

# MEDIA AD ISSUE Vol.330

이달의매체 상품 소식

Media AD issue  
2022.06

Published by  
Media Consulting 1 & 2 Team

nasmedia

# 이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
구글	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 리드 양식 광고의 질문 유형 업데이트               <ul style="list-style-type: none"> <li>A. 리드 양식 광고란?                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 구글 애즈 내 리드 양식 광고 확장을 캠페인에 추가한 경우, 비즈니스에 관심이 있는 사용자들의 정보(이메일, 전화번호, 기타 세부정보) 수집 가능</li> </ul> </li> <li>B. 리드 양식 광고 업데이트: 활용 가능 질문 유형 확대                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- (변경 전) 활용 가능한 질문 유형: 50개 ▶ (변경 후) 활용 가능한 질문 유형: 2500개로 확대</li> </ul> </li> <li>C. 리드 양식 광고 질문 유형 확대 관련 세부사항                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 적용 가능 구글 솔루션: 검색, 디스플레이, 디스커버리, 동영상(*비디오 액션 캠페인 only), 실적 최대화 캠페인</li> <li>- 적용 가능 언어: 영어 (*추후 국가/언어 확대 예정) *해외항글로벌 캠페인에서 활용 가능</li> <li>- 설정 방법: 광고 확장 메뉴 &gt; [리드 양식 광고 확장] 추가</li> <li>- 사용 요건: 1) 양호한 정책 준수 내역                       <ul style="list-style-type: none"> <li>2) 민감한 카테고리 또는 하위 카테고리 (예: 성적인 콘텐츠)의 경우, 리드 양식 사용 불가</li> <li>3) 리드 양식 광고 확장 제작 시, 개인정보처리방침으로 연결되는 링크 제공 필요</li> <li>4) [동영상, 디스커버리, 디스플레이 캠페인에 리드 양식 광고 확장 추가하는 경우] or [광고 제목에서 리드 양식이 바로 열리는 검색 캠페인을 만드는 경우], 구글 애즈 내 지출 총금액이 USD \$50,000 를 넘어야 설정 가능 (*USD 이외의 통화로 계정 운영시, 해당 통화의 월평균 환율 기준으로 지출 금액을 USD로 변환)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

# 이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
메타	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>인스타그램 광고 끝부분 관련 테스트</b><ol style="list-style-type: none"><li>1) 테스트 대상 및 시점<ul style="list-style-type: none"><li>- 인스타그램 피드 지면 동영상 소재를 집행하는 광고주 전체의 30% (헬스케어, 럭셔리 버티컬 및 정치 광고주 제외)</li><li>- 5/21부터 약 3주간 진행</li></ul></li><li>2) 테스트 내용<ul style="list-style-type: none"><li>- 유저가 동영상 광고 끝부분에 도달했을 때, 미리 세팅한 요소(계정명, 클릭 후 랜딩 페이지에 대한 정보, 콜투액션 버튼 등)가 광고 중앙 영역에 표시</li><li>- 끝부분 'Info label'에서 보여줄 수 있는 정보 리스트에 '계정 팔로워 수' 추가</li></ul></li><li>3) 참고사항<ul style="list-style-type: none"><li>- 해당 테스트에서 오히려 아웃하기 위해서는 행동유도 옵션이 포함되어 있지 않은 캠페인 목표 활용 필수</li></ul></li></ol></li> <li>• <b>인스타그램/페이스북 릴스 광고 테스트 진행</b><ol style="list-style-type: none"><li>1) 테스트 대상 및 시점<ul style="list-style-type: none"><li>- 일부 광고주 대상 진행 중 (6월 내 전 광고주로 확대 예상)</li></ul></li><li>2) 테스트 내용<ul style="list-style-type: none"><li>- [인스타그램&amp;페이스북 릴스] 캠페인 참여 목적, Reach &amp; Frequency, 단일 이미지 포맷, 슬라이드 이미지 포맷 지원 등</li><li>- [페이스북 릴스] 30초 ~ 60초 길이의 영상 광고 지원 등</li></ul></li></ol></li></ul>

# 이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈															
카카오	<ul style="list-style-type: none"> <li>픽셀 &amp; SDK 특 전환이벤트 수집 항목 변경 및 커스텀 이벤트 오픈 (6/23) <a href="#">공지바로가기</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>픽셀 &amp; SDK로 수집 가능한 카카오 서비스 특시리즈(특가입/특구매/특참여) 수집 항목이 각 이벤트 값별 대응 표준 이벤트로 변경</li> <li>이벤트 집계 및 모수를 보다 세분화된 조건으로 확인할 수 있도록 픽셀 &amp; SDK 커스텀 이벤트 기능 오픈</li> <li>*참고 사항: 120일이 지난 10/21(금)부터는 픽셀 &amp; SDK에서 특가입/특구매/특참여 이벤트가 제거됨</li> </ul> </li> </ul> <p>1) 특시리즈(특가입/특구매/특참여) 이벤트 → 표준 이벤트로 변경</p> <p>-카카오 서비스의 이벤트 수집 변경 상세</p> <table border="1" data-bbox="675 796 1378 1096"> <thead> <tr> <th>카카오 서비스</th> <th>특시리즈 이벤트</th> <th>치환되는 표준 이벤트</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>싱크</td> <td>특가입</td> <td>회원가입</td> </tr> <tr> <td>톡스토어</td> <td>특구매</td> <td>구매</td> </tr> <tr> <td>비즈니스폼</td> <td>특참여</td> <td>서비스신청</td> </tr> <tr> <td>톡챗린더</td> <td>특참여</td> <td>잠재고객</td> </tr> </tbody> </table> <p>2) 커스텀 이벤트 오픈</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>이벤트 하위로 생성된 커스텀 이벤트 별 이벤트 수집 현황 및 모수 확인 가능</li> <li>경로: 픽셀 &amp; SDK &gt; 내 픽셀 &amp; SDK &gt; 픽셀 &amp; SDK 정보 &gt; 픽셀 &amp; SDK 연동 현황 &gt; 수집 이벤트 &gt; 커스텀 이벤트</li> </ul>	카카오 서비스	특시리즈 이벤트	치환되는 표준 이벤트	싱크	특가입	회원가입	톡스토어	특구매	구매	비즈니스폼	특참여	서비스신청	톡챗린더	특참여	잠재고객
카카오 서비스	특시리즈 이벤트	치환되는 표준 이벤트														
싱크	특가입	회원가입														
톡스토어	특구매	구매														
비즈니스폼	특참여	서비스신청														
톡챗린더	특참여	잠재고객														

# 이달의 매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
트위터	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>캠페인 및 광고 그룹 설정 방식 변경 안내 (5/31 적용) <a href="#">[상세내용 바로가기]</a></b><ul style="list-style-type: none"><li>1) 기본 구조<ul style="list-style-type: none"><li>: 광고 그룹 내 예산 및 집행 타이밍 관리 가능</li><li>: 광고 그룹별 일 예산 및 진행 날짜 설정 필수</li></ul></li><li>2) 캠페인 예산 최적화 설정<ul style="list-style-type: none"><li>: 캠페인 수준 내 일 예산 지정 및 캠페인 내 모든 광고 그룹 내 예산 자동 최적화</li><li>* 광고 그룹 수준 내 총 예산 및 일 예산 지정 불가 / 광고 진행 날짜 설정 필수</li></ul></li></ul></li><li>• <b>새로운 '캠페인 만들기' 인터페이스 도입 안내 (6/7 적용) <a href="#">[상세내용 바로가기]</a></b><ul style="list-style-type: none"><li>: 트위터 캠페인 집행 시 광고 제작, 선택, 관리 방식 변경</li><li>- 프로세스 간소화 및 단일 인터페이스 내 다음 작업 가능<ul style="list-style-type: none"><li>① 광고 그룹에서 프로모션을 진행 할 새 광고 만들기</li><li>② 트윗 작성자에서 만들었거나 다른 광고 그룹에 있는 기존 광고 선택 혹은 광고 그룹에 포함하려는 기존 광고 선택하기</li><li>③ 광고 수정하기</li><li>④ 광고 그룹 간에 광고 이동하기</li><li>⑤ 프로모션에서 광고 제거하기</li></ul></li></ul></li></ul>

# 이달의 매체 상품 소식 (5)

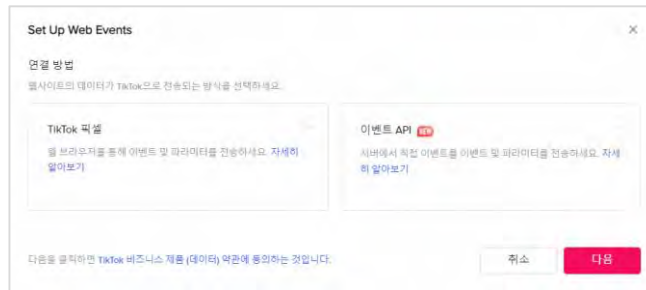
구분	이슈
----	----

틱톡(1)

- 픽셀 업데이트 관련 안내

1) 픽셀 생성시 Standard / Developer 모드 구분 없이 원하는 기능 설정 가능 (하반기 모든 캠페인 적용 예정)

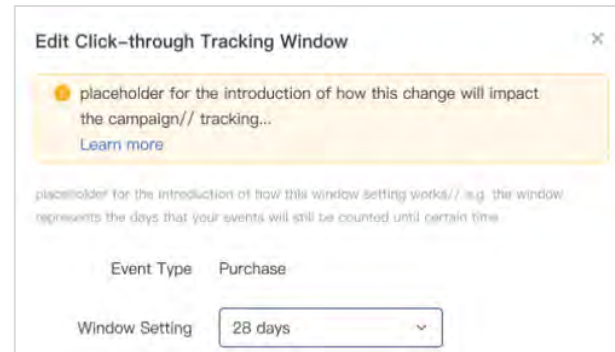
- 세팅 UI(예시)



2) 어트리뷰션 매니저 런칭 (6월 중 예정)

: 어트리뷰션 윈도우 최대 CTA 28일, VTA 7일로 세팅 가능

- 틱톡 애드매니저 > 이벤트 페이지 우측 상단에서 접속 가능





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)