MEDIA AD ISSUE Vol.347

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2023.11

Published by
Media Consulting 1&2 Team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

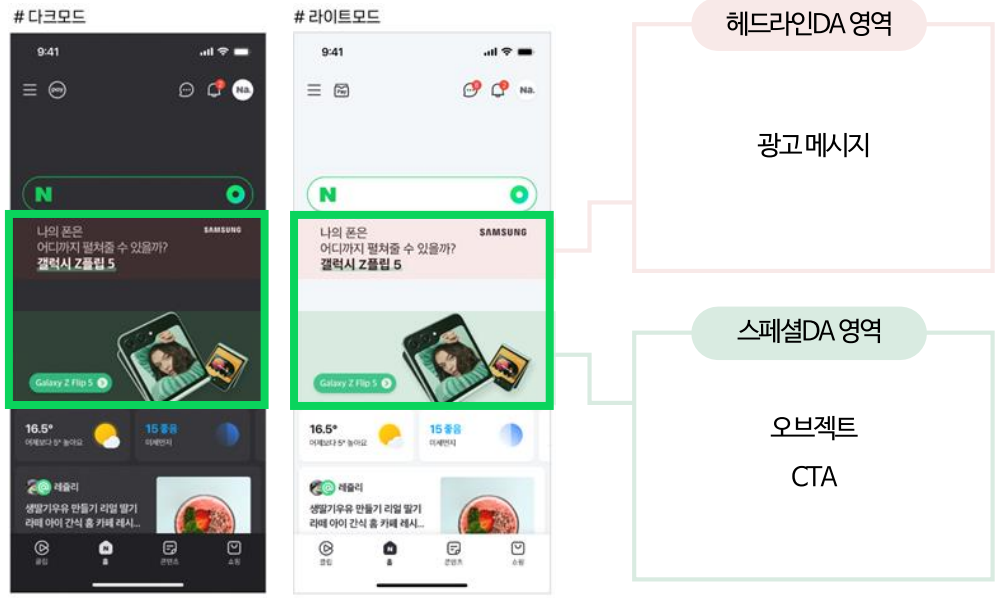
- 네이버 보장형DA, 신규 광고 상품 '더블 크라운' 베타 출시
- 네이버 보장형DA, 신규 광고 상품 '숏폼 아웃스트림 동영상' 베타 출시
- 이달의 매체 상품 소식

네이버 보장형DA, 신규 광고 상품 '더블 크라운' 베타 출시

NAVER

- 모바일 메인 검색창 아래에 위치한 '헤드라인DA' 영역과 '스페셜DA' 영역을 활용하여 하나의 크리에이티브로 네이버 모바일 메인을 점유할 수 있는 광고 상품
- 헤드라인DA 영역은 광고 메시지 영역으로, 스페셜DA 영역은 오브젝트와 CTA 영역으로 사용, 현 헤드라인DA&스페셜DA 상품보다 큰 영역을 활용하여 임팩트 있는 광고 노출 가능

| 더블 크라운(Beta) 상품 구성 |



| 더블 크라운(Beta) 판매 정책 |

노출영역	네이버 모바일 앱 메인 * 모바일 웹 환경에서는 헤드라인DA & 스페셜DA 일반 이미지형으로 노출 / 모바일 웹 용 소재 제작 필요
집행단위	1일 1구좌 2시간 고정 노출 (집행 시간대 선택 가능)
판매단가	1.1억원/1구좌 → **오픈 프로모션 적용 단가 : 1억원/1구좌** * 오픈 프로모션은 23년 4분기 내 집행 캠페인에 한정해 적용
위약금	20영업일 이내 10% 5영업일 이내 20% 1영업일 이내 40% 집행 개시 예정 일시 이후 전액
참고사항	별도 타겟팅 없이 선택한 시간대 전체 사용자 대상으로 노출 오브젝트 영역의 경우 정지컷 이미지형으로만 집행 가능 (24년 초 동영상 확장형 적용 예정) 네이버 담당자 사전 협의 후 집행 가능

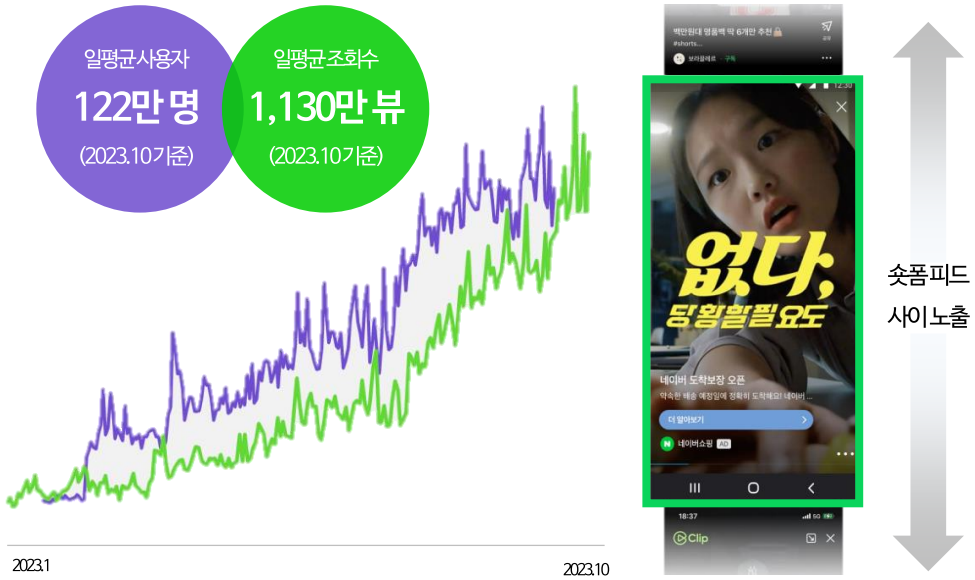
* 베타 광고 상품으로 세부 내용은 변동될 수 있음

네이버 보장형DA, 신규 광고 상품 '숏폼 아웃스트림 동영상' 베타 출시

NAVER

- 폭발적인 성장을 이어나가고 있는 네이버의 숏폼 서비스 '클립(Clip)'에 노출되는 숏폼 동영상 광고 상품
- 모바일 화면을 꽉 채우는 사이즈로 숏폼 콘텐츠 사이에 자연스럽게 광고를 노출할 수 있어 보다 효과적인 브랜딩&퍼포먼스 효과 기대 가능

| 클립(Clip) 이용자 현황 및 숏폼 아웃스트림 동영상(Beta) 예시 |



| 숏폼 아웃스트림 동영상(Beta) 판매 정책 |

노출영역	네이버 모바일 홈 추천 피드, 클립 탭-추천판(앱), 숏폼판(웹)통해 진입하는 숏폼 피드 사이
판매단가	CPM 10,000원 → **오픈 프로모션 적용 단가 CPM 5,000원** * 오픈 프로모션은 23년 12월까지 적용
타겟팅	나이, 성별, 시간, 지역, 날씨, 모바일OS
소재유형	9:16 세로형 동영상(90초 이내), 1:1 정사각형 동영상(90초 이내)
위약금	10영업일 이내 10% 집행 개시 예정 일시 이후 30%
집행 제한 업종	건강보조식품, 병원/의원/의료기관, 의약품/의료기기, 건강정보/서비스 결혼정보/중개, 주류, 담배, 성인
검수 제한 대상	언더웨어/수영복, 다이어트/탈모/가발/남녀위생용품, 청소년관람불가/공포영화 상조업 서비스, 피임기구(경구 피임약 포함), 성인 콘텐츠(영화 외)

* 베타 광고 상품으로 세부 내용은 변동될 수 있음

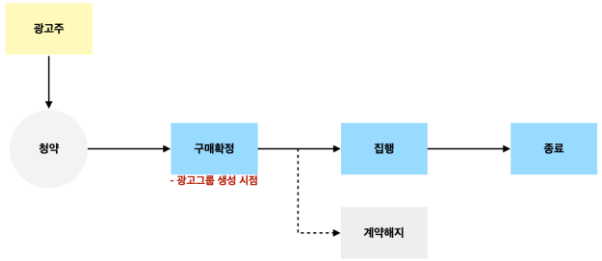
이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
카카오	• **카카오 비즈보드 CPT(beta) 상품 집행 프로세스 개선 안내** 공지 바로가기 : 23년 11월 9일 (목), 카카오 비즈보드 CPT(beta) 상품의 광고 청약 및 집행을 직접 모먼트에서 진행할 수 있도록 프로세스 개선 : 공식 대행사 포함 모먼트 광고주 모두 모먼트 플랫폼 내에서 직접 청약 및 계약해지 진행 가능하며, 선착순 승낙으로 진행

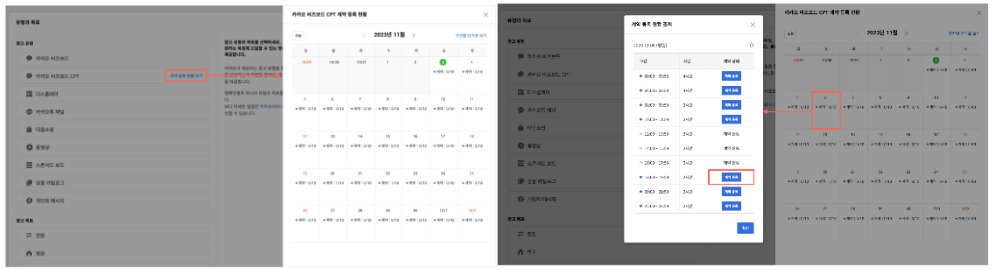
[청약 관련 변경 사항]

구분	청약	재청약	계약해지
AS-IS	- 광고노출 6주 전에 1주(월~일) 단위로 오픈 ㄴ 매주 월요일 10시 ~ 15시 ㄴ 월요일이 비영업일일 경우, 익일 영업일에 오픈	- 매주 월, 수, 목요일 10시 ~ 15시 오픈 - 영업일 2일 이후, 광고노출 5주 전까지의 미판매 구좌에 재입찰 가능	- 매주 월 ~ 금요일 상시 오픈 - 취소 완료 안내 메일은 영업일 기준 1일 내 발송 (* 메일 수신일과 무관하게 취소 신청은 당일 처리)
TO-BE	- 광고노출 6주 전에 1주(월~일) 단위로 오픈 ㄴ **매주 월요일 10시** ㄴ 월요일이 비영업일일 경우, 익일 영업일에 오픈	- 구좌 오픈 후 **상시 오픈** - **광고노출 61분 전까지의 미판매 구좌 구매 가능**	- 광고그룹 생성 완료~광고노출 30분 전까지 가능 (* 단, 계약해지수수료 정책 동일)

[집행 프로세스]



[청약 예시]



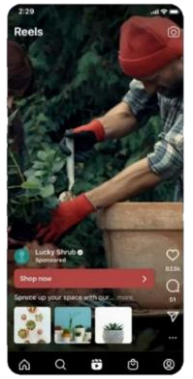
nasmedia

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
구글	• **Video Reach Campaign 2.0 Full Launch 안내** : 11월 10일 이후 일부 계정부터 적용 예정이며, 모든 계정에 대해서는 올해 말까지 적용 될 예정 **[VRC 2.0 관련 참고사항]** - VRC 2.0의 경우, 인스트림 지면 (트루뷰 포 리치 및 범퍼애드) + 인피드 지면 + 쇼츠지면에 광고노출 가능 - 쇼츠지면에만 광고 노출을 원할 경우, 도달 범위 전략 내 **'Shorts 광고' 만 선택**하여 광고노출 가능 • **24년 CPM&CPH 마스트헤드 인벤토리 예약 가능 안내 (~24년 상반기까지 오픈, 하반기는 24년 1Q 말 오픈 예상)** : 11월 2일 부터 24년 상반기 CPM&CPH 마스트헤드 인벤토리 예약이 가능 : CPM 마스트헤드의 경우, 기존 구매 방식 (예약형) 과 더불어 Google Ads 내 빠른예약 (Instant Reserve) 을 통해 구매 가능 *Google Ads 내 빠른예약의 경우, 구글 담당자 통해 **얼로우리스팅** 후 진행 가능

nasmedia

이달의 매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
메타	• **페이스북&인스타그램, 릴스 컬렉션 광고 출시** 1) 내용 : 페이스북 릴스, 인스타그램 릴스 노출 위치에서도 컬렉션 광고 형식 지원 – 페이스북 릴스 : CTA버튼 및 썸네일 이미지 클릭시, 인스턴트 경험으로 연결 – 인스타그램 릴스 : CTA버튼 및 썸네일 이미지 클릭시, 설정한 URL 혹은 인스턴트 경험으로 연결 2) 지원 대상 : 모든 캠페인 목표에서 활용 가능하며, 메인 소재는 이미지&동영상 모두 지원 3) 지원 일정 : 2023년 10월 * 롤아웃 완료 4) 참고 사항 : 페이스북 릴스에서는 '어드밴티지+ 카탈로그' 광고를 통해서만 릴스 컬렉션 광고 집행 가능  • **페이스북&인스타그램, 유럽연합(EU)&유럽경제지역(EEA)&스위스지역 청소년 타겟 광고 일시 게재 중단** 1) 내용 : 유럽연합(EU), 유럽경제지역(EEA), 스위스지역 내 청소년 타겟 광고 일시 노출 중단 예정 – 상기 지역에 포함된 청소년만을 타겟하는 기존 캠페인은 광고 게재 중단 – 상기 지역에 포함된 성인과 청소년 모두를 타겟하는 기존 캠페인은 광고 게재가 중단되지는 않으나 성인만을 타겟으로 광고가 게재 – 상기 지역에 포함된 청소년만 타겟하거나, 청소년과 성인을 함께 타겟하는 새로운 캠페인 생성 불가 (성인만 타겟하는 신규 캠페인은 생성 가능) 2) 적용 일정 : 2023년 11월 6일 주차부터 적용 예정 * 자세한 방침은 11월 중 추가 발표 예정 3) 참고 사항 : 광고 게재와는 별개로 상기 지역에서 비즈니스가 페이스북 및 인스타그램을 통해 청소년과 오가닉 콘텐츠로 소통할 수 있는 것은 지속 가능

nasmedia

이달의 매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
틱톡(1)	• **벌크 이동 템플릿 2.0 버전 출시 안내** : 11월 3일부터 적용 예정이며, 새로운 광고 생성 구조에 맞춰 템플릿 업데이트 **[벌크 이동(=한꺼번에 불러오기 및 내보내기)]** : CSV 또는 Excel 파일에서 광고를 설정하고 관리할 수 있는 틱톡 애드매니저의 광고 생성 도구 **[업데이트 사항 안내]** - 최적화 목표에 "가격" 옵션 추가 : 가장 높은 수익을 생성해 줄 가능성이 높은 오디언스를 찾기 위해 머신 러닝 알고리즘을 사용하여 가격 최적화 - "브랜드 세이프티" 기능 출시 : 부적절한 콘텐츠 옆 광고 배치 방지 - "검색 광고" 기능 추가 : 인피드 동영상 비딩형 캠페인으로 확장하여 TikTok 검색 결과 페이지에 광고 게재 - 벌크 이동 템플릿 2.0 버전 안내 바로 가기 / 템플릿 변경 사항 미리 보기 ㄴ 녹색: 추가된 필드, 주황색: 변경된 필드, 빨간색: 삭제된 필드

This template is for previewing only and cannot be used for uploads.The fields that have changed in the latest version are identified with different colors.

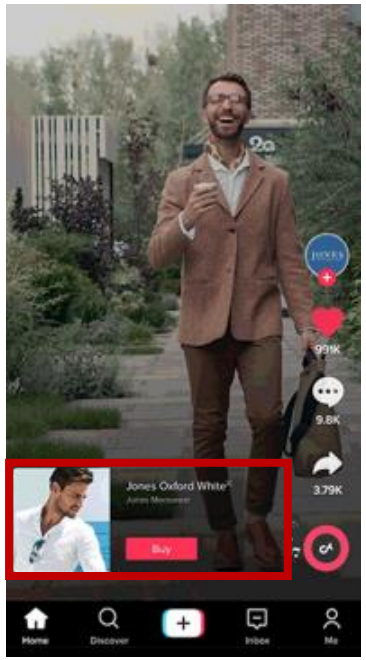
	New feature			Position adjusted			Feature removed	
URL Settings	Campaign ID	Campaign Status	Campaign Name	Advertising Object	iOS 14 Dedicated C	App profile page u	Campaign Budget	Campaign Bu

nasmedia

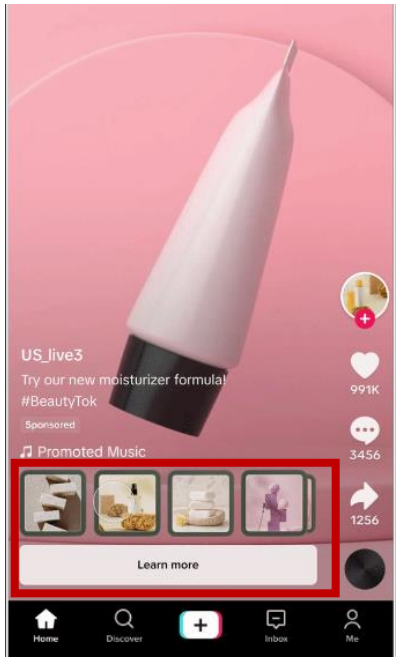
이달의 매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
틱톡(2)	• Video Shopping Ads 프로덕트 타일 기능 런칭 안내 - 11/6 런칭으로, 화이트리스팅 필수 - 프로덕트 카드 형식으로 노출되던 UI가 프로덕트 타일 형식으로 변경 - 프로덕트 타일 사용 시 3개 이상의 이미지 사용 가능하여 전환 효율 상승 가능

AS-IS



TO-BE



nasmedia

이달의 매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
X.corp (트위터)	• **X.corp (트위터) 웹사이트 전환 Learning Period 적용 안내** : 웹사이트 전환 캠페인 내 Learning Period 기능 확장 적용하여 캠페인 효율성 높일 수 있도록 업데이트 진행 **- Learning Period?** : 새로운 전환 캠페인 시작 시, X 알고리즘 기반 최초 3-5일 간 광고에 가장 적합한 사용자 학습기간을 탐색하는 기능 : 시스템 학습 기간동안 가장 효율적인 결과를 제공하기 위해 캠페인 관련 변경 지양 권장 : 웹사이트 트래픽 (*목적-Link Click), 앱 캠페인에서만 적용 가능했으나, 웹사이트 컨버전에서도 활용 가능 **- 캠페인 Performance 예상 변화 사항** : 웹사이트 전환 학습 기간 기능의 1차 목표인 캠페인 효율성 향상 가능 : 수동 입찰 전략(최대 입찰 or 목표 입찰)을 사용하는 경우, 속도와 효율성 향상 가능

nasmedia

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)

Copyright © NASMEDIA Co., LTD. All Rights Reserved

nasmedia