



2021 상반기 건돌이닷컴 트렌드리포트

트렌드 리포트 2021 by 건돌이닷컴

인스타그램 | 페이스북 | 트위터 | 유튜브

01 Instagram

2021 상반기 인스타그램 현황
2021 상반기 건돌이닷컴 인스타그램 데이터
2021 상반기 건돌이닷컴 해시태그 트렌드
2021 상반기 건돌이닷컴 인스타스토리 데이터
2021 하반기 인스타그램 주목 포인트

02 Facebook

2021 상반기 페이스북 현황
2021 상반기 건돌이닷컴 페이스북 데이터
2021 하반기 페이스북 주목 포인트

03 Twitter

2021 상반기 트위터 현황
2021 상반기 건돌이닷컴 트위터 데이터
2021 하반기 트위터 주목 포인트

04 YouTube

2021 상반기 유튜브 현황
2021 상반기 건돌이닷컴 유튜브 데이터
2021 하반기 유튜브 주목 포인트

05 SNS AD Trend

2021 상반기 SNS 광고 현황
업종별 광고 현황
업종별 광고 효율
2021 하반기 SNS 광고 전망

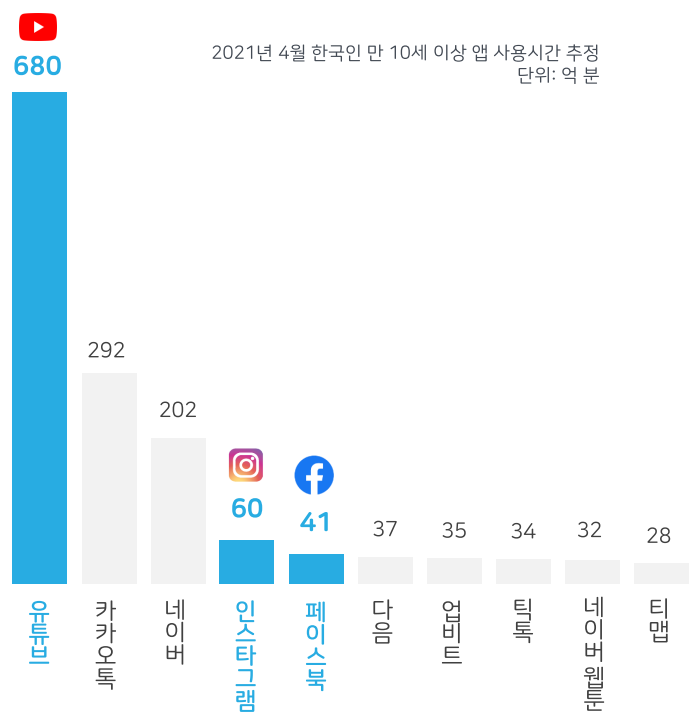
06 2021 Second Half Trend

숏폼 콘텐츠
AR / VR / 메타버스
챗봇

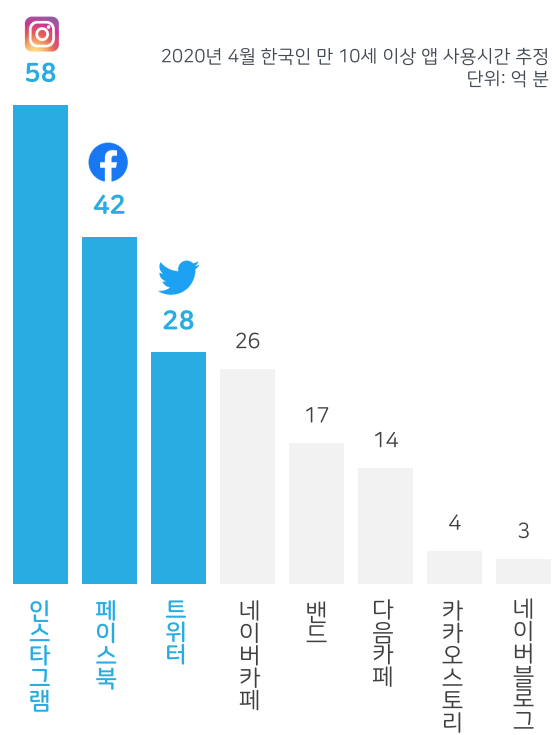
2021년 상반기 SNS 이용 현황

SNS 이용 현황을 살펴 보면, 가장 오래 사용하는 앱 전체 영역에서는 유튜브가 압도적인 모습을 보여줬으며 SNS 앱 영역에서는 **인스타그램**과 **페이스북**, **트위터**가 나란히 **TOP3**를 차지하였습니다.

한국인이 가장 오래 사용하는 앱 (전체)



한국인이 가장 오래 사용하는 앱 (SNS)



2021년 상반기 SNS 트렌드

트렌드를 움직이는 핵심 세대인 MZ세대는 SNS에 콘텐츠를 게시하고
경험한 것들을 주변에 적극적으로 공유하는 것을 즐기며, 좋아하는 브랜드와 제품에 충성심이 높은 편입니다.

*MZ세대: 밀레니얼+Z세대 (1981~2010년생)

SNS에 활동적인 MZ세대



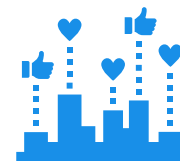
소셜미디어를 통해
활발하게 콘텐츠를 게시

53%



브랜드의 최신 소식이나 신제품에
관련된 소식을 꼼꼼하게 챙겨본다

55%



새로 경험한 브랜드나 제품을
주변지인이나 친구 등에게 적극 공유

55%

2021년 상반기 SNS 트렌드

MZ세대는 제품 및 서비스를 구매하기 전 SNS를 통해 정보를 탐색하는 경향을 보였습니다.
특히, 인스타그램은 구매 단계에서 브랜드 및 기업 계정의 영향이 높았으며,
트위터는 구매 후기 등의 공유 활동이 월등히 높았습니다.

제품, 서비스 구매 전 정보 탐색 경험



인스타그램에서 찾아봤다

85%



트위터에서 찾아봤다

75%

제품, 서비스 관련 게시물 접촉 후 구매 경험 TOP3



1

브랜드, 기업 계정

35.5%

2

일반인, 취미 계정

22.0%

3

친구, 지인 계정

19.0%



브랜드, 기업 계정

35.5%

정보 제공 계정

22.0%

일반인,
친구, 지인 계정

19.0%

개인작가,
창작자 계정

35.5%

일반인,
친구, 지인 계정

22.0%

브랜드, 기업 계정

19.0%

제품, 서비스 구매 후기 공유 경험

인스타그램 피드에
후기를 남겼다

23.0%

인스타그램 스토리에
후기를 남겼다

34.0%

트위터에
후기를 남겼다

57.5%

2021년 상반기 SNS 트렌드

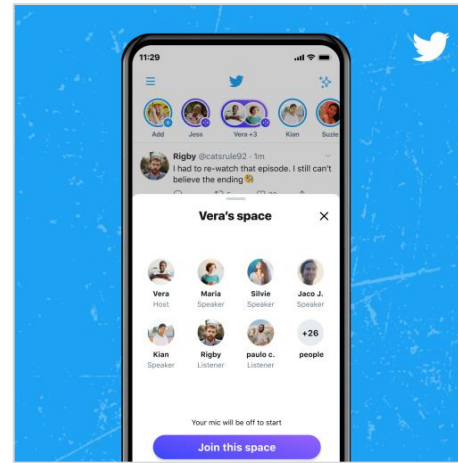
상반기에는 소셜 오디오 플랫폼 시장이 주목을 받았습니다.
일방적인 전달이 아닌 쌍방향 소통이 가능한 SNS '클럽하우스' 플랫폼이 인기를 끌며,
트위터와 페이스북 및 카카오톡에서도 음성 기반 소셜미디어 기능을 추가하고 있습니다.

클럽하우스



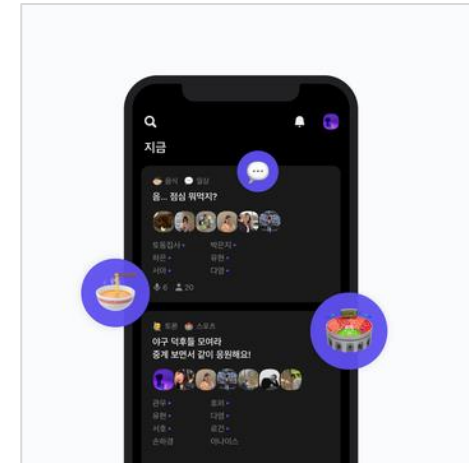
음성 기반의 SNS 플랫폼으로
초대장을 통해 초대받은 사용자끼리
다양한 주제로 대화 및 토론 가능
유명인, 정치인 등이 사용하며 화제

트위터 '스페이스'



라이브 음성 커뮤니티 기능인
'스페이스 (Twitter Spaces)' 론칭
'플릿(Fleets)' 영역에서 '스페이스' 확인 가능
* 팔로워 600명 이상 방 개설 가능 (추후 확대 예정)

카카오 '음 (mm)'



다자간 음성 소통이 가능한
소셜 오디오 플랫폼 '음(mm)' 출시
카카오톡 오픈채팅 함께 활용 가능
* 별도 앱 다운로드

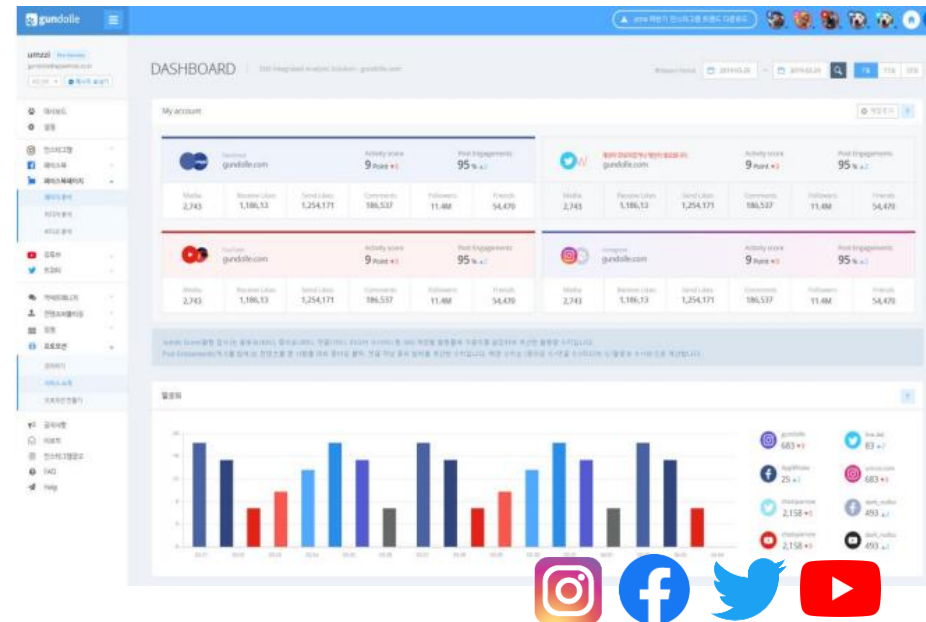
2021년 상반기 건돌이닷컴 미디어 수

 건돌이 마크가 있는 자료는 건돌이닷컴의 내부 데이터입니다.

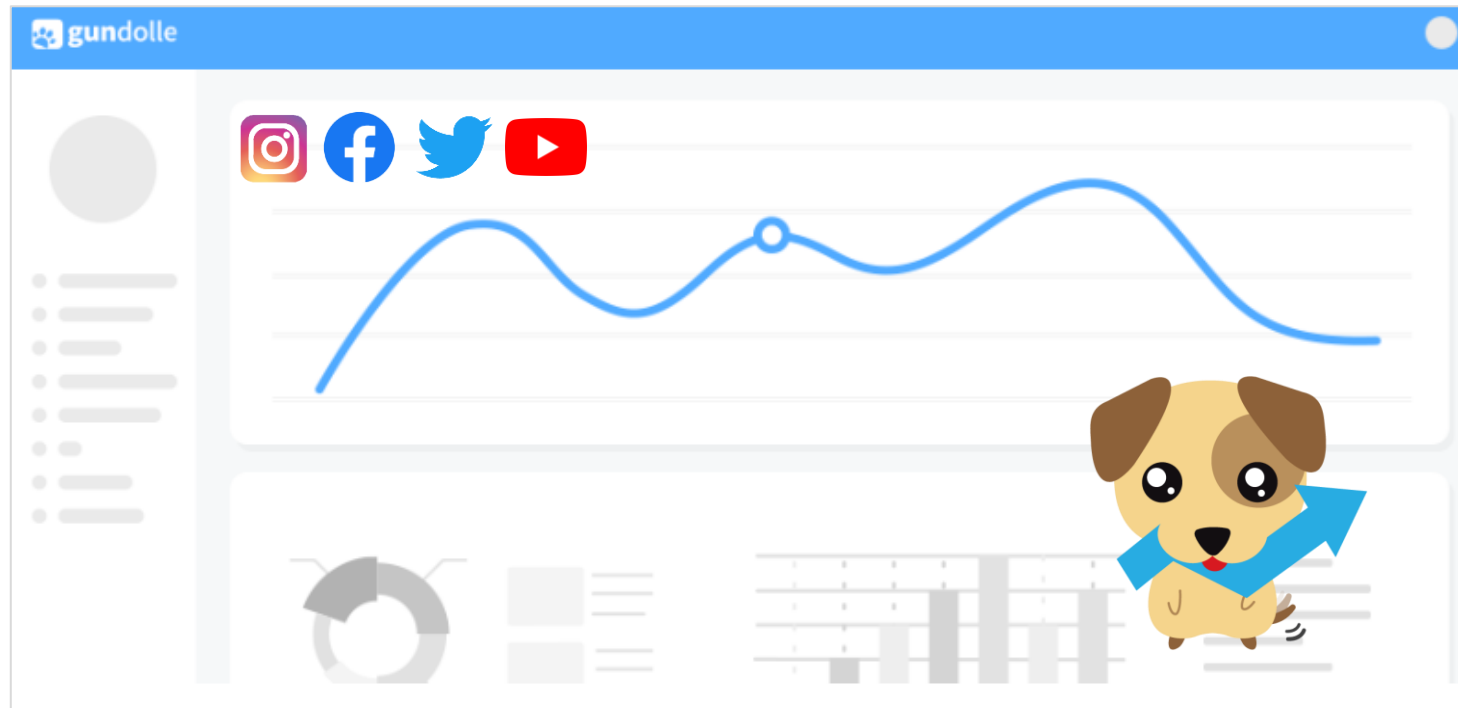
2021년도 상반기 SNS 트렌드 리포트는 건돌이닷컴 유저들의 데이터 중 가장 활발하게 활동한 액티브 유저들의 데이터로만 추출된 표본으로 제작되었습니다.

2021년 1월 - 2021년 6월 건돌이닷컴 SNS 미디어 수

90,078



인스타그램, 페이스북, 트위터, 유튜브
여러 플랫폼의 데이터를 건돌이닷컴 한 곳에서 분석해보세요!



INSTAGRAM

01

2021 상반기
인스타그램 현황

02

2021 상반기 건돌이닷컴
인스타그램 데이터

03

2021 상반기 건돌이닷컴
해시태그 트렌드

04

2021 상반기 건돌이닷컴
인스타그램스토리 데이터

05

2021 하반기
인스타그램 주목 포인트

2021년 상반기 인스타그램 현황

상반기 인스타그램은 기존의 기능을 더욱 고도화시키는 업데이트를 하였습니다.
 최대 4명에서 합동 라이브 방송이 가능한 '라이브 룸스'와 '좋아요' 감추기 기능 및
 '프로페셔널 대시보드' 제공으로 여러 이용자들이 다양한 콘텐츠를 선보이고 관리할 수 있도록 하고 있습니다.

최대 3명 추가 가능한 '라이브 룸스' 출시



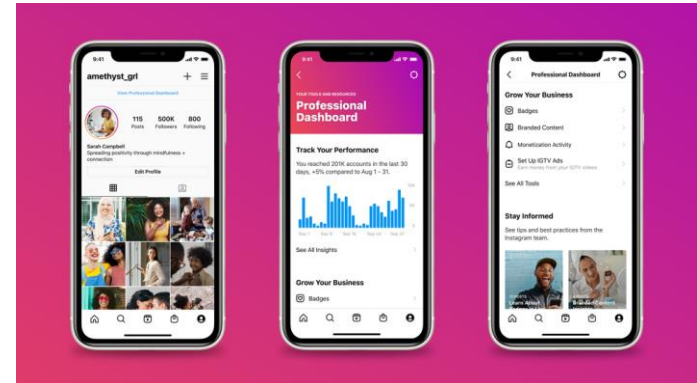
라이브 방송 시 게스트 기존 1명 추가에서
 최대 3명까지 추가 가능하도록 업데이트

'좋아요' 감추기 기능 도입



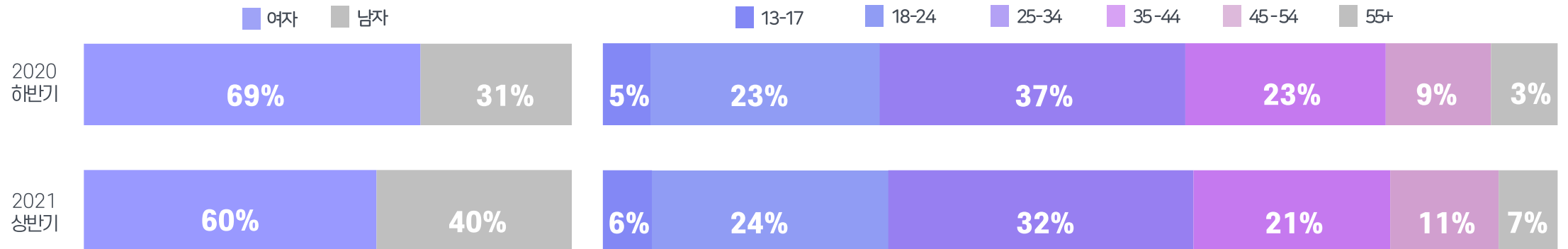
콘텐츠 집중도를 위해 '좋아요' 감추기 기능 옵션 제공
 타인의 게시물도 숨기기 가능하며,
 피드 내 모든 게시물 좋아요 수 숨기거나
 게시물마다 지정 가능 (본인은 좋아요 수 확인 가능)

프로페셔널 대시보드 공개



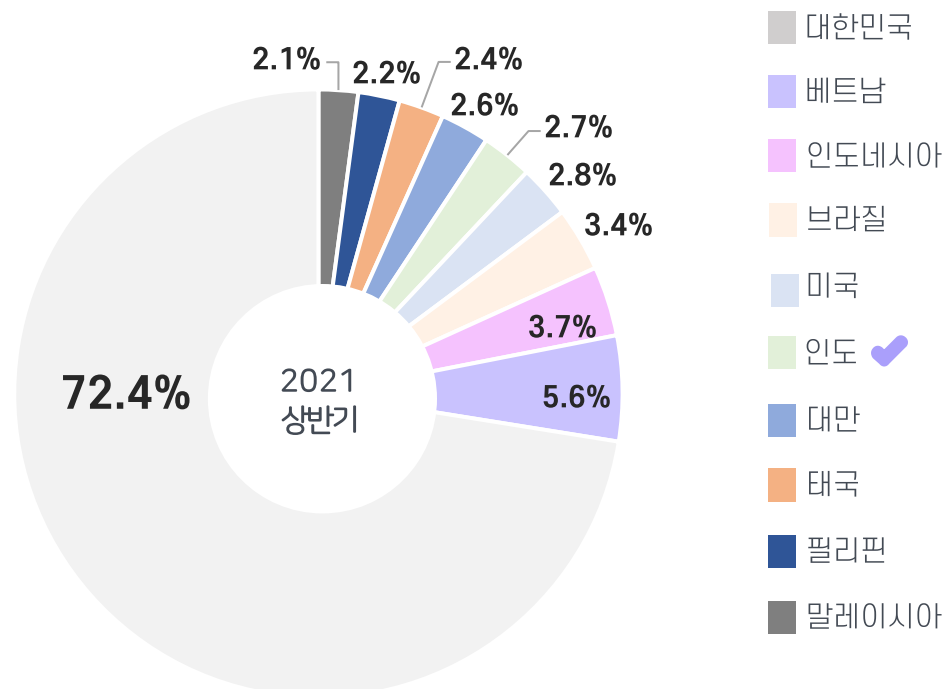
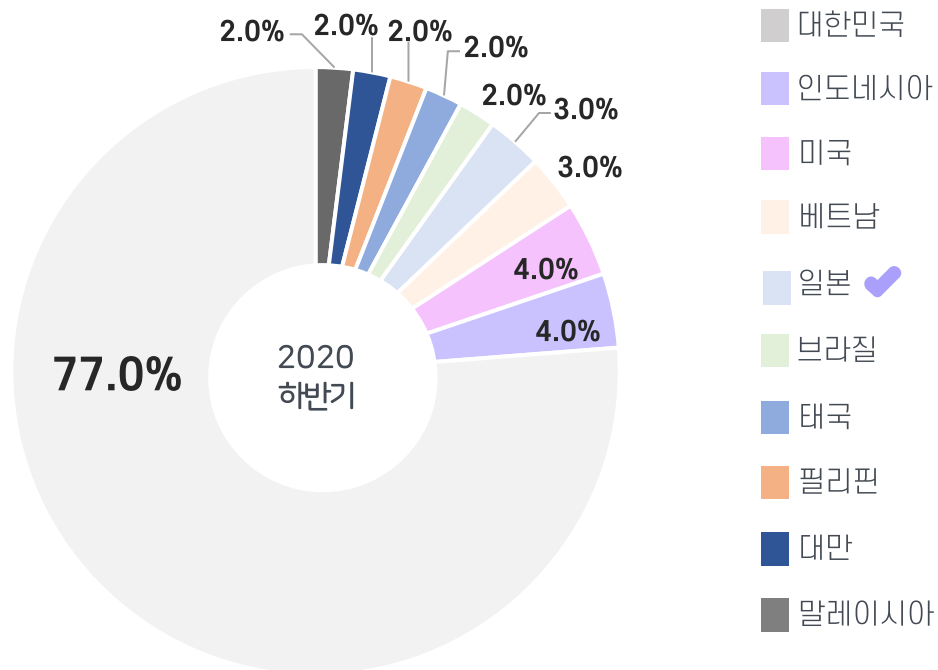
리소스를 모아 놓은 중앙 허브 도구로써,
 성과 추적, 비즈니스 성장, 최신 정보 파악
 3가지 주요 기능 제공

인스타그램은 여성과 남성이 각 6대 4 비율을 차지하고 있으며
20년 하반기 대비 남성의 비율이 증가하였고, 그 외 45세 이상 세대의 비율이 높아진 점이 특징적입니다.



이용 국가 TOP10 데이터

2021년 상반기에는 일본이 순위권 밖으로 밀려나며,
인도가 다시 TOP10 순위권에 진입하였습니다.



건돌이닷컴에서는인스타그램계정의팔로워에관한 인구통계학/국가데이터를한눈에확인할수있습니다.☺

비즈니스 프로필 데이터

비즈니스 프로필에는 모든 정보를 다 등록해주시는 것이 좋으며,
클릭률이 월등하게 높은 '웹사이트' 링크 클릭은 필수로 등록해두시는 것을 권장 드립니다.

2021 상반기 인스타그램 비즈니스 프로필 데이터

노출수	도달수	조회수
69,195,373	49,242,575	659,830



이메일보내기

0.2%



전화하기

0.1%



메시지보내기

1.3%



찾아가는길

2.2%



웹사이트클릭

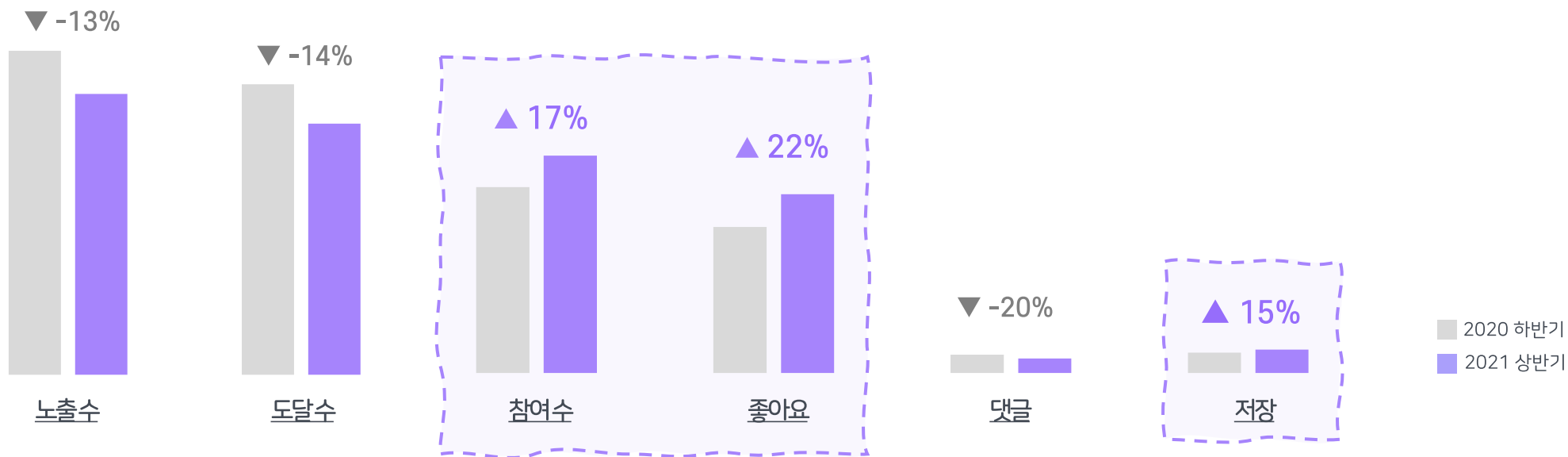
96.2%



20하반기, 21상반기 비교

작년 하반기 대비 21년도 상반기에는 미디어 1개당 노출, 도달 수는 다소 하락한 반면
 전체적인 참여 수는 증가하였으며, 저장 기능을 이용하는 유저의 수는 꾸준히 늘어나고 있는 것으로 확인됩니다.

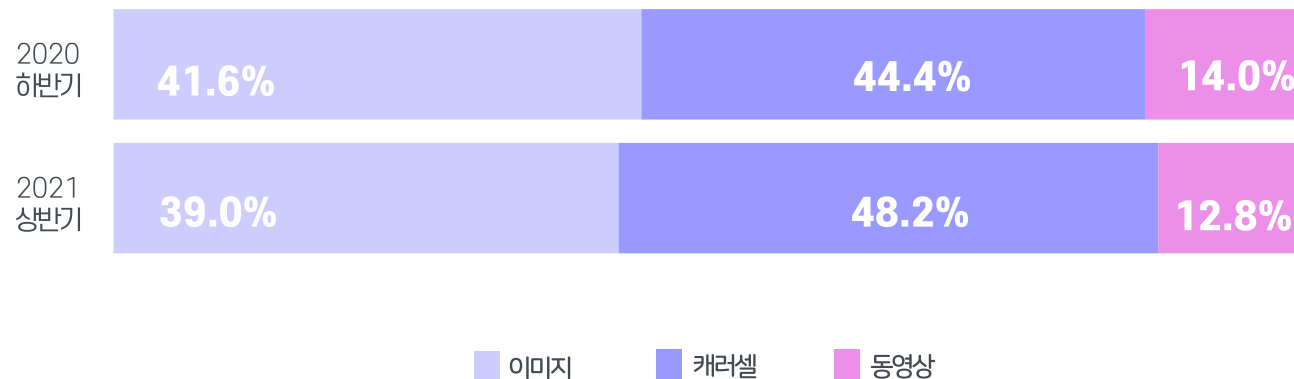
20하반기, 21상반기 미디어 1개당 데이터 비교



미디어 형태별 사용률

2021년 상반기 미디어 사용률은 캐러셀이 48.2%로 가장 높았습니다.
작년 하반기와 전체적으로 비슷하나 캐러셀의 사용률이 더 증가한 것으로 확인되었습니다.

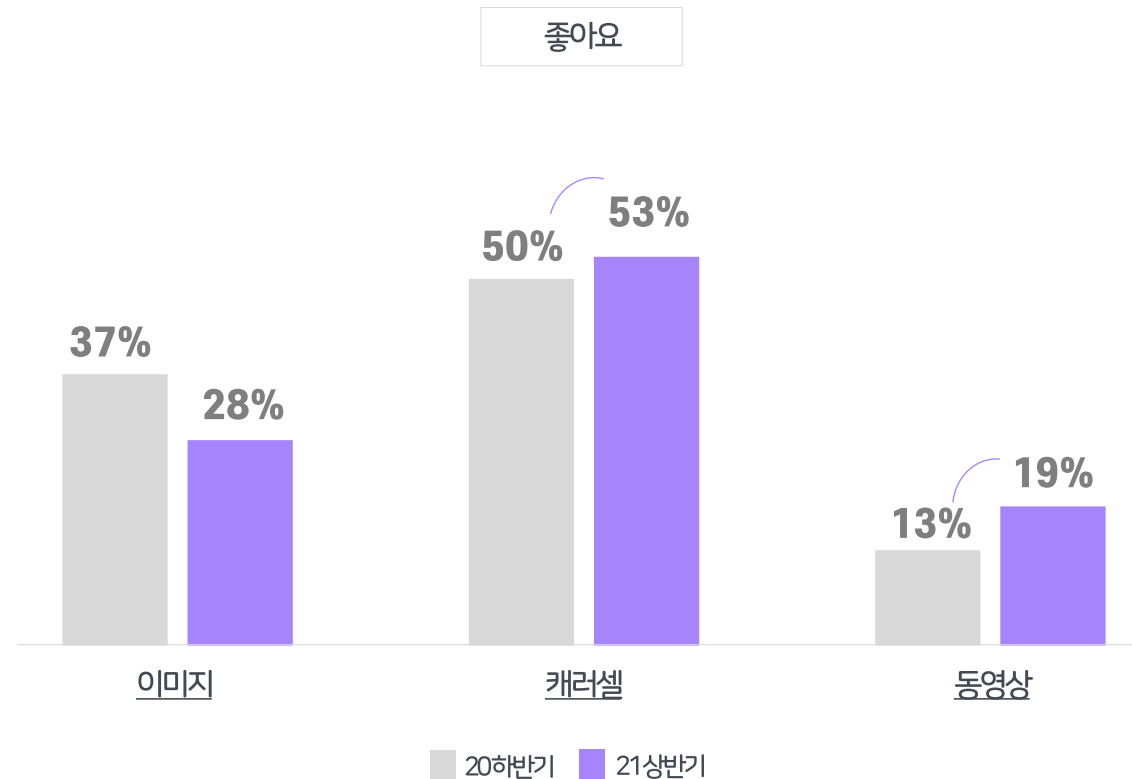
20하반기, 21상반기 미디어 형태별 사용률 비교



미디어 형태별 유저 반응률

1) 좋아요

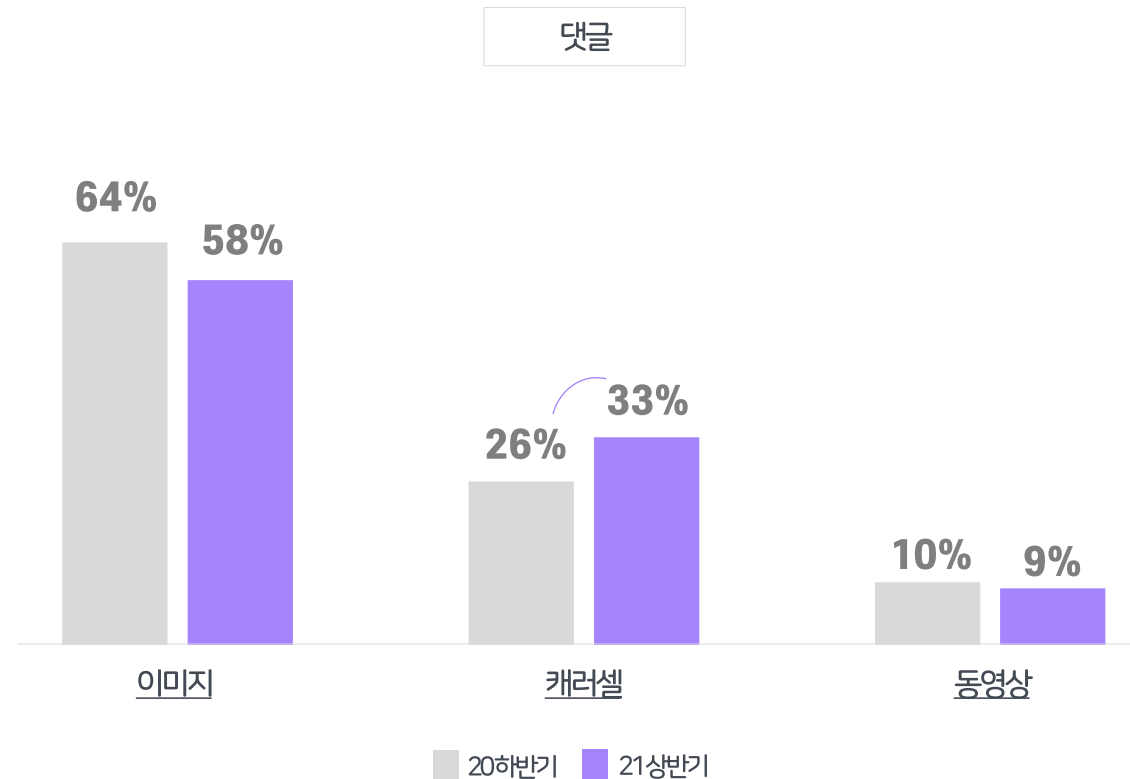
좋아요는 캐러셀에서 가장 높은 사용률을 보이고 있으며,
작년 하반기 대비 이미지 사용률이 하락하며, 동영상에서 좋아요를 누르는 비율이 6%p 증가하였습니다.



미디어 형태별 유저 반응률

2) 댓글

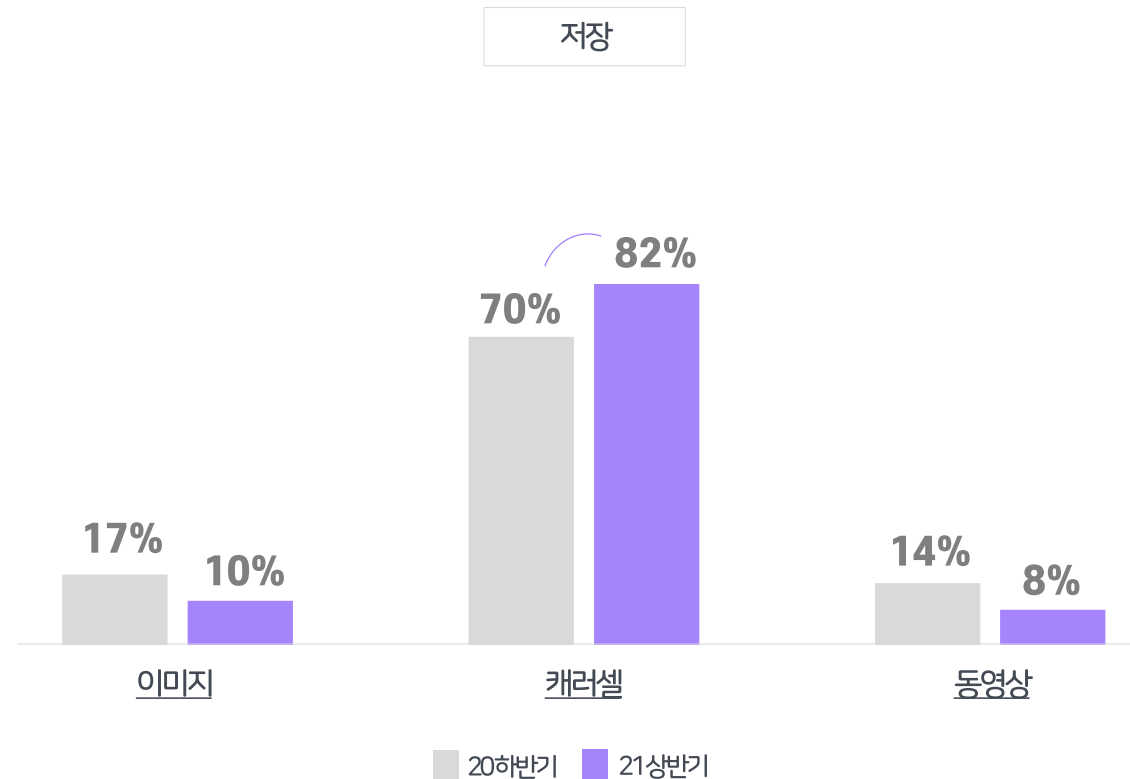
댓글은 이미지 형태에서 꾸준하게 많이 사용되고 있으며,
이번 상반기에는 캐러셀 형태에서의 사용률이 7%p 상승한 모습을 보였습니다.



미디어 형태별 유저 반응률

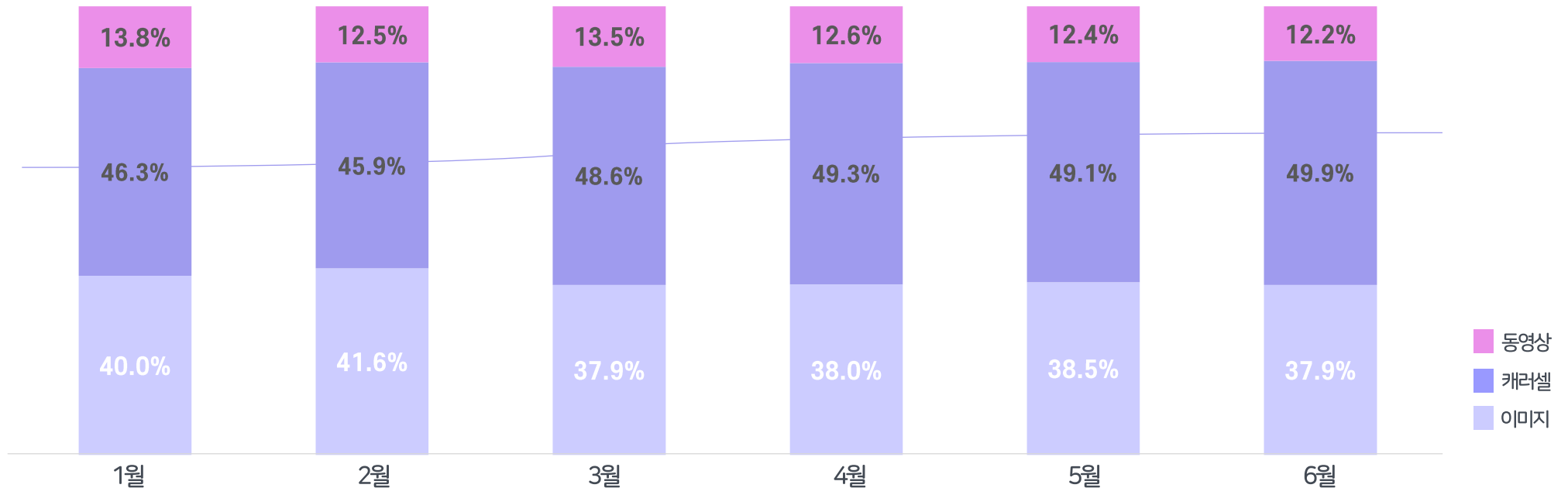
3)저장

이미지와 영상을 조합하여 다양한 콘텐츠를 보여줄 수 있는
캐러셀 형태는 항상 높은 저장률을 보이고 있으며, 상반기에 더욱 상승하여 82%를 기록하였습니다.



2021 상반기 월별 미디어사용률

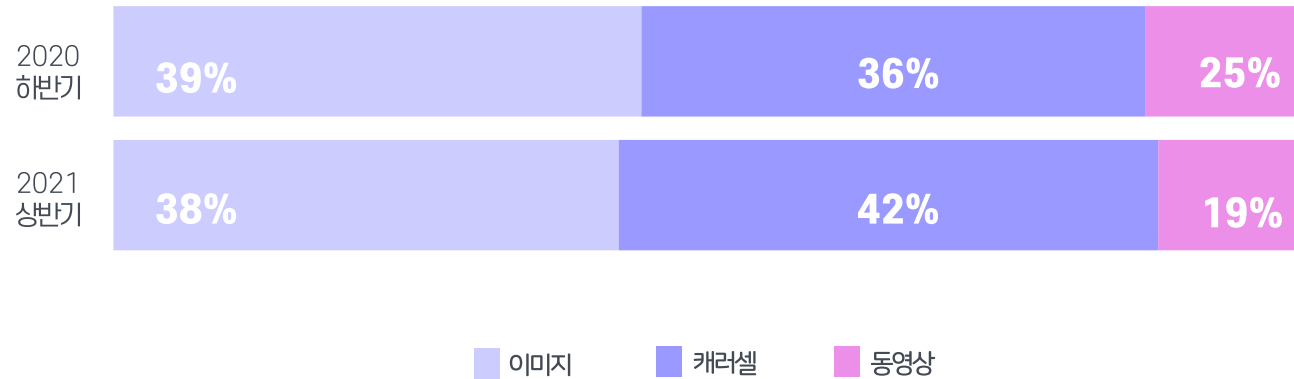
월별 미디어사용률을 살펴보면 3월부터 캐러셀의 사용률이 소폭 증가하여 6월에는 49.9%의 사용률을 보여주고 있습니다.



미디어별 해시태그 사용률

미디어별 해시태그 사용률 또한 캐러셀에서 가장 많이 사용되었으며,
작년 하반기 대비 6%p 상승하여 42%를 기록하였습니다.

20하반기, 21상반기 해시태그 사용률 비교



2021년 상반기 건돌이닷컴 #해시태그 TOP 20

일상해시태그는 꾸준히 많이 사용되고 있습니다.
인테리어, 홈카페 등 집에서 즐기는 해시태그 사용률이 높아졌고,
kpop, koreabeauty 과 같은 K-문화 관련된 해시태그도 새롭게 진입하였습니다.

20 하반기 대비 상승 ▲
20 하반기 대비 하락 ▼
21 상반기 신규진입 NEW
변동없음 =

1위	일상	=	11위	fashion	▲ 25
2위	ootd	▲ 4	12위	디저트	NEW
3위	뷰티	NEW	13위	먹팔	▲ 6
4위	맛스타그램	NEW	14위	홈카페	NEW
5위	인테리어	▲ 15	15위	먹스타그램	▲ 5
6위	소통	▲ 2	16위	kpop	NEW
7위	팔로우	▲ 14	17위	데일리코디	NEW
8위	makeup	▲ 9	18위	좋아요	▼ 7
9위	종반	▲ 4	19위	dailylook	NEW
10위	먹방	▲ 20	20위	koreabeauty	NEW

2021년 상반기 해시태그 트렌드

#랜선여행 과 같이 집에서 즐기는 집콕 생활 관련 해시태그 순위가 상승했으며,
#음악추천 이나 #신상과자 와 같은 정보성 콘텐츠 관련 해시태그도 눈에 띄었습니다.
20년 하반기와 마찬가지로 인스타그램 유저들 사이에서도 #주식투자 와 같이 재테크 관련 해시태그도 꾸준히 사용되고 있습니다.



집콕생활

#인테리어
#집꾸미기
#랜선여행
#랜선투어

엔터테인먼트

#kpopidol
#음악추천
#kpopmemes
#webdrama

음식

#쿡방
#신상과자
#편의점신상
#쿡스타그램

반려동물

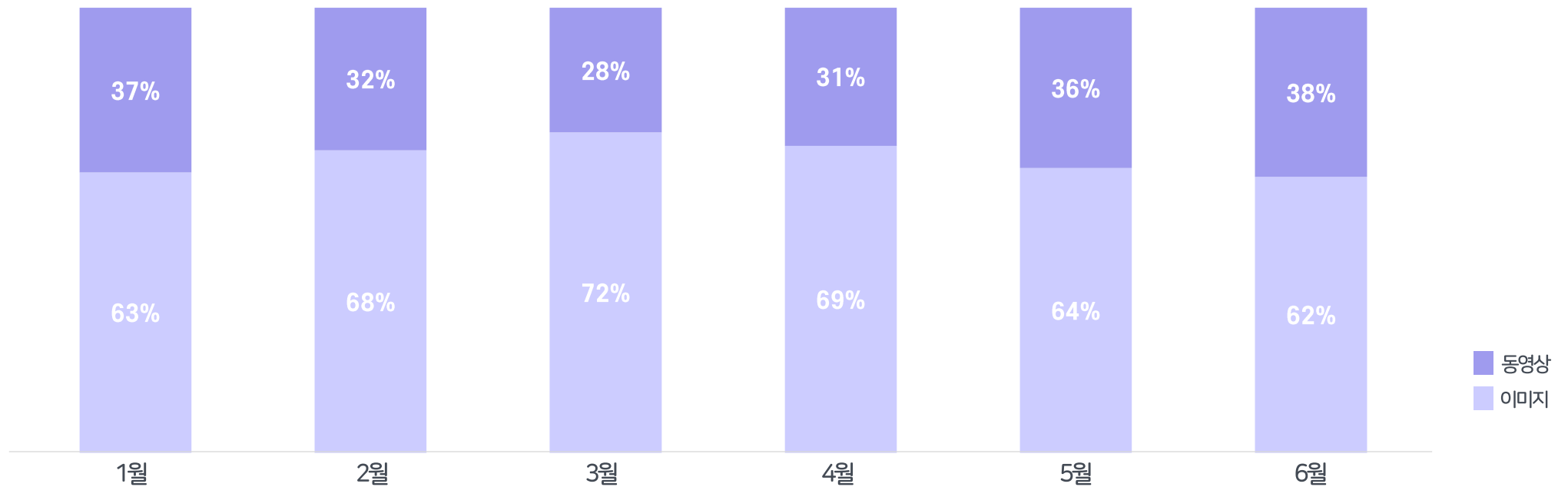
#강아지
#애견동반
#반려생활
#애견동반장소

재테크

#주식투자
#주식스타그램
#주식공부

2021년 인스타그램 스토리 현황

이미지 사용률이 평균 66%로 동영상보다 사용률이 더 높았으며,
3월을 기점으로 동영상의 사용률이 점차 증가한 모습을 보였습니다.



2021년 상반기 인스타그램 스토리_도달률 높은 시간 및 응답, 이탈률

건돌이닷컴에서 확인한 인스타그램 **평균 응답률은 0.03%, 이탈률은 14%**였습니다.
도달률이 높은 시간을 확인하여 업로드해보세요!

인스타그램 스토리 평균 응답/이탈률

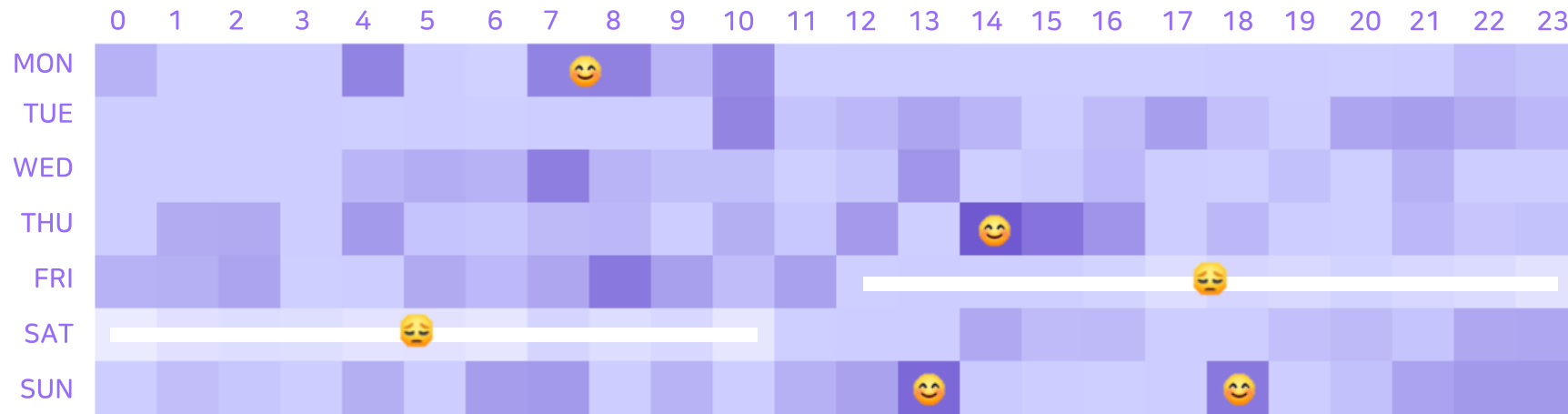
응답률
0.03%

이탈률
14%

도달률 높은 시간대/낮은 시간대

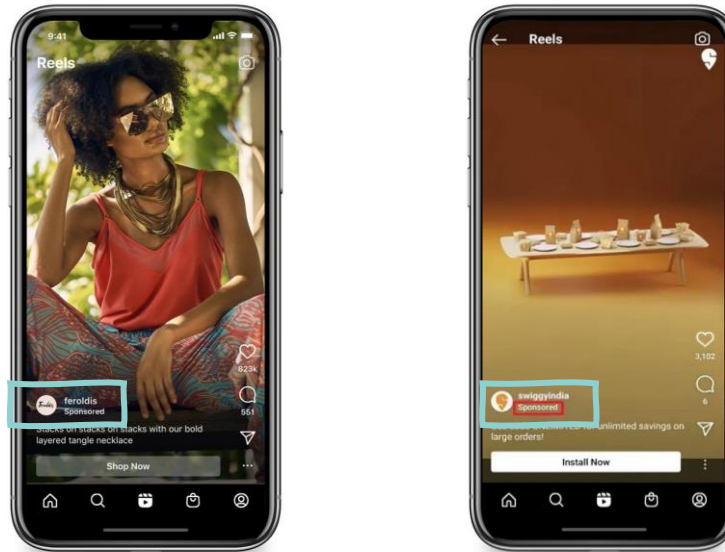
😊 일요일 오후, 수요일 오후에 도달률이 가장 좋았어요!

😞 금요일 오후와 토요일 오전 시간대는 피하는 게 좋아요.



인스타그램 2021 하반기 포인트: 릴스 광고 기능 도입 예정

인스타그램은 작년에 출시한 숏폼 영상 서비스 '릴스'에 광고를 도입할 예정이라고 합니다.
숏폼 동영상 시장이 계속 성장함에 따라 하반기에는 릴스 서비스에 더욱 집중할 것으로 보입니다.



릴스 콘텐츠 사이에 삽입되어 세로 형태의 전체화면으로 노출
최대 30초까지 송출되며 스폰서드(Sponsored) 라고 표시
댓글, 좋아요, 공유하기, 저장하기 기능 사용 가능

인스타그램 2021 하반기 포인트: DM API 공개

또한, 연례 개발자행사에서 다이렉트 메시지(DM) API를 공개하였습니다.
공개된 API를 활용해 다이렉트 메시지(DM) 내에 '챗봇' 구현이 가능한 것은 물론,
DM으로 응대와 관리가 가능해져 고객 만족도 향상 및 매출 증대에 큰 도움이 될 것으로 예상됩니다.



최근 인스타그램 다이렉트 메시지(DM)는 소비자와 브랜드 간 주요 소통 채널로 자리잡으며,
서비스 또는 예약 등의 문의가 늘어나고 있는 추세로,
API 통해 고객 응대와 관리에 대한 환경을 구축하면 더 체계적이고 편리한 비즈니스가 가능할 것으로 예상.

인스타그램 요약

- 1 최신 정보를 파악하고 성과를 추적할 수 있는 '프로페셔널 대시보드'를 사용하여 비즈니스를 성장시키는데 활용해보세요!
- 2 다이렉트 메시지 API 공개로 DM내 챗봇 구현이 가능해졌습니다! 챗봇 기능을 이용하면 비즈니스를 더 체계적이고 편리하게 운영할 수 있습니다.
- 3 랜선여행, 인테리어와 같이 집에서 즐길 수 있는 것들에 대한 관심이 여전히 높으며, 재테크 관련 된 해시태그의 공유가 계속 늘고 있는 추세입니다.
- 4 스포츠 시장이 계속 성장함에 따라 인스타그램에서도 릴스에 광고를 도입하는 등 '릴스' 서비스에 더욱 집중할 것으로 예상됩니다.

TIP Spark AR 필터 또는 챗봇 제작을 하고 싶으시다면 ads@perfect-storm.net 에 문의주세요 ☺

FACEBOOK

01

2021 상반기
페이스북 현황

02

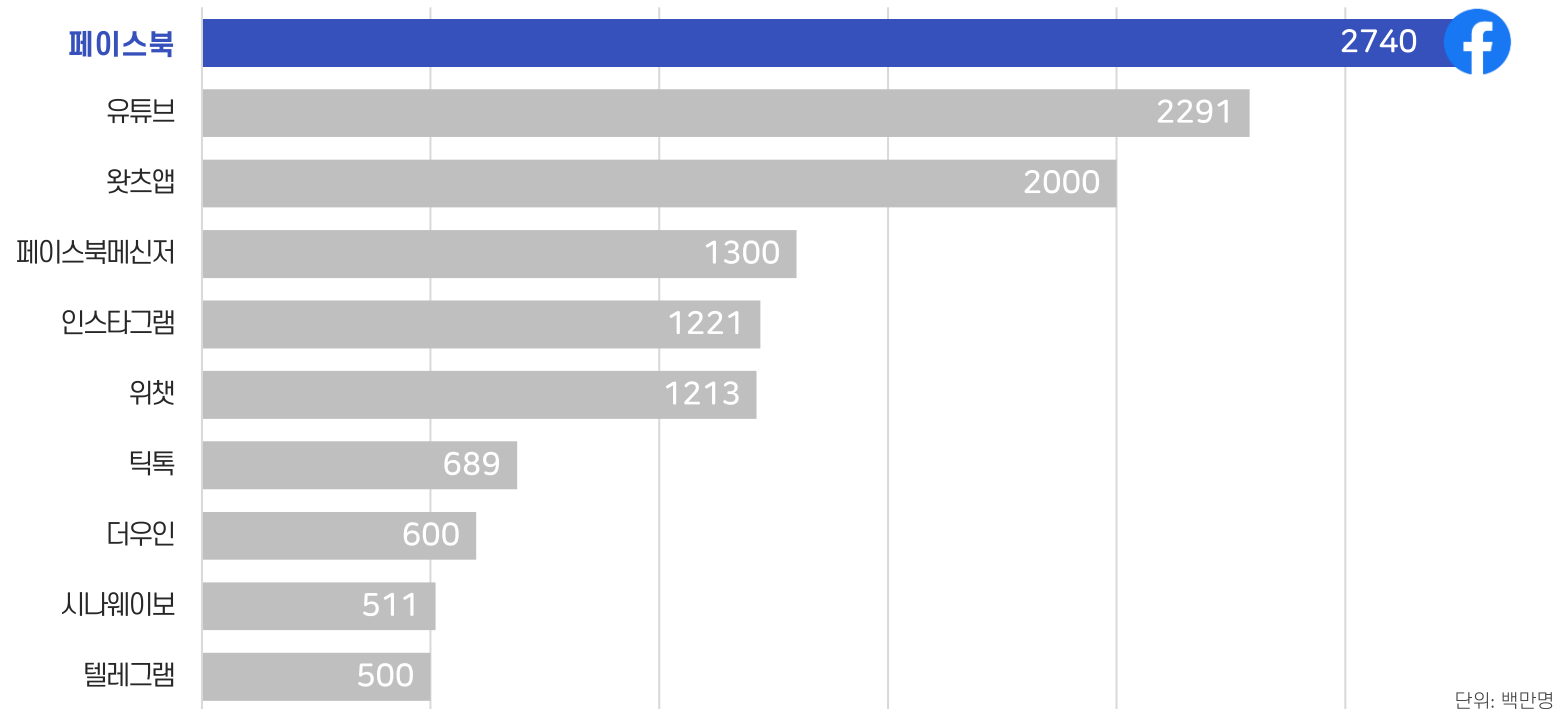
2021 상반기 건돌이닷컴
페이스북 데이터

03

2021 하반기
페이스북 주목 포인트

2021 상반기 페이스북 현황

국내에서는 페이스북보다 인스타그램의 인기가 더 높지만,
글로벌 SNS 월간 활성 사용자를 보면 21년 1월 월간 활성 사용자수가
무려 27억 4000만명으로 페이스북이 독보적인 1위를 차지하고 있습니다.



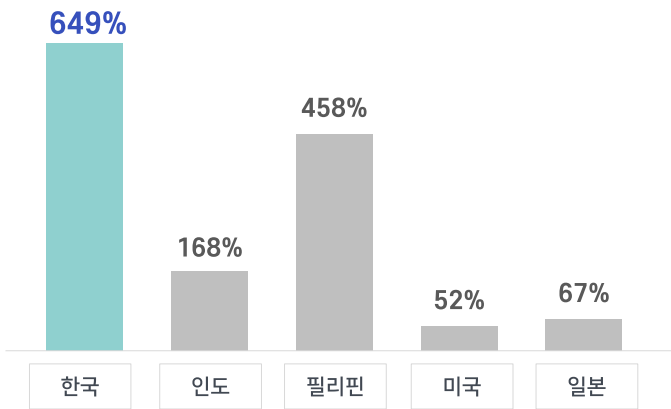
단위: 백만명

2021 상반기 페이스북 현황

AR/VR 시장이 빠르게 성장하며 페이스북에서도 AR/VR 관련 그룹이 전년 대비 크게 성장하는 모습을 보였고, 그 중 한국이 가장 두드러지는 성장세를 보였습니다.

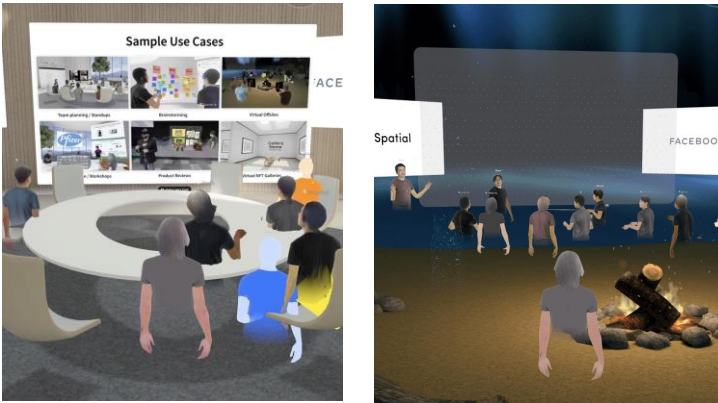
또한, 페이스북은 상반기에 VR회사를 네 번째 인수하며 AR, VR 사업을 꾸준히 확장해 나가고 있습니다.

AR, VR에 관련된 페이스북 그룹 전년 대비 성장률



- 전체 조사대상국 중 전년 대비 한국이 가장 크게 성장
- 페이스북 플랫폼 상 AR, VR 콘텐츠 검색량 전년 대비 44% 증가

페이스북, 오클러스 필드 가상현실 생태계 구축 집중

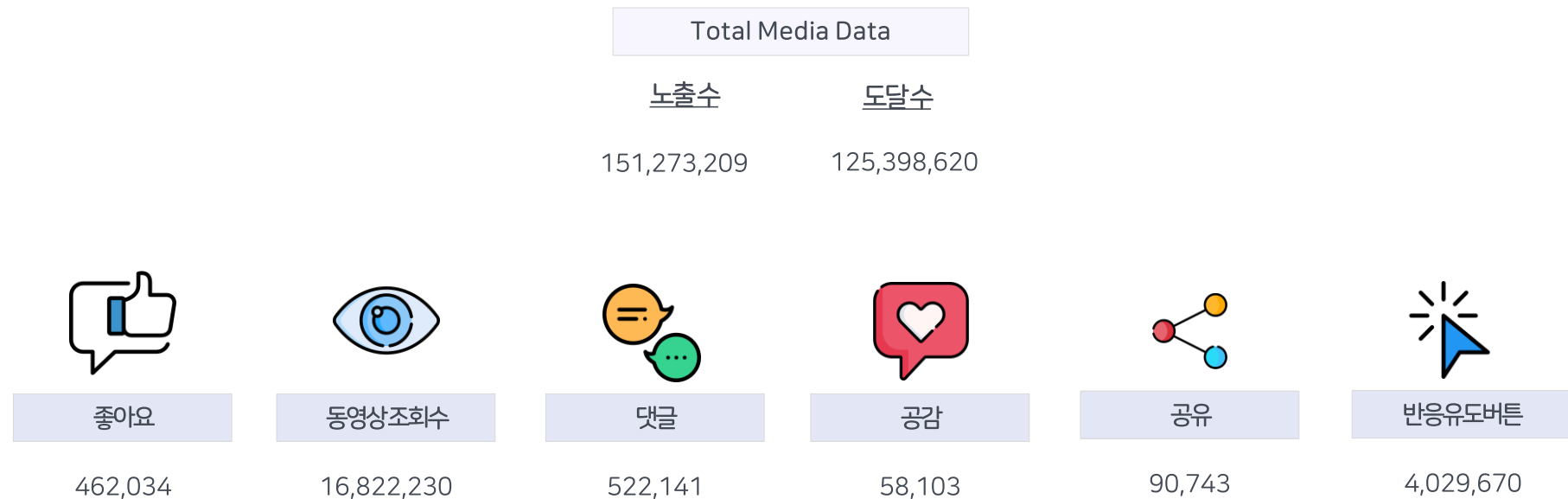


AR 기반 협업 플랫폼인 '스페이셜'을 활용한 페이스북 코리아 기자간담회 모습

- VR 슈팅 게임 개발사 '다운푸어 인터랙티브'를 인수 후 오클러스 스튜디오에 합류
- '오클러스 퀘스트2' 지난해 베스트셀링 상위 5개 모델 중 1위 차지

2021 상반기 페이스북 데이터

2021 상반기 페이스북 데이터를 살펴보면,
 유저 참여는 **반응유도버튼 > 댓글 > 좋아요 > 공유 > 공감** 순으로 발생했습니다.

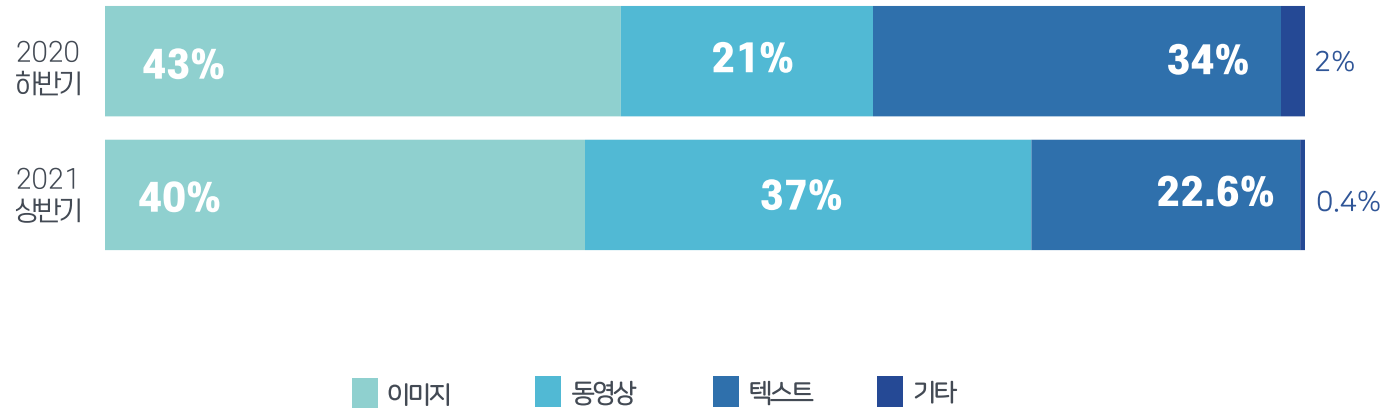


*반응 유도 버튼에는
 지금 신청하기, 다운로드,
 지금 예약하기 등이
 포함되어 있습니다.

미디어형태별 사용률

이미지가 40%로 가장 높았으며, 동영상 > 텍스트 순의 비율로 업로드 되었습니다.
작년 하반기 대비 텍스트의 사용률이 줄어들며, 동영상의 사용률이 눈에 띄게 증가하였습니다.

20하반기, 21상반기 미디어 형태별 사용률 비교

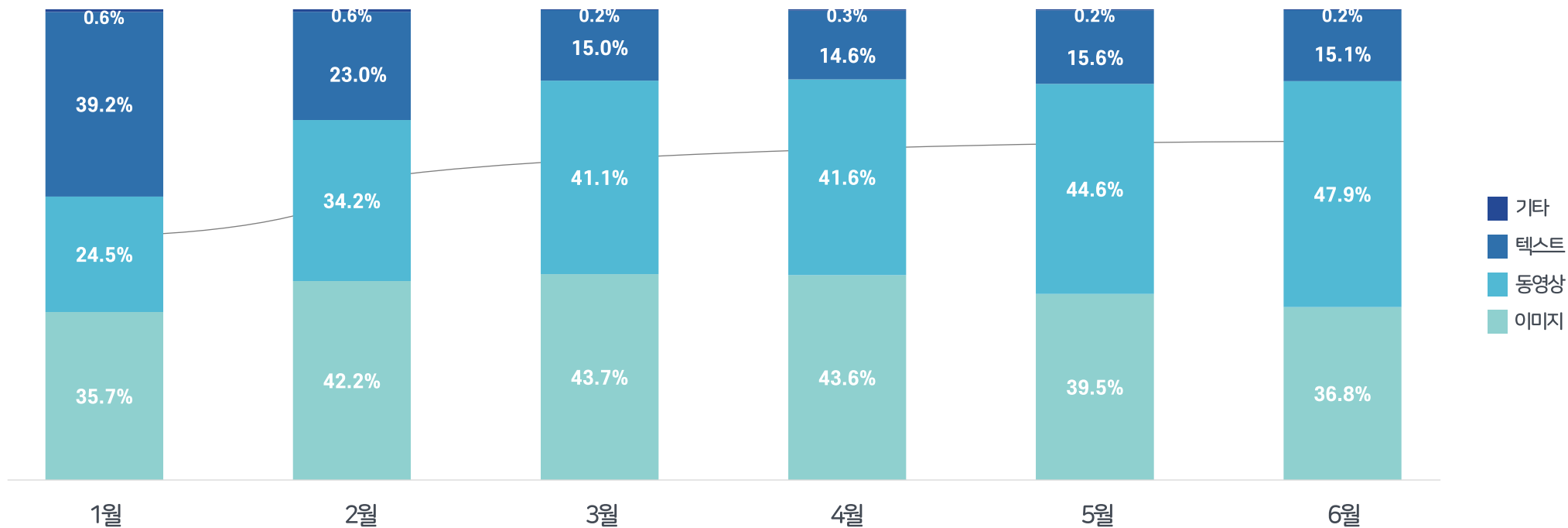


*링크: 링크 URL을 포함한 미디어입니다

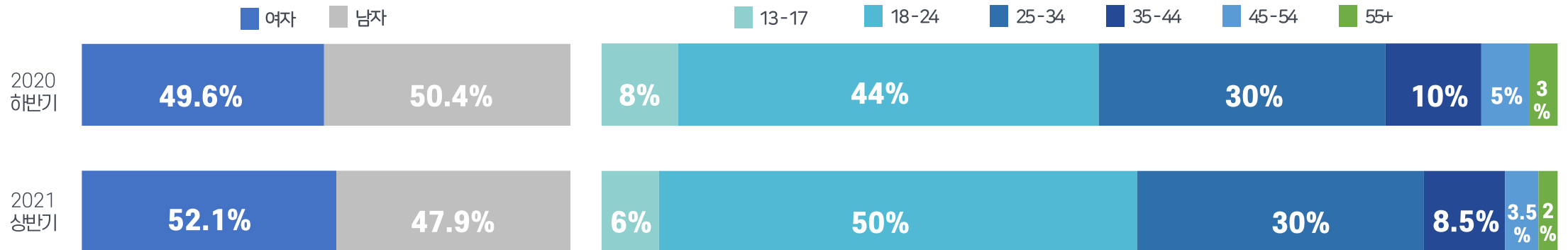
*노트: 페이스북에서 제공하는 노트 방식을 사용한 미디어입니다

월별 미디어 수 및 추이

텍스트의 사용률이 증가했던 작년 하반기 대비
2021년 상반기에는 2월부터 동영상의 사용률이 크게 증가한 것을 볼 수 있습니다.
페이스북에서 동영상 콘텐츠 소비가 활발해진 것으로 보입니다.

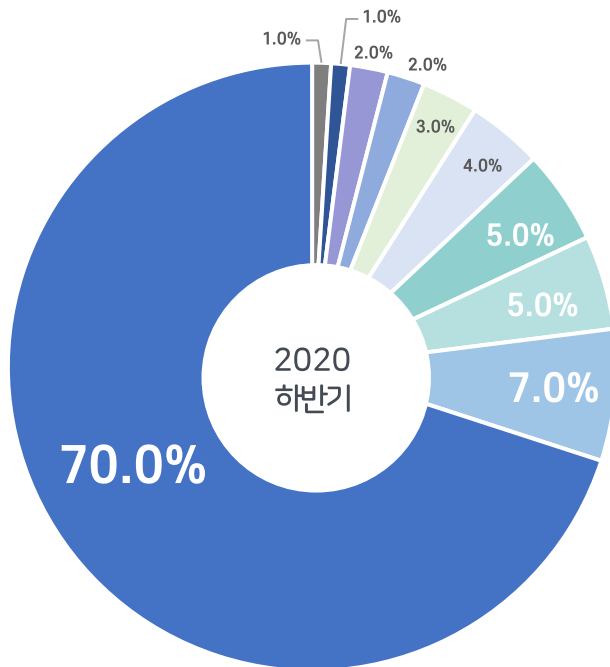


페이스북은 20대의 비율이 다른 플랫폼보다 가장 높습니다.
이번 상반기에는 18-24세대의 비율이 6%p 증가하여 50%의 비율을 기록하였습니다.

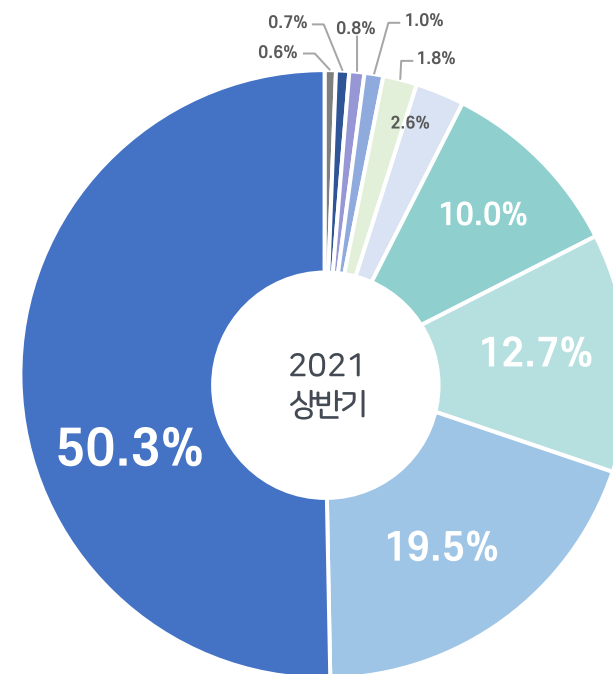


페이스북 팬 국가데이터 TOP10

인도네시아와인도 국가의 팔로워 비율이 크게 증가하였으며,
태국과대만이 TOP10 순위권에 진입한 점이 특징적입니다.



- 대한민국
- 필리핀
- 베트남
- 인도네시아
- 인도
- 말레이시아
- 방글라데시
- 미얀마
- 캄보디아
- 파키스탄

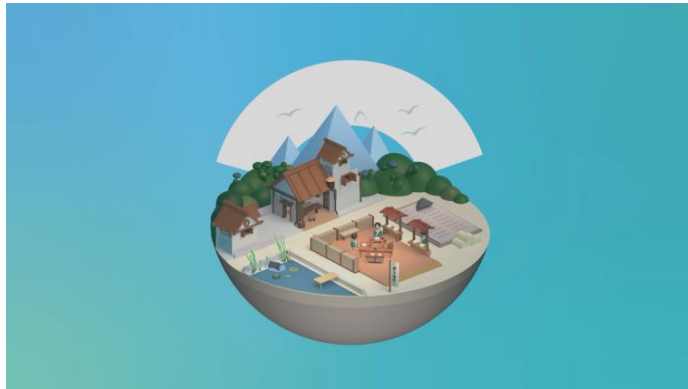


- 대한민국
- 인도네시아 ✓
- 인도 ✓
- 필리핀
- 베트남
- 태국 ✓
- 말레이시아
- 방글라데시
- 네팔
- 대만 ✓

페이스북 2021 하반기 포인트: 메타버스 시장 선점

페이스북은 가상, 증강(VR, AR) 사업영역을 계속 확대해갈 것으로 보이며,
올 하반기 스마트 글라스(안경) 출시 등 페이스북의 메타버스 시장 선점을 위해 더욱 속도를 낼 것으로 예상됩니다.

메타버스 서비스 '호라이즌'



가상세계를 기반으로 하는 새로운 개념의 소셜 네트워킹 서비스로
북미에서 베타테스트 중이며 국내 출시 계획 아직 미정
사용자들은 자신만의 세계와 캐릭터를 만들고
친구들을 초대해 여러 활동들을 즐길 수 있으며 가상화폐를 통해 물물교환도 가능

VR기기 넘어선 AR 기기 등장



컨트롤러 없이도 VR, AR 환경을 조작할 수 있는 AR 글래스 올 하반기 출시 계획
AR글래스와 손목밴드에 연동시켜 글래스와 손목밴드를 착용하면
눈 앞에 VR 키보드가 펼쳐지며 물리적인 타이핑이 가능한 정도로 구현하려는 계획

페이스북 2021 하반기 포인트: 라이브 오디오 룸스

또한, 페이스북은 음성 기반으로 실시간 대화를 할 수 있는
라이브 오디오 룸스 (Live Audio Rooms) 서비스를 개발 중이며 2021년 여름쯤 출시될 것이라고 밝혔습니다.
올 하반기에는 오디오 소셜 서비스가 더욱 확대될 것으로 예상됩니다.



라이브 오디오 룸스 (Live Audio Rooms)

페이스북은 라이브 오디오 룸스 서비스를
올 여름부터 페이스북 앱과 메신저를 통해 제공할 계획.

라이브 오디오 룸스 사용자는 자신이 만든 팟캐스트와
오디오 룸에서 수익을 창출할 수 있도록 과금 기능도 도입할 예정

페이스북 요약

- 1 글로벌 SNS 월간 활성 사용자 수로 보면 무려 27억 4천만명으로 페이스북이 독보적인 1위를 차지하고 있습니다.
- 2 텍스트의 사용률이 높았던 작년 하반기에 비해 올해 2월부터 동영상의 사용률이 크게 증가한 모습을 보였습니다.
- 3 오디오 소셜 서비스 시장이 성장함에 따라, 페이스북에서도 음성 기반 서비스인 '라이브 오디오 룸스' 서비스를 출시 준비 중이라고 합니다.
- 4 페이스북은 현재 AR, VR 사업에 적극적으로 투자하고 있으며, 메타버스 시장 선점을 위해 사업영역을 계속 확대해갈 것으로 예상됩니다.

TIP AR, VR 제작을 원하신다면 ads@perfect-storm.net 에 문의주세요 ☺

TWITTER

01

2021 상반기
트위터 현황

02

2021 상반기 건돌이닷컴
트위터 데이터

03

2021 하반기
트위터 주목 포인트

2021 상반기 트위터 현황

트위터는 주 이용자가 하루 10회 이상 접속하고
48.5%가 하루 3시간 이상 이용하고 있어 헤비 유저들의 충성도가 높은 플랫폼입니다.
Z세대의 이용률이 높아 타 SNS보다 활동적인 유저 비율이 높은 것으로 분석됩니다.

트위터 주 이용자 접속 빈도

트위터 주 이용자 n=200, 단위 %



주 이용자
10명 중 6명은 하루 10회
이상 트위터 접속



59.0%

트위터 주 이용자별 하루 평균 이용 시간

트위터 주 이용자 n=200, 단위 %



주 이용자 중
절반 가량은 하루 3시간
이상 트위터 이용



48.5%

3시간 이상

2021 상반기 트위터 현황

또한, Z세대들은 자신만의 뚜렷한 취향을 가지고 있으며
가치관과 생각을 솔직하게 드러내고 공유하는 과정을 트위터에서 즐기고 있습니다.
특히, 정보 검색 용도로 트위터를 활용하는 이용자가 비교적 높은 점이 돋보입니다.

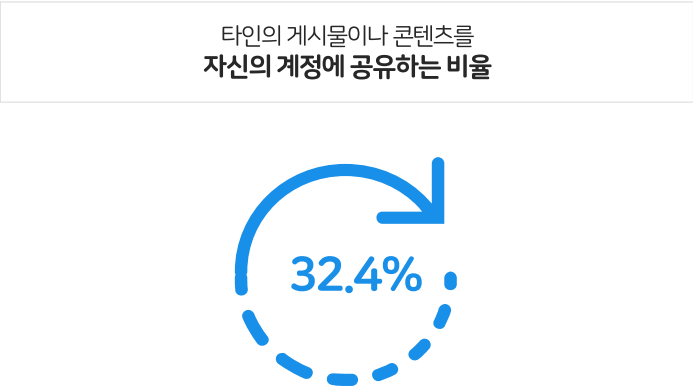
트위터 이용 목적

트위터 주 이용자 n=200, 단위 %

정보탐색	87.8%
타인의 게시물, 콘텐츠에 마음에 들어요를 누르기 위해	56.8%
궁금하거나 필요한 정보를 검색하기 위해	48.6%

트위터 콘텐츠 공유 비율

트위터 주 이용자 n=200, 단위 %

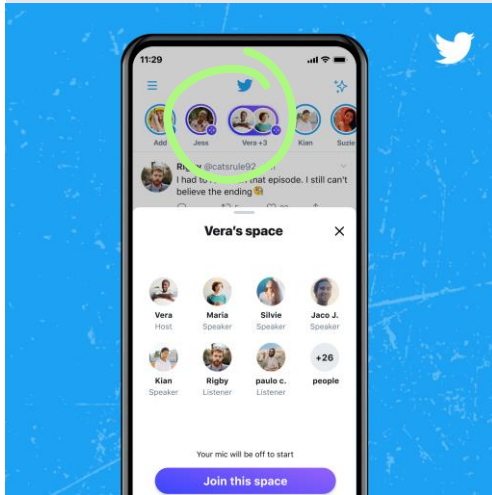


2021 상반기 트위터 현황

트위터에서 라이브 음성 커뮤니티 기능인 **트위터 스페이스 (Twitter Spaces)** 서비스를 시작하였습니다.
 별도 다운로드 없이 트위터 앱 상단 '플릿' 영역에서 확인할 수 있으며,
 유료 스페이스, 알림 및 예약, 공동 호스트 등의 더 다양한 기능들을 추가할 것으로 보입니다.

1

스페이스 참여하기

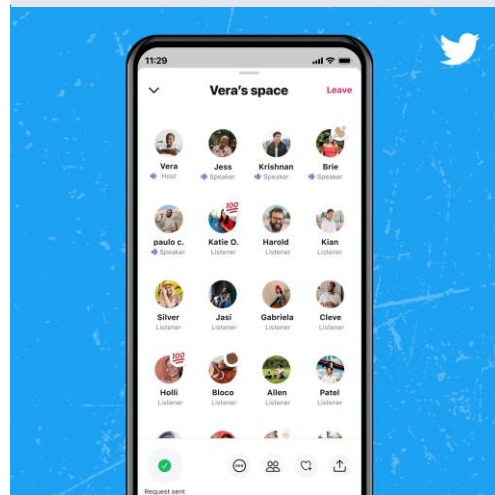


트위터 앱 내에서
 팔로우하는 이용자가 스페이스를 개설하거나
 스페이스에서 발언하는 경우
 타임라인 상단에 보라색 아이콘이 표시 됨

* 팔로워 600명 이상 방 개설 가능 (추후 확대 예정)

2

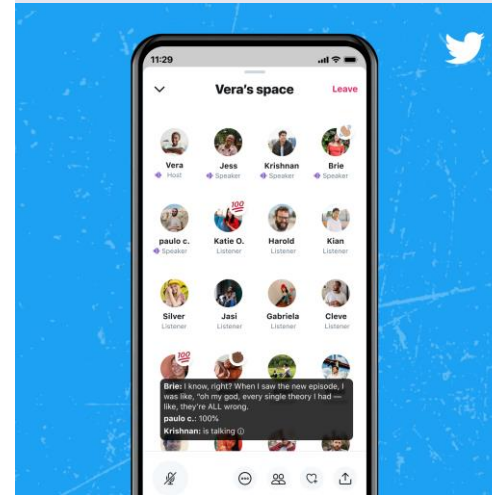
스페이스에서 발언 요청하기



발언 요청을 할 수 있으며,
 청취자로 참여하는 경우
 이모지를 통해 감정 표현 가능

3

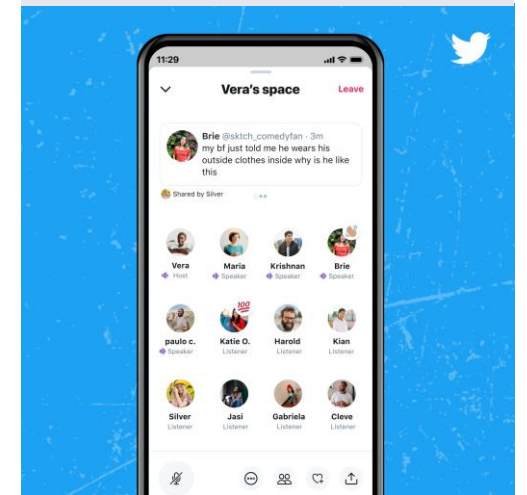
자막 보기



발언자로 참여하게 되면
 발언 내용을 모두가 확인할 수 있도록
 자막 (캡션) 기능 활성화 가능

4

대화하고 있는 스페이스에 트윗 공유하기



발언자로 참여하게 되면
 스페이스 내에 메인 트윗을 올려 공유 가능

2021 상반기 트위터데이터

트위터에서는 트윗을 공유하는 **리트윗의 비율이 높은 편**이 특징입니다.

TOTAL MEDIA DATA

미디어수

21,523

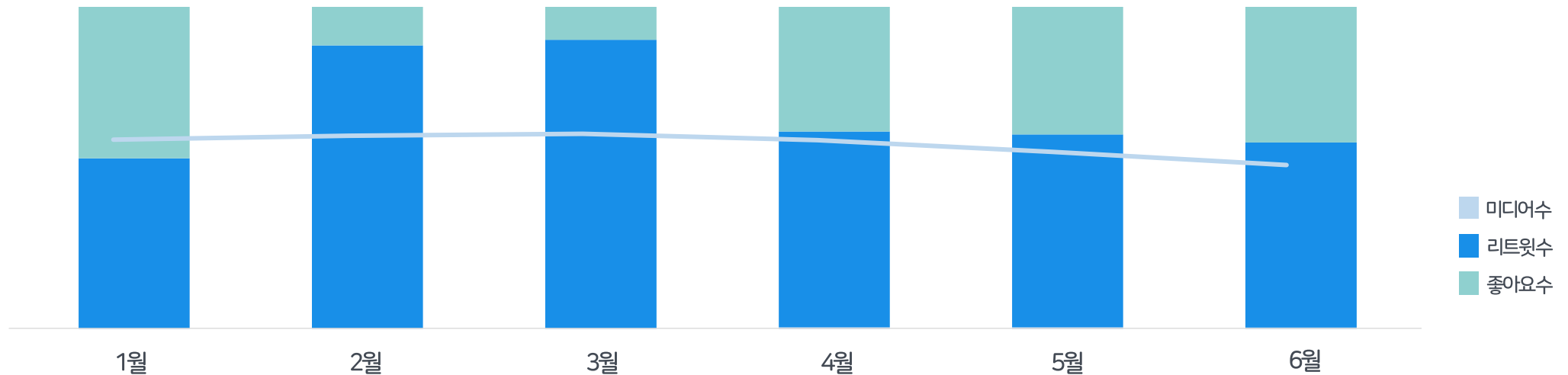
리트윗수

4,883,736

좋아요수

1,989,655

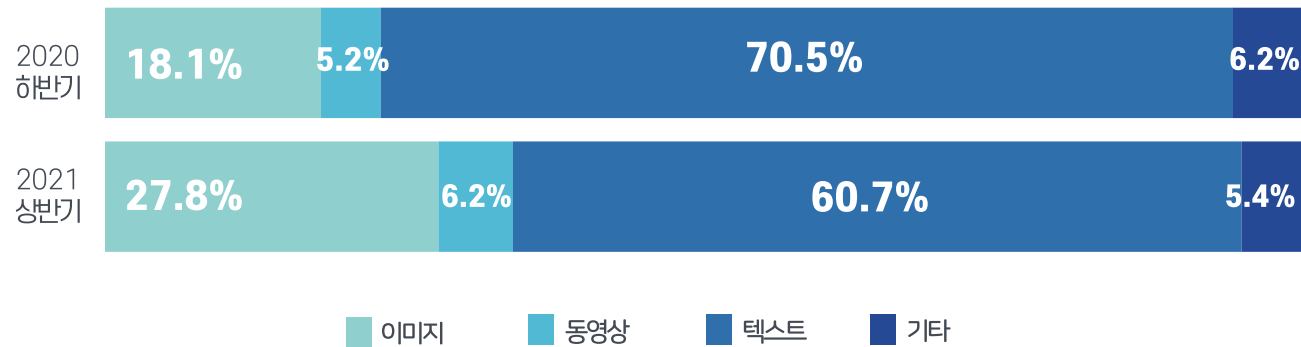
월별데이터



미디어 형태별 사용률

텍스트 > 이미지 > 동영상 순으로 사용률이 많았으며,
이번 상반기에는 텍스트의 사용률이 다소 감소하고 이미지의 사용률이 9.7%p 증가하였습니다.

20하반기, 21상반기 미디어 형태별 사용률 비교



트위터 2021 하반기 포인트: 수익 구조 다변화

트위터는 '플릿' 광고와 유료 구독 서비스, 이커머스 기능 등 다양한 업데이트를 통해 2021 하반기에는 기존 서비스들을 새롭게 재구성하며 수익 구조를 다변화할 것으로 예상됩니다.

1



'플릿'에 풀스크린 광고 도입 예정

지난해부터 업데이트 된 인스타그램 스토리와 유사한 기능인 '플릿'에 광고 도입 예정
트윗이나 사진, 비디오를 올리면 24시간 뒤 사라지며
스마트폰 전체 화면을 가득 채우는 풀스크린 형태로 제공

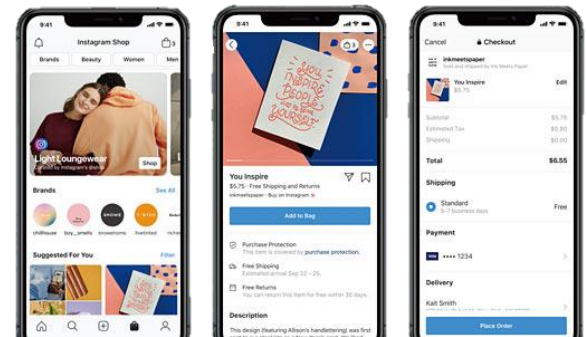
2



'트위터 블루' 유료 구독 서비스 출시 예정

월 3달러 정도를 내면 트윗 취소, 읽기 모드,
앱 아이콘 색상 및 타임라인 테마 변경,
폴더 별 정리가 가능한 북마크 컬렉션 등의 기능 사용 가능
(특정 트윗을 볼 때 돈을 내야 하는 '슈퍼 팔로우' 시스템도 도입 예정)

3



* 페이스북 숍스 사진

이커머스 기능 강화예정

구매 전 또는 구매 후에 트위터를 통해
정보를 공유하는 행동들이 증가함에 따라
'페이스북 숍스' 기능처럼 트위터 앱 내에서
실행가능한 이커머스 기능을 도입할 예정

트위터 요약

- 1 트위터는 다른 SNS보다 **Z세대의 이용률이 높으며** **헤비 유저들의 충성도가 높은 플랫폼**입니다.
- 2 타인의 게시물이나 콘텐츠를 자신의 계정에 공유하는 비율이 **32.4%로 높은 편**이며, **정보 검색 용도**로 트위터를 활용하는 이용자가 높습니다.
- 3 라이브 음성 커뮤니티 기능인 **트위터 스페이스 서비스**를 시작하였습니다. 트위터 앱 상단 '플릿' 영역에서 확인해보세요!
- 4 트위터는 하반기에 **'플릿'에 풀스크린 광고를 도입**하고, **'트위터 블루' 유료 구독 서비스를 출시**하는 등 다양한 업데이트가 있을 예정입니다.

TIP 트위터광고를 시작하고 싶다면 ads@perfect-storm.net 에 문의주세요.

YouTube

01

2021 상반기
유튜브 현황

02

2021 상반기 건돌이닷컴
유튜브 데이터

03

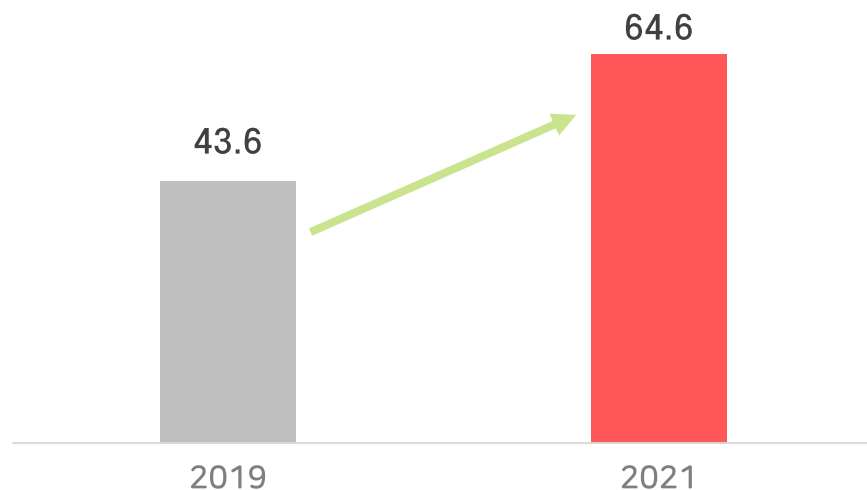
2021 하반기
유튜브 주목 포인트

2021 상반기 유튜브 현황

유튜브는 일상과 습관이 될 정도로 영향력이 매우 커졌으며, 향후 유튜브 이용의향 또한 더욱 높아진 모습입니다.
모든 연령층을 아우르는 플랫폼인만큼 앞으로도 이용률은 꾸준히 증가할 것으로 예상됩니다.

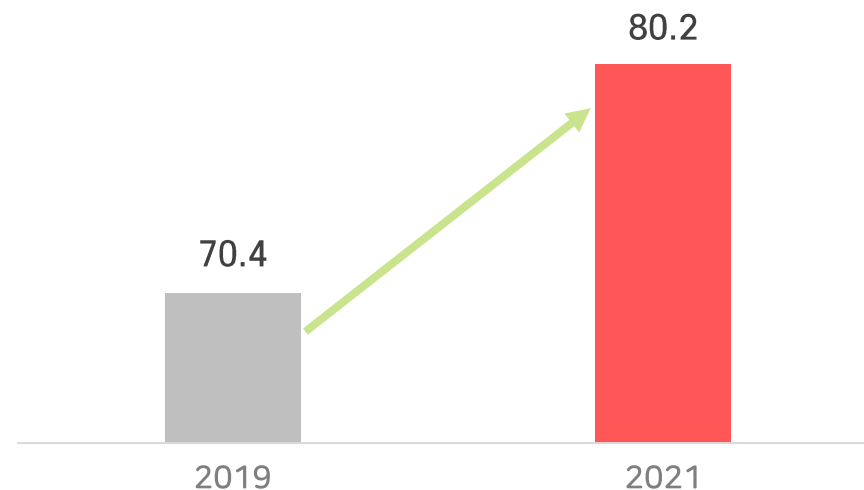
나에게 '유튜브 방송'은 이미 '생활습관이다' 응답률

만 19세~59세 성인 남녀 1,000명 대상
단위: 동의율%



향후 시청 의향도

만 19세~59세 성인 남녀 1,000명 대상
단위: 동의율%



2021 상반기 유튜브 현황

또한, 지난해부터 이어온 **부캐** 열풍이 여전히 성행중으로 세계관이 더욱 확장되어 가고 있으며,
크리에이터들이 제작하는 오리지널 시리즈들이 증가하고 있습니다.

유튜브 '부캐' 세계관의 확장

김갑생할머니김

개그맨 이창호의 부캐인 이호창이 만든
가상의 기업 김갑생할머니김이
실제 제품으로 출시되며 완판 기록

매드몬스터

개그맨 크리에이터와 광범이 운영하는
빵송국 채널에서 탄생한 부캐 그룹
실제 음원 발매 및 뮤비 제작

크리에이터들의 '오리지널 시리즈'

쫄쫄소

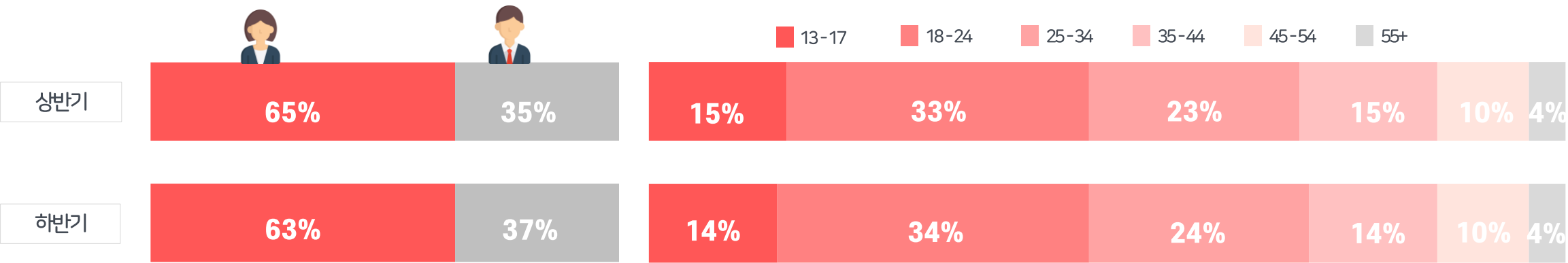
크리에이터들이 제작하는 오리지널 시리즈로
중소기업의 현실을 사실적으로 묘사한 드라마

머니게임

밀폐된 공간과 돈을 주제로 한 네이버 웹툰
'머니게임'을 실사화하여 만든 웹 예능으로
폭발적인 조회수 기록

인구통계 데이터

유튜브는 작년 하반기와 전체적으로 비슷한 인구 통계 비율을 보였습니다.
다른 플랫폼 대비 세대로 **연령 비율이 골고루 분포되어 있는 점이 특징**입니다.



미디어당데이터

동영상미디어 1개당 평균약9만 3천 재생수와,
약1천 7백 개의좋아요, 약190개의댓글이달렸습니다.

2021년 상반기 미디어 1개 당 평균 데이터



동영상 조회수

92,627



좋아요

1,728



싫어요

30



댓글

186

유입 키워드로 보는 2021 상반기 트렌드

요리, 먹방 관련 콘텐츠가 '강아지 케이크', '애니 먹방' 등으로 다양해졌으며,
콘텐츠 및 제품을 추천하고, 구매한 제품을 언박싱하는 영상에 대한 키워드가 돋보였습니다.
특히, 코로나 시국으로 생겨난 '이시국템' 키워드가 흥미로운 점입니다.

엔터테인먼트

아이유
bts
프렌즈 하트시그널
브레이브 걸스
주단태
kpop world festival
mbti

푸드/요리

다이어트 밀프렙
간편식
요리 독학
강아지 케이크
먹방
bts 세트
애니 먹방

취미

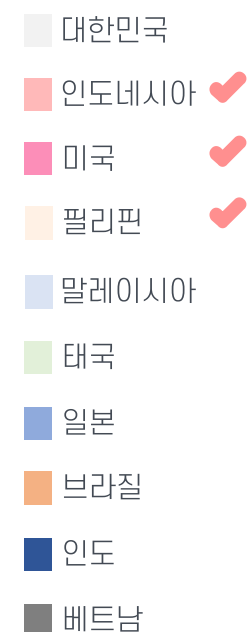
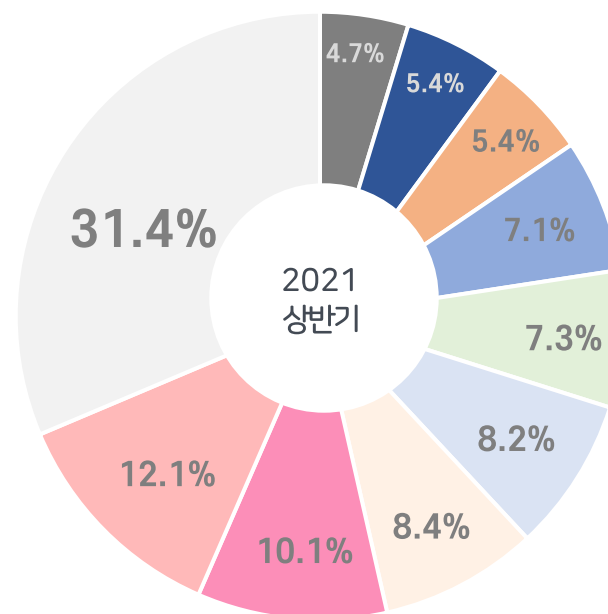
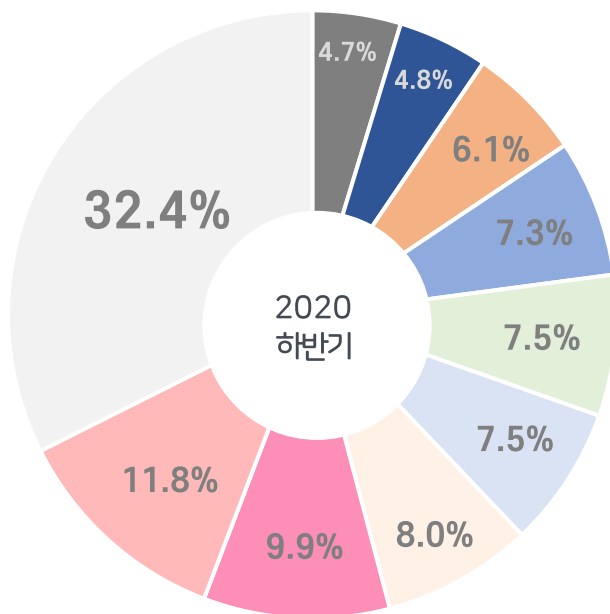
2인 보드게임
썸캐처
인테리어
다이어리 꾸미기
네이버 블로그 글쓰기
vr 게임
캠핑

추천/언박싱

웹툰 추천
이시국템
웹드 추천
아이패드 프로 언박싱
키보드 언박싱
명품백 언박싱

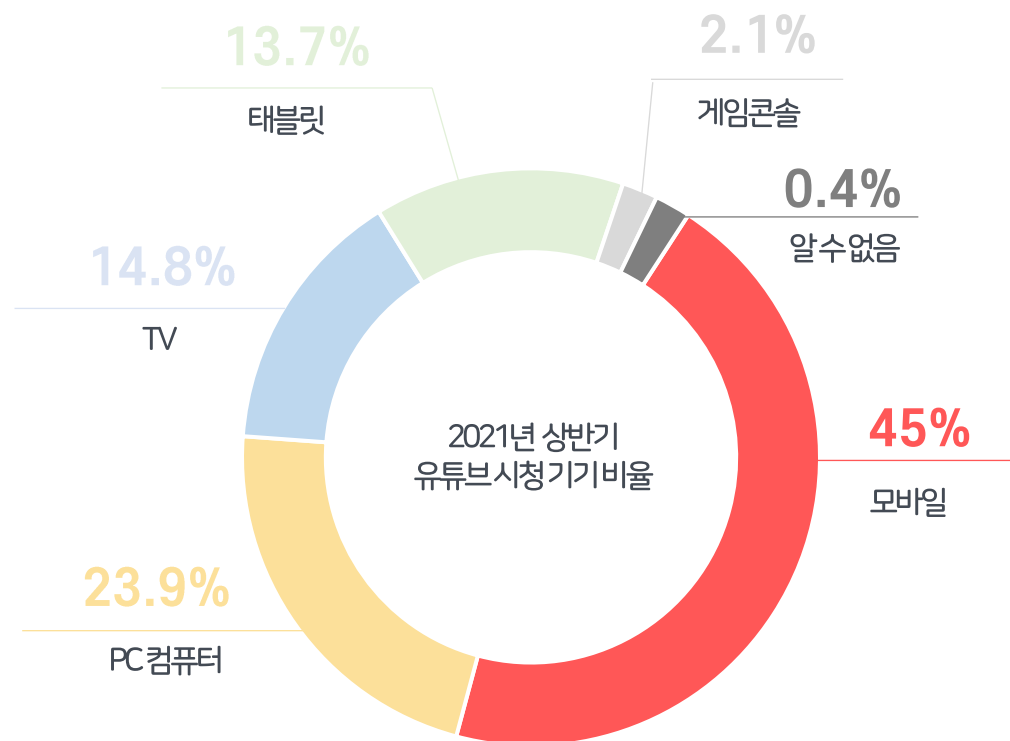
구독자 국가 데이터 TOP10

구독자 국가 비율은 2020년 하반기와 전체적으로 비슷하며,
꾸준하게 인도네시아와 미국, 필리핀이 상위권을 차지하고 있는 모습입니다.



2021 상반기 시청 기기 비율

모바일을 통해 시청하는 비율이 가장 높으며,
집에 머무는 시간이 증가함에 따라 PC를 통한 시청 비율이 작년 하반기 대비 소폭 증가하였습니다.



유튜브 2021 하반기 포인트: 모든 영상에 광고 삽입

유튜브는 6월 1일부터 조건에 관계없이 **모든 유튜브 영상에 광고를 삽입**하였으며,
2021 하반기에는 사용자에게도 이용료를 청구하는 등 **수익 모델을 강화할 것으로 예상**되며
유튜브 프리미엄의 구독율이 증가할 것으로 예상됩니다.

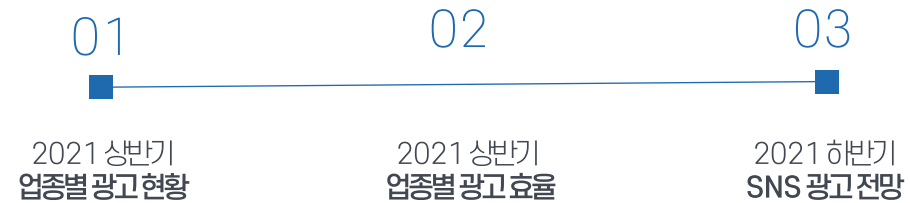


비관 '정책' 알아보기

- 1 광고 수익은 이전과 같이 연간 재생 4,000시간
구독자 1,000명 이상 채널에만 지급 <-YPP 가입 조건
- 2 YPP 조건이 안되는 채널엔 광고 수익 지급하지 않고
유튜브가 100% 가져감
- 3 유튜브 자체 기준(비공개)으로
영상을 선별해 적절한 광고 붙일 예정
- 4 구독자 1명 이상 채널에 모두 광고 영상 붙음

- 1 유튜브는 모든 연령층을 아우르는 플랫폼으로 이미 이용자들의 생활습관으로 자리 잡았으며 앞으로도 꾸준히 이용률이 증가할 것으로 예상됩니다.
- 2 '부캐 세계관, 크리에이터들의 '오리지널 시리즈'등 유튜브 채널의 특성과 크리에이터들 캐릭터를 활용한 새로운 콘텐츠들이 증가하는 추세입니다.
- 3 코로나로 인해 집에 머무는 시간이 늘어나며 PC를 통한 시청률도 다소 증가한 모습을 보였습니다.
- 4 유튜브는 YPP 가입 조건과 관계없이 모든 영상에 광고를 삽입하기로 하였습니다. 유튜브의 수익 모델이 다양해질 것으로 예상됩니다.

FB/IG AD TREND



해당 광고 트렌드 데이터는 [엄피닷컴](#)을 통해 집행된 데이터입니다.
엄피닷컴은 [페이스북](#) [인스타그램](#) 광고를 효과적으로 진행할 수 있는 [솔루션](#)으로 건돌이닷컴의 파트너 플랫폼입니다.

2021년 상반기 온라인 광고 현황

사용자 프라이버시의 중요성이 대두되며, 애플에 이어 구글도 **개인 정보 보호 정책을 강화**하고 있습니다.
 사용자 데이터를 기반으로 하는 온라인 광고의 특성상 광고 생태계의 큰 변화가 있을 것으로 예상되나,
새로운 패러다임에 빠르게 적응하는 것이 중요할 것으로 보입니다.

애플의 iOS 14.5 업데이트



앱추적투명성(ATT)도입

- 의무적으로 광고 추적에 대한 동의 팝업 노출
- 추적 허용하는 대신 금전적인 인센티브 제공하는 앱 금지

구글 개인정보 보호 정책 강화

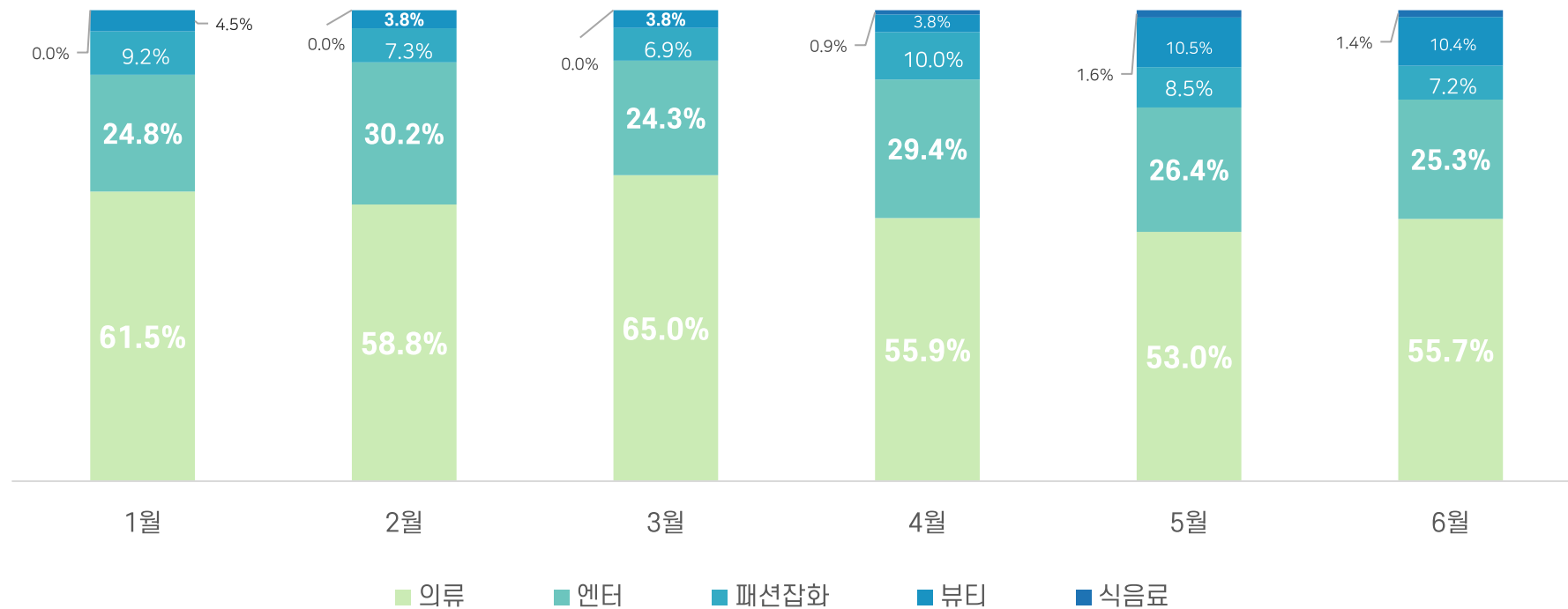
프라이버시대시보드 신설
안전섹션 도입예정

- 앱의 접근 정보를 대시보드를 통해 파악하고 제어할 수 있음
- 앱 데이터 암호화, 사용자 정보 공유 선택 등에 대한 섹션 도입 예정

Umzzi를 통해 본 광고 현황

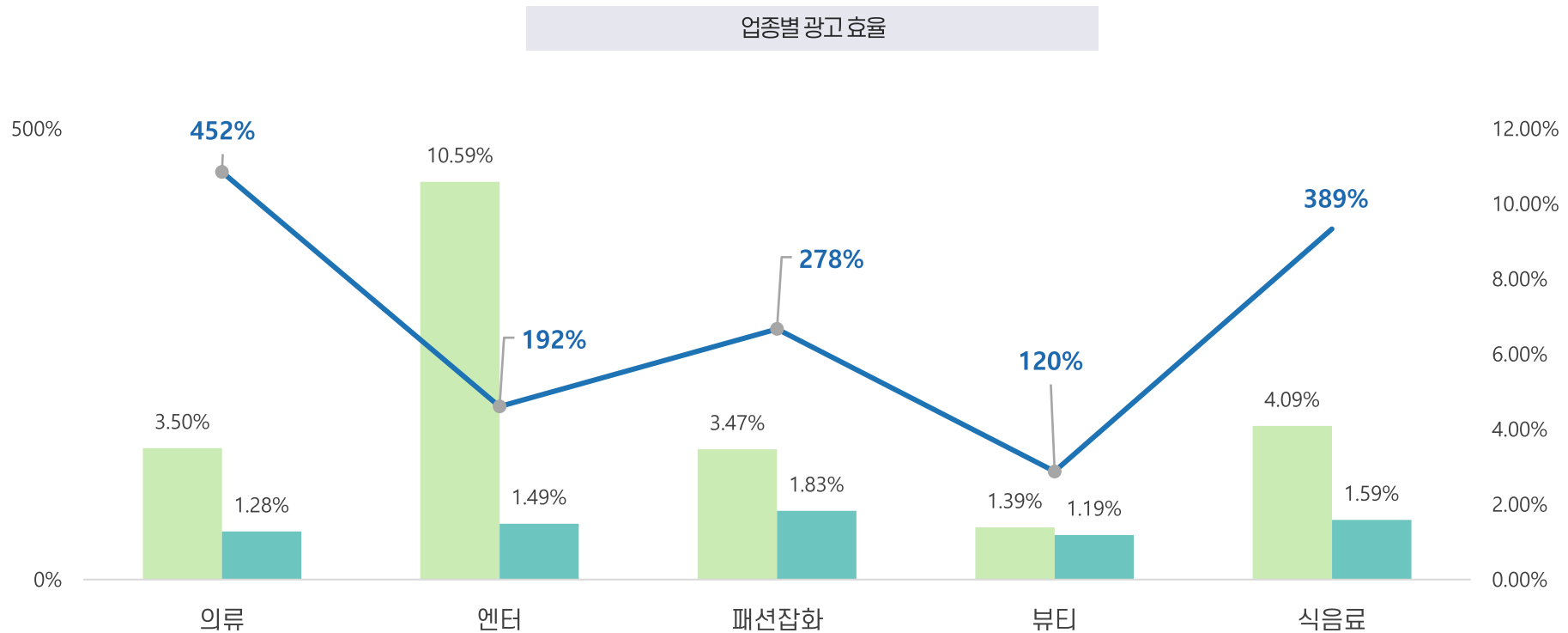
2021년 상반기 Umzzi를 통해 집행된 FB/IG 광고 현황을 살펴보면,
언택트 영향으로 2020년 하반기에 크게 상승했던 엔터테인먼트 업종의 비율이 더욱 늘어난 것이 특징입니다.

* 엔터테인먼트 카테고리 업종: 웹툰, 음악, 오락 등



Umzzi를 통해 본 광고 효율

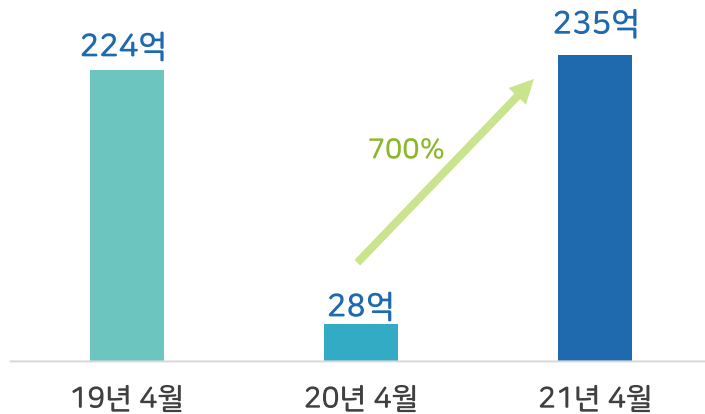
작년 하반기엔 식음료 업종의 ROAS가 높았던 반면,
2021년 상반기에는 바깥활동이 점차 늘어남에 따라 의류 업종의 평균 ROAS가 425%를 기록했습니다.
또한, 엔터 업종의 구매 전환율이 10.59%로 다른 업종에 비해 높은 전환율을 보였습니다.



Umzzi를 통해 본 2021 하반기 SNS 광고 전망

백신접종률 확대로 소비 심리가 살아나면서 **의류, 뷰티 업종이 회복되는** 모습을 보였습니다.
 국내에서는 특히 MZ세대를 공략한 **패션 플랫폼이 급성장**하였으며, 대기업에서 적극적으로 인수하고 있는 추세입니다.
 향후, 인공지능을 활용한 스타일링 큐레이션 등 **개인 맞춤형 이커머스**는 더욱 커질 것으로 전망됩니다.

미국 내 의류 및 악세서리 매장 매출 비교



- 미국 내 의류업종 매출 1년 전보다 700% 증가
- 코로나 사태 이전인 19년 4월보다 5% 높은 수치

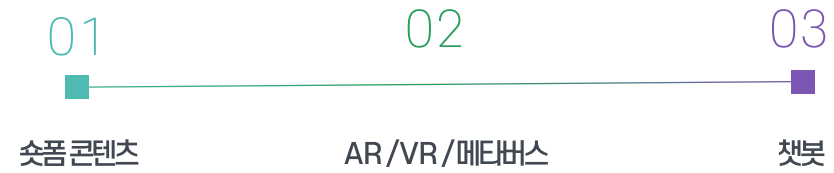
거래액 3조 2500억 규모, 국내 패션 플랫폼 연간 거래액

주요 패션 플랫폼 2020년 거래액

무신사	1조 2000억원
지그재그	7500억원
에이블리	3800억원
W컨셉	3000억원
브랜드	3000억원

- '무신사' 상반기 거래액 지난해 동기간 대비 약 40% 증가
- '에이블리' 뷰티 카테고리 신설 이후 3개월만에 거래액 20배 성장
- '지그재그' 윤여정 모델 효과로 앱 이미지 및 구입 의향에 긍정적 영향

MARKETING TREND

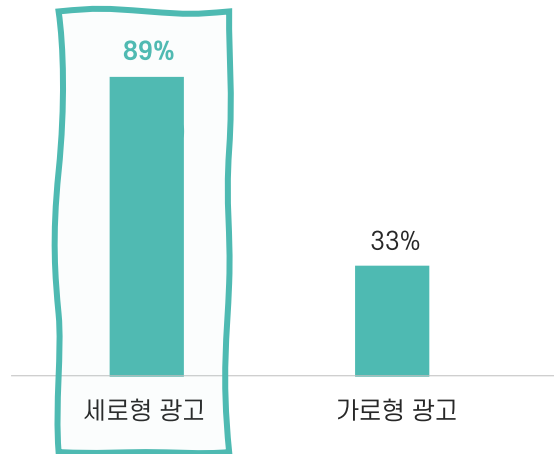


2021년 하반기 트렌드 ① 숏폼 콘텐츠

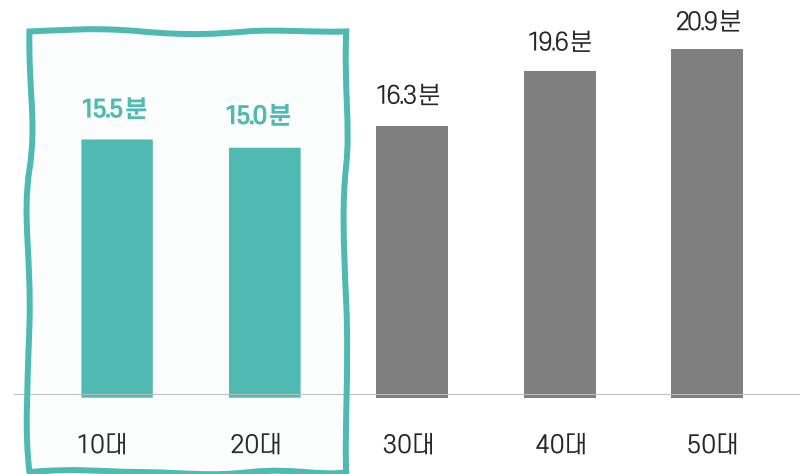
세로 동영상 콘텐츠 소비는 MZ 세대들의 주류 문화로 자리 잡았습니다.
짧고 강렬한 세로형 영상을 추구하는 경향이 더욱 커지고 있어 **숏폼 트렌드는 앞으로도 계속해서 성장할 것으로** 예상됩니다.

세로형 vs 가로형 광고 평균 시청률

* 모바일 기기 사례 동일 광고 소재 기준



동영상 시청 시 '선호 길이' 연령별 비교



2021년 하반기 트렌드 ① 숏폼 콘텐츠_틱톡

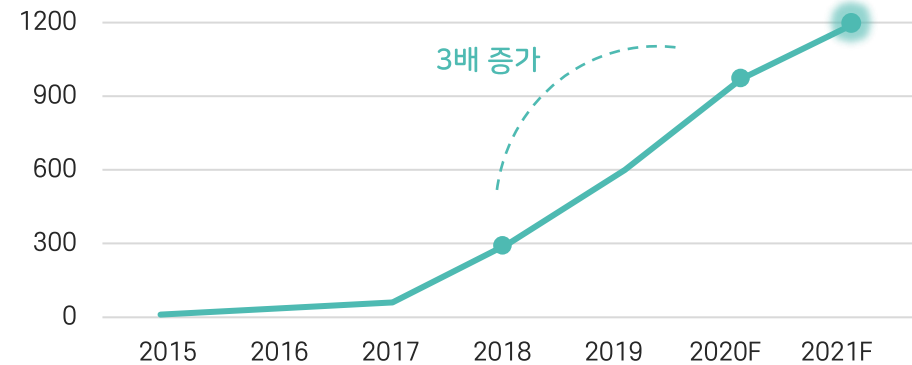
특히, 틱톡이 숏폼 트렌드를 주도해오며 동영상 앱 2위를 차지하였습니다.
18년 대비 2020년에는 실사용자가 약 3배 이상 증가하였으며, 2021년에는 평균 MAU 12억 명 달성될 것으로 예상됩니다.

한국인이 가장 많이 이용하는 동영상 앱

2020년 6월 안드로이드 스마트폰 사용시간 기준



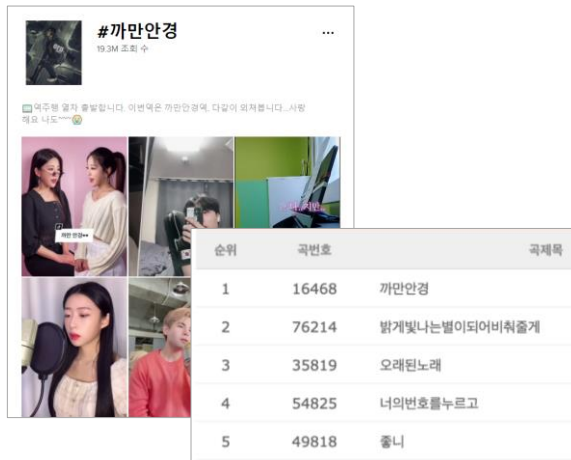
틱톡 글로벌 평균 MAU (Monthly Active Users)



2021년 하반기 트렌드 ① 숏폼 콘텐츠_틱톡

틱톡은 동영상 플랫폼을 넘어 유명 가수의 신곡 발표나 영화, 드라마의 홍보 플랫폼으로 활용되며
챌린지 등을 통해 **숏폼 플랫폼의 마케팅 사례를 다양하게 확장**해나가고 있습니다.

'까만안경' 역주행, 10대 노래방 애창곡 1위 등극



유명한 틱톡커가 커버한 영상이
입소문을 타며 하나의 챌린지가 됨

틱톡 챌린지 이벤트를 통한 음원 또는 영화 홍보



노래의 안무를 따라하거나(현아-I'm Not Cool)
영화에 나오는 포인트 동작을 활용한 챌린지(엑시트)

기업 및 정부기관에서도 적극 활용



자신의 옷으로 Gucci 느낌을
선보이는 구찌모델챌린지

성남의 다양한 장소를
짚고 재미있게 홍보

2021년 하반기 트렌드_틱톡 광고도 엄찌닷컴에서!

엄찌닷컴 틱톡 광고 대행 시작! 😊 틱톡 광고도 엄찌닷컴에서 시작해보세요.

엄찌닷컴에서는 Facebook, Instagram, Google, Twitter에 이어 Tiktok까지 Global SNS 플랫폼 광고를 지원합니다.

이제, Tiktok을 이용하여 MZ세대에게 브랜드를 어필해 보세요!



Umzzz
FACEBOOK Marketing Partners

👁 광고문의

ads@perfect-storm.net

2021년 하반기 트렌드 ① 숏폼 콘텐츠_릴스

인스타그램에서도 숏폼 서비스인 '릴스' 출시 후 다양한 릴스 사례들이 증가하는 모습을 보이고 있습니다.
인스타그램 앱 내에서 바로 사용할 수 있는 장점이 있어 사용률이 더 늘어날 것으로 예상되며,
하반기에는 릴스 광고, 이커머스 기능 등 다양한 업데이트가 있을 것으로 기대됩니다.

트레일블레이저X썸머라이드 릴스 이벤트



'리믹스 기능' 활용하여 박재범의 안무 영상을 따라 춤을 추고
릴스에 업로드하는 방식으로 이벤트 진행

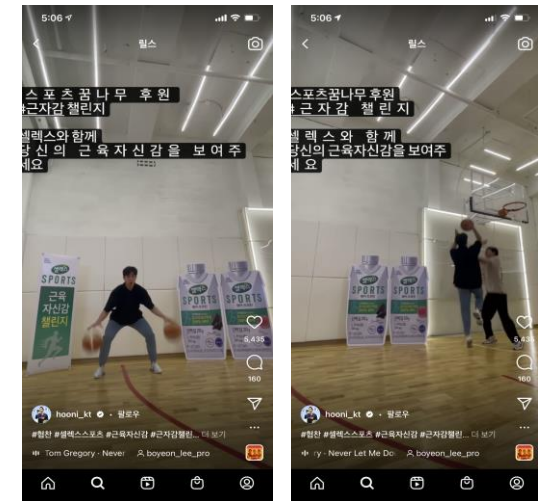
*리믹스 기능: 좌/우 2분할 화면에 원본 영상과 본인의 영상 나란히 노출

전자랜드 #에어에어챌린지



전자랜드 신규 TVCF에어컨 편의 오디오를 사용하여
포인트 안무를 따라하는 영상을 업로드하는 방식으로 이벤트 진행

셀렉스 스포츠 #근자감챌린지

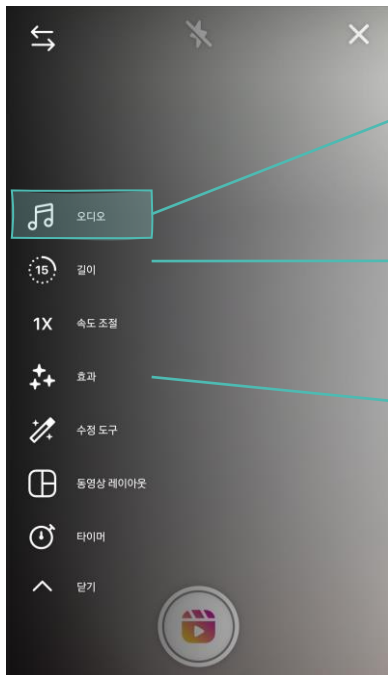


스포츠 스타들이 인스타그램 릴스에 미션 영상을 올리면
매일유업이 셀렉스 스포츠 제품을 후원하는 방식의 챌린지 진행

2021년 하반기 트렌드 ① 숏폼 콘텐츠_릴스

인스타그램에서 제공하는 오디오와 다양한 Spark AR 효과를 사용하여 릴스를 만들어보세요.
프로필에 릴스 탭이 별도로 생성되며 피드 탭과 스토리에서도 확인할 수 있습니다.

릴스 편집 기능 살펴보기



오디오 선택

인스타그램에서 제공하는
배경음악 선택

영상 길이

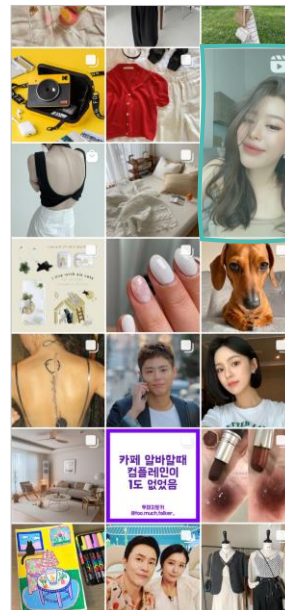
15초와 30초 중
원하는 길이 선택

AR 효과

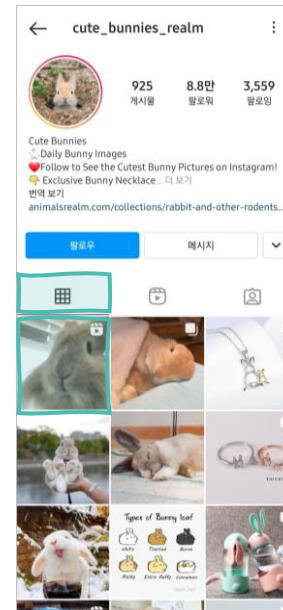
Spark AR 효과
릴스에서도 사용 가능

릴스 노출 영역

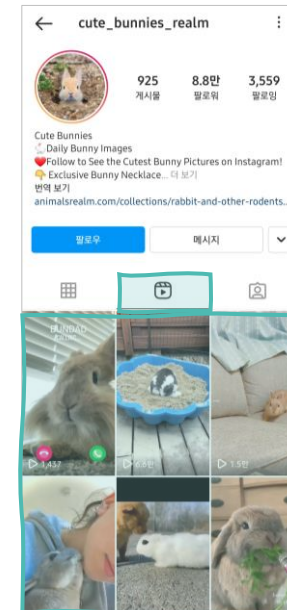
탐색 탭



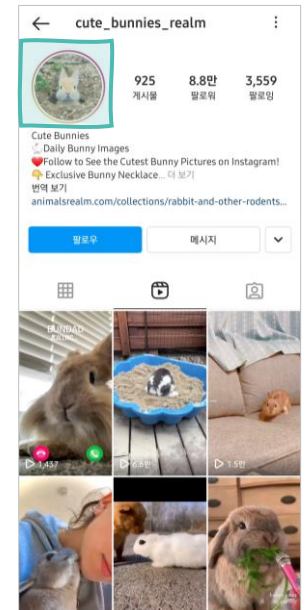
프로필 피드 탭



프로필 릴스 탭



스토리 탭



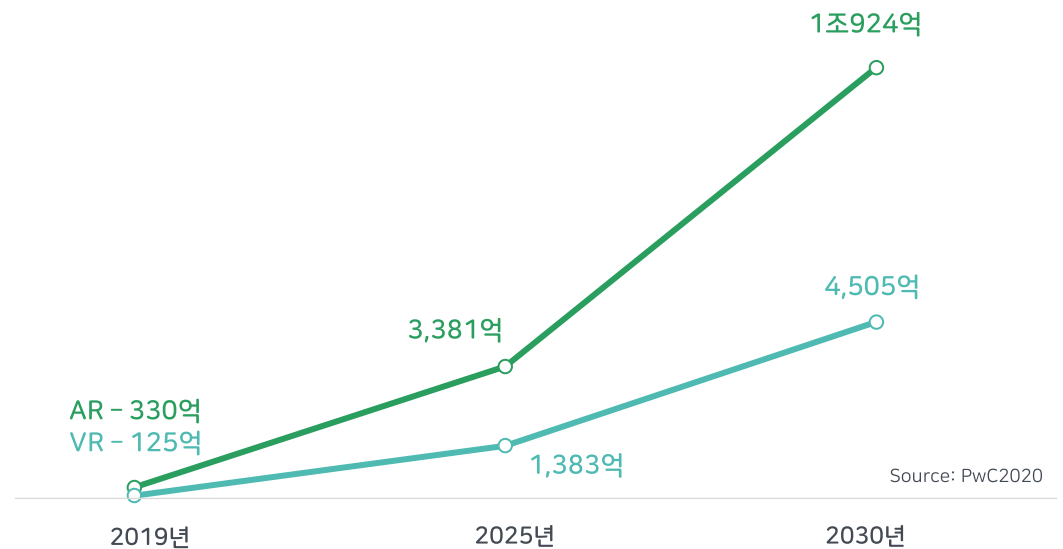
2021년 하반기 트렌드 ② AR/VR

글로벌 IT 기업들이 AR, VR 전문 기업을 적극적으로 인수하며 투자를 늘리고 있습니다.
AR과 VR 시장은 점진적으로 성장 중이며, 향후 큰 폭으로 성장할 것을 전망하고 있습니다.

AR/VR 투자동향

APPLE	미국의 VR 콘텐츠 스타트업 'Next VR'을 1억 달러에 인수 (2020.06)
GOOGLE	캐나다 AR 글래스 기업 'North'를 1억 8,000만 달러에 인수 (2020.06)
SAMSUNG	미국의 AR 기업 'DIGILENS'에 투자 (2020.04)
SIMENS	스웨덴의 가상교육 서비스 기업 'Vizendo AB'를 인수 (2020.06)
FACEBOOK	VR 게임사 'Sanzaru Games' 인수 (2020.02)

AR/VR 시장 전망



2021년 하반기 트렌드 ② AR/VR

AR/VR을 통해 브랜드와 고객이 소통하는 방식은 더욱 다양해지고 접근성은 좋아졌습니다.
AR 또는 VR을 활용한 마케팅은 앞으로 더 빠르게 증가할 것이라고 예상됩니다.

74%

AR/VR로 온라인과 오프라인의 간극을
메울 수 있다고 응답한 비율

78%

AR을 브랜드와 소통하는
재미있는 방법이라 응답한 비율

86%

브랜드가 주도하는 AR기능에
열린 마음을 갖고 있다고 응답한 비율

2021년 하반기 트렌드 ② AR/VR 그리고 메타버스

메타버스 : 가상과 초월을 의미하는 'Meta'와 세계를 뜻하는 'Universe'의 합성어로 3차원 가상세계를 뜻함

더불어, AR과 VR, MR 등 여러 기술들을 바탕으로 하는 메타버스의 시대가 시작되었습니다.
팬데믹으로 재택근무가 일상화되며 비대면으로 커뮤니케이션할 수 있는 툴이 대중화되었으며,
2021년 하반기에는 정치, 경제 등 메타버스 시장의 범위는 더욱 다양하게 확대될 것으로 예상됩니다.

AR 기반의 '제페토'



네이버 신입사원 오리엔테이션 프로그램인
'코드데이'를 제페토에서 진행
제페토 내 가상 사옥에서 아바타를 통해
회사 경험 및 다양한 활동 진행

가상 협업툴 'Spatial'



페이스북에서는 스페이셜을 통해
최초로 VR 기자 간담회를 개최
컨퍼런스, 회의 등 공간 제약 없이 협업 가능

동물의 숲 이용한 온라인 선거캠프



코로나19로 인해 선거 유세의 어려움을 겪자
'동물의 숲' 게임을 이용하여
온라인 선거캠프를 운영

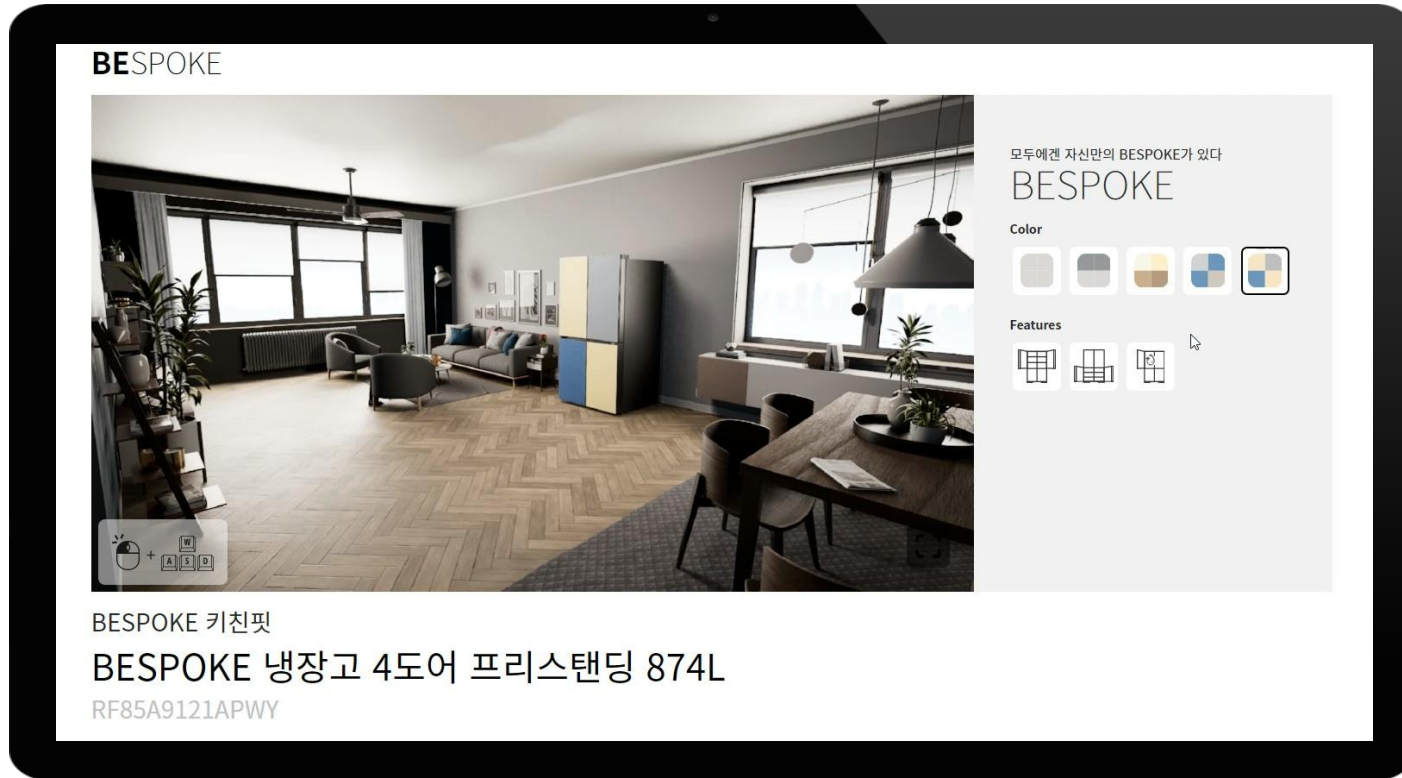
CU 제페토한강공원점 오픈 예정



제페토 플랫폼에 가상현실 편의점을
오픈하여 편의점의 서비스들을 즐기고
무대도 관람할 수 있는 버스킹 공간 마련

2021년 하반기 트렌드 ② ARI 사례_ARI Streaming

퍼펙트스톰에서는 Hiquality 3D 콘텐츠를 웹 브라우저로 스트리밍 하는 ARI Streaming 서비스를 런칭 하였습니다.
 ARI Streaming 기술은 3D 공간내에서 자유롭게 이동하며 디스플레이 되어 있는 제품을 확인하고
 색상 변경, 제품 동작 애니메이션 등을 실행시켜 실제 매장이나 쇼룸에서 제품을 확인하는 것과 같은 효과를 줄 수 있습니다.
 ARI Streaming을 통해 혁신적인 제품 경험을 고객들에게 제공해 보세요!



비대면 경험이 중요해지고 있는 지금,
아리프로덕션을 통해 다양한 3D, AR, VR, MR 콘텐츠를 경험해보세요!

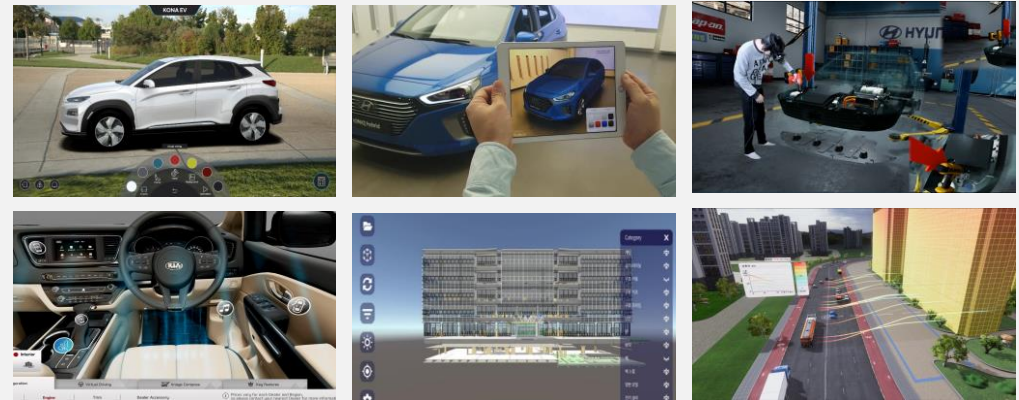


ARI Production

*관련 문의는 하단 또는 맨 뒷장을 확인해주세요



Spark AR 효과제작



AR, VR, MR 콘텐츠 및 기간 연구과제 제작

2021년 하반기 트렌드 ③ 챗봇의 확장

인스타그램 DM을 통한 예약이나 영업 관련 문의가 점차 늘어나는 추세에 따라
인스타그램에서는 이번 6월에 DM내 챗봇을 구현할 수 있도록 인스타그램용 메신저 API를 공개하였습니다.
앞으로, 주문 및 예약 등을 자동화하고 한 번에 관리하는 등 API를 활용한 서비스가 중요해질 것으로 보입니다.

DM 챗봇 기대효과



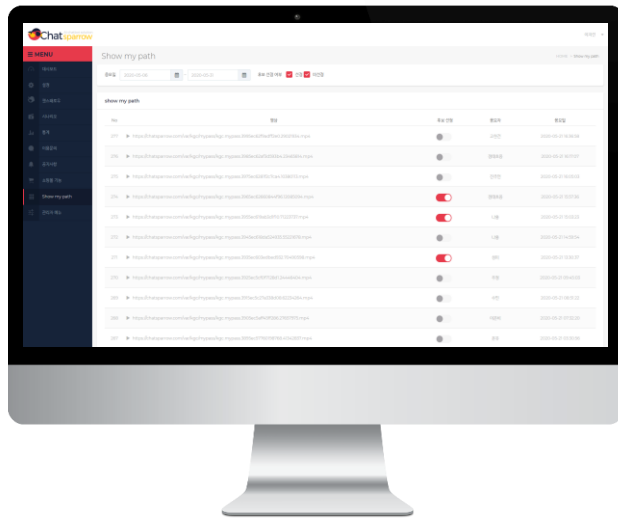
챗봇 서비스를 통한 비즈니스 운영의 효율성 극대화 및 매출 증대 기대

- 1 자주 묻는 질문에 대한 빠른 응대로 효과적인 고객관리
- 2 피드 댓글 또는 스토리 답장을 통해 남긴 문의를 DM창에서 한번에 관리
- 3 CRM, 발주 등을 관리하는 외부 솔루션과의 통합 가능

2021년 하반기 트렌드_챗봇 솔루션 '챗스패로우'

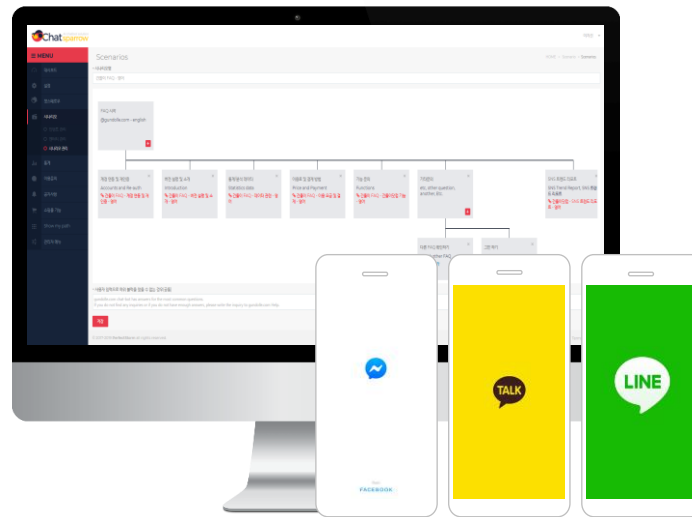
챗스패로우에서도 DM API를 활용한 서비스를 준비중입니다! 😊
 챗스패로우에서 캠페인에 맞는 챗봇을 생성하고 통계 확인까지 One-stop으로 진행해보세요!

*관련 문이는 하단 또는 맨 뒷장을 확인해주세요



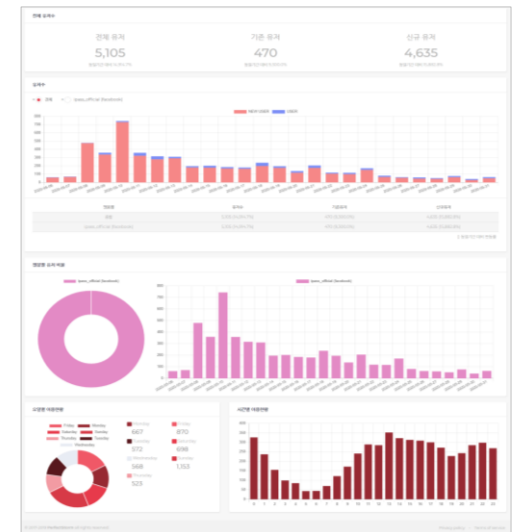
1

커스터마이징으로
 캠페인 목적에 맞는 챗봇 기능 생성



2

셋팅 된 시나리오를
 여러 메신저 플랫폼에 배포



3

플랫폼별 챗봇 통계를 한 곳에서 확인



Thanks

플랫폼 및 광고 관련 문의: ads@Perfect-storm.net



플랫폼 소개서 다운로드

