

카카오 쇼핑박스

상품소개서

Version 0.4 | Final Update 2020.12.22

카카오 쇼핑박스

1 광고 상품 안내

쇼핑박스

서비스 제공 지면

쇼핑박스 정책

2 소재 가이드

썸네일 제작 가이드

사용 불가 이미지 가이드

카테고리 별 이미지 가이드

텍스트 등록 가이드

랜딩URL 등록 가이드

소재 심사 가이드

01. 광고 상품 안내

쇼핑박스에서 유저가 다양한 소재를 카탈로그를 보며 쇼핑하는 듯한 경험을 줄 수 있습니다.

PC 쇼핑박스

쇼핑 > G 지마켓 | A 옥션

G마켓 · 옥션 · 11번가 · 위메프 · GS샵 · 홈플러스
 쿠팡 · 하프클럽 · 올리브영 · 제이에스티나 · 핫딜
 헤지스 · 1300k · SK스토아 · 일리삼사오육칠팔구십

10/13 < >



올리자마자
BEST코디



베스트 핸드백
특가 할인전



사전구매
초특가 이벤트



~70% OFF
크로스백 할인



품질주의!
가을신상품



비싼거 찾지마
특템~가성비갑



최고의 맛 보장
달콤 사과



함박스테이크
눈물의 맛



가격부터 감동
전상품 세일



인기 트레킹화
모음전



아름다운 가을
미리준비



다시 없을 특가
50%할인

MO 쇼핑박스

추천 뉴스 랭킹 연예 TV 스포츠 쇼핑 ≡

쇼핑 < 더보기 >

| | | | |
|------|-----|------|-------|
| G마켓 | 옥션 | 11번가 | 삼성닷컴 |
| 하프클럽 | LF몰 | 올리브영 | 패션플러스 |



올리자마자
BEST코디



베스트 핸드백
특가 할인전



사전구매
초특가이벤트



~70% OFF
크로스백 할인



품질주의!
가을신상품



비싼거 찾지마
특템~가성비갑



최고의 맛 보장
달콤 사과



함박스테이크
눈물의 맛



가격부터 감동
전상품 세일

< 4/15 > AD

| | | |
|------------|-------------------|--|
| 판매 방식 | 구좌 단위 판매 / CPT 과금 | |
| 광고 구성 | 이미지 + 텍스트 + 랜딩URL | |
| 노출 방식 | 구좌 균등 노출 (위치 랜덤) | |
| 노출 지면 | 모바일 + PC | |
| 노출 영역 | PC | 다음 메인 페이지 우측 중단 |
| | MO | 모바일 다음 웹/앱 내 뉴스/랭킹/연예탭 하단 |
| 노출기간 구간 단가 | 1개월 | 집행 월 1일 ~ 집행 월 말 일 10,000,000원 (VAT 별도) |
| | 1주 | 월요일 ~ 일요일 3,000,000원 (VAT별도) |

쇼핑박스 상단 물명 지면은 유저들의 시선을 단번에 집중시킬 수 있습니다.

PC 쇼핑박스



1 아이콘 + 물명

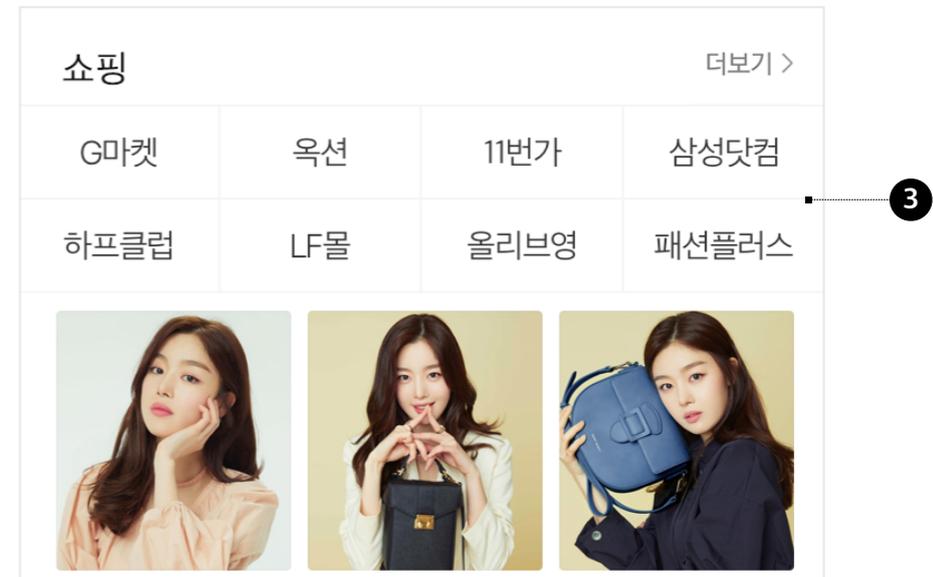
| | |
|-------|--------|
| 구좌 수 | 총 2 구좌 |
| 노출 주기 | 분기 단위 |

2 물명

| | |
|-------|---------|
| 구좌 수 | 총 15 구좌 |
| 노출 주기 | 분기 단위 |

* 노출주기는 변경 될 수 있습니다.

MO 쇼핑박스



3 물명

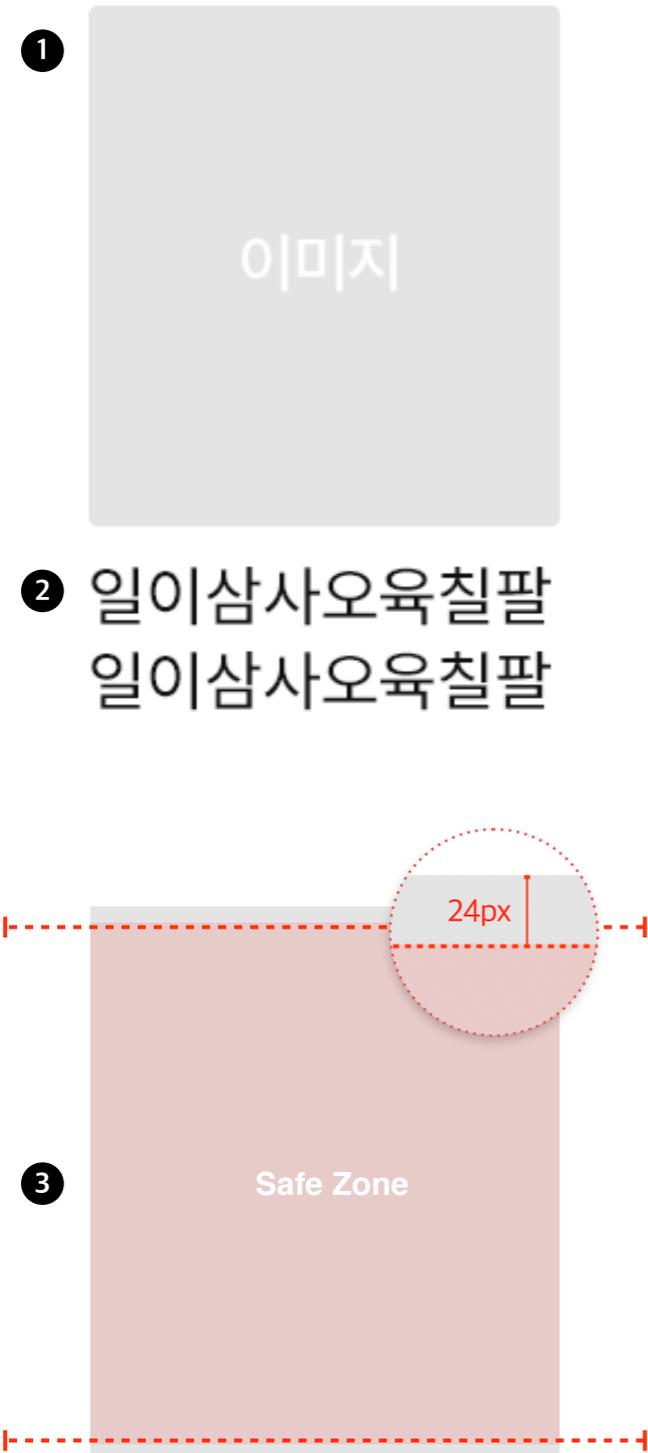
| | |
|-------|--------|
| 구좌 수 | 총 8 구좌 |
| 노출 주기 | 분기 단위 |

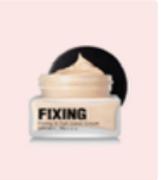
* 노출주기는 변경 될 수 있습니다.

쇼핑광고는 카카오모먼트를 통해 제공되며 이에 따라 기본 플랫폼 정책은 카카오모먼트의 정책을 따릅니다.

| | |
|-------------------|--|
| 집행 조건 | <ul style="list-style-type: none"> • 쇼핑광고 집행을 위해 카카오 모먼트 광고 계정의 신규 생성 및 쇼핑광고 권한이 필요합니다. • 카카오 모먼트 공식 대행사는 문의게시판으로 쇼핑 광고 권한 추가 신청이 가능하며, 직접 운영하는 광고주 계정은 카카오 for 비즈니스 상담톡을 통해 신청 가능합니다. • 이때 권한 부여를 위한 심사, 승인에 일정 기간이 소요될 수 있으므로 사전 요청이 필요합니다. |
| 상품 구매 | <ul style="list-style-type: none"> • 월단위 광고 상품은 집행 월이 시작 되기 전에만 구매 가능하며 집행 기간 중 구매는 불가합니다. • 주단위 광고 상품은 집행 주가 시작 되기 전에만 구매 가능하며 집행 기간 중 구매는 불가합니다. |
| 광고 노출 | <ul style="list-style-type: none"> • 소재는 구좌 기간에 맞춰 상시 노출되며 페이지는 유저 유입 시마다 랜덤 노출됩니다. • 구좌 당 소재는 자유롭게 등록 가능하며 소재별 노출 스케줄은 직접 운영이 필요합니다. • 희망 스케줄에 노출될 수 있도록 심사 일정을 고려하여 사전 등록이 필요합니다. • 심사 완료 후 즉시 노출 혹은 소재 ON/OFF 시 시스템 반영에 최대 5~10분이 소요될 수 있습니다. • 사전 심사 미진행, 소재 미등록, 스케줄 설정 오류 등 대행사 운영 중 발생한 미노출에 대해서는 카카오에서 책임지지 않습니다. |
| 광고리포트 | <ul style="list-style-type: none"> • 소재별 클릭 수만 제공되며 모먼트를 통해 제공됩니다. |
| 비용 정산 | <ul style="list-style-type: none"> • 카카오 모먼트의 정책과 동일합니다. |
| 광고 해지 및 계약 해지 수수료 | <ul style="list-style-type: none"> • 집행 기간 중 계약 해지 시 수수료를 부과하며 수수료는 잔여기간 예산의 10% 입니다. • 계약 해지 수수료는 해당 월 세금계산서 발행 시 포함됩니다. |

02. 소재 가이드



| | | |
|----------|--------|--|
| 1 | 이미지 소재 | 530 x 640 px |
| | 이미지 규격 | 300kb / jpg, jpeg, png |
| 2 | 텍스트 소재 | 상단 8자 / 하단 8자 |
| | 랜딩 URL | PC / MO 랜딩 페이지 |
| | 이미지 | <ul style="list-style-type: none"> · 선명하고 명확한 이미지 사용 · 올 컬러 색상으로만 상품 이미지 사용 · 연결 화면에서 어떤 상품인지 인지할 수 있는 상품이미지 사용 · 합성은 복수 오브젝트 및 모델 + 오브젝트의 경우 가능 · 1+1 등의 경우 오브젝트와 아이콘만 활용한 이미지 사용 가능 (텍스트 불가) · 분할 이미지는 가로 또는 세로 방향으로 최대 2컷만 사용 · 공인 포함 연예인 이미지 사용 시, 연결화면 내 해당 사실 확인이 가능한 이미지만 사용 가능 |
| 3 | 배경 | <ul style="list-style-type: none"> · 배경이 포함 된 이미지 사용 권장 · 배경 없는 이미지의 경우 가이드 배경색 사용 (화이트 배경 불가) <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>#E6E6E6</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>#D0D8EB</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>#E6EDC1</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>#F5E8C4</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>#FBE7E6</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>#FFFFFF</p> </div> </div> |

Bad Case



❌ 테두리 라인이 사용된 이미지 사용 불가

Good Case



테두리 라인 없이 이미지 사용



❌ 일러스트 및 실사가 왜곡된 이미지



왜곡 없는 이미지 사용

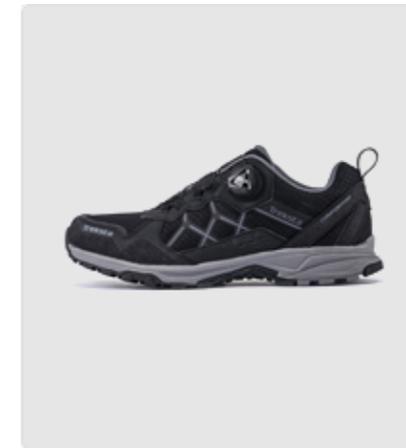


Bad Case



❌ 이미지 내 로고, 텍스트 등 합성 이미지

Good Case



로고, 텍스트 등 합성 안된 이미지 사용



❌ 이미지 내 색상표 사용



색상표 없는 단일 이미지 사용

Bad Case



Good Case



❌ 쿠폰, 바코드, 영화 예매권, 상품권 이미지 등 사용 불가

쿠폰, 바코드 등의 이미지 없이 사용



❌ 이미지 확대, 반짝이 등의 강조 효과 사용 불가

확대, 강조 효과 없는 이미지 사용

Bad Case



❌ 무료 이미지 소스 사용 불가

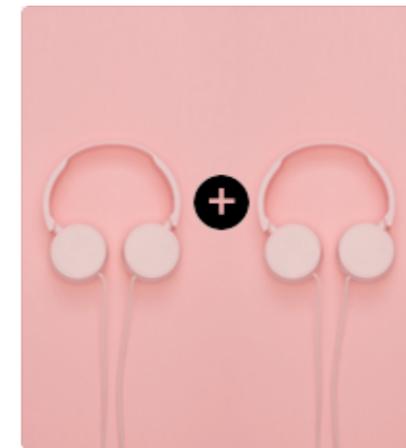
Good Case



실제 판매 상품의 이미지 사용

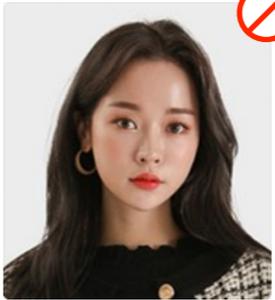
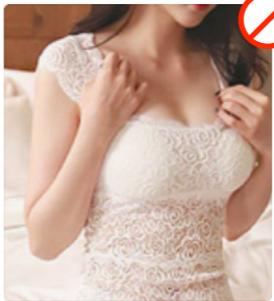
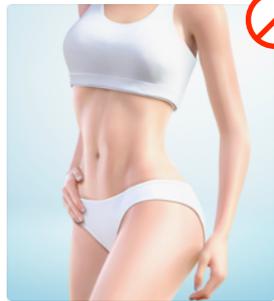
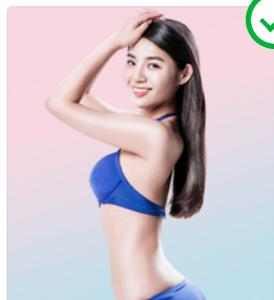


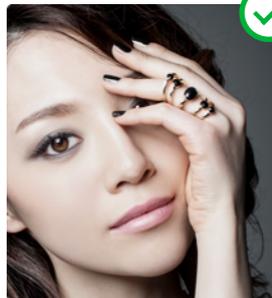
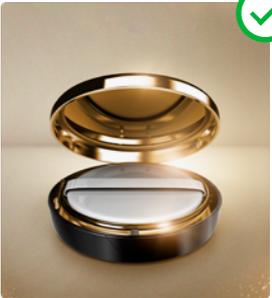
❌ 1+1 표현 시 텍스트 사용 금지



+ 아이콘과 오브젝트 이미지만 사용



| | | |
|-------------------|---|---|
| <p>패션 의류</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 상의는 가슴선 또는 허리선까지 보이는 이미지 사용 권장 • 모델 얼굴만 노출되는 이미지 사용 불가 |   |
| <p>속옷 및 언더웨어</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 단일 이미지 또는 마네킹 이미지만 사용 가능 • 마네킹 특정 신체부위 강조한 이미지 사용 불가 • 모델 착용 이미지 및 사람과 비슷한 마네킹 노출 불가 |    |
| <p>비키니 및 비치웨어</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 단일 이미지 또는 마네킹 이미지로 사용 권장 • 모델 착용 이미지 노출 가능하나 가슴골 및 삼각 하의 이미지 사용 불가 • 하의 중 긴바지 혹은 선정적이지 않은 사각 하의, 랩 치마에 한하여 사용 가능 |    |

| | | |
|----------------|--|---|
| <p>액세서리</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 단일 이미지 사용 권장 • 상품 확인이 명확한 경우 모델 착용 이미지 사용 가능 |   |
| <p>가방 및 잡화</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 단일 이미지 사용 권장 • 과도한 확대 이미지 사용 불가 • 상품 확인이 어려운 착용 이미지 노출 불가 |    |
| <p>뷰티 화장품</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 단일 상품 또는 상품을 들고 있거나 사용하는 모델 이미지 사용 가능 • 프레임 등의 일러스트를 이용한 확대 이미지 사용 불가 |    |

| | | |
|---------------------|---|--|
| 표준어 사용 | <ul style="list-style-type: none"> • 기본적으로 표준어 사용 권장함 • 브랜드명을 제외한 텍스트의 경우, 한글로 기입 권장 | |
| 유행어 / 축약어 사용 | <ul style="list-style-type: none"> • 통상적으로 사용되는 단어에 한하여, 운영자의 판단에 따라 검수함 • 정치적 이슈 및 사회적 이슈 관련 텍스트는 운영자 판단 하에 반려 될 수 있음 | <ul style="list-style-type: none"> ✔ 심쿵, 핫템, 핫해핫해 ✘ 오나전, 만찐템 |
| 욕어 / 비속어 / 은어 등 | <ul style="list-style-type: none"> • 선정적 또는 불쾌감을 일으킬 수 있는 문구 사용 불가 | <ul style="list-style-type: none"> ✘ 개나줘버려, 개기름, 찢어, 존예, 이거 입으면 남친과 M~ |
| 앱 다운로드 관련 문구 | <ul style="list-style-type: none"> • 앱 다운로드 관련 이벤트 문구 사용 불가 | <ul style="list-style-type: none"> ✘ 앱 다운 시 할인, 쿠폰 증정 |
| 할인율 관련 문구 | <ul style="list-style-type: none"> • 모든 유저 대상으로 적용되는 할인, 가격 정보만 기재 가능 • 할인을 위한 특정 조건이 있다면 반드시 명시 • 메인 또는 상세 페이지에서 할인율을 확인할 수 없을 경우 사용 불가 • 블로그 / SNS 랜딩일 경우 가격 및 할인율이 전체 공개인 경우에만 기재 가능 | <p>ex) 카드 할인, 신규 고객 할인, 기존 할인가 + 쿠폰 할인</p> |
| 허위 / 과장 조장 문구 | <ul style="list-style-type: none"> • 진실인 것처럼 꾸미거나, 미확인 내용을 과장하여 표현하는 단어/문구 사용 불가 • 사용자마다 효과가 상이하므로 정확한 수치, 기간, 시간을 뜻하는 문구 사용 불가 • 지나치게 과장된 허위성을 담은 문구 불가 | <ul style="list-style-type: none"> ✘ 일주일에 5kg 빠져, 20분 붙였더니 뱃살 싹, 살 안찌는 빵, 아침부터 저녁까지, 세균 99.9% 살균 |
| 협찬 / 필수 브랜드 상품 및 명품 | <ul style="list-style-type: none"> • 연예인 관련 텍스트 사용 시, 랜딩페이지 내 해당 사실 확인이 가능해야 함 • 가수, 탤런트, 개그맨, 영화배우, 유명 모델, 미스코리아, 아나운서 등의 공인 포함 • 협약서 제출 후 사용 가능 | |
| 문장부호 / 특수문자 | <ul style="list-style-type: none"> • +, ?!~/ & % → ← ↑ ↓ 사용 가능 • 무분별한 문장부호 사용은 운영자의 판단하에 반려될 수 있음 | <p>ex) 오/늘/특/가 반/값/할/인 특가!!! 반값할인!!!!!!!!!! 오늘만 할인 단돈 5000원?????? 너어무~~ 예빠~~~~~ 75%! 35%! 35% 할인 →→→ 퀄리티는↑ 가격은↓ ←←← 1+2+3+4+5 모두할인</p> |

| | |
|-------------------|---|
| PC / MO 공통 가이드 | <p>자사몰 또는 자사몰이 입점 된 오픈마켓(지마켓, 옥션, 11번가, 인터파크 등) / 소셜커머스 / 스마트스토어 / SNS / 카카오프서비스 (카카오프스토리, 톡스토어, 선물하기, 카카오프 채널 등)으로 사용 가능합니다.</p> |
| | <p>연결 화면은 상세페이지 사용을 권장하며 상품 구매가 가능한 페이지로 반드시 연결되어야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 오픈마켓 / 스마트스토어 및 SNS는 상세페이지 또는 첫 페이지 내 상품 리스트로 연결 필수 • 결제 가능 확인은 반드시 2depth 안에서 확인되어야 함 |
| | <p>광고 이미지에 사용된 상품은 연결화면 첫 페이지 내 바로 확인이 되어야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 해당 상품이 있는 영역으로 바로 이동하는 앵커 URL 사용 가능 • 상품 리스트는 고정 리스트 사용 필수 (롤링 / 더보기 영역 불가) |
| | <p>상품 할인 및 쿠폰 제공 등의 브릿지 페이지 사용 시 반투명 배경 사용으로 상품 리스트가 보여야 합니다. (앱 광고용 노출 불가)</p> |
| | <p>특정 환경·기기에서만 콘텐츠가 확인되거나 특정 프로그램을 설치해야만 콘텐츠가 확인되는 경우 광고 집행이 불가합니다.</p> |
| | <p>앱에서만 구매 가능한 기획전 및 앱 다운로드를 유도하는 페이지로 연결 화면을 사용하는 경우 광고 집행이 불가합니다.</p> |
| | <p>브릿지 페이지를 포함하여 앱 다운로드 팝업창을 연결화면에 노출하는 경우 광고 집행이 불가합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 앱 다운로드와 관련 없는 상품 할인, 쿠폰 제공 등의 구매 이벤트는 팝업창으로 안내 가능 |
| | <p>SNS 및 메신저로 연결 시 2depth 내 제품 구매가 가능해야만 합니다.</p> |
| PC 추가 가이드 | <p>소재에 사용된 상품은 연결화면 내 고정된 상품 리스트 상단 3째 줄 내 확인되어야 합니다. (롤링 영역 불가)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 상단 3째 줄 이내에 상품이 존재하지 않으나 해당 상품이 있는 영역으로 바로 이동하거나 상품을 쉽게 인지 할 수 있도록 표시되어 있는 경우엔 광고 집행이 가능 (앵커 URL 사용) |
| MO 추가 가이드 | <p>딥링크 사용 시 앱 설치 페이지 (앱스토어, 구글플레이 등)로 연결되는 경우 광고 집행이 불가합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사용자 휴대폰에 앱이 설치된 경우 : 앱 즉시 연결 URL 가능 • 사용자 휴대폰에 앱이 미설치 된 경우 : 웹 페이지로 연결 URL 필수 |

광고 집행 시 가이드를 준수하여야 하며 보다 자세한 내용은 [카카오 for 비즈니스 지원센터 내 디스플레이 심사가이드](#)를 참고하여 주시기 바랍니다.

| | |
|--|---|
| 심사 정책 공통 가이드 | 현행법과 카카오모먼트 광고 정책을 준수한 경우에만 광고 집행이 가능합니다. |
| | 카카오모먼트 광고 심사가이드 및 개별 서비스의 운영 원칙 / 약관에 따라 특정 광고주의 광고 집행이 제한될 수 있습니다. |
| | 해당 광고가 사회적 이슈가 될 가능성이 있거나 이용자의 항의가 있는 경우 광고 집행이 제한될 수 있습니다. |
| | 심사는 광고의 최초 등록, 소재 수정 등록, 모니터링 시 실시되며, 심사 승인 이후에도 카카오모먼트 심사가이드 및 개별 서비스 운영 원칙에 따라 재심사가 진행될 수 있습니다. |
| | 선정성, 혐오감, 폭력성 등과 같이 구체적인 가이드 제공이 어려운 경우가 있을 수 있으며 이에 따라 심사 결과의 편차가 발생할 수 있습니다. |
| | 게재지면(노출 위치), 소재 사이즈, 유형 및 소재 내 표현 방법에 따라 심사 결과에 다소 차이가 있을 수 있습니다. <ul style="list-style-type: none"> • 이미지 소재가 동영상 속에서 스쳐 지나가는 한 컷보다 심사 기준이 엄격할 수 있음 • 이용자에게 미치는 영향력에 따라 심사 기준이 엄격하게 적용될 수 있음 |
| | 광고주 업종, 사이트, 광고 소재(이미지, 문구, 연결화면)의 유효성과 적합성을 검토하여 카카오모먼트 광고 정책에 맞지 않을 경우 수정을 요청할 수 있으며, 당사 내부 정책에 따라 특정 광고주의 광고물을 제한 할 수 있습니다. <ul style="list-style-type: none"> • 광고주가 입력한 정보와 실제 정보의 일치 여부, 업종별 서류 확인, 소재 간의 연고나성, 정상 작동 여부 등을 심사 |
| | 노출, 클릭과 같이 광고의 성과를 변경하거나 부정하게 생성시키는 경우 광고 집행이 불가합니다. |
| | 다수의 중복 소재를 등록하여 광고 품질에 영향을 주거나 광고 소재로 등록된 연결 화면 및 사이트를 심사 당시와 다르게 변질시키는 경우 광고 집행이 불가합니다. |
| | 인터넷 / 모바일 이용자의 이용을 방해·혼란을 주거나 피해를 주는 경우 광고 집행이 불가합니다. |
| | 선정성/폭력성/혐오감 및 허위·과장/부당한 비교·비방/타인 권리 침해/ 보편적 사회 정서 침해 등의 내용이 포함된 경우 광고 집행이 불가합니다. |
| | 카카오 서비스 및 청소년 보호 정책을 준수하지 않은 경우 광고 집행이 불가합니다. |
| 이 외 광고 집행 가이드는 카카오모먼트 공통 심사 정책 및 업종별 심의 가이드를 따릅니다. | |

광고 집행 시 가이드를 준수하여야 하며 보다 자세한 내용은 [카카오 for 비즈니스 지원센터 내 디스플레이 심사가이드](#)를 참고하여 주시기 바랍니다.

| | |
|-----------------|--|
| 소재 제작 공통 가이드 | 광고의 목적을 알 수 없거나 내용 파악이 어려운 이미지는 사용이 불가합니다. |
| | 초상권, 저작권, 상표권이 확보되지 않은 이미지는 사용이 불가합니다. |
| | 오브젝트가 지나치게 확대되거나 잘린 이미지를 사용하여 오브젝트 인지가 어려운 이미지는 사용이 불가합니다. |
| | 해상도 및 가독성이 낮은 이미지는 사용이 불가합니다. <ul style="list-style-type: none"> 저해상도 이미지, 주요 오브젝트가 잘린 이미지, 비율에 맞지 않는 이미지 등 |
| | 선정적으로 보여지거나 성적 상상력 및 수치심을 불러일으키는 이미지는 사용이 불가합니다. |
| | 특정 신체 부위가 지나치게 노출되어 선정적으로 느껴지는 이미지는 사용이 불가합니다. <ul style="list-style-type: none"> 업종과 무관하게 노출이 강조된 이미지를 사용하는 경우 광고 집행 불가 |
| | 이용자에게 혐오감 및 거부감을 줄 수 있는 이미지는 사용이 불가합니다. <ul style="list-style-type: none"> 이용자가 거부감을 느낄 수 있는 전·후 비교, 특정 부위 확대 등 |
| | 청소년 유해물(담배, 주류 등) 이미지는 사용이 불가합니다. |
| | 광고 텍스트(문구)에는 전화번호, 주소, 이메일, 아이디 등의 광고주 정보를 기재할 수 없습니다. |
| | 이 외 광고 집행 가이드는 카카오 모먼트 공통 심사정책 및 소재별 제작 가이드를 따릅니다. |

광고 집행 시 가이드를 준수하여야 하며 보다 자세한 내용은 [카카오 for 비즈니스 지원센터 내 디스플레이 심사가이드](#)를 참고하여 주시기 바랍니다.

| | |
|--------------|--|
| 업종 공통 가이드 | 국가기관 및 유관 기관의 인가, 허가, 등록, 신고 등이 필요한 업종의 경우 해당 사항을 확인한 후에 광고 집행이 가능합니다. |
| | 담배를 판매·중개하는 사이트는 광고 집행이 불가합니다. <ul style="list-style-type: none"> • 담배를 긍정적으로 표현하는 내용, 권장하거나 호기심을 유발하는 내용 등도 사용 불가 |
| | 성인 관련 제품(성인용품)은 광고 집행이 불가합니다. |
| | 개인의 사생활을 침해할 우려가 있는 제품(도청, 몰래카메라 등)은 광고 집행이 불가합니다. |
| | 인터넷 판매 및 유통이 불가한 상품, 수입이 불가한 상품을 취급하는 사이트는 광고 집행이 불가합니다. |
| | 사이트 운영 및 판매 방식에 사행성이 가미되어 있거나 조장할 우려가 있는 경우 광고 집행이 불가합니다. <ul style="list-style-type: none"> • 랜덤 박스 등 |
| | 이 외 광고 집행 가이드는 카카오모먼트 공통 심사정책 및 업종별 심의 가이드를 따릅니다. |

쇼핑박스 주요 가이드는 아래 내용으로 확인 부탁 드리며, 카카오모먼트 공통 가이드보다 우선 적용 됨을 참고하여 주시길 바랍니다.

| | |
|----------------|--|
| 쇼핑박스 주요 가이드 | 통신판매 및 온라인 전자 상거래 사이트는 [전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률]에 따른 통신판매업 신고증 제출 후 광고 집행이 가능합니다. 단, 공정거래위원회 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 생략 가능합니다. |
| | 위조 상품을 판매하는 사이트는 광고 집행이 불가하며, 위조상품을 직접 판매하지 않더라도 사이트 내 배너나 링크 등을 통하여 위조 상품을 판매하는 사이트로 접속이 가능할 경우 광고 집행이 불가합니다. |
| | 위조 상품을 직/간접적으로 지칭하는 표현을 기재한 사이트는 광고 집행이 불가하며, 위조 상품을 판매하는 사이트로 의심될 경우에는 수입신고필증 및 정품보증서 등의 서류 제출을 요청 할 수 있습니다. |
| | 의사의 처방 및 전문가의 시술이 필요한 의료 상품은 광고 집행이 불가합니다. <ul style="list-style-type: none"> • 의료기기(IPL 기기), 피부 시술, 의약품 등 |
| | 생리대 및 황사마스크의 경우 식약청 인증을 받은 상품만 광고 집행이 가능합니다. |
| | 렌탈 상품은 온라인으로 구매 가능한 상품만 집행 가능하며 결제 없이 해피콜 진행 상품은 불가합니다. <ul style="list-style-type: none"> • 텍스트 가격 기재 시 연결화면 내 확인 가능한 월/주 단위의 렌탈 가격 명시 • 연결화면 제목 내 '렌탈' 텍스트 표시 • 약약서 제출 필수 [광고주 약약서 다운로드 받기] |
| | 주삿바늘, 피 등 위협적이고 불안감을 조성할 수 있는 소재는 사용이 불가합니다. |
| | 다구좌 구매 후 동일 소재를 중복으로 등록하는 경우 광고 집행이 불가합니다. |
| | 이 외 당사 내부 정책에 따라 별도 고지 없이 가이드가 변경될 수 있는 점 참고 바랍니다. |

Thank You