

MEDIA AD ISSUE Vol.318

주요미디어광고상품이슈

Media AD issue
2021.06

Published by
Media Consulting 1&2 Team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

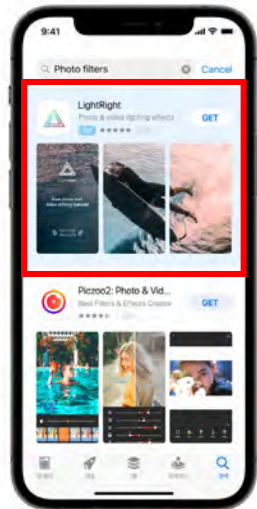
- Apple, 신규 광고 상품 '검색탭(Search Tab)' 출시
- 인스타그램, IGTV&릴스 연결 광고 출시
- 이달의 매체 상품 소식

Apple, 신규 광고 상품 ‘검색 탭(Search Tab)’ 출시

- 애플 앱스토어에서 앱 검색 시 처음 진입하는 검색 탭 영역에 신규 광고 상품 출시
- 제안 앱 상단에 위치하여 앱 인지도 확보 및 다운로드 유도에 긍정적인 효과 예상되며, 앱스토어에 등록된 앱 메타데이터 기반으로 크리에이티브 자동 구성

| Apple App Store 광고 상품 현황 |

- 검색 결과(Search Results) -



유저가 다운로드할 앱 혹은 카테고리 검색 시, 검색 결과 상단에 노출

- **NEW** 검색 탭(Search Tab) -



유저가 앱 혹은 카테고리 검색 시 처음 방문하는 페이지인 검색 탭에서 제안 앱 상단에 노출

| 판매 정책 및 단가 |

상품명	검색 탭(Search Tab)
노출 위치	App Store 검색 탭
판매방식	CPM 입찰
최소집행금액	없음
구성 요소	앱 이름, 아이콘, 부제목 (App Store 제품 페이지에 업로드해 놓은 데이터를 사용해 생성)
국가	작성일 기준, 한국/미국 등 60개 국가에서 가능 (집행 가능 국가: 바로가기)
캠페인 생성 방법	Apple Search Ads 플랫폼에서 캠페인 생성 시, 광고를 실행할 위치 [검색 탭]으로 설정
참고 사항	1) 광고의 최소 50% 이상이 1초 동안 표시될 때마다 노출수 1회로 계산 2) 신규 상품으로 마켓 평균 데이터가 아직 형성되지 않았으므로, 초기에는 적정 CPM 비딩가로 운영하면서 모니터링 필요


인스타그램, IGTV&릴스 연결 광고 출시




- 인스타그램 광고의 랜딩으로 앱내의 IGTV 채널, IGTV 동영상, 릴스 또는 오디오 페이지로의 연결 지원
- IGTV 랜딩으로 인스타그램 앱내에서 1분 이상의 긴 영상 시청 유도가 가능해지고, 릴스를 통한 고객 참여 이벤트(예시, 챌린지) 유도에도 효과적으로 활용할 수 있을 것으로 예측

| 인스타그램 IGTV&릴스 연결 광고 출시 |


인스타그램 피드, 스토리, 탐색탭 광고의 CTA버튼 클릭시
IGTV 채널, 특정 IGTV 및 릴스 동영상과 오디오 페이지로 랜딩 연결 가능




인스타그램 피드 광고




인스타그램 스토리 광고



인스타그램 탐색탭 광고



IGTV 채널
IGTV 동영상



릴스 동영상
릴스 오디오

| 세팅 참고 사항 |

항목	내용	
지원 광고 목표	브랜드인지도, 도달, 트래픽, 게시물참여, 동영상조회	
랜딩 주소 추출 방법 (데스크탑)	IGTV 채널	IGTV 채널 접속 후 URL 주소 복사
	IGTV 동영상 릴스 동영상	특정 IGTV 동영상, 릴스 클릭 후 URL 주소 복사
	릴스 오디오	해당 오디오를 사용하는 릴스 클릭 후 핸들 이름 하단 오디오 제목 클릭하여 URL 주소 복사

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈						
네이버	<ul style="list-style-type: none"> 성과형 광고(GFA) 신규 노출 지면 추가 <table border="1" data-bbox="672 444 1574 568"> <thead> <tr> <th>신규 노출 지면</th> <th>노출 위치</th> <th>적용 일정</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>알림</td> <td>스마트채널</td> <td>2021년 5월 25일</td> </tr> </tbody> </table> 	신규 노출 지면	노출 위치	적용 일정	알림	스마트채널	2021년 5월 25일
신규 노출 지면	노출 위치	적용 일정					
알림	스마트채널	2021년 5월 25일					
구글	<ul style="list-style-type: none"> Find My Audience 소개 <ul style="list-style-type: none"> - 소개: Think with google에서, 해당 비즈니스에 가장 가치 있는 YouTube 잠재 고객을 파악하고 인사이트를 얻을 수 있는 무료 툴 - 접속링크: 바로가기 - 활용 가능한 국가: 미국, 호주, 브라질, 캐나다, 독일, 프랑스, 멕시코, 영국, 일본 - 활용 추천상황 <ol style="list-style-type: none"> 1) 해외 타겟팅 캠페인 운영시, 새로운 타겟 그룹으로의 도달을 확대하고자 할 때 2) 잠재고객에게 더욱 관련성 있는 메시지를 전달하기 위한 인사이트를 얻고자 할 때 						

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
카카오	<ul style="list-style-type: none">• 카카오비즈니스 서비스 개편 (5/25)<ol style="list-style-type: none">1) 카카오의 다양한 비즈니스 서비스를 자유롭게 이용할 수 있는 서비스인 '카카오비즈니스' 시작과 더불어 '카카오 for 비즈니스' 사이트도 '카카오비즈니스'로 이름 변경 및 콘텐츠·기능 개선 [카카오비즈니스]2) 카카오모먼트 관리자센터에서 다양한 경로를 통해 카카오비즈니스 가이드로 바로 접근 가능<ul style="list-style-type: none">* 상단 네비게이션 [나의 카카오계정(e-mail)] → [광고이용가이드]• 카카오모먼트 플랫폼 개편 (5/25)<ol style="list-style-type: none">1) 광고계정 만들기 동선 변경: 광고주 사업자등록번호, 세금계산서 발행용 사업자등록번호 입력 필드 구분2) 픽셀&SDK 연동 기능 추가: 로그인 카카오 계정이 소유권자인 픽셀&SDK가 1개 이상인 경우 연동 가능• 카카오모먼트 대시보드 개편 (5/25)<ol style="list-style-type: none">1) 대시보드 구성 변경: 상단 GNB 카카오 비즈니스 메뉴로 여러 비즈니스 관리자센터 쉽게 이동 가능2) 검색/필터 기능 강화: 명칭, 운영상태, 소재심사상태, 지표상태 등 다양한 맞춤 검색 필터 제공• 비즈보드 카카오톡·다음 '콘텐츠뷰' 지면 확장 (5/26)<ol style="list-style-type: none">1) 1boon 서비스의 '콘텐츠뷰'로의 개편에 맞춰 콘텐츠뷰 서비스에 카카오 비즈보드 노출2) 게재지면: 카카오톡 #탭) 콘텐츠뷰상단, 다음 모바일 콘텐츠뷰상단

이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈																																			
SMR	<ul style="list-style-type: none"> OTT 패키지 단가상향 변동 <ol style="list-style-type: none"> 적용상품: OTT LIVE 적용일자: 2021년 06월 01일 초수별 두개 구간으로 분류되어 단가상향 조정 																																			
	<p>〈단가변동 상세내역〉</p>																																			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" data-bbox="675 701 1212 743">노출지면</th> <th data-bbox="1212 701 1370 743">최소집행</th> <th data-bbox="1370 701 1536 743">재생완료</th> <th data-bbox="1536 701 1691 743">소재초수</th> <th data-bbox="1691 701 1857 743">보장 CPV</th> <th data-bbox="1857 701 2035 743">CPMV</th> <th data-bbox="2035 701 2201 743">예상 CPM</th> </tr> <tr> <th data-bbox="675 743 958 791">Live Mid Roll</th> <th data-bbox="958 743 1212 791">Live Pre Roll</th> <td colspan="2"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="675 791 958 1208"> 실시간방송광고 시간에 광고 노출 wave SBS wave MBC wave KBS TVING sbs.co.kr imbc.com KBS.CO.KR 엠스플 </td> <td data-bbox="958 791 1212 1208"> 무료 이용자 대상으로 Pre Roll 시점에 광고 노출 wave, 각방송사 라이브 사이트 </td> <td data-bbox="1212 791 1370 1208" rowspan="2">500만원</td> <td data-bbox="1370 791 1536 1208" rowspan="2">보장 노출량과 동일</td> <td data-bbox="1536 791 1691 991">1~30초</td> <td data-bbox="1691 791 1857 991">12원</td> <td data-bbox="1857 791 2035 991">12,000원</td> <td data-bbox="2035 791 2201 991">10,000 내외</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td data-bbox="1536 991 1691 1208">31~60초</td> <td data-bbox="1691 991 1857 1208">24원</td> <td data-bbox="1857 991 2035 1208">24,000원</td> <td data-bbox="2035 991 2201 1208">16,500 내외</td> </tr> </tbody> </table>							노출지면		최소집행	재생완료	소재초수	보장 CPV	CPMV	예상 CPM	Live Mid Roll	Live Pre Roll							실시간방송광고 시간에 광고 노출 wave SBS wave MBC wave KBS TVING sbs.co.kr imbc.com KBS.CO.KR 엠스플	무료 이용자 대상으로 Pre Roll 시점에 광고 노출 wave, 각방송사 라이브 사이트	500만원	보장 노출량과 동일	1~30초	12원	12,000원	10,000 내외			31~60초	24원	24,000원
노출지면		최소집행	재생완료	소재초수	보장 CPV	CPMV	예상 CPM																													
Live Mid Roll	Live Pre Roll																																			
실시간방송광고 시간에 광고 노출 wave SBS wave MBC wave KBS TVING sbs.co.kr imbc.com KBS.CO.KR 엠스플	무료 이용자 대상으로 Pre Roll 시점에 광고 노출 wave, 각방송사 라이브 사이트	500만원	보장 노출량과 동일	1~30초	12원	12,000원	10,000 내외																													
				31~60초	24원	24,000원	16,500 내외																													

이달의매체 상품 소식 (4)

구분	이슈																																													
SMR	<ul style="list-style-type: none"> 1st 상품 단가 하향 변동 <ul style="list-style-type: none"> 1) 적용상품: 1st lite/ 2nd/ 3rd 2) 적용일자: 2021년 06월 01일 3) 노출량 변경에 따른 단가 변동 																																													
	<p>〈단가 변동 상세 내역〉</p>																																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>평일/주말</th> <th>상품구분</th> <th>금액</th> <th>예상 노출량</th> <th>ECPM</th> <th>ECPV</th> <th>Skip시점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">평일</td> <td>SMR 1st lite</td> <td>1,800 만원</td> <td>1,800,000회+</td> <td>10,000원</td> <td>90원</td> <td>5초</td> </tr> <tr> <td>SMR 2nd</td> <td>1,200 만원</td> <td>900,000회+</td> <td>13,300원</td> <td>20원</td> <td>15초</td> </tr> <tr> <td>SMR 3rd</td> <td>900 만원</td> <td>700,000회+</td> <td>13,000원</td> <td>17원</td> <td>15초</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">주말</td> <td>SMR 1st lite</td> <td>2,500 만원</td> <td>2,200,000회+</td> <td>11,300원</td> <td>100원</td> <td>5초</td> </tr> <tr> <td>SMR 2nd</td> <td>2,000 만원</td> <td>1,200,000회+</td> <td>16,700원</td> <td>25원</td> <td>15초</td> </tr> <tr> <td>SMR 3rd</td> <td>1,200 만원</td> <td>850,000회+</td> <td>14,000원</td> <td>20원</td> <td>15초</td> </tr> </tbody> </table>	평일/주말	상품구분	금액	예상 노출량	ECPM	ECPV	Skip시점	평일	SMR 1st lite	1,800 만원	1,800,000회+	10,000원	90원	5초	SMR 2nd	1,200 만원	900,000회+	13,300원	20원	15초	SMR 3rd	900 만원	700,000회+	13,000원	17원	15초	주말	SMR 1st lite	2,500 만원	2,200,000회+	11,300원	100원	5초	SMR 2nd	2,000 만원	1,200,000회+	16,700원	25원	15초	SMR 3rd	1,200 만원	850,000회+	14,000원	20원	15초
	평일/주말	상품구분	금액	예상 노출량	ECPM	ECPV	Skip시점																																							
평일	SMR 1st lite	1,800 만원	1,800,000회+	10,000원	90원	5초																																								
	SMR 2nd	1,200 만원	900,000회+	13,300원	20원	15초																																								
	SMR 3rd	900 만원	700,000회+	13,000원	17원	15초																																								
주말	SMR 1st lite	2,500 만원	2,200,000회+	11,300원	100원	5초																																								
	SMR 2nd	2,000 만원	1,200,000회+	16,700원	25원	15초																																								
	SMR 3rd	1,200 만원	850,000회+	14,000원	20원	15초																																								
<ul style="list-style-type: none"> · ECPM, ECPV는 15초 재생 기준 · ECPM, ECPV는 보장되지 않음 																																														

이달의매체 상품 소식

구분	이슈
틱톡	<ul style="list-style-type: none"> • 전면광고 상품 UI 변경 사항 안내(5/16일 부터 전면 적용) <ol style="list-style-type: none"> 1) 변경 사항 : 전면광고로 인한 부정적 유저 경험을 완화하고자 광고를 쉽게 스킵할 수 있도록 Swipe 모션 추가 2) 적용 상품 : 틱톡 전면 광고 (탑뷰, 브랜드 takeover) 3) 변경 시점 : 5/16일부터 모든 유저에게 적용 4) 집행시 유의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전면광고 UI 변경으로 인해 제안 CTR 대비 하락 가능성 有 - UI 변경 관련 제작가이드 변동 사항 없음
트위터	<ul style="list-style-type: none"> • 세로형 미디어 타임라인 노출 적용 업데이트 <ol style="list-style-type: none"> 1) 단일 이미지 오가닉 트윗에 한해 잘림 현상 없이 세로형 이미지 노출 (Mobile Only) 2) 세로형 이미지 소재 사용 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 오가닉 트윗으로 소재 트윗(단일 이미지) 발행 - ads.twitter.com 에서 캠페인 소재로 선택 - 2:1 ~ 3:4 비율의 이미지는 크롭되지 않으며, 이 비율을 넘어갈 경우 이미지의 정 중앙을 중심으로 크롭 됨



광고 스킵
Swipe 모션 추가



나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)