

MEDIA AD ISSUE Vol.360

이달의 매체 상품 소식

Media AD issue
2024.12

Published by
Media Planning 1&2 Team

nasmedia

이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
----	----

네이버

• 웹툰앱 스플래시 광고 패키지 상품 출시 안내

- 1) 내용 : 웹툰 앱을 실행시키는 유저 전체 대상으로 2초간 전면형태로 노출되는 주목도 높은 상품 패키지 출시
- 2) 스플래시 패키지

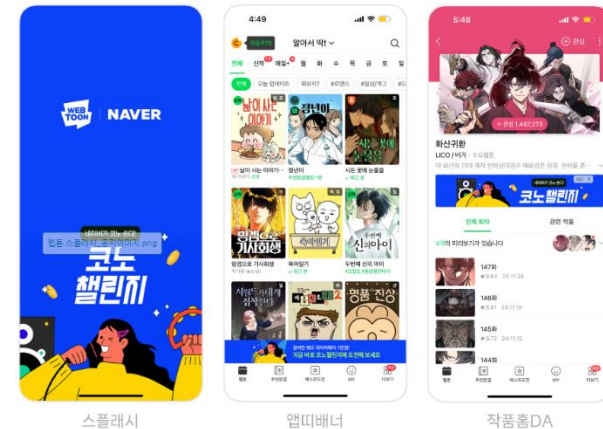
* 패키지 구성

패키지 구성	노출 지면	노출 구성
스플래시 광고	네이버 웹툰 앱 최소 실행 시 노출	1일 독점 노출
앱띠배너	네이버 웹툰 홈 진입 후 스크롤 시 하단에 노출	1일 5구좌 중 1구좌 제공
작품홍 상단 배너	네이버 웹툰 앱 작품 선택 시 보여지는 배너	1일 3구좌 중 2구좌 제공

* 패키지 단가

- ① 평일: 1DAY 4000만원 (예상노출량 약 22,000,000imp)
- ② 주말: 1DAY 3800만원 (예상노출량 약 21,000,000imp)
- 3) 소재 제작 가이드 : [스플래시](#), [앱띠배너](#), [작품홍DA](#)
- 4) 참고사항
 - 스플래시 노출만 가능하며 클릭 불가
 - 스플래시 소재 일반형, 전면형 단가 동일
 - 네이버 웹툰 앱 v2.260.부터 광고 확인 가능
 - 스플래시 패키지 3개 지면 통일성을 위해 하나의 디자인 베리레이션 소재 등록 권장

[웹툰앱 스플래시 광고 패키지 노출 예시]



스플래시

앱띠배너

작품홍DA

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈														
네이버	<ul style="list-style-type: none"> • 치지직 인스트림 퍼스트뷰(First-view) 상품 출시 <ol style="list-style-type: none"> 1) 내용: 일고정(CPT) 및 첫 노출 보장 상품으로 주목도 & 도달률 극대화할 수 있는 치지직 인스트림 First-View 상품 출시 2) 상품 정보 														
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">상품 정보</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>상품유형</td> <td>치지직 인스트림 5초 Skip (첫 노출 보장)</td> </tr> <tr> <td>노출 지면</td> <td>치지직 LIVE 전 광고 치지직 VOD 전 광고</td> </tr> <tr> <td>판매 단가</td> <td>1구좌 1,000만원</td> </tr> <tr> <td>예상 노출량</td> <td>60만 imp (1일 CPT)</td> </tr> </tbody> </table>	상품 정보		상품유형	치지직 인스트림 5초 Skip (첫 노출 보장)	노출 지면	치지직 LIVE 전 광고 치지직 VOD 전 광고	판매 단가	1구좌 1,000만원	예상 노출량	60만 imp (1일 CPT)	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">치지직 인스트림 퍼스트뷰</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>  </td> <td> <p>일고정(CPT) 및 첫 노출 보장 상품으로 주목도 & 도달률 극대화 → 강력한 브랜드 각인 효과</p> </td> </tr> </tbody> </table>	치지직 인스트림 퍼스트뷰		
상품 정보															
상품유형	치지직 인스트림 5초 Skip (첫 노출 보장)														
노출 지면	치지직 LIVE 전 광고 치지직 VOD 전 광고														
판매 단가	1구좌 1,000만원														
예상 노출량	60만 imp (1일 CPT)														
치지직 인스트림 퍼스트뷰															
	<p>일고정(CPT) 및 첫 노출 보장 상품으로 주목도 & 도달률 극대화 → 강력한 브랜드 각인 효과</p>														
<ol style="list-style-type: none"> 3) 참고 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 노출 위치: 치지직 Live 전 광고, VOD 전 광고 - 판매유닛: [SA101994] PM_치지직_인스트림_Firstview_CPT - 상품소개서: 다운로드 															

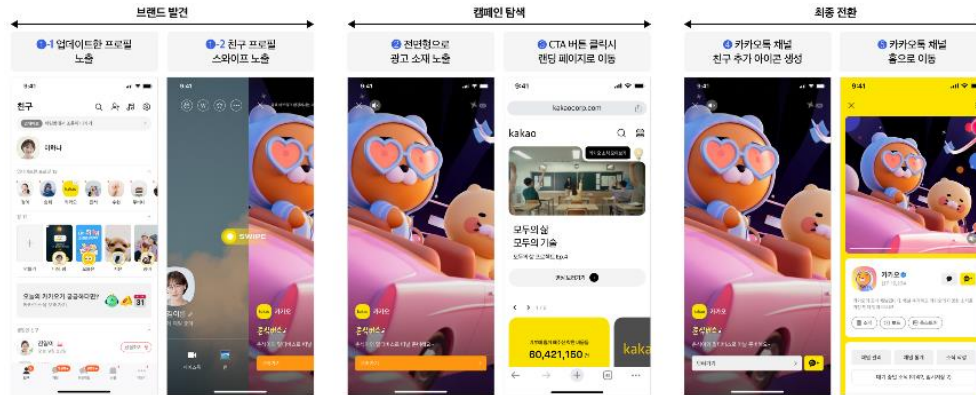
이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
----	----

- **프로필 풀뷰(beta) 신규 상품 출시 안내 [공지사항](#)**

: 12/5(목), 카카오톡 친구탭 '업데이트한 프로필' 영역내 전면형 광고 상품인 '프로필 풀뷰(beta)' 상품 출시
 : 임팩트 있는 브랜드 메시지 전달부터 최종 전환 유도까지, 브랜드의 풀퍼널 마케팅 플랜 완성 가능

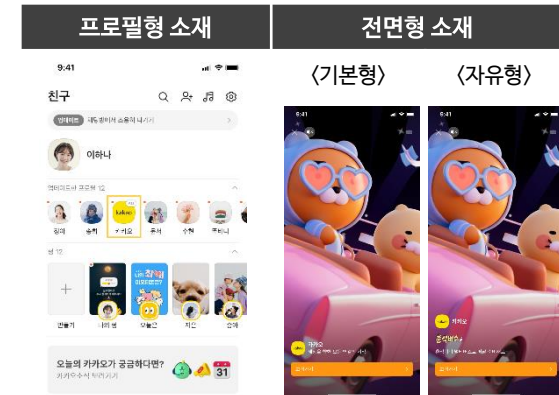
[프로필 풀뷰(beta) : 광고 주요 동선]



[프로필 풀뷰(beta) : 과금 방식 및 단가]

- 과금 방식: CPT(Cost Per Time) 방식으로 00:00:00 ~ 23:59:59 까지 24시간 기준 과금 진행
- 공사 단가: 50,000,000원 (VAT-)

[프로필 풀뷰(beta) : 노출 소재 및 UI]



카카오

이달의매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
카카오	<ul style="list-style-type: none">• 포커스 풀뷰(beta) 버블 탭 등록 요소 관련 개선 안내 공지사항 : 12/2(월) 이후, 소재에 맞추어 여러 개의 버블 탭을 등록/수정 가능하도록 개선 진행 : 브랜드 이미지와 브랜드명을 함께 노출 수 있는 ‘버블 탭’ 복수 등록 개선으로 상품 차별화 및 관심도 증가 기대 가능 <p>■ 개선 대상: 포커스 풀뷰(beta) 버블 탭 영역</p> <p>■ 개선 사항</p> <ul style="list-style-type: none">- 변경 전: 버블 탭 요소에 대해 계약당 1개만 등록 가능 및 수정 불가 (* 집행 중일 경우, 삭제 후 재 등록 불가)- 변경 후: 소재에 맞추어 여러 개의 버블 탭 등록 가능 및 수정 가능 <p>■ 개선 일시: 2024년 12월 2일 이후</p> <p>■ 기대 효과</p> <ul style="list-style-type: none">- 버블 탭 명을 다양하게 등록 함에 따라, 사용자에게 여러 마케팅 메시지 제공 가능- 소재 별 적절한 버블 탭 노출에 따른 관심도(=클릭) 증가 <p>※ 기타 개선</p> <ul style="list-style-type: none">- 사용자가 좌우 스와이프시 노출되는 광고도 노출 수 지표에 포함되어 함께 제공 (* 기존의 경우, 노출 수 지표에 미포함)- 해당 개선 작업 이후 CTR(클릭/노출)이 다소 낮아 보일 수 있습니다. (* 위 내용은 개선일 이후 집행되는 광고 지표에 한해서만 적용 및 제공)

이달의 매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
구글	<ul style="list-style-type: none"> WC 2.0 런칭 : 기존 WVC (Video View Campaign)에 인벤토리 컨트롤이 가능한 옵션이 추가된 WVC 2.0 런칭 [WVC 2.0 특이사항] <ul style="list-style-type: none"> - 인스트림, 인피드, 쇼츠 3가지의 인벤토리를 선택하여 세팅/운영할 수 있음 → WVC Shorts Only와 같이 쇼츠 조회 최적화 캠페인 운영이 가능해짐 - 인벤토리 컨트롤이 가능해졌지만, 기존 WVC Best Practice 처럼 인스트림/인피드/쇼츠 모든 인벤토리를 활용한 구성을 권장 First Position Moment on Shorts (=FPM on Shorts) 런칭 : YouTube 내 가장 인기있는 Shorts 영상들을 모아놓은 “Run of Shorts 라인업” 바로 뒤에 노출되는 광고인 FPM on Shorts 런칭 [FPM on Shorts 특이사항] <ul style="list-style-type: none"> - 사용자가 YouTube 앱에서 Shorts 피드를 열었을 때, 오가닉 영상 바로 다음에 노출되는 광고인만큼 브랜드 상기도 및 인지도 증대에 효과적 - 기본 CPM 5,975원 / 최소 예산 금액 조건 없음

이달의 매체 상품 소식 (6)

구분	이슈		
메타	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 캠페인 관련 기능 런칭 및 업데이트 안내 [1] 브랜드 캠페인 관련 기능 롤아웃 스케줄 		
	구분	2024년 4분기 롤아웃*	2025년 1분기 롤아웃 예정
	경매 구매	도달 및 Thruplay 성과 목표에서 타겟 빈도 설정 가능	광고 상기도 및 게시물 참여 성과 목표에서 빈도 한도 지원 중단
		〈2초 이상 동영상 재생〉 성과 목표를 IG릴스에서 지원	Ad Sequencing 지원
			〈노출 수 성과 목표〉 인지도 목표에서만 지원
	예약 구매	계재 중 수정 가능	
		광고 세트 복제 지원	
		광고 세트 예약 전 광고 생성 및 수정 가능	
	경매 및 예약 구매	〈캠페인 플래너〉 Meta Business Suite 내 도구로 편입	타겟 빈도 사용 시 “% reach at target frequency” 추산치 제공
			〈캠페인 플래너〉를 통한 경매 캠페인 생성 지원 (고정 CPM은 경매 반영X)
* 롤아웃 반영 시점이 24년 4분기이며, 100% 롤아웃 시점은 25년 예정			

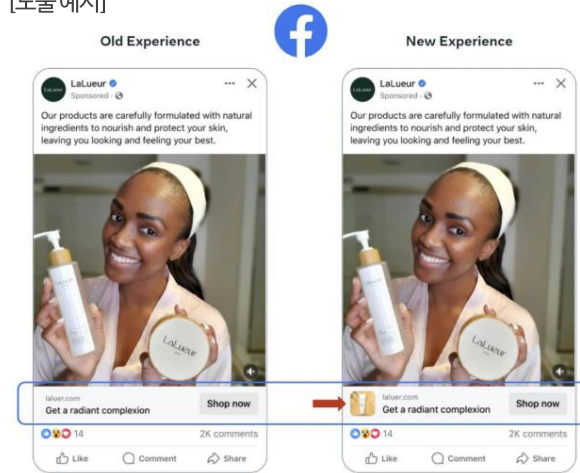
이달의 매체 상품 소식 (7)

구분	이슈
메타	<ul style="list-style-type: none">• 브랜드 캠페인 관련 기능 런칭 및 업데이트 안내<ul style="list-style-type: none">[2] Ad Sequencing 및 Target Frequency (타겟 빈도) 기능 지원 <p>1) 내용 : Ad Sequencing 과 타겟 빈도를 활용해 광고주가 여러 챕터에 걸쳐 순차적으로 브랜드 스토리를 전달할 수 있게 해주는 Meta Story Builder 솔루션을 통해 새로운 브랜드 캠페인 전략 수립 가능</p> <p>2) 활용 예시 : 긴 브랜드 스토리 또는 여러 브랜딩 메시지 전달에 용이</p> 

이달의매체 상품 소식 (8)

구분	이슈
메타	<ul style="list-style-type: none"> [FB] 모바일 피드 동영상 1:1 썸네일 노출 안내 <ol style="list-style-type: none"> 내용: 페이스북 모바일 피드 동영상 광고 좌하단 1:1 사이즈의 썸네일 이미지 추가 노출 적용 대상: 기존 운영되고 있거나 새로 생성 광고에 모두 적용 상위 퍼널의 성과 목표(도달, 동영상 조회, 게시물 참여)에는 적용되지 않음 적용 일정: 11월 초 100% 롤아웃 예정 안드로이드 앱 홍보 캠페인 구글 CSL(맞춤 스토어) 지원 <ol style="list-style-type: none"> 내용: 애플 CPP(맞춤 제품 페이지)와 동일한 개념의 안드로이드 CSL(맞춤 스토어)를 안드로이드 앱 홍보 캠페인에서 사용 가능 활용 방법: <ol style="list-style-type: none"> 맞춤 스토어 등록 정보 생성 (구글 가이드 참조) 안드로이드 앱 홍보 캠페인 생성 시, 광고 레벨의 '랜딩 페이지' 에서 CSL 매개 변수 입력 (전체 URL이 아닌 파라미터 only) 또는 Marketing API 사용시 'app_product_page_id' 필드에 CSL 매개 변수 입력 지원되는 설정: <ul style="list-style-type: none"> - 수동 앱 홍보 캠페인 및 어드밴티지+앱 캠페인 - 성과 목표: 앱 설치, 앱 이벤트, 전환 값 - 페이스북 및 인스타그램

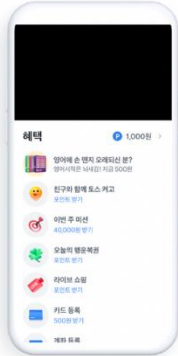

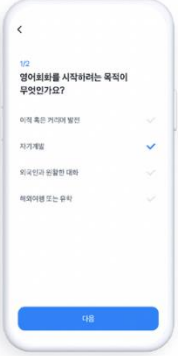



[노출 예시]



이달의매체 상품 소식 (9)

구분	이슈
메타	<ul style="list-style-type: none"> • 어드벤처+크리에이티브 개선 관련 <ul style="list-style-type: none"> [1] 이미지 애니메이션 개선 사항 추가 <ol style="list-style-type: none"> 1) 내용: 생성형 시기반으로 추가된 개선 사항인 ‘이미지 애니메이션’은 넓히기, 확대, 회전 등의 모션 효과를 사용해 단일 이미지 소재를 짧은 애니메이션으로 바꿔 동영상 광고로 활용 가능 2) 노출 위치: 현재 IG 릴스에서만 지원되며, 추가 확대 예정 3) 참고 사항: 이미지 내 아래 사항이 포함된 경우 적용 불가 <ul style="list-style-type: none"> - 텍스트가 지나치게 많은 경우 - 사람의 모습이 담겨있는 경우 - 시선이 집중되는 물체나 브랜드 로고가 4개 이상 포함된 경우 4) 적용 일정: 10월 31일 100% 롤아웃 완료 [2] CTA 개선 런칭 <ol style="list-style-type: none"> 1) 내용: IG 스토리 광고의 CTA 스티커에 할인 및 무료 배송 정보 등 구매 결정에 필요한 정보 추가 노출 개선 2) 지원 조건 <ul style="list-style-type: none"> - 노출 위치 및 CTA: IG 스토리 / 지금 구매하기, 더 알아보기 - 포맷: 이미지(싱글 이미지) 및 어드벤처+카탈로그 광고(싱글 이미지 및 슬라이드) 3) 참고 사항: 일부 광고계정에서는 ‘CTA 개선’ 기능이 자동으로 토글 온 될 수 있으니 광고 생성시 확인 필수 4) 적용 일정: 11월 11일 100% 롤아웃

이달의매체 상품 소식 (10)

구분	이슈
<p style="text-align: center;">투스</p>	<div style="text-align: right; margin-bottom: 20px;"> 광고 상품 소개서 다운로드 (24.4Q) </div> <ul style="list-style-type: none"> • 리드 수집을 위한 신규 캠페인 목표 ‘잠재고객 모이기’ 출시 <ol style="list-style-type: none"> 1) 내용: 효율적인 리드 수집과 상담 전환율 개선에 최적화된 캠페인 목표 ‘잠재고객 모이기’ 출시 2) 활용 가능 광고 유형: 리스트 배너 * 활용 가능 광고 유형 추후 확장 예정 3) 주요 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 광고 클릭시 본인 인증 정보 입력을 자동화하는 리드폼 기능 제공하여 신뢰도 높은 잠재고객 데이터 확보 가능 - 토스 결제 데이터 기반 정밀 타겟팅 활용 가능 <p>[잠재고객 모이기 광고 진행 프로세스]</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  <p>리스트 배너</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>소개 화면</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>질문지 화면</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>개인정보 동의 화면</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>전보 수집 화면</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>완료 화면</p> </div> </div>

이달의매체 상품 소식 (11)

구분	이슈
<p>토스</p>	<p style="text-align: right;">광고 상품 소개서 다운로드 (24.4Q)</p> <ul style="list-style-type: none"> 하이틴 타겟팅을 위한 신규 캠페인 목표 '10대 인지도 높이기' 출시 <ol style="list-style-type: none"> 내용: 만 14~18세 하이틴 유저를 타겟으로 브랜드 인지도 및 충성도 강화에 최적화된 캠페인 목표 '10대 인지도 높이기' 출시 활용 가능 광고 유형: 리스트 배너, 썸네일 배너, 모먼트 배너, 풀페이지 배너 주요 특징 <ul style="list-style-type: none"> 성별 타겟팅만 설정 가능하며, 맞춤 타겟 및 광고 반응 타겟 설정 불가 토스 청소년 보호 위원회에서 규정한 토스 애즈 청소년 보호 정책 준수 필수, 검수 기간 영업일 기준 평균 2~3일 소요 가능 <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; margin-top: 20px;"> <p>광고 목표 선택</p> <p>방문 유도하기 광고 클릭 후 링크 방문 유도</p> <hr/> <p>10대 인지도 높이기 만 14세 ~ 만 18세 고객을 타겟하여 브랜드 인지를 강화 New</p> <hr/> <p>구매 유도 상품 추천 및 구매 유도 Beta</p> <hr/> <p>앱 설치 유도 앱을 설치 및 실행 유도 Beta</p> </div>

이달의매체 상품 소식 (12)

구분	이슈
----	----

- 트렌드 테이크오버+ URL 랜딩 (beta) 안내**
 : 24시간동안 실시간 트렌딩되고 있는 핫 토픽들의 최상단에 위치한 #트렌드해시태그 광고인 트렌드 테이크오버+ 상품에 URL 랜딩 가능 (Beta)
 : 일 고정형 상품으로 프리미엄 지면에 노출되어 도달과 참여의 극대화 가능 (단가: 한국 20,925,000원/일)
 : #트렌드해시태그 클릭 시 검색 결과지면 상단 연계 포스팅 노출

X코리아



다른 소셜 플랫폼으로 랜딩은 불가능

이달의매체 상품 소식 (13)

구분	이슈
----	----

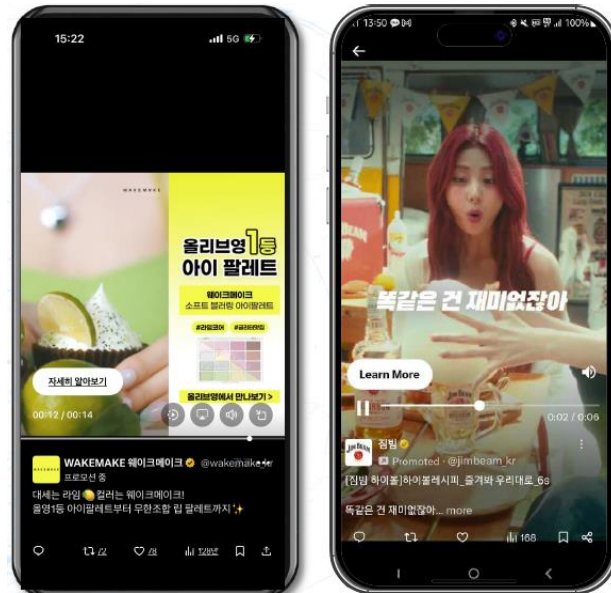
- **버티컬 비디오 광고 (CTA 삽입 가능) 안내**

: 추천 동영상 또는 타임라인의 비디오 클릭 후 위로 스와이프시 '버티컬 비디오' 노출

: 풀 스크린 기반에 몰입감 있는 미디어 뷰어를 활용하여 홈 타임라인 보다 평균적으로 약 7배 더 높은 참여를 보임 (*출처: X상품소개서_4Q)

[광고 노출 영역]

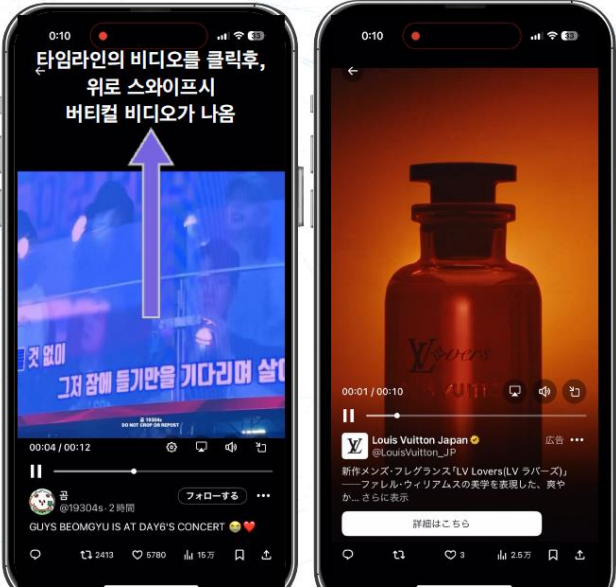
X코리아



[버티컬 비디오 광고]

- 해당마켓: 모든 국가
- 지원가능한 기기: iOS, AOS 지원
- 비딩: 조회당 과금 (CPV), 노출당 과금 (CPM)
- 캠페인 목표: 동영상 조회
- CTA 버튼 (자세히 알아보기): 웹사이트 URL 삽입 가능

이달의매체 상품 소식 (14)

구분	이슈
X코리아	<ul style="list-style-type: none"> 버티컬 비디오 테이크오버(beta) 안내 <ul style="list-style-type: none"> : 24시간 동안 첫 번째 비디오 광고 슬롯 독점 가능 : 비디오 영상을 스크롤하는 사용자에게 광고 영상을 노출시킴으로써 더 넓은 도달 범위와 최대 시청률 기회 제공 <p style="text-align: center;">[광고 노출 영역]</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  </div> <p style="text-align: right;">[버티컬 비디오 광고]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 해당마켓: 미국, 일본, 영국, 사우디아라비아 • 지원가능 기기: iOS, AOS 지원, 데스크탑 지원 불가 • 소재: 9x16 영상 및 CTA 삽입 가능 • 국가마다 가격 및 노출수상이 • 타겟팅: Broad 타겟팅 only • 프리퀀시 캡: 3회

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)