MEDIA AD ISSUE Vol.383

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2026.11

Published by
Media Channel Team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

- 네이버 광고주센터 '네이버애즈(N Ads)'로 개편
- 네이버, '쇼핑 고객 확장'으로 캠페인 명칭 변경 및 타게팅 기능 강화
- 이달의 매체 상품 소식

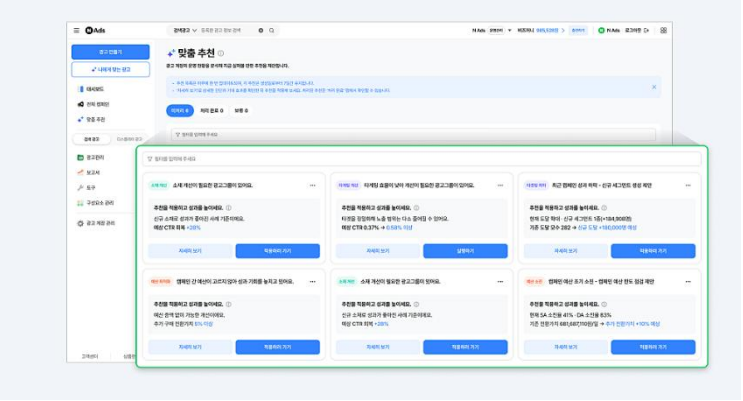
네이버, 광고주센터 '네이버애즈(N Ads)'로 개편

NAVER

- 네이버 디스플레이 광고 플랫폼에서 AI가 광고에 활용할 타겟을 찾아 제안하는 '타겟찾기' 기능 출시
- 네이버 광고주센터가 '네이버애즈(N Ads)'로 명칭 변경, AI 기반 광고 운영 지원 기능 3종 도입
- 기존 URL, 계정·로그인 정보, 진행 중인 광고·예산 설정, 비즈머니 및 쿠폰은 동일하게 유지

| 상품 개요 |

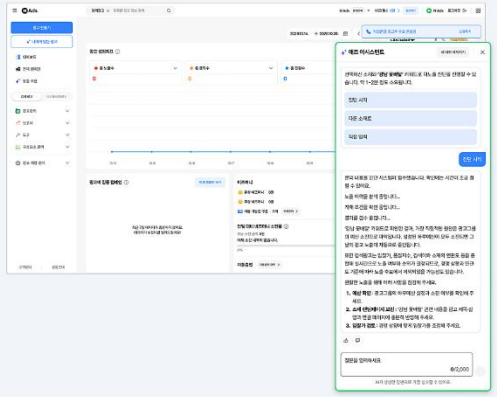
맞춤 추천



- 광고 운영 이슈 자동 진단 및 개선 방안·예상 성과 제안
- '실행하기' 버튼으로 추천 사항 간편 적용
- 네이버 톡톡, 문자 알림을 통한 모바일 확인 및 실행 지원
- 이용 대상 : 모든 광고주

* 맞춤 추천은 AI 기반으로, 실제 광고 성과를 보장하지 않음

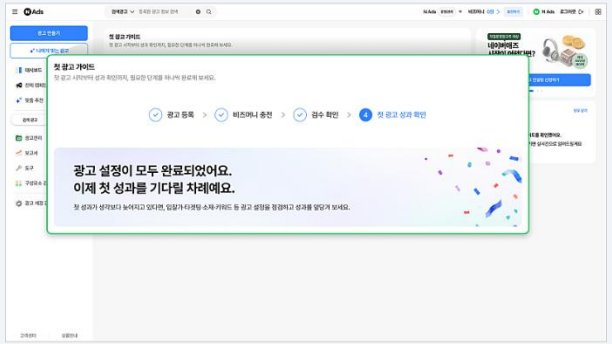
애즈 어시스턴트



- 기존 AI 챗봇 명칭 변경 및 '미노출 문의 해결' 기능 추가
- 광고 ON/OFF 검수, 예산·잔액, 광고 기간 및 설정 등을 확인해 미노출 원인·해결 방법 안내
- 지원 대상 : 파워링크, 쇼핑검색, 플레이스 검색 및 Advoost 쇼핑을 제외한 디스플레이 광고

* 미노출 문의는 일부 광고 상품 및 광고 순위·클릭 감소·과금 원인 확인 미지원

첫 광고 가이드



- 광고 등록 → 비즈머니 충전 → 소재 검수 → 첫 광고 성과 확인까지 대시보드에서 안내
- 진행 상황 및 단계별 필요 작업 확인, 관련 메뉴 바로가기 제공
- 이용 대상 : 가입 60일 이내·광고비 미발생 상태의 직접 운영 신규 광고주(일부 계정 제외)

* 첫 광고 가이드는 광고비 최초 발생 시 자동 종료

네이버, '쇼핑 고객 확장'으로 캠페인 명칭 변경 및 타게팅 기능 강화

NAVER

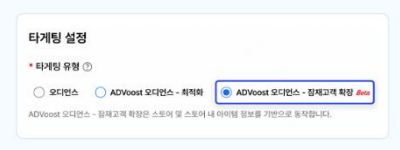
- 기존 일부 광고주 대상 테스트 기능인 잠재고객 확장 타게팅, 다이내믹 소재, 신규 고객 타겟을 전체 광고주 대상으로 확대 제공
- 스마트 스토어·브랜드 스토어의 잠재고객 확보 및 신규 고객 유입 확대 지원

| 주요 기능 안내 |

01

잠재고객 확장 타게팅 (Beta)

직접 타겟을 정하지 않아도 스토어·상품 정보를 바탕으로 관심을 가질 만한 고객을 자동으로 찾아 노출



- 잠재고객 매일 갱신
- 소재 검수 승인 이후 잠재고객이 준비되면 노출 시작
- 자동으로 찾은 잠재고객의 규모는 도구 〉 오디언스 관리 〉 ADVoost 오디언스 타겟탭에서 확인 가능

02

다이내믹 소재

카탈로그의 아이템 세트를 고르면 상품 이미지·가격을 자동으로 불러와 지면에 맞게 노출함



- 직접 등록한 이미지와 문구도 함께 조합
- 아이템세트에 새로 추가한 상품은 다음날 반영
- '쇼핑고객 확장' 캠페인에서는 타게팅 유형과 관계없이 사용 가능

03

신규 고객 타겟

비즈채널에 신규 고객 정의를 설정한 뒤 켜면, 기존 구매 고객을 빼고 새로운 고객에게 광고 노출



- 두 설정 모두 처음에는 꺼져 있어 직접 켜기 전에는 광고 노출 대상이 바뀌지 않음
- 신규 고객 정의를 끄면 연결된 광고그룹의 신규 고객 타겟 설정도 함께 꺼짐

| 변경사항 안내 |

구분	변경 전	변경 후
캠페인 목적 이름	쇼핑 프로모션	쇼핑 고객 확장
디스플레이 광고 메뉴 순서	위에서부터 ADVoost 쇼핑, 카탈로그 판매, 쇼핑 프로모션 순	위에서부터 쇼핑 고객 확장, ADVoost 쇼핑, 카탈로그 판매 순
캠페인 광고 그룹 목록 표기	쇼핑 프로모션	쇼핑 고객 확장
기존 타게팅 유형 이름	ADVoost 오디언스	ADVoost 오디언스·최적화
신규 타게팅 유형	없음	ADVoost 오디언스 ·잠재고객 확장

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
구글	• **2027년 YouTube Select 단가 업데이트 안내** 1) YouTube Select Custom Lineup의 최소 집행 금액 요건 업데이트 - 기존: Custom Lineup 단독 최소 5,000만 원 이상 집행 필요 - 변경: Custom Lineup 최소 예산: 3,000만 원으로 하향 조정 & 전체 유튜브 캠페인 합산 5,000만 원 이상 구성 ★ Custom Lineup 단독 5,000만 원 → Custom Lineup 3,000만 원 + 유튜브 전체 합산 = 5,000만 원 2) 예약형 상품 2027년 단가

상품	2027년 단가	구분 및 참고사항
CTV on YTS Non-Skip(30s)	₩16,000	26년 대비 15% 인하
CTV on YTS Non-Skip(60s)	₩30,500	26년 대비 15% 인하
YTS Run of Lineups / 일반 Custom	₩13,000	전체 라인업 통합 - 일반 맞춤
YTS 일반 타겟팅 라인업(15/20초)	₩13,750	인기 카테고리 지정 라인업
YTS Run of Shorts Lineups	₩5,600	쇼츠 전체 라인업 통합
YTS Shorts 타겟팅 / Custom	₩5,975	쇼츠 카테고리 지정·맞춤
Shared Sponsorship (Spotlight)	₩20,160	-

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
네이버	• **쇼핑 고객 확정으로 캠페인 명칭 변경 및 타겟팅 기능 강화**

1) 변경사항

구분	타겟 찾기	기존 잠재고객 타겟
생성 방식	문장 입력 또는 광고 계정 데이터 기반 AI 제안 타겟 선택	별도 연동 또는 추출 데이터 기반 설정
사전 준비	불필요	고객 파일·전환 추적 등 준비 필요
제공 정보	등록 전 예상 모수·제안근거·프로파일링	등록 후 타겟 모수

2) 기능

①계정 기반 타겟 제안 : 최근 캠페인과 광고 계정 데이터를 바탕으로 내 광고에 맞는 타겟을 제안함

②입력 기반 타겟 제안 : 찾고 싶은 고객의 특징을 문장으로 입력하면 조건에 맞는 타겟 제안 가능

③프로파일링 : 제안받은 타겟에 속한 이용자 집단의 관심 주제와 카테고리, 인구 통계 추정치 등 타겟의 특징 확인 가능

④타겟 등록·활용 : 원하는 타겟을 선택하여 등록하고 광고그룹의 오디언스 항목에서 불러와 활용

3) '오디언스 관리' 메뉴 변경

구분	변경 전	변경 후
메뉴	도구 〉 잠재고객 관리	도구 〉 오디언스 관리
광고그룹 타겟 불러오기 창	잠재 고객 불러오기	오디언스 불러오기

nasmedia

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
스노우	• **스노우, 스플래시 광고 CPM 할인 및 AI Style 캠페인 프로모션 진행** 1) 내용 - 일정 : 2026.11.01 ~ 2027.01.03 2) 프로모션 내역 ①스노우 스플래시 광고 CPM 할인 적용

구분	상품 설명	혜택
스노우 스플래시	Snow 앱 구동 시 노출되는 전면 팝업 배너	~~15,000원~~ →10,500원 (-30%)
패밀리 스플래시	Soda, B612,Epik,Vita 앱 구동 시 노출되는 전면 팝업 배너	~~10,000원~~ -> 8,000원 (-20%)

②AI Style 캠페인 광고비 할인

- 연내 DA,AR 광고 상품 합산 3,000만원 이상 집행 시 내년도 AI Style 캠페인 50% 할인 (1500만원 상당)

③2027년 1분기 'DA' 캠페인 직거래 시 할인율 적용

- 얼리버드 혜택 , 최대 40%

*문의: dl_snowbusiness@snowcorp.com

| 스플래시 예시 |



| AI Style 예시 |



nasmedia

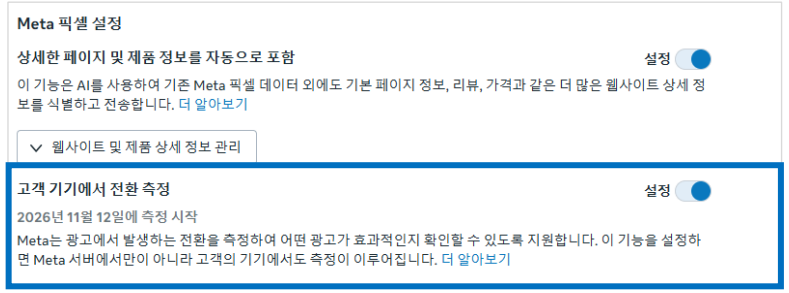
이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
당근	• **당근, 연말 카탈로그 광고 프로모션 광고비 100% 무상캐시 페이백 진행** 1) 내용 - 일정 : 2026년 11월 1일 (일) ~ 2026년 12월 31일 (목) - 무상캐시 지급 안내 ① 기간 내 300만 원 이상 집행한 광고 계정에는 기간 내 카탈로그, 캠페인 유상 소진액의 100% 최대 1,000만 원까지 지급 ② 2027년 1월 8일 (금) 지급 예정이며 지급일로부터 30일간 사용 가능 2) 참여 방법 - 전환 추적 코드 설치 및 연동 : 상품 ID 값까지 정상적으로 포스트백 되어야 하며, 연동된 전환 추적 코드를 광고 캠페인에도 적용해야 함 - 광고 그룹 타겟팅 설정 : 광고 그룹의 타겟에 '방문/상세페이지 조회/장바구니 D-30일' 유저를 필수로 포함 - 프로모션 사전 신청 : 프로모션 랜딩페이지를 통해 사전 신청 완료 필요 3) 참고사항 - 사전 참여 신청이 필수이며, 캠페인 집행 전 신청 완료 필요 - 참여 조건 충족 및 프로모션 기간 내 300만 원 이상 집행한 광고 계정 대상 혜택 제공

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
당근	• **당근 광고 Open API 베타 출시로 광고 운영 자동화 및 성과 데이터 연동 지원** 1) Open API - 외부 시스템에서도 광고 기능을 직접 호출할 수 있게 열어둔 연결 방식 - 발급 방법 ① 전문가모드 화면 왼쪽 메뉴 하단 〉 [고객센터] 〉 [온라인 문의] ② [+ 문의하기] 〉 [광고 도구 및 전환] 〉 [Open API 키 발급] ③ 키 발급 받을 광고 계정 (광고주 ID) 선택 후 문의 등록 * 키는 광고주 ID와 사용 유형 단위로 발급 * 키를 새로 발급 받으면 기존 키는 바로 폐기 2) 기능 - 광고 관리 - 성과 조회 - 이벤트 전송 : 구매, 장바구니 담기 등 전환 이벤트 전송 가능 3) 참고사항 - 광고 관리 성과 조회는 1분당 60회, 이벤트 전송은 1초당 100회 - 광고 계정 단위로 서비스 호출 한도가 존재, 한도 초과 시 요청은 처리 되지 않고 429로 응답 반환 - 한도 초과가 반복되면 광고 운영 정책에 따라 API 이용이 제한될 수 있음

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
메타	• **Meta 픽셀 '고객 기기에서 전환 측정'으로 누락 전환 추가 확인 가능** 1) 내용 - Meta 픽셀의 신규 기능 '고객 기기에서 전환 측정' 도입 - 브라우저 차단, 쿠키 손실, 앱·웹 이동 등으로 시그널 확인이 불가해 누락되던 전환까지 측정 가능 2) 기능 ① 고객이 광고주와 공유한 정보와 임시 기기 정보를 고객 기기 내에서 대조하여 전환 확인 (고객 개인정보는 메타에 추가 공유 되지 않음) ② 별도 연동 없이 기존 픽셀에서 바로 사용 가능 ③ 전환 API와 병행 사용 시 전환 측정 범위 확대 가능 3) 참고사항 - 적격 픽셀 보유 광고 대상 이메일 및 알림으로 사전 안내 예정 - 기능 설정 후 리포트 수치가 일시적으로 증가할 수 있으므로 성과 비교 시 유의 

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
메타	• **인스타그램 라이브 방송 광고 정식 출시 안내** 1) 내용 – 별도 신청 없이 사용 가능하며, 라이브 방송 자체를 소재로 활용해 스토리나 피드에서 라이브로 바로 인입되도록 노출 할 수 있음 2) 목표 및 노출위치 – 지원 목표 : 트래픽, 판매, 잠재고객, 참여 – 지원 노출위치 : 인스타그램 스토리, 릴스, 피드 * 스토리 : 라이브 방송 광고 동영상 최대 15초 동안 표시된 후 자동 종료 * 릴스, 피드 : 라이브 방송 연속 스트리밍되며 시청자가 스크롤 해야 스트리밍 중단 3) 기능 – 라이브 시작 전 사전 알림 신청을 유도하는 알림 광고(Reminder ads) 지원 – 라이브 종료 후 시청자 데이터를 활용한 리타겟팅 맞춤 타겟 생성 및 유사 타겟 확장 가능 – 광고 관리자 설정 없이 인스타그램 앱 내에서 직접 라이브 부스팅 가능 4) 참고사항 – 파트너십 광고로 크리에이터 계정에서 진행하는 라이브 방송도 집행 가능 – 광고 시작 시간과 종료 시간을 라이브 방송 일정과 정확히 맞추는 걸 권장 

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
카카오	• **메시지 광고 신규 기능 '메시지 최적화' 안내** 1) 내용 - 기존 '스마트 메시지'가 보다 고도화된 '메시지 최적화'로 전환 - 적용일: 2026.11.03 (화) 2) 기능 - 메시지를 최대 5개까지 등록한 뒤 최적화된 메시지를 발송 - AI 맞춤 최적화: 실시간 학습을 통해 유저 반응이 좋을 것으로 예상되는 메시지를 추천 매칭 - 비중 직접 설정: 메시지별 발송 비중을 직접 설정하고, 결과를 비교해 메시지별 효율 확인 가능 3) 참고사항 - 채널 친구가 1만 명 이상인 발송 채널 대상 이용 가능 - AI 방식은 순차적으로 메시지를 보내며 반응 데이터를 수집. 최대 2시간 소요 - 이미 등록한 스마트메시지는 정상 발송. 발송일 변경은 12/03까지로 제한

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
틱톡	• **틱톡 올리브영 협력광고 12월 패키지 안내** 1) 내용 - 12월 올리브영 세일 기간 광고 운영 브랜드 대상으로 광고 크레딧, 트래픽 부스팅 및 제작 지원 혜택 제공 2) 기능 - 기존 집행 이력 및 9월 올리브영 세일 대비 광고비 증액에 따라 Tier 분류 - 신규(틱톡 올리브영 협력광고 집행 이력 전무), 휴면(26.04.01~26.10.29 내 틱톡 올리브영 협력광고 집행 이력 없음) 3) 참고사항 - 본 프로그램은 사전 신청 및 매체 검토 완료 브랜드에 한해 적용 [사전 신청 기간: ~11/25(수)] - 다수 프로그램에 중복참여 불가능 - 크레딧은 11/25(수)까지 신청한 브랜드에 한하여 제공 - 크레딧은 올영세일 이후 2주 이내 탑업 예정. 크레딧 유효기간은 제공 시점부터 30일 - 올영세일 기간에 집행한 광고비 중 크레딧 사용분은 집행 금액에서 제외

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