

6대 플랫폼과 프리미엄 파트너십… 애드테크로 성장 가속화

〈메타·구글·틱톡·네이버·카카오·쿠팡〉

와이즈버즈, 최대실적 달성

광고사업·기술사업 부문으로 성장
플랫폼 사업자 자생력 키우는 역할
삼성전자 캠페인 등 성공사례 축적

국내 디지털 광고 대행사 와이즈버즈가 애드 테크(Ad-Tech) 기술력과 국내외 톱 티어 플랫폼과의 프리미엄 파트너십을 무기로 차별화된 성장 전략을 구사하고 있다. 지난해 애드이피션시를 인수 하면서 해외 디스플레이 광고와 국내 검색 광고를 아우르는 ‘하이브리드 모델’을 성공적으로 구축, 불경기 속 창사 이래 최대 실적을 달성하며 업계의 주목을 받고 있다.

와이즈버즈의 가장 큰 경쟁력은 주요 플랫폼6곳(메타·구글·틱톡·네이버·카카오·쿠팡)과 프리미엄 파트너십을 모두 확보한 국내 유일 기업이라는 점이다. 경쟁사들이 2~4개 플랫폼과 파트너십을 맺은 것과 대조적이다.

최호준 와이즈버즈대표이사(CEO)는



최호준 와이즈버즈 대표이사(CEO)가 이달 16일 본지와 인터뷰에서 질문에 답변하고 있다. /김현정 기자

“디지털 광고 대행사가 국내 1000여개지만, 모든 주요 플랫폼과 최상위 등급 파트너십을 가진 곳은 우리뿐”이라며 “각 플랫폼에서 가장 많은 혜택과 지원을 받고 있다”고 설명했다.

이러한 파트너십을 기반으로 와이즈버즈는 기아차의 탄소 중립 이니셔티브

글로벌 캠페인, 삼성전자의 브랜드 인지도 제고 국내외 캠페인, 컴투스의 미니 게임천국 론칭 캠페인, 크래프톤의 유저 증대 국내외 캠페인을 맡는 등 성공 사례를 축적해 나가고 있다.

와이즈버즈는 광고 전략 및 운용 대행을 수행하는 ‘광고사업부문’과 자체 개발한 애드 테크 솔루션을 공급하는 ‘기술사업부문’을 두 축으로 성장을 가속화하고 있다.

광고사업부는 LG전자, 현대차 등 대형 광고주가 글로벌 플랫폼에 광고를 게재할 때 캠페인 전략과 프로모션 운영을 지원한다. 소재 기획, 타겟 분석, 성과 측정 등 디지털 캠페인 전 과정을 맡아 전략적 컨설팅 역할을 수행한다.

기술사업부는 회사의 또 다른 성장 엔진이다. ‘광고 사업을 하고 싶어 하는 플랫폼’들을 대상으로 광고 서버·운영 솔루션을 제공한다. SOOP(쑈, 옛 아프리카TV)는 와이즈버즈 서버를 도입한 뒤 3배 넘는 월 광고 매출 증가 실적을 만들었으며, 네이버 밴드도 광고 수익을 확대했다.

와이즈버즈는 플랫폼이 직접 광고 사업을 할 수 있도록 자체 광고 솔루션 ‘네스트 애즈 매니저(NAM)’를 개발했다. NAM은 소프트웨어 개발 도구(SDK)·응용 프로그램 인터페이스(API) 기반의 광고 서버 및 운영 플랫폼 서비스형 소프트웨어(SaaS)로, 고객사가 광고 플랫폼을 쉽고 빠르게 구축할 수 있도록 지원한다.

NAM에는 머신러닝 기반 알고리즘이 적용돼 광고 반응·수익률을 자동 분석해 최적의 광고를 송출한다. 비로그인 사용자도 쿠키값과 시청 이력 분석을 통해 성별·연령을 97% 이상 정확도로 추론한다. 고객사는 SDK만 설치하면 빠르게 2주 만에 광고 사업을 시작할 수 있다. 지난해 8월 공식 론칭한 NAM은 데일리샷, 사람인, 블라인드, 하나투어, 자소설닷컴, 레진코믹스 등 다양한 서비스를 광고 매체로 전환시키며 빠르게 성장하고 있다. 현재 월간활성이용자(MAU) 1000만명이 넘는 대형 서비스사들도 NAM 도입을 검토 중이다. 특히 주류 플랫폼 데일리샷은 광고 매출 제로에서 월 7000

만원 이상의 광고 매체로 성장했다.

와이즈버즈는 빅데이터를 활용한 정교한 타겟팅과 최적화 작업을 수행한다. 예컨대 배달 플랫폼 ‘요기요’의 경우 광고 시 배달 주문이 집중되는 퇴근 후부터 잡들기 직전 시간과 주말에 광고비가 집중되도록 최적화한다.

최 CEO는 “정보의 홍수 속에서 필요한 제품을 만나게 해주는 게 광고의 일”이라며 “제품력에 집중하는 근본주의를 잘 이뤄놓으면 애드 테크 기술로 만나야 할 제품과 서비스를 이어줄 수 있다. 그 다음 성장을 위해서는 광고가 꼭 필요하다”고 강조했다.

지난 2024년 애드이피션시 인수 후 양사 합산 매출은 67% 증가했고, 영업이익은 502% 성장하며 창사 이래 최대 실적을 달성했다. 올 상반기 기준 매출액은 195억9300만원으로 전년 동기(117억6900만원) 대비 78억2400만원 증가했다. 영업이익도 작년 -6억3700만원에서 올해 25억6100만원으로 31억9800만원 늘며 흑자로 전환에 성공했다.

/김현정 기자 hjk1@metroseoul.co.kr

넷마블, 신작3종 흥행에 ‘韓 게임대상’ 기대

세븐나이츠·RF 온라인 재해석
신규 IP 뱀피르까지 흥행 성공

넷마블이 올해 출시한 세븐나이츠 리버스, RF 온라인 넥스트, 뱀피르 등 신작 3종의 연이은 흥행에 힘입어 ‘2025 대한민국 게임대상’ 주요 수상 후보로 떠오르고 있다.

지난해 ‘나 혼자만 레벨업: 어라이즈’로 대상을 수상하며 저력을 입증한 넷마블은 올해도 양대 마켓 정상에 오른 3개 타이틀을 전면에 내세우며 수상 레이스에 본격 합류했다.

월드 IP인 세븐나이츠와 RF 온라인을 트렌디한 감성으로 재해석해 긍정적인 반응을 이끌어냈을 뿐 아니라, 신규 IP 뱀피르까지 흥행에 성공하면서 신규 IP의 균형 잡힌 포트폴리오를 완성했다는 평가다. 특히 세븐나이츠 리버스는 작품성과 흥행 면에서 모두 높은 평가를 받으며 대상 유력 후보로 꼽히고 있다. 다만, 대한민국 게임대상에서 동일 기업이 2년 연속 대상을 수상한 사례가 없어 실제 결과에 대한 업계의 관심이 집중되



RF 온라인 넥스트 대표이미지. /넷마블

고 있다.

지난 5월 정식 출시된 세븐나이츠 리버스는 출시 7시간 만에 애플 앱스토어 매출 1위, 5일 만에 구글 플레이스토어 1위를 달성했다. 원작의 감성과 핵심 시스템을 유지하면서도 그래픽 향상과 사용자 편의성 개선을 통해 신규 이용자와 기존 팬층 모두의 만족도를 높였다. 글로벌 시장에서도 태국과 홍콩 매출 1위를 비롯해 대만 7위, 인도네시아 4위, 마카오 4위, 싱가포르 9위, 일본 21위 등 23개국에서 매출 순위 상위권에 진입하며 흥행세를 이어가고 있다.

RF 온라인 넥스트는 올해 3월 출시 이후 언리얼엔진5 기반의 메카닉 전투, 슈트 액션, 비행 시스템 등으로 차별화

된 비주얼을 선보였다. 독자적인 우주 콘셉트 세계관을 구축해 이용자들의 호평을 얻으며 출시 6일 만에 양대 마켓 매출 1위를 기록했고, 이후에도 꾸준히 상위권을 유지하며 안정적인 서비스를 이어가고 있다.

뱀피르는 지난 8월 출시 직후 8시간 만에 애플 앱스토어 매출 1위, 9일 만에 구글 플레이스토어 1위를 달성하며 양대 마켓을 석권했다. 뱀파이어 콘셉트와 다크 판타지풍 중세 세계관을 바탕으로 한 독창적 설정이 이용자들 사이에서 높은 호응을 얻고 있으며, 출시 한 달여 동안 매출 1위를 유지하고 동시접속자 20만명을 돌파하는 등 장기 흥행 기반을 다졌다.

업계 관계자는 “지난해 나 혼자만 레벨업: 어라이즈로 대상을 거머쥔 넷마블이 올해는 3종의 흥행작으로 다시 한 번 시장 트렌드를 선도했다”며 “세 작품 모두 단기간에 압도적인 성과를 거둔 만큼, 올해 게임대상에서도 의미 있는 결과를 기대할 수 있을 것”이라고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@

SKT ‘에이닷’, MAU 1000만명 돌파

〈월간 활성이용자〉

1년 만에 두 배 가까이 성장

SK텔레콤은 인공지능(AI) 서비스 ‘에이닷(A.)’의 월간 활성이용자(MAU)가 9월 기준 1000만 명을 돌파했다고 21일 밝혔다. 지난해 10월 550만 명을 기록한 이후 1년 만에 두 배 가까이 성장했다.

SK텔레콤은 이번 성과를 “에이닷이 일상 전반으로 확산하며 본격적인 대중화 단계에 접어든 결과”라고 설명했다. 회사는 ‘AI 생태계 확장 전략’을 기반으

로, 단일 앱 중심의 서비스에서 벗어나 다양한 플랫폼과 연결된 ‘AI 허브’로 발전시키고 있다.

MAU 1000만 달성에는 내부 서비스 고도화와 외부 플랫폼 확장이 주효했다. SK텔레콤은 올해 6월 ‘노트’와 ‘브리핑’ 베타 서비스를 도입해 사용성을 높였으며, 출시 한 달 만에 약 100만 명의 신규 이용자를 확보했다.

8월에는 ‘에이닷 4.0’ 업데이트를 통해 ‘에이전틱 워크플로우’ 기술을 적용

했다. 이 기술은 AI가 사용자의 요청을 그대로 수행하는 데 그치지 않고, 대화 맥락과 기록을 분석해 목표를 설정하고 작업을 스스로 계획·실행하는 기능이다. 업데이트 이후 이용자 수는 한 달 새 약 100만 명 증가했다.

에이닷의 핵심 기능인 ‘에이닷 전화’ 역시 고도화를 이어가고 있다. SK텔레콤은 지난해 9월 안드로이드 버전에 통화 녹음·요약 기능을 추가하고, 같은 해 10월 iOS에도 기능을 확장했다. 지난 10월에는 ‘T전화’와 결합한 ‘에이닷 전화’를 선보였다.

/김서현 기자 seoh@

SK AX, 보험 보상 서비스 전 과정 자동화

‘AXA 손해보험’ 금융 AX 1단계 완료

SK AX는 ‘AXA(악사)손해보험의 금융 AX(인공지능 전환) 1단계 및 고객 채널 AX 플랫폼 구축 사업’을 완료했다고 21일 밝혔다.

이번 프로젝트의 핵심은 보상 서비스 전 과정을 자동화한 것이다. 사고가 접수되는 순간부터 담당자 배정, 정보 입력, 조사와 산출, 보험금 지급에 이르는 모든 절차들이 AX 기반으로 재구성됐다.

접수 단계에서는 고객 계약 사항과 담보를 자동 조회·처리하고, 보험 청구 서류는 AI-OCR(광학 문자 인식) 기술을 활용해 자동 입력되도록 했다. 보험금 산출 단계에서는 보험 약관과 산출 규칙을 시스템이 자동 추출해 반영하는 4세대 보험금 추산 프로세스를 적용, 업무

속도와 정확도를 높였다.

고객 편의성도 향상됐다. SK AX는 모바일과 PC 환경에서 최적화된 서비스를 제공하는 고객 채널 AX 플랫폼을 구축했다. 고객 상품 보유 현황과 유사 고객 통계 정보를 분석해 적합한 담보와 상품을 추천하고, 제3자 청구나 제휴 청구, 실손 청구 절차를 간소화해 비대면으로도 손쉽게 이용할 수 있도록 했다.

또 플랫폼은 고객의 보험 서비스 이용 여정을 실시간으로 수집·분석해 계약 전환율·이탈률·유지율을 파악하고, 이를 토대로 최적의 마케팅 전략을 세울 수 있게 지원한다.

AXA손해보험은 앞으로 상품, 고객, 계약, 영업 채널, 파트너 등 보험 서비스 전 영역으로 AX 플랫폼을 확장할 계획이다.

/김현정 기자

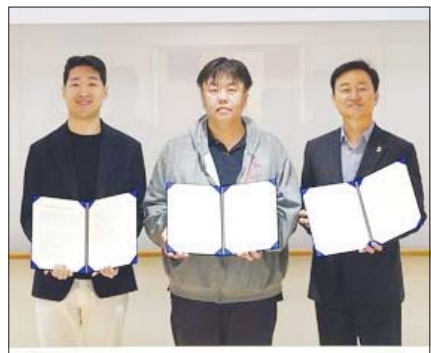
NHN클라우드, 통합 블록체인 솔루션 구축

아바랩스-블록코와 ‘맞손’

NHN클라우드가글로벌블록체인플랫폼 ‘아발란체’ 개발사 아바랩스, 블록체인MSP기업 블록코와 함께 클라우드 기반의 통합블록체인 솔루션 구축에 나선다.

아바랩스는 블록체인 플랫폼 아발란체를 개발한 기업으로, 빠른 처리 속도와 높은 확장성을 바탕으로 디지털 자산 솔루션과 맞춤형 블록체인 서비스를 제공하고 있다. 블록코는 블록체인 플랫폼 선정부터 구축, 운영, 회계 처리, 모니터링, 리스크 관리까지 전 과정을 지원하는 MSP 기업으로, 안정적이고 효율적인 블록체인 서비스 구현을 돕고 있다.

이번 협약을 통해 세 기관은 ▲기술 전문성 및 인력 교류 ▲데이터와 인프라



(왼쪽부터)아바랩스 저스틴 김 아시아총괄, 블록코 김원범 대표, NHN클라우드 허희도 클라우드사업본부장. /NHN클라우드

자원 공유 ▲공동 연구 및 마케팅 등 다방면에서 협력을 강화한다. 이를 기반으로 클라우드와 블록체인을 연결해 기존 시스템에서도 블록체인 기능을 활용할 수 있는 통합 환경을 구축하고 안정적인 운영을 지원할 계획이다. /최빛나 기자