

MEDIA AD ISSUE Vol.346

이달의 매체 상품 소식

Media AD issue
2023.10

Published by
Media Consulting 1&2 Team

nasmedia

이달의매체 상품소식 (1)

구분	이슈												
네이버	- 보장형DA, 브랜드검색/신제품검색/서칭뷰 광고 UI 변경 1) 변경 내용 <table> <tr> <th>상품</th><th>대상</th><th>변경 내용 상세</th></tr> <tr> <td>브랜드검색</td><td> - 브랜드검색 PC(라이트형/프리미엄형/리미티드형) - 브랜드검색 모바일(라이트형/프리미엄형/브랜드추천형/리미티드형) </td><td> - 소재 요소 중 일부 이미지 라운딩 처리 - 썸네일 크기 확대 (모바일 라이트형, 프리미엄형, 브랜드추천형) </td></tr> <tr> <td>신제품검색</td><td>-</td><td> - 썸네일 이미지 크기 확대 및 모서리 라운딩 처리 - 하단 서브링크가 버튼형으로 변경 (기본 2개, 최대 3개까지 입력 가능) </td></tr> <tr> <td>서칭뷰</td><td>-</td><td> - 소재 요소 라운딩 처리 - 타이틀 컬러 변경 및 타이틀 문구 우측 아이콘 삭제 </td></tr> </table> * 예시 : [브랜드검색모바일라이트형일반] 라인프렌즈 홈페이지 이벤트 라인프렌즈 공식 스토어 라이프스타일 이벤트 라인프렌즈 공식 스토어 라이프스타일 [신제품검색] 신제품 소개 2023 NEW AI 스피커 클로바 웨이브 음부한 사운드로 즐기는 최상의 스마트 홈 디바이스 상세보기 구매하기 문의하기 [서칭뷰] 위험있는 디자인 라인프렌즈 스토어 x 리제 리제 라인프렌즈 스토어 리제 라인프렌즈 스토어 2) 변경 일정 : 2023년 10월 19일(목) 3) 참고 사항 : 10월 19일 이전 등록된 소재도 자동으로 변경된 UI가 적용되어 노출	상품	대상	변경 내용 상세	브랜드검색	- 브랜드검색 PC(라이트형/프리미엄형/리미티드형) - 브랜드검색 모바일(라이트형/프리미엄형/브랜드추천형/리미티드형)	- 소재 요소 중 일부 이미지 라운딩 처리 - 썸네일 크기 확대 (모바일 라이트형, 프리미엄형, 브랜드추천형)	신제품검색	-	- 썸네일 이미지 크기 확대 및 모서리 라운딩 처리 - 하단 서브링크가 버튼형으로 변경 (기본 2개, 최대 3개까지 입력 가능)	서칭뷰	-	- 소재 요소 라운딩 처리 - 타이틀 컬러 변경 및 타이틀 문구 우측 아이콘 삭제
상품	대상	변경 내용 상세											
브랜드검색	- 브랜드검색 PC(라이트형/프리미엄형/리미티드형) - 브랜드검색 모바일(라이트형/프리미엄형/브랜드추천형/리미티드형)	- 소재 요소 중 일부 이미지 라운딩 처리 - 썸네일 크기 확대 (모바일 라이트형, 프리미엄형, 브랜드추천형)											
신제품검색	-	- 썸네일 이미지 크기 확대 및 모서리 라운딩 처리 - 하단 서브링크가 버튼형으로 변경 (기본 2개, 최대 3개까지 입력 가능)											
서칭뷰	-	- 소재 요소 라운딩 처리 - 타이틀 컬러 변경 및 타이틀 문구 우측 아이콘 삭제											

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
네이버	• 보장형DA, 브랜드검색 '소재 최적화 템플릿' 출시 1) 내용: 소재 노출대상을 설정할 수 있는 기능을 제공하는 브랜드검색 템플릿으로, 첫번째 옵션으로 남/여 성별에 따른 소재 등록 기능 제공 2) 출시 대상: 브랜드검색 PC (라이트형/프리미엄형(탭형 포함)) 브랜드검색 모바일 (라이트형/프리미엄형/브랜드추천형/스폰서형) * 브랜드검색 리뷰형, 리미티드형은 소재 최적화 템플릿 출시 대상에서 제외 3) 출시 일정: 2023년 10월 30일(월) 4) 단가: 별도 공지시까지 프로모션 단가 적용 → 기본 브랜드검색 단가와 가격 동일 5) 참고 사항 - 프로모션 기간 중 계약 설정 조건 일부 변경 (계약 집행 기간 7~31일 이내, 계약 노출 시작일은 계약 등록일로부터 +30일 이내) - 검색 이용자의 성별은 이용자가 등록한 정보 및 AI 기술을 이용하여 판단되므로, 실제 이용자의 성별과는 다를 수 있음 - 이용자의 성별을 판단할 수 없는 경우에는 기본 소재가 노출, 성별을 알 수 없는 일부 이용자에게 광고 미노출을 방지하기 위해 기본 소재 등록 권장

이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
구글	Demand Gen 업데이트 (기존 디스커버리 캠페인에서 자동 업그레이드) : 10월 10일부터 기존 디스커버리 캠페인을 Demand Gen 캠페인으로 활용 가능하도록 업데이트 [기존 디스커버리 ▶ 신규 Demand Gen Migration 관련 주요 사항] - 신규 계정의 경우 기존 디스커버리는 사용 불가, 신규 Demand Gen 활용 가능 - 6개월 동안 디스커버리 상품 활용하지 않은 계정의 경우, 자동으로 Demand Gen으로 업그레이드 적용 - (23' 10월) 현재 디스커버리 운영 계정의 경우, Demand Gen으로 업그레이드 희망할 시 얼라우리스팅 신청 필요 계속 기존 디스커버리 캠페인으로 운영이 필요한 경우 얼라우리스팅 신청 X WVC(Video View Campaign) 풀 런치 안내 : 비디오 뷰 캠페인(WVC) 상품이 풀 런치되어 별도 얼라우리스팅 없이 Google Ads 상 바로 세팅 및 운영 가능 [WVC 주요 사항] - WVC는 일반 트루뷰 인스트림 Skippable (스킵가능) 캠페인에서보다 평균 40% 더 높은 조회수를 기록 - WVC는 일반 트루뷰 인스트림 Skippable (스킵가능) 캠페인에서보다 평균 30% 더 낮은 CPV를 기록 - 모든 Skippable (스킵가능) 포맷에서 CPV 비딩 전략이 고려도 측면에서 가장 높은 상승률을 보임

이달의매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
메타	• 도달 및 빈도 구매(R&F) 리브랜딩 및 업데이트 1) 업데이트 내용 ① 명칭 변경: 기존 ‘도달 및 빈도(R&F, Reach&Frequency)’에서 ‘예약(Reserve)’으로 변경 ② 신규 기능 ‘타겟 빈도’ 도입: 새로운 빈도 설정 옵션으로, 설정한 빈도 수에 가깝게 광고가 가장 많이 도달할 수 있도록 하는 기능 기존에 제공되던 ‘평균 빈도 늘리기’ 옵션은 지원 중단 예정 ③ 지원 캠페인 목표&최적화 옵션 간소화: [도달/광고 상기도 성과 증대/Thruplay] 최적화만 지원 기존에 지원되던 [링크 클릭/게시물 참여] 최적화는 지원 중단 예정 2) 적용 일정: 2023년 10월 내 100% 롤아웃 예정 3) 참고 사항 - 지원 중단이 예정된 기능을 사용하는 캠페인의 경우, 캠페인 종료 시점까지 기존 설정값 지속 지원 예정 - 캠페인 플래너에는 해당 업데이트 미반영

이달의매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
틱톡(1)	• TTCX (TikTok Creative Exchange) 베타 런칭 안내 : 틱톡 크리에이티브 제작/편집을 지원하는 기존의 TTCX 알파가 베타로 런칭 [상품 안내] - TTCX: 틱톡에 특화된 광고 소재 제작을 빠르고 쉽게 대량으로 제공하여 최적의 Always-on 캠페인 집행할 수 있는 원스톱 크리에이티브 플랫폼 - TTCX 베타 안내 바로가기 - KR TTCX BETA 패키지 상품: Standard(2,000만원), Premium(5,000만원), Hybrid(2,300만원), Remix(400만원) - 참고사항: 패키지 별 예산 및 상세 가이드 변동 [집행 프로세스] 1) 사전 제작 : 크리에이티브 파트너 살펴보기 등 2) 제작 : 협업 크리에이티브 파트너사 선택 및 제작물 관련 브리프 제출 등 3) 제작물 전달: 기획안 및 영상 제작물 전달, 수정/피드백 공유 등

이달의매체 상품 소식 (6)

구분	이슈
틱톡(2)	• EDR (Estimated Delivery Results) 런칭 안내 :비딩가/캠페인 예산에 따른 캠페인의 결과를 예측할 수 있는 예상 게재 결과(EDR) 톨 런칭 [상품 안내] - EDR: 다양한 입찰/예산 수준에서 예측된 결과를 제공하여 광고주들의 광고 그룹의 일일 수정에 대해 안내 - 현재 광고 그룹 목록 내의 게재 중 <u>모바일 앱 설치(MAI)</u> <u>광고 그룹</u>만 확인 가능 - EDR 가이드 바로가기 1) <u>입찰 EDR (비용 상한용)</u>: 수정 후 비용 상한 광고 그룹에 대한 특정한 날의 비용을 예측 - 사용 방법: 광고 그룹 내 '입찰 편집' 클릭 > '추정 그래프 결과 보기' 클릭 2) <u>예산 EDR (최저비용용)</u>: 수정 후 최저 비용 광고 그룹에 대한 특정한 날의 노출수와 전환수를 예측 - 사용 방법: 광고 그룹 내 '예산 편집' 클릭 > '추정 그래프 결과 보기' 클릭

이달의매체 상품 소식 (7)

구분

이슈

- 틱톡 애드매니저 추천 기능(Recommendations in Ads Manager) 런칭 안내
 - 틱톡 애드매니저에서 캠페인의 퍼포먼스 효율을 높일 수 있도록 캠페인 분석 후 캠페인 세팅 관련 추천 기능을 제공
 - 광고 그룹 내 '게재 최적화' 통해 확인 가능

틱톡(3)

BEFORE

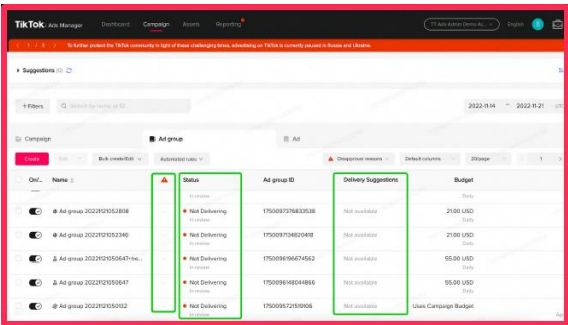
AFTER

추천 센터 X

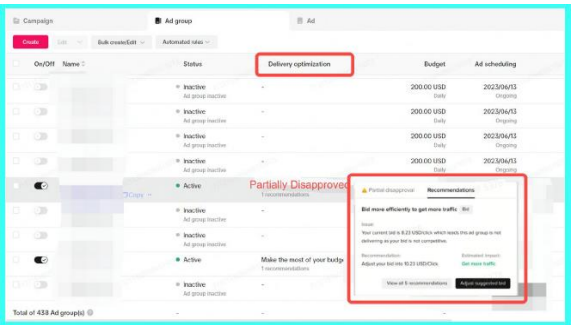
사용 가능한 모든 추천 기능을 한 번에 관리할 수 있는 창 제공

분리된 열

통합된 열



Name	Status	Ad group ID	Delivery Suggestions	Budget
Ad group 302270101808	Not Delivering	175009727633538	Not available	2100 USD
Ad group 302270101808	Not Delivering	175009727633538	Not available	2100 USD
Ad group 302270101808	Not Delivering	175009727633538	Not available	2100 USD
Ad group 302270101808	Not Delivering	175009727633538	Not available	2100 USD
Ad group 302270101808	Not Delivering	175009727633538	Not available	2100 USD



Name	Status	Delivery optimization	Budget	Ad scheduling
Ad group inactive	Inactive		200.00 USD	Daily
Ad group inactive	Inactive		200.00 USD	Daily
Ad group inactive	Inactive		200.00 USD	Daily
Ad group inactive	Inactive		200.00 USD	Daily
Ad group inactive	Inactive		200.00 USD	Daily

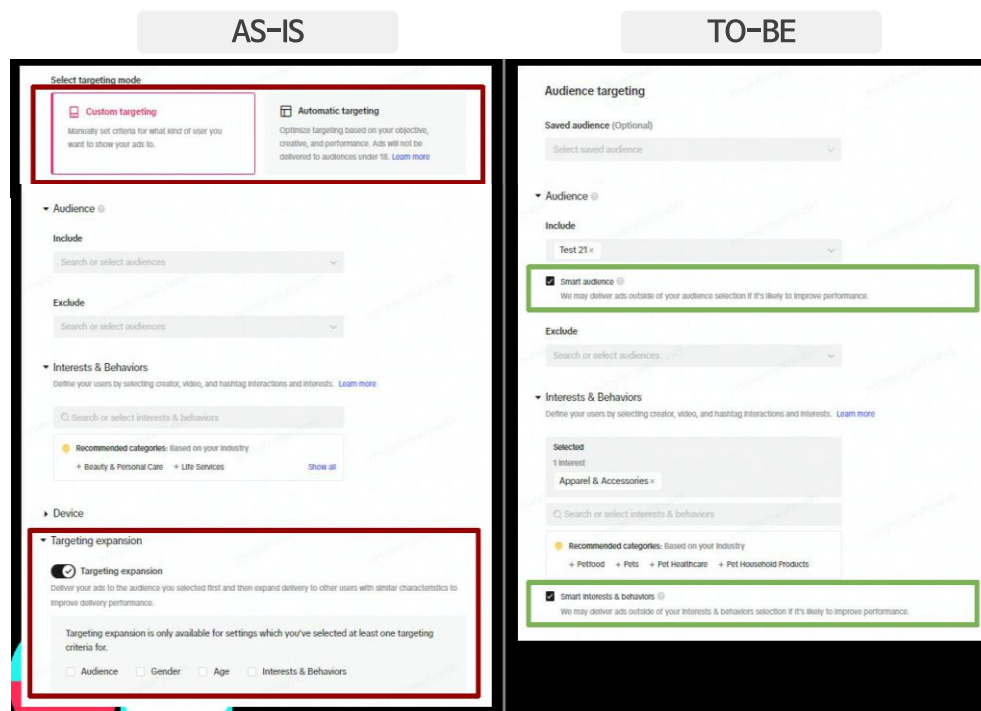
이달의매체 상품 소식 (8)

구분

이슈

- 타겟팅 세팅 UI 변경 업데이트 안내 (10월 중순 이후 업데이트 예정)
 - 직관적인 UI 변경으로 '스마트 타겟팅'을 토글 온-오프로 간편하게 활용 가능
 - 스마트 타겟팅 함께 세팅 시 평균 5% 더 낮은 CPA 확인

틱톡(4)



이달의매체 상품 소식 (9)

구분	이슈
X.corp (구.트위터)	• X.corp(트위터) 웹사이트 카드 형식 변경 업데이트 안내 : 10월 12일부터 카드의 하단 헤드라인 부분 제거를 통한 형식 업데이트 진행 클릭 가능한 카드 URL이 광고의 동영상이나 이미지에 오버레이되며 소재 영역이 더욱 크게 강조되도록 변경 [웹사이트 카드 형식 변경: 노출 예시] BEFORE AFTER [업데이트 관련 참고사항] - 변경사항은 현재 활성화된 모든 웹사이트 카드 미디어에 영향을 미칠 예정 - 모든 광고 소재 사양은 동일하게 유지되므로 즉각적인 조치는 불필요 - 광고 소재를 검토하여 형식 변경을 고려 후, 필요하실 경우 미디어나 카피에 헤드라인과 클릭 유도 문구 추가 권장

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)