

MEDIA AD ISSUE Vol.382

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2026.10

Published by
Media Channel Team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

- 네이버 파파고 앱 스플래시 패키지, 한국어·외국어 광고 상품 출시
- 이달의 매체 상품 소식

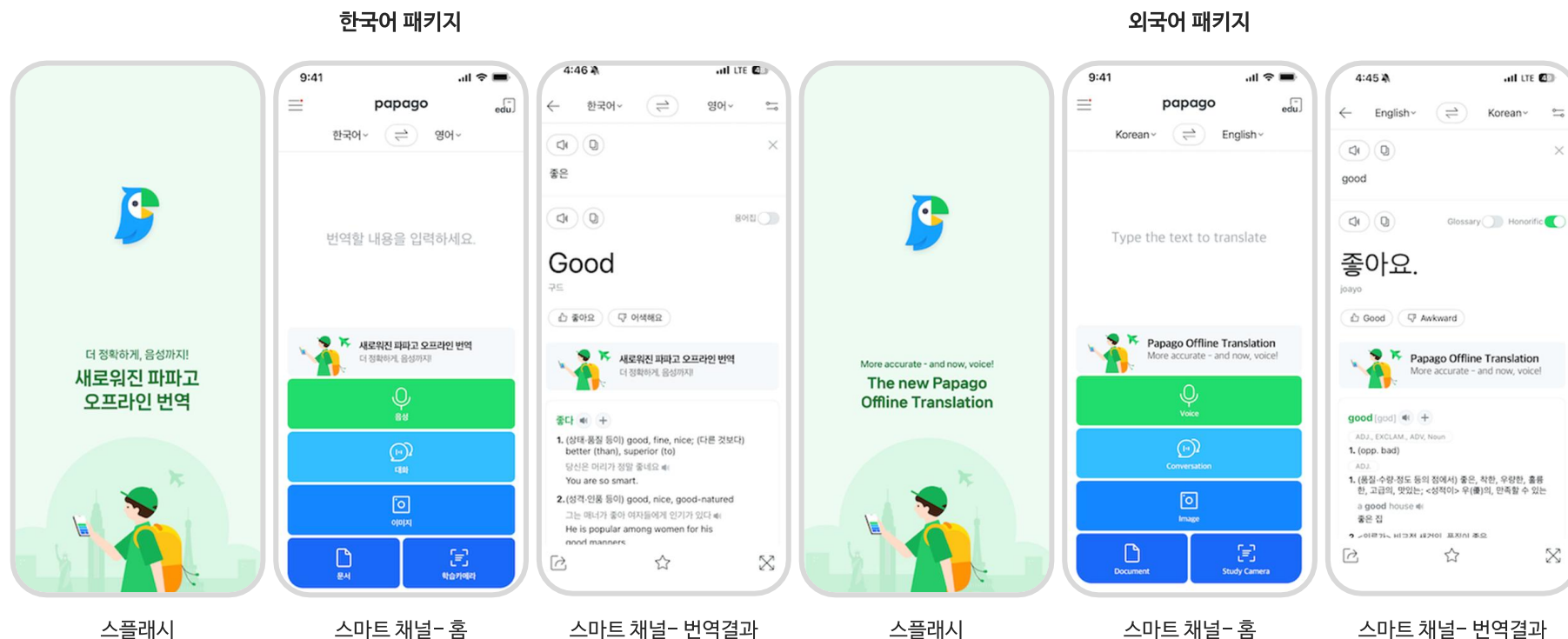
네이버, 파파고 앱 스프래시 패키지, 한국어·외국어 광고 상품 출시

NAVER

- 파파고 앱의 스프래시와 스마트채널(홈, 번역결과) 지면을 묶은 패키지 상품
- 이용자의 디바이스 언어 설정값을 기준으로 한국어 패키지와 외국어 패키지로 구분하여 판매

| 상품 개요 |

| 상품 소개 |



구분	내용
판매 방식 및 단가	- CPT/구좌당 1,000만원 (FQ 없음)
일 예상 노출량	- 한국어 패키지 450만 imp - 외국어 패키지 300만 imp
참고 사항	- 이용자의 디바이스 언어 설정 값을 기준으로 한국어/ 외국어 분류 - 특정 언어 타겟팅 불가능, 위치 기반 트래픽 구분 불가능 - PC 및 모바일 웹에서는 노출하지 않음

* 일 예상 노출량은 스프래시와 스마트채널을 합산한 수치이며, 실제 노출량은 트래픽 상황에 따라 변동될 수 있음

이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
네이버	• 브랜드검색 PC/모바일 상품 통합 개편, 2차 프로모션 진행 1) 내용 - 일정: 2026년 10월 1일(목) ~ 2027년 3월 1일(월) - 대상: 브랜드검색 개편 상품을 구매하시는 모든 광고주 2) 참고사항 - 프로모션 가격으로 할인혜택 적용, 상품 정가 및 프로모션 상세 단가는 다음 단가표(바로가기)참고 - 프로모션 적용 단가는 기간내 '계약'을 기준으로, 계약시점의 프로모션 단가로 계약가능 - 지자체 단가의 경우 2027년 1월 4일 부터 정가로 적용

이달의매체 상품 소식 (1)

구분

이슈

메타

• 브랜드 리프트 스터디(BLS) 최소 집행 금액 기준 상향

1) 내용

변경사항	- 조사 단위 최소 집행 금액 : \$40K → \$58K 상향 - 신뢰도 높은 결과를 위한 권장 집행 금액은 \$64K
유지사항	- Agency team BLS 신청 조건은 최소 \$64K 유지 - 조사당 최소 요건 : 노출 600만 회 / 도달 200만 명(각 셀 기준) / 주 1~2회 빈도, 최소 2주 집행 기간

2) 참고사항

① 최소 집행 금액은 업종이 아닌 국가별 기준으로 금액 설정

② 변경 기준은 9월 15일 이후 생성된 스터디부터 적용

③ 국가별 최소 집행 금액

국가 또는 지역	기본 언어	최소 예산(USD)
대한민국	한국어(Ko_KR)	\$58,000
미국	영어(en_US)	\$175,000
일본	일본어(ja_JP)	\$44,000
싱가포르	영어(en_GB)	\$36,000

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
메타	• iOS 14.5 이상 앱의 지연된 딥링크 지원 업데이트 1) 내용 - iOS 14.5 이상, Facebook SDK 사용 앱 광고주 대상으로 지연된 딥링크(Deferred Deep Linking) 지원 - 신규 유저가 앱 설치 후 첫 실행 시 기본 랜딩 화면이 아닌 특정 상품·프로모션 페이지로 바로 이동 가능 2) 기능 - Facebook iOS SDK v18.0.3 이상으로 업데이트 및 앱 배포 후 광고 관리자에서 설정 가능 - 앱 홍보/앱 판매 캠페인에서 지원 - 유저가 앱을스토어를 경유해 앱을 설치하는 경우 지연된 딥 링크 적용 가능 🟢 랜딩 페이지 사람들이 광고를 누르거나 클릭했을 때 어디로 연결할지 설정하세요. 더 알아보기 기본 랜딩 페이지 앱 ▼ 지연된 딥 링크 ⓘ 지연된 딥 링크 URL을 입력하세요 맞춤 제품 페이지 ⓘ 맞춤 제품 페이지 ID를 입력하세요

이달의 매체 상품 소식 (3)

구분

이슈

• 파트너십 광고와 어드벤처지 + 카탈로그 광고 결합 사용 가능

1) 내용

- 크리에이터 콘텐츠를 광고의 메인 소재로 두고 그 아래에 구매 가능한 카탈로그 상품을 함께 보여주는 방식

2) 기능

① 파트너십 광고를 통해 크리에이터 계정의 시그널을 활용하는 동시에 카탈로그를 통해 상품 시그널까지 활용하는 구조

② 광고 만들기 단계에서 파트너십 광고 사용 토글과 카탈로그 사용 토글 모두 ON

3) 참고사항

- 슬라이드 광고 형식도 순차 오픈 예정

메타

The image displays four mobile app screenshots illustrating Meta's advertising formats for partnerships and catalogs. The first two screenshots are labeled 'Feed' and show a post from 'Lakueur Beauty and Kai Blue' featuring a woman holding skincare products, with a 'Shop now' button and a catalog of products below. The next two screenshots are labeled 'Stories' and 'Reels' and show similar content, with the 'Reels' screenshot also featuring a 'Shop now' button and a catalog of products.

이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
카카오	• 카카오톡 PC 지면 광고 업데이트 ■ 적용 일정 - 2026년 10월 19일(월) 예정 * PC버전에 노출되는 비즈보드 소재 등록은 10월 20일(화)부터 가능 ■ 적용 사항 ①카카오톡 PC Mac > 광고 지면 추가 - 메인창 하단에 비즈보드와 디스플레이(2:1, 1:1) 광고 노출 ②카카오톡 PC > 카카오톡 비즈보드 광고 노출 - 10월 20일 이후 광고 그룹의 디바이스와 게재지면 선택시 PC와 카카오톡을 설정하신 함께 설정한 경우 카카오톡 PC Windows, Mac 지면에 비즈보드 광고 노출 ③카카오톡 PC > 메인창 하단 지면 > 디스플레이 광고 > 레이아웃 개편, 1:1 소재 추가 노출 - 레이아웃이 개편된 디스플레이 광고가 카카오톡 PC Windows 정식버전과 신규버전(Beta), Mac에 노출 ④카카오톡 PC 지면 우상단 > AD 마크 노출 - 카카오톡 PC Windows 정식버전과 신규버전(Beta), Mac 지면에 마크 적용

이달의매체 상품 소식 (2)

구분

이슈

• 카카오커머스>상품 카탈로그 캠페인 노출 지면 확장

: <카카오 선물하기 카탈로그 자동 연동 기능>을 사용하여 생성된 상품 카탈로그 캠페인 대상 선물하기내 노출지면 확장

■ 적용 일정: 2026년 10월 7일 (수)

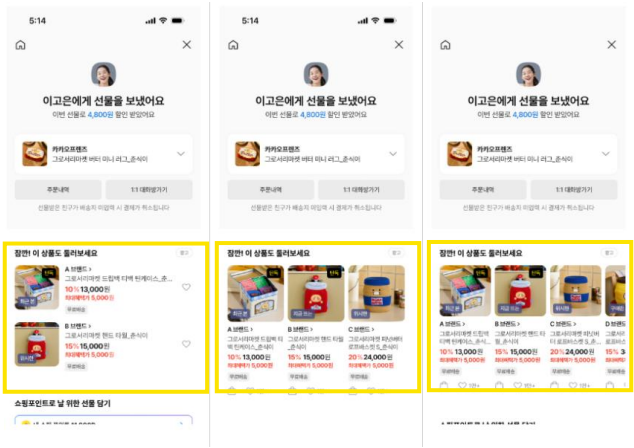
■ 노출 확대 지면

계재지면	상세위치	광고노출위치	상품 노출 개수
카카오톡>선물하기	구매완료 페이지	MO: 구매 상품 하단 PC:미노출	1개 * 광고 영역에 여러 브랜드의상품이 함께 노출

카카오

■ 참고사항

- 성인 상품은 제외되며, 상품 상태가 판매 중, 전시 중(쇼핑탭의 경우, 쇼핑탭 '전시함' 설정 필요)인 B2C 상품만 연동
- 노출되는 상품 카탈로그 광고의 클릭 수는 슬라이드내 노출 순서와 관계없이 대시보드 및 보고서에서 '슬라이드 1 클릭수'로 집계
- 상품별 보고서의 노출수와 클릭수는 각 상품 id를 기준으로 집계



이달의매체 상품 소식 (3)

구분	이슈						
카카오	- 카카오 비즈보드 광고 내 'AI 활용 표기 설정' 옵션 추가 지원 ■ 대상 상품 <table> <tr> <th>구분</th><th>지원 캠페인</th></tr> <tr> <td>성과형 상품</td><td>카카오 비즈보드 x 전환 카카오 비즈보드 x 방문 카카오 비즈보드 x 도달</td></tr> <tr> <td>참여형 상품</td><td>비즈보드 x 전환 카카오 비즈보드 x 방문</td></tr> </table> ■ 적용 일정 - 모먼트 > 'AI 활용 표기 설정' 옵션 제공 : 2026년 9월 28일(월) - 광고 소재 > 'AI 활용' 마크 노출 반영 : 2026년 10월 19일(월) 이후 (카카오톡 26.9.0 이상 버전에서 노출) ■ 적용 방식 ① 모먼트 > 'AI 활용 표기 설정' 옵션 제공 : AI 소재 만들기 > 선택사항 > 생성형 인공지능 활용 > 'AI 활용 표기 설정' 옵션 체크 가능 ② 광고 소재 > 'AI 활용' 마크 노출 반영 : 카카오 비즈보드 광고 우측 상단 > 'AD' 마크 좌측에 'AI 활용' 마크 추가 ■ 노출 지면 - 카카오톡 > 친구탭, 채팅탭, 지금탭, 톡 엔트리 > 카카오 비즈보드 - 카카오톡 > 선물하기 > 카카오 비즈보드 - 카카오톡 PC > 카카오 비즈보드	구분	지원 캠페인	성과형 상품	카카오 비즈보드 x 전환 카카오 비즈보드 x 방문 카카오 비즈보드 x 도달	참여형 상품	비즈보드 x 전환 카카오 비즈보드 x 방문
구분	지원 캠페인						
성과형 상품	카카오 비즈보드 x 전환 카카오 비즈보드 x 방문 카카오 비즈보드 x 도달						
참여형 상품	비즈보드 x 전환 카카오 비즈보드 x 방문						

이달의매체 상품소식 (4)

구분

이슈

카카오

- 톡채널검색 '친구 추가수' 성과 측정 방식 변경

: 톡채널 캠페인 유형의 '친구 추가수' 성과 측정 방식 변경 예정

■ 적용 일정: 2026년 10월 19일(월)

■ 변경 사항

- 톡채널검색 캠페인 유형의 '친구 추가수' 성과를 측정하려면 전환 추적 픽셀 & SDK 연동 필수 필요
- 2026년 9월 17일부터는 톡채널검색 캠페인을 생성하거나 수정할 때 전환 추적 설정을 필수 선택해야 캠페인 저장 가능

(톡채널검색 캠페인 유형에서)
‘전환추적’ 필수 설정

■ 참고 사항

- 전환추적이 연동하지 않기로 설정된 톡채널검색 캠페인의 경우, 친구 추가 성과가 정상적으로 측정되지 않을 수 있음

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분

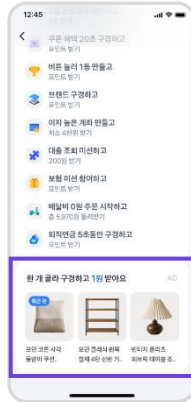
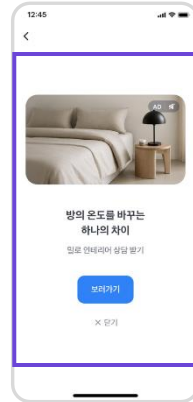
이슈

• 디스플레이 광고 형태 확대 안내

1) 내용

- 9월 29일 화요일부터 디스플레이 광고에서 새로운 광고 형태 4종 추가

2) 신규 추가광고 형태

광고 형태	한 줄 배너 세트형	미니세트형	가로형	세로형
지원 소재 유형	카탈로그 (상품 3개 노출)	카탈로그 (상품 3개 노출)	비디오형 (16:9)	비디오형 (9:16)
목표	구매 유도하기 (카탈로그 연동)	구매 유도하기 (카탈로그 연동)	구매 유도하기(직접 등록), 방문 유도하기, 앱 설치 유도하기, 잠재고객 모으기	구매 유도하기(직접 등록), 방문 유도하기, 앱 설치 유도하기, 잠재고객 모으기
노출 예시				

토스

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈	
토스	앱 설치 유도하기 캠페인 변경 사항 안내	
	1) 내용 - 기존 캠페인 당 두 OS 모두 집행 가능했으나 캠페인마다 한 OS만 집행 가능하도록 업데이트 - 앱마켓 정보로 자동 구성되던 소개 화면 직접 입력 및 수정 가능	
	2) 업데이트 내용	
	구분	현재
	광고 대상(앱)	광고 대상(앱) 선택 없음
	OS 지원	캠페인 당 두 OS 모두 집행
	앱 정보 수집	소재를 등록할 때마다 자동 수집
	노출 OS	광고세트에서 제외할 디바이스를 직접 설정
	소개 화면 (브릿지 페이지)	• 앱마켓 정보로 자동 구성 • 미리보기 조회 및 내용 수정 불가
		10월 12일 이후
	광고 대상(앱)	캠페인마다 Android 또는 iOS 앱 1개를 등록 및 선택
	OS 지원	캠페인 당 한 OS만 집행
	앱 정보 수집	앱을 등록할 때 1회 자동 저장, 이후 한 달 주기 업데이트 앱 정보는 광고 대상에 저장되어 다른 캠페인에서 재사용 가능
	노출 OS	선택한 앱의 OS에만 노출되도록 디타겟팅 자동 설정
	소개 화면 (브릿지 페이지)	• 직접 입력·수정 가능 • 등록된 광고 대상(앱) 정보로 자동 채우기 기능 지원 • 미리보기 제공 • 광고 고지 문구 추가 가능
*10월 12일부터 이전 버전 캠페인 신규 생성 불가 *이전 버전 캠페인 하위 광고세트 및 신규 소재 추가 & 복제 불가		

이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
당근	• 광고 데이터와 AI를 연결하는 ‘광고 MCP (Model Context Protocol)’ 출시 1) 내용 - MCP (Model Context Protocol): AI가 외부 서비스의 데이터에 접근할 수 있도록 하는 표준화 연결 방식 - 클로드 (Claude)와 챗GPT (ChatGPT) 클라이언트 연결 가능 - 별도 개발 지식이나 API 키 발급 없이 MCP 서버 등록 및 당근 비즈니스 계정 인증으로 연결 가능 * MCP 서버 주소: https://ads-mcp.kr.karrotmarket.com/mcp 2) 기능 ① 광고 계정 조회: 소유하거나 운영 중인 광고 계정 목록과 잔액 확인 ② 광고 현황 조회: 집행 중인 캠페인·광고 그룹·소재의 설정과 상태 확인 ③ 성과 확인과 진단: 기간별 노출수, 클릭수, CTR, CPC, 전환 등 주요 지표 조회 및 성과 진단 3) 참고사항 - 간편모드·전문가모드 모두 지원하며 기존 계정 권한 범위 내 데이터 조회 가능 - 현재 조회 기능만 제공, 광고 생성 및 수정 기능은 추후 지원 예정 (소재 이미지 및 썸네일 조회 미지원) - 지역, 성별, 연령 등 세부 기준은 한번에 최대 2개까지 조합 가능, 지역은 단독으로만 조회할 수 있음

이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
틱톡	• 오가닉 TikTok 계정 비즈니스 인증 필수 안내 1) 내용 - 광고주 소유 TikTok Business Account는 TTAM(TikTok Ads Manager) 계정 연동 전 기업 자격 검증(VBA) 완료 필수 - 10월 7일 이후 생성되는 신규 광고 계정은 비즈니스 인증이 필수로 진행 - 기존 연동 계정은 대부분 자동 업그레이드 되나, 향후 원활하고 안정적인 계정 운영을 위해 VBA 인증 권장 (* 추후 매체사정에 따라 기존 연동계정 또한 업데이트 필요할 수 있음) 2) VBA 인증신청 방법 ① TikTok 앱에서 신청 ② 웹 비즈니스 스위트를 사용하여 신청 ③ 인증된 비즈니스 센터(Business Center)를 사용하여 TikTok 계정에 인증 공유 * 비즈니스 센터가 이미 인증 완료되어 있으며, 해당 비즈니스 센터는 TikTok 계정의 관리 권한을 보유해야 함 3) VBA 주요 기능 - V-배지/ “인증된 비즈니스 배지”: TikTok 프로필 페이지(핸들 아래)에 표시 - 앱 다운로드 접근 권한 부여 및 크리에이터 Sparkads 기능 지원 * 이외 Blue V 자격/ 오가닉 오디언스 그룹 및 리포팅 기능 지원 가능

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

[홈페이지에서 확인하기](#)

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)