

# MEDIA AD ISSUE Vol.363

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue  
2025.03

Published by  
Media Planning 1&2 Team

nasmedia

# INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

## MEDIA AD ISSUE

- 메타, AI 관련 기능 업데이트 및 강화(간소화된 A+ 캠페인 설정 & 광고 최적화 지수)
- 토스, 신규 앱태그 광고 ‘두근두근 1등 찍기’ 런칭
- 이달의 매체 상품 소식

# 메타, AI 관련 기능 업데이트 및 강화

META

- 메타의 대표 AI 기반 자동화 솔루션인 '어드밴티지+ 캠페인'의 설정 경험이 간소화되고, 캠페인 최적화 점수를 점검할 수 있는 '광고 최적화' 지수 출시
- AI 기반 광고 솔루션에 대한 메타의 투자가 지속되고 있는 만큼, 올해도 AI 기반 솔루션 활성화를 위한 다양한 업데이트가 진행될 것으로 전망

## | 간소화된 어드밴티지+ 캠페인 설정 |

기존 대비 어드밴티지+ 캠페인 설정 경험은 간소화되지만  
기존 어드밴티지+ 쇼핑, 앱 캠페인과 동일한 성과 확보 가능

### 어드밴티지+ 캠페인 예산

- 모든 광고 세트 어드밴티지+ 캠페인 설정 유지

### 어드밴티지+ 노출 위치

- 모든 광고 세트 어드밴티지+ 노출 위치 설정 유지  
(계정 수준 노출 위치 관리 설정 상태여도 무방)

### 어드밴티지+ 타겟

- 하나 이상의 광고 세트에서  
어드밴티지+ 타겟 설정 필수
- 최소 연령 18~25세
- 맞춤 타겟 제외만 설정
- 모든 위치 또는 언어  
(계정 수준 타겟 관리 설정 상태여도 무방)

옵션별 조건 충족 시

AI로 성과를 극대화하는 엔드투엔드 자동화 캠페인(어드밴티지+ 판매/앱/잠재고객 캠페인)으로 정의

\*어드밴티지+ 쇼핑 캠페인에서 명칭 변경



어드밴티지+  
판매 캠페인



어드밴티지+  
앱 캠페인



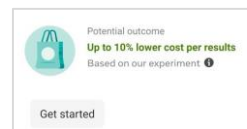
어드밴티지+  
잠재 고객 캠페인

NEW

## | 광고 최적화 지수 적용 |

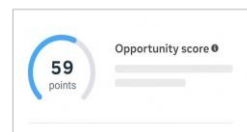
캠페인, 광고 세트 및 광고가 얼마나 최적화 되어 있는지 점수를 매기고  
비즈니스 프로필 및 특성에 맞춘 추천 사항을 실시간으로 찾아내 공유

〈광고 최적화 지수 추천 사항 3가지 주요 원칙〉



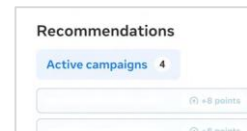
### 1 입증된 추천 사항

광고주 성과 개선에 도움이 되는 것으로 판단되는  
테스트를 기반으로 제공



### 2 맞춤형 추천 사항

비즈니스 프로필과 캠페인 특성에 따라 맞춤화



### 3 우선순위가 지정된 추천 사항

추산되는 성과 영향에 따라 순위가 지정되며  
캠페인 수명 주기 동안 실시간에 가깝게 업데이트

# 토스, 신규 앱테크 광고 ‘두근두근 1등 찍기’ 런칭

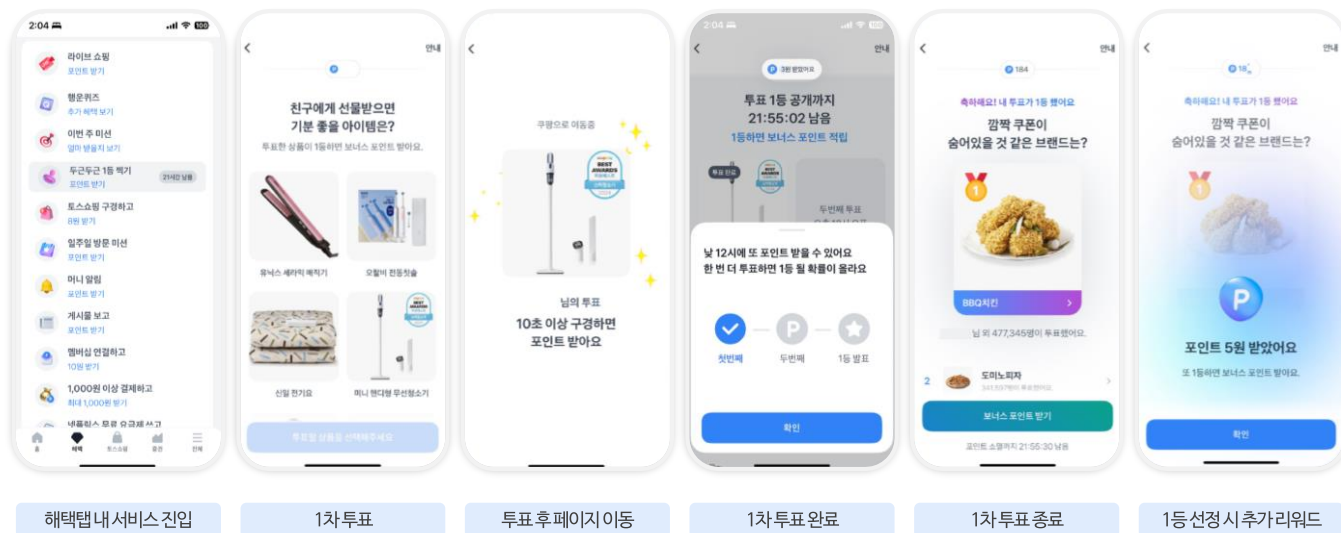
toss

[광고 상품 소개서 다운로드](#)

- 다수의 제품을 카탈로그 형태로 노출하여 제품 인지도를 높이고, 유저 트래픽 및 구매 전환을 극대화할 수 있는 광고 상품
- 토스 행운퀴즈, DA 배너 광고와 믹스하여 ‘인지 - 고려 - 구매 전환’의 풀퍼널 운영 전략으로 활용 가능

## | 두근두근 1등 찍기 상품 플로우 |

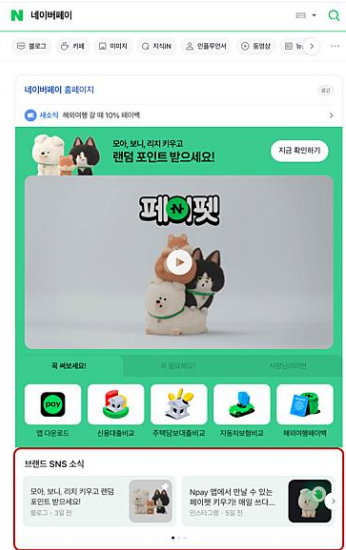
6개의 서로 다른 SKU를 카탈로그 형태로 노출하고, 하루 최대 2번 커스텀한 질문에 유저들이 투표하도록 유도해  
광고 관여도를 극대화하며 낮은 CPC 단가로 대량의 트래픽 기대 가능



## | 상품 판매 정책 |

| 구분    | 내용                                                                                          |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 상품 소개 | <p>커스텀 질문을 통해 유저들의 인터렉션 요소 극대화</p> <p>원하는 질문 주제 입력</p> <p>6개의 서로 다른 SKU가 투표 페이지 내 동시 노출</p> |
| 상품 단가 | 3,000만원/1일                                                                                  |
| 예상 효율 | 예상 클릭 약 190만, 예상 CTR 5%                                                                     |
| 참고사항  | 설정한 상품의 순서와 상관 없이 유저에게 랜덤 노출<br>1개 캠페인에 최소 6개 최대 10개 상품 등록 가능                               |
| 위약금   | 집행 2영업일 전부터 위약금 부과,<br>전날 23시 이후로는 집행 취소 불가                                                 |

# 이달의매체 상품 소식 (1)

| 구분  | 이슈                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 네이버 | <div> <ul style="list-style-type: none"> <li>(NOSP) 브랜드사의 SNS 콘텐츠를 소재로 활용하는, 브랜드검색 ‘브랜드 SNS 소식’ 추가 안내               <div> <div>1) 내용: 브랜드 검색의 소재 하단에 추가되는 ‘브랜드 SNS 소식’을 통해, 브랜드 사 SNS 계정을 연동하여 최근 발행된 콘텐츠 소재로 노출 가능</div> <div>2) 연동 가능 SNS 채널                   <div> <div>- 광고 대상 브랜드가 해당 브랜드의 홍보를 위해 운영하는 네이버 블로그, 인스타그램</div> <div>(단, 광고 사전 심의가 필요한 업종은 사용 불가)</div> </div> </div> </div> <div>3) 소재 적용 방식               <div> <div>- 연동된 SNS 계정의 콘텐츠가 발행일 최신순으로</div> <div>최소 2개~최대 12개까지 반영, 클릭 시 해당 SNS 콘텐츠 상세 페이지로 이동</div> <div>- 브랜드사에서 알리고 싶은 콘텐츠 1개 선택하여</div> <div>우선 노출 선택 혹은 노출하고 싶지 않은 콘텐츠 제외 가능</div> <div>- 연동된 SNS 계정에서 새로운 콘텐츠 발행 시 소재 변경 없이 자동 업데이트 노출 가능</div> </div> </div> <div>4) 적용 상품               <div> <div>- 브랜드 검색 PC/모바일 라이브형, 프리미엄형, 브랜드 추천형 총 15개 템플릿</div> </div> </div> </li></ul> </div> <div> <div>  <div>〈모바일-브랜드 컬러 미적용〉</div> </div> <div>  <div>〈PC-브랜드 컬러 적용〉</div> </div> </div> |

# 이달의매체 상품 소식 (2)

| 구분  | 이슈                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 네이버 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• (GFA) 2025년 3월 플랫폼 변경 사항 안내               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 게재 위치 개편                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고 게재 위치 자동 최적화를 위해 '네이버' 및 '네이버패밀리 매체'의 게재 위치를 '네이버+'로 통합하여 제공</li> <li>- 적용 일자                       <ul style="list-style-type: none"> <li>• 게재 위치 설정 UI 변경: 2025년 3월 10일</li> <li>• 마이그레이션: 2025년 3월 10일 ~ 14일 (약 1주일 소요 예상)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>2) 신규 내 데이터 타겟 '외부 오디언스' 오픈                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- '내 타겟 데이터'에 MMP에서 생성한 오디언스를 네이버 성과형 디스플레이 광고 플랫폼에 연동하는 '외부 오디언스' 추가</li> <li>- MMP에서 제공하는 다양한 기능으로 생성한 오디언스를 타게팅/디타게팅 사용 가능                       <ul style="list-style-type: none"> <li>※ Airbridge 우선 지원, 그 외 MMP 순차 지원 검토중</li> </ul> </li> <li>- 적용 일자: 2025년 3월 13일</li> <li>- 변경 사항: 도구 &gt; 잠재고객 관리 &gt; 내 데이터 타겟 메뉴 하위에 '외부 오디언스' 추가</li> </ul> </li> </ol> </li> </ul> <div data-bbox="708 1039 1668 1235"> <p>잠재고객 관리</p> <p>내 데이터 타겟   맞춤 타겟   네이버 쇼핑 타겟   유사 타겟 관리</p> <hr/> <p>고객 파일   MAT 타겟   웹사이트 타겟   <b>외부 오디언스</b>   API Key 생성하기</p> </div> |

# 이달의매체 상품 소식 (3)

| 구분  | 이슈                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 네이버 | <div> <div> <ul style="list-style-type: none"> <li>(NOSP) 스페셜DA 이미지형 신규 사이즈 추가 (750*230) <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 내용 : 〈스페셜 DA 이미지형〉 기존 750*200 사이즈에서 750*230으로 확대되어 기존 대비 15% 더 넓은 영역 사용 가능</li> <li>2) 적용 일자 : 3월 3일 월요일 오전 11시</li> <li>3) 등록 방법 : 소재 등록 화면에서<br/>‘[모바일] 메인_스페셜DA_이미지형_신(230)’ 선택</li> <li>4) 참고사항 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신규 사이즈 (750*230) 할증 없이 사용 가능</li> <li>- 기존 사이즈 (750*200)도 지속 사용 가능</li> <li>- 신규 사이즈 등록을 위한 라인 재부킹은 불필요하며 기존 라인에서 바로 사용</li> <li>- 이미지형 외 다른 유형에는 미적용</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </div> <div> <div> <div>기존 사이즈 (750*200)</div> <div>신규 사이즈 (750*230)</div> </div> </div> </div> |

## 이달의 매체 상품 소식 (4)

구분

이슈

카카오

• 모먼트카카오 클릭 ID (kclid) 도입 안내

공지사항

: 2/26 (수), 모먼트 캠페인에서 카카오 클릭 ID 설정 기능 지원을 통해 광고 전환 성과 추적 개선 및 광고 효율 향상에 기여

■ 서비스 적용일: 2025년 2월 26일 (수)

■ 카카오 클릭 ID 소개 및 이점

- 카카오 클릭 ID(kclid)란, 광고 클릭에 대해 카카오에서 발급하는 유니크한 ID를 의미하며 사용자가 광고를 클릭하여 웹사이트 방문 시 자동으로 전달

1) 브라우저에서 제 3사 쿠키 (third party cookie)를 차단한 경우에도 개인정보는 보호한 채 안전하게 이벤트 수집 가능

2) 전환 성과를 더욱 정확하게 측정하고 확보하여, 광고 성능을 향상시키고 효율 개선에 기여

■ 카카오 클릭 ID 설정 방법

- 캠페인 생성 시, <카카오 클릭 ID 설정> 체크박스 선택을 통해 설정 가능

[카카오 클릭 ID 설정을 지원하는 캠페인 유형 X 목표 리스트]

| 유형 | 카카오<br>비즈보드     | 카카오<br>비즈보드 CPT | 포커스<br>보드 | 포커스<br>풀뷰 | 프로필<br>풀뷰 | 리치팝<br>올데이 | 디스플레이     | 다음쇼핑 | 동영상 | 상품<br>카탈로그 |
|----|-----------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|------|-----|------------|
| 목표 | 전환*<br>방문<br>전환 | 도달              | 도달        | 도달        | 도달        | 도달         | 전환*<br>방문 | 도달   | 조회  | 전환         |

(전환\* : 픽셀 & SDK로 광고 최적화)

# 이달의매체 상품 소식 (5)

| 구분  | 이슈                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 카카오 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 모먼트 광고 경매 방법 변경 안내 <a href="#">공지사항</a><br/>: 3/24 (월), 카카오모먼트 1차 가격 경매 (First Price Auction) 방식으로 경매 방식 변경 예정<ul style="list-style-type: none"><li>■ 적용 일정 : 2025년 3월 24일 (월)</li><li>■ 적용 내용 : 1차 가격 경매 (First Price Auction)로 변경</li><li>■ 영향받는 상품 : 카카오모먼트를 통해 구매되는 DA광고 인벤토리</li><li>■ FAQ<ul style="list-style-type: none"><li>Q1. 적용 전에 광고주가 조치할 사항이 있을까요?<ul style="list-style-type: none"><li>- 자동입찰 광고그룹의 경우, 변경이 필요한 부분은 없으며 카카오모먼트 내에서 자동으로 적용 예정</li><li>- 수동입찰 광고그룹의 경우, 2차 가격 경매 (Second Price Auction)를 고려한 높은 입찰가를 설정했다면 소진이 증가할 수 있으므로 자동입찰로 변경 또는 1차 가격 경매 (First Price Auction)를 고려한 입찰가로 하향 조정 필요 (ex. CPC인 경우 클릭당 실제 지불할 금액으로 입력필요)</li></ul></li><li>Q2. 변경 후 새롭게 생성되는 캠페인/광고그룹에서 어떠한 조치를 해야 하나요?<ul style="list-style-type: none"><li>- 광고 설정에서의 변경사항은 없으나, 수동입찰 설정 시 입찰가를 실제 지불할 금액으로 입력 필요 (ex. CPC인 경우 클릭당 실제 지불할 금액으로 입력필요)</li></ul></li><li>Q3. 위 변경이 어떠한 장점이 있나요?<ul style="list-style-type: none"><li>- 1차 가격 경매 (First Price Auction) 방식으로 변경됨에 따라 경매 구조가 간소화되고, 높은 품질의 인벤토리 구매가 수월</li><li>- 광고비 지출의 신뢰도를 향상하는데 도움</li></ul></li></ul></li></ul></li></ul> |

# 이달의매체 상품 소식 (6)

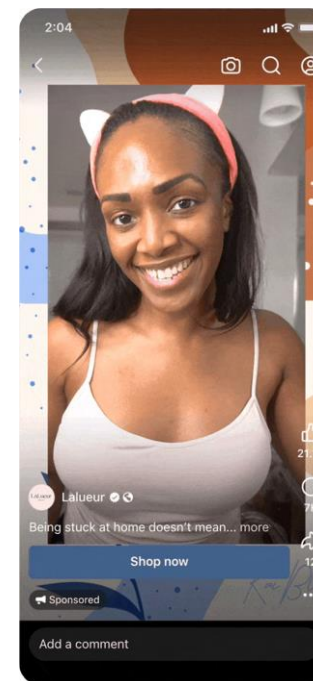
| 구분 | 이슈                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 메타 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 비즈니스서버에서 자사 데이터 관리 및 활용이 가능한 "Signal Gateway" 소개             <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 내용                 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Signal Gateway : 비즈니스의 제어력을 유지하고 개인정보를 보호하며 자사 데이터 가치를 극대화할 수 있는 올인원 데이터 솔루션</li> <li>- 이점                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• 개인 정보 보호 : 광고주가 직접 데이터를 제어하고 데이터 전송하는 곳을 결정</li> <li>• 광고 성과 개선 : 자사 데이터의 잠재력 극대화를 통해 평균 기존 픽셀+CAPI 셋팅 대비 CPA 23% 추가 절감</li> <li>• 효율적인 데이터 통합 관리 : 다양한 소스의 데이터 통합 관리하여 시간 및 비용 측면 효율성 극대화</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>2) Signal Gateway 구조                  <p>The diagram illustrates the Signal Gateway architecture. On the left, four data sources are listed: '오프라인 매장' (Offline Store), '앱' (App), '웹사이트' (Website), and 'CRM'. Each source has an icon and a corresponding 'Signal Gateway' component (SOK, SOK, PIXEL, and a heart icon for CRM). These components feed into a central 'SIGNALS GATEWAY' box. Above this box is '비즈니스 서버' (Business Server). Below it are '타사 파트너' (Third-party Partner) and '광고 네트워크' (Ad Network). The gateway connects via '통합 API' (Unified API) to a 'META 서버' (Meta Server). The final output is '성공적인 광고 성과 및 측정' (Successful ad performance and measurement), illustrated with various ad creatives and analytics charts.</p> </li> <li>3) Signal Gateway 설정 가이드 : <a href="#">개발자 문서 링크</a>, <a href="#">헬프센터 게시글</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 나스미디어를 통한 CAPIG-MA 온보딩 건은 Signal Gateway 온보딩 지원 가능</li> </ul> </li> </ol> </li> </ul> |

# 이달의매체 상품 소식 (7)

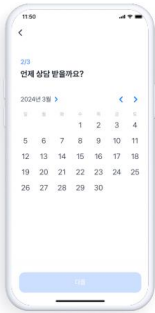
| 구분 | 이슈                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 메타 | <div data-bbox="631 448 1360 482"> <ul style="list-style-type: none"> <li>크리에이티브의 노출 기회를 확장하는 ‘유연한 미디어 기능’ 런칭</li> </ul> </div> <div data-bbox="667 499 749 534"> <p>1) 내용</p> </div> <div data-bbox="700 551 2201 731"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 메타에서 성과가 개선될 것으로 판단할 경우, 노출 위치 소재 맞춤화를 통해 맞춤 설정한 소재가 다른 노출 위치에도 게재될 수 있도록 유연성 부여</li> <li>- 유연한 미디어를 통해 소재가 다른 노출 위치에 게재될때, 해당 노출 위치에 가장 적절한 비율로 자동 크롭               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 이미지: 스마트 크롭이 적용되어 소재 내 주요한 오브젝트/텍스트가 잘릴 경우 해당 노출 위치에 소재 게재되지 않음</li> <li>• 비디오: 스마트 크롭이 지원되지 않아 미리보기를 통해 오브젝트/텍스트 잘림 여부 확인 권장</li> </ul> </li> </ul> </div> <div data-bbox="802 751 1770 1128"> <div data-bbox="802 899 968 963"> <p>스토리/릴스<br/>노출 위치에 9:16 소재<br/>업로드</p> </div> <div data-bbox="828 1042 942 1092"> <p>유연한 미디어<br/>활성화</p> </div> <div data-bbox="1579 878 1770 1021"> <p>유연한 미디어 적용 시,<br/>스토리/릴스<br/>노출 위치에 업로드한<br/>9:16 소재가 피드에도<br/>노출될 수 있음.<br/>(스마트 크롭)</p> </div> </div> <div data-bbox="667 1148 1579 1182"> <p>2) 적용 일정 : 메타 담당자가 배정 되지 않은 일부 계정만 롤아웃 (추가 롤아웃 계획 미정)</p> </div> |

# 이달의매체 상품 소식 (8)

| 구분 | 이슈                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 메타 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 페이스북 릴스 광고 새로운 클릭 경험 도입               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 내용                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유저가 광고 텍스트의 '더보기' 클릭 시, 랜딩 페이지가 스크린 하단에서 일부 오픈<br/>→ 더 빠른 랜딩 페이지 이동 및 액션 가능</li> </ul> </li> <li>2) 참고 사항                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고 텍스트의 '더보기'는 '링크 클릭' 성과에 포함<br/>→ 링크 클릭 수가 증가함에도 해당 경험을 통해 전환율 2.4% 증가 (메타 내부 데이터)</li> </ul> </li> <li>3) 적용 일정: 2025년 1월 27일 70% 롤아웃 (100% 롤아웃 시점 미정, 별도 옵트아웃 불가)</li> </ol> </li> </ul> |



# 이달의매체 상품 소식 (9)

| 구분            | 이슈                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>토스</div> | <div>업데이트 안내 가이드 다운로드</div> <div> <ul style="list-style-type: none"> <li>잠재고객 모으기 기능 업데이트               <div> 1) 내용 : 잠재고객 모으기 기능에서 매끄러운 사용자&amp;운영 경험을 위한 업데이트 진행 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 목록 다운로드 UX 개선                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 캠페인 세트, 소재 레벨에서 다운로드 가능</li> <li>- 집행 기간 선택하여 리드 수집 결과 다운로드 가능</li> <li>- 서로 다른 질문 폼 양식 활용 시 하나의 리포트 내 각 양식별 응답값 확인 가능</li> </ul> </li> <li>② 리스트 배너 뿐만 아니라 모든 배너 유형에서 집행 가능하도록 광고 유형 추가</li> <li>③ 캠페인 기준 리드 제출 완료한 유저 자동 디타겟팅</li> <li>④ 신규 질문 유형 추가                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 객관식/주관식 2가지 유형 → 짧은 글 답변, 숫자 입력, 캘린더 날짜 선택, 조건부 선택 질문 추가 (3월 중순 배포 예정)</li> </ul> </li> </ul> </div> </li> </ul> </div> <div> <div> <div>짧은 글 답변</div>  </div> <div> <div>숫자 입력</div>  </div> <div> <div>캘린더 날짜 선택</div>  </div> <div> <div>조건부 선택</div>  </div> </div> |

나스리프트를 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)