

MEDIA AD ISSUE Vol.333

이달의 매체 상품 소식

Media AD issue
2022.09

Published by
Media Consulting 1 & 2 Team

nasmedia

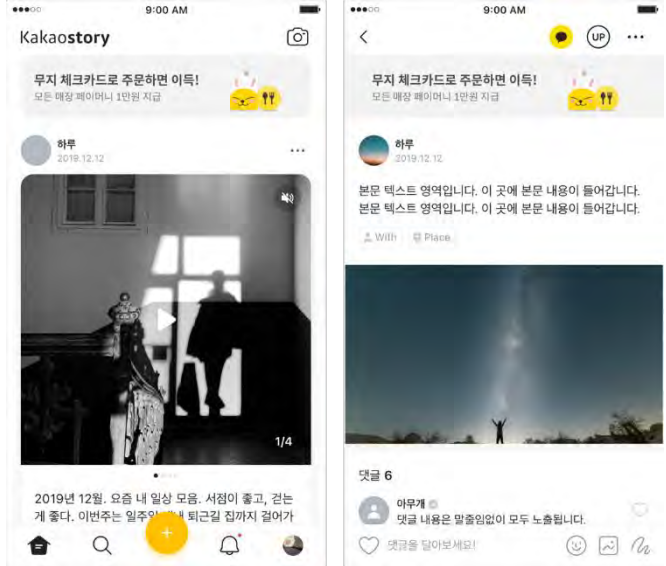
이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
구글	<ul style="list-style-type: none">• 구독자 증대를 위한 비디오 액션 캠페인(Beta) 안내<ul style="list-style-type: none">A. 구독자 증대 비디오 액션 캠페인(Beta)?<ul style="list-style-type: none">- 유튜브 구독을 전환 액션으로 설정할 수 있는 비디오 액션 캠페인 (* Allowlisting 필요)- 비디오 액션 캠페인의 장점인 ‘더 넓은 인벤토리’에서 ‘더 많은 고객에게 도달’하며 ‘구독 전환 목표’ 달성 가능B. 활용 권장 광고주<ul style="list-style-type: none">- 더 많은 인벤토리 희망: 쇼츠 등 다양한 지면에 광고 노출을 시키고 싶은 광고주 권장- 더 많은 도달 희망: 노출과 조회 목적의 유튜브 상품과 함께 VAC 활용 후 도달을 극대화하고자 하는 광고주 권장- 더 많은 구독자 희망: 브랜드 채널을 고객들과의 소통 채널로 활용하고자 구독자 증대 목표 유튜브 캠페인 운영 희망 광고주 권C. 노출 인벤토리<ul style="list-style-type: none">- 홈피드 / 시청페이지 / 관련 영상 / 검색결과 / Google Video Partners / Youtube Shorts(*)(* 비디오 상품 중 VAC 상품만 쇼츠 인벤토리내 광고 노출 가능)D. 구독자 증대 전환 성과 달성 : Best Practice<ul style="list-style-type: none">- 전환 추적: Allowlisting 후 캠페인 설정 시, 전환 목표에서 ‘유튜브 구독’만 선택- 타겟팅: 더 많은 전환을 위해 ‘최적화 타겟팅 사용’ 추가 (*추천 타겟팅: 관심사 타겟팅, 맞춤 관심사 타겟팅)- 입찰과 예산: 첫 10일은 ‘전환수 최대화’ 입찰 활용 ▶ 이후 ‘타겟 CPA’로 변경 권장- 소재 최적화: 다양한 영상 소재 & 유튜브 채널/유튜브 플레이리스트 랜딩 활용 권장

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
메타	<ul style="list-style-type: none">• 어드밴티지+쇼핑 캠페인 롤아웃 확대<ol style="list-style-type: none">1) 업데이트 내용<ul style="list-style-type: none">- 기존에 제한된 광고주를 대상으로 베타 테스트가 진행되었던 어드밴티지+쇼핑 캠페인을 10% 홀드아웃을 제외한 전세계 이커머스 및 유통 광고주가 사용 할 수 있도록 확대 적용※ 어드밴티지+쇼핑 캠페인 : 예산, 타겟팅, 노출위치, 크리에이티브 등에 걸쳐 자동화된 쇼핑 전환 캠페인 '전환' 목표(변경된 캠페인 목표 상에서는 '판매' 목표)에서 세팅 가능2) 참고 사항<ul style="list-style-type: none">- 카탈로그 및 Static 소재 모두 활용 가능

이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
카카오	<ul style="list-style-type: none"> 카카오 비즈보드 '카카오스토리' 지면 확장 안내 [공지사항 바로가기] : 카카오 비즈보드 게재지면 옵션 내 '카카오스토리' 추가 및 카카오스토리앱 내 비즈보드 노출 모바일 다음 첫화면과 뉴스 서비스 개편으로 모바일 다음 노출 카카오모먼트 광고 게재위치 일부 변경 * 참고사항 : 8/25 플랫폼 적용 후 '가능한 모든 지면 노출' 설정 광고그룹은 '카카오스토리' 지면 자동 선택 : '카카오스토리' 지면 노출 희망하지 않을 경우, '가능한 모든 지면 노출' 옵션이 아닌 상세 설정 옵션 내 노출 희망 지면 설정 변경 권장 <p>[비즈보드 '카카오스토리' 지면 확장]</p> <p>1) 게재위치 및 적용 일정</p> <ul style="list-style-type: none"> - 게재 상세위치: A. [앱] 첫화면 최상단 B. [앱] 스토리 글뷰(전체공개, 친구공개) C. [앱] 스토리 채널 글뷰 최상단 - 플랫폼 내 게재지면 선택: 2022년 8월 25일 (목) - 적용완료 - 광고 노출 일정: 2022년 9월 5일 (월) - 적용완료 <p>2) 적용 대상</p> <ul style="list-style-type: none"> - 카카오 비즈보드 X 전환, 카카오 비즈보드 X 방문 캠페인 하위 광고그룹 

이달의매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
트위터	<ul style="list-style-type: none">• 광고 매니저 업데이트 [상세내용 다운받기]<ul style="list-style-type: none">: 직관적이고 안정적인 사용성을 위한 업데이트를 통해 데이터를 다루는 새로운 방식과 인사이트 제공- 신규 기능 안내<ol style="list-style-type: none">1) 1년 단위가 아닌 전체 기간 데이터 검토 및 분석 가능2) 테이크오버 보고 제공으로 모든 활성화 광고 데이터를 한 곳에 보관3) 모든 광고의 미디어 유형을 자동으로 표시하여 성과를 주도하는 콘텐츠 유형 파악

이달의매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
틱톡	<ul style="list-style-type: none">• 만 21세 이상 연령 타겟팅 세팅 업데이트 [상세내용 다운로드] : 최근 화이트리스트를 통해 +21 연령 구간 타겟팅이 가능하도록 업데이트 *주류 및 오토 캠페인내 활용 가능 - 틱톡 연령 타겟팅 세팅 가능 구간 [13-17] [18-24] [25-34] [35-44] [45-54] [55+] + “[+21]”• 고도수 주류 캠페인 정책 업데이트 : 17도 이상의 주류도 소재 및 타겟팅 가이드 준수 시 캠페인 집행 가능 ※ 주류 캠페인 신규 가이드 - 21세 이상 연령 타겟팅 설정 필수 (21+ 연령 타겟팅의 경우 화이트리스트팅 필요) - 광고 소재 내 경고 문구 기입 필수 (ex: “과도한 음주는 건강에 해롭습니다” 등) - 소재에 음주를 장려하는 컨셉으로는 진행이 불가 (ex: ‘술을 마시는 장면’ 등) - 선 검수 요청 시 진행 가능 여부 확인

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)

나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 나스미디어에서 작성해 무료로 배포하는 보고서입니다.
단, 해당 보고서를 인용 또는 활용 시에는 아래 사항을 꼭 유의해주시기 바랍니다.

보고서 인용 및 활용 시 주의 사항

1. 본 보고서를 인용 및 활용 시에는 사전 동의를 득해야 합니다.
2. 본 보고서의 텍스트 내용을 임의로 가공해서 기사글이나 본문에 재인용하는 것을 금지합니다.
3. 본 보고서 전문을 웹에 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

출처 표기 시 유의 사항

1. 본 보고서를 PDF 파일 혹은 이미지 스크린샷 형태로 인용할 경우 아래와 같은 표기법을 지켜주시기 바랍니다.
출처: (한글) 나스미디어, (영문) nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우
보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.
예시: 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (나스미디어 X)