

MEDIA AD ISSUE Vol.365

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2025.05

Published by
Media Planning 1&2 Team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

- 메타, Threads 피드 광고 런칭
- 구글, YouTube 2025 뷰티세일 패키지 출시
- 이달의 매체 상품 소식

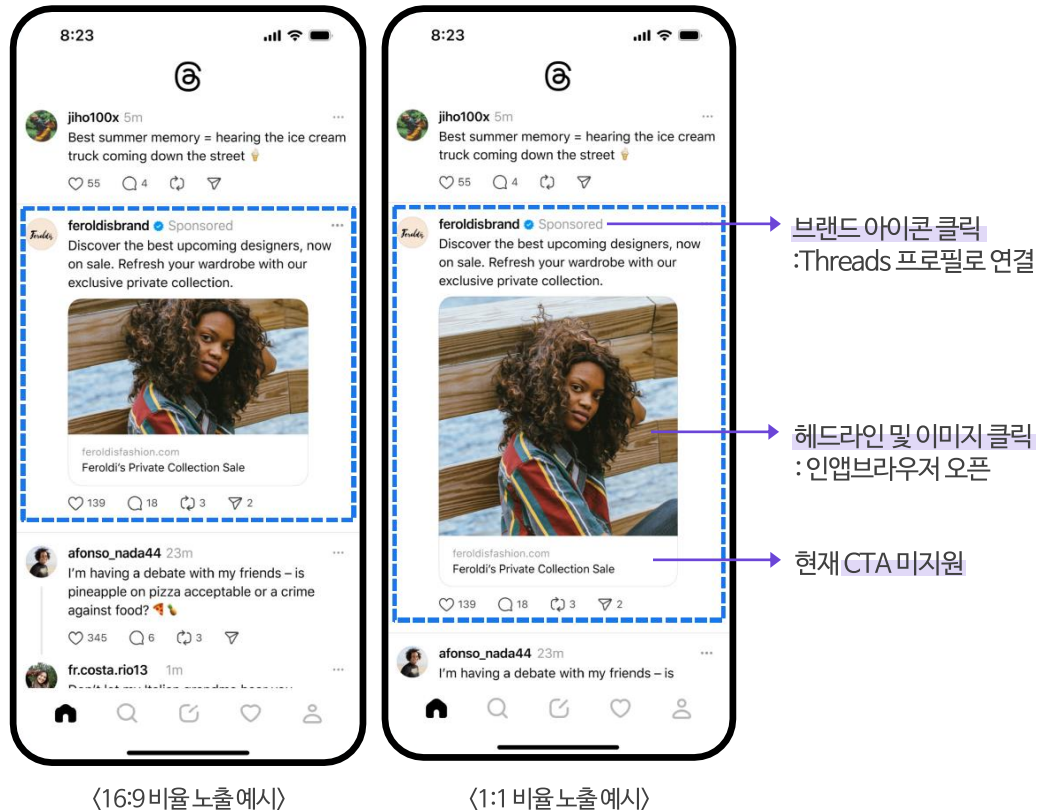
메타, Threads 피드 광고 런칭

META

[〈Threads〉피드 국문 소개서 다운로드](#)

- 메타 Threads 피드 광고 한국 포함 일부 국가에 런칭 (5월 19일 100% 롤아웃)
- MAU 3.2억 규모의 영향력 있는 Threads 플랫폼에 노출되며, 피드 내 오가닉 콘텐츠 사이에 자연스럽게 삽입되는 네이티브 광고 형식으로 게재

| Threads 피드 광고 노출 예시 |



| 상품 정책 |

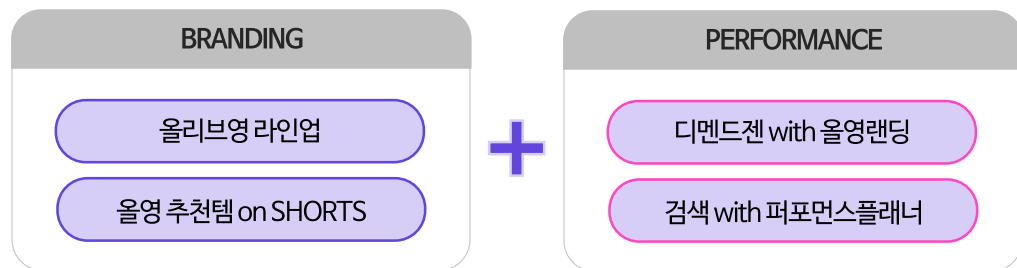
항목	내용
구매 방식	경매 (예약형 미지원)
성과 목표	도달, 링크 클릭, 웹사이트 전환
노출 위치	어드벤처+ 노출 위치 및 수동 노출 위치 선택에서 모두 지원 가능 ※ Threads 피드 노출 희망 시 인스타그램 피드 선택 필수
타겟	• 닐슨 DMA 타겟 미지원 • 18세 이하 스레드 유저 광고 미노출
광고 형식	싱글 이미지 (싱글 비디오는 추후 업데이트 예정)
미지원 기능	• 답링크 • 어드벤처+ 크리에이티브, 어드벤처+ 카탈로그 광고 • 파트너십 광고 • 기존 게시물 사용 (끌어오기 광고 불가) • CTA 버튼
소재 비율	16:9~9:16 지원 가능 단, 1:1 보다 긴 비율의 경우 1:1로 자동 크롭되므로 16:9 혹은 1:1 권장 (노출 위치 소재 맞춤화 지원 불가)

YouTube 2025 뷰티세일 패키지 출시

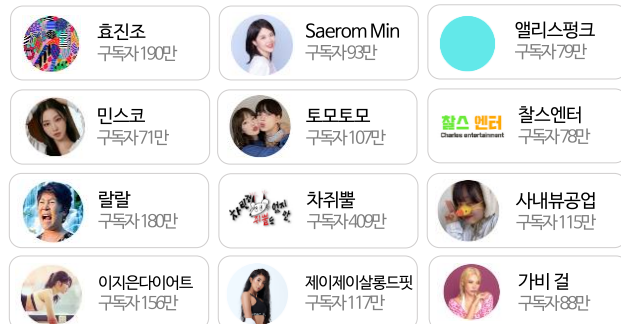
Google

- 뷰티업계에서 빼놓을 수 없는 ‘올리브영’, 매출 극대화의 골든타임 <올영세일>에 맞춘 “YouTube 2025 뷰티세일 패키지” 출시
- 인지도 확보부터 트래픽 유도까지, 세일 기간 프리미엄 지면과 콘텐츠를 장악할 수 있는 브랜딩 패키지와 트래픽 부스팅에 최적화된 퍼포먼스 패키지로 YouTube 내 구매 여정 전반을 공략

| YouTube 뷰티세일 패키지 구성 |



YouTube 뷰티세일 패키지 대표 채널/콘텐츠 예시



| YouTube 뷰티세일 패키지 상품 상세 |

패키지명	패키지 특징	집행금액 및 예상 퍼포먼스
올리브영 라인업 (※빠른예약)	올영세일 시즌을 위해 만들어진 라인업 올리브영, 무신사, 컬리 등 세일시즌 관심 유저가 보는 뷰티, 코미디 등 트렌디한 채널에 집중	5,000만원 (최소) 예상 노출수: 270만~600만 CPM 스킵가능 17,000원 /15초 논스킵 18,000원 / 범퍼 8,250원
올영추천템 on SHORTS	뷰티 세일 키워드만 골라 타겟팅하는 SHORTS ONLY 상품 세일기간 검색량과 클릭수 기반 고관여 키워드 추출 가능	2,000만원 (권장) 예상 퍼포먼스는 *집행 상품 비율에 따라 상이 (VRC/WC/디멘드젠 등 목적에 따른 캠페인 선택)
디멘드젠 with 올영랜딩	가장 집중도 높은 YT 프리미엄 지면 내 올영 관련 탐키워드 검색 유저만 타겟팅 + 인플루언서와의 콜라보로 부스팅 및 모수 확보	2,000만원 (권장) 예상 노출수: 9백만 ~ 12백만 예상 클릭수: 10만 ~ 13만
검색 with 퍼포먼스플래너	세일기간 검색량과 클릭수 기반 고관여 키워드팩 제공으로 구매의도가 가장 높은 검색 순간 포착	3.5백만원 (권장) 예상 노출수: 19만 ~ 26만 예상 클릭수: 5천 ~ 7천

*YouTube 뷰티세일 패키지는 2025년 연중바잉 및 운영 가능, 다만 올영세일 기간을 비롯 뷰티세일에 대한 관심도가 높아지는 기간에 집중하여 운영 권장

이달의매체 상품 소식 (1)

구분

이슈

네이버

• (NOSP) 네이버 웹툰앱 스플래시 광고 패키지 신설

1) 내용 : 웹툰앱 실행시 강력한 주목도를 자랑하는 전면 스플래시 지면과 함께 클릭 가능한 홈 DA 지면이 결합된 신규 광고 패키지 출시

2) 구성

- 스플래시 : 웹툰앱 실행시 2초간 전면 이미지 노출

- 스페셜 DA : 웹툰앱 홈 1st view 독점 이미지 노출

3) 판매 방식 및 단가

구분	스플래시	스페셜DA
판매 방식	CPT 1일 1구좌 독점	CPT 1일 4구좌중 1구좌 독점(추가구매 가능)
판매 단가	- 평일: 스플래시 2100만원+스페셜DA 1구좌 400만원 = 2,500만원 - 주말(휴일): 스플래시 1900만원+스페셜DA 1구좌 400만원 = 2,300만원	

*스페셜DA지면은 스플래시 패키지로 구매시, 20%할인된 400만원 단가로 구매 가능

4) 참고 사항

- 부킹 가능 시점 : 2025.05.08 집행분부터

- 스플래시 클릭 불가 / 동일 콘셉트 디자인 권장

스플래시

스페셜DA

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분

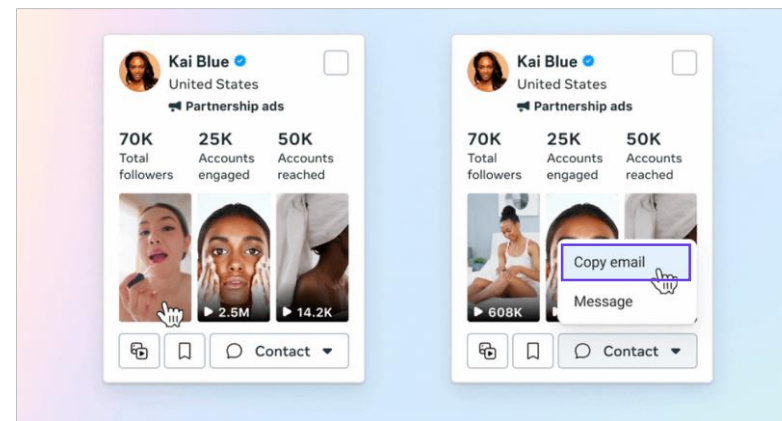
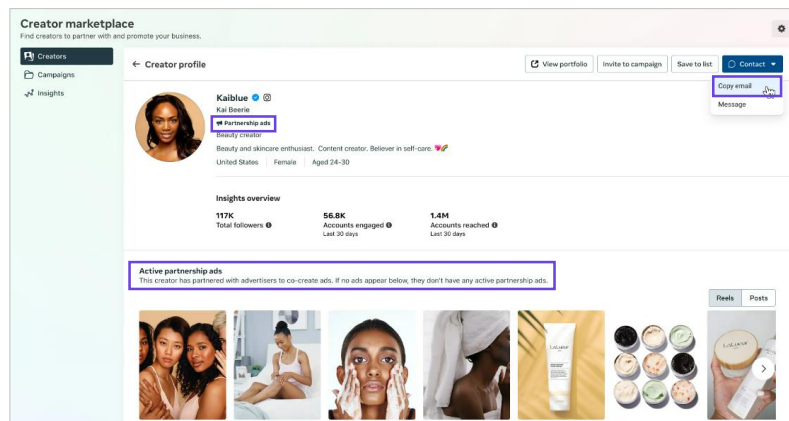
이슈

메타(1)

• 파트너십 관련 업데이트

1) 인스타그램 크리에이터마켓 플레이스 기능 개선 (모든 계정 100% 롤아웃 완료)

- ① 더 정확한 브랜드 니즈에 부합하는 크리에이터를 찾기 위한 키워드 검색 제공
- ② 크리에이터 추천 알고리즘에 브랜드와의 친밀도 반영
- ③ 파트너십 광고/브랜드 콘텐츠 경험 있는 크리에이터에 배지 표시
- ④ 크리에이터 프로필에 현재 운영 중인 파트너십 광고 표시
- ⑤ 크리에이터 카드에 재생 가능한 릴스 콘텐츠 표시
- ⑥ 브랜드가 크리에이터에 이메일로 컨택 가능 (*옴트인 한 크리에이터 한정)



이달의매체 상품 소식 (3)

구분

이슈

- 파트너십 관련 업데이트

- 2) 파트너십 광고 허브에서 파트너십 광고에 적합한 오가닉 브랜드 콘텐츠 추천 도구 추가

- 오가닉 브랜드 콘텐츠 중, 파트너십 광고로 높은 성과를 보일 것으로 예상되는 콘텐츠를 추천해주는 AI 도구 추가

- 최근 30일 내의 오가닉 브랜드 콘텐츠 분석

- 인스타그램의 브랜드 콘텐츠만 지원 가능 (페이스북 콘텐츠 추후 확대 예정)

- 적용 일정 : 5월 초 100% 롤아웃 완료 예정

메타(2)

The screenshot displays the 'Partnership ad hub' interface. On the left is a sidebar with navigation options: 'Partners', 'Content' (selected), 'Other tools', and 'Creator marketplace'. The main area is titled 'Content overview' and includes tabs for 'All', 'Saved', and 'Recommended' (which is highlighted with a red box and shows a count of 2). Below the tabs are filters for 'Last 14 days', 'LaLueuer Beauty' (selected), 'Select ad partner', and 'All filters'. A search bar is also present. The main content is a table with columns: 'Content', 'Permission', 'Issues', 'Type', and 'Published'. It lists three items:

Content	Permission	Issues	Type	Published
 kaibuo Unlock your glow ✨ Beauty isn't just skin deep — it's a lifestyle!	Authorized	Content error	@ Feed - Video	Mar 4, 2025
 alicia_lopez Flawless skin, fierce vibes Confidence starts with self-love	Authorized	—	@ Feed - Video	Mar 4, 2025
 mai_hayashi and 2 others tagged Elevate your everyday glam 🌹 Let your beauty shine inside and out	Unauthorized	Account error	@ Feed - Video	Mar 1, 2025

이달의매체 상품 소식 (4)

구분

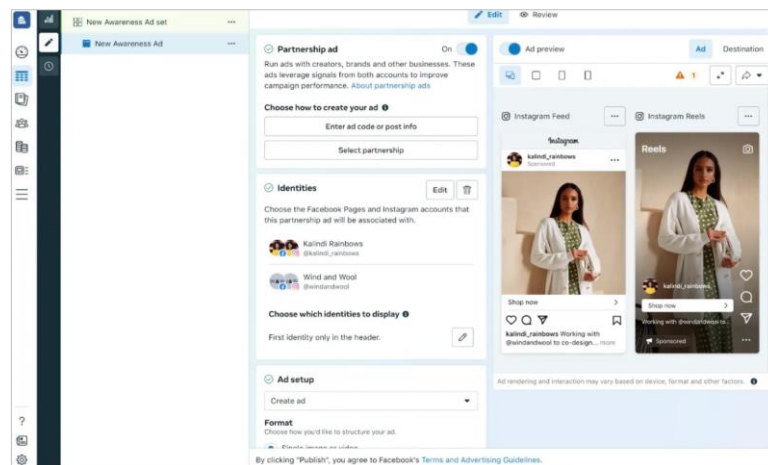
이슈

• 파트너십 관련 업데이트

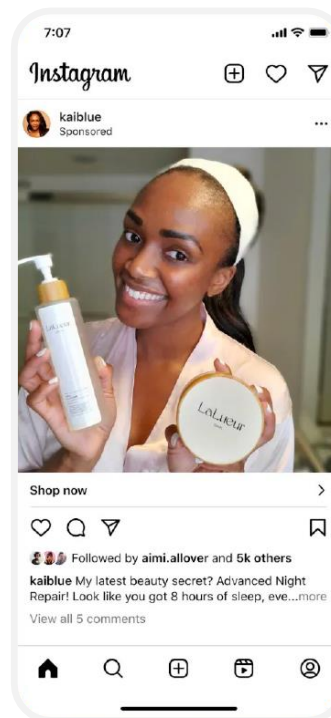
3) 크리에이터 계정으로만 파트너십 광고 가능

- 광고 헤더에 크리에이터의 계정만 표시할 수 있는 옵션 제공
 - 브랜드와 크리에이터 계정이 모두 노출되는 것이 파트너십 기본 세팅
- 적용 일정: 4월 10일 50% 롤아웃 완료 (5월 초 100% 롤아웃 예정)

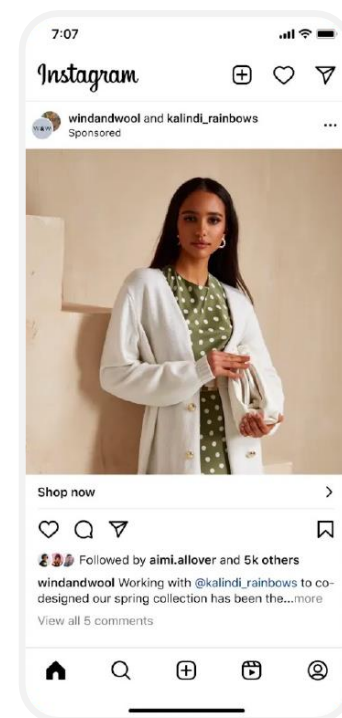
메타(3)



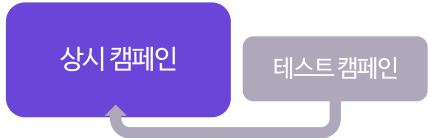
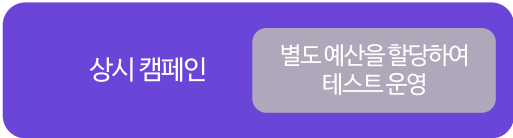
크리에이터계정으로만
노출하는파트너십광고



브랜드와 크리에이터 계정을
함께 노출하는파트너십광고



이달의매체 상품 소식 (5)

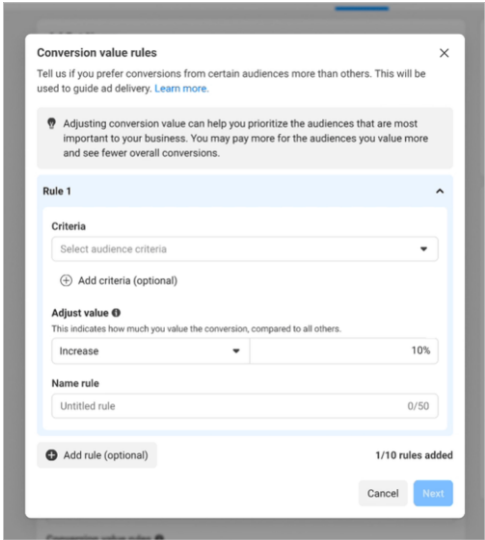
구분	이슈
메타(4)	• ‘새로운 크리에이티브 테스트 기능’ 사용 가능 1) 내용 - 기존 대비 손쉽게 크리에이티브 최적화 테스트 진행 가능 • 상시 운영되는 기존 캠페인 내 소재 테스트 가능 • 테스트를 위해 별도 예산 할당하여 정확한 테스트 결과를 얻고 기존 캠페인 성과가 방해 받지 않도록 보장 • 테스트를 통해 확인된 고성과 소재 러닝을 유지하며 기존 캠페인 내 지속 운영 가능 〈기존 주로 사용하던 크리에이티브 테스트 방식〉  테스트 후 고성과 소재를 상시 캠페인으로 이동 〈새로운 기능을 통한 크리에이티브 테스트 방식〉  테스트 후 고성과 소재 러닝을 유지한 채 지속 운영 2) 테스트 조건 - 최소 1개 이상의 활성화 광고가 있는 캠페인 내에서 테스트 세팅 가능 - 일일 예산 및 최고 볼륨 입찰 전략 사용 - 게재되지 않은 광고 및 복제된 광고만 테스트 포함 가능 (복제된 광고는 게재 전 비교하고자 하는 소재로 교체 필요) 3) 적용 일정 : 2025년 4월 롤아웃 30% 진행 (담당 AP를 통해 얼로우리스트 신청 가능)

이달의매체 상품 소식 (6)

구분	이슈
메타(5)	- 성과 증대 기여 & 전환 가치 조정 순차적 오픈 1) 성과 증대 기여 ① 내용 - 광고가 노출되지 않았더라면 발생하지 않았을 성과인 ‘증대 성과’를 기준으로 광고를 최적화하는 기여 설정 ‘메타광고를 보지 않았더라면 전환하지 않았을 사람들’을 중심으로 게재 최적화 ‘성과 증대 기여’ 기능 지원 세팅 옵션 - 캠페인 목표: 판매, 참여, 잠재고객 - 전환 위치: 웹사이트 및 웹사이트+Shop(5월 중 웹사이트+앱으로 확대 예정) - 성과 목표: 전환 수 극대화 ② 적용 일정 - 성과 증대 기여: 2025년 5월 4일 중순 50% 롤아웃 완료 (5월 초 100% 롤아웃) Hide options ▲ Attribution setting ⓘ ☐ Standard attribution Optimize delivery for a selected time window and interaction type. You can use the default or edit this below. ☒ Incremental attribution Optimize delivery for incremental conversions using models that predict whether a conversion is caused by an ad. About incremental attribution <세팅 - 광고 세트 레벨에서 기여 설정 ‘성과 증대 기여’ 선택>

이달의매체 상품 소식 (7)

구분	이슈
메타(6)	- 성과 증대 기여 & 전환가치 조정 순차적 오픈 2) 전환가치 조정 ① 내용 - 각 비즈니스가 중요시하는 가치를 Meta 시스템이 알려줌으로써 AI 자동화 효과를 극대화하는 ‘가치 정렬’ 상품 솔루션 - 가치가 높은 타겟에 맞추어 게재 조정 ‘전환가치 조정’ 기능 지원 세팅 옵션 - 캠페인 목표: 판매, 앱 홍보 캠페인 - 성과 목표: 전환 수 극대화 - 전환가치 조정 가능 타겟군 기준: 연령대, 성별, 위치, 사용 기기 ② 적용 일정 2025년 4월 28일 50% 계정 확대 완료



이달의매체 상품 소식 (8)

구분	이슈
토스	• 전환 추적 도구 관련 오픈(MMP, 웹픽셀) 1) 내용 ① 웹 전환 추적 도구 ‘토스 픽셀’과 앱 전환 추적을 위한 ‘MMP’ 연동 지원 *오픈 완료 - 토스 픽셀 설치 또는 MMP 연동 시 전환 데이터 확인 가능 - 연동 지원 MMP: 에어브릿지, 앱스플라이어, 디파이너리, 싱쿨러, 애드저스트, 브랜치 ② 전환 최적화, 포스트백 데이터 활용 타겟팅 지원 *25년 3분기 내 오픈 예정 2) 참고 사항 - 웹 전환 추적 도구 ‘토스 픽셀’ 연동 가이드 / 앱 전환 추적 MMP 연동 가이드 - MMP에서 생성한 추적 링크를 랜딩으로 활용하는 캠페인에 대한 유효성 검사 시스템 도입: 필수 매크로가 포함된 링크 사용 필수 ↳ 공식 MMP 6개 사에 해당하는 내용으로, 매크로가 포함된 링크를 사용하지 않은 경우 시스템상 광고의 랜딩 URL로 사용할 수 없도록 차단 ↳ 유효성 검사 로직은 광고 상품별로 순차 업데이트될 예정 (배너 광고, 행운퀴즈 등 순차적으로 진행 / 버튼 누르기 제외) [필수 매크로] ① {TOSS_TK_CLICK_ID} : 트래킹 클릭 아이디 ② {USER_ADID} : 광고식별자 *단, Adjust인 경우 {IDFA} 또는 {AIFA} ③ {TOSS_CID} : 캠페인 아이디 ④ 파트너사 식별값 1) Appsflyer : <code>pid=toss3u_int</code> 이 쿼리스트링에 명시 예) <code>XXX.onelink.me/XXX?pid=toss3u_int&parameter1=value1</code> 2) Airbridge : <code>toss</code> 가 마지막 path에 명시 예) <code>https://abr.ge/@app_name/toss?parameter1=value1</code> 3) Branch : <code>\$3p=a_toss</code> 가 쿼리스트링에 명시 예) <code>XXX.app.link/XXX?\$3p=a_toss?parameter1=value1</code> [권장 매크로] ① {TOSS_CREATIVE_ID} : 소재 아이디 ② {SITE_ID} : 소재 노출지면 정보

이달의 매체 상품 소식 (9)

구분

이슈

- X <웹사이트 카드> 소재 형태 업데이트

: 2025년 2분기부터 <웹사이트 카드> 소재 형태 업데이트 예정

: UI 개편으로 CTA 버튼이 시각적으로 돋보이며, 주목도 높은 헤드라인과 함께 URL이 명확히 노출되어 브랜드 메시지 인식 및 클릭 유도 효과 강화 기대

■ 기존: 헤드라인이 미디어 하단부에 오버레이되어 표시

■ 변경: 미디어 하단에 헤드라인과 URL이 표시되며 CTA 버튼 추가 (* 참고: 해당 업데이트는 광고에만 적용, 오가닉 게시물은 기존과 동일)

X.corp

The image displays two side-by-side screenshots of X (Twitter) posts, illustrating the update to the website card format. Both posts are marked as advertisements.

Left Post (MapleStory_KR): The post features a colorful graphic for a MapleStory event. The text includes: "메이플스토리 @MapleStory_KR", "핑크빈이 용사님을 위해 준비한 성장 로드맵", "1+4 하이퍼 버닝 부스터로 열정까지 불태워라 🔥", "성장의 요람 메이플 대학교에 지금 바로 입학!", "#메이플스토리 #22주년이벤트 #메이플대학교 #하이퍼버닝 부스터까지". The media card shows a pink character and the text "퀴리클럼만 따라와도 A+ 성장이 보장되는 메이플대학교". A blue box highlights the new CTA button "인원추진 스펙업!" and the URL "From nexon.com".

Right Post (AHC): The post features a photo of a man in a black AHC jersey. The text includes: "AHC @ahc_kr", "태양 아래에서 가장 빛나는 순간, 강력한 4중 UV 에이징 케어 AHC MASTERS", "MASTERS AQUA RICH SUN CREAM", "수분은 가득, 가볍게 밀착으로 태양 앞에 당당하게 ✨", "#AHC선크림 #태민선크림 #블랙선크림". The media card shows the man's face and the AHC logo. A blue box highlights the new CTA button "Learn more" and the URL "From naver.com".

나스리프트를 통해 배포된 다양한 보고서는
케이티 나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

홈페이지에서 확인하기

케이티 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 **케이티 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) 케이티 나스미디어, (영문) kt nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우
보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.
예시: 케이티 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (케이티 나스미디어 X)