

# MEDIA AD ISSUE Vol.320

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue  
2021.08

Published by  
Media Consulting 1&2 Team

nasmedia

# INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

## MEDIA AD ISSUE

- 구글, Related Video Extension (관련 동영상) 풀런치
- 카카오, 비즈보드 익스팬더블 동영상 유형 (BETA) 오픈
- 이달의 매체 상품 소식

# 구글, Related Video Extension(관련 동영상) 풀런치

- YouTube에서 동영상 광고가 재생될 때 광고 아래에 해당 광고주의 관련 동영상 목록을 함께 노출할 수 있는 기능
- 광고주 채널의 관련 동영상 노출을 통해 추가적인 메시지 전달과 유저의 Engagement 유도 및 강화에 도움

## | 관련 동영상 노출 예시 |

관련 동영상 기능 활용 시, 유저 몰입도 상승에 도움 (풀스크린 장악)



기본 동영상 광고 노출 영역

\*관련 동영상 노출 영역

## | 관련 동영상 기능 소개 |

구분	상세내용
노출 인벤토리	모바일기기의 유튜브 앱
활용가능 광고포맷	트루뷰 인스트림 트루뷰 포 리치 범퍼애드 건너뛰 수 없는 인스트림 비디오애드 시퀀싱
활용가능 동영상개수	2~5개 (‘공개’ 또는 ‘일부공개’ 상태의 동영상)
데이터 리포팅 (세그먼트-클릭유형)	노출수, 클릭수, CTR (관련동영상 전체, 동영상 별 데이터 확인은 불가)
세팅방법	<a href="#">관련동영상 사용하기</a> 도움말 참고
참고사항	1) 광고노출시 RVE가 항상 노출되는 것은 아니며, 노출되는 관련동영상개수나 동영상의 순서는 바뀔 수 있음 2) CTA 광고 확장이 설정되어 있을 경우, RVE 활용/노출 불가

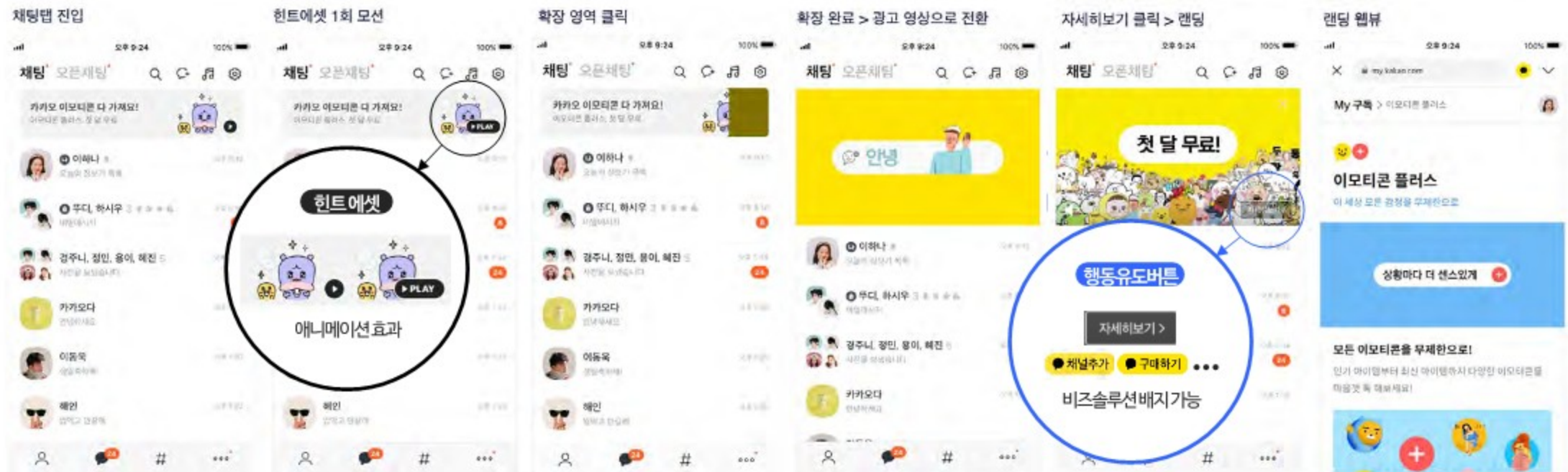
# 카카오, 비즈보드 익스팬더블 동영상 유형(BETA) 오픈



- 카카오비즈보드의 프리미엄 확장 형태인 '익스팬더블 동영상 유형(BETA)' 출시 (8/3)
- 카카오톡 채팅탭 상단 배너 내 힌트 에셋 클릭시 영상이 확장되는 형태, 주목도 높은 비즈보드에서 브랜드 영상 시청까지 유도하는 강력한 브랜딩 상품

## | 비즈보드 익스팬더블 동영상 유형 |

확장된 영상에 행동유도버튼 제공으로 영상을 통한 브랜딩 뿐만 아니라 자연스럽게 최종 랜딩 연결 후 마케팅 액션 완료까지 유도



# 이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
네이버	<ul style="list-style-type: none"> <li> <p>• <b>보장형 광고(NOSP) 일반DA 상품 판매 오픈 시점 변경</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 적용 시점 : 2021년 10월 4일 집행분~</li> <li>2) 내용 : (기존) 집행 8주 전 → (변경) 집행 6주 전</li> <li>3) 예외 상품 : 브랜드검색, 서칭뷰 등 검색형 상품 제외(변동 없음), 스페셜DA 프리미엄형 선판매 구조 제외 (7주 전 오픈)</li> </ol> </li>   <li> <p>• <b>보장형 광고(NOSP) 스페셜DA 공시단가/예상노출량 조정 및 프리미엄형 선판매 정책 도입</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 적용 시점 : 2021년 10월 4일 집행분~</li> <li>2) 내용 : 공시단가/예상노출량 상향 조정 및 프리미엄형 선판매 정책 도입               <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공시단가/예상노출량 조정 : 예상 노출량 증대에 따른 공시단가 상향 조정 (시간대별 단가 별도 문의 필요)                    단가 변경에 따른 영향 최소화를 위해 10/4~10/31 집행분에 대한 10% 할인 적용</li> <li>② 프리미엄형 선판매 정책 도입 : 전체 구조의 50% (논타겟팅 일 4구좌, 성별 타겟팅 남녀 각 일 1구좌)를 프리미엄형에 한정해 1주 먼저 선판매 (7주 전)</li> </ul> </li> </ol> </li>   <li> <p>• <b>보장형 광고(NOSP) 'PC 항공권 광고' 위치 및 사이즈 변경</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 적용 시점 : 2021년 7월 22일</li> <li>2) 내용 : 위치 및 사이즈 변경</li> <li>3) 참고 사항 : 과금방식, 집행업종 불가 업종, 구매 방식은 기존과 동일</li> </ol> </li> </ul>



## 이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈		
네이버	<ul style="list-style-type: none"> <li>보장형 광고(NOSP) 모바일 메인 웹툰판 CPT 상품 신규 출시 및 프로모션 안내</li> <li>* 프로모션 기간: 8/16 ~ 8/29 (2주간)</li> </ul>		
	상품명	스마트채널	브랜딩DA 1st
	광고 위치	웹툰판 최상단 지면 	네이버앱 웹툰판 스크롤시 첫번째 광고지면 
	상품 유형	이미지형, 이미지확장형, 동영상확장형 (확장형 10% 할증)	이미지형, 이미지플러스형(10% 할증) 동영상형(20% 할증)
	판매 형태	1일 전체 인벤토리의 50%점유, 최대 1구좌 구매가능	1주 단위(월요일시작~일요일 종료), 총 8구좌
	판매 단가	2,500,000원 [프로모션: 1,250,000원 (50% 할인)]	1구좌 3,000,000원 [프로모션: 2구좌 3,000,000원 (구좌 1+1 / 2개의 소재 필요)]
	예상 PV	1구좌당 50만 PV	
	취소 위약금	집행전 10영업일 이내 취소시 10%, 게재예정일시 이후 취소시 잔여금액의 30%	
	참고사항	업종 서비스율 적용	

## 이달의매체 상품소식 (3)

구분	이슈								
네이버	<ul style="list-style-type: none"> <li>성과형 광고(GFA) PC 신규 노출 지면 추가           <table border="1" data-bbox="690 435 1712 594"> <thead> <tr> <th>신규 노출 지면</th> <th>세부 노출 위치</th> <th>적용 일정</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PC 부동산</td> <td>부동산 홈, 뉴스, 경매, 커뮤니티, 매물</td> <td rowspan="2">2021년 7월 29일</td> </tr> <tr> <td>PC 메일</td> <td>받은 메일함, 프로모션 메일함</td> </tr> </tbody> </table> </li> </ul>	신규 노출 지면	세부 노출 위치	적용 일정	PC 부동산	부동산 홈, 뉴스, 경매, 커뮤니티, 매물	2021년 7월 29일	PC 메일	받은 메일함, 프로모션 메일함
신규 노출 지면	세부 노출 위치	적용 일정							
PC 부동산	부동산 홈, 뉴스, 경매, 커뮤니티, 매물	2021년 7월 29일							
PC 메일	받은 메일함, 프로모션 메일함								
페이스북 인스타그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>영타겟 캠페인 타겟팅 옵션 제한           <ol style="list-style-type: none"> <li>적용 시점 : 2021년 8월 23일</li> <li>목적 : 페이스북/인스타그램 커뮤니티에서 젊은층의 사생활과 안전 보호 강화</li> <li>내용 : 18세 미만을 타겟팅하는 캠페인은 광고 목적, 구매방식에 상관 없이 상세타겟팅(관심사 등), 맞춤타겟팅, 유사타겟팅 사용 불가하며, 연령/성별/지역(위치) 타겟팅 적용시에만 18세 미만에게 광고 노출 가능 (*태국은 20세 미만, 인도네시아는 21세 미만에 적용, 한국 포함 그 외 국가는 모두 18세 미만에 적용)</li> <li>참고 사항               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 기준, 18세 이상 타겟은 기존과 동일하게 상세타겟팅(관심사 등), 맞춤타겟팅, 유사타겟팅 모두 제한없이 사용 가능</li> <li>- 캠페인 타겟팅에 18세 미만 연령대가 포함되었다면, 18세 미만 타겟에게 광고 노출 이슈 없도록 18세 미만 타겟 그룹 별도 세팅후 연령/성별/지역(위치) 타겟팅만 적용하여 운영 필요</li> </ul> </li> </ol> </li> </ul>								

## 이달의매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
<p>페이스북 인스타그램</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인스타그램 피드/탐색탭 동영상 광고 지원 소재 길이 확대               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 내용                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 단일 동영상 소재가 2분 이하일 경우 중단 없이 광고가 피드 내에서 플레이&amp;루프</li> <li>- 단일 동영상 소재가 2분 초과일 경우 60초까지 재생된 이후 계속 시청하기 버튼 표시되고, 버튼 클릭 시 이후 영상 재생</li> <li>- 슬라이드에 동영상 소재를 활용할 경우에는 기존과 동일하게 최대 2분 길이의 영상만 사용 가능</li> </ul> </li> <li>2) 참고 사항                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 게시물 끌어오기 세팅 시에는 기존과 동일하게 1분 내 동영상 게시물만 광고에 사용 가능</li> </ul> </li> </ol> </li> </ul>
<p>트위터</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• iOS 앱 설치 인스톨 오버레이 버튼 포맷 업데이트(7/14~)               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 기존 : iOS 앱 카드에서 유저가 설치 버튼 클릭시 앱스토어로 이동</li> <li>2) 변경 : 트위터 앱 하단 설치 팝업 노출 및 바로 다운로드 진행</li> </ol> </li> </ul>



## 이달의매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
카카오	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 카카오웹툰 오픈에 따른 게재지면 변경 (8/1)               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 8/1일, 다음웹툰 → '카카오웹툰' 개편으로 카카오모먼트 게재지면 변경</li> <li>2) 비즈보드 / 디스플레이 / 동영상 광고 유형에서 '카카오서비스' 게재지면 선택 시 '카카오웹툰'에 광고 노출 가능</li> </ol> </li>   <li>• 카카오 픽셀 &amp; SDK 개편 (8/3)               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 픽셀 &amp; SDK 마스터/멤버 권한 신설 : 마스터와 멤버 모두 광고계정과 픽셀 &amp; SDK 연동 가능 직접 생성하지 않은 픽셀 &amp; SDK의 멤버가 되어 픽셀 &amp; SDK 이관없이 자유롭게 광고에 이용</li> <li>2) 픽셀 &amp; SDK 화면 및 기능 개편 <a href="#">[개편된 픽셀 &amp; SDK 가이드]</a></li> </ol> </li>   <li>• 비즈보드 X 전환 캠페인 내 '카카오톡 채널' 목표 추가 (8/3)               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 기존, 디스플레이 x 전환 캠페인에서만 카카오톡 채널 친구 기반 광고 최적화 가능</li> <li>2) 8/3일, 비즈보드로 채널 친구 추가 목적의 광고 집행 가능 (친구 전환 지표 제공으로 손쉬운 광고 효율 및 전환 분석 가능)</li> </ol> </li>   <li>• 비즈보드 '도달' 목적 재출시 (8/11)               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 8/11일, 과거 보장형으로만 집행 가능했던 카카오 비즈보드 '도달' 목적 → 일반 CPM 입찰 방식으로 재출시</li> <li>2) 8/9일, 도달 광고 목적 재 출시에 따라 과거 비즈보드 보장형 캠페인 일괄 삭제 처리</li> </ol> </li> </ul>

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)