

MEDIA AD ISSUE Vol.336

이달의 매체 상품 소식

Media AD issue
2022.12

Published by
Media Consulting 1&2 Team

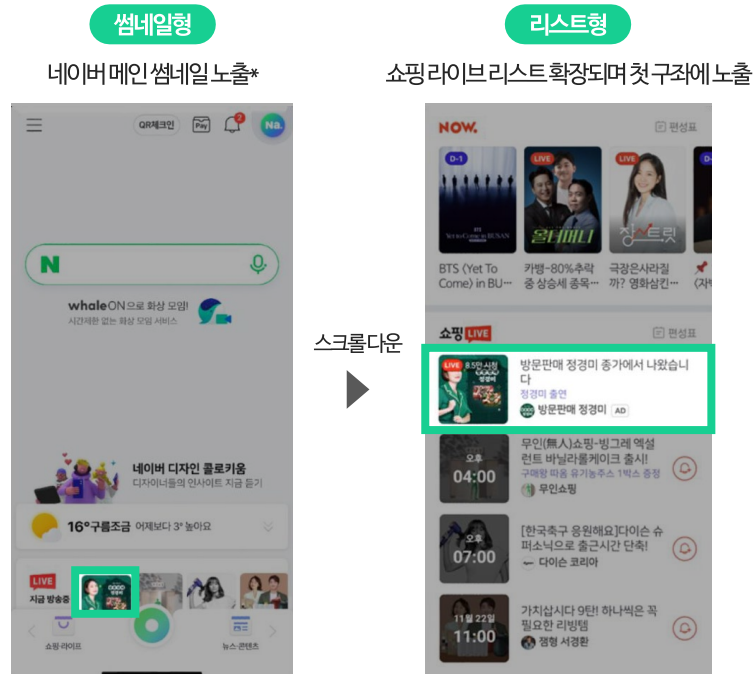
nasmedia

네이버 보장형DA, 신규 광고 상품 “쇼핑라이브DA” 출시

NAVER

- 네이버 모바일 메인에 노출되는 쇼핑라이브 전용 광고상품으로, 썸네일 노출 후 스크롤 다운시 보여지는 쇼핑 라이브 리스트 첫 구좌에 광고 노출
- 네이버 메인 시간 고정 노출 구좌를 합리적인 가격에 구매할 수 있는 상품으로, 쇼핑라이브 시청 트래픽 확보와 세일즈 확대에 기여할 수 있을 것으로 기대

| 쇼핑라이브DA 작동 방식 |



*NOW와55랜덤노출

| 쇼핑라이브DA 상품 정보 |

노출영역	• 썸네일형으로 노출 후 스크롤 다운시 리스트형 노출 - 썸네일형 : 네이버 모바일 메인 스페셜DA 구좌 하단 - 리스트형 : 스크롤 다운시 확장되는 쇼핑 라이브 리스트 최상단
소재타입	• 썸네일 이미지 + 텍스트 • 라이브 온에어 배지, 시청자수, 혜택, 로고 및 판매자명 쇼핑라이브 연동 노출
집행단위	• 일 기준 1시간 단위 판매 (10시~24시) • 구좌 시간 선택 가능
판매단가	• 500만원/구좌
위약금	• 10영업일 이내 10% • 집행일 이후 30%
기타사항	• 런칭 기념 40% 단가 할인 적용 (종료 일자 별도 공지 예정)

이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
네이버	성과형DA, ‘쇼핑 소식 광고(쇼핑 프로모션 캠페인)’ 베타 출시 1) 내용: 네이버 주요 쇼핑 지면에 스토어 소식과 혜택을 강조해 노출할 수 있는 광고 상품 ① 세부 노출 지면: 모바일 - 쇼핑판, 장보기판, 쇼핑홈, 삼성, 장바구니 / PC - 쇼핑홈, 검색결과 ② 광고 상품 구성: 이미지, 카피, 혜택&프로모션 정보 표시 배지 (혜택 배지 - 쿠폰&적립 / 프로모션 배지 - 쇼핑라이브, 브랜드데이 등) 이미지 카피 프로모션 배지 혜택 배지 2) 판매 대상: 네이버 브랜드스토어, 스마트스토어 보유 광고주 (베타 기간 한정) 3) 타겟팅: 성과형 광고 기본 타겟팅 옵션 외에도 ‘내 스토어 알림 받기 고객’ 타겟팅 가능

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
구글	YouTube Select 구매방식 변경 : 23년 1월 부터 YouTube Select Lineup은 구글애즈 내 빠른예약(Instant Reserve)을 통해서만 구매 가능 (* Allowlisting 필요) - 구매방식 변경 관련 참고사항 1) 22년 12월 내로 집행하는 캠페인 : 빠른예약(견적가 기준, 고정 CPM 아님) or 예약형(고정 CPM)을 통해서만 구매 가능 2) 23년 1월 부터 집행되는 캠페인 : 빠른예약(고정 CPM)을 통해서만 구매 가능 ※ 22년 12월 15일 ~ 23년 1월 4일까지 Allowlisting 잠시 중단 될 예정 디스커버리 광고의 YouTube Shorts 광고지면 노출 업데이트 : 22년 10월 24일 부터, 디스커버리의 정사각형(1:1) 및 세로형 에셋(4:5)이 YouTube Shorts 광고지면에 노출 (* 기존 디스커버리 광고는 YouTube Home Feed & Watch Next Feeds, G-Mail, Discover 영역에만 광고 노출되었음) ※ 매일 전세계 300억 뷰를 기록하는 YouTube Shorts에 광고하여 더 많은 전환 효과를 기대

이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
카카오	카카오톡 채널 메시지 ‘쿠폰 강조 버튼’ 옵션 추가 안내 공지바로가기 : 12월 7일 (수), 채널 메시지의 쿠폰강조버튼 추가로 쿠폰에 대한 주목도 증대 및 접근성 개선, 상품성 강화 메시지당 1~5개까지의 쿠폰 첨부 가능하며, 쿠폰 타이틀 선택을 통해 직관적인 노출 가능 * 참고 사항 : 쿠폰강조버튼을 적용한 채널메시지는 카카오톡 최신 버전 (v10.0.0 이상) 에서만 정상 노출 (※하위버전의 경우 ‘최신 버전 업데이트 메시지’ 노출) : ‘채널쿠폰’으로 추가한 경우, 카카오톡 PC에서 메시지 확인 시 쿠폰 영역 노출 불가 [카카오톡 채널 메시지 ‘쿠폰 강조 버튼’ 옵션 추가] 1) 제공 소재 유형 및 설정 경로 - 제공 소재 유형 : 기본텍스트/와이드이미지/와이드리스트/캐러셀피드 (※캐러셀커머스미제공) - 설정 경로 : A. [광고계정 > 광고만들기 > 카카오톡 채널X도달 캠페인 > 광고그룹 > 소재 만들기] B. [광고계정 > 광고관리 > 광고자산 관리 > 메시지 관리 > + 새 메시지 만들기] 2) 주요 변경사항 - 메시지 소재 만들기 화면 내 ‘쿠폰영역’ 추가 설정 제공 (※㉔채널쿠폰추가/㉕직접쿠폰추가) - 구성 요소별 등록 가이드 추가 (※쿠폰 유형/쿠폰 설명/쿠폰 아이콘/쿠폰) - [소재 지표 > 메시지 지표] 항목내 ‘캐러셀 쿠폰 버튼 클릭수’, ‘쿠폰 버튼 클릭수’ 집계

이달의매체 상품 소식 (4)

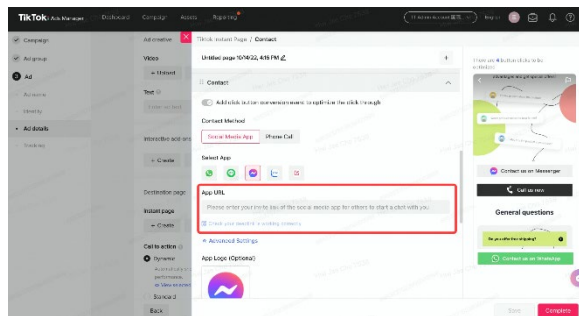
구분	이슈										
트위터	다이나믹 프로덕트 광고(DPA) 소개 [상세내용바로가기] :유저 활동을 기반으로 한 개인화 광고 노출을 통해 판매/전환을 유도하는 광고 형식 [DPA 온보딩 단계] 1) Twitter 픽셀 or 전환 API 구현 - 필수 이벤트: 페이지 조회(구 사이트 방문)/콘텐츠 조회/장바구니에 담기/구매 2) 제품 카탈로그 업로드 3) 트위터 광고 매니저 내 다이나믹 프로덕트 캠페인 구성 웹 전환 최적화(WCO) 소개 [상세내용바로가기] :전환 최적화 모델을 재구축한 프로덕트로, 광고주가 하위 퍼널 웹 사이트 행동(예: 구매 또는 장바구니에 담기)으로 전환할 가능성이 가장 높은 사용자에게 도달하는 방식 개선 [웹사이트 전환 최적화 설정 방법] :아래 캠페인 구성 참조 <table> <tr> <td>목적</td><td>전환수</td></tr> <tr> <td>목표</td><td>웹 전환수</td></tr> <tr> <td>전환 이벤트</td><td>'하위 퍼널' 이벤트 선택</td></tr> <tr> <td>입찰 전략</td><td>자동 입찰</td></tr> <tr> <td>청구 기준</td><td>노출수</td></tr> </table>	목적	전환수	목표	웹 전환수	전환 이벤트	'하위 퍼널' 이벤트 선택	입찰 전략	자동 입찰	청구 기준	노출수
목적	전환수										
목표	웹 전환수										
전환 이벤트	'하위 퍼널' 이벤트 선택										
입찰 전략	자동 입찰										
청구 기준	노출수										

이달의매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
틱톡	광고 상품 관련 베타 상품 및 기능 안내(1)-최적화 관련 1) Landing Page View (LPV) - Beta : ‘트래픽’ 목표의 새로운 최적화 목표 유형으로, 클릭 뿐만 아니라 랜딩 페이지가 완전히 로드될 때까지 기다리는 유저를 위해 최적화 High Quality 트래픽을 광고주 웹사이트로 유도하고 궁극적으로 전환 가능성이 높은 유저 제공
	Objective Traffic Optimization Goal Click (Default) Landing Page View (new) Destination Web & App Web only Placement TT, News Feed App Series & Pangle TT and News Feed App Series Billing Type CPC oCPM
	2) The Video Insights Page - Beta [상세내용 바로가기] : 애드매니저 내 광고 소재 자세히 분석할 수 있는 솔루션 각 소재별 효율 파악이 가능하며, View Analysis를 통하여 이탈 / 전환 발생 시점 확인 가능

이달의매체 상품 소식 (6)

구분	이슈
틱톡	• 광고 상품 관련 베타 상품 및 기능 안내(2)-인스턴트페이지 기능 1) [Instant Page] Video Gallery - Beta [상세내용바로가기] : CTA 클릭 후 노출되는 인스턴트 페이지에서 비디오 갤러리를 볼 수 있도록 설정 가능 → 모바일 웹 대비 x11배 빠른 로딩 스피드 → 기존 Instant Page (without Video Gallery) 대비 28% 높은 유저 참여도 → 기존 Instant Page (without Video Gallery) 대비 X1.9배 높은 “결제완료” 2) [Instant Page] Consulting Ads - Beta : 기존 인스턴트 페이지에서 채팅 또는 전화 연결 CTA 버튼을 통해 고객과 바로 연결 가능한 솔루션 〈LINE / WhatsApp / Messenger / 카카오프러스 친구 채팅〉으로 랜딩할 수 있도록 세팅 가능 → 알파 테스트 참여한 모든 광고주의 CPA 50% 감소



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)