

MEDIA ONE SHEET

Vol.365

메타 - 고객 행동 기반으로 자동 노출되는 '어드벤처+ 카탈로그'
토스 - 고가치 잠재 고객 DB 수집이 가능한 '잠재고객 모으기'

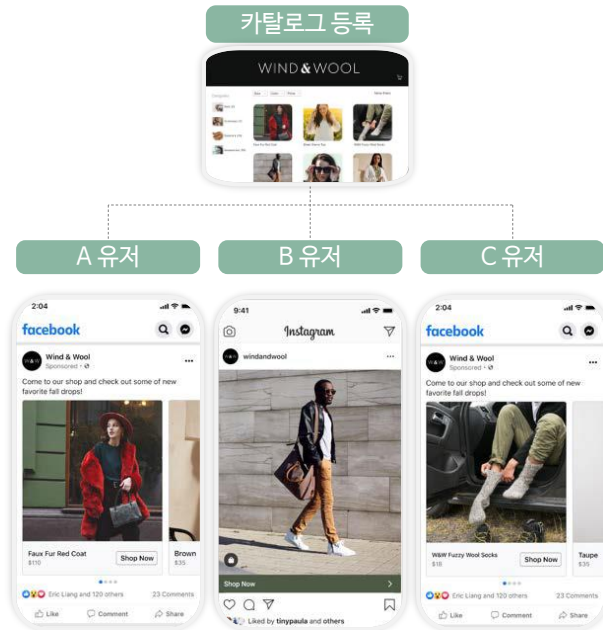
- 메타 픽셀 및 카탈로그 제품 정보를 활용하여 고객 행동 기반으로 자동 노출되는 광고 상품
- 구매 여정 전반에 걸친 유저 행동 기반 리타겟팅 혹은 제품에 관심을 가질 가능성이 높은 잠재고객 타겟팅 가능

상품개요

- 광고 목표 판매, 앱홍보, 잠재고객, 참여, 트래픽
- 광고 소재* 카탈로그 내 등록된 제품 이미지 활용하며, 노출 형태는 단일 이미지 또는 동영상, 슬라이드, 컬렉션 중 선택 가능*
- 지원가능 타겟팅 광범위타겟팅, 카탈로그 기반 리타겟팅**
- 참고사항 픽셀 혹은 SDK 연결 필수 (특정 필수 이벤트 및 매개변수 설정 필요 → [픽셀 필수 이벤트](#) / [SDK 필수 이벤트](#))

주요 특징 및 효과

주요 특징



제품 세트 설정을 통해 노출 제품을
선택적으로 구성 가능

시스템이 유저별로 반응할 가능성이
높은 제품을 선별해 노출

메타 픽셀로 카탈로그 생성했을 경우
재고가 없는 제품 자동 필터링 가능

광고 소재를 설정할 필요 없이
카탈로그 데이터를 끌어와 광고 구성

효과

어드밴티지+ 카탈로그 운영 권장 사항 및 효과

유연한 캠페인 설정

- 광범위타겟팅과 리타겟팅 병행 운영하여 구매 의향이 높은 유저에게 도달
- 캠페인 성과 극대화를 위해 어드밴티지+ 노출 위치 함께 활용 권장

크리에이티브 다양화

- 유저 반응 기반 맞춤형 노출을 위해 다양한 크리에이티브 구성 권장
- 게재 위치별 권장 형식을 반영하여 포맷 다양화 및 노출 극대화

카탈로그 관리

- 카탈로그 매칭률 최소 75% 이상, 평균 90% 이상 유지 및 관리 필요
- 상품 20개 이상 등록하여 캠페인 최적화와 효율성 향상, 상품 가용성 확보

Case Study : adidas

기존에는 리타겟팅을 위한 어드밴티지+ 카탈로그만 진행했으나
광범위타겟 어드밴티지+ 카탈로그와 리타겟팅 어드밴티지+ 카탈로그로 캠페인 동시 운영
출처: 메타 성공 사례 연구

+9.5% 구매

+60% 구매 전환

+70% 수익률

* 광고주가 별도로 준비한 이미지 또는 영상 소재를 활용하고자 할 경우, 슬라이드 또는 컬렉션 형태 선택 필요

** 타겟 탭에서 카탈로그 기반 맞춤타겟 생성 필요

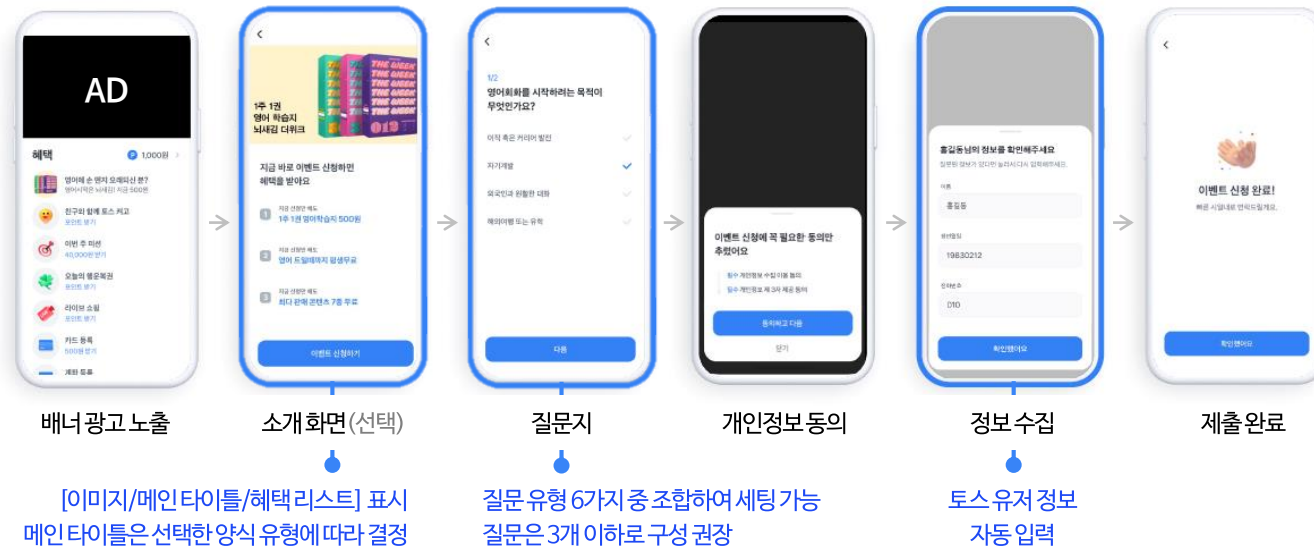
- 토스 앱 내 설문 양식으로 랜딩되어 고가치 잠재 고객의 DB를 수집할 수 있는 광고 상품
- 머신러닝 기반 자동 입찰 기능으로 효과적인 리드 수집 캠페인 운영 가능

상품 개요

- 광고 형태 리스트 배너, 썸네일 배너, 모먼트 배너, 풀페이지 배너
- 양식 유형 이벤트 참여, 상담 신청, 시승 신청, 무료체험 신청, 해당 없음
- 질문 유형 객관식, 주관식(짧은 텍스트), 주관식(긴 텍스트), 숫자, 날짜, 조건부 선택
- 참고 사항 tCPA 입찰 방식 제공*, DB 제출 완료 유저는 자동으로 디타겟팅 적용**

주요 특징 및 사례

광고 노출 프로세스 및 주요 특징



성공 사례

출처: 토스애즈 성공 사례

HANSSEMI-이씨

캠페인 KPI

리드 수집 단가 및 최종 상담 완료 단가

운영 전략

AS-IS: 아웃 랜딩 리스트 배너 캠페인 운영
TO-BE: 잠재 고객 모으기 리스트 배너 캠페인 운영
+ 리드 퀄리티 고도화를 위해 커스텀 타겟팅에서
인테리어/가구 결제 마케팅 인덱스 모델 추가 적용

집행 결과

+54% 상담 완료 CVR 개선 **-66%** 리드 수집 CPL 절감

* 리스트 배너, 모먼트 배너, 풀페이지 배너 형태에서만 활용 가능

** 캠페인 레벨 적용

나스리프트를 통해 배포된 다양한 보고서는
케이티나스미디어 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)