카카오비즈니스 가이드

카카오모먼트

4천만 유저 중 꼭 필요한 고객만 쏙쏙 골라 더 효과적인 카카오모먼트 광고를 시작해 보세요.

ⓘ 카카오모먼트에 광고를 등록하면 어디에 광고가 노출되는지, 어떤 방식으로 과금이 되는지 등 카카오모먼트에 대해 알아볼까요?

👉 **아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!**

＃1. 카카오모먼트 기본 소개

카카오에서 디스플레이, 메시지 광고를 운영할 수 있는 카카오모먼트의 개념을 먼저 알아보세요.

＃2. 노출 영역
＃2-1. 광고 상품 ＃2-2. 유형별 게재지면

카카오모먼트에 노출할 수 있는 광고 영역을 확인해보세요.

＃3. 입찰 방식
＃3-1. CPC (Cost Per Click) ＃3-2. CPM (Cost Per Mill) ＃3-3. CPA (Cost Per Action) ＃3-4. CPV

카카오모먼트에서 제공하는 입찰 방식의 종류 및 입찰 방식별 특징을 확인해보세요.

＃4. 노출/클릭 집계 기준

광고 성과와 연관이 있는 노출 및 클릭이 집계되는 기준을 확인해보세요.

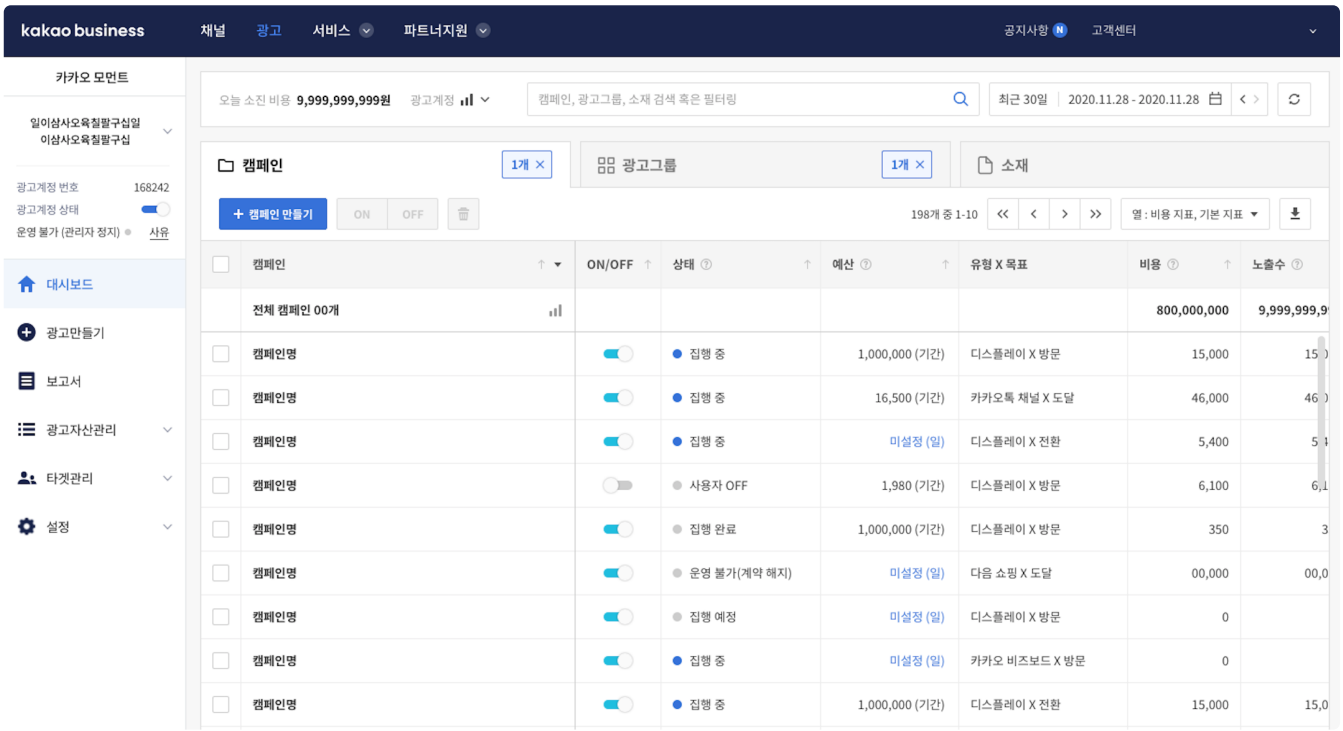
＃5. 초과 과금 정책

설정한 일예산보다 다양한 이유로 초과 과금은 발생할 수 있습니다.
발생할 수 있는 초과 과금 이슈 및 관련 정책을 사전에 확인해보세요.

＃6. 광고 집행
＃6-1. 직접 집행 ＃6-2. 대행사를 통한 집행

광고를 직접 운영한다면 카카오비즈니스 가이드를 꼼꼼하게 학습해주세요!
광고 운영이 어려울 경우, 전문 대행사를 통해 광고를 운영할 수도 있습니다.

1. 카카오모먼트 기본 소개



카카오모먼트 대시보드

카카오모먼트는 Kakao의 대표 광고 플랫폼입니다.
카카오모먼트를 통해 카카오비즈보드, 디스플레이 광고, 동영상 광고, 메시지 광고 등을 누구나 직접 집행할 수 있습니다.

카카오모먼트의 장점은 아래와 같습니다.

- **전 국민이 항상 로그인 상태인 카카오톡을 중심으로 다양한 지면에 노출**
  카카오톡은 전 국민의 모든 연령대가 이용하는 서비스인만큼, 내 핵심 고객을 빠르게 찾아 공략할 수 있습니다.
  카카오톡과 카카오의 핵심서비스 그리고, 주요 파트너 서비스 등 다양한 지면에 노출됩니다.

- **카카오의 빅데이터를 바탕으로 고도화된 타게팅 지원**
  카카오의 서비스에서 확보한 데이터를 기반으로 맞춤타겟, 모먼트, 데모그래픽, 상세 타겟 설정 등 다양한 오디언스 설정을 통해 최적의 타겟에 광고를 노출할 수 있습니다.

- **다양한 광고 목적에 맞는 최적화 지원**
  광고주가 원하는 랜딩으로 **방문** 극대화, 광고주의 비즈니스에 대한 관심을 구매 또는 참여, 설치 등의 행동으로 **전환** 유도, 광고주의 동영상 광고를 많은 사람들이 **조회**하도록 유도하여 홍보 및 브랜딩 강화 등 목표별 최적화를 통해 광고 성과를 높여줍니다.

- **지면에 가장 알맞은 광고 크리에이티브 사용**
  효과적인 브랜딩이 가능한 동영상 소재, 직관적인 이미지 소재, 이용자의 카카오톡으로 전달되는 메시지형 소재까지 다양한 크리에이티브를 주목도 높게 전달할 수 있습니다.

> ⚠ 카카오모먼트는 크롬 브라우저에 최적화되어 있습니다.
> 사파리, 엣지 등의 브라우저로 접속 시 카카오모먼트 사용은 가능하나 최적화 지원이 되지 않습니다.
> 또한, IE 브라우저는 카카오모먼트 사용이 불가합니다.

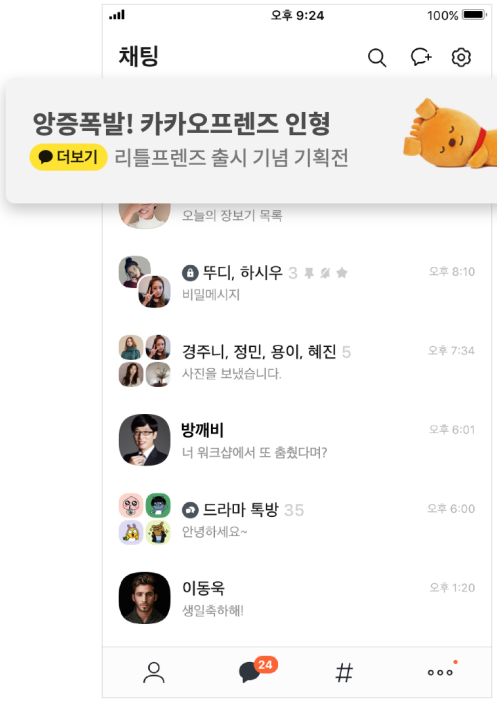
2. 노출 영역

카카오모먼트에서는 대표적으로 카카오비즈보드, 디스플레이, 카카오톡 채널 메시지, 동영상, 다음 쇼핑, 스폰서드 보드 광고를 집행할 수 있습니다.

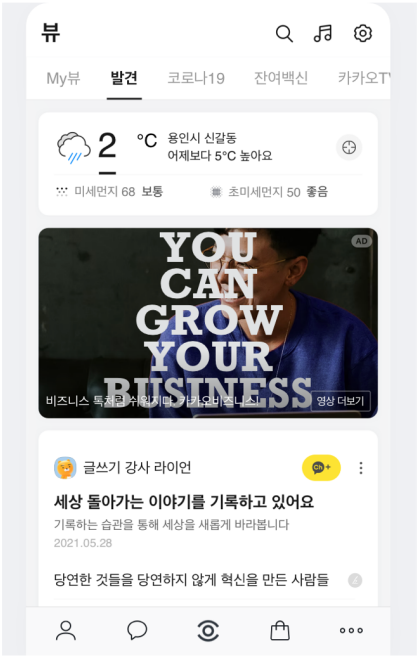
2-1. 광고 상품

광고 상품별 대표 노출 영역 예시입니다.

- **카카오비즈보드**

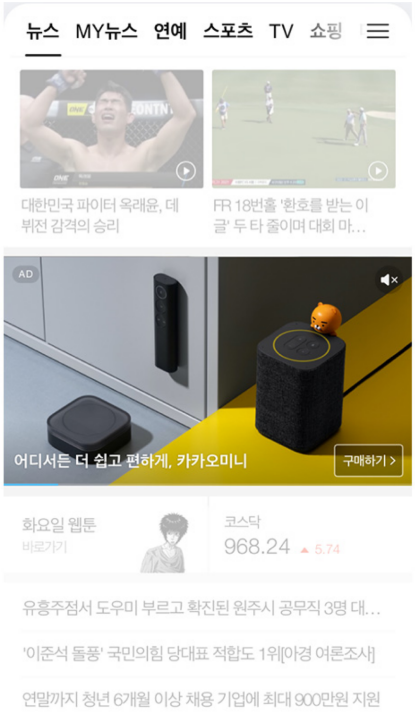


- 디스플레이 광고



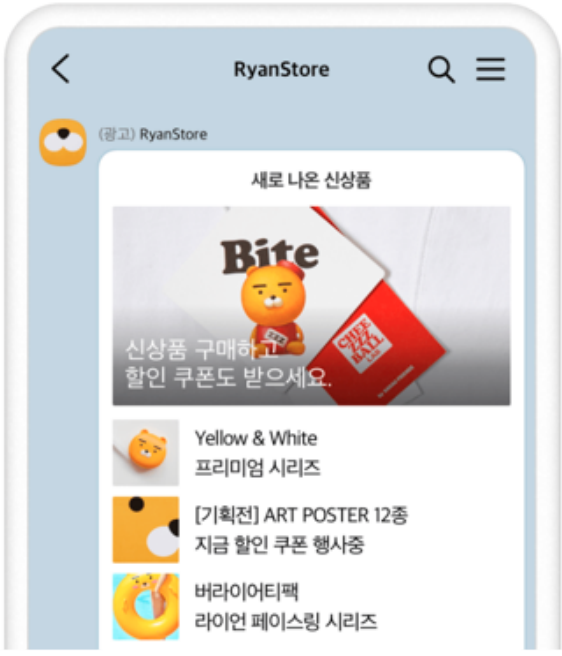
- 동영상 광고


10:21
광고 재생 중입니다.
광고 더보기
5초 후 재생
머니갈기
FULL 봄여름가을겨울 & 빛과 소금 - 1화
재생수 1,170,000 · 5일 전
카카오TV
채널 추가
전체 회차
관련 영상
자동재생
LIVE
미도와 파라솔 라이브 함...
재생수 117만

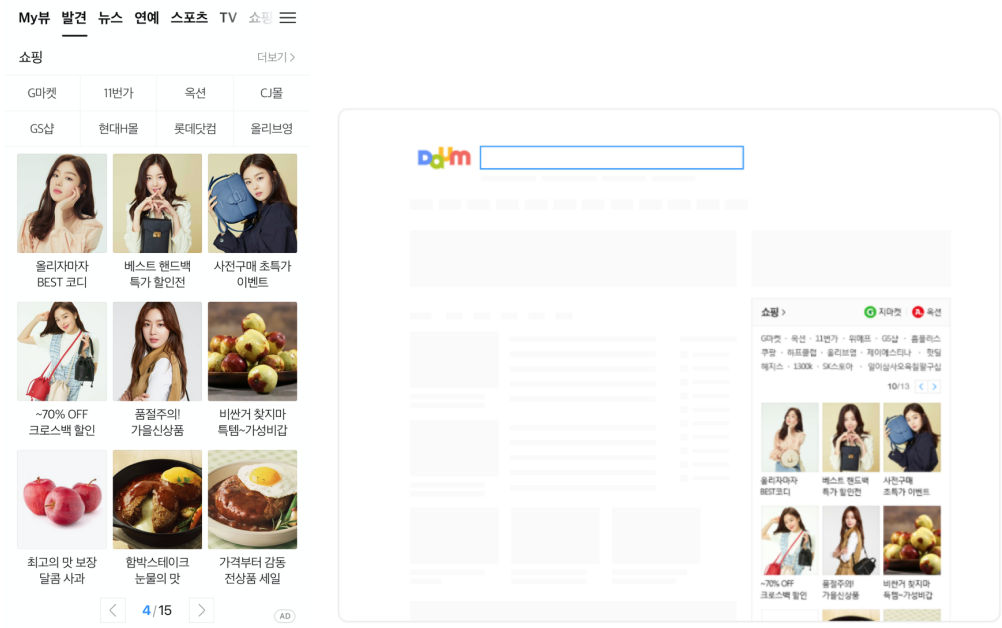

뉴스
MY뉴스
연예
스포츠
TV
쇼핑
대한민국 파이터 옥래윤, 데뷔전 감격의 승리
FR 18번홀 '환호를 받는 이글' 두 타 줄이며 대회 마...
AD
어디서든 더 쉽고 편하게, 카카오미니
구매하기 >
화요일 웹툰
바로가기
코스닥
968.24
유흥주점서 도우미 부르고 확진된 원주시 공무직 3명 대...
'이준석 돌풍' 국민의힘 당대표 적합도 1위[아경 여론조사]
연말까지 청년 6개월 이상 채용 기업에 최대 900만원 지원

- **채널 메시지**

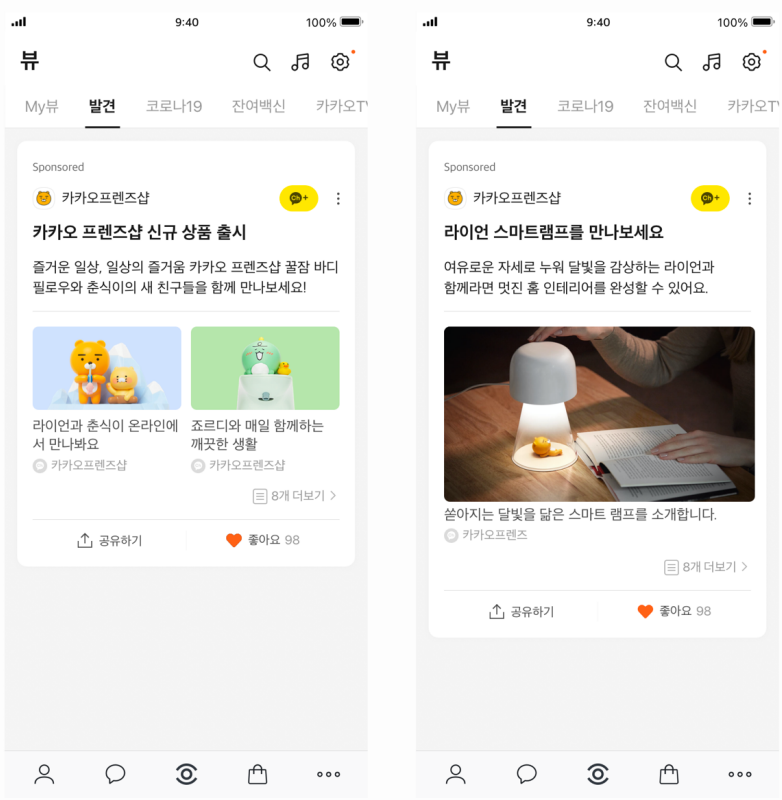

카카오프렌즈
(광고) 카카오프렌즈
ANGMOND&SCAPPY
다음주에 출시될 신상 호텔 드 라이언을 소개합니다!
자세히 보기
공유하기
수신거부 : 홈 > 채널차단
09:00


RyanStore
(광고) RyanStore
새로 나온 신상품
Bite
신상품 구매하고
할인 쿠폰도 받으세요.
Yellow & White
프리미엄 시리즈
[기획전] ART POSTER 12종
지금 할인 쿠폰 행사중
버라이어티팩
라이언 페이스링 시리즈

- **쇼핑 광고**



- **스폰서드 보드**



더 자세한 노출 영역이 궁금한 경우 유형별 게재지면을 참고해주세요.

2-2. 유형별 게재지면

소재 유형	캠페인 유형					카카오톡		카카오스토리		다음		카카오서비스		네트워크	
	카카오비즈보드	디스플레이	다음쇼핑	동영상	스폰서드 보드	mobile	pc	mobile	pc	mobile	pc	mobile	pc	mobile	pc
이미지 배너	O					O				O		O		O	
이미지 네이티브		O				O	O	O		O	O	O		O	O
이미지 카탈로그		O				O				O					
동영상 네이티브				O		O				O	O	O			
이미지박스			O							O	O				
콘텐츠(보드)					O	O									

ⓘ 카카오비즈보드 대표 노출 위치 ▶ **바로가기**

ⓘ 디스플레이 광고 대표 노출 위치 ▶ **바로가기**

ⓘ 동영상 광고 대표 노출 위치 ▶ **바로가기**

ⓘ 스폰서드 보드 대표 노출 위치 ▶ **바로가기**

3. 입찰 방식

카카오모먼트 광고 단가는 고정 단가가 아니며, 과금 방식 / 입찰가 / 광고 반응률 등 입찰에 참여하는 요소들이 실시간 계산되어 반영되는 실시간 입찰 방식입니다.

광고 목적에 맞게 다양한 입찰방식을 제공하고 있으며, 선택한 입찰 방식 및 입력한 입찰 금액 내에서 과금되지만 **설정한 타게팅, 입찰금액 및 일 예산에 따라 초과 과금이 발생할 수 있습니다.**

3-1. CPC (Cost Per Click)

CPC는 클릭 당 과금 방식으로, **클릭이 발생할 때마다 과금**됩니다.

광고 유형	**카카오비즈보드, 디스플레이 광고 유형**에서 선택 가능합니다.
입찰금액	최소 입찰가 10원 이상 최대 입찰가 광고그룹 일예산의 50% 이하 또는 10만 원 이하로 입력 1원 단위로 입력이 가능
입찰금액 기본값	200원
참고 사항	실제 과금 시에는 VAT가 포함된 금액으로 과금합니다.

3-2. CPM (Cost Per Mill)

CPM은 1,000회 노출 당 과금방식으로, **노출이 발생할 때마다 과금**됩니다.

광고 유형	**카카오비즈보드, 디스플레이, 스폰서드 보드 유형**에서 선택 가능합니다.
입찰금액	**[카카오비즈보드]** 최소 입찰가 1,000원 이상 최대 입찰가 광고그룹 일예산의 50% 이하 또는 10만 원 이하로 입력 1원 단위로 입력이 가능 **[디스플레이]** 최소 입찰가 100원 이상 최대 입찰가 광고그룹 일예산의 50% 이하 또는 10만 원 이하로 입력 1원 단위로 입력이 가능 **[스폰서드 보드]** 최소 입찰가 100원 이상 최대 입찰가 광고그룹 일예산의 50% 이하 또는 10만 원 이하로 입력 1원 단위로 입력이 가능
입찰금액 기본값	**[카카오비즈보드]** 3,000원 **[디스플레이]** 1,000원 **[스폰서드 보드]** 1,000원
참고 사항	-실제 과금 시에는 VAT가 포함된 금액으로 과금합니다. -CPM의 경우 일정 시간 동안의 노출당 비용을 그룹핑하여 과금하며, 최소 과금 비용 10원(VAT 별도)입니다. (소수점 절사 및 원단위 반올림)

3-3. CPA (Cost Per Action)

CPA는 액션당 과금 방식으로, **채널 추가와 같은 특정한 액션(전환)이 발생할 때마다 과금**됩니다.

광고 유형	**[디스플레이 광고 X 전환], 광고 목표 대상 [카카오톡 채널]**에서만 선택 가능합니다.
입찰금액	최소 입찰가 100원 이상 최대 입찰가 광고그룹 일예산의 50% 이하 또는 10만 원 이하로 입력 1원 단위로 입력이 가능
입찰금액 기본값	1,500원
참고 사항	-실제 과금 시에는 VAT가 포함된 금액으로 과금합니다. -CPA의 경우 설정한 일예산이 초과되면 광고 노출은 중지되나, 기존 노출된 광고에서 발생한 전환 비용은 일예산이 초과되었더라도 과금됩니다. -클릭으로부터 24시간 이내 전환에 대해 과금하며, 사용자가 광고 클릭 이후 24시간이 지난 전환에 대해서는 비과금 처리됩니다.

3-4. CPV (Cost Per View)

CPV는 동영상 조회당 과금 방식으로, **동영상 조회가 발생할 때마다 과금**됩니다.

광고 유형	**동영상 광고 유형**에서 선택 가능합니다.
입찰금액	최소 입찰가 10원 이상 최대 입찰가 광고그룹 일예산의 50% 이하 또는 10만 원 이하로 입력 1원 단위로 입력이 가능
입찰금액 기본값	20원
참고 사항	-실제 과금 시에는 VAT가 포함된 금액으로 과금합니다. -동영상 광고는 영상 3초 재생 시부터 과금됩니다.

3-5. CPMS (Cost Per Message)

CPMS는 발송 당 구매 방식으로, **메시지 발송 1건마다 과금**됩니다.

광고 유형	**카카오톡 채널 광고 유형**에서 선택 가능합니다.
건당 금액	타게팅 미적용, 데모그래픽 중 지역-전체(국내), 전체(국내+해외), 디바이스 설정한 경우 : 15원 오디언스에서 1개 이상의 타게팅 설정 및 스마트메시지 설정한 경우 : 20원
입찰금액	15원
참고 사항	실제 과금 시에는 VAT가 포함된 금액으로 과금합니다.

3-6. CPT (Cost Per Time)

CPT는 설정된 기간 단위(구좌)를 구매하는 방식으로, **실제 노출과 관계 없이 기간이 지나면** 항상 과금됩니다.

광고 유형	**다음쇼핑 광고 유형**에서 선택 가능합니다.
구매 단가	주 단위 : 3,000,000원 / 구좌 월 단위 : 10,000,000원 / 구좌
참고 사항	실제 과금 시에는 VAT가 포함된 금액으로 과금합니다.

4. 노출/클릭 집계 기준

카카오모먼트의 광고계정 내 광고를 통해 발생한 노출 및 클릭 중 광고효과가 있다고 판단되는 데이터에 한하여 데이터 집계 및 과금 대상에 적용하고 있습니다.

또한 카카오모먼트는 과학적인 방법 및 분석을 통해 지표의 정확성 및 투명성 강화를 통해 광고 품질 향상에 많은 노력을 하고 있습니다.

노출 집계 기준

카카오모먼트는 합리적이고 효율적인 캠페인 운영 및 광고 집행을 위해 카카오비즈보드, 디스플레이, 동영상 광고 유형(인스트림은 1초)에서 광고가 50% 이상 & 게재지면에 1초 이상 노출되었을 때 '노출수'를 집계하고 있습니다.

클릭 집계 기준

카카오모먼트는 유효한 클릭 즉 광고 효과가 있는 클릭에 한해 카운팅 하도록 집계 기준이 적용되어 있으며, 이 집계 알고리즘은 환경 변화에 따라 지속적으로 업데이트되고 있습니다.

이를 통해 다양한 환경에서 발생하는 클릭 중 더블클릭 등과 같은 오클릭, 인위적인 반복 클릭, 카카오 사내와 같은 특정 IP 대역에서 발생하는 클릭 등 무효 클릭들을 제외하도록 되어 있으며, 보다 정교하고 정확한 집계를 위해 계속 노력하고 있습니다.

5. 초과 과금 정책

초과 과금이 발생할 수 있는 마이너스 잔액 및 일예산 초과 케이스는 카카오모먼트에서 정상 과금으로 판단하고 있으며, 광고비 지불이 필요하오니 광고 운영에 참고바랍니다.

마이너스 잔액

광고주님의 계정 내 충전된 유상캐시가 모두 소진될 때 광고가 자동으로 중단 되기까지 일정 시간이 소요됩니다.

해당 시간 동안 노출된 광고로부터 유효한 클릭이 발생하거나 또는 특정시점 광고 노출 및 소진량이 증가하면서 예측된 광고 종료 지점에 비하여 빠르게 소진되어 마이너스 잔액이 발생될 수 있습니다.

설정하신 일예산 금액대로 광고가 노출되었으나, 잔액 부족 시점 경에 발생한 유효한 노출 및 클릭에 대해서는 정상 과금될 수 있는 점 참고 부탁드립니다.

일예산 초과

광고그룹에 있는 소재 중 설정한 일예산 대비 입찰가가 높은 경우 일예산을 초과하는 과금액은 커질 수 있습니다.
또한 다음과 같은 경우 일예산을 초과한 과금은 발생할 수 있으니 참고 부탁드립니다.

1) 과금액이 설정된 허용예산에 근접했을 때, 순간적으로 많은 양의 노출/클릭 등이 발생하는 경우
2) 일 예산이 다 소진되어 광고 노출을 중단하는 프로세스 진행 중에 노출/클릭 등이 발생한 경우

⚠ ※ 과도하게 적은 일예산, 논타겟으로 설정, 높은 입찰금액, 짧은 광고기간으로 운영할 경우 일예산의 초과 폭은 커질 수 있습니다.

그룹별 타게팅 세분화 및 일예산을 고려한 적정 입찰금액을 설정해주시고, 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어하는 게재방식 : 일반게재로 선택하여 운영해주시기 바랍니다.

※ 일예산이나 최대 입찰금액 등 캠페인 및 광고그룹의 예산 설정을 변경한 경우 변경 내역은 실시간으로 반영되나 디바이스 환경에 따라 최대 10분 이상 소요될 수 있습니다.

6. 광고 집행

이제 카카오모먼트에서 광고를 집행해볼까요?

6-1. 직접 집행

카카오모먼트는 쉽고 직관적인 메뉴로 구성되어, 광고 등록부터 보고서 확인까지 누구나 직접 운영할 수 있습니다.
광고 집행을 위해 목적에 따라 아래 가이드를 읽어주세요.

- **퀵스타트 가이드**
  초보자를 위해 카카오모먼트 가입부터 집행까지 가장 빠르게 집행하는 방법을 안내합니다.

- **광고 만들기**
  각 유형별 광고 만들기를 상세하게 설명합니다.

- **운영하기**
  더 효율적인 광고 집행을 위한 운영 방법을 소개합니다.

6-2. 대행사를 통한 집행

만약 직접 운영하기 어려우시다면, 공식 대행사의 도움을 받을 수 있습니다.
원하시는 경우에는 아래의 카카오모먼트 공식대행사에 연락해보세요.

- 카카오 광고 공식 대행사

6-3. 불법영업 피해방지 안내

카카오광고를 운영하고자 하는 광고주를 대상으로 본사직원 또는 카카오와 제휴관계(공식대행사 등)임을 사칭하여 광고 상품의 구매를 유도하거나, 카카오에서 공식적으로 판매하지 않는 상품과의 결합상품을 판매하는 등 상품 변형 판매 등의 불법영업 행위가 증가하고 있습니다.

신고된 바에 따르면, 위와 같은 업체들은 클릭당 과금 상품(CPC)을 월정액 상품으로 변형하여 실제 광고 집행 금액 대비 과도한 계약금이나 수수료를 요구한다거나 환불이나 계약해지 요청 시 연락을 받지 않고 계약해지 거부/과다 위약금을 공제하는 등 광고주님의 금전적 피해를 야기하는 것으로 확인되어 각별한 주의가 요구됩니다.

불법영업 행위로 인한 주요 광고주 피해 사례 및 예방방법을 참고하셔 불법영업으로 인한 피해를 방지하시길 바랍니다.

1. **영업행위로 인한 주요 광고주 피해 사례**

1) 패키지상품, 프로모션 상품 제안

• 카카오비즈니스 소개 페이지에서 확인할 수 없는 프로모션 제안
• 카카오모먼트에서 공식적으로 판매하지 않는 상품과의 결합상품을 판매하는 등 상품 변형 판매

카카오비즈니스, 카카오광고의 모든 광고상품은 서비스 소개 페이지나 공지사항을 통해 정보를 제공합니다.
정보를 확인할 수 없는 프로모션 상품이라면 고객센터로 공식 상품 여부를 확인해 주세요.
카카오비즈니스 소개

2) 공식대행사 또는 카카오 내부 관리 직원을 사칭하여 광고 상품 가입 또는 연장을 제안하거나, 할인 쿠폰 제공 및 프로모션 대상자로 안내 후 결제를 유도하는 경우

카카오는 공식대행사와의 계약을 통해 광고영업정책 준수를 의무화하고 있으며, 광고주님이 보다 공정하고 안전한 환경에서 관리받으실 수 있도록 공식 대행사에게 광고영업정책을 배포하고 있습니다.
광고주님께서 카카오와 제휴 또는 계약되지 않은 업체에 의한 인한 피해가 발생할 경우, 카카오와 해당 업체 간의 계약관계가 성립하지 않기 때문에 즉각적이고 직접적인 강제 활동을 진행하기 어려울 수 있습니다.

3) 광고계정 및 광고노출/등록 정보 미제공

• 카카오모먼트에 생성된 광고계정 및 광고 등록/노출을 확인할 수 없음

• 광고 집행 데이터에 해당하는 광고보고서(맞춤보고서)를 공유하지 않는 경우

카카오모먼트 광고를 노출하기 위해서는 반드시 카카오모먼트 관리자센터에 가입 후 '광고계정'을 생성해야 합니다.
광고계정은 카카오계정(이메일)을 가진 누구나 생성할 수 있고, 하나의 광고계정에 99명의 멤버를 초대할 수 있습니다.
대행사에서 광고계정을 생성 했다면 멤버로 초대하도록 요청해 주세요.
또한 카카오모먼트의 보고서는 준 실시간으로 집계되어 광고계정에서 즉시 확인 가능합니다.

4) 월정액제로 결제 유도 및 과도한 위약금 제시, 환불 요구 불이행

• 월정액(6개월, 1년, 2년 등) 금액을 일시불로 받는 경우
• 피해 광고주의 계약 해지 및 환불 요구 등 성실히 업무 불이행

일부 CPT 상품을 제외하면 대부분의 카카오모먼트 광고 상품은 CPC, CPM 등으로 운영됩니다.
월(1일~말일)에 소진된 광고비를 기준으로 월 1회, 이메일로 전자세금계산서로 발행되며, 광고계정에서 환불 신청하시면 즉시 환불 처리 됩니다.
카카오모먼트 결제 가이드

2. **불법영업행위로 인한 피해 예방 및 대처방법**

1) 광고 대행사의 업체명과 담당자 성명, 연락처를 확인해 주세요.

카카오광고 공식대행사(계약 및 제휴) 여부는 대행사 안내 페이지 또는 고객센터에 확인 가능합니다.
제휴 여부를 확인하신 후 안내받은 대행사에 연락하셔서 실제 담당자가 근무하고 있는지 확인하시는 것도 좋습니다.

2) 과도한 혜택을 안내하는 경우 '공식대행사' 여부 및 계약서를 상세히 확인해 주시는 것이 좋습니다.
획기적인 신규상품, 결합상품, 프로모션 할인기간, 서비스 무료 제공 등, 다른 대행사와는 다른 광고 제안을 받으셨나요?
1)번 안내 사항의 확인 후에도 불법영업이 의심되는 경우, 해당 업체의 제안서 또는 계약서를 서면으로 받아보신후 Kakao 광고 고객센터의 상담을 받아 보세요.
또한, 광고 상품의 계약 내용을 명확히 확인해 주시고 한국온라인광고협회에서 발간한 온라인 광고 계약 확인서 를 참고하시면 보다 상세하게 주의사항을 확인하실 수 있습니다.

3) 상품 및 플랫폼에 대한 광고주의 지식이 많을수록 불법영업 업체의 사기행각이 보입니다.
카카오광고 상품 안내 자료와, 판매 방식은 광고안내사이트에서 쉽게 찾아보실 수 있습니다.
대행사와의 계약 전 카카오광고 상품에 대해 충분히 인지하신다면 불법 영업 행위를 예방할 수 있습니다.
카카오광고 소개

4) 불법영업으로 피해 상담 및 구제방법
한국인터넷광고재단과 한국인터넷진흥원은 인터넷광고 관련 중소상공인의 피해에 대해 상담, 피해구제 및 분쟁조정 등 법률 지원을 하고 있습니다.
상담을 원하실 경우 한국인터넷광고재단의 대표전화(02-785-1372)와 홈페이지(www.kiaf.kr) 또는 한국인터넷진흥원 ICT분쟁조정지원센터(1661-5714)로 신청하여 주시기 바랍니다.
또한, 금전적 피해에 대해서는 한국소비자원 소비자상담센터나 공정거래 위원회불공정 거래 신고 또는 사법기관에 신고를 통해 구제를 받으시기 바랍니다.

이와 더불어, 카카오 사칭 업체를 포함하여 비공식 광고 대행사의 불법 영업을 제안받으셨거나 피해를 입으신 광고주님께서는 공식 대행사의 담당자(마케터) 또는 Kakao 키워드광고 고객센터로 반드시 신고해 주시기 바랍니다.
광고주 여러분께서 신고해 주시는 내용은 익명성이 보장되며 다른 광고주의 피해를 예방하는 사례 및 해당 불법 업체에 대한 법적 대응 시 중요한 자료로 활용됩니다.

⚠ **광고주님의 불법 영업 피해 방지를 위해 광고 진행 전, 아래 사항을 점검하시길 바랍니다.**
- 카카오는 공식 대행 계약을 맺은 대행사에게 광고 상품 판매권이 있습니다.
- 대행 계약 체결 또는 광고 대행 기간 연장 결정 전 공식대행사를 확인하여 주시기 바랍니다.

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 광고계정 및 기본 사항 FAQ
- 광고정책 FAQ
- 광고상품 FAQ
- 광고만들기 FAQ
- 보고서 FAQ
- 결제 및 청구 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

퀵스타트 가이드

처음 시작하시는 분이라면, 아래 안내에 따라 가입부터 광고 등록까지 쉽게 따라 해보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

＃1. 광고계정 만들기
＃1-1. 새 광고계정 만들기 ＃1-2. 멤버로 요청하기

광고 운영의 기본 단위인 광고계정을 만드는 방법에 대해서 알아보세요!

＃2. 픽셀 & SDK 연동하기

광고의 전환 효율을 높이고 싶다면 픽셀 & SDK 연동 과정을 학습해보세요!

＃3. 광고캐시 충전하기
＃3-1. 금액별 충전 ＃3-2. 자동결제

광고를 집행하기 전 반드시 광고캐시 충전이 필요해요.
광고 캐시 충전 방법을 학습해보세요!

＃4. 캠페인 만들기

나의 비즈니스에 적합한 광고 유형과 목표를 선택하여 캠페인을 생성하는 방법을 학습해보세요.

＃5. 광고그룹 만들기
＃5-1. 집행 대상 > 오디언스 설정 ＃5-2. 집행대상 > 디바이스 및 게재지면 설정 ＃5-3. 집행 전략 설정

광고를 노출한 대상을 설정하는 방법을 학습해보세요.

＃6. 소재 만들기

광고 유형별로 소재를 제작하고 제작한 소재를 등록하는 방법을 학습해보세요.

1. 광고계정 만들기

광고계정은 카카오모먼트에서 광고 집행을 위해 필요한 계정으로, 광고 운영의 기본 단위입니다.

> 광고계정 생성 한도 가이드 및 유의사항을 미리 확인해주세요. ▶ 바로가기

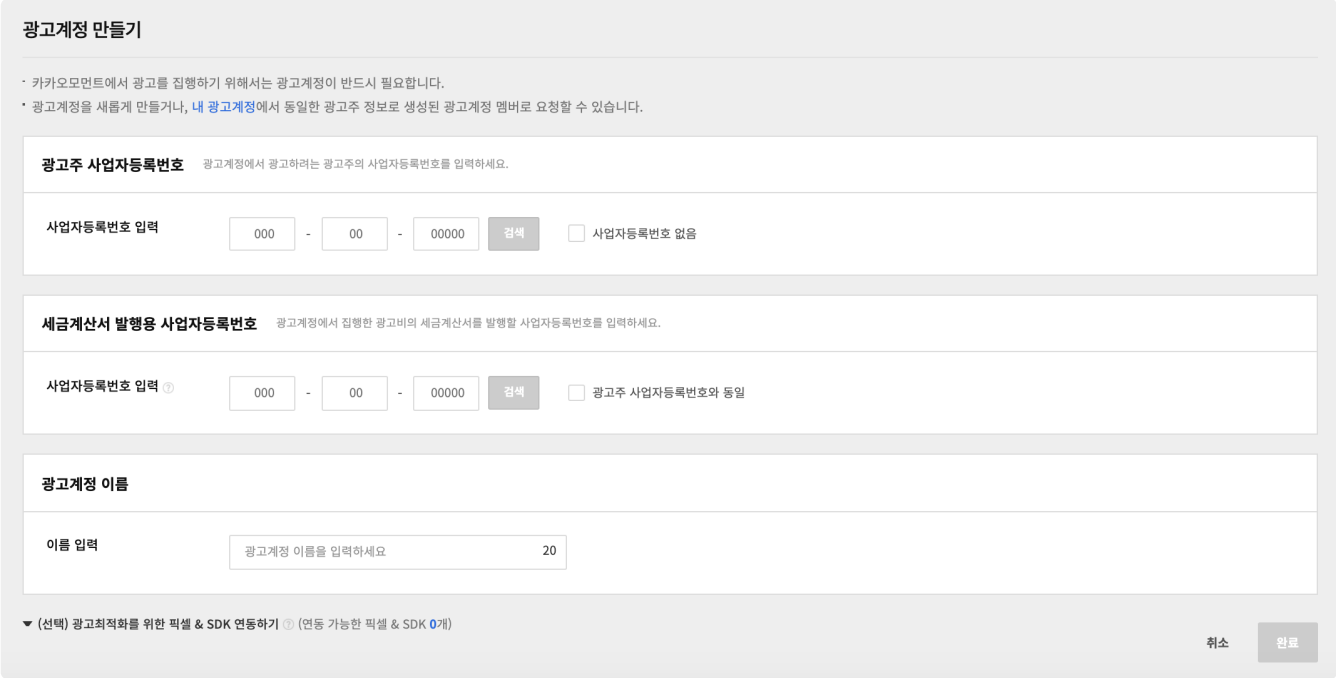
1-1. 새 광고계정 만들기

Step 1. '+새 광고계정 만들기'를 선택하세요.



Step 2. 사업자등록번호 등 필요 정보를 입력하여 광고계정을 새롭게 만들어주세요.

카카오모먼트에서 광고를 집행하기 위해서는 광고계정이 반드시 필요합니다.



- **광고주 사업자등록번호**
  광고계정에 광고주의 사업자등록번호를 입력하세요.
  광고 대행사없이 직접 운영을 원할 경우에는 개인 사업자등록번호를 입력해주세요.

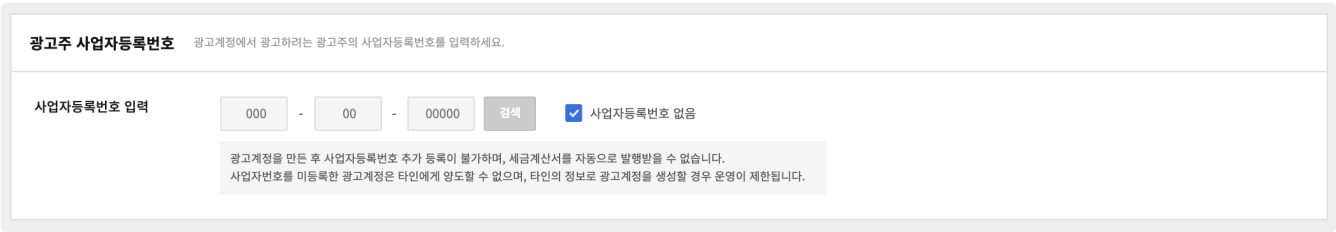


광고주/개인 사업자등록번호 입력

사업자등록번호 없이 광고계정 생성도 가능합니다.

-광고계정을 만든 후 사업자등록번호 추가 등록이 불가하며, 세금계산서를 자동으로 발행받을 수 없습니다.

-사업자번호를 미등록한 광고계정은 타인에게 양도할 수 없습니다. 타인의 정보로 광고계정을 생성할 경우 운영이 제한됩니다.

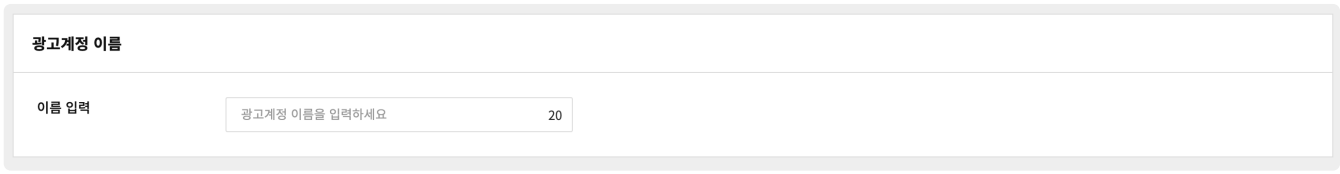


사업자등록번호 없이 광고계정 생성

- **세금계산서 발행용 사업자등록번호**
  광고계정에서 집행한 광고비의 세금계산서를 발행할 사업자등록번호를 입력하세요.
  세금계산서 발행용 사업자등록번호를 잘못 입력한 경우 카카오에서 정보를 수정할 수 있습니다.



- **광고계정 이름**
  최대 20자 이내로 광고계정 이름을 입력하세요.
  - 입력 가능 : 한글, 영어, 숫자, 점(.), 공백
  - 입력 불가 : 점(.)을 제외한 특수문자, 자음/모음이 단일로 표기된 경우 (ex. ㄱ, ㅏ, ㅎㅎㅎ)



1-2. 멤버로 요청하기

광고계정을 새롭게 만들지 않아도, 내 광고계정에서 동일한 광고주 정보로 생성된 광고계정 멤버로 요청할 수 있습니다.
사업자등록번호, 광고계정, 광고계정번호, 마스터 카카오계정 검색을 통해 다른 광고계정의 멤버로 요청해 보세요.

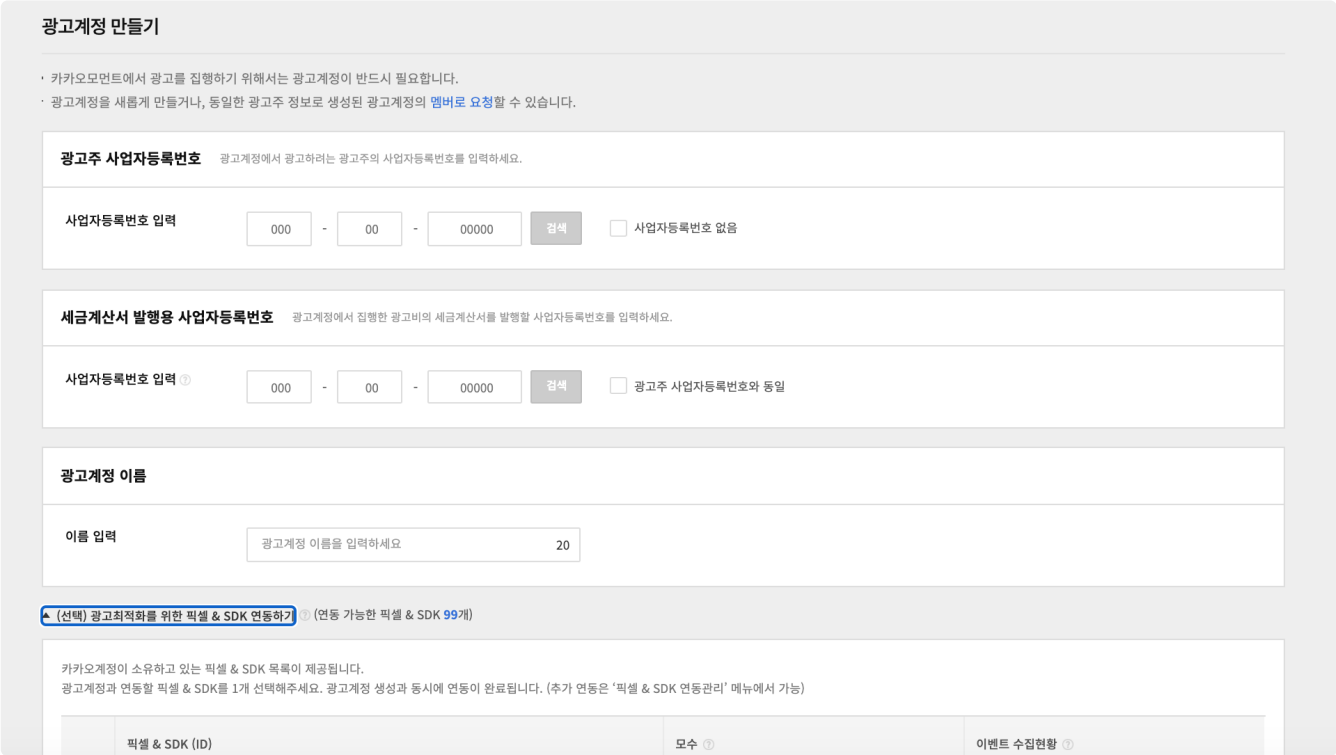


2. 픽셀 & SDK 연동하기

> ⓘ 픽셀 & SDK연동은 광고의 전환 효율을 높이기 위한 필수 과정입니다.
> 광고계정 만들기 단계에서 바로 연동할 수 있습니다.
> 다만, 추후에도 설정 가능하니, 광고 집행 먼저 빠르게 진행하길 원하는 분들은 다음 단계를 진행해 주세요.

픽셀 & SDK를 연동하면 방문, 조회, 구매 등 고객의 액션을 파악해서 타겟으로 활용할 수 있고,
카카오 광고를 통해 몇 명이 회원 가입과 상품 구매 등으로 전환 되었는지도 확인할 수 있습니다.

광고계정 만들기 단계에서 **[광고최적화를 위한 픽셀 & SDK 연동하기]**를 클릭하세요.
카카오계정이 소유하고 있는 픽셀 & SDK 목록을 확인할 수 있으며,
광고계정과 연동할 픽셀 & SDK를 선택하여 광고계정 생성과 동시에 연동을 완료할 수 있습니다.



이를 위해서는 광고주의 웹사이트나 앱에 카카오 픽셀 & SDK를 설치하고, 광고계정에 연동이 필요합니다.
자세한 프로세스는 아래 가이드를 참고해주세요.

픽셀 & SDK 연동 관리

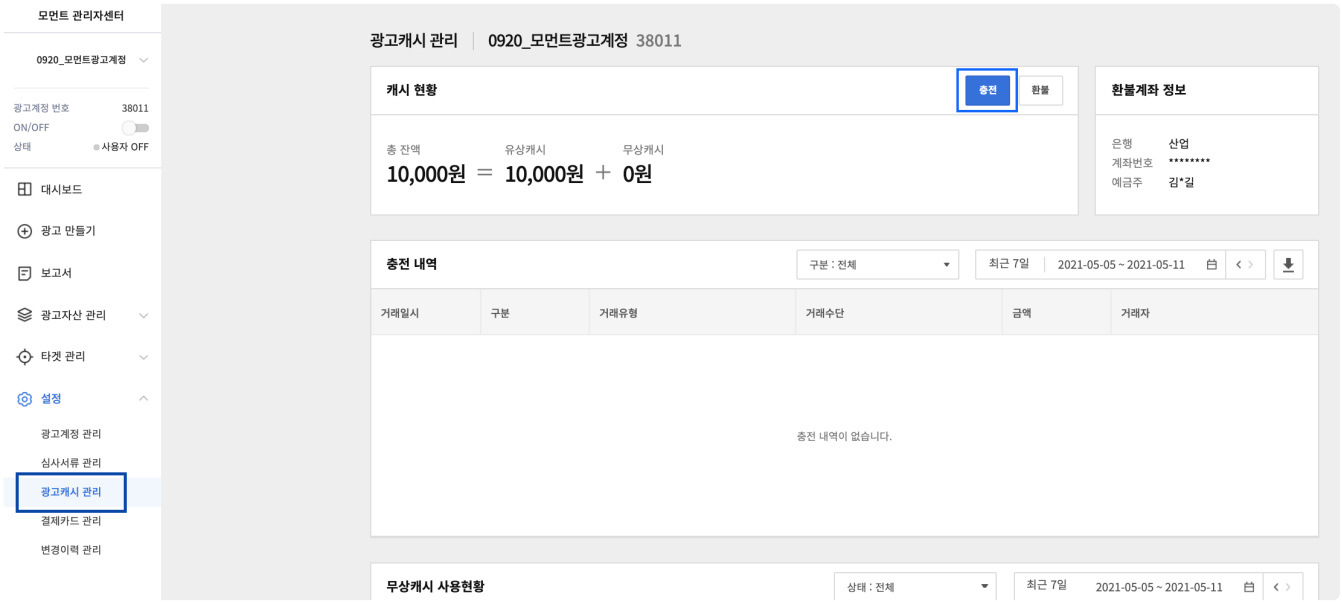
3. 광고캐시 충전하기

광고캐시는 카카오모먼트에서 광고 집행 비용을 결제하는데 사용하는 캐시입니다.

3-1. 금액별 충전

무통장입금 또는 신용카드로 원하는 만큼 광고캐시를 충전하고, 비용이 발생하면 캐시에서 차감됩니다.

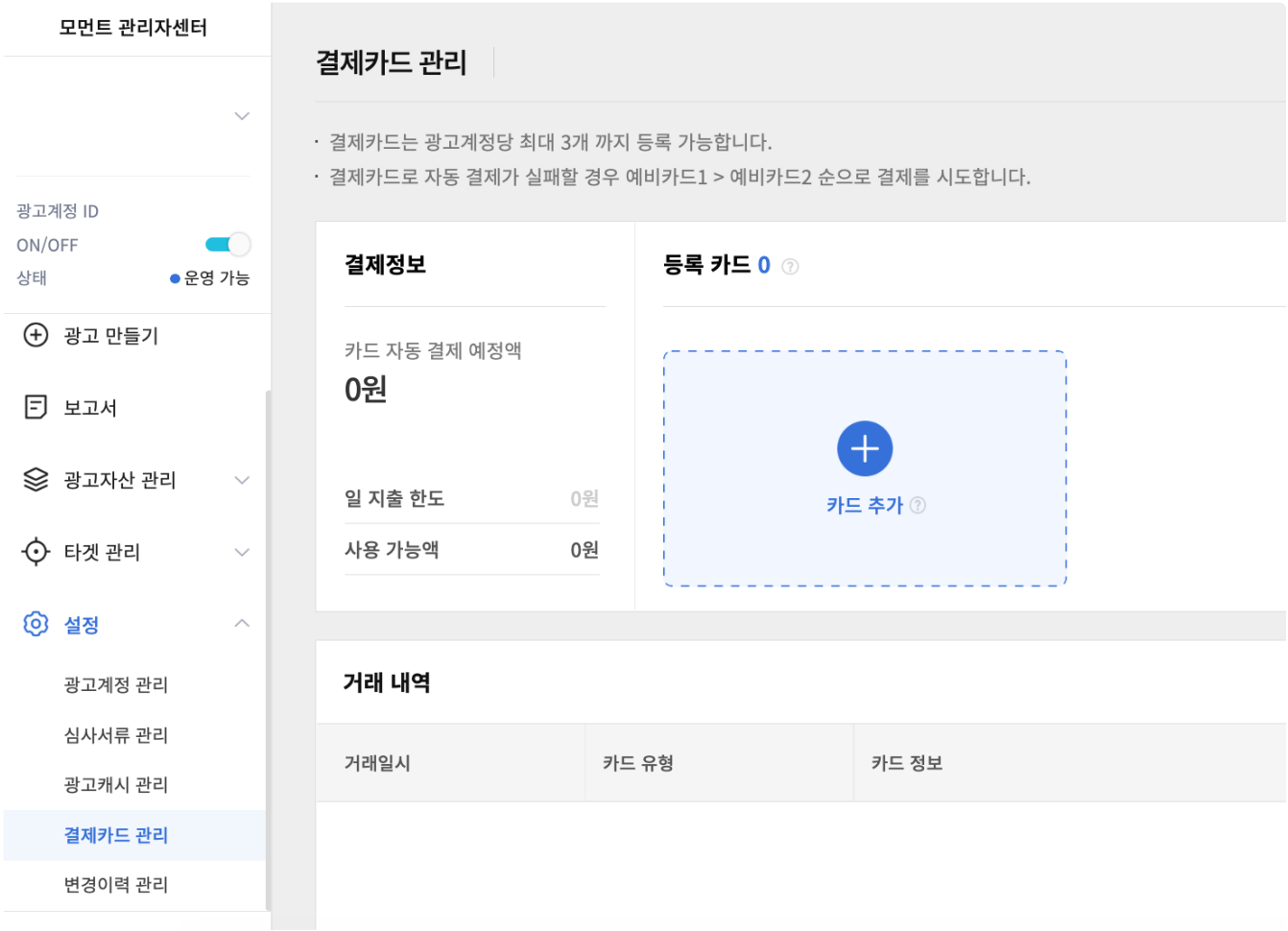
- **광고계정 > 설정 > 광고캐시 관리 > [충전] 선택**



3-2. 자동결제

매번 직접 충전하여 잔액 관리할 필요 없이 자동으로 결제됩니다.
자동결제를 활용하면 잔액부족으로 인한 광고 중지를 방지할 수 있습니다.

- **광고계정 > 설정 > 결제카드 관리 > [+ 카드추가] 선택**

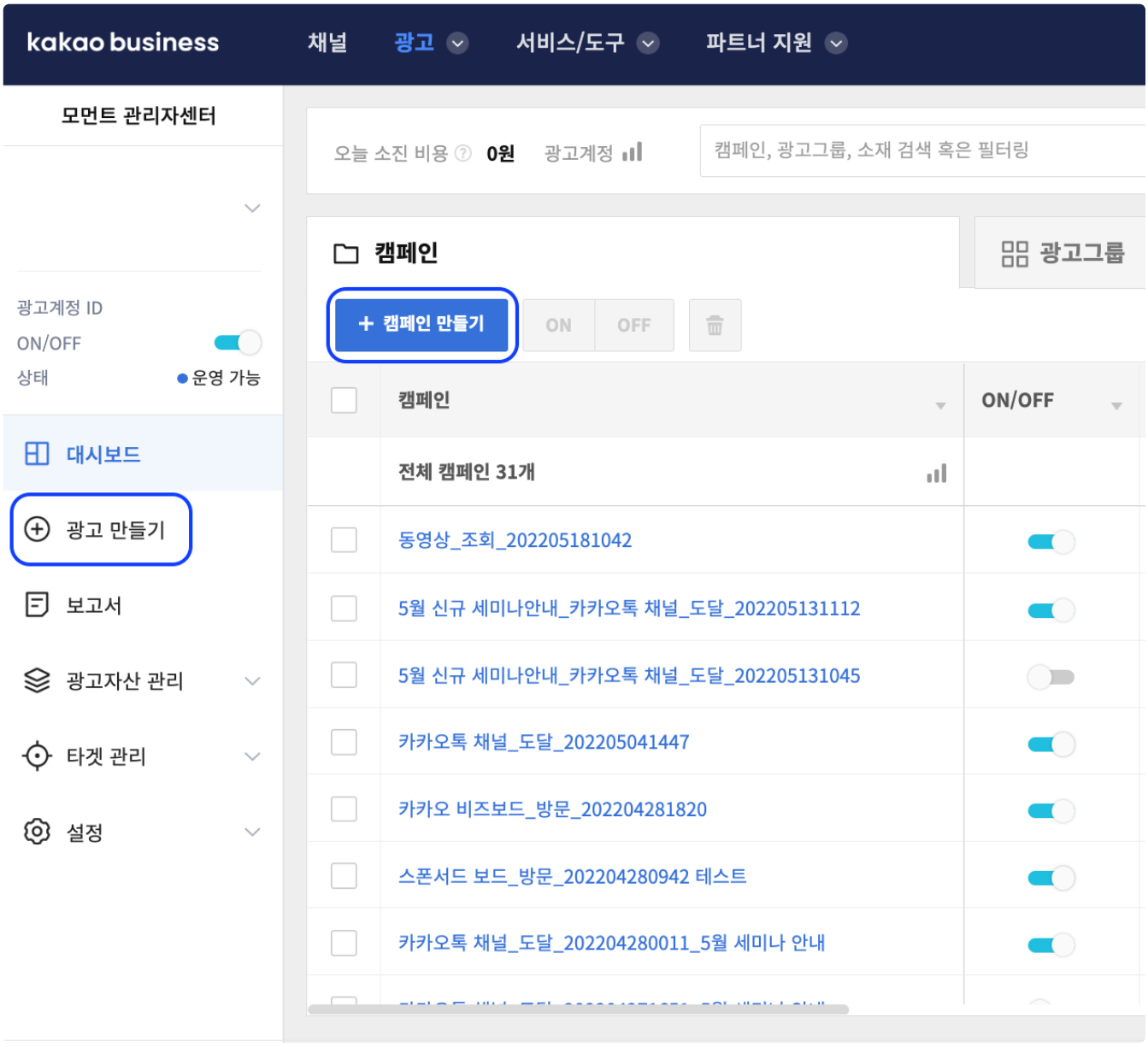


4. 캠페인 만들기

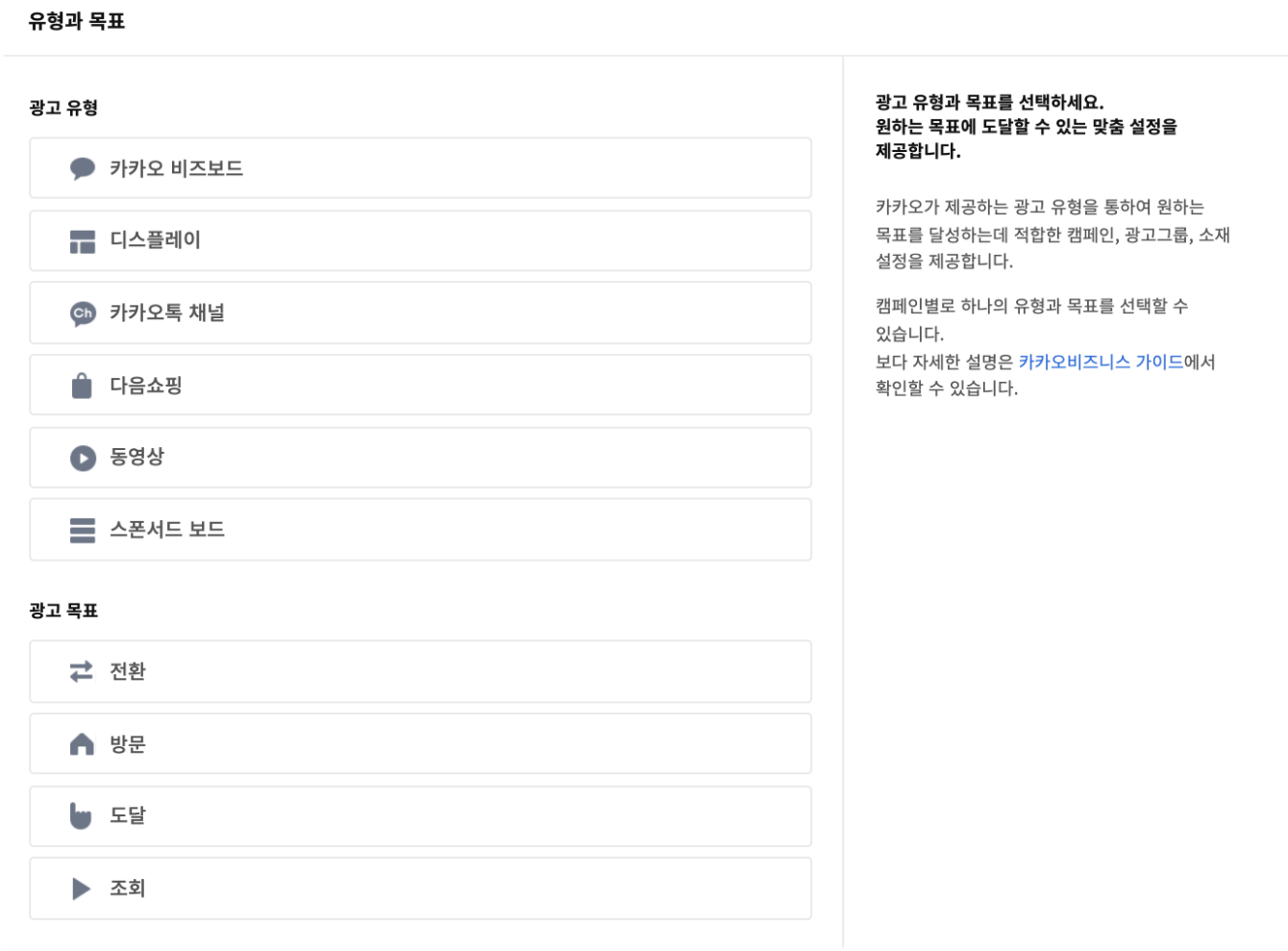
> 카카오모먼트 캠페인 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

캠페인마다 하나의 광고 유형과 목표를 선택할 수 있습니다.
광고 유형(카카오비즈보드, 디스플레이, 카카오톡 채널, 다음쇼핑, 동영상, 스폰서드 보드)과 광고 목표(전환, 방문, 도달, 조회)를 선택하세요.

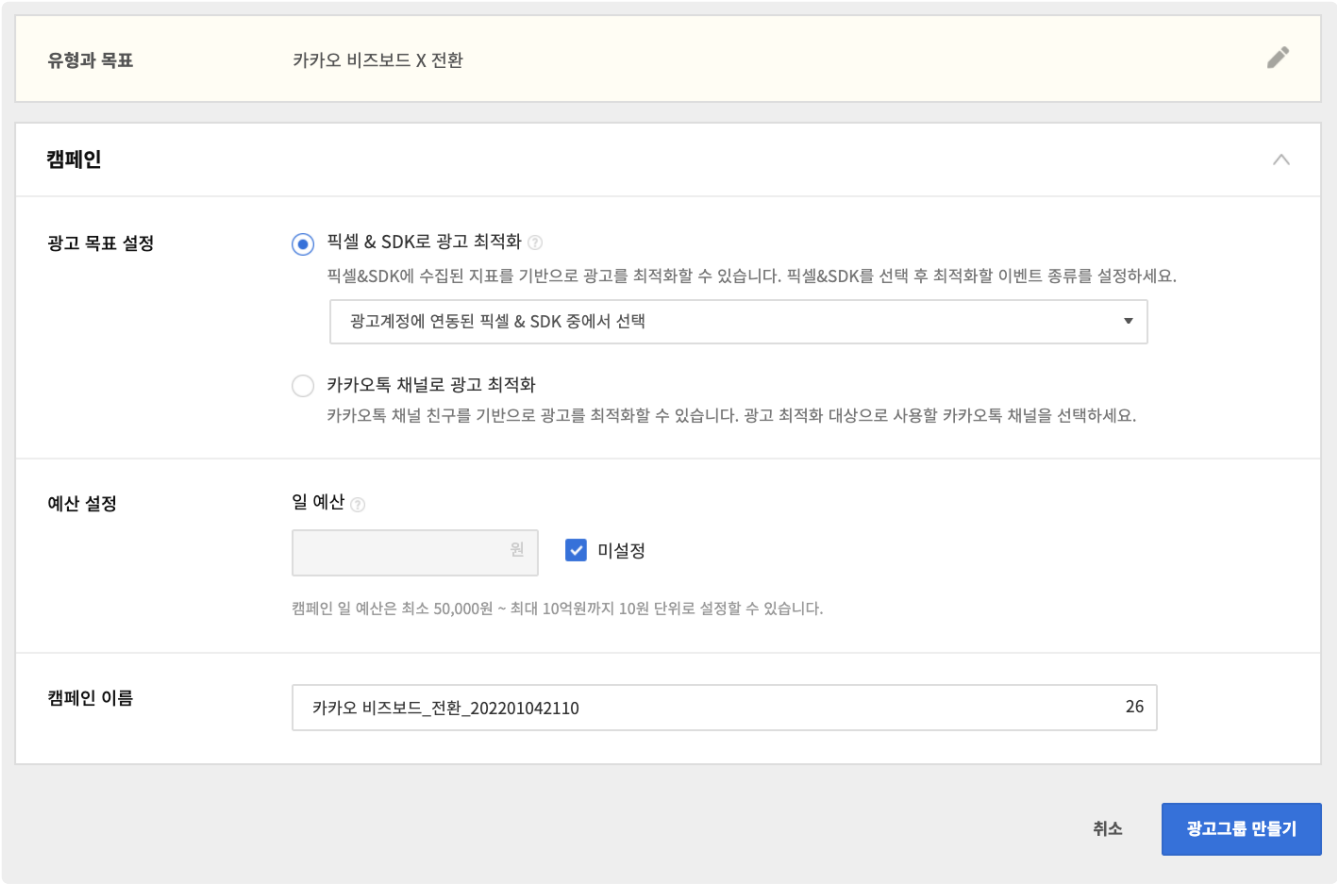
Step 1. 나의 광고계정에서 '+광고 만들기' 또는 '+캠페인 만들기'를 선택하세요.



Step 2. 광고 유형과 목표를 선택하세요.



Step 3. 광고 목표, 일 예산을 설정하세요.



광고 유형 X 목표별 상세 가이드는 아래에 자세하게 설명되어 있으니 참고해주세요.

- **카카오비즈보드 X 도달 ▶ 바로가기**
- **카카오비즈보드 X 전환 ▶ 바로가기**
- **카카오비즈보드 X 방문 ▶ 바로가기**
- **디스플레이 X 전환 ▶ 바로가기**
- **디스플레이 X 방문 ▶ 바로가기**
- **카카오톡 채널 X 도달 ▶ 바로가기**
- **다음 쇼핑 X 도달 ▶ 바로가기**
- **동영상 X 조회 ▶ 바로가기**
- **스폰서드 보드 X 방문 ▶ 바로가기**

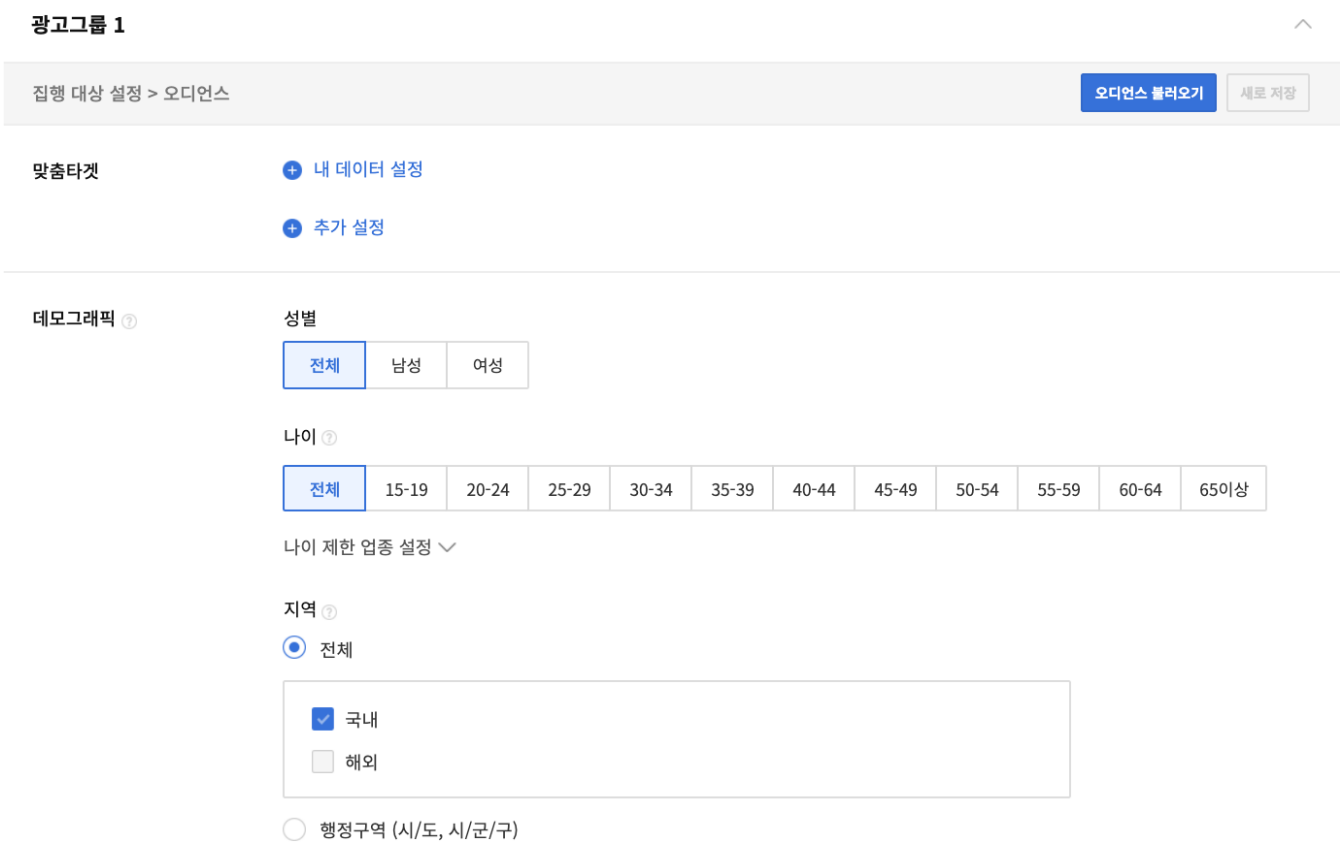
5. 광고그룹 만들기

카카오모먼트 광고그룹 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

광고그룹은 캠페인 목표를 달성하기 위해 상세 전략을 수립하는 단위입니다.
집행 대상과 집행 전략을 설정해주세요.

5-1. 집행 대상 > 오디언스 설정

내 데이터, 카카오 데이터 및 인구통계학 기준으로 오디언스를 타게팅 할 수 있습니다.
데모그래픽 타게팅 시 전체 옵션을 선택할 경우, 추정 정보를 알 수 없는 대상까지 모두 포함합니다.



맞춤타겟 > 내 데이터 설정

광고반응타겟
카카오모먼트에서 집행한 웹/앱 광고 및 메시지에 반응(클릭, 전환, 재생, 열람)한 사용자를 리타게팅합니다.

픽셀 & SDK
카카오 픽셀 & SDK로 수집한 웹/앱 방문, 가입, 설치, 구매 등의 행동을 한 사용자를 리타게팅합니다.

카카오 사용자
내 카카오계정과 연동된 카카오톡 채널 프로필을 활용하여, 채널 친구 또는 카카오 로그인 사용자를 타게팅
니다.

고객파일
다수의 광고 집행 및 브랜드(서비스) 운영을 통하여 확보한 고객 식별자(ADID) 대상으로 타게팅합니다.

맞춤타겟 > 추가 설정

카테고리
사용자의 관심 분야, 구매 패턴, 이용 서비스 등을 통해 관심 카테고리를 추정하여 타겟 모수를 제공합니다.

데모그래픽

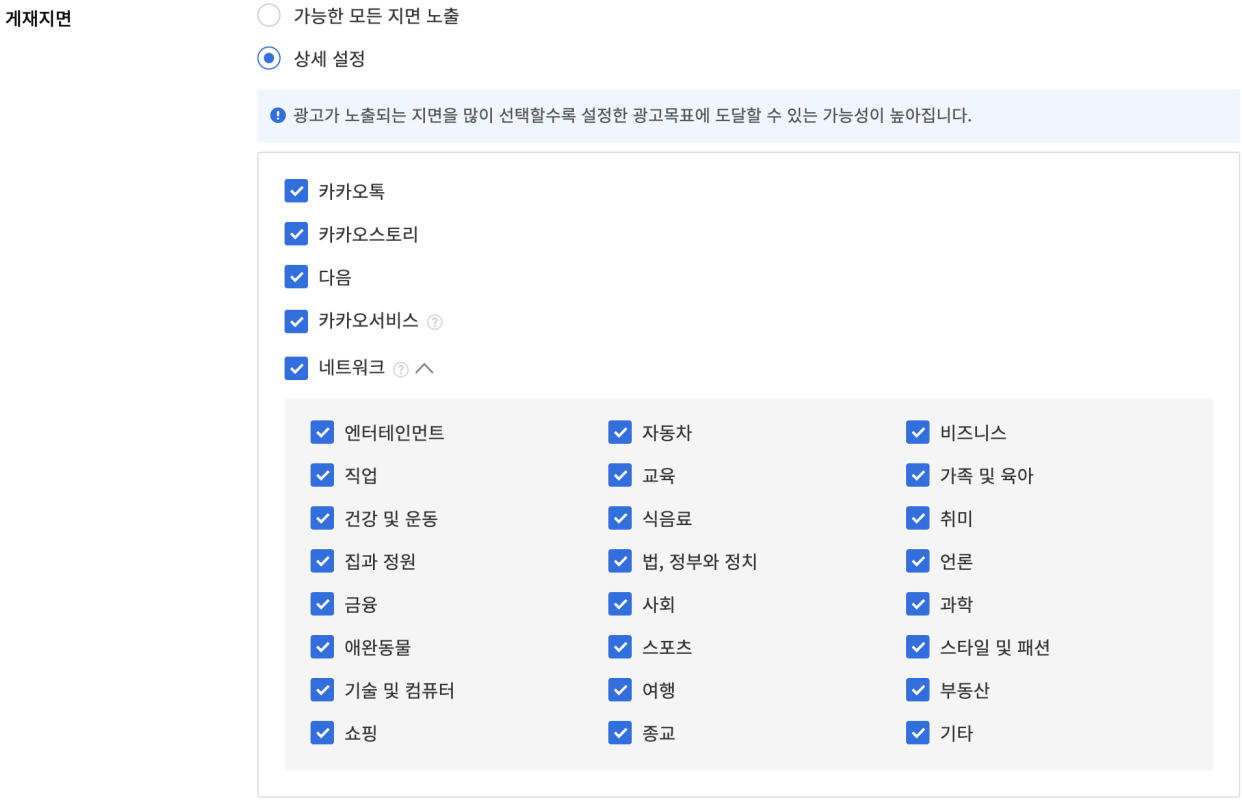
인구통계학 기준으로 사용자의 성별, 나이, 거주 지역을 추정하여 타겟을 설정하는 방식입니다.

더 자세한 타게팅 방법은 타겟관리를 참고해주세요.

5-2. 집행대상 > 디바이스 및 게재지면 설정

광고 노출을 원하는 디바이스와 게재지면을 설정해주세요.
디바이스 및 게재지면은 광고 유형마다 선택 조건이 다릅니다.





5-3. 집행 전략 설정

입찰 및 구매방식/일예산/집행기간/게재방식을 설정해주세요.

Step 1. 입찰방식을 선택하세요.



입찰방식 및 구매 방식

1. 수동입찰
수동입찰은 도달, 방문, 조회 목표에서 제공됩니다.
수동입찰 선택 시 선택한 입찰방식별 지불 가능한 입찰금액을 직접 입력하여 광고를 운영합니다.

- 도달 : CPM
- 방문 : CPC, CPM
- 조회 : CPV

2. 자동입찰

자동입찰은 전환, 방문 목표에서 제공됩니다.

- 전환
  광고그룹 일 예산 내에서 **최대한 많은 전환을 발생**시켜 광고 효율을 높이도록 입찰금액을 자동으로 설정합니다.
- 방문
  광고그룹 일예산 내에서 **최대한 많은 클릭을 발생**시켜 광고 효율을 높이도록 입찰금액을 자동으로 설정합니다.

3. 구매방식

캠페인 유형 중 카카오톡 채널과 다음쇼핑은 입찰의 형태가 아닌 사전 계약된 고정 단가로 과금됩니다.

- 카카오톡 채널 : CPMS
- 다음쇼핑 : CPT

Step 2. 일예산을 선택하세요.



일예산

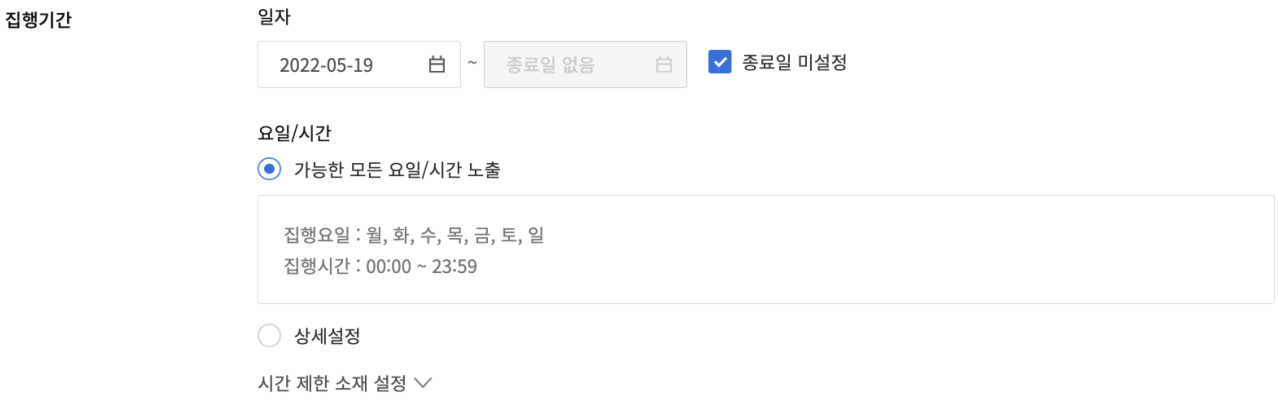
1. 광고그룹 기준의 1일 집행 가능 예산을 설정할 수 있습니다.
2. 과금비용이 일예산을 초과하는 경우 자동으로 광고 집행이 중단됩니다.

단, 설정한 일예산이 초과되면 자동으로 광고가 중단되기까지 일정 시간이 소요되면서 일예산을 초과한 과금이 발생할 수 있습니다. 해당 시간 동안 노출된 광고로부터 유효한 노출 또는 클릭, 전환 데이터가 집계되거나 특정 시점에 광고 노출 및 소진량이 증가하면서 초과 과금은 발생할 수 있습니다.

※ 과도하게 적은 일예산, 논타겟으로 설정, 높은 입찰금액, 짧은 광고기간으로 운영할 경우 일예산의 초과 폭은 커질 수 있습니다.
그룹별 타게팅 세분화 및 일예산을 고려한 적정 입찰금액을 설정해주시고, 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어하는 게재방식 : 일반게재로 선택하여 운영해주시기 바랍니다.

※ 일예산이나 최대 입찰금액 등 캠페인 및 광고그룹의 예산 설정을 변경한 경우 변경 내역은 실시간으로 반영되나 디바이스 환경에 따라 최대 10분 이상 소요될 수 있습니다.

Step 3. 집행기간을 선택하세요.



집행기간

1. 광고그룹 집행 기간을 설정할 수 있습니다.
2. 시작일은 수정 불가하며, 종료일만 수정 가능합니다. 단, 시작일이 미래인 경우 수정할 수 있습니다.
3. 시간 제한 소재 설정 : 심야 시간대에만 광고 집행이 가능한 소재(예 : 고도수 주류 등)를 사용할 경우 심야 타게팅을 필수로 선택해야 합니다. 광고그룹 생성 후에는 해제할 수 없습니다.

Step 4. 게재방식을 선택하세요.

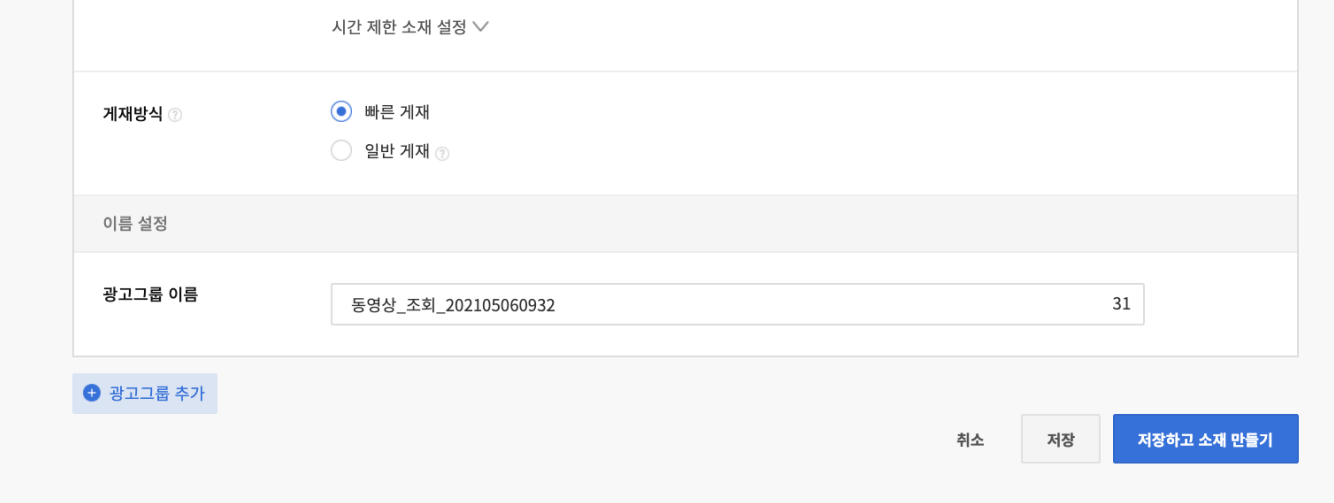


게재방식

1. 빠른게재와 일반게재 중 선택할 수 있습니다.
2. 빠른 게재 : 가능한 빨리 광고 결과를 얻을 수 있도록 예산을 최대한 사용하여 광고 노출을 유도합니다.
3. 일반 게재 : 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어합니다.
4. 설정된 기본값은 빠른 게재입니다.
5. 자동입찰 광고그룹인 경우, 게재방식도 시스템이 자동으로 운영합니다.

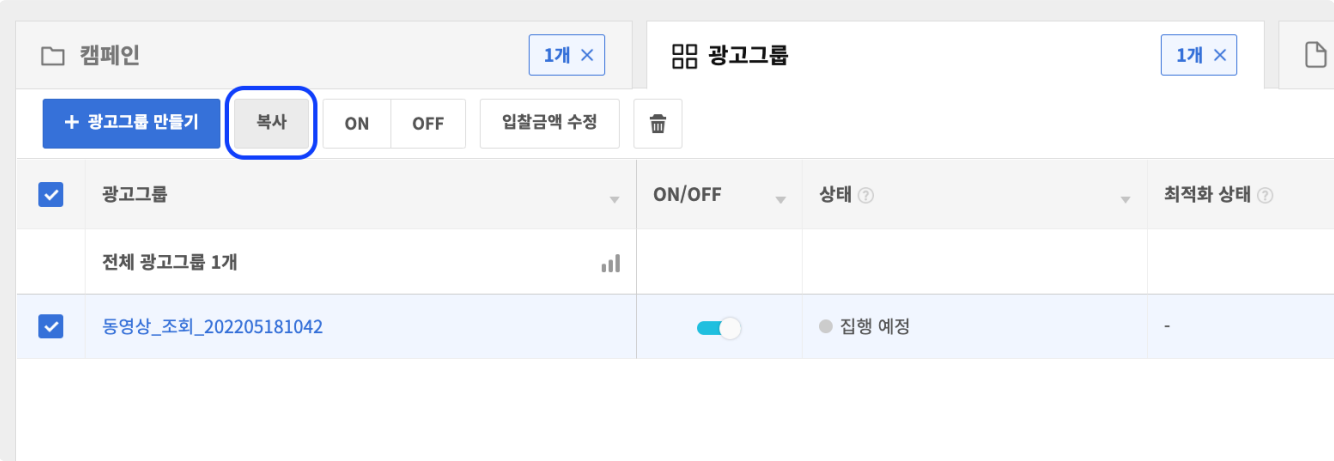
5-4. 광고그룹 추가

광그룹은 동시에 5개까지 만들 수 있습니다. 그룹설정 좌측 하단 [⊕광고그룹 추가]로 추가 생성 가능합니다.



5-5. 광고그룹 복사

광고그룹 대시보드에서 이미 생성된 광고 그룹을 복사할 수 있습니다. 그룹에 연결된 모든 정보가 동일하게 복사되며, 광고 유형과 목표가 동일한 캠페인 하위로만 복사 가능합니다.

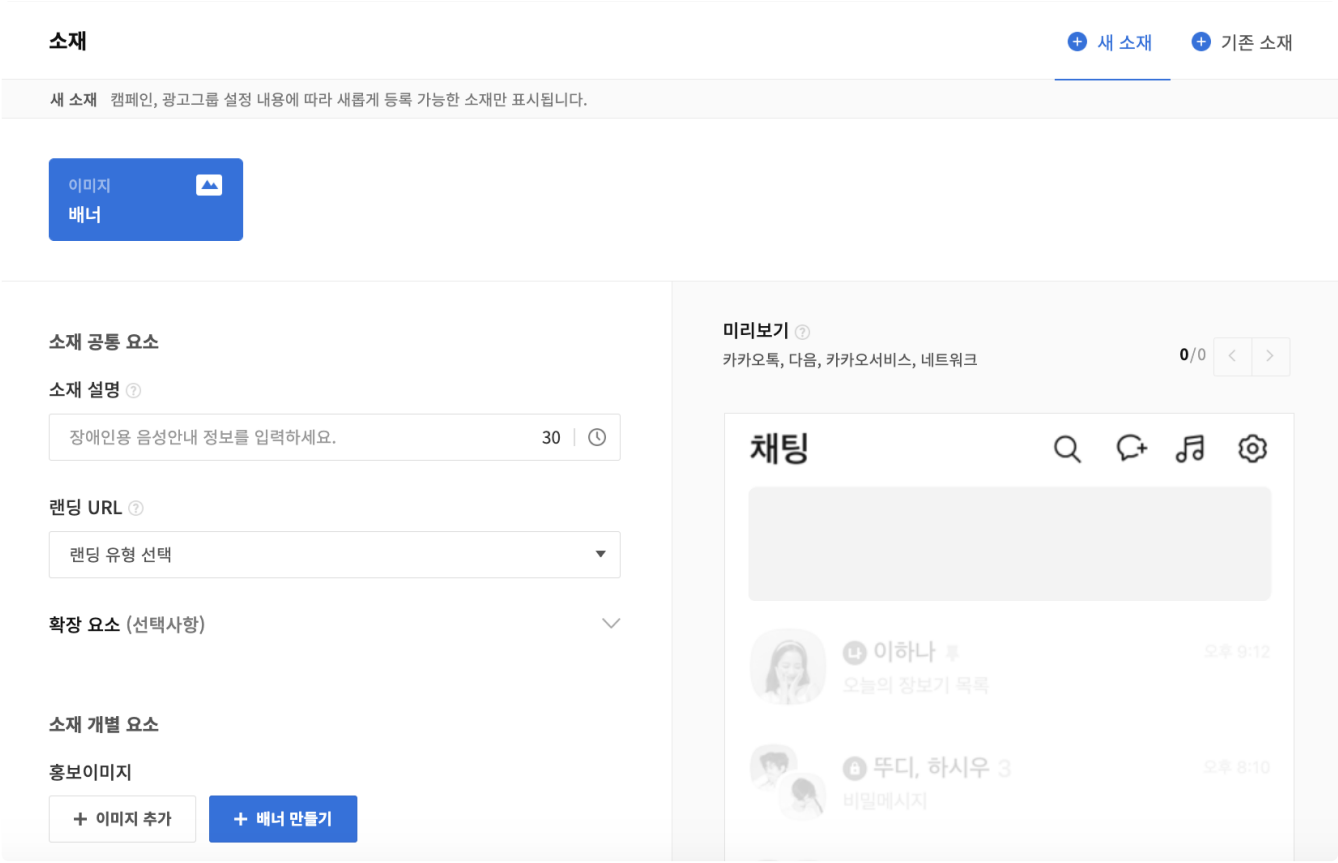


6. 소재 만들기

> ⓘ 카카오모먼트 소재 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

광고를 구성할 이미지, 동영상, 텍스트, 랜딩 URL 등을 가이드에 맞게 소재로 만들어 등록합니다.

- **광고계정 > 광고 만들기 > 캠페인 등록 > 광고그룹 등록 > [+ 새 소재 등록]**
- **광고계정 > 광고 관리 > 캠페인 > 광고그룹 > [+ 새 소재 등록]**



상세한 심사가이드는 광고 심사가이드를 참고하세요.
등록된 소재는 영업일 기준 최대 2일 내 심사가 완료됩니다.
심사가 완료되면, 광고 목표 전략을 바탕으로 노출 지면에 맞는 광고 소재가 타겟에게 노출됩니다.

상품별 제작가이드 상품별 안내에서 자세히 확인 가능합니다.

- 카카오비즈보드 제작가이드
- 디스플레이 광고 제작가이드
- 동영상 광고 제작가이드
- 채널 메시지 제작가이드

쇼핑 광고 제작가이드

스폰서드 보드 제작가이드

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 광고계정 및 기본 사항 FAQ
- 광고정책 FAQ
- 광고상품 FAQ
- 광고만들기 FAQ
- 보고서 FAQ
- 결제 및 청구 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

광고 만들기

카카오모먼트에서 제공하는 광고 유형을 통하여 원하는 목표를 달성하는데 적합한 캠페인, 광고그룹, 소재 설정을 제공합니다.
캠페인별로 하나의 광고 유형과 광고 목표를 선택할 수 있습니다.
각각의 유형과 목표가 무엇이 있는지 알아보겠습니다.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

＃1. 광고 유형
＃1-1. 카카오비즈보드 ＃1-2. ＃1-3. 디스플레이 광고
＃1-4. 동영상 ＃1-5. 카카오톡 채널 ＃1-6. 다음 쇼핑

카카오가 제공하는 다양한 광고 유형을 확인해보세요.
내 비즈니스에 가장 적합한 광고 유형을 선택하여 광고를 운영할 수 있습니다.

＃2. 광고 목표
＃2-1. 전환 ＃2-2. 방문 ＃2-3. 도달 ＃2-4. 조회

광고를 운영하는 목표를 설정합니다. 각 광고 목표별 특징을 살펴보세요!

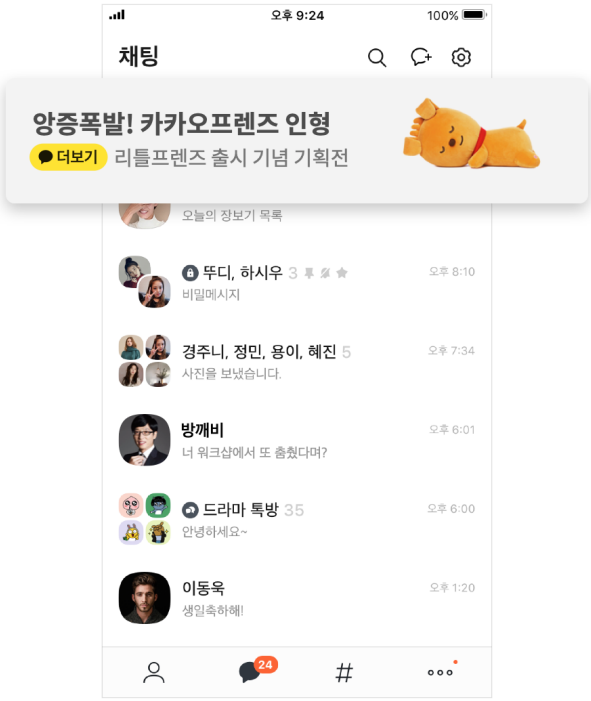
1. 광고 유형

광고 유형



1-1. 카카오비즈보드

톡에서 경험하는 마케팅 액션, 차별화된 브랜드 경험을 만들어 보세요!
카카오톡 그리고 다양한 카카오 서비스에서 유기적으로 이어지는 발견과 연결, 그리고 마케팅 액션.
강력한 브랜딩과 퍼포먼스가 가능하도록 카카오비즈보드가 제안합니다.

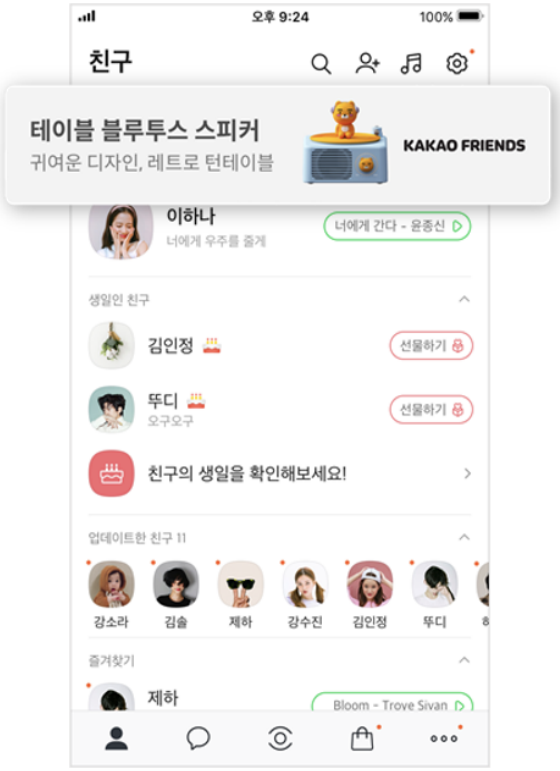


카카오비즈보드

1-2. 카카오 비즈보드 CPT (beta)

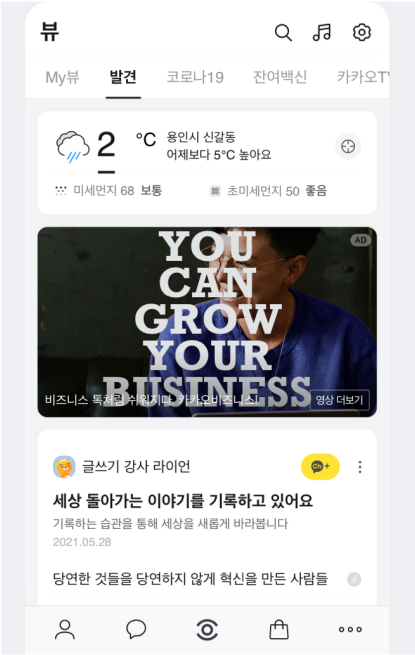
일 평균 2,200만의 메가트래픽을 활용하는 카카오 비즈보드 CPT (beta)
카카오톡 친구탭에 고정 노출되어 광범위한 브랜딩 효과를 기대할 수 있습니다.

카카오 비즈보드 CPT (beta)는 별도의 집행 프로세스와 가이드가 적용됩니다.



1-3. 디스플레이 광고

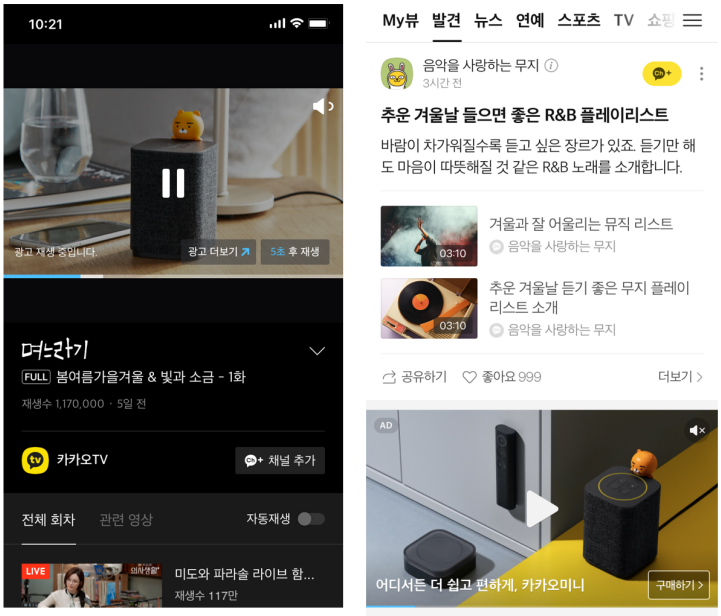
다양한 형태의 크리에이티브로 브랜드 가치를 강화할 수 있는 디스플레이 광고.
브랜드와 관련있는 최적의 오디언스를 찾아, 최적의 순간에 광고를 노출하여 퍼포먼스를 극대화 할 수 있습니다.
디스플레이 광고를 통해 여러분의 마케팅을 효과적으로 진행해 보세요.



디스플레이 광고

1-4. 동영상

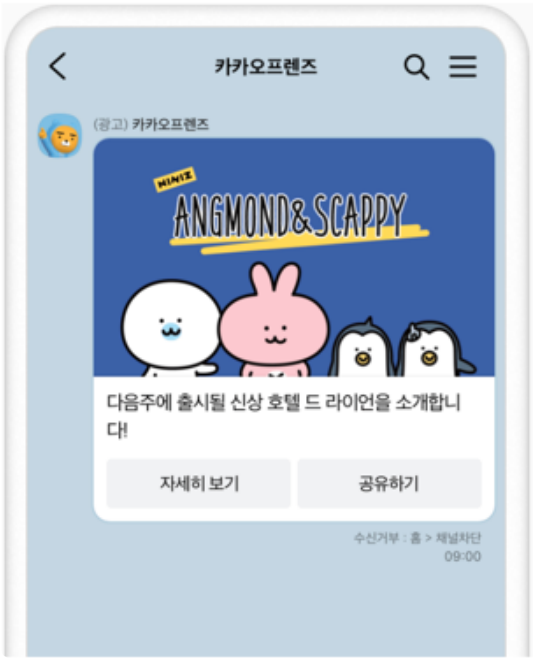
브랜드 세이프티가 보장되는 카카오의 프리미엄 콘텐츠 영역에 노출되는 동영상 광고.
카카오의 전국민 대상 유저풀을 기반으로 최적의 오디언스에게 동영상 광고를 노출할 수 있습니다.
카카오 동영상 광고를 통해 보다 강력한 브랜딩과 타겟 커버리지 확대를 경험해보세요.

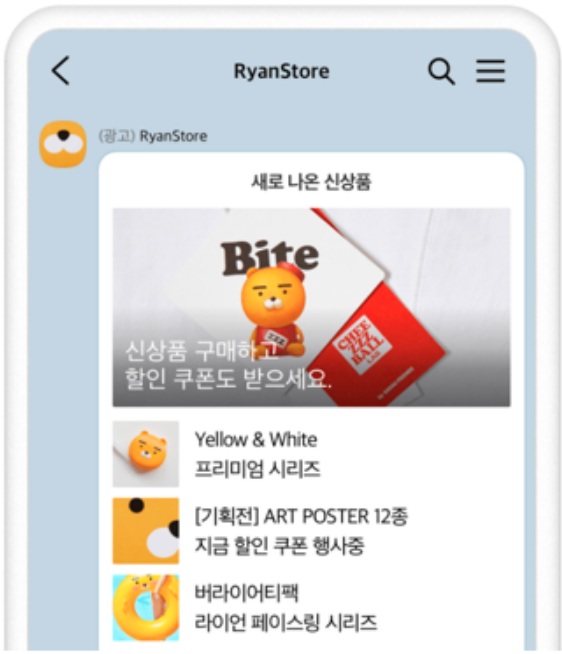


동영상 광고

1-5. 카카오톡 채널

내 카카오톡 채널을 더 강력한 비즈니스 수단으로 활용할수 있는 채널 메시지.
마케팅 목적에 맞는 최적의 순간에, 최적의 친구를 찾아, 최적의 메시지를 발송할 수 있습니다.

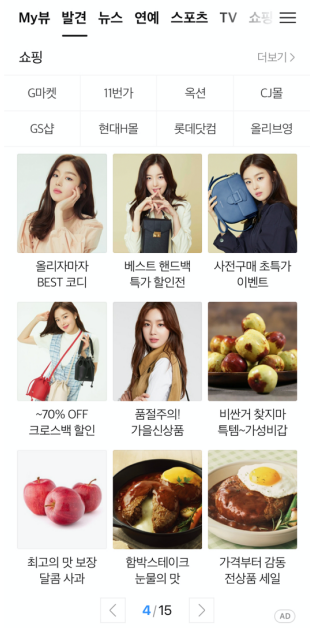




채널 메시지

1-6. 다음 쇼핑

다음 웹과 앱 내 쇼핑에 특화된 영역에 집중하여 광고를 노출합니다.
다음 지면에 방문하는 모든 사용자에게 쇼핑몰 및 브랜드 인지도를 높이고 방문을 유도할 수 있습니다.
또한, 다양한 소재를 풍부하게 선보여 마치 카탈로그에서 쇼핑하는듯한 경험을 선사하며 자연스러운 구매 연결을 유도합니다.

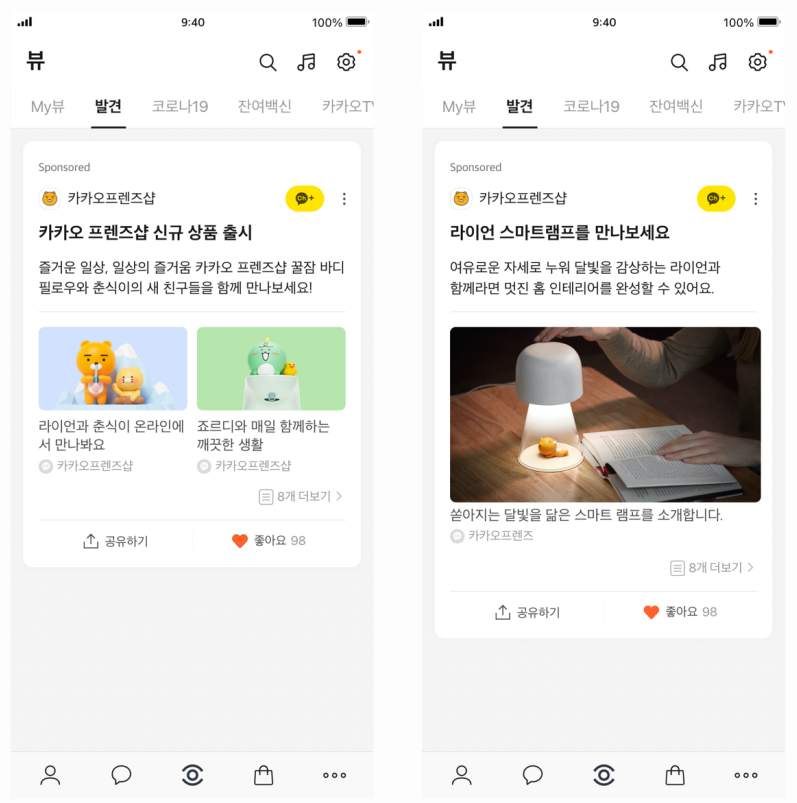




쇼핑 광고

1-7. 스폰서드 보드

카카오의 파워 있는 스낵 컬처 서비스인 카카오 뷰에 노출되는 스폰서드 보드!
자연스럽게 브랜드 메시지를 전달하고 채널의 구독자를 모을 수 있습니다.
지금 바로 카카오 뷰 에디터가 되어 광고 보드를 생성해보세요.



스폰서드 보드

2. 광고 목표

광고 목표

- 전환
- 방문
- 도달
- 조회

2-1. 전환

- 지원 유형 : 카카오비즈보드, 디스플레이

광고주의 비즈니스에 대한 관심을 구매 또는 참여, 설치 등의 행동으로 전환을 유도합니다.
카카오의 기술력과 픽셀 & SDK로 수집되는 데이터를 기반으로 전환 가능성이 높은 대상을 찾아 최적화된 광고를 노출합니다.
전환 캠페인을 활용하기 위해서는 반드시 픽셀 & SDK 설치가 필요합니다.

👉 **연관 가이드**


픽셀 & SDK


전환 최적화 가이드

2-2. 방문

- **지원 유형 : 카카오비즈보드, 디스플레이, 스폰서드 보드**

광고주가 원하는 랜딩으로 사용자들의 방문을 극대화하여 원하는 마케팅 목표를 달성합니다.
카카오모먼트에서 제공하는 다양한 타겟 옵션을 활용하여 광고 목적에 맞는 타겟 오디언스에게만 광고 노출이 가능합니다.

2-3. 도달

- **지원 유형 : 카카오 비즈보드, 카카오톡 채널, 다음쇼핑**

광고주의 제품 또는 서비스를 홍보하기 위하여 많은 사람들에게 광고를 노출하여 인지도를 높입니다. 보다 많은 사용자에게 광고 노출 또는 내 카카오톡 채널 친구에게 메시지를 발송할 수 있습니다. 광고 유형에 따라 사전 계약 형태의 구매방식을 지원합니다.

2-4. 조회

- **지원 유형 : 동영상**

광고주의 동영상 광고를 많은 사람들이 조회하도록 유도하여 홍보 및 브랜딩을 강화합니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 광고계정 및 기본 사항 FAQ
- 광고정책 FAQ
- 광고상품 FAQ
- 광고만들기 FAQ
- 보고서 FAQ
- 결제 및 청구 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

카카오비즈보드

카카오의 대표 광고 상품인 카카오비즈보드를 소개합니다.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

1. 카카오비즈보드란?

1-1. 이탈없는 연결과 액션

1-2. 다양한 게재지면 활용

2. 카카오비즈보드 배너 및 연결 서비스

2-1. 카카오비즈보드 배너

2-2. 앱스토어 또는 앱으로 연결

2-3. 카카오 서비스로의 연결

2-4. 애드뷰로의 연결

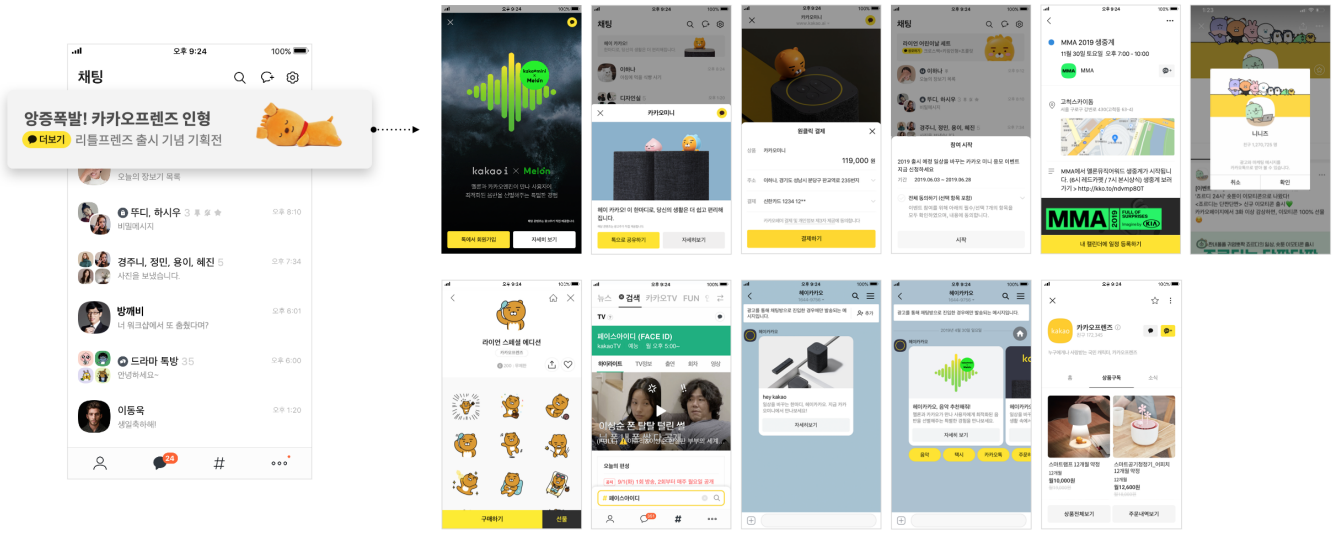
3. 카카오 비즈솔루션

3-1. 카카오 비즈솔루션 배지

3-2. 비즈솔루션 종류별 마케팅 액션

1. 카카오비즈보드란?

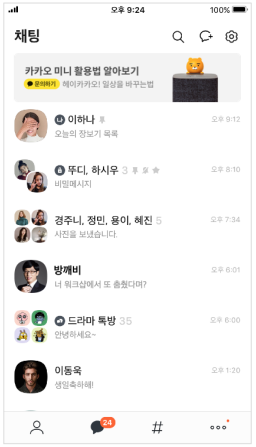
카카오비즈보드는 카카오톡 채팅탭의 메가트래픽을 활용하여 최적의 광고 효율을 이끌어낼 수 있는 상품입니다.
카카오톡 채팅리스트 최상단에 고정된 배너로부터 효율적인 톡 내 랜딩 방식을 광고주가 선택할 수 있으며 광고주가 원하는 최종 액션으로 안내합니다.



1-1. 이탈없는 연결과 액션

카카오비즈보드는 카카오톡 채팅탭에 노출되어 톡 내에서 비즈니스 액션을 완결시킬 수 있게 도와줍니다.
다양한 카카오비즈 솔루션으로 최종적인 마케팅 액션까지 막힘없이 연결할 수 있습니다.

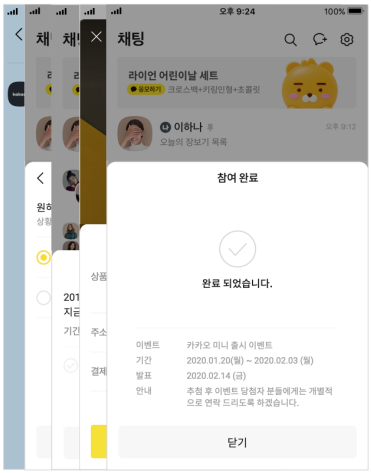
채팅목록탭에서의 발견



비즈솔루션을 통한 비즈니스 액션

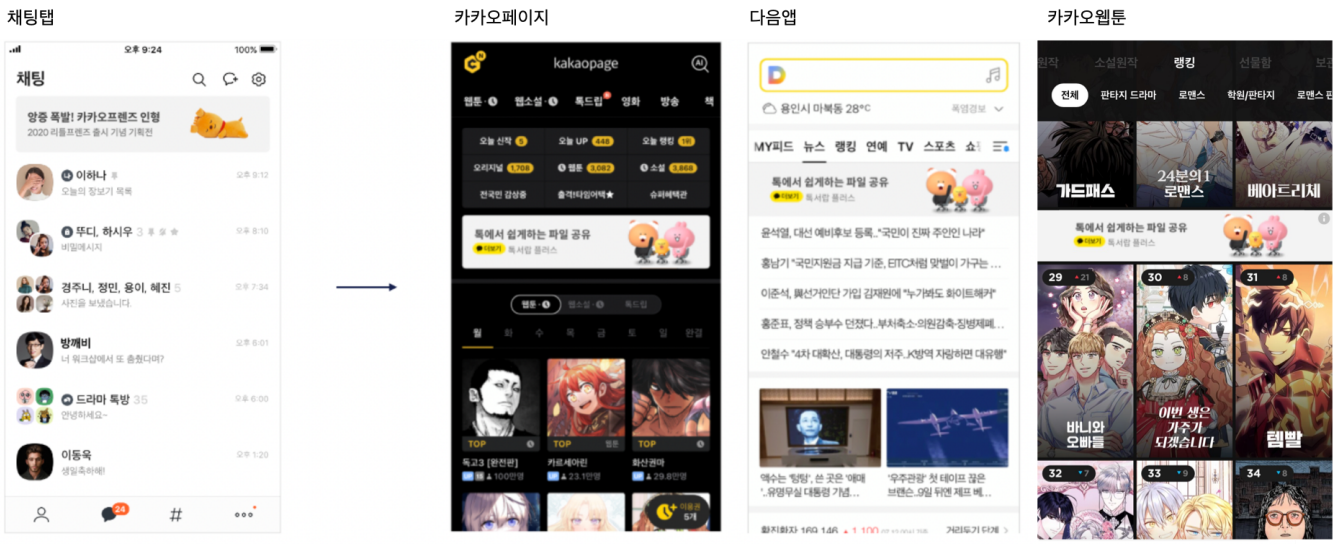


카카오톡 내에서의 액션 완결



1-2. 다양한 게재지면 활용

카카오비즈보드는 카카오톡 뿐만 아니라 모바일 다음 메인, 카카오 웹툰, 카카오페이지, 카카오서비스, 카카오와 제휴를 맺고있는 외부 네트워크 지면에도 노출됩니다.
카카오모먼트에서 카카오비즈보드 등록 시 게재지면을 선택할 수 있습니다.



2. 카카오비즈보드 배너 및 연결 서비스

2-1. 카카오비즈보드 배너

일간메시지 수발신 100억건, 하루에도 수많은 사람들이 찾는 카카오톡 채팅탭에 노출되는 비즈보드는 4가지 유형의 배너를 다양한 형태로 변형해서 마케팅에 최적화된 광고소재를 제작할 수 있습니다.



👉 연관 가이드

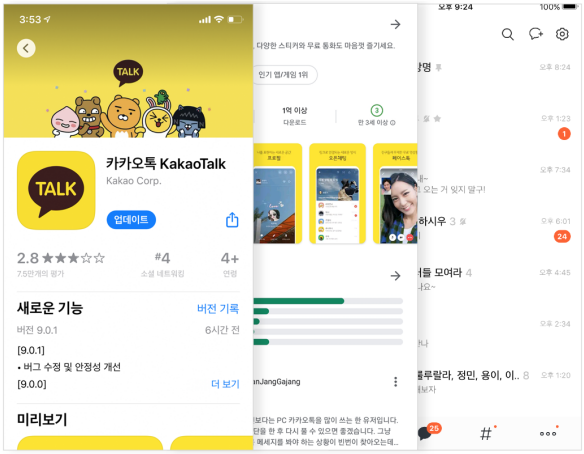
카카오비즈보드 제작가이드

2-2. 앱스토어 또는 앱으로 연결

앱스토어로 연결되는 비즈보드의 경우 앱 아이콘을 필수로 노출해야 합니다. 사용자들에게 앱스토어로 연결된다는 인식을 심어줘서 성과 높은 마케팅을 진행할 수 있습니다.



* 랜딩이 앱스토어일 경우 필수 노출



앱스토어 구글플레이 설치된 앱

2-3. 카카오 서비스로의 연결

카카오 비즈보드는 광고주의 비즈니스 솔루션을 위해 다양한 카카오 서비스와 연동이 가능합니다. 연동 가능한 서비스를 랜딩으로 설정하여 광고주 맞춤형 비즈보드 소재를 생성할 수 있습니다.

애드뷰	• 카카오비즈보드 랜딩 활용 카카오톡 채팅탭 내에서 아래에서 위로 화면이 노출되는 화면으로 앱 이탈 없이 자연스럽게 이용자에게 비즈니스 액션을 유도 할수 있습니다 • 서비스 등록 안내 카카오모먼트 > 광고관리 > 애드뷰 만들기
카카오톡 채널	• 카카오비즈보드 랜딩 활용 챗봇을 랜딩으로 설정하여 채널추가 유도와 상담/문의하기가 즉시 가능합 니다. 톡 채널에서 발행한 포스트로도 랜딩이 가능하여 포스트를 홍보할 수 있습 니다. • 서비스 등록 안내 카카오비즈니스 > 카카오톡 채널 만들기
비즈니스폼	• 카카오비즈보드 랜딩 활용 톡비스니스폼을 생성하여 카카오톡 사용자가 손쉽게 광고주 서비스와 관련된 예약, 설문, 응모를 참여할 수 있습니다. • 서비스 등록 안내 카카오비즈니스 > 서비스관리 > 비즈니스폼
카카오싱크	• 카카오비즈보드 랜딩 활용 카카오싱크를 통해 간편하게 이용자들의 회원가입이 가능합니다. • 서비스 등록 안내 카카오비즈니스 > 서비스관리 > 카카오싱크 신청
톡스토어/선물하기/메이 커스/주문하기/상품구독	• 카카오비즈보드 랜딩 활용 톡스토어, 선물하기, 메이커스에 입점한 상품이나 주문하기 입점 페이지, 상품구독형 채널을 비즈보드 랜딩으로 설정하여 빠른 전환을 이끌어 낼 수 있습니다. • 서비스 등록 안내 톡스토어, 선물하기, 메이커스에 입점한 상품이나 주문하기 입점 페이지, 상품구독형 채널을 비즈보드 랜딩으로 설정하여 빠른 전환을 이끌어 낼 수 있습니다.

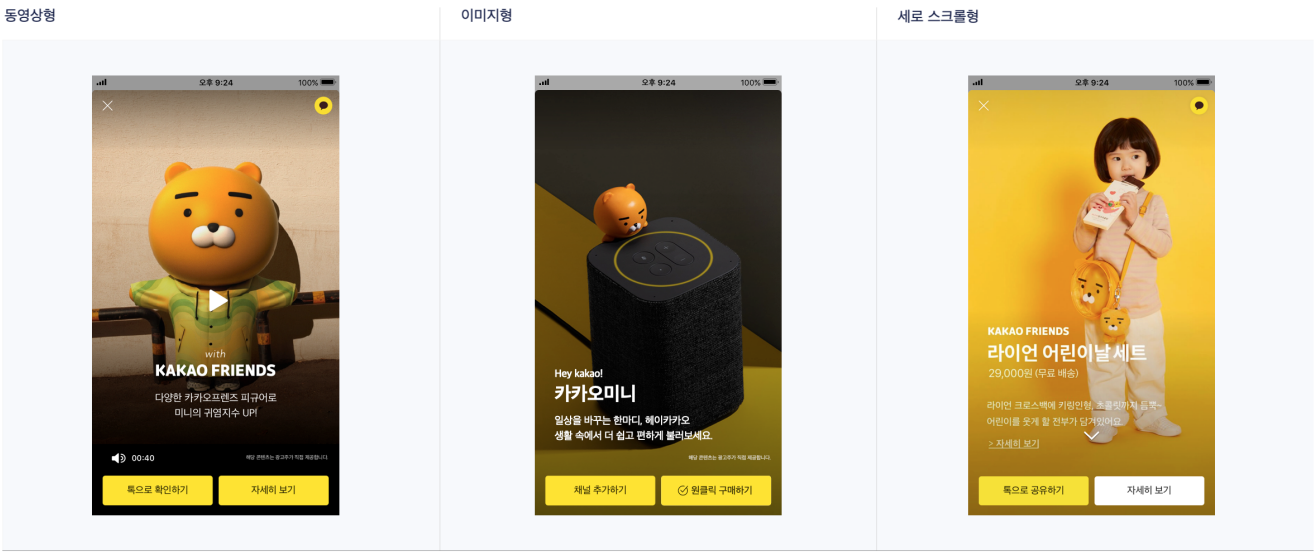
2-4. 애드뷰로의 연결

카카오톡 채팅탭 내에서 아래에서 위로 화면이 노출되는 화면으로 앱 이탈 없이 자연스럽게 이용자에게 비즈니스 액션을 유도 할수 있습니다.

> ⓘ 애드뷰를 설정한 소재는 카카오톡 > 채팅탭(2탭), 뷰탭(3탭) 게재지면에만 노출됩니다.
> 단, 뷰탭의 뷰/My뷰/카테고리판 상단의 비즈보드 영역에만 애드뷰 랜딩 소재가 노출 됩니다.

- **애드뷰 - 풀뷰**

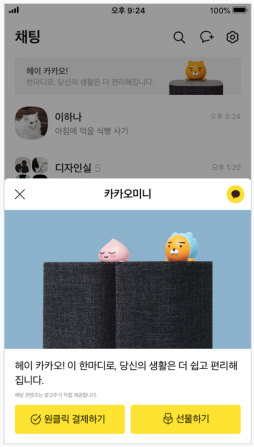
  애드뷰는 채팅리스트 아래에서 위로 화면이 노출되어 사용자에게 화면 전환의 이질감 없이 자연스럽게 광고 상세 정보를 노출할 수 있는 랜딩페이지입니다.
  풀뷰는 모바일 화면 전체를 세로 이미지 혹은 세로 동영상으로 채워 사용자의 시선을 사로잡는 랜딩페이지입니다.



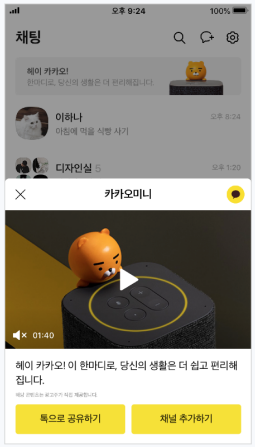
- **애드뷰 - 콤팩트뷰**

  애드뷰 중 콤팩트뷰는 모바일 사용성에 적합한 형태로 모바일 화면 전체를 가리지 않는 절반 정도의 크기로 노출됩니다.
  네이티브 광고와 같이 이미지 혹은 동영상과 함께 홍보 텍스트를 등록하여 구성되는 형태로, 적은 제작 공수로 빠른 소재 교체가 가능하여 캠페인 전체의 효율 관리가 용이합니다.

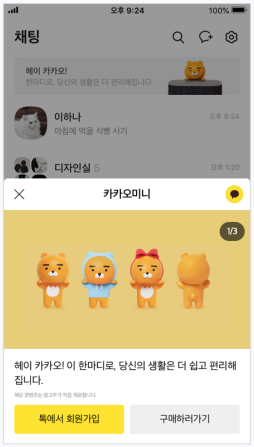
이미지형



동영상형

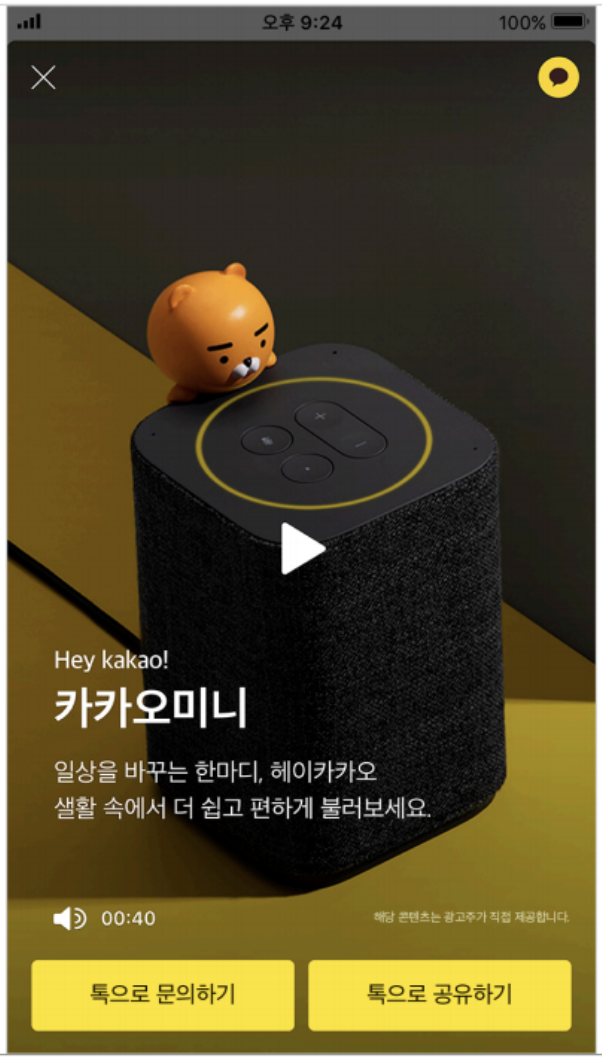
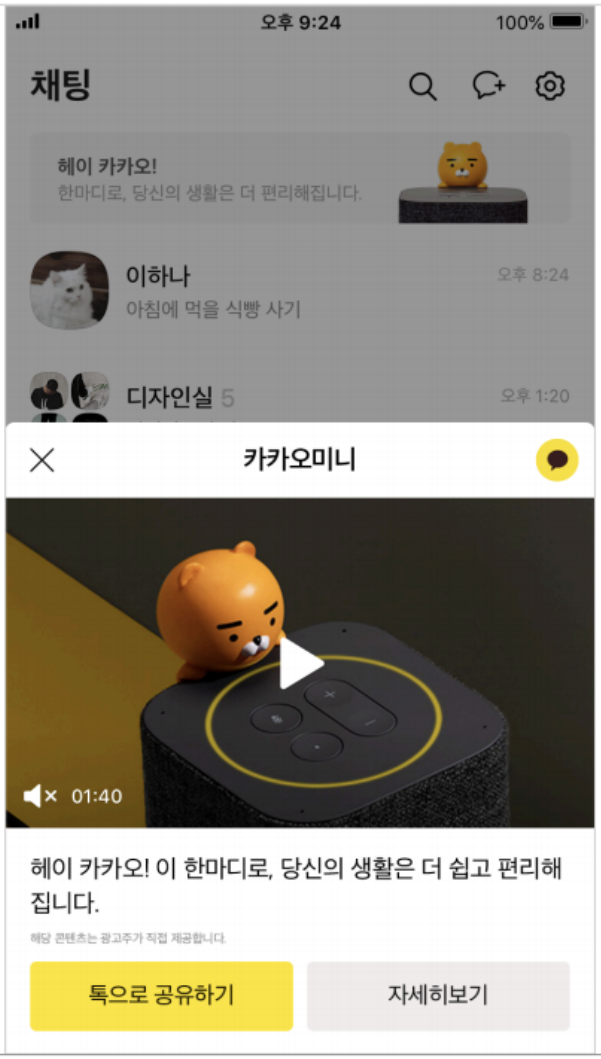


가로 캐러셀형



- **애드뷰 버튼 선택 가이드**

  애드뷰의 버튼은 카카오서비스 연결버튼과 광고주페이지 연결버튼을 조합하여 구성 가능합니다. 원하는 광고 목적에 맞는 버튼을 조합하여 사용자의 자연스러운 이동을 유도해보세요.

타입1	타입 2
카카오 서비스 버튼 2개 구성	카카오 서비스 버튼 1개 + 광고주 페이지 연결버튼 1개 구성
	

카카오 서비스 연결버튼

톡으로 공유하기	채널 추가하기	이모티콘 받기
구매하기	선물하기	톡으로 문의하기
원클릭 결제하기	톡에서 회원가입	톡에서 설문하기
톡캘린더 저장하기	톡에서 응모하기	톡에서 참여하기
톡에서 예약하기	톡에서 시승신청	LIVE보기
주문하기	상품구독하기	자세히보기

광고주 페이지 연결버튼 (위치 오른쪽 필수)

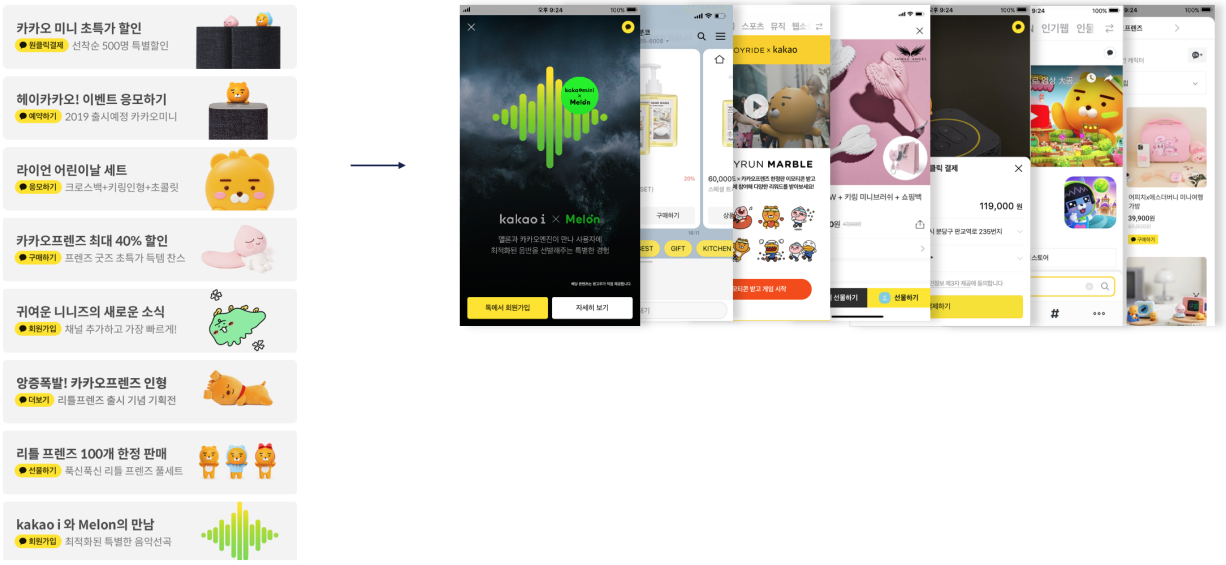
자세히보기	신청하러가기	참여하러가기
가입하러가기	예약하러가기	앱다운로드
구매하러가기	예매하러가기	영상보러가기
게임하러가기	사전예약하기	

애드뷰를 생성하는 상세한 가이드가 궁금하다면 **[광고자산 관리 > 애드뷰 관리]**에서 확인해주세요!

3. 카카오 비즈솔루션

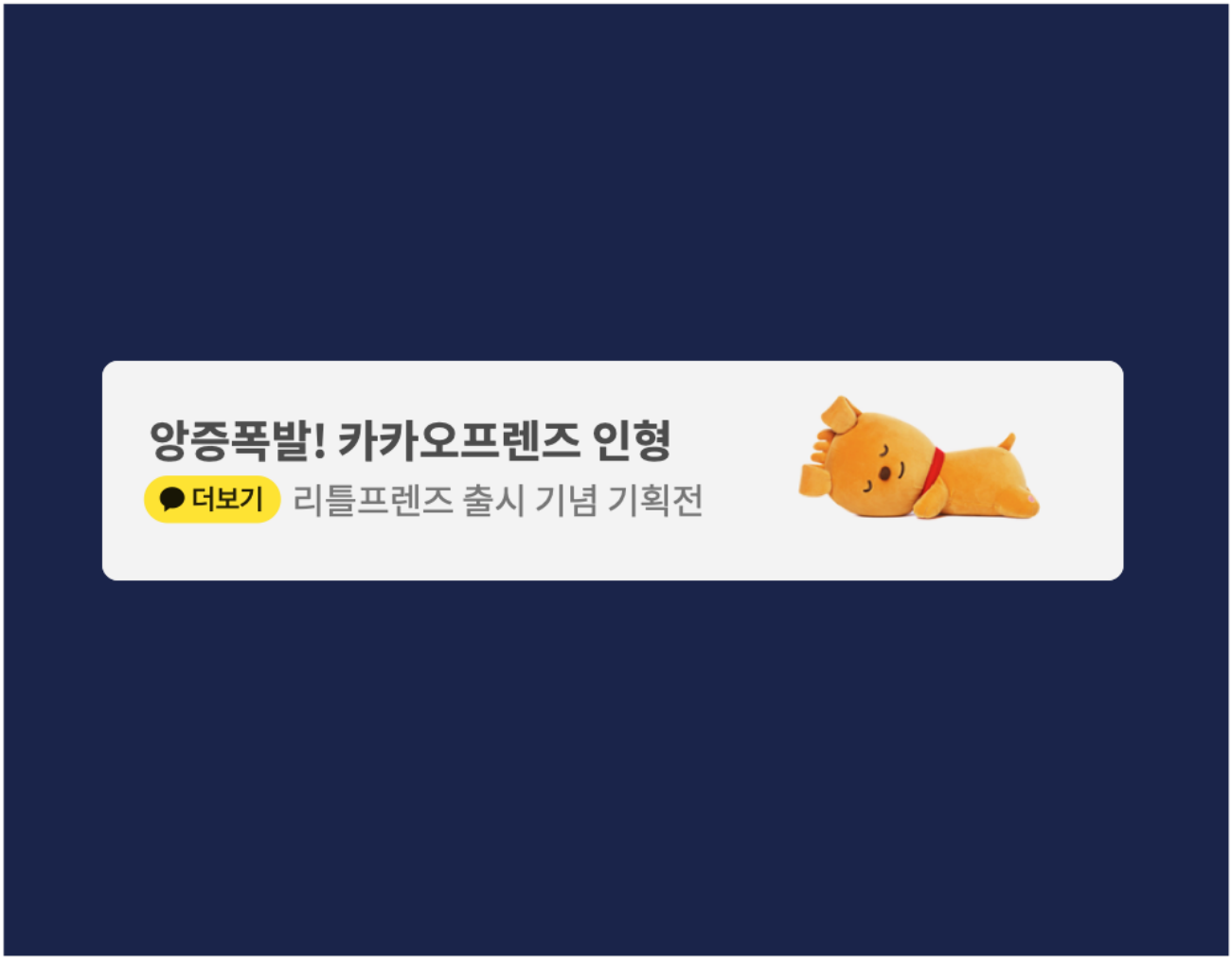
카카오비즈보드는 다른 카카오광고 보다 효과적인 비즈니스 솔루션을 광고주에게 제공합니다.
카카오싱크, 카카오톡 스마트메시지, 챗봇 등 카카오의 파워풀한 비즈솔루션을 이용해서 차별화된 마케팅을 만들어 보세요.

> **카카오톡 내에서 액션이 완결되는 비즈솔루션 설정 시 카카오톡 게재지면에만 노출됩니다.**
>
> - 카카오톡 외 지면에 노출하려면 랜딩유형 'URL'을 선택하세요.
> - 랜딩유형 중 '포스트'의 경우 카카오톡 외 지면(카카오서비스, 다음, 네트워크)에 노출 가능합니다.



3-1. 카카오 비즈솔루션 배지

카카오의 비즈니스 솔루션을 활용할 경우, 소재에 비즈 솔루션 배지를 필수로 표기해야 합니다.
카카오 서비스 랜딩에 알맞는 배지를 선택하여 비즈보드 소재를 제작할 수 있습니다.



비즈 솔루션 배지 표기 가이드

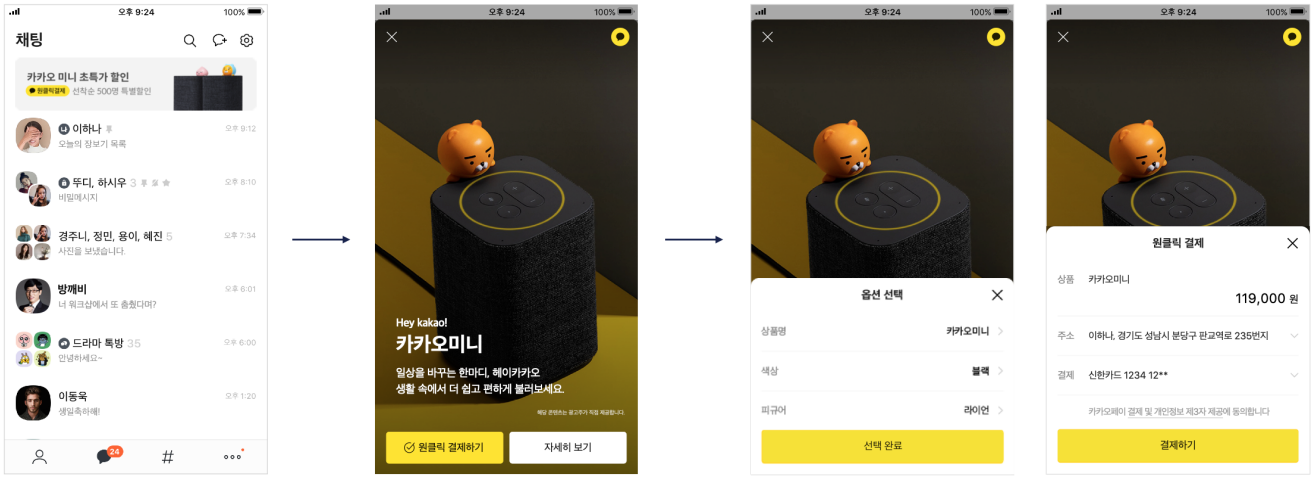
직랜딩, 애드뷰 혼용	더보기	자세히보기 - 포스트	문의하기	톡으로 문의하기 - 챗봇
	채널추가	채널 추가하기 - 카카오톡 채널 홈	구매하기	구매하기 - 톡스토어, 메이커스
	설문하기	톡에서 설문하기 - 비즈니스폼	예약하기	톡에서 예약하기 - 비즈니스폼
	응모하기	톡에서 응모하기 - 비즈니스폼	참여하기	톡에서 참여하기- 비즈니스폼
	시승신청	톡에서 시승신청- 비즈니스폼	톡캘린더	톡캘린더 저장하기
	주문하기	주문하기	선물하기	선물하기
	상품구독	상품구독하기 - 상품구독 렌탈형	LIVE보기	카카오쇼핑라이브
	이모티콘	이모티콘 받기		
애드뷰 전용	회원가입	톡에서 회원가입	원클릭결제	원클릭 결제하기
	공유하기	톡으로 공유하기		

3-2. 비즈솔루션 종류별 마케팅 액션

- **원클릭 결제하기**

  톡스토어에 입점한 광고주라면 애드뷰 '원클릭 결제하기'로 즉각적인 구매 촉진 광고를 집행할 수 있습니다.
  사용자는 카카오페이 결제를 통해 톡 안에서 즉시 구매가 가능합니다.

  ※ 채팅리스트 배너에서 즉시 원클릭 결제는 불가하며 애드뷰 버튼을 통해 원클릭 결제 가능합니다.
  ※ 옵션을 가진 상품도 원클릭 결제가 가능합니다. (단, 선물메시지와 같은 텍스트 입력이 필요한 상품은 불가)



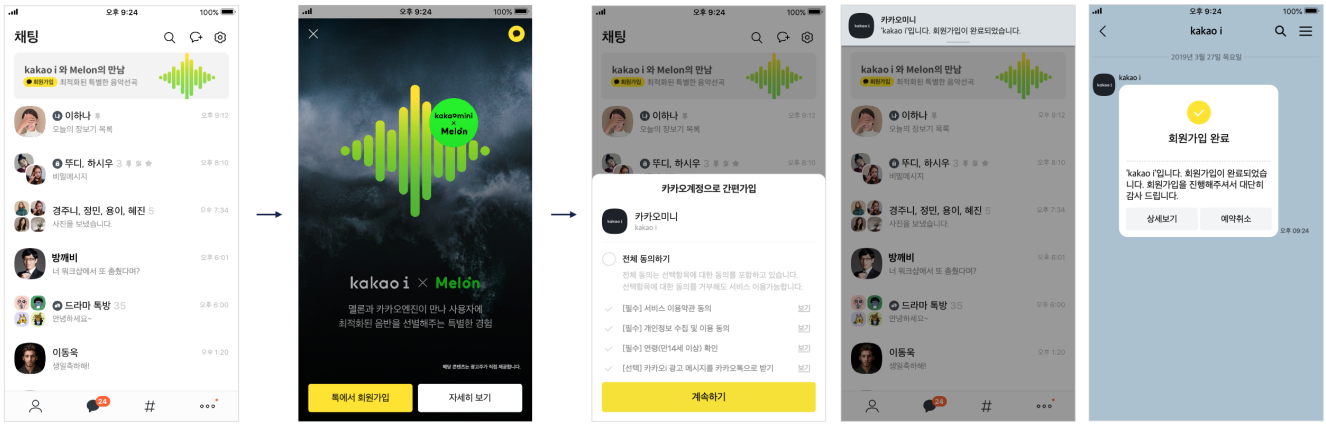
애드뷰 옵션선택 결제하기

- **싱크 - 톡에서 회원가입**

  카카오비즈보드를 통해 광고주 서비스의 회원을 쉽고 빠르게 모을 수 있습니다.
  카카오톡 계정을 사용중인 이용자는 별도의 정보 기입 절차 없이 다이렉트로 빠르게 회원가입이 가능합니다.

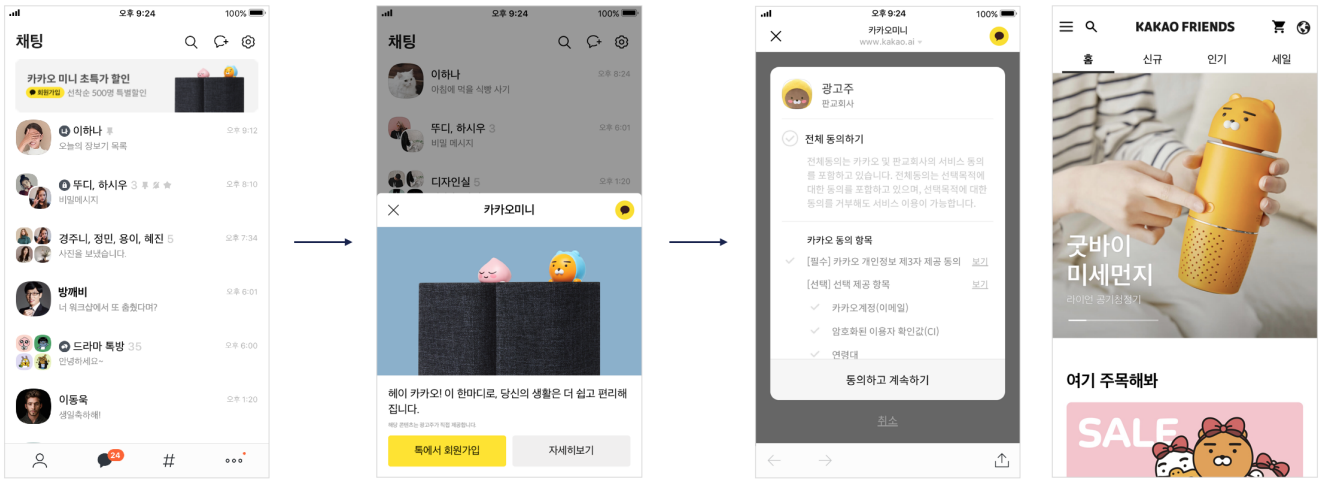
  ※ 카카오 싱크 연동 개발 완료된 광고주에 한해 랜딩페이지로 활용 가능합니다.
  ※ 채팅리스트 배너에서 즉시 회원가입 약관 동의창으로 랜딩은 불가하며 애드뷰 버튼을 통해 싱크 활용 가능합니다.
  ※ 픽셀 & SDK 연동이 필수입니다.

[플러그인]



애드뷰 회원가입 (플러그인) 회원가입 완료 알림 회원가입 완료 알림톡

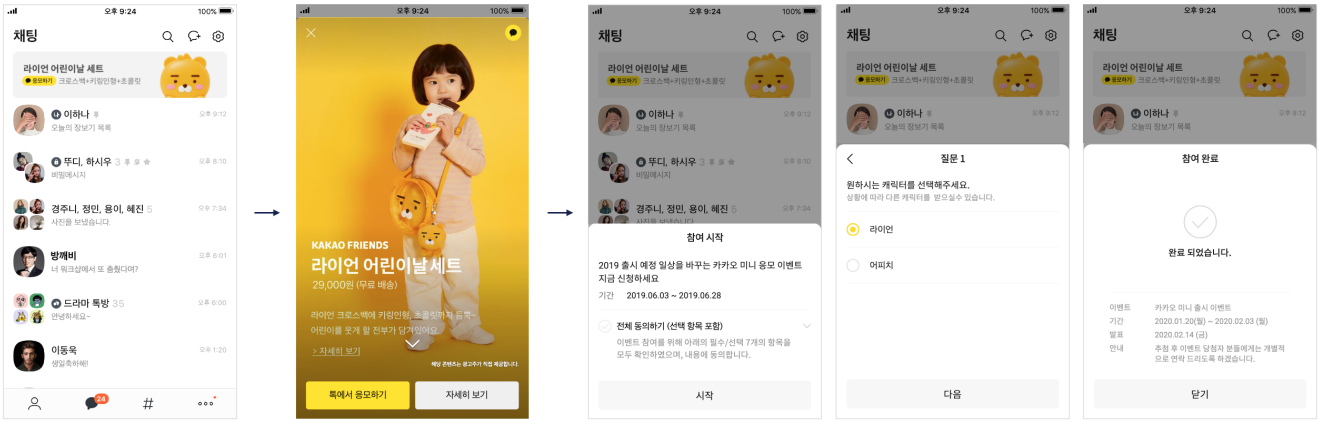
[웹뷰]



애드뷰 회원가입 (웹뷰) 가입 완료 후 페이지 연결

- **비즈니스폼 - 참여/설문/응모/예약하기**

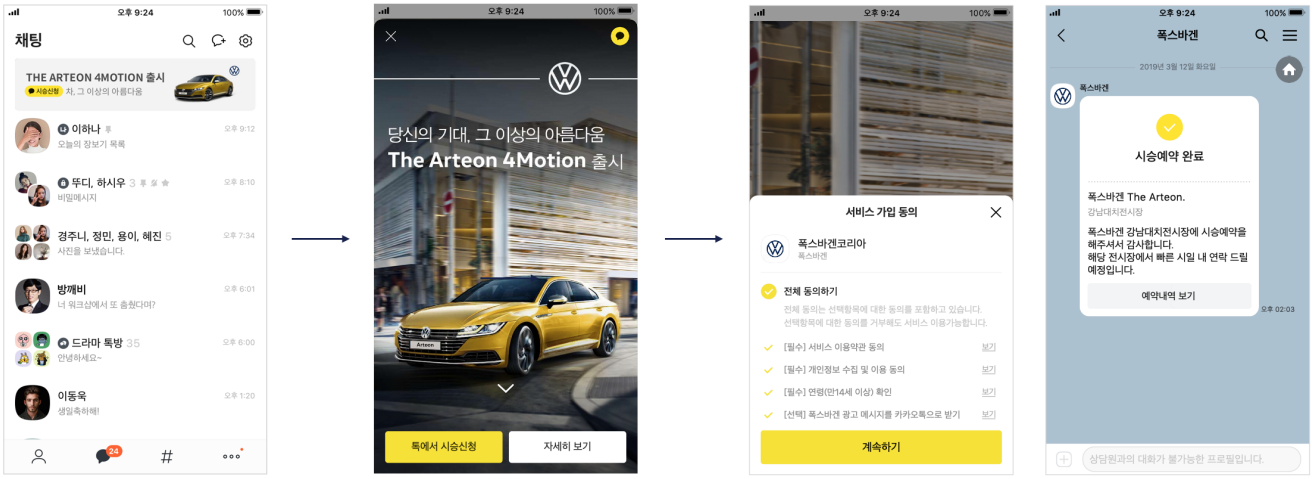
  참여, 응모, 설문 또는 사전예약 등 사용자의 참여를 필요로 하는 이벤트의 경우 비즈니스폼을 통해 이용자의 즉각적인 응답을 이끌 수 있습니다.
  별도의 플러그인 설치 개발 없이 카카오비즈니스 > 비즈니스폼 메뉴에서 다양한 항목으로 구성된 비즈니스폼을 구성할 수 있습니다.



애드뷰, 직랜딩 혼용 개인정보 위탁동의 질문에 대한 사용자 응답 참여완료

- **비즈니스폼 - 시승신청 하기**

  시승신청이 필요한 수송업종의 경우 톡비즈니스폼을 통해 이용자의 즉각적인 참여를 이끌 수 있습니다.
  별도의 플러그인 설치 개발 없이 카카오비즈니스 > 비즈니스폼 메뉴에서 다양한 항목으로 구성된 톡비즈니스폼을 구성할 수 있습니다.



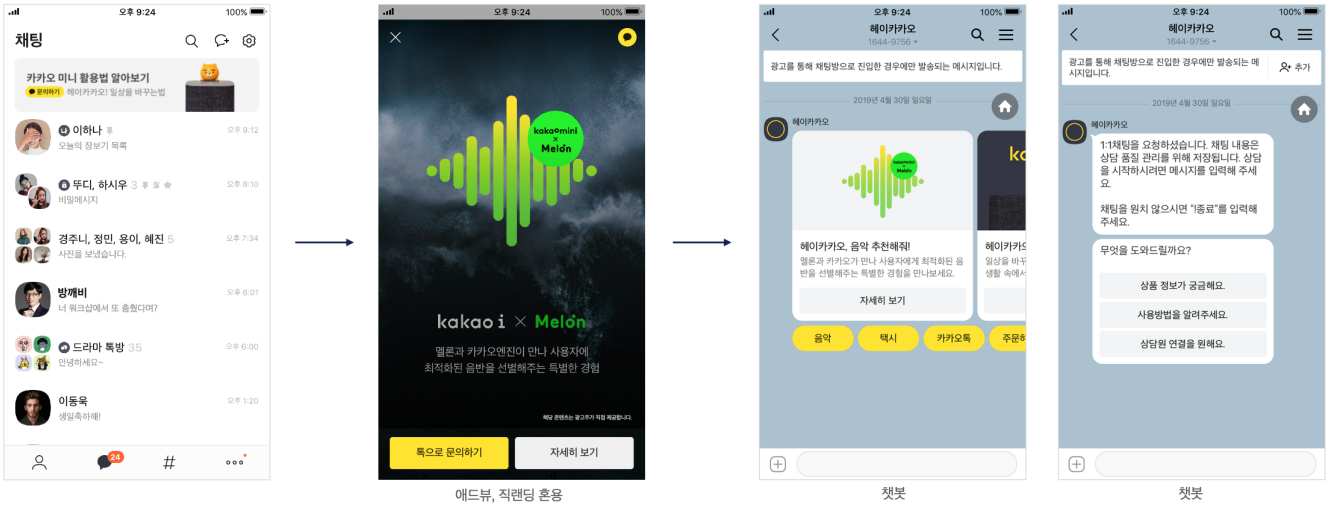
※ 자세한 사항은 비즈니스폼 메뉴에서 확인 가능합니다.

비즈니스폼

- **카카오톡 채널 - 톡으로 문의하기**

  24시간 자동으로, 간편하게 응대하는 카카오톡 챗봇으로 다양한 문의를 응대할 수있습니다.
  챗봇이 연결되어 있는 톡채널의 채팅방으로 이동해 유저에게 전달하고자 하는 정보를 다이렉트로 전달할 수 있습니다.

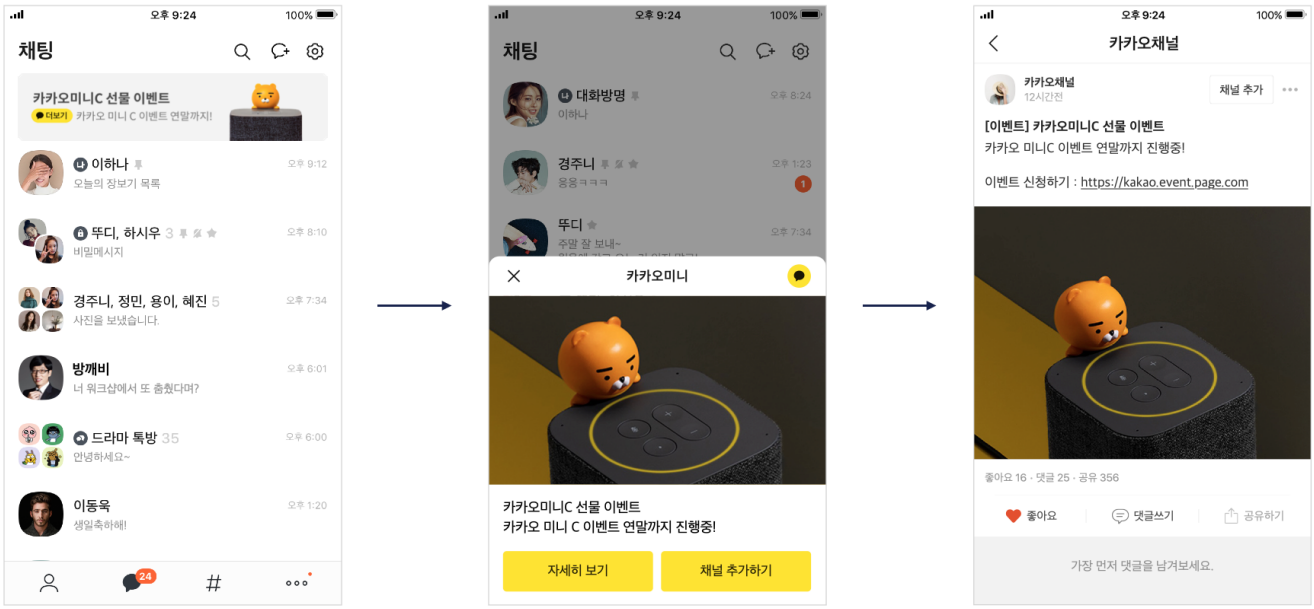
  ※ 챗봇 개발이 완료된 광고주에 한 해 랜딩페이지로 활용 가능합니다.



- **카카오톡 채널 - 채널 포스트**

  카카오톡 채널에 등록한 포스트로 랜딩이 가능합니다.
  운영 중인 카카오톡 채널에 발행한 포스트가 있다면 비즈보드를 통해 홍보할 수 있습니다.

  ※ 톡채널 계정을 가진 광고주에 한 해 랜딩페이지로 활용 가능합니다.

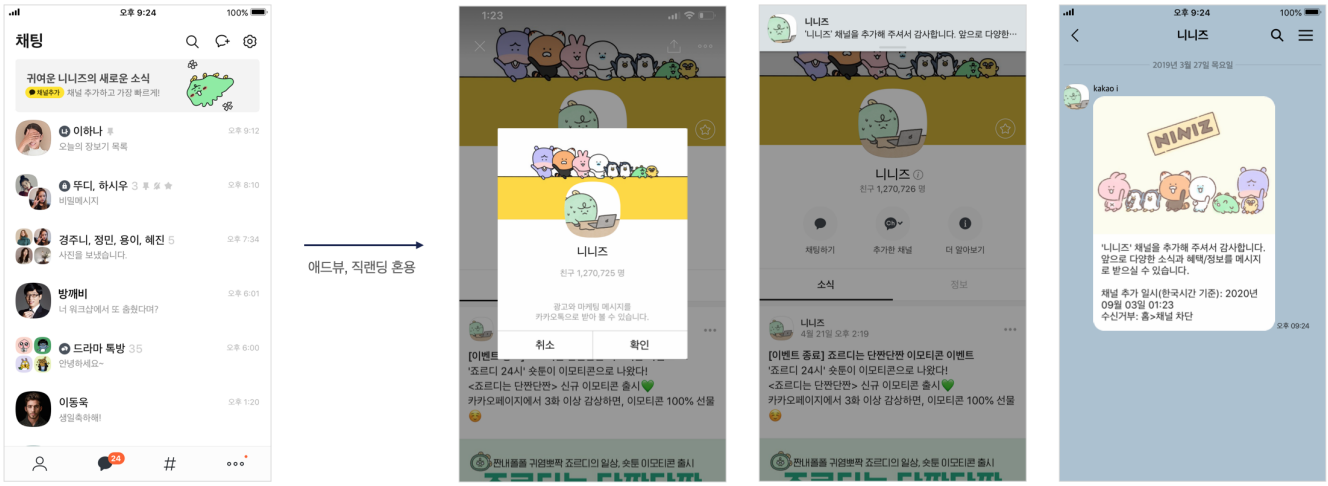


애드뷰, 직랜딩 혼용 포스트

- **카카오톡 채널 - 채널 추가하기**

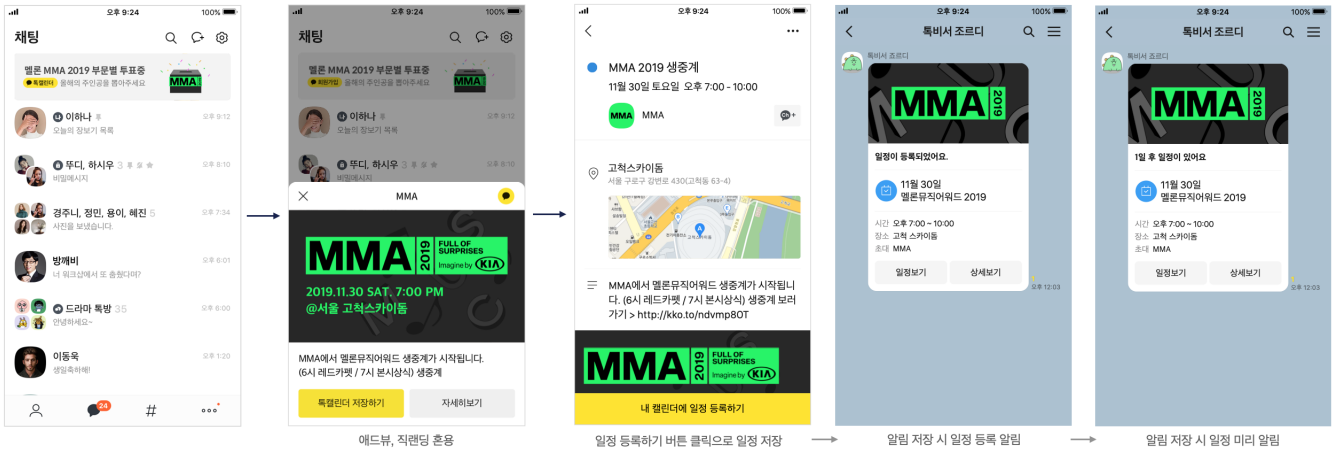
  채팅리스트 광고 배너 클릭 시 '카카오톡 채널'을 추가할 수 있습니다.
  내 비즈니스 정보와 브랜드 소식, 프로모션, 공지 등의 콘텐츠를 모아 채널을 통해 한눈에 보여줄 수 있습니다.

  ※ 톡채널 계정을 가진 광고주에 한 해 랜딩페이지로 활용 가능합니다.



- **톡캘린더 저장하기**

  광고 배너 클릭 시 톡캘린더 일정 안내 확인 및 등록할 수 있습니다.
  톡캘린더 기능을 활용해 유저에게 일정 안내 및 저장을 유도하고, 일정 알림/미리 알림을 통해 행사 참여를 유도할 수 있습니다.



※ 톡캘린더는 운영자를 통해 이벤트ID를 발급받은 후 랜딩페이지로 활용 가능합니다.

[톡캘린더 일정 등록 방법]

① 톡캘린더 일정 등록 양식 작성 및 소재 제작
톡캘린더 일정 등록 양식 및 일정 등록에 필요한 소재를 고객센터 또는 담당 대행사에게 전달해 주시기 바랍니다.
등록 양 및 소재의 이상이 없을 경우, 톡캘린더 일정을 등록 후 이벤트ID를 발급하여 전달드립니다.

***톡캘린더 일정 등록 양식 및 소재가이드**

카카오모먼트_톡캘린더 일정 등록 요청_sample.xlsx 1MB
Binary

카카오모먼트 톡캘린더 일정 등록 요청 양식

② 이벤트ID 등록

발급된 이벤트ID는 소재만들기 / 애드뷰 만들기에서 입력하여 사용합니다.

[톡캘린더 구성 화면]



일정 상세보기 일정 알림 메시지

*필수 입력 사항
*선택 입력 사항

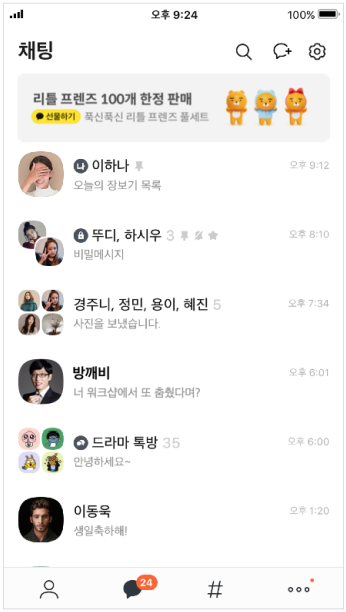
① 광고주 직접 랜딩 설정 가능 영역
(1) 일정 상세보기 > 상세보기 이미지
(2) 일정 알림 메시지 > 말풍선 이미지
(3) 일정 알림 메시지 > 상세보기 버튼

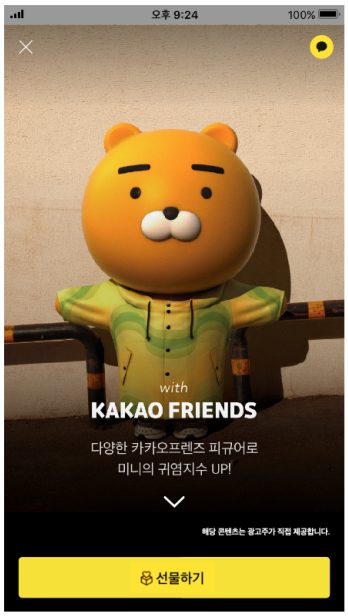
② 일정 상세보기 > 카카오톡 채널 영역
(1) 톡캘린더 양식에 등록하여 제출한 카카오톡 채널명이 일정 '호스트'로 노출됩니다.
(2) 해당 영역을 클릭하면 톡채널 홈으로 연결되며 친구 추가도 가능합니다.

* 일정 알림메시지는 '톡비서 죠르디'를 통해 일정 알림메시지가 발송됩니다. 광고주 카카오톡 채널로 일정 알림메시지 발송은 불가합니다.

- **카카오 커머스 플랫폼 연결 - 선물하기**

  톡스토어, 선물하기, 메이커스에 입점 했다면 상품 상세페이지로 연결하여 즉시 구매를 유도할 수 있습니다.
  신상품을 홍보하고 즉시 구매로 연결할 수 있는 효과적인 랜딩페이지입니다.





애드뷰, 직랜딩 혼용



선물하기

- **카카오 커머스 플랫폼 연결 - 선물하기/톡스토어/메이커스**

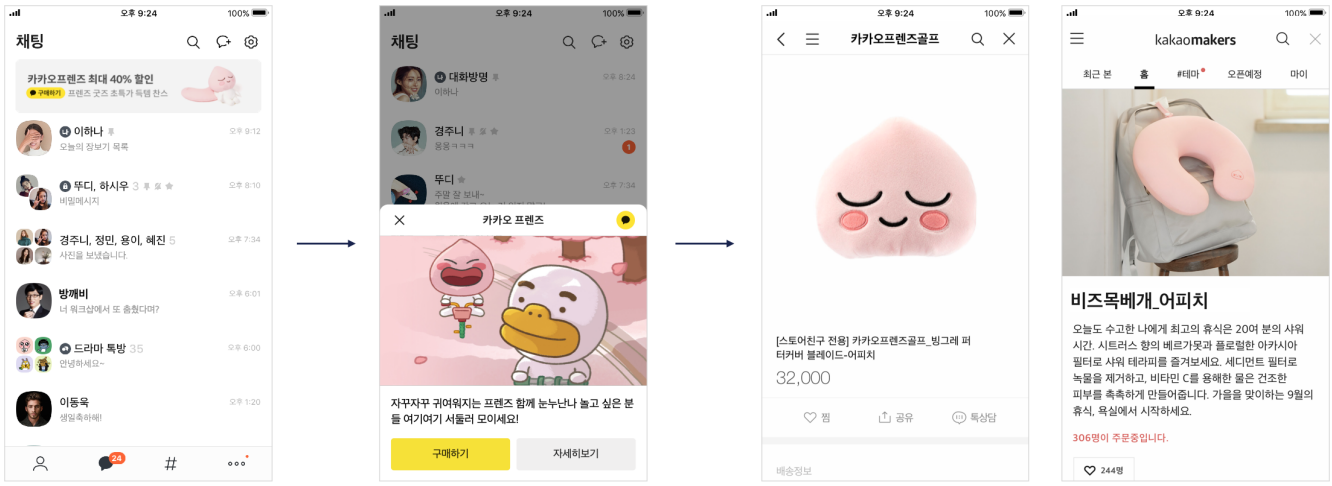
  톡스토어, 선물하기, 메이커스에 입점 했다면 상품 상세페이지로 연결하여 즉시 구매를 유도할 수 있습니다.
  신상품을 홍보하고 즉시 구매로 연결할 수 있는 효과적인 랜딩페이지입니다.

[선물하기]



애드뷰, 직랜딩 혼용 선물하기

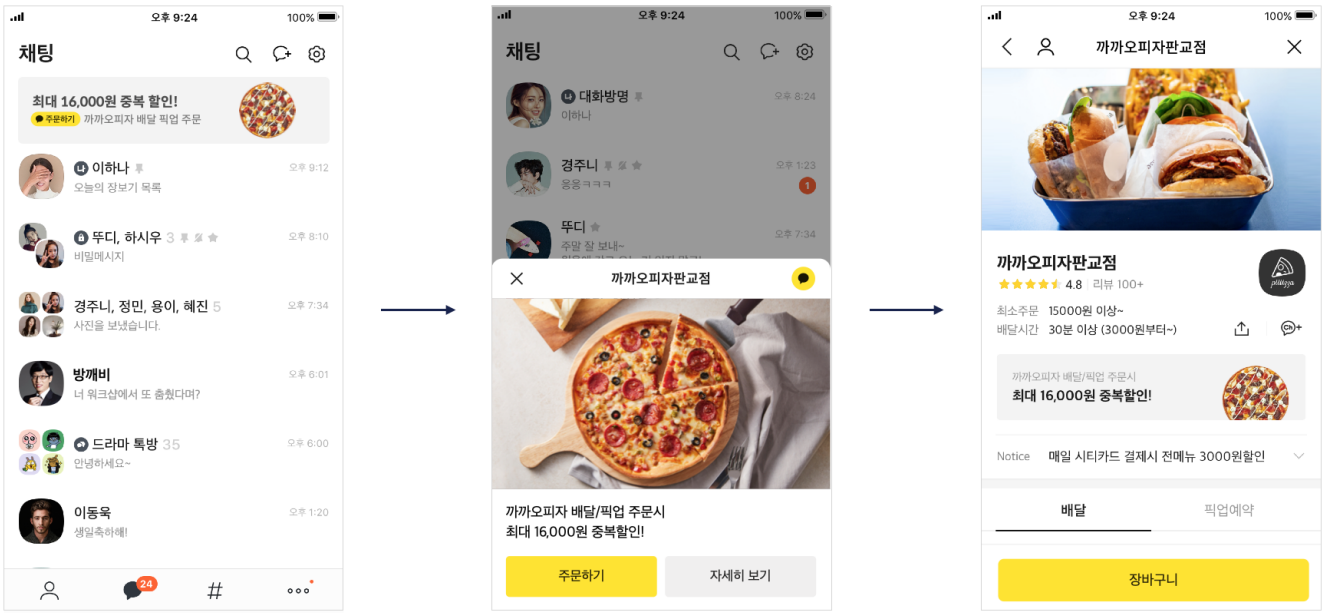
[구매하기 - 톡스토어/메이커스]



애드뷰, 직랜딩 혼용 쇼핑하기 카카오 메이커스

- **카카오 커머스 플랫폼 연결 - 주문하기**

  주문하기에 입점 했다면 주문하기 입점 상세페이지로 연결하여 즉시 주문을 유도할 수 있습니다.
  주문하기 내 프로모션을 홍보하고 즉시 주문으로 연결할 수 있는 효과적인 랜딩페이지입니다.

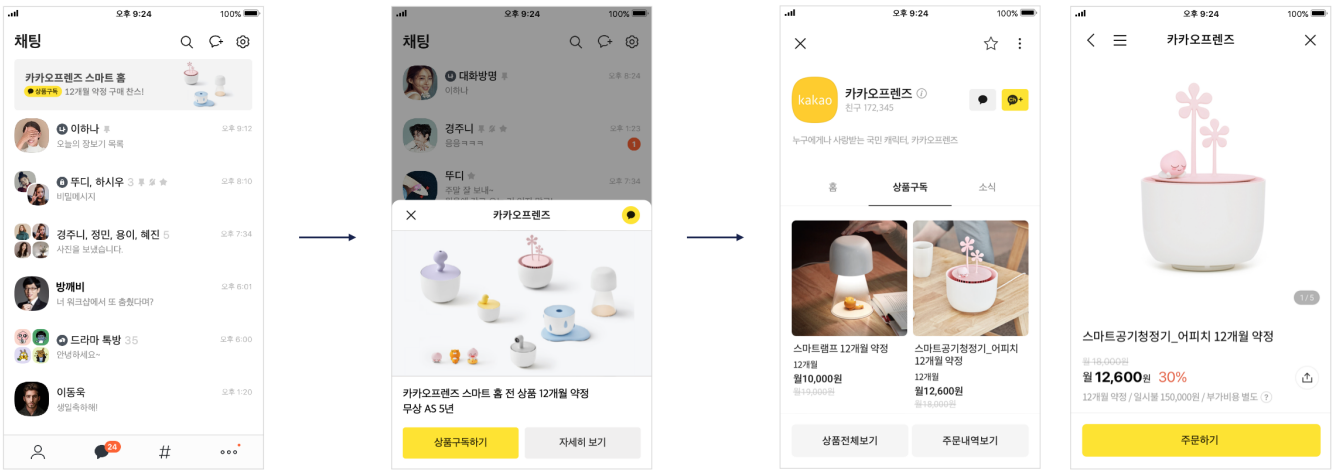


애드뷰, 직랜딩 혼용

주문하기

- **카카오 커머스 플랫폼 연결 - 상품구독**

  카카오톡 채널 상품구독형 서비스에 입점했다면 '상품구독 홈', '개별 상품 주문서'로 연결하여 즉시 정기구독 주문을 유도할 수 있습니다.
  상품이 전시되어 있는 '채널홈 상품구독', 특정 상품을 상세히 보여주는 '개별 상품 주문서'는 렌탈/정기배송/멤버십 등 구독 서비스를 상세히 홍보하고 즉시 계약으로 연결할 수 있는 효과적인 랜딩페이지입니다.



애드뷰, 직랜딩 혼용

채널 상품구독홈

개별 상품 주문서

4. 카카오비즈보드 대표 노출 위치

카카오비즈보드는 카카오톡 뿐만 아니라 카카오스토리, 모바일 다음 메인, 카카오서비스, 카카오와 제휴를 맺고있는 외부 네트워크 지면에도 노출됩니다.



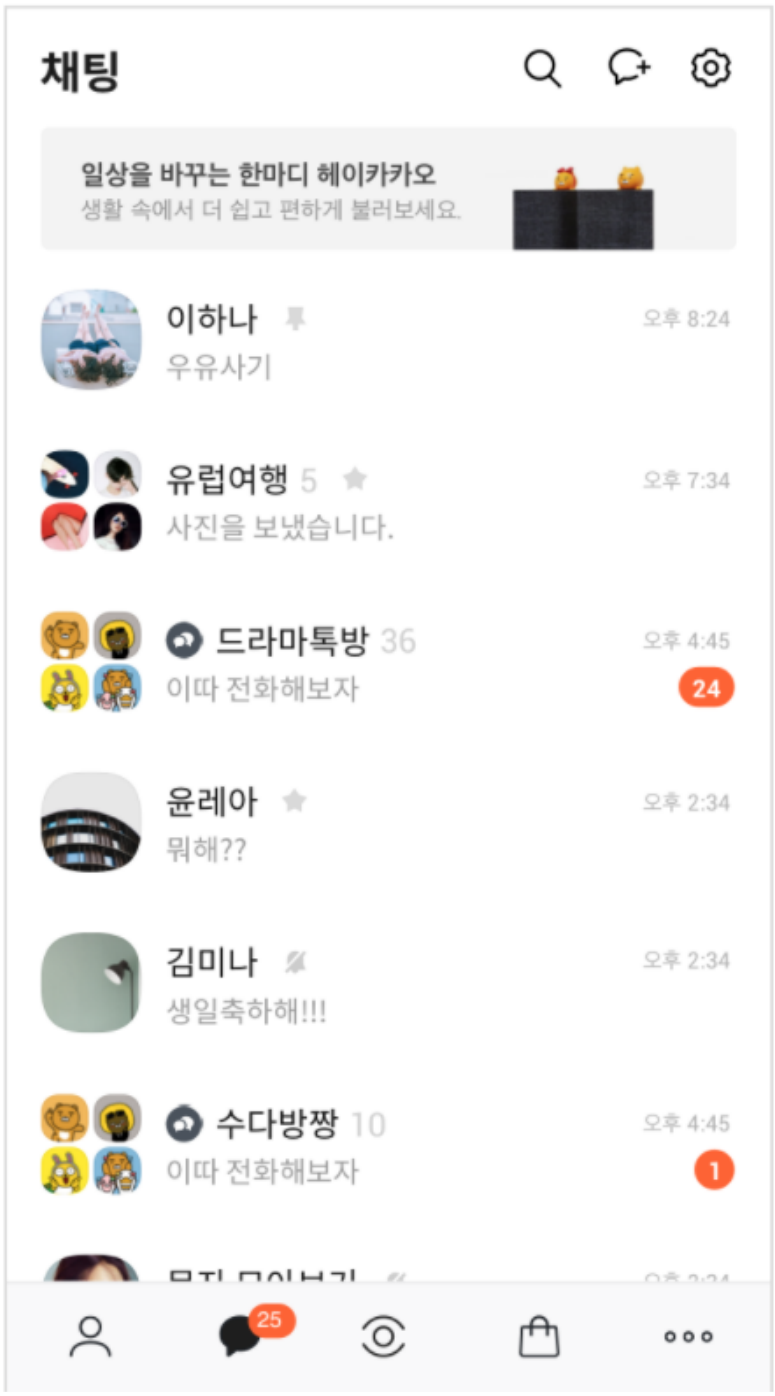
**__카카오서비스__: 카카오서비스 중 카카오톡, 카카오스토리, 다음 외의 서비스 지면을 의미합니다. 현재는 카카오페이지, 카카오헤어샵, 카카오버스, 카카오지하철, 카카오TV, 카카오내비, 카카오페이, 카카오뱅크, 카카오맵 등이 포함되어 있으며 광고 유형별로 노출되는 서비스는 상이할 수 있습니다.*

**__네트워크__: 카카오와 제휴를 맺고있는 외부 네트워크 지면에 광고를 노출할 수 있습니다. (URL, 포스트 랜딩 소재에 한하여 노출 가능)*

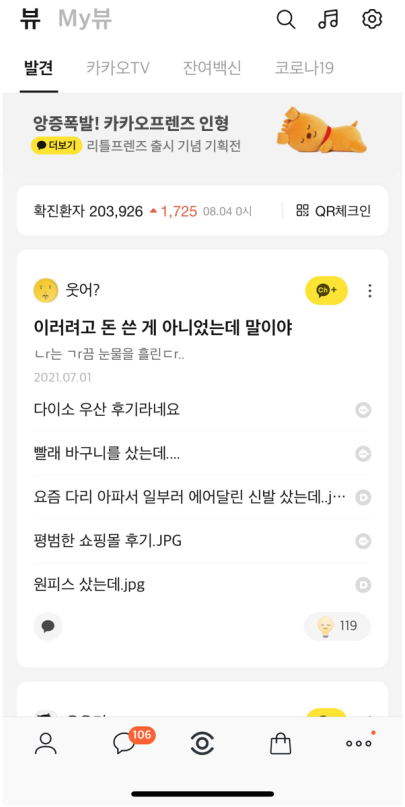
- 게재지면은 플랫 업데이트 상황에 따라 추가 및 변동, 제외가 될 수 있습니다. 이 점 유의 바랍니다.
- 이미지(캡쳐)에서 확인되는 특정 광고주와 해당 자료는 무관합니다.
- 광고가 집행되는 “광고매체”의 범위 및 “광고매체”에서의 광고 집행영역, 순서, 정보, UI, 방식 등은 변경 또는 추가할 수 있으며, 별도 공지하지 않습니다.
- 소재 유형 및 게재 위치에 따라 AD(Sponsored) 마크가 표기되어 노출될 수 있습니다.

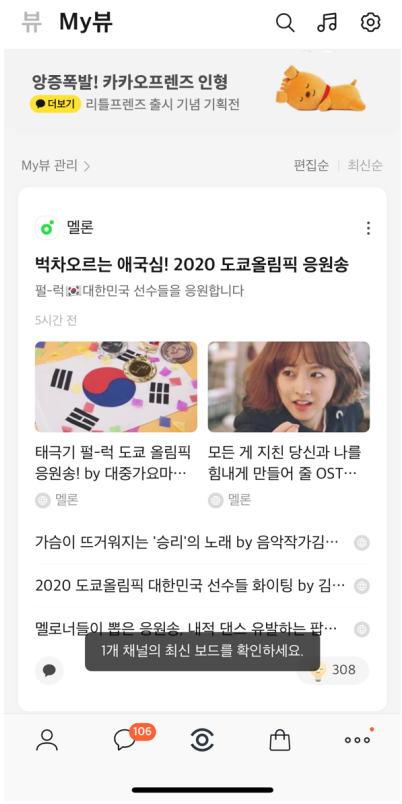
4-1. 카카오톡

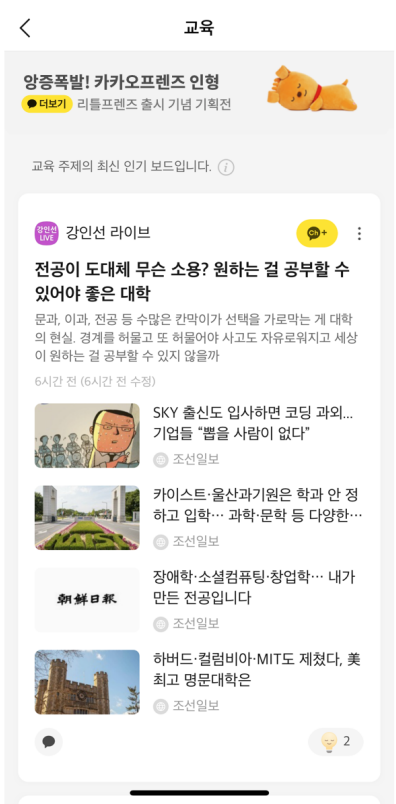
- **카카오톡 채팅탭 채팅목록 상단**



- 카카오톡 뷰탭 - 뷰/MY뷰/카테고리판







- **카카오톡 뷰탭 - 보드별 게시글(2depth) 상단**

뉴스 기사



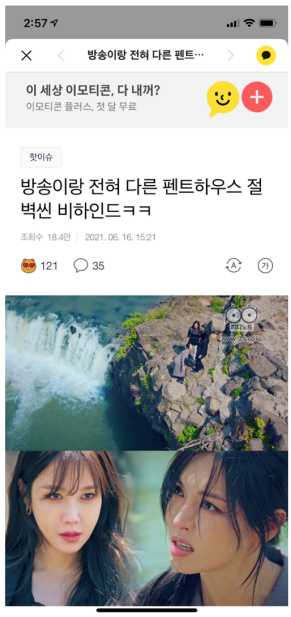
카페



커뮤니티



콘텐츠뷰



4-2. 다음

· 다음 모바일 TOP

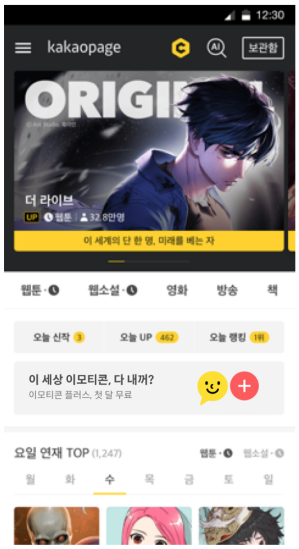




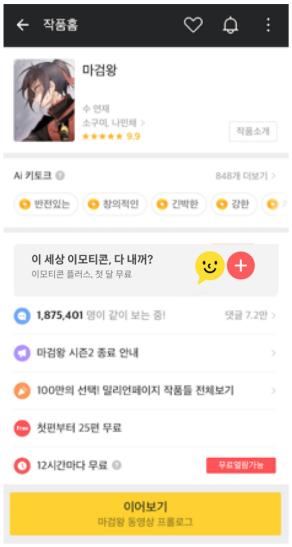
4-3. 카카오서비스

- 카카오페이지

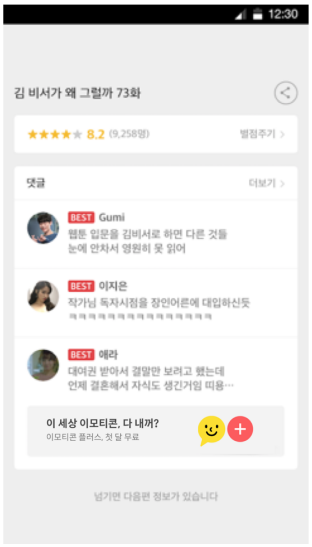
메인홈



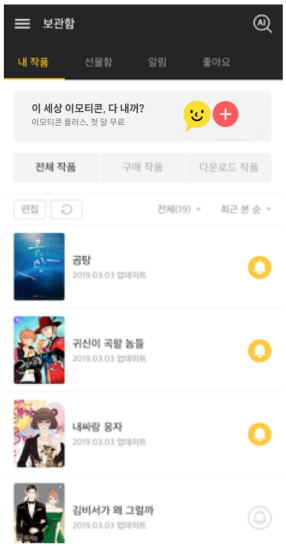
작품홈



전체 콘텐츠 하단



보관함

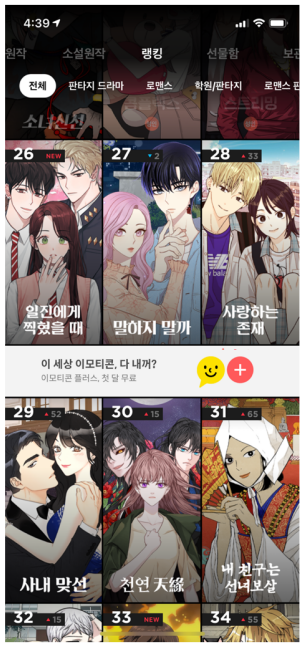


- 카카오웹툰

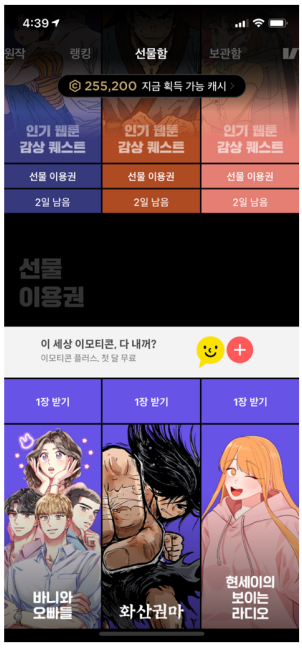
작품홈



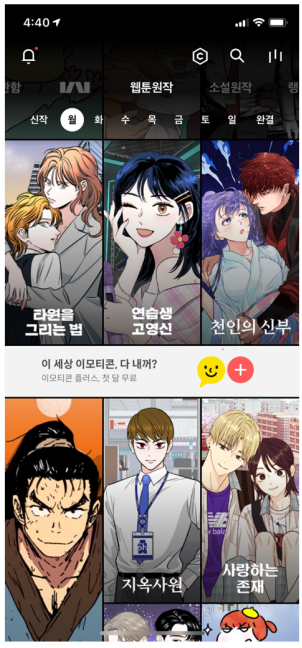
랭킹



선물함

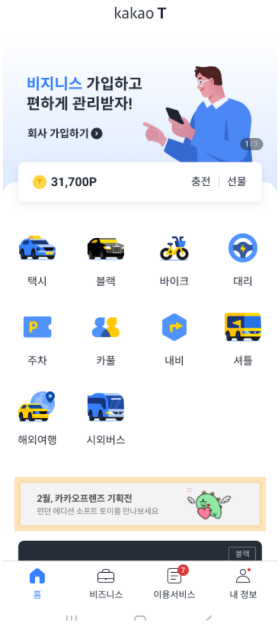


요일 시간표



- 카카오T

홈 메인



배차 완료



운행 중 / 탑승 중



운행 완료



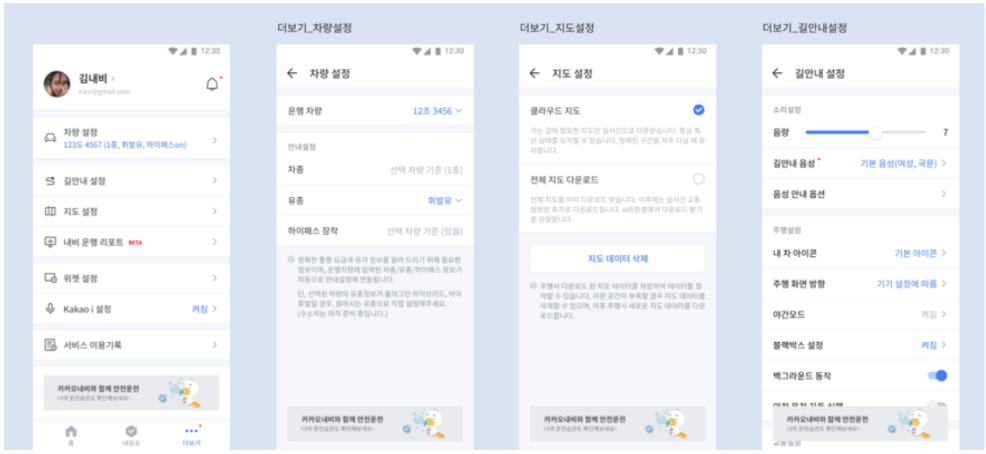
- 카카오 내비

홈 메인

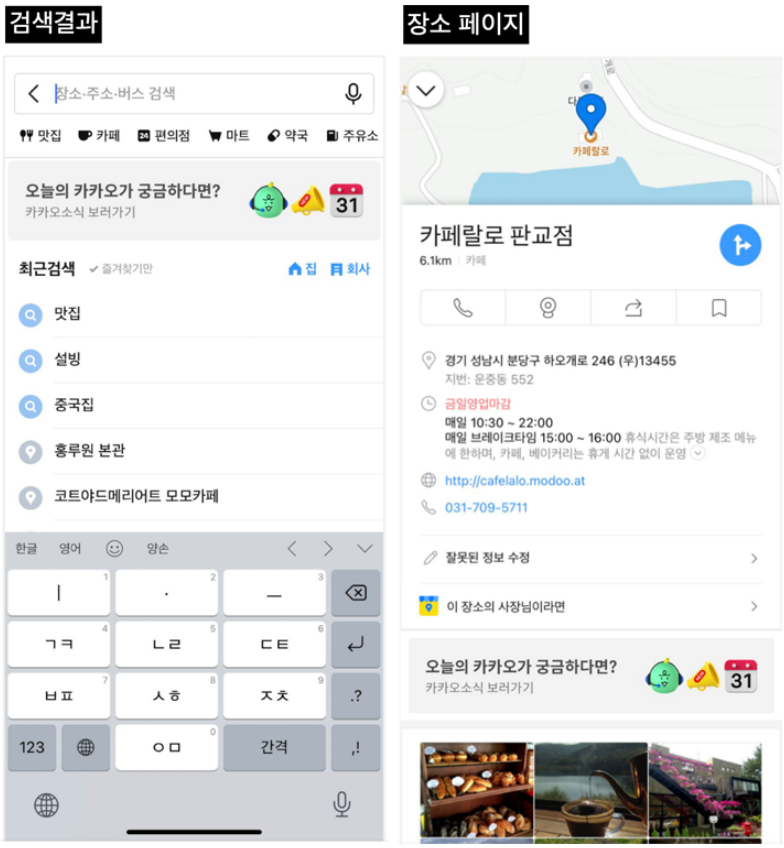
*최근 목적지가 없을 경우만 노출



더보기 고정 배너



- 카카오 맵



ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 카카오비즈보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

캠페인 만들기

카카오비즈보드는 도달 / 방문 / 전환 3가지 광고 목표를 제공합니다.
광고 운영 목적에 맞게 광고 목표를 선택하여 캠페인을 생성해보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

1. 카카오비즈보드 X 도달

광고주의 제품 또는 서비스를 홍보하기 위하여 많은 사람들에게 광고를 노출하여 인지도를 높이는 것을 원한다면?

2. 카카오비즈보드 X 방문

광고주 브랜드에 관심이 있는 카카오 사용자에게 임팩트 있게 홍보하고 방문을 극대화하기를 원한다면?

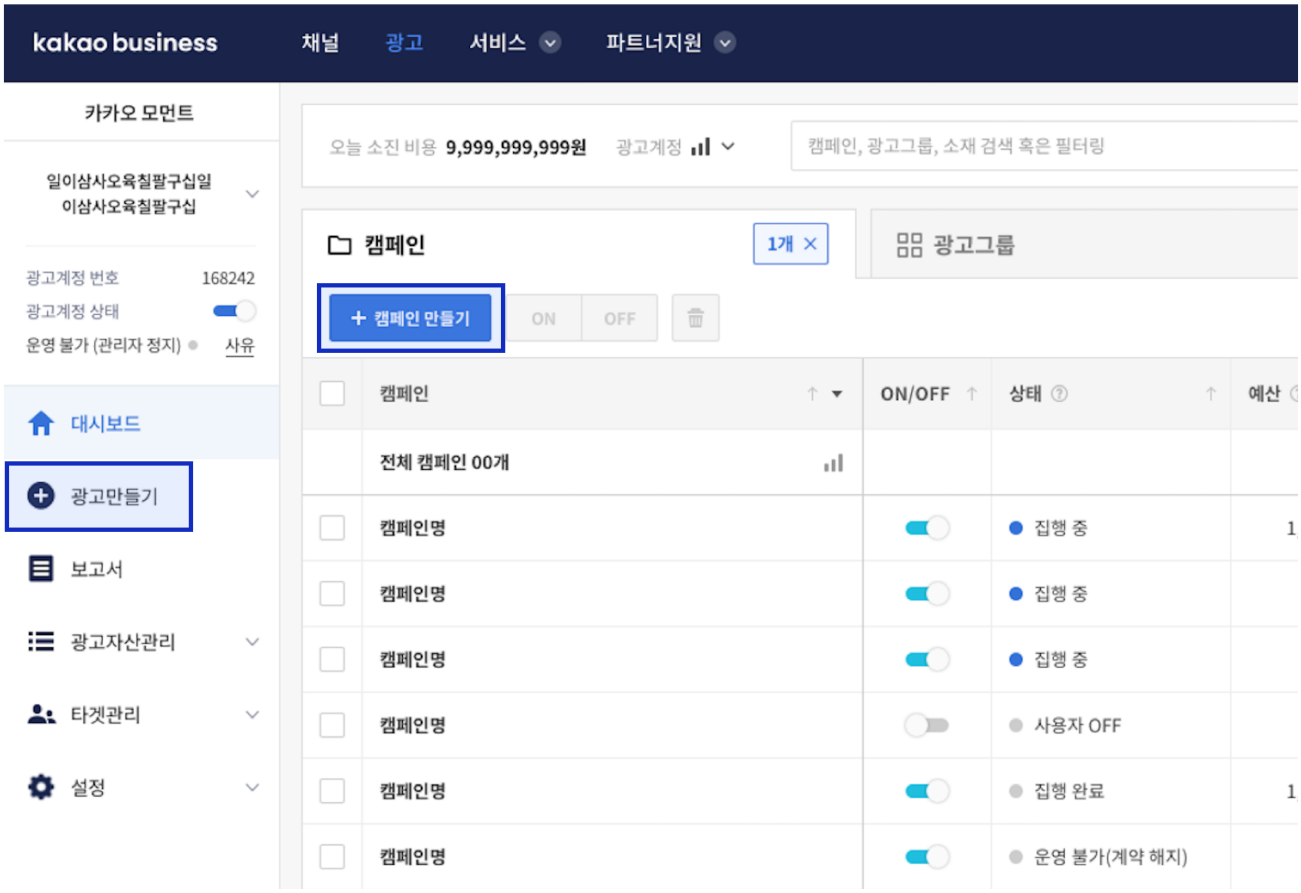
3. 카카오비즈보드 X 전환

구매, 회원가입 등 목표하는 전환 수치를 극대화할 수 있는 것을 원한다면?

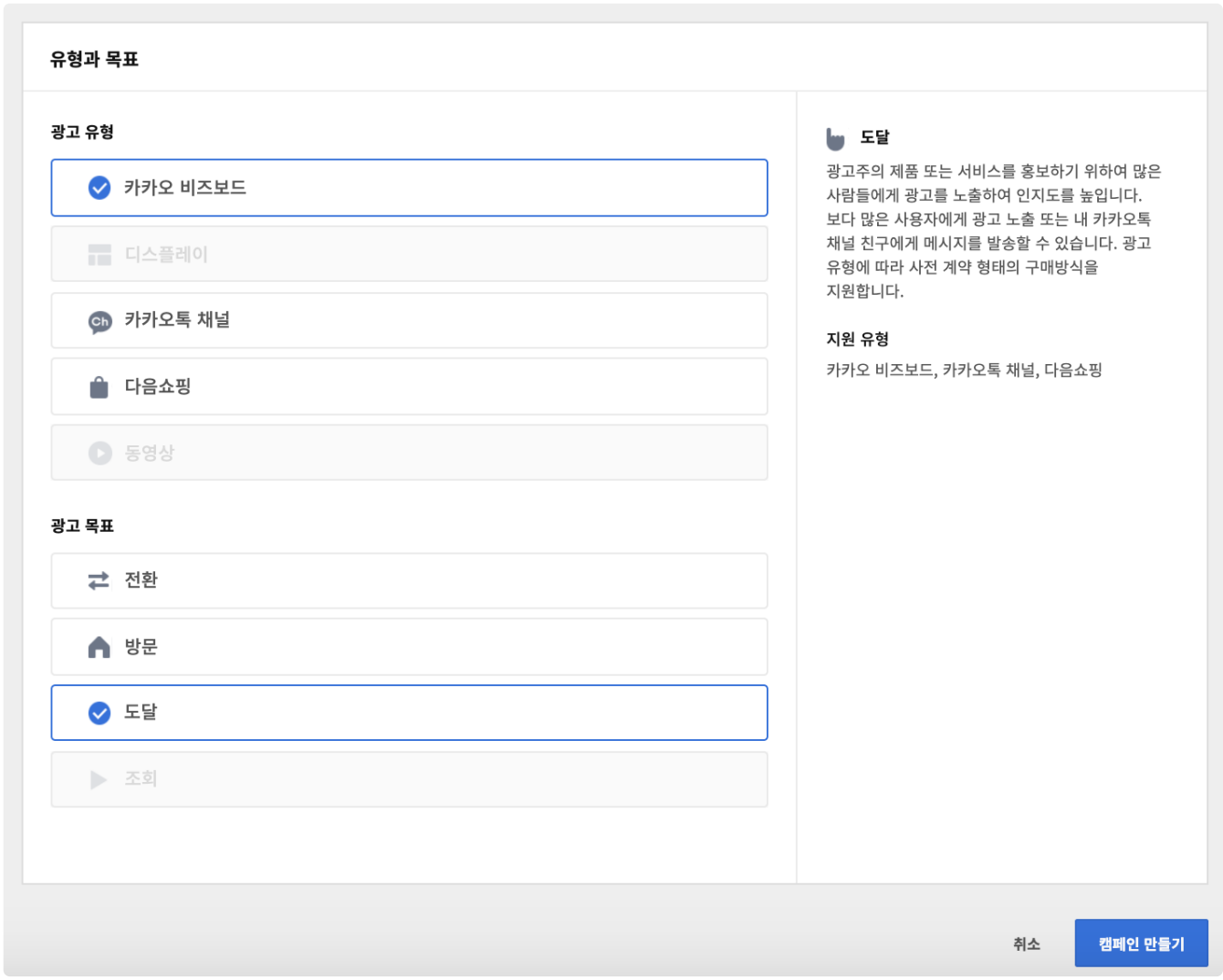
카카오모먼트 캠페인 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

1. 카카오비즈보드 X 도달

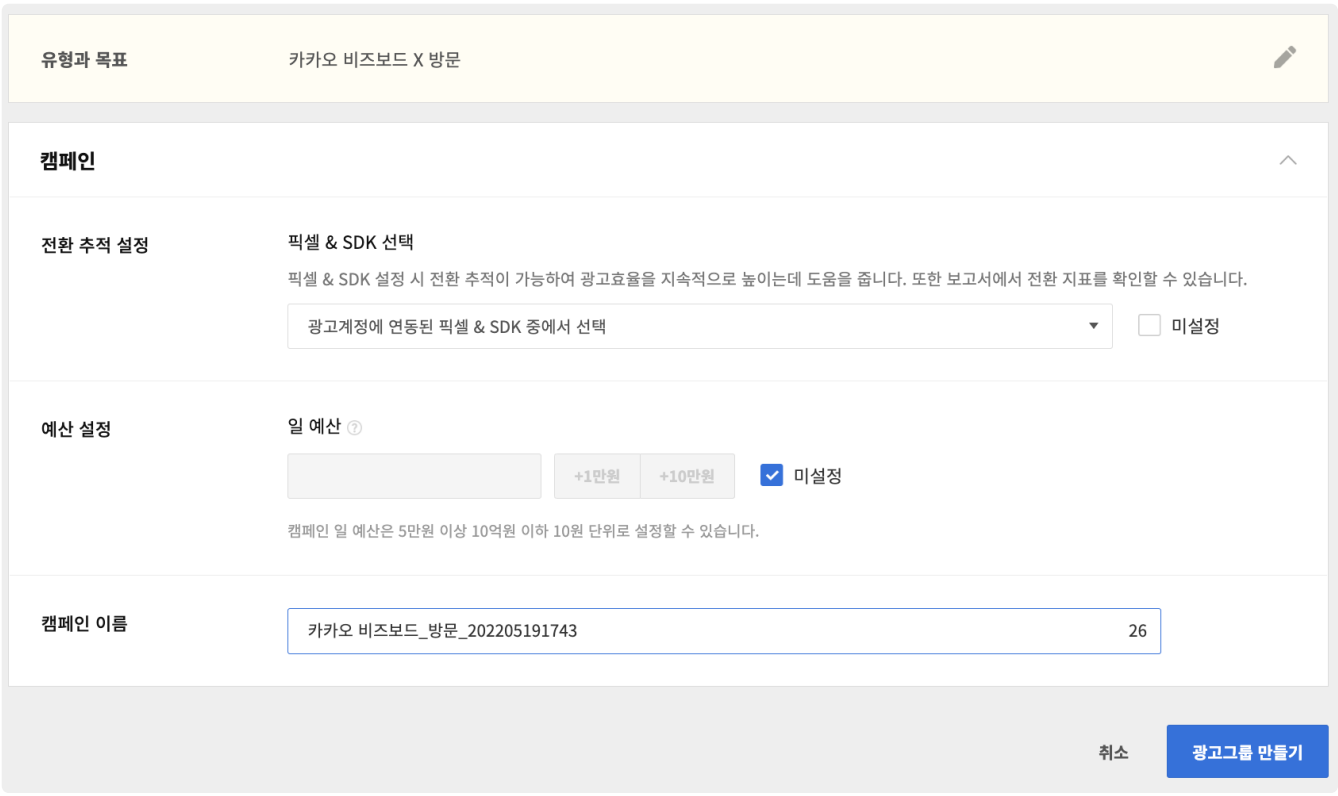
Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 광고 유형에서 [카카오비즈보드]를 선택하고 광고 목표를 [도달]을 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 3. 캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다.
각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



설정 항목

전환 추적
광고 계정에 연결된 픽셀 & SDK를 선택하면 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.

👉연관 가이드
픽셀 & SDK

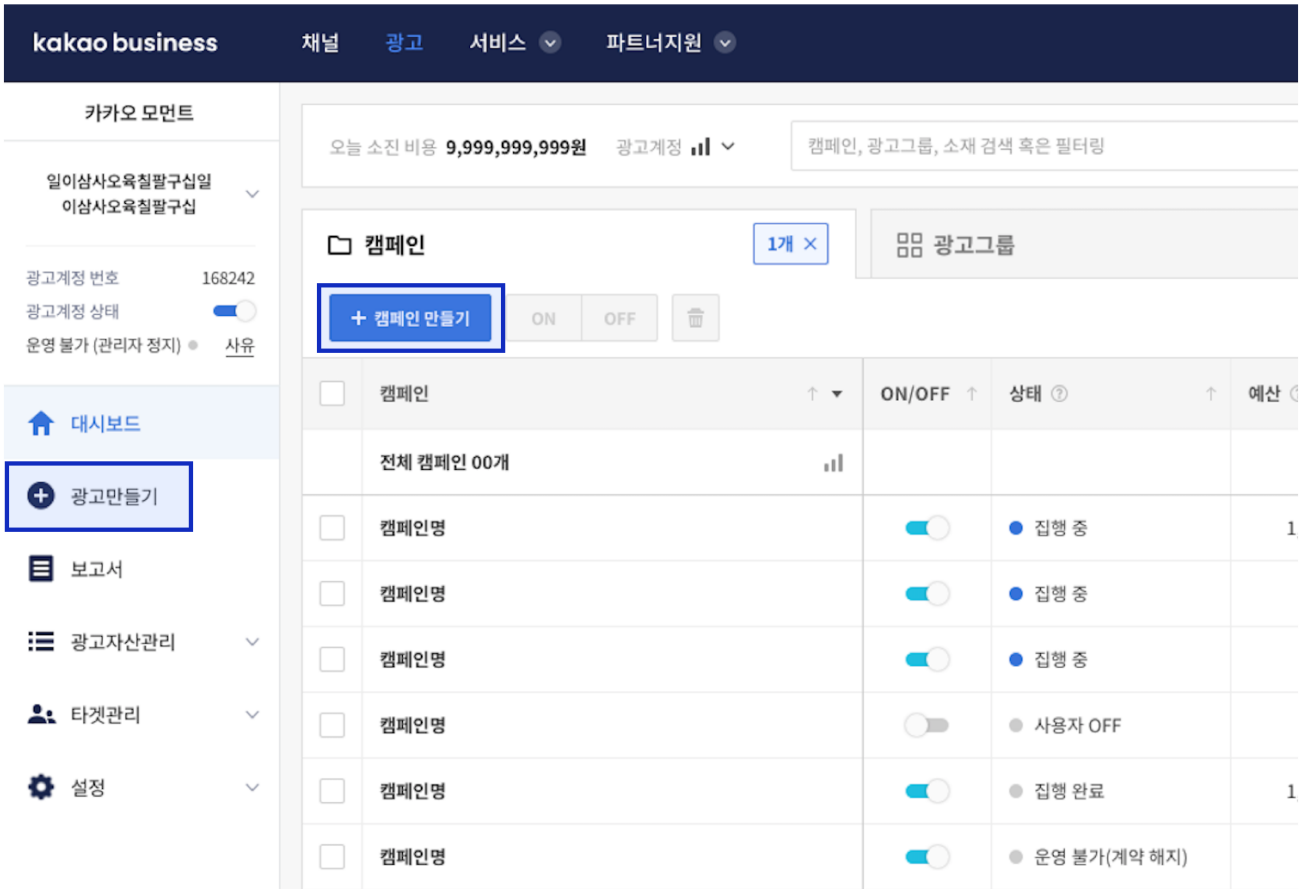
예산 설정
캠페인 일 예산은 5만원 이상 10억원 이하 10원 단위로 설정할 수 있습니다.

캠페인 이름
최대 50자까지 자유롭게 입력이 가능합니다.

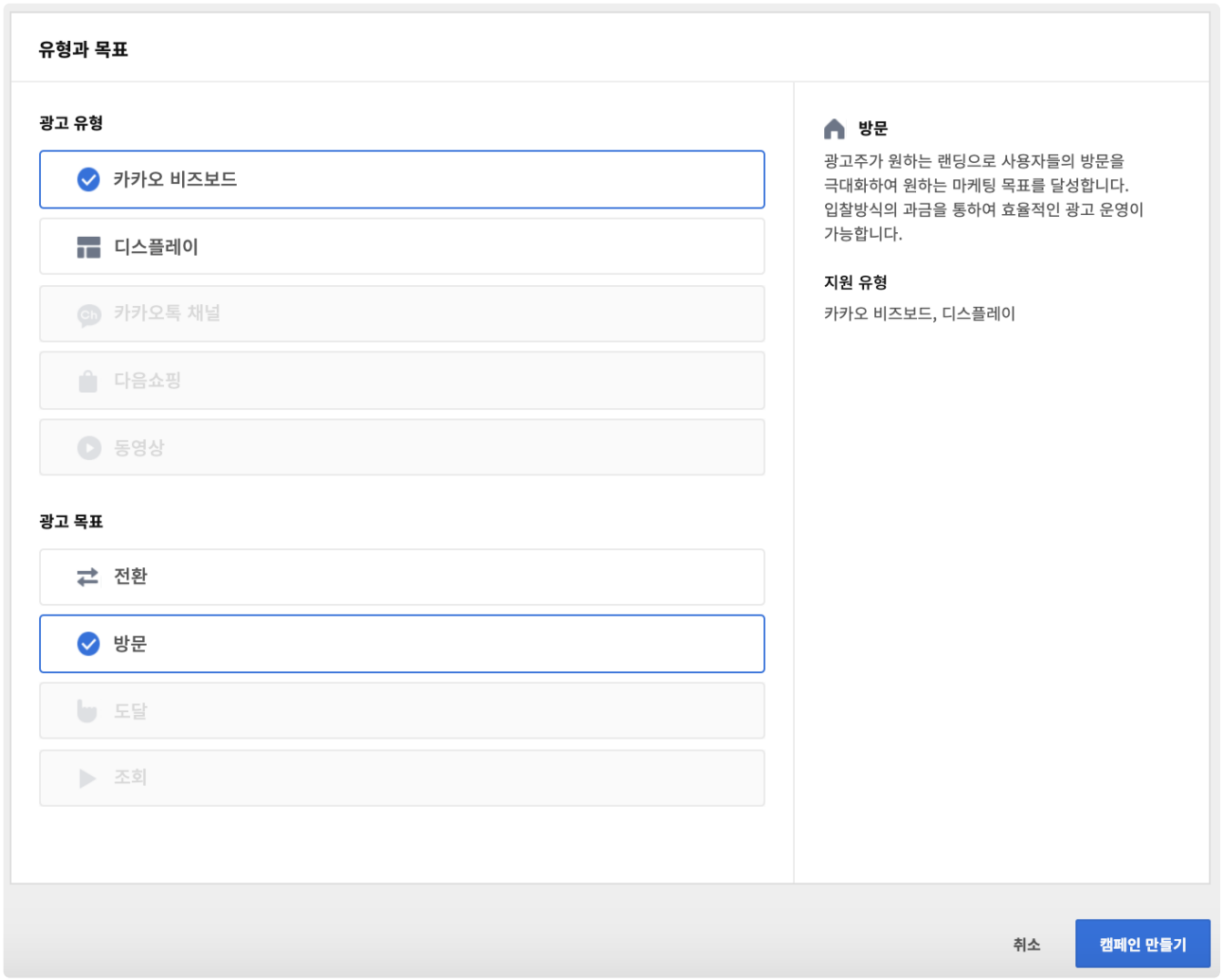
Step 4. 캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

2. 카카오비즈보드 X 방문

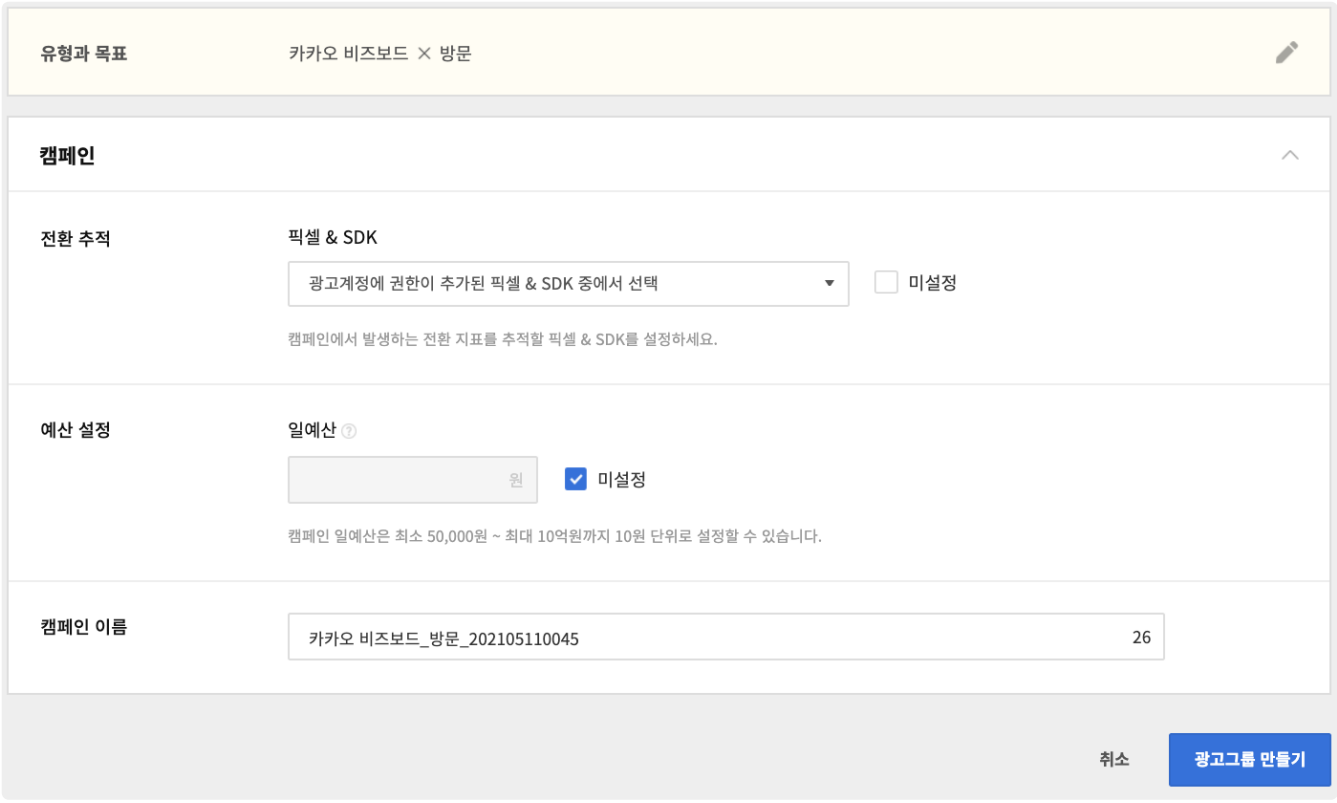
Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 광고 유형에서 [카카오비즈보드]를 선택하고 광고 목표를 [방문]으로 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 3. 캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다.
각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



설정 항목

전환 추적
광고 계정에 연결된 픽셀&SDK를 선택하면 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.

👉연관 가이드
픽셀 & SDK

예산 설정
캠페인 일예산은 최소 5만원부터 최대 10억 원 이하의 10원 단위로 설정이 가능합니다.

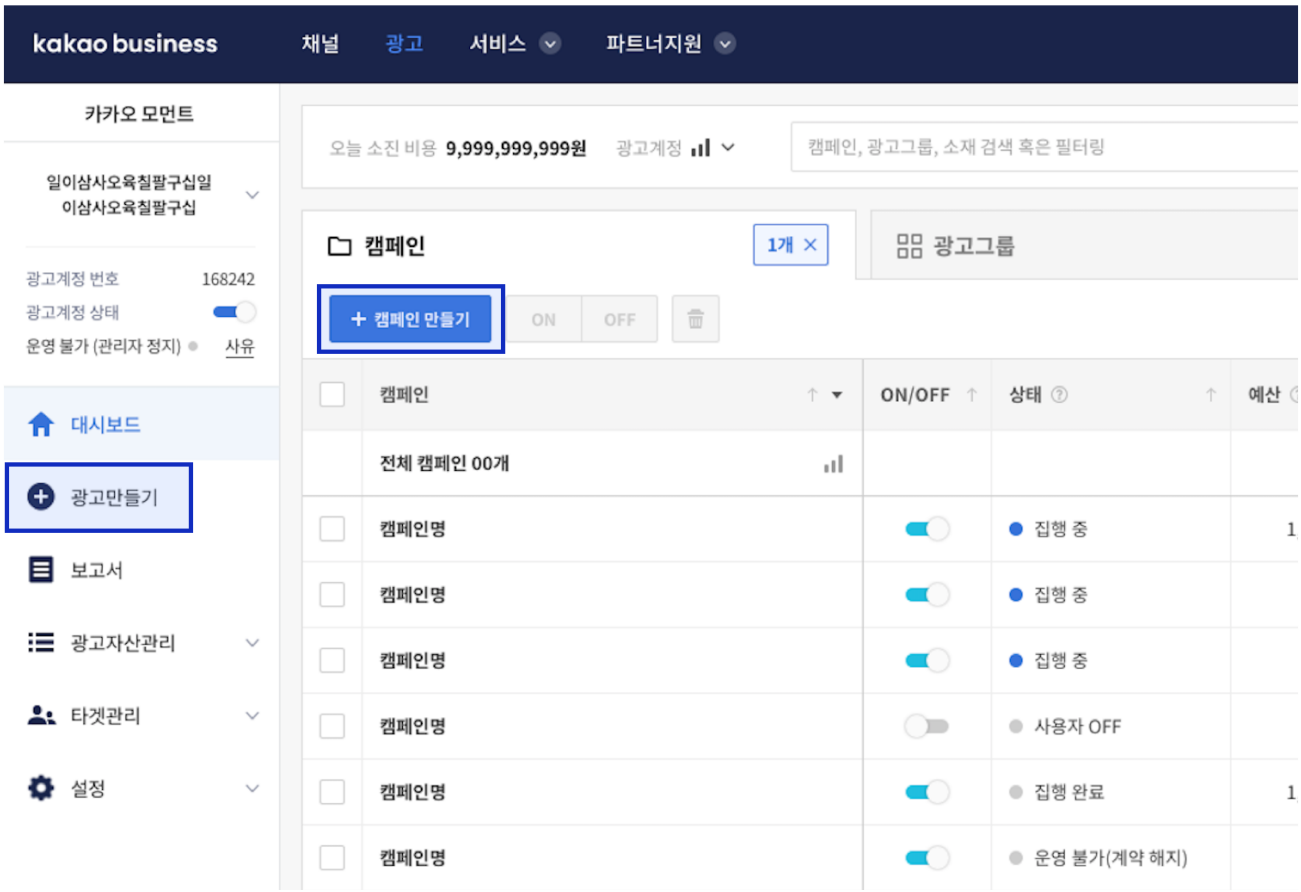
캠페인 이름
최대 50자까지 자유롭게 입력이 가능합니다.

Step 4. 캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

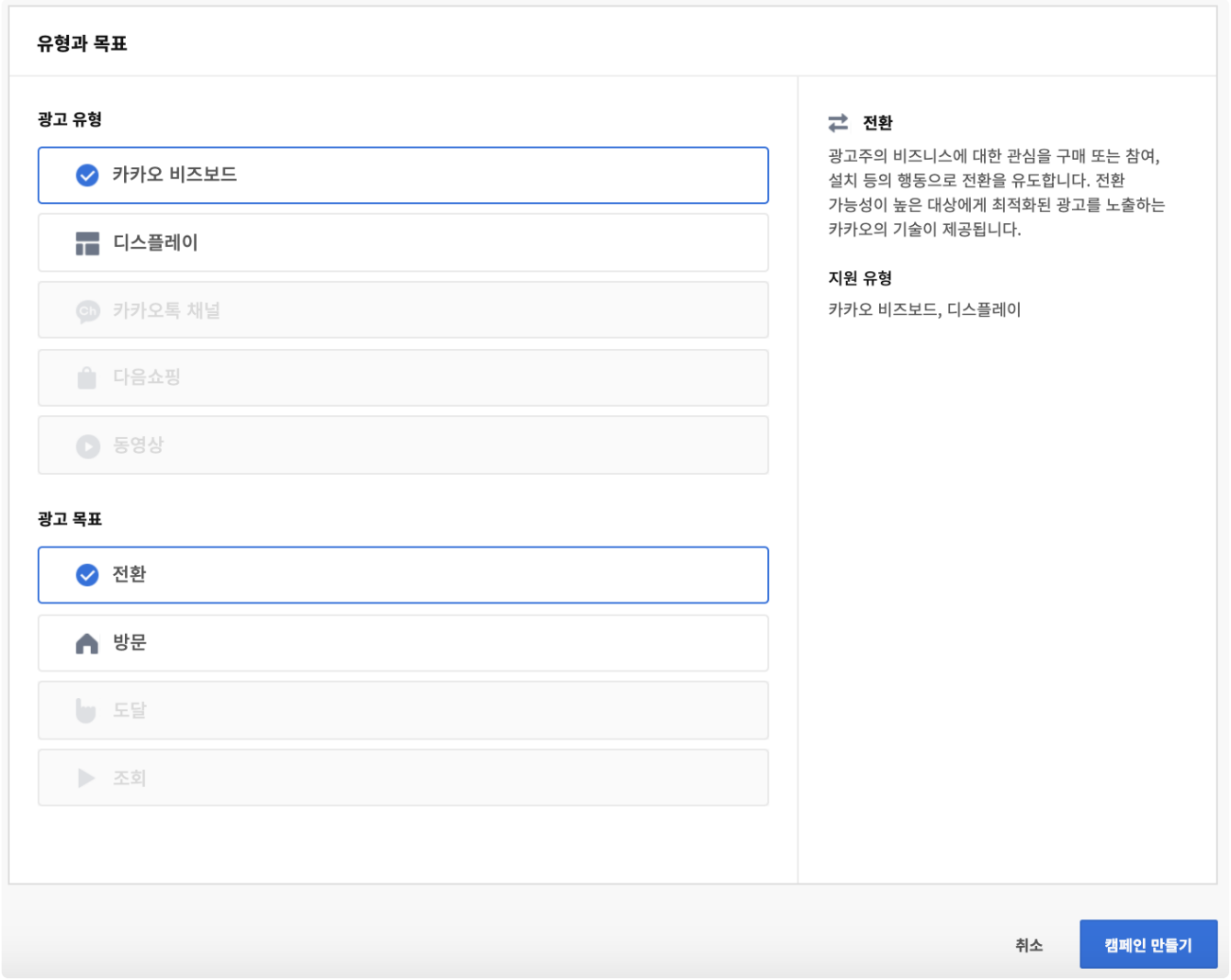
3. 카카오비즈보드 X 전환

전환 목표로 캠페인 생성 시 픽셀&SDK 연동이 필수이므로 사전에 준비를 완료해 주세요.
준비가 되었다면 아래 안내에 따라 카카오비즈보드 X 전환 캠페인을 생성해 주세요.

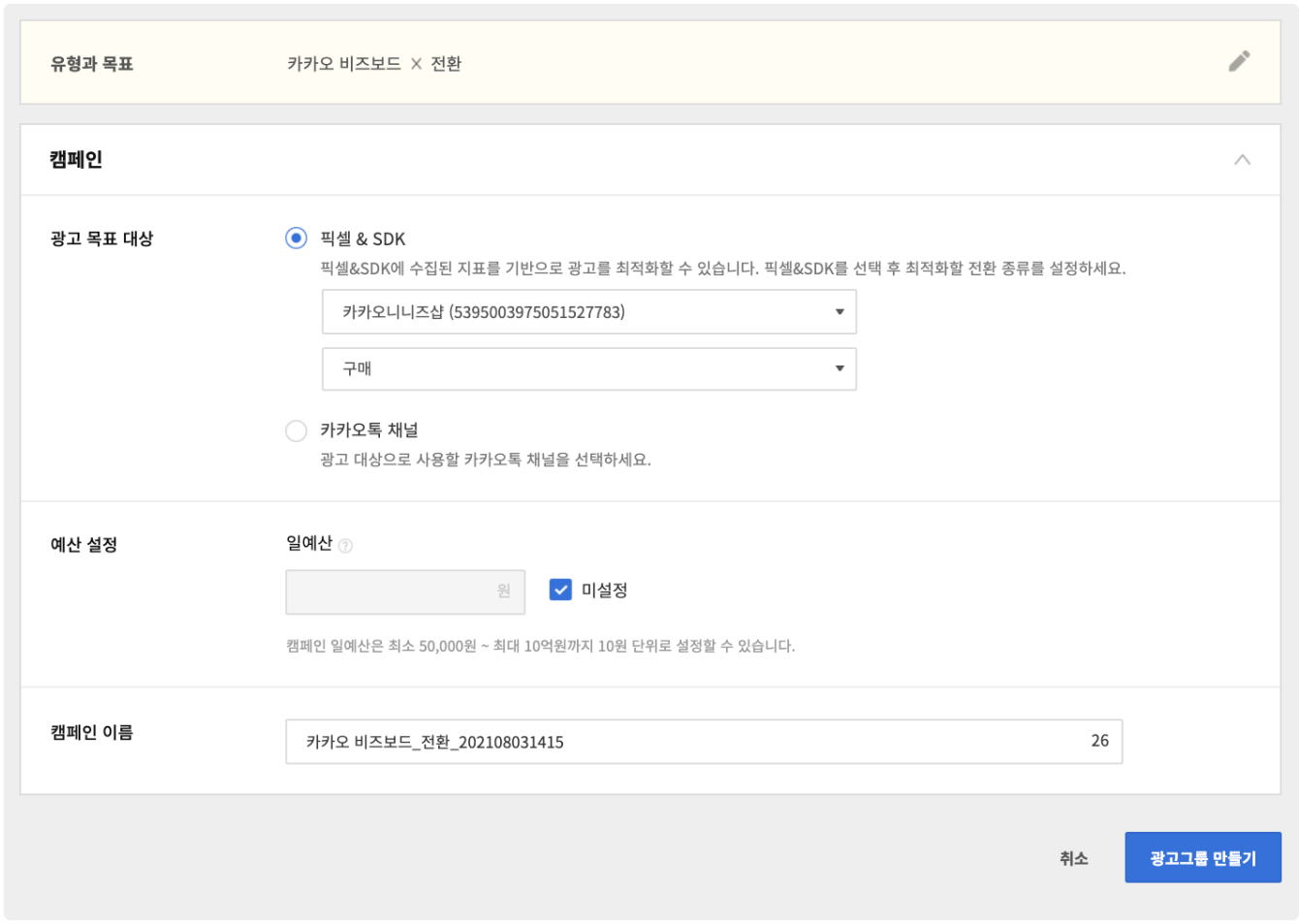
Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [새 캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



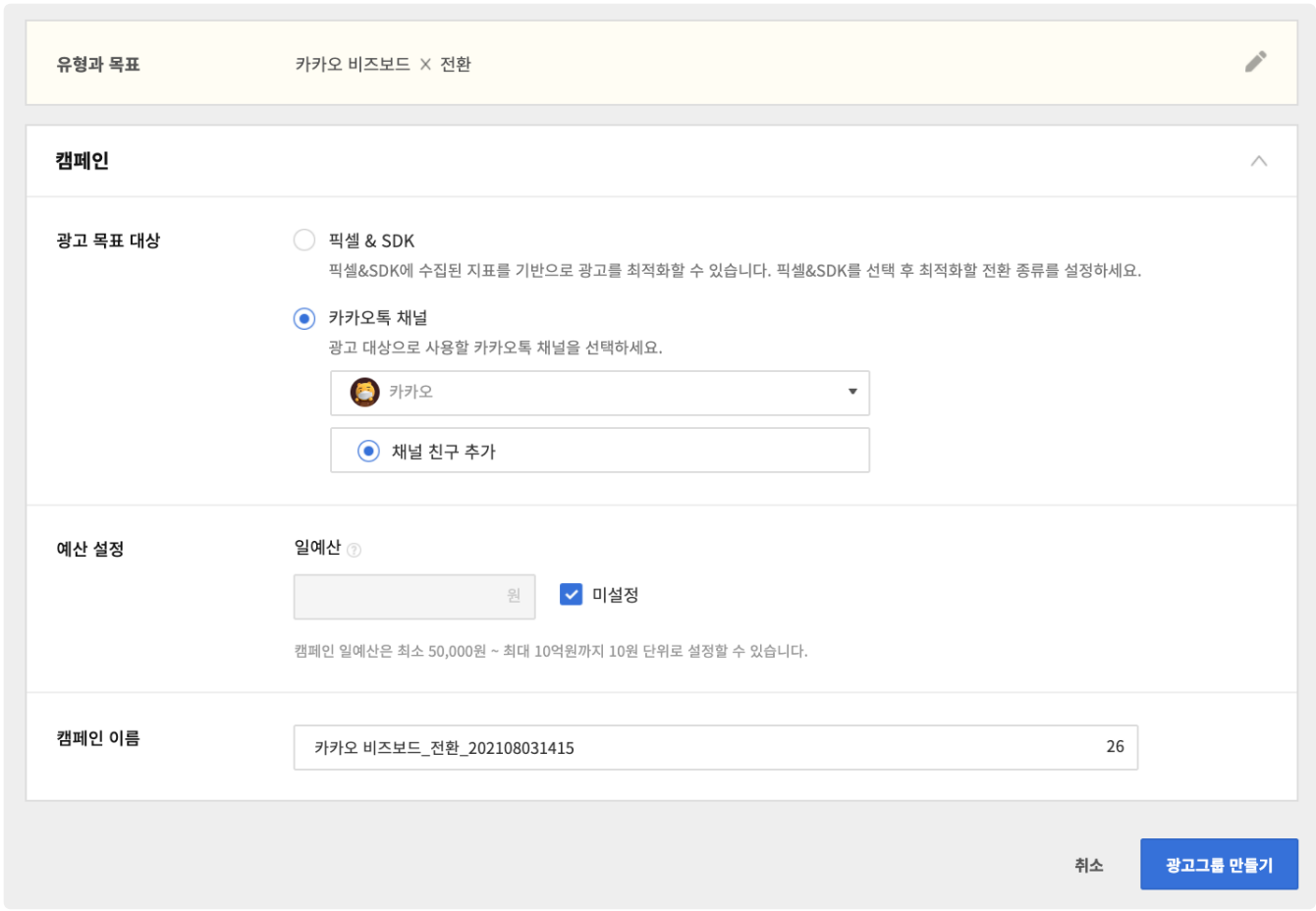
Step 2. 광고 유형에서 [카카오비즈보드]를 선택하고 광고 목표를 [전환]으로 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 3. 캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다.
각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



광고 목표 대상 - 픽셀 & SDK



광고 목표 대상 - 카카오톡 채널

설정 항목

광고 목표 대상

- 픽셀 & SDK
  선택한 픽셀&SDK에서 수집된 지표를 기반으로 전환 가능성이 높은 사용자를 찾아 광고를 최적화할 수 있습니다.
  픽셀 & SDK 선택 후 구매, 앱설치 등 최적화할 전환 종류를 선택해 주세요.

- 카카오톡 채널
  친구 확보가 필요한 카카오톡 채널을 선택해 주세요.
  카카오톡 채널 선택을 위해서는 해당 채널의 관리자로 등록되어 있어야 합니다.

전환 추적
광고 계정에 연결된 픽셀&SDK를 선택하면 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.

👉**연관 가이드**
픽셀 & SDK

예산 설정
캠페인 일예산은 최소 5만원부터 최대 10억까지 설정이 가능합니다.

캠페인 이름
최대 50자까지 자유롭게 입력이 가능합니다.

Step 4. 캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 카카오비즈보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

광고그룹 만들기

도달 / 방문 / 전환 목표별로 광고그룹에서 제공하는 타게팅이 다릅니다.
목표별로 설정 가능한 오디언스 및 디바이스 타게팅을 확인하여 광고그룹을 생성해보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

1. 카카오비즈보드 X 도달

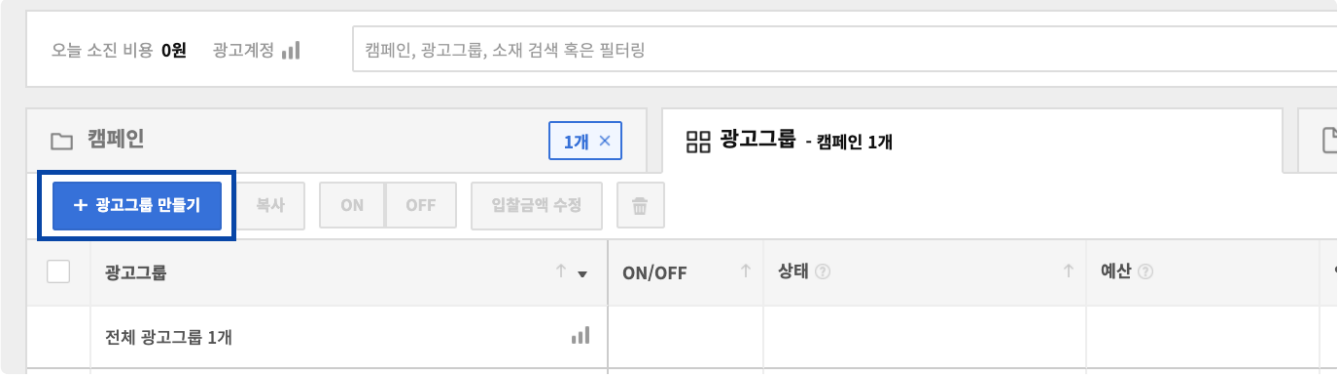
2. 카카오비즈보드 X 방문

3. 카카오비즈보드 X 전환

카카오모먼트 광고그룹 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

1. 카카오비즈보드 X 도달

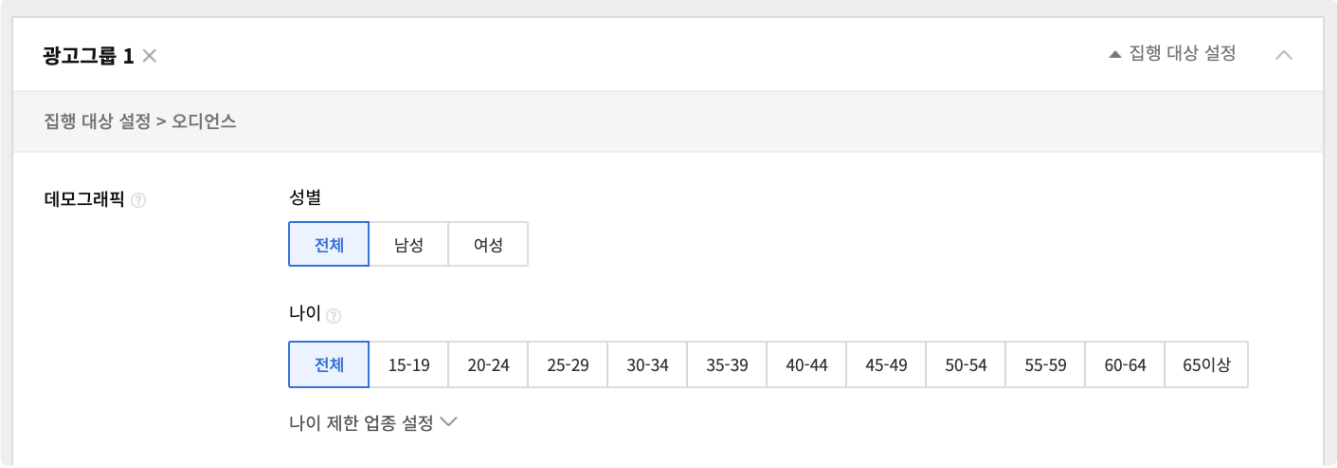
Step 1. 캠페인 생성 후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 만들 수 있습니다.
기존 캠페인에 광고그룹을 추가로 만들고 싶다면 광고계정에서 캠페인 선택후 [+ 광고그룹 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 집행대상 > 오디언스를 설정해 주세요.

> ✓ 맞춤타겟을 제공하지 않으며, 오디언스 관리를 지원하지 않습니다.

데모그래픽 타게팅만 지원하며, 데모그래픽은 집행 대상 설정 영역을 클릭하여 펼침 상태로 확인할 수 있습니다.



Step 3. 도달 목적 캠페인은 수동입찰만 선택이 가능합니다.

입찰 방식
수동입찰 1. 직접 입찰 금액을 설정합니다. 2. 입찰 방식은 CPM이 제공됩니다. 3. 최대 입찰가 광고그룹 일예산의 50% 이하 또는 10만 원 이하로 입력이 가능합니다. 4. 1원 단위로 입력이 가능합니다.

Step 4. 집행 전략 설정에서 일예산과 집행기간, 게재방식을 설정해 주세요.

일예산

100,000 원

집행기간

일자

2021-05-11 ~ 종료일 없음 종료일 미설정

요일/시간

가능한 모든 요일/시간 노출

집행요일 : 월, 화, 수, 목, 금, 토, 일
집행시간 : 00:00 ~ 23:59

상세설정

시간 제한 소재 설정

게재방식

빠른 게재

일반 게재

설정 항목
일예산 1. 광고그룹 기준의 1일 집행 가능 예산을 설정할 수 있습니다. 2. 과금비용이 일예산을 초과하는 경우 자동으로 광고 집행이 중단됩니다. 단, 설정한 일예산이 초과되면 자동으로 광고가 중단되기까지 일정 시간이 소요되면서 일예산을 초과한 과금이 발생할 수 있습니다. 해당 시간 동안 노출된 광고로부터 유효한 노출 또는 클릭, 전환 데이터가 집계되거나 특정 시점에 광고 노출 및 소진량이 증가하면서 초과 과금은 발생할 수 있습니다. ※ 과도하게 적은 일예산, 논타겟으로 설정, 높은 입찰금액, 짧은 광고기간으로 운영할 경우 일예산의 초과 폭은 커질 수 있습니다. 그룹별 타게팅 세분화 및 일예산을 고려한 적정 입찰금액을 설정해주시고, 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어하는 게재방식 : 일반게재로 선택하여 운영해주시기 바랍니다. ※ 일예산이나 최대 입찰금액 등 캠페인 및 광고그룹의 예산 설정을 변경한 경우 변경 내역은 실시간으로 반영되나 디바이스 환경에 따라 최대 10분 이상 소요될 수 있습니다.
집행기간 1. 광고그룹 집행 기간을 설정할 수 있습니다. 2. 시작일은 수정 불가하며, 종료일만 수정 가능합니다. 단, 시작일이 미래인 경우 수정할 수 있습니다. 3. 시간 제한 소재 설정 : 심야 시간대에만 광고 집행이 가능한 소재(예 : 고도수 주류 등)를 사용할 경우 심야 타게팅을 필수로 선택해야 합니다. 광고그룹 생성 후에는 해제할 수 없습니다.
게재방식 1) 빠른게재와 일반게재 중 선택할 수 있습니다. 2) 빠른 게재 : 가능한 빨리 광고 결과를 얻을 수 있도록 예산을 최대한 사용하여 광고 노출을 유도합니다. 빠른게재 선택 시 일예산이 빠르게 종료될 수 있으며, 빠른게재와 과도하게 높은 비딩가가 함께 설정될 경우 일예산보다 소진 비용이 크게 초과될 수 있는 점 참고 부탁드립니다. 3) 일반 게재 : 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어합니다. 4) 설정된 기본값은 빠른 게재입니다. 5) 자동입찰 광고그룹인 경우, 게재방식도 시스템이 자동으로 운영합니다.

Step 5. 광고 요약 탭을 통해 광고그룹 설정 정보와 예상 모수를 확인해 주세요.

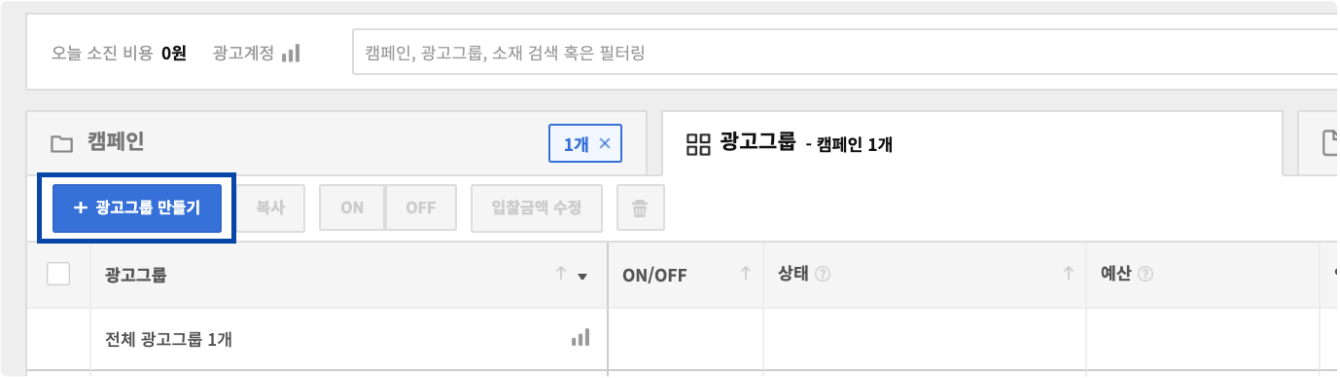
Step 6. 광고그룹 이름을 작성해 주세요.

이후 [광고그룹 추가] 버튼을 눌러 별도의 광고그룹을 추가로 생성하거나 [저장] 버튼을 눌러 광고그룹에 설정된 값을 저장할 수 있습니다.

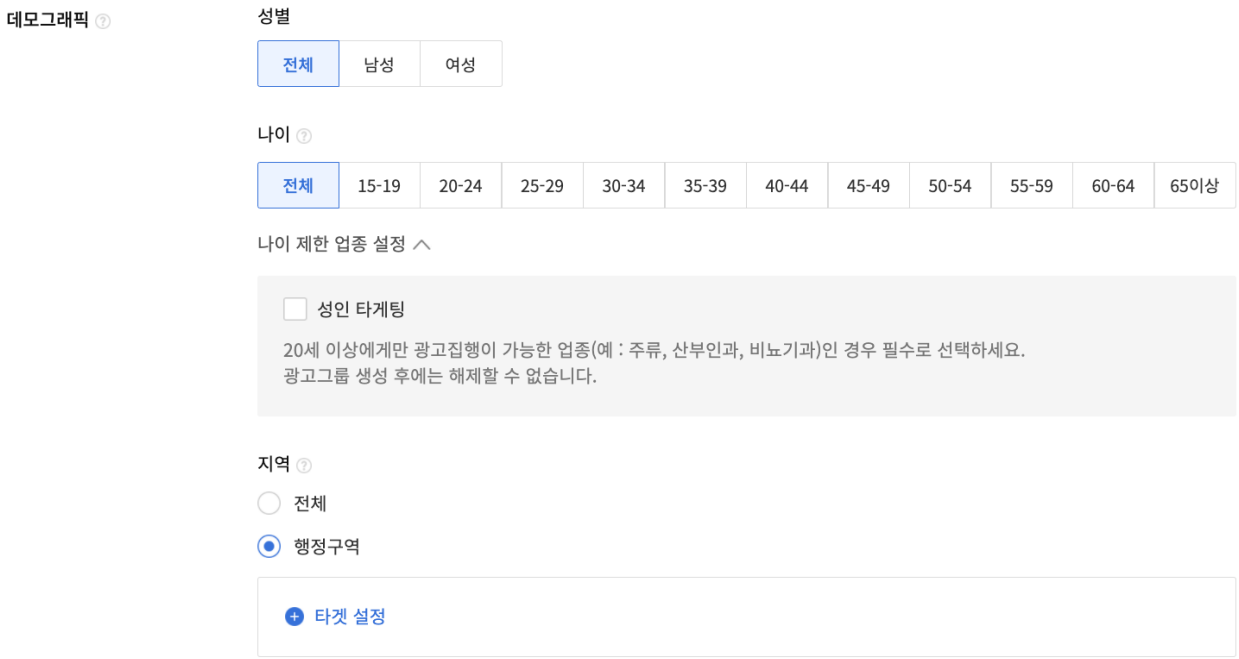
또한, [저장하고 소재 만들기] 버튼을 통해 해당 그룹에 바로 소재를 등록할 수 있습니다.

2. 카카오비즈보드 X 방문

Step 1.캠페인 생성후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 만들 수 있습니다.
기존 캠페인에 광고그룹을 추가로 만들고 싶다면 광고계정에서 캠페인 선택후 [+ 광고그룹 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 집행대상 > 오디언스를 설정해 주세요.
방문 목적 캠페인은 카카오모먼트의 모든 오디언스 설정을 활용할 수 있습니다.
맞춤타겟과 데모그래픽 설정으로 광고를 노출할 대상을 효율적으로 설정해 보세요
설정 가능한 타게팅에 대한 자세한 내용은 타겟 관리 메뉴에서 확인할 수 있습니다.



Step 3. 집행 대상 설정>게재지면 및 디바이스에서 광고가 노출될 지면과 디바이스를 설정해 주세요.
카카오비즈보드는 카카오톡, 카카오스토리, 다음, 카카오서비스, 네트워크 지면에 노출이 가능하고 모바일 환경에서만 노출됩니다.

또한 카카오톡 노출 옵션 설정에서 '채팅탭에만 노출'하도록 설정도 가능합니다.



- '가능한 모든 지면 노출' 및 '네트워크'를 선택한 광고그룹은 외부 프리미엄 매체에 광고가 노출됩니다.
- '채팅탭에만 노출' 옵션은 카카오톡 전용 필터로 카카오톡 외 게재지면을 함께 선택 시 선택한 모든 게재지면에 노출됩니다.
- '네트워크' 지면은 랜딩유형: URL 및 포스트로 설정된 광고 소재만 노출됩니다.
- '네트워크' 지면으로 노출 가능한 프리미엄 네트워크 매체의 리스트는 외부에 별도 공지하지 않습니다.

Step 4. 집행 전략 설정에서 입찰방식을 설정해 주세요.
방문 목적 캠페인은 수동입찰과 자동입찰 선택이 가능합니다.



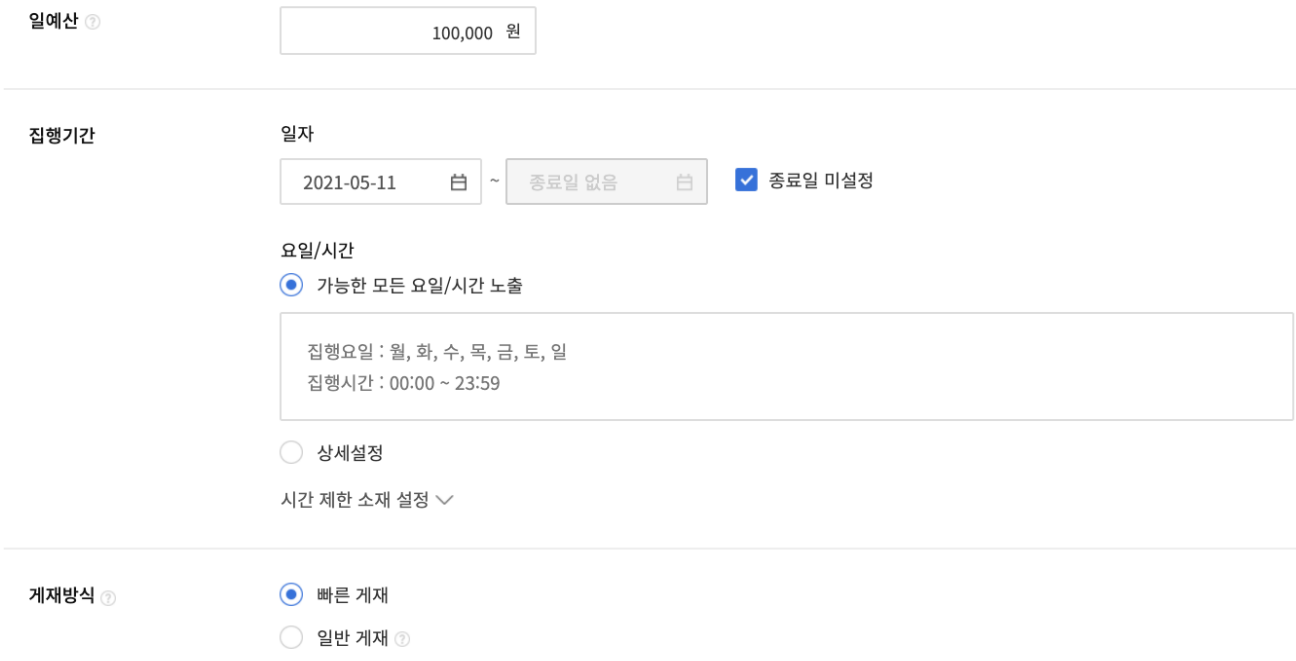


입찰 방식

수동입찰
직접 입찰 금액을 설정합니다.
입찰 방식은 CPC와 CPM이 제공됩니다. 입찰금액은 1원 단위로 입력이 가능합니다.

자동입찰
클릭수 최대화를 위해 시스템에서 자동으로 입찰 금액을 설정합니다.

Step 5. 집행 전략 설정에서 일예산과 집행기간, 게재방식을 설정해 주세요.



설정 항목

일예산

1) 광고그룹 기준의 1일 집행 가능 예산을 10,000원 이상 10억 원 이하의 1원 단위로 설정이 가능합니다.
2) 광고그룹의 일예산은 캠페인의 일예산을 초과할 수 없습니다.
3) 과금 비용이 일예산을 초과하는 경우 자동으로 광고 집행이 중단됩니다.
단, 설정한 일예산이 초과되면 자동으로 광고가 중단되기까지 일정 시간이 소요되면서 일예산을 초과한 과금이 발생할 수 있습니다. 해당 시간 동안 노출된 광고로부터 유효한 노출 또는 클릭, 전환 데이터가 집계되거나 특정 시점에 광고 노출 및 소진량이 증가하면서 초과 과금은 발생할 수 있습니다.

※ 과도하게 적은 일예산, 논타겟으로 설정, 높은 입찰금액, 짧은 광고기간으로 운영할 경우 일예산의 초과 폭은 커질 수 있습니다.
그룹별 타게팅 세분화 및 일예산을 고려한 적정 입찰금액을 설정해주시고, 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어하는 게재방식 : 일반게재로 선택하여 운영해주시기 바랍니다.

※ 일예산이나 최대 입찰금액 등 캠페인 및 광고그룹의 예산 설정을 변경한 경우 변경 내역은 실시간으로 반영되나 디바이스 환경에 따라 최대 10분 이상 소요될 수 있습니다.

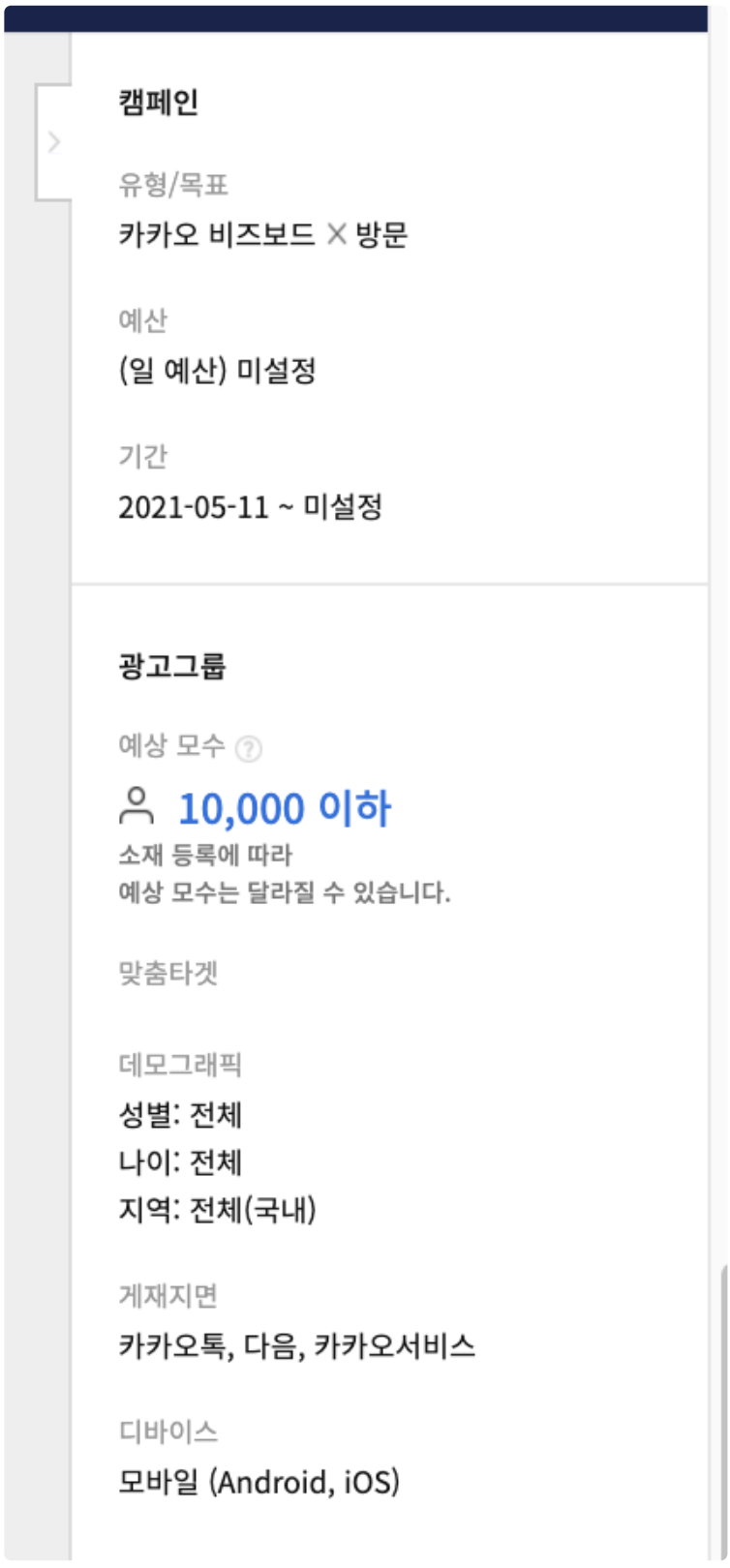
집행기간

1) 광고그룹 집행 기간을 설정할 수 있습니다.
2) 시작일은 수정 불가하며, 종료일만 수정 가능합니다. 단, 시작일이 미래인 경우 수정할 수 있습니다.
3) 시간 제한 소재 설정 : 심야 시간대에만 광고 집행이 가능한 소재(예 : 고도수 주류 등)를 사용할 경우 심야 타게팅을 필수로 선택해야 합니다. 광고그룹 생성 후에는 해제할 수 없습니다.

게재방식

1) 빠른게재와 일반게재 중 선택할 수 있습니다.
2) 빠른 게재 : 가능한 빨리 광고 결과를 얻을 수 있도록 예산을 최대한 사용하여 광고 노출을 유도합니다.
빠른게재 선택 시 일예산이 빠르게 종료될 수 있으며, 빠른게재와 과도하게 높은 비딩가가 함께 설정될 경우 일예산보다 소진 비용이 크게 초과될 수 있는 점 참고 부탁드립니다.
3) 일반 게재 : 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어합니다.
4) 설정된 기본값은 빠른 게재입니다.
5) 자동입찰 광고그룹인 경우, 게재방식도 시스템이 자동으로 운영합니다.

Step 6. 광고 요약 탭을 통해 광고그룹 설정 정보와 예상 모수를 확인해 주세요.



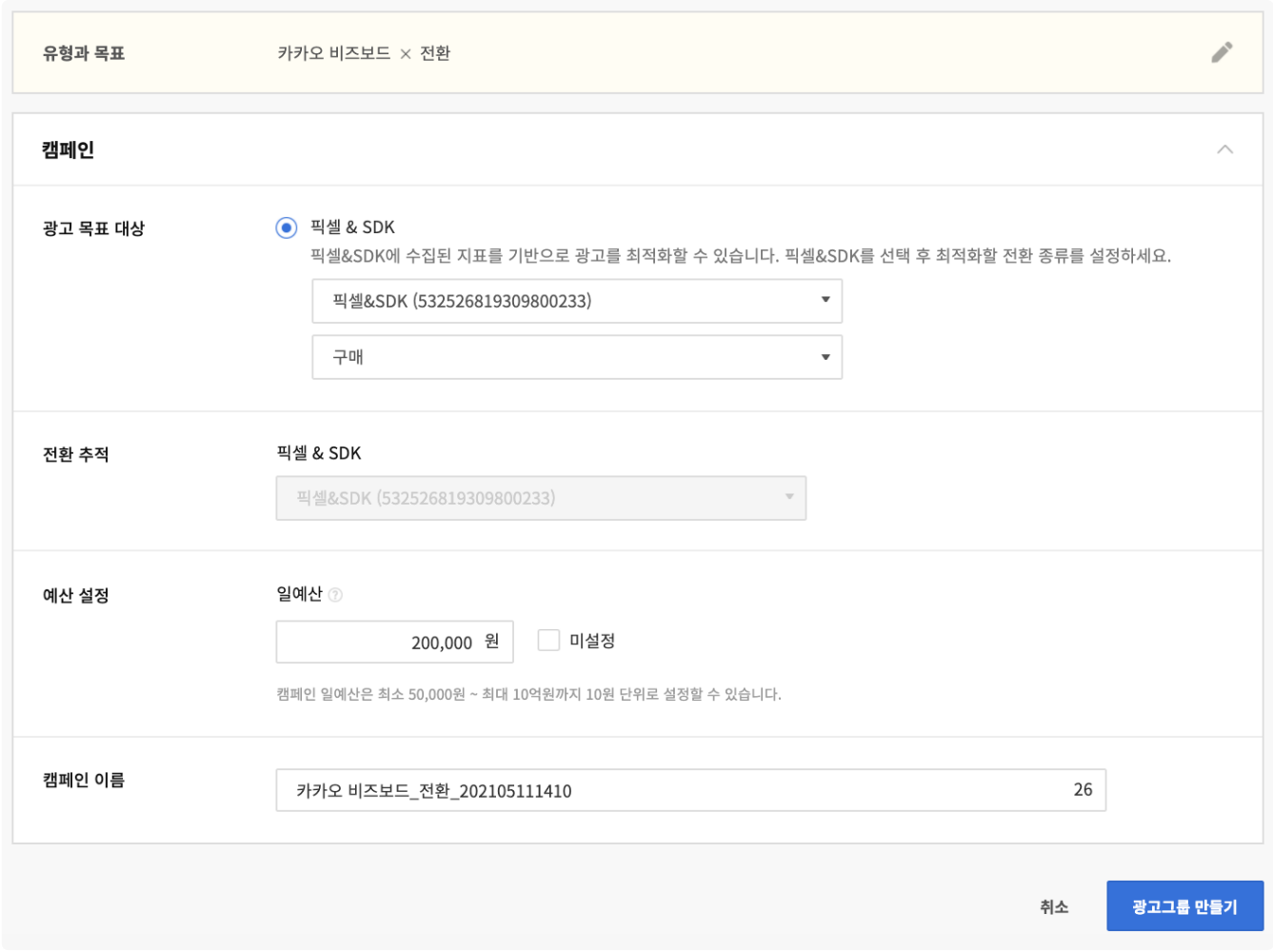
Step 7. 광고그룹 이름을 작성해 주세요.

이후 [광고그룹 추가] 버튼을 눌러 별도의 광고그룹을 추가로 생성하거나 [저장] 버튼을 눌러 광고그룹에 설정된 값을 저장할 수 있습니다.

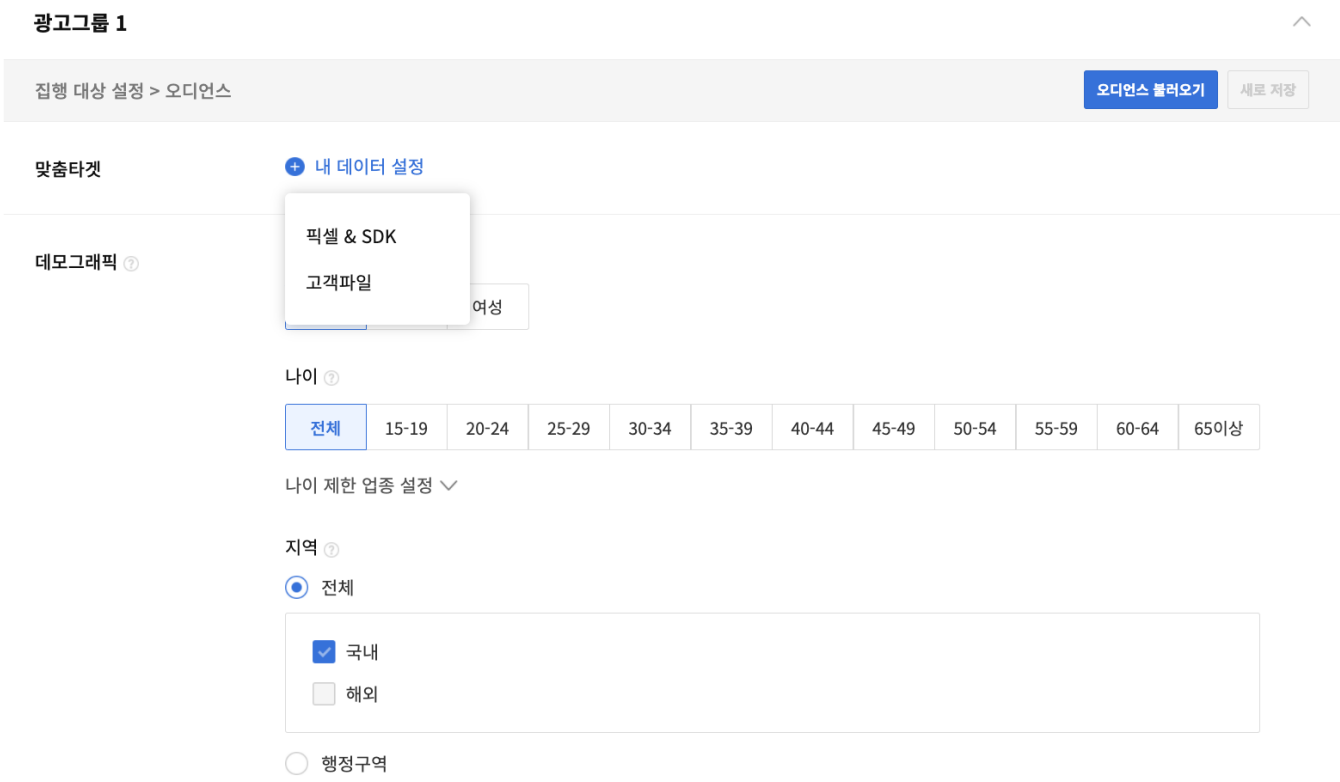
또한, [저장하고 소재 만들기] 버튼을 통해 해당 그룹에 바로 소재를 등록할 수 있습니다.

3. 카카오비즈보드 X 전환

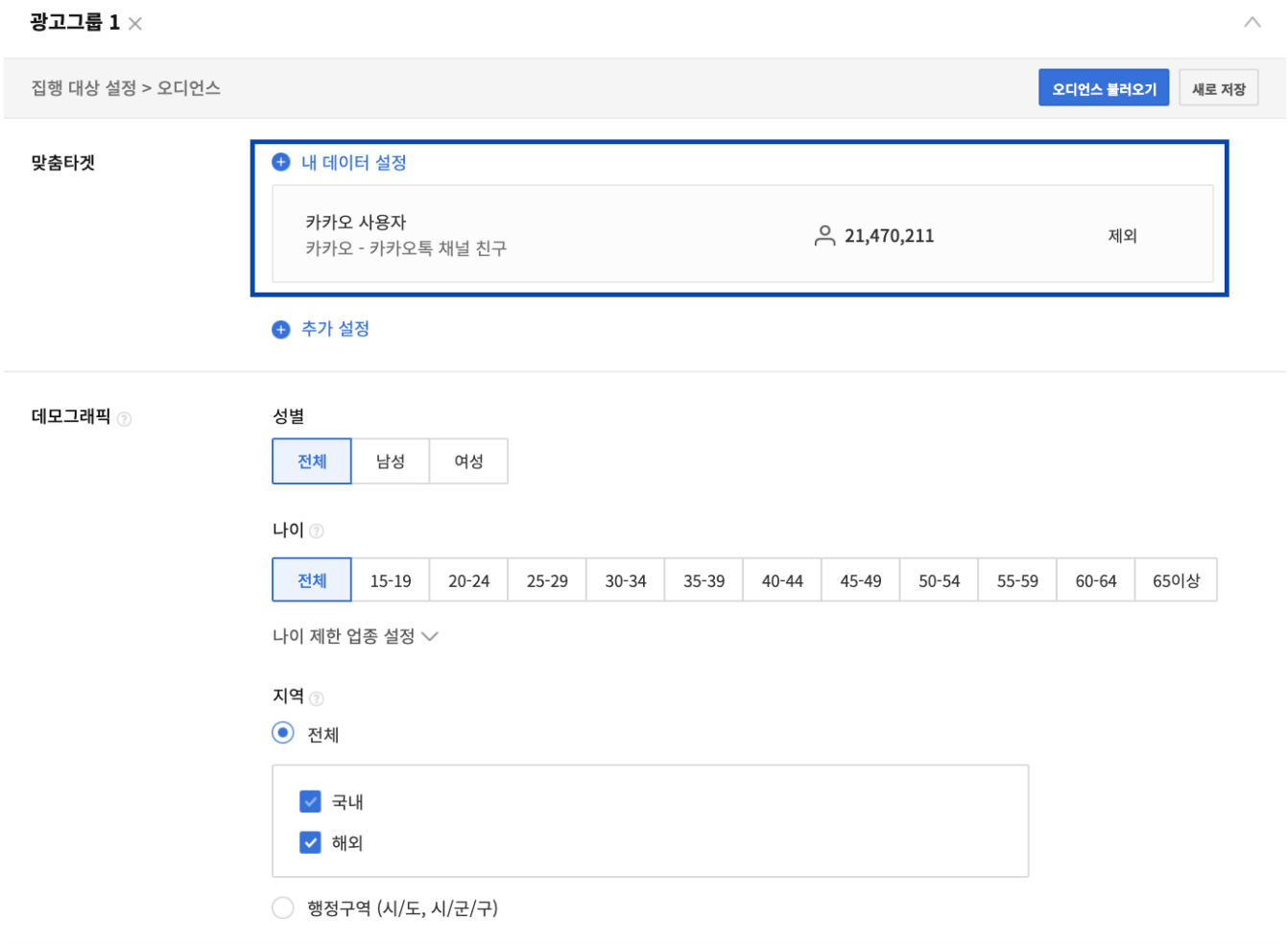
Step 1.캠페인 생성후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 만들 수 있습니다.
기존 캠페인에 광고그룹을 추가로 만들고 싶다면 광고계정에서 캠페인 선택후 [새 광고그룹 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2.집행대상 > 오디언스를 설정해 주세요.
전환 목적 캠페인은 광고 목표 대상으로 설정된 픽셀&SDK를 기반으로 전환 가능성이 높은 사용자를 찾아 자동으로 광고가 노출되므로 예상모수가 제공되지 않으며 맞춤타겟에서 내데이터(픽셀&SDK, 고객파일)과 데모그래픽만 설정이 가능합니다.



광고 목표 대상을 카카오톡 채널로 설정한 경우, 해당 채널의 기존 친구는 타게팅에서 자동으로 제외되며 카카오모먼트의 모든 오디언스 설정을 활용할 수 있습니다. 맞춤타겟과 데모그래픽 설정으로 광고를 노출할 대상을 효율적으로 설정해 보세요.



설정 가능한 타게팅에 대한 자세한 내용은 타겟 관리 메뉴에서 확인할 수 있습니다.

Step 3.집행 대상 설정>게재지면 및 디바이스에서 광고가 노출될 지면과 디바이스를 설정해 주세요.
카카오비즈보드는 카카오톡, 카카오스토리, 다음, 카카오서비스, 네트워크 지면에 노출이 가능하고 모바일 환경에서만 노출됩니다.

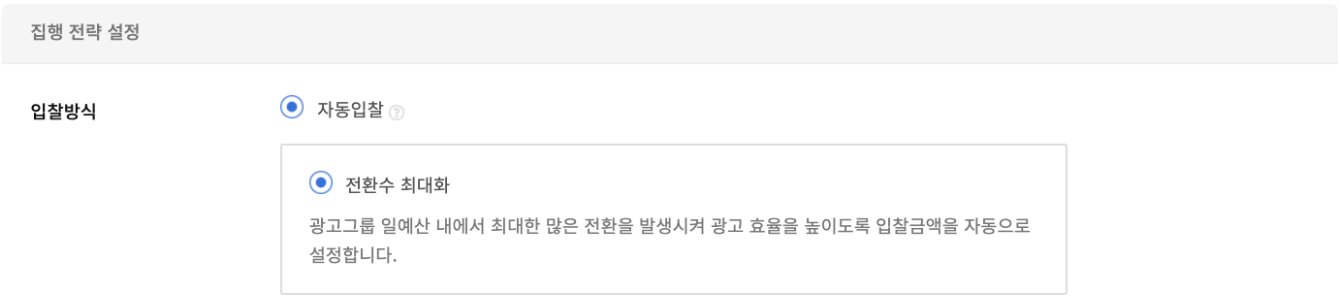
또한 카카오톡 노출 옵션 설정에서 '채팅탭에만 노출'하도록 설정도 가능합니다.



- '가능한 모든 지면 노출' 및 '네트워크'를 선택한 광고그룹은 외부 프리미엄 매체에 광고가 노출됩니다.
- '채팅탭에만 노출' 옵션은 카카오톡 전용 필터로 카카오톡 외 게재지면을 함께 선택 시 선택한 모든 게재지면에 노출됩니다.
- '네트워크' 지면은 랜딩유형: URL 및 포스트로 설정된 광고 소재만 노출됩니다.
- '네트워크' 지면으로 노출 가능한 프리미엄 네트워크 매체의 리스트는 외부에 별도 공지하지 않습니다.

Step 4.집행 전략 설정에서 입찰방식을 확인하세요.

전환 목적 캠페인은 자동 입찰이 디폴트로 설정되어 있어 광고그룹 일예산 내에서 최대한 많은 전환을 발생시키고 광고 효율을 높이도록 입찰금액이 자동으로 설정됩니다.



Step 5.집행 전략 설정에서 일예산과 집행기간 설정해 주세요.



설정항목

일예산
광고그룹 기준의 1일 집행 가능 예산을 설정할 수 있습니다.
과금비용이 일예산을 초과하는 경우 자동으로 광고 집행이 중단됩니다.

집행기간
광고그룹 집행 기간을 설정할 수 있습니다. 상세 설정을 통해 요일/시간별 노출을 조정할 수 있으며 시간 제한
이 필요한 소재의 경우, 심야타게팅 선택이 필요합니다.

게재방식
자동입찰 광고 그룹으로 게재 방식은 시스템에서 자동으로 운영합니다.

Step 6. 광고그룹 이름을 작성해 주세요.

이후 [광고그룹 추가] 버튼을 눌러 별도의 광고그룹을 추가로 생성하거나 [저장] 버튼을 눌러 광고그룹에 설정된 값을 저장할 수 있습니다. 또한, [저장하고 소재 만들기] 버튼을 통해 해당 그룹에 바로 소재를 등록할 수 있습니다.

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 카카오비즈보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

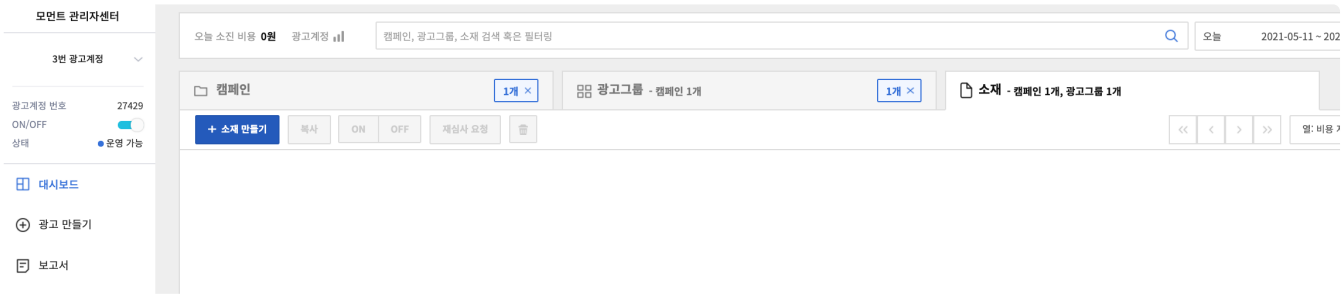
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

소재 만들기

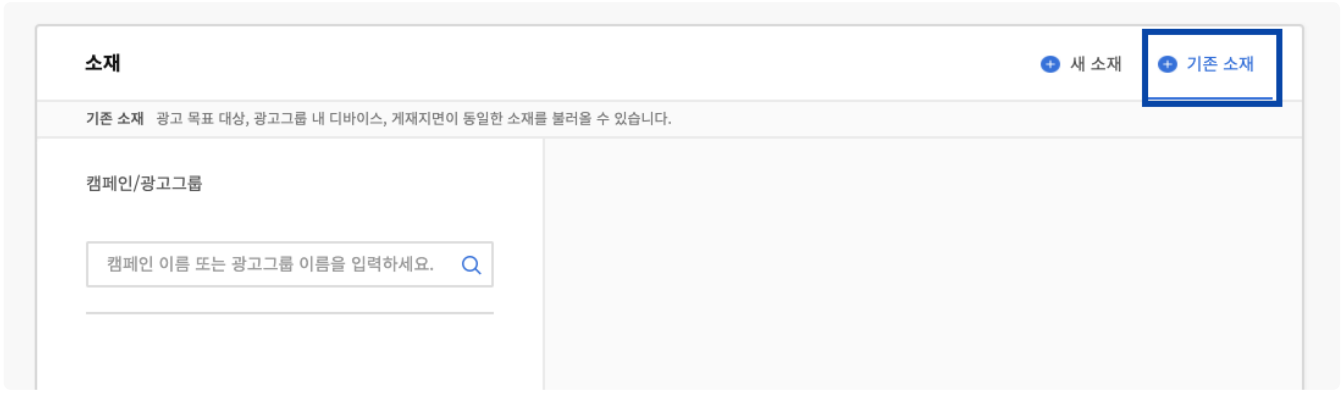
소재 만들기는 광고 목표와 상관 없이 동일하게 제공됩니다.
광고를 생성하는 가장 마지막 단계인 소재 만들기를 학습해보세요.

카카오모먼트 소재 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

Step 1. 광고그룹 생성후 [저장하고 소재 만들기] 버튼을 눌러 소재를 등록할 수 있습니다.
기존 광고그룹에 소재를 추가하고 싶다면 광고계정에서 캠페인-그룹 선택후 [소재 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 기존에 등록한 소재로 광고 운영하고 싶다면 [기존 소재] 버튼을 눌러주세요.
캠페인 유형 및 목표, 광고그룹 내 디바이스, 게재지면이 동일하면 소재를 불러올 수 있습니다.



캠페인 이름 또는 광고그룹 이름으로 기존 소재를 검색하여 등록이 가능합니다. 새 소재 등록이 필요하다면 아래 안내를 계속해서 참고해 주세요.

Step 3. [새 소재] - [이미지 배너] 버튼을 클릭해 주세요.



Step 4. 소재 설명을 입력해 주세요.
소재 설명은 장애인에게 음성으로 안내되는 광고 정보로 특수 문자 사용은 불가합니다.



Step 5. 광고가 실제 랜딩되는 페이지인 랜딩URL을 설정해 주세요.
카카오비즈보드는 다양한 랜딩 유형이 제공되고 있으며 톡 내에서 액션이 완결되는 랜딩 유형 선택시 카카오톡 게재지면에만 노출됩니다. 그 외 지면에 노출이 필요하다면 랜딩 유형을 URL로 선택해 주세요.

랜딩 URL

랜딩 유형 선택

랜딩 유형 선택
URL
애드뷰
채널웹뷰
챗봇
카카오페이 구매
비즈니스폼
톡캘린더
포스트

카카오톡 채널에서 등록한 포스트를 랜딩으로 선택하여 채널을 홍보할 수 있습니다.

랜딩 유형

URL
URL를 직접 입력하여 광고주 사이트 등 외부 아웃링크로 연결할 수 있고
메이커스, 선물하기, 톡스토어에 입점되어 있다면 톡서비스 랜딩 URL를
직접 입력하여 상세 상품 페이지로도 랜딩이 가능합니다.

애드뷰
광고 계정에 만들어진 애드뷰를 선택할 수 있습니다.
애드뷰를 만드는 방법은 애드뷰 관리하기에서 확인해 주세요.

채널웹뷰
카카오톡 채널 채팅방에서 노출할 웹뷰의 랜딩 URL을 직접 입력합니다.

챗봇
챗봇이 설정된 카카오톡 채널을 랜딩으로 선택하여 챗봇과의 상담/문의를 바로 할 수 있으며 채널 추가까지 유도할 수 있습니다.
챗봇이 연결된 [카카오톡 채널 선택] - [랜딩에 사용할 챗봇 키워드]를 입력하세요.

비즈니스폼
광고 계정에 연동되어 있는 비즈니스폼을 선택할 수 있습니다.
비즈니스폼 생성 및 연동은 비즈니스폼 연동하기로 확인해 주세요.

톡캘린더
톡캘린더 이벤트 ID를 입력해 주세요.

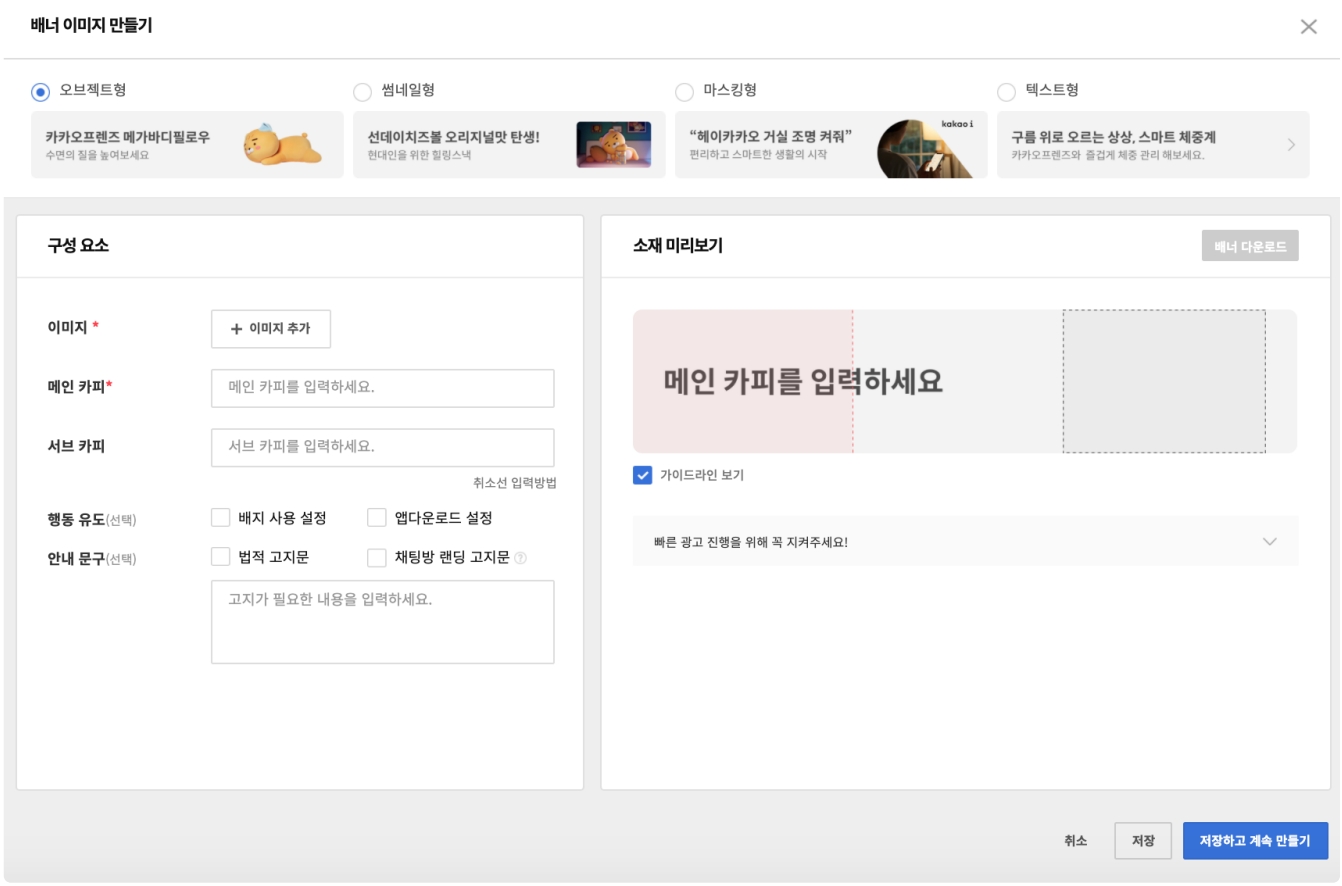
포스트
카카오 계정에 연동된 카카오톡 채널을 선택하면
그 채널에 생성되어 있는 포스트 리스트가 출력됩니다.
출력된 리스트에서 포스트를 선택해 주세요.

챗봇 등 카카오톡 채널 선택이 필요한 랜딩 활용시 내 카카오 계정이 해당 채널의 관리자 또는 매니저 권한을 가지고 있어야 합니다.

Step 6. 홍보 이미지를 등록해 주세요.
홍보이미지는 제작된 이미지를 직접 업로드하거나 플랫폼 내에서 빠르고 쉽게 제작할 수 있습니다.



[이미지 추가] 버튼을 누르면 제작이 완료된 소재 이미지 파일을 직접 업로드 할 수 있으며 최대 100개까지 다중 파일 업로드가 가능합니다.
[소재 등록 가이드]를 통해 등록 가능한 소재 사이즈와 용량 및 포맷 확인이 가능합니다.
[배너 만들기] 버튼을 누르면 카피와 오브젝트 이미지, 고지문을 등록하여 빠르고 쉽게 소재 제작이 가능합니다.



오브젝트형, 썸네일형, 마스킹형, 텍스트형 중 제작할 소재 유형을 고르고 구성 요소 입력 후 [저장] 버튼을 눌러주세요.
소재를 추가로 생성하고 싶다면 [저장하고 계속 만들기] 버튼을 눌러주세요.

구성 요소

이미지

- 직접 업로드하거나 최근 사용한 이미지를 불러올 수 있습니다.

메인 카피, 서브 카피

- 원하는 광고 문구를 입력해주세요.

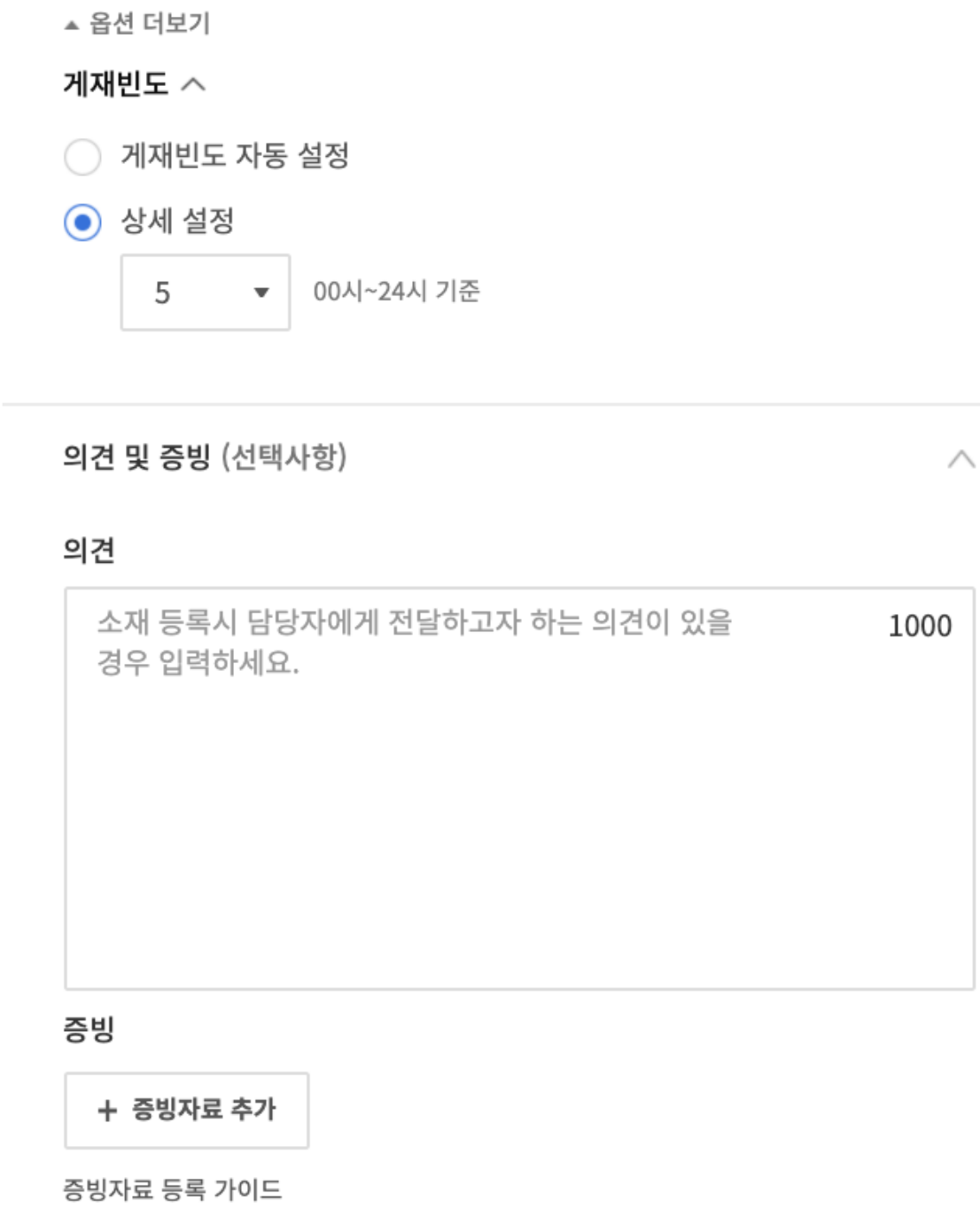
행동 유도

- 서브 카피까지 입력한 두줄 카피형의 경우 배지 사용이 가능합니다.
  (메인카피만 입력하거나 텍스트형 소재의 경우에는 사용 불가)
- 카카오 서비스로 랜딩 설정시 배지 사용은 필수로 적용되어야 합니다.

안내 문구

- 고지가 필요한 업종의 경우, 직접 고지문을 작성할 수 있습니다.

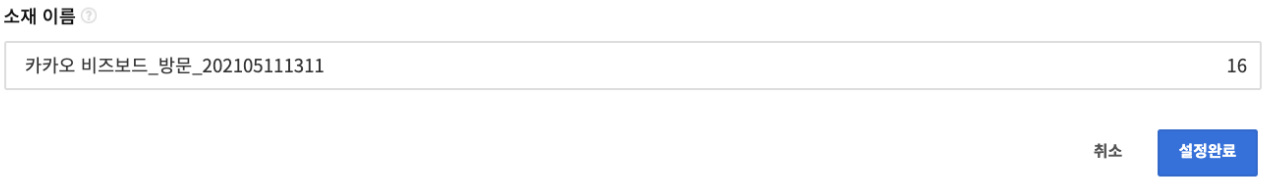
Step 7. 소재별 게재 빈도를 설정하고 필요에 따라 소재 심사 담당자에게 전달하고자 하는 의견과 증빙 자료를 추가해 주세요.



게재빈도는 자동 설정이 기본값이며 [상세 설정]을 통해 00시 ~ 24시 기준으로 소재 노출 빈도를 1회에서 5회까지 지정할 수 있습니다.

> 소재를 '게재빈도 자동 설정'으로 설정 시 플랫폼에서 게재빈도를 자동 조정합니다.
> 제한적인 게재빈도로 운영을 원할 경우, 상세 설정을 통해 원하는 횟수로 게재빈도를 수동 설정하여 광고를 운영 해주세요.

Step 8. 소재 이름을 입력하고 [설정완료] 버튼을 눌러주세요.



설정완료 소재 탭에서는 설정이 완료된 소재를 한눈에 확인할 수 있습니다.
광고그룹에 등록이 필요한 모든 소재의 설정이 완료 되었다면 [저장]버튼을 눌러 소재 등록을 완료해 주세요.

> 등록된 소재는 영업일 기준 최대 2일 내 심사가 완료됩니다.

그럼 카카오 비즈보드의 광고 집행 준비를 모두 마쳤습니다.
광고 운영 데이터 확인은 대시보드 또는 보고서를 통해 확인해주세요.

지표 확인하기

> 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 카카오비즈보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

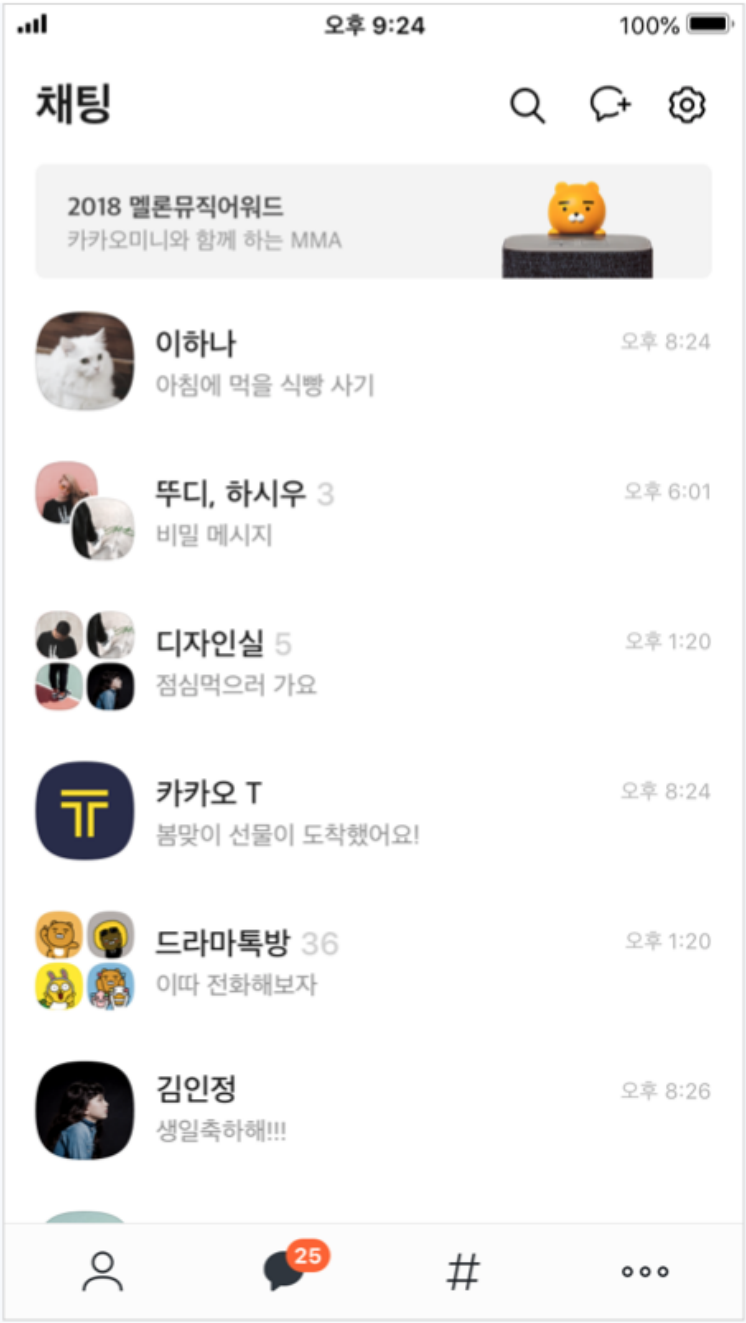
카카오비즈보드 제작가이드

> ⓘ 카카오비즈보드와 애드뷰 제작가이드를 알아보겠습니다.

1. 배너 가이드

카카오비즈보드의 배너 공통 가이드를 소개합니다.

1-1.배너 공통 가이드

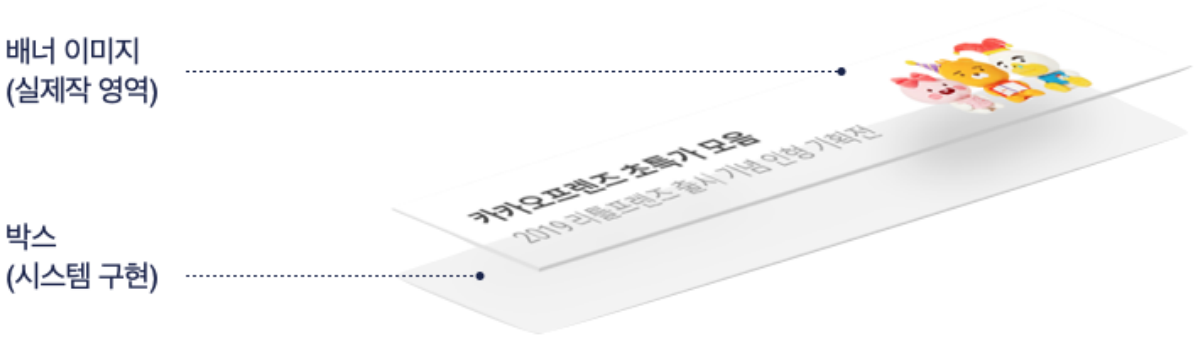

오후 9:24
100%
채팅
2018 멜론뮤직어워드
카카오미니와 함께 하는 MMA
이하나
오후 8:24
아침에 먹을 식빵 사기
뚜디, 하시우 3
오후 6:01
비밀 메시지
디자인실 5
오후 1:20
점심먹으러 가요
카카오 T
오후 8:24
봄맞이 선물이 도착했어요!
드라마톡방 36
오후 1:20
이따 전화해보자
김인정
오후 8:26
생일축하해!!!
25

참고 이미지

포맷 가이드

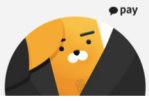
구분	상세 안내
사이즈	• 1029 x 222(px)
파일 형식	• PNG-24, PNG-32
용량	• 300KB 이하
이미지	• **배너 제작툴로 필수 제작** • **배경이 투명한 이미지로 제작** • 박스는 시스템에서 구현 • 카피와 연관된 이미지로 구성
광고주 표시	• **카피나 오브젝트에 광고주체에 대한 표기 필수** 예) 카카오게임이 광고주일 경우, 카카오게임 또는 게임명을 노출

레이어 구성



1-2.배너 유형 및 타입

배너 기본 유형

오브젝트형	앙증 폭발! 카카오프렌즈 인형 2020 리틀프렌즈 출시 기념 기획전 	
썸네일형	한 여름에 떠나는 비치펍 여행 카카오 프렌즈와 함께 떠나는 랜선 파티 	한 여름에 떠나는 비치펍 여행 카카오 프렌즈와 함께 떠나는 랜선 파티 
마스킹형	후회없는 쇼핑 카카오페이 페이카드2로 결제하면 20% 캐시백 	후회없는 쇼핑 카카오페이 페이카드2로 결제하면 20% 캐시백 
텍스트형	앙증 폭발! 카카오프렌즈 인형 기획전 2020 리틀프렌즈 출시 기념 이벤트	

배너 구성 요소

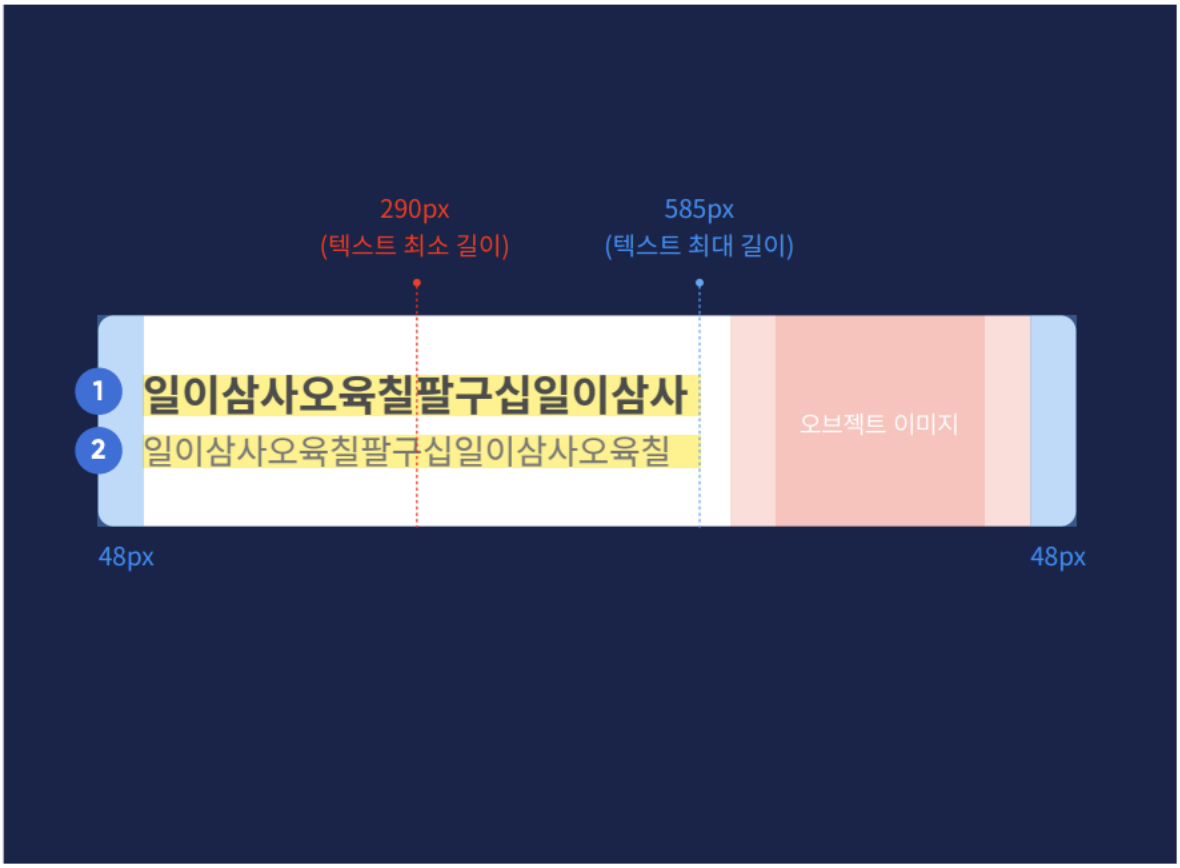
	오브젝트형	썸네일형	마스킹형	텍스트형
두줄카피	●	●	●	●
한줄카피	●	●	●	●
부가정보 (법적고지 or 채팅방 랜딩)	●	●	●	●
앱다운로드	●	●	●	×
비즈솔루션 배지	●	●	●	×

2. 소재 유형·타입별 안내

카카오비즈보드는 오브젝트형, 썸네일형, 마스킹형, 텍스트형으로 소재 유형을 제공합니다.
카카오모먼트에서 제공하는 툴을 이용하여 빠르고 쉽게 소재를 제작할 수 있습니다.

2-1.두줄카피 가이드

오브젝트형 / 썸네일형 / 마스킹형



구분	상세 안내
1.메인 카피	• 폰트 : Spoqa Han Sans Bold • 스타일 : 45pt / #4C4C4C / 100% / C 게) • **폰트 사이즈 및 스타일 변경 불가**
2.서브 카피	• 폰트 : Spoqa Han Sans Regular • 스타일 : 36pt / #777777 / 100% / Cri • **폰트 사이즈 및 스타일 변경 불가**
카피 공통	• **메인 카피와 서브 카피는 동일 문구로** • 메인 카피와 서브 카피 둘 중 하나는 트 최소 길이(290px)를 준수해서 제작 • 최대 텍스트 길이(585px) 준수 권장 • **카피와 오브젝트 겹침 불가** • 취소선 : 가격과 관련된 정보(금액,할 하여 취소선 허용 • **자판 외 특수기호 및 이모티콘 사용불** 예)^^/:D/★/ 단, 자판 외 특수기호 → 화살표에 한 예) 59,000 → 49,000

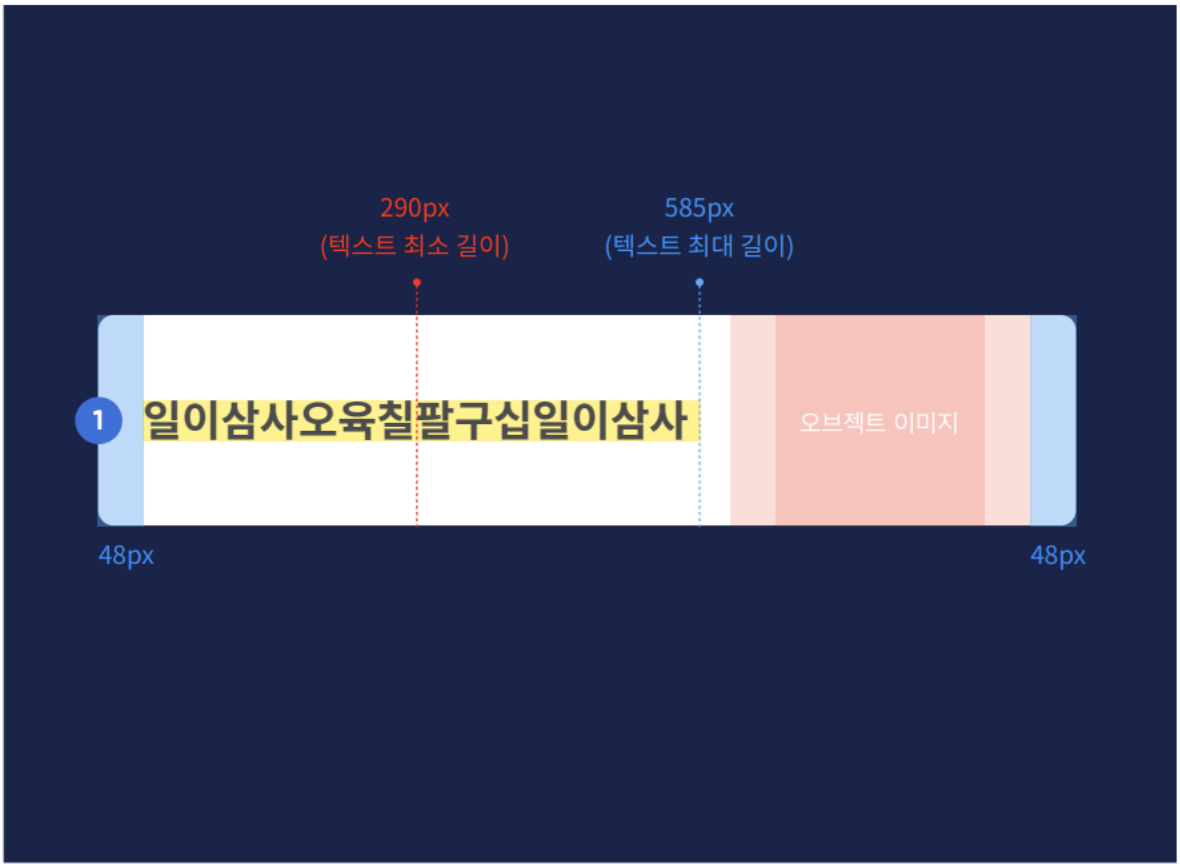
텍스트형



구분	상세 안내
카피 공통	• **메인 카피와 서브 카피는 동일 문구로** • 메인 카피와 서브 카피 둘 중 하나는 트 최소 길이(480px)를 준수해서 제작 • 최대 텍스트 길이(780px) 준수 권장 • 취소선 : 가격과 관련된 정보(금액, 할 하여 취소선 허용 예) 59,000 → 49,000 • **자판 외 특수기호 및 이모티콘 사용 불** 예)^^/:D/★/ 단, 자판 외 특수기호 → 화살표에 한 • 카카오모먼트 내 '배너 이미지 만들기' 등록 가능

2-2.한줄카피 가이드

오브젝트형 / 썸네일형 / 마스킹형



구분	상세 안내
1.메인 카피	• 폰트 : Spoqa Han Sans Bold • 스타일 : 45pt / #4C4C4C / 100% / C 게) • **폰트 사이즈 및 스타일 변경 불가** • 최대한 길이감 있게 카피 문구 작성
카피 공통	• 카피는 텍스트 최소 길이(290px)를 ? • 최대 텍스트 길이 (585px) 준수 권장 • **카피와 오브젝트 겹침 불가** • 취소선 : 가격과 관련된 정보(금액,할 하여 취소선 허용 예) 59,000 → 49,000 • **자판 외 특수기호 및 이모티콘 사용 불** 예)^^/:D/★/ 단, 자판 외 특수기호 → 화살표에 한?

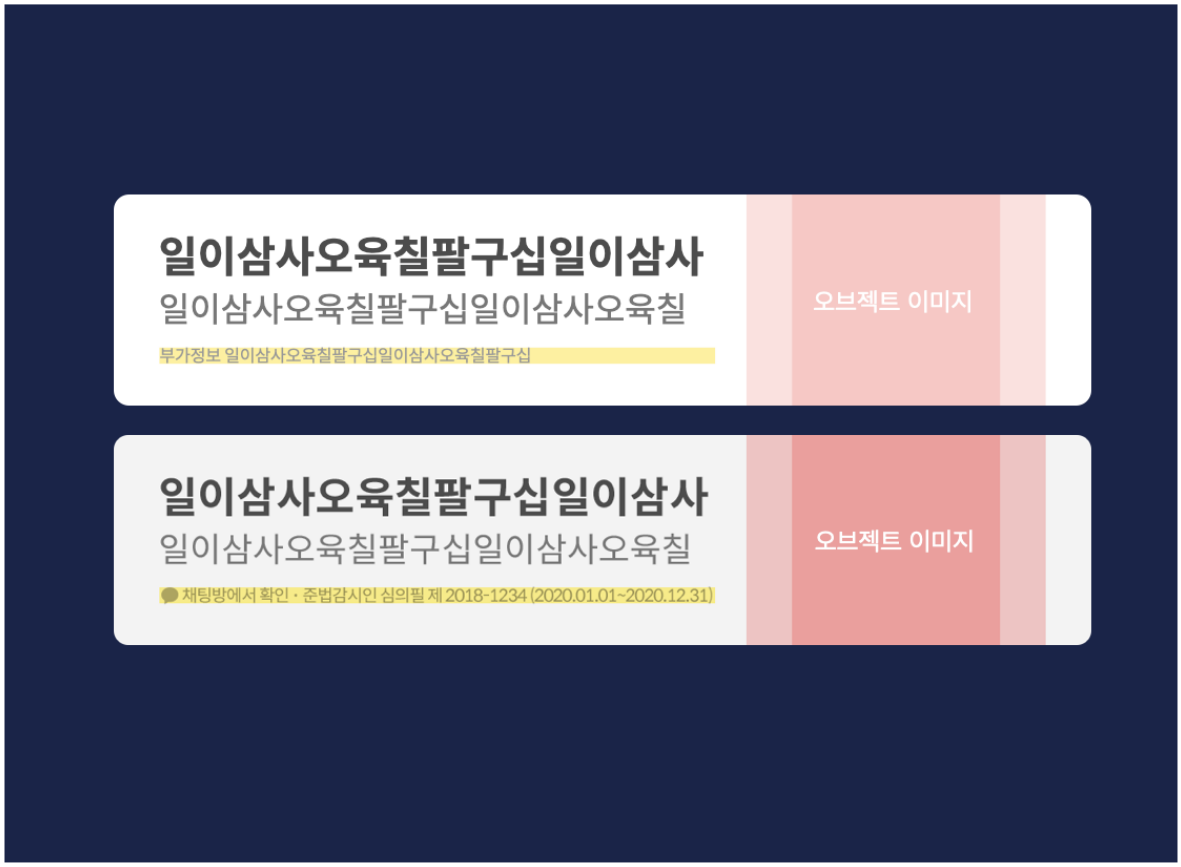
텍스트형



구분	상세 안내
카피 공통	• 카피는 텍스트 최소 길이(480px)를 권 • 최대 텍스트 길이(780px) 준수 권장 • 취소선 : 가격과 관련된 정보(금액, 할 하여 취소선 허용 예) 59,000 → 49,000 • **자판 외 특수기호 및 이모티콘 사용 불** 예)^^/:D/★/ 단, 자판 외 특수기호 → 화살표에 한하 • 카카오모먼트 내 '배너 이미지 만들기' 등록 가능

2-3.하단고지 가이드

오브젝트형 / 썸네일형 / 마스킹형



구분	상세 안내
심의필문구 카피라이트 사진,이미지출처	• 폰트 : Spoqa Han Sans Regular • 스타일 : 18pt / #999999 / 100% / 자 Crisp(뚜렷하게) • **폰트 사이즈 및 스타일 변경 불가**
채팅방 랜딩 문구	• 채팅방 랜딩 페이지 (카카오톡채널머 채널웹뷰)를 사용하는 경우 고지문구 • 폰트 : Spoqa Han Sans Regular • 스타일 : 18pt / #999999 / 100% / 자 Crisp(뚜렷하게) • **폰트 사이즈 및 스타일 변경 불가**

텍스트형





구분	상세 안내
심의필문구 카피라이트 사진,이미지출처	• ‘배너 이미지 만들기’ 내 ‘법적고지문 기재
채팅방 랜딩 고지문구	• 채팅방 랜딩페이지(카카오톡채널메시 널웹뷰)를 사용하는 경우 고지 문구 기

2-4.앱다운로드 가이드

앱마켓/스토어로 연결할 경우 앱다운로드 템플릿을 필수로 사용해야 하며, 오브젝트형 / 썸네일형 / 마스킹형에 적용됩니다.

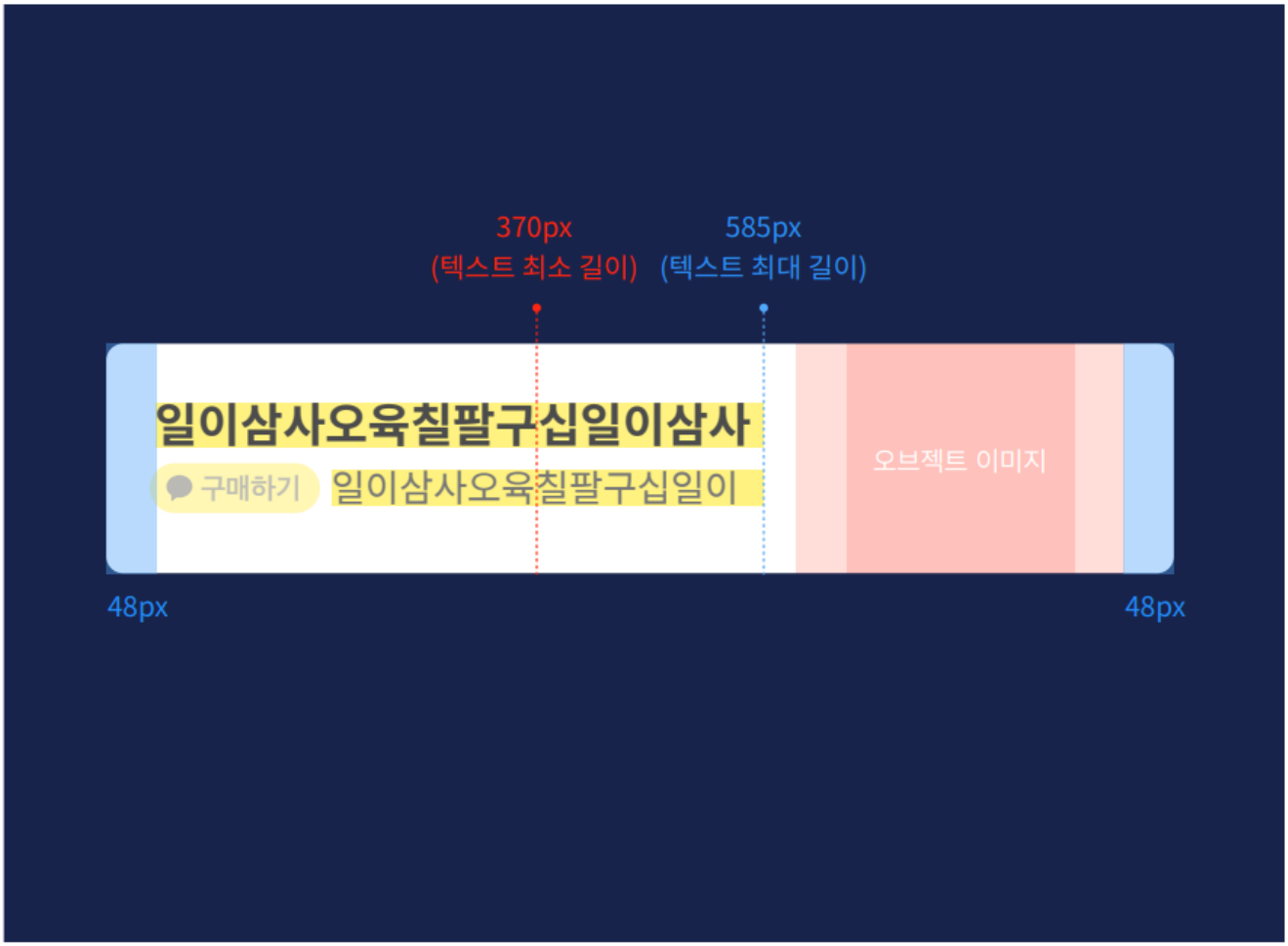


구분	상세 안내
앱 아이콘	• **앱아이콘 필수 노출** ㄴ32pxX32px 정사각형 앱아이콘 ㄴ앱아이콘은 광고주체로 인정되지 않음
앱다운로드 카피	• 폰트 : Spoqa Han Sans • 스타일 : 24pt / #777777 / 100% / Crisp(뚜렷하게 • **폰트 사이즈 및 스타일 변경 불가** • **앱다운로드 표기 카피에 '앱' 단어 필수 노출** ㄴ예) 카카오톡 앱에서 구매하기 / 카카오톡 앱으 할인권 구매하기 ㄴ예) 앱다운로드하기 / 앱으로 이벤트 참여하기

2-5.비즈솔루션 활용 가이드

카카오 서비스로 연결할 경우 비즈솔션 배지를 필수로 노출해야 하며, 오브젝트형 / 썸네일형 / 마스킹형에 적용됩니다.

> **비즈솔루션 카피 가이드**


370px
(텍스트 최소 길이)
585px
(텍스트 최대 길이)
일이삼사오육칠팔구십일이삼사
구매하기
일이삼사오육칠팔구십일이
오브젝트 이미지
48px
48px

구분	상세 안내
메인 카피	• 폰트 : Spoqa Han Sans Bold • 스타일 : 45pt / #4C4C4C / 100% / Crisp(뚜렷하게) • 폰트 사이즈 및 스타일 변경 불가 • 좌측 48 px 여백
서브 카피	• 카카오서비스로 연결 시 비즈솔루션 배지 필수 사용 • 두줄 카피만 배지 적용 가능
카피 공통	• **메인 카피와 서브 카피는 동일문구로 기재 불가** • 메인 카피와 서브 카피 둘 중 나는 반드시 텍스트 최소길이(370px)를 준수해서 제작 • 최대 텍스트 길이(585px)준수 권장 • **카피와 오브젝트 겹침 불가** • 취소선 : 가격과 관련된 정보(금액,할인율)에 한정하여 취소선 허용 예) 59,000 → 49,000 • **자판 외 특수기호 및 이모티콘 사용 불가** 예)^^/:D/★/ 단, 자판 외 특수기호 → 화살표에 한해 허용

> **즈솔루션 배지 표기 가이드**


일이삼사오육칠팔구십일이삼사
구매하기
일이삼사오육칠팔구십일이
12px
오브젝트 이미지
42px
48px

비즈솔루션 배지 표기 가이드

직랜딩, 애드뷰 혼용	더보기	자세히보기 - 포스트	문의하기	톡으로 문의하기 - 챗봇
	채널추가	채널 추가하기 - 카카오톡 채널 홈	구매하기	구매하기 - 톡스토어, 메이커스
	설문하기	톡에서 설문하기 - 톡비즈니스폼	예약하기	톡에서 예약하기 - 톡비즈니스폼
	응모하기	톡에서 응모하기 - 톡비즈니스폼	시승신청	톡에서 시승신청- 톡비즈니스폼
	참여하기	톡에서 참여하기 - 톡비즈니스폼	선물하기	선물하기
	상품구독	상품구독하기 - 상품구독 렌탈형	주문하기	주문하기
	톡캘린더	톡캘린더 저장하기	이모티콘	브랜드이모티콘 받기
	LIVE보기	카카오쇼핑라이브		
애드뷰 전용	회원가입	톡에서 회원가입	원클릭결제	원클릭 결제하기
	공유하기	톡으로 공유하기		

※ '더보기' 배지는 모든 카카오 서비스 비즈솔루션에 사용 가능

2-6.오브젝트 영역 가이드

오브젝트형



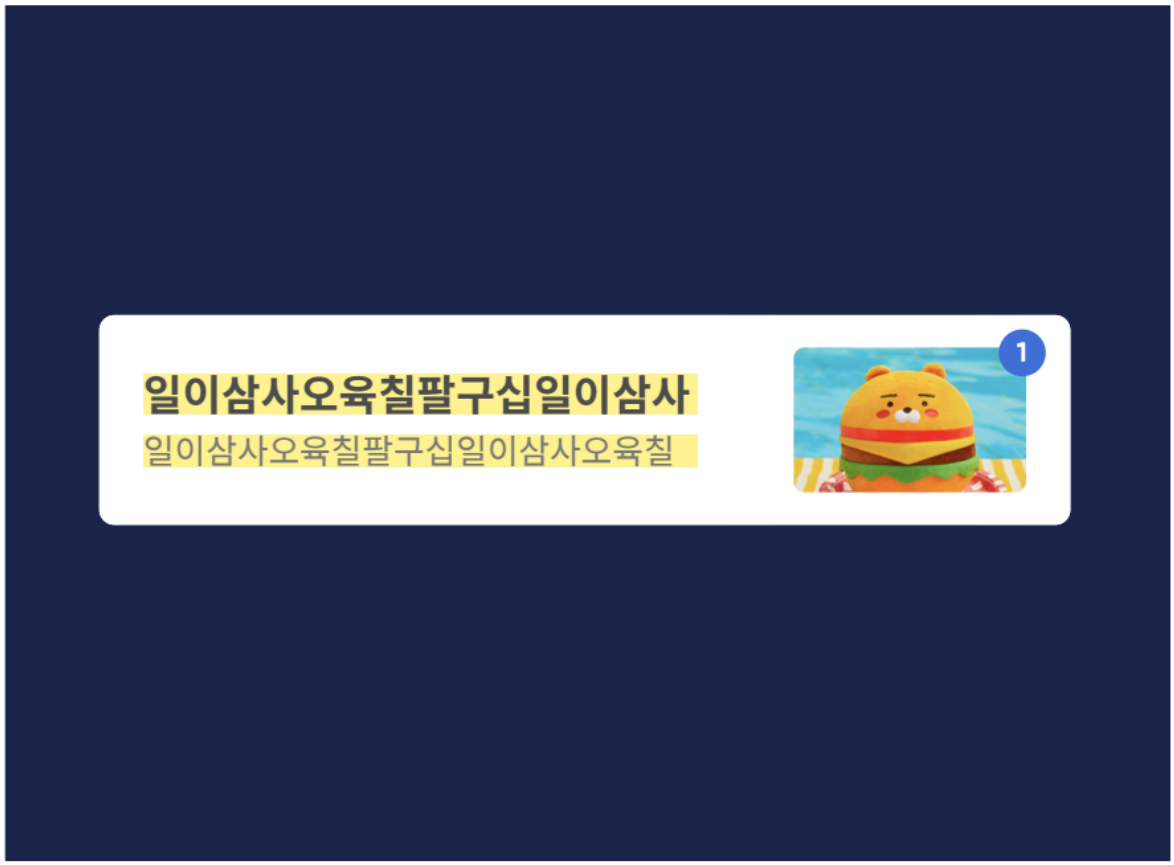
구분	상세 안내
오브젝트	• 이미지 최대 너비 : 315px • 이미지 최소 너비 : 219px (권장) • 이미지포맷 : 투명PNG • 이미지용량 : 150KB 이하 • 이미지는 배경 없는 오브젝트 형태로 • 카피와의 균형감에 따라 이미지 영역 조정 가능 • 좌,우측이 크롭되지 않는 온전한 형태 • **임의의 텍스트 삽입 불가**
1.광고주체 표기	• 오브젝트 영역에 광고주체를 표기할 있는 사이즈로 제작 필수 • 광고주체 표기 1개 권장

오브젝트 이미지 가이드



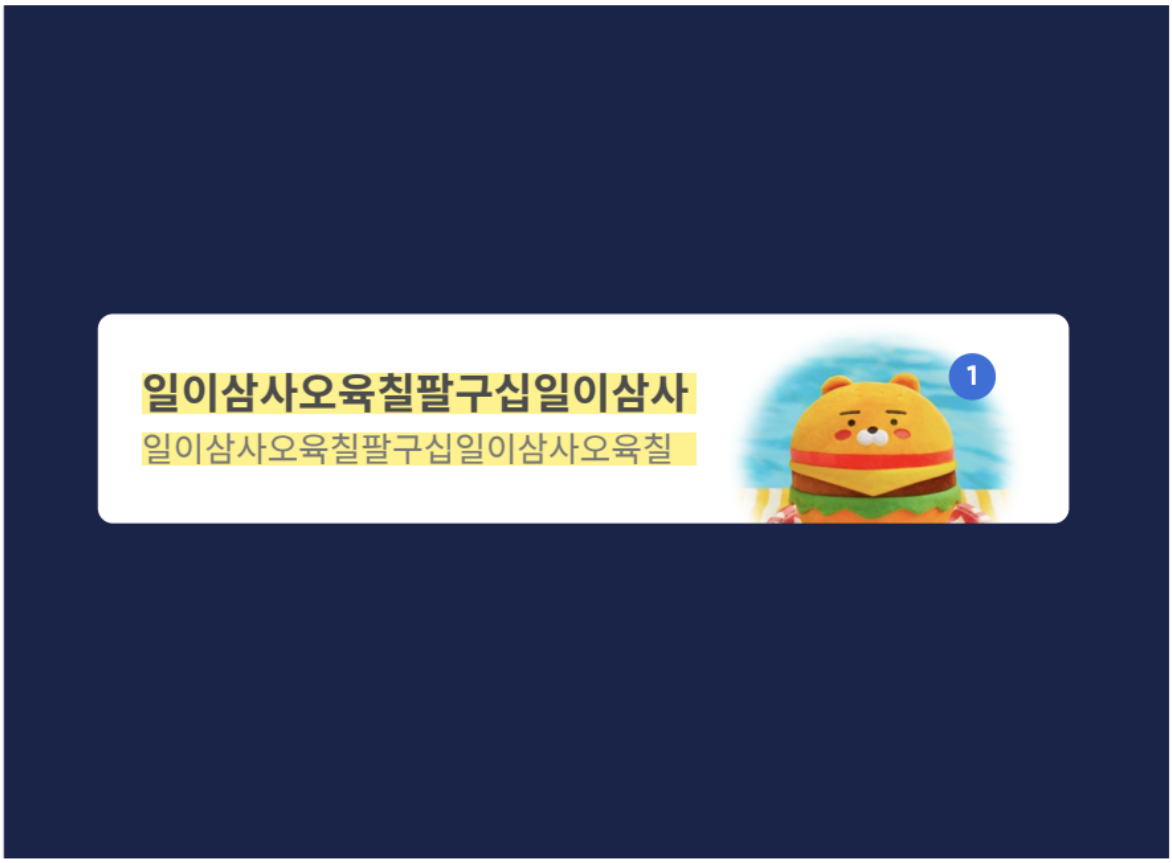


썸네일 - 박스형



구분	상세 안내
1.썸네일 - 박스형	• 영역 사이즈 : 245x152 • 등록 사이즈 : 315x222px 이상 • 이미지 포맷 : JPG, JPEG, PNG **(투** **사용 불가)** • 이미지 용량 : 10MB 이하 • **광고주체 및 로고, 텍스트 기재 불가** • **비즈보드 회색 배경과 유사한 컬러 (** **불가** • 카카오모먼트 내 '배너 이미지 만들기' 등록 가능
광고주체 표기	• 메인카피/서브카피 내 텍스트로 기재

썸네일 - 블러형



구분	상세 안내
1.썸네일 - 블러형	• 영역 사이즈 : 315x212 • 등록 사이즈 : 315x222px이상 • 이미지 포맷 : JPG, JPEG, PNG **(투명 사용 불가)** • 이미지 용량 : 10MB 이하 • **광고주체 및 로고, 텍스트 기재 불가** • **비즈보드 회색 배경과 유사한 컬러(# 불가** • 카카오모먼트 내 '배너 이미지 만들기 등록 가능
광고주체 표기	• 메인카피/서브카피 내 텍스트로 기재

썸네일 - 멀티형





구분	상세 안내
1.썸네일 - 멀티형	• 영역사이즈 : 152x152 (박스1, 박스2 별 등록) • 등록사이즈 : 152x152px 이상 • 이미지 포맷 : JPG, JPEG, PNG (투명 사용 불가) • 이미지 용량 : 10MB 이하 • **광고주체 및 로고, 텍스트 기재 불가** • **비즈보드 회색 배경과 유사한 컬러(# 불가** • 카카오모먼트 내 '배너 이미지 만들기 등록 가능
광고주체 표기	• 메인카피/서브카피 내 텍스트로 기재

마스킹 - 반원형

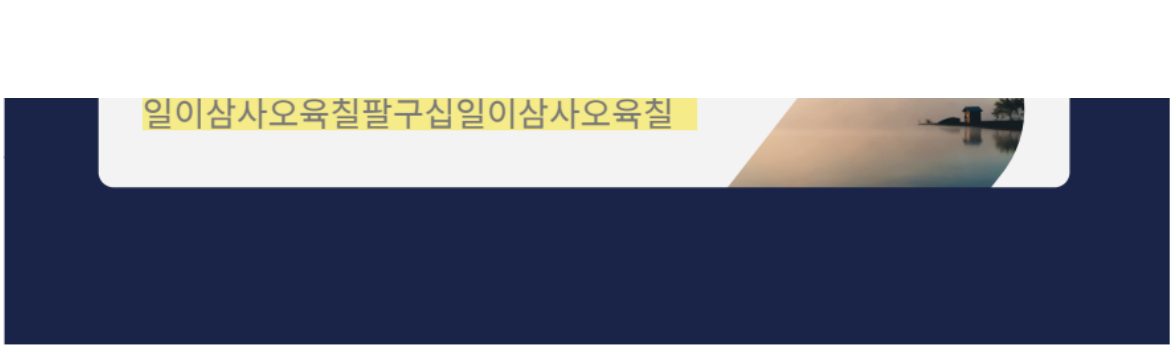




구분	상세 안내
마스킹 - 반원형	• 영역 사이즈 : 315x176 (영역 상.하 우 능) • 등록 사이즈 : 315x222px 이상 • 이미지 포맷 : JPG, JPEG, PNG (투명 사용 불가) • 이미지 용량 : 10MB 이하 • **텍스트 기재 불가** • **비즈보드 회색 배경과 유사한 컬러(# 불가** • 카카오모먼트 내 '배너 이미지 만들기 등록 가능
광고주체(로고)	• 영역 사이즈 : 120x50 • 이미지 포맷 : PNG-24 • 이미지 용량 : 50KB 이하 • **광고주체(로고)와 이미지 영역이 겹치 용** • 광고주체는 가독성 있는 사이즈로 제

마스킹 - 원기둥형





구분	상세 안내
마스킹 - 원기둥	• 영역 사이즈 : 315x193 (영역 좌.우 우 능) • 등록 사이즈 : 315x222px 이상 • 이미지 포맷 : JPG, JPEG, PNG (투명 사용 불가) • 이미지 용량 : 10MB 이하 • **텍스트 기재 불가** • **비즈보드 회색 배경과 유사한 컬러(# 불가** • 카카오모먼트 내 '배너 이미지 만들기 등록 가능
광고주체(로고)	• 영역사이즈 : 120x50 • 이미지포맷 : PNG-24 • 이미지용량 : 50KB이하 • 광고주체는 가독성 있는 사이즈로 제

2-7. 익스팬더블(BETA) 확장요소 가이드

익스팬더블은 카카오비즈보드의 프리미엄 확장 형태이며, 확장요소를 등록하여 리치한 정보를 제공할 수 있습니다.
'확장요소'는 사전에 허용된 특정 계정에만 제한적으로 제공되며, 추후 공식 오픈이 되면 공지될 예정입니다.

2-7-1 익스팬더블 동영상

익스팬더블 동영상형

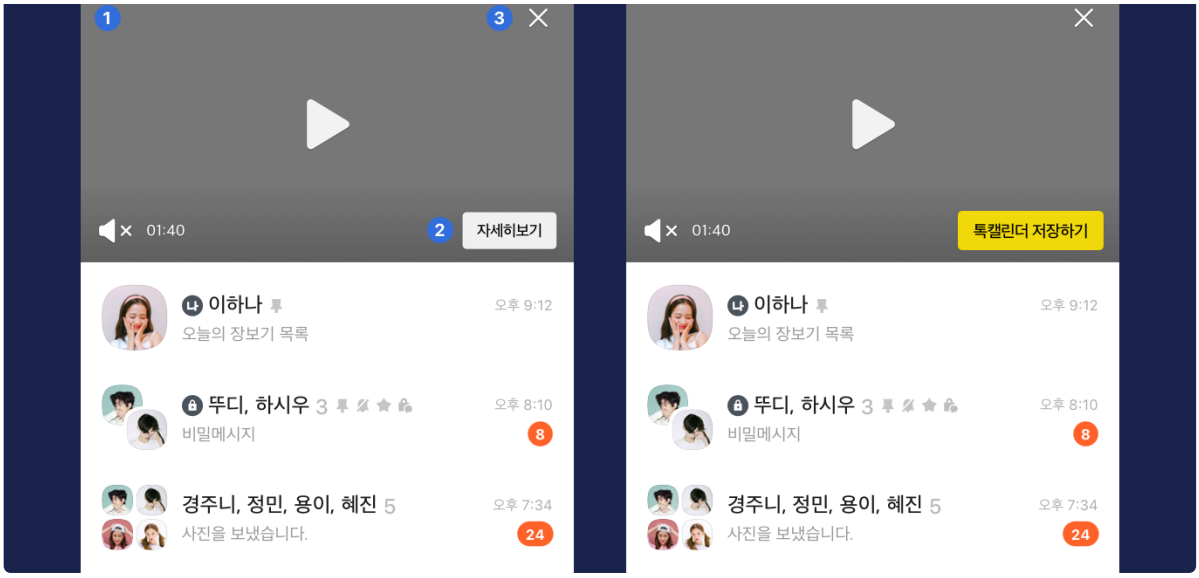


구분	상세내용
1. 힌트에셋	• 힌트에셋은 확장요소 등록 시 시스으로 표시 • 오브젝트형, 썸네일형, 마스킹형에능 • 우측하단 189*87px 영역에 힌트에로 로고 등 주요 오브젝트를 사용하을 권장

확장요소

포맷가이드





구분	상세내용
1.홍보동영상 (필수)	• 사이즈 : 1280x720 이상, 16:9 비율 • 파일형식 : AVI, FLV, MP4 권장 • 용량 : 1GB 미만
맞춤썸네일 (선택)	• 사이즈 : 1280x720 • 파일형식 : JPG, JPEG, PNG • 용량 : 500KB
2.행동유도버튼 (필수)	• 하단 '확장요소 제작가이드 - 행동 고 • [자세히보기] 는 흰색 배경, 그 외 ㅋ 로 연결되 행동유도버튼은 노란색 이 자동 적용
3.동영상 닫힘 버튼	• 우측상단 84*78px 영역에 닫힘버튼 로고 등 주요 오브젝트를 사용하지 장

> **확장요소 제작가이드**

홍보동영상

1. 소재 및 연결화면과 연관성이 분명한 동영상으로 등록해야 합니다.
2. 15초 영상을 반복 사용하여 30초로 제작하는 등 플레이타임을 늘리기 위해 동일한 영상을 반복 재생하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
3. 텍스트, 스틸컷 등의 비중이 높은 영상은 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
4. 사운드가 있는 동영상을 권장하며, 사운드가 없을 경우 영상 내 안내 문구가 포함되어야 합니다. ('소리가 없는 동영상입니다.' 등)
5. 3초 미만의 동영은 광고 등록이 불가합니다.

맞춤썸네일

1. 맞춤 썸네일을 선택하여 등록할 수 있습니다.
2. 맞춤 썸네일을 등록하지 않을 경우에는 동영상에서 추출한 이미지로 자동 설정됩니다.
3. 선정성, 폭력성, 혐오감이 포함된 이미지는 사용할 수 없습니다.
4. 동영상과 연관성이 없는 이미지는 사용할 수 없습니다.

행동유도버튼

1. 행동유도버튼은 랜딩 유형에 따라 가이드 된 버튼으로 알맞게 설정해야 합니다.
2. 카카오서비스로 랜딩이 되는 경우에 행동유도버튼은 비즈솔루션 배지와 일치해야 합니다.
3. 애드뷰 랜딩이 되는 경우에 행동유도버튼은 애드뷰 노란버튼과 일치해야 합니다.
4. 광고주 사이트 랜딩을 하는 경우에는 [자세히보기] 행동유도버튼만 설정할 수 있습니다.

행동유도버튼	비즈솔루션 배지	랜딩유형
자세히보기	-	직랜딩 > 광고주 사
자세히보기	더보기	직랜딩, 애드뷰 > ㅋ 포스트
구매하기	구매하기	직랜딩, 애드뷰 > 톡 커스
상품구독하기	상품구독	직랜딩, 애드뷰 > 싱 세페이지
선물하기	선물하기	직랜딩, 애드뷰 > 선 페이지
		애드뷰 > 톡스토어

원클릭 결제하기	원클릭결제	클릭 결제
LIVE보기	LIVE보기	직랜딩, 애드뷰 > 카 이브 전용 URL로 안
이모티콘 받기	이모티콘	직랜딩,애드뷰 > 브 콘 상세페이지
주문하기	주문하기	직랜딩, 애드뷰 > 카 하기 상세페이지
채널추가하기	채널추가	직랜딩, 애드뷰 > 카 홈 및 채널추가 팝업
톡에서 설문하기/톡에서 시승하기 톡에서 예약하기/톡에서 응모하기 톡에서 참여하기	설문하기/시승하기 예약하기/응모하기 참여하기	직랜딩, 애드뷰 > 비
톡에서 회원가입	회원가입	애드뷰 > 카카오 싱
톡으로 공유하기	공유하기	애드뷰 > '톡으로 공
톡으로 문의하기	문의하기	직랜딩, 애드뷰 > 챗
톡캘린더 저장하기	톡캘린더	직랜딩, 애드뷰 > 톡 안내

2-7-2 익스팬더블 이미지

익스팬더블 이미지형

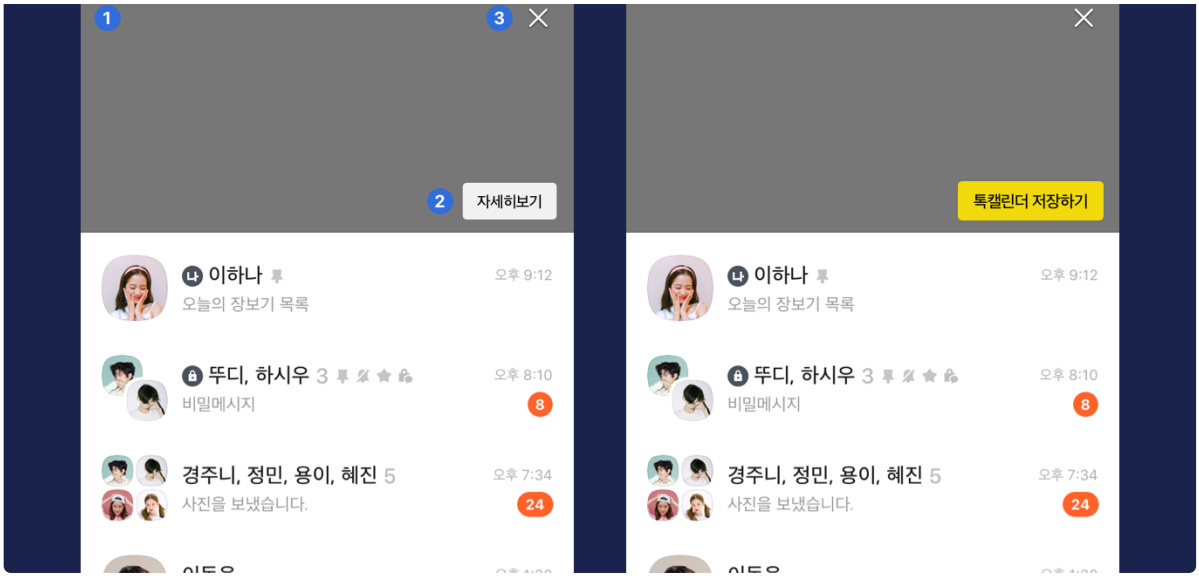


구성	상세내용
1. 힌트에셋	• 힌트에셋은 확장요소 등록 시 시스으로 표시 • 비즈보드 오브젝트형, 썸네일형, ㅁ두 적용 가능 • 우측하단 189*87px 영역에 힌트에로 로고 등 주요 오브젝트를 사용하을 권장

확장요소

포맷가이드





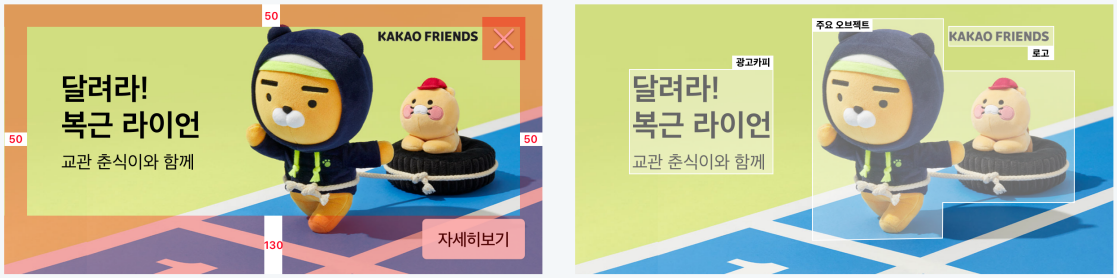
구분	상세내용
1. 홍보이미지(필수)	• 사이즈 : 1200x600px이상의 2:1 비 • 파일형식 : JPG, JPEG, PNG • 용량 : 500KB 미만
2. 행동유도버튼(필수)	• 하단 '확장요소 제작가이드 - 행동 고 • [자세히보기] 는 흰색 배경, 그 외 ㅋ 로 연결되는 행동유도버튼은 노란 튼이 자동 적용.
3. 이미 닫힘버튼	• 우측상단 84*78px 영역에 닫힘버튼 로고 등 주요 오브젝트를 사용하지 장

> 확장요소 제작 가이드

홍보이미지

1. **영역**

1) 상단 및 좌/우 50px 영역, 하단 130px 영역 / 닫기버튼 영역에는 주요 오브젝트 적용하지 않을 것을 권장하며, 텍스트와 로고(CI, BI)는 해당 영역에 사용할 수 없습니다.



2. 텍스트

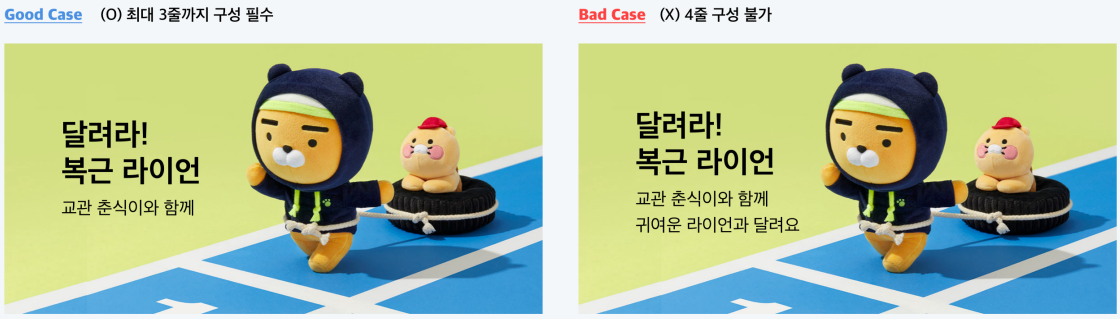
1) 이미지 내 텍스트 높이는 반드시 최소 48px ~ 최대 164px 내에서 구성해야합니다.

2) 심의필, 저작권 등 법률 또는 '카카오광고 심사정책'상 반드시 표기하여야하는 문구는 24px 이상으로 구성해야합니다.



3) 이미지 내 텍스트는 최대 3줄까지 구성 가능합니다.

- 로고(CI&BI) 심의필, 저작권 등 법률 또는 '카카오모먼트 광고 심사 정책'상 반드시 표기하여야하는 문구는 텍스트에 포함되지 않음



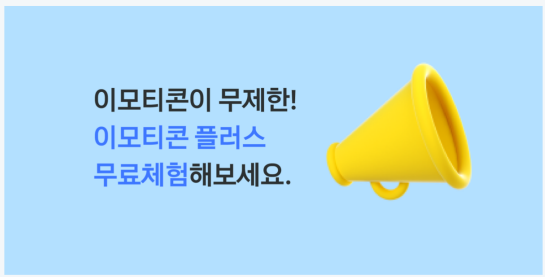
4) 이미지 내 텍스트는 네 가지 이상 폰트 스타일과 컬러를 사용할 수 없습니다.

5) 이미지 내 텍스트는 고딕계열 폰트 사용을 권장합니다.

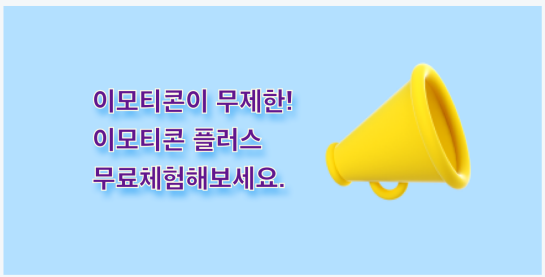
6) 이미지 내 텍스트는 폰트 스타일 및 컬러 이외에 효과는 사용할 수 없습니다.

- 3D, 외곽선, 그림자, 그라데이션, 하이라이트, 도형 배경 등 불가
- 단, 연결화면 내 캠페인 문구에도 적용된 동일한 효과인 경우 사용 가능

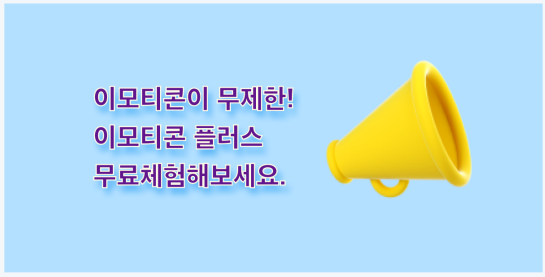
Good Case (O) 고딕계열 폰트 사용 권장

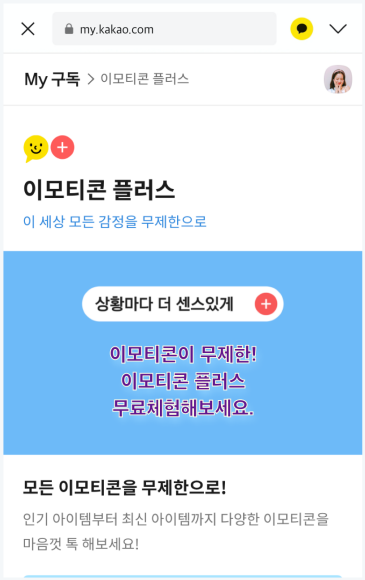


Bad Case (X) 3D, 외곽선, 그림자, 그라데이션, 하이라이트, 도형 배경 등 불가



Good Case (O) 연결화면 내 캠페인 문구에도 적용된 동일한 효과인 경우 사용 가능





3. 이미지

1) 연결화면과 연관성이 분명한 이미지로 등록해야합니다.
2) 컬러가 있는 배경 사용 권장하며, 강한 형광색은 사용할 수 없습니다.
3) 버튼으로 오인될 수 있는 도형 또는 화살표는 사용할 수 없습니다.

Good Case (O) 버튼 사용 없음

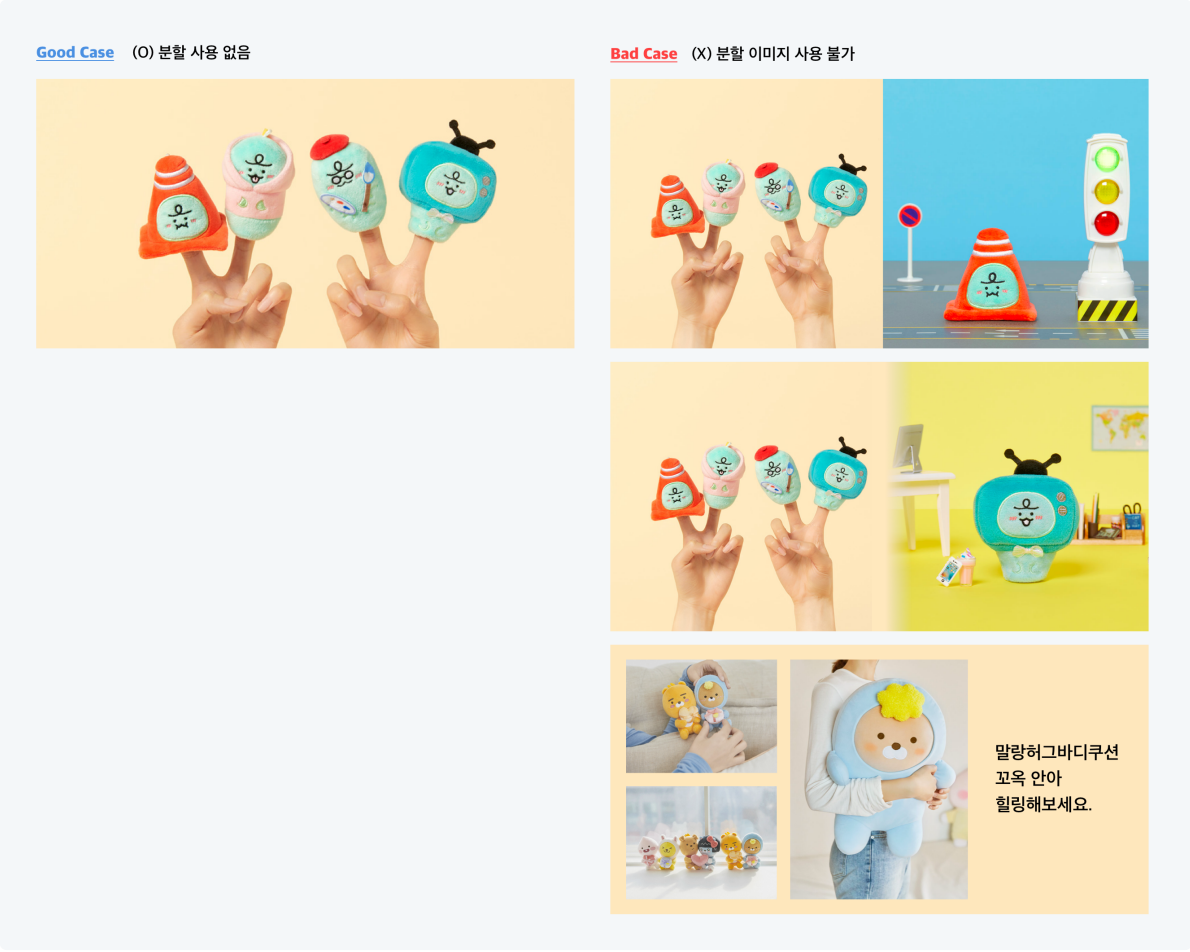


Bad Case (X) 버튼으로 오인될 수 있는 도형 또는 화살표 사용 불가





4) 분할 이미지는 사용할 수 없습니다.



5) 이미지 내 외곽테두리 삽입할 수 없습니다.



6) 이미지는 모두 컬러로 채워져 있어야 하며, 이미지 내 투명을 포함할 수 없습니다.
7) 톡 알림, 말풍선 등이 연상되는 이미지는 사용할 수 없습니다.

행동유도버튼

1. 행동유도버튼은 랜딩 유형에 따라 가이드 된 버튼으로 알맞게 설정해야 합니다.
2. 카카오서비스로 랜딩이 되는 경우에 행동유도버튼은 비즈솔루션 배지와 일치해야 합니다.
3. 애드뷰 랜딩이 되는 경우에 행동유도버튼은 애드뷰 노란버튼과 일치해야 합니다.
4. 광고주 사이트 랜딩을 하는 경우에는 [자세히보기] 행동유도버튼만 설정할 수 있습니다.

행동유도버튼	비즈솔루션 배지	랜딩유형

자세히보기	-	직랜딩 > 광고주 사
자세히보기	더보기	직랜딩, 애드뷰 > ㅋ 포스트
구매하기	구매하기	직랜딩, 애드뷰 > 톡 커스
상품구독하기	상품구독	직랜딩, 애드뷰 > 싱 세페이지
선물하기	선물하기	직랜딩, 애드뷰 > 선 페이지
원클릭 결제하기	원클릭결제	애드뷰 > 톡스토어 클릭 결제
LIVE보기	LIVE보기	직랜딩, 애드뷰 > 키 이브 전용 URL로 인
이모티콘 받기	이모티콘	직랜딩,애드뷰 > 브 콘 상세페이지
주문하기	주문하기	직랜딩, 애드뷰 > 키 하기 상세페이지
채널추가하기	채널추가	직랜딩, 애드뷰 > 키 홈 및 채널추가 팝업
톡에서 설문하기/톡에서 시승하기 톡에서 예약하기/톡에서 응모하기 톡에서 참여하기	설문하기/시승하기 예약하기/응모하기 참여하기	직랜딩, 애드뷰 > 비
톡에서 회원가입	회원가입	애드뷰 > 카카오 싱
톡으로 공유하기	공유하기	애드뷰 > '톡으로 공
톡으로 문의하기	문의하기	직랜딩, 애드뷰 > 챗
톡캘린더 저장하기	톡캘린더	직랜딩, 애드뷰 > 톡 안내

2-7-3 익스팬더블 멀티형

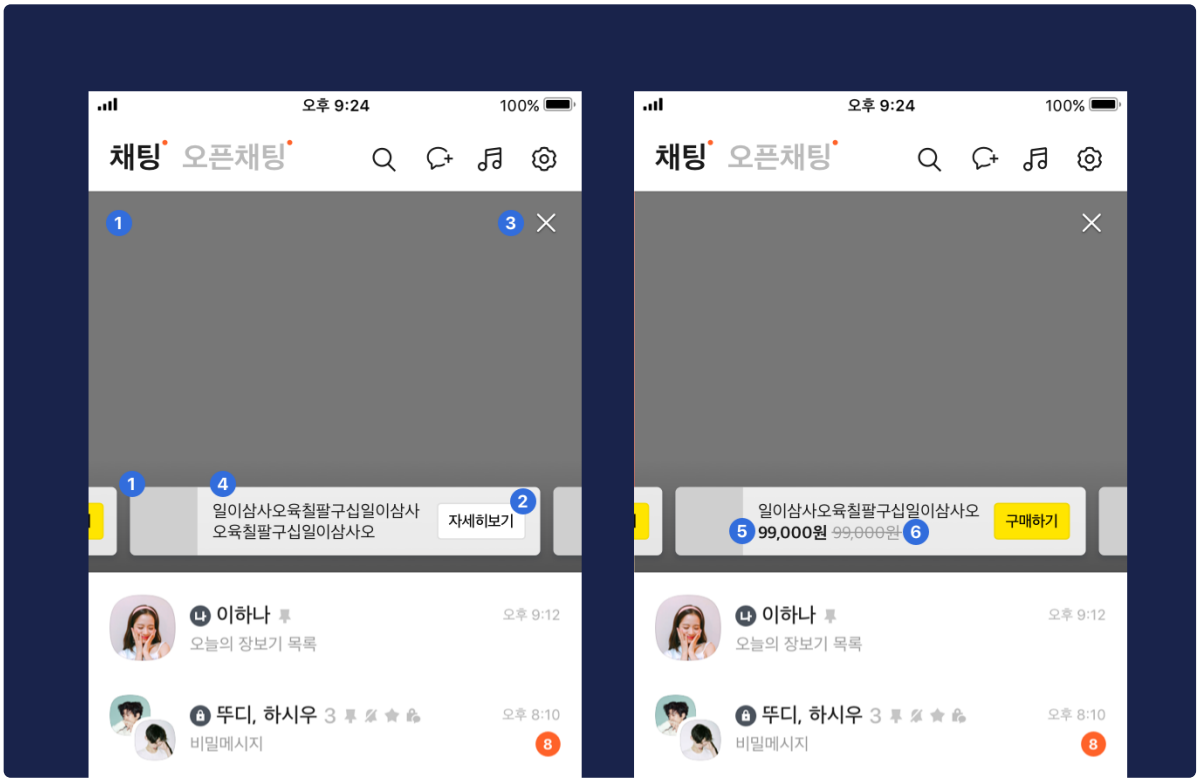
익스팬더블 멀티형



구성	상세내용
1. 힌트에셋	• 힌트에셋은 확장요소 등록 시 시스으로 표시 • 비즈보드 오브젝트형, 썸네일형, ㅁ두 적용 가능 • 우측하단 189*87px 영역에 힌트에로 로고 등 주요 오브젝트를 사용하을 권장

확장요소

포맷가이드



구분	상세내용
1. 홍보이미지	• 사이즈 : 1080x1080px이상의 1:1 ㅂ • 파일형식 : JPG, JPEG, PNG • 용량 : 1MB 미만
2. 행동유도버튼	• 하단 '확장요소 제작가이드 - 행동 고 • [자세히보기] 는 흰색 배경, 그 외 ㅋ 로 연결되는 행동유도버튼은 노란 튼이 자동 적용.
3. 닫힘버튼	

4. 타이틀	▪ 최대 25자 ▪ 가격정보 활용 시, 타이틀은 1줄로만
5. 가격정보 (선택)	▪ 통화 종류 (원화, 달러, 엔화, 유로) ▪ 최대 입력 가능한 가격 한도 ㄴ 십억 단위까지 입력 가능 (최대 1
6. 할인가격정보 (선택)	▪ 할인된 가격 정보 기입 ▪ 가격할인정보 기입 시, 가격정보는 할인 전 가격정보로 기입 ▪ 할인가격정보는 가격정보의 통화와

- 우측상단 영역에 닫힘버튼 노출되
- 추천 오브젝트를 사용하지 않는 것
- 닫힘버튼 영역은 제공되는 PSD로

ⓘ 익스팬더블 멀티형은 소재 제작 시 영역 위치 참고를 위해 PSD 파일을 제공하고 있습니다.
아래 첨부된 PSD파일로 1:1 이미지상/의 크롭 영역, 닫힘버튼 위치 등을 확인해주세요.



익스펜더블_멀티형_v1.psd 10MB
Image

홍보이미지

1. **영역**
   1) 세이프 존 영역 / 닫기버튼 영역에는 주요 오브젝트 적용할 수 없습니다.
      ㄴ 1080x1080px의 1:1 이미지에서 상/하단이 자동 크롭되어 노출
      ㄴ 세이프존, 닫기버튼 등의 영역은 PSD로 확인 가능



2. 텍스트

1) 이미지 내 로고(CI&BI) 포함 글, 영어, 특수문자 등 모든 텍스트를 사용할 수 없습니다.

2) 심의필, 저작권 등 법률 또는 '카카오광고 심사정책'상 반드시 표기하여야하는 문구는 지정된 영역 내 16px로 구성해야합니다.



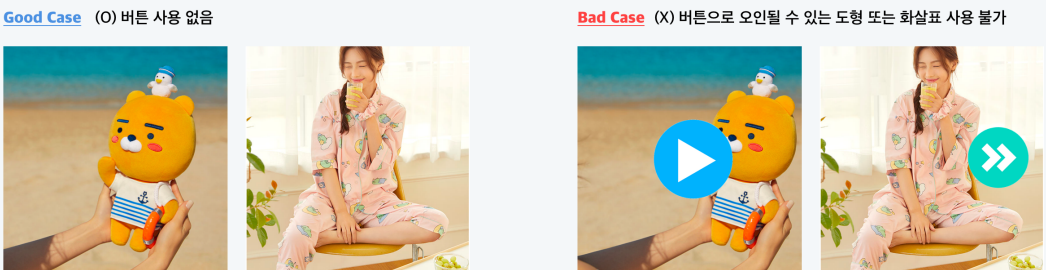
3. 이미지

1) 최소 3개 ~ 최대 5개 이미지 적용 가능하며, 동일한 이미지는 사용할 수 없습니다

2) 연결화면과 연관성이 분명한 이미지로 등록해야합니다.

3) 컬러가 있는 배경 사용 권장하며, 강한 형광색은 사용할 수 없습니다.

4) 버튼으로 오인될 수 있는 도형 또는 화살표는 사용할 수 없습니다.



5) 분할 이미지는 사용할 수 없습니다.

Good Case (O) 단일 이미지

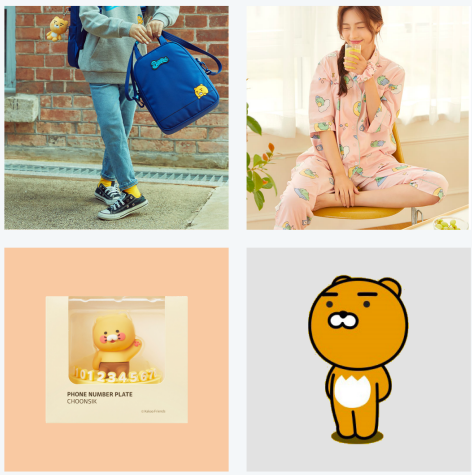


Bad Case (X) 분할 이미지 불가

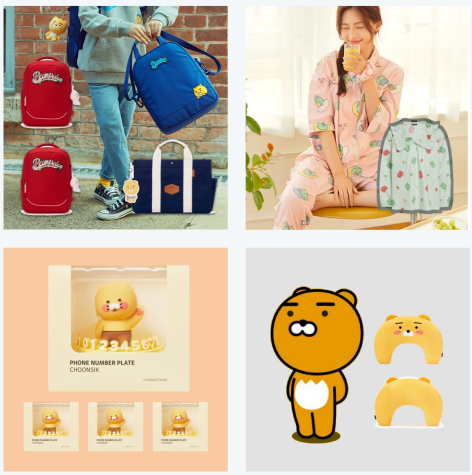


6) 3개 이상의 오브젝트 합성하거나 상품 모델과 상품을 합성하여 사용할 수 없습니다.

Good Case (O) 단일 이미지



Bad Case (X) 합성 이미지 불가



7) 이미지 내 강조 효과나 이미지 내 외곽테두리 삽입할 수 없습니다.

ㄴ조명효과(하이라이트), 그림자, 외곽선, 도형 등을 이용한 강조효과 사용 불가
ㄴ특정 부위를 강조, 확대하는 표현 불가

Good Case (O) 외곽테두리 사용 없음



Bad Case (X) 외곽테두리 삽입 불가

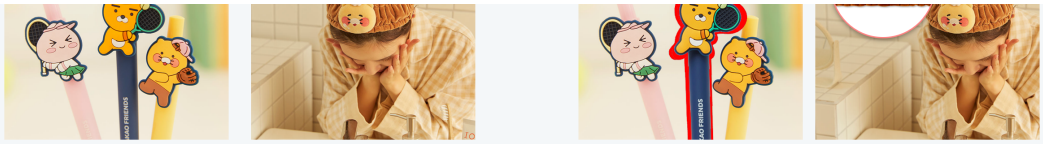


Good Case (O) 강조효과 사용 없음



Bad Case (X) 강조효과 사용 불가





8) 일상 생활 사진 등의 퀄리티가 낮은 이미지는 사용할 수 없습니다

9) 이미지는 모두 컬러로 채워져 있어야 하며, 이미지 내 투명을 포함할 수 없습니다.

10) 톡 알림, 말풍선 등이 연상되는 이미지는 사용할 수 없습니다.

행동유도버튼

1. 행동유도버튼은 랜딩 유형에 따라 가이드 된 버튼으로 알맞게 설정해야 합니다.
2. **카카오서비스로 랜딩이 되는 경우에 확장요소의 첫번째 이미지 행동유도버튼은 비즈솔루션 배지와 일치해야 합니다.**
3. 애드뷰 랜딩이 되는 경우에 행동유도버튼은 애드뷰 노란버튼과 일치해야 합니다.
4. 광고주 사이트 랜딩을 하는 경우에는 [자세히보기] 행동유도버튼만 설정할 수 있습니다.

행동유도버튼	비즈솔루션 배지	랜딩유형
자세히보기	-	직랜딩 > 광고주 사
자세히보기	더보기	직랜딩, 애드뷰 > 카 포스트
구매하기	구매하기	직랜딩 > 카카오페이 직랜딩, 애드뷰 > 톡 커스
상품구독하기	상품구독	직랜딩, 애드뷰 > 상 세페이지
선물하기	선물하기	직랜딩, 애드뷰 > 선 페이지
원클릭 결제하기	원클릭결제	애드뷰 > 톡스토어 클릭 결제
LIVE보기	LIVE보기	직랜딩, 애드뷰 > 카 이브 전용 URL로 인
이모티콘 받기	이모티콘	직랜딩, 애드뷰 > 브 콘 상세페이지
주문하기	주문하기	직랜딩, 애드뷰 > 카 하기 상세페이지
채널추가하기	채널추가	직랜딩, 애드뷰 > 카 홈 및 채널추가 팝업

톡에서 설문하기/톡에서 시승하기 톡에서 예약하기/톡에서 응모하기 톡에서 참여하기	설문하기/시승하기 예약하기/응모하기 참여하기	직랜딩, 애드뷰 > 비
톡에서 회원가입	회원가입	애드뷰 > 카카오 싱
톡으로 공유하기	공유하기	애드뷰 > '톡으로 공
톡으로 문의하기	문의하기	직랜딩, 애드뷰 > 챗
톡캘린더 저장하기	톡캘린더	직랜딩, 애드뷰 > 톡 안내

2-8.Good case / Bad case

제작가이드 필수사항

카피

심사보류 Case

향기로운 여름은 비욘드와 함께
비 욘 드 로 즈 실 크 런 칭



(X) 폰트 사이즈, 자간을 변경하는 경우

감사의달, 제이에스티나 브랜드전
단 3일, 본사직영 최대 할인!



(X) 지정된 폰트가 아닌 폰트를 사용한 경우

특별구성
정관장 할인



(X) 카피 최소길이 가이드 미준수

농심 인기 라면 할인



(X) 카피 한줄 최소 길이 가이드 미준수

늦은 밤 야식, 안주야 무배특가와 함께하세요!
청정원 논현동 포차 안주야 3팩 15,900원으로 만나보세요



(X) 카피와 오브젝트 겹침불가

매일유업 1day 초특가 이벤트
매일매일 건간한 하루, 맛있는 하루



(X) 폰트 위치를 임의로 변경한 경우

매일유업으로 맛있는 하루 챙기기
오늘 하루, 초특가 구매 찬스



(X) 임의의 정렬 사용 불가

여름 휴가는 샤오미와 함께
미리 준비하는 여름휴가 필수 아이템



(X) 자판 외 특수문자 및 이모티콘 적용 불가

[알림] 내 보험료 메시지 확인(1)
#초간편 조회 #맞춤보험료 #10초계산



(X) 톡, 메일, 공지 등의 톡 사용성을 저해하는 후킹성 카피를 사용한 경우

Good Case

향기로운 여름은 비욘드와 함께
비욘드 로즈실크 런칭



- 폰트 사이즈 자간 가이드 준수

감사의달, 제이에스티나 브랜드전
단 3일, 본사직영 최대 할인!



- 지정된 폰트만 사용 가능

감사한 분에게 드리는 특별구성
예쁘게 포장된 정관장 할인



- 메인과 서브카피 둘 중 하나라도 카피 최소길이 가이드 준수

농심 베스트 인기 라면 가격 할인



- 카피 한줄 최소 길이 가이드 준수

늦은 밤 야식, 안주야 무배특가!
청정원 안주야 3팩 15,900원



- 카피와 오브젝트 겹치지 않게 제작

매일매일 건간한 하루, 맛있는 하루
매일유업 1day 초특가 이벤트



- 제공한 PSD파일에 있는 폰트 위치에 맞춰서 제작

매일유업으로 맛있는 하루 챙기기
오늘 하루, 초특가 구매 찬스



- 제공한 PSD파일에 있는 정렬만 사용 가능

여름 휴가는 샤오미와 함께
미리 준비하는 여름휴가 필수 아이템



- 자판 외 특수문자 및 이모티콘 사용하지 않고 제작

나만의 맞춤 보험료 간단확인
#초간편 조회 #맞춤보험료 #10초계산



- 후킹성 카피를 사용하지 않고 제작

오브젝트

심사보류 Case

나만 몰랐어, 기초유목민 정착템

Good Case

나만 몰랐어, 기초유목민 정착템



(X) 임의의 BG컬러가 적용된 경우

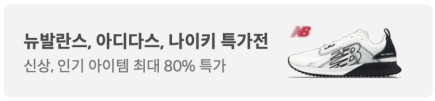
- 배경이 투명한 이미지로 제작 필수 (배경은 시스템에서 적용됩니다.)



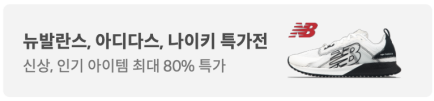
(X) 광고주체 표기가 안되서 무슨 광고인지 모르는 경우



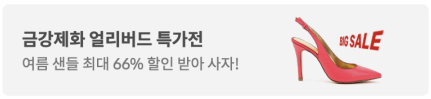
- 카피나 오브젝트에 광고주체 표기



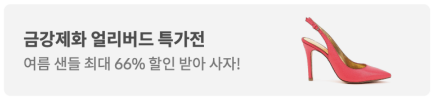
(X) 가독성이 떨어지는 경우



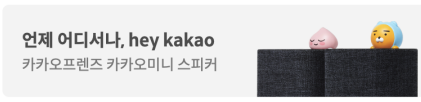
- 광고주체를 표기할 경우 가독성 있는 사이즈로 제작



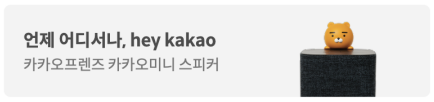
(X) 오브젝트에 임의의 텍스트가 삽입된 경우



- 오브젝트에 텍스트 노출 불가 가이드 준수



(X) 오브젝트 영역을 준수하지 않은 경우



- 오브젝트 영역 (315X222px)을 준수하여 제작



(X) 오브젝트의 주요 요소가 잘린 경우



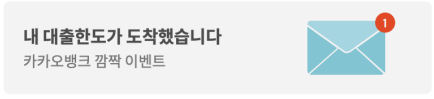
- 오브젝트 주요 요소는 잘림 없이 제작



(X) 할인율 등의 뱃지 요소가 적용된 경우



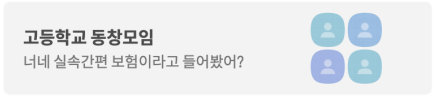
- 할인율 등의 뱃지 정보는 카피에 적용



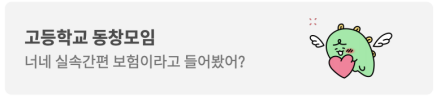
(X) 톡 알림을 연상시키는 배지를 사용한 경우



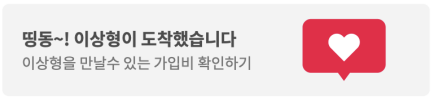
- 톡 알림을 연상시키는 배지 없이 오브젝트 제작



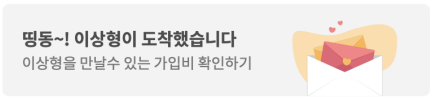
(X) 프로필 아이콘이 연상되는 형태를 사용한 경우



- 프로필 아이콘 형태를 사용하지 않고 제작



(X) 타 서비스에서 사용되는 알림 형태를 사용한 경우



- 타 서비스 알림 형태를 사용하지 않고 제작



(X) UI 요소로 착각될 수 있는 버튼 형태를 사용한 경우



- 버튼 형태를 사용하지 않고 제작



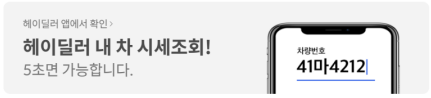
(X) 말풍선 형태를 사용한 경우



- 말풍선 형태를 사용하지 않고 제작

앱다운로드

심사보류 Case

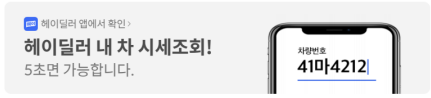


(X) 앱다운로드 표기 영역에 앱 아이콘 미노출



(X) 앱다운로드 표기 영역에 '앱' 글자 미노출

Good Case



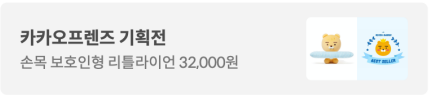
- 앱 아이콘 노출 가이드 준수하여 제작



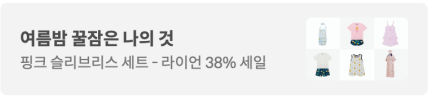
- 앱다운로드 표기 영역 가이드 준수하여 제작

썸네일

심사보류 Case



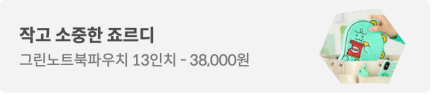
(X) 썸네일 안에 텍스트를 사용한 경우



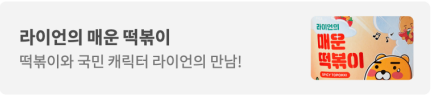
(X) 분할 및 복잡한 이미지를 사용한 경우



(X) 액션 메타포를 사용한 경우(동영상, 버튼, 공유하기 등)



(X) 썸네일 프레임을 변형한 경우

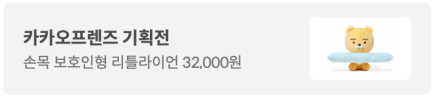


(X) 제품내 텍스트를 부각해서 사용한 경우

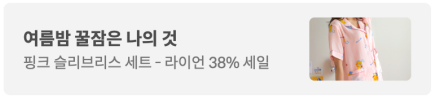


(X) 비즈보드 회색 배경과 유사한 컬러를 사용한 경우

Good Case



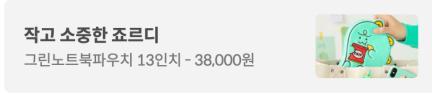
- 텍스트 없는 이미지 사용



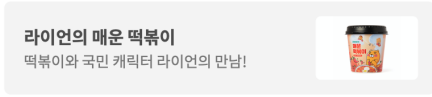
- 분할 없는 이미지 사용



- 액션 메타포 없이 이미지만 사용



- 썸네일 프레임 변형없이 이미지 사용



- 제품내 텍스트를 부각하지 않고 이미지 사용



- 비즈보드 회색 배경과 겹치지 않는 이미지 사용

썸네일(멀티형)

심사보류 Case

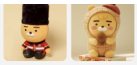
Good Case

에디션 소프트토이_라이언
런던 에디션 소프트 토이를 만나보세요



(X) 동일한 이미지를 중복으로 사용한 경우

에디션 소프트토이_라이언
런던 에디션 소프트 토이를 만나보세요



• 각 이미지 영역에 다른 이미지를 사용하여 제작

곰돌이 수면 원피스_라이언
으실으실 찬 바람! 역시 집 밖은 위험해!



(X) 이미지 영역에 이벤트 및 쿠폰 이미지를 사용한 경우

곰돌이 수면 원피스_라이언
으실으실 찬 바람! 역시 집 밖은 위험해!



• 이벤트 및 쿠폰 이미지를 사용하지 않고 제작

집업 후디_아이앱 스튜디오
NINIZ 힙스터 대세들의 만남



(X) 이미지 영역에 앱 아이콘 및 로고를 사용한 경우

집업 후디_아이앱 스튜디오
NINIZ 힙스터 대세들의 만남



• 앱 아이콘 및 로고를 사용하지 않고 제작

마스킹

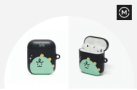
심사보류 Case

후회없는 쇼핑 카카오페이
페이카드2로 결제하면 20% 캐시백



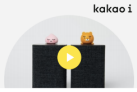
(X) 마스킹 영역안에 텍스트를 사용한 경우

내 에어팟을 지켜줄 죠르디
블랙에어팟케이스 13,000원



(X) 분할 및 복잡한 이미지를 사용한 경우

9월, 카카오프렌즈 기획전
블루투스 스피커 카카오미니C (4종류)



(X) 액션 메타포를 사용한 경우(동영상, 버튼, 공유하기 등)

여름밤, 작고 소중한 라이언
카카오프렌즈에서 함께하는 랜선파티



(X) 썸네일 프레임을 변형한 경우

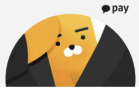
웹 소설 '달빛조각사' 웹툰공개
카카오페이지에서 무료 감상하기



(X) 광고주체(로고)와 이미지가 겹친 경우

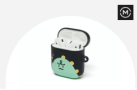
Good Case

후회없는 쇼핑 카카오페이
페이카드2로 결제하면 20% 캐시백



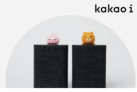
• 텍스트 없는 이미지 사용

내 에어팟을 지켜줄 죠르디
블랙에어팟케이스 13,000원



• 분할 없는 이미지 사용

9월, 카카오프렌즈 기획전
블루투스 스피커 카카오미니C (4종류)



• 액션 메타포 없이 이미지만 사용

여름밤, 작고 소중한 라이언
카카오프렌즈에서 함께하는 랜선파티



• 썸네일 프레임 변형없이 이미지 사용

웹 소설 '달빛조각사' 웹툰공개
카카오페이지에서 무료 감상하기



• 광고주체(로고)가 이미지와 겹치지 않게 적용

권고사항

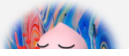
권고사항 Case

미리 준비하는 2019 여름!
ABC마트 여름 샌들 특별 할인 이벤트



! 오브젝트 최소 너비 가이드 준수하지 않은 경우

앙증 폭발! 카카오프렌즈



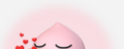
Good Case

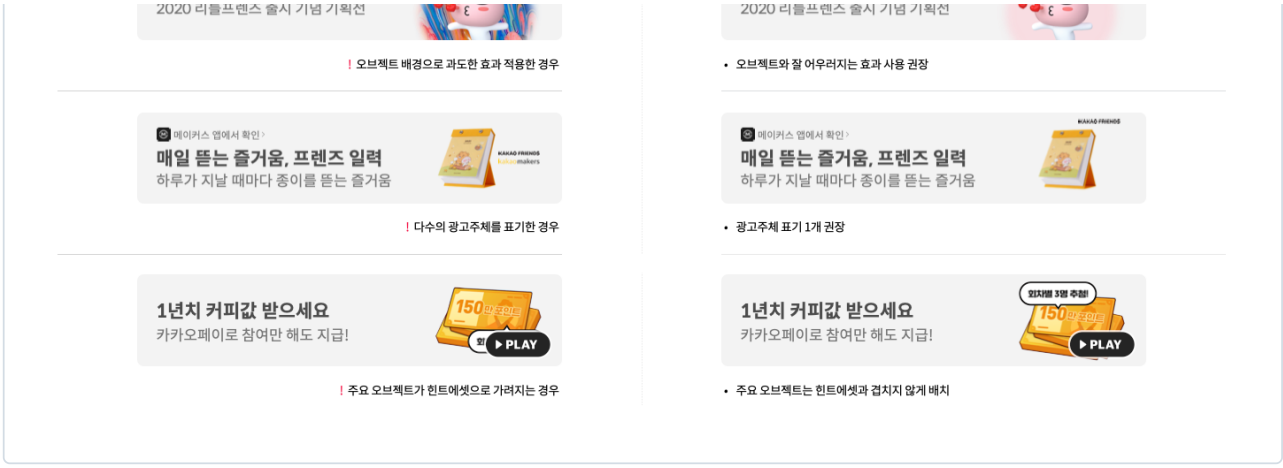
미리 준비하는 2019 여름!
ABC마트 여름 샌들 특별 할인 이벤트



• 오브젝트 최소 너비 가이드 준수

앙증 폭발! 카카오프렌즈

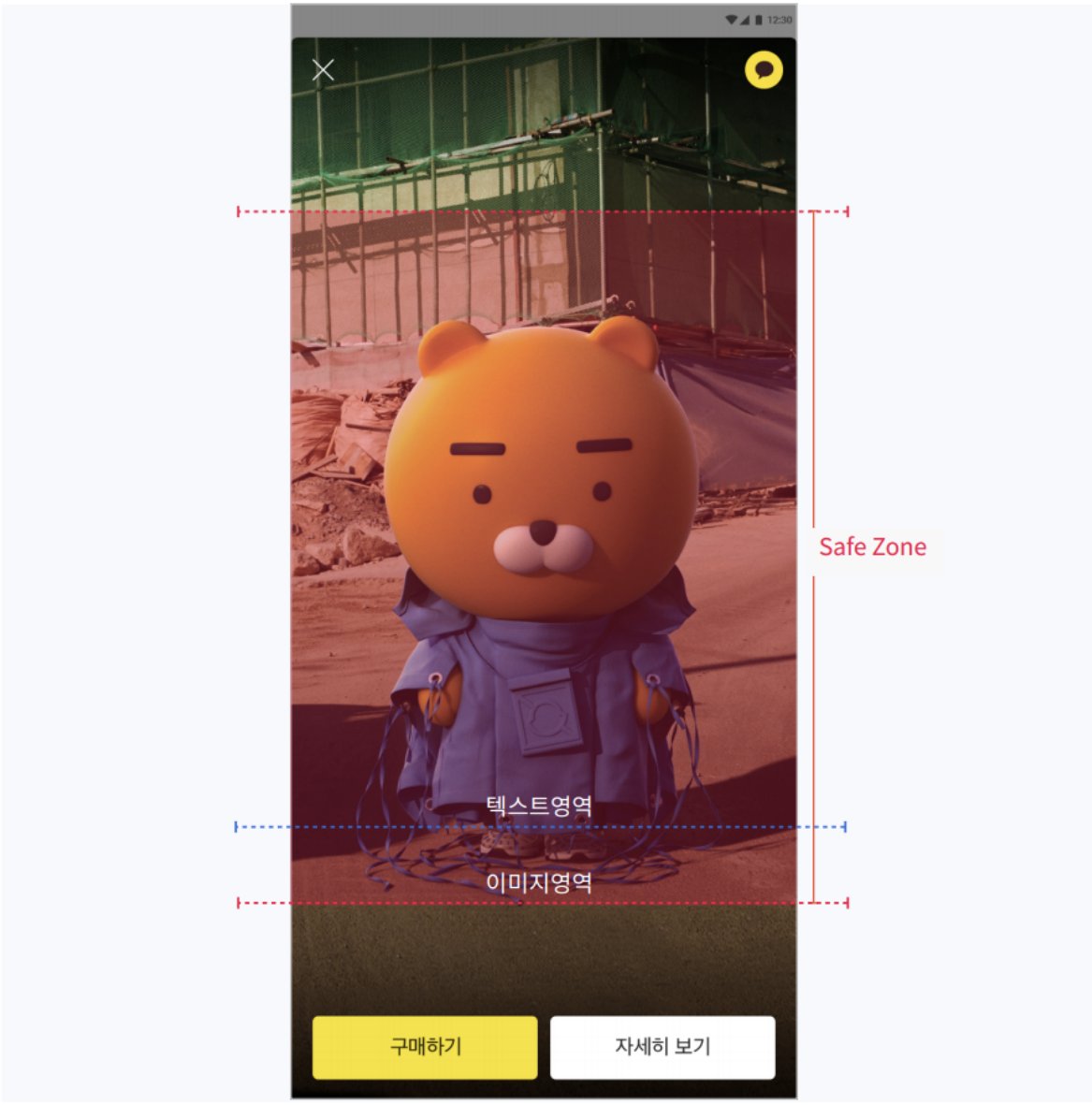




3. 애드뷰 가이드

3-1. 풀뷰 가이드

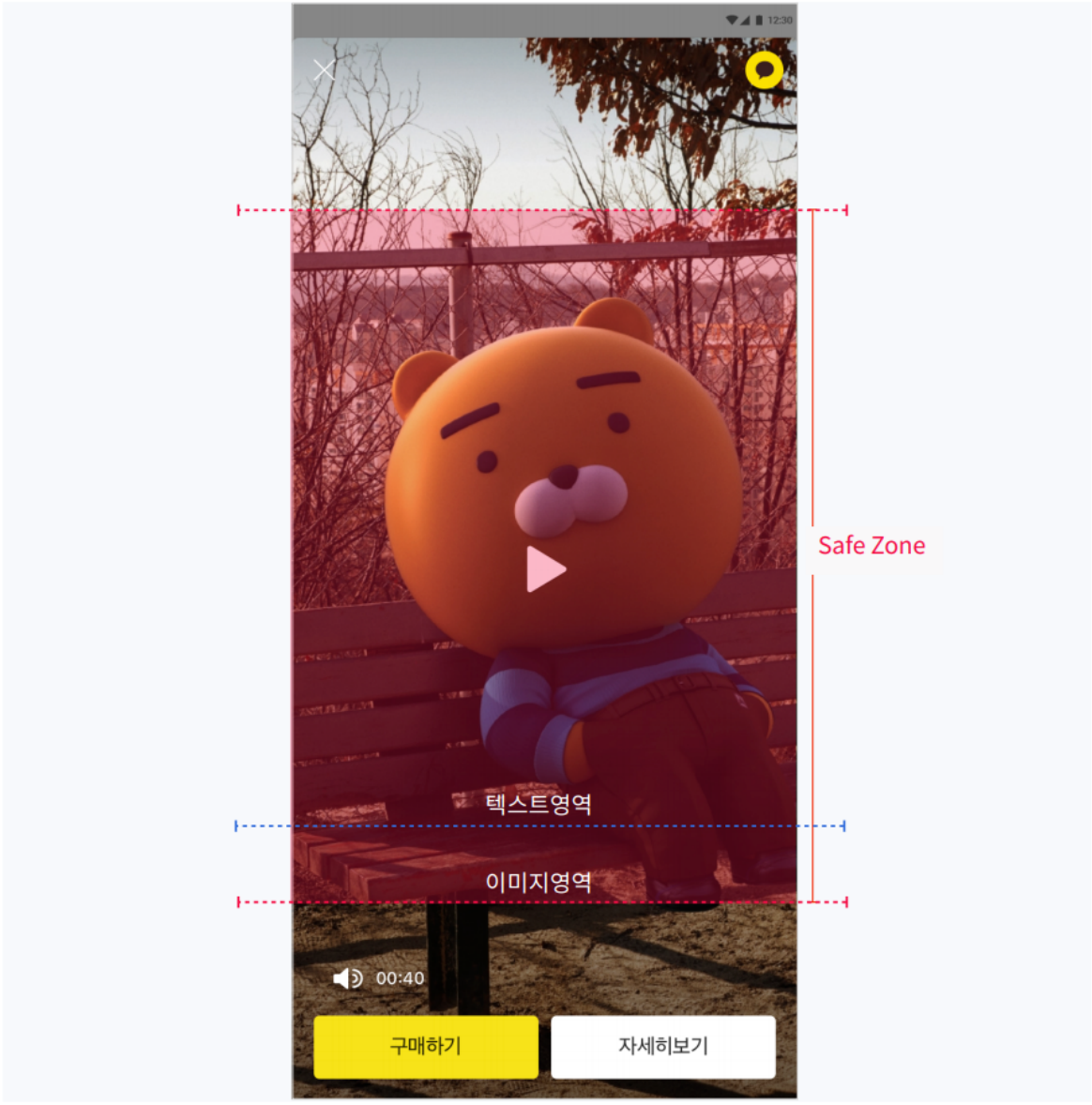
이미지



구분	상세 안내
이미지 포맷	• 사이즈 : 720x1560(px) ㄴ 해상도에 따라 스크롤 없이 이미지 : • 파일 형식 : PNG,JPG,JPEG • 파일 용량 : 400KB 이하
Safe Zone	• 이미지 영역 : 720x1000px • 텍스트 영역 : 720x900px ㄴ 주요소재는 Safe Zone 안으로 위치 ㄴ PSD 템플릿 참고
이미지	• **고화질 이미지로 영역 내 자유 구성** • **이미지 내 버튼 삽입 불가** • 초상권, 저작권, 상표권 등 타인의 권 는 이미지 사용 불가

	• 선정성, 폭력성, 혐오감이 있는 이미지 • 배경 전체를 채우는 강한 형광색 이미 • 이미지 외곽에 테두리 적용 불가

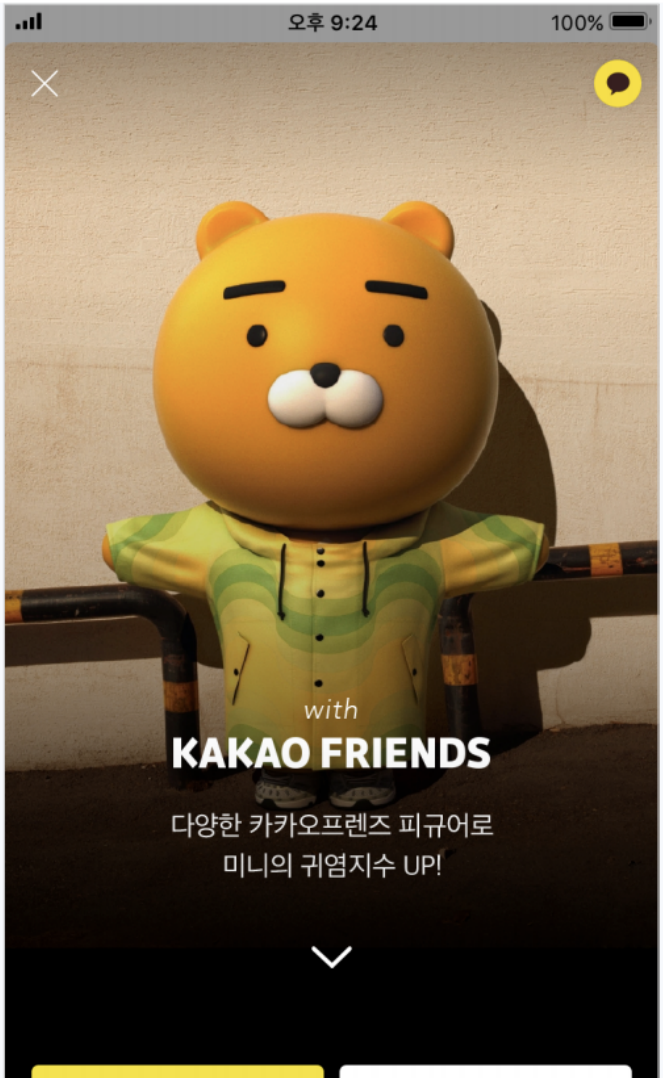
동영상



구분	상세 안내
동영상 포맷	• 사이즈 : 720x1560(px)이상의 6:13 비 • 파일 형식 : AVI, FLV, MP4 권장 • 파일 용량 : 1GB 이하
영상	• **사운드가 있는 영상 권장** ㄴ 사운드가 없을 경우 영상 내 안내 문 ㄴ 예) 소리가 없는 동영상입니다. • 플레이타임을 늘리기 위해 동일한 영 생하는 경우 불가

	• ㄴ텍스트, 영상을 분할 사용하여 30초로
구분	상세 안내
동영상 썸네일 포맷	• 720x1560(px)이상의 6:13 비율 ㄴ 해상도에 따라 스크롤 없이 이미지 • 파일 형식 : PNG,JPG,JPEG • 파일 용량 : 400KB 이하
Safe Zone	• 이미지 영역 : 720x1000px • 텍스트 영역 : 720x900px ㄴ 주요 소재는 Safe Zone 안으로 위치 ㄴ PSD 템플릿 참고
이미지	**• 초상권, 저작권, 상표권 등 타인의 권리는 이미지 사용 불가** **• 선정성, 폭력성, 혐오감이 있는 이미지** **• 화질이 낮은 저해상도 이미지 사용 불**

스크롤





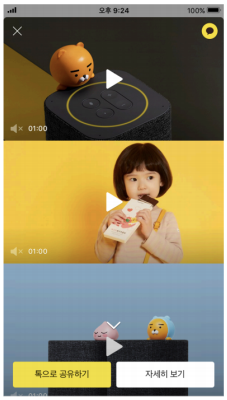
구분	상세 안내
이미지 포맷	• 사이즈 : 720x360~7800(px) • 파일 형식 : PNG,JPG,JPEG • 파일 용량 : 400KB 이하
동영상 포	• 사이즈 : 가로720(px)이상의 (6:13| 9 비율) • 파일 형식 : AVI, FLV, MP4 권장 • 파일 용량 : 1GB 이하
동영상 썸네일 포맷	• 사이즈 : 가로720(px)이상의 (6:13| 9 비율) • 영상 비율에 따라 아래와 같이 적용 ㄴ 720x1560px(6:13), 720x1280px(9:1 720x720px(1:1), 1280x720px(16:9) • 파일 형식 : PNG,JPG,JPEG • 파일 용량 : 400KB 이하
등록가능 갯수	• 최대 10개 (동영상은 최대 5개) • 최소 세로 길이의 합이 3120px이상 (기준) • 스크롤형의 마지막 콘텐츠로 동영상
이미지/동영	• 풀뷰 이미지/동영상 가이드와 동일

풀뷰 스크롤형 권고사항

가이드를 준수하지 않은 애드뷰는 노출이 불가할 수 있고 가이드 준수 시 광고 효과를 높일 수 있습니다.

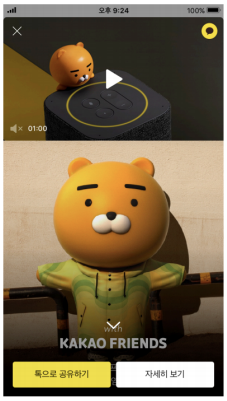
동영상 노출

Bad Case



한 화면에 동영상 2개 이상 배치한 경우 동영상들이 서로 충돌할 수 있습니다.

Good Case



한 화면에 노출되는 동영상은 가급적 1개로 배치해서 제작합니다.

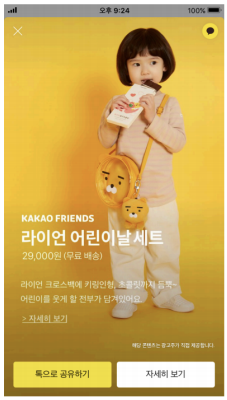
전상법문구 노출

Bad Case



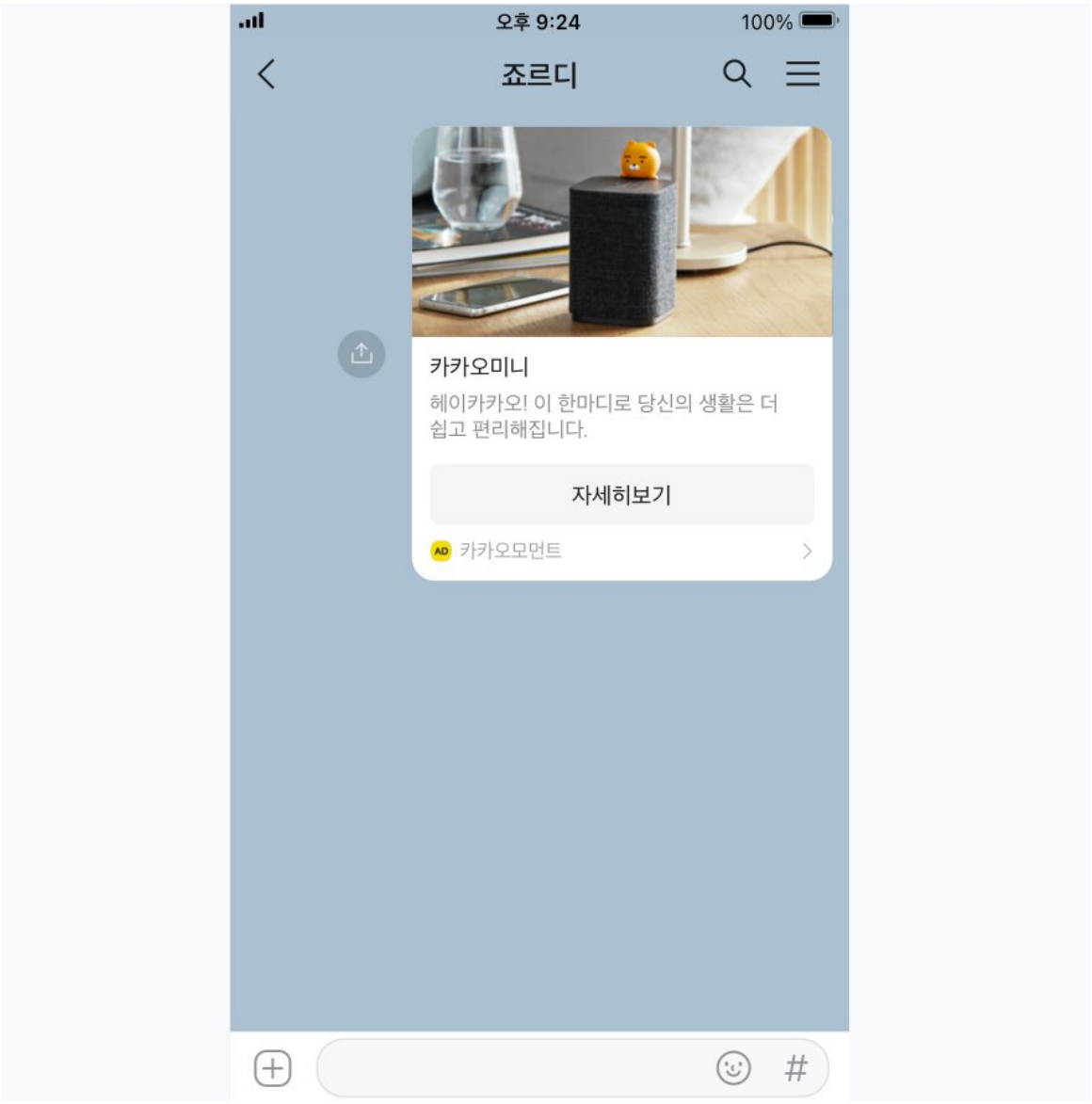
마지막 이미지/동영상 우하단에 요소가 많은 경우 전상법문구와 겹쳐서 내용전달이 어려울 수 있습니다.

Good Case



한 화면에 노출되는 동영상은 가급적 1개로 배치해서 제작합니다.

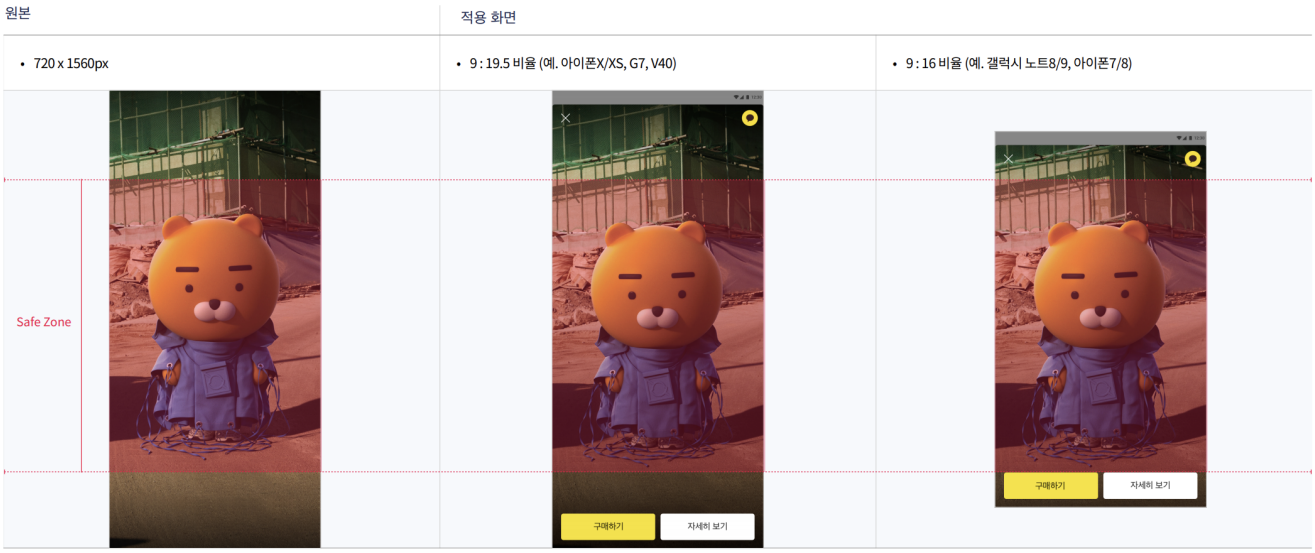
(공통) 공유 말풍선



구분	상세 안내
공유 말풍	• 애드뷰를 공유했을 때 발송되는 메시 • 사이 : 1280x720px • 파일 형식 : PNG, JPG, JPEG • 브랜드명 : 최대15자 • 타이틀 : 최대45자

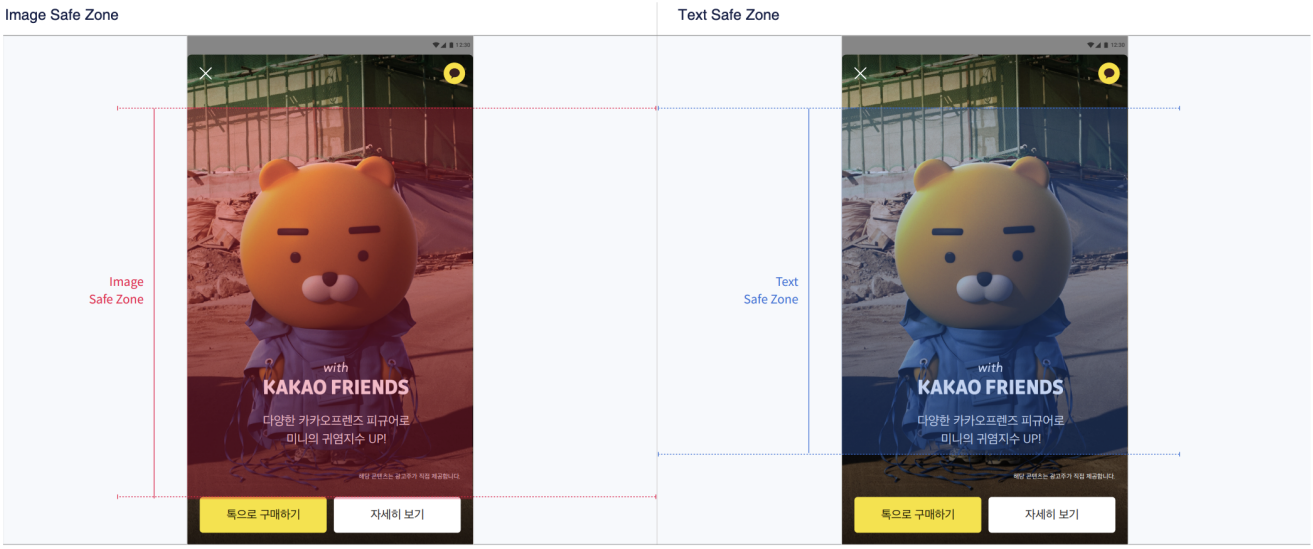
> **풀뷰 노출화면 예시**

디바이스 해상도 비율에 맞춰 원본 이미지 중앙 영역을 기준으로 크롭되어 노출되는 구조입니다.
해상도에 따라 원본 이미지 중앙의 Safe Zone을 제외한 상하 영역은 잘려서 노출될 수 있으니 유의하여 이미지 제작 바랍니다.



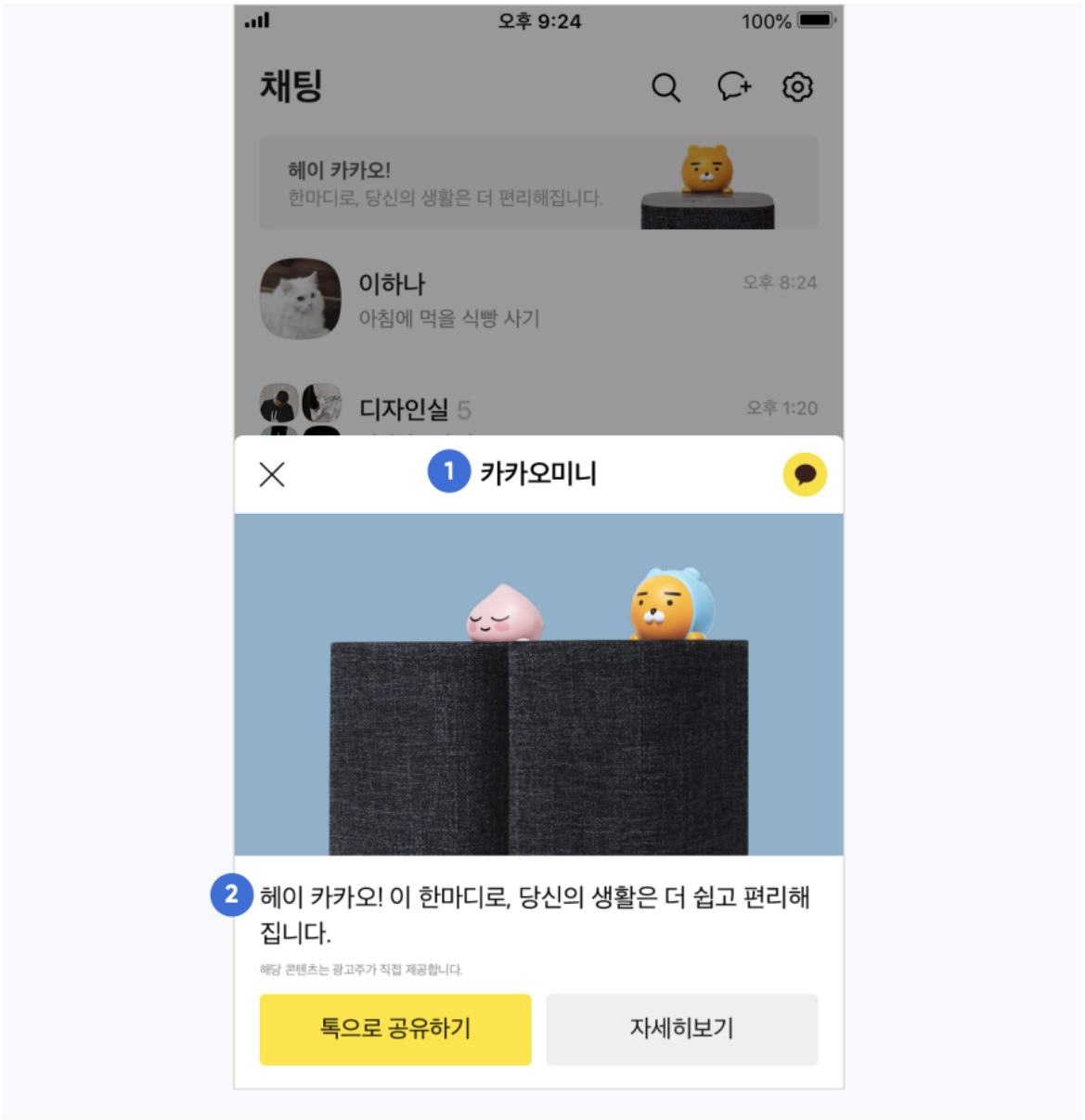
Safe Zone 가이드

Safe zone은 이미지영역과 텍스트영역으로 구성되어 있습니다.
풀뷰 이미지는 디바이스 해상도 비율에 맞춰 중앙 크롭되어 노출되는 구조라서 주요 이미지는 이미지영역 안에 위치해야 하고 카피나 텍스트이미지는 텍스트영역 안에 있어야 겹침 없이 노출됩니다.



3-2. 콤팩트뷰 가이드

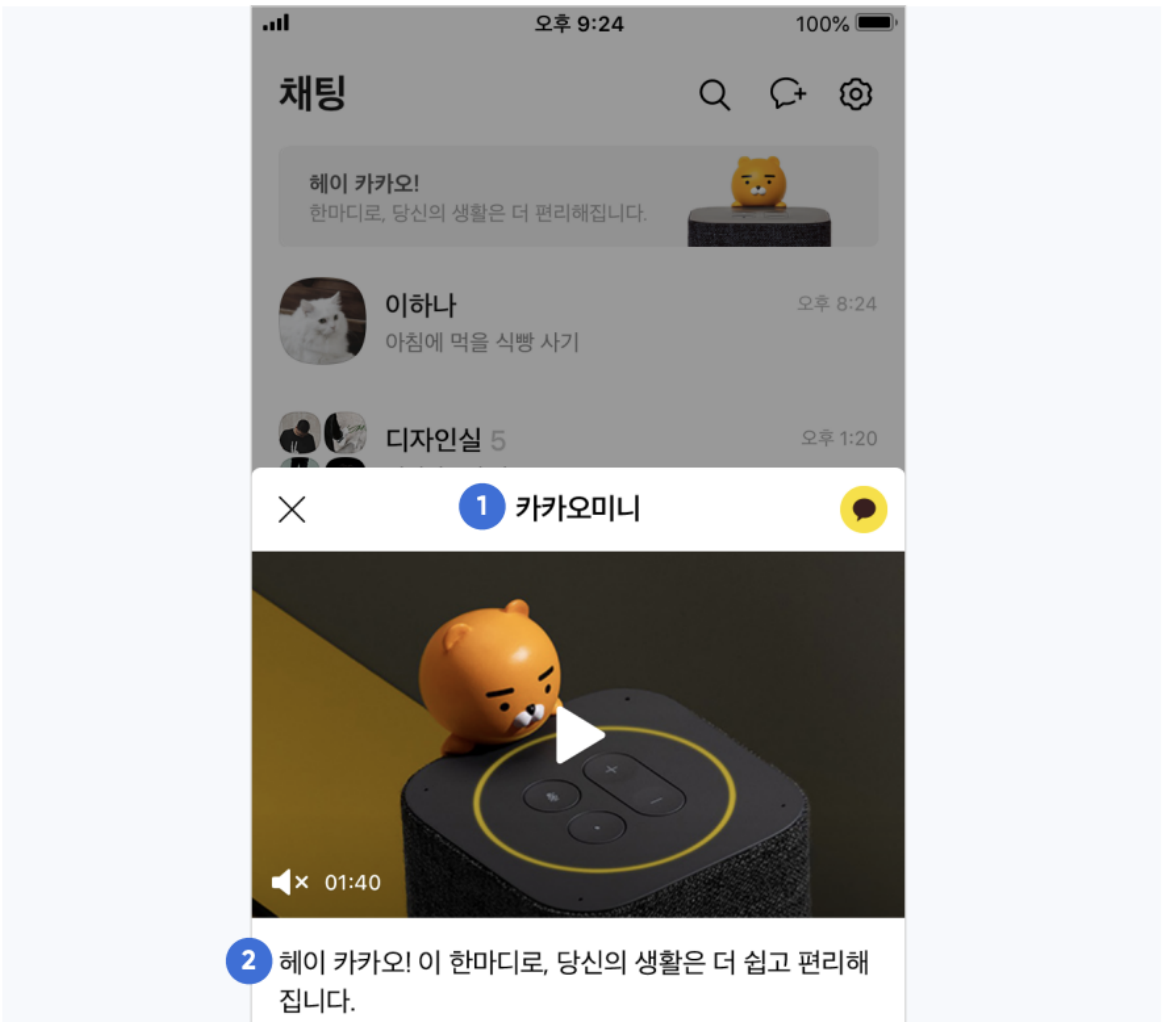
이미지

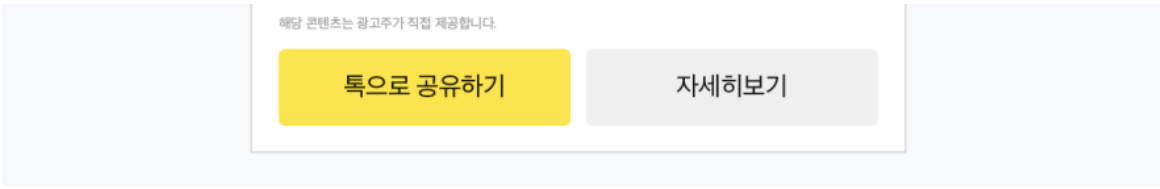


구분	상세 안내
이미지 포맷	• 사이즈 : 1280x720(px) • 파일 형식 : PNG,JPG,JPEG • 파일 용량 : 400KB 이하
이미지 공통	• 고화질 이미지로 영역 내 자유 구성 • CI, BI, 이벤트/캠페인 로고 포함 가능 • 이미지 내 버튼 혹은 버튼으로 오인될 불가 • 초상권, 저작권, 상표권 등 타인의 권 는 이미지 사용 불가 • 선정성, 폭력성, 혐오감이 있는 이미지 • 배경 전체를 채우는 강한 형광색 이미 • 이미지 외곽에 테두리 적용 불가

구분	상세 안내
1.브랜드명	• 최대 15자 ㄴ **브랜드명으로 구성** ㄴ **캠페인명 혹은 이벤트명 기재 불가** ㄴ 영업망, 지점 등에서 광고를 진행하· 명을 단독으로 사용불가
2.타이틀	• 최대45자 ㄴ 전화번호, 주소, 이메일, 아이디 등으 기재 불가 ㄴ 이용자 유인을 위한 지나치게 자극적 재 불가
텍스트 공통	• 한글, 영문, 숫자, 특수문자, 공백포함 • **자판 외 특수기호 및 이모티콘 사용 불** ㄴ 예)^^/:D/★/ • 브랜드명과 타이틀은 동일 문구로 기 ㄴ 예) 브랜드명 : 카카오미니 / 타이틀

동영상



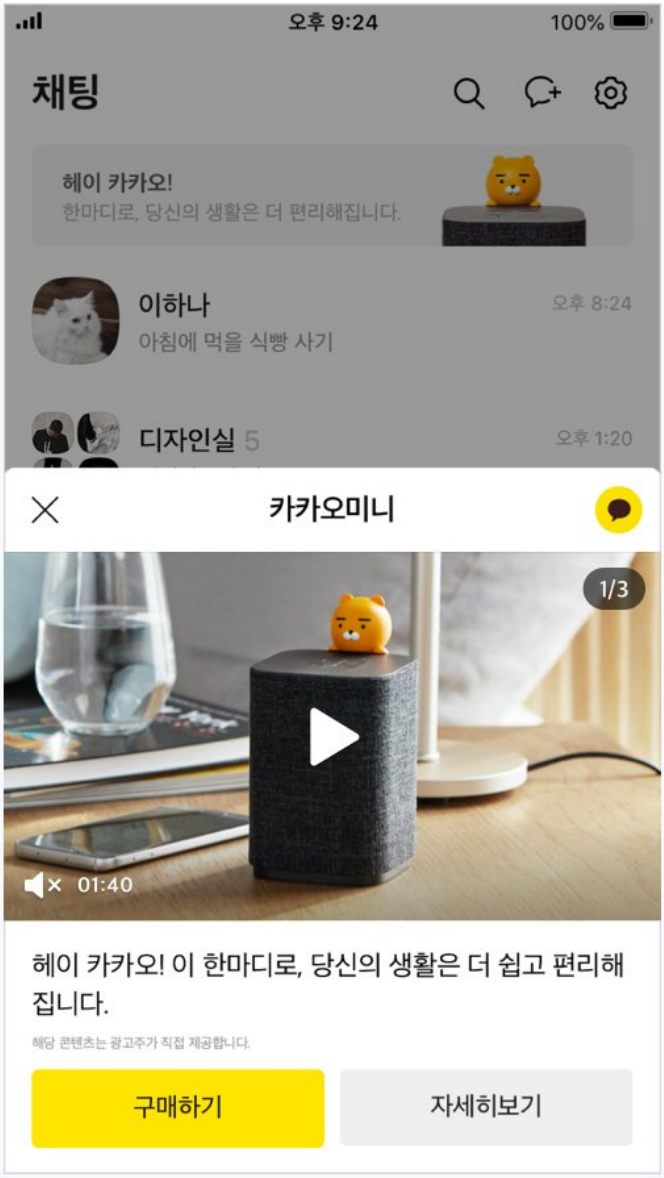


구분	상세 안내
동영상 포맷	• 사이즈 : 1280x720(px) 이상의 16:9 비 • 파일 형식 : AVI, FLV, MP4 권장 • 파일 용량 : 1GB 이하
영상	• **사운드가 있는 영상 권장** ㄴ 사운드가 없을 경우 영상 내 안내 문 ㄴ 예) 소리가 없는 동영상입니다. • 플레이타임을 늘리기 위해 동일한 영 생하는 경우 불가 ㄴ 15초 영상을 반복 사용하여 30초로 • 텍스트, 스틸컷 등의 비중이 높은 영상

구분	상세 안내
동영상 썸네일 포맷 (선택)	• 사이즈 : 1280x720(px) 이상의 16:9 비 • 파일 형식 : PNG, JPG, JPEG • 파일 용량 : 400KB 이하
이미지	• **초상권, 저작권, 상표권 등 타인의 권** **는 이미지 사용 불가** • **선정성, 폭력성, 혐오감이 있는 이미지** • **화질이 낮은 저해상도 이미지 사용 불**

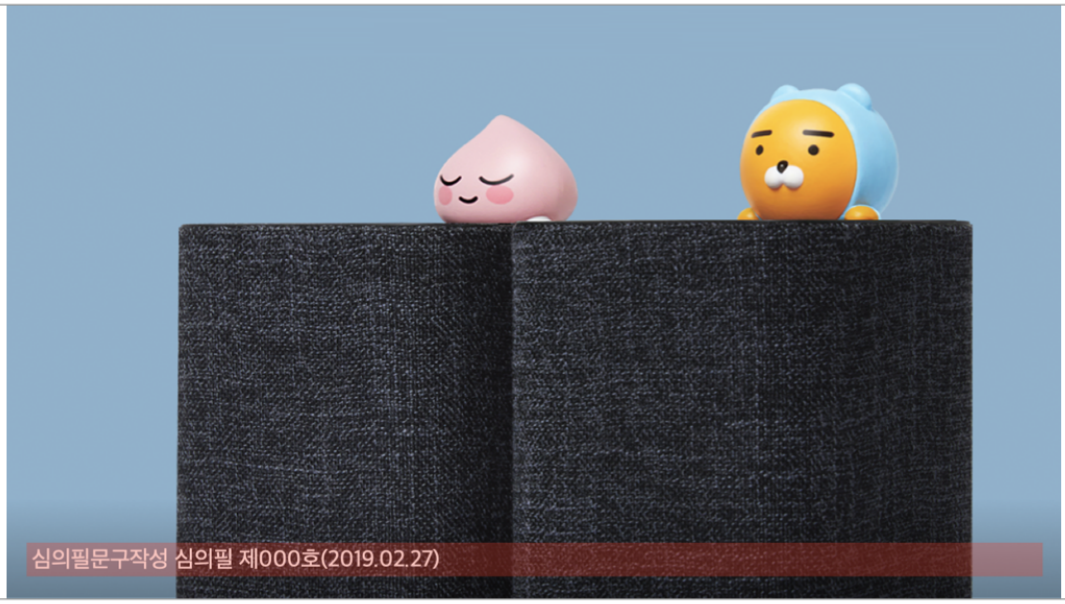
구분	상세 안내
1.브랜드명	• 최대 15자 ㄴ 브랜드명으로 구성 ㄴ 캠페인명 혹은 이벤트명 기재 불가 ㄴ 영업망, 지점 등에서 광고를 진행하 명을 단독으로 사용불가
2.타이틀	• 최대45자 ㄴ 전화번호, 주소, 이메일, 아이디 등의 기재 불가 ㄴ 이용자 유인을 위한 지나치게 자극적 재 불가
텍스트 공통	• 한글, 영문, 숫자, 특수문자, 공백포함 • 자판 외 특수기호 및 이모티콘 사용 불 ㄴ예)^^/:D/★/ • 브랜드명과 타이틀은 동일 문구로 기 ㄴ예) 브랜드명 : 카카오미니 / 타이틀 :

캐러셀



구분	상세 안내
이미	• 콤팩트뷰 이미지 가이드와 동일
동영상	• 콤팩드뷰 동영상 가이드와 동일
등록가능 갯수	• 이미지, 동영상 혼합 최소 3~5장 구성 상은 최대 3개 등록 가능)

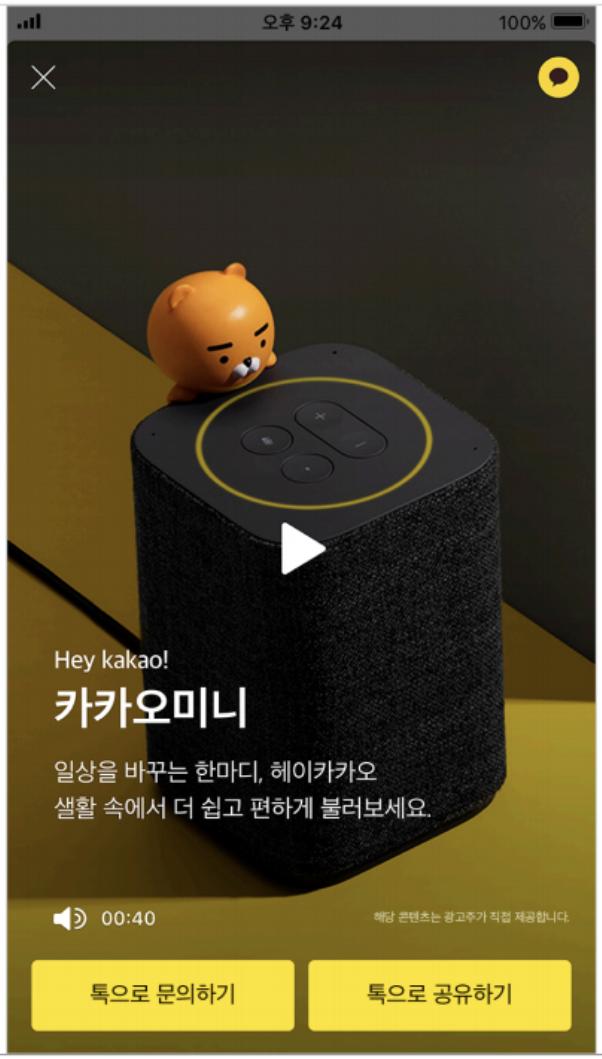
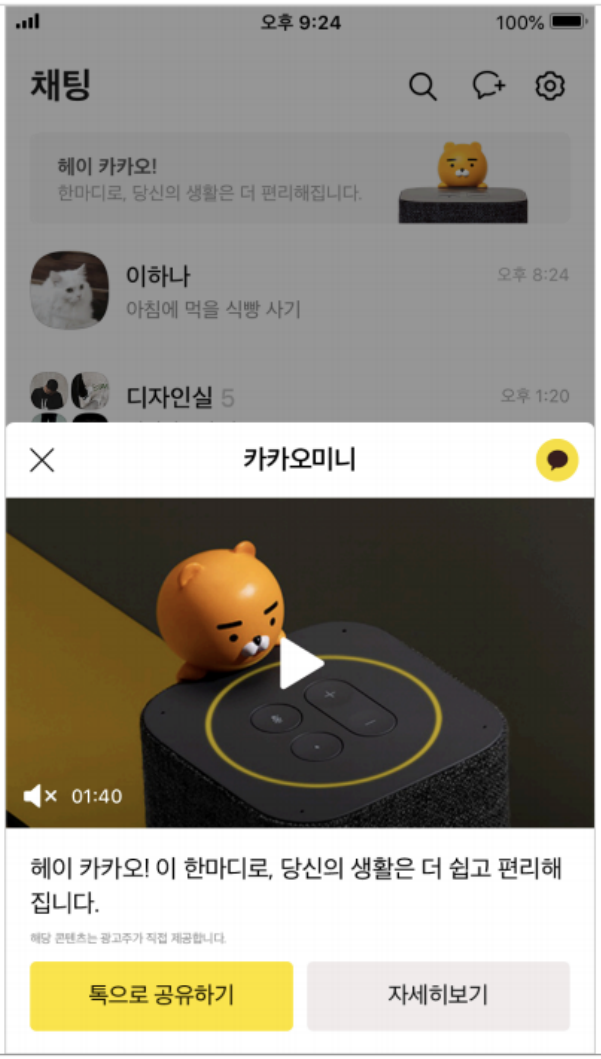
> **심의필 가이드**



구분	상세안내
심의필	• 제공된 PSD템플릿에서 심의필 문구만 변경 가능 ㄴ 폰트 : Spoqa Han Sans Regular ㄴ 스타일 : 28pt / #ffffff / 100% / Crisp (뚜렷하게) ㄴPSD템플릿 내 Textbg 필수 적용 • **텍스트 사이즈 및 스타일 변경 불가** • 심의필 문구, 이미지 출처, 카피라이트 적용

3-3. 애드뷰 버튼 선택 가이드

> 애드뷰의 버튼은 카카오서비스 연결버튼과 광고주페이지 연결버튼을 조합하여 구성 가능합니다.

타입1	타입 2
카카오 서비스 버튼 2개 구성	카카오 서비스 버튼 1개 + 광고주 페이지 연결버튼 1개 구성
	

카카오 서비스 연결버튼

톡으로 공유하기	채널 추가하기	이모티콘 받기
구매하기	선물하기	톡으로 문의하기
원클릭 결제하기	톡에서 회원가입	톡에서 설문하기
톡캘린더 저장하기	톡에서 응모하기	톡에서 참여하기
톡에서 예약하기	톡에서 시승신청	LIVE보기
주문하기	상품구독하기	자세히보기

광고주 페이지 연결버튼 (위치 오른쪽 필수)

자세히보기	신청하러가기	참여하러가기
가입하러가기	예약하러가기	앱다운로드
구매하러가기	예매하러가기	영상보러가기
게임하러가기	사전예약하기	

4. 랜딩페이지 가이드

4-1. 배너 랜딩 가이드

랜딩페이지 유형	특징	랜딩페이지 가이드
챗봇	• 챗봇 설정된 광고주 카카오톡 채널 채팅방에 접속 ㄴ 셋팅한 키워드 메시지 노출 ㄴ 해당 채팅방에 최초 접속일 경우 챗봇 웰컴메시지도 노출	• 카카오톡 채널ID (카카오모먼트에서 광고계정 내 카카오톡 채널 선택) • 키워드 (셋팅단계에서 직접 입력) ㄴ 50자 이내 (한글, 영어, 숫자, 띄어쓰기 포함 특수문자는 !?만 허용)
애드뷰	• 채팅탭에서 별도 브릿지페이지 노출 ㄴ 애드뷰 내 액션 유도 버튼 노출	• 제작가이드 > 3.애드뷰 가이드 참고
URL	• 광고주 권한의 공식페이지의 URL 연결	• 광고주 사이트 URL 입력 • 메이커스, 톡스토어, 선물하기 입점 상품 구매페이지 URL 입력 가능 ㄴ 선물하기 랜딩 등록시 'https://gift-talk.kakao.com/appredirect?to= 이 포함된 인코딩 한 URL 사용
채널웹뷰	• 카카오톡 채널 채팅방 내 웹뷰 노출 ㄴ 웹뷰 닫을시, 카카오톡 채널 채팅방 내에서 종료	• 카카오톡 채널ID (카카오모먼트에서 광고계정 내 카카오톡 채널 선택) • 해당 카카오톡 채널과 연관된 랜딩 URL 입력
비즈니스폼	• 이벤트 설문, 응모 등이 가능한 비즈니스폼으로 연동	• 내 카카오 계정에서 등록한 비즈니스폼 (비즈니스폼 생성가이드는 카카오비즈니스 통해 확인 가능)
톡캘린더	• 톡캘린더 일정 안내 페이지 노출 ㄴ내 톡캘린더에 일정 저장 가능, 알림 지정 시 해당 일정 알림 수신 가능	• 톡캘린더 이벤트ID ㄴ 내부문의
포스트	• 카카오톡 채널에서 발행한 포스트로 랜딩	• 카카오톡 채널ID (카카오모먼트에서 광고계정 내 카카오톡 채널 선택) • 포스트 (카카오톡 채널 관리자센터에서 발행된 포스트)

4-2. 애드뷰 랜딩 가이드

랜딩페이지 유형	특징	랜딩페이지 가이드
구매하기	• 메이커스/톡스토어 입점 상품 구매 페이지로 연동	• 전용 URL 만 가능 ㄴ 메이커스 예)https://makers.kakao.com/item/1060182 ㄴ 톡스토어 예) https://store.kakao.com/morningsmile/products/12882145
선물하기	• 선물하기 입점 상품 구매 페이지로 연동	• 선물하기 전용 URL만 가능 ㄴ 선물하기 랜딩 등록시 'https://gift-talk.kakao.com/appredirect?to='이 포함된 인코딩 한 URL 사용
주문하기	• 카카오톡 주문하기 입점 페이지로 연동	• 주문하기 전용URL만 가능 ㄴ https://order.kakao.com/가 포함된 상세 페이지로 연결
상품구독하기	• 카카오톡 채널 상품구독형 서비스 > 렌탈형 입점 페이지로 연동	• 상품구독형 전용 URL만 가능 ㄴ https://ss.kakao.com/ 또는 https://on.kakao.com/가 포함된 상세 페이지로 연결
이모티콘 받기	• 브랜드이모티콘 상세페이지로 연동 • 브랜드이모티콘 상세 페이지로의 연동에 한합니다. 이벤트 페이지로 랜딩하여 '이벤트 참여 시 이모티콘 지급'과 같은 형태의 경우 아래 광고주 페이지 랜딩 버튼의 자세히보기 혹은 참여하러 가기 등을 활용 바랍니다.	• 브랜드이모티콘 전용 URL만 능 ㄴ emoticon.kakao.com/items 포함된 상세 페이지로 연결
원클릭 결제하기	• 애드뷰 내에서 톡스토어 입점 상품 원클릭 결제 ㄴ 톡스토어 입점 광고주에 한정됩니다. ㄴ 옵션을 가진 상품도 원클릭 결제가 가능합니다. (단, 선물 메시지와 같은 텍스트 입력이 필요한 상품은 불가) ㄴ 전통주 포함 19세이상 구매가능 상품 및 톡채널 전용상품 집행 불가	• 톡스토어 상품ID ㄴ예) 12882145

채널 추가하기	• 광고주 카카오톡 채널홈으로 인동 (채널 추가 팝업 포함) • 이미 채널추가된 경우 채널홈 화면만 노출	• 카카오톡 채널ID (카카오모먼트에서 광고계정 나 카카오톡 채널 선택)
톡에서 설문하기 톡에서 시승하기 톡에서 예약하기 톡에서 응모하기 톡에서 참여하기	• 이벤트 설문, 응모 등이 가능한 비즈니스폼으로 연동	• 내 카카오 계정에서 등록한 비즈니스폼 (비즈니스폼 생성 가이드는 카오비즈니스 통해 확인 가능
톡에서 회원가입	• 애드뷰 내에서 싱크 동의창을 활성화 시켜 회원가입 ㄴ 카카오 싱크 연동 개발 완료된 광고주에 한해 랜딩 페이지로 활용 가능합니다. ㄴ 픽셀&SDK 연동이 필수입니다.	• 싱크 동의창을 호출하는 페이지 URL
톡으로 공유하기	• 애드뷰 구성에 따라 챗방 공유 가능한 말풍선으로 생성	• 애드뷰 셋팅 내용을 따름 (별도 입력 내용 없음)
톡캘린더 저장하기	• 톡캘린더 일정 안내 페이지 노출 ㄴ 내 톡캘린더에 일정 저장 가능, 알림 지정 시 해당 일정 알림 수신 가능	• 톡캘린더 이벤트ID ㄴ 내부문의
LIVE 보기	• 카카오 쇼핑 라이브로 연동	• 카카오 쇼핑 라이브 전용 URL로 연결 ㄴ pcms.kakao.com/pcms/, shoppinglive.kakao.com/가 포함된 상세 페이지로 연결
광고주 페이지 랜딩	• 버튼 라벨에 맞게 랜딩페이지 자유구성 가능 ㄴ 자세히 보기 / 가입하러 가기 / 구매하러 가기 / 신청하러 가기 / 예약하러 가기 / 예매하러 가기 / 참여하러 가기 / 앱다운로드 / 영상보러 가기 / 게임하러 가기 / 사전예약 하기	• 카카오모먼트 기본 랜딩페이지 정책 따르며 카카오 비즈보드 추가 제한 가이드를 우선시 함

URL 내 UTF-8 코드로 인코딩되지 않은 특수문자나 한글이 있을 경우, iOS 기기 > 카카오톡 인앱 브라우저에서 광고가 정상 랜딩되지 않을 수 있습니다.
랜딩 오류가 발생할 수 있는 특수문자를 미리 참고하여 URL을 셋팅해주세요.

- %
- | (vertical bar)
- “

광고 소재 심사 단계에서는 위 이슈가 발생할 가능성이 있는 URL을 별도로 보류 처리를 하고 있지 않기 때문에 각별히 유의 부탁드립니다.

카카오 비즈보드 CPT (beta)에는 카카오비즈보드(*CPC, CPM, CPA*) 대비 더욱 완화된 제작가이드가 적용됩니다. 카카오 비즈보드 CPT (beta) 상품이 궁금하시다면 아래 항목으로 확인해주세요.

- 카카오 비즈보드 CPT (beta) 상품 안내 ►바로가기
- 카카오 비즈보드 CPT (beta) 제작가이드 ►바로가기

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 카카오비즈보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

익스팬더블(BETA)

익스팬더블은 카카오비즈보드의 프리미엄 확장 형태로 확장 요소를 등록하여 리치한 정보를 제공할 수 있습니다.
확장 요소에는 행동유도버튼을 제공하고 있어 자연스럽게 최종 랜딩으로 연결하여 마케팅 액션의 완결까지 제공합니다.

카카오비즈보드 익스팬더블은 확장 유형에 따라 구분되며, 동영상 유형과 이미지 유형이 있습니다.
동영상 유형은 배너 내 힌트 에셋을 클릭 시 영상이 자동 확장되는 형태이며, 이미지 유형은 이미지가 자동 확장됩니다.

> ⚠ **카카오톡 9.4.5 버전 이상에서만 익스팬더블 소재를 확인할 수 있습니다.**
> 이하 버전에서는 일반 배너만 노출됩니다.

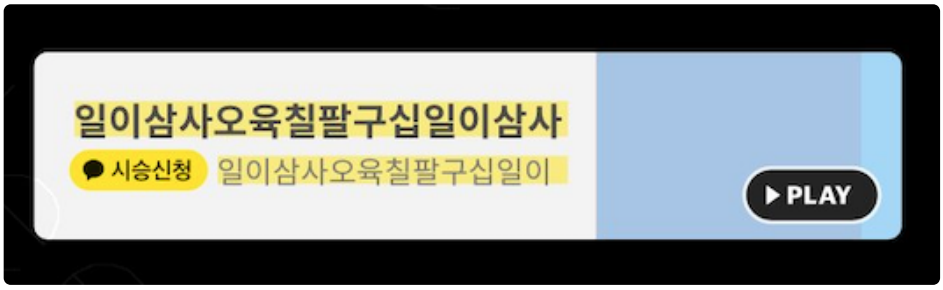
1. 익스팬더블 동영상 유형

익스팬더블 동영상 유형은 배너 내 힌트 에셋을 클릭 시 영상이 자동 확장되는 형태입니다.

주목도 높은 카카오비즈보드에서 브랜드의 영상 시청까지 유도하여 차별화된 마케팅을 만들어 보세요.

1-1. 확장 모션

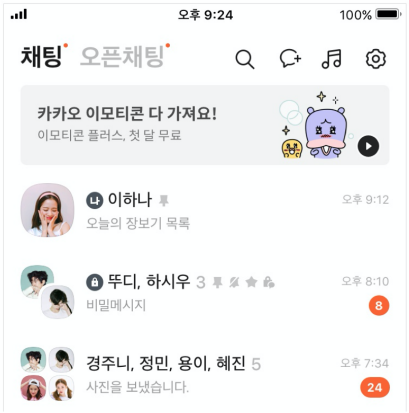
카카오비즈보드 배너 내 랜딩 영역 / 확장영역
-확장 영역 : 블루 색상 영역
-랜딩 영역 : 블루 색상 영역 외 전체



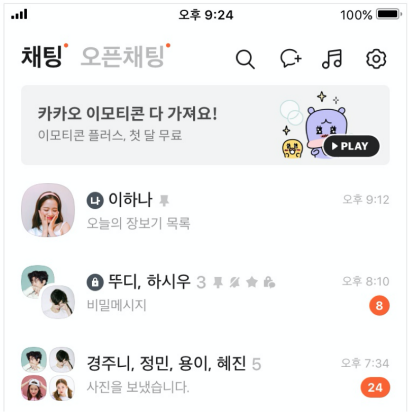
> ✓ - 입찰 방식이 CPC인 경우, 랜딩영역 및 확장영역 클릭 시 과금됩니다.
> - 동영상 확장 시 제공되는 행동유도버튼은 클릭 시에도 미과금 처리됩니다.

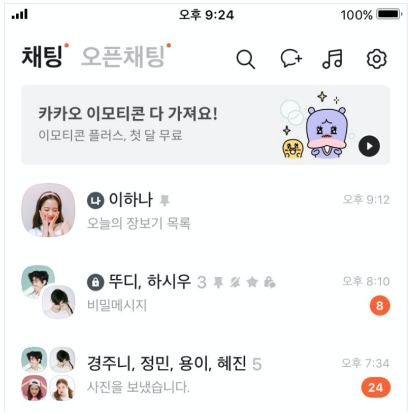
[동영상 확장 전]

채팅방 진입



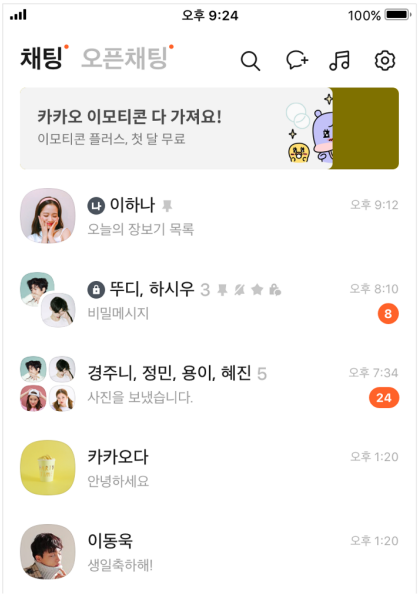
힌트에셋 1회 모션



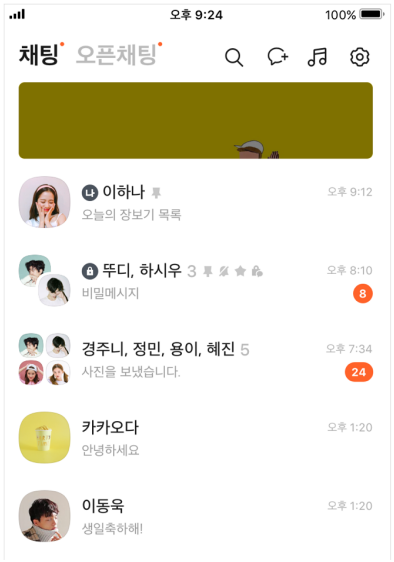


[동영상 확장 모션]

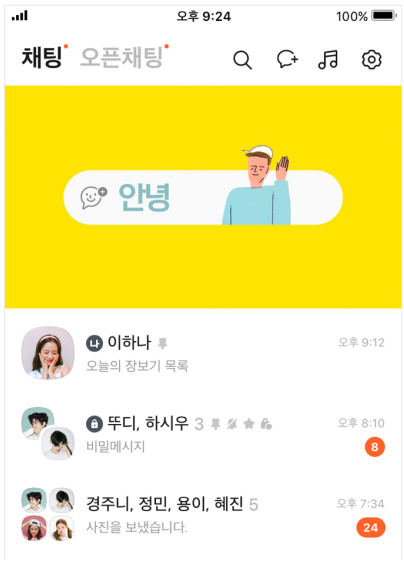
배너 마스크 모션



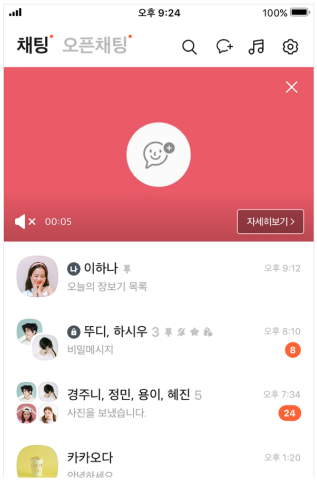
광고 대표이미지 노출



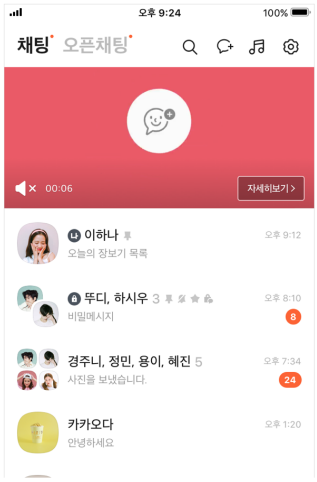
채팅리스트 밀면서 확장
확장 완료 > 광고 영상으로 전환



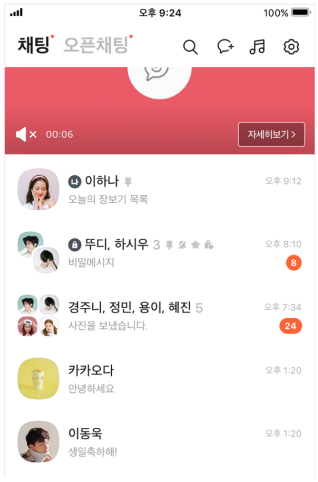
광고 영상 자동재생

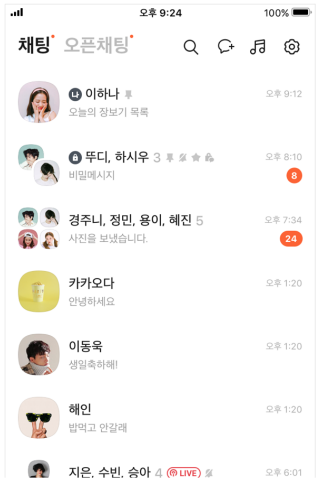


상단 스크롤

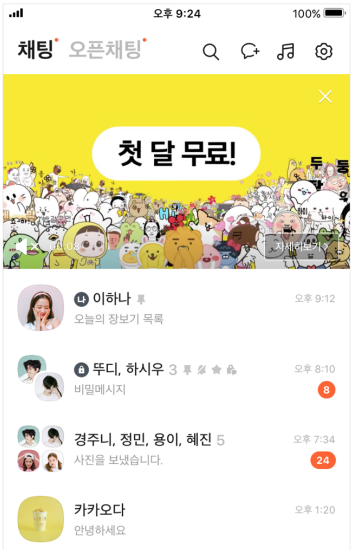


영상 높이 1/2 지점에서 영상 일시정지

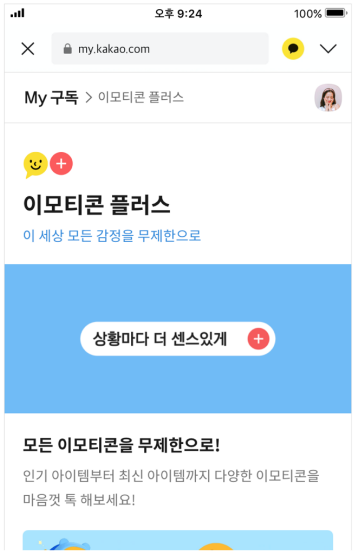




자세히보기 클릭 > 랜딩



랜딩 웹뷰



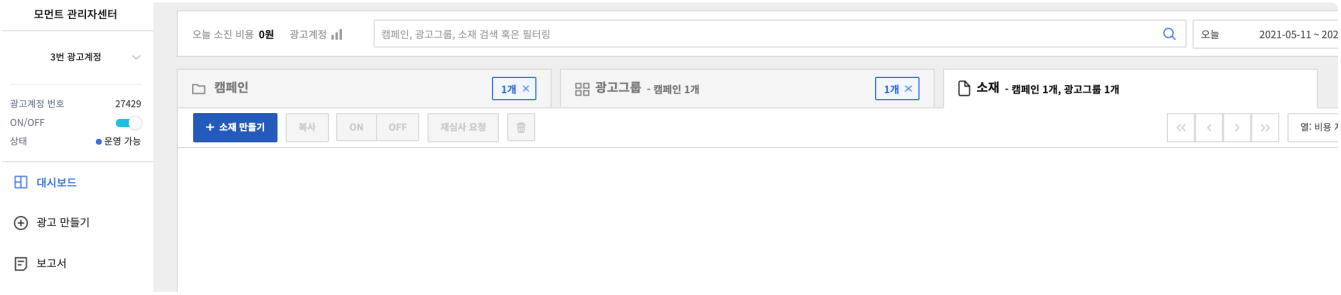
-LTE, Wi-Fi 환경에 상관 없이 동영상은 자동 재생됩니다.

1-2. 노출 지면

비즈보드 익스팬더블 동영상은 **카카오톡 채팅 목록(2탭) 상단에만 노출**됩니다.
카카오톡 뷰탭, 다음, 카카오서비스에는 확장 요소를 등록하더라도 일반 배너만 노출되며,
일반 배너와 익스팬더블별 지표가 분리되지 않기 때문에 광고그룹을 분리해서 운영하는 것을 권장합니다.

1-3. 확장 요소 등록하기

Step 1. 카카오비즈보드의 [소재 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 확장 요소를 등록하세요.

카카오비즈보드 익스팬더블 동영상 유형을 집행하기 위해서는 카카오비즈보드 소재 등록 단계에서 확장 요소를 등록해야합니다.
확장 요소 등록은 선택사항이며, 일반 카카오비즈보드 집행을 원할 경우 확장 요소를 미등록하여 광고를 집행할 수 있습니다.

- 확장 요소 (선택사항)



- 확장 요소별 안내

구분	명칭	설명	입력 방식
힌트에셋	힌트에셋	· 비즈보드 우측 영역에서 동적으로 움직이는 소재 요소	시스템 자동 입력
확장영역	(필수) 홍보동영상	· 확장영역 클릭 시 확장되어 노출되는 동영상 · 확장 시 동영상 자동재생 (sound off 디폴트) · LTE, Wi-Fi 환경에 상관 없이 동영상 자동 재생 · 터치 재생(수동 재생) 미제공	직접 등록
확장영역	(선택) 맞춤 썸네일	· 동영상 소재 등록 시 추출한 썸네일이 디폴트로 자동 등록됨 · 썸네일을 선택하길 원할 경우 특정 이미지를 재등록 가능	시스템 자동 입력 맞춤 썸네일 직접 등록 가능
확장영역	(필수) 행동유도버튼	· 확장영역 클릭 시 확장되어 노출되는 동영상 소재 우측 하단에 노출되는 버튼 · 비즈솔루션 배지와 동일한 행동유도문구만 사용 가능 (불일치 시 심사 보류)	직접 등록

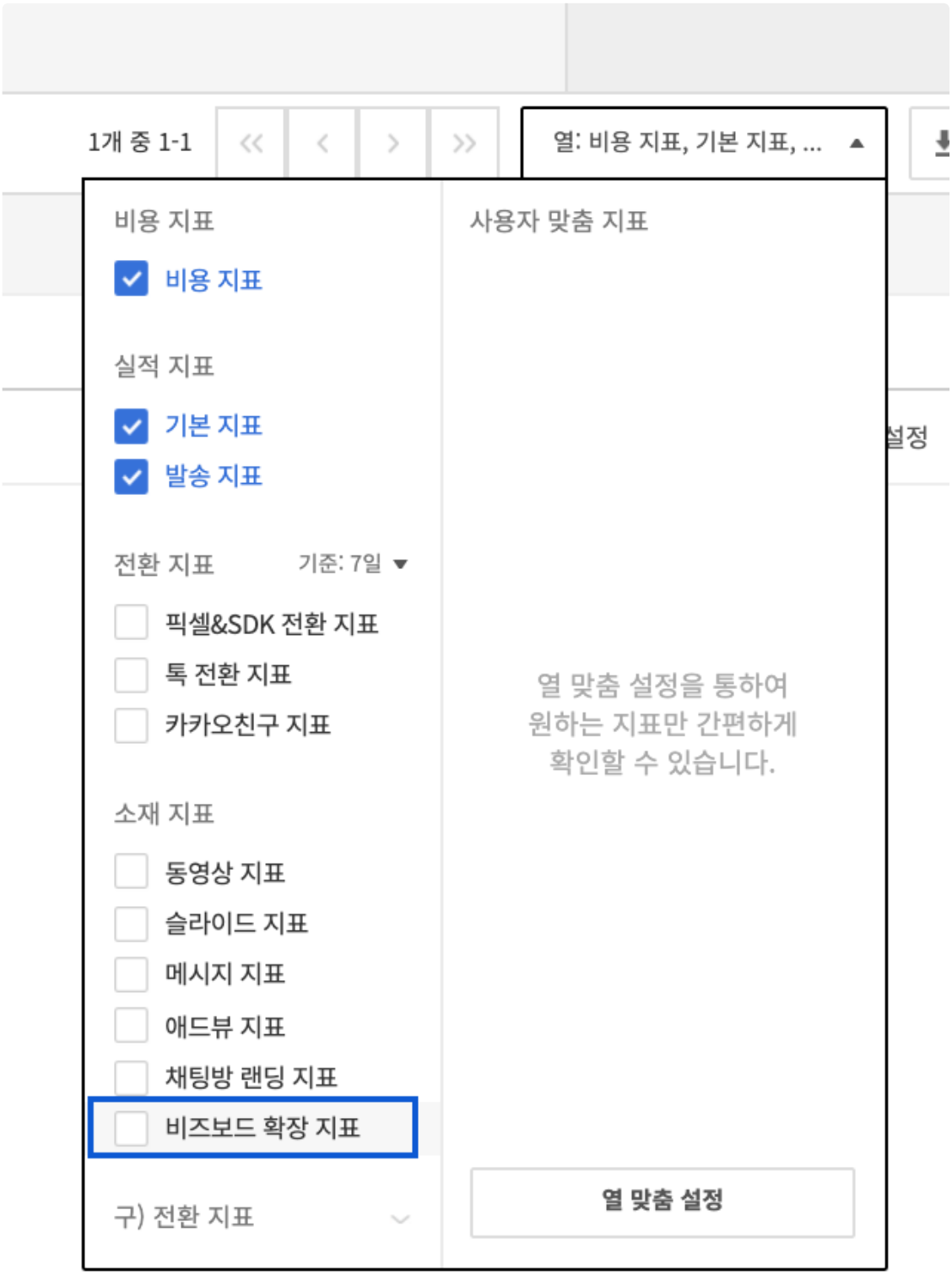
ⓘ **비즈보드 익스팬더블 동영상 소재 제작가이드 ▶ 바로가기**

1-4. 비즈보드 확장 지표

소재 지표에 비즈보드 확장 지표가 추가됩니다.

⚠ 카카오비즈보드 익스팬더블 소재로 노출된 일반 배너 지표(노출수/클릭수 등)를 분리해서 제공하지 않습니다.
순수하게 익스팬더블 소재로만 노출된 지표를 확인하기 위해서는 반드시 지면별로 광고그룹을 분리해서 운영해주세요.

- 소재 지표 > 비즈보드 확장 지표 선택


1개 중 1-1
열: 비용 지표, 기본 지표, ...
비용 지표
비용 지표
실적 지표
기본 지표
발송 지표
전환 지표
기준: 7일
픽셀&SDK 전환 지표
톡 전환 지표
카카오친구 지표
소재 지표
동영상 지표
슬라이드 지표
메시지 지표
애드뷰 지표
채팅방 랜딩 지표
비즈보드 확장 지표
구) 전환 지표
사용자 맞춤 지표
열 맞춤 설정을 통하여
원하는 지표만 간편하게
확인할 수 있습니다.
열 맞춤 설정
설정

- 확장 지표 항목별 안내

항목	설명
노출수(확장)	동영상 광고영역이 노출된 횟수를 의미합니다. ※ 노출수 카운트 기준 : 1초 & 50% 이상 화면 노출인 경우 집계되는 수
동영상 자동 재생수(확장)	동영상이 자동 재생된 횟수를 의미합니다. 터치 재생(수동 재생)은 지원하지 않기 때문에 제공되는 리포트도 없습니다.
동영상 3초 재생수(확장)	동영상이 3초 재생된 횟수를 의미합니다.
행동유도 클릭수(확장)	동영상 광고영역 내 행동유도버튼이 클릭된 횟수를 의미합니다.

> 동영상 광고의 경우 노출 수 대비 자동재생수가 더 높게 집계될 수 있습니다.
>
> 이는 사용자 환경에 따라 다를 수 있으며 예시로 동영상 재생 중간 광고 영역을 벗어난 뒤, 다시 돌아오면 재생이 되면서 재생수(또는 자동 재생수)가 집계될 수 있습니다.
>
> 또한 노출수와 재생수 집계 기준에 따라서, 노출수와 재생수간 편차는 발생할 수 있습니다.

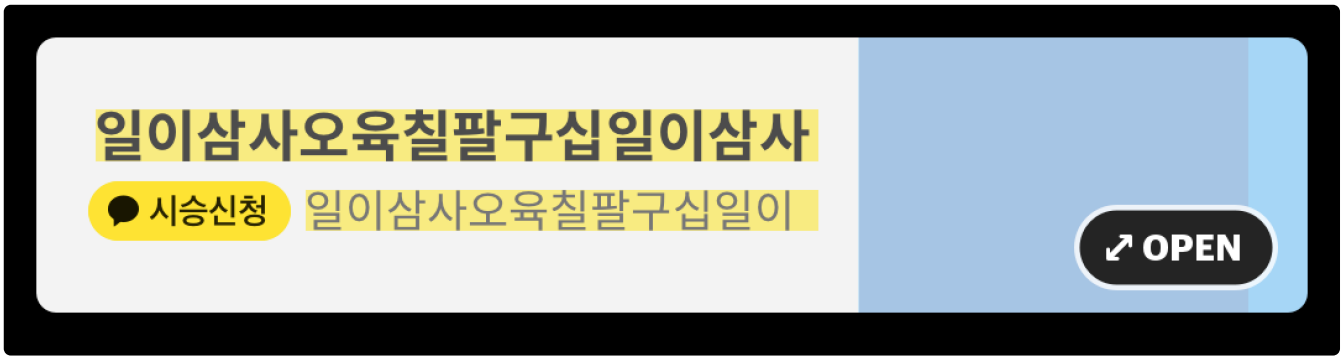
2. 익스팬더블 이미지 유형

배너 내 힌트 에셋의 애니메이션 효과를 통해 자연스럽게 배너 확장을 유도합니다.

확장된 이미지를 통해 고객에게 리치한 정보와 소구점을 담아 전환을 유도할 수 있는 프리미엄 상품입니다.

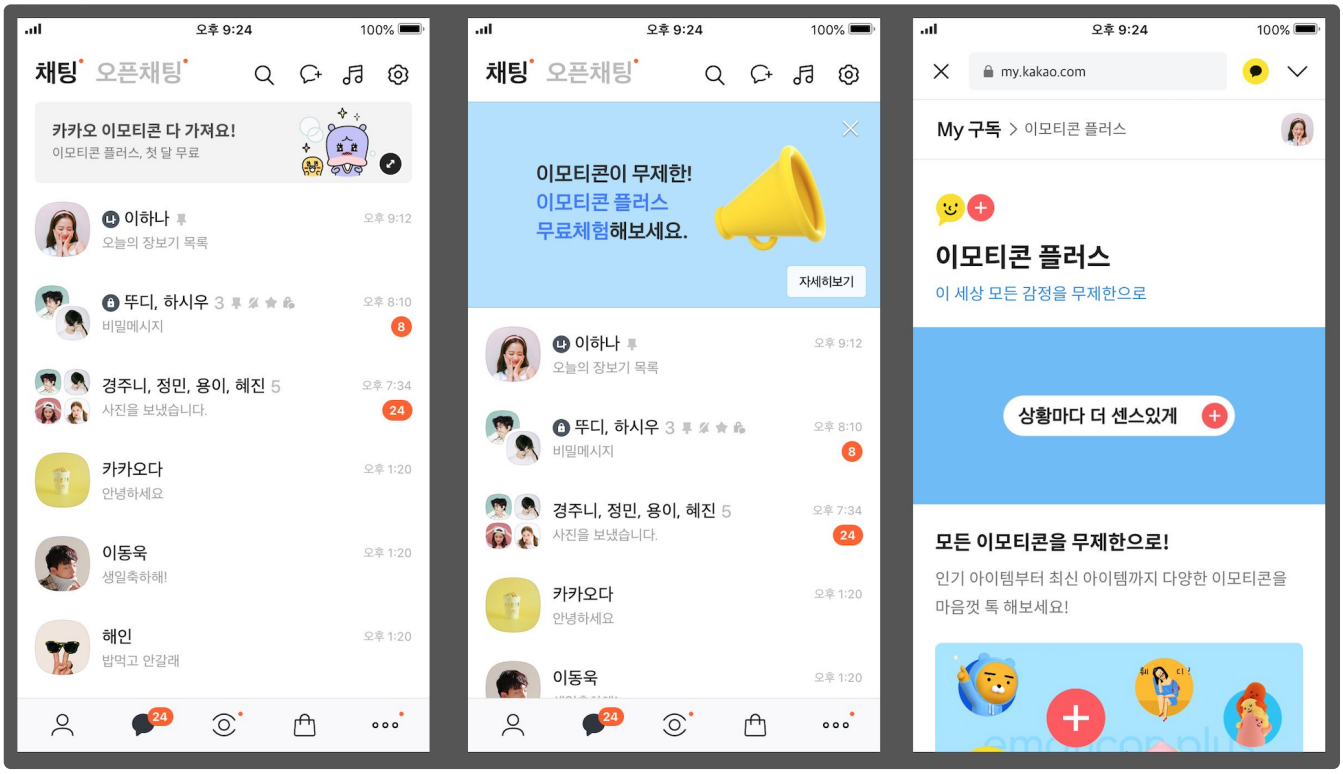
2-1. 확장 모션

카카오비즈보드 배너 내 랜딩 영역 / 확장영역
-확장 영역 : 블루 색상 영역
-랜딩 영역 : 블루 색상 영역 외 전체



- 입찰 방식이 CPC인 경우, 랜딩영역 및 확장영역 클릭 시 과금됩니다.
- 이미지 확장 시 제공되는 행동유도버튼은 클릭 시에도 미과금 처리됩니다.

[이미지 확장형 예시]

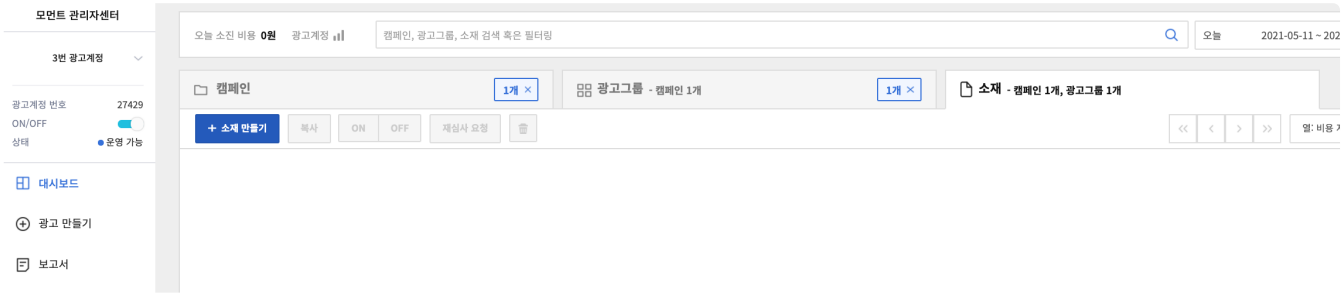


2-2. 노출 지면

비즈보드 익스팬더블 이미지 유형은 **카카오톡 채팅 목록(2탭) 상단에만 노출**됩니다.
카카오톡 뷰탭, 다음, 카카오서비스에는 확장 요소를 등록하더라도 일반 배너만 노출되며,
일반 배너와 익스팬더블별 지표가 분리되지 않기 때문에 지면별 광고그룹을 분리해서 운영하는 것을 권장합니다.

2-3. 확장 요소 등록하기

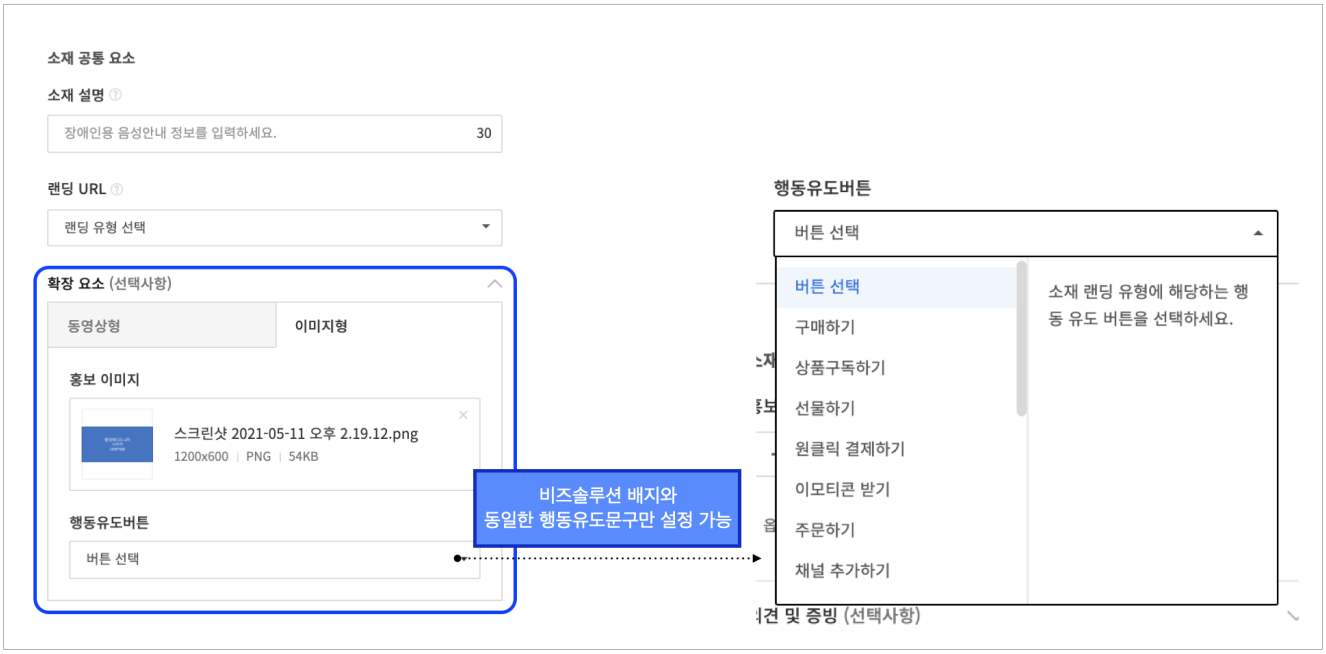
Step 1. 카카오비즈보드의 [소재 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 확장 요소를 등록하세요.

카카오비즈보드 익스팬더블 이미지 유형을 집행하기 위해서는 카카오비즈보드 소재 등록 단계에서 확장 요소를 등록해야합니다.
확장 요소 등록은 선택사항이며, 일반 카카오비즈보드 집행을 원할 경우 확장 요소를 미등록하여 광고를 집행할 수 있습니다.

- 확장 요소 (선택사항)



- 확장 요소별 안내

구분	설명	입력 방식
힌트에셋	· 비즈보드 우측 영역에서 동적으로 움직이는 소재 요소	시스템 자동 입력
(필수) 홍보이미지	· 확장영역 클릭 시 확장되어 노출되는 1개의 이미지 요소 · 홍보이미지의 랜딩 개별 설정 불가	직접 등록
(필수) 행동유도버튼	· 확장영역 클릭 시 확장되어 노출되는 이미지 소재 우측 하단에 노출되는 버튼 · 비즈솔루션 배지와 동일한 행동유도문구만 사용 가능 (불일치 시 심사 보류)	직접 등록

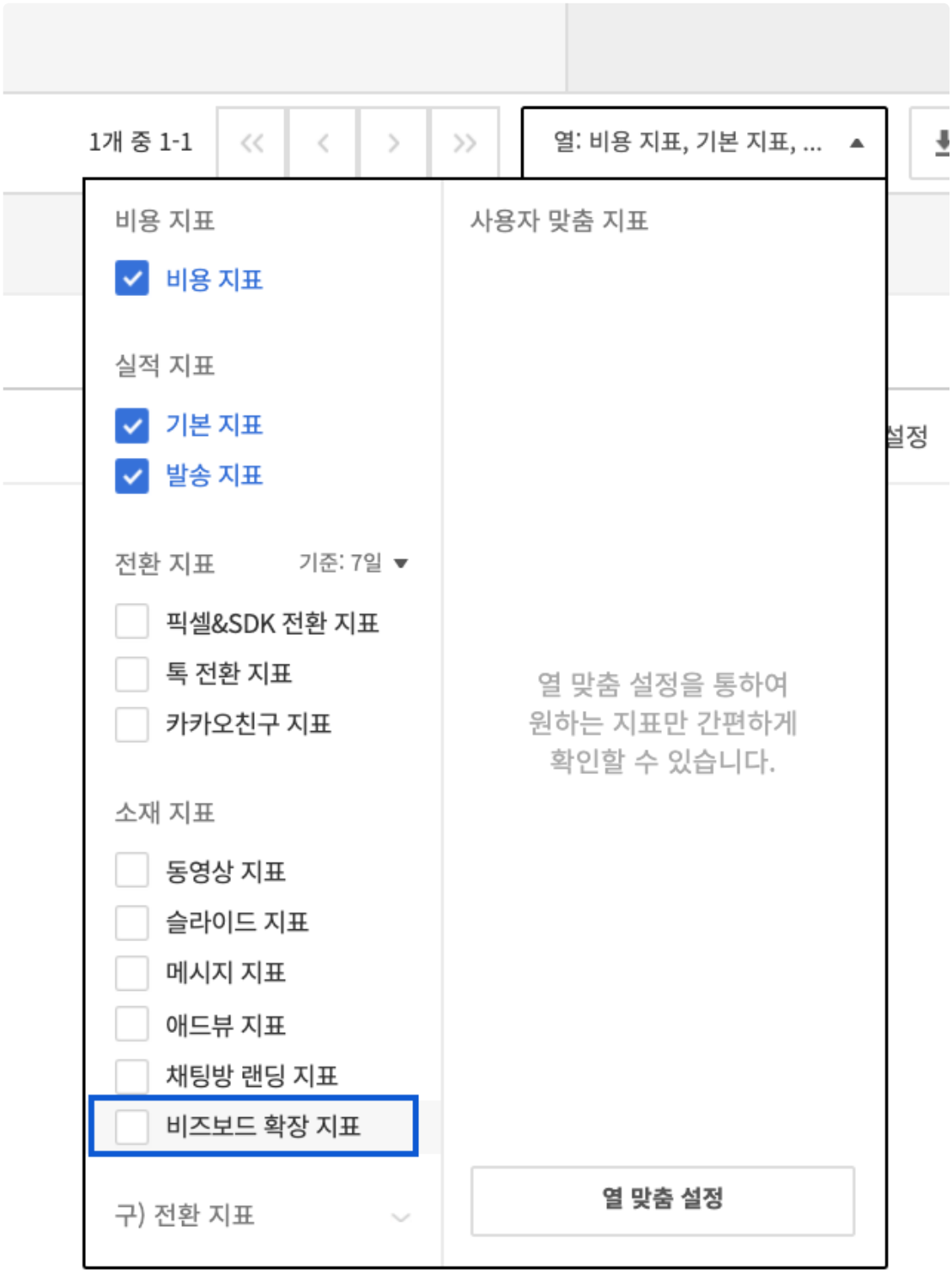
비즈보드 익스팬더블 이미지 소재 제작가이드 ▶ 바로가기

2-4. 비즈보드 확장 지표

소재 지표에 비즈보드 확장 지표가 추가됩니다.

카카오비즈보드 익스팬더블 소재로 노출된 일반 배너 지표(노출수/클릭수 등)를 분리해서 제공하지 않습니다.
순수하게 익스팬더블 소재로만 노출된 지표를 확인하기 위해서는 반드시 지면별로 광고그룹을 분리해서 운영해주세요.

- **소재 지표 > 비즈보드 확장 지표 선택**


1개 중 1-1
열: 비용 지표, 기본 지표, ...
비용 지표
비용 지표
실적 지표
기본 지표
발송 지표
전환 지표
기준: 7일
픽셀&SDK 전환 지표
톡 전환 지표
카카오친구 지표
소재 지표
동영상 지표
슬라이드 지표
메시지 지표
애드뷰 지표
채팅방 랜딩 지표
비즈보드 확장 지표
구) 전환 지표
사용자 맞춤 지표
열 맞춤 설정을 통하여
원하는 지표만 간편하게
확인할 수 있습니다.
열 맞춤 설정
설정

- 확장 지표 항목별 안내

항목	설명
노출수(확장)	확장된 영역이 노출된 횟수를 의미합니다. ※ 노출수 카운트 기준 -1초 & 50% 이상 화면 노출인 경우 집계되는 수 -중복 노출수는 제외됩니다.
이미지 클릭수(확장)	확장된 이미지 영역이 클릭된 횟수를 의미합니다. 행동유도버튼과 닫기 버튼의 클릭된 횟수는 제외됩니다.
행동유도 클릭수(확장)	확장 영역 내 행동유도버튼이 클릭된 횟수를 의미합니다.

3. 익스팬더블 멀티형

배너 내 힌트 에셋의 애니메이션 효과를 통해 자연스럽게 배너 확장을 유도합니다.

확장된 이미지를 통해 고객에게 리치한 정보와 소구점을 담아 전환을 유도할 수 있는 프리미엄 상품입니다.

3-1. 확장 모션

> **카카오비즈보드 배너 내 랜딩 영역 / 확장영역**
>
> -확장 영역 : 그레이 & 블루 색상 영역
> -랜딩 영역 : 그 외

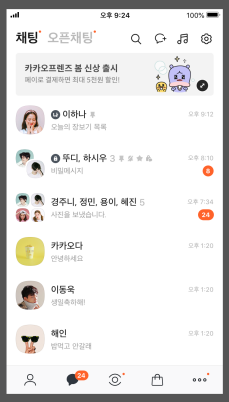


- 입찰 방식이 CPC인 경우, 랜딩영역 및 확장영역 클릭 시 과금됩니다.
- 이미지 확장 시 제공되는 행동유도버튼은 클릭 시에도 미과금 처리됩니다.

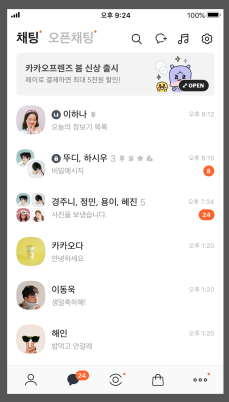
> 멀티형 아웃랜딩 모션 시안

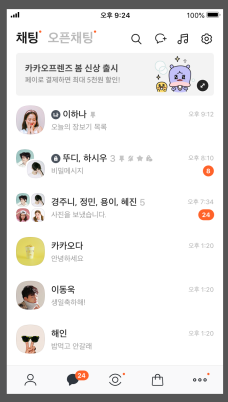
카카오 비즈보드 익스펜더블 멀티형

채팅탭 진입

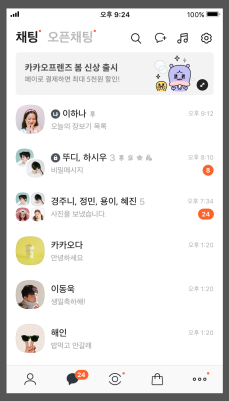


힌트에셋 2회 모션

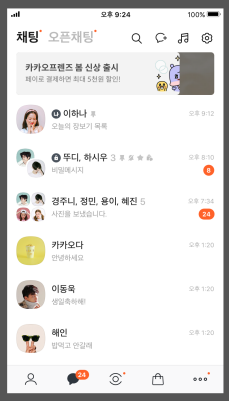




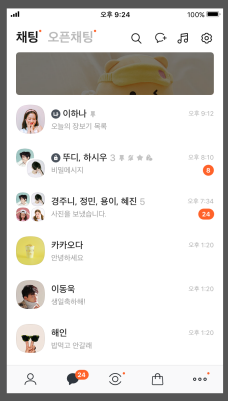
확장영역 탭 시



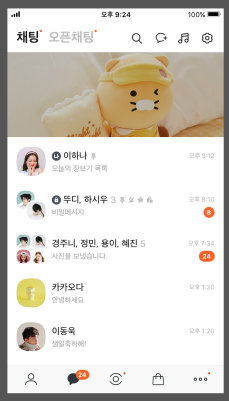
배너 마스크 모션



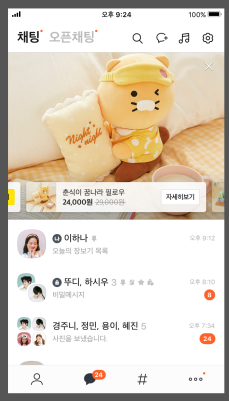
광고 이미지 노출



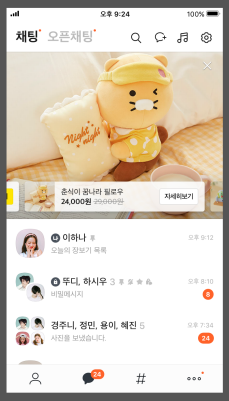
채팅 리스트 밀면서 확장

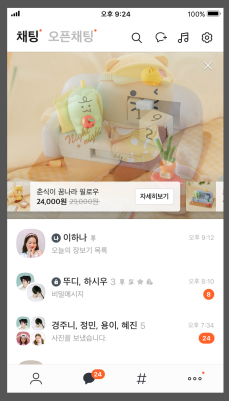


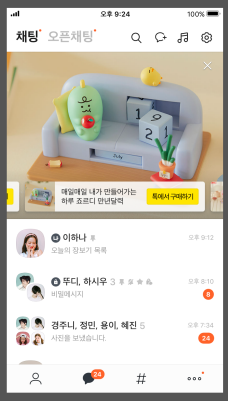
확장완료



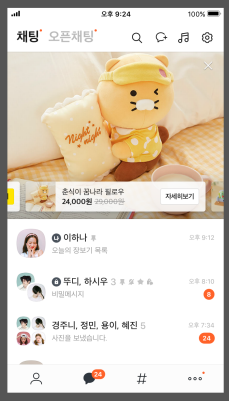
좌우 스와이프 이동







자세히보기 탭 시 > 랜딩



랜딩 웹뷰

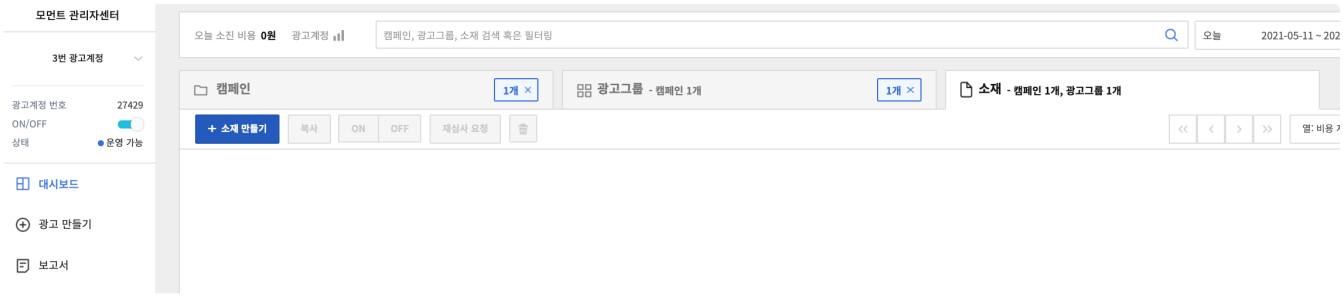


3-2. 노출 지면

> 비즈보드 익스팬더블은 **카카오톡 채팅 목록(2탭) 상단에만 노출**됩니다.
> 카카오톡 뷰탭, 다음, 카카오서비스에는 확장 요소를 등록하더라도 일반 배너만 노출되며,
> **일반 배너와 익스팬더블별 지표가 분리되지 않기 때문에 지면별 광고그룹을 분리해서 운영하는 것을 권장합니다.**

3-3. 확장 요소 등록하기

Step 1. 카카오비즈보드의 [소재 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 확장 요소를 등록하세요.

카카오비즈보드 익스팬더블 멀티형을 집행하기 위해서는 카카오비즈보드 소재 등록 단계에서 확장 요소를 등록해야합니다.
확장 요소 등록은 선택사항이며, 일반 카카오비즈보드 집행을 원할 경우 확장 요소를 미등록하여 광고를 집행할 수 있습니다.

> **확장 요소 (선택사항)**
> 카카오비즈보드 [이미지 > 배너] 소재 등록 단계에서 확장 요소를 등록합니다.

확장 요소 (선택사항)

동영상형 | 이미지형 | 멀티형

홍보 이미지

가격정보 옵션 사용하기

+ 이미지 추가



홍보이미지 *



EzF68kjVoAEwPt1.jpg

1200x1200 | JPEG | 88KB

타이틀 *

타이틀을 입력하세요. 25

가격정보

원화 (원)

숫자를 입력하세요.

할인가격정보

숫자를 입력하세요.

행동유도버튼 *

버튼 선택

랜딩 URL *



확장 요소별 안내

명칭	설명	필수 여부
힌트에셋	· 비즈보드 우측 영역에서 동적으로 움직이는 소재 요소	-
홍보이미지	· 확장영역 클릭 시 확장되어 노출되는 최소 3장 ~ 최대 5장의 이미지 카탈로그 요소 · 홍보이미지의 랜딩 개별 설정 가능 · 내 상점 연동 가능	필수
행동유도버튼	· 확장영역 클릭 시 확장되어 노출되는 이미지 소재 우측 하단에 노출되는 버튼 · 1번째 확장 이미지의 행동유도버튼은 비즈솔루션 배지와 동일한 행동유도문구만 사용 가능 (불일치 시 심사 보류) · 2~5번째 확장 이미지는 행동유도버튼와 비즈솔루션 배지간 제약사항 없이 자유롭게 사용 가능	필수
타이틀	· 이미지 하단에 상품명 등 타이틀 입력 가능 (최대 25자) · 내 상점 연동 시 타이틀 자동 연동 (타이틀 수정 가능)	필수
가격정보	· 화폐 단위 포함 가격정보 입력 가능 · 내 상점 연동 시 가격정보 자동 연동 (가격정보 수정 가능)	선택
할인가격정보	· 화폐 단위 포함 가격정보 입력 가능 · 내 상점 연동 시 할인가격정보 자동 연동 (가격정보 수정 가능)	선택
랜딩 URL	· 홍보이미지별 개별 랜딩 설정 가능 · 내 상점 연동 시 URL 자동 연동 (URL 수정 불가능)	필수

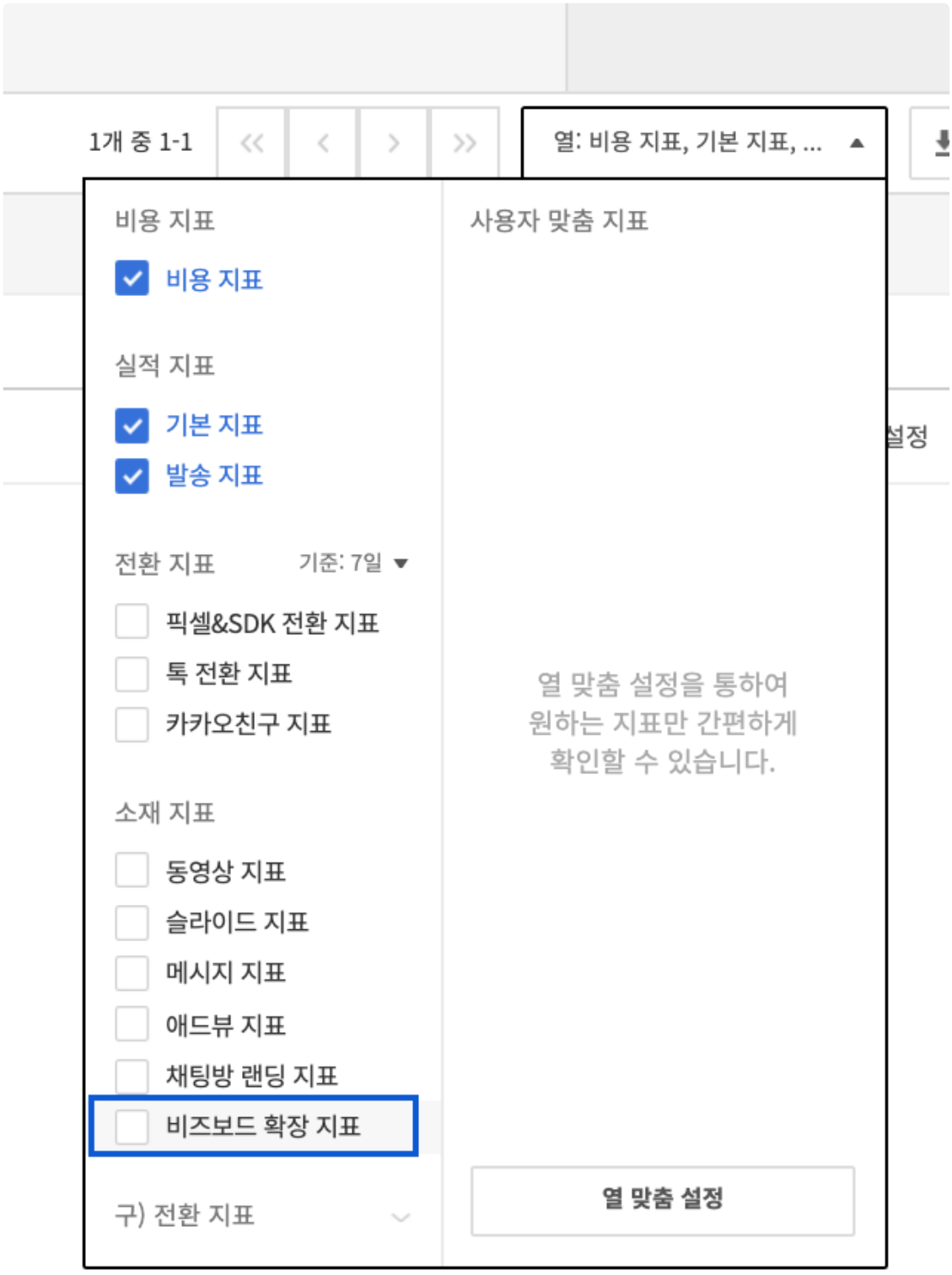
ⓘ **비즈보드 익스팬더블 멀티형 소재 제작가이드 ▶ 바로가기**

3-4. 비즈보드 확장 지표

소재 지표에 비즈보드 확장 지표가 추가됩니다.

> ⚠ 카카오비즈보드 익스팬더블 소재로 노출된 일반 배너 지표(노출수/클릭수 등)를 분리해서 제공하지 않습니다.
> 순수하게 익스팬더블 소재로만 노출된 지표를 확인하기 위해서는 반드시 지면별로 광고그룹을 분리해서 운영해주세요.

> **소재 지표 > 비즈보드 확장 지표 선택**


1개 중 1-1
열: 비용 지표, 기본 지표, ...
비용 지표
비용 지표
실적 지표
기본 지표
발송 지표
전환 지표
기준: 7일
픽셀&SDK 전환 지표
톡 전환 지표
카카오친구 지표
소재 지표
동영상 지표
슬라이드 지표
메시지 지표
애드뷰 지표
채팅방 랜딩 지표
비즈보드 확장 지표
구) 전환 지표
사용자 맞춤 지표
열 맞춤 설정을 통하여
원하는 지표만 간편하게
확인할 수 있습니다.
열 맞춤 설정
설정

확장 지표 항목별 안내

항목	설명
노출수(확장)	확장된 영역이 노출된 횟수를 의미합니다. ※ 노출수 카운트 기준 -1초 & 50% 이상 화면 노출인 경우 집계되는 수 -중복 노출수는 제외됩니다.
행동유도 클릭수(확장)	확장 영역 멀티형의 확장영역 내 N(1~5) 번째 요소가 노출된 횟수를 의미합니다. ※ 카탈로그 슬라이드를 통한 노출수는 중복으로 집계되므로 노출수(확장)보다 집계된 수치가 높을 수 있습니다.
이미지1 ~ 5 노출수(확장)	확장 영역 내 행동유도버튼이 클릭된 횟수를 의미합니다.
이미지1 ~ 5 클릭수(확장)	멀티형의 확장영역 내 N(1~5) 번째 요소가 클릭된 횟수를 의미합니다.

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 카카오비즈보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

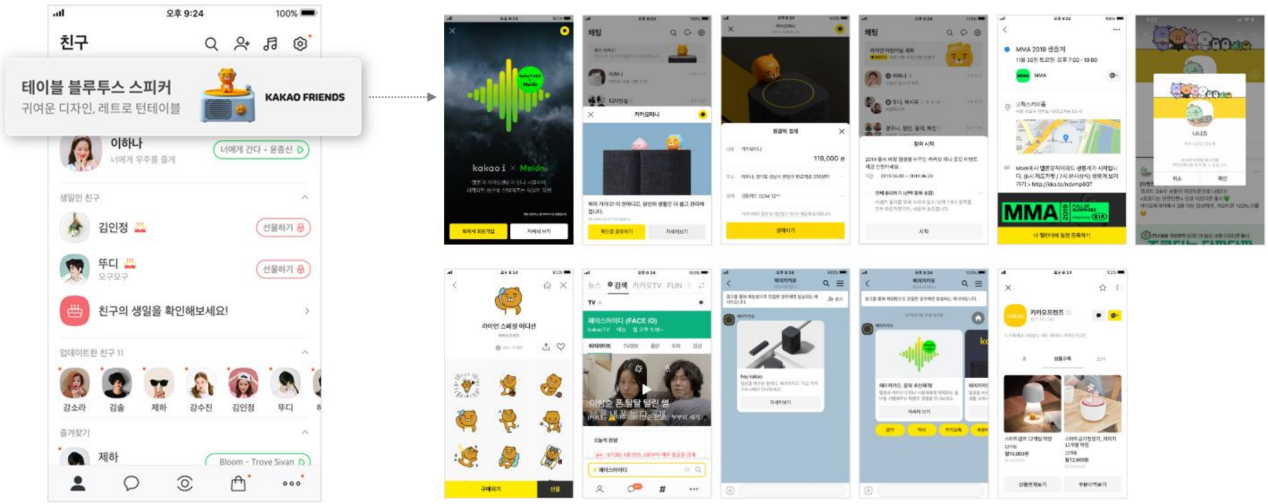
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

카카오 비즈보드 CPT (beta)

> **일 평균 2,200만의 수 많은 사람들이 확인하는 카카오톡 친구탭**
> 카카오톡의 메가트래픽을 일정 시간동안 단독 점유하여 광범위한 유저에게 도달할 수 있는 카카오 비즈보드 CPT (beta) 상품을 소개합니다.

카카오 비즈보드 CPT (beta) 상품은 카카오톡 친구탭 최상단에 고정된 배너입니다.

톡 내에서만 제공되는 다양한 프리미엄 랜딩(애드뷰, 챗봇, 커머스 플랫폼 등)을 활용해 강력한 브랜딩 및 완결성 있는 마케팅 액션을 만들어보세요.

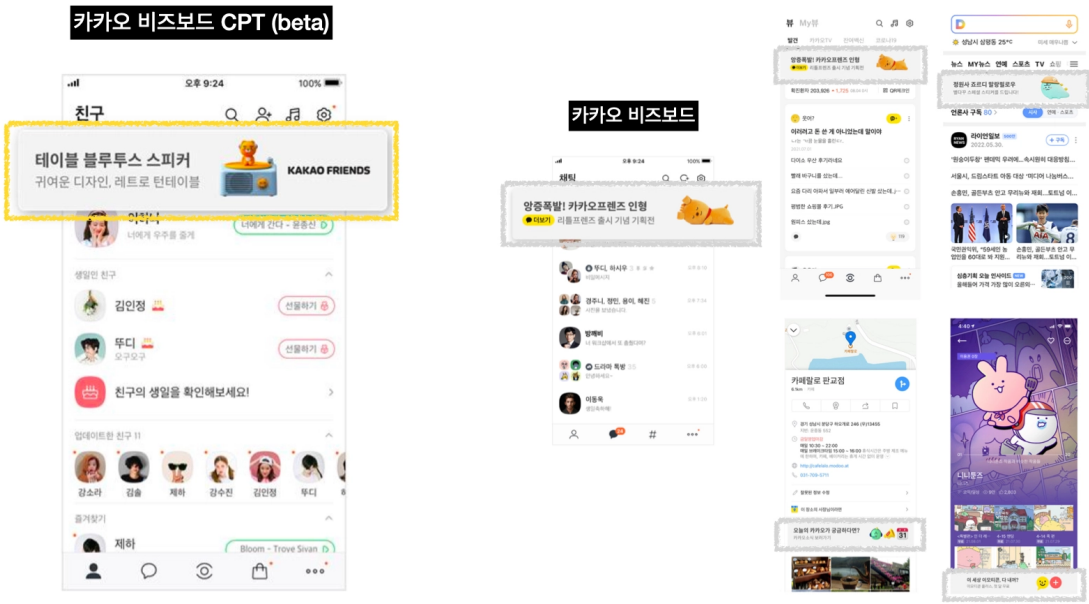


카카오 비즈보드 CPT (beta)란?

1. 주목도 높은 최상단 영역을 단독 확보

카카오 비즈보드 CPT (beta)는 카카오톡 친구탭 최상단 영역을 일정 시간동안 단독 점유하는 상품입니다. CPT(Cost per Time) 구매 방식으로 원하는 시간대에 노출 및 도달을 극대화하여 브랜딩 임팩트를 확보할 수 있습니다.

> 친구탭 최상단 영역은 CPT 상품 단독으로 노출되며, 카카오비즈보드(*CPC, CPM, CPA*) 상품은 노출되지 않습니다.



카카오 비즈보드 CPT (beta)는 카카오톡 친구탭 최상단에 고정 노출되며,
카카오비즈보드(*CPC, CPM, CPA*)는 카카오톡 채팅탭 및 모바일 다음, 카카오 서비스 등에 노출됩니다.

2. 이탈 없는 연결과 액션

카카오 비즈보드 CPT (beta)로 톡 내에서 사용자의 비즈니스 액션을 완결시킬 수 있습니다.
다양한 비즈솔루션을 활용하여 광고주의 최종 마케팅 액션까지 막힘없이 연결되는 캠페인을 만들어보세요.

아래 제목을 클릭하면 상세내용을 확인할 수 있습니다.

2-1. 카카오 서비스 연결

비즈보드와 연동되어 있는 다양한 카카오 서비스를 랜딩으로 설정하여 광고주 마케팅 목표에 알맞은 소재를 운영할 수 있습니다.

> - 애드뷰
> - 카카오톡 채널
> - 비즈니스폼
> - 카카오싱크
> - 톡스토어/선물하기/메이커스/주문하기/상품구독

2-2. 애드뷰 연결

애드뷰는 카카오톡 화면 아래에서 위로 팝업이 노출되어 사용자에게 화면 전환의 이질감 없이 자연스럽게 광고 상세 정보를 노출할 수 있는 랜딩페이지입니다.

2-3. 앱스토어 또는 앱 연결

광고주의 앱 또는 앱스토어로 연결되어 광고주의 마케팅 액션 성과를 높일 수 있습니다.

상품 스펙

구분	내용	참고사항
판매 방식	CPT (Cost per Time) 구좌 단위 판매	1일 10구좌 (기본 2시간, 심야시간 4시간)
판매 단가	평일/휴일, 시간대 별 판매 단가 상이	▶ 상세 단가표
소재	카카오비즈보드 기준 동일 (단, CPT 상품에 한하여 오브젝트형/썸네일 박스형 이미지 가이드를 완화하여 적용)	• 사이즈: 1029 x 222 • 파일 형식: PNG-24, PNG-32 • 용량: 300KB 이하 익스팬더블 미지원 복수 소재 등록 가능 (개수 제한 없음, 랜덤 노출)
타겟팅	타겟팅 설정 불가	
노출지면	카카오톡 친구탭 최상단	

ⓘ 오브젝트형, 썸네일 박스형 소재 심사 시 카카오비즈보드(*CPC, CPM, CPA*) 대비 완화된 기준이 적용됩니다. 자세한 내용은 카카오 비즈보드 CPT (beta) 제작가이드를 참고해주세요.

ⓘ 일부 업종의 경우 광고 집행이 불가합니다. 집행 전 제한업종 가이드를 확인해주세요.

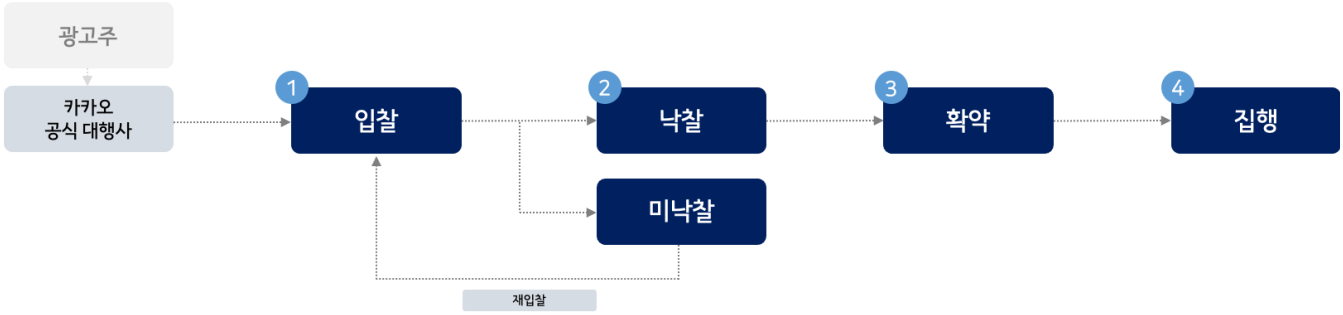
집행 프로세스

카카오 비즈보드 CPT (beta) 광고 구좌 입찰부터 실제 집행까지의 운영 방법을 알아보겠습니다.

카카오 비즈보드 CPT (beta)는 카카오광고 공식 대행사를 통해서만 집행 가능합니다.

카카오 비즈보드 CPT (beta) 운영 프로세스는 추후 플랫폼에 반영될 예정입니다.
현재는 베타 운영기간이며 아래의 별도 프로세스를 확인해주세요.

1. 집행 프로세스



프로세스	상세내용
❶ 입찰	**입찰은 카카오광고 공식 대행사를 통해서만 신청 가능합니다.** 별도의 신청 양식을 작성하여 입찰에 참여합니다. 입찰신청서 작성 전, 구매 가능한 구좌를 먼저 확인해주세요. ▶ 구매 가능한 구좌 현황 캘린더 확인하기
❷ 낙찰	신청 접수 및 입찰이 확인되면 카카오 담당자가 결과를 안내드립니다. (신청 양식에 기재된 이메일 주소로 안내) **낙찰은 선착순 기준이며, 입찰 결과는 낙찰/미낙찰로 안내됩니다.**
❸ 확약	입찰 시 등록한 광고계정에 비즈보드 CPT (beta) 집행을 위한 광고그룹을 생성합니다. • 낙찰이 확정된 후 영업일 1일(D+1) 이내 생성해야 합니다. • 확약은 캠페인이 아닌 '광고그룹' 생성 기준입니다.
❹ 집행	확약된 광고계정에서 소재 등록 및 심사 후 정해진 날짜/시간에 노출이 시작됩니다.

⚠ 집행 취소는 광고집행일 D-1 까지 가능합니다. 자세한 계약해지수수료 가이드는 여기를 확인해주세요.

[운영 가이드]

- **광고계정/캠페인/광고그룹/소재 ON/OFF 시 시스템은 준 실시간으로 반영됩니다.**
  반영 시점은 사용자의 모바일 환경에 따라 지연이 발생할 수 있습니다.
- 입찰 시 신청한 광고주 정보와 광고계정의 사업자정보는 동일해야 하며, 사업자 정보 정정 외 광고주체 변경은 불가합니다.
- 무분별한 입찰 및 낙찰 후 취소하는 행위가 반복될 경우 내부 규정에 따라 입찰이 제한될 수 있습니다.
- 소재는 영업일 기준 집행 1일 전까지 심사 완료되어야 합니다.
  소재 미등록, 집행 당일 소재 등록, 집행 중 소재 교체 등으로 인해 발생한 미노출에 대해서는 카카오에서 책임지지 않습니다.
  심사 일정을 고려하여 집행일 최소 2~3일 전 소재를 등록하시기 바랍니다.
- 예상 노출량은 보장 수치가 아닌 평균 예상치이며, 실제 집행 시의 노출량은 이보다 많거나 적을 수 있습니다.
- 한 구좌에 여러개의 소재를 등록한 경우 랜덤 노출됩니다. (소재 별 균등 노출 X)
- 한 광고주가 연속으로 2구좌 이상 집행할 경우, 구좌 별 광고 소재를 다르게 운영해야 합니다. (최소 2개 이상 권장)
- 아래와 같은 사유로 인해 광고그룹 내 소재가 없거나 미노출 시간대가 발생하더라도 광고비는 환급이나 보상되지 않습니다.
  - 광고계정, 캠페인, 광고그룹 및 모든 소재가 OFF 상태인 경우
  - 광고그룹 집행 기간 중 등록된 소재가 없는 경우
  - 심사 승인 완료된 광고 소재의 랜딩URL이 변질되어 심사 보류 발생한 경우
- 프로모션 등으로 지급 받은 무상캐시는 광고 취소 또는 집행 중 취소 시 회수되며, 사용된 무상캐시는 환불이 필요합니다.

2. 입찰 일정

광고 집행하는 일정에 사전 입찰하여야 하며, 입찰은 정해진 일정에 신청할 수 있습니다.

☑ **입찰 - 광고노출 6주 전에 1주(월~일) 단위로 오픈**

- 매주 월요일 10시 ~ 15시
- 월요일이 비영업일일 경우, 익일 영업일에 오픈

카카오 비즈보드 CPT (beta) `입찰` 신청 페이지 바로가기

재입찰

- 매주 월, 수, 목요일 10시 ~ 15시 오픈
- 영업일 2일 이후, 광고노출 5주 전까지의 미판매 구좌에 재입찰 가능

카카오 비즈보드 CPT (beta) `재입찰` 신청 페이지 바로가기

취소

- 매주 월 ~ 금요일 상시 오픈
- 취소 완료 안내 메일은 영업일 기준 1일 내 발송 (메일 수신일과 무관하게 취소 신청은 당일 처리)

카카오 비즈보드 CPT (beta) `취소` 신청 페이지 바로가기

3. 집행 단가

카카오 비즈보드 CPT (beta) 상품은 노출 시간대에 따라 고정된 단가가 적용됩니다.

광고 구좌 구매 확약 후 낙찰된 구좌에 대한 계약금이 광고계정의 광고캐시에서 선차감되며,
노출 시작 후 일 단위로 광고캐시가 소진됩니다.

> 아래의 단가표는 23년 1월 2일 ~ 3월 5일 노출구좌까지 적용되는 할인 공시단가표입니다.
> 구좌 별 단가는 상시 변경될 수 있으니 Kakao 담당자와 최종 확인해주시기 바랍니다.

노출시간대	기본 공시단가	2023.01.02~03.05 적용 할인 공시단가	최소 노출수	최대 노출수
평일 00-04시	28,000,000	**17,000,000**	8,000,000	10,000,000
평일 04-08시	21,000,000	**13,000,000**	7,000,000	8,500,000
평일 08-10시	30,000,000	**18,000,000**	9,000,000	12,500,000
평일 10-12시	34,000,000	**20,000,000**	11,000,000	14,000,000
평일 12-14시	35,000,000	**21,000,000**	11,500,000	14,000,000
평일 14-16시	35,000,000	**21,000,000**	11,500,000	14,500,000
평일 16-18시	39,000,000	**24,000,000**	13,500,000	16,000,000
평일 18-20시	36,000,000	**22,000,000**	12,500,000	15,500,000
평일 20-22시	36,000,000	**22,000,000**	12,500,000	15,500,000
평일 22-24시	34,000,000	**20,000,000**	11,500,000	13,500,000
주말 00-04시	29,000,000	**17,000,000**	8,500,000	10,500,000
주말 04-08시	15,000,000	**10,000,000**	4,500,000	6,000,000
주말 08-10시	21,000,000	**13,000,000**	7,000,000	9,000,000
주말 10-12시	30,000,000	**18,000,000**	10,000,000	12,000,000
주말 12-14시	30,000,000	**18,000,000**	10,000,000	12,500,000
주말 14-16시	30,000,000	**18,000,000**	10,000,000	12,500,000
주말 16-18시	33,000,000	**20,000,000**	11,000,000	13,500,000
주말 18-20시	33,000,000	**20,000,000**	11,000,000	14,000,000
주말 20-22시	35,000,000	**21,000,000**	12,000,000	16,000,000
주말 22-24시	34,000,000	**20,000,000**	11,000,000	13,000,000

4. 계약해지수수료 가이드

- **확약* 이후 ~ 광고 집행 전 취소 시 계약해지수수료가 발생합니다.**
  *(*확약: 카카오 비즈보드 CPT (beta) 집행 광고계정 내 캠페인 > 광고그룹 생성 기준)*
- 계약해지수수료는 비과세로 광고비(기본 공시단가) 기준으로 책정되며 취소 시점에 따른 계약해지수수료 적용률이 반영됩니다.
- 계약해지수수료는 카카오와 계약을 체결한 당사자(광고계정의 주체)에게 부과합니다.
- 계약해지수수료 적용 시점은 주말 및 공휴일(대체휴일 포함)을 제외한 영업일 기준으로 산정됩니다.
- 면제 사유에 해당하여 계약해지수수료 면제가 필요한 경우, 대행사를 통해 광고 집행일 전(영업일 기준)까지 면제 신청서와 증빙자료를 제출해야 합니다.

카카오비즈보드 CPT(beta) 면제 신청서_최종_0913.docx 18KB
Binary

참고 - 위약금 면제 사유

1. 천재지변
   - 천재지변(재난) 및 광고주의 회사의 폐업, 사업 중단 등 중대한 영향을 미치는 경우
2. 광고주 귀책
   - 제품 및 서비스의 출시가 광고 집행일 이후로 연기되어 전체 캠페인이 중단된 경우
   - 광고주 상품의 제품 결함이나 제품 모델 문제 등 광고를 진행하기 어려운 부정적인 이슈가 발생하여 전체 캠페인이 중단된 경우
   - 사회, 정치적 중대 사안이 발생하여 정상적인 광고 진행이 불가피함을 당사가 판단하는 경우
3. 자사 귀책
   - 모먼트 플랫폼의 요청 또는 책임 있는 사유로 취소되는 경우

4-1. 계약해지수수료 적용률

기준	적용률
광고 집행 전 영업일 **20일 이내**	광고 단가 금액의 **10%**
광고 집행 전 영업일 **5일 이내**	광고 단가 금액의 **20%**
광고 집행 전 영업일 **1일 이내**	광고 단가 금액의 **40%**
광고 집행 당일	**광고 단가 금액의 100%**

4-2. 계약해지수수료 적용 프로세스

계약해지수수료가 발생한 해당 월 말일로부터 30일 이내에 위 기준에 따라 카카오 고정계좌에 현금으로 입금하거나, 카카오가 광고계정 내 광고캐시에서 직접 차감 처리합니다.

계약해지수수료 발생 시점과 광고계정 상태(선불/후불)에 따른 계약해지수수료 적용 프로세스를 확인해주세요.



기준	적용 방식
광고 집행일 이전	• **선불 광고계정**: 카카오 담당자 계약 해지 및 광고계정 내 계약해지수수료(유상캐시) 차감 • **후불 광고계정**: 카카오 고정계좌로 계약해지수수료 금액 입금 (*카카오 계좌 국민은행 394-01-0003-001)
광고 집행일 이후	**환불 불가** (선불/후불 광고계정 공통)

[선불 광고계정] 계약해지수수료가 차감된 이후 환불이 가능하여, 광고계정의 잔액은 계약해지수수료 차감 이전에 환불할 수 없습니다.

[후불 광고계정] 계약해지수수료 입금 일정을 준수하지 않을 경우 <소송 촉진 등에 관한 특례법 제3조 제1항>에 따라 대통령령으로 정하는 이율에 따른 지연배상금을 추가 지급하여야 합니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

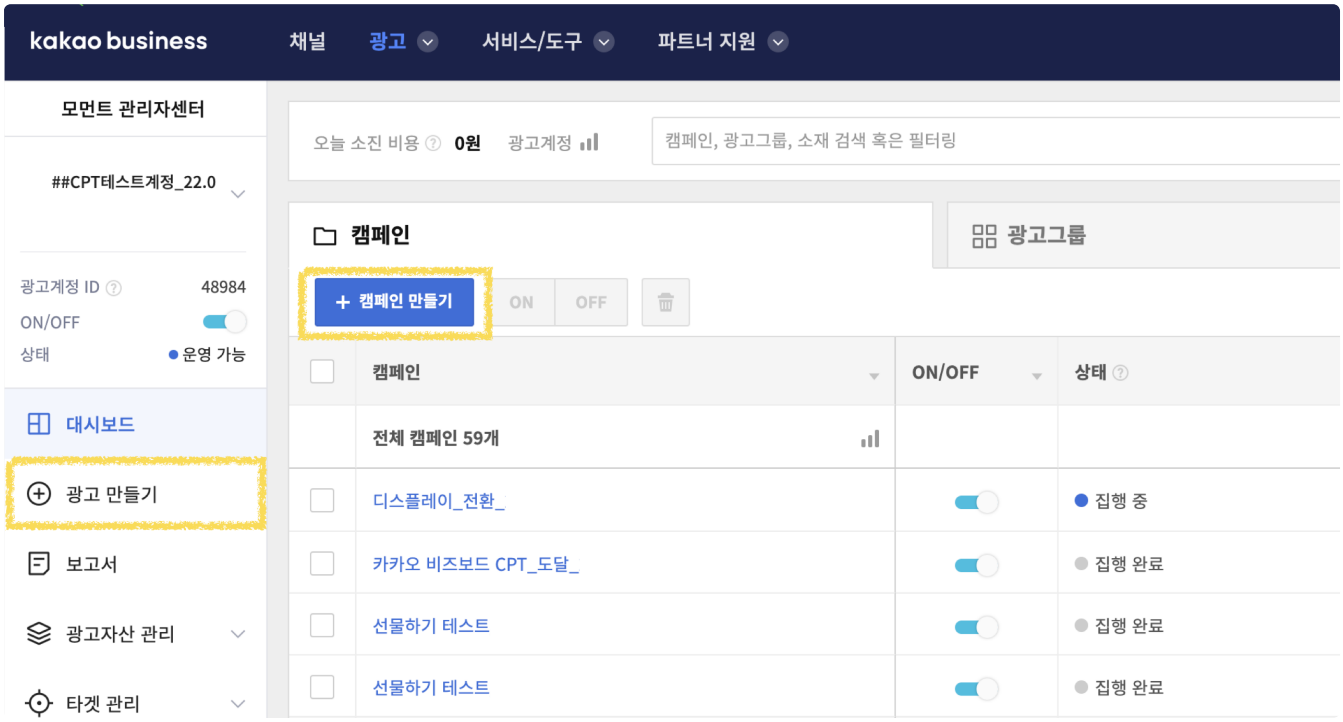
- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

캠페인 만들기

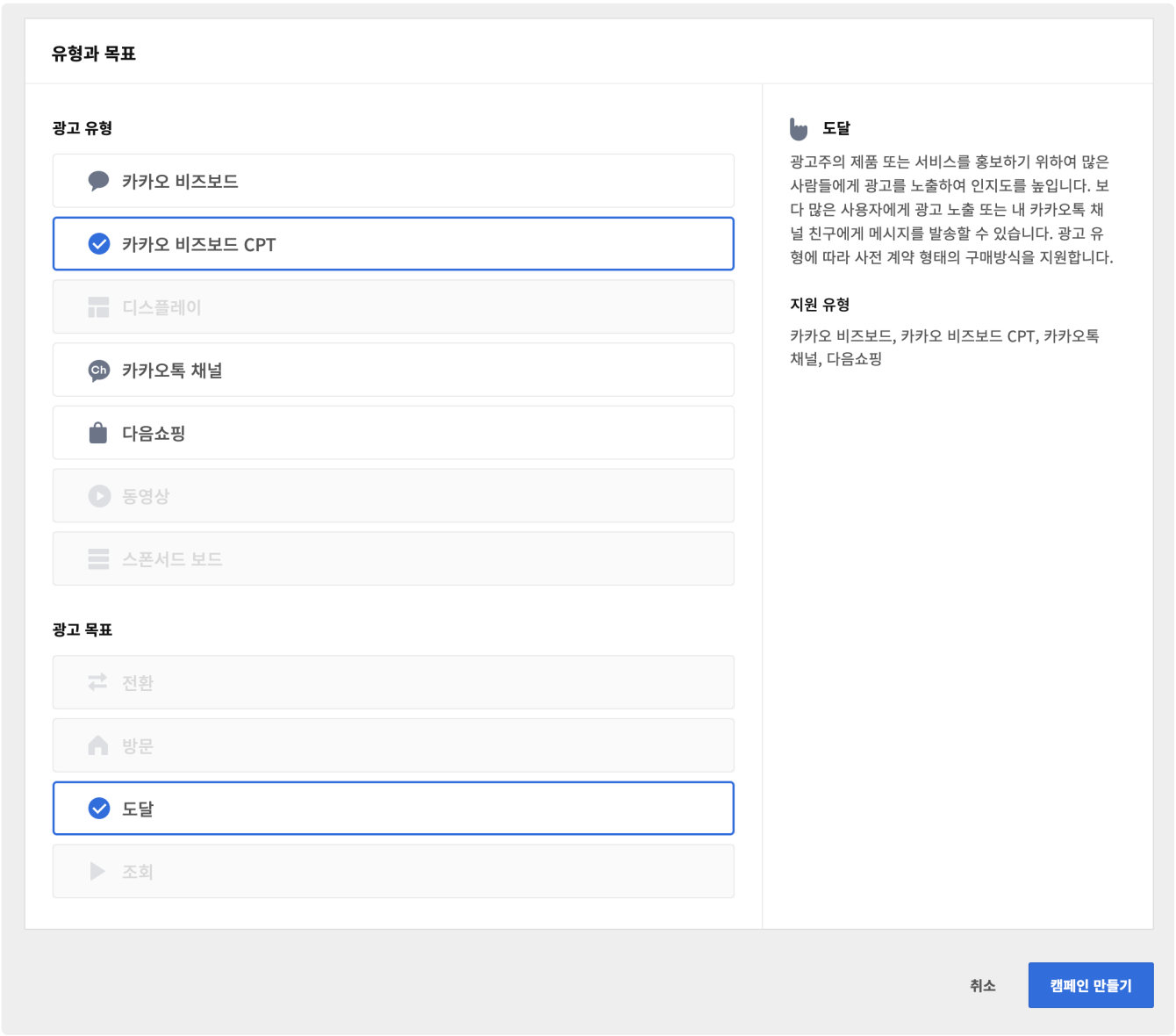
카카오 비즈보드 CPT (beta)는 **도달** 목표만 제공됩니다.

카카오모먼트 캠페인 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

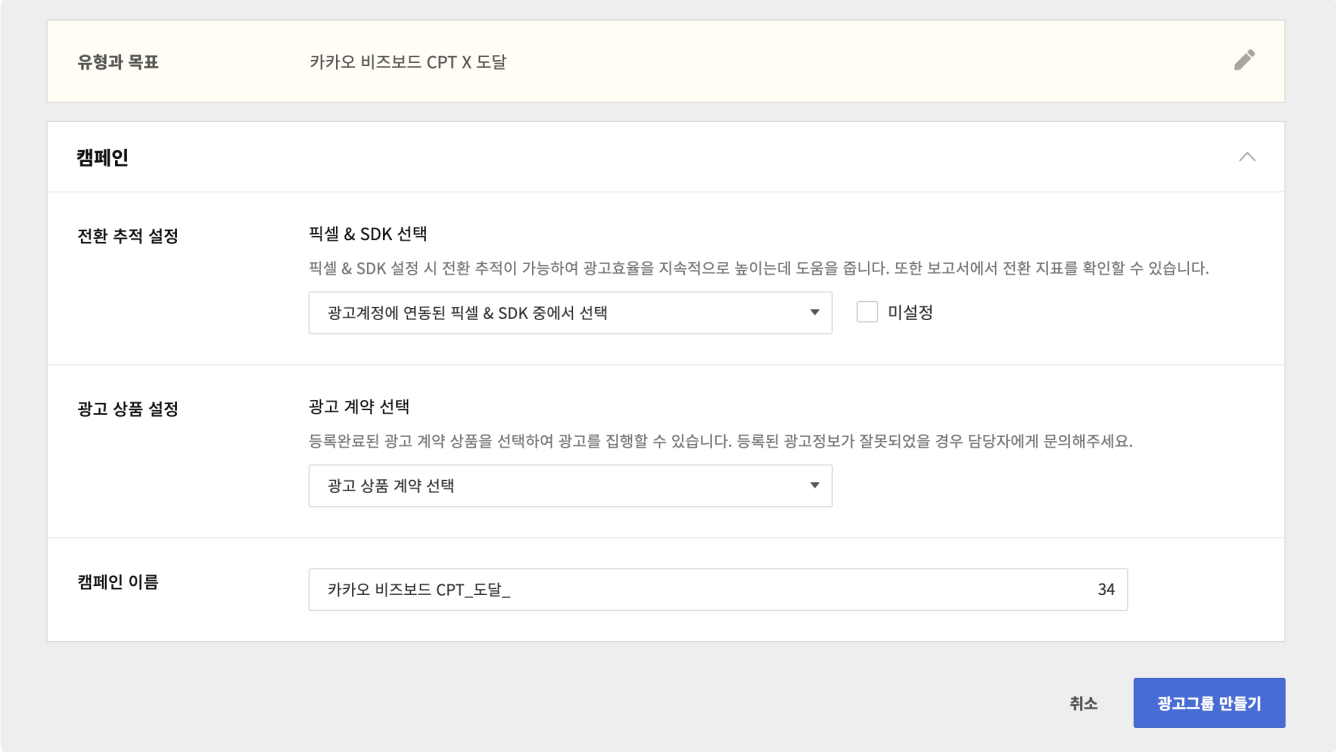
Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 광고 유형에서 [카카오 비즈보드 CPT]를 선택하고 광고 목표를 [도달]을 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 3. 캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다.
각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



설정 항목

전환 추적
광고 계정에 연결된 픽셀 & SDK를 선택하면 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.

광고 상품
낙찰된 광고계정에는 광고 상품 계약이 할당되며, 계약 정보는 입찰 신청 시 입력한 이메일로 안내됩니다.
광고를 집행할 계약 단위를 선택하여 광고를 세팅해주세요.

캠페인 이름
최대 50자까지 자유롭게 입력이 가능합니다.

Step 4. 캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

> 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

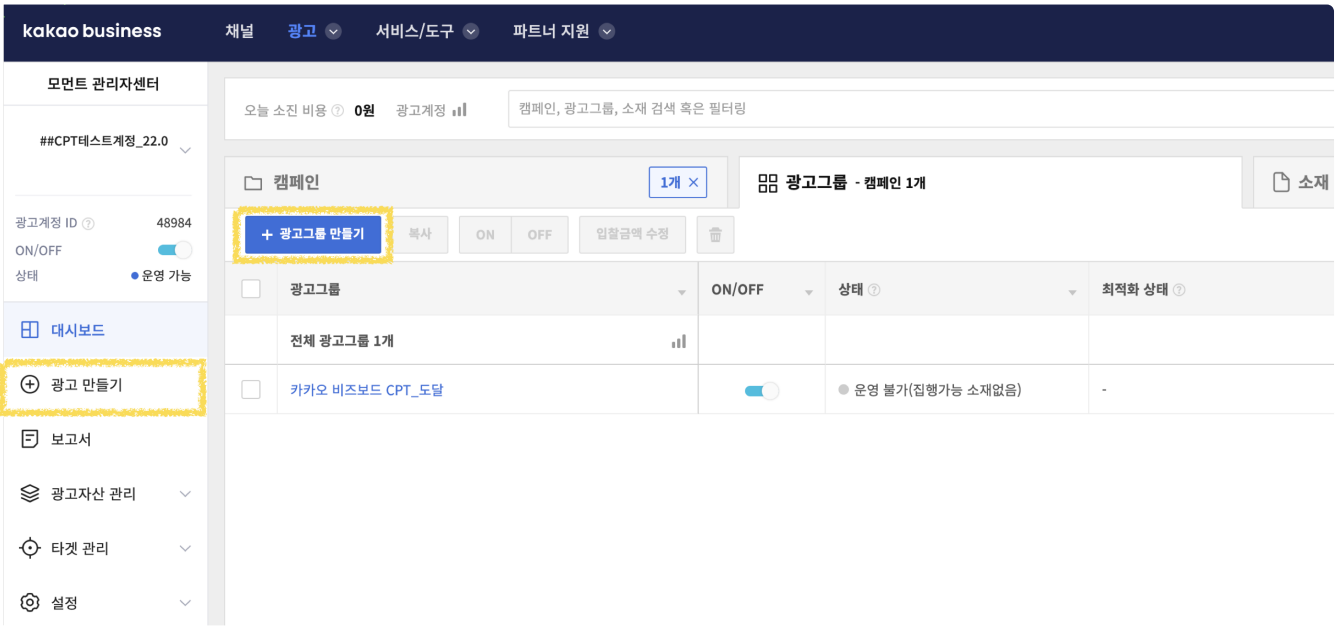
- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

광고그룹 만들기

> 낙찰 안내를 받은 후 영업일 1일 이내 광고그룹을 생성하면 '확약'이 됩니다.
> 집행 대상 디바이스, 예산, 집행기간 등을 확인해주세요.

> 카카오모먼트 광고그룹 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

Step 1. 캠페인 생성 후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고그룹을 만들 수 있습니다.
카카오 비즈보드 CPT(beta)는 1개 캠페인에 1개 광고그룹만 설정할 수 있습니다.
카카오모먼트 대시보드에서 캠페인 선택 후 [+ 광고그룹 만들기]를 하실 때에는 해당 캠페인에 등록된 광고그룹의 개수를 먼저 확인해주세요.

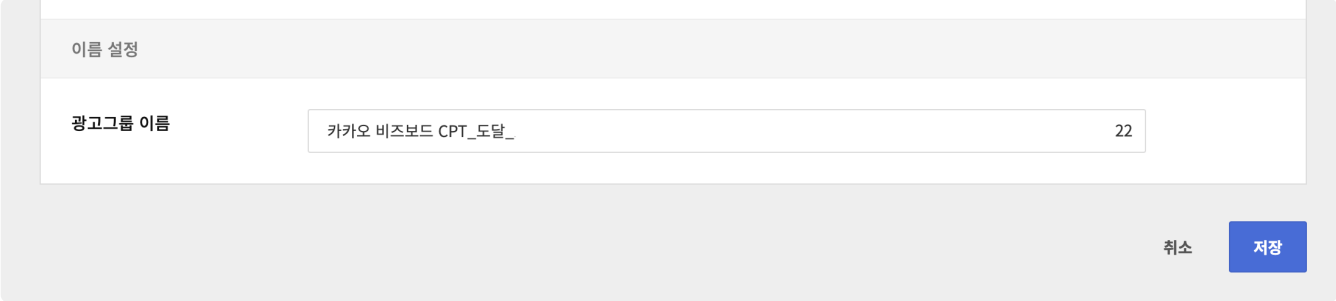


Step 2. 집행 대상, 집행 전략 내용이 구매한 구좌 정보와 일치한 지 확인해주세요.

디바이스, 게재지면, 구매방식, 단가는 자동으로 설정되며 수정은 불가합니다.



Step 3. 광고그룹 이름을 작성해 주세요.



Step 4. 광고그룹 설정 항목을 모두 입력하시면 광고그룹 생성이 완료됩니다.
[저장] 버튼을 눌러 광고그룹에 설정된 값을 저장할 수 있습니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

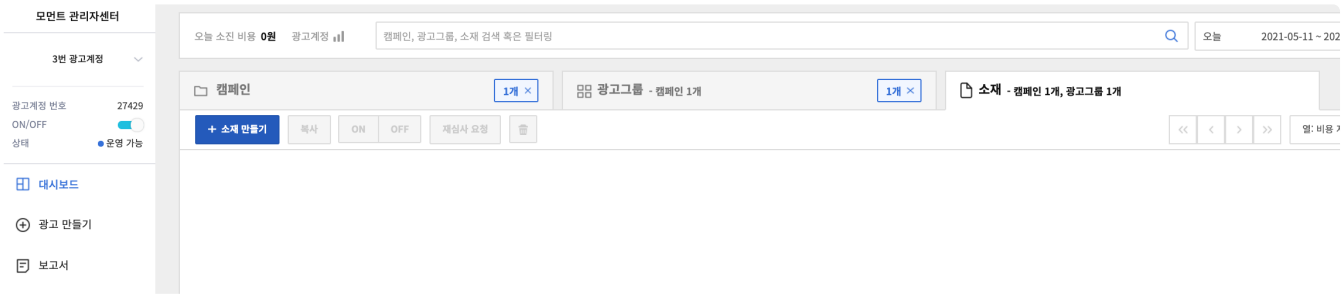
- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

소재 만들기

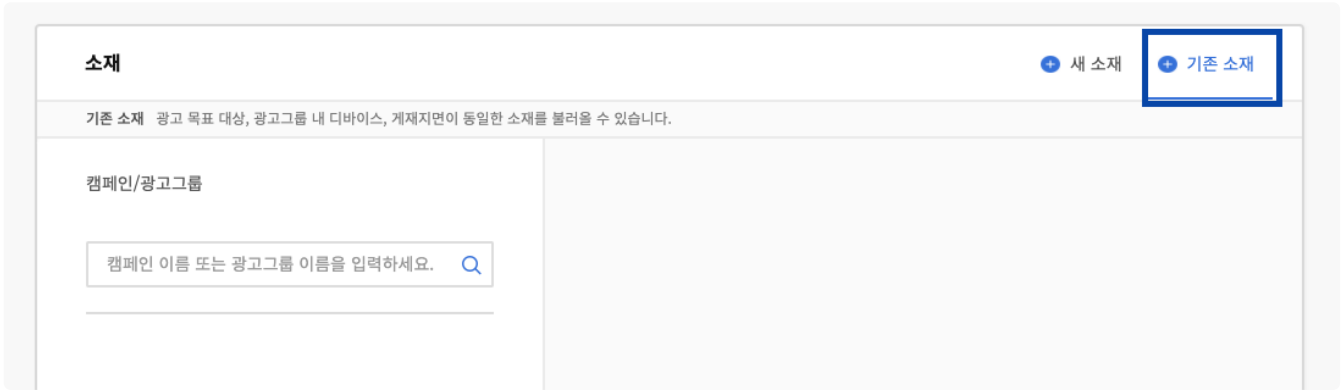
> ⓘ 소재 만들기는 광고 목표와 상관 없이 동일하게 제공됩니다.
> 광고를 생성하는 가장 마지막 단계인 소재 만들기를 학습해보세요.

> ⓘ 카카오모먼트 소재 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

Step 1. 광고그룹 생성후 [저장하고 소재 만들기] 버튼을 눌러 소재를 등록할 수 있습니다.
기존 광고그룹에 소재를 추가하고 싶다면 광고계정에서 캠페인-그룹 선택후 [소재 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 기존에 등록한 소재로 광고 운영하고 싶다면 [기존 소재] 버튼을 눌러주세요.
캠페인 유형 및 목표, 광고그룹 내 디바이스, 게재지면이 동일하면 소재를 불러올 수 있습니다.



캠페인 이름 또는 광고그룹 이름으로 기존 소재를 검색하여 등록이 가능합니다.
새 소재 등록이 필요하다면 아래 안내를 계속해서 참고해 주세요.

Step 3. [새 소재] - [이미지 배너] 버튼을 클릭해 주세요.



Step 4. 소재 설명을 입력해 주세요.
소재 설명은 장애인에게 음성으로 안내되는 광고 정보로 특수 문자 사용은 불가합니다.



Step 5. 광고가 실제 랜딩되는 페이지인 랜딩URL을 설정해 주세요.
카카오 비즈보드 CPT (beta)는 다양한 랜딩 유형이 제공되고 있으며 톡
내에서 액션이 완결되는 랜딩 유형 선택시 카카오톡 게재지면에만 노출됩니다.
그 외 지면에 노출이 필요하다면 랜딩 유형을 URL로 선택해 주세요.

랜딩 URL

랜딩 유형 선택

랜딩 유형 선택
URL
애드뷰
채널웹뷰
챗봇
비즈니스폼
톡캘린더
포스트
웹임베드 채널

광고주 사이트 등 외부 랜딩을 설정하거나, 선물하기 등 URL 형식의 랜딩이 허용된 카카오 서비스를 랜딩으로 설정할 경우 선택합니다. http:// 혹은 https:// 를 포함한 정상적인 형식의 URL을 입력하세요.

랜딩 유형

URL
URL를 직접 입력하여 광고주 사이트 등 외부 아웃링크로 연결할 수 있고
메이커스, 선물하기, 톡스토어에 입점되어 있다면 톡서비스 랜딩 URL을
직접 입력하여 상세 상품 페이지로도 랜딩이 가능합니다.

애드뷰
광고 계정에 만들어진 애드뷰를 선택할 수 있습니다.
애드뷰를 만드는 방법은 애드뷰 관리하기에서 확인해 주세요.

채널웹뷰
카카오톡 채널 채팅방에서 노출할 웹뷰의 랜딩 URL을 직접 입력합니다.

챗봇
챗봇이 설정된 카카오톡 채널을 랜딩으로 선택하여 챗봇과의 상담/문의를 바로 할 수 있으며
채널 추가까지 유도할 수 있습니다.
챗봇이 연결된 [카카오톡 채널 선택] - [랜딩에 사용할 챗봇 키워드]를 입력하세요.

비즈니스폼
광고 계정에 연동되어 있는 비즈니스폼을 선택할 수 있습니다.
비즈니스폼 생성 및 연동은 비즈니스폼 연동하기로 확인해 주세요.

톡캘린더
톡캘린더 이벤트 ID를 입력해 주세요.

포스트
카카오 계정에 연동된 카카오톡 채널을 선택하면
그 채널에 생성되어 있는 포스트 리스트가 출력됩니다.
출력된 리스트에서 포스트를 선택해 주세요.

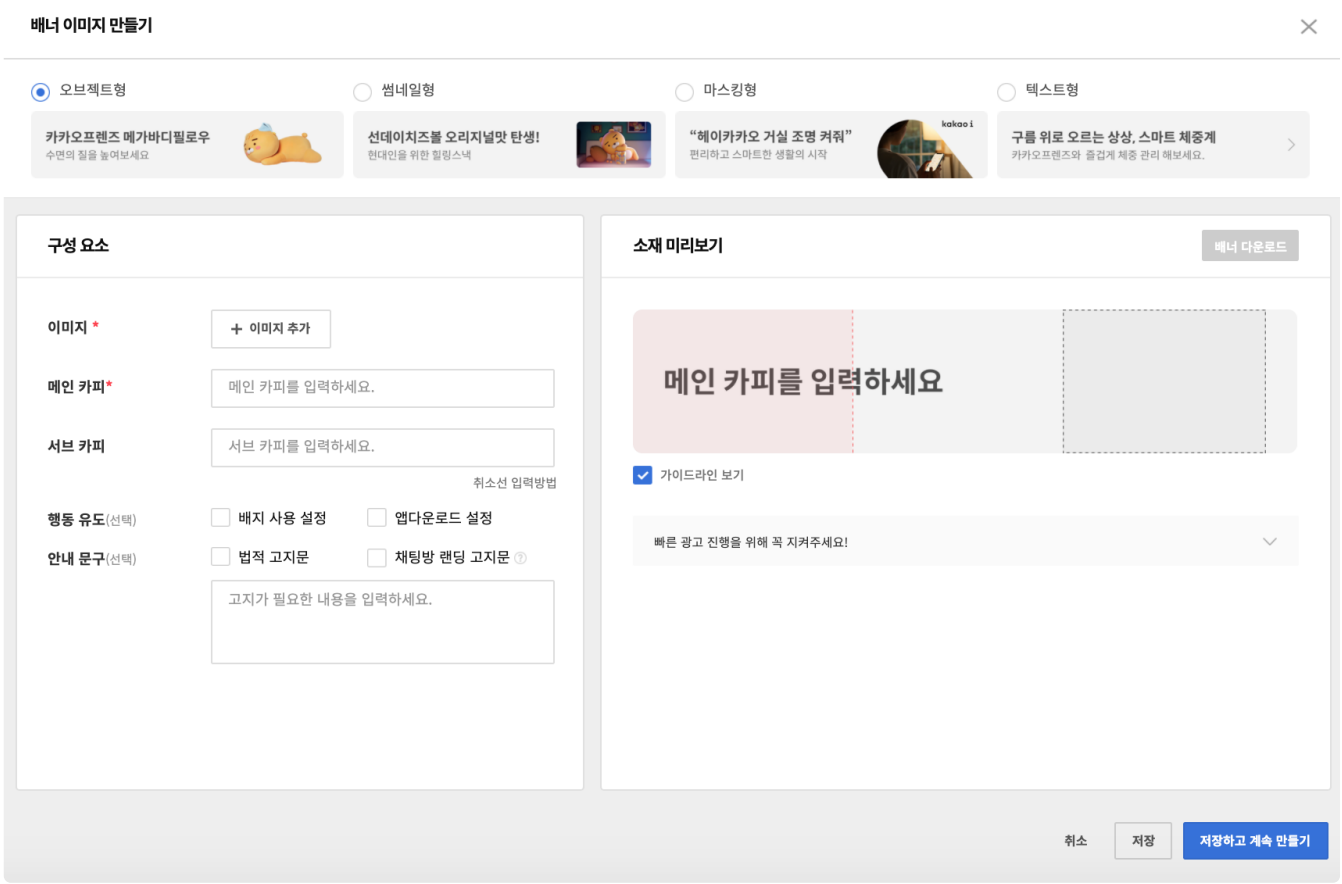
웹임베드
카카오 계정에 연동된 웹임베드 채널에서 랜딩URL이 열리도록 설정하여 채널을 홍보할 수 있습니다.
출력된 리스트에서 카카오톡 채널을 선택해 주세요.

챗봇 등 카카오톡 채널 선택이 필요한 랜딩 활용시, 내 카카오 계정이 해당 채널의 관리자 또는 매니저 권한을 가지고 있어야 합니다.

Step 6. 홍보 이미지를 등록해 주세요.
홍보이미지는 제작된 이미지를 직접 업로드하거나 플랫폼 내에서 빠르고 쉽게 제작할 수 있습니다.



[이미지 추가] 버튼을 누르면 제작이 완료된 소재 이미지 파일을 직접 업로드 할 수 있으며 최대 100개까지 다중 파일 업로드가 가능합니다.
[소재 등록 가이드]를 통해 등록 가능한 소재 사이즈와 용량 및 포맷 확인이 가능합니다.
[배너 만들기] 버튼을 누르면 카피와 오브젝트 이미지, 고지문을 등록하여 빠르고 쉽게 소재 제작이 가능합니다.



오브젝트형, 썸네일형, 마스킹형, 텍스트형 중 제작할 소재 유형을 고르고 구성 요소 입력 후 [저장] 버튼을 눌러주세요.
소재를 추가로 생성하고 싶다면 [저장하고 계속 만들기] 버튼을 눌러주세요.

구성 요소

이미지

- 직접 업로드하거나 최근 사용한 이미지를 불러올 수 있습니다.

메인 카피, 서브 카피

- 원하는 광고 문구를 입력해주세요.

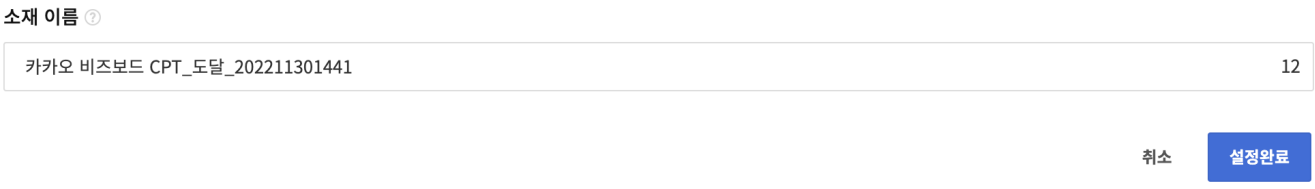
행동 유도

- 서브 카피까지 입력한 두줄 카피형의 경우 배지 사용이 가능합니다. (메인
  피만 입력하거나 텍스트형 소재의 경우에는 사용 불가)
- 카카오 서비스로 랜딩 설정시 배지 사용은 필수로 적용되어야 합니다.

안내 문구

- 고지가 필요한 업종의 경우, 직접 고지문을 작성할 수 있습니다.

Step 7. 소재 이름을 입력하고 [설정완료] 버튼을 눌러주세요.



설정완료 소재 탭에서는 설정이 완료된 소재를 한눈에 확인할 수 있습니다.
광고그룹에 등록이 필요한 모든 소재의 설정이 완료 되었다면 [저장]버튼을 눌러 소재 등록을 완료해 주세요.

> 등록된 소재는 영업일 기준 최대 2일 내 심사가 완료됩니다.

그럼 카카오 비즈보드 CPT (beta)의 광고 집행 준비를 모두 마쳤습니다.
광고 운영 데이터 확인은 대시보드 또는 보고서를 통해 확인해주세요.

지표 확인하기

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

제작가이드

> ⓘ 카카오 비즈보드 CPT (beta)에는 카카오비즈보드(*CPC, CPM, CPA*) 제작가이드가 공통으로 적용되며, 일부 요소에 대해 완화된 기준으로 소재를 제작할 수 있습니다.
>
> - 카카오비즈보드(*CPC, CPM, CPA*) 제작가이드 ▶바로가기

카카오 비즈보드 CPT (beta)에 한해 별도로 완화된 제작가이드는 다음과 같습니다.

1. 오브젝트형・썸네일 박스형 사이즈 확장

카카오 비즈보드 CPT (beta) 오브젝트형에서는 이미지 사이즈를 **420px**까지, 썸네일 박스형에서는 **340px**까지 적용 가능합니다.

오브젝트형



구분	상세 안내
오브젝트	• **이미지 최대 너비 : 420px** • 이미지 최소 너비 : 219px • 이미지포맷 : 투명PNG • 이미지용량 : 150KB 이하 • 텍스트와 이미지 사이간격 42px 유지 • 이미지는 배경 없는 오브젝트 형태로 가공 • 카피와의 균형감에 따라 이미지 영역 내에서 정렬 조정 가능 • 좌,우측이 크롭되지 않는 온전한 형태로 필수 적용 • 임의의 텍스트 삽입 불가
광고주체 표기	• 오브젝트 영역에 광고주체를 표기할 경우 가독성 있는 사이즈로 저 • 광고주체 표기 1개 권장

썸네일 박스형

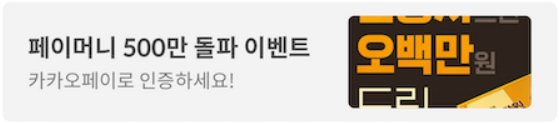


구분	상세 안내
썸네일 박스형	• **영역 최대 너비 : 340px** • 영역 최소 너비 : 219px • 높이 152px 고정 • 이미지 포맷 : JPG, JPEG, PNG (투명배경 이미지 사용 불가) • 이미지 용량 : 10MB 이하 • 텍스트와 이미지 사이간격 42px 유지 • 이미지는 단일 이미지로 구성하는 것을 권장(분할 이미지는 서로 ㄷ 이용하여 최대 두 개까지 사용 가능) • 비즈보드 회색 배경과 유사한 컬러 (#f3f3f3) 사용 불가
광고주체 표기	• 메인카피/서브카피 내 텍스트로 기재

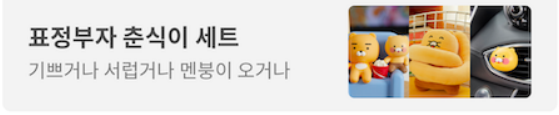
※ 썸네일 박스형 Good case / Bad Case

Bad Case

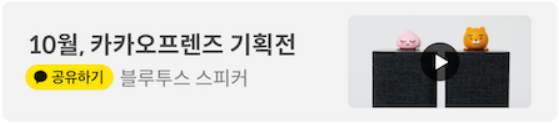
텍스트가 잘려서 내용 인지가 어려운 경우



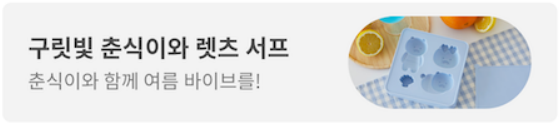
3장 이상의 이미지 조합



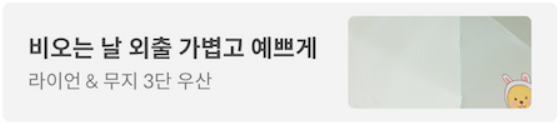
액션 메타포를 사용한 경우 (동영상, 버튼, 공유하기 등)



썸네일 R값을 변형해서 사용한 경우



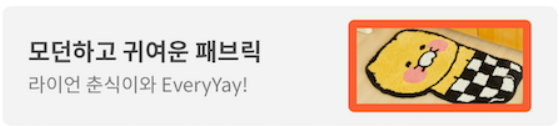
과도하게 확대하여 인지가 어려운 경우



비즈보드 회색 배경과 유사한 컬러를 사용한 경우



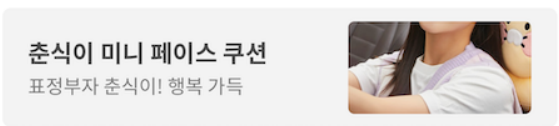
테두리 라인을 사용한 경우



썸네일 내 행동유도버튼을 사용한 경우



신체 주요 부분이 잘린 경우

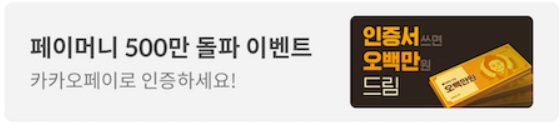


타이포그래픽이 메인 오브젝트로 사용된 경우



Good Case

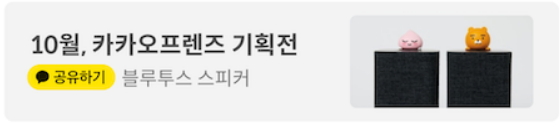
텍스트가 잘리지 않고 내용 인지가 가능한 이미지 사용



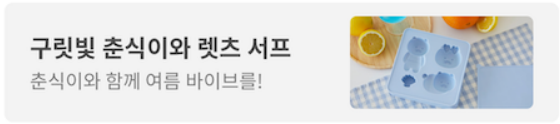
서로 다른 이미지 조합



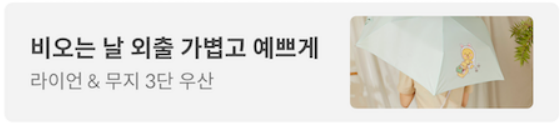
액션 메타포 없이 이미지만 사용



썸네일 R값 변형없이 사용



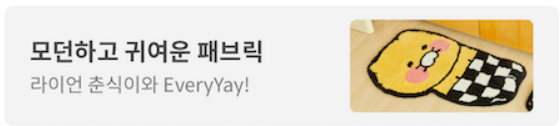
과도하게 확대하지 않고 인지가 가능한 이미지 사용



비즈보드 회색 배경과 겹치지 않는 이미지 사용



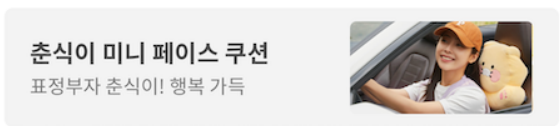
테두리 라인 없는 이미지 사용



썸네일 내 행동유도버튼 없는 이미지 사용



신체 주요 부분이 잘리지 않은 이미지 사용



타이포그래픽이 랜딩페이지에서 메인 비주얼로 확인될 경우 사용



2. 이미지 좌측형 적용

카카오 비즈보드 CPT(beta)에서는 이미지 정렬 방식에 따라 우측형 및 좌측형 중 선택하여 제작할 수 있습니다. 단, 소재 유형 중 마스킹 - 원기둥형 및 텍스트형은 좌측형 적용에서 제외됩니다.

이미지 좌측형



구분	상세 안내
이미지 좌측형	• 이미지 좌측 정렬 • 텍스트 우측에 꺽쇠 아이콘 사용 가능(텍스트와 간격 40px 유지 • **텍스트 우측에 190px 이상 여백 발생 시 꺽쇠 아이콘 적용 필수** • 마스킹 - 원기둥형, 텍스트형은 이미지 좌측 정렬 불가

3. 다양해진 텍스트 효과

다양한 텍스트 구성 및 강조 효과를 활용해, 브랜드를 효과적으로 알리고 소재 주목도를 더욱 더 높일 수 있습니다.

3-1. 고딕 계열 폰트 허용

폰트 가이드



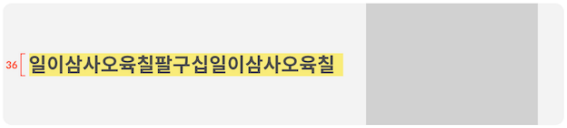
구분	상세 안내
폰트 가이드	• 권장 폰트인 Spoqa han sans 외 고딕계열(브랜드 폰트 포함)의 F 가능 • 브랜드 폰트 및 Bold 효과는 메인카피에만 사용 가능 • 브랜드 폰트 사용한 1줄은 브랜드 폰트 외 다른 폰트 사용 불가 • **가독성이 좋지 않은 얇은 폰트 사용 불가 및 폰트의 자간 임의 조**

※ 심사 과정에서 브랜드 폰트 확인 및 대조를 위한 별도 증빙을 요청할 수 있습니다.

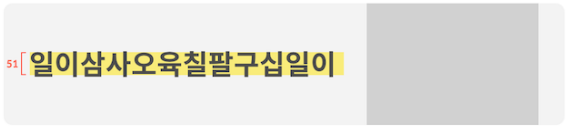
3-2. 텍스트 영역 확장

텍스트 1줄

최소 36px



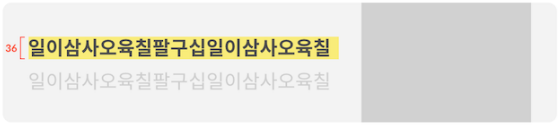
최대 51px



구분	상세 안내
텍스트 1줄	• 텍스트 최소 가로 길이는 290px 고정 • 메인카피 높이 36px ~ 51px

텍스트 2줄(기본형)

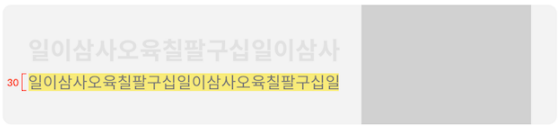
최소 36px



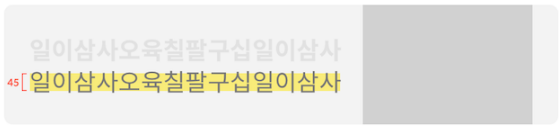
최대 51px



최소 30px



45px



구분	상세 안내
텍스트 2줄	• 텍스트 최소 가로 길이는 290px 고정 • 메인카피 높이 36px ~ 51px / 서브카피 높이 30px ~ 45px • 2줄 간 간격 최소 24px 이상으로 제작(영역 내에서 가능)

텍스트 3줄

텍스트 3줄 최대 높이 152px



줄간격 최소 24px



구분	상세 안내
	• 텍스트 최소 가로 길이는 290px 고정

텍스트 3줄	• 부가정보 입력시 카피 3줄 최대 높이 152px 내에서 구성 • 세 번째 줄: 높이 18px 고정 / #999999 색상 필수 / 광고 문구와 줄 24px / 좌우측의 하단에만 배치 가능

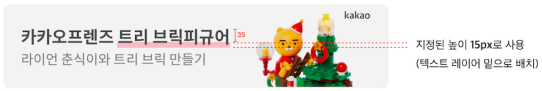
3-3. 텍스트 꾸밈효과

꾸밈효과 가이드

풀 컬러형



하프 컬러형



구분	상세 안내
꾸밈효과 가이드	• **풀 컬러형: 컬러 7종, 텍스트 높이와 동일한 형태로 사용** • **하프 컬러형: 컬러 7종, 지정된 높이 15px로 사용** • 어절로 구분하여 하이라이트 사용 • 최소 1개 ~ 최대 3개 어절에 하이라이트 사용 • **메인 카피에만 사용** • 문구 전체에 하이라이트 사용 불가 • 하이라이트 끊어서 조합 불가 • 1개 어절에 하이라이트 표기할 경우 한 글자로 구성된 어절은 사용 • 어절 내에서 일부만 표기 불가 • 쌍으로 구성되는 특수기호의 경우 하이라이트 어절에 기호가 모두 ㅈ 경우 하이라이트 표기 불가 • **비즈솔루션 배지 사용 시 효과 사용 불가** • 하이라이트 효과 중복 사용 불가

※ 사용 가능한 하이라이트 컬러 7종

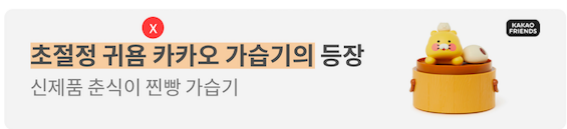
#F8ACBB 투명도 80% #C8B8F6 투명도 80% #F8C289 투명도 80% #FBE848 투명도 80% #9BE2F9 투명도 80% #8BE89B 투명도 80% #C9C9C9 투명도 80%

※ Good case / Bad Case

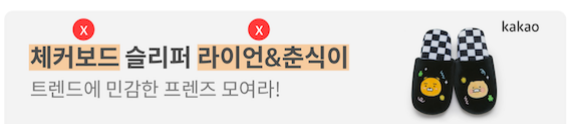
Bad Case



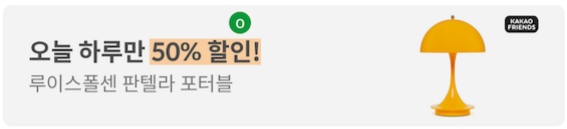
문구 전체에 사용한 경우



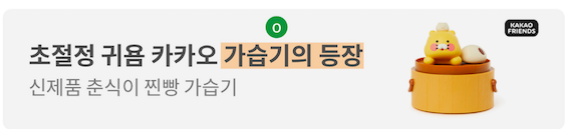
3 어절 이상 사용한 경우



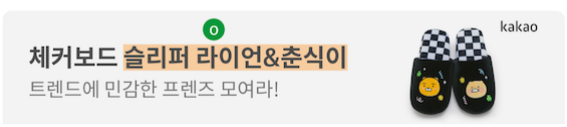
Good Case



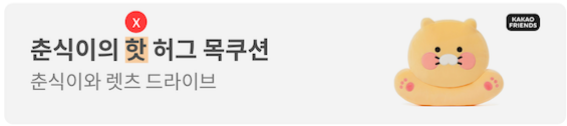
1 ~ 3 어절에 사용



3 어절 이내로 사용

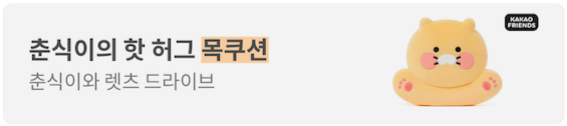


하이라이트를 끊어서 조합한 경우

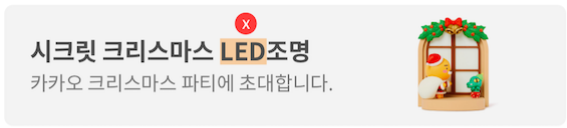


1개 어절에 하이라이트 표기할 경우 한 글자로 구성된 어절은 사용불가

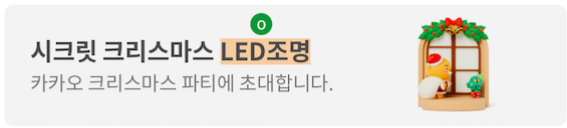
하이라이트 연결해서 구성



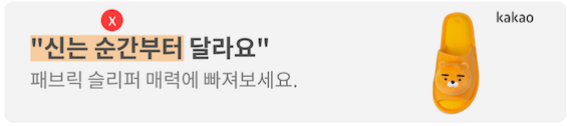
한 글자 이상으로 구성된 어절에 사용



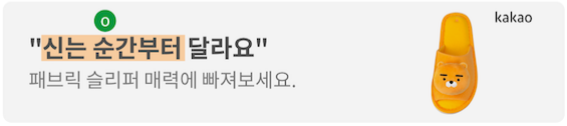
어절내에서 일부만 표기한 경우



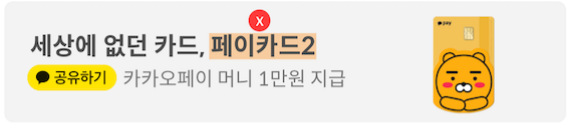
어절 전체에 표기



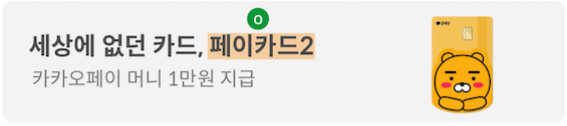
쌍으로 구성되는 특수문자 (“”, ‘’, <>, () 등) 경우 하이라이트 어절에 일부만 사용할 경우



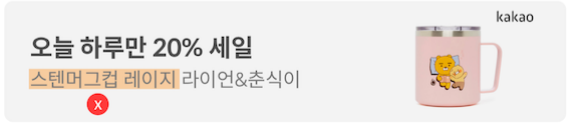
특수문자 제외하고 표기



비즈솔루션 배지와 같이 사용한 경우



비즈솔루션 배지 없이 사용



서브카피에 사용한 경우



메인카피에 사용

3-4. 텍스트 컬러효과

컬러효과 가이드

문장의 50% 적용

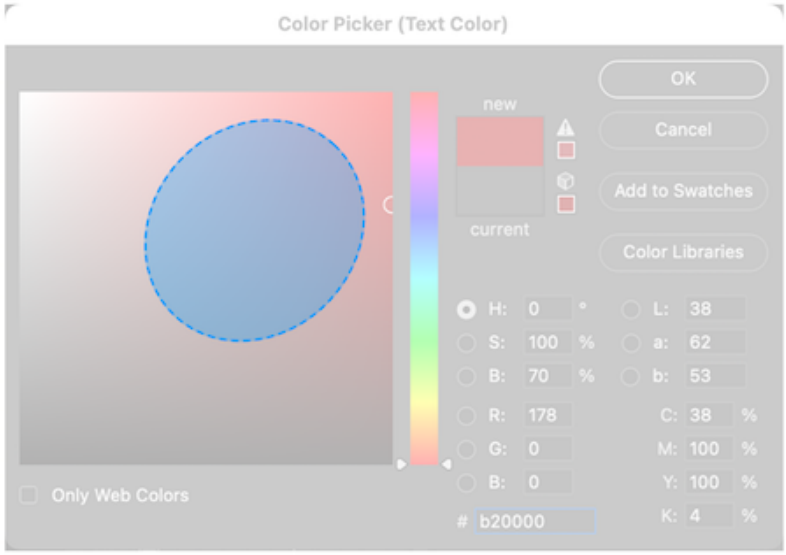


어절의 50% 적용



구분	상세 안내
컬러효과 가이드	• 한 줄 기준 문장의 50% 또는 어절의 50% 이내에서 사용 • 컬러가 들어간 부분 이외의 텍스트는 #4C4C4C 사용하여 제작 • **가독성이 떨어지는 밝은 컬러 사용 불가** • **강한 형광색 컬러 사용 불가** • 컬러 선택 TIP 참고하여 파란색 영역의 컬러 사용을 권장

※ 컬러 선택 TIP

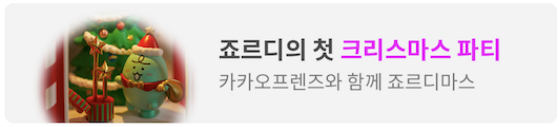


파란색 표시 영역의 컬러 사용을 권장

※ 사용 불가 컬러



밝은 컬러 사용으로 가독성이 떨어지는 경우



강한 형광색 컬러를 사용한 경우

카카오모먼트 배너 제작툴에서는 카카오비즈보드(*CPC, CPM, CPA*) 제작가이드 기준의 소재 제작만 가능합니다. 카카오 비즈보드 CPT (beta)의 완화된 가이드로 소재 제작을 원하시는 경우에는 별도 PSD 파일을 활용해주세요. ▶다운로드

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원 상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

제한업종

카카오 비즈보드 CPT (beta)에는 카카오모먼트 심사가이드가 공통으로 적용되나,
상품 특성 상 제한업종 가이드가 추가로 적용됩니다.

> - 카카오모먼트 집행 기준 및 준수사항 ▶바로가기
> - 카카오모먼트 소재 구성 가이드 ▶바로가기
> - 카카오모먼트 업종별 가이드 ▶바로가기

카카오 비즈보드 CPT (beta) 추가 제한업종 가이드

1. 성인타겟팅 필수 업종 및 연령 제한이 필요한 경우 광고 집행이 불가합니다. (ex. 주류, 주류용품, 가상화폐 거래소 등)
2. 대출 광고는 제도권 금융(1, 2금융권) 및 공공기관만 가능하며(00시~08시 심야 구좌로만 광고 집행 가능, 그 외 시간대는 대출 업종 또는 대출 관련 내용의 광고 집행 불가) 대출모집인(법인) 광고는 집행이 불가합니다.
3. 대체의학, 문신, 운세 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
4. 자산관리, 투자 정보 서비스는 광고 집행이 불가합니다. (ex. 유사투자자문업, 주식ㆍ증권 정보제공업 등)
5. 신용조사, 채권추심 및 이와 유사한 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
6. 부동산 컨설팅 및 중개(경매, 임대 등) 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
7. 다단계, 대부업 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
8. 허위 매물 위험성이 있는 업종 및 사이트는 광고 집행이 불가합니다. (ex. 중고명품 쇼핑, 중고차 매물 홍보 등)
9. 남성건강식품, 여성청결제, 속옷 광고는 집행이 불가합니다.
10. 장례ㆍ상조 서비스 및 B2B 산업, 법률서비스는 광고 집행이 불가합니다.
11. 사진, 스튜디오 업종 및 이와 유사한 서비스의 경우 이용자 항의가 높은 광고는 일부 제한될 수 있습니다.

※ 이 외 당사 내부 정책에 따라, 별도 고지 없이 가이드가 변경될 수 있습니다.

> ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 업종별 심사정책 FAQ
- 공통 심사정책 FAQ

원격지원 상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

디스플레이 광고

다양한 형태의 크리에이티브로 브랜드 가치를 강화할 수 있는 디스플레이 광고.
브랜드와 관련있는 최적의 오디언스를 찾아, 최적의 순간에 광고를 노출하여 퍼포먼스를 극대화 할 수 있습니다. 디스플레이 광고를 통해 여러분의 마케팅을 효과적으로 진행해 보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

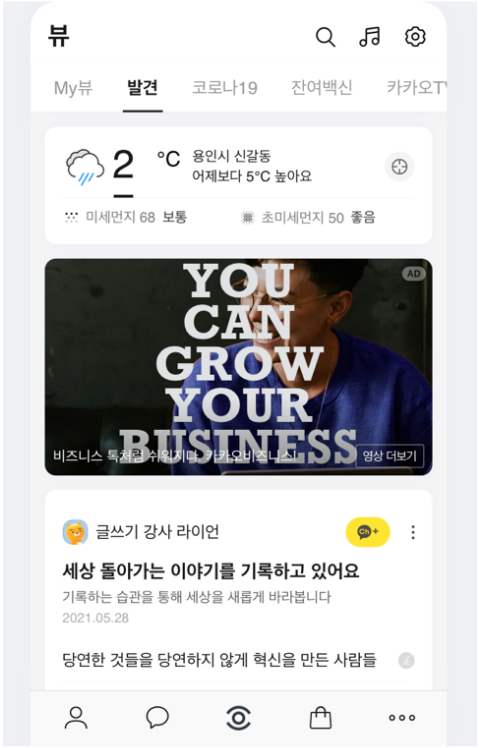
- ＃1. 노출 지면
- ＃2. 소재 유형
- ＃3. 광고 목표
- ＃4. 오디언스 설정
- ＃5. 디스플레이 광고 대표 노출 위치
  - ＃3-1.
  - ＃3-2.

1. 노출 지면

카카오의 핵심 서비스와 주요 파트너 서비스를 중심으로 다양한 지면의 광고 영역에 노출됩니다.
MOBILE부터 PC까지 이용자가 있는 곳이라면 어디든 찾아가서 광고를 노출합니다.

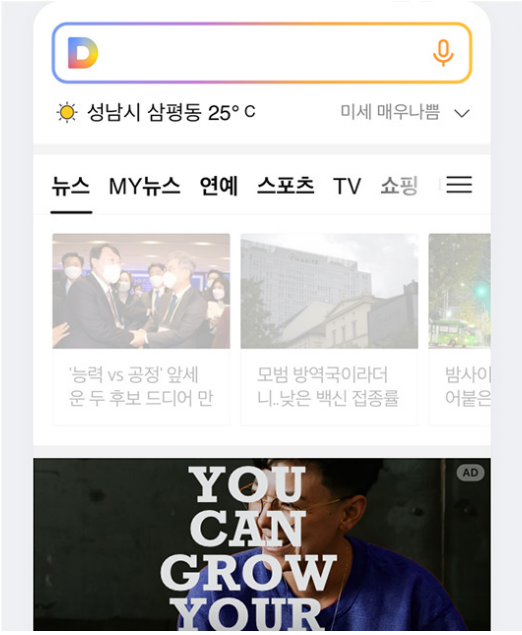
카카오톡

친구탭, 채팅탭, 뷰탭, 더보기탭의 모바일 지면과 PC 로그인 시 팝업 그리고 채팅창 하단까지 다양한 콘텐츠 소비 영역에 노출됩니다.



다음

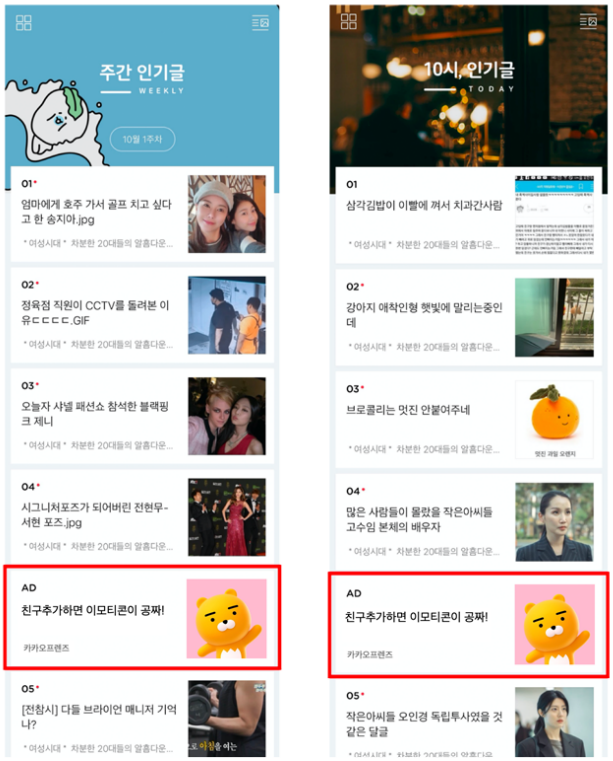
모바일, PC 다음의 다양한 콘텐츠 소비 영역에 노출됩니다.





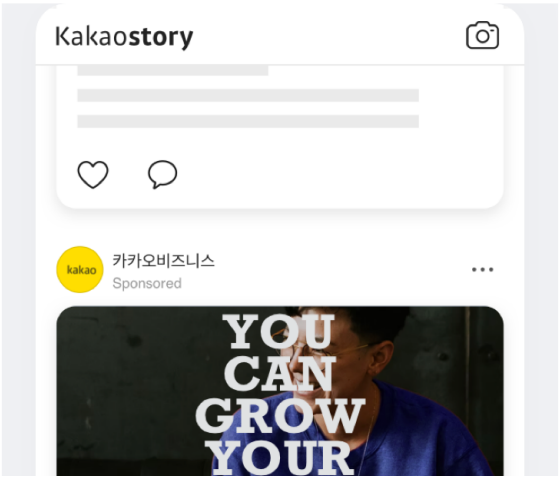
다음 카페

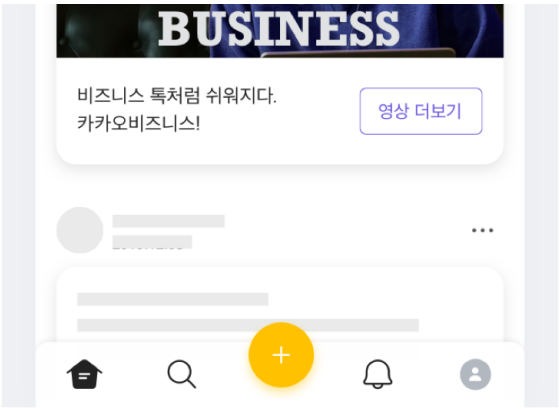
다음 카페 인기글 내 영역에 자연스럽게 광고가 노출됩니다.



카카오스토리

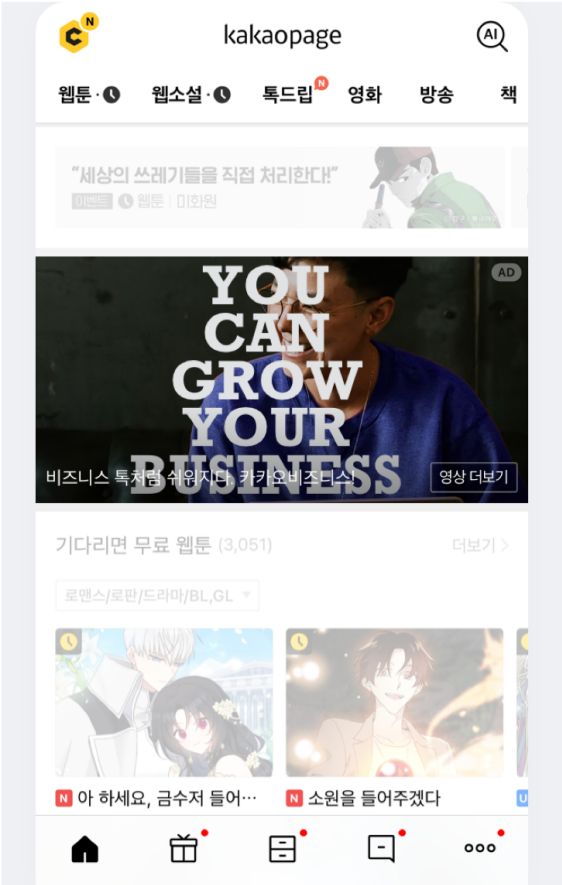
카카오스토리 사용시 소식 피드 사이에 자연스럽게 광고가 노출됩니다.





카카오서비스

카카오페이지, 카카오헤어샵과 같은 프리미엄 네트워크 서비스에서 노출이 가능합니다.

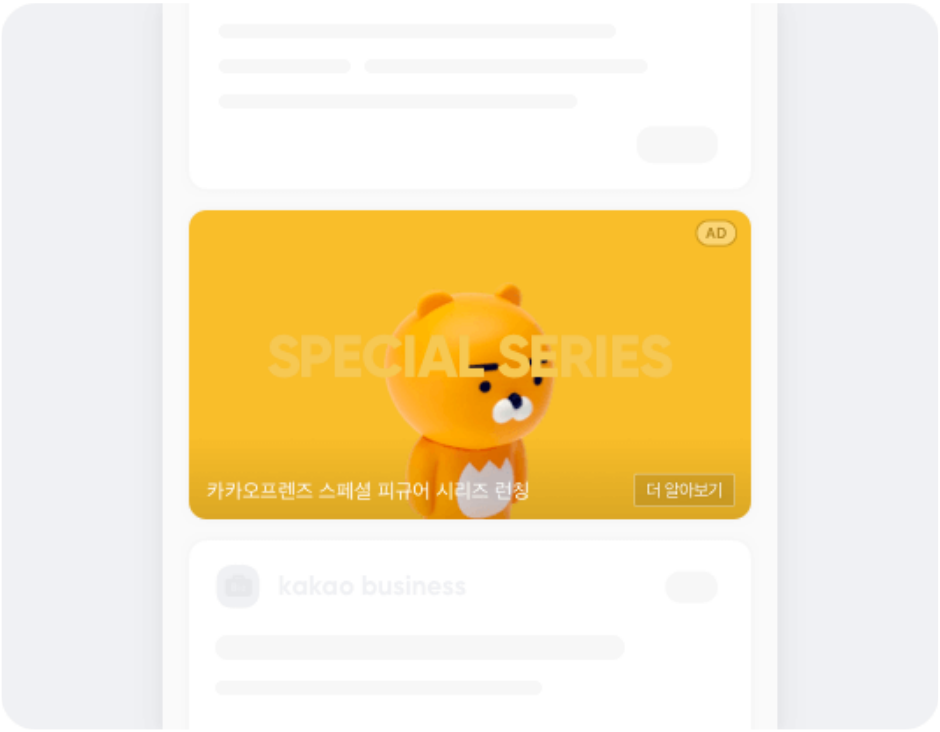


2. 소재 유형

네이티브, 카탈로그 2가지 소재 유형을 지원합니다.
2가지 유형의 크리에이티브만으로도 광범위한 카카오광고 지면 곳곳에 광고를 노출할 수 있습니다.

이미지 네이티브형

콘텐츠 페이지 또는 소셜미디어 피드 사이에 자연스러운 형태로 구성해 노출할 수 있습니다.



이미지 카탈로그형

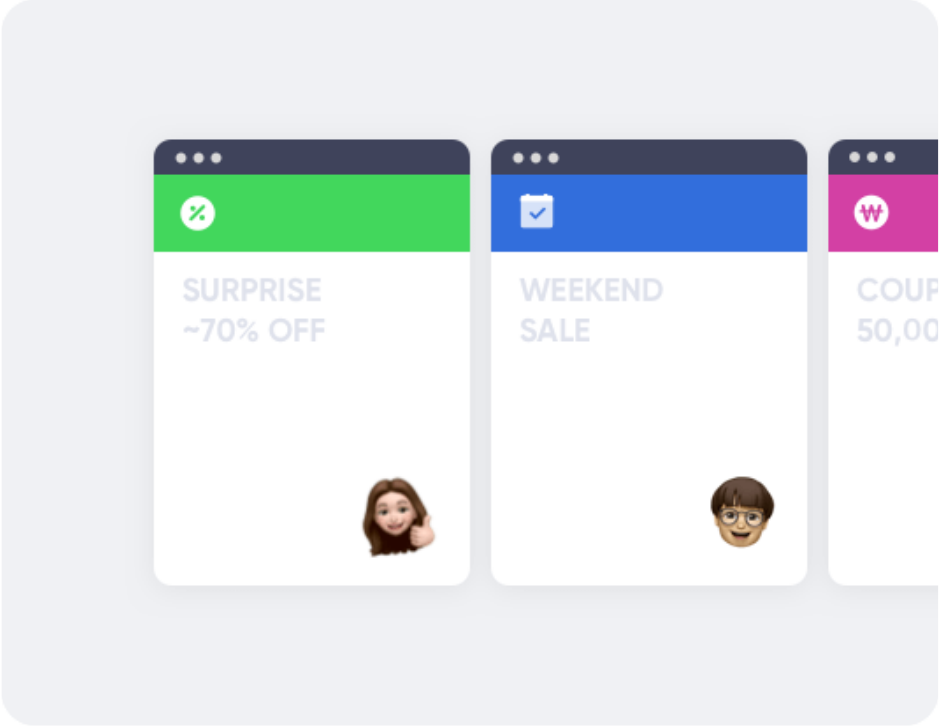
하나의 소재에 최대 10개의 상품 정보를 효과적으로 노출할 수 있습니다.

3. 광고 목표

방문, 전환 목표 설정으로 다양한 광고 목표별 노출 최적화를 통해 광고 성과를 높여줍니다.

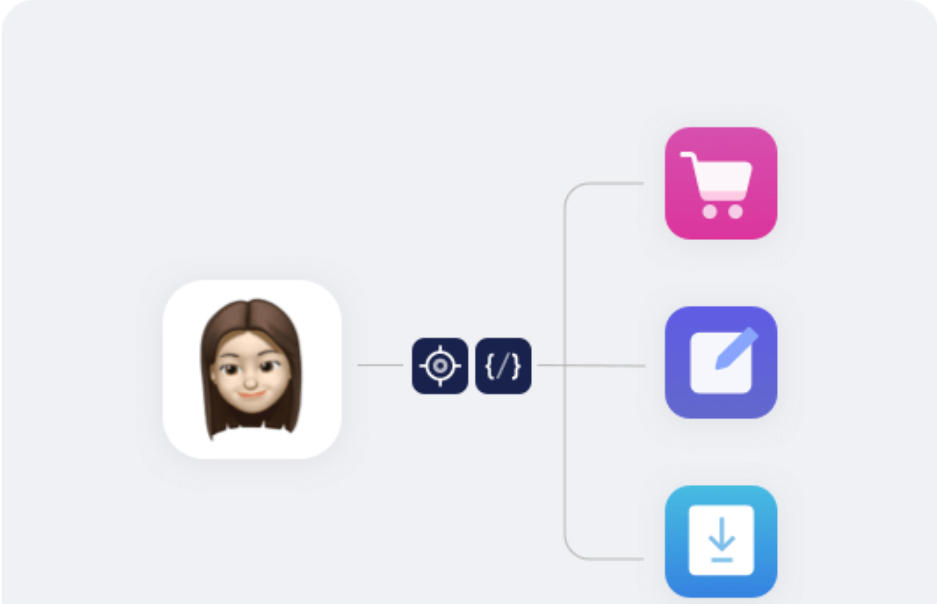
방문

광고주가 원하는 랜딩으로 사용자들의 방문을 극대화하여 원하는 마케팅 목표를 달성합니다.



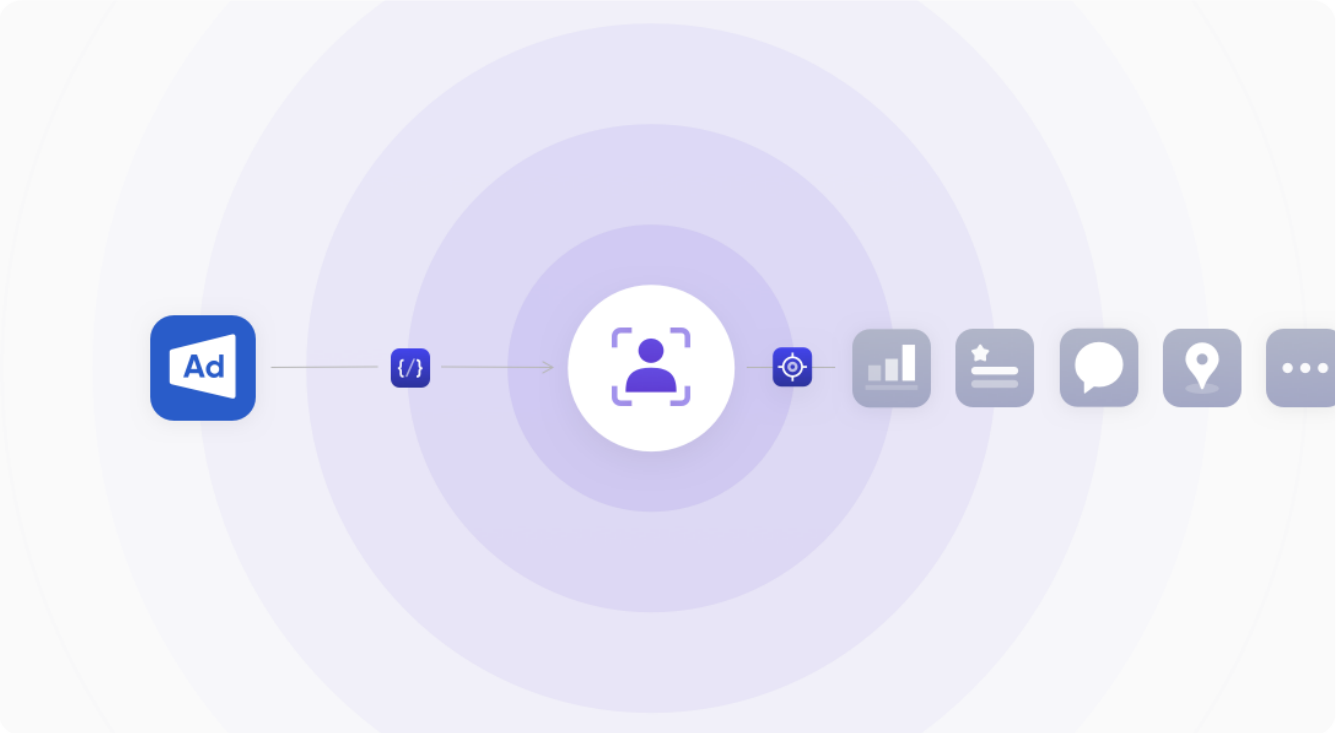
전환

광고주의 비즈니스에 대한 관심을 구매, 참여, 설치 등의 행동으 로 전환 시킵니다. 전환 가능성이 높은 대상에게 최적확된 광고를 노출 시키는 카카오의 기술이 제공됩니다.



4. 오디언스 설정

카카오의 기술력으로 적합한 이용자를 찾고, 광고가 필요한 순간을 포착해 광고를 노출합니다. 데모그래픽 뿐 아니라 오디언스의 행동, 관심사, 카카오 서비스, 현재위치 등 다양하고 정교한 타게팅을 경험해보세요.



5. 디스플레이 광고 대표 노출 위치

- 게재지면은 플랫폼 업데이트 상황에 따라 추가 및 변동, 제외가 될 수 있습니다. 이 점 유의 바랍니다.
- 이미지(캡쳐)에서 확인되는 특정 광고주와 해당 자료는 무관합니다.
- 광고가 집행되는 “광고매체”의 범위 및 “광고매체”에서의 광고 집행영역, 순서, 정보, UI, 방식 등은 변경 또는 추가할 수 있으며, 별도 공지하지 않습니다.
- 소재 유형 및 게재 위치에 따라 AD(Sponsored) 마크가 표기되어 노출될 수 있습니다.

디스플레이 광고소재별 게재지면은 대표적인 지면 위주로 정리되어있습니다.
일부 지면은 소재별 게재지면에서 확인이 어려울 수 있으며, 지면별 사이즈에 맞게 [이미지>네이티브] 소재가 베리에이션됩니다.
예시이미지는 단순 예시이며, 1개 지면에 노출되는 소재 형태는 달라질 수 있습니다.

(220704) _ .pdf 7MB
PDF

디스플레이 광고 소재별 게재지면

일부 지면은 기기 사양 등 따라 등록 소재와 비율이 맞지 않는 경우, 홍보 이미지의 대표 색상을 추출하여 여백이 채워질 수 있습니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

캠페인 만들기

디스플레이는 방문 / 전환 2가지 광고 목표를 제공합니다.
광고 운영 목적에 맞게 광고 목표를 선택하여 캠페인을 생성해보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

1. 디스플레이 X 방문

광고주 브랜드에 관심이 있는 카카오 사용자에게 임팩트 있게 홍보하고 방문을 극대화하기를 원한다면?

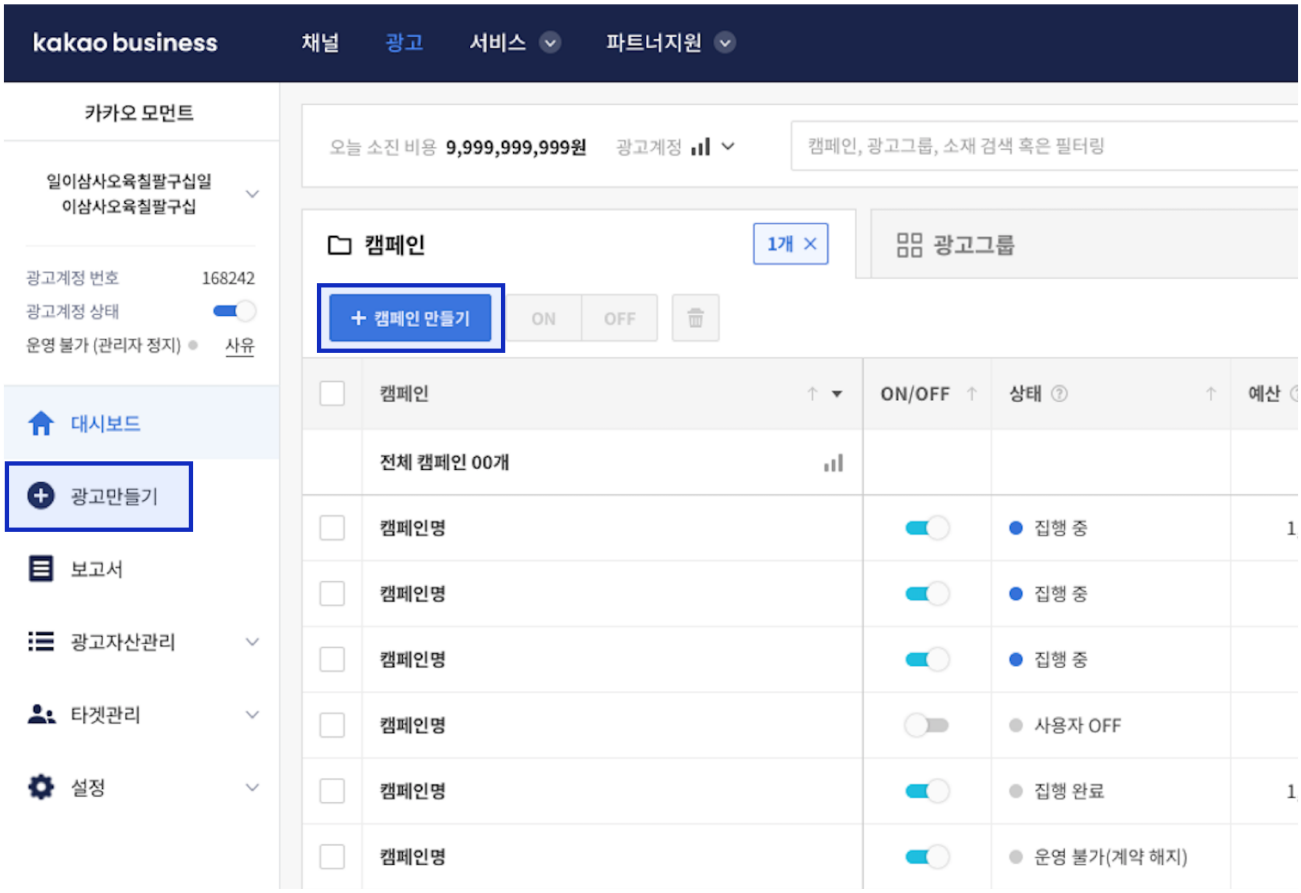
2. 디스플레이 X 전환

구매, 회원가입 등 목표하는 전환 수치를 극대화할 수 있는 것을 원한다면?

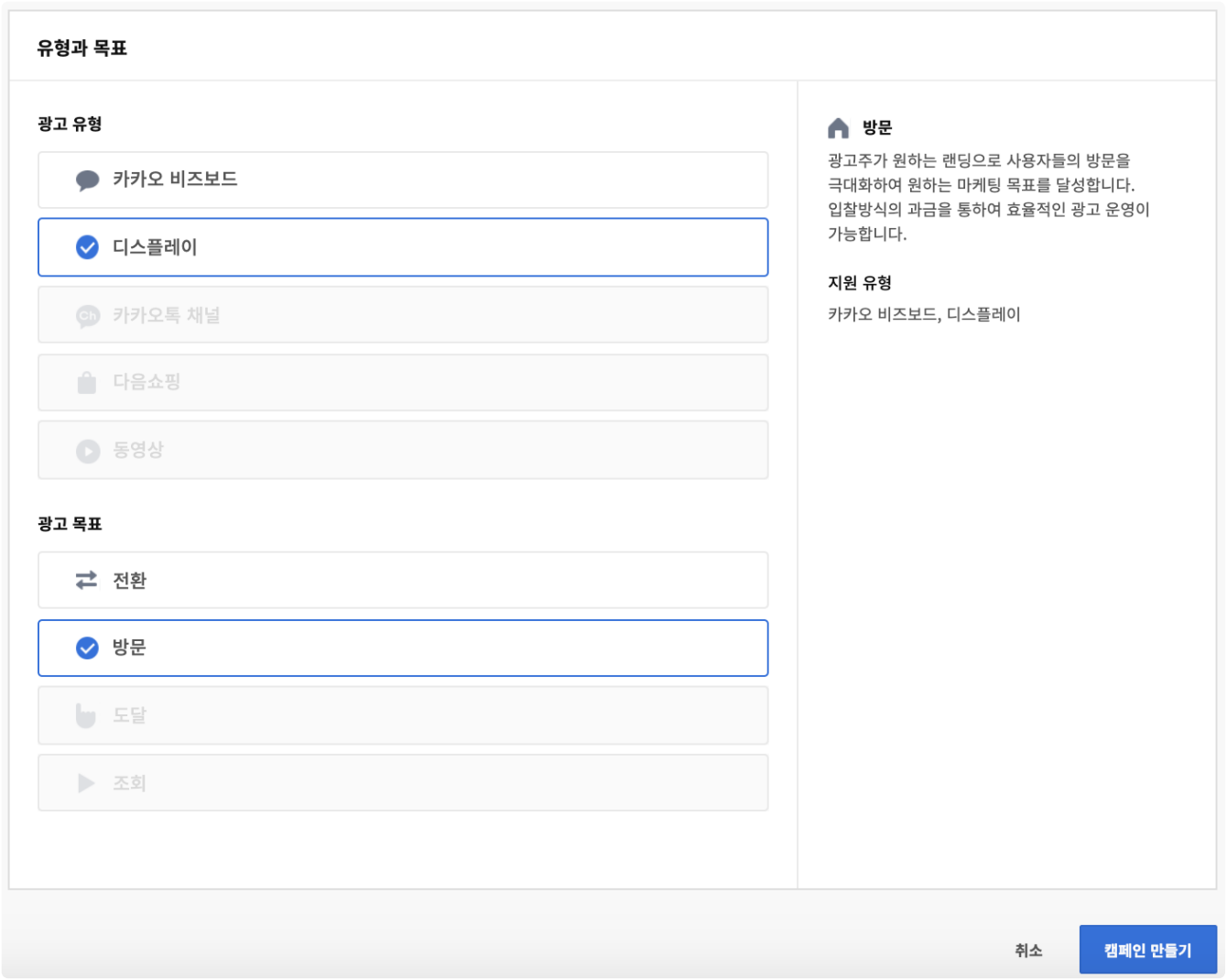
카카오모먼트 캠페인 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

1. 디스플레이 X 방문

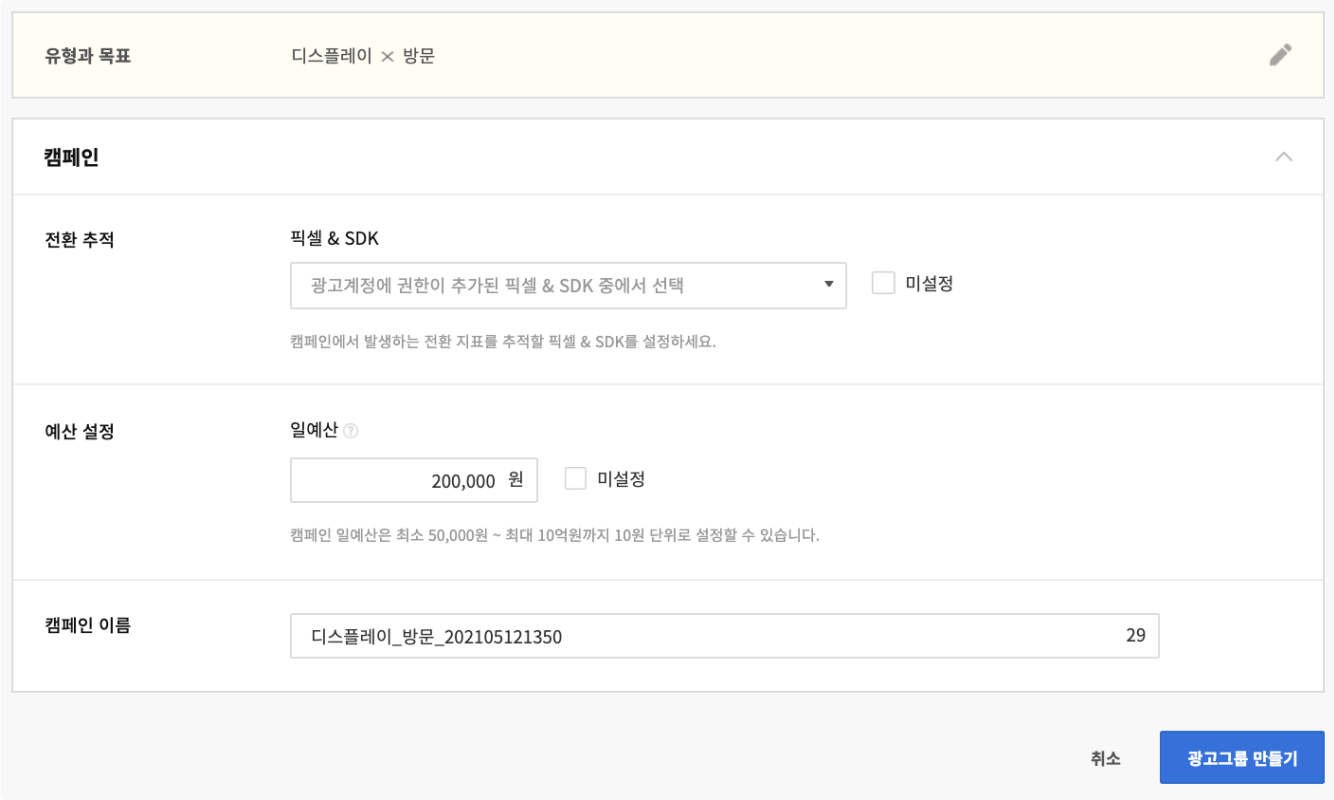
Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 광고 유형에서 [디스플레이]를 선택하고 광고 목표를 [방문]으로 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러 주세요.



Step 3. 캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다.
각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



설정 항목

전환 추적
광고 계정에 연결된 픽셀&SDK를 선택하면 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.

예산 설정
캠페인 일예산은 최소 5만원부터 최대 10억까지 10원 단위로 설정이 가능합니다.

캠페인 이름
최대 50자까지 자유롭게 입력이 가능합니다.

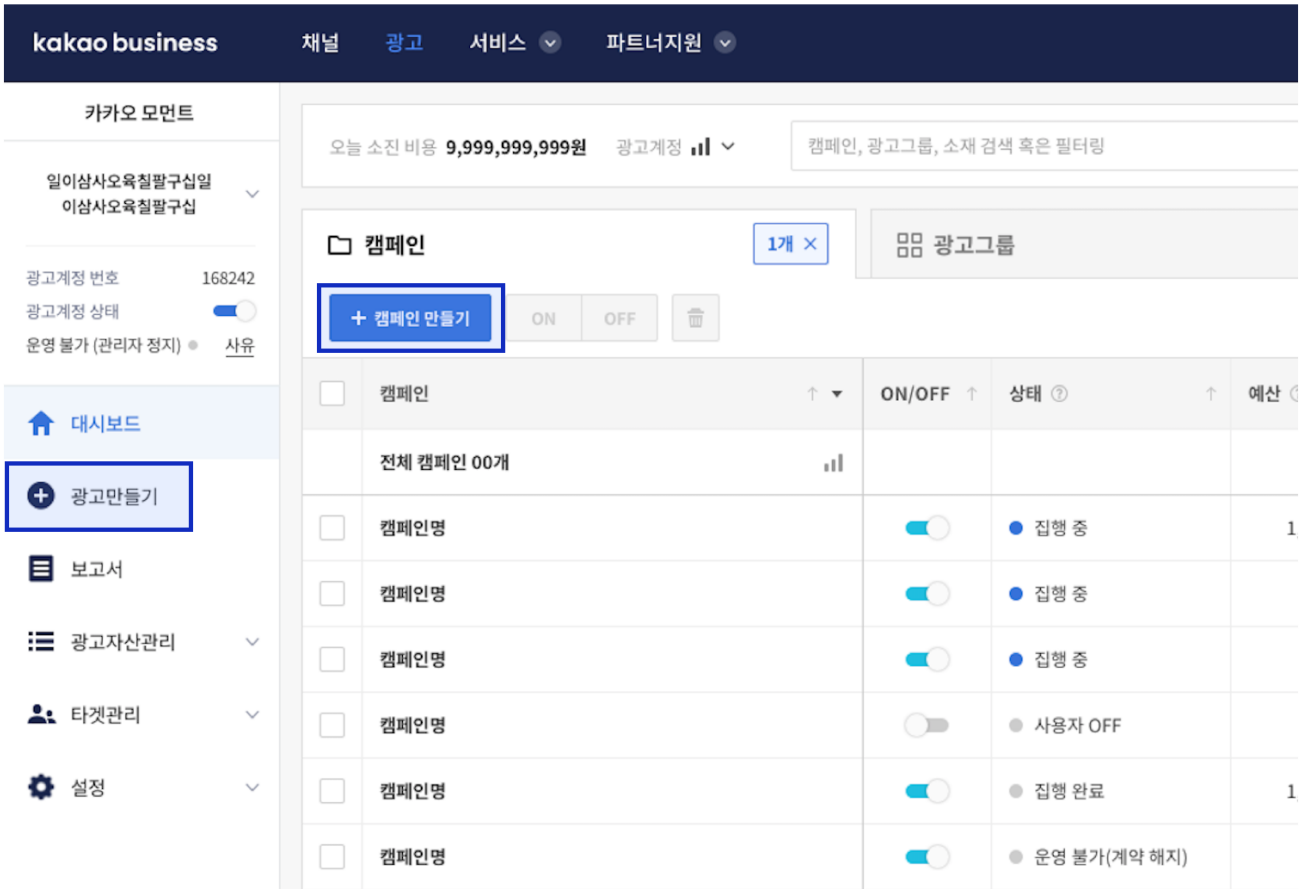
Step 4.캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

2. 디스플레이 X 전환

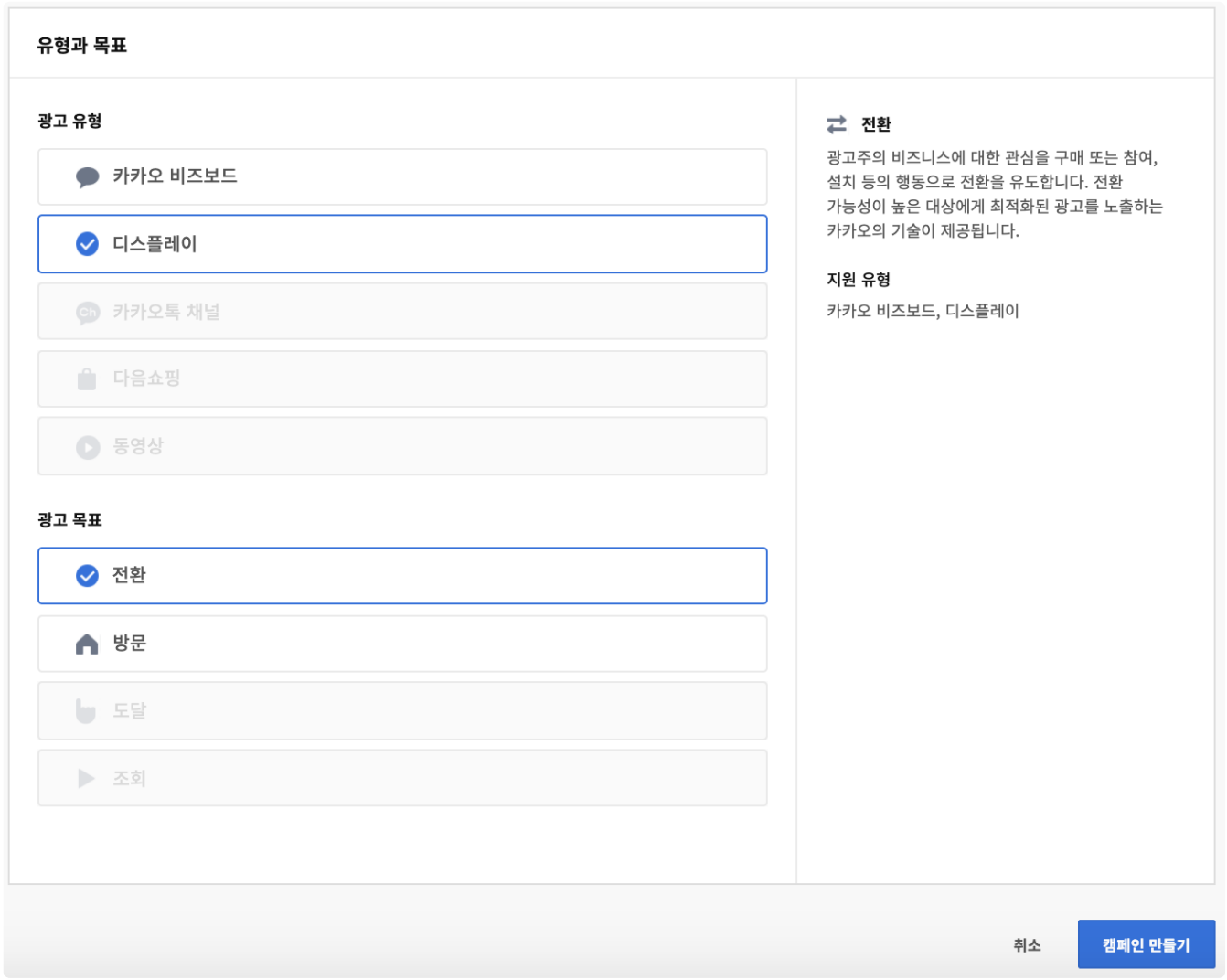
디스플레이 X 전환 캠페인은 광고 목표 대상으로 픽셀&SDK 또는 카카오톡 채널을 설정하여 구매, 앱설치 등의 전환 가능성이 높은 대상에게 최적화된 광고를 노출하거나 카카오톡 채널 친구를 확보를 위한 광고를 노출할 수 있습니다.

광고 목표 대상을 픽셀&SDK로 설정하기 위해서는 픽셀&SDK 연동이 필수이므로 사전에 준비를 완료해 주세요.
준비가 되었다면 아래 안내에 따라 디스플레이 X 전환 캠페인을 생성해 주세요.

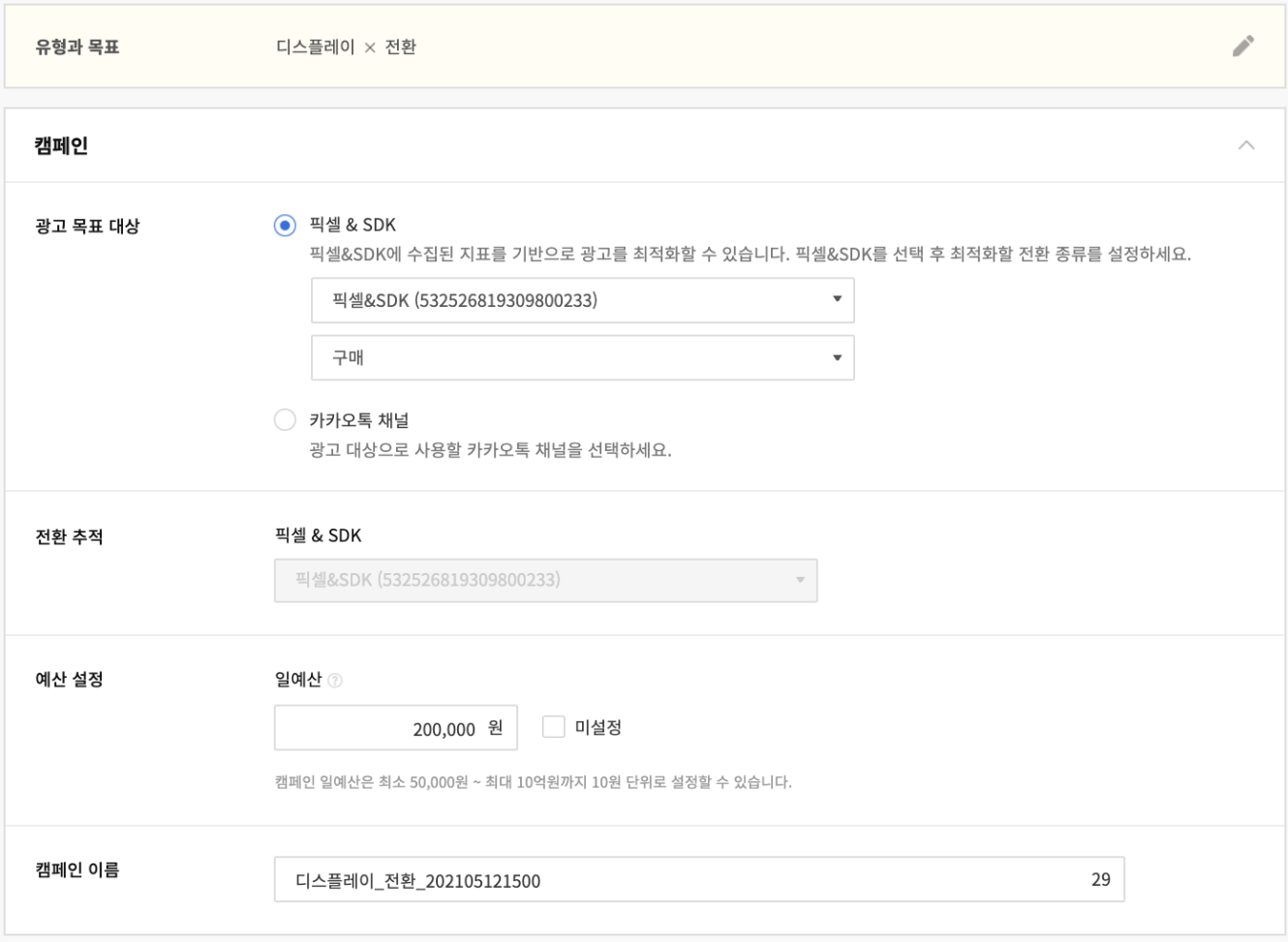
Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [새 캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



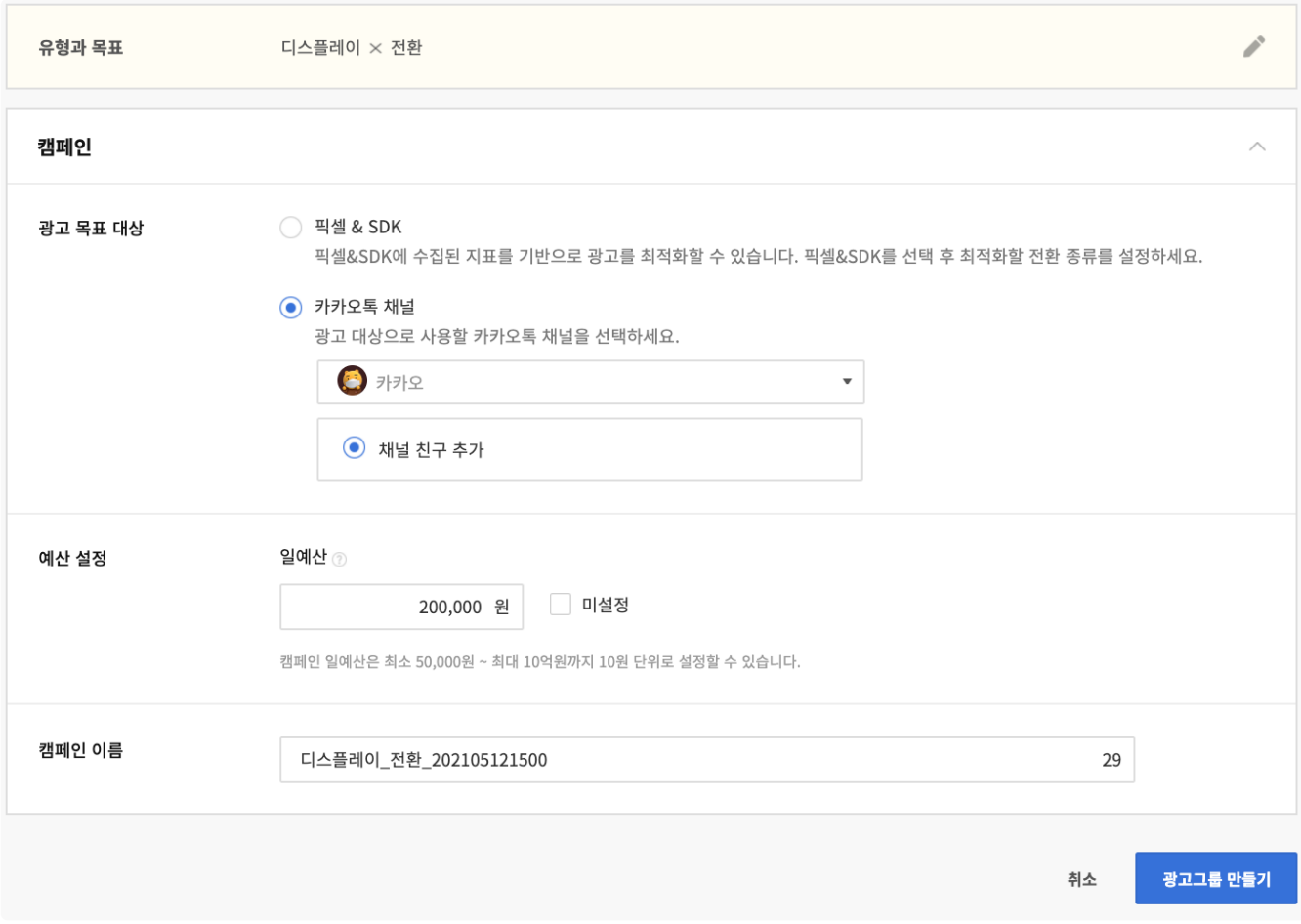
Step 2. 광고 유형에서 [디스플레이]를 선택하고 광고 목표를 [전환]으로 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러 주세요.



Step 3. 캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다.
각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



디스플레이 X 전환 - 픽셀 & SDK



디스플레이 X 전환 - 카카오톡 채널

설정 항목

광고 목표 대상

- 픽셀SDK
  선택한 픽셀&SDK에서 수집된 지표를 기반으로 전환 가능성이 높은 사용자를 찾아 광고를 최적화할 수 있습니다.
  픽셀&SDK 선택후 구매, 앱설치 등 최적화할 전환 종류를 선택해 주세요.
- 카카오톡 채널
  친구 확보가 필요한 카카오톡 채널을 선택해 주세요.
  카카오톡 채널 선택을 위해서는 해당 채널의 관리자로 등록되어 있어야 합니다.

전환 추적

광고 목표 대상에서 선택한 픽셀&SDK가 자동으로 설정되어 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.

예산 설정

캠페인 일예산은 최소 5만원부터 최대 10억까지 설정이 가능합니다.

Step 4. 캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

> ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

광고그룹 만들기

방문 / 전환 목표별로 광고그룹에서 제공하는 타게팅이 다릅니다.
목표별로 설정 가능한 오디언스 및 디바이스 타게팅을 확인하여 광고그룹을 생성해보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

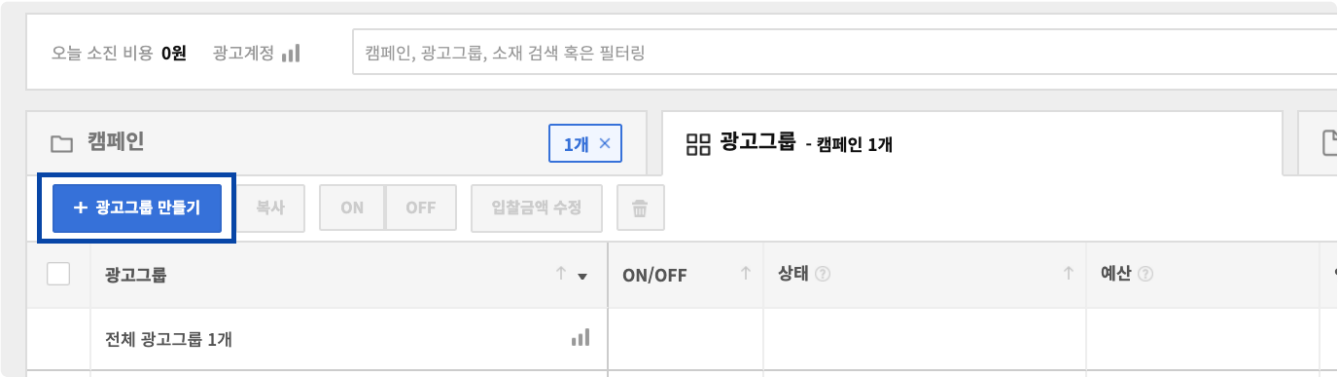
＃1. 디스플레이 X 방문

＃2. 디스플레이 X 전환

카카오모먼트 광고그룹 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

1. 디스플레이 X 방문

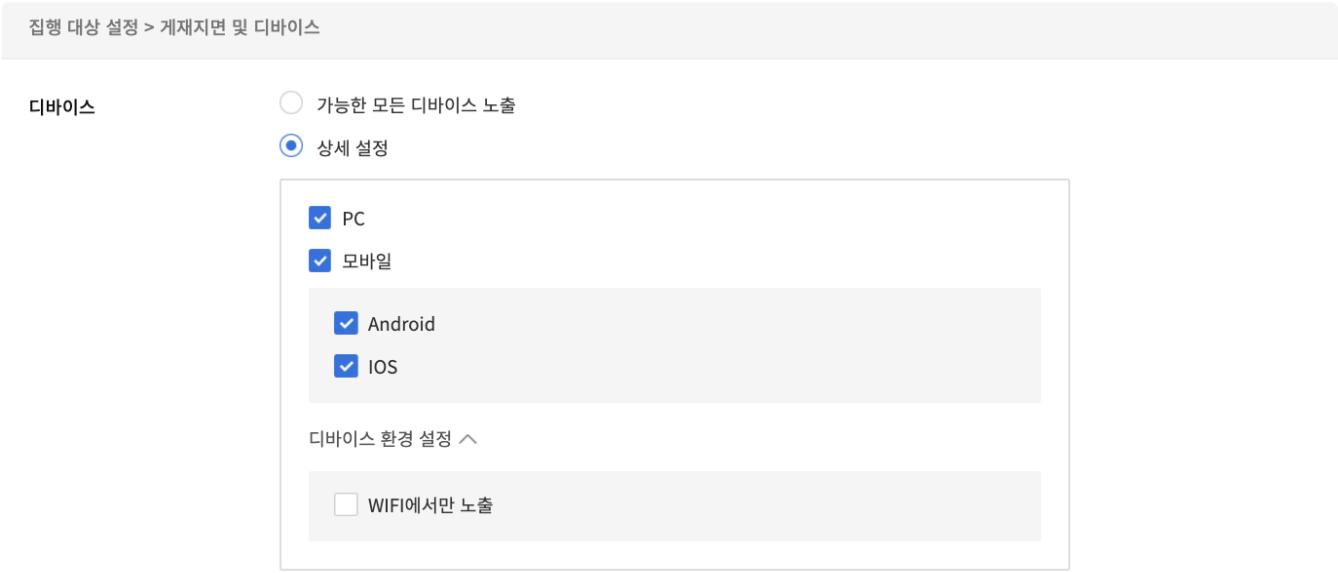
Step 1. 캠페인 생성후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 만들 수 있습니다.
기존 캠페인에 광고그룹을 추가로 만들고 싶다면 광고계정에서 캠페인 선택후 [+ 광고그룹 만들기] 버튼을 눌러주세요.

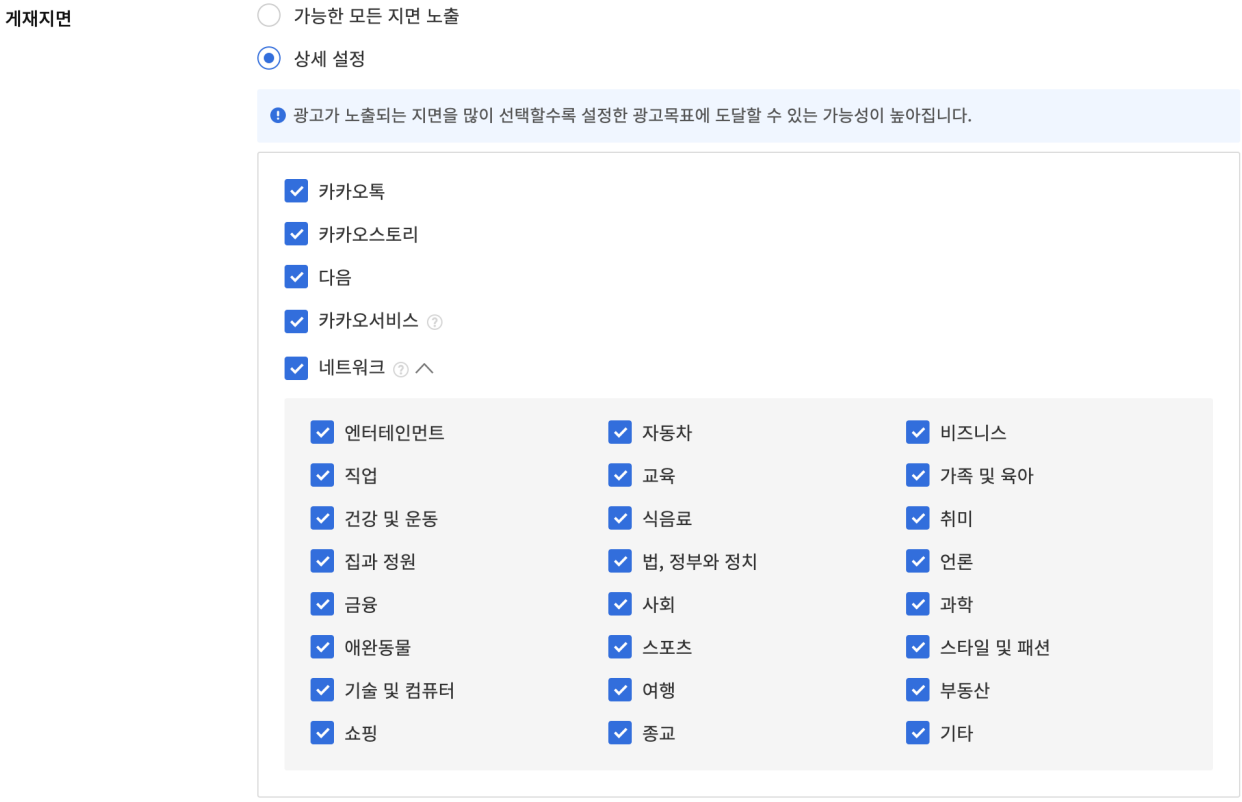


Step 2. 집행대상 > 오디언스를 설정해 주세요.
방문 목적 캠페인은 카카오모먼트의 모든 오디언스 설정을 활용할 수 있습니다.
맞춤타겟과 데모그래픽 설정으로 광고를 노출할 대상을 효율적으로 설정해 보세요
설정 가능한 타게팅에 대한 자세한 내용은 타겟 관리 메뉴에서 확인할 수 있습니다.



Step 3. 집행 대상 설정>게재지면 및 디바이스에서 광고가 노출될 지면과 디바이스를 설정해 주세요.
디스플레이 광고는 카카오톡, 카카오스토리, 다음, 카카오서비스, 네트워크 지면에 노출이 가능하고 PC와 모바일 환경에서 노출됩니다.





Step 4. 집행 전략 설정에서 입찰방식을 설정해 주세요.

방문 목적 캠페인은 수동입찰과 자동입찰 선택이 가능합니다.



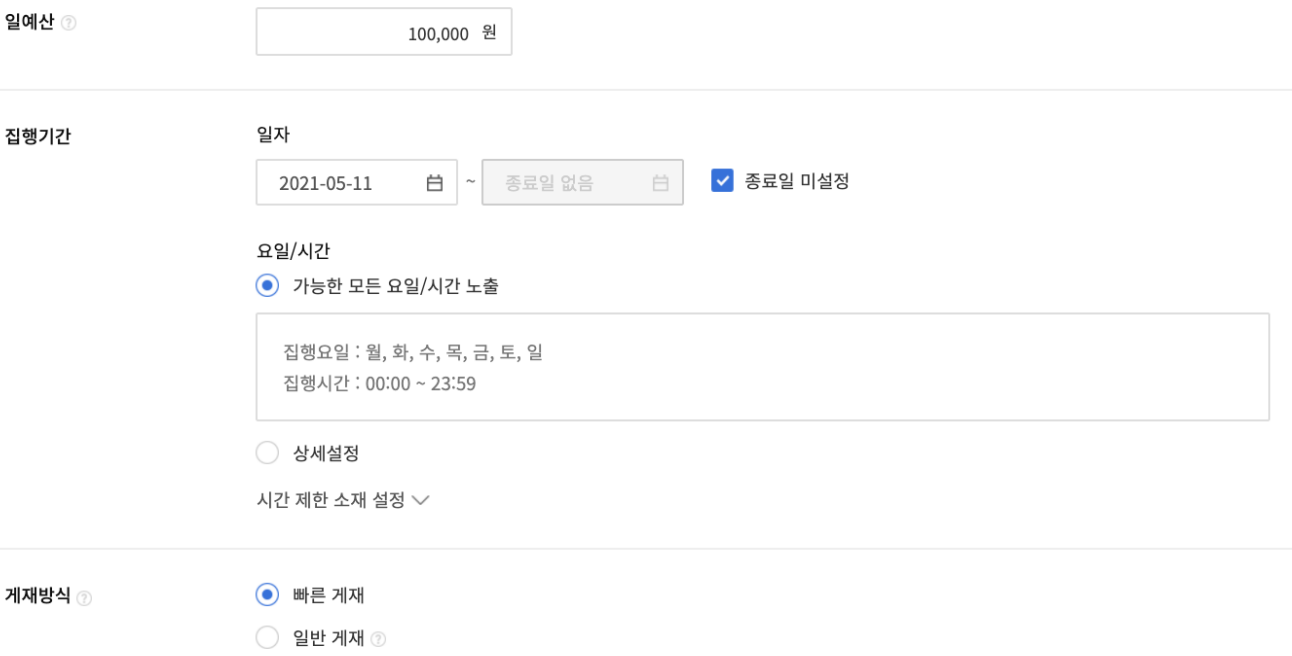


입찰 방식

수동입찰
직접 입찰 금액을 설정합니다.
입찰 방식은 CPC와 CPM이 제공됩니다.

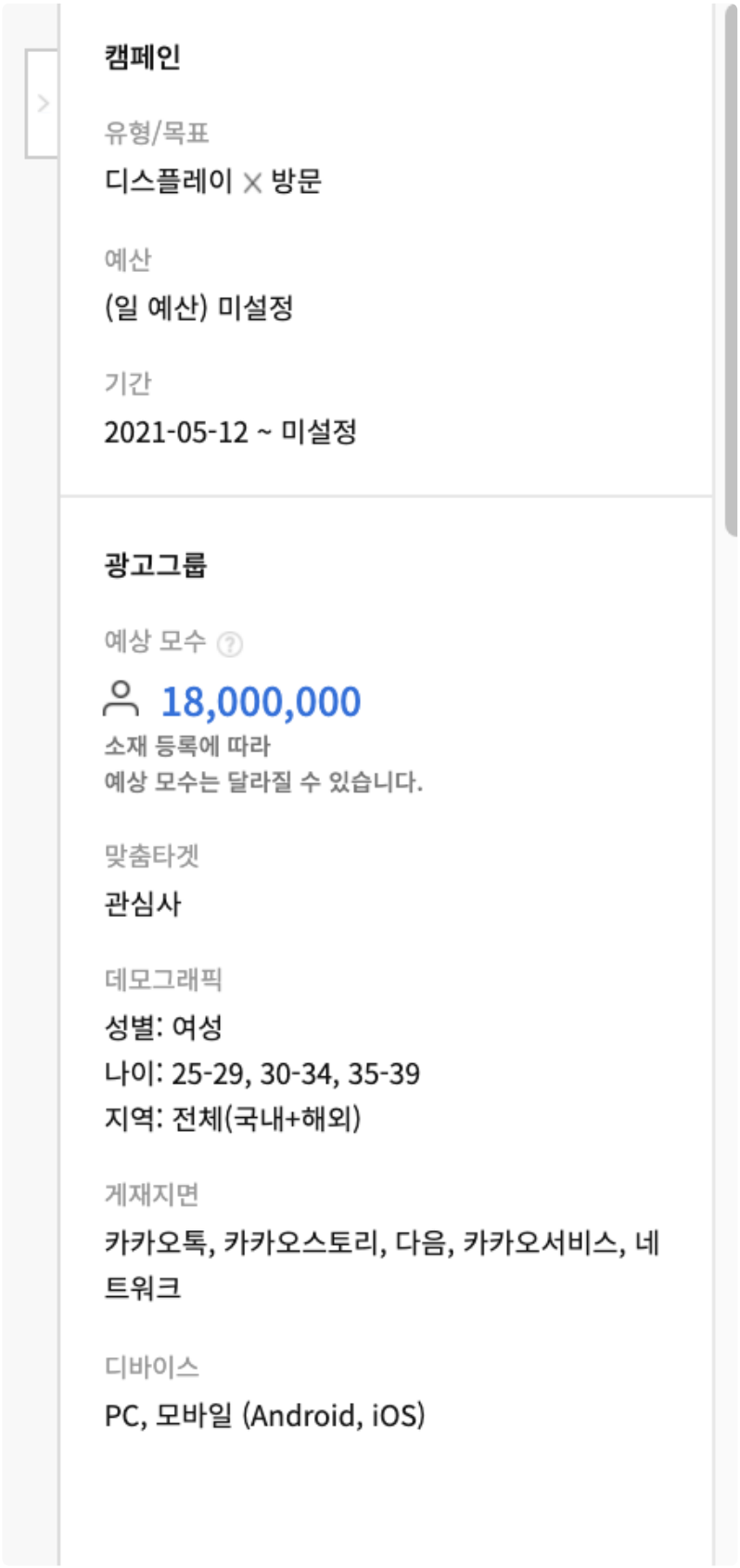
자동입찰
클릭수 최대화를 위해 시스템에서 자동으로 입찰 금액을 설정합니다.

Step 5. 집행 전략 설정에서 일예산과 집행기간, 게재방식을 설정해 주세요.



설정 항목
일예산 1) 광고그룹 기준의 1일 집행 가능 예산을 10,000원 이상 10억 원 이하의 1원 단위로 설정이 가능합니다. 2) 광고그룹의 일예산은 캠페인의 일예산을 초과할 수 없습니다. 3) 과금 비용이 일예산을 초과하는 경우 자동으로 광고 집행이 중단됩니다. 단, 설정한 일예산이 초과되면 자동으로 광고가 중단되기까지 일정 시간이 소요되면서 일예산을 초과한 과금이 발생할 수 있습니다. 해당 시간 동안 노출된 광고로부터 유효한 노출 또는 클릭, 전환 데이터가 집계되거나 특정 시점에 광고 노출 및 소진량이 증가하면서 초과 과금은 발생할 수 있습니다. ※ 과도하게 적은 일예산, 논타겟으로 설정, 높은 입찰금액, 짧은 광고기간으로 운영할 경우 일예산의 초과 폭은 커질 수 있습니다. 그룹별 타게팅 세분화 및 일예산을 고려한 적정 입찰금액을 설정해주시고, 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어하는 게재방식 : 일반게재로 선택하여 운영해주시기 바랍니다. ※ 일예산이나 최대 입찰금액 등 캠페인 및 광고그룹의 예산 설정을 변경한 경우 변경 내역은 실시간으로 반영되나 디바이스 환경에 따라 최대 10분 이상 소요될 수 있습니다.
집행기간 1) 광고그룹 집행 기간을 설정할 수 있습니다. 2) 시작일은 수정 불가하며, 종료일만 수정 가능합니다. 단, 시작일이 미래인 경우 수정할 수 있습니다. 3) 시간 제한 소재 설정 : 심야 시간대에만 광고 집행이 가능한 소재(예 : 고도수 주류 등)를 사용할 경우 심야 타게팅을 필수로 선택해야 합니다. 광고그룹 생성 후에는 해제할 수 없습니다.
게재방식 1) 빠른게재와 일반게재 중 선택할 수 있습니다. 2) 빠른 게재 : 가능한 빨리 광고 결과를 얻을 수 있도록 예산을 최대한 사용하여 광고 노출을 유도합니다. 빠른게재 선택 시 일예산이 빠르게 종료될 수 있으며, 빠른게재와 과도하게 높은 비딩가가 함께 설정될 경우 일예산보다 소진 비용이 크게 초과될 수 있는 점 참고 부탁드립니다. 3) 일반 게재 : 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어합니다. 4) 설정된 기본값은 빠른 게재입니다. 5) 자동입찰 광고그룹인 경우, 게재방식도 시스템이 자동으로 운영합니다.

Step 6. 광고 요약 탭을 통해 광고그룹 설정 정보와 예상 모수를 확인해 주세요.



예상 모수가 너무 적은 경우에는 광고 노출이 원활하지 않을 수 있습니다.
집행 대상 수정을 통해 충분한 예상 모수를 확보해 주세요.

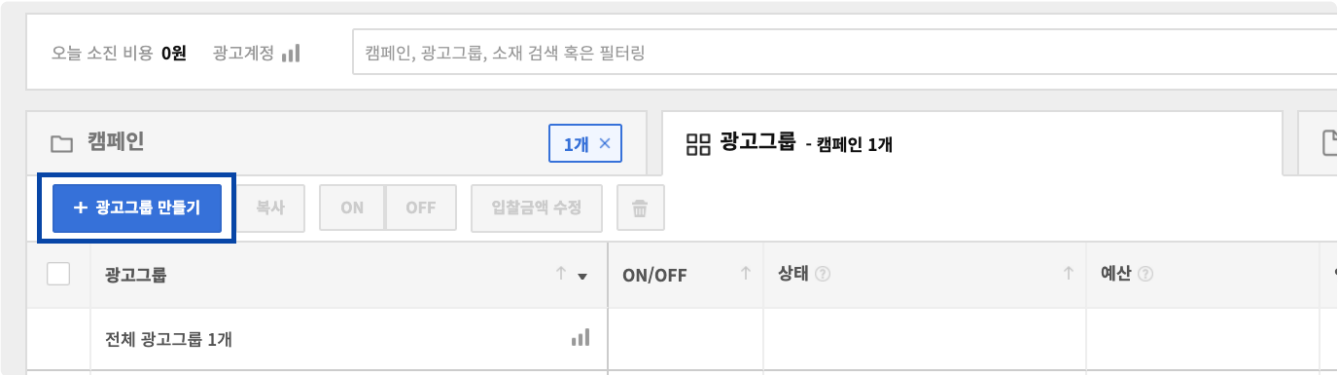
Step 7. 광고그룹 이름을 작성해 주세요.



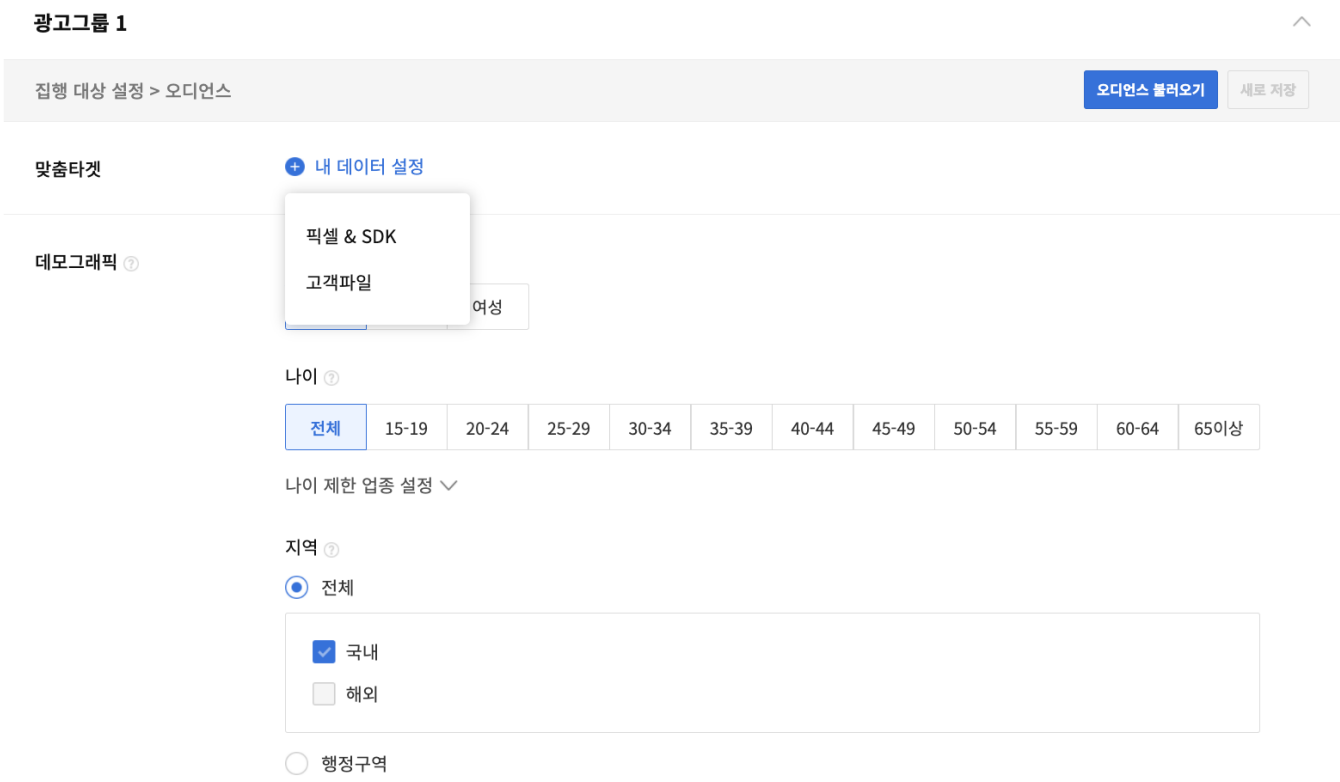
이후 [광고그룹 추가] 버튼을 눌러 별도의 광고그룹을 추가로 생성하거나 [저장] 버튼을 눌러 광고그룹에 설정된 값을 저장할 수 있습니다. 또한, [저장하고 소재 만들기] 버튼을 통해 해당 그룹에 바로 소재를 등록할 수 있습니다.

2. 디스플레이 X 전환

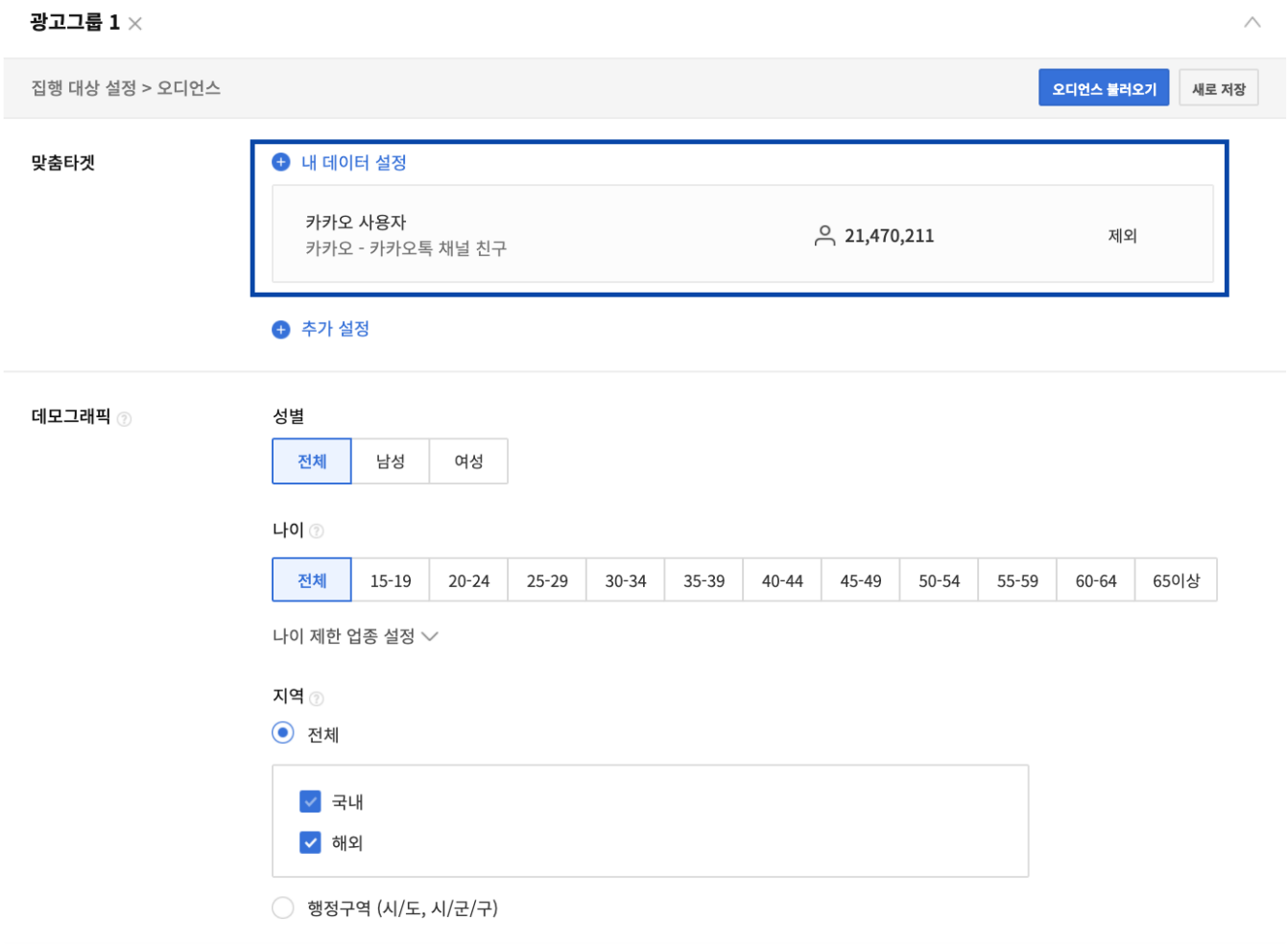
Step 1. 캠페인 생성후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 만들 수 있습니다.
기존 캠페인에 광고그룹을 추가로 만들고 싶다면 광고계정에서 캠페인 선택후[새 광고그룹 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 집행대상 > 오디언스를 설정해 주세요.
광고 목표 대상을 픽셀&SDK로 설정한 경우, 해당 픽셀&SDK 기반으로 전환 가능성이 높은 사용자를 찾아 자동으로 광고가 노출되므로 예상모수가 제공되지 않으며 맞춤타겟에서 내데이터(픽셀&SDK, 고객파일)과 데모그래픽만 설정이 가능합니다.



광고 목표 대상을 카카오톡 채널로 설정한 경우, 해당 채널의 기존 친구는 타게팅에서 자동으로 제외되며 카카오모먼트의 모든 오디언스 설정을 활용할 수 있습니다. 맞춤타겟과 데모그래픽 설정으로 광고를 노출할 대상을 효율적으로 설정해 보세요.



설정 가능한 타게팅에 대한 자세한 내용은 타겟 관리 메뉴에서 확인할 수 있습니다.

Step 3. 집행 대상 설정>게재지면 및 디바이스에서 광고가 노출될 지면과 디바이스를 설정해 주세요.
디스플레이 광고는 카카오톡, 카카오스토리, 다음, 카카오서비스, 네트워크 지면에 노출이 가능하고 PC와 모바일 환경에서 노출됩니다.

단, 광고 목표 대상을 카카오톡 채널로 선택한 경우에는 모바일 환경에서만 광고 노출이 가능하고 네트워크 지면에는 광고 노출이 불가합니다.

> 이미지 > 카탈로그 소재 운영을 원할 경우,
> 노출 가능 지면인 '카카오톡' 또는 '다음' 게재지면을 필수로 선택해야 '이미지 > 카탈로그' 소재가 활성화 됩니다.



Step 4. 집행 전략 설정에서 입찰방식을 설정해 주세요.

광고 목표 대상을 픽셀&SDK로 설정한 경우에는 자동 입찰이 디폴트로 설정되어 있어 광고그룹 일예산 내에서 최대한 많은 전환을 발생시키고 광고 효율을 높이도록 입찰금액이 자동으로 설정됩니다. 최대 입찰금액 한도를 설정하면 입력한 한도 금액 이하로 입찰 경쟁에 참여합니다.

광고 목표 대상을 카카오톡 채널로 설정한 경우에는 수동입찰과 자동입찰 선택이 가능합니다.

입찰 방식

수동입찰
직접 입찰 금액을 설정합니다.

자동입찰
클릭수 최대화를 위해 시스템에서 자동으로 입찰 금액을 설정합니다.

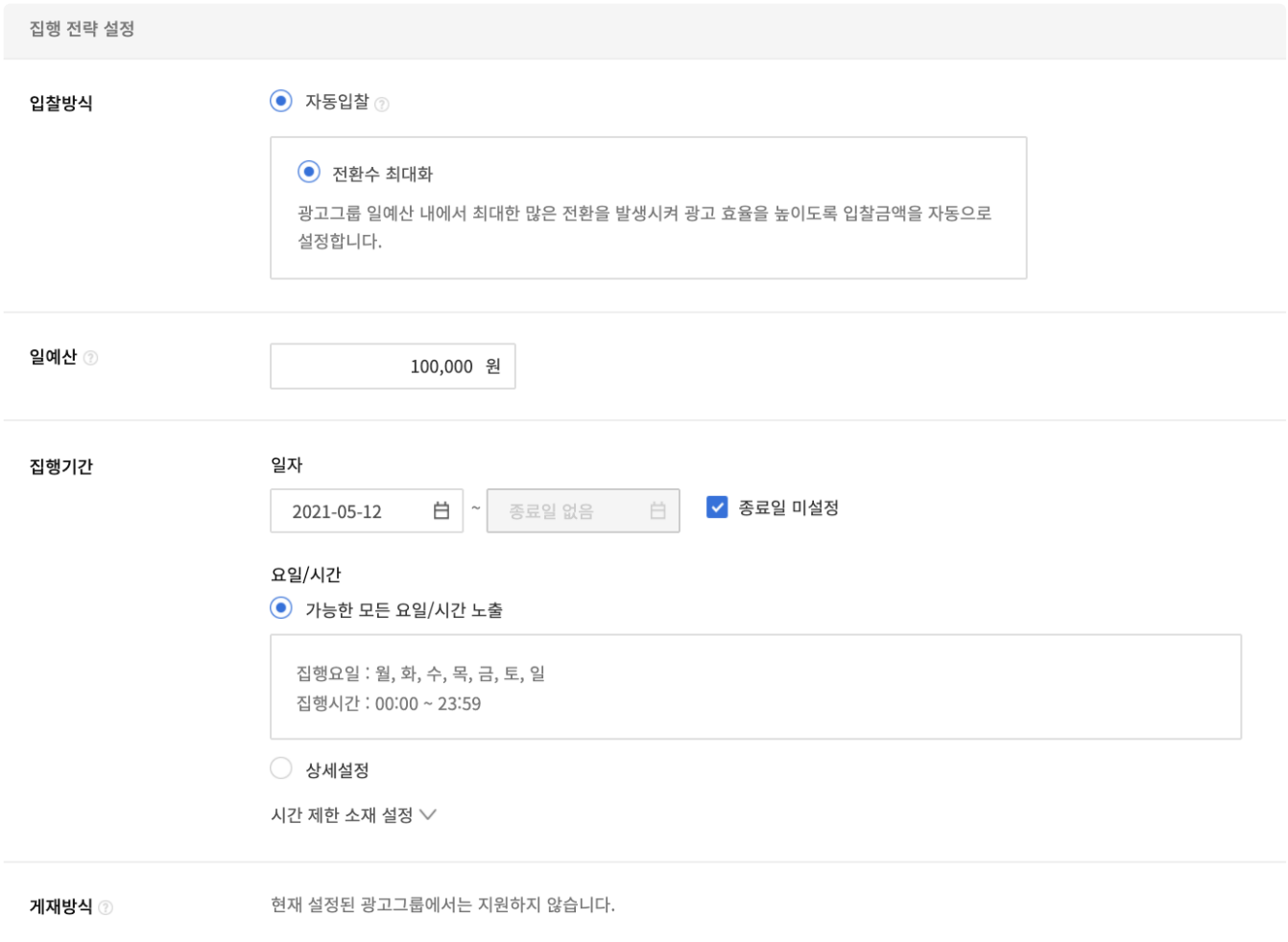
수동입찰 선택시 과금방식은 친구 추가당 과금되는 CPA를 포함하여 CPC, CPM이 제공되며 선택하는 과금 방식에 따라 입찰경쟁에 참여합니다.



자동입찰 선택시 과금방식은 CPC가 디폴트로 설정됩니다.



Step 5. 집행 전략 설정에서 일예산과 집행기간, 게재방식을 설정해 주세요.



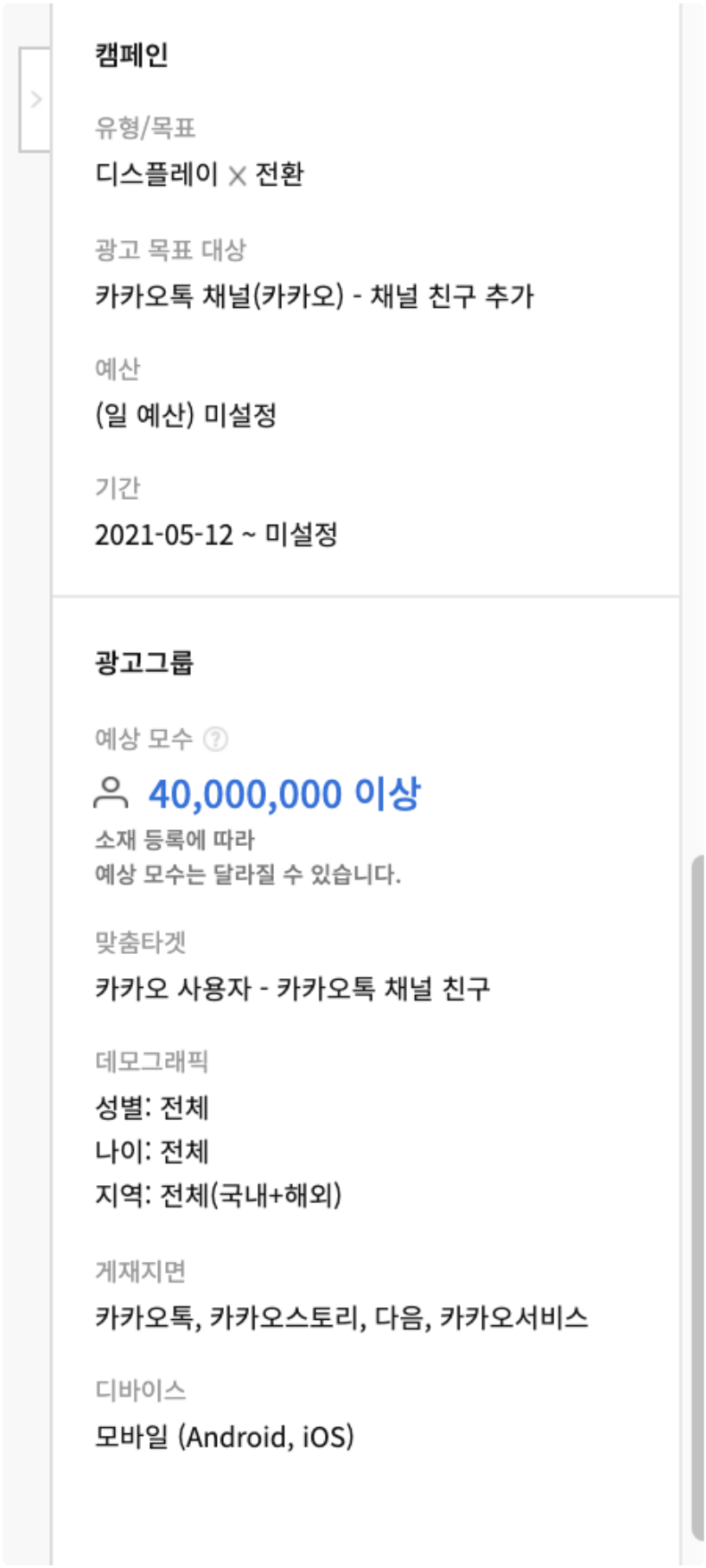
설정 항목

일예산
광고그룹 기준의 1일 집행 가능 예산을 설정할 수 있습니다.
과금비용이 일예산을 초과하는 경우 자동으로 광고 집행이 중단됩니다.

집행기간
광고그룹 집행 기간을 설정할 수 있습니다. 시간 제한이 필요한 소재의 경우, 심야타게팅 선택이 필요합니다

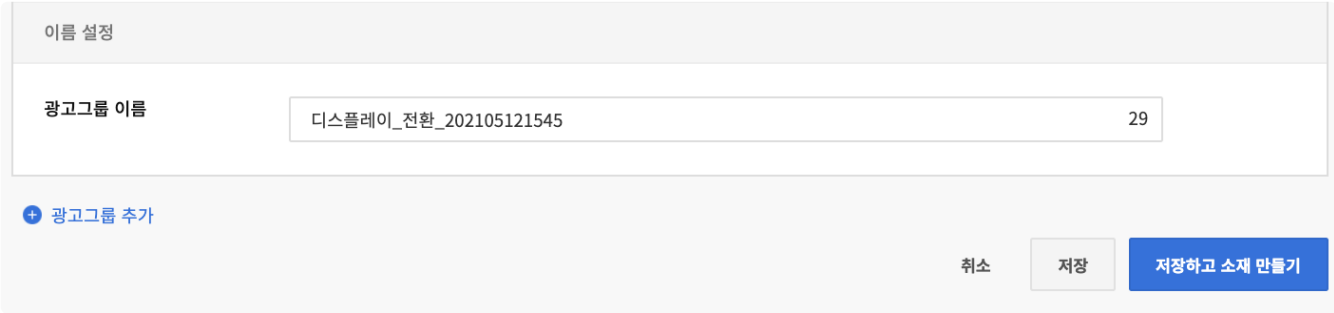
게재방식
빠른게재와 일반게재 중 선택할 수 있습니다. 일반게재를 선택하면 시간대별로 일예산을 분할하여 광고가 노출됩니다.
단, 자동입찰 광고그룹인 경우, 게재방식도 시스템이 자동으로 운영합니다.

Step 6. 광고 요약 탭을 통해 광고그룹 설정 정보와 예상 모수를 확인해 주세요.
광고그룹의 예상 모수는 캠페인의 광고 목표 대상을 카카오톡 채널로 선택한 경우에만 제공됩니다.



예상 모수가 너무 적은 경우에는 광고 노출이 원활하지 않을 수 있습니다.
집행 대상 수정을 통해 충분한 예상 모수를 확보해 주세요.

Step 7. 광고그룹 이름을 작성해 주세요.



이후 [광고그룹 추가] 버튼을 눌러 별도의 광고그룹을 추가로 생성하거나 [저장] 버튼을 눌러 광고그룹에 설정된 값을 저장할 수 있습니다. 또한, [저장하고 소재 만들기] 버튼을 통해 해당 그룹에 바로 소재를 등록할 수 있습니다.

> 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

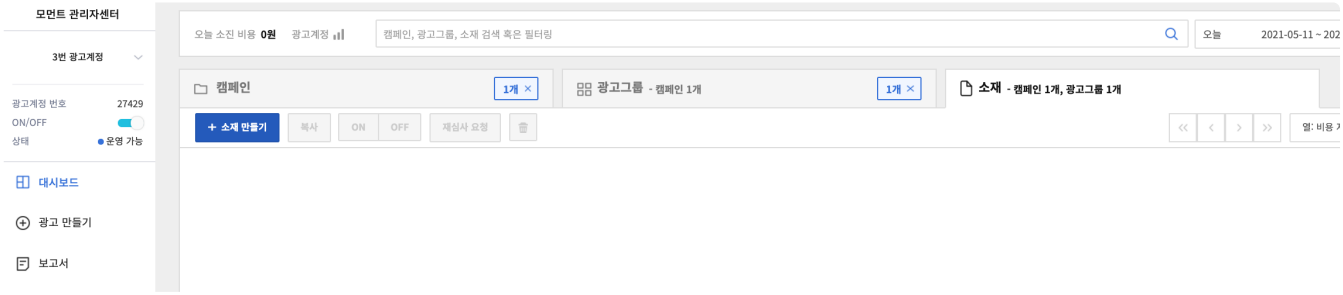
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

소재 만들기

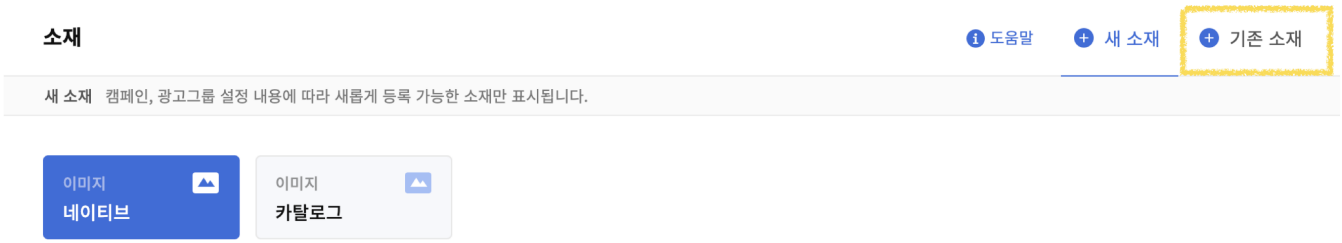
소재 만들기는 광고 목표와 상관 없이 동일하게 제공됩니다.
광고를 생성하는 가장 마지막 단계인 소재 만들기를 학습해보세요.

카카오모먼트 소재 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

Step 1. 광고그룹 생성 후 [저장하고 소재 만들기] 버튼을 눌러 소재를 등록할 수 있습니다.
기존 광고그룹에 소재를 추가하고 싶다면 광고계정에서 캠페인-그룹 선택후 [소재 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 기존에 등록한 소재로 광고 운영하고 싶다면 [기존 소재] 버튼을 눌러주세요.
캠페인 유형 및 목표, 광고그룹 내 디바이스, 게재지면이 동일하면 소재를 불러올 수 있습니다.

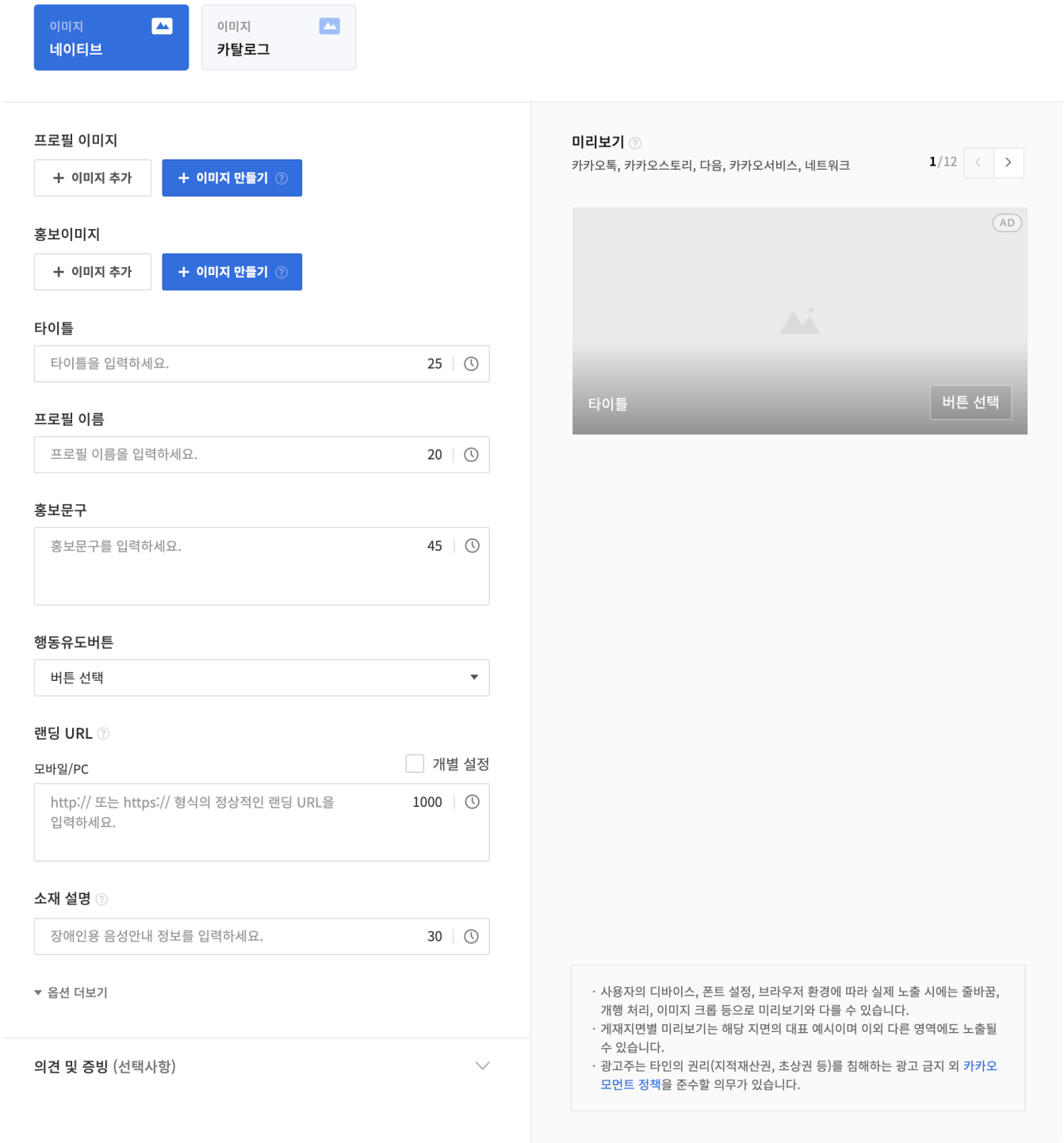


Step 3. [새 소재] 버튼을 클릭하고 등록이 필요한 소재 유형을 선택해 주세요.
선택 가능한 소재 유형은 광고그룹에서 설정한 디바이스와 게재지면에 따라 다를 수 있습니다.

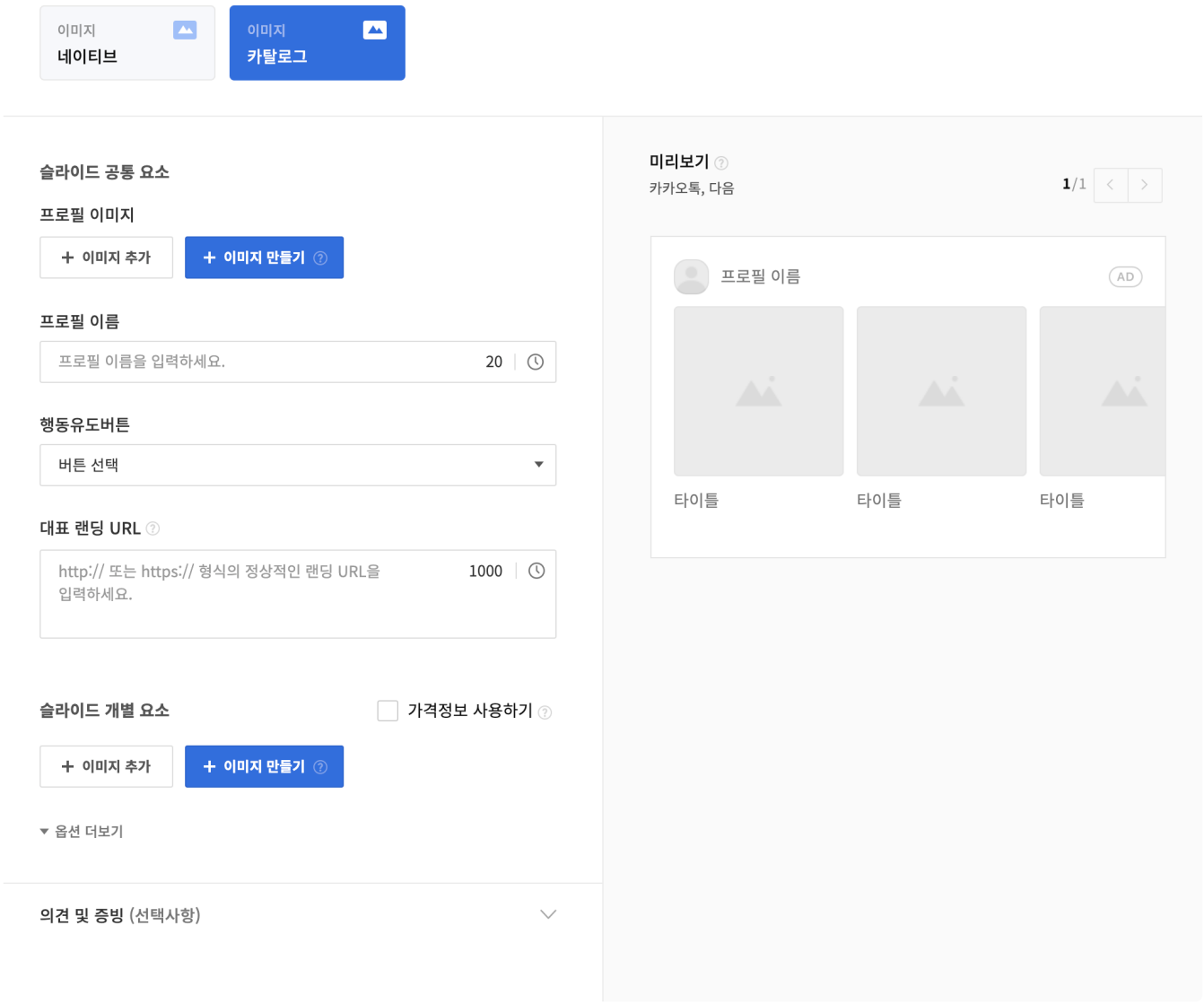


Step 4. 선택한 소재 유형별 구성 요소를 모두 입력해 주세요.

- 이미지 - 네이티브



- 이미지 - 카탈로그



이미지 에디터를 사용하여 광고에 사용할 이미지를 손쉽게 직접 제작할 수 있습니다.
[+이미지 만들기]를 클릭해서 다양한 기능을 활용해보세요.

이미지 에디터란?

공통 구성 요소

행동유도버튼

가입하기, 구매하기, 설치하기 등 특정 행동을 유도하는 버튼을 간단히 삽입할 수 있습니다. 이미지-네이티브 이미지-카탈로그 소재 유형에서 선택이 가능합니다.

랜딩 URL

소재가 연결되는 페이지의 URL을 입력합니다. PC/모바일 구분하여 랜딩URL 설정이 필요한 경우에는 [개별 설정]을 통해 각각 입력이 가능합니다

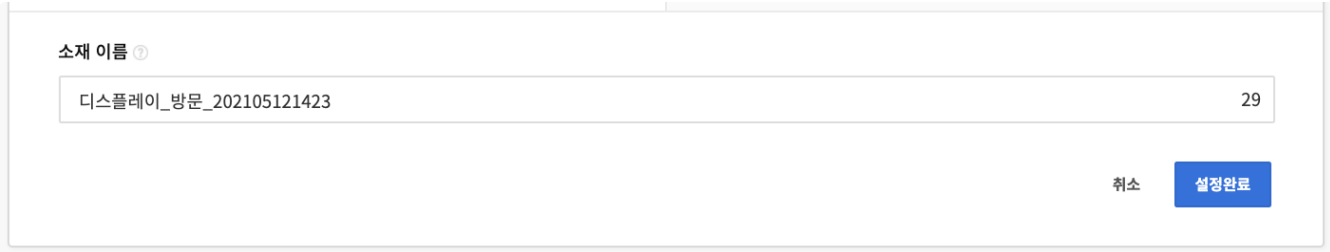
옵션 더보기 > 게재빈도

자동 설정이 기본값이나 [상세 설정]을 통해 소재별 노출 빈도를 00시 ~ 24시 기준으로 1회에서 5회까지 지정할 수 있습니다.

심사가 완료된 이미지>카탈로그의 슬라이드 순서를 변경하거나 일부 슬라이드를 삭제하는 경우 재심사 대상에 포함되지 않습니다. 보류된 소재의 수정을 위해 슬라이드 삭제가 필요하신 경우에는 소재를 신규 등록해 주시길 바랍니다.

> 소재를 '게재빈도 자동 설정'으로 설정 시 플랫폼에서 게재빈도를 자동 조정합니다.
> 제한적인 게재빈도로 운영을 원할 경우, 상세 설정을 통해 원하는 횟수로 게재빈도를 수동 설정하여 광고를 운영 해주세요.

Step 5. 소재 이름을 입력하고 [설정완료] 버튼을 눌러주세요.



설정완료 소재 탭에서는 설정이 완료된 소재를 한눈에 확인할 수 있습니다.
광고그룹에 등록이 필요한 모든 소재의 설정이 완료 되었다면 [저장]버튼을 눌러 소재 등록을 완료해 주세요.

> 등록된 소재는 영업일 기준 최대 2일 내 심사가 완료됩니다.

그럼 디스플레이 광고 집행 준비를 모두 마쳤습니다.
광고 운영 데이터 확인은 대시보드 또는 보고서를 통해 확인해주세요.

지표 확인하기

> 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

디스플레이 광고 제작가이드

디스플레이광고의 제작가이드를 확인하세요.

> ⓘ 디스플레이 광고 제작가이드를 알아보겠습니다.

1. 이미지>네이티브

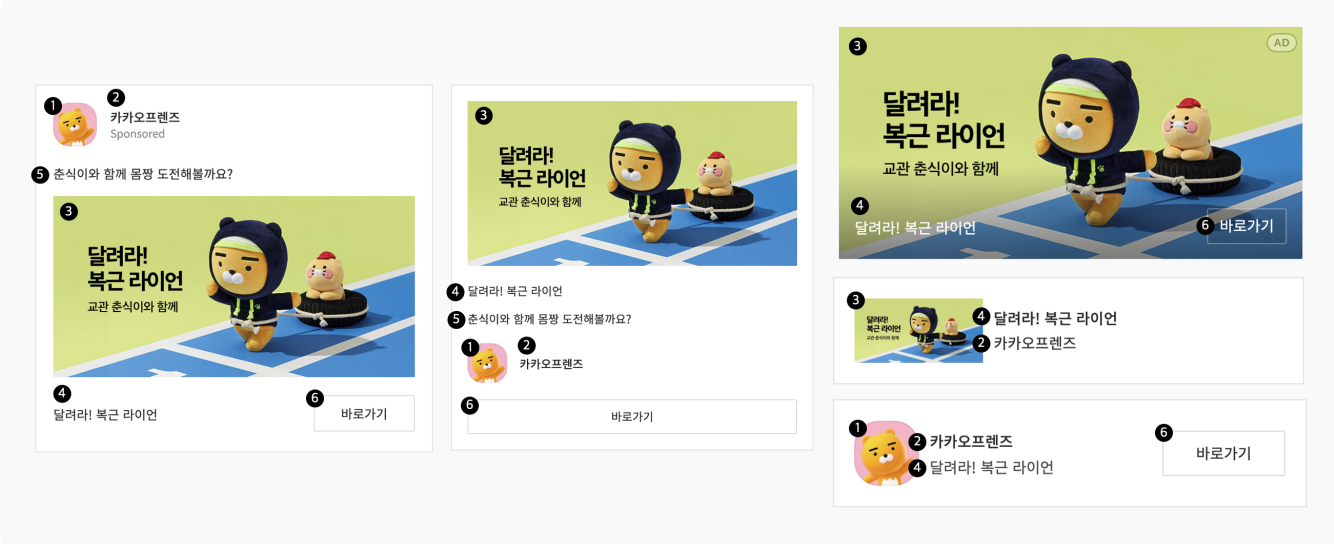
이미지>네이티브는 **1200x600 이상의 2:1 비율, 500x500 이상의 1:1 비율** 소재를 제공합니다.

소재 구성 가이드와 함께 이미지>네이티브 소재에서 준수해야 할 제작가이드는 다음과 같습니다.

1-1. 소재 구성 가이드

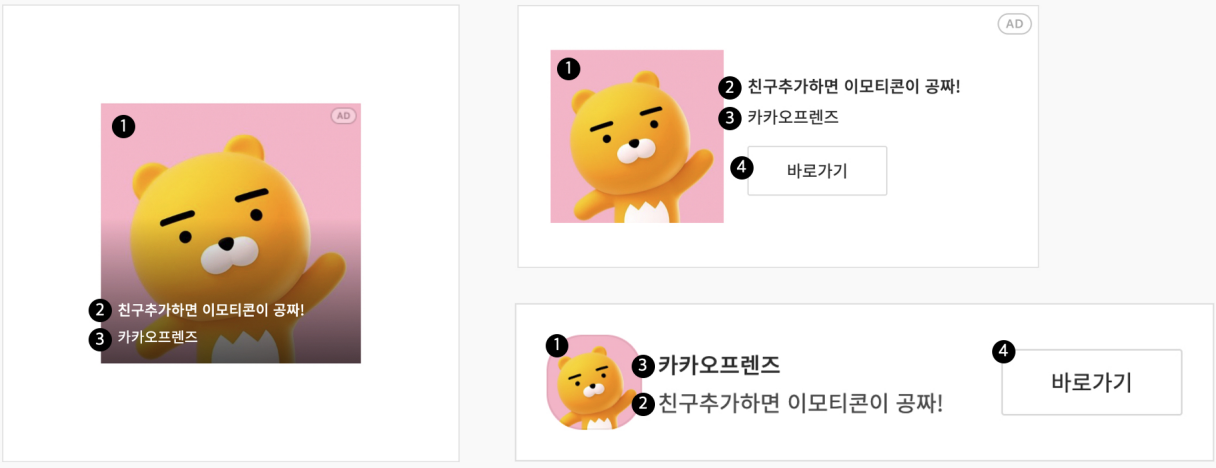
- **2:1 비율 이미지**

콘텐츠 페이지 또는 소셜미디어 피드 사이에 자연스러운 형태로 구성해 노출할 수 있습니다.



구성 요소	상세 안내
① 프로필 이미지	사이즈: 300x300 이상의 비율 1:1 용량: 500KB JPG, JPEG, PNG
② 프로필 이름	최대 20자
③ 홍보이미지	사이즈: 1200x600 이상의 비율 2:1 용량: 500KB JPG, JPEG, PNG
④ 타이틀	최대 25자
⑤ 홍보문구	최대 45자
⑥ 행동유도문구	바로가기, 채널 추가 등 선택 가능

- **1:1 비율 이미지**



구성 요소	상세 안내
① 홍보이미지	사이즈: 500x500 이상의 비율 1:1 용량: 500KB JPG, JPEG, PNG
② 타이틀	최대 25자
③ 프로필 이름	최대 20자
④ 행동유도문구	바로가기, 채널 추가 등 선택 가능

ⓘ 노출 예시는 소재 제작의 이해를 돕기 위한 이미지입니다.

ⓘ 노출되는 게재지면 및 디바이스 등에 따라 실제 노출과 다를 수 있으며, 소재 유형 및 게재 위치에 따라 AD(Sponsored)마크가 표기되어 노출될 수 있습니다.

1-2. 제작가이드

프로필

1. 프로필

1) 프로필은 연결화면에서 확인 가능한 업체명, 브랜드명, 사이트명 등의 광고주 정보로 구성해야 합니다.

2) 프로필 이미지와 프로필 이름은 서로 일치하는 정보로 구성해야 합니다.

- 예) 프로필 이미지는 카카오 로고 + 프로필 이름은 카카오로 구성 가능하나, 프로필 이미지는 카카오미니 로고 + 프로필 이름은 카카오로 구성 불가

3) 프로필은 브랜드 단위로 구성해야 하며, 제품 단위로 구성할 경우 광고 집행이 불가합니다.

(1) 업체명, 브랜드명, 사이트명, 공연/영화/전시회명, 게임명, 어플명으로 구성 가능

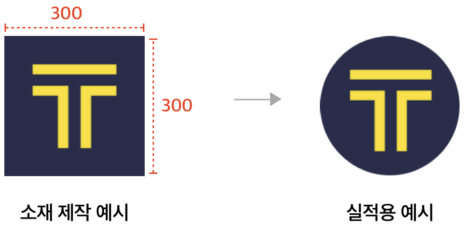
(2) 캠페인 혹은 이벤트명, 제품명 등으로 구성 불가

2. 프로필 이미지

1) 프로필 이미지는 수식어가 포함되지 않은 브랜드 로고, 앱아이콘, 모델 이미지로 구성해야 합니다.

2) 프로필 이미지는 식별 가능한 대표 오브젝트 및 로고(CI, BI)로 심플하게 구성해야 합니다.

3) 프로필 이미지는 상/하 및 좌/우 10px의 여백을 두고 제작할 것을 권장합니다. 노출 지면에 따라, 정사각형의 프로필 이미지가 원형으로 크롭되어 로고(CI, BI) 및 업체명이 잘릴 수 있습니다.

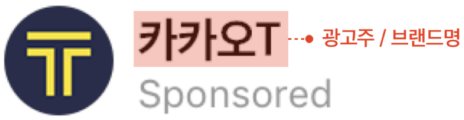


3. 프로필 이름

1) 프로필 이름은 수식어가 포함되지 않은 브랜드명으로 구성해야 합니다.

2) 영업망, 지점 등에서 광고를 진행하는 경우 본사명을 단독으로 사용할 수 없습니다.

- 예) 본사명 + 지점명, 본사명 + 광고주명 조합으로 프로필 구성



홍보이미지

1. 공통

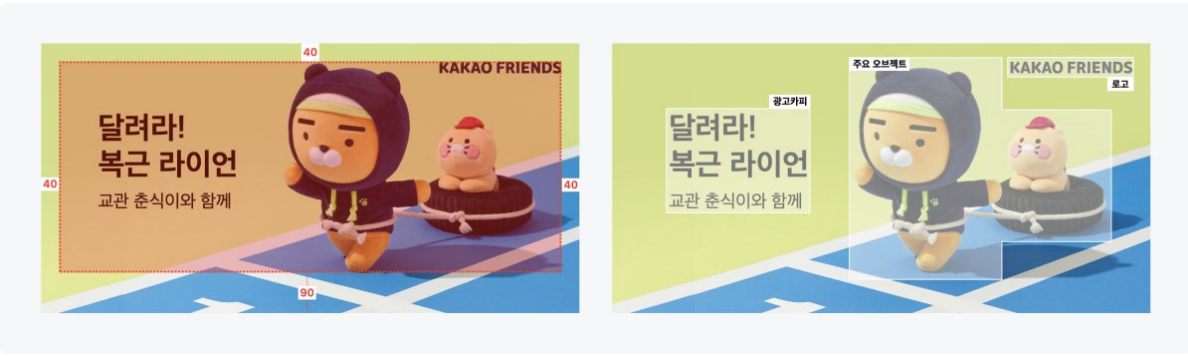
1) 이미지는 노출되는 영역에 따라 크롭 혹은 리사이징될 수 있습니다.

2) 이미지는 홍보문구 및 타이틀, 연결화면과 연관성이 분명한 이미지로 등록해야 합니다.

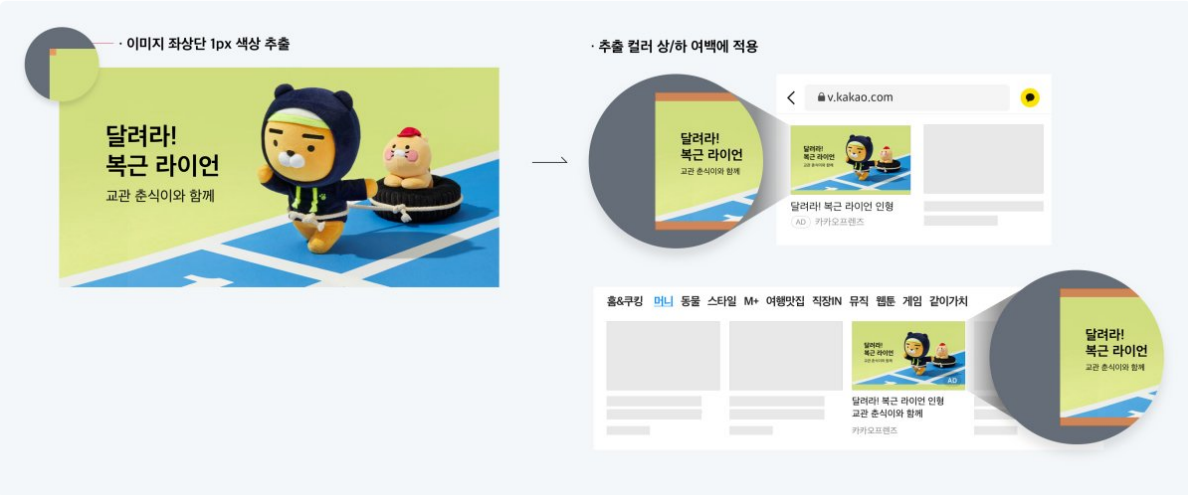
3) 이미지 내 외곽 테두리는 삽입할 수 없습니다.

2. 2:1 비율 이미지 세부 가이드

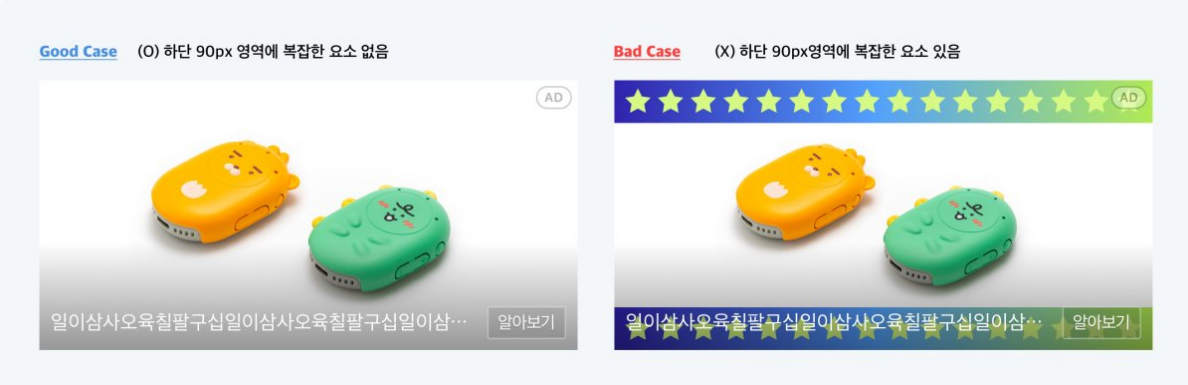
1) 이미지 상단 및 좌/우 40px 영역, 하단 90px 영역에는 텍스트와 로고(CI, BI) 및 주요 오브젝트를 사용하지 않는 것을 권장합니다.



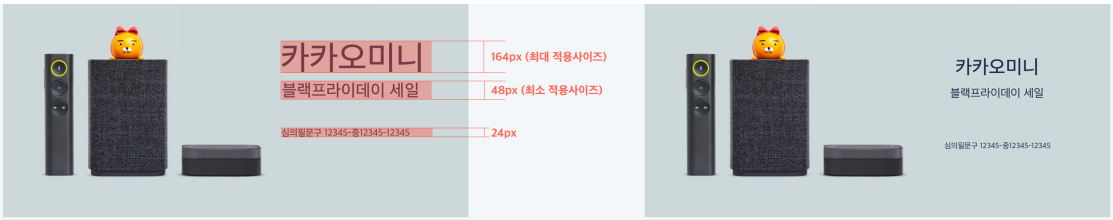
2) 노출 지면에 따라 이미지가 리사이징될 경우, 이미지 내 좌상단 1px 색상을 추출하여 상/하 여백에 추출된 색상을 적용한 이미지가 노출될 수 있습니다.



3) 노출 지면에 따라 이미지 내 하단 90px 영역에는 타이틀 및 행동유도문구 등의 요소가 구성될 수 있어 복잡한 요소를 사용하지 않는 것을 권장합니다.



4) 이미지 내 텍스트는 최소 48px~최대 164px, 심의필, 저작권 등 법률 또는 '카카오광고 심사정책' 상 반드시 표기하여야 하는 문구는 24px 이상으로 구성하는 것을 권장합니다.

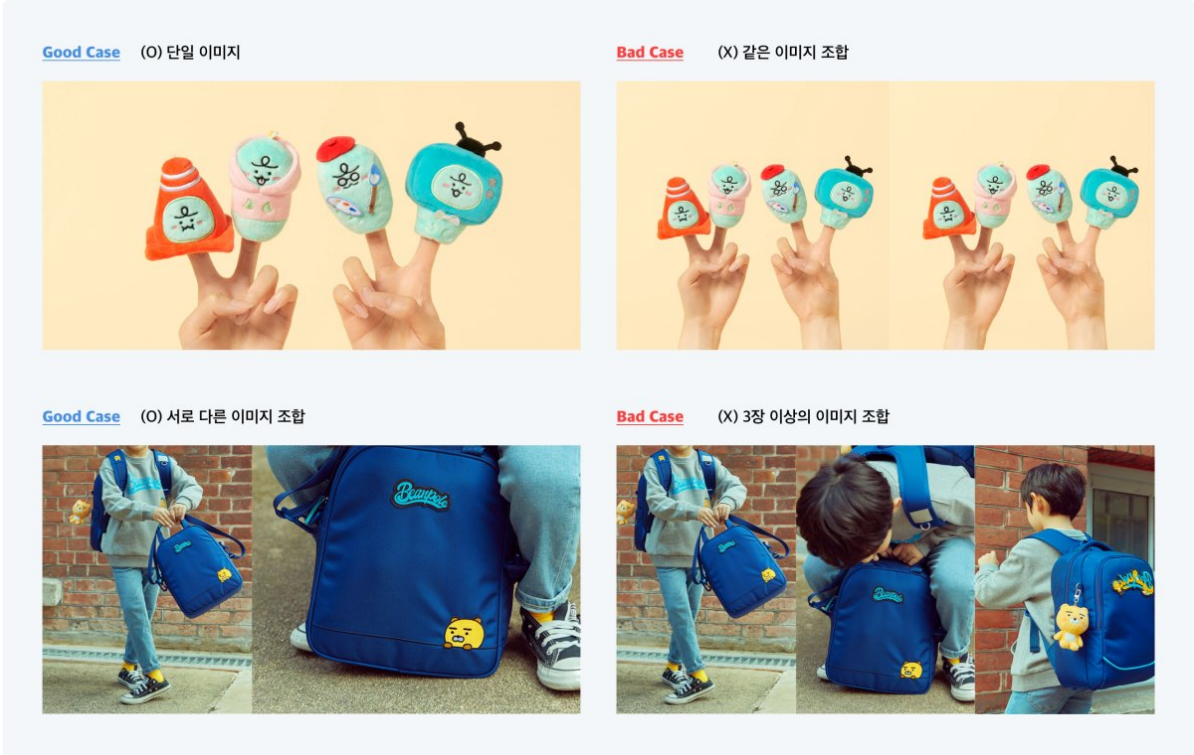


5) 이미지 내 텍스트는 최대 3줄까지 구성하는 것을 권장합니다.

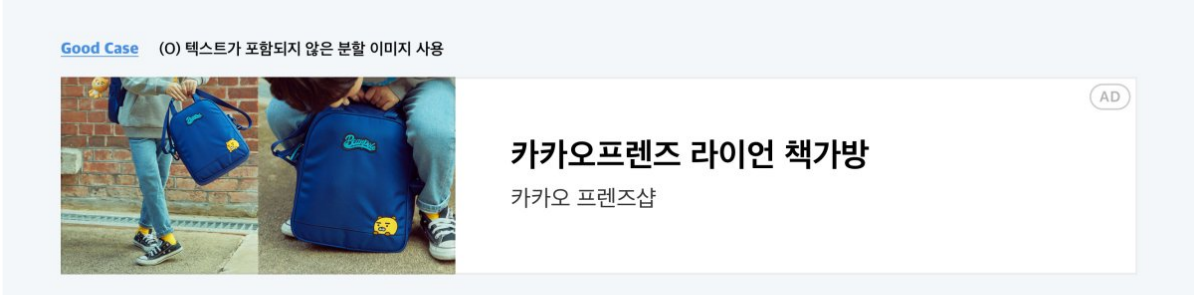


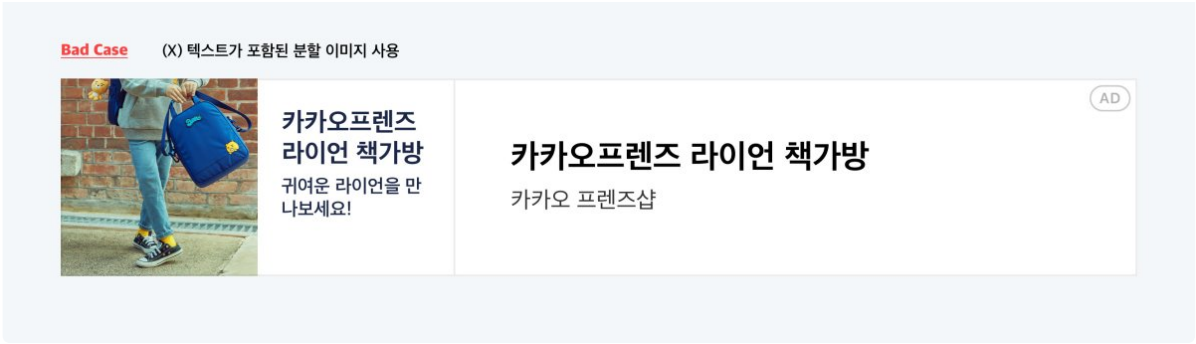
6) 이미지 내 텍스트는 네 가지 이상의 폰트 스타일과 컬러를 사용할 수 없습니다.

7) 이미지는 단일 이미지로 구성하는 것을 권장하며, 분할 이미지는 서로 다른 이미지를 이용하여 최대 두 개까지 사용 가능합니다.



8) 분할 이미지 사용 시 이미지 내 텍스트 사용을 권장하지 않습니다.

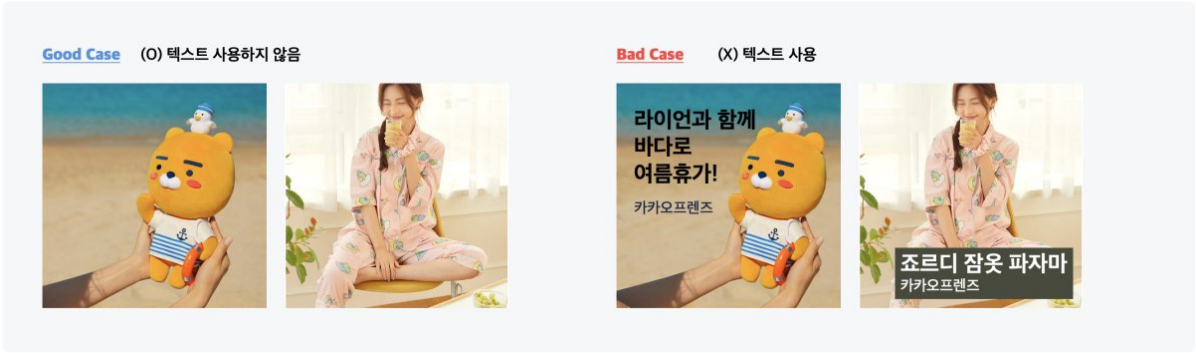




9) 이미지는 모두 컬러로 채워져 있어야 하며, 이미지 내 투명을 포함할 수 없습니다.

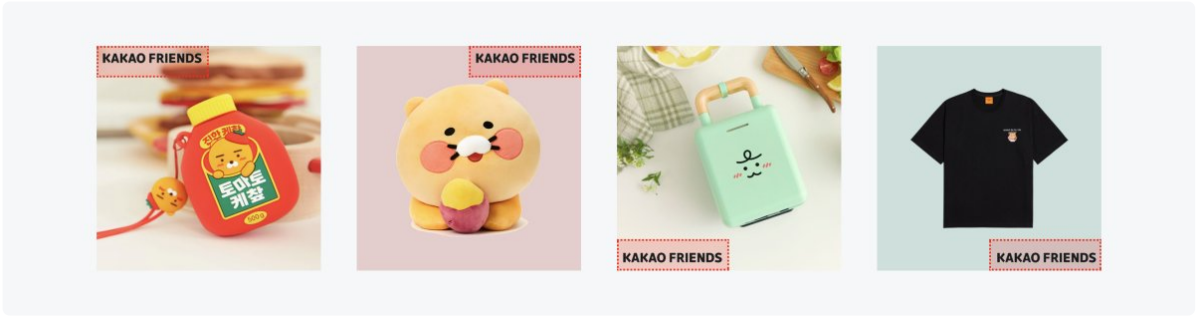
3. 1:1 비율 이미지 세부 가이드

1) 이미지 내에는 한글, 영어, 특수문자 등 모든 텍스트를 사용할 수 없습니다.



(1) 실제 제품 사진에 텍스트가 포함된 경우 사용 가능

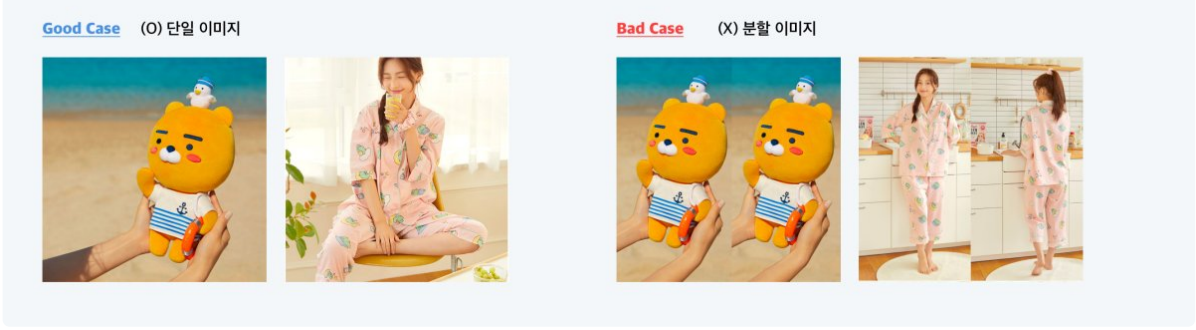
(2) 로고(CI, BI)는 상/하/좌/우로 정렬하여 250x70px 내에서 구성 가능하며, 텍스트에 포함되지 않음



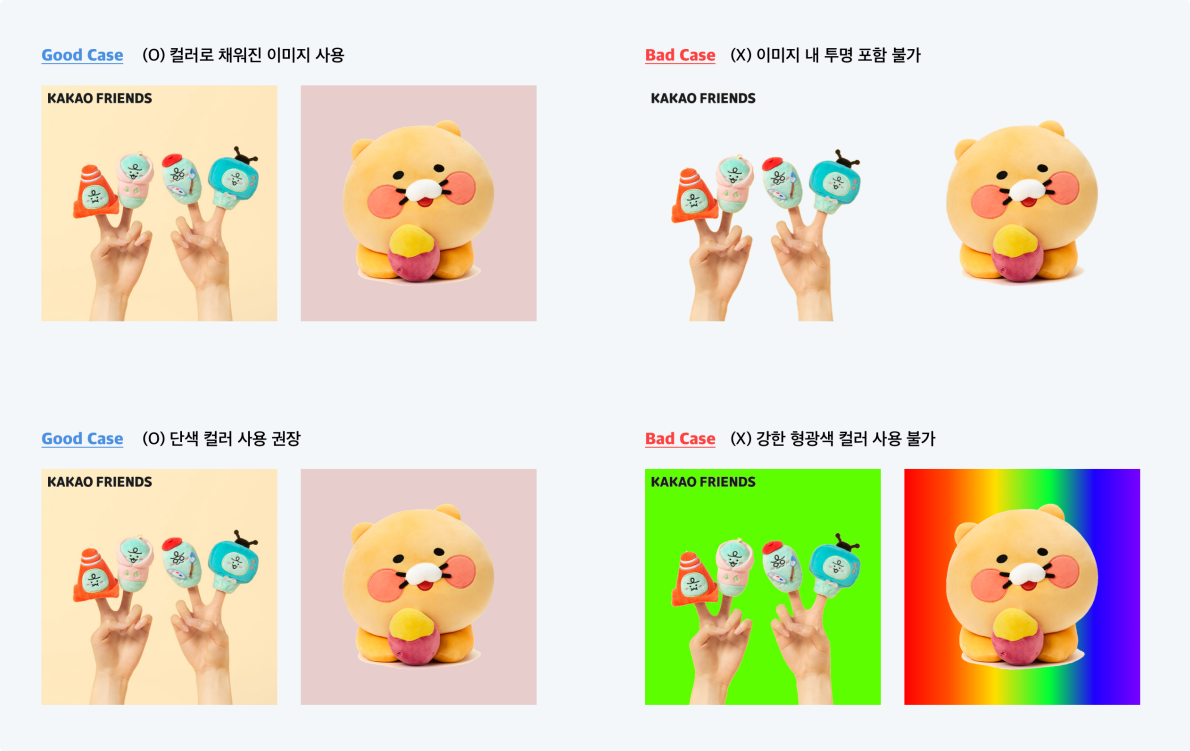
(3) 심의필, 저작권 등 법률 또는 '카카오모먼트 광고 심사정책' 상 반드시 표기하여야 하는 문구는 24px로 구성 되어야 하며, 텍스트에 포함되지 않음

2) 이미지 내 강조 효과 사용이 불가합니다.

3) 이미지는 단일 이미지로 구성해야 하며, 두 개 이상의 이미지를 조합하여 사용할 수 없습니다



4) 이미지는 모두 컬러로 채워져 있어야 하며, 이미지 내 투명 및 강한 형광색 색상은 사용 불가합니다.



홍보문구, 타이틀

1. 프로필 이름, 홍보문구, 타이틀은 동일한 문구로 기재 불가합니다.
2. 광고에 관련된 내용을 객관적으로 작성해야 합니다.
3. 전화번호, 주소, 이메일, 아이디 등의 광고주 정보를 기재할 수 없습니다.
4. 이용자 유인을 위해 지나치게 자극적으로 문구를 기재한 경우 광고 집행이 불가합니다.
5. 의미 전달에 필요한 경우에 한하여 특수문자를 사용할 수 있습니다.
   1) 컴퓨터 자판에서 기본적으로 제공되는 특수문자만 사용 가능
   2) 컴퓨터 자판에서 제공되지 않는 ☆○◇□△◁♡♧♨☏☞♬㈜TM 등의 특수문자는 사용 불가
   3) 불필요하게 반복적인 형태 혹은 이모티콘 형태의 특수문자는 사용 불가

2. 이미지>카탈로그

소재 구성 가이드와 함께 이미지>카탈로 소재에서 준수해야 할 제가이드는 다음과 같습니다.

2-1. 소재 구성 가이드

스와이핑 액션을 지원하는 카탈로그형 소재를 통해 다양한 상품 정보를 효과적으로 전달합니다.

· 노출 예시는 소재 제작의 이해를 돕기 위한 이미지입니다. 노출되는 게재지면 및 디바이스 등에 따라 실제 노출과 다를 수 있습니다.
· 소재 유형 및 게재 위치에 따라 AD(Sponsored)마크가 표기되어 노출될 수 있습니다.

소재 구성 1



공통 구성 요소

구성 요소	상세 안내

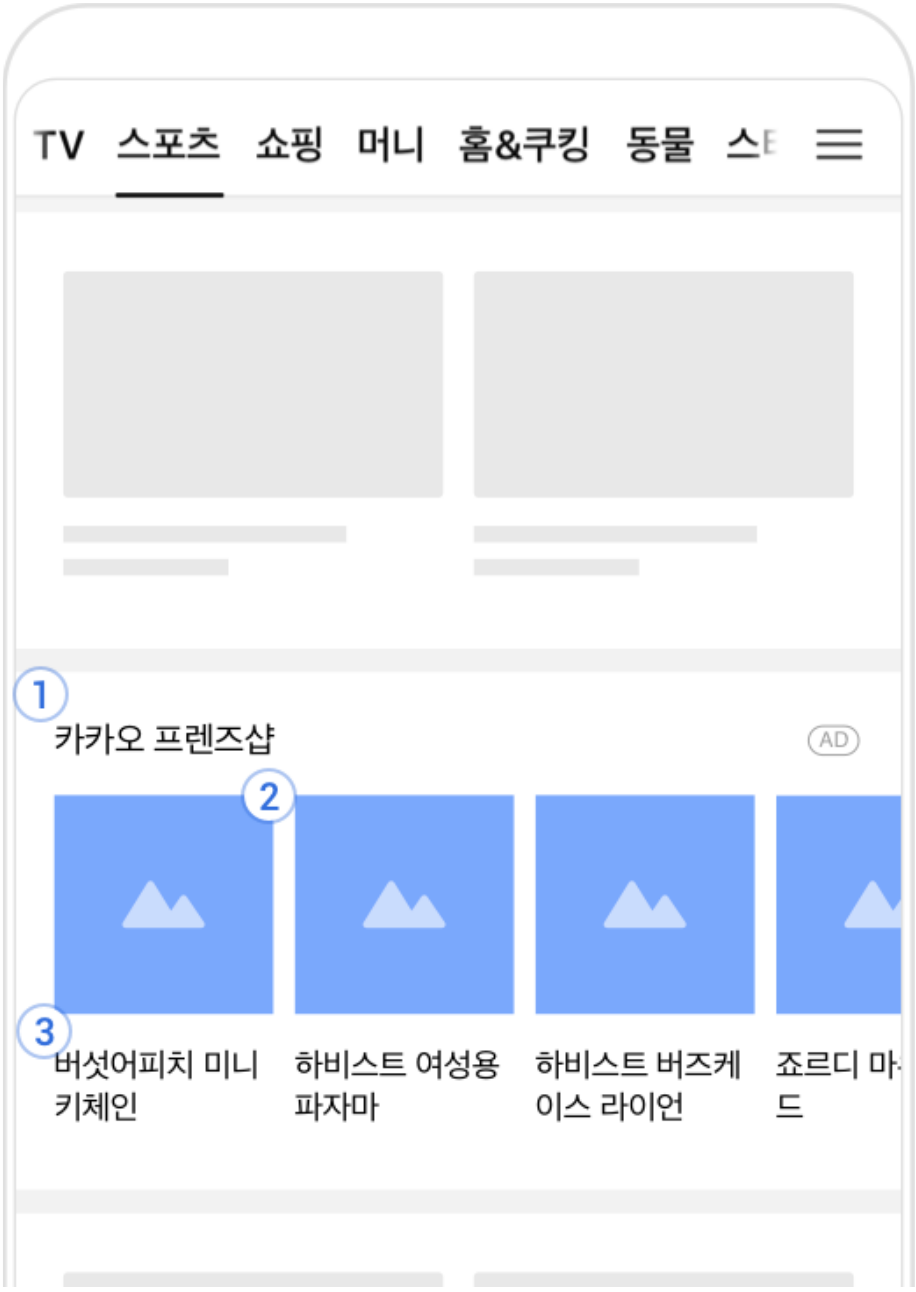
1.프로필이름	최대 20자

슬라이드 구성 요소

구성 요소	상세 안내
2.홍보이미지	500×500px 이상의 1:1비율 이미지 JPG, JPEG, PNG / 500KB
3.타이틀	최대 25자
4.가격정보 (선택)	최대 10자, 통화 종류 (원화, 달러, 엔화
5.랜딩 URL	슬라이드 영역 클릭 시 연결되는 랜딩

※ 슬라이드는 최소 4개 ~ 최대 10개 설정 가능

소재 구성 2



공통 구성 요소

구성 요소	상세 안내
1.프로필이름	최대 20자

슬라이드 구성 요소

구성 요소	상세 안내
2.홍보이미지	500×500px 이상의 1:1비율 이미지 JPG, JPEG, PNG / 500KB
3.타이틀	최대 25자
4.랜딩 URL	슬라이드 영역 클릭 시 연결되는 랜딩 U

※ 슬라이드는 최소 4개 ~ 최대 10개 설정 가능

· 노출 예시는 소재 제작의 이해를 돕기 위한 이미지입니다. 노출되는 게재지면 및 디바이스 등에 따라 실제 노출과 다를 수 있습니다.

2-2. 제작 가이드

프로필

1. 프로필

1) 프로필은 연결화면에서 확인 가능한 업체명, 브랜드명, 사이트명 등의 광고주 정보로 구성해야 합니다.

2) 프로필 이미지와 프로필 이름은 서로 일치하는 정보로 구성해야 합니다.

- 예) 프로필 이미지는 카카오 로고 + 프로필 이름은 카카오로 구성 가능하나, 프로필 이미지는 카카오미니 로고 + 프로필 이름은 카카오로 구성 불가

3) 프로필은 브랜드 단위로 구성해야 하며, 제품 단위로 구성할 경우 광고 집행이 불가합니다.

(1) 업체명, 브랜드명, 사이트명, 공연/영화/전시회명, 게임명, 어플명으로 구성 가능

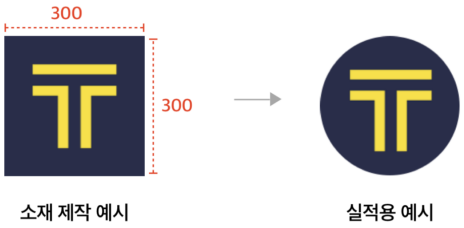
(2) 캠페인 혹은 이벤트명, 제품명 등으로 구성 불가

2. 프로필 이미지

1) 프로필 이미지는 수식어가 포함되지 않은 브랜드 로고, 앱아이콘, 모델 이미지로 구성해야 합니다.

2) 프로필 이미지는 식별 가능한 대표 오브젝트 및 로고(CI, BI)로 심플하게 구성해야 합니다.

3) 프로필 이미지는 상/하 및 좌/우 10px의 여백을 두고 제작할 것을 권장합니다. 노출 지면에 따라, 정사각형의 프로필 이미지가 원형으로 크롭되어 로고(CI, BI) 및 업체명이 잘릴 수 있습니다.

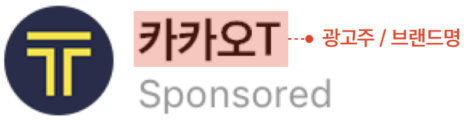


3. 프로필 이름

1) 프로필 이름은 수식어가 포함되지 않은 브랜드명으로 구성해야 합니다.

2) 영업망, 지점 등에서 광고를 진행하는 경우 본사명을 단독으로 사용할 수 없습니다.

- 예) 본사명 + 지점명, 본사명 + 광고주명 조합으로 프로필 구성

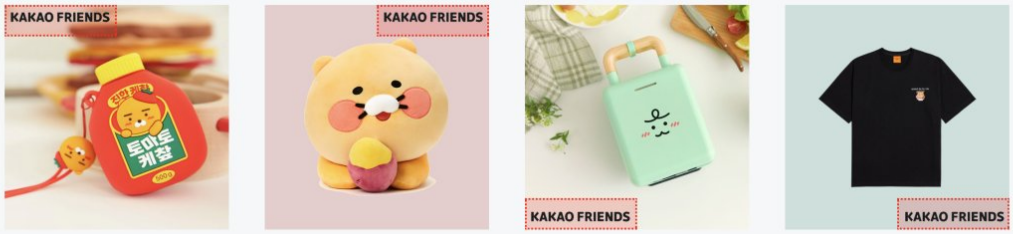


홍보이미지

1. 이미지는 타이틀, 연결화면과 연관성이 분명한 이미지로 등록해야 합니다.
2. 이미지 내 외곽 테두리는 삽입할 수 없습니다.
3. 이미지 내에는 한글, 영어, 특수문자 등 모든 텍스트를 사용할 수 없습니다.

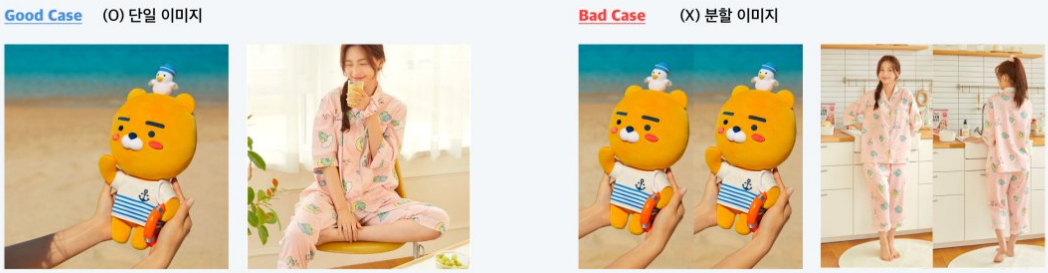
(1) 실제 제품 사진에 텍스트가 포함된 경우 사용 가능

(2) 로고(CI, BI)는 상/하/좌/우로 정렬하여 250x70px 내에서 구성 가능하며, 텍스트에 포함되지 않음

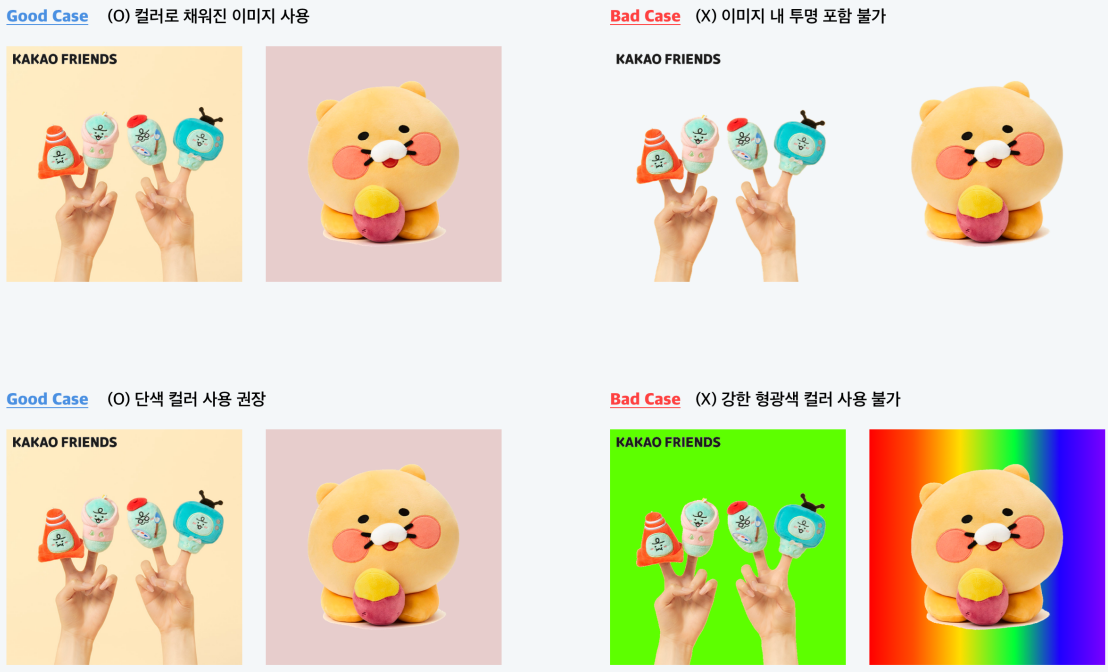


(3) 심의필, 저작권 등 법률 또는 '카카오모먼트 광고 심사정책' 상 반드시 표기하여야 하는 문구는 24px로 구성 되어야 하며, 텍스트에 포함되지 않음

4. 이미지 내 강조 효과 사용이 불가합니다.
5. 이미지는 단일 이미지로 구성해야 하며, 두 개 이상의 이미지를 조합하여 사용할 수 없습니다.



6. 이미지는 모두 컬러로 채워져 있어야 하며, 이미지 내 투명 및 강한 형광색 색상은 사용 불가합니다.



7. 각 슬라이드 별로 동일한 이미지를 사용할 수 없습니다.

타이틀

1. 프로필 이름, 타이틀은 동일한 문구로 기재 불가합니다.
2. 광고에 관련된 내용을 객관적으로 작성해야 합니다.
3. 전화번호, 주소, 이메일, 아이디 등의 광고주 정보를 기재할 수 없습니다.
4. 이용자 유인을 위해 지나치게 자극적으로 문구를 기재한 경우 광고 집행이 불가합니다.
5. 의미 전달에 필요한 경우에 한하여 특수문자를 사용할 수 있습니다.
   1) 컴퓨터 자판에서 기본적으로 제공되는 특수문자만 사용 가능
   2) 컴퓨터 자판에서 제공되지 않는 ☆○◇□△◁♡♧♨☏☞♬㈜TM 등의 특수문자는 사용 불가
   3) 불필요하게 반복적인 형태 혹은 이모티콘 형태의 특수문자는 사용 불가
6. 각 슬라이드 별로 동일한 타이틀을 사용할 수 없습니다.

· 심사가 완료된 이미지>카탈로그의 심사 요소(이미지나 랜딩 URL 등)에 대한 수정 없이 슬라이드의 순서를 변경하거나 일부 슬라이드를 삭제만 하는 경우 재심사 대상에 포함되지 않습니다. 보류된 소재의 수정을 위해 일부 슬라이드 삭제가 필요하신 경우에는 기 보류된 소재나 복사한 소재를 수정하지 마시고, 소재를 신규 등록해 주시길 바랍니다.

⚠ **URL 내 UTF-8 코드로 인코딩되지 않은 특수문자나 한글이 있을 경우, iOS 기기 > 카카오톡 인앱 브라우저에서 광고가 정상 랜딩되지 않을 수 있습니다.**
랜딩 오류가 발생할 수 있는 특수문자를 미리 참고하여 URL을 셋팅해주세요.

- %
- | (vertical bar)
- “

광고 소재 심사 단계에서는 위 이슈가 발생할 가능성이 있는 URL을 별도로 보류 처리를 하고 있지 않기 때문에 각별히 유의 부탁드립니다.

동영상 광고

브랜드 세이프티가 보장되는 카카오의 프리미엄 콘텐츠 영역에 노출되는 동영상 광고.
카카오의 전국민 대상 유저풀을 기반으로 최적의 오디언스에게 동영상 광고를 노출할 수 있습니다.
카카오 동영상 광고를 통해 보다 강력한 브랜딩과 타겟 커버리지 확대를 경험해보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

- **# 1. 노출 지면**
- **# 2. 노출 유형**
- **# 3. 광고 목표 및 과금**
- **# 4. 동영상 광고 대표 노출 위치**

1. 노출 지면

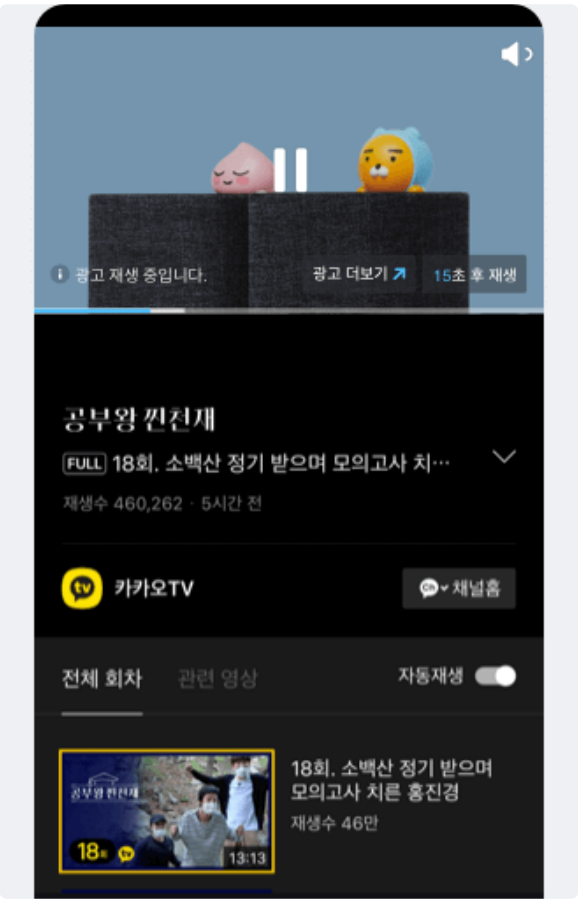
동영상 광고 노출 형태는 인스트림과 아웃스트림 2가지 형태로 노출됩니다.
노출되는 지면에 따라 광고가 노출되는 형태가 달라집니다.

1-1. 인스트림 노출 지면

카카오톡을 중심으로 뷰탭, 카카오TV앱/웹, 다음 스포츠 영상 등 다양한 동영상 지면에
동영상 시청에 최적화된 형태로 광고가 노출됩니다.

카카오톡

스포츠 및 카카오TV의 동영상 콘텐츠 시청 시 광고가 노출됩니다.



카카오톡 채팅방

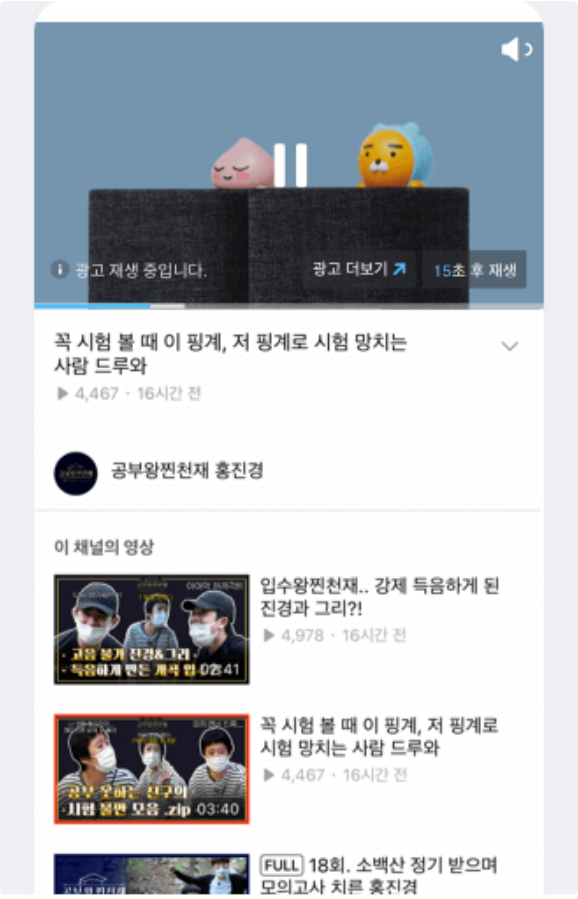
동영상 시청에 최적화된 카카오TV 전용 톡채널 및 프로야구봇 톡채널에서 동영상 콘텐츠 시청 시 광고가 노출됩니다.





카카오TV 앱/웹

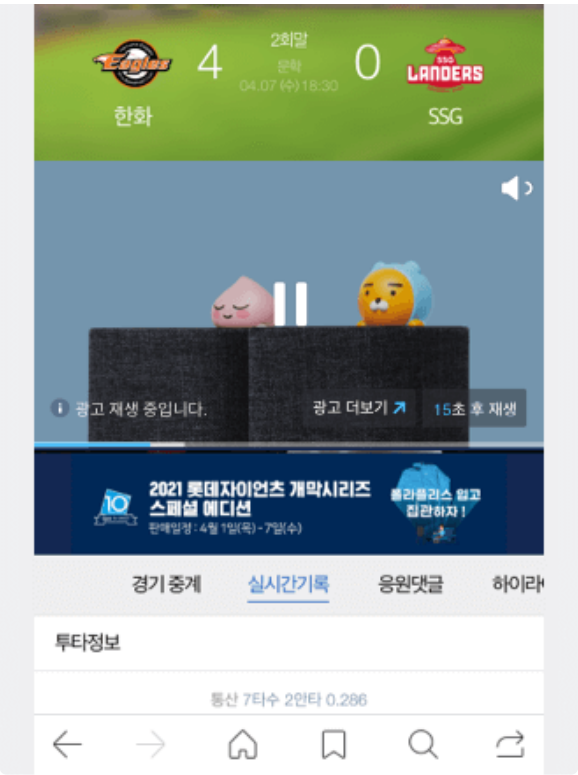
다양한 동영상 콘텐츠 시청이 가능한 카카오TV에서 동영상 콘텐츠 시청 시 광고가 노출됩니다.



다음

카카오의 프리미엄 영상 콘텐츠 및 다음의 프로야구 Live, VOD 영상에 광고가 노출됩니다.



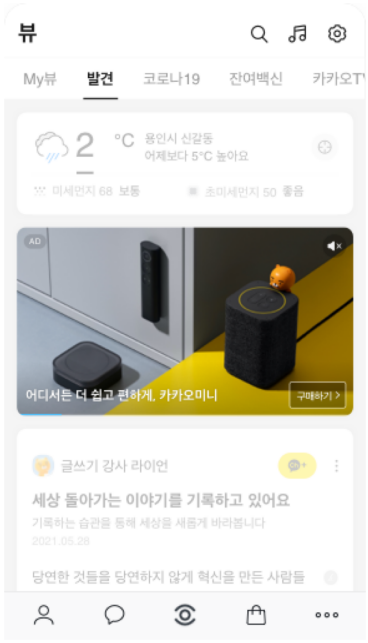


1-2. 아웃스트림 노출 지면

카카오톡, 다음 지면에 동영상 광고가 노출됩니다.

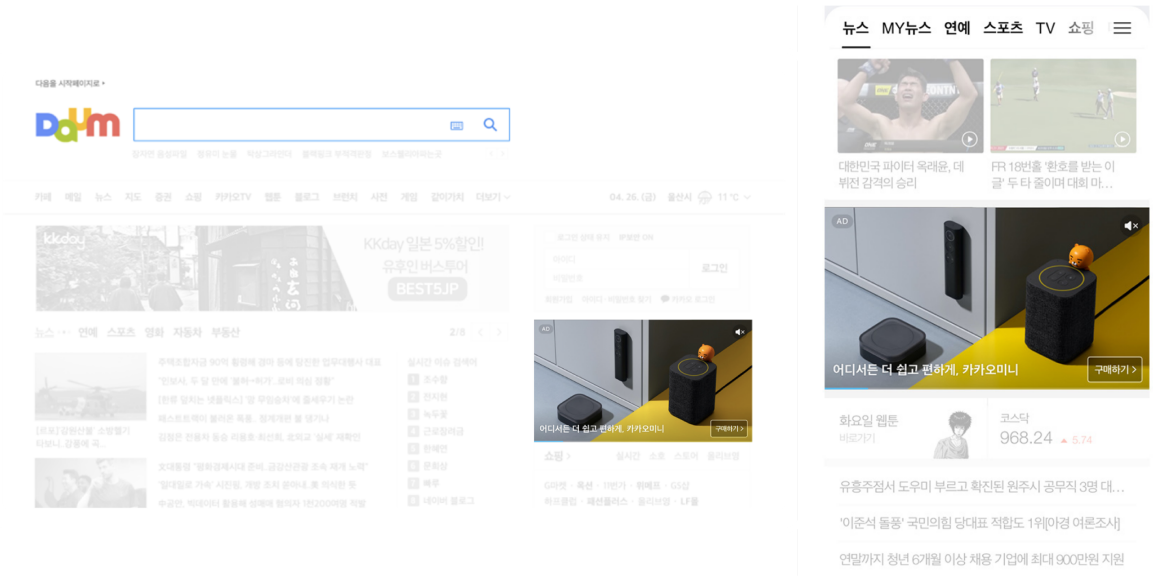
카카오톡

카카오톡 뷰탭의 콘텐츠 중간 영역에 노출됩니다.



다음

다음 PC 버전의 로그인 영역 하단, 다음 모바일 버전의 뉴스탭 등 콘텐츠 소비 영역에 노출됩니다.

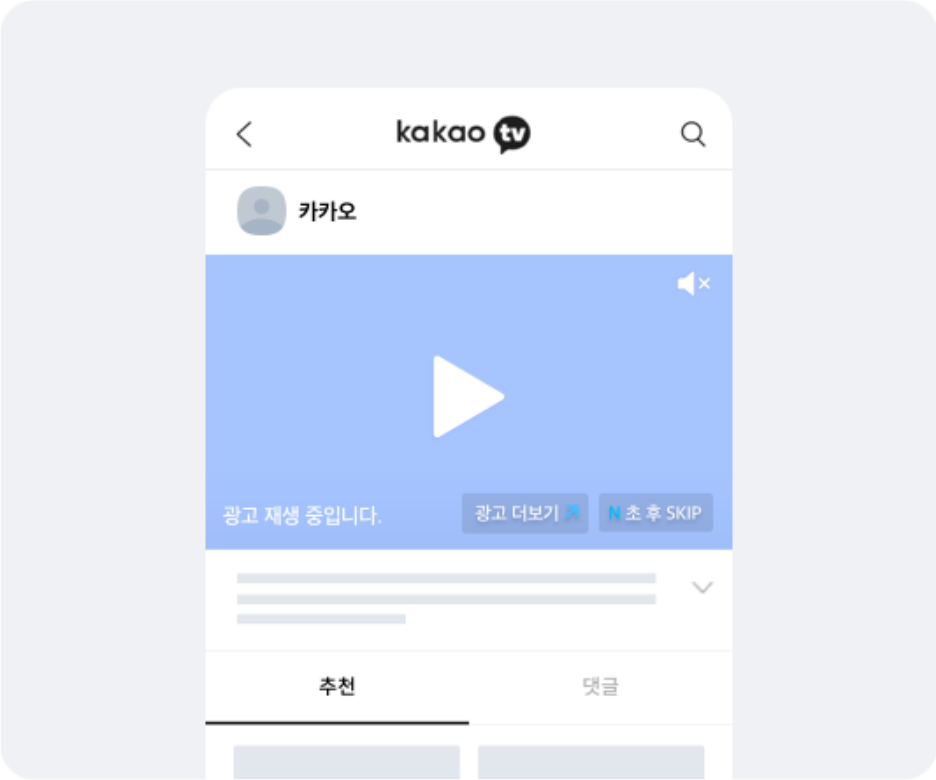


2. 노출 유형

인스트림, 아웃스트림 동영상 2가지 형태로 노출 유형을 지원합니다.
1개의 소재로 인스트림, 아웃스트림 동영상 광고를 한 번에 노출합니다.

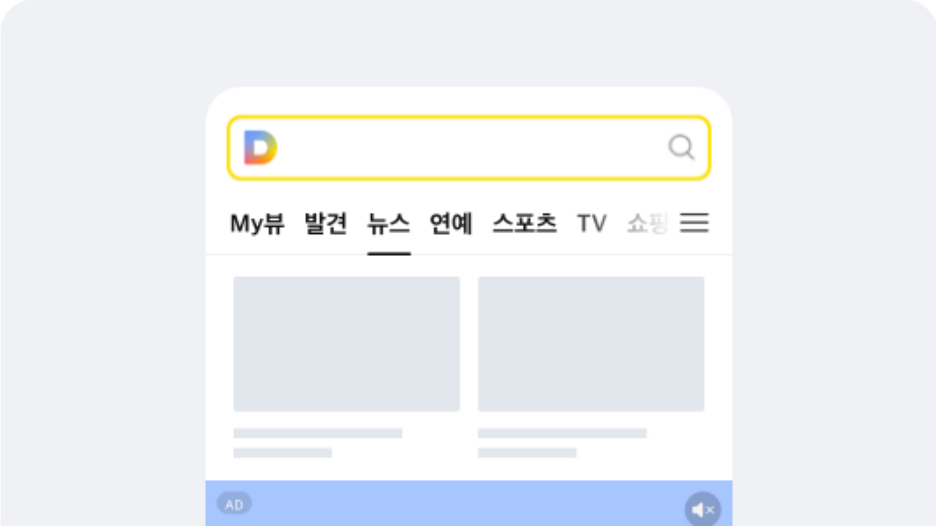
인스트림 동영상 광고

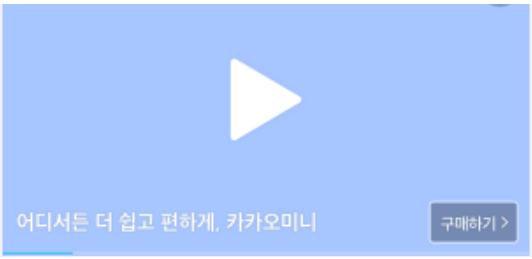
시청하는 영상과 동일한 형태로 영상 시청 전과 중간에 몰입도 높은 동영상 소재를 노출할 수 있습니다.



아웃스트림 동영상 광고

카카오톡 뷰탭, 다음 뉴스 등 콘텐츠에 In-Read 형태로 노출되어 콘텐츠 가독성을 방해하지 않고 자연스러운 브랜드 경험을 선사할 수 있습니다.



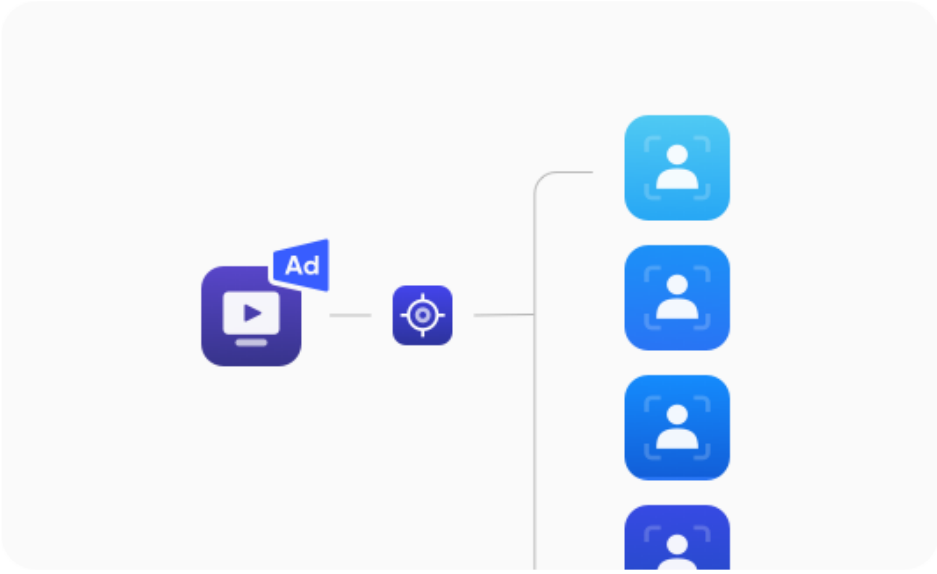


3. 광고 목표 및 과금

광고주의 동영상 광고를 많은 사람들이 조회하도록 유도하여 홍보 및 브랜딩을 강화합니다.
동영상 조회 당 비용이 과금되는 방식(CPV)으로 효율적으로 광고를 노출할 수 있습니다.

목표 : 조회

동영상 광고를 많은 사람들이 조회하도록 유도합니다.
조회 가능성이 높은 대상에게 광고를 노출하도록 최적화됩니다.



과금 : CPV

동영상 조회 당 비용이 과금되어 효율적으로 광고를 노출할 수 있습니다.



4. 동영상 광고 대표 노출 위치

- 게재지면은 플랫폼 업데이트 상황에 따라 추가 및 변동, 제외가 될 수 있습니다. 이 점 유의 바랍니다.
- 이미지(캡쳐)에서 확인되는 특정 광고주와 해당 자료는 무관합니다.
- 광고가 집행되는 “광고매체”의 범위 및 “광고매체”에서의 광고 집행영역, 순서, 정보, UI, 방식 등은 변경 또는 추가할 수 있으며, 별도 공지하지 않습니다.
- 소재 유형 및 게재 위치에 따라 AD(Sponsored) 마크가 표기되어 노출될 수 있습니다.

3-1. 카카오톡

[인스트림]

동영상 발견에 용이한 카카오톡 뷰의 카카오TV 탭의 모든 동영상과 카카오톡 뷰에서 프로야구 동영상 시청 시 노출됩니다.
뿐만 아니라 ① 프로야구 영상 시청이 가능한 프로야구봇 채팅방, ② 카카오TV 전용 톡채널, ③ 카카오TV 오리지널 콘텐츠 및 프로야구 영상을 채팅방에 공유 시에도 광고가 노출됩니다.

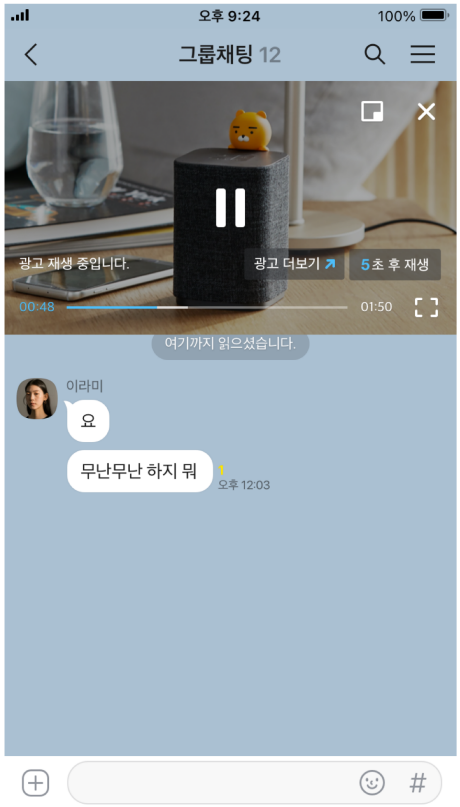
- **카카오톡 뷰 > 카카오TV (프로야구 포함)**
  ※ 기존 #스포츠에서 제공하던 프로야구 Live는 뷰탭 개편 이후 카카오TV탭에서 제공합니다.



- **프로야구봇 채팅방**

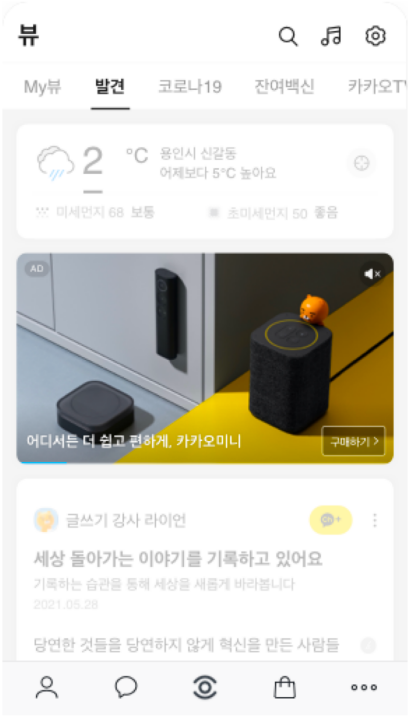


- **프로야구 & 카카오TV 영상 채팅방 공유 시**



[아웃스트림]

뷰탭 > 발견 콘텐츠 중간 영역에 광고가 노출됩니다.



3-2. 다음

[인스트림]

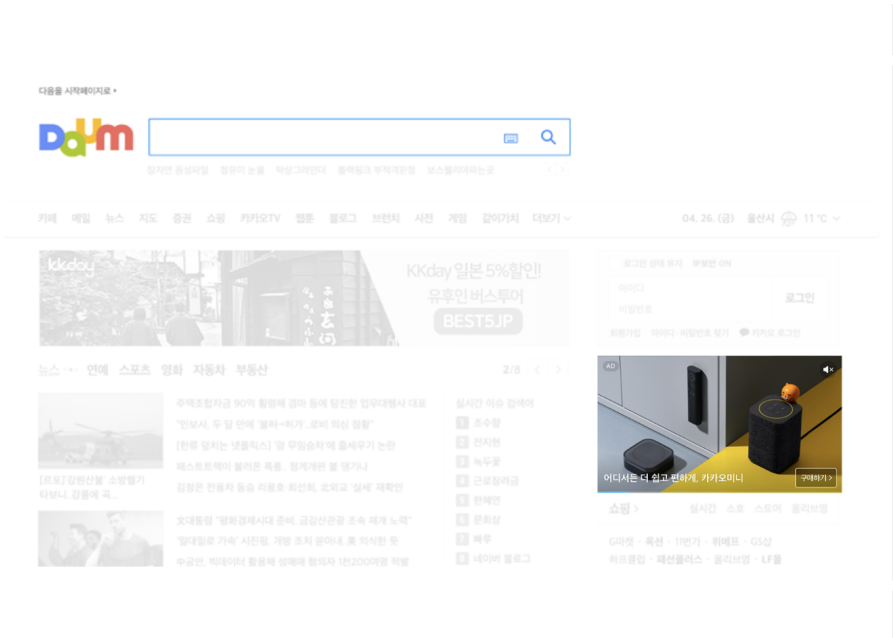
카카오의 오리지널 영상 콘텐츠 및 다음의 프로야구 Live, VOD 영상에 광고가 노출됩니다.

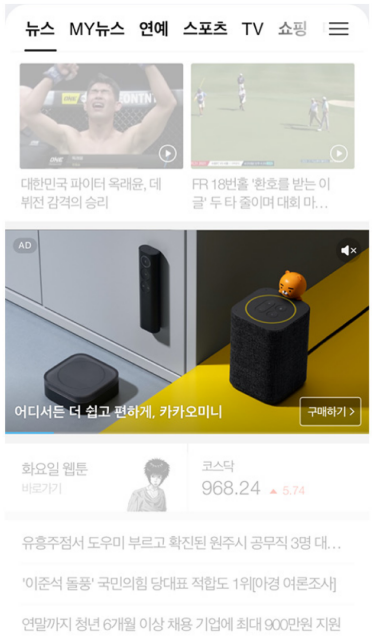
다음 스포츠 게임센터(모바일)



[아웃스트림]

다음 PC 버전의 로그인 영역 하단, 다음 모바일 버전의 뉴스탭 등 콘텐츠 소비 영역에 노출됩니다.





3-3. 카카오서비스

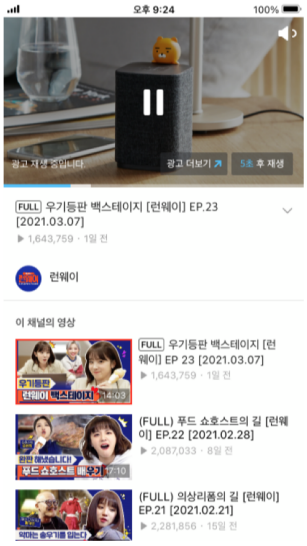
[인스트림]

오리지널 동영상 콘텐츠 시청이 가능한 카카오TV(APP / Web)에서 노출됩니다.

카카오TV APP



카카오TV Web



카카오TV PC Web



ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

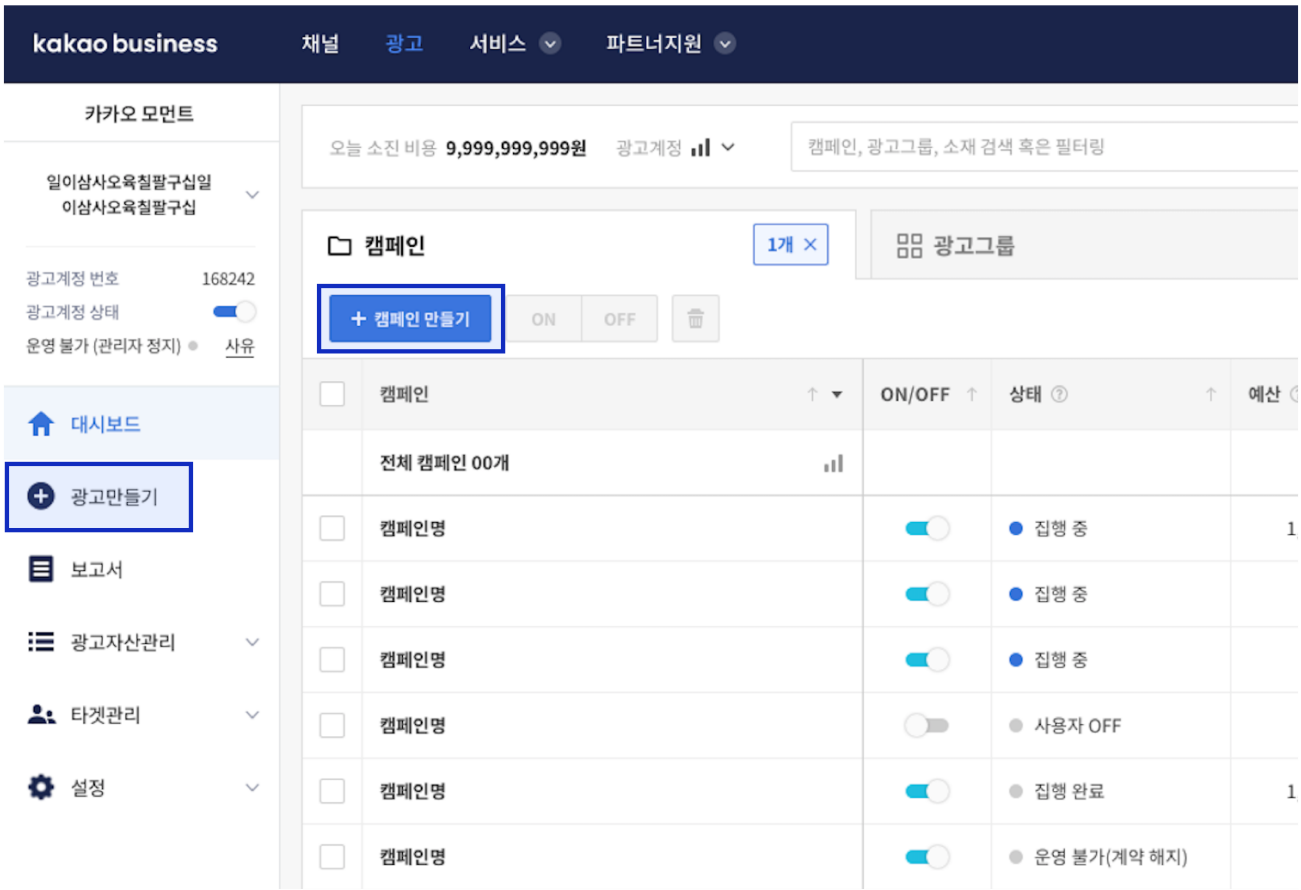
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

캠페인 만들기

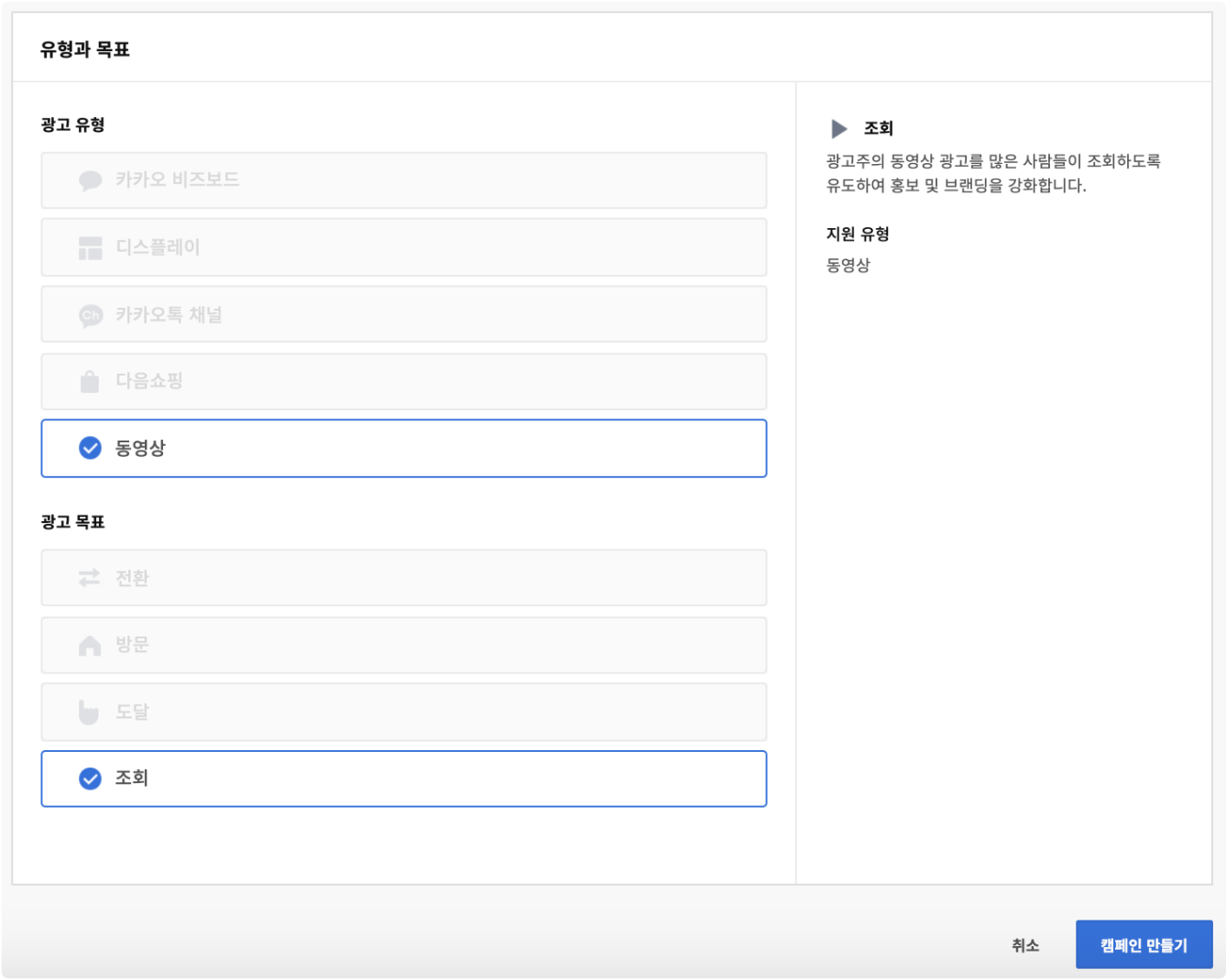
카카오 서비스에서 제공하는 다양한 지면에 인스트림/아웃스트림 동영상 광고를 노출합니다.
모든 동영상 광고는 '동영상 X 조회' 캠페인을 통해서만 집행이 가능합니다.

카카오모먼트 캠페인 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

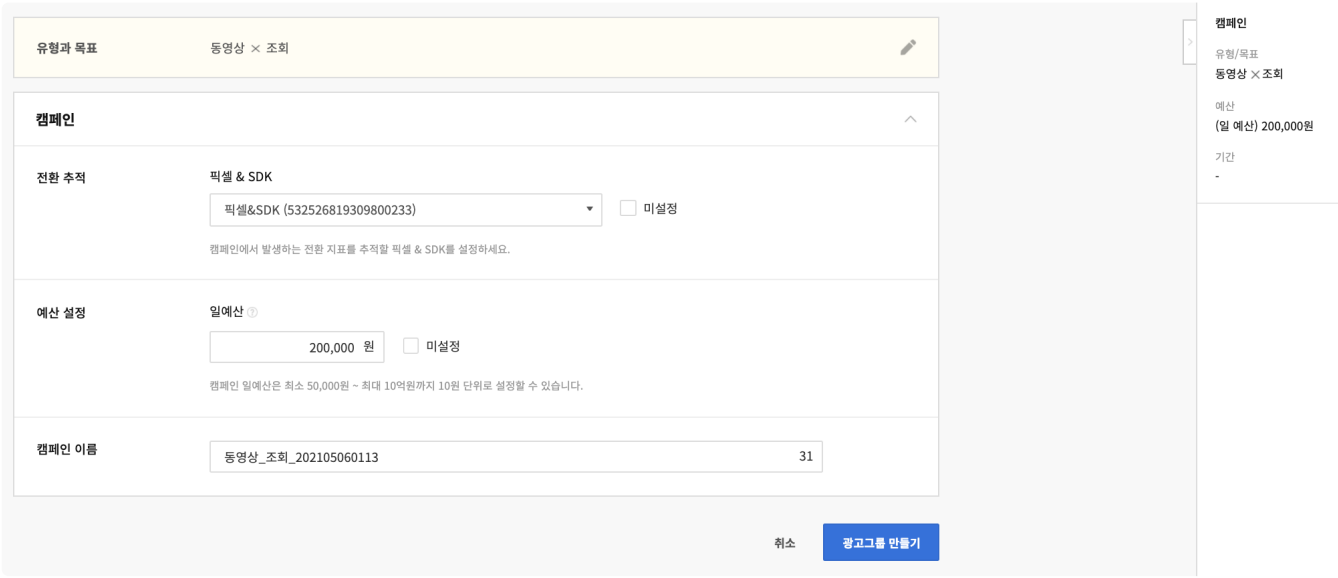
Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2.광고 유형 [동영상], 광고 목표 [조회] 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 3.캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다.
각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



설정 항목

전환 추적

권한을 가진 픽셀&SDK를 선택하면 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.
설정 가능 대상은 타겟 관리 > 픽셀 & SDK 연동 관리에서 추가할 수 있습니다.
캠페인 연동을 통해 픽셀 전환지표와 SDK 전환지표를 대시보드 또는 맞춤보고서에서 확인 가능합니다.

예산 설정

캠페인 일예산은 최소 5만원부터 최대 10억까지 10원 단위로 설정 가능합니다.
중단 전에 발생한 노출은 추가 과금될 수 있으며, 캠페인 하위의 광고그룹 및 소재의 입찰가가 높은 경우 일예
산의 초과 정도는 커질 수 있습니다.

캠페인 이름

최대 50자까지 자유롭게 입력이 가능합니다.

Step 4. 캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

광고그룹 만들기

동영상 X 조회는 카카오모먼트의 모든 오디언스 설정을 활용할 수 있습니다.
맞춤타겟과 데모그래픽 설정으로 광고를 노출할 대상을 효율적으로 설정해 보세요.

카카오모먼트 광고그룹 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

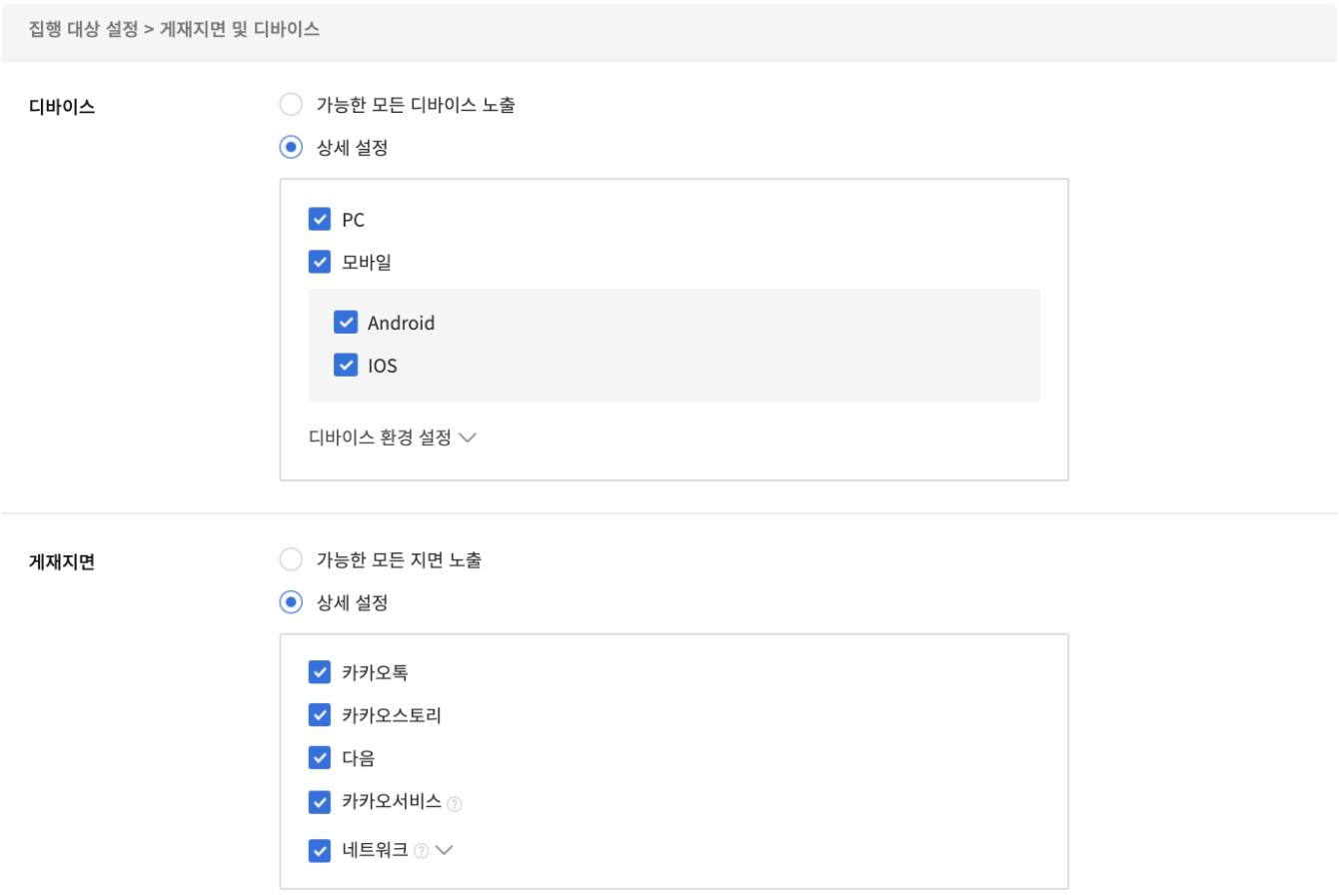
Step 1. 캠페인 생성후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 만들 수 있습니다.
기존 캠페인에 광고그룹을 추가로 만들고 싶다면 광고계정에서 캠페인 선택후 [새 광고그룹 만들기] 버튼을 눌러주세요.

Step 2. 집행대상 > 오디언스를 설정해 주세요.
동영상 X 조회 캠페인은 카카오모먼트의 모든 오디언스 설정을 활용할 수 있습니다.
맞춤타겟과 데모그래픽 설정으로 광고를 노출할 대상을 효율적으로 설정해 보세요.
오디언스 관리에서 미리 설정해둔 오디언스를 불러올 수도 있습니다.
설정 가능한 타게팅에 대한 자세한 내용은 타겟관리 메뉴에서 확인할 수 있습니다.



Step 3. 집행 대상 설정>게재지면 및 디바이스에서 광고가 노출될 지면과 디바이스를 설정해 주세요.
동영상 X 조회 캠페인은 PC, 모바일에서 모두 노출 가능하며, 상세 게재지면은 카카오톡, 다음, 카카오스토리, 카카오서비스, 네트워크를 제공합니다.

> 네트워크는 향후 지면 확장을 고려하여 선택 옵션을 제공하나 현재는 노출되는 지면은 없습니다. 네트워크 지면만 선택 시 동영상 광고가 노출되지 않기 때문에 이 점 참고하시어 광고를 운영해주세요.



Step 4. 집행 전략 설정에서 입찰방식을 설정해 주세요.
동영상 X 조회 캠페인은 수동입찰만 제공되며, 입찰방식은 CPV(재생 당 과금)로 고정됩니다.

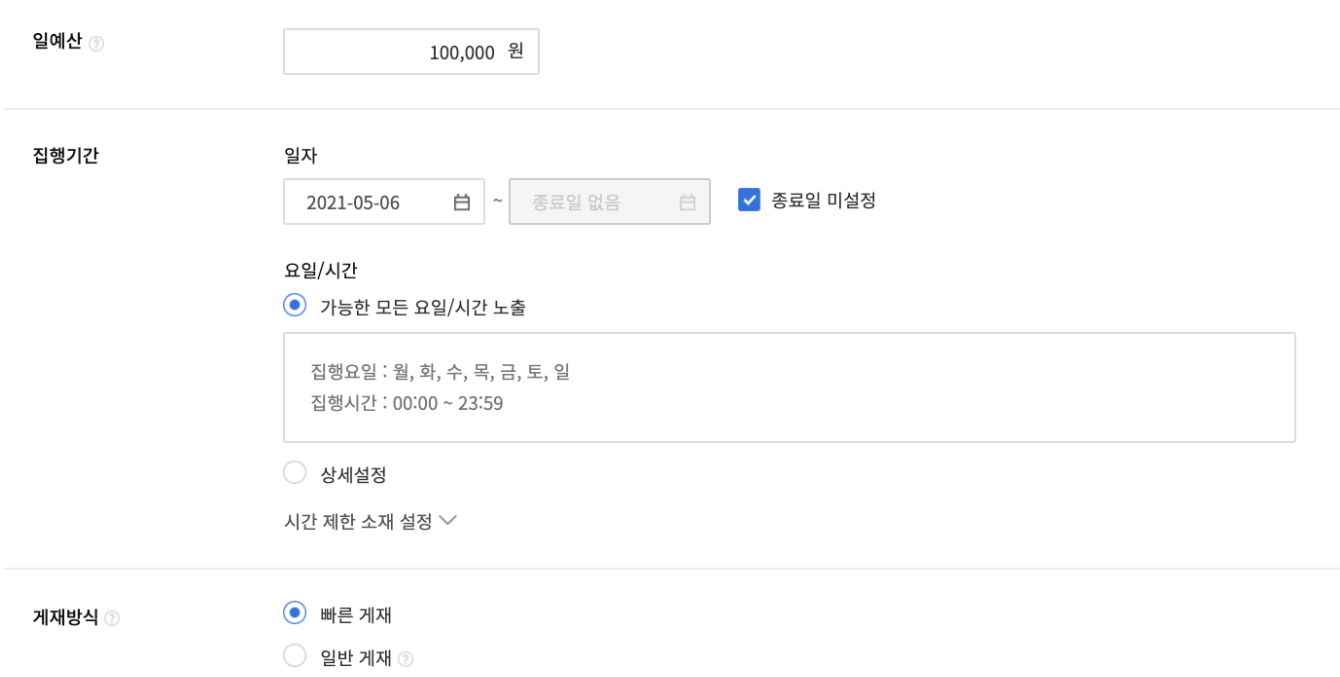


입찰 방식

수동입찰
직접 입찰 금액을 설정합니다.

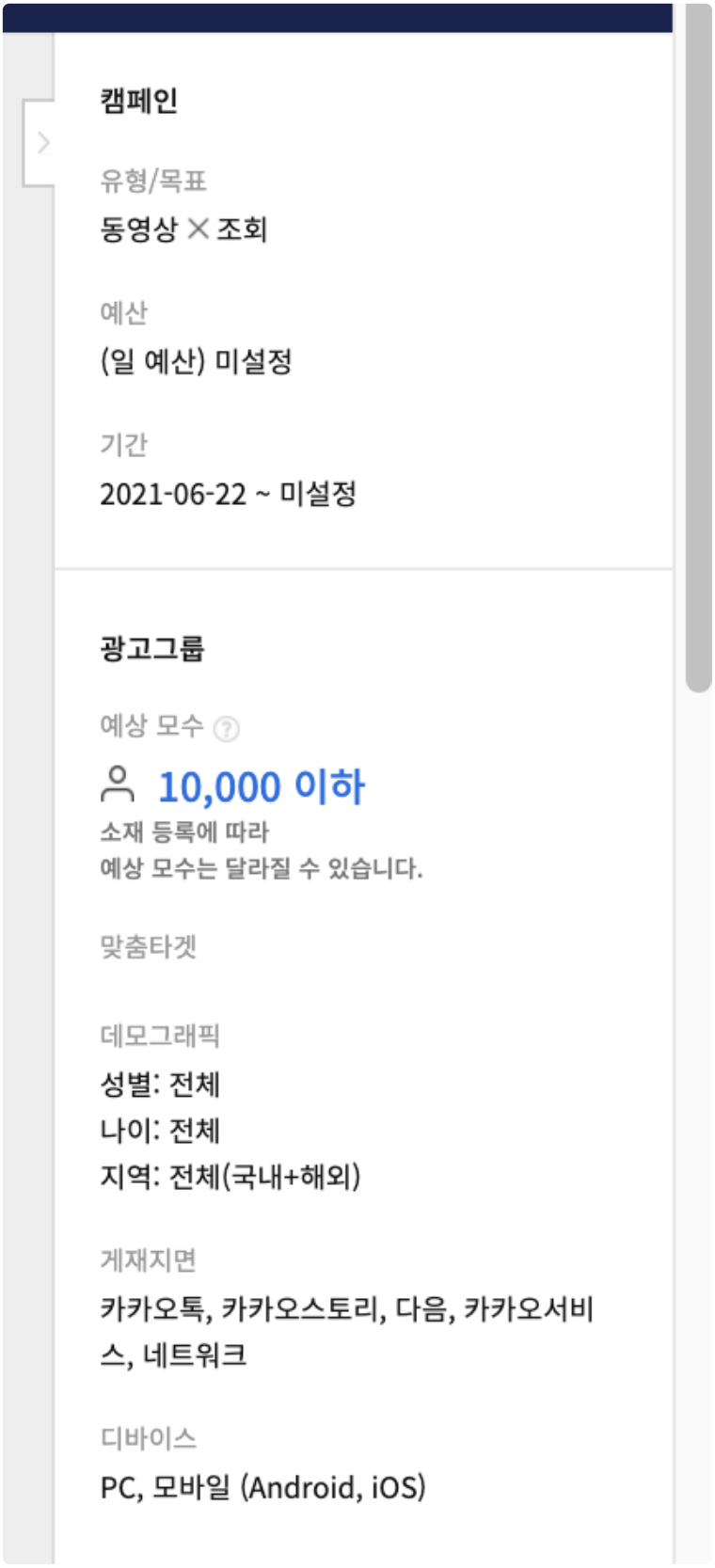
CPV
입찰 방식은 CPV로 고정이며, 기본 입찰가는 20원입니다.
입찰금액은 10원 이상 광고그룹 일예산의 50% 이하(최대 1백만)로 입력하세요 (1원 단위)
동영상 광고는 영상이 3초 재생 시부터 과금됩니다.

Step 5. 집행 전략 설정에서 일예산과 집행기간, 게재방식을 설정해 주세요.



설정 항목
일예산 광고그룹 기준의 1일 집행 가능 예산을 설정할 수 있습니다. 일예산은 10,000원 이상 ~ 캠페인 일예산 이하(최대 10억 원)로 입력이 가능합니다. (10원 단위) 과금비용이 일예산을 초과하는 경우 자동으로 광고 집행이 중단됩니다.
집행기간 광고그룹 집행 기간을 설정할 수 있습니다. 시간 제한이 필요한 소재의 경우, 심야타게팅 선택이 필요합니다.
게재방식 빠른게재와 일반게재 중 선택할 수 있습니다. 빠른게재 선택 시 일예산이 빠르게 종료될 수 있으며, 빠른게재와 과도하게 높은 비딩가가 함께 설정될 경우 일예산보다 소진 비용이 크게 초과될 수 있는 점 참고 부탁드립니다. 일반게재를 선택하면 시간대별로 일예산을 분할하여 광고가 노출됩니다.

Step 6. 광고 요약 탭을 통해 광고그룹 설정 정보를 확인할 수 있습니다.



Step 7. 광고그룹 이름을 작성해 주세요.



이후 [광고그룹 추가] 버튼을 눌러 별도의 광고그룹을 추가로 생성하거나 [저장] 버튼을 눌러 광고그룹에 설정된 값을 저장할 수 있습니다.

또한, [저장하고 소재 만들기] 버튼을 통해 해당 그룹에 바로 소재를 등록할 수 있습니다.

> 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

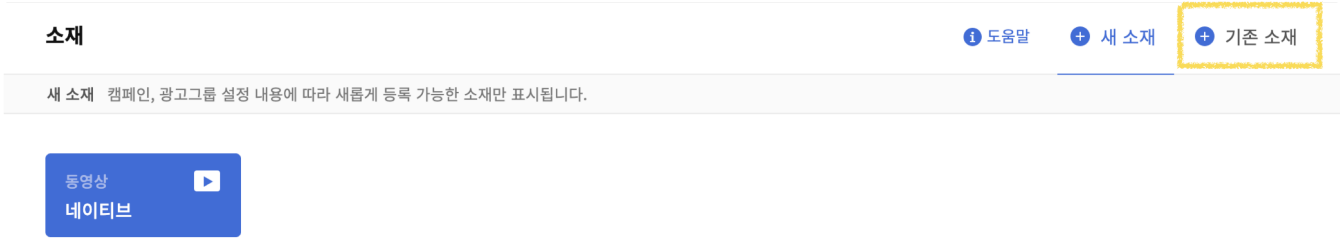
소재 만들기

동영상 광고는 동영상 네이티브 소재가 제공됩니다.
광고를 생성하는 가장 마지막 단계인 소재 만들기를 학습해보세요.

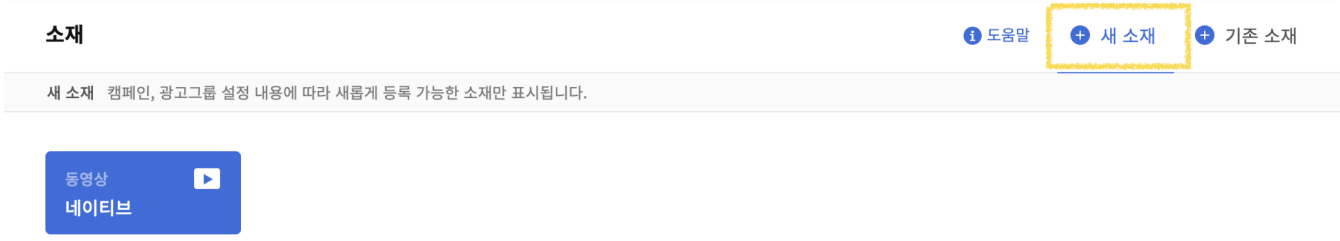
카카오모먼트 소재 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

Step 1. 광고그룹 생성후 [저장하고 소재 만들기] 버튼을 눌러 소재를 등록할 수 있습니다.
기존 광고그룹에 소재를 추가하고 싶다면 광고계정에서 캠페인-그룹 선택후 [새 소재 만들기] 버튼을 눌러주세요.

Step 2. 기존에 등록한 소재로 광고 운영하고 싶다면 [기존소재] 버튼을 눌러주세요.
캠페인 유형 및 목표, 광고그룹 내 디바이스, 게재지면이 동일하면 소재를 불러올 수 있습니다.



Step 3. [새 소재] - [동영상 네이티브] 버튼을 클릭해 주세요.



Step 4. 설정 항목을 모두 입력해주세요.

동영상
네이티브

프로필 이미지

+ 이미지 추가 + 이미지 만들기

홍보 동영상

+ 동영상 추가

타이틀

타이틀을 입력하세요. 25

프로필 이름

프로필 이름을 입력하세요. 20

홍보문구

홍보문구를 입력하세요. 45

행동유도버튼

버튼 선택

랜딩 URL

모바일/PC 개별 설정

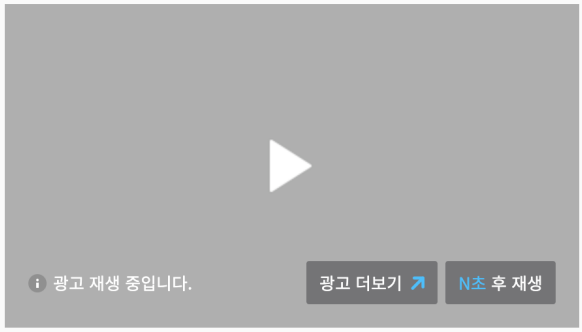
http:// 또는 https:// 형식의 정상적인 랜딩 URL을 입력하세요. 1000

옵션 더보기

의견 및 증빙 (선택사항)

미리보기

카카오톡, 카카오스토리, 다음, 카카오서비스, 네트워크 1/4



실제 노출과 미리보기가 다를 수 있으며,
SKIP 초 수는 노출되는 컨텐츠에 따라 달라질 수 있습니다.

· 사용자의 디바이스, 폰트 설정, 브라우저 환경에 따라 실제 노출 시에는 줄바꿈, 개행 처리, 이미지 크롭 등으로 미리보기와 다를 수 있습니다.
· 게재지면별 미리보기는 해당 지면의 대표 예시이며 이외 다른 영역에도 노출될 수 있습니다.
· 광고주는 타인의 권리(지적재산권, 초상권 등)를 침해하는 광고 금지 외 카카오 모먼트 정책을 준수할 의무가 있습니다.

이미지 에디터를 사용하여 광고에 사용할 이미지를 손쉽게 직접 제작할 수 있습니다.
[+이미지 만들기]를 클릭해서 다양한 기능을 활용해보세요.

이미지 에디터란?

구성 요소

프로필 이미지
300X300, JPG / JPEG / PNG, 200KB

홍보 동영상
1280x720 이상의 16:9 비율, AVI/FLV/MP4, 1GB, 3초 미만의 동영상은 광고 등록 불가(최대 길이 제한 없음)

타이틀
최대 25

프로필 이름
최대 20

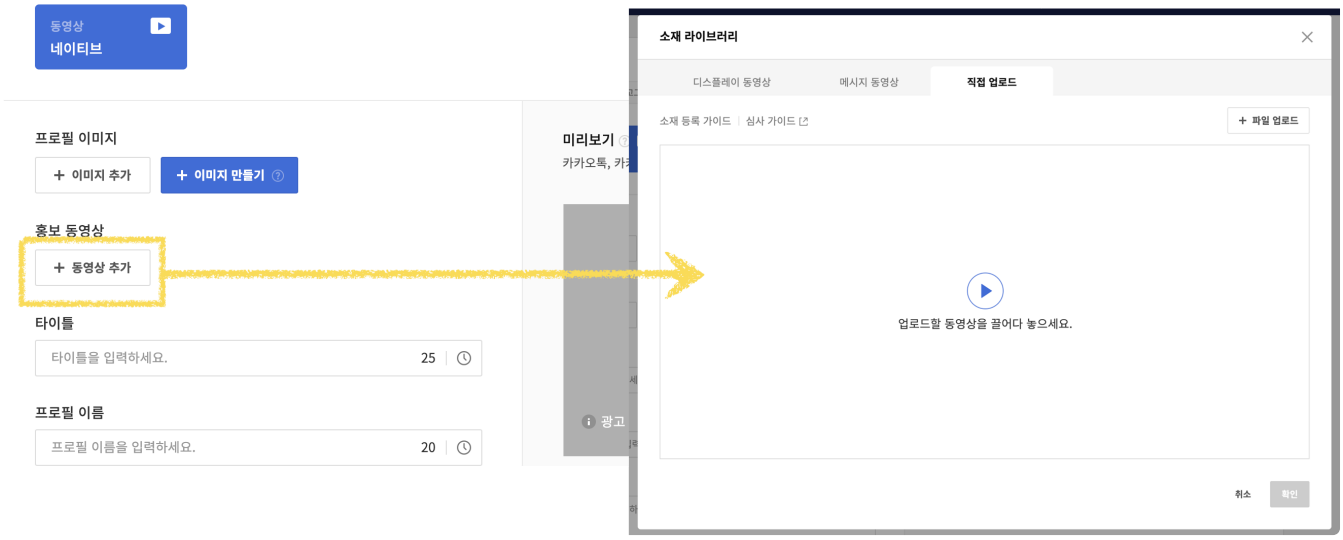
홍보문구
최대 45자

행동유도버튼
가입하기, 구매하기, 설치하기 등 특정 행동을 유도하는 버튼입니다.

랜딩 URL
소재가 연결되는 페이지의 URL을 입력합니다. PC/모바일 구분하여 랜딩URL 설정이 필요한 경우에는 [개별 설정]을 통해 각각 입력이 가능합니다.

옵션 더보기 > 게재빈도
자동 설정이 기본값이나 [상세 설정]을 통해 소재별 노출 빈도를 00시 ~ 24시 기준으로 1회에서 5회까지 지정할 수 있습니다.

홍보 동영상은 소재 라이브러리 기능을 활용하여 최근 사용한 동영상 소재를 저장할 수 있습니다.



> ⓘ **프로필 이미지 / 타이틀 / 프로필 이름 / 행동유도버튼은 아웃스트림 형태의 광고 요소로써 인스트림 형태에서는 실제 광고 게재 시 미노출됩니다.**

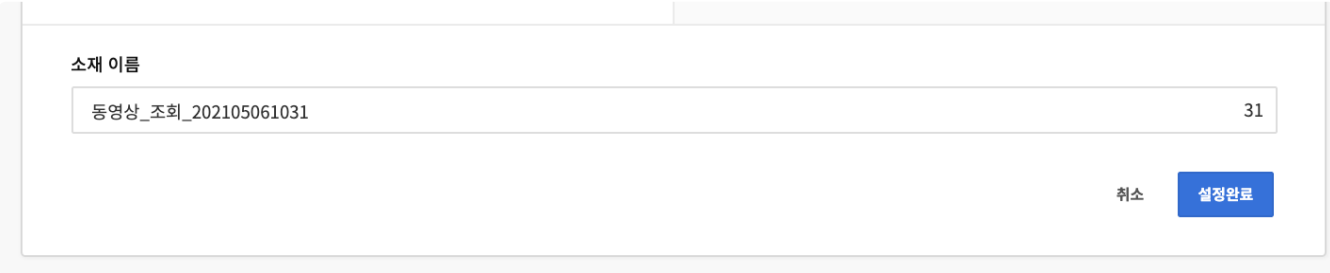
Step 5. 소재별 게재 빈도를 설정하고 필요에 따라 소재 심사 담당자에게 전달하고자 하는 의견과 증빙 자료를 추가해 주세요.



게재빈도는 자동 설정이 기본값이며 [상세 설정]을 통해 00시 ~ 24시 기준으로 소재 노출 빈도를 1회에서 5회까지 지정할 수 있습니다.

소재를 '게재빈도 자동 설정'으로 설정 시 플랫폼에서 게재빈도를 자동 조정합니다.
제한적인 게재빈도로 운영을 원할 경우, 상세 설정을 통해 원하는 횟수로 게재빈도를 수동 설정하여 광고를 운영 해주세요.

Step 6. 소재 이름을 입력하고 [설정완료] 버튼을 눌러주세요.



설정완료 소재 탭에서는 설정이 완료된 소재를 한눈에 확인할 수 있습니다.
광고그룹에 등록이 필요한 모든 소재의 설정이 완료 되었다면 [저장]버튼을 눌러 소재 등록을 완료해 주세요.

등록된 소재는 영업일 기준 최대 2일 내 심사가 완료됩니다.

그럼 동영상 광고 집행 준비를 모두 마쳤습니다.
광고 운영 데이터 확인은 대시보드 또는 보고서를 통해 확인해주세요.

지표 확인하기

1. 동영상 X 조회 캠페인의 노출수 집계 기준

· 인스트림 : 1초 Play
· 아웃스트림 : 1초 & 50% 이상 화면 노출

2. 동영상 X 조회 캠페인의 재생수 집계 기준

· 재생수 : 동영상이 3초 이상 재생된 횟수

동영상이 1초 플레이 시점에 노출수가 집계되며, 재생수는 동영상이 3초 이상 재생된 시점부터 집계가 됩니다.
3초 전 광고 시청을 이탈하는 수치에 따라 노출수와 재생수간 편차가 발생할 수 있습니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

동영상 광고 제작가이드

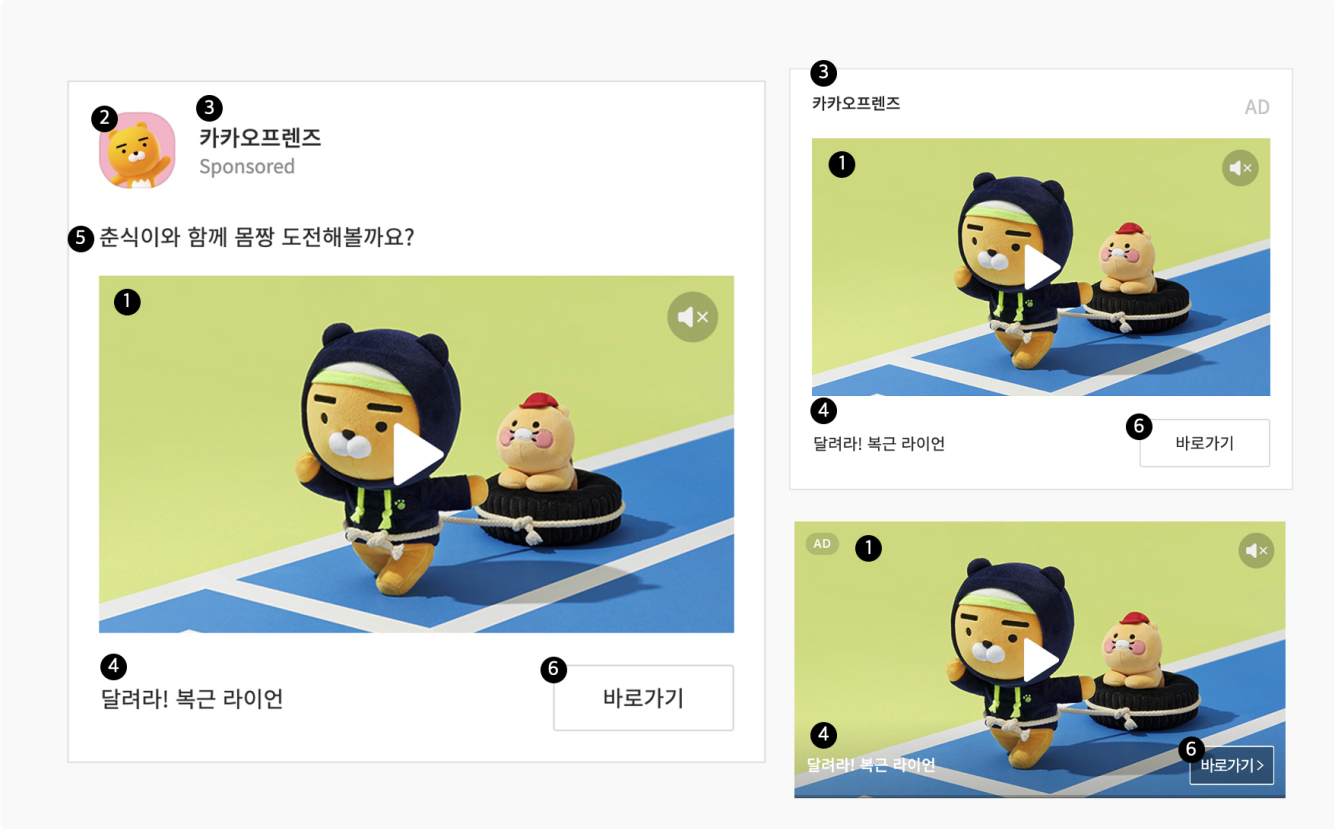
동영상광고의 제작가이드를 확인하세요.

> ⓘ 동영상광고의 제작가이드를 알아보겠습니다.

1. 동영상>네이티브

소재 구성 가이드와 함께 동영상>네이티브 소재에서 준수해야 할 제작가이드는 다음과 같습니다.

1-1. 소재 구성 가이드



구성 요소	상세 안내
① 홍보 동영상	사이즈: 1280x720 이상의 비율 16:9 용량: 1GB / 3초 이상 AVI, FLV, MP4 권장
② 프로필 이미지	사이즈: 300x300 이상의 비율 1:1 용량: 500KB JPG, JPEG, PNG
③ 프로필 이름	최대 20자
④ 타이틀	최대 25자
⑤ 홍보문구	최대 45자
⑥ 행동유도문구	바로가기, 채널 추가 등 선택 가능

ⓘ 노출 예시는 소재 제작의 이해를 돕기 위한 이미지입니다.

ⓘ 노출되는 게재지면 및 디바이스 등에 따라 실제 노출과 다를 수 있으며, 소재 유형 및 게재 위치에 따라 AD(Sponsored)마크가 표기되어 노출될 수 있습니다.

1-2. 제작 가이드

프로필

1. 프로필

1) 프로필은 연결화면에서 확인 가능한 업체명, 브랜드명, 사이트명 등의 광고주 정보로 구성해야 합니다.

2) 프로필 이미지와 프로필 이름은 서로 일치하는 정보로 구성해야 합니다.

- 예) 프로필 이미지는 카카오 로고 + 프로필 이름은 카카오로 구성 가능하나, 프로필 이미지는 카카오미니 로고 + 프로필 이름은 카카오로 구성 불가

3) 프로필은 브랜드 단위로 구성해야 하며, 제품 단위로 구성할 경우 광고 집행이 불가합니다.

(1) 업체명, 브랜드명, 사이트명, 공연/영화/전시회명, 게임명, 어플명으로 구성 가능

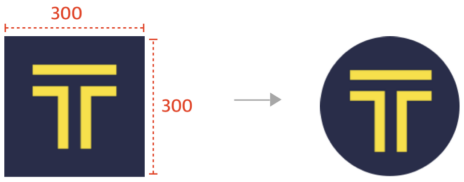
(2) 캠페인 혹은 이벤트명, 제품명 등으로 구성 불가

2. 프로필 이미지

1) 프로필 이미지는 수식어가 포함되지 않은 브랜드 로고, 앱아이콘, 모델 이미지로 구성해야 합니다.

2) 프로필 이미지는 식별 가능한 대표 오브젝트 및 로고(CI, BI)로 심플하게 구성해야 합니다.

3) 프로필 이미지는 상/하 및 좌/우 10px의 여백을 두고 제작할 것을 권장합니다. 노출 지면에 따라, 정사각형의 프로필 이미지가 원형으로 크롭되어 로고(CI, BI) 및 업체명이 잘릴 수 있습니다.



소재 제작 예시

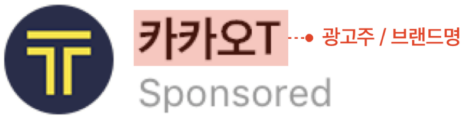
실적용 예시

3. 프로필 이름

1) 프로필 이름은 수식어가 포함되지 않은 브랜드명으로 구성해야 합니다.

2) 영업망, 지점 등에서 광고를 진행하는 경우 본사명을 단독으로 사용할 수 없습니다.

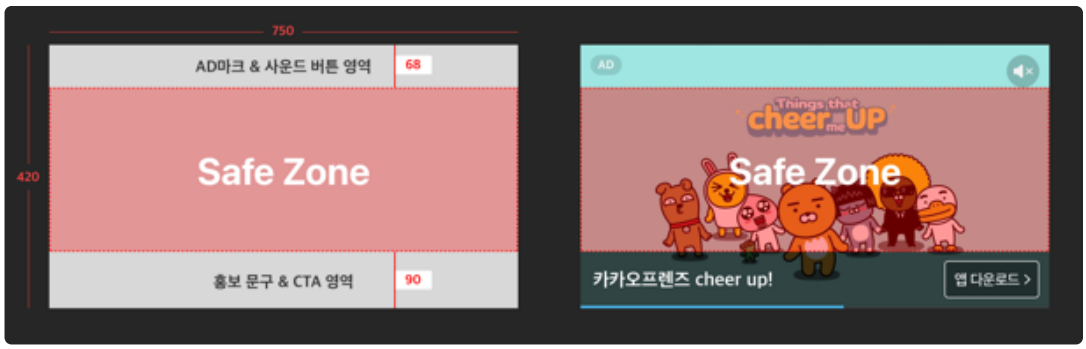
- 예) 본사명 + 지점명, 본사명 + 광고주명 조합으로 프로필 구성



홍보동영상

1. 연결화면과 연관성이 분명한 동영상으로 등록해야 합니다.
2. 15초 영상을 반복 사용하여 30초로 제작하는 등 플레이타임을 늘리기 위해 동일한 영상을 반복 재생하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
3. 텍스트, 스틸컷 등의 비중이 높은 영상은 광고 집행이 제한될 수 있습니다.

4. 사운드가 있는 동영상을 권장하며, 사운드가 없을 경우 영상 내 안내 문구가 포함되어야 합니다. ('소리가 없는 동영상입니다.' 등)
5. 3초미만의 동영상은 광고 등록이 불가합니다.
6. 노출 지면에 따라 상단 68px, 하단 90px은 음소거버튼, 홍보문구, 행동유도문구 등의 요소가 구성될 수 있어 복잡한 요소를 사용하지 않는 것을 권장합니다.



맞춤 썸네일

1. 맞춤 썸네일을 선택하여 등록할 수 있습니다.
2. 선정성, 폭력성, 혐오감이 포함된 이미지는 사용할 수 없습니다.

홍보문구, 타이틀

1. 프로필 이름, 홍보문구, 타이틀은 동일한 문구로 기재 불가합니다.
2. 광고에 관련된 내용을 객관적으로 작성해야 합니다.
3. 전화번호, 주소, 이메일, 아이디 등의 광고주 정보를 기재할 수 없습니다.
4. 이용자 유인을 위해 지나치게 자극적으로 문구를 기재한 경우 광고 집행이 불가합니다.
5. 의미 전달에 필요한 경우에 한하여 특수문자를 사용할 수 있습니다.
   1) 컴퓨터 자판에서 기본적으로 제공되는 특수문자만 사용 가능
   2) 컴퓨터 자판에서 제공되지 않는 ☆○◇□△◁♡♧♨☏☞♬㈜TM 등의 특수문자는 사용 불가
   3) 불필요하게 반복적인 형태 혹은 이모티콘 형태의 특수문자는 사용 불가

URL 내 UTF-8 코드로 인코딩되지 않은 특수문자나 한글이 있을 경우, iOS 기기 > 카카오톡 인앱 브라우저에서 광고가 정상 랜딩되지 않을 수 있습니다.
랜딩 오류가 발생할 수 있는 특수문자를 미리 참고하여 URL을 셋팅해주세요.

- %
- | (vertical bar)
- “

광고 소재 심사 단계에서는 위 이슈가 발생할 가능성이 있는 URL을 별도로 보류 처리를 하고 있지 않기 때문에 각별히 유의 부탁드립니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

채널 메시지

내 카카오톡 채널을 더 강력한 비즈니스 수단으로 활용할수 있는 채널 메시지!
마케팅 목적에 맞는 최적의 순간에, 최적의 친구를 찾아, 최적의 메시지를 발송할 수 있습니다.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

1. 노출 지면

2. 소재 유형

3. 발송 유형

4. 메시지 작성 및 발송 시 유의사항

4-1. 불법 스팸 방지
4-2. 채널 메시지 스팸필터
4-3. 메시지 발송 지연
4-4. 롱텀 메시지 종료 기준

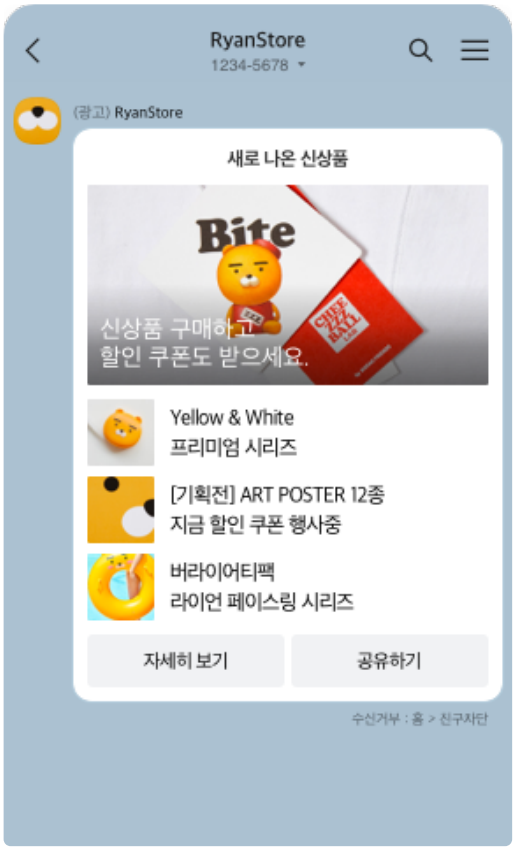
5. 로봇분석 보고서

3-1.

3-2.

1. 노출 지면

내 카카오톡 채널의 카카오톡 채팅방으로 전달되는 메시지형 광고입니다.
관여도가 높은 메시지광고를 통해 더 효과적으로 마케팅 메시지를 발송해보세요.

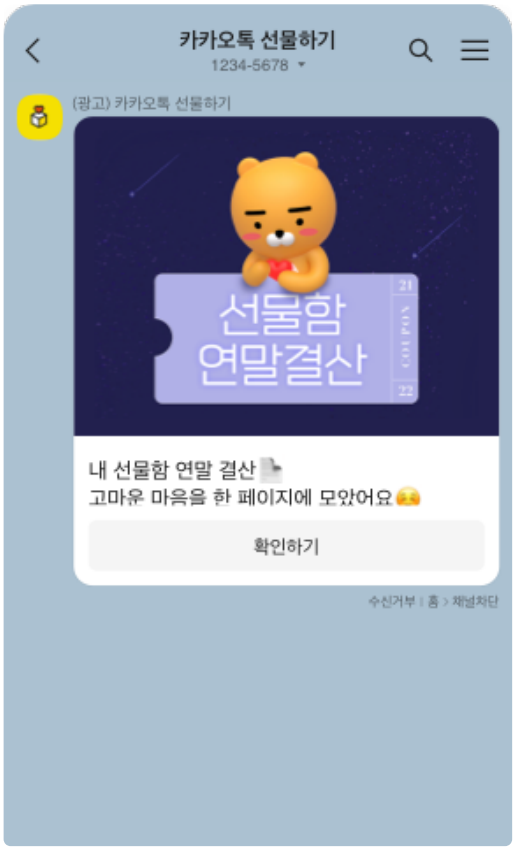


2. 소재 유형

다양한 형태의 메시지 유형을 지원하여 마케팅 목적에 맞게 메시지를 발송할 수 있습니다.
이벤트 홍보, 브랜드 소식 알림, 쿠폰 발송, 동영상 홍보 등 주목도 높고 다양한 구성의 메시지 유형을 사용해 보세요.

와이드 이미지형

큰 사이즈의 이미지를 활용해 주목도 높은 메시지를 구성할 수 있습니다.



와이드 리스트형

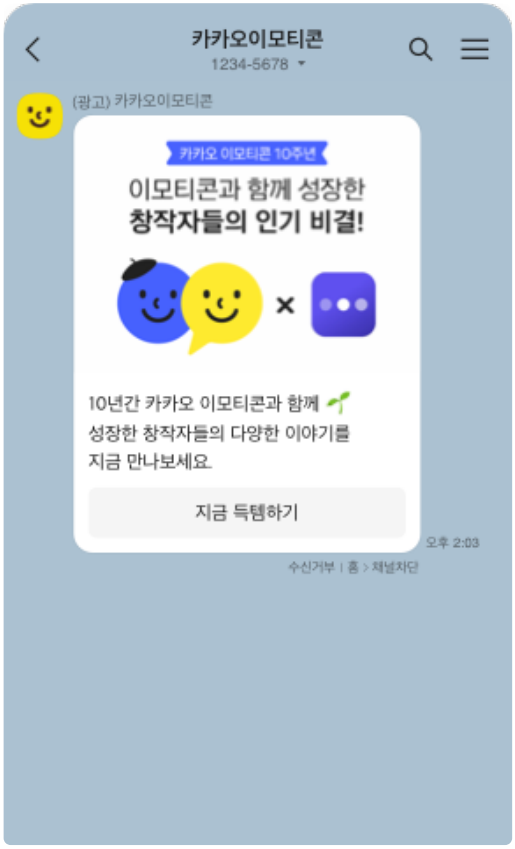
다양한 주제의 메시지를 리스트 유형으로 구성할 수 있습니다.





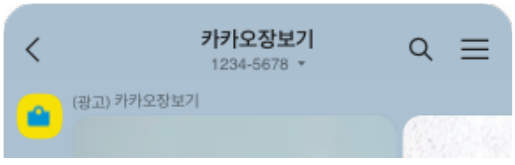
기본 텍스트형

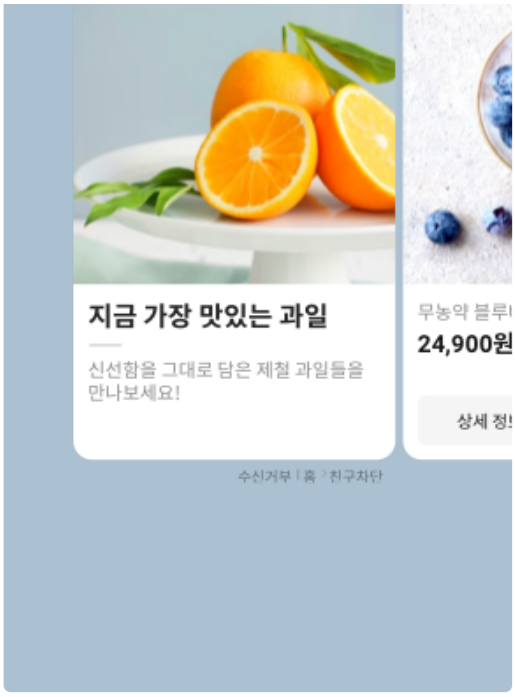
상품이나 서비스에 대한 자세한 설명이 필요할 때, 활용해보세요.



캐러셀형

캐러셀형은 캐러셀 커머스형과 캐러셀 피드형 2가지로 제공됩니다.
2개 이상의 이미지에 상품 가격 등 다양한 정보를 담을 수 있습니다.

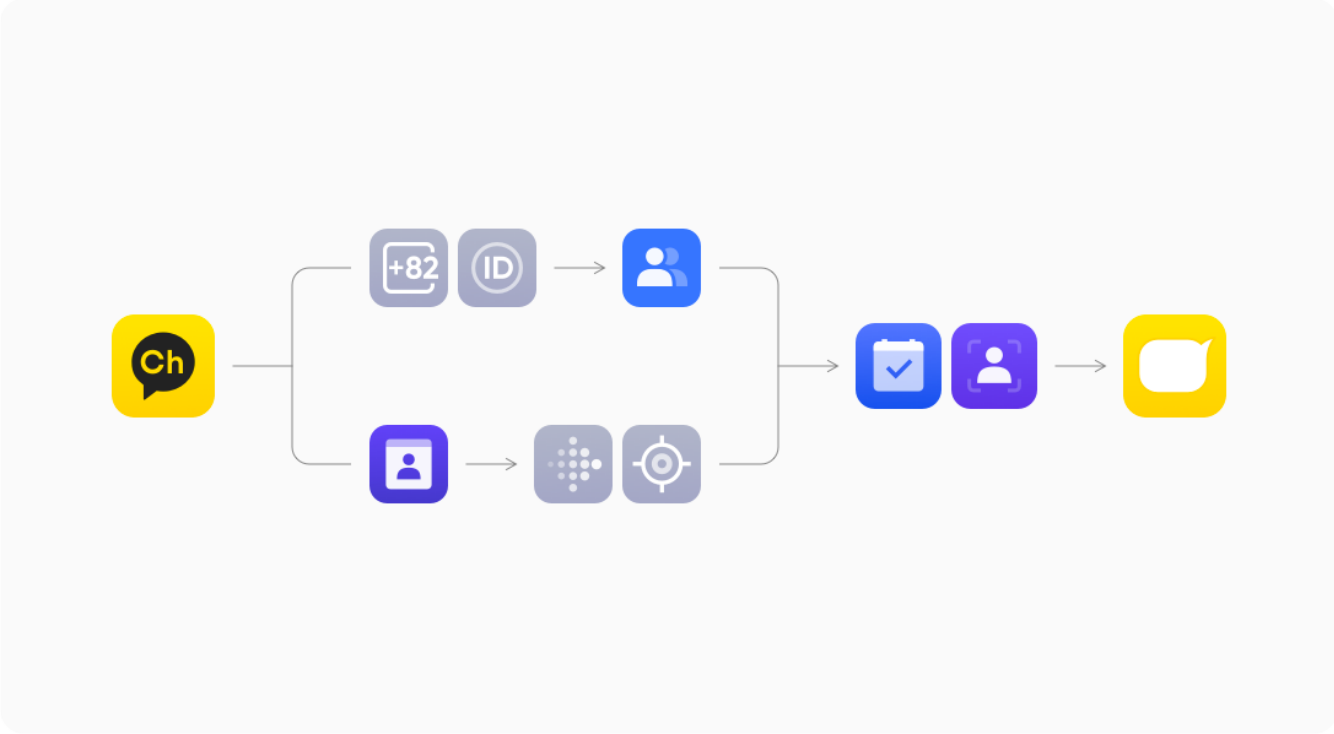




3. 발송 유형

내 카카오톡 채널과 친구 관계인 사용자 또는 전화번호, 앱유저아이디로 만든 친구 그룹에게만 발송하거나 내 카카오톡 채널의 친구인 사용자 중 데모그래픽, 관심사 등을 활용해 타켓 오디언스로 추정 되는 사용자에게 메시지를
발송할 수 있습니다.

설정한 발송 일시와 오디언스 설정에 맞춰 한 번에 일괄 발송하는 채널 메시지입니다.



4. 메시지 작성 및 발송 시 유의사항

4-1. 불법 스팸 방지

메시지 작성 및 발송 시 한국 인터넷 진흥원에서 배포한 불법 스팸 방지를 위한 정보통신망법 안내서의 관련 법률을 반드시 준수해야 하며, 이에 대한 구체적인 내용은 <카카오톡 채널 이용 가이드>에 따릅니다.

특히 메시지 작성 시 금지되는 콘텐츠 가이드를 준수해야 하며 카카오톡 채널 운영가이드의 항목에서 상세하게 확인이 가능합니다.

현행 법률 및 카카오톡 채널 이용 가이드 위반 시 카카오톡 채널 및 카카오모먼트 광고계정의 영구제한 등 적합한 제재가 이루어질 수 있습니다.

카카오톡 채널 운영가이드 및 불법 스팸 방지를 위한 정보통신망법 안내서는 각 사이트에서 참고 바랍니다.

※ 카카오톡 채널 운영가이드 ▶바로가기
※ KISA 불법 스팸 대응센터 ▶바로가기

4-2. 채널 메시지 스팸필터

카카오톡 채널 메시지 신규/수정 등록 시, 채널 메시지 집행 가이드에 근거하여 비속어, 음란/성인, 혐오, 불법 등에 해당되는 텍스트 및 이미지는 저장이 불가합니다.

[적용 대상]

(1) 메시지 유형 : 전체 (기본텍스트형/와이드이미지형/와이드리스트형/캐러셀형)
(2) 소재 요소 : 홍보타이틀, 타이틀, 홍보문구, 홍보이미지 및 소재 영역 등 등록한 텍스트 및 이미지

4-3. 메시지 발송 지연

카카오모먼트에서 채널 메시지는 설정한 시작일시에 발송 가능한 상태인 경우에만 메시지 발송이 가능합니다.

단, 사전 설정한 발송 시간보다 실제 메시지 발송 시간은 광고그룹 설정 현황 및 카카오톡 채널 친구수, 구매 발송수 규모 등 다양한 요인에 의해 예외적으로 지연될 수 있습니다.

발송이 지연될 수 있는 예외 CASE를 아래 내용을 통해 확인 부탁드리며, 하기 CASE에서의 발송 지연은 오류 현상이 아님을 안내 드립니다.

※ 발송이 지연될 수 있는 대표 CASE

1. 메시지 발송이 집중되는 시점
- 다수의 카카오톡 채널에서 메시지를 발송하는 시점이 특정 시간에 집중될 경우, 메시지 발송이 지연될 수 있습니다. 특히 대량의 친구수를 보유한 카카오톡 채널의 메시지 발송이 특정 시간대에 다수 집중될 경우, 메시지 발송 지연이 두드러질 수 있습니다. 메시지 발송이 0건으로 미발송되는 현상이 아닐 경우 오류 발생 상황이 아닌 점 참고 부탁드립니다.

2. 집행 방식 : 스마트메시지
- 스마트메시지는 실제 반응에 기반한 '최적의 유저 + 최대 효율 소재'를 실시간으로 추출하는 최적화 과정을 거치기 때문에 발송 소요 시간이 지연될 수 있습니다. 스마트메시지를 사용하는 경우 일정 수를 발송한 후 사용자의 반응을 기반으로 타게팅 모델 개선을 반복합니다.

모델링을 위한 충분한 사용자 반응이 수집되지 않은 경우 발송이 지연될 수 있어 메시지 발송 시간의 여유를 두고 발송이 필요한 점 참고 부탁드립니다.

3. 집행 기간 : 시작 일시를 1시간 이내로 설정한 경우
- 시작일시가 1시간 이내인 경우 모수 규모에 따라 시작일시보다 발송이 지연될 수 있습니다.

4. 기 등록된 광고그룹을 발송 시간과 가까운 시점에 수정
- 광고그룹 수정 시 모수가 해당 시점부터 재 생성됩니다. 이에 따라 변경된 모수 생성이 완료되어야만 발송이 시작되므로 발송이 지연될 수 있습니다.

4-4. 롱텀 메시지 종료 기준



전체발송 후 **[새 친구에게도 보내기 옵션]을 설정하여 종료일시를 설정**한 메시지 광고그룹은
하기 조건으로 메시지가 종료됩니다.

> 설정한 구매 발송수, 종료일시 중 먼저 도달하는 조건 기준으로 메시지 발송이 종료됩니다.
> (1) 발송수를 모두 채우지 못했으나 종료일이 도래하면 종료
> (2) 종료일 도래 전 설정한 구매 발송수를 모두 달성할 경우 종료
>
> ※ 단, 구매 발송수는 발송 실패건까지 포함됩니다.
> *발송 실패 예시 : 메시지를 예약 셋팅 후 발송 시작 일시 전에 친구 차단 시 발송 실패

5. 로봇분석 보고서

로봇분석 보고서는 스마트메시지를 사용한 메시지 광고그룹에 대해서 메시지를 클릭한 사용자들의 특성을 분석하여 인사이트를 제공합니다. 발송 후 3일간 데이터를 갱신합니다.

5-1. 경로

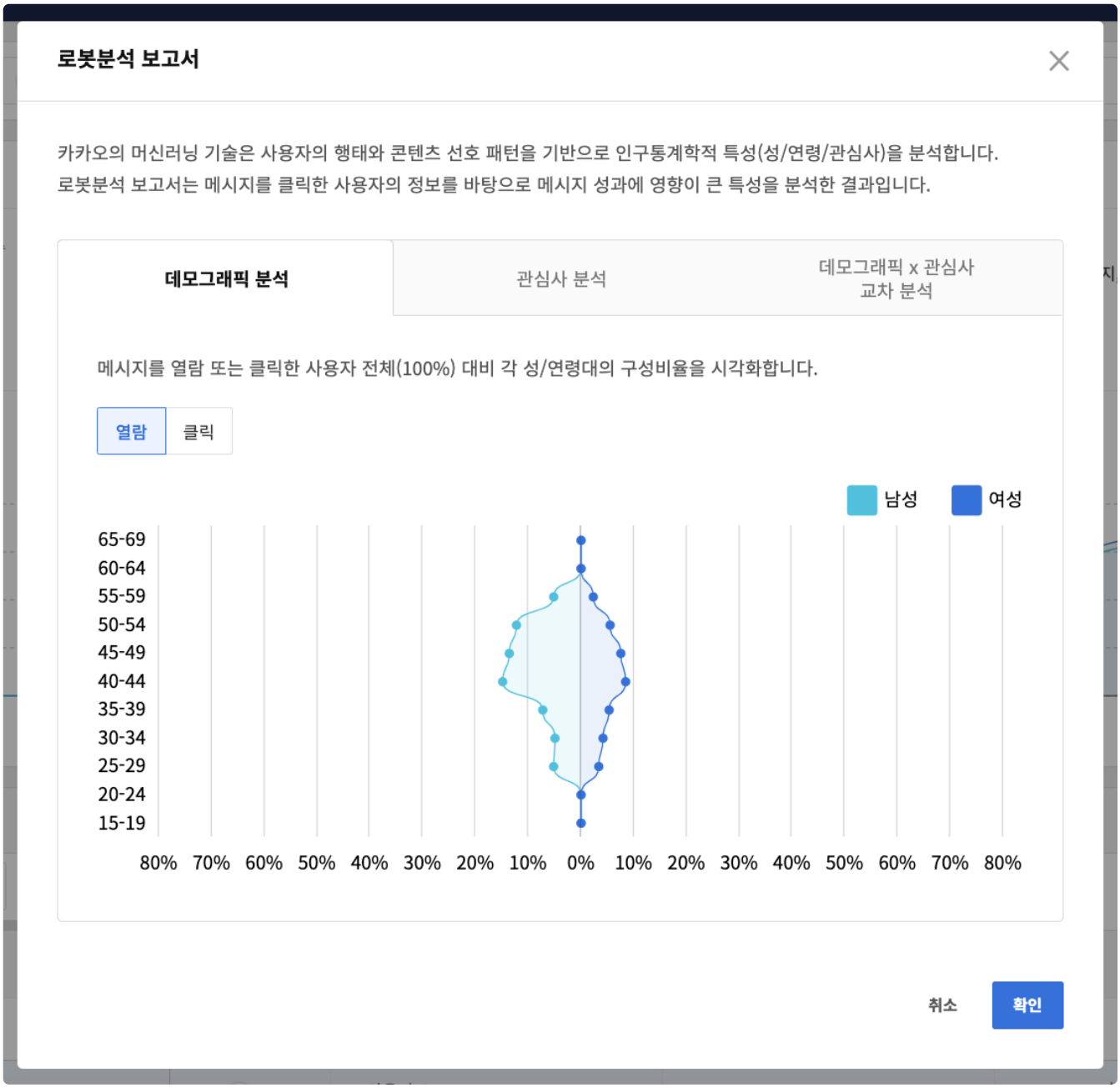
로봇분석 보고서는 확인하고자 하는 광고그룹을 선택 후 [차트 보기] 아이콘을 클릭하면 확인할 수 있습니다.



5-2. 차트 종류

로봇분석 보고서에서는 3가지의 분석 차트를 제공합니다.

❶ 데모그래픽 분석
메시지를 열람 또는 클릭한 사용자 전체(100%) 대비 각 성/연령대의 구성비율을 시각화합니다.

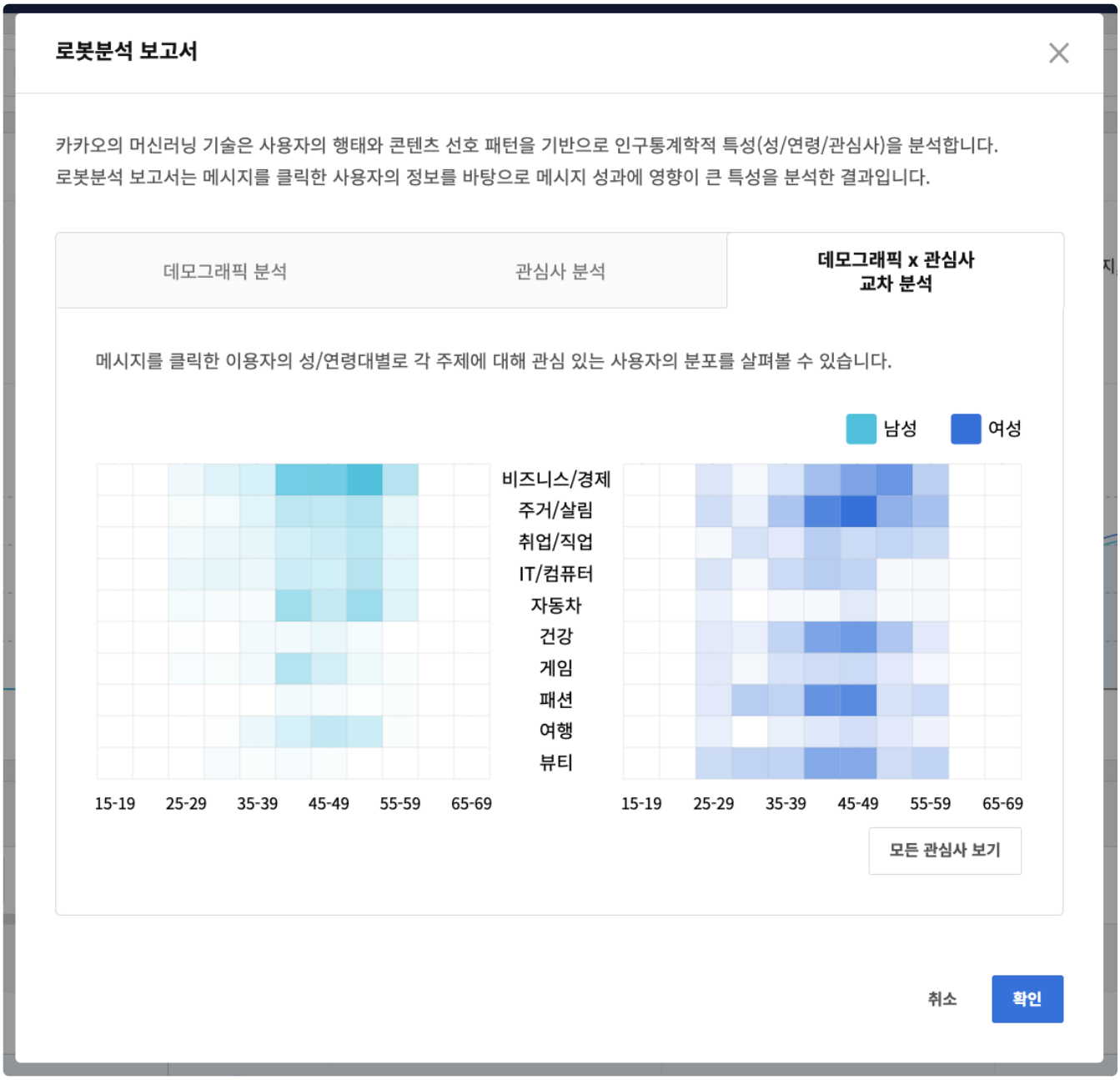


❷ 관심사 분석

메시지를 클릭한 사용자들이 어느 주제에 대해 어느 정도의 관심사를 가지고 있는지 보여줍니다. 관심자수 상위 10개까지의 카테고리를 보여주며 모든 관심사로 확장하여 확인도 가능합니다.



❸ 데모그래픽 X 관심사 교차 분석
메시지를 클릭한 이용자의 성/연령대별로 각 주제에 대해 관심 있는 사용자의 분포를 살펴볼 수 있습니다. 관심자수 상위 10개까지의 카테고리를 보여주며 모든 관심사로 확장하여 확인도 가능합니다.



다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 카카오톡 채널(채널 메시지) FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

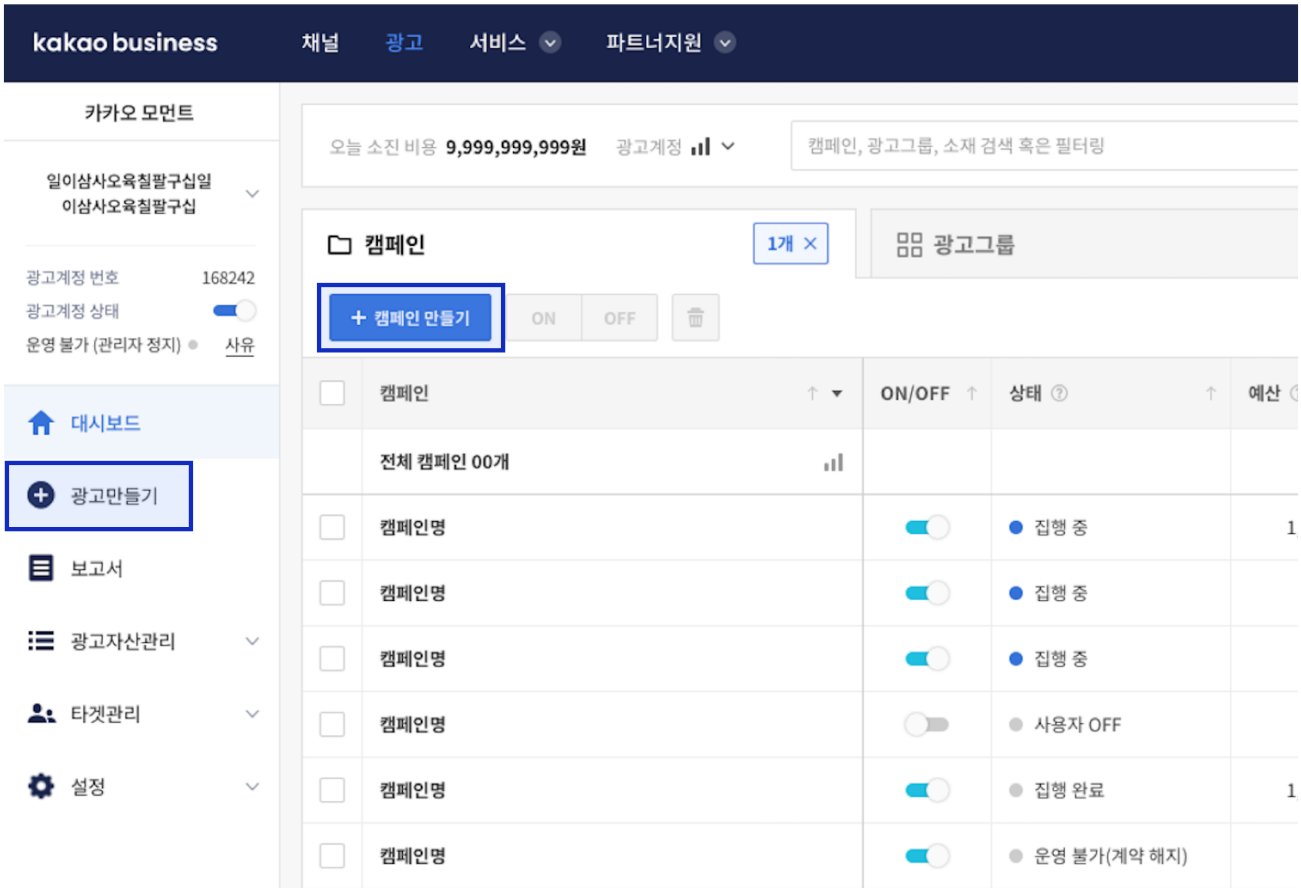
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

캠페인 만들기

채널 메시지 광고는 '카카오톡 채널 X 도달' 캠페인을 통해서만 집행이 가능합니다.

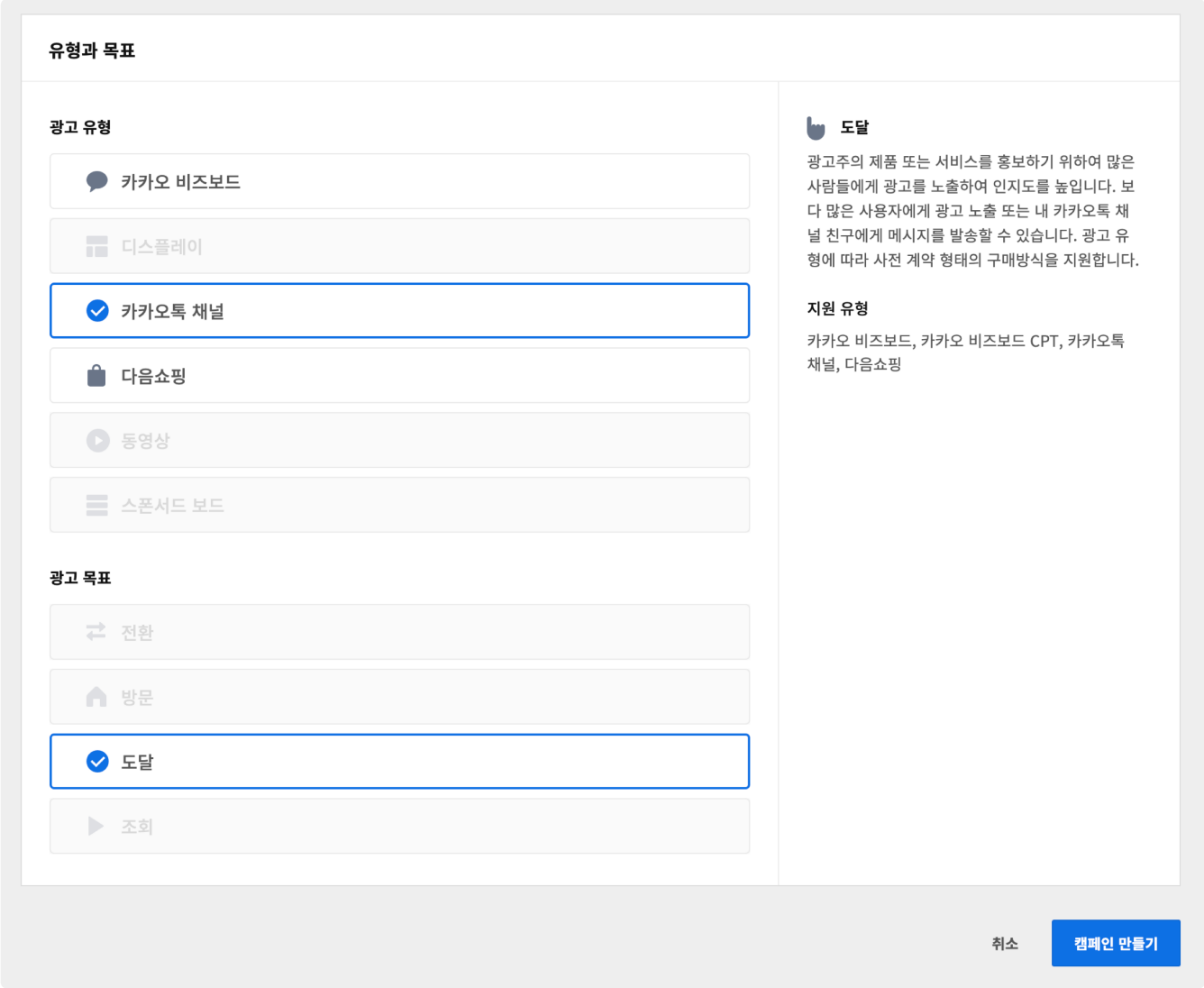
카카오모먼트 캠페인 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



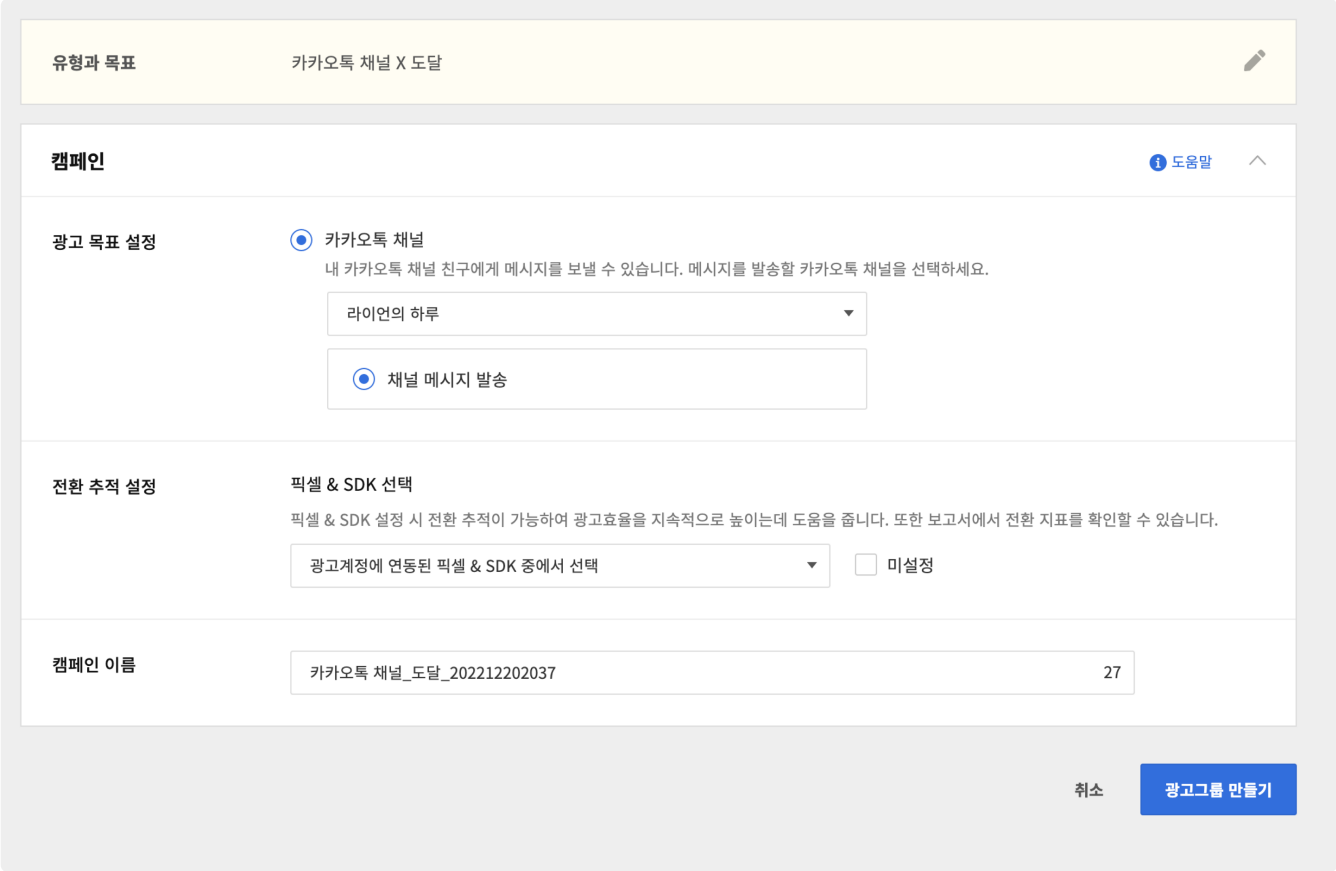
Step2. 광고 유형에서 [카카오톡 채널]을 선택하고 광고 목표를 [도달]로 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.

도달 목표는 광고주의 제품 또는 서비스를 홍보하기 위해 많은 사람들에게 광고를 노출시켜 인지도를 높입니다.



설정된 광고 유형 및 목표와 카카오톡 채널은 수정이 불가하기 때문에 변경이 필요한 경우 캠페인을 새롭게 생성해야 합니다.

Step3. 캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다.
각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



설정항목

광고 목표 설정
관리자(마스터 또는 매니저)로 등록되어 있는 카카오톡 채널 중 광고를 집행할 대상을 선택합니다.

전환 추적
광고 계정에 연결된 픽셀 & SDK를 선택하면 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.

캠페인 이름
최대 50자까지 자유롭게 입력이 가능합니다.

Step 4. 캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

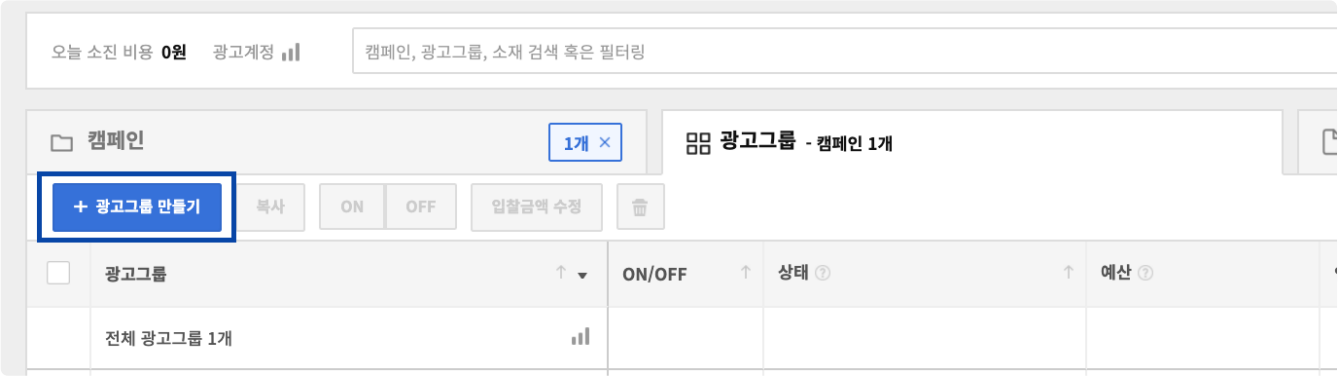
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

광고그룹 만들기

타겟 방법에 따라 메시지 발송 방법, 단가, 집행 전략이 달라지므로 목적에 맞는 설정이 필요합니다.

카카오모먼트 광고그룹 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

Step 1. 캠페인 생성후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 만들 수 있습니다.
기존 캠페인에 광고그룹을 추가로 만들고 싶다면 광고계정에서 캠페인 선택후 [+ 광고그룹 만들기] 버튼을 눌러주세요.



채널 메시지 광고그룹을 만들기 전, 광고 집행 시 필요한 고객센터 연락처 정보가 등록되어 있는지 확인해주세요.
채널 관리자센터에서 정보를 입력할 수 있습니다.
자세한 사항은 [채널 > 채널 만들기 > 프로필] 메뉴에서 확인하실 수 있습니다.

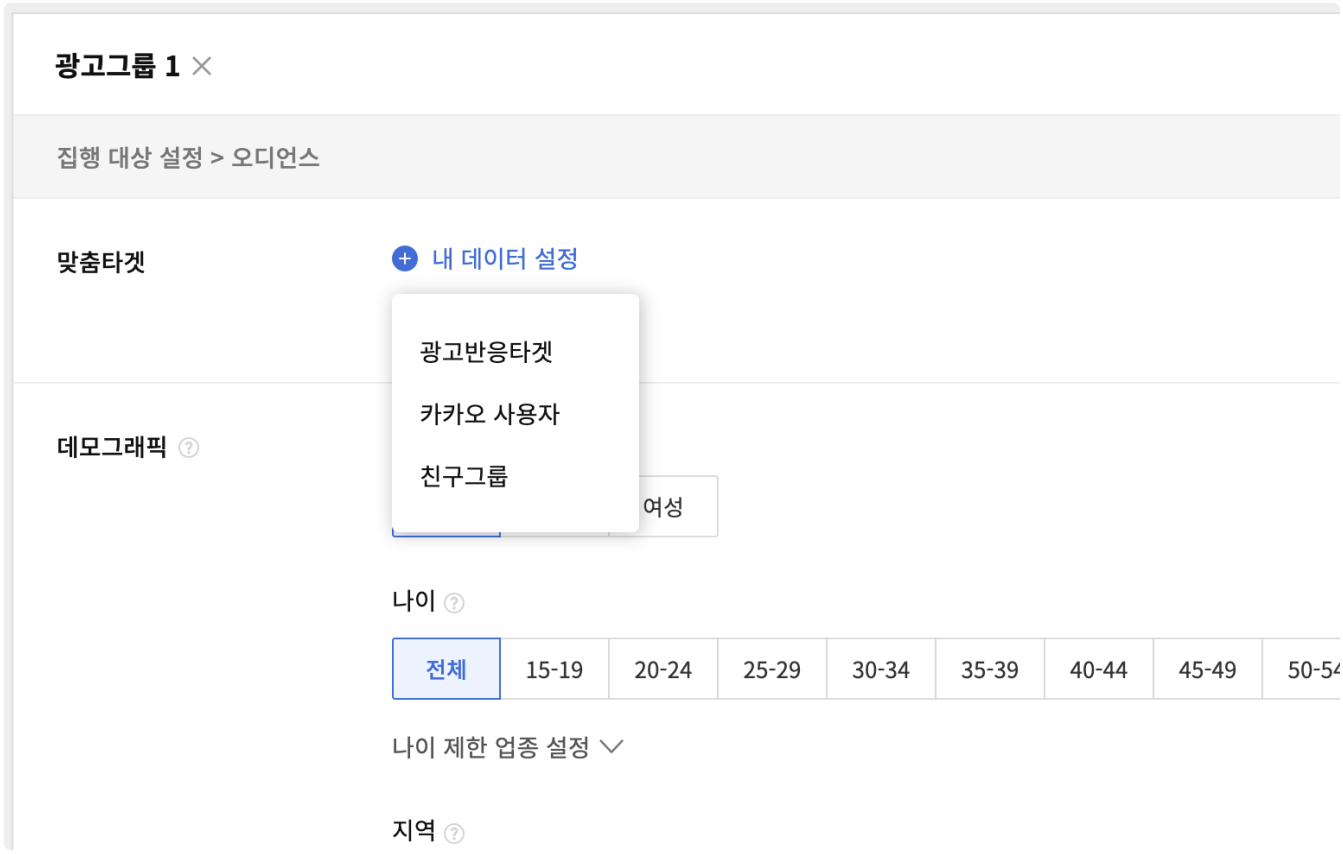
프로필

Step 2. 집행대상 > 오디언스를 설정해 주세요.
맞춤타겟과 데모그래픽 설정으로 광고를 노출할 상을 효율적으로 설정해 보세요.



❶ 맞춤타겟 > 내 데이터 설정

광고반응타겟, 카카오 사용자, 친구그룹을 활용하여 이를 포함하거나 제외할 수 있습니다.



내 데이터	설명
광고반응타겟	카카오모먼트에서 집행한 웹/앱 광고 및 메시지에 반응(클릭, 전환, 재생, 열람)한 사용자를 리타게팅 니다.
카카오 사용자	내 카카오계정과 연동된 카카오톡 채널 프로필을 활 용하여, 채널 친구 또는 카카오 로그인 이용자를 티 게팅합니다.
친구그룹	광고주가 보유한 고객 식별자 파일을 업로드하거나 먼저 집행한 메시지 발송 대상자를 선택하여 타게팅 합니다.

- 카카오 사용자(카카오톡 채널 친구, 카카오 로그인 이용자) 앱에서 식별 가능한 광고 식별자(ADID) 기준의 데이터로 모바일 앱 광고에 최적화되어 있습니다.
  ㄴ카카오 로그인 이용자 : 카카오톡 채널에 연동된 싱크 가입자 및 디벨로퍼스앱>카카오 로그인 이력이 있는 사용자의 모수가 확인됩니다.
- 내 데이터 설정은 타겟 관리에서 타겟 생성이 완료되어 즉시 광고에 사용 가능한 타겟들만 가져오기를 할 수 있습니다. 생성은 했으나 리스트에 보이지 않는 경우 아직 타겟이 [준비 중]이거나 [등록 불가] 상태일 수 있습니다.
- 타겟별 최대 30개까지 등록 가능하며, 광고그룹당 최대 10개까지 설정할 수 있습니다.
- 카카오 사용자에서 카카오톡 채널은 카카오톡 채널 관리자센터 내 관리자(마스터 또는 매니저) 권한이 설정되어 있어야 연동 가능합니다.
- 친구 그룹 타겟팅은 다른 타겟팅과 동시 설정이 불가합니다. 단, 친구 그룹 외 타겟팅 동시 설정은 가능합니다.
- 이용자의 개인정보를 카카오에 위탁하는 경우, 모먼트 플랫폼에서 개인정보처리위탁 계약동의를 반드시 진행해야만 합니다.
  - 타겟관리 > 친구그룹 관리 > 전화번호/앱유저아이디 파일 등록하기
  - +새 광고그룹 만들기 > 맞춤타겟 : 내 데이터 > 친구그룹 타겟팅 활용

❷ 맞춤타겟 > 추가설정 > 카테고리

- 사용자의 관심 분야 및 취미, 이용하는 서비스 업종 및 카카오 서비스에 대한 사용성을 주제별 정보를 기반으로 데이터를 분류하여 타게팅에 활용 가능합니다.

- 관심사 : 사용자의 관심 분야 및 취미에 맞는 관심사 그룹을 추정하여 사용자 분류
- 업종 : 사용자가 실제로 구매를 하였거나, 이용한 서비스들의 업종을 바탕으로 추정하여 분류

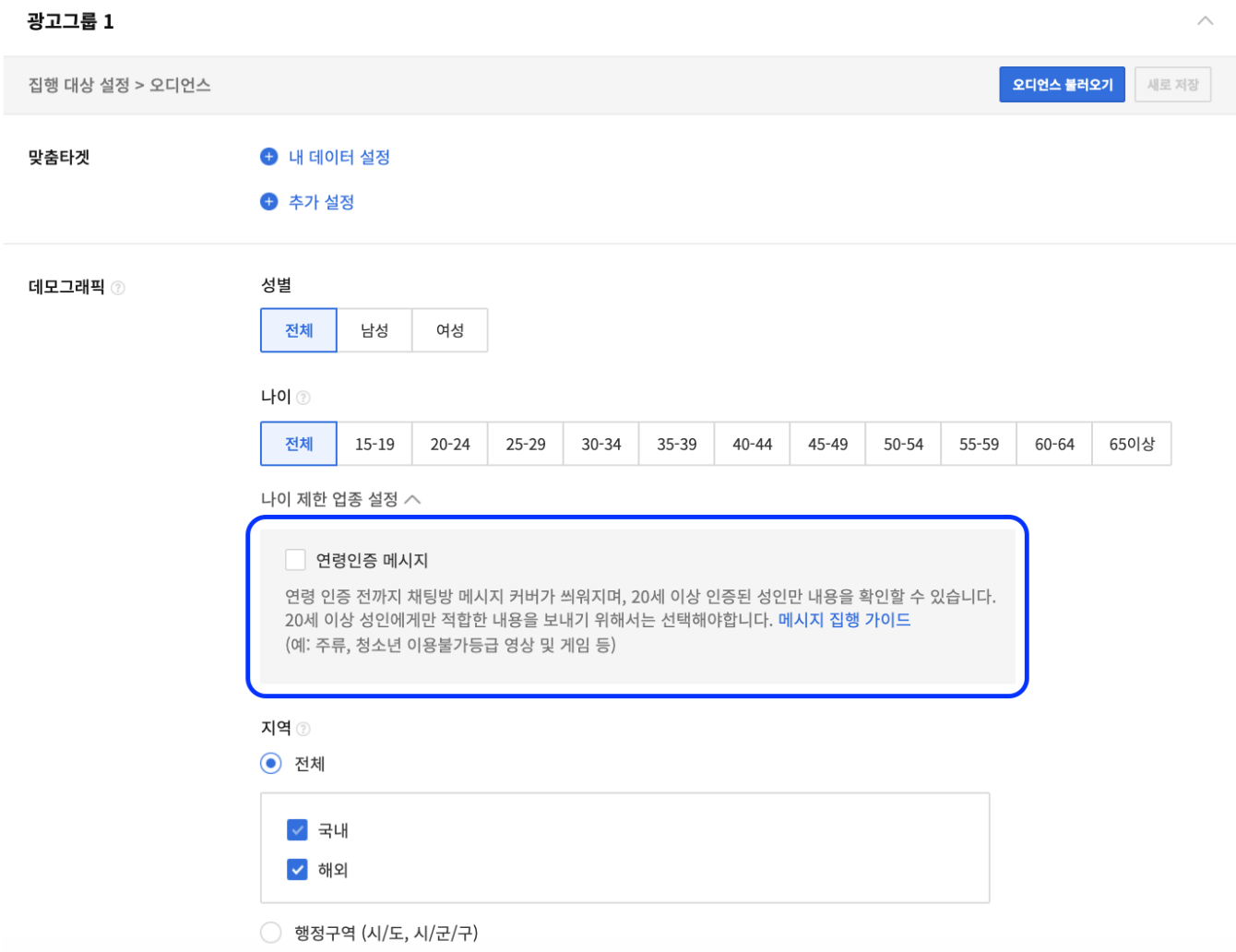
❸ 데모그래픽
* 성별 : 전체, 남성, 여성으로 설정 가능합니다.
* 나이 : 전체, 나이대로 설정 가능합니다. 단, 15세 미만은 타게팅에서 제외됩니다.
* 지역 : 사용자가 거주할 곳으로 추정하는 지역을 의미하며, 전국, 국내(전국)+해외, 행정구역(시/도)으로 설정 가능합니다

- 카테고리의 관심사/업종을 설정할 경우 모수는 합집합입니다.
- 내 데이터, 카테고리,데모그래픽 동시에 설정할 경우 모수는 교집합입니다.
- 광고 목적에 맞게 집행대상 설정의 타겟을 모두 적용할 경우 모수는 교집합입니다.
- 타겟 설정 조건이 많아질수록 광고가 노출될 수 있는 발송대상 범위가 좁아져 원활한 메시지 발송이 어려울 수 있습니다.
- 광고 캐시 잔액이 있을때만 광고 그룹 생성이 가능합니다.

❹ 연령인증 메시지

청소년 이용불가 등급의 게임물, 청소년 관람불가 영화/비디오물, 청소년 연령제한 등급의 음반 및 음악파일, 웹툰, 간행물, 서적 등 콘텐츠, 이외 청소년에게 유해하다고 판단되는 업종 및 관련 콘텐츠는 반드시 연령인증 메시지를 선택하여 메시지를 발송해야 합니다.

※ 단, 주류/전자담배기기 브랜드, 판매업, 제조업 등은 '성인인증 채널' 적용 필수이며, 메시지 발송 시 '연령인증 메시지' 기능 선택 적용 가능



- 연령인증 메시지 설정 기능은 '집행 중' 이전 상태인 경우 수정 가능합니다.
- 청소년보호조치 필요 업종 및 관련 콘텐츠임에도 연령 인증 메시지 기능을 설정하지 않는 경우, 또는 성인인증 채널 필수인 업종임에도 성인인증 채널을 인증하지 않고 메시지를 발송하는 경우 카카오톡 채널 운영 정책 및 카카오광고 이용제한 가이드에 따라 제재 조치 및 서비스 이용 제한 될 수 있습니다.
- 채널 메시지 집행 가이드에서 제한하는 업종 및 관련 콘텐츠는 메시지 발송 불가하며, 메시지 발송 전 사전 확인과 책임의 의무는 광고주에게 있습니다.
- 연령인증 메시지로 발송된 경우 연령 미인증 시 메시지는 확인할 수 없으며, 연령 인증 메시지를 확인할 수 있는 대상은 메시지 예상 발송 모수 및 대상보다 적을 수 있습니다.
- 채널 메시지 과금 정책에 따라 발송당 과금(CPMS) 되며, 연령인증 메시지는 발송당 15원, 타겟 적용 시 발송당 20원입니다.- 연령인증을 설정한 메시지 / 포스트는 공유 기능 제한됩니다.
- 연령인증 포스트로 발행된 포스트가 연결된 보드는 연령인증이 되지 않은 경우 '연령인증이 필요한 콘텐츠입니다.'로 노출됩니다.

타게팅 항목별 자세한 사항은 [운영하기 > 타겟 관리] 메뉴에서 확인하실 수 있습니다.

타겟 관리

Step 3.집행 대상 설정>게재지면 및 디바이스에서 광고가 노출될 지면과 디바이스를 설정해 주세요.
맞춤 타겟과 실시간 타겟 모두 모바일 운영체제별(iOS/Android) 선택이 가능하며, 게재지면은 카카오톡으로 자동 설정되어 있습니다.



Step 4. 집행 전략을 설정해주세요.
구매 방식, 기간 예산, 집행 기간, 소재 노출 방식, 기타 설정이 가능합니다.

> 카카오톡 채널 X 도달 캠페인은 집행 방식을 스마트메시지로 선택 시 메시지 발송 중 실시간으로 수집한 데이터를 바탕으로, 소재를 클릭한 친구와 유사한 친구에게 성과가 좋은 소재를 발송합니다.
> 최대 10개의 소재를 등록할 수 있으며, 성능 최적화를 위해 최소 3만의 예상 발송 모수가 필요합니다.



❶ 집행방식 : 스마트메시지
(1) 메시지 발송 중 실시간으로 수집한 데이터를 바탕으로, 소재를 클릭한 친구와 유사한 친구에게 성과가 좋은 소재를 발송합니다.
(2) 스마트메시지 기능 활용 시 최대 10개의 소재를 등록할 수 있으며, 성능 최적화를 위해 최소 3만의 예상 발송 모수가 필요합니다.

❷ 구매 방식
(1) CPMS로 정산됩니다.
(2) 기본 단가 : 15원 / 건 (VAT별도)
(3) 타게팅을 1개 이상 설정하거나 스마트메시지로 발송 시 20원 / 건 (VAT별도)

❸ 기간 예산
(1) 기간 예산에는 구매 발송 건수를 넣으면 발송 금액을 확인할 수 있습니다.
(2) 논타겟일 경우에는 구매 발송수는 반드시 예상 발송 모수 이상의 숫자를 기입해야만 합니다.
(3) 타겟 설정된 경우 구매 발송수는 예상 발송 모수보다 크게 설정할 수 없습니다. 타겟 설정된 예상 모수가 10이하인 경우에는 발송이 불가하오니 타겟을 재설정해주시기 바랍니다.

❹ 집행 기간
(1) 집행기간은 시작일시만 설정되며 (오늘부터 최대 30일 이후 날짜까지 선택 가능), 대시보드에 표시되는 기간은 시작일시~+30일로 자동 설정됩니다.
(2) 단, <전체 발송 후 새 친구에게도 보내기> 설정시에는 종료일시 설정이 필수입니다. 종료일시는 시작일 기준 최소 +1일(익일 08시부터) ~ 최대 30일이내(20시까지)로만 설정할 수 있습니다.
(3) 정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률에 따라 20시 55분 ~ 익일 8시 00분 이전까지는 메시지 발송이 제한되어, 해당 시간은 발송 시간으로 설정할 수 없습니다. 따라서 발송 시간은 8시 00분 ~ 20시 50분 내에서 5분 단위로 선택해주세요.
ㄴ *ex) 메시지 발송 시간을 20시 55분으로 지정할 경우 광고그룹 저장이 되지 않습니다.*



광고그룹 저장 시점의 모수 대상으로 발송되어 실제 발송시점의 모수와 차이가 발생될 수 있습니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

소재 만들기

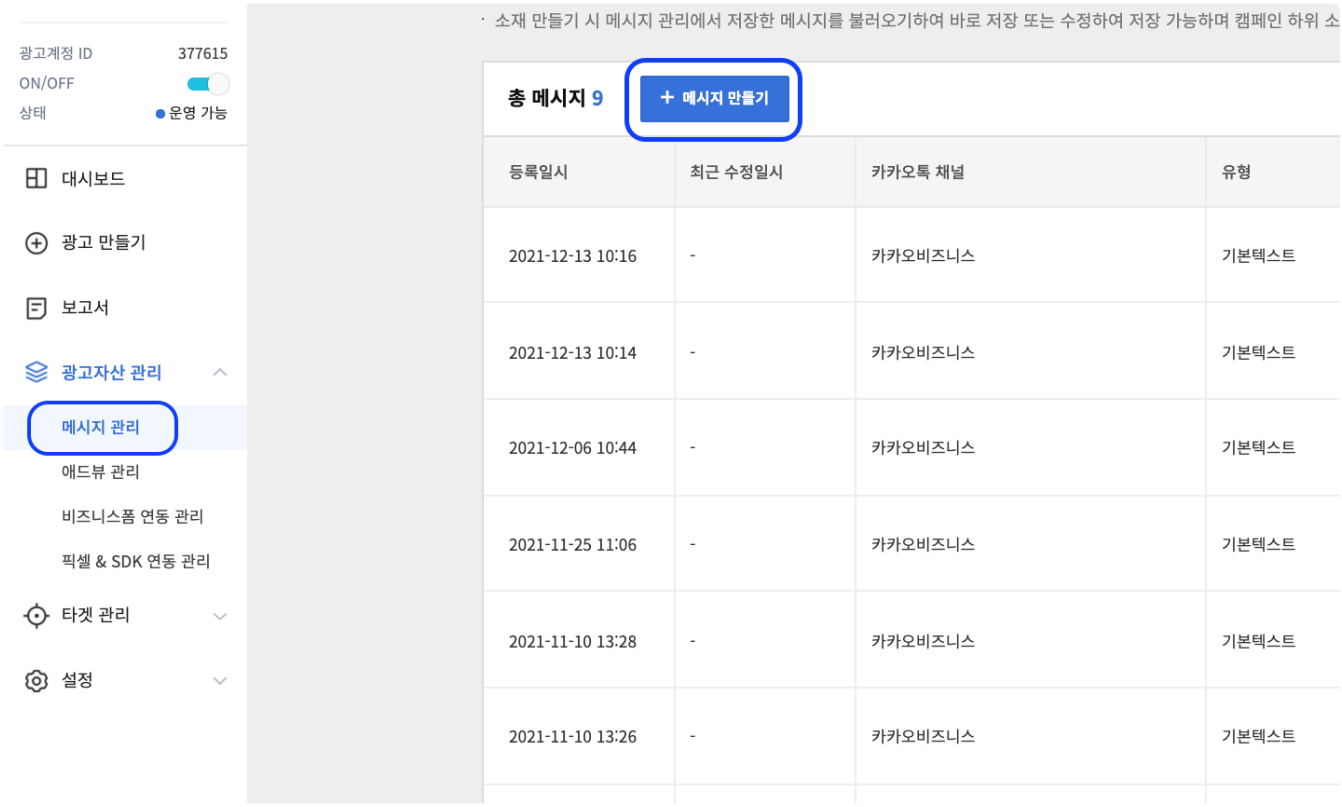
채널 메시지는 '기본 텍스트 / 와이드 이미지 / 와이드 리스트 / 캐러셀 커머스 / 캐러셀 피드' 총 5가지 소재 유형을 제공합니다.
광고를 생성하는 가장 마지막 단계인 소재 만들기를 학습해보세요.

카카오모먼트 소재 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

1. 메시지 만들기

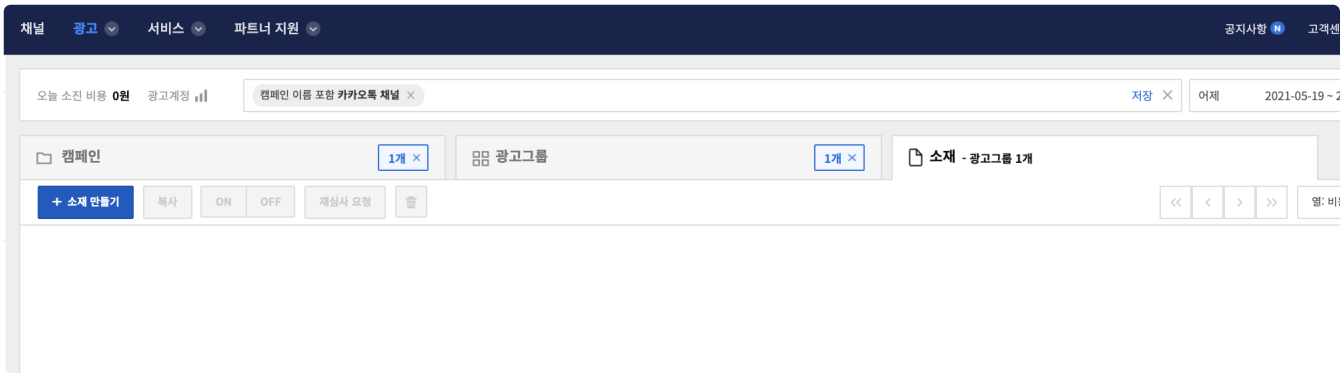
Step 1. 광고그룹 생성 후 [저장하고 소재 만들기] 버튼을 눌러 소재를 등록할 수 있습니다.
광고그룹을 저장하고 바로 소재(메시지)를 만들 수 있으며, 광고그룹까지만 저장한 후 여러 경로로 메시지 소재를 만들 수 있습니다.

[경로1] 광고자산 관리 > 메시지 관리 > +메시지 만들기



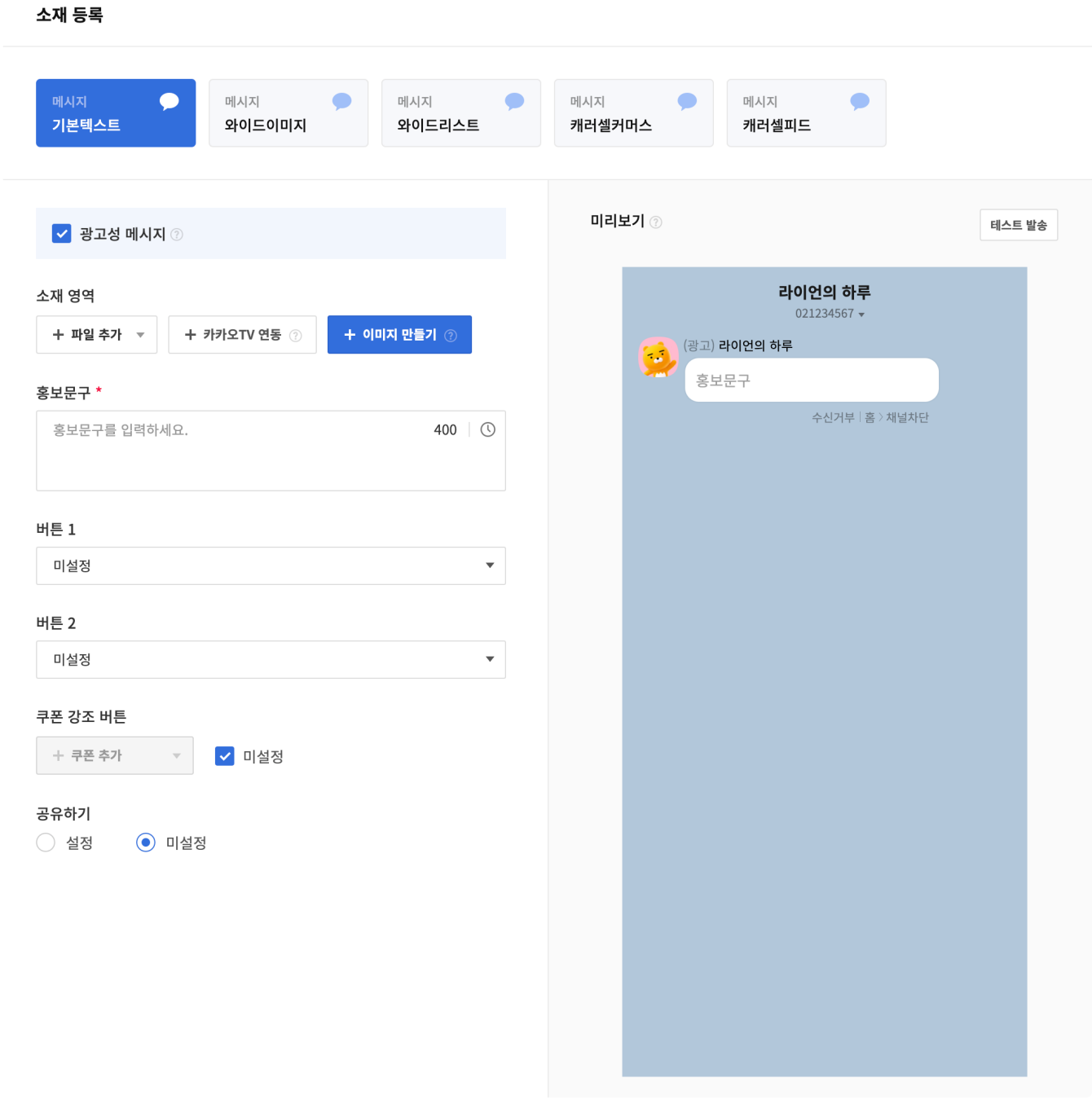
메시지 관리에서 작성된 메시지는 각 광고그룹에서 불러오기하여 사용할 수 있도록 관리되는 기능입니다.
광고그룹 > 소재만들기에서 '메시지 관리 목록'의 메시지를 불러와 저장한 이후에는 서로 연동되지 않아
메시지 내용 및 URL 수정이 필요하다 메시지관리 리스트가 아닌 광고그룹 내 소재에서 수정해주셔야 합니다.

[경로2] 카카오톡 채널 x 도달 캠페인 > 광고그룹 > 소재 > +소재 만들기

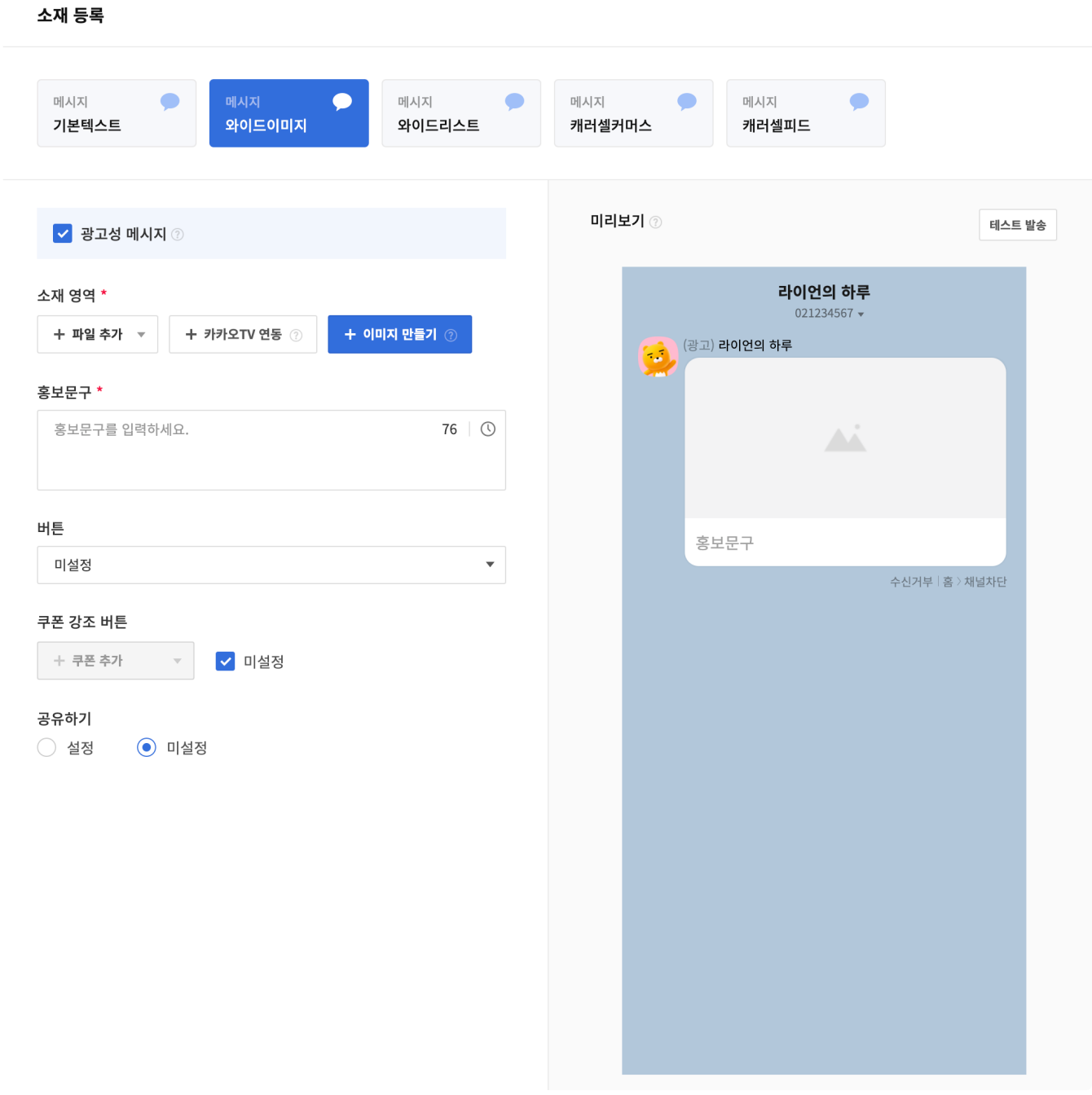


Step 2. 채널 메시지 소재 형태를 선택 후 메시지를 작성합니다.
메시지 소재는 기본텍스트, 와이드이미지, 와이드리스트형, 캐러셀형이 있습니다.
메시지 관리에서 사전에 작성해둔 메시지를 메시지 관리 목록에서 불러올 수 있습니다.

❶ 메시지 > 기본텍스트


소재 등록
메시지
기본텍스트
메시지
와이드이미지
메시지
와이드리스트
메시지
캐러셀커머스
메시지
캐러셀피드
광고성 메시지
소재 영역
+ 파일 추가
+ 카카오TV 연동
+ 이미지 만들기
홍보문구 *
홍보문구를 입력하세요.
400
버튼 1
미설정
버튼 2
미설정
쿠폰 강조 버튼
+ 쿠폰 추가
미설정
공유하기
설정
미설정
미리보기
테스트 발송
라이언의 하루
021234567
(광고) 라이언의 하루
홍보문구
수신거부 | 홈 > 채널차단

❷ 메시지 > 와이드이미지


소재 등록
메시지
기본텍스트
메시지
와이드이미지
메시지
와이드리스트
메시지
캐러셀커머스
메시지
캐러셀피드
광고성 메시지
소재 영역 *
+ 파일 추가
+ 카카오TV 연동
+ 이미지 만들기
홍보문구 *
홍보문구를 입력하세요.
76
버튼
미설정
쿠폰 강조 버튼
+ 쿠폰 추가
미설정
공유하기
설정
미설정
미리보기
테스트 발송
라이언의 하루
021234567
(광고) 라이언의 하루
홍보문구
수신거부 | 홈 > 채널차단

❸ 메시지 > 와이드리스트

소재 등록

메시지 기본텍스트 | 메시지 와이드이미지 | 메시지 와이드리스트 | 메시지 캐러셀커머스 | 메시지 캐러셀피드

광고성 메시지

타이틀 *

타이틀을 입력하세요 20

리스트 1 *

소재 영역 *

+ 파일 추가 | + 카카오TV 연동 | + 이미지 만들기

홍보문구

홍보문구를 입력하세요. 25

리스트 2 *

소재 영역 *

+ 파일 추가 | + 카카오TV 연동 | + 이미지 만들기

홍보문구 *

홍보문구를 입력하세요. 30

리스트 3 *

소재 영역 *

+ 파일 추가 | + 카카오TV 연동 | + 이미지 만들기

홍보문구 *

홍보문구를 입력하세요. 30

리스트 4

소재 영역

+ 파일 추가 | + 카카오TV 연동 | + 이미지 만들기

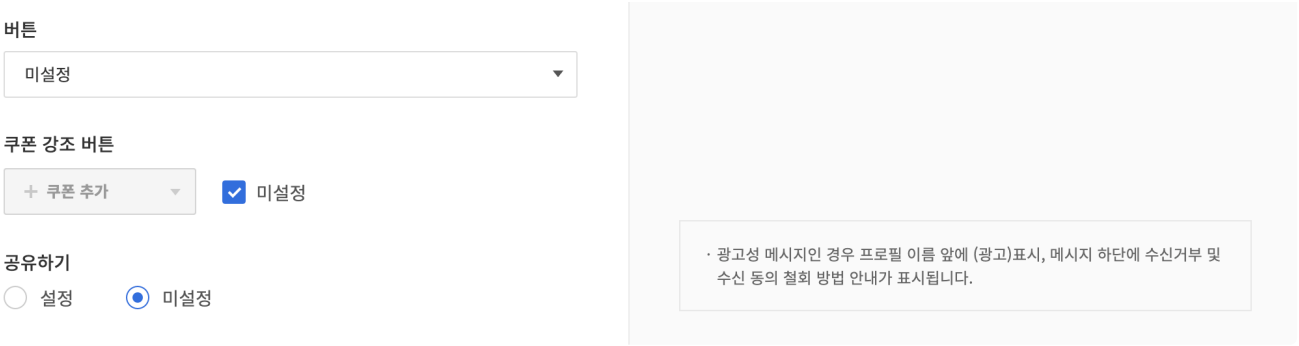
홍보문구

홍보문구를 입력하세요. 30

미리보기

테스트 발송




버튼
미설정
쿠폰 강조 버튼
+ 쿠폰 추가
미설정
공유하기
설정
미설정
· 광고성 메시지인 경우 프로필 이름 앞에 (광고)표시, 메시지 하단에 수신거부 및 수신 동의 철회 방법 안내가 표시됩니다.

❹ 메시지 > 캐러셀커머스

소재 등록

메시지 기본텍스트 | 메시지 와이드이미지 | 메시지 와이드리스트 | 메시지 캐러셀커머스 | 메시지 캐러셀피드

☑ 광고성 메시지

Intro ☑ 사용하기

홍보이미지 *

+ 이미지 추가 | + 이미지 만들기

랜딩

미설정

홍보타이틀 *

홍보타이틀을 입력하세요 20

홍보문구 *

홍보문구를 입력하세요 50

캐러셀 *

+ 이미지 추가 | + 카카오서비스 연동 | + 이미지 만들기

공유하기

◉ 설정 ○ 미설정

더보기

미설정

미리보기 | 테스트 발송



· 광고성 메시지인 경우 프로필 이름 앞에 (광고)표시, 메시지 하단에 수신거부 및 수신 동의 철회 방법 안내가 표시됩니다.

구분	등록 내용	입력 요소
Intro	연동	- 홍보타이틀 - 홍보문구 - 랜딩
이미지 추가	최근 사용한 이미지, 직접 등록, 내 상점 연동	- 타이틀 - 가격정보(할인가격정보) - 랜딩URL
카카오 서비스 연동	톡스토어, 카카오페이 구매 연동	- 타이틀 - 가격정보(할인가격정보) - 랜딩URL

카카오 서비스 연동이란?

카카오 서비스 내 입점한 **톡스토어와 카카오 페이구매 연동을 통해 손쉽고 간편하게 메시지를 발송하실 수 있도록 제공**되는 기능입니다.

카카오톡 채널 메시지 안에서 직접 구매 단계까지 경험하는 최종적인 마케팅 액션을 연결 시킬 수 있도록 도와줍니다.

<카카오 서비스 연동 참고사항>

- 톡스토어 선택 시, 톡스토어 판매자센터 상품 검색 팝업 노출되며, 카카오 페이구매 선택 시, 카카오 페이구매 상품 검색 팝업 호출됩니다.

- 톡스토어 또는 카카오페이 판매점과 **카카오톡 채널 연동 필요**하며, 톡스토어 또는 카카오페이 판매점 **관리자 권한**이 필요합니다.

- 카카오 서비스 내 톡스토어와 카카오 페이구매는 **혼합하여 연동 및 캐러셀 메시지 등록 불가**합니다.

- 각 팝업창에서 톡스토어 또는 카카오페이 판매점에 연동한 썸네일과 상품 타이틀을 확인할 수 있으며, 썸네일 이미지는 리사이징되어 확인 가능합니다.

❺ 메시지 > 캐러셀피드

소재 등록

메시지 기본텍스트 | 메시지 와이드이미지 | 메시지 와이드리스트 | 메시지 캐러셀커머스 | **메시지 캐러셀피드**

☑ 광고성 메시지

캐러셀 *

+ 이미지 추가 | + 이미지 만들기

업로드 된 이미지 1/6 — 전체 삭제



홍보이미지 *



EDITING_IMG_221207_2_1_0342
1200x600 | JPEG | 301.4KB

타이틀 *

타이틀을 입력하세요. 20

홍보문구 *

홍보문구를 입력하세요. 180

버튼 1 *

URL

http:// 또는 https:// 형식의 정상적인 랜딩 URL을 입력하세요. 1000

버튼명을 입력하세요 8

▾ PC링크 추가하기

버튼 2

미설정

쿠폰 강조 버튼

+ 쿠폰 추가 ☑ 미설정

공유하기

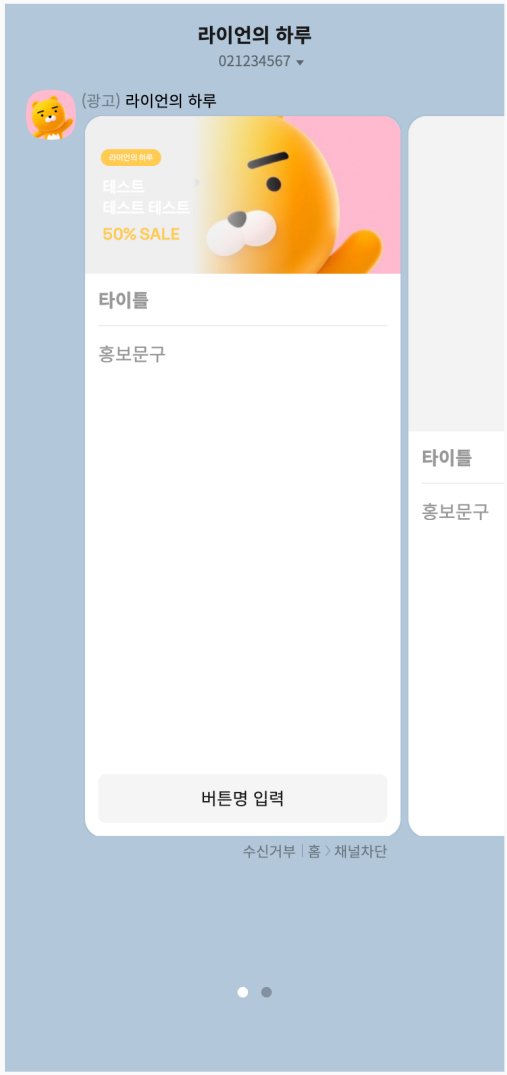
○ 설정 ◉ 미설정

더보기

쿠폰

쿠폰 선택

미리보기 — 테스트 발송



· 광고성 메시지인 경우 프로필 이름 앞에 (광고)표시, 메시지 하단에 수신거부 및 수신 동의 철회 방법 안내가 표시됩니다.

- **캐러셀 메시지 참고 사항**

- 디바이스, OS별로 Intro 홍보이미지의 랜딩 동작이 다를 수 있습니다. 이는 오류가 아닌 디바이스, OS별로 업데이트 적용 시점이 다른 부분인 점 참고해주세요.

  ㄴPC : MAC에서는 Intro 홍보이미지에 클릭 동작이 적용되지 않으며, 빠른 시일 내에 업데이트될 예정입니다. (Window는 클릭 동작 적용)

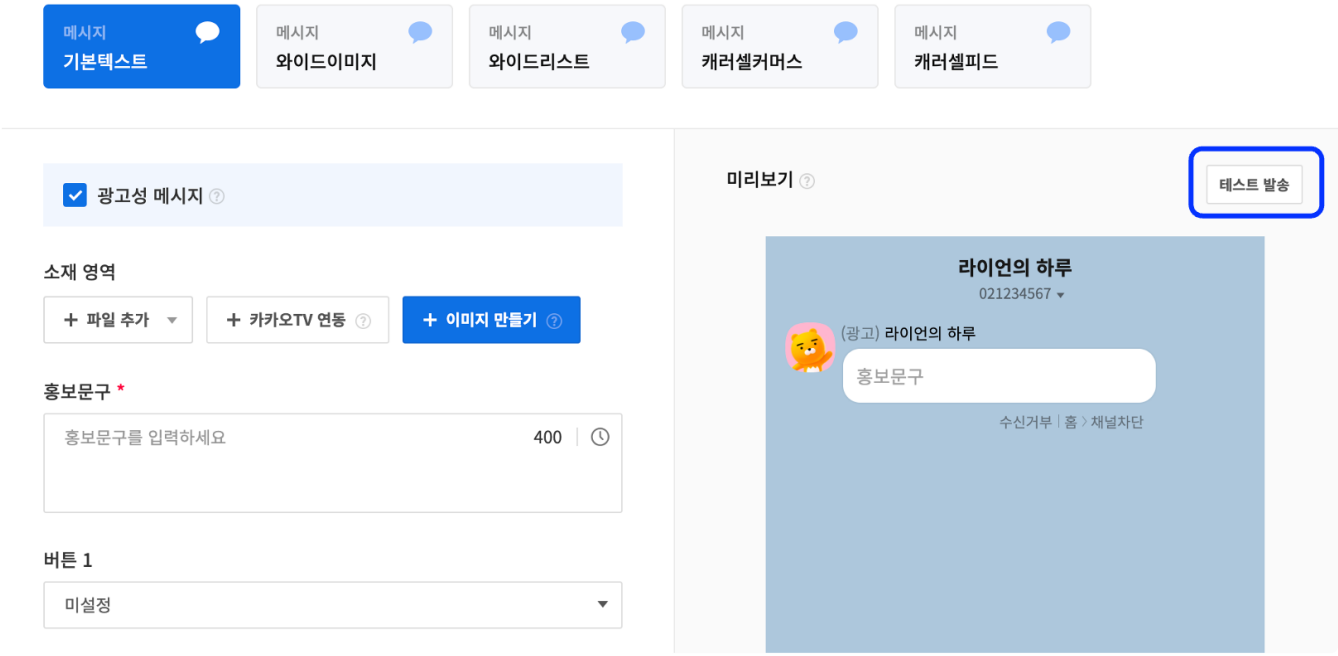
  ㄴMobile : iOS는 카카오톡 최신 버전(v9.6.2)로 업데이트한 기기에서만 홍보이미지 클릭 시 설정한 랜딩으로 이동합니다.

- 캐러셀 메시지 소재 유형은 최소 Intro, 캐러셀을 포함하여 2개 이상의 메시지 카드를 설정해야만 생성이 가능합니다. (Intro 없이 캐러셀 2개 이상 설정 가능)

- 캐러셀 유형(커머스/피드)은 공유하기 시 캐러셀 전체 공유하기는 불가하며, 단일 말풍선만 공유가 가능합니다.

- 캐러셀 유형(커머스/피드)은 광고성 메시지 옵션 해제가 불가합니다.

Step 3. 작성된 메시지를 테스트 발송하여 실제 카카오톡 채널에서 이상 여부를 확인합니다.



[테스트 발송 가이드]

1. 카카오모먼트 관리자센터에서 메시지 테스트 발송 시 공유하기는 작동하지 않습니다.

테스트 메시지 발송 시 **1) 기본텍스트형 2) 와이드이미지형 3) 와이드리스트형 4) 캐러셀커머스형 5) 캐러셀피드형** 모든 유형은 공유하기 동작이 불가능합니다.

▶ 기본텍스트형
- 모바일 : 공유아이콘 미노출 및 공유 동작/전달 불가
- PC : 공유아이콘 미노출 및 공유 동작/전달 불가<이미지 예시 첨부>

▶ 와이드이미지형, 와이드리스트형, 캐러셀커머스형, 캐러셀피드형

- 모바일 : 공유버튼 노출 및 공유 동작/전달 불가 (공유버튼 클릭 시, “공유할 수 없습니다”라는 메시지 노출)
- PC : 공유버튼 미노출 및 공유 동작/전달 불가

※ 참고사항

- 실제 메시지 발송 시 기본텍스트형은 모바일 및 PC 카카오톡에서 공유아이콘 노출 및 공유 동작/전달 가능합니다.
- 실제 메시지 발송 시 와이드이미지형, 와이드리스트형, 캐러셀커머스형, 캐러셀피드형은 모바일 카카오톡에서만 공유하기 버튼 노출 및 공유 동작/전달 가능합니다.

2. 테스트 발송도 해당 채널과 친구 관계인 전화번호만 정상 수신 확인됩니다.

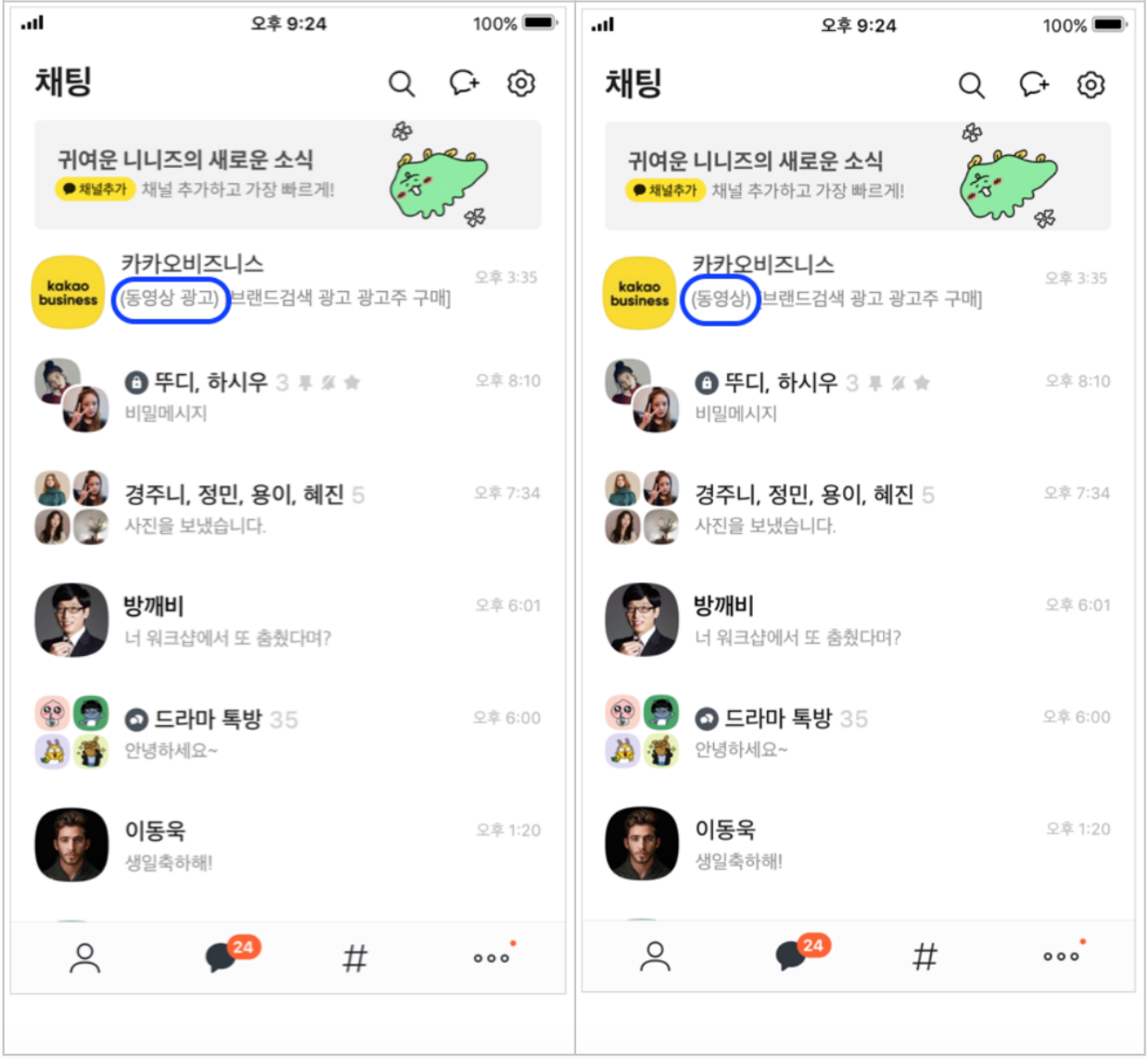
3. 테스트 발송은 최상단에 [테스트발송] 문구 추가되어 발송됩니다.

2. 동영상 연결하기

기본 텍스트, 와이드이미지, 와이드리스트의 소재 영역에는 동영상을 추가할 수 있습니다.

- 와이드이미지형은 소재 영역에 동영상을 추가할 경우, **메시지 발송 시 동영상은 무음 상태로 자동재생** 됩니다.
- 영상이 추가된 와이드이미지형은 말풍선에 동영상이 자동재생됨을 안내하는 (동영상 광고) 또는 (동영상) 안내 텍스트가 추가됩니다.

광고성 메시지 옵션 체크	광고성 메시지 옵션 미체크
(동영상 광고) 문구 노출	(동영상) 문구 노출

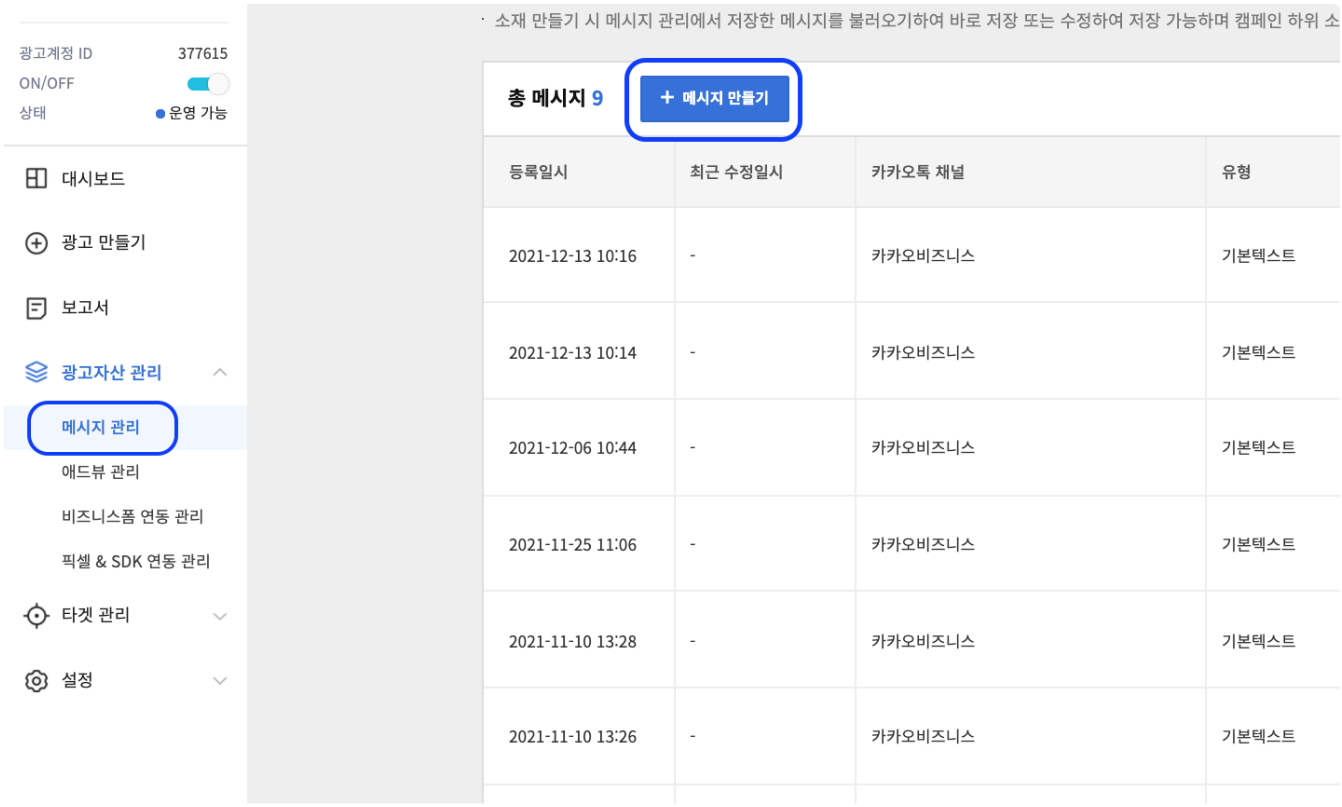


Step 1. [메시지 관리] 또는 [소재 만들기]를 클릭합니다.

- 소재 만들기



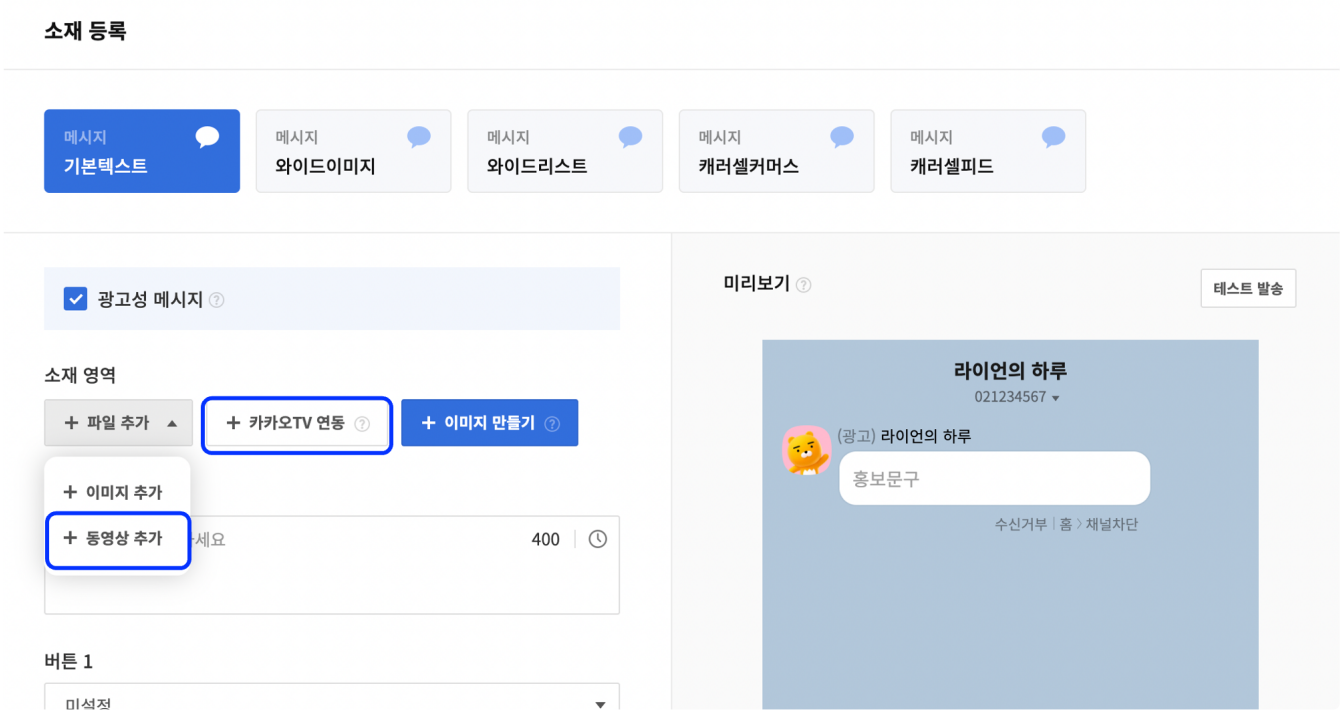
- 메시지 관리 > 메시지 만들기



Step 2. [소재 영역]에서 동영상을 업로드합니다.

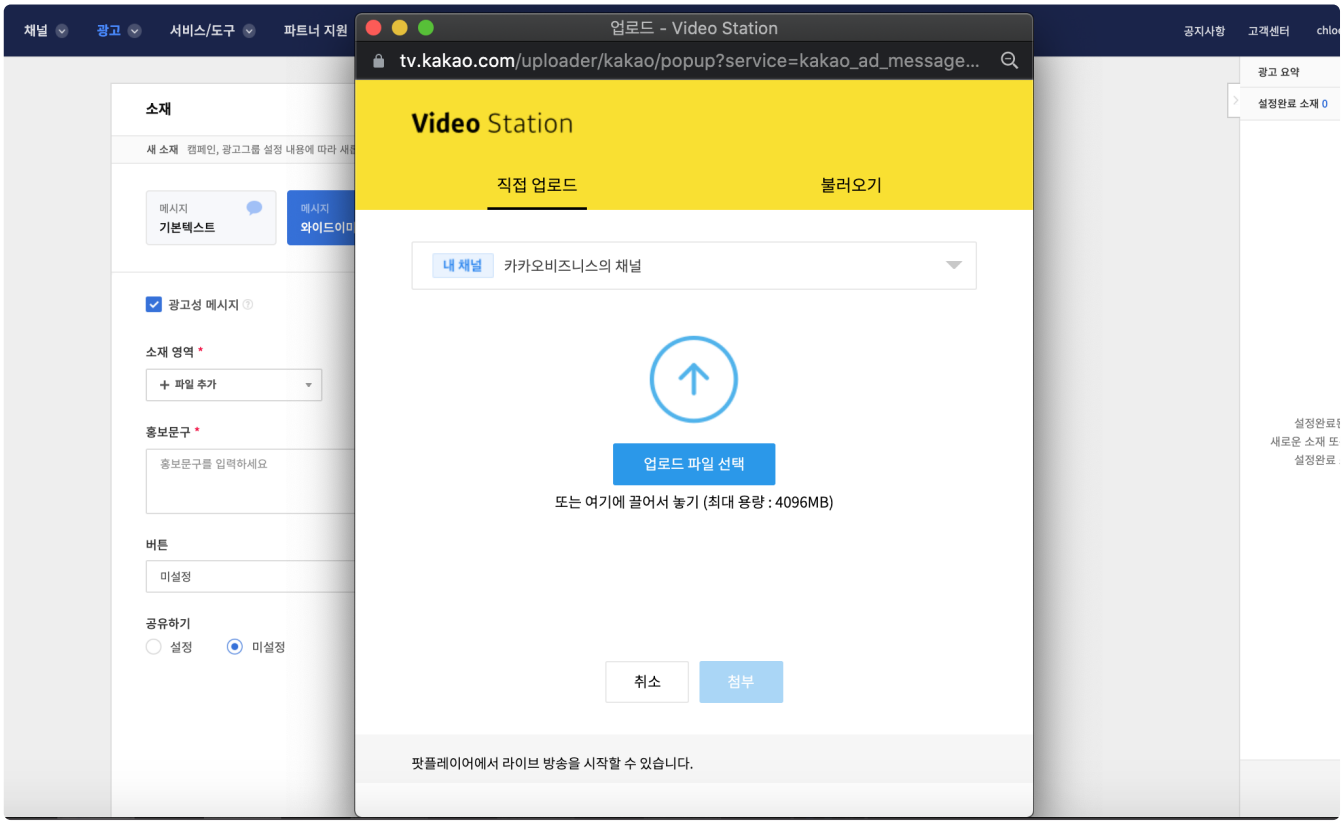
동영상 추가 방법은 **(1)브랜드의 카카오TV 채널에 업로드 후 연동하는 방법**과 **(2)모먼트 관리자센터에 동영상을 직접 업로드**하는 방법 2가지 중 선택이 가능합니다.

> 동영상은 기본텍스트, 와이드이미지, 와이드리스트 유형에만 지원됩니다.



(1) +카카오TV 연동

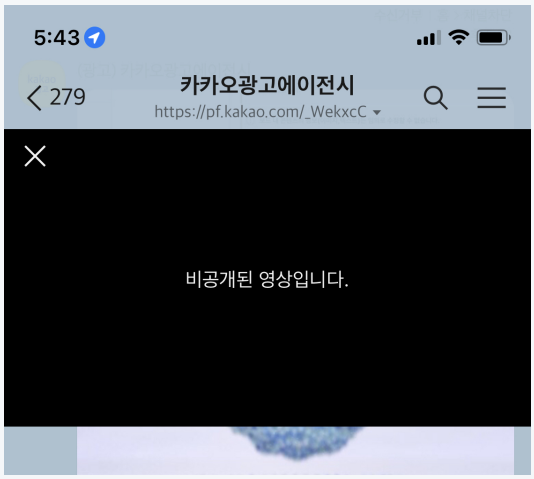
- 직접 업로드 메뉴에서 바로 소재를 등록할 경우, 카카오TV에 자동으로 나의 카카오 계정으로 채널(프로필)이 생성됩니다.
- 이미 공식 카카오TV 채널이 있을 경우, 해당 채널을 선택하여 동영상을 업로드하거나 이미 등록한 동영상을 불러오기를 통해 첨부할 수 있습니다.



> 내 카카오TV 채널이 아닌 채널 마스터의 카카오TV 채널에 동영상을 업로드 하는 경우 해당 동영상에 대한 일체의 관리 권한은 마스터가 갖게 됩니다.

※ +카카오TV **동영상 연결 시 유의사항**

- 직접 업로드를 통해 동영상을 첨부한 메시지를 테스트 발송할 경우, 테스트 메시지를 수신하는 카카오톡의 카카오계정과 동영상이 업로드되는 카카오TV(비디오스테이션)의 카카오계정이 일치 해야만 동영상이 재생됩니다. **불일치할 경우 아래와 같이 동영상은 비공개로 확인됩니다.**
  ※ 카카오톡 채널의 마스터/매니저 권한과는 무관합니다.



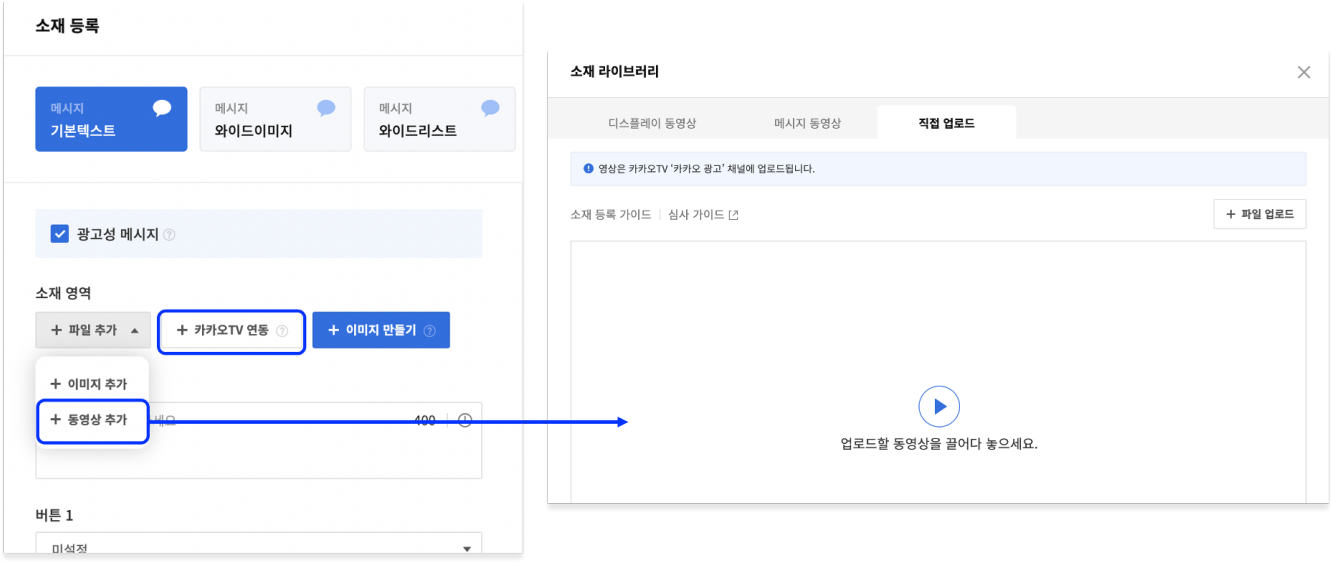
  - 동영상은 메시지 발송 시점에 카카오TV에서 **자동 공개 처리**됩니다.
  - 테스트 발송 시점에 테스트 메시지를 수신받는 모든 카카오톡에서 동영상을 사전 확인하고 싶을 경우,
    카카오TV에서 업로드한 동영상을 **공개로 전환**하여 확인 가능합니다.
  - 그 외 자세한 내용은 카카오TV 사용가이드를 확인해주세요.

채널 메시지 발송 전, 연결된 **카카오TV 동영상이 삭제된 경우 메시지 발송 상태는 '발송완료'로 처리됩니다.**
미발송분에 대해서는 동일하게 환급 절차가 진행됩니다.

- 메시지 상태 '발송완료' / 발송수 0 으로 표기
- [확인경로] 채널 관리자센터 PC > 메시지 > 메시지 목록 > 메시지 상세

(2) +파일 추가 > +동영상 추가

- 브랜드의 카카오TV 채널을 별도로 운영하지 않을 경우, 간편하게 동영상을 메시지 소재용으로만 업로드하여 메시지를 발송할 수 있습니다.



[소재 라이브러리 > 최근 사용한 동영상' 상세 정책]

- '최근 사용한 동영상'은 동영상 광고 유형에서 사용한 이력이 있는 동영상 소재가 노출되며, 해당 소재를 활용하여 메시지를 발송할 수 있습니다.
- '최근 사용한 동영상'에는 카카오톡 채널 광고 유형에서 사용한 이력이 있는 동영상 소재는 노출되지 않습니다.
- 메시지 소재에서 첨부하는 영상은 카카오TV "카카오 광고" 채널에 일부 공개 상태로 업로드되며, 해당 영상의 링크를 소유하거나 광고 소재를 통해서만 시청할 수 있습니다.
  -메시지 발송 전 : 비공개 & 미리보기로만 확인 가능
  -메시지 발송 후 : 링크 & 미리보기로 확인 가능
- 기존 카카오TV 연동 방식으로 업로드한 동영상은 '소재 라이브러리'에 저장 및 '최근 사용한 동영상'에도 노출되지 않습니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 디스플레이 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

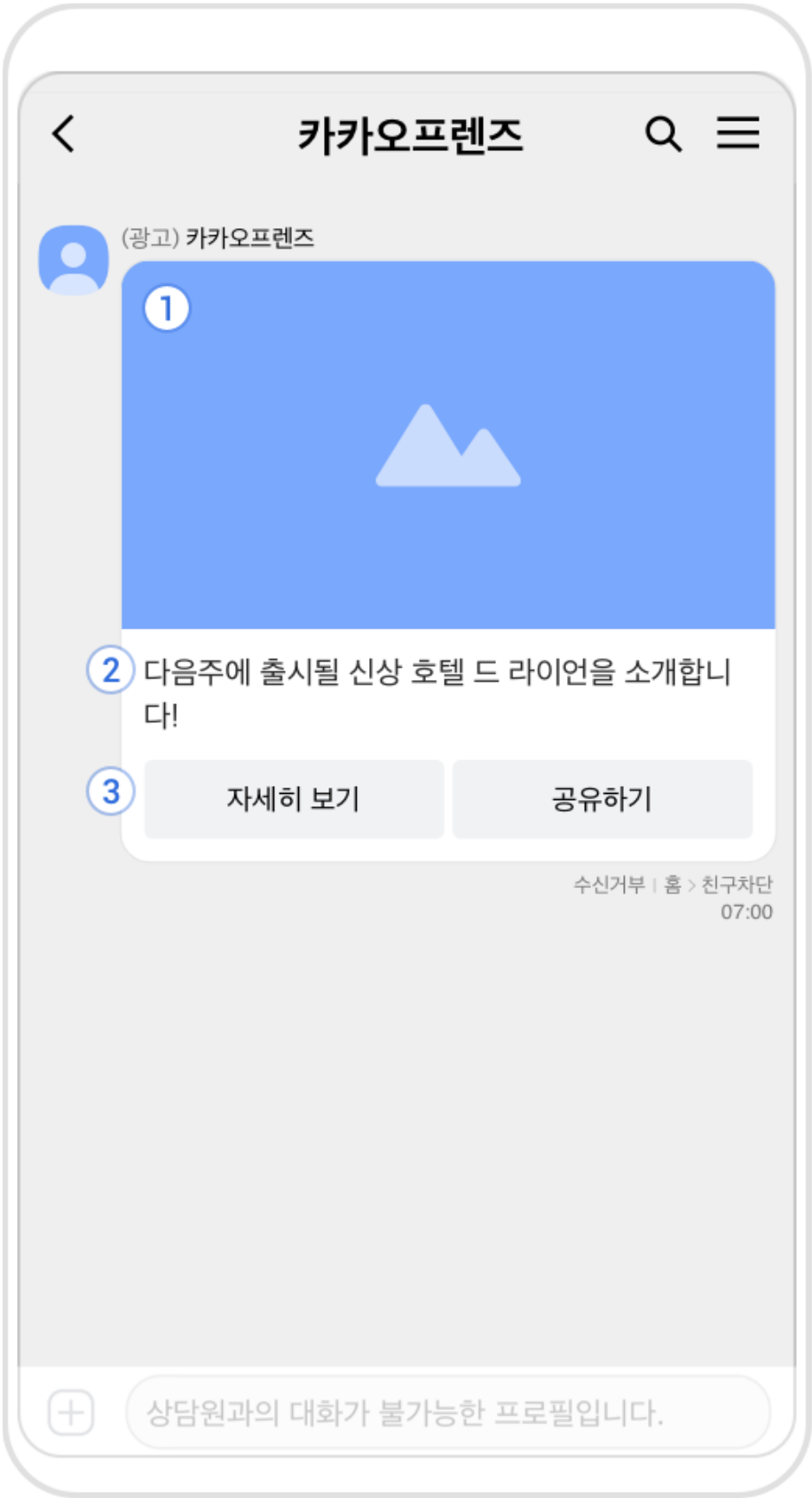
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

채널 메시지 제작가이드

> ⓘ 채널 메시지의 제작가이드를 알아보겠습니다.

1. 메시지 소재 구성 가이드

1-1. 와이드이미지형


카카오프렌즈
(광고) 카카오프렌즈
1
2 다음주에 출시될 신상 호텔 드 라이언을 소개합니다!
3 자세히 보기
공유하기
수신거부 | 홈 > 친구차단
07:00
상담원과의 대화가 불가능한 프로필입니다.

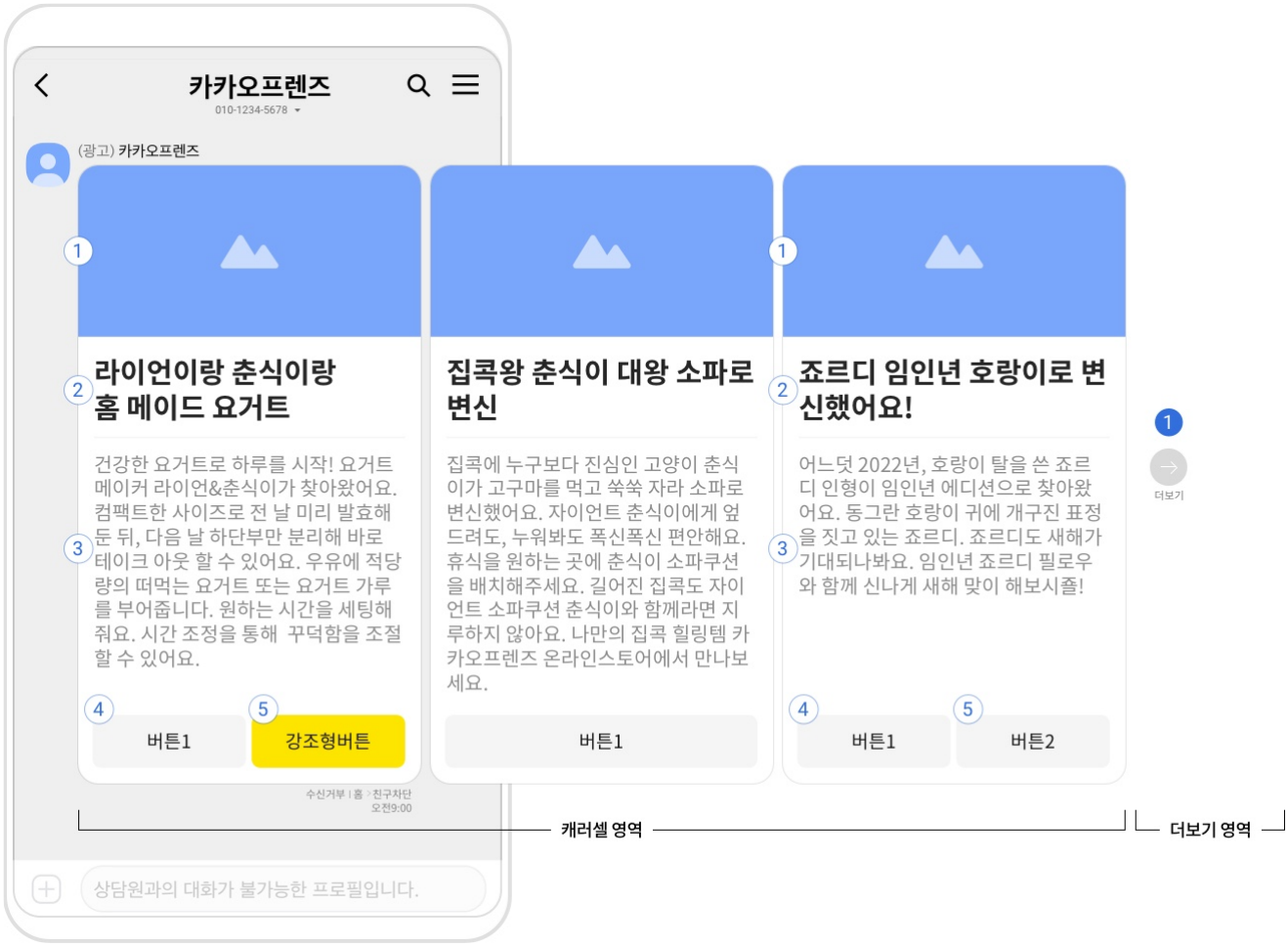
구성 요소	상세 안내
① 이미지	• 파일형식 : JPG, JPGE, PNG • 사이즈/용량 : 800x600 (4:3비율) 권장 / 10MB
동영상	• 용량 : 1GB • 파일 형식 : AVI, FLV, MP4 권장 • 재생시간 : 3초 이상
② 내용	최대 76자
③ 버튼명	최대 8자

1-2. 와이드리스트형


카카오프렌즈
(광고) 카카오프렌즈
1 새로 나온 신상품
2
3 필기가 술술,
공부하는 재미가 있죠
4
쌍둥이 펭권 케로&베로니 말랑얼 5
쿠션으로 만나!
너에게서 좋은 향기가 나
차량 방향제
아삭아삭 달콤한 휴식시간
어피치 쿠키 시리즈
6 자세히 보기
공유하기
수신거부 | 홈 > 친구차단
07:00
상담원과의 대화가 불가능한 프로필입니다.

구성 요소	상세 안내
① 타이틀	최대 20자
② 리스트1 이미지	• 파일형식 : JPG, JPGE, PNG • 사이즈/용량 : 800x400 (2:1 비율) 권장 / 10MB
동영상	• 용량 : 1GB • 파일 형식 : AVI, FLV, MP4 권장 • 재생시간 : 3초 이상
③ 리스트1 홍보문구	최대 25자
④ 리스트2~4 이미지	• 파일형식 : JPG, JPGE, PNG • 사이즈/용량 : 800x800 (1:1 비율) 권장 / 10MB
동영상	• 용량 : 1GB • 파일 형식 : AVI, FLV, MP4 권장 • 재생시간 : 3초 이상
⑤ 리스트2~4 홍보문구	최대 30자
⑥ 버튼명	최대 8자

1-3. 캐러셀 피드형



캐러셀 1~2 영역 (필수 입력)

구성 요소	상세 안내
① 홍보이미지	• 파일형식 : JPG, JPGE, PNG • 사이즈/용량 : ㄴ 800x400 (2:1 비율) 권장 / 10MB ㄴ 800x600 (4:3비율) 권장 / 10MB ※ 캐러셀 1~6 영역의 홍보이미지는 동일한 비율의 이미지로 등록 필요
② 타이틀	최대 20자, 링크 입력 불가
③ 홍보문구	최대 180자
④ 버튼 1	• 버튼명 : 최대 8자 • 랜딩 유형 : URL, 포스트, 쿠폰, 애드뷰, 웹임베드 채널
⑤ 버튼 2 (선택)	• 버튼명 : 최대 8자 • 랜딩 유형 : 공유하기, URL, 포스트, 쿠폰, 애드뷰 비즈니스폼, 웹임베드 채널 ※ 비즈니스폼 연동시 강조형 버튼(노란색 버튼)이 적용됨

캐러셀 3~6 영역 (선택 입력)

구성 요소	상세 안내
① 홍보이미지	• 파일형식 : JPG, JPGE, PNG • 사이즈/용량 : ㄴ 800x400 (2:1 비율) 권장 / 10MB ㄴ 800x600 (4:3비율) 권장 / 10MB ※ 캐러셀 1~6 영역의 홍보이미지는 동일한 비율의 이미지로 등록 필요
② 타이틀	최대 20자, 링크 입력 불가
③ 홍보문구	최대 180자
④ 버튼 1	• 버튼명 : 최대 8자 • 랜딩 유형 : URL, 포스트, 쿠폰, 애드뷰, 웹임베드 채널
⑤ 버튼 2 (선택)	• 버튼명 : 최대 8자 • 랜딩 유형 : 공유하기, URL, 포스트, 쿠폰, 애드뷰, 비즈니스폼, 웹임베드 채널 ※ 비즈니스폼 연동시 강조형 버튼(노란색 버튼)이 적용됨

더보기 영역 (선택 입력)

구성 요소	상세 안내
① 더보기 (선택)	랜딩 유형 : URL, 포스트, 쿠폰, 웹임베드 채널

1-4. 캐러셀 커머스형



Intro 영역 (선택 입력)

구성 요소	상세 안내
① 홍보이미지	• 파일형식 : JPG, JPGE, PNG • 사이즈/용량 : ㄴ 800x400 (2:1 비율) 권장 / 10MB ㄴ 800x800 (1:1 비율) 권장 / 10MB ㄴ 800x600 (4:3비율) 권장 / 10MB
ㄴ 랜딩 (선택)	랜딩 유형 : URL, 카카오 페이구매, 톡스토어, 포스트, 쿠폰, 웹임베드 채널
② 홍보타이틀	최대 20자
③ 홍보문구	최대 50자

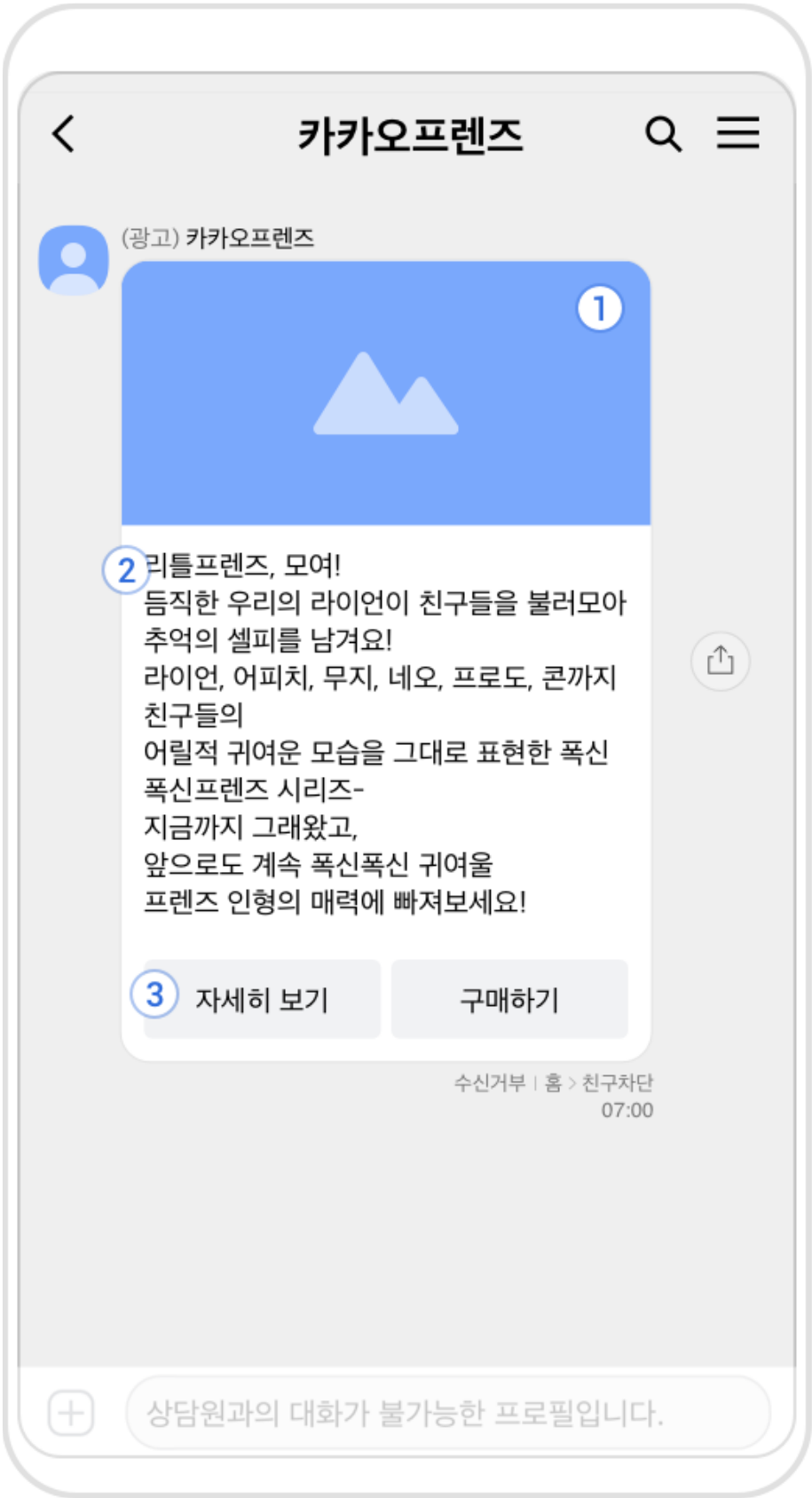
캐러셀 영역 (필수 입력)

구성 요소	상세 안내
① 홍보이미지	• 파일형식 : JPG, JPGE, PNG • 사이즈/용량 : ㄴ 800x400 (2:1 비율) 권장 / 10MB ㄴ 800x800 (1:1 비율) 권장 / 10MB ㄴ 800x600 (4:3비율) 권장 / 10MB
② 타이틀	최대 25자
③ 가격정보	정수만 입력 가능(1~99999999까지 입력) 통화 : 원화 (원),달러 ($), 엔화 (￥), 유로 (€)
④ 할인가격정보 (선택)	정수만 입력 가능(1~99999999까지 입력) ※ 가격정보에 입력한 값 이하로 입력 가능
⑤ 할인율 (자동)	가격정보와 할인가격정보 입력 시 할인율이 자동계산되어 적용
⑥ 구매하기	랜딩 유형 : URL, 웹임베드 채널 ※ '공유하기'를 미선택하여 '구매하기' 버튼만 노출되는 경우, 카카오 페이구매, 톡스토어 연동시 강조형 버튼(노란색 버튼)이 적용됨
⑦ 공유하기 (선택)	공유하기 설정 시 intro 영역을 제외한 캐러셀 전체에 ‘버튼2’영역에 '공유하기' 노출

더보기 영역 (선택 입력)

구성 요소	상세 안내
① 더보기 (선택)	랜딩 유형 : URL, 카카오 페이구매, 톡스토어, 포스트, 쿠폰, 웹임베드 채널

1-5. 기본텍스트형


카카오프렌즈
(광고) 카카오프렌즈
1
2
리틀프렌즈, 모여!
듬직한 우리의 라이언이 친구들을 불러모아
추억의 셀피를 남겨요!
라이언, 어피치, 무지, 네오, 프로도, 콘까지
친구들의
어릴적 귀여운 모습을 그대로 표현한 폭신
폭신프렌즈 시리즈-
지금까지 그래왔고,
앞으로도 계속 폭신폭신 귀여울
프렌즈 인형의 매력에 빠져보세요!
3
자세히 보기
구매하기
수신거부 | 홈 > 친구차단
07:00
상담원과의 대화가 불가능한 프로필입니다.

구성 요소	상세 안내
① 이미지	• 파일형식 : JPG, JPGE, PNG • 사이즈/용량 : ㄴ 800x400(2:1 비율) 권장/10MB ㄴ 800x800(1:1 비율) 권장 / 10MB ㄴ 800x600(4:3비율) 권장/10MB
② 내용	최대 300자
③ 버튼명	최대 8자

⚠ **캐러셀 소재 유형의 URL 내 UTF-8 코드로 인코딩되지 않은 특수문자나 한글이 있을 경우, iOS 기기 > 카카오톡 인앱브라우저에서 광고가 정상 랜딩되지 않을 수 있습니다.**
랜딩 오류가 발생할 수 있는 특수문자를 미리 참고하여 URL을 셋팅해주세요.

- %
- | (vertical bar)
- “

광고 소재 심사 단계에서는 위 이슈가 발생할 가능성이 있는 URL을 별도로 보류 처리를 하고 있지 않기 때문에 각별히 유의 부탁드립니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 카카오톡 채널(채널 메시지) FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

채널 메시지 집행가이드

카카오톡 채널 서비스를 이용하여 메시지 광고를 운영함에 있어 아래의 '채널 메시지 집행 가이드'를 준수하여야 합니다.

집행기준 및 발송 유의사항

1. **메시지 광고 집행 기준**
   1) 한국 인터넷 진흥원에서 배포한 불법 스팸 방지를 위한 정보통신망법 안내서의 관련 법률을 반드시 준수해야 합니다.
   2) 현행법과 '채널 메시지 집행 가이드'를 준수한 경우에만 메시지 발송이 가능합니다.
   3) '채널 메시지 집행 가이드' 및 개별 서비스의 운영원칙/약관에 따라 특정 메시지 발송이 제한될 수 습니다.
   4) 메시지가 사회적 이슈가 될 가능성이 있거나 이용자의 항의가 있는 경우 메시지 발송이 제한될 수 있습니다.
   5) 법정사전심의 대상의 경우 사전심의 받은 내용으로 메시지를 발송해야 하며, 가이드를 준수하지 않아 발생된 불이익은 메시지 발송 주체에게 책임이 있습니다.

2. **광고성 메시지 발송 유의사항**

   1) 광고 표시
   (1) 광고성 내용이 포함된 메시지 맨 앞에 (광고)를 표시해야 합니다.
   (2) 광고성 메시지에 대한 판단 기준
   ① 특가/할인 상품안내
   ② 상품 및 서비스 홍보를 위한 프로모션 또는 이벤트
   ③ 정보를 '주'로 나타내더라도 [위 ①, ②]의 내용이 혼재된 경우

   2) 전송자의 연락처 표시 의무사항
   (1) 전송자 명칭, 전송자 연락처는 메시지 본문보다 상단에 작성되어야 합니다.
   (2) 전송자 명칭과 전송자 연락처의 경우, 채팅방 상단에 노출됩니다.
   (3) 연락처의 경우 전화번호 또는 주소 중에서 하나를 선택하여 기입해 주셔야 합니다.

   3) 수신거부 의사표시를 쉽게 할 수 있는 조치 및 방법 표시 의무사항
   (1) 메시지에 수신의 거부 및 수신동의 철회의 의사표시를 쉽게 할 수 있는 조치 및 방법을 광고 본문에 표기하여 구체적으로 밝혀야 합니다.
   (2) 동 조치 및 방법으로 수신의 거부 또는 수신동의 철회가 쉽게 이루어지지 않거나 불가능할 경우에는 이를 표기하지 않은 것으로 간주합니다.
   (3) 전자우편을 수신 거부하기 위하여 웹사이트에 로그인 하도록 하는 등 별도의 추가적인 조치를 거쳐야 하는 것은 수신의 거부 또는 수신동의 철회를 어렵게 하는 것으로 법 위반에 해당합니다.

   4) 법률에서 금지하는 광고성 정보의 전송 금지 사항
   (1) 마약, 불법대출, 도박, 성매매, 불법의약품, 청소년유해물 등 법률에서 금지하는 재화 또는 서비스 에 대해서는 누구든지 광고성 정보를 전송하면 안됩니다.
   (2) 주류, 전자담배기기, 청소년 이용불가 게임 등 청소년에게 유해하다고 판단되는 업종 및 관련 콘텐츠를 포함하는 경우 회사가 정한 기준 및 방식에 따라 연령인증 기능을 적용한 경우에 한하여 예외적으로 발송이 허용될 수 있습니다.

   5) 야간광고 전송 제한
   (1) 오후 9시부터 그 다음날 오전 8시까지의 시간에 광고성 메시지 발송이 제한됩니다.

음란/선정

1. 과도한 신체의 노출이나 성적 수치심을 불러일으킬 수 있는 음란, 선정적인 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
2. 성적 표현을 통하여 성적 유희의 대상을 찾거나 강간 등 성폭력 행위를 묘사하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
3. 음란 정보나 퇴폐업소, 매춘 등 성매매를 권유, 유도, 조장, 방조하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.

폭력/혐오/공포/비속

1. 폭력, 살인, 학대, 협박이나 공포스러운 표현을 통해 지나친 불안감을 조성할 수 있는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
2. 폭력, 범죄 등의 반사회적 행동을 권유, 유도, 조장, 방조하는 내용과 이를 암시하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
3. 오물, 수술 장면, 신체 부위 일부 확대 등 혐오감을 불러일으킬 수 있는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
4. 욕설, 비속어 및 저속한 언어를 사용하여 불쾌감을 주는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.

허위/과장

1. 광고 내용이 사실과 다르거나 사실을 지나치게 부풀림으로 소비자의 합리적인 선택을 방해하는 경우 메시지 발송이 불가합니다.
2. 거짓되거나 확인되지 않은 내용을 사실인 것처럼 표현하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
3. 중요한 정보를 생략하거나 부분적인 사실을 강조하여 사람들을 잘못 오인하게 할 수 있는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
4. 인터넷 이용자가 실제 발생한 사실로 오인할 수 있도록 하는 표현이 포함된 경우 메시지 발송이 불가합니다.
5. 광고주(업종) 및 광고 목적과 관련성이 낮은 내용을 통해 이용자를 유인하는 메시지는 발송이 불가합니다.

타인 권리 침해

1. 성별, 인종, 민족, 종교, 신념, 나이, 성적 정체성, 신체적 또는 정신적 질병 및 장애 등 개인적인 특성을 언급 혹은 암시하는 민감한 정보를 포함하여 직/간접적으로 타인을 암시하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
2. 개인의 사생활 및 자유를 침해할 우려가 있는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
3. 지적재산권(특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권, 저작권 등) 및 초상권 등 타인의 권리를 침해하는 경우 메시지 발송이 불가합니다. 광고주는 관련 법과 규정을 이해하고 준수할 책임이 있으며, 법적 문제가 발생하는 경우 책임은 광고주에게 있습니다.
4. 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 서비스표, 기타 타인의 상품 또는 영업임을 표시한 표지와 동일하거나 이와 유사한 것을 사용하여 타인의 상품 또는 영업과 혼동하게 하는 경우 메시지 발송이 불가합니다.
5. 화폐 도안을 무단으로 사용하는 행위는 [저작권법]에 의해 금지되며, 무단으로 사용하는 경우 법적 책임은 광고주에게 있습니다.

이용자(소비자)가 오인할 수 있는 표현

1. 성분, 재료, 함량, 규격, 효능 등에 있어 오만하게 하거나 기만하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
2. 부분적으로 사실이지만 전체적으로 인터넷 이용자가 오인할 우려가 있는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
3. 객관적으로 인정받지 못하거나 확인할 수 없는 최상급의 표현을 사용하는 경우 메시지 발송이 불가합니다.
   1) 신고 혹은 모니터링의 과정에서 최상급 표현에 대한 소명 자료를 요청하거나 메시지 발송을 중단할 수 있음
4. 난해한 전문용어 등 사용하여 인터넷 이용자를 현혹하는 표현이 포함된 경우 메시지 발송이 불가합니다.
5. 제조국가 등에 있어서 인터넷 이용자가 오인할 우려가 있는 표현이 포함된 경우 메시지 발송이 불가합니다.
6. 영업망, 지점 등에서 광고를 진행하는 경우 본사에서 직접 진행하는 광고로 오인되는 표현이 포함된 경우 메시지 발송이 불가합니다.

가격 표시 기준

1. 공정거래위원회의 [부당한 표시·광고 행위의 유형 및 기준 지정고시]를 따라 다음과 같은 내용의 가격 표시가 포함된 경우 메시지 발송이 불가합니다.
   1) 허위의 종전 거래 가격을 자기의 판매 가격과 비교하여 표시, 광고하는 경우
   2) 할인율 등을 사실과 다르게 표시, 광고하는 경우
   3) 실제로 할인율이 높거나 가격이 낮은 상품은 일부에 불과한데 대부분의 상품이 높은 할인율 또는 낮은 가격으로 판매하는 것처럼 과장하여 표시, 광고하는 경우
   4) 실제 거래 가격에는 변동이 없음에도 불구하고 일정 기간을 정하여 특정한 가격을 판매하는 것처럼 소비자를 오인 시킬 우려가 있는 표현을 사용하는 경우
2. 가격 또는 할인율을 표시하는 경우에는 다음의 내용을 반드시 메시지 내용에 표시가 필요합니다.
   1) 표시한 가격 또는 할인율이 어떠한 상품 기준으로 작성된 것인지를 반드시 표시
   2) 표시한 가격 또는 할인율이 어떠한 상품 기준으로 작성된 것인지 해당 상품을 메시지에 표시
3. **가격 또는 할인율을 표시하는 경우에는 반드시 해당 상품의 기본 가격으로 표시해야 하며, 상세 상품의 일부이거나 옵션 선택가를 표시하는 경우 메시지 발송이 불가합니다.**
   1) 모든 이용자에게 공통으로 적용되는 상품 및 서비스 가격만 기재 가능
   2) 일부 이용자들에게만 적용되는 가격이나 특정 쿠폰, 특정 카드의 할인 적용가와 같이 특정 이용자를 대상으로 한 할인가는 상품 판매가로 기재 불가
   3) 특정한 자격 조건 없이 모든 이용자에게 공통으로 적용되는 할인 가격의 경우에는 해당 할인 가격을 기재 가능

이벤트 내용 기준

1. 이벤트 내용에 대한 중요한 정보를 생략하고 부분적인 사실을 강조하여 이용자를 유인하는 메시지는 발송이 불가합니다.
2. 이벤트에 관한 메시지 내용을 작성할 때에는 이벤트의 참여 방식, 경품의 선정 방식, 선정 인원, 경품 내용을 명시해야 합니다.

보편적 사회정서 침해

1. 인간의 생명 및 존엄성을 경시하는 내용, 공중도덕과 사회 윤리에 위배되는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
2. 국가, 국기 또는 문화유적 등과 같은 공적 상징물을 부적절하게 사용하거나 모독하는 표현이 포함된 메시지는 발송이 불가합니다.
3. 도박 또는 지나친 사행심을 조장하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
4. 미신, 숭배 등 비과학적인 생활태도를 조장하거나 정당화하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
5. 의학/과학적으로 검증되지 않은 건강 비법 및 심령술 내용을 포함하는 경우 메시지 발송이 불가합니다.
6. 성별, 종교, 장애, 연령, 사회 신분, 지역, 직업 등을 차별하거나 이에 대한 편견을 조장하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
7. 자살을 목적으로 하거나 이를 미화, 방조하여 자살 충동을 일으킬 우려가 있는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
8. 범죄, 범죄인 또는 범죄 단체 등을 미화하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
9. 용모 등 신체적 결함 및 약점 등을 조롱 또는 희화화하는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.
10. 기타 보편적 사회 정서를 침해하거나 사회적 혼란을 야기할 우려가 있는 내용의 메시지는 발송이 불가합니다.

청소년 보호

1. **[청소년 보호법]에 따라 아래에 해당하는 청소년 유해 매체물은 메시지 발송이 불가합니다.**
   1) 성인 화상 사이트, 애인 대행 사이트, 불건전 전화 서비스
   2) 게임 아이템 거래 중개 사이트
   3) 청소년 유해물건으로 결정된 성기구(5종)를 포함한 콘텐츠 또는 링크 등을 통해 판매 사이트로 접속이 가능한 경우
      - 성기구 : 남성용 성기 확대 기구류, 남성용 성기 단련 기구류, 남성용 여성 성기 자극 기구류(특수 콘돔류 등), 남성용 자위행위 기구류, 여성용 자위행위 기구류

   4) 불건전 전화 서비스 등 전화번호, 장소 정보, 인터넷 정보 위치, 무선 인터넷 정보 위치, 이메일 계정 등을 포함하는 내용
   5) 성매매를 알선 또는 암시하는 전화번호, 장소 정보, 인터넷 정보 위치, 무선 인터넷 정보 위치, 이메일 계정 등을 포함하는 내용
   6) 청소년 유해매체물로 고시되지 않았다 하더라도 해당 사이트 접근 시 청소년 접근 제한 조치(연령 확인 및 청소년 이용불가 표시)가 확인되는 경우 청소년 유해 매체물 기준 적용
   단, 청소년 이용불가 등급의 게임물, 청소년 관람불가 영화/비디오물, 청소년 연령제한 등급의 음반 및 음악파일, 웹툰, 간행물, 서적 등 매체물 관련 콘텐츠의 경우에는 회사가 정하는 기준 및 방식에 따라 연령인증 기능을 적용한 이용자에게 노출 또는 발송되는 경우에 한하여 예외적으로 가능
2. **[청소년 보호법]에 따른 청소년 유해 약물과 청소년 유해 물건을 판매, 대여, 배포, 노출하는 행위는 메시지 발송이 불가합니다.**
   1) 주류, 담배, 마약류, 환각 물질(접착제, 부탄가스 등) 및 기타 청소년의 심신을 심각하게 훼손할 우려가 있는 약물은 메시지 발송이 불가합니다.
   2) 담배, 마약류 등 청소년 유해 약물에 대해서는 공익성 광고에 한하여 제한적으로 메시지 발송이 가능합니다.
   3) [주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시]에 따라 주류의 경우 판매, 대여, 배포 목적이 아닌 브랜드 홍보 등의 일반적인 광고에 대해서 제한적으로 메시지 발송이 가능합니다.
   (1) 사이트에서 결제한 주류 상품을 매장에서 직접 인도하는 경우에는 성인인증 기능을 부여 받은 채널에 한하여 메시지 발송이 가능합니다.
   (2) [주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시]에 따라 주류 통신판매를 승인받은 전통주는 성인인증 기능을 부여 받은 채널에 한하여 메시지 발송이 가능합니다.
   (3) [주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시]에 따라 주문 받아 직접 조리한 음식과 함께 주류를 배달하는 경우에는 회사가 정한 기준 및 방법에 따라 연령제한 기능을 적용한 경우에 한하여 메시지 발송이 가능합니다.

   4) 담배, 주류 이미지를 포함한 콘텐츠는 메시지 발송이 불가하나, 주류의 경우 광고 목적, 내용에 따라 제한적으로 발송이 가능하며, 전자담배기기의 경우 성인인증 기능을 부여 받은 채널에 한하여 메시지 발송이 가능합니다.
3. **청소년 유해약물, 청소년 유해물건, 청소년 유해업소 등이 메시지 내용에 포함된 경우 메시지 발송이 불가합니다.**
4. **성적인 욕구를 자극하여 음란한 행위를 조장하거나 성적 충동을 불러일으킬 수 있는 내용은 메시지 발송이 불가합니다.**
5. **음란성, 포악성, 잔인성, 사행성 등을 조장하거나 조장할 우려가 있는 내용은 메시지 발송이 불가합니다.**
6. **메시지 내 링크에 성인 콘텐츠가 포함된 경우 청소년 접근 제한 조치가 있어야 하며, 청소년 접근 제한 조치 없이 콘텐츠 확인이 가능한 경우 메시지 발송이 불가합니다.**
7. **카카오 내부 기준에 따라 청소년 유해 콘텐츠라고 판단하는 내용은 메시지 발송이 불가합니다.**

카카오 서비스 보호

1. **카카오 서비스 및 디자인을 모방, 침해한 경우 메시지 발송이 불가합니다.**
   1) 카카오 서비스의 이미지를 손상시킬 수 있는 내용
   2) 카카오 서비스의 로고, 상표, 서비스명, 저작물 등을 무단으로 사용한 경우
   3) 카카오 서비스로 오인될 여지가 있는 내용
   (1) 카카오의 서비스 주조색을 포인트 컬러로 사용하여 카카오 서비스로 오인되는 경우
   (2) 카카오 서비스 로고와 유사한 오브젝트를 메시지에 삽입하여 카카오에서 제공하는 서비스로 인되는 경우
   (3) 카카오 서비스와 유사한 비주얼을 사용하여 메시지를 카카오 서비스 내 콘텐츠로 오인하게 하는 경우
2. **업무 방해에 해당하는 경우 메시지 발송이 불가합니다.**
   1) 본인 또는 제3자를 광고하기 위해 카카오의 이용약관, 개별 서비스의 운영원칙/약관 등을 위반하거나 이를 유도하는 경우
   2) 관련 법령, 카카오의 이용약관, 개별 서비스의 운영원칙/약관 등을 위반하여 카카오 서비스에 부당하게 영향을 주는 행위를 하거나 이를 유도하는 경우

제한 업종

1. **위법/부적절한 서비스**
   1) 현행 법률(의료법, 학원법, 대부업법, 부가가치세법, 전자상거래등에서의 소비자 보호에 관한 법률, 간접투자자산운용업법 등)을 위반하는 경우 메시지 발송이 불가합니다.
   2) 카페, 클럽, 블로그 등 포털 사이트의 커뮤니티를 매매하는 내용은 메시지 발송이 불가합니다.
   3) 유틸리티, 멀티미디어 등 각종 프로그램이나 파일을 제공, 중개하는 공개 자료실은 메시지 발송이 불가합니다.
   4) 서비스 운영 및 판매 방식에 사행성이 가미되어 있거나 조장할 우려가 있는 경우 메시지 발송이 불가합니다.
2. **성인(성인방송, 성인커뮤니티, 성인용품 등)**
   1) 성인 관련 서비스 및 이와 유사한 정보를 제공하는 서비스는 메시지 발송이 불가합니다.
   2) 성인 관련 서비스 및 이와 유사한 정보를 제공하는 서비스로의 접속을 유도하는 내용이 포함된 경우 메시 발송이 불가합니다.
3. **관계 법령에 따라 인터넷 광고가 금지되거나 인터넷 판매, 유통 등이 불가한 상품**
   1) 인터넷 광고가 금지된 상품은 메시지 발송이 불가합니다.
   예) 전문의약품 및 원료의약품, 담배, 도박 및 사행행위 관련 콘텐츠, 성매매, 불법도박 등
   2) 인터넷판매가 불가한 상품은 메시지 발송이 불가합니다.
   예) 의약품, 주류, 담배, 시력보정용 안경 및 콘텍트렌즈, 마약, 농약 등
   3) 일반 유통이 불가하거나 불법적인 상품은 메시지 발송이 불가합니다.
   예) 혈액/혈액증서, 군복/군용장구, 야생 동식물, 음란물, 허가받지 않은 주방용 오물 분쇄기, 샘플화장품 등
4. **일부 금융 서비스**
   1) 금융감독원에 미등록된 유사투자자문업, 주식투자자문업, 주식/증권 정보 제공업 등은 메시지 발송이 불가합니다.
   2) 금융감독원에 미등록 업체의 불법 대출 및 대부업법에 따른 중요 사항을 알리지 않는 등의 대부업법 위반 콘텐츠가 포함된 메시지는 발송이 불가합니다.
   3) 유사수신행위, 소액결제, 상품권 거래, 현금 거래, 비제도권 금융업 (대부업, 대부중개업 및 이와 유사한 인터넷 대출) 등은 메시지 발송이 불가합니다.

   4) 이용자에게 피해를 줄 여지가 있다고 판단되는 기타 금융 서비스는 메시지 발송이 불가합니다.
5. **청소년 이용불가 등급의 게임물, 청소년 관람불가 영화/비디오물, 청소년 연령제한 매체물 관련 콘텐츠**
   1) [영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률]에 따라 영상물등급위원회의 등급 분류를 받지 않았거나 '청소년 이용불가', '제한상영가' 등급 분류를 받은 영화&비디오물은 메시지 발송이 불가합니다.
   단, ‘청소년 이용불가’ 등급 분류를 받은 영화&비디오물이 포함된 내용은 회사가 정하는 방식에 따라 연령인증 기능을 적용한 경우에 한하여 예외적으로 발송이 허용될 수 있습니다.
   2) [게임산업진흥에 관한 법률]에 따라 게임물관리위원회의 등급 분류를 받지 않았거나 '청소년 이용불가' 등급 분류를 받은 게임물은 발송이 불가합니다.
   단, ‘청소년 이용불가’ 등급 분류를 받은 게임물이 포함된 내용은 회사가 정하는 방식에 따라 연령인증 기능을 적용한 경우에 한하여 예외적으로 발송이 허용될 수 있습니다.
   3) 그 외 [청소년보호법] 및 [정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률]에 따라 청소년에게 금지되는 콘텐츠는 메시지 발송이 불가합니다.
   단, 관련 법에 따라 청소년 연령제한표시가 된 콘텐츠는 회사가 정하는 방식에 따라 연령인증 기능을 적용한 경우에 한하여 예외적으로 발송이 허용될 수 있습니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다. 모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 카카오톡 채널(채널 메시지) FAQ
- 채널 메시지 발송 유의사항
- 알림톡 심사 가이드

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

채널 메시지 발송 유의사항

> **내 카카오톡 채널을 더 강력한 비즈니스 수단으로 활용할수 있는 채널 메시지.**
> **마케팅 목적에 맞는 최적의 순간에, 최적의 친구를 찾아, 최적의 메시지를 발송할 수 있습니다.**
>
> **채널 메시지를 비즈니스에 잘 활용할 수 있도록 광고성/정보성(알림톡 포함) 메시지 발송 유의사항을 안내해 드릴게요.**

1. 채널 메시지 발송 필수 확인사항

- 카카오톡 채널 메시지 발송 시 비즈니스의 원활한 운영과 이용자의 안전한 서비스 환경 조성을 위한 채널 메시지 관련 운영정책을 시행하고 있습니다.
- **카카오톡 채널에서 광고성/정보성(알림톡 포함)메시지 작성 시 '채널 메시지 집행 가이드', '알림톡 심사가이드'와 광고성/정보성 메시지 발송 유의사항을 반드시 확인해야 합니다.**
- **가이드를 위반할 경우 카카오톡 채널 서비스 운영정책 및 카카오톡 채널 가이드 따라 메시지 발송이 한시적(최소 30일) 또는 영구적으로 제한될 수 있습니다.**
- 메시지가 사회적 이슈가 될 가능성이 있거나 이용자의 항의가 있는 경우 메시지 발송이 제한될 수 있습니다.
- 법정사전심의 대상의 경우 사전심의 받은 내용으로 메시지를 발송해야 하며, 가이드를 준수하지 않아 발생된 불이익은 메시지 발송 주체에게 책임이 있습니다.

2. 채널 메시지 주요 집행 가이드

1. **메시지 내 청소년 유해 정보는 절대 포함할 수 없습니다.**
   1) [청소년 보호법]에 따라 청소년 유해 매체물, 청소년 유해 정보, 청소년 유해업소, 유해약물과 청소년 유해 물건을 판매, 대여, 배포, 노출하는 행위
   2) 음란성, 포악성, 잔인성, 사행성, 성적욕구 등을 조장 하거나 조장할 우려가 있는 내용이 포함된 경우 등
   3) 주류업체 및 전자담배 기기를 판매하는 채널이 성인인증 채널로 전환하지 않고 메시지 발송하는 경우 등
   4) 19세 이상 이용 서비스에 대해 전연령 대상으로 메시지를 (연령인증 메시지 및 연령인증 포스트 미설정) 발송한 경우
   5) 청소년 유해 정보 등을 포함한 메시지를 발송한 경우 등
   6) 단, 청소년 관람불가 영화/비디오물 및 콘텐츠, 청소년 이용불가 등급의 게임물, 주류, 전자담배 등은 회사가 정하는 방식에 따라 성인채널 또는 연령인증 기능을 적용한 경우에 한하여 예외적으로 발송이 허용될 수 있음

   ※ 연령인증 메시지 가이드
   청소년에게 부적절한 업종 및 관련 콘텐츠 포함 시 “연령인증 메시지” 기능을 활용한 경우 발송이 허용될 수 있습니다. 단, 주류/전자담배기기 브랜드, 판매업, 제조업 등은 “성인인증 채널”로 메시지 발송 필수이며, 메시지 발송 시 ‘연령인증 메시지' 기능은 선택적으로 사용 가능합니다.

   [필수 업종 및 콘텐츠]
   청소년 이용불가 등급의 게임물, 청소년 관람불가 영화/비디오물, 청소년 연령제한 등급의 음반 및 음악 파일, 웹툰, 간행물, 서적 등 콘텐츠, 이외 청소년에게 유해하다고 판단되는 업종 및 관련 콘텐츠

2. **광고성 메시지는 아래 가이드를 필수적으로 준수해야 합니다.**
   1) '광고' 표시
   2) 전송자의 연락처 표시
   3) 수신거부 의사표시를 쉽게 할 수 있는 조치 및 방법 표시 등 의무사항 표시

   ※ 카카오톡 채널 관리자센터와 카카오모먼트에서 '광고성 메시지'로 체크 후 발송하는 프로필 이름 앞에 (광고)표시, 메시지 하단에 수신거부 및 수신 동의 철회 방법 안내가 표시됩니다.

3. **관계 법령을 위반하는 경우 메시지 발송이 불가합니다.**
   1) 관계법령에 따라 인터넷 판매, 유통 등이 불가한 상품, 불법물 및 불법 정보 등 포함된 경우
   2) 위법/부적절한 서비스, 일부 금융 서비스 (유사수신행위, 소액결제, 상품권 거래, 현금 거래, 비제도권 금융업 등 불법 금융 업체) 등

3. 채널 메시지 가이드 주요 위반 사례

> ⓘ **채널 메시지 가이드를 위반할 경우 약관 및 운영정책에 따라 메시지 발송이 한시적(최소 30일) 또는 영구적으로 제한될 수 있습니다.**
> **가이드 위반 주요 사례를 안내해 드리니 메시지 발송 시 참고해 주세요.**

1. 주류/전자담배 판매 업종/콘텐츠가 성인인증 채널로 전환하지 않고 메시지 발송한 경우
2. 종합몰/백화점/마트/프렌차이즈 외식업에서 주류 판매하는 내용을 연령인증 메시지 설정하지 않고 메시지 발송한 경우
3. 언론사 채널 등에서 판매가 아닌 주류나 전자담배 관련 정보를 연령인증 메시지 설정하지 않고 메시지 발송한 경우
4. 경제적 이득을 취할 목적으로 광고성 메시지에 해당하나, 정보성 메시지로 설정해 메시지 발송한 경우
5. 금융감독원에 미등록된 유사투자자문업, 주식투자자문업, 주식/증권 정보 제공업 등 메시지 발송 제한 업종에서 메시지를 발송한 경우

4. 정보성/광고성 메시지 발송 가이드

4.1 정보성 메시지와 광고성 메시지란?

정보성 메시지는 정보통신망법 안내서에 '영리목적 광고성 정보의 예외'에 해당하는 메시지에 해당합니다. 반면 광고성 메시지는 경제적 이득을 취할 목적으로 전송하는 정보나 재화, 서비스에 관한 메시지에 해당하며 상세 내용은 아래와 같습니다.

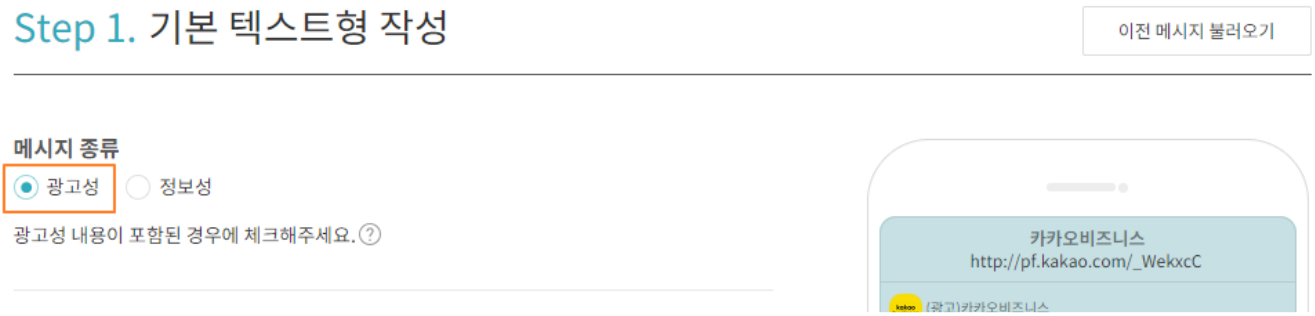
• **정보성 메시지 : 정보통신망법 안내서에 '영리목적 광고성 정보의 예외'에 해당하는 메시지**
정보성 메시지 자세히 알아보기

• **광고성 메시지 : 전송자가 경제적 이득을 취할 목적으로 전송하는 1)전송자에 관한 정보, 2)전송자가 제공할 재화나 서비스에 관한 정보**

> ⓘ **광고성 메시지에 대한 판단 기준**
>
> **❶ 특가/할인 상품안내**
>
> **❷ 상품 및 서비스 홍보를 위한 프로모션 또는 이벤트**
>
> **❸ 정보를 '주'로 나타내더라도 (위 ❶, ❷)의 내용이 혼재된 경우**

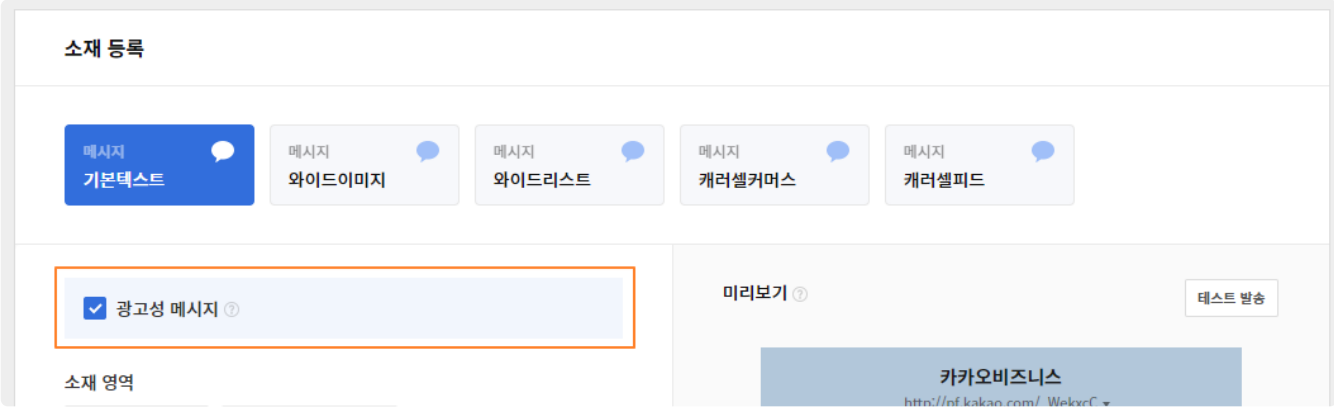
4.2 광고 메시지 발송시 '광고' 표기 설정 가이드

- **카카오톡 채널 관리자센터**
  [경로] 메시지 작성 > 템플릿 선택 > 메시지 작성 화면 상단 메시지 종류 '광고' 선택



메시지
kakao business 비즈니스 가이드

- **카카오모먼트**
  [경로1] 광고계정 > 카카오톡 채널x도달 캠페인 하위 소재 등록 > 메시지 작성 화면 상단 '광고성 메시지' 체크
  [경로2] 광고계정 > 광고자산 관리 > 메시지 관리 +메시지 만들기 > 메시지 작성 화면 상단 '광고성 메시지' 체크



채널 메시지
kakao business 비즈니스 가이드

5. 가이드 미준수 메시지 예시

> ⓘ **아래와 같은 메시지의 경우 채널 메시지 집행 가이드를 준수하지 않아 운영정책에 따라 서비스 이용에 제한될 수 있습니다.**
> **가이드 위반 사례를 안내드리니 메시지 작성과 발송에 참고해 주세요!**

가이드 위반 대상	메시지 예시
광고 표기 미준수 • 특가/할인 상품안내	안녕하세요. 카카오프렌즈마트 입니다. 5월 30일 오늘의 할인상품, 특가 상품 안내 ♥야채코너♥ 양배추 1망 ☞ 3,980 팽이버섯 1박스 ☞ 12,800 쥬키니호박 1박스 ☞ 14,800 ♣청과코너♣ 석류 5개 ☞ 8,900 감귤특 5kg/1박스 ☞ 5,900
	기회가있다면 바로오늘! 폰바꾸기 너무 좋은날~❤ SKT (번이/기변) ▪노트29 6/30 ▪노트20X 21/45 ▪갤럭시S29 0/15 ▪아19미니 9/36 이외기종 선약문의 인터넷+TV전문 ❤S29사전예약중❤
	카카오반찬 6월 20일 반찬메뉴입니다~^^* ❤ 픽업.배달 모두 가능합니다. 1.바지락아욱된장국_6.8 2.소고기육개장_7.8 3.생선까스+타르타르소스_5.9 4.건새우파래전_5.5
광고 표기 미준수 • 상품 및 서비스 홍보를 위한 프로모션 또는 이벤트	신규 체험단 이벤트 오픈! 홈페이지 오픈 전 사전 이벤트를 통해 대량의 포인트를 쉽게 받아가보세요! 1. 사전 회원가입 시 **3,000** 지급 2. 친구추가 시 **2,000** 지급
	이벤트 알림이 도착했습니다 여름맞이 Z플립9, Z폴드9 공짜 이벤트 여름맞이 이벤트로 진행되며, 준비된 수량이 마감되면 행사는 조기종료 됩니다.

	갤럭시 Z플립9 공짜 갤럭시 Z폴드9 공짜 휴대폰 상담 신청 하실분들은 아래 신청서 양식을 남겨주세 요~
	반찬구매 후기 이벤트 6월 13일~6월 20일까지! 반짝 후기 이벤트 진행합니다. 주문란에 후기이벤트 참여라고 기재해 주세요 후기이벤트 참여시 서비스 반찬 1개 무료 금액상관없이 3팩이상 주문시 무료배달 오후 3시~6시 사이 순차적 배달
	판교 테라스하우스 초역세권 투자 매물 ✔ 전매가능 투자물건!! (계약금10% 전매가능) ✔ 계약조건 -만19세이상 누구나 가능 -지역무관, 중도금무이자,대출규제X ✔ 투자포인트 -최고급더하운드숙박시설 10년 임대확정!!(선착순) -2천억원 규모 테크노밸리 개발사업 MOU체결 -4조원 규모 판교국제테마파크 사업 전략사업부 김카카오 팀장
광고 표기 미준수 • 정보를 '주'로 나타내더라도 광고성 메시지 내용이 혼재된 경우	안녕하세요. 카카오프렌즈마트 입니다. 사전 공동구매 신청하신 수산물이 마트에 도착하여 안내드 립니다. 결제 및 상품 수령을 위해 5월 25일까지 마트 방문을 부탁드 립니다. 점주 추천 상품 프로바이오틱포도 130ml*8 ☞ 1,680 고칼슘우유900ml ☞ 990 몽고간장1.5L ☞ 3,750 순창고추장 2.25kg ☞ 8,500 ⋮ 감사합니다.
	안녕하세요. 카카오프렌즈 폰마트입니다. 신청하신 휴대폰이 정상 개통되었습니다. 인터넷+TV = 현금 최대지원 인터넷+TV 계약 시 최대 00만원 현금 지원!!!! 휴대폰 개통과 동시에 계약시 추가 ABCD 사은품 100% 증

	정 답장으로 문의주세요~~❤
	안녕하세요. 카카오프렌즈 반찬가게입니다. 공동구매 참여하신 반찬이 금일 중 배달 예정입니다. 아래 메뉴 특가로 추가 주문가능하니 예약 링크 활용해 주시 요! - 서울식 소불고기 전골 9,900원 - 오삼불고기 10,900원 - 아욱국 7,000원 - 청국장 8,000원 - 고등어조림 9,000원 ▶예약은 아래 링크에서, 1)성함, 2)요리명/수량, 3) 방문시간 을 댓글로 적어주세요^^
광고 표기 미준수 • 영업시간, 휴무안내 발송	안녕하세요. 고객님 영업시간 및 배송 시간을 안내해 드립니다. - 영업시간 : 연중무휴 24시 - 배송금액 : 30,000원 이상 주문 - 배송가능시간 : 오전 10시 ~오후 7시 문의하실 내용이나 불편사항은 1111-1234로 연락주세요. 감사합니다.
	안녕하세요. 고객님 카카오프렌즈 폰마트 영업시간을 안내해 드립니다. - 영업시간 : 월~금 오전 10시~오후 8시 - #갤럭시 S29 사전예약 : 2022.06.13~2022.06.20 문의하실 내용이나 불편사항은 1111-1234로 연락주세요. 감사합니다.
제한 업종 • 금융감독원에 미등록된 유사투자자문업, 주식투자자문업, 주식/증권 정보 제공업 등	김카카오 회원님의 투자 수익인증 (6/20) ★투자금 10,000,000 원 ★마감금 33,750,000 원 ★수익금 23,750,000 원 김카카오 회원님의 1차 플랜 투자 수익 인증 후기입니다! 지금 이시간에도 많은 회원님들이 꾸준히 수익보고 계시고 많은 분들이 문의를 주고 계세요. 1차 플랜 진행을 해보시지 않으시겠어요 회원님 ?^^
	공지 어제 추천드렸던 체험 코인

	▶이더XXXX식 7.87% 이상 ▶폴X닷 3.67% 이상 매도가 안내 받으신분들 모두 수익 축하드립니다. 오늘 신규코인 진입하실분들은 "진입" 답장
제도권 금융 사칭 • 제도권 금융사가 아님에도 제도권 금융사의 직원임을 사칭하여 투자 유도	안녕하세요 카카오증권 혁신성장리서치팀장 프로도입니다 ^^ 가입비 X, 월 회비 X 일반 투자 업체와는 차원이 다른 서비스를 제공해드립니다~! 수익을 보시기 전 발생되는 비용이 전혀 없습니다. 100% 무료 상담 받아보시고 투자 방향성을 알아보세요~! 지금 바로 무료 상담 받아보시겠어요? 언제든지 상담을 원하시면 "상담" 이라고 남겨주세요 ^^

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 메시지광고 FAQ
- 채널 메시지 집행 가이드

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

쇼핑 광고

> ⓘ 쇼핑 광고는 쇼핑박스에서 유저가 다양한 소재를 카탈로그를 보며 쇼핑하는 듯한 경험을 줄 수 있습니다.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

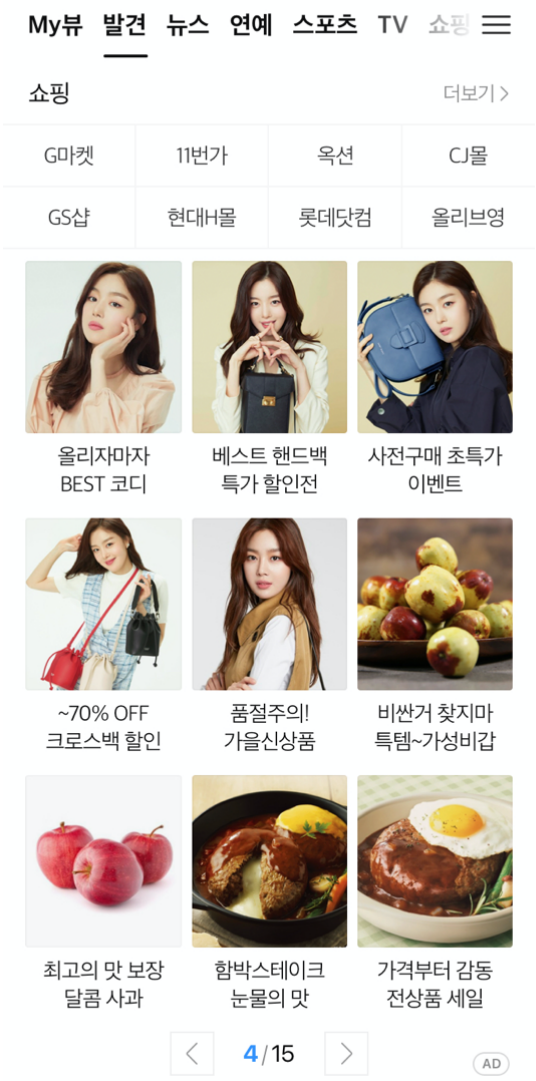
- ＃1. 노출 지면
- ＃2. 판매 방식
- ＃3. 서비스 제공
- ＃4. 쇼핑 광고 정책

1. 노출 지면

모바일 다음 웹/앱 내 발견/뉴스/랭킹/연예/TV 등 총 8개 탭과 PC 다음 메인 페이지 우측 중단 등 쇼핑에 특화된 영역에 집중하여 노출됩니다.

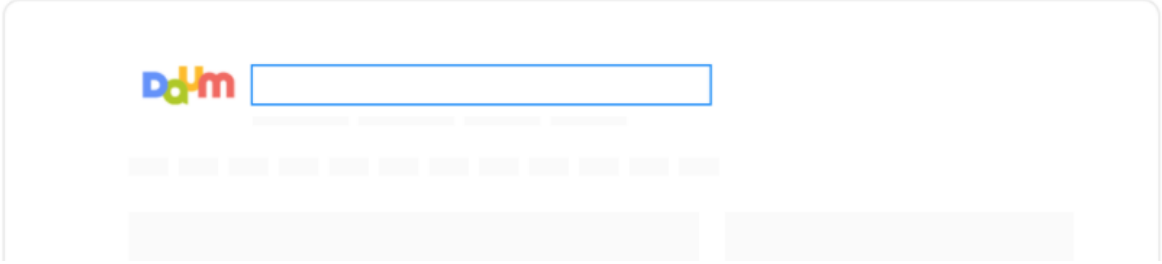
모바일 다음 웹/앱

성장하고 있는 모바일 결제를 통해 자연스러운 구매 연결을 유도합니다.
모바일 다음 웹/앱 내 발견/뉴스/랭킹/연예/TV 등 총 8개 탭에 노출됩니다.



PC 다음

다양한 소재를 풍부하게 선보여 마치 카탈로그에서 쇼핑하는 듯한 경험을 선사합니다.





2. 판매 방식

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 ‘My뷰, 스포츠, 자동차+’ 3개 탭을 제외한 모든 탭 중단
노출 기간 및 구간 단가	[기간 : 1개월] -집행 월 1일 ~ 집행 월 말 일 -10,000,000원 (VAT 별도) [기간 : 1주] -월요일 ~ 일요일 -3,000,000원 (VAT 별도)

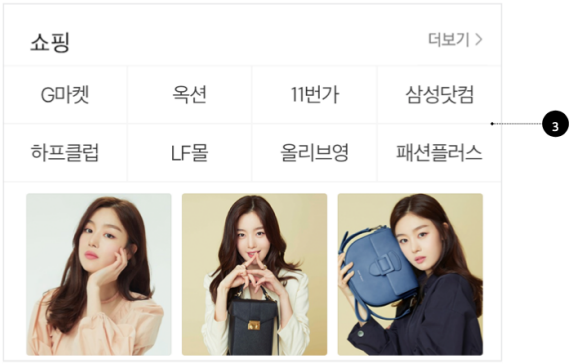
3. 서비스 제공

유저가 쇼핑몰로 바로 유입될 수 있는 몰명 영역이 제공됩니다.
[모바일 쇼핑박스]는 가독성을 강화한 몰명과 함께 모든 탭으로 몰명 노출이 확장됩니다.
[PC 쇼핑박스]에서는 아이콘 + 몰명의 신규 추가로 유저들의 시선을 단번에 집중시킬 수 있습니다.

PC 쇼핑박스



MO 쇼핑박스



❶ 아이콘 + 몰명

구좌 수	총 2 구좌
노출 주기	분기 단위

❷ 몰명

구좌 수	총 15 구좌
노출 주기	분기 단위

* 노출주기는 변경 될 수 있습니다.

❸ 몰명

구좌 수	총 8 구좌
노출 주기	분기 단위

* 노출주기는 변경 될 수 있습니다.

4. 쇼핑 광고 정책

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

상품 구매	• 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	• 소재는 구좌 기간에 맞춰 상시 노출되며 페이지뷰 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. • 소재 미등록, 스케줄 설정 오류, 17시 이후 및 광고 집행 당일에 소재를 등록하는 경우 등 운영 중 발생한 미노출에 대해서는 카카오에서 책임지지 않습니다.
광고 심사	• 쇼핑 광고는 17시 등록건까지 당일 검수 처리되며, 이후 등록건은 다음 영업일에 처리됩니다. • 소재 검수는 플랫폼에 등록되는 순서에 따라서 진행되며 원활한 운영을 위하여 광고 집행일(영업일 기준) D-1일까지 소재가 등록되어야 합니다.
광고리포트	• 소재별 클릭수만 제공되며 모먼트를 통해 제공됩니다.
비용 정산	• 카카오모먼트의 정책과 동일합니다.
광고 해지 및 계약 해지 수수료	• 집행 기간 중 계약 해지 시 수수료를 부과하며 수수료는 잔여기간 예산의 10%입니다. • 계약 해지 수수료는 해당 월 세금계산서 발행 시 포함됩니다.

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 쇼핑 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

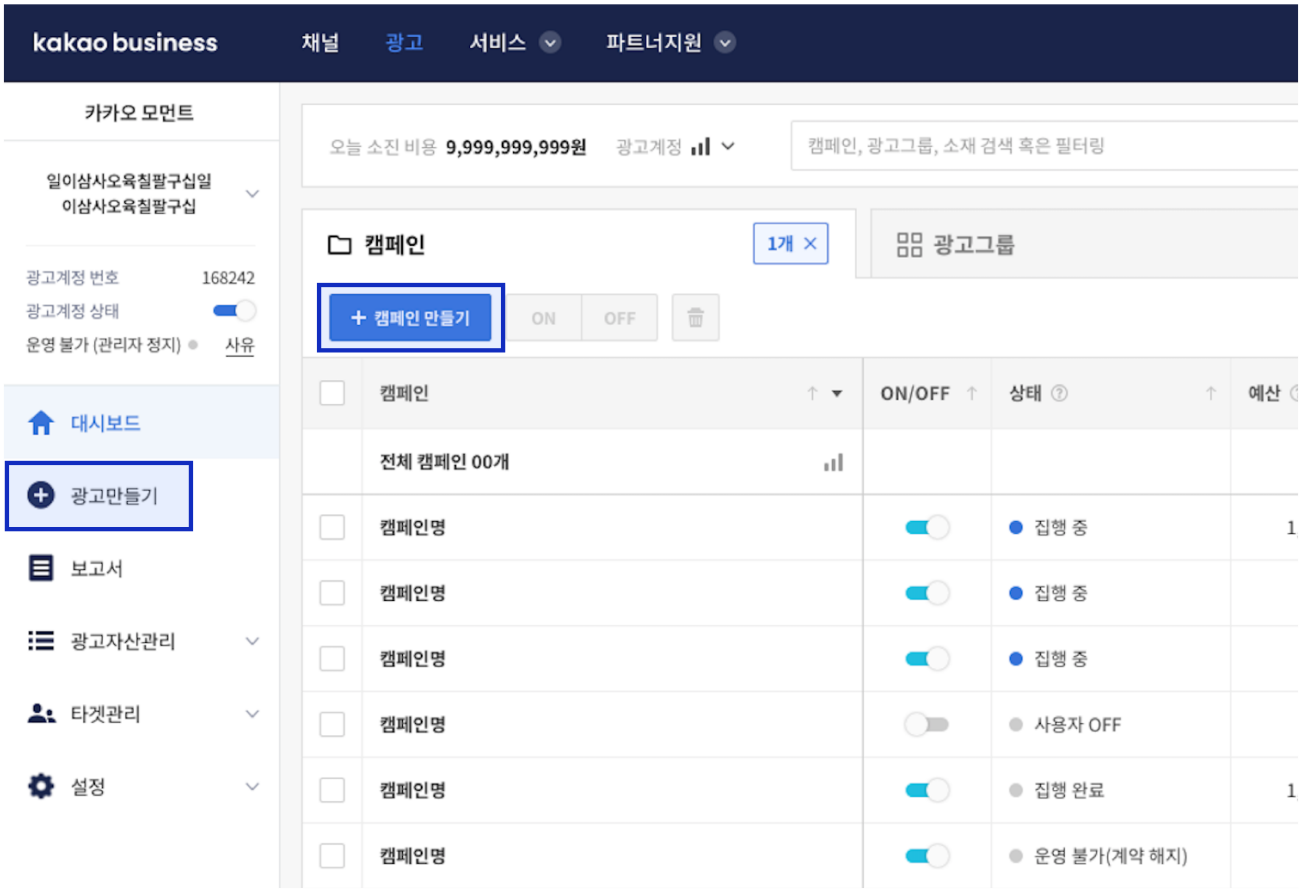
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

캠페인 만들기

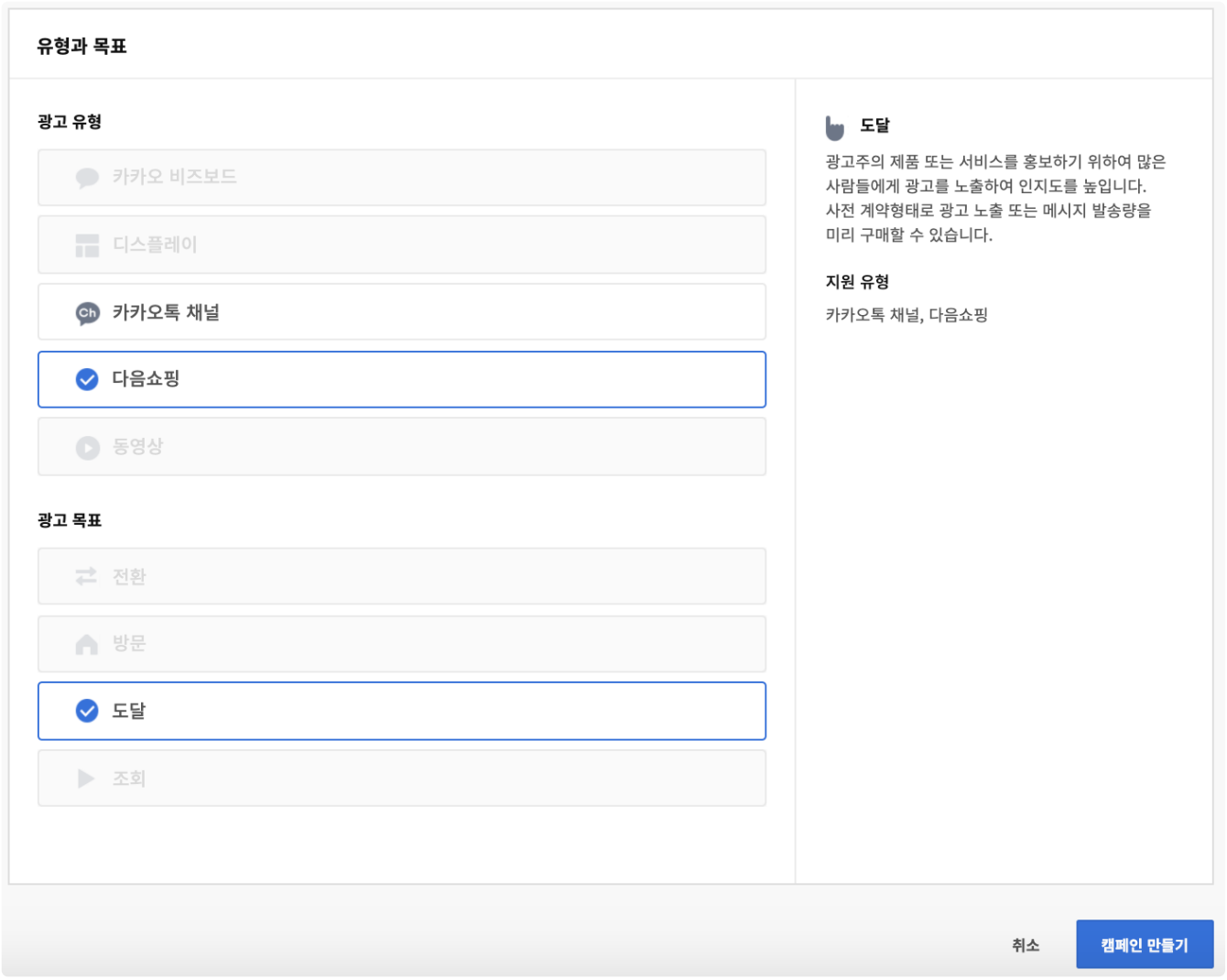
ⓘ 쇼핑 광고는 '다음쇼핑 X 도달' 캠페인을 통해서만 집행이 가능합니다.

ⓘ 카카오모먼트 캠페인 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

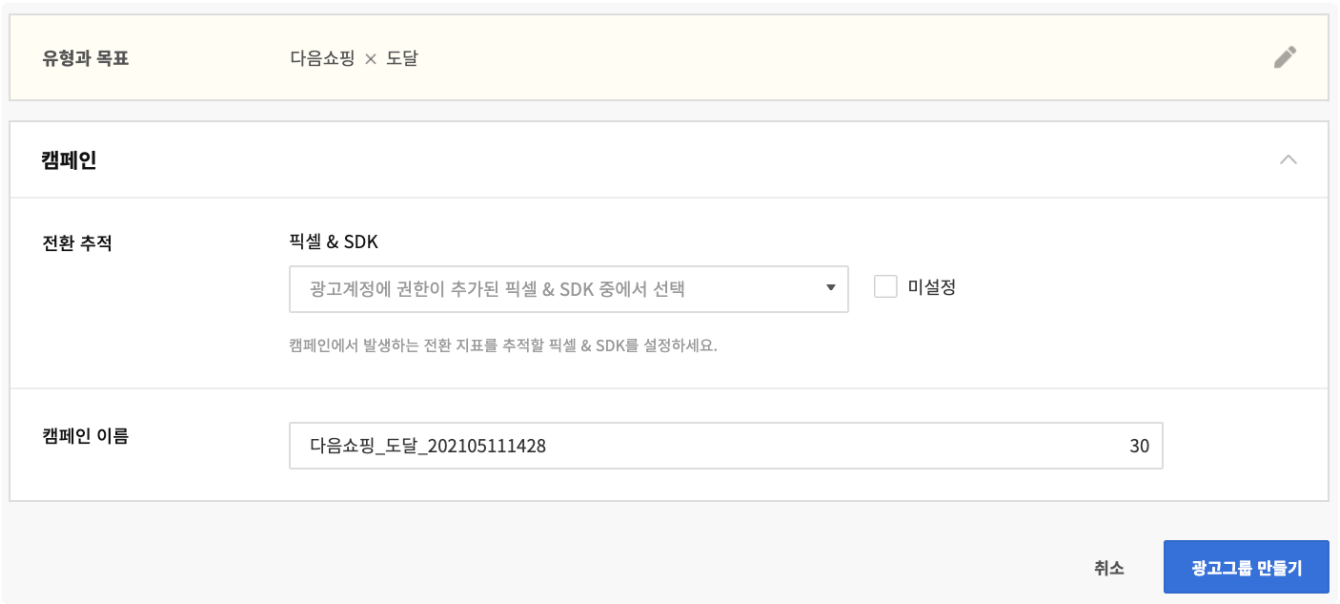
Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요



Step 2. 광고 유형에서 [다음쇼핑]을 선택하고 광고 목표를 [도달]로 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 3. 캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다. 각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



설정 항목

전환 추적
광고 계정에 연결된 픽셀&SDK를 선택하면 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.

캠페인 이름
최대 50자까지 자유롭게 입력이 가능합니다.

Step 4. 캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

> 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 쇼핑 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

광고그룹 만들기

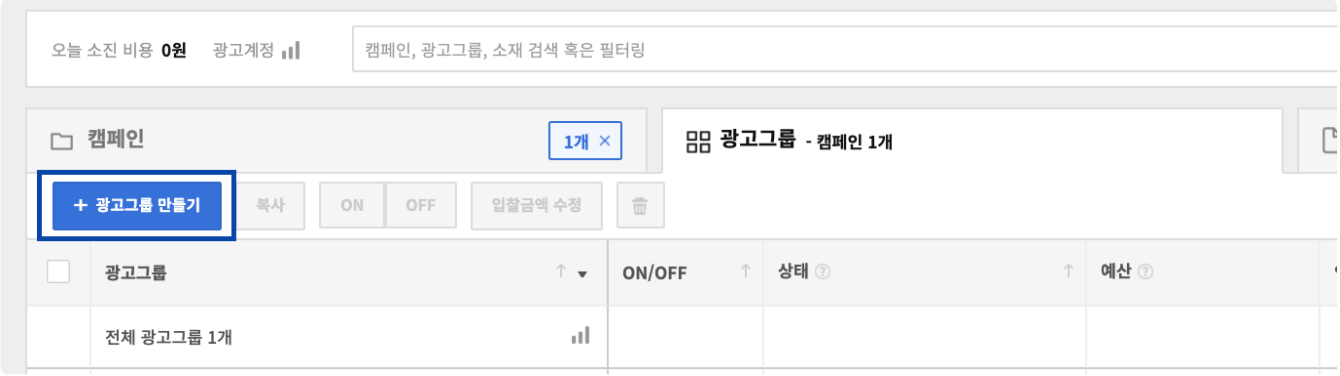
쇼핑 광고에서 광고그룹 생성은 계약 생성을 의미합니다.
하나의 캠페인 하위에 월/주단위 광고그룹을 혼합하여 생성할 수 있습니다.

참고해주세요!

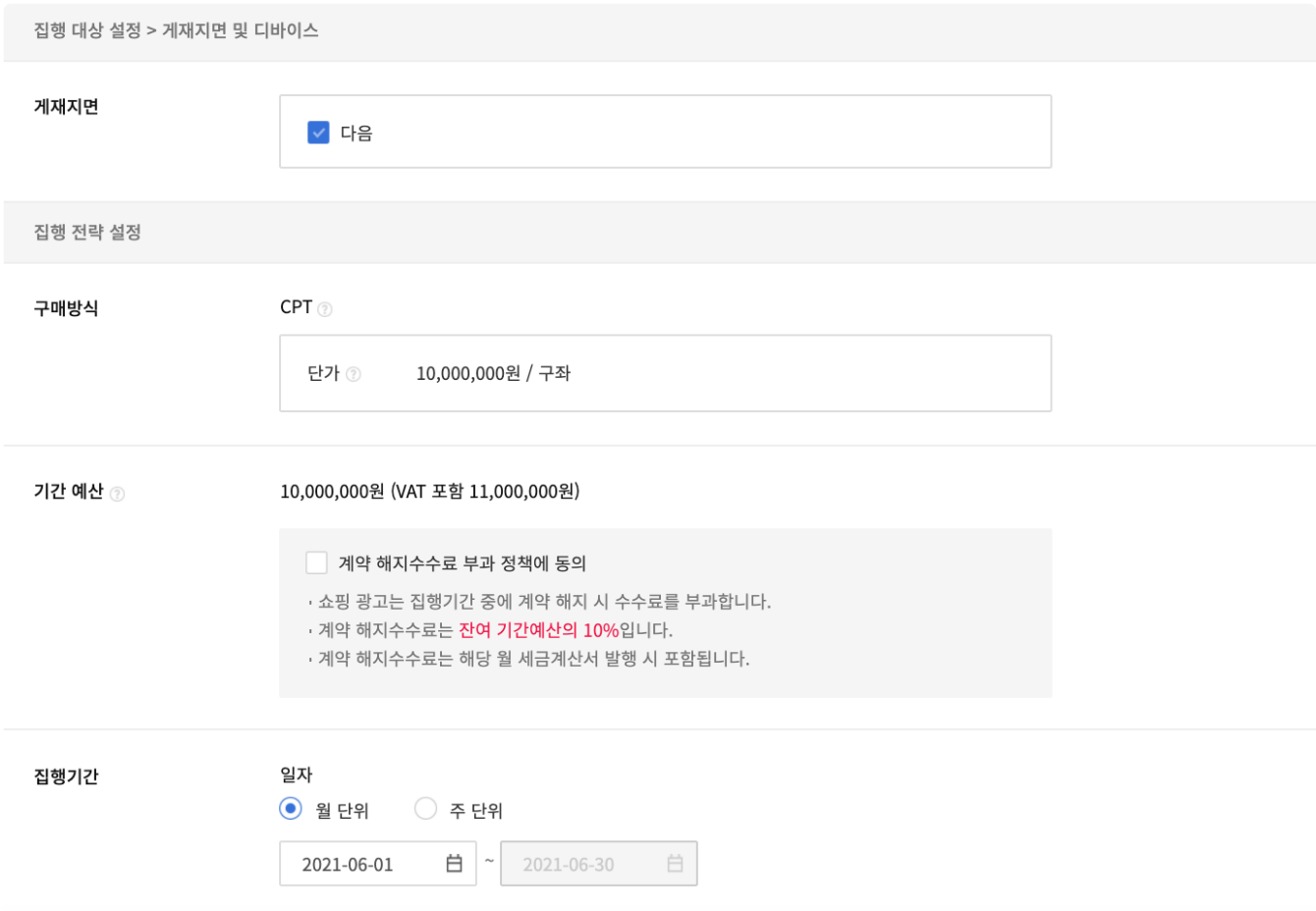
광고 캐시 잔액이 있을 경우에만 광고그룹 생성이 가능합니다.
쇼핑 광고 집행을 위한 충분한 캐시가 남아있지 않다면, 광고캐시를 먼저 충전하고 광고그룹을 생성해주세요.

카카오모먼트 광고그룹 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

Step 1. 캠페인 생성 후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 만들 수 있습니다.
기존 캠페인에 광고그룹을 추가로 만들고 싶다면 광고계정에서 캠페인 선택후 [새 광고그룹 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 2. 집행대상 및 집행 전략을 설정해주세요.



자세한 설정 항목은 아래를 참고해주세요.

설정항목

게재지면 및 디바이스
게재지면은 [다음]으로 자동 설정되고 PC&모바일 동시 노출로 디바이스 별도 선택이 불가합니다.

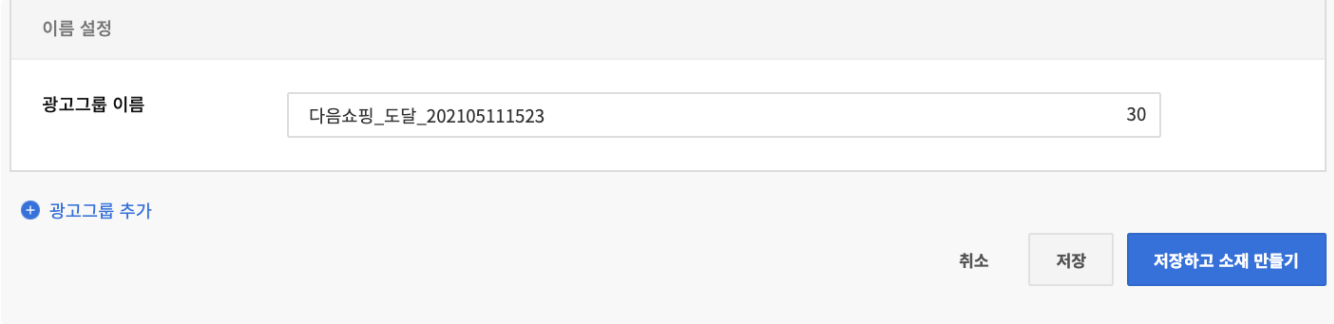
구매방식
노출 기간에 따라 과금되는 CPT 과금방식이 자동 설정되며
단가는 집행기간 설정에 따라 자동으로 출력됩니다.

기간예산
집행기간 설정에 따라 자동으로 출력되며 개별 입력이나 수정은 불가합니다.
또한, 계약 해지수수료 부과 정책에 대해 확인 후 동의가 필요합니다.

집행기간
월(1일 ~ 말일)/주(월요일~일요일) 단위 중 단일 선택해야 합니다.

- 월 단위 : 오늘 자 기준으로 다음달만 구매 가능
  (1일 1일에 구매하는 경우, 2월만 구매가능)
- 주 단위 : 오늘 자 기준으로 다음주부터 다음달까지 구매 가능
  (1월 1일에 구매하는 경우, 다음주 월요일부터 2월까지 구매가능)

Step 3. 광고그룹 이름을 작성하고 [저장] 버튼을 눌러 광고그룹 생성을 완료해주세요.



다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 쇼핑 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

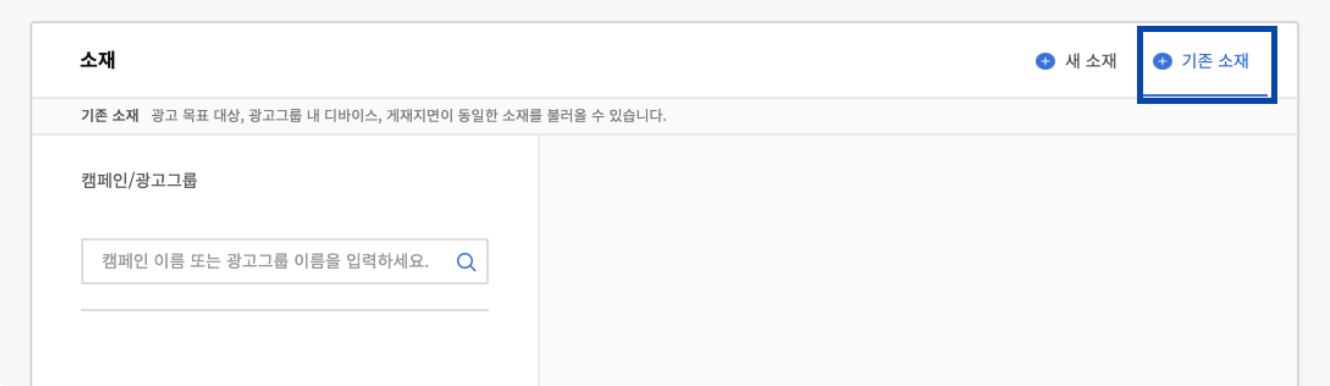
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

소재 만들기

> 카카오모먼트 소재 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

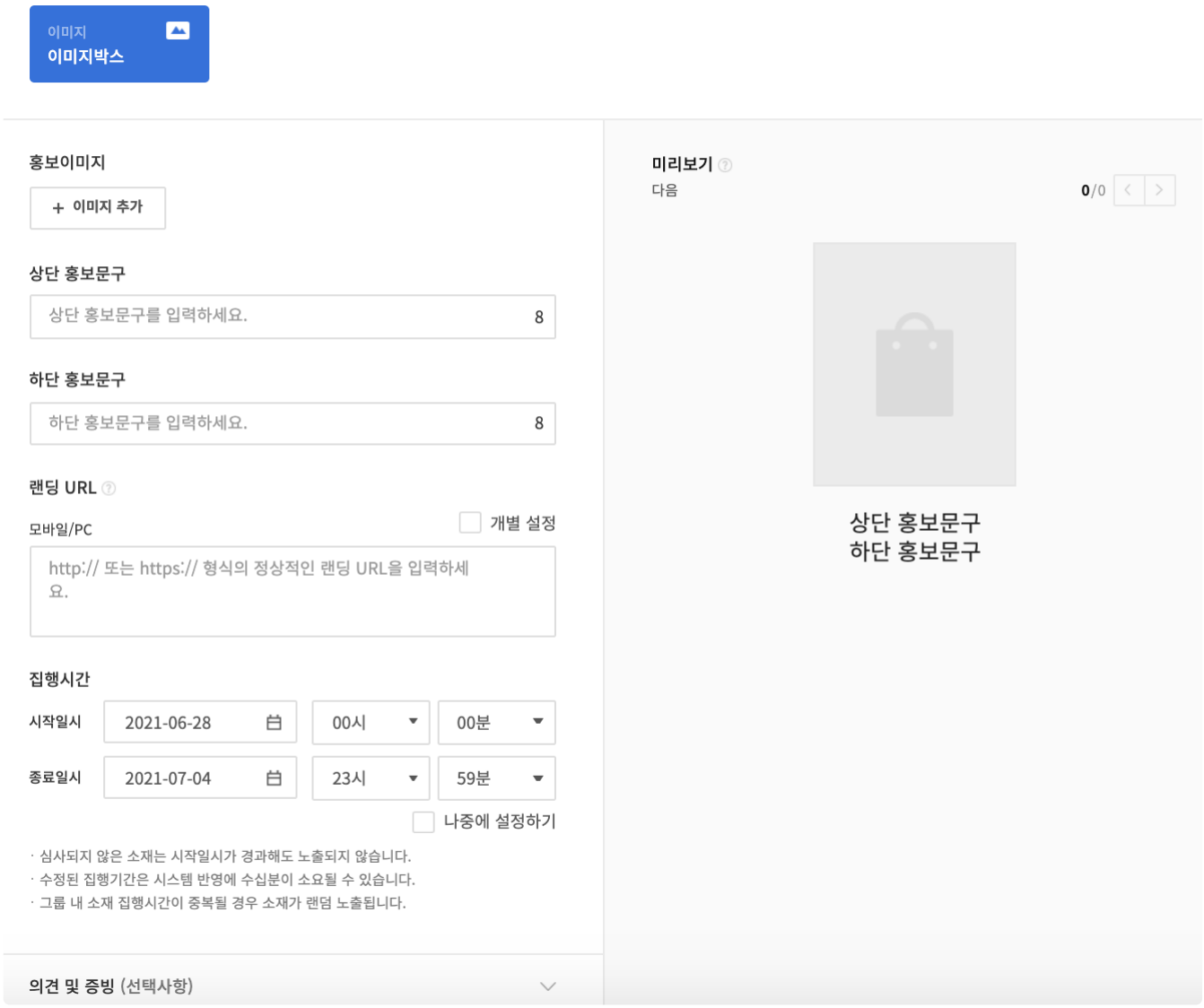
Step 1. 소재 만들기
광고계정에서 캠페인과 그룹 선택후 [새 소재 만들기] 버튼을 눌러주세요.

Step 2.기존에 등록한 소재로 광고 운영하고 싶다면 [기존소재] 버튼을 눌러주세요.
캠페인 유형 및 목표, 광고그룹 내 디바이스, 게재지면이 동일하면 소재를 불러올 수 있습니다.



캠페인 이름 또는 광고그룹 이름으로 기존 소재를 검색하여 등록이 가능합니다. 새 소재 등록이 필요하다면 아래 안내를 계속해서 참고해 주세요.

Step 3. [새 소재] - [이미지박스] 버튼을 클릭하고 소재 구성 요소를 입력해주세요.



구성요소

홍보이미지

직접 업로드하거나 최근 사용한 이미지를 불러올 수 있습니다.
등록 가능한 소재 사이즈와 용량 및 포맷은 '소재 등록 가이드'로 확인해 주세요.

상단 홍보문구/하단 홍보문구

상단과 하단 홍보문구는 각각 최대 8자까지 입력이 가능하며
모두 필수 입력 항목입니다.

랜딩 URL

소재가 연결되는 페이지의 URL을 입력합니다.
PC/모바일 구분하여 랜딩URL 설정이 필요한 경우에는 '개별 설정'을 통해 각각 입력이 가능합니다.

집행 시간

소재별 집행시간은 광고그룹 집행기간 내에서 설정할 수 있으며 과거 일정은 설정할 수 없습니다.
소재간 집행시간이 중복될 경우 소재는 랜덤 노출되며 소재 심사 승인 완료 후 집행시간을 수정할 경우, 소재심사 없이 집행시간 수정이 가능합니다.
'나중에 설정하기'를 선택하면 집행 시간을 설정하지 않고 소재 저장 및 심사 진행이 가능합니다.

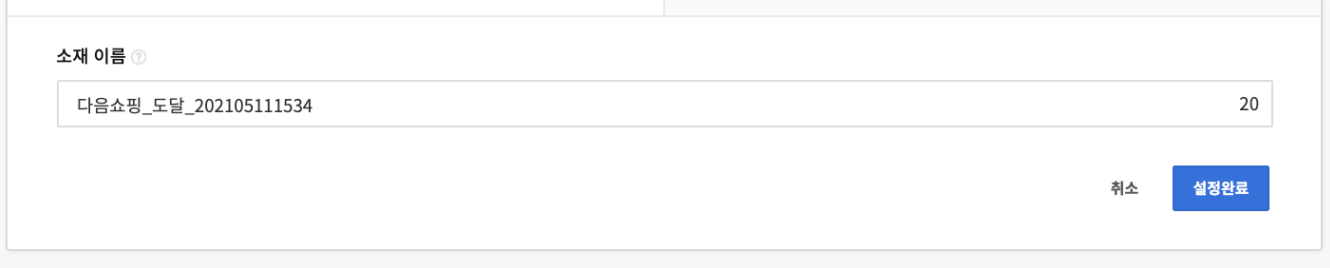
주의

아래와 같은 사유로 인해 광고그룹 내 소재가 없거나 미노출 시간대가 존재하더라도 기간 예산은 환급되지 않으므로 소재별 집행시간 설정에 주의해주시기 바랍니다.

- 모든 소재 상태가 OFF 이거나 [나중에 설정하기]로 집행시간이 미설정된 경우
- 그룹 집행기간 중 소재 집행시간이 비어있는 경우
- 심사 통과된 소재가 모니터링에 의해 심사 보류 상태로 변경된 경우

소재 등록시 담당자에게 전달하고자 하는 의견이 있거나 증빙자료 제출이 필요할 경우 [의견 및 증빙]을 선택하고 작성해주세요.

Step 4. 소재 이름을 입력하고 [설정완료] 버튼을 눌러주세요.



설정완료 소재 탭에서는 설정이 완료된 소재를 한눈에 확인할 수 있습니다.
광고그룹에 등록이 필요한 모든 소재의 설정이 완료 되었다면 [저장]버튼을 눌러 소재 등록을 완료해 주세요.

등록된 소재는 영업일 기준 최대 2일 내 심사가 완료됩니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 쇼핑 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

쇼핑 광고 제작가이드

> ⓘ 쇼핑 광고의 제작가이드를 알아보겠습니다.

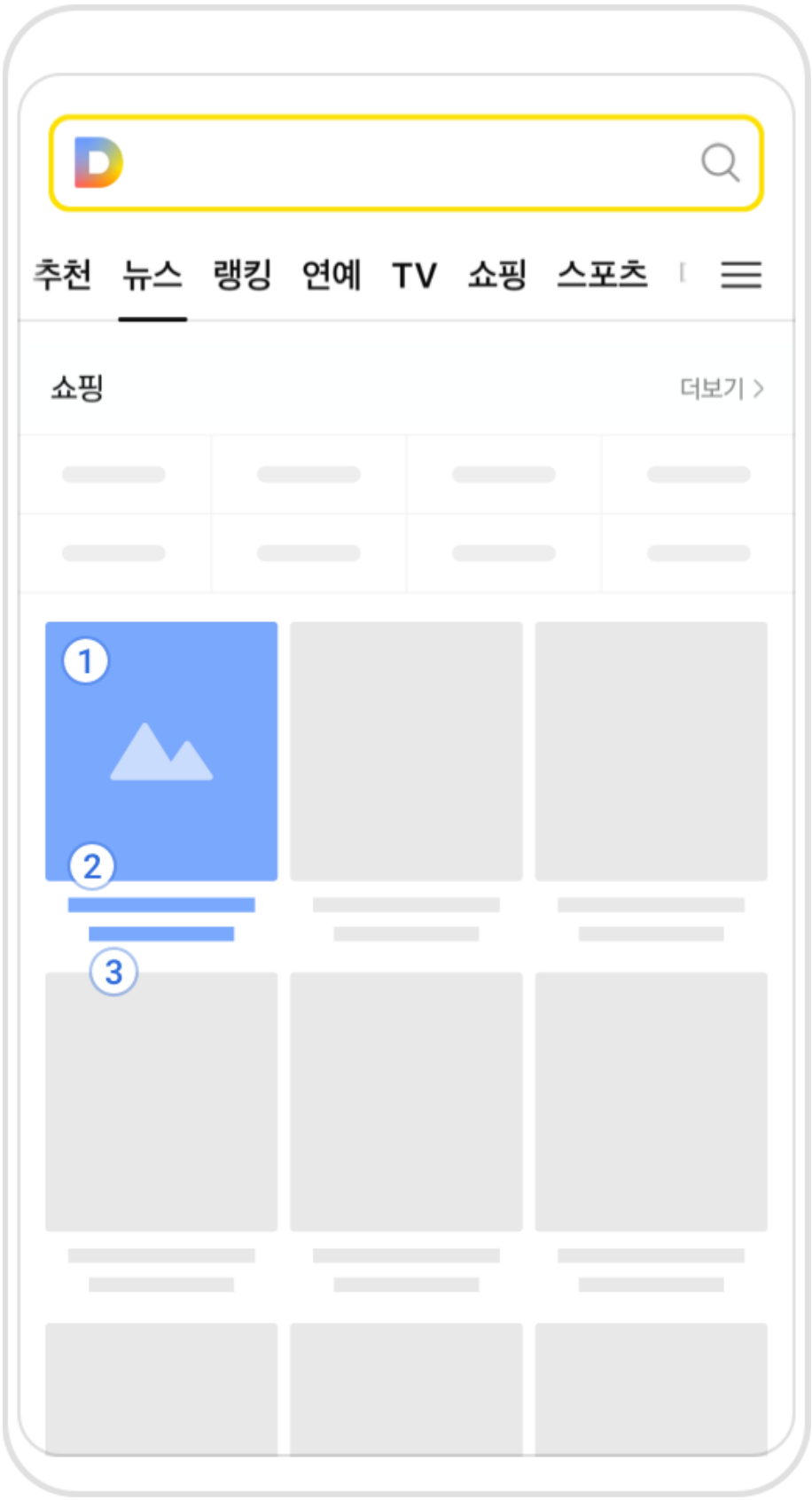
1. 쇼핑 > 네이티브

소재 구성 가이드와 함께 쇼핑>네이티브 소재에서 준수해야 할 제작가이드는 다음과 같습니다.

1-1. 소재 구성 가이드

홍보 이미지와 텍스트가 조합되어 쇼핑에 특화된 영역인 다음 쇼핑박스 노출됩니다

소재 구성 1

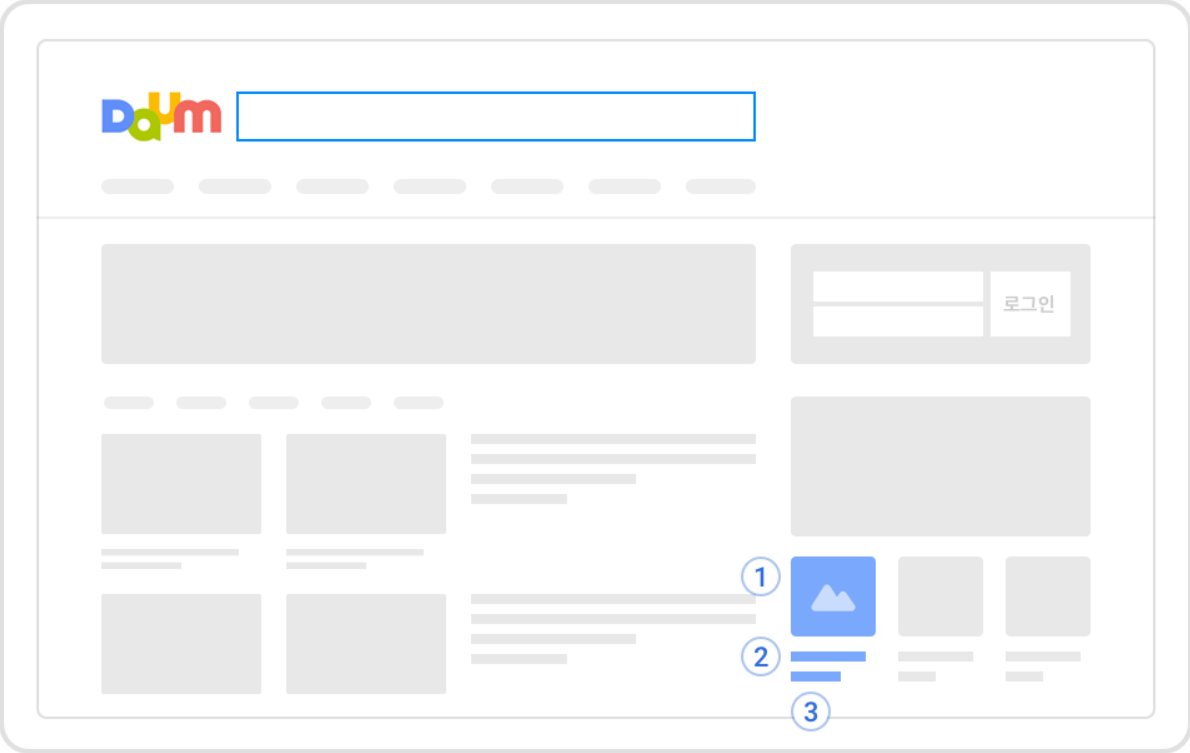


구성 요소

구성 요소	상세 안내
1.홍보이미지	530x640px / JPG, JPEG, PNG / 300K

2.상단 홍보문구	최대 8자
3.하단 홍보문구	최대 8자
4.랜딩URL	광고그룹에서 설정한 디바이스에 따라

소재 구성 2



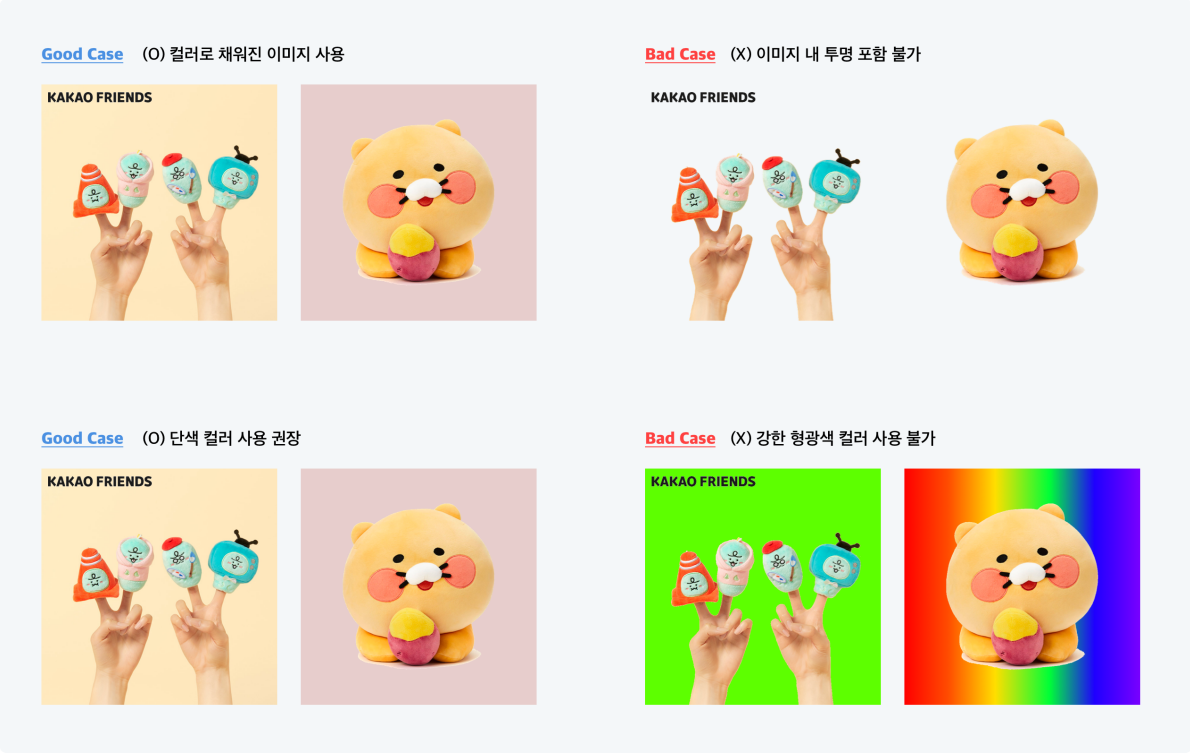
구성 요소

구성 요소	상세 안내
1.홍보이미지	530x640px / JPG, JPEG, PNG / 300K
2.상단 홍보문구	최대 8자
3.하단 홍보문구	최대 8자
4.랜딩URL	광고그룹에서 설정한 디바이스에 따라

1-2. 제작 가이드

홍보 이미지

1. 이미지는 모바일 노출 영역에서 상/하 각각 10px씩 크롭됩니다.
2. 이미지는 홍보문구 및 연결화면과 연관성이 분명한 상품 이미지로 등록해야 합니다.
3. 이미지 내 외곽 테두리는 삽입할 수 없습니다.
4. 이미지는 모두 컬러로 채워져 있어야 하며, 이미지 내 투명 및 강한 형광색 색상은 사용 불가합니다.



5. 이미지 내 합성은 '복수의 오브젝트' 또는 '모델과 오브젝트'의 경우 가능합니다.
6. 이미지 내 텍스트는 대다수의 이용자가 식별 가능한 사이즈로 구성해야 합니다.
   (1) 모바일 권장 사이즈 : 15px 이상 ~ 40px 이하
   (2) PC 권장 사이즈 : 24px 이상 ~ 60px 이하
7. 이미지 내 강조 효과 사용이 불가합니다.
8. 분할 이미지는 가로 또는 세로 방향으로 최대 2컷까지 사용 가능합니다.

상/하단 홍보문구

1. 상단 홍보문구와 하단 홍보문구는 동일한 문구로 기재 불가합니다.
2. 광고에 관련된 내용을 객관적으로 작성해야 합니다.
3. 전화번호, 주소, 이메일, 아이디 등의 광고주 정보를 기재할 수 없습니다.
4. 이용자 유인을 위해 지나치게 자극적으로 문구를 기재한 경우 광고 집행이 불가합니다.
5. 의미 전달에 필요한 경우에 한하여 특수문자를 사용할 수 있습니다.
   1) + , ? ! ~ / & % → ← ↑ ↓ 특수문자만 사용 가능
   2) 불필요하게 반복적인 형태 혹은 이모티콘 형태의 특수문자는 사용 불가
6. 앱 다운로드 유도 문구는 사용이 불가합니다.
7. 표준어 사용을 권장합니다.

1) 브랜드명을 제외한 텍스트는 한글 사용을 권장
2) 유행어 또는 축약어는 운영자의 판단에 따라 반려될 수 있음

8. 홍보문구에 기재된 할인율 또는 가격은 메인 페이지 또는 상세 페이지에서 확인되어야 합니다.
1) 연결화면이 블로그, SNS일 경우 가격 및 할인율이 전체 공개인 경우에만 기재 가능

URL 내 UTF-8 코드로 인코딩되지 않은 특수문자나 한글이 있을 경우, 일부 환경에서 광고가 정상 랜딩되지 않을 수 있습니다.
랜딩 오류가 발생할 수 있는 특수문자를 미리 참고하여 URL을 셋팅해주세요.

- %
- | (vertical bar)
- “

광고 소재 심사 단계에서는 위 이슈가 발생할 가능성이 있는 URL을 별도로 보류 처리를 하고 있지 않기 때문에 각별히 유의 부탁드립니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 쇼핑 광고 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

스폰서드 보드

카카오의 파워 있는 스낵 컬처 서비스인 카카오 뷰에 노출되는 스폰서드 보드 자연스럽게 브랜드 메시지를 전달하고 채널의 구독자를 모을 수 있습니다.
지금 바로 카카오 뷰 에디터가 되어 광고 보드를 생성해보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

＃1. 스폰서드 보드란?

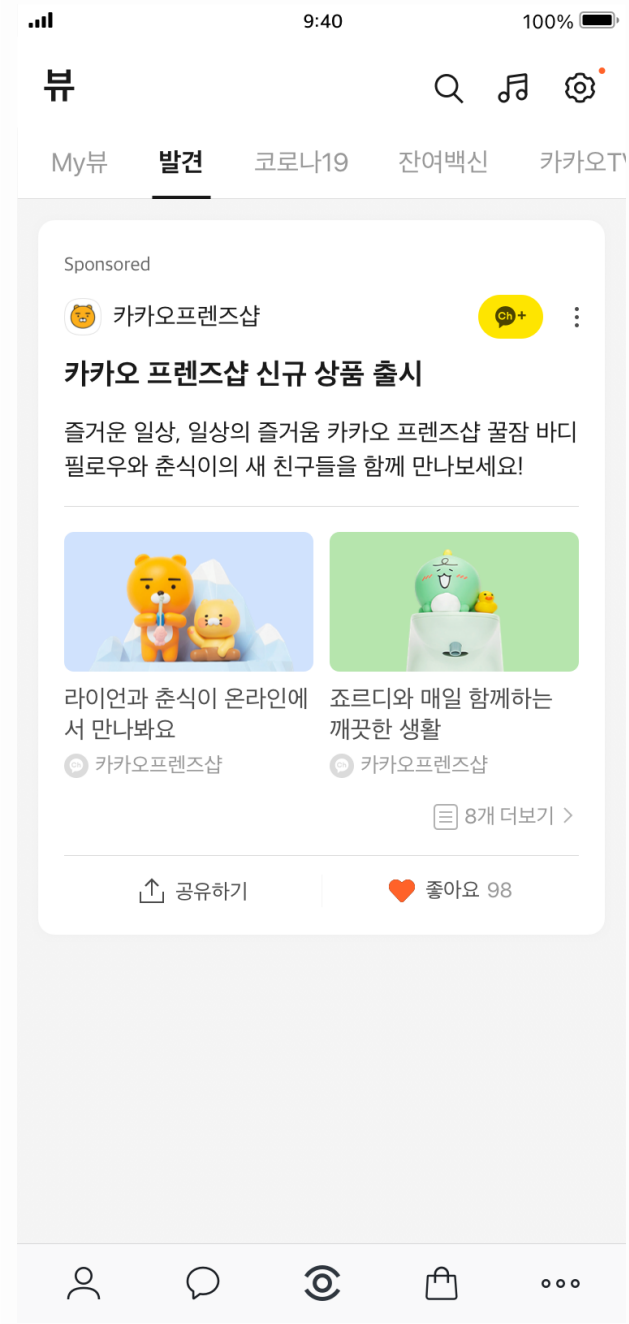
＃2. 보드 유형

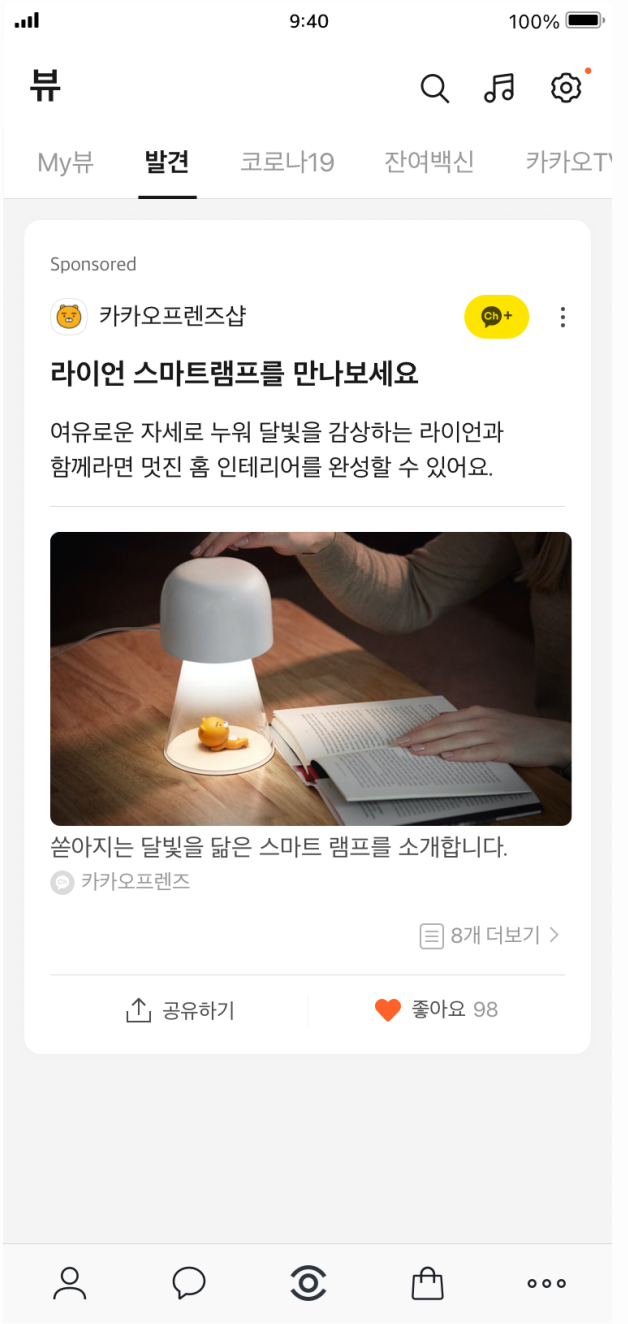
＃3. 목표 및 과금

＃4. 보드 발행하기

＃4-1. 카카오톡 채널 시작하기
＃4-2. 보드 발행하기
＃4

1. 스폰서드 보드란?





카카오모먼트의 신규 광고 유형인 스폰서드 보드(sponsored board)!

스폰서드 보드는 카카오톡 세번째 탭의 카카오 뷰 발견탭에 노출되는 '보드' 소재의 광고 상품입니다. 내 브랜드 또는 채널 콘텐츠를 담은 보드를 노출함으로써 자연스럽게 브랜드 메시지를 전달할 수 있습니다.

또한, 정교하고 다양한 오디언스를 설정하여 적합한 이용자에게만 나의 보드를 소개하고 채널 친구 추가까지 유도할 수 있습니다.

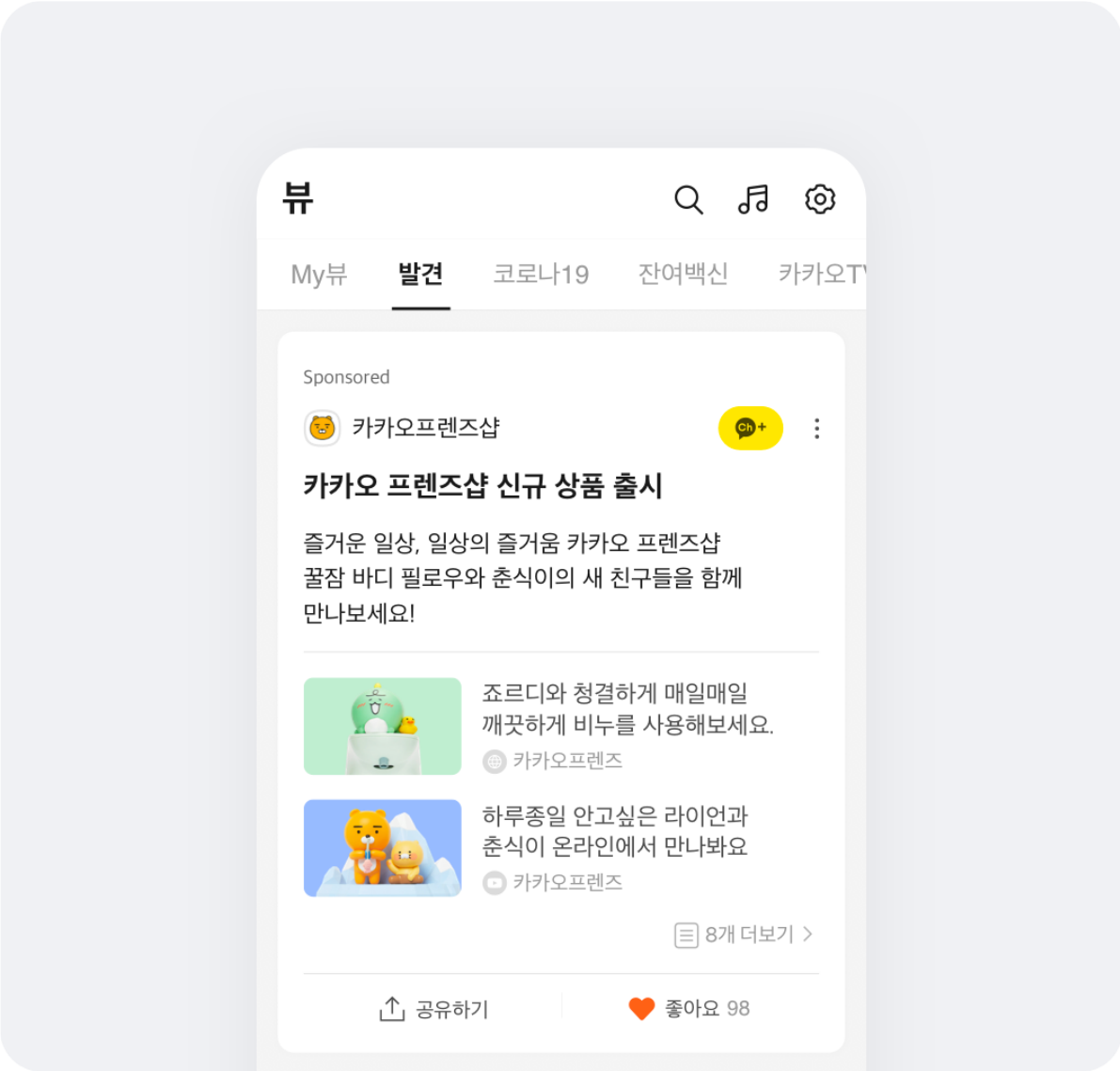
지금 바로 카카오 뷰 에디터가 되어 광고 보드를 생성해보세요. 카카오 뷰의 보드를 통해 카카오톡의 5천만 사용자와 만날 수 있습니다.

2. 보드 유형

썸네일, 2컬럼, 빅썸네일, 텍스트 4가지 유형을 제공합니다.
4가지 보드 유형을 제공하여 다양한 방식으로 브랜드 메시지를 홍보할 수 있습니다.

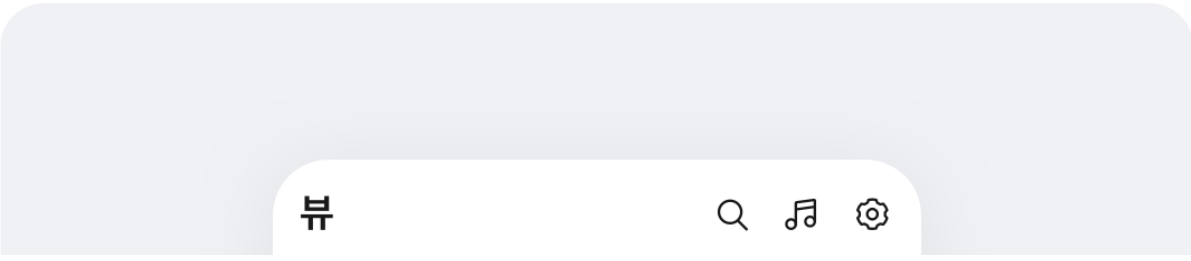
썸네일형

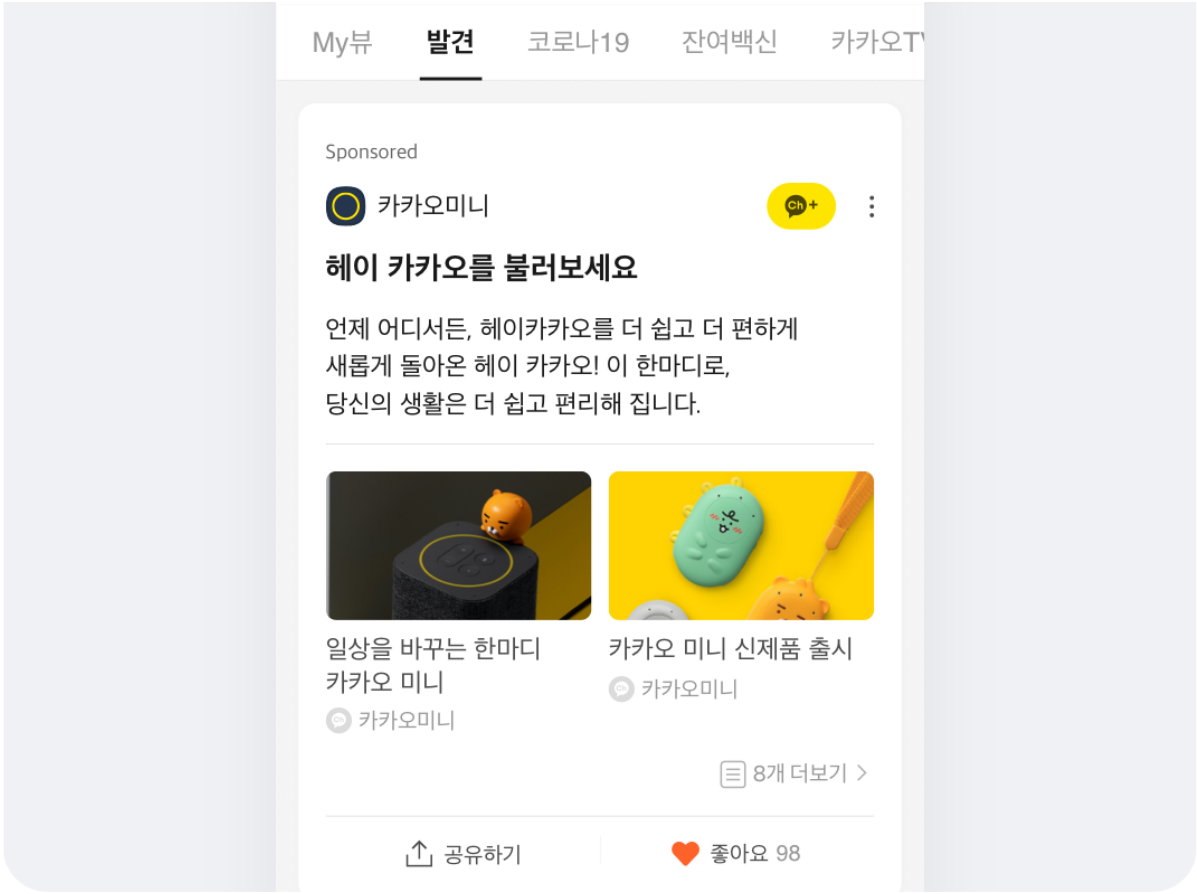
이미지 썸네일이 삽입된 콘텐츠를 효과적으로 보여줄 수 있습니다.



2컬럼형

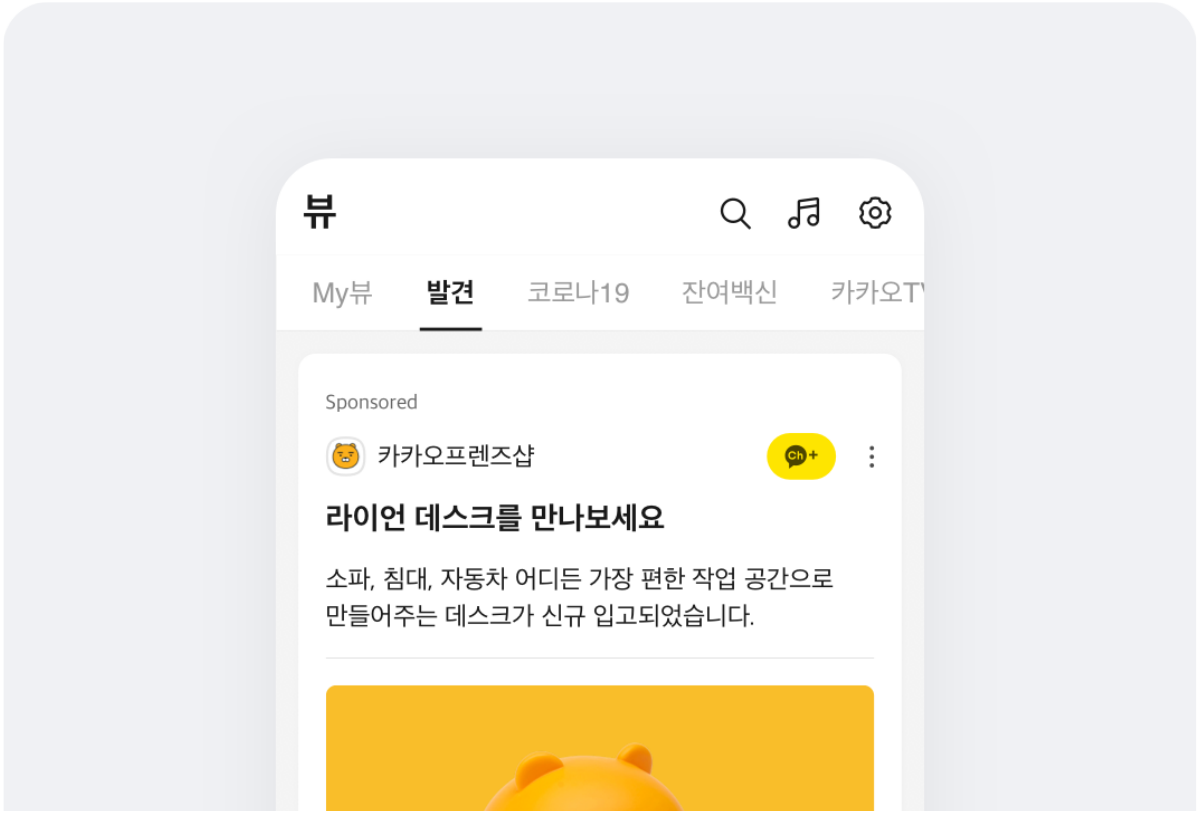
강조하고 싶은 이미지나 동영상 콘텐츠 2개를 효과적으로 보여줄 수 있습니다.

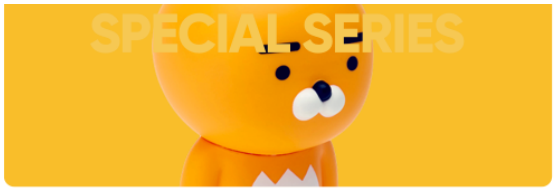




빅썸네일형

강조하고 싶은 이미지나 동영상 콘텐츠 1개를 효과적으로 보여줄 수 있습니다.





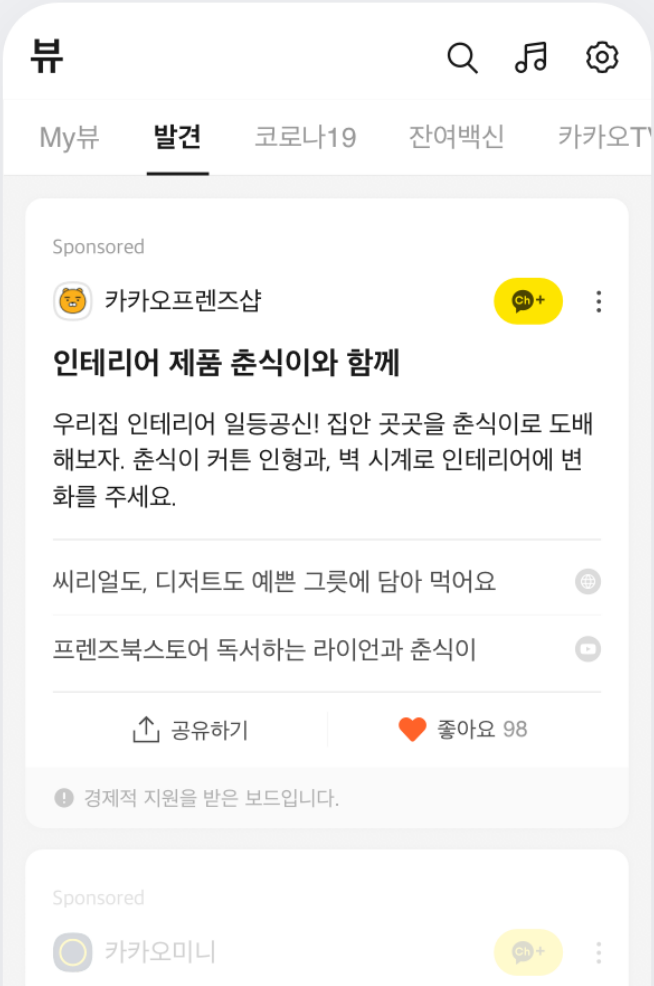
라이언 데스크만 있다면 어디서나 집중모드!

카카오프렌즈

8개 더보기 >

텍스트형

텍스트 중심의 콘텐츠를 효과적으로 보여줄 수 있습니다.

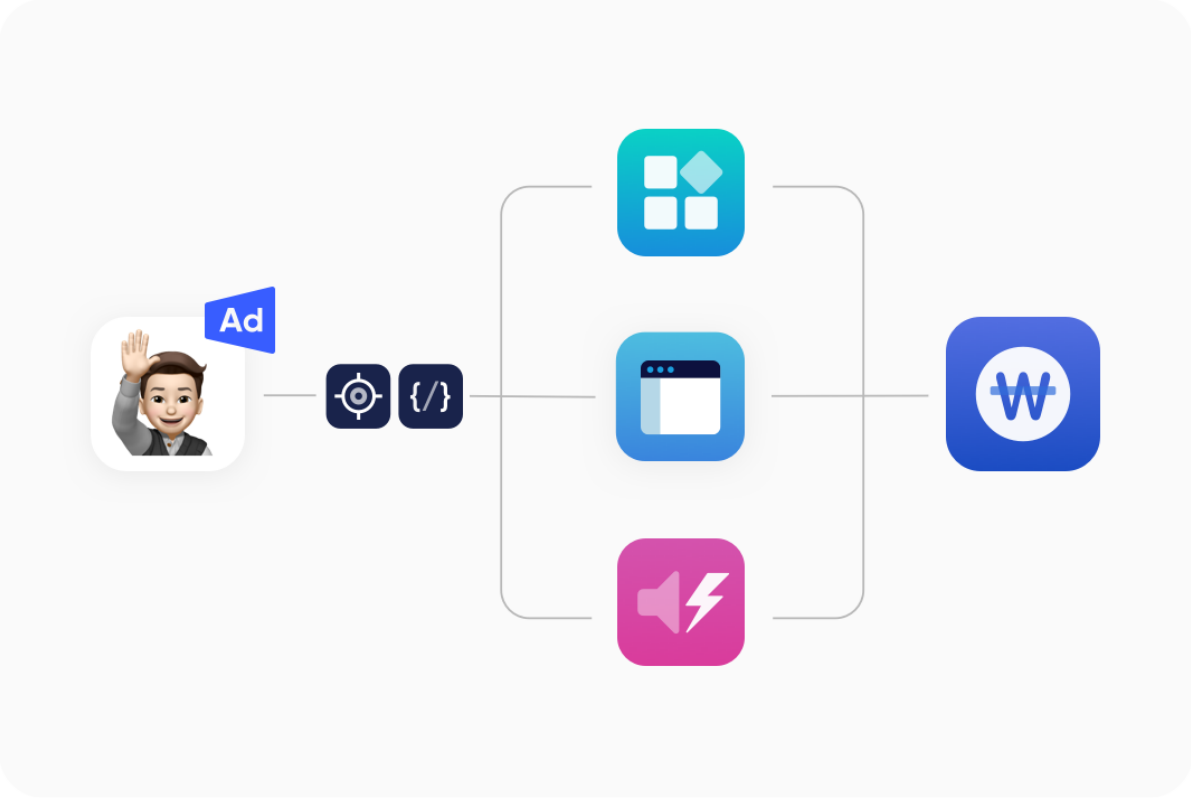


3. 목표 및 과금

스폰서드 보드는 노출당 비용(CPM)으로 과금되며, 입찰방식이므로 효율적인 광고 운영이 가능합니다.

목표 : 방문

광고주가 원하는 랜딩으로 사용자들의 방문을 극대화하여 원하는 마케팅 목표를 달성합니다.
입찰방식의 과금을 통하여 효율적인 광고 운영이 가능합니다.



과금 : CPM

노출당 비용이 과금되는 방식입니다.



4. 보드 발행하기

스폰서드 보드를 집행하기 위해서는 반드시 보드를 발행할 카카오톡 채널이 필요하며, 카카오 뷰 창작센터에서 보드를 발행해야합니다. 보드가 카카오 뷰 창작센터에서 발행이 완료되면 카카오모먼트에서 광고를 집행할 수 있습니다.

그럼 지금부터 **보드 발행 방법**을 알려드리겠습니다.

4-1. 카카오톡 채널 시작하기

카카오 뷰에서 채널은 하나의 프로필과 같은 역할입니다.

개별 창작 채널이 보드를 발행하는 주체가 되기 때문에, 채널 개설은 필수입니다. 카카오톡 채널은 채널 관리자센터와 카카오톡에서 카카오비즈니스 통합 회원으로 전환 후 이용 가능합니다.

아래 채널 만들기 가이드에서 카카오톡 채널 시작부터 운영 방법을 확인해보세요.

채널 만들기

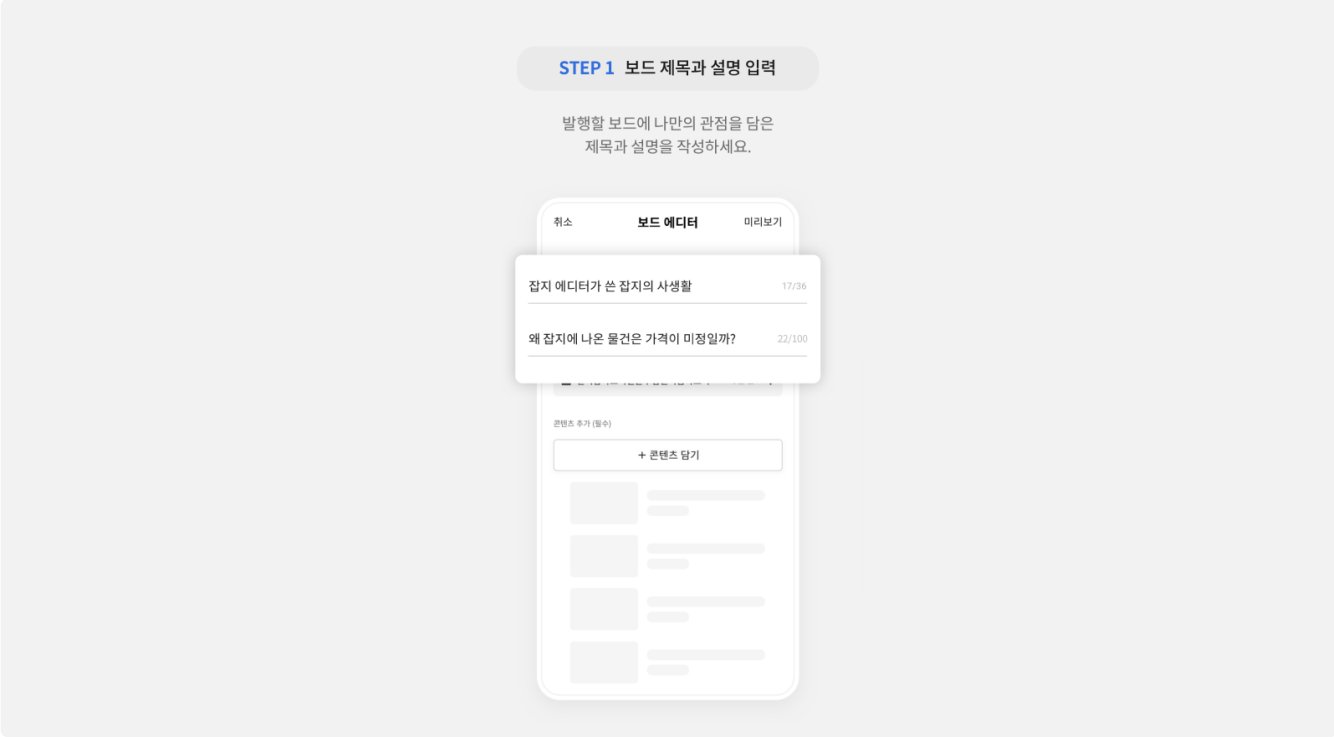
4-2. 보드 발행하기

보드는 카카오 뷰 창작센터에서 발행할 수 있습니다. 보드가 카카오 뷰 창작센터에서 발행이 완료되면 카카오모먼트에서 광고를 집행할 수 있습니다.

아래 3단계만 알고 있다면 보드 만들기 어렵지 않아요!

> **보드란 무엇인가요?** ▶ **바로가기**

Step 1. 보드 제목과 설명 입력하기



발행할 보드에 나만의 관점을 담은 제목과 설명을 작성하세요.
해당 콘텐츠들을 담은 이유나, 강조하고 싶은 내용을 적으면 효과적으로 내 보드를 사용자에게 알릴 수 있습니다!

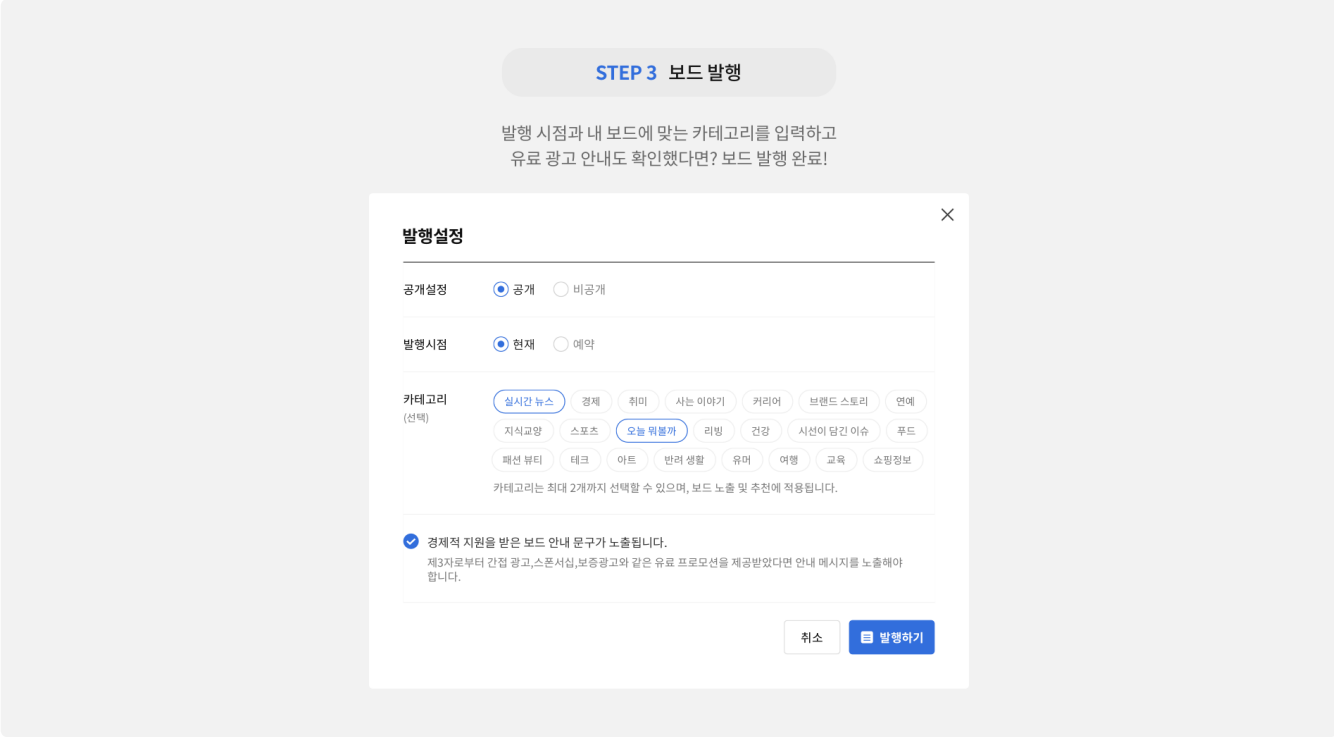
Step 2. 콘텐츠 담고 템플릿 선택하기



보드에 담을 내 콘텐츠나 외부 콘텐츠 링크(URL)를 추가하세요.
앞서 연동한 내 서비스들의 콘텐츠를 손쉽게 불러와 보드에 담을 수 있어요. 다른 뷰 에디터의 콘텐츠도 링크만 입력하면 보드에 담아 소개할 수 있답니다. 내 관점을 담기에 가장 적합한 템플릿을 선택할 수도 있으니 적극적으로 골라보세요!

> ✓ **카카오 뷰 창작센터에 내 서비스 계정 연동 방법** ▶ 바로가기

Step 3. 보드 발행하기



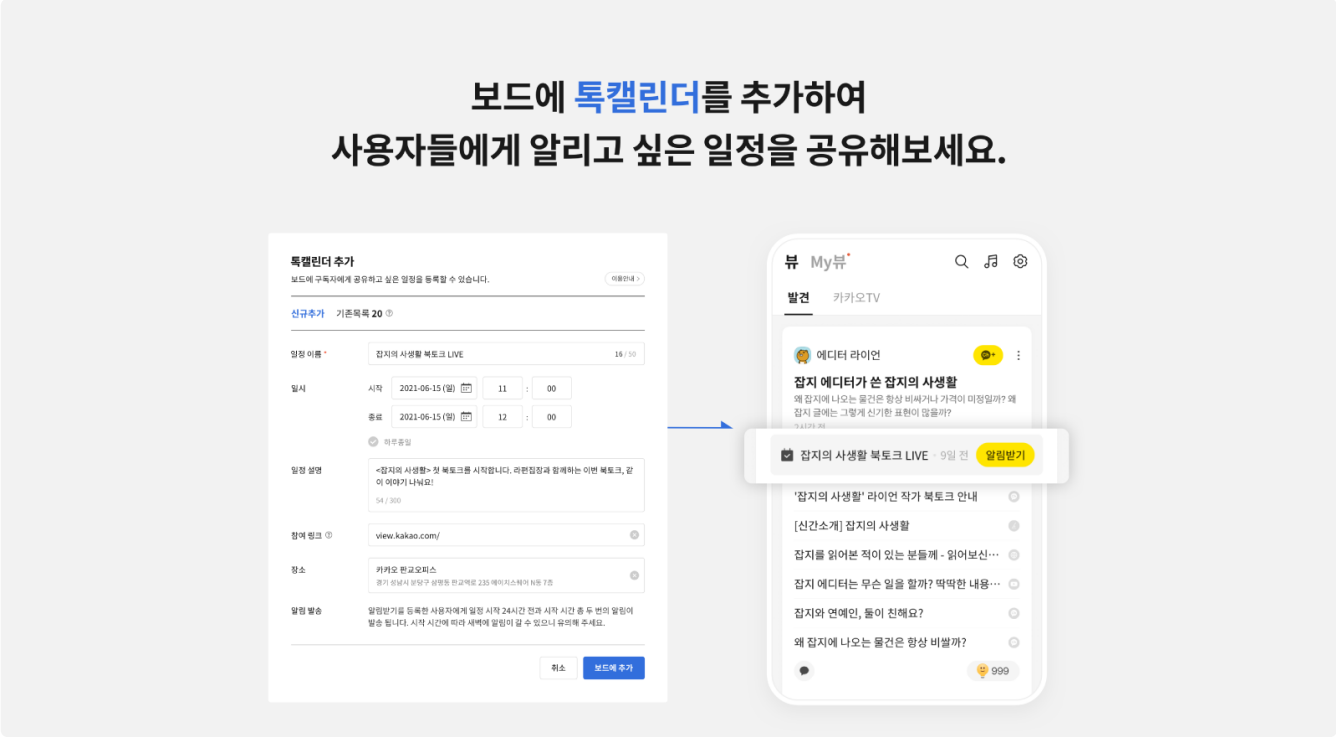
보드에 콘텐츠와 특기능을 추가하고 템플릿도 설정했다면 보드를 발행할 단계입니다.
발행설정 팝업의 [발행하기] 버튼을 눌러 보드를 발행합니다.

채널당 보드는 하루 20개까지 발행하실 수 있으며 해당 날짜에 발행 예약된 보드도 포함됩니다. **(▶관련 공지)**

- **참고 기능 : 톡캘린더 기능 활용해보기**

> ✓ **보드 - 톡캘린더 연동 방법** ▶ 바로가기

카카오 뷰 창작센터에서 생성한 톡캘린더 일정은 보드에 등록할 수 있습니다.
톡캘린더 일정을 예약한 경우 시작 전까지 [알림받기] 버튼이 노출되며, 시작 후 알림 받는 사용자에게 알림이 발송됩니다.



> ⚠ 보드 발행 시 활용 가능한 '오픈 채팅' 기능이 포함된 보드는 카카오모먼트의 광고 심사가이드 상 사용이 불가합니다.
>
> 카카오모먼트 소재 심사 단계에서 '오픈 채팅' 기능이 연결된 보드는 심사 보류 처리되는 점 참고해 주세요.

4-3. 보드 발행 시 유의사항

① **채널과 보드의 공개 여부를 반드시 확인해주세요.**

채널과 보드가 모두 '공개'여야만 카카오톡 뷰탭과 채널 홈에 내가 발행한 보드가 확인됩니다.

또한, '공개' 상태여야만 모먼트 관리자센터에서 소재 설정 시 보드 목록에서 확인 가능하오니 이 점 유의해주세요.

② **보드는 카카오의 정책에 따라 제재될 수 있습니다.**

카카오 뷰 창작센터에서 발행한 보드는 5천만 전연령 사용자가 매일 사용하는 '카카오톡'에 소개됩니다.

따라서 사용자들에게 소개하기에 적합하지 않다고 판단되는 보드는 서비스의 추천 영역에서 발견되지 않도록 조치할 수도 있습니다.
보드를 발행하실 때는 아래 내용을 고려해주시기를 적극적으로 권장합니다.

- 보드에 담긴 콘텐츠의 페이지에 광고가 과도하게 많거나 불필요한 페이지 이동 등으로 콘텐츠 소비 경험을 저해하는 경우, **해당 보드는 서비스의 주요 추천 영역에 노출되지 않을 수 있습니다.**

- 보드 제목이나 설명, 담긴 콘텐츠, 카카오톡 기능 등이 청소년에 유해하거나 서비스 이용약관, 운영정책, 운영 가이드 또는 관련 법률에 위배될 경우 **해당 보드와 카카오톡 채널 프로필이 제재될 수 있습니다.**
- **간혹 보드에 담은 콘텐츠가 각 서비스에서는 정상 노출되고 있더라도 콘텐츠 내용이 유해한 경우에도 보드가 제재될 수 있습니다.**

> **건강한 보드 발행을 위해 뷰 에디터가 꼭 알아야 할 이용 제한 정책 ▶ 바로가기**

③ **보드는 서비스 추천 영역에 노출 가능 여부가 확인 되어야만 광고 노출이 가능합니다.**

보드는 위 2번 가이드로 제재되지 않은, 카카오톡 뷰탭(3탭) 노출 가능 여부가 확인된 경우에만 광고 노출이 가능합니다.

카카오 뷰 창작센터에서 발행한 보드 중 '규제'된 보드가 아닌 모든 보드는 [모먼트 > 소재 > 보드 목록]에 노출됩니다.

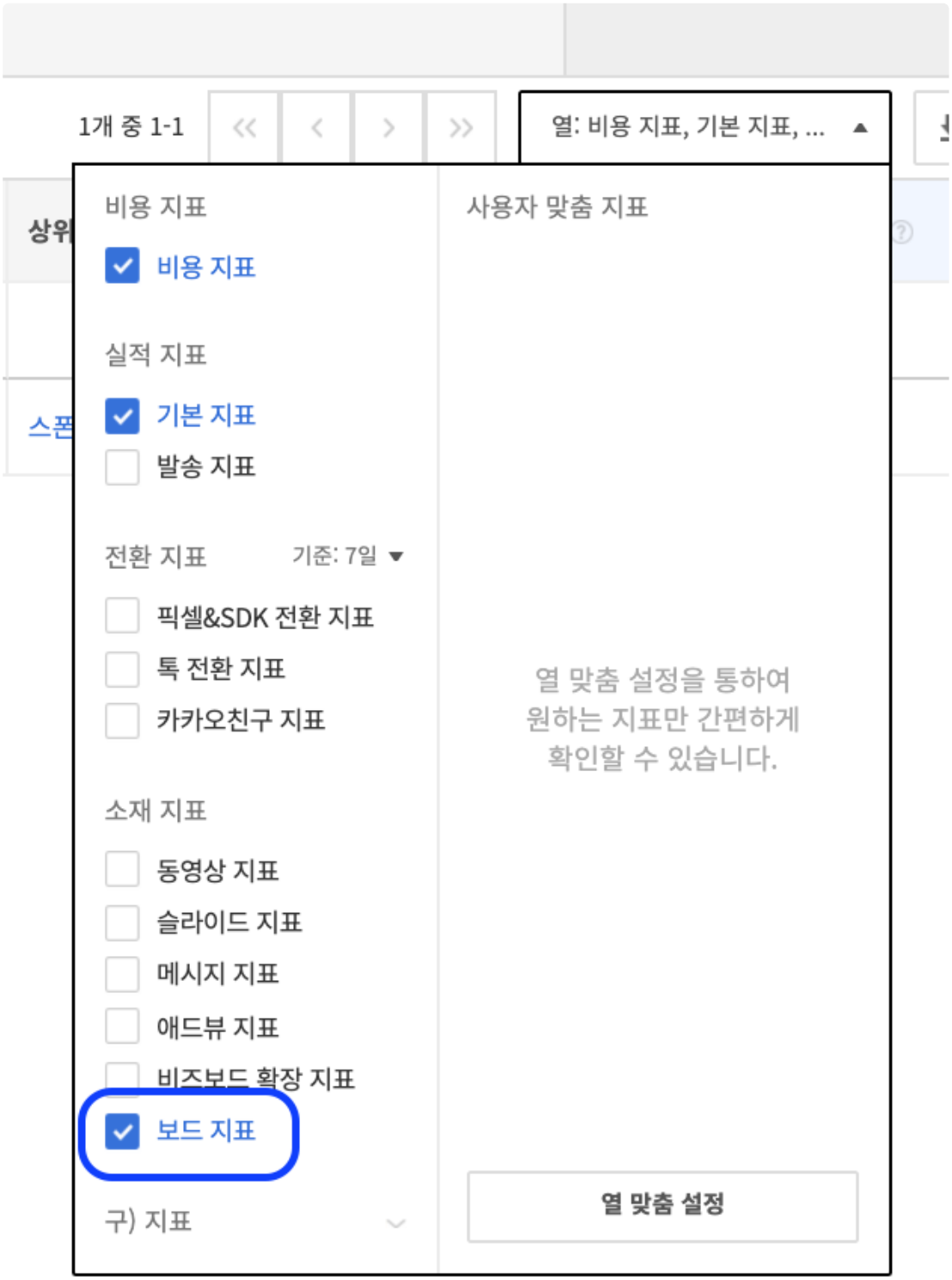
스폰서드 보드 광고 심사가 완료된 이후에도 보드 '규제'가 발생할 수 있으며, 보드 '규제' 발생 시 광고는 노출이 중단됩니다.

구체적인 '규제' 사유는 창작센터로 이동하여 확인해주세요!

> **카카오 뷰 창작센터 ▶ 바로가기**

5. 보고서 확인하기

대시보드, 보고서 모두 [소재 지표 > 보드 지표]에서 보드 지표 확인이 가능합니다.



- 보드의 항목별 클릭수 합계와 기본 지표의 클릭수는 보고서 집계 기준에 근거하여 일치하지 않을 수 있습니다.

보고서 항목	설명
채널 홈 클릭수	**보드 상단의 채널 홈(채널명) 클릭수**
채널추가 클릭수	**보드 상단의 채널추가 아이콘 클릭수** **※ 단순 채널추가 아이콘을 클릭한 수치이며, 채널 친구 추가를 완료한 사용자수가 아닙니다.**
아티클 1~10 클릭수	**1~10개의 각 아티클별 클릭수(N개 더보기 펼침 아티클 포함)**

6. 보드 수정 시 광고 노출 정책

1. 카카오 뷰 창작센터에서 보드 수정 시 카카오모먼트에서 운영 중인 스폰서드 보드는 자동 노출 중지됩니다.
- 보드 수정 시점부터 모먼트 관리자센터에서 소재 재심사가 완료되는 기간까지 광고가 미노출되오니 유의바랍니다.

2. 수정된 보드도 '규제'가 될 경우 광고 노출이 불가합니다.
- '규제'된 보드를 연결한 스폰서드 보드 소재는 운영불가(콘텐츠 오류)'로 확인됩니다.

3. 2번 항목의 확인이 완료되면 모먼트 관리자센터에서 소재는 자동 재심사가 시작됩니다.

-소재 심사 상태는 '수정사항 심사중'으로 자동 업데이트되며, 수정 소재 심사 완료 시 자동으로 운영가능 상태로 변경됩니다.

- 재심사가 시작된 소재는 영업일 기준 최대 2일 내 심사가 완료됩니다.

4. 만약 광고 운영 중 보드가 '규제'될 경우, 기존 보드로 소재와 재연결이 불가합니다.

-모먼트 관리자센터에서 연결 가능한 보드로 소재를 재생성하여 광고를 운영 해야만 합니다.

-이 경우, 변경 이력에 시스템 상태(창작센터에서 규제됨)으로 확인됩니다.

※ 모먼트 보드 목록에는 '규제'된 보드는 노출되지 않습니다. 구체적인 규제 사유는 창작센터로 이동하여 확인해주시기 바랍니다.

***카카오 뷰 창작센터** ▶ 바로가기

5. 소재로 연결한 보드를 삭제한 경우 광고 노출은 즉시 중단됩니다.

-모먼트 관리자센터에서 연결 가능한 보드로 소재를 재생성하여 광고를 운영 해야만 합니다.

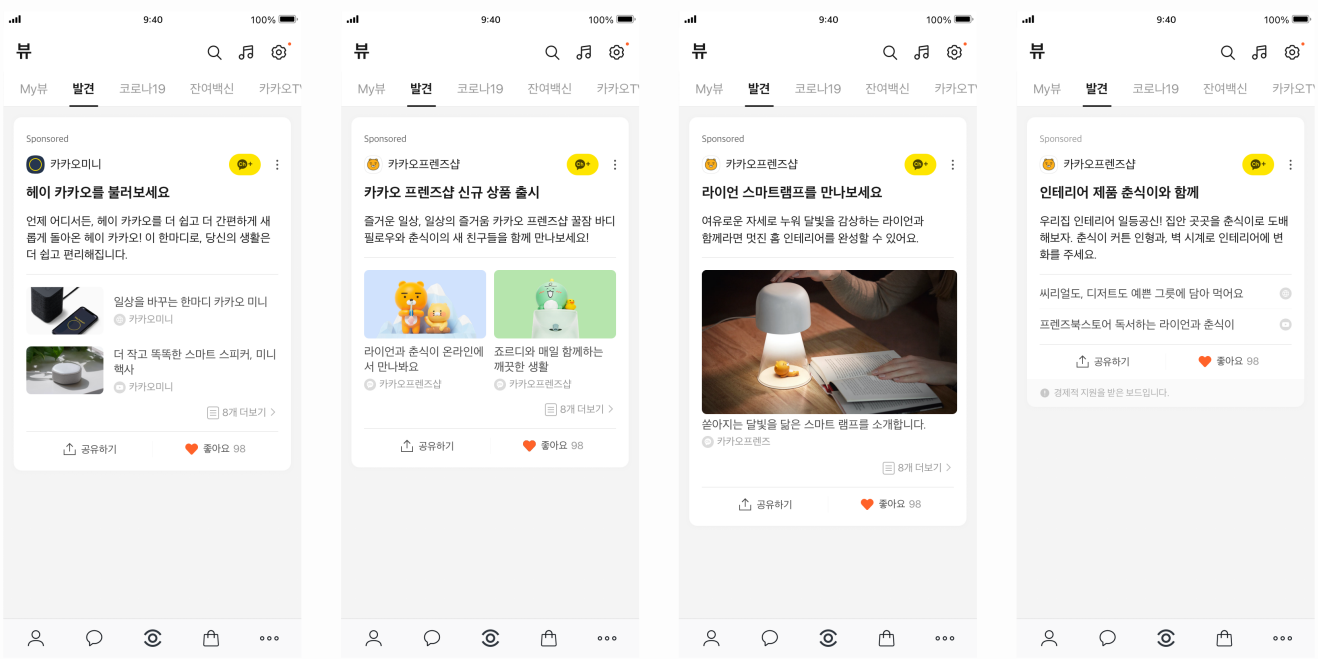
7. 스폰서드 보드 대표 노출 위치

- 게재지면은 플랫폼 업데이트 상황에 따라 추가 및 변동, 제외가 될 수 있습니다. 이 점 유의 바랍니다.
- 이미지(캡쳐)에서 확인되는 특정 광고주와 해당 자료는 무관합니다.
- 광고가 집행되는 “광고매체”의 범위 및 “광고매체”에서의 광고 집행영역, 순서, 정보, UI, 방식 등은 변경 또는 추가할 수 있으며, 별도 공지하지 않습니다.
- 소재 유형 및 게재 위치에 따라 AD(Sponsored) 마크가 표기되어 노출될 수 있습니다.

5-1. 카카오톡

스폰서드 보드는 카카오톡 뷰탭(3탭) > 발견탭에만 노출이 됩니다. 노출 지면은 언제든지 확장 및 변경될 수 있습니다.

- **카카오톡 > 뷰탭(3탭) > 발견탭**



다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기
- 카카오 뷰 서비스 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니

- 스폰서드 보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

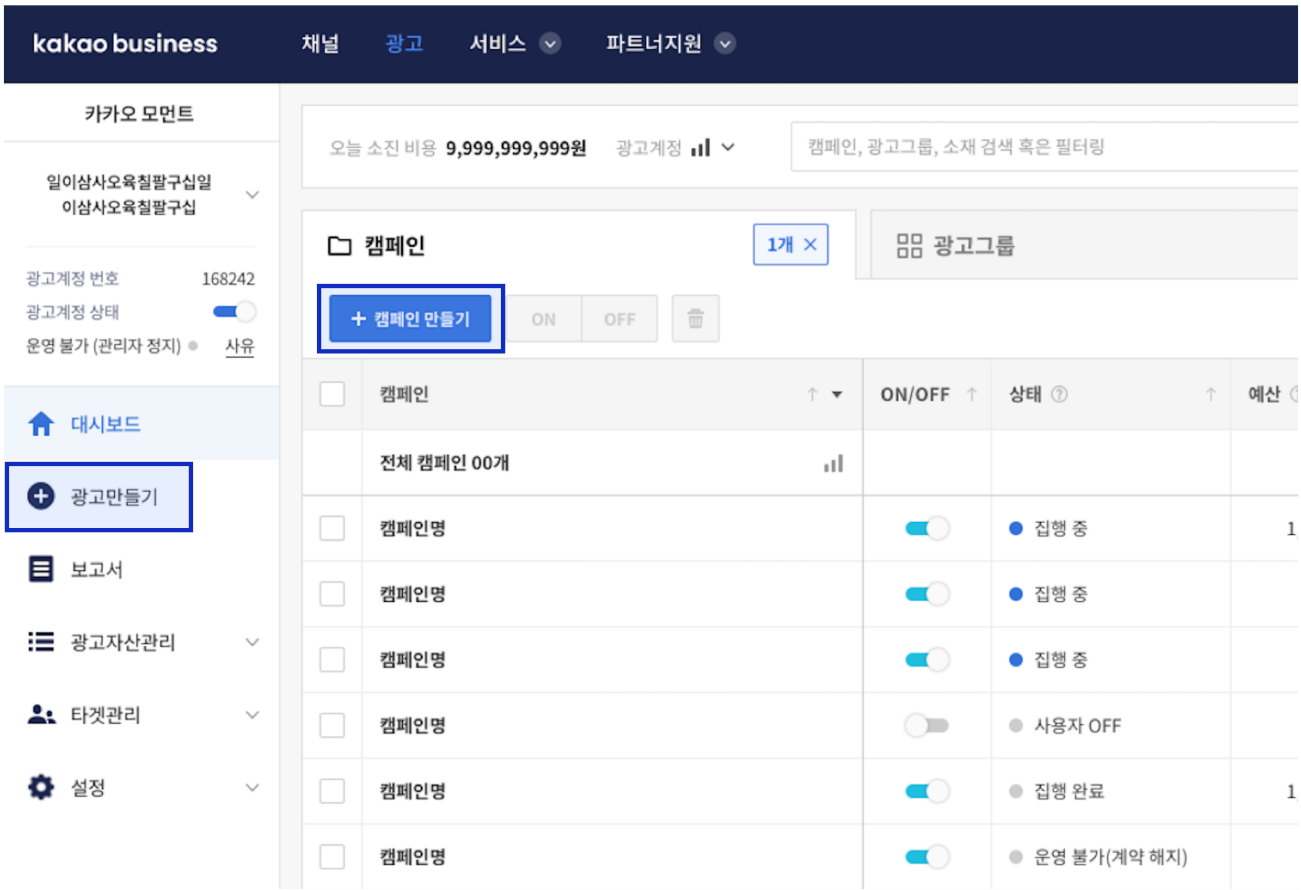
캠페인 만들기

스폰서드 보드는 '스폰서드 보드 X 방문' 캠페인을 통해서만 집행이 가능합니다.
보드 발행을 완료했다면 모먼트 관리자센터에서 광고 캠페인을 생성하고 소재에 보드를 연결하여 광고를 할 수 있습니다.

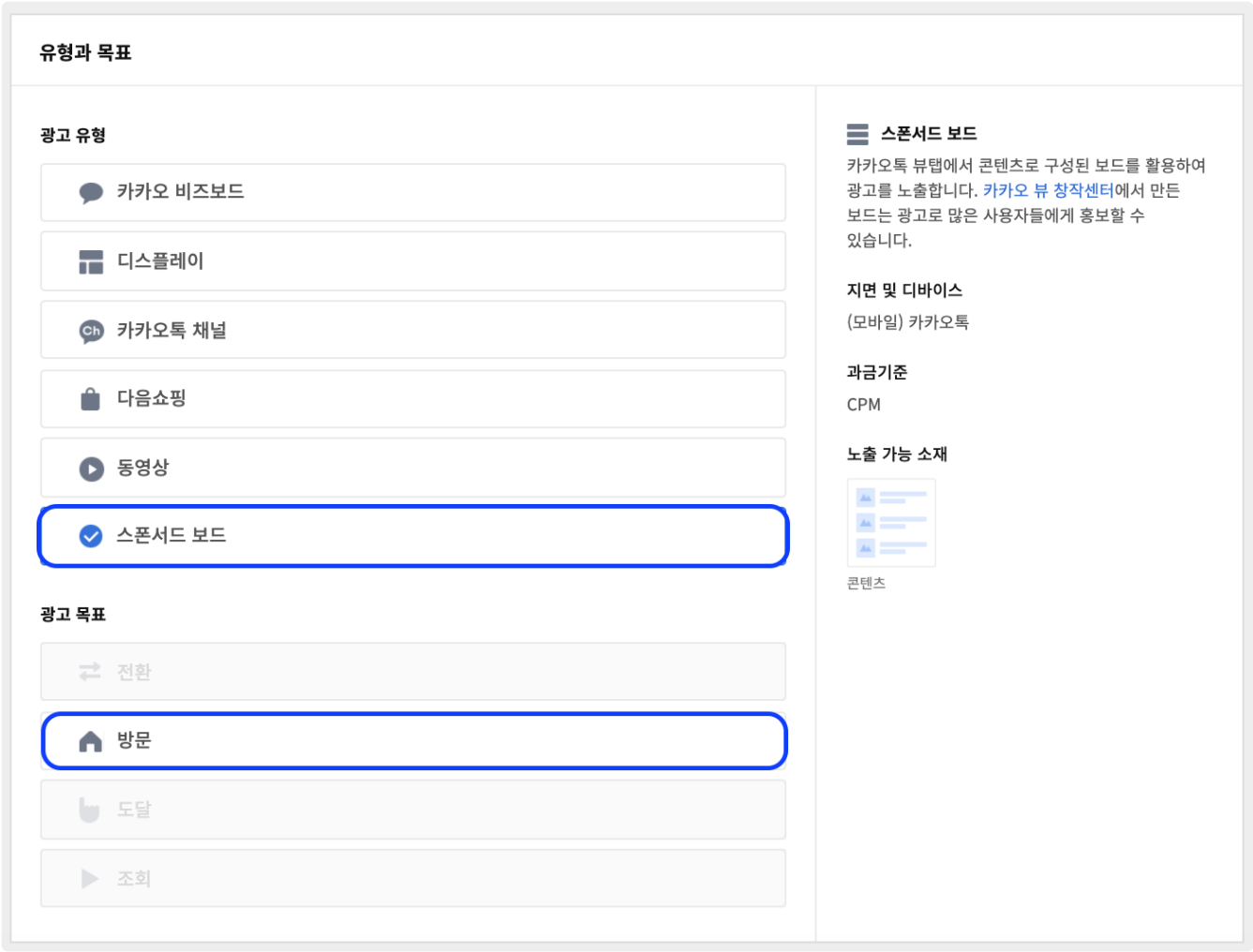
단, 카카오 뷰 창작센터에서 뷰탭에 노출 가능 여부가 확인된 공개 보드 목록만 연결이 가능합니다.

카카오모먼트 캠페인 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

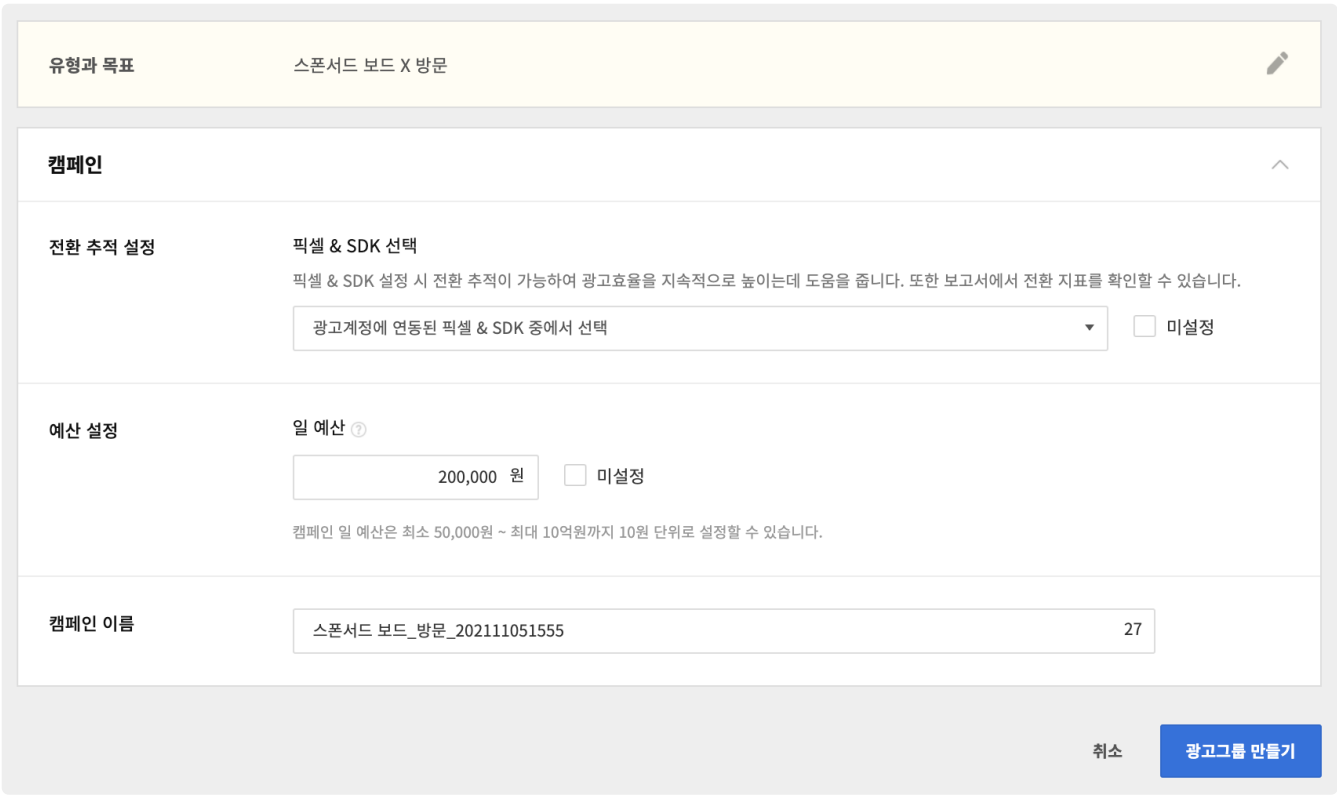
Step 1. 광고 계정에서 [광고 만들기] 혹은 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step2. 광고 유형에서 [스폰서드 보드]를 선택하고 광고 목표를 [방문]으로 선택 후 [캠페인 만들기] 버튼을 눌러주세요.



Step 3.캠페인의 유형과 목표를 선택하면 캠페인 상세 설정이 가능한 페이지로 이동합니다.
각 설정 항목을 확인하고 입력해주세요.



설정 항목

전환 추적
광고 계정에 연결된 픽셀&SDK를 선택하면 캠페인에서 발생하는 전환 데이터 수집이 가능합니다.

예산 설정
캠페인 일예산은 최소 5만원부터 최대 10억까지 10원 단위로 설정이 가능합니다.

캠페인 이름
최대 50자까지 자유롭게 입력이 가능합니다.

Step 4.캠페인 설정 항목을 모두 입력하시면 캠페인 생성이 완료됩니다.
[광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 생성해 주세요.

> 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기
- 카카오 뷰 서비스 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니

- 스폰서드 보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

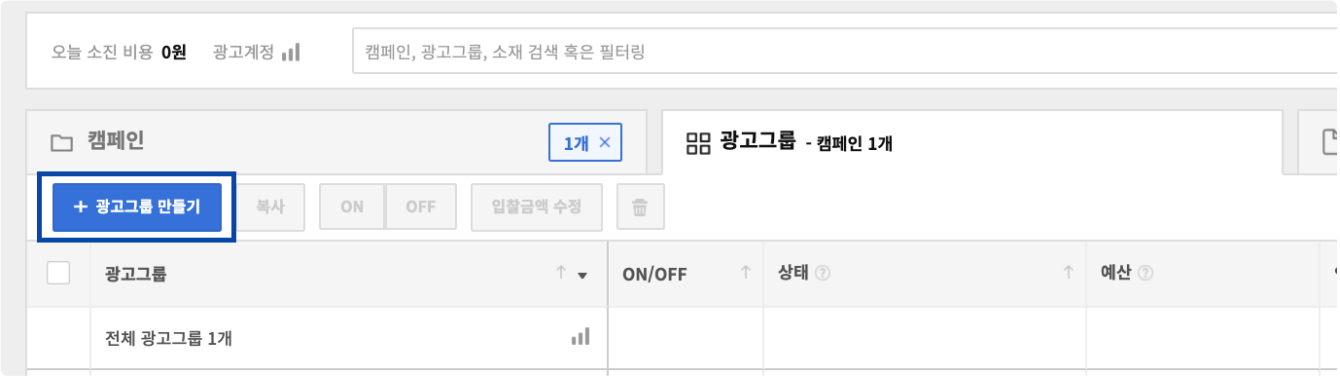
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

광고그룹 만들기

스폰서드 보드 X 방문은 카카오모먼트의 모든 오디언스 설정을 활용할 수 있습니다.
맞춤타겟과 데모그래픽 설정으로 광고를 노출할 대상을 효율적으로 설정해 보세요.

카카오모먼트 광고그룹 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

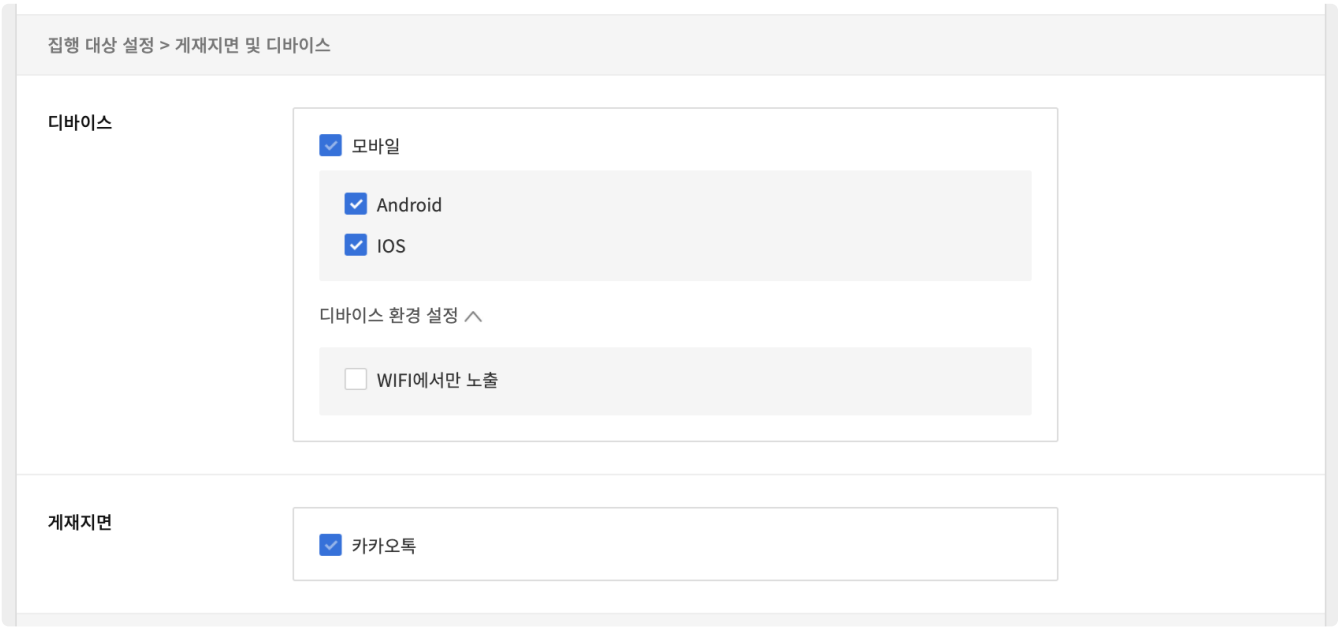
Step 1.캠페인 생성후 [광고그룹 만들기] 버튼을 눌러 광고 그룹을 만들 수 있습니다.
기존 캠페인에 광고그룹을 추가로 만들고 싶다면 광고계정에서 캠페인 선택후 [+ 광고그룹 만들기] 버튼을 눌러주세요.



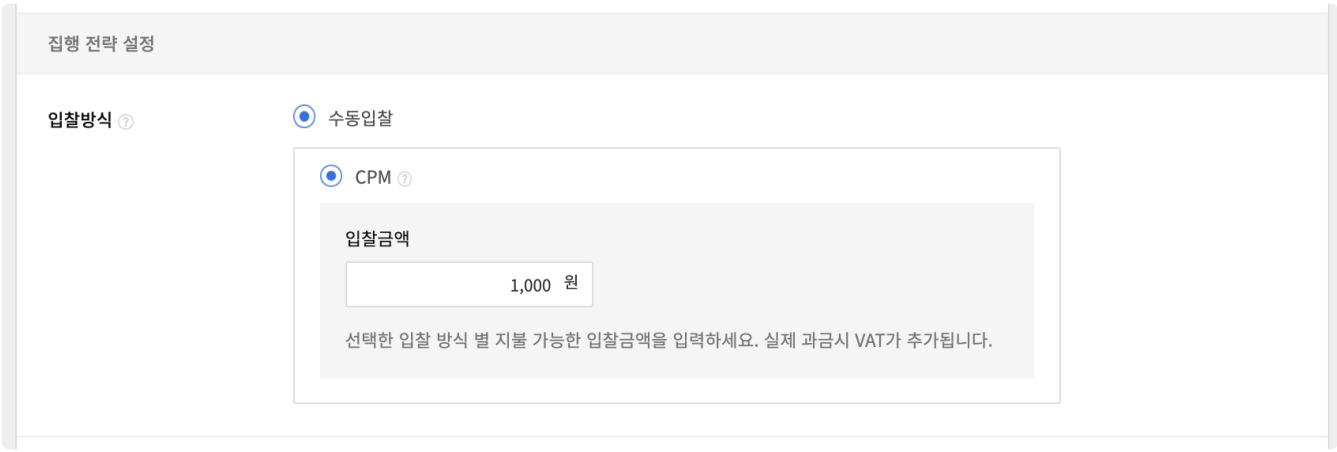
Step 2. 집행대상 > 오디언스를 설정해 주세요.
맞춤 타겟, 데모그래픽(해외 타게팅 불가) 등 카카오모먼트의 다양한 타게팅을 활용하여 광고그룹을 생성해보세요.
설정 가능한 타게팅에 대한 자세한 내용은 타겟 관리 메뉴에서 확인할 수 있습니다.



Step 3.집행 대상 설정>게재지면 및 디바이스에서 광고가 노출될 지면과 디바이스를 설정해 주세요.
게재지면은 카카오톡만 선택 가능하며, 실제 노출 가능한 영역은 **카카오톡 뷰탭(3탭) > 발견탭**입니다.



Step 4. 집행 전략 설정에서 입찰방식을 설정해 주세요.
스폰서드 보드의 입찰 방식은 CPM만 제공되며, 최소 입찰가는 100원입니다.

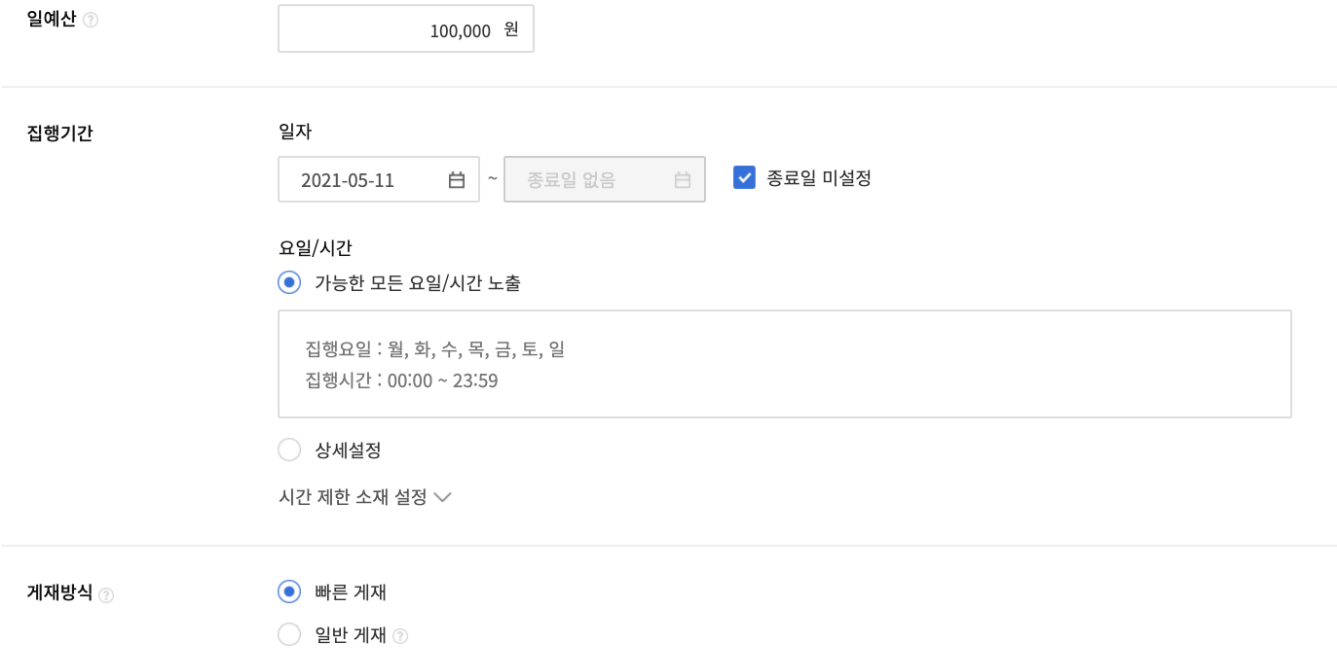


입찰 방식

수동입찰
직접 입찰 금액을 설정합니다.
스폰서드 보드의 **입찰 방식은 CPM만 제공되며, 최소 입찰가는 100원입니다.**

※ CPM이란?
노출당 과금을 의미합니다. CPM 선택 시, 입력 금액은 노출 1,000회 당 금액을 의미하며 광고가 노출될 마다 과금합니다.

Step 5. 집행 전략 설정에서 일예산과 집행기간, 게재방식을 설정해 주세요.



설정 항목

일예산

광고그룹 기준의 1일 집행 가능 예산 한도를 의미합니다. 일 과금비용이 일 예산을 초과하는 경우 광고 집행 자동 중지되며 설정한 입찰금액 및 일 예산에 따라 초과 과금이 발생할 수 있습니다.

1) 광고그룹 기준의 1일 집행 가능 예산을 10,000원 이상 10억 원 이하의 10원 단위로 설정이 가능합니다.
2) 광고그룹의 일예산은 캠페인의 일예산을 초과할 수 없습니다.
3) 과금 비용이 일예산을 초과하는 경우 자동으로 광고 집행이 중단됩니다.
단, 설정한 일예산이 초과되면 자동으로 광고가 중단되기까지 일정 시간이 소요되면서 일예산을 초과한 과금이 발생할 수 있습니다. 해당 시간 동안 노출된 광고로부터 유효한 노출 또는 클릭, 전환 데이터가 집계되거나 특정 시점에 광고 노출 및 소진량이 증가하면서 초과 과금은 발생할 수 있습니다.

※ 과도하게 적은 일예산, 논타겟으로 설정, 높은 입찰금액, 짧은 광고기간으로 운영할 경우 일예산의 초과 폭은 커질 수 있습니다.
그룹별 타게팅 세분화 및 일예산을 고려한 적정 입찰금액을 설정해주시고, 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어하는 게재방식 : 일반게재로 선택하여 운영해주시기 바랍니다.

※ 일예산이나 최대 입찰금액 등 캠페인 및 광고그룹의 예산 설정을 변경한 경우 변경 내역은 실시간으로 반영되나 디바이스 환경에 따라 최대 10분 이상 소요될 수 있습니다.

집행기간

1) 광고그룹 집행 기간을 설정할 수 있습니다.

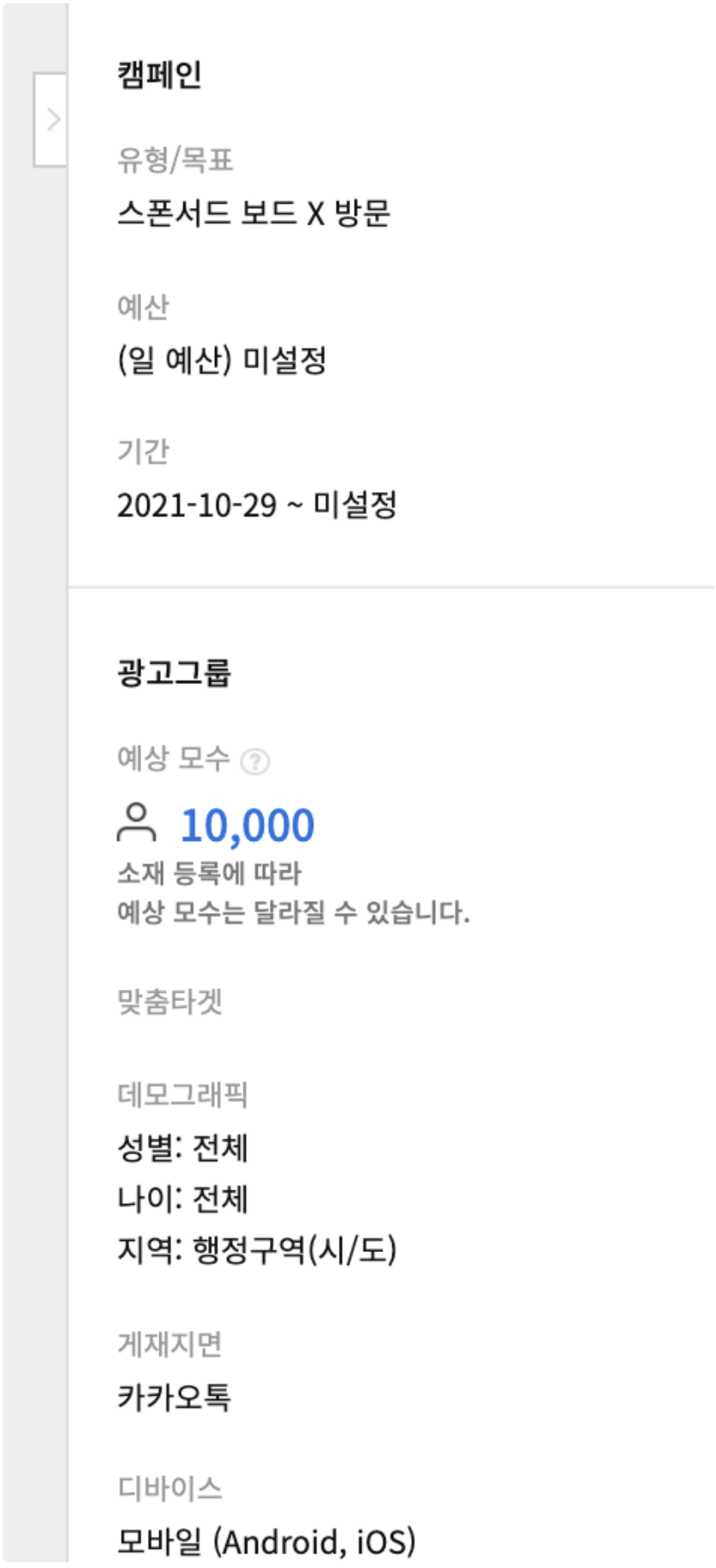
2) 시작일은 수정 불가하며, 종료일만 수정 가능합니다. 단, 시작일이 미래인 경우 수정할 수 있습니다.
3) 시간 제한 소재 설정 : 심야 시간대에만 광고 집행이 가능한 소재(예 : 고도수 주류 등)를 사용할 경우 심야 타게팅을 필수로 선택해야 합니다. 광고그룹 생성 후에는 해제할 수 없습니다.

게재방식

1) 빠른게재와 일반게재 중 선택할 수 있습니다.
2) 빠른 게재 : 가능한 빨리 광고 결과를 얻을 수 있도록 예산을 최대한 사용하여 광고 노출을 유도합니다.

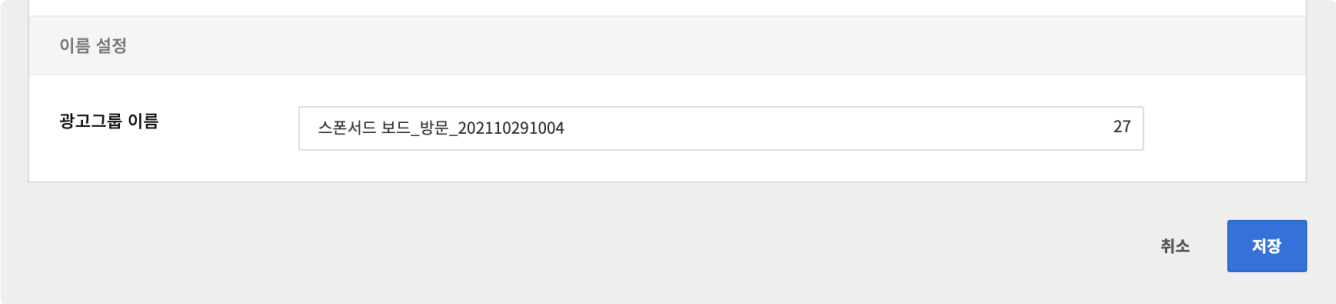
빠른게재 선택 시 일예산이 빠르게 종료될 수 있으며, 빠른게재와 과도하게 높은 비딩가가 함께 설정될 경우 일예산보다 소진 비용이 크게 초과될 수 있는 점 참고 부탁드립니다.
3) 일반 게재 : 광고그룹에 설정된 일예산을 바탕으로 시간대별로 고려된 예산을 초과 사용하지 않도록 예산을 분할하여 광고 노출을 제어합니다.
4) 설정된 기본값은 빠른 게재입니다.

Step 6.광고 요약 탭을 통해 광고그룹 설정 정보와 예상 모수를 확인해 주세요.



예상 모수가 너무 적은 경우에는 광고 노출이 원활하지 않을 수 있습니다.
집행 대상 수정을 통해 충분한 예상 모수를 확보해 주세요.

Step 7.광고그룹 이름을 작성해 주세요.



이후 [광고그룹 추가] 버튼을 눌러 별도의 광고그룹을 추가로 생성하거나 [저장] 버튼을 눌러 광고그룹에 설정된 값을 저장할 수 있습니다. 또한, [저장하고 소재 만들기] 버튼을 통해 해당 그룹에 바로 소재를 등록할 수 있습니다.

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기
- 카카오 뷰 서비스 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니

- 스폰서드 보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

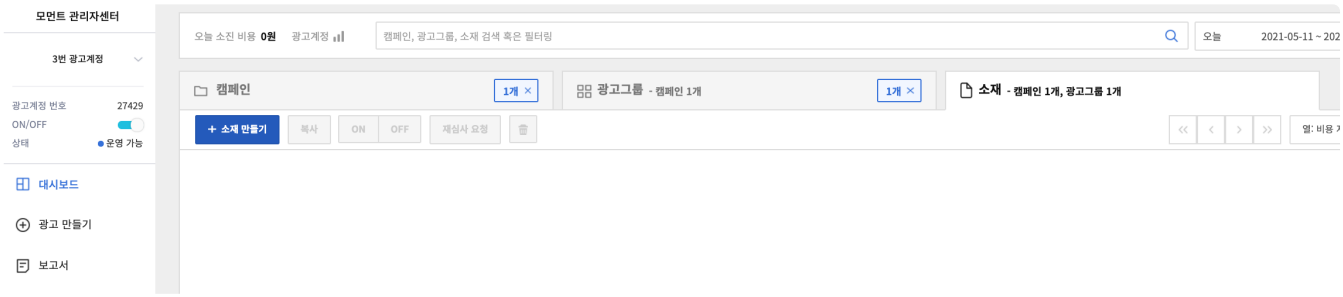
- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

소재 만들기

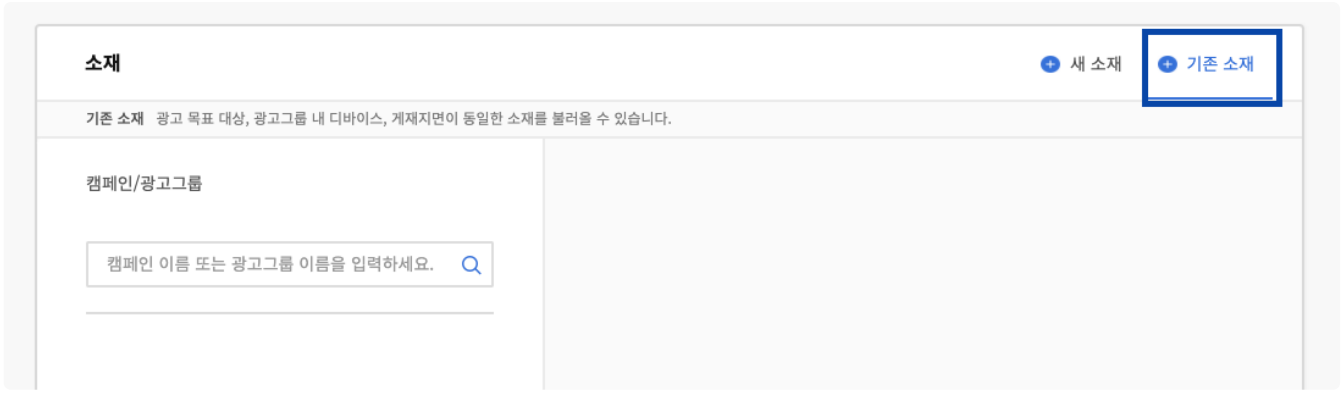
스폰서드 보드는 서비스 콘텐츠 소재가 제공됩니다.
광고를 생성하는 가장 마지막 단계인 소재 만들기를 학습해보세요.

카카오모먼트 소재 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

Step 1.광고그룹 생성 후 [저장하고 소재 만들기] 버튼을 눌러 소재를 등록할 수 있습니다.
기존 광고그룹에 소재를 추가하고 싶다면 광고계정에서 캠페인-그룹 선택후 [소재 만들기] 버튼을 눌러주세요.



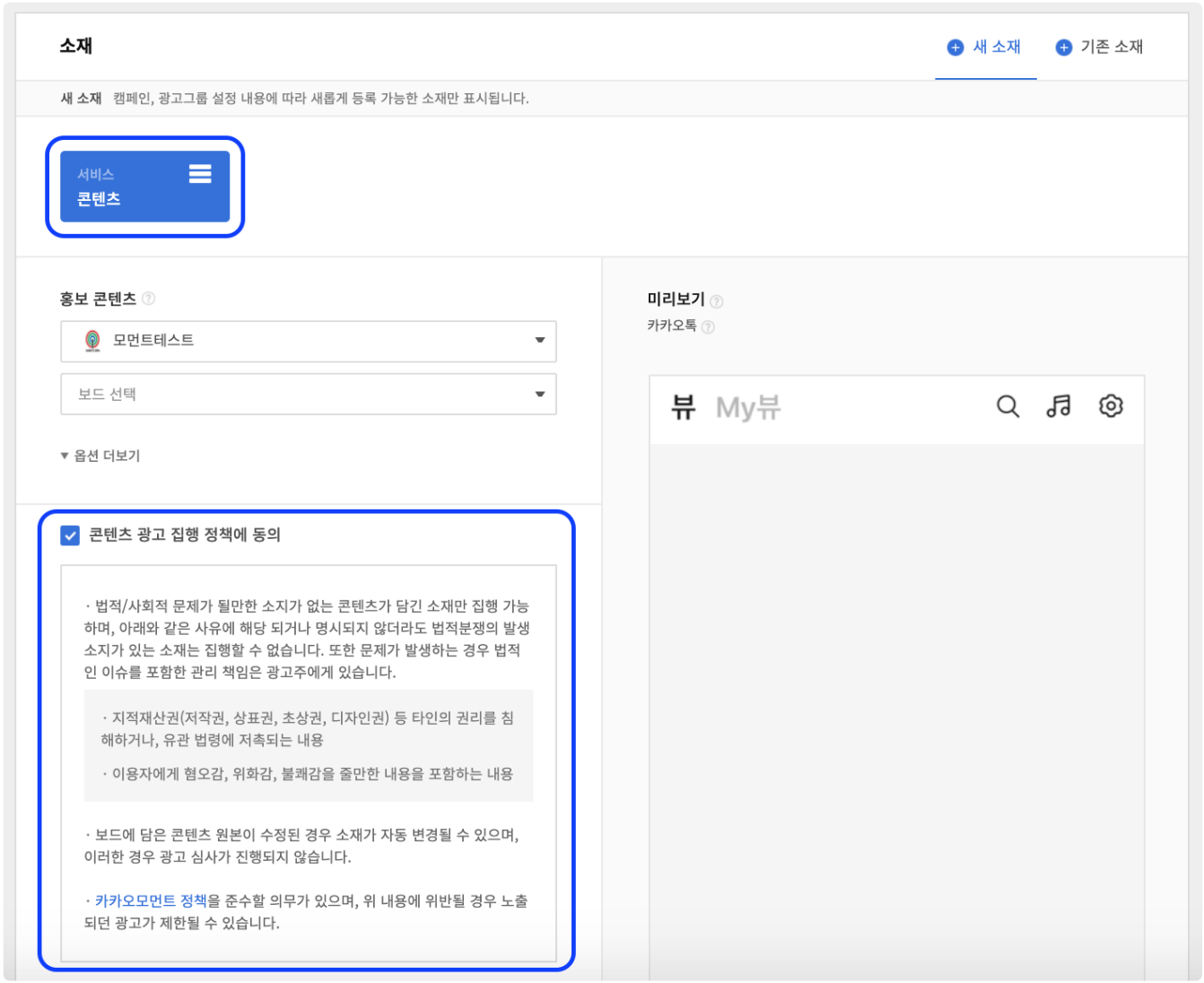
Step 2. 기존에 등록한 소재로 광고 운영하고 싶다면 [기존 소재] 버튼을 눌러주세요.
캠페인 유형 및 목표, 광고그룹 내 디바이스, 게재지면이 동일하면 소재를 불러올 수 있습니다.



캠페인 이름 또는 광고그룹 이름으로 기존 소재를 검색하여 등록이 가능합니다. 새 소재 등록이 필요하다면 아래 안내를 계속해서 참고해 주세요.

Step 3.[새 소재] 버튼을 클릭하고 [서비스 콘텐츠] 소재 유형을 선택해 주세요.

소재 생성 단계에서 '콘텐츠 광고 집행 정책'에 동의를 해야만 광고 운영이 가능합니다. '콘텐츠 광고 집행 정책'을 반드시 숙지 바랍니다.



콘텐츠 광고 집행 정책

1) 법적/사회적 문제가 될만한 소지가 없는 콘텐츠가 담긴 소재만 집행 가능하며, 아래와 같은 사유에 해당 되거나 명시되지 않더라도 법적분쟁의 발생 소지가 있는 소재는 집행할 수 없습니다. 또한 문제가 발생하는 경우 법적인 이슈를 포함한 관리 책임은 광고주에게 있습니다.

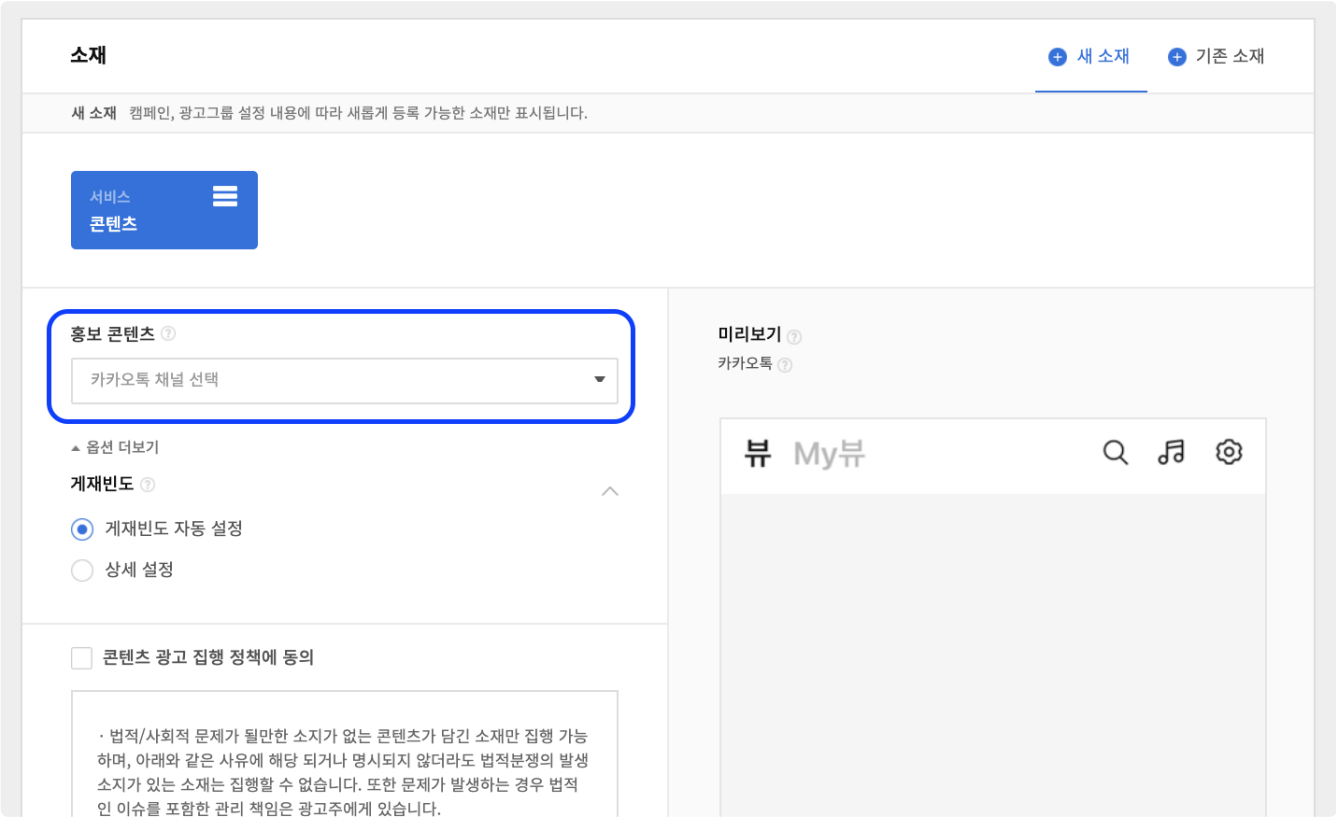
-지적재산권(저작권, 상표권, 초상권, 디자인권) 등 타인의 권리를 침해하거나, 유관 법령에 저촉되는 내용
-이용자에게 혐오감, 위화감, 불쾌감을 줄만한 내용을 포함하는 내용

2) 보드에 담은 콘텐츠 원본이 수정된 경우 소재가 자동 변경될 수 있으며, 이러한 경우 광고 심사가 진행되지 않습니다.

3) 카카오모먼트 정책을 준수할 의무가 있으며, 위 내용에 위반될 경우 노출되던 광고가 제한될 수 있습니다

Step 4. 홍보하고자 하는 보드가 발행된 [카카오톡 채널]을 선택해주세요.

소재 등록 시 창작채널로 등록된 채널 목록만 노출되며, 카카오계정이 카카오톡 채널에 권한(마스터/멤버)이 있는 채널만 확인이 가능합니다.

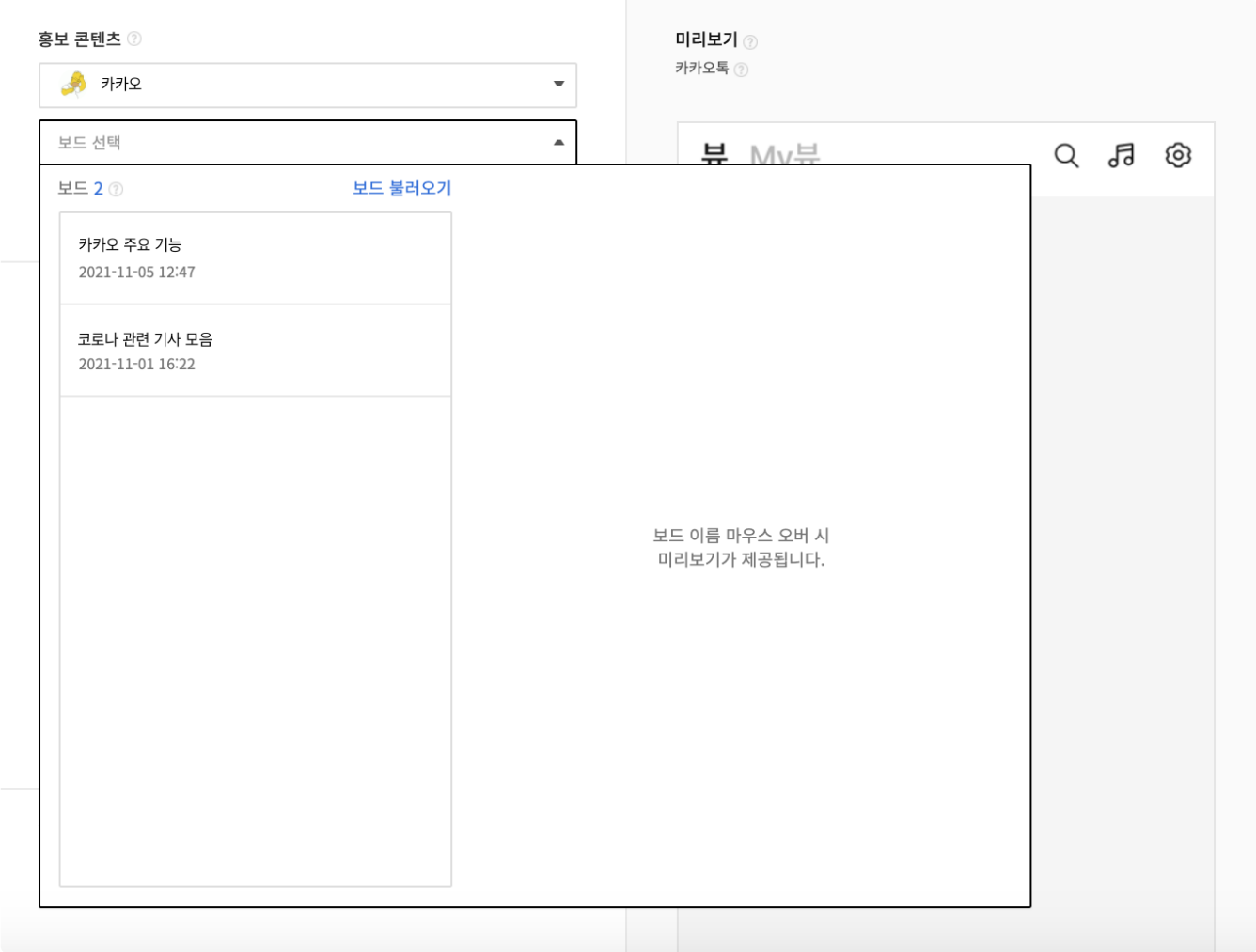


Step 5. 홍보하고자 하는 [보드]를 선택해주세요.

채널을 선택하면 카카오 뷰 창작센터에서 발행한 공개 보드 목록이 노출됩니다.

'규제'된 보드는 미노출되오니 발행한 보드가 확인되지 않을 경우 **카카오 뷰 창작센터**에서 상세 사유를 확인해주세요.

원하는 보드를 선택하여 광고 소재를 생성합니다.



Q. 카카오 뷰 창작센터에서 보드를 발행했는데 모먼트 관리자센터에서 보드 목록이 확인되지 않아요!

모먼트 관리자센터에서 (1) 채널, 보드가 모두 공개 상태이고 (2) 예약 상태가 아니며 (3) 규제 되지 않은 보드 목록만 표시됩니다.

(1) 채널과 보드가 모두 공개 상태인지 확인해주세요!

(2) 예약 발행 상태의 보드는 보드 목록에 표시되지 않아요!

(3) 발행한 보드가 카카오의 제재 정책에 의해서 제재되었을 수 있습니다.

카카오 뷰 창작센터에서 발행한 보드가 규제되었는지 확인 해주세요.

(4) 카카오 뷰 창작센터에서 확인한 규제 상세 사유에서 추가 확인이 필요할 경우에는 고객센터를 통해 문의해주세요.

***카카오 뷰 창작센터 문의하기 ▶ 바로가기**

소재 구성 요소

홍보 콘텐츠 (필수사항)

· 카카오톡 채널 선택
ㄴ창작채널로 설정되어있으면서 카카오톡 채널에 권한(마스터/멤버)이 있는 채널 목록만 노출
· 뷰탭에 노출 가능 여부가 확인된 공개 보드 목록 노출

옵션 더보기 > 게재빈도 (선택사항)

· 게재빈도 자동 설정(default)
· 게재빈도 상세 설정 : 1~5

의견 및 증빙 (선택사항)

소재 등록 시 담당자에게 전달하고자 하는 의견 또는 증빙자료가 있을 경우 입력

> 소재를 '게재빈도 자동 설정'으로 설정 시 플랫폼에서 게재빈도를 자동 조정합니다.
> 제한적인 게재빈도로 운영을 원할 경우, 상세 설정을 통해 원하는 횟수로 게재빈도를 수동 설정하여 광고를 운영 해주세요.

Step 6.소재 이름을 입력하고 [설정완료] 버튼을 눌러주세요.

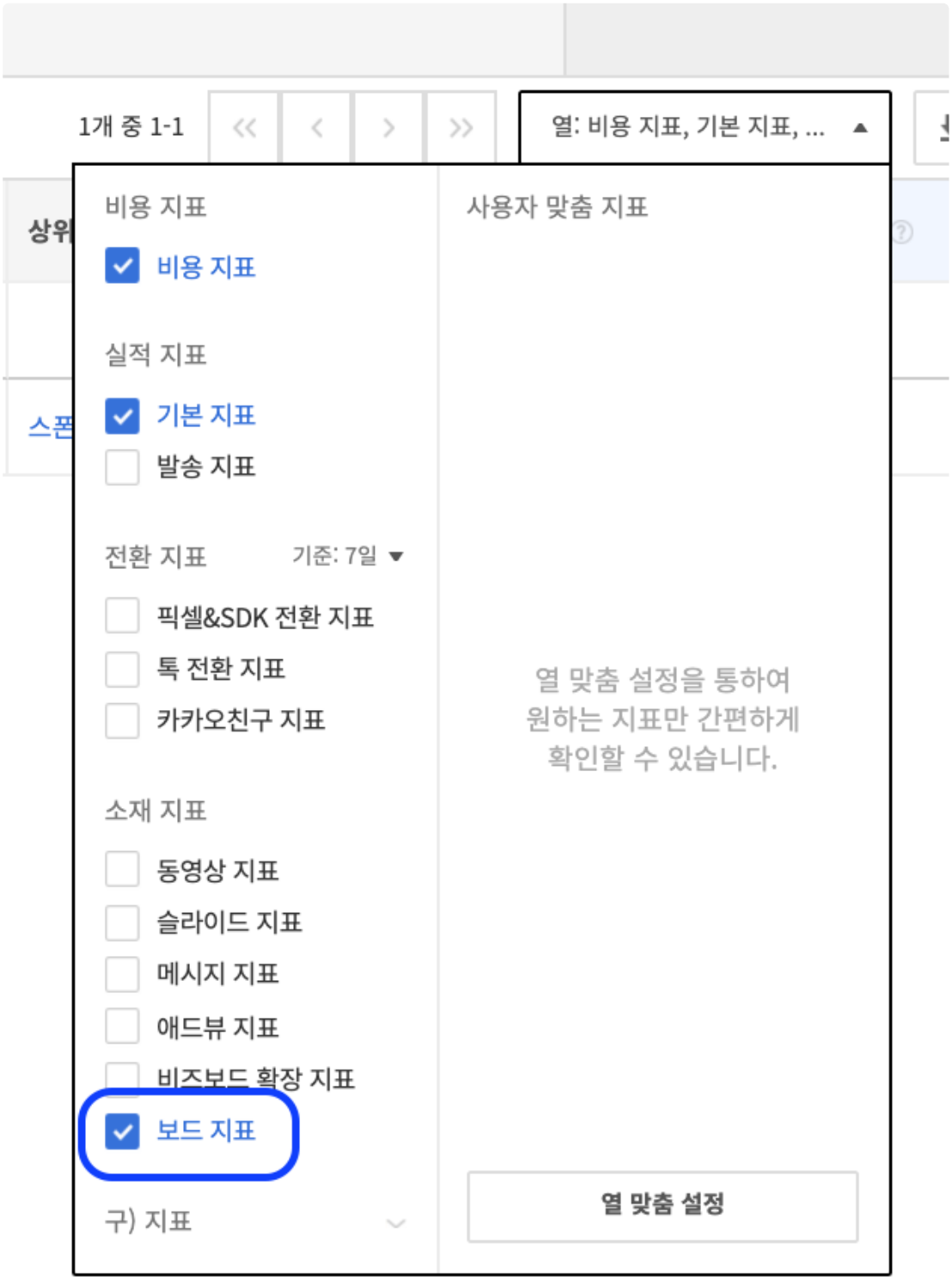
설정완료 소재탭에서는 설정이 완료된 소재를 한눈에 확인할 수 있습니다.

광고그룹에 등록이 필요한 모든 소재의 설정이 완료되었다면 [저장]버튼을 눌러 소재 등록을 완료해 주세요.
등록된 소재는 영업일 기준 최대 2일 내 심사가 완료됩니다.

심사 완료 이후 광고가 자동 노출됩니다.

3-4. 보고서 확인하기

대시보드, 보고서 모두 [소재 지표 > 보드 지표]에서 보드 지표 확인이 가능합니다.



- 보드의 항목별 클릭수 합계와 기본 지표의 클릭수는 보고서 집계 기준에 근거하여 일치하지 않을 수 있습니다.

보고서 항목	설명
채널 홈 클릭수	**보드 상단의 채널 홈(채널명) 클릭수**
채널추가 클릭수	**보드 상단의 채널추가 아이콘 클릭수** **※ 단순 채널추가 아이콘을 클릭한 수치이며, 채널 친구 추가를 완료한 사용자수가 아닙니다.**
아티클 1~10 클릭수	**1~10개의 각 아티클별 클릭수(N개 더보기 펼침 아티클 포함)**

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기
- 카카오 뷰 서비스 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니

- 스폰서드 보드 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

스폰서드 보드 제작가이드

> ⓘ 카카오 스폰서드 보드 제작가이드를 알아보겠습니다.

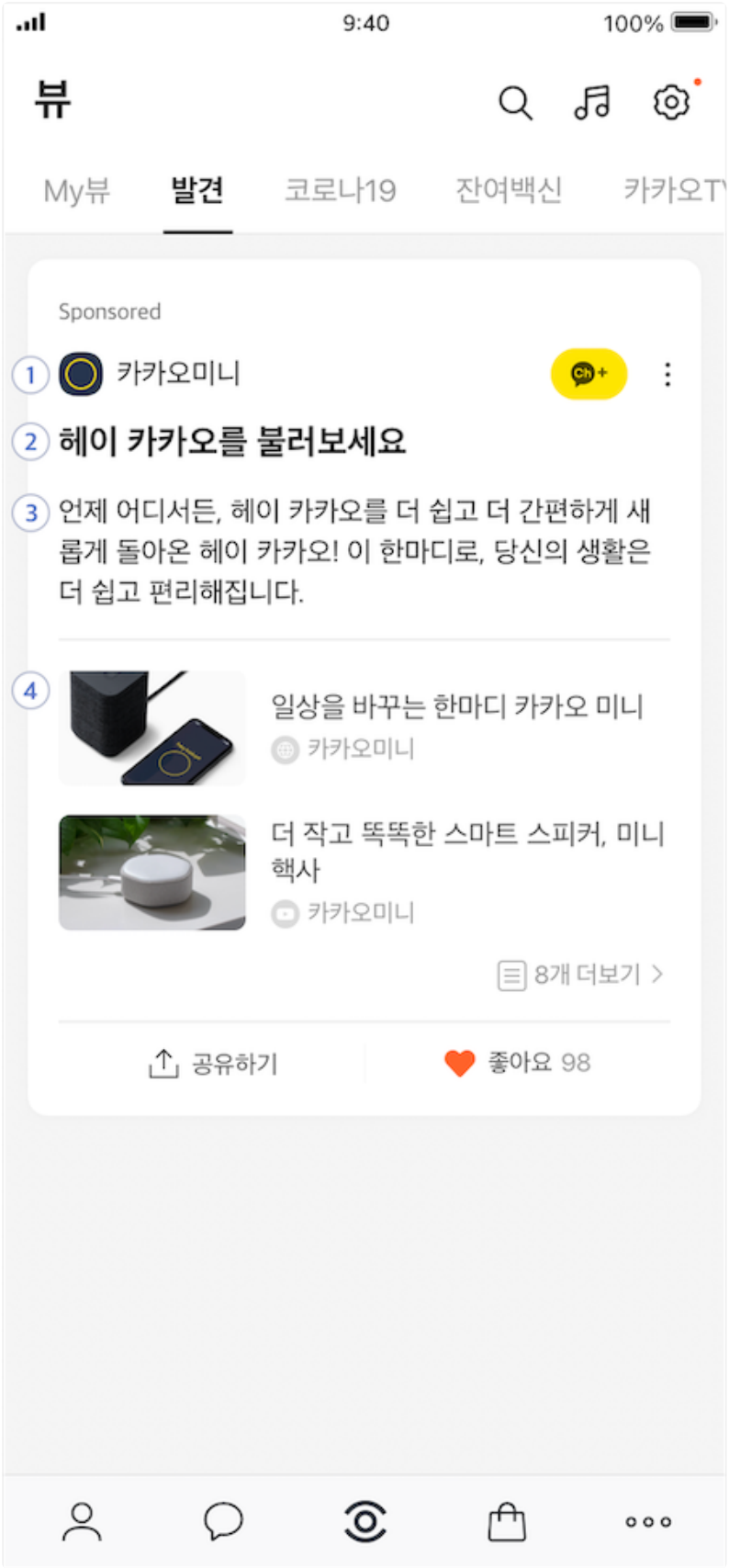
1. 콘텐츠 광고 > 스폰서드 보드

소재 구성가이드와 함께 스폰서드 보드 소재에서 준수해야 할 제작가이드는 다음과 같습니다.

1-1. 소재 구성 가이드

스폰서드 보드는 카카오 뷰의 콘텐츠 보드와 유사한 Native UI로 노출됩니다.

썸네일형

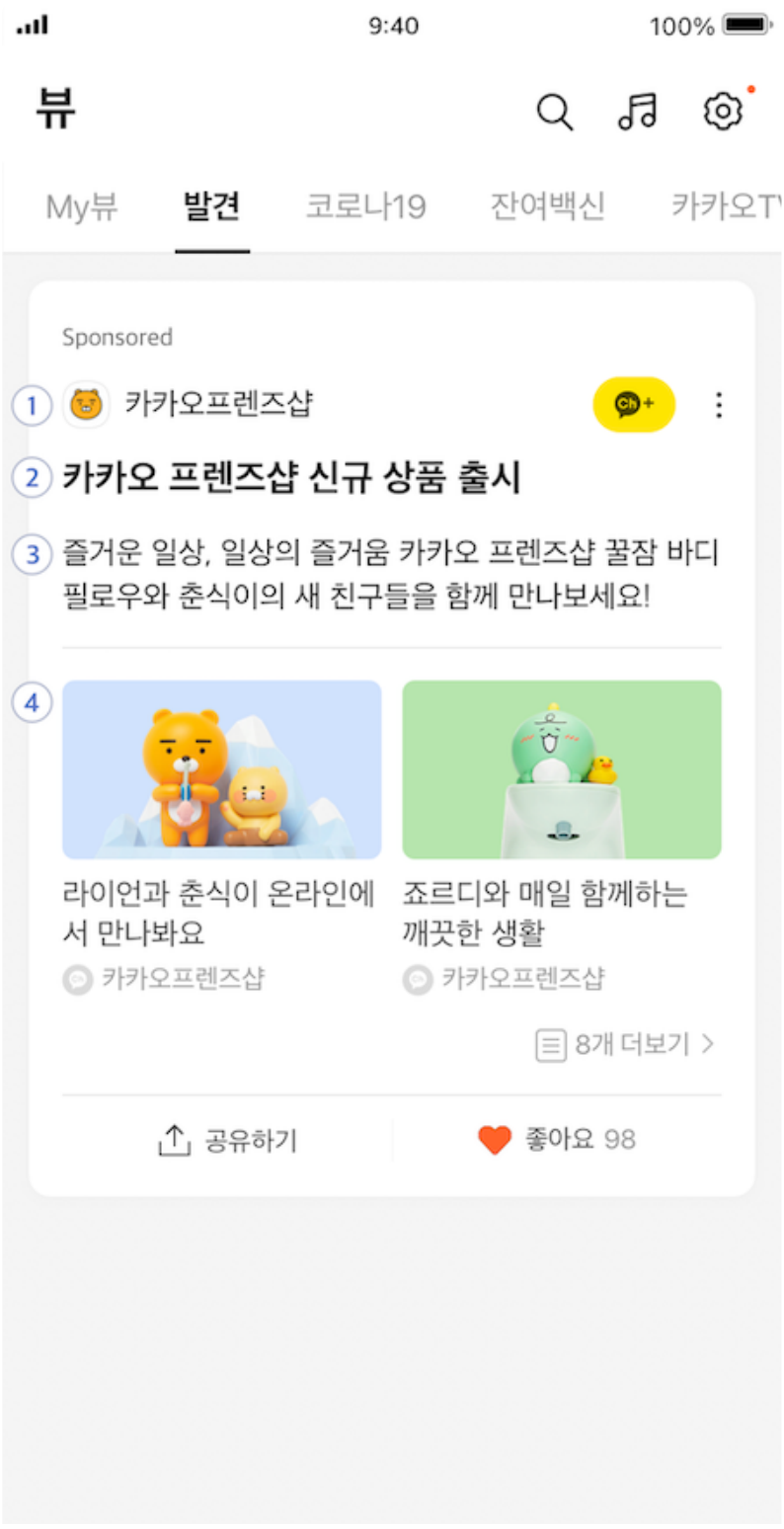


구성요소

구성요소	상세안내

❶ 카카오톡채널	자동 등록
❷ 보드 제목	최대 36자 (필수)
❸ 보드 설명	최대 300자 (선택사항)
❹ 콘텐츠영역 연결화면	보드에서 설정한 각 URL 연결 (최소 2개 ~ 10개까지 설정가능)

투컬럼형

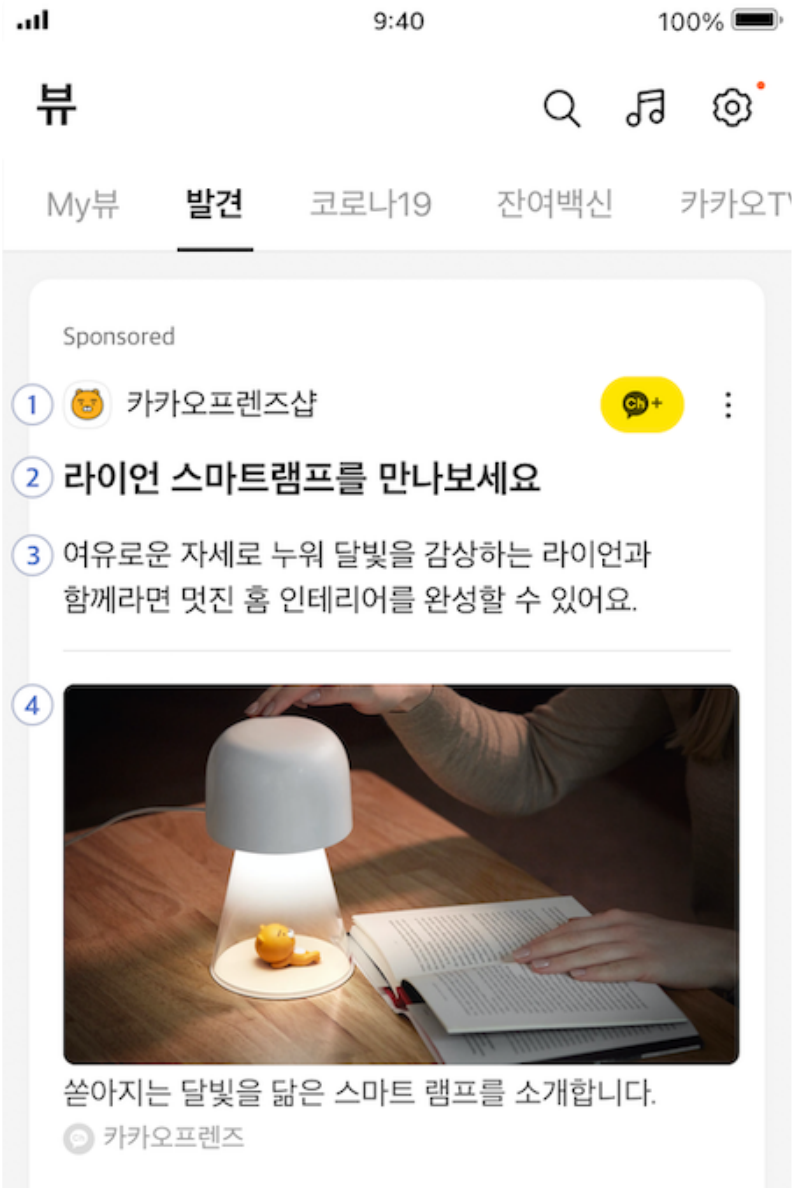


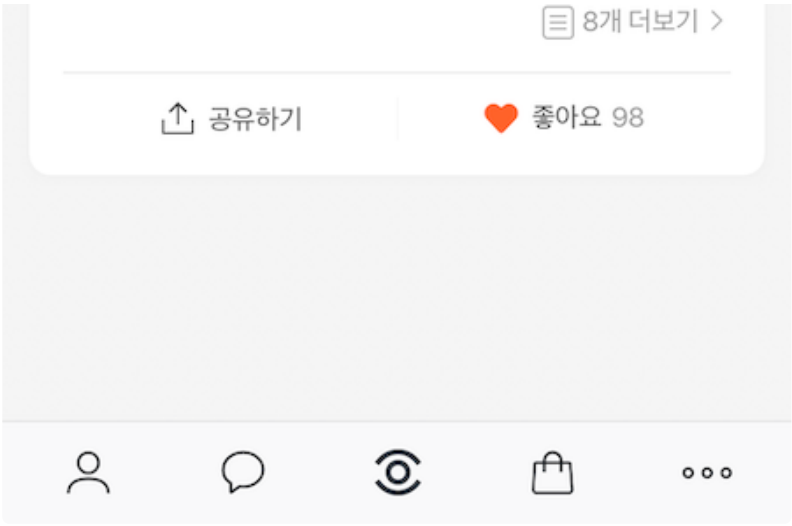


구성요소

구성요소	상세안내
❶ 카카오톡채널	자동 등록
❷ 보드 제목	최대 36자 (필수)
❸ 보드 설명	최대 300자 (선택사항)
❹ 콘텐츠영역 연결화면	보드에서 설정한 각 URL 연결 (최소 2개 ~ 10개까지 설정가능)

빅썸네일형

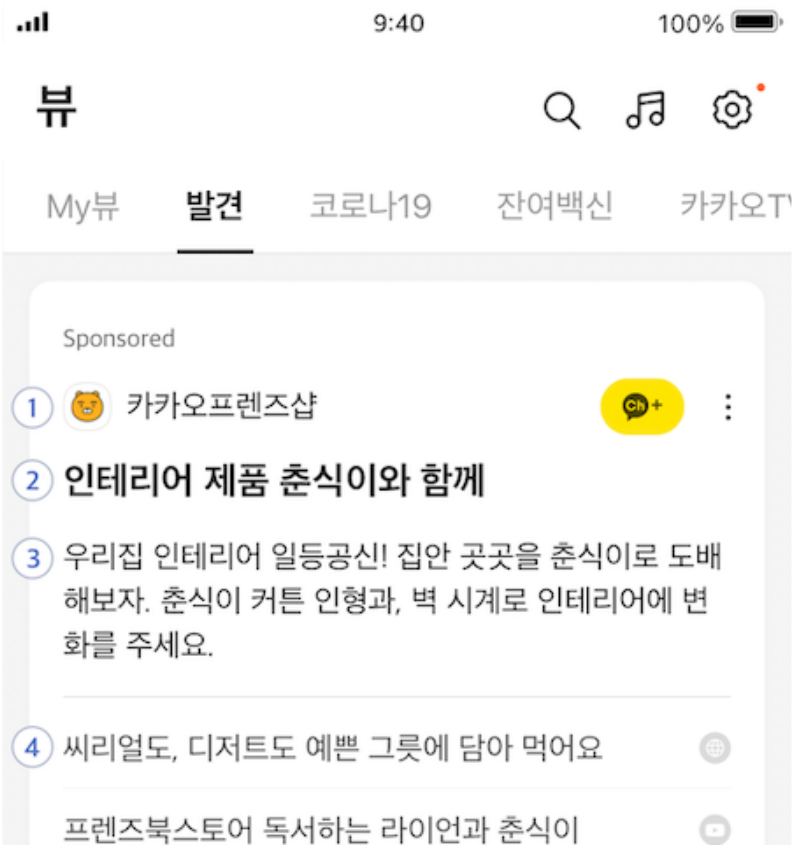


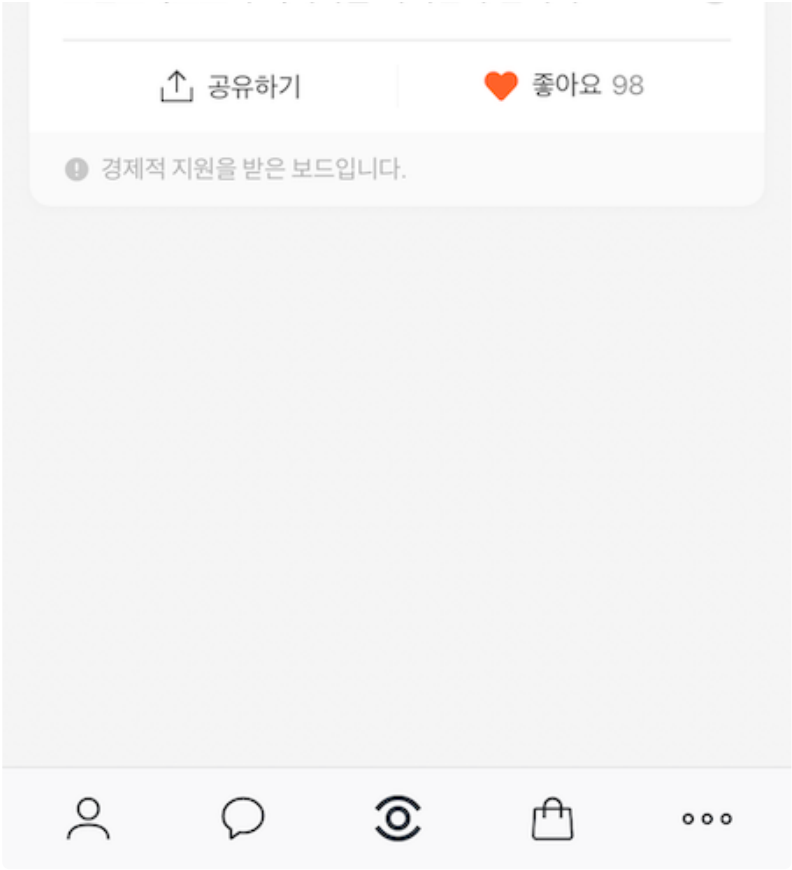


구성요소

구성요소	상세안내
❶ 카카오톡채널	자동 등록
❷ 보드 제목	최대 36자 (필수)
❸ 보드 설명	최대 300자 (선택사항)
❹ 콘텐츠영역 연결화면	보드에서 설정한 각 URL 연결 (최소 2개 ~ 10개까지 설정가능)

텍스트형

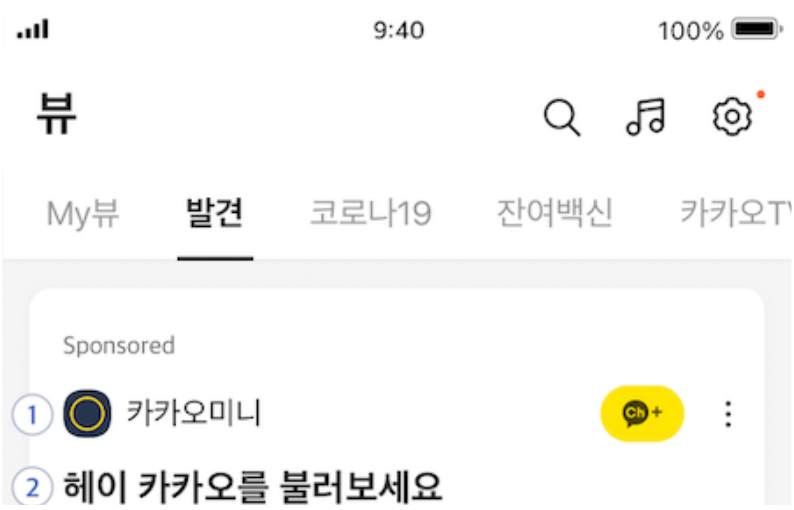


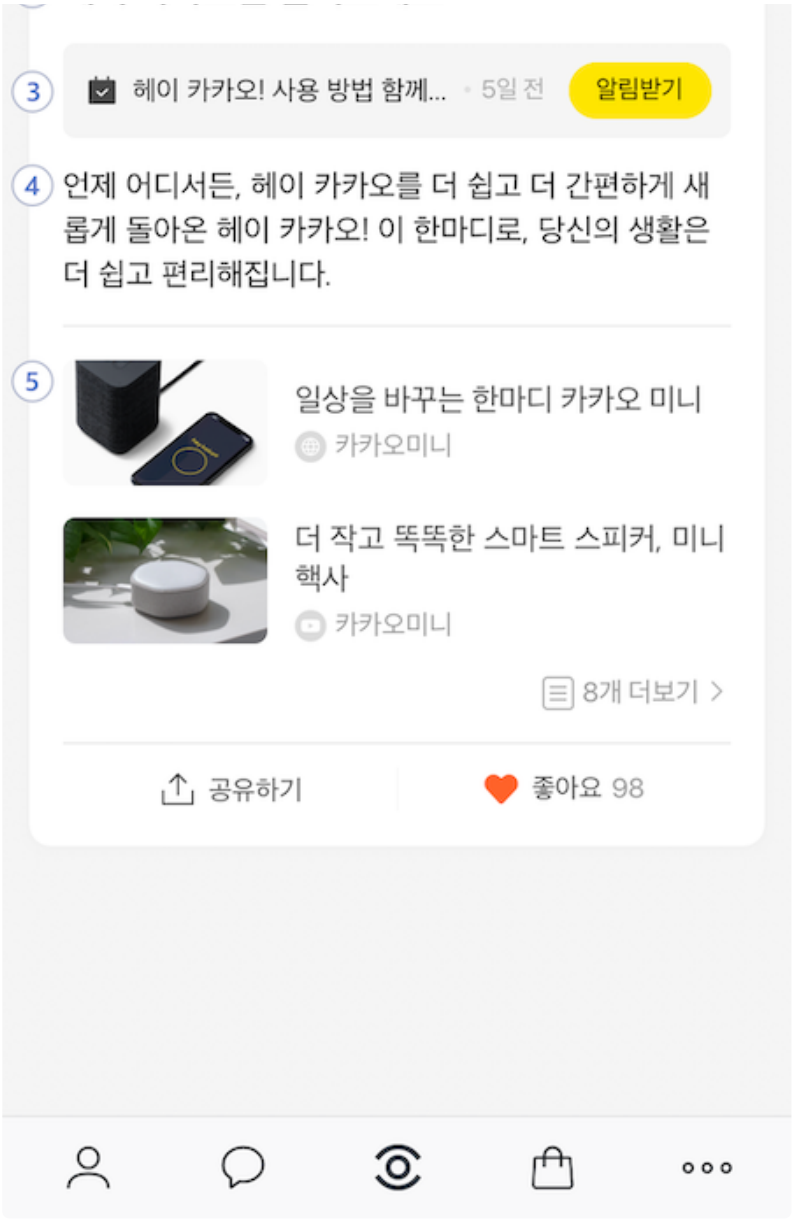


구성요소

구성요소	상세안내
❶ 카카오톡채널	자동 등록
❷ 보드 제목	최대 36자 (필수)
❸ 보드 설명	최대 300자 (선택사항)
❹ 콘텐츠영역 연결화면	보드에서 설정한 각 URL 연결 (최소 2개 ~ 10개까지 설정가능)

톡기능





구성요소

구성요소	상세안내
❶ 카카오톡채널	자동 등록
❷ 보드 제목	최대 36자 (필수)
❸ 톡기능	톡캘린더 (오픈채팅 적용 불가)
❹ 보드 설명	최대 300자 (선택사항)
❺ 콘텐츠영역 연결화면	보드에서 설정한 각 URL 연결 (최소 2개 ~ 10개까지 설정가능)

노출되는 게재지면 및 디바이스 등에 따라 실제 노출과 다를 수 있으며, 소재 유형 및 게재 위치에 따라 AD(Sponsered) 마크가 표기되어 노출될 수 있습니다.

스폰서드 보드 제작은 '창작센터'를 통해 등록 및 수정할 수 있습니다.

1-2. 제작가이드

스폰서드 보드를 시작하기 전에 꼭 확인해야 할 심사 가이드를 안내해 드립니다.
광고를 시작하기 전에 심사 가이드에 부합하는지 확인해보세요.

연결화면

1. 연결화면은 광고주 권한의 공식페이지 또는 관리/운영하는 연결화면으로 등록해야 합니다.
2. 광고주 관리/운영 여부는 연결화면에서 확인되는 '대표 명칭'을 기준으로 확인합니다.
3. 광고주가 소유 또는 관리/운영하는 연결화면이 아닌 경우 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
4. 광고주 권한이 아닌 제3자 권한의 사이트로 연결할 경우 다음을 준수해야 합니다.
   1) 연결화면 내 광고주(콘텐츠 제공자)에 대한 내용 기재('본 콘텐츠는 OOO 광고주 제공으로 제작되었습니다.' 등)
   2) 연결화면 내 링크가 삽입된 경우 광고 및 콘텐츠와 직접적으로 관련있는 사이트로 연결 필수
   3) 광고주 관련 상품 판매페이지인 경우
   4) 연결화면 내 카카오모먼트 광고 심사가이드에 반하는 콘텐츠가 포함되어 있을 경우 광고 집행 불가
5. 연결화면으로 보도자료를 연결하는 경우 광고주의 내용인 보도자료로만 연결할 수 있으며, 본인의 권한이 있는 콘텐츠로 연결하시기 바랍니다. 콘텐츠 내용에 따라 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
   예시) 광고주가 '카카오광고' 일 때 '카카오광고' 와 관련된 보도자료 및 권한이 있는 연결화면만 등록 가능
6. 모든 연결화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 구성되어야 합니다.
7. 직접적인 채팅 기능이 지원되는 연결화면은 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
8. 연결화면은 광고 관련 내용을 충분히 제공하는 페이지로 연결되어야 합니다.
9. 연결화면에 팝업 및 기타 기능 등으로 콘텐츠 확인이 어려운 경우 집행이 제한될 수 있습니다.
10. 한 개의 소재에 동일한 연결화면을 중복하여 등록할 수 없습니다.
11. 상세 내용은 제작가이드 '연결화면' 을 참고해주시기 바랍니다.

> ⚠ **연결화면 주요 보류 사례 참고하세요 !**
>
> 연결화면은 광고주 권한의 공식페이지 또는 관리/운영하는 연결화면으로 등록해야 하며,
>
> **콘텐츠 연결화면에서 확인되는 '대표 명칭'과 '카카오톡 채널명' 일치 여부를 검토합니다.**
>
> 지적재산권(저작권, 상표권, 초상권) 등 타인의 권리를 침해하는 내용은 광고가 제한될 수 있습니다.
>
> (4) 세부 가이드를 참고해주시기 바랍니다.

광고 텍스트

1. **보드제목**

1) 제목은 콘텐츠를 대표할 수 있고, 이용자들이 신뢰할 수 있는 정확한 정보를 등록해야 합니다.
2) 광고 보드와 충분한 관련이 있어야 합니다.
3) 제목에 구매유도를 직접적으로 나타내는 다음 문구 사용 시 제한될 수 있습니다.
이벤트, 할인(핫딜/특가/세일) 및 할인율, 가격, 구매, 판매

[등록불가]
- 카카오프렌즈샵 이벤트 특가 30% 오픈 혜택소식 > 이벤트, 할인율 표기
- 신년 맞이 라이언 다이어리 판매가 18,000원 > 가격 표기

2. **설명**
1) 보드 주제를 바탕으로 관련된 내용으로 등록해야 합니다.
2) 설명에서 이벤트&프로모션 등을 나타내는 문구는 연결된 콘텐츠 연결화면 내에서 해당 내용이 확인되야 합니다.

3. **공통**
1) 보드 제목 및 설명, 콘텐츠 영역에 노출되는 텍스트에 전화번호, 사이트URL, 주소지, 이메일, 아이디(ID) 는 기재할 수 없습니다. 단, 콘텐츠 영역에 한하여 사이트URL, 주소지가 포함되는 경우만 허용 가능합니다.
2) 보드 제목 및 설명, 콘텐츠 영역에 노출되는 텍스트에 특수문자나 문장부호 등이 과도하게 중복 기재된 경우 등에 대해서는 제한될 수 있습니다.
3) 보드 제목 및 설명, 텍스트 및 연결화면 내 다음의 내용이 포함된 경우 집행 불가합니다.
   - 이용자 유인을 위해 지나치게 자극적으로 문구를 기재한 경우
   - 부분적인 사실을 전체적인 사실로 오인하도록 하거나 또는 오인할 우려가 있는 내용
   - 관련 법령 또는 선량한 풍속, 기타 사회질서에 반하거나 반하는 행위를 지칭 혹은 조장할 수 있는 내용
   - 객관적으로 인정될 수 있는 사실만을 기재해야 하며, 허위 사실로 밝혀질 경우
   - 의미를 파악하기 어렵거나 타인을 비하하는 의미로 사용되는 은어, 비속어, 욕설 등을 사용한 경우
   - 텍스트는 대다수의 이용자가 이해할 수 있는 한글 또는 영어로 기재해야 합니다.
4. 고지문구
1) 자율심의 대상이거나, 의무 고지사항이 있는 경우 보드 '보드 설명' 영역에 협회의 심의필 번호 또는 각 업종별 의무 고지사항을 기재하여야 합니다.

이미지 가이드

1. 광고 이미지는 광고주가 등록한 모든 이미지 소재 및 연결화면 내 이미지 및 영상을 의미합니다.
2. 광고의 목적을 파악하기 어렵거나 의미 전달이 불가한 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
3. 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 저속한 도안, 사진, 표현 등을 사용할 경우 광고 집행이 불가합니다.
4. 이용자에 따라 혐오감 및 거부감을 느낄 수 있는 진료 내용, 전/후 비교 이미지, 특정부위 확대

이미지 등은 사용할 수 없습니다.

5. 선정적으로 보여지거나 성적 상상력 및 수치심을 불러 일으키는 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
6. 사실이 아닌 것을 사실로 오인하게 만들거나 오인하게 할 여지가 있는 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
7. 제품 또는 서비스의 효과를 강조하는 전/후 비교 이미지는 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
8. 보드 소재영역에 중복 이미지는 등록할 수 없습니다.
9. 해상도가 낮거나 그 일부 또는 전부가 깨져 보임으로써 '이미지' 내 실체가 선명하게 전달되지 못하거나 알아보기 어려운 경우엔 집행 불가합니다.
10. 원색이나 형광색 등 지나치게 채도가 높은 색상을 사용하여 이용자의 눈에 피로를 유발하는 색상은 광고 집행이 불가합니다.
11. 관련 법령, 기타 사회질서에 반하거나 반하는 행위를 지칭할 수 있는 이미지는 집행 불가합니다.

제한업종

1. 다음 업종은 스폰서드 보드 광고 집행이 제한됩니다.

> ⓘ 병의원(의료광고), 건강기능식품의 기능성광고, 의약품 광고, 의료기기

2. 그 외 업종 및 상세 내용은 심사가이드를 참고하시기 바랍니다.

> ⚠ **업종 주요 보류 사례 참고하세요 !**
>
> 1) 부동산 컨설팅(부동산 분양 포함) 관련 콘텐츠
>
> 2) 미팅, 채팅 만남주선 및 이와 유사한 서비스 제공 콘텐츠
>
> 3) 미신, 운세, 사주, 관상, 풍수지리 등에 대한 콘텐츠
>
> 4) 특정 인물 등의 개인 사생활이 담긴 콘텐츠

보드 등록 형식

1. '상품 구매 링크' 페이지는 보드 콘텐츠 개수의 50% 로 이하로 구성해야 합니다.
   보드에 구성된 콘텐츠 개수가 홀수인 경우 올림 개수 허용
   5개의 아티클 구성 시 3개까지 '상품 구매 링크' 연결 가능
2. 구매링크 내 홍보하고자 하는 제품의 정보가 충분하게 제공되지 않은 경우 제한될 수 있습니다.

> ⓘ **상품 구매 링크란 ?**

> 콘텐츠 연결화면 내 특정 상품의 구매/결제하기, 장바구니 등 해당 페이지에서 구매 동선이 직접적으로 제공되는 랜딩페이지를 의미합니다.

2. 소재 및 상태 알아보기

소재

스폰서드 보드 소재 수정은 '창작센터' 를 통해 수정해야 합니다.

스폰서드 보드 수정은 모먼트 관리자센터에서 수정할 수 없으며, '창작센터' 를 통해 등록 및 수정할 수 있습니다.

보드 내 콘텐츠의 정보(이미지,텍스트)는 임의로 수정할 수 없습니다.

창작센터에서 보드 콘텐츠 연결 시 보드에 담은 콘텐츠의 웹페이지 정보(오픈 그래프)가 제목 및 이미지로 자동으로 반영됩니다. 보드 제목 및 설명만 보드 에디터에서 직접 작성,수정할 수 있습니다.

☞ 카카오 뷰 창작센터 도움말 바로가기

광고 소재 썸네일과 제목이 자동으로 변경될 수 있습니다.

보드에 담은 원 콘텐츠의 정보가 변경되면, 창작자가 보드를 수정하지 않아도 해당 콘텐츠 정보가 보드에 자동으로 업데이트될 수 있으며, 연동되어 노출되는 광고 소재 또한 변경될 수 있습니다.

☞ 카카오 뷰 창작센터 도움말 바로가기

다른 사람이 작성한 게시글은 스폰서드 보드 소재 연결을 할 수 없습니다.

원칙적으로 광고주가 소유 또는 관리/운영하는 연결화면이 아닌 경우 광고 집행이 제한될 수 있습니다.

상태

콘텐츠 원본이 수정된 경우 광고 심사가 진행되지 않습니다.

창작센터에서 보드 콘텐츠 등록 시 연결하고자 하는 콘텐츠를 연동하여 보드에 노출하게 됩니다.
보드에 담은 원 콘텐츠의 정보가 변경되면, 창작자가 보드를 수정하지 않아도 해당 콘텐츠 정보가 보드에 자동으로 업데이트될 수 있으며, 연동되어 노출되는 광고 소재 또한 변경될 수 있습니다.

스폰서드 보드에서도 심사가 완료된 소재라도 위와 같이 보드의 소재가 자동 연동되어 변경된 소재인 경우라면 광고 심사가 진행되지 않으며, 모니터링 등을 통해 광고 심사 가이드에 위반하는 내용인 경우 노출중인 소재라도 광고 집행이 제한될 수 있습니다.

☞ 창작센터 도움말 바로가기

광고 소재가 자동으로 재심사가 진행될 수 있습니다.
모먼트에서 심사 완료된 소재라도 창작센터에서 직접 보드 수정한 경우 모먼트에서 소재 상태값은 운영 불가로 변경되며, 소재 자동심사가 진행됩니다. 심사를 통해 승인 완료된 소재에 한하여 스폰서드 보드가 노출될 수 있습니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 업종별 심사정책 FAQ
- 공통 심사정책 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

지표 확인하기

대시보드 및 맞춤보고서를 통해 운영중인 광고 현황을 빠르게 파악하고 다각도로 분석할 수 있습니다.
카카오모먼트에서 제공하는 다양한 지표를 활용해 새로운 인사이트를 발견해보세요.

카카오모먼트 지표 확인하기

대시보드

카카오모먼트에서 광고계정별로 운영 현황을 확인하고 수정할 수 있는 현황판입니다.
광고가 잘 운영되고 있는지, 광고비는 얼마나 소진 되었는지, 효율은 어떤지 등을 한눈에 확인할 수 있습니다.
대시보드를 쉽게 활용하는 방법에 대해 알아보세요.

보고서

맞춤보고서는 카카오모먼트에서 집행한 광고 결과를 원하는 항목별로 구성하여 확인할 수 있는 맞춤형 보고서입니다.
맞춤보고서를 활용하여 광고 운영 결과를 인하고 보다 효율적으로 광고를 운영할 수 있습니다.

대시보드

카카오모먼트에서 광고계정별로 운영 현황을 확인하고 수정할 수 있는 현황판인 대시보드를 학습해보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

1. 대시보드란?

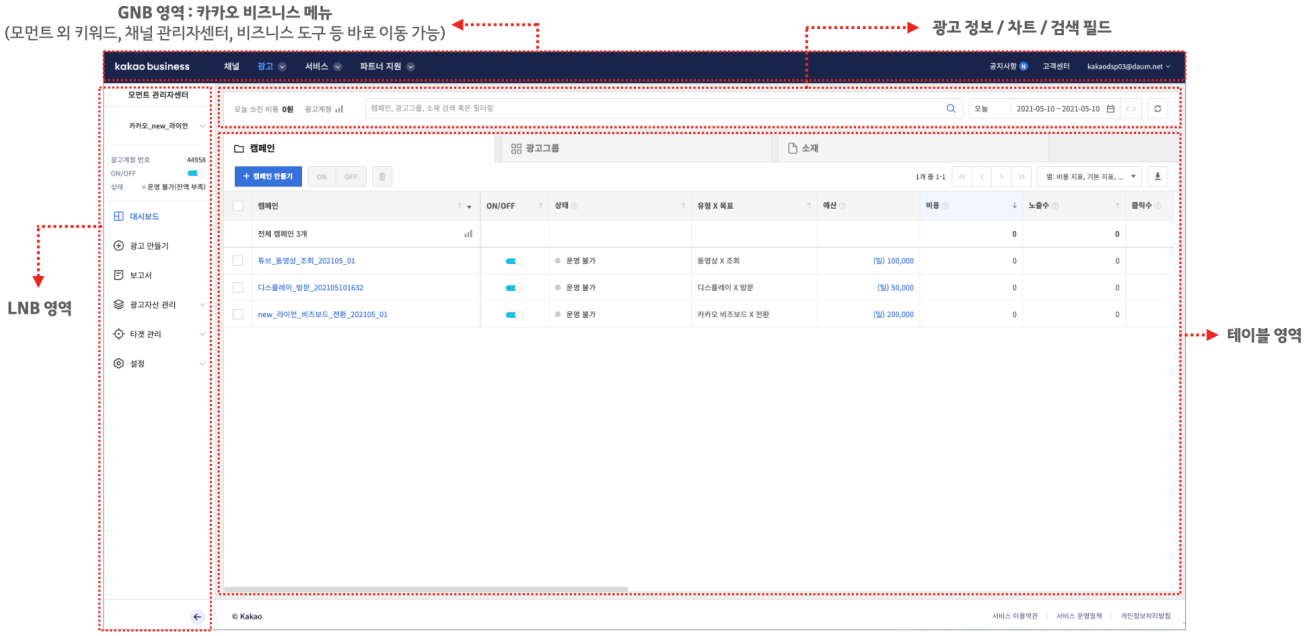
2. 대시보드에서 현황 파악하기

3. 대시보드에서 광고 관리하기

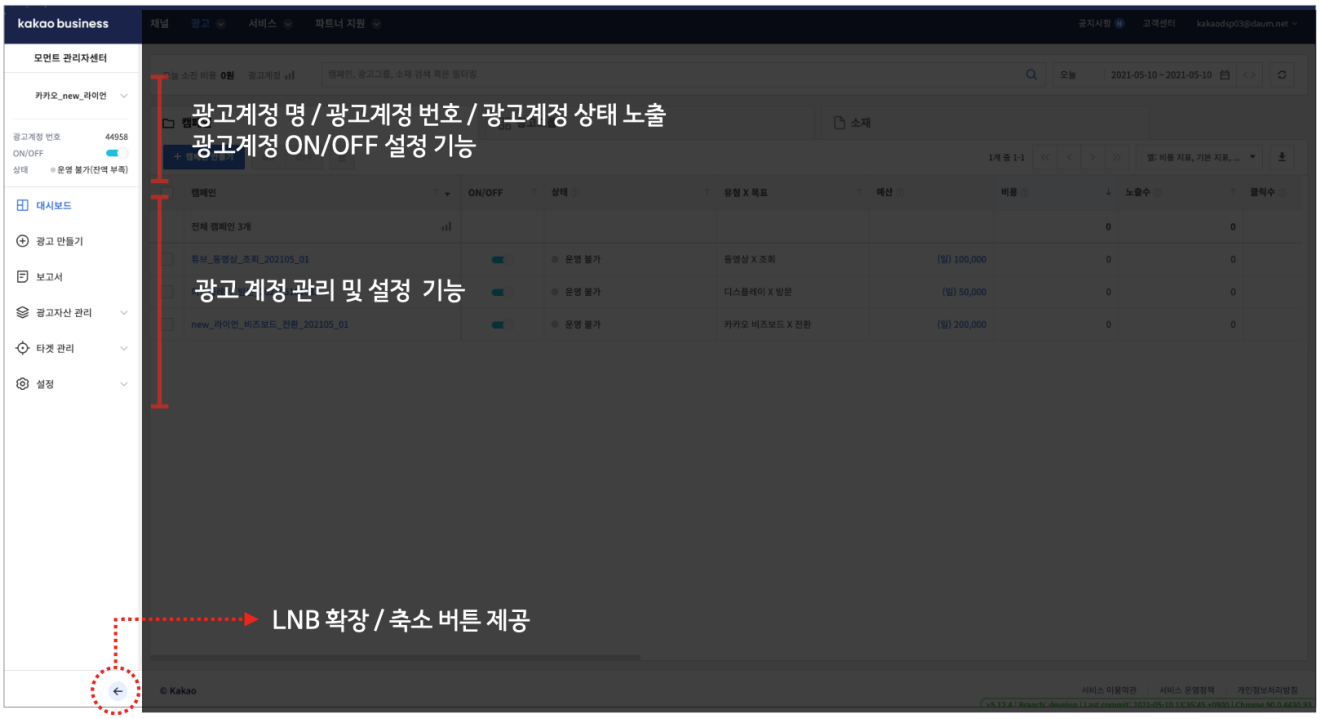
1. 대시보드란?

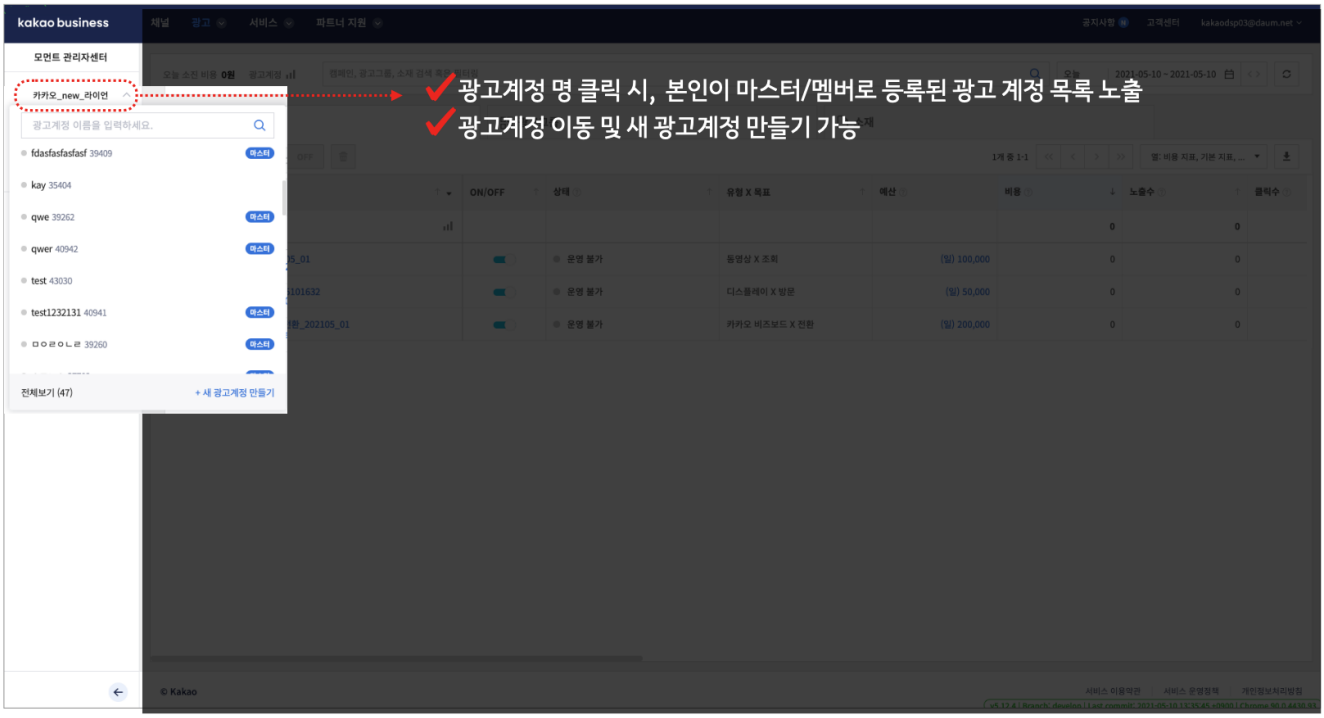
카카오모먼트에서 광고계정별로 운영 현황을 확인하고 수정할 수 있는 현황판입니다.
광고가 잘 운영되고 있는지, 광고비는 얼마나 소진 되었는지, 효율은 어떤지 등을 한눈에 확인할 수 있습니다.

- **대시보드 구성**


GNB 영역 : 카카오 비즈니스 메뉴
(모먼트 외 키워드, 채널 관리자센터, 비즈니스 도구 등 바로 이동 가능)
광고 정보 / 차트 / 검색 필드
LNB 영역
테이블 영역

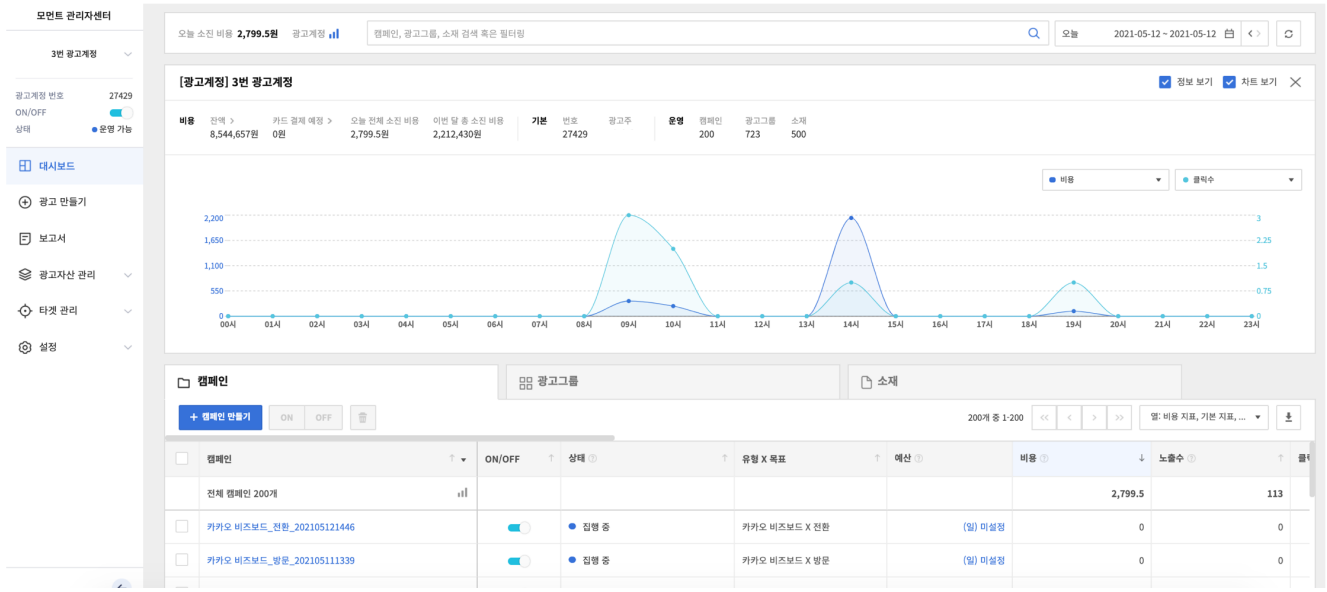
- **LNB**


광고계정 명 / 광고계정 번호 / 광고계정 상태 노출
광고계정 ON/OFF 설정 기능
광고 계정 관리 및 설정 기능
LNB 확장 / 축소 버튼 제공

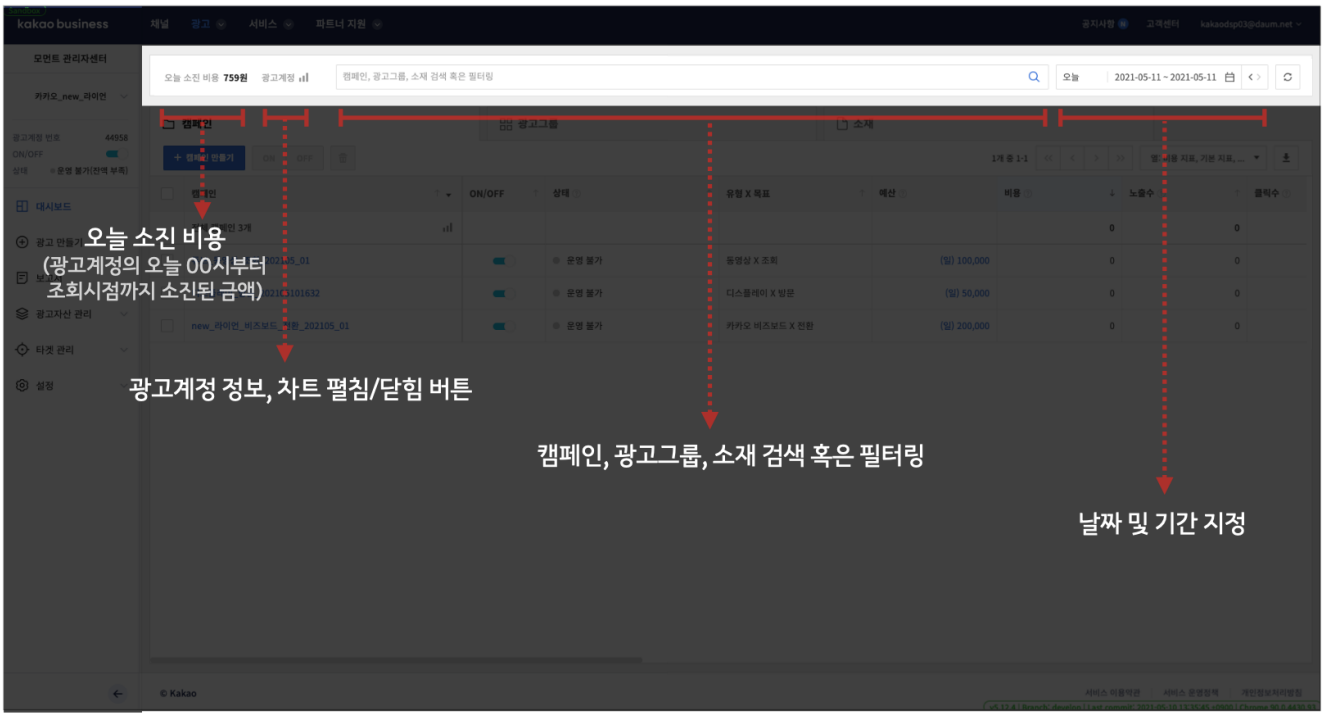


2. 대시보드에서 현황 파악하기

대시보드는 광고 구조와 동일하게 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재의 순서로 구성되어 있습니다.
광고계정, 캠페인, 광고그룹 등의 정보 및 차트는 펼침/숨김 기능으로 제어 가능합니다.

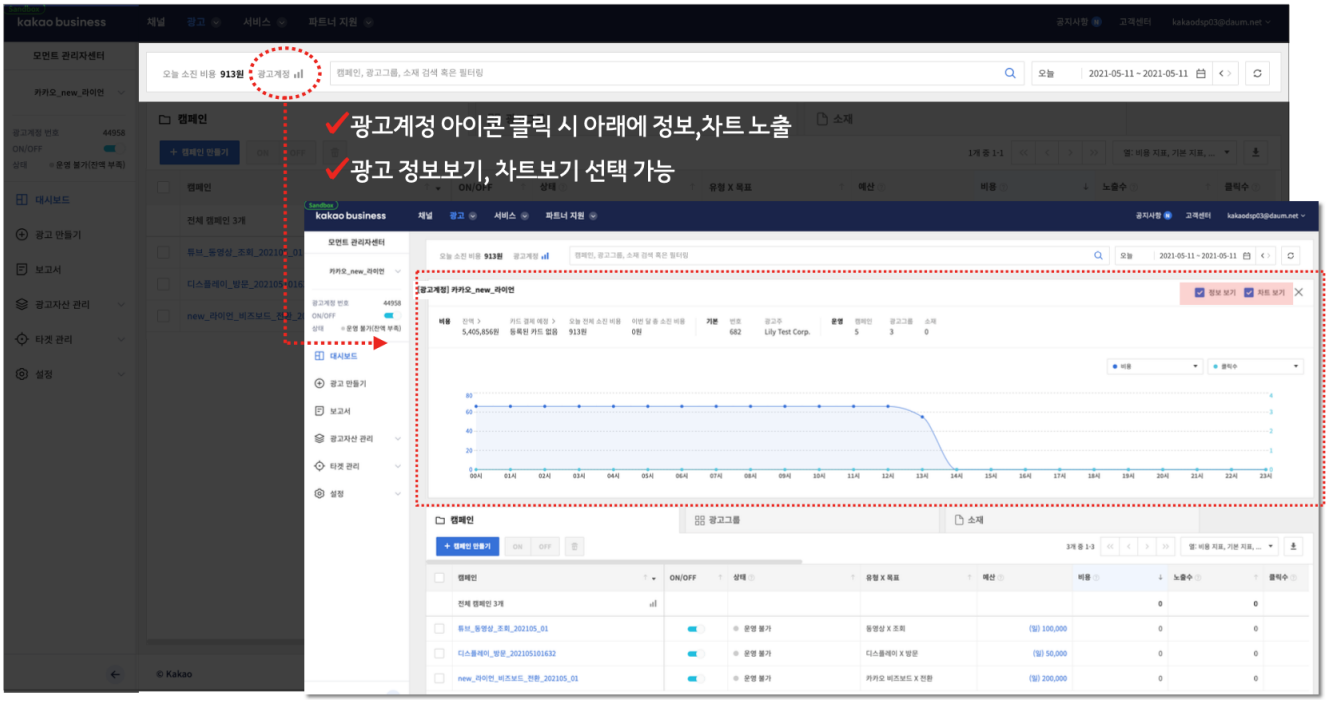


- **오늘 소진 비용, 광고계정 정보, 검색/필터, 날짜 영역**



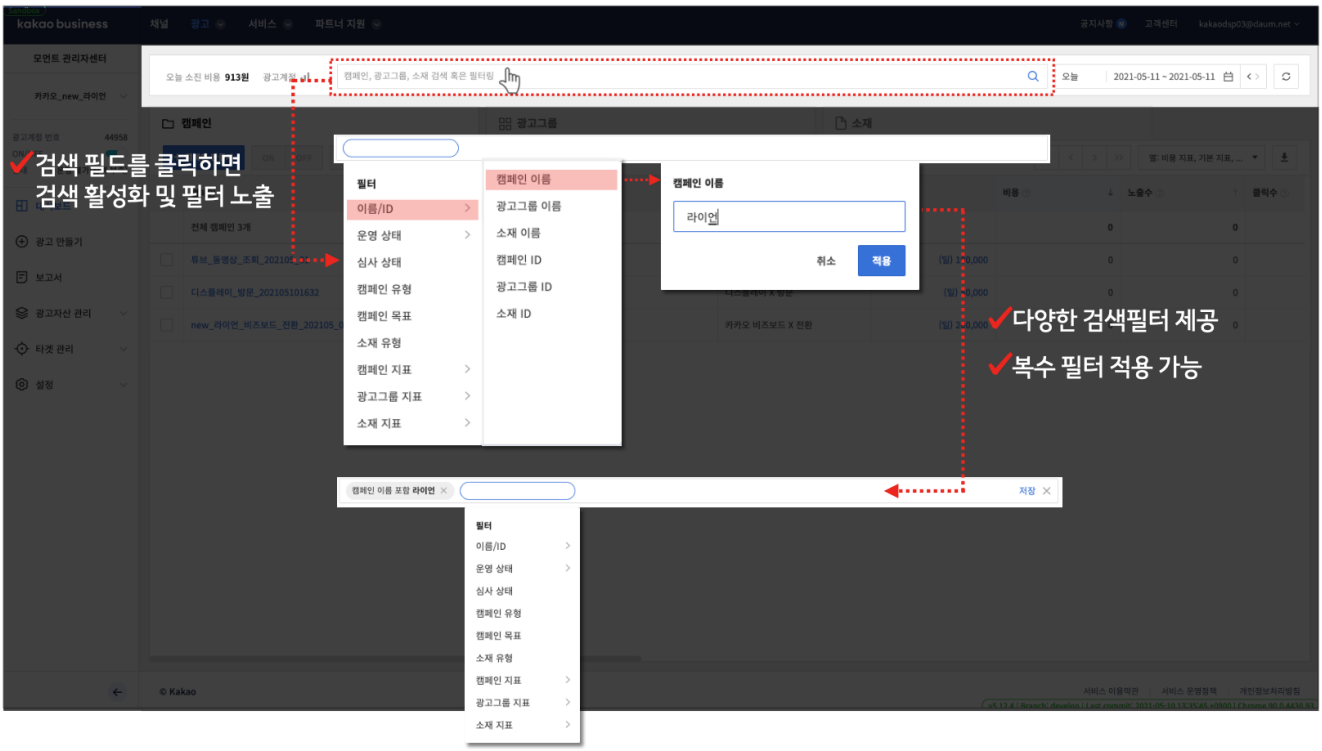
❶ 광고계정 정보

광고계정 아이콘 클릭 시 아래에 정보, 차트가 노출됩니다.
광고 정보보기, 차트보기의 선택에 따라 노출되는 정보값이 달라집니다.

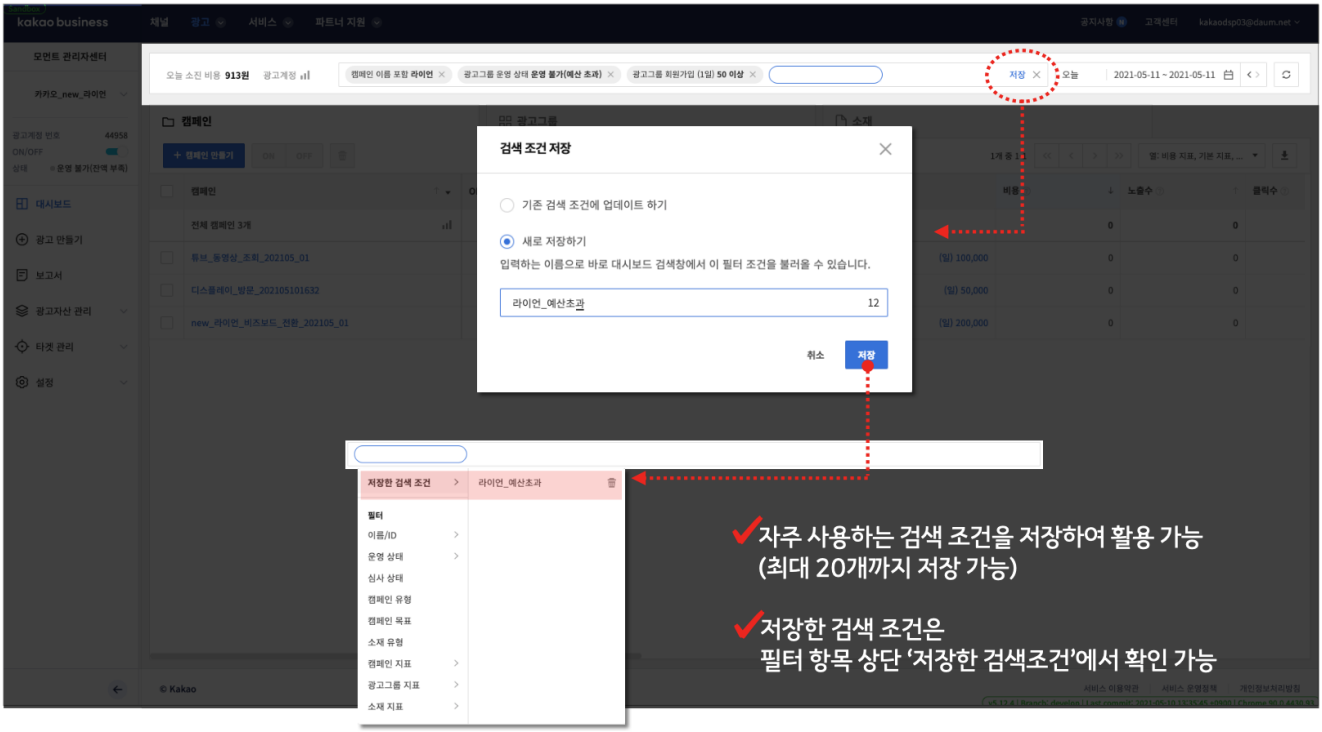


❷ 검색/필터

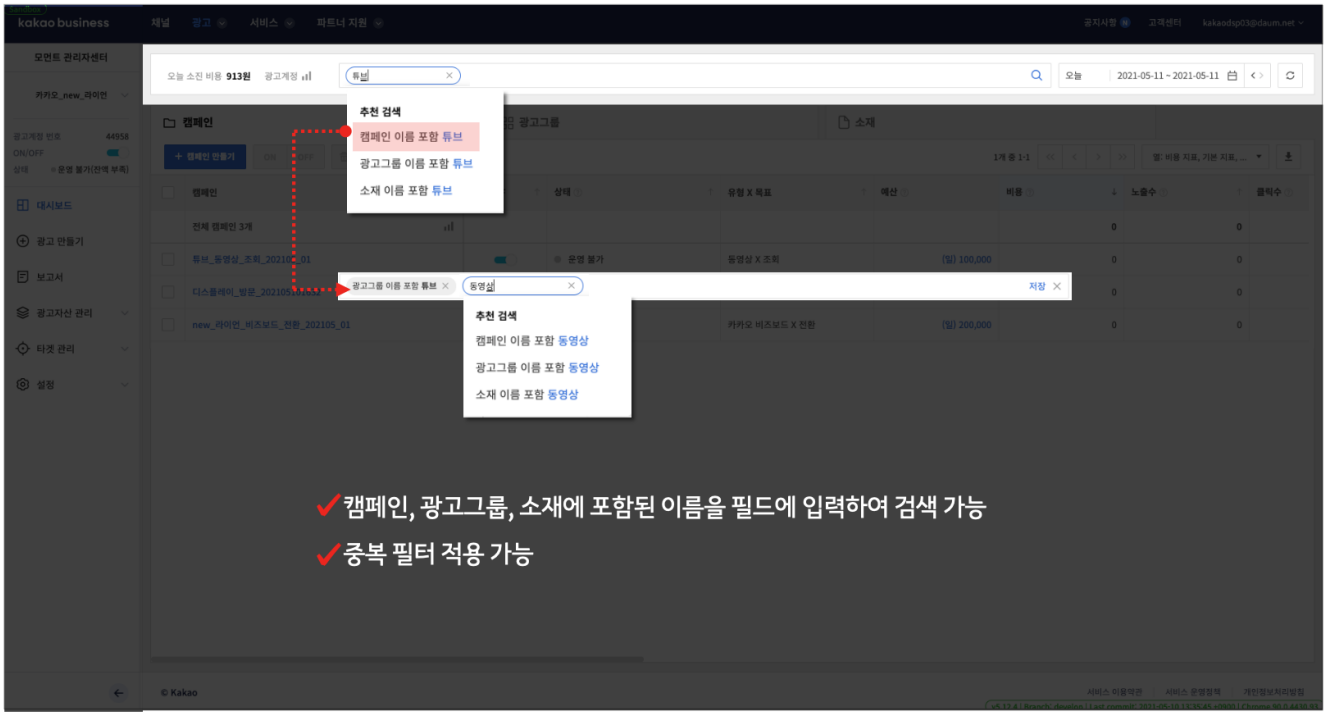
검색 필드를 클릭하면 검색 활성화 및 필터가 노출됩니다.
이름/ID, 운영 상태, 캠페인 이름 등 다양한 검색필터를 제공하며, 필터는 복수로 적용할 수 있습니다.



자주 사용하는 검색 조건을 최대 20개까지 저장하여 활용할 수 있으며, 저장한 검색 조건은 필터 항목 상단 '저장한 검색조건'에서 확인할 수 있습니다.

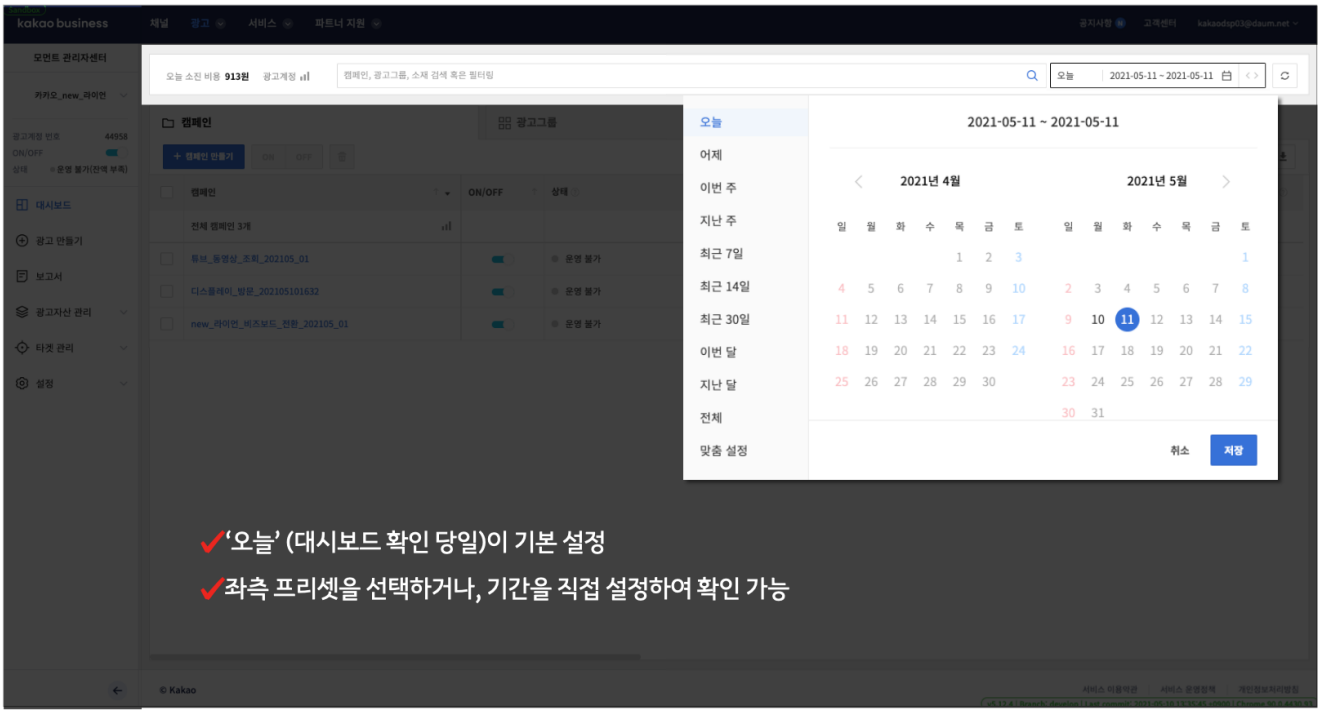


캠페인, 광고그룹, 소재에 포함된 이름을 필드에 입력하여 검색할 수 있으며, 중복으로 필터를 적용할 수 있습니다.



❸ 날짜 영역

'오늘'(대시보드 확인 당일)이 기본 설정값이며, 좌측 프리셋을 선택하거나 기간을 직접 설정할 수 있습니다.



- **정보/차트 영역**
  정보/차트는 (광고계정 / 전체 캠페인, 광고그룹, 소재 / 개별 캠페인, 광고그룹, 소재) 별로 확인할 수 있습니다.
  1일 단위에서는 시간대별 차트가 제공됩니다.

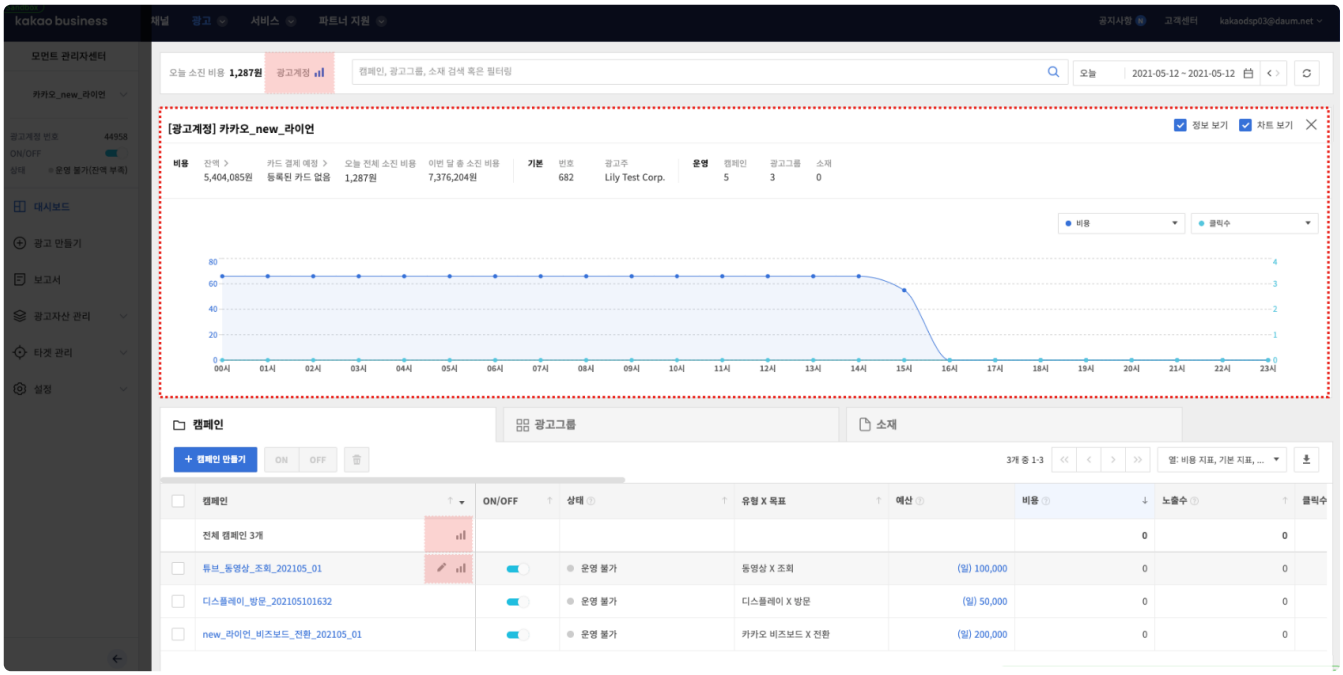
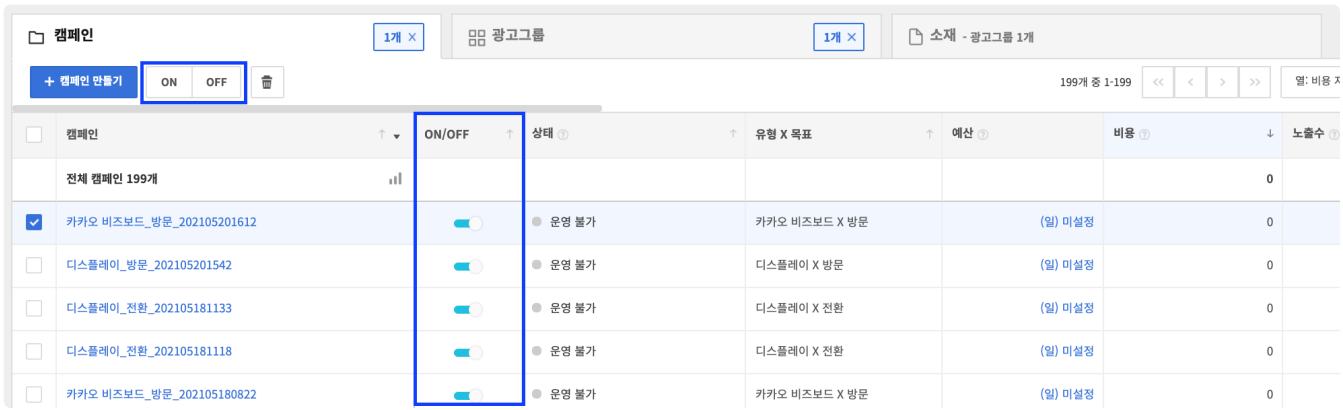


차트 보기

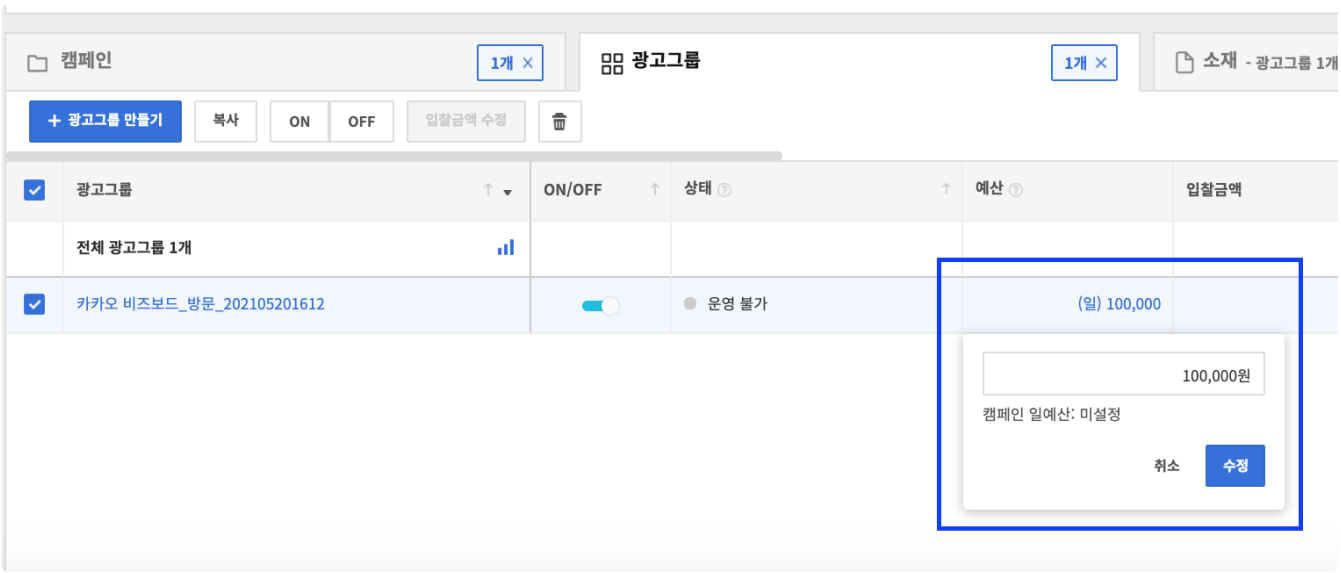
3. 대시보드에서 광고 관리하기

카카오모먼트는 대시보드를 통해서도 손쉽게 광고 설정을 할 수 있습니다.

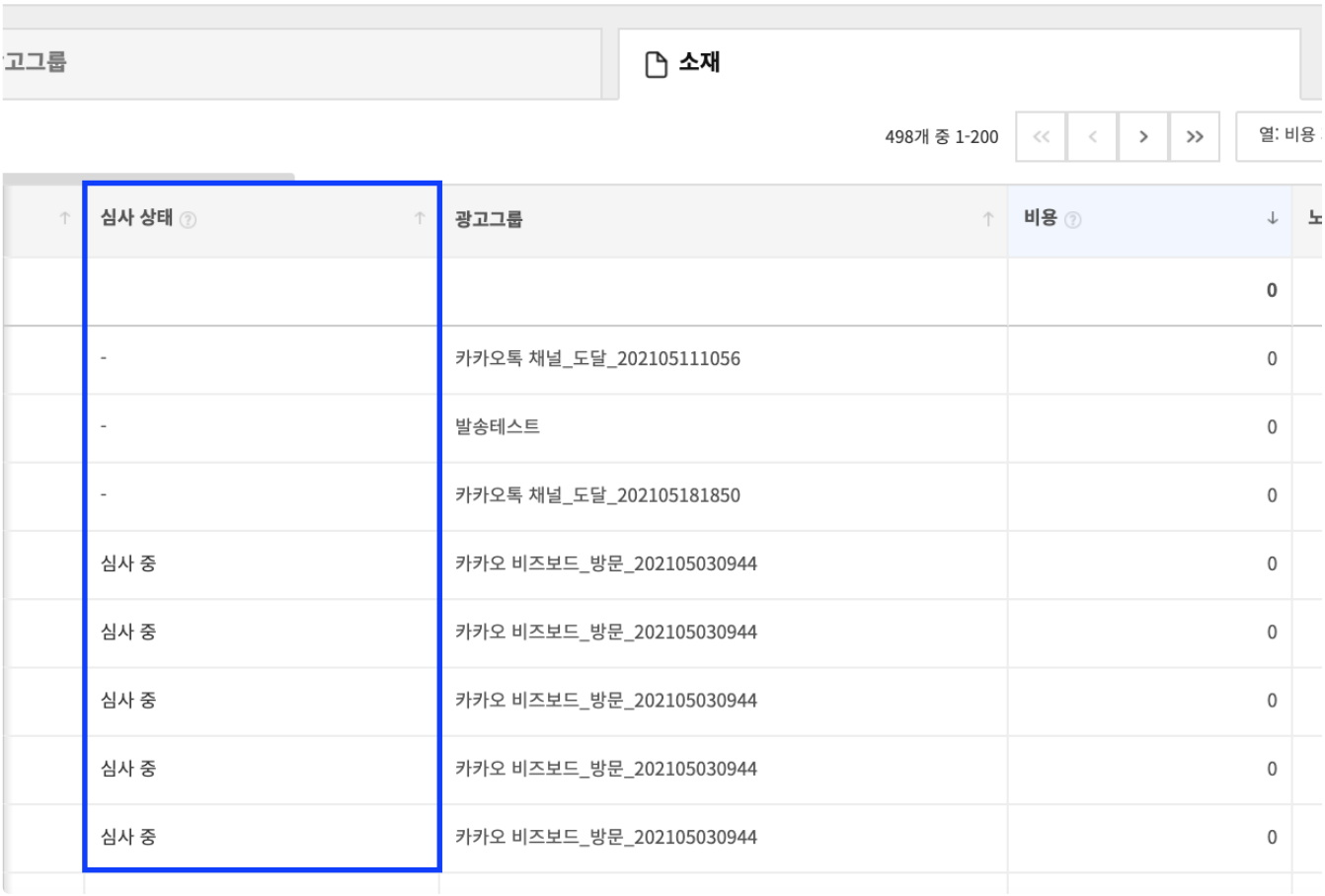
- **ON/OFF 기능**
  ON/OFF 버튼을 통해 손쉽게 노출을 시작하거나 중단할 수 있습니다.
  ON/OFF 기능은 캠페인, 광고그룹, 소재별 설정이 가능합니다.



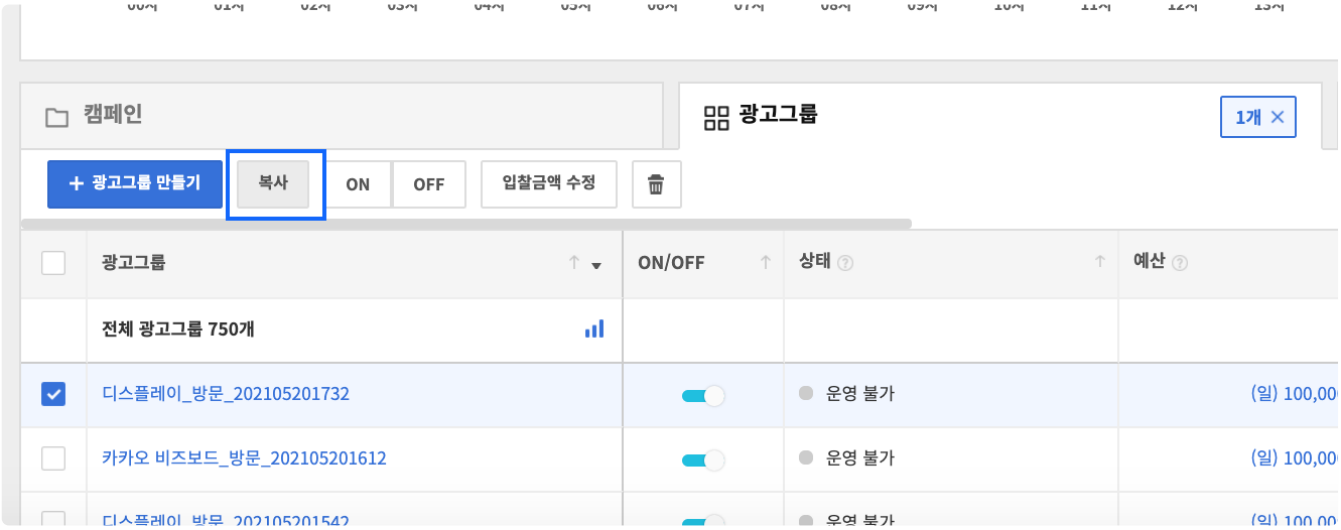
- **일예산 수정**
  일예산 영역을 클릭해 캠페인 및 광고그룹 단위의 일예산을 수정할 수 있습니다.



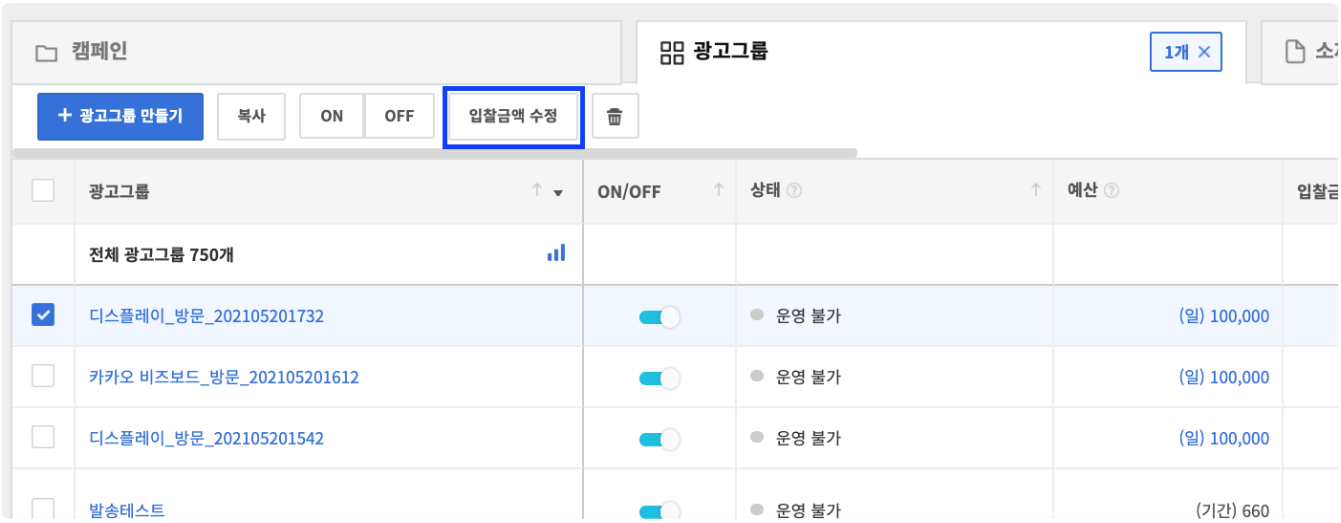
- **소재의 보류 사유 확인 및 재심사 요청**
  소재 > 심사 상태에서 심사 현황을 확인할 수 있습니다.
  재 심사에서 보류가 난 경우 소재 대시보드에서 보류사유를 확인할 수 있습니다.
  소재 보류사유를 확인 후, 재심사요청을 해주세요.



- **광고그룹/소재 복사**
  이미 생성된 광고그룹과 소재를 복사하여 그룹을 생성할 수 있습니다.



- **입찰금액 수정**
  광고그룹에서 설정한 입찰 방식이 수동 입찰일 경우에 광고그룹 테이블 영역에서 입찰금액을 수정할 수 있습니다.



다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 보고서 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

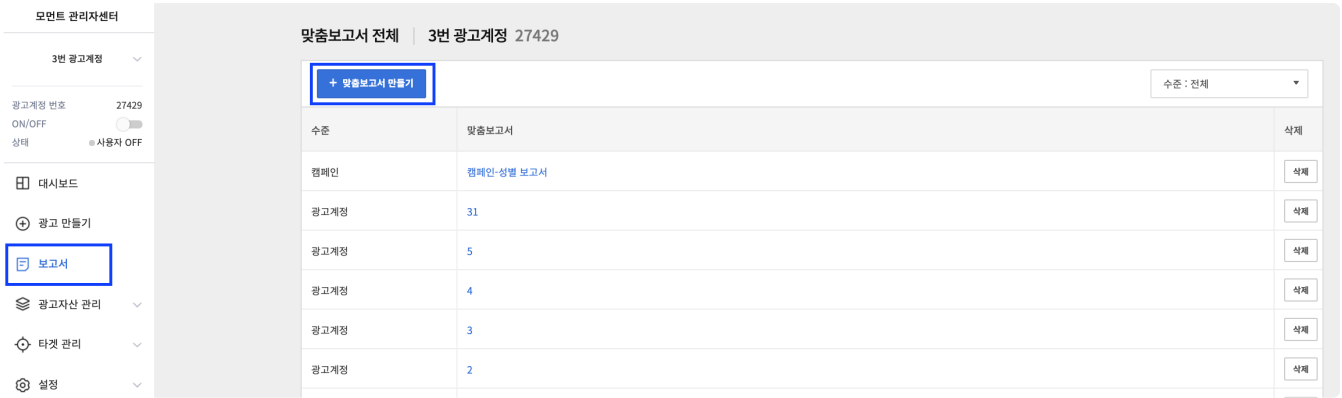
보고서

카카오모먼트에서 집행한 광고 결과를 원하는 항목별로 구성하여 확인할 수 있는 맞춤형 보고서를 학습해보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

- # 1.맞춤보고서란?
- # 2. 맞춤보고서에서 무엇을 확인할 수 있나요?
- # 3.맞춤보고서 만들기

1.맞춤보고서란?



맞춤보고서는 카카오모먼트에서 집행한 광고 결과를 원하는 항목별로 구성하여 확인할 수 있는 맞춤형 보고서입니다.

2. 맞춤보고서에서 무엇을 확인할 수 있나요?

광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재별로 단위를 구분하여 다양한 지표를 제공하고 있습니다.

2-1. 실적 지표

	지표 설명	제공 항목
기본 지표	선택한 대상에서 발생한 노출, 클릭, 재생 로그 기반의 지표	노출수, 클릭수, 클릭률, 도달수, 재생수, 노출당 비용, 클릭당 비용, 도달당 비용, 재생당 비용
발송 지표	선택한 대상에서 발생한 발송, 열람, 클릭 로그 기반의 지표	발송수, 열람수, 전체 클릭수, 전체 재생수, 발송당 비용, 열람당 비용, 전체 클릭당 비용, 전체 재생당 비용

(참고) 실적 지표 제공 대상

- 기본 지표 : 카카오톡 채널X도달 외 모든 캠페인에서 제공
- 발송 지표 : 카카오톡 채널X도달 캠페인에서만 제공

2-2. 전환 지표

전환 지표는 확인 기준(1일, 7일)을 선택하여 조회할 수 있습니다.

	지표 설명	제공 항목
픽셀 & SDK 전환 지표	선택한 대상에서 발생한 픽셀&SDK로 수집된 픽셀 전환 로그 기반의 지표	회원가입, 장바구니 보기, 구매, 구매금액, 잠재고객, 서비스신청, 앱설치
카카오친구 지표	선택한 대상에서 발생한 카카오톡 채널 친구 추가 로그 지표	친구 추가 수

(참고) 전환 지표 제공 대상

- 픽셀 & SDK 전환 지표 : 카카오톡 채널X도달 외 모든 캠페인에서 제공
- 카카오친구 지표 : 전환 목표 하위 '채널 친구 추가' 선택한 캠페인에서만 제공

2-3. 소재 지표

	지표 설명	제공 항목
동영상 지표	선택한 대상에서 발생한 동영상 재생 로그 기반의 지표	자동 재생수, 터치 재생수, 사운드 ON수, 5초/10초/15초/30초/60초 재생수, 25%/50%/75%/100% 재생수
슬라이드 지표	선택한 대상에서 발생한 카탈로그 유형 소재의 슬라이드 내에서 발생한 로그 기반의 지표	슬라이드1~10 클릭수, 기타 클릭수
메시지 지표	선택한 대상에서 발생한 메시지 말풍선 내 클릭 로그 지표	공유 버튼 클릭수, 이미지/동영상 클릭수, 텍스트 클릭수, 타이틀 클릭수, 동영상 클릭수, 동영상 3초/5초/10초/15초/30초/60초 재생수, 리스트 1~4 클릭수, 리스트 1~4 재생수, 리스트 3초/5초/10초/15초/30초/60초 재생수, 버튼1~2 클릭수, 캐러셀1~6 버튼 1 클릭수, 캐러셀1~6 버튼2 클릭수, 캐러셀1~6 쿠폰 버튼 클릭수, 더보기 클릭수, 쿠폰 버튼 클릭수, 기타 클릭수
애드뷰 지표	비즈보드 랜딩이 애드뷰인 경우, 선택한 대상에서 발생한 애드뷰의 클릭 및 동영상 재생 로그 지표	버튼1 클릭수, 버튼2 클릭수, 공유 버튼 클릭수, 미지/동영상 1~10 노출수, 동영상 1~10 자동 재수, 동영상 1~10 3초 재생수
비즈보드 확장 지표	비즈보드 익스팬더블 소재인 경우, 비즈보드 확장 영역에서 발생한 클릭 및 동영상 재생 로그 지표	노출수(확장), 동영상 자동 재생수(확장), 동영상 초 재생수(확장), 이미지 클릭수(확장), 행동유도 클릭수(확장), 이미지1~5 노출수, 이미지1~5 클수
보드 지표	선택한 대상에서 발생한 스폰서드 보드내 클릭 로그 지표	채널 홈 클릭수, 채널 추가 클릭수, 아티클1~10 릭수

(참고) 소재 지표 제공 대상

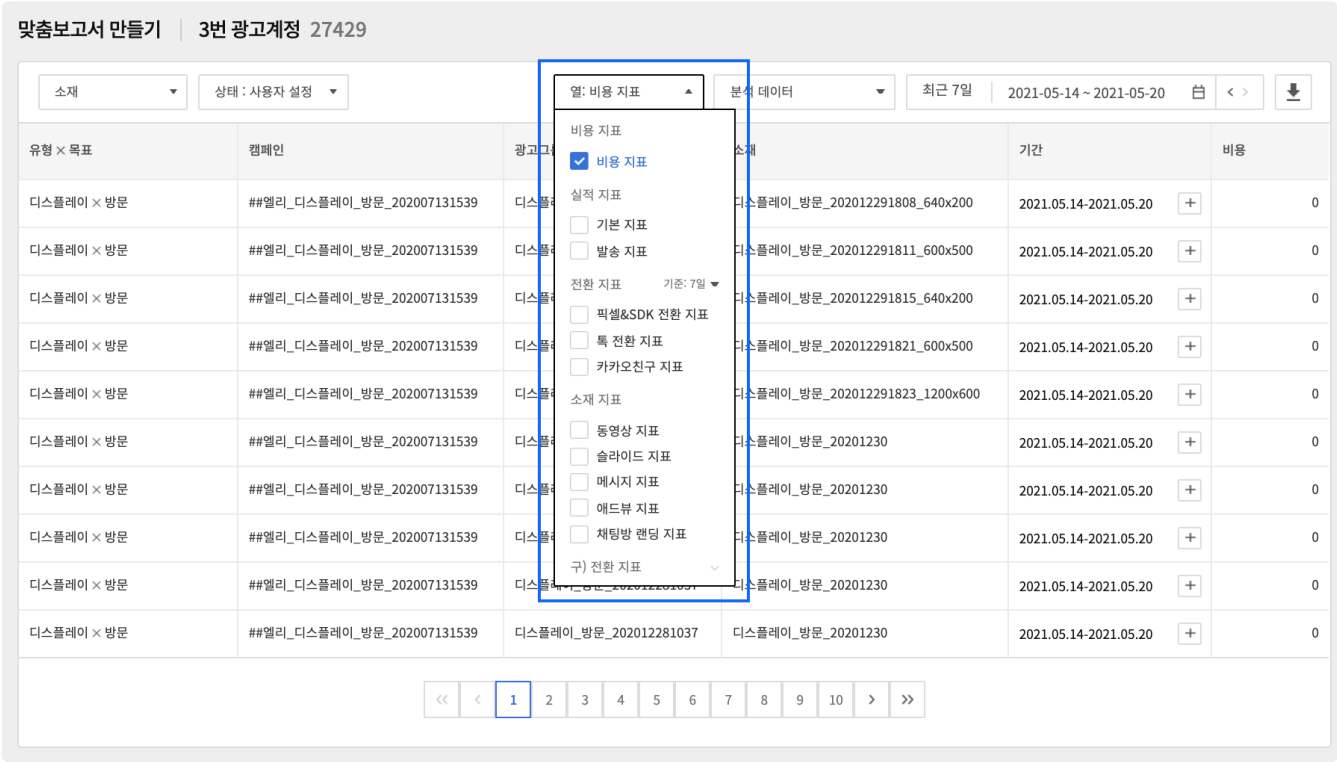
- 동영상 지표 : 디스플레이 및 동영상 캠페인에서만 제공
- 슬라이드 지표 : 카탈로그 유형 소재가 등록된 캠페인에서만 제공
- 메시지 지표 : 카카오톡 채널X도달 캠페인에서만 제공
- 애드뷰 지표 : 비즈보드 및 채널 캠페인에서만 제공
- 비즈보드 확장 지표 : 비즈보드 익스팬더블 소재가 등록된 비즈보드 캠페인에서만 제공
- 보드 지표 : 스폰서드보드 캠페인에서만 제공

3.맞춤보고서 만들기

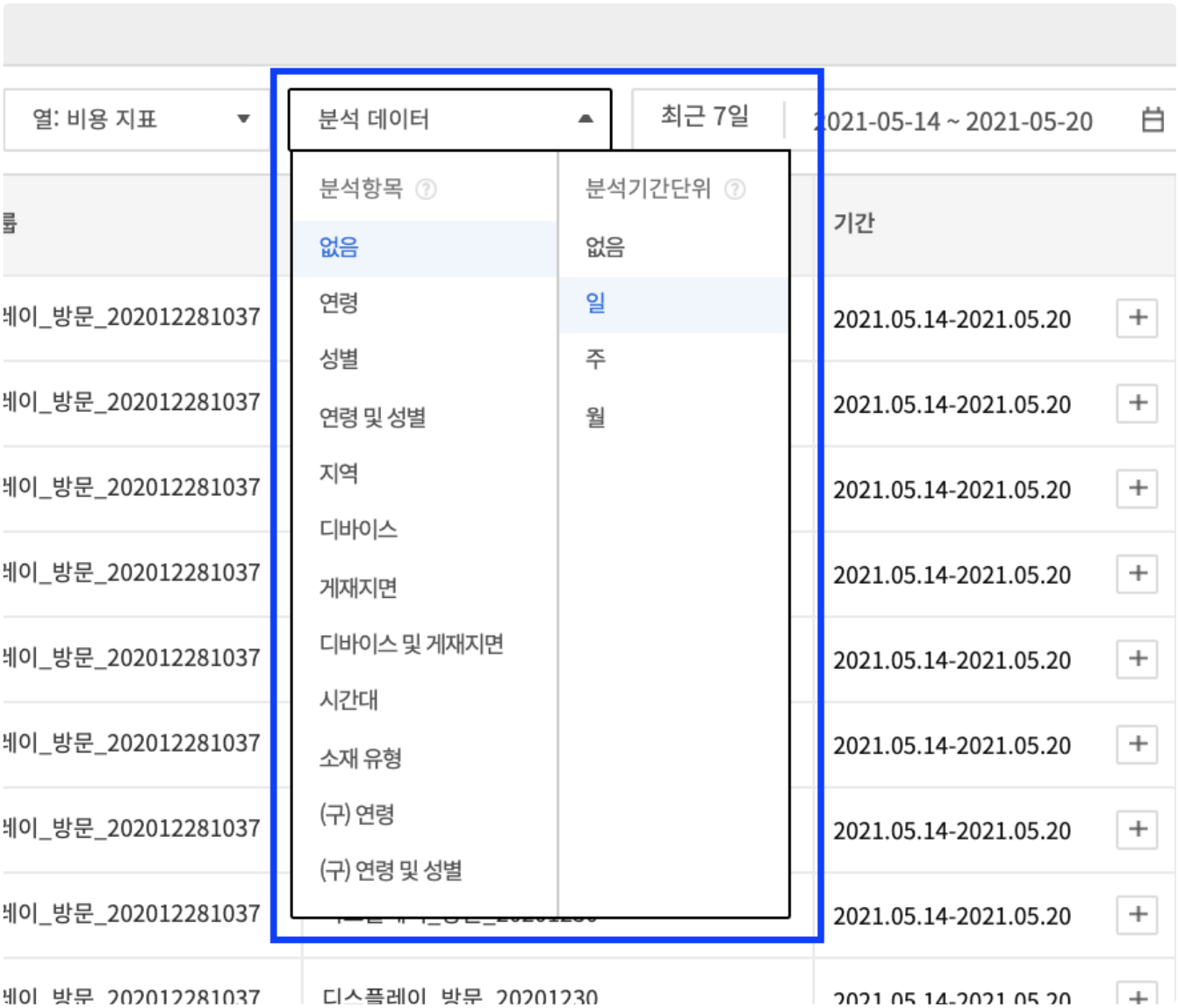
광고계정, 캠페인별 기본단위에 따라 비용 지표, 실적 지표, 전환 지표, 소재 지표를 중복으로 선택할 수 있으며
선택한 기본단위에 따라 볼 수 있는 지표가 달라집니다.

- 분석 기간 설정은 없음, 일(최대 1개월), 주(최대 2개월), 월(최대 12개월) 단위로 제공합니다.
- 보고서는 최근 2년 간의 데이터를 제공합니다.

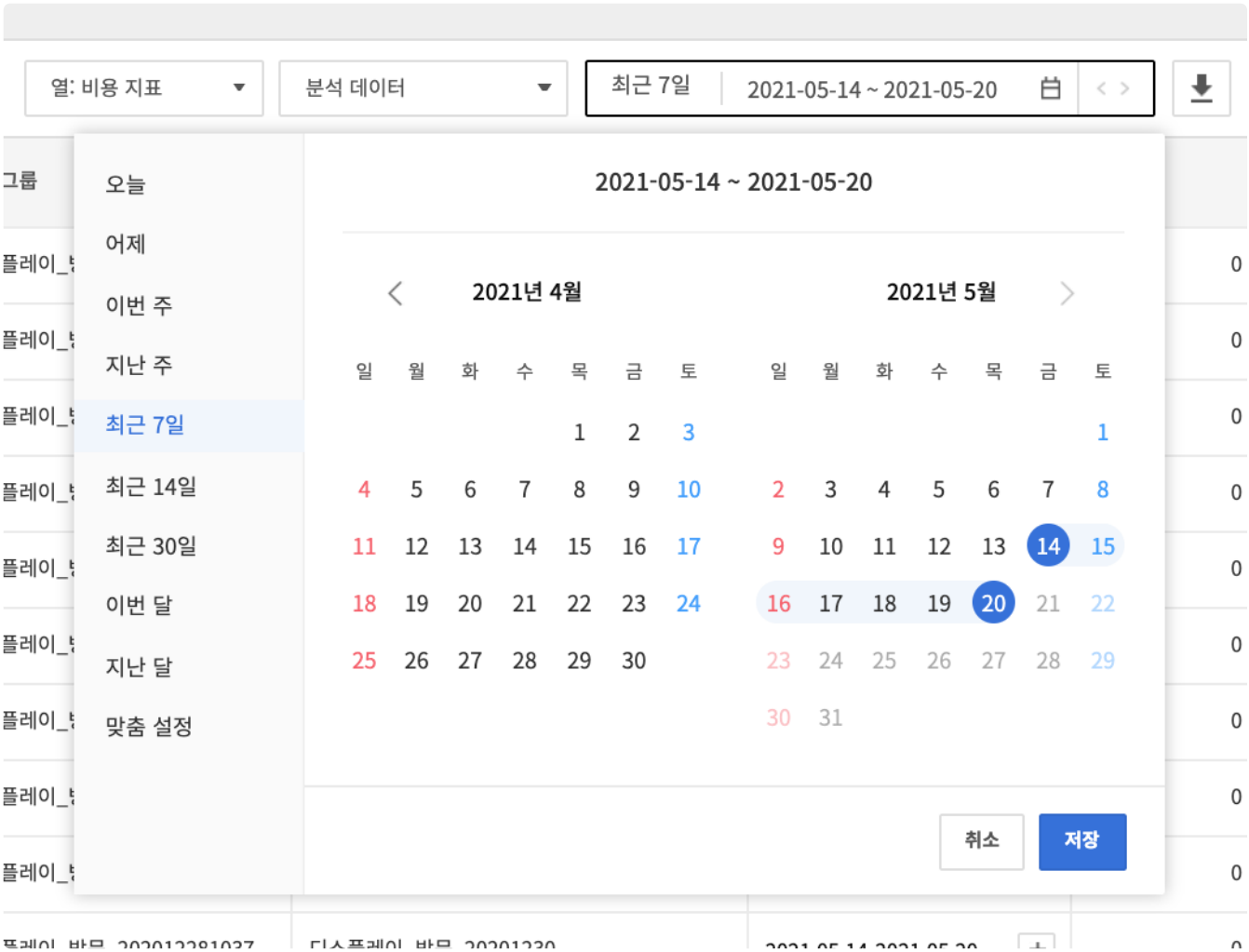
- **단위 설정하기**
  광고계정, 캠페인, 광고 그룹이나 소재 단위로 보고서의 단위를 설정할 수 있습니다.
  각 단위의 원하는 상태값(ON, OFF, 삭제)만을 모아서 보고서를 확인할 수 있는 필터 기능도 제공합니다.
- **지표 추가하기**
  단위를 캠페인 이하로 설정하면 다양한 추가 지표도 제공합니다.
  카카오친구 지표, 픽셀 및 SDK 전환 지표, 소재 지표 등을 추가해 세밀하게 광고 성과를 파악할 수 있습니다.



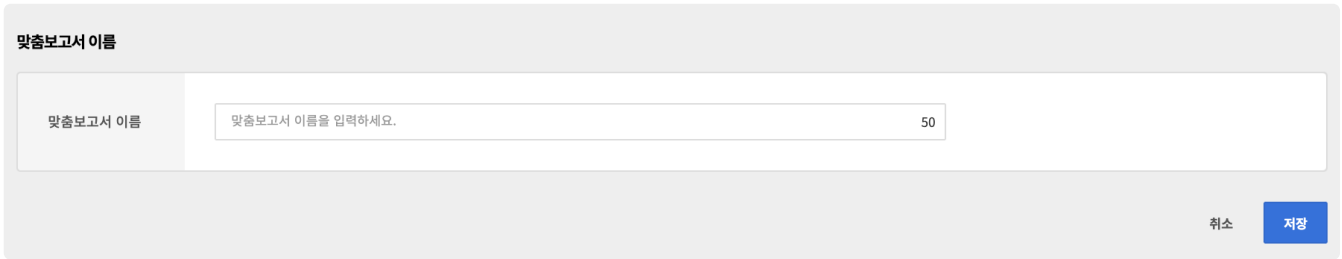
- **분석 데이터 설정하기**
  연령, 지역, 디바이스, 소재 유형 등을 기준으로 광고 효율을 분석할 수 있습니다.



- **기간 설정하기**
  분석 데이터에서 분석기간단위를 설정하고, 기간 탭에서 지표를 확인하려는 조회 기간을 선택해 기간별 지표를 확인할 수 있습니다.
  예) 분석기간단위를 '주'로 선택하고 조회 기간을 '지난달'로 설정하면 지난달의 주간 지표를 확인할 수 있습니다.



- **맞춤보고서 저장**
  원하는 항목을 선택하여 맞춤보고서를 생성 후 저장합니다.



다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 보고서 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

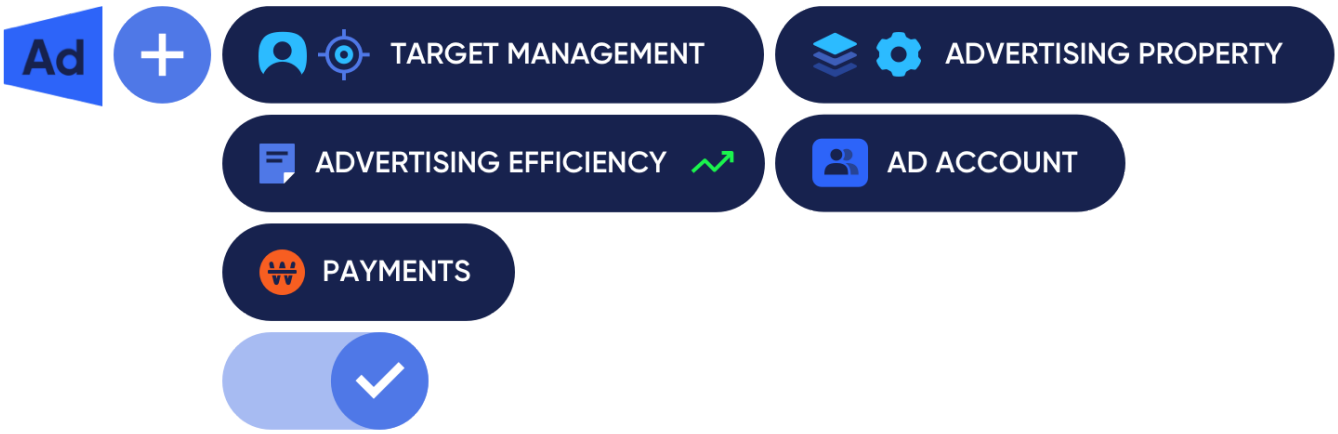
- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

운영하기



카카오모먼트 운영 카테고리

타겟 관리

카카오모먼트에서는 다양한 타겟 설정을 통해 최적의 오디언스에게 광고를 노출할 수 있습니다.
광고 목적에 맞는 잠재 고객을 찾아내고, 광고주가 보유하고 있는 데이터를 타겟 설정에 활용하는 방법에 대해 알아보세요.

광고자산 관리

광고주의 웹사이트나 앱을 방문한 이력 또는 다양한 설문, 응모, 예약 등의 이력이 있는 사용자를 활용하여 보다 효율적으로 광고를 운영할 수 있습니다.
다양한 데이터를 안전하게 수집하고 연동하여 관리하는 방법에 대해 살펴보세요.

계정 관리

광고계정의 영업권 설정과 세금계산서 발행 등 계정 관리와 관련된 사항을 자세하게 확인해보세요.

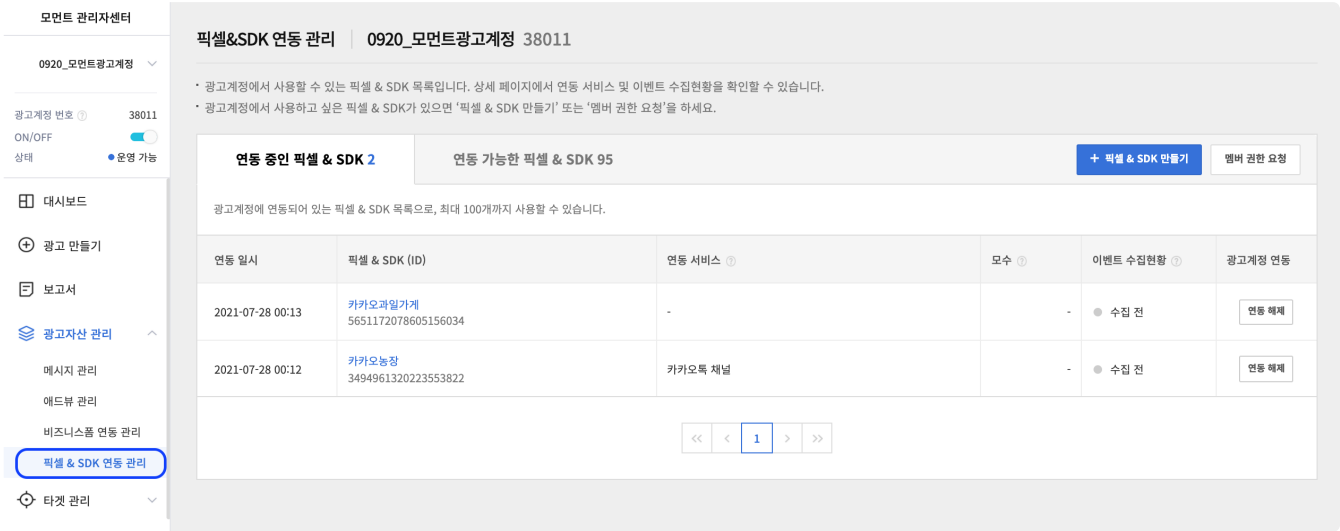
결제 관리

광고 캐시 충전 / 환불 관련된 사항을 살펴보세요.

광고자산 관리

> 메시지와 애드뷰 소재 관리에서부터 카카오모먼트의 '내 데이터' 기능을 활용해 오디언스를 설정하기 위해 필요한 연동 데이터를 사전에 준비할 수 있는 기능입니다.
>
> 광고주의 웹사이트나 앱을 방문한 이력 또는 다양한 설문,응모,예약 등의 이력이 있는 사용자를 활용하는 데이터를 수집, 연동, 관리하는 방법을 알아보겠습니다.

1.픽셀 & SDK 연동 관리



픽셀 & SDK 연동 관리 개편 화면 (21년 8월 3일 적용 예정)

카카오 픽셀 & SDK는 카카오에서 제공하는 전환추적 서비스입니다.
최적의 잠재고객을 파악하고, 광고에서 발생한 회원가입과 구매 등의 전환을 확인할 수 있는 스크립트 도구입니다.

카카오 픽셀 & SDK는 내 홈페이지나 모바일 앱 그리고 카카오서비스와 연동하여,
설치 가이드에 정의된 사용자의 다양한 행태 정보를 파악하고 카카오모먼트와 키워드광고의 성과를 측정할 수 있습니다.

자세한 픽셀 & SDK 연동 관리에 대한 소개는 서비스/도구 > 픽셀 & SDK 메뉴에서 확인 가능합니다.

픽셀 & SDK

2. 비즈니스폼 연동 관리

비즈니스폼을 통한 설문, 응모, 예약을 광고에 활용합니다.
자세한 비즈니스폼 연동 관리에 대한 소개는 서비스/도구 > 비즈니스폼 메뉴에서 확인 가능합니다.

비즈니스폼

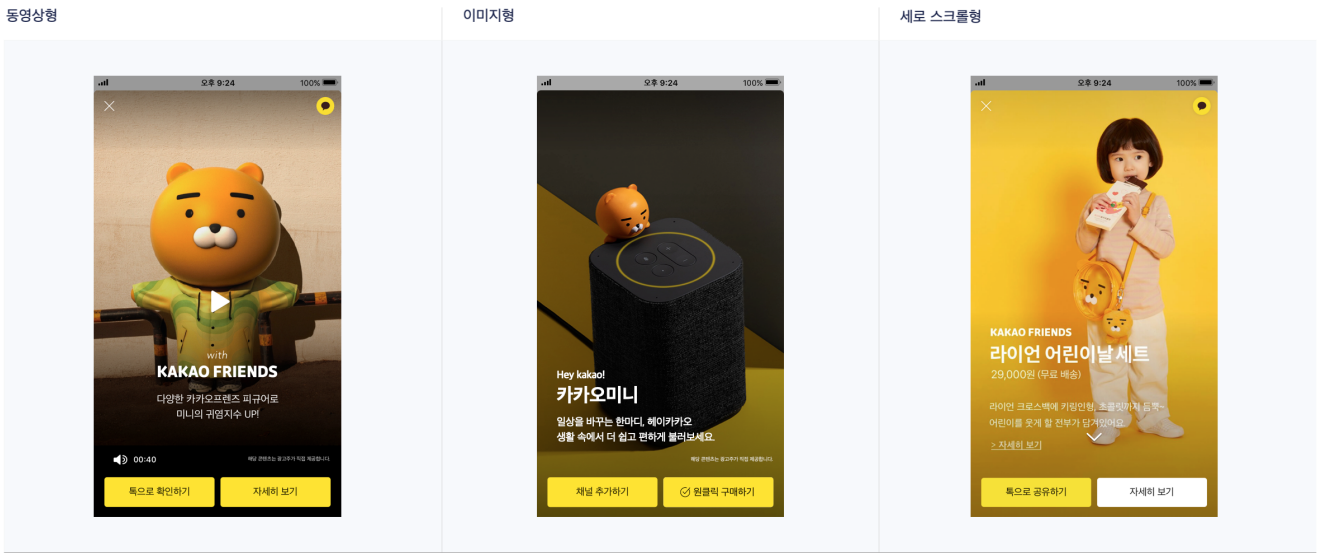
3. 애드뷰 관리

3-1. 애드뷰란?

애드뷰는 카카오비즈보드 랜딩페이지 유형 중 하나입니다.

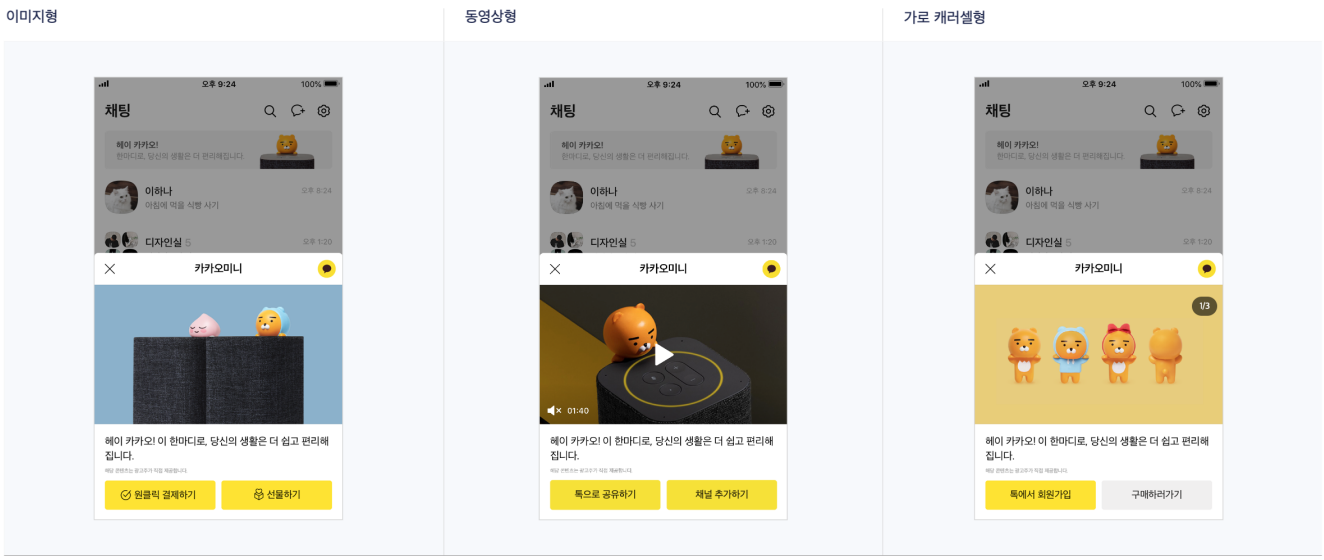
애드뷰를 설정한 소재는 카카오톡 > 채팅탭(2탭), 뷰탭(3탭) 게재지면에만 노출됩니다.
단, 뷰탭의 뷰/My뷰/카테고리판 상단의 비즈보드 영역에만 애드뷰 랜딩 소재가 노출 됩니다.

- **풀뷰**
  애드뷰는 채팅리스트 아래에서 위로 화면이 노출되어 사용자에게 화면 전환의 이질감 없이 자연스럽게 광고 상세 정보를 노출할 수 있는 랜딩페이지입니다.
  풀뷰는 모바일 화면 전체를 세로 이미지 혹은 세로 동영상으로 채워 사용자의 시선을 사로잡는 랜딩페이지입니다.



- **콤팩트뷰**
  애드뷰 중 콤팩트뷰는 모바일 사용성에 적합한 형태로 모바일 화면 전체를 가리지 않는 절반 정도의 크기로 노출됩니다.

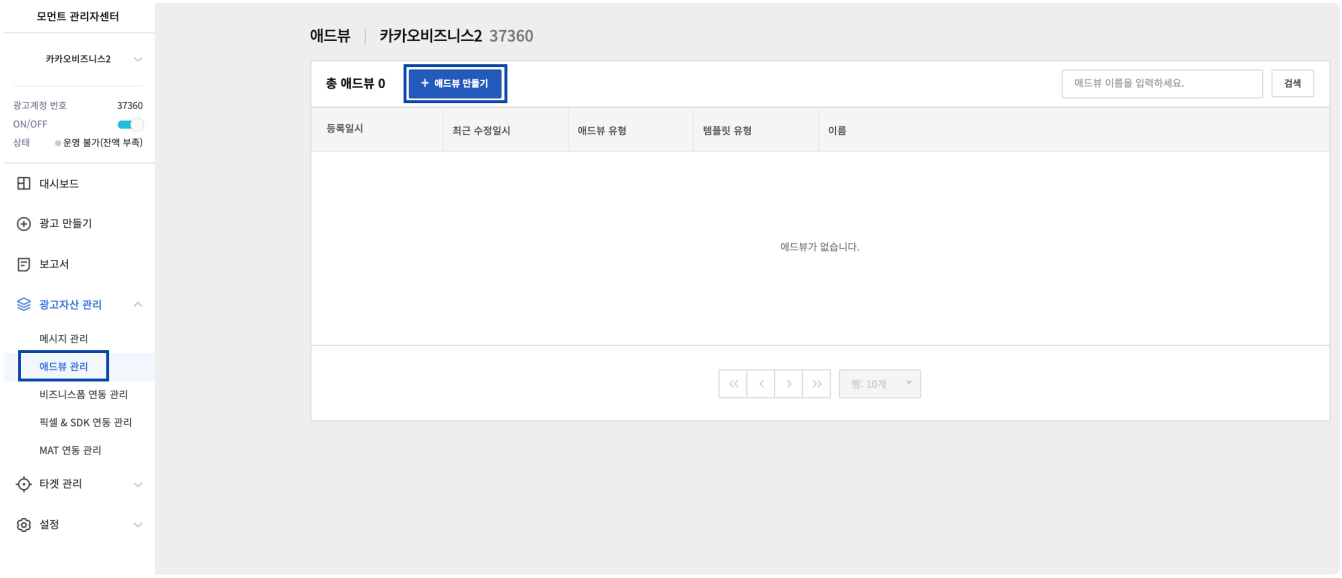
  네이티브 광고와 같이 이미지 혹은 동영상과 함께 홍보 텍스트를 등록하여 구성되는 형태로, 적은 제작 공수로 빠른 소재 교체가 가능하여 캠페인 전체의 효율 관리가 용이합니다.



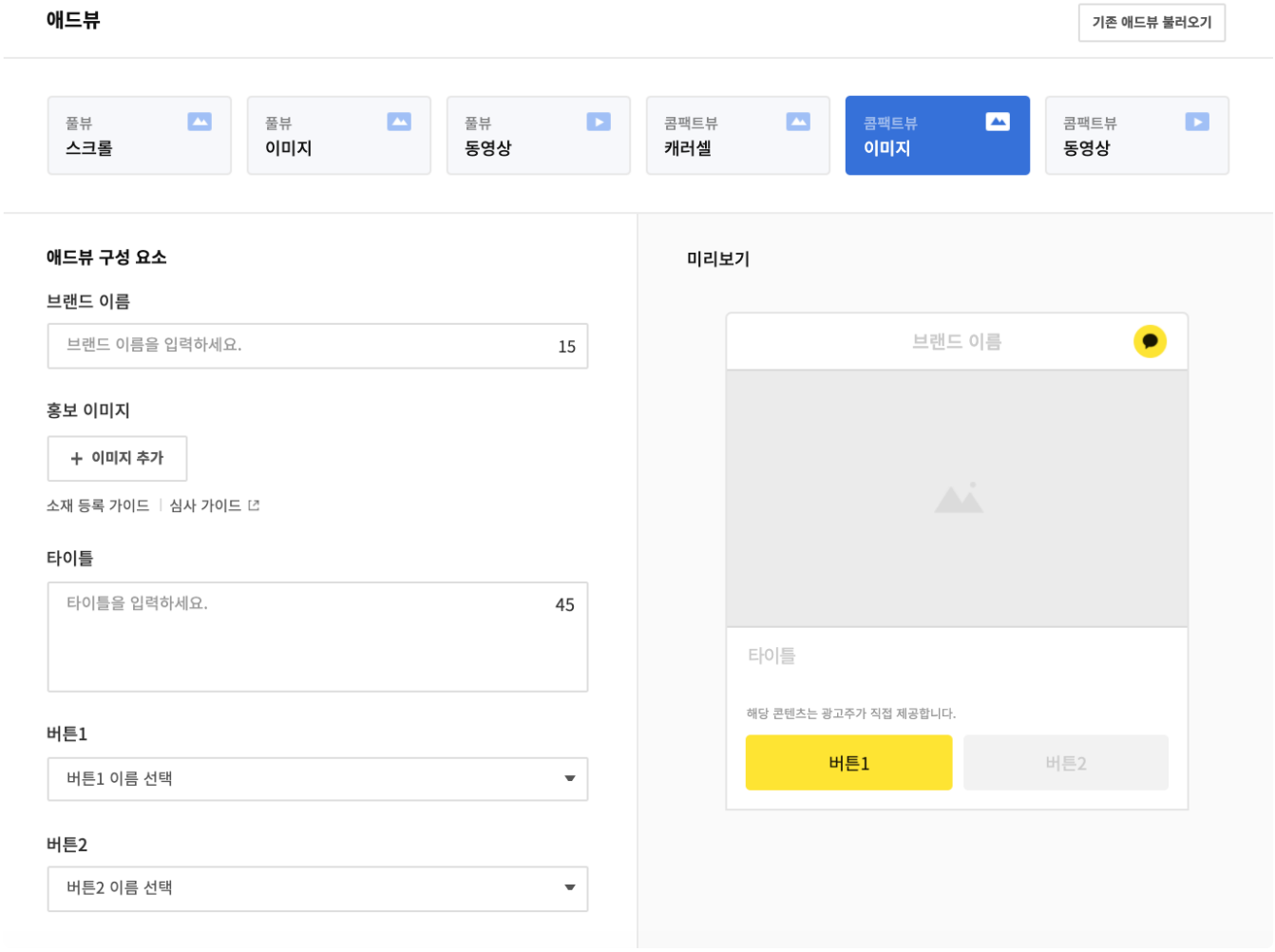
3-2. 애드뷰 만들기

> ⓘ 카카오모먼트 애드뷰 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

❶ 광고계정 > 광고자산 관리 > 애드뷰 관리 > [애드뷰 만들기] 선택



❷ 애드뷰 버튼 설정



[애드뷰 연결버튼명]

카카오 서비스 연결버튼

톡으로 공유하기	채널 추가하기	톡으로 문의하기
구매하기	선물하기	원클릭 결제하기
톡에서 회원가입	톡에서 설문하기	톡에서 응모하기
톡에서 참여하기	톡에서 예약하기	톡에서 시승신청
톡캘린더 저장하기	주문하기	자세히보기
상품구독하기		

광고주 페이지 연결버튼 (위치 오른쪽 필수)

자세히보기	신청하러가기	참여하러가기
가입하러가기	예약하러가기	앱다운로드
구매하러가기	예매하러가기	영상보러가기
게임하러가기	사전예약하기	

(1) 버튼1과 버튼2 모두 필수로 등록해야 하며, 동일한 버튼 타입을 선택할 수 없습니다.
(2) 버튼1 : 지정된 카카오톡 내 랜딩 유형(노란 버튼)만 선택 가능합니다.
(3) 버튼2 : 카카오톡 내 랜딩 유형(노란 버튼) 및 외부 랜딩(회색 버튼)도 가능합니다.

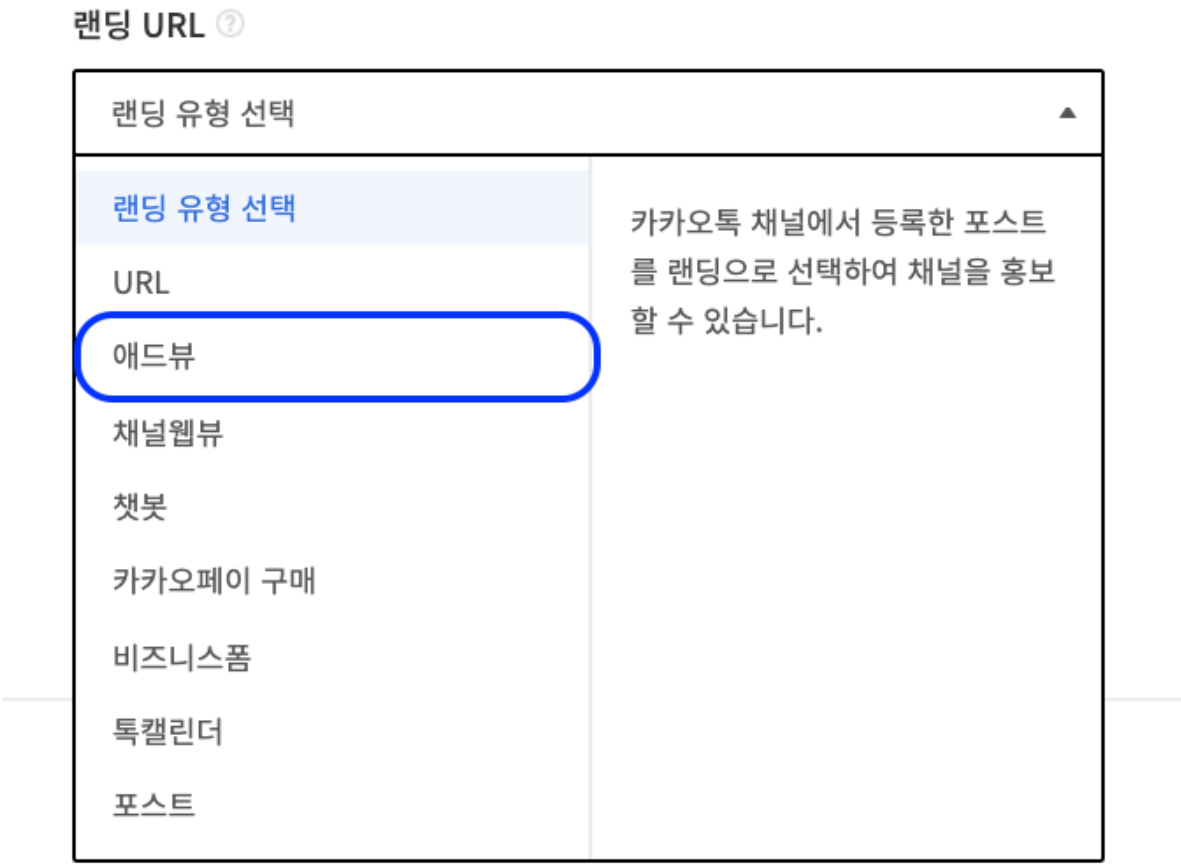
버튼 색상	항목		상세 설명
노란 버튼	버튼1, 버튼2	톡으로 공유하기	애드뷰 공유를 유도하고 싶은 경우 선택합니다.
		채널 추가하기	내 카카오계정에 연동된 카카오톡 채널 리스트가 출력되며, 선택 시 자동으로 카카오톡 채널 홈으로 랜딩으로 연결됩니다.
		톡으로 문의하기	챗봇이 연동된 카카오톡 채널을 선택하여, 랜딩으로 사용할 발화 텍스트를 입력하세요. (최대 50자)
		구매하기	톡스토어, 메이커스의 랜딩 URL을 입력하세요.
		선물하기	선물하기의 랜딩 URL을 입력하세요.
		원클릭 결제하기	톡스토어 상품 ID를 입력하세요.
		톡에서 회원가입	카카오싱크 연동 완료된 광고주에 한하여 가능하며, 회원가입 동의창 랜딩 URL을 입력하세요.
		톡에서 설문하기	카카오톡 비즈니스폼에 해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택해 주세요.
		톡에서 응모하기	카카오톡 비즈니스폼에 해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택해 주세요.
		톡에서 참여하기	카카오톡 비즈니스폼에 해당하는 버튼 이름을 선택 시

			리스트 출력 및 선택하 주세요.
		톡에서 예약하기	카카오톡 비즈니스폼(해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택하 주세요.
		톡에서 시승신청	카카오톡 비즈니스폼(해당하는 버튼 이름을 선택 시 리스트 출력 및 선택하 주세요.
		톡캘린더 저장하기	톡캘린더 이벤트 ID를 입력하세요.
		주문하기	카카오톡 주문하기를 랜딩으로 설정할 경우 선택합니다. order.kakao.com/가 포 함된 상세 페이지로 연 결합니다.
		상품구독하기	카카오톡 상품구독하기 를 랜딩으로 설정할 경 우 선택합니다. ss.kakao.com/가 포함 된 상세 페이지로 연결 합니다.
	버튼 1	자세히보기	카카오톡과 연결된 서 비스의 랜딩 URL을 입 력하세요.

버튼 색상	항목		상세 설명
회색 버튼	버튼 2	가입하러 가기 / 게임하러 가기 / 구매하러 가기 사전예약 하기 / 신청하러 가기 / 앱다운로드 영상보러 가기 / 예매하러 가기 / 예약하러 가기 참여하러 가기 / 자세히 보기	랜딩 URL을 입력하세요.

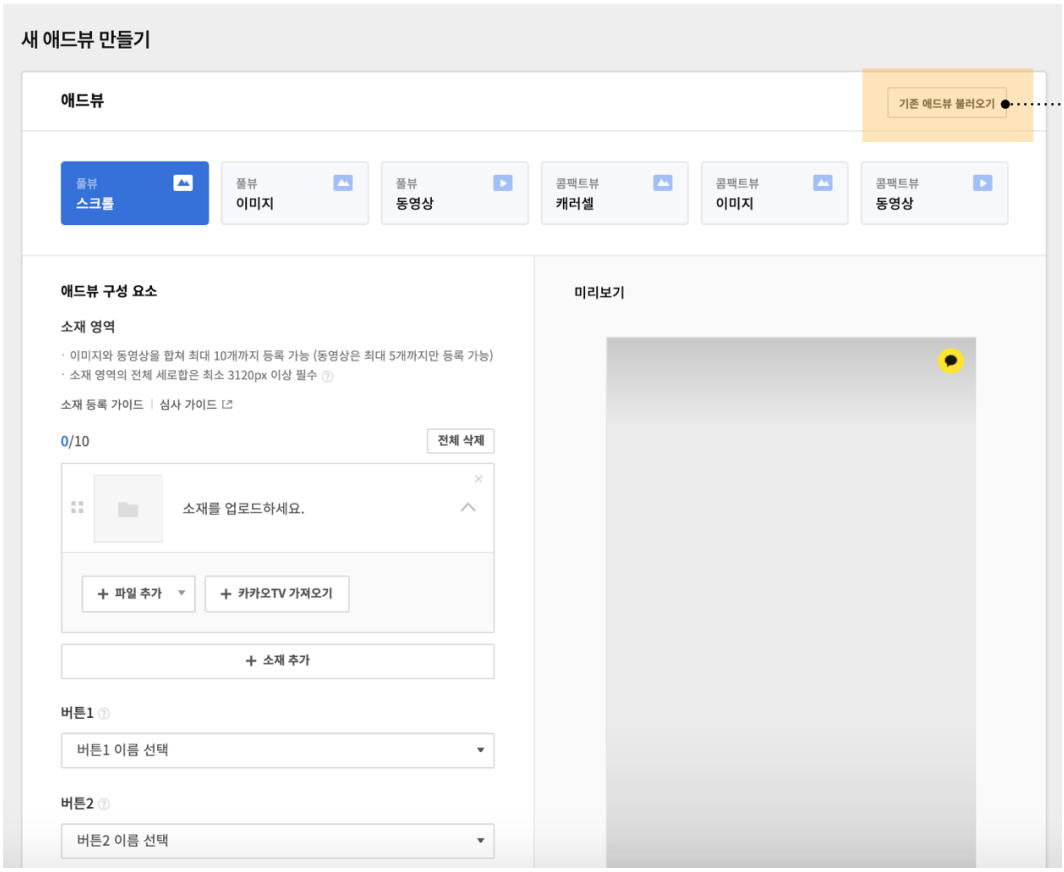
3-3. 배너에 랜딩 적용하기

❶ [+ 새 소재 만들기] > 랜딩URL > 애드뷰 유형 선택 > 생성한 애드뷰 선택



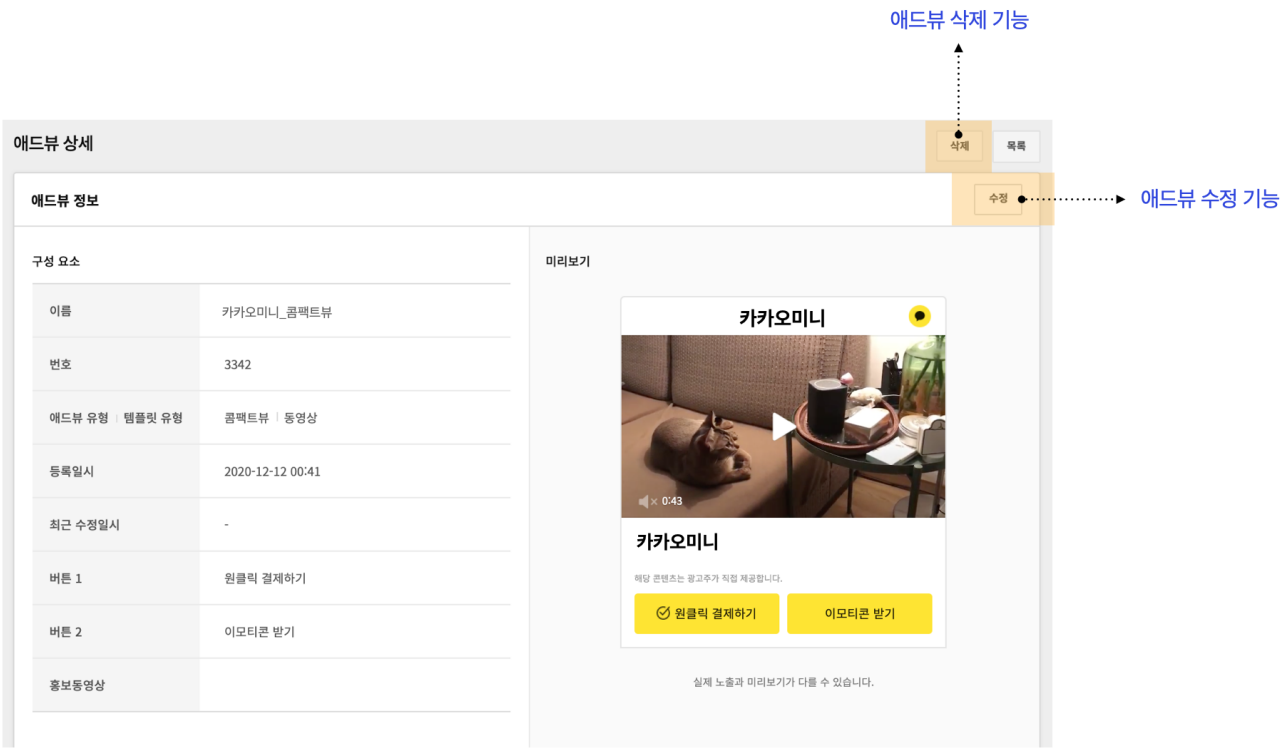
3-4. 애드뷰 관리 부가 기능

❶ 광고자산 관리 > 애드뷰 관리 > +애드뷰 만들기 > 기존 애드뷰 불러오기
생성되어있는 애드뷰를 복사할 수 있으며, 저장 시 신규 애드뷰로 생성됩니다.



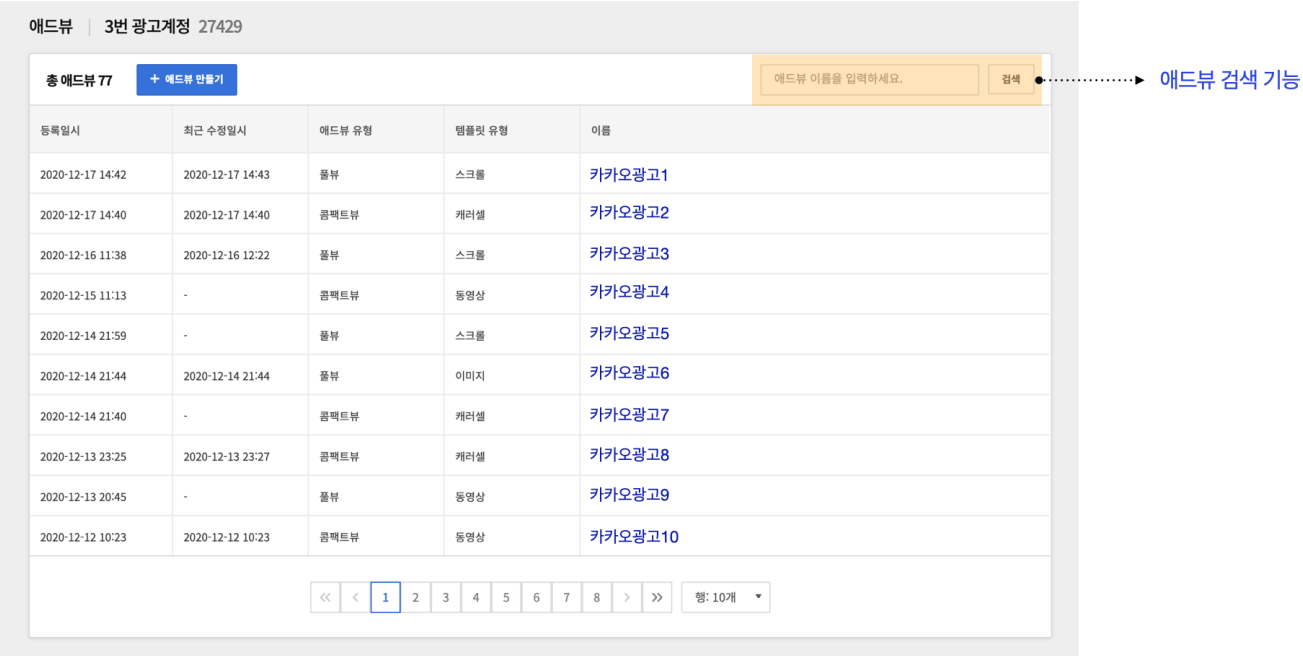
❷ 광고자산 관리 > 애드뷰 관리 > 생성된 애드뷰 선택 > 애드뷰 수정/삭제

- 수정 : 소재 연결 유무 관계 없이 애드뷰를 수정할 수 있습니다.
- 삭제 : 연결된 소재가 없는 애드뷰만 삭제 가능합니다.



❸ 광고자산 관리 > 애드뷰 관리 > 검색바 > 애드뷰 검색

- 최대 1,000개까지 애드뷰 생성이 가능하며, 생성된 애드뷰는 이름으로 검색 가능합니다.



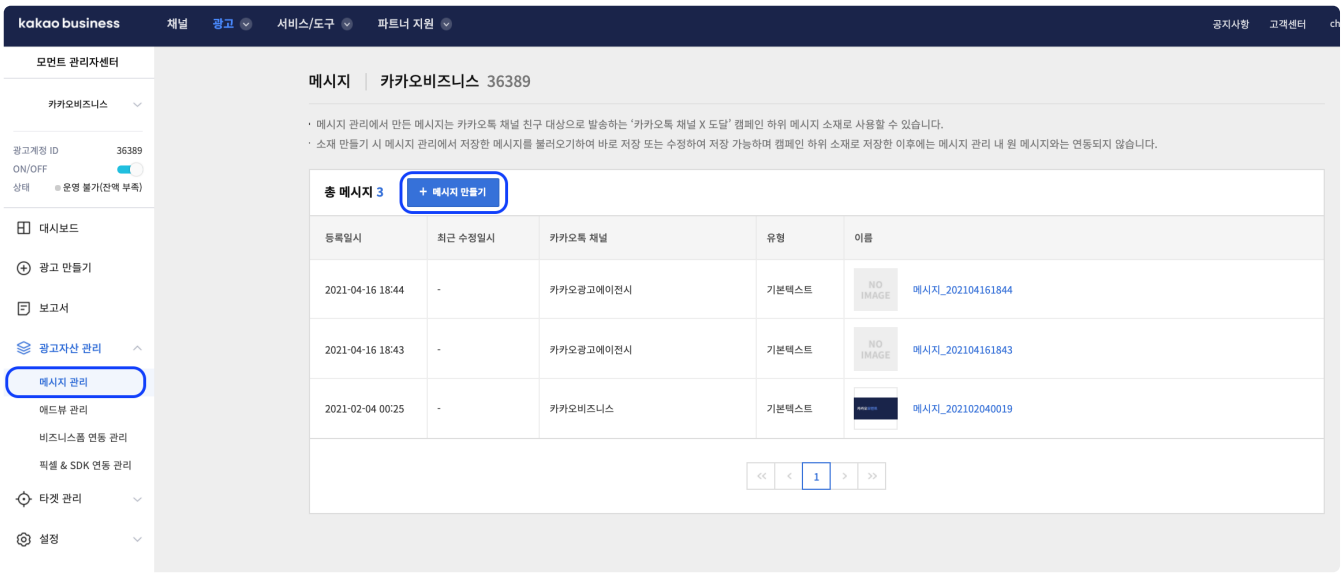
4. 메시지 관리

4-1. 메시지 관리란?

카카오모먼트에서 메시지 소재를 바로 작성하고 관리할수 있는 기능입니다.
메시지 관리에서 만든 메시지는 카카오톡 채널 친구 대상으로 발송하는 '카카오톡 채널 X 도달' 캠페인 하위 메시지 소재로 사용할 수 있습니다.

4-2. 메시지 만들기

❶ 광고계정 > 광고자산 관리 > 메시지 관리 > [+ 메시지 만들기] 선택

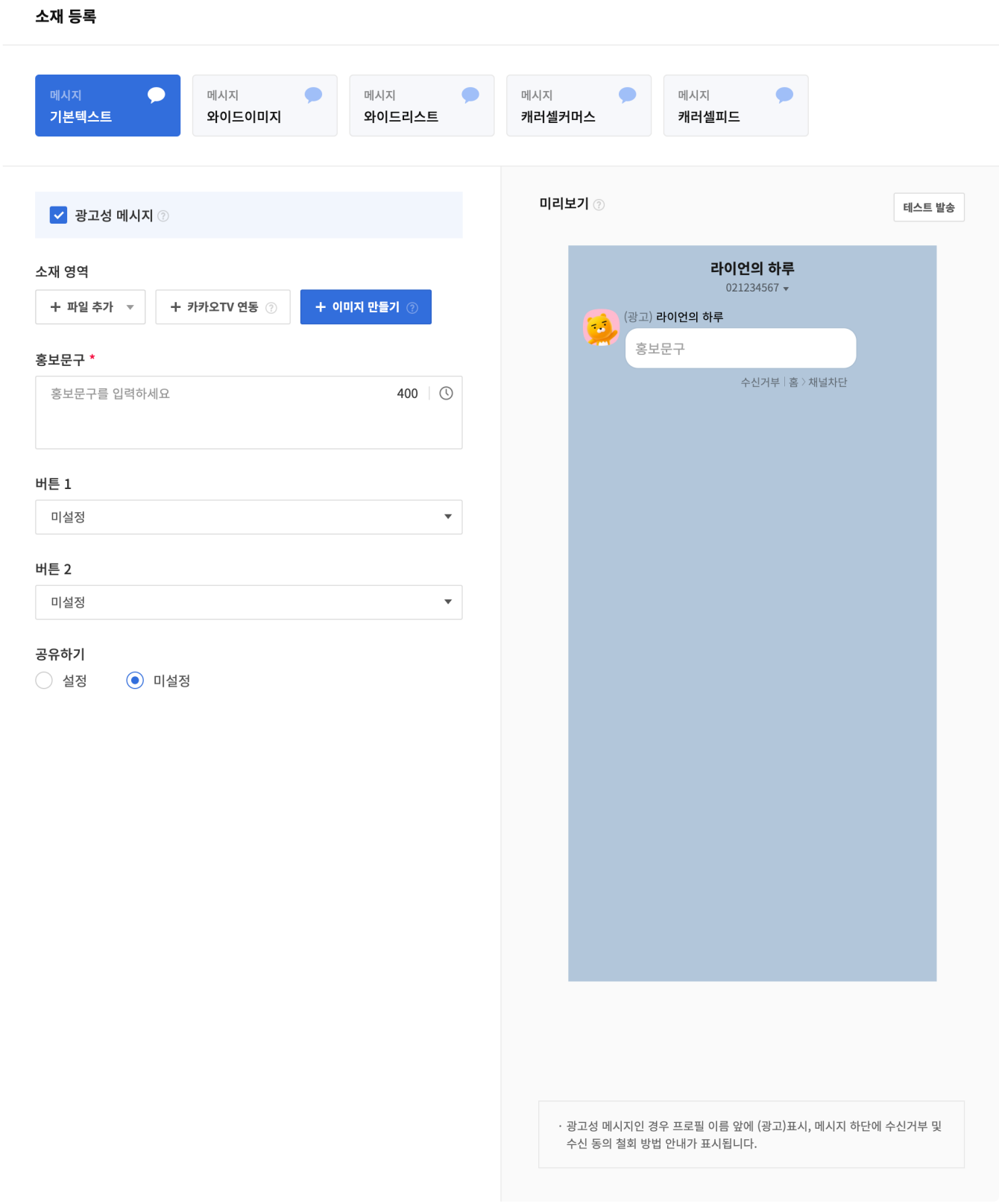


❷ 내 카카오톡 채널 목록에서 메시지를 발송할 채널을 선택



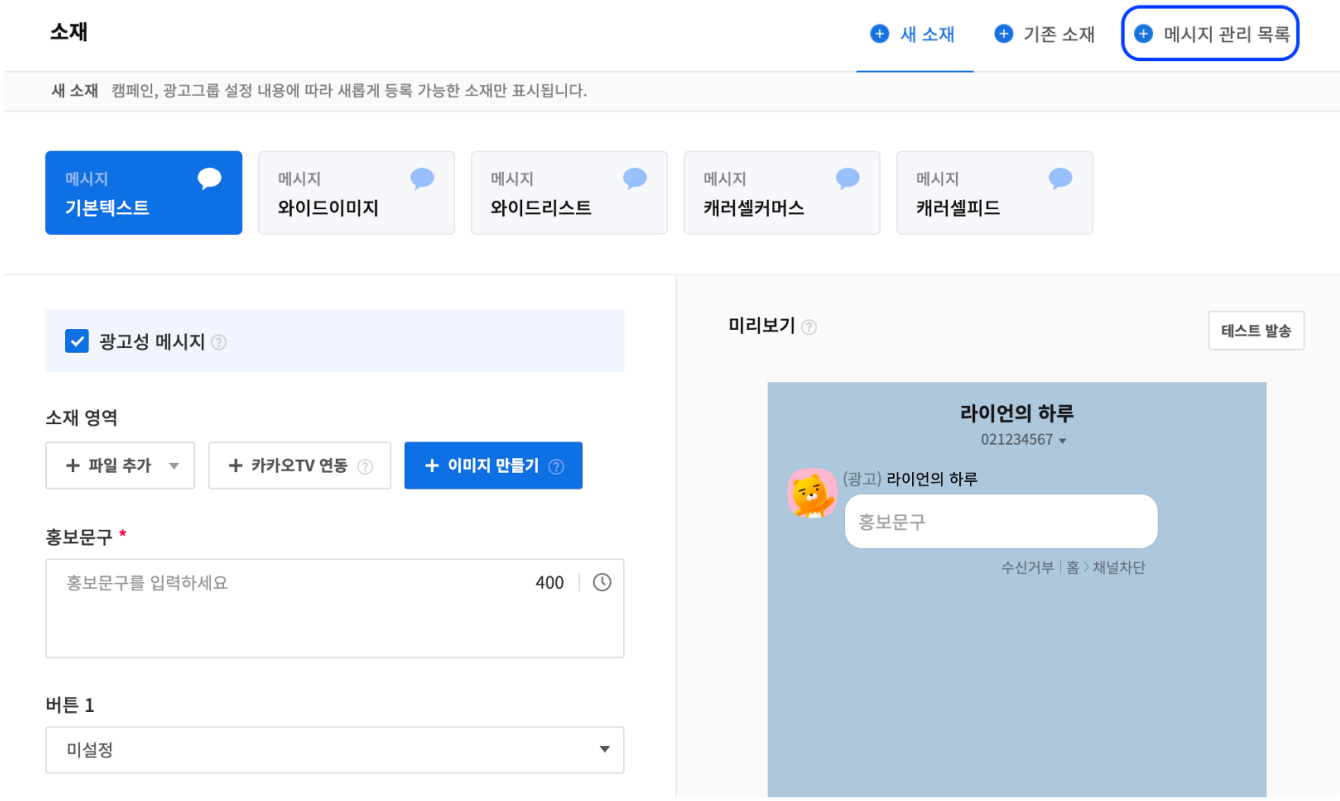
❸ 메시지 소재 타입을 선택 후 메시지를 작성하고 저장

메시지 작성 단계에서도 미리보기 화면의 [테스트 발송] 기능을 통해 사전 메시지 테스트 발송이 가능합니다.



4-3. 메시지 불러오기

❶ 메시지 소재 만들기 화면에서 [메시지 관리 목록] 선택 > 메시지 관리에서 생성한 메시지 불러오기



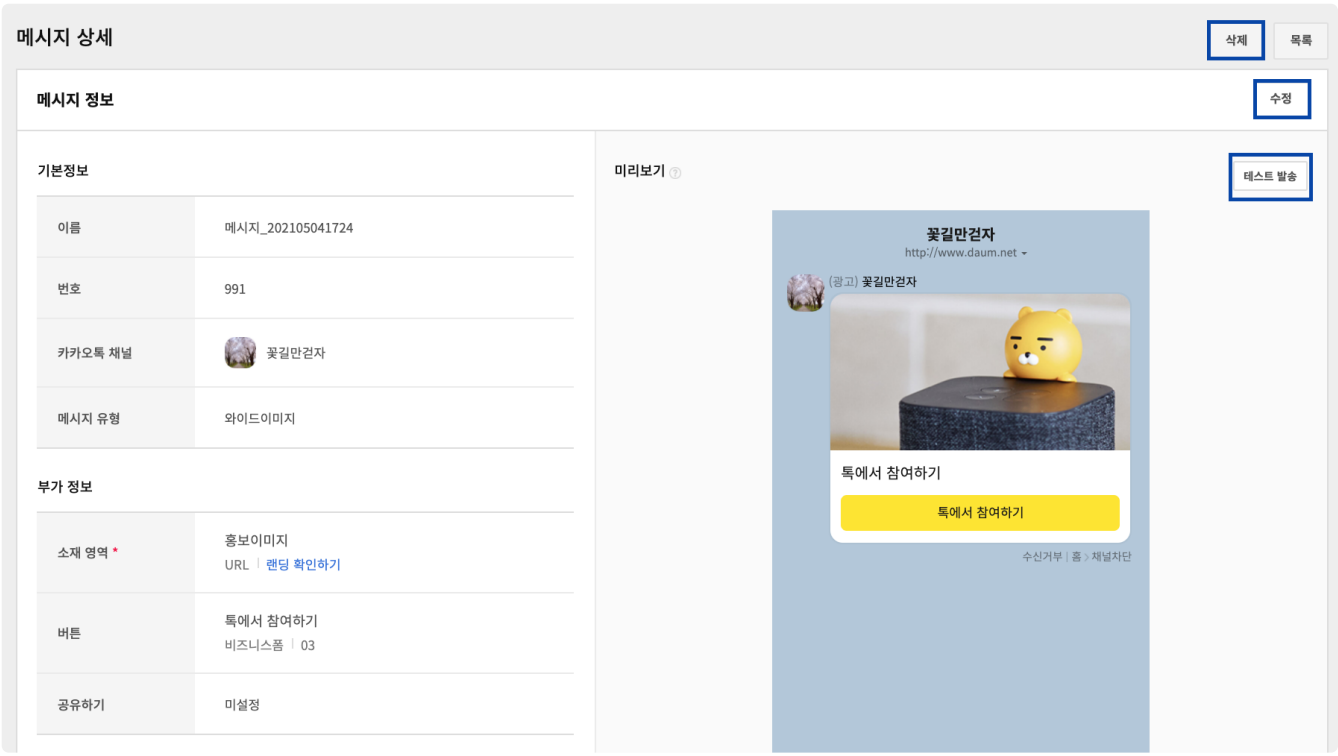
4-4. 메시지 수정 / 삭제 / 테스트 발송

❶ 메시지 수정 / 삭제

'메시지 관리' 메뉴에서 이미 만들어진 메시지 이름을 클릭하면 '메시지 상세'로 이동하여 메시지 '수정/삭제' 가능

❷ 메시지 테스트 발송

'메시지 관리' 메뉴에서 이미 만들어진 메시지 이름을 클릭하면 '메시지 상세'로 이동하여 메시지 '테스트 발송' 가능



- 메시지를 발송하고자 하는 카카오톡 채널의 매니저, 마스터 권한이 없는 사용자는 메시지를 만들거나 수정할 수 없습니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 타겟 관리 및 광고자산 관리 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

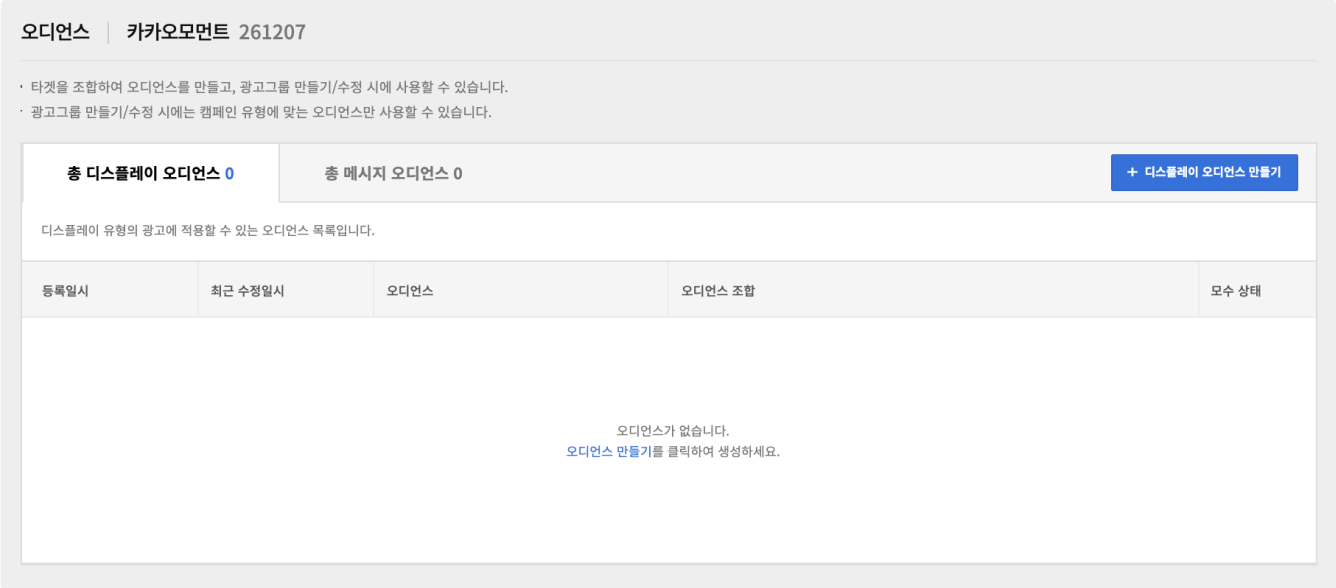
타겟 관리

카카오모먼트에서는 다양한 타겟 설정을 통해 최적의 오디언스에게 광고를 노출할 수 있습니다. 광고 목적에 맞는 잠재 고객을 찾아내고, 광고주가 보유하고 있는 데이터를 타겟 설정에 활용하는 방법에 대해 알아보세요.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

- ＃1. 오디언스 관리
- ＃2. 광고반응타겟
- ＃3. 고객파일
- ＃4. 친구그룹

1. 오디언스 관리

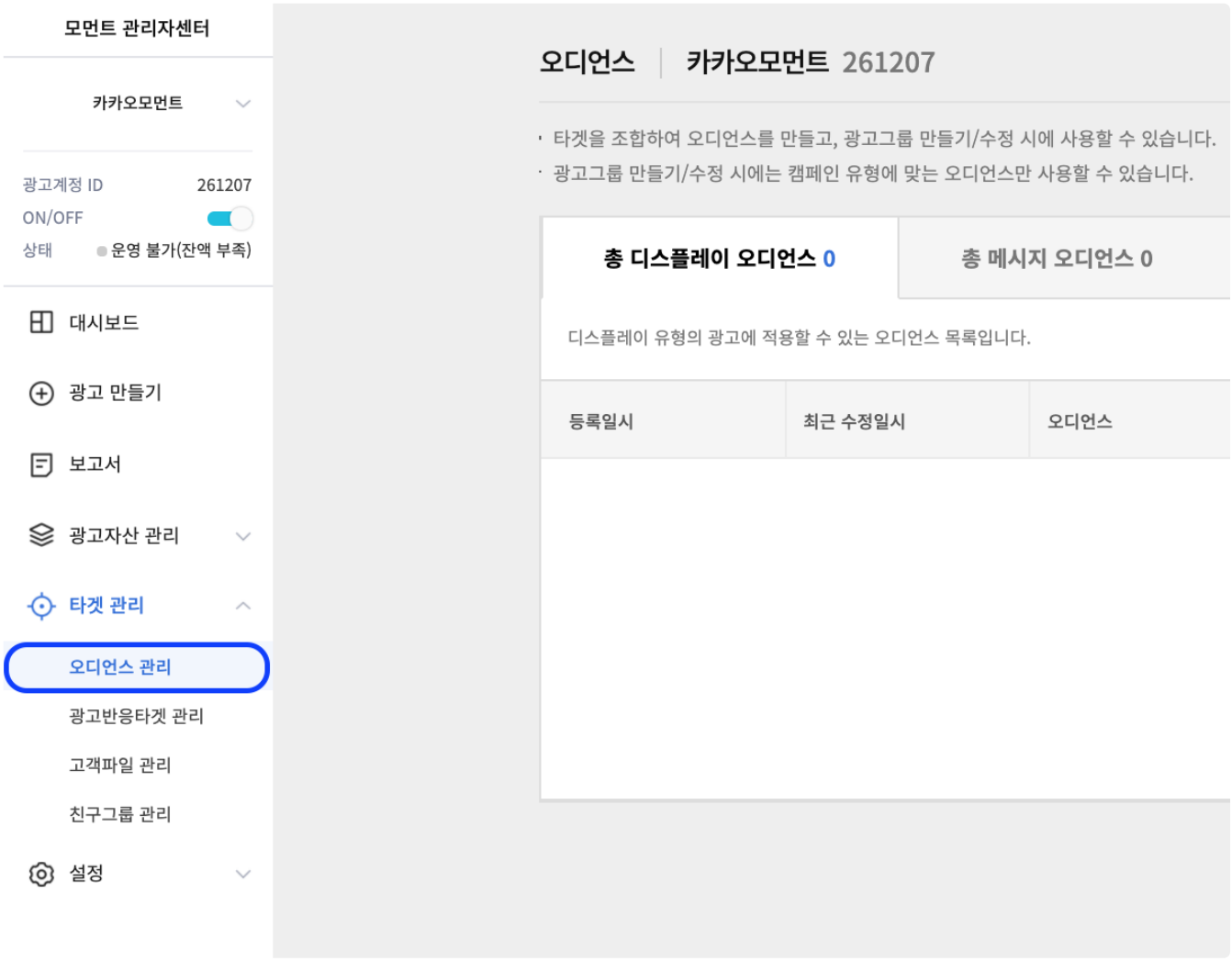


맞춤타겟과 데모그래픽을 조합하여 오디언스를 만들고, 광고그룹 만들기/수정 시에 불러올 수 있는 기능입니다.

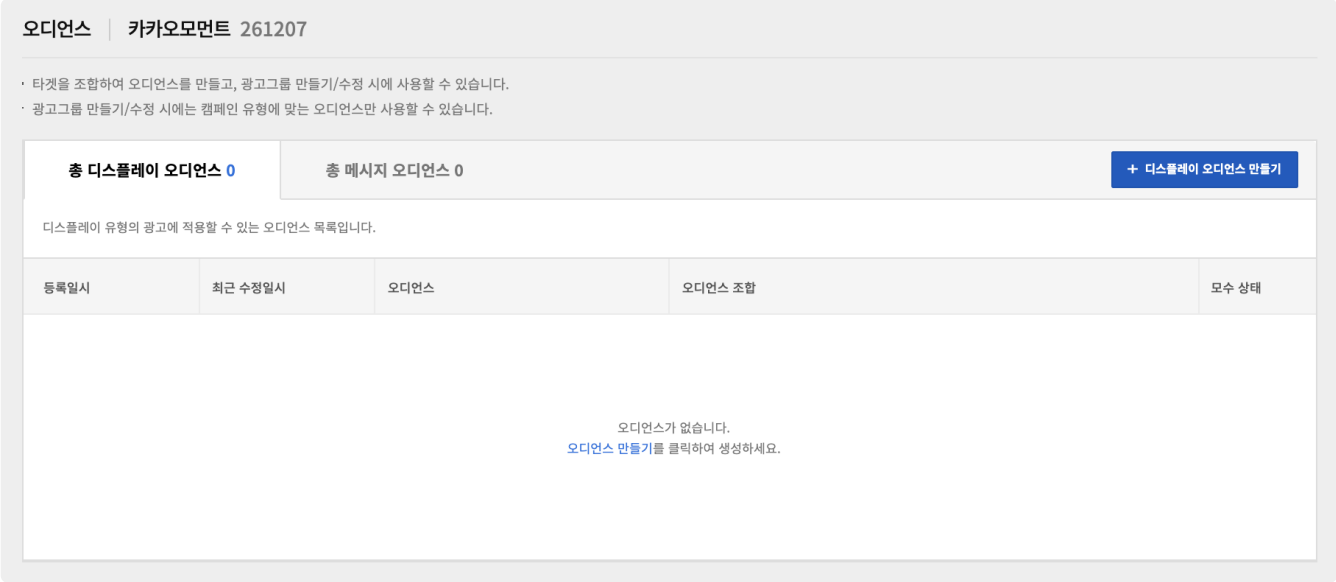
오디언스는 디스플레이 유형과 메시지 유형으로 분리되어있으며
광고그룹 만들기/수정 시에는 캠페인 유형에 맞는 타겟으로 설정된 오디언스만 사용할 수 있습니다.

구분	내용
메시지 오디언스	카카오톡 채널 광고 유형 캠페인에서만 가능
디스플레이 오디언스	카카오비즈보드, 디스플레이, 동영상 광고 유형의 캠페인에서만 가능

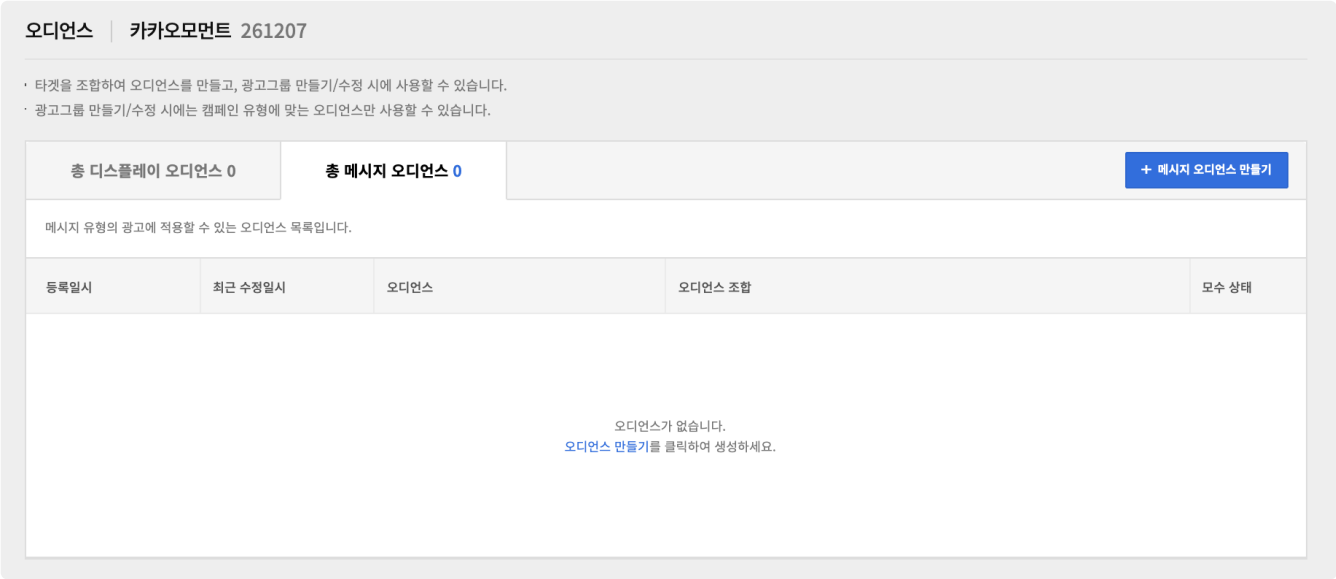
Step 1. [타겟 관리] 메뉴의 [오디언스 관리] 를 클릭하세요.



Step 2. 캠페인 유형에 맞는 [오디언스 만들기] 버튼을 눌러주세요.
맞춤타겟 + 데모그래픽 조합으로 오디언스를 사전 생성할 수 있습니다.
타겟 모수(광고반응타겟 등)가 생성되어있지 않더라도 사전에 오디언스 생성이 가능합니다. (최대 50개 오디언스 생성 가능)

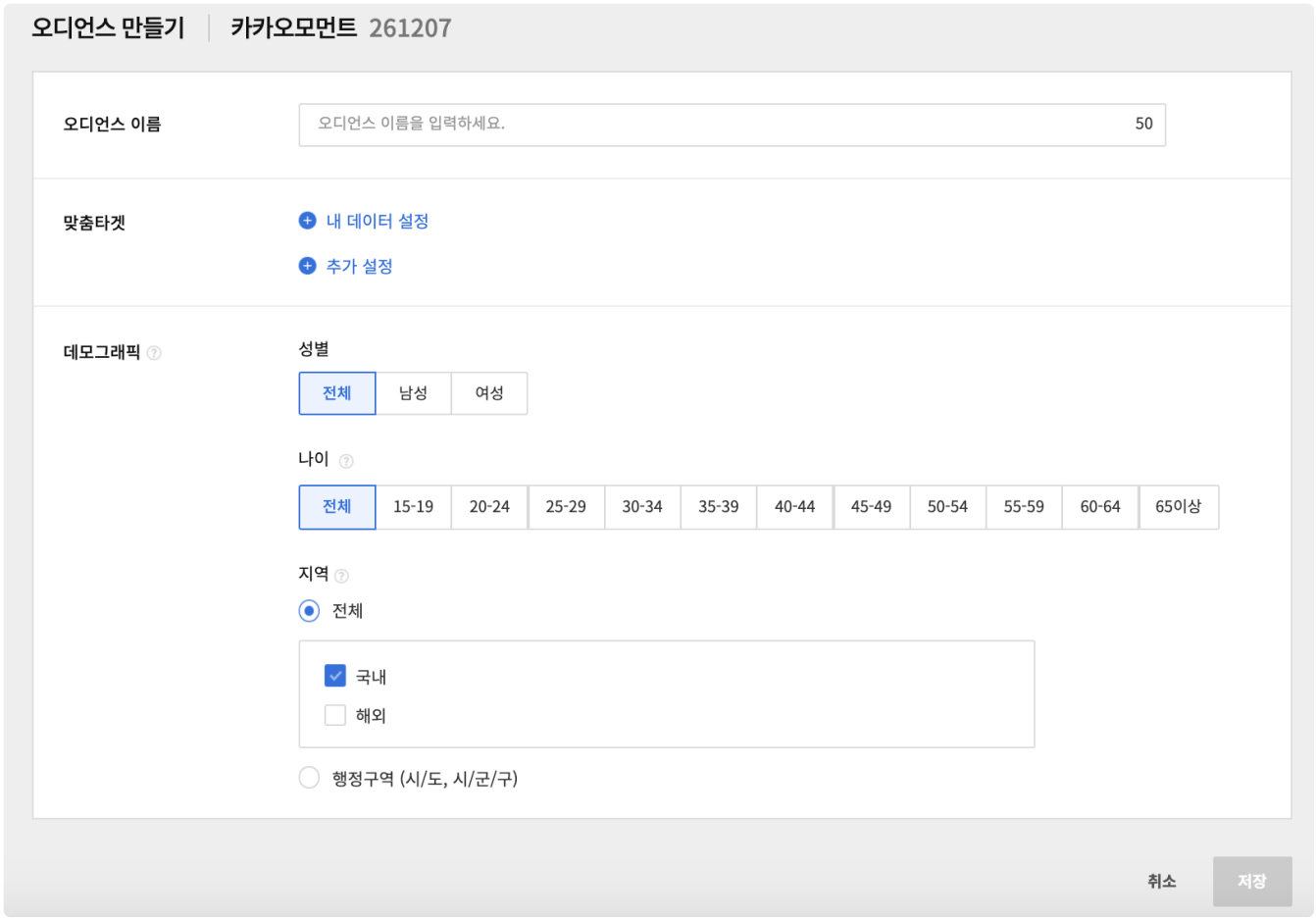


디스플레이 오디언스



메시지 오디언스

Step 3. 목적에 따라 타겟을 설정 후 오디언스를 [저장] 해주세요.



❶ 생성한 오디언스 모수 상태는 타겟의 상태에 따라 [사용가능 / 준비중 / 모수부족/ 사용불가] 4가지로 표시됩니다.
설정한 오디언스는 타겟의 상태 변화에 따라 모수 상태값도 변경됩니다.

모수 상태	
사용가능	사용 가능한 타겟으로만 설정되어있는 오디언스
준비중	모수 추출 전 단계인 타겟이 설정되어있는 오디언스
모수부족	수집기간 내 반응 데이터에 유효한 사용자가 없는 타겟이 설정되어있는 오디언스
사용불가	생성실패 또는 사용불가 타겟이 설정되어있는 오디언스

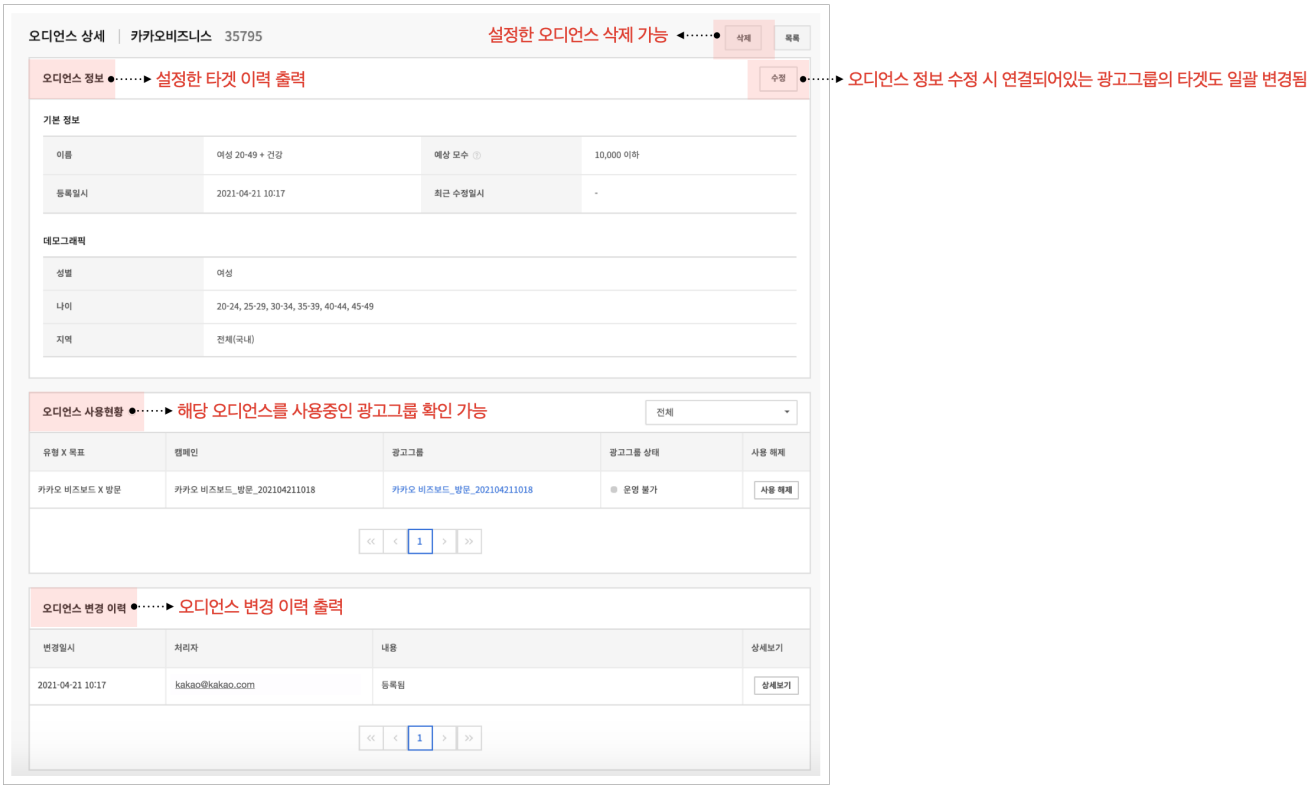
❷ 오디언스 설정이 가능한 타겟 종류는 총 15개이며, 타겟에 따라 설정 가능한 수량의 차이가 있습니다.

타겟 구분	타겟 명칭	설정 가능한 타겟 수량	타겟별 포함/제외
맞춤타겟 > 내 데이터	광고반응타겟	10개	포함 or 제외
맞춤타겟 > 내 데이터	픽셀&SDK		포함 or 제외
맞춤타겟 > 내 데이터	카카오 사용자 - 카카오톡 채널 친구		포함 or 제외
맞춤타겟 > 내 데이터	카카오 사용자 - 카카오로그인 이용자		포함 or 제외
맞춤타겟 > 내 데이터	고객파일		포함 or 제외
맞춤타겟 > 내 데이터	친구그룹		포함 or 제외
맞춤타겟 > 추가 설정 > 카테고리	관심사	N개	
맞춤타겟 > 추가 설정 > 카테고리	업종		
맞춤타겟 > 추가 설정 > 카테고리	서비스		
데모그래픽	성별	최대 2개 (전체 / 남성 / 여성 / 남성+여성)	
데모그래픽	나이 (*나이 제한 업종 설정 미제공)	최대 11개	
데모그래픽	지역	1개 (전체(국내) / 전체(국내+해외) / 행정구역(시도) / 행정구역(시군구)	

⚠ **친구그룹은 하기 조건에서 타게팅을 중복 설정할 수 없습니다.**

- '맞춤타겟 > 내 데이터' 타게팅에서 '친구그룹'을 설정할 경우 그 외 내 데이터 항목은 비활성화됩니다.
- '친구그룹' 외 내 데이터 항목을 타겟 설정 시 '친구그룹' 항목은 비활성화됩니다.
- '데모그래픽 > 지역 > 행정구역'과 '친구그룹'은 함께 타겟 설정할 수 없습니다.
- '데모그래픽 > 성별/나이'를 전체가 아닌 세부적으로 선택하여 타겟 설정 시 '친구그룹'은 항목은 비활성화됩니다.

Step 4. [오디언스 관리]에서 생성한 오디언스를 선택 시 오디언스 타겟 정보 / 설정된 광고그룹 현황 / 변경 이력을 확인할 수 있으며, 오디언스 수정 / 삭제가 가능합니다.



❶ 오디언스 수정

- 오디언스 수정 시 연결되어있는 광고그룹의 오디언스도 일괄 변경됩니다.
- 광고그룹이 연결된 오디언스는 사용 가능 상태인 타겟만 추가 가능합니다. (준비중/모수부족/사용불가 타겟 추가 불가)
- '카카오톡 채널 X 도달' 캠페인의 광고그룹에 사용 중인 오디언스는 수정 불가합니다.
- 오디언스를 수정하려면 '카카오톡 채널 X 도달' 캠페인 광고그룹에서 오디언스를 사용 해제해야만 수정이 가능합니다.

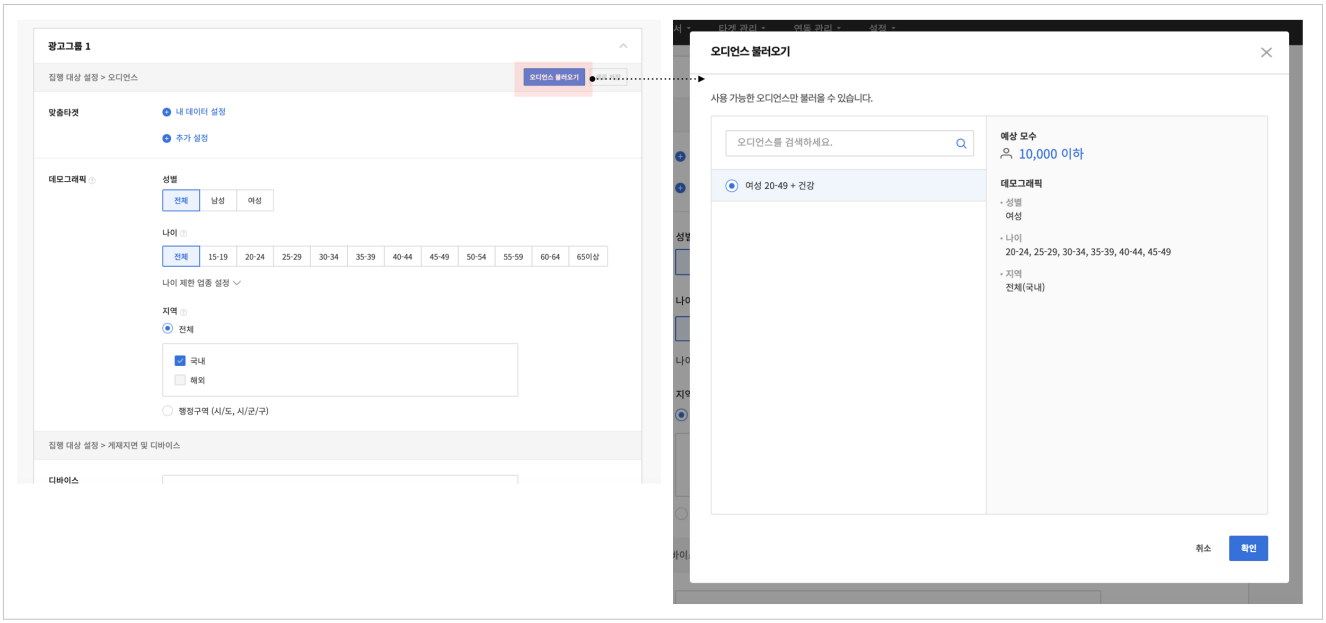
❷ 오디언스 사용현황

- '카카오톡 채널 X 도달' 캠페인의 광고그룹은 집행 완료 시 사용현황에 미노출 처리됩니다.
- 오디언스 사용해제를 하더라도 광고그룹에 설정되어있는 타겟은 계속 적용됩니다.

❸ 오디언스 삭제

- 사용 중인 광고그룹이 있을 경우, 오디언스를 삭제하더라도 광고그룹에 설정되어있는 타겟은 계속 적용됩니다.

Step 4. 광고그룹 생성/수정 시 오디언스 관리에서 생성한 오디언스를 손쉽게 불러올 수 있습니다.

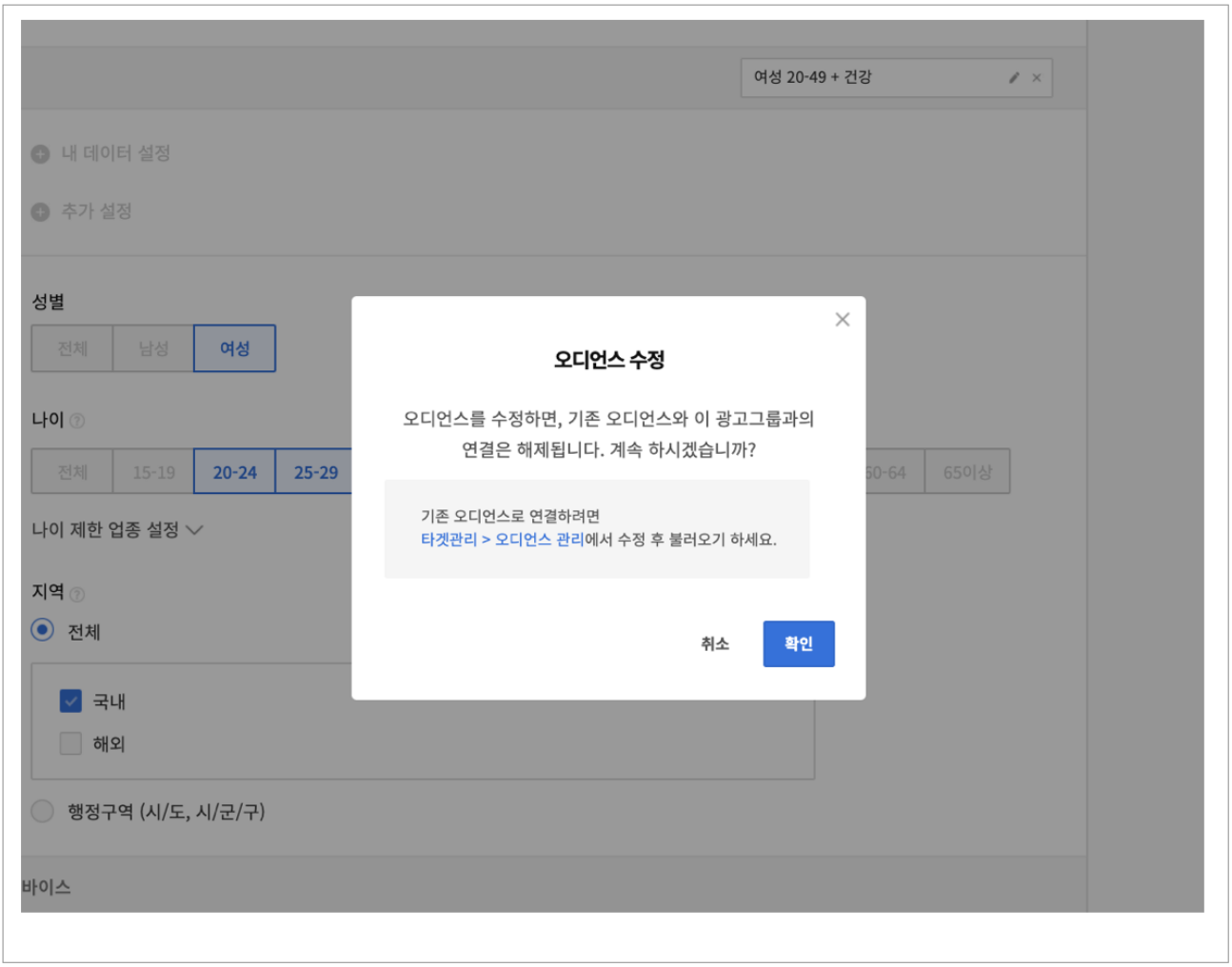


❶ 사용 가능한 오디언스만 불러올 수 있습니다. 준비중/모수부족/사용불가 상태인 오디언스는 불러오기 목록에 노출되지 않습니다.

❷ 오디언스 당 연동 가능한 광고그룹은 최대 50개입니다.

❸ '나이 제한 업종 > 성인 타게팅'이 설정된 광고그룹은 20세 이상 나이로 설정한 오디언스만 불러오기가 가능합니다.

❹ 광고그룹에서 연결한 오디언스 수정 시 기존 오디언스와 광고그룹간의 연결은 해제됩니다.



캠페인 유형/목표별 오디언스 불러오기 조건이 다릅니다.
'O' 표시가 되어있는 타겟이 포함된 오디언스만 해당 캠페인 > 광고그룹에서 오디언스를 불러올 수 있습니다.

❶ 캠페인 유형/목표에 따른 제공 맞춤타겟 옵션

유형	목표	광고목표대상	맞춤타겟						
			내 데이터					추가설정	
			광고반응타겟	픽셀&SDK	카카오 사용자	고객파일	친구 그룹	카테고리	현재위치
디스플레이	방문	-	O	O	O	O		O	O
	전환	카카오톡 채널	O	O	O	O		O	O
		픽셀&SDK		O		O			
카카오 비즈보드	도달	-							
	방문	-	O	O	O	O		O	O
	전환	픽셀&SDK		O		O			
카카오톡 채널	도달	카카오톡 채널	O	O	O(1)	O	O(2)	O	
다음 쇼핑	도달	-							
동영상	조회	-	O	O	O	O		O	O

(1) 광고목표대상으로 설정된 카카오톡 채널 프로필은, 내데이터 > 카카오사용자 > 채널친구 목록에서 출력되지 않습니다.
(2) 카카오톡 채널 유형의 경우, 친구 그룹 타게팅과 그 외 타게팅(맞춤 타겟/데모그래픽)은 동시 설정이 불가능합니다.

❷ 캠페인 유형/목표에 따른 제공 데모그래픽 옵션

목표	유형		데모그래픽		
			성별	나이 (*성인타게팅)	지역
방문	디스플레이		O	O*	O
	카카오 비즈보드		O	O*	O (해외 제외)
전환	카카오 비즈보드		O	O*	O (해외 제외)
	디스플레이	카카오톡 채널	O	O*	O
		픽셀&SDK	O	O*	O
도달	카카오톡 채널	카카오톡 채널	O	O	O (시군구 제외)
	다음쇼핑				
조회	동영상		O	O*	O (해외 제외)

❸ 광고 목표 대상별 상세 조건

- **전환 X 광고 목표 대상이 '앱설치'인 경우**
  - 오디언스 불러오기 시 디폴트로 설정된 픽셀&SDK 앱설치 제외 타겟이 초기화됩니다.

- **디스플레이 X 전환 X 광고 목표 대상이 '카카오톡 채널'인 경우**
  - 광고 목표 대상으로 설정된 카카오톡 채널 A가 포함된 오디언스는 광고그룹에 불러올 수 없습니다.
  - 광고 목표 대상으로 설정된 카카오톡 채널 A를 제외로 포함한 오디언스는 광고그룹에 불러올 수 있습니다.
    ㄴ불러온 오디언스를 삭제 및 수정하더라도 광고그룹에 디폴트로 설정된 카카오톡 채널 A 제외 타겟은 고정됩니다.
  - 카카오톡 채널 A가 제외로 설정된 오디언스가 '디스플레이 X 전환 X 광고 목표 대상 '카카오톡 채널 A'인 광고그룹과 연동 시, 오디언스 상세에서 카카오톡 채널 A 제외 타겟을 수정할 수 없습니다.



- 카테고리의 관심사/업종을 설정할 경우 모수는 합집합입니다.
- 내 데이터, 카테고리,데모그래픽 동시에 설정할 경우 모수는 교집합입니다.

2. 광고반응타겟

전체 캠페인 유형에서 사용 가능합니다.

광고반응타겟 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

최근 90일 동안 집행 광고에 반응(클릭, 전환, 재생, 열람)한 사용자를 리타게팅합니다.
캠페인 목표와 유형에 따라 다양하게 제공되는 광고 반응 데이터를 조합하여 활용해보세요.

광고반응타겟 만들기/수정 시에는 캠페인 유형에 맞는 광고반응타겟만 사용할 수 있습니다.

구분	내용
메시지 광고반응타겟	카카오톡 채널 광고 유형 캠페인에서만 가능
디스플레이 광고반응타겟	카카오비즈보드, 디스플레이, 동영상 광고 유형의 캠페인에서만 가능

캠페인 유형별 광고반응 데이터 가이드

카카오비즈보드 / 디스플레이 / 동영상

- **클릭**
  - 광고 클릭 영역 중에서 1곳이라도 클릭한 사용자
- **재생**
  - 동영상을 3초 이상 혹은 25% 이상 재생한 사용자
  - 영상 재생에는 클릭 혹은 전환까지 한 사용자가 포함될 수 있습니다.
- **전환**
  - 광고 목표 대상에 따라 픽셀&SDK로 전환이 수집된 사용자
    ※ 디스플레이X전환 중 광고대상이 카카오톡채널인 경우 제외
  - 광고를 통하여 카카오톡 채널을 추가한 사용자
    ※ 디스플레이X전환 중 광고목표대상이 카카오톡채널인 경우

다음쇼핑

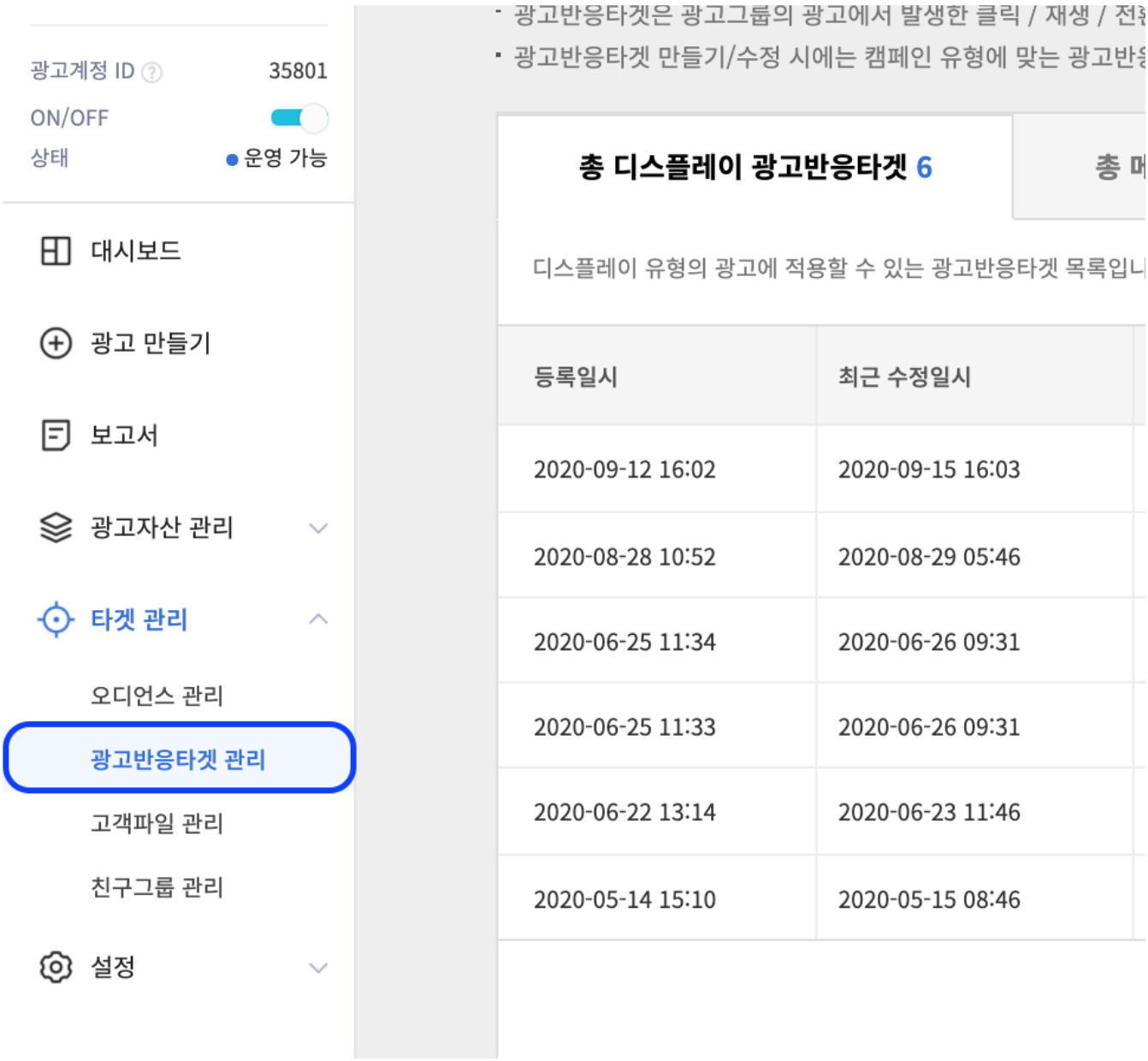
- **클릭**
  - 광고 클릭 영역 중에서 1곳이라도 클릭한 사용자
- **전환**
  - 픽셀&SDK로 전환이 수집된 사용자

카카오톡 채널

- **열람**
  - 카카오톡 채널과의 채팅방을 열어서 메시지를 읽음 처리한 사용자
- **클릭**
  - 열람한 메시지의 클릭 영역 중에서 1곳이라도 클릭한 사용자

광고반응타겟은 아래 안내에 따라 생성할 수 있습니다.

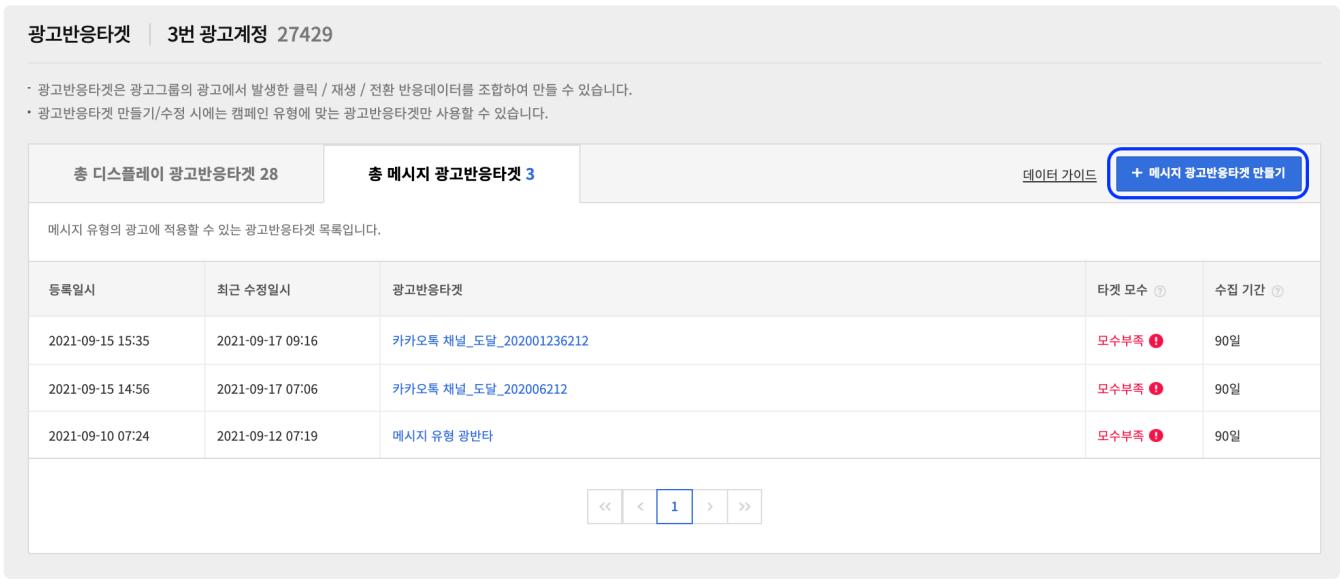
Step 1. [타겟 관리] > [광고반응타겟 관리]을 클릭해주세요.



Step 2. 원하는 캠페인 유형(디스플레이 / 메시지)을 선택하여 [광고반응타겟 만들기] 버튼을 눌러주세요.

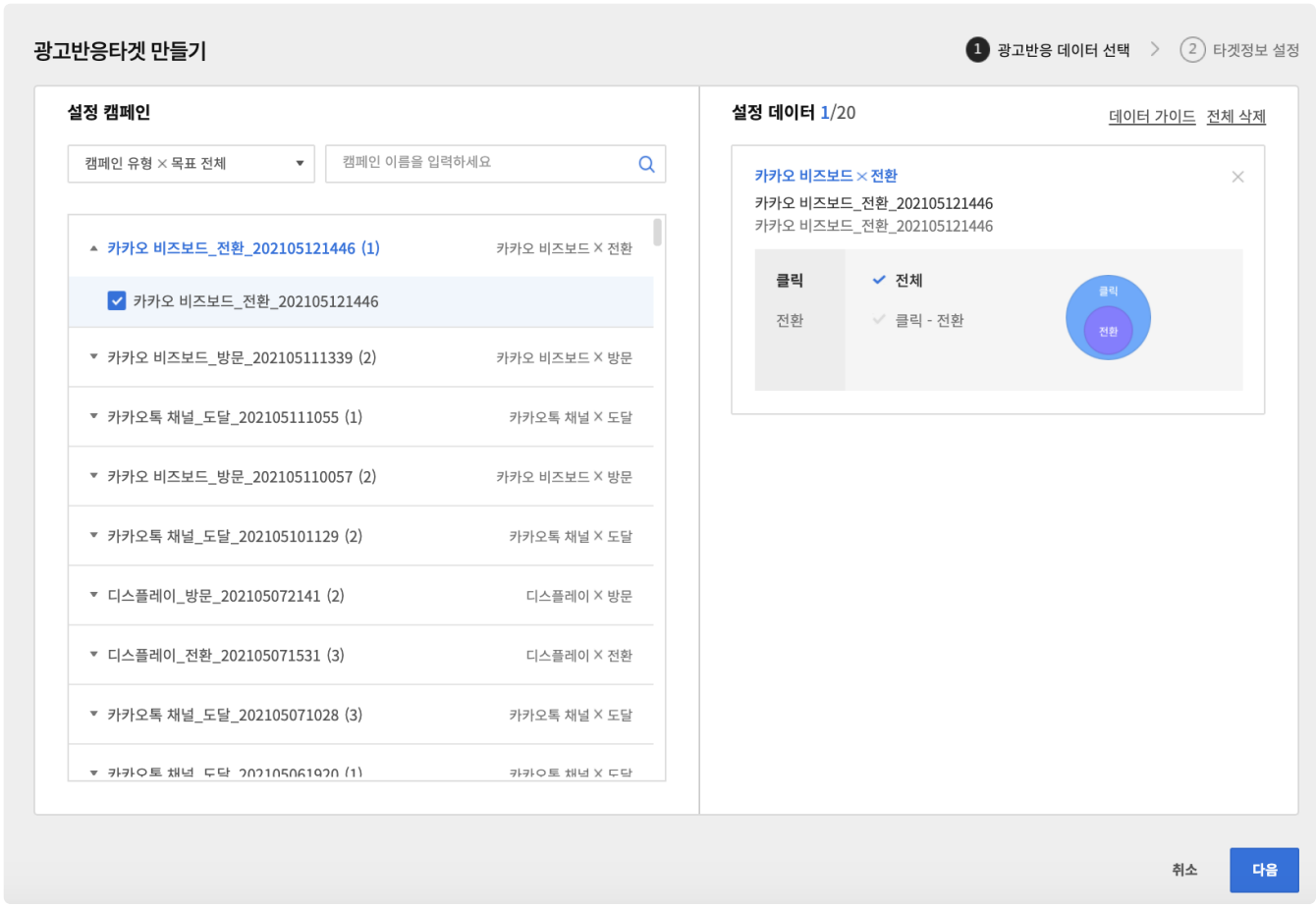


디스플레이 광고반응타겟 만들기

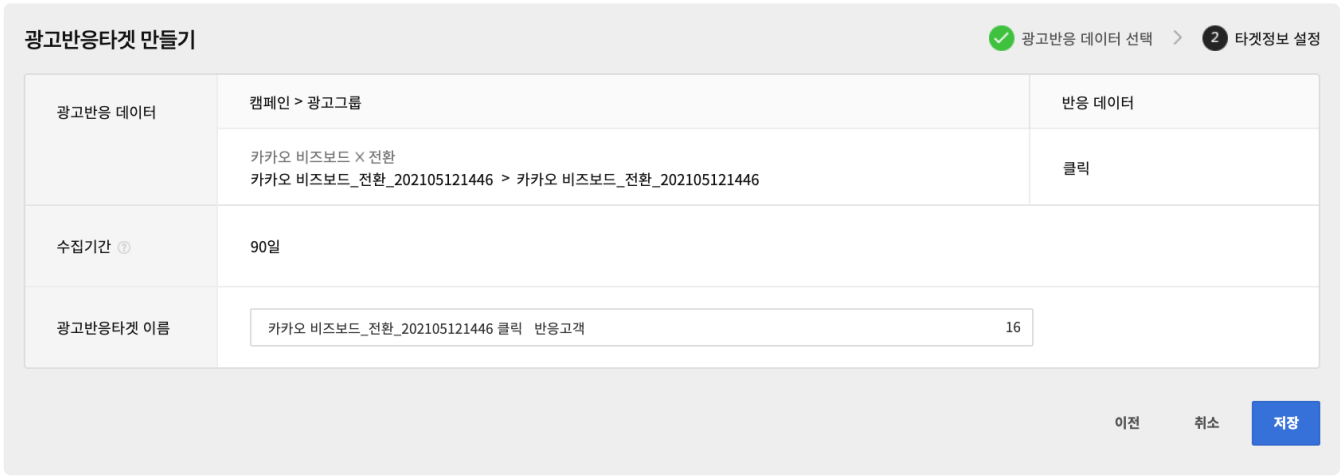


메시지 광고반응타겟 만들기

Step 3. 광고반응타겟 생성에 활용할 광고그룹을 선택하고 광고 목적에 맞게 데이터를 설정하세요.
1개의 광고반응타겟 생성시 최대 20개의 광고그룹을 활용할 수 있습니다.



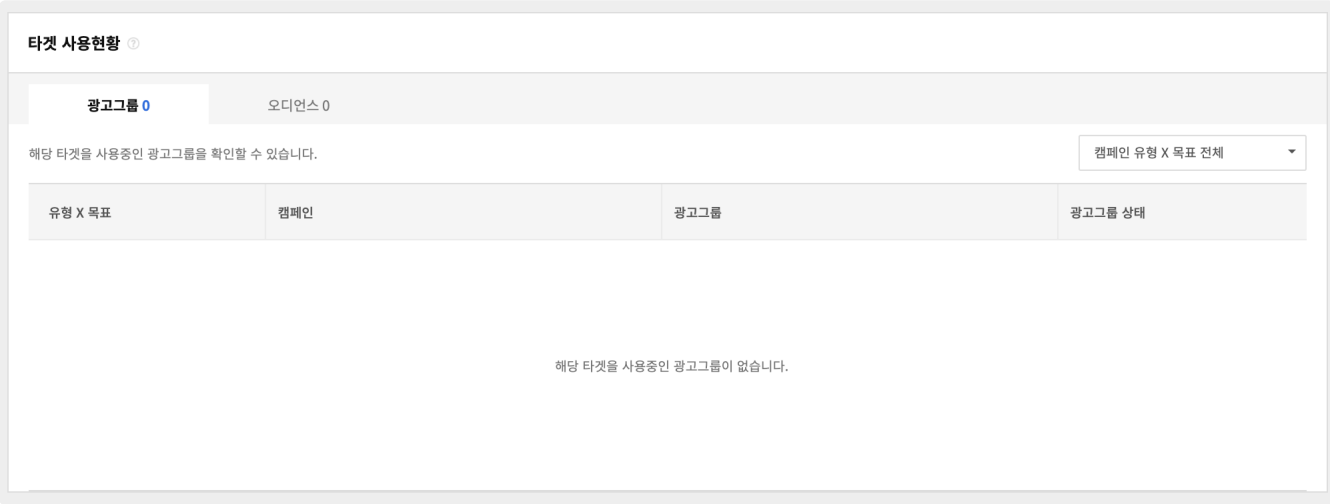
Step 3. 설정한 광고반응 데이터 확인 후 광고반응타겟 이름을 작성해주세요.
이후 [저장]버튼을 누르면 타겟 생성이 완료됩니다.



광고반응타겟의 수집기간은 최근 90일이 디폴트로 설정되며 수집기간 내 광고에 반응한 사용자가 없으면 노출 대상이 없을 수 있습니다.

Step 4. 타겟 모수 확인 후 타게팅에 활용해주세요.
광고반응타겟 생성 직후에는 타겟 모수가 준비 중 상태로 확인되는데 준비중 상태에서는 타겟 설정이 불가합니다.
타겟 모수는 생성일 기준 +1일 10시 이후에 정상 조회되어 타게팅에 활용할 수 있습니다.

Step 5. 광고반응타겟 상세에서 해당 광고반응타겟을 사용하는 광고그룹을 확인할 수 있습니다.
광고반응타겟은 생성된 광고반응타겟 이름을 클릭하면 확인 가능합니다.



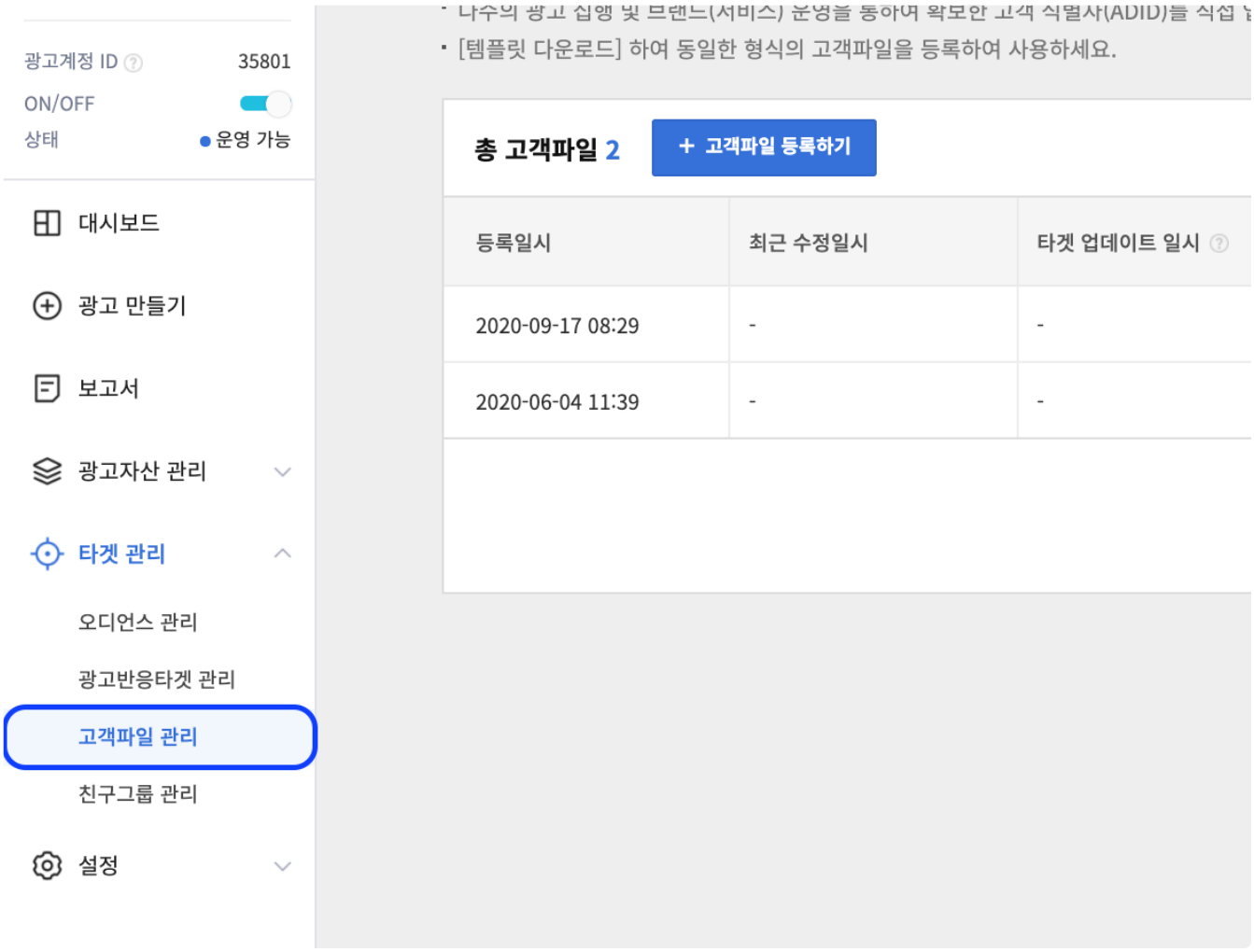
3. 고객파일

> ⓘ 고객파일은 일부 캠페인 유형에서만 사용 가능합니다.
> * 카카오 비즈보드/디스플레이/동영상/스폰서드 보드

> ⓘ 고객파일 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

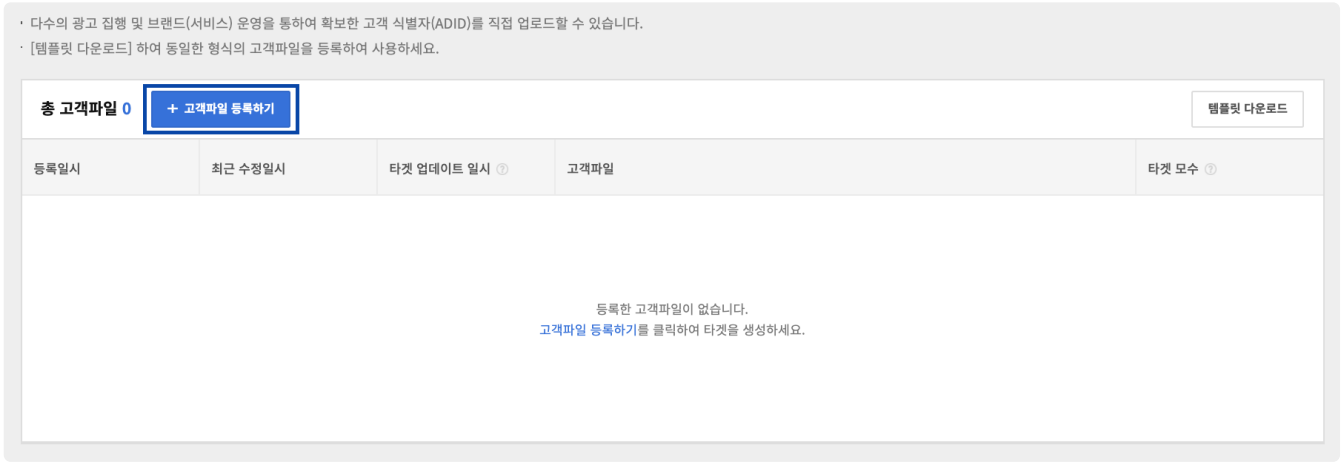
다수의 광고 집행과 브랜드 및 서비스 운영을 통해 광고주가 보유하고 있는 고객 식별자(ADID)를 직접 업로드하여 타겟팅에 활용할 수 있습니다. 고객파일을 업로드하는 방법은 아래 안내를 참고해주세요.

Step 1. [타겟 관리] 메뉴의 [고객파일 관리] 를 클릭하세요.

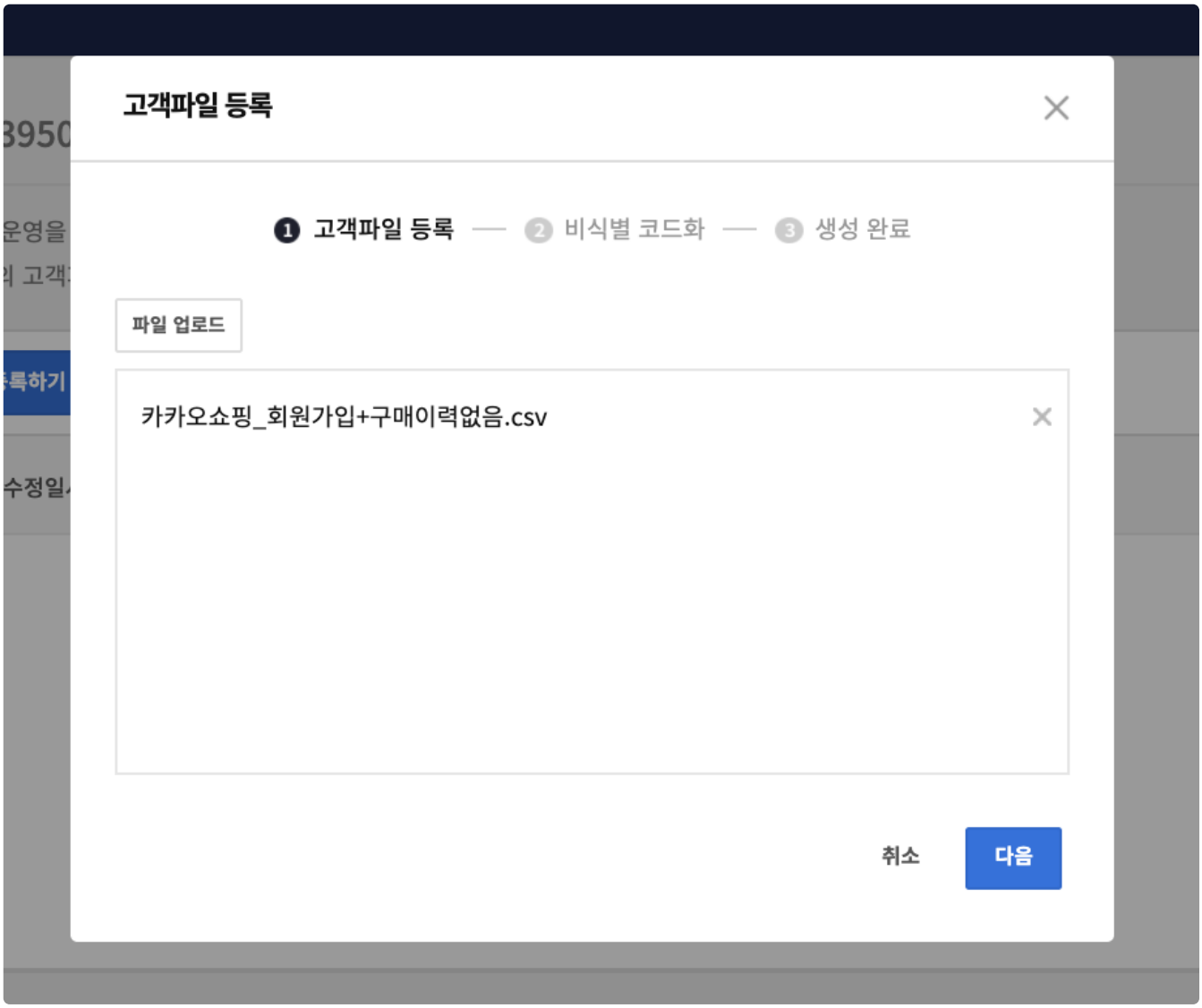


Step 2. [고객파일 등록하기] 버튼을 눌러주세요.

고객파일은 ADID 형태로만 등록이 가능하며 [템플릿 다운로드]를 통해 업로드 파일 형식을 확인할 수 있습니다.



Step 3. [파일 업로드]를 통해 등록이 필요한 파일을 직접 업로드해주세요.



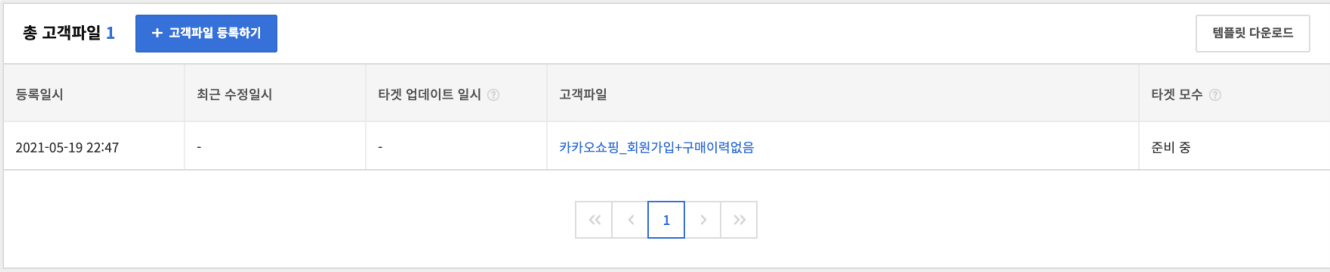
Step 4. 비식별 코드화가 정상적으로 진행되었는지 확인 후 [다음] 버튼을 눌러주세요.
이 단계에서는 등록한 데이터 중 중복 데이터와 정상적인 업로드가 불가하여 실패한 데이터를 확인할 수 있습니다.



Step 5. 고객파일 이름을 작성하고 [저장] 버튼을 누르면 고객파일 등록이 완료됩니다.



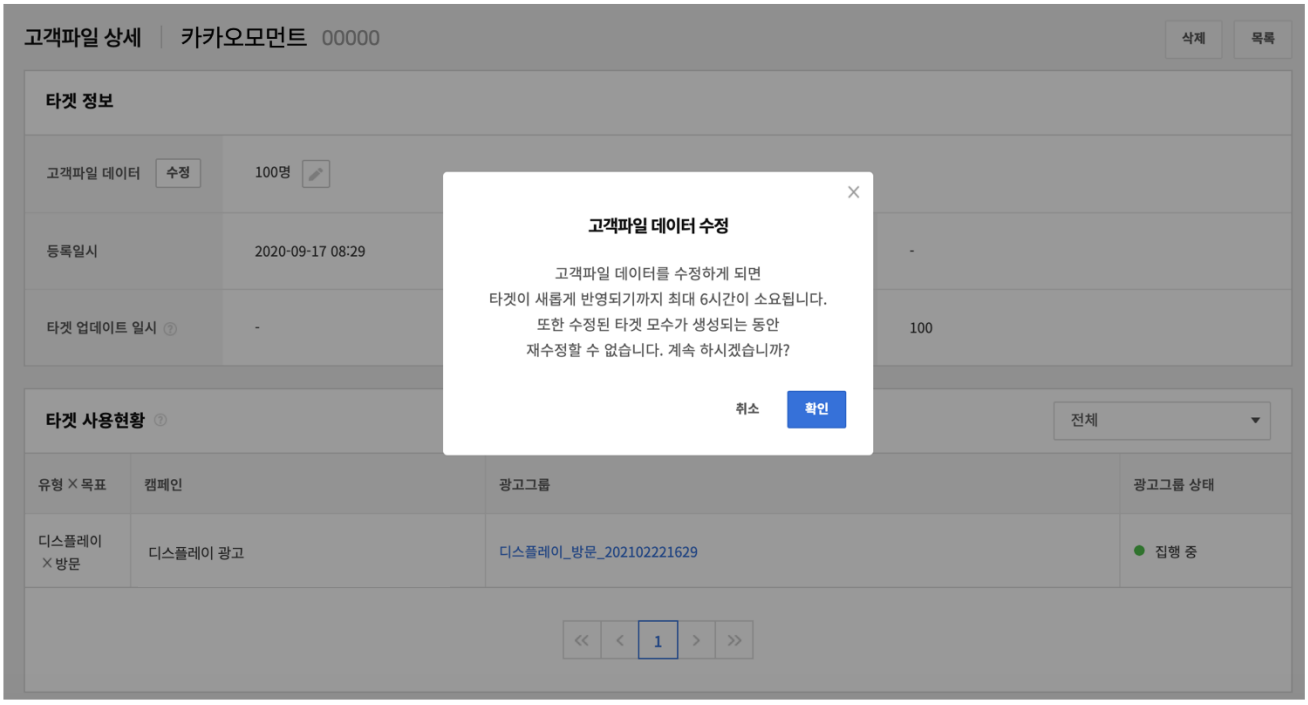
업로드한 고객파일에서 추출한 카카오 사용자를 타겟 모수로 활용할 수 있으며 등록 직후에는 타겟 모수가 준비 중 상태로 확인됩니다. 고객파일은 등록 후 최대 6시간 이내에 모수 추출이 완료됩니다.



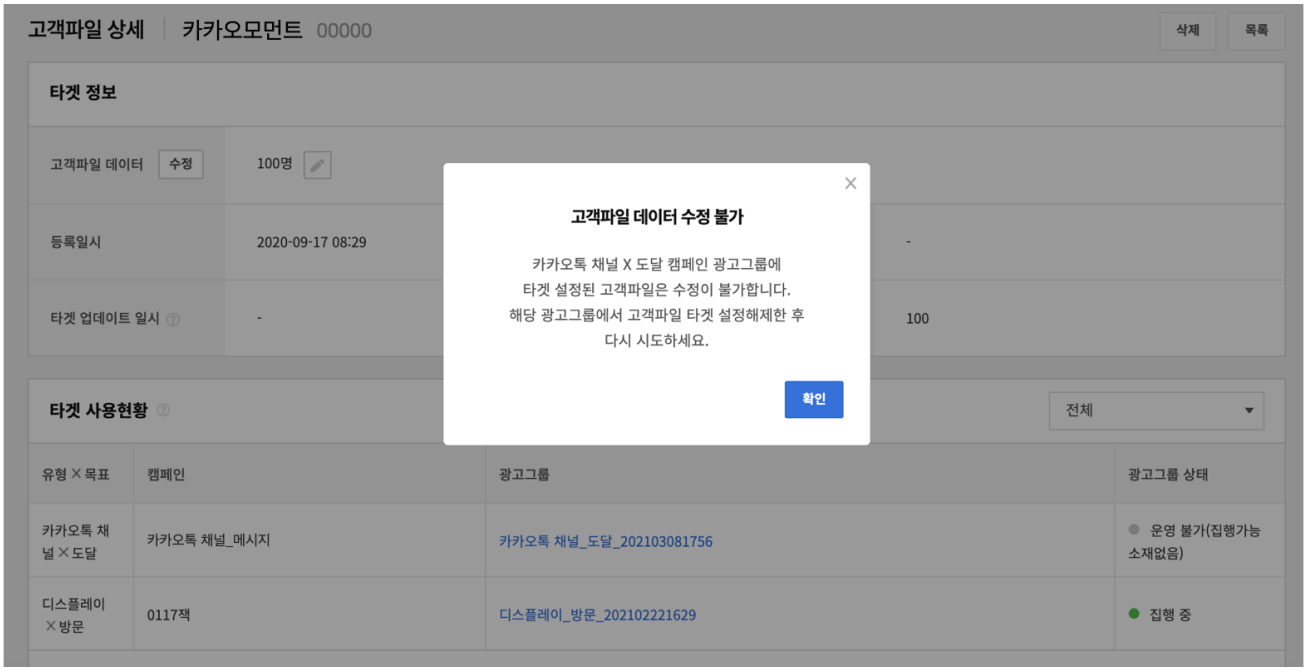
Step6. 고객파일 생성 후 수정이 가능합니다.
고객파일 관리 화면에서 업로드한 파일을 수정할 경우, 이미 고객파일 타게팅이 적용된 광고그룹에 고객파일이 새로운 데이터로 업데이트 됩니다.

❶ 경로 : 타겟 관리 > 고객파일 관리 > 고객파일 상세

❷ 고객파일 상세 > 고객파일 데이터 수정 시
- 수정된 모수 생성 완료까지 최대 6시간이 소요되며 생성 완료 전까지 재수정이 불가합니다.
- 수정된 모수 생성 완료 또는 생성 실패 이후에 수정 버튼은 재활성화됩니다.



❸ [카카오톡 채널 X 도달] 캠페인의 광고그룹에 타겟 설정되어있는 고객파일 수정 불가



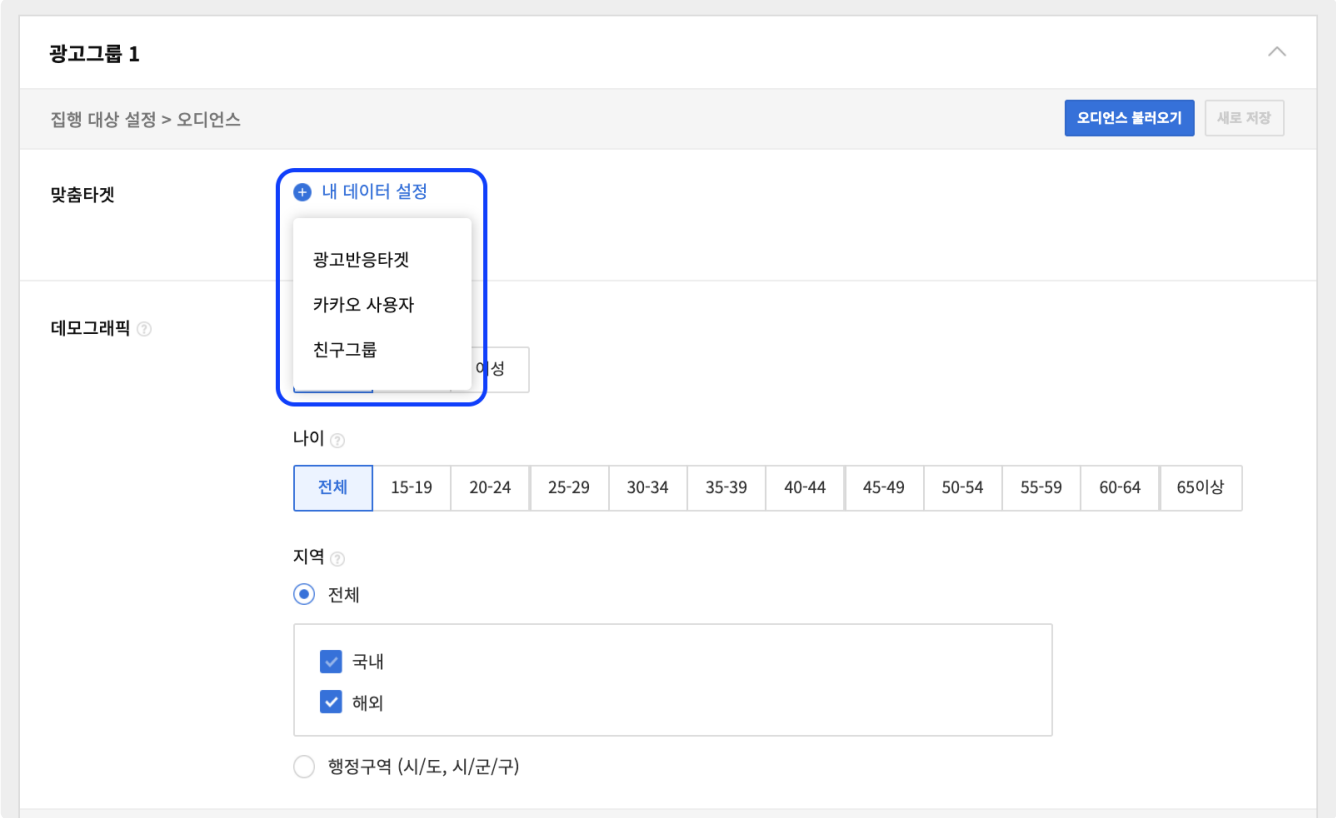
❹ 고객파일 데이터 수정 시 광고그룹 및 유사타겟 영향
- 수정한 고객파일을 타겟으로 광고 집행 중이던 광고그룹은 중단 없이 광고 집행되며, 고객파일 업데이트가 완료되면 자동으로 광고그룹에도 반영됩니다.

4. 친구그룹

> ⓘ 친구그룹 생성 한도를 미리 확인해주세요. ▶바로가기

친구그룹은 카카오톡 채널x도달 캠페인에서 활용 가능한 오디언스 설정 방식으로 광고주가 서비스나 브랜드를 운영하며 직접 확보한 고객 식별자(전화번호/앱유저아이디/메시지 발송 대상자)를 타겟으로 활용할 수 있습니다.

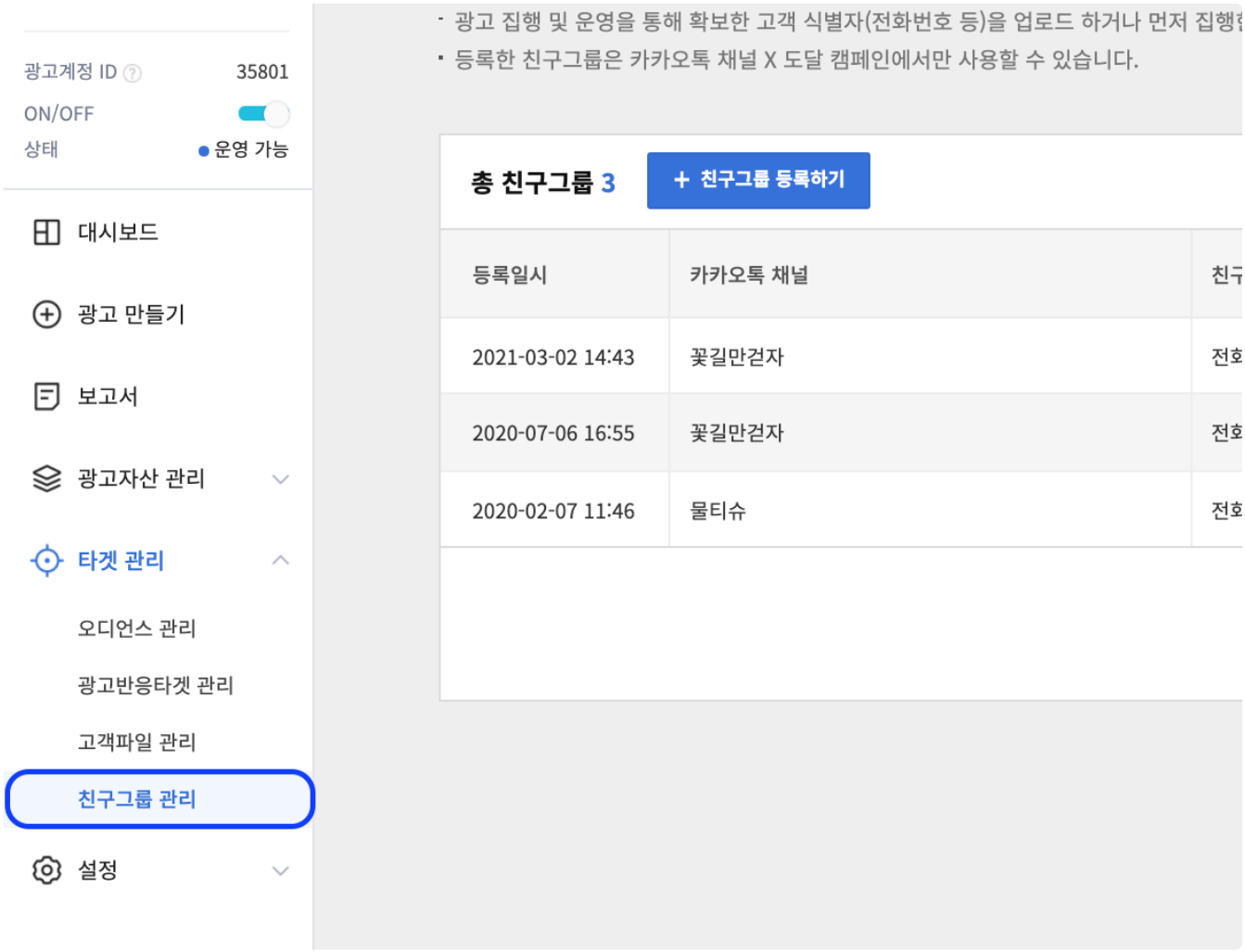
친구그룹 가져오기를 통해 타겟팅에 활용할 친구 그룹을 선택해주세요.



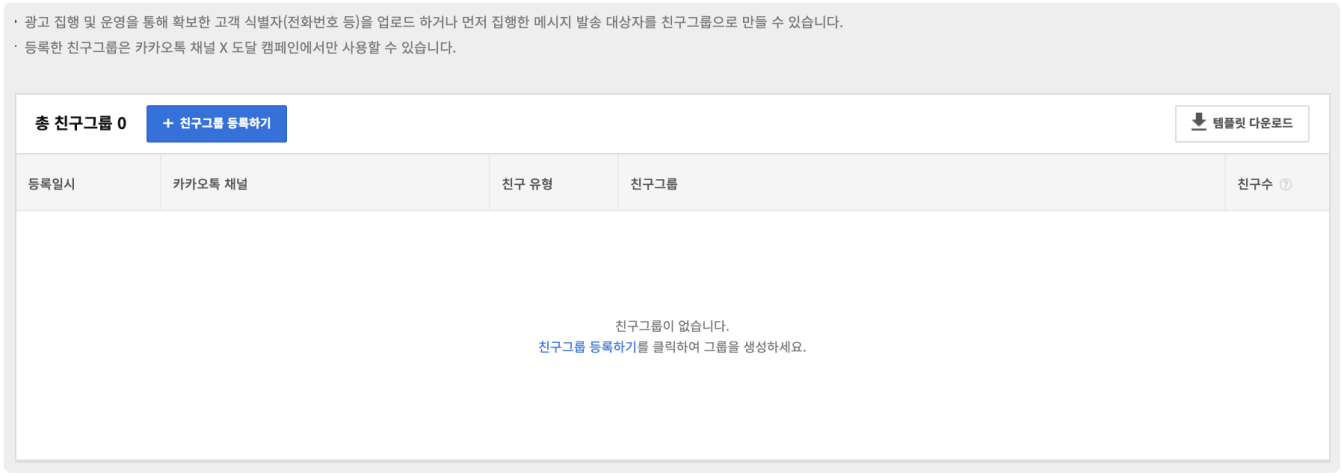
친구그룹 등록 시 이용자의 개인정보를 광고주가 카카오에 위탁하게 되므로, 플랫폼에서 개인정보처리위탁 계약동의를 반드시 진행해야 합니다.

친구그룹은 아래 안내에 따라 생성할 수 있습니다.

Step 1. [타겟관리] 메뉴의 [친구그룹 관리] 를 클릭하세요.

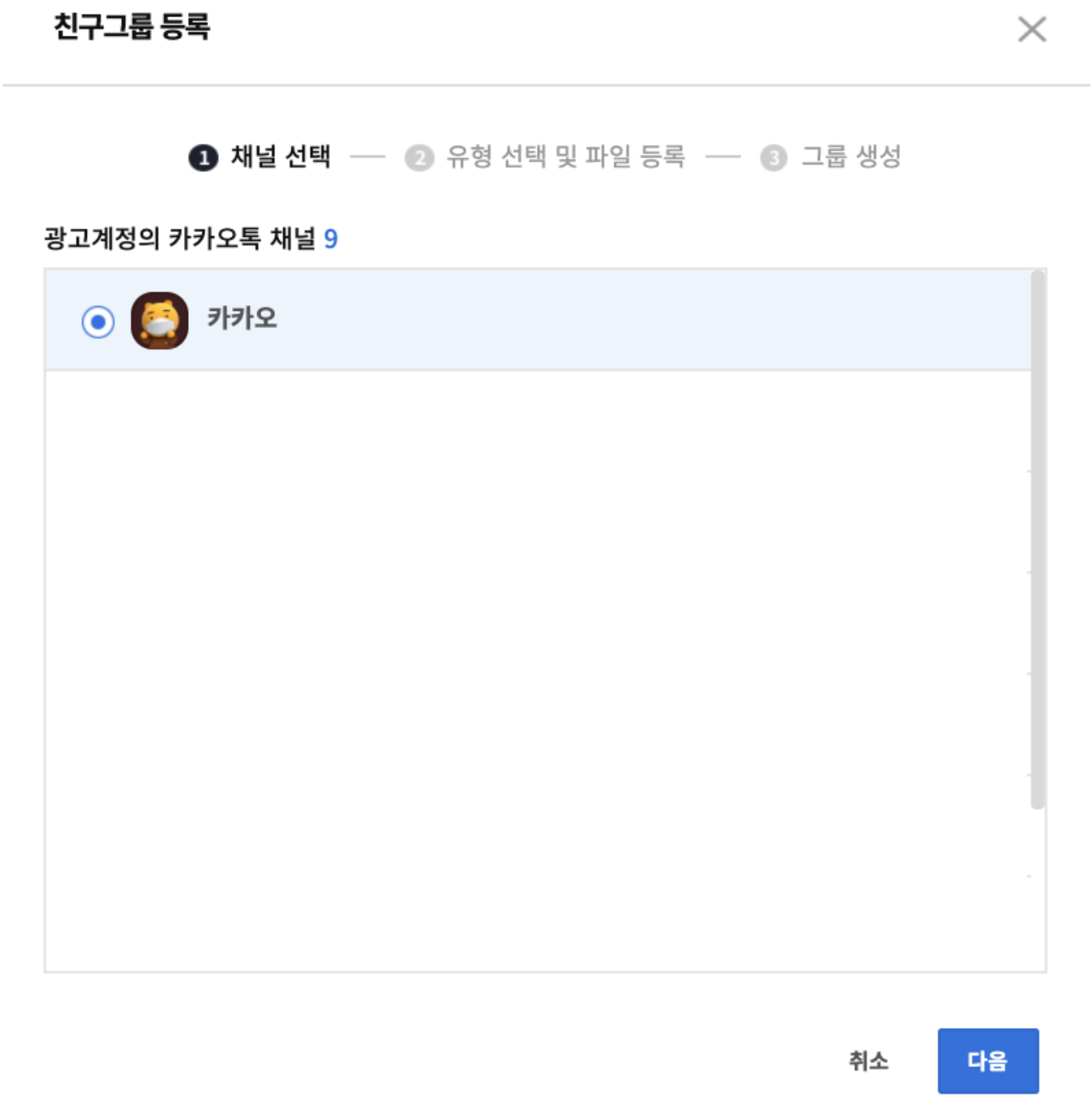


Step 2. [친구그룹 등록하기] 버튼을 눌러주세요.



Step 3. 친구그룹을 생성할 카카오톡 채널을 선택해주세요.

카카오톡 채널은 내 카카오 계정이 해당 채널의 관리자(마스터 또는 매니저)로 등록되어 있어야 선택이 가능합니다.



Step 4.친구 유형(전화번호/앱유저아이디/메시지발송 대상자) 중 한가지를 선택해주세요.

❶ 전화번호와 앱유저아이디는 플랫폼에서 제공하는 CSV 형식의 템플릿에 맞춰 파일 업로드가 필요합니다.

❷ 메시지발송 대상자는 30일 이내 등록한 메시지 광고그룹을 선택하여 발송 대상자를 등록할 수 있습니다.



Step 5.등록한 그룹 정보 및 현황을 확인하고 친구그룹 이름을 작성해주세요.
개인정보처리위탁 계약동의까지 체크하면 친구그룹 생성이 완료됩니다.

그룹 생성 직후 친구수는 준비 중 상태로 확인되며 등록한 고객 식별자 중에서 카카오톡 채널과 친구관계인 사용자가 추출되는대로 친구수가 업데이트 됩니다.

> 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 타겟 관리 및 광고자산 관리 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

계정 관리

카카오모먼트 내 카카오계정과 광고계정을 관리하는 기능에 대해 알아보겠습니다.

아래 목차에서 학습이 필요한 #키워드를 클릭해보세요!

1. 광고 계정

1-1. 광고계정 관리
1-2. 멤버 초대 및 관리
1-3. 영업권 관리
1-4. 세금계산서

2. 내 광고계정

2-1. 새 광고계정 만들기
2-2. 멤버로 요청하기

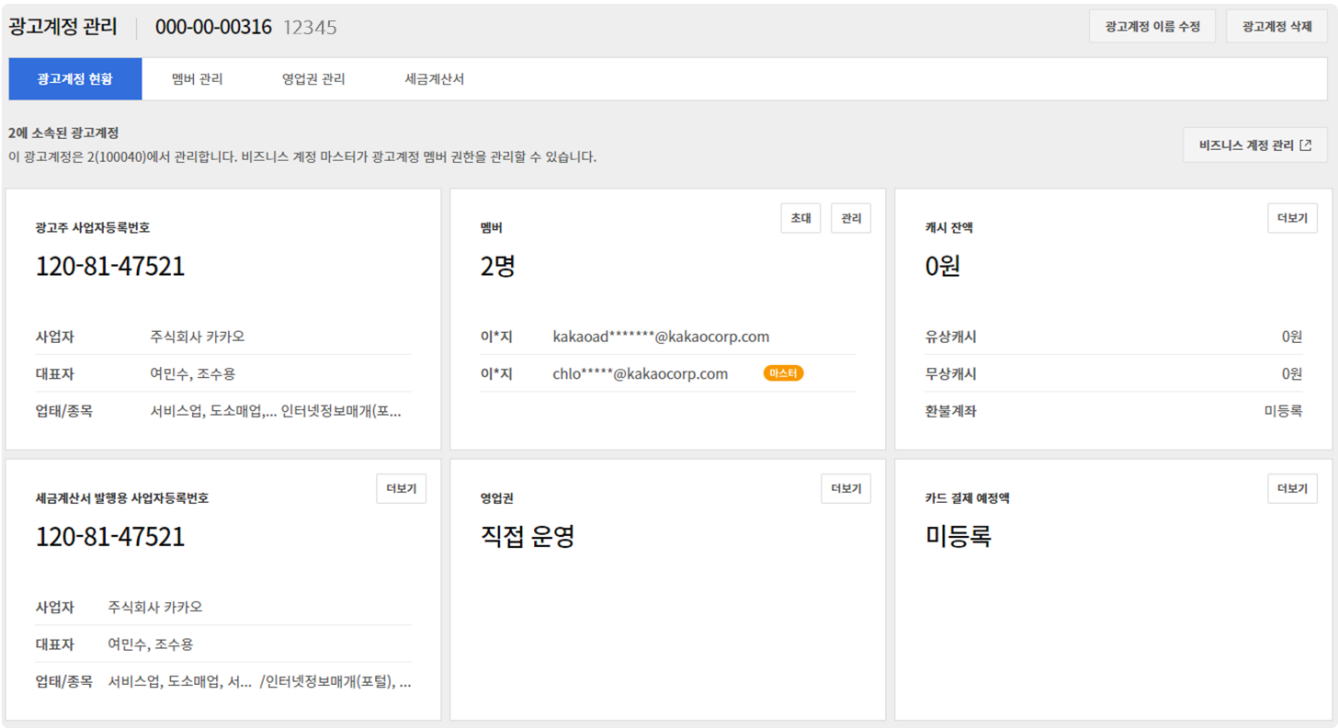
3. 내 정보-모먼트

3-1. 카카오비즈니스 계정정보 설정
3-2. 자동 결제카드 설정
#
3-3. 알림 설정
3-4. 카카오계정 찾기

1. 광고 계정

1-1. 광고계정 관리

설정 > '광고계정 관리'에서 해당 광고계정의 멤버, 영업권, 세금계산서를 관리할 수 있습니다.



- **광고계정 이름 수정**
  - 광고계정 이름의 수정이 필요할 경우 마스터 권한에서 진행 가능합니다.
  - [경로] 광고계정> 설정> 광고계정 관리> [광고계정 이름 수정] 버튼 클릭> 팝업에서 수정

> 광고계정 이름 수정 시 입력 가이드를 참고해주세요.
>
> - 입력 가능 : 한글, 영어, 숫자, 점(.), 공백
> - 입력 불가 : 점(.)을 제외한 특수문자, 자음/모음이 단일로 표기된 경우 (ex. ㄱ, ㅏ, ㅎㅎㅎ)

- **광고계정 사업자정보 수정**
  - 광고계정의 사업자정보 수정은 카카오비즈니스 관리자센에서 진행 가능합니다.
  - [경로] 카카오비즈니스 관리자센터 > 사업자 관리> 사업자정보 상세 페이지 > [수정하기] 버튼 클릭
  - 사업자정보의 변경은 광고계정의 마스터 권한만 신청할 수 있으며, 수정 요청이 접수되면 검수 절차에 따라 영업일 기준 3~5일 이내 심사가 이루어집니다.

- **광고계정 삭제**
  - 광고계정 삭제가 필요한 경우 마스터 권한에서 진행 가능합니다.
  - 광고계정 삭제하기 위해 유상캐시 잔액 환불, 광고비 지급 여부, 당월 세금계산서 발행, 소속 자산 해지, 멤버 내보내기, 영업권 해제 등 진행이 필요합니다.
  - [경로] 광고계정 >설정 > 광고계정 관리 > [광고계정 삭제] 버튼 클릭
  - ※ 광고계정 삭제는 신청 후 처리까지 최대 2시간 정도 소요될 수 있습니다.

1-2. 멤버 초대 및 관리

마스터와 멤버는 광고계정 권한에 따른 운영자의 유형입니다.
1개의 광고계정당 1명의 마스터, 다수의 멤버가 운영할 수 있습니다.
다만, 비즈니스계정의 자산에 소속된 경우 비지니스계정 마스터가 마스터 권한 이전 가능하며, 멤버의 권한 관리(추가/내보내기 등)를 할 수 있습니다.

❶ 마스터(master)

- 마스터는 광고계정의 소유자로 멤버 관리 및 대행사 설정 등 영업권을 관리할 수 있습니다.
- 마스터는 마스터 외 광고계정을 운영할 멤버를 초대하거나 요청된 멤버를 수락/거부하거나 해제할 수 있습니다.
- 멤버 초대는 마스터 권한만 가능하며, 초대할 멤버는 카카오모먼트에 회원가입되어 있어야 합니다.
- 한 개의 광고계정당 멤버는 99명까지 초대할 수 있습니다.
- 광고계정의 멤버 요청을 받지 않길 원할 경우 멤버 요청 거부를 설정하면 광고계정 검색 시 조회되지 않습니다.
- 마스터 권한은 이전이 가능합니다. 단, 개인 광고계정에서 마스터 권한 이전은 불가합니다.
- 권한 이동 후 세금계산서 이메일 정보가 마스터로 지정한 멤버에게 제공됩니다. 이에 동의하지 않을 경우 이전이 불가합니다.
- 마스터는 다른 멤버에게 마스터 권한을 이전한 후에 광고계정에서 나가기를 할 수 있습니다.
- 세금계산서 위임발행 수락 / 거부 / 해제 권한은 광고계정 마스터만 가능합니다.
- 세금계산서 수신 이메일 변경
  광고계정 > 설정 > 광고계정 관리 > 세금계산서 > 정보 > 이메일 옆 연필 선택

❷ 멤버(member)

- 멤버는 광고계정 내에서 마스터 외에 광고를 운영할 권한이 부여된 대상을 의미합니다.
- 설정> 광고계정 관리> 멤버 관리에서 광고계정 내 마스터와 멤버 현황을 확인할 수 있습니다.
- 카카오모먼트 우측 상단의 카카오계정(이메일)> 내 광고계정> 상태에서 참여하고 있는 계정의 멤버수와 상태(멤버 초대에 대한 수락/거부)를 확인할 수 있습니다.
- 마스터와 멤버 모두 광고계정에서 광고 집행, 보고서 확인, 광고캐시 충전 등의 광고 운영이 가능합니다.

권한	마스터	멤버
멤버의 초대/수락/거부/해제	✔	
멤버에게 마스터 권한 이전	✔	
비즈니스계정 소속 자산 수락/거부	✔	
영업권 요청의 수락/거부/해제	✔	
영업권 요청 거부의 설정	✔	
세금계산서 위임발행의 수락/거부/해제	✔	
환불계좌 등록 및 세금계산서 이메일 수정	✔	
광고계정 이름 수정 및 삭제	✔	
멤버 나가기		✔
캠페인 및 광고그룹의 생성/수정	✔	✔
소재 등록 및 심사	✔	✔
맞춤보고서 만들기	✔	✔
심사서류 등록하기	✔	✔
광고캐시의 충전/환불	✔	✔

비즈니스계정 마스터와 광고계정 마스터가 일치한 경우 광고계정 마스터의 수락없이 소속 자산으로 추가될 수 있습니다.

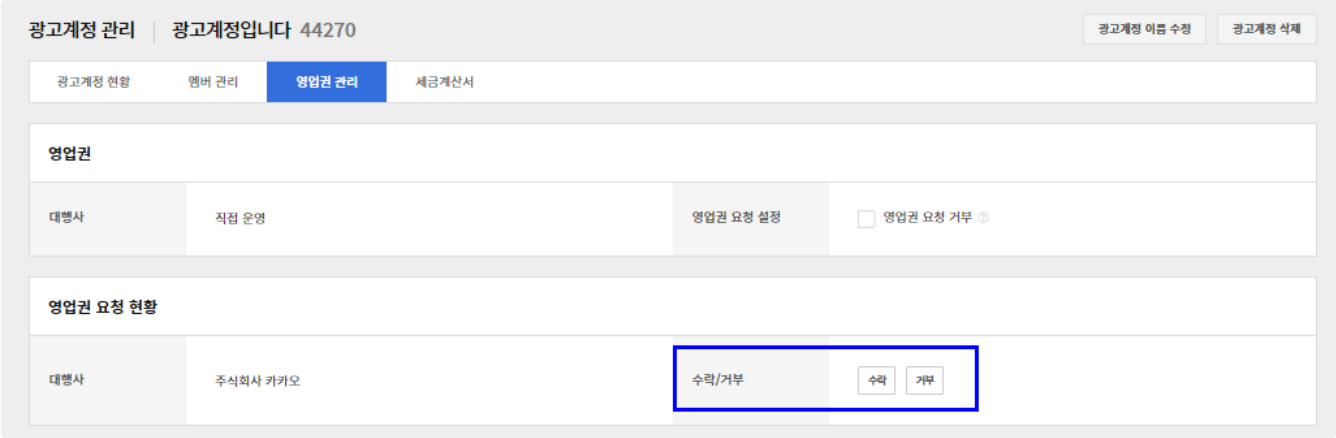
1-3. 영업권 관리

영업권이란 광고 대행을 계약한 대행사가 광고계정의 운영 권한을 공식적으로 위임받는 것입니다.
광고를 직접 운영하지않고, 대행사를 통하는 경우 영업권 설정이 필요합니다.
대행사에서 광고계정의 마스터에게 영업권을 요청하고, 마스터가 이를 수락하는 과정을 통해 영업권이 설정됩니다.
광고를 직접 운영하는 경우라면 영업권 설정 없이 바로 시작할 수 있습니다.

- 영업권 설정과 함께 세금계산서 위임발행을 한 경우, 광고비 입금과 세금계산서 발행도 대행사에서 진행할 수 있습니다.
- 대행사는 영업권 설정된 광고계정에 대해 대행 수수료를 지급받을 수 있습니다.
- 카카오모먼트 공식대행사 확인하기

Case 1. 광고비 집행 및 운영을 모두 대행사에 위임하는 경우
대행사가 대행사 정보로 광고계정을 직접 생성한 후, 해당 대행사로 영업권 설정하여 광고계정을 운영합니다.
1) 광고계정을 소유한 대행사가 주체가 되어 광고비를 입금하고 세금계산서도 대행사 정보로 되어 있는 광고계정 정보로 발행됩니다.
2) 대행사 정보로 광고계정을 생성했더라도 영업권 설정까지 완료해야만 대행 수수료가 지급됩니다.
3) 광고주는 광고계정의 멤버로 참여하여 광고 집행 및 운영에 참여할 수도 있습니다.

Case 2. 광고비 집행은 광고주, 운영만 대행사에 위임하는 경우
광고주가 광고주 정보로 광고계정을 직접 생성한 후, 대행사 담당자와 영업권 설정 및 멤버 초대를 완료하여 광고계정 운영을 위임합니다.



> *공식 대행사 및 영업권 관련 유의사항*
>
> 공식 대행사를 통해 광고 대행을 진행해도 카카오모먼트에서는 별도의 비용이 청구되지 않습니다.
> 공식 대행을 사칭하는 업체들과 계약을 맺어 피해를 입는 일이 없도록 각별한 주의 바랍니다.
> 영업권은 수락 즉시 변경되며, 영업권 변경 횟수에 제한은 없습니다. 영업권 신청은 신청일로부터 5일 간 유효합니다. 5일 이내에 수락하지 않을 경우 자동 거부됩니다(주말 포함).

1-4. 세금계산서

카카오는 광고 비용의 소진 내역에 대한 세금계산서를 사업자 대상으로 필수 발행하고 있습니다.
세금계산서 발행에 대한 자세한 내용은 결제 관리에서 확인하실 수 있습니다.

단, 영업권 설정 뿐만 아니라 대행사에 세금계산서를 위임 발행할 수 있는 기능에 대해서는 아래 내용 확인해 주세요.

1) 세금계산서 위임발행

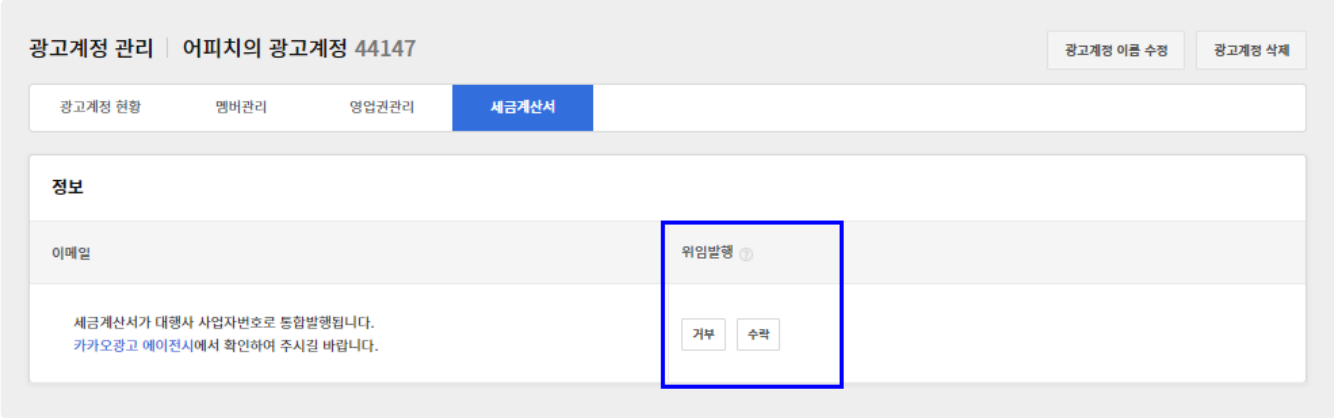
위임발행이란 광고주에게 발행할 세금계산서를 위임발행 설정된 대행사로 발급해주는 기능입니다.

- 광고계정에 영업권이 있는 대행사만 위임발행 신청이 가능하며, 광고계정 마스터는 이를 수락/거부 할 수 있습니다.
  (영업권&위임발행 동시 신청 가능)
- 대행사에서 위임발행 신청 전 반드시 광고주의 승인이 있어야 합니다.
- 위임발행 신청 후, 광고주에게 위임발행 승인에 관한 알림이 발송됩니다.
- 위임발행 신청 후 5일이 지나도 광고주의 액션이 없는 경우 실패 처리되며 재신청 해야 합니다.
- 위임발행을 수락한 당일 00시 매출분부터 대행사로 세금계산서 발행됩니다.
- 이전 사업자등록번호로 적용된 세금계산서는 수정이 불가합니다.
- 위임발행 설정된 세금계산서는 대행사 단위로 통합발행됩니다.

2) 위임발행 수락/거부/해제하기

위임발행 수락/거부/해제는 광고계정의 마스터가 할 수 있습니다.

- 광고계정 > 설정 > 광고계정 관리 > 세금계산서 > 위임발행 요청 현황 > 수락/거부 선택



- 광고계정 > 설정 > 광고계정 관리 > 세금계산서 > 위임발행 해제 선택



2. 내 광고계정

광고계정은 카카오모먼트에서 광고 집행을 위해 필요한 계정으로, 광고 운영의 기본 단위입니다.

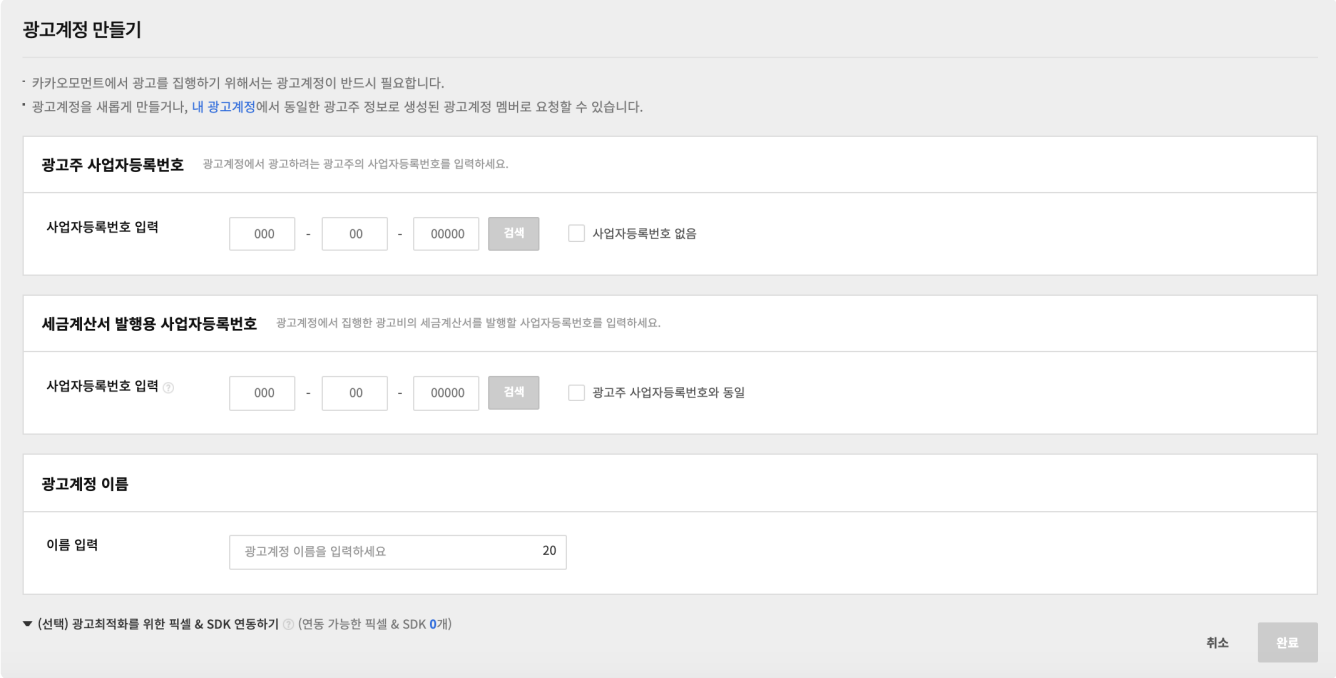
2-1. 새 광고계정 만들기

Step 1. '+새 광고계정 만들기'를 선택하세요.



Step 2. 사업자등록번호 등 필요 정보를 입력하여 광고계정을 새롭게 만들어주세요.

카카오모먼트에서 광고를 집행하기 위해서는 광고계정이 반드시 필요합니다.



- **광고주 사업자등록번호**
  광고계정에 광고주의 사업자등록번호를 입력하세요.
  광고 대행사없이 직접 운영을 원할 경우에는 개인 사업자등록번호를 입력해주세요.

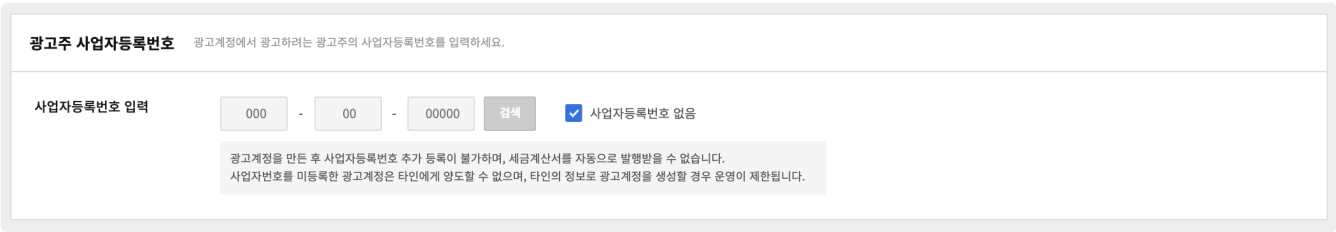


광고주/개인 사업자등록번호 입력

사업자등록번호 없이 광고계정 생성도 가능합니다.

-광고계정을 만든 후 사업자등록번호 추가 등록이 불가하며, 세금계산서를 자동으로 발행받을 수 없습니다.

-사업자번호를 미등록한 광고계정은 타인에게 양도할 수 없습니다. 타인의 정보로 광고계정을 생성할 경우 운영이 제한됩니다.

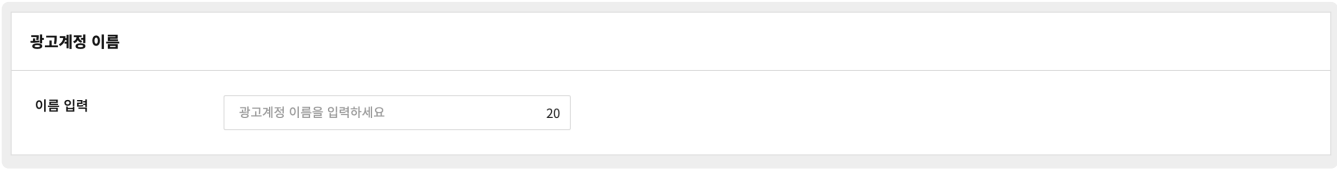


사업자등록번호 없이 광고계정 생성

- **세금계산서 발행용 사업자등록번호**
  광고계정에서 집행한 광고비의 세금계산서를 발행할 사업자등록번호를 입력하세요.
  세금계산서 발행용 사업자등록번호를 잘못 입력한 경우 카카오에서 정보를 수정할 수 있습니다.



- **광고계정 이름**
  최대 20자 이내로 광고계정 이름을 입력하세요.
  - 입력 가능 : 한글, 영어, 숫자, 점(.), 공백
  - 입력 불가 : 점(.)을 제외한 특수문자, 자음/모음이 단일로 표기된 경우 (ex. ㄱ, ㅏ, ㅎㅎㅎ)



2-2. 멤버로 요청하기

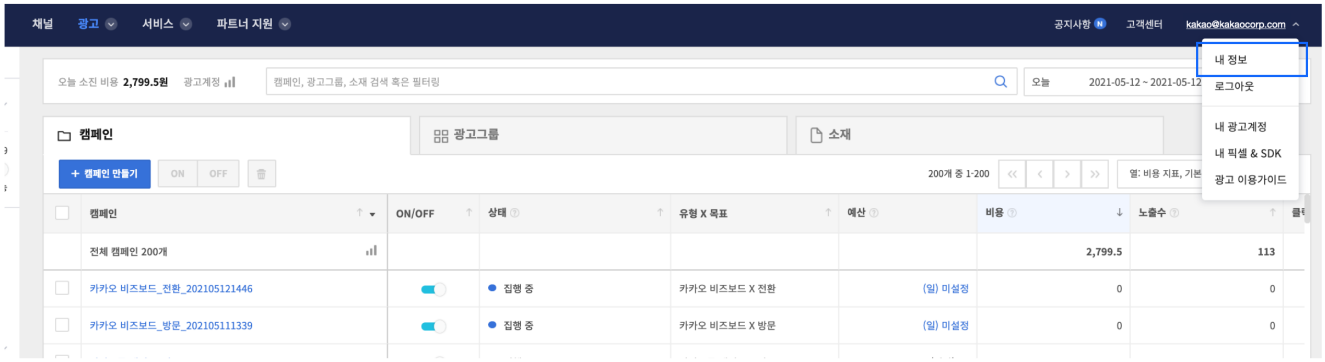
광고계정을 새롭게 만들지 않아도, 내 광고계정에서 동일한 광고주 정보로 생성된 광고계정 멤버로 요청할 수 있습니다.
사업자등록번호, 광고계정, 광고계정번호, 마스터 카카오계정 검색을 통해 다른 광고계정의 멤버로 요청해 보세요.



3. 내 정보-모먼트

내 정보 메뉴에서 카카오 계정의 정보 설정 페이지로 바로 이동할 수 있고,
카카오모먼트 내 광고 운영의 편의를 위한 자동 결제카드 설정, 알림 설정이 가능합니다

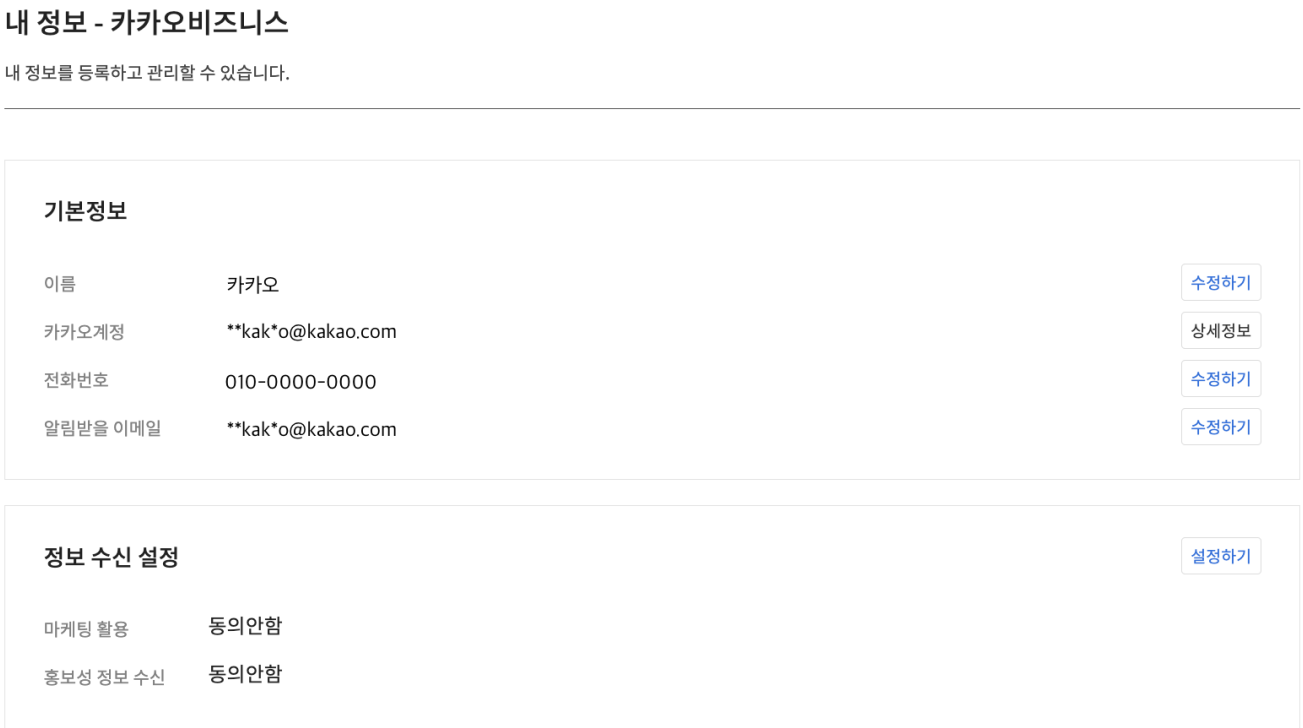
'내 정보' 메뉴는 카카오모먼트 우측 상단의 카카오계정 아이디(이메일 형식)를 클릭해 진입할 수 있습니다.



3-1. 카카오비즈니스 계정정보 설정

계정정보는 카카오비즈니스 관리자센터에서 조회 및 수정 할 수 있습니다.
카카오비즈니스 계정정보 설정 버튼 클릭 시 [내 정보-카카오비즈니스]로 이동합니다.





카카오비즈니스 계정 정보 설정 버튼을 클릭하면 카카오비즈니스 우측 상단 나의 계정명 > 계정 정보 페이지로 바로 진입하여 정보 조회 및 수정할 수 있습니다

❶ 이름 : 소속이나 대행사 등을 구분할 수 있는 이름으로 10글자까지 변경 가능합니다.
❷ 전화번호 : 수정 시 휴대폰 인증을 거치며, 이미 가입된 번호로는 변경 불가합니다.
❸ 안내받을 이메일 : 등록된 이메일로 카카오모먼트의 안내 메일이 발송됩니다.
❹ 정보 수신 설정 : 마케팅 활용, 홍보성 정보 수신에 대한 동의 여부를 설정할 수 있습니다

- 마케팅 활용에 대한 동의 여부 설정 : 이벤트 행사 시 정보 전달, 마케팅 및 광고 등에 활용을 목적으로 마케팅 활용에 대한 동의 여부를 설정할 수 있습니다
- 홍보성 정보 수신에 대한 동의 여부 설정 : 교육, 프로모션, 이벤트 안내 문자와 메일 수신 여부를 설정할 수 있습니다. 홍보성 정보 수신을 거부할 경우 안내가 제한될 수 있으며, 이에 대한 변경은 언제나 가능합니다.

3-2. 자동 결제카드 설정

내 카카오페이와 연동된 카드를 불러올 수 있습니다.
불러온 카드를 광고계정에 등록해 자동 결제를 설정하면 더욱 편리하게 광고비를 결제할 수 있습니다

3-3. 알림 설정



광고계정별로 알림 수단 및 알림 내용 등을 설정할 수 있습니다.
광고계정 내 변동사항이 발생했을 때 관련 내용을 이메일과 카카오톡 또는 문자메시지로 전달 드립니다.

❶ 이메일 알림 : 카카오계정 이메일로 광고계정에 대한 모든 알림이 발송됩니다. 이메일 알림은 회원에 대한 필수사항 안내를 준수하기 위하여 광고게정의 모든 변동사항에 대해 발송되며, 별도의 알림 설정이 불가합니다.

❷ 카카오톡/문자메시지 알림 : 카카오계정으로 가입 또는 통합계정으로 변경 시 인증받은 휴대폰번호 기준으로 카카오톡 알림 또는 문자 알이 발송됩니다. (알림메시지를 차단할 경우 카카오톡과 문자메시지 모두 미발송)

- 카카오톡 : 알림 수단을 '카카오톡'으로 설정한 경우에 발송
- 문자메시지 : 알림 설정을 한 전화번호가 카카오톡에 가입되어 있지 않은 경우에만 발송
- 알림 내용 : 잔액 부족, 일예산 초과, 소재 심사 결과 및 관리자 정지, 자동 결제카드의 결제 실패 내역 등
- 심야 알림 : 기본적으로 21:00 ~ 09:00에 발생한 알림 미제공, 심야시간대 알림 허용을 설정한 경우에만 수신 가능

3-4. 카카오계정 찾기

1) 카카오계정 정보를 잊어버린 경우 본인 인증을 통해 카카오계정 찾기, 비밀번호 재설정이 가능합니다.

2) 카카오계정은 프로필 이름 또는 아이디, 전화번호, 본인 명의 휴대폰 인증, 사업자등록번호로 찾을 수 있습니다.

3) 분실한 비밀번호는 암호화된 정보이기 때문에 관리자나 시스템에서도 확인이 불가능합니다.
따라서 비밀번호 재설정을 통해 새로운 비밀번호를 발급받아야 합니다.
비밀번호 재설정 페이지에서 카카오계정 이메일 주소로 발송된 인증번호를 입력하여 비밀번호를 재설정할 수 있습니다.

> ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 광고계정 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

결제 관리

> ⓘ 카카오모먼트 광고는 집행에 따른 비용으로 광고캐시를 사용합니다. 광고캐시의 종류, 충전, 환불 방법에 대해 알아보도록 하겠습니다.

1. 광고캐시의 관리

1-1. 광고캐시란?

광고캐시는 카카오모먼트에서 광고 노출로 인해 발행되는 비용을 결제하는데 사용되는 캐시입니다.

1-2. 광고캐시의 유형

광고캐시에는 유상캐시와 무상캐시가 있습니다.

1)유상캐시

(1)광고주가 무통장입금, 신용카드, 카카오페이로 결제하여 직접 충전 후 사용하는 캐시를 말합니다.
(2)개인 광고주는 카드결제만 가능하며(무통장입금 불가), 해외 광고주의 경우 인보이스를 통한 계좌 입금만 가능합니다.

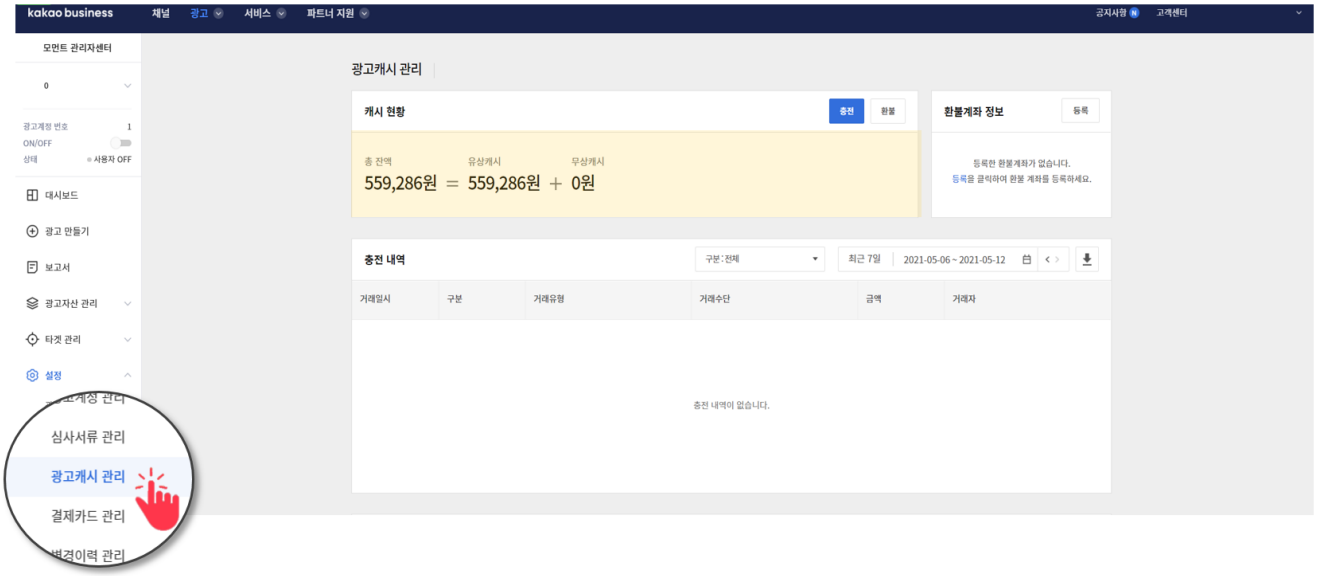
2)무상캐시

(1) 무상캐시란 프로모션이나 이벤트로 인해 카카오에서 지급한 광고캐시를 의미합니다.
(2)무상캐시 사용하기는 광고계정의 멤버라면 누구나 가능하며, 캐시와 동시에 사용일과 사용자가 기재됩니다.
(3)사용하기 버튼 클릭으로 개시된 무상캐시는 취소하거나 다시 시작할 수 없습니다.
(4)무상캐시는 설정된 만료일까지 사용이 가능하며, 만료일의 경과와 함께 자동으로 소멸됩니다.

> ⓘ 무상캐시의 경우 캐시관리에서 [사용하기] 버튼을 클릭해야만 무상캐시 사용이 시작되며,
> 유상/무상캐시 모두 잔액이 존재할 경우 무상캐시가 우선적으로 소진됩니다.
> [경로]설정>광고캐시 관리> 무상캐시 사용현황> 사용일에서 '사용하기'버튼 클릭

1-3. 광고캐시 관리

광고캐시 관리 메뉴를 통해 캐시현황을 확인 할 수 있습니다.



1)충전내역: 충전/환급/환불 내역 조회가 가능하며, 기간은 최근 24개월 내에서 제공합니다.
2)무상캐시 사용현황: 무상캐시 사용전/사용완료/사용만료/환급/ 회수 조회가 가능하며, 기간은 최근 24개월 내에서 제공합니다.
3)환불 처리현황: 처리중/처리완료/처리불가 내역 조회가 가능하며, 기간은 최근 24개월 내에서 제공합니다.
4)계약 해지수수료 부과내역: 계약 해지에 따른 수수료 내역 조회가 가능하며, 기간은 최근 24개월 내에서 제공합니다.

> ⚠ 광고주님의 계정 내 충전된 유상캐시가 모두 소진될 때 광고가 자동으로 중단 되기까지 일정 시간이 소요됩니다.
>
> **해당 시간 동안 노출된 광고로부터 유효한 클릭이 발생하거나 또는 특정시점 광고 노출 및 소진량이 증가하면서 예측된 광고 종료 지점에 비하여 빠르게 소진되어 마이너스 잔액이 발생될 수 있습니다.**
>
> 설정하신 일예산 금액대로 광고가 노출되었으나, 잔액 부족 시점 경에 발생한 유효한 노출 및 클릭에 대해서는 정상 과금될 수 있는 점 참고 부탁드립니다.

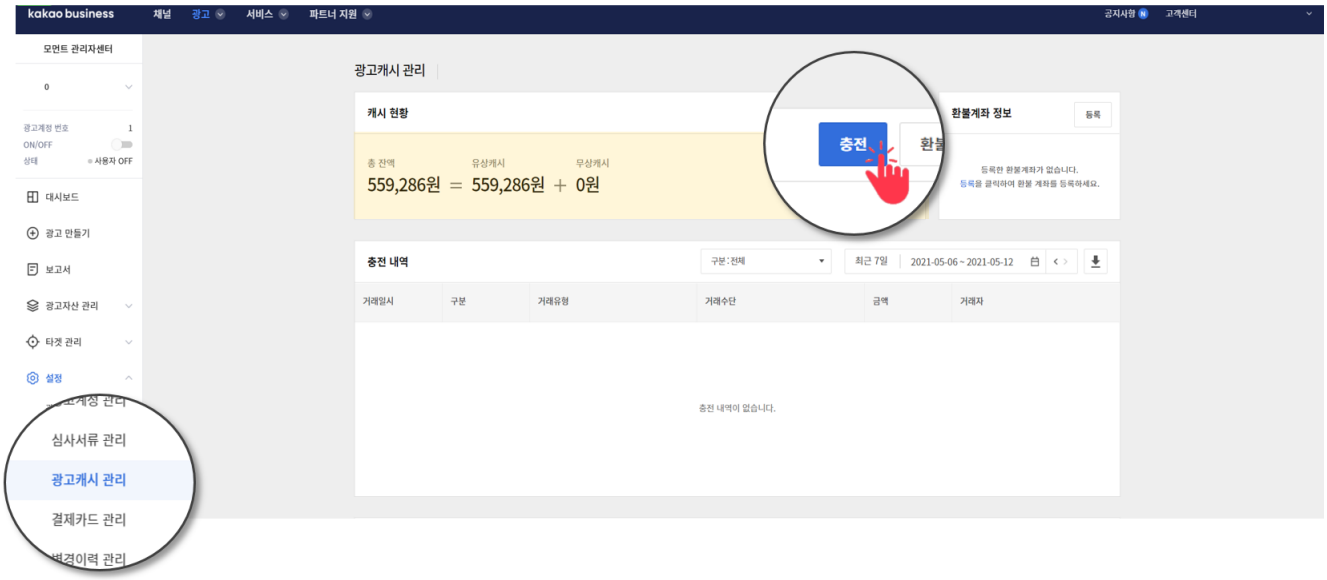
2. 광고캐시의 충전

광고캐시는 무통장입금, 신용카드, 카카오페이로 결제하여 유상캐시를 충전할 수 있으며, 유상캐시의 충전금액은 최소 1천 원에서 최대 10억 원까지 가능합니다.

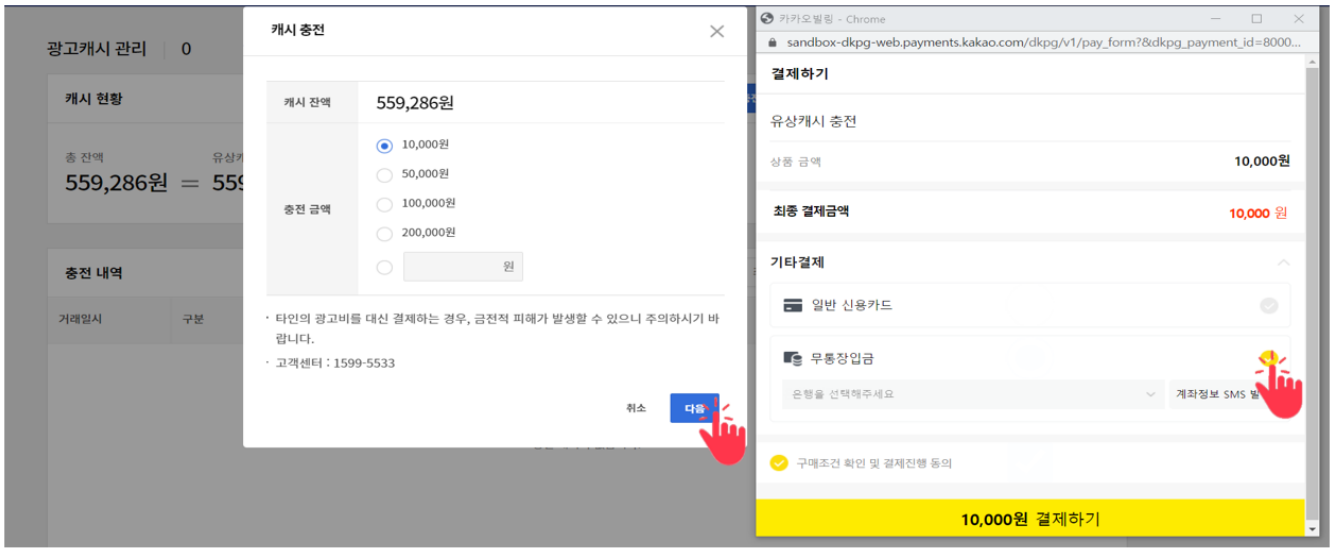
2-1. 무통장입금

> 무통장 입금은 일회용 가상계좌를 통해 광고캐시를 충전할 수 있는 방식입니다.

STEP 1.[경로] 설정> 광고캐시 관리> "충전" 버튼 클릭

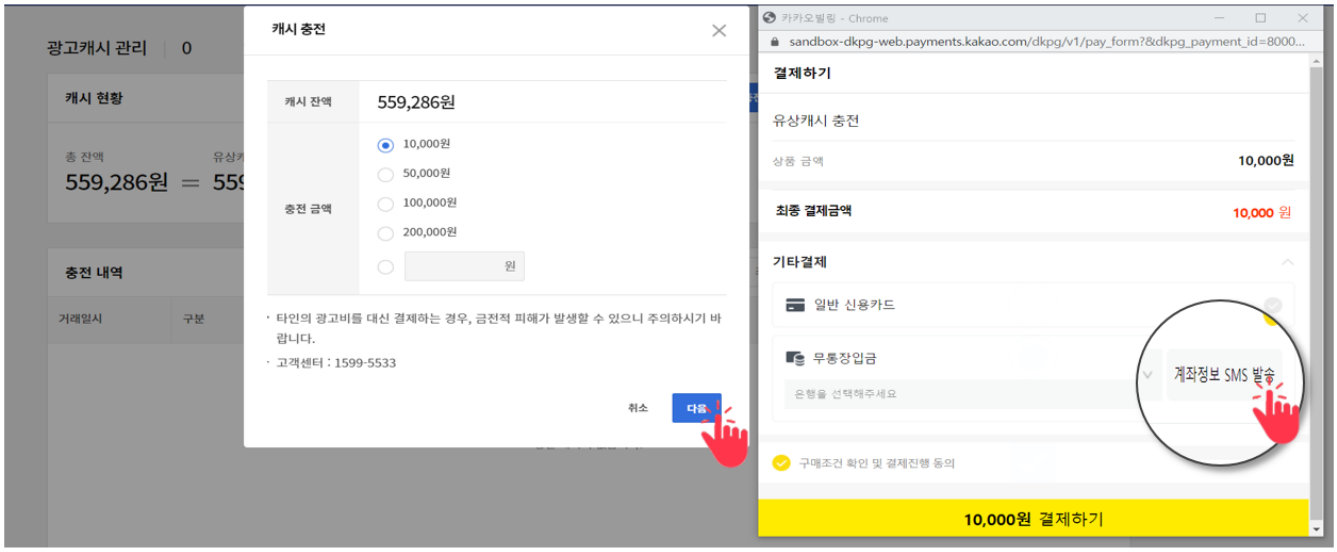


STEP 2.충전금액을 선택하고 [다음]을 클릭> 결제수단으로 무통장입금 선택



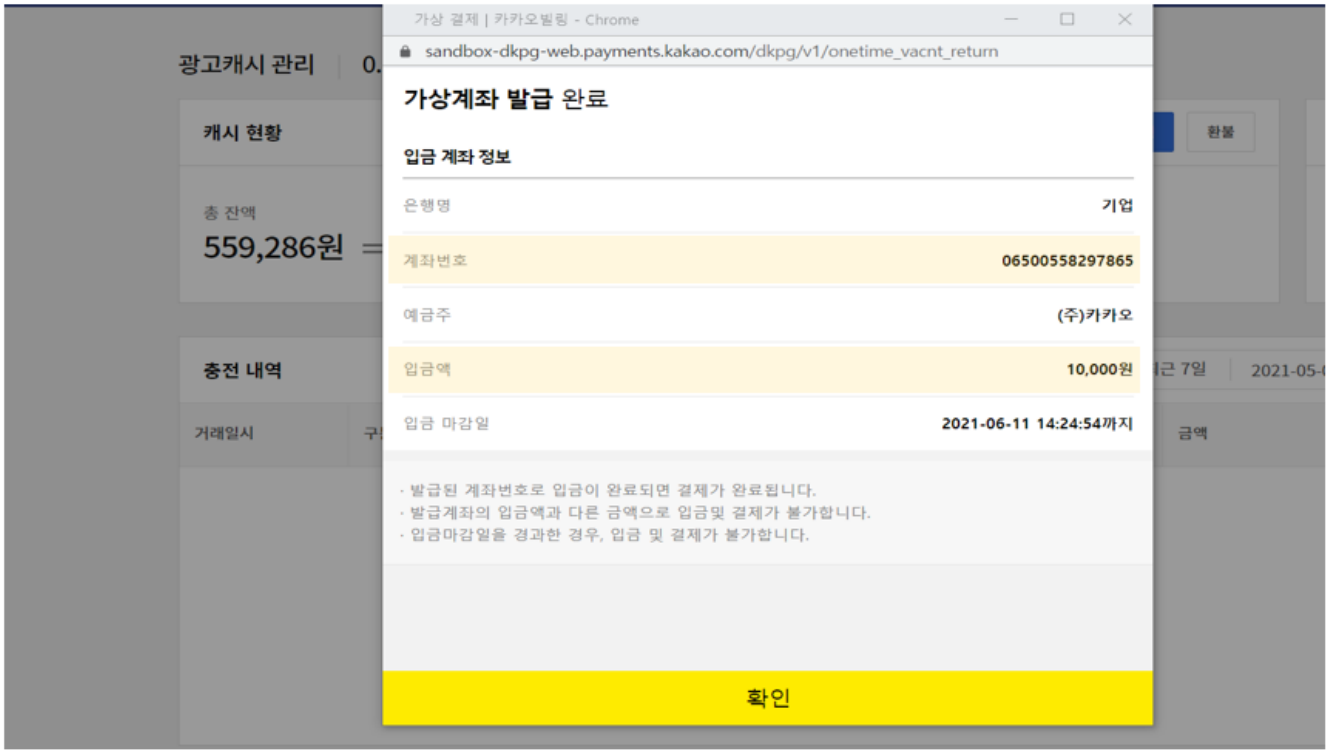
STEP 3.[계좌정보 SMS발송]을 클릭하여 휴대전화 문자로 계좌전송

발급된 가상계좌번호를 계정에 등록된 휴대폰번호로 전송합니다.



STEP 4.입금 가상계좌정보 확인

가상계좌는 발급 당시 화면에서 확인할 수 있습니다.

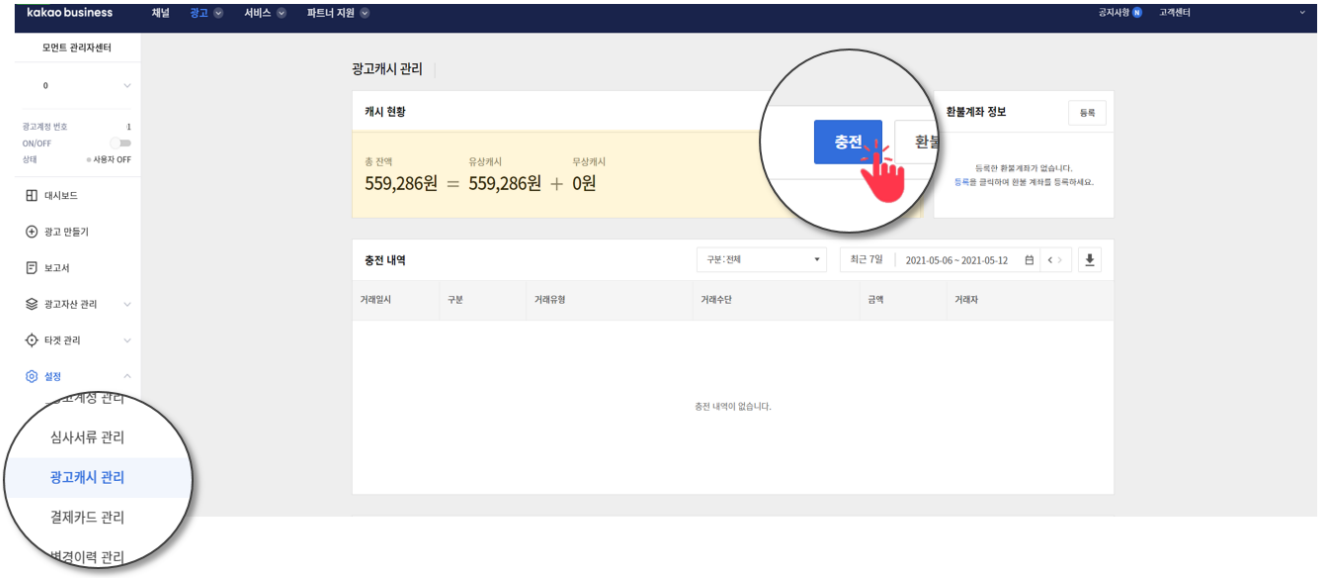


STEP 5. 가상계좌로 무통장입금 진행

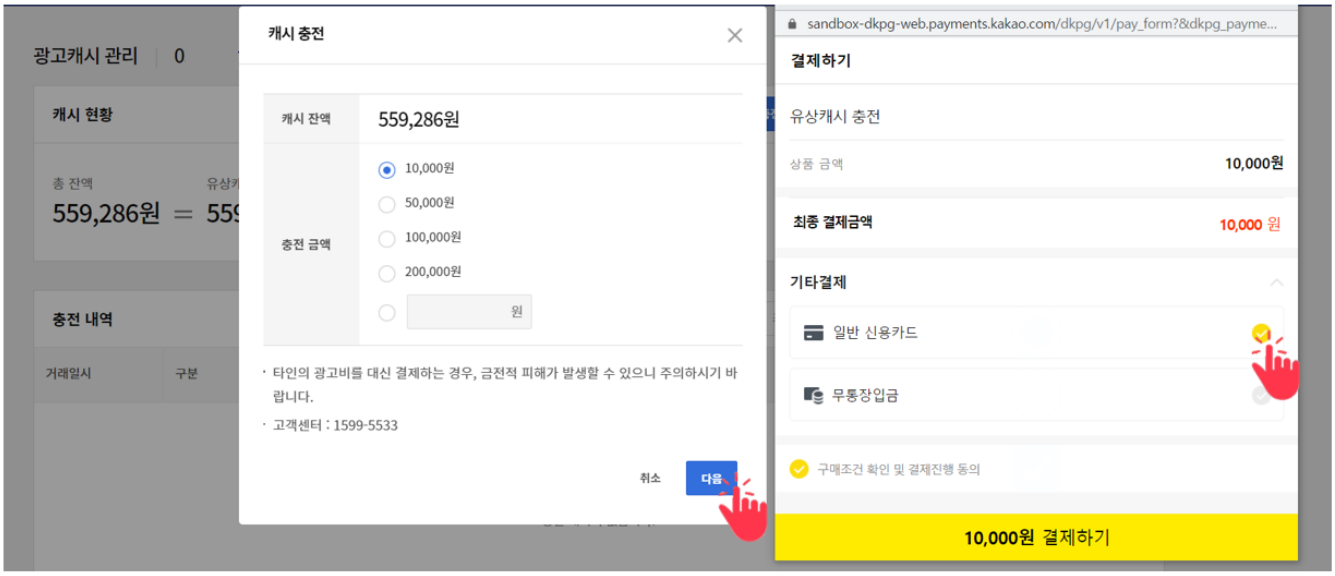
1) 1회용 가상계좌의 유효기간은 30일이며, 1회용 가상계좌로 입금이 완료되면 가상계좌는 즉시 초기화됩니다.
2)무통장입금 반영까지는 최대 30분가량 소요될 수 있습니다.
3)1회성 가상계좌는 발급 시 작성한 충전금액과 입금금액이 일치해야 충전이 가능하며, 입금금액이 상이할 경우 기타 수취 불가한 계좌로 확인되어 충전이 실패 처리됩니다.
4)개인 광고주로 생성한 광고계정은 무통장입금이 불가합니다.

2-2.신용카드 충전

STEP 1.[경로] 설정> 광고캐시 관리> "충전" 버튼 클릭



STEP 2.충전금액을 선택하고 [다음]을 클릭> 일반 신용카드 선택하고 [다음]클릭



STEP 3.카드결제 진행

1)신용카드로 결제 시 충전금액이 5만원 이상인 경우 할부결제가 가능합니다.
2)할부결제에 따른 할부수수료는 일부 무이자할부 이벤트 카드를 제외하고는 카드 소유자 부담으로 청구됩니다.

2-3.자동결제카드 등록

> 자동결제는 매번 직접 충전하여 잔액 관리할 필요 없이 등록한 결제카드를 통해 자동 충전되는 방식입니다.

1) 등록한 결제카드로 매일 00시부터 최대 1시간 이내로 자동결제되며, 00시가 도래하지 않더라도 결제 예정 금액이 50만 원에 도달한 경우 자동결제가 이루어집니다.
2)하루 결제되는 횟수에 제한은 없으며, 할부결제는 불가합니다
3)자동결제를 설정하였더라도 유상캐시가 남아 있는 경우 유상캐시 잔액이 우선 소진됩니다.
4)자동결제가 실패하여 잔액부족 상태인 경우 광고는 OFF됩니다.
5) 등록한 결제카드의 한도초과, 사용불가, 분실카드 등으로 자동충전이 거절된 경우 재설정 후 결제 가능합니다.

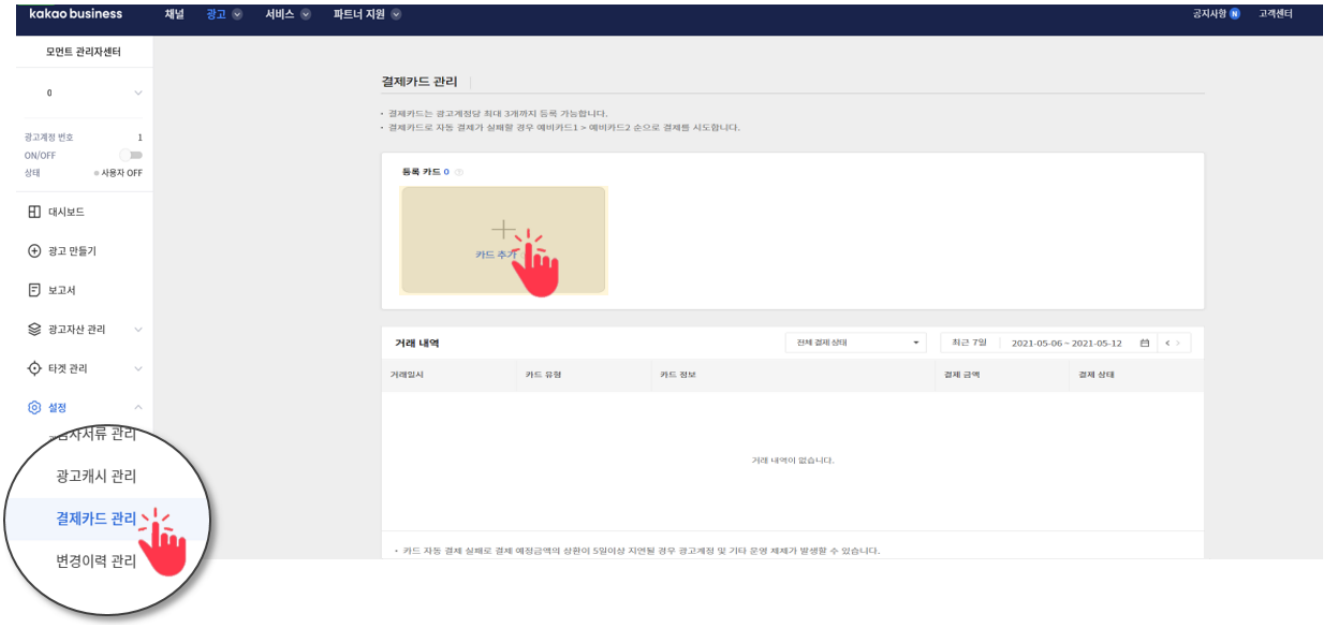
STEP 1.카카오계정 확인

1)로그인한 계정과 동일한 카카오계정을 기준으로 카카오페이에 연결된 카드를 결제카드로 등록할 수 있습니다.
2)자동결제(일반신용카드 및 카카오페이)를 통해 설정/결제가 가능한 카드의 기준은 다음과 같습니다.
- **일반 신용카드**: **국내신용카드(개인, 법인개인, 법인공용) 등록 가능**
(체크카드, 해외카드(은련카드포함)기프트카드 등록 불가
- 카카오페이 : 국내신용카드(개인, 법인개인) 등록 가능
(국내신용카드(법인공용), 체크카드, 해외카드(은련카드포함), 기프트카드 등록 불가)

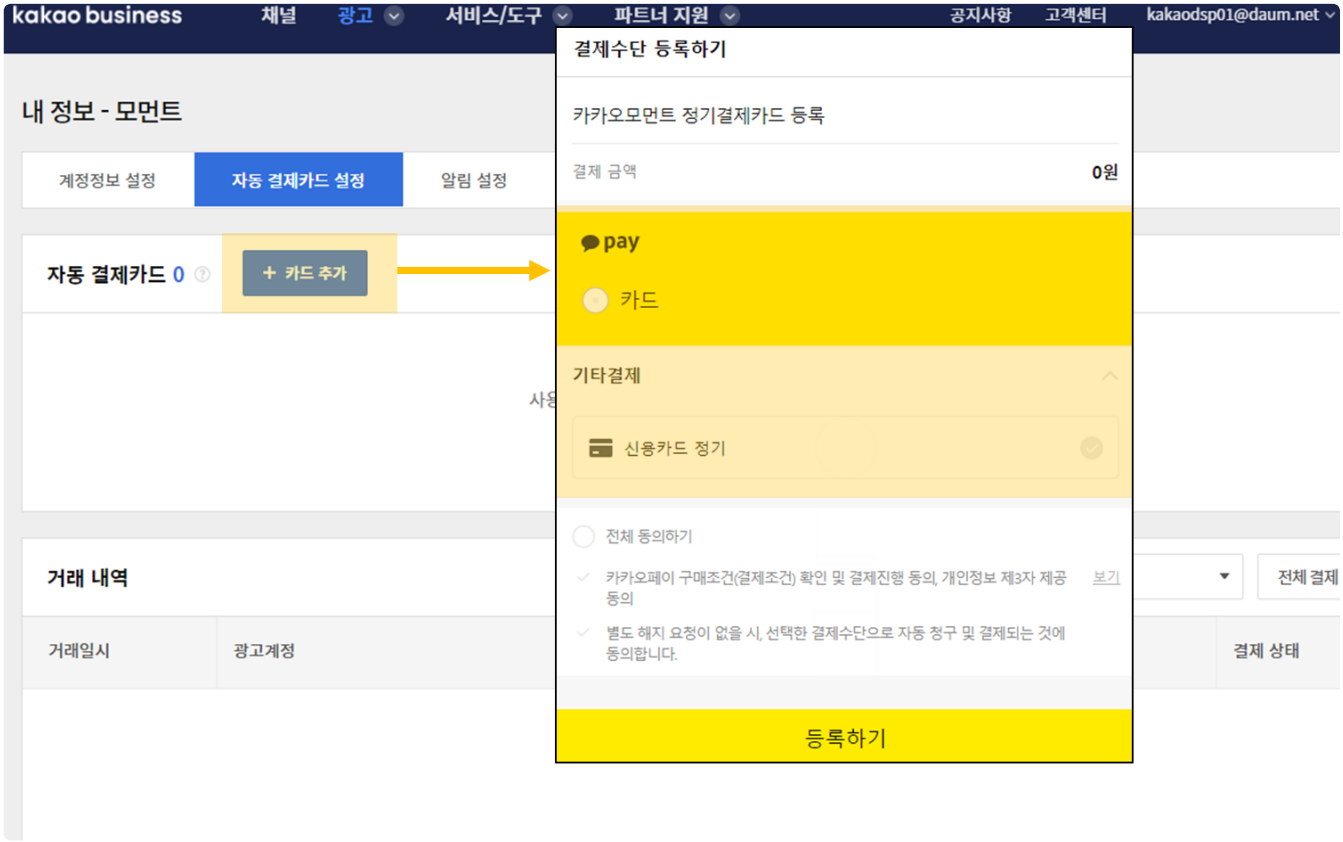
※ 신용카드 기능이 포함된 '하이브리드' 카드는 연결된 은행의 점검 시간에 영향을 받아 등록을 권장하지 않습니다. 끊김 없는 광고집행을 위해 일반 신용카드로 등록하여 주시길 바랍니다.

STEP 2.[경로] 설정> 결제카드 관리> "카드추가+" 버튼 클릭

1)결제카드는 마스터와 멤버 모두 등록 가능하며, 일반 신용카드 등록 및 등록하는 당사자의 카카오계정을 기준으로 카카오페이에 연결된 카드를 결제카드로 등록하게 됩니다.
2)등록한 결제카드는 언제든지 변경 및 삭제가 가능합니다.

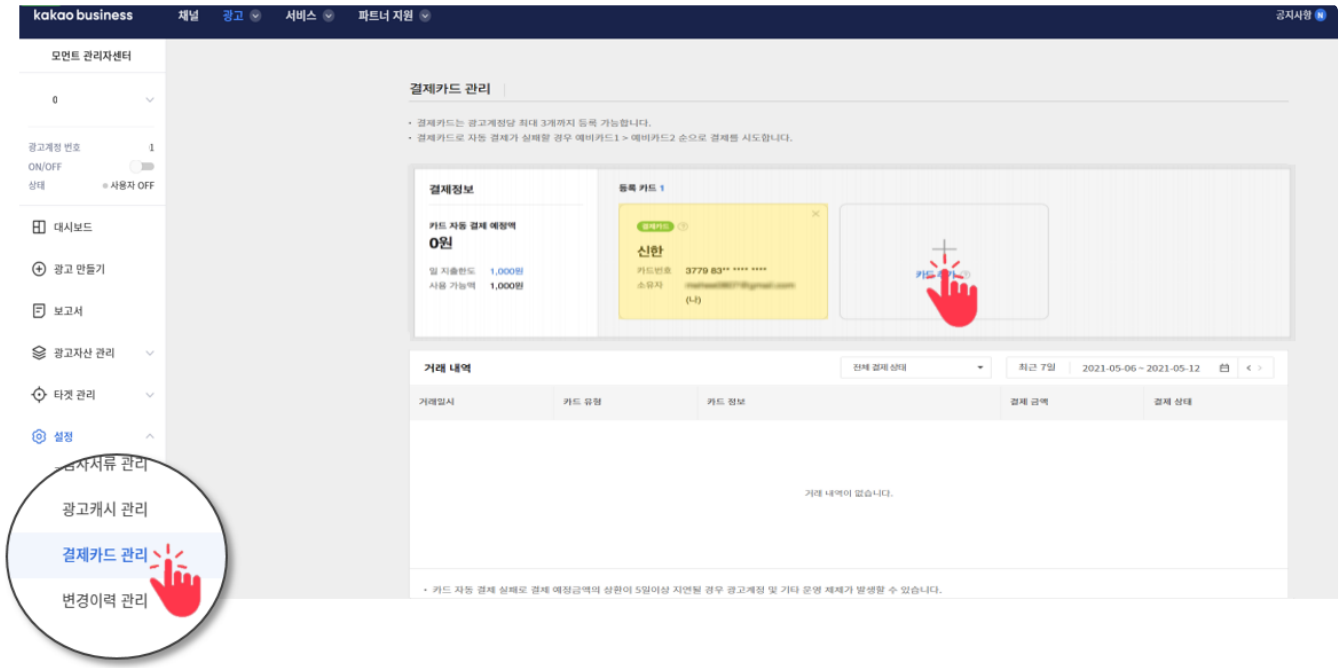


3) 내 정보에 등록된 자동 결제카드가 없다면, 내 정보 > 자동 결제카드 설정을 통해 등록 가능합니다.



STEP 3. 카드 추가 등록: 결제카드 관리 > "카드추가+" 클릭

최대 3개까지 등록 가능하며, 결제카드에서 결제가 실패할 경우 예비카드1> 예비카드2 > 예비카드3 순으로 결제를 시도합니다.

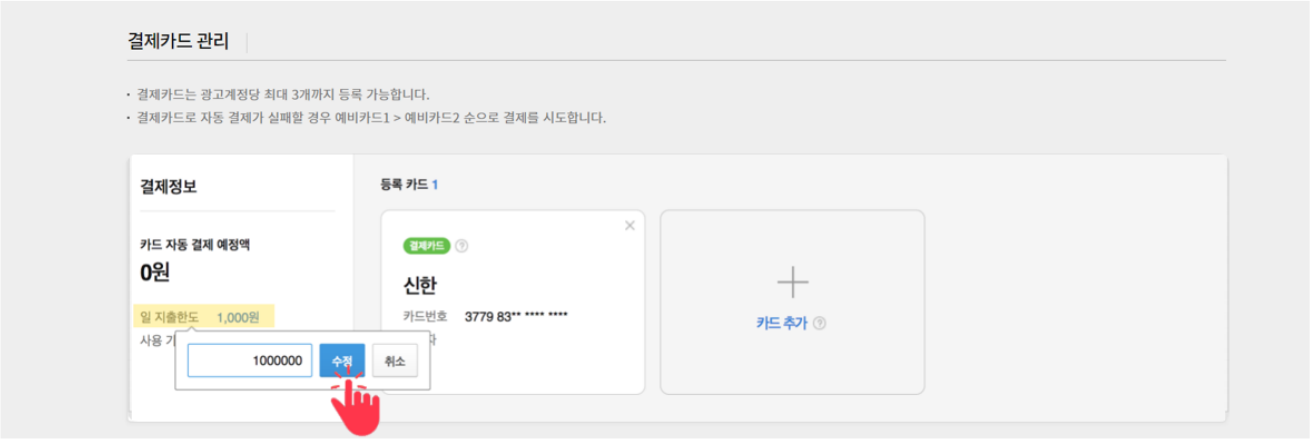


- 광고계정에 카드 등록 연결을 안 할 경우, 미사용 중으로 표기됩니다.
- 자동결제 등록한 카드의 연결된 광고계정을 확인하실 수 있습니다.
- 내 정보에 등록한 자동결제 카드는 최대 10개까지 등록 가능합니다.

> ⓘ 공용법인카드의 경우 카카오페이에서 지원되지 않으며, 일반 신용카드 등록을 통해 지원 가능합니다.
>
> **내정보 > 자동결제 카드설정> [+카드추가] 클릭 > 기타결제 "신용카드 정기" 선택하여 개별 등록**

STEP 4. 일지출한도 설정

1)자동결제에 한하여 하루에 설정해 놓은 금액 이상으로 결제되지 않도록 일 지출한도 설정이 가능합니다.
2)일 지출한도는 1천 원 이상 1억 원 이하의 1천 원 단위로만 입력합니다.
3)일 지출한도에 도달하면 광고는 자동으로 OFF되며, OFF 시점에 노출된 광고에 대해서는 초과 과금이 발생할 수 있습니다.



STEP 5. [경로] 설정> 결제카드 관리 > 거래내역

1) 거래일시/카드 유형/카드 정보/결제 금액/결제 상태(성공/실패) 등 자동결제 거래 내역을 확인할 수 있습니다.
2)카드를 등록/변경/삭제하거나 일 지출한도를 변경한 경우에는 변경한 시각과 담당자가 변경이력에 기재되어 이력 확인이 가능하고, 변경이력은 최근 변경된 이력 순으로 표시됩니다.
[경로] 설정> 결제카드 관리> 거래 내역 및 변경이력

카카오페이 카드 연결
카카오페이에 연결된 카드가 없거나 추가로 연결해야 할 경우 아래의 프로세스에 따라 진행합니다.
❶ 설정> 결제카드 관리> "카드 추가 +" 클릭> 등록
❷"등록한 자동 결제카드가 없습니다" 팝업창 표시> 확인
❸광고계정과 연결된 카카오톡으로 서비스연결 및 카드등록 요청이 전송
❹"앱으로 연결" 클릭> 카카오페이로 이동> 카드 등록
❺돌아온 결제카드 관리 화면에서 "카드 추가 +" 클릭> 등록된 카드 선택하여 추가

3. 광고캐시의 환불

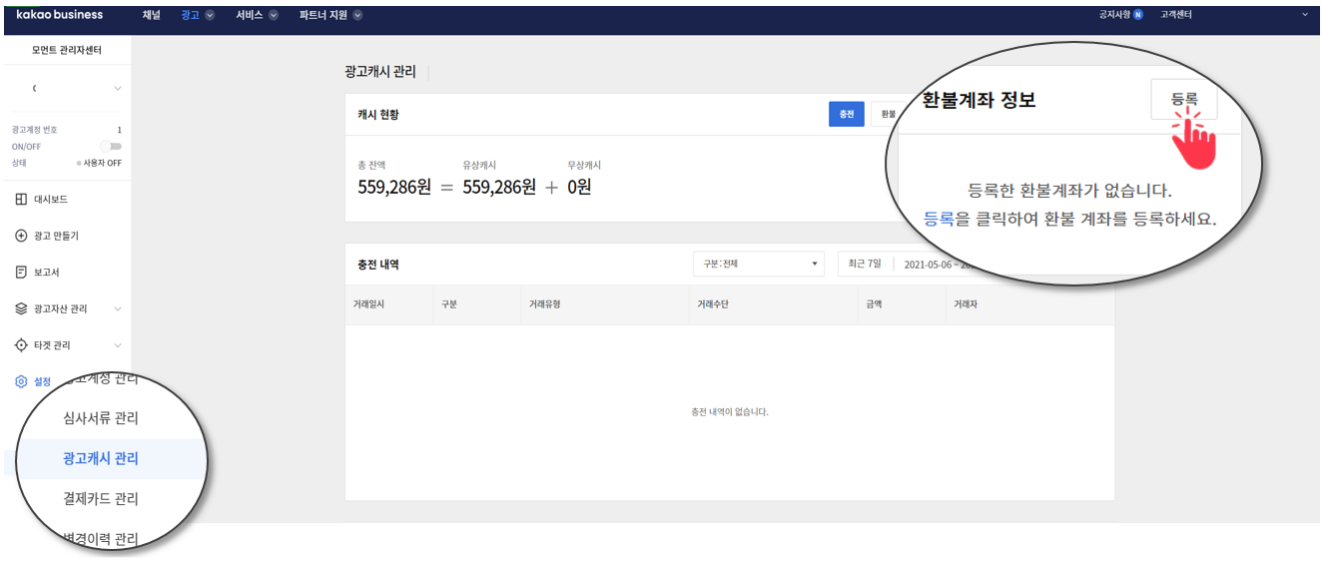
유상캐시는 충전 후 계좌이체 또는 카드결제 취소를 통해 환불이 가능합니다. 무상캐시는 환불되지 않으며, 세금계산서 내역에도 반영되지 않습니다.

3-1.환불요청

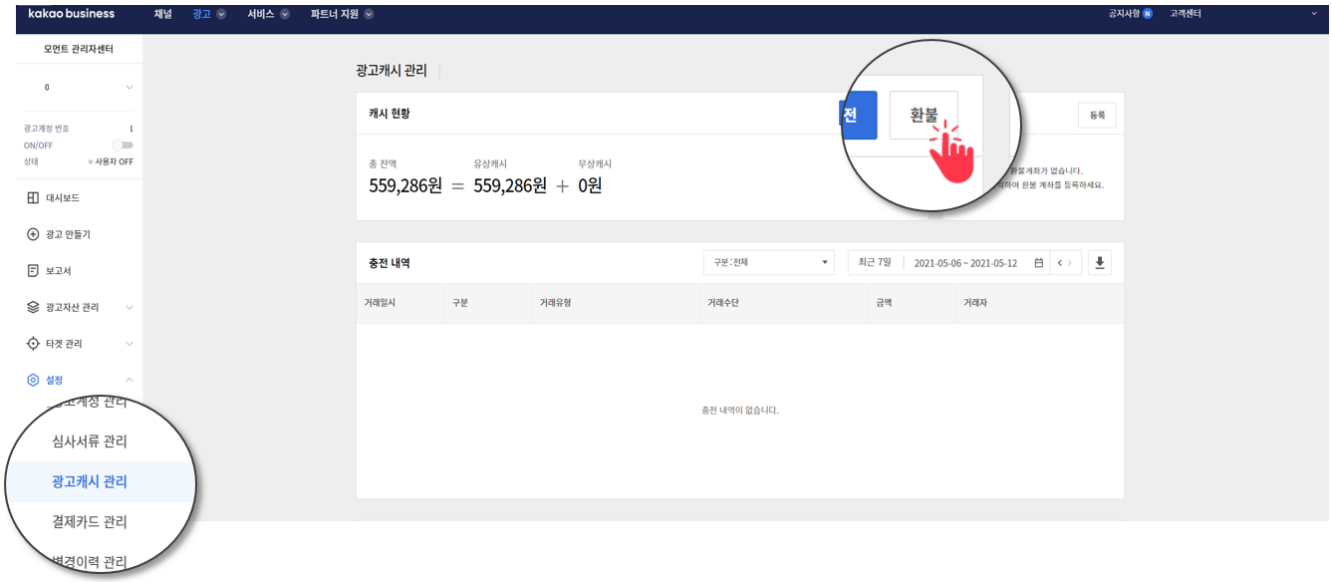
환불 요청은 광고계정의 마스터와 멤버 누구나 신청 가능합니다.

STEP 1.[경로] 설정> **광고캐시 관리> 환불계좌 정보 "등록"**

환불 계좌 등록은 마스터만 등록/삭제 가능 하며,
환불계좌 등록 시 예금주 명은 아래와 같이 등록해 주셔야 합니다.
(1)개인계정은 "마스터회원 명의"와 예금주명이 동일해야 합니다.
(2)개인사업자 광고계정은 광고계정에 등록된 "사업자 명의" 의 사업용 계좌 혹은 "사업자 본인명의"의 계좌로 등록 가능합니다.
(3)법인사업자 광고계정은 광고계정에 등록된 "사업자법인"명의 계좌로 등록 가능합니다.

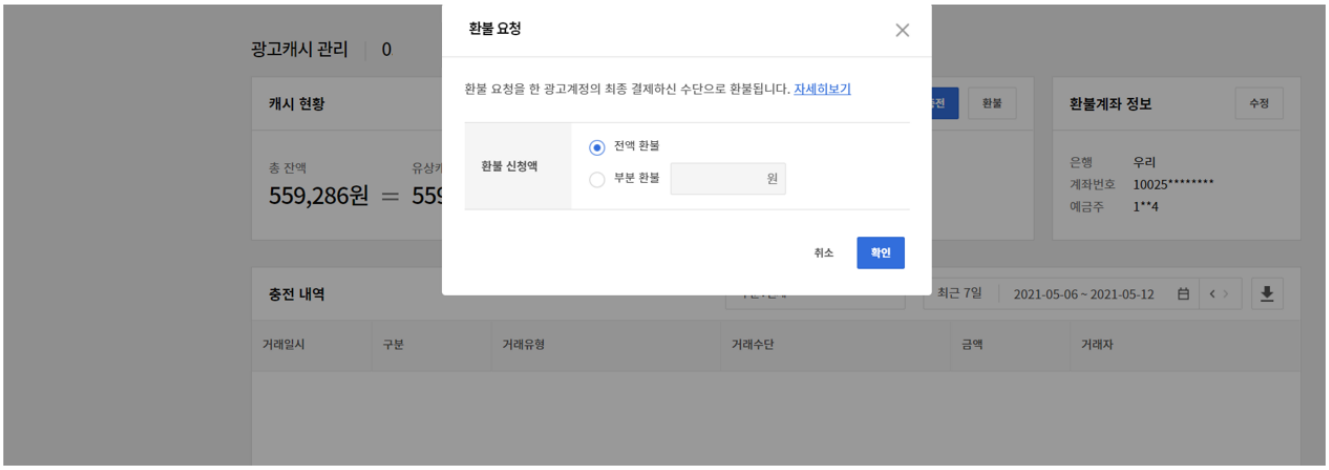


STEP 2.[경로] 설정> **광고캐시 관리> "환불" 버튼 클릭**



STEP 3. 환불신청액 선택 후 "확인" 버튼 클릭

환불 신청액 입력 시 전액 환불과 부분 환불을 선택할 수 있습니다.
(1) 전액 환불 : 남은 잔액 전체 환불 요청
(2) 부분 환불 : 일정 금액을 입력하여 부분 환불 요청

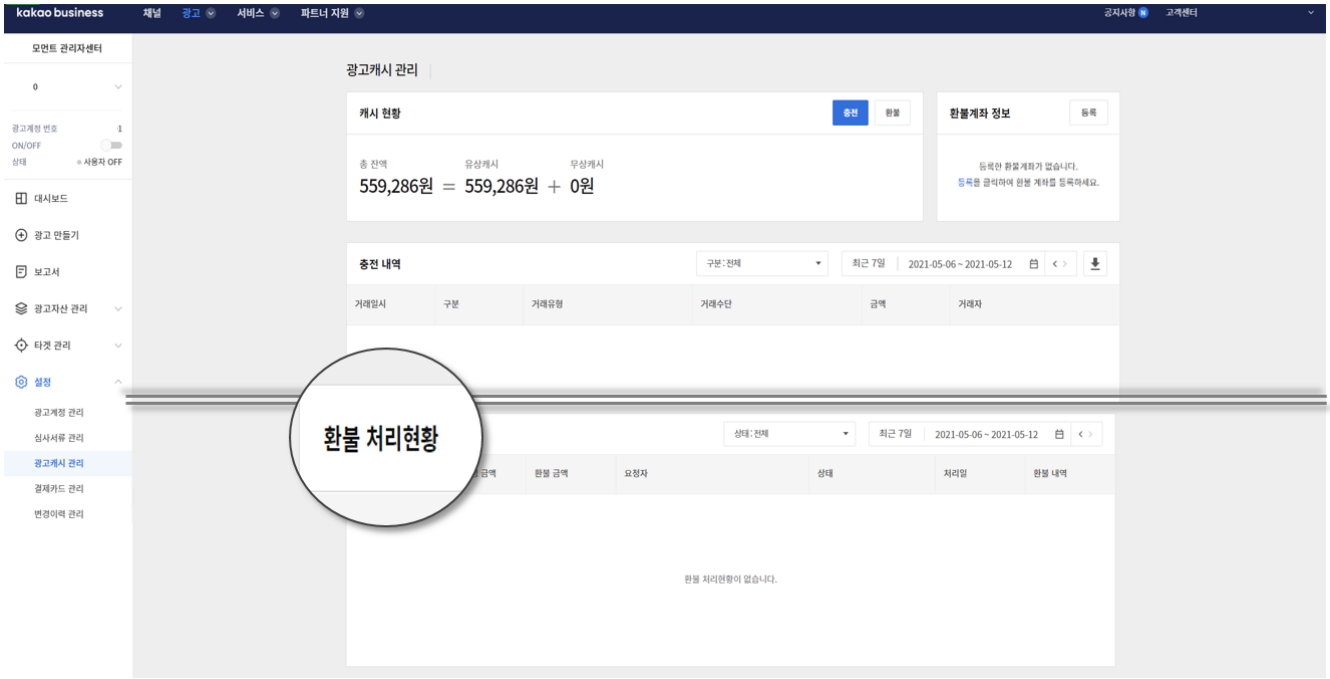


STEP 4. 환불승인

1)환불 승인은 실시간 승인 처리됩니다.
-부분 환불 요청 시 즉시 승인 처리
-전액 환불 요청 시 승인 대기 상태 > 승인 처리 (1시간 소요)
2)환불방식
· 계좌이체 환불 : 환불 승인 완료 후 등록한 환불 계좌로 영업일 1~2일 내 환불 금액 입금
· 신용카드 환불 : 환불 승인 완료 후 영업일 3~5일 내 카드사 승인취소
3)카드결제 취소는 최근 1년 이내의 건만 가능하며, 이후 현금 환불만 가능합니다.
4)탈퇴한 멤버의 신용카드 환불 요청 건은 카드결제 취소가 불가하며, 현금 환불만 가능합니다.
5)전액/부분 환불 요청은 최근 결제 내역 순으로 환불됩니다.

STEP 5. [경로] 설정>**광고캐시 관리> "환불 처리현황" 에서 상태확인**

1)처리중 : 환불 심사가 진행 중입니다.
2)처리불가 : 환불 승인이 불가한 상태입니다.
3)처리완료 : 환불 처리를 완료한 상태입니다.



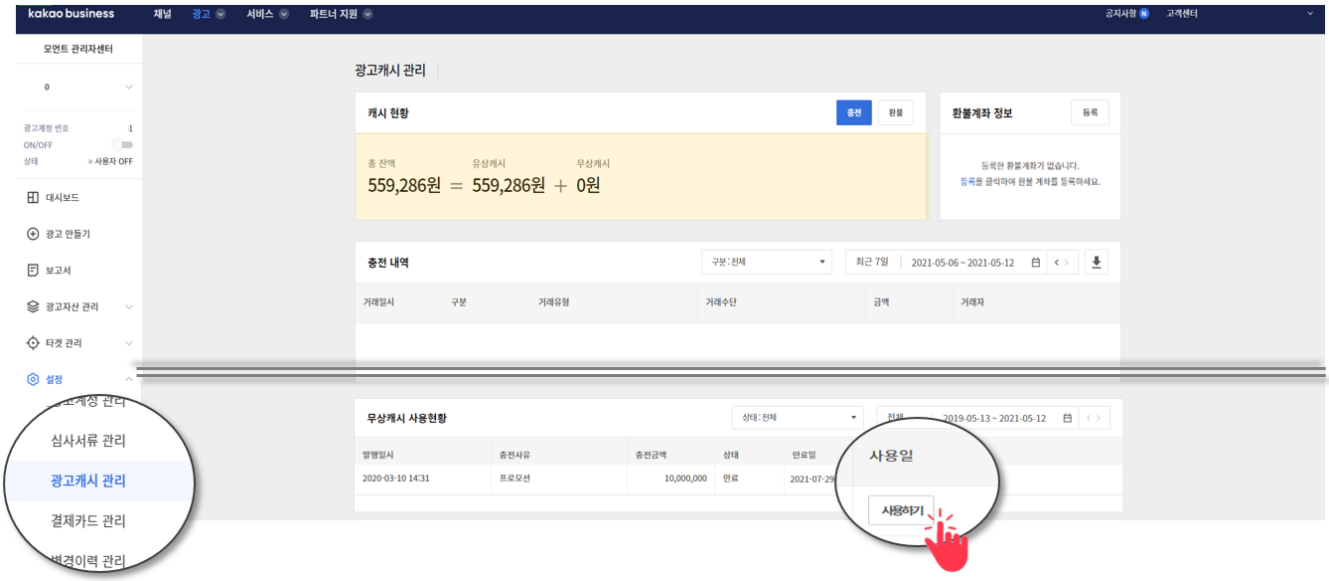
3-2. 환불불가

1)등록한 환불 계좌의 정보와 실제 예금자명 다를 경우 환불승인이 거부될 수 있습니다.
2)환불 승인 시 광고계정 내 잔액이 마이너스 금액일 경우 승인이 거부될 수 있습니다.
3)무상캐시 잔액에 대해서는 환불이 불가합니다.

4. 무상캐시 사용하기

4-1. 무상캐시 사용방법

STEP 1.[경로] 설정> **광고캐시 관리> "무상캐시 사용현황"에서 사용하기 클릭**



1) "사용하기" 버튼 클릭 후 개시된 무상캐시는 계정 내 반영까지 최대20분정도 소요될 수 있습니다.
2) 무상캐시는 설정된 만료일까지 사용가능하며, 만료일의 경과와 함께 자동으로 소멸됩니다.
3) 무상캐시와 유상캐시가 모두 있는 경우, 무상캐시가 우선 소진됩니다.
4) 대시보드 및 보고서의 캐시의 내역은 "무상캐시+유상캐시" 금액으로 반영되며 캐시유형별 소진내역은 별도로 제공되지 않습니다.

5.세금계산서

5-1.세금계산서 발행기준

1)세금계산서는 광고계정 생성 시 등록한 사업자 번호로 매월 초 광고 소진금을 기준으로 월 1회, 전자세금계산서 발행됩니다.

> ⓘ 전자세금계산서 제도란?
> 사업자가 전자적 방법에 의해 세금계산서를 발행, 교부하고 국세청에 전송하는 것을 말합니다.

5-2. 세금계산서 발행 대상

과세사업자에게 세금계산서 교부는 필수사항이므로 카카오는 광고 비용의 소진 내역에 대한 세금계산서를 사업자를 대상으로 필수로 교부하고 있습니다.

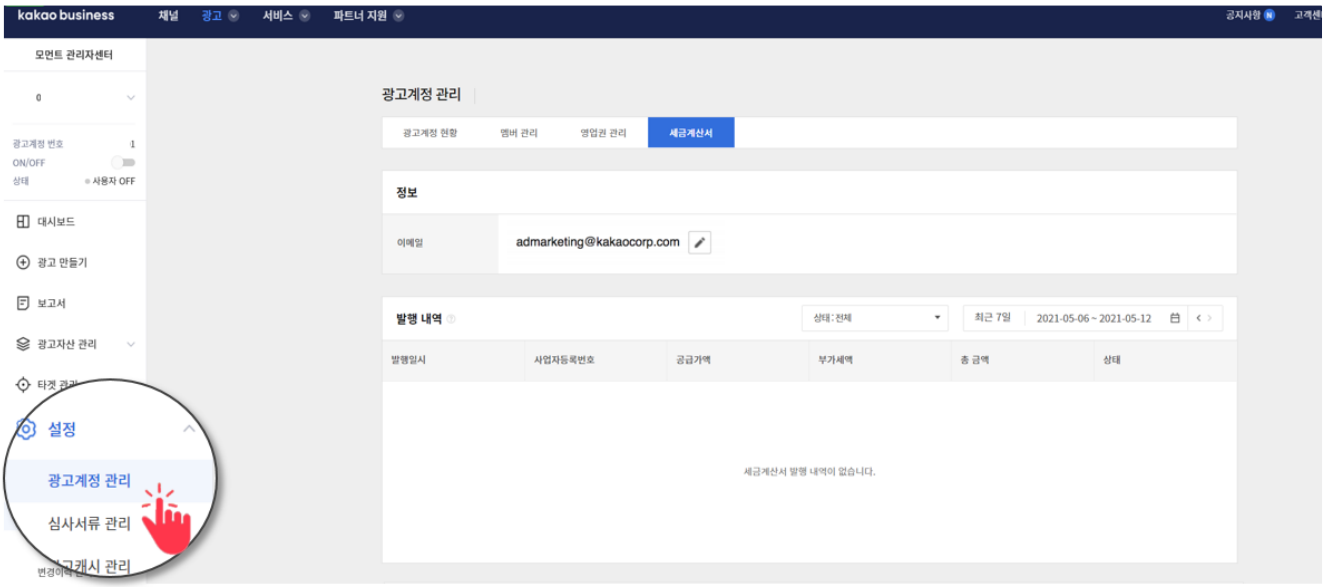
(1) 발행 금액 : 계정별 월 1일 ~ 말일까지의 유상캐시로 소진된 광고 비용
(2) 발행 기준 : 광고계정번호 단위로 1장 발행
(3) 발행 주기 : 익월 초(영업일 기준 3일 이내)
(4) 발행 대상 : 사업자등록번호가 있는 개인/법인 광고주
(5) 발행 일자 : 해당 월의 말일
(6) 발행 주체 : 광고계정의 주체로 발행

1) 월 중에 사업자등록번호가 변경될 경우 변경된 사업자 정보로 1장 발행되며, 발행된 세금계산서는 광고계정 관리의 세금계산서 화면에서 발행 내역을 확인할 수 있습니다.
2) 개인 광고계정은 세금계산서 발행이 불가합니다.

5-3. 세금계산서 발행내역

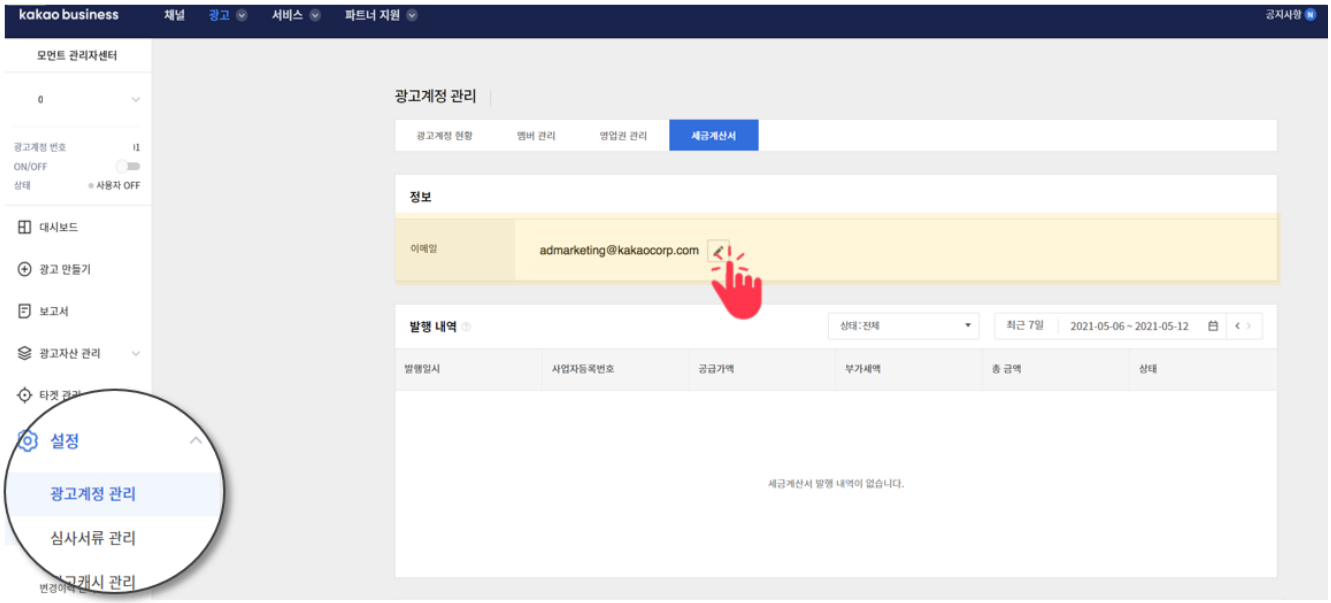
1) [경로] 설정> "**광고계정 관리" 클릭**

(1) 발행 내역에서 최근 24개월까지의 발행일시, 사업자등록번호, 공급가액, 총 금액, 상태를 조회할 수 있습니다. 상태는 [발행 완료] [발행 실패]로 나뉘며, 총 금액란의 금액을 클릭하여 발행된 전자세금계산서를 팝업창에서 확인합니다.
(2)세금계산서 품목에는 카카오모먼트(광고계정번호 : 00000)가 기재되어 발행됩니다.
(3)세금계산서 발행이 실패 될 경우 매월 초 메일로 안내가 나갈 예정입니다.



5-4.세금계산서 수신 이메일

1)세금계산서를 수신할 이메일은 첫 마스터의 메일 주소로 보여지며, 이후 마스터 권한을 이전 받은 멤버가 직접 변경 가능합니다.
2)세금계산서 이메일을 변경할 경우 변경한 당월부터 적용되어 발행됩니다.
3)세금계산서 수신 이메일 변경방법
[경로] 설정> 광고계정 관리> 세금계산서> 정보> 이메일 옆 "연필" 버튼 클릭



5-5. 대행사수신 세금계산서

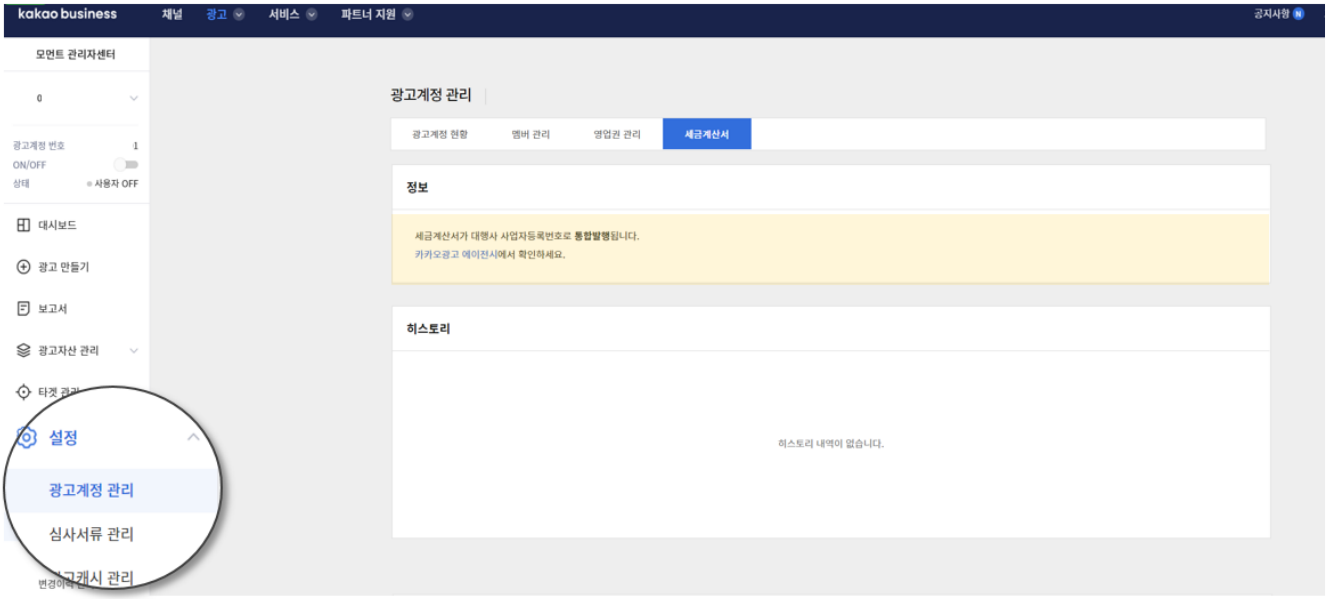
1)대행사 정보로 광고계정을 생성한 경우

(1) 대행사 정보로 광고계정을 생성한 경우 세금계산서 발행 또한 광고계정의 주체인 대행사로 발행됩니다.
(2) 발행된 세금계산서는 대행사 사업자등록번호로 통합발행되며, 발행 내역은 카카오모먼트 에이전시를 통해 확인 가능합니다.
(3) 대행사 단위의 통합발행으로 인해 세금계산서 이메일 입력 및 저장이 불가합니다.
(4) 영업권 설정이 세금계산서 주체에 영향을 주지 않습니다.

2) 광고주 광고계정의 세금계산서를 대행사로 위임발행 설정

(1)위임발행이란 광고주에게 발행할 세금계산서를 위임발행 설정된 대행사로 발급해주는 기능입니다.
(2)카카오모먼트 에이전시를 통해 신청 가능하며, 광고계정 마스터는 수락/거부/해제 하실 수 있습니다.
(3)위임발행을 수락한 당일 00시 매출분부터 대행사로 세금계산서 발행됩니다.
(4)이전 사업자등록번호로 적용된 세금계산서는 수정이 불가합니다.
(5) 위임발행 설정된 세금계산서는 대행사 단위로 통합발행됩니다.

3) 대행사 수신의 세금계산서는 '카카오광고 에이전시'를 통해 확인 가능합니다.



5-6.세금계산서 수정발행 요청

1)다음의 구분과 사유에 따라 필요서류를 구비하여 수정 발행을 요청할 수 있습니다.

구분	사유	필요서류	요청 방법
발행 내역 없음	세금계산서 발행 전	-	월초 영업일 3일 이후에 문의
	휴폐업 사업자로 발행 제외	사업자등록증	카카오 for 비즈니스 상담톡 또는 카카오모먼트 채널 담당자에게 문의
분리 발행	양도/양수로 인한 요청	사업자등록증 양도/양수 계약서(인장날인 필수)	
변경된 정보로 요청	사업자등록번호 변경	사업자등록증	
	사업자등록번호 외 변경		
작성일자 변경	휴폐업 사업장으로 인한 요청	휴폐업 사실 확인서	

2)수정 재발행은 분기 신고월의 9일까지의 요청 건에 대해서만 처리 및 신고가 가능합니다.

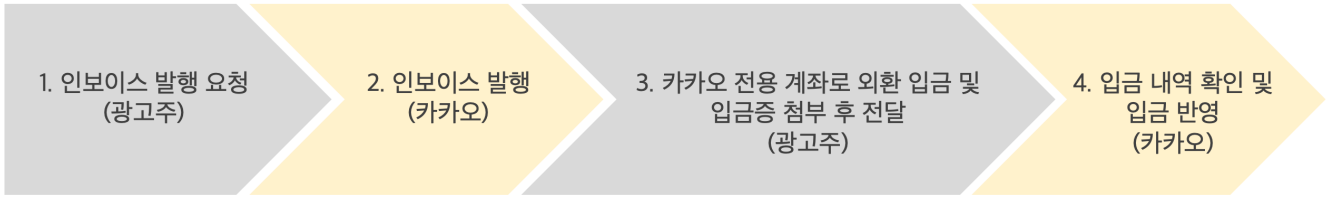
(1) [1분기] 1월 ~ 3월 계산서 마감 : 4월 9일 마감
(2) [2분기] 4월 ~ 6월 계산서 마감 : 7월 9일 마감
(3) [3분기] 7월 ~ 9월 계산서 마감 : 10월 9일 마감
(4) [4분기] 10월 ~ 12월 계산서 마감 : 1월 9일 마감

6. 해외광고주

- 해외광고계정은 영세율 적용대상으로 외환입금을 통해 캐시충전을 진행하여야 하며 '세금계산서 발행대상에서는 제외'됩니다.
- 카카오 해외 전용계좌 입금을 통해 충전하여 소진된 유상캐시의 부가세액은 매월 15일경 유상캐시로 환급됩니다.

6-1. 해외광고주 캐시 충전

1) 캐시 충전 프로세스



Step 1. 인보이스 발행 요청 및 수령방법

❶ [경로] 문의게시판> 운영> 기타문의 카테고리로 인보이스 발행요청

❷ 필수기재사항 기재 후 문의발행

- 광고플랫폼 :
- 광고계정ID : 광고계정명과 숫자로된 넘버
- 입금자: (영문기재 필수) 광고주 회사명
- 입금액 및 통화: USD,HKD,JPY,EUR 등으로 표기
- 입금예정일:
- 광고주Email :
- 광고주소재지: (영문기재필수)

❸ 인보이스 발행요청 문의를 통해 발행된 인보이스 전달되며, 영업일 기준 최대 1일 이내 발행됩니다.

Step 2. 입금내역 충전요청 및 계정내 캐시충전

❶ [경로] 문의게시판> 운영> 기타문의 카테고리로 '입금반영' 요청

❷ 필수기재사항 기재 및 입금증 첨부 후 문의발행

- 광고계정ID : 광고계정명과 숫자로된 넘버
- 입금자: (영문기재 필수) 광고주 회사명
- 입금액및통화:
- 입금일:
- 인보이스no :

- 첨부문서 : 입금증 (미첨부 시 처리시간이 지연될 수 있음을 참고 바랍니다)

❸ 입금내역이 확인되면 영업일 기준 최대 1일 이내 계정 내 캐시가 반영됩니다.

6-2. 해외광고주 부가세 환급

- 해외광고계정은 영세율 적용대상으로 외환입금을 통해 캐시충전을 진행하여야 하며 '세금계산서 발행대상에서는 제외'됩니다.
- 카카오 해외 전용계좌 입금을 통해 충전하여 소진된 유상캐시의 부가세액은 매월 15일경 유상캐시로 환급됩니다.
- 다음의 경우, 해외계정이더라도 부가세 환급 대상에서 제외됩니다.

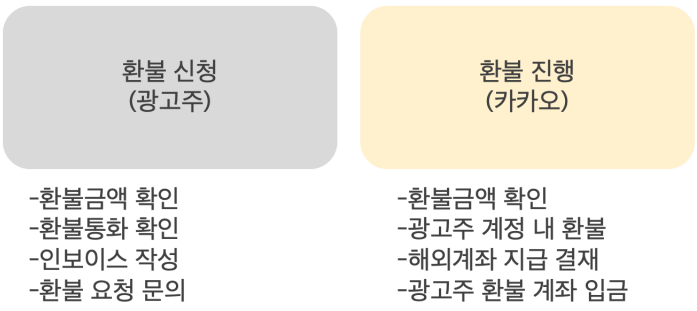
  -국내카드 및 국내 무통장입금을 통해 광고캐시를 충전한 계정

  -무상캐시로 소진된 캐시

6-3. 해외광고주 환불

광고주의 요청 시 해외계좌 환불이 가능하며, 해외 환불은 최대 3주가 소요될 수 있습니다.

1) 환불 프로세스



Step 1. 환불금액 확인 방법

❶ [경로] 설정 > 광고캐시 관리 > " 캐시현황" 확인

❷ “유상캐시”만 환불이 가능하며, 무상캐시는 환불이 불가합니다.

Step 2. 환불통화별 환율 확인 방법

❶ 하나은행 환율조회 접속(ht tp://fx.kebhana.com/FER1101C.web?q=)

❷ 다음의 내용 설정 후 ‘통화 조회’

- 환불신청일: 문의발행일자
- 고시 회차: 최초
- 통화: 환불 희망 통화

❸ “매매 기준율” 환율로 적용하여 계산 후 소수점은 제외처리

예시) 1,000,000원을 USD 통화로 환불 신청 시, 환불 신청일의 최초 고시회차 매매기준율 환율이 ‘1,178.20’인 경우 848.8 USD에서 소수점을 제외처리한 848 USD로 인보이스 작성

Step 3. 인보이스 작성

❶ 해외 환불은 원화(KRW)환불이 불가 하며, 통화 환불만 신청 가능합니다.

❷ 인보이스 양식은 광고주가 사용하는 양식을 이용하되, 다음의 내용이 기재되어 있어야 합니다.

환불 요청자 정보	**광고주 정보**
입금자 정보	**Kakao Corp. 242, Cheomdan-ro, Jeju-si, Jeju-d Korea**
인보이스 발행번호	
작성 일자	**인보이스 발행일자**
입금 기한	**인보이스 전달일 기준 영업일 10일 이후로 기재** 예시) 10월 1일(금)에 카카오로 전달할 경우, 입금 기 한은 10월 15일(금)으로 작성
통화 정보 및 외화 금액	**위 절차를 통해 확인된 환율기재 (소수점 미기재)**
해외 전용 계좌 정보	**은행명, 은행주소, 계좌번호, 예금주명, 은행식별코드**
환불요청자 날인	**하단 환불요청자명 기입 및 날인(서명으로 대체가능)**

Step 4. 환불문의 작성

❶ [경로]'문의게시판> 회계> 환불문의' 카테고리로 환불요청

❷ 문의 작성내용

- 환불 희망 계정정보: 계정명 및 계정ID
- 환불 요청글 작성
- 파일첨부: 인보이스

Step 5. 환불 시 참고사항

환불은 최대 2주 내 완료되며, 환불 금액은 부가세 환급대상 금액에서 제외 처리 됩니다.

> ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 결제 및 청구 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

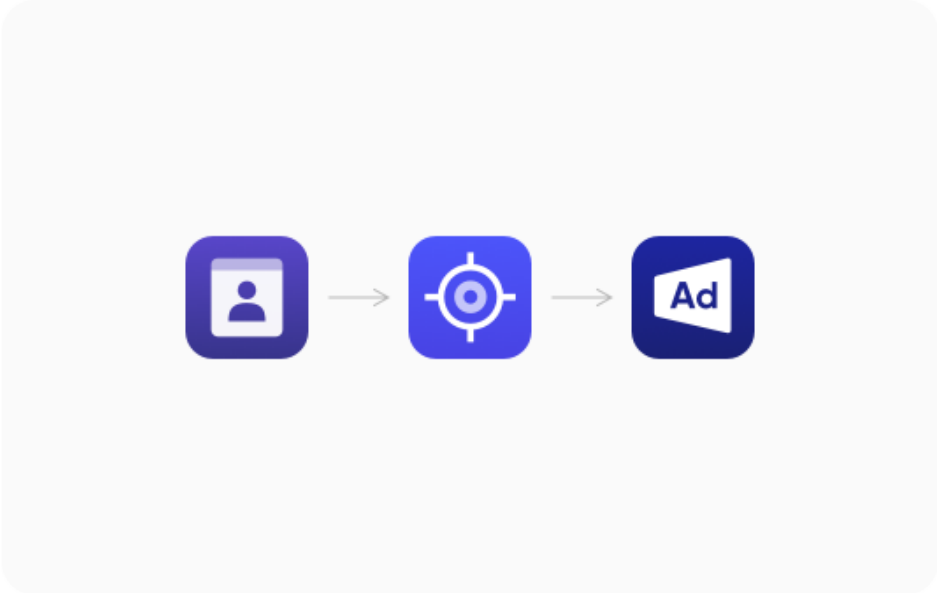
카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

전환 최적화 가이드

> ⓘ 카카오의 기술력과 데이터를 기반으로 전환 가능성이 높은 대상을 찾아 광고를 노출하는 전환 목표!
> 전환 목표의 개념, 전환 캠페인 생성 방법 및 최적화 상태를 점검하는 방법에 대해서 알아보겠습니다.

1. 전환 목표란?



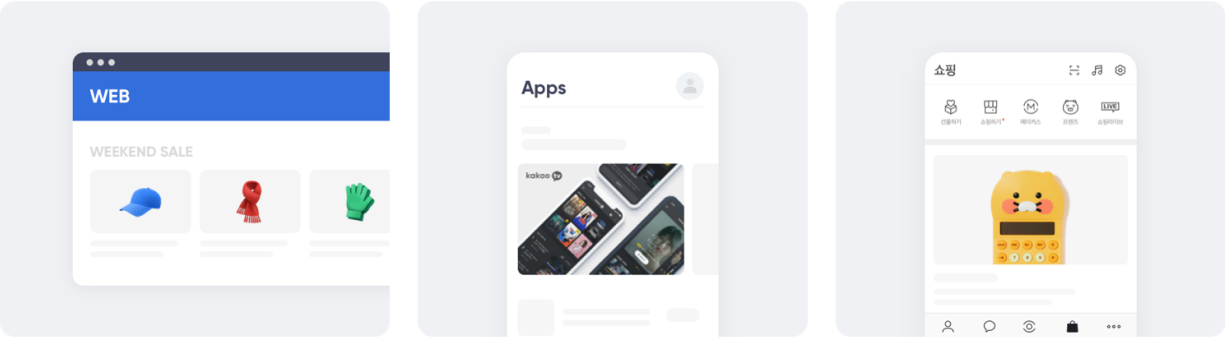
카카오모먼트 전환 목표는 카카오비즈보드와 디스플레이 유형에서 선택할 수 있으며,
광고주의 비즈니스에 대한 관심을 구매 또는 참여, 설치 등의 행동으로 전환을 유도합니다.
카카오의 기술력과 픽셀 & SDK로 수집되는 데이터를 기반으로 **전환 가능성이 높은 대상을 찾아 최적화된 광고를 노출**합니다.

2. 전환 캠페인 생성 방법

> ⓘ **그렇다면 전환 목표로 광고를 운영하기 위해서는 어떤 과정이 필요할까요?**
> **단계별로 알아보겠습니다.**

2-1. 픽셀 & SDK 설치

☑ **STEP 1. 운영 중인 나의 비즈니스와 픽셀 & SDK를 연동하여 데이터를 수집합니다.**



카카오모먼트에서 전환 목표를 설정하여 광고를 운영하기 위해서는 반드시 픽셀 & SDK가 설치가 필요합니다.

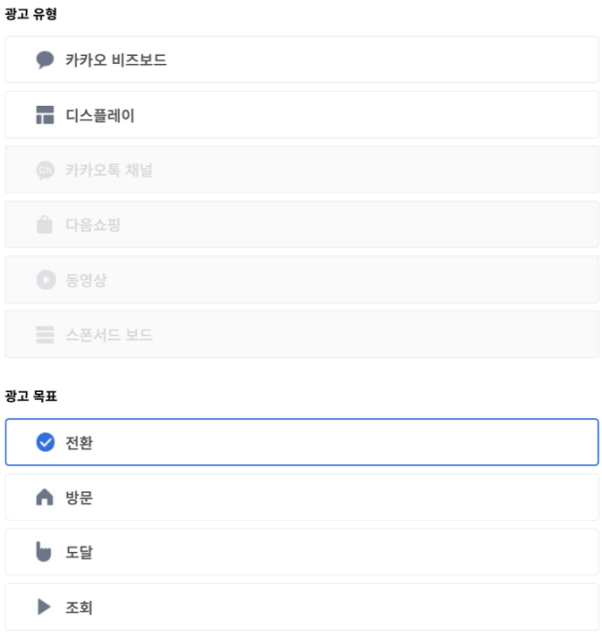
픽셀 & SDK는 운영 중인 홈페이지, 모바일 앱, 카카오서비스와 연동하여
방문, 회원가입, 구매, 앱실행 등과 같은 이벤트를 수집할 수 있습니다.

픽셀 & SDK가 무엇인지, 설치 방법 등 더 자세한 내용이 궁금하다면 [픽셀 & SDK] 가이드를 참고해주세요.

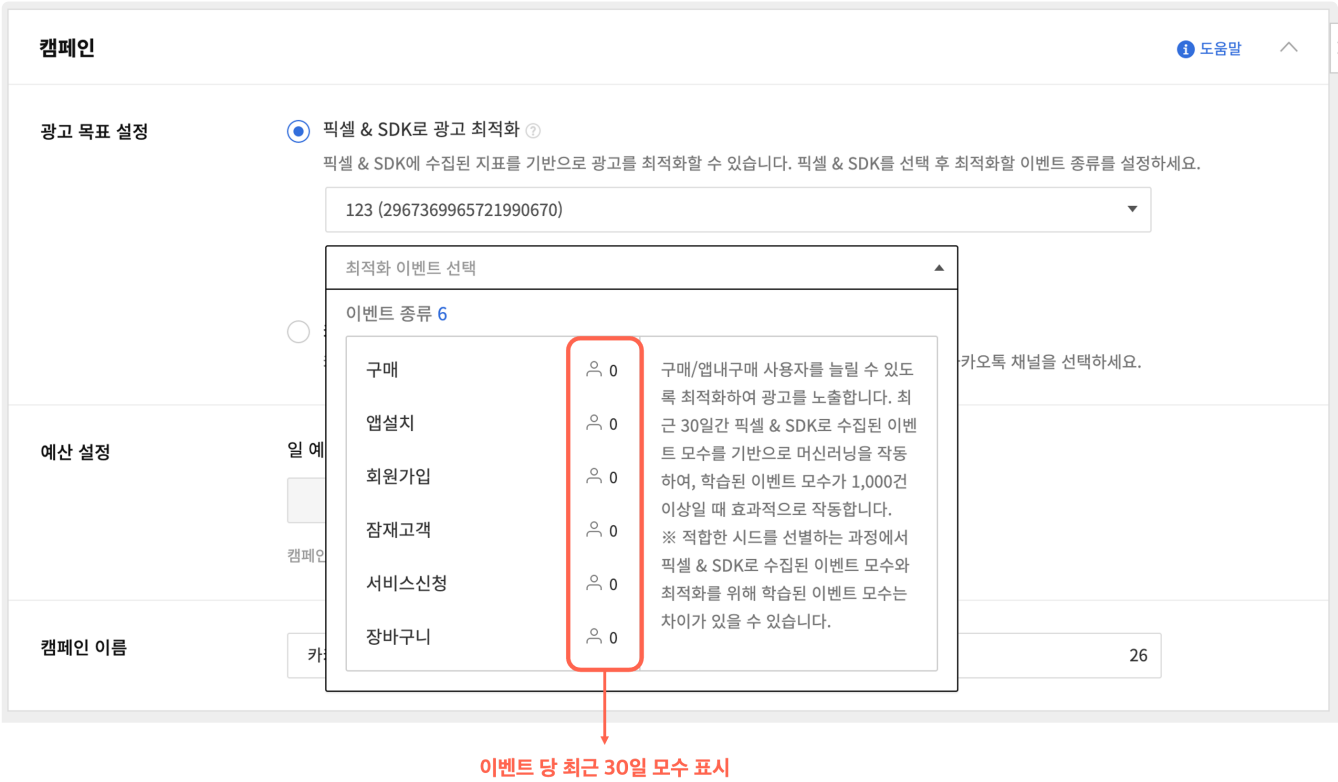
서비스/도구 > 픽셀 & SDK

2-2. 캠페인 생성

☑ **STEP 2. 카카오비즈보드, 디스플레이 광고 캠페인 생성 단계에서 전환 목표를 선택합니다.**



STEP 3. 픽셀 & SDK로 광고 최적화를 선택합니다.
픽셀 & SDK에 수집된 지표를 기반으로 광고를 최적화할 수 있습니다.
총 6가지의 광고 목표 대상(이벤트 타입) 중 전환을 최적화하고 싶은 이벤트 종류를 선택하세요.



카카오모먼트 전환 목표를 활용하면 총 6가지의 광고 목표 대상(이벤트 타입)에 맞는 전환을 최대화 할 수 있습니다.
이벤트 마다 표시되는 사람 아이콘 우측의 숫자는 최근 30일간 수집된 이벤트별 모수입니다.

1) 최근 30일간 픽셀 & SDK로 수집된 이벤트 모수를 기준으로 머신러닝 작동하며, 학습된 이벤트 모수가 1,000건 이상일 때 효과적으로 작동합니다.

※ 적합한 시드를 선별하는 과정에서 픽셀 & SDK로 수집된 이벤트 모수와 최적화를 위해 학습된 이벤트 모수는 차이가 있을 수 있습니다.

2) 카카오톡 채널 유형의 광고는 픽셀 & SDK 최적화 대상이 아닙니다.

- **광고 목표 대상(이벤트)**

광고 목표 대상(이벤트)	하위 이벤트 값	설명
구매	구매/앱내구매	구매/앱내구매/톡스토어를 통한 구매 사용자를 늘릴 수 있도록 최적화하여 광고를 노 합니다.
앱설치	앱설치	앱설치 사용자를 늘릴 수 있도 록 최적화하여 광고를 노출합 다.
회원가입	회원가입	회원가입/싱크를 통한 회원 가입 사용자를 늘릴 수 있도록 최적화하여 광고를 노출합니다
잠재고객	잠재고객 ㄴ태그 구분 : 사전예약 / 상담신청 / 시승신청 / 대출한도조회 / 보험료조회	잠재고객 사용자를 늘릴 수 있 도록 최적화하여 광고를 노출 니다. 잠재고객 이벤트는 사 예약 / 상담신청 / 시승신 / 대출한도조회 / 보험료조 회 태그로 상세 구분할 수 있습 니다. 톡캘린더를 통한 톡참 여 시에도 잠재고객 이벤트로 수집됩니다.
서비스신청	서비스신청 ㄴ태그 구분 : 서비스가입 / 구독완료 / 카드발급 / 계좌개설 / 대출신청	서비스신청 사용자를 늘릴 수 있도록 최적화하여 광고를 노 합니다. 서비스신청 이벤트는 서비스가입 / 구독완료 / 카드발급 / 계좌개설 / 대 신청 태그로 상세 구분할 수 있 습니다. 비즈니스폼을 통한 톡참여 시에도 서비스신청 이 벤트로 수집됩니다.
장바구니	장바구니 보기/장바구니 추가/관심상품 추가	장바구니 보기/장바구니 추 가/관심상품 추가 사용자를 늘릴 수 있도록 최적화화여 광 고를 노출합니다.

톡시리즈(톡가입/톡구매/톡참여) 이벤트가 표준 이벤트로 전환되어 모수 수집 기준이 변경되었습니다.

- **톡구매** → **구매** : 구매/앱내구매/톡스토어를 통한 구매 사용자를 늘릴 수 있도록 최적화하여 광고를 노출합니다.
- **톡가입** → **회원가입** : 회원가입/싱크를 통한 회원가입 사용자를 늘릴 수 있도록 최적화하여 광고를 노출합니다.
- **톡참여** → **잠재고객** : 톡캘린더를 통한 톡참여 시에도 잠재고객 이벤트로 수집됩니다.
- **톡참여** → **서비스신청** : 비즈니스폼을 통한 톡참여 시에도 서비스신청 이벤트로 수집됩니다.

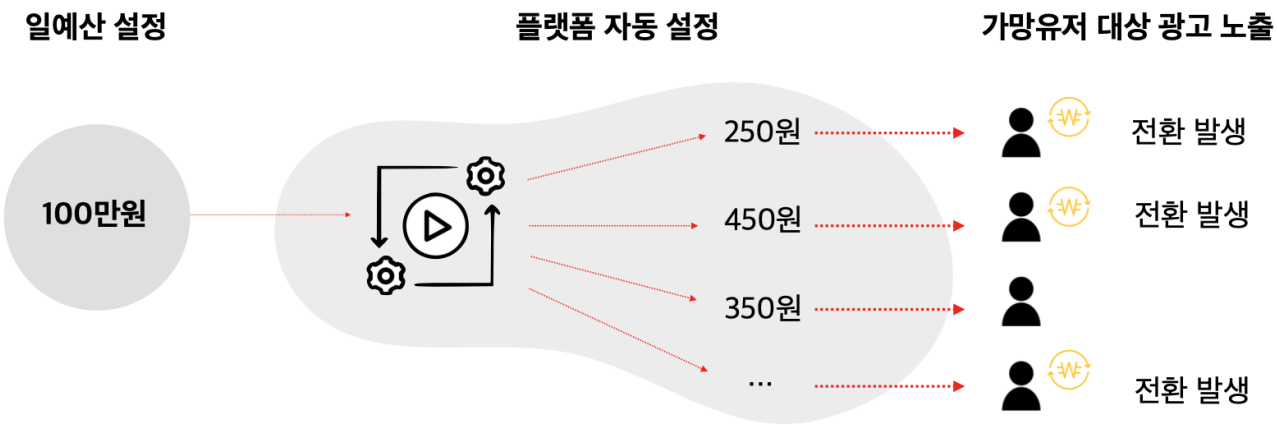
2-3. 광고그룹 생성

STEP 4. 광고그룹을 생성합니다.
광고그룹은 광고를 어떤 대상에게 노출할지 설정하는 중요한 단계입니다.
광고 상품별 광고그룹 생성 방법은 각 가이드 페이지에서 자세하게 확인할 수 있습니다.

카카오비즈보드 X 전환 광고그룹 생성 방법 ▶ **바로가기**
디스플레이 X 전환 광고그룹 생성 방법 ▶ **바로가기**

- **입찰방식 > 자동입찰 전략**

전환 목표의 광고그룹은 **자동입찰 전략**으로만 광고를 운영할 수 있습니다.
전환 목표의 자동입찰 전략은 **전환수 최대화**를 목표로 최적화됩니다.



전환수 최대화란?

전환 목표에서만 사용되는 자동입찰 전략입니다.
광고그룹 일 예산 내에서 최대한 많은 전환을 발생시켜 광고 효율을 높이도록
고효율 전환 가망유저들을 대상으로 입찰금액을 자동으로 설정하여 입찰에 참여하는 입찰 전략입니다.

일 예산 범위에 따라, 사용할 수 있는 입찰가와 도달할 수 있는 가망유저에 제한이 생길 수 있기에 적정수준의 일예산을 활용 권장합니다.

2-4. 소재 생성

STEP 5. 소재를 생성합니다.
광고 상품별 소재 생성 방법은 각 가이드 페이지에서 자세하게 확인할 수 있습니다.

카카오비즈보드 X 전환 소재 생성 방법 ▶ **바로가기**

디스플레이 X 전환 소재 생성 방법 ▶ **바로가기**

3. 최적화 상태 점검

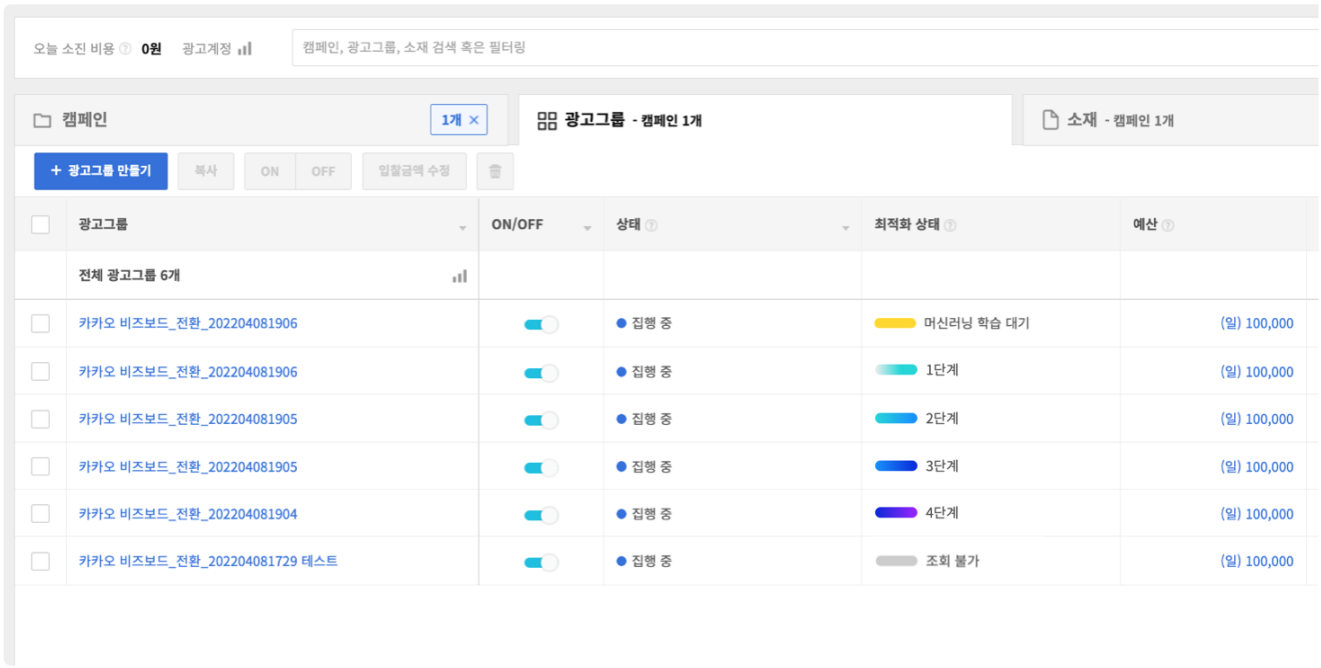
광고그룹 생성이 완료되면 대시보드와 광고그룹 수정 화면에서 최적화 상태를 확인할 수 있습니다.
최적화 상태는 최근 30일간 픽셀 & SDK로 수집된 이벤트 모수를 기반으로 머신러닝을 작동하여, 학습된 이벤트 모수와 광고그룹의 전환수에 따라 결정됩니다.

※ 적합한 시드를 선별하는 과정에서 픽셀 & SDK로 수집된 이벤트 모수와 최적화를 위해 학습된 이벤트 모수는 차이가 있을 수 있습니다.

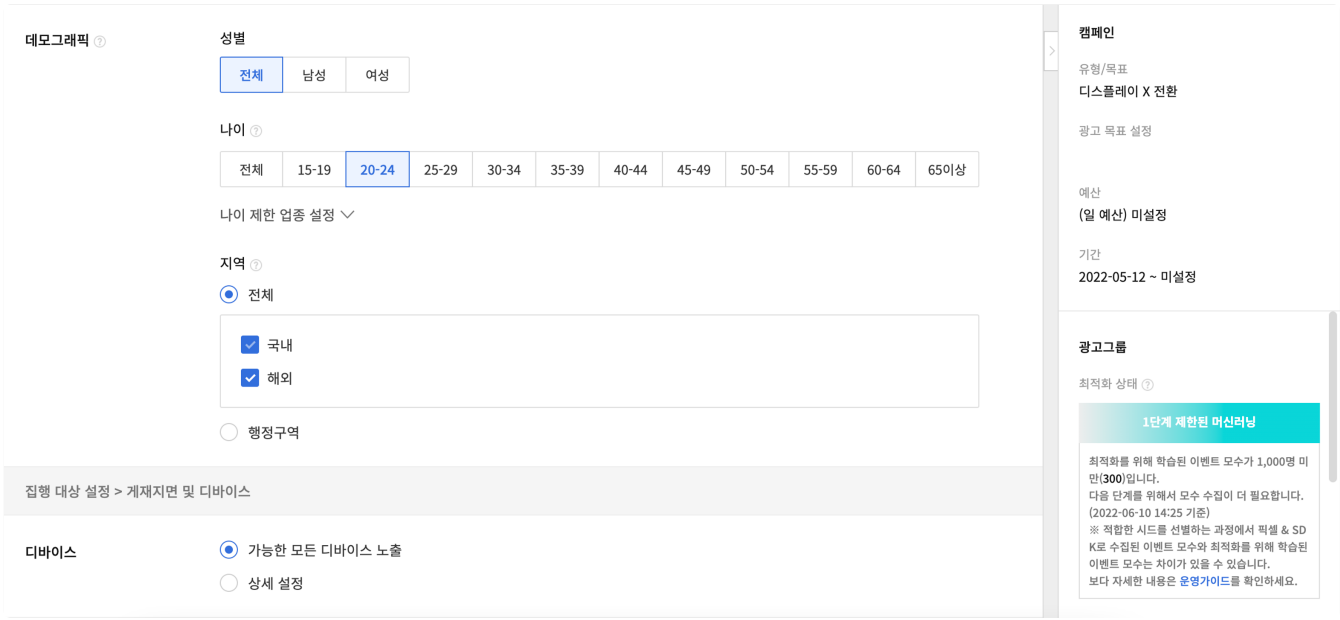
3-1. 최적화 상태 표시

최적화 상태는 전환 목표로 생성된 광고그룹에만 표시됩니다.

- **대시보드**
  광고그룹 테이블에서 광고그룹별 최적화 상태를 확인할 수 있습니다.

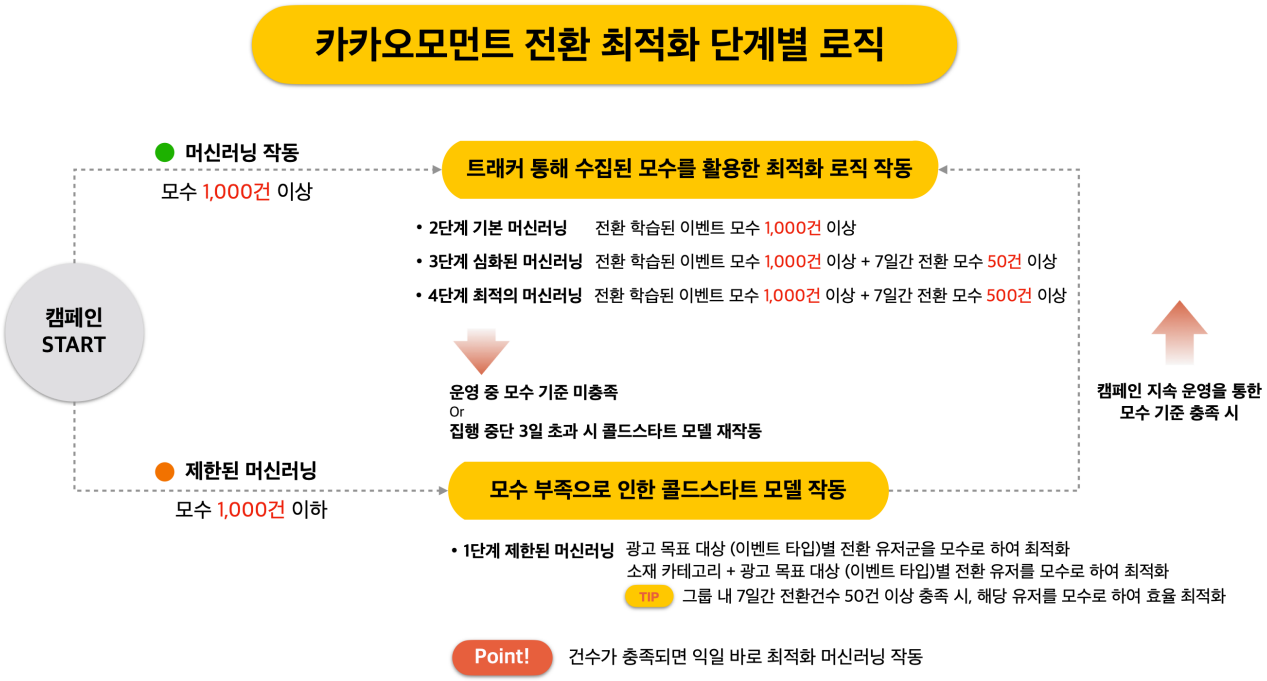


- **광고그룹 수정 화면**
  광고요약 영역에 최적화 상태가 표시됩니다.
  광고그룹 생성 단계에서는 광고 요약에 최적화 상태가 표시되지 않습니다.
  최적화를 위해 학습된 이벤트 모수와 광고그룹에서 발생한 전환 수가 함께 표시됩니다.



3-2. 최적화 단계별 가이드

> ⓘ 최적화를 위해 학습된 이벤트 모수가 기준 모수(1,000건)를 충족 시, 머신러닝이 정상 작동됩니다.



- **이벤트 타입별 모수 및 그룹 전환수에 따른 최적화 상태**

최적화 상태	학습된 이벤트 모수	그룹 전환수 (7일 내)
1단계 제한된 머신러닝	1,000건 미만	-

1단계 제한된 머신러닝

최적화를 위해 학습된 이벤트 모수가 1,000건 미만일 경우 1단계 제한적 머신러닝이 작동됩니다.
이 단계에서는 광고그룹 하위의 소재 카테고리의 광고를 클릭하고, 설정한 이벤트 타입의 전환을 일으킨 유저군을 모수로 하여 최적화합니다.

즉, 1,000건 미만으로 1단계 제한된 머신러닝 단계이더라도 그룹 내 7일간 전환수가 50건 이상을 충족하면, 50건 이상 수집된 전환 모수를 기반으로 효율을 최적화합니다.

다음 단계를 위해서 모수 수집이 더 필요합니다.

최적화 상태	학습된 이벤트 모수	그룹 전환수 (7일 내)
2단계 기본 머신러닝	1,000건 이상	50건 미만

2단계 기본 머신러닝

최적화를 위해 학습된 이벤트 모수가 1,000건 이상, 7일 내 그룹 전환수가 50건 미만일 경우, 2단계 기본 머신러닝이 작동됩니다.

다음 단계를 위해서 전환수가 더 필요합니다.

최적화 상태	학습된 이벤트 모수	그룹 전환수 (7일 내)
3단계 심화된 머신러닝	1,000건 이상	50건 이상 ~ 500건 미만

3단계 심화된 머신러닝

최적화를 위해 학습된 이벤트 모수가 1,000건 이상, 7일 내 그룹 전환수가 50건 이상 500건 미만일 경우, 3단계 심화된 머신러닝이 작동됩니다.

다음 단계를 위해서 전환수가 더 필요합니다.

최적화 상태	학습된 이벤트 모수	그룹 전환수 (7일 내)
4단계 최적의 머신러닝	1,000건 이상	500건 이상

4단계 최적의 머신러닝

최적화를 위해 학습된 이벤트 모수가 1,000건 이상, 7일 내 그룹 전환수가 500건 이상일 경우, 4단계 최적의 머신러닝이 작동됩니다.

최적화 상태	학습된 이벤트 모수	그룹 전환수 (7일 내)
머신러닝 학습 대기	-	-

머신러닝 학습 대기

광고 최적화에 적합한 머신러닝 작동을 위한 학습을 대기하고 있는 상태입니다.
광고그룹을 생성한 직후 혹은 장기간 집행을 중지한 경우 머신러닝 작동을 위한 학습을 진행합니다.

머신러닝 학습 대기에서 1~4단계 머신러닝 단계로의 변경은 최대 4시간이 소요됩니다.

단, 최초 생성된 광고그룹의 경우 최대 8시간까지도 소요될 수 있습니다.

최적화 상태	학습된 이벤트 모수	그룹 전환수 (7일 내)
조회 불가	-	-

조회 불가

픽셀&SDK가 연동해제, 삭제되었거나 일시적으로 조회 불가할 때 표시되는 상태값입니다.

최적화 상태	학습된 이벤트 모수	그룹 전환수 (7일 내)
-	-	-

-

전환 목표 외 방문/도달 등의 광고 목표가 설정된 광고그룹에는 전환 상태값이 표시되지 않습니다.

광고 운영 중 모수가 1,000건 미만으로 감소하거나, 집행 중단 3일이 초과되면 제한된 머신러닝(콜드 스타트) 단계로 운영 상태가 변경됩니다.

단, 건수가 충족되면 익일 바로 최적화 머신러닝이 작동합니다.

콜드 스타트 모드란?
최적화 이전단계로 돌아가는 것으로, 다시 최적화 학습에 시간이 소요됩니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

전환 최적화 점검가이드

전환 최적화를 더 효과적으로 활용하기 위해서는 광고 생성 단계별 점검이 필요합니다. 전환 목표 캠페인의 4단계 점검 가이드를 확인해보세요.

＃1. 사전 준비

캠페인 최적화 기간을 단축할 수 있는 안정적인 모수 확보가 필요합니다.

1) 픽셀&SDK 정상 설치 여부 확인
2) 톡채널 정보성 메시지 연동

＃2. 캠페인

최적화 학습을 위한 캠페인 구조를 셋팅합니다.
캠페인 셋팅 단계에서 선택한 광고 목표 대상(이벤트)의 모수를 확인하고 모수에 따라 최적화 단계가 구분됩니다.

1) 전환 목표 대상 설정 및 픽셀&SDK 연동
2) 캠페인 구조 점검

＃3. 광고그룹

광고그룹 단위 최적화 단계를 빠르게 적용하기 위해 광고그룹 타게팅, 예산, 기간, 전환수 등 셋팅된 사항을 점검해보세요.

1) 적정 일 예산 설정
2) 맞춤타겟/그룹(캠페인당 1~2개) 최소화
3) 그룹 전환건수 통합

＃4. 소재

고효율 소재 위주로 광고가 운영될 수 있도록 지속적으로 관리가 필요합니다.

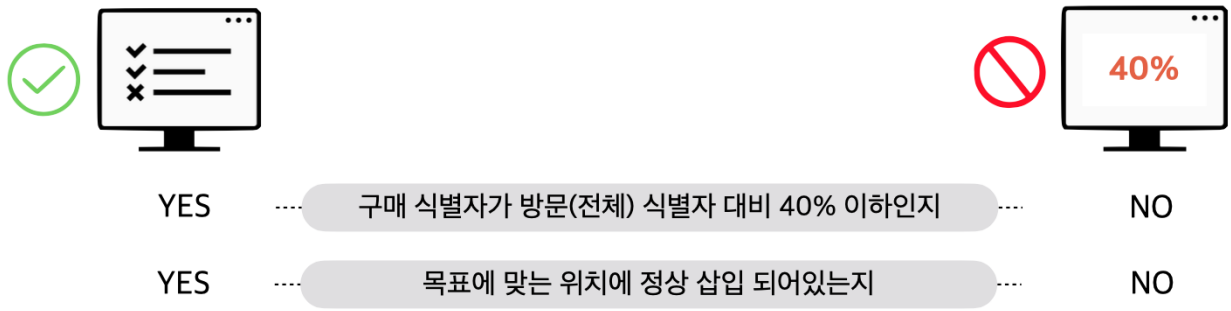
1) 소재 최소화 (그룹당 최대 5개)
2) 기존 그룹에 소재 등록하여 소프트 랜딩

단계별 자세한 점검가이드를 이제부터 확인해보겠습니다.

1. 사전 준비

픽셀 & SDK가 정상 설치가 되었는지 점검이 필요합니다.
정상적으로 모수가 확보되어 있어야 캠페인 최적화 기간을 단축시키고, 효율적으로 운영이 가능합니다.

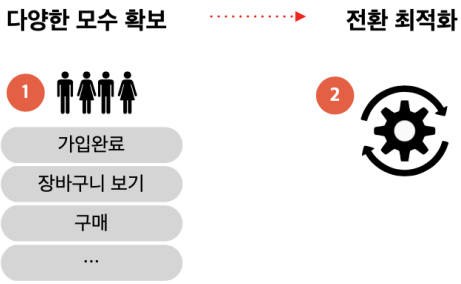
STEP 1. 광고 목표 대상(이벤트 타입)별 모수 확인하기



STEP 2. 톡채널 정보성 메시지를 활용 중이라면 연동 필수



1 누락될 수 있던 구매 전환도
2 정보성 메시지 발송 시 놓치지 않고 수집 가능



1 템플릿이 발송되는 시점의 모수를 확보하여
2 전환 최적화 로직 개선 효과 획득
! 템플릿별 세분화된 태그값 활용 시 보다 상세한 효율 분석 가능

구매금액까지 완전히 수집이 되어야 효과적으로 최적화할 수 있습니다.
구매금액까지 수집이 되지 않을 경우, 호스팅사 또는 딜러사에 문의를 해주세요.

2. 캠페인

KPI에 맞는 전환 목표 대상(이벤트 타입)을 설정하고, 학습된 이벤트 모수가 1,000건 이상인지 확인합니다.

최적화 상태는 최근 30일간 픽셀 & SDK로 수집된 이벤트 모수를 기반으로 머신러닝을 작동하여, 학습된 이벤트 모수와 광고그룹의 전환수에 따라 결정됩니다.

※ 적합한 시드를 선별하는 과정에서 픽셀 & SDK로 수집된 이벤트 모수와 최적화를 위해 학습된 이벤트 모수는 차이가 있을 수 있습니다.

STEP 1. 모수가 1,000건 이상일 경우

- [x] 픽셀 & SDK에 모수가 꾸준히 유입, 유지될 수 있도록 관리합니다.
- [x] 캠페인 내 그룹이 여러개 운영되는 경우 그룹별 최소 전환수가 충족되지 않아 최적화가 낮은 단계로 진행될 수 있습니다. 그룹별로 최근 7일간 50건 전환이 발생할 수 있도록 캠페인 내 분산된 그룹수 관리를 해주세요.

STEP 2. 모수가 1,000건 미만인 경우

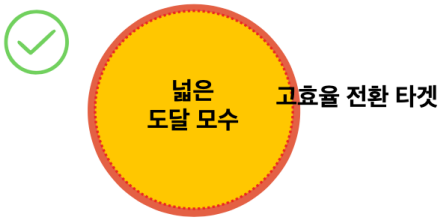
- [x] 모수가 1,000건 이상 확보될 수 있도록 운영하고 있는 톡채널 정보성 메시지를 연동하거나 카카오 서비스를 연동해보세요.

3. 광고그룹

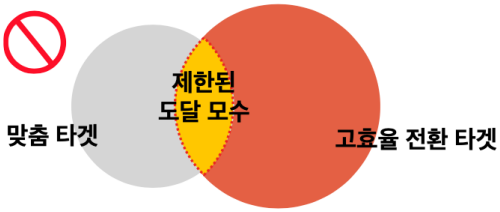
광고그룹 단위 최적화 단계를 빠르게 적용하기 위해 광고그룹 타게팅, 예산, 기간, 전환수 등 셋팅 된 사항을 점검해보세요.

STEP 1. 가능한 모든 타겟에게 도달하여 효율적으로 전환 건수를 증대할 수 있도록 맞춤타겟 최소화를 권장

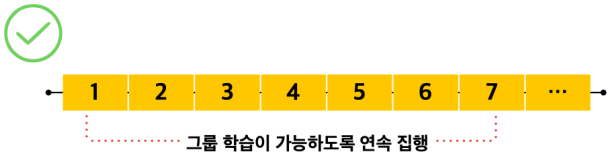
맞춤타겟 미설정 시 ➡ 가능한 고효율 전환 타겟에 대부분 도달



맞춤타겟 설정 시 ➡교집합 적용되어 타겟 모수 축소



STEP 2. 초기 학습을 원활하게 진행하고, 머신러닝 학습을 유지하기 위해 7일 이상 연속 집행을 권장



➡ 캠페인 최적화 단계 진입 가능성 ↑



➡ 다시 콜드스타트 모드로 작동

콜드 스타트 모드란?
최적화 이전단계로 돌아가는 것으로, 다시 최적화 학습에 시간이 소요됩니다.

STEP 3. 소재별로 충분하고 원활한 초기 학습 및 빠른 최적화 단계 진입을 진행하기 위하여, 그룹당 일 50-100만원 수준의 예산을 권장

⚠ **일예산이 낮을 경우?**

그룹당 일 50-100만원보다 이하의 예산 사용도 가능하지만, 최적화 단계 진입 지연 가능성이 높습니다.
일예산이 낮을 경우, 높을 일예산을 보유한 광고그룹 대비 입찰경쟁이 치열한 일부 모수에게만 도달하기 때문에 eCPM이 높아지며 ROAS 하락의 원인이 됩니다.

또한, 잦은 일예산 변경, 큰 폭의 예산 변경은 그룹 학습 방해요소로 작용하므로 지양해주세요.

STEP 4. 그룹간 경쟁 최소화를 위한 최소한의 그룹 운영 권장 (캠페인당 1~2개)
동일 그룹 하에는 Core Target 군이 유사하고, 같은 성격의 상품을 다룬 소재가 등록되어야 학습에 유리





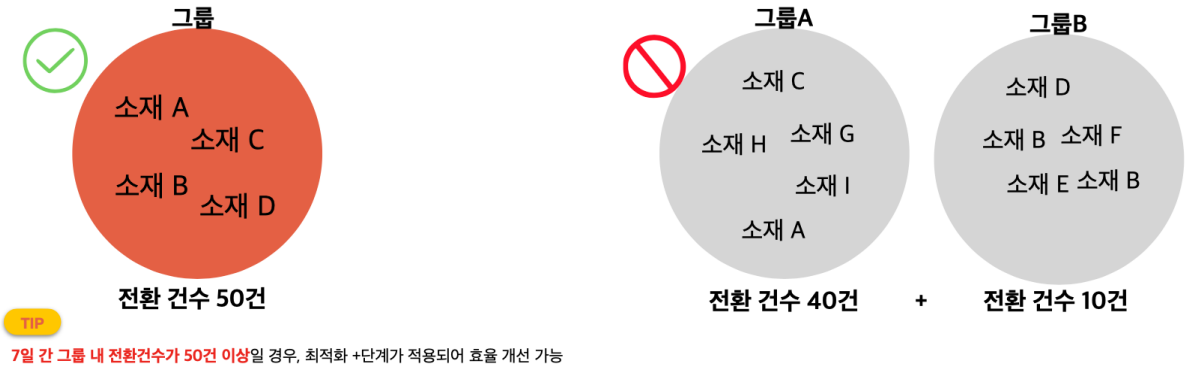
TIP
단, 최소한의 타겟팅(OS) 또는 성격이 다른 다양한 소재가 등록될 경우는 분리 운영 권장

⚠ 단, 아래의 경우에는 분리 운영을 권장합니다.

1) PC/Mobile, Android/iOS 등 디바이스 특성에 따라 광고그룹을 분리하는 등 최소한의 타겟팅을 설정하여 광고그룹 특성을 구분해야할 경우

2) 광고그룹 하위의 등록된 소재의 카테고리도 전환 최적화에 영향을 주는 요소이므로, 성격이 다른 다양한 소재가 등록될 경우 광고그룹을 분리

STEP 5. 동일 광고그룹에 쌓인 전환수가 많을수록 빠르게 최적화 단계 적용 가능
즉, 광고그룹 개수를 최소화하여 운영하는 것을 권장



TIP

7일 간 그룹 내 전환건수가 50건 이상일 경우, 최적화 +단계가 적용되어 효율 개선 가능

광고가 운영되는 최근 7일 간 1개 광고그룹의 전환수가 50건 이상일 경우, 최적화 효율 개선됩니다.

1) 학습된 이벤트 모수가 1,000건 미만일 경우

학습된 이벤트 모수가 1,000건 미만이더라도 그룹 내 7일간 전환수가 50건 이상을 충족하면, 50건 이상 수집된 전환 모수를 기반으로 효율적으로 최적화 합니다.

2) 학습된 이벤트 타입별 모수가 1,000건 이상일 경우

학습된 이벤트 모수가 1,000건 이상, 7일 내 그룹 전환수가 50건 이상일 경우 3단계 심화된 머신러닝이 작동하게 되면서 개선된 효율을 경험할 수 있습니다.

최근 30일간 픽셀 & SDK로 수집된 이벤트 모수를 기준으로 머신러닝을 작동하며, 학습된 이벤트 모수가 1,000건 이상일 때 효과적으로 작동합니다.

※ 적합한 시드를 선별하는 과정에서 픽셀 & SDK로 수집된 이벤트 모수와 최적화를 위해 학습된 이벤트 모수는 차이가 있을 수 있습니다.

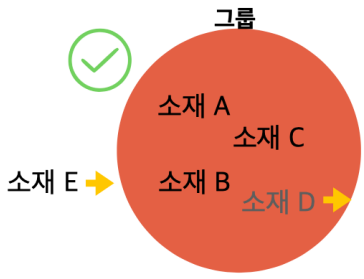
4. 소재

고효율 소재 위주로 광고가 운영될 수 있도록 지속적으로 관리가 필요합니다.

STEP 1. 효율에 따라 소재 ON/OFF 관리하며, 그룹 내 소재가 최대 5개를 넘지 않도록 운영하는 것을 권장

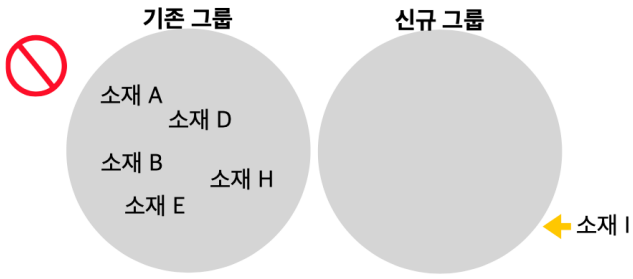
소재 개수가 많아지면 소재별 학습에 소요되는 시간이 증가하여 전체 효율 하락의 원인이 될 수 있습니다.

STEP 2. 신규 소재의 초반 노출기회 학습시간이 필요
기존 소재와 병행하여 운영 후 저효율 소재는 추후 OFF하는 방식의 소프트랜딩을 권장



TIP

신규 소재 등록 시, 초기 학습시간이 필요하므로 감안하여 소프트 랜딩 필요



TIP

동일 컨디션의 신규 그룹에 신규 소재를 등록하여 교체할 경우, 전환 효율이 분산

STEP 3. 장기간 광고 집행으로 피로도가 쌓였다면 소재 교체 필요

- ☑ 저효율 소재 교체 시에는 가급적 즉각적인 소재 OFF 후 교체가 효율적
- ☑ 고효율 소재 교체 시에는 신규 소재 학습 시간, 반응률 고려하여 시간을 두고 교체

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

FAQ

ⓘ 카카오모먼트 전환 최적화 활용 관련 자주 묻는 질문을 소개합니다.

> 카테고리에서 찾기

＃1. 소재　＃2. 예산　＃3. 최적화　＃4. 타게팅

1. 소재

Q1. 광고 운영 중 소재를 중간에 추가하거나 변경할 경우, 다시 학습이 필요한가요?

광고그룹은 소재의 추가, 변경과 상관 없이 노출 대상에게 계속 최적화가 진행됩니다.
신규로 추가/변경되는 소재만 다시 학습을 시작하게 됩니다.

Q2. 광고 운영 중 광고그룹은 수정하지 않고 소재 변경만 진행하는 건 최적화에 문제가 없을까요?

전환이 만족스러운 효율이 나오고 있다면 현 소재를 유지하면서 운영하되,
1-2개를 추가하면서 신규 소재도 노출을 받을 수 있도록 관리를 해주시는 것을 권장합니다.

Q3. 소재의 최대 5개 이하 권장 가이드는 ON 상태인 소재가 최대 5개인 것을 의미할까요?
또는 소재를 최대 5개만 등록하고 5개 중 ON/OFF하는 것을 의미하는 걸까요?

라이브 소재(ON) 5개 이하 운영을 권장합니다.

Q4. 소재도 7일의 머신러닝 기간이 필요한 건가요?

머신러닝의 최적화 기간은 연속 집행 7일 이상이고, "광고그룹" 기준입니다.

Q5. 광고 운영 중 신규 소재를 셋팅하더라도 노출이 되지 않아요.

소재 등록 시 해당 소재는 일부 노출을 받을 수 있도록 설계되어 있습니다.
다만, 기존 효율 좋은 소재들이 노출되고 있는 상황에서 신규 소재가 어느 정도 노출을 받아 학습하고 최적화
시키려면 시간이 필요합니다.

(1)신규 소재가 테스트 노출 시 효율이 많이 떨어지거나,
(2)소재가 대량으로 등록되었을 때 전체 그룹의 효율에 영향이 갈 수 있기 때문에,
기존 소재의 효율이 크게 낮아졌을 때 소재를 OFF 후, 신규 소재를 ON하여 신규 소재가 소프트랜딩 할 수 있
게 교체시점을 여유를 두고 진행하는 것을 추천드립니다.
소재 개수는 운영하는 소재와 테스트까지 포함하여 5개 이하로 권장드립니다.

Q6. 전환 목적으로 광고를 운영 시 유독 1개 소재에만 전환 발생 및 예산 소진이 집중 되는데요. 이는 자연스러운 현상일까요?

전환 및 예산이 집중되는 소재가 전환 효율이 가장 좋기 때문에 쏠림 현상이 나타날 수 있습니다.

---

2. 예산

Q1. 전환 최적화를 효율적으로 활용하기 위한 최소 일 예산은 얼마인가요?

일 예산은 광고그룹 당 50만원 이상으로 권장하고 있습니다.

※ 예산이 부담스럽다면?
그룹 내 최근 7일간 전환수가 50건 이상이 충족되면 머신러닝이 효율적으로 작동할 수 있습니다.
전환 당 단가가 낮다면 가이드 드린 예산 미만으로도 50건 전환을 확보할 수 있습니다.
전환 당 단가를 확인 후 필요한 예산계획을 세워주세요.

Q2. 캠페인 일 예산이 50~100만원 미만인데 전환 캠페인을 활용하고 싶어요. 가능할까요?

예산이 적으면 최적화를 위한 충분한 학습이 부족한 만큼, **최적화 단계 진입이 지연**될 수 있습니다.
7일 이상의 학습기간, 일예산 50~100만원 수준이 확보되어야 최적화 학습과 머신러닝이 가능하지만 전환 건
수 확보를 위한 다양한 방안들과 함께 운영한다면 가능합니다.

- 캠페인 최적화를 원한다면 충분한 일예산과 학습기간이 필요
- 충분한 일예산이 없다면 학습기간이 지연될 수 있으므로 참고하여 캠페인 진행

Q2-1. 그렇다면 캠페인 일 예산이 50~100만원 미만일때의 가장 적절한 운영 방법을 추천해주세요.

소재별 학습 / 자동입찰에 비딩가 제한을 최소화하고, 각 소재별 초기 학습 비용이 분산되지 않도록 캠페인 하
위 그룹, 소재 갯수를 가능한최소화 하여 운영하는 것을 권장합니다.
고효율 소재 위주로 ON/OFF 관리하여 최대한 빠르게 최적화 단계를 올릴 수 있도록 운영해주세요.

Q3. 전환 캠페인 예산 소진이 너무 더뎌요.

타겟을 너무 좁게 설정한 것은 아닌지 확인해주세요.
맞춤타겟 설정 시 전환 최적화로 생성된 타겟과 맞춤타겟과의 교집합에게만 광고가 노출되므로,
언제나 최적화 모수를 대상으로 광고가 온전히 노출될 수 있도록 설정된 맞춤타겟 등의 타겟팅을 해제, 노출
가능한 모수를 확대하여 소진의 기회를 늘려보세요.

Q4. 광고 예산이 적어요. 7일간 연속 집행하는 것과 일 예산을 50만원 이상을 유지하는 것 중에 어떤 것이 더 효율적인가요?

일예산을 하향 조정하더라도 지속 운영하는 것이 유리합니다.

---

3. 최적화

Q1. 전환 성과가 만족스럽지 않아요.

전환 최적화 활용가이드에서 소개하는 점검 가이드를 다시 한번 점검해보고 개선 포인트를 찾아 적용해보세요.

전환 최적화 점검가이드

Q2. 기존 고효율 소재 OFF 후 신규 소재 노출 시도 시, 신규 캠페인을 생성해서 운영하는 것이 더 효율적 일까요?

고효율 소재의 사용이 종료 되었을 때(상품 품절, 변경 등) 또는 더 이상의 효율 유지가 되지 않을 경우에는 소재 OFF를 권장드립니다.
신규 소재 등록 시 소재 학습이 새롭게 진행이 되지만, 광고그룹의 머신러닝이 처음부터 다시 시작되는 것은 아닙니다. 그렇기 때문에 신규 캠페인을 다시 생성하여 진행하는 것은 학습 대기 과정부터 새롭게 시작하는 것이므로 머신러닝 학습 기간이 훨씬 더 길어집니다.

Q3. 1개의 광고계정에서 다수의 캠페인을 운영하는 것도 캠페인 간 최적화 과정에서 경쟁이 발생할까요?

캠페인이 늘어나는 것은 광고그룹 개수도 함께 증가되는 것이기 때문에, 전환 목표를 진행한다면 1캠페인 1그룹으로 진행하는 것을 권장드립니다.

Q4. 픽셀 & SDK의 모수가 1,000 이상으로 수집되기 까지는 전환이 아닌 방문 캠페인으로 진행해야할까요?

방문 캠페인 진행 후 다시 전환 캠페인을 진행할 경우, 광고그룹 최적화 머신러닝은 콜드스타트부터 작동합니다.
방문 캠페인 그룹을 전환으로 이어서 집행하는 것이 아니기 때문에 지속적으로 전환 캠페인을 진행하고자 하신다면 광고 목표 변경 없이 하나의 광고그룹으로 진행하시는 것을 권장 드립니다.

Q5. 모수를 빠르게 확보할 수 있는 방법이 있을까요?

픽셀 보다 더욱 빠르게 확실한 액션 유저 모수를 수집하고, 활용할 수 있는 톡채널 정보성 메시지를 연동해보세요.

- 카카오톡 채널 정보성 메시지 연동하기 ▶ **바로가기**

Q6. 톡시리즈(톡가입/톡구매/톡참여) 이벤트로 전환최적화를 할 수 있나요?

톡시리즈(톡가입/톡구매/톡참여) 이벤트는 표준 이벤트로 전환되었으며, 카카오싱크/톡스토어/비즈니스폼/톡캘린더 등 카카오 서비스를 통한 이벤트 수집을 종료되었습니다. 해당 변경 관련 수집 기준을 참고하시어 전환 최적화 지면을 설정해주시기 바랍니다.

- **톡구매** → **구매** : 구매/앱내구매/톡스토어를 통한 구매 사용자를 늘릴 수 있도록 최적화하여 광고를 노출합니다.
- **톡가입** → **회원가입** : 회원가입/싱크를 통한 회원가입 사용자를 늘릴 수 있도록 최적화하여 광고를 노출합니다.
- **톡참여** → **잠재고**객 : 톡캘린더를 통한 톡참여 시에도 잠재고객 이벤트로 수집됩니다.
- **톡참여** → **서비스신청** : 비즈니스폼을 통한 톡참여 시에도 서비스신청 이벤트로 수집됩니다.

---

4. 타게팅

Q1. 전환 캠페인에서는 아예 맞춤타겟 설정하는 것을 권장하지 않는 걸까요?

전환 최적화를 위한 목표에서는 맞춤타겟 미사용을 권장합니다.

Q2. 동일 타게팅, 소재로 진행할 경우, 월 별로 신규 광고그룹을 생성하지 않고 유지하는 것이 좋을까요?

전환이 1개의 광고그룹 안에 잘 수집/누적될 수 있도록 해당 광고그룹을 계속 유지하는 것을 권장합니다.

Q3. 광고그룹에 맞춤타겟 미설정 등 최소한의 오디언스 타게팅만 설정하더라도 최적화가 시스템에서 자동으로 진행이 되는건가요?

전환 최적화는 오디언스 수동 설정이 아닌, 픽셀 & SDK를 통해 수집된 전환 사용자 기준으로 머신러닝이 작동하여 전환 가능성이 높은 노출 예상 모수를 찾습니다. 전환 캠페인의 광고그룹 셋팅 시 리타겟팅을 설정하지 않아도, 일부 리타겟팅 모수가 노출 대상에 포함되어 있기 때문에 맞춤타겟 사용은 권장하지 않습니다.

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

동영상 조회수 연동 관리

카카오모먼트에서 운영하는 동영상 광고를 시청자가 조회한 수치를 카카오TV 동영상과 연동할 수 있습니다.
연동 방법을 지금부터 알아볼까요?

1. 조회수 연동 가능 대상

1) 동영상 x 조회 캠페인 - 동영상 소재

동영상 광고

2) 카카오 비즈보드 x 전환/방문 캠페인 - 익스팬더블 동영상(확장요소) 소재

카카오비즈보드

2. 조회수 연동 상세 프로세스

동영상 소재, 익스팬더블 동영상 소재의 동영상 조회수는 별도 문의를 접수하여 연동합니다.
카카오모먼트 공식 대행사, 직접 운영 광고주에 따라 상이한 프로세스를 확인해주세요.

카카오모먼트 공식 대행사

에이전시 문의게시판으로 접수 및 수기로 조회수 연동 작업 진행

- 경로 : 문의게시판 > 카카오모먼트 > 운영 > 동영상 조회수 연동 요청 및 문의
- 접수 시 필요 사항 : 연동 요소(소재번호/카카오TV 영상 URL링크)등 문의 템플릿 양식에 맞춰 전달

직접 운영 광고주

고객센터를 통해 접수 및 수기로 조회수 연동 작업 진행

- 접수 시 필요 사항 : 연동 요소(소재번호/카카오TV 영상 URL링크)를 전달

- 조회수 수기 연동은 심사승인 완료된 소재에 한해 가능합니다.
- 비즈보드 익스팬더블은 등록한 모든 요소 (홍보이미지+확장요소+랜딩URL)이 심사승인 되었을 경우 등록한 홍보동영상과의 조회수 연동 가능합니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

광고계정 운영 가이드

카카오모먼트의 광고계정을 생성하고 운영할 때 참고해야할 가이드를 알아보겠습니다.

1. 광고계정 생성 가이드

광고계정은 카카오모먼트 광고 집행을 위해 필요한 계정으로, 광고 운영의 기본 단위입니다.
자세한 광고계정 생성 방법은 아래 가이드를 참고해주세요.

퀵스타트 가이드

카카오모먼트는 광고계정, 캠페인, 광고그룹 등 영역별로 정책적으로 최대 한도를 두고 있습니다.
이러한 한도에 도달하는 경우는 많지 않겠지만, 이러한 한도를 염두에 두시고 광고 운영 바랍니다.

1. 캠페인/광고그룹/소재 개수

광고계정당 등록 가능한 캠페인, 그룹, 소재, 애드뷰 등록 개수는 다음과 같습니다.
안내드린 등록 개수를 초과하신 경우, 추가 등록이 불가 하오니 추가 등록을 위해서는 집행이 종료된 캠페인 및 그룹과 소재를 삭제하여 등록 가능 개수 이하로 유지해주시기 바랍니다.

- 캠페인 등록 개수 : 계정 당 최대 200개
- 광고그룹 등록 개수 : 캠페인 당 최대 500개
- 소재 등록 개수 : 광고그룹 당 최대 200개
  (※ 단, 메시지 소재는 광고그룹 당 최대 1개이며, 스마트메시지 집행 방식 선택 시에는 최대 10개까지 등록 가능)
- 애드뷰 등록 개수 : 계정 당 최대 1,000개

2. 타겟팅별 개수

광고계정 및 광고그룹 별 등록 가능한 한도는 다음과 같습니다.
안내드린 등록 개수를 초과하신 경우, 추가 등록이 불가 하오니 추가 등록을 위해서는 미사용 타게팅 및 종료된 광고그룹은 삭제하여 등록 가능한 개수 이하로 유지해주시기 바랍니다.

2-1. 광고반응타겟

- 광고계정당 생성 개수 : 30개
- 1개의 광고반응타겟을 설정할 수 있는 광고그룹 : 20개

2-2. 고객파일 관리

- 광고계정당 생성 개수 : 30개
- 광고그룹당 등록 가능한 고객파일 개수 : 10개

2-3. 친구그룹 관리

- 광고계정당 생성 개수 : 30개
- 광고그룹당 등록 가능한 친구그룹 개수 : 10개

2-4. 데모그래픽 > 지역

- 광고그룹당 등록 가능한 개수 : 1,000개

3. 계정 한도에 따른 유의사항

위 안내한 영역별 한도를 초과하지 않더라도 광고계정/캠페인/광고그룹/소재 등을 조합하여 과도하게 대량 등록 및 광고 운영할 경우, 카카오 광고의 시스템 및 프로세스에 과부하가 발생할 수 있습니다.

카카오 광고의 광고 품질 저하 및 원활한 운영에 지장을 줄 수 있어, 아래의 경우에는 제재 대상이 될 수 있습니다.

제재 조치 대상

1) 동일 사업자 또는 유사 사업자로 추정되는 다수의 광고 계정 대량 생성
2) 유사소재로 추정되는 광고 소재가 등록된 캠페인 및 광고그룹을 대량 생성
3) 그 외 기계적/인위적 방법으로 캠페인/광고그룹/소재 등을 대량 생성

광고주가 의도치 않게 카카오 광고의 광고 시스템 또는 프로세스에 과부하를 유발하는 경우, 상세 정보를 포함한 알림이 광고계정 마스터 이메일로 발송됩니다. 경고 알림을 발송하기 전에는 광고주의 광고계정에 어떠한 조치도 취하지 않습니다.

2. 광고계정 수정

광고계정의 마스터 권한을 가진 경우에 한하여 광고계정 이름을 수정할 수 있습니다.
광고계정 이름은 1~20자까지 입력 가능하며, 수정 완료 시 관련 플랫폼에 모두 변경사항이 반영됩니다.

[경로] 설정 > 광고계정 관리 > 광고계정 이름 수정 버튼 클릭

> 광고계정 이름 수정 시 입력 가이드를 참고해주세요.
>
> - 입력 가능 : 한글, 영어, 숫자, 점(.), 공백
> - 입력 불가 : 점(.)을 제외한 특수문자, 자음/모음이 단일로 표기된 경우 (ex. ㄱ, ㅏ, ㅎㅎㅎ)





3. 광고계정 삭제

광고계정의 마스터 권한을 가진 경우에 한하여 광고계정을 삭제할 수 있습니다.
광고계정 삭제 전 삭제 조건이 모두 충족되었는지 확인해주시기 바랍니다.

[경로] 설정 > 광고계정 관리 > 광고계정 삭제 버튼 클릭



☑ 광고계정 삭제 전 아래 항목의 조건이 모두 충족되어야 합니다.

- 광고계정 OFF 상태로 전환
- 광고계정 멤버 모두 내보내기 (멤버 수 0명)
- 잔여 유상캐시 환불 완료 및 잔액 0원
- 자동결제 카드 해제
- 당월 소진액 없음
- 전월 소진액에 대한 세금계산서 발행 완료
- 영업권 해제
- 비즈니스계정 연결 해제 (비즈니스계정 자산 내보내기)

- 광고계정 삭제 후에는 광고 데이터 확인이 불가합니다. 미리 리포트 및 충전/환불 내역 등을 다운로드해주시기 바랍니다.

- 잔여 무상캐시는 환불 대상에 포함되지 않으며 광고계정 삭제 시 함께 소멸됩니다.

- 삭제 신청 후 광고계정은 '삭제 신청중' 상태로 전환되며 '취소' 버튼을 클릭하면 삭제를 취소할 수 있습니다.

- 최종 삭제 완료까지 최대 2시간 정도 소요될 수 있으며, 이후 삭제 취소는 불가합니다.

4. 광고계정의 권한(소유) 및 책임

광고계정은 광고를 집행하는 단위로, 원칙적으로 광고주의 제품, 서비스 및 사이트 등을 광고하기 위한 목적으로 생성하셔야 합니다.
다만, 제 3자의 광고를 대행하는 경우 적법한 권리 및 권한을 위임 받아야 하며, 이후 이에 대한 광고계정의 권한과 책임은 광고계정의 마스터에게 있습니다.

카카오광고는 안정적인 서비스 운영 및 매체 이용자의 보호를 위해 다음과 같은 경우 광고계정 운영 및 추가 생성을 제한할 수 있으니 참고해주세요.

제재 조치 대상

1) 광고의 게재 및 운영에 대한 적법한 권한 없이 타인의 사업/상품/사이트를 광고하기 위해 광고계정을 생성하여 운영하는 경우

2) 광고소재와 관련 없는 사업자를 광고주로 선택하거나 허위로 광고계정을 생성한 경우

3) 광고집행 이외의 다른 목적이나 부정한 목적을 위하여 광고계정을 생성하거나 사용하는 경우

4) 관련 법령이나 매체의 정책 변경으로 광고 게재가 중단되어야 하는 경우

5) 기타 관련 법령 및 카카오비즈니스 이용약관과 카카오광고 운영정책 또는 가이드에 위반되는 경우

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 광고계정 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

[New] 카카오 비즈니스 라운지

카카오모먼트를 사용하면서 궁금한 점이 생기거나 광고 운영에 도움을 받고 싶을 때,
카카오 비즈니스 라운지에 문의하시면 Kakao 담당자가 확인하여 답변을 드립니다.

- 카카오모먼트 우측 상단의 '문의게시판'을 클릭하여 접속해주세요.
- 광고계정, 캠페인, 광고그룹, 소재를 선택하여 더욱 빠르고 정확하게 문의할 수 있습니다.

심사가이드

> ⓘ 카카오모먼트를 통해 등록된 광고 소재는 심사를 통해 승인된 광고만 집행이 가능합니다.
> 카카오모먼트의 심사에 대해서 안내드립니다.

1. 심사 대상

카카오모먼트를 통해 등록된 광고 소재(카카오비즈보드, 디스플레이광고, 동영상광고, 쇼핑광고)는 모두 심사를 거쳐야 하며, 소재 심사는 광고 캐시의 잔액 여부와 관계없이 심사가 진행됩니다.

2. 심사 범위

카카오모먼트 광고 심사에서는 광고주 업종, 사이트, 소재를 구성하는 모든 요소(연결화면, 이미지, 텍스트 등)가 카카오모먼트 광고 심사 가이드에 적합한지를 확인합니다. 카카오모먼트 광고 심사가이드에 반하는 내용이 있는 경우 광고 집행이 제한될 수 있습니다.

3. 심사 소요 시간

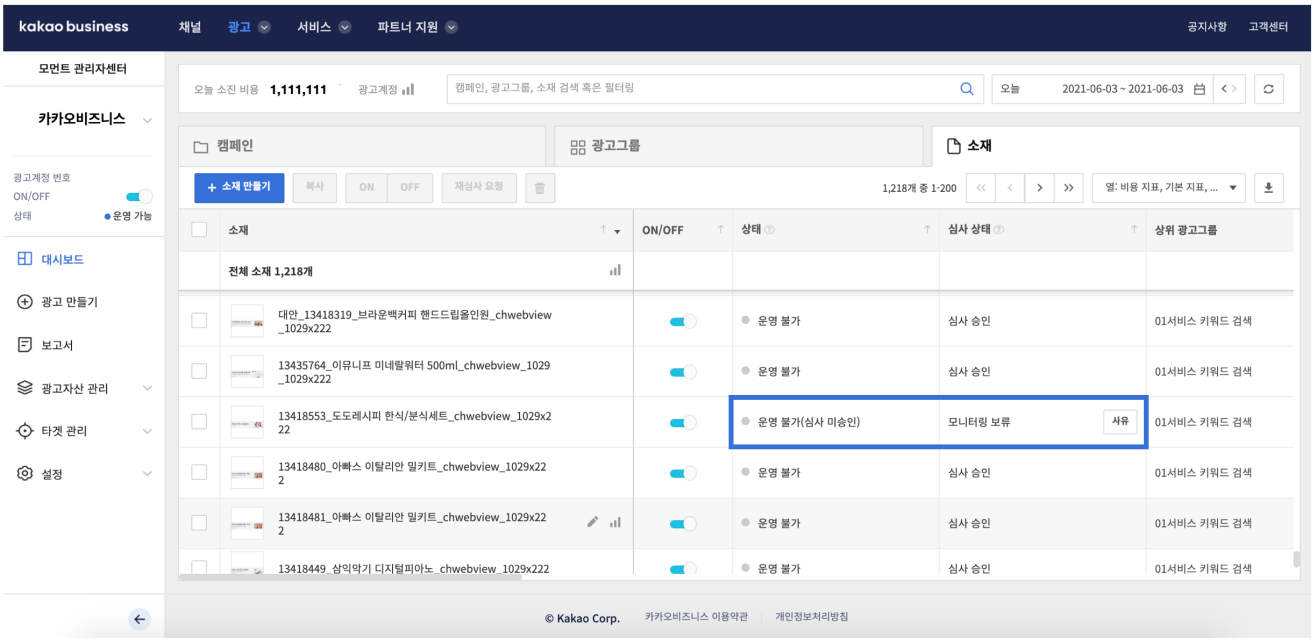
소재 등록 후 심사 승인될 때까지 보통 영업일 기준 최대 2일 정도 소요됩니다.

다수의 중복 소재를 등록하는 경우에는 심사 승인이 더 오래 걸릴 수 있으며, 카카오 내부 기준에 따라 광고 집행이 제한될 수 있습니다.

4. 심사 결과 확인

광고 심사 결과는 메일, SMS 혹은 카카오톡을 통해 알림메시지가 발송되며, 카카오모먼트 로그인 후 아래 메뉴를 통해 확인하실 수 있습니다.

[경로] 광고계정 > 대시보드 > 소재 > 보류 [사유] 확인
※ 특정 캠페인 또는 광고그룹을 선택 후 소재 탭으로 이동 시 해당 캠페인과 광고그룹 하위에 있는 소재 리스트만 출력됩니다.



5. 재심사 신청 방법

심사보류 사유를 확인하여 소재를 수정하시면 재심사요청이 접수됩니다. 단, 심사보류 사유에 따라 소재의 수정 없이 재심사 신청이 가능한 경우에는 [재심사 요청]버튼이 노출되어 재심사 요청을 접수할 수 있습니다.

[경로] 광고계정 > 소재 > [재심사 요청] 버튼

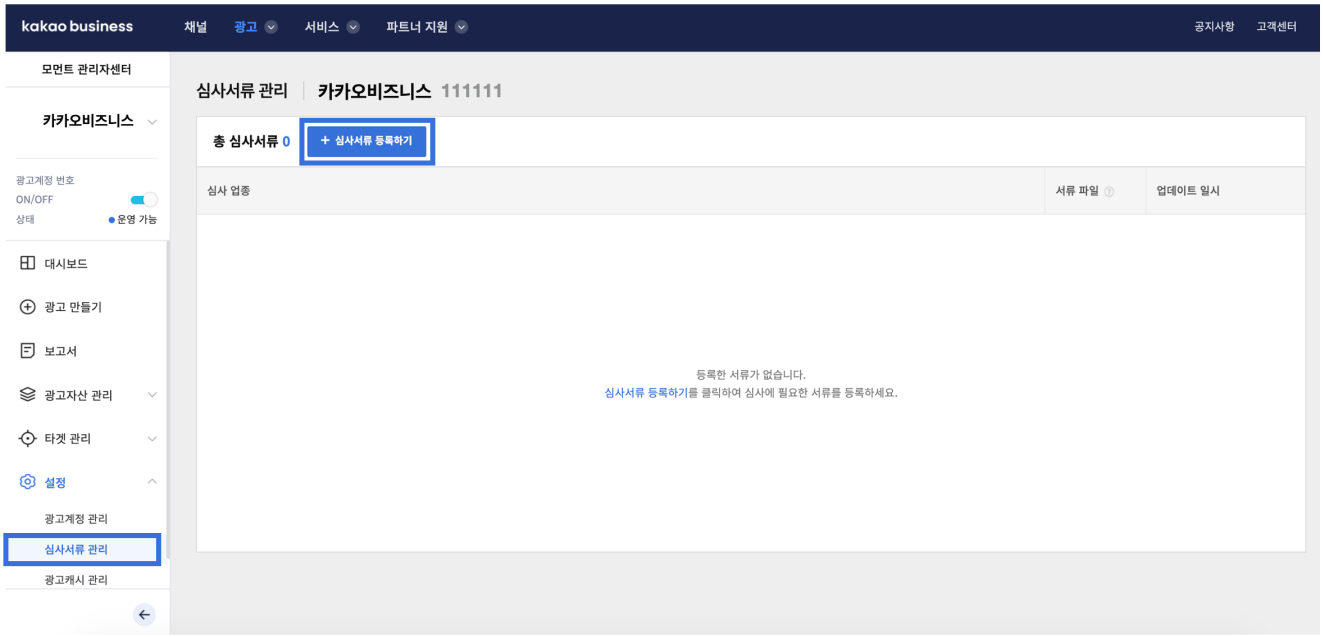
※ 보류된 소재를 '복사'하는 경우 '자동 보류'처리 되오니,
재심사 신청을 원하시는 경우, 소재 수정 또는 [재심사 요청]버튼을 통해 재심사 요청해 주시길 바랍니다.

※ 심사가 완료된 이미지>카탈로그의 슬라이드 순서를 변경하거나 일부 슬라이드를 삭제하는 경우 재심사 대상에 포함되지 않습니다. 보류된 카탈로그 소재의 수정을 위해 슬라이드 삭제가 필요하신 경우에는 소재를 신규 등록해 주시길 바랍니다.

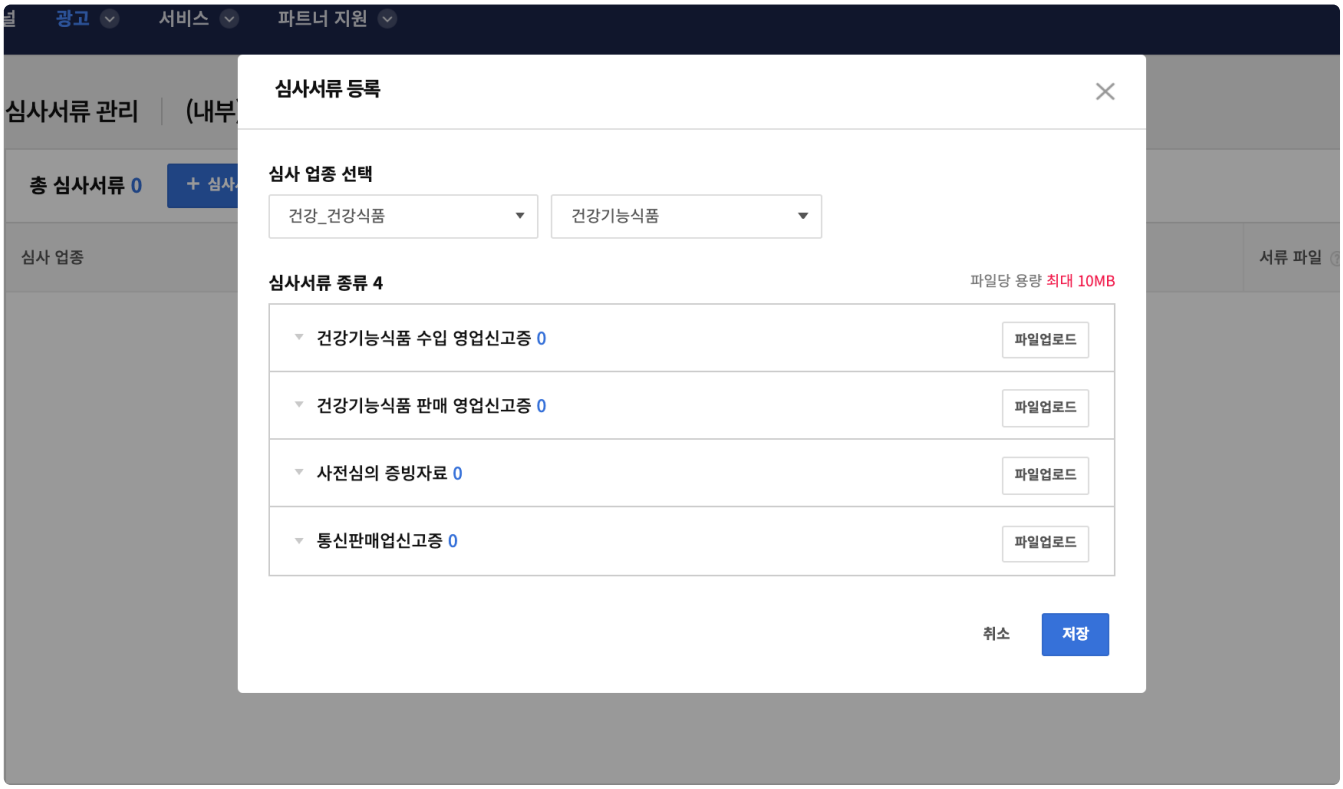
6. 심사 서류 제출 방법

서류는 광고계정 단위로 관리 되며, 소재 심사 시에 필요한 경우 참고될 수 있습니다.

<서류 업로드 경로>
1) [경로] 광고계정 > 설정 > 심사서류 관리 > + 심사서류 등록하기



2) 심사 업종 선택 > 필요서류 확인 > 파일 업로드 > 저장
※ 업종 선택 시 업종별 필요서류가 자동 출력됩니다.



7. 심사 상태 확인

대시보드에서 등록된 소재의 심사와 관련된 현재 상태를 확인할 수 있습니다.

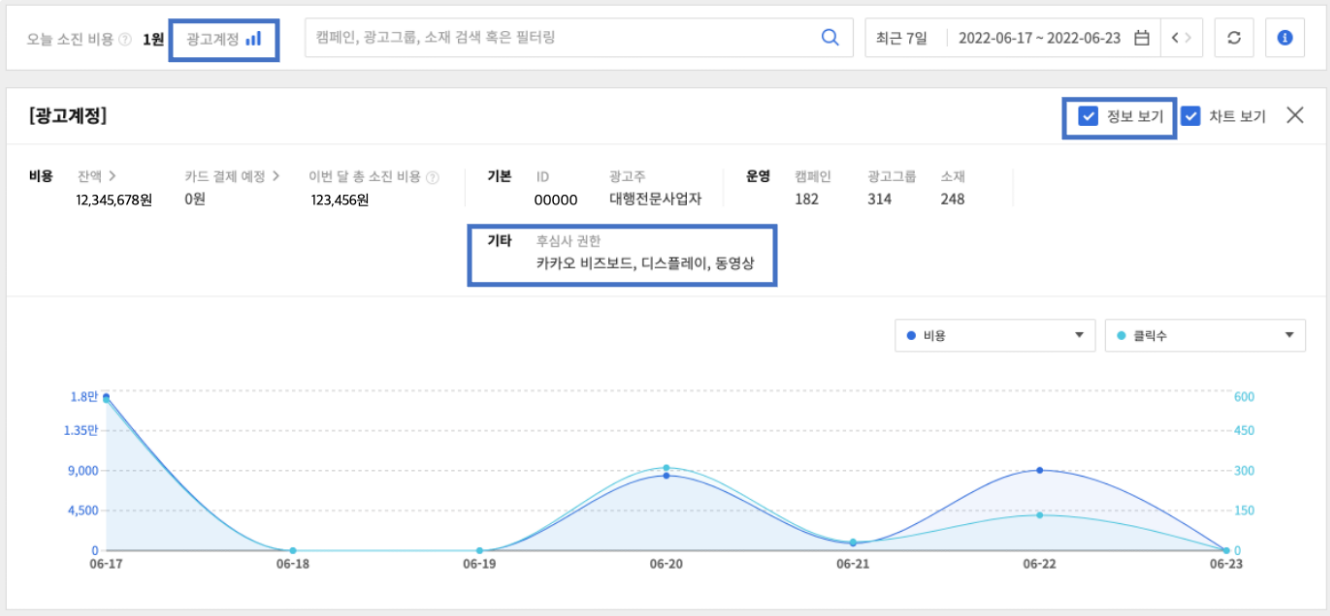
[경로] 광고계정 > 대시보드 > 캠페인 > 광고그룹 > 소재 > 대시보드

심사 상태	설명
심사 승인	심사가 완료되어 승인된 상태
심사중	등록된 소재가 심사 대기중인 상태
보류	등록된 소재의 심사 요청건이 보류 처리 된 상태
수정사항 심사중	심사 승인된 소재를 수정하여 재심사가 진행 중인 상태
수정사항 심사보류	심사 승인된 소재를 수정하였으나 수정 소재가 보류 처리된 상태

8. 후심사 계정 상태 확인

후심사 대상의 경우, 후심사 권한이 설정되면 비즈노티(알림)가 발송되며, 광고계정 대시보드에서 후심사 권한 내역을 확인할 수 있습니다.

[경로] 광고계정 > 대시보드 > 기타 (후심사 권한)



9. 후심사 권한 철회 신청 방법

후심사 대상은 매월 내부 검토 기준에 따라 선정되고 있으며, 1개월 동안 적용됩니다.
후심사 대상에서 제외를 원하실 경우에는 아래의 구글 설문지를 통해 접수하실 수 있습니다.

철회 접수된 계정은 해당 월에 후심사 대상으로 재요청 할 수 없으며, 익월부터는 후심사 대상으로 선정 되더라도 자동 제외됩니다.

(1) 후심사 권한 철회 신청 : https://forms.gle/CoxQgrWRj4ouRd7B8

(2) 후심사 권한 철회 접수 기간 : 매월 첫째 주 화요일~목요일 (업무시간 내 순차적 처리)

- **후심사 권한 부여 및 회수일** : 매월 첫째 주 화요일 (연휴/공휴일과 겹치는 경우, 익영업일에 진행)
  ㄴ ex. 22년 12월 6일(화) / 23년 1월 3일(화) / 23년 2월 7일(화)

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 업종별 심사정책 FAQ
- 공통 심사정책 FAQ

집행 기준 및 준수사항

카카오모먼트의 집행 기준 및 준수사항은 다음과 같습니다.

집행 기준

1. **광고 집행 자격**
   1) 현행법과 카카오모먼트 광고 심사가이드를 준수한 경우에만 광고 집행이 가능합니다.
   2) 카카오모먼트 광고 심사가이드 및 개별 서비스의 운영원칙/약관에 따라 특정 광고주의 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
   3) 해당 광고가 사회적 이슈가 될 가능성이 있거나 이용자의 항의가 있는 경우 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
2. **광고 심사**
   1) 카카오는 광고주 업종, 사이트, 광고 소재(이미지, 문구, 연결화면 등)를 심사합니다.
   2) 심사는 광고의 최초 등록, 소재 수정 등록, 모니터링 시 실시되며, 심사 승인 이후에도 카카오모먼트 광고 심사가이드 및 개별 서비스 운영원칙에 따라 재심사가 진행될 수 있습니다.
   3) 선정성, 혐오감, 폭력성 등과 같이 구체적인 가이드를 제공하기 어려운 경우가 있으며, 이에 따라 심사 결과의 편차가 발생할 수 있습니다.
   4) 게재지면(노출 위치), 소재 사이즈, 유형 및 소재 내 표현 방법에 따라 심사 결과에 다소 차이가 있을 수 있습니다.
      (1) 이미지 소재가 동영상 속에서 스쳐 지나가는 한 컷보다 심사 기준이 엄격할 수 있음
      (2) 이용자에게 미치는 영향력에 따라 심사 기준이 엄격하게 적용될 수 있음
   5) 광고주가 입력한 정보와 실제 정보의 일치 여부, 업종별 서류 확인, 기타 여러 운영정책에서 정하는 바를 심사합니다.
   6) 광고주 업종, 사이트, 광고 소재(이미지, 문구, 연결화면 등)의 유효성과 적합성을 심사하며, 소재 간의 연관성과 정상 작동 여부 등을 심사하여 카카오모먼트 광고 심사가이드에 반하는 내용이 있는 경우 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
   7) 카카오는 광고주의 사이트와 광고주가 등록한 소재를 검토하여 카카오모먼트 광고 심사가이드에 맞지 않을 경우 수정을 요청할 수 있으며, 당사 내부 정책에 따라 특정 광고주의 광고물을 제한할 수 있습니다.
   8) 심사 승인은 광고 소재와 연결화면 등이 현행법, 카카오모먼트 광고 심사가이드, 운영정책 등에 적합함을 최종적으로 보증하거나 보장하는 것은 아닙니다. 현행법, 광고 심사 가이드 등을 준수하지 않을 경우 카카오는 광고 게재 중단 및 수정을 요청할 수 있으며, 발생한 불이익은 광고주께서 부담하셔야 합니다.
3. **광고 금지 행위**
   1) 카카오모먼트 광고 심사가이드, 개별 서비스의 운영원칙/약관, 관련 법령을 빈번하고 상습적으로 위반하는 경우는 광고 집행이 불가합니다.
   2) 카카오에서 제공하는 방식이 아닌 다른 방식으로 서비스에 접속하여 이용하는 행위는 광고 집행이 불가합니다.
   3) 노출, 클릭과 같이 광고의 성과를 변경하거나 부정하게 생성시키는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   4) 카카오의 이익에 반하는 광고 등을 노출하여 피해를 발생시키는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   5) 광고 소재로 등록한 연결화면 및 사이트를 심사 당시와 다르게 변질시키는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   6) 다수의 중복 소재를 등록하여 광고 품질에 영향을 주는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   7) 기타 카카오가 판단함에 있어 서비스의 이용을 방해하는 경우 광고 집행이 불가합니다.

인터넷/모바일 이용자의 사용성

1. 인터넷/모바일 이용자의 사용을 방해하거나 혼동을 유발할 수 있는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   1) 이용자의 의도와 상관없이 이용자의 환경을 변화시키는 경우
   2) 이용자의 동의 없이 프로그램을 설치하거나 바로가기를 생성하는 경우
   3) 이용자의 개인정보를 동의 없이 강제로 수집하는 경우
   4) 사이트 또는 어플이 정상적으로 종료되지 않거나 다른 인터넷 사이트로 연결되는 경우
   5) 사이트로부터 본래의 인터넷 사이트로 되돌아가기를 차단하는 경우
   6) 특정 기기 혹은 특정 환경에서만 콘텐츠가 확인되거나 특정 프로그램을 설치해야만 콘텐츠가 확인되는 경우
   7) 시각적 피로감을 유발할 수 있는 과도한 떨림 또는 점멸 효과를 사용한 경우
   8) 시스템 또는 네트워크 문제나 오류가 있는 것처럼 표현한 경우
   9) 마우스 포인트, 사운드/플레이 제어 버튼 등 클릭을 유발하기 위한 허위 문구나 기능으로 인터넷 이용자가 혼란을 일으킬 수 있는 경우
   10) 연결화면 내 팝업창, 효과 등이 이용자의 활동성을 방해하는 경우
   11) 카카오 서비스의 접속 등 통상적인 서비스 이용을 방해하는 경우
   12) 기타 인터넷/모바일 이용자의 사용을 방해하는 것으로 판단되는 경우

2. 인터넷/모바일 이용자에게 피해를 주는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   1) 사이트의 관리자, 운영자와 연락이 되지 않는 등 상당한 기간 동안 정상적으로 운영되지 않는 사이트
   2) 신용카드 결제나 구매 안전 서비스에 의한 결제가 가능함에도 현금 결제만 유도, 권유하는 사이트
   3) 상당한 기간 내에 상품 및 서비스를 제공하지 않거나 정당한 이유 없이 환불을 해 주지 않는 사이트
   4) 국가기관이나 한국소비자원, 서울특별시 전자상거래센터 및 이에 준하는 기관과 언론사에서 이용자에게 피해를 유발하고 있다고 판단하거나 보도한 사이트
   5) 카카오 이용자로부터 피해 신고가 다수 접수된 사이트 및 업체

현행법 및 주요 권고사항

1. 현행법에 위배되는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
2. 정부기관 및 이에 준하는 협회, 단체의 주요 권고사항에 의거하여 특정 광고의 집행을 제한할 수 있습니다.
3. 소송 등 재판에 계류 중인 사건이나 국가기관에 의한 분쟁조정이 진행 중인 사건에 대한 일방적 주장, 의견은 광고 집행이 불가합니다.

음란/선정

1. 과도한 신체의 노출이나 성적 수치심을 불러일으킬 수 있는 음란, 선정적인 내용은 광고 집행이 불가합니다.
2. 성적 표현을 통하여 성적 유희의 대상을 찾거나 강간 등 성폭력 행위를 묘사하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
3. 음란 정보나 퇴폐업소, 매춘 등 성매매를 권유, 유도, 조장, 방조하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.

폭력/혐오/공포/비속

1. 폭력, 살인, 학대, 협박이나 공포스러운 표현을 통해 지나친 불안감을 조성할 수 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
2. 폭력, 범죄 등의 반사회적 행동을 권유, 유도, 조장, 방조하는 내용과 이를 암시하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
3. 오물, 수술 장면, 신체 부위 일부 확대 등 혐오감을 불러일으킬 수 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
4. 욕설, 비속어 및 저속한 언어를 사용하여 불쾌감을 주는 내용은 광고 집행이 불가합니다.

허위/과장

1. 광고 내용이 사실과 다르거나 사실을 지나치게 부풀림으로써 소비자의 합리적인 선택을 방해하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
2. 거짓되거나 확인되지 않은 내용을 사실인 것처럼 표현하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
3. 중요한 정보를 생략하거나 부분적인 사실을 강조하여 사람들을 잘못 오인하게 할 수 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
4. 인터넷 이용자가 실제 발생한 사실로 오인할 수 있도록 하는 표현은 광고 집행이 불가합니다.
5. 광고주 및 광고 목적과 관련성이 낮은 내용을 통해 이용자를 유인하는 경우는 광고 집행이 불가합니다.

부당한 비교/기만/비방

1. 비교 대상 및 기준을 명시하지 아니하거나 객관적인 근거 없이 자신 또는 자신의 상품 및 서비스를 다른 사업자, 사업자 단체 또는 다른 사업자 등의 상품 및 서비스 등과 비교하여 우량 또는 유리하다고 표현하는 광고는 집행이 불가합니다.
2. 소비자에게 알려야 하는 중요한 사실이나 정보를 은폐, 축소하는 등의 방법으로 표현한 광고는 집행이 불가합니다.
3. 소비자가 반드시 알아야 할 정보 등 소비자의 구매 선택에 있어 중요한 사항에 관한 정보의 전부 또는 일부에 대하여 소비자가 인식하지 못하도록 표기하거나 아예 누락하여 표기하지 않은 경우 광고 집행이 불가합니다.
4. 소비자가 반드시 알아야 할 정보를 지나치게 생략된 내용으로 표시한 경우 광고 집행이 불가합니다.
5. 광고 내용이 사실과 다르거나 이벤트가 종료된 후에도 계속해서 집행하는 경우는 광고 집행이 불가합니다.
6. 다른 사업자, 사업자 단체 또는 다른 사업자 등의 상품 및 서비스에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 광고하거나 불리한 사실만을 광고할 수 없습니다.
7. 사실 유무와 관계없이 다른 사업자, 사업자 단체 또는 다른 사업자 등의 상품 및 서비스를 비방하거나 비교하는 것으로 의심되는 경우 광고 집행이 불가합니다.
8. 추천·보증 등을 포함하는 콘텐츠를 사용하는 경우 공정거래위원회의 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」을 반드시 준수해야 합니다.
   1) 추천·보증 등의 내용이 '경험적 사실'에 근거한 경우에는 당해 추천·보증인이 실제로 경험한 사실에 근거해야 합니다.
   2) 광고주와 추천·보증인 사이의 경제적 이해관계가 있는 경우 이를 명확하게 표시해야 합니다.
   3) 표시 문구(추천·보증 광고 표시, 광고주와의 고용 관계 및 경제적 이해 관계 표시)를 적절한 문자 크기, 색상 등을 사용하여 소비자들이 쉽게 인식할 수 있는 형태로 표현해야 합니다.
   4) 이외 상세한 내용은 '공정거래위원회'의 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」을 따릅니다.

타인 권리 침해

1. 성별, 인종, 민족, 종교, 신념, 나이, 성적 정체성, 정치 성향, 재정적 곤란, 가족관계, 신체적 또는 정신적 질병 및 장애, 신체조건 등 개인적인 특성을 언급 또는 암시하거나 민감한 정보를 포함하여 직/간접적으로 타인을 암시함으로써 타인에 대한 명예훼손, 모욕 또는 차별이나 편견, 수치심을 유발하는 등 타인의 권리를 침해할 수 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
2. 만 14세 미만의 아동을 명시하거나 암시하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
3. 개인의 사생활 및 자유를 침해할 우려가 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
4. 지적재산권(특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권, 저작권 등) 및 초상권 등 타인의 권리를 침해하는 사이트 및 소재는 광고 집행이 불가하며, 광고주는 관련 법과 규정을 이해하고 준수할 책임이 있습니다. 법적 문제가 발생하는 경우 책임은 광고주에게 있습니다.
5. 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 서비스표, 기타 타인의 상품 또는 영업임을 표시한 표지와 동일하거나 이와 유사한 것을 사용하여 타인의 상품 또는 영업과 혼동하게 하는 사이트는 광고 집행이 불가합니다.
6. 화폐 도안을 무단으로 사용하는 행위는 [저작권법]에 의해 금지되며, 광고에 무단으로 사용될 경우에는 광고 집행이 불가합니다

이용자(소비자)가 오인할 수 있는 표현

1. 성분, 재료, 함량, 규격, 효능 등에 있어 오만하게 하거나 기만하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
2. 부분적으로 사실이지만 전체적으로 인터넷 이용자가 오인할 우려가 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
3. 객관적으로 인정받지 못하거나 확인할 수 없는 최상급의 표현은 광고 집행이 불가합니다.
   1) 최상급 표현은 연결화면에서 확인할 수 있거나 객관적 증빙 자료를 제출한 경우에만 사용 가능
   2) 신고 혹은 모니터링의 과정에서 최상급 표현에 대한 소명 자료를 요청하거나 광고 집행을 중단할 수 있음
4. 난해한 전문용어 등을 사용하여 인터넷 이용자를 현혹하는 표현은 광고 집행이 불가합니다.
5. 제조국가 등에 있어서 인터넷 이용자가 오인할 우려가 있는 표현은 광고 집행이 불가합니다.
6. 영업망, 지점 등에서 광고를 진행하는 경우 본사에서 직접 진행하는 광고로 오인되는 표현은 광고 집행이 불가합니다.

이벤트 소재 기준

1. 이벤트 내용에 대한 중요한 정보를 생략하고 부분적인 사실을 강조하여 클릭을 유도하는 광고는 집행이 불가합니다.
2. 이벤트에 관한 광고 소재를 작성할 때에는 이미지나 홍보문구에 이벤트의 참여 방식, 경품의 선정 방식, 선정 인원, 경품 내용을 반드시 명시해야 합니다.

가격 표시 기준

1. 공정거래위원회의 [부당한 표시·광고행위의 유형 및 기준 지정고시]를 따라 다음과 같은 내용의 가격 표시는 광고 집행이 불가합니다.
   1) 허위의 종전 거래 가격을 자기의 판매 가격과 비교하여 표시, 광고하는 경우
   2) 할인율 등을 사실과 다르게 표시, 광고하는 경우
   3) 실제로 할인율이 높거나 가격이 낮은 상품은 일부에 불과한데도 대부분의 상품이 높은 할인율 또는 낮은 가격으로 판매하는 것처럼 과장하여 표시, 광고하는 경우
   4) 실제 거래 가격에는 변동이 없음에도 불구하고 일정 기간을 정하여 특정한 가격을 판매하는 것처럼 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표현을 사용하는 경우
2. 광고 소재에 가격 또는 할인율을 표시하는 경우에는 다음의 내용을 반드시 광고 내용에 표시하여야 합니다.
   1) 표시한 가격 또는 할인율이 어떠한 상품 기준으로 작성된 것인지를 반드시 표시
   2) 표시한 가격 또는 할인율이 어떠한 상품 기준으로 작성된 것인지 해당 상품을 이미지에 표시
3. 광고 소재에 가격 또는 할인율을 표시하는 경우에는 반드시 랜딩 URL의 리스팅 페이지 또는 해당 상품의 기본 가격으로 표시해야 하며, 상세 상품의 일부이거나 옵션 선택가를 표시하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   1) 연결화면에서 확인할 수 있는 모든 이용자에게 공통으로 적용되는 상품 및 서비스 가격만 기재할 수 있습니다.
   2) 일부 이용자들에게만 적용되는 가격이나 특정 쿠폰, 특정 카드의 할인 적용가와 같이 특정 이용자를 대상으로 한 할인가는 상품 판매가로 기재할 수 없습니다.

   3) 특정한 자격 조건 없이 모든 이용자에게 공통으로 적용되는 할인 가격의 경우에는 해당 할인 가격을 기재할 수 있습니다.

보편적 사회정서 침해

1. 인간의 생명 및 존엄성을 경시하는 내용, 공중도덕과 사회 윤리에 위배되는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
2. 국가, 국기 또는 문화유적 등과 같은 공적 상징물을 부적절하게 사용하거나 모독하는 표현은 광고 집행이 불가합니다.
3. 도박 또는 지나친 사행심을 조장하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
4. 미신 숭배 등 비과학적인 생활태도를 조장하거나 정당화하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
5. 의학 또는 과학적으로 검증되지 않은 건강비법 또는 심령술은 광고 집행이 불가합니다.
6. 출신(국가, 지역 등) · 인종 · 외양 · 장애 및 질병 유무 · 사회 경제적 상황 및 지위 · 종교 · 연령· 성별· 성 정체성· 성적 지향 또는 기타 정체성 요인 등을 이유로 인간으로서의 존엄성을 훼손하거나, 폭력을 선동하거나, 차별 및 편견을 조장하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
7. 자살을 목적으로 하거나 이를 미화, 방조하여 자살 충동을 일으킬 우려가 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
8. 범죄, 범죄인 또는 범죄 단체 등을 미화하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
9. 용모 등 신체적 결함 및 약점 등을 조롱 또는 희화화하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
10. 법정계량단위만 사용이 가능하며, 비법정계량단위가 표현된 내용은 광고 집행이 불가합니다.
11. 기타 보편적 사회정서를 침해하거나 사회적 혼란을 야기할 우려가 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.

청소년 보호

1. [청소년 보호법]에 따른 청소년 유해매체물은 광고 집행이 불가합니다.
   1) 성인 화상 사이트, 애인 대행 사이트
   2) 게임 아이템 거래 중개 사이트
   3) 청소년 유해물건으로 결정된 성기구(5종)를 판매하는 사이트
      - 성기구 : 남성용 성기 확대 기구류, 남성용 성기 단련 기구류, 남성용 여성 성기 자극 기구류(특수 콘돔류 등), 남성용 자위행위 기구류, 여성용 자위행위 기구류
   4) 불건전 전화 서비스 등 전화번호, 장소 정보, 인터넷 정보위치, 무선 인터넷 정보위치, 이메일 계정 등 광고
   5) 성매매를 알선 또는 암시하는 전화번호, 장소 정보, 인터넷 정보위치, 무선 인터넷 정보 위치, 이메일 계정 등 광고
   6) 청소년 유해매체물로 고시되지 않았다 하더라도 해당 사이트 접근 시 청소년 접근제한 조치(연령 확인 및 청소년 이용불가 표시)가 확인되는 경우 청소년 유해매체물 기준을 적용합니다.
2. [청소년 보호법]에 따른 청소년 유해약물과 청소년 유해물건을 판매, 대여, 배포, 노출하는 행위는 광고 집행이 불가합니다.
   1) 주류, 담배, 마약류, 환각물질(접착제, 부탄가스 등) 및 기타 청소년의 심신을 심각하게 훼손할 우려가 있는 약물은 광고 집행이 불가합니다.
   2) 담배, 마약류 등 청소년 유해약물에 대해서는 공익성 광고에 한하여 제한적으로 광고 집행이 가능합니다.
   3) 주류의 경우 판매, 대여, 배포 목적이 아닌 브랜드 홍보 등의 일반적인 광고에 대해서 제한적으로 광고 집행이 가능합니다.
   4) 담배, 주류 이미지는 광고 소재로 사용할 수 없으나 주류의 경우 광고 목적, 내용에 따라 제한적으로 사용 가능합니다.
3. 청소년 유해약물, 청소년 유해물건, 청소년 유해업소 등이 광고 내용에 포함된 경우 광고 집행이 불가합니다.
4. 성적인 욕구를 자극하여 음란한 행위를 조장하거나 성적 충동을 불러일으킬 수 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
5. 음란성, 포악성, 잔인성, 사행성 등을 조장하거나 조장할 우려가 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
6. 사이트 내 성인 콘텐츠가 포함된 경우 청소년 접근제한 조치가 있어야 하며, 청소년 접근제한 조치 없이 콘텐츠 확인이 가능한 경우 광고 집행이 불가합니다.
7. 카카오 내부 기준에 따라 청소년 유해 콘텐츠라고 판단한 사이트 및 소재는 광고 집행이 불가합니다.

카카오 서비스 보호

1. 카카오 서비스 및 디자인을 모방, 침해한 경우 광고 집행이 불가합니다.
   1) 카카오 서비스의 이미지를 손상시킬 수 있는 내용
   2) 카카오 서비스의 로고, 상표, 서비스명, 저작물 등을 무단으로 사용한 경우
   3) 카카오 서비스로 오인될 여지가 있는 내용
      (1) 카카오의 서비스 주조색을 포인트 컬러로 사용하여 카카오 서비스로 오인되는 경우
      (2) 카카오 서비스 로고와 유사한 오브젝트를 소재에 삽입하여 카카오에서 제공하는 광고로 오인되는 경우
      (3) 카카오 서비스와 유사한 비주얼을 사용하여 광고를 카카오 서비스 내 콘텐츠로 오인하게 하는 경우
      (4) 광고 이미지가 게재지면(노출 위치)의 UI 및 콘텐츠와 유사하여 광고가 서비스에서 제공하는 콘텐츠로 오인되는 경우

2. 업무 방해에 해당하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   1) 본인 또는 제3자를 광고하기 위해 카카오의 이용약관, 개별 서비스의 운영원칙/약관 등을 위반하거나 이를 유도하는 경우
   2) 관련 법령, 카카오의 이용약관, 개별 서비스의 운영원칙/약관 등을 위반하여 카카오 서비스에 부당하게 영향을 주는 행위를 하거나 이를 유도하는 경우
3. 카카오와 경쟁 관계에 있는 서비스 내용을 포함한 광고는 집행이 제한될 수 있습니다.
   1) 광고가 노출되는 지면의 서비스와 경쟁 관계에 있는 서비스
   2) 광고 소재에 경쟁 서비스에 대한 내용을 포함하고 있거나 경쟁 서비스를 직/간접적으로 홍보하는 경우

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 업종별 심사정책 FAQ
- 공통 심사정책 FAQ

제한업종

> 카카오모먼트의 제한업종은 다음과 같습니다.

담배 및 전자담배

1. 담배 및 니코틴을 포함한 전자담배, 니코틴이 포함된 액상, 카트리지를 판매하거나 이를 중개하는 사이트는 광고 집행이 불가합니다. 단, 전자담배 기기장치류는 판매 목적이 아닌 브랜드 홍보 목적 광고에 대해서 제한적으로 광고 집행이 가능합니다.
2. 담배를 긍정적으로 표현하는 내용, 권장하거나 호기심을 유발하는 내용 등은 광고 집행이 불가합니다.
3. 광고 소재에 담배 이미지는 노출할 수 없습니다.

성인(성인방송, 성인커뮤니티, 성인용품 등)

1. 성인 관련 서비스 및 이와 유사한 정보를 제공하는 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
2. 성인 관련 서비스 및 이와 유사한 정보를 제공하는 서비스로의 접속을 유도하는 사이트는 광고 집행이 불가합니다.

사행산업(도박, 카지노, 경마, 복권 등)

1. [사행산업통합감독위원회법] 제2조에서 사행산업으로 규정하고 있는 '카지노업', '경마', '복권', '체육진흥투표권', '소싸움경기' 등의 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
2. 도박, 복권 및 기타 사행행위에 관한 내용은 광고 집행이 불가하며, 이와 유사하거나 관련된 서비스를 제공하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
3. 사행산업을 모사한 게임 등의 서비스는 광고 집행이 불가하며, 이와 유사하거나 관련 서비스를 제공하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
4. 한국마사회, 국민체육진흥공단, 나눔lotto의 수익금 기부와 같은 공익성 광고의 경우 카카오모먼트 광고 심사가이드 담당자와 검토된 경우에만 성인 타게팅을 설정하여 광고 집행이 가능합니다.

유사수신행위

1. [유사수신행위의 규제에 관한 법률]에 따라 원금 또는 출자금 등을 보장한다는 명목으로 불특정 다수인으로부터 자금을 조달하는 업체의 사이트는 유사수신행위를 영위하는 것으로 판단하여 광고 집행이 불가합니다.
2. 사이트 내에서 다음과 같은 내용의 문구 또는 콘텐츠가 확인될 경우에는 유사수신행위를 영위하고 있는 것으로 판단합니다.
   1) 투자하시면 원금 및 고수익을 보장합니다.
   2) 투자금에 대한 안전한 회수를 보장합니다.
   3) 투자하시면 고리의 이자를 지급해 드립니다.
   4) 투자금에 대하여 월 수익금을 확정하여 지급해 드립니다.

의견광고

1. 특정인에 대한 의견을 제시하거나 특정인 또는 특정집단에 반대하기 위한 의견 광고는 집행이 불가합니다.
2. 사회적 이슈가 되고 있는 사안 또는 분쟁 가능성이 있는 사건에 대해 일방적으로 주장, 설명하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
3. 기타 광고 매체에 게재하는 것이 부적절하다고 판단되는 의견 광고는 집행이 불가합니다.

종교

1. 종교 단체, 종교 활동의 홍보, 종교에 관한 정보, 포교 활동 및 이와 유사한 서비스는 광고 집행이 불가합니다.

기타 위법/부적절한 서비스

1. 사회적 이슈가 되고 있는 사안 또는 분쟁 가능성이 있는 사건과 관련 있는 제품 및 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
2. 도청, 위치추적, 몰래카메라 등 이와 유사한 서비스를 제공하는 경우 광고 집행이 불가하며, 개인의 사생활을 침해하거나 침해할 우려가 있는 제품 및 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
3. 미신, 사주팔자, 토속신앙 등은 광고 집행이 불가합니다.
4. 카페, 클럽, 블로그, 미니홈피 등 포털 사이트의 커뮤니티를 매매하는 사이트는 광고 집행이 불가합니다.
5. 유틸리티, 멀티미디어 등 각종 프로그램이나 파일을 제공, 중개하는 공개 자료실은 광고 집행이 불가합니다.
6. 선거, 정당, 정치 단체는 광고 집행이 불가하며, 특정 정당 및 후보의 정치 공략 또는 선거 관련 문구, 이미지 표현을 활용한 광고도 집행 제한될 수 있습니다.
7. 미팅, 채팅, 만남 주선 서비스는 광고 집행이 불가하며, 이와 유사한 서비스 또한 광고 집행이 불가합니다.
8. 모텔 업종은 광고 집행이 불가합니다.
9. 학위논문 등의 작성을 대행하거나 각종 시험 등에 응시를 대리하는 등의 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
10. 카드깡, 휴대폰깡 등의 불법할인 대출 서비스를 제공하는 서비스는 광고 집행이 불가합니다.
11. 인터넷 판매 및 유통이 불가한 상품, 수입이 불가한 상품을 취급하는 사이트는 광고 집행이 불가합니다.

> 카카오 비즈보드 CPT (beta)에는 상품 특성 상 제한업종 가이드가 추가로 적용됩니다.
>
> - 카카오 비즈보드 CPT (beta) 추가 제한업종 가이드 ►바로가기

> 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 업종별 심사정책 FAQ
- 공통 심사정책 FAQ

업종별 가이드

> ⓘ 카카오모먼트의 업종별 가이드는 다음과 같습니다.

공통

1. 국가기관 및 유관기관의 인가, 허가, 등록, 신고 등이 필요한 업종의 경우 해당 사항을 확인한 후에 광고 등록 및 집행이 가능합니다.
2. 각 개별 서비스의 운영정책/약관에 따라 광고가 중단 또는 제한될 수 있으며, 소재 유형에 따라 특정 업종은 광고 집행이 불가할 수 있습니다.
3. 제휴 매체, 게재지면(노출 위치), 서비스에 따라 광고 노출이 가능한 업종은 상이하게 적용될 수 있으며, 광고 심사가이드에 따라 언제든 변경될 수 있습니다.
4. 본 카카오모먼트 광고 심사가이드에서 정하지 아니한 바는 한국온라인광고협회의 심의규정 및 온라인 광고가이드에 따라 광고 집행이 제한될 수 있습니다.

통신판매

1. [전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률]에 따른 통신판매업 신고증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
   - 단, 공정거래위원회 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
2. [전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률] 및 이에 따른 [통신판매업 신고 면제 기준에 대한 고시]에 의해 통신판매법 신고 면제 대상에 해당하는 경우 해당 내용에 대한 소명을 요청할 수 있습니다.
3. 통신판매업에 대한 광고 집행 시에는 다음 정보를 사이트 푸터에 표시해야 합니다.
   1) 상호 및 대표자 성명
   2) 사업장 소재지
   3) 연락처
   4) 통신판매업 신고번호 또는 사업자등록번호
4. 모바일 페이지에서는 광고주 정보를 연결화면이 아닌 연결화면에서 연결되는 다른 화면을 통해 제공할 수 있습니다.

식품

1. **일반식품**
   1) [어린이 식생활안전관리 특별법]에 따라 어린이 기호식품을 제조, 가공, 수입, 유통, 판매하는 자가 식품이 아닌 장난감이나 그 밖에 어린이의 구매를 부추길 수 있는 물건을 무료로 제공한다는 내용이 담긴 광고는 집행이 불가합니다.
   2) [친환경농업육성법]에 따라 친환경 인증을 받지 아니한 제품을 인증품으로 광고하거나 인증을 받은 내용과 다르게 광고하는 행위는 광고 집행이 불가합니다.
   3) 사실과 다르거나 과장된 표현은 광고 집행이 불가합니다.
   4) 소비자를 기만하거나 오인, 혼동할 우려가 있는 표현은 광고 집행이 불가합니다.
   (1)'특수제조법', '젊음유지', '미용효과' 등의 모호한 표현
   (2) 각종의 감사장 또는 체험기를 이용하거나 '주문쇄도', '단체추천' 또는 이와 유사한 내용의 표현
   5) 영유아를 대상으로 하는 식품이 모유를 대체할 수 있다는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
   6) 6개월 미만의 유아용 조제분유는 광고 집행이 불가합니다.
2. **건강기능식품**
   1) [건강기능식품에 관한 법률]에 따라 건강기능식품판매업 또는 건강기능식품수입업신고증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
   - 식품안전나라 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
   - 단, [약사법]에 따라 개설 등록한 약국은 별도의 서류 제출 없이 광고 집행이 가능합니다.
   2) 건강기능식품의 기능성에 대한 표시 광고 시 한국건강기능식품협회의 사전심의를 받아야 합니다. 심의받은 내용과 동일한 내용으로 광고해야 하며, 사전심의 통과 증빙자료를 제출해야 합니다.
   3) 질병의 예방 및 치료에 효능, 효과가 있거나 의약품으로 오인, 혼동할 우려가 있는 내용의 표현은 광고 집행이 불가합니다.
   4) 사실과 다르거나 과장된 표현은 광고 집행이 불가합니다.
   5) 소비자를 기만하거나 오인, 혼동할 우려가 있는 표현은 광고 집행이 불가합니다.
   (1) '특수제조법', '젊음유지', '미용효과' 등의 모호한 표현
   (2) 각종의 감사장 또는 체험기를 이용하거나 '주문쇄도', '단체추천' 또는 이와 유사한 내용의 표현
   (3) 유명 연예인, 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 등의 공인을 활용하여 자가 제품의 기능성을 보증하거나 제품을 지정, 공인, 추천, 지도하고 있다는 내용의 표현
   6) 남성건강식품은 민감 업종으로 카카오모먼트 광고 심사가이드 담당자와 사전 검토가 완료된 경우에만 광고 집행이 가능합니다.

주류

1. 주류를 판매하거나 이를 중개하는 사이트는 광고 집행이 불가합니다.
   - 단, 사이트에서 결제한 주류 상품을 매장에서 직접 인도하는 경우 광고 집행이 가능합니다.
   - [주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시]에 따라 주류 통신판매를 승인받은 전통주는 가능합니다.
2. 알콜분 17도미만의 주류 광고는 성인 타게팅 및 심야 타게팅으로만 집행이 가능합니다.
   - 단, 금주 캠페인과 같은 공익성 광고의 경우 타게팅 없이 가능하며, 카카오모먼트 광고 심사가이드 담당자와 사전 확인 후 집행이 가능합니다.
3. 주류 광고의 경우 [국민건강증진법]에 따른 과음경고문구 중 하나를 표기해야 합니다.
   - 알코올은 발암물질로 지나친 음주는 간암, 위암 등을 일으킵니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.
   - 지나친 음주는 암 발생의 원인이 됩니다. 청소년 음주는 성장과 뇌 발달을 저해하며, 임신 중 음주는 태아의 기형 발생이나 유산의 위험을 높입니다.

   - 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.
4. 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
   1) 지나친 음주 분위기를 묘사하거나 음주 행위를 지나치게 미화하는 표현
   2) 음주가 사회적 인정이나 성공에 필요하다고 주장하거나 이를 암시하는 표현
   3) 적당한 음주는 건강에 해롭지 않거나 음주가 정신건강에 도움이 된다는 표현
   4) 음주가 체력 또는 운동 능력을 향상시키거나 근심, 걱정을 없애주거나 질병의 치료에 도움이 된다는 표현
   5) 운전, 운동, 등산, 작업 등 높은 경각심을 필요로 하는 상황에서 음주 행위를 묘사함으로써 안전을 저해하는 표현
   6) 주류의 판매촉진을 위하여 음주를 권장하는 내용이 포함된 광고 노래를 사용하거나 경품 및 금품을 제공한다는 내용의 표현
   7) 성인이 아닌 모델이 등장하거나 임산부나 미성년자의 인물 또는 목소리를 묘사하는 표현
   8) 알콜분 17도이상의 주류를 광고방송하는 행위

뷰티

1. **화장품**
   1) 의약품으로 오인할 우려가 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
   2) 기능성화장품 및 유기농화장품이 아닌 것을 기능성화장품 및 유기농화장품으로 오인할 우려가 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
   3) 화장품의 부작용 또는 주의사항을 부정하거나 부당하게 안전성을 강조하는 표현은 광고 집행이 불가합니다.
   4) 의사, 치과의사, 한의사, 약사 또는 기타의 자가 이를 지정, 공인, 추천, 지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표현은 광고 집행이 불가합니다.
2. **다이어트**
   1) 다이어트 광고는 다이어트 목적의 직/간접적 보조기구, 기능성 제품, 보조제, 생약, 한약 및 병원, 클리닉, 민간요법 광고에 포괄적으로 적용합니다.
   2) 다이어트 광고 집행 시에는 상품과 관련한 다음 정보를 사이트 또는 연결화면에 표시해야 합니다.
      (1) 품목
      (2) 상표 및 대표자 성명
      (3) 영업소 소재지
      (4) 사업자등록번호

      (5) 다이어트상품의 구매, 이용에 관한 약관
   3) 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 광고하는 행위인 허위, 과장의 광고는 광고 집행이 불가합니다.
      (1) 단기간에 10kg 이상의 체중 감량 또는 1일 1kg 이상의 체중 감량 등 일반화하기 어려운 체중 감량의 표현
      (2) 허리 -○kg, 허리 -○inch 등 단기간에 특정부위를 비정상적으로 감량할 수 있다는 표현
      (3) 다이어트상품만으로 체중 감량이 가능하다는 표현
      (4) 식이요법 또는 운동 없이도, 무엇을 얼마나 먹으면서도 체중 감량이 가능하다는 등의 표현
      (5) 확인되지 않은 사실이나 소비자가 기만, 오인, 혼동할 만한 표현 및 이미지
      (6) 비만의 근원/근본적 치료 가능, 비만방지 가능, 요요현상 없음, 살 안찌는 체질로 개선 등의 표현
      (7) 질병의 치료, 예방, 억제 등의 효용을 나타내는 표현

제약/의료

1. **병의원**

1) [의료법]에 따라 의료기관 개설 신고서 또는 의료기관 개설 허가증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
- 단, 건강보험심사평가원 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.

2) 의료 광고 시 의료광고심의위원회에 사전심의를 받아야 합니다. 심의받은 내용과 동일한 내용으로 광고해야 하며, 사전심의 통과 증빙자료 제출 및 광고물에 심의필번호를 삽입해야 합니다.

3) 의료기관 및 기타 의료행위에 대한 광고 집행 시에는 다음 정보를 사이트 푸터에 표시해야 합니다.
(1) 의료기관 명칭
(2) 의료기관 대표자 성명
(3) 의료기관 소재지
(4) 사업자등록번호

4) 의료법인, 의료기관, 의료인이 아닌 자는 의료에 관한 광고 집행이 불가합니다.

5) 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.

(1) 영리를 목적으로 환자를 의료기관이나 의료인에게 소개, 알선, 유인하는 내용 등
(2) 병원비(본인 부담금)을 면제하거나 할인하는 행위 등
(3) 금품 등을 제공하거나 불특정 다수인에게 교통편의를 제공하는 행위 등
(4) 치료 효과를 보장하는 등 소비자를 현혹할 우려가 있는 내용
(5) 다른 의료기관, 의료인의 기능 또는 진료방법과 비교 혹은 비방하는 내용
(6) 수술 장면 등 직접적인 시술행위를 노출하거나 사용 전/후의 비교 등으로 그 사용 결과를 표시 또는 암시하는 내용
(7) 신문, 방송, 잡지 등을 이용하거나 이와 유사한 형식을 이용하여 기사 또는 전문가의 의견 형태로 표현된 내용
(8) 환자의 치료경험담이나 확인되지 않은 사실을 담은 광고 표현의 사용
(9) 혐오스러운 치료 사진이나 건강상에 대한 불필요한 공포감 및 불안감을 조장하는 내용
(10) 객관적이지 않고 근거 없는 허위, 과장된 표현

6) 해외 의료법인(병원) 관련 사이트는 국내 의료법 적용이 불가하므로 광고 집행이 불가합니다.

7) 보건복지부 장관에 의해 전문병원으로 지정된 병원에 한하여 광고 내 '전문병원'이라는 명칭 사용이 가능합니다.

8) 소재에는 선정적인 내용, 자극적인 내용, 미용 시술 등에 관련된 내용을 포함할 수 없으며, 산부인과, 비뇨기과, 대장항문과는 이용자가 거부감을 가질 수 있는 진료 내용이 포함될 수 있어 일부 게재지면(ex. 서브지면, 제휴매체 등)에 한정하여 광고 집행이 가능합니다.

9) 산부인과 및 비뇨기과의 경우 성인 타게팅으로만 집행이 가능합니다.

2. **기타 의료행위**

1) 해당 업종은 본 광고 심사가이드의 제약/의료 업종 가이드를 따릅니다.

2) 문신/반영구화장/피어싱 시술, 최면 치료 등은 기타 의료행위에 해당하여 의료인만이 시술할 수 있으므로 [의료법]에 따라 의료기관 개설 신고서 또는 의료기관 개설 허가증을 제출해야 하며, 안마/마사지 등은 안마시술소 또는 안마원 개설 신고증을 제출해야 광고 집행이 가능합니다. 단, 건강보험심사평원 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.

3) 문신/반영구화장/피어싱/안마/마사지 시술 등을 교육하는 사업자는 [의료법]에 따라 부대사업장 개설 신고를 하여야 하며, 부대사업장 개설 신고증명서 또는 의사면허 제출 후 광고 집행이 가능합니다.

4) 문신/반영구화장/피어싱/안마/마사사지 시술 등을 교육하는 사이트를 운영하는 경우 초기화면에 교육 대상이 의료인이라는 내용을 표시해야 합니다.

5) 기타 의료행위에 해당되는 광고는 일부 게재지면(ex. 서브지면, 제휴매체 등)에 한정하여 광고 집행이 가능합니다.

3. **의약품/의약외품**

1) 의약품 광고 시 한국제약바이오협회의 사전심의를 받아야 하며, 광고물에 광고심의필문구 또는 광고심의필도안을 삽입해야 합니다.

2) 삼품별 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
(1) 의약품 및 의약외품에 대해 그 효능이나 성능에 관하여 의사, 치과의사, 한의사, 수의사 또는 그 밖의 자가 보증한 것으로 오해할 염려가 있는 기사를 사용한 경우
(2) 의사, 치과의사, 한의사, 약사 또는 그 밖의 자가 특정 의약품 및 의약외품을 지정, 공인, 추천, 지도 또는 사용하고 있다는 내용
- 단, 국가보건을 위하여 국가ㆍ지방자치단체 또는 공공 단체가 특정 의약품 및 의약외품을 지정하여 사용하고 있는 사실을 광고하는 경우에는 제외
(3) 사용자의 감사장 또는 체험담을 이용하거나 구입, 주문이 쇄도한다거나 그 밖에 이와 유사한 표현
(4) 현상품, 사은품 등 경품을 무료로 제공하는 내용
(5) 의약품을 오용하게 하거나 남용하게 할 우려가 있는 표현
(6) 의약품을 의약품이 아닌 것으로 오인하게 할 우려가 있는 표현
(7) 의약외품을 의약품 또는 의료기기로 오인하게 할 우려가 있는 표현
(8) 저속하거나 혐오감을 주는 표현
4) 전문의약품 및 원료의약품(식품의약품안전처의 지정ㆍ고시에 따른 광고 금지대상 의약품)은 광고 집행이 불가합니다.
5) 생리대 및 보건용마스크・수술용마스크・비말차단용마스크는 의약외품으로 식품의약품안전처의 허가를 받은 제품만 광고 집행이 가능합니다.

4. **의료기기/건강보조기**
1) [의료기기법]에 따라 의료기기를 판매 또는 대여하는 온라인 쇼핑몰은 의료기기 판매(임대)업 신고증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
- 단, LOCAL DATA 사이트에서 의료기기판매(임대)업 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
2) [의료기기법]에 따라 자율심의기구의 사전 심의를 받아야합니다. 심의받은 내용과 동일한 내용으로 광고해야 하며, 광고물에 광고심의필문구 또는 광고심의필도안을 삽입해야 합니다.
3) 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
(1) 의사, 치과의사, 한의사, 약사, 대학교수 및 그 밖의 자가 의료기기를 지정, 공인, 추천, 지도 또는 사용하고 있다는 내용 혹은 오해할 여지가 있는 내용
(2) 효능, 성능을 광고함에 있어서 사용 전/후를 비교하거나 적응 증상을 위협적 표현으로 표시하는 내용
(3) 사용자의 감사장 또는 체험담을 이용하거나 '구입쇄도', '주문쇄도' 또는 이와 유사한 표현
(4) 효능, 효과 광고 시 확실하게 보장한다거나 최고, 최상과 같은 절대적인 표현
(5) 의료기기의 효능, 효과 또는 관련된 병의 증상이나 수술 장면을 위협적으로 표현
4) 건강보조기구를 의료기기로 오인하게 하거나 효능, 효과 및 안전성을 보장, 과신하게 하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.

5. **시력보정용 안경 및 콘텍트 렌즈**
1) 시력보정용 안경 및 콘텍트 렌즈(컬러 렌즈 등 시력보정용이 아닌 경우 포함)는 광고 집행이 불가합니다.
2) 통신판매 행위 및 택배 등으로의 배송을 하지 않는 경우에 한하여 일부 광고 집행이 가능합니다.
(1) 콘텍트 렌즈 제조사가 콘텍트 렌즈를 광고하는 경우
(2) 이벤트, 프로모션 내용에 대한 광고
(3) 식약처 의료기기사전광고심의필 획득

6. **약국**
1) [약사법]에 따라 약국 개설 등록증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
- 단, 건강보험심사평가원 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.

문화/엔터테인먼트

1. **영화/비디오**
   1) [영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률]에 따라 영화/비디오는 영상물등급위원회의 등급분류를 받아야 합니다.
   2) 영화/비디오 광고 시 영상물등급위원회의 사전심의를 받아야 하며, 사전심의 통과 증빙자료를 제출해야 합니다.
      (1) 영화 광고 소재에 관한 심의필증 원본, 심의필증 사본, 심의필증 내역 캡처 이미지(영상물등급위원회 사이트) 중 선택
      (2) 청소년 유해성으로 심의받은 광고 선전물은 집행 불가
   3) 영화등급이 확정된 모든 광고 소재에 등급을 표시해야 합니다.
   4) 제한상영가 등급을 받은 영화는 광고 집행이 불가합니다.
   5) 실제 사건처럼 오인될 수 있거나 사회적으로 민감한 이슈가 포함되어 있는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   6) 영상물등급위원회의 심의필증이 있어도 카카오모먼트 광고 심사가이드에 어긋나는 경우는 광고 집행이 불가합니다.
   7) 청소년 관람불가 영화 광고 시 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
      (1) 선정적인 표현, 음란성, 비속어, 사회적 이슈 등의 자극적인 표현
      (2) 속옷 착용 등 노출이 심한 장면, 성적인 장면, 성적 수치심을 유발하는 장면, 폭력적인 장면, 혐오감을 느낄 수 있는 장면 등
      (3) 이용자가 거부감을 가질 수 있다고 판단되는 기타 제작물
   8) 공포 영화 광고 시 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
      (1) 피, 외계인, 괴물, 귀신, 시체, 흉기, 눈 확대 이미지 등 공포감 및 혐오감을 느끼게 하는 이미지
      (2) 혈액으로 보여지는 붉은 컬러는 광고 소재의 1/5 이상 노출 불가
      (3) 괴성, 비명 등 공포스러운 사운드 삽입 불가
      (4) 살인, 자살 등 유해한 행동을 유발할 여지가 있는 표현
      (5) 이용자가 거부감을 가질 수 있다고 판단되는 기타 제작물
2. **게임**
   1) [게임산업진흥에 관한 법률]에 따른 등급분류를 받지 않은 게임물은 광고 집행이 불가합니다.
   2) 게임물관리위원회에서 조회되지 않는 게임물은 증빙자료를 요청할 수 있습니다.
   3) 등급을 받은 게임물의 내용과 다른 내용의 광고를 하거나 등급분류를 받은 게임물의 등급과 다른 등급을 표시하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   4) 게임 결과에 의해 현금 또는 다른 물품을 제공받거나 취득할 수 있는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   5) 게임 광고임이 쉽게 인지되도록 제작해야 하며, 지나치게 사실적으로 묘사된 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
   6) 선정적인 캐릭터 이미지, 실제 총기로 오인할 여지가 있는 이미지, 폭력적이고 잔인한 이미지 등은 광고 집행이 불가합니다.
   7) 청소년 이용불가 게임 광고 시 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
      (1) 선정성과 폭력성이 짙은 성인용 게임
      (2) 고스톱, 포커 등 사행성 게임 및 사행성 게임과 유사한 형태의 게임
      (3) 선정적이고 음란한 표현, 폭력적인 표현, 혐오감을 느낄 수 있는 표현
   8) 게임 아이템 거래 중개 사이트는 청소년 유해매체물로 분류되어 광고 집행이 불가합니다.

교육/학원

1. **일반학원**
   1) [학원의 설립ㆍ운영 및 과외교습에 관한 법률] 및 관련 법령 위반 시 광고 집행이 불가합니다.
   2) 학원 등록 사실 여부 등을 확인하기 위하여 관련 서류 제출을 요청할 수 있습니다.
2. **자동차운전학원**
   1) [도로교통법]에 따라 자동차운전학원등록증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
   2) 전국자동차운전전문학원연합회 등록번호 또는 자동차운전학원 경찰청 등록번호를 사이트 내에 명시해야 합니다.
   3) 도로연수, 운전연수, 운전강습 업체, 운전연수 강사 개인운영 사이트는 광고 집행이 불가합니다.
3. **유치원**
   1) [학원의 설립ㆍ운영 및 과외교습에 관한 법률]에 따라 유치원설립인가증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
   - 단, 어린이집정보공개포털 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
   2) 유아를 대상으로 교육 서비스 등을 제공하는 사이트는 [유아교육법]에 따른 유치원의 사이트 외에는 '유치원' 또는 이와 유사한 명칭을 광고 소재에 기재할 수 없습니다.
4. **사이버대학**
   1) 교육부에서 인가받은 사이버대학교(대학) 외에는 '사이버대학' 또는 이와 유사한 명칭을 광고 소재에 기재할 수 없습니다.

금융

1. **금융 공통**

1) [은행법], [상호저축은행법], [여신전문금융업법], [자본시장과 금융투자업에 관한 법률] 등 관련 법령에 따른 자격이 있는 금융기관 외에는 광고 집행이 불가합니다.

2) 법적으로 사전심의를 규정한 업종은 광고 사전심의를 받아야 하며, 광고 사전심의에 대한 증빙자료를 요청할 수 있습니다.

3) 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.

(1) [표시ㆍ광고의 공정화에 관한 법률]을 준수하지 않은 내용

(2) 실제 서비스의 내용과 다른 내용

(3) 이용자가 알아야 할 사실을 숨기거나 축소하여 이용자가 오인할 우려가 있는 내용

(4) 구체적인 근거와 내용을 제외하고 다른 금융 상품보다 우위에 있음을 나타내는 내용

4) 일부 금융 업종은 광고 집행이 제한될 수 있습니다.

(1) 유사투자자문업, 주식투자자문업, 주식/증권 정보 제공업 등

(2) 채권추심

(3) 가상화폐

- '가상통화(암호화폐) 거래소'는 「실명확인 입출금계정 서비스」가 제공되는 경우에 한해 성인 타게팅을 설정하여 광고 집행이 가능하며, 「실명확인 입출금계정 서비스」 제공 확인이 가능한 증빙서류 제출을 요청할 수 있습니다.

- 가상화폐 서비스가 포함된 광고는 카카오모먼트 광고 심사가이드 담당자와 사전 검토된 경우에만 광고 집행이 가능합니다.

(4) 이용자에게 피해를 줄 여지가 있다고 판단되는 기타 금융 서비스

2. **대출 및 대출성 금융상품**

1) 대출 광고는 제도권금융(1, 2금융권) 및 공공기관만 가능합니다.

2) 일부 대출 업종은 광고 집행이 제한될 수 있습니다.

(1) 사금융(대부업, 대부중개업 및 이와 유사한 인터넷 대출)

- 동영상 광고에 한하여 공중파TV/CATV에 방영된 사전 심의를 통과한 영상 또는 광고 소재는 성인 타게팅을 설정하여 일부 게재지면(ex. 서브지면)에 한정하여 광고 집행이 가능하며, 공중파TV/CATV 방영을 증빙할 수 있는 증빙자료를 제출해야 합니다.

(2) 금융사 및 금융상품 대리·중개업자가 아닌자의 대출 컨설팅,대출 금리 비교 등 대출 관련 서비스

3) 대출성 금융상품판매대리·중개업자 (대출모집인)

(1) [금융소비자 보호에 관한 법률]에 따라 금융위원회의 대출성 금융상품판매대리·중개업자로 등록하여 대출

모집인 등록증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.

- 단, 대출성 금융상품판매 대리·중개업자 통합조회 사이트 또는 금융감독원 사이트에서 조회를 통해 확인 가

능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.

(2) 사이트의 사업자 등록정보와 금융업협회의 등록정보가 일치해야 광고 집행이 가능하며, 사이트는 메인 페이지에 아래 정보를 표시해야 합니다.

- 소속(계약) 은행명
- 연락처 (개인 : 휴대폰번호 / 법인 : 전화번호 또는 이메일주소)
- 영업사원명 또는 수탁법인명 (수탁법인 소속 영업사원 : 수탁법인명 + 영업사원명)
- 금융업협회 등록번호
- 계약관계에 관한 문구

ㄴ 금융회사와 계약을 체결한 대출상담사 : 위 사람은 ㅇㅇ금융회사와 위탁계약을 체결하고 ㅇㅇ협회에 등록된 대출상담사입니다.

ㄴ 대출모집법인과 계약을 체결한 대출상담사 : 위 사람은 ㅇㅇ금융회사와 위탁계약을 체결한 ㅇㅇ대출모집법인에 소속되어 있으며, ㅇㅇ협회에 등록된 대출상담사입니다.

ㄴ 금융회사와 계약을 체결한 대출모집법인 : ㅇㅇ은 ㅇㅇ금융회사와 대출모집 위탁계약을 체결한 대

출모집법인입니다.
- 신원확인 방법(금융업협회 홈페이지, 전화번호 등)
- 해당 금융회사의 민원창구 연락처

4) 대출성 금융상품판매대리·중개업자 (리스·할부모집인)
(1) [금융소비자 보호에 관한 법률]에 따라 금융위원회의 대출성 금융상품판매대리·중개업자로 등록하여 대출모집인 등록증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
- 단, 대출성 금융상품판매 대리·중개업자 통합조회 사이트 또는 금융감독원 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
(2) 사이트의 사업자 등록정보와 금융업협회의 등록정보가 일치해야 광고 집행이 가능합니다.

3. **금융투자**

1) [자본시장과 금융투자업에 관한 법률]에 따라 금융위원회의 금융투자업 인가서 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
- 단, 금융감독원 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
2) 제도권금융(1, 2금융권)이 아닐 경우 금융투자 상품에 대한 광고 집행이 불가합니다.
3) 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
(1) 금융투자 상품에 대한 투자권유 등의 영업을 하는 투자권유 대행인의 사이트
(2) 금융투자 상품에 관한 조사분석자료 등의 자료를 제공하는 행위
(3) 금융투자 상품에 관한 현황이나 수익률 등의 정보를 직접적으로 제공하는 행위
4) 투자자문, 투자정보제공 등 투자 관련 광고는 일부 게재지면(ex. 서브지면, 제휴매체 등)에 한정하여 광고 집행이 가능합니다.

4. **온라인투자연계금융**

1) [온라인투자연계금융업 및 이용자 보호에 관한 법률]에 따라 금융위원회의 온라인투자연계금융업 인가서 제출 후 광고 집행이 가능합니다.

- 단, 금융감독원 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
2) 광고 집행 시에는 다음 정보를 사이트에 표시해야 합니다.
(1) 특정 연계투자 상품 또는 연계투자 조건에 관한 광고 : 자신의 명칭, 연계투자 상품의 내용, 연계투자에 따른 위험
(2) 특정 연계대출 상품 또는 연계대출 조건에 관한 광고: 자신의 명칭, 이자율 등 상품의 주요 내용, 과도한 채무의 위험성, 연계대출 이용에 따른 신용등급의 하락 가능성을 알리는 경고문구
3) 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
(1) 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 광고하는 행위
(2) 사실을 은폐하거나 축소하는 방법으로 광고하는 행위
(3) 비교대상 및 기준을 분명하게 밝히지 아니하거나 객관적인 근거 없이 유리하다고 광고하는 행위
(4) 다른 온라인투자연계금융업자에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 광고하여 다른 온라인투자연계금융업자를 비방하는 광고행위
(5) 원금보장, 확정수익 등 투자자들이 투자원금 및 수익이 보장된다고 오인할 소지가 있는 내용으로 광고하는 행위

5. **간편결제/송금 서비스**

1) [전자금융거래법]에 따라 금융위원회의 전자금융업 인가서 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
- 단, 금융감독원 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.

6. **보험**

1) [보험업법] 및 관련 법령 위반 시 광고 집행이 불가합니다.
2) 보험상품 광고 시 생명/손해보험협회의 사전심의를 받아야 하며, 광고심의필번호를 기재하는 등 광고 사전심의를 통과했다는 사실을 광고물에 표시해야 합니다.
3) 다음에 해당하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
(1) 보장 내용에 대한 중요한 사실을 누락하거나 은폐함으로써 소비자의 합리적인 선택을 저해하는 내용

(2) 보험과 관련된 이율이나 조건 등에 대한 표현이 부정확하거나 오해의 소지가 있을 경우
(3) 보험상품에 대한 오해 또는 과장의 소지가 있는 내용
4) 보험상품 광고 기준은 공정거래위원회가 고시한 보험상품 표시ㆍ광고에 관한 심사지침 및 금융감독원의 보험상품 판매 광고 가이드라인을 준수해야 합니다.
5) 보험 업종에 대한 광고 집행 시에는 다음 정보를 사이트에 표시해야 합니다.
(1) 상호
(2) 사업장 소재지
(3) 연락처

직업

1. [직업안정법] 및 관련 법령 위반 시 광고 집행이 불가합니다.
2. 직업소개사업을 하는 사업자는 [직업안정법]에 따라 유료직업소개사업등록증 혹은 무료직업소개사업신고확인증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
3. 직업정보제공사업을 하는 사업자는 [직업안정법]에 따라 직업정보제공사업신고확인증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
4. 직업소개 및 직업정보제공에 대한 광고 집행 시에는 다음 정보를 사이트 푸터에 표시해야 합니다.
   1) 상호
   2) 사업장 소재지
   3) 연락처
   4) 직업소개사업 신고번호/등록번호, 직업정보제공사업 신고번호
5. 안마/마사지 관련 직업정보를 전문적으로 제공하는 사이트는 광고 집행이 불가합니다.

쇼핑

1. **브랜드 제품**
   1) 메인 페이지나 회사 소개 페이지 또는 상품 상세 페이지 등에 정품 판매에 대한 사실을 표시해야 하며, 사이트 내에서 정품 판매에 대한 확인이 불가할 경우 수입신고필증 및 정품보증서 등의 서류 제출을 요청할 수 있습니다.
   2) 위조상품을 직/간접적으로 지칭하는 표현을 기재한 사이트는 광고 집행이 불가하며, 위조상품을 판매하는 사이트로 의심될 경우에는 수입신고필증 및 정품보증서 등의 서류 제출을 요청할 수 있습니다.
   3) 위조상품을 판매하는 사이트는 광고 집행이 불가하며, 위조상품을 직접 판매하지 않더라도 배너나 링크 등을 통하여 위조상품을 판매하는 사이트로 접속이 가능한 사이트는 광고 집행이 불가합니다.
   4) 소재 및 연결화면 내 정품 판매에 대한 사실을 표기하였더라도 위조상품 유통이 우려되는 브랜드를 포함한 경우 일부 게재지면(ex. 서브지면, 제휴매체 등)에 한정하여 광고 집행이 가능하며, 카카오모먼트 광고 심사가이드 담당자와 사전 검토된 경우에만 게재지면 제한 없이 광고 집행이 가능합니다.
   5) 위조상품 유통이 우려되는 중고 브랜드를 판매하는 사이트는 일부 게재지면(ex. 서브지면, 제휴매체 등)에 한정하여 광고 집행이 가능합니다.
   6) 사이트 운영 및 판매 방식에 사행성을 조장할 우려가 있다고 판단되는 사이트(예: 확률형 상품 서비스)의 경우, 카카오모먼트 광고 심사가이드 담당자와 사전 검토가 완료된 경우에만 광고 집행이 가능합니다.

2. **입점 업체**
   1) 입점한 사이버몰의 업체명 및 사이트명을 단독으로 기재할 수 없습니다.
   2) 입점한 사이버몰의 메인 페이지로 연결 불가하며, 광고주의 상품 상세 페이지 혹은 기획전 페이지로 연결되어야 합니다.

기타

1. **부동산중개업**
   1) [공인중개사의 업무 및 부동산 거래신고에 관한 법률]에 따라 중개사무소 개설등록증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
   - 단, 국가공간정보포털 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
   2) 부동산중개업에 대한 광고 집행 시에는 다음 정보를 사이트 푸터에 표시해야 합니다.
      (1) 상호 및 대표자 성명
      (2) 사업장 소재지
      (3) 연락처
      (4) 부동산 중개업 허가번호 또는 사업자등록번호
   3) 부동산 중개 플랫폼에 대해서는 부동산매물클린관리센터 참여사, 외부 인지도 및 허위매물 관리 여부 등을 고려하여 카카오모먼트 광고 심사가이드 담당자와 사전 허용된 경우에만 게재지면 제한 없이 광고 집행이 가능합니다.
   4) 부동산 거래, 부동산 임대, 부동산 경매, 부동산 컨설팅 광고는 일부 게재지면(ex. 서브지면, 제휴매체 등)에 한정하여 광고 집행이 가능합니다.
2. **결혼중개업**
   1) [결혼중개업의 관리에 관한 법률]에 따라 국내결혼중개업 신고증 혹은 국제결혼중개업 등록증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
   2) 결혼중개업에 대한 광고 집행 시에는 다음 정보를 사이트 푸터에 표시해야 합니다.
      (1) 상호 및 대표자 성명
      (2) 사업장 소재지
      (3) 연락처
      (4) 결혼중개업 신고번호/등록번호 또는 사업자등록번호

   3) 결혼중개 대상에 대한 차별, 편견을 조장할 수 있는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
3. **다단계판매**
   1) [방문판매 등에 관한 법률]에 따라 다단계판매업 등록증 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
   - 단, 공정거래위원회 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
   2) 다단계에 대한 내용이나 다단계 판매원을 모집하는 내용은 광고 집행이 불가합니다.
4. **중고차매매**
   1) 중고차매매에 대한 광고 집행 시에는 다음 정보를 사이트 푸터에 표시해야 합니다.
      (1) 상호
      (2) 사업장 소재지
      (3) 연락처
   2) 허위 매물 위험성이 확인되는 경우 광고 집행에 제한됩니다.
   3) 국토교통부와 한국교통안전공단이 운영하는 자동차 종합정보 제공 포털에 중고차 시세 정보를 제공하는 광고주의 중고차매매 광고는 게재지면 제한 없이 광고 집행이 가능하며, 이외에는 일부 게재지면(ex. 서브지면, 제휴매체 등)에 한정하여 광고 집행이 가능합니다.
5. **폐차/폐차대행**
   1) [자동차관리법]에 따라 자동차관리사업 등록증(폐차업) 제출 후 광고 집행이 가능합니다.
   - 단, 한국자동차해체재활용업협회 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.
6. **가맹점사업자**
   1) 가맹점사업자의 사이트는 소재에 가맹본부의 업체명만을 단독으로 기재할 수 없습니다.
   2) 소재에 가맹본부의 업체명을 기재할 경우 가맹점사업자의 업체명(지점명)도 함께 기재하여야 광고 집행이 가능합니다.
   3) 가맹점사업자가 관리, 운영하는 사이트 여부를 확인하기 위하여 가맹계약서 등의 서류 제출을 요청할

수 있습니다.

7. **공증업**
   1) 사이트 내 실제 공증 업무를 행하는 것이 확인될 경우 법무부 공증인가서를 제출해야 광고 집행이 가능합니다.
   2) 공증 대리/대행 업체는 '공증 대행/대리'라는 문구를 사이트 내에 반드시 표기해야 합니다.
   3) 법무부 인증업체 외 공증 관련 내용을 광고 소재로 사용할 수 없습니다.

8. **이사화물 서비스**
   1) [화물자동차 운수사업법] 및 관련 법령 위반 시 광고 집행이 불가합니다.
   2) 화물자동차 운송주선사업 허가증, 화물자동차 운송가맹사업 허가증, 화물자동차 운송사업 허가증 등의 서류 제출을 요청할 수 있습니다.
   - 단, 운송주선사업의 경우 허가이사종합정보 사이트에서 조회를 통해 확인 가능한 경우 서류 제출을 생략할 수 있습니다.

9. **이동통신단말장치 판매점**
   1) [이동통신 단말장치 유통구조 개선에 관한 법률]에 따라 이동통신단말장치(휴대폰) 판매점은 이동통신사에서 발급받은 사전승낙을 받은 사실을 표시하여 연결화면에 게시해야 광고 집행이 가능합니다.

10. **전자담배 기기장치류 및 흡연욕구저하제**
    1) 전자담배 기기장치류(니코틴 용액 등 담배성분을 흡입할 수 있는 전자장치 및 그 부속품)는 판매 목적이 아닌 브랜드 등 홍보 목적 광고에 대해서만 광고 집행이 가능합니다.
    (1) 전자담배 기기장치류를 판매하는 사이트는 청소년 유해 매체물의 표시 방법 및 청소년접근제한조치(성인인증 절차) 조치를 취하여야 합니다.
    (2) 전자담배 기기장치류 광고는 카카오 비즈보드 집행이 제한됩니다. 디스플레이광고 및 동영상광고는 성인 타게팅 및 심야 타게팅으로만 광고 집행이 가능하며, 신규 집행 업체는 광고 집행 전 게재지면에 대해 내부 담당자와 사전 협의하여 운영할 수 있습니다.
    2) 전자식흡연욕구저하제 및 담배와 유사한 형태로 흡연습관을 조장할 우려가 있는 피우는 흡입제류(예 : 비타민 흡입제류, 흡연욕구 저하제류 등), 금연보조제(껌, 패치제 등)는 [약사법]에 의해 의약외품으로 지정 및 승인받은 제품에 대해서만 광고 집행이 가능합니다.
    (1) 전자식흡연욕구저하제 및 담배와 유사한 형태로 흡연습관을 조장할 우려가 있는 피우는 흡입제류를 판매하는 사이트는 청소년 유해 매체물의 표시 방법 및 청소년접근제한조치(성인인증 절차) 조치를 취하여야 합니다.
    (2) 전자식흡연욕구저하제 및 담배와 유사한 형태로 흡연습관을 조장할 우려가 있는 피우는 흡입제류, 금연보조제 광고는 성인 타게팅으로만 광고 집행이 가능합니다.

11. **코로나19**
    1) 다음에 해당하는 코로나19 내용의 광고는 광고 집행이 불가합니다.
    (1) 치료 및 효과를 제공 또는 주장하는 내용
    (2) 제공하는 서비스 및 상품이 코로나 100% 예방 및 면역력을 제공한다거나, 바이러스 치료가 가능하다는 내용
    (3) 사회적으로 민감한 문제를 포함하거나 정치적 의견을 나타내는 내용
    (4) 상업/영리를 목적으로 제공하는 상품 또는 서비스와 관련 없이 코로나19 관련 정보를 제공하여 이용자를 유인하는 내용

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 업종별 심사정책 FAQ
- 공통 심사정책 FAQ

소재 구성 가이드

> ⓘ 모든 소재에 공통으로 적용되는 소재 구성 가이드는 다음과 같습니다.

1. 사이트

1. 연결화면을 비롯하여 광고주가 등록한 URL의 사이트를 전체적으로 심사합니다. 또한 별도로 명시하지 않는 한, 사이트는 광고주가 입력한 모든 URL을 의미합니다.
2. 사이트 내 상호명, 대표자명, 소재지, 연락처 등과 같이 소비자들이 공신력을 인정할 수 있는 내용을 표시해야 하며, 그 밖에 관련 등록기관이 있는 경우 등록번호를 함께 표시해야 합니다.(정보성 목적의 사이트는 전화번호, 이메일 등 광고주 정보와 일치하는 연락처 정보를 사이트 내 표시)
3. 사이트는 완성된 홈페이지여야 하며, 사이트의 일부가 활성화되지 않아 정상적인 사이트라고 생각하기 어려운 경우 광고 집행이 불가합니다.
4. 이용자의 디바이스 환경과 무관하게 모든 환경에서 접속이 가능해야 하며, 특정 환경에서만 접속이 가능한 경우 광고 집행이 불가합니다.
5. 충분한 자체 콘텐츠를 가진 사이트만 광고를 진행할 수 있으며, 저작권 침해의 여지가 있는 콘텐츠를 포함한 사이트는 광고 집행이 불가합니다.
6. 사이트에 성인 콘텐츠가 포함된 경우 [청소년 보호법]에 의해 청소년 접근제한 조치가 있어야 합니다. 단, 해당 조치가 존재하여도 카카오모먼트 광고 심사가이드 및 개별 서비스의 운영원칙/약관에 따라 광고 집행이 불가할 수 있습니다.
7. 한글과 영어로 구성된 사이트만 광고 집행이 가능합니다.
8. 사이트에서 제공하는 서비스의 주요 내용 및 정보는 로그인 없이 모든 이용자가 확인할 수 있어야 합니다.
9. 사이트 내 콘텐츠 심사를 위해 심사용 ID 와 Password를 요청할 수 있습니다.

2. 연결화면 (랜딩페이지)

1. 별도로 명시하지 않는 한, 연결화면은 광고주가 입력한 랜딩 URL 및 광고 클릭 시 연결되는 첫 화면을 의미합니다.
2. 광고 클릭 시 직접적으로 연결되는 화면이 아니라 하더라도 사이트에서 제공하는 상품 또는 서비스가 카카오모먼트 광고 심사가이드에 위배되면 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
3. 연결화면은 광고주 권한의 공식 페이지로 등록해야 합니다.
4. 광고주 권한이 아닌 제3자 권한의 사이트로 연결할 경우 다음을 준수해야 합니다.
   1) 연결화면 내 콘텐츠 제공자에 대한 내용 기재('본 콘텐츠는 OOO 광고주 제공으로 제작되었습니다.' 등)
   2) 연결화면 내 콘텐츠는 광고주의 브랜드 및 업종 콘텐츠로 제작
   3) 연결화면 내 링크가 삽입된 경우 해당 링크는 광고 및 콘텐츠와 직접적으로 관련 있는 사이트로 연결 필수
   4) 사이트 내 카카오모먼트 광고 심사가이드에 반하는 콘텐츠가 포함되어 있을 경우 광고 집행 불가
5. 모바일 지면에 노출되는 상품의 연결화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 구성되어야 합니다.
6. 연결화면은 광고 관련 내용을 충분히 제공하는 페이지로 연결되어야 합니다.
7. 연결화면은 광고 상품의 판매 상세 페이지 혹은 해당 상품의 리스트 페이지로 이동해야 합니다.
8. 광고 관련 정보를 제공하지 않고 바로 로그인 또는 회원가입 등을 유도하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
9. 광고와 사실 보도를 혼동할 수 있는 뉴스나 기사, 기타 보도를 하는 언론사 페이지는 연결화면으로 사용할 수 없습니다.
10. 언론, 방송 등이 사실 보도한 것으로 소비자가 오인할 수 있는 페이지는 연결화면으로 사용할 수 없습니다.
11. 연결화면 내 버튼이나 메뉴 등은 모두 정상적으로 작동되어야 하며, 활성화되지 않은 경우 광고 집행이 불가합니다.
12. 연결화면 주소에 한글이 포함되어 있는 경우 정상적으로 작동하지 않을 수 있어 영문 URL 사용을 권장합니다.
13. 연결화면으로 이동한 후 뒤로가기 버튼을 눌렀을 때 기존 페이지로 복귀해야 합니다.
14. 연결화면으로 앱마켓을 등록할 경우 다음을 준수해야 합니다.
   1) OS 타겟을 전체로 설정한 경우 유저의 OS 환경에 맞는 앱마켓으로 자동 분기 필수
   2) 구글플레이, 원스토어로 연결되는 광고는 OS 타겟을 Android로 설정
   3) 앱스토어로 연결되는 광고는 OS 타겟을 iOS로 설정
   4) 소재의 랜딩 URL 옵션에서 모바일 URL로 입력 필수(PC, 반응형 URL로 사용 불가)
15. 연결화면으로 스토리채널을 등록할 경우 다음을 준수해야 합니다.
   1) 광고 플랫폼에서는 스토리채널 제재 여부를 확인할 수 없습니다. 따라서 연결화면 관리책임은 광고주에게 있으며, 채널 제재로 인하여 이용자의 항의가 있는 경우 광고 집행을 제한할 수 있습니다.

2) 스토리채널에서 확인할 수 있는 정보와 가입한 광고주의 정보가 연관성이 없다고 판단되는 경우 광고 집행이 불가하며, 광고 집행을 위해서는 광고주가 서류나 서면 등으로 연관성을 입증하여야 합니다.
3) 스토리채널 정책에 부합한다 하더라도 카카오모먼트 광고 심사가이드에 위반하는 내용의 광고 소재는 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
4) 통신판매가 이루어지는 스토리채널은 채널 정보에 운영자 신용 정보를 기재하고 공동구매 게시글 내에 판매자 정보 및 면책사항을 명시해야 합니다.

16. 연결화면으로 선물하기를 등록할 경우 'https://gift-talk.kakao.com/appredirect?to='이 포함된 인코딩한 URL을 입력해야 합니다. 단, PC에만 노출할 경우 'https://gift.kakao.com'이 포함된 URL도 사용이 가능합니다.

쇼핑광고

1. 별도로 명시하지 않는 한, 연결화면은 광고주가 입력한 랜딩 URL 및 광고 클릭 시 연결되는 첫 화면을 의미합니다.
2. 광고 클릭 시 직접적으로 연결되는 화면이 아니라 하더라도 사이트에서 제공하는 상품 또는 서비스가 카카오모먼트 광고 심사가이드에 위배되면 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
3. 연결화면은 자사몰 또는 자사몰이 입점된 오픈마켓(지마켓, 옥션, 11번가, 인터파크 등), 소셜커머스, 스마트스토어, SNS, 카카오서비스(카카오스토리, 톡스토어, 선물하기, 카카오톡 채널 등)의 상품 구매가 가능한 페이지로 등록해야 합니다.
   1) 오픈마켓, 스마트스토어, SNS로 연결되는 경우 상품 상세 페이지 또는 첫 페이지 내 상품 리스트로 연결
   2) 연결화면에서 2depth 안에 결제 기능이 확인되어야 함
4. 연결화면은 광고 상품의 판매 상세 페이지 혹은 해당 상품의 리스트 페이지로 이동해야 합니다.
5. 상품 할인 및 쿠폰 제공 등의 브릿지 페이지 사용 시 반투명 배경 사용으로 상품 리스트가 보여야 합니다.
6. 광고주 권한이 아닌 제3자 권한의 블로그 및 SNS 콘텐츠로 연결할 경우 다음을 준수해야 합니다.
   1) 연결화면 내 콘텐츠 제공자에 대한 내용 기재('본 콘텐츠는 OOO 광고주 제공으로 제작되었습니다.' 등)
   2) 연결화면 내 콘텐츠는 광고주의 상품 구매가 가능하도록 제작
   3)연결화면 내 링크가 삽입된 경우 해당 링크는 광고 및 콘텐츠와 직접적으로 관련 있는 사이트로 연결 필수
   4) 연결 블로그 및 SNS에 카카오모먼트 광고 심사가이드에 반하는 콘텐츠 포함 시 광고 집행 불가
7. 모바일 지면에 노출되는 상품의 연결화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 구성되어야 합니다.
8. 광고 관련 정보를 제공하지 않고 바로 로그인 또는 회원가입 등을 유도하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
9. 광고와 사실 보도를 혼동할 수 있는 뉴스나 기사, 기타 보도를 하는 언론사 페이지는 연결화면

으로 사용할 수 없습니다.

10. 언론, 방송 등이 사실 보도한 것으로 소비자가 오인할 수 있는 페이지는 연결화면으로 사용할 수 없습니다.
11. 연결화면 내 버튼이나 메뉴 등은 모두 정상적으로 작동되어야 하며, 활성화되지 않은 경우 광고 집행이 불가합니다.
12. 연결화면 주소에 한글이 포함되어 있는 경우 정상적으로 작동하지 않을 수 있어 영문 URL 사용을 권장합니다.
13. 연결화면으로 이동한 후 뒤로가기 버튼을 눌렀을 때 기존 페이지로 복귀해야 합니다.
14. 앱 설치 페이지 또는 앱에서만 구매 가능한 기획전 및 앱 다운로드를 유도하는 페이지로 연결 화면을 사용하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
    1) 브릿지 페이지를 포함하여 앱 다운로드 팝업창을 연결화면에 노출하는 경우 광고 집행 불가
15. 연결화면으로 스토리채널을 등록할 경우 다음을 준수해야 합니다.
    1) 광고 플랫폼에서는 스토리채널 제재 여부를 확인할 수 없습니다. 따라서 연결화면 관리책임은 광고주에게 있으며, 채널 제재로 인하여 이용자의 항의가 있는 경우 광고 집행을 제한할 수 있습니다.
    2) 스토리채널에서 확인할 수 있는 정보와 가입한 광고주의 정보가 연관성이 없다고 판단되는 경우 광고 집행이 불가하며, 광고 집행을 위해서는 광고주가 서류나 서면 등으로 연관성을 입증하여야 합니다.
    3) 스토리채널 정책에 부합한다 하더라도 카카오모먼트 광고 심사가이드에 위반하는 내용의 광고 소재는 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
    4) 통신판매가 이루어지는 스토리채널은 채널 정보에 운영자 신용 정보를 기재하고 공동구매 게시글 내에 판매자 정보 및 면책사항을 명시해야 합니다.
16. 연결화면으로 선물하기를 등록할 경우 'https://gift-talk.kakao.com/appredirect?to='이 포함된 인코딩한 URL을 입력해야 합니다. 단, PC에만 노출할 경우 'https://gift.kakao.com'이 포함된 URL도 사용이 가능합니다.

스폰서드

1. 별도로 명시하지 않는 한, 연결화면은 광고주가 입력한 랜딩 URL 및 광고 클릭 시 연결되는 첫 화면을 의미합니다.
2. 광고 클릭 시 직접적으로 연결되는 화면이 아니라 하더라도 사이트에서 제공하는 상품 또는 서비스가 카카오모먼트 광고 심사가이드에 위배되면 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
3. 연결화면은 광고주 권한의 공식페이지 또는 관리/운영하는 연결화면으로 등록해야 합니다.
4. 광고주 관리/운영 여부는 연결화면에서 확인되는 '대표 명칭'을 기준으로 확인합니다.
5. 광고주가 소유 또는 관리/운영하는 연결화면이 아닌 경우 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
6. 광고주 권한이 아닌 제3자 권한의 사이트로 연결할 경우 다음을 준수해야 합니다.
    1) 연결화면 내 광고주(콘텐츠 제공자)에 대한 내용 기재(‘본 콘텐츠는 OOO 광고주 제공으로 제작되었습니다.’ 등)
    2) 연결화면 내 링크가 삽입된 경우 해당 링크는 광고 및 콘텐츠와 직접적으로 관련있는 사이트로 연결 필수
    3) 사이트 내 카카오모먼트 광고 심사가이드에 반하는 콘텐츠가 포함되어 있을 경우 광고 집

행 불가
4) 광고주 관련 상품 판매페이지인 경우

7. 연결화면으로 보도자료를 연결하는 경우 광고주와 관련있어야 하며, 본인의 권한이 있는 콘텐츠로 연결하시기 바랍니다. 콘텐츠 내용에 따라 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
8. 모든 연결화면은 반드시 모바일 전용 페이지로 구성되어야 합니다.
9. 직접적인 채팅 기능이 지원되는 연결화면은 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
10. 연결화면은 광고 관련 내용을 충분히 제공하는 페이지로 연결되어야 합니다.
11. 광고 관련 정보를 제공하지 않고 바로 로그인 또는 회원가입 등을 유도하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
12. 팝업 등으로 콘텐츠를 확인하기 어려운 수준의 경우 광고 집행이 불가합니다.
13. 광고와 사실 보도를 혼동할 수 있는 뉴스나 기사, 기타 보도를 하는 언론사 페이지는 연결화면으로 사용할 수 없습니다.
14. 언론, 방송 등이 사실 보도한 것으로 소비자가 오인할 수 있는 페이지는 연결화면으로 사용할 수 없습니다.
15. 연결화면 내 버튼이나 메뉴 등은 모두 정상적으로 작동되어야 하며, 활성화되지 않은 경우 광고 집행이 불가합니다.
16. 연결화면으로 앱마켓을 등록할 경우 다음을 준수해야 합니다.
    1) 유저의 OS 환경에 맞는 앱마켓으로 자동 분기 필수
17. 연결화면으로 스토리채널을 등록할 경우 다음을 준수해야 합니다.
    1) 광고 플랫폼에서는 스토리채널 제재 여부를 확인할 수 없습니다. 따라서 연결화면 관리책임은 광고주에게 있으며, 채널 제재로 인하여 이용자의 항의가 있는 경우 광고 집행을 제한할 수 있습니다.
    2) 스토리채널에서 확인할 수 있는 정보와 가입한 광고주의 정보가 연관성이 없다고 판단되는 경우 광고 집행이 불가하며, 광고 집행을 위해서는 광고주가 서류나 서면 등으로 연관성을 입증하여야 합니다.
    3) 스토리채널 정책에 부합한다 하더라도 카카오모먼트 광고 심사가이드에 위반하는 내용의 광고 소재는 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
    4) 통신판매가 이루어지는 스토리채널은 채널 정보에 운영자 신용 정보를 기재하고 공동구매 게시글 내에 판매자 정보 및 면책사항을 명시해야 합니다.
18. 연결화면 정보를 이용자에게 잘 제공해야 합니다.
    1) 연결화면에 해상도가 낮거나 일부/전부가 깨져 보여 실체를 선명하게 알아보기 어려운 콘텐츠 집행이 불가합니다.
    2) 연결화면에 시각적 피로감을 유발하거나 유발할 우려가 있는 콘텐츠 집행이 불가합니다.
    3) 연결화면에 팝업 및 기타 기능 등으로 콘텐츠 확인이 어려운 경우 집행이 제한될 수 있습니다.
19. 연결화면으로 선물하기를 등록할 경우 'https://gift-talk.kakao.com/appredirect?to='이 포함된 인코딩한 URL을 입력해야 합니다.

3. 광고이미지

1. 별도로 명시하지 않는 한, 광고 이미지는 광고주가 등록한 모든 이미지 소재를 의미합니다.
2. 광고가 노출되는 지면별 기준에 따라 집행 중인 광고라도 수정을 요청하거나 보류 처리될 수 있습니다.
3. 광고의 목적을 파악하기 어렵거나 의미 전달이 불가한 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
4. 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 저속한 도안, 사진, 표현 등을 사용할 경우 광고 집행이 불가합니다.
5. 과도한 패턴, 그라이데션, 효과를 사용하여 이미지 가독성 및 퀄리티가 떨어지는 경우 광고 집행이 불가합니다.
6. 선명한 고품질의 이미지만 광고 집행이 가능합니다.
   1) 화질이 낮은 저해상도 이미지 불가
   2) 부자연스러운 합성 이미지 불가
   3) 비율에 맞지 않게 좌/우 혹은 상/하가 눌린 이미지 불가
   4) 흐림, 블러, 모자이크, 왜곡 등의 효과가 과도하게 사용된 이미지 불가
7. 이용자에 따라 혐오감 및 거부감을 느낄 수 있는 진료 내용, 전/후 비교 이미지, 특정부위 확대 이미지 등은 사용할 수 없습니다.
8. 선정적으로 보여지거나 성적 상상력 및 수치심을 불러 일으키는 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
9. 특정 신체부위가 지나치게 노출되어 선정적으로 느껴지거나 업종과 무관하게 노출 이미지를 사용하는 경우 광고 집행이 불가합니다.
10. 인물과 텍스트 등 일부 정보를 가리기 위한 장치로 흐림, 블러, 모자이크, 왜곡 등을 사용한 경우 광고 집행이 불가합니다.
11. 오브젝트가 지나치게 확대되거나 잘린 이미지를 사용하여 오브젝트 여부를 판단하기 어려운 경우 광고 집행이 불가합니다.
12. 사실이 아닌 것을 사실로 오인하게 만들거나 오인하게 할 여지가 있는 이미지는 광고 집행이 불가합니다.
13. 제품 또는 서비스의 효과를 강조하는 전/후 비교 이미지는 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
14. 원색이나 형광색 등 지나치게 채도가 높은 색상을 사용하여 이용자의 눈에 피로를 유발하는 색상은 광고 집행이 불가합니다.

4. 광고텍스트

1. 별도로 명시하지 않는 한, 광고 텍스트는 광고주가 기재한 모든 텍스트를 의미합니다.
2. 텍스트에는 관련 법령 또는 선량한 풍속, 기타 사회질서에 반하거나 반하는 행위를 지칭 혹은 조장할 수 있는 내용을 기재할 경우 광고 집행이 불가합니다.
3. 사이트 또는 랜딩 페이지에서 확인되거나 객관적으로 인정될 수 있는 사실만을 기재해야 하며, 기재한 내용이 사이트 또는 랜딩 페이지에서 확인되지 않거나 허위 사실로 밝혀질 경우 광고 집행이 불가합니다.
4. 의미를 파악하기 어렵거나 타인을 비하하는 의미로 사용되는 은어, 비속어, 욕설 등은 광고 집행이 불가합니다.
5. 다른 업체 또는 다른 업체의 상품 또는 서비스를 특정하여 비교하는 의미를 갖는 문구는 광고 집행이 불가합니다.
6. 텍스트는 대다수의 이용자가 이해할 수 있는 한글 또는 영어로 기재해야 합니다.
7. 의미 전달에 필요한 경우에 한하여 특수문자를 사용할 수 있습니다.

   1) 컴퓨터 자판에서 기본적으로 제공되는 특수문자만 사용 가능
   2) 컴퓨터 자판에서 제공되지 않는 ☆○◇□△◁♡♧♨☏☞♬㈜TM 등의 특수문자는 사용 불가
   3) 불필요하게 반복적인 형태 혹은 이모티콘 형태의 특수문자는 사용 불가
8. 텍스트 카운팅 기준은 한글, 영문 대/소문자, 한문, 숫자, 특수문자, 띄어쓰기 1자입니다.
9. 전화번호, 주소, 이메일, 아이디 등의 광고주 정보를 기재할 수 없습니다.

5. 광고 이미지 내 텍스트

1. 별도로 명시하지 않는 한, 광고 이미지 내 텍스트는 광고주가 이미지 내 기재한 모든 텍스트를 의미합니다.
2. 이미지 내 텍스트 사이즈가 지나치게 크거나 작아 가독성이 떨어지는 경우 광고 집행이 불가합니다.
3. 이미지 내 텍스트의 가독성이 떨어지거나 텍스트가 많아 시선이 분산되는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   1) 이미지 내 텍스트는 한 방향으로 정렬하여 정돈되어 보이게 구성할 것을 권장
   2) 이미지 내 텍스트는 간결하게 기재하여 핵심 내용만 전달할 것을 권장
   3) 이미지 내 텍스트는 오브젝트, 패턴 등과 겹치지 않도록 배치할 것을 권장
4. 이미지 내 텍스트의 장평은 조절이 불가하며, 100% 비율로 사용하는 것을 권장합니다.
5. 이미지 내 텍스트의 일부가 잘린 경우 광고 집행이 불가합니다.
6. 이미지 내 텍스트에 효과를 과도하게 사용하여 가독성 및 퀄리티가 떨어지는 경우 광고 집행이 불가합니다.
   1) 이미지 내 텍스트는 그림자, 엠보싱, 테두리, 기울기 등의 효과를 최소화하여 구성할 것을 권장
   2) 이미지 내 텍스트는 컬러와 폰트 스타일을 2개 이하로 사용할 것을 권장
   3) 이미지 내 텍스트는 무채색이나 채도가 낮은 색상으로 구성할 것을 권장
   4) 이미지 내 텍스트 폰트는 고딕체로 구성할 것을 권장하며, 가독성이 떨어지는 손글씨체, 이텔릭 폰트 지양

Good Case (O) 고딕계열 폰트 사용 권장



Bad Case (X) 가독성이 떨어지는 손글씨체, 이텔릭체 사용



6. 광고 동영상

1. 별도로 명시하지 않는 한, 광고 동영상은 광고주가 등록한 모든 동영상 소재를 의미합니다.
2. 광고가 노출되는 지면별 기준에 따라 집행 중인 광고라도 수정을 요청하거나 보류 처리될 수 있습니다.
3. 광고의 목적을 파악하기 어렵거나 의미 전달이 불가한 동영상은 광고 집행이 불가합니다.
4. 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 저속한 영상, 음향, 표현 등을 사용할 경우 광고 집행이 불가합니다.
5. 선명한 고화질의 HD 동영상만 광고 집행이 가능합니다.
   1) 화질이 낮은 저해상도 동영상 불가
   2) 부자연스럽게 편집한 동영상 불가
   3) 비율에 맞지 않게 좌/우 혹은 상/하가 눌린 동영상 불가
6. 이용자에 따라 혐오감 및 거부감을 느낄 수 있는 진료 내용, 전/후 비교 동영상, 특정부위 확대 동영상은 광고 집행이 불가합니다.
7. 선정적으로 보여지거나 성적 상상력 및 수치심을 불러일으키는 동영상은 광고 집행이 불가합니다.
8. 특정 신체부위가 지나치게 노출되어 선정적으로 느껴지는 동영상은 광고 집행이 불가합니다.
   1) 얼굴을 포함한 상반신 또는 상/하반신을 전체적으로 노출해야 집행 가능
   2) 업종과 무관하게 노출 영상을 사용하는 경우 집행 불가
9. 사실이 아닌 것을 사실로 오인하게 만들거나 오인하게 할 여지가 있는 동영상은 광고 집행이 불가합니다.
10. 제품 또는 서비스의 효과를 강조하는 전/후 비교 동영상은 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
11. 텍스트, 스틸컷 등의 비중이 높은 영상은 광고 집행이 제한될 수 있습니다.
12. 동일한 Creative가 연속으로 반복되는 영상은 광고 집행이 불가합니다.
13. 사운드가 있는 동영상을 권장하며, 사운드가 없을 경우 영상 내 안내 문구가 포함되어야 합니다('소리가 없는 동영상입니다.' 등)

ⓘ 다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

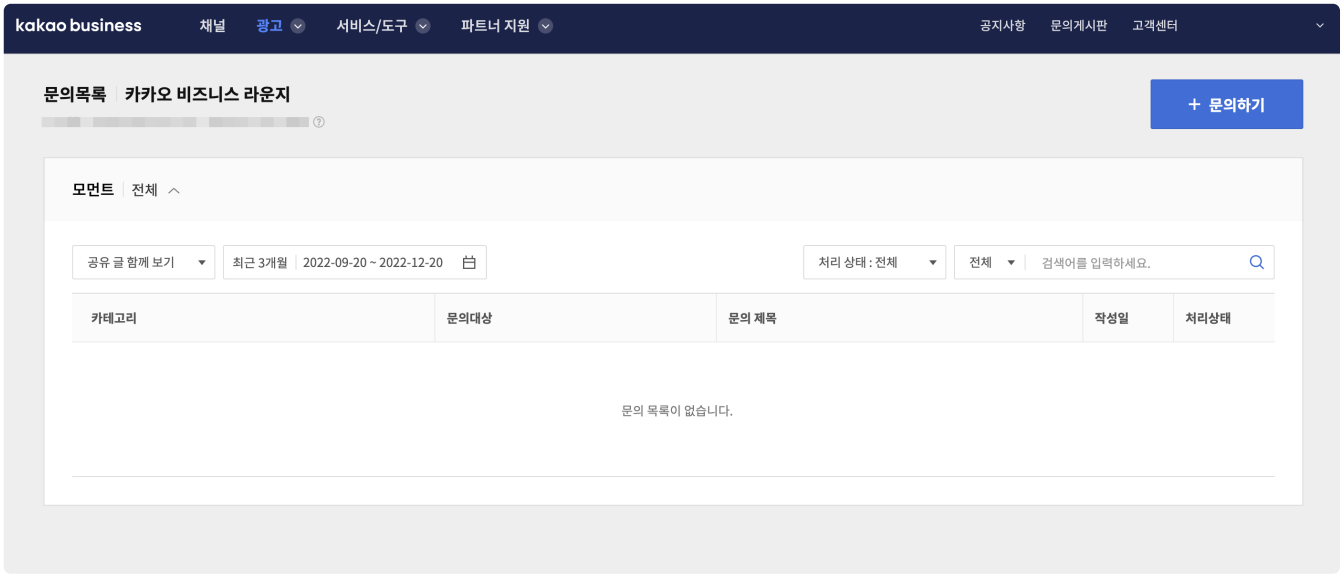
자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 업종별 심사정책 FAQ
- 공통 심사정책 FAQ

카카오 비즈니스 라운지

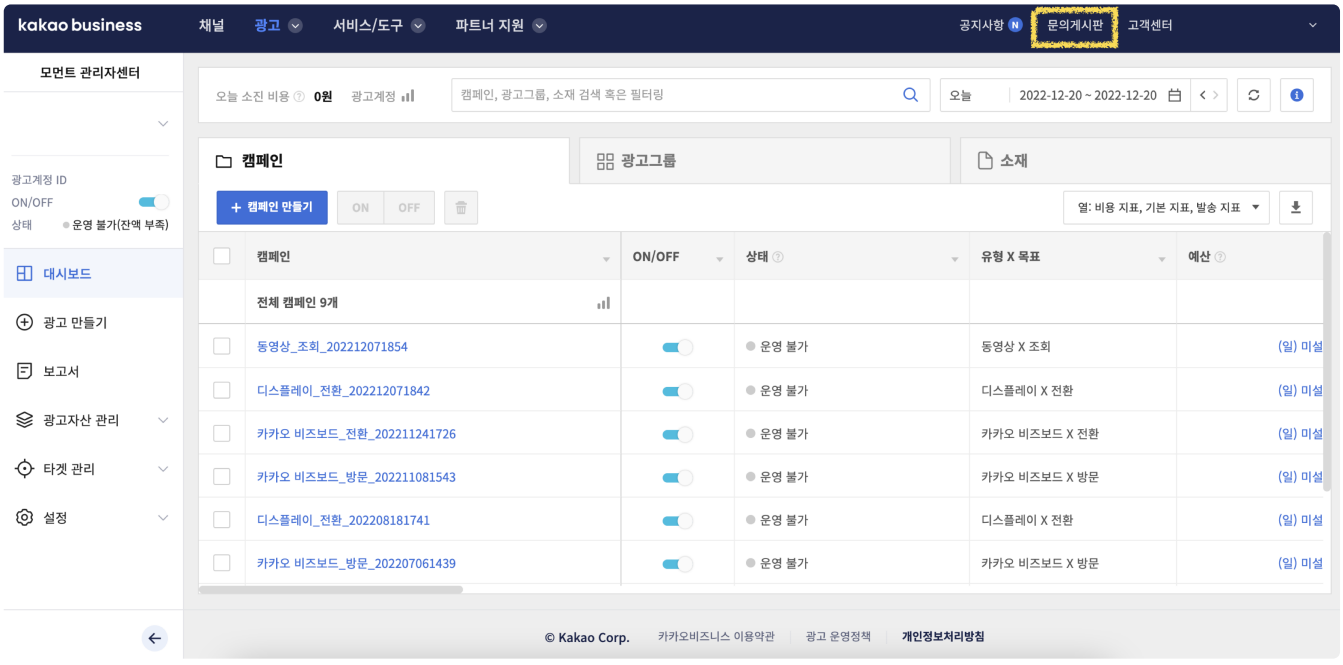
카카오모먼트에 대한 문의사항이 있으신가요?
카카오 비즈니스 라운지에서 나의 광고계정과 운영 가이드, 플랫폼 기능 등에 대해 더욱 편리하고 자세하게 문의해보세요.

카카오모먼트 광고계정이 있으신 경우, 카카오 비즈니스 라운지에서 광고계정 별 문의를 공유하거나 광고계정 관 문의 및 히스토리를 공통으로 관리 할 수 있습니다.



카카오 비즈니스 라운지는 카카오 비즈니스 통합가입을 완료한 후 사용할 수 있습니다.

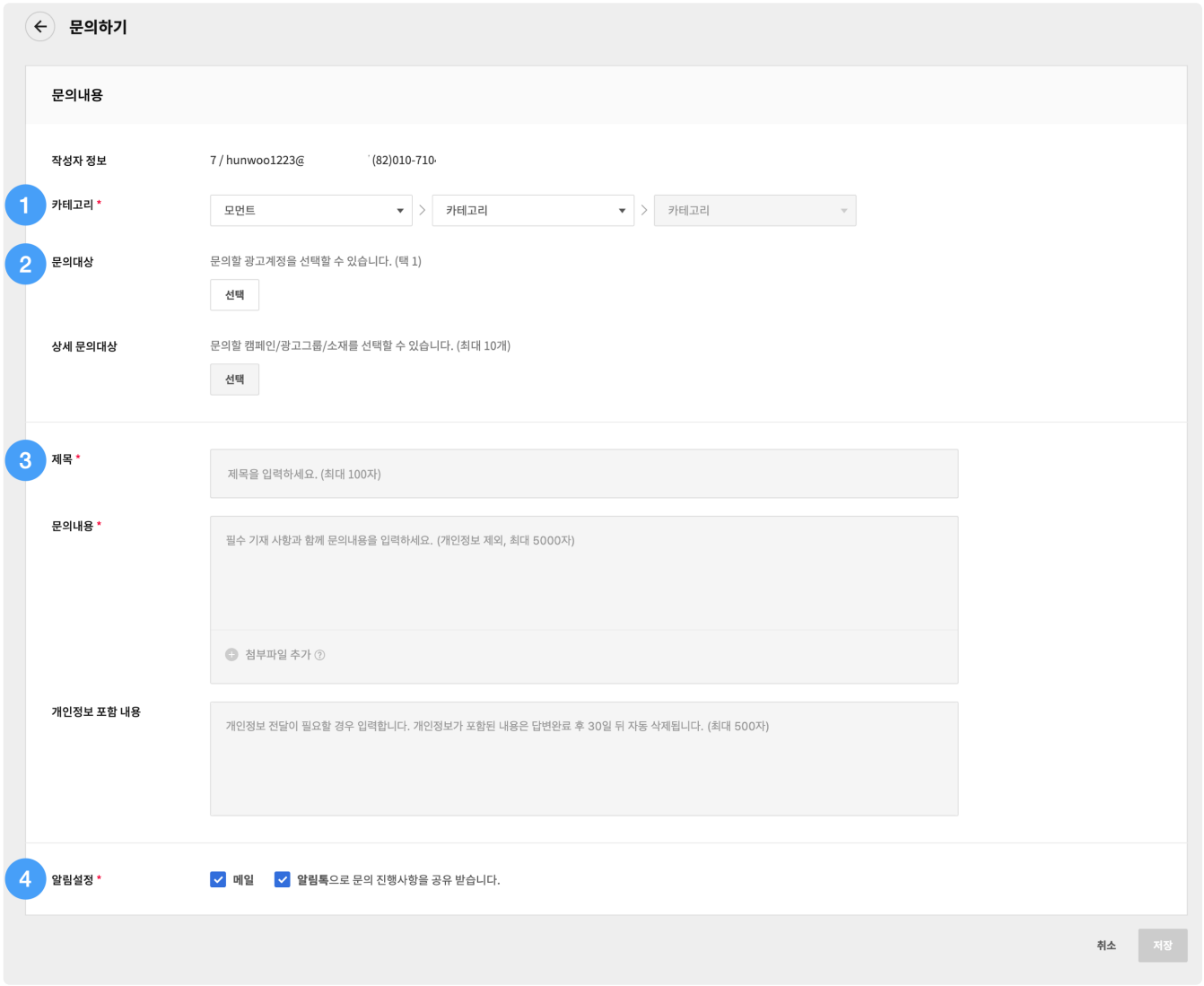
- [x] **카카오 비즈니스 라운지 접속하기**
  카카오 비즈니스 > 카카오모먼트 > 우상단 메뉴 > 문의게시판 클릭



1. 문의하기

카카오 비즈니스 라운지 우측 상단의 [+ 문의하기] 버튼을 클릭하여 문의내용을 작성해주세요.





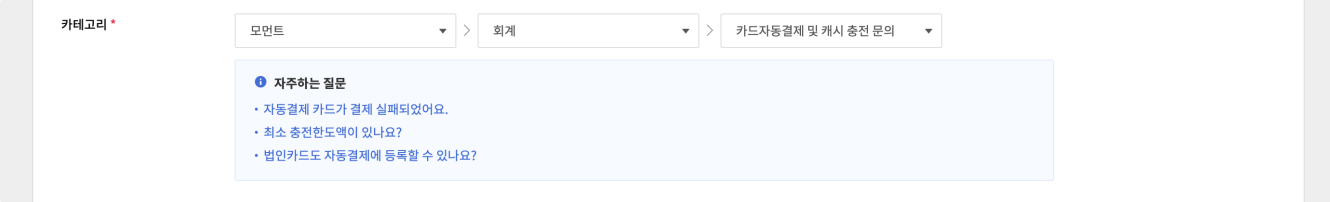
❶ 카테고리

입력하신 카테고리에 따라 해당 카테고리를 담당하는 Kakao 담당자가 답변을 드립니다.
카테고리를 문의내용에 알맞게 선택하시면 더욱 빠르게 답변이 가능합니다.

- 카테고리 구분 및 명칭은 변경될 수 있습니다.
- 문의 내용에 따라 Kakao 담당자가 더욱 적합한 카테고리로 이관 처리할 수 있습니다.

1차 카테고리	2차 카테고리	3차 카테고리
모먼트	**심사**	심사 상태 문의 보류사유 문의 심사 서류 문의 심사 정책 문의
모먼트	**운영**	가입 및 광고계정 문의 광고 자산 문의 디스플레이 광고 운영 문의 메시지 광고 운영 문의 보고서 문의 장애 및 오류 문의 타겟 관리 문의 기타 문의
모먼트	**회계**	카드자동결제 및 캐시 충전 문의 환불문의 세금계산서 문의

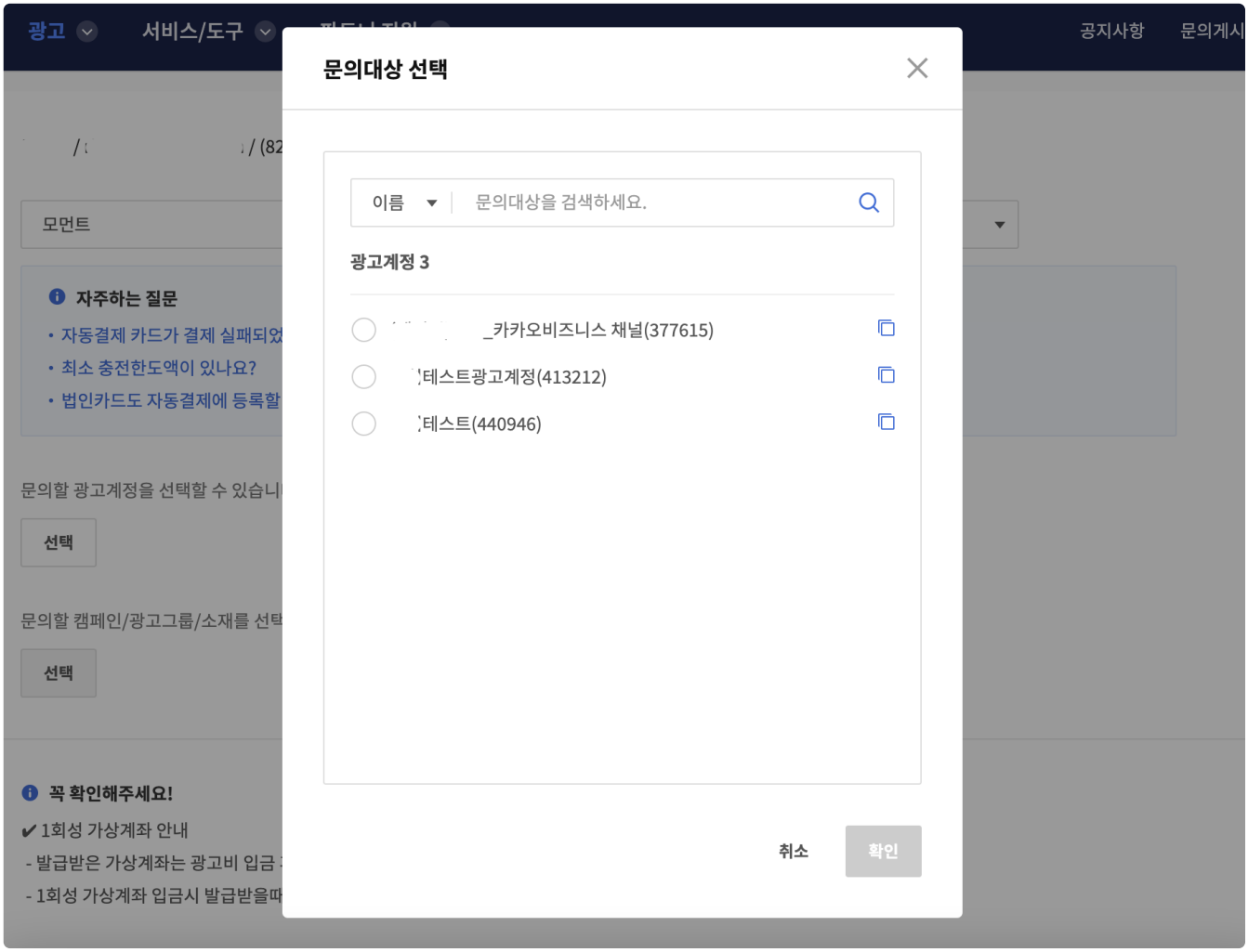
ⓘ 카테고리를 선택하면 선택영역 하단에 관련 FAQ가 제공됩니다.
문의하기 전 '자주하는 질문'을 미리 확인해보세요.



❷ 문의대상

1) 문의대상 선택

광고계정 이름 또는 ID로 문의할 광고계정을 조회할 수 있습니다.



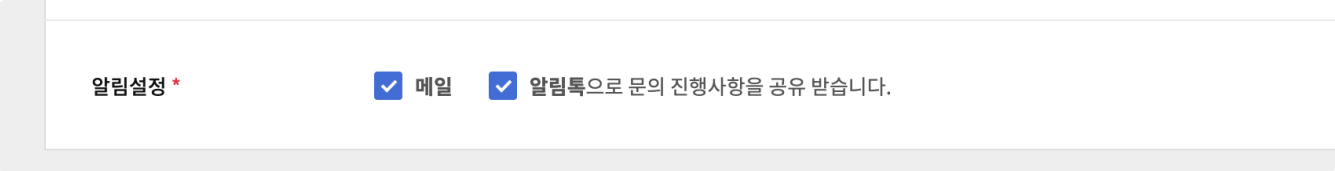
문의대상 선택 후 해당 광고계정에 대한 문의글 공유 여부를 선택할 수 있습니다.
문의글 공유를 선택할 경우 해당 광고계정에 접근 가능한 사용자들은 문의내용을 조회할 수 있습니다.



작성자 이메일/전화번호, 개인정보 포함 내용, 개인정보 포함 체크된 첨부파일은 공유되지 않습니다.

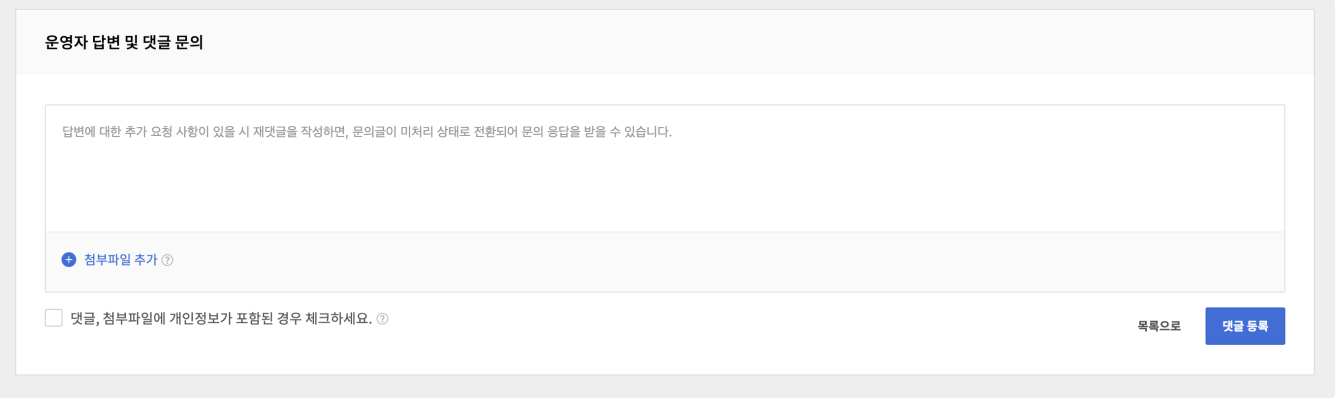
❹ 알림설정

문의 저장 후 Kakao 담당자의 답변을 메일 또는 알림톡으로 받으실 수 있습니다.
문의에 대한 진행상황을 빠르게 확인하실 수 있는 알림 경로를 선택해주세요.



위 내용을 모두 입력한 뒤 [저장] 버튼을 클릭하면 최종적으로 문의가 발행됩니다.
[취소] 버튼을 클릭하면 등록한 내용이 모두 초기화됩니다.

문의글 등록 후에도 추가 의견을 댓글에 등록하여 Kakao 담당자에게 전달할 수 있습니다.



쉽고 편리하게, 궁금한 점이 생겼을때 바로 문의해보세요.

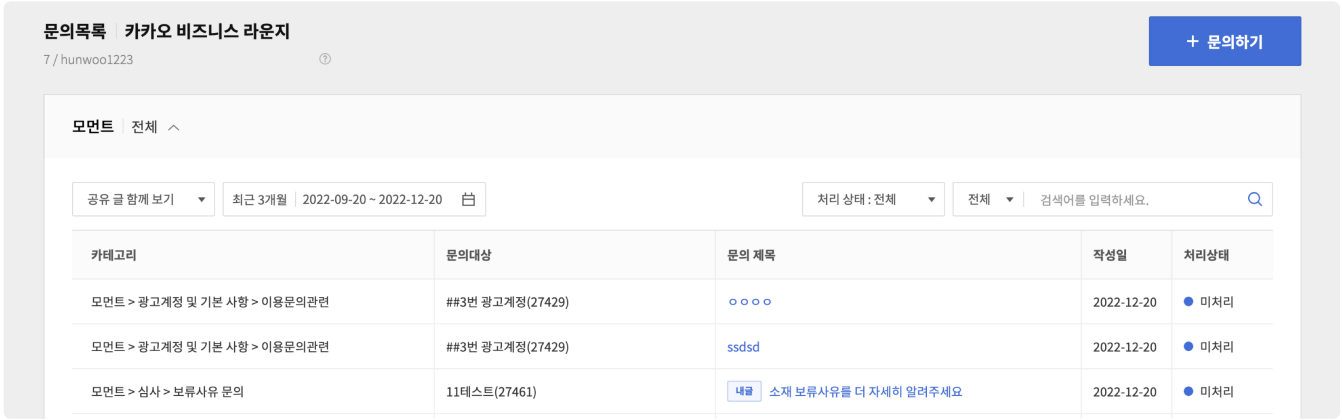
카카오 비즈니스 라운지 페이지로 이동하지 않더라도, 궁금한 점이 있거나 이슈가 있는 지점에서 바로 문의할 수 있습니다.

카카오모먼트 플랫폼 사용 중 우측 상단의 [문의게시판]을 클릭하면, 해당하는 광고계정과 캠페인/광고그룹/소재 정보를 별도 검색하거나 지정하지 않아도 문의대상이 자동 선택됩니다.

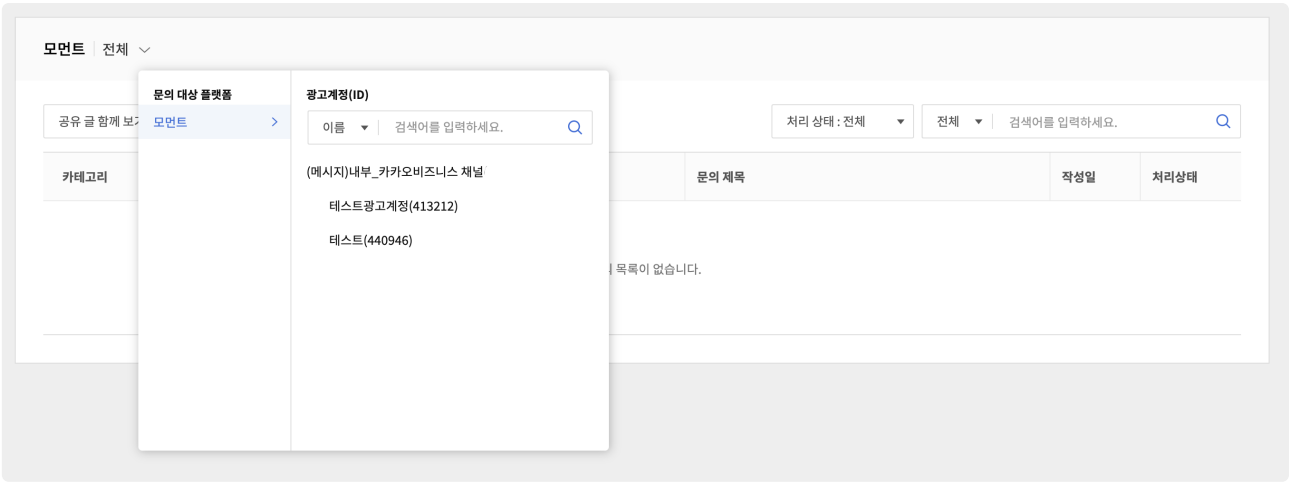


2. 문의목록

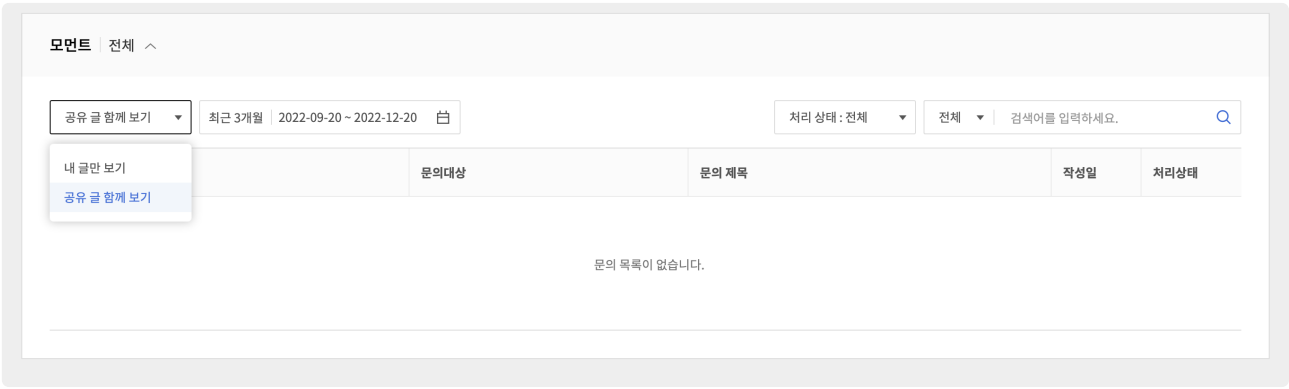
문의목록에서 내가 속한 광고계정에 대한 전체 문의와 각 문의 별 처리상태를 확인할 수 있습니다.



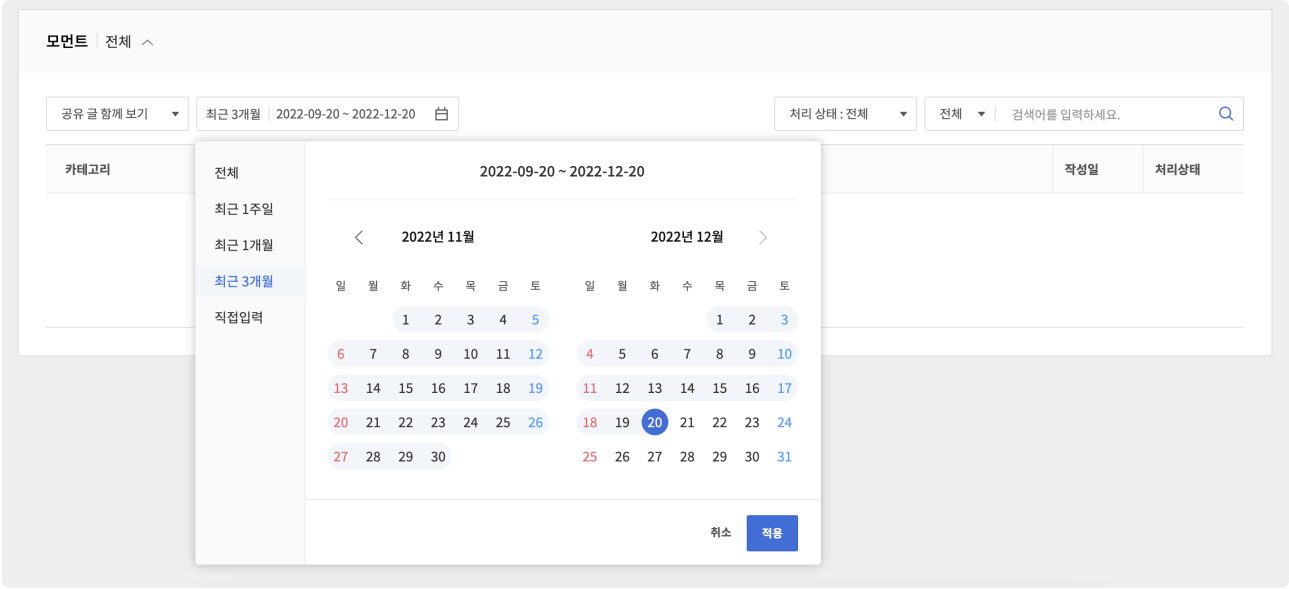
- 내가 속한 전체 광고계정에 대한 문의를 보거나 특정 광고계정을 선택하여 문의를 조회할 수 있습니다.



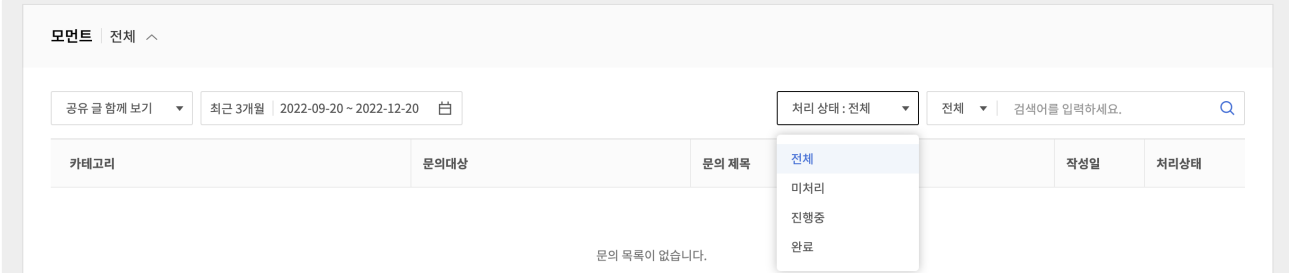
- 내가 작성한 글만 보거나, 공유된 글을 모두 조회하고 싶을 때 필터를 선택할 수 있습니다.



- 문의 작성일을 기준으로 전체, 최근 1주일, 최근 1개월, 최근 3개월, 직접 입력하여 조회할 수 있습니다.



- 발행된 문의의 처리 상태가 표시되며, 처리 상태에 따라 필터링하여 조회할 수 있습니다.



처리 상태	내용
미처리	문의글이 등록된 상태
진행중	Kakao 담당자가 문의를 접수하여 처리중인 상태
완료	Kakao 담당자가 문의 처리를 완료한 상태

- 완료 상태에서 작성자가 댓글을 등록한 경우 자동으로 미처리 상태로 전환됩니다.
- 문의 상태가 '진행중' 또는 '완료' 상태일 경우 문의글 수정/삭제가 불가합니다.

3. 답변 처리시간

- 운영/회계 카테고리 : 문의 발행 후 2시간 이내 (장애 이슈 제외)
- 심사 카테고리 : 문의 발행 후 3시간 이내

문의량 증가 또는 내부 이슈 등으로 인해 처리 시간은 지연 될 수 있습니다.

다른 문의사항이 있으실까요? 카카오톡 채널 혹은 고객센터를 통해 문의하실 수 있습니다.

채널 문의

카카오비즈니스 채널을 추가하시면 카카오톡으로 채팅 상담을 시작하실 수 있습니다.
모바일에서 편리하게 묻고 빠르게 답변을 받아보세요.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)

고객센터 문의

카카오 고객센터에서 문의사항을 남겨주시면, 이메일로 답변해드립니다.

- 카카오모먼트 관리자센터 문의하기

자주 묻는 문의에서 궁금한 점을 해결할 수 있습니다.

- 광고계정 FAQ

원격지원상담

비즈니스 가이드와 톡 상담만으로 카카오모먼트 이용이 어려우신가요?
원격 지원 상담 서비스로 상담원이 서비스 이용을 도와드리겠습니다.

카카오비즈니스 채널 > 상담직원 연결 후 원격지원 상담을 요청하시면 원격 지원 상담 서비스를 시작하실 수 있습니다.

- 카카오톡 채널 상담 운영 시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시 (주말 및 공휴일 제외)