

MEDIA AD ISSUE Vol.375

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2026.03

Published by
Media Planning 1 & 2 Team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

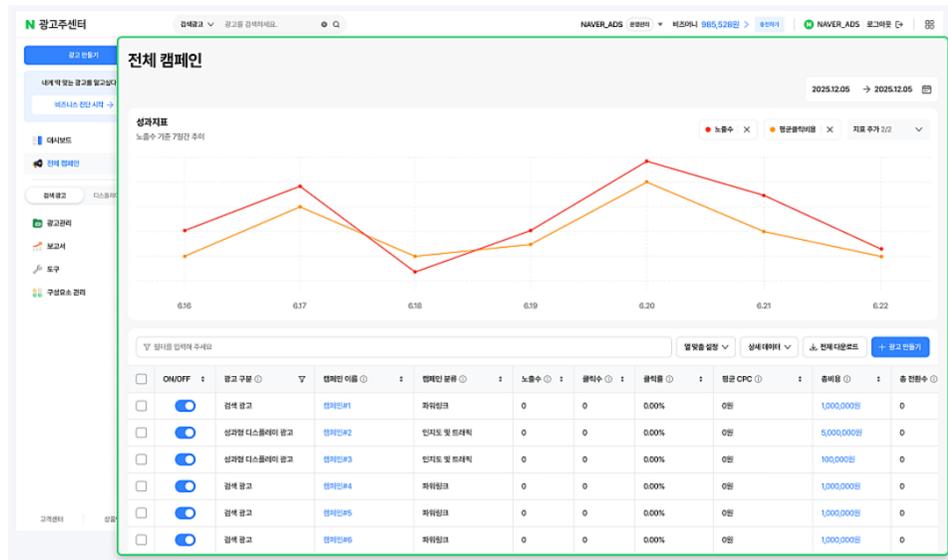
MEDIA AD ISSUE

- 네이버, 광고 플랫폼 통합 및 기능 개편 (2026.03)
- 메타, 릴스 트렌딩 광고(RTA) 한국 타겟 오픈
- 당근, AI 활용한 데이터 분석 기반 'AI 타겟 최적화 기능' 도입
- 이달의 매체 상품 소식

네이버, 광고 플랫폼 통합 및 기능 개편 (2026.03)

- 2026년 3월 30일부터 검색광고와 디스플레이 광고를 하나의 통합 플랫폼에서 관리 가능
- 플랫폼 통합을 통한 광고 운영 효율성 향상 및 통합 성과 분석 기능 강화

| 전체 캠페인 통합 관리 |



| 주요 업데이트 |

항목	기존	변경 / 통합 후
적용 일정	-	2026년 3월 30일 (월) 오후 적용 예정
광고 플랫폼	검색광고센터 / DA 플랫폼 분리 운영	통합 광고 플랫폼에서 검색광고 및 디스플레이 광고 통합 운영
광고 관리	광고 유형별 플랫폼에서 개별 운영	하나의 플랫폼에서 광고 캠페인 통합 관리 가능
광고 성과 분석	광고 유형별 리포트 개별 조회	통합 대시보드 기반 광고 성과 통합 분석
성과 지표	기본 전환 지표 제공	기여전환(Attribution) 지표 신규 제공

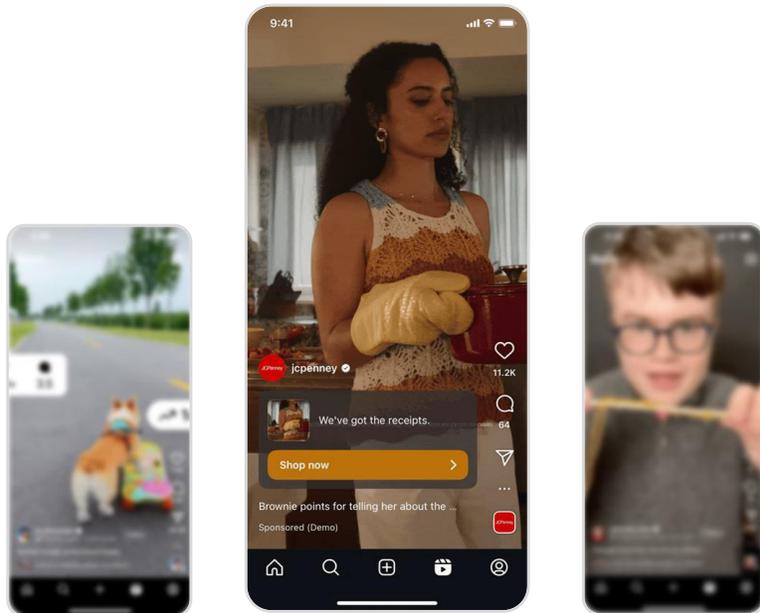
하나의 화면에서 검색광고와 디스플레이 광고의 캠페인 실적을 한번에 비교 분석할 수 있습니다.

메타, 릴스 트렌딩 광고(RTA) 한국 타겟 오픈



- 가장 트렌디한 릴스 콘텐츠 바로 뒤에 광고를 붙여 노출할 수 있는 신규 광고 구매 방식 한국 국가 타겟 오픈
- META의 엄격한 브랜드 적합성 기준을 충족하며 타겟 참여가 활발한 노출 위치에 노출되어 브랜드 안정성 보장 및 비즈니스 성과 증대 기대

| 릴스 트렌딩 광고 노출 예시 |



가장 트렌디한 상위 5% 릴스 콘텐츠

릴스 트렌딩 광고

릴스 콘텐츠

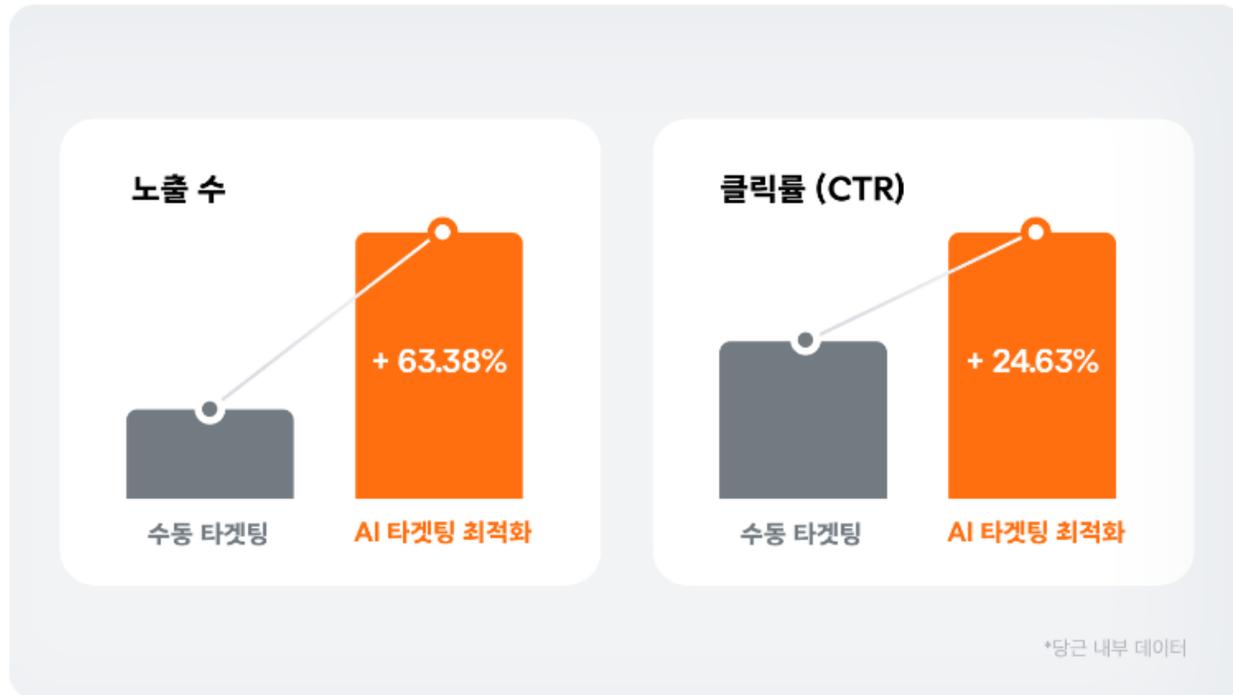
| 상품 정책 |

항목	내용
구매 방식	예약형 (경매형 미지원)
지원 목표	인지도
노출 위치	릴스 지면
주제	주제 제한 없이 운영하거나 광고주 업종 관련 카테고리를 선택하여 노출 가능 • 콘텐츠 카테고리: 동물 및 반려동물, 뷰티 및 패션, 자동차 및 교통수단, 식음료, 스포츠, 음악, 비즈니스 금융 및 투자, 여행, TV 및 영화 • 그 외 주제는 검토 중에 있으며 추후 순차 추가 예정
과금 방식	한국 타겟시, 고정 CPM 8,000원 (성 연령 타겟팅 진행시 10% 할증 추가) 최소 20만명 (200K) 이상의 타겟이 도달하는 예산 설정 필수
예약 일정	광고 180일 후까지 예약 가능, 최소 3일 이상 집행 필수
참고 사항	• 선예약 후 라이브 전까지 취소는 가능하지만 수정은 불가 • 수정 필요시 캠페인 삭제 후 재세팅 필요 • 잦은 취소는 인벤토리 확보에 패널티가 있을 수 있으니 유의 필요

당근, AI 활용한 데이터 분석 기반 'AI 타겟 최적화 기능' 도입

- 당근 광고 캠페인 운영 시 AI가 클릭/전환 가능성이 높은 잠재 고객을 찾아 광고를 노출할 수 있는 AI 타겟팅 최적화 기능 공개
- AI 타겟팅 최적화 기능은 수동 타겟팅 대비 노출 수와 클릭률 개선에 큰 효과를 보였으며, 새로운 잠재 고객 발굴 및 확장 가능성

| 당근 AI 타겟팅 최적화 효율 개선 지표 |



| AI 타겟팅 최적화 기능을 활용한 신규 유저 확장 및 발굴 사례 |

📌 식음료 업종 사례

세팅 방법	유저 타겟팅 범위	도달 유저 수	노출 수	CTR	CPC
수동 타겟팅 캠페인 <small>*당근사 (음식/가방) + 연방 타겟팅</small>	수동 타겟팅 범위 내	26,302	43,140	0.17%	₩878
	수동 타겟팅 범위 외	36,482	85,288	0.17%	₩892
AI 타겟팅 최적화 캠페인	수동 타겟팅 범위 외	253,079	499,424	0.18%	₩923
	전체 범위	289,561	584,712	0.18%	₩919

*당근 내부 데이터

📌 뷰티 업종 사례

세팅 방법	유저 타겟팅 범위	노출 수	CTR	CPC	CPA
수동 타겟팅 캠페인 <small>*당근사 (뷰티) + 연방 + 생방 타겟팅</small>	수동 타겟팅 범위 내	401,532	0.40%	₩612	₩35,028
	수동 타겟팅 범위 외	383,721	0.41%	₩583	₩28,813
AI 타겟팅 최적화 캠페인	수동 타겟팅 범위 외	19,384	0.51%	₩518	₩12,692
	전체 범위	403,105	0.41%	₩579	₩26,844

*당근 내부 데이터

이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
카카오	<ul style="list-style-type: none">• 프로필 풀뷰 동영상형 업로드 최소 해상도 변경 안내 : 프로필 풀뷰 동영상형 광고 QHD 지원으로 인한 홍보 동영상 등록 해상도 기준 상향 예정 <ul style="list-style-type: none">■ 적용 일정: 26년 3월 24일 (화)■ 적용 사항: 기존 홍보 동영상 업로드 조건인 720x1280 이상의 9:16 비율이 1440x2560 이상의 9:16 비율로 변경■ 변경 배경: 보장형 전면 동영상 광고인 프로필 풀뷰 해상도를 HD에서 QHD로 개선하여 주목도/몰입도 제고■ FAQ Q. 기존 동영상 소재는 활용 불가능한가요? A. 기존에 등록된 소재는 별도 조치 없이 HD 해상도로 광고 노출 가능합니다. 다만 3월 24일부터는 720x1280 또는 1080x1920 사이즈의 기존 소재 불러오기 및 복사는 불가하며, 소재 수정 시, 동영상은 1440x2560 이상 사이즈로 변경해야 합니다. (동영상은 그대로 두고 다른 요소만 수정하더라도, 홍보 동영상 사이즈가 1440x2560 미만일 경우 저장 불가) * 예시) 랜딩 URL만 수정하더라도 동영상이 720x1280이거나 1080x1920일 경우 소재 저장 불가 * 수정 예정인 항목이 있을 경우 동영상 사이즈 확인 필수

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
메타 (1)	<ul style="list-style-type: none"> • 웹 전환 기여의 집계 방식 변경 <ol style="list-style-type: none"> 1) 내용 <ul style="list-style-type: none"> - 웹 전환 최적화 캠페인에서 클릭 기여 및 참여 기여의 집계 방식 변경 - 기존에는 다양한 광고 상호작용이 클릭 기여에 포함되었지만 업데이트 이후부터는 링크 클릭 중심으로 전환 기여 측정 2) 변경된 집계 방식 <ul style="list-style-type: none"> - 클릭률: 1~7일 이내 광고주 지정 랜딩 페이지로 연결되는 링크 클릭 - 참여율: 1일 내 좋아요/공유/저장/프로필 등 광고 내 기타 요소를 통한 온사이트 클릭, 1일 내 동영상 5초 이상 재생 - 조회율: 1일 내 광고 조회 <div data-bbox="733 896 1640 1253" data-label="Diagram"> </div> <div data-bbox="1768 611 2160 1253" data-label="Image"> </div>

이달의 매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
메타 (2)	<ul style="list-style-type: none"> • 인스타그램 탐색 지면 업데이트 <ol style="list-style-type: none"> 1) 탐색 홈 <ul style="list-style-type: none"> - 인스타그램 탐색 홈 3:4 비율의 일관된 그리드 도입되며 클릭 시 릴스 뷰어 오픈 - 탐색 홈 지면 선택 시 4:5와 9:16 사이 비율을 가진 광고는 지속 중앙 크롭 되어 노출 - 다만, 1:1 비율의 광고는 심각한 크롭 현상 방지 및 광고 성과 보호를 위해 미지원 2) 탐색 탭 <ul style="list-style-type: none"> - 탐색 홈에서 광고 클릭 시 보여졌던 탐색 탭 지면 더 이상 노출 위치로 수동 선택 불가 - 탐색 홈에서 릴스 광고 클릭 시 탐색 탭이 아닌 릴스 뷰어로 오픈되기 때문에 릴스 지면 선택 시 탐색 탭 자동 노출 될 수 있으나, 탐색 탭 노출을 제외 설정하는 것은 불가 <div style="text-align: right; margin-top: 20px;"> <p>〈탐색 홈〉</p>  <p>(3:4비율) : 클릭 시 릴스 뷰어 오픈 1:1 비율 광고 미지원</p> </div>

이달의매체 상품 소식 (4)

구분

이슈

- 당근 전환수 최대화 입찰 기능(BETA) 추가
 - 전환수 최대화를 자동으로 입찰 관리하여 운영 편의성을 향상
 - 복잡한 입찰가 관리 없이 자동으로 성과를 극대화할 수 있을 것으로 기대

당근 (1)

예산 및 일정

도움말

예산 일일 예산 총 예산

예산 100,000

VAT를 포함한 예산을 입력해주세요.

입찰 방식 수동 입찰 자동 입찰 ⓘ

자동 입찰 (전환수 최대화) BETA

예산 내에서 가장 많은 전환수를 목표로 최적화해요.

일정

시작일 2022.02.14 00:00

종료일

종료일 없음

종료일 없음 종료시간 없음

상세 일정 모든 시간에 광고 게재하기

게재 방식 일반 게재

설정된 일정동안 균등하게 광고가 노출돼요.

입찰 방식

수동 입찰 자동 입찰 ⓘ

자동 입찰 (전환수 최대화) BETA

예산 내에서 가장 많은 전환수를 목표로 최적화해요.

이달의매체 상품 소식 (5)

구분	이슈						
<p>당근 (2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 당근 공식 에이전시(KT나스미디어 포함) 대상 신규 광고주 프로모션 진행 <ol style="list-style-type: none"> 1) 프로모션 대상 광고주 <ul style="list-style-type: none"> - 신규 광고주: 당근 전문가모드를 처음 운영하는 광고주 - 휴면 광고주: 당근 집행 이력은 있으나, 26년 7월 부터 26년 2월 까지 미집행한 광고주 2) 프로모션 혜택 <ul style="list-style-type: none"> - 캠페인 운영 기간: 3월 1일 ~ 5월 31일 - 프로모션 월 단위 집행 금액 기준으로 하기 예산 구간에 따라 무상캐시 지급 <table border="1" data-bbox="721 801 1495 976"> <thead> <tr> <th>구간</th> <th>혜택</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>110만원 이상 ~ 330만원 미만</td> <td>무상캐시 20% 지급</td> </tr> <tr> <td>330만원 이상</td> <td>무상캐시 50% 지급 (최대 330만원)</td> </tr> </tbody> </table> <p>위 금액은 VAT 포함 금액. 본 프로모션은 전문가모드 광고 집행 시에만 프로모션 혜택을 받을 수 있음. 집행 금액은 유상캐시 소진 금액 기준으로 월 단위 정산되며, 혜택은 매 월 다음 달 초에 일괄 지급. 무상캐시는 지급 시점으로부터 30일간 사용이 가능.</p>	구간	혜택	110만원 이상 ~ 330만원 미만	무상캐시 20% 지급	330만원 이상	무상캐시 50% 지급 (최대 330만원)
구간	혜택						
110만원 이상 ~ 330만원 미만	무상캐시 20% 지급						
330만원 이상	무상캐시 50% 지급 (최대 330만원)						



이달의 매체 상품 소식 (6)

구분	이슈
X	<ul style="list-style-type: none"> <p>• “유료파트너십라벨” 출시 : 크리에이터, 브랜드, 퍼블리셔가 제 3자로부터 대가나 인센티브를 받은 오가닉 콘텐츠를 자연스럽게 공개할 수 있도록 해주는 간편한 기능으로 투명성과 신뢰를 더욱 강화하기 위해 ‘유료 파트너십 (Paid Partnership) 출시</p> <p>■ 적용 일자: 바로 시행</p> <p>■ 적용 대상: 크리에이터, 브랜드, 퍼블리셔들이 제3자로부터 대가나 인센티브를 받았을 경우 표기 유료 파트너십에 해당하는 모든 상업적 오가닉 게시물에는 반드시 이 라벨 적용 필요</p> <p>■ 라벨링 추가 방법</p> <ul style="list-style-type: none"> - 포스터 오른쪽 상단 클릭 -> 콘텐츠 정보 공개 문구 추가/삭제 (content disclosure) 클릭 - 유료파트너십 on - 포스트 좌측 하단에 라벨링 표시됨 <p>■ 참고사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 자사 제품이나 서비스를 직접 홍보하는 공식 브랜드와 퍼블리셔 계정의 경우에는 해당 라벨을 사용하지 않아도 됨



나스리포트를 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: 케이티나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (케이티나스미디어 X)