

MEDIA AD ISSUE Vol. 308

주요미디어광고상품이슈

Media AD issue
2020.08

Published by
Media consulting team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

- 카카오톡 비즈보드 상품명 변경 및 노출 영역 확대
- SMR 신규 큐레이션: 시니어, 광고모델 큐레이션 출시
- 네이버 브랜딩 DA/주제판 광고 상품 업데이트
- 구글 도달범위 플래너 활용 및 신규 기능 업데이트
- 아프리카 TV, 신규 상품 4종 출시
- 이달의 매체 상품 소식

카카오톡 비즈보드 상품명 변경 및 노출 영역 확대



- 카카오톡 비즈보드가 카카오의 주요 서비스인 다음과 카카오페이로 노출 영역이 확대되면서 '카카오 비즈보드'로 상품명 변경
- 국내 대표 메신저 '카카오톡'을 비롯하여 다음/다음웹툰/카카오페이 등으로의 지면 확장으로 트래픽 파워가 증가함에 따라 광고 효과는 더욱 상승할 것으로 기대

| 비즈보드 노출 확장 지면 |

8/1일 카카오페이 서비스를 시작으로 8/5일 다음과 다음웹툰에도 노출 시작
 카카오톡 대표 서비스 중 하나인 카카오페이 내 다양한 위치에 노출되고 있으며, 카카오페이를 시작으로 연내 카카오의 다양한 서비스에 확대 노출될 예정

NEW 나스 립 밤 출시
 봄을 담은 화사한 6가지 컬러

모바일 Daum
 1월 한달, 이마트 20% 할인

다음 웹툰
 메인 홈, 작품 하단

카카오페이
 메인 홈, 각 콘텐츠 탭 등

카카오페이
 작품 홈, 전체 콘텐츠 하단, 작품 보관함

* 카카오페이 내 종로 광고 영역: 콘텐츠 하단 이미지네이티브 (1200*628) / 동영상네이티브

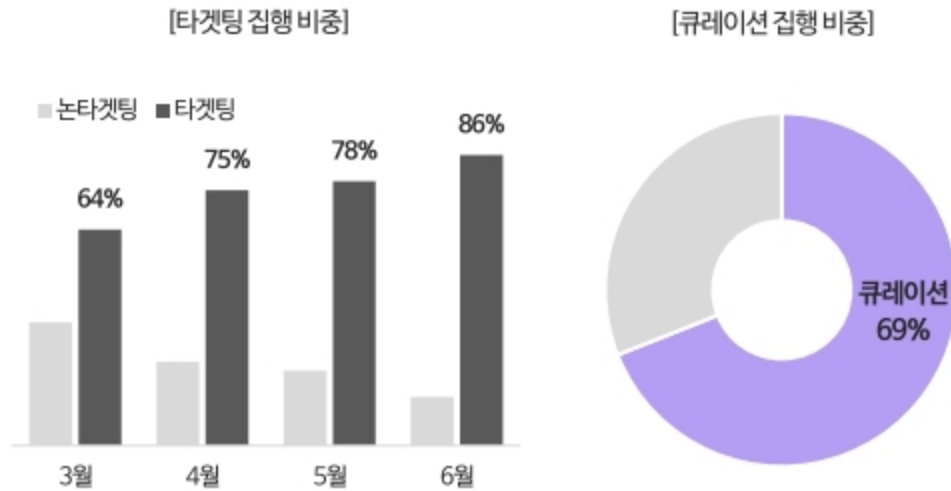
* Source: 카카오

SMR 신규 큐레이션: 시니어, 광고모델 큐레이션 출시

- 업종 및 타겟에 적합한 콘텐츠+키워드로 구성된 맞춤형 타겟팅 상품인 '큐레이션 타겟팅'의 집행이 증가함에 따라 큐레이션 상품 업데이트 진행
- 중년층으로의 타겟팅 확장 니즈를 반영한 '시니어 큐레이션'과 큐레이션을 통한 광고모델 출연 클립 타겟팅이 가능한 '광고 모델 큐레이션' 신규 출시

| 타겟팅 상품 집행 현황 |

상반기 타겟팅 집행 비중 점차 증가, 그중 큐레이션 비중이 약 70%를 차지



| 신규 큐레이션 소개 |

시니어 큐레이션

· 방송 콘텐츠



· YouTube + 시니어 관련 채널

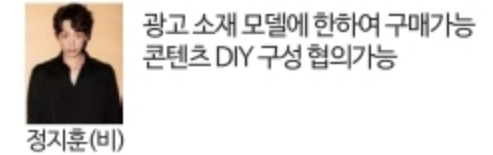


· 키워드 DIY

가족, 건강, 명절, 트로트, 재산, 아파트 등

광고모델 큐레이션

〈예시〉



· 방송 콘텐츠 & YouTube



· 키워드 DIY

예시) 정지훈(비), 김태희 + 인물키워드

* Source : SMR Wisdom

네이버 브랜딩DA/주제판 광고 상품 업데이트

- 네이버 앱 서비스 개편을 앞두고(일정미정), 브랜딩DA/주제판 광고 상품 세부 판매 내용 변경 예정
- 보장형 광고 플랫폼(NOSP)에서 판매 종료 및 노출 제외되는 주제판은 성과형 광고 플랫폼(GFA)을 통해 노출

| 브랜딩DA/주제판 광고 상품 변경 사항 |

| 광고 상품 | 변경 사항 | 비고 |
|-----------------------------------|---|----------------------|
| M_메인_브랜딩DA | 노출 지면 제외 경제M, 과학, 동영상, 푸드, 리빙, 부모, 웹툰, 패션뷰티 | 성과형 광고(GFA) 노출 예정 |
| 프리미엄 광고 | 판매 종료 게임 | - |
| PM_메인_주제판_콘텐츠DA M_메인_주제판_브랜딩DA | 판매 재개 공연전시, 동물공감, 디자인, 법률, 비즈니스, 스쿨잼, 여행, 연애결혼, 영화, 잡앤, 중국, 테크, FARM | - |
| | 판매 종료 게임, 자동차, 경제M, 리빙, 부모, 패션뷰티, 푸드 | 성과형 광고(GFA) 노출 예정 |

*8/13(목) 업데이트 예정, 일부 주제판은 업데이트 일정 상이할 수 있음

| 브랜딩DA 신규 지면 |

NOSP/GFA 브랜딩DA 상품내
신규 지면 '검색차트' 추가



구글 도달범위 플래너 활용 및 신규 기능 업데이트

- 도달범위 플래너는 Google Ads 캠페인 계획 도구로 YouTube, GVP 사이트 및 앱에 게재하는 광고의 예상 도달 범위 및 게재 빈도 등 확인 가능
- 최근 맞춤 의도 잠재고객 및 CPM 마스트헤드 도달 예측 기능이 추가 업데이트됨에 따라 더 많은 활용 기대

| 도달범위 플래너 활용 |

“타겟층 도달범위/게재빈도/타겟팅 노출수/평균비용등
향후 실적 예측 가능”

① 타겟 설정

- 국가/지역/통화
- 인구통계(연령/성별)
- 관심사(잠재고객)
- 자녀 유무
- 기기

② 캠페인 플랜 설정

- 기간: 최대 92일 미만
- 예산 및 CPM 설정
- 게재빈도 설정: 일/주/월 단위 제한 or 무제한
- 네트워크: YouTube만 or 동영상 파트너(GVP) 추가

③ 광고 포맷 선택

- 건너뛴 수 없는 인스트림
- 범퍼 광고
- 아웃스트림 동영상 광고
- 트루뷰 포 리치
- 트루뷰 디스커버리
- 트루뷰 인스트림
- CPM 마스트헤드 (NEW)

| 도달범위 플래너 주요 업데이트 |

NEW

① 'CPM 마스트헤드' 광고 포맷 추가

Step 1: 목표-인지도(도달범위), 채널-YouTube 선택

Step 2: 광고 환경 설정-나만의 제품 조합 선택 > 광고 형식 드롭다운 > CPM 마스트헤드 선택



NEW

② 잠재고객 카테고리 신규 추가: '맞춤 의도' 잠재고객

Step 1: Google 잠재고객 > 찾아보기 > 시장조사 또는 구매 계획 정보

Step 2: 하단 '새 맞춤 의도 잠재고객' 선택



“브랜드 관련 맞춤 키워드 리스트를 기반으로
도달 확대를 위한 결과 예측 가능”

아프리카TV, 신규 상품 4종 출시

- 국내 대표적인 영상 매체로 프리롤 등의 광고 상품이 주를 이루던 아프리카TV가 모바일/PC에 특화된 배너 상품과 검색 키워드 결합 상품을 출시
- 업종/KPI에 따른 상품 조합으로 메인 페이지 노출을 통한 브랜딩부터 영상 검색 유저를 공략한 유입 확대까지 가능

모바일 메인 배너
메인 페이지 노출로 높은 주목도 확보



모바일 검색창 배너
검색창 내 단독 노출



PC 카테고리 메인 배너
1주일 독점으로 메인 노출



검색 키워드 광고+브랜드 페이지
일UV300만 유저 대상으로 반복적인 브랜드 키워드 노출



| | | | | |
|-------|--|-------------------|--------------------------------|---|
| 노출 위치 | Hot섹션: 실시간 핫이슈 상단 Hot 외 섹션: 전체방송 리스트 상단 | 검색 Tap 진입 시 상단 노출 | 각 LIVE 카테고리별 방송리스트 2행 다음 위치 | 키워드광고: 검색창 화면 내 텍스트 배너로 상시 노출 브랜드페이지: 키워드 광고 클릭시 검색 결과값으로 노출 |
| 상품 유형 | DA (동영상형은 하반기 출시 예정) | DA | DA | 키워드+DA |
| 판매 단가 | CPM 4,000원 | CPM 3,000원 | 500만원 (1구좌 1주일 고정) | PC+MO 300만원 PC 200만원 / MO 100만원 (1구좌 1일 기준) |
| 판매 방식 | CPM판매, 카테고리 선택 가능 (20%할증) | CPM판매 | 카테고리 선택 가능(게임/일반중 선택) | 1주일 고정 판매 |
| 예상 효율 | CTR 0.17% | CTR 1.00% | CTR 0.04% / Imps. 2,000,000 | CTR 0.20% |
| 타겟팅 | 성연령/카테고리/시간대/디바이스 | 성연령/시간대/디바이스 | 가능하나 논타겟팅 권장 | 성연령/시간대 |

*Source : 아프리카TV

이달의 매체 상품 소식

| 구분 | 이슈 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|--|--|--|------|-----------|----|---------|--|--|----|---------|-------------------------|--|------|---------|----------------------------|---------------------------|
| 네이버 | <ul style="list-style-type: none"> • 밴드앱띠배너 판매 종료 (8/17일 집행분부터 불가) : 종료 상품 - [SA100962] M_밴드_앱_띠배너(신) • GFA 모바일 서브_피드 광고 노출위치 변경 (7/28~) : [네이버] 모바일 서브_피드 선택 시, [카페앱] 거래글 피드 지면에 광고 노출 중단 : 카페앱 및 모바일웹 새글 피드에는 광고 노출 유지 (변경없음) • GFA 스마트채널 게재 지면 추가 (7/16~, NOSP는 적용되지 않음) : 적용 지면 ①안드로이드/iOS 밴드앱 최상단 (단, 최신업데이트 된 앱에서만 노출) ②밴드앱>홈 ③밴드앱>새소식 ④밴드앱>채팅 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 카카오 | <ul style="list-style-type: none"> • 비즈보드 365일 24시간 광고 심사 운영 (8/3~) : 카카오 비즈보드 평일/주말/휴일 24시간 심사 운영 • 카카오모먼트 플랫폼 업데이트 - 전환 목표 '앱설치' 추가 (7/23~) : 전환 목표 캠페인 내 광고 목표 대상에 '앱설치' 추가 (기존에는 픽셀 & SDK / 카카오톡 채널만 제공) : 모바일 디바이스 하위에 디바이스 환경 설정 > Wi-Fi에서만 노출 옵션 및 변경이력 제공 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 트위터 | <ul style="list-style-type: none"> • 3~4분기 브랜드 비디오 패키지 출시 : 골드/실버/퍼포먼스 패키지로 구분 <table border="1" data-bbox="631 996 1870 1316"> <thead> <tr> <th>패키지</th> <th>금액</th> <th>상품구성</th> <th>Value ADD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>골드</td> <td>4,500만원</td> <td>퍼스트뷰+스포트라이트 Amplify 프리롤 프로모션 비디오</td> <td>900만원 보너스IO (총 집행금액의 20%) 브랜드 이모지 영상 편집 대화 분석 리포트</td> </tr> <tr> <td>실버</td> <td>3,000만원</td> <td>퍼스트뷰+스포트라이트 프로모션 비디오</td> <td>600만원 보너스IO (총 집행금액의 20%) 대화 분석 리포트</td> </tr> <tr> <td>퍼포먼스</td> <td>2,000만원</td> <td>트렌드 스포트라이트 비디오 웹사이트/앱카드</td> <td>200만원 보너스IO (총 집행금액의 20%)</td> </tr> </tbody> </table> | 패키지 | 금액 | 상품구성 | Value ADD | 골드 | 4,500만원 | 퍼스트뷰+스포트라이트 Amplify 프리롤 프로모션 비디오 | 900만원 보너스IO (총 집행금액의 20%) 브랜드 이모지 영상 편집 대화 분석 리포트 | 실버 | 3,000만원 | 퍼스트뷰+스포트라이트 프로모션 비디오 | 600만원 보너스IO (총 집행금액의 20%) 대화 분석 리포트 | 퍼포먼스 | 2,000만원 | 트렌드 스포트라이트 비디오 웹사이트/앱카드 | 200만원 보너스IO (총 집행금액의 20%) |
| 패키지 | 금액 | 상품구성 | Value ADD | | | | | | | | | | | | | | |
| 골드 | 4,500만원 | 퍼스트뷰+스포트라이트 Amplify 프리롤 프로모션 비디오 | 900만원 보너스IO (총 집행금액의 20%) 브랜드 이모지 영상 편집 대화 분석 리포트 | | | | | | | | | | | | | | |
| 실버 | 3,000만원 | 퍼스트뷰+스포트라이트 프로모션 비디오 | 600만원 보너스IO (총 집행금액의 20%) 대화 분석 리포트 | | | | | | | | | | | | | | |
| 퍼포먼스 | 2,000만원 | 트렌드 스포트라이트 비디오 웹사이트/앱카드 | 200만원 보너스IO (총 집행금액의 20%) | | | | | | | | | | | | | | |

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)