

Kakao Talk Bizboard^{Beta} 플랫폼 등록 가이드

비딩형 Version 0.9 | final updated 2019.09.24

kakao

1. 광고 구매 프로세스

- 광고 만들기 (캠페인-광고그룹-소재)
- 애드뷰 만들기
- 참여형 이벤트 만들기
- 광고관리
- 성과관리 (애드뷰 지표/ 특 전환 지표/채팅방 랜딩 지표)
- 회계관리 (결제)

히스토리

Version	주요 업데이트 내용	업데이트일자
Version 0.1	플랫폼 가이드 최초 업데이트	2019.04.22
Version 0.2	상품명 변경	2019.04.24
Version 0.3	카카오톡 채팅탭에서 전환 늘리기 목적 추가	2019.05.09
Version 0.4	카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 목적 변경	2019.05.14
Version 0.5	소재 최적화 기능, 픽셀&SDK 연동, 애드뷰 버튼, 랜딩URL 유형 추가, 비딩형 네이밍 변경 등	2019.06.04
Version 0.6	애드뷰 버튼, 참여형 이벤트, 소재 사이즈 변경 등	2019.07.10
Version 0.7	CPM 과금 추가, 배너 만들기 툴, 애드뷰(풀뷰) 만들기 추가, 애드뷰(풀뷰) 공유 말풍선 추가, 애드뷰 동영상-카카오TV URL 연동	2019.08.08
Version 0.8	애드뷰(풀뷰) 스크롤 추가, 애드뷰 지표 추가	2019.09.09
Version 0.9	카카오톡 채널 명칭 변경	2019.09.17

1. 플랫폼 구매 프로세스



1. 플랫폼 구매 프로세스

(1) 광고 만들기 | 캠페인 생성

[경로] 카카오톡>대시보드>광고 만들기>디스플레이 광고>[+]캠페인 생성

- 1. **캠페인 만들기** : beta 권한이 부여된 광고계정은 광고 만들기를 통해 디스플레이 캠페인 생성을 준비합니다.
- 2. **광고 목적** : 카카오톡 채팅탭에서 홍보하기, 카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 목적 중에 해당하는 광고 목적을 선택합니다.
- 3. **캠페인 이름 및 집행 설정**
 - 카카오톡 채팅탭에서 홍보하기 목적은 픽셀 & SDK 연동은 필수이며, 이를 통해 전환데이터 수집이 가능합니다.
 - 카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 목적은 최적화할 목적 및 픽셀&SDK를 선택해야 합니다.

(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

- Beta 권한을 부여받은 광고계정에 한하여 카카오톡 비즈보드 목적을 확인할 수 있습니다.
- 캠페인 일예산은 최소 50,000원 ~ 최대 1,000,000,000원까지 설정 가능합니다.

1 캠페인

광고 목적

캠페인 이름 및 집행 설정

2 광고그룹

오디언스 설정

디바이스 및 게재지연 설정

예산 및 일정 설정

광고그룹 이름

3 소재

소재 구성 및 설정

1 새 캠페인 만들기

광고 목적 ☐ 목적 설정 없이 광고하기

카카오톡 비즈보드 Beta

카카오톡 채팅탭에서 홍보하기

브랜드 홍보

동영상 홍보하기

내 카카오톡 홍보

카카오톡 친구 늘리기

고객수 증대

웹사이트 방문 늘리기

전환 늘리기

2 캠페인 이름 및 집행 설정

캠페인 이름

픽셀 & SDK 연동

필수 등록

픽셀 & SDK 선택

연동 가능한 대상은 타겟 관리 > 픽셀 & SDK 연동 관리에서 추가할 수 있습니다.

캠페인 일예산 추가설정

[카카오톡 채팅탭에서 홍보하기 목적]

1 캠페인

광고 목적

캠페인 이름 및 집행 설정

2 광고그룹

오디언스 설정

디바이스 및 게재지연 설정

예산 및 일정 설정

광고그룹 이름

3 소재

소재 구성 및 설정

1 새 캠페인 만들기

광고 목적 ☐ 목적 설정 없이 광고하기

카카오톡 비즈보드 Beta

카카오톡 채팅탭에서 홍보하기

카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기

브랜드 홍보

동영상 홍보하기

내 카카오톡 홍보

카카오톡 친구 늘리기

고객수 증대

웹사이트 방문 늘리기

전환 늘리기

2 전환 최적화 목적

구매

광고의 최종 목적이 될 픽셀 & SDK 의 이벤트를 선택합니다.

해당 지표가 유료 기준만큼 쌓이기 전까지는 광고에 반응한 데이터(클릭 등)를 기반으로 광고를 집행합니다.

픽셀 & SDK

필수 등록

[독비즈보드]한샘_톡스토어 (3095558654997580351)

3 캠페인 이름 및 집행 설정

캠페인 이름

캠페인 일예산 추가설정

[카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 목적]

1. 플랫폼 구매 프로세스

(2) 광고 만들기 | 광고그룹 생성

[경로] 카카오톡채팅>대시보드>광고 만들기 >카카오톡 채팅탭에서 홍보하기 목적 생성 > [+광고그룹 생성]

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

1. 오디언스 설정 : **데모그래픽 및 맞춤형 타겟 전체 설정 가능**
2. 디바이스 / 게재지면 설정 : 가능한 모든 **디바이스 / 카카오톡**
3. 예산 및 일정 설정 : 과금방식 **CPC, CPM** / 최대 입찰금액 / 일예산 / 집행기간 / 게재방식 설정 / 소재최적화
 - ↳ 최대 입찰 금액 : **CPC 최대 입찰금액은 최소 200원 / CPM 최대 입찰금액은 최소 4,000원**이며, 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.**

[경로] 카카오톡채팅>대시보드>광고 만들기 >카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 목적 생성 > [+광고그룹 생성]

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

1. 오디언스 설정 : **데모그래픽만 설정 가능**
2. 디바이스 / 게재지면 설정 : 가능한 모든 **디바이스 / 카카오톡**
3. 예산 및 일정 설정 : 과금방식 **CPC 자동입찰** / 일예산 / 집행기간 설정 / 소재최적화 필수
 - ↳ 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, 해당 목적은 디폴트 설정 값입니다.**

1

새 광고그룹 만들기

오디언스 설정

맞춤타겟

전체 설정 가능

타겟 범위 좁히기

내 데이터 가져오기

광고반응타겟

픽셀 & SDK

카카오 사용자

고객파일

MAT

유사타겟

카카오 데이터 활용하기

행동/관심사/서비스/실시간

키워드

오먼트 타겟팅하기

한재위치

예상 모수

최대 도달 범위

40,000,000 이상

소재 등록에 따라 모수가 달라질 수 있습니다.

맞춤타겟

데모그래픽

성별 : 전체

나이 : 전체

지역 : 전국

데모그래픽

성별 : 전체

나이 : 전체

지역 : 전국

나이 제한 입증 설정

디바이스 및 게재지면

디바이스 : 가능한 모든 디바이스

게재지면 : 가능한 모든 지면

2

디바이스 및 게재지면 설정

디바이스

가능한 모든 디바이스 노출

모바일

게재지면

가능한 모든 지면 노출

카카오톡

예산 및 일정 설정

과금방식

CPC

최대 입찰금액

2,000 원

일예산

10,000 원

집행기간

오늘부터 종료일 없이 계속 게재

게재방식

빠른 게재

소재 최적화

소재 최적화 기능을 사용하면 성과가 좋은 소재들의 노출 기회를 높여 광고그룹의 효율을 향상시킵니다. 단, 소재 개별 입찰가를 설정 할 수 없습니다.

1

새 광고그룹 만들기

오디언스 설정

데모그래픽

성별

전체

나이

전체

지역

전국

타겟 상태

전환 최적화 동작 중

2달, 02, 정상, 구매>300원

최근 30일 내 수집된 식별자를 바탕으로 구매에 최적화된 광고를 집행합니다.

데모그래픽

성별 : 전체

나이 : 전체

지역 : 전국

디바이스 및 게재지면 설정

디바이스

가능한 모든 디바이스 노출

모바일

게재지면

가능한 모든 지면 노출

카카오톡

예산 및 일정 설정

과금방식

CPC

최대 입찰금액

자동입찰

일예산

원

집행기간

오늘부터 종료일 없이 계속 게재

게재방식

빠른 게재

소재 최적화

소재 최적화 기능을 사용하면 성과가 좋은 소재들의 노출 기회를 높여 광고 그룹의 효율을 향상시킵니다. 단, 소재 개별 입찰가를 설정 할 수 없습니다.

[카카오톡 채팅탭에서 홍보하기 목적]

[카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 목적]

1. 플랫폼 구매 프로세스

(3) 광고 만들기 | 소재 생성

기존 소재 불러오기

새 소재 만들기

새로운 소재

캠페인, 광고그룹 설정 내용에 따라 가능한 소재만 표시됩니다.

배너

단일 이미지

소재 이름

소재 이름을 입력하세요.

35

소재 구성

배너 이미지 만들기

직접 업로드

홍보이미지

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

업로드 가능한 사이즈 및 용량 보기

한 번에 최대 100개까지 업로드 가능

소재 설명

장애인용 음성안내 정보를 입력하세요.

30

랜딩 URL

랜딩 유형 선택

소재 설정

입찰금액

500 원

광고그룹 최대 입찰금액 500원 이하로 입력하세요.

프리뷰시 캡

계재지면

카카오톡

미리보기 | 1029x186 (0)

0/0 < >

채팅

이하나 2

오늘의 정보기 목록

오후 8:24

뚜디, 하시우 3 호

비밀 메시지

오후 8:01

디자인실 5

참심택으며 개요

오후 1:20

해인

법칙고 안감려

오후 1:20

드라마북방 35

아마 전화해보자

오후 1:20

김안정

영웅축하해라

오후 8:26

생어

오후 1:20

취소

저장

[경로] 카카오모먼트 > 디스플레이 캠페인 생성 > 광고그룹 생성 > [+소재 등록]

1. **단일 이미지** : 클릭을 하면 소재 구성요소 입력을 할 수 있습니다.
2. **소재구성 요소**
 - 소재 이름 : 소재의 이름을 최대 35자까지 입력 가능
 - 홍보이미지 : 8 페이지에서 상세 안내
 - 소재 설명 : 장애인용 음성 안내 정보를 30자 이내로 입력. 특수문자 입력 불가
 - 랜딩 URL : 9페이지에서 상세 안내
3. **소재 설정**
 - 입찰금액 : 광고그룹 최대 입찰금액 이하로 입력할 수 있습니다.
 - [프리퀀시 캡 : 1~3회](#) 선택할 수 있습니다. 기준은 00~24시입니다.
4. **미리보기** : 등록된 소재는 미리보기를 통해 확인 가능하며, 실제 노출차 차이가 있을 수 있습니다.
5. **저장** : 저장 완료된 소재는 심사가 진행되며 등록된 소재가 심사 승인될 때까지는 보통 영업일 기준 [최대 2일 정도](#) 소요됩니다.

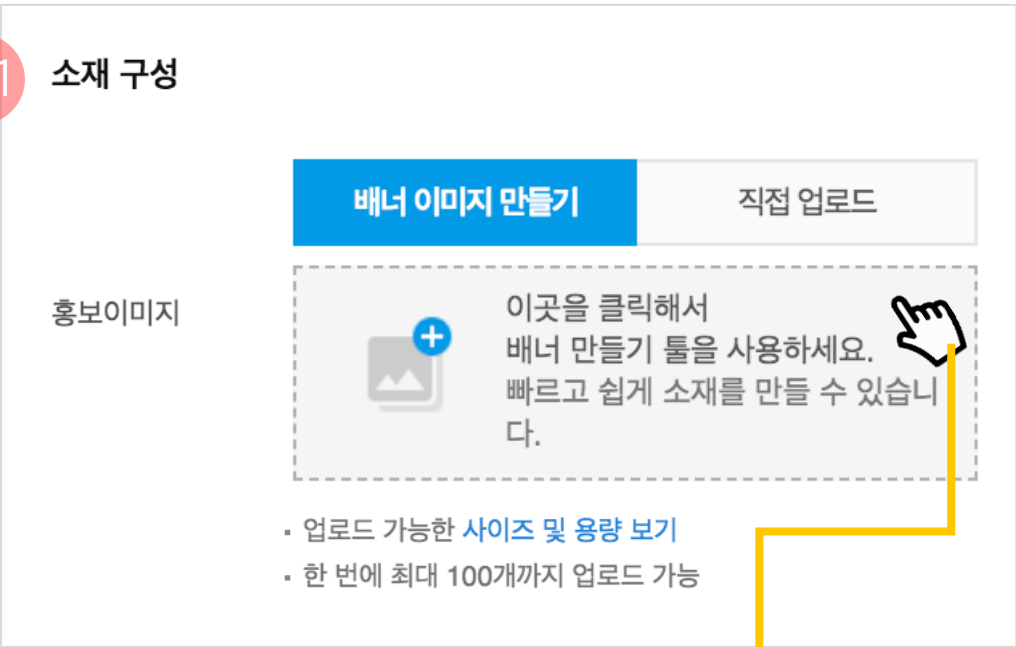
※ 참고사항

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

1. 플랫폼 구매 프로세스

(3) 광고 만들기 | 소재 생성

2-1 소재 구성



배너 이미지 만들기

1

두줄 카피형

한줄 카피형

2

메인 카피

문자 스타일 보기

메인 카피를 입력하세요.

50

3

서브 카피

서브 카피를 입력하세요.

50

4

오브젝트 이미지

314x186

PNG-24bit, 150KB

5

☒ 고지가 필요한 업종의 경우 선택하세요.

☒ 법적고지문 ☐ 채팅방 랜딩 고지문 ②

고지문을 입력하세요.

☒ 가이드라인 보기

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

· 자판 외 특수기호 및 이모티콘 사용 불가 예) ^^ / :D / ★

6

취소

저장

계속 만들기

[경로] 카카오톡 > 디스플레이 캠페인 생성 > 광고그룹 생성 > [+소재 등록]

- 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 : 1029×186 / 용량 : 150KB / 포맷 : PNG-24bit

배너 이미지 만들기	항목	내용
①	배너 이미지 종류	한줄카피형 텍스트 최소 길이 오브젝트 이미지 메인 카피 두줄카피형 텍스트 최소 길이 오브젝트 이미지 메인 카피 서브 카피
②	메인 카피	한글, 영문대소문자, 숫자, 자판내 특수문자입력가능
③	서브 카피 (두줄 카피형만 입력 가능)	
④	오브젝트 이미지	이미지 사이즈: 314x186 파일 형식: PNG 파일 용량: 150KB
⑤	고지문	고지가 필요한업종의 경우 선택하여 고지문을작성할 수 있습니다. 한글, 영문대소문자, 숫자, 자판내 특수문자입력가능
⑥	버튼명	취소: 배너만들기를 취소하고, 저장되지 않은 모든 내용은사라집니다. 저장: 배너이미지를 저장하고 배너이미지 만들기 팝업창이 닫힙니다. 계속 만들기: 배너 이미지를 저장하고, 새로운 배너 이미지를 계속하여 만들 수 있습니다.

1. 플랫폼 구매 프로세스

(3) 광고 만들기 | 소재 생성

2-2

랜딩 유형 선택

랜딩 유형 선택

샵탭

챗봇

애드뷰

URL

메시지

참여형 이벤트

[경로] 카카오모먼트 > 디스플레이 캠페인 생성 > 광고그룹 생성 > [+소재 등록]

2-2 . 랜딩 URL : 광고가 실제 랜딩되는 페이지로, 랜딩 유형 선택 가능 (샵탭, 챗봇, 애드뷰, URL, 메시지, 참여형 이벤트)

① 샵탭

랜딩 URL

샵탭

q

검색어를 입력하세요.

20

④ URL

랜딩 URL

URL

특 서비스 랜딩 URL을 입력하세요.
(예: <https://store.kakao.com/example>)

② 챗봇

랜딩 URL

챗봇

친구탭폴친_12

랜딩에 사용할 키워드를 입력하세요.

50

⑤ 메시지

랜딩 URL

메시지

카카오톡 채널 선택

③ 애드뷰

랜딩 URL

애드뷰

애드뷰 선택

⑥ 참여형 이벤트

랜딩 URL

참여형 이벤트

참여형 이벤트 선택

순서	랜딩유형	내용
①	샵탭	- 샵탭의 검색결과로 랜딩 가능 - q= 검색어 입력 (텍스트 입력 20자까지 가능)
②	챗봇	- 챗봇에 연동된 카카오톡 채널 리스트 선택 - 발화 키워드 입력 영역 출력 - 글자수 50자, 특수기호 1개만 가능
③	애드뷰	- 만들어진 애드뷰 리스트 선택 - 콤팩트뷰는 광고계정>광고관리>애드뷰 만들기에서 등록 가능 - 선택한 애드뷰는 랜딩 미리보기 통해 제공
④	URL	- 선물하기, 토크스토어, 메이커스 입점 대상으로 상세 상품 페이지 이동 가능 - 특 서비스 랜딩 URL 직접 입력 가능 -메이커스: https://makers.kakao.com -토크스토어: https://store.kakao.com -선물하기: https://gift-talk.kakao.com
⑤	메시지	- 카카오계정에 연동된 카카오톡 채널 리스트 선택 - 선택한 카카오톡 채널 메시지는 랜딩 미리보기 통해 제공
⑥	참여형 이벤트	- 만들어진 참여형 이벤트 리스트 선택 - 참여형 이벤트는 광고계정>광고관리>참여형 이벤트 만들기에서 등록 가능

1. 플랫폼 구매 프로세스

(4) 애드뷰 만들기

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

[경로] 카카오톡 > 광고계정 > 광고관리 > [+애드뷰 만들기]

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

- 광고계정 당 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

애드뷰 이름을 입력하세요. 20

6 미리보기

애드뷰 구성

2 브랜드 이름

브랜드 이름을 입력하세요. 15

3-1 홍보이미지

1280x720
JPG/JPEG/PNG, 400KB

4 타이틀

타이틀을 입력하세요. 45

5 버튼1

버튼1 이름 선택

버튼2

버튼2 이름 선택

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

× 브랜드이름

*공유 말풍선이란?
애드뷰 우상단톡 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	14페이지에서 상세 안내		
6	미리보기	미리보기를 제공합니다.		

3-1

프렌즈타운

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

자세히 보기

해당 애드뷰로 랜딩

AD 카카오톡

오전 11:13

3-2

홍보동영상

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

+ 카카오톡 가져오기

• 카카오톡 가져오기

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

3-3

소재영역

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

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

*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.

광고주는 타인의 권리(지적재산권, 초상권 등)를 침해하는 소재 금지 외 카카오톡 정책을 준수할 의무가 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	14페이지에서 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

6

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, 카카오톡 계정과 카카오톡 계정이 동일하고, 위 홍보동영상 사이즈/형식/용량에 부합하는 경우에 동영상 등록이 가능합니다.

자세히 보기

해당 애드뷰로 랜딩

AD 카카오톡

오전 11:13

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

3

버튼1

버튼1 이름 선택

버튼2

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.

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	14페이지에서 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 5개 까지만 등록 가능) 소재 영역의 전체 세로합은 최소 3120px 이상되도록 필수로 제작해주셔야 합니다.	

2-2

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 TV 동영상 조회수에 반영됩니다.
단, 카카오톡모먼트와 카카오톡 TV 계정이 동일하고, 위 홍보동영상 사이즈/형식/용량에 부합하는 경우에 동영상 등록이 가능합니다.

4

5

6

프렌즈타운

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

자세히 보기

해당 애드뷰로 랜딩

AD 카카오톡모먼트

오전 11:13

1. 플랫폼 구매 프로세스

(5) 새 애드뷰 만들기 | 콤팩트뷰/풀뷰

콤팩트뷰

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
		선물하기
		원클릭 결제하기
		이모티콘 받기
		채널 추가하기
		톡에서 설문하기
		톡에서 예약하기
		톡에서 응모하기
		톡에서 회원가입
		톡으로 설문하기
		톡으로 예약하기
		톡으로 응모하기
		톡으로 문의하기
		톡으로 공유하기
		톡으로 확인하기
	버튼 1	자세히보기
회색 버튼	버튼2	가입하러 가기 / 게임하러 가기 / 구매하러 가기 사전예약 하기 / 신청하러 가기 / 앱다운로드 영상보러 가기 / 예매하러 가기 / 예약하러 가기 참여하러 가기 / 자세히보기

※ 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 카카오톡 서비스로 랜딩 활용 가능하며, 회색 버튼은 카카오톡 서비스 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.

(6) 참여형 이벤트 만들기

1. 플랫폼 구매 프로세스

(7) 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. **오늘 지표**: 광고 집행 후 남은 캐시 잔액과 등록된 자동결제를 통해 청구될 금액, 소진 비용 확인이 가능합니다.
- 3. **성과**: 캠페인, 광고그룹, 소재단위 별 성과 및 지표를 그래프로 확인 가능합니다.
- 4. **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

(8) 성과 관리 | 애드뷰 지표

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

[대시보드]

1

광고그룹 1 소재 0 2019-04-12 ~ 2019-04-18

+ 새 그룹 만들기 삭제 ON OFF

☐ 광고그룹	ON/OFF	상태	일예산	버튼1 클릭수	버튼2 클릭수	공유 버튼 클릭수	이미지/동영상1 노출수	동영상1 자동 재생수	동영상1 터치 재생수
전체 광고그룹				0	0	0	0		
☐ 특프리미엄 광고그룹		● 운영 중	10,000	0	0	0	0		

<< < 1 > >> 행 : 10개

열 : 애드뷰 지표

☐ 기본 지표
☐ 추가 지표
☐ 카카오톡 친구 지표
☐ 픽셀 전환 지표
☐ SDK 전환 지표
☐ 톡 전환 지표
☐ 동영상 지표
☒ 애드뷰 지표

[맞춤보고서]

2

맞춤보고서 만들기 2t성과정테스트광고계정 37354

디스플레이 캠페인

광고계정

디스플레이 캠페인

광고그룹

소재

메시지 캠페인

광고그룹

메시지

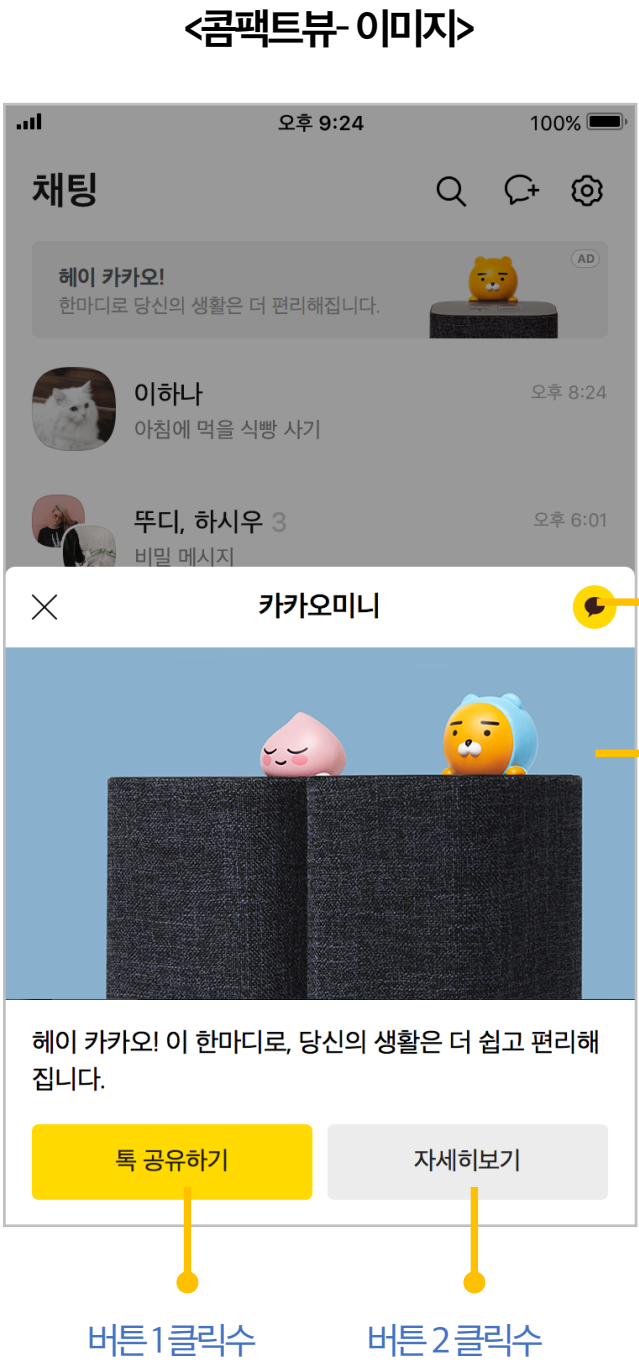
기간	버튼1 클릭수	버튼2 클릭수	공유 버튼 클릭수	동영상1 자동 재생수	동영상1 터치 재생수	동영상1
2019-04-17 ~ 2019-04-17	0	0		0	0	
2019-04-17 ~ 2019-04-17	0	0		0	0	
2019-04-17 ~ 2019-04-17	0	0		0	0	
2019-04-17 ~ 2019-04-17	0	0		0	0	

열 : 애드뷰 지표

☐ 기본 지표
☐ 추가 지표
☐ 카카오톡 친구 지표
☐ 픽셀 전환 지표
☐ SDK 전환 지표
☐ 톡 전환 지표
☐ 동영상 지표
☒ 애드뷰 지표

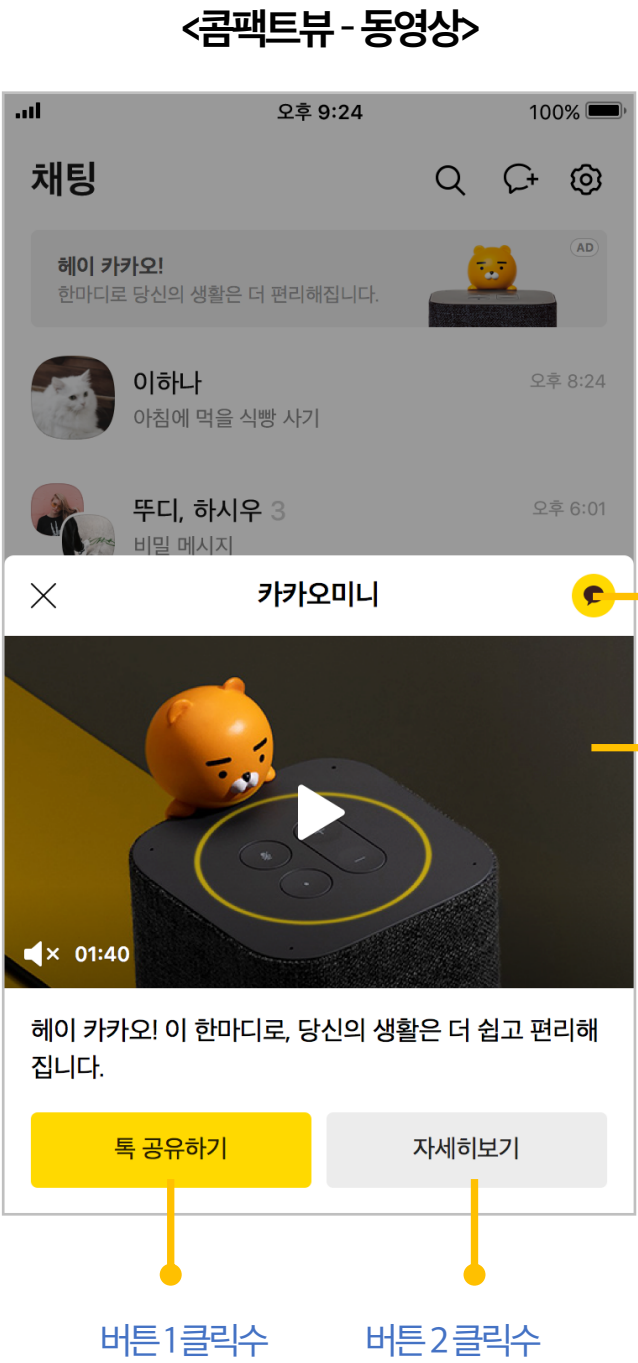
1. 플랫폼 구매 프로세스

(8) 성과 관리 | 애드뷰 지표



공유 버튼 클릭수

이미지/동영상1 노출수



공유 버튼 클릭수

이미지/동영상1 노출수
동영상1 3초 재생수
동영상1 자동 재생수
동영상1 터치 재생수

[지표 설명]

순서	템플릿유형	지표	설명
1	이미지형 동영상형 캐러셀형 스크롤형	버튼1 클릭수	모든 유형 애드뷰의 버튼1 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
2		버튼2 클릭수	모든 유형 애드뷰의 버튼2 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다
3		공유 버튼 클릭수	모든 유형 애드뷰의 상단 공유 버튼 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
4		이미지/동영상1 노출수	모든 유형 애드뷰의 첨부된 이미지나 동영상이 노출된 횟수를 의미합니다. (캐러셀형, 스크롤형인 경우, 첫번째 순서)
5	동영상형 캐러셀형 스크롤형	동영상1 자동 재생수	동영상형 애드뷰의 첨부된 동영상이 자동 재생된 횟수를 의미합니다. (캐러셀형, 스크롤형인 경우, 첫번째 순서가 동영상인 경우 해당)
6		동영상1 터치 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	캐러셀형,스크롤형 (스ワイ프/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	캐러셀형,스크롤형 (스ワイ프/스크롤하여 3번째 영역)	동영상2 3초 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 두번째 순서가 동영상인 경우, 3초 재생된 횟수를 의미합니다.
12		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	캐러셀형 (스ワイ프하여 4번째 영역)	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		이미지/동영상4 노출수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 네번째 순서에 첨부된 이미지나 동영상이 노출된 횟수를 의미합니다.
17	캐러셀형,스크롤형 (스ワイ프/스크롤하여 5번째 영역)	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	캐러셀형,스크롤형 (스ワイ프/스크롤하여 5번째 영역)	이미지/동영상5 노출수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 열번째 순서에 첨부된 이미지나 동영상이 노출된 횟수를 의미합니다.
21		동영상5 자동 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 열번째 순서가 동영상인 경우, 자동 재생된 횟수를 의미합니다.
22		동영상5 터치 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 열번째 순서가 동영상인 경우, 터치 재생된 횟수를 의미합니다.
23	캐러셀형,스크롤형 (스ワイ프/스크롤하여 5번째 영역)	동영상5 3초 재생수	캐러셀/스크롤형 애드뷰의 열번째 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

(8) 성과 관리 | 특 전환 지표

[경로] 카카오톡> 광고계정 > 디스플레이 캠페인>광고그룹>소재 대시보드> 열 지표 (특 전환 지표 선택)
[경로] 카카오톡> 광고계정 > 보고서 > 맞춤보고서 > 맞춤보고서 만들기 > 단위: 디스플레이 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))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	2019-04-12							
+ 새 그룹 만들기		삭제	ON	OFF					
☐ 광고그룹	ON/OFF	상태 ③	일예산	특 가입(직접) ③	특 구매(직접) ③	특 구매금액(직접) ③	특 참여(직접) ③	특 가입(간접) ③	특 구매(간접) ③
전체 광고그룹				0	0	0	0	0	
☐ 토크프리미엄 광고그룹	ON	● 운영 중	10,000	0	0	0	0	0	

열 : 특 전환 지표

☐ 기본 지표

☐ 추가 지표

☐ 카카오톡 친구 지표

☐ 픽셀 전환 지표

☐ SDK 전환 지표

☒ 특 전환 지표

☐ 동영상 지표

☐ 애드뷰 지표

[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 의미하며, 500원 단위로 올림되어 집계된 결과입니다.
4	특 참여(직접)	광고 클릭 후, 24시간 이내 카카오톡 내 서비스에서 발생한 참여건수를 의미합니다.
5	특 가입(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 7일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 회원 가입수를 의미합니다.
6	특 구매(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 7일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 구매건수를 의미합니다.
7	특 구매금액(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 7일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 구매비용을 의미하며, 500원 단위로 올림되어 집계된 결과입니다.
8	특 참여(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 7일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 참여건수를 의미합니다.

[맞춤보고서]

2

디스플레이 캠페인	기간	특 가입(직접)	특 구매(직접)	특 구매금액(직접)	특 가입(간접)	특 구매(간접)	특 구매금액(간접)
광고계정 > 디스플레이 캠페인 > 광고그룹 > 소재	2019-04-12 ~ 2019-04-18	1	1		0	0	0
광고계정 > 디스플레이 캠페인 > 메시지 캠페인	2019-04-12 ~ 2019-04-18	0	0		0	0	0
광고계정 > 디스플레이 캠페인 > 광고그룹 > 메시지	2019-04-12 ~ 2019-04-18	0	0		0	0	0
광고계정 > 디스플레이 캠페인 > 광고그룹 > 메시지 > 리기_책1	2019-04-12 ~ 2019-04-18	0	0		0	0	0

열 : 특 전환 지표

☐ 기본 지표

☐ 추가 지표

☐ 카카오톡 친구 지표

☐ 픽셀 전환 지표

☐ SDK 전환 지표

☒ 특 전환 지표

☐ 동영상 지표

☐ 애드뷰 지표

1. 플랫폼 구매 프로세스

(8) 성과 관리 | 채팅방 랜딩 지표

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

[대시보드]

디스플레이 캠페인 3 메시지 캠페인 0 2019-05-29 ~ 2019-06-04

+ 새 캠페인 만들기

삭제

ON

OFF

캠페인	ON/OFF	상태	일예산	노출수	클릭수	클릭률	비용
전체 캠페인				0	0	0%	
☐ 카카오톡_사내테스트_0425	☒	● 운영 중	미설정	0	0	0%	-17 ~ 종료일 없음
☐ test	☒	● 운영 중	미설정	0	0	0%	-25 ~ 2019-04-30

<< < 1 > >>

행 : 10개

열 : 기본 지표

☒ 기본 지표

☐ 추가 지표

☐ 카카오톡 친구 지표

☐ 픽셀 전환 지표

☐ SDK 전환 지표

☐ 특 전환 지표

☐ 동영상 지표

☐ 애드뷰 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.

2

[맞춤보고서]

디스플레이 캠페인

광고계정

디스플레이 캠페인

광고그룹

소재

메시지 캠페인

광고그룹

메시지

기간	노출수	클릭률	비용	
2019-05-29 ~ 2019-06-04	0	0	0%	0
2019-05-29 ~ 2019-06-04	0	0	0%	0
2019-05-29 ~ 2019-06-04	0	0	0%	0

<< < 1 > >>

열 : 기본 지표

☒ 기본 지표

☐ 추가 지표

☐ 카카오톡 친구 지표

☐ 픽셀 전환 지표

☐ SDK 전환 지표

☐ 특 전환 지표

☐ 동영상 지표

☐ 애드뷰 지표

☐ 채팅방 랜딩 지표

1. 플랫폼 구매 프로세스

(9) 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
- 원

타인의 광고비를 대신 결제하는 경우, 금전적 피해가 발생할 수 있으니 주의하시기 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 안내Non-ActiveX 적용에 따라, Internet Explorer 이외의 브라우저에서도 신용카드 결제가 가능합니다.(단, 외환,하나,씨티,국민/BIC(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 이름산업

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