

Session 1. 카카오네이티브광고 운영가이드 및 사례

2016.09.20. | 카카오 채널세일즈셀 백소예 대리

Table of Contents

1. 카카오 네이티브 광고?
 - a. 네이티브 광고는?
 - b. 카카오네이티브광고 특징 및 장점
 - c. 카카오네이티브광고 노출지면
 - d. 업종가이드 및 변경사항
2. 카카오 네이티브 광고 운영사례
 - a. 카카오 네이티브 광고운영 tip
 - b. 업종별 소재 사례
3. 광고 운영 프로세스

1. 카카오네이티브광고?

a. 네이티브 광고는?

스마트폰을 어떻게 이용할까?

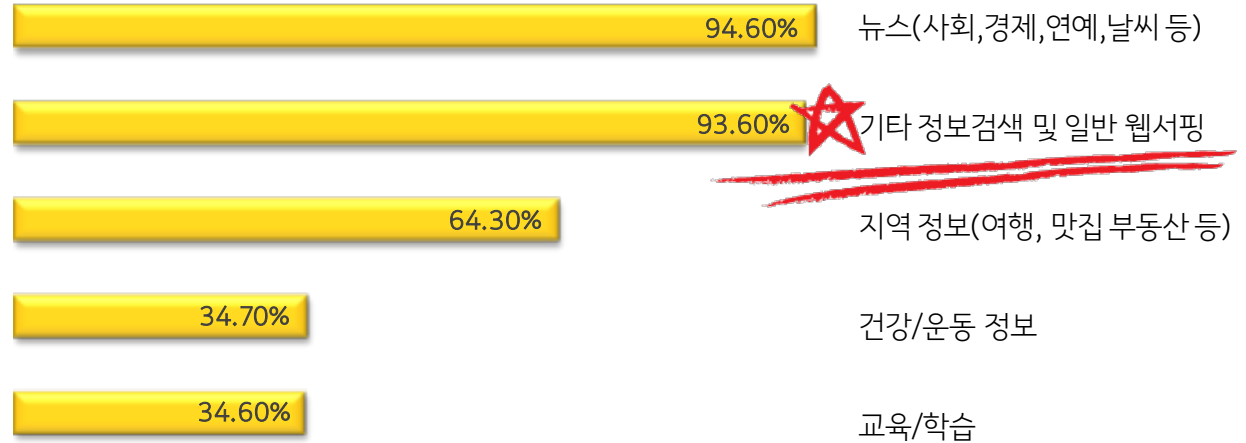
스마트폰 이용의 가장 활발한 활동은 '자료 및 정보습득'과 '커뮤니케이션'



a. 네이티브 광고는?

스마트폰을 어떻게 이용할까?

자료 및 정보습득



커뮤니케이션

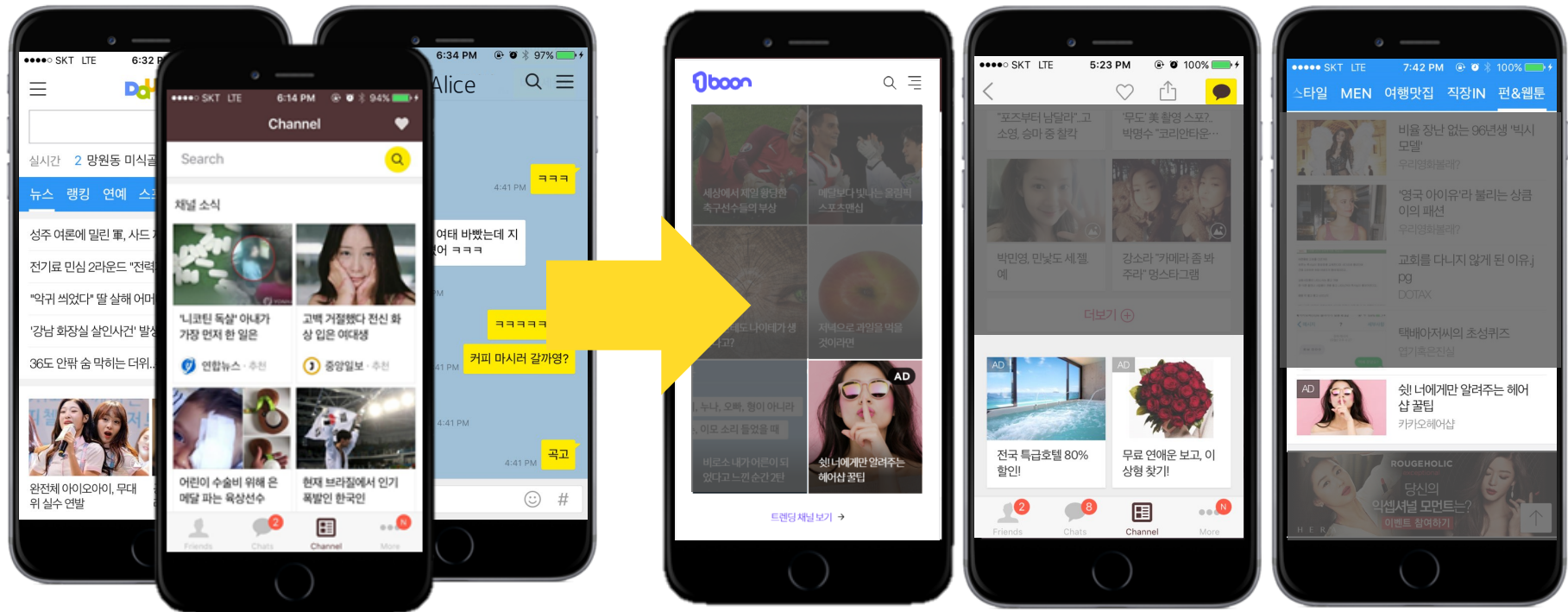


b. 카카오 네이티브 광고의 특징 및 장점

카카오 네이티브 광고의 특징

컨텐츠일까? 광고일까?

다양한 이야기거리를 제공하는 카카오톡, 다음 카페앱. 다음 앱 등에 컨텐츠화 하여 자연스럽게 노출
사용자가 컨텐츠와 광고를 유기적 소비

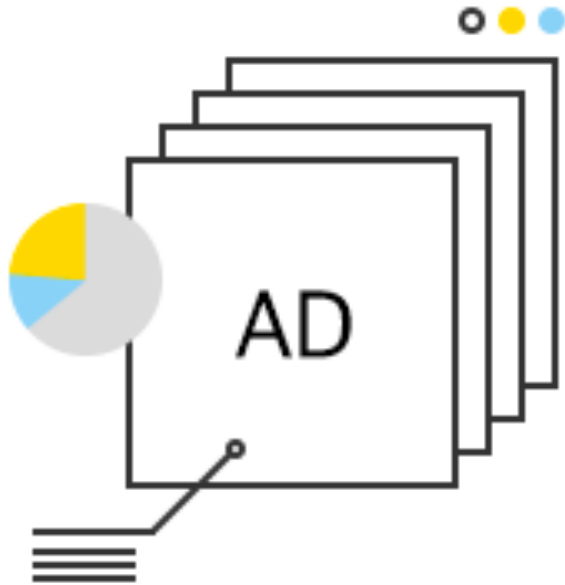


b. 카카오 네이티브 광고의 특징 및 장점

카카오 네이티브 광고의 특징

노출 및 과금방식

타겟팅된 노출 대상이 같은 광고 중 '입찰가' 와 '광고품질' 경쟁을 통해 노출될 광고 선정
실시간 CPC 과금 방식으로 입찰가내 광고품질에 따라 할인 과금(최저 입찰가 90원)

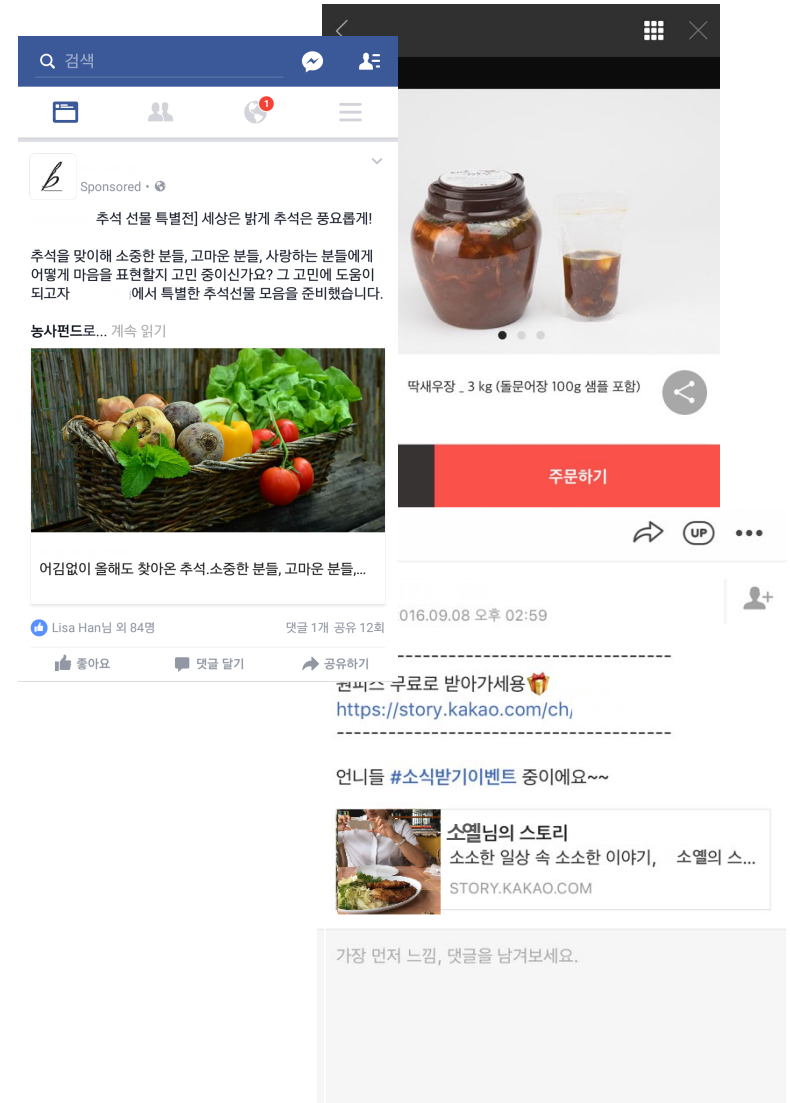
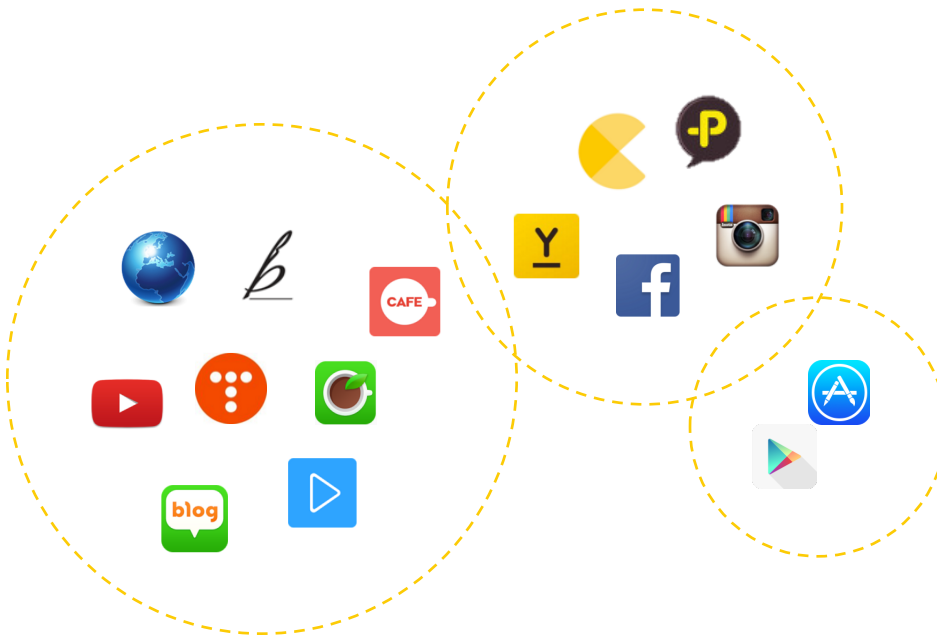


b. 카카오 네이티브 광고의 특징 및 장점

카카오 네이티브 광고의 특징

다양한 랜딩URL을 이용하여 광고 목적 달성 유도

광고 목적 또는 콘텐츠 방향에 따라 다양한 채널로 연결
광고 소비자에게 적극적 행동유도

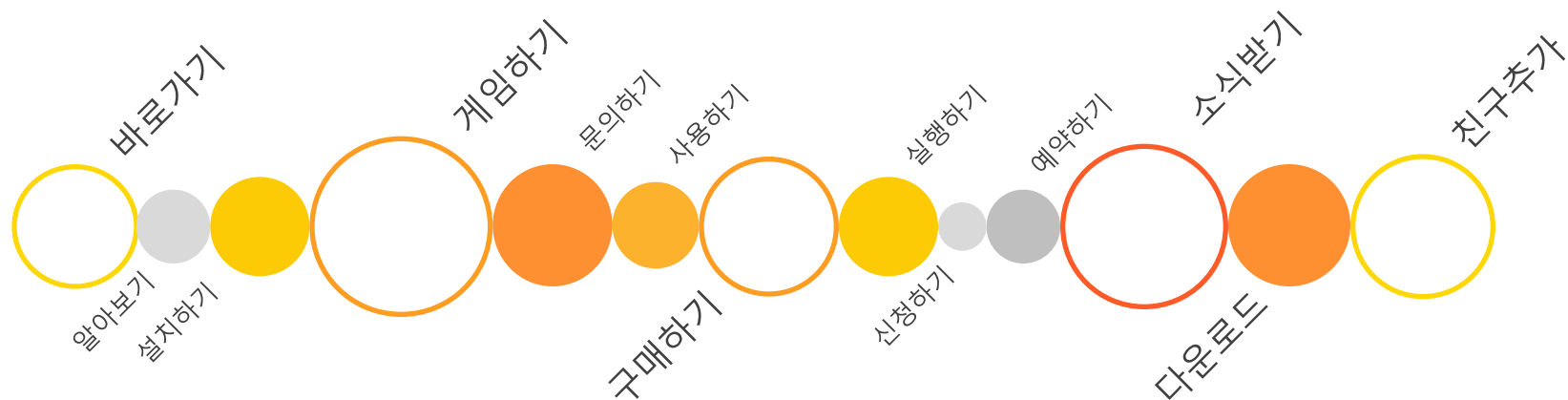


b. 카카오 네이티브 광고의 특징 및 장점

카카오 네이티브 광고의 특징

다양한 행동유도버튼

광고가 노출될 때 유저에게 다양한 행동 유도버튼을 통해 직관적으로 행동유도(광고목적)메시지 전달



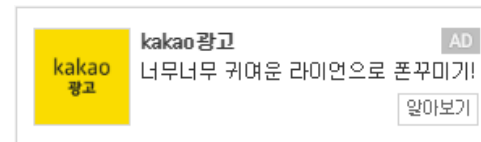
b. 카카오 네이티브 광고의 특징 및 장점

카카오 네이티브 광고의 특징

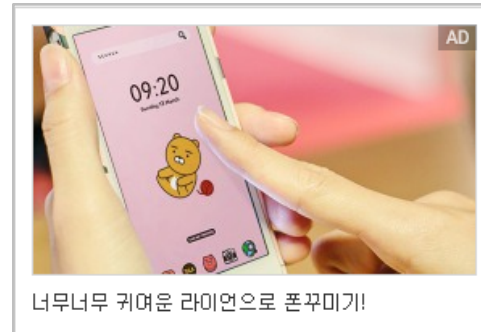
다양한 UI의 광고노출 및 간단한 소재제작

여러 지면에 노출되어 소재 형태가 다양

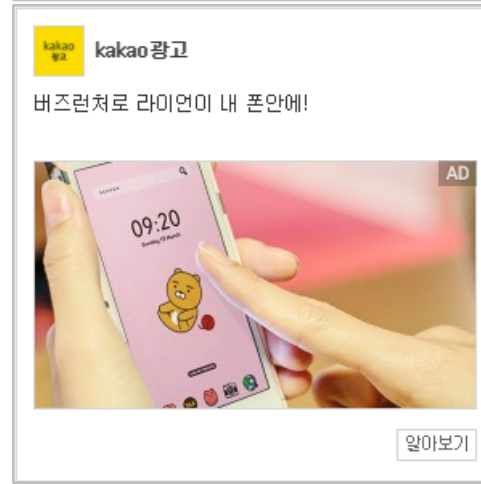
일정 사이즈의 소재 등록 시 자동 리사이징 및 크롭되어 광고 노출



프로필형



썸네일형



피드형

b. 카카오 네이티브 광고의 특징 및 장점

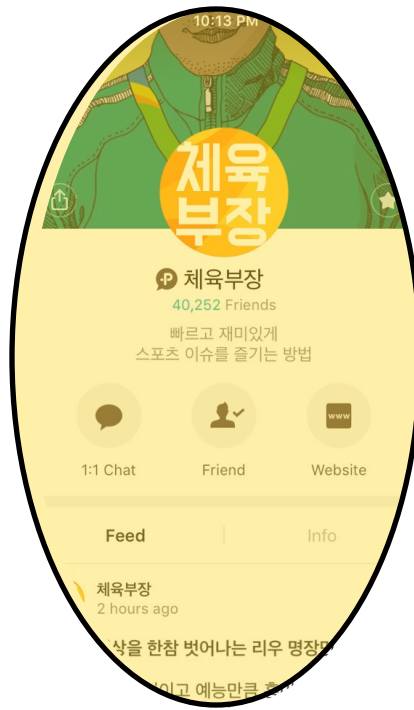
카카오네이티브 광고의 장점

다양한 광고대상

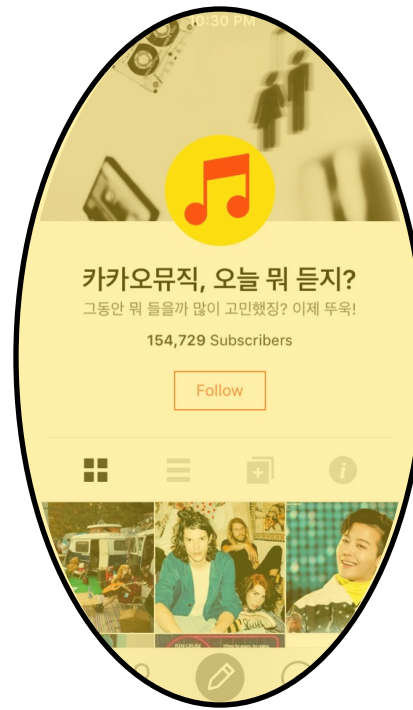
카카오스토리광고 상품과 동일하게 다양한 광고대상 등록



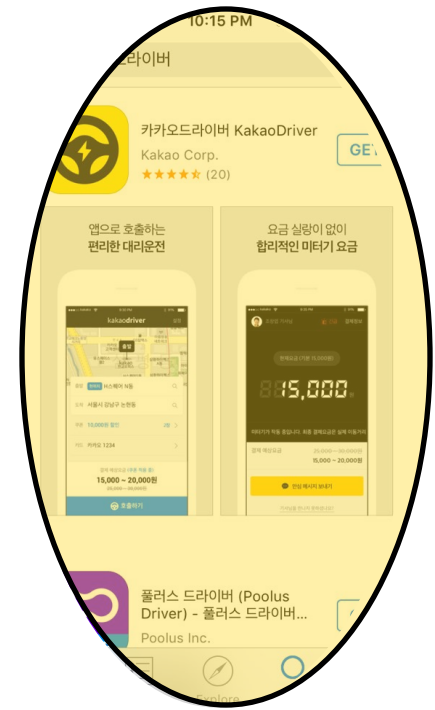
웹사이트 연결



플러스 친구



카카오스토리 채널



앱설치

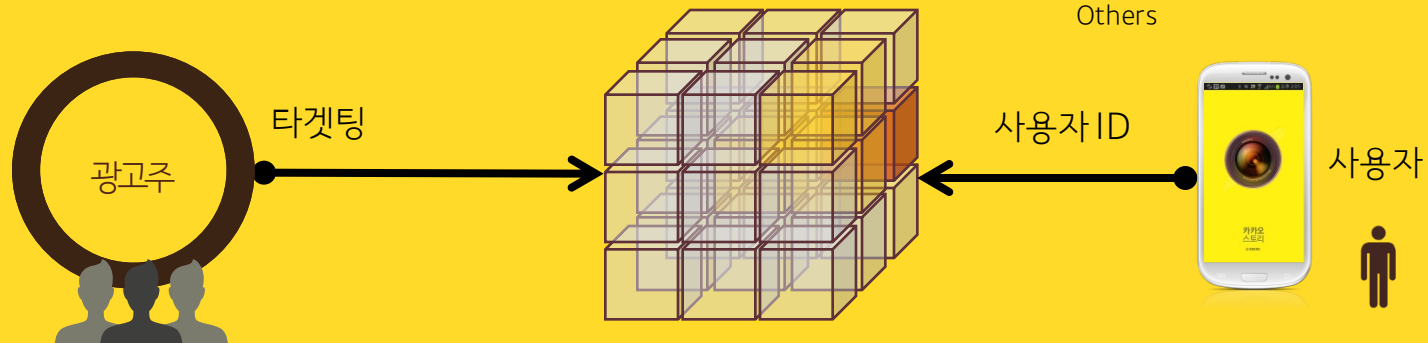
b. 카카오 네이티브 광고의 특징 및 장점

카카오 네이티브 광고의 특징

다양한 타겟팅을 통한 유저 선별

타겟 세분화를 통해 다양한 타겟팅 셋(set)을 만들어 노출

기간	× 플랫폼	× 나이	× 성별	× 지역	× 취미	× 게임
날짜 기간 시간	Android iOS	15 to 19 20s 30s 40s 50s +	남성 여성	서울 부산 경기 강원 충청 경상 전라 제주	식음료 엔터테인먼트 교육 IT 가정 건강 뷰티 패션/쇼핑 운동/여행 Others	슈팅/롤플레이нг 시뮬레이션 퍼즐/퀴즈 전략 <u>스포츠</u> 액션



c. 카카오 네이티브 광고의 노출지면

카카오 네이티브 광고의 특징

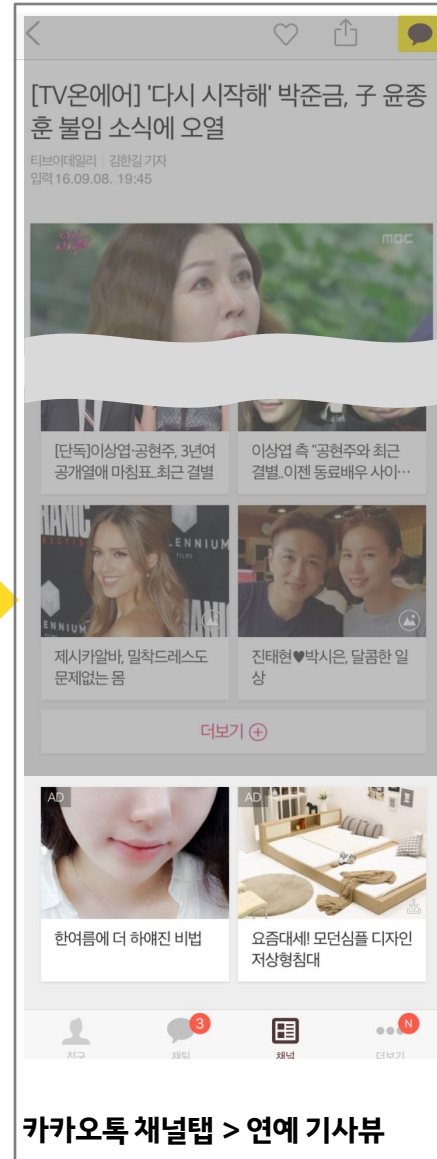
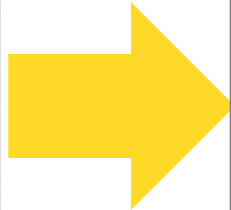
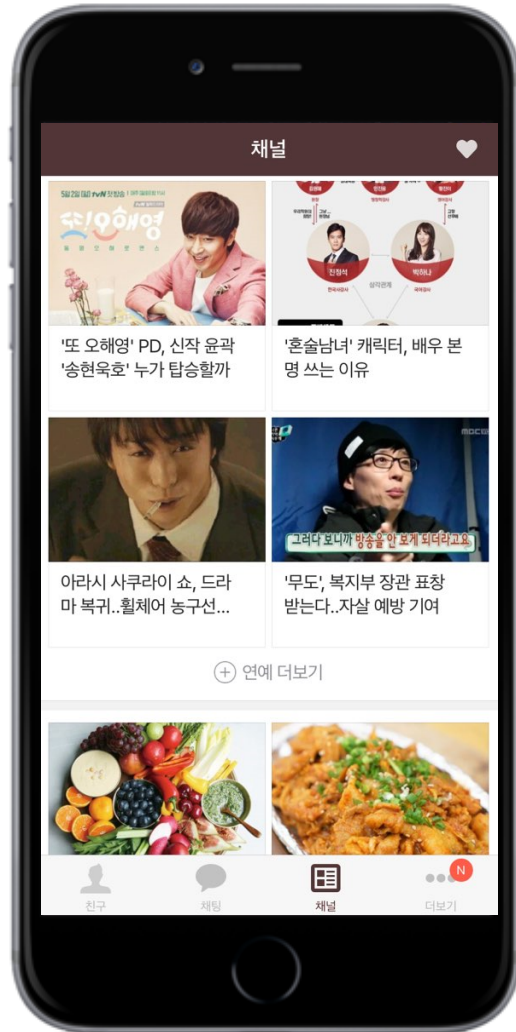
카카오와 다음 플랫폼의 다양한 지면에 노출

카카오톡, 다음 카페앱, 다음 앱 등 노출

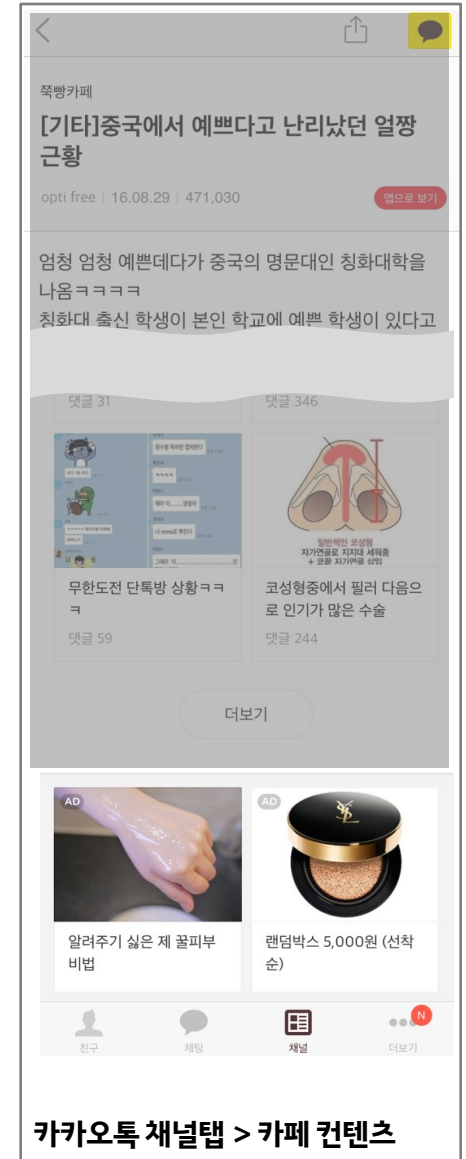


c. 카카오 네이티브 광고의 노출지면

kakao 노출지면



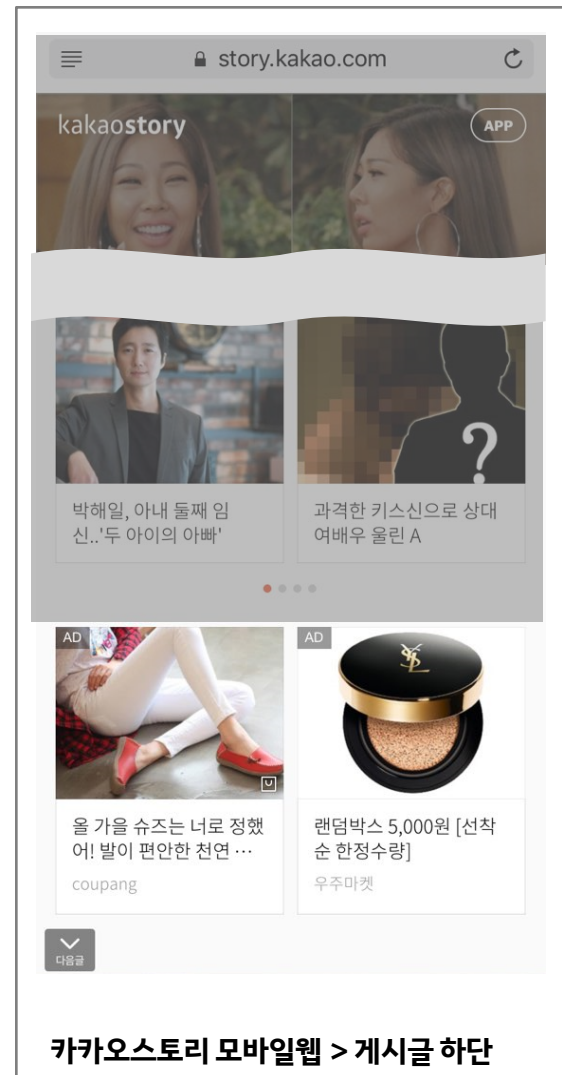
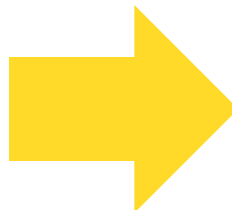
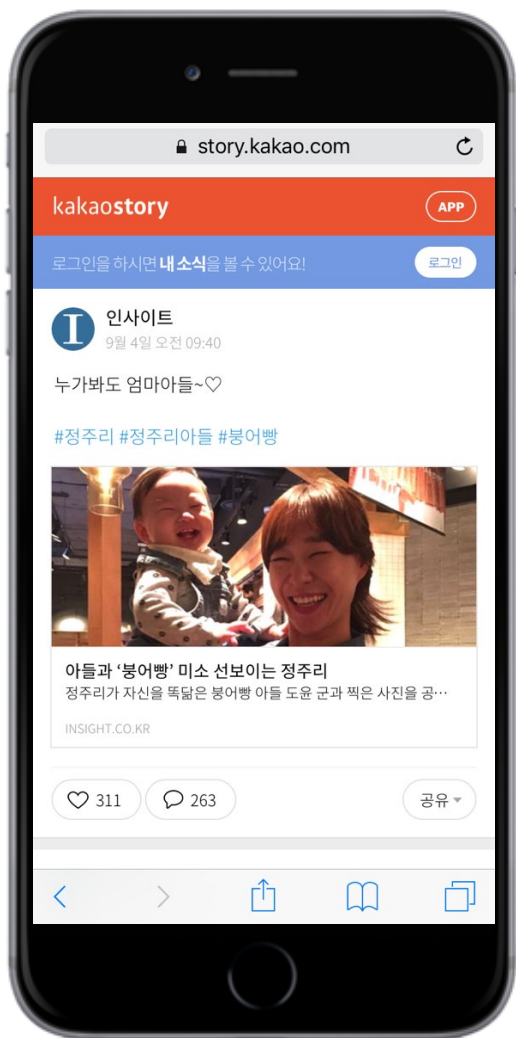
카카오톡 채널탭 > 연예 기사뷰



카카오톡 채널탭 > 카페 콘텐츠

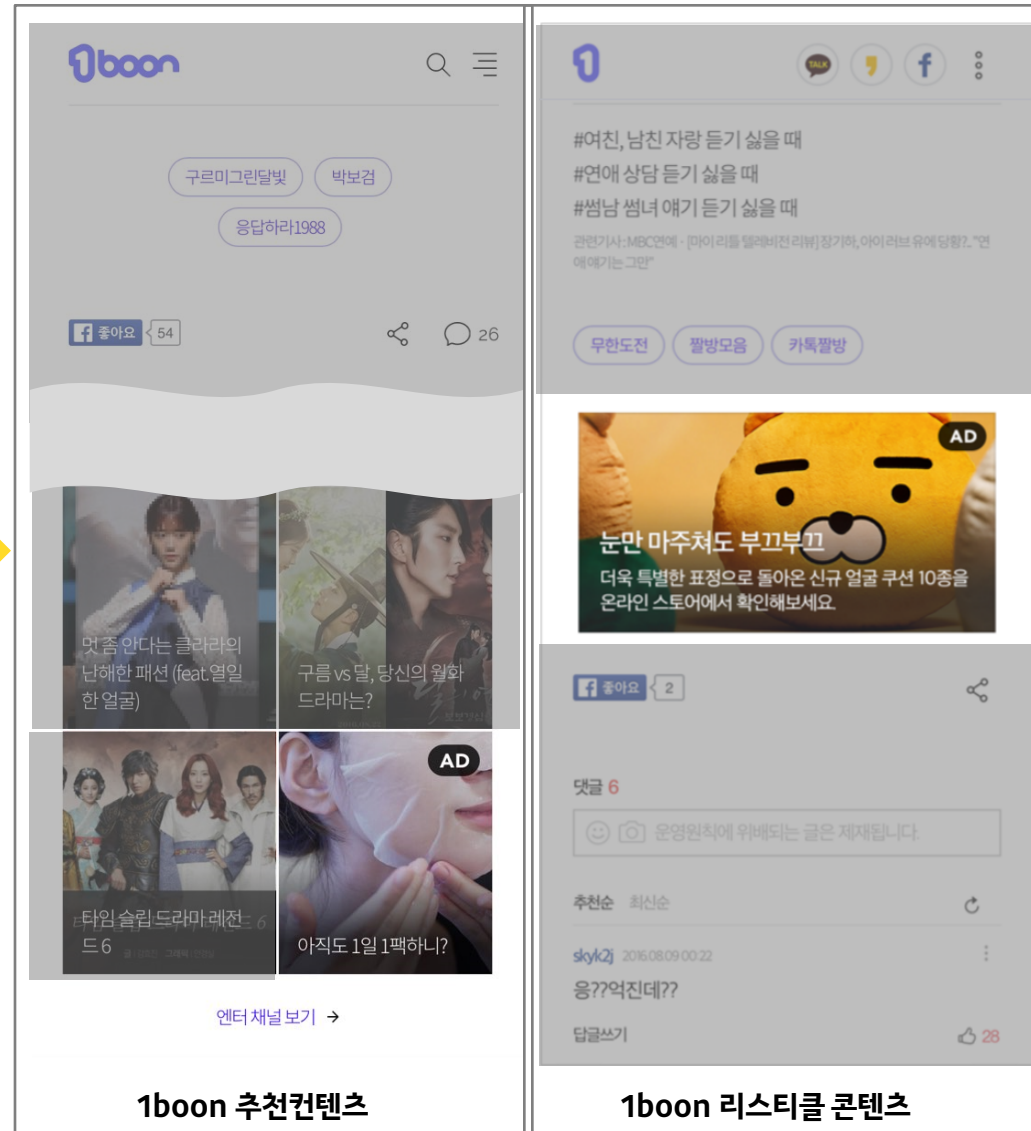
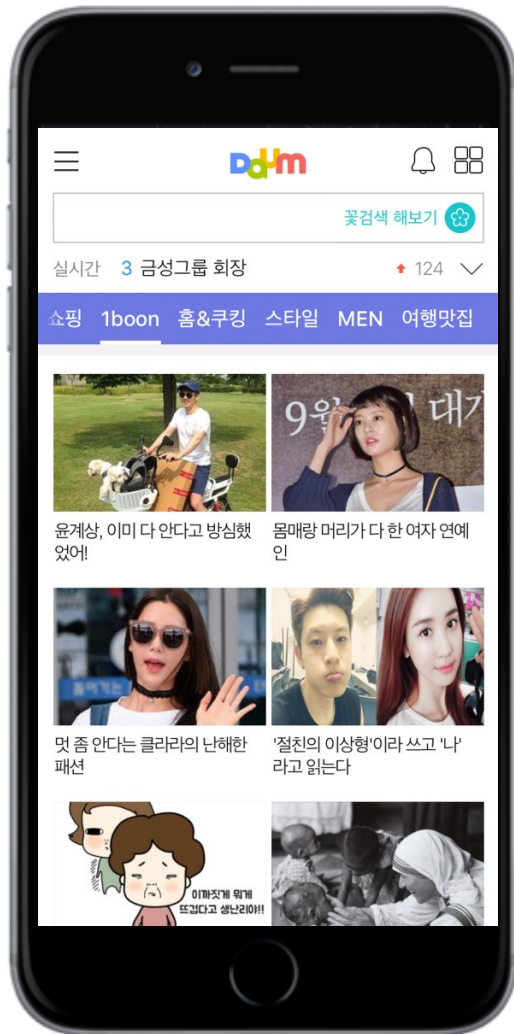
c. 카카오 네이티브 광고의 노출지면

kakao 노출지면



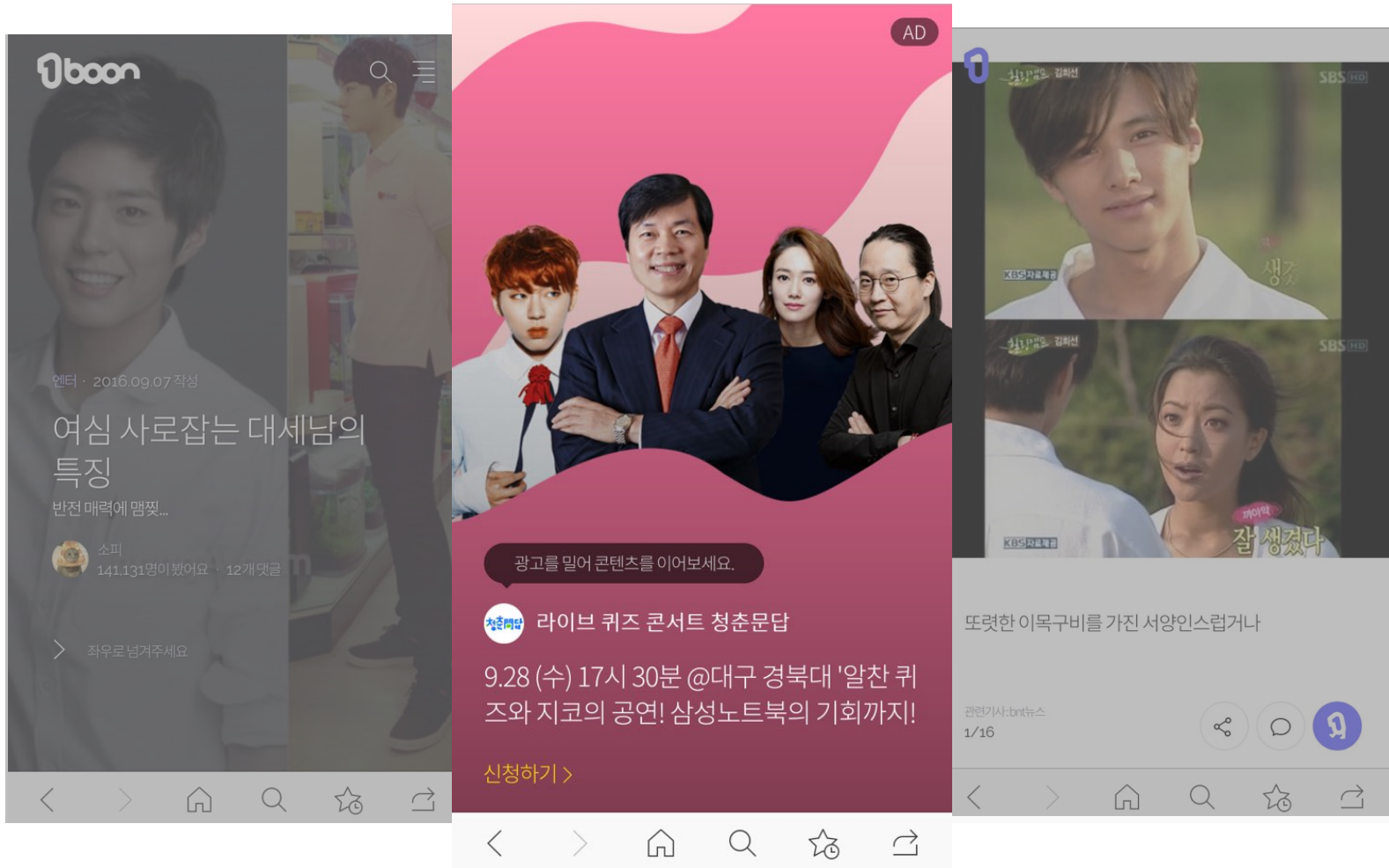
c. 카카오 네이티브 광고의 노출지면

1boon 노출지면



c. 카카오 네이티브 광고의 노출지면

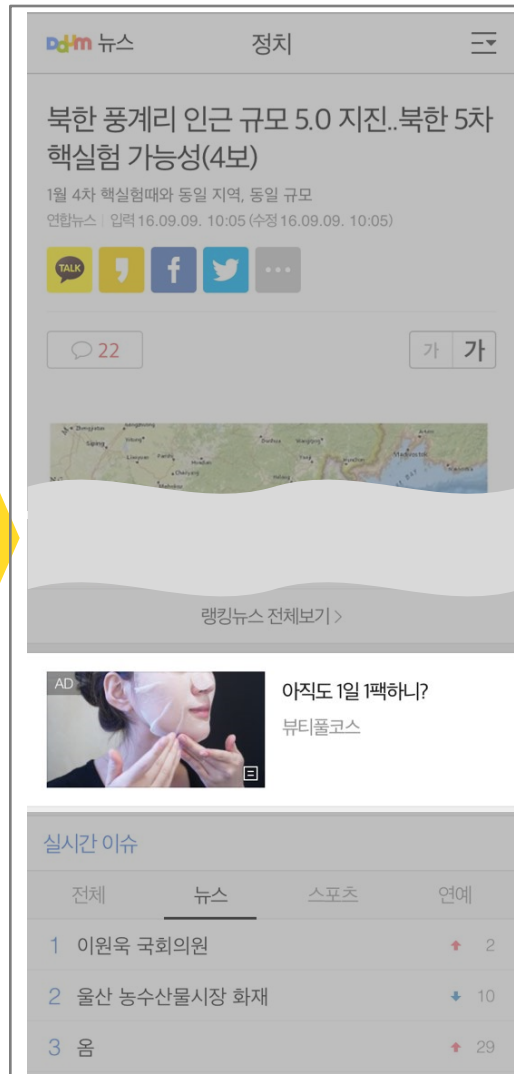
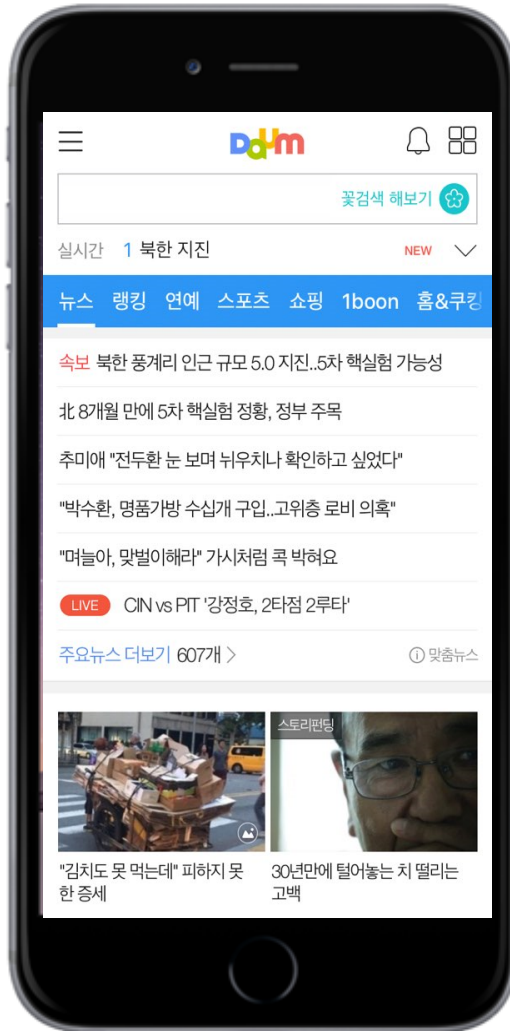
1boon 노출지면



1boon 스와이프 콘텐츠 시작카드

c. 카카오 네이티브 광고의 노출지면

Daum 노출지면



다음 앱 > 전체기사뷰 하단



다음 앱 > 편&웹툰tab 하단

d. 업종가이드 및 변경사항

광고 집행 불가능 업종

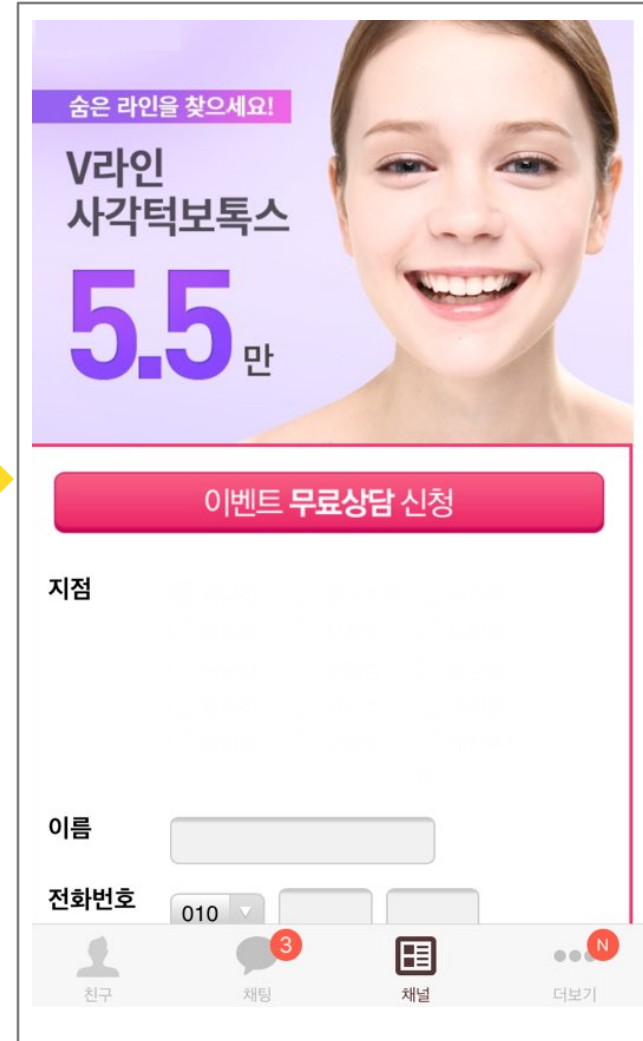
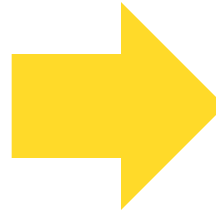
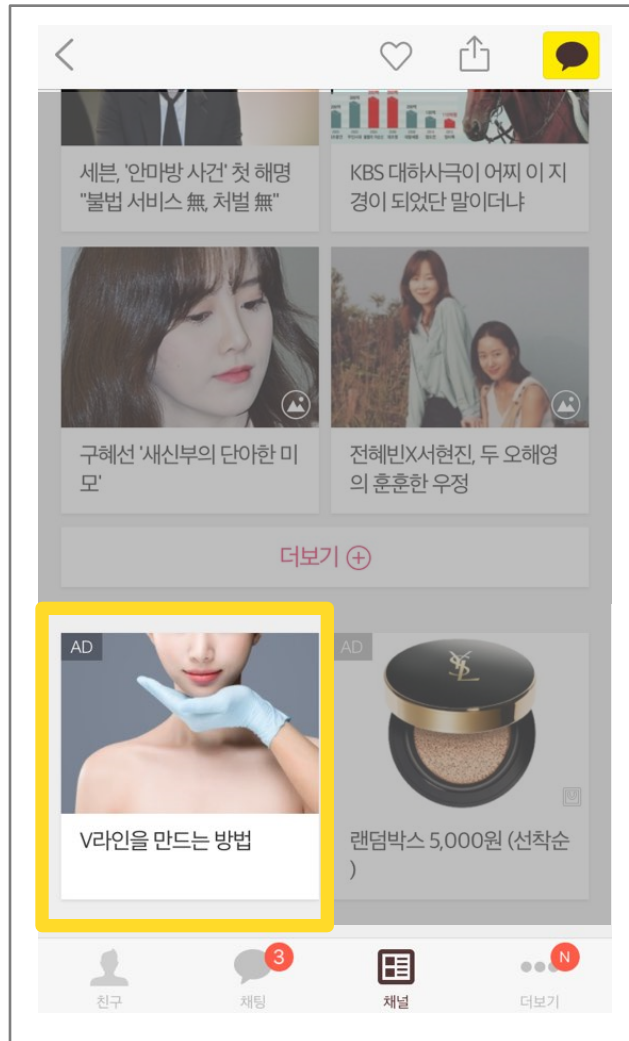
- ✓ 청소년 유해 매체물, 출입금지 업소, 주류, 전자담배, 성인 업종에 대해 광고 집행 불가
- ✓ 청소년 이용불가 게임, 게임 아이템 거래, 고스톱/포커 등과 같은 사행성 게임 업종 광고 집행 불가
- ✓ 일반 채팅, 소셜 데이팅 및 이와 유사한 업종 광고 집행 불가
- ✓ 유흥업소, 유흥업소 직업정보 업체 광고 집행 불가
- ✓ 대부업/사금융 광고 집행 불가
- ✓ 중고차 업종 광고 집행 불가
- ✓ 다단계 업체 광고 집행 불가
- ✓ 명품판매 업체 광고 집행 불가
- ✓ 종교단체, 종교활동 홍보, 특정종교 정보, 포교활동 하는 업체 광고 집행 불가
- ✓ 유틸리티, 멀티미디어 등 각종 프로그램 또는 파일 제공 및 중개하는 공개자료실 광고 집행 불가
- ✓ 로또번호/스포츠토토/스포츠경기 등을 예측 하는 업체 광고 집행 불가
- ✓ 선거/정당/정치단체 광고 집행 불가
- ✓ 이외 업종은 '카카오광고 클릭스 심사정책' 공통 심사정책 및 업종별 심사정책 따름

d. 업종가이드 및 변경사항

최근 변경 사항

광고 가능 업종 확대

병원업종 중 한정적 광고 가능(산부인과, 비뇨기과, 항문외과 제외)



2. 카카오 네이티브 광고 운영 사례

a. 네이티브 광고 운영 tip

카카오 네이티브 광고 운영 tip

어떤 메뉴판이 더 잘 어울릴까요?

네이티브광고에 있어 가장 중요한 요소는 최적화(Optimization)

광고의 이미지소재+문구+내용이 어우러져야, 광고 성과 상승!



a. 네이티브 광고운영 tip

카카오 네이티브 광고 운영 tip

동일한 이미지에서 텍스트 소재에 따라 달라지는 느낌!



다이어트 할 때 고통!



건강을 생각 할 때!

a. 네이티브 광고 운영 tip

카카오 네이티브 광고 운영 tip

유저들이 지금 궁금해 하는 것은?

시의성이 반영된 콘텐츠는 유저의 주목도 상승요인



카카오스타일

카카오스타일이 추천하는 올가을 10 아이템!



바로가기



카카오스타일

카카오스타일이 추천하는 올가을 10 아이템!



바로가기

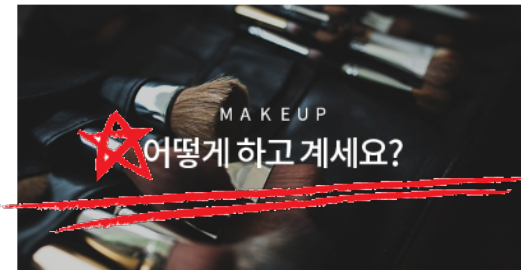
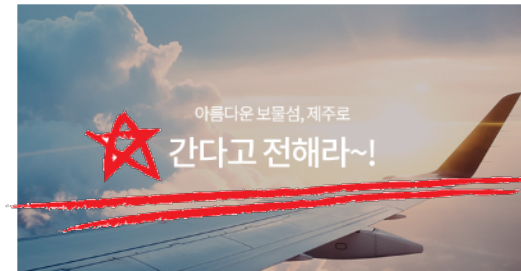
a. 네이티브 광고 운영 tip

카카오 네이티브 광고 운영 tip

소재tip

제품은 소재 내 중앙 배치 (크롭 및 리사이징 고려)

텍스트 소재는 유저의 관심을 끌 수 있는 내용



3. 광고 운영 프로세스

3. 광고 운영 프로세스

Clix에서 광고 등록하기

CLIX

클릭스 홈

광고관리

보고서

계정

결제

카카오네이티브광고

안녕하세요, 클릭스에 오신 것을 환영 합니다.

어제 소진액
0 원

오늘 소진액
0 원

비즈캐쉬 잔액
원 비즈캐쉬 (0)원 + 비즈쿠폰 ()원

조회시점별로 데이터베이스와 실제 수치의 차이가 있을 수 있습니다. 현재 잔액과 금일 사용액 지표 열람시에 이 점 양지 바랍니다.

신용카드 충전

무통장 입금

* 현재 보유하고 있는 입금계좌가 없습니다.

계좌개설하기

공지사항

더보기

번호	제목	작성일
849	[공지] 비즈캐쉬 충전버튼 일원화 안내	2016.08.29
848	[공지] 비즈캐쉬 환불기능 제공 안내	2016.08.25
847	[상품] DDN 동적소재 게재지면 추가 (브랜딩스테이션, 8/29) 적용완료	2016.08.17
846	[상품] DDN 동적소재 게재지면 추가 (브랜딩스테이션, 8/29)	2016.08.11
845	[상품] 카카오네이티브광고 노출지면 추가 안내 - 1boon (완료)	2016.08.10
844	[시스템] 완료] 08/05~07 대상일자 예약 보고서 생성누락 안내 (완료)	2016.08.08
843	[상품] DDN의 Daum 지면 노출제한 업종 안내	2016.08.08
842	[상품] DDN 모바일 웹 네트워크 트래픽 확장 (8/8, 적용완료)	2016.08.08
841	[계산서] 2016년 7월 세금계산서 수정발행 가능일 안내	2016.08.03
840	[심사] DDN 광고 소재 정책 변경 안내	2016.08.02
839	[결제] 2016년 8월 신용카드 무이자할부 안내	2016.08.01
838	[심사] 대부업/대부중개업 사이트 등록기준 변경 안내	2016.07.27
837	[심사] DDN 광고 심사 정책 변경 안내	2016.07.19
836	[상품] APP그룹 '균등소전' 기능 추가 안내_적용완료	2016.07.18
833	[상품] DDN 모바일웹 네트워크 트래픽 확장 안내 (8월 초)	2016.07.14

마케터정보

대행사 : 카카오

클릭스 안내

Kakao 광고상품 및 시스템안내, 비즈캐쉬 등 클릭스의 모든 것을 알 수 있습니다.

문의전화 1566-2100

FAX 02-2088-3131
AM9:00~PM6:00 (토,일요일, 공휴일 휴무)



FAQ



인터넷상담



광고가



모바일웹페이지 제작을 지원합니다.

소형용 Mobile > 일반 Mobile >

3. 광고 운영 프로세스

Clix에서 광고 등록하기

캠페인생성

[새캠페인] 생성 > 캠페인 종류 [디스플레이 네트워크] 선택

CLIX

다음커뮤니케이션 | 전액 | 승인 | 담당 마케터 :

광고관리

키워드 > [검색]

전체캠페인

- DDN리타겟팅
- 네이티브AD

· 통계 | 노출수 4 회 | 클릭수 0 회 | 총비용

3
0

16.08.26

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

+ 새캠페인 | ON-OFF | 삭제 | 보고서 바로가기 >

ON-OFF

DDN리타겟팅 | ON

네이티브AD | OFF

+ 새캠페인 | ON-OFF | 삭제 | 보고서 바로가기 >

CLIX

다음커뮤니케이션 | 전액 | 승인 | 담당 마케터 :

광고관리

키워드 > [검색]

전체캠페인

- DDN리타겟팅
- 네이티브AD

캠페인 등록

캠페인 종류 | 검색 네트워크 | 디스플레이 네트워크

캠페인명 | 네이티브AD_01 | 9/50자

일 예산 ? | 미설정 | 설정 | 100,000 원

노출 기간 ? | 미설정 | 설정 | 2016.08.29 ~ 2017.08.29

노출 요일/시간 ?

ON-OFF

DDN리타겟팅 | ON

네이티브AD | OFF

+ 새캠페인 | ON-OFF | 삭제 | 보고서 바로가기 >

1. 요일 체크박스를 해제하시면 해당 요일에는 24시간동안 광고가 노출되지 않
2. 노출 요일/시간 설정을 저장 완료하신 시점부터 실제 노출에 반영되는데 다

3. 광고 운영 프로세스

Clix에서 광고 등록하기

캠페인생성

[새그룹] 생성 > [APP그룹] 선택 > 광고대상 지정

CLIX

클릭스 홈

광고관리

보고서

계정

결제

다음커뮤니케이션

잔액

충전

담당 마케터 :

광고관리

키워드

전체캠페인

DDN리타겟팅

네이티브AD

네이티브AD_01

그룹 등록

캠페인 : 네이티브AD_01

WEB그룹

APP그룹

APP그룹

그룹명

네이티브AD_201609

13/50자

광고대상

웹사이트

앱

플러스 친구

스토리 채널

광고대상을 선택해주세요.

+ 신규 광고대상 등록

그룹 입찰가 ?

클릭당 입찰가

200

원

일 예산 ?

100,000

원

예산 소진 방식 ?

균등소진

?

저장 후 소재등록

취소

3. 광고 운영 프로세스

Clix에서 광고 등록하기

캠페인생성

[새그룹] 생성 > [APP그룹] 선택 > 광고대상 지정

배너 타입

네이티브 타입

네이티브 타입은 카카오톡 네트워크에 (카카오톡 채널명, 다음앱 등) 채널명 컨텐츠 디자인에 맞게 최적화된 형태로 노출되는 광고 소재입니다.

소재명

소재_1

4/70자

프로필명

0/15자

프로필 이미지

파일 선택

선택된 파일 없음

* 사이즈: 300x300 (px) / 파일형식: JPG, PNG / 용량: 400KB이내

광고소재 이미지

파일 선택

선택된 파일 없음

* 사이즈: 1200x628 (px) / 파일형식: JPG, PNG / 용량: 1.2MB이내

* 광고소재는 채널별 컨텐츠 출력 화면에 최적화된 형태로 노출됩니다.

* 상품 및 주요 이미지는 경중양을 중심으로 배치해주세요.

* 자세한 노출 형태의 예제는 우측 미리보기를 참고하세요.

광고제목

0/20자

광고문구

0/60자

행동유도 버튼

바로가기

* 해당 페이지를 가장 잘 설명할 수 있는 버튼으로 선택하세요.

* 행동 유도 버튼은 광고 소재의 심사 대상이 아닙니다.

링크 URL

http://

blog.daum.net/daumad

소재 유형

미리보기

채널알형

AD

광고제목

카드형

프로필명

광고문구

AD

바로가기

프로필형

프로필명

광고제목

AD

바로가기

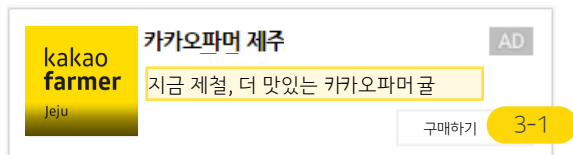
* 광고용 노출 예시로 채널별 조합에 따라 미리보기와 다르게 노출될 수 있습니다.

3. 광고 운영 프로세스

Clix에서 광고 등록하기

소재 등록하기

광고지면에 따라 자동 리사이징 및 크롭 되어 노출



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

3. 광고 운영 프로세스

Clix에서 광고 등록하기

타겟팅 등록

TIP! [기존 설정 불러오기]를 활용하여 간단한 소재 A/B 테스트 진행

타겟팅 적용방식 ?

기존설정 불러오기

플랫폼	☐ 전체 ☒ 개별선택 ☐ Android ☐ iOS	플랫폼 (0) 전체
연령	☐ 전체(10대 제외) ☒ 개별선택 ☐ 15-19세 ☐ 20-25세 ☐ 26-30세 ☐ 31-40세 ☐ 41-50세 ☐ 51-70세	연령 (0) 전체(15~19세 제외)
성별	☐ 전체 ☒ 개별선택 ☐ 남성 ☐ 여성	성별 (0) 전체
지역	☐ 전체 ☒ 개별선택 ☐ 서울☐ 부산☐ 경기☐ 강원☐ 충청☐ 경상 ☐ 전라☐ 제주	지역 (0) 전체
취미	☐ 전체 ☒ 개별선택 ☐ 게임☐ 뷰티☐ 패션/쇼핑☐ 스포츠/레저☐ 건강/병원☐ 식음료 ☐ 경제/정치☐ 교육☐ 가정/육아☐ 디지털/IT☐ 엔터테인먼트	취미 (0) 전체
게임관심도	☐ 전체 ☒ 개별선택 ☐ 슈팅/롤플레이☐ 시뮬레이션☐ 퍼즐/위즈☐ 전략☐ 스포츠☐ 액션	게임 (0) 전체

잠재 도달 수 15,652,100

SUMMARY

카카오 네이티브 광고를 추천합니다.



저렴한 비용으로



모바일에 최적화된



컨텐츠를 담은



입소문이 필요한



Thank you

 Alice.100@kakaocorp.com