

〈표6〉 타깃고객의 시간대별 활동과 마케팅 기회

시간	일상적 일과	매체 노출 (분)	열린 틈 (분)
06:00~07:00	기상 및 샤워	카카오톡(5), 인스타그램(10)	
07:00~08:00	식사 및 출근 준비	모바일 뉴스(10), 유튜브 뮤직(15)	
08:00~09:00	출근	대중교통 광고(5), 웹툰(10), 인스타그램(10), 카카오톡(10), 패션 사이트(15)	카톡 선물하기(5), 29CM(5)
09:00~12:00	오전 업무	온라인 기사(15), 주식(5), PC 카카오톡(10), 네이버/구글(20)	
12:00~13:00	점심 식사	전단지(5), 야외간판(10), 주식(10), 카카오톡(10), 인스타그램(5)	전단지 광고(2)
13:00~18:00	오후 업무	패션몰(10), PC 카카오톡(10), 네이버/구글(15)	
18:00~19:00	퇴근	유튜브 뮤직(20), 넷플릭스 (20), 대중교통 광고(5), 인스타그램(5), 쇼핑 앱(15)	올리브영(10), 마켓컬리(15), 오프라인 광고(5)
19:00~20:00	저녁 식사	TV 뉴스(20), 유튜브(20)	TV 광고(5)
20:00~21:00	운동 또는 산책	스트리밍 뮤직(30), 운동 어플(5), 헬스장 TV(20)	Vlog PPL(5)
21:00~22:00	취미생활, 드라마 시청	OTT 또는 전자책(30), 브런치 어플 등(10), 유튜브(20)	브런치 글(5) 유튜브 광고(5)
22:00~23:00	취침 준비	카카오톡(5), 인스타그램(10)	인스타그램(5)