Kakao Talk Bizboard Beta

플랫폼 등록 가이드

비딩형 Version 0.9 l final updated 2019.09.24

kakao

INDEX

1. 광고 구매 프로세스

- 광고 만들기 (캠페인-광고그룹-소재)
- 애드뷰 만들기
- 참여형 이벤트 만들기
- 광고관리
- 성과관리 (애드뷰 지표/ 톡 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

[광고 목적]
- 카카오톡 채팅탭에서 홍보하기 (픽셀&SDK 연동 필수)
- 카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 (픽셀&SDK 연동 필수)

- **소재유형** : 배너(1029×186)
- **랜딩URL** : 샵탭/ 챗봇/ 애드뷰/ URL/ 메시지/ 참여형 이벤트
- **프리퀀시 설정**

[카카오톡 채팅탭에서 홍보하기 목적]
- 오디언스 설정 : 맞춤타겟, 데모그래픽 전체 설정 가능.
- 디바이스 및 게재지면 : 모바일 / 카카오톡
- 과금방식 및 입찰금액 설정 : CPC (최소 200원) , CPM (최소 4,000원)
- 집행기간 및 예산 설정
- 게재방식 : 광고게재 / 소재최적화

[카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 목적]
- 오디언스 설정 : 데모그래픽 설정
- 디바이스 및 게재지면 : 모바일 / 카카오톡
- 과금방식 및 입찰금액 설정 : CPC / 자동입찰
- 집행기간 및 예산 설정
- 게재방식 : 소재최적화 필수

1. 플랫폼 구매 프로세스

(1) 광고 만들기 | 캠페인 생성

[경로] 카카오모먼트 > 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.

[카카오톡 채팅탭에서 홍보하기 목적]

[카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 목적]

kakao

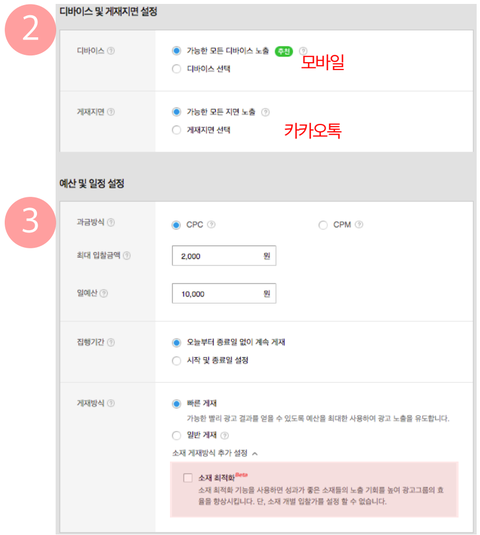
1. 플랫폼 구매 프로세스

(2) 광고 만들기 | 광고그룹 생성

[경로] 카카오모먼트 > 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 맞춤타겟 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
   - ㄴ 최대 입찰 금액 : CPC 최대 입찰금액은 최소 200원 / CPM 최대 입찰금액은 최소 4,000원이며, 광고그룹 '일예산'의 50% 또는 1백만 원 중 작은 값 이하로 입력이 가능합니다.
   - ㄴ 광고그룹 일예산 : 최소 10,000원 ~ 최대 1,000,000,000원까지 설정 가능합니다.
   - ㄴ 소재 최적화 : 성과 좋은 소재들의 노출 기회 부여 및 소재 개별 입찰가 설정 불가하며, 설정/해제 가능합니다.

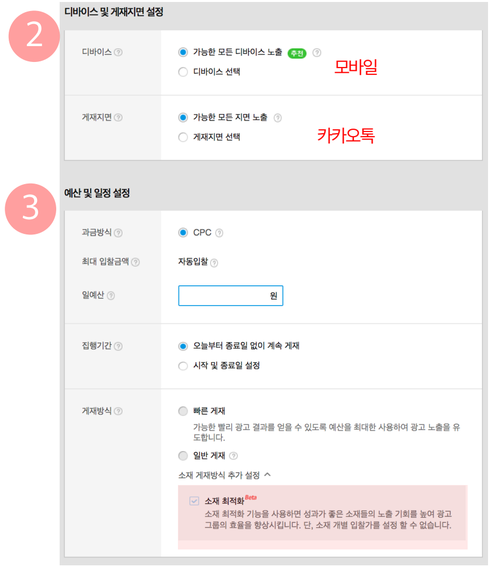


[카카오톡 채팅탭에서 홍보하기 목적]

[경로] 카카오모먼트 > 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
   - ㄴ 광고그룹 일예산 : 최소 10,000원 ~ 최대 1,000,000,000원까지 설정 가능합니다.
   - ㄴ 소재 최적화 : 성과 좋은 소재들의 노출 기회 부여 및 소재 개별 입찰가 설정 불가하며, 해당 목적은 디폴트 설정 값입니다.



[카카오톡 채팅탭에서 스마트 광고하기 목적]

kakao

1. 플랫폼 구매 프로세스

(3) 광고 만들기 | 소재 생성

[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

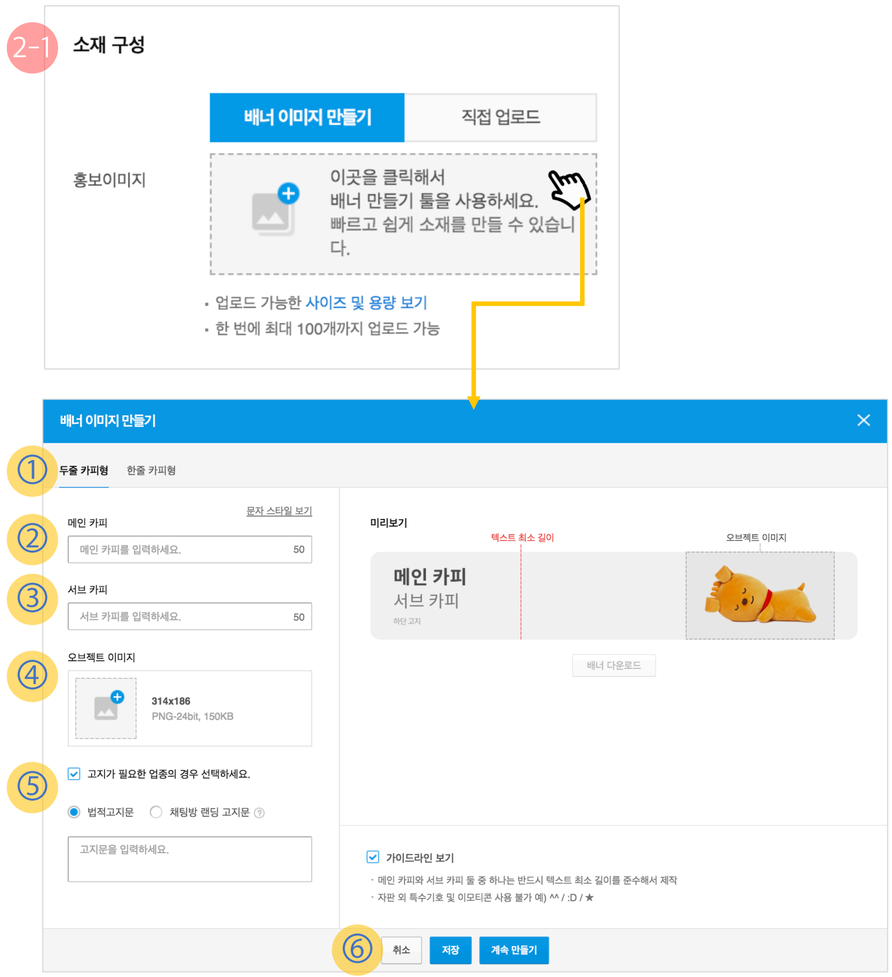
3. **소재 설정**
   - 입찰금액 : 광고그룹 최대 입찰금액 이하로 입력할 수 있습니다.
   - 프리퀀시 캡 : 1~3회 선택할 수 있습니다. 기준은 00~24시입니다.

4. **미리보기 :** 등록한 소재는 미리보기를 통해 확인 가능하며, 실제 노출가 차이가 있을 수 있습니다.

5. **저장 :** 저장 완료된 소재는 심사가 진행되며 등록한 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.

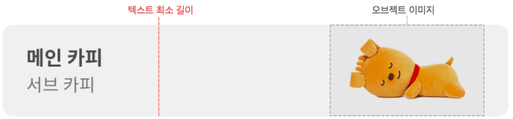
(3) 광고 만들기 | 소재 생성



[경로] 카카오모먼트 > 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	• 한줄 카피형 • 두줄 카피형 
②	메인 카피	• 한글, 영문 대소문자, 숫자, 자판 내 특수문자 입력 가능
③	서브 카피 (두줄 카피형만 입력 가능)	
④	오브젝트 이미지	• 이미지 사이즈 : 314×186 • 파일 형식 : PNG • 파일 용량 : 150KB
⑤	고지문	고지가 필요한 업종의 경우 선택하여 고지문을 작성할 수 있습니다. • 한글, 영문 대소문자, 숫자, 자판 내 특수문자 입력 가능
⑥	버튼명	• 취소 : 배너 만들기를 취소하고, 저장되지 않은 모든 내용은 사라집니다. • 저장 : 배너 이미지를 저장하고, 배너 이미지 만들기 팝업창이 닫힙니다. • 계속 만들기 : 배너 이미지를 저장하고, 새로운 배너 이미지를 계속하여 만들 수 있습니다.

(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]

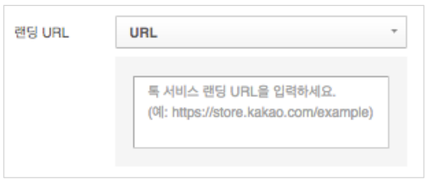
2-2 . 랜딩 URL : 광고가 실제 랜딩되는 페이지로, 랜딩 유형 선택 가능 **(샵탭, 챗봇, 애드뷰, URL, 메시지, 참여형 이벤트)**

① **샵탭**

② **챗봇**

③ **애드뷰**

④ **URL**



⑤ **메시지**

⑥ **참여형 이벤트**

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 1,?만 가능
③	애드뷰	• 만들어진 애드뷰 리스트 선택 • 콤팩트뷰는 광고계정>광고관리>애드뷰 만들기에서 등록 가능 • 선택한 애드뷰는 랜딩 미리보기 통해 제공
④	URL	• 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	• 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

(4) 애드뷰 만들기

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

[경로] 카카오모먼트 > 광고계정 > 광고관리 > [+애드뷰 만들기]

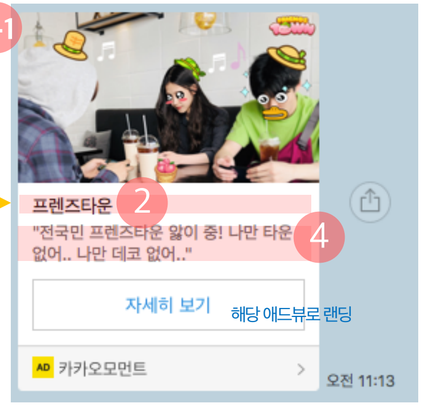
1. **애드뷰 만들기**
   - 카카오톡 채팅탭에서 노출되는 배너의 랜딩으로 사용할 애드뷰를 신규 생성할 수 있으며, 콤팩트뷰(이미지/동영상/캐러셀)와 풀뷰(이미지/동영상/스크롤) 중 선택할 수 있습니다.
   - 광고계정 당 최대 1000개까지 생성 가능합니다. 단 이후 초과 등록은 불가하며, 기존 등록한 애드뷰의 수정 및 삭제가 불가하므로 유의 바랍니다.

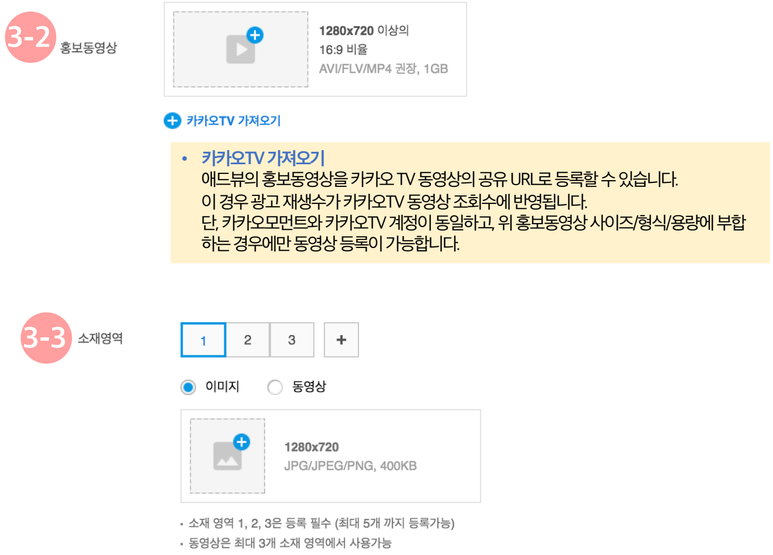
2. **애드뷰 목록**
   - 광고계정 내 등록된 전체 애드뷰 리스트를 확인할 수 있으며, 미리보기를 제공합니다.

1. 플랫폼 구매 프로세스

(5) 새 애드뷰 만들기 | 콤팩트뷰

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 좌동
4	타이틀	타이틀을 입력하세요 (최대 45자)		
5	버튼1, 버튼 2	14페이지에서 상세 안내		
6	미리보기	미리보기를 제공합니다.		



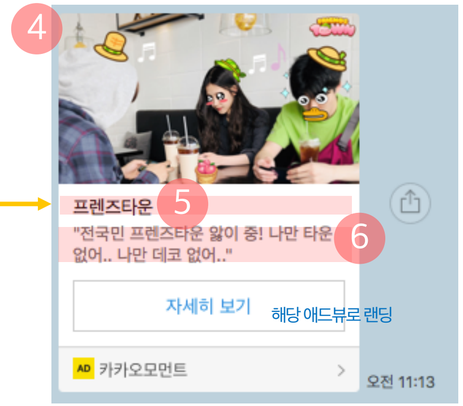


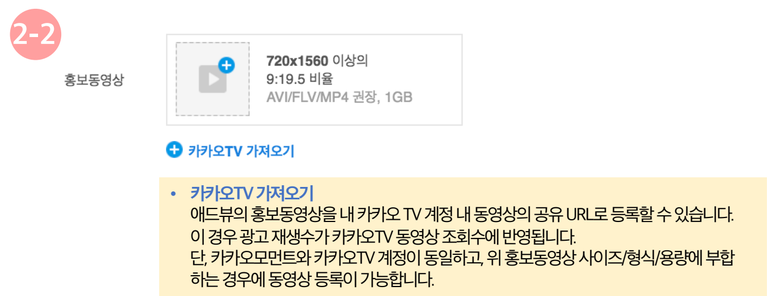
kakao

1. 플랫폼 구매 프로세스

(5) 새 애드뷰 만들기 | 풀뷰(이미지/동영상)

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.	





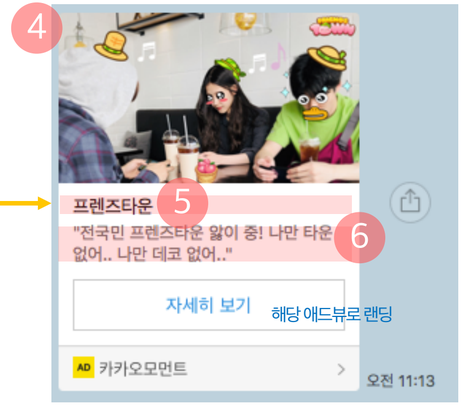
- **카카오TV 가져오기**
  애드뷰의 홍보동영상을 내 카카오 TV 계정 내 동영상의 공유 URL로 등록할 수 있습니다.
  이 경우 광고 재생수가 카카오TV 동영상 조회수에 반영됩니다.
  단, 카카오모먼트와 카카오TV 계정이 동일하고, 위 홍보동영상 사이즈/형식/용량에 부합하는 경우에 동영상 등록이 가능합니다.

kakao

1. 플랫폼 구매 프로세스

(5) 새 애드뷰 만들기 | 풀뷰(스크롤)

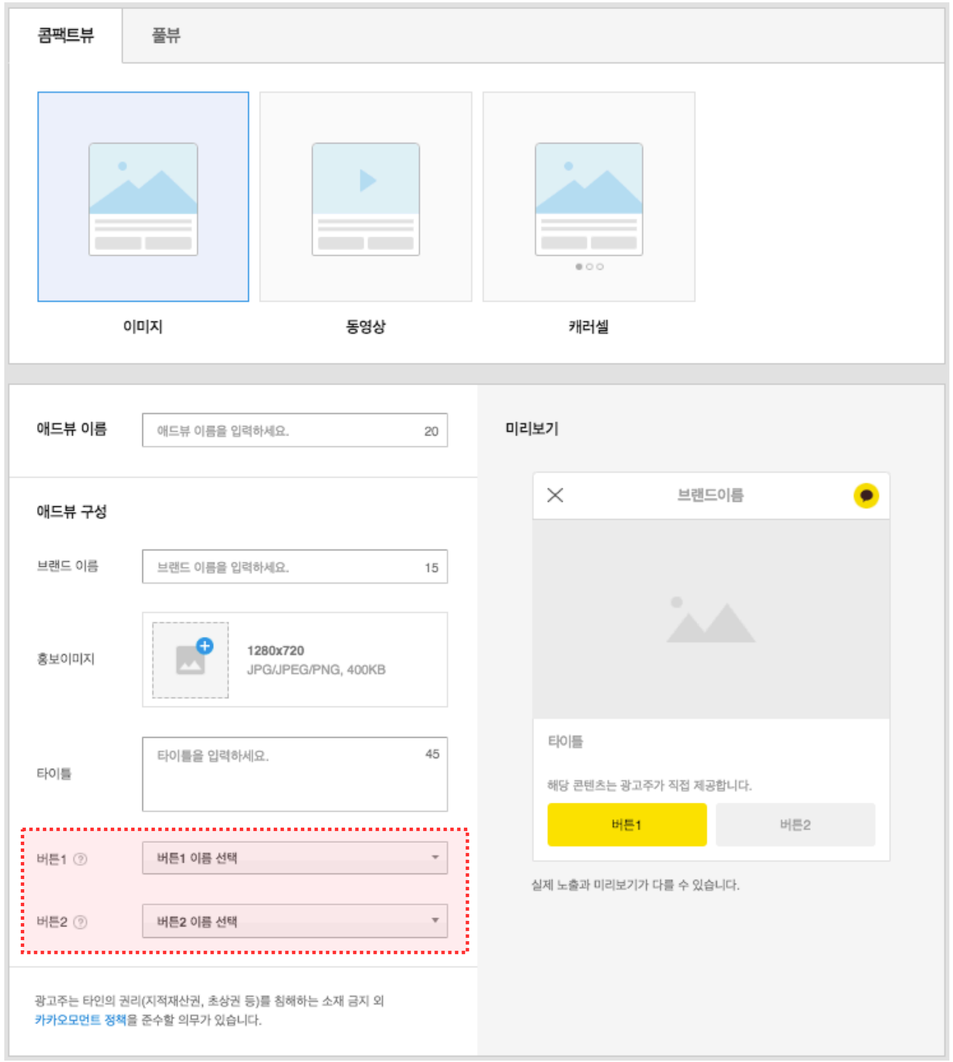
순서	항목	상세 설명	
		스크롤 이미지	스크롤 동영상
1	애드뷰 이름	애드뷰를 관리하기 용이한 이름을 입력하세요. (최대 20자, 중복 불가)	
2	소재 영역	2-1. 홍보이미지 - 사이즈(가로): 720px 사이즈(세로): 360px ~ 7800px - 형식 : JPG/JPEG/PNG - 용량 : 400KB	2-2. 홍보 동영상 - 사이즈 : 720x1560 이상의 6:13 비율 720x1280 이상의 9:16 비율 1280x720 이상의 16:9 비율 720x720 이상의 1:1 비율 - 형식. : AVI/FLV/MP4 파일 권장 - 용량 : 1GB • 맞춤썸네일 (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.	



- **카카오TV 가져오기**
  애드뷰의 홍보동영상을 내 카카오 TV 계정 내 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 경우에 동영상 등록이 가능합니다.

1. 플랫폼 구매 프로세스

(5) 새 애드뷰 만들기 | 콤팩트뷰/풀뷰



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 ID 를 입력하세요.
		채널 추가하기	내 카카오계정에 연동된 카카오톡 채널 리스트가 출력되며, 선택 시 자동으로 카카오톡 채널 홈으로 랜딩으로 연결됩니다.
		톡에서 설문하기	참여형 설문 이벤트에 해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택해주세요. (플러그인)
		톡에서 예약하기	참여형 예약 이벤트에 해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택해주세요. (플러그인)
		톡에서 응모하기	참여형 응모 이벤트에 해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택해주세요. (플러그인)
		톡에서 회원가입	카카오싱크 연동 완료된 광고주에 한하여 가능하며, 회원가입 동의창 랜딩URL을 입력하세요.
		톡으로 설문하기	참여형 설문 이벤트에 해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택해주세요. (챗봇)
		톡으로 예약하기	참여형 예약 이벤트에 해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택해주세요. (챗봇)
		톡으로 응모하기	참여형 응모 이벤트에 해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택해주세요. (챗봇)
		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.
	버튼 1	자세히보기	카카오톡과 연결된 서비스의 랜딩 URL을 입력하세요.
회색 버튼	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,
회색 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.

(6) 참여형 이벤트 만들기

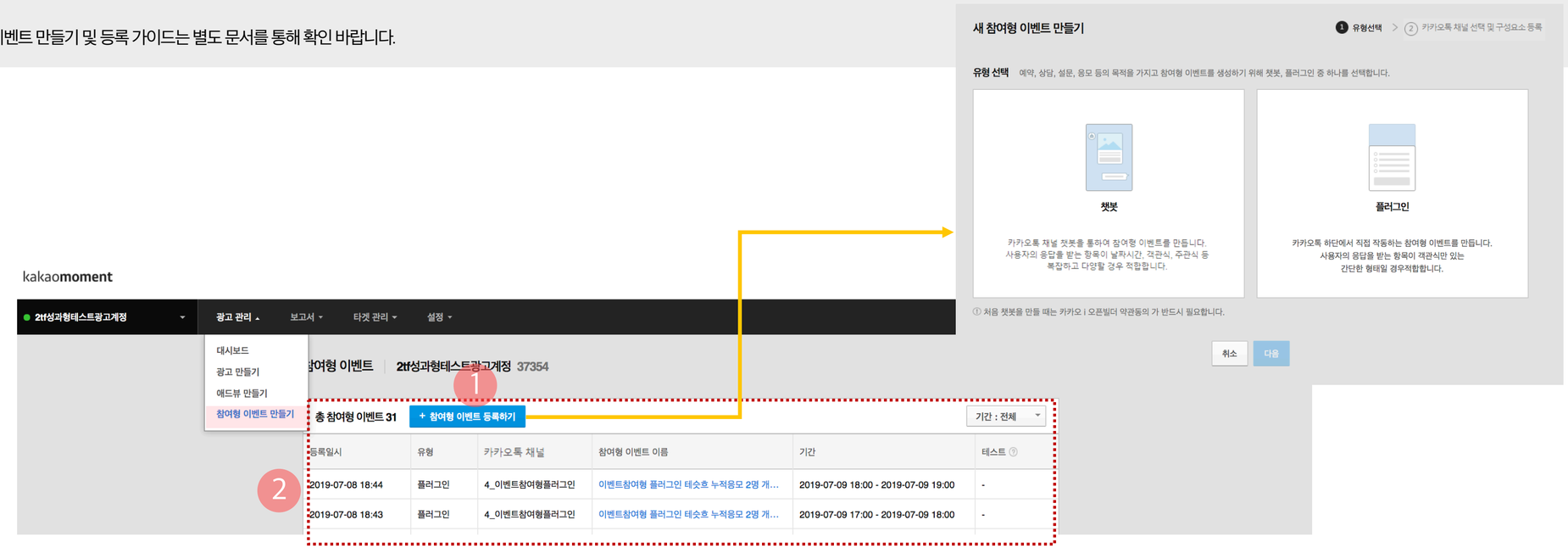
챗봇 또는 플러그인을 통해 응모, 설문 등을 처리할 수 있는 기능으로, 애드뷰 또는 배너의 랜딩으로 활용할 수 있습니다. 참여형 이벤트를 통해 받은 응모, 설문에 대한 결과 보고서는 카카오모먼트를 통해서 편리하게 확인할 수 있습니다.

[경로] 카카오모먼트 > 광고계정 > 광고관리 > [+참여형 이벤트 만들기]

1. 참여형 이벤트 만들기
- 참여형 이벤트 만들기' 버튼을 클릭하여 참여형 이벤트를 만들 수 있습니다.
- 개인정보 취급위탁 동의 : 참여형 이벤트는 카카오가 필수로 제공하는 개인정보(닉네임, 이메일, 전화번호)와 광고주가 수집하는 개인정보를 위탁함에 있어, 개인정보 취급위탁 동의를 통해 업무위탁 계약을 체결합니다.
- 광고계정 당 최대 100개까지 만들 수 있으며, 한 번 등록한 이벤트는 수정 및 삭제가 불가합니다.

2. 참여형 이벤트 목록
- 광고계정 내 등록된 전체 참여형 이벤트 리스트를 확인할 수 있으며, 챗봇 유형에서만 테스트 발송이 가능합니다. *(*플러그인 추후 지원)*

※ 참고사항
- 참여형 이벤트 만들기 및 등록 가이드는 별도 문서를 통해 확인 바랍니다.



1. 플랫폼 구매 프로세스

(7) 광고 관리 | 대시보드

[경로] 카카오모먼트 > 광고관리 > 대시보드

- 등록한 캠페인 / 광고그룹 / 소재는 대시보드 메뉴를 통해 결제정보, 광고 등록 현황, on/off, 성과분석을 할 수 있습니다.

1. **기본 정보/ 운영 정보 :** 광고계정의의 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/톡 전환 지표/애드뷰 지표/채팅방 랜딩 지표를 확인할 수 있습니다

kakao

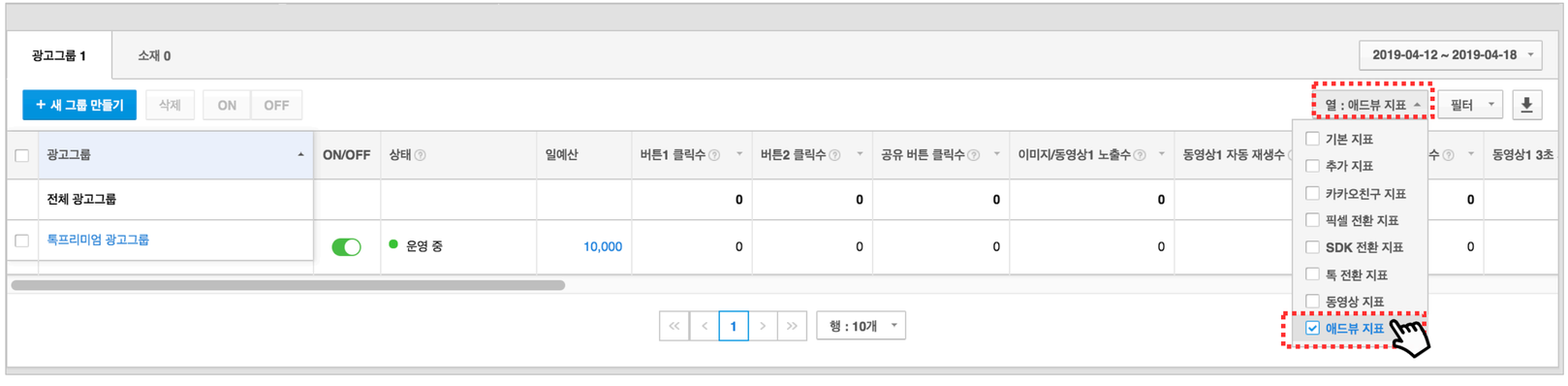
(8) 성과 관리 | 애드뷰 지표

[경로] 카카오모먼트 > 광고계정 > 디스플레이 캠페인·광고그룹·소재 대시보드 > 열 지표 (애드뷰지표 선택)
[경로] 카카오모먼트 > 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



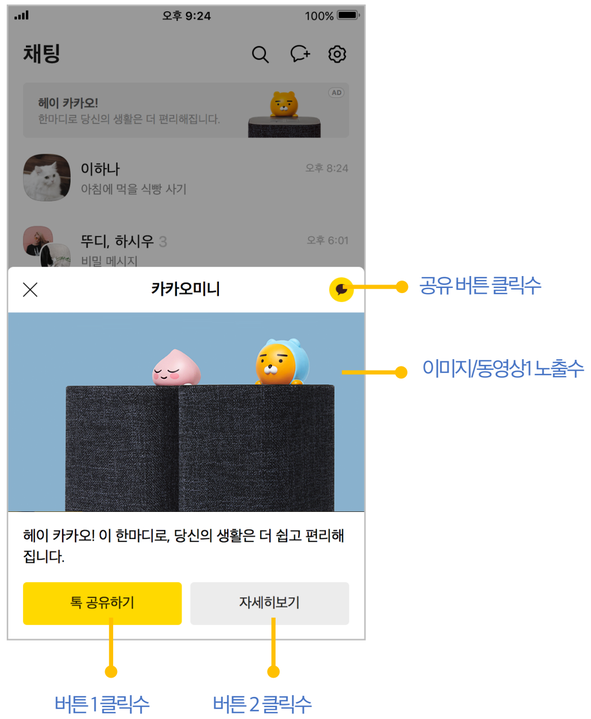
[맞춤보고서]

2

1. 플랫폼 구매 프로세스

(8) 성과 관리 | 애드뷰 지표

<콤팩트뷰- 이미지>



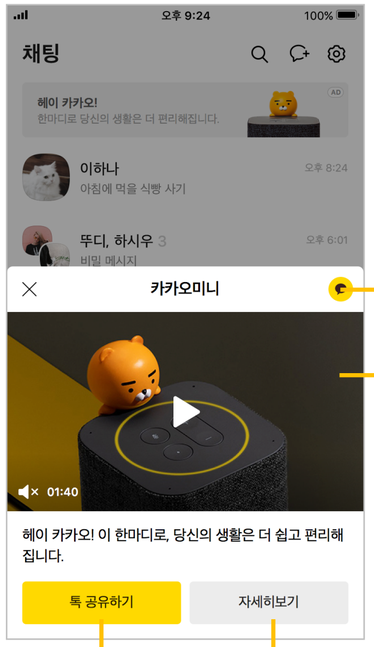
공유 버튼 클릭수

이미지/동영상1 노출수

버튼 1 클릭수

버튼 2 클릭수

<콤팩트뷰 - 동영상>



공유 버튼 클릭수

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

버튼 1 클릭수

버튼 2 클릭수

[지표 설명]

순서	템플릿유형	지표	설명
1	이미지형 동영상형 캐러셀형 스크롤형	버튼1 클릭수	모든 유형 애드뷰의 버튼1 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다.
2		버튼 2 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 (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	캐러셀형,스크롤형 (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	캐러셀형,스크롤형 (스와이프/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		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 | 톡 전환 지표

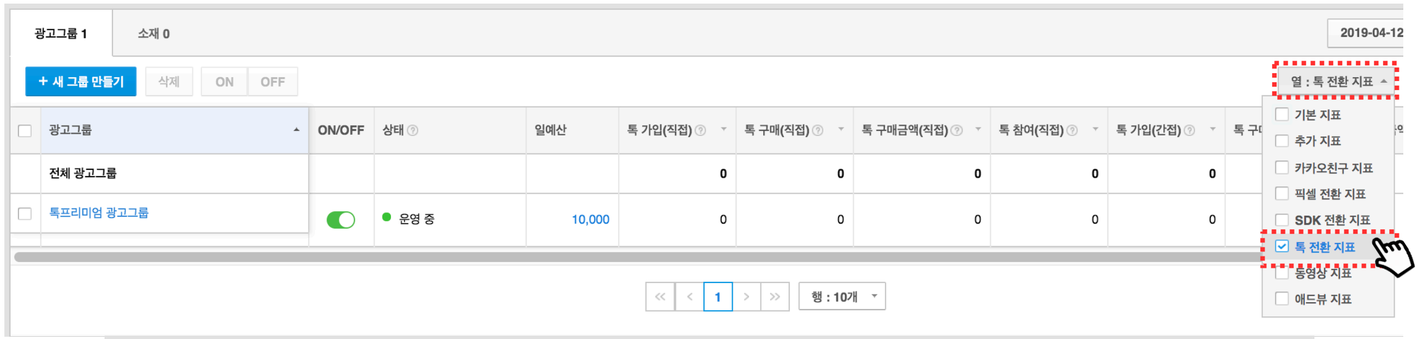
[경로] 카카오모먼트 > 광고계정 > 디스플레이 캠페인·광고그룹·소재 대시보드 > 열 지표 (톡 전환 지표 선택)
[경로] 카카오모먼트 > 광고계정 > 보고서 > 맞춤보고서 > 맞춤보고서 만들기 > 단위 : 디스플레이 캠페인·광고그룹·소재 > 열 지표 (톡 전환 지표 선택)

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

※ 참고사항
- 톡 전환 지표는 톡 서비스(선물하기, 메이커스, 톡스토어, 카카오톡 채널)와 트랙ID 연동 작업을 플랫폼을 통해 가능하며, 전환데이터 수집 가능합니다. ☞ **연동 가이드 문서**
- 참여형 이벤트 전환은 톡 참여(직접), 톡 참여(간접) 지표로 예약/응모/설문 참여 건수를 확인할 수 있습니다.

[대시보드]

1



2

[맞춤보고서]

[지표 설명]

순서	지표	설명
1	톡 가입(직접)	광고 클릭 후, 24시간 이내 카카오톡 내 서비스에서 발생한 회원 가입수를 의미합니다.
2	톡 구매(직접)	광고 클릭 후, 24시간 이내 카카오톡 내 서비스에서 발생한구매건수를 의미합니다.
3	톡 구매금액(직접)	광고 클릭 후, 24시간 이내 카카오톡 내 서비스에서 발생한 구매비용을 의미하며, 500원 단위로 올림되어 집계된 결과입니다.
4	톡 참여(직접)	광고 클릭 후, 24시간 이내 카카오톡 내 서비스에서 발생한 참여건수을 의미합니다.
5	톡 가입(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 7일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 회원 가입수를 의미합니다.
6	톡 구매(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 7일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 구매건수를 의미합니다.
7	톡 구매금액(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 7일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 구매비용을 의미하며, 500원 단위로 올림되어 집계된 결과입니다.
8	톡 참여(간접)	광고 클릭 후, 24시간 이후 ~ 7일 이내에 카카오톡 내 서비스에서 발생한 참여건수을 의미합니다.

kakao

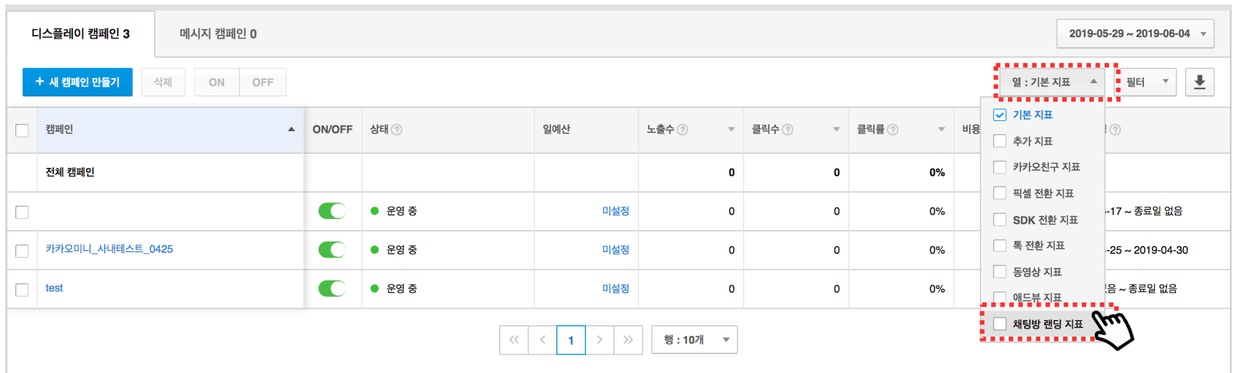
(8) 성과 관리 | 채팅방 랜딩 지표

[경로] 카카오모먼트 > 광고계정 > 디스플레이 캠페인·광고그룹·소재 대시보드 > 열 지표 (채팅방 랜딩 지표 선택)
[경로] 카카오모먼트 > 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(톡으로 확인하기)으로 활용 시 발생된 데이터를 수집하는 지표입니다.

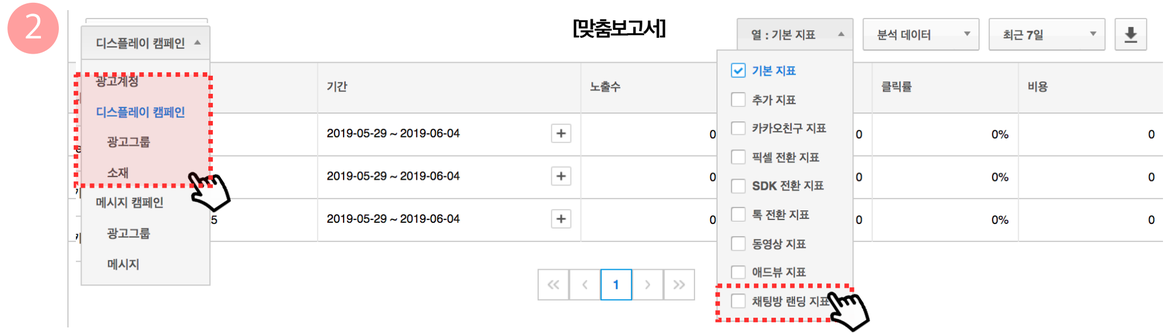
1

[대시보드]



2

[맞춤보고서]



[지표 설명]

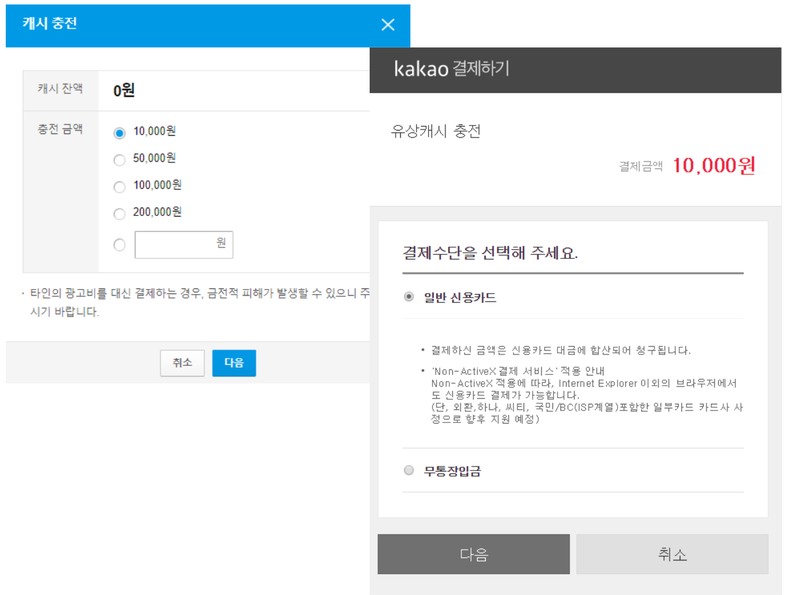
순서	지표	설명
1	발송수 (랜딩)	랜딩용 메시지가 사용자에게 발송된 실시간 누적수를 의미합니다.
2	열람수 (랜딩)	채팅방에 진입하여 내 랜딩용 메시지를 확인한 사용자 수를 의미합니다.
3	전체 클릭수 (랜딩)	랜딩용 메시지에서 발생한 전체 클릭수를 의미합니다.
4	공유 버튼 클릭수 (랜딩)	랜딩용 기본 텍스트형 메시지의 공유 버튼이 클릭된 횟수를 의미합니다.
5	이미지/동영상 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드이미지형 메시지에 첨부된 이미지나 동영상이 클릭된 횟수를 의미합니다.
6	텍스트 클릭수 (랜딩)	랜딩용 와이드이미지형 메시지에서 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.

(9) 회계 관리 | 결제 및 세금계산서

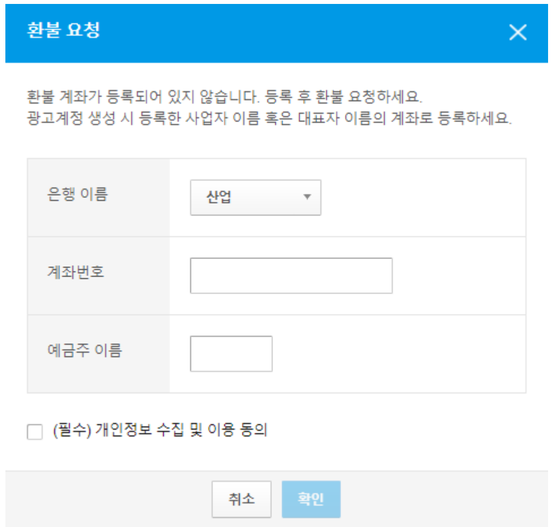
[경로] 카카오모먼트 > 설정 > 광고캐시 관리 or 결제카드 관리

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)



※ 무통장 입금/신용카드 결제 방법
[경로] 설정 > 광고캐시 관리 > [충전]클릭 > 금액 선택 후 다음 > 무통장입금 또는 신용카드 클릭



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

감사합니다

kakao