MEDIA AD ISSUE Vol.381

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2026.09

Published by
Media Channel Team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

. 네이버 모바일 광고주센터 리뉴얼 및 검색·디스플레이 광고 관리 지원

. 이달의 매체 상품 소식

네이버, 모바일 광고주센터 리뉴얼 및 검색·디스플레이 광고 관리 지원

NAVER

- 모바일 광고주 센터 2026년 9월 16일 리뉴얼 예정으로 검색 광고 뿐 아니라 디스플레이 광고까지 모바일에서 관리 가능
- 파워링크·ADVoost 쇼핑·플레이스 검색 광고 시작과 비즈머니 충전도 모바일에서 지원되며, 일부 고급 기능은 기존처럼 PC 광고주센터에서 이용 가능

| 이용 일정 및 참고 사항 |

구분	내용
이용 방법	신규 모바일 URL을 통해 접속
	PC 광고주센터 특정 해상도 이하에서 '모바일에서 보기' 버튼을 통해 모바일 광고주 센터로 이동
	기존에 제공되던 모바일 광고주 센터 URL 접속 시 자동으로 신규 모바일 광고주 센터로 리다이렉트
참고 사항	주요 지표 외 성과 확인, 광고 삭제·대량 작업, 즐겨찾기 등 일부 기능은 모바일에서 제공되지 않으며 PC 광고주 센터에서 이용 가능

| 주요 업데이트 |

모바일로 바로 광고 시작

대시 보드에서 비즈머니 잔액,
광고비 집중 사용 캠페인, 공지사항 확인 가능
궁금한 점은 AI 챗봇 문의 가능

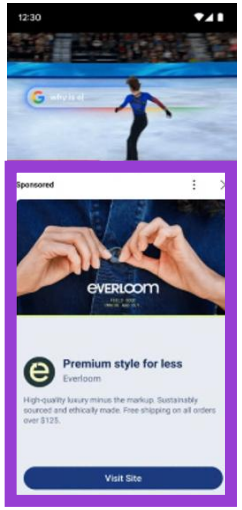
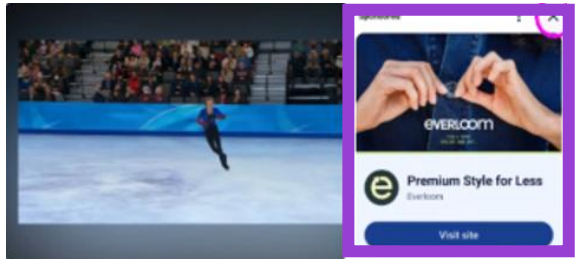
언제 어디서나 광고 관리

광고 ON/OFF와 예산, 입찰가 수정 가능
검색으로 원하는 캠페인 찾기 가능

한눈에 보는 광고 현황

파워링크 검색광고, ADVoost쇼핑,
플레이스 검색 시작 가능

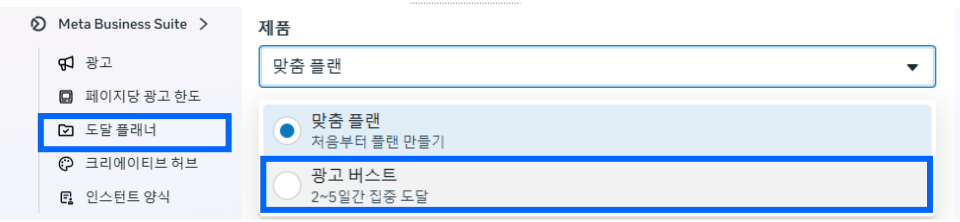
이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
구글	• **새로운 In-Feed 지면 : YouTube Watch-While Ads** **■ YouTube Watch-While Ads 란?** **시청과 광고 경험을 동시에, 새롭게 확장된 YouTube 뷰어 대상 In-Feed 광고 지면으로,** 영상 재생을 중단하지 않고 시청 페이지(Watch Page) 하단 인게이지먼트 패널에 매끄럽게 노출되는 새로운 인피드 광고. ① 지원 캠페인: Demand Gen, Pmax, ACi (모바일/태블릿) ② 비방해형 In-Feed 지면: 본 영상 재생을 일시중지하지 않고, 하단 인게이지먼트 패널에 매끄럽게 노출 ③ 시청 경험 보호 및 거부감 최소화: 영상 흐름을 끊지 않고, 30초 자동 닫힘 및 즉시 닫기를 지원하여 유저 피로도 최소화 **■ 핵심 이점** ① 소재 제작 부담 Zero: 별도 소재 세팅 없이 기존 캠페인 에셋 그대로 활용 **② 방해 없는 시청 뷰: 오가닉 콘텐츠 몰입을 지속하며 함께 띄워주는 동반 노출** ③ 인벤토리 거대화: 호스트 영상 2분 이상 기준 완화, 크리에이터 제약 최소화 **■ 런칭 스케쥴** ① Phase1 : 이미지 포맷 8월 100% 라이브 적용 완료 ② Phase2 : 비디오 포맷 N월 중 적용 예정  

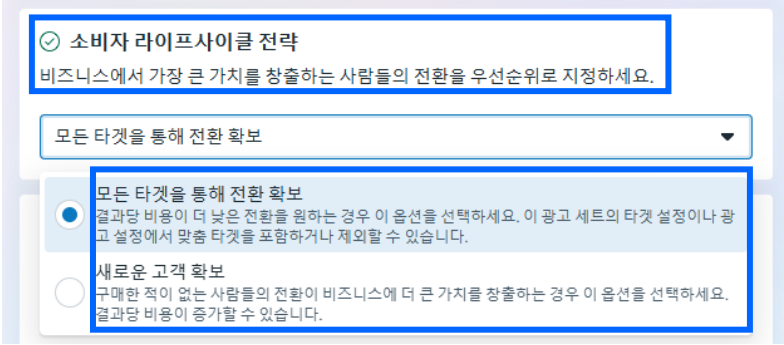
이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
네이버	• **플레이스 광고 노출 위치 변경 안내** 1) 내용 - 적용 영역 : 모바일 통합검색, PC 통합 검색 - 작영 대상 업종 : 음식점, 뷰티(미술/네일샵), 병의원, 숙박, 명소, 범용 등 모든 업종 - 노출 되는 광고 개수는 검색어 및 경쟁 환경에 따라 달라질 수 있음 2) 변경 사항 ①모바일 통합 검색 - 첫 화면(펼쳐서 더보기 이전)에 광고 1개가 추가로 노출됨 - 펼쳐서 더보기 이후 영역의 광고는 3개에서 2개로 조정되며, 전체 광고 노출 개수(최대 6개)와 일반 결과의 노출 개수·순서는 기존과 동일 ②PC 통합 검색 - 1페이지 마지막 슬롯에 광고 1개가 추가로 노출됨 - 2페이지의 광고는 3개에서 2개로 조정되며, 1페이지에서 이동된 일반 결과는 2페이지 첫 일반 결과 슬롯부터 순서대로 노출 - 전체 광고 노출 개수(최대 12개)와 일반 결과 노출 개수, 페이지당 노출 개수는 기존과 동일하며 3페이지 이후는 반영되지 않음

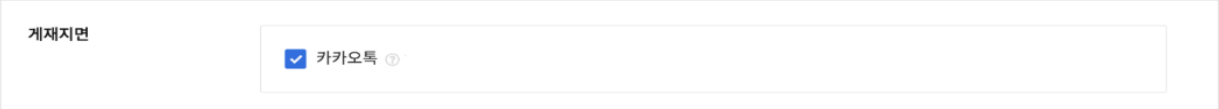
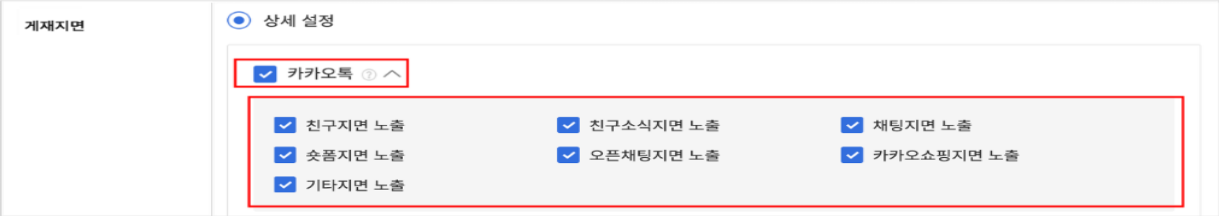
이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
메타	• **브랜딩 캠페인을 위한 '광고버스트(Ads Burst)' 솔루션 신설** 1) 내용 - 기존 M3(Meta Moment Maker) 전략을 솔루션화하여 셀프 서브로 쉽게 세팅할 수 있는 '광고 버스트(Ads Burst)' 기능 신설 - 2~5일의 짧은 기간 동안 타겟의 40~60%에 도달해 Meta 내 SOV(Share of Voice)를 극대화하는 방식 - 기존 M3의 수동 캠페인 세팅을 광고버스트(AdsBurst) 기능을 통해 한 번에 설정 가능하도록 개선 2) 프로세스 ① 비즈니스 포트폴리 〉 도구 〉 도달 플래너(Reach Planner)에서 플랜 만들기 클릭 ②'광고 버스트' (Ads Burst) 제품 선택해 캠페인 초안 생성 ③광고 관리자 연결되어 세부 세팅을 마무리한 뒤 광고 게재 가능 

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
메타	• **신규 고객 확보를 위한 소비자 라이프사이클 전략 기능 업데이트** 1) 내용 - 판매 목표 캠페인에서 신규 고객 확보를 지원하는 기능 - 기존 고객을 제외하고 구매 이력이 없는 신규 잠재 고객을 중심으로 광고를 게재 2) 기능 - 광고 세트 내 고객 라이프사이클 전략에서 운영 방식 선택 가능 ① 모든 타겟을 통해 전환 확보 : 낮은 결과당 비용을 중심으로 전체 타겟에 광고 게재 ② 신규 고객 확보 : 신규 잠재 고객만을 대상으로 전환 최적화 - 타겟 레이블을 활용해 맞춤 타겟을 효율적으로 관리 가능 3) 참고사항 - 사회 문제, 선거 또는 정치 캠페인과 제약 캠페인의 경우 기능 사용 불가 - 성과 평가 시 전체 캠페인 CPA보다 신규 고객 CPA 지표 활용 권장 - 기존 고객 제외를 위해 캠페인 설정 전 기존 고객 기반 맞춤 타겟 생성 권장 

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
카카오	• **모먼트 성과형 광고 – 카카오톡 게재지면 개선 안내** : 성과형 광고의 모바일 카카오톡 게재지면이 세부 설정하도록 개선 반영 이후부터는 원하는 카카오톡 지면들에 대해 세부 설정이 가능하며, 효율적인 광고운영을 위해서는 여러 지면들과 함께 설정 권장 **■ 적용 일정 : 2026년 09월 15일** **■ 적용 대상 : 성과형 광고의 모바일 '카카오톡' 게재지면** – 디바이스가 PC 인 경우, 카카오톡 게재지면 세부 설정 제외/ 카카오 비즈보드의 '도달' 목표는 디바이스 상관없이 제외 **■ 상세 내용** – 경로 : 광고그룹 〉 게재지면 〉 카카오톡 – 내용 : 카카오톡 7개 지면들에 대해 개별 또는 중복 설정 가능 **■ 수정 전**  **■ 수정 후** 

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
토스	

- **버튼 누르기 광고 개편**

1) 내용

- 기존 일 단위 집행 방식에서 **원하는 트래픽 구매**할 수 있도록 개편
- 80만원부터 발생한 트래픽 만큼 과금
- 캠페인 희망 시간 선택 가능
  - 3시간 단위로, 총 8개 슬롯으로 세분화

2) 업데이트 사항

*vat 별도, 광고비는 구매 트래픽 x 단가로 계산 (ex. 10만 트래픽 x 20원 = 200만원)

구분	기존 버튼 누르기	New 버튼 누르기
구매 단위	1일 기준 평일 2,700만원, 주말 2,600만원	트래픽 기준 최소 10만 ~ 최대 100만까지, 10만 단위로 구매
시간 옵션	정해진 시간대 노출 (19시~24시)	시간 미지정 또는 3시간 단위로 슬롯 지정 가능
과금 방식	일 단위 정액 (CPT)	발생한 트래픽만큼 과금 (시간 미지정 CPC 18원 / 시간대 지정 CPC 20원)
평일/주말	평일/주말 별도 단가	평일/주말 동일 단가로 통합

3) 참고사항

- 일별 잔여 트래픽에 따라 선착순 부킹
- 광고 집행일 1 영업일 전 오후 12시까지 Toss의승인을 받은 소재에 한해 노출 시작, 미제출 혹은 미승인 시 광고 자동 취소

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
토스	

- **잠재고객 모으기 캠페인 업데이트**

1) 내용

- 9월 15일 오후 3시부터 잠재고객 모으기 캠페인 세팅 방식 변경
- '외부 URL 사용' 캠페인 : 입찰 방식과 타겟팅 변경, 소개 화면 등록 필수
- '토스 양식 사용' 캠페인 : 고객 수집 양식 소개 화면 개편

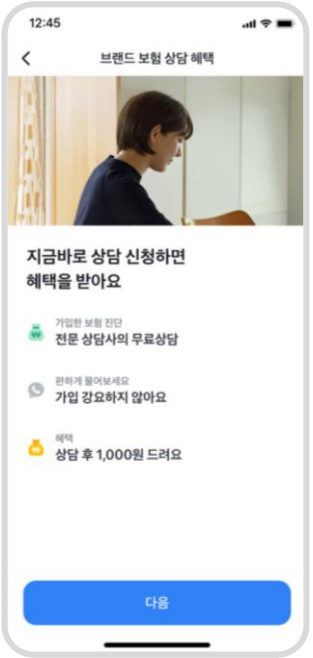
2) 업데이트

구분	외부 URL 사용	토스 양식 사용
입찰 방식	직접 입찰 → 자동 입찰(tCPA)만 지원	변동 없음
타겟팅	직접 타겟팅 → 오토 타겟팅만 지원	변동 없음
소개 화면	랜딩 URL·소재만 등록 → 랜딩 URL·소재 뿐만 아니라 소개 화면 등록도 필요	소개화면 디자인 변경 • 이미지 비율 변경 • 브랜드명, 상단 문구, CTA 문구 추가

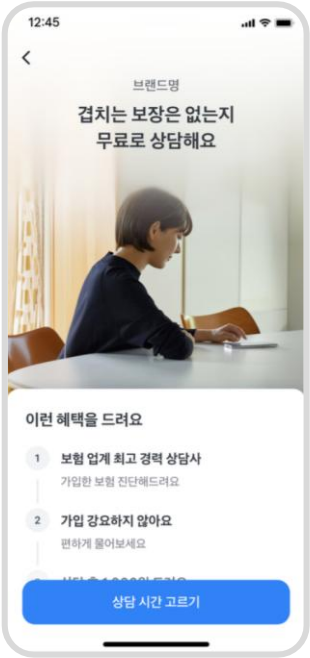
3) 참고사항

- 기존 운영 중인 캠페인과 고객 수집 양식은 그대로 유지되지만 9월 15일 이후에는 이전 버전 새로 생성 및 제출 불가

변경 전



변경 후



이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
당근	• **브랜드 지점 방문 늘리기 광고 목표 출시** 1)내용 - 프랜차이즈 본사가 하나의 캠페인에서 여러 지점(비즈프로필)을 한 번에 광고하고, 유저 근처 지점에 자동 연결하는 네이티브

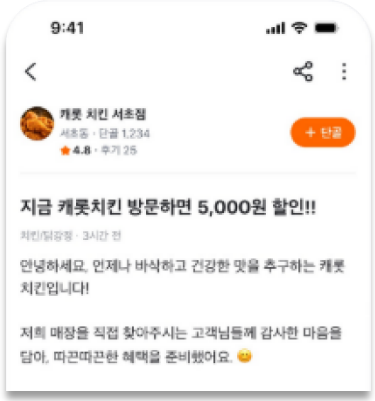
구분	브랜드 지점 방문 늘리기 목표
노출 방식	당근 앱 내 홈피드 외 기타 지면
과금 방식	CPC방식(지점 별 개별 입찰가 설정 가능)
타겟팅 옵션	위치 타겟팅, 모바일 타겟팅, 성연령 타겟팅
소재 구성	이미지 유형 : [이미지 + 텍스트] 구성
랜딩 타입	비즈프로필랜딩 (비즈프로필 홈 or 브랜드 소식)
캠페인 목표	'브랜드 지점 방문 늘리기' 목표

2) 기능

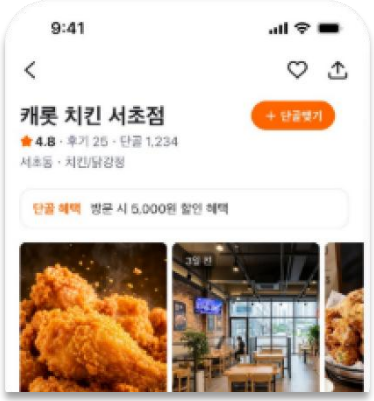
- **소식 1개로 전 지점 운영** : 본사 소식 하나만 올리면 연동 된 모든 시점에 자동 적용
- **위치 기반 자동 랜딩** : 유저의 위치를 기준으로 근처 지점으로 자동 연결
- **통합 대시 보드** : 전체 지점 성과를 하나의 계정에서 확인하고, 지점 별 조회 가능
- **지점 별 예산/ 입찰가 설정** : 지점 별 입찰가와 예산을 일괄 적용 가능, 특정 지점에 입찰가와 예산을 개별 적용 가능

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
당근	• **브랜드 지점 방문 늘리기 광고 목표 출시** 3) 광고 랜딩 ① **브랜드 소식** - 노출 내용 : 본사가 작성한 이벤트, 프로모션 메시지 - 활용 목적 : 특정 프로모션, 이벤트를 전할 때 - 지점 연결 : 각 지점 위치가 담긴 소식으로 자동 연결 ② **비즈프로필 홈** - 노출 내용 : 지점의 기본 매장 정보 위치 - 활용 목적 : 각 지점 별 매장 안내로 연결시키고 싶을 때 - 지점 연결 : 유저 지점 근처 홈으로 자동 연결 4) 캐시백 프로모션 - 별도 신청 없이 광고 집행 시 50% 무상캐시(최대 330만 원) 제공 - 기간 : 26.08.12(수) ~ 26.10.12(월) 23시 59분 * 중복 지급 불가 * 10개 이상 지점을 보유한 브랜드만 참여 가능



브랜드 소식



비즈 프로필 홈

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
케이티 나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

홈페이지에서 확인하기

Copyright ⓒ kt nasmedia Co., LTD. All Rights Reserved

kt nasmedia

케이티 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 케이티 나스미디어에서 작성해 무료로 배포하는 보고서입니다.
단, 해당 보고서를 인용 또는 활용 시에는 아래 사항을 꼭 유의해주시기 바랍니다.

보고서 인용 및 활용 시 주의 사항

1. 본 보고서를 인용 및 활용 시에는 사전 동의를 득해야 합니다.
2. 본 보고서의 텍스트 내용을 임의로 가공해서 기사글이나 본문에 재인용하는 것을 금지합니다.
3. 본 보고서 전문을 웹에 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

출처 표기 시 유의 사항

1. 본 보고서를 PDF 파일 혹은 이미지 스크린샷 형태로 인용할 경우 아래와 같은 표기법을 지켜주시기 바랍니다.
   출처: (한글) 케이티 나스미디어, (영문) kt nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우
   보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.
   예시 : 케이티 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'으로 기재 (케이티 나스미디어 X)

Copyright ⓒ kt nasmedia Co., LTD. All Rights Reserved

kt nasmedia