

2022하반기

거돌이닷컴 트렌드리포트



인스타그램 | 페이스북 | 트위터 | 유튜브

01

INSTAGRAM

2022 하반기 인스타그램 현황
2022 하반기 건돌이닷컴 인스타그램 데이터
2022 하반기 해시태그 트렌드
2022 하반기 인스타그램 스토리 데이터
2023 상반기 인스타그램 주목 포인트

02

FACEBOOK

2022 하반기 페이스북 현황
2022 하반기 건돌이닷컴 페이스북 데이터
2023 상반기 페이스북 주목 포인트

03

TWITTER

2022 하반기 트위터 현황
2022 하반기 건돌이닷컴 트위터 데이터
2023 상반기 트위터 주목 포인트

04

YouTube

2022 하반기 유튜브 현황
2022 하반기 건돌이닷컴 유튜브 데이터
2023 상반기 유튜브 주목 포인트

05

AD TREND

2022 하반기 온라인 광고 현황
2022 하반기 업종별 광고 현황 및 효율
2023 상반기 온라인 광고 주목 포인트

06

2023 1st TRENDS

라이브 커머스	3D 콘텐츠 마케팅
피지컬	3D 스캔 APP
AR 마케팅	3D 네트워크 광고

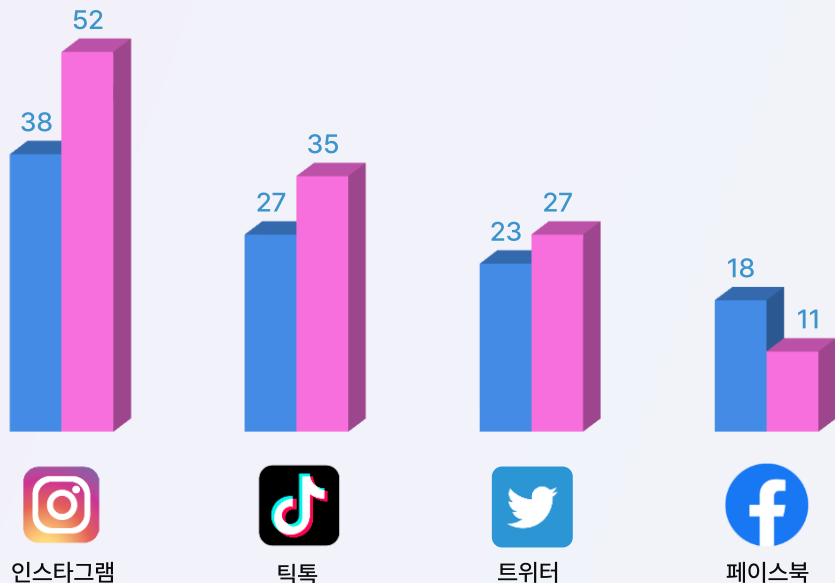
2022 2nd SNS TREND

Z세대의 인스타그램, 틱톡, 트위터의 사용 시간이 작년 대비 증가하였으며, 한 달 평균 사용 시간과 일수에서도 높은 순위를 차지하였습니다.

SNS 앱 Z세대 사용 시간 변화

한국인 1020세대 Android + iOS 앱 사용시간 추정 (억 분)

■ 2021년 10월 ■ 2022년 10월



개인 SNS 한 달 평균 사용 시간/일수 및 실행 횟수

한국인 만 10세 이상 Android 앱 사용시간 추정

2022년 8월

사용 시간

1위	2위	3위	4위	5위
틱톡	트위터	인스타그램	페이스북	카카오토리
17시간 44분	9시간 33분	7시간 27분	5시간 27분	33분

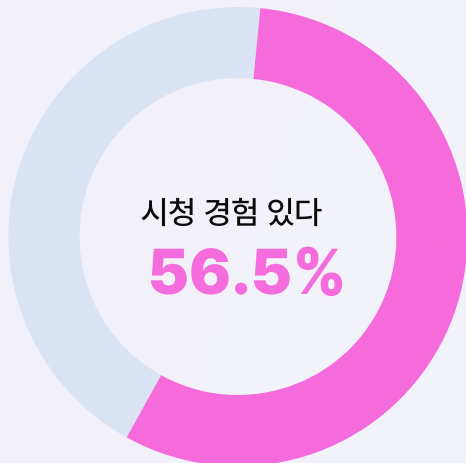
사용 일수

1위	2위	3위	4위	5위
인스타그램	트위터	틱톡	페이스북	카카오토리
15.7일	14.8일	13.8일	12.2일	6.4일

2022 2nd SNS TREND

숏폼 콘텐츠를 소비하는 연령이 높아지며 숏폼의 영향력이 더 커지고 있는 추세입니다.
Z세대 뿐만 아니라 다양한 세대를 아우르는 주류 트렌드로 자리 잡았습니다.

숏폼 콘텐츠 시청 경험



10대	76%
20대	74%
30대	67%
40대	48%
50대	37%

숏폼 콘텐츠 하루 평균 총 시청 시간

Base: 만 15~26세 남녀 중 6개월 내 숏폼 플랫폼 이용자, n=285, 단위 : 분
2022년 6월 29일 ~ 7월 5일

평일

75.8분

주말

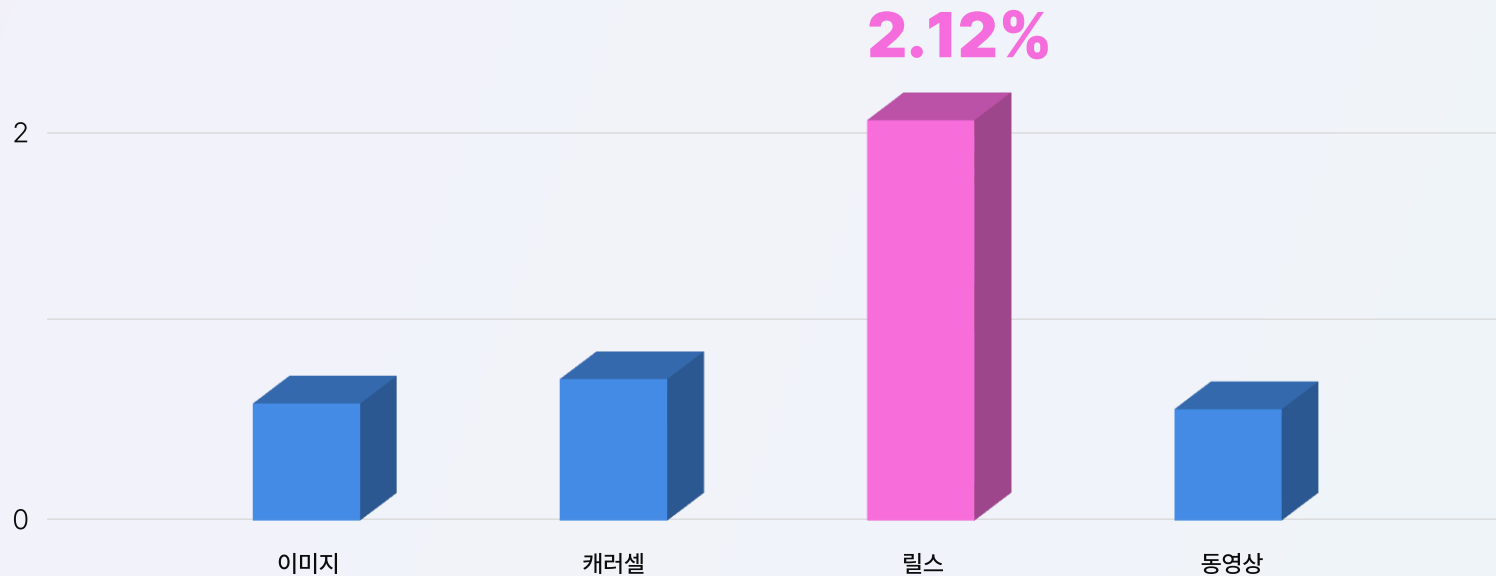
96.2분

2022 2nd SNS TREND

인스타그램의 이미지, 캐러셀, 비디오, 릴스(숏폼)를 비교하였을 때,
릴스의 평균 참여율이 2.12%로 다른 유형의 콘텐츠에 비해 높은 참여율을 보였습니다.

인스타그램 게시물 유형에 따른 유기적 참여율

Date Range: 01 Jan 2022 – 30 Sep 2022



2022 건돌이닷컴

건돌이닷컴 유저들의 데이터 중, 가장 활발하게 활동한 **Active** 유저들의 데이터로만 추출된 표본으로 제작되었습니다.
인스타그램, 페이스북, 트위터, 유튜브 여러 플랫폼의 데이터를 건돌이닷컴 한 곳에서 분석해보세요!



건돌이닷컴 마크가 있는 자료는
건돌이닷컴의 내부 데이터입니다



Gundolle.com

INSTAGRAM

2022 하반기 인스타그램 현황

2022 하반기 건돌이닷컴 인스타그램 데이터

2022 하반기 해시태그 트렌드

2022 하반기 인스타스토리 데이터

2023 상반기 인스타그램 주목 포인트

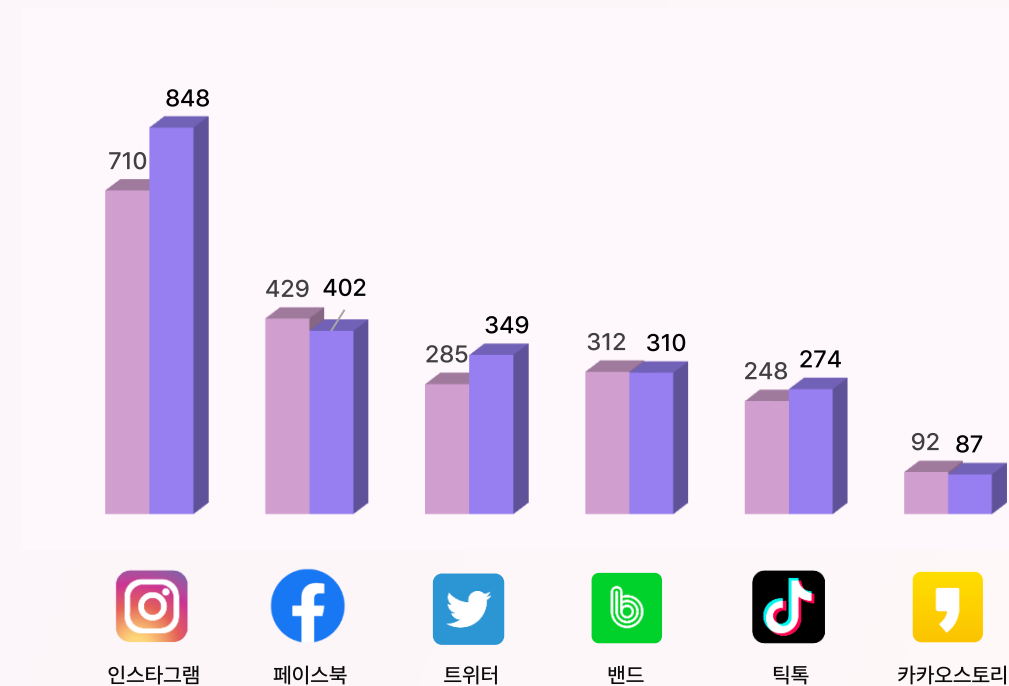
2022 하반기 인스타그램 현황

인스타그램은 10대 – 40대에서 사용자 순위 1위를 차지하였으며 50대 이상에서도 높은 순위를 차지하였습니다.
인스타그램을 이용하는 Z세대 사용자 수도 뚜렷하게 증가한 모습을 볼 수 있습니다.

세대별 개인 SNS 사용자 순위

	1위	2위	3위	4위	5위
10대	 인스타그램	 틱톡	 페이스북	 트위터	 카카오토리
20대	 인스타그램	 페이스북	 트위터	 틱톡	 카카오토리
30대	 인스타그램	 페이스북	 카카오토리	 틱톡	 트위터
40대	 인스타그램	 카카오토리	 페이스북	 틱톡	 트위터
50대+	 카카오토리	 인스타그램	 페이스북	 틱톡	 트위터

SNS 앱 Z세대 사용자 수 변화



2022 하반기 인스타그램 업데이트

인스타그램에서는 스토리 기능을 계속 강화하고 있습니다.

특히 친구들과 새로운 방식으로 공유하고 즐길 수 있도록 다양한 소통 방법들을 테스트 중입니다.

'직접 추가' 지명 기능 / 캔디드 스토리



1

'직접 추가' 지명 기능 업데이트

콜라보 게시물을 보고 생각나는 사람이 있을 때
'다른 사람에게 전달하기'로 친구도 참여할 수 있도록 초대할 수 있는 기능

2

캔디드 스토리

현재의 상황을 찍어 스냅 사진 스토리를 함께 공유하는 기능으로
공유 활동에 참여하는 사람만 볼 수 있음
(BeReal 어플과 비슷한 기능)

인스타그램 피드 맞춤화 TIP

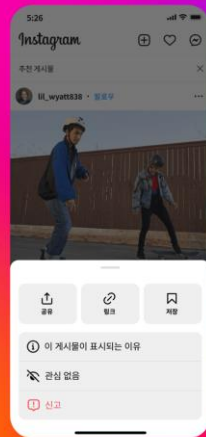
인스타그램에서 보고싶은 콘텐츠를 더 많이 볼 수 있는 몇 가지 팁을 알려 드립니다.
아래와 같이 설정하여 취향에 맞는 콘텐츠를 더 많이 즐겨보세요!

1) 보고 싶은 계정 즐겨찾기에 추가하기



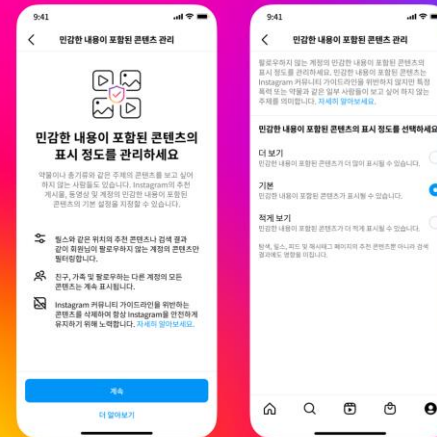
홈에서 Instagram 로고 클릭하여
즐거찾기 리스트 설정 가능 (최대 50개)
즐거찾기에 계정을 추가하면
피드 상단에 더 자주 표시됨

2) '관심 없음' 옵션 사용하기



관심이 없거나 관련 없는 게시물은
우측 상단 X 버튼 또는 점 3개 메뉴를
누르고 **관심 없음**을 클릭하면
비슷한 게시물이 더 적게 추천됨

3) 민감한 내용 포함된 콘텐츠 관리 설정



[설정] - [계정] -
[민감한 내용이 포함된 콘텐츠 관리] 에서
콘텐츠 표시 정도 설정 가능

4) 추천 게시물 잠시 숨기기



추천 게시물 우측 상단의 X 클릭하여
[30일 동안 피드에서 모든 추천 게시물을
잠시 숨김]으로 추천게시물 숨기기

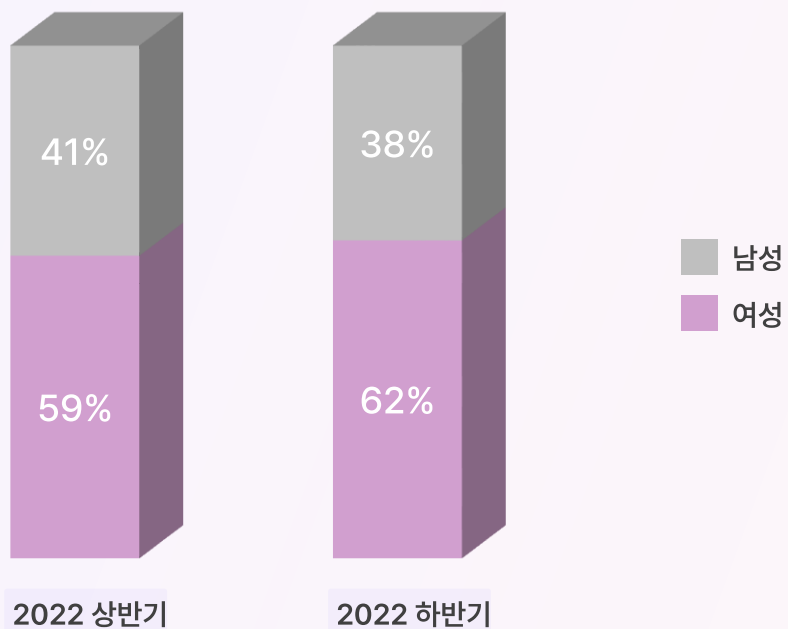
인구통계 데이터

인스타그램은 여성이 62%로 높은 비율을 차지하고 있습니다.

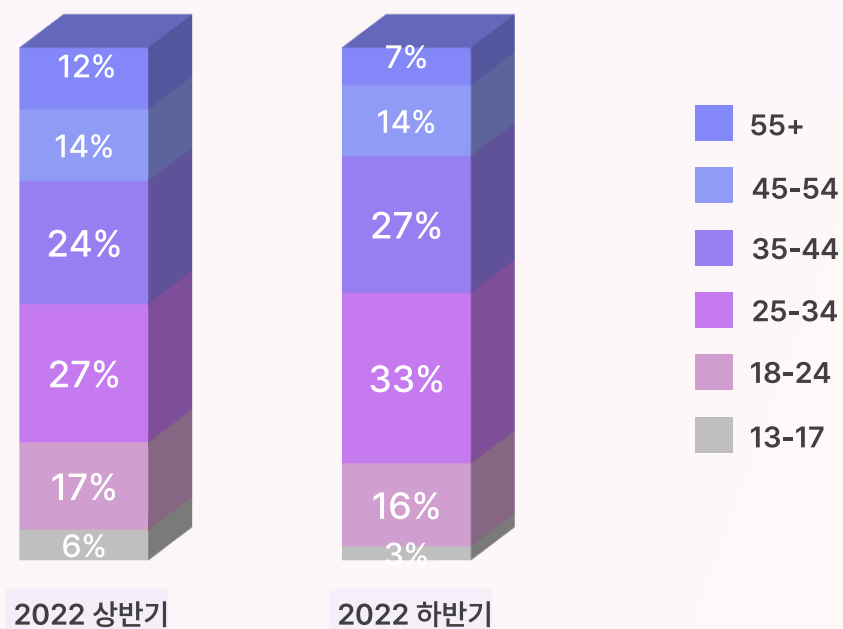
22년 상반기 대비 여성의 비율이 소폭 증가하였으며, 18-24 연령이 가장 높은 비율을 차지하였습니다.



22년 상반기, 22년 하반기 성별 비율



22년 상반기, 22년 하반기 연령 비율

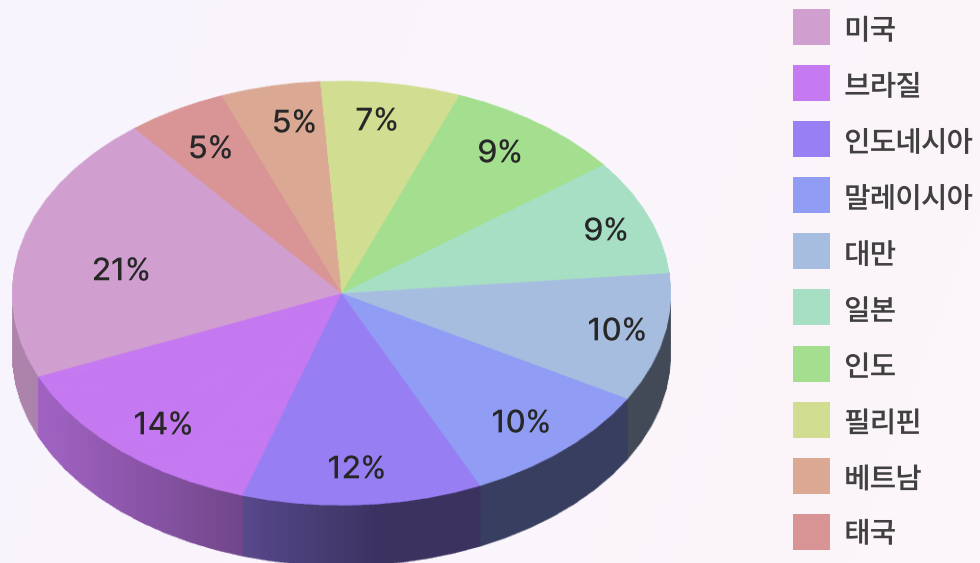


팔로워 국가 TOP10

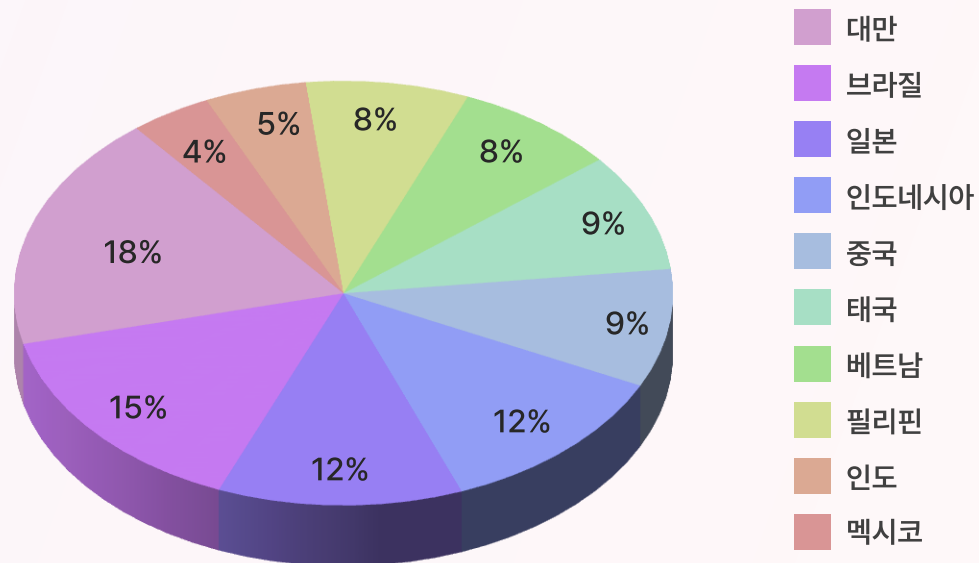
건돌이닷컴에 등록된 인스타그램 계정의 팔로워 국가 TOP 10을 살펴보면 (대한민국 제외), 22년 하반기에는 **일본과 중국의 팔로워 비율이 높아진** 점이 특징적입니다.



2022 상반기 TOP10 국가



2022 하반기 TOP10 국가

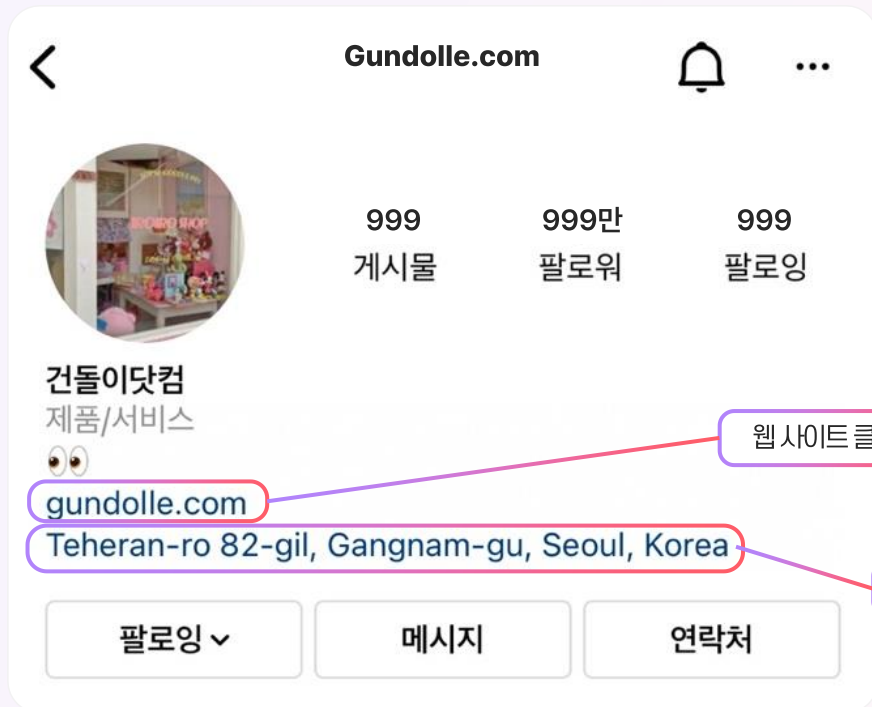


비즈니스 프로필 인사이트

비즈니스 프로필에는 클릭률이 높은 '웹사이트' 링크는 필수로 등록해두시는 것이 좋으며, 오프라인 매장이 있는 경우 '주소' 등록을 권장 드립니다.



2022년 상반기 비즈니스 프로필 클릭률 데이터



웹 사이트 클릭

98.0%

찾아가는 길

0.8%

메시지 보내기

0.1%

이메일 보내기

0.1%

전화하기

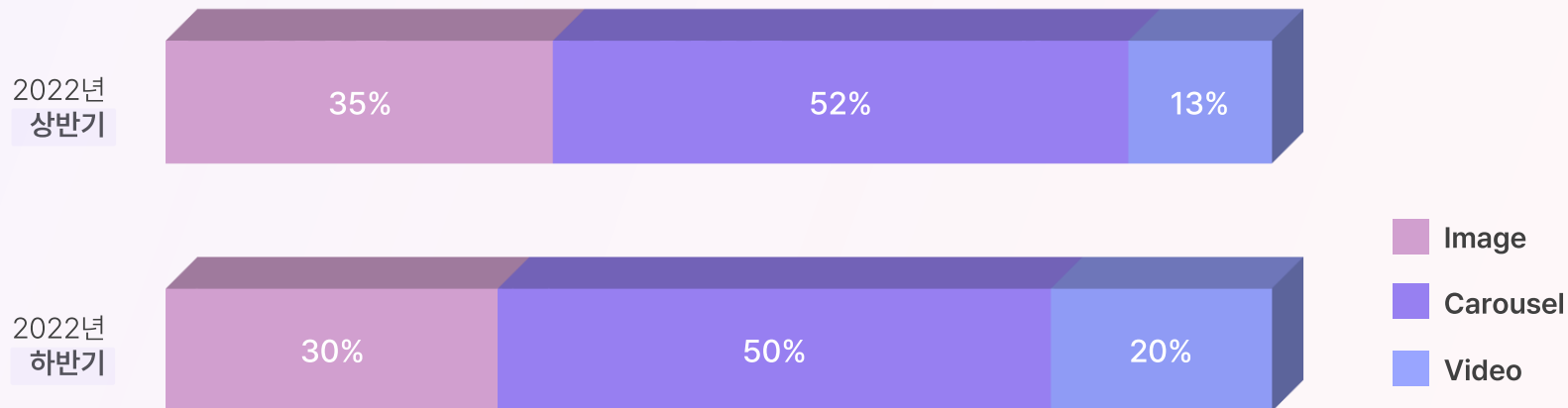
0.0%

미디어 형태별 사용률

2022년 하반기 미디어 사용률은 캐러셀이 50%로 가장 높았습니다.
22년 상반기 대비 동영상의 비율이 7%p 증가한 것이 특징입니다.



22년 상반기, 22년 하반기 미디어 형태별 사용률

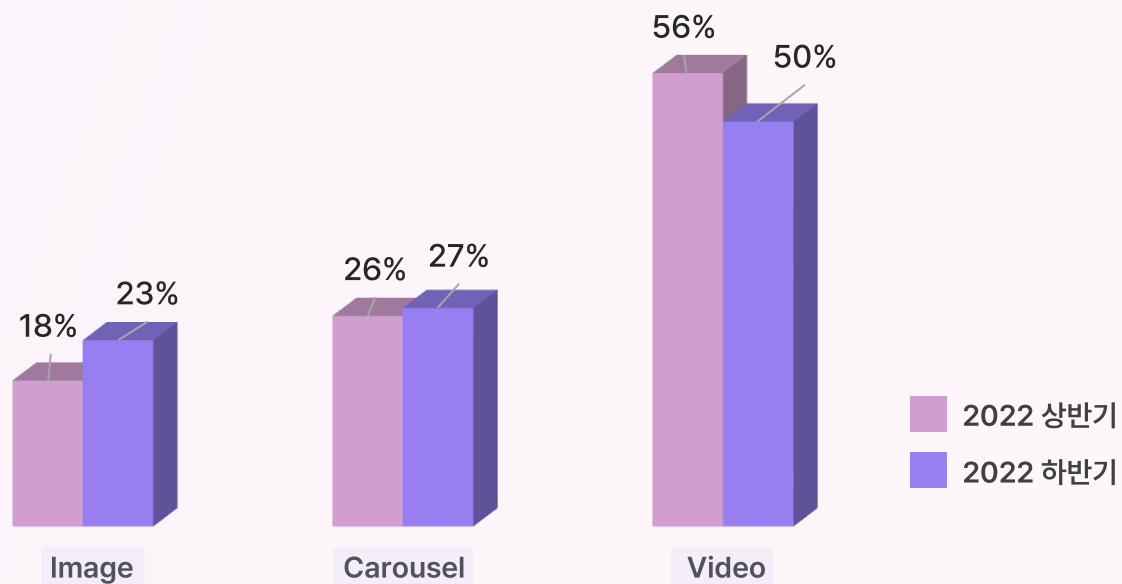


미디어 형태별 '좋아요' 반응률

동영상 형태의 게시물에서 '좋아요'를 가장 많이 누르는 것으로 확인되었으며,
22년 상반기 대비 이미지와 캐러셀 게시물에서 '좋아요'를 누르는 비율이 소폭 증가하였습니다.



22년 상반기, 22년 하반기 유저 반응률 - '좋아요'

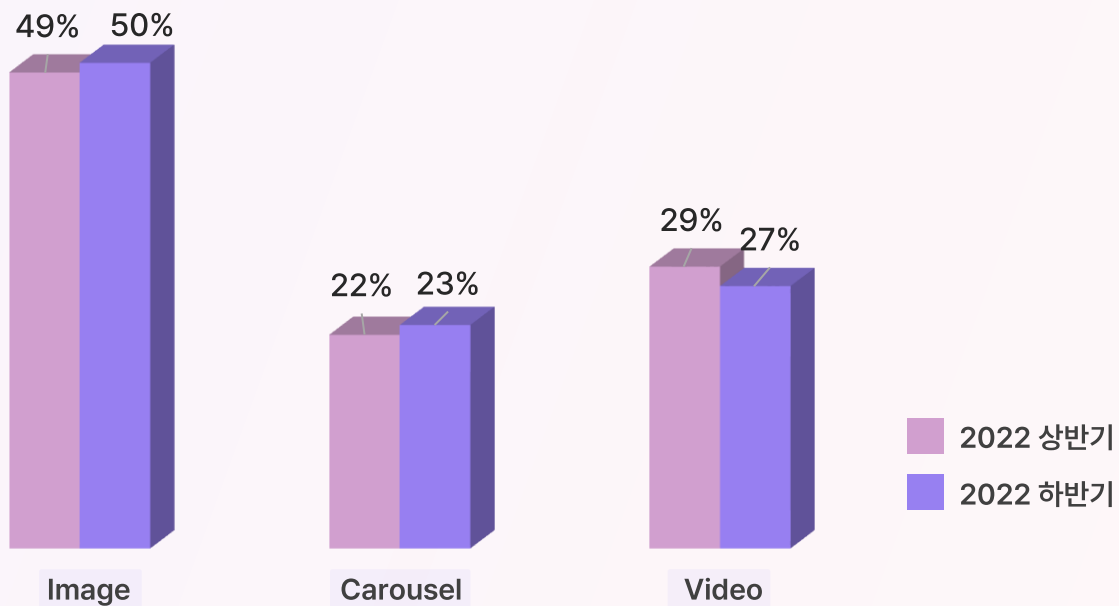


미디어 형태별 '댓글' 반응률

댓글은 이미지 형태에서 가장 많이 발생되고 있으며,
22년 하반기는 상반기와 거의 비슷한 사용률을 보였습니다.



22년 상반기, 22년 하반기 유저 반응률 - '댓글'

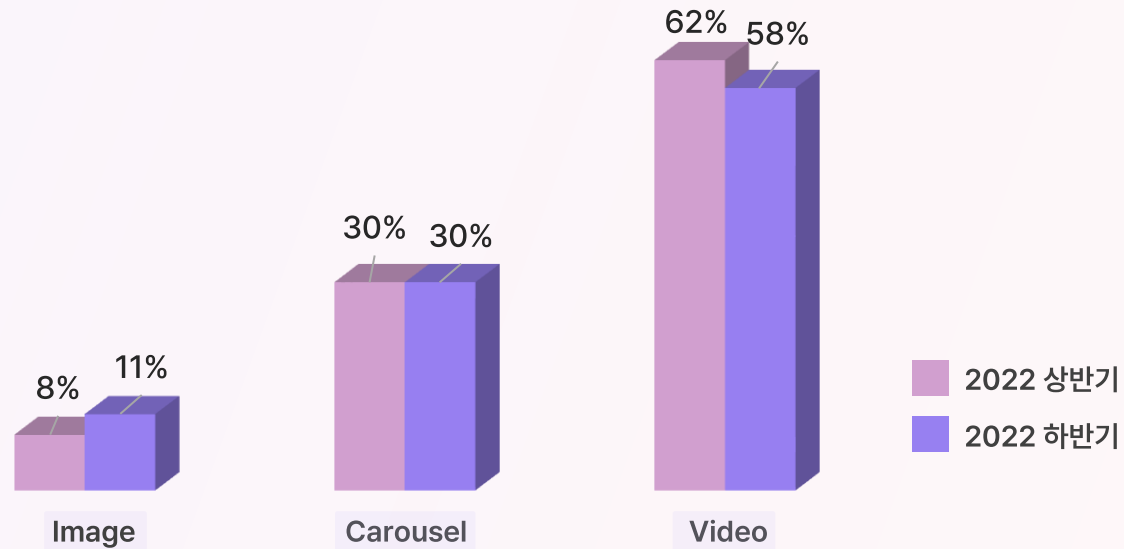


미디어 형태별 '저장' 반응률

동영상 저장률이 58%로 가장 높은 사용률을 보이고 있으나,
하반기에는 소폭 감소하며 이미지 게시물에서의 저장률이 3%p 상승한 모습을 보였습니다.



22년 상반기, 22년 하반기 유저 반응률 - '저장'

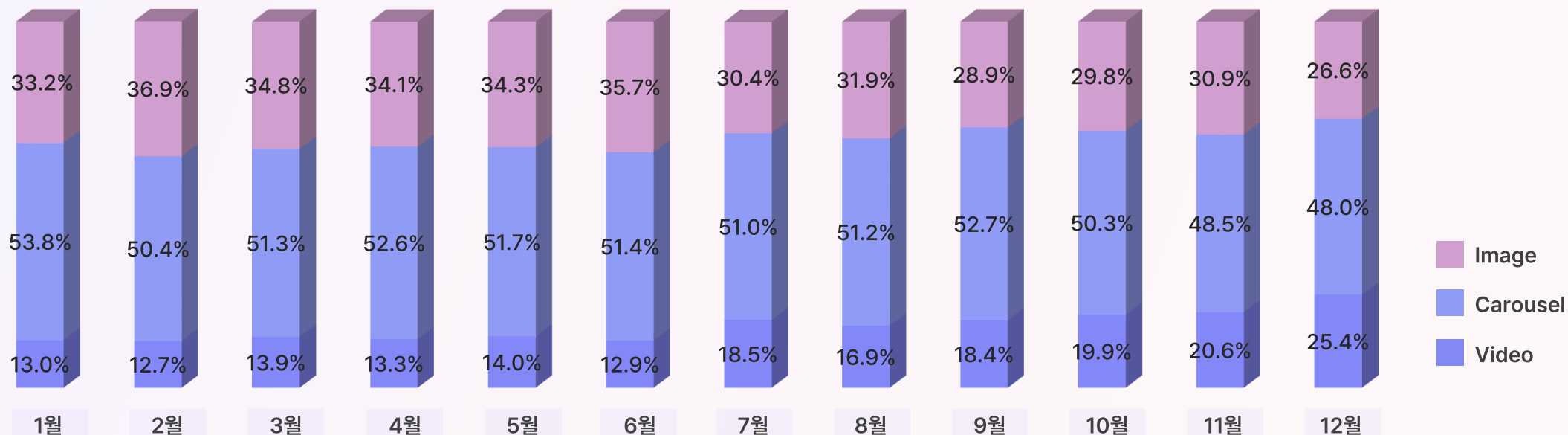


월 별 미디어 사용률

월 별 미디어 사용률을 살펴보면 캐러셀 형태로 업로드하는 비율이 가장 높은 것으로 확인되었으며, 전체적으로 비슷한 사용률을 보이고 있으나 하반기부터 동영상 사용률이 계속 증가하고 있는 모습을 보였습니다.



2022년 월 별 미디어 형태별 사용률

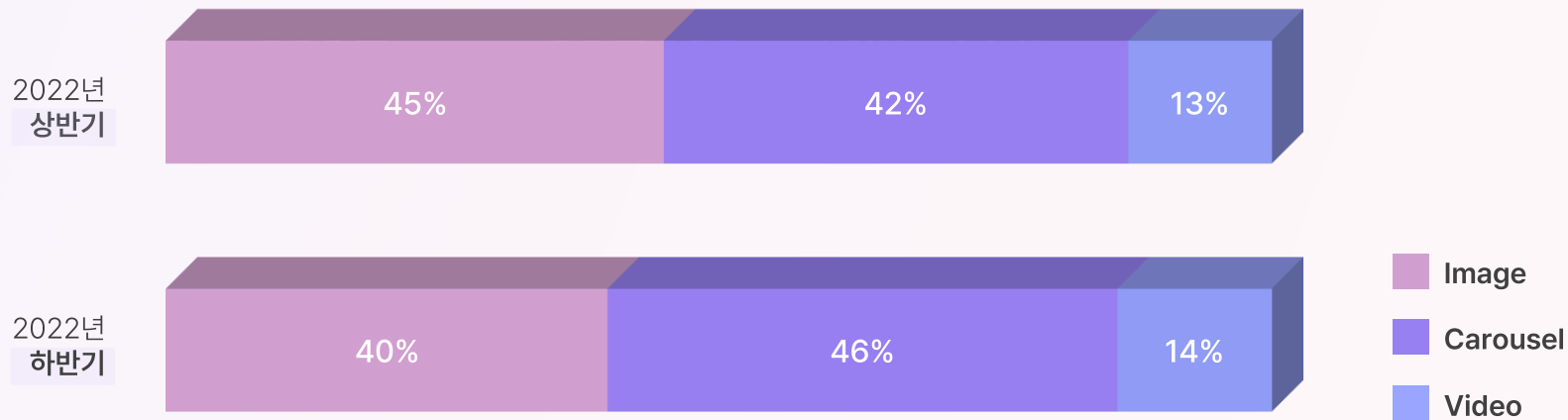


미디어 형태별 해시태그 사용률

캐러셀 형태에서 해시태그를 가장 많이 사용하는 것으로 확인되었으며, 22년 하반기에는 4%p 상승한 46%의 사용률을 보였습니다.



2022년 상반기 미디어 형태별 해시태그 사용률



2022 하반기 건돌이닷컴 #해시태그 TOP20

#소통 #ootd #좋아요와 같은 일상 및 소통 관련 키워드가 상위권을 차지하고 있으며, 월드컵의 영향으로 #wcup #카타르월드컵 등의 키워드가 순위에 오른 점이 특징입니다.



건돌이닷컴의 Active 유저 데이터 중 업로드 된 전체 게시물 기준으로 작성되었습니다.

1위	소통	▲14	11위	여행	NEW
2위	ootd	▼1	12위	멍스타그램	NEW
3위	좋아요	▲10	13위	korea	NEW
4위	일상	▼1	14위	공스타그램	NEW
5위	먹스타그램	▲5	15위	종반	▲1
6위	패션	NEW	16위	wcup	NEW
7위	데일리룩	▲5	17위	맛팔	▼15
8위	맛스타그램	▲9	18위	카타르월드컵	NEW
9위	여행스타그램	=	19위	집밥	NEW
10위	데이트	▼2	20위	먹팔	▼1

▲ 22 상반기 대비 상승
▼ 22 하반기 대비 하락
NEW 22 하반기 신규 진입
= 변동 없음

2022 하반기 해시태그 트렌드 TOP8 + 함께 사용된 해시태그

상반기에 이어 **#등산 #workout** 운동 관련 해시태그가 많이 사용되었으며,
거리두기 해제로 인해 여행 소비가 증가하며 **#trip #제주** 등 여행 관련 해시태그가 증가한 모습을 보였습니다.



건돌이닷컴 > 통계 > 인스타그램 > 해시태그 트렌드에 등록된 해시태그를 기준으로 사용율이 높은 해시태그와 함께 사용된 해시태그 클라우드입니다.

1	trip	2	맛팔	3	육아맘	4	Workout
#travel		#선팔		#일상		#fitness	
#travelphotography		#좋아요		#육아스타그램		#gym	
#nature		#종반		#맛팔		#motivation	
#photography		#좋아요반사		#부업		#fitnessmotivation	
#travelgram		#일상		#육아소통		#bodybuilding	
#instagood		#소통		#종반		#fit	
#photooftheday		#팔로우		#좋아요		#training	
#instatravel		#선팔하면맛팔		#대학생		#gymmotivation	
#love		#데일리		#선팔		#lifestyle	
#vacation		#맛팔환영		#좋아요반사		#gymlife	

2022 하반기 해시태그 트렌드 TOP8 + 함께 사용된 해시태그

상반기에 이어 #등산 #workout 운동 관련 해시태그가 많이 사용되었으며,
거리두기 해제로 인해 여행 소비가 증가하며 #trip #제주 등 여행 관련 해시태그가 증가한 모습을 보였습니다.



건돌이닷컴 > 통계 > 인스타그램 > 해시태그 트렌드에 등록된 해시태그를 기준으로 사용율이 높은 해시태그와 함께 사용 된 해시태그 클라우드입니다.

5	집밥	6	등산	7	반려견	8	제주
	#홈쿡		#등산스타그램		#댄스타그램		#제주도
	#먹스타그램		#오운완		#강아지		#제주여행
	#집밥스타그램		#산스타그램		#멍스타그램		#jeju
	#요리		#운동		#dog		#제주도여행
	#맛스타그램		#운동하는여자		#일상		#일상
	#요리스타그램		#일상		#멍멍이		#여행
	#일상		#소통		#강쥐		#제주맛집
	#레시피		#운동하는남자		#개스타그램		#좋아요
	#소통		#헬스타그램		#dogstagram		#여행스타그램
	#먹방		#산		#멍팔		#제주살이

인스타그램 팔로워 순위 TOP10

건돌이닷컴에서 카테고리별 팔로워 수, 미디어 수, 참여율, 팔로워 상승률 순위를 확인하실 수 있습니다.
건돌이닷컴 인스타그램 차트에서 내가 관심있는 분야의 인스타그램 계정들을 살펴보고 인사이트를 확인해보세요.

NEW

건돌이닷컴 > 통계 > 인스타그램 > 인스타그램 차트에서 확인하실 수 있습니다.



인스타그램 차트 인스타그램 계정 추가

팔로워 순위 | 미디어 수 순위 | 참여율 순위 | 팔로워 상승률 순위

total 1,286

인스타그램 계정을 입력하세요 검색

순위	사용자 이름	이름	주제	미디어 수	참여율	팔로워 수	팔로워 상승률
1	nike	Nike	스포츠/운동/레저 패션/주얼리	924	0.83%	2.27억	▲ 0.64%
2	bts.bighitofficial	BTS official	방송/미디어/게임 예술/문화	1.07천	426.7%	6567만	▲ 0.35%
3	sooyaaa__	JISOO	방송/미디어/게임	824	67.16%	6180만	▲ 0.33%
4	roses_are_rosie	ROSÉ	방송/미디어/게임	816	106.15%	6066만	▲ 0.37%
5	chanelofficial		패션/주얼리	4.68천	5.36%	5119만	▲ 0.21%
6	gucci		패션/주얼리	8.75천	12.13%	4869만	▲ 0.07%
7	louisvuitton	Louis Vuitton	패션/주얼리	6.29천	9.79%	4842만	▲ 0.17%
8	blackpinkofficial	BLACKPINK	방송/미디어/게임	1.37천	33.13%	4751만	▲ 0.13%
9	thv	V	방송/미디어/게임	56	221.39%	4554만	▲ 1.87%
10	jungkook.97	전 경국 이을시다	방송/미디어/게임	51	724.91%	4237만	▲ 1.17%

최근 한달 간 많이 사용된 해시태그 클라우드

나의 비즈니스와 비슷한 카테고리에서 **많이 사용한 해시태그도 확인해서 활용해보세요!**
전체적인 해시태그 클라우드 및 각 계정 별로 확인도 가능합니다.

건돌이닷컴 > 통계 > 인스타그램 > 인스타그램 차트에서 확인하실 수 있습니다.



- | | | | | | |
|---|--|--|---|--------------------------------------|---|
| ☒ IT/통신 (28) | ☐ 건강/의료/계약 (66) | ☐ 결혼/웨딩 (9) | ☐ 공공기관/공기업 (64) | ☐ 과학/기술 (19) | ☒ 광고/마케팅 (16) |
| ☐ 교육/도서/출판 (76) | ☐ 금융/보험/경제 (35) | ☐ 뉴스/신문 (32) | ☐ 라이프/생활용품 (102) | ☐ 문구/장난감 (17) | ☐ 반력동물 (18) |
| ☒ 방송/미디어/게임 (111) | ☐ 뷰티/미용/화장품 (166) | ☐ 쇼핑/유통 (106) | ☐ 스포츠/운동/레저 (61) | ☐ 여행/관광 (70) | ☐ 예술/문화 (88) |
| ☐ 요리/식품/음료 (222) | ☐ 육아/아동 (55) | ☐ 인테리어/가구/침구 (62) | ☐ 자동차/교통 (34) | ☐ 전자제품 (43) | ☐ 지식/정보/취업 (101) |
| ☐ 패션/주얼리 (193) | ☐ 후원/봉사 (30) | | | | |

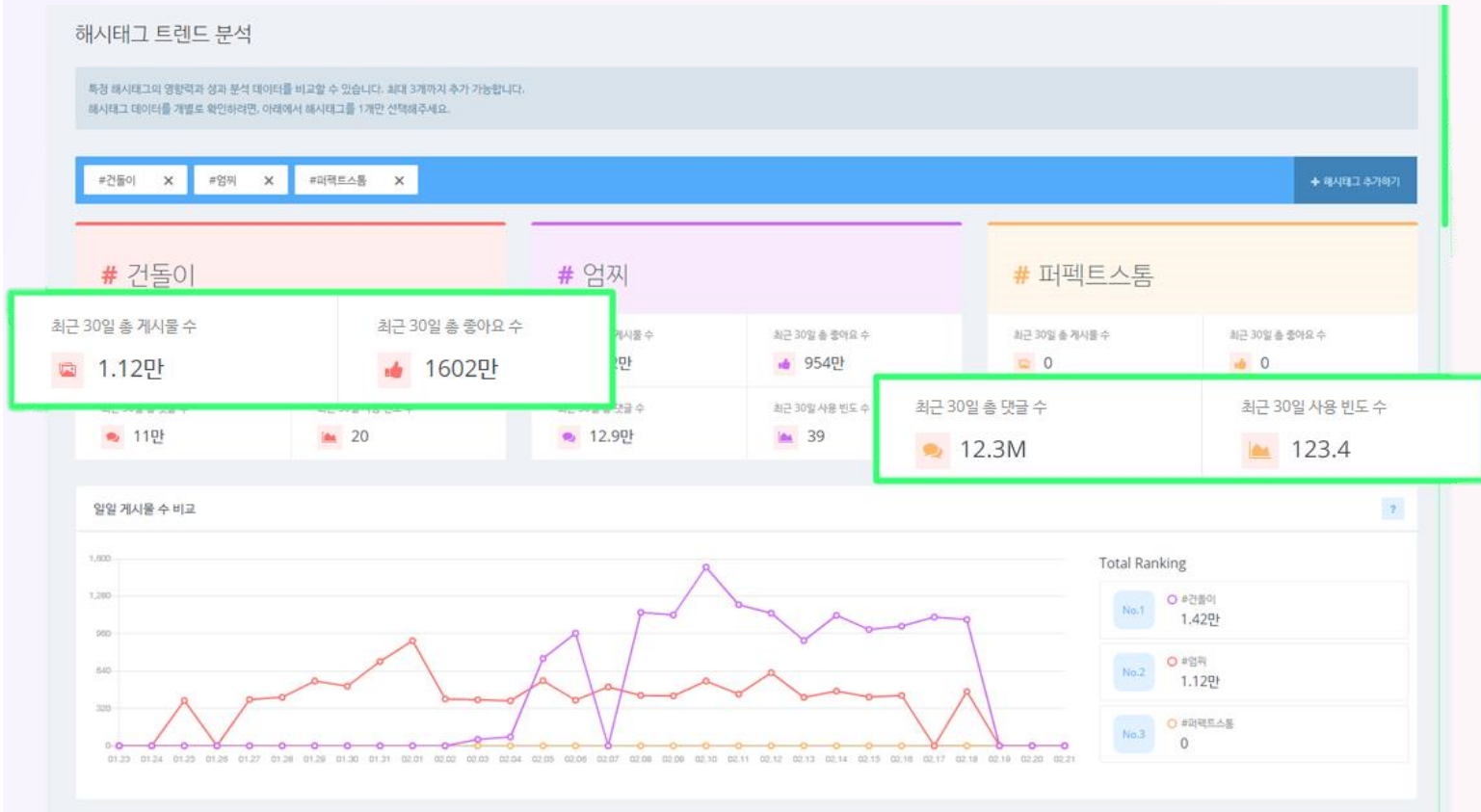


건돌이닷컴 해시태그 트렌드 분석

건돌이닷컴에서는 인스타그램 계정당 해시태그를 최대 3개까지 등록하여, 등록된 해시태그의 인사이트와 인기 미디어를 확인하실 수 있습니다!

TIP

건돌이닷컴 > 통계 > 인스타그램 > 해시태그 분석에서 확인하실 수 있습니다.



#데일리룩 해시태그 클라우드

한국인팔로워 팔로우늘리기 dailylook
데일리 ootd 패션 첫줄반사
첫줄 강남 셀피 중반 맛팔 일상 인스타팔로워
자연눈썹 선팔 헬스 눈썹반영구
팔로워늘리기 팔로우 오오티디 팔로워판매
좋아요

#데일리룩 인기 게시물



♥ 1,914 ● 16



♥ 605 ● 12



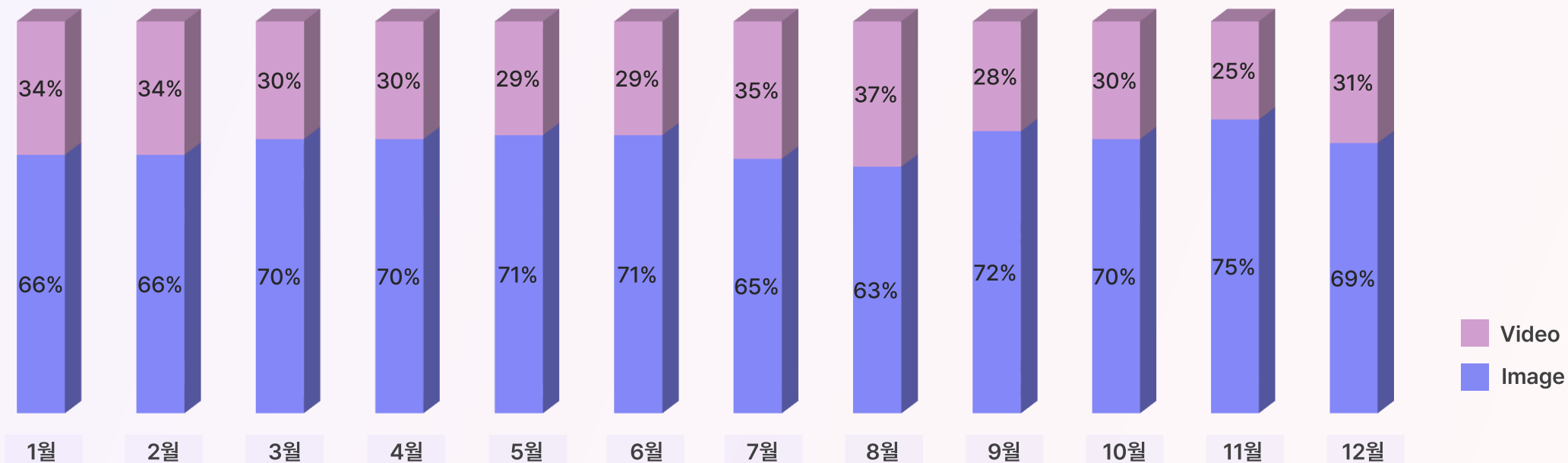
♥ 355 ● 2

월 별 인스타그램 스토리 사용률

인스타그램 스토리에서는 이미지를 업로드하는 비율이 더 높았으며, 월 평균 69%의 사용률을 기록하였습니다.



2022년 월 별 인스타그램 스토리 사용률



2022 하반기 인스타그램 스토리 인사이트

건돌이닷컴에서 확인한 인스타그램 평균 응답률은 0.02%, 이탈률은 15%였습니다.
도달률이 높은 시간을 확인하여 업로드해보세요!



인스타그램 스토리 평균 응답률 · 이탈률

응답률
0.02%

이탈률
15%

도달률 높은 시간대 · 낮은 시간대

도달률 높은 시간대 — 잠들기 전 시간대 21시 - 01시 사이

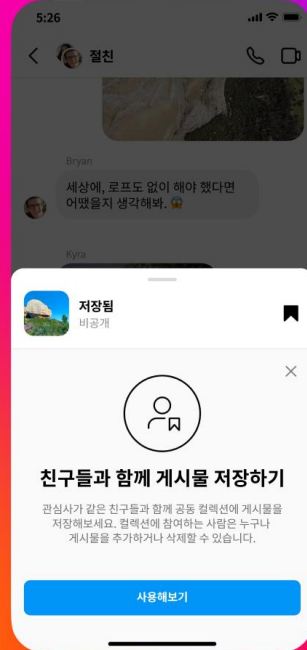
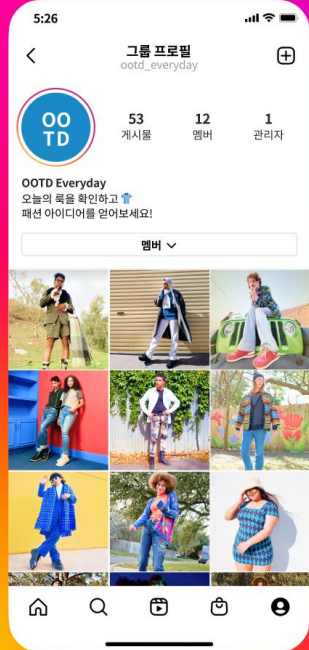
도달률 낮은 시간대 — 평일 점심 시간대, 월요일, 일요일



2023년 상반기 인스타그램 주목 포인트

일상의 순간들을 친구들과 더욱 쉽고 재미있게 공유할 수 있는 기능들이 업데이트될 예정입니다.

그룹 프로필 및 콜라보 컬렉션



그룹 프로필

새로운 그룹 프로필 생성하여 그룹 멤버들에게만 공유
개인 프로필 대신 그룹 프로필에 게시 됨
그룹 멤버들과 함께 게시물과 스토리 공유할 수 있는 기능 테스트 중

콜라보 컬렉션

피드에서 바로 게시물 저장하거나 DM의 콜라보 컬렉션에 게시물 저장
공동 관심사를 바탕으로 친구들과 컬렉션 공유하는 기능 테스트 중

인스타그램 요약

- 1 인스타그램은 다양한 연령층에서 높은 순위를 차지하고 있습니다.
10대-40대에서 사용자 순위 1위를 차지하였고, 50대 이상에서도 2위를 기록하였습니다.
- 2 인스타그램 스토리에서 더 다양한 방법으로 소통할 수 있는 기능들이 추가되고 있습니다.
다양해진 스토리 기능을 활용하여 브랜드를 홍보해보세요!
- 3 여행 관련 해시태그들이 증가하였으며, 상반기에 이어 운동 관련 해시태그가 많이 사용되었습니다.
 건물이닷컴 > 통계 > 인스타그램 > 해시태그 트렌드에 등록된 해시태그를 등록하고 인사이트를 확인해보세요!
- 4 그룹 프로필, 콜라보 컬렉션 등 친구와 함께 공유하고 즐길 수 있는 기능들이 업데이트될 예정이라고 합니다.

Gundolle.com

FACEBOOK

2022 하반기 페이스북 현황

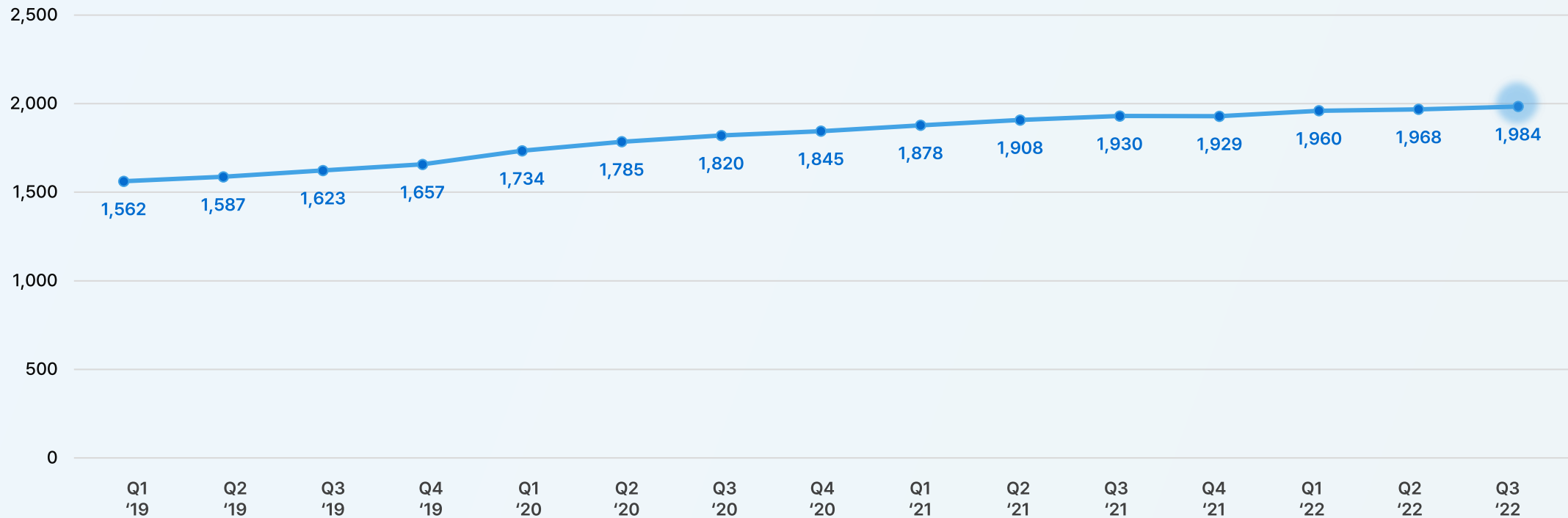
2022 상반기 건돌이닷컴 페이스북 데이터

2022 하반기 페이스북 주목 포인트

2022 하반기 페이스북 현황

2022년 3분기 동안 페이스북 일일 활성 사용자 수는 약 19억 8천만 명으로 전 분기보다 소폭 증가하였으며, 2021년 3분기 대비 약 5400만 명의 사용자를 확보하였습니다.

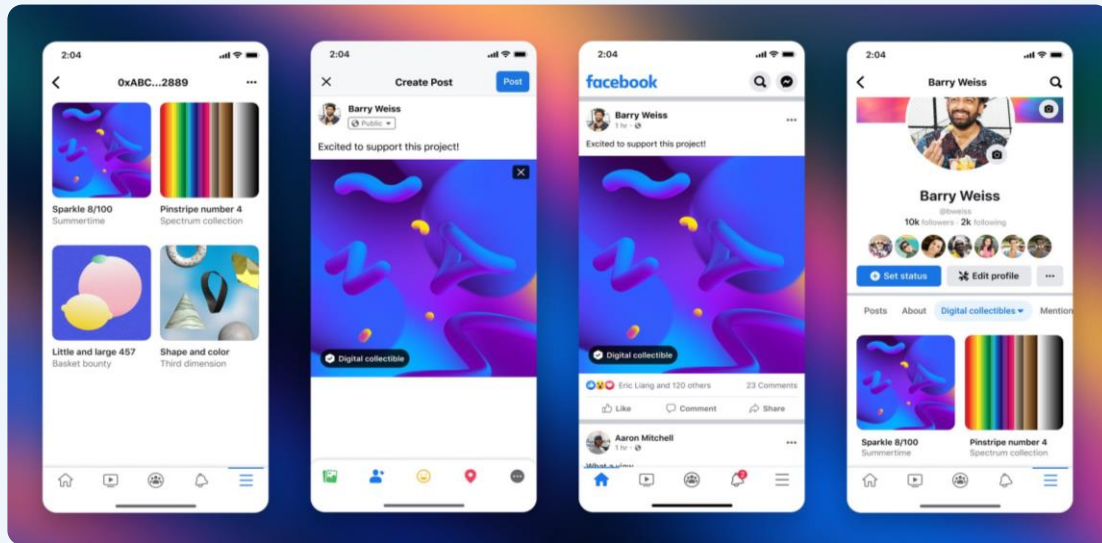
22년 3분기 페이스북 글로벌 일일 활성 사용자 수



2022 하반기 페이스북 현황

인스타그램에 이어 페이스북에 NFT 게시 기능이 확대되었으며, 센서와 카메라로 이용자의 얼굴 움직임 추적하여 아바타에 반영되는 메타 퀘스트 프로를 공개하였습니다.

페이스북 NFT 게시 지원



디지털 지갑을 연동해 페이스북에서
NFT를 게시할 수 있도록 지원

메타 퀘스트 프로 공개



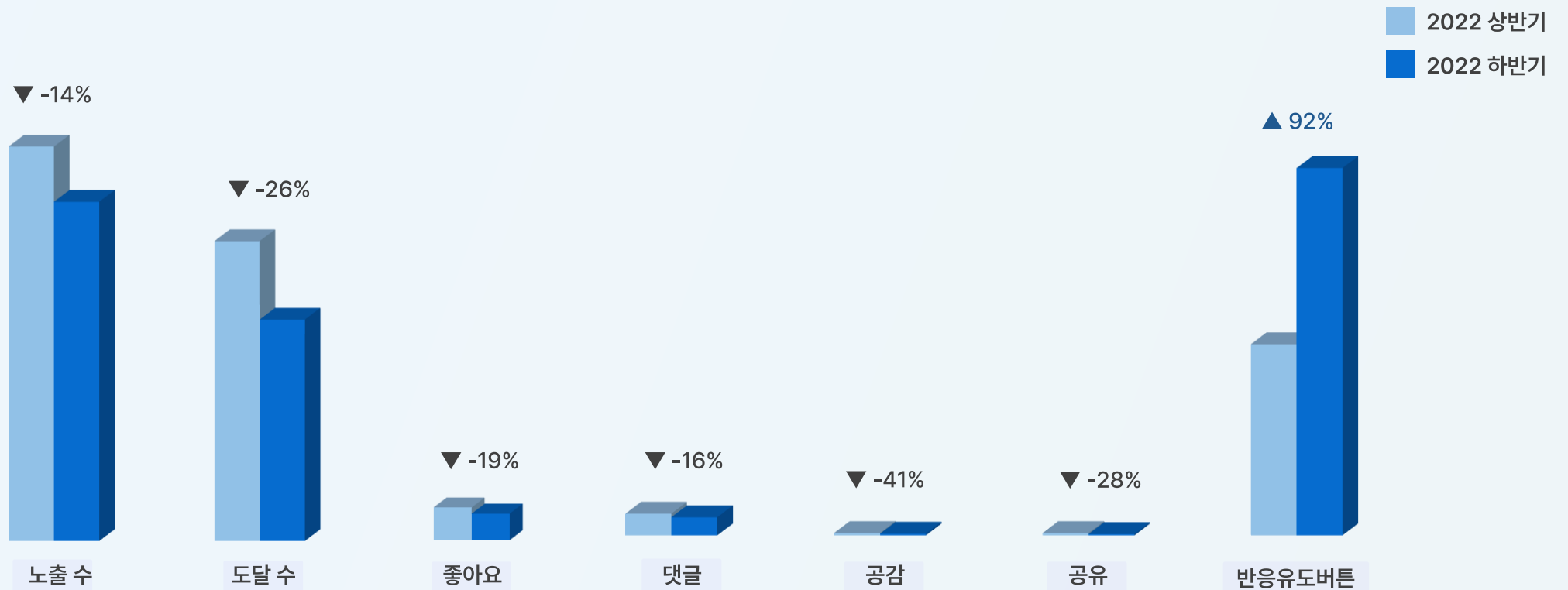
헤드셋 내부에 탑재된 센서와 카메라를 통해 이용자의 표정 및 얼굴 근육 움직임 추적하여
아바타에 즉각 반영하는 등 전반적인 성능 향상

미디어 인사이트

22년 상반기 대비 하반기에는 미디어 1개당 노출, 도달, 좋아요 등의 수치는 감소하였지만 반응 유도 버튼 클릭 수가 92%p 증가한 것이 특징입니다.



22년 상반기, 22년 하반기 미디어 1개당 인사이트 비교

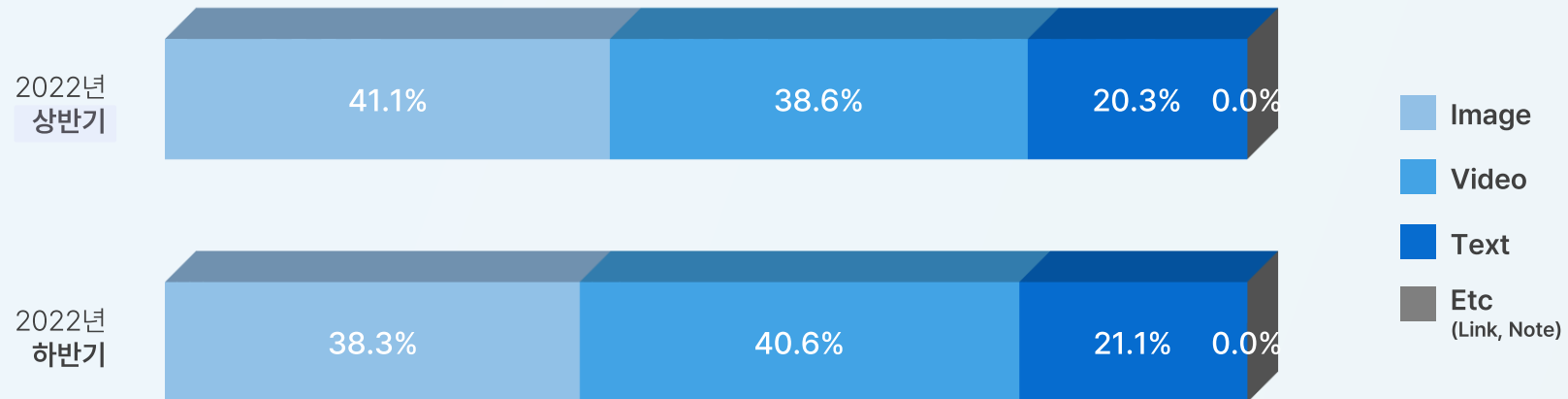


미디어 형태별 사용률

미디어 형태별 사용률은 동영상 > 이미지 > 텍스트 순의 비율로 업로드 되었으며, 하반기에는 상반기 대비 동영상의 업로드 비율이 높았습니다.



22년 상반기, 22년 하반기 미디어 형태별 사용률



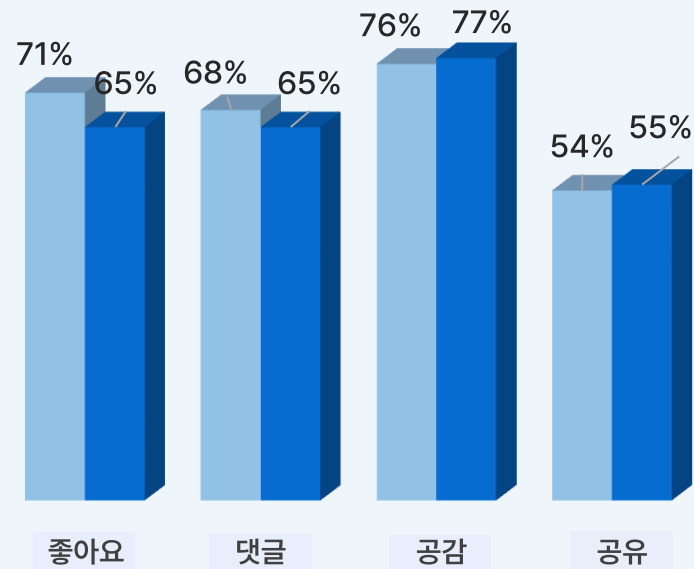
미디어 형태별 유저 반응을

유저 반응률은 이미지 형태에서 더 높은 반응률을 보였습니다.

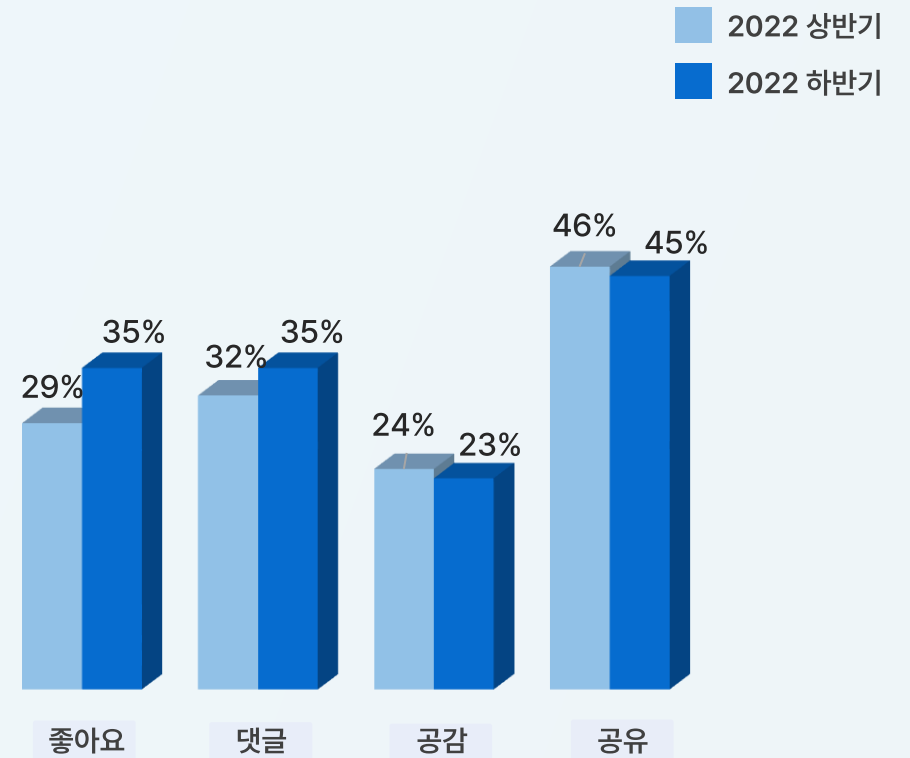
이미지 게시물에서는 공감 및 공유 반응이, 동영상 게시물에서는 좋아요와 댓글 반응이 높은 경향을 보였습니다.



22년 상반기, 22년 하반기 이미지 반응률



22년 상반기, 22년 하반기 동영상 반응률

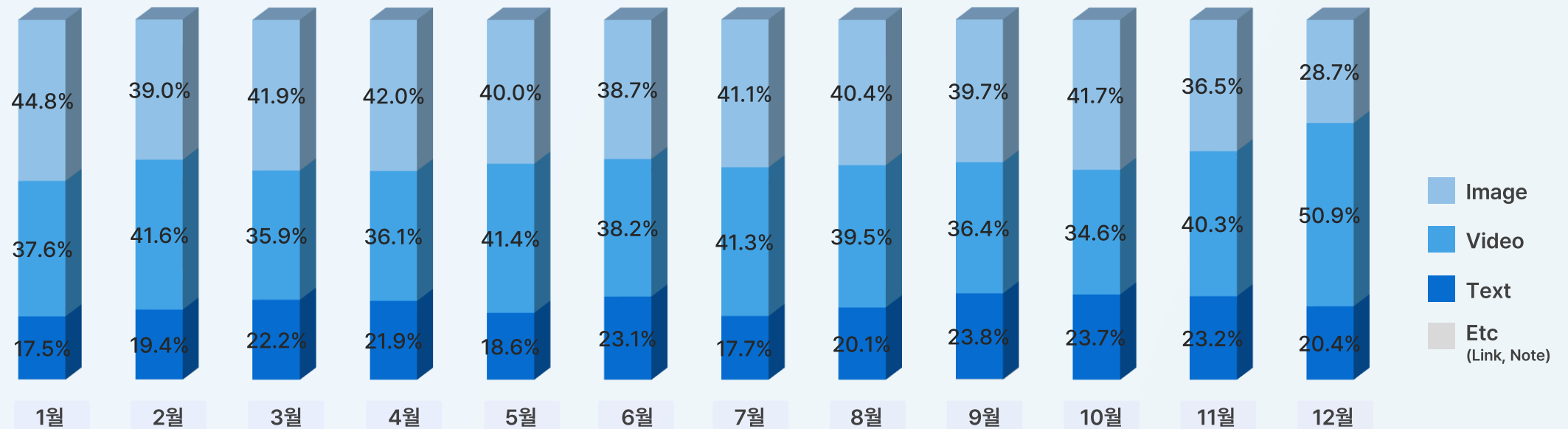


월 별 미디어 사용률

전체적으로 이미지의 사용률이 근소하게 높았으나,
12월에는 월드컵 등의 영향으로 인해 동영상의 비율이 증가하여 **50.9%의 높은 사용률을 기록**하였습니다.



2022년 월 별 미디어 사용률

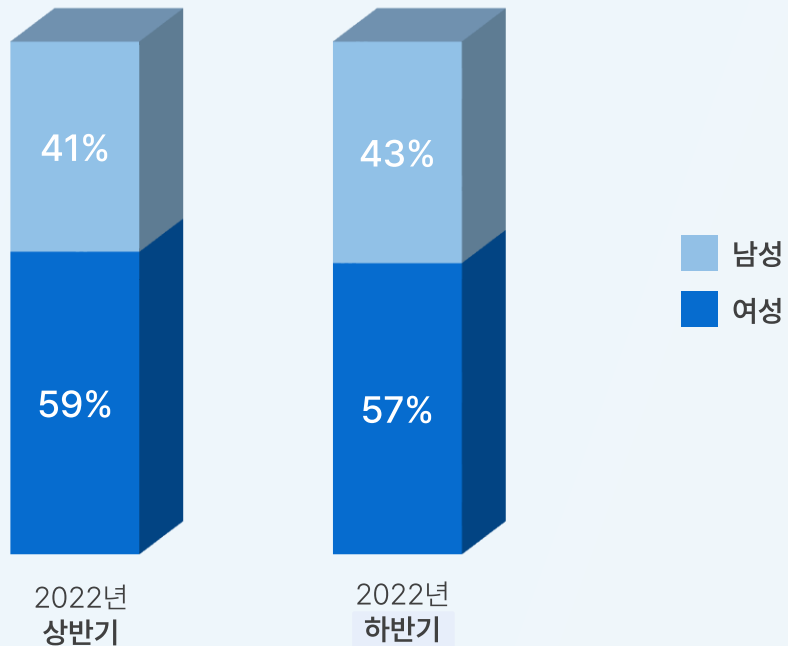


인구통계 데이터

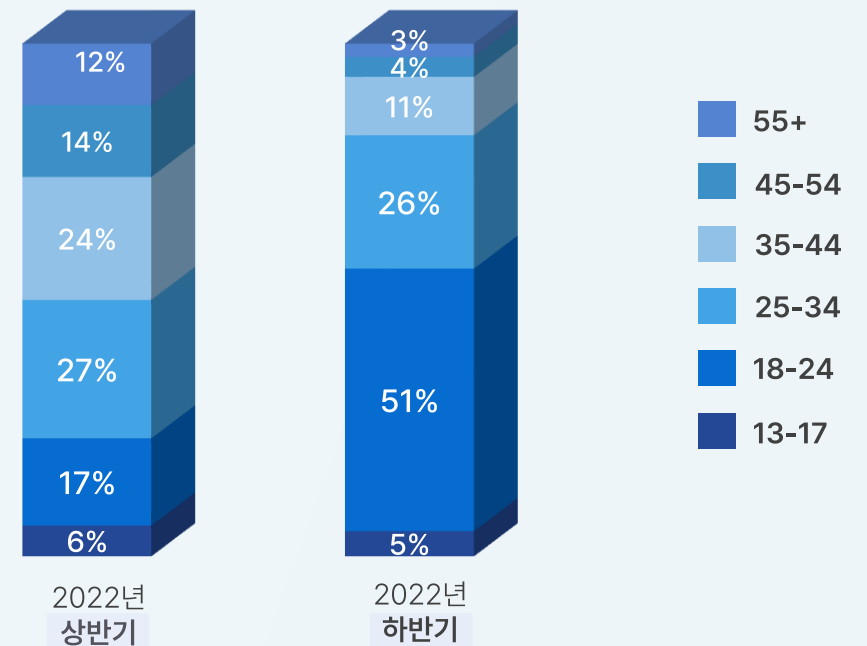
22년 하반기에는 18-24 연령의 비율이 큰 폭으로 증가하였으며,
18-24연령이 전체 연령의 과반수인 약 51%를 차지한 것이 특징입니다.



22년 상반기, 22년 하반기 **성별** 비율



22년 상반기, 22년 하반기 **연령** 비율

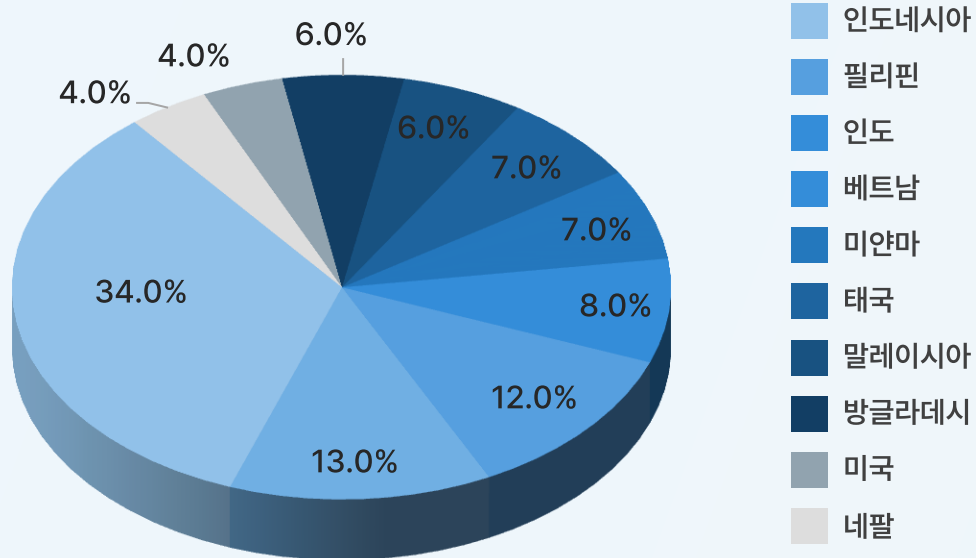


페이지 팬 국가 TOP10

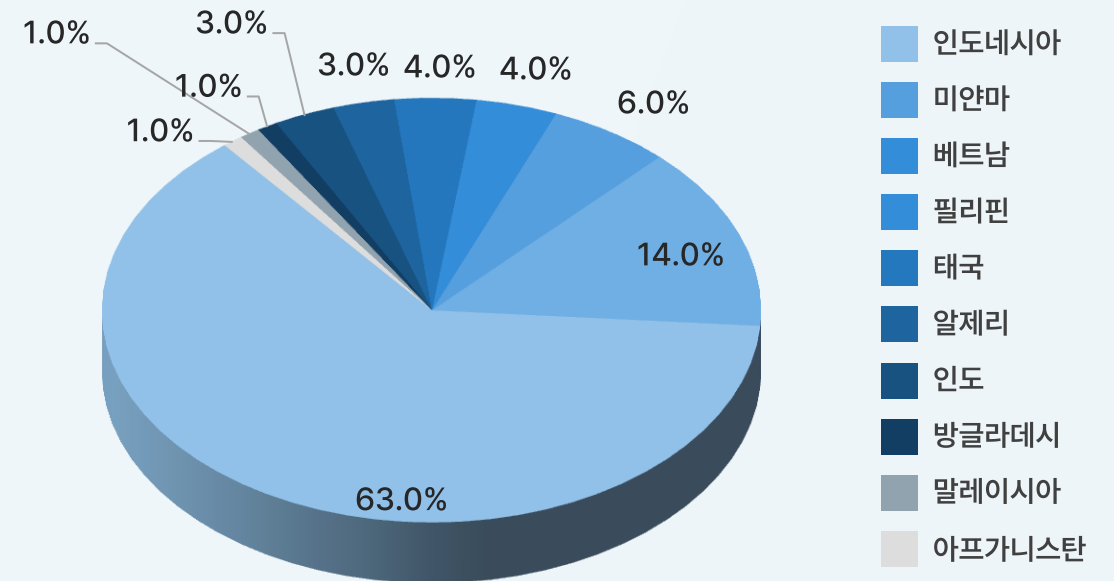
건돌이닷컴에 등록된 페이스북 페이지의 팔로워 국가 TOP 10을 살펴보면 (대한민국 제외), 인도네시아의 비율이 크게 증가하였으며 알제리, 아프가니스탄이 순위권에 진입하였습니다.



2022 상반기 TOP10 국가



2022 하반기 TOP10 국가



2023년 상반기 페이스북 주목 포인트

META는 조직을 개편하며 하드웨어 사업도 재편하여 2023년에는 포털 기기보다 **AR 기기**에 더 집중할 것으로 예상됩니다. 또한, **프로페셔널 모드**를 업데이트하여 **크리에이터들의 성장을 지원하는 기능을 강화**하고 있습니다.

AR 글래스 연구비 50% 집중



스마트워치의 개발을 중단하고 메타버스를 잇는 다음 활로로써
'AR 글래스' 개발에 더욱 집중할 것으로 예상

프로페셔널 모드 업데이트



'디지털 크리에이터' 카테고리를 설정하여
더 다양한 이용자들에게 노출될 수 있는 기회와 **프로페셔널 전용 대시보드** 제공

페이스북 요약

- 1 페이스북의 22년 3분기 일일 활성 사용자 수는 21년 3분기 대비 약 5400만 명 증가하여 약 19억 8천만 명을 기록하였습니다.
- 2 인스타그램에 이어 페이스북에서도 NFT를 게시할 수 있도록 기능이 확대되었습니다.
- 3 이미지 게시물에서는 공감과 공유 반응이 높았으며, 동영상 게시물에서는 좋아요와 댓글 반응이 높은 경향을 보였습니다.
- 4 META는 조직을 개편 및 사업을 재편하고 있으며, 23년에는 AR 기기에 더 집중할 것으로 예상됩니다.
- 5 프로페셔널 모드를 업데이트하여 크리에이터의 성장을 지원하는 기능을 강화하고 있습니다.

Gundolle.com

TWITTER

2022 하반기 트위터 현황

2022 하반기 건돌이닷컴 트위터 데이터

2023 상반기 트위터 주목 포인트

2022년 상반기 트위터 현황

트위터 이용자들은 구매 전 과정에 걸쳐 트위터를 활발하게 사용하고 있으며, 광고 수용도가 높아 광고를 통해 제품 및 서비스를 구매하는 비율도 높은 편이 특징입니다.

쇼핑에 대한 트위터 이용자 태도

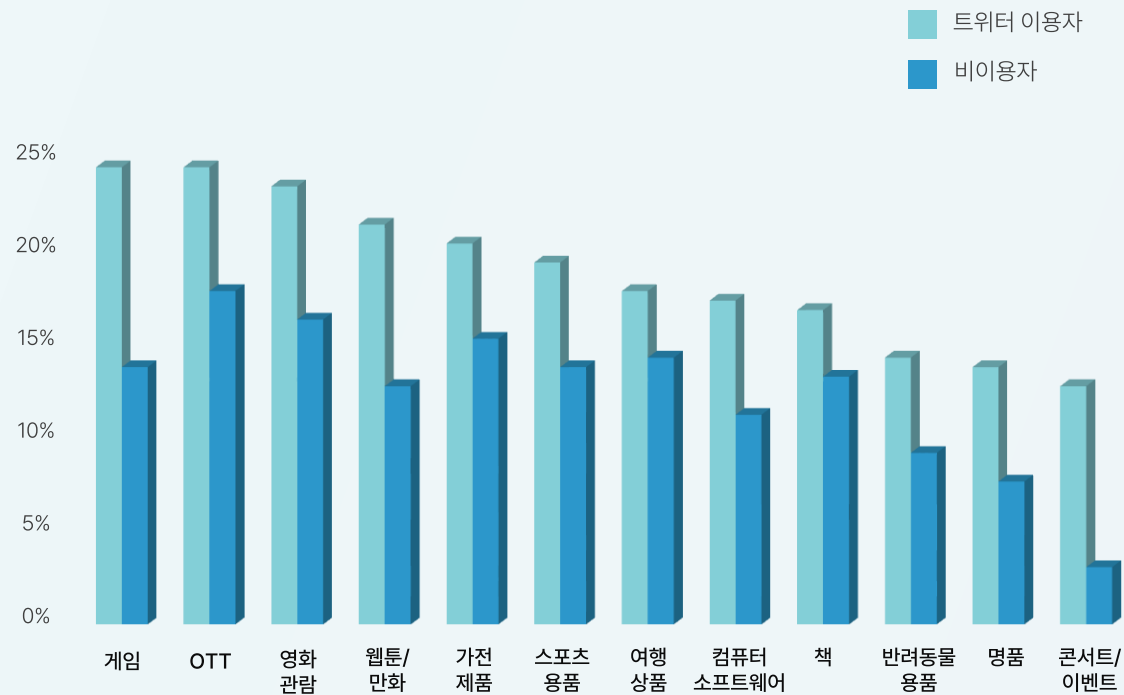
트위터에서 좋은 제품 및 서비스에 대한 정보를 공유하길 원한다

74%

트위터 내 추천 및 후기가 구매에 영향을 미친다

67%

광고를 통한 제품 및 서비스 구매 경험



2022년 상반기 트위터 현황

다른 유형의 미디어 파일(이미지, GIF, 영상)을 최대 4개까지 업로드할 수 있는 미디어 조합 기능이 추가되었습니다.
움짤과 영상을 효과적으로 배치하여 더 다양한 방식으로 트위터를 활용해보세요!

미디어 조합 기능



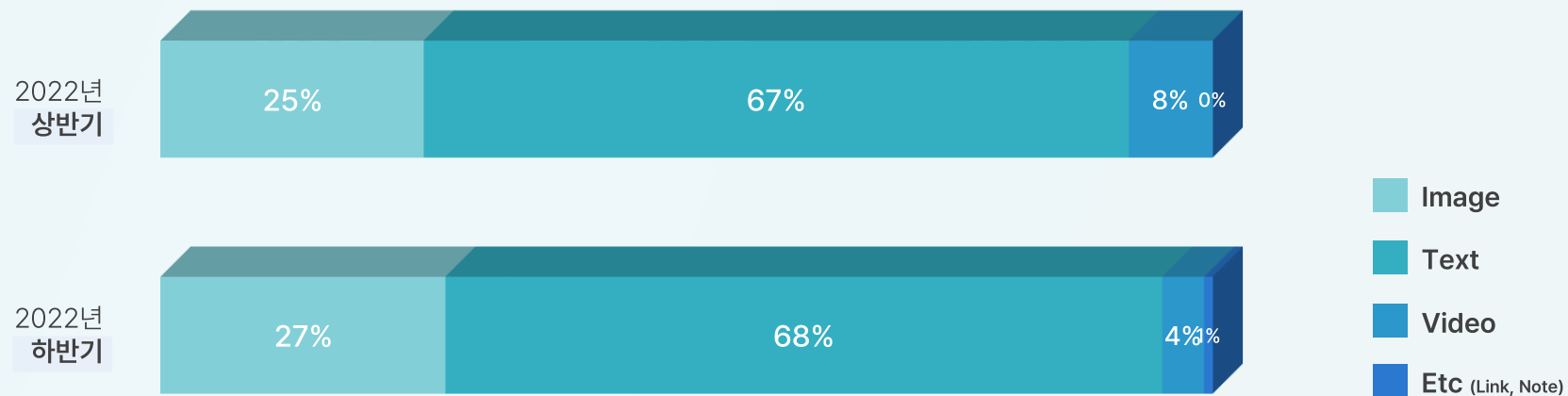
GIF 또는 영상을 동시에 업로드하면 좌 > 우 > 위 > 아래 순으로 순차 재생됩니다.

미디어 형태별 사용률

텍스트 > 이미지 > 동영상 순으로 사용률이 많았으며, 하반기와 전체적으로 비슷한 사용률을 보였습니다.



22년 상반기, 22년 하반기 미디어 사용률



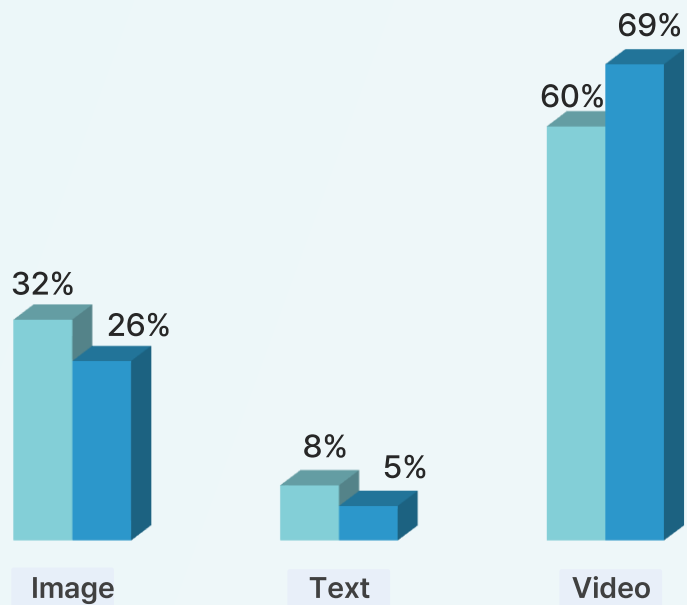
미디어 형태별 유저 반응을

동영상 형태에서 '리트윗'과 '좋아요' 반응이 가장 높았습니다.

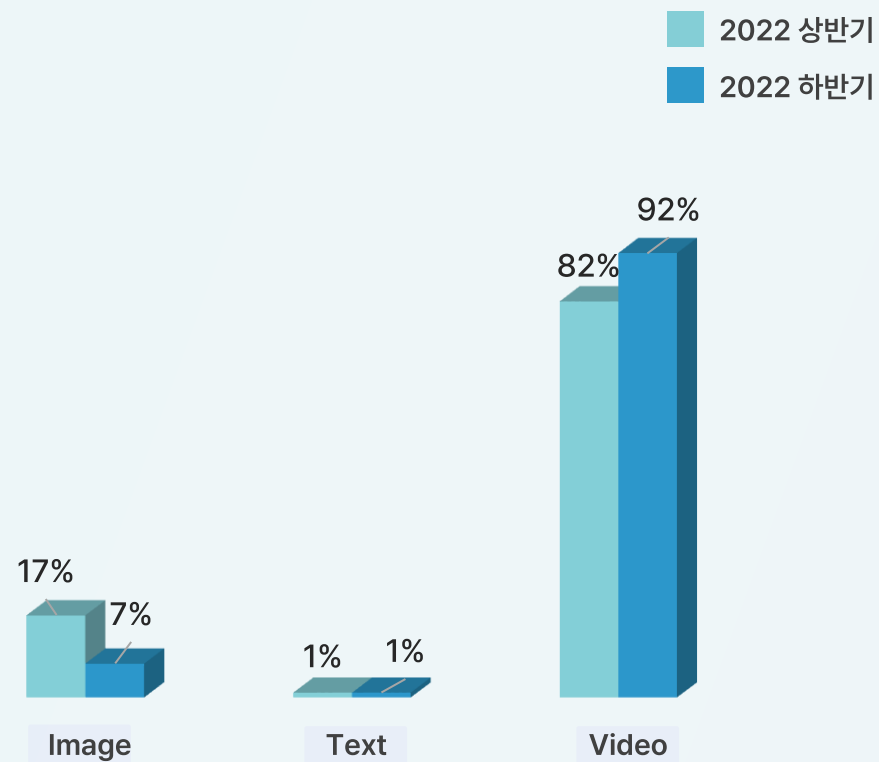
하반기에는 동영상의 '좋아요' 반응률이 10%p 증가하여 92%를 기록하였습니다.



22년 상반기, 22년 하반기 유저 반응률 - '리트윗'



22년 상반기, 22년 하반기 유저 반응률 - '좋아요'

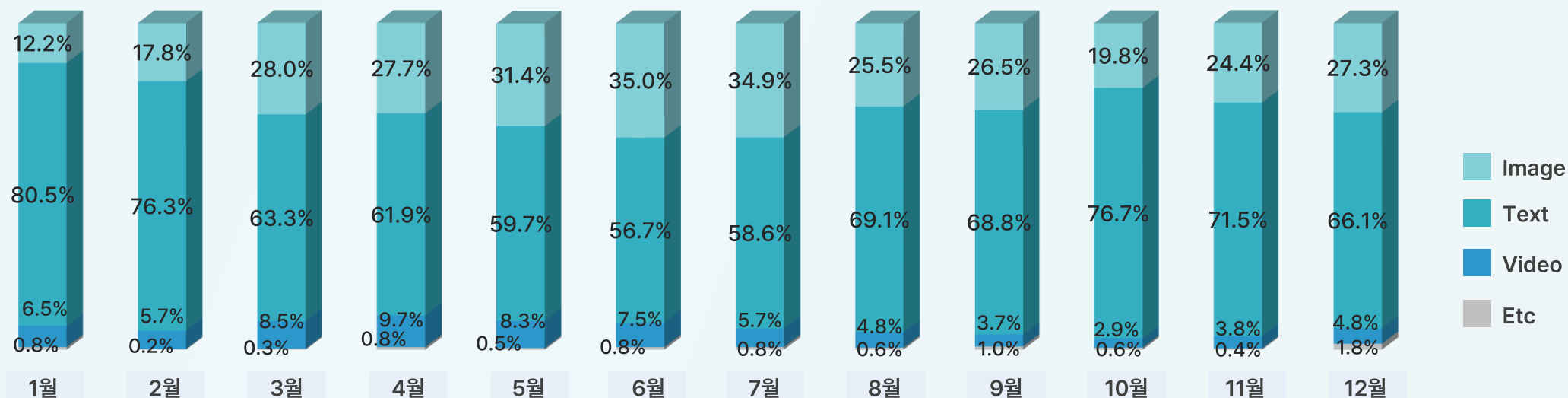


월 별 미디어 사용률

상반기에 텍스트의 사용률이 점차 감소하는 모습을 보였으나,
하반기에는 다시 증가하며 **22년 평균 67.4%의 사용률을 차지**하였습니다.



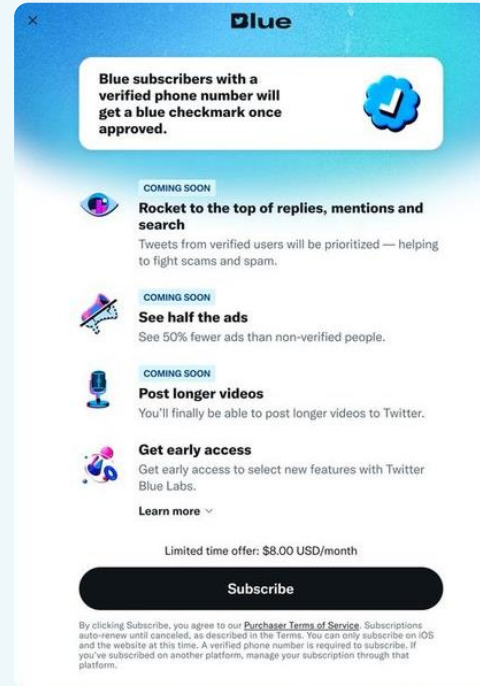
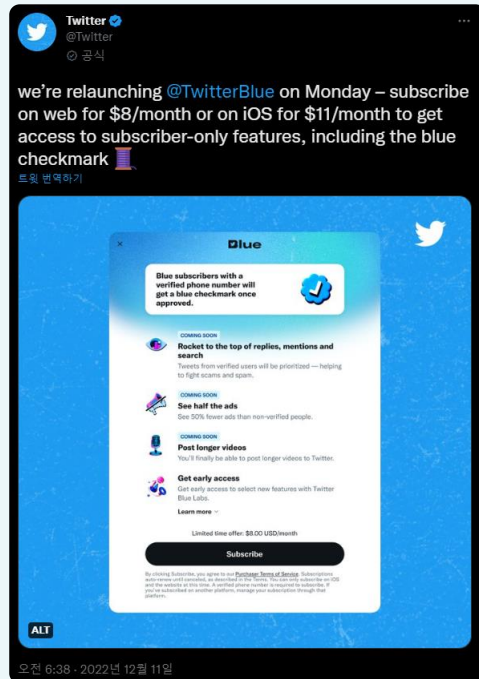
2022년 월 별 미디어 사용률



2023 상반기 트위터 주목 포인트

출시가 연기되었던 트위터 유료 구독 서비스인 '트위터 블루'가 재출시되었습니다.
유료인만큼 비구독자와 차별화된 기능을 지속적으로 업데이트할 것으로 예상됩니다.

Twitter Blue



- ✓ 트위터 블루의 구독료는 월 8달러 (약 1만원)
- ✓ 전화번호 등록 후 검토 과정 거쳐야 '파란 체크' 인증 마크 부여
- ✓ 트윗 편집 가능
- ✓ 1080p 동영상 업로드
- ✓ 광고 노출 50% 감소
- ✓ 개인용 계정에도 파란색 체크 표시 인증 마크 부여
- ✓ 기업, 정부기관 등의 기존 인증마크는 회색 체크로 대체
- ✓ 트윗 최대 글자수 늘릴 수 있는 기능 제공 예정

트위터 요약

- 1 트위터 유저들은 구매 전 과정에 걸쳐 트위터를 활발하게 사용하고 있으며, 광고를 통해 제품 및 서비스를 구매하는 비율이 높은 편입니다.
- 2 다른 유형의 미디어 파일들을 조합하여 최대 4개까지 업로드할 수 있는 기능이 추가되었습니다. 미디어를 다양하게 조합하여 더 효과적으로 트위터를 활용해보세요!
- 3 트위터 유료 구독 서비스 '트위터 블루'가 재출시되었습니다. 트윗 수정, 트윗 노출 빈도 향상 등의 기능이 제공되며 비구독자와 차별화된 기능이 계속 업데이트될 것으로 예상됩니다.

Gundolle.com

YouTube

2022 하반기 유튜브 현황

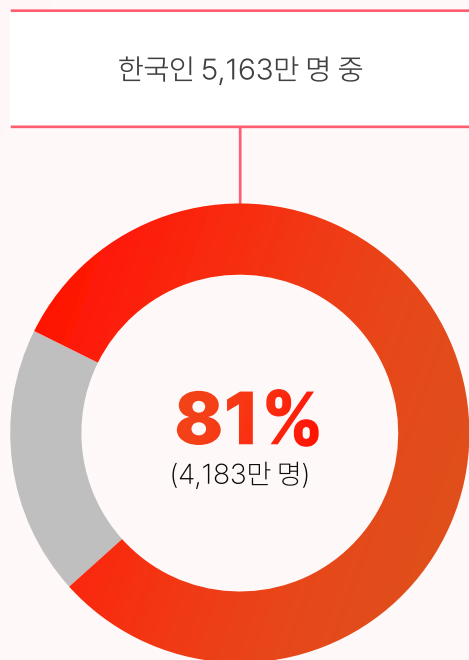
2022 하반기 건돌이닷컴 유튜브 데이터

2023 상반기 유튜브 주목 포인트

2022 하반기 유튜브 현황

대한민국의 81%인 약 4,183만 명이 유튜브를 사용 중인 것으로 나타났으며, 총 사용시간은 약 13억 시간으로 압도적인 사용 시간을 기록하였습니다.

한국인 중 YouTube 사용자 비율



주요 앱 월간 총 사용시간

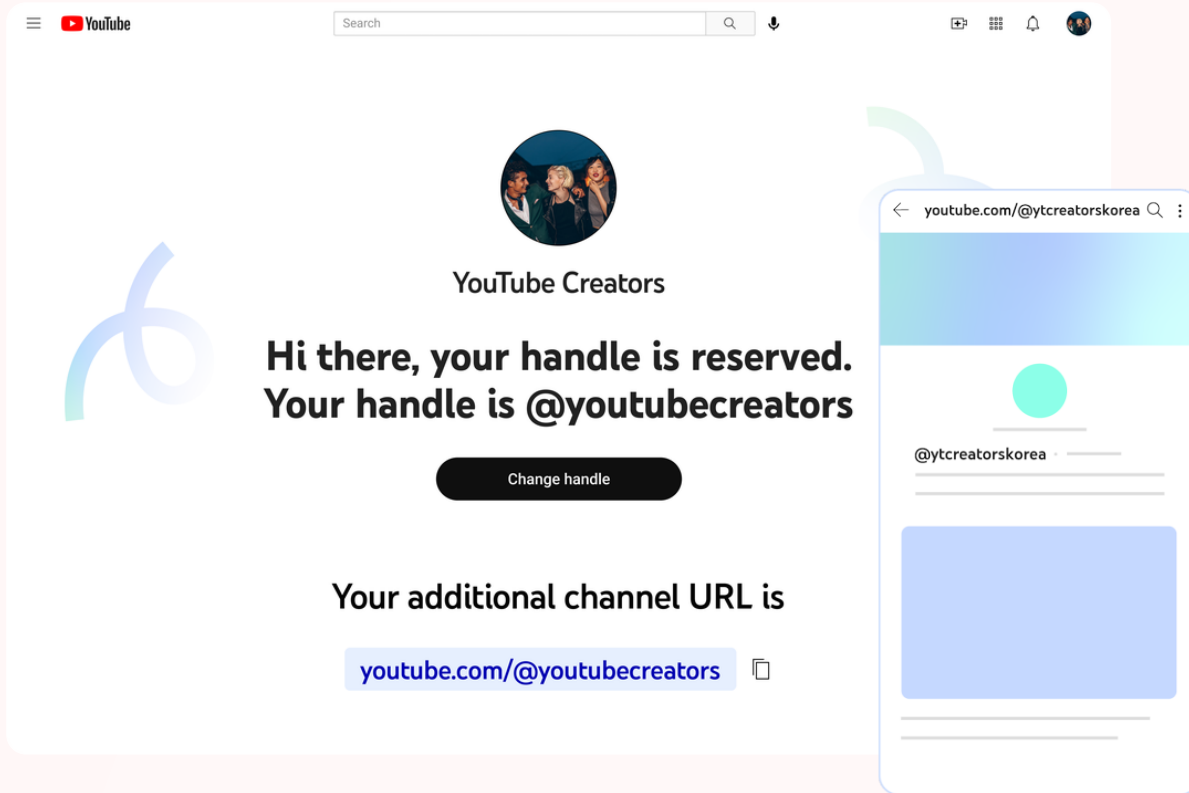
단위: 시간(h)
2022년 9월



2022 하반기 유튜브 업데이트

채널의 이름과 구별되는 고유한 값의 핸들이 할당되어 (ex. @gundolle)
크리에이터 및 시청자 모두가 다른 사용자를 더 쉽게 찾고 소통할 수 있는 기능이 업데이트되었습니다.

YouTube 핸들

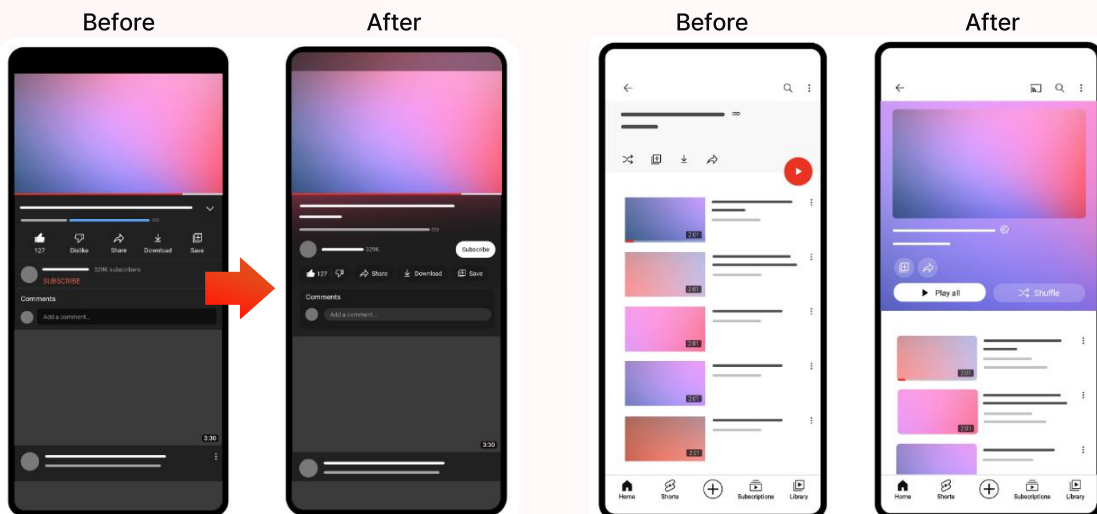


- ✔ 3~30자 (영문 기준)
- ✔ 영숫자 문자 (A~Z, a~z, 0~9)로 구성
- ✔ 핸들에 밑줄(_), 하이픈(-), 마침표(.)도 포함 가능
- ✔ URL 또는 전화번호와 비슷한 형식이 아님
- ✔ 기존 이용하고 있던 맞춤설정 URL이 자동으로 핸들 지정됨
- ✔ 맞춤설정된 URL이 없거나 변경 원하면 직접 선택 가능
- ✔ YouTube 커뮤니티 가이드 준수
- ✔ youtube.com/handle 에서 자세한 내용 참고

2022 하반기 유튜브 업데이트

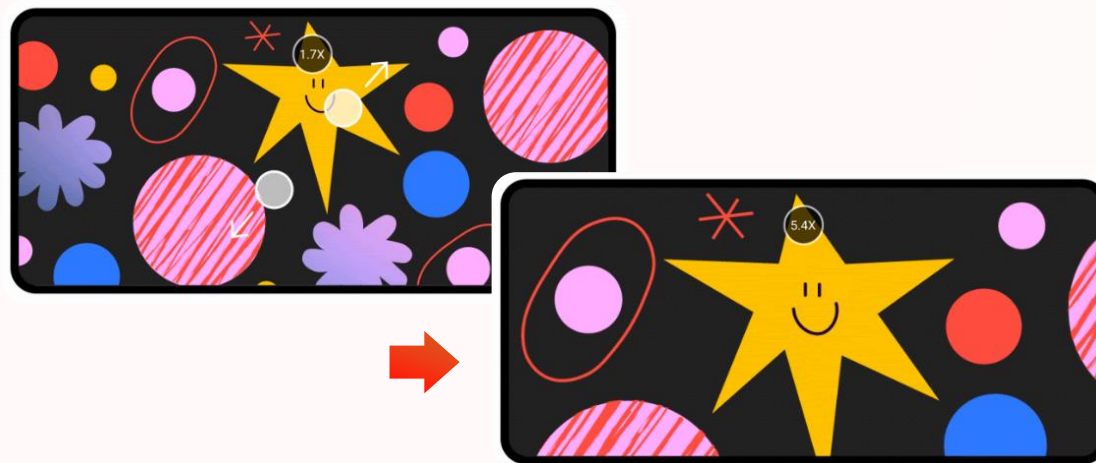
버튼과 썸네일의 디자인이 둥글게 변경되고 구독 버튼이 눈에 더 잘 띄도록 바뀌었습니다.
또한, 손가락을 이용해 최대 8배까지 화면을 확대/축소할 수 있는 핀치 투 줌 기능이 업데이트되었습니다.

UI 새 디자인 배포



보고 있는 영상에 따라 인터페이스 색이 바뀌며,
구독이나 공유 같은 버튼도 알약 비슷한 모양으로 변경

핀치 투 줌 기능 추가



손가락 두개로 화면 확대, 축소하여 장면 일부 확대해서 볼 수 있는 기능
최대 8배까지 화면 확대 가능

2022 올해의 최고 인기 크리에이터 TOP10

'숏박스', '너덜트' 등 일상 공감 상황극 영상을 주로 올리는 코미디 채널이 급상승하는 모습을 보였습니다. 일상에서 한 번쯤 겪어봤을 법한 상황들을 주제로 하여 공감대를 형성하는 영상들이 인기가 높았습니다.

2022 올해의 유튜브 (대한민국)

집계 기간: 2022년 1월 1일 - 10월 30일 / 2022년 국내 구독자 수 변동 기준

1 숏박스



2 너덜트



3 1분요리 똑딱이형



4 짹잡아윤기-Kwakyoongy



5



성시경 SUNG SI KYUNG

6



싱글벙글

7



오사카에사는사람들TV

8



정찬성 Korean Zombie

9



1분미만

10



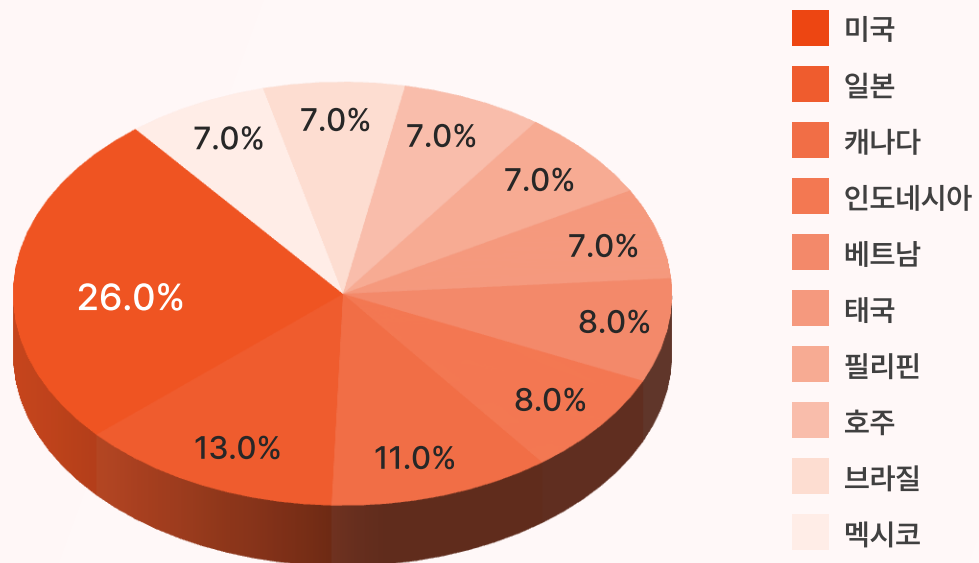
침착맨

구독자 국가 TOP10

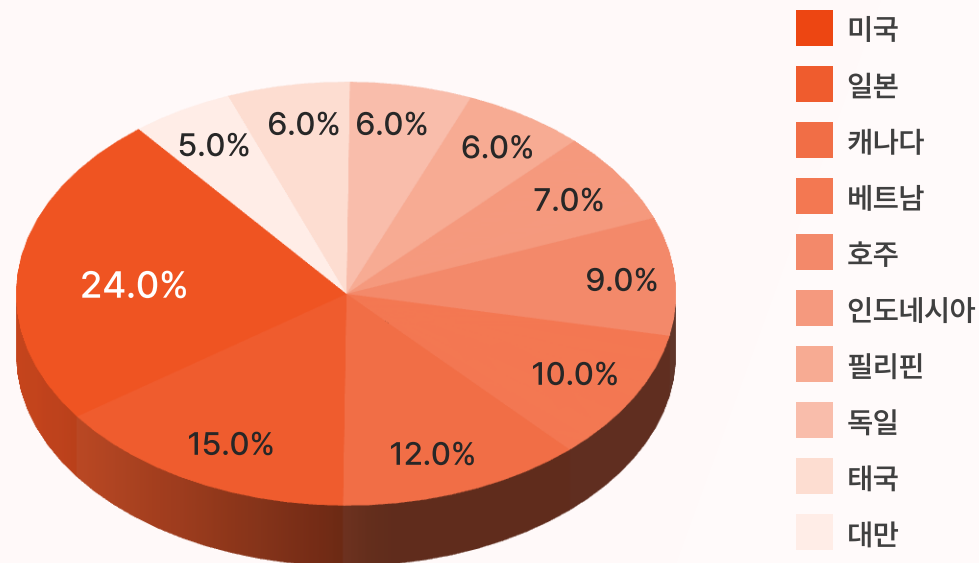
건돌이닷컴에 등록된 유튜브 채널 팔로워 국가 TOP 10을 살펴보면 (대한민국 제외), 상반기 대비 멕시코, 브라질이 제외되고 **독일, 대만이 TOP10 순위권에 진입**하였습니다.



2022 상반기 TOP10 국가



2022 하반기 TOP10 국가

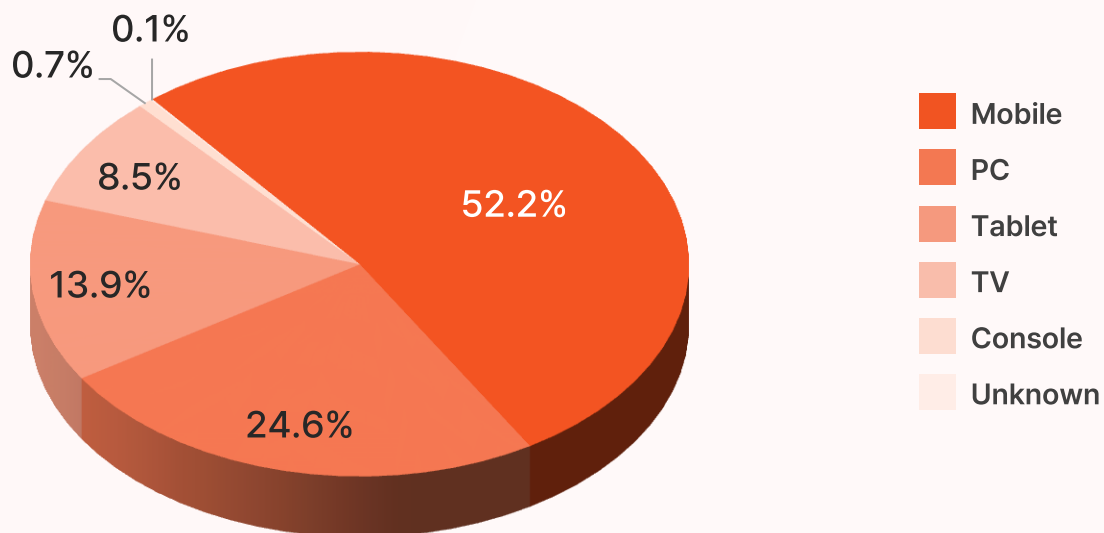


2022 하반기 시청 기기 비율

유튜브를 시청하는 기기의 비율은 **Mobile > PC > Tablet > TV** 순으로 높았으며, **Mobile이 약 절반 가량의 비율을 차지하고** 있는 것으로 확인되었습니다.



2022년 하반기 시청 기기 비율

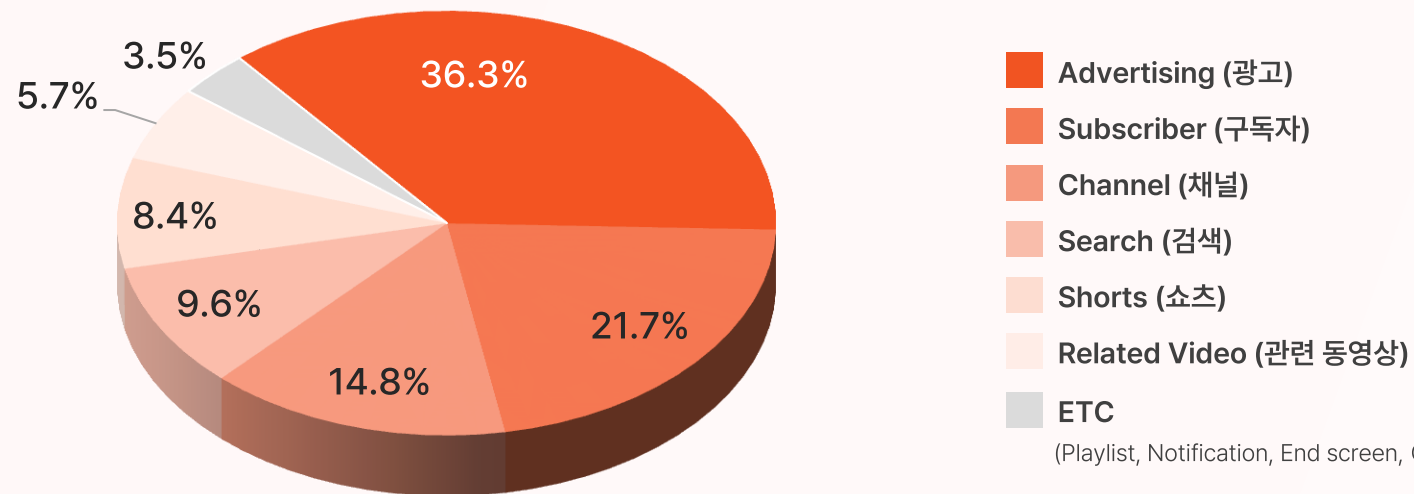


2022 하반기 트래픽 소스

유튜브의 트래픽 소스를 살펴 보면, **Advertising > Subscriber > Channel > Search** 순으로 높았으며, 광고를 통한 유입이 36.3%로 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 확인되었습니다.



2022년 하반기 트래픽 소스



2022 하반기 월별 유입 키워드

2022년 하반기에는 '기후변화 대응', '금리인상' 등의 사회 이슈적인 키워드가 돋보였으며, 카타르 월드컵 등의 영향으로 '월드컵', '손흥민' 키워드도 돋보였습니다.



7월 - 8월

여행

계곡

기후변화 대응

금리인상

연말정산

추석

추석 선물

월드컵

9 -10월

한강

가을

뉴진스

선물 추천

부산국제영화제

자이언트안 가방

브이로그

할로윈

11월 -12월

연말파티

월드컵

마스크 해제

겨울 여행

크리스마스

도쿄

손흥민

아바타

2023 상반기 유튜브 주목포인트

2023년부터 새로운 Short 관련 YPP(YouTube Partner Program) 가입 조건이 도입될 예정입니다. (23.02.01~)
새로운 수익 창출을 할 수 있는 파트너 프로그램을 꾸준히 업데이트할 것으로 예상됩니다.

YouTube 파트너 프로그램 새로운 자격 요건 업데이트



1,000명
구독자 수



4,000시간

공개 동영상의 유효 시청 시간
(지난 12개월간)



또는



1,000만회

공개 Shorts 동영상의 유효 조회수
(지난 90일간)



2023년 2월 1일부터 모든 신규 및 기존 YPP 크리에이터는 Shorts 피드의 Shorts 동영상 사이에 조회된 광고에 대해 수익을 공유 받게 되며,
이러한 광고 수익은 매달 합산되어 Shorts 크리에이터에게 보상을 제공하고 음악 라이선스 비용을 지불하는데 사용될 예정
크리에이터에게 할당된 전체 금액 중 수익의 45%가 크리에이터에게 분배됨

유튜브 요약

- 1 대한민국의 81%가 유튜브를 사용 중인 것으로 나타났으며, 월간 약 13억 시간으로 압도적인 사용 시간을 기록하였습니다.
- 2 채널의 이름과 구별되는 고유한 값의 핸들이 할당되어 소통이 더욱 쉽고 편리해졌습니다.
- 3 광고 > 구독자 > 채널 > 검색 순으로 유입이 높았으며, 광고를 통한 유입이 36.3%로 높은 비율을 차지하였습니다.
- 4 2023년 2월부터 새로운 YouTube Partner Program 자격 요건이 업데이트 될 예정입니다.
새로운 수익 창출을 할 수 있는 파트너 프로그램을 계속 강화할 것으로 보입니다.

Gundolle.com

AD TRENDS

- 2022 하반기 온라인 광고 현황
- 2022 하반기 플랫폼별 광고 효율
- 2023 상반기 온라인 광고 주목 포인트

플랫폼별 광고 효율 데이터는 퍼펙트스톰을 통해 집행된 데이터입니다.
퍼펙트스톰은 페이스북, 인스타그램, 트위터, 유튜브, 틱톡 광고를 대행하고 있습니다.

2022년 하반기 온라인 광고 현황

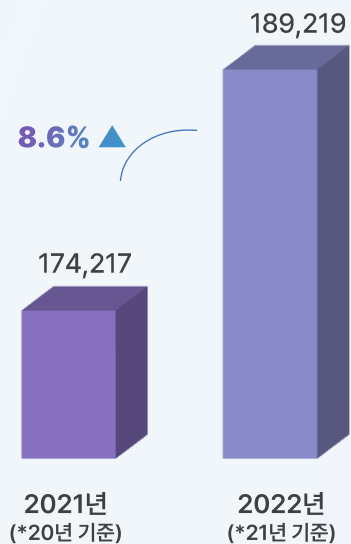
국내 광고 시장 규모는 18조 9219억 원으로 전년도 대비 8.6% 증가한 것으로 나타났습니다.

광고 마케팅 진행 방향은 '모바일, 유튜브, SNS 등 온라인 광고를 집중 강화' 하겠다는 응답이 과반을 차지하였습니다.

최근 2년간 광고산업 규모 (억 원)

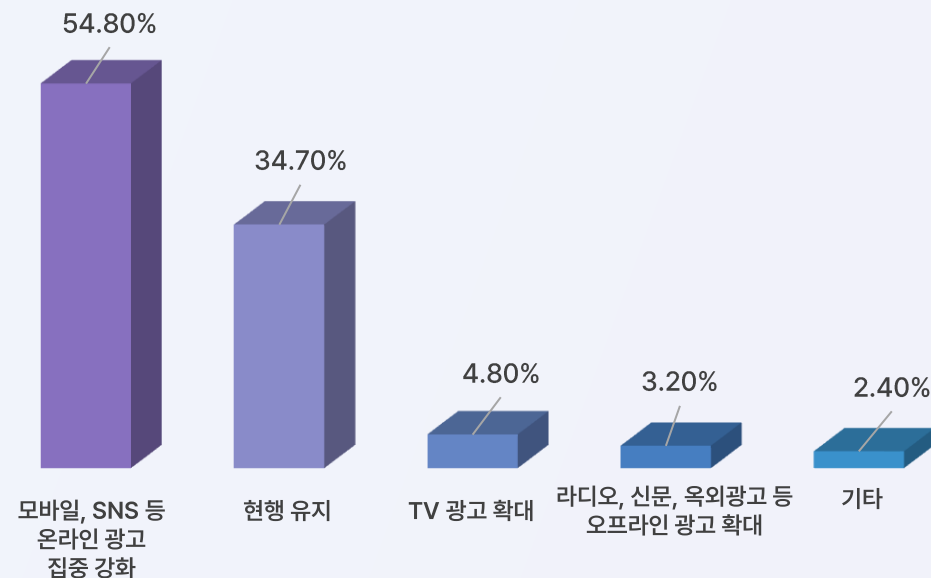
한국인 1020세대 Android + iOS 앱 사용시간 추정 (억 분)

■ 2021년 ■ 2022년



광고 마케팅 진행 방향

한국인 만 10세 이상 Android 앱 사용시간 추정
2022년 8월



2022년 하반기 온라인 광고 현황

넷플릭스와 디즈니플러스에서 광고 요금제를 출시하였으며 넷플릭스는 광고가 완판되는 기록을 보였습니다. OTT가 본격적으로 광고 시장에 진출하며 영향력이 확대되고 있는 모습입니다.

넷플릭스, 디즈니 플러스 광고 요금제 출시

NETFLIX



출시일	2022년 11월 1일	2022년 12월 8일
출시 국가	1차 한국 포함 12개 시장 2023년 전세계 확대 예정	1차 미국 2023년 전세계 확대 예정
출시 가격	₩ 5,500원 / 월	\$ 7.99 (약 1만원) / 월 연간 혹은 통합요금제 이용시 가격 할인
광고 유형	시리즈 15/30초 프리롤/미드롤 영화 15/30초 프리롤	15/30초 프리롤/미드롤
광고노출 수 상한	시간당 1회, 1일 3회	시간당 1회, 1일 2회, 1주일 12회
광고 협업 파트너	마이크로소프트 (MS)	더트레이드데스크(TTD)

- 넷플릭스 고객은 광고를 보는 대신 저렴한 광고형 베이직 요금제를 새로 선택 할 수 있음
- 디즈니+ 고객은 상위 요금제로 변경하지 않으면 기존 \$7.99달러 요금제에 광고가 붙음

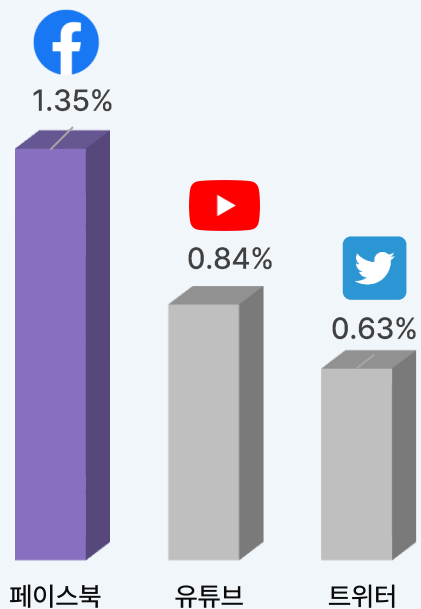
2022 SNS 플랫폼별 광고 집행 현황

플랫폼별 CTR, 구매전환율, ROAS 효율을 살펴보면 페이스북, 유튜브, 트위터 중 페이스북에서 전체적으로 모두 높은 효율을 보였습니다.

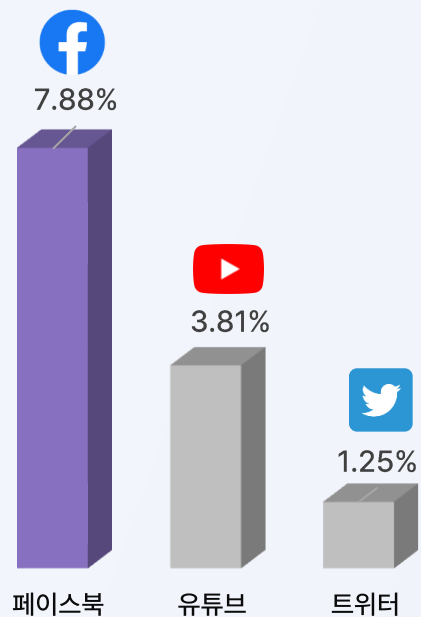
건돌이닷컴 내부에서 집행한 광고의 평균 데이터이니 참고 부탁드립니다.



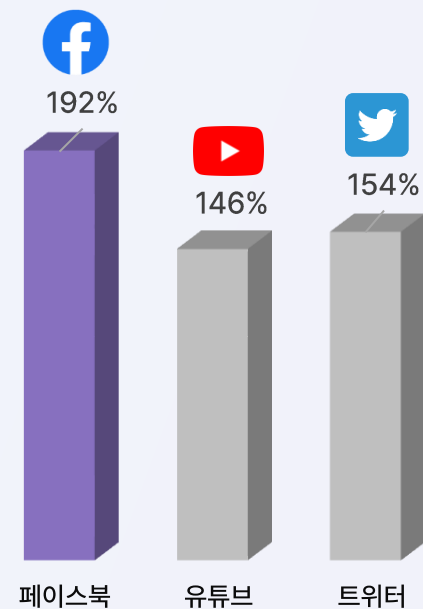
CTR



ROAS



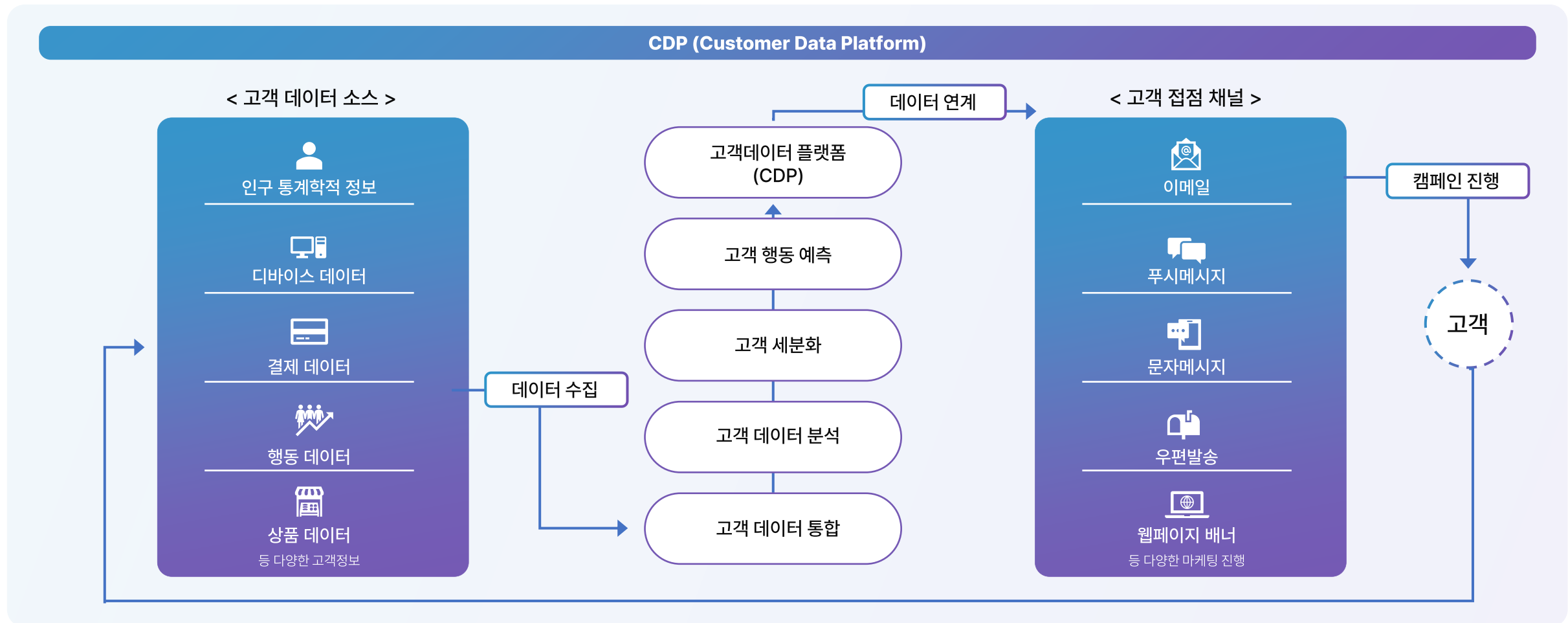
구매전환율



2023년 상반기 주목 포인트: 고객 데이터 플랫폼(CDP)

모든 고객 데이터를 한 곳에 통합하여 관리할 수 있는 CDP가 중요해지고 있습니다.

CRM에 비해 더 포괄적이고 유연화 된 고객 데이터를 활용할 수 있어 CDP 시장은 더 커질 것으로 전망됩니다.



2023년 상반기 주목 포인트: 고객 접점 채널 마케팅 사례

세분화된 고객의 데이터를 바탕으로 장기적인 관점에서 고객의 이탈을 막고 전환을 유도하는 사례가 증가하고 있으며, 신규 고객보다 **기존 고객과 상호작용하여 충성 고객을 만들어내는 것에 집중하는 것으로** 보입니다.

마켓컬리 - SMS 활용

마켓컬리 깜짝쿠폰 도착!

[Web발신]
(광고)마켓컬리 7000원 깜짝쿠폰
[7000원 쿠폰] 님, 내일까지만 쓰는
[7000원 쿠폰] 쏘옥 넣어드렸어요!
:)

- ▶ 7000원 깜짝쿠폰 안내
- 최소주문금액 4만원
- 내일 24시 만료

> 컬리 재구매 BEST 상품은?
<https://we.kurly.com/BMFdhBo0Kgb>

무료거부0808779668

마켓컬리 쿠폰 하루 더!

[Web발신]
(광고)마켓컬리 7000원 하루더!
[7000원 쿠폰] 놓치신
고객님,
오늘 딱! 하루만 더 쓰실 수 있게 재발
급해드렸어요 :)

- ▶ 7000원 쿠폰 안내
- 최소주문금액 4만원
- 오늘 24시 만료

▶ 마켓컬리 혜택 총정리!
<https://we.kurly.com/OaK6kZKQNgb>

무료거부0808779668

유사한 성향을 가진 고객 집단을 분류해
개인화된 혜택을 제공

에이블리 - 앱 Push 알림 활용

마지막 쿠폰팩 발급이 시작되었... (금) 오전 11:46
(광고) 모든 상품에 사용할 수 있어요
수신거부: MY > 설정

2시간 남았어요 (목) 오후 9:58
(광고) 잠들기 전에 예누리 쿠폰
수신거부: MY > 설정

모든 상품에 적용 가능한 쿠폰이... (목) 오후 5:06
(광고) 사용 기한: 오늘까지
수신거부: MY > 설정

바로 사용할 수 있는 쿠폰 11장... (수) 오후 7:22
(광고) 지금 쿠폰 다운로드 받기
수신거부: MY > 설정

[알림] 990원 균일가 상품 긴급... (화) 오후 5:57
(광고) 품질되기 전에 서두르세요
수신거부: MY > 설정

후킹하는 카피를 통해 클릭을 유도하는
앱 푸시로 고객과의 관계 형성

무신사 - 회원 등급 제도 관리

매주 등급 점수에 따라 달라지는 등급 혜택을 확인해보세요

LV.1 N LV.2 R LV.3 M LV.4 B

LV.5 S LV.6 G LV.7 P LV.8 D

LV.4 브론즈 100,001~200,000점

2% 추가 할인
기본할인 + 추가할인

2% 추가 적립
기본적립 + 추가적립

4% 할인 쿠폰 3개
정기 쿠폰팩

7% 할인 쿠폰
등급 추가 혜택

바로 사용 가능한 쿠폰 143개 >

다운로드

등급 제도, 포인트, 적립금 제도를 적극적으로 활용하여
충성 고객 확보에 집중

Gundolle.com

2023 1st TRENDS

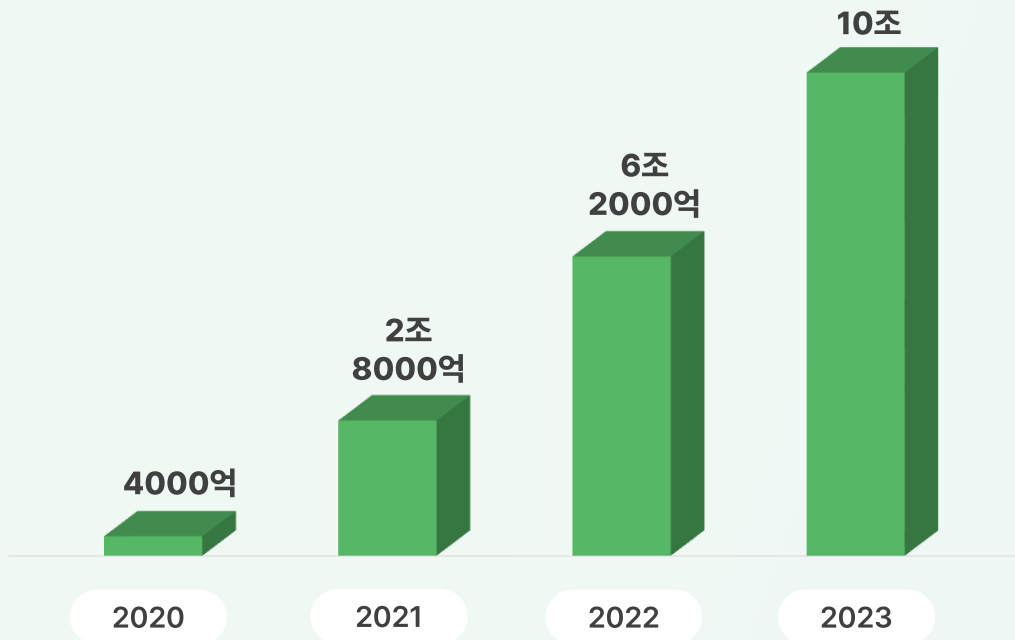
- 라이브 커머스
 - 피지컬
 - AR 마케팅
 - 3D 콘텐츠 마케팅
 - 3D 스캔 APP
 - 3D 네트워크 광고
-

1 라이브 커머스

온라인 커머스는 라이브 커머스를 중심으로 치열한 경쟁이 지속되고 있으며,
2023년에는 라이브 커머스의 규모가 10조원까지 성장할 것으로 예상되고 있습니다.

국내 라이브 커머스 시장 규모 전망

단위 : 원



라이브 커머스 춘추전국시대

대형포털 라방 네이버, 카카오

E커머스 쿠팡, 11번가

SNS 인스타그램, 유튜브, 틱톡

유통업체 SSG, 현대백화점 등

라방 전문 그립

버티컬 무신사, W컨셉, 배달의민족 등

1 라이브 커머스

MZ세대들은 라이브 커머스를 통해 식품, 음료를 가장 많이 구매하고 있으며, 시청 시, 세일/행사 등의 가격적인 측면을 많이 고려하는 것으로 나타났습니다.

라이브 커머스를 통해 많이 구매하는 품목

1



식품, 음료
36.9%

2



생활용품 (주방, 욕실)
20.7%

3



뷰티제품
19.6%

4 의류 19.0%

5 건강기능식품 15.1%

라이브 커머스 방송을 시청하는 주요 계기

1 세일, 행사 상품 등을 구경하려고 29.6%

2 이벤트 참여 및 멤버십 혜택을 받으려고 25.3%

3 앱, 웹 서핑 검색 중에 방문 23.5%

라이브 커머스를 시청할 때 중요하게 보는 요인

1 세일, 할인 행사 등의 가격 측면의 혜택 57.4%

2 이벤트 참여에 따른 추가 혜택 48.7%

3 라이브 커머스만의 특별한 판매 상품 조합, 구성 35.7%

② 피지털(Phygital)

오프라인(Physical)매장을 중심으로 디지털(Digital) 기술을 접목한 피지털이 중요한 트렌드로 자리잡고 있습니다.
온, 오프라인의 장단점을 결합하여 편의성을 극대화한 피지털은 앞으로 더 주목될 것으로 기대됩니다.

스타벅스 픽업 매장



아마존과 협업해 만든 스타벅스의 첫 무인 오프라인 매장
주문은 모바일 앱으로 이뤄지며 제품을 들고 나오면
쇼핑이 완료되는 저스트 워크아웃 경험 도입

더현대서울 언커먼스토어



모바일 앱의 QR코드를 인식해 매장에 입장한 후
상품을 가지고 나가면 사전 등록 된 결제수단으로 자동 결제됨
(천장에 설치된 인공지능 카메라와 무게감지
센서가 상품 이동 및 무게를 추적)

롯데마트 스마트 카트

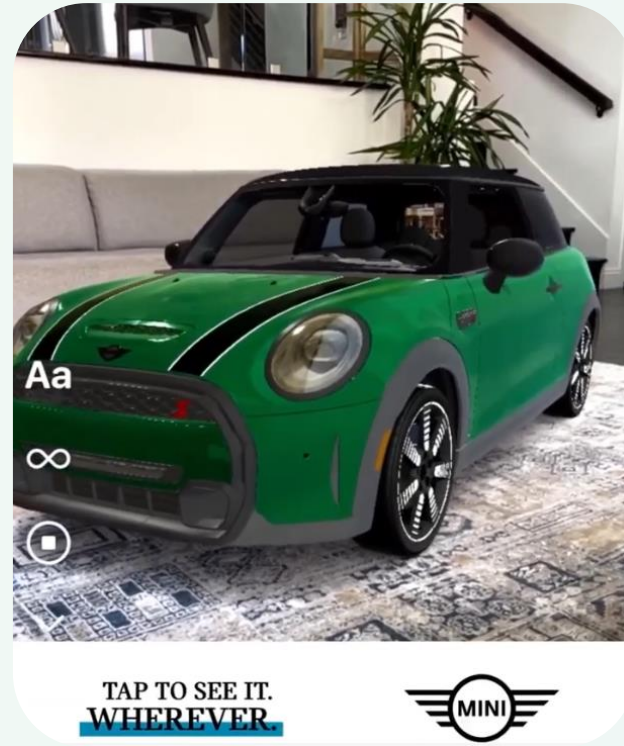


카트 안에 설치된 리더기를 통해 고객이 구매한 상품을
계산대에 통과하지 않아도 바로 결제 가능

3 AR 마케팅

AR 효과를 사용한 광고는 인지도를 높이는 데 지출된 비용이 기존 방식의 캠페인에 비해 59% 낮은 경향을 보였다고 합니다. 브랜드 선호도와 광고 상기도를 높이고 싶다면 AR 광고를 활용해보세요!

Mini 브랜드 AR 광고 성과 사례



2.9배

광고 상기도

11.25배

브랜드 선호도

6배

추천 의향

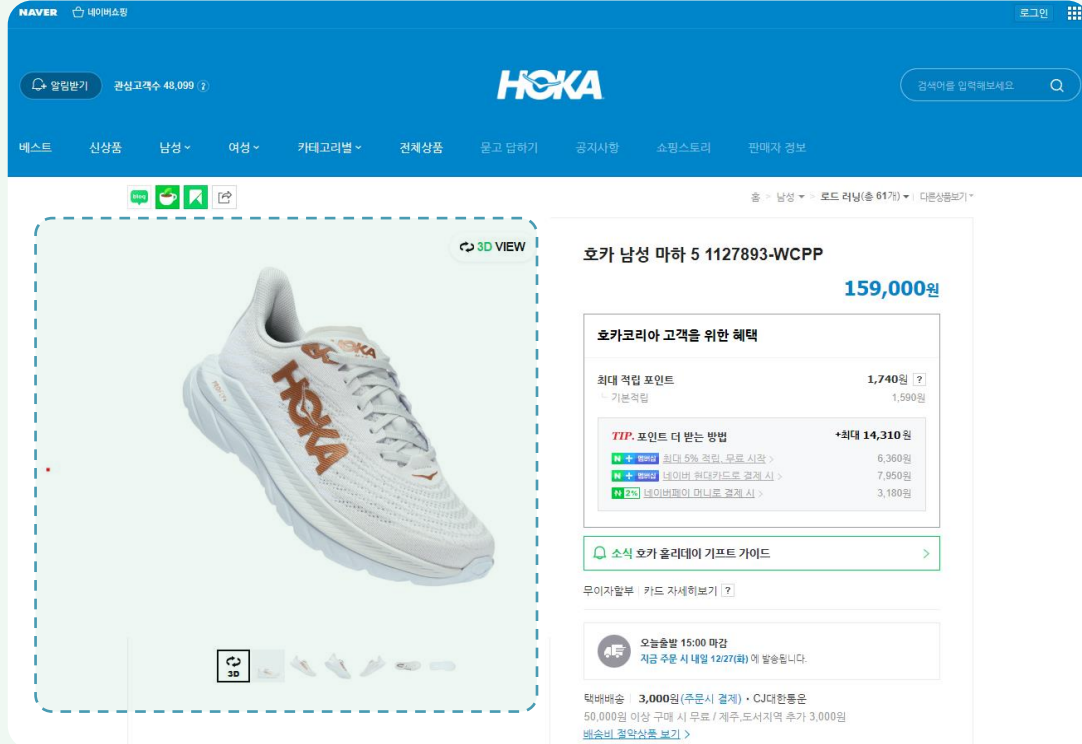
④ 3D 콘텐츠 마케팅

3D 콘텐츠를 활용하면 제품의 장점을 더 사실감 있게 전달하고 흥미를 유도할 수 있습니다.
네이버와 기술 제휴로 네이버쇼핑 스마트스토어 썸네일 영역에 3D 콘텐츠를 적용할 수 있습니다.

3D 콘텐츠 제작 및 관련 문의 사항은
아래 메일로 문의 주세요!
partner@perfect-storm.net



네이버 스마트 스토어 - HOKA



네이버 쇼핑 썸네일 적용 사례 보러 가기 [CLICK!](#)

이벤트 페이지 - SPC



이벤트 페이지 적용 사례 보러 가기 [CLICK!](#)

5 3D 스캐닝 앱 CLAY.Di

3D 콘텐츠를 스마트폰으로 쉽고 빠르게 촬영하여 제작할 수 있습니다.

제작한 3D 콘텐츠를 게시하고, 관심있는 카테고리의 콘텐츠를 모아보거나 원하는 채널을 구독해보세요!

아래 QR코드로 다운로드 받을 수 있어요!



CLAY.Di APP

쉽고 빠른 스캔

가이드에 따라 제품을 촬영하면
3D 콘텐츠로 변환됩니다



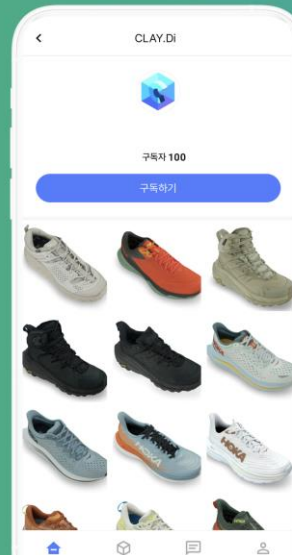
인기있는 3D 콘텐츠

인기있는 3D 콘텐츠와
최신 콘텐츠를 확인해보세요



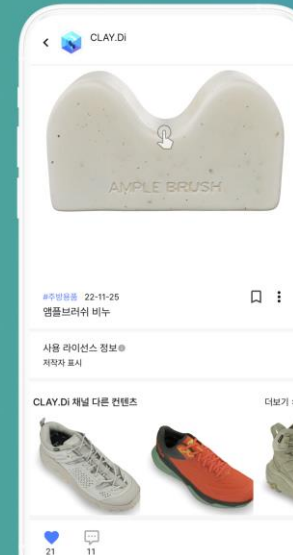
채널 구독하기

원하는 창작자의 채널을 구독해서
최신 콘텐츠를 놓치지 마세요



공유하기

3D 콘텐츠를 게시하고
다른 사람들과 의견을 나눠보세요



아이폰.ver



안드로이드.ver



⑥ 3D 네트워크 광고 with MOBON

국내 최대 매체 점유율을 가진 모비온과 국내 최초로 3D 네트워크 배너 광고를 런칭하였습니다.
일반 이미지 소재보다 메시지를 더욱 효과적으로 전달하여 더 높은 주목도를 기대할 수 있습니다!

아래 뉴스 페이지는 샘플 예시입니다.
광고 관련 문의는 메일로 연락 주세요!
partner@perfect-storm.net



네트워크 광고 영역에 3D 배너 노출



마우스 오버시 제품 확대



- 마우스 오버 시 제품 자동 확대되며 줌인/줌아웃으로 조절 가능
- 드래그로 제품 360도 돌려보기
- 클릭 시 랜딩페이지로 이동

6 3D 광고의 효과

3D 광고는 2D 광고에 비해 광고 메시지 전달 및 구매 의도에 있어 더욱 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났습니다.
3D 네트워크 광고를 통해 더 효과적인 광고를 진행해보세요!

3D 이미지가 소비자 반응에 미치는 영향

광고 메시지 전달

2D < 3D

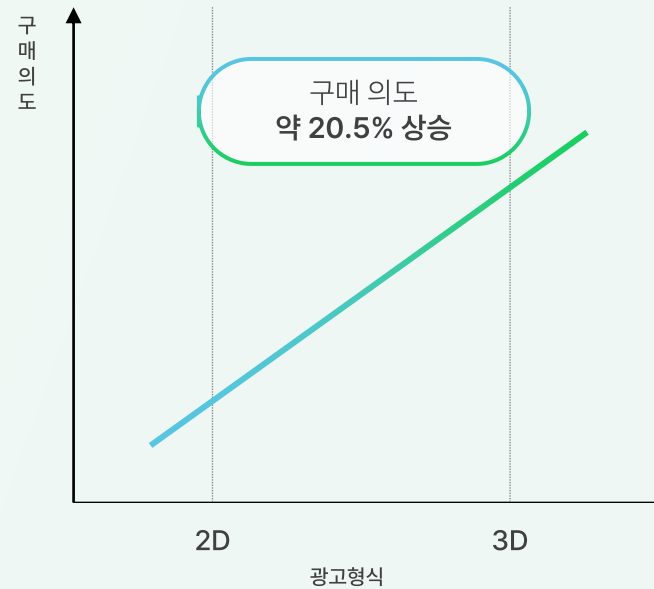
광고 태도 (긍정)

2D < 3D

브랜드 태도 (긍정)

2D < 3D

2D, 3D 광고의 구매의사 상관관계



가상 경험 기반 캠페인 성과_LG UPLUS 사례

광고 상기도
1.6x

구매하기 페이지 이동
2.3x

구매 전환 효율
3.2x

Thanks.

플랫폼 및 광고 관련 문의: partner@perfect-storm.net



[퍼펙트스톰 홈페이지 바로가기](#)

[플랫폼 소개서 다운로드](#)

