

2026년 9월

인크로스 미디어 이슈 리포트



미디어 트렌드

광고 세팅은 셀프서빙이 대세! 셀프서빙 버튼 늘리는 광고 매체들

최근 메타·틱톡등 주요 광고 매체에서 기존에 예약형·매니지드 중심
으로 운영되던 광고 상품을 잇따라 셀프서브 구조로 전환하고 있음

셀프서빙이 떠오른 배경으로, 먼저 생성형 AI 확산에 따라 자동화라는
업무 방식에 빠르게 익숙해지며, 셀프서빙과 같은 업무 효율화 니즈가
커진 점이 있음. 이와 함께 셀프서빙 기능은 세일즈 인력 투입 없이도
SMB 광고주를 대량 흡수할 수 있어, 매체 입장에서는 매출 저변을
확대하는 수단으로 작동함. 기존의 복잡한 세팅 방식으로는 예산이
과소진되거나 광고주 요청에 신속히 대처하기 어렵다는 점도 한 몫
함. 무엇보다 마케터에게 요구되는 기획력의 비중이 커지는 만큼,
세팅 영역만큼은 간편화해 업무 리소스를 줄이려는 것이 광고 매체가
셀프서빙 기능을 확대하는 배경으로 볼 수 있음

향후 광고 매체는 손쉽게 광고 집행을 할 수 있도록 셀프서빙 기능을
늘릴 것으로 보임

출처: (하) 매체 자료 및 보도자료 취합

매출 저변 확대부터 예산 이탈 방어까지... 매체가 셀프서브 버튼을 늘리는 이유

| 셀프서빙이 확산된 주요 배경 4가지

① 생성형 AI 확산으로 '자동화' 니즈 증가

생성형 AI 확산 이후 세팅·입찰·타기팅까지 AI가 자율 실행하는 방식이
표준화되고 익숙해짐

② 롱테일·SMB 광고주까지 매출 저변 확대

세일즈 인력 투입 없이 소규모 광고주를 대량 흡수할 수 있는
셀프서브 구조가 매체의 신규 매출 확보 수단으로 작동

③ 광고주 요청에 대한 요구에 즉각 대응

실시간 조정과 빠른 론칭을 요구하는 광고주 트렌드에 대응해
더 유연한 경쟁 매체로 예산이 이탈할 수 있는 상황을 방지

④ 마케터의 기획·플래닝·매니징 역할 강화

반복적인 세팅 업무를 자동화해 마케터의 업무 리소스를 줄여
기획·플래닝·매니징에 대한 역할을 더욱 부여

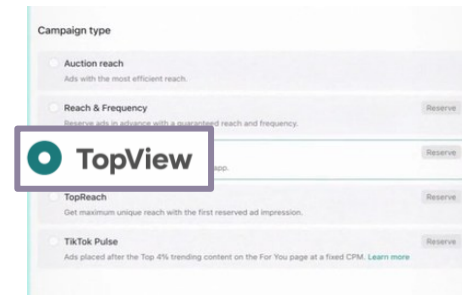
예약형 프리미엄 상품까지 열었다! 세팅 문턱을 낮추는 플랫폼사들

| 주요 광고 플랫폼 셀프서빙 사례



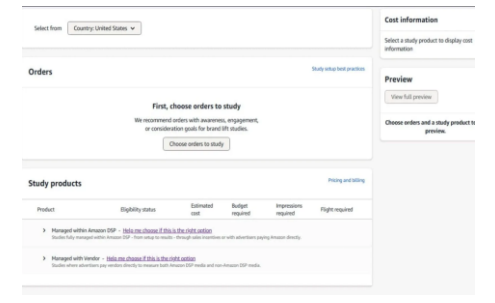
메타 '광고 버스트' (9월 출시 예정)

기존 예약형 수동 세팅했던 M3 기능을 도달
플래너 내 원클릭으로 전환. 2~5일 단기간에
타킷 40~60% 도달로 SOV 극대화



틱톡 'TopView' (7/28)

세일즈를 거쳐야 했던 프리미엄 예약형 상품을
Ads Manager에서 직접 재고 확인·주문 수정·
소재 이익제기할 수 있도록 옵션화



월마트 커넥트 (7/29)

캠페인 관리를 투명하게 공개하고자 온사이트
디스플레이를 경매 기반 셀프서브로 전환

주요 매체 소식

● 네이버



네이버, 네이버플러스 멤버십 이용자 전용
오프라인 페스티벌 연다

- 네이버가 네이버플러스 멤버십 이용자를 대상으로 10월 30일부터 11월 1일까지 성수에서 쇼핑·음악·기술을 결합한 오프라인 페스티벌 '냅페스타' 개최
- Npay 페이스사인을 활용한 입장·결제부터 Npay 월렛 기반 NFT 스탬프 투어까지 적용해, 예약·출입·결제·디지털 자산을 아우르는 네이버의 온·오프라인 연계 기술 경험 제공
- 실리카겔·루시·자이언티 등 아티스트 공연과 뷰티·라이프스타일·푸드 브랜드 체험존을 운영하며, Npay 20만 원 이상 결제한 멤버십 이용자에게 10월 6일 선예매 혜택 제공



크림, 고감도 프리미엄 편집숍 '크림플러스(KREAM+)' 론칭

- 크림이 패션 고관여 소비자를 겨냥한 프리미엄 편집숍 '크림플러스(KREAM+)'를 론칭하고, 플랫폼의 트렌드 분석·MD 역량을 기반으로 큐레이션 사업 확대
- 성별·연령·가격대의 경계를 허문 브랜드 셀렉션과 자체 브랜드 '아크릴' 등 독점 라인업을 선보이며, 유망 브랜드를 발굴·육성하는 리테일 파트너 역할도 강화
- 크림 앱에 전용 탭을 신설하고 도산·롯데월드몰·더현대 서울 등 기존 오프라인 매장도 크림플러스로 리뉴얼해 온·오프라인을 아우르는 패션 경험 제공



컬리N마트, 장보기 '단골' 잡으며
출시 1년 만에 거래액 10배 성장

- 네이버가 컬리가 함께 선보인 온라인 장보기 서비스 '컬리N마트'가 출시 1년 만에 초기 대비 거래액이 약 10배 증가하며 장보기 시장에서 빠르게 성장
- 10회 이상 이용한 단골 중 3040 비중이 72%를 넘고 전체 거래액의 80% 이상이 네이버플러스 스토어 앱에서 발생했으며, 새벽·오늘 배송과 멤버십을 기반으로 반복 구매 고객 확보
- 향후 네이버의 검색·클릭·구매 데이터를 활용한 개인화·발견형 추천을 강화하고, 스마트스토어에서의 인기 상품을 컬리 배송망과 연계한 'N+셀렉션'도 확대할 계획

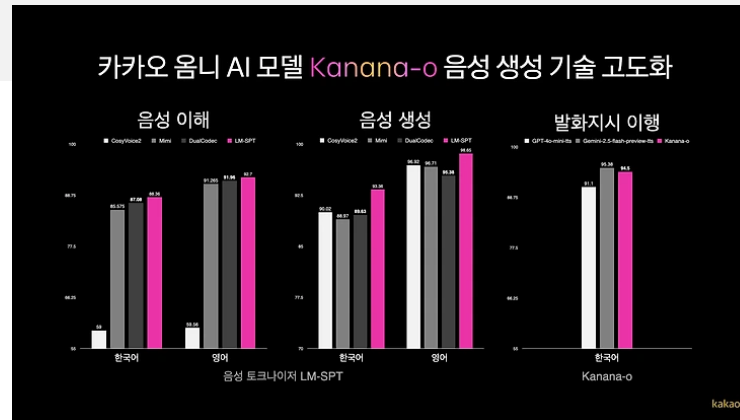
주요 매체 소식

● 카카오



카카오, 버추얼 러닝 이벤트 '런투게더' 진행

- 카카오가 10월 '카카오프렌즈 런 2026'을 앞두고 9월 한 달간 버추얼런 캠페인을 전개하며, 카카오맵 신규 기능 '함께 달리기'를 활용한 메인 이벤트 '런투게더' 진행
- 런플루언서 5인이 추천한 코스 또는 3km 이상 자율 코스를 달린 뒤 인스타그램에 인증하면, 추첨을 통해 본 대회 참가권 100매를 제공해 사전 접수에 당첨되지 못한 러너에게 추가 참여 기회 제공
- 9월 14일에는 기부와 연계한 '같이가치 버추얼런', 21일에는 러닝 경로로 캐릭터를 그리는 '프렌즈 캐릭터런'을 이어가며 카카오맵과 카카오프렌즈를 활용한 러닝 경험 확대



카카오, 6070세대 위한 스마트폰 생활 가이드 '옐로우북' 출간

- 카카오 임팩트재단이 6070세대의 디지털 활용을 돕기 위해 스마트폰 생활 가이드북 '옐로우북'을 출간하고, 카카오톡·카카오·카카오페이·AI 등 일상에 필요한 활용법 100가지 제공
- 2024년부터 운영한 '찾아가는 시니어 디지털 스쿨'의 교육 경험과 실제 시니어들의 궁금증을 반영했고, 하루 5분씩 100일간 스스로 기능을 익힐 수 있도록 큰 글씨나 실제 화면 이미지를 예시로 보여 주는 등 시니어 친화적으로 구성
- 판매 수익금은 시니어 디지털 교육을 위해 기부하고 카카오같이가치 캠페인도 진행해, 시니어 봉사단 100명 양성과 지역 어르신 1,000명의 디지털 교육을 지원할 계획



카카오, 소상공인 온라인 경쟁력 높인다... '카카오쇼핑 더하는가치' 진행

- 카카오가 중기부·소상공인시장진흥공단과 함께 특달에 입점한 소상공인의 온라인 판매 역량과 매출 성장을 지원하는 '2026 카카오쇼핑 더하는가치' 프로그램을 진행
- 전문 강사진과 카카오 임직원이 참여해 특달 운영·상품 판매·마케팅 등 실무 중심의 오프라인 교육을 제공하고, 1기 143개사에 이어 2기도 모집해 총 6회 교육 운영
- 교육 참여사 중 우수 판매자 60개사를 선정해 1:1 맞춤 컨설팅과 특달 빅카드 광고, 카탈로그 광고 집행 실습비 등을 지원할 예정

주요 매체 소식

● 네이버
치지직 인스트림 상품 개편

2026년 9월부터 치지직 보장형 인스트림 5초 SKIP 상품
의 판매가 종료되고 15초 SKIP 단일 상품으로 개편

상품 개편

PM_치지직_인스트림_5초 SKIP(신) 판매 종료
PM_치지직_인스트림_15초 SKIP(신) 단일 상품 운영

개편 기념 프로모션

월 집행액 구간에 따라 공시 단가(CPM 13,000원) 대비
30~60% 할인 적용 (~26.12.31)

출처 : 네이버

상품 상세

상품명	상품 유형	OS	노출지면	공시단가
인스트림	인스트림 15초 SKIP	PC/Mobile	치지직 LIVE 전광고/중간광고	CPM 13,000원

프로모션

캠페인 집행액 구간	할인율	적용 CPM
700만 원 미만	30%	13,000원 → 9,100원
700만 원 이상~1,500만 원 미만	40%	13,000원 → 7,800원
1,500만 원 이상~5,000만 원 미만	50%	13,000원 → 6,500원
5,000만 원 이상	60%	13,000원 → 5,200원

*할인율은 캠페인 단위 집행액을 기준으로 구간을 산정하여 적용(캠페인 기간은 최대 30일), 캠페인당 최대 구매 금액은 2억 원

주요 매체 소식

● 카카오 성과형 광고 게재지면 개선

성과형 광고의 모바일 카카오톡 게재지면 세부 설정이 가능하도록 개선, 반영 이후부터는 원하는 카카오톡 7개 지면들에 대해 개별 또는 중복 설정 가능

적용 일정

26년 9월 15일(화) 오후 2시

*내부 사정에 따라 반영 일정은 변경 될 수 있음

적용 대상

성과형 광고의 모바일 '카카오톡' 게재지면

*디바이스가 PC 인 경우 게재지면 세부 설정 제외

*카카오 비즈보드의 '도달' 목표는 디바이스 상관없이 제외

출처 : 카카오

카카오톡 세부 지면 정보

게재지면

☒ 상세 설정

☒ 카카오톡 ⓘ ^

☒ 친구지면 노출
 ☒ 친구소식지면 노출
 ☒ 채팅지면 노출

☒ 슷폼지면 노출
 ☒ 오픈채팅지면 노출
 ☒ 커머스지면 노출

☒ 기타지면 노출

- ① 친구지면 노출: 카카오톡 친구탭(1탭) 영역에 한하여 광고를 노출합니다.
- ② 친구소식지면 노출: 카카오톡 친구소식탭(1탭) 영역에 한하여 광고를 노출합니다.
- ③ 채팅지면 노출: 카카오톡 채팅탭(2탭) 영역에 한하여 광고를 노출합니다. (단, 심의필 및 법적고지문구가 필요한 업종은 노출 가능한 다른 지면을 함께 운영해주세요)
- ④ 슷폼지면 노출: 카카오톡 슷폼탭(3탭) 영역에 한하여 광고를 노출합니다.
- ⑤ 오픈채팅지면 노출: 카카오톡 오픈채팅탭(3탭) 영역에 한하여 광고를 노출합니다.
- ⑥ 커머스지면 노출: 쇼핑탭, 선물하기, 특딜에 한하여 광고를 노출합니다. (단, 커머스 랜딩 URL이 적용된 소재에 한해 노출됩니다)
- ⑦ 기타지면 노출: 카카오톡 나머지 지면에 노출합니다.

주요 매체 소식

● 메타
브랜딩 캠페인을 위한 ‘광고 버스트’
솔루션 신설

기존 Meta Moment Maker(M3) 를 대신하여, 셀프서브가
가능한 신규 예약 상품 광고 버스트 (Ads Burst)가 새롭게 제공

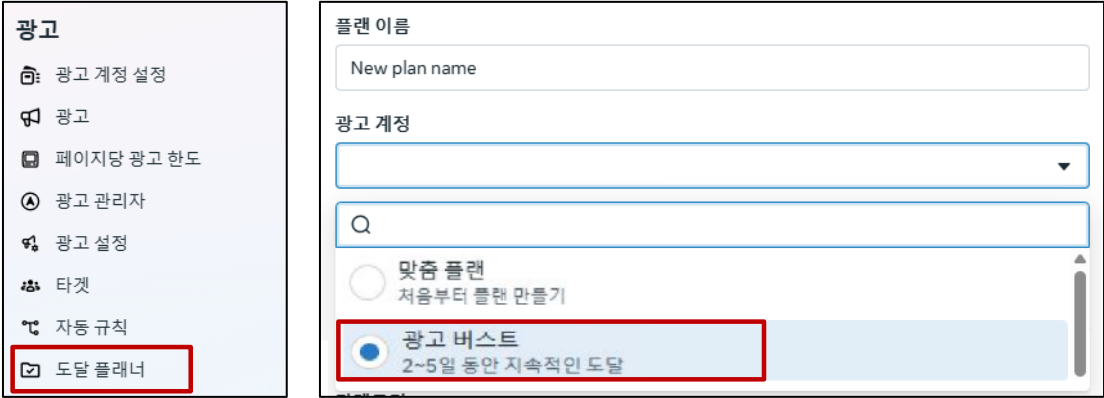
솔루션 개요

광고 버스트는 2~5일의 짧은 기간 동안 설정한 타겟의
40~60%에게 도달하여 메타 내 SOV(Share of Voice)를
극대화 할 수 있는 신규 솔루션

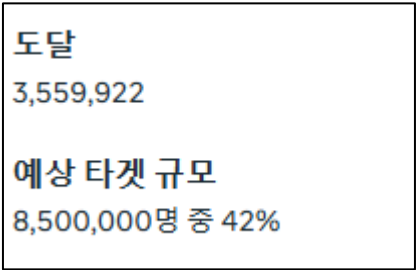
진행 프로세스

- 1. 비즈니스 포트폴리오 > 도구 > 도달 플래너(Reach Planner)
에서 플랜 만들기
- 2. ‘제품’에서 광고 버스트를 선택하여 캠페인 초안 생성
- 3. 이후 광고 관리자로 연결되어 세부 세팅 진행 및 게재

설정 화면



Meta 비즈니스 포트폴리오에 접속하여 도달 플래너 접속 후, 광고 버스트를 선택하여 세팅



2~5일간 설정한 타겟의 40~60%에게 광고가 도달하며 SOV를 극대화

주요 매체 소식

● 토스 잠재고객 모으기 캠페인 변경

잠재고객 모으기 캠페인의 세팅 방식 개편

‘외부 URL 사용’ 캠페인

입찰 및 타기팅: 기존 자동/직접 선택에서 자동 입찰(tCPA)
및 오토 타기팅만 지원

소개 화면(브릿지 페이지) 필수: 랜딩 URL과 소재 외에 소
개 화면 등록이 필수로 변경

‘토스 양식 사용’ 캠페인

소개 화면 개편: 배경 이미지 규격(900*1200px) 변경 및
브랜드명, 상단 문구, CTA 버튼 문구 필수화

변경 사항

구분	외부 URL 사용	토스 양식 사용
입찰 방식	직접 입찰 → 자동 입찰(tCPA)만 지원	변동 없음
타기팅	직접 타기팅 → 오토 타기팅만 지원	변동 없음
소개화면	필수 등록 필요 (기존에는 랜딩 URL, 소재만 등록)	신규 소개화면으로 변경
기존 버전	집행은 계속되나 신규 생성 및 복제 불가	집행은 계속되나 신규 생성 및 제출 불가 '복제하여 불러오기'로 재등록 필요

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
네이버	NOSP_네이버웹툰 PC 홈 트리플플레이 영역 추가: 기존 트리플플레이 부킹 시 등록하던 바배너+우측배너 외에 좌우 유희영역에 날개배너를 추가로 등록 가능
	NOSP_2026 LCK 결승(9/13) 치지직 프리미엄 퍼스트뷰 판매: 동영상 전광고+챗캐치배너 광고로 구성되며 높은 도달율과 강력한 브랜드 각인 효과를 가진 상품 출시
	네이버 통합 광고주센터_성과형 광고 유형 추가: 시리즈 이용 고객층 대상 효과적 광고 노출을 위해 시리즈 > 작품 하단 영역 노출 가능 성과형 광고 유형 확대
	네이버 통합 광고주센터_카탈로그 판매 캠페인 변경: 소재에 유저별 쿠폰정보, 유저별 최대 할인가 등 정보 추가된 신규 UI 도입
	네이버 통합 광고주센터_쇼핑검색광고/ADVoost 쇼핑 노출 확대: 쇼핑블록 탭 내 5번째 위치한 'N+스토어 혜택' 탭에 노출
	네이버 통합 광고주센터_디지털 옥외광고 보고서(베타) 오픈: 다차원보고서의 기본 성과 지표 외에 특정 상품에 특화된 추가 지표를 조회할 수 있는 보고서 오픈
	네이버 통합 광고주센터_ADVoost 쇼핑 API 오픈: GFA와 ADVoost 쇼핑을 하나의 API 체계로 함께 관리, 광고주센터에서 건별로 반복하던 세팅 업무의 자동화 가능
메타	계정 보안 강화를 위한 패스키(Passkey) 설정 필수 진행 : 계정 보안을 강화하고 피싱 등 해킹 피해를 줄이기 위한 패스키(Passkey) 설정이 필수로 진행
	'Meta 광고 데이터 어드바이저' 확장 프로그램 업그레이드 : 기존 Meta Pixel Helper가 무료 크롬 확장 프로그램인 'Meta 광고 데이터 어드바이저' 로 업그레이드

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
메타	소비자 라이프사이클 전략 기능 업데이트 : 광고가 도달하는 사람들 중 기존 고객이 아닌 신규 고객을 중심으로 최적화가 먼저 진행되도록 방향을 잡아주는 기능
	금지된 정보 활용 맞춤 타겟 사용 제한 조치 : 맞춤 타겟 및 맞춤 전환의 이름, 설명 등에 건강 or 재무 상태와 같은 금지된 정보를 암시하는 내용 포함이 제한
당근	브랜드 지점 방문 늘리기 목표 OBT 출시: 여러 지점을 운영하는 브랜드가 지점별 광고를 한 번에 만들고 관리할 수 있는 전문가모드 캠페인 출시
	전문가모드 리드폼 질문 유형 3종 추가: 날짜 질문 유형 추가, 생년월일·성별 신청 정보 수집 추가, 주소 질문 항목 확대
토스	상품보고서 신규 기능 제공: 카탈로그 광고 성과를 상품(SKU) 단위까지 확인, 상품별 노출·클릭·구매 성과 비교를 통한 고효율/저효율 상품 구분 등 신규 기능 제공
	버튼누르기 광고 개편: 기존 일 단위 집행 방식에서 원하는 트래픽을 구매하는 방식으로 개편 (9/17)
	일주일 방문 미션 오픈: 상품 좋아요 누르기, 장바구니 담기, 구경하기 등 미션 수행을 통해 사용자 인게이지먼트를 제고할 수 있는 협력광고 출시
크리테오	Max_컬리 오프사이트 협력광고: 컬리 SKU 단위의 조회·구매 데이터를 활용해 브랜드 상품에 관심 또는 구매 가능성이 높은 고객을 선별, 외부 매체에서 재접촉 가능
넷플릭스	업데이트: Cross-Channel Reach 스터디 진행 광고주 대상으로 PMP Floor Price 20% 할인 혜택 제공, Pause Ad 리포트 Dwell Time 지표 추가 등

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
OpenAI	ChatGPT Ads 전환 최적화(oCPC) 캠페인 지원: 광고 클릭 이후 발생하는 구매·가입·리드 제출 등의 이벤트를 기준으로 광고 게재를 최적화할 수 있는 신규 유형 추가
	ChatGPT Ads Manager 플러그인 배포: 기존 Ads Manager에서 수행하던 주요 광고 운영 업무를 ChatGPT 대화를 통해 자연어로 처리할 수 있는 기능 제공
	ChatGPT Ads 업데이트: 플랫폼(iOS, AOS, Web) 타기팅 및 한국 내 지역 타기팅(특별시/광역시/도/우편번호) 지원, 자동 고급 매칭(AAM) 지원 등 업데이트
에이블리	Airbridge 연동: Airbridge에서 에이블리 광고 캠페인의 설치 및 전환 데이터를 확인, 광고 클릭부터 전환까지의 데이터를 기반으로 캠페인 성과 분석이 가능
카카오뱅크	혜택탭 상단 이미지·동영상 광고 상품 출시 예정: 혜택 탭 진입 시 최상단에 노출, 스크롤 없이 광고가 노출되는 First View 영역 상품으로 9월 출시 예정
코스피랩	투자정보 플랫폼: 투자 고관여자를 대상으로 노출할 수 있는 배너 상품 보유, 첫 집행 시 3개 주요 광고 구좌를 2주간 테스트할 수 있는 올인원 패키지도 판매
쿠팡	브랜드애즈 업데이트: 브랜드애즈 풀퍼널 지표 제공, 고객 여정 전반을 통합 측정하여 브랜드가 의도한 행동 변화와 실제 성과를 정확하고 투명하게 확인 가능
트레드링스	물류·유통·운송 B2B 타깃 매체: 수출입 화주 및 물류 관계자, 기업 물류·유통·무역·재무 담당자를 대상으로 노출 가능, 배너형·콘텐츠형 등 다양한 유형의 상품 보유
페이북	신규 광고상품 런칭: BC카드 이용자의 실제 결제 데이터를 기반으로 정밀 타기팅이 가능한 상품, 런칭 기념 부킹 금액에 따른 서비스 노출 제공 프로모션 진행

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
네이버	NOSP_2026 아이치-나고야 아시안게임 동영상 패키지: 프리롤+미드롤(공식중계 편성표방식)+미드롤(치지직 스트리머 같이보기)로 구성된 3,000만 원 패키지 출시
SMR	2026 아이치나고야 아시안게임 특판: 주요 방송사(MBC, SBS, KBS, TV조선)의 실시간 중계부터 클립을 모두 커버할 수 있는 5,000만 원 패키지 출시
	2026 추석특판: 화제성 있는 콘텐츠 선점하며 타깃 도달 강화 가능한 ‘브랜딩 PKG’, 맞춤 콘텐츠 큐레이션과 추석 선물 구매 의향이 검증된 오디언스를 공략할 ‘선물 PKG’
크리테오	9월 패션 업종 프로모션: 기존 계정의 신규 캠페인 또는 신규 계정 캠페인 대상, 월별 페르소나 타기팅 중 최소 1개 이상 적용 시 집행 금액의 30%에 해당하는 크레딧 제공
티빙	신규 CPD 상품 퍼스트뷰 Beta: TVING·Wavve 이용자가 그날 처음 접하는 광고 슬롯을 1일 단위로 독점하는 상품 (~9/30 한정 판매)
	브랜드 테이크오버 PKG: 3개 상품을 동일 일자에 함께 집행 시 20% 할인 적용, 정가 5,000만 원 → 할인가 4,000만 원 (~9/30 한정 판매)
	2026년 포스트시즌 프로모션: 9~10월 KBO 전 상품 5,000만 원/1억 원 이상 집행 시 → 포스트시즌 구매 시 1,000만 원/2,000만 원 할인
	TVING × Wavve × CJENM 트리플 큐레이션 PKG: TVING+Wavve의 큐레이션 및 영상광고와 CJ ENM 방송의 큐레이션 특집 편성을 결합한 패키지 1.5억에 판매
	오리지널 〈원수는 외야석에서〉 협찬 상품: 라이벌 팀 팬들의 소개팅과 실제 경기를 결합한 리얼리티, 가상광고·단순PPL·기능PPL 등 협찬 상품 판매

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
티빙	Wavve_2026 KLPGA·KPGA 골프 광고 패키지: 앱 아이콘 커스텀, 홈/서브카테고리 DA, 골프 스페셜관, AI 스트리밍 스폰서십, 스페셜밴드, 선수 특별 메뉴 등으로 구성
CJ ONE	카카오톡 채널 메가메시지 상품 소개 및 프로모션: CJ ONE 카카오톡 채널 친구 1,000만 명을 대상으로 메시지 발송 가능, 단가 75% 할인 프로모션 진행 (~10월)
KBS	2026 아이치-나고야 아시안게임 디지털 광고 상품: 대회 관련 YouTube 및 KBS OTT 영상·배너 상품으로 구성, 집행 금액에 따른 서비스율 5%부터 제공
에이블리	2026 F/W 3-Combo 프로모션: 9월 내 부킹 완료 시 신규 광고주 무상 광고 지원, 집행 금액별 선착순 스페셜 지면 제공, 타기팅 할증 비용 면제 혜택 제공
타볼라	2026 하반기 프로모션: 해외 타기팅 캠페인 집행 시 집행 예산의 10%를 무상 광고 크레딧으로 추가 제공, 최소 집행 금액 1,000만 원
토스 플레이스	9월 2배 프로모션: 9월 내 소상공인 사장님 타깃 POS 광고 집행 시 집행 구간에 따라 최대 700만 원의 광고 크레딧 제공
트래블월렛	가을 프로모션: 패션, 아웃도어, 뷰티, 식품 등 가을 시즌 업종 광고주 대상 500만 원 이상 집행 시 300만 원 상당의 구좌 무상 제공
티켓링크	스포츠 패키지 할인: 프로야구 정규시즌 후반기를 타깃으로 한 ‘스포츠 집중형’과 ‘스포츠+검색 확장형’ 패키지 출시, 각 44%, 50% 할인가에 제공
SOOP	2026 추석 비게임 업종 특별 프로모션: 추석 연휴 기간 SOOP PC/MO 주요 지면을 패키지 형태로 집행 가능, 서비스율 최대 260% 제공

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
페이코 캠퍼스	대학생 타깃 하반기 프로모션: 노출 극대화 패키지 집행 시 300만 원 상당의 APP PUSH 상품 무상 제공 (~11월)
현대백화점	9월 할인 프로모션: Spotlight 1,000 패키지를 20% 할인된 800만 원에 제공

이달에 주목할 미디어

[카카오모빌리티] 통합 교통 스마트모빌리티 플랫폼

월 1,300만 이상 유저의 카카오T 앱에서부터 유동 인구가 풍부한 곳에 위치한 전광판까지 이동의 맥락에 있는 다양한 광고 상품 보유
마케팅 목적에 맞추어 패키지 형태로 묶어서 혹은 개별 지면으로 집행 가능

상품 출시 및 개편 소식

스플래시 지면 사이즈 업, 기존 30% → 60%

대중교통 앱 '카카오버스' & '카카오지하철' 상품 출시

'카카오T' 통합 검색 광고 출시

방한 외국인 전용 택시 호출 서비스 'k.ride' 상품 출시

kakaomobility

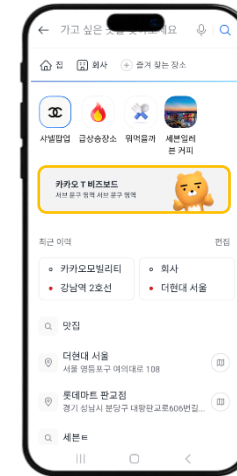
노출 예시

카카오버스 인트로 패키지



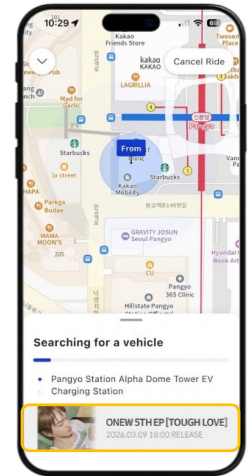
스플래시

카카오T 통합 검색 추천 배너



홈 하단 배너

k.ride 하단 배너



세부 사항

*보다 다양한 상품은 소개서를 참고 부탁드립니다

매체	상품	공시단가	특징
카카오버스	인트로 패키지	1,000만 원/1일	스플래시(600만 원)+홈 하단 배너(600만 원) 구성
카카오지하철	인트로 패키지	700만 원/1일	스플래시(500만 원)+홈 하단 배너(500만 원) 구성
카카오T	통합 검색 추천 배너	50만 원/1일	통합검색 첫 진입 시 검색창 하단 첫 번째 위치 노출
k.ride	k.ride 패키지	600만 원/1일	스플래시 1주(200만 원)+하단 배너 1개월(200만 원) 구성
모빌리티 통합	모빌리티 인트로 패키지	3,700만 원/1일	카카오 T·카카오내비·카카오버스·카카오지하철 동시 노출

이달에 주목할 미디어

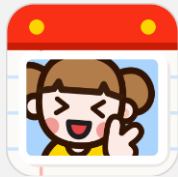
[키즈노트]
육아 필수 앱, 온가족 소통 플랫폼

MAU 260만 규모, 가족 라이프 사이클별 정교한 타깃 도달이 가능한 온가족 소통 플랫폼

학부모 뿐만 아니라 전국 어린이집·유치원의 원장과 교사까지 동시 도달 가능, 이미지·동영상 배너부터 유저 참여형 상품까지 다양한 광고 상품 판매

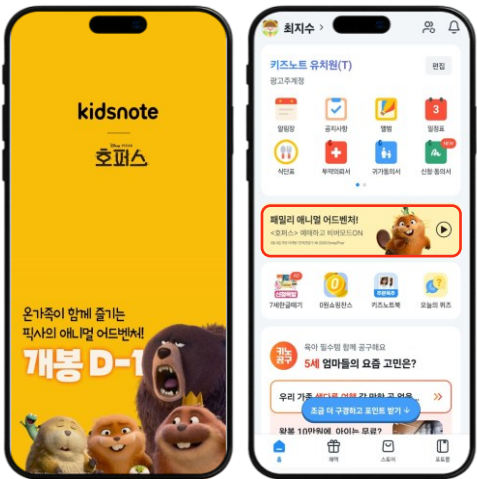
영화 PKG ‘키노무비팩’ 출시 프로모션

인트로PKG(스플래시+메인배너)·혜택탭·단독 커뮤니티 등 앱 실행 및 탐색 전구간에 걸친 PKG 출시 예정
2026년 하반기 이내 집행 시 서비스율 10% 제공



노출 예시

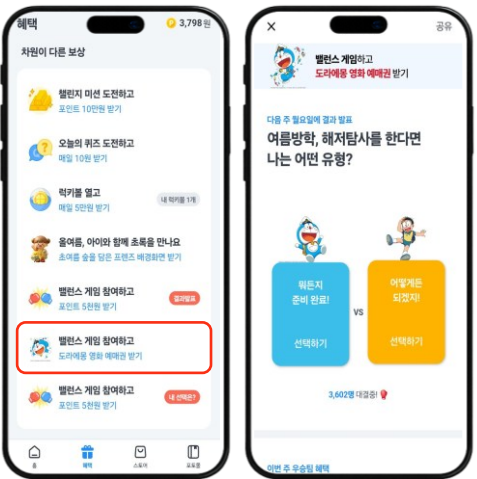
인트로 PKG



스플래시

메인배너

밸런스 게임



세부 사항

*보다 다양한 상품은 소개서를 참고 부탁드립니다

상품명	공시 단가	특징
단독 커뮤니티	단가 별도 협의	키즈노트 유저가 기대평 및 후기를 작성하는 전용 커뮤니티 오픈
시사회 체험단	단가 별도 협의	키즈노트 유저를 시사회에 초청, 관람 후기를 브랜드 전용 커뮤니티에 노출
밸런스 게임	단가 별도 협의	예매권을 경품으로 한 참여형 게임
인트로PKG	CPT 1,200만 원/1일	스플래시와 메인배너로 구성, 1일 400만 도달 확보 가능
혜택탭	CPC 250원	앱 메인 하단 [혜택] > [아는만큼보여요] 영역 내 띠배너로 노출되는 영상 상품
종료팝업	CPM 20,000원	앱 종료 시, 전면 팝업으로 노출되는 영상 상품 (Android Only)

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.

