

카카오네이티브광고

Ver.1.6 | 2016.06.02

카카오네이티브광고

상품안내 01

상세 심사가이드 02

FAQ 03

카카오네이티브광고 상품안내 01

상품소개

카카오네이티브광고

광고인 듯 아닌 듯, 자연스럽게

Kakao특채널 및 Kakao와 제휴 된 모바일앱네트워크
지면의 콘텐츠와 광고의 유기적 경험을 통해
광고의 효율과 전환을 높여주는 몰입형 광고 상품입니다.

광고 지면과 소재UI는 제휴 및 콘텐츠 소비 화면에 따라
변경될 수 있습니다.



상품소개

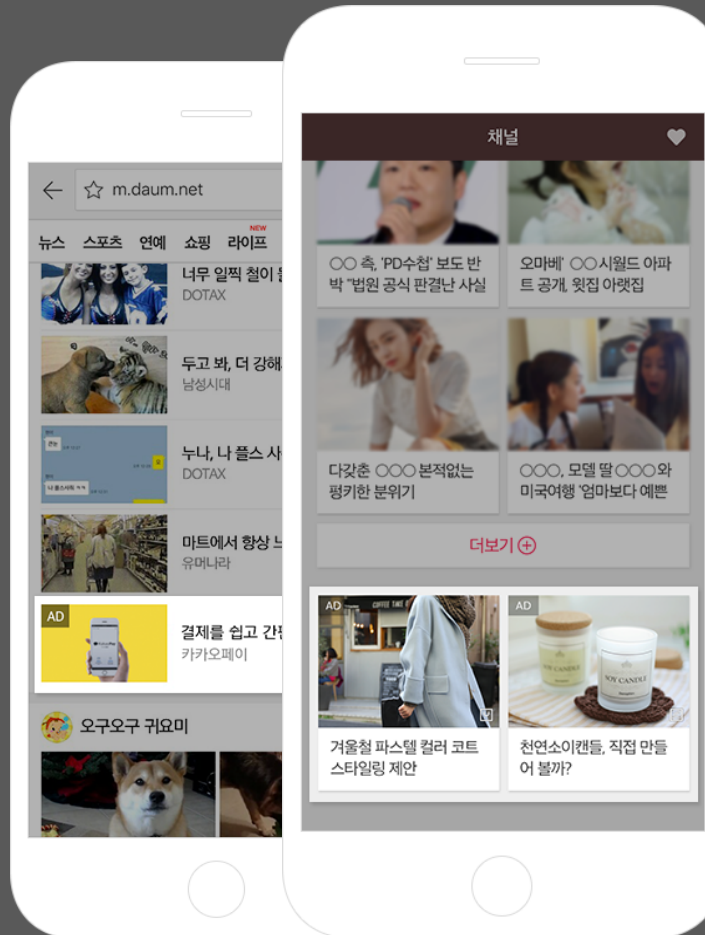
카카오네이티브광고 특성 및 장점

Kakao 특채널, Daum의
프리미엄 노출 지면

kakao 및 kakao 제휴
모바일앱 네트워크

자연스러운 네이티브광고

각 지면의 콘텐츠와
유기적인 경험 제공



사용자 특성을 고려한
광고 노출

최대 10만가지 타겟팅 조합

다양한 광고 목표
달성 가능

4가지 광고 대상 및 13가지
행동유도버튼 제공

합리적 광고비용

최저 90원의 실시간 입찰방식으로
탄력적인 광고 운영

노출지면

Kakao 네트워크 기반의 광고지면

Kakao톡채널, Daum Top 등 프리미엄 노출지면을 기반으로

Kakao와 제휴된 모바일앱 네트워크에서 다양한 잠재고객에게 광고가 노출됩니다.



카카오톡채널의 연에 콘텐츠 소비 화면 내
자연스럽게 광고가 노출됩니다.



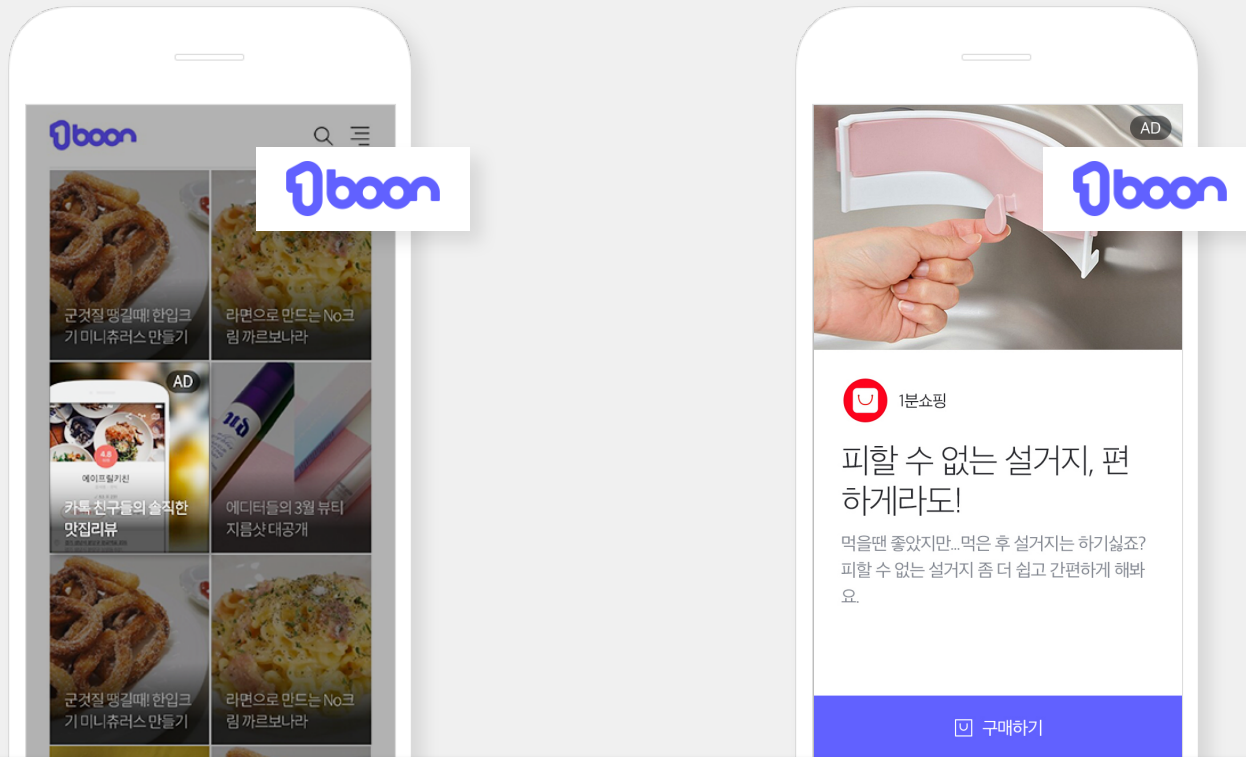
모바일웹의 카카오톡소비 화면 내
자연스럽게 광고가 노출됩니다.

노출지면

Kakao 네트워크 기반의 광고지면

Kakao톡채널, Daum Top 등 프리미엄 노출지면을 기반으로

Kakao와 제휴된 모바일앱 네트워크에서 다양한 잠재고객에게 광고가 노출됩니다.



카카오톡채널의 1분 콘텐츠 소비 화면 내
자연스럽게 광고가 노출됩니다.

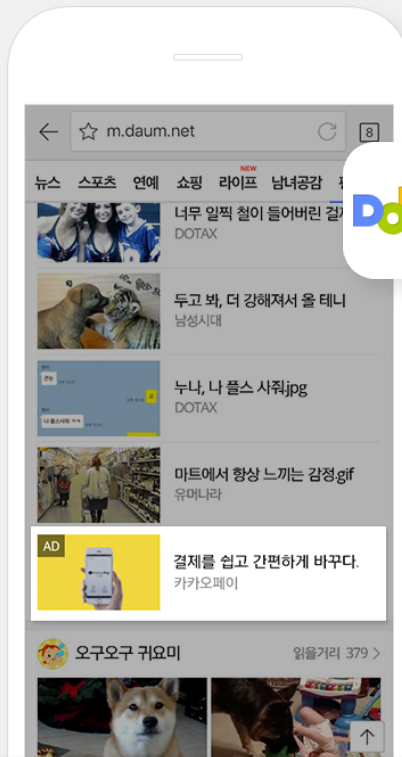
1분 스와이프 콘텐츠 시작 카드(콘텐츠 제목
카드 바로 뒤)에 자연스럽게 광고가
노출됩니다.

노출지면

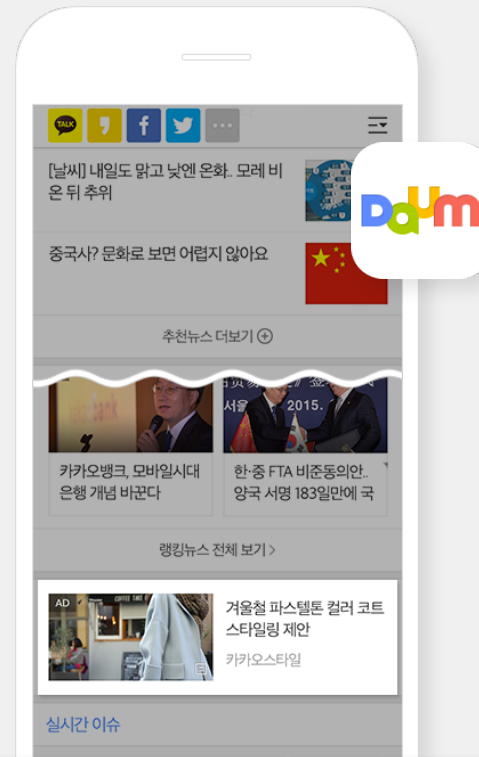
Kakao 네트워크 기반의 광고지면

Kakao톡채널, Daum Top 등 프리미엄 노출지면을 기반으로

Kakao와 제휴된 모바일앱 네트워크에서 다양한 잠재고객에게 광고가 노출됩니다.



다음앱 Top 편·웹툰 콘텐츠 내
자연스럽게 광고가 노출됩니다.

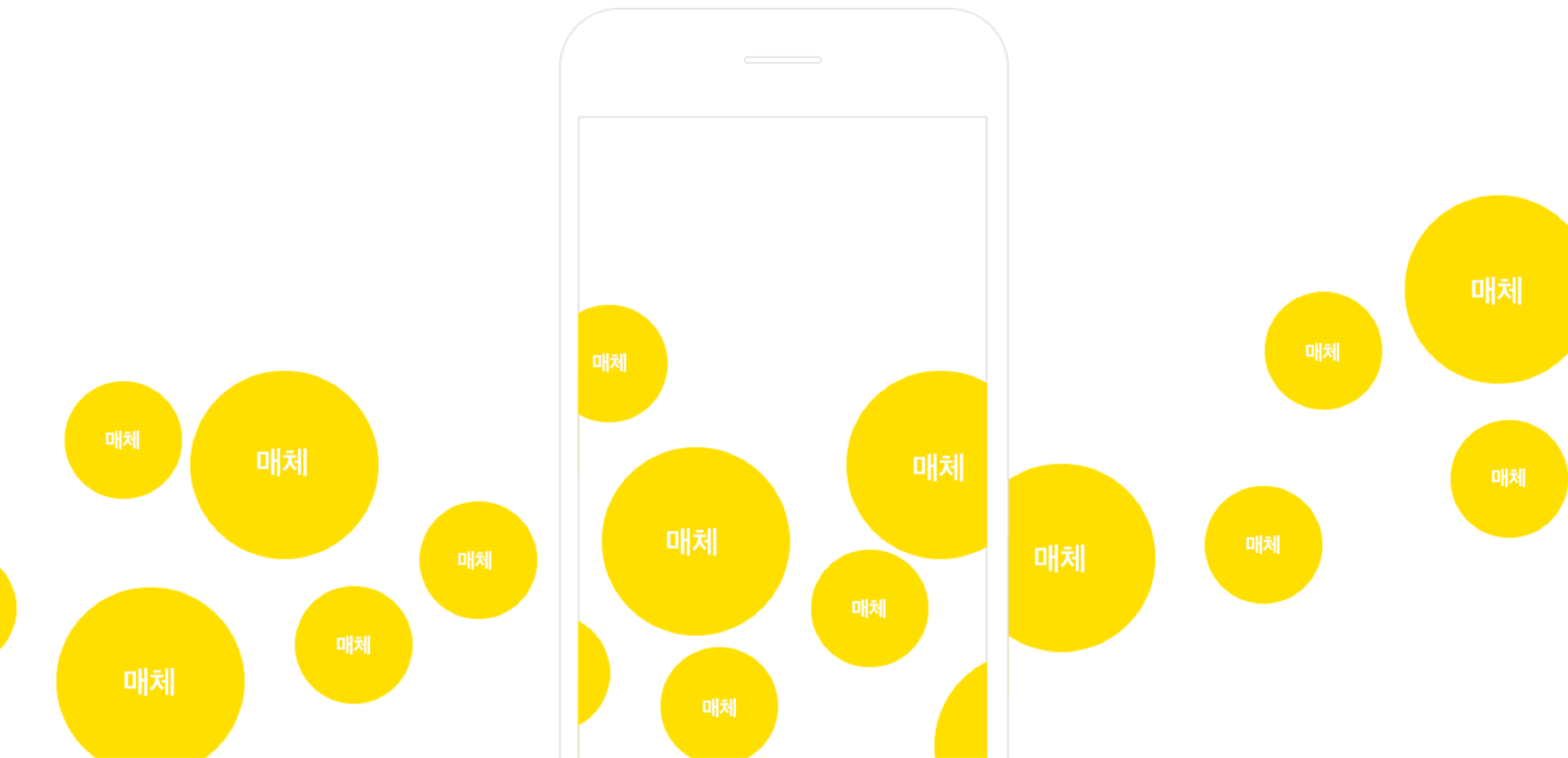


다음앱 > 전체 기사부 하단
(뉴스/스포츠/연예/라이프) 내 자연스럽게
광고가 노출됩니다.

노출지면

Kakao와 제휴된 모바일앱 네트워크 확대

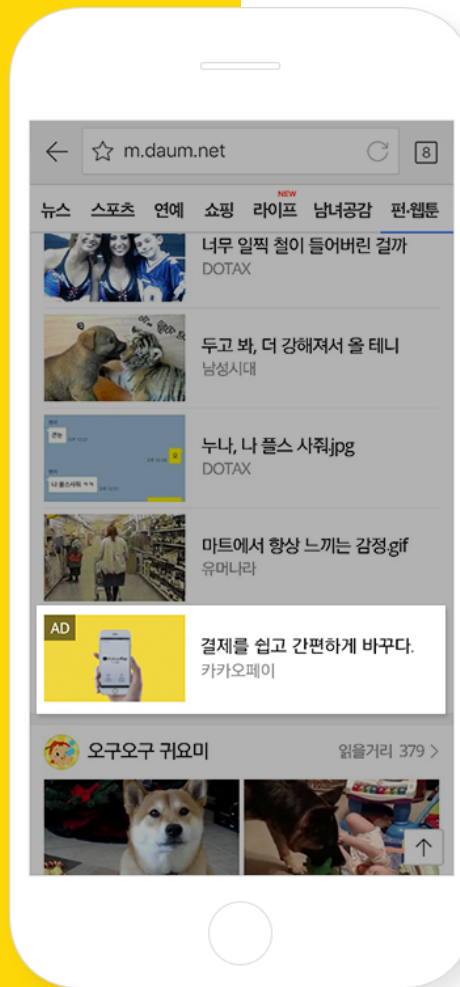
Kakao 특채널, Daum 앱 등 프리미엄 매체를 기반으로
Kakao와 제휴된 모바일앱 네트워크에서 다양한 잠재고객에게 광고가 노출됩니다.



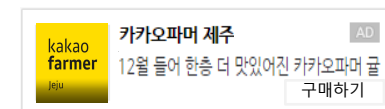
네이티브 소재

다양한 UI의 소재노출

카카오네이티브광고의
다양한 소재 요소들이
노출 지면의 콘텐츠 UI와
동일하게 조합되어
자연스럽게 노출됩니다.



소재예시



광고 노출 타겟팅

다양한 타겟팅을 통해 사용자를 선별하여 광고 노출



광고 목적 달성하기

다양한 광고대상 및 액션버튼으로 광고 목표 달성 지원



웹사이트 클릭



모바일앱 설치



플러스친구
추가

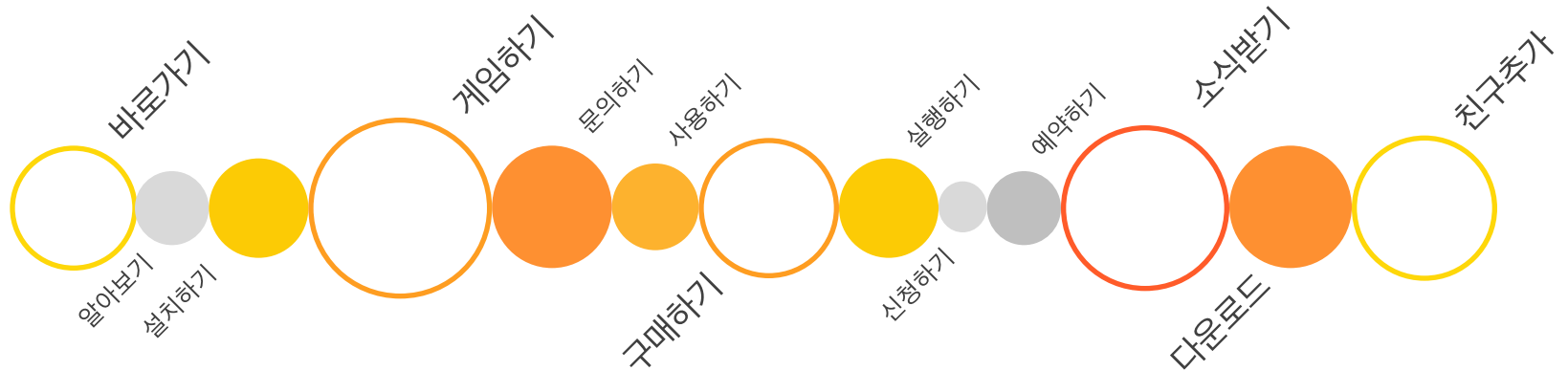


스토리채널
소식받기

4가지 광고대상

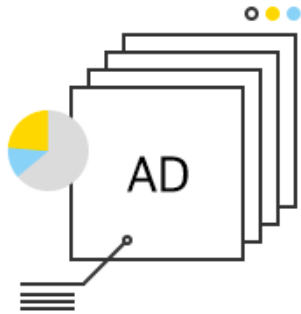
광고 목적 달성하기

다양한 광고대상 및 액션버튼으로 광고 목표 달성 지원



13가지 액션 유도

경쟁을 통한 광고노출과 합리적인 CPC 과금 방식



타겟팅된 노출 대상이 같은 광고 중
'입찰가'와 '광고반응률' 경쟁을 통해
노출될 광고가 선정됩니다.



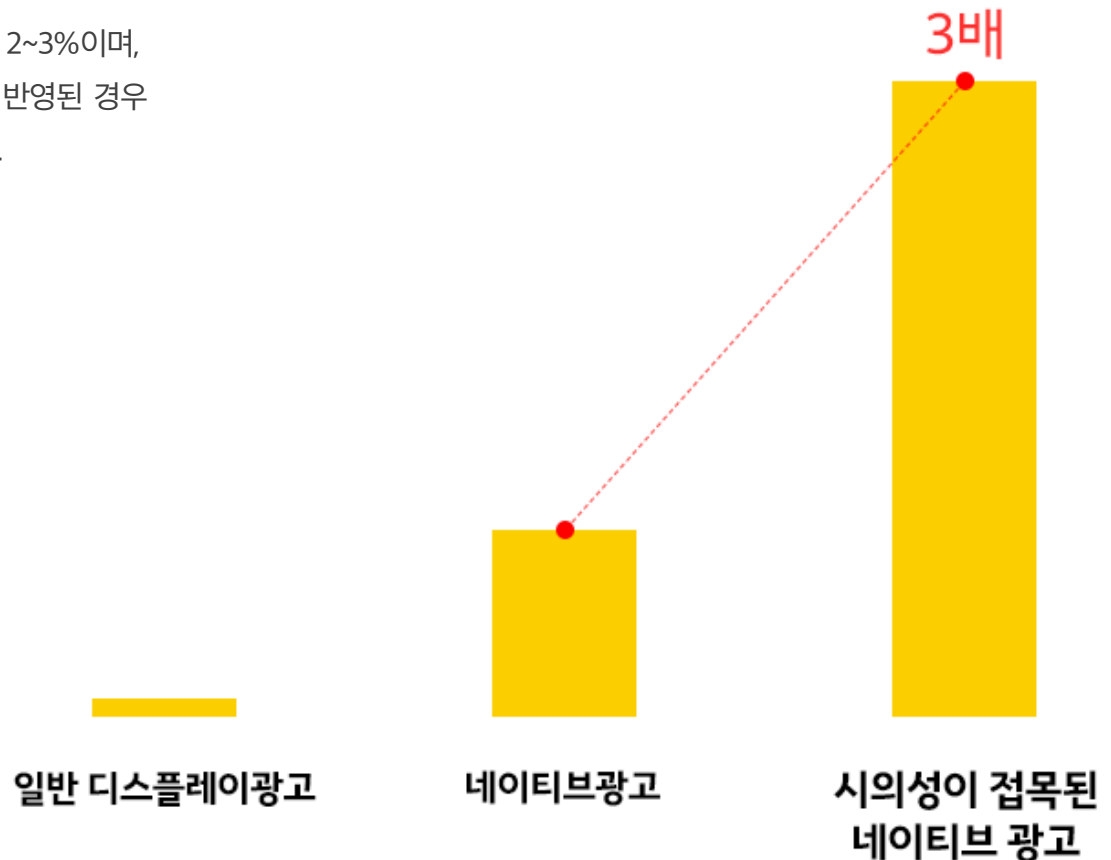
실시간 CPC 과금 방식으로
“차순위 입찰가+10원”에 부가세가 포함된
가격으로 과금됩니다.
(최저 입찰가는 90원입니다.)

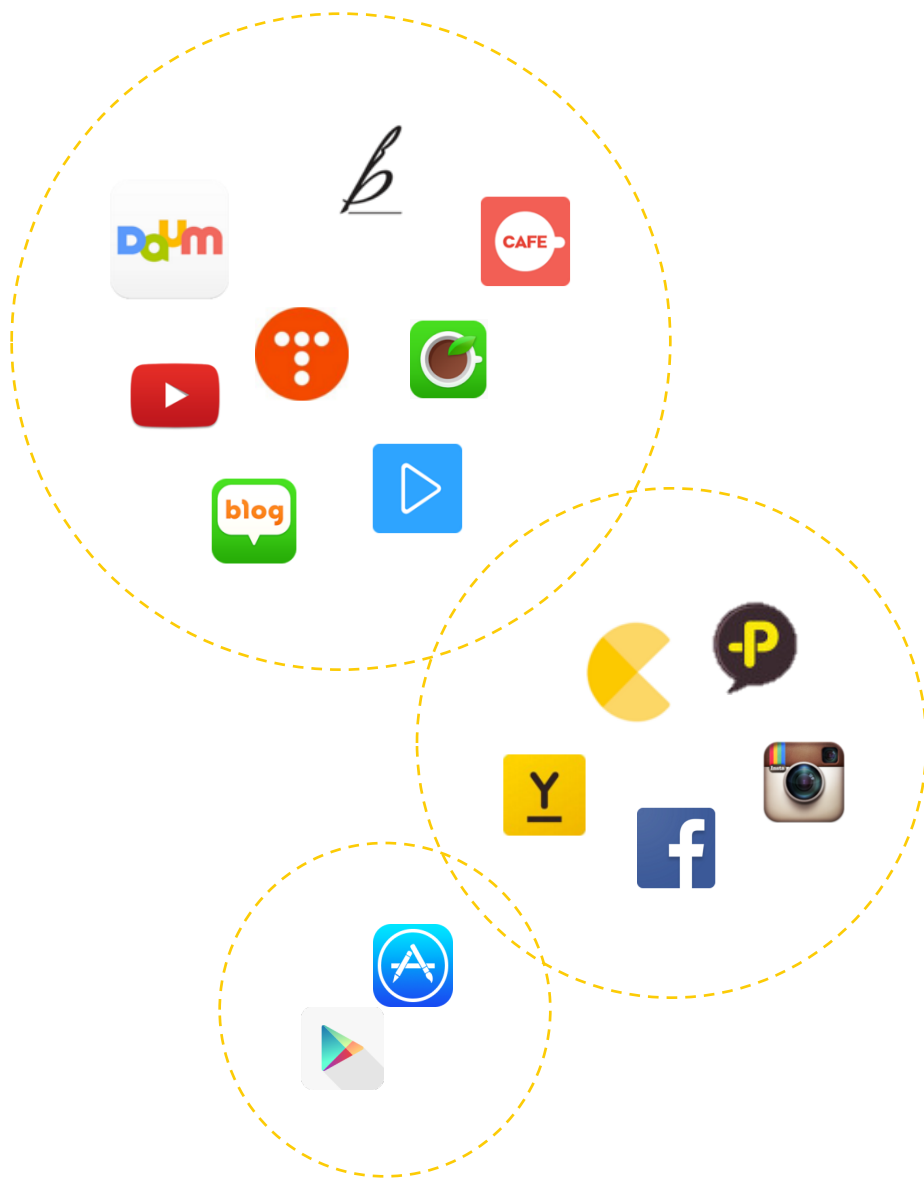
시의성이 반영된 광고로 광고 효과 높이기

적은 광고비로 많은 노출과 유입을 확보하기 위해서는
소재의 크리에이티브가 중요합니다.

자연스러운 카카오톡네이티브광고의 CTR은 2~3%이며,
특히 소재에 네이티브성, 시의성이 적절히 반영된 경우
약 3배까지 높은 광고반응을 나타냈습니다.

Daum앱 네이티브광고 CTR 테스트 결과,
2016.02





연결 화면 가이드

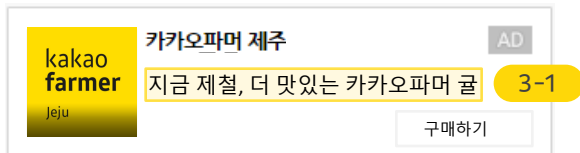
다양한 채널로 연결이 가능합니다.

카카오네이티브광고는 클릭시
기업사이트/쇼핑몰/블로그/SNS 등
자사의 모바일 채널과 앱설치를 위한
앱마켓으로 연결이 가능합니다.

카카오네이티브광고 상세 심사가이드 02

카카오네이티브광고의 다양한 소재 가이드

카카오네이티브광고의 다양한 소재 요소들이 콘텐츠에 최적화된 광고UI로 조합되어 노출됩니다.
따라서 지면에 따라 노출되지 않는 소재 요소가 있을 수 있습니다.



- | | | |
|---|---------|---|
| 1 | 프로필명 | 최대 15자 |
| 2 | 프로필 이미지 | <ul style="list-style-type: none">• 사이즈 : 300x300(px)• 파일형식 : PNG/JPG• 용량 : 400KB |
| 3 | 홍보문구 | <ul style="list-style-type: none">• 3-1 광고제목 : 최대 20자• 3-2 광고문구 : 최대 60자 <p>지면에 따라 광고제목, 광고문구 중 선택되어 노출됩니다.</p> |
| 4 | 광고소재이미지 | <ul style="list-style-type: none">• 사이즈 : 1200x628(px)• 파일형식 : PNG/JPG• 용량 : 1200KB <p>지면내 콘텐츠 이미지사이즈에 따라 crop되어 노출됩니다.</p> |
| 5 | 행동유도버튼 | 바로가기, 구매하기, 설치하기 등
총 13가지 중 선택 |

소재 제작 가이드



프로필명 등록 기준

- 프로필명은 띄어쓰기를 포함하여 최대 15자까지 기재할 수 있습니다.
- 프로필명은 반드시 광고주명 또는 브랜드명으로 작성되어야 하며, 수식어를 사용할 수 없습니다.
- 업종에 따라 프로필명에 사이트명을 기재하는 것이 제한될 수 있습니다.
- 단체명, 기관명을 프로필명으로 사용 가능합니다.
- 프로필명에 기재된 광고주명이 확인된 광고주명과 다를 경우에는 광고할 수 없습니다.
- 광고주명 중 주식회사, 사단법인 등의 종류에 관한 명칭은 축약하여 기재하거나 생략 가능합니다.
- 최상급 표현, 문장부호, 특수문자 등이 포함된 상호/법인명은 사업자등록증에서 확인되어야 합니다.
- 프로필명에는 문장부호, 특수문자 등을 기재할 수 없습니다.

프로필 이미지 등록 기준

- 프로필 이미지 사이즈는 300X300 픽셀로 PNG, JPG파일만 가능합니다.
- 한 파일당 최대 용량은 400KB 입니다.
- 광고주 로고, 브랜드 아이덴티티, 앱아이콘을 프로필 이미지로 구성합니다.
- 이미지는 식별이 가능한 오브젝트 및 로고로 심플하게 제작합니다.

- [illegible]

소재 제작 가이드



광고 소재 이미지 등록 기준

- 광고 소재 이미지 사이즈는 1200X628 픽셀로 PNG, JPG파일만 가능합니다.
- 한 파일당 최대 용량은 1200KB 입니다.
- 광고가 노출되는 게재위치에 맞게 리사이징 또는 Crop하여 적용되므로 메인 오브젝트는 중앙에 배치하는 것을 권장합니다.
- 이미지 내에 텍스트를 사용할 수 없습니다. (로고, 의무고시사항 제외)
- 미풍양속을 해치거나, 해칠 우려가 있는 저속한 도안, 사진, 표시, 음향, 부자연스러운 합성 이미지 등의 사용시 광고 집행이 불가합니다.
- 판매상품 이미지컷은 저작권 및 초상권이 확보된 이미지만 사용이 가능합니다.
- 신체 부위 노출 시, 이미지 내 50% 이상을 차지할 수 없습니다.
- 신체부위 노출 시(수영복 착용 포함(속옷제외)), 상/하반신 전체 노출을 기본으로 하며, 특정 부위를 강조하여 노출할 수 없습니다.
- 특정 부위의 과도한 노출 및 침대에 누워 있는 포즈 등 성적 상상력을 불러 일으키는 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
- 주류 브랜드 및 술병 등 주류를 연상시키는 소재의 직접적인 노출은 불가합니다.
- 광고 소재에 사실보도와 오인할 수 있는 형식의 내용은 사용할 수 없습니다.
- 비율이 맞지 않게 만들어진 이미지 또는 여러 개의 배너를 조합한 형태의 이미지 소재는 해상도와 가독성이 떨어지므로 광고 집행이 불가합니다.
- 광고 소재의 구성 색상이 이용자의 피로함을 유발할 경우 광고 집행이 불가합니다.
- 카카오의 서비스 주조색을 포인트 컬러로 사용하여 카카오 서비스로 오인될 여지가 있는 경우 광고 집행이 불가합니다.
- 흐림 효과, 블러 처리, 모자이크 처리된 이미지, 인물이 왜곡된 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
- 전후의 비교 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
- 스토리채널 공유 및 UP기능을 활용한 이벤트에 대한 내용은 광고 집행이 불가합니다.

소재 이미지 제작 예

노출지면에 최적화된 카카오톡네이티브광고의 특성상 광고소재이미지가 리사이징 또는 Crop되어 노출됩니다. 따라서 가능한 상품/피사체는 정중앙에 배치해서 소재이미지를 제작하시기 바랍니다.

광고소재이미지



광고소재이미지 노출 예시



소재 제작 가이드



연결 화면 등록 기준

1. 연결 URL로 연결되는 페이지(연결 화면) 기본 조건

- 연결 화면은 해당 광고 상품의 판매 페이지 혹은 해당 상품의 리스트 페이지로 이동해야 하며, 연결 화면과 무관한 내용의 소재는 노출이 불가합니다.
- 연결 화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 연결되어야 하며, 모바일 전용 페이지가 없는 경우에는 광고 집행이 불가합니다.
- 광고와 사실보도를 혼동할 수 있는 뉴스나 기사, 기타 보도를 하는 언론사 페이지는 연결 화면으로 사용할 수 없습니다.
- 연결 화면은 언론/방송 등이 사실보도한 것으로 소비자가 오인할 수 있는 페이지는 연결 화면으로 사용할 수 없습니다.
- 시작페이지 변경, 톨바 설치 등 인터넷 이용자의 컴퓨터 환경 변화를 유도하는 경우는 광고가 중단될 수 있습니다.
- 인터넷 이용자가 종료할 수 없는 형태로 연결 화면이 구성된 경우는 광고 집행이 불가합니다.
- 연결 화면을 종료한 후에 다른 페이지로 연결되거나, 일정시간이 경과한 후 다시 열리게 하는 경우는 광고 집행이 불가합니다.
- 연결 화면이 미완성 또는 수정 중이거나 사이트의 일부가 활성화되지 않은 경우는 광고 집행이 불가합니다.
- 연결 페이지는 카카오 성과형광고의 광고대상 등록기준을 따릅니다.

1. 연결 URL로 연결되는 페이지(연결 화면) 기본 조건

- 기업사이트, 쇼핑몰, 블로그, SNS 등 자사의 모바일웹 페이지로 연결이 가능합니다.
- 연결 화면으로 이동 된 후, Back step 버튼을 1번 눌렀을 때에, 반드시 기존 앱으로 복귀해야 합니다.
- 연결 URL에는 '한글'을 사용할 수 없으며, 반드시 영어와 특수문자로만 구성되어야 합니다.
- 4개 이상의 팝업창 및 팝언더 형태의 홍보창이 열리는 경우는 광고 집행이 불가합니다.
- 광고 내용이 보여지지 않고 바로 로그인 또는 회원가입을 유도하는 광고는 집행이 불가합니다.

카카오네이티브광고는 하기 업종의 광고 진행을 제한하고 있습니다.

1. 청소년 유해매체물, 청소년 출입금지업소, 주류, 전자담배업체
2. 일반 채팅, 소셜 데이팅 및 이와 유사한 업종
3. 유흥업소/유흥업소 직업정보 업체
4. 대부업/사금융 업종
5. 건강식품/의료기기/다이어트 업종
6. 중고차 업종
7. 다단계 업체
8. 명품 판매 업체
9. 청소년 이용불가 게임, 게임 아이템거래, 고스톱/포커 등 사행성 게임 업종
10. 종교단체, 종교활동 홍보, 특정종교 정보, 포교활동을 하는 업체
11. 유틸리티, 멀티미디어 등 각종 프로그램이나 파일을 제공/중개하는 공개자료실
12. 로또번호/스포츠토토/스포츠경기 등 예측 업체
13. 선거, 정당, 정치단체

이외의 업종은 'kakao 성과형광고 심사정책'의 공통 심사정책 및 업종별 심사정책을 따릅니다.

카카오네이티브광고 FAQ 03

Q

카카오네이티브광고에서 제공하는 주요 타겟팅은 어떤 것이 있나요?

A

카카오네이티브광고는 플랫폼, 연령, 성별, 지역, 취미, 게임관심도에 따른 6가지 타겟팅 카테고리를 기본적으로 제공하고 있으며, 추가적으로 광고대상이 스토리채널인 경우 내 스토리채널의 구독자를 제외할 수 있습니다.

최대 약 10여만개의 타겟팅 조합을 통해, 자사의 잠재고객에게 광고를 노출할 수 있습니다.

- 플랫폼 : 전체, iOS, Android
- 연령 : 전체, 15~19세, 20~25세, 26~30세, 31~40세, 41~50세, 51~70세
- 성별 : 전체, 남자, 여자
- 지역 : 전국, 서울, 부산, 경기, 강원, 충청, 경상, 전라, 제주
- 취미 : 전체, 게임, 뷰티, 패션/쇼핑, 스포츠/레저, 건강/병원, 식음료, 경제/정치, 교육, 가정/육아, 디지털/IT, 엔터테인먼트
- 게임 관심도 : 전체, 슈팅/롤플레이нг, 시뮬레이션, 퍼즐/퀴즈, 전략, 스포츠, 액션
- 채널 구독자 : 전체, 채널 구독자 제외

Q

광고 품질은 어떻게 결정되나요?

A

광고 품질에 가장 영향을 주는 것은 광고 소재의 CTR이며, 이 외에도 다양한 광고 반응 요소가 적용되어 결정 됩니다.

Q

소재 권장 사이즈에 맞춰 등록했으나, 미리보기에서 조금씩 잘려진 상태로 확인됩니다.

A

카카오네이티브광고의 소재 등록시 우측에 제공하고 있는 미리보기는 소재 요소들이 다양한 형태로 조합되어 노출될 수 있음을 예시화면으로 제공하는 것으로, 실제로 노출되는 광고UI와는 차이가 있습니다.

특히 광고 소재 이미지의 경우, 노출지면에 따라 비율에 맞춰 리사이징되거나 Crop되어 노출될 수 있으므로 미리보기를 참고해서 주요한 피사체나 광고 상품은 이미지 중앙에 배치하는 것을 권장드립니다.

Q

등록한 광고 소재 중, 노출되지 않는 요소가 있나요?

A

네. 카카오네이티브광고 특성상 광고주님이 등록한 광고 소재 중에서 노출 지면의 콘텐츠와 동일한 UI로 조합되는 소재 요소가 추출되어 광고소재로 구성되기 때문에 노출되지 않는 소재 요소가 있을 수 있습니다. 단 카카오네이티브광고의 노출 지면이 지속적으로 추가되고 있기 때문에, 모든 소재 요소를 등록해 두어야 광고 노출이 원활하게 진행됩니다.

또한 현재 카카오네이티브광고가 노출되는 카카오톡탭과 다음앱의 경우, 프로필명/광고제목/광고소재이미지가 각 지면의 콘텐츠 UI로 조합되어 광고가 노출되고 있습니다.

Q

모바일 랜딩페이지는 딥링크를 제공하나요?

A

네. 광고주님이 등록해놓은 광고 랜딩페이지가 유저의 환경에 따라 딥링크가 적용되도록 설정해 놓으셨다면, 그에 따라서 딥링크에 의해 노출 지면이 적용됩니다.

단 광고대상이 '카카오스토리채널'인 경우, 스토리채널에서 딥링크를 적용해 두었습니다. 따라서 스토리채널앱이 설치된 유저는 광고 클릭시 해당 앱의 홈이나 게시글로 랜딩되며, 미설치 유저의 경우 모바일웹 환경에서 채널 홈이나 게시글 페이지로 랜딩됩니다.

Thank you