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

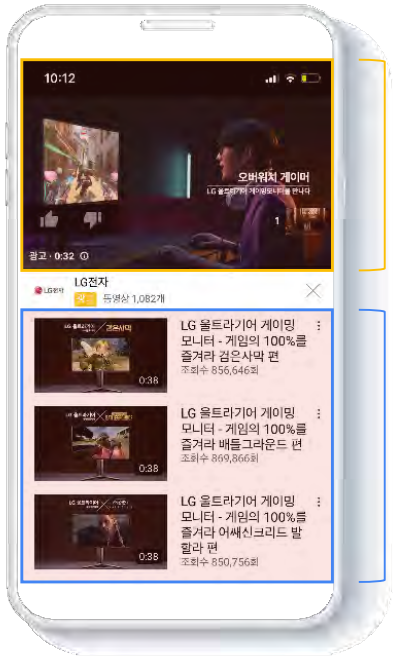
구글, Related Video Extension (관련 동영상) 풀런치

Google

- 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 건너뛸 수 없는 인스트림 비디오 애드 시퀀싱
활용가능 동영상개수	2~5개 ('공개' 또는 '일부공개' 상태의 동영상)
데이터 리포팅 [세그먼트-클릭유형]	노출수, 클릭수, CTR (관련동영상 전체, 동영상 별 데이터확인은 불가)
세팅방법	'관련동영상 사용하기' 도움말 참고
참고사항	1) 광고노출 시 RVE가 항상 노출되는 것은 아니며, 노출되는 관련동영상 개수나 동영상의 순서는 바뀔 수 있음 2) CTA 광고 확장이 설정되어 있을 경우, RVE 활용/노출 불가

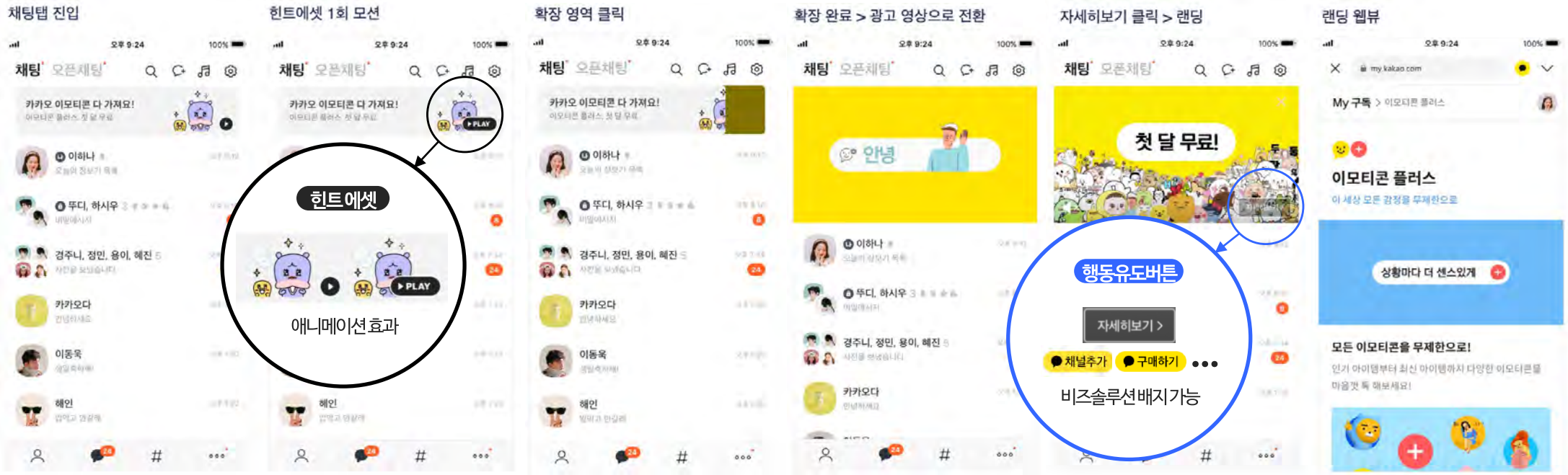
카카오, 비즈보드 익스팬더블 동영상 유형(BETA) 오픈

kakao

- 카카오 비즈보드의 프리미엄 확장 형태인 '익스팬더블 동영상 유형(BETA)' 출시 (8/3)
- 카카오톡 채팅탭 상단 배너 내 힌트 에셋 클릭 시 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



이달의 매체 상품 소식 (1)

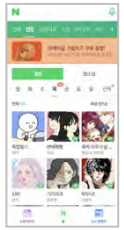
구분	이슈
네이버	• **보장형 광고(NOSP) 일반DA 상품 판매 오픈 시점 변경** 1) 적용 시점 : 2021년 10월 4일 집행분~ 2) 내용 : (기존) 집행 8주 전 → (변경) 집행 6주 전 3) 예외 상품 : 브랜드검색, 서칭뷰 등 검색형 상품 제외(변동 없음), 스페셜DA 프리미엄형 선판매 구좌 제외 (7주 전 오픈) • **보장형 광고(NOSP) 스페셜DA 공시단가/예상노출량 조정 및 프리미엄형 선판매 정책 도입** 1) 적용 시점 : 2021년 10월 4일 집행분~ 2) 내용 : 공시단가/예상노출량 상향 조정 및 프리미엄형 선판매 정책 도입 ① 공시단가/예상노출량 조정 : 예상 노출량 증대에 따른 공시단가 상향 조정 (시간대별 단가 별도 문의 필요) 단가 변경에 따른 영향 최소화를 위해 10/4~10/31집행분에 대한 10% 할인 적용 ② 프리미엄형 선판매 정책 도입 : 전체 구좌의 50%(논타겟팅 일 4구좌, 성별 타겟팅 남녀 각 일 1구좌)를 프리미엄형에 한정해 1주 먼저 선판매 (7주 전) • **보장형 광고(NOSP) 'PC 항공권 광고' 위치 및 사이즈 변경** 1) 적용 시점 : 2021년 7월 22일 2) 내용 : 위치 및 사이즈 변경 3) 참고 사항 : 과금방식, 집행업종 불가 업종, 구매 방식은 기존과 동일 [변경 전] [변경 후]

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
네이버	

- **보장형 광고(NOSP) 모바일 메인 웹툰판 CPT 상품 신규 출시 및 프로모션 안내**

  * 프로모션 기간 : 8/16 ~ 8/29 (2주간)

상품명	스마트채널	브랜딩DA 1st
광고 위치	웹툰판 최상단 지면 	네이버앱 웹툰판 스크롤시 첫번째 광고지면
상품 유형	이미지형, 이미지확장형, 동영상확장형 (확장형 10% 할증)	이미지형, 이미지 플러스형(10% 할증) 동영상형(20% 할증)
판매 형태	1일 전체 인벤토리의 50%점유, 최대 1구좌 구매가능	1주 단위(월요일 시작~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	1구좌 당 50만 PV	
취소 위약금	집행전 10영업일 이내 취소시 10%, 게재예정일시 이후 취소시 잔여금액의 30%	
참고사항	업종 서비스율 적용	

이달의 매체 상품 소식 (3)

<table>
<tr><th>구분</th><th>이슈</th></tr>
<tr><td>네이버</td><td>

- **성과형 광고(GFA) PC 신규 노출 지면 추가**

<table>
<tr><th>신규 노출 지면</th><th>세부 노출 위치</th><th>적용 일정</th></tr>
<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>
</table>

</td></tr>
<tr><td>페이스북
인스타그램</td><td>

- **영타겟 캠페인 타겟팅 옵션 제한**

1) 적용 시점 : 2021년 8월 23일

2) 목적 : 페이스북/인스타그램 커뮤니티에서 젊은층의 사생활과 안전 보호 강화

3) 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)

4) 참고 사항
- 한국 기준, 18세 이상 타겟은 기존과 동일하게 상세타겟팅(관심사 등), 맞춤타겟팅, 유사타겟팅 모두 제한없이 사용 가능
- 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

</td></tr>
</table>

이달의 매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
페이스북 인스타그램	• **인스타그램 피드/탐색탭 동영상 광고 지원 소재 길이 확대** 1) 내용 - 단일 동영상 소재가 2분 이하일 경우 중단 없이 광고가 피드 내에서 플레이&루프 - 단일 동영상 소재가 2분 초과일 경우 60초까지 재생된 이후 계속 시청하기 버튼 표시되고, 버튼 클릭 시 이후 영상 재생 - 슬라이드에 동영상 소재를 활용할 경우에는 기존과 동일하게 최대 2분 길이의 영상만 사용 가능 2) 참고 사항 - 기존 게시물 끌어오기 세팅 시에는 기존과 동일하게 1분 내 동영상 게시물만 광고에 사용 가능
트위터	• **iOS 앱 설치 인스톨 오버레이 버튼 포맷 업데이트(7/14~)** 1) 기존 : iOS 앱 카드에서 유저가 설치 버튼 클릭시 앱스토어로 이동 2) 변경 : 트위터 앱 하단 설치 팝업 노출 및 바로 다운로드 진행

이달의 매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
카카오	• **카카오웹툰 오픈에 따른 게재지면 변경 (8/1)** 1) 8/1일, 다음웹툰 → '카카오웹툰' 개편으로 카카오모먼트 게재지면 변경 2) 비즈보드 / 디스플레이 / 동영상 광고 유형에서 '카카오서비스' 게재지면 선택 시 '카카오웹툰'에 광고 노출 가능 • **카카오 픽셀&SDK 개편 (8/3)** 1) 픽셀 & SDK 마스터/멤버 권한 신설 : 마스터와 멤버 모두 광고계정과 픽셀 & SDK 연동 가능 직접 생성하지 않은 픽셀 & SDK의 멤버가 되어 픽셀 & SDK 이관없이 자유롭게 광고에 이용 2) 픽셀 & SDK 화면 및 기능 개편 [개편된 픽셀 & SDK 가이드] • **비즈보드X전환 캠페인 내 '카카오톡 채널' 목표 추가 (8/3)** 1) 기존 , 디스플레이 x 전환 캠페인에서만 카카오톡 채널 친구 기반 광고 최적화 가능 2) 8/3일, 비즈보드로 채널 친구 추가 목적의 광고 집행 가능 (친구 전환 지표 제공으로 손쉬운 광고 효율 및 전환 분석 가능) • **비즈보드 '도달' 목적 재출시 (8/11)** 1) 8/11일, 과거 보장형으로만 집행 가능했던 카카오 비즈보드 '도달' 목적 → 일반 CPM 입찰 방식으로 재출시 2) 8/9일, 도달 광고 목적 재 출시에 따라 과거 비즈보드 보장형 캠페인 일괄 삭제 처리

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