프리미엄링크M beta
상품소개서

Version OBT | Final Update 2017.09.18

kakao

목차

01 상품 소개

02 상품 특성 및 장점

03 노출 결정 및 과금 방식

04 편리한 광고확장 관리

05 광고확장 타입별 안내

06 광고 노출 프로세스

07 등록가이드

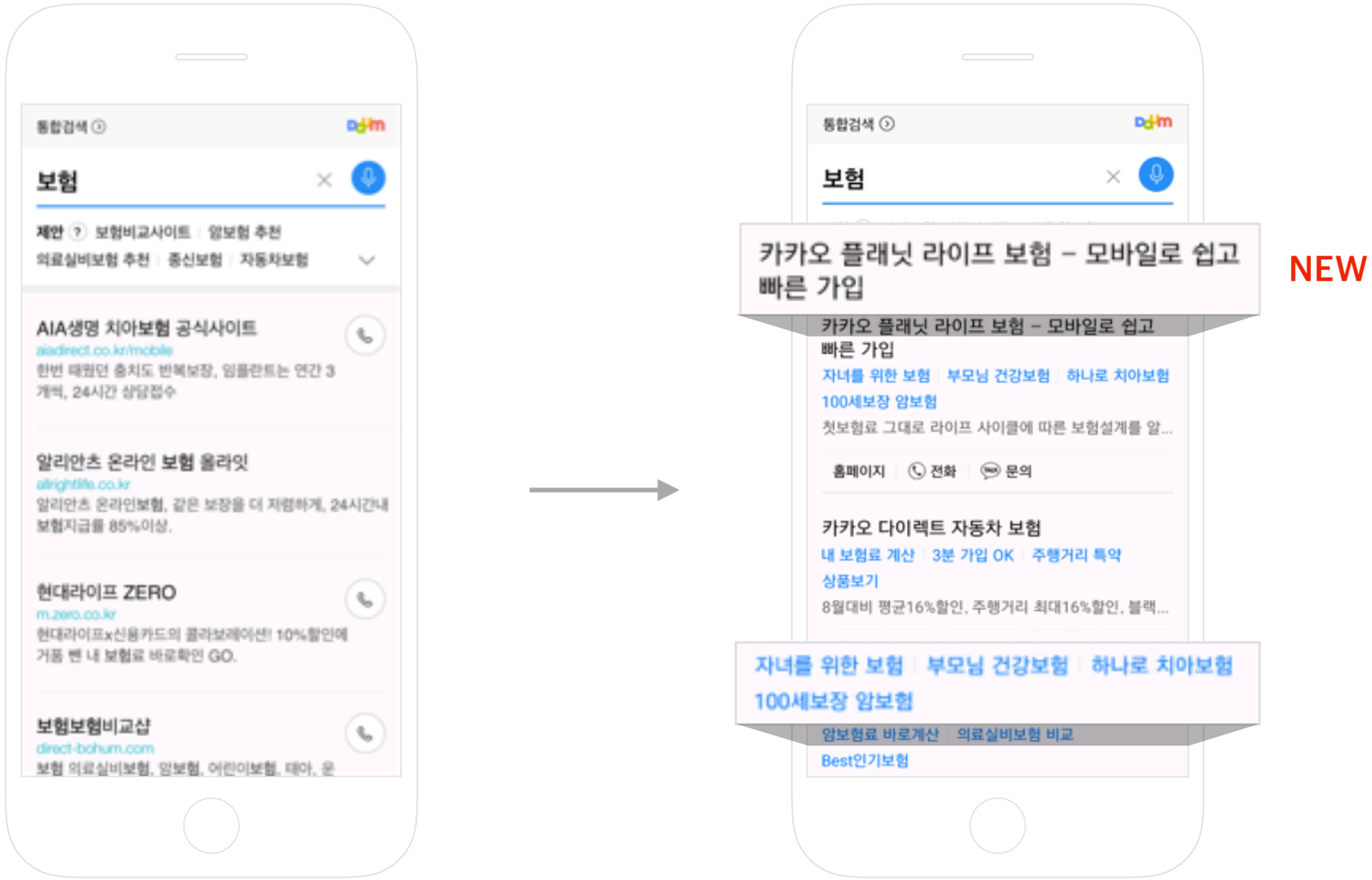
08 기존 상품 비교

09 CBT 우수사례

10 FAQ

프리미엄 링크M beta

사이트 탐색 니즈를 120% 충족시켜주는 모바일 UI에 최적화 된 모바일광고!



NEW

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

Daum, Nate 모바일 통합 검색 상단 노출

모바일에 최적화된 UI상단 노출로 주목도 상승

부가링크 및 모바일형 네비게이션 구성

자연스러운 유입이 가능하고, 전환 기회 증가

품질관리를 통한 예산 할인

고품질 광고는 경쟁광고 대비 적은 비용으로 충분한 노출 기회 획득

클릭당 과금 CPC

최소 70원의 실시간 입찰방식으로 탄력적인 광고 운영

편리한 광고확장 관리

계정 1개에 한번 등록 시 유기적 사용 가능

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

부가링크

목적별 바로가기 제공
바로가기 랜딩을 통한 전환 상승 유도

모바일형 네비게이션

모바일 편의성을 위해 URL노출 지양
텍스트 및 아이콘 위주의 네비게이션 제공

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

고객이 클릭하여 사이트에 방문한 경우에만 비용을 지불하는 클릭당 과금(CPC)방식으로
비용 대비 높은 효율을 얻을 수 있습니다.

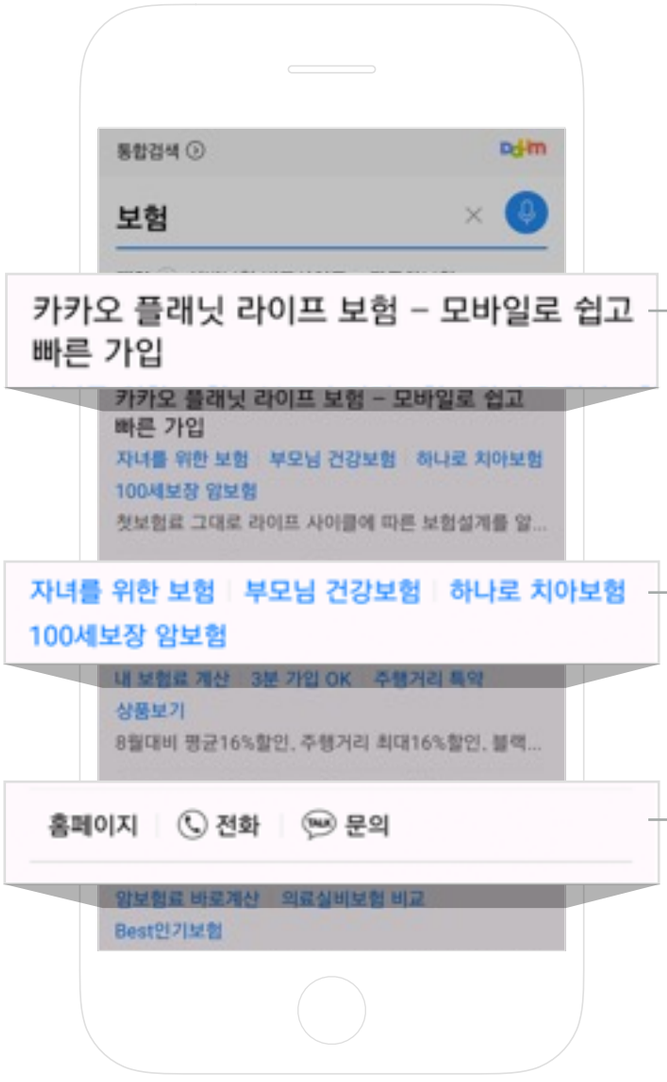
- 최소 70원의 키워드별 **입찰가**와 **품질지수**에 따라 실시간 통합검색 노출 여부 및 순위가 결정됩니다.
- 지속적인 관리를 통해 광고품질을 높이면, 설정하신 입찰가보다 할인된 가격으로 광고운영이 가능합니다.

04 편리한 광고확장 관리

계정에 연결된 광고 확장관리에서 광고확장을 등록, 관리할수 있고,
광고확장을 한번 등록하면, 이후 개별 광고 그룹에 설정 및 해제가 자유롭게 가능합니다.

* 하나의 광고 확장과 여러개의 그룹을 선택 후 연동이 가능합니다.

광고 효율성을 위해 광고 확장은 필수로 등록하시길 권장드립니다. 부가링크의 경우 CBT때 등록 비중과 활용도가 높아 검색 유저들을 빠르게 유입은 물론, 전환의 가능성을 높일수 있는 항목으로 활용되었습니다.



추가제목 (심사대상)

중요도 높은 자사 홍보문구 등, 소재랜딩과 동일

부가링크 (심사대상)

자사 서비스 바로가기 : 대출한도 조회, 보험료 계산, 차종 가격비교
SNS 컨텐츠성 광고 : 인스타그램, 페이스북, 유뷰트 등 SNS 랜딩 활용

전화번호

고객센터 전화번호, 바로예약 전화번호 등

06 광고 노출 프로세스

01 NEW
광고확장 등록
전화번호, 부가링크, 행동유도버튼, 추가제목 등의 개별 광고확장을 광고확장 관리에 등록 및 심사

02 NEW
프리미엄링크M그룹 생성
검색네트워크 캠페인에 프리미엄링크M 그룹 생성, 광고 대상 연결 및 그룹 일예산 설정

03
키워드 및 소재 등록
키워드 및 소재 등록.
(효율적인 노출을 위해, 개별 키워드에 알맞는 입찰가 설정)

04 NEW
광고확장 설정
광고확장 관리에 등록 완료되어 그룹에 설정 가능한 광고확장 선택 및 설정

05
광고노출 및 과금액 결정
시스템의 실시간 분석으로 품질지수 및 입찰가를 평가하여 광고 노출
(품질지수에 따른 할인 적용)

07 등록가이드

*기존 검색광고 공통 및 기본 심사 정책을 따릅니다.

전화번호	항상 연결이 가능한 광고주 소유의 번호로 최대 10개까지 등록이 가능합니다.
부가링크	부가링크의 제목은 최대 10자까지 등록할 수 있습니다. - 제목에는 기호, 문장부호를 사용할 수 없습니다. - 제목에는 비속어, 은어, 의미를 알 수 없는 축약어를 사용할 수 없습니다. - 제목은 랜딩URL과 관련있게 작성해야 합니다. - 랜딩URL은 광고대상과 연관있는 사이트/ 페이지로 연결되어야 합니다. - 브랜딩URL은 검색광고 연결화면 등록기준을 따릅니다. - 광고주의 공식 SNS를 부가링크에 등록할 경우, 제목에 SNS임을(예: 카카오스토리) 명시해야 합니다. - 부가링크가 앱스토어로 연결될 경우, 제목에 iOS / Android 각각의 앱스토어 명을 명시 해야 합니다. (각 OS 별로 자동 분기가 되는 경우에도, 앱 다운로드 임을 제목에 명시해야 합니다.) - 부가링크의 연결 화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 연결되어야 합니다.
행동유도버튼	행동유도버튼의 랜딩 URL은 검색광고 연결 화면 등록 기준을 따릅니다. - 랜딩URL은 광고대상과 연관있는 사이트/ 페이지로 연결되어야 합니다. - 연결화면은 행동유도버튼 관련 정보를 충분히 제공해야 하며, 반드시 모바일 전용페이지로 연결되야 합니다.
추가제목	추가제목은 상품 또는 광고대상과 연관성 있는 간단한 설명을 최대 15자까지 등록할 수 있습니다. - 추가 제목은 한글 표기가 원칙이며, 비속어, 은어, 허위 내용, 과장된 의미, 동일한 문구를 중복 사용할 수 없습니다. - 의미 전달에 필요한 경우에만 문장부호 사용이 가능하며, 영문, 숫자, 문맥상 필요한 단위 표현이 가능합니다. - 랜딩URL은 검색광고 연결 화면 등록 기준을 따릅니다. - 연결 화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 연결되어야 합니다.

08 기존 상품 비교

	일반검색광고	프리미엄링크M beta
노출영역	PC, Mobile Daum 및 제휴 네트워크사 모바일 앱, 웹	**m.Daum, m.Nate**
구매방식	키워드 구매	키워드 구매
소재등록방식	연결 소재 등록	**기본 연결 소재 등록 + 광고 확장 그룹별 설정**
노출 및 순위 결정	품질지수 및 입찰가에 따른 순위 결정 방식	**품질지수와 입찰가를 복합 평가한 유연한 노출 결정** (모바일 환경에 최적화 된 품질지수 항목이 다름)
입찰가 설정 단위	키워드	키워드
품질지수 단위	광고그룹	**키워드**
과금방식	CPC (차순위 +10원)	**CPC** (차순위와의 품질지수 비율로 할인적용)

09 CBT 우수 사례

집행 기간 : 2016년 6월 ~ 7월
광고 목적 : 홈페이지 유입, 콜 유도, 고객 DB 증가

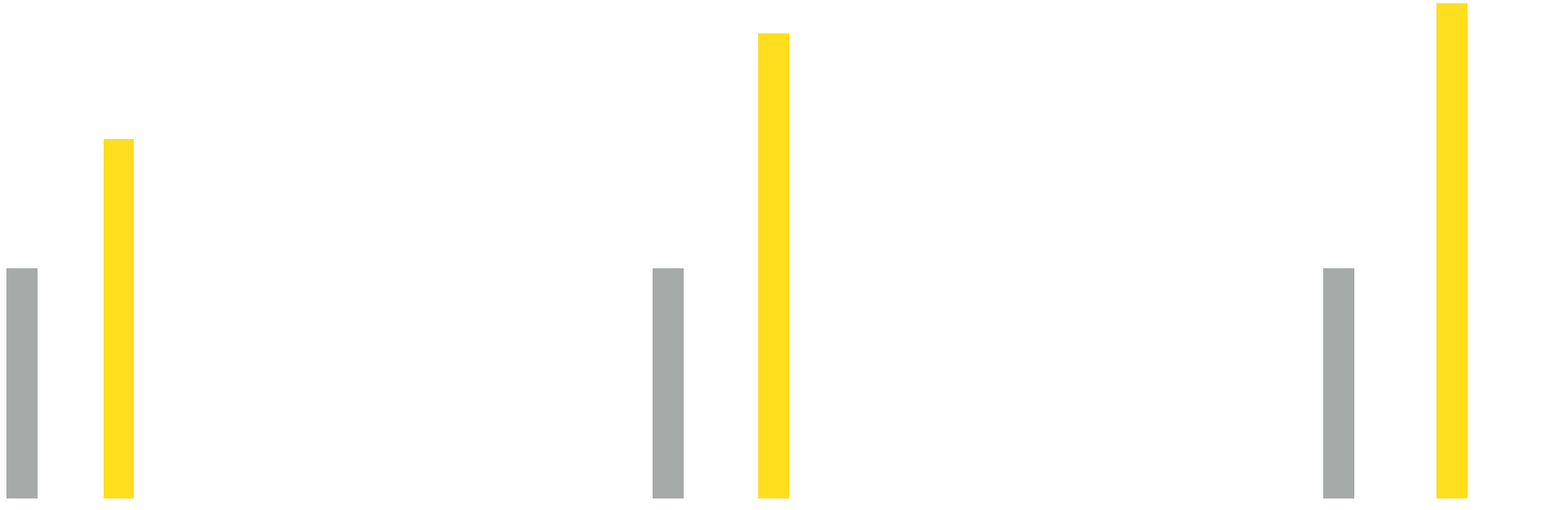
일반검색광고 프리미엄링크M

평균 CTR : **3.5%**
최대 CTR : **14.5%**

CTR **50 %**

CVR **95 %**

ROAS **110 %**



Q 프리미엄링크M으로 광고할 수 있는 키워드는 무엇인가요?

대출/ 보험/ 자동차/ 기숙학원 업종의 주요 키워드는 프리미엄링크M을 통해 구매 및 노출할 수 있습니다. 그러므로 기존에 해당 키워드로 모바일 검색광고를 운영하셨던 광고주님께서는 프리미엄링크M 등록을 통해서만 광고 노출이 가능합니다.
광고 효율 최적화를 위하여 OBT 기간 중 프리미엄링크와 프리미엄링크M의 노출 비중 변경 가능성이 있으니 참고 바랍니다.

Q 프리미엄링크M이 노출되는 영역은 어디인가요?

Daum 및 Nate의 모바일 앱, 웹의 통합검색 결과에 노출되는 새로운 광고상품으로서, 정보 및 서비스 탐색이 많은 대출/ 보험/ 자동차/ 기숙학원 업종의 키워드 중심으로 최적화되어 노출됩니다.

- 노출 영역 : Daum 및 Nate의 모바일 통합검색 화면 "프리미엄링크M" 영역
- 노출 개수 : 통합검색 결과 최대 4개 노출
  (프리미엄링크M 상위 4개에 진입하지 못한 광고는, 더보기 클릭 시 노출됩니다.)

Q 광고의 순위는 어떻게 결정되나요?

광고의 순위는 키워드 입찰가와 키워드 품질지수를 복합적으로 평가하여 결정됩니다.
따라서 경쟁 광고보다 내 키워드의 입찰가가 낮더라도 품질지수가 상대적으로 높으면 상위에 노출될 가능성이 높아집니다.

Q 광고확장 타입은 최대 몇 개까지 노출 가능한가요?

광고확장 타입 중 부가링크는 최대 100개, 전화번호와 행동유도버튼은 최대 10개, 추가제목은 20개까지 광고주 계정 내 등록 가능합니다.
부가링크는 광고 그룹별로 최대 4개까지 노출 가능하며, 광고전략에 따라 랜덤 또는 최신순 노출로 선택이 가능합니다.

또한 전화번호와 행동유도버튼은 광고 그룹별로 1개씩 설정하여 노출 가능하며, 추가제목은 그룹당 4개까지 설정 가능하오나, 그룹별 설정된 노출전략에 따라 1개씩 노출됩니다. 해당 내용 참고하여 그룹의 키워드 및 소재와 함께 매칭하여 노출되기를 원하는 광고확장을 설정해 주시면 됩니다.

Q 프리미엄링크M의 광고품질은 어떻게 결정되나요?

기존 프리미엄링크의 품질지수는 키워드와 소재의 CTR 지표가 품질지수에 영향을 미치는 주요 요소로 평가되어 광고그룹에 부여되었습니다. 반면, 프리미엄링크M은 키워드와 소재 뿐 아니라 광고확장이 획득한 CTR 성과, 그리고 랜딩페이지와의 연관도 등을 복합적으로 평가한 품질지수가 키워드 단위에 부여됩니다.
지속적인 광고관리를 통해 품질지수를 높이면, 설정한 입찰가보다 보다 할인된 가격으로 광고운영이 가능합니다.

Q 등록한 광고확장 타입별 어떤 항목에서 클릭이 발생했는지 확인하고 싶어요.

등록하신 광고확장 지표는 클릭스 [다운로드 보고서 > 보고서 열람 / 보고서 예약]를 통해 제공합니다. 해당 보고서를 통해 광고확장에 대한 개별적인 효과 및 효율에 대해 다각도로 검토하실 수 있습니다.

이 외 기존 경로에서 제공하던 키워드와 소재 단위의 보고서는 광고운영보고서와 동일하게 제공됩니다.

따라서 등록하신 전체 키워드와 광고확장의 노출 및 클릭, 과금된 지표에 대해서는 광고운영보고서를 통해 참고해 주시면 됩니다.

Q 모바일 최적화 인증이 안되었을 경우, 광고 진행이 어렵나요?

프리미엄링크M은 모바일에 최적화된 형태로 노출되는 광고로써, 모바일 최적화 심사가 완료된 건들만 광고 노출이 가능합니다.

광고를 운영하기 위해서는 먼저 광고주님이 소유하신 광고대상이 모바일에서 최적화 되었는지 확인이 필요합니다.

광고대상의 모바일 최적화 인증 여부는 [계정 > 광고대상 관리] 심사 탭에서 심사 상태 값으로 확인하실 수 있습니다.

Thank You

Copyright © Kakao Corp. All rights reserved.