

MEDIA AD ISSUE Vol.335

이달의매체 상품 소식

Media AD issue
2022.11

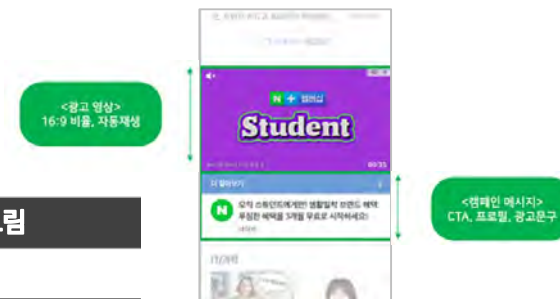
Published by
Media Consulting 1 & 2 Team

nasmedia

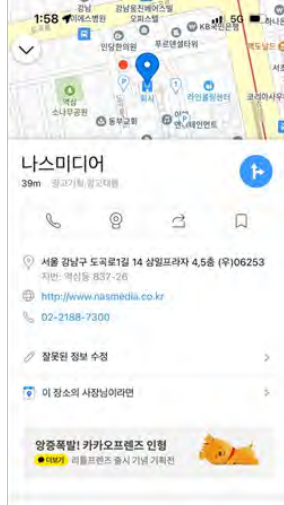
이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈						
	- 보장형DA, 아웃스트림 동영상 상품 개편 1) 내용 - 기존 아웃스트림 상품보다 더욱 커진 배너 영역 안에서 동영상이 자동으로 재생 - 확대된 광고 영역으로 캠페인 메시지를 보다 효과적으로 전달 가능할 것으로 기대 2) 단가 <table border="1"> <thead> <tr> <th>상품</th><th>M_메인_브랜딩DA_아웃스트림</th><th>M_통합_아웃스트림</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>단가(CPM)</td><td>6,500원</td><td>3,510원</td></tr> </tbody> </table>	상품	M_메인_브랜딩DA_아웃스트림	M_통합_아웃스트림	단가(CPM)	6,500원	3,510원
상품	M_메인_브랜딩DA_아웃스트림	M_통합_아웃스트림					
단가(CPM)	6,500원	3,510원					

네이버	- 성과형DA, 아웃스트림 동영상 지면 확장 및 검색 연동 옵션 출시 1) 아웃스트림 동영상 지면 확장 - 네이버 메인, 서비스통합 지면에 아웃스트림 동영상 출시 - 배너 영역 안에서 광고 영상이 자동으로 재생되며, 캠페인 메시지를 효과적으로 전달 가능 - 3초 재생(혹은 전체 재생)/랜딩페이지 이동 클릭 중 선 충족된 사용자액션에 과금하는 효율적인 CPV 방식 2) 검색연동 옵션 출시 - 동영상 최초 노출 시점으로부터 2초 후 검색어 노출 - 검색어는 최대 2개까지 연동할 수 있으며, 검색어 영역 터치 시 연동된 통합검색페이지로 이동
-----	---



이달의매체 상품 소식 (2)

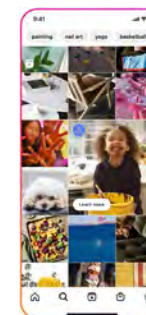
구분	이슈
카카오	카카오 비즈보드 ‘카카오맵’ 지면 확장 안내 공지바로가기 :카카오 맵 서비스내 카카오 비즈보드, 디스플레이 광고 소재 노출 카카오 맵 웹/앱내 카카오 비즈보드가 노출되며, 카카오 맵 PC내 노출되던 디스플레이 광고 노출 위치 변경 *참고사항 :카카오서비스, 다음 하위 노출 가능한 지면별 상세 선택 및 게재지면 서비스별 리포트 구분 불가 :광고그룹의 게재지면에 ‘카카오서비스’가 선택되어 있는 경우, 일예산과 입찰 금액 점검 권장 카카오 [비즈보드 ‘카카오맵’ 지면 확장] 1) 게재위치 및 적용 일정 - 게재 상세위치: A. [카카오 맵 PC] 검색결과 전체탭 및 검색 결과 모든 탭 최상단 B. [카카오 맵 MO 웹] 검색결과상단 및 상세 장소-매장관리하단 C. [카카오 맵 MO 앱] 검색결과상단 및 상세 장소-매장관리하단 - 광고노출 일정: 2022년 10월 11일 (화) - 적용완료 2) 적용대상 - 카카오비즈보드X전환, 카카오비즈보드X방문 캠페인 하위 광고그룹: 신규 적용 - 디스플레이X전환, 디스플레이X방문 캠페인 하위 ‘이미지 네이티브’ 소재: 게재위치 변경  

이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
구글	• 제품 피드를 활용한 디스커버리 (=Discovery with product feeds) 캠페인 (Open beta) : 22년 10월 이후 별도 얼라우리스팅 없이 제품 피드를 활용해 디스커버리 광고에 제품 정보 표시 가능 ▶ Google 판매자 센터(GMC)의 아래 두 가지 #신규 기능을 캠페인에 활용하면 더욱 강력한 디스커버리 광고 포맷 구현 #1. short_title : 사용자가 디스커버리 피드를 탐색할 때 제품 또는 브랜드를 기억하는데 도움이 될 수 있는 짧은 제목 #2. lifestyle_image_link : 디스커버리 피드를 탐색할 때 사용자의 주의를 끌 수 있는 영감을 주는 이미지 ▶ 성과 극대화를 위해 타겟 ROAS와 같은 가치 기반 입찰 전략 활용 적극 권장 • iOS 버전 YouTube Shorts 광고 지면 100% 노출 : 10월 이후 iOS 버전 내 모든 YouTube Shorts 가용 광고 지면에서 광고 노출 가능 (* 기존 iOS 버전에서 YouTube Shorts 내 광고는 일부 광고 지면에만 노출되었음) ※ YouTube Shorts 내 노출될 수 있는 구글 광고 상품 : 앱 설치 캠페인 (AC), 비디오 액션 캠페인 (VAC), 실적 최대화 캠페인 (Performance Max)

이달의매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
	• 인스타그램, 탐색 홈 광고 런칭 1) 상품 정보 - 내용: 고객이 정보를 탐색하는 탐색 탭의 홈지면에 노출되는 싱글 이미지 형태의 광고 상품 - 지원 가능 광고 목표: 인지도, 트래픽, 판매, 앱설치, 잠재고객 2) 참고 사항 - 단독 집행 불가하며, Instagram 피드, Instagram 탐색탭과 함께 세팅 필요 - 헬스케어, 제약, 게임, 금융, 럭셔리, 신용카드, 보험, 정부, 정치, 에너지, 천연 자원 업종에서는 지원 불가
메타	• 인스타그램, 프로필 피드 광고 런칭 1) 상품 정보 - 내용: 미성년자가 아닌 사용자의 공개 계정에 들어가 피드를 눌렀을 때 피드 콘텐츠들 사이에 뜨는 광고 상품 - 지원 가능 광고 목표: 인지도, 트래픽, 판매, 앱설치 - 지원 형태: 단일 이미지, 단일 동영상, 슬라이드 2) 출시 일정 - 2022년 말 100% 롤아웃 예정 3) 참고 사항 - 현재 소규모 프로필 대상으로 테스트 진행 중이며, 해당 지면 물량 한동안 매우 적을 것으로 예상



이달의매체 상품 소식 (5)

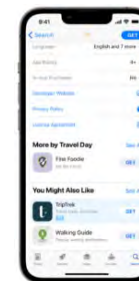
구분	이슈
틱톡	• 틱톡 크리스마스 시즌 내러티브 및 패키지 안내 [상세내용바로가기] : 연말 시즌 캠페인 제안에 참고 가능한 틱톡 크리스마스 내러티브 자료 및 크리스마스 패키지 출시 1) 전반적인 크리스마스 시즌 내러티브 및 하기 6개 업종의 세분화된 버티컬 내러티브 - Fashion / Beauty / F&B / Finance / Travel / Electronic Device 2) 연말 캠페인 프로모션 및 패키지 안내 - 크리스마스 패키지 혜택: 집행 금액의 20% 무상 크레딧 제공 + 크리에이터 개별 인스타그램 스토리 활용 권한 무상 제공 - 연말 캠페인 제안 시 하기 컨택포인트 통하여 추가 프로모션 적용 가능 여부 및 자료 확인 가능 * 수신: 틱톡 조희재 매니저 hwi.cho@bytedance.com * 참조: 틱톡 에이전시팀 kr-agency-new@bytedance.com / 미디어컨설팅2팀 admc2@nasmedia.co.kr

이달의매체 상품 소식 (6)

구분	이슈
애플	• 신규 상품 ‘투데이탭’, ‘제품페이지’ 출시 1) 투데이탭 - 상품 정보: App Store 첫 페이지에 노출돼 처음 방문하는 사용자에게 도달되는 광고 상품 - Creative Assets 지침 중 일부: ① 홍보 메시지에 50자 또는 3줄 이상의 텍스트 포함 불가 (스크린샷내 텍스트는 해당되지 않음) ② 앱 스크린샷 포함 요망. 자산에 프로모션, 라이프스타일 또는 기타 이미지 포함 불가 ③ 앱 스크린샷은 선명하며 왜곡되지 않아야 함. 스크린샷이 2/3 채워야 함 - 참고 사항: App Store Connect 내에서 승인된 맞춤형 제품페이지를 Apple SA UI에서 추가 검수받아야 함 2) 제품페이지 - 상품 정보: 제품 페이지 내 ‘좋아할 만한 다른 항목’ 목록 상단에 노출되는 광고 상품 - 세부 사항: App Store 제품 페이지에 이미 업로드해놓은 자산을 바탕으로, 앱 이름, 아이콘, 부제목 표시



투데이탭



제품페이지

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)