MEDIA AD ISSUE Vol.372

이달의 매체 상품 소식

Media AD issue
2025.12

Published by
Media Planning 1&2 Team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

. 이달의 매체 상품 소식

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
구글 (1)	• **2026 YouTube Masthead 가격 변동** : 2026년부터 CPM Masthead CPM 단가 및 CPH Masthead 최저집행금액 변동

광고 형식	변경 전	변경 후
CPM Masthead	CPM 2,800원	CPM 3,000원
CPH Masthead	최저집행금액 33,350,000원 (1시간)	최저집행금액 38,000,000원 (1시간)

■ **참고**

- CPM Masthead 타겟팅 추가 시 할증(+420원)은 기존과 동일 (변동 없음)
- YouTube Select 는 25년도와 가격 동결 (변동 없음)
- 캠페인이 2025년 12월부터 2026년 1월에 걸쳐 집행되는 경우, 적용되는 CPM 단가는 광고가 실제로 송출되는 시점을 기준으로 함
  : 2025년 12월 집행 분에는 2025년 CPM 단가 적용, 2026년 1월 집행분에는 인상된 2026년 CPM 단가 적용
  : 2025년에 견적을 받아 캠페인을 미리 예약하더라도, 2026년 1월 1일부터의 집행 건에 대해서는 변경된 2026년도의 단가가 반영

이달의 매체 상품 소식 (2)

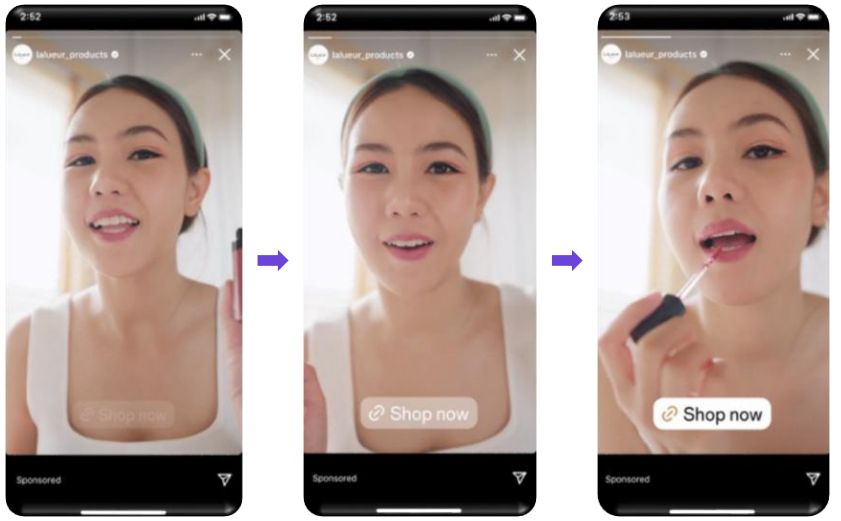
구분	이슈
구글 (2)	• **CTV YouTube Select 60초 논스킵 광고 포맷 오픈** : CTV 지면에만 노출되는 YouTube Select 논스킵 60초 광고영상 포맷 런칭 : 스포츠/뮤직/골프 등 인기 YouTube Select 라인업 타겟팅 적용 및 기존 제작된 60초 광고 크리에이티브 활용 가능 ■ 기존 : CTV에서 논스킵 형식으로 30초 광고영상만 집행 가능 ■ **변경 : CTV에서 논스킵 형식으로 30초 혹은 60초의 긴 광고영상 집행 가능** ■ 참고 - 별도의 얼라우리스팅이나 최소 집행금액 없이 Google Ads 상에서 예약 가능 - 별도의 기기타겟팅 설정 없이 자동으로 CTV에 송출 * CTV : 스마트TV, 미러링 디바이스 & 셋톱박스(Chromecast, Roku, Apple TV, Fire TV, etc.), 게임 콘솔(Xbox, Playstation, etc.)

이달의 매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
구글 (3)	• **Google Ads Policy 관련 주의 사항 정책 강화 및 업데이트 :** **① 공인 명의 도용(Public Figure Impersonation) 정책 강화** : 정당한 계약 없이 공인/유명인의 실제 사진, 뉴스 캡쳐, 밈, 이모지 등 이미지를 광고 에셋에 활용하는 것은 '공인 명의 도용' 정책 위반에 해당 : 위반 시, 해당 광고 에셋의 비승인을 넘어 Google Ads 계정 자체가 정지될 수 있는 심각한 위반 사항, 계정 정지 해제까지 평균 2주 이상 소요될 수 있음 : 강화된 정책에 따라 계약되지 않은 연예인/공인 등은, 어떠한 경우에도 광고 에셋에 포함하지 않도록 운영/관리 필요 **② 광고주 명의의 광고주 인증 필수** : 광고주 신원 인증은 반드시 '최종 광고주 명의'로 진행 필요. : 대행사 명의로 인증된 계정은 정책 위반으로 간주될 수 있으며 앞으로 관련 정책이 더욱 강화될 예정 : 재인증에는 영업일 기준 3-5일 소요될 수 있어, 주요 캠페인 기간이나 성수기를 피해 진행하는 방향 권장 : Google Ads 계정 〉 결제 〉 광고주 확인 탭에서 '인증에 대한 정보' 및 '광고의 자금 출처' 내 기재된 광고주명이 모두 최종 광고주의 사업자명과 일치 필요 **③ Google Ads 계정 보안 강화 조치** : 〈계정 접근 권한 검토〉, 〈로그인 정보 공유 금지〉, 〈최소 권한 부여〉 및 〈2단계 인증〉에 대한 정기적 점검 및 적용을 통해 안전한 계정 보호 필요 - 접근 권한 검토 : 현재 계정 관리에 필요하지 않은 사용자(예 : 이전 담당자)의 엑세스 권한 제거 - 로그인 정보 공유 금지 : 여러 사용자 간에 로그인 정보(비밀번호 등) 공유 금지 - 최소 권한 부여 : 각 사용자에게 필요한 최소한의 엑세스 권한만 부여 - 2단계 인증 : Google Ads 계정에 엑세스 가능한 "모든 계정 엑세스 사용자"에 대해 2단계 인증 필수 설정 필요. (* Google Ads 계정 '관리' - '엑세스 및 보안' - '보안' 탭 - '로그인 시 인증' 섹션 내 [2단계 인증] 드롭다운 클릭 후 [사용] 설정)

이달의 매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
메타	• **인스타그램 스토리 CTA 스티커 표시 방식 변경** 1) 내용 - 2025년 12월 초부터 인스타그램 스토리 CTA 표시 방식 변경 - 광고 첫 노출 시 CTA 미노출 → 투명한 스타일로 노출 → 기본 디자인(불투명)으로 전환 2) 업데이트 미적용 대상 - 메시지로 랜딩되는 Click to Message - 노출 위치 자산 맞춤화를 통해 CTA 스티커의 디자인을 커스텀 하는 경우 - 제약 업종 3) 참고사항 - 미적용 대상 외 모든 인스타그램 스토리 광고 해당 업데이트 적용 - 이미지, 동영상, 슬라이드 형태에서 적용되며, 슬라이드의 경우 첫번째 카드에서만 업데이트 적용



①CTA 미노출 ②투명 스타일로 표시 ③기본 디자인으로 전환

이달의 매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
카카오	• **카카오모먼트 전환 목표 캠페인 최적화단계 개선 안내** : 카카오모먼트 '전환' 목표 캠페인의 최적화단계 조건이 완화되어, 이벤트 모수가 매우 적거나 없더라도 최적화가 가능하도록 개선

■ 적용 일자 : 2025년 12월 18일 (목)

■ 최적화단계 개선사항

상태	1단계	2단계	3단계	4단계
현재 조건 (30일 이내 학습된 이벤트 모수, 7일 이내 그룹 전환수)	1,000건 미만	1,000건 이상 + 50건 미만	1,000건 이상 + 50건 이상~500건 미만	1,000건 이상 + 500건 이상
변경 조건 (7일 이내 그룹 전환수)	20건 미만	20건 이상 ~ 50건 미만	50건 이상 ~ 500건 미만	500건 이상

■ 최적화단계 개선사항 FAQ

1) 집행중인 광고가 있을 경우 설정 변경이 필요한가요?

- 최적화단계에 대한 변경은 시스템에서 진행되므로 광고 집행을 계속 유지하는 방향으로 권장
- 다만, 최적화단계가 기존보다 하락한 경우에는 광고그룹 수를 조정하여 7일 이내 전환수가 증가할 수 있도록 최적화하는 것을 권장

2) 학습된 이벤트 모수가 없어도 전환 최적화가 동작할 수 있나요?

- 이벤트 모수가 적거나 없더라도 카카오 데이터와 머신러닝 기술을 활용해 전환 가능성이 높은 유저를 추출하여 최적화 진행
- 다만, 이벤트 모수가 많을수록 정교한 학습이 가능해 최적화 성능이 극대화되므로 이를 참고하여 운영하시는 것을 권장

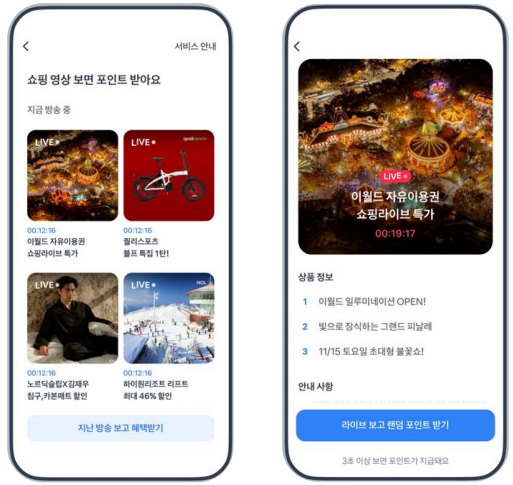
이달의 매체 상품 소식 (6)

구분	이슈
토스 (1)	• **라이브 쇼핑 보기 상품 정규화** 1) 내용 - 테스트 진행 중이던 라이브 쇼핑 상품 정규 오픈 - 5만 트래픽의 베이직 상품 신설 및 가격 조정 등 업데이트 진행 2) 상품 판매 정책

노출 지면	혜택 탭 - 라이브 쇼핑
과금 기준	방송 한 회당 (VAT 별도)
상품 유형	(NEW)베이직 (5만) : 평일 60만원 / 골든타임 할증 20% 플러스 (15-20만) : 평일 150만원 / 골든타임 할증 20% / 주말 15% 할인 프리미엄 (27-28만) : 평일 200만원 / 골든타임 할증 20% / 주말 15% 할인 *골든 타임 : 10시 ~ 12시, 19시 ~ 21시 *5만/15만/27-28만 : 예상 방송 시청 인원(명) *베이직, 플러스 상품 최대 트래픽 도달 시 새로운 유저 입장 제한
광고 집행 프로세스	D-2 : 소재 등록 D-day : 집행 D+1 오전 : 성과 보고서 제공 *모든 일정은 영업일 기준 입니다.

3) 노출 게재 지면

〈혜택 탭 - 라이브 쇼핑〉



kt nasmedia

이달의 매체 상품 소식 (7)

구분	이슈
토스 (2)	• **토스애즈 맞춤 보고서 기능 배포** 1) 내용 - 광고 대시보드 수치를 자유롭게 분석할 수 있는 맞춤 보고서 기능 배포 - 맞춤 보고서 : 광고 성과를 원하는 지표로 자유롭게 분석할 수 있는 보고서 생성 기능 2) 성과 대시보드와 맞춤 보고서 차이 - 성과 대시보드 : 캠페인/세트/소재 단위로 주요 지표 확인 및 캠페인 관리/수정 - 맞춤 보고서 : 광고 집행 이후 데이터를 다각도로 분석하고 이후 전략을 세우는데 초점을 둔 분석 도구 3) 참고사항 - 성과 항목 최대 20개 / 기준 항목 최대 10개 선택 가능 - 병합, 집계 보기 선택 시 기준 항목 최대 3개까지 선택 가능

이달의 매체 상품 소식 (8)

구분	이슈
X.corp	• **2026년 X 타임라인 테이크오버, 스포트라이트 테이크오버 및 번들 상품 가격 인상** : 2026년부터 타임라인, 스포트라인, 번들(타임라인&스포트라이트) 테이크오버 상품 가격 인상

광고 형식	변경 전(~2025)		변경 후(2026~)	
	정가(KRW)	프리미엄데이 가격 (KRW)	정가(KRW)	프리미엄데이 가격 (KRW)
타임라인 테이크오버	10,500,000	12,600,000	**11,300,000**	**13,560,000**
스포트라이트 테이크오버	20,925,000	25,110,000	**24,000,000**	**28,800,000**
번들 (타임라인 & 스포트라이트 테이크오버)	26,711,250	32,053,500	**30,005,000**	**36,006,000**
버티컬 비디오 테이크오버	5,000,000	-	**5,000,000**	-

■ **참고**

- 버티컬 비디오 테이크오버는 25년과 가격 변동 없음 (단가 동일)
- 2026 프리미엄데이(20% 할증 적용) : 1/1 (신정), 2/14(발렌타인데이), 3/14(화이트데이), 4/1 (만우절), 12/24(크리스마스 이브), 12/15(크리스마스), 12/31 (연말)

kt nasmedia

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

홈페이지에서 확인하기

Copyright ⓒ kt nasmedia Co., LTD. All Rights Reserved

kt nasmedia

케이티 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 **케이티 나스미디어에서 작성해 무료**로 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)

Copyright ⓒ kt nasmedia Co., LTD. All Rights Reserved

kt nasmedia