

MEDIA AD ISSUE Vol.334

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2022.10

Published by
Media Consulting 1&2 Team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

- 구글, 비디오 리치 캠페인 '타겟 게재빈도' 목표 설정 풀런치
- 카카오, '비즈보드 친구 탭 보장형 CPT (BETA)' 상품 출시
- 이달의 매체 상품 소식

구글, 비디오 리치 캠페인 ‘타겟 게재빈도’ 목표 설정 풀런치

- 비디오 리치 캠페인의 기존 목표 외 추가적으로 YouTube의 광고 시청률을 높이기 위한 최적의 솔루션인 ‘타겟 게재빈도’ 목표 추가
- 타겟 게재빈도 캠페인 활용 시, 설정된 주간 타겟 게재빈도 내에서 YouTube 캠페인의 도달범위 극대화가 가능할 것으로 예상

| 비디오 리치 캠페인 목표 종류 및 타겟 게재빈도 목표 상품 Best Practice |



- 01 **‘동영상 조회완료’ 목표**
건너릴 수 없는 인스트림 광고 + 트루뷰 포 리치 활용
*Allowlisting 필요
- 02 **‘도달 최대화’ 목표**
범퍼애드 + 트루뷰 포 리치 활용
- 03 **‘타겟 게재빈도’ 목표 NEW**
순 사용자 도달범위에 주간 몇 회 광고를 노출할 것인지 타겟 가능
*범퍼애드, 건너릴 수 있는 인스트림 광고, 건너릴 수 없는 인스트림 광고 활용 가능

광고 입찰	최적의 결과를 위해 캠페인 설정 시 표시되는 CPM 입찰 제안가 활용을 권장
광고 소재	소재 피로도를 줄이기 위해서 설정한 타겟 게재빈도 만큼 많은 크리에이티브 활용을 권장 [지원 가능한 광고형식] • 범퍼애드 • 범퍼애드 + 건너릴 수 있는 인스트림 광고 • 건너릴 수 있는 인스트림 광고 • 건너릴 수 없는 인스트림 광고
광고 타겟팅	인구통계, 잠재고객, 문맥(주제 등) 타겟팅 활용한 광범위한 타겟팅 권장 (*키워드, 게재위치, 맞춤 세그먼트 타겟팅은 현재 지원 X)
기타사항	타겟 게재빈도 목표 설정의 효과 측정을 위해서 BLS(브랜드 리프트 서베이) 진행을 권장

카카오, '비즈보드 친구 탭 보장형 CPT (BETA)' 상품 출시

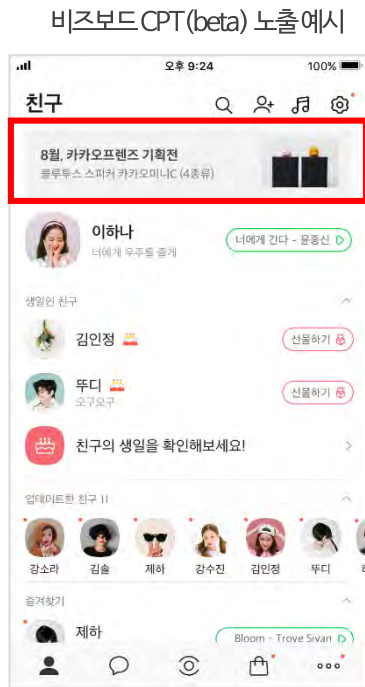


- 9/14(수) 카카오톡 친구탭의 메가트래픽을 일정시간 단독 점유하는 '카카오비즈보드 CPT (beta) 상품' 출시 및 광고 입찰 접수 시작, 9/28(수) 광고 등록 오픈
- CPT (Cost per Time) 구매 방식을 통해 시간대 별 노출 및 도달을 극대화하여 브랜딩 임팩트 확보 가능

*노출6주전,매주월요일오전10시에신규입찰가능한구좌1주일(월~일) 단위로오픈

| 카카오비즈보드 CPT (beta) 상품 |

친구탭 최상단에 고정된 배너로부터 기존 카카오비즈보드 기본형의 효율적인 톡내 랜딩 방식을 선택할 수 있으며 광고주가 원하는 최종 액션으로 안내



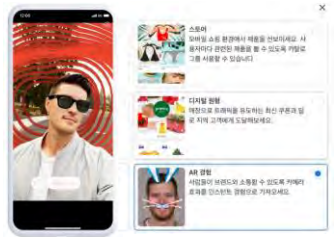
입찰 프로세스

구분	일정	내용
입찰	매주 월요일 10~15시	- 6주 전, 주 단위 오픈 (월~일) - 낙찰 안내: 입찰 신청 당일 17~18시 신청 시 작성한 메일 주소로 발송 - 계약: 낙찰 통보 후 D+1일 17시 이내 해당 광고 계정에 CPT 진행을 위한 광고 그룹 생성 완료
재입찰	매주 수/목요일 10~15시	- 대상: 미낙찰 및 취소 건 - 낙찰 안내: 재입찰 신청 당일 17~18시 신청 시 작성한 메일 주소로 발송 - 계약: 낙찰 통보 후 D+1일 17시 이내 해당 광고 계정에 CPT 진행을 위한 광고 그룹 생성 완료
취소	매주 월~목요일 10~15시	- 계약 후 취소 시, 위약금 가이드에 따라 위약금 부과 가능

이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈										
네이버	<ul style="list-style-type: none"> 보장형DA, '게임 통합DA' 베타 출시 <ul style="list-style-type: none"> 1) 상품 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 네이버 게임 라운지, e스포츠 전 영역(PC/MO)에 노출되는 게임 특화 광고 상품 <table border="1" data-bbox="726 596 2058 961"> <tbody> <tr> <td>상품 구성</td> <td>[네이버 게임홈] 센터 상단 [게임별 라운지] 라운지 홈 센터 상단&우측, 게시판 목록 센터 상단&우측, 게시글 엔드&우측 [e스포츠] 종목 라운지 홈 센터 상단&우측, 커뮤니티 센터 상단&우측</td> </tr> <tr> <td>판매 단위</td> <td>월~일 1주 단위 판매</td> </tr> <tr> <td>판매 구좌</td> <td>1주 당 2구좌 ※ 전체 인벤토리를 3분할 하여 2/3 판매(구좌 당 1/3 노출), 나머지 1/3은 내부 서비스용으로 운영</td> </tr> <tr> <td>판매 단가</td> <td>1구좌 당 1,000만원</td> </tr> <tr> <td>예상 노출</td> <td>약 700만 imps</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> 2) 집행가능 일자: 2022년 10월 10일주 ~ 3) 참고사항 <ul style="list-style-type: none"> - 복수구좌구매 가능 - 베타 판매 기간 동안 노출량 리포팅 불가하며, 캠페인 집행 종료 후 요청시 클릭 수치 리포팅 제공함 	상품 구성	[네이버 게임홈] 센터 상단 [게임별 라운지] 라운지 홈 센터 상단&우측, 게시판 목록 센터 상단&우측, 게시글 엔드&우측 [e스포츠] 종목 라운지 홈 센터 상단&우측, 커뮤니티 센터 상단&우측	판매 단위	월~일 1주 단위 판매	판매 구좌	1주 당 2구좌 ※ 전체 인벤토리를 3분할 하여 2/3 판매(구좌 당 1/3 노출), 나머지 1/3은 내부 서비스용으로 운영	판매 단가	1구좌 당 1,000만원	예상 노출	약 700만 imps
상품 구성	[네이버 게임홈] 센터 상단 [게임별 라운지] 라운지 홈 센터 상단&우측, 게시판 목록 센터 상단&우측, 게시글 엔드&우측 [e스포츠] 종목 라운지 홈 센터 상단&우측, 커뮤니티 센터 상단&우측										
판매 단위	월~일 1주 단위 판매										
판매 구좌	1주 당 2구좌 ※ 전체 인벤토리를 3분할 하여 2/3 판매(구좌 당 1/3 노출), 나머지 1/3은 내부 서비스용으로 운영										
판매 단가	1구좌 당 1,000만원										
예상 노출	약 700만 imps										

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
메타	<ul style="list-style-type: none"> 인스타그램, AR 광고 런칭 <ol style="list-style-type: none"> 상품 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 내용: 인스타그램 피드 (1:1, 4:5) & 스토리 (9:16) 동영상 광고 통해 AR 효과를 체험해볼 수 있는 광고 상품 광고 내 '카메라에서 사용해보기' CTA 버튼을 클릭해 AR 효과를 체험해본 후, 추가로 노출되는 CTA 버튼을 통해 추가 랜딩페이지 연결 가능 - 지원 가능 광고 목표: 인지도, 트래픽 - 지원 리포팅 항목: AR 효과를 오픈한 클릭수, AR 효과를 경험한 시간, AR 효과 체험 후 추가 CTA 버튼을 클릭한 수 출시 일정 <ul style="list-style-type: none"> - 2022년 10월 중순 100% 롤아웃 예정 참고 사항 <ul style="list-style-type: none"> - Spark AR Hub 통해 AR 효과가 퍼블리시 완료되어야 광고 세팅 가능하므로, 충분한 사전 준비 기간 확보 필요 
	<ul style="list-style-type: none"> 페이스북/인스타그램, 광고관리자 캠페인 목표 단순화 100% 런칭 완료 <ol style="list-style-type: none"> 업데이트 내용 <ul style="list-style-type: none"> - 광고관리자의 캠페인 만들기 단계에서 설정하는 캠페인 목표가 기존 11개에서 총 6개 항목으로 단순화 참고 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 업데이트 전 세팅되었던 캠페인에는 영향을 미치지 않으며, 기존 캠페인 목표로 세팅된 캠페인은 2023년 상반기까지 수정 및 복사 기능 지원 예정

이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈												
SMR	<ul style="list-style-type: none"> • SMR, 1st 플러스 노출콘텐츠 및 단가변경 <ol style="list-style-type: none"> 1) 적용 상품: SMR 1st 플러스 2) 적용 일자: 2022년 9월 13일 3) 노출 플랫폼: 네이버TV(SMR, 네이버 오리지널) / 카카오TV(SMR) 4) 단가변동 상세 내역 <ul style="list-style-type: none"> - 노출량변경에 따른 단가 변동 <table border="1" data-bbox="665 853 1755 1058"> <thead> <tr> <th>요일</th> <th>예상 노출 수</th> <th>단가</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>일</td> <td>240만회</td> <td>2,700만원</td> </tr> <tr> <td>월/토</td> <td>230만회</td> <td>2,500만원</td> </tr> <tr> <td>화/수/목/금</td> <td>210만회</td> <td>2,300만원</td> </tr> </tbody> </table>	요일	예상 노출 수	단가	일	240만회	2,700만원	월/토	230만회	2,500만원	화/수/목/금	210만회	2,300만원
요일	예상 노출 수	단가											
일	240만회	2,700만원											
월/토	230만회	2,500만원											
화/수/목/금	210만회	2,300만원											

이달의매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
트위터	<ul style="list-style-type: none">• 타임라인 테이크오버 업데이트 안내 [상세내용바로가기] : 23년 1월 1일부터 티어 2종 구매 가능 (사전 예약 가능)<ul style="list-style-type: none">1) 티어 1 : 프리미엄 게재 위치인 첫번째 광고 슬롯에서 대규모 도달 범위 확보<ul style="list-style-type: none">- 타임라인 테이크오버 티어 1 게재 위치 사용시 평균 VTR 51% 증가 (6초 기준)2) 티어 2 : 대규모 도달 범위와 높은 효율성 확보• Mixed Media 기능 출시 안내 [상세내용바로가기] : 하나의 트윗에 비디오, 이미지, GIF 등 다양한 유형의 미디어를 함께 포함하여 게재 가능 (최대 4개)<ul style="list-style-type: none">※ 트위터 앱 (Android/iOS)에서 미디어 혼합 게시 가능 → 모든 플랫폼상에서 게시물 확인 가능 (App/Web)

이달의매체 상품 소식 (5)

구분	이슈																
틱톡	<ul style="list-style-type: none"> • 탐뷰 CPM 일일 최대 보장 노출수 변경 안내 <p>: 22.10.11 ~ 22.12.31 기간 동안 탐뷰 일일 최대 보장 노출수 (SOV 100%) 3M -> 2M imps로 변경 CPM 단가(₩9,380) 변동 없으며, 일자별로 원하는 노출수 만큼 구매 가능(사전 인벤토리 확인 필수)</p> <p>※ 틱톡 TopView SOV 100% 상품 벤치마크데이터</p> <table border="1" data-bbox="657 861 2198 968"> <thead> <tr> <th>과금 방식</th> <th>실 구매가</th> <th>노출수</th> <th>CPM</th> <th>예상 CTR</th> <th>예상 클릭수</th> <th>예상 VTR (2초)</th> <th>프리퀀시</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPM</td> <td>₩18,760,000</td> <td>2,000,000</td> <td>₩9,380</td> <td>3%</td> <td>60,000</td> <td>25%</td> <td>최대 5회 / 유저</td> </tr> </tbody> </table>	과금 방식	실 구매가	노출수	CPM	예상 CTR	예상 클릭수	예상 VTR (2초)	프리퀀시	CPM	₩18,760,000	2,000,000	₩9,380	3%	60,000	25%	최대 5회 / 유저
과금 방식	실 구매가	노출수	CPM	예상 CTR	예상 클릭수	예상 VTR (2초)	프리퀀시										
CPM	₩18,760,000	2,000,000	₩9,380	3%	60,000	25%	최대 5회 / 유저										

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)