

2026년 6월

인크로스 미디어 이슈 리포트



미디어 트렌드

네이버·카카오·무신사·지그재그 등 생성형 AI 내재화하는 플랫폼사들

생성형 AI를 통한 검색·탐색 및 상품 추천 이용이 늘어나면서 플랫폼 기업들의 AI 내재화 움직임이 확대되고 있음

네이버는 AI 탭을 통해 검색부터 예약·구매까지 연결되는 에이전트 경험을 제공하고, 카카오는 카나나를 카카오톡 내에 탑재해 대화형 탐색 환경을 구축함. 무신사와 지그재그 역시 유저 행동 데이터와 취향 정보를 기반으로 AI 큐레이션 및 초개인화 추천 기능을 강화함

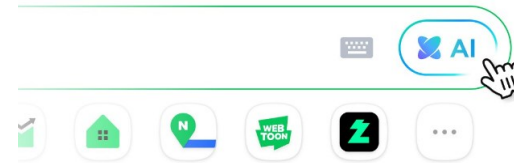
AI를 플랫폼에 내재화할 경우 이용자의 검색·탐색·구매 과정에서 발생하는 고객 접점 데이터를 외부 AI 플랫폼에 의존하지 않고 직접 확보할 수 있음. 또한 플랫폼이 보유한 이용자 데이터를 기반으로 더욱 정교한 맞춤형 추천과 서비스 고도화가 가능해 차별화된 이용자 경험 제공에도 유리함

AI 내재화는 이용자 체류시간 확대와 데이터 자산 축적을 위한 핵심 전략으로 주목받고 있음. 향후 플랫폼 경쟁은 데이터 주도권과 고객 접점 확보 중심으로 더욱 확대될 것으로 보임

출처: 보도자료 이미지 및 각 서비스 화면 캡처

생성형 AI로 물어보지 말고 플랫폼 AI 기능 활용하세요

| 포털·메시징 서비스 내 AI 탑재 사례: 대화형 AI 서비스 제공



네이버 AI 탭 (2026. 6)
검색 후 예약·구매 등
네이버 서비스까지 연결되는 에이전트형 검색 제공



카나나 in 카카오톡 (2026. 3)
검색 후 예약·구매 등
네이버 서비스까지 연결되는 에이전트형 검색 제공

| 커머스 플랫폼 내 AI 탑재 사례: 트렌드 및 유저 데이터를 AI로 분석해 제공



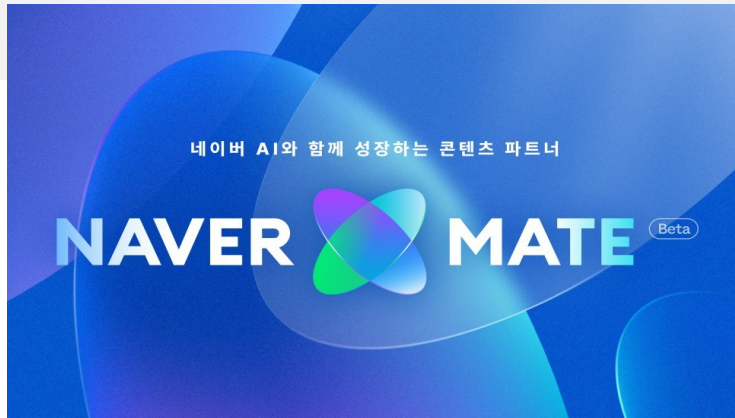
무신사 AI 트렌드 큐레이션 (2026. 6)
글로벌 패션 트렌드와 이용자 행동 데이터를
AI가 분석해 개인 맞춤형 상품 추천 제공



지그재그 AI 초개인화 홈 (2026. 6)
이용자 취향과 구매 데이터를 기반으로
홈 화면의 추천 상품을 커스터마이징하여 제공

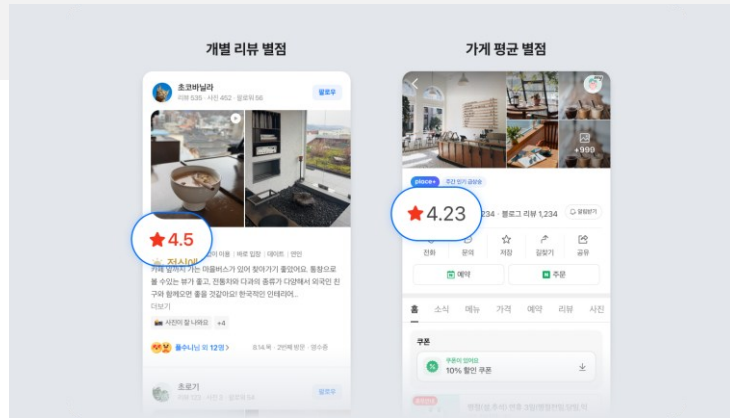
주요 매체 소식

● 네이버



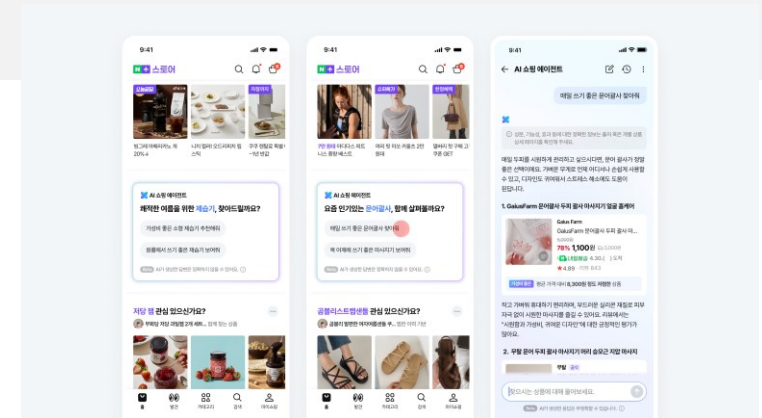
네이버, 창작자-AI 펠로우십 '네이버 메이트' 시작

- 지난 4일, 네이버가 창작자들과 함께 AI와 시너지를 낼 수 있는 좋은 콘텐츠의 방향성을 모색하기 위한 AI 펠로우십 프로그램 '네이버 메이트'를 시작함
- 네이버 메이트는 블로그·카페· 지식iN·프리미엄콘텐츠 등 네이버 UGC 서비스 전반에서 활동하는 창작자 중 주제별 전문성과 다양성을 바탕으로 양질의 콘텐츠 생태계를 만들어가고 있는 창작자를 조명하는 프로그램
- 2026년 한 해 동안 네이버 메이트 프로그램을 베타로 운영하며, 창작자들의 의견을 적극 수렴해 프로그램을 다각화할 계획



네이버, 7월부터 플레이스 리뷰 평균 별점 공개...
어뷰징 방지 정책도 강화

- 네이버가 7월부터 플레이스 리뷰에 평균 별점과 개별 별점을 공개하고, 사업자가 별점 노출 여부를 직접 선택할 수 있는 기능을 도입하며 리뷰 정보 체계를 개편한다고 밝힘
- 이용자가 장소 이용 경험을 5점 척도로 평가할 수 있도록 하고, 누적 평균 별점을 주요 영역에 노출해 리뷰의 직관성과 비교 편의성 강화
- 3점 미만 별점 남발 제한, 리뷰 작성자 평균 별점 공개 등 리뷰 어뷰징 방지 정책을 강화해 리뷰 신뢰도와 객관성 확보 및 제고. 평균 별점 정보의 노출 여부는 사업주가 스스로 선택할 수 있도록 별도 '온오프(ON/OFF)' 옵션 기능도 함께 도입할 예정



네이버 쇼핑앱 AI 에이전트, 사용자에게 먼저 대화 건넨다

- 네이버가 쇼핑앱 '네이버플러스 스토어'의 AI 쇼핑 에이전트를 고도화해, 사용자가 검색하기 전에 먼저 대화를 제안하는 실행형 에이전트 기능을 도입
- 클릭·찜·장바구니 이력 및 최신 트렌드 등을 분석해 관심 상품과 연관 상품을 추천하고, 복잡한 조건까지 반영한 맞춤형 쇼핑 탐색 가이드 제공
- 상품 검색·비교를 넘어 사용자의 쇼핑 맥락을 이해하고 다음 행동까지 제안하는 형태로 진화하며, 일상에 밀착된 에이전틱 커머스 경험을 확대할 예정

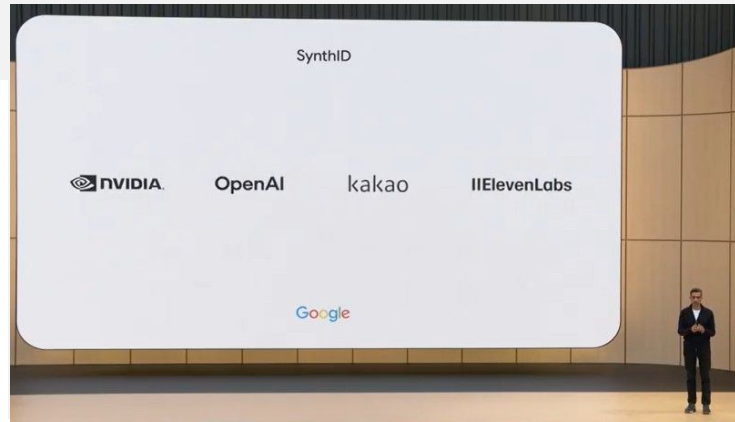
주요 매체 소식

● 카카오



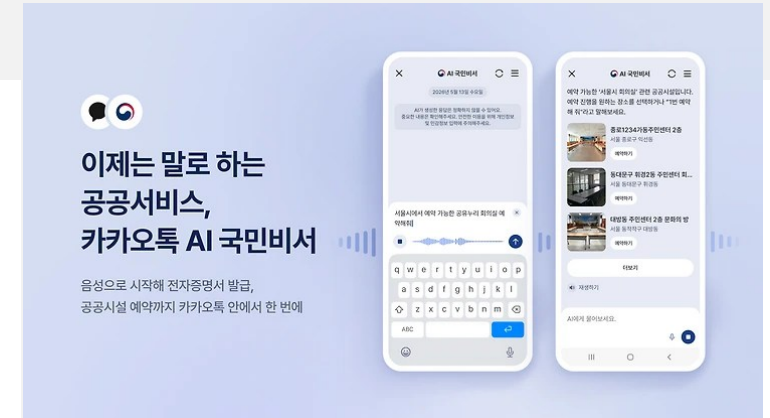
카카오맵, 푸드트래블과 '포트빌리지 부산 2026' 협업

- 카카오의 위치 기반 라이프 플랫폼 카카오맵이 푸드트래블과 협업해 '포트빌리지 부산 2026' 현장을 지도 위에 구현한 축제 전용 서비스를 선보임
- 행사장 구조, 부스 위치, 팝업 공간, 편의시설 정보를 지도에서 확인할 수 있도록 지원하고, 축제 관련 정보를 실시간으로 공유하는 신규 커뮤니티 기능 '현장톡'을 처음으로 도입
- 축제 운영 기간-진행 상태-일정 기반 검색 기능을 강화하고, 주변 및 전국 축제 정보를 지도에서 탐색할 수 있도록 해 축제 정보 접근성과 현장 편의성을 확대할 예정



카카오, 구글 딥마인드와 손잡고 AI 콘텐츠 투명성 강화

- 카카오가 구글 딥마인드와 AI 생성 콘텐츠의 투명성 확보를 위한 기술 파트너십을 체결. 자체 AI 모델 '카나나'에 '신스ID'를 적용해 AI 생성 콘텐츠에 워터마크를 삽입하고 추적할 수 있는 기반 마련
- 신스ID는 구글 딥마인드가 개발한 디지털 워터마킹 및 탐지 기술로, 아시아 기업 중에서는 카카오가 최초로 AI 생성 콘텐츠에 해당 기술을 적용
- 신스ID는 AI 생성 여부를 검증하는 기술로, 품질 저하 없이 AI 생성 여부를 추적할 수 있어 딥페이크나 허위 정보 등 AI 생성물 악용 대응 기술로 주목 받고 있음



카카오, 'AI 국민비서' 음성 기능 추가

- 카카오가 행정안전부와 협력해 운영 중인 'AI 국민비서'를 고도화하며 음성 인터페이스와 공공시설 예약 기능을 추가
- 이용자는 카카오톡 내 '국민비서 구베' 채널에서 음성 명령만으로 전자증명서 발급, 테니스장 등 공공시설 예약을 이용할 수 있으며, 별도 서비스 이동 없이 대화창 내에서 예약까지 완료 가능
- 향후 생활밀착형 공공서비스 연계를 확대하고, 이용자 상황에 맞춰 서비스를 선제적으로 제안하는 지능형 공공 AI 에이전트로 발전시킬 계획이라고 밝힘

주요 매체 소식

● 네이버
북중미 월드컵 한정 슷폼 1st 출시

2026 북중미 월드컵 기간 한정, 클립에서 첫번째 광고 slot 을 보장하여 클립 콘텐츠 2개 재생 후 3번째에 광고 영상이 노출되는 슷폼 아웃스트림 상품 '스폼 1st' 출시

상품 상세

판매 단가: 1억 원 (CPT)

판매 구좌: 5개 구좌

예상 노출수: 약 660만

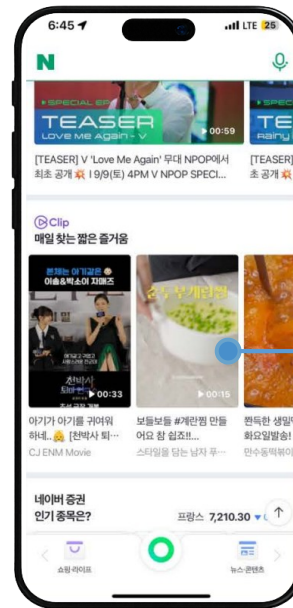
집행 기간: 2026년 6월 11일 ~ 2026년 7월 23일

예상 성과: 평균 CTR 약 0.15%, 평균 VTR 약 25%

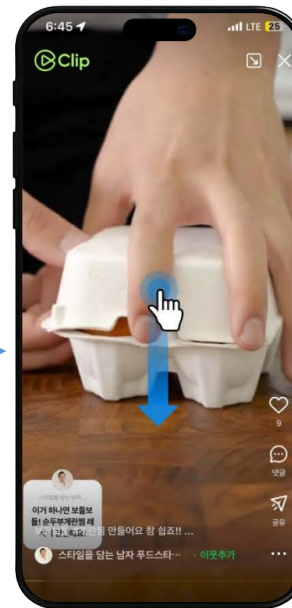
*소재마다 편차가 있을 수 있음

노출 예시

네이버 슷폼 진입점



스폼 피드 진입



스폼 광고 노출



*9:16형 메인 동영상 소재

주요 매체 소식

● 카카오 광고반응타겟 통합 운영

광고반응타겟을 광고 유형 구분 없이 공통으로 생성·활용할 수 있도록 통합 운영 환경 적용

적용 대상 서비스

타겟관리 > 광고반응타겟

목적

디스플레이 광고 반응 유저를 메시지 광고에 활용하거나, 메시지 광고 반응 유저를 디스플레이 광고에 활용하는 등 광고 유형 간 교차 리타기팅이 가능해져 보다 효율적인 캠페인 운영이 가능

출처 : 카카오

상세 내용

구분	변경 전	변경 후
광고반응타겟 메뉴	디스플레이/메시지 광고 분리 운영	메뉴 통합, 공통 생성·관리
광고유형 간 활용	동일 광고 유형 내에서만 활용 가능	디스플레이 ↔ 메시지 광고 교차 활용 가능
메시지 광고 반응데이터 연산	전환 반응 데이터는 디스플레이 광고에서만 활용 가능 → 상호 연산 불가 - 디스플레이: 전환 - 메시지: 열람, 클릭, 재생	메시지 광고에서도 전환 반응 데이터 활용 가능 → 상호 연산 가능 - 신규 조합: 열람-전환, 클릭-전환

주요 매체 소식

● 메타 가치 조정 기능 업데이트

가치 조정(Value Rules)은 연령, 성별, OS, 위치, 노출위치 등의 기준으로 입찰 가중치를 조정해, 비즈니스에 더 가치 있는 고객에게 광고 노출을 집중시키는 기능.

(Ex.여성 +50% 규칙 설정 시, 여성 노출에 50% 더 높은 입찰)

변경사항

기존에는 전환수 최대화 성과목표에서만 적용 가능했으나 최근 5월부터 전환값 극대화 성과 목표 에서도 사용 가능

장점

LTV(Lifetime Value)가 높은 고객들에게 우선순위를 부여해 장기적으로 더 큰 가치를 가져올 고객에게 광고를 최적화

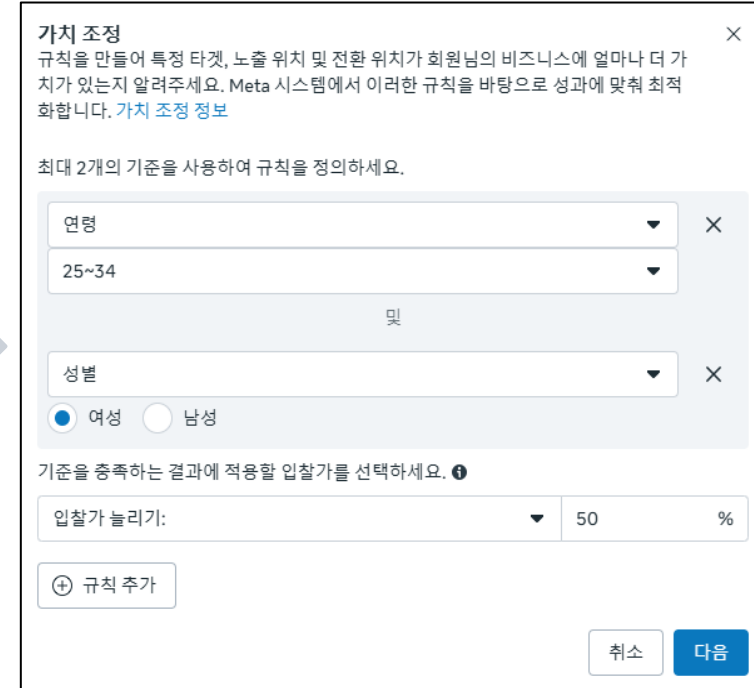
하나의 광고 세트에서 다양한 타겟·노출위치·전환위치에 각각 다른 가중치를 적용할 수 있어, 간소화된 캠페인에서도 전략적인 우선순위 설정 가능.

출처 : 메타

주요 기능 화면



광고세트에서 '규칙 세트 만들기'를 눌러 가치 조정 적용 가능



연령, 성별, OS, 위치, 노출위치 등 기준 설정 후 입찰 가중치를 입력하여 적용 가능



주요 매체 소식

● 토스 이벤트 마커 기능 업데이트

성과-액션 간 인과관계를 대시보드에서 직접 파악할 수 있도록 하여 광고주가 능동적으로 성과를 분석할 수 있는 이벤트 마커 기능 제공

업데이트 상세

배너 대시보드 '시간/일별 성과' 그래프에서 캠페인 주요 변동사항(이벤트)을 성과 추이와 함께 확인할 수 있는 기능

*표시되는 이벤트: 캠페인 ON/OFF, 광고세트 추가, 입찰 단가 변경 등

추가 개선 사항

이벤트 마커 기능을 제공하며 그래프 UX와 성능도 함께 개선

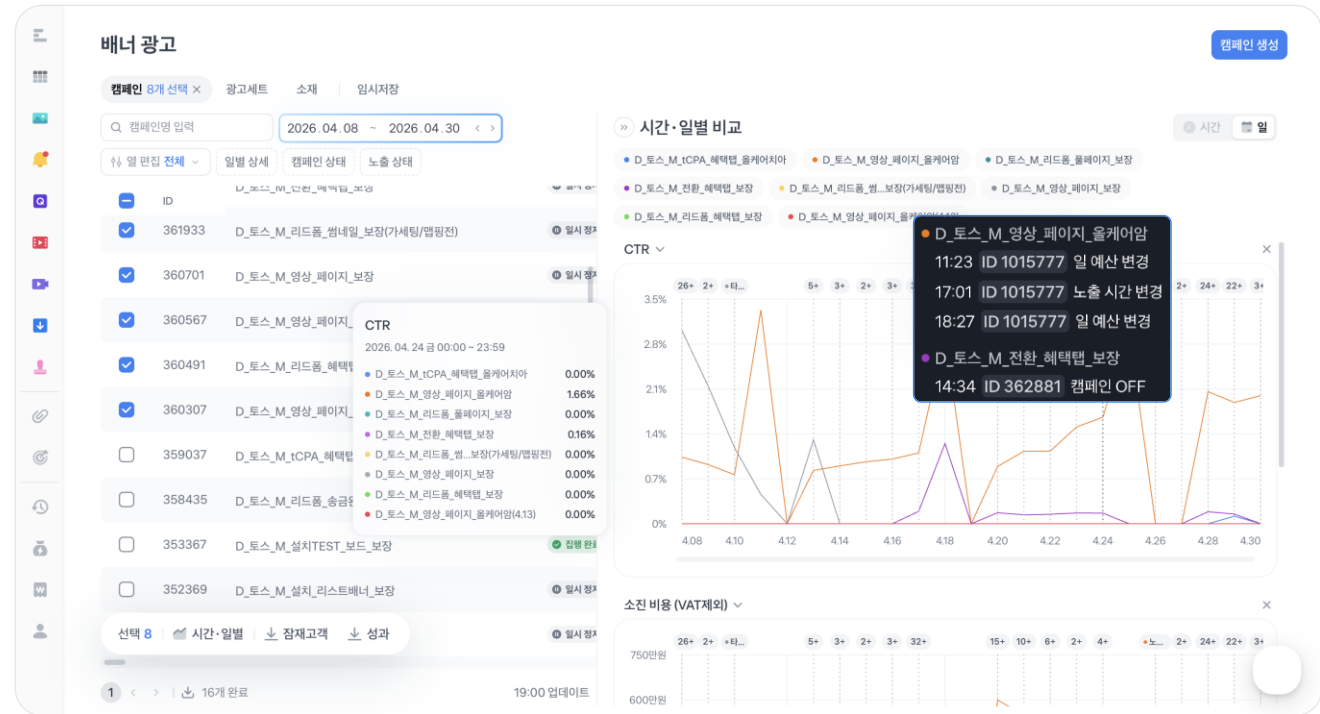
- 비교 항목 1개 선택 시 Bar+Line 형태로 두 개의 성과 지표를 한 그래프에서 확인 가능

- 비교 항목 기존 3개에서 최대 8개까지 선택 가능

- 시간별 성과 기존 7일에서 최대 14일까지 조회 가능

출처 : 토스

예시 화면



주요 매체 소식

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
네이버	NOSP_네이버 증권 독점 스폰서십 The Stock X 런칭: 네이버 주가정보 검색결과부터 네이버페이 증권까지, 투자 탐색 여정을 단독 점유하는 증권사 독점 스폰서십 상품
	NOSP_네이버웹툰 앱 메인 스페셜DA 신규 유형 출시: 기존에 제공되던 기본이미지형(투명배경), 카운트다운형 외에 유색배경의 이미지형 배너 소재 출시
	NOSP_네이버웹툰/시리즈 작품홈 DA 판매유닛 통합: 기존 웹툰과 시리즈 앱에서 각각 운영되던 작품홈DA 판매유닛을 통합 판매유닛으로 단일화하여 운영
	NOSP_스페셜DA 동영상확장형(520), 이미지확장형(520) 브랜드 배경톤 적용: 이미지 소재를 추가로 등록 시 시스템에서 자동으로 처리하여 소재 배경으로 적용
	네이버 통합 광고주 센터_검색광고 신규 전환지표 추가: 광고주센터 > 광고관리 화면의 성과 지표에 구매완료 광고수익률(%) 지표가 새롭게 추가
	네이버 통합 광고주센터_ADVoost쇼핑_부스트 업 캠페인 beta 오픈: 검증된 외부 광고 플랫폼으로 확장 노출할 수 있는 부스트 업 캠페인의 beta 버전 오픈
	네이버 통합 광고주센터_카탈로그 판매 캠페인 신규UI 테스트: 피드 UI 1:1 이미지형 / 1+N형에 쇼핑 프로모션의 내용이 자동으로 연동되어 노출
카카오	비즈보드 광고 노출 영역 확대: 카카오톡 > 채팅탭 > 통화 폴더 내 상단 영역으로 비즈보드 광고 노출 영역이 확대
	카카오톡 채팅탭 > 채팅리스트 영역 내 광고 노출 개수 변경: 카카오톡 > 채팅탭 > 채팅리스트에 노출되는 광고 개수가 1개에서 2개로 변경

주요 매체 소식

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
카카오	카카오 선물하기 CPT 성수기 단가 적용: 7월, 9월, 11월, 12월 중 일부 기간에 한하여 성수기 단가 적용
메타	Shopee 제휴 파트너십으로 크리에이터 커머스 확대 : Shopee와 인스타그램 크리에이터 제휴 파트너십을 체결. 한국은 아직 적용X, 6월 중 본격 확대 준비 중
	Instagram API 지표 추가 및 리포팅 강화 업데이트 : 리포스트/저장/공유 지표와 파트너십 광고 라벨 자동 태깅 등이 추가 / 부스트 및 크로스포스트 포함 집계 지표 제공
	크리에이터 마케팅 스페셜리스트 인증 출시 : 파트너십 광고 및 크리에이터 마켓플레이스 활용 등 크리에이터 마케팅 분야 관련 Meta Blueprint 인증 프로그램 신규 출시
	맞춤 타겟의 구매 이벤트 보존 기간 확장 : 웹사이트 및 모바일 앱의 맞춤 타겟 보존 기간이 구매 이벤트에 한해서만 기존 180일에서 730일(2년)로 확장
토스	디스플레이 광고 개편 (7/1 예정): 광고 생성 진입점 변경, 소재 유형 통합, 소재 에셋 규격 및 정책 변경 등 디스플레이 광고 구조 전면 개편
크리테오	Growth <Conversion Events> 기능 도입: 구매(전환) 이벤트 외에도 다양한 유저 행동을 개별 이벤트로 정의하고 각 이벤트별로 최적화 또는 리포팅할 수 있는 기능
티빙	아웃스트림 업데이트 & 스플래시 광고 상품 출시 (beta): 아웃스트림 노출 지면 확대 + 단가 인하, 앱 실행 시 임팩트 있게 노출되는 스플래시 광고 신규 출시
	KBO 라이트 PKG 광고 상품 출시 (beta): 이미지와 텍스트만으로 빠르게 집행 가능한 KBO Entry형 광고 상품 신규 출시

주요 매체 소식

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
넷플릭스	광고 공지 사항: 주간 리포트에 디바이스 및 장르 데이터 추가 제공, Amazon DSP 타기팅 활용 가능, Pet OTC Medication 광고 허용 등
관다	신규 참여형 광고 상품 '관다 퀴즈' 출시: 관다 앱 내 배너를 통해 진입하는 초성 퀴즈 + 경품 참여형 광고 상품, 런칭 기념 50% 할인 프로모션 진행, 300만원 → 150만 원
브릿지먼트	BOF(부산원아시아페스티벌) 2026 K-POP Concert 영상 광고: 부산원아시아페스티벌 메인 스크린에 노출되는 상품 및 홍보 부스 등을 활용하는 스폰서십 패키지 판매
데이블	DPA(Dynamic Product Ad) 상품 출시: 유저가 조회한 상품 데이터를 기반으로 개인화된 상품 피드를 자동 구성하여 노출하는 리타기팅 광고 상품
알지	공공기관·ESG 캠페인 패키지: ESG메시지 학습·미션 수행·리워드/기부를 결합한 참여형 앱, 행동 기반 지표를 확보하고자 하는 캠페인에 적합한 패키지 판매
에이블리	타기팅 기능 출시 및 얼리버드 프로모션 안내: 연령대·디바이스 타기팅 출시, 업종별 첫 집행 캠페인 대상 타기팅 할증 없이 기존과 동일한 단가에 제공
더현대Hi	리테일 미디어 광고 상품: 기존 더현대닷컴을 프리미엄 브랜딩 차원에서 리뉴얼한 현대백화점 전용 온라인 커머스 앱, 보장형 광고(CPT)와 성과형 광고(CPM/CPC) 판매

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
네이버	NOSP_치지직 2026 MSI·EWC 생중계 패키지 상품 출시: MSI·EWC의 LoL 경기 생중계에 노출되는 패키지 출시, 총 10구좌 판매
카카오	2분기 글로벌 광고주 무상캐시 프로모션: 집행금액 티어에 따른 무상캐시 지급 프로모션 진행, 네이티브 광고를 총 집행금액의 10% 이상 운영 시 10% 추가 지급 커머스 카탈로그 연동 프로모션 안내: 선물하기 혹은 톡스토어에 입점 되어있으며, 프로모션 기간 내 카탈로그를 신규로 연동 진행한 사업자 대상 무상캐시 지급 (~9/30)
SMR	2026 썸머 특판 출시: 여행/야외/미식/맛집투어 예능 및 드라마로 구성된 바캉스 패키지와 실내/토크/음악/정주행 예능 및 드라마로 구성된 홈캉스 패키지 판매
삼성Ads	6·7월 스포츠 빅이벤트 특판 패키지: 스포츠 빅매치 일정에 맞춰 특정 시간대 로드블럭 형태로 노출을 확보하는 패키지 출시, 1구좌 선착순 판매
키즈노트	5·6월 한정 영상PKG 200% 보너스 프로모션: 프리미엄 포토(엔딩형), 혜택탭(리워드), 인트로PKG(스플래시+메인)으로 구성, 집행 시 200% 보너스 제공
SOOP	2026 MSI 패키지 출시: 26년 상반기 세계 최강을 가리는 LOL 메이저 국제 대회 MSI에 노출되는 패키지, Sub 배너부터 프리미엄까지 다양한 구성으로 총 4종 판매
페이코캠퍼스	2분기 SPRING BOOST 프로모션: 노출 극대화 패키지 집행 시 APP PUSH 6만 건 무상 제공
메가박스	2026 FIFA 월드컵 광고 상품 제안서: 메가박스 단독으로 진행되는 월드컵 생중계 상영회에서 관람객을 대상으로 노출되는 월드컵 생중계 패키지 등 판매

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
홈쇼핑모아	6월 리워드 푸시 특가 프로모션: 생방송 중 유저 리워드를 제공하여 푸시 클릭 및 실시간 방송 유입을 확대하는 상품인 '리워드 푸시' 단가 할인, 250만원 → 100만 원
카카오VX	2분기 프로모션: 배너+메시지 상품을 결합해 노출과 클릭을 동시에 확보하는 성과 증폭 패키지 판매, 월 선착순 2개 구좌를 대상으로 서비스율 최대 55% 제공
카카오페이	2026 월드컵 특판 패키지: 2026 북중미 월드컵 시즌에 맞춰 카카오페이 주요 브랜딩·트래픽·성과형 상품을 결합한 특판 패키지 운영
왓차/왓차피디아	2분기 한정 최대 80% 할인 선착순 프로모션: 왓차&왓차피디아 내 모든 광고 상품 대상 1구좌 당 200만 원 고정단가에 제공 (최대 80% 할인, 선착순 10개 광고주)
인터웍스	2026 북중미 월드컵 패키지 출시: 월드컵·축구 기사 소비 유저에게 집중 노출되는 월드컵 패키지 출시, 영상 패키지 2종과 DA 패키지 1종 판매
캐시노트	외식 프랜차이즈 타겟 월드컵 시즌 광고상품 판매: 앱 시작 배너부터 홈탭배너까지 연계되는 상품, 스플래시+홈 메인 패키지+월드컵 이벤트 페이지 커스텀으로 구성

이달에 주목할 미디어

[TVING & Wavve] 임팩트 있는 노출이 가능한 신상품 출시

대한민국 방송 시청점유율 70%를 차지하는 핵심 콘텐츠가 모인 티빙과 웨이브를 통해 매월 약 1,000만 이상의 활성 유저에게 도달 가능

이번 6월, 임팩트 있는 노출이 가능한 아웃스트림 상품과 스플래시 배너 상품이 Beta로 새로 출시

해당 상품을 포함하여 인크로스 단독으로 프로모션 진행, 보다 합리적으로 캠페인 운영 가능

[단독] 인크로스 2/3분기 TW 프로모션

기간: 2026년 2분기 혹은 3분기 내

조건: 프로모션 대상 상품으로 분기 내 5천만 원 이상 집행 시

혜택: 유상 집행 금액의 10%를 베이직 인스트림(스키퍼블)로 추가 노출 제공

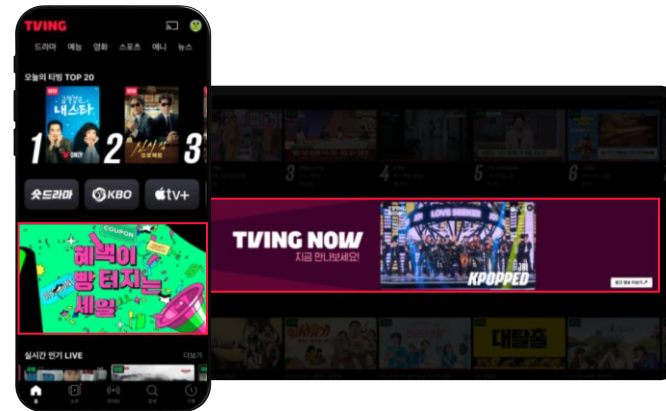
프로모션 대상 상품:

TW 아웃스트림, TW 스플래시배너, TW TOP20, 시청데모 PKG, 베이직 인스트림(+ 관심사 세그먼트)



노출 예시

TW 아웃스트림



티빙: 프리미엄 요금제를 포함한 모든 방문자에게 노출
웨이브: 비로그인 및 광고형 요금제 이용자에게 노출

TW 스플래시배너



티빙 & 웨이브 모바일 앱에 진입하는 모든 유저에게 노출

세부 사항

*판매 가격은 베타 기간(~7월)동안 적용되는 가격이며, 이후 정식 상품에서는 변동될 수 있음

상품명	판매 방식	판매 가격*	e.CPM	노출 위치
TW 아웃스트림	CPD (일 독점)	평일(월-목) 900만 원 주말(금-일) 1,100만 원	6,000~8,000원	티빙 & 웨이브 메인 홈 피드에 노출
TW 스플래시배너		평일(월-목) 700만 원 주말(금-일) 900만 원	2,000원	티빙 & 웨이브 모바일 앱 실행 시 로딩 페이지 하단 약 3초간 노출

이달에 주목할 미디어

[카카오페이] 전 국민의 생활 금융 플랫폼

2,200만 마이데이터 유저와 4,300만 카카오페이 유저를 기반으로 정교한 타기팅이 가능한 금융 플랫폼

캠페인 종류(브랜딩, 성과형, 트래픽)에 따른 다양한 상품을 보유하고 마케팅 퍼널에 최적화된 믹스 구성이 가능

성과형 광고 상품 업데이트

풀스크린 배너: 판매방식 CPP에서 성과형으로 변경

탭보드: 이미지 소재 유형 신규 추가 등

신규 광고주 할인 프로모션

전면팝업, 홈아이콘, 만보기 등 일부 상품에 한하여 첫 집행 최대 33%까지 할인 프로모션 적용

최대 3개월까지 프로모션 단가로 선부킹 가능

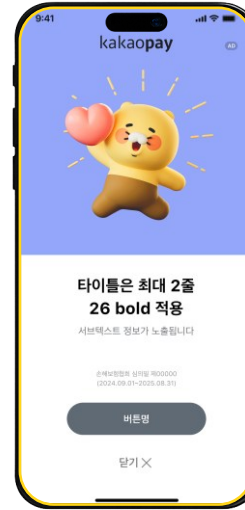


노출 예시

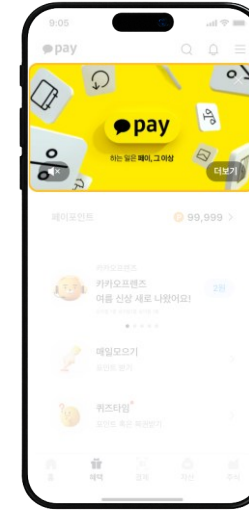
전면팝업



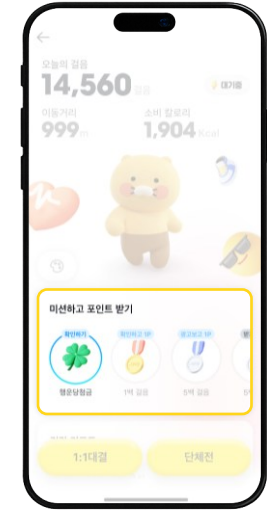
풀스크린 배너



탭보드



전면팝업



세부 사항

캠페인 종류	상품명	과금유형	공시단가	프로모션 단가
브랜딩	전면팝업	CPP	1,000만 원	700만 원
	브랜딩보드	CPP	1,000만 원	700만 원
성과형	풀스크린 배너	CPC	CPC 300원~	-
	탭보드	CPM	CPM 1,500원~	-
	TMS	CPP	100원	70원
트래픽	혜택 배너	CPP	1,000만 원	700만 원
	만보기	CPP	1,500만 원	1,000만 원

*이외 추가 상품 별도 문의

이달에 주목할 미디어

[페이코캠퍼스] 56만 대학생 필수 생활 밀착형 앱

전국 253개 제휴 대학의 인증 대학생 56만 명을 보유, 월 166만 건 이상의 활발한 결제가 발생하는 Z세대 플랫폼

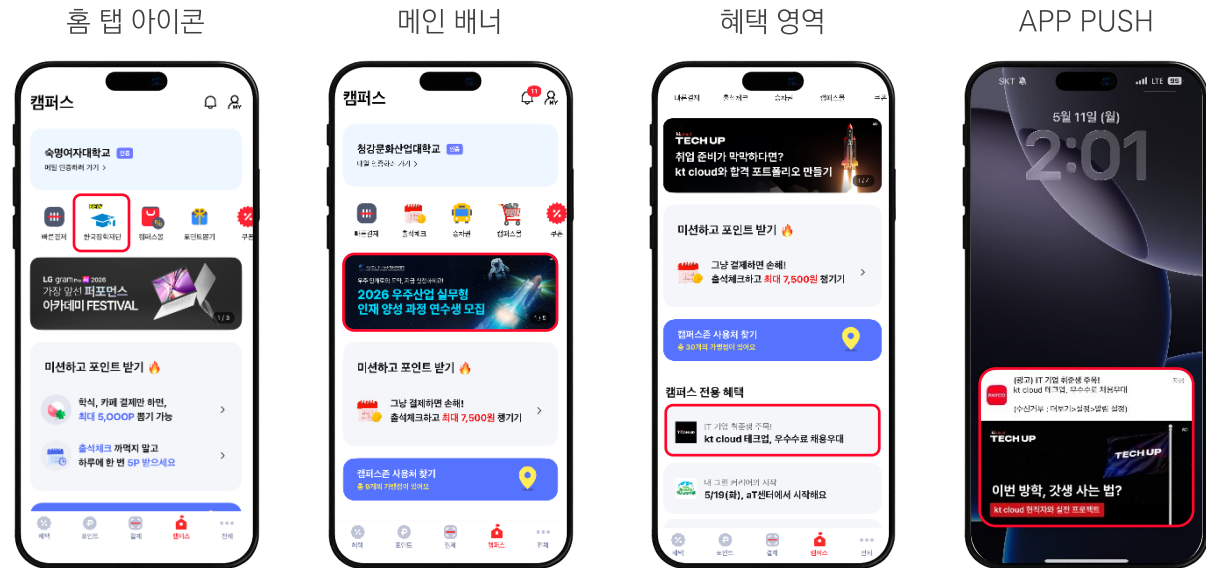
홈 탭 아이콘과 APP PUSH를 결합한 단기 집중 '부스팅 PKG' 부터 메인 배너 및 혜택 영역 등 핵심 지면 4개를 묶은 '노출 극대화 PKG' 까지, 캠퍼스·성별·결제 이력 기반의 초정밀 타깃 마케팅 솔루션 제공

부스팅 패키지 할인 프로모션 (~6/30)

2분기 한정 50% 할인된 프로모션 단가에 제공
공시단가 1,000만 원 → 프로모션 단가 500만 원



노출 예시



세부 사항

*이외 추가 상품 별도 문의

상품명	상품 구분	집행 단위	공시 단가	프로모션 단가	타기팅 구분
부스팅 PKG	홈 탭 아이콘	CPP 1주	1,000만 원	500만 원	캠퍼스 단위 타기팅
	APP PUSH	건당 50원			캠퍼스, 성연령, 결제이력 등 (타기팅 할증)
노출 극대화 PKG	메인 배너/혜택 영역/ MY PAYCO /승차권홈 상단 배너	CPP 1주	300만 원		캠퍼스 단위 타기팅
	APP PUSH	건당 50원	300만 원~ (6만 건 기준)		캠퍼스, 성연령, 결제이력 등 (타기팅 할증)
	LMS	건당 100원	300만 원~ (3만 건 기준)		

E.O.D

리포트 문의 | 인크로스데이터랩 | idl@incross.com

매체 문의 | 미디어전략팀 | media@incross.com

※본 리포트의 2차 가공 및 무단 배포를 금합니다.

더 많은 인사이트 자료를 뉴스레터로 받아보고 싶다면?

마인카세 구독하기 (클릭)

incross | **SK networks**

© 2026 Incross - All rights reserved.

This document constitutes the exclusive property of Incross. Incross retains all copyrights and other rights over, without limitation, Incross' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Incross. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs and the needs of its affiliated companies as the case may be only for the purpose of evaluating the document for services of Incross. No other use is permitted.

