MEDIA AD ISSUE Vol.373

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2026.01

Published by
Media Planning 1 & 2 Team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

- 네이버, KREAM DA 상품 출시 및 개재 지면 추가
- 당근, 카탈로그 상품 리타겟팅 지면 홈피드로 확대
- 이달의 매체 상품 소식

네이버, KREAM DA 상품 출시 및 개재 지면 추가

NAVER

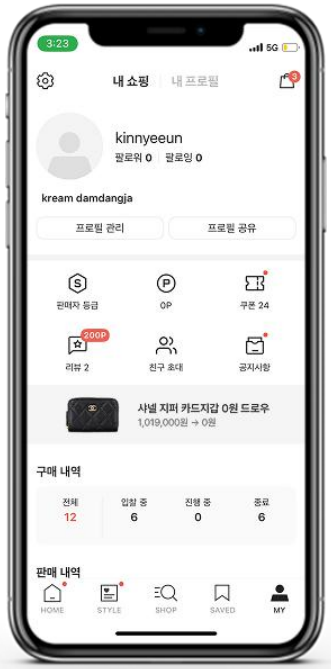
- KREAM은 MAU 400만 명의 탄탄한 유저 풀을 기반으로 연간 1,290만 건의 활발한 거래와 높은 구매력을 보유한 고관여 커머스 플랫폼
- KREAM 광고 상품은 앱 실행 전면에 노출되는 스플래시 광고 상품 부터 메인 팝업, 마이 페이지에 노출되며 최근 상품 상세 페이지까지 노출 지면이 확대됨

| KREAM 광고 노출지면 |

스플래시

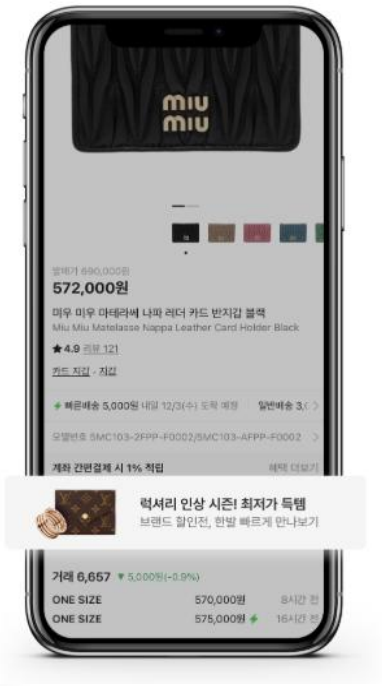
팝업

My Page 띠배너



NEW!!

상품 상세페이지



| KREAM 광고 상품 공시 단가 및 프로모션 |

크림 광고 상품 유닛별 공시 단가

상품명	과금방식	CPM	eCPC	eCTR	최소집행금액
M_크림_스플래시_전면형	CPM	3,500	-	-	100만원
M_크림_런치팝업		15,000	159	7.5%	100만원
M_크림_스마트채널		1,000	283	0.30%	없음

크림 광고 단가 할인 프로모션

- 기간 : 2026년 3월31일 인벤토리까지
- 내용 : 공시단가 기준, 전 지면 10% 할인 적용

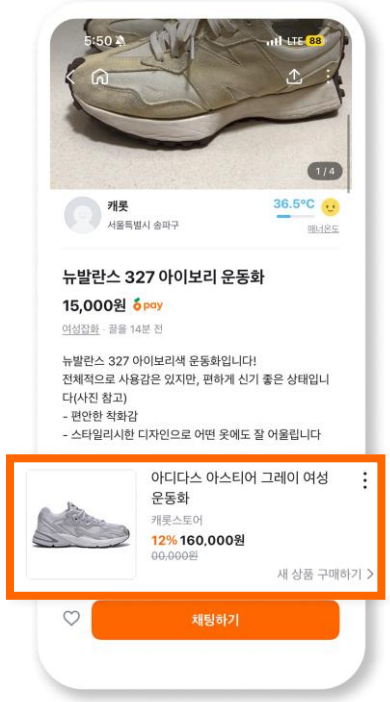
당근, 카탈로그 상품 리타겟팅 지면 홈피드로 확대

당근

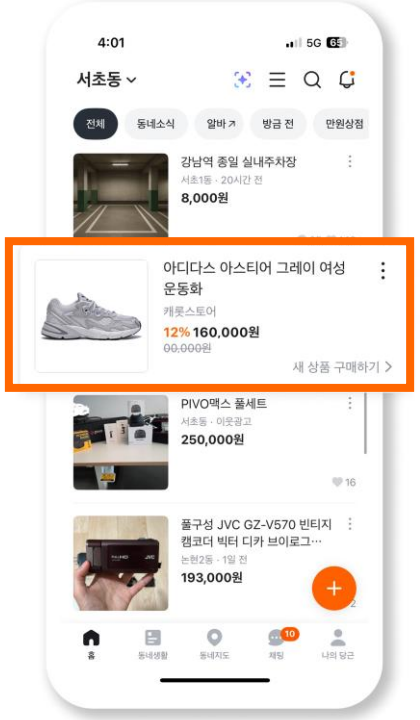
- 검색 키워드를 기반으로 한 당근의 카탈로그 상품의 리타겟팅 지면이 홈피드까지 확대 적용
- 리타겟팅이 적용된 카탈로그 상품의 경우 단일 상품이 노출되며 당근에서 가장 주목도가 높은 홈피드 지면까지 확장 되어 광고 효과가 극대화 될 것으로 기대

| 리타겟팅 상품 있는 경우(단일 상품 노출) |

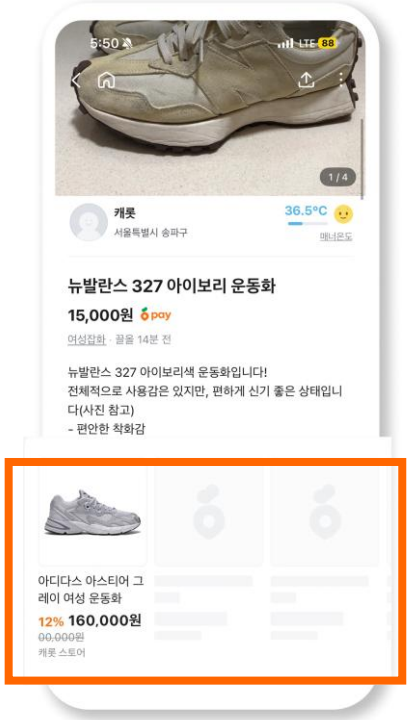
제품 상세 페이지



NEW!! 홈 피드



| 리타겟팅 상품 없는 경우(일반 맥락 광고 / 최개 10개 상품 노출) |



이달의 매체 상품 소식 (1)

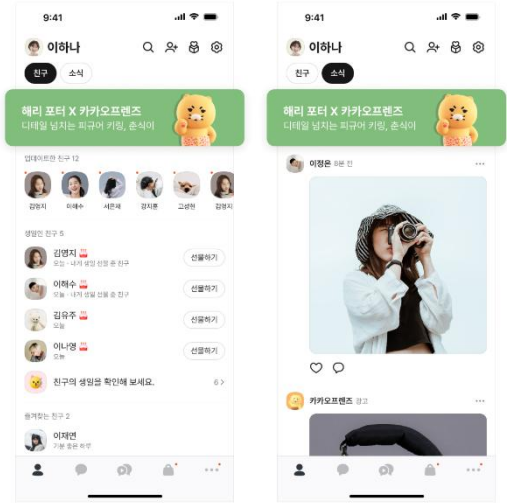
구분	이슈
구글	• **2026 월드컵 시즌 YouTube 축구 패키지 안내** : 2026년 월드컵 시청자와 유튜브 내 축구 컨텐츠 시청 트렌드에 맞춰 축구·스포츠에 특화된 〈2026 월드컵 시즌 YouTube 축구 패키지〉 출시 : 북미 시간대 경기 시청 영향으로 YouTube 내 축구·스포츠 콘텐츠 소비 증가 예상되며, 시청 시간은 전년대비 25% 성장, 650만 명 이상의 월드컵 팬 유입 예상 : 월드컵 시즌, 급증하는 축구 콘텐츠 소비 행태에 맞춘 YouTube 예약형 프리미엄 솔루션으로 효과적인 도달 기대

■ **2026 월드컵 YouTube 축구 패키지 - 예약형 프리미엄 솔루션**

- YouTube 홈페이지와 Shorts, 인스트림 내 정지화면까지 높은 주목도를 보유한 프리미엄 솔루션을 함께 활용하길 권장

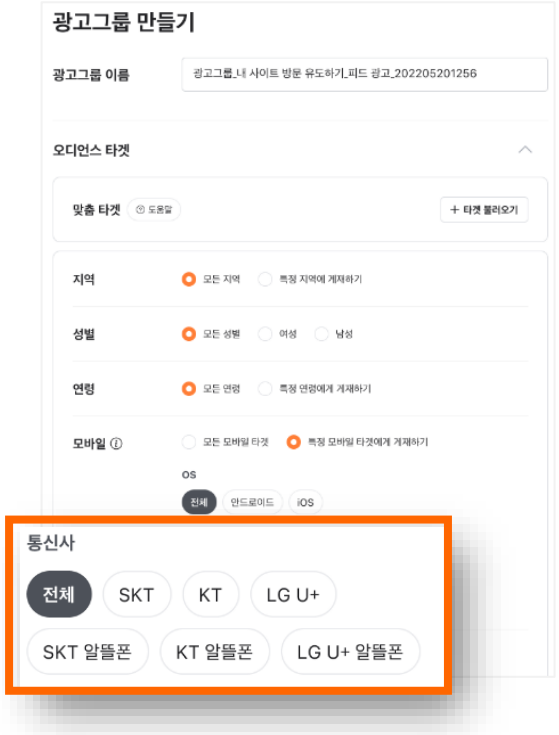
마스트헤드	YT Select 라인업	정지화면 광고
가장 주목도 높은 유튜브 홈페이지 최상단 슬랏 활용	YouTube의 인기 지면만 모아 타겟팅	시청 중인 영상 일시 정지 후 10초 뒤, 정지화면 광고가 재생되며 브랜드 노출
경기 일정에 맞춘 CPH 마스트헤드와 타겟팅을 추가한 CPM 마스트헤드의 동시 활용을 추천	인스트림: 스포츠 라인업 Shorts: 스포츠 라인업, 축구 라인업 (NEW)	모든 라인업 / 스포츠 라인업 활용 가능

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
카카오	• **카카오톡 지면 개편에 따른 변경사항 안내** : 25년 12월 중순 경, 카카오톡 서비스 업데이트에 따라 친구탭 지면 내 노출중인 상품/지면에 일부 변경사항 발생 : 해당 변경 사항은 카카오톡 버전 25.11.0 이상부터 적용되며, 사용자의 앱 업데이트 버전에 따라 적용 여부가 상이할 수 있음 **[카카오 비스보드 CPT – 지면 확대]** 친구탭 내 친구 및 소식 지면에서 비스보드 CPT 광고노출  **[프로필 풀뷰 – 노출위치 조정]** 프로필형 소재 3번째로 노출위치 조정 (기존 4번째) **[디스플레이 유형의 피드형 – 동일]** 친구탭 내 소식 지면에서 기존과 동일하게 광고노출

이달의 매체 상품 소식 (3)

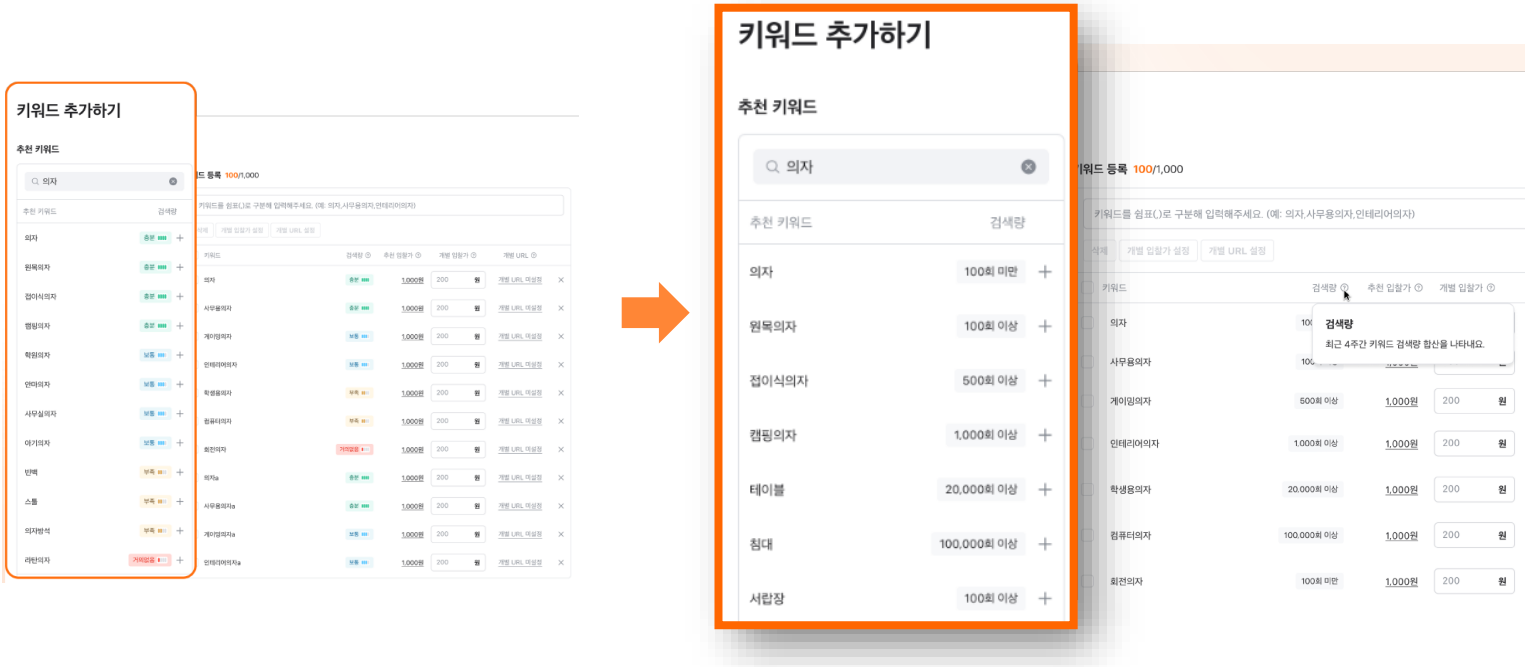
구분	이슈
당근 (1)	• **당근 통신사 타겟팅 기능 추가** 1) 내용 - 당근 광고 그룹 내 통신사 타겟팅 기능 추가 2) 기능 - 광고 그룹 내 특정 통신사를 사용하는 유저 선별하여 타겟팅 - KT, SKT, LG U+, KT 알뜰폰, SKT 알뜰폰, LG U+ 알뜰폰 타겟팅 가능 3) 활용 방안 - 특정 통신사 유저만 선별하여 광고 노출이 가능하기 때문에, 보험/금융/통신처럼 요금제나 통신사 혜택과 연결되는 메시지를 전달해야 하는 캠페인에 효과적 - 알뜰폰 유저만 분류하여 가격 혜택 중심의 오퍼를 제시하거나, 브랜드가 특정 통신사와 제휴 프로모션을 진행하는 경우 캠페인을 더욱 효율적으로 운영할 수 있을 것으로 기대



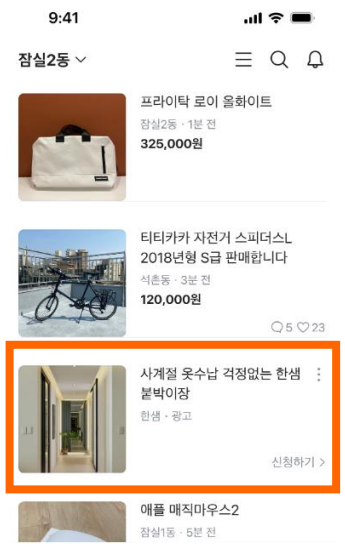
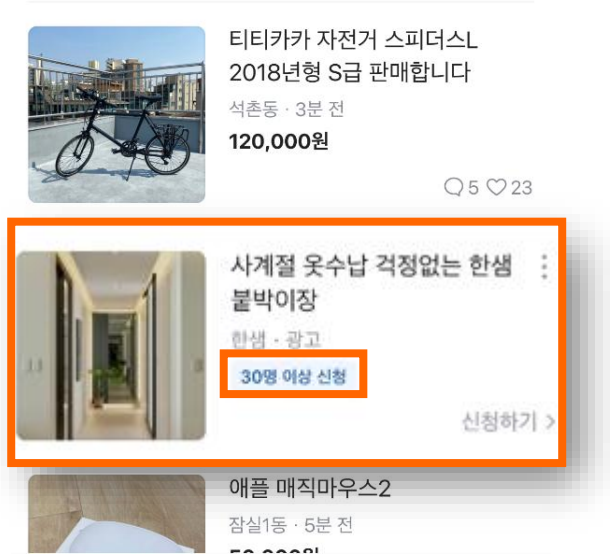
〈광고 그룹 만들기 내 통신사 타겟팅 기능〉

이달의 매체 상품 소식 (4)

구분	이슈
당근 (2)	• **검색광고 키워드 검색량 지표 숫자 기반으로 제공** – 검색 광고 집행 시 키워드의 검색량 지표를 숫자 기반의 검색량으로 제공 – 검색량 데이터가 세분화되어 캠페인 구성이나 키워드 선정에 효율적일 것으로 기대



이달의 매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
당근 (3)	• **리드폼 이미지 광고 리액션 지표 노출** – 리드폼 이미지 유형 소재에서 광고에 대한 사용자 반응이 일정 수준 이상 초과되면 리드폼 신청자수 지표를 노출 – 유저가 광고를 볼 때 다른 사람들의 관심·신청 현황을 바로 확인할 수 있기 때문에 신뢰감을 높여 추가 신청 유도 효과 **〈리드폼 – 30명 미만〉**  **〈리드폼 – 30명 이상〉** 

이달의 매체 상품 소식 (6)

구분	이슈
토스	• **리스트 배너 내 영상 강조형 소재 유형 추가** 1) 내용 - 리스트 배너에서 '영상 강조' 소재 유형 추가 - 동영상의 원하는 장면을 썸네일로 선택하거나 이미지가 잘 보이도록 테두리와 배경 효과가 삽입되는 디테일 제공 2) 참고사항 - 영상 강조형 배너는 심의필 문구 자동 반영 되지 않아, 소재 내 직접 기재 필요 - CTA 색상과 문구는 별도 수정 불가 (CTA 색상은 썸네일 기준으로 자동 설정) - 소리 유무와 상관 없이 음소거 버튼 노출 - 소리가 있는 영상은 기본적으로 음소거 상태로 재생 - 유저의 화면에 광고가 50% 이상 노출되었을 때 영상 자동 재생

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