

2026년 8월

인크로스 미디어 이슈 리포트



미디어 트렌드

톡으로 배달 음식 주문까지?
생활밀착형 AI를 내세우는 AI들

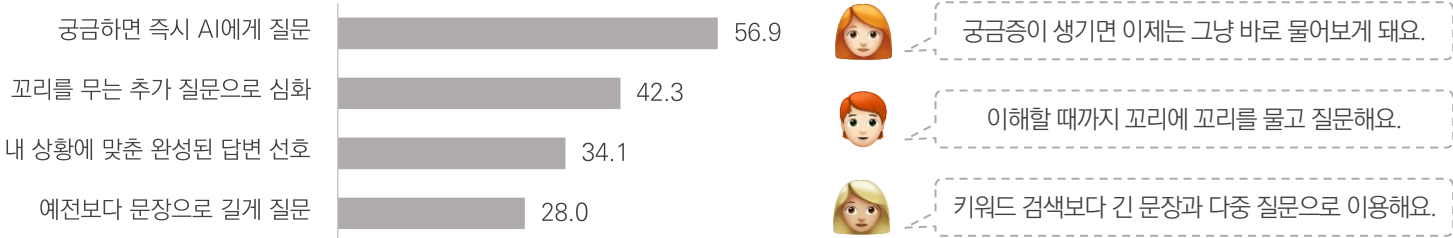
생성형AI 이용자중 다수가궁금증이 생기면 즉시 AI에게 질문하고
꼬리 질문으로 심화 탐색하는 행태를 보임. 문장형 질의를 선호하는
응답 비중도 증가하며 키워드 검색보다 대화형 질의 방식이 확산되는
추이를 보임. AI 서비스에 대해 소비자는 기술력보다 편의성이 중요
하다는 것을 알 수 있음

카카오는 최근 카톡 대화 맥락 안에서 완결되는 생활 서비스를 전면
에 내세우고 카톡에서 배달할 수 있는 기능을 선보임. 네이버는 AI 탭
을 통해 실질 효용성을 높이고, 출시 두 달 만에 MAU 천 만을 돌파.
구글은 제미나이를 BTS와 같은 셀럽이나 문화 콘텐츠와 결합해 기
술적 거리감을 낮추고 정서적 파트너십으로 포지셔닝함

향후 자연어 기반 이용 경험에 대한 긍정 경험이나 친숙도가 높을 수
록, AI 브랜드 간 경쟁축은 성능 우위에서 생활 접점 장악력으로 이동
할 것으로 전망됨. 광고·마케팅 시장에서도 기능 나열형보다 생활 시
나리오 기반 크리에이티브 전략이 효과적일 것으로 보임

출처: (상) 오픈서베이, (하) 보도자료 취합

“친구와 대화하듯 결과물 얻고 싶어요”... 대화형 AI가 주는 편의성에 끌리는 이용자들
| 생성형 AI 이용 행태 (단위: %, 중복)



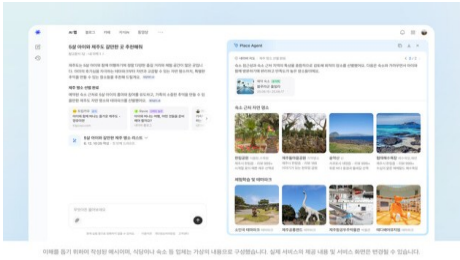
자연어를 통한 맞춤형 탐색에 대한 선호 증가

기술 스펙보다 일상의 순간을 강조한다! 생활밀착형으로 소통하는 AI 플랫폼사들
| 이용자와의 접근성·편의성·친근감 강조하는 AI 플랫폼 사례



카카오 X 쿠팡이츠 (8/6)

쿠팡이츠와 파트너십 체결, 카톡 대화창에서
배달음식 주문·결제 원스톱 지원 예정



네이버 AI 탭 (6/25)

대화형·실행형 검색 'AI탭' 정식 출시
두 달 만에 MAU 1,000만 돌파



구글 제미나이 (8/7)

라스베이거스 스피어에 BTS 콜라보 티저 공개,
기술 대신 '기술과 예술의 결합'이라는 감성
메시지로 소비자와의 유대 형성 강화

주요 매체 소식

네이버

단위: 십억 원	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	Y/Y	Q/Q
매출액 ¹⁾	2,915.1	3,138.1	3,195.1	3,241.1	3,388.8	16.2%	4.6%
네이버 플랫폼	1,693.1	1,816.6	1,850.3	1,839.8	1,902.2	12.3%	3.4%
광고	1,346.6	1,398.1	1,415.3	1,394.5	1,447.2	7.5%	3.8%
서비스	346.6	418.6	434.9	445.3	455.0	31.3%	2.2%
파이낸셜 플랫폼	405.6	427.3	448.6	459.7	470.7	16.0%	2.4%
글로벌 도전	816.4	894.1	896.2	941.6	1,015.9	24.4%	7.9%
C2C	227.5	250.6	285.7	351.1	397.9	74.9%	13.3%
콘텐츠	462.1	498.2	444.9	440.1	464.3	0.5%	5.5%
엔터프라이즈	126.7	145.3	165.6	150.5	153.7	21.3%	2.2%
영업비용	2,393.5	2,567.4	2,584.4	2,699.3	2,868.4	19.6%	6.3%
영업이익 ²⁾	521.6	570.6	610.6	541.8	520.3	-0.2%	-4.0%
영업이익률 (%)	17.9%	18.2%	19.1%	16.7%	15.4%	-2.5%p	-1.4%p
당기순이익	497.4	734.7	163.0	291.0	704.3	41.6%	142.0%
당기순이익률 (%)	17.1%	23.4%	5.1%	9.0%	20.8%	3.7%p	11.8%p

¹⁾ 월라임 한입 효과 제외 시 전계 매출액 YoY 14.5%, QoQ 4.1%
²⁾ 월라임 한입, 특수 요인 및 평가상의 인한 변동 효과 제외 시 영업이익 YoY 0.9%

네이버, 2026년 2분기 매출액 3조 3,888억 원, 영업이익 5,203억 원 기록

- 네이버가 2026년 2분기 매출 3조 3,888억 원(전년 대비 +16.2%), 영업이익 5,203억 원을 기록하며 광고·커머스 등 핵심 사업과 글로벌 C2C 성장을 통해 실적을 달성
- AI 기반 광고·커머스 고도화가 실적을 견인. AI 브리핑 광고는 기존 검색광고 대비 클릭 전환율 30% 이상, 구매 전환율 3배 이상을 기록하며 새로운 광고 수익원으로 가능성 입증
- 글로벌 C2C 사업 매출이 전년 대비 74.9% 증가했으며, 엔비디아와 추진하는 AI 팩토리 사업을 통해 글로벌 AI 컴퓨팅 시장을 새로운 성장 동력으로 육성할 계획이라고 밝힘



네이버웹툰 日 라인망가, NTT도코모와 손잡고 애니메이션 구독 서비스 제공

- 네이버웹툰이 일본 이동통신사 NTT도코모와 협업해 라인망가 앱에 정액제 애니메이션 스트리밍 서비스 'd아니메 스토어 for 라인망가'를 출시
- 라인망가 앱에 신설된 '아니메' 탭에서 4,000편 이상의 애니메이션을 제공하고, 만화 감상부터 애니메이션 시청까지 하나의 앱에서 이용 가능한 콘텐츠 경험 구현
- 일본에서는 만화·애니메이션 연계를 강화하고, 한국에서는 '컷츠(Cuts)', 글로벌로는 '워치(WATCH)' 등으로 웹툰 IP 기반 영상 콘텐츠 경험을 확대하며 지역별 콘텐츠 전략을 고도화



네이버, 숨은 유명인들의 블로그 조명하는 '블로그 있어요' 프로젝트 시작

- 네이버가 숨은 유명인과 전문 블로거를 소개하는 '블로그 있어요' 프로젝트를 시작하고, 12주간 매주 새로운 블로거의 기록과 이야기를 공개
- 첫 주인공은 래퍼 넥살로, 일상과 생각을 담은 블로그 콘텐츠를 소개하며 푸드·경제 등 다양한 분야의 인기 블로거도 순차적으로 조명. 이후 공개될 다음 주인공 맞이 이벤트도 진행
- 프로젝트 참여 블로거를 이웃 추가한 이용자 대상 이벤트를 운영하며, 새로운 콘텐츠 발견과 블로그 생태계 활성화를 지원할 계획

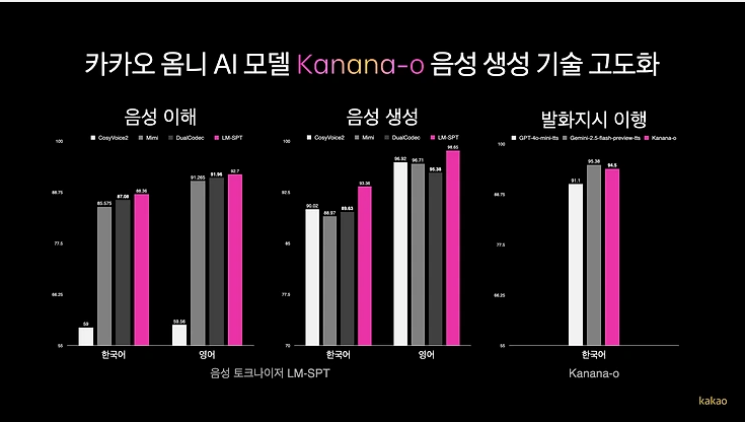
주요 매체 소식

● 카카오

2Q26 Earnings Release					
실적요약					
(단위: 십억원)	2Q25	1Q26	2Q26	YoY	QoQ
매출	1,917	1,942	2,098	9%	8%
플랫폼 부문	1,055	1,153	1,230	17%	7%
특비즈	573	630	643	12%	2%
플랫폼 기타	482	523	587	22%	12%
콘텐츠 부문	862	789	868	1%	10%
스트리	250	211	211	-16%	-0.2%
뮤직	518	485	558	8%	15%
미디어	94	92	99	5%	7%
영업비용	1,714	1,731	1,821	6%	5%
영업이익	204	211	277	36%	31%
영업이익률	10.6%	10.9%	13.2%	+2.6pt	+2.3pt
당기순이익	172	227	18	-73%	-20%
지배지분순이익	161	172	16	-	-
비지배지분순이익	11	55	2	-	-
당기순이익률	8.9%	11.6%	0.8%	-8.1pt	-10.8pt

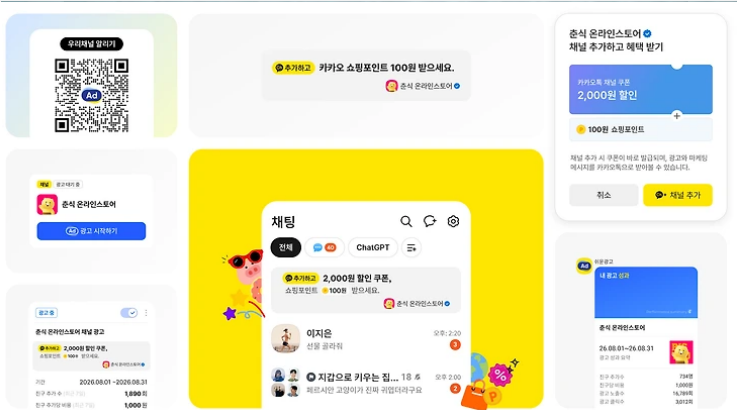
카카오, 2026년 2분기 매출액 2조 985억 원, 영업이익 2,770억 원 기록

- 카카오가 2026년 2분기 매출 2조 985억 원, 영업이익 2,770억 원을 기록하며 전년 동기 대비 각각 9%, 36% 증가한 역대 최대 분기 실적을 달성
- 카카오톡 광고·커머스 성장으로 플랫폼 매출이 전년 대비 17% 증가했으며, 선물하기 자기 구매 거래액(+39%)과 페이·모빌리티 사업도 견조한 성장세를 기록
- 카카오톡에서 주문·예약·결제까지 이어지는 에이전틱 AI 경험을 확대하고, PlayMCP 기반 개방형 생태계를 통해 AI를 새로운 수익화를 축으로 육성할 계획이라고 밝힘



카카오, 자체 개발 옴니 AI 모델 'Kanana-o' 음성 생성 기술 고도화

- 카카오가 자체 AI 모델 'Kanana-o'의 음성 생성 기술을 고도화해 자연어 명령만으로 말투, 감정, 억양, 사투리, 역할까지 세밀하게 제어하는 AI 음성 생성 기능 공개
- 자체 개발 음성 토큰나이저를 적용해 음성 생성 속도와 효율을 높였으며, 한국어 음성 생성 벤치마크에서 GPT-4o-mini-tts를 뛰어넘는 성능을 기록함
- 향후 음성 이해·생성을 통합한 AI 음성 기술과 웃음·한숨 등 비언어 표현까지 지원하며 다양한 서비스에 자연스러운 음성 AI를 확대 적용할 예정



카카오, 쉬운광고 신규 상품 '우리채널 알리기' 출시

- 카카오가 중소기업자를 위한 쉬운광고 신규 상품 '우리채널 알리기'를 출시하고, 카카오톡 채널 친구 확보를 지원하는 광고 서비스 제공
- 친구 추가가 발생한 만큼만 비용을 지불하는 CPA 방식을 적용했으며, 업종별 추천 단가와 성과 리포트를 제공해 광고 운영 부담을 낮춤
- 출시 기념 비즈쿠폰 최대 6만 원과 친구 추가 이용자 대상 쇼핑포인트를 제공하며, 향후 광고 이후 구매·쿠폰 사용 등 성과 분석 기능도 확대할 계획

주요 매체 소식

● 네이버 ADVoost Max 출시

검색어와 URL 간 연관도 측정을 넘어 AI 브리핑의 문맥, 사용자 탐색 단계, 후속 질문 흐름까지 종합 분석하여 적합한 광고를 자동으로 선출하는 'ADVoost Max' 출시

설정 방법

기존 확장검색 by ADVoost 영역에서 설정 가능
확장검색을 사용하는 경우 ON 상태가 디폴트 설정값
설정 시 AI 브리핑 지면에 노출될 수 있음

ADVoost Max 인사이트

AI 브리핑 영역에 노출된 광고는 기존 광고관리 화면이 아닌 검색광고 > 보고서 > ADVoost Max 인사이트 에서 확인 가능

출처 : 네이버

설정 화면

확장 검색 by ADVoost ?

☒ 확장 검색

등록한 키워드와 일치하거나 일치에 준하는 유사 검색어(일치 검색)뿐 아니라, 광고 클릭 시 연결되는 콘텐츠와도 비교하여 연관도가 높은 검색어(확장 검색)에도 광고를 노출합니다.

이 때 광고 그룹 예산 중 확장 검색에만 사용될 예산의 상한 비율을 설정할 수 있습니다.

확장 검색 예산 상한 비율

100 %

1%에서 100%까지 입력 가능(1% 단위 입력)

ADVoost Max 설정 ☒

AI가 광고 소재 문안을 재작성하고 성과에 맞춰 가격을 결정합니다.

확장 검색을 사용중일 때만 기능을 설정할 수 있으며, 기능을 OFF 한 경우 ADVoost Max를 통한 광고는 노출되지 않습니다.

주요 매체 소식

● 카카오
스포츠라이트 메시지 출시

카카오톡 채팅방 진입 시 고객이 웹사이트를 바로 확인할 수 있는 스포트라이트 메시지가 새롭게 출시

메시지 발송 후 사용자가 채팅방을 처음 열람하면 광고주의 웹사이트가 펼쳐진 상태로 노출되어 바로 콘텐츠를 탐색할 수 있으며, 이후 재열람하거나 웹사이트를 아래로 내리면 와이드 이미지 형태로 자동 전환되어 이미지·문구·버튼 등의 요소가 돋보이도록 노출됨

메시지 광고 노출 범위

모바일 카카오톡

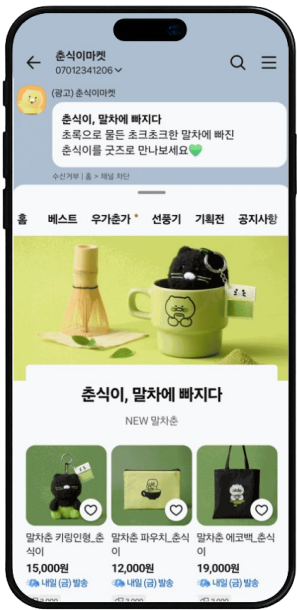
출시 기념 특별 할인가

50% 할인된 가격인 50원(건당 단가, VAT 별도)에 제공
타기팅 기능을 사용해도 동일한 발송 단가로 적용

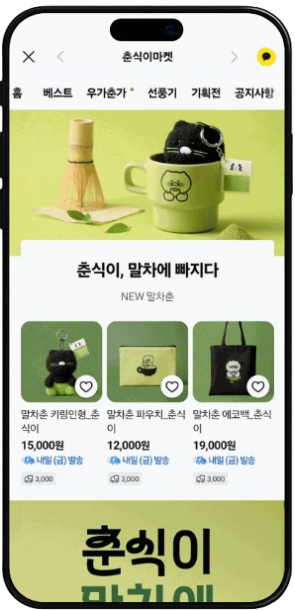
출처 : 카카오

노출 예시

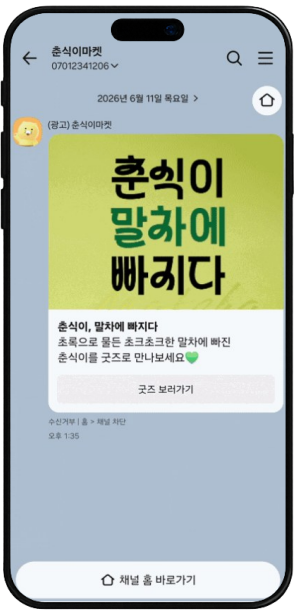
채널 채팅방



웹사이트 전체 화면



웹사이트 닫은 후 이미지 메시지



주요 매체 소식

● 메타
Meta Ads AI Connectors
오픈 베타 출시

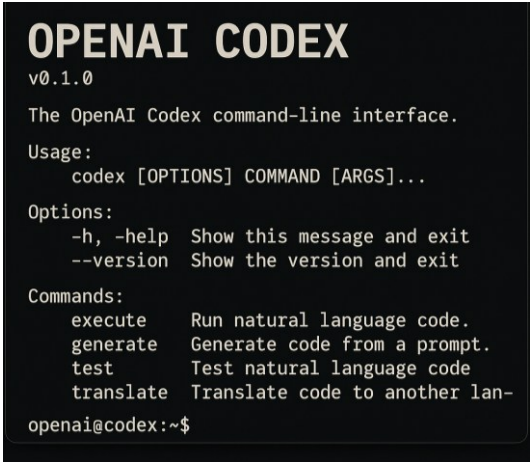
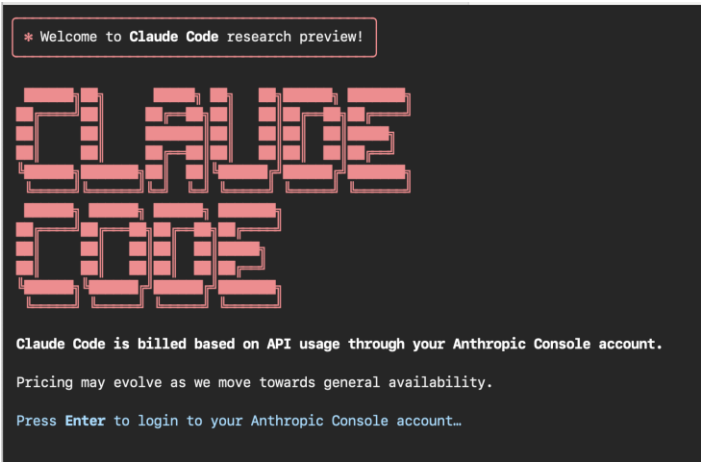
Meta 광고 계정을 AI 도구에 직접 연결하여, 자연어 대화만으로 캠페인 생성·수정, 성과 리포팅, 크리에이티브 관리, 예산 관리 등 광고 관리를 가능하게 하는 Meta Ads AI Connectors가 오픈 베타로 출시

주요 특징

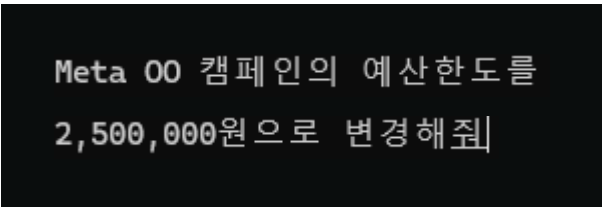
- 1. 타 AI 앱과 직접 연동 가능
: Claude, ChatGPT 등 어떤 AI 앱에서도 Meta 광고기능을 직접 연동하여 활용 가능
- 2. 운영 행동에 대한 규칙 설정 가능
: 예산 한도 변경, 타겟 오디언스 제한, 특정 액션 금지 등 운영에 대한 어떠한 규칙도 설정 가능
- 3. 보안 및 접근성 강화
: 별도 API키나 개발자 자격 증명 없이, Meta 자체 로그인으로 사용 가능하며, 실제 계정 데이터에 직접 접근하여 동작

출처 : 메타

주요 기능 화면



Claude code나 ChatGPT CODEX등 MCP나 CPI를 통해 구동되는 AI에이전트를 Meta Ads AI Connectors와 연동



이후 Meta 캠페인 운영 관련 프롬프트 입력 시



해당하는 Meta 캠페인에 반영

주요 매체 소식

● 토스
네이티브 광고 런칭

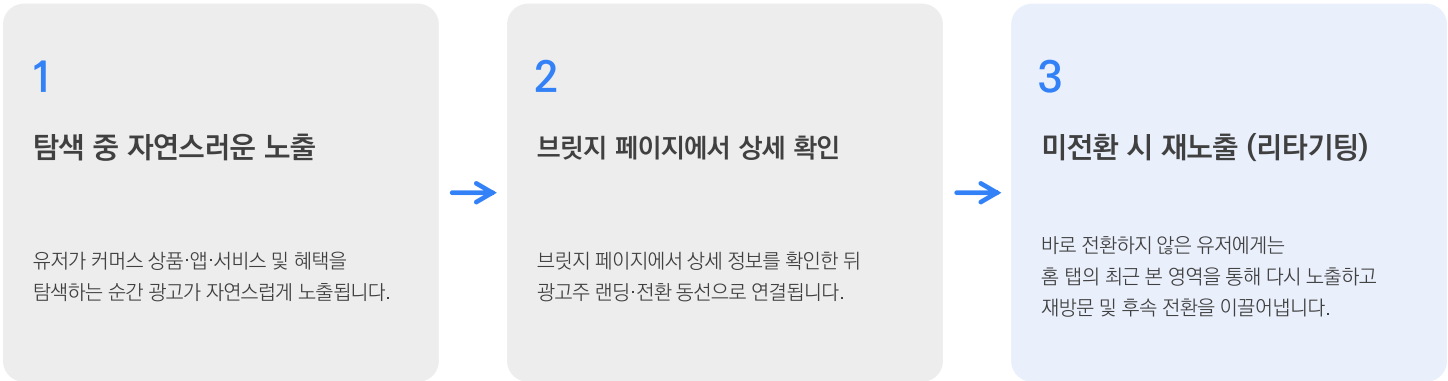
구매·앱설치·리드 수집 전환을 목표로 하여 보다 자연스러운 발견 경험과 더 명확한 행동 기준을 함께 제공하는 신규 광고 상품 ‘네이티브 광고’ 런칭

상품 상세

- 구매 유도하기: 구매 의도가 높은 유저를 연결하는 커머스형 광고상품으로 카탈로그 연동을 지원
- 앱 설치 유도하기: 앱 탐색 맥락 속에서 앱 다운로드부터 실행, 리텐션까지 연결
- 잠재고객 모으기: 서비스 및 혜택 탐색의 맥락 속에서 관심 혜택을 자연스럽게 노출하고 리드 전환 동선으로 연결

출처 : 토스

상품 상세



구분	구매 유도하기	앱 설치 유도하기	잠재고객 모으기
입찰 방식	목표 광고 수익률 tROAS	목표 전환당 비용 tCPA	목표 전환당 비용 tCPA
과금 방식	CPLC(Cost Per Landing Click) 기준: 브릿지 페이지 내 CTA 클릭 시 과금 *메가딜은 별도 협의 상품		
노출 지면	쇼핑 탐색 맥락 내 노출 홈 최근 본 영역 + 쇼핑 홈	앱 탐색 맥락 내 노출 홈 최근 본 영역 + 전체탭 + 미니맵 + 게임홈 + 고양이	서비스 및 혜택 탐색 맥락 내 노출 홈 최근 본 영역 + 혜택 탭 신규지면
타기팅	오토 타기팅 기본 적용 + 수동 디타기팅 지원		
소재 유형	카탈로그형	한 줄 배너 (문구형), 앱 로고 강조형	한 줄 배너 (문구형)
브릿지 페이지	필수: 상품 상세 정보 제공	필수: 앱 상세 정보 제공	필수: 리드폼 소개 화면

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
네이버	네이버 통합 광고주센터_밴드 앱 신규 노출 영역 및 노출 상품 추가: 게시글 본문 댓글 하단에 네이티브 이미지 피드 노출, 밴드 AOS 앱 종료 시 네이티브 이미지 피드 노출
	NOSP_이미지/동영상확장형(520) 가이드 업데이트: 배경 효과 이미지로 단색 컬러 이미지 적용시, 최대 채도값 가이드를 준수하도록 업데이트
카카오	상품 카탈로그 캠페인 노출 지면 확장: 기존 카카오톡 외 게재 지면에만 노출되었으나 카카오톡 친구탭·지금탭 지면까지 노출되도록 업데이트
	영역 디스플레이 광고 노출 영역 확대: 선물하기 > 받은 선물 영역 최상단으로 디스플레이와 상품 카탈로그 광고의 노출 지면이 확대
	선물하기 홈 CPT 업데이트: 카카오 선물하기 홈 CPT 광고의 랜딩 URL 허용 범위에 카카오쇼핑라이브 URL이 추가
메타	말레이시아/태국 타겟 광고 집행 시 광고주 인증 필수 안내: 말레이시아 또는 태국을 타겟팅하는 모든 광고주는 광고주 인증을 완료해야 광고 게재 유지 가능
	‘이 광고에 게재 집중(Push Delivery)’ 기능 출시: 신규 광고 소재에 예산을 우선 배분하도록 설정할 수 있는 ‘이 광고에 게재 집중’ 기능이 순차 오픈
	트래픽 캠페인 성과 목표 통합 예정 안내: ‘링크 클릭 수 극대화’와 ‘랜딩 페이지 조회 극대화’가 하나의 상위 목표인 ‘방문 수 극대화(Visits)’로 통합될 예정
	앱 광고 딥링크 설정 간소화 및 기능 업데이트: 딥링크 설정 간소화로 기존 iOS/Android를 각각 입력해야 했던 방식에서 통합 입력 방식으로 변경 & 미리보기 가능

주요 매체 소식

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
넷플릭스	업데이트: 주류 광고 정책 완화로 주류 광고주가 보유한 1st Party Audience를 포함 및 제외 타겟팅에 모두 활용 가능, DV360 PMP 연령·성별 타겟팅 지원 등
OpenAI	ChatGPT Ads 맞춤 오디언스 등 최신 업데이트: 이메일 주소 또는 전화번호를 이용해 고객·잠재고객 목록을 생성하고, 캠페인 타기팅 대상에 포함하거나 제외 가능 등
	ChatGPT Ads MMP 연동 지원: MMP(AppsFlyer, Adjust) 연동을 통해 광고 클릭 이후의 전환 이벤트를 측정하고 캠페인 성과 보고 및 최적화에 활용 가능
당근	‘리드폼으로 고객 확보하기’ 캠페인 업데이트: 신규 옵션인 ‘이미지 강조형’이 추가, 기존 ‘혜택 설명형’ 대비 더 큰 이미지 활용이 가능
노크타운	‘신규 광고 상품 노크 배너 패키지’ 출시: 메인배너홈·소통상단배너·소통상세배너로 구성된 패키지, 1주 300만 원이며 예상 노출량은 150만 회
마이크로소프트	신규 광고 상품 ‘Brand Zone Ads(BZA)’ 출시: Bing 검색 결과 최상단의 대형 광고 영역을 활용, 브랜드 주목도를 높이고 사용자와의 상호작용을 강화할 수 있는 상품
뮤빗	글로벌 K-POP 팬덤 플랫폼 매체: MBC <쇼! 음악중심> 글로벌 사전투표 및 생방송 앱 투표 서비스를 제공, 리워드 배너·동영상, 퀴즈형 상품 등 팬덤 액션 기반 상품 판매
Mnet Plus	신규 상품 안내: ‘설문조사 이벤트 상품’ 출시, Mnet Plus 앱 내에서 설문조사를 진행할 수 있는 액션형 광고 상품 → 객관식·주관식·별점·OX 등 다양한 템플릿 운영 가능
위버스	신규 상품 안내: ‘마이 피드 배너’ 출시, 홈 화면 My Feed 탭에 네이티브 형태로 노출되어 콘텐츠 사이에서 자연스럽게 주목도를 확보할 수 있는 피드형 배너 상품

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
네이버	NOSP_스노우/패밀리 스플래시 하반기 프로모션: 스노우 스플래시 CPM 15,000 원 → 12,000 원, 스노우패밀리 스플래시 CPM 10,000 원 → 8,000 원
	NOSP_ADVoost Screen (브랜드 DOOH) 2in1 패키지 및 프로모션: 핵심 대로변 LED 지면을 직접 고를 수 있는 ‘2in1 패키지’ 신규 출시, 집행 시 비즈쿠폰 지급
	NOSP_2026년 치지직 LCK 생중계 패키지 출시: 정규시즌 3,4 라운드 및 플레이인&플레이오프 생중계 전광고·중간광고 + VOD 전광고·중간광고에 노출
	2026 치지직 LCK 정규시즌 3,4라운드 및 플레이오프 생중계 CPM 상품 출시: 생중계 전광고 + VOD 전광고·중간광고에 노출, 15초 skip 동영상 광고 상품만 가능
	2026 아이치-나고야 아시안게임 패키지 판매: PC/MO 메인·스포츠 주제판·스포츠 지면·검색 지면·동영상 지면에 노출, 공통 패키지/종목 특화 패키지 판매
넷플릭스	2026년 하반기 프로모션: 한국 캠페인의 2026년 9월 집행분 한정 집행 금액에 따른 보너스 노출량 제공, PMP 신규 집행 광고주 추가 노출량 제공
티빙	〈로또 1등도 출근합니다〉TVING X tvN 통합 광고 패키지 출시: 1구좌 1개월 기준, 3천만 원/5천만 원/3억 원 패키지로 구성
	8월 KBO 서머 부스트 프로모션 안내: 8월 KBO 노출 보장 솔루션 (15초/30초) 기청약 광고주 대상 추가 예산 증액 시 추가 보너스 노출량 제공 등
크리테오	Growth 4대 여름 페르소나 프로모션 안내: 월별 페르소나 타기팅 3종 중 최소 1개 이상 적용 시 집행 금액에 따른 크레딧 제공

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
JTBC 유튜브	8~9월 한정 최대 45% 보너스 프로모션 안내: 기존 신규 광고주 보너스 포함 최대 45%까지 보너스 제공, 집행 규모에 따라 최종 보너스율 개별 협의
SOOP	비게임 업종 대상 ‘올인원 패키지’ 상품 출시: SOOP 플랫폼의 주요 광고 지면을 하나의 상품으로 구성한 통합 광고 패키지, 최대 250% 추가 서비스 밸류 제공
노크타운	3분기 프로모션: 배너 패키지 광고와 APP 푸시 광고를 50% 할인가에 제공
다방	3분기 프로모션: 이사·휴가·명절과 관련된 카테고리 중 관련 시즌 업종 300만 원 이상 집행 시 광고비 40% 할인 적용
티머니GO	8월 CPM 50% 할인 프로모션: 홈 팝업배너·띠배너·앱 종료팝업 신규 출시 기념 CPM 단가 50% 할인
맘시터	신규 광고주 프로모션: 8월 내 계약되는 신규 광고주 캠페인 대상, 집행 금액에 따른 보너스 노출량 제공

이달에 주목할 미디어

[에이블리]
라이프스타일 쇼핑 플랫폼

1천만 이상의 MAU를 기록 중인 국내 대규모 라이프 스타일 쇼핑 플랫폼으로 유저의 전체 구매 여정을 촘촘하게 커버할 수 있는 다양한 광고 지면 보유

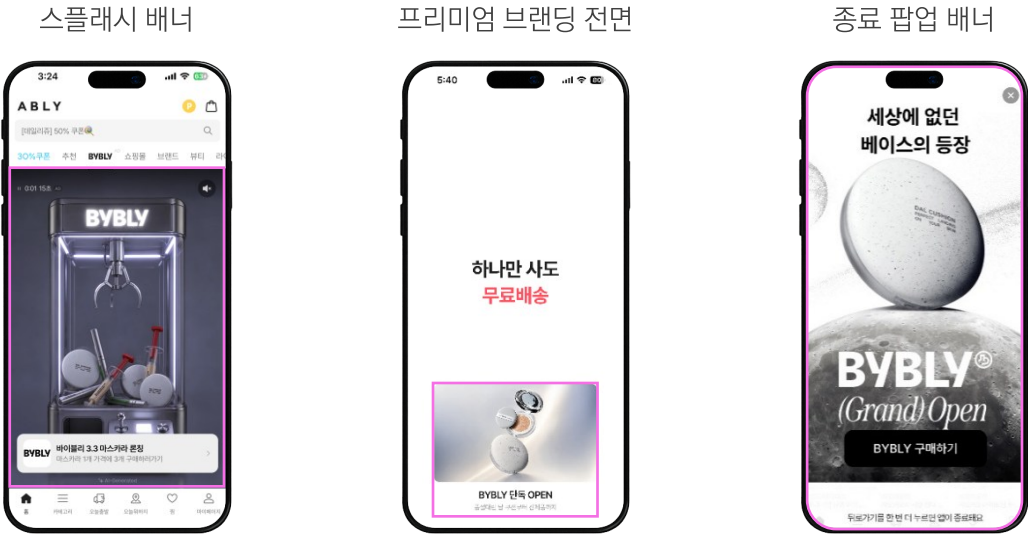
연령·OS 등 기본 인구통계학적 타기팅을 넘어 실제 유저의 구매 데이터를 활용하는 ‘타겟팅 2.0’ 출시로 한층 더 정교하고 효율적인 캠페인 설계 가능

타기팅 할증 면제 프로모션

‘타겟팅 2.0’ 출시 기념, 타기팅 적용 캠페인 첫 집행 시 광고비 할증 면제 (~8/31)



노출 예시



세부 사항

광고상품	과금 방식	공시단가	프로모션 단가	타기팅 옵션
스플래시 배너	CPP (1일)	7,500,000	5,000,000	1일 독점 노출, 타기팅 불가
프리미엄 브랜딩 전면		15,000,000	10,000,000	
종료팝업 배너		3,000,000	2,000,000	
혜택 탭 리스트	CPP (1주)	3,000,000	2,500,000	구매 이력 데이터·결제 수단 데이터 ·관심 행동 데이터·인구통계 데이터 조합 가능, 타기팅 할증 적용
검색페이지		3,000,000	2,500,000	
커뮤니티리스트		3,000,000	1,500,000	

*보다 다양한 상품은 소개서를 참고 부탁드립니다

이달에 주목할 미디어

[TMAP]
종합 모빌리티 플랫폼

MAU 1,600만 규모의 내비게이션 및 종합 모빌리티 플랫폼으로 이동의 맥락과 라이프스타일을 기반으로 하는 정교한 타기팅이 가능
실시간 이동 맥락을 활용하여 정확한 순간에 적합한 고객에게 도달 가능한 D2S 광고 신규 런칭

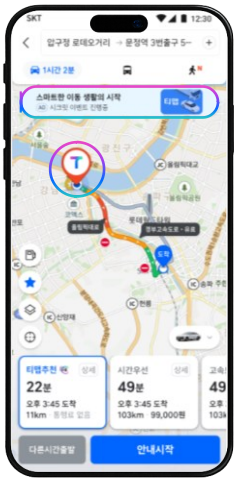
런칭 프로모션

D2S 집행 단가 할인 (3분기 한정)
주행 시작 패키지 CPD 100원 → 70원
스탠다드 CPD 150원 → 100원

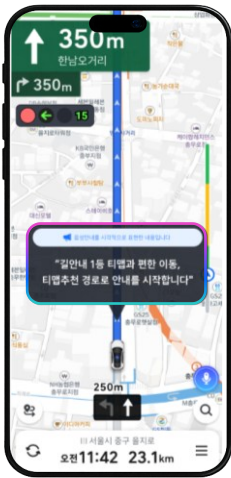


노출 예시

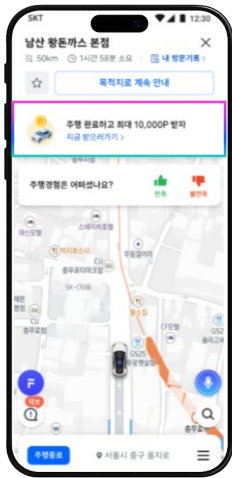
D2S (Drive To Store)



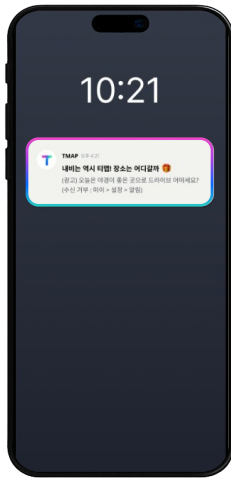
경로요약 핀+배너



주행 시작 음성 광고



주행 종료 팝업



앱푸시(도착 30분 후)

세부 사항

*CPD: Cost Per Drive, 주행당 과금
*보다 다양한 상품은 소개서를 참고 부탁드립니다

상품명		구성	공시단가	프로모션 단가
D2S (Drive To Store)	주행 시작 패키지	경로요약 + 주행 시작 음성 광고	CPD 100원	CPD 70원
	스탠다드	경로요약 + 주행 시작 음성 광고 + 종료 팝업 + 앱푸시	CPD 150원	CPD 100원
스플래시		이미지형/모션형/동영상형 (택1)	1일 3,000만 원	-
인트로 팝업		이미지형/동영상형 (택1)	CPM 10,000원	
내비 홈 배너		이미지형	CPM 3,000원	-

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.

