

클릭스 kakao 광고 안내

검색광고 | 프리미엄링크M *beta* | DDN | 카카오프로젝트광고 | 카카오톡이티브광고

광고플러스 | ver. 2017.03

목차

1. 클릭스 카카오광고

- 1.1 클릭스를 통해 운영 가능한 kakao 광고
- 1.2 클릭스 광고 등록 프로세스
- 1.3 클릭스 광고 플랫폼 구조
- 1.4 클릭스 주요 플랫폼 기능

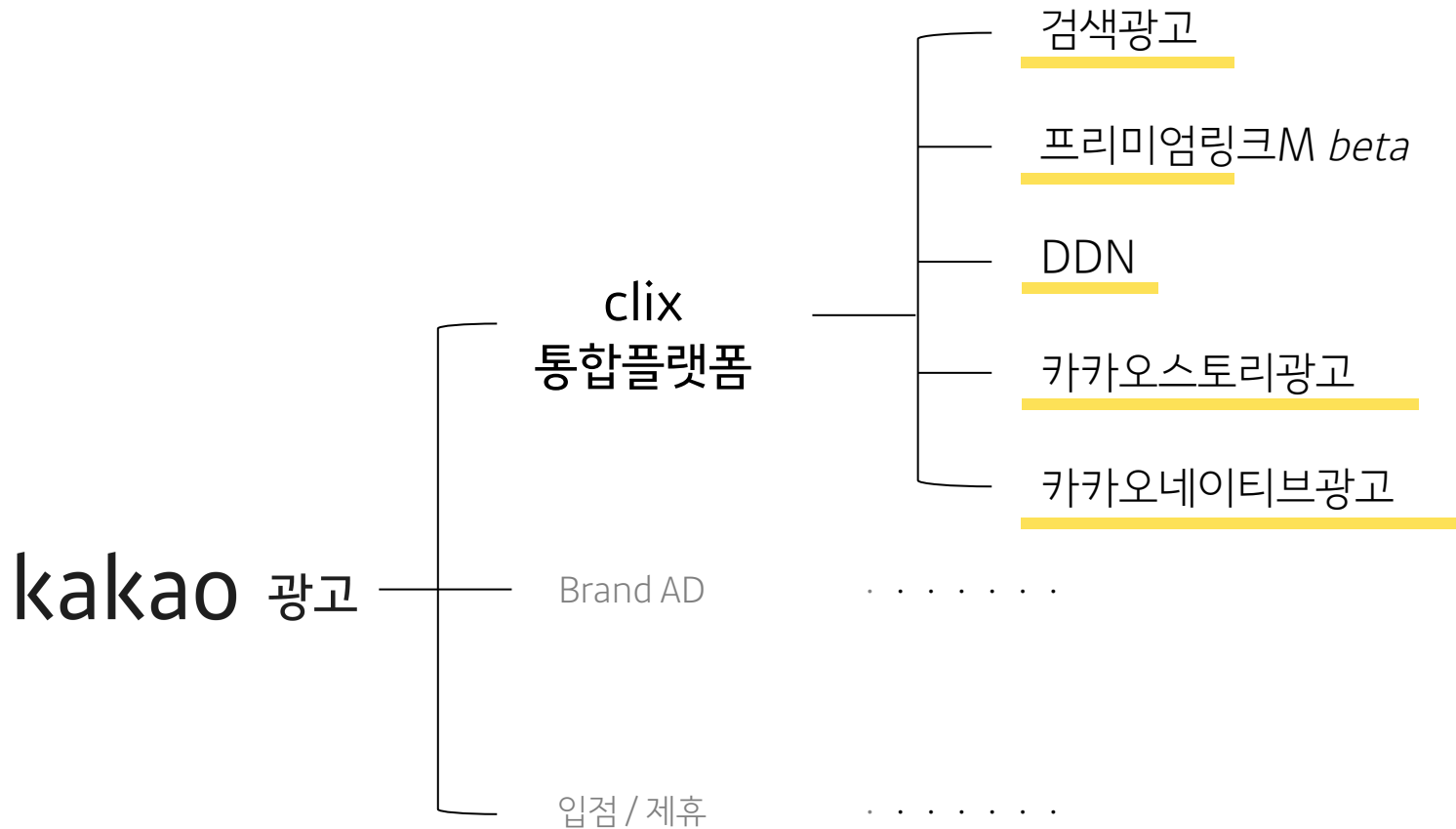
2. 상품별 안내

- 2.1 상품 정의
- 2.2 노출 형태 및 지면
- 2.3 등록 프로세스
- 2.4 등록 요소 및 계정 구조
- 2.5 노출 및 과금방식
- 2.6 기본 소재 가이드



1. 클릭스 카카오프로

1.1 클릭스를 통해 운영 가능한 kakao 광고



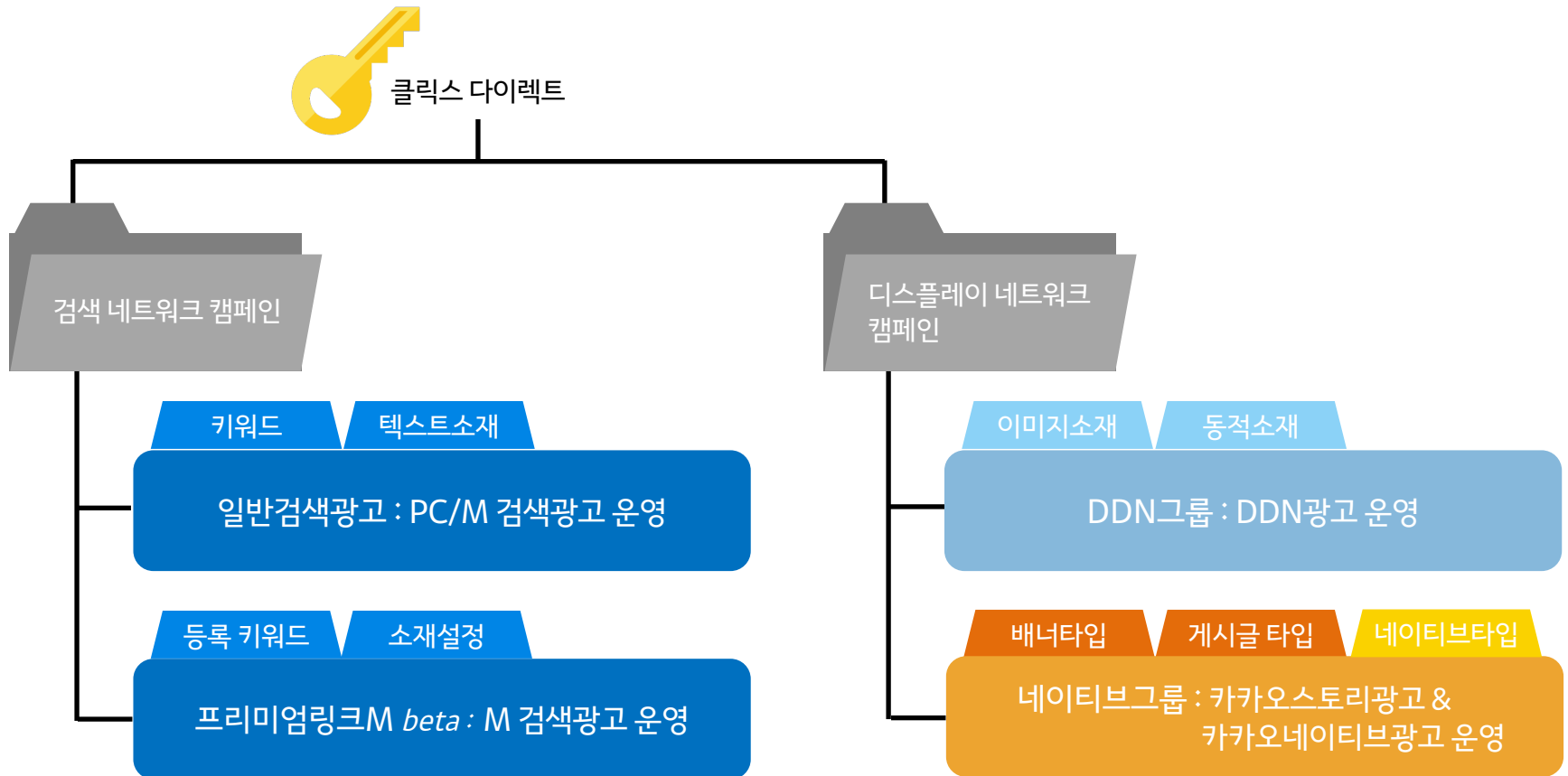
1.2 클릭스 광고 등록 프로세스

클릭스 다이렉트를 통해 원하는 광고를 등록 신청할 수 있으며, 상품별 가이드라인에 따라 심사 후 광고비 (비즈캐쉬) 가 충전되어 있을시 심사 완료와 함께 광고 노출 시작



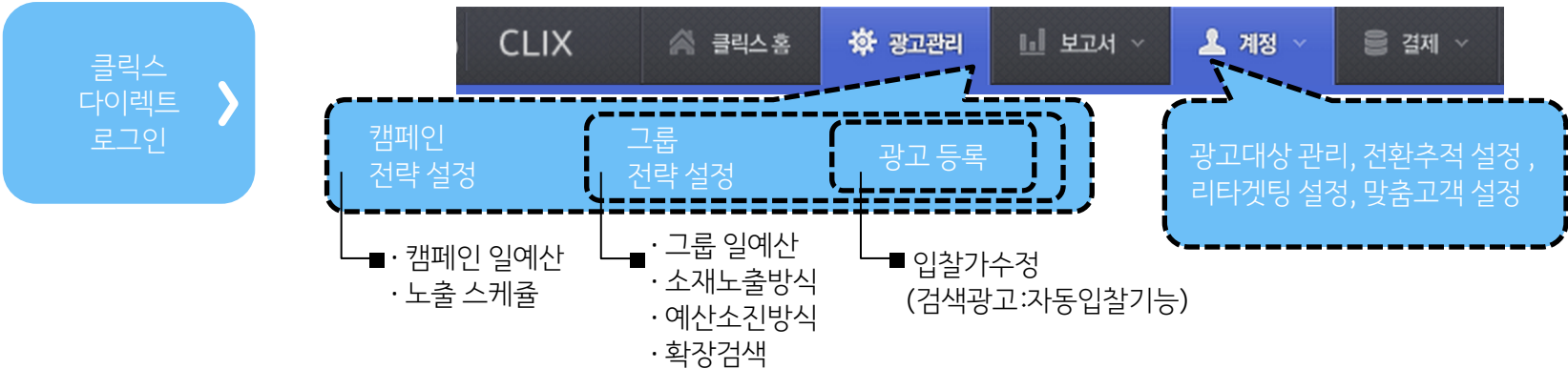
1.3 클릭스 광고 플랫폼 구조

1개 광고 계정 = 검색광고, 프리미엄링크M *beta*, DDN, 카카오토리광고, 카카오네이티브광고 통합 운영 가능
캠페인과 그룹에서 원하는 광고 형태를 선택하면 해당 광고 등록 및 운영 가능



1.4 클릭스 주요 플랫폼 기능

계정 전체 및 캠페인과 그룹단위에서 광고별로 다양한 운영 기능을 제공



일예산 기능 / 노출 스케줄	ALL	모든 광고에서 캠페인과 그룹별로 일 사용 광고비를 설정할 수 있으며, 캠페인 단위로 광고가 노출되는 요일이나 시간을 설정 가능
소재노출방식	검색, DDN	1) 여러 소재가 랜덤하게 노출되거나 2) 그룹 내 성과가 좋은 소재 우선 광고 노출 선택
예산 소진 방식	ALL	예산의 소진 방식을 빠른소진 또는 균등소진으로 설정 하여 예산 소진전까지 광고가 집중적으로 노출되거나, 하루동안 균등하게 노출 되도록 설정 가능
확장검색	검색	등록하지 않은 키워드의 검색이 일어날 경우, 등록된 키워드와 관련성이 높은 검색 결과에는 자동으로 나의 광고가 노출되어 더 많은 고객을 확보하는 기능
자동입찰	검색	검색광고에서 다수의 키워드를 운영할 때, 희망순위와 자동입찰한도액을 설정해두면 한도액 내에서 최대한 희망순위에 가깝게 노출 하는 기능으로 키워드별로 설정 가능
광고대상관리	ALL	광고를 집행할 웹사이트, 앱, 플러스친구, 스토리채널을 등록, 관리할 수 있으며, 프리미엄링크M의 광고확장을 등록, 관리 가능
전환추적시스템(CTS)	검색, DDN	광고를 통해 사이트로 유입된 이용자가 회원가입 또는 구매 등의 액션 (전환) 을 일으킨 경우 발생한 빈도를 체크하는 기능
리타겟팅 설정	DDN	리타겟팅 코드를 발급 받을 수 있으며, 리타겟팅 별 타겟 고객수 확인 가능
맞춤고객 설정	디스플레이 캠페인	MAT(Mobile App Tracking) 업체와 연동하여 맞춤 고객을 설정하거나 맞춤 고객 목록을 등록할 수 있음



2. 상품별 안내

1.1 검색광고란?



“검색어”를 통해 검색자의 의도를 파악해서
“광고”를 통해 검색자가 원하는 정보를 전달하는 형태의 광고 상품으로,
검색창에 검색된 키워드와 일치하는 광고를 보여주거나 (검색 네트워크)
유저의 의도를 파악하여 광고를 보여주는 형태 (컨텐츠 네트워크, 확장검색)입니다.

내가 광고하고자 하는 상품과 관련성이 높은 검색어를 선택하여 광고 등록 할 수 있으며,
동일한 검색어를 등록한 광고주끼리 실시간 입찰을 통해 노출 순위를 결정,
광고가 클릭된 경우에만 과금하는 CPC 방식의 광고입니다.

1.1 검색광고란?

검색광고

M | PC

주요 검색 네트워크의 최상단인 프리미엄 링크 영역에 동시 노출됩니다.

다양한 콘텐츠 네트워크 영역과 모바일 앱에 노출되어 광고를 클릭한 경우에만 과금되는 CPC 검색광고 상품입니다.

노출위치	PC 영역	Mobile 영역
	Daum, Nate, Bing 등 주요포털, 언론사 등의 주요매체	Daum, NATE 및 제휴된 다양한 모바일 앱 / 웹
	상단 10개 (프리미엄링크), 하단 5개 (와이드링크), 프리미엄링크의 '더보기'를 통해 등록 광고 전체 노출	검색결과 상단 3~5개, 옐로아이디 등록가능 더보기를 통해 등록 광고 전체 노출
노출방식	동일 검색어에 입찰한 광고들과의 입찰가 경쟁 및 광고 반응률을 반영	
과금방식	클릭당 과금 (cpc) 방식, 노출 순위에 따라 입찰가 이하의 금액으로 과금됨	
심사요소	광고대상, 키워드, 소재 (제목, 설명, URL)	



1.2 노출 형태 및 지면

PC 검색 포털

다음포털을 비롯한 주요 포털 사이트 검색결과에 노출
프리미엄링크 최대 10개, 와이드링크 5개
더보기 기능으로 전체 광고 노출



Daum

Nate

Bing

PC 콘텐츠

다음의 주요 서비스를 비롯한
제휴된 매체사 콘텐츠 페이지의 연관에 따라 노출
유저 활동이 많은 콘텐츠 영역에 다양하게 노출



미디어다음

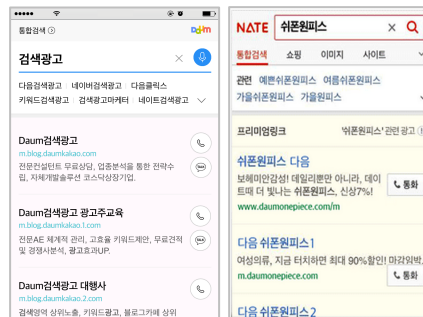
Daum 지식

Daum 미즈룩

Daum 카툰

모바일 검색

Daum과 NATE 모바일 웹/앱의 검색결과 프리미엄 링크 영역에 노출
검색결과 상단 3~5개 노출, 더보기는 전체 광고 노출
(일부 키워드는 프리미엄링크M beta를 통해 노출)



1.3 등록 프로세스

클릭스 다이렉트에 접속, 검색 네트워크 캠페인을 통해 광고 등록이 가능합니다.
광고 노출은 비즈캐쉬가 충전되어 있을 경우 광고 등록 심사 후 바로 노출 됩니다.
캠페인과 그룹의 설정은 언제든지 변경 가능하며, 키워드와 소재의 추가도 가능합니다.

<https://clix.biz.daum.net/>



- 광고대상
↳ 웹사이트
- 노출영역 3가지
- 소재노출방식
- 그룹 일예산
- 확장검색 선택

광고비 (비즈캐쉬) 충전 가능,
충전 이후 광고 노출 가능

클릭스
다이렉트
로그인

광고주
홈페이지에
코드설치

권장

검색
네트워크
캠페인 생성

일반 검색
광고 선택

키워드 &
소재 등록

심사
진행

자동

광고 노출
시작

- 캠페인 일예산
- 노출 스케줄
(노출기간, 요일/시간)

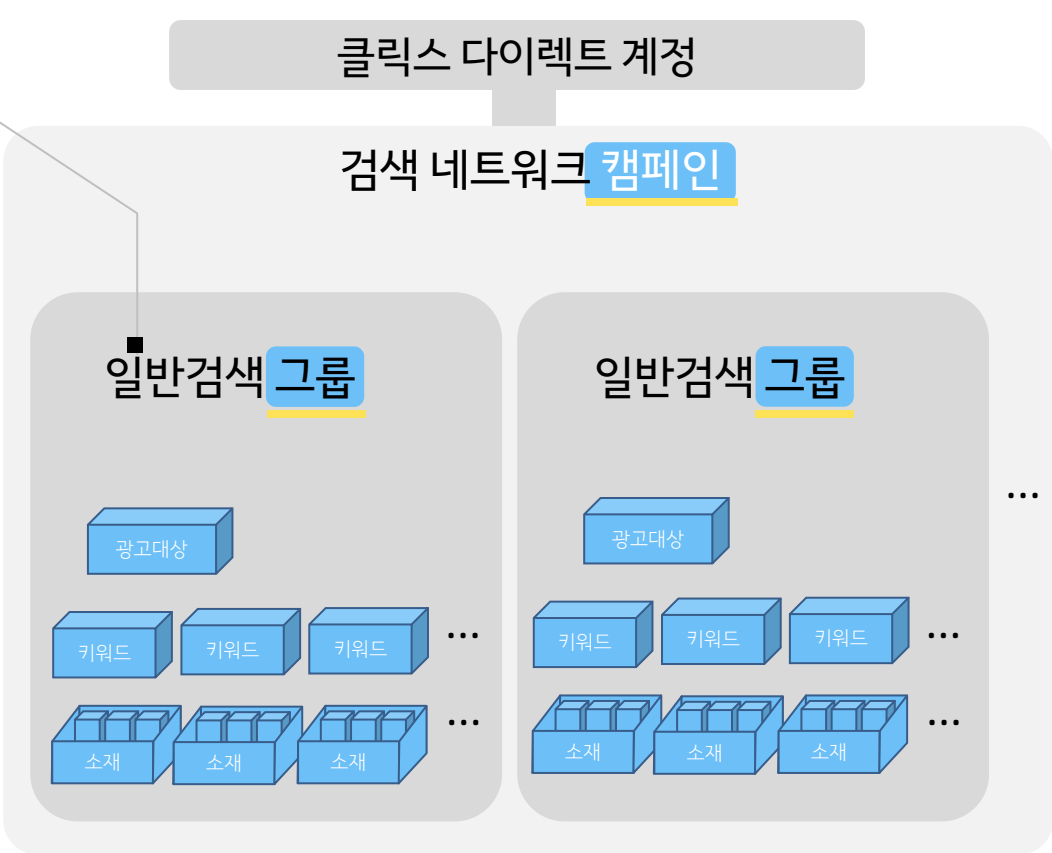
- 키워드
- 입찰가수정
- 소재
(제목, 설명, URL)

- 심사는
사이트와 키워드, 소재를 심사하며
심사가이드에 따라
1일 ~ 3일 소요

- 클릭스에서 코드 생성
- 전환추적(CTS)코드

1.4 등록 요소 및 계정 구조

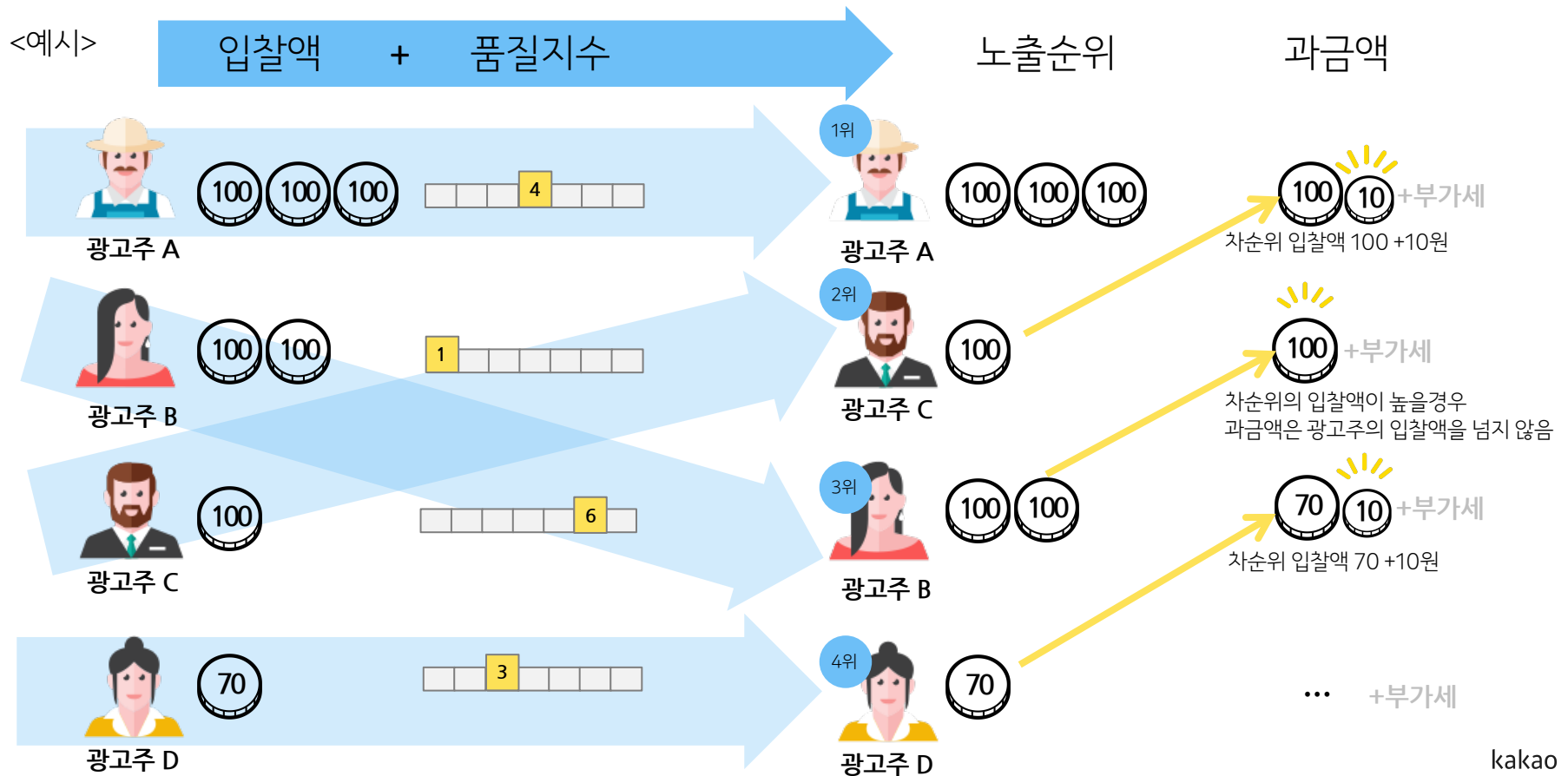
검색 네트워크 캠페인을 통해 다수의 일반검색그룹을 생성할 수 있습니다.
그룹별로 광고대상과 노출할 키워드, 노출할 소재를 등록할 수 있습니다.



1.5 노출 및 과금방식

“입찰가”와 광고 그룹의 “품질지수”를 반영한 값으로 순위가 결정되며
실시간 CPC 과금 방식으로 “차순위 입찰가+10원”에 부가세가 포함된 가격으로 과금됩니다.

- 품질지수는 등록된 광고가 사용자들에게 얼마나 유용한지, 얼마나 높은 성과를 내고 있는지 반영하여 그룹단위로 부여. (1~7등급)
- 입찰가가 낮더라도 상대적으로 품질지수가 높을 경우 ‘순위 상승 효과’를 통해 낮은 비용으로 높은 순위에 광고 노출 가능.



1.6 기본 소재 가이드

광고심사정책 문서안내 : <http://adnetwork.ad.kakaocorp.com/62>

검색광고 심사정책 : <http://adnetwork.ad.kakaocorp.com/31>

키워드와 소재 : 사이트와 연관성이 있어야 하며, 대다수의 사용자가 이해 가능한 적절한 단어와 문장 사용

OK

- 제목, 띄어쓰기 포함 60자 이내
- 상호명 반드시 포함

kakao 검색광고 광고주교육 adplus.biz.daum.net

검색광고 DDN 소개, 광고 구매 프로세스, 검색 트렌드, 교육정보센터 제공.

- 문장부호 뒤 띄어쓰기

NO

kakao 검색광고 광고주교육 adplus.biz.daum.net

검색광고 DDN 소개 ♥☒, 광고 구매 프로세스, 국내 1위 검색 트렌드, 교육정보센터 제공.

- 최상급 중 일부는 증빙이 필요

- 특수기호 사용불가 (단, ~, -는 가능)

2.1 프리미엄링크M beta 란?



“검색어”를 통해 검색자의 의도를 파악해서
“광고”를 통해 검색자가 원하는 정보를 전달하는 형태의 광고 상품으로,
검색창에 검색된 키워드와 일치하는 광고를 보여주거나 (PC/모바일 검색)
유저의 의도를 파악하여 광고를 보여주는 형태 (컨텐츠 네트워크, 확장검색)입니다.

내가 광고하고자 하는 상품과 관련성이 높은 검색어를 선택하여 광고 등록 할 수 있으며,
동일한 검색어를 등록한 광고주끼리 실시간 입찰을 통해 노출 순위를 결정,
광고가 클릭된 경우에만 과금하는 CPC 방식의 광고 입니다.

프리미엄링크M beta

M

주요 검색 네트워크의 최상단인 프리미엄 링크 영역에 동시 노출됩니다.

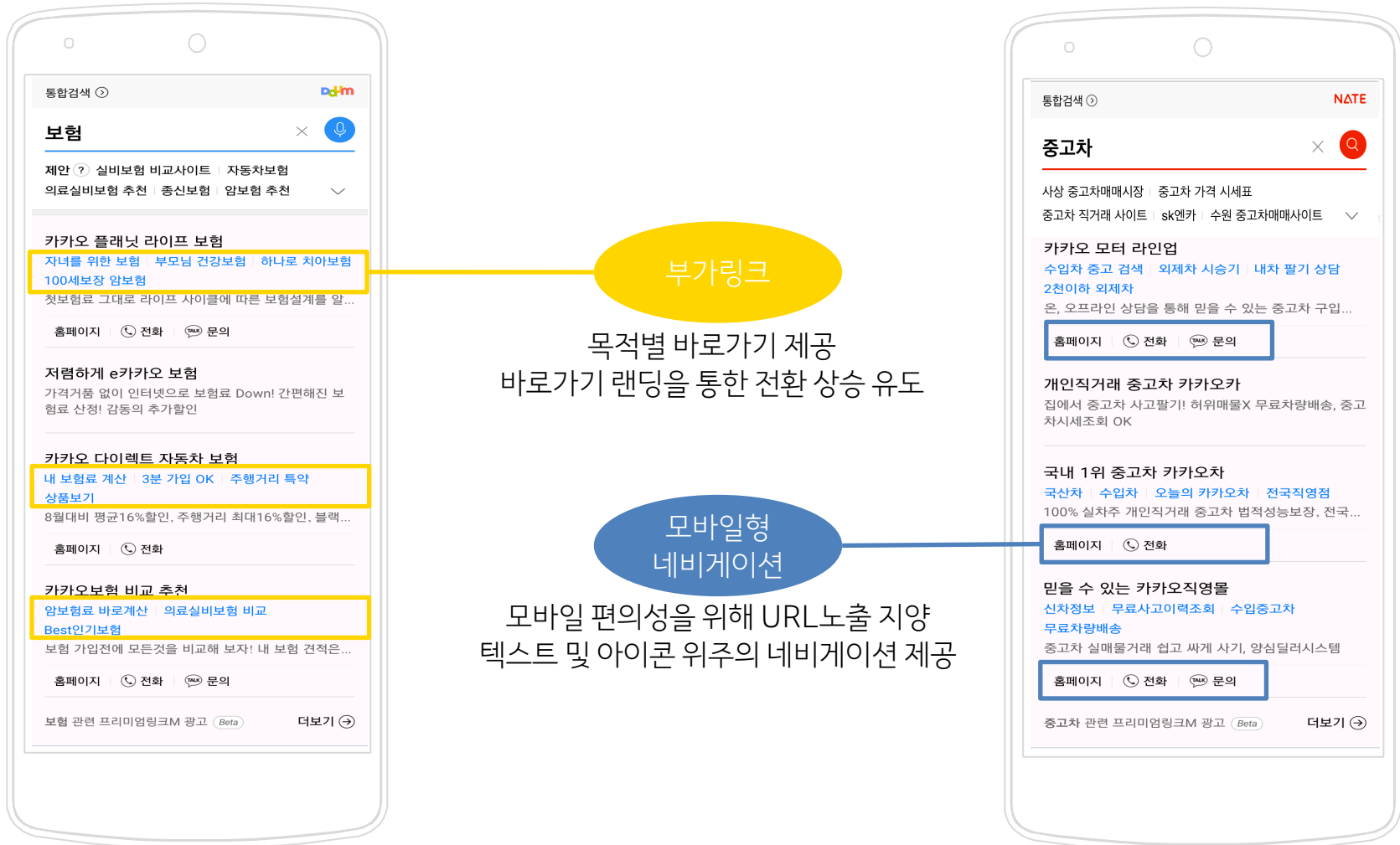
서비스 탐색, 웹사이트 탐색 등 유저들의 사이트 네비게이션 니즈가 높은 업종을 대상으로 다양한 광고 확장 기능을 제공하여 모바일 검색패턴을 반영한 광고 UI를 제공합니다.

노출위치	Daum, Nate 모바일 통합 검색 상단 노출 프리미엄링크 영역에 최대 4개가 노출되며 일부 업종 관련 키워드에 한하여 노출.
노출방식	부가링크 및 모바일형 네비게이션 구성 텍스트 및 아이콘 위주의 네비게이션 제공
과금방식	최저 70원 부터 클릭당 과금 (cpc) 방식 노출 순위에 따라 입찰가 이하의 금액으로 과금됨
심사요소	광고대상, 키워드, 소재 (제목, 설명, URL) 광고확장요소



2.2 노출 형태 및 지면

Daum, Nate 모바일 검색결과 프리미엄링크M 영역에 최대 4개의 광고가 노출되며, 그 외 광고는 더보기 클릭 시 광고가 노출됩니다.



* 프리미엄링크 영역에 최대 4개가 노출되며, OBT는 일부 업종관련 키워드로 한정합니다.

2.3 등록 프로세스

클릭스 다이렉트에 접속, 검색 네트워크 캠페인을 통해 광고 등록이 가능합니다.
광고 노출은 비즈캐쉬가 충전되어 있을 경우 광고 등록 심사 후 바로 노출 됩니다.
캠페인과 그룹의 설정은 언제든지 변경 가능하며, 키워드와 소재의 추가도 가능합니다.

<https://clix.biz.daum.net/>



- 광고대상
↳ 모바일웹/앱사이트
- 노출영역 1가지
- 소재노출방식
- 그룹 일예산

광고비 (비즈캐쉬) 충전 가능,
충전 이후 광고 노출 가능

클릭스
다이렉트
로그인

광고
확장
등록

검색
네트워크
캠페인 생성

프리미엄
링크M
beta 선택

키워드 &
소재 등록

광고
대상
연결

자동
심사
진행

광고 노출
시작

- 전화번호
- 부가링크
- 행동유도버튼

- 캠페인 일예산
- 노출 스케줄
(노출기간, 요일/시간)

- 키워드
- 입찰가수정
- 소재
(제목, 설명, URL)

등록된 광고 확장 요소에
프리미엄링크M
광고대상 연결

광고확장 및
키워드와 소재 심사

2.4 등록 요소 및 계정 구조

검색 네트워크 캠페인을 통해 다수의 프리미엄링크M β 타입을 생성할 수 있습니다.
그룹별로 광고대상과 노출할 키워드, 노출할 소재를 등록할 수 있습니다.

광고대상

키워드

제목

설명

URL

소재

www.daum.net

검색

검색결과

프리미엄링크

프리미엄링크 '검색광고' 관련 광고입니다. ①

링크 자동인식 전문 비즈소프링 bizspring.co.kr

금도 네이바, 다음 키워드 인상을 따로 하시나요? 애드몬스터가 도와드립니다.

검색광고 애플애드벤처 www.applead.co.kr

이바, 네이트, 다음 쇼핑물광고 전문대행, 검색광고, 전문가상담.

검색광고 홈이츠 marketing.whols.co.kr

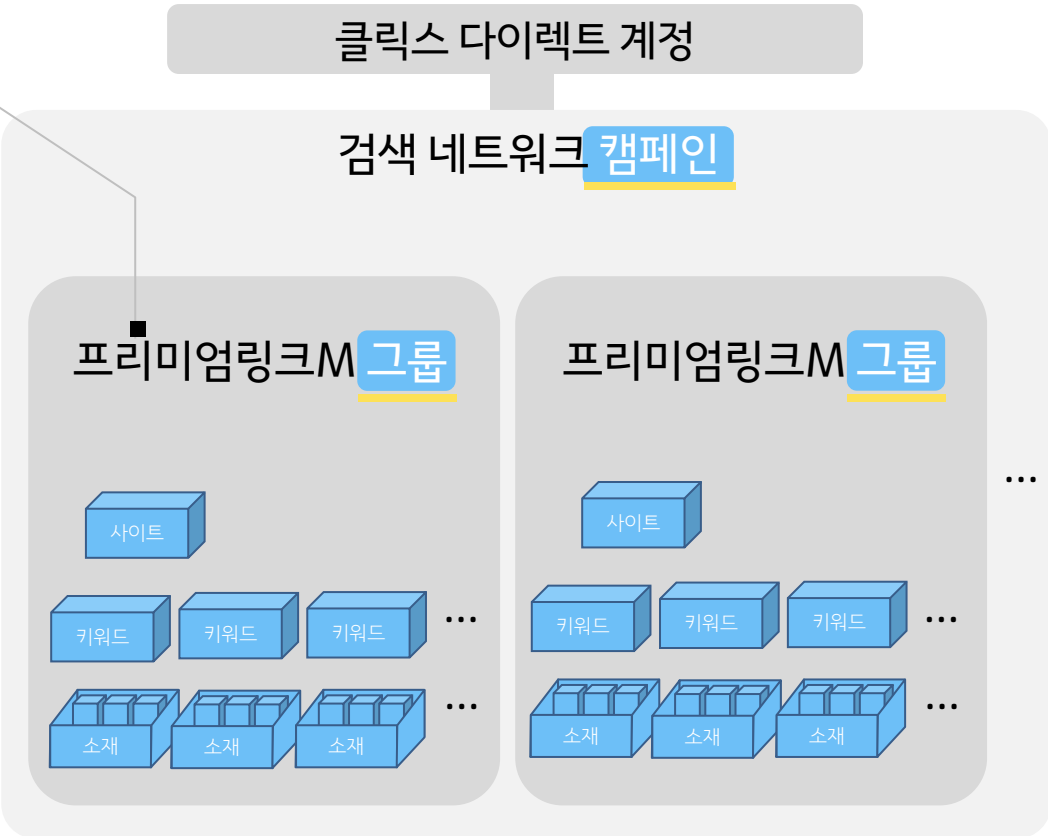
공적인 검색광고 발송전력 기획부터 관리까지 1:1 상담팀 운영, 무료견적.

검색광고 이엠스타 www.emstar.co.kr

온라인 광고대행, 키워드광고, 배너광고, 로컬광고, 쇼핑물 광고, 바이올리캐팅

고도물 검색광고 www.godo.co.kr

광고대행사와 다른 정직한 온라인 광고 관리, 고도콜이 직접 무료 관리, 검색광고.



2.5 노출 및 과금방식

“입찰가”와 광고 그룹의 “품질지수”를 반영한 값으로 순위가 결정되며
실시간 CPC 과금 방식으로 “차순위 입찰가+10원”에 부가세가 포함된 가격으로 과금됩니다.

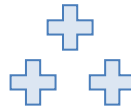
- 최소 70원의 키워드별 “입찰가”와 “품질지수”에 따라 실시간 통합검색 노출 여부 및 순위가 결정되며,
지속적인 관리를 통해 광고품질을 높이면,
설정하신 입찰가보다 할인된 가격으로 광고운영이 가능합니다.

<예시>

입찰가



품질지수



노출순위



광고주 A

광고주 B

입찰가가 낮더라도 상대적으로
품질지수가 높을 경우 ‘순위 상승 효과’가
있을 수 있습니다.

광고심사정책 문서안내 : <http://adnetwork.ad.kakaocorp.com/62>

광고확장 심사정책: <http://adnetwork.ad.kakaocorp.com/75>



■ 키워드와 소재 : 기존 검색광고 공통 및 기본 심사 정책을 따릅니다.

■ 광고확장

· 전화번호 :

항상 연결이 가능한 광고주 소유의 번호로 최대 10개까지 등록이 가능합니다.

· 부가링크 : 부가링크의 제목은 최대 10자까지 등록할 수 있습니다.

1) 제목에는 기호, 문장부호를 사용할 수 없습니다.

2) 제목에는 비속어, 은어, 의미를 알 수 없는 축약어를 사용할 수 없습니다.

3) 제목은 랜딩URL과 관련있게 작성해야 합니다.

4) 랜딩URL은 광고대상과 연관있는 사이트/페이지로 연결되어야 합니다.

5) 랜딩URL은 검색광고 연결화면 등록기준을 따릅니다.

6) 광고주의 공식 SNS를 부가링크에 등록할 경우, 제목에 SNS임을(ex, 카카오토리) 명시해야 합니다.

7) 부가링크가 앱스토어로 연결될 경우, 제목에 iOS / Android 각각의 앱스토어 명을 명시 해야합니다.

8) 부가링크의 연결 화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 연결되어야 합니다.

· 행동유도버튼 :

1) 행동유도버튼의 연결 화면은 행동유도버튼 관련 정보를 충분히 제공해야 합니다.

2) 행동유도버튼의 연결 화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 연결되어야 합니다.

3.1 DDN이란?

이미지 소재를 활용하는 배너 광고로써,
다음을 비롯한 다음 제휴네트워크의 다양한 지면에 노출 될 뿐 아니라,
다양한 타겟팅 기능을 통해 잠재고객을 타겟팅하여 광고를 노출하고
광고를 클릭한 경우에만 과금하는 CPC 방식의 디스플레이 네트워크 상품입니다.



3.1 DDN이란?

DDN

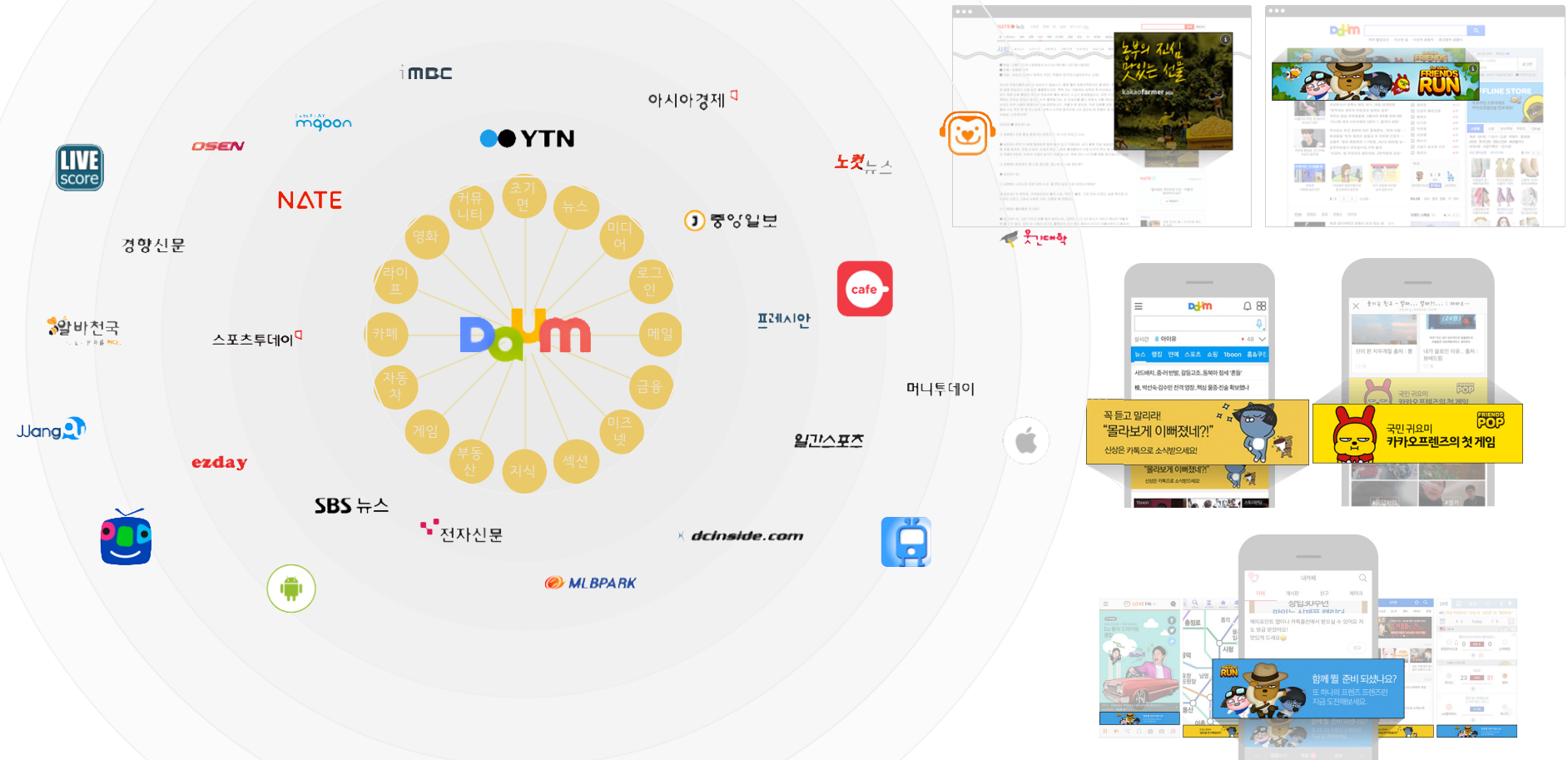
디스플레이광고의 브랜딩 효과는 물론 강화된 타겟팅을 통해 잠재 고객에게 맞춤형 메시지를 노출해줍니다.
또한 광고를 클릭 시에만 과금하는 CPC 방식으로 합리적인 가격으로 전환 유도가 가능한 광고상품입니다.

노출위치	다음 내 서비스 (뉴스, 금융, 부동산, 영화 등) 카테고리 네트워크(및 주요언론사 및 커뮤니티)의 다양한 인벤토리에 노출 PC와 모바일웹/앱 매체와 지면에 따라 다양한 위치와 사이즈로 구성
노출방식	동일 타겟과 노출위치에 입찰한 광고들과의 입찰가 경쟁 및 광고 반응률을 반영하여 노출 결정
과금방식	클릭당 과금 (cpc) 방식, 입찰가 이하로 과금됨 최소 입찰가 10원
타겟팅	사이트리타겟팅, 상품리타겟팅, 검색어타겟팅, 관심사, 쇼핑카테고리, 프로파일타겟팅, OS타겟팅, 맞춤형고객타겟팅
가이드	사이트 등록, 업종에 따른 가이드, 소재 사이즈, 소재 (이미지, 설명, URL)심사



Daum 및 강력한 제휴 네트워크의 핵심 디스플레이 영역

Daum 초기면을 비롯한 주요 서비스 내 영역과 국내 상위 PC와 Mobile의 핵심 디스플레이 광고 영역을 통해 다양한 잠재고객에게 광고가 노출됩니다.

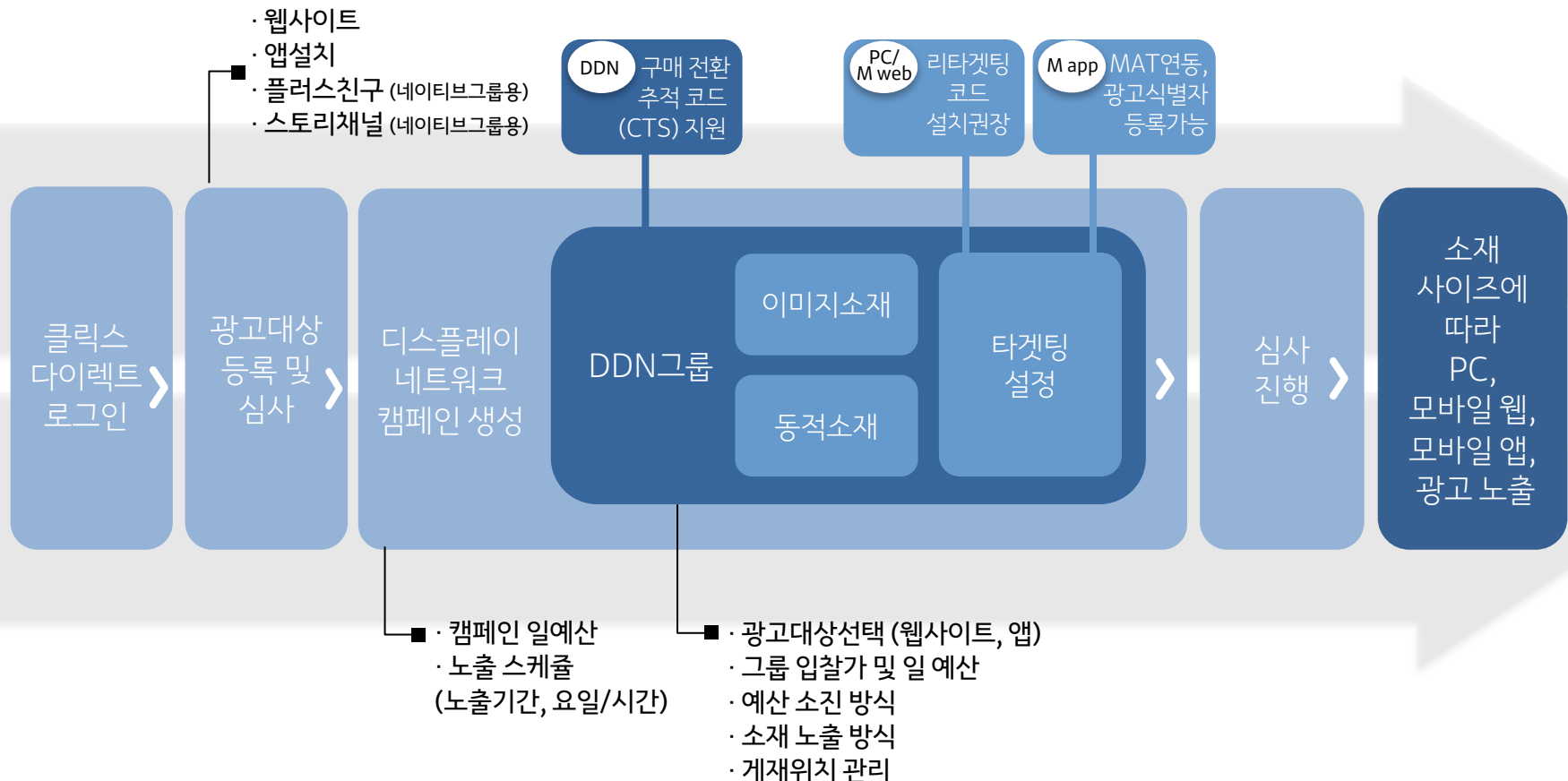


3.3 등록 프로세스

클릭스 다이렉트의 디스플레이 캠페인 > DDN그룹을 통해 광고 등록이 가능합니다.

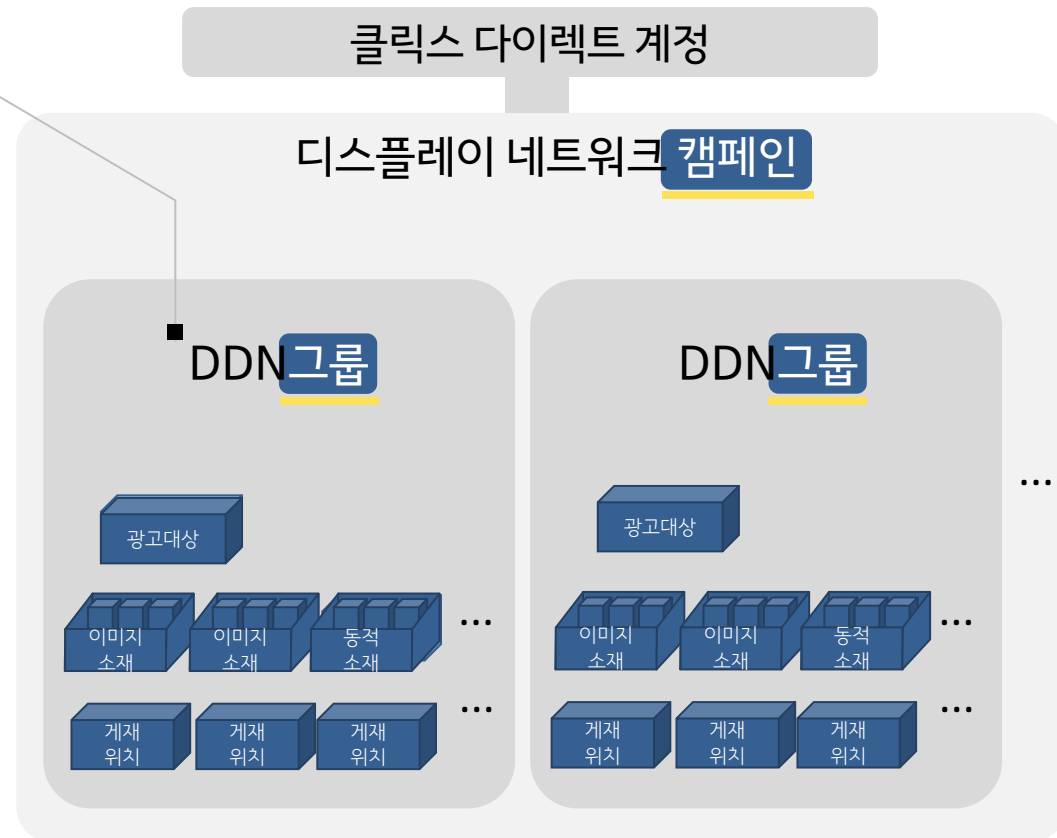
광고 노출은 비즈캐쉬가 충전되어 있을 경우 광고 등록 심사 후 바로 노출 됩니다.

캠페인과 그룹의 설정은 언제든지 변경 가능하며, 소재 추가 및 타겟팅 수정도 가능합니다.



3.4 등록 요소 및 계정 구조

검색 네트워크 캠페인을 통해 다수의 DDN그룹을 생성할 수 있습니다.
그룹별로 광고대상과 다양한 소재 등록이 가능하며 게재위치도 확인할 수 있습니다.



3.5 노출 및 과금방식

그룹별로 광고 노출을 원하는 대상을 선택(타겟팅 설정) 할 수 있습니다.

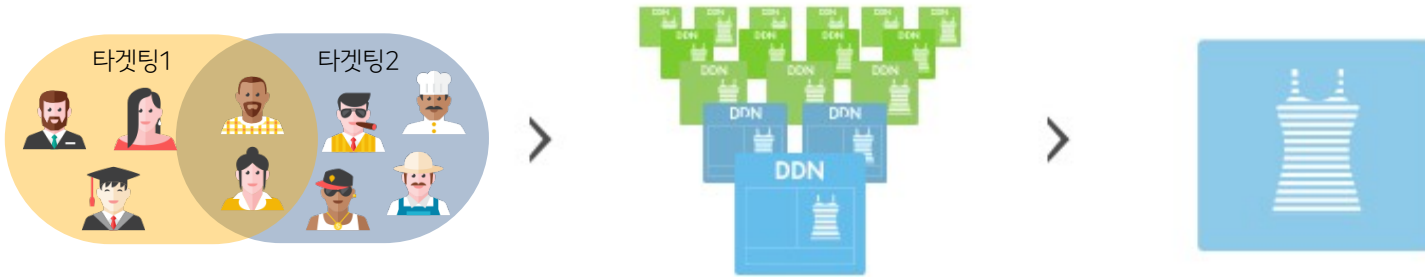
그룹에서 타겟팅 설정



DDN 제휴매체를 통해



타겟팅한 대상에게 광고 노출



리타겟팅

- 사이트리타겟팅
- 상품리타겟팅

검색어 타겟팅

특정 검색어를 검색한
고객을 타겟팅

성별 타겟팅

전체 또는
개별 선택 가능

플랫폼 타겟팅

모바일 (Android / ios),
유선 (PC), 기타 전체
선택가능

맞춤고객 타겟팅

다양한 형태의
앱사용자를 타겟팅

쇼핑카테고리 타겟팅

쇼핑서비스에서 제공하는
다양한 카테고리별
선택가능, 카테고리
방문고객에게 광고가 노출

관심사 타겟팅

특정 카테고리에
관심이 많은 유저에게
광고가 노출

연령 타겟팅

전체 (10대 제외)
개별 선택 가능

지역 타겟팅

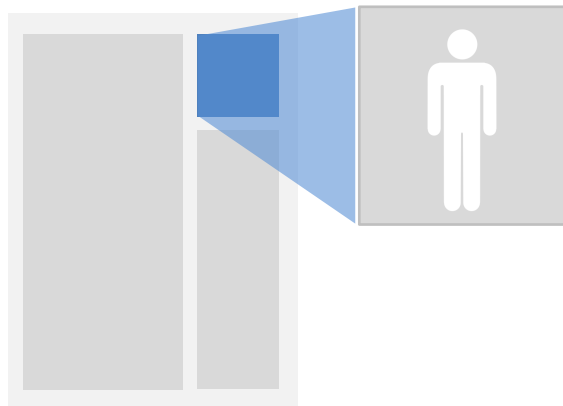
전체 및
주요 지역 개별 선택
가능

3.5 노출 및 과금방식

등록한 게재지면과 타겟팅에 따라 광고 노출 경쟁을 통해
실시간 “입찰가”와 소재별 “광고 효과 지표”가 높은 광고가 노출되며, CPC 과금 방식으로
“노출 대상의 최저 입찰가에 품질에 따른 할인 적용”에 부가세가 포함된 가격으로 과금됩니다.

- 품질지수는 얼마나 높은 성과를 내고 있는지 등록된 광고의 CTR 을 반영하여 소재별로 부여
- 입찰가가 낮더라도 상대적으로 광고 효과 지표가 높을 경우 ‘경쟁력 상승 효과’를 통해 낮은 비용으로 광고 노출 가능
- 광고 효과 지표인 “광고 CTR”이 높을수록 클릭 실 과금액은 더 저렴하게 책정되어 과금 됩니다.

<예시>



광고주들의 실시간 입찰과 노출 지면 상황에 따라
실시간으로 노출 가능 광고주를 그룹핑하여 노출 대상을 선정,
노출 그룹의 최대 입찰가 + 광고 효과 지표를 고려하여 광고 노출 결정

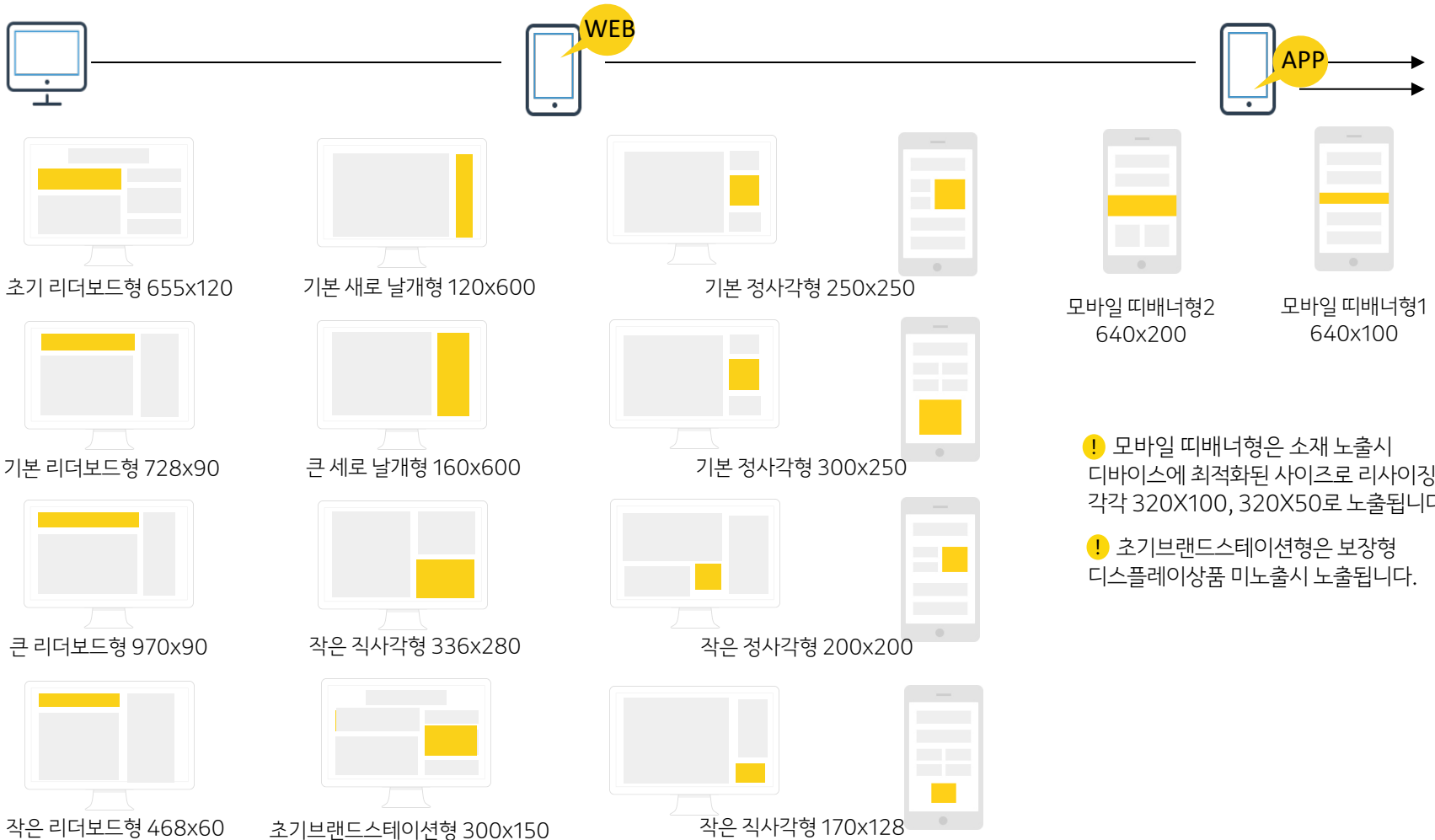
노출 가능 광고주 그룹	광고주 1	광고주 2	광고주 3	광고주 4
최대 입찰가	500원	400원	300원	200원
광고 효과 지표 (=광고 CTR)	낮음	높음	보통	보통

Click

과금 기준액	노출 가능 광고주 그룹의 최저 입찰가인 200원
과금액	과금기준액 200원 + 광고 효과 지표에 따른 할인을 적용

3.6 기본 소재 가이드

디스플레이 광고 중 유저의 반응률이 높은 주요 사이즈의 소재를 모두 등록할 수 있으며 등록된 사이즈에 따라 PC 와 모바일에서 광고 노출을 지원합니다.



DDN 심사정책

<http://adnetwork.ad.kakao corp.com/30>

OK



- 광고 가능한 파일형식은 JPG와 PNG, GIF입니다.
단, 모바일 띠배너형 소재는 PNG와 JPG 형식만 가능합니다.
- 한 파일당 최대 용량은 150K이고, 동영상의 길이는 최대 30초입니다.

NO



- 사실에 대해 실증할 수 없거나, 객관적인 근거 및 공인된 자료 없이 사용된 최상급의 표현은 광고 불가합니다.
- Mouse Over시 Action 적용은 불가, 임의대로 '마우스를 올려주세요' 문구 삽입 불가합니다.
- 배경으로 과도한 형광색 및 투명은 사용할 수 없습니다.

4.1 카카오스토리광고란?



국내 최대 모바일 SNS인 카카오 스토리에
집중 노출되는 실시간 입찰식 CPC 광고입니다.

소식 사이에 자연스럽게 노출되는
네이티브 광고형태로

광고를 클릭하면
모바일 웹사이트, 모바일 앱 설치
플러스친구 추가, 스토리채널 소식받기 등
다양한 광고 대상으로 이동하게 됩니다.

4.1 카카오토리광고란?

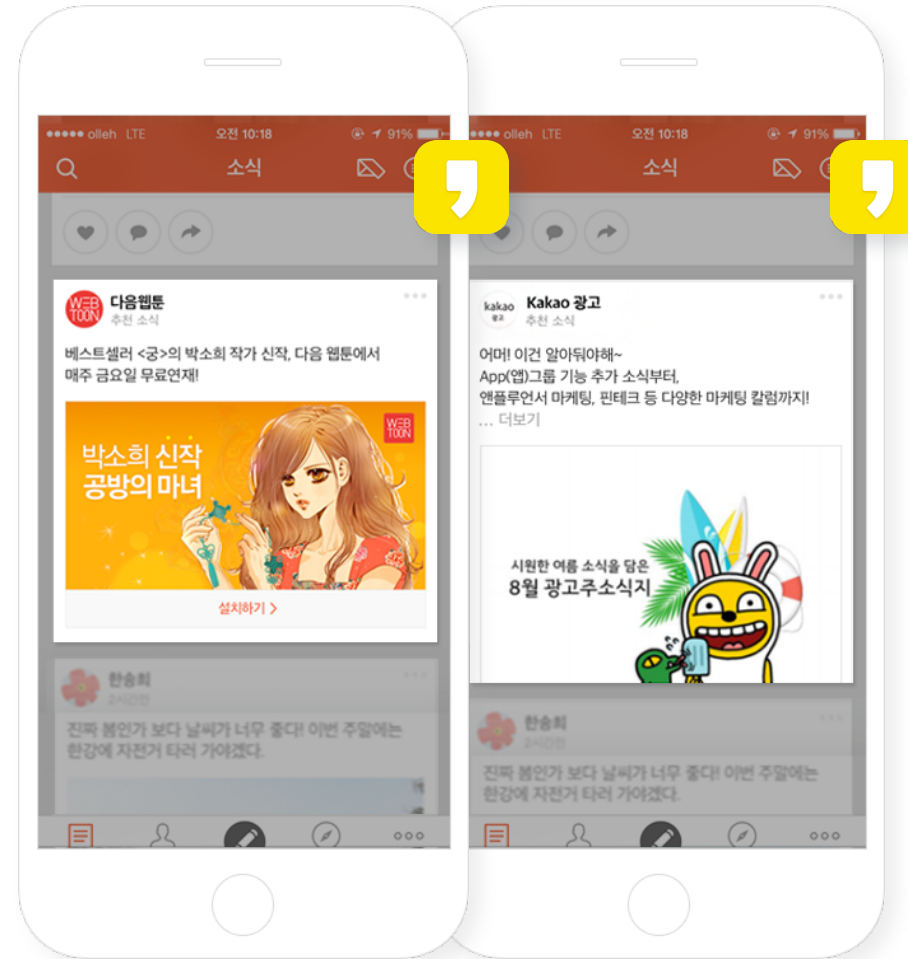
카카오토리광고

배너타입 | 게시글타입

카카오토리 배너타입 광고는 실시간 입찰을 통해 광고를 노출하는 Native Ad입니다.

네이티브성 이미지 뿐 아니라, 브랜딩, 프로모션 등 광고 목적을 부각시킬 수 있는 다양한 배너를 등록, A/B 테스트를 통해 더 효과높은 소재를 운영할 수 있습니다.

노출위치	카카오토리 3~5번째 피드
노출방식	동일 타겟에 입찰한 광고들과의 입찰가 경쟁 및 광고반응률을 반영
과금방식	실시간 입찰 방식 설정한 입찰가 내에서 광고품질에 따라 할인 과금 최소 90원의 입찰방식 최소 2,000원 / 1천회 노출
타겟팅	플랫폼, 연령, 성별, 지역, 관심사, 맞춤고객타겟팅
심사요소	광고 대상 심사, 프로필 심사, 이미지 소재, 설명 문구, 연결 페이지



4.2 노출 형태 및 지면

가장 많은 사용자를 가진 소셜네트워크 플랫폼인 카카오톡에 노출되며,
카카오톡 내 3~5번째 피드에 네이티브 애드 형태로 광고가 노출됩니다.



카카오톡
2012년 3월 출시.
출시 3일만에 국내 앱스토어, 구글플레이,
미국 앱스토어 소셜네트워킹 부문 1위 석권

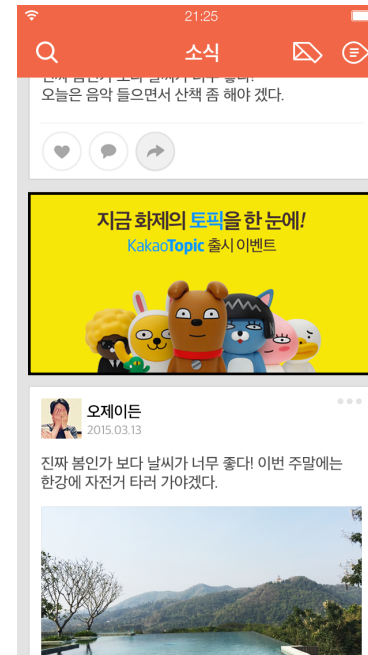
누적 가입자 수	6,900만 명
월간 활동자 수	2,300만 명
일평균 스토리 포스트	450만 개
일평균 댓글 수	3,800만 개
일평균 느낌표현	640만 개

[Source :
카카오 내부자료, 2015. 01]

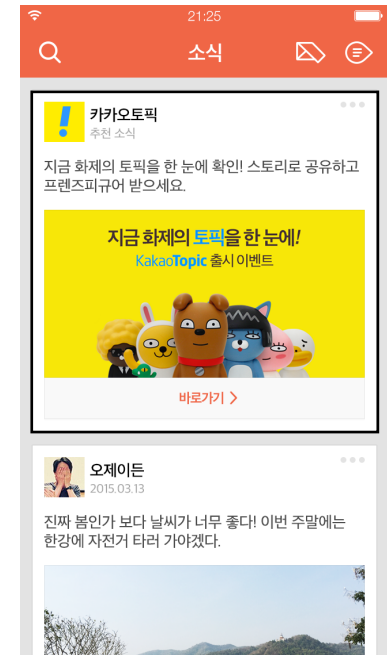


[Source : 국내 앱 설치수 (koreanclick, 2015.01)]

□ 포스트 사이에 '끼어든' 배너광고



☑ 포스트 사이에 '녹아든' 네이티브 애드



4.3 등록 프로세스

클릭스 다이렉트의 디스플레이 캠페인 네이티브그룹을 통해 광고 등록이 가능합니다.
광고 노출은 비즈캐쉬가 충전되어 있을 경우 광고 등록 심사 후 바로 노출 됩니다.
선택한 광고대상은 수정은 되지 않으며, 새 광고대상을 원할 경우 신규 등록이 가능합니다.

<https://clix.biz.daum.net/>



- 광고대상선택
 - ↳ 웹사이트
 - ↳ 앱
 - ↳ 플러스친구
 - ↳ 스토리채널

- 그룹 입찰가
- 그룹 일예산

광고비 (비즈캐쉬) 충전 가능,
충전 이후 광고 노출 가능

추천
스토리채널
개설

클릭스
다이렉트
로그인

디스플레이
네트워크
캠페인 생성

네이티브
그룹 선택

배너 or
게시글
소재 등록

타겟팅
설정

자동
심사
진행

광고 노출
시작

<https://ch.kakao.com/>



- 캠페인 일예산
- 노출 스케줄
(노출기간, 요일/시간)

- 플랫폼, 연령,
성별, 지역,
관심사

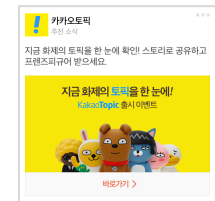
- 프로필명(서비스/브랜드명)
- 프로필 이미지
- 광고소재 이미지
- 광고문구
- 링크URL

- 심사는
광고대상과 소재에 대해
심사하며,
심사가이드에 따라
2일 ~ 3일 소요

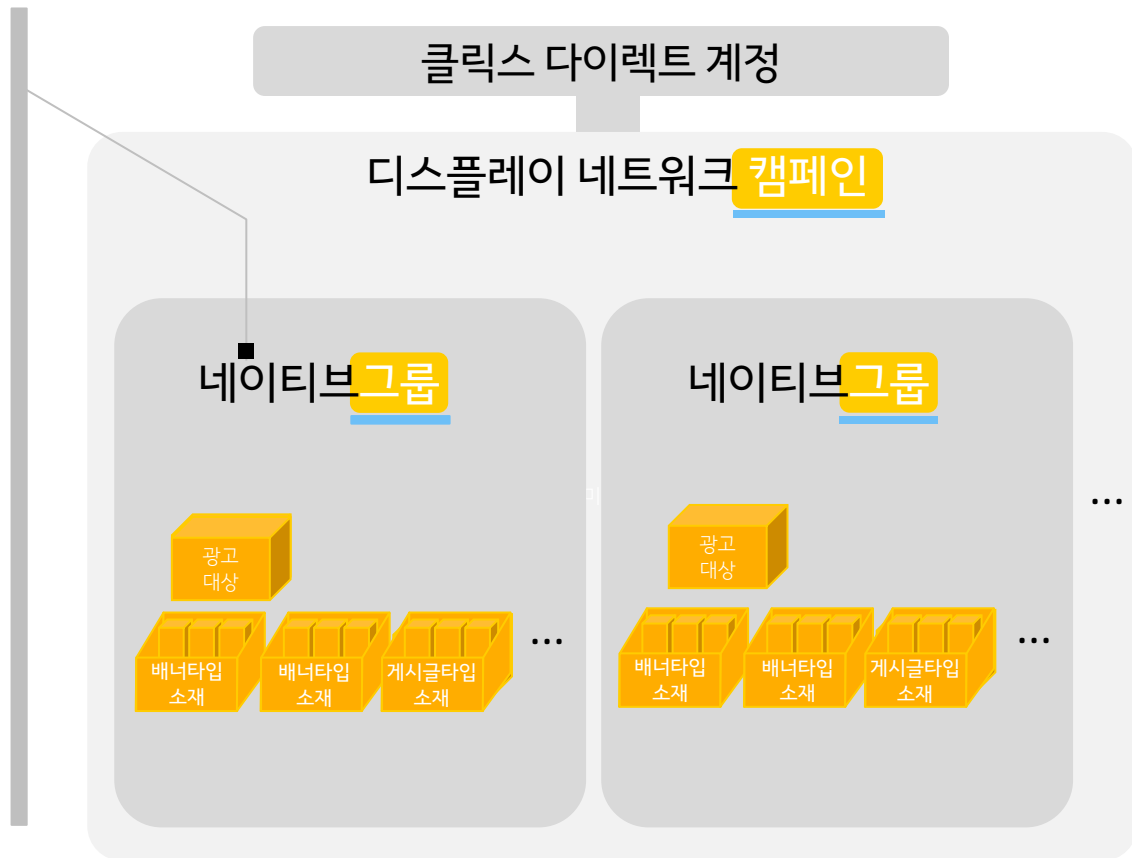
kakao

4.4 등록 요소 및 계정 구조

검색 네트워크 캠페인을 통해 다수의 네이티브그룹을 생성할 수 있습니다.
그룹별로 광고대상을 등록할 수 있으며, 카카오톡네이티브광고 소재와 함께 운영 가능합니다.

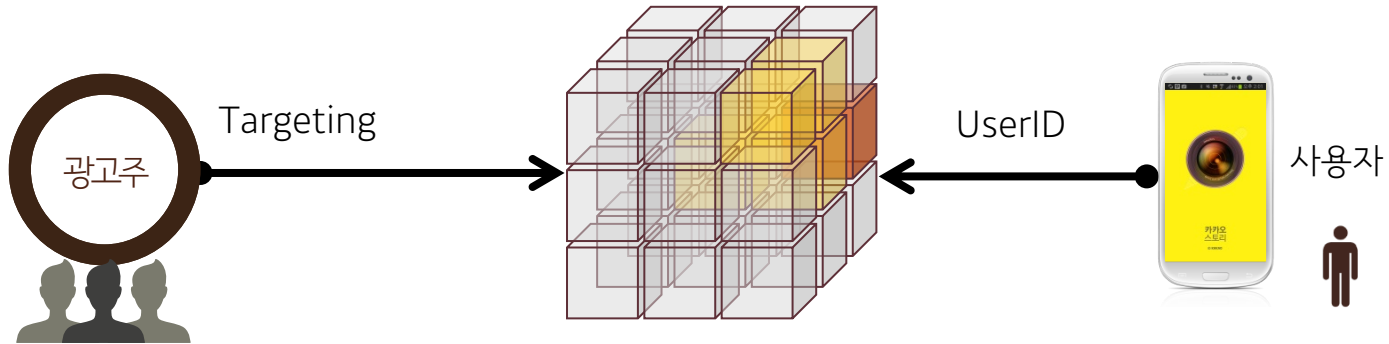


광고대상 = 스토리채널인 경우



4.5 노출 및 과금방식

그룹별로 광고 노출을 원하는 대상을 선택(타겟팅 설정) 할 수 있습니다.



검색어 타겟팅

특정 검색어를 검색한
고객을 타겟팅

성별 타겟팅

전체 또는
개별 선택 가능

플랫폼 타겟팅

모바일 (Android / ios),
유선 (PC), 기타 전체
선택가능

맞춤고객 타겟팅

다양한 형태의
앱사용자를 타겟팅

관심사 타겟팅

특정 카테고리에
관심이 많은 유저에게
광고가 노출

연령 타겟팅

전체 (10대 제외)
개별 선택 가능

지역 타겟팅

전체 및
주요 지역 개별 선택
가능

- 1) 스토리 채널 또는 플러스 친구를 광고 대상으로 한 경우, 유선(PC) 타게팅 옵션의 해제를 권장합니다.
- 2) 맞춤고객 타겟팅은 '모바일앱'에 노출되는 광고에만 적용됩니다.

4.5 노출 및 과금방식

노출 대상이 같은 광고 소재끼리 노출 경쟁을 통해
실시간 “입찰가”와 소재별 “광고반응률”을 반영한 값으로 광고 노출이 결정되며,
설정한 입찰가 내에서 광고품질에 따라 할인 과금 됩니다.

- 광고품질은 등록된 광고가 사용자들에게 얼마나 유용한지, 얼마나 높은 성과를 내고 있는지 반영하여 소재별로 부여
- 입찰가가 낮더라도 상대적으로 광고반응률이 높을 경우 ‘경쟁력 상승 효과’를 통해 낮은 비용으로 광고 노출 가능.

<예시>

					
	광고주 A	광고주 B	광고주 C	광고주 D	광고주 E
입찰가	300원	200원	1000원	400원	500원
광고 반응률	보통	나쁨	중음	나쁨	중음
노출타겟 (예시)	30대 여성	30대 여성	3~40대 여성	40대 여성	40대 여성



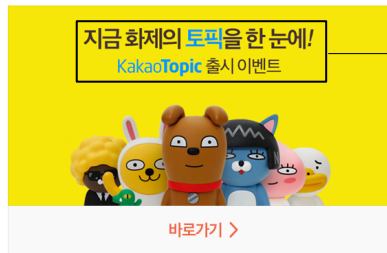
카카오토리광고 심사정책 <http://kakaostory.ad.kakaocorp.com/5>

텍스트



카카오토픽
추천 소식

지금 화제의 토픽을 한 눈에 확인! 스토리로 공유하고
프렌즈피규어 받으세요.



바로가기 >

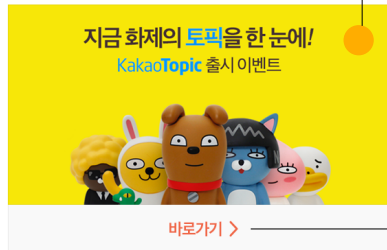
- 광고주/브랜드 네임(프로필명)은 띄어쓰기를 포함하여 최대 15자까지 기재할 수 있으며, 광고주명 또는 브랜드명으로 작성되어야 합니다.
홍보 텍스트는 띄어쓰기를 포함하여 최대 45자까지 기재할 수 있습니다.
- 로고를 제외한 이미지 텍스트는 전체 면적의 20% 미만으로 제작되어야 합니다.

이미지&연 결화면



카카오토픽
추천 소식

지금 화제의 토픽을 한 눈에 확인! 스토리로 공유하고
프렌즈피규어 받으세요.



바로가기 >

- 이미지의 제작사이즈는 600 x 315px, 파일타입은 PNG만 가능합니다.
- 연결화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 연결되어야 하며, 광고 내용과 연관성이 있는 정확한 정보를 전달해야 합니다.
연결 URL에는 '한글'을 사용할 수 없으며 반드시 영어와 특수문자로만 구성되어야 합니다.

5.1 카카오네이티브광고란?



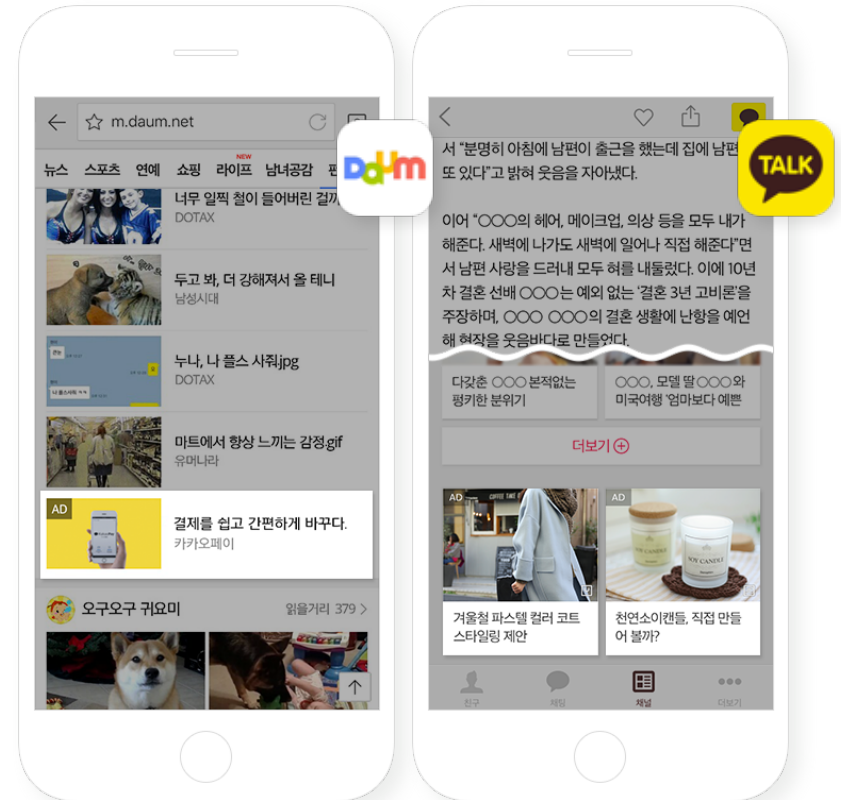
카카오톡, 다음앱 등의
kakao 모바일 네트워크에
컨텐츠와 동일한 형태로 광고가 노출되는
CPC 상품입니다.

광고인 듯 아닌듯,
자연스럽게 유저에게 다가갈 수 있어
컨텐츠와 광고의 소비 경험을 유기적으로 통합하고
이를 통해 광고의 효율과 전환을 높여주는
몰입형 광고 상품입니다.

카카오네이티브광고

카카오, Daum 및 카카오 제휴 모바일앱네트워크에 노출되는 네이티브 타겟팅 광고는 콘텐츠와 동일한 광고 UI로 자연스럽게 노출되어 광고와 콘텐츠의 유기적인 경험을 통해 광고의 효율을 높여주는 몰입형 광고상품입니다.

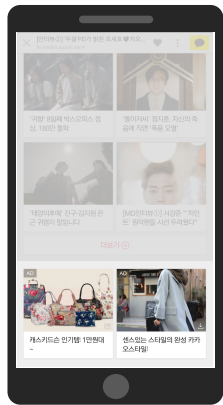
노출위치	Daum앱 카카오톡 채널 등 콘텐츠 영역 하단
최저입찰	최저 90원 부터 입찰가능 클릭당 과금 (cpc) 방식, 입찰가 이하로 과금됨
노출방식	동일 타겟에 입찰한 광고들과의 입찰가 경쟁 및 광고 반응률을 반영하여 결정
타겟팅	플랫폼타겟팅, 연령타겟팅, 성별타겟팅, 지역타겟팅, 관심사타겟팅, 맞춤형고객타겟팅
심사요소	광고 대상 심사, 프로필 심사, 이미지 소재, 설명 문구, 연결 페이지 등



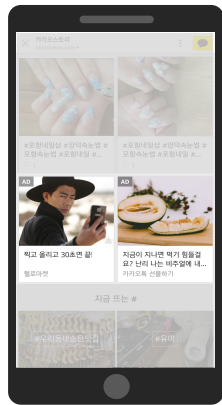
5.2 노출 형태 및 지면

카카오 네이티브광고는 카카오톡과 다음앱의 다양한 지면에
컨텐츠와 함께 자연스럽게 노출되고 있습니다.

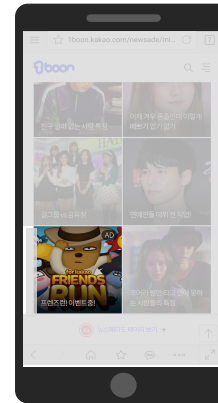
카카오톡 채널Tab >



연예 기사뷰 하단
카카오스토리 게시글뷰 하단



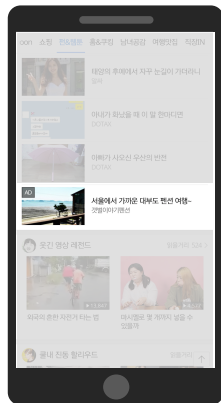
카카오톡/다음 1boon >



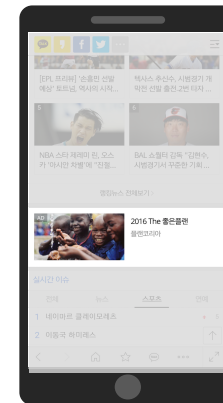
1boon 추천리스트 중 1구좌
스와이프 콘텐츠 시작카드



다음앱 Top > 편/웹툰 Tab 중상위 위치



다음앱 전체 기사뷰 > 전체 기사뷰의 하단 리스트



kakao

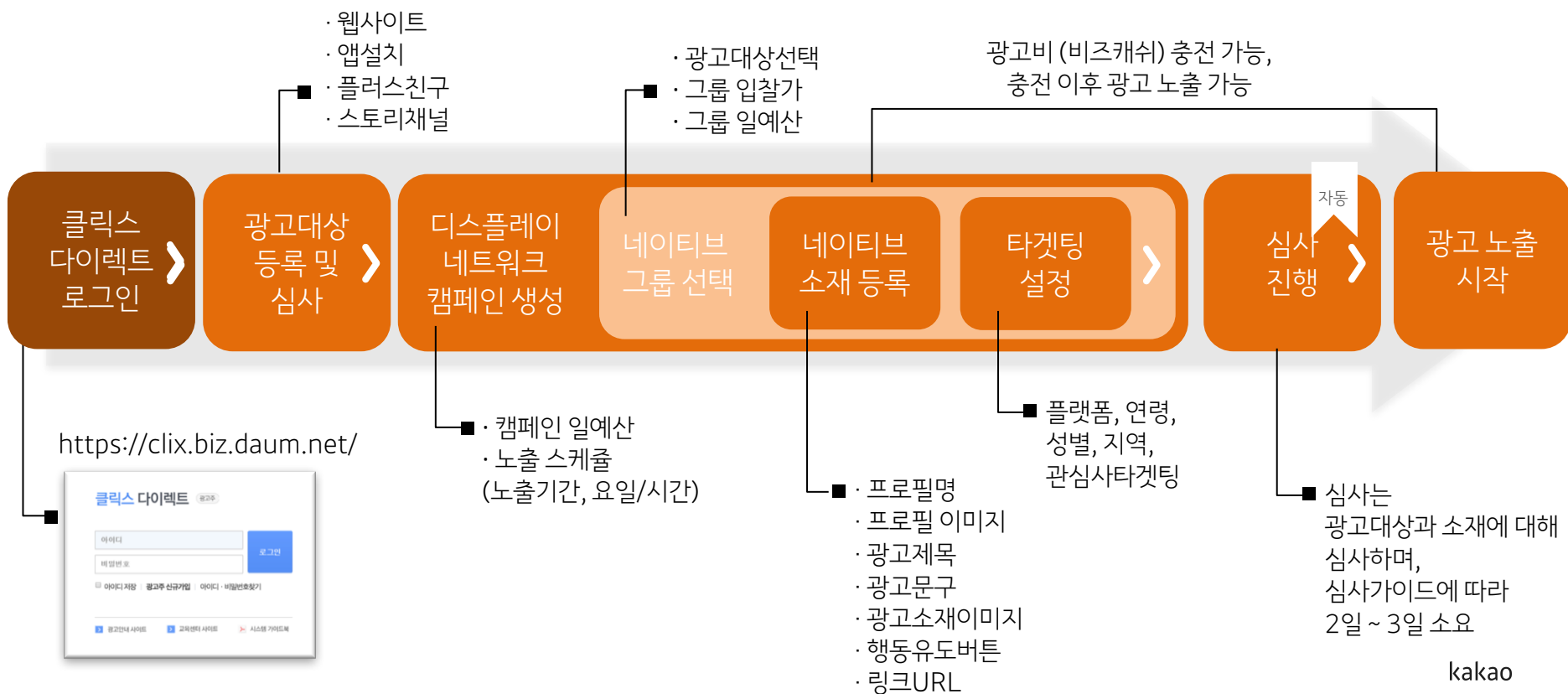
* 네이티브 지면은 추가 및 변경될 수 있습니다.

5.3 등록 프로세스

클릭스 다이렉트의 디스플레이 캠페인 > 네이티브그룹을 통해 광고 등록이 가능합니다.

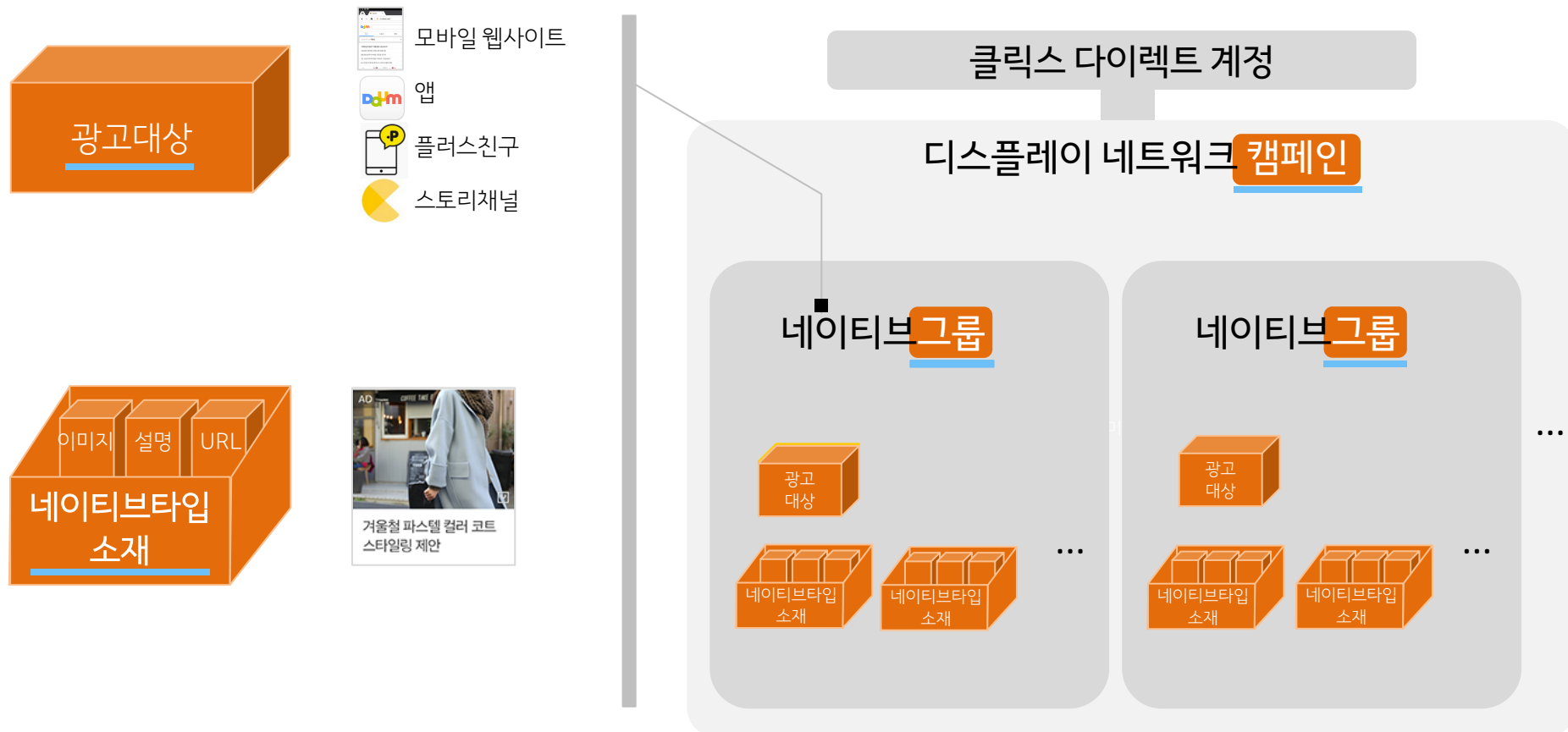
광고 노출은 비즈캐쉬가 충전되어 있을 경우 광고 등록 심사 후 바로 노출 됩니다.

선택한 광고대상은 수정은 되지 않으며, 새 광고대상을 원할 경우 신규 등록이 가능합니다.



5.4 등록 요소 및 계정 구조

검색 네트워크 캠페인을 통해 다수의 네이티브그룹을 생성할 수 있습니다.
그룹별로 광고대상을 등록할 수 있으며, 카카오토리광고 소재와 함께 운영 가능합니다.



5.5 노출 및 과금방식

광고 노출 여부와 상관없이 고객이 광고를 클릭한 경우에만 광고비를 지불하는 클릭당 과금 (CPC) 방식으로, 일 예산과 타겟팅에 따라 노출량이 조절되며, 최소 90원의 입찰 금액과 광고품질에 따라 우선 노출이 결정됩니다.

<노출 소재 예시>

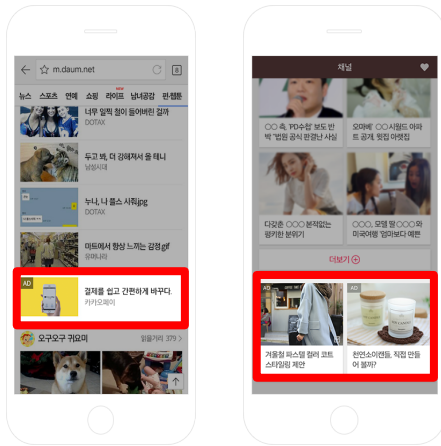
	 광고주 A의 소재	 광고주 B의 소재	 광고주 C의 소재	 광고주 D의 소재
입찰가	200원	200원	100원	150원
광고 반응률	보통	나쁨	중음	중음
노출타겟 (예시)	스포츠/레저	패션/쇼핑 & 뷰티	스포츠/레저 & 패션/쇼핑	가정/육아 & 패션/쇼핑

<노출 결과 예시>



카카오네이티브광고 심사정책

<http://adnetwork.ad.kakao corp.com/65>



1개의 소재에는 아래 7개의 등록 요소가 필요하며,
각 매체 지면 UI에 맞춰 소재 요소들이 선별되어
해당 지면내 광고소재를 구성합니다.

- | | |
|-------------|--|
| ① 프로필명 | 광고주명 또는 브랜드명을 사용해야 합니다. |
| ② 프로필 이미지 | 사이즈 : 300x300 픽셀,
광고주 로고, 브랜드 아이덴티티, 앱아이콘을 프로필 이미지로 구성할 수 있습니다. |
| ③ 광고 소재 이미지 | 사이즈 : 1200x628픽셀,
이미지 내에 텍스트(로고, 의무고시사항 제외), 테두리는 사용 불가합니다. |
| ④ 광고 제목 | 광고제목은 최대 20자,
광고문구는 최대 60자 이며, |
| ⑤ 광고 문구 | 광고제목과 광고문구는 상이해야 사용 가능합니다. |
| ⑥ 행동유도버튼 | 총 13가지 행동 유도 버튼이 광고 대상에 따라 6가지 종류가 제공됩니다. |
| ⑦ 링크URL | 반드시 모바일 전용 페이지로 연결되어야 합니다. |

감사합니다.