



2020 상반기 SNS 트렌드리포트



AGENDA

01

Instagram

2020 상반기 인스타그램 현황
2020 건돌이닷컴 인스타그램 데이터
2020 건돌이닷컴 해시태그 트렌드
2020 건돌이닷컴 인스타그램스토리 데이터
2020 하반기 인스타그램 언택트 포인트

02

Facebook

2020 상반기 페이스북 현황
2020 건돌이닷컴 페이스북 데이터
2020 하반기 페이스북 언택트 포인트

03

Twitter

2020 상반기 트위터 현황
2020 건돌이닷컴 트위터 데이터
2020 하반기 트위터 언택트 포인트

04

YouTube

2020 상반기 유튜브 현황
2020 건돌이닷컴 유튜브 데이터
2020 하반기 유튜브 언택트 포인트

05

SNS AD TREND

업종별 광고 현황
업종별 광고 효율
2020 하반기 SNS 광고 전망

06

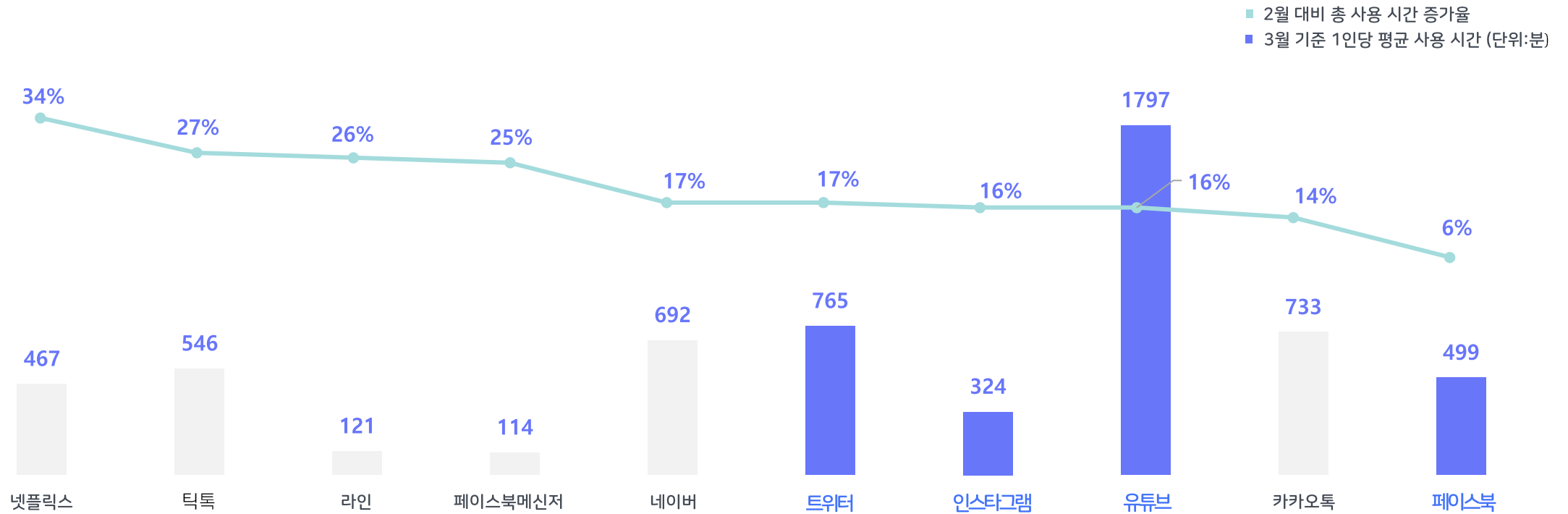
2020 SECOND HALF TREND

AR
챗봇

2020 SNS 이용현황

사회적 거리두기와 재택 근무 확산으로 전반적인 디지털 미디어 사용 시간이 증가했습니다.
특히 4개의 SNS 채널 또한 1인당 평균 사용 시간이 높으며, 전월 대비 사용 시간도 증가하였습니다.

2020년 3월 미디어별 사용 시간 변화



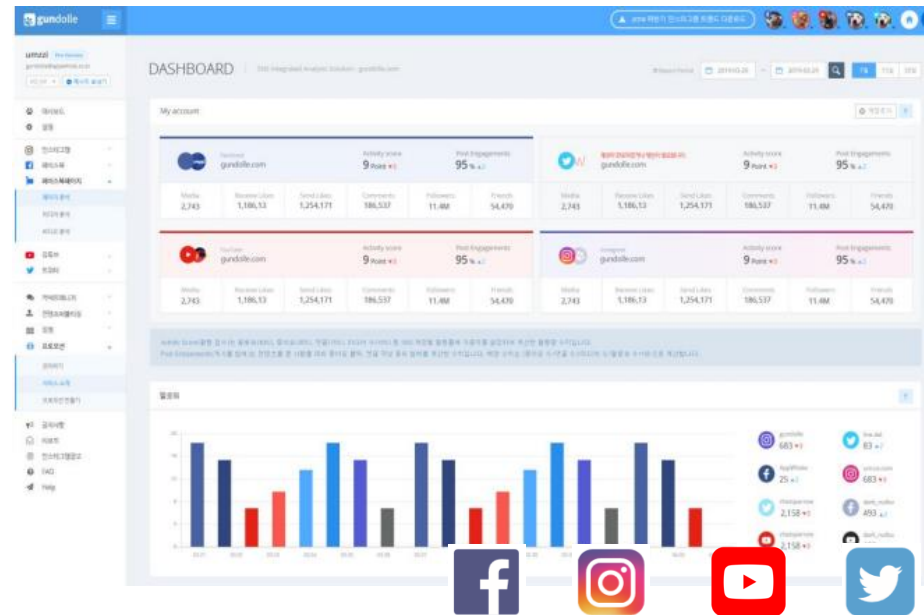
2020 상반기 건돌이닷컴 미디어 수

 건돌이 마크가 있는 자료는 건돌이닷컴의 내부 데이터입니다.

2020년도 상반기 SNS 트렌드 리포트는 건돌이닷컴 유저들의 데이터 중 가장 활발하게 활동한 액티브 유저들의 데이터로만 추출된 표본으로 제작되었습니다.

2020년 1월 - 2020년 6월 건돌이닷컴 SNS 미디어 수

106,024



INSTAGRAM

01

2020 상반기
인스타그램 현황

02

2020 건돌이닷컴
인스타그램 데이터

03

2020 건돌이닷컴
해시태그 트렌드

04

2020 건돌이닷컴
인스타스토리 데이터

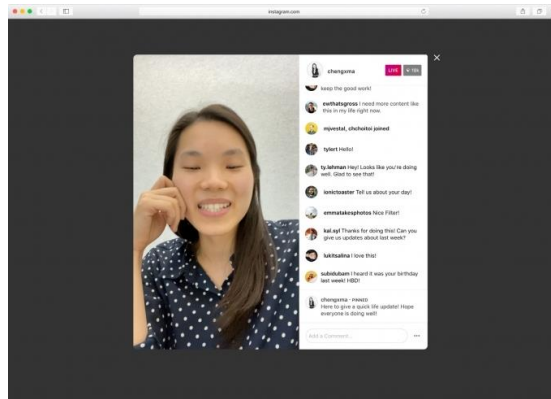
05

2020 하반기
인스타그램 언택트 포인트

2020 상반기 인스타그램 현황

인스타그램은 코로나19의 영향으로 라이브 방송의 수요가 늘어났습니다.
또한 더 많은 크리에이터들을 IGTV로 이끌기 위해 지속적인 업데이트를 하고 있습니다.
대체로 동영상 수요를 잡기 위한 업데이트가 이루어졌습니다.

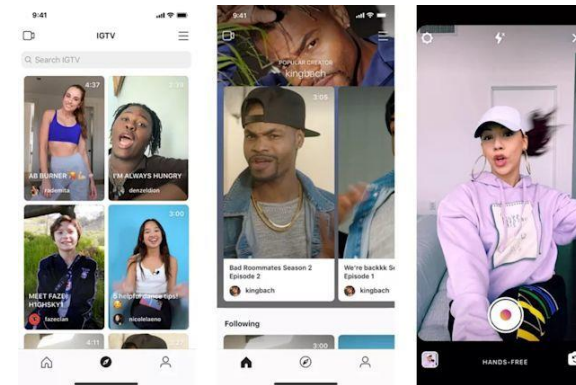
인스타그램 라이브 시청자 수 급증



코로나 19 이후로 미국에서 라이브 시청자 수가 70% 이상으로 증가,
이탈리아에서도 2배 이상 증가하는 등
세계 각지에서 라이브 방송 시청률이 크게 증가 중

인스타그램 라이브를 모바일 뿐만 아니라
웹 PC로도 볼 수 있도록 업데이트 예정

IGTV 기능 개편



IGTV 크리에이터 확보를 위하여
IGTV 검색 기능 도입 및 스토리 업로드 지원

IGTV 영상 전 15초 길이의 광고를 도입하며
크리에이터가 광고 수익의 55%를 가져가는 수익 구조 도입 예정

2020 상반기 인스타그램 현황

또한, 인스타그램 쇼핑을 꾸준히 업데이트하고 있으며,
인스타그램의 사용자 92%가 인스타그램에서 상품을 보고 구매 관련 행동을 하는 것으로 나타나
쇼핑 플랫폼으로서의 인스타그램의 파급력은 나날이 커지고 있습니다.

인스타그램에서 상품을 보고 난 후 사용자들의 행동



상품 정보 검색

85%



브랜드 웹사이트 또는 앱 방문

63%

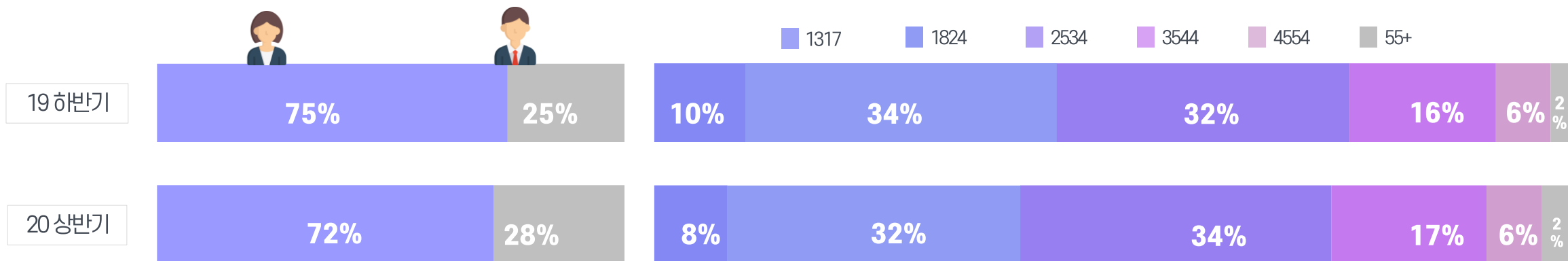


직접 구매 경험

35%

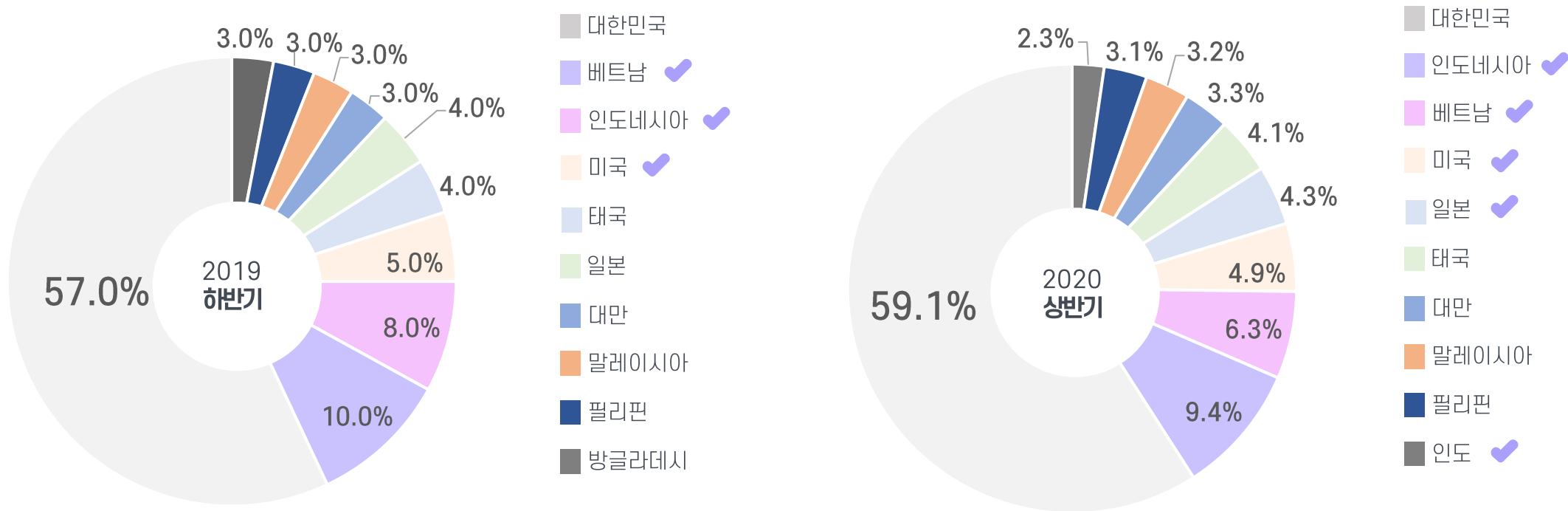
인구통계 데이터

인스타그램은 여성의 비율이 72%로, 19년 하반기 대비 3%p 하락하였으나,
여전히 2030 여성이 압도적으로 높은 비율을 보이고 있습니다.



이용 국가데이터

대한민국을 제외한 연중 사용비율로는 **인도네시아, 베트남, 미국**의 비율이 높았으며
2020년 상반기에는 인도가 10위권 내에 진입하였습니다.



건돌이닷컴에서는 인스타그램 계정의 팔로워에 관한
인구통계학/국가데이터를 한눈에 확인할 수 있습니다. ☺

비즈니스 프로필 데이터

인스타그램 비즈니스 프로필에서 유저들이 가장 많이 취하는 액션은
 '웹사이트' 링크 클릭이 가장 많았습니다.
 고객과 더 활발한 소통을 위해 브랜드의 정보는 최대한 모든 부분을 기입하시는 것이 좋습니다.

2020 상반기 인스타그램 비즈니스프로필 전체 데이터

<u>노출 수</u>	<u>도달 수</u>	<u>조회 수</u>
106,106,658	67,458,660	1,009,112



이메일 보내기

265



전화하기

137



메시지 보내기

11



찾아가는 길

1,989

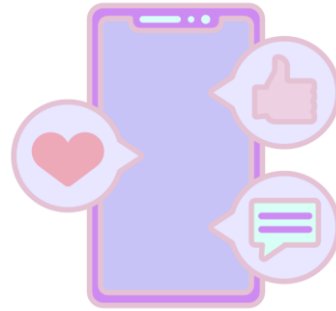


웹사이트 클릭 

92,210

2020 상반기 미디어당 데이터

댓글 보다저장을 하는 횟수가 조금 더 높은 것으로 확인되었습니다.
 평균적으로 1개의 게시물 당 총 392개의 좋아요를 받았으며, 32개의 댓글이 달렸습니다.



2020 상반기 미디어당 참여 데이터

468

평균 참여

392

평균 좋아요

705

평균 조회수

32

평균 댓글

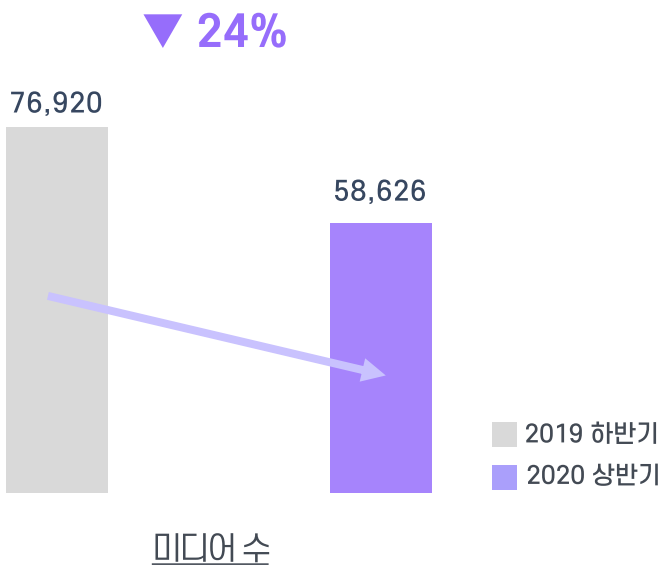
42

평균 저장

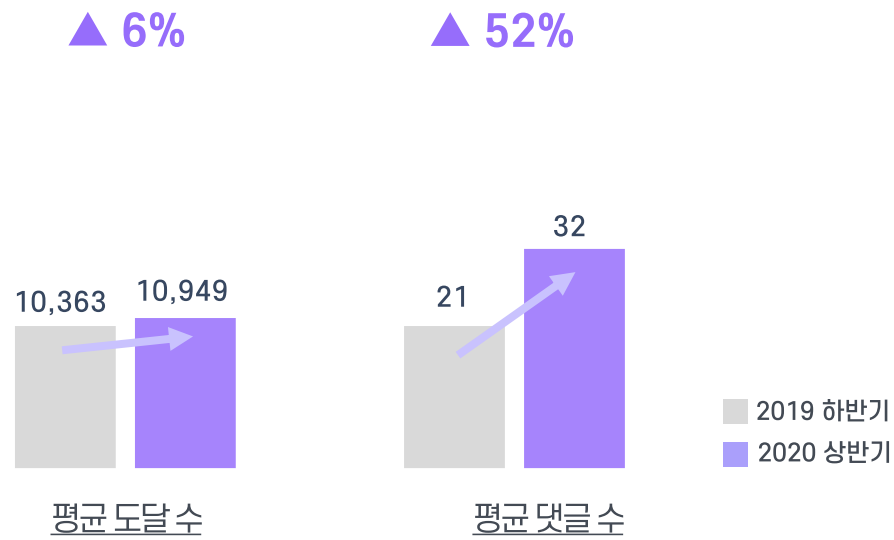
2019 하반기 VS 2020 상반기

상반기 미디어 수는 줄었지만, 미디어당 평균 도달과 댓글 수는 올랐습니다.
 게시물의 퀄리티가 올라감에 따라 **게시물 당 참여도가 높아진 것**을 볼 수 있습니다.

2019 하반기/2020 상반기 미디어 수

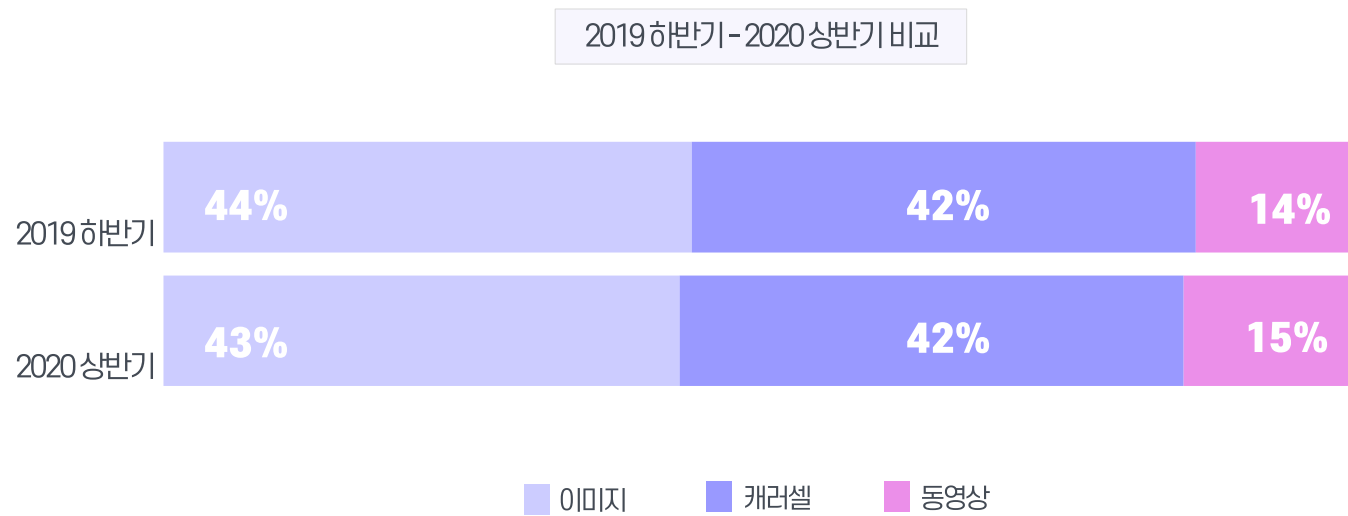


2019 하반기/2020 상반기 미디어 1개당 평균 도달/댓글 비교



미디어 형태별 사용률

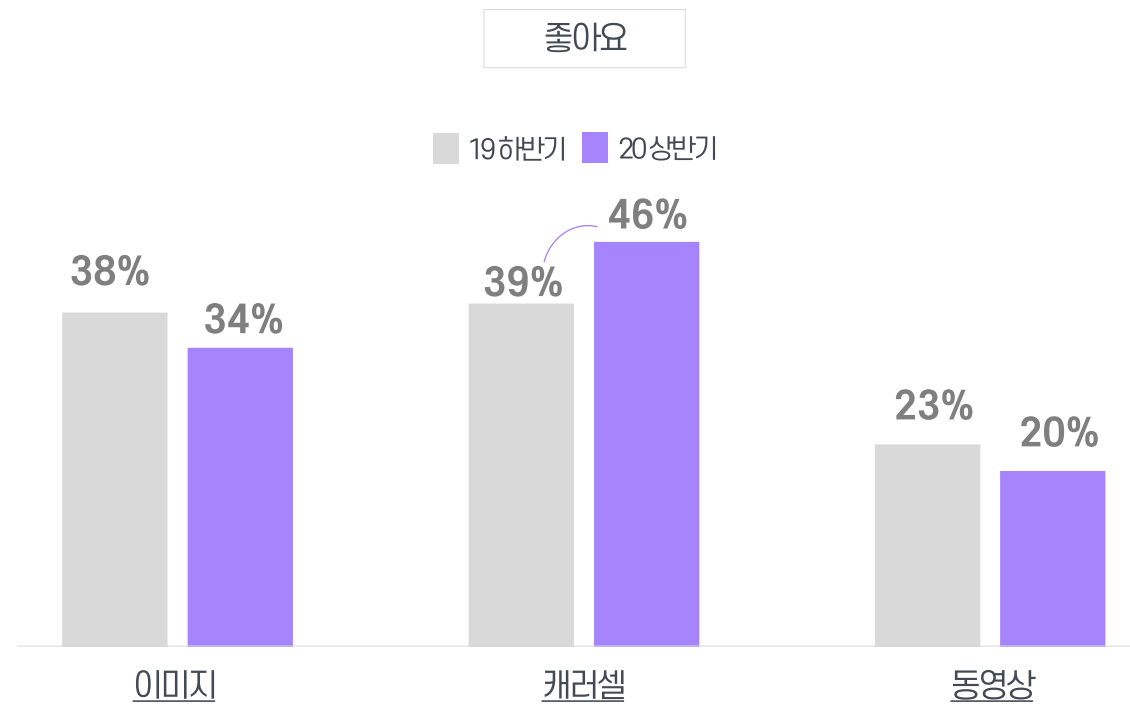
2020년 미디어 사용률은 단일 이미지가 43%로 가장 높았습니다.
형태별 사용률은 19 하반기와 비슷하였으며, 동영상의 사용률이 소폭 증가하였습니다.



미디어 형태 별 유저 반응률

1) 좋아요

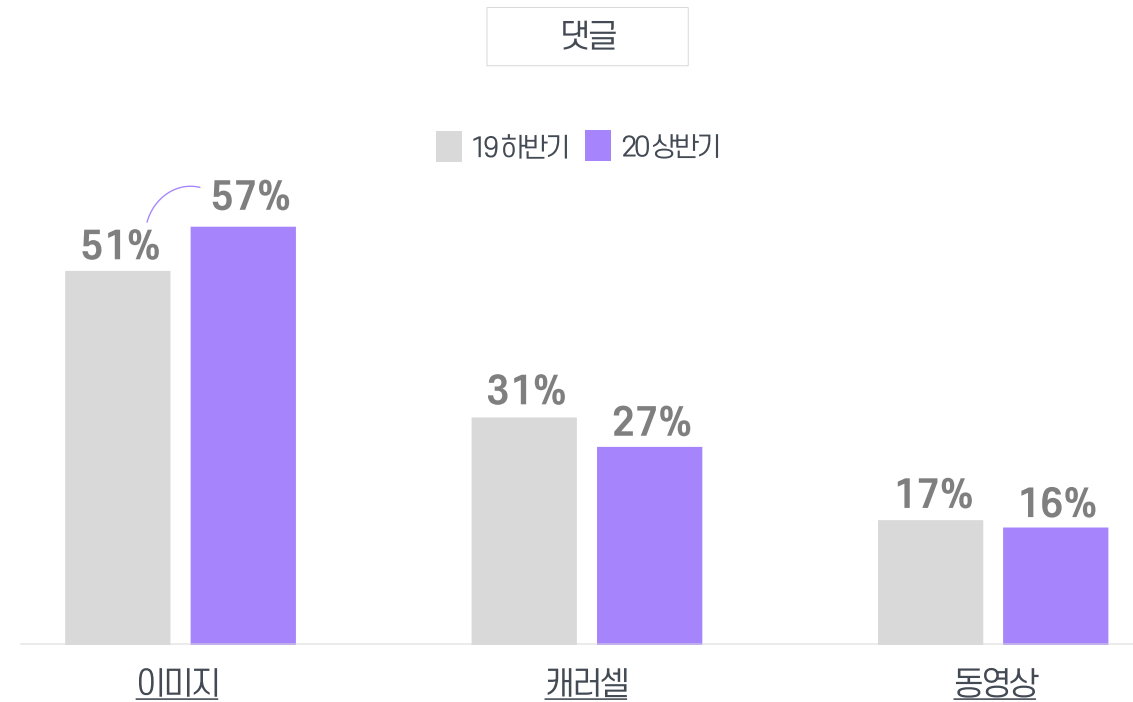
좋아요는 캐러셀에서 가장 높은 사용률을 보이고 있으며,
19 하반기 대비 캐러셀 형태가 약 7%p 상승하며 46%의 사용률을 기록했습니다.



미디어 형태 별 유저 반응률

2) 댓글

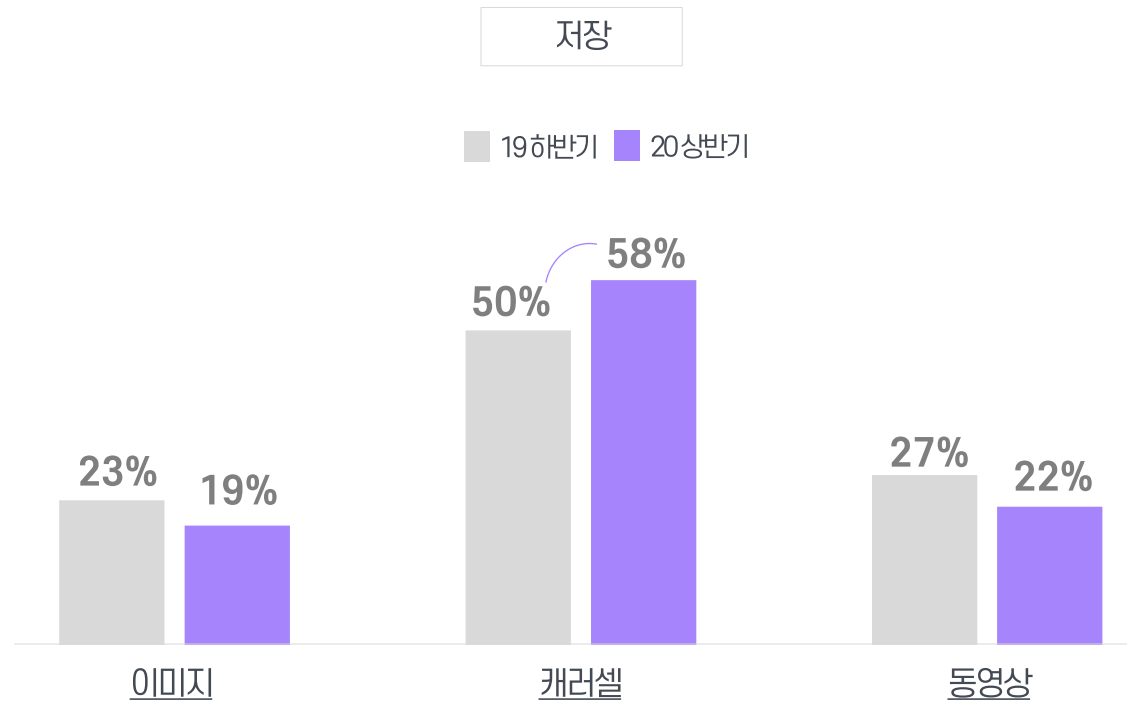
댓글의 사용률은 이미지 형태에서 꾸준히 가장 높은 사용률을 보이고 있으며, 상반기에는 57%로 더욱 높은 비율을 보이고 있습니다.



미디어 형태 별 유저 반응률

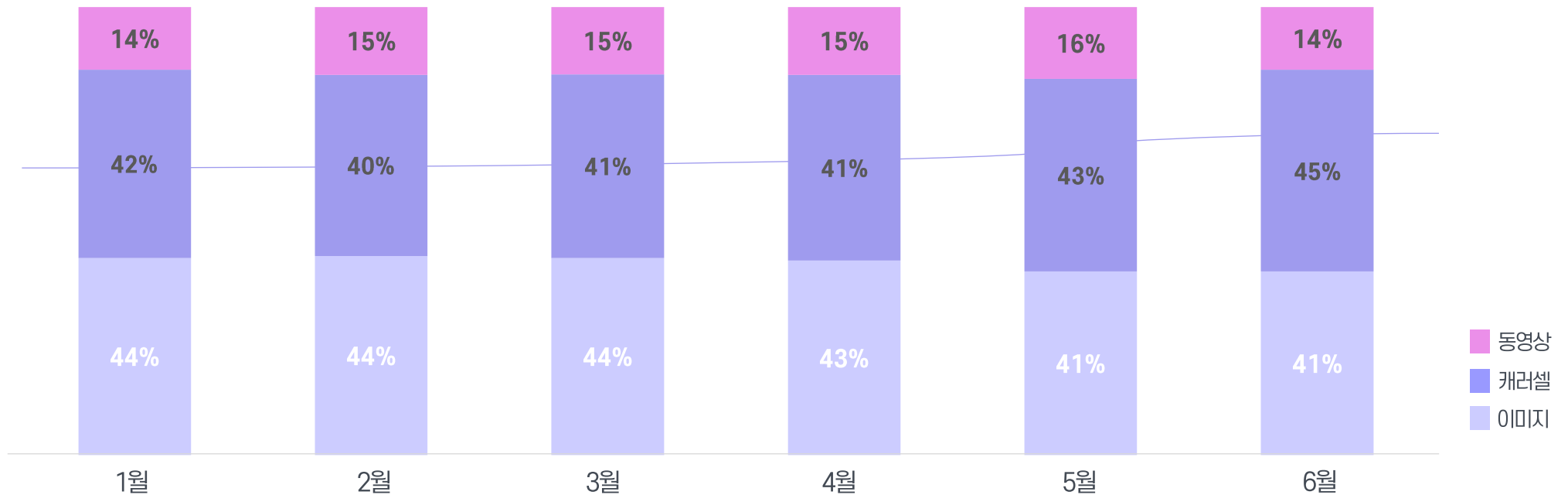
3) 저장

캐러셀 형태는 여러 이미지와 동영상을 포함하고 있어
유저로부터 압도적으로 높은 저장률을 보이고 있습니다.
상반기에는 58%를 기록하며 19 하반기 대비 큰 폭으로 상승하였습니다.



2020 월 별 미디어 사용률

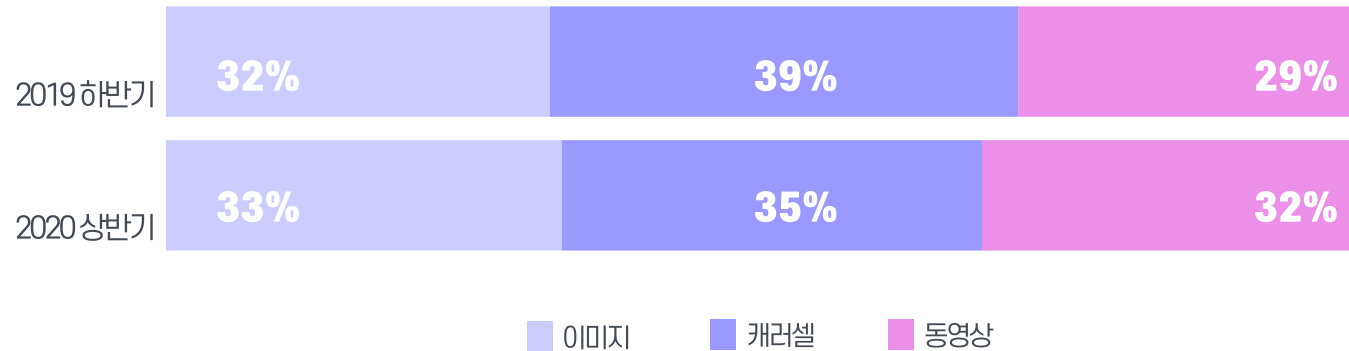
월 별 미디어 사용률을 살펴보면 이미지의 사용률이 캐러셀로 이동하여
캐러셀의 사용률이 점진적으로 증가하고 있습니다.



미디어 별 해시태그 사용률

전체적으로 캐러셀에서 해시태그 사용률이 가장 높으나,
상반기에는 동영상 사용 빈도가 매우 높아졌습니다.

2019 하반기 - 2020 상반기 비교



2020 상반기 건돌이닷컴 #해시태그 TOP 20

코로나19, 사회적거리두기 등 코로나 관련 해시태그가 상위권을 차지하였으며,
뷰티 관련 해시태그가 19년도 하반기 대비 사용률이 높았습니다.

19하반기 대비상승 ▲
19하반기 대비하락 ▼
20상반기 신규진입 NEW
변동없음 =

1위	일상	=	11위	뷰티	▲ 6
2위	코로나19	NEW	12위	공스타그램	NEW
3위	데일리	▲ 2	13위	Kbeauty	▲ 7
4위	daily	▲ 4	14위	사회적거리두기	NEW
5위	ootd	▼ 1	15위	팔로우	▼ 3
6위	먹스타그램	▲ 5	16위	종반	NEW
7위	소통	▼ 5	17위	뷰티스타그램	▲ 2
8위	맛스타그램	▲ 7	18위	여행	▼ 4
9위	좋아요	▼ 3	19위	웃긴영상	NEW
10위	코로나	NEW	20위	유머	NEW

2020년 상반기 월별 코로나 이슈 관련 해시태그

코로나 확산 시작 마스크 대란



사재기에 폭리까지... 유통업계 뒤흔친 '마스크 대란'
조선비즈 | 김은영 기자

#코로나

#코로나19

#코로나바이러스

#마스크

코로나 확산 前

#코로나 관련 해시태그 X

사회적거리두기 시작



#사회적거리두기

#힘내라_대한민국

#힘내라_대구

개학 연기 온라인 수업 실시



#홈스쿨링

사회적거리두기 완화 황금연휴

제주신라 2030 투숙객 코로나前 보다 45% 증가

해외여행 감중, 제주로... 이른 여름 프로그램 개발
기사입력 2020-06-04 10:28

[해럴드경제=한영훈 기자] 제주신라호텔은 올해 5월 투숙 유형을 분석한 결과 20~30대 투숙객의 비중이 1월에 비해 45% 증가한 것으로 나타났다고 4일 밝혔다.
국내여행보다 해외여행을 선호하던 젊은 세대가 코로나19 여파로 제주도로 발길을 돌리는 것으로 보인다고 호텔측은 분석했다.

#제주여행

#서울타워

#제주한플

#제주맛집

Jan

Feb

Mar

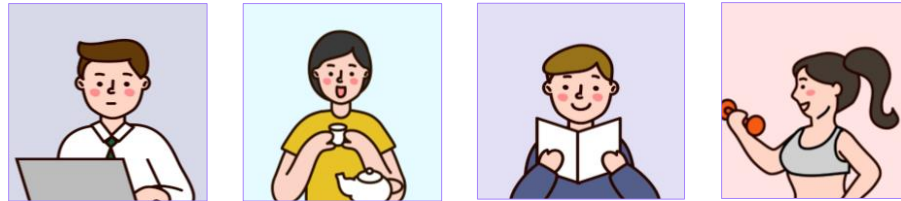
Apr

May

Jun

2020년 상반기 해시태그 트렌드

코로나 19로 인해 2019년과 달리 언택트 서비스 관련 해시태그와 집에서 즐길 수 있는 취미와 관련된 해시태그가 눈에 띄었습니다.



OTT 서비스

#정주행
#넷플릭스

AR 체험

#sparkAR
#arfilter

홈카페, 집 꾸미기

#집콕
#집스타그램
#집꾸미기
#홈카페
#인테리어

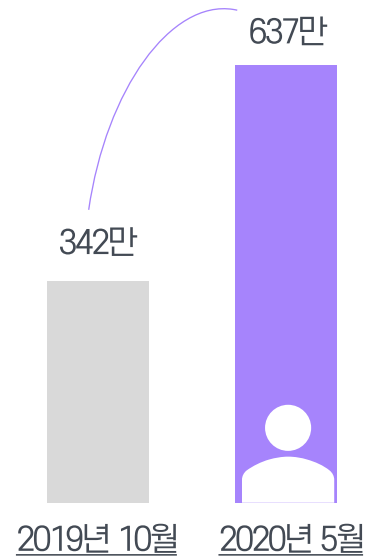
학습, 독서

#공스타그램
#인스타툰
#책스타그램
#책추천
#공감 글귀

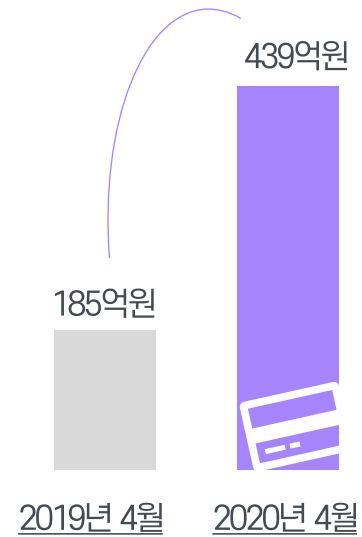
2020년 상반기 언택트 관련 해시태그: OTT 서비스

코로나 19의 영향으로 홈엔터테인먼트가 각광을 받으면서 OTT 대표 서비스인 넷플릭스 인기가 높아졌습니다.
그에 따라 **#넷플릭스**와 **#정주행** 해시태그 또한 가장 많이 쓰인 해시태그의 순위권에 있었습니다.

넷플릭스 MAU, 7개월 만에 **25배 증가**



넷플릭스 국내 OTT 결제액 **137% 폭증**

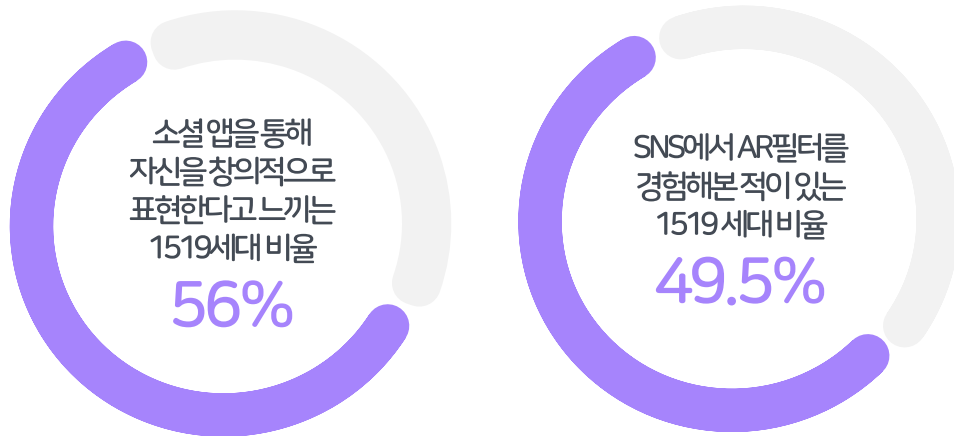


출처:블로터, 디지털타임스

2020년 상반기 언택트 관련 해시태그: AR 필터

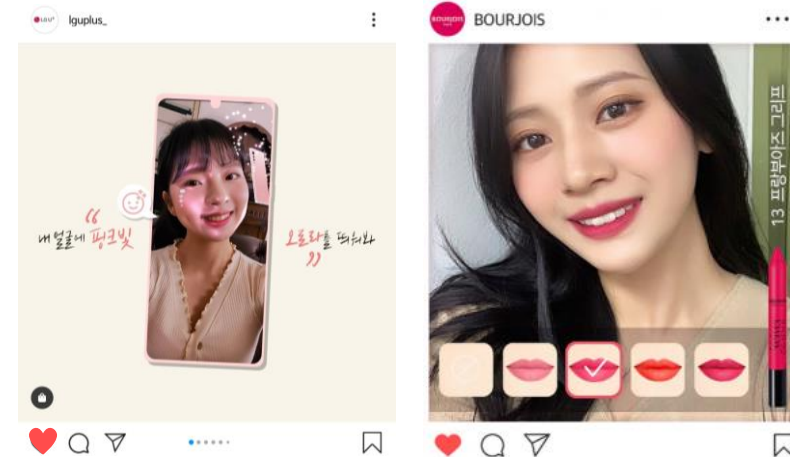
Z세대는 AR 필터 경험에 긍정적입니다.
특히 **#AR필터**와 **#arfilter** 해시태그가 상반기에 눈에 띄게 증가하였습니다.
카메라 효과 AR 필터 뿐만 아니라 브랜드를 경험할 수 있는 AR 필터도 많이 생성되면서
언택트 마케팅 전략 중 하나로 AR 필터가 더 자주 사용될 것으로 예상 됩니다.

Z세대, SNS에서의 AR 필터 경험에 긍정적



Z세대는 AR 필터 사용해본 경험이 많으며,
AR 필터가 일종의 자신을 드러내는 개성 표현으로 인식

제품을 간접 경험할 수 있는 AR 필터 제작



SNS에서 쉽고 빠르게 브랜드 제품을
경험할 수 있는 AR 필터 제작 및 배포

출처: 패션비즈, 매일경제, 싱글리스트

2020년 상반기 취미 관련 해시태그: 홈카페, 집꾸미기

집에서 혼자서도 즐길 수 있는 취미 생활 해시태그가 많이 증가했습니다.
특히 **#홈카페**와 **#집꾸미기** 해시태그가 급증했으며 사회적 거리두기로 인해 신조어 **#집콕**도 눈에 띄었습니다.
(이외: **#집스타그램**, **#인테리어**)

달고나커피, 수플레 오믈레 등
집에서 즐길 수 있는 **아색레시피** 유행

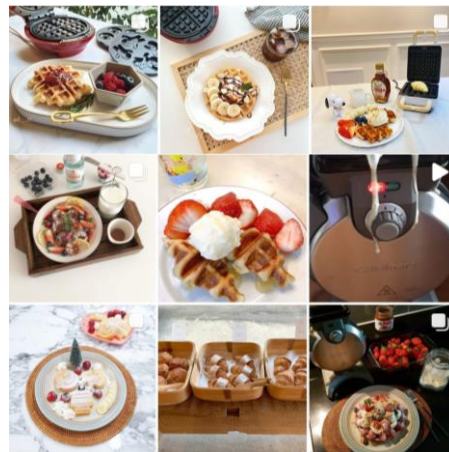


인스타그램 #달고나커피 검색시

G마켓에 따르면 달고나커피 유행으로 인해
2월~3월 간 진동거품기 판매량이 70% 이상 증가

집에서 시간을 보낼 수 있는
킬링타임용 챌린지가 유행하며
아색레시피가 인기를 얻음

집에서도 혼자 카페를 즐길 수 있는
홈카페 관련 제품 판매율 급증



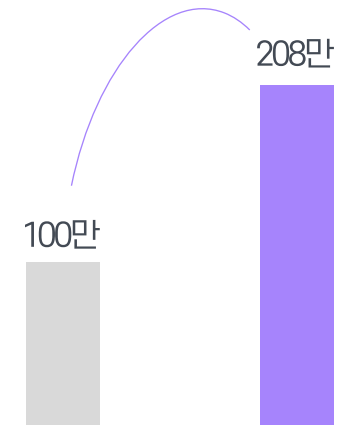
인스타그램 #와플기계 검색시

위메프에 따르면 3월 1일~4월 11일 6주간
전년 동기 대비 홈카페 관련 가전제품 판매 증가

커피머신 248%, 와플메이커 237%,
샌드위치메이커 229% 증가

인테리어 카테고리 앱
1년 사이 앱 사용자 **2배** 성장

안드로이드 OS+MAU 기준



인테리어에 관한 관심이 많아지면서
'오늘의집', '한샘몰', '이케아' 등 인테리어 관련 앱이
1년 사이에 약 2배 이상 성장

집에서의 생활을 즐기는 **집콕족**들에게
나만의 집꾸미기 취미가 성행

출처: 이데일리, 파이낸셜뉴스

2020년 상반기 취미 관련 해시태그: 학습, 독서

온라인 개학 기간 동안에 학습 향상을 위하여 **#공스타그램** 해시태그가 상위권 진입했습니다.
디지털 드로잉 중 인기있는 **#인스타툰** 또한 꾸준히 상위권에 있으며,
코로나19 이슈로 침체된 사회 속에서 **#공감글귀**, **#책스타그램**, **#책추천** 등으로
위로와 공감을 공유하는 분위기가 작용했던 것으로 보입니다.

청소년의 73% 온라인 개학 동안
#공스타그램 과 **스터디 앱** 더욱 자주 사용



온라인 개학 동안 청소년들이 **스터디 앱**과
공스타그램을 더 많이 사용한 이유로
자기주도적 재택학습, 등교 대비 학습력 향상 등으로 꼽음

자가 격리 동안 스마트폰에 익숙한 청소년들이
계획적인 공부나 학습 동기 향상을 위해
#공스타그램을 자주 사용한 것으로 보임

위라벨과 집콕 문화로 **하비슈머** 등장
그중 '디지털 드로잉' 인기



인스타그램 #인스타툰 검색시

주 52시간 근무와 사회적 거리두기가 겹치면서
퇴근 후 취미 활동을 즐기는 **하비슈머(hobby+consumer)** 증가

그중 디지털 드로잉이 인기를 끌면서
#인스타툰 해시태그 또한 인기 많아짐

위로와 공감에 대한 사회적 분위기 지속



지난 인스타그램의 트렌드가 '공감'과 '감성'이었던 것처럼
위로와 공감을 나누는 분위기 지속됨

#공감글귀 **#책스타그램** **#책추천** 등
인스타그램을 통한 꾸준한 취미 및 감정 공유

출처: 에듀동아, 데이터넷, 조선비즈

2020 상반기 인기 해시태그

1) 일상

인스타그램 게시물에서 가장 많은 부분을 차지하는 일상 관련 해시태그에서는
#일상 #데일리 #소통 #좋아요 #팔로우 등의 해시태그 사용률이 높았습니다.



2) 패션

데일리룩을 공유하는 #데일리룩 #ootd는 상위권을 유지하고 있으며,
2030에게 인기 있는 패션브랜드 편집샵인 #musinsa 해시태그가 상위권에 있었습니다.



2020 상반기 인기 해시태그

3) 취미/자기계발

#공스타그램 #책스타그램 해시태그가 상위권을 차지하였습니다.
집에 있는 시간이 증가하면서 #책스타그램 사용 수가 19년 하반기 대비 증가했습니다.
또한, #홈트레이닝 #홈레코딩 라는 새로운 해시태그가 상위권에 진입했습니다.



2020 상반기 인기 해시태그

4)뷰티

#koreancosmetics #koreanskincare 등
#kbeauty 관련 해시태그가 더 다양해진 형태로 많이 쓰였습니다.



2020 상반기 인기 해시태그

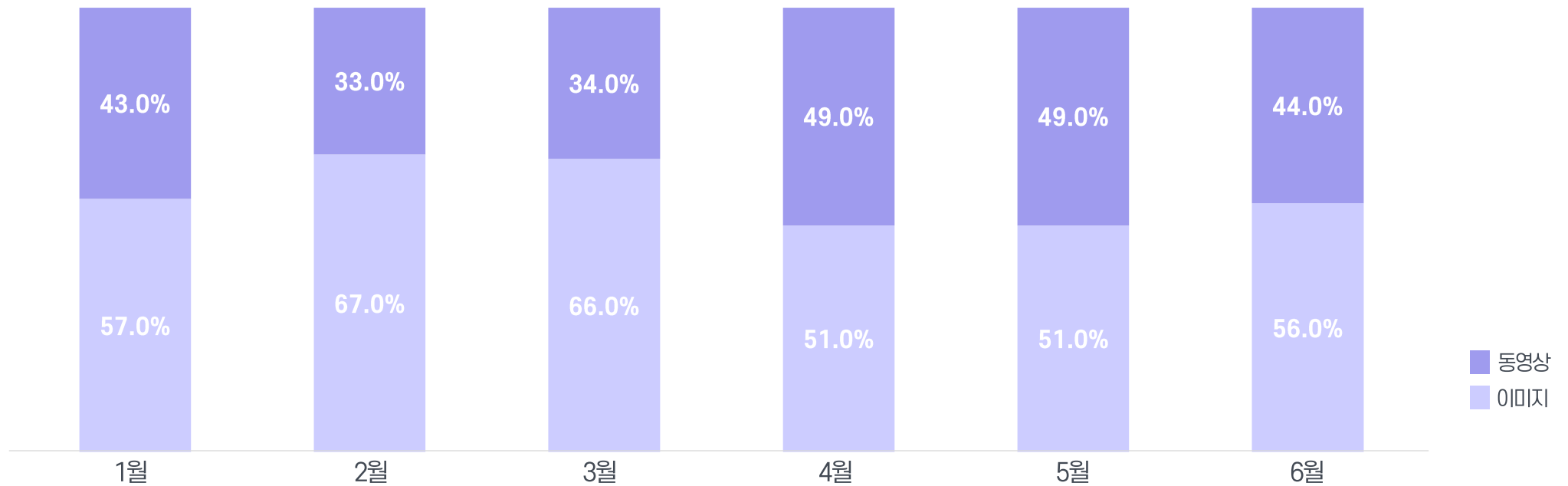
5)푸드

2020 상반기에는 사회적 거리두기로 인해 집에 머무는 시간이 늘어나며,
#홈카페 #홈베이킹 #홈쿡 등의 해시태그가 큰 폭으로 증가하였습니다.
요리 관련 앱인 #만개의레시피 해시태그가 상승한 것도 특징적입니다.



2020 인스타그램 스토리 현황

이미지 사용률이 평균 58%로 동영상보다 사용률이 더 높았으며,
이미지와 동영상의 응답률은 둘 다 평균 0.03%로 동일하였습니다.



2020 상반기 인스타그램 스토리 데이터

도달률 높은 시간/평균 응답률 및 이탈률

도달률이 높은 시간에 스토리를 업로드하고, 평균 응답률/이탈률을 비교분석 하는 것이 중요합니다.
건돌이닷컴에서 확인한 인스타그램 **평균 응답률은 0.03%, 이탈률은 15%**였습니다.

인스타그램 스토리 평균 응답/이탈률

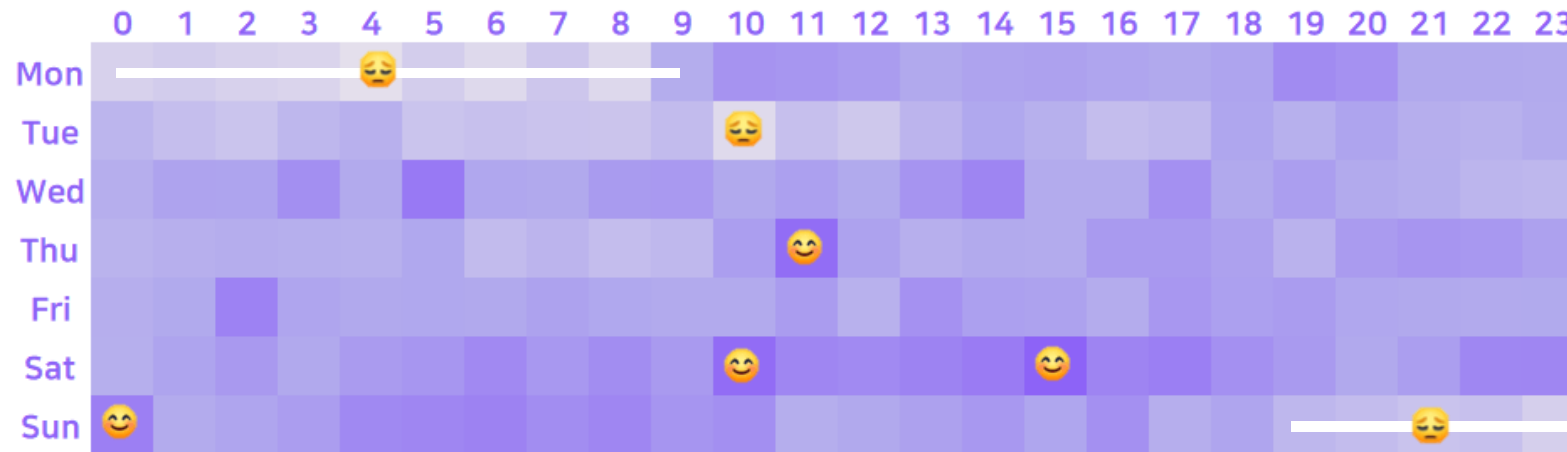
응답률
0.03%

이탈률
15%

도달률 높은 시간대/ 낮은 시간대

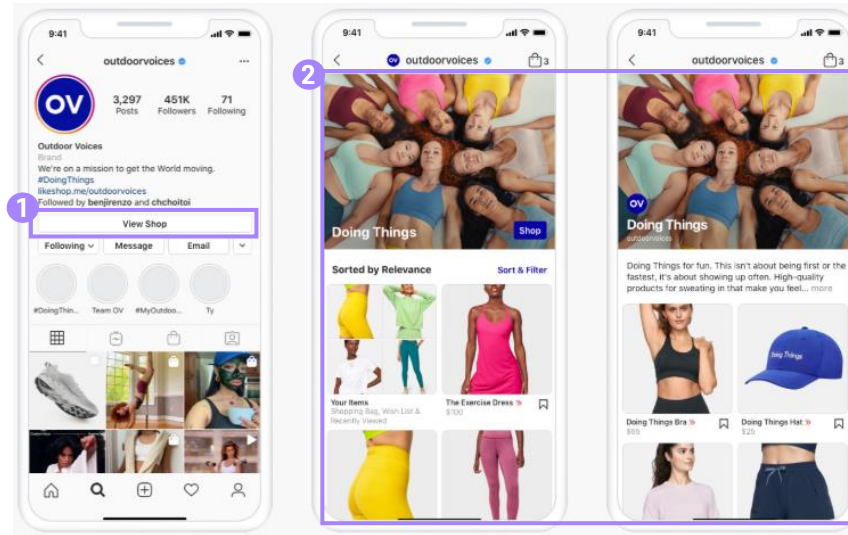
 **불금이자 토요일 오전과 오후가 좋아요!**

 **일요일 저녁과 월요일 새벽은 피하세요!**



2020 하반기 인스타그램 언택트 포인트: Shops 업데이트

1 인스타그램 피드 프로필에 'Shop 보기' 버튼 추가



2 브랜드 색상과 이미지에 맞는 인터페이스 디자인 가능

판매자에게 좋은 점

- 1 무료로 페이스북/인스타그램에 Shops 개설 가능
- 2 인스타그램 플랫폼에서도 컬렉션 기능 활용 가능
- 3 Shops에 관한 다양한 인사이트 확인

소비자에게 좋은 점

- 1 인스타그램에서도 원하는 브랜드 상품 확인 가능
- 2 인스타그램에서 브랜드 공식 사이트 이동이 용이
- 3 저장 버튼으로 추후 상품 정보 확인 가능

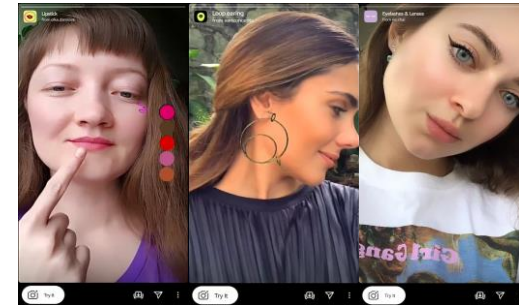
2020 하반기 인스타그램 언택트 포인트: Spark AR 활성화

다양해지는 Spark AR 활용도

카메라 필터 위주



제품 경험 AR



Spark AR 필터가 활성화 되면서 기존에 카메라 필터 위주에서
제품을 경험할 수 있는 AR 필터까지 여러 AR 콘텐츠를 보유하고 있습니다.

화장품, 액세서리, 렌즈 등 착용해 보는 **제품 경험 뿐만 아니라**
공간 AR, 제품 설명 AR 등 다양한 브랜드 경험 AR 콘텐츠를
Spark AR에서 활성화 시킬 수 있을 것으로 보입니다.

인스타그램 요약

- 1 인스타그램은 **코로나19의 영향으로 동영상 소비가 증가함에 따라, 인스타 LIVE와 IGTV 개선이 활발히 이루어졌습니다.**
- 2 인스타그램 비즈니스 프로필에선 웹사이트 링크 클릭이 가장 많은 반응을 얻었지만, 고객과 더 긴밀히 소통 할 수 있도록 **메시지 보내기 버튼을 활성화** 시키는 것이 중요합니다.
- 3 19년 하반기 대비 20년 상반기에는 **캐러셀의 사용률이 7%p 증가하며 46%의 사용률을 기록했습니다.**
- 4 **코로나19, 사회적거리두기, 집콕** 등 기존에 보이지 않았던 해시태그가 많이 사용되었으며 앞으로도 더 증가할 것으로 예상됩니다.
- 5 2020년 인스타그램은 **Shops 업데이트**를 강화하여 쇼핑 영역을 확장할 것으로 보입니다.
Spark AR을 이용한 AR 필터 사용이 활발해졌으며 20년 하반기에도 더욱 성장할 것으로 보입니다.

! TIP

AR 광고를 진행하고 싶으시다면, [ARI 프로덕션](#) ☀️ 에문의 주세요. 뒷장에선 실제 [AR Effect](#) 를 활용한 국내 사례도 확인할 수 있습니다.

facebook

01

2020 상반기
페이스북 현황

02

2020 건돌이닷컴
페이스북 데이터

03

2020 하반기
페이스북 언택트 포인트

2020 상반기 페이스북 현황

페이스북의 2020년 1분기 광고 수익은 약 174억 달러로, 전년 동기 대비 17% 성장하였습니다.
연령별 자주 쓰는 SNS 조사 결과 밀레니얼, Z세대 모두 페이스북의 사용 비중이 높았습니다.

26%

광고를 클릭한 사용자의
26%가 구매 행동을 보임

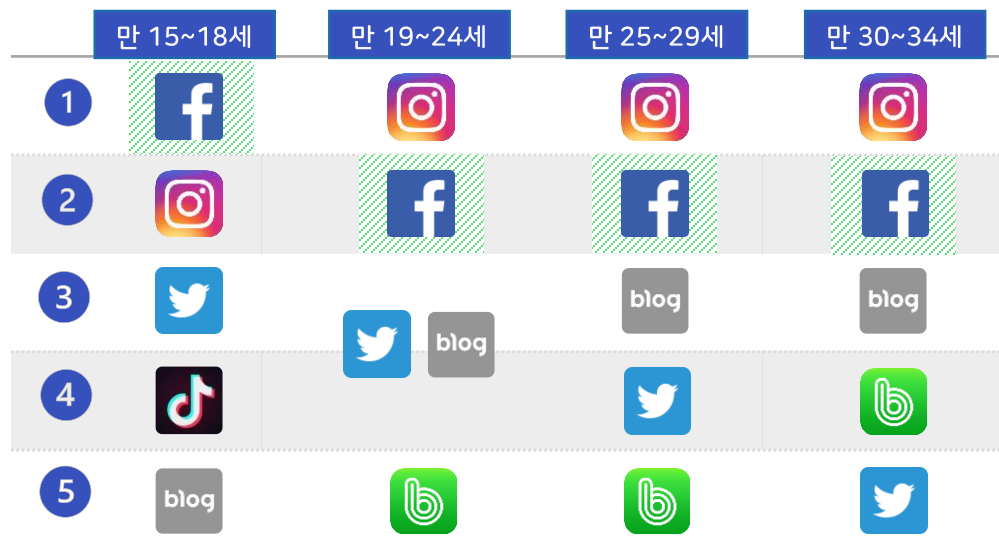
11개

FB 사용자는 한달에 11개의
광고를 클릭할 가능성이 있음

174억달러

2020년 1분기
페이스북 광고 수익

연령별 자주 쓰는 SNS 앱 TOP5

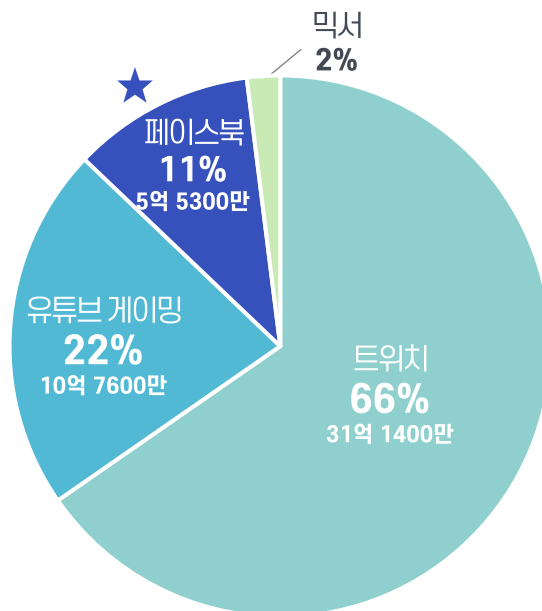


*블로그: 네이버, 다음, 티스토리 포함

2020 상반기 페이스북 현황

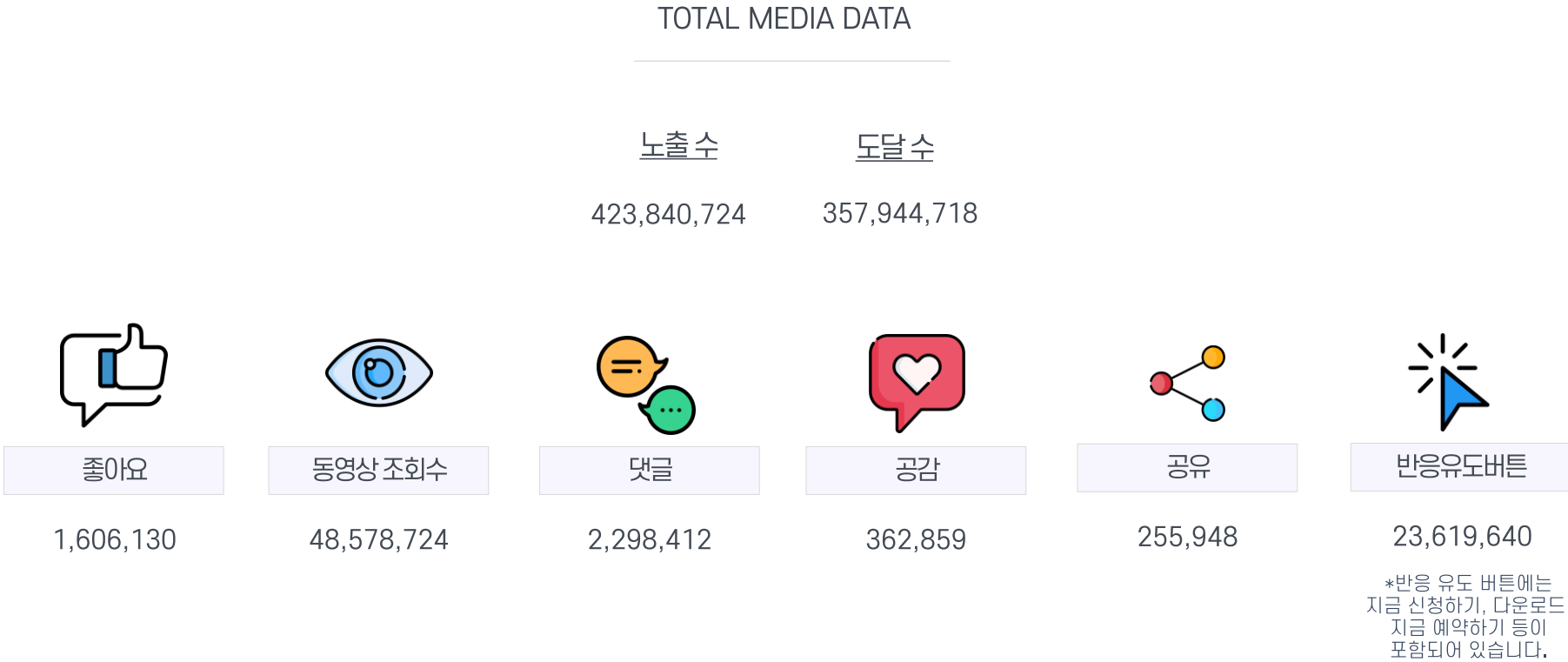
집에서 보내는 시간이 길어지며 페이스북은 '게임'분야에서 큰 성장을 보였습니다.
라이브 스트리밍 업체 스트림랩에 따르면, **게임 스트리밍 플랫폼의 MAU는 전년 동기 대비 30% 늘었습니다.**
그에 따라 **페이스북 게임 콘텐츠 시청 시간도 5억 5300만 시간을 기록했습니다.**
게임 콘텐츠가 페이스북에서 새로운 킬러 콘텐츠로 작용할 것으로 보입니다.

2020년 1분기 게임방송 플랫폼 시청 시간



2020 페이스북 데이터

페이스북에서 참여는 반응유도버튼 > 댓글 > 좋아요 > 공감 > 공유 순으로 발생했습니다.



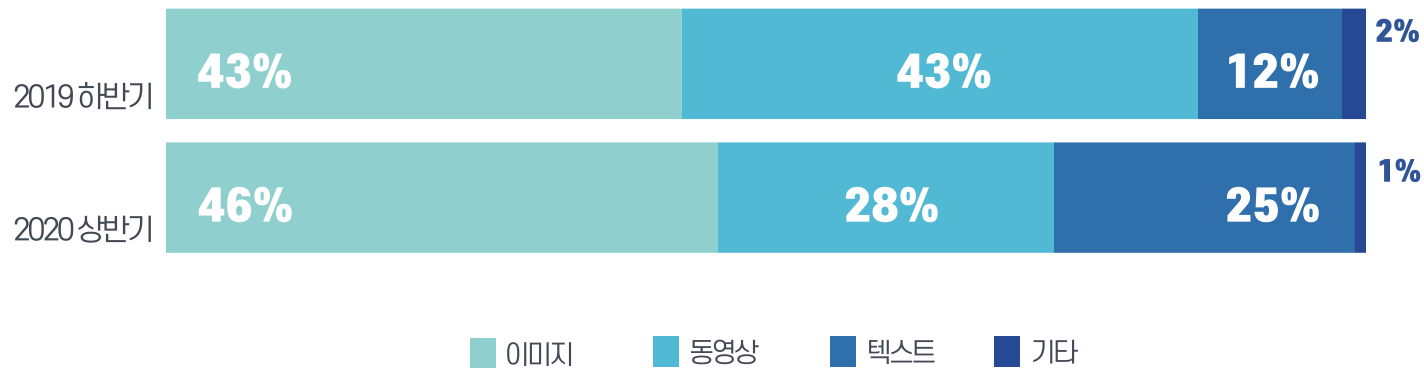


미디어 형태별 사용률

이미지가 46%로 가장 높았으며, 상반기에도 소폭 상승하였습니다.
특히, 하반기 대비 텍스트의 사용률이 크게 증가하였습니다.

*링크: 링크 URL을 포함한 미디어입니다 *노트: 페이스북에서 제공하는 노트 방식을 사용한 미디어입니다

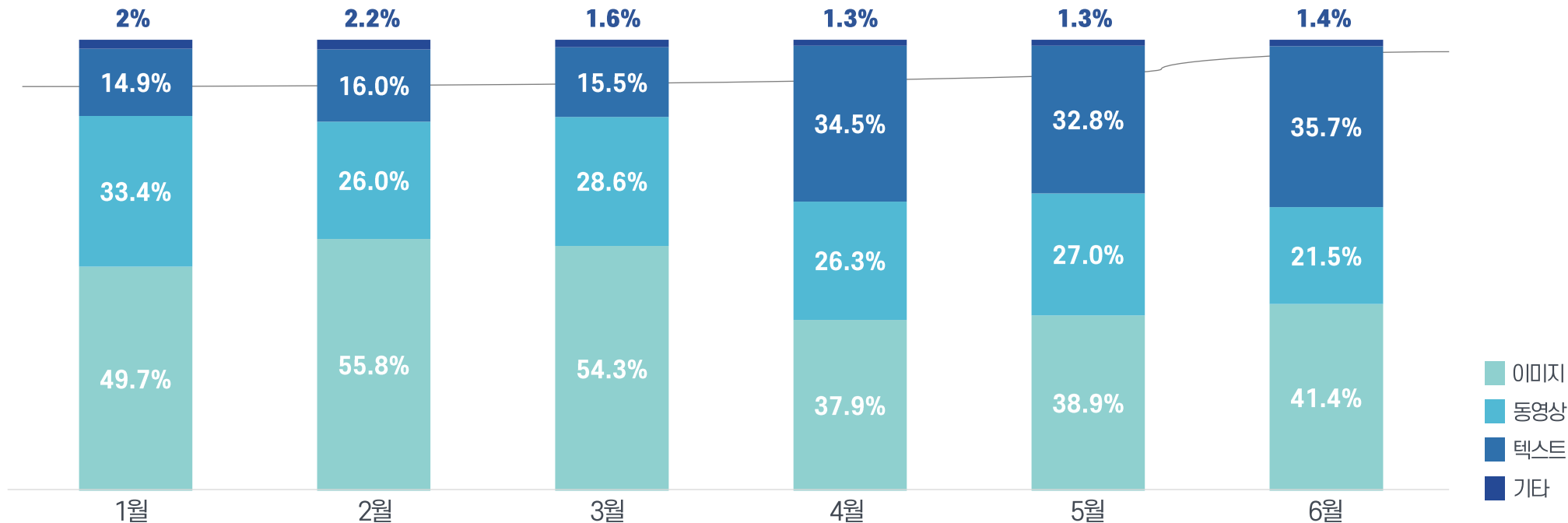
2019 하반기 - 2020 상반기 비교





월별 미디어 수 및 추이

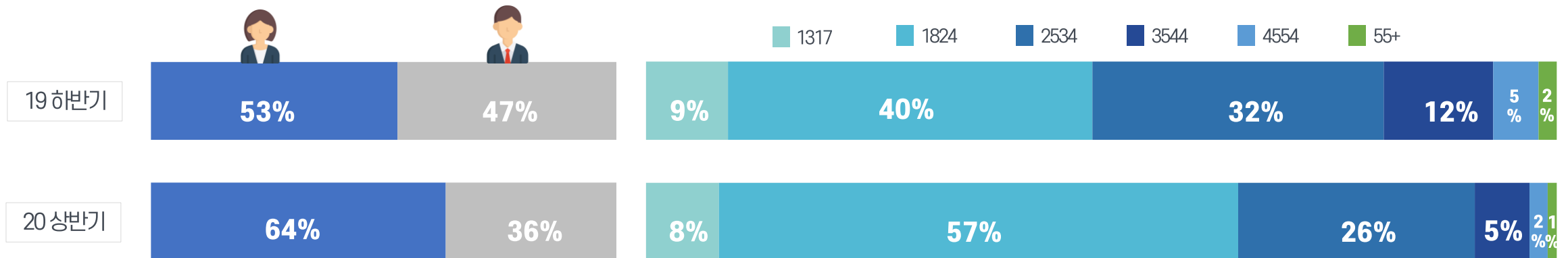
월별로 살펴 본 미디어데이터는
이미지와 동영상의 사용률이 줄어든 만큼 4월부터 텍스트 사용률은 급격히 늘어났습니다.
코로나 이슈로 인해 재난 정보성 미디어가 늘어남에 따라 텍스트의 사용률이 증가한 것으로 보여집니다.





인구통계 데이터

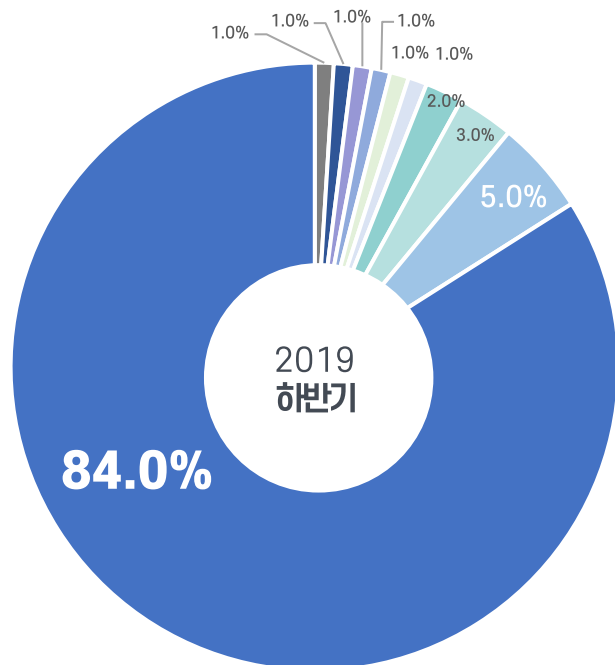
페이스북은 20대가 가장 많이 사용하는 것으로 나타났으며,
상반기에는 특히 20대 초반의 비율이 크게 증가하였습니다.
또한, 작년부터 여성의 비율이 점차 늘어나기 시작하여 64%의 비율을 차지하고 있습니다.



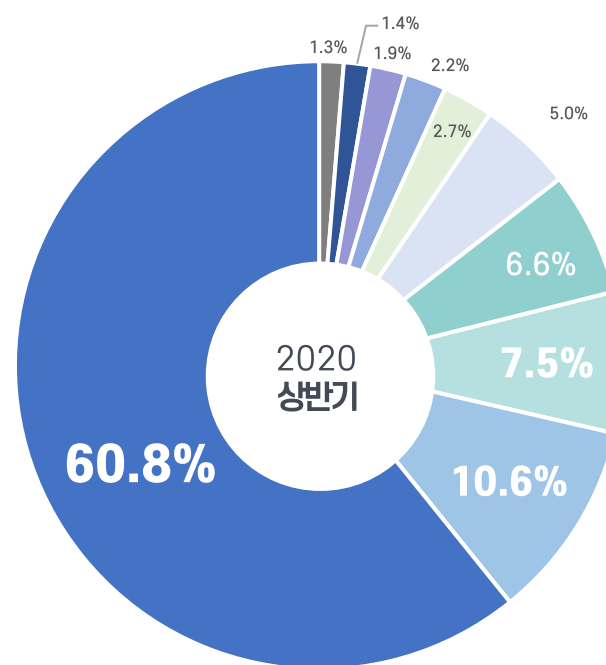


페이스북 팬 국가데이터

페이스북 팬들의 국가는 **대한민국**의 비율이 가장 높으나,
하반기 대비 비율이 다소 줄어들며 **필리핀**과 **태국**, **인도네시아**의 비율이 증가하였습니다.



- 대한민국
- 베트남 ✓
- 인도네시아 ✓
- 미국
- 태국
- 일본
- 대만
- 말레이시아
- 필리핀
- 방글라데시



- 대한민국
- 필리핀 ✓
- 태국 ✓
- 인도네시아
- 베트남
- 인도
- 멕시코
- 말레이시아
- 브라질
- 대만

페이스북 2020 하반기 언택트 포인트: 페이스북 게이밍 & AR 광고

페이스북에서는 모바일에 특화된 게임 스트리밍 전용 앱을 출시하여
 유저들에게 '놀이'였던 게임을 '시장'으로까지 확장 시킬 예정입니다.
 또한, 페이스북 모바일 피드에서 AR 광고를 진행하며 도달을 늘릴 수 있습니다.

게임 스트리밍 모바일 전용 앱 출시 예정



기존 게임 스트리밍

PC나 콘솔 위주의 게임
 모바일 게임 방송을 위해서
 PC와 연결해야 함

페이스북 게이밍

모바일 전용 게임
 GO LIVE 클릭으로
 스마트폰만으로 쉽게
 게임 방송 가능

AR 효과 게시물 광고



- 페이스북 AR 광고 조건

- 1 스파크 AR 콘텐츠와 광고정책 모두 준수
- 2 브랜드 인지도/ 도달/ 트래픽/ 전환/ 캠페인 목표만 지원
- 3 페이스북 모바일 피드만 노출 가능

페이스북 요약

- 1 페이스북의 **2020년 1분기 광고 수익은 전년 동기 대비 17% 성장**했으며, 특히 코로나 19로 인한 **게임 콘텐츠 시청 시간이 늘어났습니다.**
- 2 페이스북의 미디어 형태는 19년 하반기 대비 **텍스트 사용률이 12%에서 25%로 크게 증가**했습니다.
코로나 19 이슈로 인해 **재난 정보성 미디어가 늘어나면서 텍스트 형태가 자연스럽게 많아진 것으로 보입니다.**
- 3 페이스북은 **여성이 64%**로 높은 비율을 차지하고 있습니다.
또한 **1824세대 비율은 57%로 과반수 이상을 차지**하며, Z세대와 밀레니얼 세대가 꾸준히 이용하는 플랫폼입니다.
- 4 페이스북은 **모바일에 특화된 게임 스트리밍 전용 앱을 출시**하여 게임 영상 콘텐츠를 더욱 강화할 예정입니다.
- 5 **페이스북 모바일 피드에서 유일하게 AR 광고 집행이 가능**하여, 유료 광고를 통해 브랜드 AR 효과를 더 많은 사람들에게 도달할 수 있습니다.

TWITTER

01

2020 상반기
트위터 현황

02

2020 건돌이닷컴
트위터 데이터

03

2020 하반기
트위터 언택트 포인트

2020 상반기 트위터 현황

트위터는 **트위터만의 경쟁력으로** 꾸준히 **일평균 이용자 수를 늘리고** 있으며
매출 부분에서도 지속적인 성과를 보이고 있습니다.

트위터의 큰 경쟁력 3가지

리얼타임

지금 일어나는 일을
실시간으로 트위터를 통해
정보 공유

관심사
기반

관심사 기반으로
유저들의 교류가 많음

오픈형
SNS

오픈형 SNS로서
키워드로 검색이 쉬움

트위터 글로벌 4분기 일평균 순 이용자 (mDAU) 증가율 비교

Q4'18          9% 증가Q4'19             21% 증가

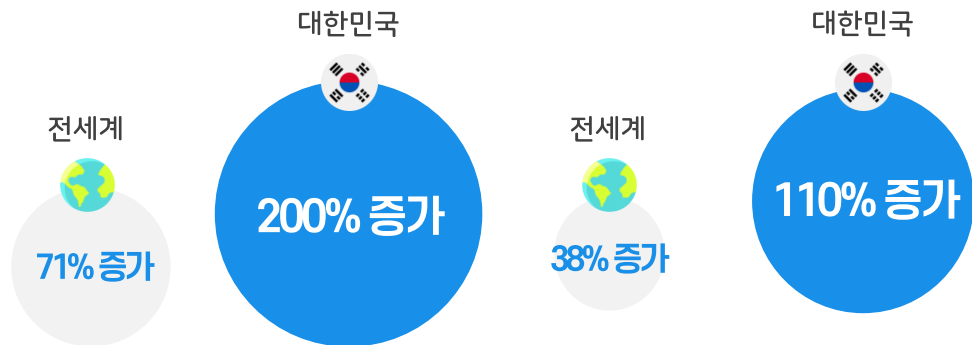
2019년 4분기 기준 트위터 글로벌 mDAU 이용자 수는
1억 5200만명으로 전년 동기 대비 21% 증가 중

트위터 코리아의 **연 매출은 2016년부터 2019년까지 3.8배로 증가,**
연평균 성장률은 57%로 꾸준히 유저 보유 및 수익을 내는 중

2020 상반기 트위터 현황

작년에 이어 한국 트위터에서 여전히 게임 관련 트윗이 강세를 보였습니다.
1월부터 4월 22일까지 가장 많이 언급된 게임 순위 1위는 '동물의 숲'이었습니다.
코로나 19로 인해 집콕족이 늘어나며 게임 관련 트윗이 더 급증했습니다.

전세계 2020년 3월 한 달간 발생한 전년 동기 대비 증가율



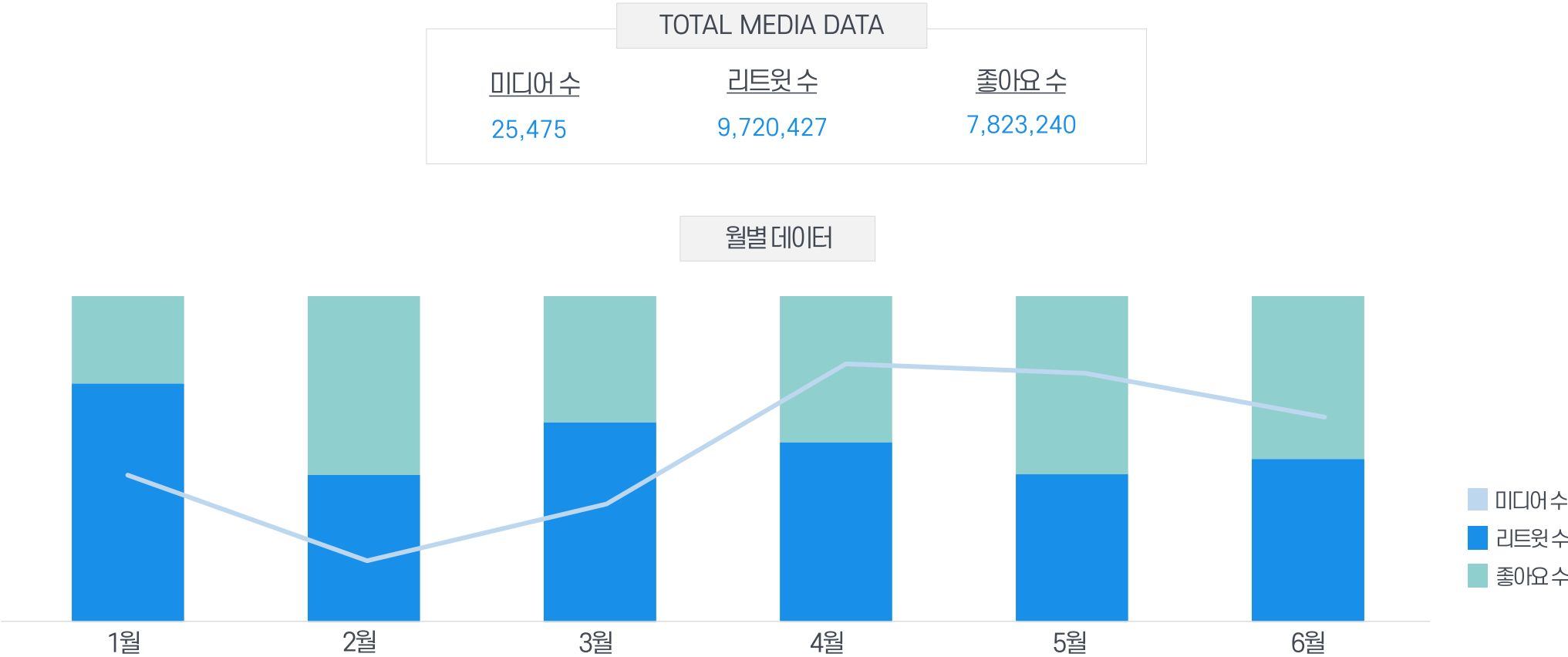
전년 동기 대비 게임 관련 트윗

순 트윗 작성자 (Unique Author) 수치

1월부터 4월 22일까지 트위터에서 가장 많이 언급된 게임 순위



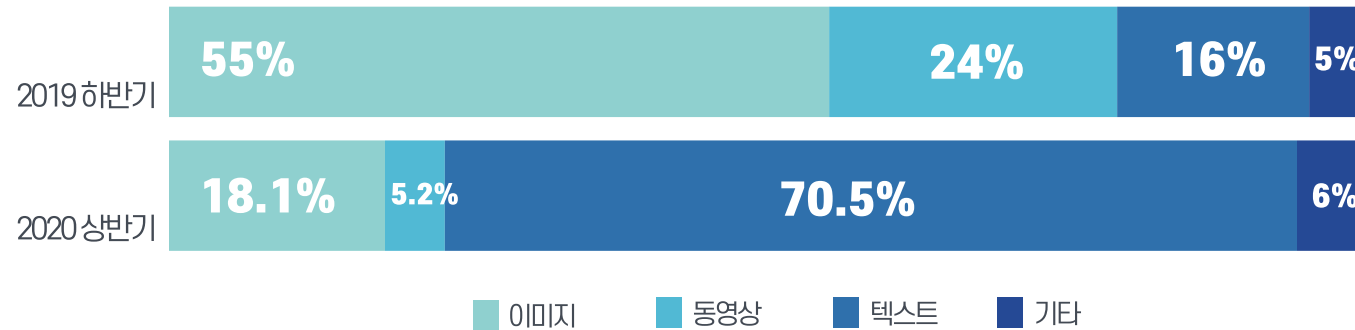
리트윗의 비율이 여전히 높으나,
19 하반기부터 **좋아요의 수의 비중이 높아지고** 있는 추세입니다.



미디어 형태별 사용률

텍스트 > 이미지 > 동영상 순으로 사용률이 많았으며,
이번 상반기에는 페이스북과 비슷하게 텍스트의 사용률이 작년 대비 크게 증가하였습니다.

2019 하반기 - 2020 상반기 비교



트위터 2020 하반기 언택트 포인트: 온라인 광고 교육 플랫폼

트위터는 온라인 광고 교육 플랫폼인 '플라이트 스쿨'을 국내에 출시하며
언택트 디지털 교육을 확대할 것으로 보입니다.

트위터 온라인 광고 교육 '플라이트 스쿨'



대상	트위터와 트위터 광고를 처음 접하는 사람
교육 내용	동영상 광고 제작법/구성법, 광고 대상 선정 방법, 캠페인 분석 등 트위터 광고의 전반적인 내용
리워드	동영상 광고 수강 후 80% 이상 점수 획득 시 인증 배지

트위터 요약

- 1 트위터는 **일 평균 이용자 수가 지속적으로 증가하고 있으며** 트위터 코리아 또한 연 평균 성장률 57%로 꾸준히 수익을 내고 있습니다.
- 2 20년 상반기에는 19년 하반기에 이어 **여전히 게임 관련 트윗이 강세**를 보였으며, 가장 많이 언급된 **게임 순위 1위는 ‘동물의 숲’**이었습니다.
- 3 20년 상반기 미디어 형태별 사용률은 **텍스트가 70.5%를 차지하며 작년 대비 54.5%p 증가**하였습니다.
- 4 트위터는 **온라인에서 트위터 광고 교육을 수강할 수 있는 ‘플라이트 스쿨’을 출시**했습니다.
트위터 광고에 대해 알고 싶거나 동영상 광고 제작법이 궁금하시다면, ‘플라이트 스쿨’을 이용해보세요.

YouTube

01

2020 상반기
유튜브 현황

02

2020 건돌이닷컴
유튜브 데이터

03

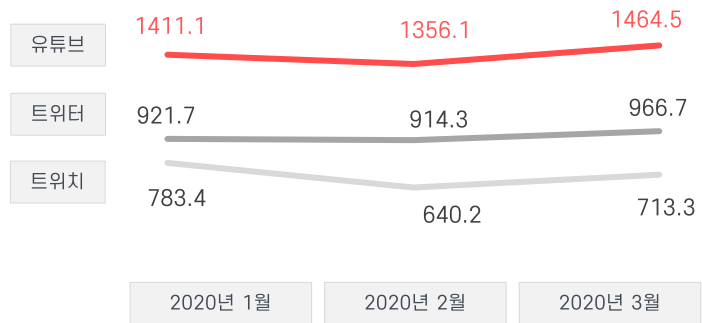
2020 하반기
유튜브 언택트 포인트

2020 상반기 유튜브 현황

유튜브는 앱 플랫폼 순 방문자 수 뿐만 아니라 체류시간까지 흡수하는
동영상 플랫폼 1위로서 입지를 꾸준히 갖고 있습니다.

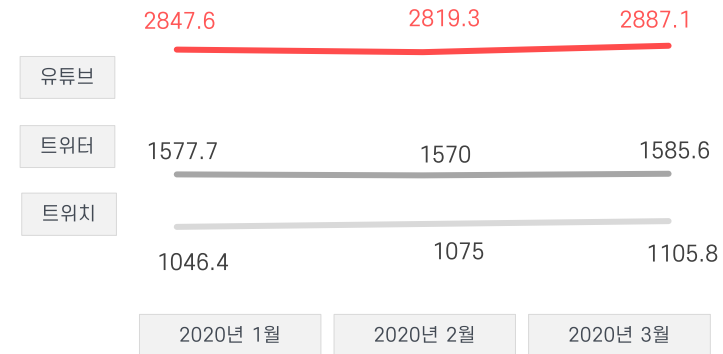
동영상 앱 플랫폼 평균 체류시간 TOP 3

(단위: 분)



동영상 앱 플랫폼 순 방문자 수 TOP 3

(단위: 만명)



자료: 인크로스 미디어 데이터 클리핑 4월호 <동영상 플랫폼> 편

2020 상반기 유튜브 현황

코로나19로 인해 집에서 음식, 운동, 놀이 등 다양한 카테고리에서
혼자 할 수 있는 콘텐츠가 업로드 되었습니다.
 또한, 온라인 개학의 영향으로 홈스쿨링 비디오가 증가했습니다.

집에서 할 수 있는 동영상 업로드 증가



홈 레시피, 집콕 놀이, 홈트레이닝 등
 집에서 혼자 할 수 있는 콘텐츠에 대한 영상이 증가

홈스쿨링 비디오의 약진



온라인 개학으로 인해 '홈스쿨링' 관련 비디오 업로드 증가
 온라인 수업 영상 편집 기능에 대한 기능들도 부가적으로 업로드

2020 상반기 유튜브 현황

코로나 19 여파로 인해 공연 개최가 어려워져 **언택트 문화생활이 유튜브를 통해** 이루어졌습니다.
특히 **엔터테인먼트, 공연 업계에서는 온라인 스트리밍을 활발히** 진행되었습니다.

콘서트와 팬미팅을 온라인 스트리밍으로



콘서트와 팬미팅을 하나의 콘텐츠로 묶어
유튜브 채널 '방탄TV'에서 **이틀 간 24시간 동안 온라인 행사 진행**

조회수 5059만건, 최대 접속자 224만명을 기록하며
온라인 콘서트를 성공적으로 마무리

오케스트라 언택트 공연 개최



신한카드는 유튜브 공식 채널을 통해
비대면 공연 '디지털 스테이지'를 진행

공연의 기회가 줄어든 오케스트라 공연을
유튜브 라이브 스트리밍으로 무료로 진행

K컬처 페스티벌 KCON 온라인으로 진행

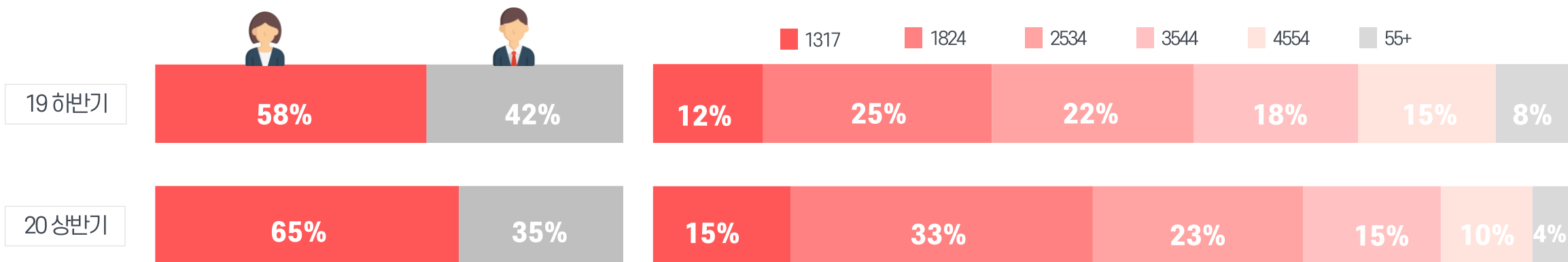


매년 진행한 K컬처 페스티벌 KCON이
유튜브, 티빙 등 소셜네트워크를 통해 행사 진행

지난 8년 간 진행했던 **KCON 누적 관객수(110만명)의
3배를 뛰어 넘는 405만명을 동원**

인구통계 데이터

19하반기대비 여성의 비율이 7%p 증가하여 65%를 차지하였습니다.
 유튜브도 다른 플랫폼과 마찬가지로 여성의 비율이 증가하는 추세인 것으로 보입니다.
 상반기에는 20대 초반의 비율이 증가함에 따라 중-장년층의 비율이 다소 감소하였습니다.



미디어당 데이터

동영상미디어 1개당 평균 약 7만 재생 수와,
약 2천 개의 좋아요, 약 130개의 댓글이 달렸습니다.

미디어 1개 당 평균 데이터 (202001 - 202006)



동영상 조회수

76,927



좋아요

2,323



싫어요

17



댓글

132

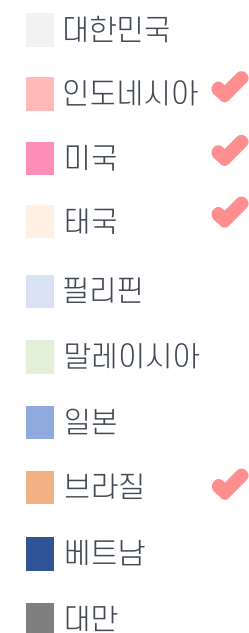
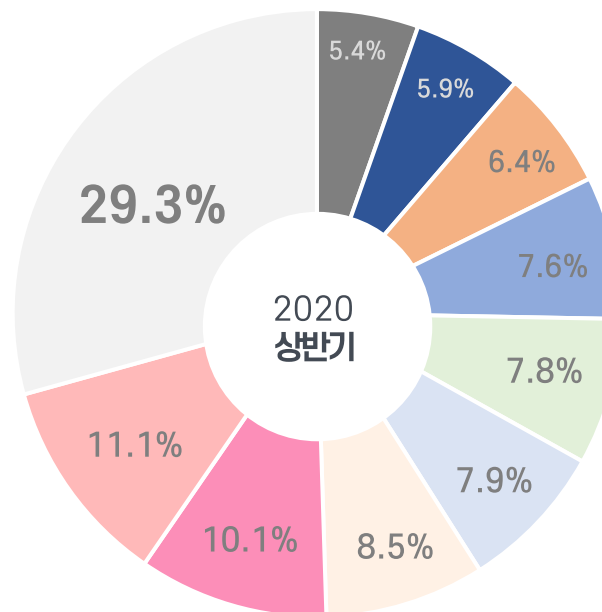
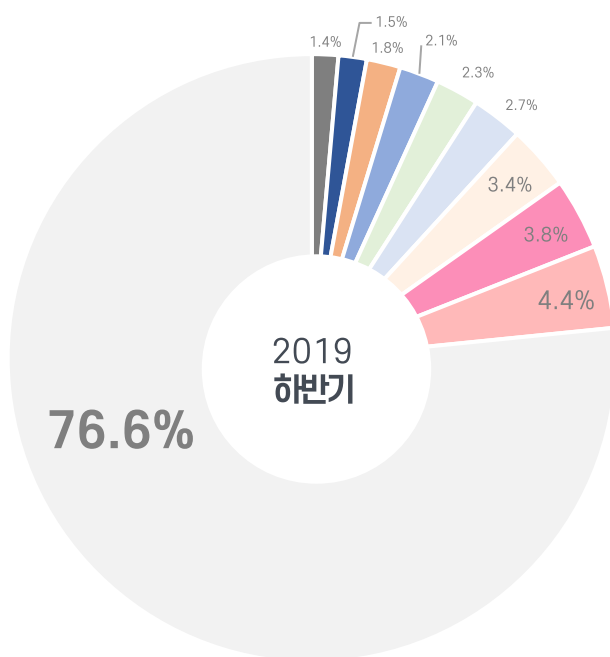
유입 키워드로 보는 2020 상반기 트렌드

판데믹의 장기화로 인해 “코로나이후”에 대한 키워드 및 집에서 만들 수 있는 “달고나커피”, “수플레 계란말이” 등의 대한 키워드가 돋보였습니다.

K-POP	방송관련	사회이슈	홈컨텐츠
아이유	미스터트롯	긴급재난문자	달고나밀크티
mcnd	펑수	코로나이후	달고나커피 만드는 방법
got7	상상도 못한 정체	코로나이후 세계	다꾸
선미	asmr	코로나예방 캠페인	보드게임
g idle	웹드라마		홈트레이닝
에이핑크	런닝맨 팬미팅		수플레 계란말이
	타자기 asmr		

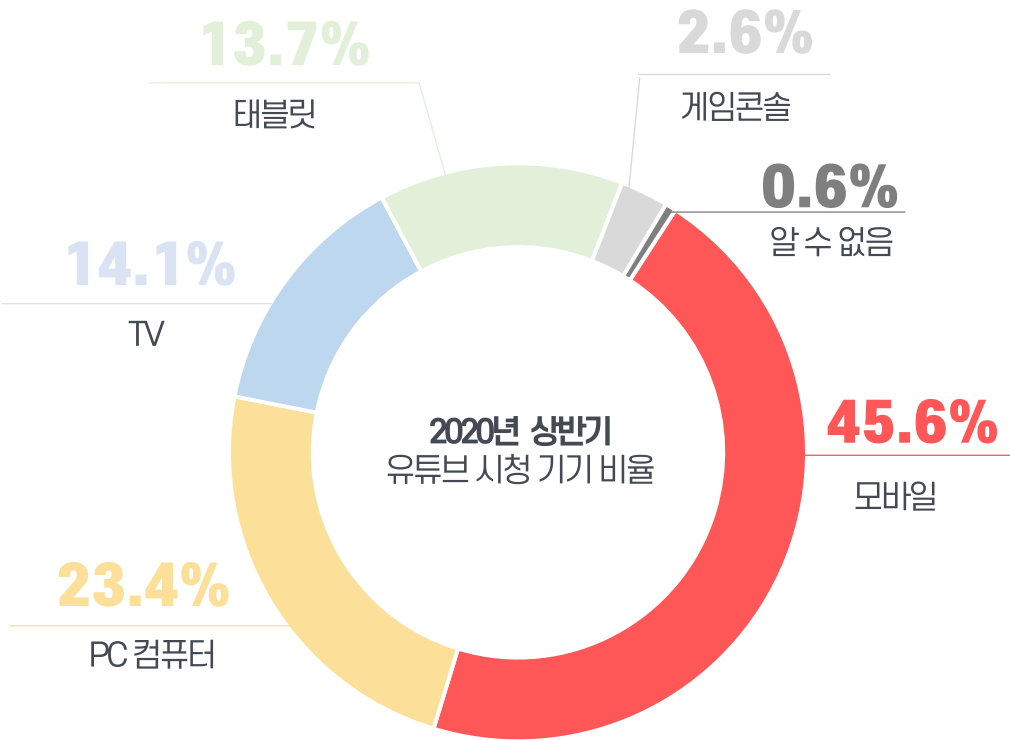
구독자 국가데이터

상반기구독자국가비율은대한민국외다양한국가에서의비율이전체적으로크게증가하였습니다.
인도네시아, 미국, 태국, 필리핀이 상위권을 차지하고 있으며,
브라질이 순위권으로 진입한 점 또한 흥미로운 점입니다.



2020 상반기 시청 기기 비율

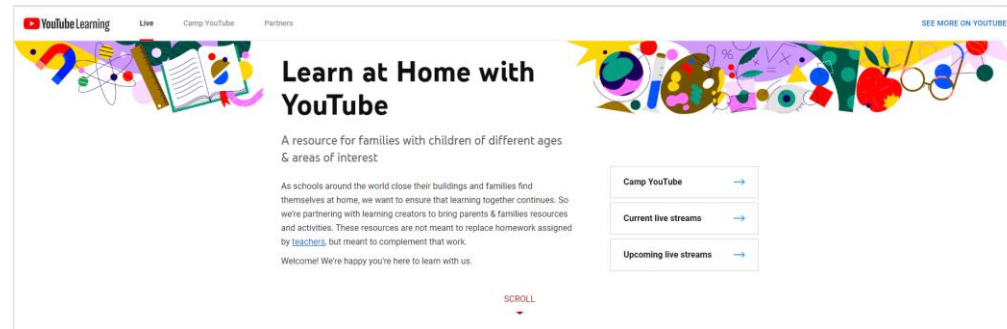
모바일을 통해 시청하는 비율이 45.6%로 절반 가까이 차지하고 있으며,
PC > TV > 태블릿 순으로 시청하는 경향을 보였습니다.



유튜브 2020 하반기 언택트 포인트: 홈스쿨링

유튜브는 가족을 위한 학습자료와 콘텐츠를 모은 웹사이트 '런애틀홈 (Learn@Home)'을 출시했습니다.
한국에서는 별도로 '학습' 카테고리 생성하여 관련 콘텐츠 모음을 제공하고 있으며
런애틀홈 서비스 또한 추후에 한국어까지 확장될 예정입니다.

학습자료와 콘텐츠를 모은 웹사이트 런애틀홈 (Learn@Home) 출시



- 1 가족 형태별로 카테고리를 지정
13세 이상 자녀가 있는 가정 / 5세 이상 어린이가 있는 가정 / 미취학 아동이 있는 가정
- 2 주제별 카테고리 (수학/과학/인문학) 으로 나누어
선택한 카테고리에 맞는 콘텐츠 제공
- 3 360도 비디오나 VR 기기, AR 등 다양한 형태로 콘텐츠 제공

특징

자료: 전자신문

유튜브 요약

- 1 유튜브는 방문자 수 외에도 체류시간이 가장 높은 동영상 플랫폼 1위로서 20년 하반기에도 지속적으로 유지할 것으로 보입니다.
- 2 홈레시피, 홈스쿨링, 홈트레이닝 등 집에서 혼자 할 수 있는 콘텐츠가 크게 증가하였습니다.
- 3 언택트 문화 생활이 유튜브를 통해 영역을 확장해가고 있습니다.
- 4 구독자 국가 정보도 타 SNS 대비 다양성을 보이며 20년 상반기에는 브라질이 순위권에 진입하였습니다.
- 5 20년 상반기에 돋보이는 유튜브 유입 키워드는 ‘미스터트롯’, ‘asmr’, ‘코로나’, ‘달고나 커피’등이 있었습니다.
- 6 코로나 19가 지속되고 있는 상황에서 유튜브는 교육 콘텐츠와 교육 큐레이션 서비스를 강화할 것으로 보입니다.

SNS 통계 분석 플랫폼

다양한 플랫폼과 늘어가는 유저들 속에서 의미 있는 데이터의 중요성은 날로 커지고 있습니다.
건돌이닷컴에서 **한 번의 로그인으로 여러 플랫폼의 데이터를 통합적으로 분석하고 관리**해보세요!



2020 FIRST HALF FB/IG AD TREND

01

업종별
광고 현황

02

업종별
광고 효율

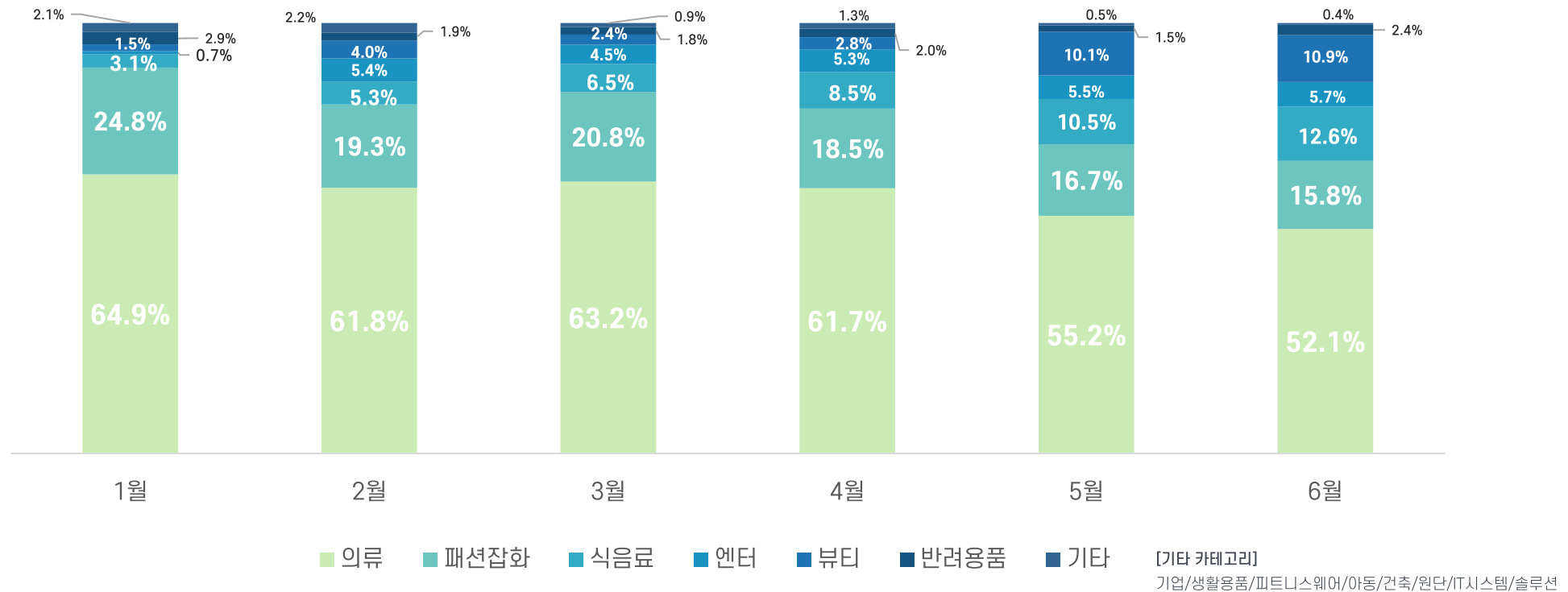
03

2020 하반기
SNS 광고 전망

해당 광고트렌드데이터는 **엄지닷컴**을 통해 집행된 데이터입니다.
엄지닷컴은 페이스북 인스타그램의 정교한 타겟팅 광고를 진행할 수 있는 솔루션으로 건돌이닷컴의 파트너 플랫폼입니다.

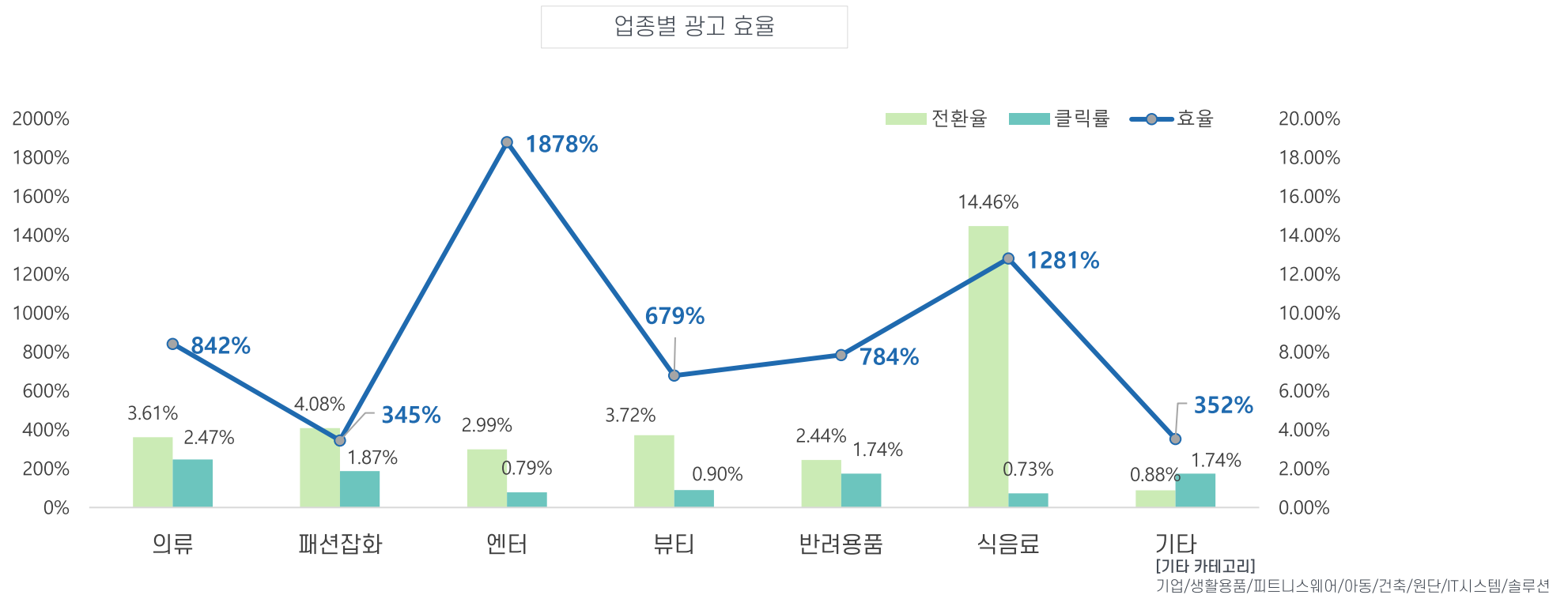
Umzzi를 통해 본 광고 현황

2020년 상반기 Umzzi를 통해 집행된 FB/IG중
의류 업종이 전체 평균 61%, 패션잡화가 20%로 19년 하반기와 비슷하게 강세를 보였고,
식음료 업종과 뷰티 업종이 눈에 띄는 상승폭을 보였습니다.



Umzzi를 통해 본 광고 효율

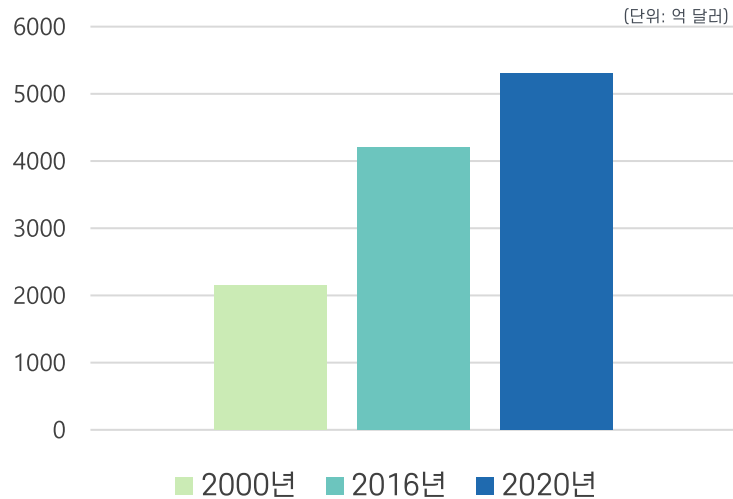
2020년 상반기 Umzzi를 통해 집행된 FB/IG중
클릭률은 의류 업종이 2.47%로 가장 높게 나타났으며,
전환율은 식음료 (건강식품, 일반식품, 음료) 14.46%, ROAS는 엔터테인먼트 업종이 1878%로 가장 높았습니다.



Umzzi를 통해 본 2020 하반기 SNS 광고 전망

1인가구 증가와 팬데믹 등으로 “집콕족”, “언택트” 트렌드가 확산되며, 온라인으로 식음료를 구매하는 경향이 더욱 커졌습니다.
 소비자들은 비대면으로 정기 상품, 서비스를 제공받는 니즈가 증가하고 있으며,
 이러한 마케팅 트렌드를 반영한 업종의 광고가 꾸준히 상승할 것으로 보입니다.

“구독경제” 활성화,
전 세계 구독경제 시장규모



식, 음료 외에도 다양해지고 있는
정기구독 상품/서비스

 1 위클리셔츠 2 월 5만~7만원 3 매주 셔츠 3~5장을 한달로 앞 배송	 1 오픈갤러리 2 월 3만9000원 3 3개월마다 미술 작품 배송 (캔버스)
 1 마하아삭스 2 월 9900원 3 매달 비즈니스 패션 양말 3종 배송	 1 꾸까 2 월 3만원 3 2주마다 플로리스트 제작 꽃다발 배송
 1 와이즐리 2 월 8900원 3 매달 독일산 고급 면도날 4개 배송	 1 벨루가브루어리 2 월 6만5000원 3 월 2회 화귀수맥주 4종 + 안주 배달
 1 플라이북플러스 2 월 1만5000원 3 맞춤형 추천 도서 + 추천 이유 담긴 손편지	 1 하비인더박스 2 월 2만9900원 3 월 1회 뜨개질 등 취미용 소품 배송

2020 SECOND HALF MARKETING TREND

01



AR

02

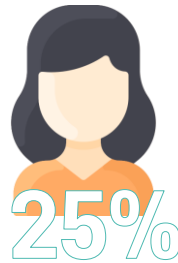


챗봇

2020 하반기 트렌드: AR

언택트 서비스가 급증하면서 인스타그램의 SparkAR 효과가 다양해졌습니다.
특히 제품을 간편히 시착할 수 있는 AR 필터에 대해 긍정적인 소비자들이 많아졌습니다.

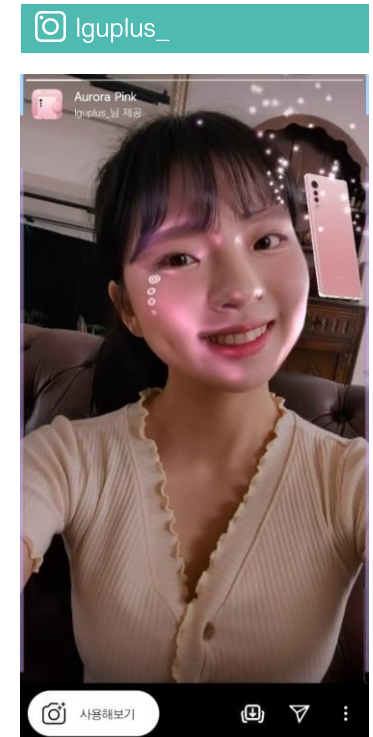
NARS
WARBY PARKER



글로벌 안경 브랜드 Warby Parker나 화장품 브랜드 NARS의 시착 기능
AR 필터를 본 소비자들의 25%가 AR 필터로 제품 시착 시도

2020 하반기 트렌드: AR

2019 상, 하반기에는 해외에서 AR 마케팅 사례가 많았다면,
2020 상반기부터는 국내 브랜드에서 AR 필터 제작 사례가 늘어나기 시작했습니다.



출처: 레진코믹스 공식 인스타그램 / 맥심티오피 공식 인스타그램 / 삼성모바일 공식 인스타그램 / LG유플러스 공식 인스타그램

2020 하반기 트렌드: AR

특히, SparkAR은 별도의 앱 설치 없이 링크나 QR코드로
Facebook과 Instagram에서 AR 서비스를 경험할 수 있어 소비자들의 참여가 더 늘어날 것으로 예상됩니다.

Spark AR 참여 방법

- 1 링크 클릭 또는 QR코드 스캔 → 2 IG, FB 카메라로 AR 필터 체험 → 3 체험 후 피드 및 스토리에 바로 업로드 및 공유 가능



2020 하반기 트렌드: AR

AR효과제작 시,인스타그램 프로필에 새로운 AR 전용 탭이 생성됩니다.

클릭 시 등록된 AR 효과들을 한꺼번에 확인할 수 있으며 '사용해보기' 버튼을 통해 자연스러운 확산효과를 가져올 수 있습니다.



1 AR효과승인이 완료되면
인스타그램 내 AR 별도 탭이 생성됨

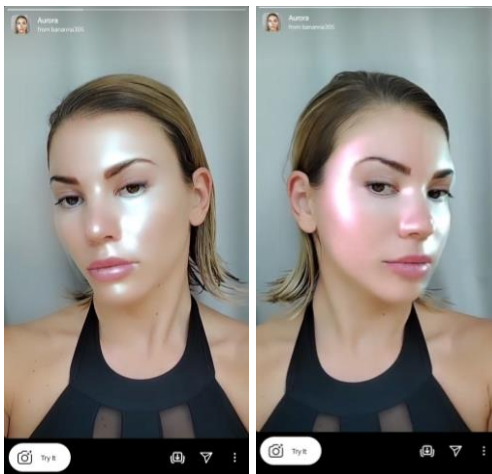


2 게시물 클릭시
사용해보기 버튼으로 사용 가능

2020 하반기 트렌드: AR

Spark AR에서는 사용자의 움직임을 따라가는 트래킹과
사용자의 움직임에 따라 효과가 달라지는 인터렉션 2가지 종류로 AR 필터를 제작할 수 있습니다.

Tracking 예시



 bananna305

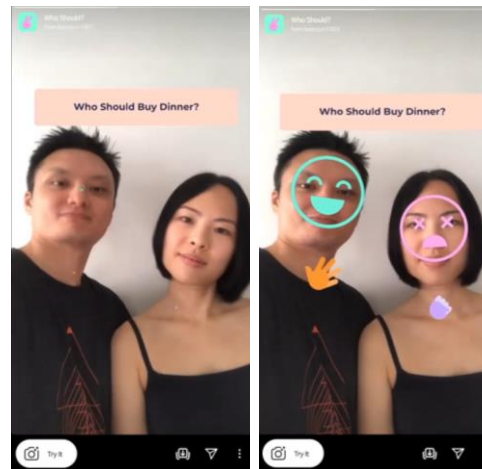
효과

얼굴 전체에 빛이 발하는 효과

움직임

사용자의 얼굴을 인식하여 효과가 따라다님

Interaction 예시



 boonjun1003

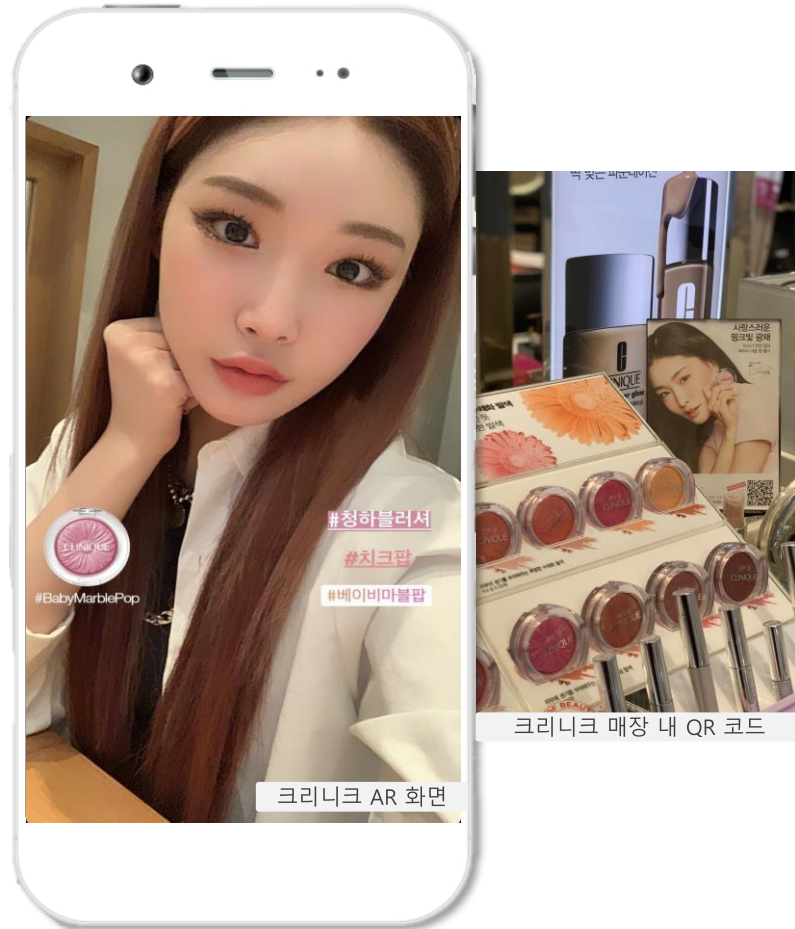
효과

2명 이상 참여하는 가위바위보 게임 형태

움직임

사용자가 고개를 위로 젖힐 경우, “보”
사용자가 고개를 오른쪽으로 젖힐 경우, “주먹”
사용자의 방향에 따라 가위바위보 효과가 상이

2020 하반기 트렌드: ARI Production 사례 ① 클리닉



! TIP

퍼펙트스툼의 AR 솔루션 **ARI 프로덕션** 과함께하면 AR 효과를 더 쉽게 제작할 수 있습니다.



Goal

신제품을 색다른 방식으로 홍보

Idea

잠재 고객에게 새로운 제품 경험을 제공하고 온라인에서 AR 효과체험 및 오프라인 매장과의 연계를 통해 여러 색상을 쉽고 빠르게 체험해 볼 수 있도록 제공

Approach

AR을 통한 온라인-오프라인의 연계

- 온라인: Link와 QR 코드로 AR 경험을 제공하여

체험 후, SNS를 통한 공유 및 확산

- 오프라인: 매장 내 QR 코드 배너를 통해 다양한 색상 체험 유도

효과 URL *아래 링크를 Ctrl + Click하여 효과를 체험해보세요.

FB : <https://www.facebook.com/fbcameraeffects/tryit/2165244093773184>

IG : https://instagram.com/a/r/?effect_id=760386557752631

Facebook



Instagram



2020 하반기 트렌드: ARI Production 사례 ② 응원반창고



! TIP

퍼펙트스툼의 AR 솔루션 **ARI 프로덕션** 과함께하면 AR 효과를 더 쉽게 제작할 수 있습니다.



Goal

의료진과 자원봉사자 응원메시지 공익 캠페인 인지도 향상

Idea

의료진들을 응원하고 함께하고 있다는 메시지를
전달할 수 있는 AR 필터를 제작하여 참여 유도

Approach

의료진들의 마스크, 고글, 밴드와 함께 응원메시지를
AR 필터로 제공하여 의미 있는 캠페인에 참여하고 공유할 수 있도록 제공

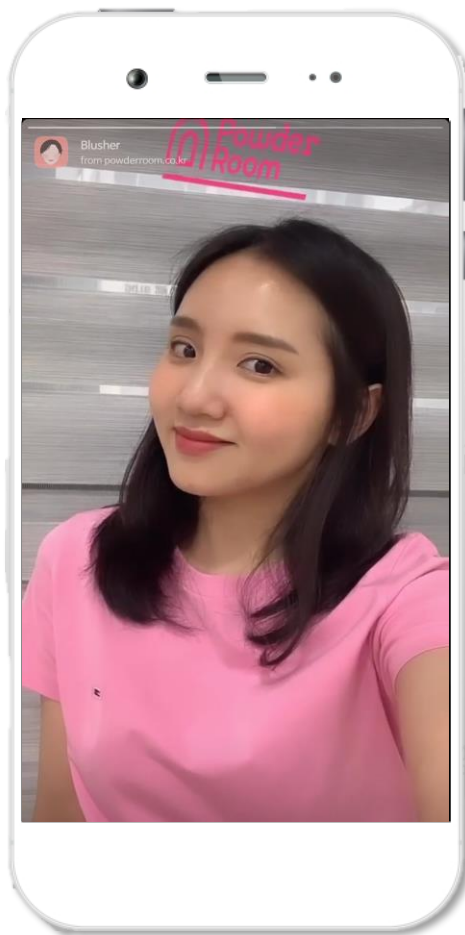
효과 URL *아래 링크를 Ctrl + Click하여 효과를 체험해보세요.

IG : https://instagram.com/a/r/?effect_id=231501374753302

Instagram



2020 하반기 트렌드: ARI Production 사례 ③ 파우더룸



! TIP

퍼펙트스튜디오의 AR 솔루션 **ARI 프로젝트** 과 함께 하면 AR 효과를 더 쉽게 제작할 수 있습니다.



Goal

고객들의 참여를 받아 만든 블러셔 브랜드 및 색상 홍보

Idea

고객들과 브랜드가 함께 만든 블러셔 4종 컬러 AR 효과 체험 제공

파우더룸 자체 제작 상품임을 브랜드 로고로 강조

Approach

웜톤 팔레트 (펼 블러셔 / 무펼 블러셔)와 쿨톤 팔레트 (펼 블러셔 / 무펼 블러셔)로

총 4종 컬러를 사용자가 직접 선택하고 강조 조절하며 체험하도록 유도

효과 URL *아래 링크를 Ctrl + Click하여 효과를 체험해보세요.

FB : <https://www.facebook.com/fbcameraeffects/tryit/288364432188178/>

IG : <https://www.instagram.com/ar/376794589923622/>

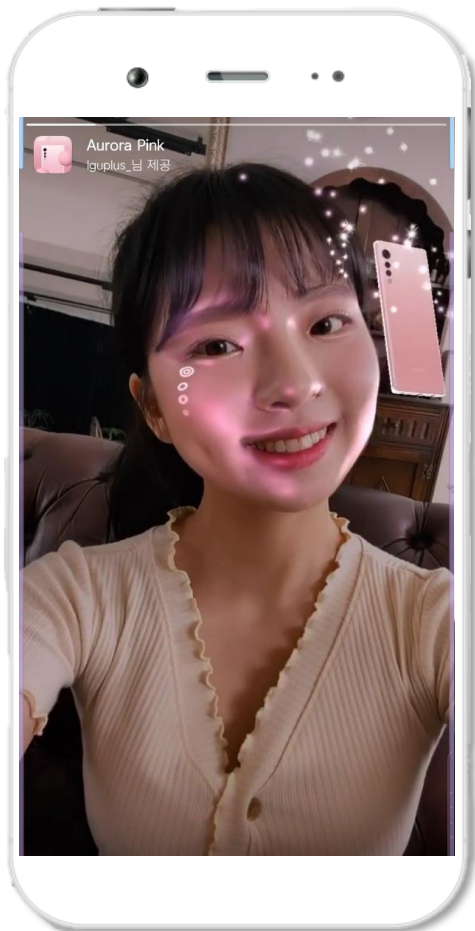
Facebook



Instagram



2020 하반기 트렌드: ARI Production 사례 ④ LG U+



Goal

LG 벨벳폰 새로운 '오로라 핑크'색상 출시 홍보

Idea

전면카메라:오로라 핑크 색상 필터와 페이스 필터를 활용하여 벨벳폰의 아이덴티티 표현
후면카메라: 단말기를 AR로 볼 수 있도록 제공

Approach

인스타그램 스토리 공유 이벤트를 진행하여 사용자들의 적극적인 참여를 유도함

효과 URL *아래 링크를 Ctrl + Click하여 효과를 체험해보세요.

FB: <https://www.facebook.com/fbcameraeffects/tryit/613256076210973/>

IG : <https://www.instagram.com/ar/1199676347038489/>

Facebook



Instagram



! TIP

퍼펙트스툼의 AR 솔루션 **ARI 프로덕션** 과함께하면 AR 효과를 더 쉽게 제작할 수 있습니다.



2020 하반기 트렌드: ARI Production DEMO

다양한 종류의 상품 및 서비스의 AR 필터를 제작할 수 있습니다.

LIPSTICK

▲ Ctrl + Click



LENS

▲ Ctrl + Click



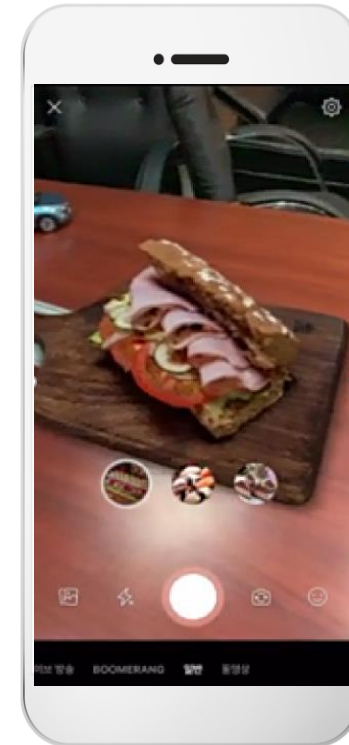
GLASSES

▲ Ctrl + Click

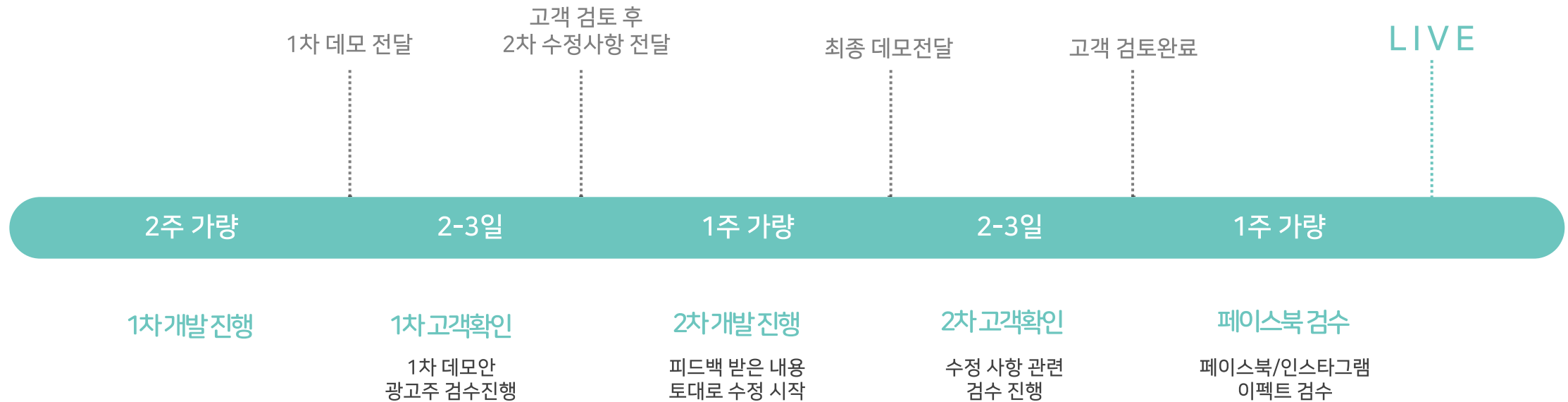


FOOD

▲ Ctrl + Click



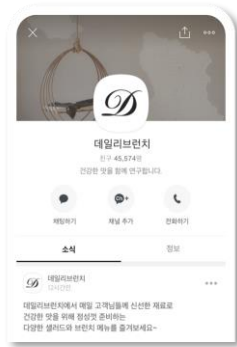
2020 하반기 트렌드: ARI Production 프로세스



2020 하반기 트렌드: 챗봇

코로나 19로 인해 비대면 고객센터 중 하나인 챗봇의 이용이 더욱 증가했습니다.
 컨택은 최소화하고 챗봇을 통해 빠르게 정보를 얻고 싶어하는 고객들이 더욱 많아질 것입니다.

카카오 톡채널/네이버 톡톡 이용량 급증



카카오 톡채널

2020년 1월 대비 2020년 2월
사용량 50% 증가

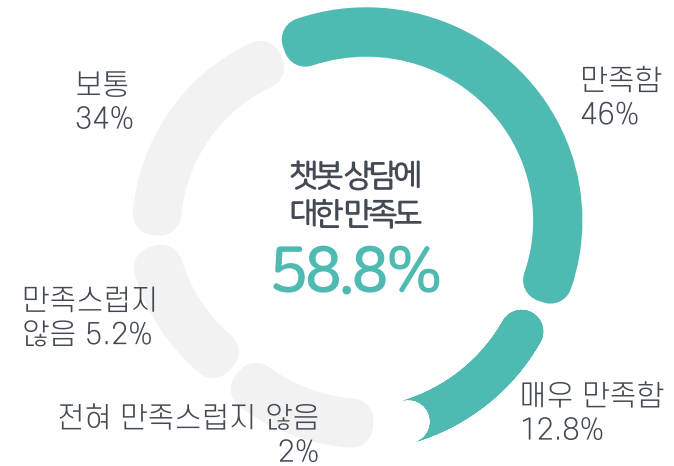


네이버톡톡

2020년 1월 대비 2020년 2월
사용량 18% 증가

챗봇 이용에 관한 만족도 조사

채팅 상담 이용에 대한 만족도 및 인식도 조사, 오픈서베이, 2019.10

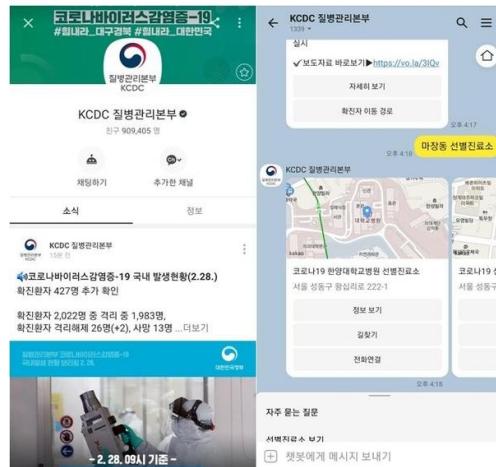


2020 하반기 트렌드: 챗봇

챗봇은 어느 분야에서나 **목적에 따라 활용이 가능한** 디지털 솔루션입니다.
현재에도 여러 분야에서 챗봇을 적용하여 **비용 및 시간을 절감**하며 동시에 **고객 만족도를 높이고** 있습니다.

공공기관

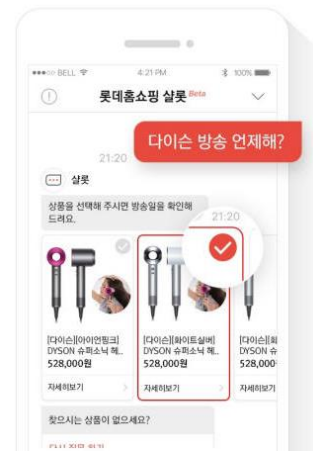
공익 목적



질병관리본부 카카오톡채널에서
코로나 19와 관련된 정보를 제공하는 챗봇 운영

유통

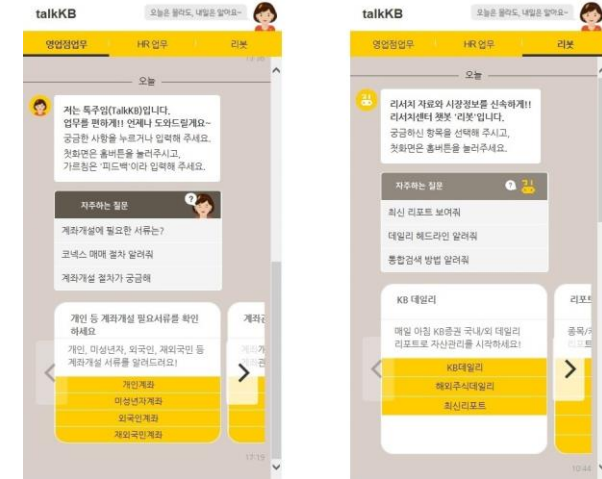
쇼핑 정보 및 조회



롯데홈쇼핑 '살롯'은 고객 쇼핑 정보와
홈쇼핑 편성표 조회가 가능한 챗봇 운영

금융

인사관리



KB증권 '톡깨비'는 직원을 대상으로
업무에 필요한 정보를 제공하는 챗봇 운영

2020 하반기 트렌드: 챗봇

언택트가 강화되고 있는 시점에서 챗봇은 상담, 커머스, 고객 참여 등 고객과의 접점을 확대할 수 있는 방법입니다.
챗봇 빌더 솔루션 챗스파로우(Chatsparrow)와 함께 별도의 앱 개발 없이 챗봇을 진행해보세요.

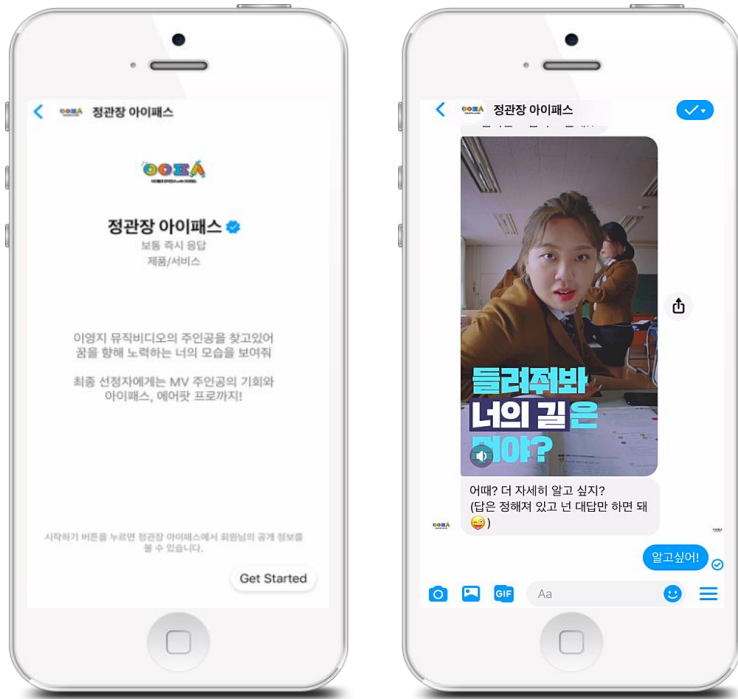


챗스파로우란?

퍼펙트스톤의 **챗봇 빌더 솔루션**입니다.
챗스파로우에서 챗봇을 기획, 생성하고
페이스북 메신저와 카카오톡 채널로 연결하여
별도의 앱 개발 없이 바로 챗봇을 생성할 수 있습니다.

2020 하반기 트렌드: 챗스파로우 사례

챗스파로우에서 페이스북 메신저 챗봇으로 '동영상 응모' 이벤트를 진행했습니다.



기간

2020.05.06 ~ 2020.05.31

브랜드

정관장 아이패스 정관장 청소년 전문 브랜드

목표

페이스북 메신저 챗봇으로 아이패스 참여형 프로모션에 대한 인지도 및 참여 확대

내용

고등래퍼 우승자 '이영지'를 모델로 10대들의 꿈을 응원하는 "Show My Path" 캠페인 진행
 - 10대들이 자신의 꿈을 위해 노력하는 모습을 담은 동영상을 페이스북 메신저로 응모
 - 우수 비디오를 선정하여 이영지 뮤직비디오 주인공이 될 기회와 경품 증정

타겟

페이스북 메신저 사용률이 높은 10대 타겟

전략

- 1 페이스북 메신저 챗봇으로만 아이패스 캠페인 동영상 응모 가능
- 2 인스타그램/페이스북/유튜브 광고를 통한 참여자 유도

결과

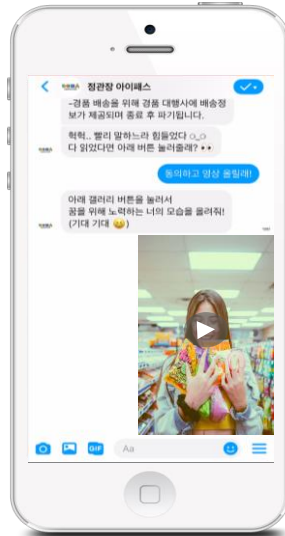
총 참여 인원수: 약 400명
 총 메시지 건수: 68,707건

2020 하반기 트렌드: 챗스파로우 사례

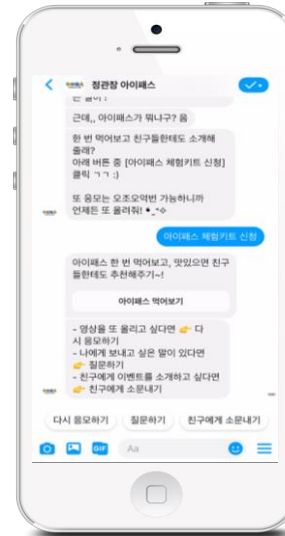
챗스파로우에서는 동영상, GIF 이미지 등 다양한 기능을 활용하여
응모 이벤트에 대한 10대들의 흥미 유발하여 참여도를 높였습니다.



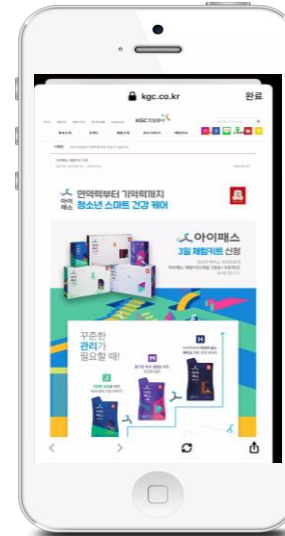
① 이벤트 참여 방법을 동영상으로 안내



② 참여자가 본인 동영상을 업로드



③ 응모 후, 체험키트 신청 유도

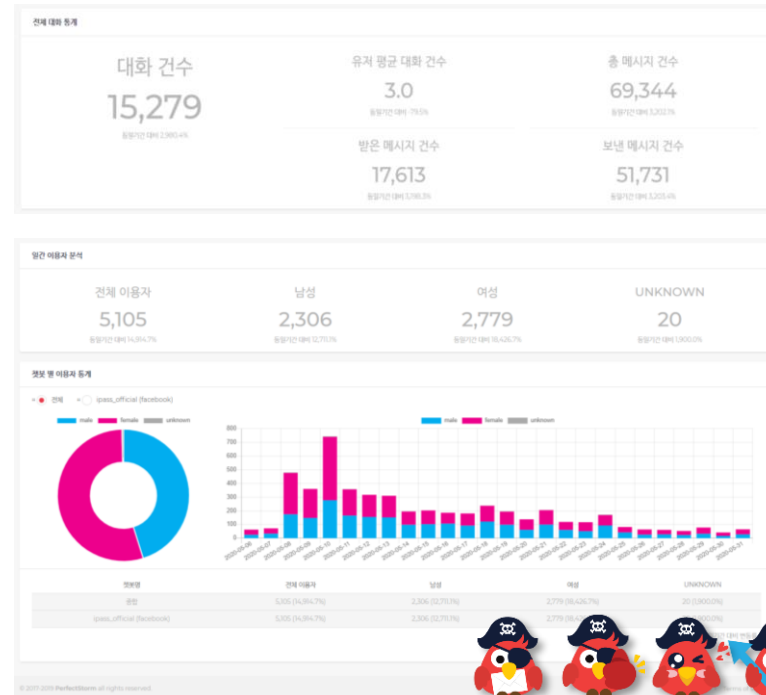
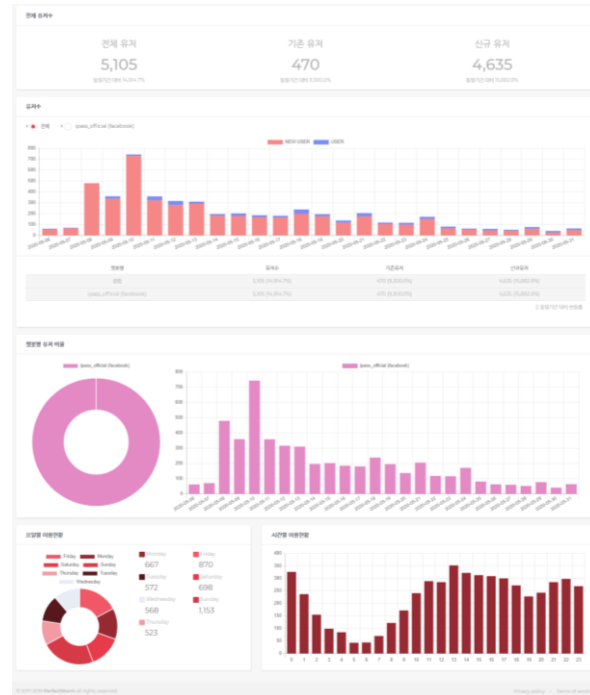


④ 클릭 시, 랜딩 링크로 연결

2020 하반기 트렌드: 챗봇 솔루션 챗스패로우

챗스패로우는 챗봇의 전체 대화 건수, 이용자 분석, 시나리오 분석 등 다양한 항목의 통계 자료를 제공합니다.
 챗스패로우에서 챗봇 생성 및 통계 확인까지 One-stop으로 진행해보세요!

챗스패로우 챗봇 통계 화면 예시



2020 하반기 트렌드 요약

- 1 언택트 서비스가 확산되면서 제품 착용, 게임 등의 AR 필터의 활용도도 다양해지고 있습니다.
- 2 Spark AR을 통한 필터 제작 시, **인스타그램 프로필에 AR 전용 탭이 생성되어** 자연스러운 확산 효과를 가져올 수 있습니다.
- 3 코로나19로 인해 비대면 고객센터인 챗봇의 이용이 더욱 증가했습니다.
챗봇은 상담, 인사관리, 쇼핑 관련 등 목적에 따라 다양하게 활용될 수 있습니다.
- 4 AR과 챗봇 모두 소비자와의 접점을 늘릴 수 있는 언택트 서비스입니다.
아리프로덕션과 챗스패로우를 통해 SNS 언택트 서비스를 쉽게 시작해보세요.



Thanks

플랫폼 관련문의: Partner@Perfect-storm.net



건들이닷컴

[소개서바로그기](#)



엄찌닷컴

[소개서바로그기](#)



ARI Production

아리프로덕션

[소개서바로그기](#)



챗스파로우

[소개서바로그기](#)



라이브달

[소개서바로그기](#)

