

# MEDIA AD ISSUE Vol.319

주요미디어광고상품이슈

Media AD issue  
2021.07

Published by  
Media Consulting 1&2 Team

nasmedia

# INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

## MEDIA AD ISSUE

- 네이버 성과형 광고, PC 지면 상품 도입
- 인스타그램, 릴스(Reels) 광고 런칭
- SMR, 2020 도쿄 올림픽 패키지 출시
- 이달의 매체 상품 소식

# 네이버 성과형 광고, PC 지면 상품 도입



- 모바일 지면만 노출 가능했던 네이버 성과형 광고에 PC 지면 상품 7월 1일 공식 출시
- 네이버 성과형 광고의 다양한 타겟팅 기능을 PC 지면에서도 활용할 수 있게 되며, 네이버 PC와 모바일 전반에 걸친 퍼포먼스 캠페인 집행이 가능해짐

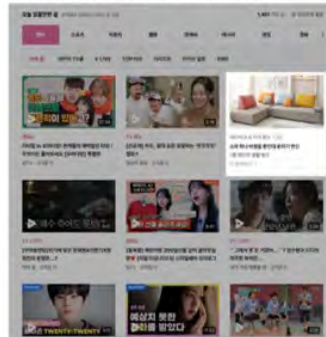
## | 네이버 성과형 광고 PC 지면 상품 |

노출 지면	세부 노출 지면	소재 형태
PC 메인	홈 > 오늘 읽을만한 글 (엔터, 스포츠, 웹툰)	네이티브 세로타입
	홈 > 오늘 읽을만한 글 (게임, 경제M, 리빙, 자동차, 패션뷰티, 레시피, 부모, 과학, 건강, 책방)	네이티브 가로타입
PC 서브	금융 > 금융 홈, 국내증시, 해외증시, 시장지표, 펀드, 리서치, 뉴스, MY	네이티브 베이직

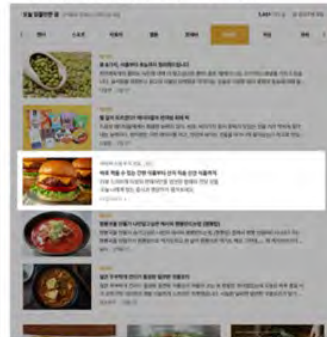
## | 기타 참고 사항 |

- ✓ **캠페인 세팅 및 리포트**  
 PC 지면만 개별적으로 세팅하여 운영 가능  
 OS별 리포트 구분 기능 제공되어 Mac OS와 윈도우 데이터 구분 가능
- ✓ **맞춤 타겟 활용 제한**  
 타겟의 광고 식별자를 확인하기 어려운 PC 환경에서는  
 맞춤 타겟이 정상적으로 동작하지 않을 수 있음
- ✓ **타겟 도달 범위 내 예상 도달수 미제공**  
 최근 60일 이내 광고를 본 이력이 있는 식별자 데이터가 필요  
 PC 지면에 대한 예상 도달수는 추후 제공 예정

PC 메인  
오늘 읽을만한 글 (네이티브 세로타입)



PC 메인  
오늘 읽을만한 글 (네이티브 가로타입)



PC 서브  
금융 (네이티브 베이직)



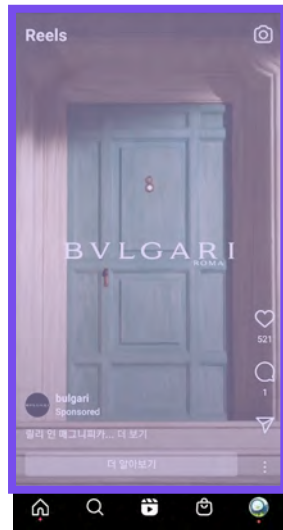
# 인스타그램, 릴스(Reels) 광고 런칭

Instagram

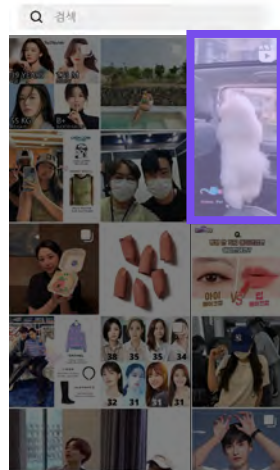
- 최대 30초 길이의 동영상을 제작/편집/공유하는 인스타그램 숏폼 콘텐츠 서비스 '릴스(Reels)' 지면에 광고 상품 런칭
- 광고관리자에서 릴스 단독 혹은 스토리와 함께 광고 셋팅 가능하며, 챌린지, 이벤트 참여, 브랜딩 등 유저 참여와 흥미를 유발하는 글로벌 광고에 효과적일 것으로 예상

## | 릴스 노출 위치 |

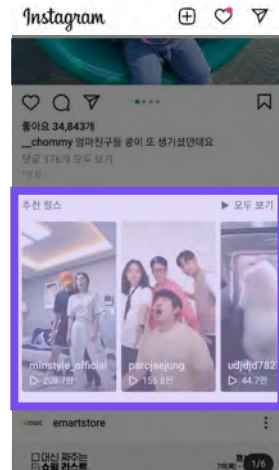
인스타그램에서 4가지 방식으로 릴스 이동 가능



릴스 탭



탐색 탭 내 릴스



피드 내 릴스



스토리 내 릴스

## | 판매 정책 |

	릴스(Reels) 광고
길이	최대 30초
포맷	9:16만 가능 (세로방향 전체화면)
오디오	소재에 사운드 포함할 것을 권장 (필수는 아님)
캠페인목표	도달, 전환, 브랜드 인지도, 트래픽, 동영상 조회, 앱 설치
구매 방식	광고관리자에서 경매형 광고 셋팅
국가	한국, 미국, 캐나다, 영국, 프랑스, 호주, 일본, 태국, 베트남, 아르헨티나 등 (가능 국가: <a href="#">바로가기</a> )
참고사항	1) 릴스 게시물 끌어오기 셋팅은 불가 (광고관리자 직접 셋팅만 가능) 2) 릴스 지면 단독 노출 또는 인스타그램 스토리와 동시 노출 가능 3) 런칭 일정: 7/2일 50% 롤아웃, 7/23일 100% 롤아웃 예정

# SMR, 2020 도쿄 올림픽 패키지 출시



- 2020 도쿄 올림픽은 206개국에 참가하는 2021년 최대 빅 스포츠 이벤트, SMR은 시차 없이 실시간 이슈 선점이 가능한 올림픽 패키지 상품 출시
- 국내 최대 방송 3사(MBC, SBS, KBS) 및 포털(네이버, 카카오) 독점 공급, 올림픽 기간내 최대 이용자 커버리지 확보 가능

## | 2020 도쿄 올림픽 패키지 광고 상품 현황 |

상품명	BALL PACK	SEMI PACK	HALF PACK	FULL PACK	GOLF PACK
단가	1,500만 원	3,000만 원	5,000만 원	1억 원	1,000만 원
운영 방식	CPM 노출	CPM 노출	CPM 노출	CPM 노출	완전 구좌제(구매 광고주만 노출)
노출량	833,333회	1,666,667회	3,000,000회	6,500,000회	-
구성	<b>구기종목</b> 축구, 야구, 농구, 배구, 핸드볼 (남/여 포함)	<b>구기종목 + 메달전</b> 전 세계 1/2/3위 결정하는 메달전 및 시상식 집중 노출(전 국가)	<b>전 종목 노출</b> 구기종목 + 메달전 + 일반종목 50만 회	<b>전 종목 노출</b> 구기종목 + 메달전 + 일반종목 150만 회	<b>골프 종목 완전 구좌제</b>
캠페인 기간	7월 22일 ~ 8월 10일	7월 22일 ~ 8월 10일	7월 22일 ~ 8월 10일	7월 22일 ~ 8월 10일	7월 22일 ~ 8월 10일
집행 CPM	18,000원	18,000원 * 보너스 테이블 적용시 5% 할인 가능	16,667원 * 보너스 테이블 적용시 5% 할인 가능	15,385원 * 보너스 테이블 적용시 5% 할인 가능	완전 구좌제(구매 광고주만 노출)
판매 구좌	20개	10개	10개	5개	6개

\*미소진시 일반종목으로 이관하여 달성 / 골프 제외

# 이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
네이버	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>보장형 광고(NOSP) 2020 도쿄 올림픽 생중계 패키지 출시</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 집행 기간: 2021년 7월 23일 ~ 2021년 8월 8일</li> <li>2) 노출 영역: 도쿄 2020 올림픽 생중계 동영상광고</li> <li>3) 판매 구좌 및 가격: 총 30구좌, 구좌당 4,000만원 (* 30구좌 중 월드와이드 올림픽 공식 파트너에게 선판매된 구좌를 제외한 잔여 구좌만 판매)</li> <li>4) 추가 혜택 (* 추가 혜택은 모두 해당 올림픽 생중계 패키지 집행 기간(7/23~8/8) 내에 집행되어야 함)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1구좌구매 시, 서비스 광고비 2천만원 추가 제공 (서비스 광고비로 집행 가능한 상품: 롤링보드)</li> <li>- 2구좌구매 시, 서비스 광고비 5천만원 추가 제공 (서비스 광고비로 집행 가능한 상품: 롤링보드, 스마트채널)</li> </ul> </li> </ol> </li>   <li>• <b>성과형 광고(GFA) 구매의도 타겟팅 관련 업데이트</b> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>[1] 카테고리 확대</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 적용 일정: 2021년 7월 12일</li> <li>2) 업데이트 내용: 기존 구매의도 카테고리 137개에 신규 카테고리 121개가 추가로 오픈되어, 총 258개 카테고리 제공 예정               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강/의료, 스포츠/레저, 엔터테인먼트, 자동차 등 8개 업종 관련 신규 카테고리 75개 추가</li> <li>- 기존에 제공 중이던 가전 제품, 가정/생활 등 6개 업종 하위 세부 카테고리 46개 추가</li> </ul> </li> </ol> </li> <li><b>[2] 추정 로직 업데이트</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 적용 일정: 2021년 7월 7일</li> <li>2) 업데이트 내용: 구매의도 타겟팅 추정 로직 개선, 이로 인해 일부 구매의도 타겟팅 카테고리의 경우 모수 변동이 발생할 수 있음</li> </ol> </li> </ol> </li> </ul>

# 이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
카카오	<ul style="list-style-type: none"> <li> <p>• <b>모먼트 디스플레이 광고 유형 소재 통합 (6/24)</b></p> <p>1) 디스플레이 캠페인 소재 유형 통합 및 일부 사이즈 종료            소재 통합으로 디스플레이 캠페인 하위 소재 유형은 '이미지&gt;네이티브', '이미지&gt;카탈로그'만 지원</p> <p>2) 소재 사이즈는 500x500 이상의 1:1 비율 및 1200x600 이상의 2:1 비율만 등록 가능            그 외 사이즈의 소재는 노출 지원 종료 <a href="#">[디스플레이 제작가이드]</a></p> </li> <li> <p>• <b>모먼트 동영상 광고 유형 통합 (6/24)</b></p> <p>1) '디스플레이' 캠페인 아웃스트림 동영상 광고와 '동영상' 캠페인 인스트림 동영상 광고 유형 통합            입찰 방식 CPM → CPV(동영상 조회당 과금)로 변경</p> <p>2) 카카오모먼트의 모든 동영상 광고는 '동영상' 캠페인을 통해서만 집행 가능            1개의 동영상 광고 소재만으로 카카오의 다양한 동영상 광고 지면에 광고 노출 <a href="#">[동영상 제작가이드]</a></p> </li> <li> <p>• <b>비즈보드 게재지면 네트워크 확장 (6/24)</b></p> <p>1) 카카오 비즈보드의 게재지면을 카카오 서비스로만 한정하지 않고 외부 프리미엄 매체까지 노출 영역 확장</p> </li> <li> <p>• <b>카카오톡 채널 메시지 캐러셀형 신설 (6/24)</b></p> <p>1) 여러 이미지 내 상품 정보를 담아 자연스러운 광고 노출과 주목도를 끌 수 있는 캐러셀형 메시지 유형 추가</p> <p>2) 캐러셀 최소 1개 ~ 최대 6개 소재 연동 또는 등록 가능 (직접 이미지 추가 및 카카오 서비스-톡스토어/카카오페이 구매 연동)</p> </li> </ul>


# 이달의 매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
구글	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Search - 검색광고 이미지 광고 확장 Full Launched</b><ul style="list-style-type: none"><li>- 기존 텍스트 광고 영역인 제목 + 설명 + 랜딩URL 요소 외 1X1 이미지가 우측 하단에 노출되어 클릭시 검색광고의 제목 부분과 동일한 URL로 연결</li><li>- 활용방법: <a href="#">사용 요건</a> 충족시, 별도 얼라우리스팅 없이 바로 구글애즈에서 활용 가능</li><li>- 노출 가능 업종: 일부 민감한 업종을 제외한 모든 업종 활용 가능 (금융 업종 활용 가능) (* 제외: 술, 도박, 제약, 성인 등)</li><li>- 등록 불가 이미지: 로고, 텍스트 이미지 활용 불가 <a href="#">이미지 품질 요건</a></li></ul></li><li>• <b>Video - Video Action Campaign (VAC) 를 위한 최적화점수 (Opti-score) 기능 Full Launched</b><ul style="list-style-type: none"><li>- 비디오 액션 캠페인 (VAC)을 활용하는 캠페인 계정이 얼마나 최적화되었는지 보여주는 지표 (Opti-score) 런칭</li><li>- 최적화 점수는 0% 에서 100% 까지 매겨지며, 100%는 내 계정이 최대한의 실적을 이끌어낼 수 있도록 최적화 되었음을 의미</li><li>- 최적화 점수 도출시 활용 내역 (캠페인 최적화를 위한 구글애즈 제안 내역)<ol style="list-style-type: none"><li>1) 입찰과 예산 : 예산 증액, 예산 재분배 설정</li><li>2) 타겟팅 : 신규 소비자 타겟팅, 타겟팅 확장, 리마케팅 Opt-in, 맞춤 (의도) 잠재고객 Opt-in, 맞춤 잠재고객 리스트 업데이트</li><li>3) 사이트링크 광고 확장 Opt-in</li><li>4) GCP : 구글 비디오 파트너사 네트워크 Opt-in</li><li>5) 전환 추적 : 구글 태그 삽입/수정</li></ol></li></ul></li></ul>

# 이달의 매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
트위터	<ul style="list-style-type: none"><li>• 동영상 광고 신규 입찰 단위 '15sview' 도입<ol style="list-style-type: none"><li>1) 7월 1일부로 동영상 조회수 목표의 15초 조회 입찰 단위 추가(권장)</li><li>2) 영상 15초 조회 또는 동영상 조회 완료에 최적화, CPM 기준 광고비 청구</li></ol></li><li>• 계정 인증 절차 재도입 관련 안내<ol style="list-style-type: none"><li>1) 계정 인증(블루배지)<ul style="list-style-type: none"><li>- 계정의 진위 여부 구별을 통해 계정의 신뢰성 제공</li></ul></li><li>2) 계정 인증 자격 기준<ul style="list-style-type: none"><li>- 정부 / 기업, 브랜드 및 단체 / 언론사 및 언론인 / 엔터테인먼트 / 스포츠 및 e-스포츠 / 기타 영향력 있는 개인</li><li>- 과학자, 학자, 종교 지도자 등 계정 인증 카테고리 확대 예정 (21년 말 예상)</li></ul></li><li>3) 인증 신청 절차<ul style="list-style-type: none"><li>- 계정 설정 페이지 &gt; '인증 신청하기' 옵션</li><li>- 인증 신청 접수 후 1~4주 이내 인증 여부 안내</li><li>- 신청 승인 시 프로필에 자동으로 블루배지 표시</li></ul></li></ol></li></ul>

# 이달의매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
<p>페이스북</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 페이스북 컬렉션 광고 업데이트               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 적용 일정: 2021년 7월 12일</li> <li>2) 업데이트 내용                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 컬렉션 광고 하단에 표시되는 제품 썸네일 개수 3개로 조정 (기존 4개)</li> <li>- 컬렉션 광고 상단 메인 크리에이티브비율 1:1만 지원 (이미지&amp;동영상 모두 적용)</li> <li>- 도달 목표에서 컬렉션 소재 형태 지원</li> </ul> </li> </ol> </li> </ul>
<p>스노우</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신규상품 '종료배너' 출시               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 상품 개요: SNOW, B612 총 2개 카메라 앱을 백버튼을 통해 종료했을 시, 전면배너 형태로 광고가 노출되는 상품 (안드로이드 Only)</li> <li>2) 판매 단가: CPM 3,300원 (* 프로모션: 2021년 7월 31일까지 CPM 3,000원으로 집행 가능)</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)