

광고 목적 : 동영상 홍보하기



목 차

- 0 1 동영상 디스플레이광고 트렌드
- 0 2 동영상 홍보하기 광고 목적
- 0 3 동영상 홍보하기 광고 설정

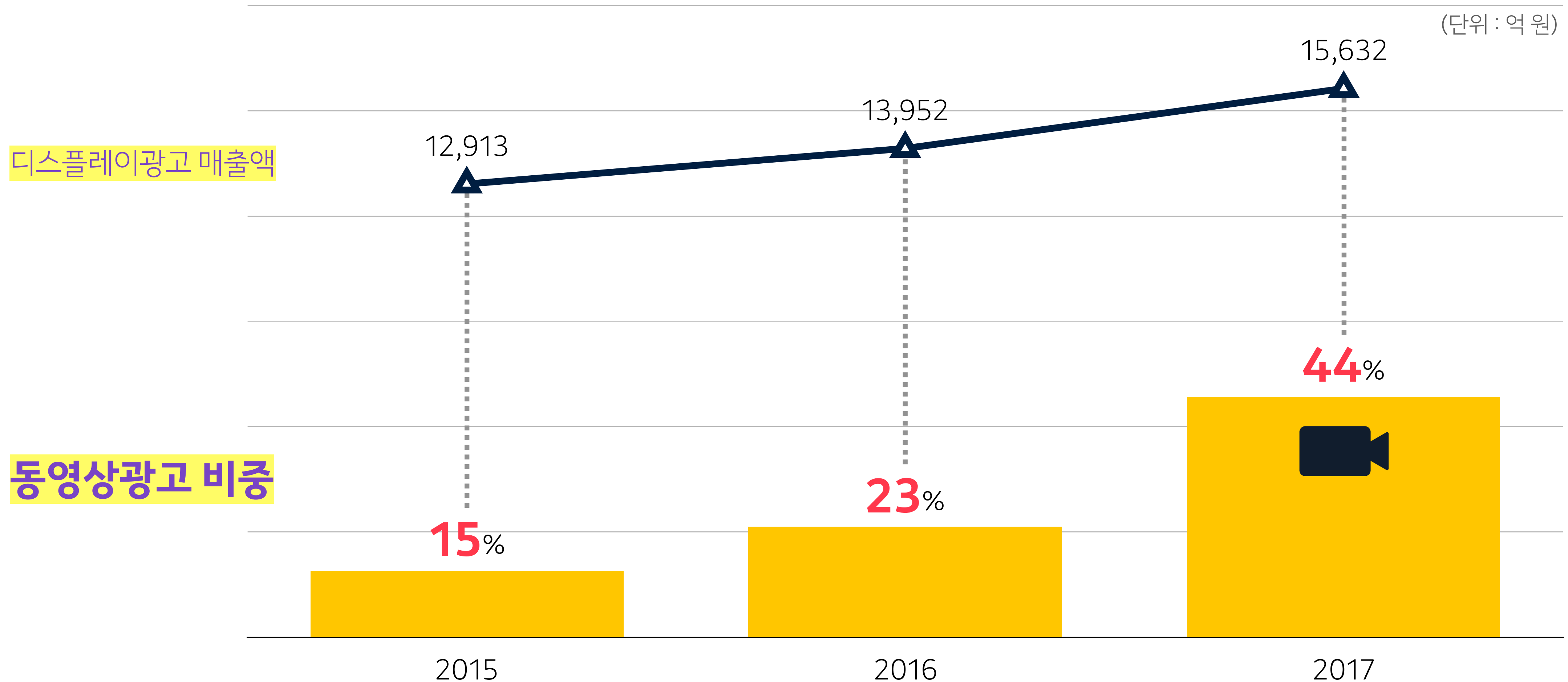
01

동영상 디스플레이광고 트렌드

※ 출처 : 『온라인광고 산업동향 조사 및 분석 자료』, 한국인터넷진흥원(KISA)

디스플레이광고와 동영상

디스플레이광고의 꾸준한 성장세 속에서 동영상광고의 약진이 두드러지고 있습니다.



※ 출처 : 『온라인광고 산업동향 조사 및 분석 자료』, 한국인터넷진흥원(KISA)

동영상 디스플레이광고의 특징

동영상광고만의 강력한 임팩트로 배너광고와는 또 다른 뚜렷한 특색을 자랑합니다.

배너



헤이카카오,
요즘 영화 뭐해?

지금 만나러 가기 >

kakaomini

새해에는 더 많은 것들을 더 쉽게,
새로워진 카카오미니를
경험하세요



Good

‘광고 요금 적정성’
‘매출 연계성’ ‘고객관리’
‘상품 정보 안내 및 유도’

동영상

‘광고 몰입도’
‘즉각적인 반응’
‘자유로운 광고 표현’
‘브랜드 홍보’

Excellent



스피커

스마트 스피커

카카오가 만든
첫번째
스마트 스피커
카카오미니

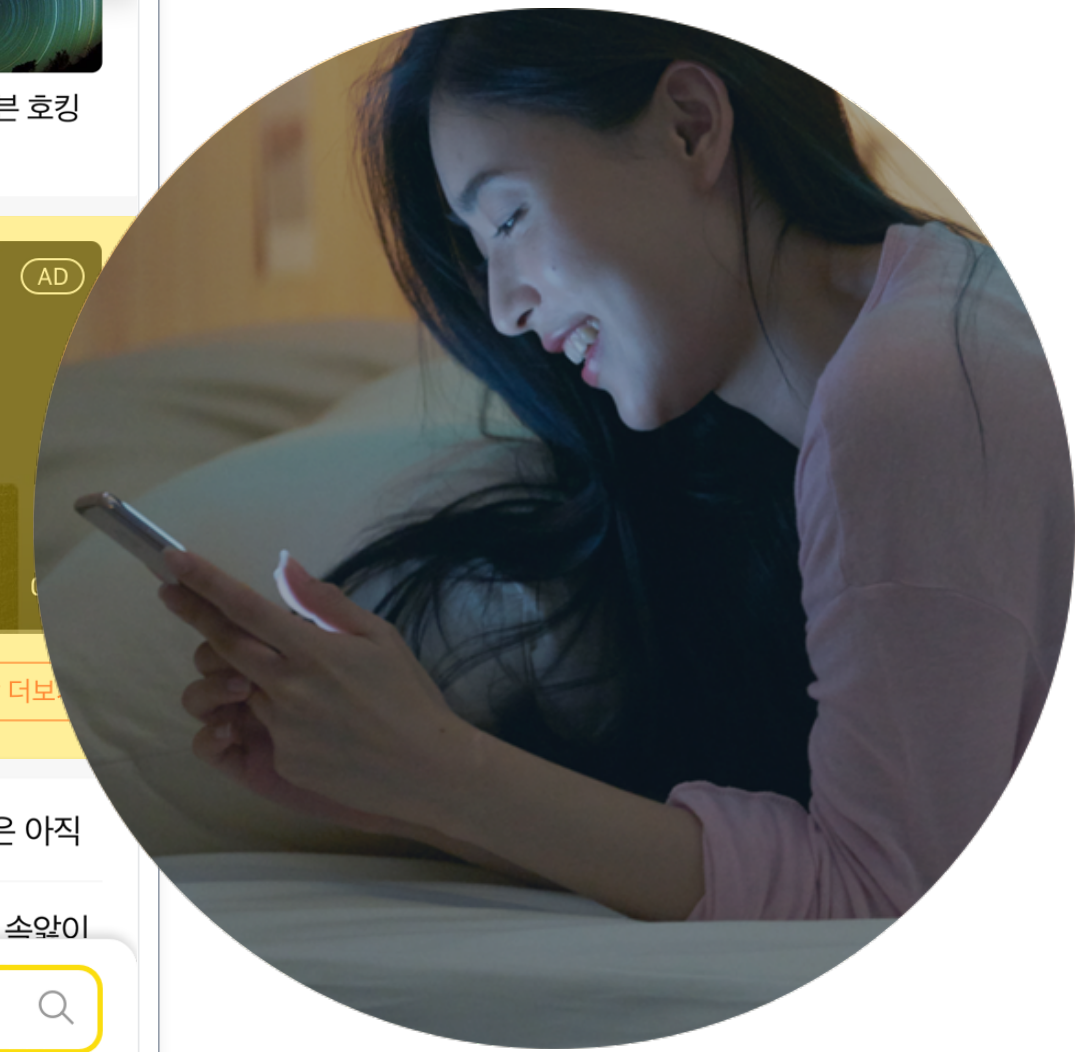
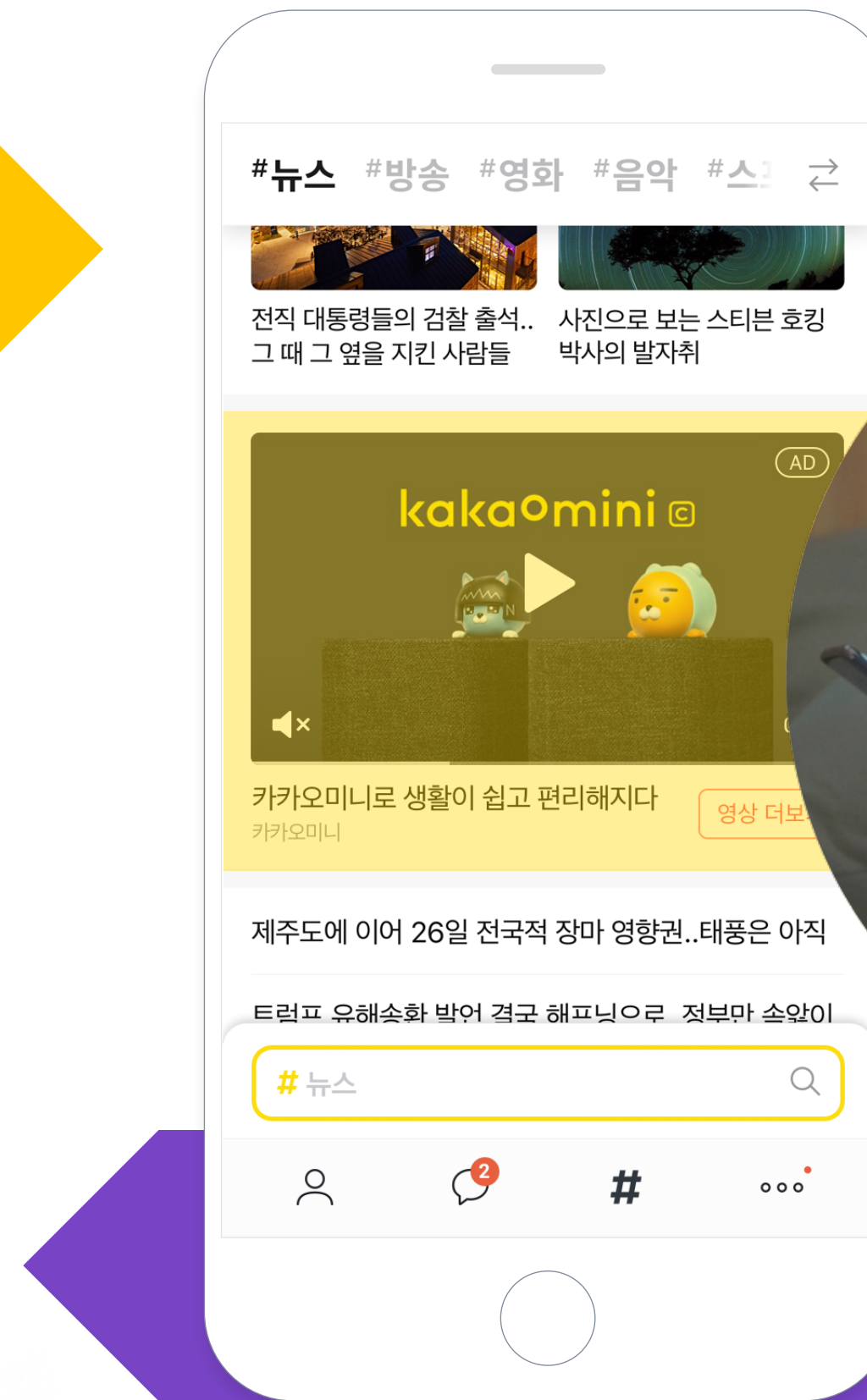
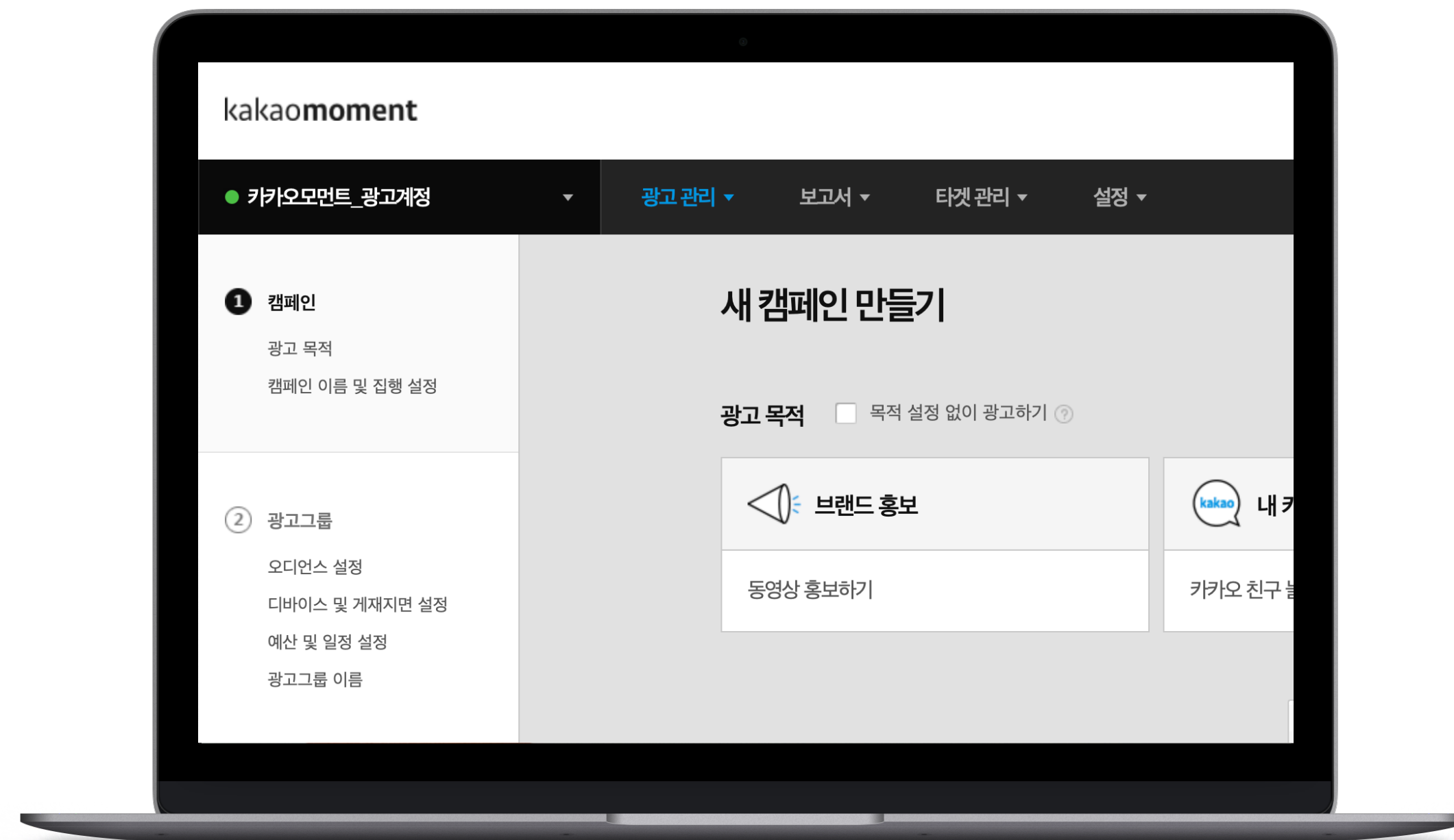
kakaomini

카카오와 동영상 디스플레이광고

카카오에서는 '동영상 홍보하기' 광고 목적 탑재 후, 관련 로직을 고도화하고 있습니다.

카카오모먼트 오픈

동영상 홍보하기 광고 목적 탑재



디스플레이광고의
노출 집계 **고도화**



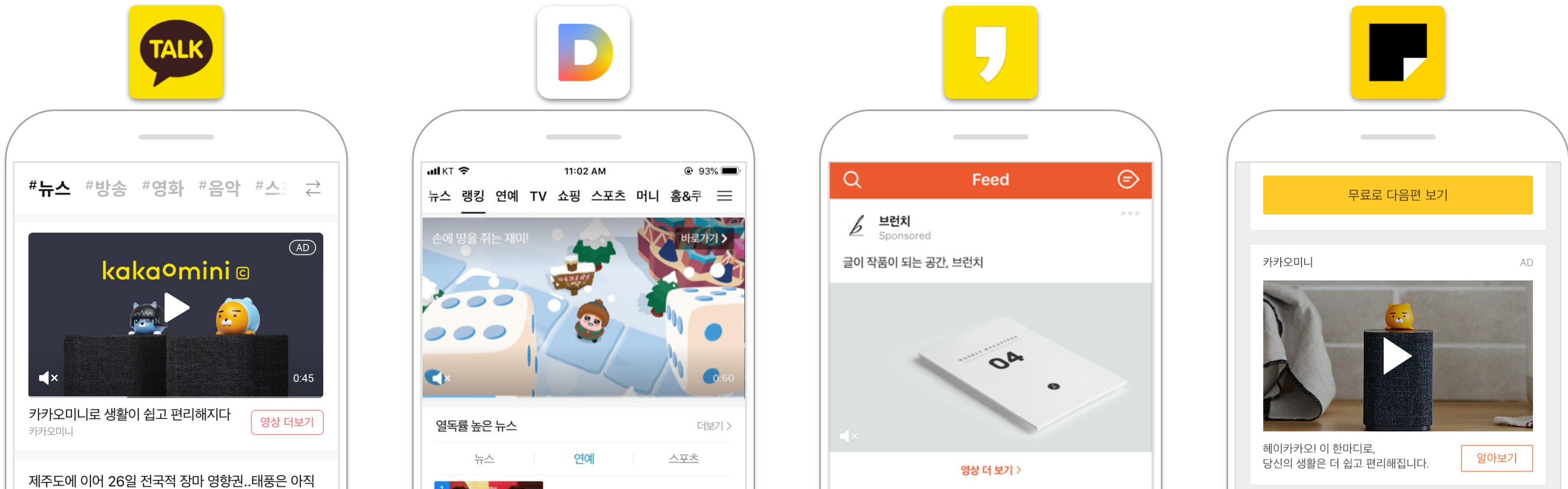
동영상 홍보하기 광고 목적

※ 게재위치 관련하여 실제 노출위치는 상시 조정될 수 있습니다.
※ MAU : 2018년 상반기 기준

다양한 프리미엄 게재지면

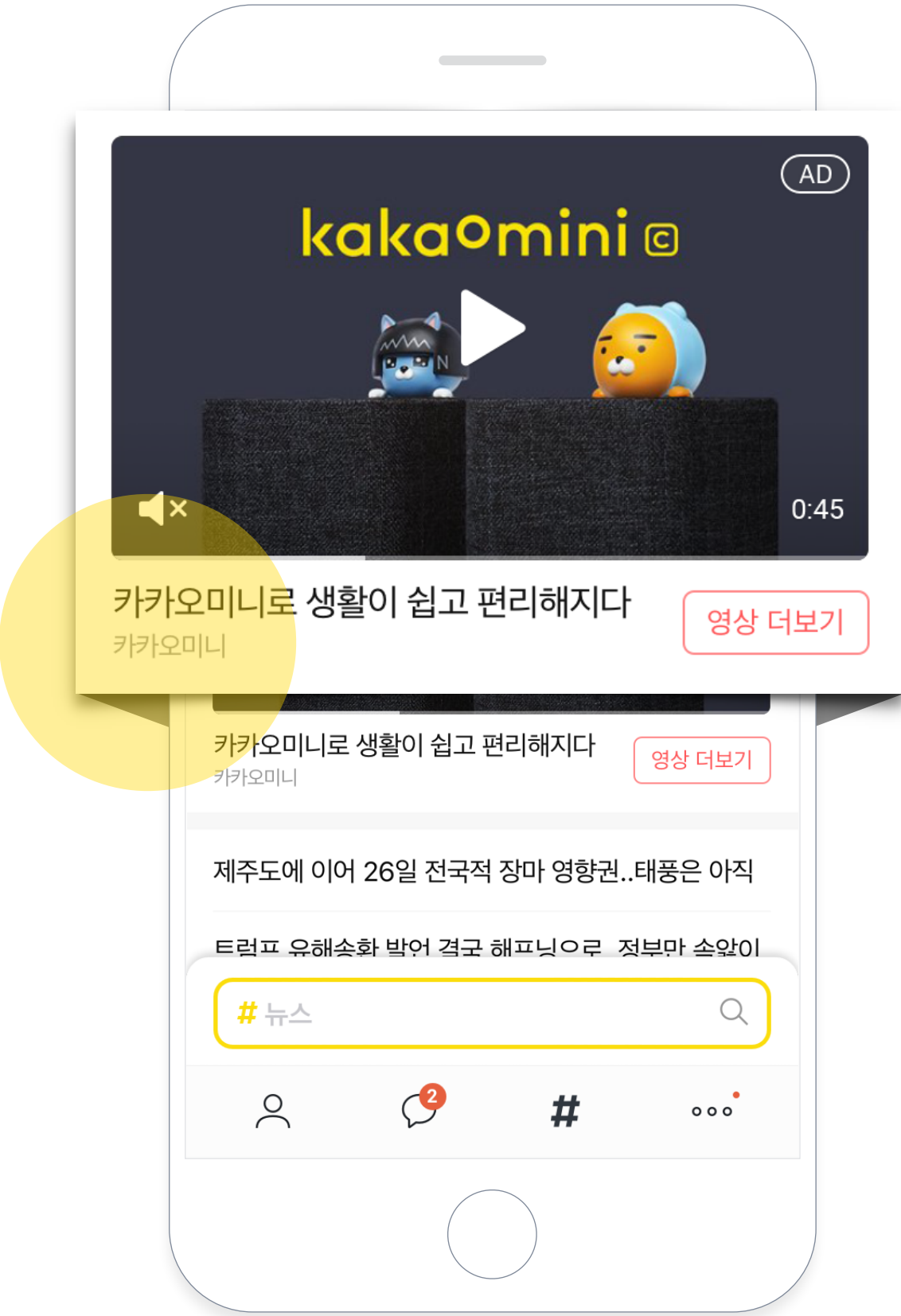
카카오톡을 비롯한 프리미엄 게재지면에서, 월 3천 만의 사용자에게 노출이 가능합니다.

게재지면	카카오톡	다음	카카오톡스토리	카카오페이지
MAU	4,300만	4,200만	1,000만	550만
게재위치	샵(#)탭 #뉴스탭 등 주제탭	m.TOP 뉴스탭 등 주제탭	카카오톡스토리 APP 3~5/10~12번째 피드	무료 웹툰/웹소설 콘텐츠 하단



다양한 오디언스 설정

오디언스 설정을 활용하면 가장 찜한 사용자에게 내 동영상을 효과적으로 보여줄 수 있습니다.



내 데이터 ▼	모먼트 ▼	데모그래픽 ▼	카카오 데이터 ▼
광고반응타겟	카카오프렌즈 스토어	성별	행동
픽셀 & SDK 타겟		20-40	관심사
카카오 사용자		지역	서비스
고객파일			실험실
MAT			인공지능 스피커 관련
유사타겟			

합리적인 비용

최소 집행 금액의 제한 없이 실시간 입찰(CPM)을 통해 합리적으로 광고 운영이 가능합니다.

최소 입찰금액
1,000원

낮은
CPM

저렴한
CPV

높은
VTR

CPM : 1,000회 노출당 비용

CPV : 동영상 재생당 비용, Cost Per View

VTR : 동영상 재생률, View Through Rate

동영상 홍보하기의 경우, 3초의 단초수에서 특히 우수한 효과!



동영상 홍보하기 광고 설정

동영상 홍보하기 집행을 위한 프로세스

카카오톡모먼트에서 동영상 홍보하기는 아래와 같은 순서로 설정하면 됩니다.

광고 만들기

새 캠페인 만들기

새 광고그룹 만들기

새 소재 만들기

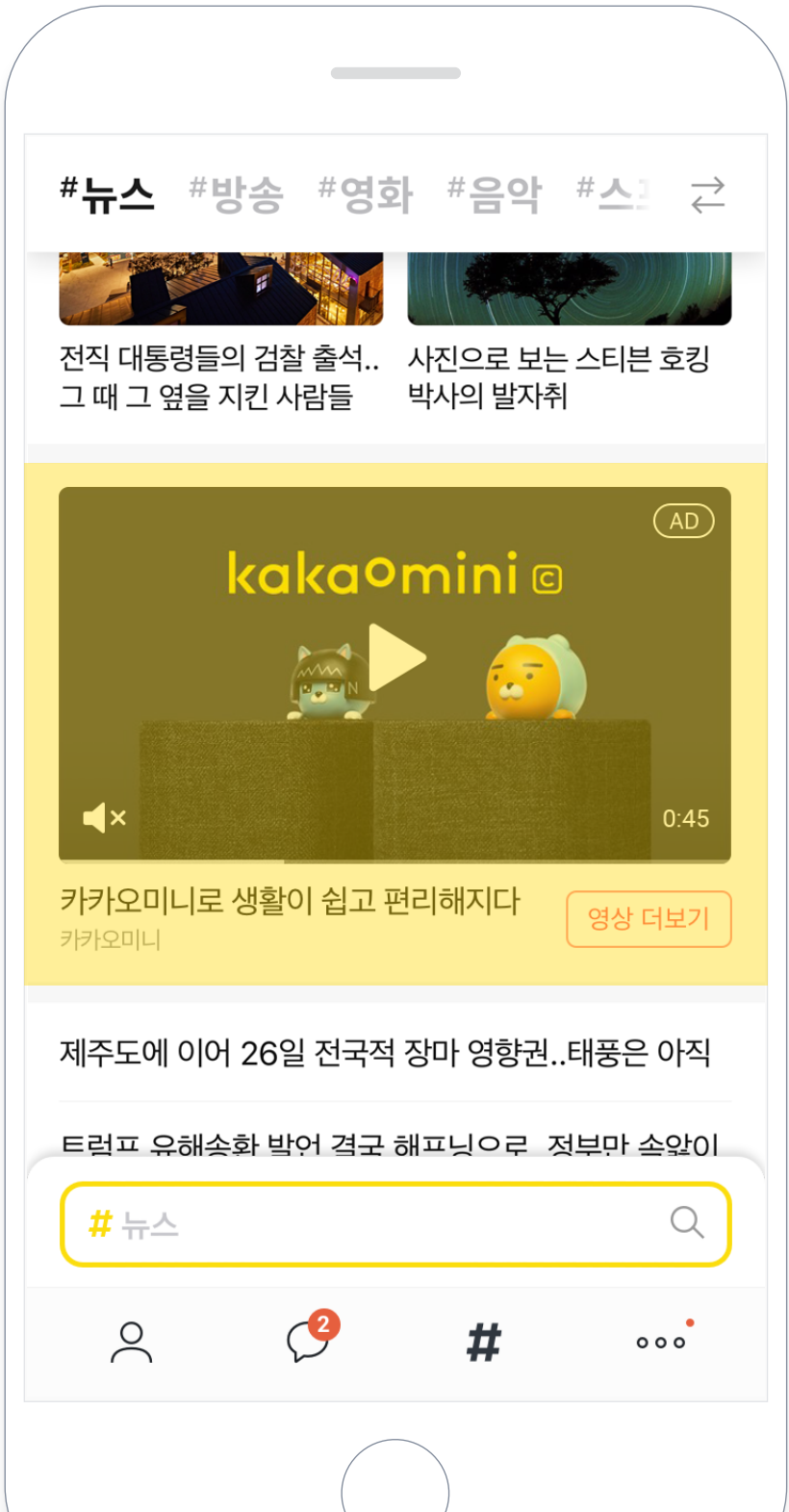
집행!

‘디스플레이광고’

‘동영상 홍보하기’

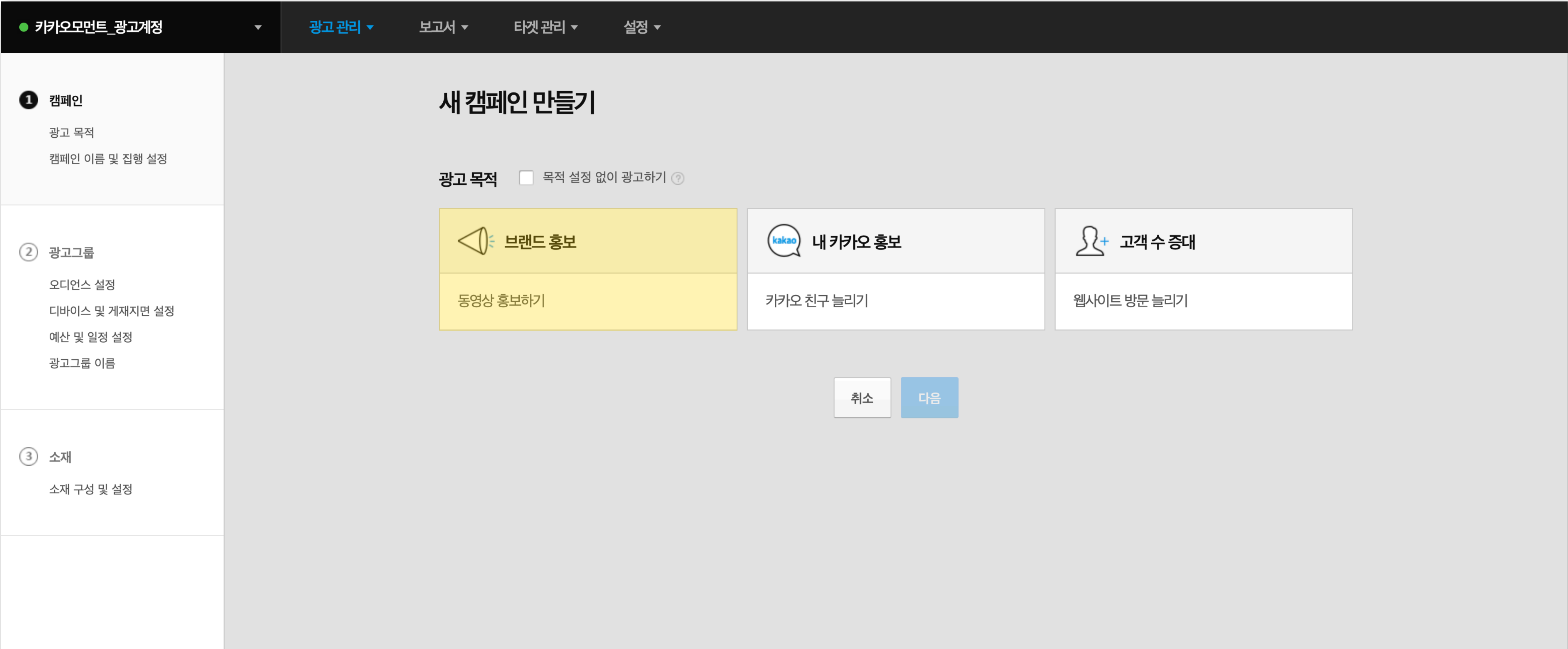
‘오디언스’
‘게재지면’
‘예산’
‘일정’

‘동영상 피드’
‘동영상 배너’



※ 디스플레이광고의 공통 프로세스는 광고 만들기 : 디스플레이광고편 참조

1) 새 캠페인 만들기> 광고 목적



새 캠페인 만들기에서 광고 목적은
브랜드 홍보> 동영상 홍보하기를 선택해 주세요.

※ 디스플레이광고의 공통 프로세스는 광고 만들기 : 디스플레이광고편 참조

2) 새 광고그룹 만들기 > 디바이스 및 게재지면 설정

디바이스 및 게재지면 설정

디바이스 ?

☐ 가능한 모든 디바이스 노출

추천

☒ 디바이스 선택

디바이스

모바일

모바일 운영체제

Android

iOS

게재지면 ?

☐ 가능한 모든 지면 노출

☒ 게재지면 선택

☒ 카카오톡

☒ 카카오프스토리

☒ 다음

☒ 카카오페이서비스 ?

예상 모수 ?

좁음

넓음

최대 도달 범위

40,000,000 이상

소재 등록에 따라 모수가 달라질 수 있습니다.

맞춤타겟

모먼트

데모그래픽

상세타겟

디바이스 및 게재지면

디바이스, 게재지면

현재 동영상 홍보하기는 모바일에서만 노출이 됩니다!
게재지면은 총 4가지 서비스의 프리미엄 게재지면 중 선택할 수 있습니다.

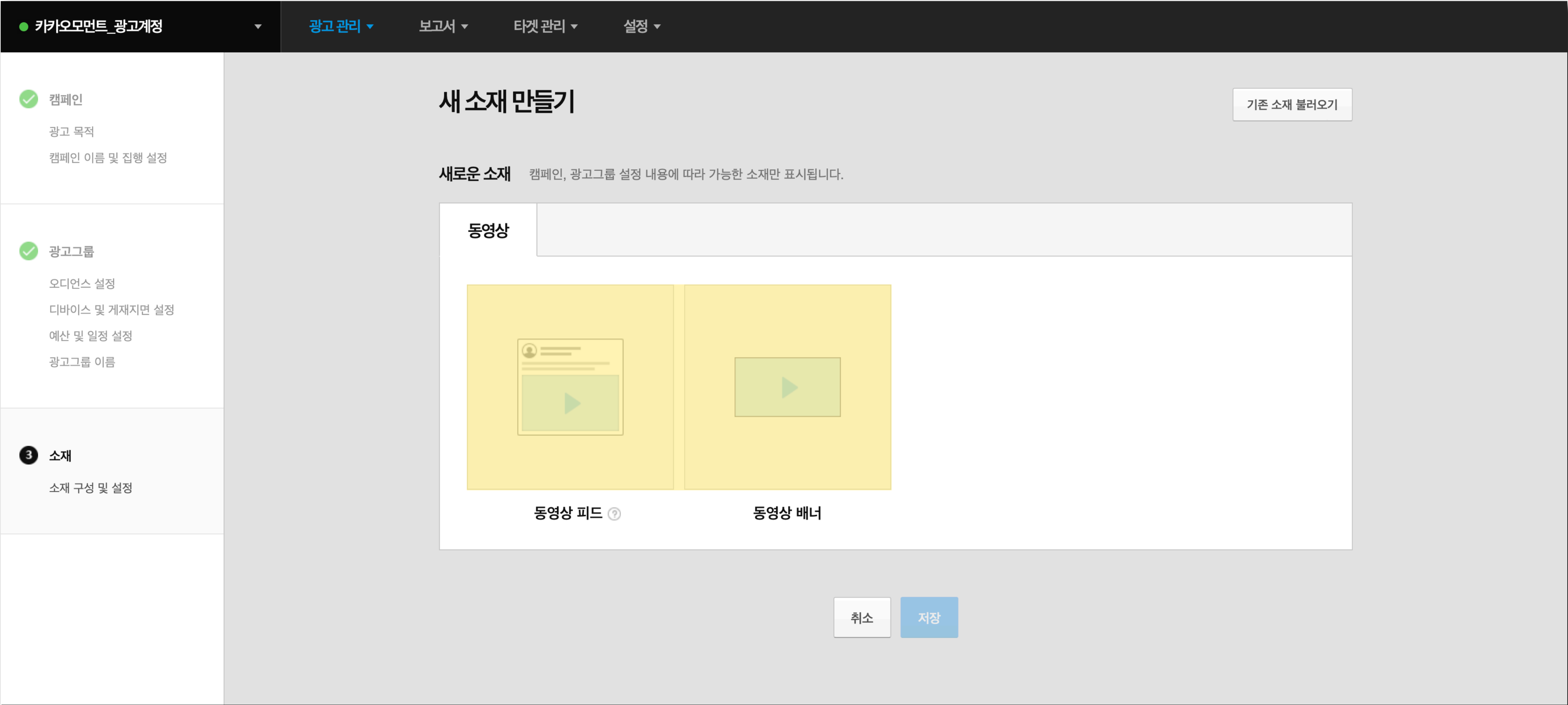
최대 인착금액 ?

1,000

₩

※ 디스플레이광고의 공통 프로세스는 광고 만들기 : 디스플레이광고편 참조

3) 새 소재 만들기> 동영상 피드와 동영상 배너



동영상 소재는 동영상 피드와 동영상 배너의 2종류가 있습니다.

동영상 피드와 동영상 배너의 차이점

동영상 피드와 동영상 배너를 비교해 보았습니다!

동영상 피드

소셜미디어에 적합한 구성의 16:9 영상을 활용한 광고

게재지면

TALK

D

↩

📄

#뉴스 #방송 #영화 #음악 #스포츠 < >

전직 대통령들의 검찰 출석.. 그 때 그 옆을 지킨 사람들

사진으로 보는 스티븐 호킹 박사의 발자취

kakaomini

홍보동영상

0:45

타이틀
프로필 이름
활동이 쉽고 편리
행동유도문구

제주도에 이어 26일 전국적 장마 영향권..태풍은 아직

트럼프 유해소화 박어 결국 해프닝으로 전부만 손익이

뉴스

👤 2 # ...

KT 10:56 AM 93%

D

5 권미리 서울 12°C

뉴스 랭킹 연예 TV 쇼핑 스포츠 머니 홈&쿠

연령별 많이 본 뉴스 >

20대 ↓ 30대 40대 50대 ↑ 전체

1 "독일 전기레인지 해외직구 가격이 국내 판매가의 반값"

2 저녁에도 텅빈 부산 횃집들..매출 반토막에 올상

3 [단독] 흥친 돈 비에 젖자 빨래방서 '돈세탁'..황당 절도범

4 "카풀 기사-택배 알바 하고 싶어요" 수십만명 줄섰다

5 학생들 앞에서 음란행위 교사 2심도 벌금형 선고유예

타이틀
행동유도문구
홍보동영상

동영상 배너

배너 영역에 동영상 소재가 노출되는 광고

게재지면

D

※ 디스플레이광고의 공통 프로세스는 광고 만들기 : 디스플레이광고편 참조

3) 새 소재 만들기> 소재 설정

✓ 캠페인
광고 목적
캠페인 이름 및 집행 설정

✓ 광고그룹
오디언스 설정
디바이스 및 게재지면 설정
예산 및 일정 설정
광고그룹 이름

3 소재
소재 구성 및 설정

타이틀
타이틀을 입력하세요.
25

상세 홍보문구
상세 홍보문구를 입력하세요.
45

행동유도문구
영상 더보기

랜딩URL
랜딩 URL을 입력하세요.

소재 설정

입찰금액
1,000 원
광고그룹 최대 입찰금액 1,000원 이하로 입력하세요.

프리퀀시 캡
2 00시~24시 기준

게재지면
다음, 카카오프로젝트, 카카오톡, 카카오페이

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

✓ 설정 완료

소재 설정에서는 소재별 입찰금액 등 세부 설정이 가능합니다.

사용하는 동영상 소재의 초수 관련

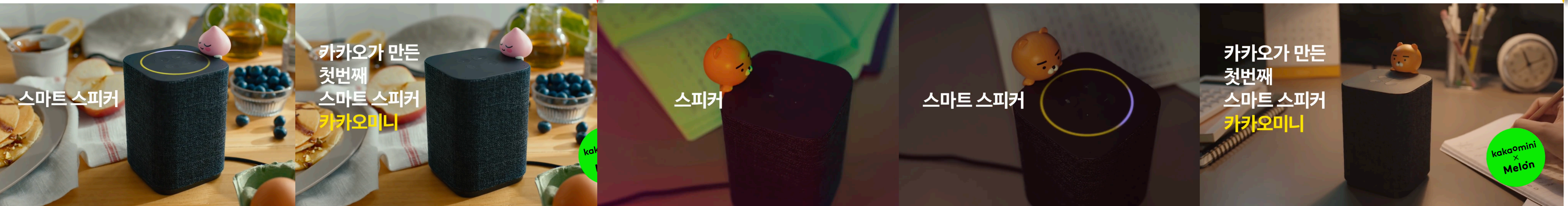
최근 동영상광고에서는 단초수(短秒數) 기법이 새로운 트렌드로 자리잡고 있습니다.

빠르게 임팩트 주어야 하는 전반

3~5초

호흡은 빠르게, 임팩트 주는 내용을 후반에 반복해도 OK!

15초



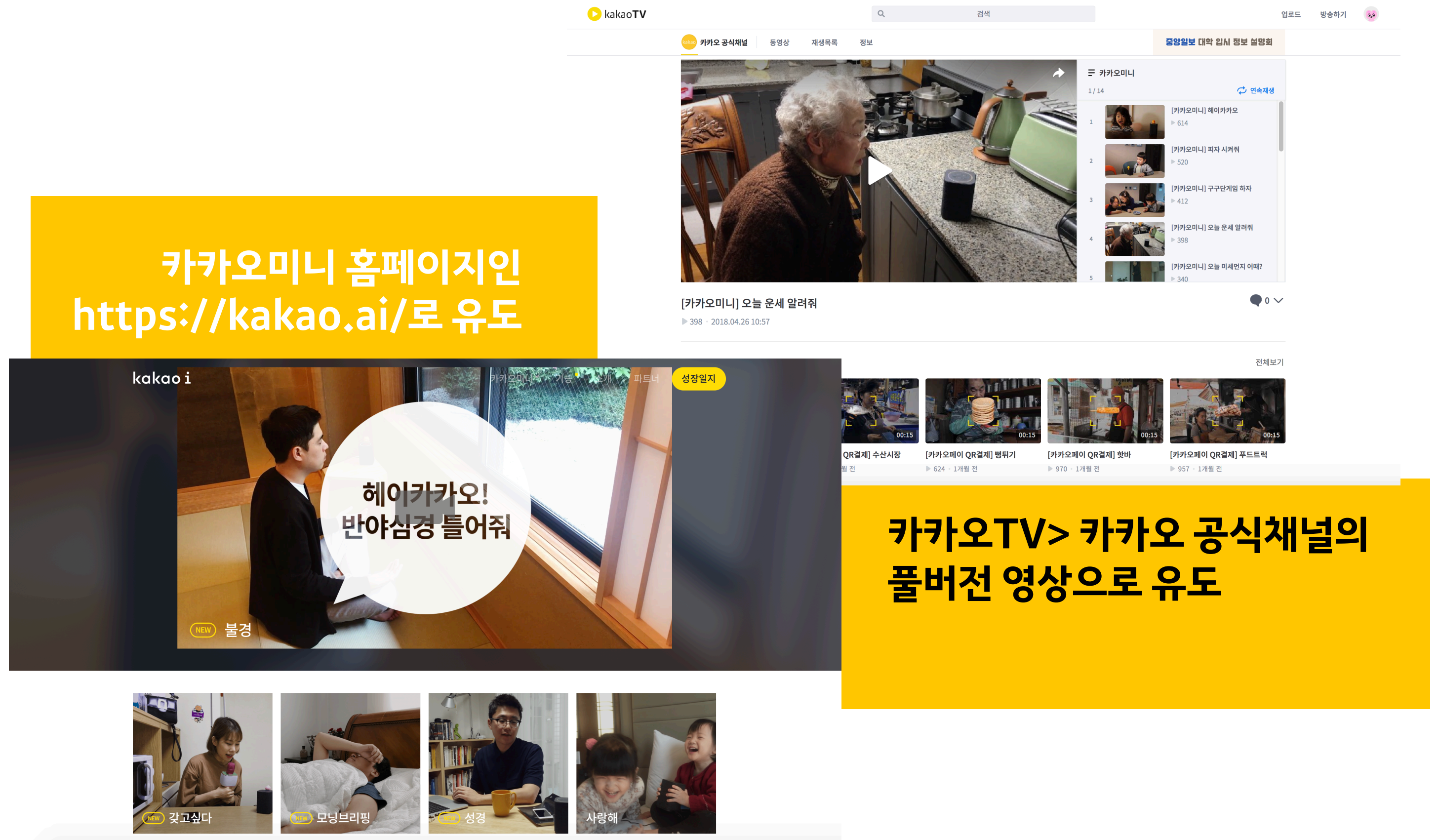
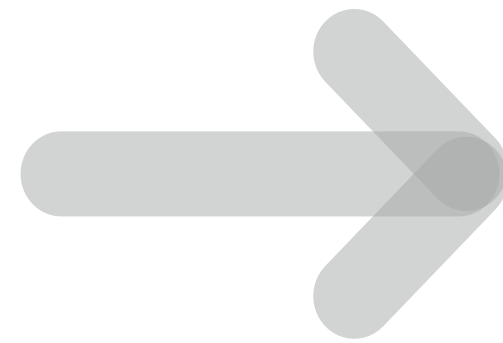
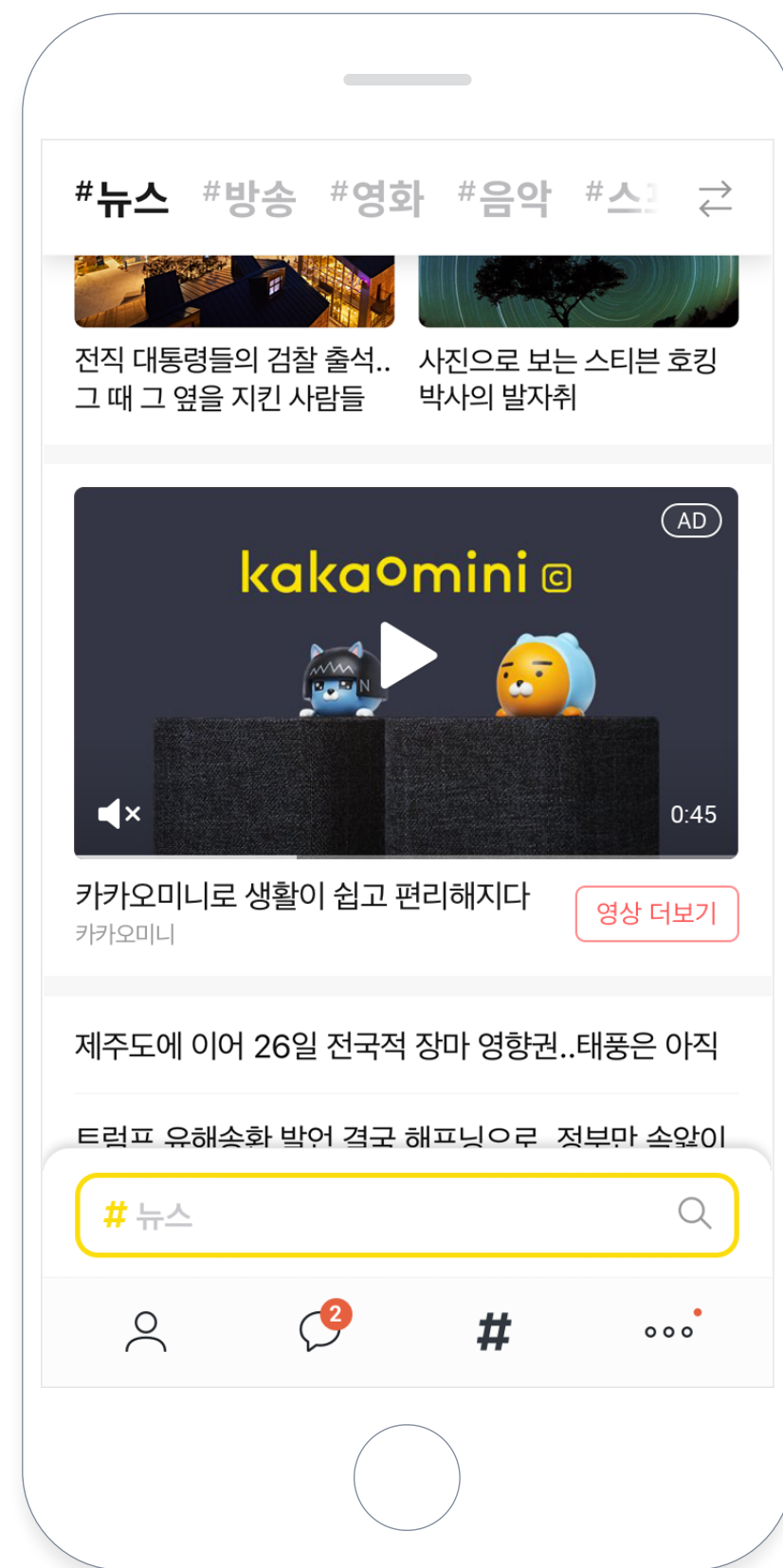
너무 긴 동영상은 오히려 역효과일 수도! 짧게는 **6초**, 길어도 **15초** 내외로

동영상 길이를 무조건 짧게 한다면, 스토리 자체를 **빠른 호흡**으로!

정지화면도 하나의 중요한 포인트이기 때문에 꼼꼼히 챙겨야!

동영상 랜딩 페이지 관련

동영상 시청의 완결에 초점을 맞추어 풀버전이 있는 랜딩 페이지로 유도해 봅니다.



동영상 심사보류 사유 관련

심사 이슈는 카카오모먼트 공지사항을 참고해 주세요!

카카오모먼트 공지사항 <https://moment.kakao.com/noticeboard>

사유	내용
최상급 표현	최상급 표현(ex. 국내 최대, 세계 최초)의 경우, 관련 서류를 제출하는 등 객관적인 형태로 증빙되어야 합니다.
타사 검색 유도	타사 검색을 유도하는 콘텐츠(ex. 검색툴, 검색창, 문구)나 타사의 상표 및 Logo/Identity의 사용은 제한됩니다.
혐오감 및 거부감 유발	동영상 내 일부 콘텐츠가 이용자에 따라 혐오감 혹은 거부감을 줄 수 있는 경우에는 보류됩니다.
과도한 전후 비교	제품 또는 서비스의 사용 전후를 비교하여 효과나 효능을 과도하게 강조하는 내용은 불가합니다.
랜딩URL 오류	랜딩URL 내 동영상 내용과 일치하는 콘텐츠가 확인되어야 합니다.

광고 목적 : 동영상 홍보하기

- 동영상 디스플레이광고 트렌드

동영상광고의 약진

배너광고와의 차별성

동영상 홍보하기 광고 목적 오픈

- 동영상 홍보하기 광고 목적

다양한 프리미엄 게재지면

카카오톡 등 프리미엄 게재지면에서 월 3천 만의 사용자에게 노출 가능

다양한 오디언스 설정

오디언스 설정으로 내 동영상에 가장 찰떡한 사용자에게 노출 가능

합리적인 비용

CPM의 실시간 입찰을 통해 합리적인 비용으로 노출 가능

- 동영상 홍보하기 광고 설정

로그인

광고 만들기

디스플레이광고

새 캠페인 만들기

동영상 홍보하기

새 광고그룹 만들기

새 소재 만들기

동영상 피드 / 동영상 배너

집행

카카오광고의 **플러스친구**가 되어주세요!

카카오광고 소식과 관련 자료를 카카오톡 채팅방에서 받아보실 수 있습니다.



감사합니다