대 기대
→ 일부 판매자를 대상으로 AI 광고 솔루션 무료 체험 기회를 제공하며, 현장 중심의 AI 경험 확산 도모



네이버, '생각하는 AI' 추론모델 HyperCLOVA X THINK 공개

- ✓ 'HyperCLOVA X THINK', 고도화된 추론 능력으로 진화
→ 사용자의 질문에 대해 단계적으로 사고하며 답변을 구성하는 '혼잣말 추론' 방식이 핵심
- ✓ 기술 성능 담은 테크니컬 리포트 전격 발표
→ 모델 설계 구조와 성능, 언어 추론 방식 등을 소개한 기술 백서를 통해 연구 신뢰도를 높임
- ✓ 한국어 벤치마크 'HAERAE-Bench' 최고 성능 달성
→ 국내외 주요 오픈소스 AI 모델 대비 뛰어난 한국어 이해 및 추론 성능 입증

카카오맵, AI 기반 장소 추천 서비스 'AI메이트 로컬' 출시

- 카카오맵에서 원하는 음식점 조건을 입력하면 적합한 장소를 추천 받을 수 있는 챗봇 서비스 'AI메이트 로컬' 도입
- 'AI메이트 로컬'은 이용자의 선택 기준과 라이프스타일을 고려해 복잡한 맛집 탐색 과정 간편화

카카오맵 AI메이트 로컬 주요 기능

AI메이트 로컬

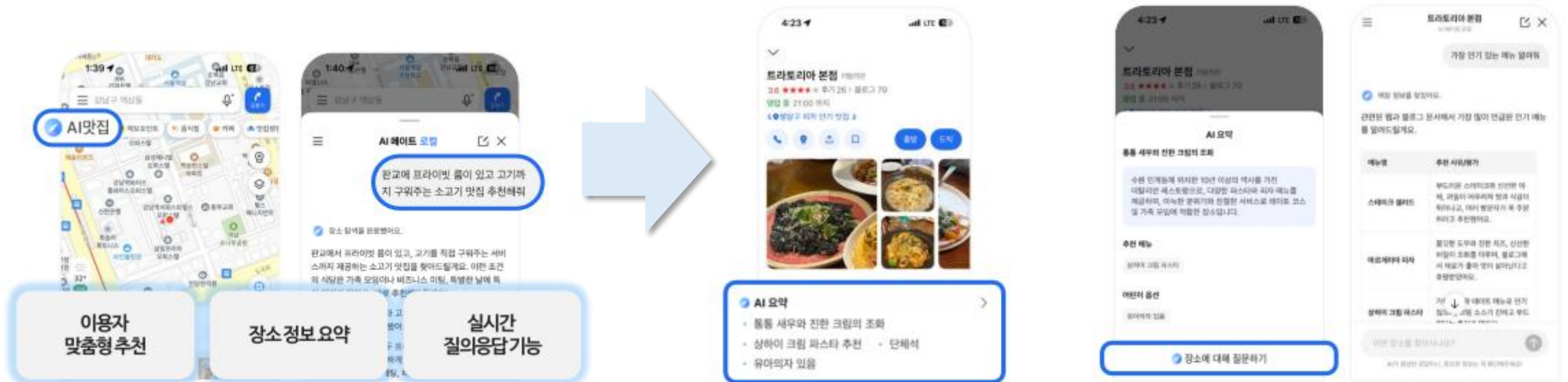
이용자가 원하는 조건의 장소를 대화형식으로 입력하면
맛집, 카페 등 상황에 맞는 다양한 음식점 정보를 추천해 주는 서비스

AI 요약

: 매장 주요 특징, 블로그 요약, 추천 메뉴 등 이용자가
궁금해할 정보를 쉽고 빠르게 파악할 수 있도록 구성

장소에 대해 질문하기

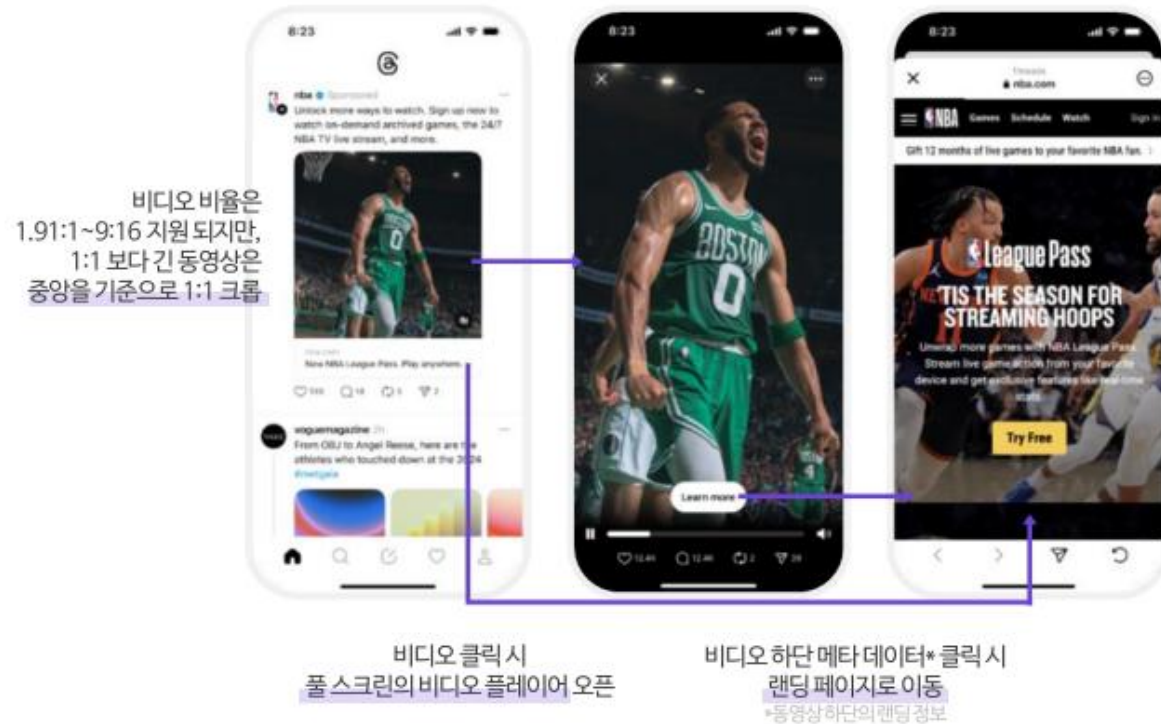
: '주차 가능해?', '아기의자 있어?', '콜키지 서비스 가능해?' 등
이용자의 라이프스타일에 맞춘 다양한 정보 확인 가능



메타, Threads 피드 광고 업데이트

- 브랜드 메시지를 보다 효과적으로 전달할 수 있도록 Threads 피드 광고에 동영상 소재 및 자산 맞춤화 기능 지원 시작
- Threads 프로필 없이 인스타그램 계정만으로도 Threads 피드 광고 집행이 가능해져 광고 운영 접근성 및 편의성 향상 기대

Threads 피드 비디오 소재 노출 프로세스



상품 정책 업데이트

구매 방식

경매 (예약형 미지원)

성과 목표

도달, 링크 클릭, 웹사이트 전환

노출 위치

어드벤처+ 노출 위치 및 수동 노출 위치 선택에서 모두 지원 가능
* Threads 피드 노출 희망 시 인스타그램 피드 선택 필수

광고 형식

싱글 이미지, 싱글 비디오 (NEW)

프로필

- Threads 프로필이 있는 경우
 - Threads 프로필로 광고 노출
 - IG 계정으로 노출 불가
- Threads 프로필이 없는 경우
 - IG 계정으로 노출
 - 프로필 클릭 시, 아직 Threads에 가입하지 않았다는 안내와 함께 '해당 비즈니스가 추후 Threads 프로필 생성 시 자동 팔로우 여부 선택 가능'



YouTube, 2025 액티브 시니어 패키지 출시

- 능동적으로 유튜브를 즐기고, 주체적인 온라인 소비 행태를 보이는 5070 Active Senior를 타겟하는 ‘YouTube 2025 액티브 시니어 패키지’ 출시
- 액티브 시니어가 시청하는 인기 콘텐츠에 집중 노출하거나, IPTV부터 YouTube 검색, 쇼츠까지 일상 속 미디어 접점을 빈틈없이 공략

YouTube 2025 액티브 시니어 주요 특징

능동적인 디지털 라이프를 즐기는 5070

74.5%가 유튜브에서 정보를 습득

유튜브에서 사용 시간이 가장 길고 가장 크게 증가



*한국방송광고진흥공사, 2024

순위	앱	증가시간	월 평균 사용시간
1	YouTube	+12,297	21,428
2	네이버	+1,460	3,103
3	카카오톡	+692	5,201
4	캐시워크	+660	792
5	인스타그램	+626	692

*동아일보, 2024

5070이 특히 높은 관심을 보이는 [트로트], [건강] 카테고리

트로트 사교댄스	임영웅, 김용빈, 박서진, 장윤정, 이찬원, 송가인 등
건강관리	운동 종류, 사위, 근력 운동 종류, 보건소, 건강생활실천지원금제 등

➡ 트로트 관련 유튜브 시청시간과 조회수와
당뇨, 혈압, 혈당 등 다양한 건강 관련 키워드 검색량이 크게 증가하는 추세

*Google Internal Data

YouTube 뷰티세일 패키지 상품 상세

패키지명	패키지 특징	집행금액 및 예상 퍼포먼스
시니어 문화여가 라인업 (*빠른예약)	트로트 위주의 커스텀 라인업 트로트 팬 구독자수가 높은 트렌딩 채널 중심	5,000만원(최소) 예상 노출수 : 270만~600만 CPM 스킵가능 17,000원 15초 논스킵 18,000원 범퍼 8,250원
시니어 노인건강 라인업 (*빠른예약)	건강, 의료, 운동, 여가에 집중된 커스텀 라인업 건강에 신경쓰는 시니어들의 선호도가 높은 채널 중심	
YouTube with IPTV	액티브 시니어들이 TV로 화면을 돌릴 때 50~69 액티브 시니어가 포진한 채널만 타겟팅 유튜브 통합 성과 측정이 가능	1,000만원(최소)
디멘드젠 with 키워드팩	액티브 시니어가 자주 검색하는 TOP 키워드 제공 소비자들이 가장 많이 탐색하는 지면만 엄선 구매의도가 가장 높은 검색 순간 포착	2,000만원(최소) 예상 클릭수 : 13만 ~ 30만

- 카카오톡 채널을 통해 광고성 정보 수신 동의 회원과 채널 친구 전원에게 메시지 발송 가능
- 정교한 타겟 설정, 다양한 메시지 형태, 성과 기반 통계 제공 등 다양한 설정 기능 지원

◆ 카카오 채널 브랜드 메시지 출시

✓ 주요 특징 및 기능

1) 다양한 타입의 메시지 제공

이미지형, 카드형 등 다양한 형태의 메시지 타입 제공으로 주목도와 브랜드 인지도를 강화하며, 캠페인 목적에 맞춘 최적화된 메시지 구성 가능

2) 정교한 타겟팅 지원

카카오톡 수신 동의자에게도 메시지 발송이 가능하며, 관심사·행동·구매이력 기반 등 다양한 타겟팅 옵션을 제공하여 효율적인 메시지 도달 실현

3) 메시지 통계 제공

메시지별로 도달률, 클릭률, 전환률 등 세분화된 통계 데이터를 제공해 캠페인 성과 분석 및 리마케팅 전략 수립에 활용 가능



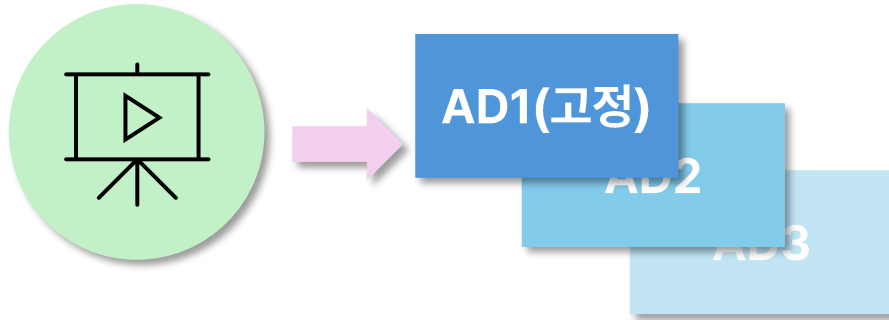
항목	알림톡	친구톡	브랜드 메시지 (신규)
메시지 유형	정보성 메시지 (비광고성)	광고성 메시지	광고성 메시지
카카오 채널 필요 여부	필요 없음	필수	불필요 (채널 추가 없이 발송 가능)
수신 동의 기준	불필요 (카카오 내부 심사 승인 必)	채널 친구 대상 메시지 발송	브랜드의 마케팅 정보 수신 동의 회원 대상 발송 가능
활용 예시	주문/결제/배송 안내, 본인인증, 약관동의 등	이벤트, 할인, 프로모션, 신상품 홍보 등	브랜드 홍보, 신규 프로모션, 리타겟 마케팅 등
심사 기준	정보통신망법 + 카카오 내부 기준에 따라 엄격	친구톡 가이드라인 적용	광고성 내용 기준이나, 활용 범위 확장 및 허들 완화
도달 가능 고객군	가입 회원 전체 (단, 메시지 성격 제한)	채널 친구로 등록된 이용자만 가능	마케팅 수신 동의한 고객 전체 (채널 친구 아님)



- 영상 콘텐츠에 익숙하고, 트렌드에 민감한 10~30대 이용자 중심으로 서비스 및 광고 고속 성장
- 24시간 라이브 스트리밍으로 높은 노출 빈도수 확보

◆ 치지직 인스트림 First-view 상품

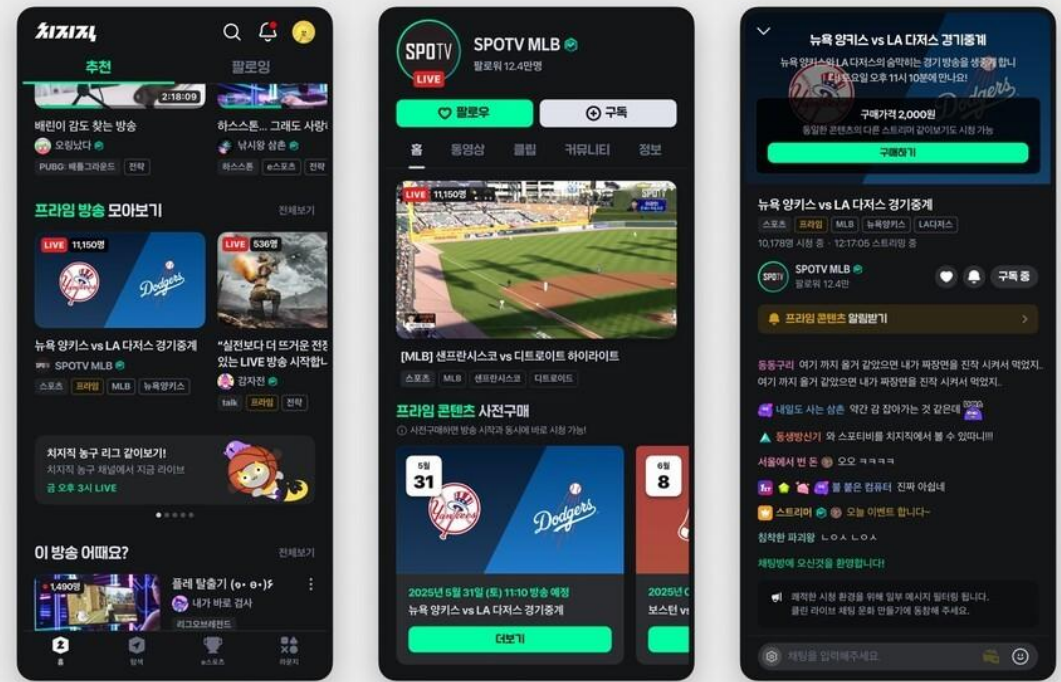
치지직 인스트림 퍼스트뷰



일 고정(CPT) 및 첫 노출 보장 상품으로
주목도 & 도달률 극대화

강력한 브랜드 각인 효과

치지직 프라임 콘텐츠



- 전문가모드에서 제공되는 리드폼을 통해 관심 고객 정보를 간편하게 수집 가능한 리드폼 랜딩 타입의 피드 광고 출시
- 서비스 신청, 매장 방문 예약, 이벤트 참여 등 잠재 고객 정보가 필요한 다양한 캠페인에서 활용 가능

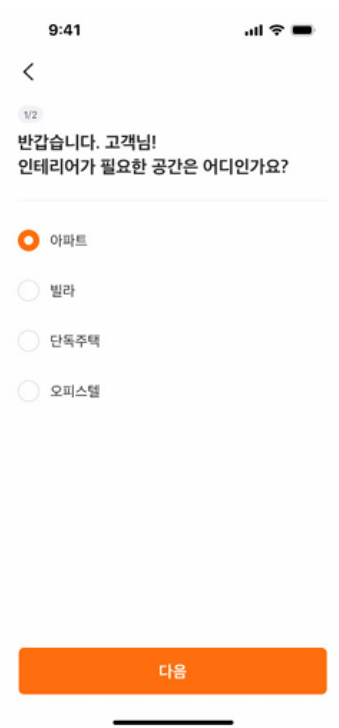
◆ 네이티브 피드 광고 - '리드폼으로 고객 확보하기'

리드폼 상세화면에서 브랜드를 소개 및 폼 제출 시 제공되는 혜택 노출로 신청 정보 작성 유도
 객관식은 최대 50개 문항, 주관식은 최대 300자 이내의 답변 수취 가능

리드폼 상세화면



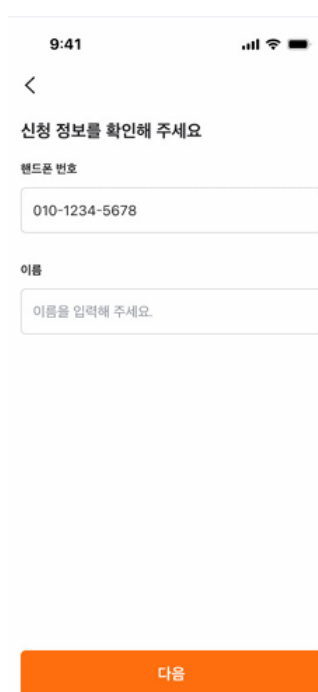
객관식 문항



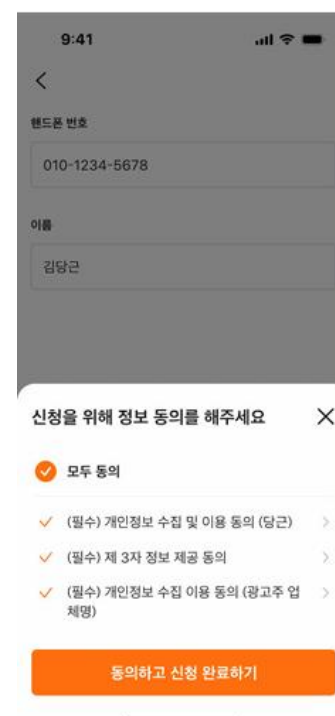
주관식 문항



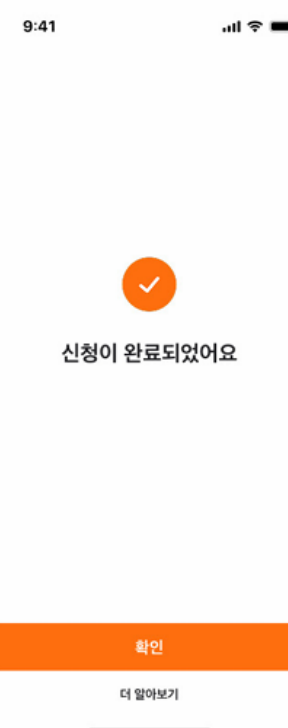
신청 정보



개인 정보 수집 동의



제출 완료





눈 여겨 볼 만한 해외 인플루언서 마케팅 성공사례

- 인플루언서와의 관계를 단순한 협찬이나 보상으로 끝내지 않고, 감정적 연결과 진정성을 바탕으로 기획할 때 브랜드 메시지가 자연스럽게 전달
- 단순 제품 노출이 아닌, 특별한 공간·여행·맞춤형 체험 등 감동을 유발하는 경험은 인플루언서의 자발적 참여와 팬들의 공감을 동시에 이끌어냄

✓ “나를 위한 선물”이 주는 특별함 – 티르티르 × 달시(Darcei)

✓ 캠페인 내용

- 인플루언서 맞춤형 제품 기획

달시가 “내 피부 톤에 맞는 쿠션이 없다”고 토로한 TikTok 영상을 확인한 뒤, 티르티르는 흑인 여성 피부 톤에 맞춘 맞춤형 쿠션 제품을 기획·제작하여 개인 전달

- 감정을 움직이는 진정성 있는 대응

“내 피부 톤과 똑같아. 마치 내가 잘 때 와서 본 것 같아” 라는 달시의 감탄을 이끌어
단순 협찬이 아닌, 인플루언서 개인을 위한 정서적 선물로 인식되어 콘텐츠에 자연스럽게 녹아들

- 자발적 바이럴 및 글로벌 화제성 확보

해당 영상은 TikTok 및 유튜브에서 수백만 뷰를 기록하며 커뮤니티 중심으로 자발적 확산
글로벌 K-뷰티 시장에서 티르티르 브랜드의 다양성과 진정성이 강조되는 계기 마련

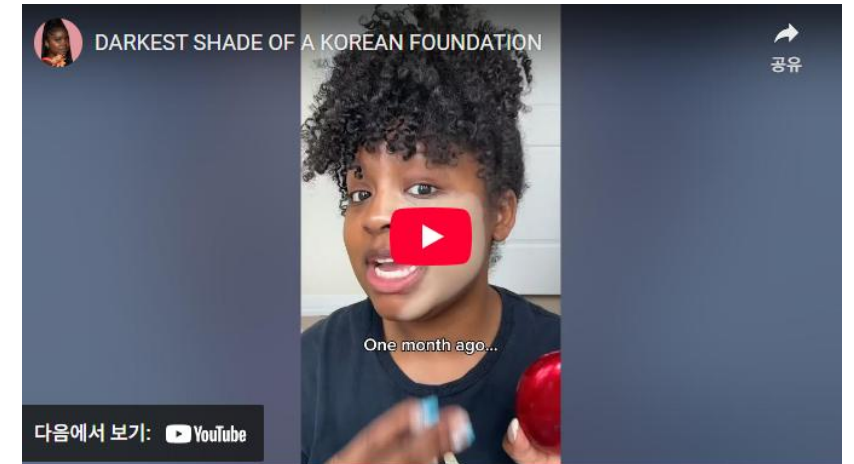
✓ 주요 성과

- 바이럴 콘텐츠 성과

달시가 업로드한 TikTok 및 YouTube 영상은 총 500만 뷰 이상 조회
해당 영상 관련 댓글 수만 해도 3만 개 이상, 소비자 공감과 응원이 압도적
영상이 리그렘·리트윗 등 커뮤니티에서 다수 공유되며 해외 K-뷰티 팬덤 내 자발적 UGC 확산

- 제품 매출 및 유통 성과

주력 제품인 마스크 핏 레드 쿠션, 캠페인 직후 미국 아마존 파운데이션 부문 1위 등극
미국 내 판매량은 전월 대비 +320% 급증, 주요 셀러 리뷰 수는 1,000건 이상 증가
2024년 6월 기준, 해당 제품 라인 30개 शे이드로 확대하며 K-뷰티 최초 다양성 기준 확보



영상 링크 : [MissDarcei / YOUTUBE](https://www.youtube.com/watch?v=MissDarcei)



- 인플루언서와의 관계를 단순한 협찬이나 보상으로 끝내지 않고, 감정적 연결과 진정성을 바탕으로 기획할 때 브랜드 메시지가 자연스럽게 전달
- 단순 제품 노출이 아닌, 특별한 공간·여행·맞춤형 체험 등 감동을 유발하는 경험은 인플루언서의 자발적 참여와 팬들의 공감을 동시에 이끌어냄

✓ 해외 인플루언서에게 '한국 여행'을 선물 - 코스알엑스 × 글로벌 인플루언서 제휴 프로그램 (#AffiliateWithCOSRX)

✓ 캠페인 내용

- 성과 기반 인센티브 프로그램 도입

TikTok에서 코스알엑스 제품을 소개 후 실제 판매 발생 시 15% 커미션 제공
월간 우수자에게 에어팟, 최우수 성과자에게는 한국 왕복 항공권 + 본사 투어 제공

- '한국 여행'이라는 이색 보상 제공

단순 금전적 보상 외에, 브랜드 문화와 연계된 특별한 경험 제공
코스알엑스 본사 방문 및 한국 K-뷰티 체험 콘텐츠 제작 유도

- 자발적 참여 유도

브랜드가 먼저 접근하지 않아도 인플루언서들이 "리뷰하고 싶다"고 문의할 만큼의 팬덤 형성
보상과 경험이 결합된 구조로 자발적인 콘텐츠 확산 유도

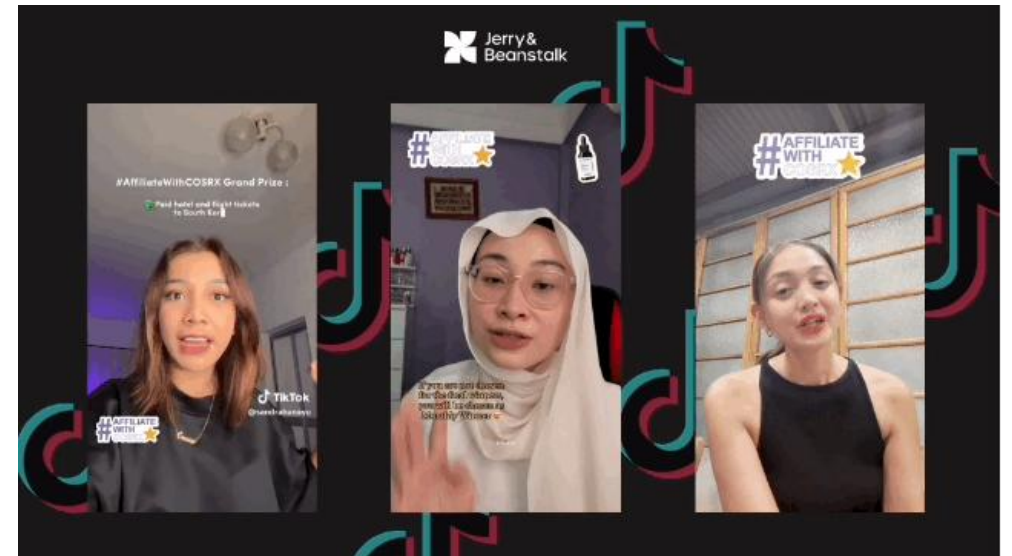
✓ 주요 성과

- 글로벌 매출 및 판매 기록

2023년 4분기, 북미 시장에서 아마존 뷰티 카테고리 판매 1위 달성
동기간 전체 글로벌 매출 약 4,867억 원 기록하며 역대 최대 실적 갱신
제휴 캠페인 시작 이후, 북미 매출 비중이 전년 대비 2배 이상 증가

- TikTok 기반 콘텐츠 생산 및 노출 확대

캠페인 해시태그 #AffiliateWithCOSRX 기준
콘텐츠 누적 업로드 수 약 3,800건 이상, 총 조회수 5,000만 회 돌파
팔로워 1만 명 이하의 마이크로 인플루언서도 평균 뷰 수 10만 이상 기록하며 콘텐츠 확산 파급력 증명



바로가기: [COSRX Official / TikTok](#)

눈 여겨 볼 만한 해외 인플루언서 마케팅 성공사례

- 인플루언서와의 관계를 단순한 협찬이나 보상으로 끝내지 않고, 감정적 연결과 진정성을 바탕으로 기획할 때 브랜드 메시지가 자연스럽게 전달
- 단순 제품 노출이 아닌, 특별한 공간·여행·맞춤형 체험 등 감동을 유발하는 경험은 인플루언서의 자발적 참여와 팬들의 공감을 동시에 이끌어냄

✓ “내가 있는 곳에서 만난 브랜드 경험” - 룰루레몬 x 커뮤니티 요가 클래스

✓ 캠페인 내용

- 고객 중심의 오프라인 체험 제공

룰루레몬은 제품 협찬에 그치지 않고, 인플루언서를 고객이 실제 존재하는 공간으로 초대
요가 강사, 피트니스 크리에이터 등과 협업해 현장에서 특별 수업을 진행하며 직접적인 브랜드 경험 제공

- 커뮤니티 기반 감동 연출

현장에서 진행된 수업은 단순한 클래스가 아닌 브랜드와 소비자가 교감하는 이벤트로 구성
참여자들과 함께한 실시간 콘텐츠가 SNS를 통해 자발적으로 확산, 공동체적 감동 유발

- 로컬 참여를 통한 콘텐츠 확장

수업 현장의 영상, 후기, 인터뷰 등은 인플루언서의 SNS뿐 아니라 참여자 중심의 UGC로도 파생
기존 브랜드 광고보다 더 진정성 있는 콘텐츠 확산 구조 형성, 지역 기반 브랜드 충성도 상승

✓ 주요 성과

- SNS 콘텐츠 확산 규모

10개 도시에서 진행된 오프라인 클래스에 약 800명 이상이 참여
인플루언서 및 참여자들이 생성한 콘텐츠 수는 총 1,200건 이상 (Instagram, TikTok 기준)
캠페인 해시태그 노출 수는 약 250만 회 이상을 기록하며 바이럴 효과 달성

- 참여자 구매 전환율 향상

체험 수업 참여자 중 약 38%가 클래스 당일 또는 1주 이내 제품 구매 경험
이벤트 연계 기간 동안 자사몰 신규 방문자 수 2.5배 증가, 구매 전환율은 기존 대비 +42% 상승



바로가기: [lululemon / Instagram](https://www.instagram.com/lululemon)



KPR을 통해 배포된 인사이트 미디어는
인사이트 트리를 통해서도 확인하실 수 있습니다.





E.O.D

2025.08