

Kakao Talk Bizboard ^{Beta} 플랫폼 등록 가이드

비딩형 Version 1.9 | final updated 2020.06.23

kakao

INDEX

1. 광고 구매 프로세스

- 광고 만들기 (캠페인-광고그룹-소재)
- 애드뷰 만들기
- 카카오톡 비즈니스폼 만들기
- 광고관리
- 성과관리 (애드뷰 지표/ 톡 전환 지표/채팅방 랜딩 지표)
- 회계관리 (결제)

1. 플랫폼 구매 프로세스



1. 플랫폼 구매 프로세스

(1) 광고 만들기 | 캠페인 만들기

[경로] 카카오톡>대시보드>광고 만들기>캠페인 만들기

1. 캠페인 만들기 : 광고 유형과 광고 목표를 선택합니다. 광고 유형 카카오톡 비즈보드는 방문 또는 전환 목표를 선택할 수 있습니다.
2. 캠페인 설정
- 카카오톡 비즈보드 & 방문은 미설정 버튼을 통해 전환 추적 설정을 선택할 수 있으며, 전환 추적 설정 시 전환데이터 수집이 가능합니다.
- 카카오톡 비즈보드 & 전환은 광고 목표 대상으로 픽셀&SDK를 설정해야 하며 전환추적은 광고 목표 대상에서 설정된 픽셀&SDK로 설정됩니다.
- (전환 최적화 기준을 충족하지 않은 광고는 자동입찰 기능을 통해 클릭 최적화로 광고 집행이 가능하며 이후 전환 지표가 쌓이면 전환할 사용자와 유사한 사용자를 찾는 등 전환 최적화로 집행하실 수 있습니다.)

※ 참고사항

- 캠페인 일예산은 최소 50,000원 ~ 최대 1,000,000,000원까지 설정 가능합니다.

1

유형과 목표

광고 유형

카카오톡 비즈보드

디스플레이

카카오톡 채널

광고 목표

전환

방문

도달

[광고 유형과 광고 목표 선택]

2

캠페인

유형과 목표카카오톡 비즈보드 × 방문

전환 추적

픽셀 & SDK

선택사항

광고계정에 권한이 추가된 픽셀 & SDK 중에서 선택

미설정

캠페인에서 발생하는 전환 지표를 추적할 픽셀 & SDK를 설정하세요.

예산 설정

미설정

캠페인 이름

카카오톡 비즈보드_방문_202006151715

[유형과 목표: 카카오톡 비즈보드 & 방문]

2

캠페인

유형과 목표카카오톡 비즈보드 × 전환

광고 목표 대상

필수등록

픽셀&SDK

픽셀&SDK에 수집된 지표를 기반으로 광고를 최적화할 수 있습니다. 픽셀&SDK를 선택 후 최적화할 전환 종류를 설정하세요.

광고계정에 권한이 추가된 픽셀&SDK 중에서 선택

전환 추적

픽셀&SDK

광고 목표 대상을 선택하세요.

예산 설정

미설정

캠페인 이름

카카오톡 비즈보드_전환38

[유형과 목표: 카카오톡 비즈보드 & 전환]

4

kakao

1.플랫폼 구매 프로세스

(2) 광고 만들기 | 광고그룹 만들기

[경로] 카카오톡 > 대시보드 > 광고 만들기 > 카카오톡 비즈니스&방문 캠페인 생성 > [+광고그룹 생성]

- 광고그룹은 맞춤타겟 및 데모그래픽 설정, 디바이스 및 게재지면 설정, 예산 및 일정 설정, 광고그룹 이름 설정, 예상모수를 확인할 수 있습니다.

1. 맞춤타겟 및 데모그래픽 설정 : 맞춤타겟 전체 및 데모그래픽 설정 가능
2. 게재지면 / 디바이스 설정 : 카카오톡, 모바일
3. 집행전략 설정 : 과금방식 수동입찰(CPC, CPM), 자동입찰(CPC) / 최대 입찰금액 / 일예산 / 집행기간 / 게재방식 설정 / 소재최적화
 - ↳ 최대 입찰 금액 : CPC 최대 입찰금액은 최소 10원 / CPM 최대 입찰금액은 최소 4,000원이며, 광고그룹 '일예산'의 50% 또는 1백만 원 중 작은 값 이하로 입력이 가능합니다.
 - ↳ 광고그룹 일예산 : 최소 10,000원 ~ 최대 1,000,000,000원까지 설정 가능합니다.
 - ↳ 소재 최적화 : 성과 좋은 소재들의 노출 기회 부여 및 소재 개별 입찰가 설정 불가하며, 설정/해제 가능합니다. 자동입찰 설정 시 소재 최적화는 디폴트로 설정됩니다

1

광고그룹 1

집행 대상 설정

맞춤타겟 > 내 데이터

맞춤타겟 > 카카오톡 데이터

맞춤타겟 > 모먼트 타게팅

데모그래픽

성별 - 전체, 나이 - 전체, 지역 - 전체(국내)

2

게재지면

카카오톡

디바이스

모바일

Android

IOS

3

집행 전략 설정

입찰방식

수동입찰

자동입찰

CPC

CPM

최대 입찰금액

500 원

선택한 입찰 방식 별 지불 가능한 최대 입찰금액을 입력하세요. 실제 과금시 VAT가 추가됩니다.

일예산

100,000 원

집행기간

일자

2020-04-13

종료일 없음

종료일 미설정

요일/시간

가능한 모든 요일/시간 노출

상세설정

집행요일 : 월, 화, 수, 목, 금, 토, 일

집행시간 : 00:00 ~ 23:59

시간 제한 소재 설정

게재방식

빠른 게재

일반 게재

소재 노출방식

소재 최적화

소재 최적화는 성과가 좋은 소재들의 노출 기회를 높여 광고그룹 효율을 향상 시킵니다. 이 기능을 사용하면 소재 개별 입찰가를 설정 할 수 없습니다.

[유형과 목표: 카카오톡 비즈니스&방문

[경로] 카카오톡 > 대시보드 > 광고 만들기 > 카카오톡 비즈니스 & 전환 캠페인 생성 > [+광고그룹 생성]

- 광고그룹은 데모그래픽 설정, 디바이스 및 게재지면 설정, 예산 및 일정 설정, 광고그룹 이름 설정, 타겟 상태를 확인할 수 있습니다.

1. 맞춤타겟 및 데모그래픽 설정 : 맞춤타겟 > 내 데이터 설정(픽셀&SDK), 데모그래픽만 설정 가능
2. 게재지면/디바이스 설정 : 카카오톡, 모바일
3. 집행전략 설정 : 과금방식 CPC자동입찰 / 일예산 / 집행기간 설정 / 소재최적화 필수
 - ↳ 광고그룹 일예산 : 최소 10,000원 ~ 최대 1,000,000,000원까지 설정 가능합니다.
 - ↳ 소재 최적화 : 카카오톡 비즈니스&전환 캠페인은 소재 최적화가 디폴트로 설정되며, 성과 좋은 소재들의 노출 기회를 높여 광고그룹의 효율을 향상시킵니다. 다만 소재 개별 입찰가 및 게재방식 설정은 불가합니다.

1

광고그룹 1

집행 대상 설정

맞춤타겟 > 내 데이터

데모그래픽

성별 - 전체, 나이 - 전체, 지역 - 전체(국내)

2

게재지면

카카오톡

디바이스

모바일

Android

IOS

3

집행 전략 설정

입찰방식

자동입찰

전환수 최대화

광고그룹 일예산 내에서 최대한 많은 전환을 발생시켜 광고 효율을 높이도록 입찰금액을 자동으로 설정합니다.

일예산

100,000 원

집행기간

일자

2020-04-13

종료일 없음

종료일 미설정

요일/시간

가능한 모든 요일/시간 노출

상세설정

집행요일 : 월, 화, 수, 목, 금, 토, 일

집행시간 : 00:00 ~ 23:59

시간 제한 소재 설정

게재방식

현재 설정된 광고그룹에서는 지원하지 않습니다.

소재 노출방식

소재 최적화

소재 최적화는 성과가 좋은 소재들의 노출 기회를 높여 광고그룹 효율을 향상 시킵니다. 이 기능을 사용하면 소재 개별 입찰가를 설정 할 수 없습니다.

[유형과 목표: 카카오톡 비즈니스 & 전환

1.플랫폼 구매 프로세스

(3) 광고 만들기 | 소재 만들기

소재

새 소재

기존 소재

새 소재 캠페인, 광고그룹 설정 내용에 따라 새롭게 등록 가능한 소재만 표시됩니다.

1 이미지 배너

2

홍보이미지

배너 이미지 만들기

직접 업로드

이곳을 클릭해서 배너 만들기 틀을 사용하세요.
빠르고 쉽게 소재를 만들 수 있습니다.

업로드 가능한 사이즈 및 용량 보기

한 번에 최대 100개까지 업로드 가능

2-1

랜딩 URL

랜딩 유형 선택

소재 설명

장애인용 음성안내 정보를 입력하세요. 30

2-2

입찰금액

입찰금액 자동 설정

계재빈도

계재빈도 자동 설정

상세 설정

4

의견 및 증빙 (선택사항)

5

미리보기

카카오톡

0/0

채팅

이하나

오늘의 정보기 목록

오후 8:24

뚜디, 하시우

비밀 메시지

오후 8:21

디자인실

정심택으로 가요

오후 1:20

해인

방막고 한강에

오후 1:20

드라마북방

마지막 전화해요자

오후 1:20

김인정

생일축하해!!!

오후 8:28

해인

오후 1:20

광고주는 타인의 권리(지적재산권, 초상권 등)를 침해하는 광고 금지 외 카카오
모먼트 정책을 준수할 의무가 있습니다.

6

소재 이름

소재 이름을 입력하세요. 40

7 취소

설정완료

[경로] 카카오모먼트 > 캠페인 만들기 > 광고그룹 만들기 > [+소재 만들기]

1. 이미지 배너 : 클릭을 하면 소재 구성요소 입력을 할 수 있습니다.
2. 소재구성 요소
 - 홍보이미지 : 7페이지에서 상세 안내
 - 소재 설명 : 장애인용 음성 안내 정보를 30자 이내로 입력. 특수문자 입력 불가
 - 랜딩 URL : 8페이지에서 상세 안내
3. 소재 설정
 - 입찰금액 : 광고그룹 최대 입찰금액 이하로 입력할 수 있습니다.
 - 계재빈도 : 1~5회 선택할 수 있습니다. 기준은 00~24시입니다.
4. 의견 및 증빙
 - 소재 신규 등록, 수정 시 심사 담당자에게 전달하고자 하는 의견이 있는 경우 의견 및 증빙을 추가할 수 있습니다.
 - ex. 랜딩페이지 미오픈시 선검수요청, 특정 소재별 증빙 자료 별도 제출 등
5. 미리보기 : 등록된 소재는 미리보기를 통해 확인 가능하며, 실제 노출가 차이가 있을 수 있습니다.
6. 소재 이름 : 소재의 이름을 최대 40자까지 입력 가능
7. 설정완료 : 설정완료 후 우측 설정완료 소재에서 [저장]까지 완료하면 소재 생성이 완료됩니다.
저장 완료된 소재는 심사가 진행되며 등록된 소재가 심사 승인될 때까지는 보통 영업일 기준 최대 2일 정도 소요됩니다.

※ 참고사항

- 챗봇과 메시지 랜딩URL 활용 시 내 카카오 계정에 해당 카카오톡 채널의 관리자 또는 매니저 추가가 필요합니다.

6

kakao

1. 플랫폼 구매 프로세스

(3) 광고 만들기 | 소재 만들기

2-1

홍보이미지

배너 이미지 만들기

직접 업로드

이곳을 클릭해서 배너 만들기 툴을 사용하세요.
빠르고 쉽게 소재를 만들 수 있습니다.

· 업로드 가능한 **사이즈 및 용량 보기**

· 한 번에 최대 100개까지 업로드 가능

배너 이미지 만들기

일반형

앱다운로드형

텍스트형

①

두줄 카피형

한줄 카피형

②

배지 유형

선택없음

③

카피

메인 카피

메인 카피를 입력하세요.

④

서브 카피

서브 카피를 입력하세요.

⑤

오브젝트 이미지

이미지를 업로드하세요.
314x204 | PNG-24 | 150KB

⑥

☐ 고지가 필요한 업종의 경우 선택하세요.

미리보기

배너 다운로드

메인 카피를 입력하세요

서브 카피를 입력하세요

텍스트 최소 길이

오브젝트 이미지

☒ 가이드라인 보기

· 메인 카피와 서브 카피 둘 중 하나는 반드시 텍스트 최소 길이를 준수해서 제작

· 자판 내 특수기호 및 화살표(→)만 사용 가능 ex) 59,999원 → 39,900원

⑦

취소

저장

계속 만들기

[경로] 카카오톡> 캠페인 만들기 > 광고그룹 만들기 > [+소재 만들기]

- 2-1. 홍보이미지
- 배너 이미지 만들기

: 카피와 오브젝트 이미지, 고지문을 등록하여 빠르고 쉽게 소재 제작 및 등록 가능
- 직접 업로드

: 제작한 완료된 소재 이미지파일을 직접 업로드, 다중 파일 업로드(최대 100개) 가능
- 사이즈 : 1029×204 / 용량 : 300KB / 포맷 : PNG-24bit

배너 이미지 만들기	항목	내용
①	이미지 종류	한줄카피형 텍스트 최소 길이 오브젝트 이미지 메인 카피 두줄카피형 텍스트 최소 길이 오브젝트 이미지 메인 카피 서브 카피
②	배지 유형	· 소재 랜딩을 카카오톡 서비스로 연결시 인랜딩형 배지 유형 필수 적용되어야 합니다. · 일반형>두줄 카피형에서 적용 가능합니다. (한줄 카피형 및 텍스트형에서는 제공되지 않음)
③	메인 카피	· 한글, 영문 대소문자, 숫자, 자판 내 특수문자 입력 가능
④	서브 카피 (두줄 카피형만 입력 가능)	
⑤	오브젝트 이미지	· 이미지 사이즈 : 314×204 · 파일 형식 : PNG · 파일 용량 : 150KB
⑥	고지문	고지가 필요한 업종의 경우 선택하여 고지문을 작성할 수 있습니다. · 한글, 영문 대소문자, 숫자, 자판 내 특수문자 입력 가능
⑦	버튼명	· 취소 : 이미지 만들기를 취소하고, 저장되지 않은 모든 내용은 사라집니다. · 저장 : 이미지를 저장하고, 이미지 만들기 팝업창이 닫힙니다. · 계속 만들기 : 이미지를 저장하고, 새로운 이미지를 계속하여 만들 수 있습니다.

1. 플랫폼 구매 프로세스

(3) 광고 만들기 | 소재 만들기

2-2

랜딩 URL

랜딩 유형 선택

랜딩 유형 선택

샷탭

챗봇

애드뷰

URL

메시지

채널웹뷰

특비즈니스폼

톡캘린더

③ 애드뷰

랜딩 URL

애드뷰

애드뷰 선택

⑤ 메시지

랜딩 URL

메시지

카카오톡 채널 선택

⑦ 특비즈니스폼

랜딩 URL

특비즈니스폼

특비즈니스폼 선택

① 샷탭

랜딩 URL

샷탭

q= 검색어를 입력하세요. 20

② 챗봇

랜딩 URL

챗봇

카카오톡 채널 선택

④ URL

랜딩 URL

URL

랜딩 URL을 입력하세요. 1000

⑥ 채널웹뷰

랜딩 URL

채널웹뷰

인증프로필1

랜딩 URL을 입력하세요. 1000

⑧ 톡캘린더

랜딩 URL

톡캘린더

이벤트ID를 입력하세요. 24

[경로] 카카오톡모먼트 > 캠페인 만들기 > 광고그룹 만들기 > [+소재 만들기]

2-2 . 랜딩 URL : 광고가 실제 랜딩되는 페이지로, 랜딩 유형 선택 가능
(샷탭, 챗봇, 애드뷰, URL, 메시지, 채널웹뷰, 특비즈니스폼, 톡캘린더)

순서	랜딩유형	내용
①	샷탭	- 샷탭의 검색결과로 랜딩 가능 - q = 검색어입력 (텍스트 입력. 20자까지가능)
②	챗봇	- 챗봇에 연동된 카카오톡 채널 리스트 선택 - 발화키워드 입력 영역 출력 - 글자수 50자, 특수기호 1,7만 가능
③	애드뷰	- 만들어진 애드뷰리스트 선택 - 콤팩트뷰는 광고계장>광고관리>애드뷰 만들기에서 등록 가능 - 선택한 애드뷰는 랜딩 미리보기 통해 제공
④	URL	- 광고주 페이지 등 외부 아웃링크 선택 가능 - 선물하기, 톡스토어, 메이커스 입점 대상으로 상세 상품페이지 이동 가능 - 톡 서비스 랜딩 URL 직접 입력 가능 -메이커스: https://makers.kakao.com -톡스토어: https://store.kakao.com -선물하기: https://gift-talk.kakao.com
⑤	메시지	- 카카오톡계정에 연동된 카카오톡 채널 리스트 선택 - 선택한 카카오톡 채널 메시지는 랜딩 미리보기 통해 제공
⑥	채널웹뷰	- 카카오톡계정에 연동된 카카오톡 채널 리스트 선택 - 카카오톡 채널 채팅방에서 노출할 웹뷰의 랜딩 URL을 등록
⑦	특비즈니스폼	- 만들어진 특비즈니스폼 리스트 선택 - 카카오톡 비즈니스폼은 카카오톡for비즈니스>서비스관리>카카오톡 비즈니스폼 설정에서 만들기 가능
⑧	톡캘린더	- 톡캘린더 이벤트 IID 입력 - 톡캘린더 이벤트 ID 발급신청은 p.15 참고

1. 플랫폼 구매 프로세스

(4) 애드뷰 만들기

애드뷰의 유형은 풀뷰와 콤팩트뷰가 있으며, 모두 카카오톡 비즈보드beta 소재의 랜딩으로 사용할 수 있습니다.

[경로] 카카오톡 > 광고계정 > 광고관리 > [+애드뷰 만들기]

1. 애드뷰 만들기
- 카카오톡 채팅탭에서 노출되는 소재의 랜딩으로 사용할 애드뷰를 신규 생성할 수 있으며, 콤팩트뷰(이미지/동영상/캐러셀)와 풀뷰(이미지/동영상/스크롤) 중 선택할 수 있습니다.

-광고계정당 최대 1000개까지 생성 가능합니다. 단 이후 초과 등록은 불가하며, 기존 등록된 애드뷰의 수정 및 삭제가 불가하므로 유의 바랍니다.
2. 애드뷰 목록
- 광고계정 내 등록된 전체 애드뷰 리스트를 확인할 수 있으며, 미리보기를 제공합니다.

kakaomoment

테스트

광고 관리

보고서

타겟 관리

설정

대시보드

광고 만들기

애드뷰 만들기

애드뷰 테스트 37047

총 애드뷰 11

+ 애드뷰 만들기

등록일시	애드뷰 유형	템플릿 유형	애드뷰	미리보기
2019-04-17 14:34	콤팩트뷰	동영상	동영상 url 처리된 애드뷰	미리보기
2019-04-16 18:48	콤팩트뷰	동영상	04161800 --	미리보기

새 애드뷰 만들기

콤팩트뷰

풀뷰

이미지

동영상

캐러셀

1. 플랫폼 구매 프로세스

(5) 새 애드뷰 만들기 | 콤팩트뷰

콤팩트뷰

풀뷰

이미지

동영상

캐러셀

1 애드뷰 이름

2 브랜드 이름

3-1 홍보이미지

4 타이틀

5 버튼1, 버튼 2

6 미리보기

애드뷰 구성

애드뷰 이름을 입력하세요. 20

브랜드 이름을 입력하세요. 15

1280x720
JPG/JPEG/PNG, 400KB

타이틀을 입력하세요. 45

버튼1 이름 선택

버튼2 이름 선택

광고주는 타인의 권리(지적재산권, 초상권 등)를 침해하는 소재 금지 외 카카오모먼트 정책을 준수할 의무가 있습니다.

×

브랜드이름

*공유 말풍선이란?
애드뷰 우상단독 공유하기 버튼을 통해 친구에게 공유하는 경우, 채팅방에 노출되는 말풍선입니다.

타이틀

해당 콘텐츠는 광고주가 직접 제공합니다.

버튼1

버튼2

실제 노출과 미리보기가 다를 수 있습니다.

순서	항목	상세 설명		
		이미지	동영상	캐러셀
1	애드뷰 이름	애드뷰를 관리하기 용이한 이름을 입력하세요. (최대 20자, 중복 불가)		
2	브랜드 이름	브랜드 이름을 입력하세요. (최대 15자)		
3	소재 영역	3-1 홍보이미지 - 사이즈 : 1280x720 - 형식 : JPG/JPEG/PNG - 용량 : 400KB	3-2 홍보 동영상 - 사이즈 : 1280x720 이상 - 형식 : 16:9 비율의 AVI/FLV/MP4 파일 권장 - 용량 : 1GB • 맞춤썸네일 (필수 등록 요소 아님) - 사이즈 : 1280x720 - 형식 : JPG/JPEG/PNG - 용량 : 400KB	3-3 캐러셀 - 이미지, 동영상 조합 3~5개 구성 - 동영상은 최대 3개까지 허용 - 홍보이미지, 홍보동영상 조건은 자동
4	타이틀	타이틀을 입력하세요. (최대 45자)		
5	버튼1, 버튼 2	13페이지에서 상세 안내		
6	미리보기	미리보기를 제공합니다.		

3-1

2

4

3-2

3-3

1280x720 이상의
16:9 비율
AVI/FLV/MP4 권장, 1GB

+ 카카오TV 가져오기

카카오TV 가져오기

애드뷰의 홍보동영상을 카카오 TV 동영상의 공유 URL로 등록할 수 있습니다.
이 경우 광고 재생수가 카카오TV 동영상 조회수에 반영됩니다.
단, 카카오모먼트와 카카오TV 계정이 동일하고, 위 홍보동영상 사이즈/형식/용량에 부합하는 경우에만 동영상 등록이 가능합니다.

1

2

3

+

이미지

동영상

1280x720
JPG/JPEG/PNG, 400KB

• 소재 영역 1, 2, 3은 등록 필수 (최대 5개 까지 등록가능)
• 동영상은 최대 3개 소재 영역에서 사용가능

10 kakao

1. 플랫폼 구매 프로세스

(5) 새 애드뷰 만들기 | 풀뷰(이미지/동영상)

컴팩트뷰

풀뷰

이미지

동영상

스크롤

1 애드뷰 이름

애드뷰 이름을 입력하세요. 20

7 미리보기

애드뷰 구성

2-1 홍보이미지

720x1560
JPG/JPEG/PNG, 400KB

버튼1

버튼1 이름 선택

버튼2

버튼2 이름 선택

공유 말풍선 구성

4 홍보이미지

1280x720
JPG/JPEG/PNG, 400KB

5 브랜드 이름

브랜드 이름을 입력하세요. 15

6 타이틀

타이틀을 입력하세요. 45

광고주는 타인의 권리(지적재산권, 초상권 등)를 침해하는 소재 금지 외 카카오톡 정책 준수를 준수할 의무가 있습니다.

*공유 말풍선이란?
애드뷰 우상단톡 공유하기 버튼을 통해 친구에게 공유하는 경우, 채팅방에 노출되는 말풍선입니다.

버튼1

버튼2

실제 노출과 미리보기가 다를 수 있습니다.

순서	항목	상세 설명	
		이미지	동영상
1	애드뷰 이름	애드뷰를 관리하기 용이한 이름을 입력하세요. (최대 20자, 중복 불가)	
2	소재 영역	2-1. 홍보이미지 - 사이즈 : 720x1560 - 형식 : JPG/JPEG/PNG - 용량 : 400KB	2-2. 홍보 동영상 - 사이즈 : 720x1560 이상 (모바일 인코딩 사이즈 720P) - 형식 : 9:19.5 비율의 AVI/FLV/MP4 파일 권장 - 용량 : 1GB
			• 맞춤썸네일 (필수 등록 요소 아님) - 사이즈 : 720x1560 - 형식 : JPG/JPEG/PNG - 용량 : 400KB
3	버튼1, 버튼 2	13페이지에서 상세 안내	
4	홍보이미지	공유 말풍선에 노출될 홍보이미지를 등록할 수 있습니다. - 사이즈 : 1280x720 - 형식 : JPG/JPEG/PNG - 용량 : 400KB	
5	브랜드 이름	공유 말풍선에 노출될 브랜드 이름을 입력하세요. (최대 15자)	
6	타이틀	공유 말풍선에 노출될 타이틀을 입력하세요. (최대 45자)	
7	미리보기	미리보기를 제공합니다.	

4

5

프렌즈타운

"전국민 프렌즈타운 알이 중! 나만 타운 없어.. 나만 데코 없어.."

자세히 보기

해당 애드뷰로 랜딩

AD 카카오톡

오전 11:13

2-2

홍보동영상

720x1560 이상의
9:19.5 비율
AVI/FLV/MP4 권장, 1GB

+ 카카오톡 가져오기

카카오톡 가져오기

애드뷰의 홍보동영상을 내 카카오톡 계정 내 동영상의 공유 URL로 등록할 수 있습니다.
이 경우 광고 재생수가 카카오톡 동영상 조회수에 반영됩니다.
단, 카카오톡과 카카오톡 계정이 동일하고, 위 홍보동영상 사이즈/형식/용량에 부합하는 경우에 동영상 등록이 가능합니다.

1. 플랫폼 구매 프로세스

(5) 새 애드뷰 만들기 | 풀뷰(스크롤)

컴팩트뷰

풀뷰

이미지

동영상

스크롤

1

애드뷰 이름

애드뷰 이름을 입력하세요.

20

7

미리보기

2-1

애드뷰 구성

소재 영역

홍보이미지

홍보동영상

사이즈 및 용량 보기

JPG/JPEG/PNG, 400KB

↓ 이미지 추가

· 이미지와 동영상을 합쳐 최대 10개 까지 등록가능

· 동영상은 최대 5개 까지만 등록가능

· 소재 영역의 전체 세로합은 최소 3120px 이상 필수 ②

3

버튼1 ②

버튼1 이름 선택

버튼2 ②

버튼2 이름 선택

4

홍보이미지

1280x720

JPG/JPEG/PNG, 400KB

5

브랜드 이름

브랜드 이름을 입력하세요.

15

6

타이틀

타이틀을 입력하세요.

45

×

*공유 말풍선이란?

애드뷰 우상단톡 공유하기 버튼을 통해 친구에게 공유하는 경우, 채팅방에 노출되는 말풍선입니다.

해당 콘텐츠는 광고주가 직접 제공합니다.

버튼1

버튼2

실제 노출과 미리보기가 다를 수 있습니다.

순서	항목	상세 설명	
		스크롤 이미지	스크롤 동영상
1	애드뷰 이름	애드뷰를 관리하기 용이한 이름을 입력하세요. (최대 20자, 중복 불가)	
2	소재 영역	2-1. 홍보이미지 - 사이즈(가로): 720px 사이즈(세로): 360px ~ 7800px - 형식 : JPG/JPEG/PNG - 용량 : 400KB	2-2. 홍보 동영상 - 사이즈 : 720x1560 이상의 6:13 비율 720x1280 이상의 9:16 비율 1280x720 이상의 16:9 비율 720x720 이상의 1:1 비율 - 형식 : AVI/FLV/MP4 파일 권장 - 용량 : 1GB • 맞춤섬네일 (필수 등록 요소 아님) - 사이즈 : 업로드한 동영상의 사이즈와 동일 - 형식 : JPG/JPEG/PNG - 용량 : 400KB
3	버튼1, 버튼 2	13페이지에서 상세 안내	
4	홍보이미지	공유 말풍선에 노출될 홍보이미지를 등록할 수 있습니다. - 사이즈 1280x720 - 형식 : JPG/JPEG/PNG - 용량 : 400KB	
5	브랜드 이름	공유 말풍선에 노출될 브랜드 이름을 입력하세요. (최대 15자)	
6	타이틀	공유 말풍선에 노출될 타이틀을 입력하세요. (최대 45자)	
7	미리보기	미리보기를 제공합니다. (미리보기상에서 동영상의 경우 자동 재생되며, 사운드는 지원되지 않습니다)	
※ 참고 사항 ※		스크롤형에서는 이미지와 동영상을 합쳐 최대 10개 까지 등록이 가능합니다.(동영상은 최대 5개까지만 등록 가능) 소재 영역의 전체 세로합은 최소 3120px 이상되도록 필수로 제작해주셔야 합니다.	

4

홍보이미지

홍보동영상

사이즈 및 용량 보기

AVI/FLV/MP4 권장, 1GB

+ 카카오톡 가져오기

• 카카오톡 가져오기

애드뷰의 홍보동영상을 내 카카오톡 TV 계정 내 동영상의 공유 URL로 등록할 수 있습니다.
이 경우 광고 재생수가 카카오톡 동영상 조회수에 반영됩니다.
단, 카카오톡모먼트와 카카오톡 TV 계정이 동일하고, 위 홍보동영상 사이즈/형식/용량에 부합하는 경우에 동영상 등록이 가능합니다.

5

프렌즈타운

"전국민 프렌즈타운 알아 줘! 나만 타운 없어.. 나만 데코 없어.."

6

자세히 보기

해당 애드뷰로 랜딩

AD 카카오톡모먼트

오전 11:13

12

kakao

1. 플랫폼 구매 프로세스

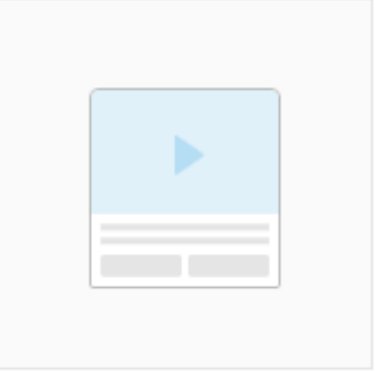
(5) 새 애드뷰 만들기 | 애드뷰 버튼 설정

컴팩트뷰

풀뷰



이미지



동영상



캐러셀

애드뷰 이름

애드뷰 이름을 입력하세요. 20

애드뷰 구성

브랜드 이름

브랜드 이름을 입력하세요. 15

홍보이미지



1280x720
JPG/JPEG/PNG, 400KB

타이틀

타이틀을 입력하세요. 45

버튼1 ?

버튼1 이름 선택

버튼2 ?

버튼2 이름 선택

광고주는 타인의 권리(지적재산권, 초상권 등)를 침해하는 소재 금지 외
카카오모먼트 정책을 준수할 의무가 있습니다.

미리보기

×

브랜드이름



타이틀

해당 콘텐츠는 광고주가 직접 제공합니다.

버튼1

버튼2

실제 노출과 미리보기가 다를 수 있습니다.

버튼 색상	항목	상세 설명	
노란 버튼	버튼1, 버튼2	구매하기	톡스토어, 메이커스의 랜딩 URL을 입력하세요.
		선물하기	선물하기의 랜딩 URL을 입력하세요.
		원클릭 결제하기	톡스토어 상품 ID를 입력하세요.
		이모티콘 받기	브랜드 이모티콘의 아이템 ID를 입력하세요.
		채널 추가하기	내 카카오계정에 연동된 카카오톡 채널 리스트가 출력되며, 선택 시 자동으로 카카오톡 채널 홈으로 랜딩으로 연결됩니다.
		톡에서 설문하기	카카오톡 비즈니스함에 해당하는 버튼 이름을 선택 시리스트 출력 및 선택해주세요.
		톡에서 예약하기	카카오톡 비즈니스함에 해당하는 버튼 이름을 선택 시리스트 출력 및 선택해주세요.
		톡에서 응모하기	카카오톡 비즈니스함에 해당하는 버튼 이름을 선택 시리스트 출력 및 선택해주세요.
		톡에서 회원가입	카카오싱크 연동 완료된 광고주에 한하여 가능하며, 회원가입 동의창 랜딩URL을 입력하세요.
		톡으로 문의하기	챗봇이 연동된 카카오톡 채널을 선택하여, 랜딩으로 사용할 발화 텍스트를 입력하세요. (최대 50자)
		톡으로 공유하기	카카오톡 친구에게 공유말풍선으로 애드뷰를 공유할 수 있습니다.
		톡으로 확인하기	내 카카오계정에 연동된 카카오톡 채널 리스트가 출력되며, 카카오톡 채널과 메시지 선택 시 메시지로 랜딩이 연결됩니다.
		톡캘린더 저장하기	톡캘린더 이벤트 ID를 입력하세요. 이벤트 ID 발급은 p.15를 참고해주세요.
화색 버튼	버튼 1	자세히보기	카카오톡과 연결된 서비스의 랜딩 URL을 입력하세요.
	버튼2	가입하러 가기/게임하러 가기/구매하러 가기 사전예약 하기/신청하러 가기/앱다운로드 영상보러 가기/예매하러 가기/예약하러 가기 참여하러 가기/자세히보기	랜딩 URL을 입력하세요.

※ 버튼 1과 버튼 2 모두 필수 등록 요소이며, 동일한 버튼 타입을 선택할 수 없습니다.

※ 노란 버튼은 카카오톡 친구에게 공유를 하거나 카카오톡 채널 추가, 카카오톡 채널 챗봇 문의 등 **카카오서비스로 랜딩 활용 가능하며**,
화색 버튼은 카카오서비스 랜딩 뿐만 아니라 자유롭게 아웃링크를 사용하여 사용자 액션을 완성할 수 있습니다.

※ 애드뷰/참여형 이벤트는 별도 심사가 진행되지 않으며, 소재 등록 시에 선택된 애드뷰 리스트 또는 참여형 이벤트 리스트와 함께 심사가 진행됩니다.

1. 플랫폼 구매 프로세스

(6) 카카오톡 비즈니스폼 만들기

카카오톡 비즈니스폼은 카카오톡 사용자가 톡 안에서 손쉽게 참여할 수 있는 예약, 설문, 응모 등의 이벤트 설계를 지원하는 비즈니스 서비스입니다.
카카오for비즈니스에서 생성하고 응모, 설문에 대한 결과 보고서를 확인할 수 있습니다. 생성한 카카오톡 비즈니스폼은 카카오톡 플랫폼에서 애드뷰 또는 소재의 랜딩으로 활용하고, 전환 지표를 확인할 수 있습니다

[경로] 카카오for비즈니스 > 서비스관리 > 카카오톡 비즈니스폼 설정 > [+특비즈니스폼 만들기]

1. 카카오톡 비즈니스폼 만들기

- ‘특비즈니스폼 만들기’ 버튼을 클릭하여 카카오톡 비즈니스폼을 만들 수 있습니다.
- 개인정보 처리업무 위탁 동의 : 카카오톡 비즈니스폼은 카카오가 이용자의 동의하에 제공하는 개인정보(이름(닉네임), 이메일, 전화번호)와 광고주가 수집하는 개인정보를 위탁함에 있어 개인정보 처리업무 위탁 동의를 통해 업무위탁 계약을 체결합니다.

2. 카카오톡 비즈니스폼 목록

- 카카오계정 내 등록된 전체 카카오톡 비즈니스폼 리스트를 확인할 수 있습니다.
- 목록 클릭 시 해당 카카오톡 비즈니스폼 생성 정보 또는 설문, 응답 결과 보고서를 확인할 수 있습니다.

※ 참고사항

- 카카오톡 비즈니스폼 만들기 및 등록 가이드는 별도 문서를 통해 확인 바랍니다.

대시보드

사업자 정보

카카오싱크 신청

카카오톡 비즈니스폼 설정

1

+ 특비즈니스폼 만들기

2

ID	특비즈니스폼 이름	집행 기간	유형	상태	보고서
103574	설문	2020.04.28 01:00 - 2020.04.28 03:00	설문형	작성중	-
103572	설문	2020.04.20 22:00 - 2020.04.20 23:00	바로응모형	종료	
103550	설문	2020.04.20 17:00 - 2020.04.20 19:00	설문형	긴급종료	

1 기본정보 > 2 개인정보 취급 설정 > 3 유형 선택 > 4 검토

기본정보 입력

집행 주제 * ①

사업자명을 선택하세요.

사업자 신규등록

이름 * ①

특비즈니스폼 이름을 입력하세요.

0 / 50

소개정보 * ①

특비즈니스폼을 소개하는 내용을 입력하세요.

0 / 100

이미지 * ①

+ 이미지

800x800, JPG/PNG, 2MB

기간 * ①

날짜를 선택하세요.

시

분

날짜를 선택하세요.

시

분

고객 응대 채널 * ①

연락처

홈페이지

http://

당첨자 발표일 ①

날짜를 선택하세요.

시

분

당첨자 발표안내 ①

당첨자 발표와 관련한 부가정보를 입력하세요 (예, 당첨자 발표는 OOOO 공식 홈페이지에 공지됩니다.)

0 / 35

1. 플랫폼 구매 프로세스

(7) 카카오톡 톡캘린더 일정 등록

채팅리스트 광고 배너 및 애드뷰 버튼 클릭 시 톡캘린더 일정 상세보기를 보여 줄 수 있습니다. 톡캘린더 기능을 활용해 일정 안내 및 저장을 유도하고, 일정 알림을 통해 행사 참여를 유도할 수 있습니다. 이벤트 일정을 등록하여 카카오톡 플랫폼에서 애드뷰 또는 소재의 랜딩으로 활용하고, 광고 클릭 후 톡캘린더 일정을 추가한 전환 지표를 특전환 지표로 확인할 수 있습니다. 톡캘린더 랜딩 활용을 위해서는 사전에 이벤트ID 발급이 필수입니다.

[이벤트ID 발급 프로세스]
톡캘린더는 현재 플랫폼에서 일정 등록 기능이 제공되지 않으며, 향후 제공될 예정입니다. 일정 등록 시 톡 캘린더 등록 요청 서식 작성 후 고객센터 또는 담당 대행사에 전달해 주시기 바랍니다.

- 1. 캘린더 등록 요청 서식 기입 후 고객센터 또는 담당 대행사에 전달
- 2. 카카오톡에서 캘린더 등록 후 이벤트ID 발급
- 3. 애드뷰 버튼/랜딩 유형/인랜딩 배지 > 톡캘린더 선택 후 이벤트ID 입력

- ※ 참고사항
- 톡 캘린더 등록 요청은 소재 노출 시작일 5일 전(영업일 기준)까지 전달해 주시기 바랍니다.
 - 소재 내 광고주체와 카카오톡 채널명이 불일치할 경우 소재 심사가 반려될 수 있습니다.
 - 톡 전환 지표로 데이터 확인하기 위해서는 픽셀&SDK를 발급하여 track_id(트랙아이디)를 톡 캘린더 캠페인에 연동해주어야 합니다.

구분	등록 요소			등록 요청	
	항목	상세 설명	예시	기입란	기타 요청사항
필수	시작일	시작 시간까지 5분 단위 설정 가능	2020년 7월 1일 10:00		
	종료일	종료 시간까지 5분 단위 설정 가능	2020년 7월 30일 10:00		
	일정 제목	최대 50자	MMA 2019 생중계		
	설명	최대 5,000자	MMA에서 멜론 뮤직 어워드 생중계가 시작됩니다!		
선택	장소	장소 이름 or 주소	고척스카이돔		
	알림 일정 (택1)	일정 시작시간/5분전/15분전/30분전 /1시간전/1일전/2일전/1주전			
	상세보기	(MO)이미지	640x200 px / 100kb / png, jpg, jpeg		
		(PC)이미지	420x120, 525x150, 630x180, 840x240 / 100kb / png, jpg, jpeg		:
		랜딩			
		배경색	#0a204d		:
	말풍선 이미지 (일정 알림 메시지 내)	1200x600 / 2MB / png, jpg, jpeg			
	픽셀&SDK track_id				

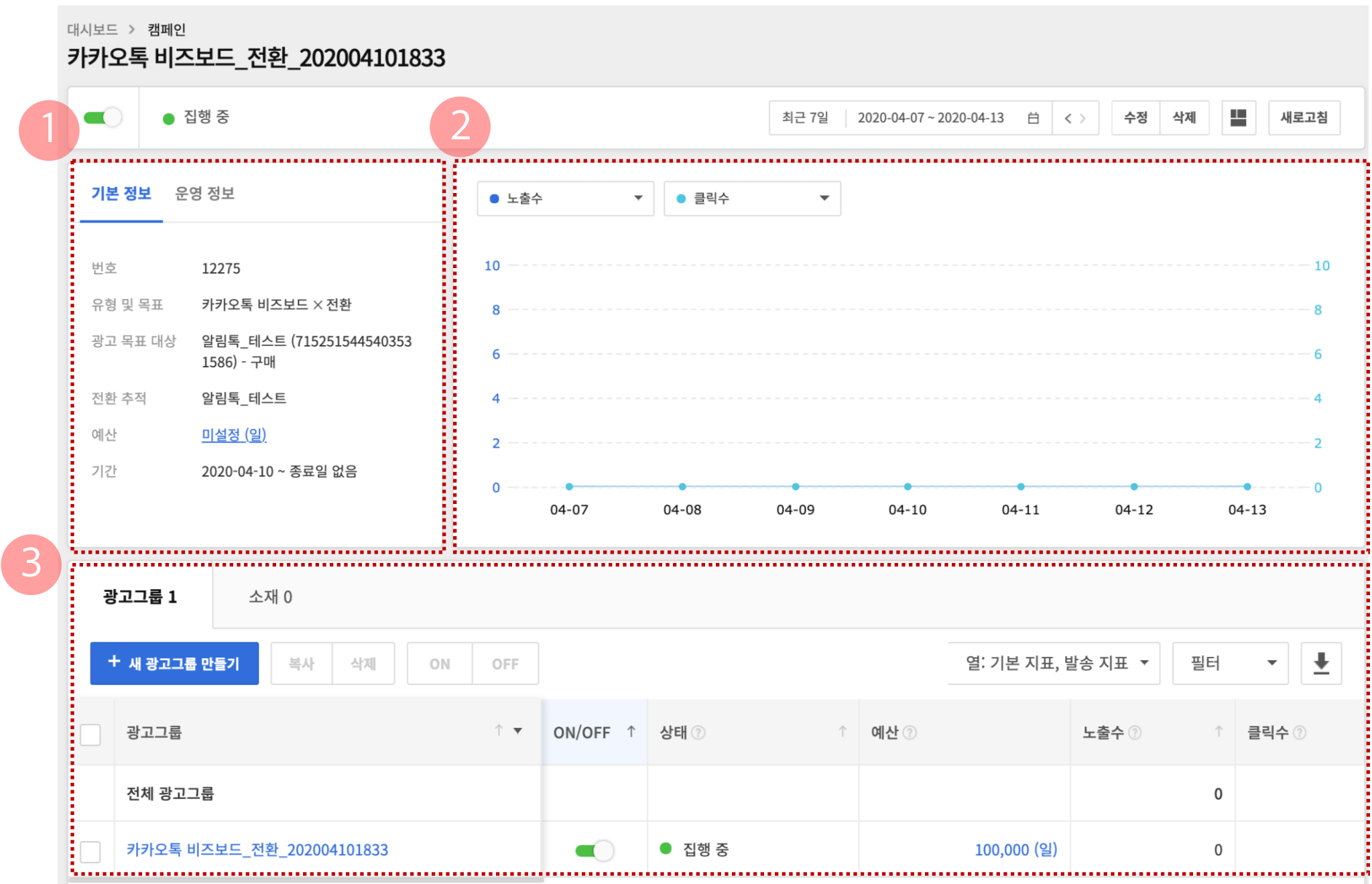
• 톡 캘린더 등록 요청 서식 다운로드
<http://kko.to/NMt4-cDDj>

1. 플랫폼 구매 프로세스

(8) 광고 관리 | 대시보드

[경로] 카카오톡 > 광고관리 > 대시보드

- 등록된 캠페인 / 광고그룹 / 소재는 대시보드 메뉴를 통해 결제정보, 광고 등록 현황, on/off, 성과분석을 할 수 있습니다.
- 1. **기본 정보/ 운영 정보**: 광고계정의 고유한 정보에 해당하는 번호와 유형, 광고주명과 캠페인/광고그룹/소재 현황을 확인할 수 있습니다.
- 2. **성과**: 캠페인, 광고그룹, 소재단위 별 성과 및 지표를 그래프로 확인 가능합니다.
- 3. **상세 지표**: 캠페인, 광고그룹, 소재단위 별 성과 및 지표를 데이터로 확인 가능하며, 열구분을 통해 **픽셀&SDK 전환지표/특 전환 지표/애드뷰 지표/채팅방 랜딩 지표**를 확인할 수 있습니다



1. 플랫폼 구매 프로세스

(9) 성과 관리 | 애드뷰 지표

[경로] 카카오톡 > 광고계정 > 캠페인.광고그룹.소재 대시보드 > 열 지표 (애드뷰지표 선택)
[경로] 카카오톡 > 광고계정 > 보고서 > 맞춤보고서 > 맞춤보고서 만들기 > 단위 : 캠페인.광고그룹.소재 > 열 지표 (애드뷰지표 선택)

- 애드뷰 지표란? 애드뷰 내에서 발생하는 클릭, 노출, 재생에 대한 지표이며, 대시보드 및 맞춤보고서의 열 지표를 추가하여 확인할 수 있습니다.

1

[대시보드]

광고그룹 1

소재 2

+ 새 광고그룹 만들기

복사

삭제

ON

OFF

열: 애드뷰 지표

필터

다운로드

광고그룹	ON/OFF	상태	예산	비용 지표	실적 지표	전환 지표	소재 지표
전체 광고그룹				비용 지표	실적 지표	전환 지표	소재 지표
테스트채팅탭	ON	집행 중		비용 지표	실적 지표	전환 지표	소재 지표

2

맞춤보고서 만들기 | 카카오프로 12345

캠페인

상태 : 전체

열: 애드뷰 지표

분석 데이터

최근 7일

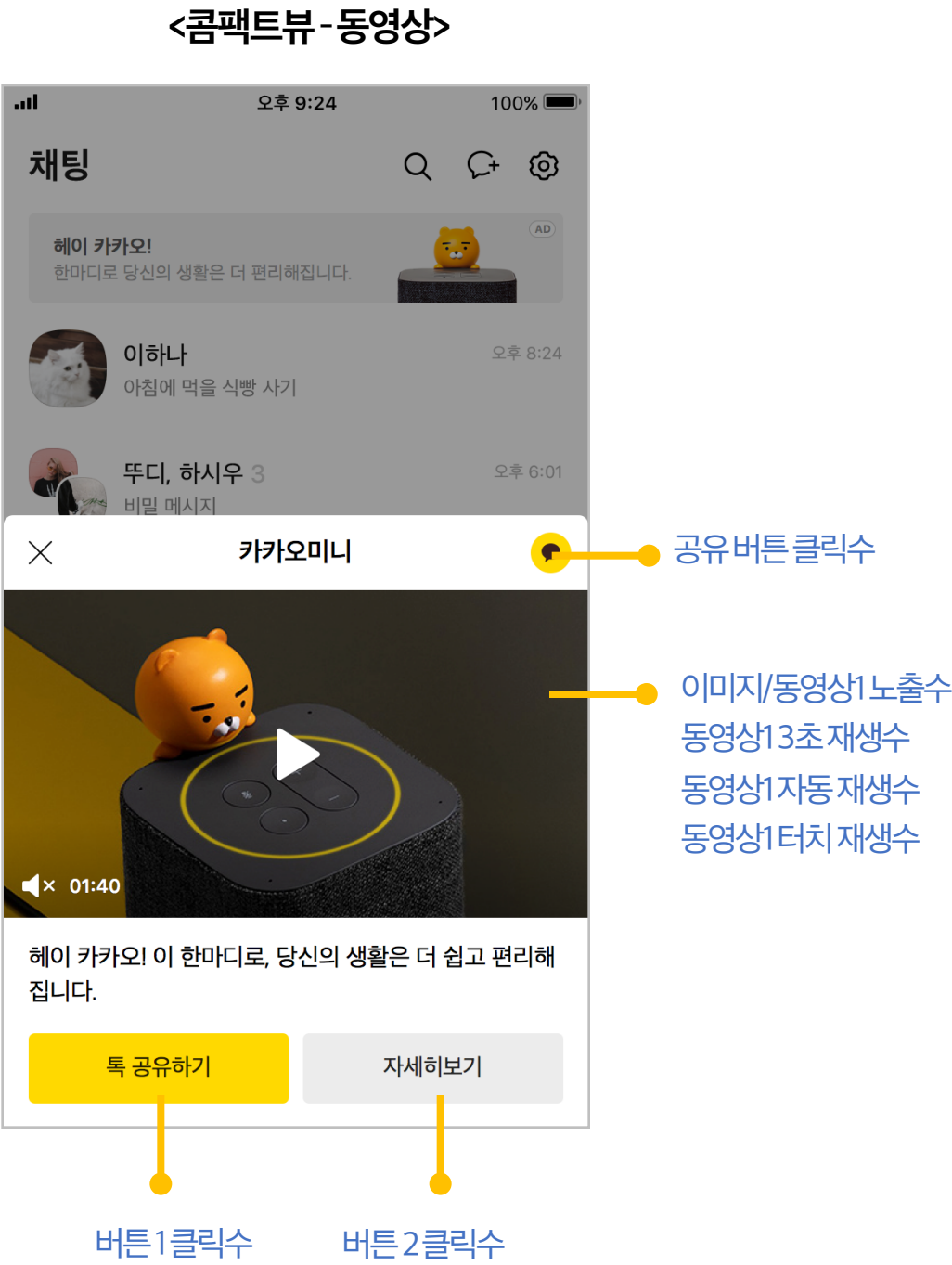
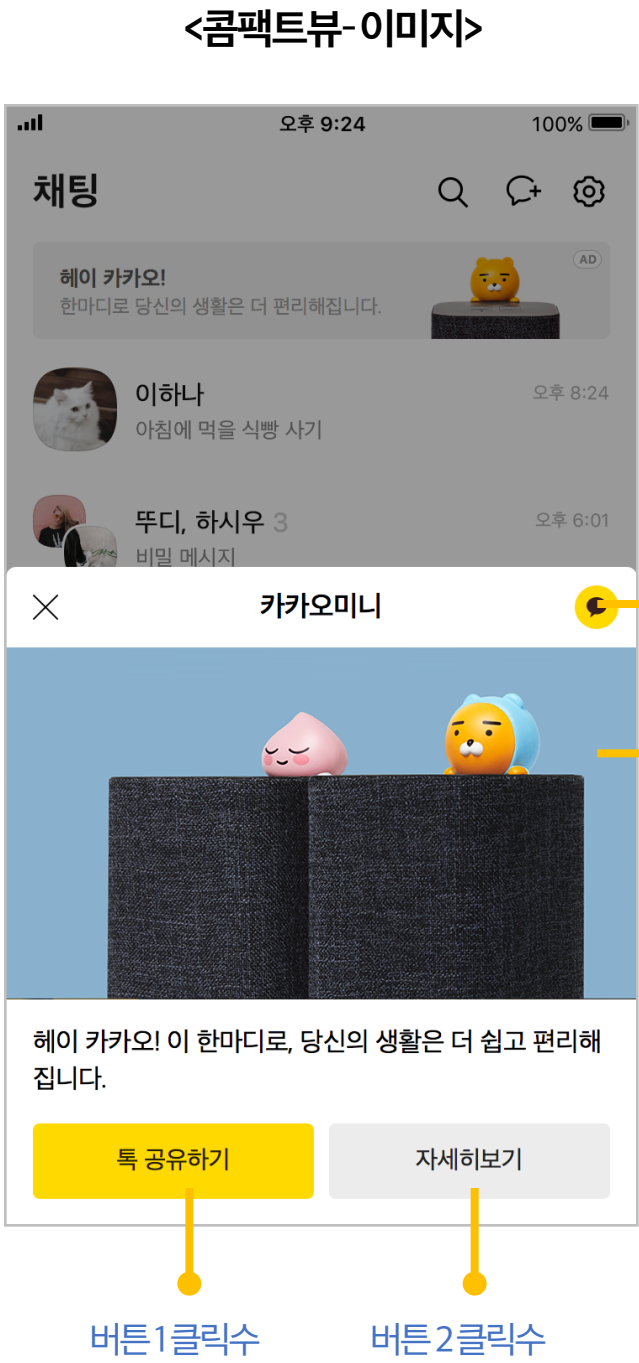
2020-04-07 ~ 2020-04-13

다운로드

캠페인	기간	비용 지표	실적 지표	전환 지표	소재 지표
0.엘리_다이렉트_맞춤타겟_통합테스트용플러스	2020.04.07 ~ 2020.04.13	비용 지표	실적 지표	전환 지표	소재 지표
0.엘리_통합테스트용플러스_친구전체	2020.04.07 ~ 2020.04.13	비용 지표	실적 지표	전환 지표	소재 지표
0117책	2020.04.07 ~ 2020.04.13	비용 지표	실적 지표	전환 지표	소재 지표
0213_동영상	2020.04.07 ~ 2020.04.13	비용 지표	실적 지표	전환 지표	소재 지표

1. 플랫폼 구매 프로세스

(9) 성과 관리 | 애드뷰 지표



[지표 설명]

순서	템플릿유형	지표	설명
1	이미지형 동영상형 캐러셀형 스크롤형	버튼1클릭수	모든 유형 애드뷰의 버튼1영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
2		버튼 2클릭수	모든 유형 애드뷰의 버튼2영역이 클릭된 횟수를 의미합니다
3		공유 버튼 클릭수	모든 유형 애드뷰의 상단 공유 버튼 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
4		이미지/동영상1노출수	모든 유형 애드뷰의 첨부된 이미지나 동영상이 노출된 횟수를 의미합니다. (캐러셀형, 스크롤형인 경우, 첫번째 순서)
5	동영상형 캐러셀형 스크롤형	동영상1자동 재생수	동영상형 애드뷰의 첨부된 동영상이 자동 재생된 횟수를 의미합니다. (캐러셀형, 스크롤형인 경우, 첫번째 순서가 동영상인 경우 해당)
6		동영상1터치 재생수	동영상형 애드뷰의 첨부된 동영상이 터치 재생된 횟수를 의미합니다. (캐러셀형, 스크롤형인 경우, 첫번째 순서가 동영상인 경우 해당)
7		동영상1 3초 재생수	동영상형 애드뷰의 첨부된 동영상이 3초 재생된 횟수를 의미합니다. (캐러셀형, 스크롤형인 경우, 첫번째 순서가 동영상인 경우 해당)
8	캐러셀형스크롤형 (스와이프/스크롤하여 2번째 영역)	이미지/동영상2 노출수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 두번째 순서에 첨부된 이미지나 동영상이 노출된 횟수를 의미합니다.
9		동영상2 자동 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 두번째 순서가 동영상인 경우, 자동 재생된 횟수를 의미합니다.
10		동영상2 터치 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 두번째 순서가 동영상인 경우, 터치 재생된 횟수를 의미합니다
11		동영상2 3초 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 두번째 순서가 동영상인 경우, 3초 재생된 횟수를 의미합니다.
12	캐러셀형스크롤형 (스와이프/스크롤하여 3번째 영역)	이미지/동영상3 노출수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 세번째 순서에 첨부된 이미지나 동영상이 노출된 횟수를 의미합니다.
13		동영상3 자동 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 세번째 순서가 동영상인 경우, 자동 재생된 횟수를 의미합니다.
14		동영상3 터치 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 세번째 순서가 동영상인 경우, 터치 재생된 횟수를 의미합니다.
15		동영상3 3초 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 세번째 순서가 동영상인 경우, 3초 재생된 횟수를 의미합니다
16	캐러셀형 (스와이프하여 4번째 영역)	이미지/동영상4 노출수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 네번째 순서에 첨부된 이미지나 동영상이 노출된 횟수를 의미합니다.
17		동영상4 자동 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 네번째 순서가 동영상인 경우, 자동 재생된 횟수를 의미합니다.
18		동영상4 터치 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 네번째 순서가 동영상인 경우, 터치 재생된 횟수를 의미합니다
19		동영상4 3초 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 네번째 순서가 동영상인 경우, 3초 재생된 횟수를 의미합니다.
20	캐러셀형스크롤형 (스와이프/스크롤하여 5번째 영역)	이미지/동영상5 노출수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 다섯번째 순서에 첨부된 이미지나 동영상이 노출된 횟수를 의미합니다.
21		동영상5 자동 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 다섯번째 순서가 동영상인 경우, 자동 재생된 횟수를 의미합니다.
22		동영상5 터치 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 다섯번째 순서가 동영상인 경우, 터치 재생된 횟수를 의미합니다.
23		동영상5 3초 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 다섯번째 순서가 동영상인 경우, 3초 재생된 횟수를 의미합니다.

※ 애드뷰지표는 애드뷰 유형(컴팩트뷰, 풀뷰) 및 하위 템플릿 유형(이미지형, 동영상형, 캐러셀형, 스크롤형) 에서 발생하는 모든 지표를 공통으로 제공합니다.

※ 풀뷰 스크롤형의 경우는 이미지와 동영상을 합쳐 최대 10개 까지 등록 가능하므로, 열번째 지표까지 확인이 가능합니다.

1. 플랫폼 구매 프로세스

(9) 성과 관리 | 특 전환 지표

[경로] 카카오톡> 광고계정> 캠페인-광고그룹-소재 대시보드> 열 지표 (특 전환 지표 선택)

[경로] 카카오톡> 광고계정> 보고서> 맞춤보고서> 맞춤보고서 만들기> 단위 : 캠페인-광고그룹-소재> 열 지표 (특 전환 지표 선택)

- 특 전환 지표란? 트래카이드(Track ID)를 연동을 통하여 특 서비스(선물하기, 메이커스, 토크스토어, 카카오톡 채널(챗봇), 토크캘린더)에서 전환 발생 시 수집되는 지표입니다.
- 특 전환 지표 : 특 가입 (직접, 간접), 특 구매(직접, 간접), 특 구매금액(직접, 간접), 특 참여(직접, 간접)

※ 참고사항

- 특 전환 지표는 특 서비스(선물하기, 메이커스, 토크스토어, 카카오톡 채널)와 트랙ID 연동 작업을 플랫폼을 통해 가능하며, 전환데이터 수집 가능합니다. [연동 가이드 문서](#)
- 참여형 이벤트 전환은 특 참여(직접), 특 참여(간접) 지표로 예약/응모/설문 참여 건수를 확인할 수 있습니다.

[대시보드]

1

광고그룹 1

소재 0

+ 새 광고그룹 만들기

복사

삭제

ON

OFF

☐	광고그룹	ON/OFF	상태	예산	특 가입(직접)	특 구매금액(직접)
	전체 광고그룹				0	0
☐	카카오톡 비즈보드_전환_202004101833	ON	집행 중	100,000 (일)		

[맞춤보고서]

2

맞춤보고서 만들기

0.게재방식_일반_ell 35801

캠페인

상태 : 전체

열: 특 전환 지표

분석 데이터

최근 7일

유	캠페인	기간	특 가입(직접)	특 구매(직접)	특 구매금액(직접)	특 가입(간접)	특 구매(간접)
카	광고계정	2020.04.01 ~ 2020.04.07	0	0	0	0	0
카	광고그룹	0.엘리_다이렉트_맞춤타겟_통합테스트용플러스	0	0	0	0	0
카	소재	0.엘리_통합테스트용플러스_친구전체	0	0	0	0	0
디스플레이 × 방문	0117책	2020.04.01 ~ 2020.04.07	0	0	0	0	0
디스플레이 × 방문	0213_동영상	2020.04.01 ~ 2020.04.07	0	0	0	0	0

[지표 설명]

순서	지표	설명
1	특 가입(직접)	광고 클릭 후, 24시간 이내 카카오톡 내 서비스에서 발생한 회원 가입수를 의미합니다.
2	특 구매(직접)	광고 클릭 후, 24시간 이내 카카오톡 내 서비스에서 발생한구매건수를 의미합니다.
3	특 구매금액(직접)	광고 클릭 후, 24시간 이내 카카오톡 내 서비스에서 발생한 구매비용을 의미합니다.
4	특 참여(직접)	광고 클릭 후, 24시간 이내 카카오톡 내 서비스에서 발생한 참여건수를 의미합니다.
5	특 가입(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 30일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 회원 가입수를 의미합니다.
6	특 구매(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 30일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 구매건수를 의미합니다.
7	특 구매금액(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 30일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 구매비용을 의미합니다.
8	특 참여(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 30일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 참여건수를 의미합니다.

1. 플랫폼 구매 프로세스

(9) 성과 관리 | 채팅방 랜딩 지표

[경로] 카카오톡 > 광고계정 > 캠페인-광고그룹-소재 대시보드 > 열 지표 (채팅방 랜딩 지표 선택)

[경로] 카카오톡 > 광고계정 > 보고서 > 맞춤보고서 > 맞춤보고서 만들기 > 단위 : 캠페인-광고그룹-소재 > 열 지표 (채팅방 랜딩 지표 선택)

- 채팅방 랜딩 지표란? 랜딩 URL을 메시지 선택 또는 애드뷰 버튼(특으로 확인하기)으로 활용 시 발생된 데이터를 수집하는 지표입니다.

1

광고그룹 1

소재 0

[대시보드]

+ 새 광고그룹 만들기

복사

삭제

ON

OFF

열: 채팅방 랜딩 지표

필터

다운

광고그룹	ON/OFF	상태	예산	발송수 (랜딩)
전체 광고그룹				
디스플레이_전환_202004131027	ON	집행 중	100,000 (일)	

2

맞춤보고서 만들기

0.게재방식_일반_ell 35801

[맞춤보고서]

캠페인

상태 : 전체

열: 채팅방 랜딩 지표

분석 데이터

최근 7일

광고계정

캠페인

기간

발송수 (랜딩)

열람수 (랜딩)

전체 클릭수 (랜딩)

이미지/동영상 클릭수 (랜딩)

카카오톡	0.엘리_다이렉트_맞춤타겟_통합테스트용플러스	2020.04	0	0	0	0
카카오톡	0.엘리_통합테스트용플러스_친구전체	2020.04	0	0	0	0
디스플레이 × 방문	0117책	2020.04	0	0	0	0
디스플레이 × 방문	0213_동영상	2020.04	0	0	0	0

비용 지표

실적 지표

전환 지표

소재 지표

☒ 채팅방 랜딩 지표

[지표 설명]

순서	지표	설명
1	발송수 (랜딩)	랜딩용 메시지가 사용자에게 발송된 실시간 누적수를 의미합니다.
2	열람수 (랜딩)	채팅방에 진입하여 내 랜딩용 메시지를 확인한 사용자 수를 의미합니다.
3	전체 클릭수 (랜딩)	랜딩용 메시지에서 발생한 전체 클릭수를 의미합니다.
4	공유 버튼 클릭수 (랜딩)	랜딩용 기본 텍스트형 메시지의 공유 버튼이 클릭된 횟수를 의미합니다.
5	이미지/동영상 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드이미지형 메시지에 첨부된 이미지나 동영상이 클릭된 횟수를 의미합니다.
6	텍스트 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드이미지형 메시지에서 텍스트가 클릭된 횟수를 의미합니다.
7	타이틀 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드리스트형에서 타이틀이 클릭된 횟수를 의미합니다.
8	리스트1 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드리스트형에서 리스트1 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
9	리스트2 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드리스트형에서 리스트2 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
10	리스트3 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드리스트형에서 리스트3 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
11	리스트4 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드리스트형에서 리스트4 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
12	버튼1 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드이미지나 와이드리스트형에서 버튼1 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
13	버튼2 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드이미지나 와이드리스트형에서 버튼2 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
14	기타 클릭수 (랜딩)	랜딩용 메시지의 가이드 영역, 카카오톡 채널 홈버튼 등 정의되지 않은 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.

1. 플랫폼 구매 프로세스

(10)회계 관리 | 결제 및 세금계산서

[경로] 카카오톡 > 설정 > 광고캐시 관리 or 결제카드 관리

1. 무통장입금, 신용카드, 자동결제 카드 중 선택하여 광고캐시를 충전합니다
2. 선불 계정의 경우 환불 계좌 등록 후 환불 신청시 광고캐시 전액 또는 부분 환불이 가능하며, 환불 승인 후에는 등록된 환불계좌로 이체 또는 신용카드 승인 취소가 완료됩니다.
3. 후불 계정의 경우 결제기한일까지 정산금액을 무통장입금, 신용카드 중 선택하여 상환합니다.

※ 참고사항

- 무통장입금 : 1회용 가상계좌를 통해 광고캐시를 입금할 수 있는 방식으로, 광고계정에서 직접 1회용 가상계좌 발급하여 입금 가능합니다.
- 일반 신용카드 결제 : 최소 1만원 이상 원하시는 금액으로 카드 결제 가능한 방식으로, 충전금액이 5만원 이상인 경우 할부 결제가 가능합니다. (할부수수료는 카드 소유자 부담)

캐시 충전

캐시 잔액0원

충전 금액

- 10,000원
- 50,000원
- 100,000원
- 200,000원
-

타인의 광고비를 대신 결제하는 경우, 금전적 피해가 발생할 수 있으니 주시기를 바랍니다.

취소

다음

kakao 결제하기

유상캐시 충전

결제금액 10,000원

결제수단을 선택해 주세요.

- 일반 신용카드
 - 결제하신 금액은 신용카드 대금에 합산되어 청구됩니다.
 - Non-ActiveX 결제 서비스 적용 안내
Non-ActiveX 적용에 따라, Internet Explorer 이외의 브라우저에서도 신용카드 결제가 가능합니다.
(단, 외환,하나,씨티,국민/BC(Sp계열)포함한 일부카드 카드사 사정으로 향후 지원 예정)
- 무통장입금

다음

취소

※ 무통장 입금/신용카드 결제 방법

[경로] 설정 > 광고캐시 관리 > [충전]클릭 > 금액 선택 후 다음 > 무통장입금 또는 신용카드 클릭

환불 요청

환불 계좌가 등록되어 있지 않습니다. 등록 후 환불 요청하세요.
광고계정 생성 시 등록한 사업자 이름 혹은 대표자 이름의 계좌로 등록하세요.

은행 이름

산업

계좌번호

예금주 이름

☐ (필수) 개인정보 수집 및 이용 동의

취소

확인

※ 환불 요청 방법

[경로] 설정> 광고캐시 관리> “환불”버튼 클릭> “환불계좌” 등록> 환불금액 입력 후 요청

감사합니다

kakao