

VOL.6

2023.04

nasmedia

IPTV Planning Guide

---

# 여행 업종

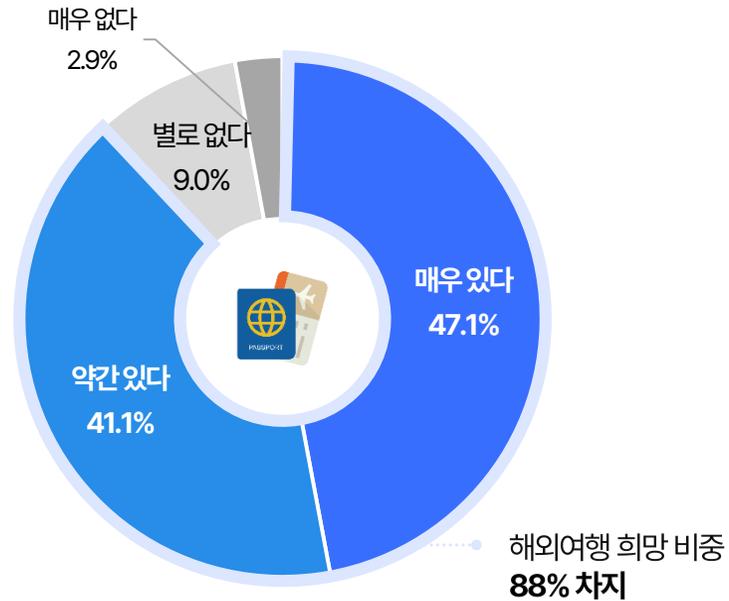
# IPTV 활용 전략 및 집행사례



# 엔데믹 이후 해외여행 수요 급증

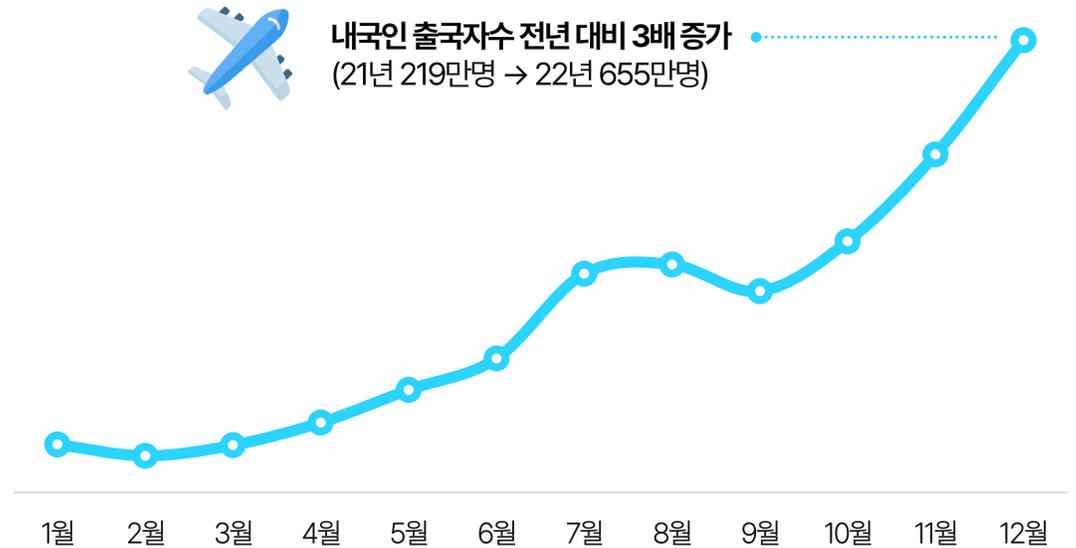
코로나19 팬데믹 영향으로 장기간 침체되었던 해외여행 수요가 22년 말부터 급증하고 있으며, 회복세를 보이는 시장 선점을 위해 항공·숙박·면세점 브랜드들의 마케팅이 활발해질 전망입니다.

1년 이내 해외여행 의향



\* 출처: 여행신문-한국관광공사(22년 5월 기준, 전국 성인남녀 5,522명 대상)

2022년 월별 내국인 출국자수

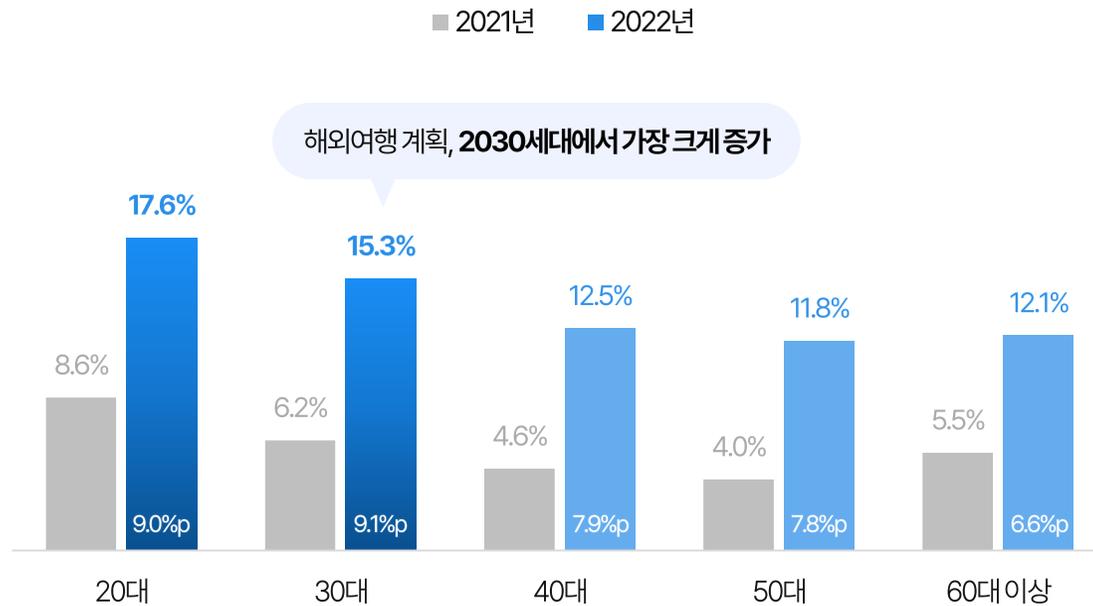


\* 출처: 한국관광공사

# MZ세대, 해외여행 시장에서도 큰 영향력

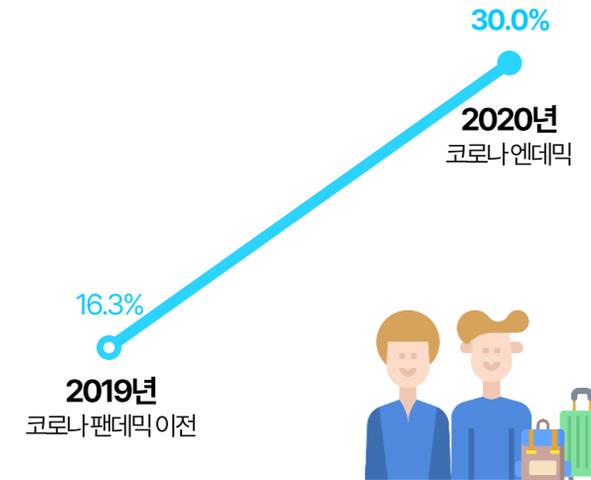
특히, 타 연령대 대비 2030세대에서 해외여행 의향이 크게 나타났으며 소비시장의 큰손으로 떠오른 MZ세대가 엔데믹 이후 해외여행 시장도 견인하고 있습니다.

연령대별 해외여행 계획보유율 (%p: 전년 대비 증감폭)



\* 출처: 컨슈머인사이트 (3개월 이내 1박 이상 일정 기준)

2030세대 해외여행 예약 동향



\* 출처: 하나투어

# 타겟팅 기반 효율적인 브랜딩이 가능한 IPTV

IPTV는 통신 3사가 보유한 TV 시청이력, 모바일 앱 사용이력 등의 빅데이터를 기반으로  
일반 방송광고에서는 불가능한 **가구별 관심사·라이프스타일 타겟팅**이 가능하여 보다 효율적인 광고 노출이 가능합니다.

## 기존 방송 광고

같은 시간, 같은 채널을 보는 불특정 다수에게 동일한 광고 송출,  
도달률 확보에는 유리하나 브랜드 타겟 외 광고노출로 효율적 광고 집행 어려움



## IPTV 광고

같은 시간, 같은 채널을 보더라도 **가구별 관심사·라이프스타일에 맞는 광고 송출**,  
선별적으로 브랜드 타겟에게만 광고를 노출하여 효율적인 캠페인 운영



# 여행 업종 IPTV 타겟팅 활용 전략



## Strategy 01

항공·숙박 등 **여행 관련 모바일APP 보유/실행이력** 기반 오디언스 타겟팅 진행,  
**해외여행 고관여자**를 대상으로 광고 집중 노출하여 효율적인 브랜딩 효과 기대



## Strategy 02

엔데믹 해외여행 시장의 큰손으로 떠오른 **MZ세대 공략**을 위한  
**Youtube Premium 이용자 오디언스 타겟팅** 활용, 타겟 접점 강화

여행 업종 IPTV 활용 전략1

# 해외여행 관련 모바일 앱 사용이력 기반 정교한 타겟팅으로 효율적 광고 노출

모바일 앱 보유/사용이력 기반 오디언스 타겟팅

STEP 1

스카이스캐너, 에어비앤비, 신세계면세점 등  
해외여행 관련 모바일 앱 보유 여부 및  
최근 실행이력 확인하여 타겟 세그먼트 구성



wifi 접속 혹은  
결합상품 기반  
Mobile-STB 매칭

STEP 2

모바일과 결합된 IPTV 셋톱박스(STB) 타겟팅,  
해당 STB에 여행 업종 광고 노출하여  
여행에 관여도가 높은 코어타겟 대상 광고 집행



여행 업종 추천 타겟 세그먼트

구분	Genie TV		Btv		U+tv	
	기준	모수	기준	모수	기준	모수
VOD	최근 6개월 이내 항공/숙박/면세점 등 여행 관련 모바일 앱 1회 이상 실행	196만 가구	(1) 항공/숙박/면세점 등 여행 관련 모바일 앱 보유 (2) SKP '여행, 캠핑' 정형 세그먼트	225만 가구	(1) 관심사 '여행애호가' 정형 세그먼트 (2) 홈쇼핑 '여행' 상품 시청 (3) 항공/숙박/면세점 등 여행 관련 모바일 앱 실행	213만 가구
실시간 큐튼	최근 6개월 이내 항공/숙박/면세점 등 여행 관련 모바일 앱 1회 이상 실행	178만 가구	(1) 항공/숙박/면세점 등 여행 관련 모바일 앱 보유 (2) SKP '여행, 캠핑' 정형 세그먼트	225만 가구	(1) 관심사 '여행애호가' 정형 세그먼트 (2) 홈쇼핑 '여행' 상품 시청 (3) 항공/숙박/면세점 등 여행 관련 모바일 앱 실행	257만 가구
Addr.TV 3사 통합	(1) 홈쇼핑 '여행' 상품 시청이력 (2) 라이프스타일 '프로여행러, 캠핑/차박족' 등 정형 세그먼트 (3) 항공/숙박/면세점 등 여행 관련 모바일 앱 실행					519만 가구

\* KT & LG 모바일 앱 실행이력, SK 모바일 앱 보유여부 기준 세그먼트 추출 가능

\* 2023년 3월 추출 기준으로 집행시점에 따라 사전 세그먼트 재추출 및 인벤토리 확인 필요

## Appendix. 여행 고관여자 오디언스 타겟팅 Media Mix 예시

Media Mix													
Media	플랫폼	상품	타겟팅 세부	기간	보장노출	초수	규정 CPV	보너스율	제안 CPV	실 집행금액 (Added Value)	보너스제공 금액	집행 금액 (V.A.T별도)	비고
VOD	Genie TV	PrePlay (프리롤)	오디언스 타겟팅 (여행 고관여 SEG.)	1개월	1,025,641 회	15초	39.0 원	100%	19.5 원	40,000,000 원	20,000,000 원	20,000,000 원	2Q 1+1 프로모션 100% 적용 (선착순 마감)
	B tv	프리롤			1,025,641 회		39.0 원	100%	19.5 원	40,000,000 원	20,000,000 원	20,000,000 원	2Q 1+1 프로모션 100% 적용 (선착순 마감)
	U+tv	프리롤			1,025,641 회		39.0 원	100%	19.5 원	40,000,000 원	20,000,000 원	20,000,000 원	2Q 1+1 프로모션 100% 적용 (선착순 마감)
Sub Total					3,076,923 회		39.0 원	100%	19.5 원	120,000,000 원	60,000,000 원	60,000,000 원	
큐톤	Genie TV	베이직 (101개 채널)	오디언스 타겟팅 (여행 고관여 SEG.)	1개월	5,250,000 회	15초	8.0 원	110%	3.8 원	42,000,000 원	22,000,000 원	20,000,000 원	신규 30% + 볼륨 60% + 2Q 업종 프로모션 20% 보너스 제공
	B tv	베이직 (87개 채널)			5,250,000 회		8.0 원	110%	3.8 원	42,000,000 원	22,000,000 원	20,000,000 원	신규 30% + 볼륨 60% + 2Q 업종 프로모션 20% 보너스 제공
	U+tv	베이직 (87개 채널)			5,500,000 회		8.0 원	120%	3.6 원	44,000,000 원	24,000,000 원	20,000,000 원	신규 30% + 볼륨 60% 보너스 제공 + 2Q 여행 업종 특별 협의 30% 보너스 제공
Sub Total					16,000,000 회		8.0 원	113%	3.8 원	128,000,000 원	68,000,000 원	60,000,000 원	
Addr.TV	Genie TV	All-in-one	오디언스 타겟팅 (여행 고관여 SEG.)	1개월	10,857,143 회	15초	14.0 원	90%	7.4 원	152,000,000 원	72,000,000 원	80,000,000 원	볼륨 60% + 2Q 업종 프로모션 30% 보너스 제공
	B tv												
	U+tv												
Sub Total					10,857,143 회		14.0 원	90%	7.4 원	152,000,000 원	72,000,000 원	80,000,000 원	
Grand Total					29,934,066 회		13.4 원	100%	6.7 원	400,000,000 원	200,000,000 원	200,000,000 원	

\* 3월 기준 인벤토리 및 23년 2분기 판매정책/프로모션, 신규 광고주 해당 기준으로 실제 집행시점의 제안 광고주 집행행 이력 및 판매정책, 인벤토리 상황에 따라 제안내용 상이

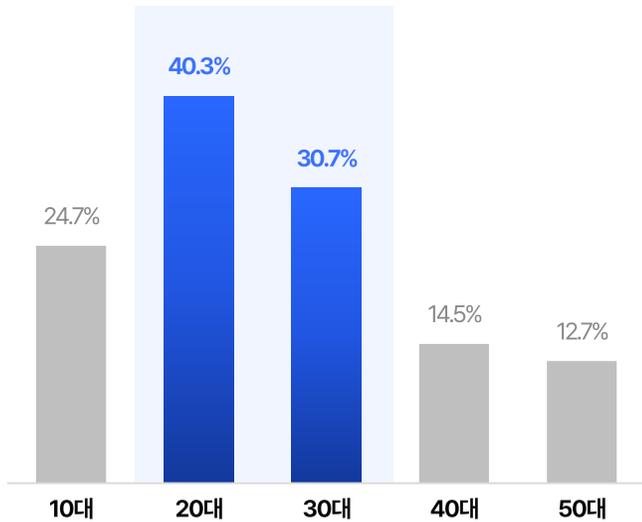
여행 업종 IPTV 활용 전략 2

# 여행 수요 높은 MZ세대 공략 위한 Youtube Premium 이용자 타겟팅

연령대별 Youtube Premium 이용률

IPTV Youtube Premium SEG. 타겟팅

2039 MZ세대의 높은 이용률 보유

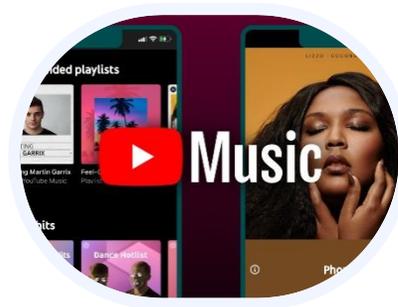


STEP 1

STEP 2

통신사가 보유한 빅데이터를 기반으로  
Youtube Premium 이용자 타겟 세그먼트 추출

광고 집행이 불가능한 디지털 매체의 대안으로 IPTV 활용  
Youtube Premium SEG. 타겟팅으로 MZ세대 도달률 증대



1 Youtube Premium과의 번들 상품인  
Youtube Music APP 보유/실행이력 추출



2 통신사가 제공하는  
Youtube Premium 결합 요금제 가입자 추출



\* 출처: 나스미디어 2023 NPR 조사 (N=1,526)

## Appendix. Youtube Premium SEG. Package

**Media Mix (1구좌 집행 기준)**

Media	플랫폼	상품	타겟팅 세부	기간	보장노출	초수	규정 CPV	보너스율	제안 CPV	실 집행 금액 (Added Value)	보너스제공 금액	집행 금액 (V.A.T별도)	비고
VOD Pack.	Genie TV	PrePlay (프리롤)	오디언스 타겟팅 (Youtube Premium SEG.)	1개월	461,538 회	15초	39.0 원	20%	32.5 원	18,000,000 원	3,000,000 원	15,000,000 원	신규 20% 보너스 제공
	B tv	프리롤			153,846 회		39.0 원	20%	32.5 원	6,000,000 원	1,000,000 원	5,000,000 원	신규 20% 보너스 제공
	U+tv	프리롤			153,846 회		39.0 원	20%	32.5 원	6,000,000 원	1,000,000 원	5,000,000 원	신규 20% 보너스 제공
<b>VOD Pack. Total</b>					<b>769,230 회</b>		<b>39.0 원</b>	<b>20%</b>	<b>32.5 원</b>	<b>30,000,000 원</b>	<b>5,000,000 원</b>	<b>25,000,000 원</b>	
큐톤 Pack.	Genie TV	베이직 (101개 채널)	오디언스 타겟팅 (Youtube Premium SEG.)	1개월	1,000,000 회	15초	8.0 원	60%	5.0 원	8,000,000 원	3,000,000 원	5,000,000 원	신규 30% + 볼륨 30% 보너스 제공
	B tv	베이직 (87개 채널)			1,000,000 회		8.0 원	60%	5.0 원	8,000,000 원	3,000,000 원	5,000,000 원	신규 30% + 볼륨 30% 보너스 제공
	U+tv	베이직 (87개 채널)			1,000,000 회		8.0 원	60%	5.0 원	8,000,000 원	3,000,000 원	5,000,000 원	신규 30% + 볼륨 30% 보너스 제공
<b>큐톤 Pack. Total</b>					<b>3,000,000 회</b>		<b>8.0 원</b>	<b>60%</b>	<b>5.0 원</b>	<b>24,000,000 원</b>	<b>9,000,000 원</b>	<b>15,000,000 원</b>	
Addr. TV Pack.	Genie TV	All-in-one	오디언스 타겟팅 (Youtube Premium SEG.)	1개월	2,142,857 회	15초	14.0 원	50%	9.3 원	30,000,000 원	10,000,000 원	20,000,000 원	신규 30% + 볼륨 20% 보너스 제공
	B tv												
	U+tv												
<b>Addressable TV Pack. Total</b>					<b>2,142,857 회</b>		<b>14.0 원</b>	<b>50%</b>	<b>9.3 원</b>	<b>30,000,000 원</b>	<b>10,000,000 원</b>	<b>20,000,000 원</b>	
<b>Grand Total</b>					<b>5,912,087 회</b>		<b>14.2 원</b>	<b>40%</b>	<b>10.1 원</b>	<b>84,000,000 원</b>	<b>24,000,000 원</b>	<b>60,000,000 원</b>	

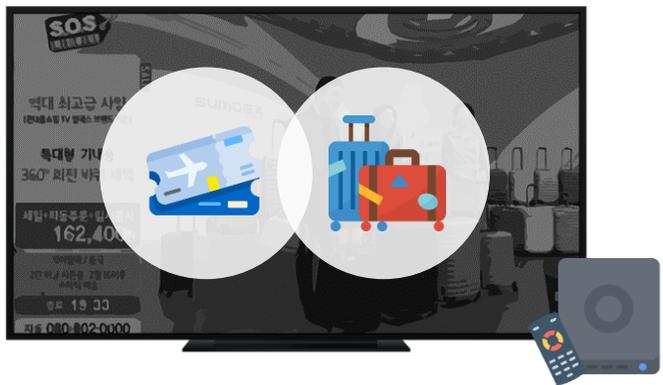
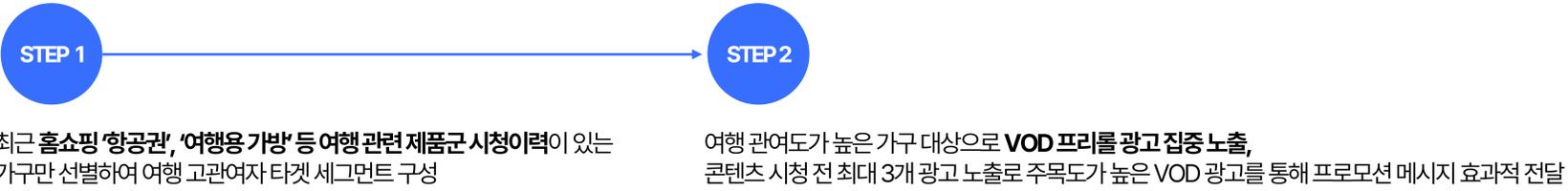
\* 3월 기준 인벤토리 및 23년 2분기 판매정책(신규/볼륨 보너스만 고려), 신규 광고주 해당 기준으로 실제 집행시점의 제안 광고주 기집행 이력 및 판매정책, 인벤토리 상황에 따라 제안 내용 상이 \* Youtube Premium SEG. 패키지의 경우, 상품별 각각 총 2구좌 선착순 판매

여행 업종 CASE STUDY 01

# 홈쇼핑 시청이력 기반 여행 고관여자 오디언스 타겟팅

**Campaign Summary** · 광고주/브랜드: 면세점 브랜드 · 집행 매체: Genie TV VOD, U+tv VOD

**Campaign Strategy** · 여행 업종 성수기인 여름 시즌, 자사에서 운영중인 프로모션 홍보를 위해 IPTV VOD 광고 오디언스 타겟팅 집행  
· 홈쇼핑방영 프로그램 중 '항공권', '여행용 가방' 등 여행 관련 제품군 시청이력이 있는 가구만 선별하여 코어 타겟 대상 집중 노출



여행 업종 CASE STUDY 02

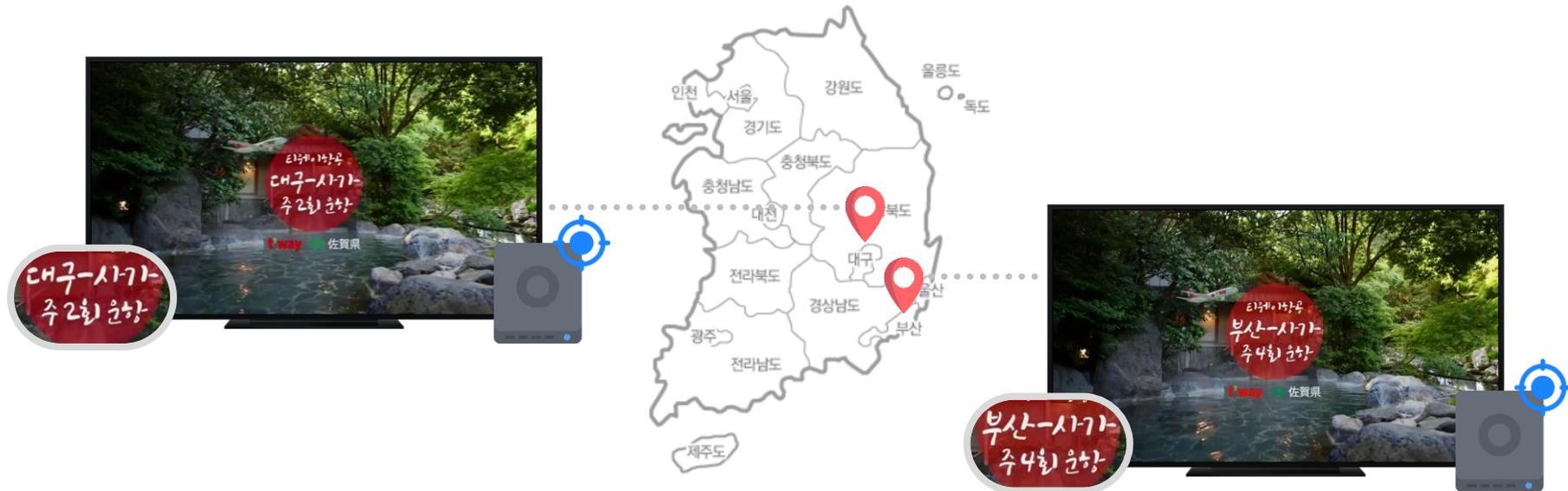
# 지역 타겟팅 활용 맞춤형 크리에이티브 노출

**Campaign Summary**

- 광고주/브랜드: 항공사 브랜드
- 집행 매체: Genie TV VOD, U+tv VOD

**Campaign Strategy**

- 부산 및 대구 지역 신규 노선 취향을 홍보하기 위하여 지역 타겟팅이 가능한 IPTV 광고 집행
- 타겟팅 지역별 맞춤형 크리에이티브를 활용하여 타겟에 적합한 브랜드 메시지 효과적 전달



여행 업종 CASE STUDY 03

# 단초수 상품으로 단기간 도달 확대 전략

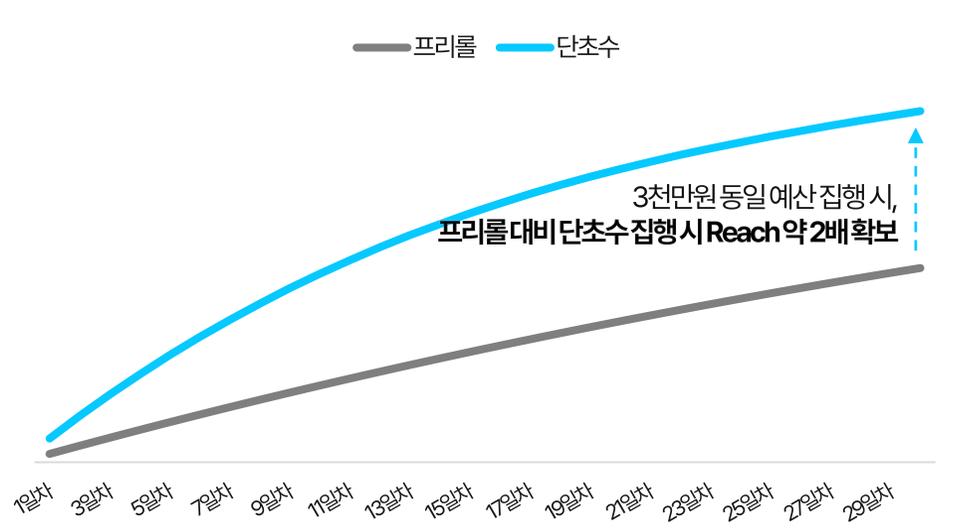
**Campaign Summary** · 광고주/브랜드 : 여행사 브랜드 · 집행 매체 : Genie TV VOD, B tv VOD

**Campaign Strategy** · 엔데믹으로 해외여행 수요가 점차 증가하면서 팬데믹 기간 동안 정체된 해외여행 시장의 선점을 위하여 마케팅 재개  
· 경쟁사 대비 단기간에 도달률 확보를 위하여 합리적 단가로 대량 노출이 가능한 VOD 단초수 광고상품 활용, 브랜드 각인



- VOD 시작 직전의 주목도가 높은 시점에 3~6초의 짧은 크리에이티브 노출하여 브랜드 각인에 효과적
  - 프리롤 상품 대비 저렴한 단가로 대량 노출이 가능하며 단기간 내 Reach 확보에 유리
- ※ 프리롤 15초 CPV 30원 vs. 단초수 6초 CPV 15원

프리롤 vs. 단초수 일별 누적 도달가구수 비교 \* 출처: nthology 예측데이터 (1개월 기준, 각각 볼륨 보너스만 고려)



nasmedia

**나스미디어 디지털방송팀**  
mbiz@nasmedia.co.kr

