



PARTNERSHIP PROPOSAL · 콘텐츠 사업자

장면 하나가 시청과 구매로

공식 장면 · 타임스탬프 · 딥링크 · 착장 정보로 시청자를 '그 장면'에 다시 연결
하는 콘텐츠 사업자 제휴 제안



공식 메타 정보 공유 → 착용 장면 · '이 장면부터 보기'로 시청 복귀

콘텐츠사가 이미 보유한 장면 스크린샷 · 타임스탬프 · 딥링크 · 인물 착장 정보. 튜툰이 아이템과 연결해 시청자를 그 장면으로 되돌림.

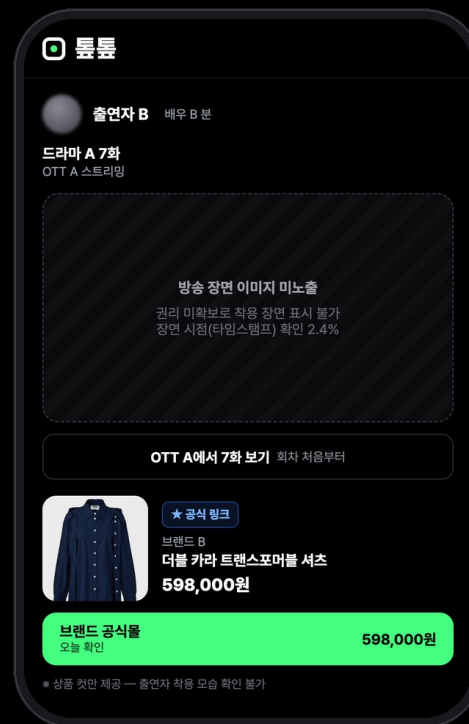
공유 장면 스크린샷 · 타임스탬프 · 딥링크
회차별 착장 장면의 공식 이미지 · 시점 · 시청 링크

공유 인물 착장 · 협찬 정보
출연자 · 배역 · 브랜드 · 품번

효과 장면 단위 재시청 유입
아이템마다 'OTT에서 이 장면부터 보기'

효과 커머스 수익 배분
작품에서 발생한 구매 수수료를 콘텐츠사와 배분

효과 화제성 · 협찬 가치 상승
출연자 착용 장면 + '정확한 제품' 라벨



현재 — 상품 컷만



제휴 후 — 착용 장면 + 딥링크

공유 항목별 활용 방식과 콘텐츠사 효과

콘텐츠사 공유 항목	툰툰 활용	콘텐츠사 효과
장면 스크린샷 · 공식 스틸	출연자 착용 장면을 아이템과 함께 노출	작품 장면 노출 확대 · 화제 장면 재확산
타임스탬프 (장면 시작 · 종료)	'이 장면부터 보기' 장면 단위 딥링크	장면 단위 재시청 유입
시청 딥링크 (회차 · 장면)	플랫폼 시청 페이지 직결 버튼	구독 · 시청 전환 경로
인물 착장 · 협찬 정보	방영 당일 '정확한 제품' 공개 · 공식몰 연결	협찬 가치 상승 · 오정보 차단
출연자 · 배역 정보	인물 페이지 · 팔로우 · 새 회차 알림	출연자 팬덤 점점 확대

콘텐츠사가 얻는 가치 — 시청 · 수익 · 화제성 · 협찬 · 데이터 · 브랜딩

시청 복귀

장면 단위 재시청

'이 장면부터 보기'로 착장 탐색에서 그 장면으로 직행

신규 수익

커머스 수익 배분

작품에서 발생한 구매의 제휴 수수료를 콘텐츠 단위로 배분

화제성

방영 후에도 이어지는 검색 노출

회차 · 인물 · 장면 페이지 — 네이버 자연 검색 유입 69%

협찬 영업

협찬 가치의 증명

착용 장면 + 정확한 제품 + 판매처 클릭 성과로 협찬 단가 근거 확보

데이터

시청자 반응 데이터

어떤 장면 · 출연자 · 스타일이 반응을 만드는지 — 기획 · 스타일링 참고

브랜딩

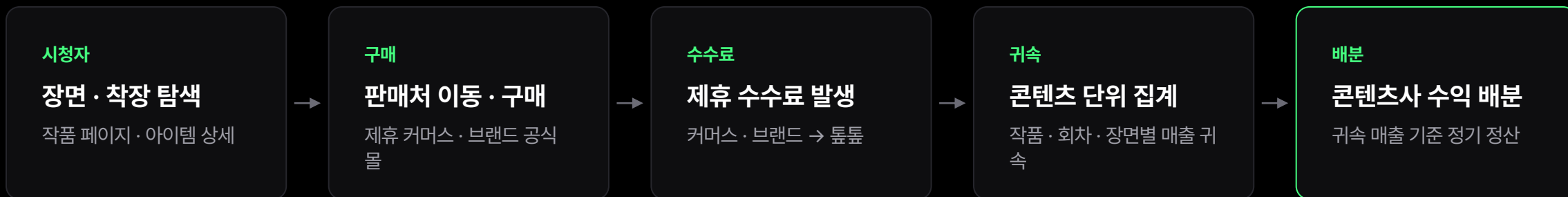
작품 · 출연자 공식 착장 아카이브

팬 팔로우 · 새 회차 알림, 가품 · 오정보 정정으로 작품 이미지 보호

03 수익 배분 구조

작품에서 발생한 구매 — 수수료를 콘텐츠사와 나누는 구조

모든 판매처 클릭에 콘텐츠 · 회차가 기록되어 콘텐츠 단위 귀속 가능. 최근 30일 판매처 클릭 1,308회 전부 콘텐츠 귀속.



수익원	발생 구조	콘텐츠사 배분 기준
커머스 제휴 수수료	시청자 구매 시 커머스 · 브랜드가 지급하는 판매 수수료	작품 귀속 매출 비중
브랜드 캠페인 · 협찬 연계	작품 착장 기반 브랜드 캠페인 · 컬렉션 페이지 집행	작품 연계 캠페인 수익
공동 기획전	작품 · 출연자 착장 기획전 매출	기획전 매출 기여분

배분 원칙 작품 귀속 매출 기준 · 배분 비율은 제휴 범위에 따라 협의 · 귀속 근거를 담은 정산 리포트 제공

시청자가 원하는 건 '그 장면의 그 옷' — 지금은 상품 컷까지만 제공

0%

출연자 착용 장면 노출

권리 미확보로 방송 장면 이미지 미사용

2.4%

장면 시점 확인 아이템

3,231개 중 77개만 타임스탬프 보유

74%

'프로그램 + 출연자' 검색

상위 검색어 12개 기준 — 장면 · 인물 중심 탐색

의미 1

공식 메타 정보 = 시청자 경험의 빈칸

착용 장면과 장면 시점이 붙는 순간 '그 옷'의 확신과 재시청 동기가 동시에 생김

의미 2

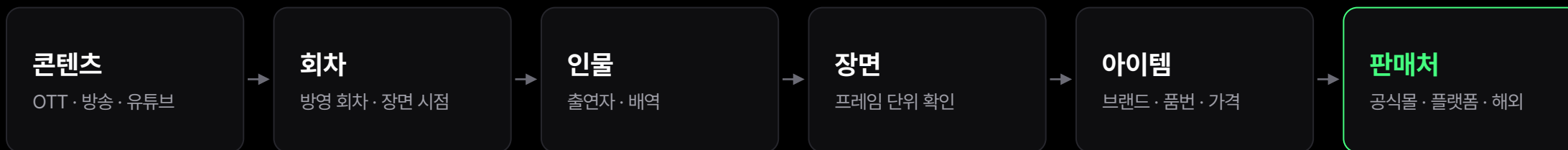
추측 → 공식으로, 사후 → 방영 당일로

프레임 탐색 · 추측 식별 단계가 공식 정보로 대체 — 정확도와 속도 동시 개선

출처: 튜툰 운영 데이터, 2026-10-03 기준(봇 트래픽 제외)

툇툇 한눈에 보기 — 영상 속 맥락을 구매까지 연결하는 구조

흩어진 정보(콘텐츠 · 인물 · 장면 · 상품 · 판매처)를 하나의 구조로 정리. 맥락을 따라 이동하면 자연스럽게 상품 도달.



01 검색 한 번으로 찾는 착장

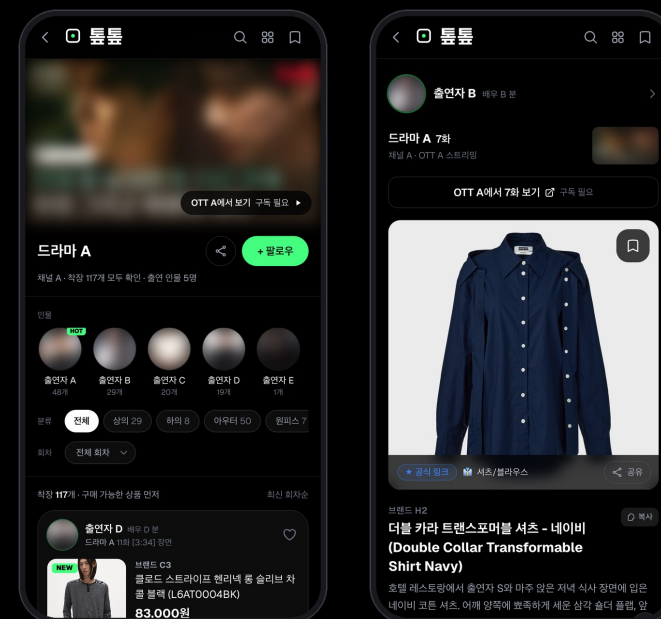
프로그램 · 회차 · 출연자 · 품목, 기억나는 조합 그대로 입력

02 근거에 따른 신뢰도 라벨

정확한 제품 · 공식 링크 · 참고 링크 · 유사 제품 · 미확인, 5단계 구분

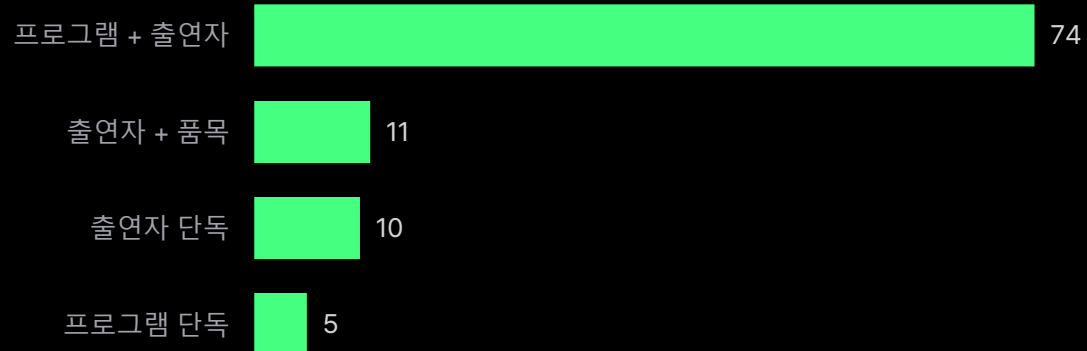
03 판매처 비교와 대안 상품

공식몰 · 플랫폼 가격 비교, 품질 시 생김새가 같은 대안 연결

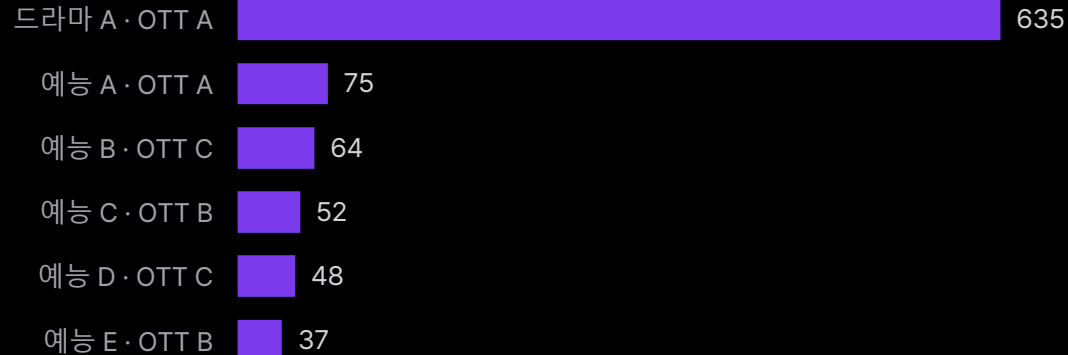


착장 검색 = 프로그램 검색 — 화제작 1편이 수요의 절반

툰툰 내 검색어 유형 (% , 상위 12개, 30일)



콘텐츠별 판매처 클릭 (회, 30일)



15.4%

방문자 중 판매처 클릭 (지난주)

49%

상위 드라마 1편의 판매처 클릭 비중

2,428명

지난주 방문자 · 4주 새 21배

출처: 툰툰 운영 데이터, 2026-10-03 기준(봇 트래픽 제외) · * 콘텐츠 · 플랫폼 · 브랜드 · 판매처명은 비공개 처리(A, B 표기)

오디언스 — 방송을 본 그날 밤, 모바일로 검색해 들어오는 시청자

방송 시청 직후 모바일 검색 진입 — 프로그램 시청총과 겹치는 시간대 · 디바이스.

85.6%

모바일 방문 비중

방문자 5,307명 기준

20–23시

방문 집중 시간대

방송 시청 직후 검색

69%

네이버 자연 검색 유입

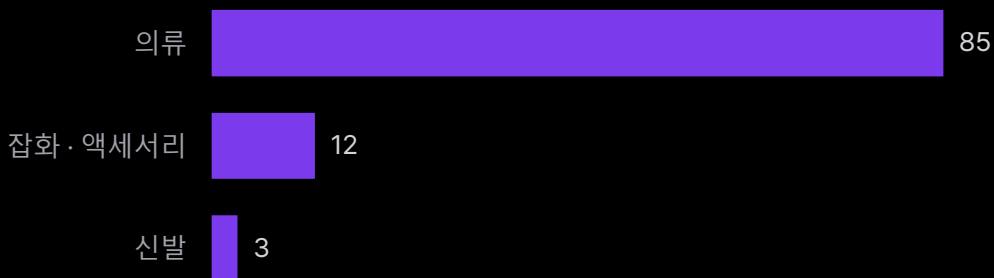
광고 없이 검색 의도로 진입

11.9만 원

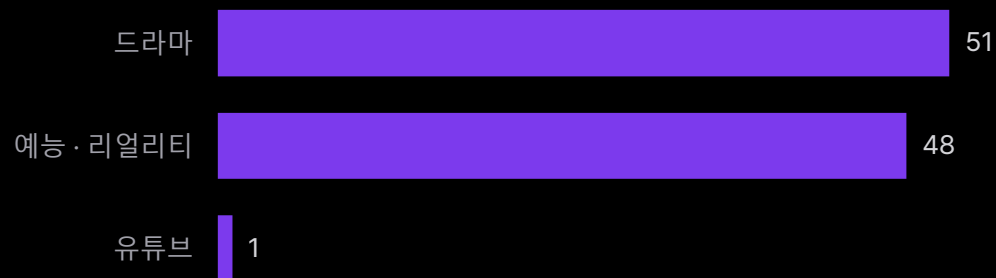
클릭 상품 가격 중앙값

중간 50%: 7.9만 – 24.8만 원

클릭 상품 분류 (% , 30일)



클릭 발생 콘텐츠 유형 (% , 30일)



출처: 튜툰 운영 데이터, 2026-10-03 기준(봇 트래픽 제외)

어떤 회차 · 어떤 장면 · 어떤 출연자가 구매 행동을 만들었는지

리포트 예시 — 드라마 A 7화 · 출연자 B 착용 셔츠

최근 30일 · 실제 운영 데이터 (브랜드 · 판매처 비공개)

50회

판매처 클릭

66%

브랜드 공식몰 비중

3곳

연결 판매처

브랜드 공식몰



33

편집몰



11

패션 그룹몰



6

01 회차 · 장면 · 출연자별 조회와 판매처 클릭

반응을 만든 장면 식별

02 '이 장면부터 보기' 클릭

착장 탐색 → 장면 재시청 전환

03 유입 검색어

시청자가 프로그램을 찾는 실제 표현

04 협찬 아이템 성과

협찬사 보고 · 다음 시즌 협찬 영업 근거

출처: 튜툰 운영 데이터, 2026-10-03 기준(봇 트래픽 제외) · * 콘텐츠 · 플랫폼 · 브랜드 · 판매처명은 비공개 처리(A, B 표기)

제휴 모델 한눈에 보기 — 메타 정보 제휴에서 커머스 수익 배분까지

제휴 형태	툰툰이 제공하는 것	파트너가 함께하는 것
① 메타 정보 제휴	착용 장면 노출 · '이 장면부터 보기' 딥링크 · 정확한 제품 라벨 · 월간 리포트	장면 이미지 · 타임스탬프 · 딥링크 · 착장 정보
② 공동 마케팅	회사별 '착장 총정리' 공동 콘텐츠 · 프로그램 전용 캠페인 페이지 · SNS 공동 게시	공식 채널 링크 · 홍보 협업
③ 커머스 수익 배분	작품 귀속 커머스 수수료 배분 · 브랜드 캠페인 수익 배분 · 정산 리포트	협찬사 연결 · 공동 기획전 · 공동 영업

주고받는 것 — 공식 메타 정보와 시청 · 수익 · 데이터의 교환

툰툰 제공

- 01 **착용 장면 노출 · 장면 딥링크**
아이템 상단 공식 장면 + '이 장면부터 보기'
- 02 **'정확한 제품' 라벨 · 공식몰 연결**
방영 당일 공개, 오정보 정정
- 03 **커머스 수익 배분**
작품 귀속 매출 기준 수수료 배분
- 04 **월간 장면-구매 리포트**
조회 · 클릭 · 시청 복귀 · 협찬 성과

파트너 제공

- 01 **장면 스크린샷 · 공식 스틸**
착장이 보이는 장면 위주
- 02 **타임스탬프 · 시청 딥링크**
회차 · 장면 단위 시청 링크
- 03 **인물 착장 · 협찬 리스트**
출연자 · 브랜드 · 품번
- 04 **이미지 이용 범위 합의**
노출 위치 · 출처 표기 · 기간

시너지 공식 장면이 시청을, 시청이 착장 탐색을, 착장 탐색이 다시 시청을 부르는 순환

자주 묻는 질문

Q. 장면 이미지 사용 범위는?

아이템 정보 확인 용도로만, 노출 위치 · 크기 · 출처 표기 · 기간을 계약으로 명시. 제휴 전에는 방송 장면 미사용.

Q. 특정 플랫폼 콘텐츠만 다루는지?

플랫폼 중립. OTT · 방송 · 유튜브 구분 없이 정리. 제휴사 콘텐츠에 착용 장면 · 장면 딥링크 우선 적용.

Q. 수익은 어떻게 나누는지?

판매처 클릭마다 작품 · 회차 기록 → 작품 귀속 매출 기준 배분. 배분 비율은 제휴 범위에 따라 협의.

Q. 정보 정확도 관리 방식은?

공식 정보는 '정확한 제품' 라벨로 즉시 반영, 그 외 정보는 프레임 확인 · 상품 컷 대조 · 검수 게이트 통과분만 공개.



장면 하나가 시청과 구매로 — 제휴 문의

공식 장면 · 타임스탬프 · 딥링크 · 착장 정보로 여는 콘텐츠 x 커머스 제휴

서비스	toftof.kr
-----	------------------

소개 영상	toftof.kr/about
-------	------------------------

제휴 문의	contact@toftof.kr
-------	--------------------------

운영	시프트원 주식회사
----	------------------
