

MEDIA AD ISSUE Vol. 304

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2020.04

Published by
Media consulting team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

- 페이스북/인스타그램 AR 효과 제작 플랫폼, Spark AR
- 인증된 퍼블리셔 콘텐츠에 노출되는 '페이스북 인스타그램 동영상 광고'
- 대한민국대표 메신저 광고, 카카오톡 비즈보드
- Google Ads '통합된 잠재고객' 타겟팅 활용

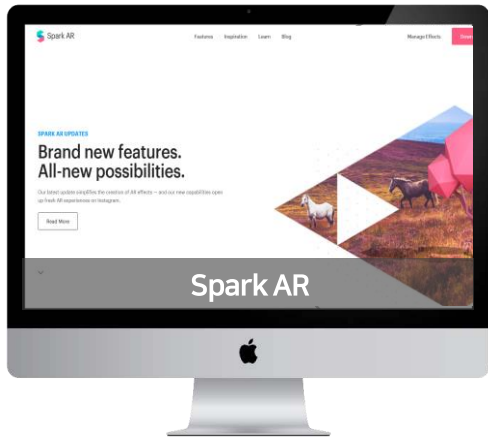
페이스북/인스타그램 AR 효과 제작 플랫폼, Spark AR

FACEBOOK

- Spark AR Studio를 통한 페이스북/인스타그램에 적용 가능한 AR 카메라 효과 제작, 출시 및 관리 가능
- 브랜드 특성을 살린 AR 필터 효과를 통해 제품 가상 체험, 티저 캠페인 바이럴 등 독창적인 브랜드 경험을 제공하고 브랜드 친밀도를 높일 수 있음

| Spark AR Studio |

페이스북/인스타그램에 적용 가능한 AR 카메라 효과를 개발, 출시, 관리할 수 있는 플랫폼



- 01 제작 및 퍼블리싱**
사용하기 쉬운 템플릿, 튜토리얼, 스크립팅 제공
- 02 필터 검수**
평균 10일 정도 소요
- 03 주요 정책 가이드**
로고와 텍스트는 효과 장면에서 통합되어
과하지 않게 노출될, 전면/후면 카메라에서
모두 작동 필수 등 주요 정책 가이드 제공

| AR 카메라 활용 마케팅 사례 |

제작된 AR 필터를 활용해 쿠폰 발급 마케팅을 진행, 이벤트 참여 유도 및 브랜드 인지도 증대 효과



필터 제작

Spark AR Studio에서 AR 필터 제작 및 출시
'데이트처럼 즐기는 부부의 쇼핑' 컨셉으로
두 명이 함께 앵글에 잡히면 반응하도록 AR 필터 설계

SNS 홍보

AR 필터를 사용한 셀카 인증샷 마케팅 진행
이마트 공식 페이스북/인스타그램 피드를 통해
AR 필터 홍보 및 사용 방법과 이벤트 안내

쿠폰 발급

매장에서 즉시 사용 가능한 쿠폰 발급
부부가 활짝 웃으면 하트 스티커가 만발한
사진이 찍히고, 쿠폰 발급

참여 확대

이벤트 참여 확대
유저에게 몰입된 환경을 제공함으로써
자연스러운 브랜드 콘텐츠 확산 및 재생산 가능

* Source : 페이스북

인증된 퍼블리셔 콘텐츠에 노출되는 '페이스북 인스트림 동영상 광고'



- 인증된 퍼블리셔가 게시한 [일반 동영상] 및 [게임 라이브 동영상]에 노출되는 광고 상품
- 동영상 소재 사용시 Non-Skip 형태로 진행되어 피드 대비 우수한 조회 성과를 보이며, 다양한 Brand Safety 관리 옵션을 통해 안정적인 캠페인 운영 가능

| 페이스북 인스트림 동영상 광고 주요 특징 |

주요 특징 뉴스피드, 왓치(Watch) 내 최소 3분 이상의 동영상이 1분 이상 재생된 후 노출 (게임 라이브 동영상 프리롤 제외)
 이미지/동영상 소재 지원, 동영상 소재는 5초~15초 길이 활용 가능하며 스킵 불가

인벤토리별 노출 방식

인벤토리	일반 동영상		게임 라이브 동영상	
소재 형태	동영상 소재	이미지 소재	동영상 소재	이미지 소재
노출 방식	미드롤 	동영상 하단 노출 	프리롤, 미드롤 	동영상 하단 노출

* 스포츠, 엔터테인먼트 라이브 동영상 내 노출 테스트 진행중

| Brand Safety 관리 옵션 |

인벤토리 필터
 콘텐츠의 민감도를 3가지 단계로 분류하여 제공 (전체/일반/제한)
 민감한 콘텐츠에 광고 노출을 차단하기 위해서는 제한 필터 적용 권장

차단 리스트
 퍼블리셔 리스트 다운로드 후, 광고 노출을 원하지 않는 크리에이터가 있을 경우 차단 리스트에 추가하여 광고 노출 시 제외 가능

파트너 라이브 스트리밍 차단
 실시간 라이브로 진행되는 스트리밍에 광고 노출을 원하지 않을 경우 차단 기능 통해 일반 동영상에만 광고 노출되도록 설정 가능

대한민국 대표 메신저 광고, 카카오톡 비즈보드



- 카카오톡 채팅탭 최상단에 노출되는 메인 상품, 코로나 19 이슈에 따른 메신저 사용 증대로 국민 메신저 카카오톡을 통한 우수한 광고 효과 기대 가능
- 국내 유일 카카오톡 앱 내 랜딩 유입을 통한 최종 액션이 가능하여 카카오톡 사용자에게 최적의 광고 효과 제공

| 카카오톡 비즈보드 소개 |

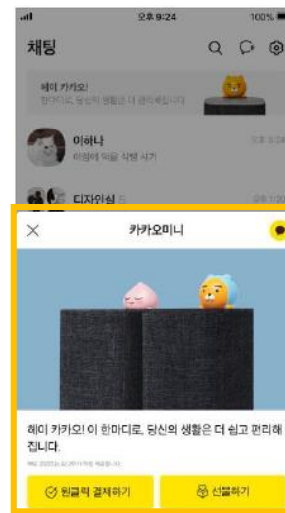
카카오톡 채팅탭 최상단에 위치하여 주목도 높은 광고 상품
심플한 소재 가이드로 빠르고 쉬운 소재 제작 가능



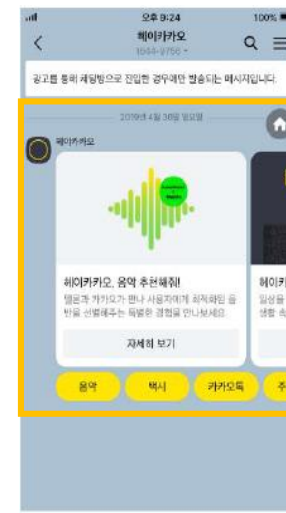
- 비당형 최소 입찰**
CPC 200원 / CPM 4,000원
- 전환 최적화 지원**
픽셀 & SDK 설치 필수
- 보장형 진행 가능**
2억 / 5억 / 20억 조건
CPM 5,000원
- CTR 0.77% / CPC 422원**
20년 1분기 평균

| 카카오톡 최적화 랜딩페이지 |

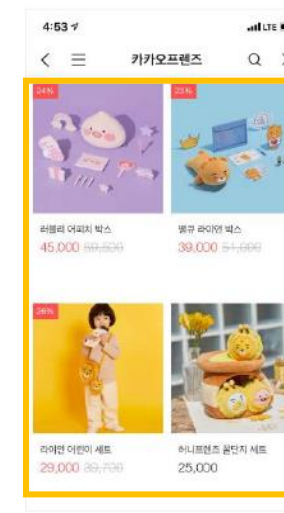
브랜드, 프로모션, 구매 목적에 맞는 자유로운 랜딩 구성을 통해
광고 노출부터 랜딩 유입, 최종 액션의 과정까지 모두 카카오톡 안에서 가능



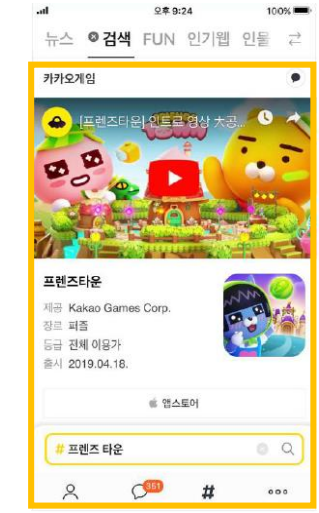
<애드뷰>



<카카오 채팅방>



<카카오 커머스 플랫폼>



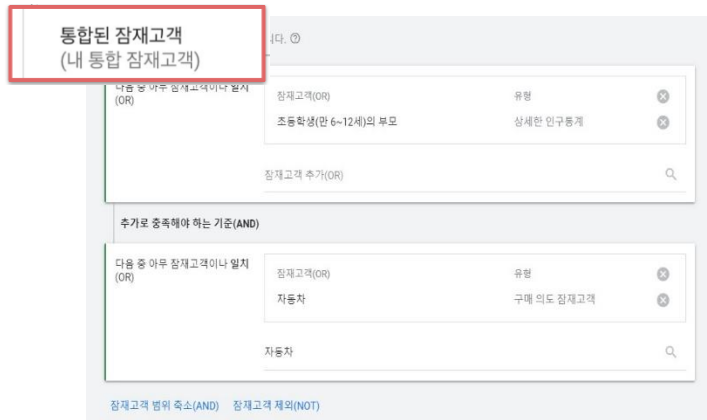
<#(샤)탭 검색결과>

Google Ads '통합된 잠재고객' 타겟팅 활용



- 통합된 잠재고객 타겟팅 기능은 다양한 잠재고객 리스트를 '교집합' 및 '부분집합'으로 활용 가능
- 전략적인 잠재고객 조합을 통한 교차 타겟팅으로 보다 효과적인 광고 도달이 가능하며, 도달범위를 고려하여 대규모 예산 캠페인 집행시 활용 권장

| 통합된 잠재고객 활용 시 참고 사항 |



Google Ads 계정 로그인 > [잠재고객] > [찾아보기] > 통합된 잠재고객

- 동영상/검색 통합된 잠재고객 full launch, 디스플레이 화이트리스팅 필요
- 대규모 예산의 캠페인 집행시 해당 타겟팅 권장
- 교차 타겟은 5개 내외 권장 (타겟을 교차할 수록 도달범위가 줄어듦)

| 활용 방법 : 가능한 교차 타겟팅 종류 예시 |

교차 타겟팅 종류	주요 내용	예시
 특정 페르소나 타겟팅	브랜드리서치를 통해 규정된 특정 '페르소나' 타겟팅 가능	기혼 & 패션 관심사 & 자동차 구매의도를 가진 유저 타겟팅
 잠재고객내 세그먼트별 타겟팅	잠재고객 리스트내의 다양한 부분집합 타겟팅 가능	자동차 구매의도를 가진 유저 중 동물 애호가 / 싱글인 유저 분류하여 타겟팅
 전체 잠재고객 중 일부 타겟팅	전체 잠재고객 중 일부 맞춤 타겟팅 가능	홈페이지방문 유저 중 전자제품 구매의도가 있는 유저만 타겟팅

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)