

MEDIA AD ISSUE Vol.344

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2023.08

Published by
Media Consulting 1&2 Team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

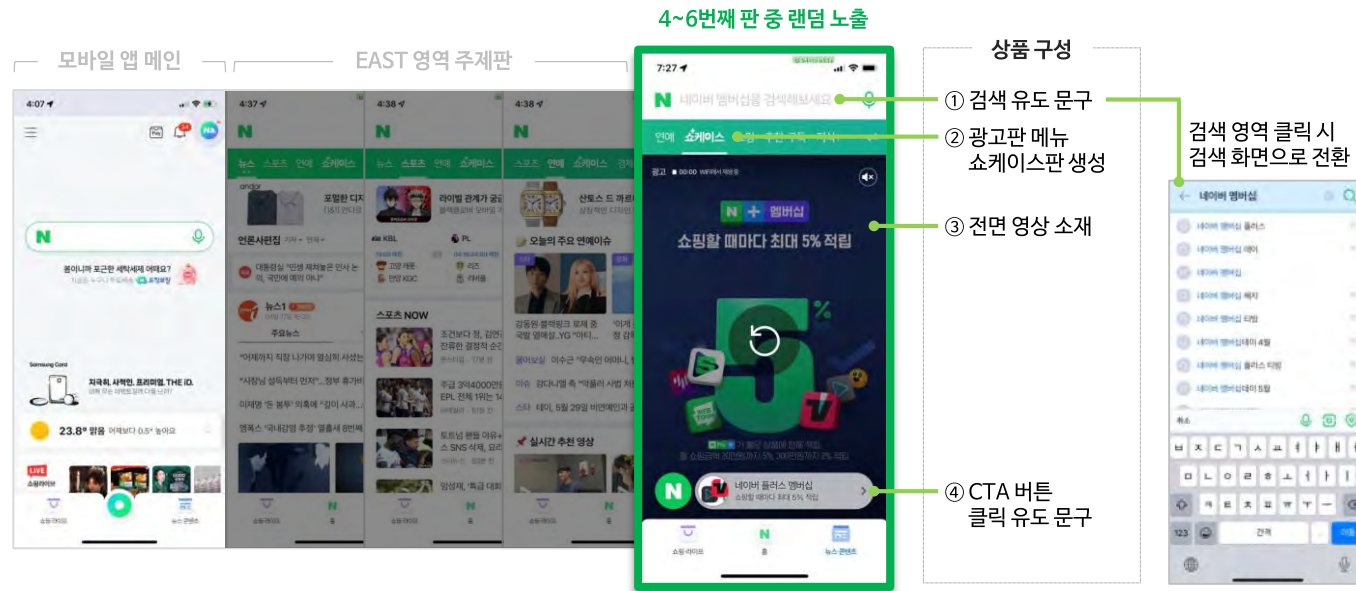
- 네이버 보장형 DA, 신규 광고 상품 '쇼케이스 광고' 베타 출시
- 이달의 매체 상품 소식

네이버 보장형DA, 신규 광고 상품 ‘쇼케이스 광고’ 베타 출시



- 네이버 최초의 주제판 포맷 광고로, 네이버 유저 이용성이 높은 EAST 주제판 영역 판과 판 사이에 전면으로 노출되는 광고 상품
- 검색창부터 전면 동영상 소재, CTA버튼까지 다양한 요소로 구성되어 있어, 임팩트 있는 브랜딩 메시지 전달과 함께 고객 행동 유도에 효과적일 것으로 기대

| 쇼케이스 광고 작동 방식 및 상품 구성 |



| 쇼케이스 광고 판매 정책 |

노출영역	네이버 앱 EAST 광고판 (4~6번째 판 중 랜덤 노출)
소재타입	9:16 영상 소재
집행단위	1일 1개 광고주 24시간 독점 노출 (주당 2개 광고주 집행 가능) 우측 주제판 갱신 기준 프리퀀시 2회 적용*
판매단가	5,000만원/1구좌
예상노출	120만회/1일
위약금	20영업일 이내 10% 5영업일 이내 20% 1영업일 이내 40%
참고사항	네이버 담당자 사전 검토 후 진행 가능

* 우측 주제판 갱신 시점 : ① 사용자가 '네이버앱 검색홈' 재방문 ② 네이버앱 BG→FG 전환 시 특정 시간이 경과되었다면 '검색홈'으로 자동 리프레시

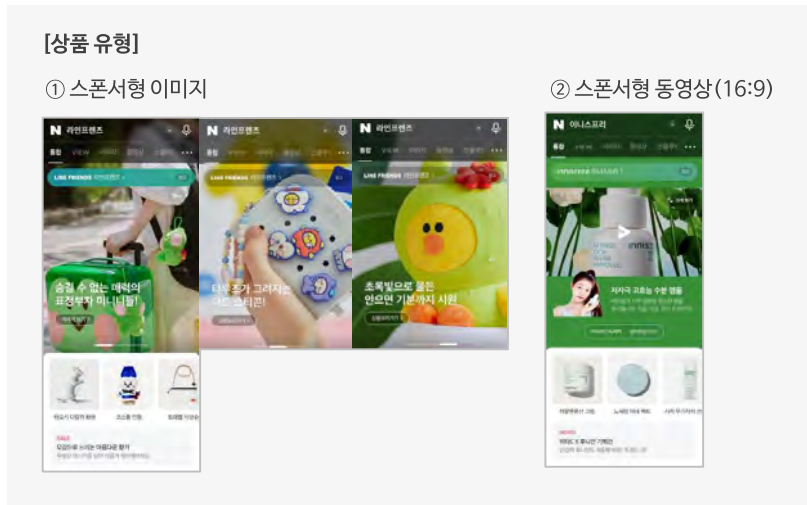
이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
----	----

네이버

- 보장형DA, '모바일 브랜드 검색 스폰서형' 베타 출시

1) 상품 정보 : 검색 결과를 소비하는 사용자의 시선 흐름을 고려하여, 검색창부터 브랜드 크리에이티브가 노출되는 브랜드 검색 광고 상품



2) 판매 정책 : 베타 판매 기간 동안 할인 단가 제공

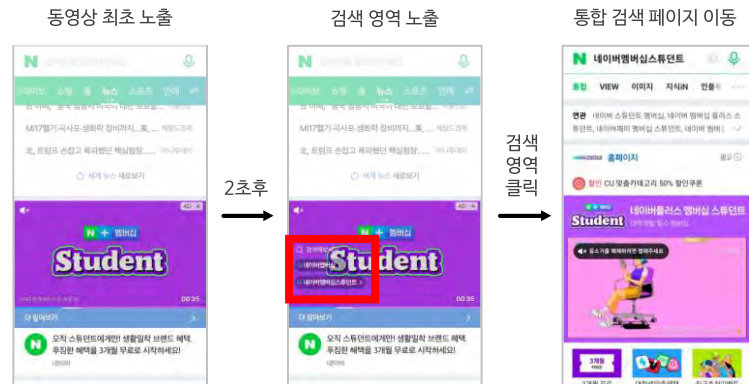
① 스폰서형 이미지 : 정가 대비 약 27% 할인 (960만원/7일~) ② 스폰서형 동영상(16:9) : 정가 대비 약 23% 할인 (1,210만원/7일~)

3) 참고 사항

- 상품/서비스를 직접 생산 및 유통하는 브랜드 본사 또는 글로벌 브랜드를 국내 독점 유통하는 경우 집행 가능
- 광고 내 사용자 고지 문구 삽입 등이 필요한 업종 집행 불가 (병원, 대부업, 관공서/단체, 유통 등) * 간단한 심의필 표기는 가능
- 사용자 행동, 추가 검색 등 여러 상황에 따라 검색창부터 브랜드 크리에이티브가 노출되지 않을 수 있음

이달의매체 상품 소식 (2)

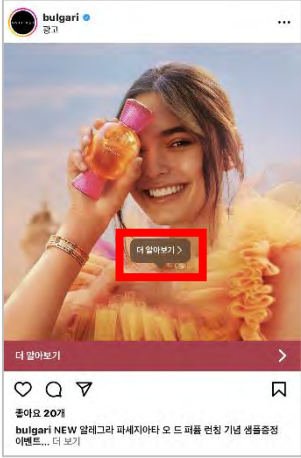
구분	이슈
네이버	<ul style="list-style-type: none"> 보장형DA, 동영상 상품 '검색 연동 옵션' 출시 <ol style="list-style-type: none"> 내용: 동영상 광고에 연관 키워드를 함께 노출할 수 있는 기능 <ul style="list-style-type: none"> - 동영상 최초 노출 시점으로부터 2초 후 검색어 영역 노출, 검색어 영역 클릭 시 연동된 통합 검색 페이지로 이동 - 검색어는 최대 2개까지 연동 가능하며, 캠페인과 연관된 키워드만 활용 가능 적용 가능 상품 <ul style="list-style-type: none"> - PM_인스트림 동영상_CPM - P_인스트림 동영상_CPM - M_인스트림 동영상_CPM - M_통합_아웃스트림 동영상 - M_메인_브랜딩DA_아웃스트림 동영상 - P_메인_롤링보드(신) - P_메인_롤링보드_CPT(신) 적용 일정: 2023년 7월 26일 * 롤아웃 완료



이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
카카오	<ul style="list-style-type: none"> 카카오 친구탭 비즈보드 위치 변경 안내 공지바로가기 : 23년 7월 31일 (월) 카카오톡 친구탭내 카카오 비즈보드 CPT 상품의 노출 위치 변경 최신 카카오톡 (v10.3.0 버전 이상)부터 변경된 위치에서 비즈보드 노출 <p>[상품 노출 위치 변경 사항]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 변경 전: 카카오톡 친구탭(1탭) 최상단 노출 - 변경 후: 카카오톡 친구탭 (1탭) '내 프로필' 하단 영역 노출 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="1437 722 1699 1232"> <p>노출 예시 화면 (변경 전)</p> </div> <div data-bbox="1742 722 2005 1232"> <p>노출 예시 화면 (변경 후)</p> </div> </div>


이달의매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
메타	<ul style="list-style-type: none">• 인스타그램, 'Tappable image media' 기능 출시<ol style="list-style-type: none">1) 내용: 인스타그램 광고 이미지 클릭시 랜딩으로 연결되는 CTA 도구 팁(Tooltip)이 보여지는 기능2) 지원대상: 랜딩페이지가 설정된 인스타그램 피드 이미지 광고3) 지원 일정: 2023년 6월 중순 * 롤아웃 완료4) 참고 사항: CTA 도구 팁(Tooltip)을 클릭하여 랜딩페이지로 이동하는 경우 링크클릭으로 집계 

이달의매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
틱톡	<ul style="list-style-type: none">• VSA 캐러셀 오픈 베타 테스트 안내 : 이미지 소재로 광고 집행이 가능한 캐러셀 광고를 Video Shopping Ads와 함께 운영 가능 <p>[상품 안내]</p> <ul style="list-style-type: none">- 적용 가능 상품: 인피드 비딩형, 제품 판매 목적, 웹 캠페인- 참고 사항: 오픈 베타, 화이트리스트팅 필요 <p>[장점]</p> <ul style="list-style-type: none">- 하나의 소재 안에 다양한 상품 노출 가능- 이미 보유 중인 소재 활용 가능 ⇒ 영상 소재 수급에 어려움이 있는 광고주에 제안 가능- VSA 잠재고객 타겟팅 혹은 리타겟팅을 통해 전반적인 전환 효율 개선 가능

이달의 매체 상품 소식 (6)

구분	이슈
틱톡	<ul style="list-style-type: none">• 캠페인 최적화 기능 업데이트 안내<ol style="list-style-type: none">1) <u>CBO 솔루션 업데이트</u>: VSA 상품에도 CBO(캠페인 예산 최적화) 솔루션 적용 가능<ul style="list-style-type: none">- 제품판매 목적 (VSA for Catalog), 웹 & 앱2) <u>iOS App 리타겟팅 14.5 이상 유저 선택 기능 업데이트</u>: iOS 앱 리타겟팅 캠페인을 생성 시 iOS 14.5 이상(opt-in only) 유저 선택 가능<ul style="list-style-type: none">- 화이트리스팅 필요<p>▼ Device</p><p>OS versions</p><p>iOS 14.5 and above</p>3) <u>구매 의사 타겟팅 업데이트</u>: 앱 프로모션과 리드 생성 목적에도 구매 의사 타겟팅 활용 가능<ul style="list-style-type: none">[상세] - 링크 바로가기- 적용 가능 상품: 인피드비당형, 틱톡 지면- 적용 가능 최적화 목적: 웹 전환, 앱 프로모션, 리드 생성, 제품판매

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)