2026년 11월

인크로스 미디어 이슈 리포트



미디어 트렌드

네이버·카카오 광고 운영 플랫폼에도 AI 에이전트가 들어왔다

네이버와 카카오가 광고 운영에 AI 에이전트 기능을 도입하며 광고 플랫폼을 고도화하고 있음. 네이버는 기존 광고주센터를 '네이버애즈'로 개편해 캠페인 분석과 맞춤 추천, 설정 오류 진단 등 AI 기반 운영 기능을 강화함
카카오는 12월 'AI 크루'의 비공개 베타 테스트 예정으로 광고주의 목표에 맞는 상품 추천부터 광고 설정과 성과 분석까지 지원할 예정임. 이에 따라 기존 광고 운영 방식에도 변화가 예상됨

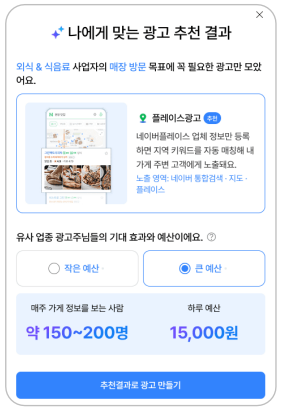
기존에는 광고주가 직접 캠페인을 설정하고 성과를 분석해 개선 방안을 적용했으나, 앞으로는 AI가 전략 제안부터 성과 분석 및 개선 방안 추천까지 지원하는 방식으로 변화할 전망임

이를 통해 중소형 광고주의 진입장벽이 낮아지고 운영 효율이 높아질 것으로 기대되며, AI 기반 광고 운영 지원 역량이 플랫폼의 새로운 경쟁력으로 부상할 전망

출처: (상) 각사 공식 자료
(하) 인크로스데이터랩(IDL)

네이버·카카오, 광고 운영에 AI 에이전트 도입! 광고 설정부터 성과 분석까지 A to Z 지원한다

| 네이버애즈·AI크루 개요



네이버애즈 (11/5)

기존 광고주센터에 AI 에이전트 기능을 더해 '네이버애즈'로 개편

- 캠페인 분석 및 맞춤 추천
- 설정 오류 진단 및 해결 방법 안내
- 광고 등록부터 성과 확인까지 지원
- 중소형 광고주 활용 용이



카카오 'AI크루' (12월 CBT)

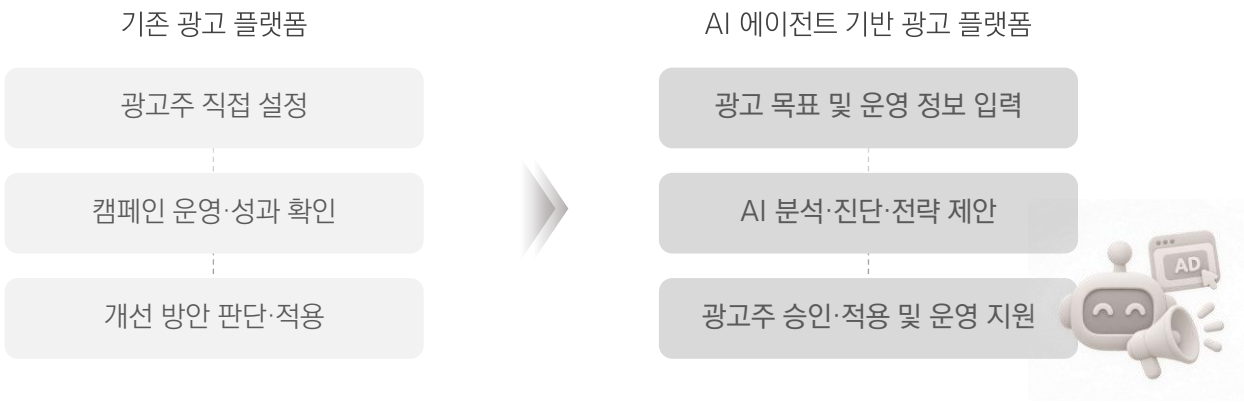
대화형 인터페이스를 통해 광고운영 전반을 지원하는 AI 에이전트

- 사업 목표 기반 광고 상품 추천
- 광고 설정 및 운영 지원
- 캠페인 성과 분석 지원 예정
- 중소형 광고주 활용 용이

* 서비스 예시 화면 AI 생성

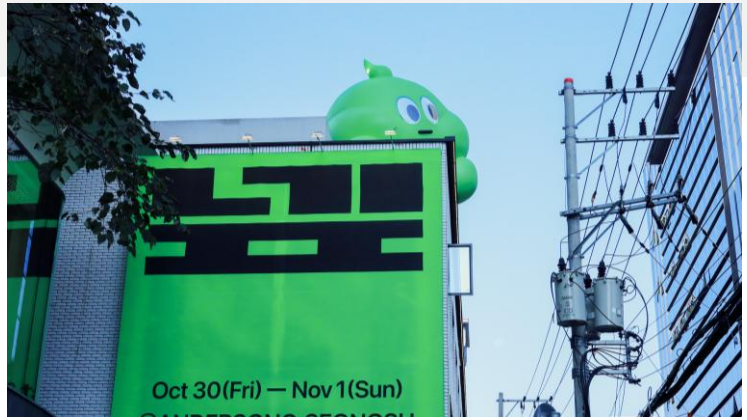
광고 플랫폼에도 들어온 AI 비서, AI 에이전트 광고 플랫폼으로 운영 프로세스도 바뀔 예정

| 광고 운영 방식의 변화



광고 플랫폼의 경쟁력이 운영 지원 역량으로 확장

네이버



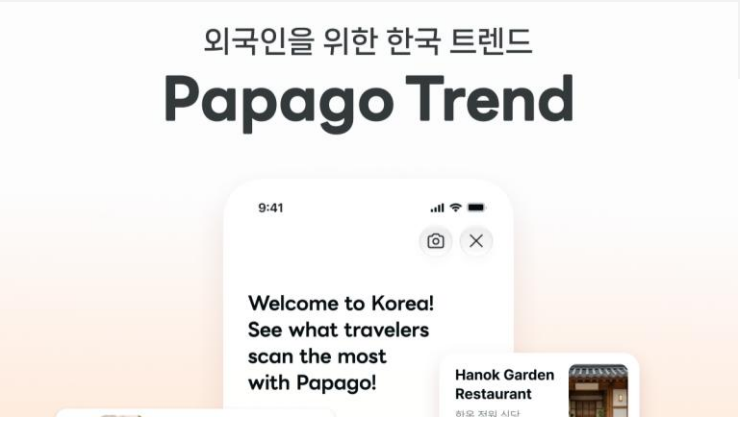
네이버, 공연, 브랜드 체험 결합한 페스티벌 '넵페스타'로 온오프라인 멤버십 생태계 강화한다

- 네이버는 10월 30일부터 11월 1일까지 앤더슨씨 성수에서 오프라인 페스티벌 '넵페스타'를 열고 멤버십 생태계와 브랜드 협업 이벤트를 선보임
- 출입인증·NFT·결제 기술과 브랜드 체험, 아티스트 공연을 함께 즐길 수 있으며, 방문객은 Npay '페이스사인'으로 간편하게 입장함
- 온라인 중심의 멤버십 경험을 오프라인으로 확장했으며, 향후 '네이버 아레나' 등에서 차별화된 멤버십 혜택을 제공할 계획임



'최애 아티스트 컴백, 네이버에서 만난다'…네이버, K팝 팬덤 겨냥한 통합 광고 전략 공개

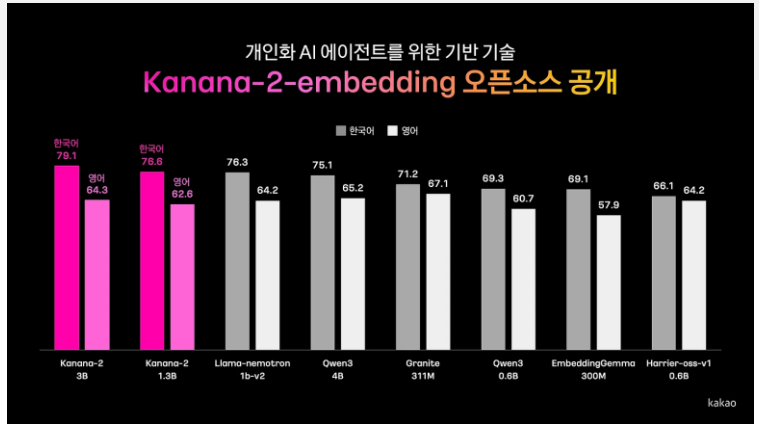
- 네이버는 1784 사옥에서 엔터 특화 광고 전략을 공개하는 '네이버 엔터테인먼트 데이 2026'을 개최했으며, SM·JYP·YG 등 주요 엔터 업계 관계자가 참석함
- 케이팝 팬덤과 겹치는 1020세대가 즐겨 쓰는 치지직·웹툰·크림 등이 아티스트 소통 창구로 주목받는 가운데, '애드부스트 스크린' 등 네이버 광고 상품 활용 전략과 사례를 공유함
- 네이버는 향후 엔터 기업들과 협력해 케이팝 팬이 옥외광고·검색·영상 콘텐츠를 오가며 아티스트를 접하는 온오프라인 통합 경험을 확대할 계획임



"한국에서 뭘 사고, 어디 갈까?"… 네이버 파파고, 'Trend(트렌드)'로 한국 여행 길잡이 된다

- 네이버는 방한 외국인 이용자의 상품·장소 탐색부터 방문·예약까지 돕는 'Trend' 서비스를 파파고 앱에 출시했으며, 영어·일본어·중국어 간체·번체 등 4개 언어를 지원함
- 'Trend'는 외국인의 이미지 번역 데이터를 바탕으로 인기 상품과 장소를 보여줌. 상품은 기기 언어로 된 AI 브리핑으로 확인하고, 블로그·네이버 쇼핑 후기로 이어서 살펴볼 수 있음. 장소는 네이버 플레이스 정보와 길찾기·예약 기능까지 이용할 수 있음
- 네이버는 파파고를 번역 도구에서 쇼핑·길찾기·예약 등 외국인 여행 전반을 돕는 AI 플랫폼으로 고도화할 계획임

카카오



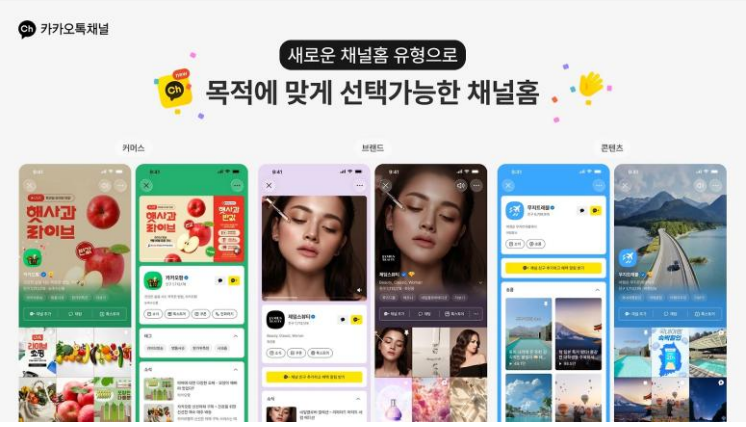
카카오, 개인화 AI 에이전트 기반 기술 'Kanana-2-embedding' 모델 2종 오픈소스 공개

- 카카오는 개인화 AI 에이전트의 기반 기술인 임베딩 모델 'Kanana-2-embedding' 2종(3B·1.3B)을 허깅페이스에 오픈소스로 공개했으며, 상업적 활용도 가능한 '카나나 오픈 라이선스'를 적용함
- 이 모델은 유사 규모 공개 모델보다 한국어 성능이 높고, 기존 시리즈보다 메모리 사용과 추론 속도의 효율이 수십 배 이상 향상됨
- 카카오는 향후 더 큰 언어모델을 기반으로 임베딩 학습과 지식 증류 연구를 이어가며, 검색 성능과 효율을 함께 높인 모델을 개발할 계획임



카카오맵, '2026 김천김밥축제' 축제 전용 지도 제공 …부스별 메뉴 확인부터 주문·픽업 한 번에

- 카카오맵은 10월 23일부터 25일까지 열리는 '2026 김천김밥축제'의 전용 지도를 제공하며, 먹거리 부스 50여 곳과 주요 시설의 위치·메뉴·공연 시간표를 확인할 수 있음
- 이용자는 부스 앞에서 기다리지 않고 카카오맵에서 메뉴를 주문한 뒤 알림톡으로 픽업 안내를 받을 수 있으며, '현장톡'으로 실시간 현장 정보도 공유할 수 있음
- 카카오맵은 앞으로도 지역 축제 특성에 맞춘 지도를 제공해 이용자가 지역의 다양한 매력을 발견하도록 지원할 계획임



카카오, 카카오톡 채널 개편…'콘텐츠형 채널홈'·'카드형 소식' 추가

- 카카오는 카카오톡 채널의 '채널홈'과 '소식'을 개편하고, 소식과 숏폼을 격자형 피드로 보여주는 '콘텐츠형 채널홈'을 추가함
- 파트너는 프로필과 바로가기 버튼으로 채널을 꾸밀 수 있으며, 사진·동영상을 최대 40개까지 첨부하는 '카드형 소식'도 새로 제공함
- 비즈니스 채널은 전환 대상을 전문 자격을 보유한 개인까지 확대했으며, 승인받은 파트너는 '경력 카드'로 경력을 소개할 수 있음

주요 매체 소식

네이버
광고주센터 개편, ‘N Ads’ 오픈

더 나은 선택으로, 더 쉬운 비즈니스로

네이버 광고주센터가 새로운 이름, 새로운 로고의 ‘네이버 애즈(N Ads)’로 개편
광고 운영을 돕는 세 가지 기능을 함께 오픈, 광고의 변화
발견부터 실행까지 지원하는 성장 파트너로 역할 확장

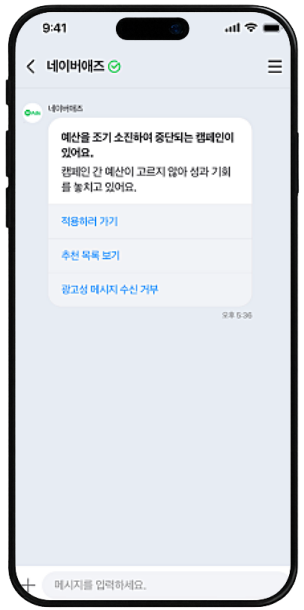
주요 기능

로그인 후 바로 확인: 대시보드의 맞춤 추천 카드에서 광고주별 추천을 바로 확인
여러 추천을 한 곳에서: 신규 ‘맞춤 추천’ 메뉴에서 받은 추천을 한눈에 모아 보기
진단부터 예상 성과까지 한 화면에서: 이슈 진단, 추천 해결 방안, 예상 성과를 한 화면에서 확인

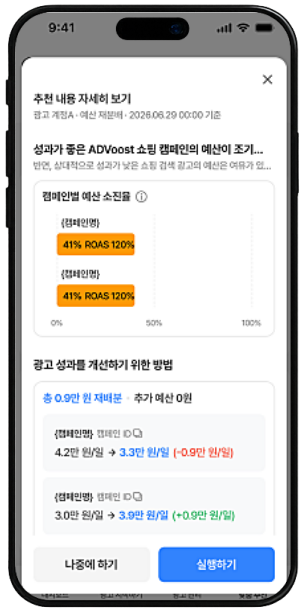
출처 : 네이버

기능 예시

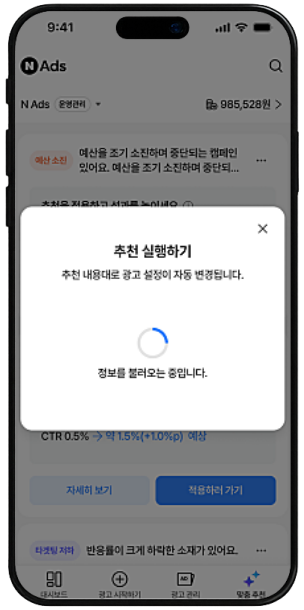
톡톡·문자로 추천 알림



추천 내용 바로 확인



실행하기로 바로 적용



카카오
신규 기능 '메시지 최적화' 오픈

복수 개의 메시지를 등록하고, 메시지 최적화를 통해
각 유저에게 최적의 메시지를 발송할 수 있는 기능 오픈

주요 기능

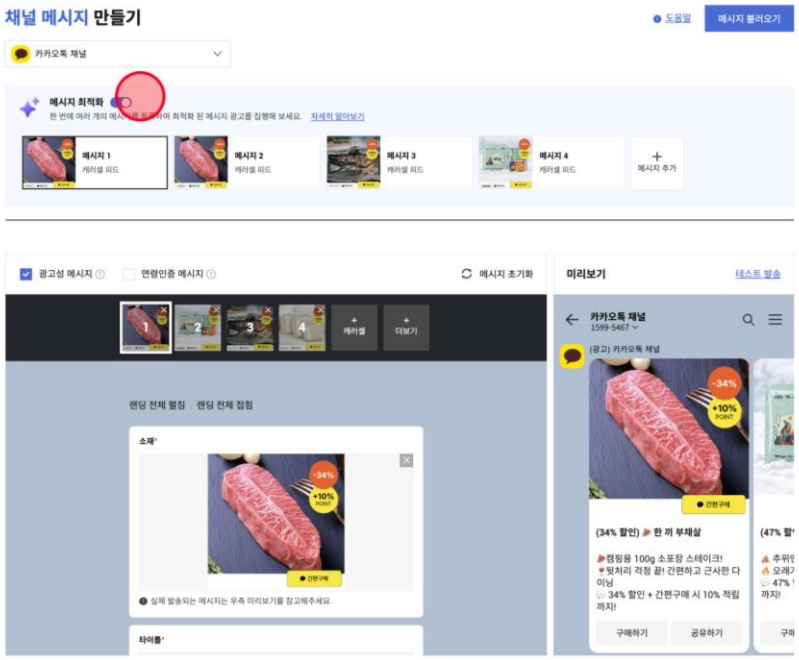
최대 5개의 메시지를 한 번에 등록한 뒤 2개 방법으로 최적의 메시지 발송 가능

① AI 맞춤 최적화: 실시간 학습을 통해 유저별로 반응이 좋을 것으로 예상되는 메시지를 추천 매칭하여 발송

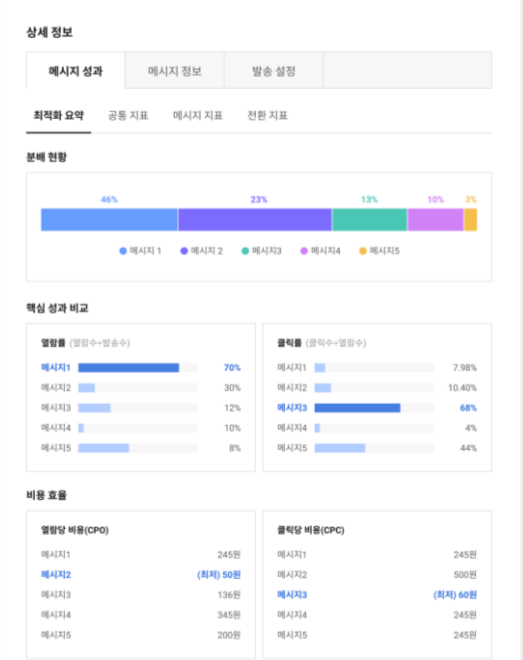
② 비중 직접 설정: 메시지별 발송 비중을 직접 설정하고 발송 결과를 비교해 효율 확인 가능

출처 : 카카오

기능 예시



▲ 메시지 〉 메시지 만들기 메뉴 〉 메시지 최적화 토글 ON 후 메시지 여러 개 등록



▲메시지 대시보드에서 메시지 별 성과 비교 가능

메타
광고 크리에이티브 스튜디오 순차 오픈

광고 관리자 데이터를 기반으로 운영 중인 크리에이티브 소재를 진단하고, 성과가 좋은 소재는 확장하며, 필요하면 AI로 신규 소재까지 생성할 수 있는 광고 크리에이티브 스튜디오가 순차적으로 오픈

주요 기능

1. 단일 이미지, 영상 광고를 대상으로 소재별 반응률 & 유저 피로도 현황 등 성과 진단 및 인사이트 확인 가능
2. '브랜드 메모리' 기능을 통해 기존 소재를 통해 학습된 브랜드의 톤과 아이덴티티 등을 입력하여 일관성 유지

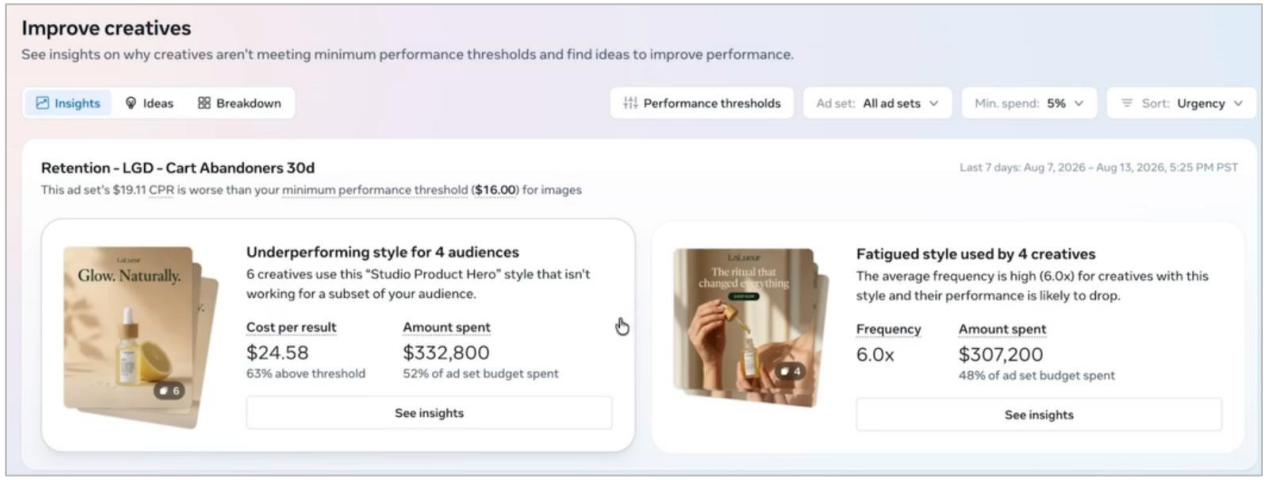
참여 방법

요건을 충족하는 광고계정의 경우 하기 경로에서 액세스 가능

- 광고 관리자_모든 도구_광고 크리에이티브 스튜디오 이동
- 혹은 해당 사이트에서 접속 가능

출처 : 메타

소개 화면



각 광고 소재별 결과값 및 구체적인 인사이트를 확인 가능



브랜드 메모리에서 브랜드의 일관된 톤 유지 및 에디팅 기능을 통해 소재 수정 가능

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
네이버	NOSP_밴드 첫화면 런치팝업 배너 광고 출시: 밴드 앱 실행 직후 첫화면(홈)에 전면 팝업으로 노출되는 이미지 배너 상품, 27년 1월 집행분까지 런칭 프로모션 진행
	통합 광고주센터_디스플레이 광고 변경 사항: '쇼핑 프로모션' → '쇼핑 고객 확장' 캠페인 목적 이름 변경 및 잠재고객 확장 등 신규 기능 제공
	통합 광고주센터_디스플레이 광고 기능 출시: AI가 광고에 활용할 타깃을 찾아 제안하는 '타겟 찾기' 기능을 새롭게 출시
	주류 광고 경고문구 표기 기준 변경: '음주운전 위험' 내용이 추가되고 경고문구 표기 및 색상 가이드라인이 반영되는 등 기준 변경
카카오	참여형 광고 PC 지면 업데이트 사항 안내: 참여형 광고의 카카오 비즈보드 노출 지면이 카카오톡 PC(Windows/Mac)로 확대
	카카오톡 서브 디바이스 내 광고 노출 확대: 동일한 카카오톡 계정으로 로그인하여 사용하는 보조 디바이스 지면에도 광고 노출 시작
	메시지 광고 신규 기능 오픈: 복수 개의 메시지를 등록하고, 메시지 최적화를 통해 각 유저에게 최적의 메시지를 발송할 수 있는 '메시지 최적화' 기능 오픈
	상품 카탈로그 캠페인 업데이트: 상품 카탈로그 캠페인의 광고그룹 당 등록 가능한 소재의 개수가 1개에서 → 최대 10개로 변경
메타	카탈로그 제품 동영상 자동 게재 전환 업데이트 : 카탈로그 광고의 신규 생성 화면에서 '제품 동영상 허용' 체크박스가 사라지고, 제품 동영상 옵션이 자동으로 선택

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
메타	제품 둘러보기 기본 적용 업데이트 : 유저가 랜딩페이지로 이동하기 전, 해당 브랜드 카탈로그 내 관련 제품들의 정보가 담긴 브릿지 페이지가 보여지는 기능이 기본 적용
	인스타그램 라이브 방송 광고 정식 출시 안내 : 라이브 방송 자체를 소재로 활용해 라이브로 바로 인입되도록 노출할 수 있는 상품이 정식으로 출시
	Meta 픽셀 '고객 기기에서 전환 측정'으로 누락 전환 추가 확인 : '고객 기기에서 전환 측정'설정 시 브라우저 차단, 쿠키 손실 등으로 누락된 전환까지 측정 가능
넷플릭스	주요 업데이트: 어드밴스드 데모 타기팅 '미성년 자녀 보유 가구' 신규 지원, 넷플릭스 오리지널 영화 프리롤 구간 확대 등
티빙	신규 광고 상품 출시: 머신러닝 예측 모델로 광고에 반응할 시청자를 미리 찾아 집중 노출하는 새로운 상품 '티빙 부스트' 출시
토스	한 줄 배너형 신규 광고 형태 추가: 문구형 소재로 노출되는 신규 광고 형태 '한 줄 배너형 2'가 새롭게 추가
당근	광고 Open API 베타 출시: 광고 관리 화면 접속 없이 자체 시스템과 연동하여 광고 등록·수정 및 성과 조회가 가능
	전문가모드 '비즈프로필 전환 늘리기' 목표 추가: 비즈프로필 홈·소식을 본 사용자의 문의·단골 맺기·쿠폰 받기 등 실제 행동을 목표로 최적화하는 캠페인 목표
OpenAI	주요 업데이트: MMP 지원 확대, GA4 연동 Beta 추가, 광고 소재 자동 개선 기능 등

주요 매체 소식

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
블라인드	바이럴 리포트 출시: 광고 집행 전·중·후 블라인드 내 브랜드 및 경쟁사 관련 유저 반응을 분석하여 광고 캠페인이 브랜드 인지도와 여론 형성에 미친 영향 확인이 가능
CJ ONE	상품 업데이트: ‘Millstone 360’ 타기팅 솔루션 신규 적용, ONE 퀴즈·Target 비디오·카카오 메시지 메가발송 신규 상품 출시
마이리얼트립	상품 업데이트: 성별·연령 타겟팅 추가 및 여행 관심 지역 타겟팅 고도화, 방한 외국인 대상 광고 상품 ‘크리에이트립’ 판매 등
쿠팡	대시보드 업데이트: 캠페인별로 타겟 규모 → 인지 → 고려 → 구매 → 충성 단계의 고객 규모와 전환 비율을 확인할 수 있는 풀퍼널 대시보드 오픈

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
네이버	NOSP_더블크라운 프로모션 연장: 더블크라운 〉 '홈우측 전면형 상품' 의 할인 프로모션이 26년 4분기까지 연장
	NOSP_스노우/패밀리 스플래시 연말 프로모션: 스노우 스플래시와 스노우패밀리 스플래시 각 30%, 20% 단가 할인 제공
	NOSP_ADVoost Screen(DOOH) 11월 프로모션: 집행 구간에 따라 비즈쿠폰 환급, 서비스지면 추가 노출, 성과 분석 리포트 등 다양한 혜택 제공
티빙	장르 타겟팅 Beta 출시 기념 프로모션: 특정 장르를 즐겨 보는 타깃층에게 광고를 집중 노출하는 새로운 타기팅, Beta 기간 중 최대 500만 원 무가 지원
	레드프라이데이 프로모션: 3,000만 원 이상 청약 시 광고주 유형에 따라 보너스 제공, 신규 상품 20% 보너스, CPD 상품 20% 할인 등 파격 혜택 지원
당근	캐시백 프로모션: 카탈로그 캠페인을 집행하면서 조건을 충족한 광고 계정을 대상으로 유상 소진액의 100% 무상캐시 페이백 (최대 1,000만 원)
크리테오	4분기 프로모션: Ulta/Costco, Boots, Primor 등 글로벌 CMax를 처음 진행하는 브랜드는 신규 국가/권역 첫 집행 시 첫 1개월 DSP Fee 면제
노크타운	4분기 프로모션: 메인 패키지 1구좌 집행 시 APP PUSH 무상 제공, 리빙 배너 패키지 1개월 집행 시 리빙 배너 1개월 추가 제공 등
디지털다임	스카이스캐너 4분기 프로모션: 캠페인 집행 규모에 따라 단가 할인 최대 50%와 디스플레이 배너 최대 15% 보너스 노출 제공

이달에 주목할 미디어

[SMR]
OTT의 화제성을 따라가는 SMR 프리미엄 콘텐츠

국내외 주요 OTT 화제작 기반의 유튜브 콘텐츠 타기팅이 가능한 ‘SMR OTT Best’ 출시 (beta)

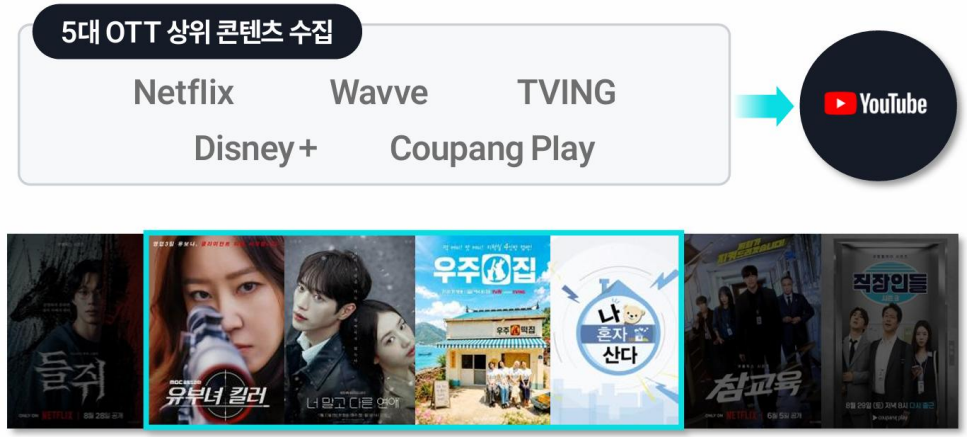
콘텐츠 유통사로서 독보적인 콘텐츠를 보유하고 있을 뿐만 아니라 자체 운영 기능을 통해 브랜드 맞춤형 상품과 독창적인 상품을 제공하여 차별화된 캠페인 제안 가능
다양한 이슈와 KPI, 소재 유형과 광고 모델에 맞춰 유연하게 설계·제안 가능한 SMR만의 폭넓은 특판 라인업 보유

‘SMR OTT Best’ 출시 기념 프로모션

출시 기념 단가 할인 ~~CPM 18,000원~~ → CPM 16,500원

SMR

‘SMR OTT Best’ 출시 (beta)



* OTT 시청상위 콘텐츠 내 SMR 보유 콘텐츠 70%~80% 차지

SMR 상품 리스트업

*보다 자세한 내용은 소개서를 참고 부탁드립니다

상품	노출지면	타기팅	공시단가	특징
SMR OTT Best NEW	유튜브	-	CPM 18,000원	가장 인기 있는 콘텐츠 중심 노출
콘텐츠 큐레이션	유튜브, SMR Members	구성 별도 문의	CPM 16,500원	타깃에 맞는 콘텐츠에 선별 노출
오디언스 타겟팅	유튜브	맞춤 세그먼트 (별도 요청)	CPM 17,500원	DMP 데이터를 활용한 맞춤 상품
유튜브1st	유튜브	-	CPD 3,500만 원~	프리롤 첫번째 광고 노출
랜덤CPM	유튜브, SMR Members	디바이스/시간 (할증O)	CPM 13,000원	최대 노출 커버리지 확보 가능

이달에 주목할 미디어

[스포티파이] 브랜드가 일상의 BGM이 되다

전 세계 MAU 7억 8,800만 명을 보유한 글로벌 1위 음악 스트리밍 플랫폼으로, 하루 평균 2시간 이용되며 이용자의 92%가 '일상 루틴'으로 꼽는 생활 밀착형 매체

한 번에 하나의 광고만 노출되는 100% SOV, 스킵 불가 환경을 기반으로 타 디지털 플랫폼 대비 2배 높은 광고 주목도 제공

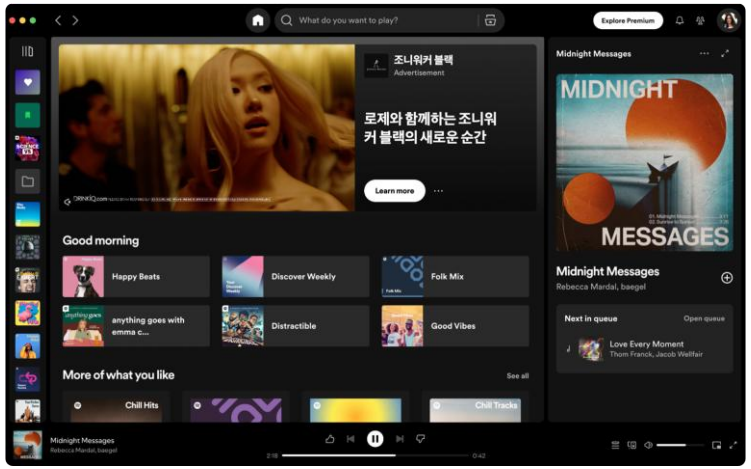
Spotify

노출 예시

인피드 디스플레이



프리미엄-Homepage Takeover



세부 사항

*보다 자세한 내용은 소개서를 참고 부탁드립니다

구분	상품	주요 내용 및 특징
기본 포맷	오디오	스킵 불가, 인스트림 포맷으로 화면이 꺼진 순간까지 공략하여 오디오로 브랜드 메시지 전달
	비디오	화면을 보는 순간 압도적 비주얼로 주목도 UP
	디스플레이	앱 사용 중 상호작용 순간 공략, 검색·재생·플레이리스트 화면 등 가장 다양한 지면에 노출
프리미엄	Homepage Takeover	Spotify 홈 화면을 하루 동안 1개 브랜드가 100% 점유하는 예약형 고임팩트 상품
	Sponsored Playlist	Spotify의 대표 플레이리스트를 한 브랜드가 독점하여 브랜드 존재감과 도달 규모 확대
	The Stage	광고를 넘어 직접 참여하는 인앱 몰입형 경험 (퀴즈·맞춤 플레이리스트 저장), 제작 지원
구매 방식	Spotify Ads Manager	전담 CSM 지원을 통한 Managed Service, 최소 $15,000~ (1개월)
	Spotify Ad Exchange	DSP(TTD·DV360·Amazon Ads)를 통한 Programmatic buying 지원

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.