

2019
02 -

Vol. 290

GLOBAL TREND

글로벌 디지털 동영상 이용 및 마케팅 현황

nasmedia

Index

글로벌 주요 이슈

글로벌 디지털 동영상 이용 및 마케팅 현황

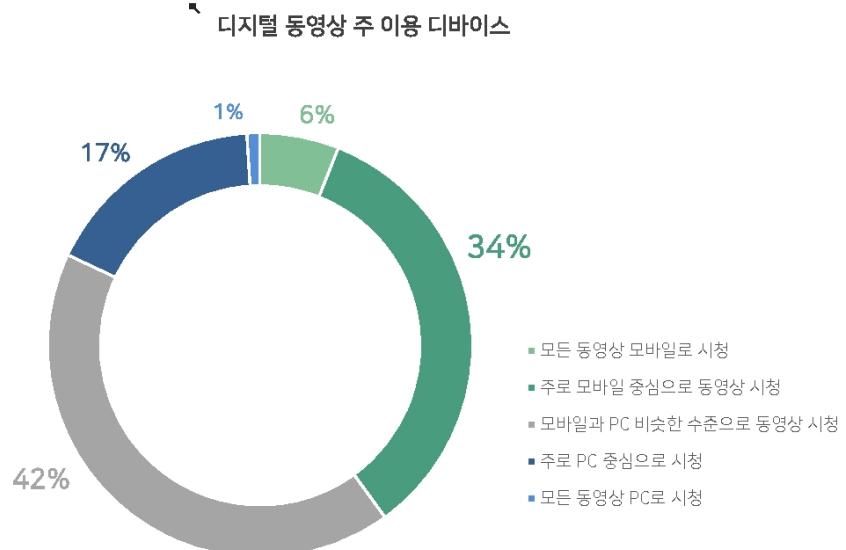
- 디지털 동영상 시청 디바이스
- 모바일 화면 선호 유형(세로형 vs. 가로형)
- 제품/서비스 관련 콘텐츠 선호 및 공유 유형
- 디지털 동영상 마케팅 현황
- 디지털 동영상 마케팅의 기대 효과
- 주요 동영상 채널별 마케팅 활용 현황
- 디지털 동영상 기술의 마케팅 활용 현황

※ 본 자료는 [wyzowl](#)에서 발간한 자료를 기반으로 정리 및 재가공한 자료임을 알립니다.

※ 국내 시장 현황과는 다소 차이가 있을 수 있음을 밝힙니다.

nasmedia

디지털 동영상 시청 디바이스



* Source : The State of Video Marketing 2019

- 동영상을 모바일 중심(모바일 ONLY+모바일 MOST)으로 시청한다고 응답한 비율은 40%, 전세계적으로 모바일이 동영상 시청의 핵심 디바이스로 자리매김
- 모바일과 PC를 비슷한 수준으로 시청하는 비율이 42%로 가장 높지만, 모바일 중심의 동영상 시청 형태는 더욱 증가할 것으로 예상됨

모바일 화면 선호 유형(세로형 vs. 가로형)

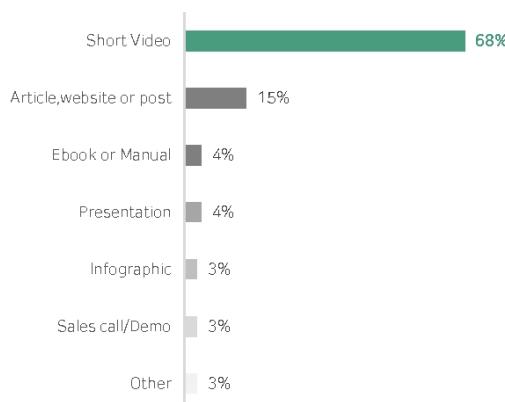


* Source : The State of Video Marketing 2019

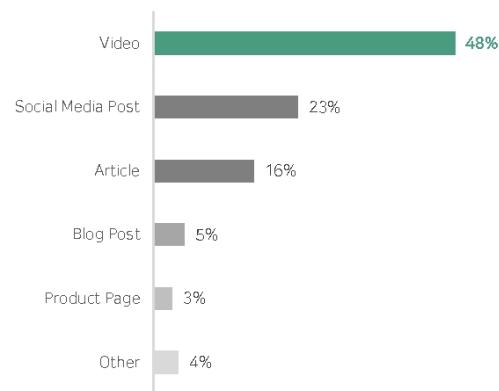
- 웹브라우징, 이메일, 메신저 등 일반적인 모바일 서비스는 세로형으로 이용하는 비중이 87%로 높게 나타남
- 이용자들은 모바일로 사진 촬영이나 동영상을 시청할 때, 세로형보다 비교적 화면을 와이드하게 볼 수 있는 가로형을 선호함

제품/서비스 관련 콘텐츠 선호 및 공유 유형

신규 제품/서비스 관련 콘텐츠 유형별 선호도



브랜드 콘텐츠 유형별 공유 선호도



* Source : The State of Video Marketing 2019

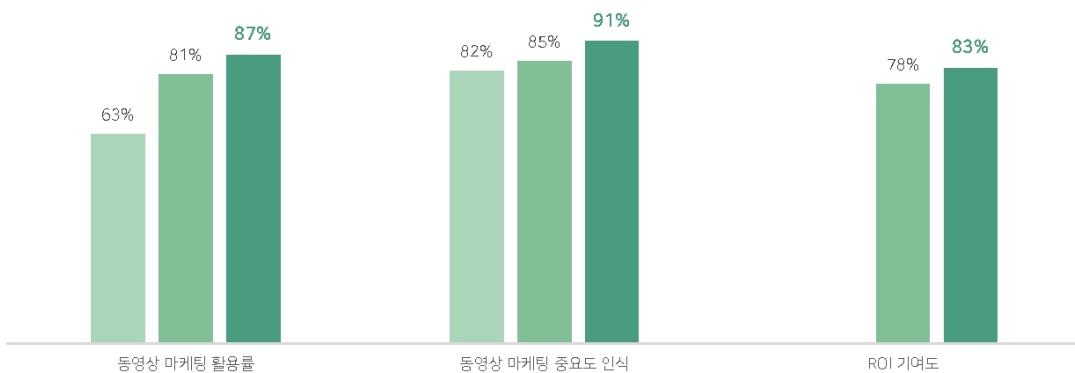
- 이용자가 신규 제품/서비스에 관한 정보 획득 시 선호하는 콘텐츠 유형은 짧은 동영상이 68%로 타 콘텐츠 유형 대비 압도적으로 높게 나타남
- 브랜드 관련 콘텐츠를 타인에게 공유할 때 동영상 형태를 가장 선호하는 것으로 나타나, 브랜드 마케팅에서 동영상의 중요도는 지속적인 확대가 예상됨

디지털 동영상 마케팅 활용 현황

동영상 마케팅 활용 및 중요도 인식

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019

* 해당년도는 조사 발표년도 기준

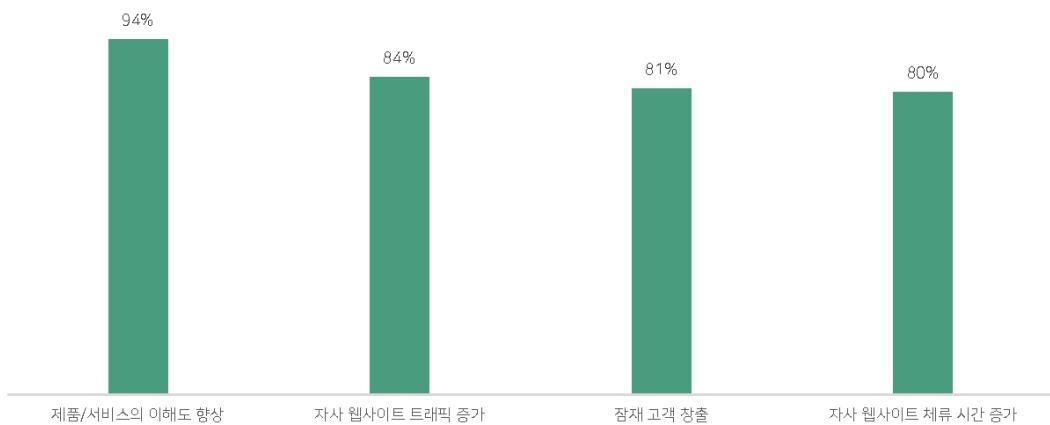


• Source : The State of Video Marketing 2019

- 2019년 글로벌 디지털 동영상 마케팅 활용률은 87%로 2017년 대비 24%p 성장 예상, 디지털 동영상을 마케팅 툴로 활용하는 비율 증가세
- 마케터들은 디지털 동영상을 중요한 마케팅 전략으로 인식하고 있으며, 디지털 동영상 마케팅의 ROI에 대해서도 긍정적으로 평가함

디지털 동영상 마케팅의 기대 효과

디지털 동영상 광고 집행 시 주요 기대 효과



* Source : The State of Video Marketing 2019

- 마케터들은 디지털 동영상 마케팅에 대한 기대 효과로 제품/서비스에 대한 이해도 향상(94%)을 가장 많이 선택함
- 또한, 자사 웹사이트 트래픽과 체류 시간 증가, 잠재 고객 창출 등 해당 브랜드에 대한 지속적인 정보 습득과 인게이지먼트 유도가 가능한 마케팅 방안이라고 인식함

주요 동영상 채널별 마케팅 활용 현황

주요 채널별 동영상 마케팅 활용

* (괄호) 전년 조사 대비 증감률



페이스북 라이브

인스타그램 TV

마케팅 활용도	87% (-)	84% (▲16%p)	35% (▲1%p)	51% (▲10%p)	17% (신규서비스)	45% (▲6%p)	12% (▲1%p)
---------	------------	----------------	---------------	----------------	----------------	---------------	---------------

마케팅 효과	80% (▼ 10%p)	85% (▼ 2%p)	74% (▼ 7%p)	88% (▲ 1%p)	53% (신규서비스)	71% (▲ 1%p)	50% (▲ 13%p)
--------	-----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-----------------

2019 활용 예정	88%	78%	36%	67%	30%	43%	10%
------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

* Source : The State of Video Marketing 2019

- 대표적인 동영상 플랫폼인 유튜브는 동영상 마케팅 채널 활용도가 87%로 가장 높게 나타났으며, 2019년에도 동영상 마케팅 틀로 활발하게 활용될 것으로 보임
- 인스타그램은 마케팅 활용도 대비 마케팅 효과가 높게 나타나 2019년 동영상 마케팅의 주요 채널로 자리매김할 것으로 예상됨

디지털 동영상 기술의 마케팅 활용 현황

주요 동영상 기술 활용 마케팅 현황

* (말호) 전년 조사 대비 증감율



Interactive Video



360° Video



VR Video

마케팅 활용도	23% (▲ 3%p)	14% (▼ 1%p)	11% (▼ 3%p)
---------	----------------	----------------	----------------

마케팅 효과	83% (▲ 5%p)	74% (▲ 12%p)	64% (▼ 3%p)
--------	----------------	-----------------	----------------

2019 활용 예정	24%	19%	11%
------------	-----	-----	-----

* Source : The State of Video Marketing 2019

- 인터랙티브 동영상의 마케팅 활용도는 23%로 지속적인 증가세를 보이고 있으며, 마케팅 효과도 83%로 비교적 높게 나타남
- 360도 동영상을 활용한 마케팅 효과는 74%로 전년 대비 12%p 큰 폭으로 확대되어 2019년에도 해당 기술을 활용한 동영상 마케팅의 증가가 예상되나, VR 동영상의 경우 마케팅의 활용도와 효과 모두 감소세를 나타내 해당 기술의 마케팅적 활용을 위해서는 지속적인 노력이 필요할 것으로 보임

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청