

# MEDIA AD ISSUE Vol.343

이달의 매체 상품 소식

Media AD issue  
2023.07


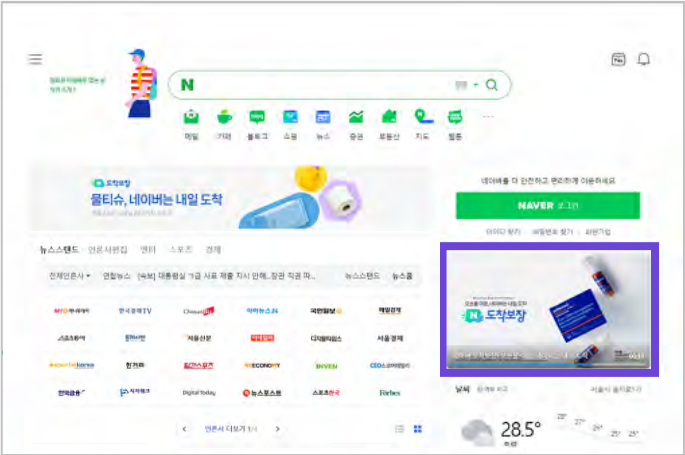
Published by  
Media Consulting 1&2 Team

nasmedia

# 이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
네이버	<ul style="list-style-type: none"> <li>보장형DA, 타임보드 동영상 확장형 출시</li> </ul> <p>1) 상품 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 노출 위치: 타임보드 기본 노출 영역이 아닌 네이버 PC 메인 상단 영역(검색창&amp;아이콘 하단)에 노출</li> <li>- 노출 방식: 사용자의 시선을 사로잡을 수 있도록 광고 영역을 가득 채우는 와이드한 커버 이미지와 오브젝트 모션 적용</li> </ul> <p>① 와이드 커버 이미지 + 좌측 오브젝트 모션 노출      ② 모션 종료 후 확장전 소개 노출      ③ 소재 마우스 오버 또는 클릭시, 확장되어 동영상 소개 노출</p>  <p>* 프리퀀시 3회 적용</p> <p>2) 출시 일정: 2023년 6월 26일부터 집행 가능</p> <p>3) 판매 정책: 이미지형 대비 20% 할증 적용 *<b>오픈 프로모션으로 별도 공지까지 할증률 10% 적용</b></p>

# 이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
네이버	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보장형DA, 롤링보드아웃스트림 출시               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 상품 정보                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 노출 위치: 기존 롤링보드 상품 지면과 동일한 영역에 노출</li> <li>- 노출 방식: 개편된 네이버 PC 메인 화면에 맞춰 보다 깔끔하고 가시성 높은 UI로 노출</li> </ul> </li> </ol> <p>[기존 '롤링보드 동영상_Autoplay형' 노출 형태]</p>  <p>[변경 '롤링보드아웃스트림' 노출 형태]</p>  <ol style="list-style-type: none"> <li>2) 출시 일정: 2023년 7월 10일부터 집행가능</li> <li>3) 판매 정책: 이미지형 대비 20% 할증 적용</li> </ol> </li> </ul>

# 이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈
네이버	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>성과형DA, 네이버 PC 메인 로그인 하단 영역 광고 노출 개시</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>내용: 네이버 PC 메인 게재 위치에 로그인 하단 지면 추가되어 성과형DA 광고 노출 가능</li> <li>노출 가능 상품 * 로그인 하단 영역 단독 노출은 불가               <ol style="list-style-type: none"> <li>[PC&gt;네이버&gt;배너 영역&gt;네이버 메인] '네이티브 이미지' 소재 광고</li> <li>[PC&gt;네이버&gt;배너 영역&gt;네이버 메인] '카탈로그 판매' 목적 광고</li> </ol> </li> <li>적용 일정: 2023년 6월 26일 * 롤아웃 완료</li> </ol> </li> </ul> <div data-bbox="1702 362 2232 796" style="text-align: right;"> <p>▼ 네이티브 이미지 광고</p> <p>▲ 카탈로그 판매 광고</p> </div>
	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>성과형DA, 커뮤니케이션애드 소재 작성 가이드 강화</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>내용: 상품/용역의 이용 경험 사실을 포함하는 등 사용자 이용 후기로 오인될 수 있는 내용의 소재 문구 활용 제한 [사용 불가 표현 예시] 사용해보니, 지인에게 추천 받아, 저도 구매했어요, 계약했어요 등</li> <li>적용 대상: [네이버&gt;커뮤니케이션 영역] 게재 위치를 선택하고, '네이티브 이미지' 소재를 사용한 광고</li> <li>적용 일정               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2023년 6월 20일~: 변경된 가이드로 신규 등록 소재 검수 진행</li> <li>- 2023년 6월 27일~: 변경된 가이드로 기존 운영 소재 재검수 진행</li> </ul> </li> </ol> </li> </ul>

# 이달의 매체 상품 소식 (4)

구분	이슈															
카카오	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>카카오 오픈채팅 노출 영역 확대 안내 <a href="#">공지바로가기</a></b>            : 23년 6월 19일 (월), 디스플레이 광고 등록 후 [게재지면] 상세 설정 &gt; 카카오톡] 선택 시, 오픈채팅탭으로 노출지면 확장            23년 7월 10일 (월) '내 채팅방' 채팅 리스트 내 노출까지 시작되어 디스플레이 광고 기반으로 오픈채팅방 노출 유도 가능         </li> </ul> <p><b>[노출 확대 지면 및 상세 일정]</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>게재지면</th> <th>상세 위치</th> <th>소재 형식</th> <th>노출 가능 광고 개수</th> <th>소재 노출 시작</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>카카오톡 &gt; 오픈채팅탭 &gt; 지금 뜨는</td> <td>지금 뜨는 탭상단</td> <td>2:1 소재 UI</td> <td>1개 (변동 가능)</td> <td>2023년 6월 19일</td> </tr> <tr> <td>카카오톡 &gt; 오픈채팅 탭 &gt; 내 채팅방</td> <td>채팅리스트 내</td> <td>채팅리스트 UI</td> <td>최대 3개 (변동 가능)</td> <td>2023년 7월 10일</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>[지면 노출시 고려 사항]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- [내 채팅방] 채팅리스트 내 광고] 사용자가 보유한 채팅방 개수에 따라 광고 노출 위치/개수는 유동적</li> <li>- [내 채팅방] 채팅리스트 내 광고] Android 환경에서 최대 3개, IOS 환경에서 최대 1개까지 광고 노출 가능</li> <li>- [내 채팅방] 채팅리스트 내 광고] 사용자의 행동패턴(채팅방 나가기 등)을 통해, 이미 노출되었던 광고가 미노출 처리로 변경 가능</li> </ul>	게재지면	상세 위치	소재 형식	노출 가능 광고 개수	소재 노출 시작	카카오톡 > 오픈채팅탭 > 지금 뜨는	지금 뜨는 탭상단	2:1 소재 UI	1개 (변동 가능)	2023년 6월 19일	카카오톡 > 오픈채팅 탭 > 내 채팅방	채팅리스트 내	채팅리스트 UI	최대 3개 (변동 가능)	2023년 7월 10일
게재지면	상세 위치	소재 형식	노출 가능 광고 개수	소재 노출 시작												
카카오톡 > 오픈채팅탭 > 지금 뜨는	지금 뜨는 탭상단	2:1 소재 UI	1개 (변동 가능)	2023년 6월 19일												
카카오톡 > 오픈채팅 탭 > 내 채팅방	채팅리스트 내	채팅리스트 UI	최대 3개 (변동 가능)	2023년 7월 10일												

# 이달의 매체 상품 소식 (5)

구분	이슈
구글	<ul style="list-style-type: none"><li>• YouTube 장편 인스트림 비디오 광고 과금 체계 변동</li></ul> <p><b>[내용]</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 8분 초과 장편 <u>인스트림(영상내) 비디오 광고</u>의 입찰 경쟁 심화</li><li>- 8분 초과 인스트림 비디오 광고의 경우, 통상적 비디오 광고 입찰가보다 <b>최대 2배까지</b> 비용 상승 가능 → 더욱 경쟁력 있는 입찰 가격 필요</li></ul> <p><b>[적용 일정]</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 23년 7월부터 적용 예정</li></ul> <p><b>[대응 방안]</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 장초수 광고 게재 시 최대 입찰가를 기존보다 2배 이상 높여 입찰 경쟁 최적화 가능성을 최대로 확보</li><li>- 8분 이상의 장편 콘텐츠 홍보 시 *인피드 동영상 프로덕트 활용 권장</li></ul> <p>: 인피드 동영상 광고 솔루션 사용 시 시청자가 광고 길이 조건 없이 YouTube 환경에서 광고를 노출할 수 있는 지면을 확장할 수 있음</p>

# 이달의 매체 상품 소식 (6)

구분	이슈
메타	<ul style="list-style-type: none"><li>• 새로운 기여 설정 ‘참여한 조회 기여(Engaged-view attribution)’ 출시<ol style="list-style-type: none"><li>1) 내용: 사용자가 동영상 광고를 시청한 뒤 24시간 이내 발생시킨 전환을 추적할 수 있는 새로운 기여 설정 ‘참여한 조회 기여’ 도입 (‘참여한 조회 기여’의 동영상 광고 시청 기준)<ul style="list-style-type: none"><li>- 10초 이상 동영상 소재: 사용자가 동영상 광고를 최소 10초 이상 시청했을 경우</li><li>- 10초 미만 동영상 소재: 사용자가 총 동영상 길이의 97%를 시청했을 경우</li></ul></li><li>2) 지원 대상: [판매, 잠재 고객, 참여] 캠페인 목적에서 [웹사이트] 전환 위치를 사용하는 동영상 캠페인</li><li>3) 지원 일정: 6월부터 순차 적용 시작 * 8월 100% 롤아웃 예정</li><li>4) 참고 사항: ‘클릭 기여’, ‘조회 기여’ 옵션은 기존과 동일하게 제공</li></ol></li></ul>

# 이달의매체 상품 소식 (7)

구분	이슈														
SMR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SMR, 1st 상품 노출 플랫폼/콘텐츠 확장 개편               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 상품 정보                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 노출 방식: 디지털 클립 및 실시간 시청자 대상 프리롤 지면 첫번째 노출 (24시간 기준 첫 시청)</li> <li>- 노출 플랫폼: 네이버TV (SMR 클립, 네이버 오리지널 클립, 스포츠 생중계) / 카카오TV, 곰TV, 방송사 사이트 등 (SMR 클립, SMR Live)</li> <li>- 판매 방식: 1일 1개 브랜드 선착순 판매</li> </ul> </li> <li>2) 예상 노출량 및 구좌 단가                   <table border="1" data-bbox="693 772 1684 1036"> <thead> <tr> <th>상품</th> <th>요일</th> <th>예상 노출수</th> <th>단가</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">SMR 1st</td> <td>월</td> <td>160만회</td> <td>1,700만원</td> </tr> <tr> <td>화/수/목</td> <td>210만회</td> <td>2,300만원</td> </tr> <tr> <td>금/토/일</td> <td>240만회</td> <td>2,600만원</td> </tr> </tbody> </table> </li> <li>3) 참고 사항                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 네이버 스포츠 생중계 일부 경기는 미 노출 될 수 있음</li> <li>- 인벤토리 상황에 따라 단가 변동 가능성 有</li> </ul> </li> </ol> </li> </ul>	상품	요일	예상 노출수	단가	SMR 1st	월	160만회	1,700만원	화/수/목	210만회	2,300만원	금/토/일	240만회	2,600만원
상품	요일	예상 노출수	단가												
SMR 1st	월	160만회	1,700만원												
	화/수/목	210만회	2,300만원												
	금/토/일	240만회	2,600만원												



# 이달의매체 상품 소식 (8)

구분	이슈																									
<p>틱톡</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드미션 상품 구성 업데이트 안내 : 캠페인 예산에 따라 해시태그챌린지 페이지 및 브랜드이펙트 구성 옵션을 다양하게 조합 가능</li> </ul> <p><b>[브랜드미션 진행 프로세스]</b></p> <p>- 브랜드의 조건에 부합되는 고퀄리티의 브랜드 콘텐츠를 생성하는 크리에이터에게 리워드 제공</p>																									
	<p><b>[패키지 구성 예시]</b></p> <p style="text-align: right;">* 캠페인 예산에 따라 구성 추가 및 변경 가능</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">상품 구성</th> <th colspan="2">2023 H2</th> </tr> <tr> <th>Long Ver. (66일 버전)</th> <th>Default Ver. (6일 버전)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mission (5M imps)</td> <td>₩38,375,000</td> <td>₩ 38,375,000</td> </tr> <tr> <td>HTC Detail Page</td> <td>₩8,450,000</td> <td>₩ 1,920,000</td> </tr> <tr> <td>BE Detail Page</td> <td>₩ 8,450,000</td> <td>₩ 1,920,000</td> </tr> <tr> <td>BE Panel</td> <td>₩ 0</td> <td>₩ 0</td> </tr> <tr> <td>BE Production</td> <td>₩ 12,800,000</td> <td>₩ 12,800,000</td> </tr> <tr> <td>Minimum Ad Spend (권장)</td> <td>₩ 15,350,000</td> <td>₩ 15,350,000</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>₩ 83,425,000</td> <td>₩ 70,365,000</td> </tr> </tbody> </table>	상품 구성	2023 H2		Long Ver. (66일 버전)	Default Ver. (6일 버전)	Mission (5M imps)	₩38,375,000	₩ 38,375,000	HTC Detail Page	₩8,450,000	₩ 1,920,000	BE Detail Page	₩ 8,450,000	₩ 1,920,000	BE Panel	₩ 0	₩ 0	BE Production	₩ 12,800,000	₩ 12,800,000	Minimum Ad Spend (권장)	₩ 15,350,000	₩ 15,350,000	TOTAL	₩ 83,425,000
상품 구성	2023 H2																									
	Long Ver. (66일 버전)	Default Ver. (6일 버전)																								
Mission (5M imps)	₩38,375,000	₩ 38,375,000																								
HTC Detail Page	₩8,450,000	₩ 1,920,000																								
BE Detail Page	₩ 8,450,000	₩ 1,920,000																								
BE Panel	₩ 0	₩ 0																								
BE Production	₩ 12,800,000	₩ 12,800,000																								
Minimum Ad Spend (권장)	₩ 15,350,000	₩ 15,350,000																								
TOTAL	₩ 83,425,000	₩ 70,365,000																								

# 이달의 매체 상품 소식 (9)

구분	이슈						
트위터	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>트렌드테이크오버 상품 업데이트 안내 (7/1)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 상품 노출 방식 개선으로 배너/영상 노출 효과 극대화 기대</li> <li>: 타임라인 테이크오버와 결합한 번들패키지 진행 가능 (타임라인+테이크오버플러스)</li> </ul> </li> </ul> <p>[기존]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 트렌드 섹션 최상단 최초 3회 노출</li> <li>- 트렌드테이크오버 슬롯 고정 노출 (트렌드 순위 2위)</li> </ul> <p>[변경]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 트렌드 섹션 최상단 24시간 고정 노출</li> <li>- 2023년 7월 1일부터 트렌드테이크오버 플러스만 집행 가능</li> </ul> <table border="1" data-bbox="682 1019 1518 1168"> <thead> <tr> <th>상품</th> <th>예상 노출수 (imps)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>타임라인 테이크오버</td> <td>2,500,000</td> </tr> <tr> <td>트렌드 테이크오버 플러스</td> <td>13,000,000</td> </tr> </tbody> </table>	상품	예상 노출수 (imps)	타임라인 테이크오버	2,500,000	트렌드 테이크오버 플러스	13,000,000
상품	예상 노출수 (imps)						
타임라인 테이크오버	2,500,000						
트렌드 테이크오버 플러스	13,000,000						



\* 트렌드테이크오버 플러스 노출 예시

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는  
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)

# 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 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)나스미디어, (영문) nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우  
보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.  
예시: 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (나스미디어 X)