

# DDN 등록가이드

---

kakao 광고플러스\_ ver 2017.05

# 목차

1. 광고 집행 가능한지 체크하기
  - 1.1 kakao 광고 심사 정책
  - 1.2 DDN 광고 업종 가이드
  - 1.3 광고 대상 등록
2. 소재 준비하기
  - 2.1 소재 준비
  - 2.2 상세 소재 가이드
3. 광고 등록하기
  - 3.1 광고 진행 프로세스
  - 3.2 광고 등록



# 1. 광고 집행 가능한지 체크하기

## 1.1 kakao 광고 심사 정책

---

### Kakao광고는 사용자의 사용성을 보호합니다

#### <kakao광고 심사정책>을 따릅니다.

심사정책에 맞지 않을 경우 수정 요청 또는 광고를 중단할 수 있습니다.

사회적 이슈가 될 가능성이 있거나 항의가 있는 경우, 광고 집행이 불가합니다.

광고 연관도 기준, 연결화면 기준, 콘텐츠 기준, 가격표시 기준, 제작 가이드 등에 대한 적합성을 검수합니다.

#### 인터넷/모바일 이용자의 사용성을 보호합니다.

#### 광고주는 광고대상과 키워드, 광고 소재에 대한 책임이 있습니다.

상표권, 초상권, 성명권 및 저작권 등에 대해 적법한 권한과 자격을 갖춰야 합니다.

#### 카카오의 서비스를 보호합니다.

카카오 서비스 및 디자인을 모방하거나 침해할 수 없습니다.

카카오 서비스에 부당하게 영향을 주는 행위를 하거나, 이를 유도하는 경우 광고가 불가합니다.

#### 현행법 및 윤리 기준을 준수합니다.

## 1.1 DDN 업종 가이드

---

DDN 광고는 일부 업종에 대해서 광고 집행이 불가합니다.

- 종교 광고
- 개인적 이슈 및 사회적 이슈에 대한 의견 광고
- 저작권 분쟁의 이슈가 있는 파일다운로드 사이트
- 채팅 및 미팅사이트의 광고
- 성인용품, 성인유흥업소, 성인콘텐츠 광고
- 담배광고
- 게임 아이템 거래사이트
- 도박/복권/경마/경륜/경정/카지노 광고
- 사금융 (대부업)/전당포 광고
- 비뇨기과/산부인과
- 해외직배송 건강식품 사이트
- 주류 판매 광고

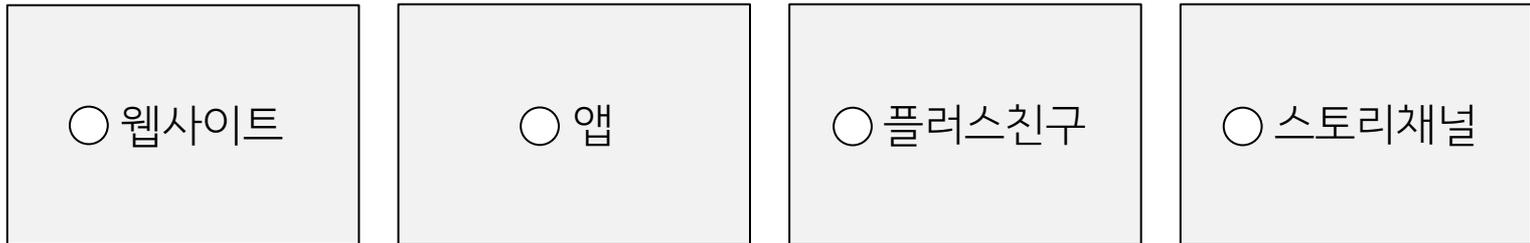
이외의 업종은 '카카오광고 클릭스 심사정책' 공통 심사정책 및 업종별 심사정책을 따릅니다.

## 1.2 광고 대상 등록

광고하고자 하는 채널의 URL을 클릭스 <광고대상> 에 등록하여 심사를 거칩니다.

DDN 광고 대상은 등록 소재와 노출 지면 선택에 따라 WEB과 APP 네트워크에 노출될 수 있습니다.

| 광고로 노출 가능한  
광고대상



- 광고대상의 특성에 따라 Web에서 노출된 경우 전환이 낮을 수 있습니다. (스토리 로그인, 톡 구동 불가, PC화면 등)
- 플러스친구의 경우, App 환경이 아닌 경우에는 Web으로 랜딩되어 '로그인'이 되어 있지 않기 때문에 친구추가의 전환율이 낮을 수 있습니다.
- PC 환경에서는 플러스친구 추가가 불가능합니다. (하반기 PC 플러스 친구 추가 가능) 이에 플러스친구를 사용한 경우에는 플랫폼 타게팅에서 PC를 꺼주시는 것을 권장 합니다.

## 1.2 광고 대상 등록

광고하고자 하는 채널의 URL을 클릭스 <광고대상> 에 등록하여 심사를 거칩니다.

광고대상에 등록된 채널이 광고주에게 소유권이 인정되는지,  
광고가 가능한 업종인지에 대한 여부를 심사합니다.

Step1. 다이렉트>계정>광고대상 관리

Step2. 대상 타입을 선택하여 나머지 정보 기입

Step3. 심사

### 광고대상 관리

등록 및 수정	변경 이력
+ 등록	삭제

### 광고대상 등록 (+) 필수입력

광고대상 ? +	<input checked="" type="radio"/> 웹사이트 <input type="radio"/> 앱(app) <input type="radio"/> 플러스친구 <input type="radio"/> 스토리채널																						
웹사이트명 +	<input type="text"/> 0/10자																						
웹사이트 URL +	http:// <input type="text"/> <input type="button" value="연결확인"/>																						
검수계정	<input type="text"/> 아이디 <input type="text"/> 패스워드 - 제한적인 운영사이트일 경우 검수할수 있는 아이디와 패스워드를 적어 주세요.																						
파일업로드	- 해당 카테고리에 필요한 서류를 모두 등록하지 않은 경우 광고대상심사에서 보류될 수 있습니다. - 파일 선택은 jpg.gif.png.tif와 hwp.doc.docx.pdf 파일 형식만 가능합니다. (최대 10MB 크기의 파일까지 업로드 가능합니다.) <table border="1"><thead><tr><th>1차 카테고리</th><th>2차 카테고리</th></tr></thead><tbody><tr><td>소매(쇼핑몰).식품</td><td>남성의류</td></tr><tr><td>소매(쇼핑몰).의류</td><td>단체복/유니폼/이벤트의상</td></tr><tr><td>소매(쇼핑몰).전자</td><td>빅사이즈</td></tr><tr><td>소매(쇼핑몰).종합쇼핑몰</td><td>속옷</td></tr><tr><td>소매(쇼핑몰).취미</td><td>여성의류</td></tr><tr><td>소매(쇼핑몰).패션잡화</td><td>종합의류</td></tr><tr><td>쇼핑몰(소매)</td><td>종년의류</td></tr><tr><td>엔터테인먼트.게임</td><td>한복</td></tr><tr><td>엔터테인먼트.공연</td><td></td></tr><tr><td>엔터테인먼트.기타엔</td><td></td></tr></tbody></table>	1차 카테고리	2차 카테고리	소매(쇼핑몰).식품	남성의류	소매(쇼핑몰).의류	단체복/유니폼/이벤트의상	소매(쇼핑몰).전자	빅사이즈	소매(쇼핑몰).종합쇼핑몰	속옷	소매(쇼핑몰).취미	여성의류	소매(쇼핑몰).패션잡화	종합의류	쇼핑몰(소매)	종년의류	엔터테인먼트.게임	한복	엔터테인먼트.공연		엔터테인먼트.기타엔	
1차 카테고리	2차 카테고리																						
소매(쇼핑몰).식품	남성의류																						
소매(쇼핑몰).의류	단체복/유니폼/이벤트의상																						
소매(쇼핑몰).전자	빅사이즈																						
소매(쇼핑몰).종합쇼핑몰	속옷																						
소매(쇼핑몰).취미	여성의류																						
소매(쇼핑몰).패션잡화	종합의류																						
쇼핑몰(소매)	종년의류																						
엔터테인먼트.게임	한복																						
엔터테인먼트.공연																							
엔터테인먼트.기타엔																							
필요서류	파일업로드																						
기타서류	<input type="text"/> <input type="button" value="파일업로드"/>																						

Tip1. 필요한 서류는 이곳에서 등록





## 2. 소재 준비하기

## 2.1 소재 준비

다양한 디바이스에 노출 가능한 다양한 소재를 등록할 수 있습니다.

많은 유저에게 도달하기 위해서는 모든 소재 사이즈를 등록하길 권장해드립니다.

등록 이미지크기(픽셀)	노출 이미지크기(픽셀)	형태설명	등록 가능 파일	용량
250X250	250X250	기본 정사각형	PNG, JPG, GIF	150k
300X250	300X250	기본 직사각형	PNG, JPG, GIF	150k
200X200	200X200	작은 정사각형	PNG, JPG, GIF	150k
728X90	728X90	기본 리더보드형	PNG, JPG, GIF	150k
970X90	970X90	큰 리더보드형	PNG, JPG, GIF	150k
120X600	120X600	기본 세로 날개형	PNG, JPG, GIF	150k
160X600	160X600	큰 세로 날개형	PNG, JPG, GIF	150k
468X60	468X60	작은 리더보드형	PNG, JPG, GIF	150k
336X280	336X280	작은 직사각형 1	PNG, JPG, GIF	150k
170X128	170X128	작은 직사각형 2	PNG, JPG, GIF	150k
640X100	320X50	모바일 띠배너형 1	PNG, JPG	50k
640X200	320X100	모바일 띠배너형 2	PNG, JPG	50k
655X120	655X120	초기 리더보드형	PNG, JPG	150k
300x150	300x150	초기브랜드스테이션형	PNG, JPG, GIF	150k

## 2.1 소재 준비

사이즈별 지원 가능한 파일 형태를 확인하고  
이미지 소재 제작 가이드에 맞추어 제작된 소재를 준비합니다.

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.

## 2.1 소재 준비

640X100, 640X200 픽셀의 모바일 띠배너형 소재는  
테두리를 사용할 수 없습니다.

OK

모바일 띠배너형1\_640x100

640X100, 640X200 픽셀의 모바일 띠배너형  
소재의 파일당 최대 용량은 50K이며,  
실제 노출시 320X50, 320X100으로 리사이징  
됩니다

모바일 띠배너형2

640x200

640X100, 640X200 픽셀의 모바일 띠배너형  
소재의 양쪽 여백 10픽셀에는 배경과 자연스럽게  
이어지는 단색 컬러를 사용해야 하고 테두리는  
사용할 수 없습니다.

NO

모바일 띠배너형1\_640x100

모바일 띠배너형1\_640x100

모바일 띠배너형2

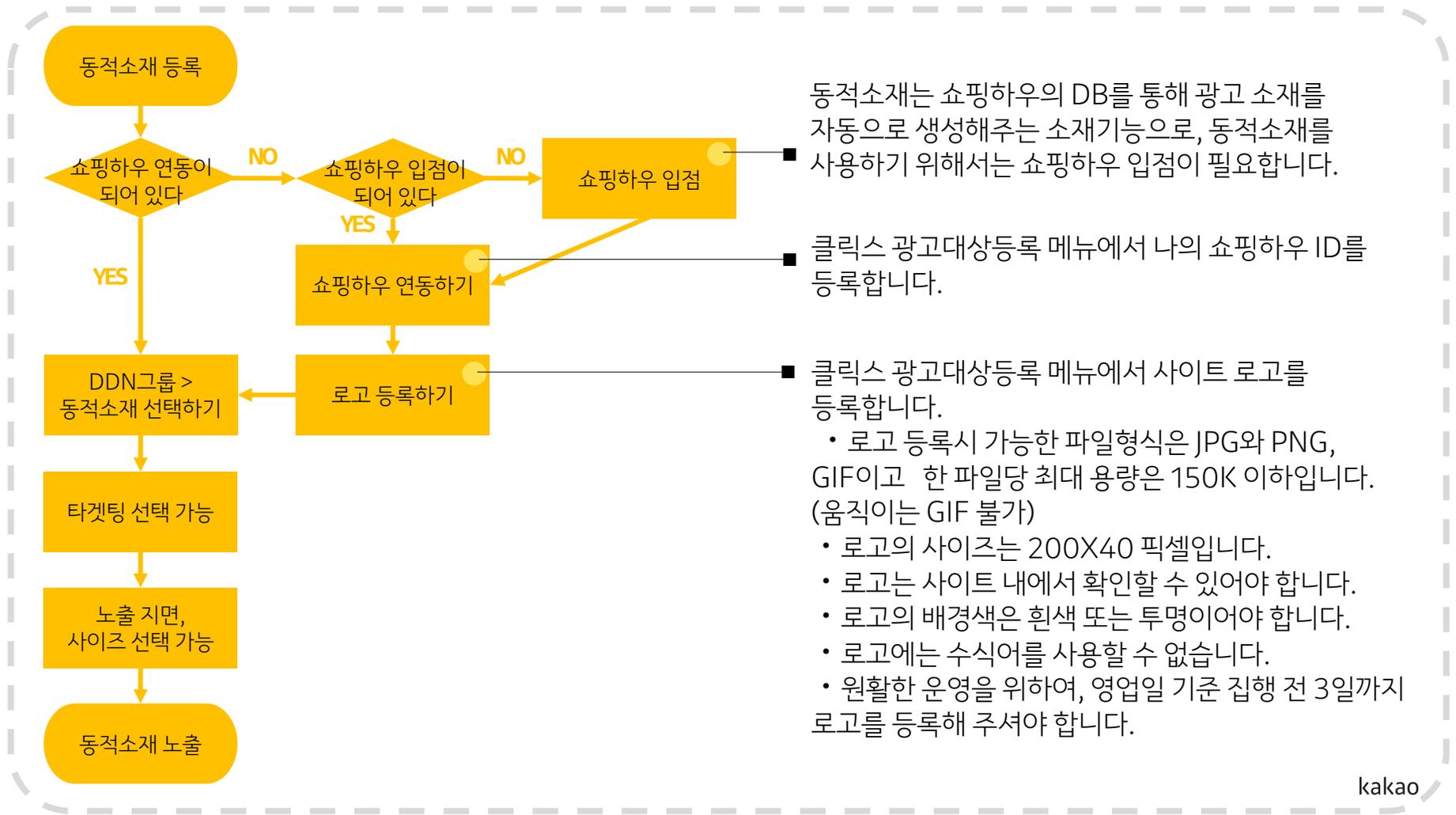
640x200

모바일 띠배너형2

640x200

## 2.1 소재 준비

광고 소재를 자동 생성해주는 '동적소재' 기능을 통한 광고 운영이 가능합니다.



## 2.2 상세 소재 가이드

---

광고 소재와 연결된 랜딩페이지는 아래의 가이드에 맞춰주세요.

- 연결화면은 해당 광고 상품의 판매 페이지 혹은 해당 상품의 리스트 페이지로 이동해야 하며, 연결화면과 무관한 내용의 소재는 노출이 불가합니다.
- 광고와 사실보도를 혼동할 수 있는 뉴스나 기사, 기타 보도를 하는 언론사 페이지는 연결화면으로 사용할 수 없습니다.
- 연결 화면은 언론/방송 등이 사실보도한 것으로 소비자가 오인할 수 있는 페이지는 연결화면으로 사용할 수 없습니다.
- 시작페이지 변경, 툴바 설치 등 인터넷 이용자의 컴퓨터 환경 변화를 유도하는 경우 광고가 중단될 수 있습니다.
- 인터넷 이용자가 종료할 수 없는 형태로 연결화면이 구성되는 경우 광고 집행이 불가합니다.
- 연결화면을 종료한 후에 다른 페이지로 연결되거나, 일정시간이 경과한 후에 다시 열리게 하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
- 연결화면이 미완성 또는 수정 중이거나 사이트의 일부가 활성화되지 않은 경우 광고 집행이 불가합니다.
- 회원제 사이트는 심사용 ID와 PW 제공해야 합니다.
- 연결페이지는 카카오광고의 광고대상 등록기준을 따릅니다.

## 2.2 상세 소재 가이드

---

이미지를 통해 메시지를 전달하는 만큼 **퀄리티 높은 소재 제작이 필요합니다.**

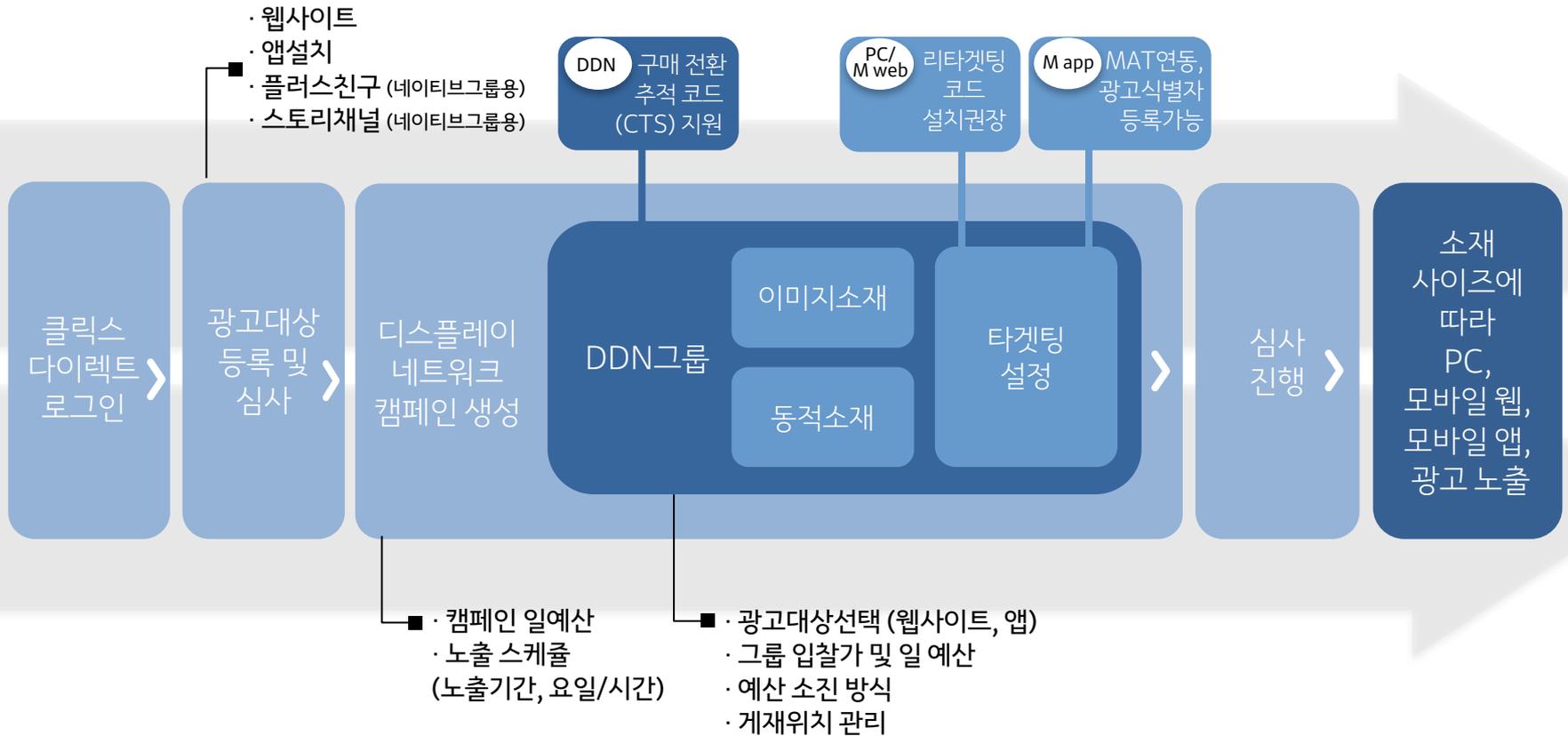
- 광고소재는 저작권 및 초상권이 확보된 이미지만 사용 가능 합니다.
- 단색 배경 사용을 권장하며, 해상도와 가독성이 떨어지는 배경, 색상, 이미지등은 광고 집행이 불가합니다. (오브젝트는 깔끔하게 정돈 되어야 합니다.)
- 소재 내에 이미지 영역을 꽉 채우는 등의 가독성이 떨어지는 텍스트는 사용이 불가합니다.
- 신체부위 노출 시 해당 소재 지면의 50% 이상 노출할 수 없습니다.
- 신체부위 노출 시 (수영복 착용 포함(속옷제외)), 상/하반신 전체 노출을 기본으로 하며, 특정 부위를 강조하여 노출 할 수 없습니다.
- 이용자에게 피로함이나 불쾌감, 거부감을 줄 수 있는 이미지, 텍스트 등의 소재구성은 광고가 불가합니다.
- 광고 소재에 사실보도와 오인할 수 있는 형식의 내용은 사용하지 않습니다.
- 클릭을 유발하기 위한 허위의 기능을 삽입하는 광고 방식은(마우스포인트, 사운드/플레이 제어버튼 등) 광고 집행이 불가합니다.
- 여러 개의 배너를 조합한 형태의 이미지는 사용하지 않을 것을 권장하며, 해당 형태의 이미지를 사용할 경우 광고 집행이 제한 될 수 있습니다.



### 3. 광고 등록하기

### 3-1. 광고 진행 프로세스

+ 클릭스 > 디스플레이 네트워크 캠페인 > DDN그룹 선택 > 소재 등록 진행



## 3-1. 광고 진행 프로세스

clix.biz.daum.net

클릭스 다이렉트

광고주

아이디

비밀번호

로그인

아이디 저장 | [광고주 신규가입](#) | [아이디 · 비밀번호찾기](#)

[> 광고상품안내](#) | [> 광고플러스](#) | [> \(구\)카카오광고관리](#) | [> 가이드북](#)

The screenshot shows the CLIX dashboard interface. At the top, there is a navigation bar with the following items: 'CLIX', '클릭스 홈', '광고관리' (highlighted with a red box and callout 1), '보고서' (highlighted with a blue box and callout 5), '계정', and '결제'. Below the navigation bar, there is a '출전' button. The main content area is titled '광고관리' and includes a search bar for '키워드'. A dropdown menu is open, showing options: '광고주 정보조회', '광고대상 관리' (highlighted with a green box and callout 0), '노출제한 설정', '전환추적 설정', '리타겟팅 설정', and '맞춤고객 설정'. A blue circle with callout 4 is positioned near the '광고관리' menu item, and a blue circle with callout 5 is near the '보고서' menu item. A blue circle with callout 0 is near the '광고대상 관리' menu item.

## 3-2. 광고 등록

### ① 캠페인 생성 및 전략 설정 : 디스플레이 네트워크 캠페인 생성 및 전략 설정

전체 캠페인 | 전체 그룹 | 전체 키워드 | 전체 게재위치 | 전체 소재

+ 새 캠페인 | ON/OFF | 삭제 | 보고서 바로가기 >

#### ■ 캠페인 등록

STEP 1 > 2 > 3

캠페인 종류	<input type="radio"/> 검색 네트워크	<input checked="" type="radio"/> 디스플레이 네트워크 ?
캠페인명	NA_여성 5/50자	
일 예산 ?	<input type="radio"/> 미설정	<input checked="" type="radio"/> 설정 100,000 원
노출 기간 ?	<input checked="" type="radio"/> 미설정	<input type="radio"/> 설정
노출 요일/시간 ?	<input checked="" type="radio"/> 미설정	<input type="radio"/> 설정

저장 후 그룹등록 > | 취소

## 3-2. 광고 등록

### ② 그룹 생성 및 전략 설정: 집행하고자 하는 그룹 생성 및 전략 설정

The screenshot displays the '그룹' (Group) management interface. At the top, there are tabs for '그룹', '계재위치', and '소재'. Below these are buttons for '+ 새그룹', 'ON-OFF', '삭제', '그룹전략설정', '그룹타겟팅설정', and '보고서 바로가기'. A red dashed circle highlights the '+ 새그룹' button, and a red dashed arrow points from it to the 'DDN그룹' radio button in the '그룹 등록' section.

**그룹 등록**

▶ 캠페인 : **디스플레이 네트워크**

DDN그룹     네이티브그룹

▶ DDN그룹

그룹명	DDN광고그룹	7/50자
광고대상	<input checked="" type="radio"/> 웹사이트 <input type="radio"/> 앱 <input type="radio"/> 플러스 친구 <input type="radio"/> 스토리 채널 광고대상을 선택해주세요.	<a href="#">+ 신규 광고대상 등록</a>
그룹 입찰가 <sup>?</sup>	200	원
일 예산 <sup>?</sup>	100,000	원
예산 소진 방식 <sup>?</sup>	<input type="radio"/> 빠른소진 <sup>?</sup> <input checked="" type="radio"/> 균등소진 <sup>?</sup>	

## 3-2. 광고 등록

### ③ 소재 등록 : 이미지 소재 등록 및 설정

■ 소재 설정

▶ 캠페인 : ④ 디스플레이 네트워크 > 그룹 : 웹사이트

**이미지 소재**    동적 소재

소재명 :  6/70자

소재파일 :  큰 세로 날개형 160x600 .jpg  
파일형식 : JPG,GIF,PNG / 용량 : 150KB이하      
(모바일 띠틈배너형은 JPG,PNG만 가능)

사이즈 : 160x600

소재설명 :  6/30자  
장애인용 음성안내 정보이므로 객관적인 광고내용을 입력해주세요.  
ex) OO사이트의 OO이벤트, A브랜드 시즌오프세일

링크URL :

미리보기



캠페인 : 디스플레이 네트워크

기존 소재 (3)

소재명	소재	사이즈	클릭율
<input type="radio"/> 이미지 소재	작은 정사각형 200x200	200x200	-
<input type="radio"/> 이미지 소재	모바일 띠틈배너형1_640x100	320x50	-
<input type="radio"/> 모바일 띠틈배너형	모바일 띠틈배너형2 640x200	320x100	-

## 3-2. 광고 등록

### ④ 타겟팅 전략 설정 : 타겟팅 전략 설정을 통해 자사의 잠재고객군에 광고 노출을 준비

#### 타겟팅 설정

캠페인 : 디스플레이 네트워크 > 그룹 : 000 그룹\_4

#### > 잠재고객타겟팅

타겟팅 적용방식 ? 기본설정 불러오기

잠재고객수   Web <b>2,000만 초과</b>   App <b>2,000만 초과</b>	
플랫폼	<input checked="" type="radio"/> 전체 <input type="radio"/> 개별선택 모든 플랫폼에 광고가 노출됩니다. <small>스토리 채널 또는 플러스 친구를 광고 대상으로 한 경우, 유선(PC) 타겟팅 옵션의 준제를 권장합니다.</small>
연령	<input checked="" type="radio"/> 전체 <input type="radio"/> 개별선택 모든 연령에 광고가 노출됩니다.
성별	<input checked="" type="radio"/> 전체 <input type="radio"/> 개별선택 모든 성별에 광고가 노출됩니다.
지역	<input checked="" type="radio"/> 전체 <input type="radio"/> 개별선택 모든 지역에 광고가 노출됩니다.
관심사 ?	<input checked="" type="radio"/> 미설정 <input type="radio"/> 설정 노출 범위가 제한되지 않습니다.
검색어타겟팅 ?	<input checked="" type="radio"/> 미설정 <input type="radio"/> 설정 노출 범위가 제한되지 않습니다.
쇼핑 카테고리 ?	<input checked="" type="radio"/> 미설정 <input type="radio"/> 설정 노출 범위가 제한되지 않습니다. <small>모바일 광고의 경우 쇼핑 카테고리 타겟 고객수가 적어 노출이 제한될 수 있습니다. 쇼핑 카테고리 타겟팅은 'PC 및 모바일웹'에 노출되는 광고에만 적용됩니다.</small>
잠재고객수   Web <b>2,000만 초과</b>   App <b>2,000만 초과</b>	

#### > 인지고객타겟팅

맞춤고객	<input checked="" type="radio"/> 미설정 <input type="radio"/> 설정 노출 범위가 제한되지 않습니다. <small>맞춤고객 타겟팅은 '모바일웹'에 노출되는 광고에만 적용됩니다.</small>
리타겟팅 ?	<input checked="" type="radio"/> 미설정 <input type="radio"/> 설정 노출 범위가 제한되지 않습니다. <small>리타겟팅은 'PC 및 모바일웹'에 노출되는 광고에만 적용됩니다.</small>

- 노출 중심의 광고를 집행하시길 원한다면, 타겟팅 설정을 전체(미설정)로 세팅하십시오.  
또한 복수의 타겟팅을 설정하시면 광고 노출 범위가 좁아집니다.

- 효율 중심의 리타겟팅, 검색어 타겟팅, 관심사 타겟팅, 쇼핑카테고리 타겟팅을 설정하실 경우에는 각각의 타겟팅을 단독으로 설정하시길 권장합니다.  
효율중심의 타겟팅을 복수 선택시 타겟 범위가 줄어들어 광고가 충분히 노출되지 않을 수 있습니다.

- 타겟 고객수는 사용자가 사용하는 모든 브라우저에서 취합된 수이며, 타겟팅 노출은 브라우저 별로 적용됩니다.  
일부 모바일 브라우저(ex. iOS 아이폰 사파리 브라우저)의 경우 브라우저의 쿠키 정책에 따라 타겟 노출이 제한 될 수 있습니다.

- 리타겟팅의 경우는 광고주님의 홈페이지 및 쇼핑몰에 리타겟팅 코드가 삽입되어 있어야 설정 가능합니다.  
타겟 고객수 확보를 위해 미리 리타겟팅 코드를 발급받고 삽입해 두시길 권장합니다.

확인 취소

## 3-2. 광고 등록

### 타겟팅 : 더 다양한 타겟팅 기능을 활용하기 위한 계정 셋팅 작업 (선택사항)

The image displays three sequential screenshots of the CLIX account settings interface, illustrating the configuration steps for various targeting features. Each screenshot shows the top navigation bar with '계정' (Account) selected, and a dropdown menu with '리타겟팅 설정' (Retargeting Settings) highlighted in red dashed boxes.

**1. 전환추적(CTS) 설정 (Conversion Tracking Settings):**  
This screen shows the '전환추적(CTS) 설정' section. The text explains that Conversion Tracking (Conversion Tracking) is a feature that allows you to track user behavior such as search, sign-up, and purchase on the CLIX site. This information is stored in the system and can be analyzed as reports. The dropdown menu highlights '리타겟팅 설정'.

**2. 리타겟팅 설정 (Retargeting Settings):**  
This screen shows the '리타겟팅 설정' section. The text explains that Retargeting (Retargeting) is a feature that allows you to target users who have visited your website. You can use CLIX's ad network to display ads to these users, guiding them back to your website. The dropdown menu highlights '리타겟팅 설정'.

**3. 맞춤고객 설정 (Matched Customer Settings):**  
This screen shows the '맞춤고객 설정' section. The text explains that Matched Customers (Matched Customers) are customers you have directly set as targets. You can create Matched Customers through file upload and MAT integration. The dropdown menu highlights '리타겟팅 설정'.

Additional text in the third screenshot: '맞춤 고객 목록(광고식별자)을 생성한 후 APP그룹 > 타겟팅 설정에서 맞춤고객을 대상으로 타겟팅을 설정할 수 있습니다. MAT(Mobile App Tracking) 업체와 연동하여 맞춤고객을 설정하는 경우, 'MAT 연동 가이드'를 참조하여 연동을 설정해주세요.'

# Appendix

## 클릭스 다이렉트

광고주

아이디

비밀번호

로그인

아이디 저장 | [광고주 신규가입](#) | [아이디 · 비밀번호찾기](#)

[> 광고상품안내](#)

[> 광고플러스](#)

[> \(구\)카카오광고관리](#)

[> 가이드북](#)

광고주를 위한 매뉴얼

# Clix Direct Guidebook

Version 2.2.0 |

Date 2016.03.23

## 4부. 네이티브 광고 가이드북 90

I 네이티브 광고구매	91
1. 광고 구매 프로세스	92
2. 캠페인 등록	92
3. 그룹 등록	94
4. 소재 등록	95
5. 타겟팅 설정	97
II 네이티브 광고관리	99
1. 기본 관리기능	100
2. 세부 관리기능	102
3. 보고서	104

Thank You