

**NAVER** 성과형 디스플레이 광고  
플랫폼 이용 가이드

Version 1.10.9

Update 2021.12.16

Copyright ©NAVER Corp

버전	날짜	주요 업데이트 내용
V 1.0	2019. 1. 25.	네이버 성과형 디스플레이 광고 이용 가이드 최초 배포
V 1.1	2019. 3. 8.	네이버 성과형 디스플레이 광고 관리 소재 미리보기 수정 등 주요 기능 설명 추가
V 1.2	2019. 9. 19	게재 위치 추가(네이버 카페 피드 지면)에 따른 변경
V 1.3	2019. 11. 13	게재 위치 추가(네이버 메인 / 서브)에 따른 변경
V 1.4	2020. 03. 27	성인 타겟팅 기능, 에이전시 대행권 이관 기능 추가
V 1.5	2020. 04. 28	타겟 관리 / 광고 관리 - 맞춤 타겟 옵션 타겟팅 기능 추가
V1.5.1	2020. 05.11	네이버 게재 위치 “스마트채널” 추가
V1.5.2	2020.06.11	네이버ID 로그인만 가능하도록 가입 화면 변경 및 로그인 오류 관련 팁 추가
V1.6	2020.06.29	광고 관리 > 자동 입찰(Beta) 기능 추가
V1.7	2020.07.02	유사 타겟 기능 추가
V 1.8	2020.07.16	게재 위치 ‘스마트채널’ 내 밴드 지면 추가에 따른 변경 기기에서 미리보기 설정 및 사용법 업데이트
V 1.8.1	2020.07.22	광고 관리 > 최소, 최대 입찰가 업데이트
V 1.8.2	2020.08.25	브랜드/업종 등록 조건 변경, 대시보드 예산 소진율 정보, 남은 캠페인 예산 한도 금액 알림 기능 추가
V 1.8.3	2020.09.01	광고 소재 이미지 배너 크기 변경 사항 업데이트
V 1.8.4	2020.10.14	MAT 타겟 광고 반영 및 모수 갱신 안내, 일예산 소진율 안내 업데이트
V 1.9	2020.10.29	광고 플랫폼 공식 명칭 변경: GFA -> 네이버 성과형 디스플레이 광고 전환 추적 기능 추가
V 1.9.1	2020.11.13	광고 그룹 > 맞춤 타겟 설정 시 도달수 제공 및 타겟 모수 정의 업데이트
V 1.9.2	2020.11.16	환불 계좌 등록 > 인증 번호 수신 관련 업데이트
V 1.9.3	2020.12.22	MAT 별 전환 Key 등록 및 파트너 설정 업데이트
V 1.9.4	2021.01.07	자동 입찰 > 비용 한도 옵션 설명 업데이트
V 1.9.5	2021.01.14	구매 의도 타겟팅 기능 추가
V 1.9.6	2021.03.04	소셜 로그인 관련 내용 업데이트
V.1.9.7	2021.03.22	네이버 모바일 메인/서브 > 네이티브 이미지 소재 에셋 변경

V.1.9.8	2021.03.29	05. 결제 및 청구하기 > 4. 세금계산서 안내 추가
V 1.9.9	2021.04.05	광고 이미지 업로드 및 등록 기능 업데이트
V 1.9.10	2021-04-12	광고 그룹 > 입찰 및 예산 패널 설정 구분 변경
V 1.10.0	2021-06-28	디바이스 타겟 > PC 기기 타겟 기능 추가, 네이티브 이미지 배너형(PC) 유형 추가
V 1.10.1	2021-07-29	대행권 이관> 세금계산서 위임 기능 추가
V 1.10.2	2021-08-10	성인 타겟팅 설정 방법 변경에 따른 업데이트
V 1.10.3	2021-08-19	캠페인/광고 그룹/광고 소재 등록 개수 제한 정책 변경 사항 업데이트
V 1.10.4	2021-08-26	대시보드/리포트 열 추가 및 저장 기능 추가
V 1.10.5	2021-09-24	웹사이트 전환 캠페인 및 전환 수 최대화 자동 입찰 기능 추가
V 1.10.6	2021-10-07	계재 위치 변경 및 밴드 피드(네이버 패밀리 매체 > 피드 영역) 타겟팅 옵션 변경 사항 업데이트
V 1.10.7	2021-10-21	특정 소재 그만보기 기능 적용에 따른 업데이트
V 1.10.8	2021-11-04	상세 타겟팅 타겟 설정 방식 기능 추가
V 1.10.9	2021-12-16	타겟 모수 조회 기준 변경 사항 업데이트

# 목차

<b>01. 네이버 성과형 디스플레이 광고 전체 구성.....</b>	<b>0</b>
1. 네이버 성과형 디스플레이 광고 소개.....	1
1-1. 네이버 성과형 디스플레이 광고란?.....	1
1-2. 네이버 성과형 디스플레이 광고의 특징.....	1
2. 네이버 성과형 디스플레이 광고 전체 메뉴.....	2
<b>02. 계정 만들기.....</b>	<b>4</b>
1. 네이버 성과형 디스플레이 광고 계정 구조.....	5
2. 로그인 계정.....	6
2-1. 가입.....	6
2-2. 내 정보 관리.....	8
3. 광고 계정.....	12
3-1. 광고 계정 만들기.....	12
3-2. 멤버 초대 및 관리.....	19
3-3. 광고 계정 관리.....	22
4. 관리 계정.....	29
4-1. 관리 계정 만들기.....	29
4-2. 멤버 초대 및 관리.....	31
4-3. 관리 계정 관리.....	34
5. 계정 연동.....	36
5-1. 광고 계정과 관리 계정 연동.....	36
5-2. 관리 계정과 관리 계정 연동.....	41
<b>03. 광고 만들기.....</b>	<b>45</b>
1. 캠페인 만들기.....	46
1-1. 새 캠페인 만들기.....	48
1-2. 기존 캠페인 불러오기.....	52
2. 광고 그룹 만들기.....	54

2-1. 새 광고 그룹 만들기.....	54
2-2. 기존 광고 그룹 불러오기.....	72
3. 광고 소재 만들기.....	73
3-1. 소재 타입.....	73
3-2. 새 광고 소재 만들기.....	73
3-3. 기존 광고 소재 불러오기.....	87
3-4. 광고 소재 저장 및 검수 요청.....	88
4. 대시보드.....	89
4-1 차트.....	90
4-2 정보 패널.....	90
4-3 목록.....	90
4-4 광고 검색.....	95
4-5 타이틀 이동.....	96
4-6 대시보드에서 광고 그룹 예산 및 입찰가 변경.....	96
<b>04. 집행 결과 분석하기.....</b>	<b>98</b>
1. 리포트 구성.....	99
1-1. 리포트 목록.....	99
1-2. 광고비 리포트.....	99
1-3. 성과 리포트.....	100
1-4. 열추가 설정.....	100
1-5. 필터.....	102
2. 리포트 제공 지표.....	102
<b>05. 결제 및 청구하기.....</b>	<b>107</b>
1. 결제 설정.....	108
1-1. 결제 설정 옵션.....	108
1-2. 결제 담당자.....	109
2. 충전 및 환불하기.....	115
2-1. 충전금 결제하기.....	115

2-2. 환불하기.....	118
2-3. 광고비 소진.....	123
2-4. 월별 정산서.....	126
3. 통합 결제.....	128
3-1. 결제 정보 등록.....	128
3-2. 통합 결제 설정.....	133
3-3. 대행권 이관 설정.....	139
3-4. 계정별 실적 조회.....	144
4. 세금계산서.....	148
4-1. 세금계산서 조회.....	148
4-2. 세금계산서 발행 및 수정 발행.....	148
<b>06. 도구 사용하기.....</b>	<b>149</b>
1. 변경 내역 관리.....	150
1-1. 광고 관리 변경 내역.....	150
1-2. 계정 관리 변경 내역.....	150
1-3. 결제 관리 변경 내역.....	151
2. 타겟 관리.....	152
2-1. 고객 파일 관리.....	152
2-2. MAT 타겟 관리 / MAT 연동 관리.....	156
2-3. 유사 타겟 관리.....	173
3. 전환 추적 관리.....	177
3-1. 전환 추적 가능 조건.....	177
3-2. 전환 추적 신청.....	177
3-3. 전환 추적 관리.....	181

---

# 01. 네이버 성과형 디스플레이 광고 전체 구성

---

# 1. 네이버 성과형 디스플레이 광고 소개

## 1-1. 네이버 성과형 디스플레이 광고란?

네이버 성과형 디스플레이 광고는 네이버, 밴드 등 다양한 글로벌 매체 이용자 중에서 광고에 적합한 오디언스를 대상으로 성과 기반으로 광고할 수 있는 디스플레이 광고 플랫폼입니다. 실시간 입찰 경쟁에 의해 노출 여부가 결정되므로 노출, 클릭, 재생 여부 및 성과를 보장하지 않습니다.

## 1-2. 네이버 성과형 디스플레이 광고의 특징

네이버 성과형 디스플레이 광고는

### 누구나

- ✓ 광고하고 싶은 사람이면 누구나(직접 운영/에이전시 운영 무관)
- ✓ 직접 가입하고, 광고를 구매, 집행할 수 있습니다.

### 유연한 계정 구조

- ✓ 소상공인부터 큰 기업, 에이전시 구조까지 다양한 광고 환경에 맞춰 관리 계정 구조를 구축할 수 있습니다.

### 실시간 입찰

- ✓ 광고주는 효율을 모니터링하면서 입찰가, 타겟팅 등 실시간 변경 가능합니다.

### 다양한 매체 확장

- ✓ 광고주는 네이버/밴드 등 글로벌 매체에 광고를 집행할 수 있습니다.

### 다양한 과금 타입

- ✓ 광고주는 비보장 CPM 외, CPC, CPV 과금 타입을 자유롭게 선택 가능합니다.  
과금 타입에 따라 실제 노출/클릭/재생된 경우에 한 해 과금이 발생하며 예산 소진을 보장하지 않습니다.

### 성과 기반 리포트 제공

- ✓ 성별/연령 등 오디언스별 성과를 실시간 리포트로 제공하여 광고 운영에 대한 빠른 의사결정이 가능합니다.

### 통합 정산 & 정산 자동화

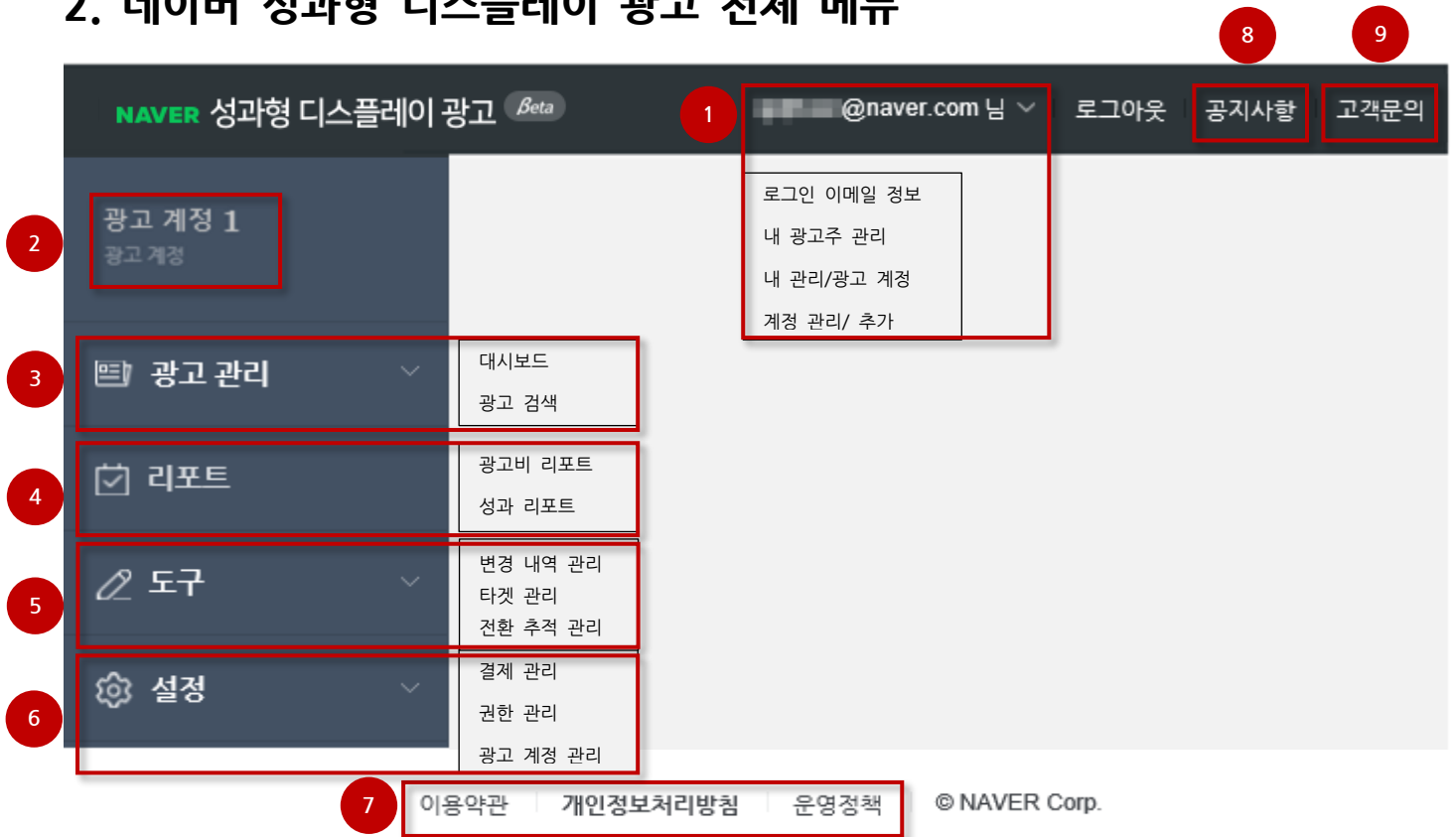
- ✓ 자동화된 정산 지원뿐만 아니라 통합 결제로 관리중인 광고 계정의 정산을 한번에 가능합니다.

### 타겟팅 고도화

- ✓ 지속적인 AI 기술 향상으로 더 좋은 오디언스를 추천합니다.



## 2. 네이버 성과형 디스플레이 광고 전체 메뉴



NO	메뉴명	기능 설명	
①	내 정보	로그인 계정 정보 및 광고주 정보를 관리할 수 있습니다. 내 관리 계정/광고 계정 목록이 나오며, 해당 목록에서 접속하고자 하는 계정을 선택할 수 있습니다. 계정 추가/관리도 가능합니다.	
②	선택 계정	내 정보를 통해 선택한 접속 계정이 나오며, 선택 계정이 관리 계정이면 계정연 결목록을 열고 하위의 관리 계정/광고 계정의 화면으로 이동이 가능합니다.	
③	광고 관리	예산, 원하는 광고 대상, 일정 등에 맞게 광고를 등록하고 수정할 수 있습니다. 광고의 노출을 관리할 수 있습니다.	
④	리포트	광고 집행 결과를 조회하고 다운로드할 수 있습니다.	
⑤	도구	변경 내역 관리	광고, 계정, 결제 관리 중 변경 내역을 확인할 수 있습니다.
		타겟 관리	고객 파일 관리, MAT 연동 및 MAT 타겟 관리, 유사 타겟 관리가 가능합니다.
		전환 추적 관리	광고를 통해 웹사이트에서 발생한 전환수와 전환 매출액을 리포트로 확인할 수 있도록 관리가 가능합니다.
⑥	설정	결제 관리	충전금 결제 및 소진 내역을 확인할 수 있습니다.
		권한 관리	멤버를 관리하고 관리 계정을 연동 관리할 수 있습니다.
		광고 계정 관리	광고 계정 정보, 프로필 관리, 브랜드 관리를 할 수 있습니다.

⑦	이용약관 개인정보처리방침 운영정책	이용약관, 개인정보처리방침, 운영정책을 확인할 수 있습니다.
⑧	공지사항	공지 사항을 확인할 수 있습니다.
⑨	고객문의	관리 계정 및 광고 계정, 광고 관리, 결제 관리, 리포트 관련 문의 사항은 로그인 후 '고객 문의' 메뉴를 이용해 주세요.

## 02. 계정 만들기

---

# 1. 네이버 성과형 디스플레이 광고 계정 구조

3가지 계정 유형이 있습니다.

## 1) 로그인 계정

- (1) NAVER GLAD 플랫폼들을 손쉽게 이용할 수 있도록 지원하는 통합 회원계정으로, 소셜 계정을 로그인에 활용하실 수 있습니다.
- (2) 로그인 계정을 통해 “광고 계정, 관리 계정”을 생성/관리할 수 있습니다.

## 2) 광고 계정

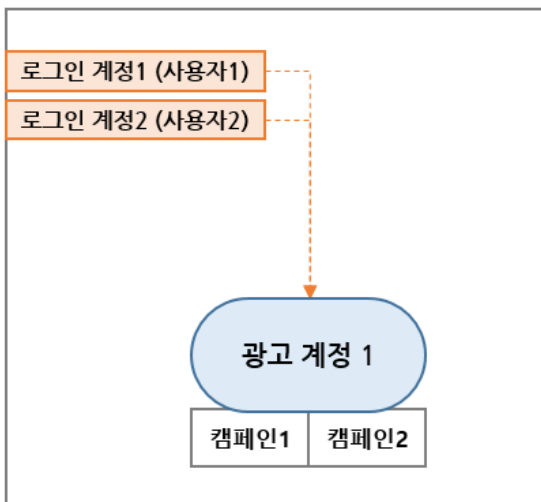
- (1) 광고 집행, 정산, 리포트 등의 기능 제공하는 광고 집행의 최소 단위입니다.
- (2) 광고 계정은 실 광고를 집행하고자 하는 “광고주”로만 설정 가능하며 한 광고 계정에 두 개 광고주를 설정할 수 없습니다. (광고 계정 = 광고주 / 캠페인 = 브랜드)
- (3) 한 개의 광고주는 필요시 복수개의 광고 계정을 가질 수 있습니다.

## 3) 관리 계정

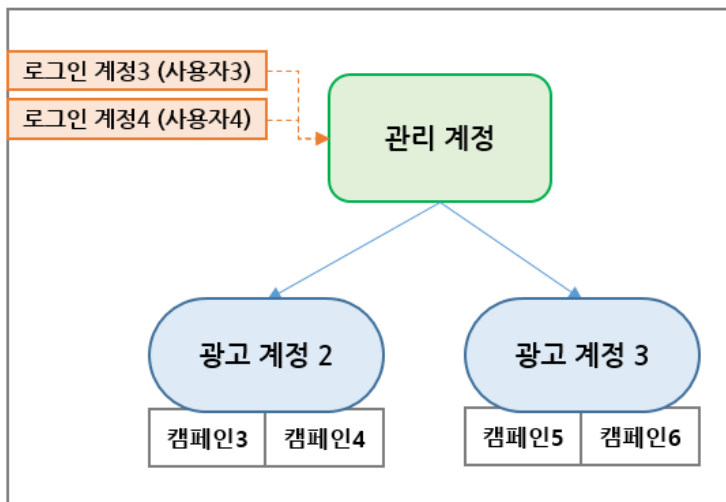
- (1) 복수개의 광고 계정을 효율적으로 관리하기 위해 필요한 기능 그룹을 의미합니다.
- (2) 관리 계정을 통해 원하는 광고 계정에 접속하여 광고를 직접 관리하실 수 있고 복수개의 광고 계정을 통합 결제, 통합 리포트 조회가 가능합니다.

광고 상황에 맞게 계정 구조를 만들 수 있습니다.

[직접 운영의 경우]



[대행 운영의 경우]



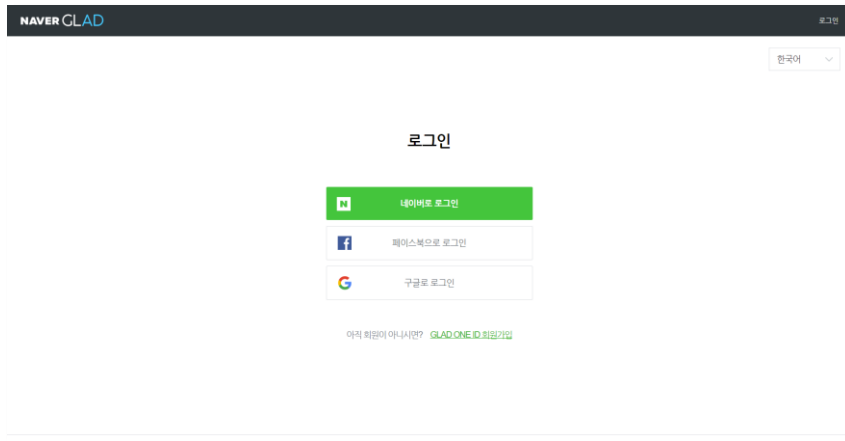
## 2. 로그인 계정

### 2-1. 가입

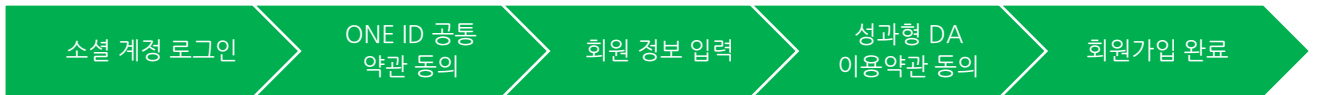
#### (1) NAVER GLAD ONE ID 회원가입

네이버 성과형 디스플레이 광고(<https://gfa.naver.com>)는 ‘네이버로 로그인’ 으로 간편하게 회원 가입할 수 있습니다.

플랫폼 가입 시 사용되는 GLAD ONE ID는 하나의 로그인 계정으로 NAVER GLAD 플랫폼들을 손쉽게 이용할 수 있도록 지원하는 통합 회원계정으로, 네이버 개인 계정을 로그인에 활용하실 수 있습니다. (신규 회원가입 시, 네이버 계정으로만 가입 가능합니다. 단, 2020.06.11 이전 가입자는 페이스북, 구글 아이디로 로그인 가능)



네이버 성과형 디스플레이 광고의 회원가입 절차는 아래와 같습니다.

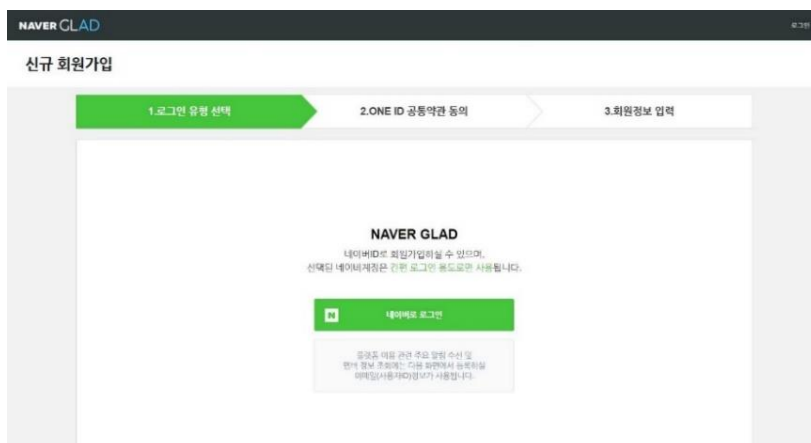


#### 1) 소셜 계정 로그인

① 회원가입 및 로그인 아이디로 사용하고자 하는 ‘네이버 ID’를 선택하신 후 로그인 해주시기 바랍니다.

※ 소셜 로그인에 사용된 네이버ID는 간편 로그인에만 사용되며, 플랫폼 이용 및 광고 계정 초대는 아래 3) 회원 정보 입력하는 사용자D(이메일) 정보가 사용됩니다. 단체가 아닌 개인 소셜 계정으로만 가입 진행이 가능합니다.

② 만약 로그인 가능한 네이버 계정이 없다면, ‘네이버로 로그인’ 버튼 클릭 후 연결되는 로그인 창에서 회원가입 또는 ID/PW찾기를 시도해주시길 바랍니다.



2) ONE ID 공통약관 동의

소셜 로그인 후, ONE ID 가입을 위한 필수 약관 동의를 해주시면 다음 절차로 넘어갑니다.

3) 회원정보 입력

사용자 정보를 입력한 후 이메일 인증, 휴대전화 번호 인증을 진행해주세요.

**NAVER GLAD 회원가입 정보**

통합된 'ONE ID'로 모든 플랫폼을 이용하실 수 있습니다.

이름

사용자 ID (이메일)

휴대전화 번호 ①

이름 정보는 본인에게만 노출됩니다. 3자/30자

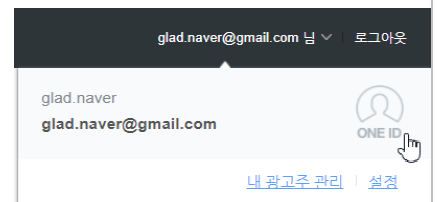
@ 
중복 확인

입력하신 이메일은 GLAD 사용자 ID로 등록되며, 변경이 불가하므로 반드시 본인만이 수신 가능한 이메일주소를 입력해주세요. 사용자 ID로 입력된 이메일로 GLAD 서비스 운영과 관련된 주요 알림이 발송됩니다.

NO	기능 설명
이름	본인에게만 노출되는 이름 정보로, 등록 이후에도 수정할 수 있습니다.
사용자 ID (이메일)	<p>광고/관리 계정 멤버 초대 등을 위해 사용자 ID로 활용되는 정보로, 소셜 로그인에 선택하신 네이버 ID와 별개의 업무용 이메일을 입력하실 수 있습니다. (변경불가)</p> <p>소셜 로그인에 선택하신 네이버 ID와 동일한 이메일 정보로 가입을 진행하실 수 있습니다. 사용자ID에 사내 용 이메일 등 소셜 로그인용 네이버ID와 다른 이메일 주소를 입력하는 경우, 로그인에 혼동하지 않도록 소셜 로그인용 네이버ID와 사용자ID를 유념해주시기 바랍니다.</p> <p>(가입한 소셜 네이버 ID로 로그인 가능) 해당 주소로 광고 운영과 관련된 주요 알림도 발송되니 이메일 중복 확인 인증을 진행해주세요.</p>
휴대전화번호	주요 알림 SMS 수신 및 밴드 광고 상품 소재 미리보기 등에 활용되는 정보로, 휴대전화 번호 인증을 진행해주세요. 플랫폼 사용 중 휴대전화 번호가 바뀌는 경우 재 인증 후 변경할 수 있습니다.

[TIP] ONE ID 회원정보 조회 및 변경

- ✓ 플랫폼 이용 중에 GLAD ONE ID 회원정보를 조회하고, 변경할 수 있습니다.
- ✓ 경로 : 내계정 > 사용자 ONE ID 클릭 > GLAD ONE ID 회원정보 페이지



4) 추가 약관 동의

① 사용자 정보 입력 완료 후 다음을 누르면 광고 플랫폼으로 자동 로그인 되어, 네이버 성과형 디스플레이 광고 이용을 위한 추가 약관 및 홍보성 정보 수신 동의를 받게 됩니다.

※구글/페이스북 계정으로서는 네이버 성과형 디스플레이 광고 가입이 어려우므로, 반드시 소셜 로그인 계정으로 네

이버ID가 선택된 계정으로 접속해주시기 바랍니다.

② 필수 약관에 동의하신 후 ‘확인’을 누르시면 회원가입이 완료됩니다.

[TIP] 로그인이 되지 않을 때

네이버 성과형 디스플레이 광고는 네이버(글로벌의 경우 구글/페이스북) 소셜 서비스의 간편로그인 API를 활용해 로그인을 지원하고 있습니다.

접속 오류가 날 경우, 사용하시는 소셜 서비스 페이지(ex. www.naver.com, www.gmail.com)에서 GLAD 회원가입을 진행한 ID로 정확히 로그인이 되어있는지 확인 부탁드립니다.

- ✓ (2020.06.11 이후 신규 가입자 해당) 네이버로그인 사용자의 경우 ‘GLAD 회원가입 안내’ 메일에 로그인에 사용된 NAVER ID 정보를 확인
- ✓ 소셜 서비스 페이지(ex. www.naver.com, www.gmail.com)에서 로그인 된 ID가 없도록 모두 로그아웃 후 회원가입에 활용된 소셜ID로 재로그인 시도
- ✓ 크롬 시크릿 창에서 로그인 접속 시도

## 2-2. 내 정보 관리

### (1) 로그인 계정 회원정보 관리

로그인 계정 회원정보 페이지에서는 각 네이버 광고 플랫폼에서 공유하는 로그인 계정(ONE ID)의 사용자 정보를 조회하고 관리할 수 있습니다.

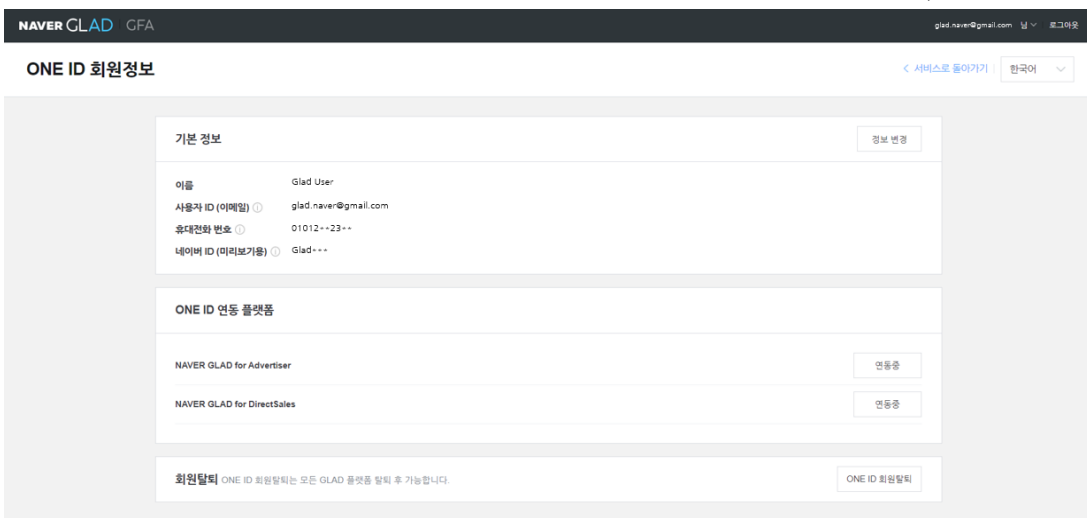
다음의 경로로 로그인 계정 회원정보 페이지에 접근하실 수 있습니다.

- 경로 1: 우측 상단 내 계정 > 사용자 ONE ID > GLAD ONE ID 회원정보
- 경로 2: 우측 상단 내 계정 > 설정 > GLAD ONE ID 회원정보 관리

좌측 상단 네이버 성과형 디스플레이 광고 로고, 우측 상단 ‘<서비스로 돌아가기’, ONE ID 연동 플랫폼의 ‘바로 가기’ 버튼을 클릭하시면 광고 플랫폼으로 돌아오실 수 있습니다.

로그인 계정 회원정보 계정 내 등록된 이름, 휴대전화 번호, 미리보기용 네이버ID를 수정할 수 있습니다.

미리보기용 네이버 ID는 네이버 서비스 지면 내 등록 광고의 기기에서 미리보기(테스트 광고 노출)를 위해 사용됩니다.

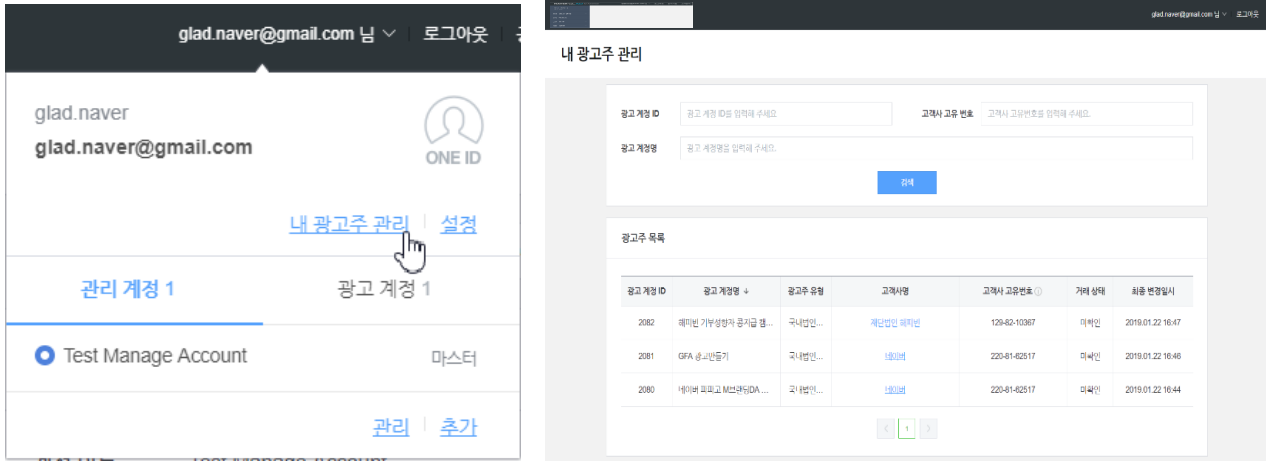


ONE ID 회원탈퇴는 (4) 회원 탈퇴 가이드를 참고하시어 진행 부탁드립니다.

(2) 내 광고주 관리

내 광고주 관리 메뉴에서는 사용자가 소속된 네이버 성과형 디스플레이 광고 광고 계정에 대한 고객사정보를 조회하실 수 있습니다. 다음의 경로로 내 광고주 관리 페이지에 접근하실 수 있습니다.

✓ 경로 : 우측 상단 내 계정 > 내 광고주 관리



내 광고주 리스트의 [고객사명](#)을 클릭하면 연결되는 팝업창에서 고객사 등록 상세 정보와 고객사 정보로 등록된 다른 광고 계정 목록을 조회할 수 있습니다.



NO	기능 설명
①	광고 계정 생성 시 입력한 고객사 사업자 정보가 조회됩니다.
②	동일한 고객사정보로 등록된 광고 계정 중, 사용자가 소속된 광고 계정의 리스트를 보여줍니다.

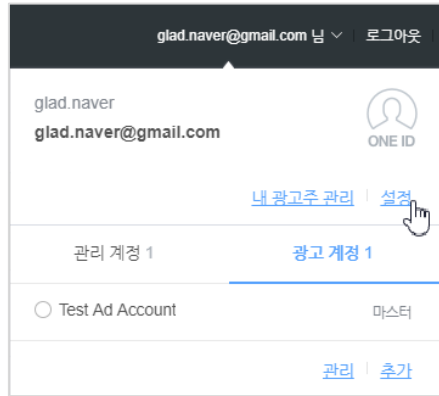
(3) 네이버 성과형 디스플레이 광고 알림 설정

알림 설정은 성과형 DA 운영 및 관리에 필요한 정보성/홍보성 정보에 대한 이메일, 문자 알림 수신 여부를 설정할 수



있는 메뉴입니다. 다음의 경로로 네이버 성과형 디스플레이 광고 알림 설정 페이지에 접근하실 수 있습니다.

- 경로 : 우측 상단 내 계정 > 네이버 성과형 디스플레이 광고 설정 > 정보성 알림 수신 설정 / 홍보성 알림 수신 설정



홍보성 알림에는 상품 및 검수 가이드 판매 및 프로모션, 운영 안내 내용이 포함되며, 정보성 알림을 제공하는 항목은 다음과 같습니다.

알림 구분	정보성 알림 항목	알림 내용
계정 관리	내 계정 권한 변경 시	사용자 본인의 권한 변경 또는 해제 시
	멤버 초대 상태 변경 시	광고/관리 계정으로의 멤버 초대 요청 및 요청 승인/거절 안내
	멤버 권한 변경 시	멤버의 권한이 변경/삭제되었음을 안내
	계정 연동 상태 변경 시	관리 계정 연동 요청 및 요청 승인/거절 안내
	계정 정보 변경 시	광고/관리 계정의 정보 변경 안내
광고 관리	광고 소재 검수 결과	광고 소재 승인/반려 결과 안내
	캠페인 예산 한도 도달 시	캠페인 생성 시 등록된 예산 한도 도달 안내
	광고 그룹 예산 잔액 도달 시	광고 그룹 예산 기준 잔액 도달 안내 (계정 별 잔액 알림 설정 : 해당 계정 > 설정 > 관리 or 광고 계정 관리 > 알림 관리 메뉴에서 가능)
결제 관리	충전금 충전 완료 시	충전금 충전 완료 안내 (단, 신용카드 결제를 통한 충전 알림만 가능)
	충전금 잔액 도달 시	광고 계정에 입력한 충전금 잔액 한도 도달 안내 (계정 별 잔액 알림 설정 : 해당 계정 > 설정 > 관리 or 광고 계정 관리 > 알림 관리 메뉴에서 가능)
	환불 계좌 등록 및 삭제 시	환불 계좌 등록 또는 삭제 안내 (에이전시의 경우 환불계좌 검수 후 등록됨)
	통합 결제 연결 요청 및 해제 시	통합 결제 연결 요청 및 승인, 연결 해제 안내
고객문의 답변	고객문의 답변 등록 시	고객문의 답변 등록 안내

※ 심야 시간대 정보성 알림 거부를 한 경우 심야 시간대에 발생한 문자 알림은 익일 오전 8시경에 안내가 진행되며, 심야 시간대 발송된 이메일 알림은 이메일에 접속하시면 발송되지 않았던 알림을 확인하실 수 있습니다.

(4) 회원 탈퇴

네이버 성과형 디스플레이 광고 탈퇴를 위해서는 마스터나 멤버로 활동 중인 광고/관리 계정이 없어야 합니다.

- ① 광고/관리 계정의 단독 마스터인 경우 광고/관리 계정을 삭제해주세요.
- ② 광고/관리 계정의 단독 마스터가 아닐 경우 계정 나가기를 진행해주세요.
- ③ 광고/관리 계정의 결제 담당자일 경우, 결제 담당자 위임하기를 진행한 후 계정 나가기를 진행해주세요.

위 내용까지 확인한 뒤에 탈퇴프로세스는 다음과 같습니다.

- 경로: 우측 상단 내 계정 > 설정 > 네이버 성과형 디스플레이 광고 회원탈퇴 클릭 > 휴대폰 인증 > 회원 탈퇴 완료

네이버 성과형 디스플레이 광고 탈퇴 후 다른 연동된 GLAD플랫폼이 없으실 경우,

네이버 성과형 디스플레이 광고 회원탈퇴 처리 완료 안내 확인 후 연결되는 'ONE ID 회원정보' 화면에서 ONE ID 탈퇴를 진행하실 수 있습니다.

## 네이버 성과형 디스플레이 광고 회원 탈퇴 신청이 완료되었습니다. ✕

요청하신 네이버 성과형 디스플레이 광고 회원 탈퇴 처리가 완료되었습니다.

GLAD ONE ID 계정의 회원 탈퇴를 원하신다면, 연결되는 페이지에서 GLAD ONE ID 탈퇴 신청을 진행하시기 바랍니다.

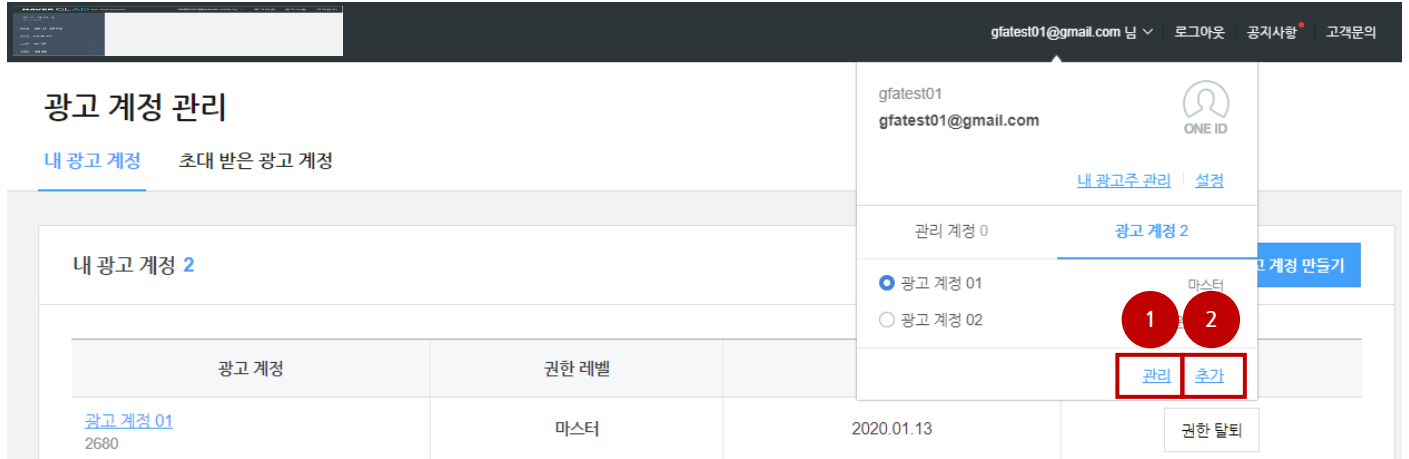
확인

### 3. 광고 계정

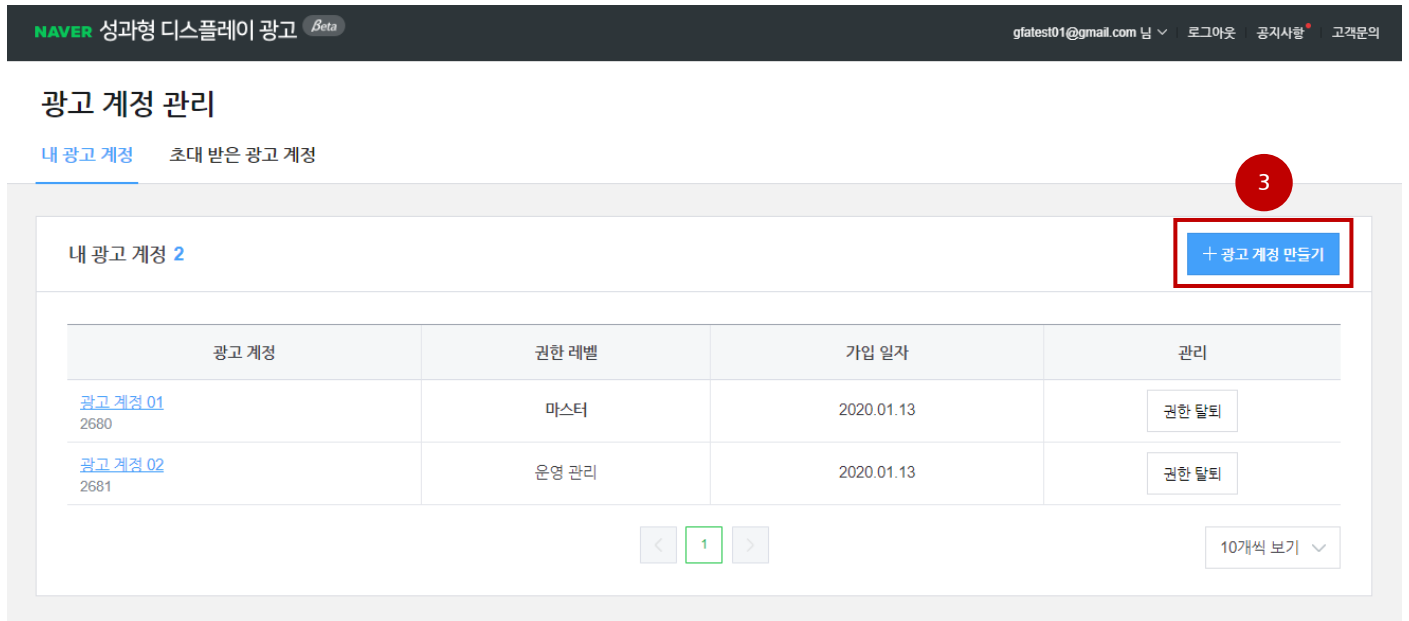
#### 3-1. 광고 계정 만들기

광고 계정 만들기는 아래와 같이 두 가지의 접속 경로를 통해 접근할 수 있습니다.

[경로] 네이버 성과형 디스플레이 광고 > 내 정보 팝업



[경로] 네이버 성과형 디스플레이 광고 > 내 정보 팝업 > 광고 계정 탭 > 관리 버튼 > 광고 계정 목록



NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	내 정보 팝업	관리 버튼	내 광고 계정 목록(관리)으로 이동하는 버튼입니다.
②	내 정보 팝업	추가 버튼	광고 계정을 추가(만들기)할 수 있는 버튼입니다.
③	광고 계정 목록	광고 계정 현황	광고 계정을 생성(추가)할 수 있는 버튼입니다.

[TIP]

- ✓ 이미 생성된 광고 계정의 경우도 위 경로를 통해 접속 가능합니다.
- ✓ 내 정보 팝업(우측 상단 사용자 ID 영역)의 경우 사용 가능한 계정만 노출되며, 광고 계정 목록에서는 전체 목록(사용중지, 사용 불가 상태의 계정)을 확인할 수 있습니다.

### (1) 광고주 정보 설정

광고주 유형은 총 3개(사업자 광고주(법인/개인), 개인 광고주, 해외 광고주)로 구분되어 있습니다.

집행하고자 하는 광고주의 유형을 확인한 후 해당되는 유형을 선택하여 광고 계정을 생성합니다. 국내에서 사업자 등록을 한 경우 "사업자 광고주" 유형을, 사업자 등록을 하지 않은 경우 "개인 광고주" 유형을 선택하실 수 있습니다. 국내에 사업자 등록을 하지 않은 해외 광고주의 경우 "해외 광고주" 유형을 선택해 주세요.

#### [주의사항]

- ✓ 광고 계정은 사업자 또는 개인 식별자 단위로 1개만 생성하는 것을 원칙으로 합니다.
- ✓ 만약 동일 사업자 또는 개인이 복수 브랜드를 광고해야 할 경우, 광고 계정을 1개 생성한 후 브랜드를 각각 등록하신 후 브랜드 별로 캠페인을 나누어 등록/운영하실 수 있습니다.

1) 사업자 광고주(법인/개인) 조회 및 등록하기

1. 사업자 정보
2. 광고 계정 정보
3. 기타 정보(선택)

광고주 유형 선택

국내에서 사업자 등록을 한 경우 "사업자 광고주" 유형을 선택, 사업자 등록을 하지 않은 경우 "개인 광고주" 유형을 선택하세요.  
 국내에 사업자 등록을 하지 않은 해외 광고주의 경우 "해외 광고주" 유형을 선택해주세요.  
 광고주 정보 등록 이후에 국내 법인 또는 사업자가 "개인 광고주" 또는 "해외 광고주" 유형으로 가입한 것이 확인될 경우 사업자 광고주로 변경 요청을 받을 수 있습니다.

사업자 광고주 (법인/개인)

개인 광고주

해외 광고주

가입여부 조회

사업자 광고주는 사업자 등록번호를 입력하여 가입해주세요.  
 광고 계정은 광고주 본인의 사업 또는 서비스를 광고 하기 위한 목적으로 생성해야 하며, 이를 위반할 경우 네이버 성과형 디스플레이 광고 서비스 이용이 제한될 수 있습니다.  
 단, 광고주로부터 적법한 권한을 부여 받은 경우 광고주의 광고 계정을 생성할 수 있습니다.

2

사업자 등록번호 검색

조회하기

사업자 정보 저장

3

조회하신 광고주는 등록되어있지 않습니다.

아래 정보 입력을 통해 광고주를 등록하여 광고 계정을 생성해주세요.

사업자 등록번호 <input style="width: 100%;" type="text" value="101-81-18684"/>	사업자 주소 <input style="width: 80%;" type="text" value="우편번호를 입력해주세요."/> <span style="font-size: small;">우편번호 찾기</span>
상호(법인)명 <input style="width: 90%;" type="text" value="상호(법인)명을 입력해주세요."/>	<input style="width: 90%;" type="text" value="사업자주소를 입력해주세요."/>
대표자명 <input style="width: 90%;" type="text" value="대표자명을 입력해주세요."/>	<input style="width: 90%;" type="text" value="상세주소를 입력해주세요."/>
업종 <input style="width: 90%;" type="text" value="업종을 입력해주세요."/>	사업자 등록증 ① <input style="width: 50%;" type="text" value="+ 파일 업로드"/>
업태 <input style="width: 90%;" type="text" value="업태를 입력해주세요."/>	


NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	광고주 유형 선택	사업자 광고주	법인 및 개인 사업자는 '사업자 광고주' 유형을 선택합니다.
②	가입여부 조회	사업자 번호 조회	광고 집행 대상의 사업자 등록번호를 조회 합니다.
③	사업자 정보	사업자 정보 입력	조회된 사업자를 확인 또는 신규로 등록합니다.(모두 필수) L 기존 집행 이력이 있는 경우 자동 표기(정보 변경 가능) L 기존 집행 이력이 없는 경우 입력하면 노출

2) 개인 광고주 조회 및 등록하기


1. 사업자 정보
2. 광고 계정 정보
3. 기타 정보(선택)

**광고주 유형 선택**


국내에서 사업자 등록을 한 경우 "사업자 광고주" 유형을 선택, 사업자 등록을 하지 않은 경우 "개인 광고주" 유형을 선택하세요.  
 국내에 사업자 등록을 하지 않은 해외 광고주의 경우 "해외 광고주" 유형을 선택해주세요.  
 광고주 정보 등록 이후에 국내 법인 또는 사업자가 "개인 광고주" 또는 "해외 광고주" 유형으로 가입한 것이 확인될 경우 사업자 광고주로 변경 요청을 받을 수 있습니다.



사업자 광고주 (법인/개인)



개인 광고주



해외 광고주

**가입여부 조회**

개인 광고주는 본인 확인을 위해 광고주 본인의 휴대전화 번호로 인증 후 가입해주세요.  
 광고 계정은 광고주 본인의 사업 또는 서비스를 광고 하기 위한 목적으로 생성해야 하며, 이를 위반할 경우 네이버 성과형 디스플레이 광고 서비스 이용이 제한될 수 있습니다.

개인 광고주 휴대폰 인증
본인 휴대전화 인증
인증이 성공되었습니다.

**개인 광고주 정보**

광고주 본인 확인이 완료되었습니다.

개인 광고주의 대표자명은 변경이 불가능합니다. 반드시 광고주 본인의 실명이 맞는지 확인해주세요.

휴대전화 번호	01012345678	대표자명	홍길동
---------	-------------	------	-----

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	광고주 유형 선택	개인 광고주	사업자로 신고되지 않은 광고주(개인 비사업자)는 '개인 광고주' 유형을 선택합니다.
②	가입여부 조회	휴대전화 인증	개인 광고주 명의로 신고된 휴대폰 번호를 인증합니다.
③	개인 광고주 정보	개인 광고주 정보	본인 휴대전화 인증이 완료되면 자동으로 입력됩니다. 본인 실명으로 세금계산서가 발행되므로 인증 후 수정이 불가능합니다.

[TIP]

- ✓ 개인 광고주 유형은 국내 사업자로 신고되지 않는 비사업자가 광고주 본인의 사업 또는 서비스를 광고하기 위한 목적으로 운영이 가능합니다.
- ✓ 광고주 정보 등록 이후에 국내 법인 또는 사업자가 개인 광고주 유형으로 가입한 것이 확인될 경우 사업자 광고주로 변경 요청을 받을 수 있습니다.
- ✓ 조회된 개인정보(전화번호/이름)가 실 정보와 일치하지 않는 경우 통신사를 통해 정보를 확인해야 합니다.

3) 해외 광고주 조회 및 등록 하기

1. 사업자 정보
2. 광고 계정 정보
3. 기타 정보(선택)

**광고주 유형 선택**

국내에서 사업자 등록을 한 경우 "사업자 광고주" 유형을 선택, 사업자 등록을 하지 않은 경우 "개인 광고주" 유형을 선택하세요.  
 국내에 사업자 등록을 하지 않은 해외 광고주의 경우 "해외 광고주" 유형을 선택해주세요.  
 광고주 정보 등록 이후에 국내 법인 또는 사업자가 "개인 광고주" 또는 "해외 광고주" 유형으로 가입한 것이 확인될 경우 사업자 광고주로 변경 요청을 받을 수 있습니다.

사업자 광고주 (법인/개인)

개인 광고주

1

해외 광고주

**광고주 등록**

해외 광고주의 사업자 정보를 입력해주세요.  
 등록하신 사업자 정보는 결제 및 세금계산서 발행과 결제 관리에 책임이 있는 회사를 식별하는데 사용됩니다.  
 국내에 설립된 법인 또는 지사가 존재할 경우 해외 광고주 등록이 거부될 수 있습니다.

2

<b>사업자 식별 번호</b> ①	900-00-02601	<b>사업자 주소</b>	우편번호를 입력해주세요.
<b>상호(법인)명</b>	상호(법인)명을 입력해주세요.		사업자주소를 입력해주세요.
<b>대표자명</b>	대표자명을 입력해주세요.		상세주소를 입력해주세요.
<b>국가</b>	미국		

국가는 관리 계정 생성시 선택한 광고주 국가 정보로 세금 규정과 관련되어 있습니다.  
 광고주의 국가 정보는 수정이 불가능합니다.

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	광고주 유형 선택	해외 광고주	해외 사업자로 등록되어 있는 경우 '해외 광고주' 유형을 선택합니다.
②	광고주 정보	광고주 정보 입력	해외 광고주는 광고 계정 생성시 모두 신규로 등록해야 합니다. ↳ 사업자 국가의 경우 세금계산서 처리에 영향을 줄 수 있는 항목으로 광고주의 국가를 명확하게 선택해야 합니다. ↳ 사업자 주소는 인보이스 발행 등에 사용될 수 있는 정보로 정확한 주소를 표기해야 합니다.

- [TIP]
- ✓ 해외 광고주의 사업자 식별 번호는 광고플랫폼에서 임시로 발급되며, 세금계산서 등과 관련은 없습니다.
  - ✓ 사업자 국가 선택의 경우는 세금계산서 등에 영향이 있어 계정 생성시 정확하게 잘 선택해 주셔야 합니다.
  - ✓ 광고주 정보 등록 이후에 국내 법인 또는 사업자가 "개인 광고주" 또는 "해외 광고주" 유형으로 가입한 것이 확인될 경우 사업자 광고주로 변경 요청을 받을 수 있습니다.

(2) 광고 계정 정보 설정

광고 계정 이름 및 광고를 집행하고 결제에 사용되는 기본 정보를 설정하는 항목입니다.

해당 설정 값에 따라서 광고 집행 및 결제에 영향을 줄 수 있으니 광고 집행 목적과 일치하도록 기본 정보를 설정해야 합니다.

1. 사업자 정보
2. 광고 계정 정보
3. 기타 정보(선택)

광고 계정 정보

**1** 광고 계정 이름  0자 / 30자

광고 계정 설정

광고 계정에 적용될 시간대 및 통화 정보입니다.

설정된 정보 기준으로 세금 및 회계 처리, 광고 노출, 리포트 조회 기준으로 사용되며 광고 계정 생성 이후 변경할 수 없습니다.

**2** 국가  ▼

광고주 국가 정보로서 세금 및 회계 처리 기준이 됩니다.

**4** 시간대(GMT)  ▼

광고 계정에서 발생하는 광고 집행 일정, 리포트 조회, 정산 일자의 기준 시간대입니다.

**3** 통화  ▼

광고비 결제 및 소진시 사용되는 통화 단위입니다.

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	광고 계정 정보	광고 계정 이름 입력	광고 계정 명을 30자 이내로 작성해야 합니다.
②	광고 계정 설정	국가 입력	광고비 결제에 필요한 국가를 선택해 주셔야 합니다.
③	광고 계정 설정	통화 입력	광고비 결제에 필요한 통화를 선택해 주셔야 합니다.
④	광고 계정 설정	시간대 입력	리포트 및 결제에 필요한 시간을 선택해 주셔야 합니다.

- [TIP]
- ✓ 국가, 통화, 시간대 설정 값의 경우 광고 집행 및 결제 관련 내용에 연관된 내용으로 계정 생성시 광고 집행 목적에 맞도록 잘 설정해 주셔야 합니다.
  - ✓ 국가, 통화, 시간대 설정 등은 최초 생성 이후 수정이 불가능합니다.(추가 생성을 통해 해결해야 합니다.)



(3) 기타 정보(선택) 설정

광고 집행 및 관리에 필요한 정보를 입력하는 단계로, 네이티브 이미지 타입 광고를 집행 시 필요한 프로필 정보를 미리 등록하실 수 있습니다.

단, 광고 프로필 정보는 선택 항목으로 광고 계정 생성자의 필요에 따라서 설정하거나 미입력 상태에서 광고 등록을 완료할 수 있습니다. 미입력 된 경우 광고 계정 생성 완료 후 계정 관리를 통해 추가 및 수정 가능합니다.

1. 사업자 정보
2. 광고 계정 정보
3. 기타 정보(선택)

기타 정보 입력 (선택 사항)

광고 프로필 정보 네이티브 이미지 타입 소재 등록 시 프로필 정보가 필요합니다.  
 광고 계정 생성을 완료하신 후 설정 > 광고 계정 관리 > 프로필 관리 페이지에서 등록 및 수정이 가능합니다.

1

프로필명

프로필명을 입력해주세요.

0자/19자

2

프로필 이미지

+ 파일 업로드

포맷: PNG, JPG(RGB) 권장 크기: 300 X 300px (1:1) 용량: 200KB 이하

3

프로필 URL

프로필 URL을 입력해주세요.

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	광고 프로필 정보	프로필명	프로필명을 19자 이내로 입력해야 합니다.
②	광고 프로필 정보	프로필 이미지	JPG, PNG 확장자 파일만 가능합니다. (RGB만 가능)
③	광고 프로필 정보	프로필 URL	프로필 명에 맞는 프로필 URL을 입력해야 합니다.

- [TIP]
- ✓ 광고 프로필 정보는 밴드, 네이버 등의 매체에서 네이티브 이미지 타입 소재를 등록하실 경우 반드시 필요한 정보입니다.
  - ✓ 광고 계정에서는 미리 등록해 두면 추후 광고 소재 생성시 자동으로 불러와서 보여지며, 원하실 경우 수정도 가능합니다.
  - ✓ 광고 프로필 정보는 광고계정 생성 완료 후 “설정> 광고계정 관리 > 프로필 관리” 페이지에서 수정이 가능합니다.

### 3-2 멤버 초대 및 관리

멤버 초대 및 관리는 '마스터' 권한 레벨의 경우만 가능합니다.

광고 계정 생성시 생성자는 자동으로 '마스터' 권한을 부여 받으며, 부여 받은 마스터 권한을 통해 멤버를 초대하거나 관리할 수 있습니다.

#### (1) 멤버 초대하기

[경로] 대상 광고 계정 > 설정 > 권한 관리 > 멤버 관리

멤버 관리
+ 멤버 초대

멤버 ID	권한 레벨	가입 일자	관리
gfatest01@gmail.com <span style="font-size: small; color: blue;">본인</span>	마스터	2020.01.13	<span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px 5px; margin-right: 5px;">권한 탈퇴</span> <span style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px 5px;">권한 수정</span>

1) 우측 '+멤버 초대' 버튼을 클릭하여 멤버 초대를 시작합니다.

멤버 초대 동의
×

새로운 멤버를 초대할 수 있습니다.  
멤버 초대시 주의사항을 확인해주세요.

- 새로운 멤버 초대 시 해당 사용자에게 필요한 권한 레벨을 지정하여 계정에 접근 권한 수준을 제한할 수 있습니다.
- 초대된 멤버의 계정 활동 내용에 대한 관리 책임은 모두 초대를 보낸 사용자에게 있으므로 멤버 초대 및 관리에 주의해야 합니다.
- 멤버 초대 시 부여 하는 권한 레벨에 따라 다른 멤버의 이름, 이메일, 전화번호 등 개인정보 열람이 가능하며, 광고 운영, 결제 권한, 멤버 초대 등 모든 관리 및 운영 기능을 사용할 수 있으니 사용자에게 맞는 권한 레벨을 지정해 주셔야 합니다.
- 초대를 받은 사용자가 승인하는 즉시 부여한 권한 레벨로 접근 가능하며, 운영 중인 해당 계정에 대해서 권한 해제 및 권한 레벨을 변경할 수 있습니다.

위 내용을 숙지하였으며 초대 정책에 동의합니다.

취소
확인

멤버 초대
×

이메일 멤버로 초대할 사용자의 이메일을 입력해주세요.  
상대방이 초대를 승인하면 입력하신 이메일 주소가 사용자ID로 등록됩니다.

@

직접 입력

멤버로 초대할 사용자의 권한 레벨을 선택해주세요.

권한 레벨 선택하세요

- 마스터  
멤버 관리, 광고 관리, 결제 관리, 리포트 등 계정에 대한 모든 기능을 책임지고 관리할 수 있는 권한입니다.
- 운영 관리  
광고 등록 및 수정, 삭제, 리포트 조회 등 광고 운영과 관리가 가능한 권한입니다.
- 운영 조회  
등록된 광고와 지표 확인, 리포트 조회가 가능한 권한입니다.
- 리포트  
리포트 조회만 가능한 권한입니다.

취소
확인

2) 멤버 초대 주의 사항에 동의 체크 후 확인 버튼을 눌러 멤버 초대를 계속 진행해 주세요.

3) 초대하고자 하는 사용자의 E-mail 주소 입력해 주세요.

① 네이버 성과형 디스플레이 광고 미 가입자의 경우도 E-mail 주소를 알고 있다면 초대 가능합니다.(단, 초대 사용자가 해당 메일 주소를 통해 성과형 디스플레이 광고에 가입을 완료해야 합니다.)

② 멤버 초대 시 성과형 디스플레이 광고 가입시 입력하신 '사용자 ID(E-mail)'를 사용해 주셔야 합니다.(로그인시 사용되는 소셜 ID와 다른 정보일 수 있으니 확인 후 초대해 주세요.)

4) 초대하고자하는 멤버의 권한 레벨을 선택해주세요.

멤버 권한은 총 4단계 레벨로 구성되어 있으며, 각 레벨 별로 광고 계정의 권리가 다르게 설정됩니다.

마스터 권한 레벨도 제한 없이 부여 가능하며, 마스터 권한을 부여하는 경우 계정에 대한 권리를 모두(단, 결제 관련 내용은 일부 제외됨) 부여하는 내용으로 주의해서 멤버 권한 레벨을 선택해 주셔야 합니다.

- ① 마스터 : 멤버, 광고, 결제, 리포트 등 계정에 대한 모든 기능을 책임지고 관리할 수 있는 권한입니다.
- ② 운영 관리 : 광고 집행 및 운영을 전반적으로 관리할 수 있는 사용자 권한입니다.
- ③ 운영 조회 : 광고 집행 및 리포트 관련 내용을 조회만 할 수 있는 사용자 권한입니다.
- ④ 리포트 : 광고 집행에 대한 리포트만 조회 가능한 사용자 권한입니다.

5) 초대 받은 사용자가 권한을 승인하면 해당 권한 레벨에 맞는 권리로 광고 계정에 접속 및 이용할 수 있습니다

(2) 멤버 관리하기

초대 중이거나 초대 완료된 멤버(마스터 포함)를 관리할 수 있습니다.

광고 계정의 마스터 권한자는 멤버(마스터 포함)의 권한을 해제 하거나, 부여한 권한 레벨을 조정할 수 있습니다.

마스터 권한 레벨 사용자는 멤버 관리에 대한 모두 기능 사용이 가능하며, 마스터가 1명 이상인 경우 마스터 권한도 광고 계정에서 탈퇴하실 수 있습니다.(마스터가 1인인 경우 '권한 탈퇴'가 불가합니다.)

[경로] 대상 광고 계정 > 설정 > 권한 관리 > 멤버 관리

The screenshot shows two tables under the '멤버 관리' (Member Management) section. The first table lists existing members with columns for Member ID, Authority Level, Join Date, and Authority Management. The second table, '초대 멤버 관리' (Invited Member Management), lists invited members with columns for Member ID, Authority Level, Invite Date, and Authority Management. Red callouts 1-10 point to specific UI elements: 1 (+ Member Invite), 2 (Member ID column), 3 (Authority Level column), 4 (Authority Management buttons), 5 (Authority Management buttons), 6 (Authority Management buttons), 7 (Member ID column), 8 (Authority Level column), 9 (Authority Management buttons), and 10 (Authority Management buttons).

멤버 ID	권한 레벨	가입 일자	권한 관리	
naver_01@naver.com <small>본인</small>	마스터	2019.11.01	권한탈퇴	권한수정
01@naver.com	마스터	2020.01.02	권한해제	권한수정
02@naver.com	운영 관리	2020.01.10	권한해제	권한수정

멤버 ID	권한 레벨	초대 일자	권한 관리	
28@naver.com	마스터	2019.12.05	취소	권한수정
29@naver.com	운영 관리	2020.01.13	취소	권한수정

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	멤버 관리	멤버 초대 버튼	멤버를 초대 할 때 사용하는 버튼입니다.
②	멤버 관리	멤버 ID	초대 완료된 멤버의 ID를 표기하는 내역입니다.
③	멤버 관리	권한 레벨	초대 완료된 멤버의 권한 레벨을 표기하는 내역입니다.
④	멤버 관리	권한 탈퇴 버튼	광고 계정을 탈퇴할 수 있는 버튼입니다.(본인만 표기)
⑤	멤버 관리	권한 수정 버튼	이미 부여된 권한 레벨을 수정할 수 있는 버튼입니다.
⑥	멤버 관리	권한 해제 버튼	이미 부여된 권한을 해제 시킬 수 있는 버튼입니다.
⑦	멤버 초대 관리	멤버 ID	초대 중인 멤버의 ID를 표기하는 내역입니다.
⑧	멤버 초대 관리	권한 레벨	초대 중인 멤버의 권한 레벨을 표기하는 내역입니다.
⑨	멤버 초대 관리	취소 버튼	초대 중인 멤버를 취소할 수 있는 버튼입니다.
⑩	멤버 초대 관리	권한 수정 버튼	초대 중인 멤버의 권한 레벨을 수정할 수 있는 버튼입니다.

[TIP]

- ✓ 모든 권한 레벨(마스터 포함)은 모든 사용자에게 자유롭게 부여할 수 있습니다.
- ✓ 권한 부여는 해당 광고 계정에 권리를 부여하는 행위로 권한 부여하는 멤버의 권한이 적정한지를 판단하고 주의하여 권한을 부여해야 합니다.

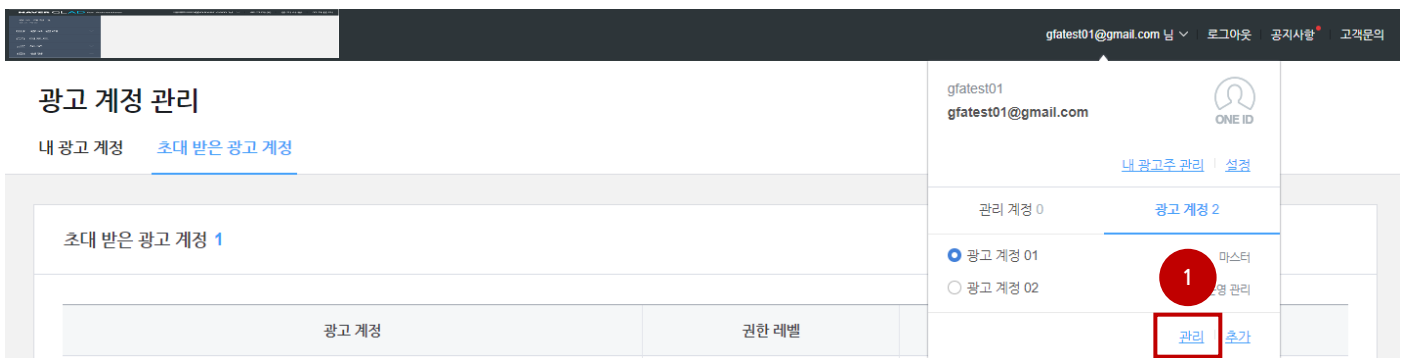
(3) 멤버 초대 승인하기

각 광고 계정으로부터 초대된 내역을 '광고 계정 목록'에서 확인하고 승인 및 거절 할 수 있습니다.

권한 레벨은 광고 계정에서 멤버를 초대하는 시점에 결정되며, 사용자가 초대 내역을 승인하면 해당 권한이 정상적으로 부여됩니다.

멤버 초대 알림(이메일)을 통해 아래 경로로 접근할 수 있으며, 직접 광고 플랫폼 접속을 통해 접근도 가능합니다.

[경로] 성과형 디스플레이 광고 > 내 정보 팝업 > 광고 계정 탭 > 관리 버튼



[경로] 네이버 성과형 디스플레이 광고 > 내 정보 팝업 > 광고 계정 탭 > 관리 버튼 클릭 > 초대 받은 광고 계정



NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	내 정보 팝업	관리 버튼	내 광고 계정 또는 초대 받은 광고 계정을 관리하는 메뉴입니다.
②	초대 받은 광고 계정	광고 계정명(ID)	멤버로 초대한 광고 계정명(ID)을 표기합니다.
③	초대 받은 광고 계정	권한 레벨	초대 받은 광고 계정의 권한 레벨을 표기합니다.
④	초대 받은 광고 계정	초대 일자	초대 받은 일자를 표기합니다.
⑤	초대 받은 광고 계정	관리	멤버를 승인하거나 거절할 수 있는 버튼입니다.

[TIP]

- ✓ 멤버 초대를 거절한 경우에도 다시 초대 받을 수 있습니다. (상대 광고 계정 마스터에게 문의)
- ✓ 멤버 초대 승인 이후라도 권한 레벨은 광고 계정 마스터 사용자를 통해 변경이 가능하며, 멤버는 언제라도 멤버를 탈퇴할 수 있습니다.(단독, 마스터인 또는 결재 담당자인 탈퇴 경우 불가)

### 3-3 광고 계정 관리

광고 계정 관리 기능에는 '브랜드 관리, 프로필 관리, 광고 계정 관리'가 있습니다.

광고 집행에 도움을 주는 정보로 광고 계정을 생성하는 시점 또는 해당 메뉴를 통해서 등록, 수정이 가능합니다.

#### (1) 브랜드 관리하기

해당 메뉴를 통해 관리된 브랜드 정보는 캠페인을 통해 설정할 수 있으며, 추후 브랜드와 관련된 지표 등에 사용될 수 있습니다.

[경로] 대상 광고 계정 > 설정 > 광고 계정 관리 > 브랜드 관리

### 광고 계정 관리

광고 계정 정보   프로필 관리   브랜드 관리   알림 관리

브랜드 관리 1 + 신규 등록

본 광고 계정에서 광고하고자 하는 서비스 또는 브랜드 목록으로 캠페인 등록시 사용됩니다.  
 브랜드는 사업자정보와 맵핑되어 있어 본 계정에서 등록된 브랜드 뿐 아니라, 다른 광고 계정에서 등록된 정보도 사용 가능합니다.  
 ※ 다른 계정에서 등록된 브랜드는 수정할 수 없으며, 해당 계정의 요청에 따라 변경 또는 사용이 중단될 수 있습니다.

2 즐겨찾기	3 브랜드명	4 업종	5 최종 변경 일시	6 관리
★	네이버 블로그	ICT > 통신망/방송	2020.01.13 16:32:51	수정
★	네이버페이	금융 > 은행	2020.01.13 16:31:09	수정
☆	네이버TV	ICT > 통신망/방송	2019.11.05 15:12:57	-
☆	밴드	ICT > 콘텐츠 서비스	2019.09.05 14:58:17	-

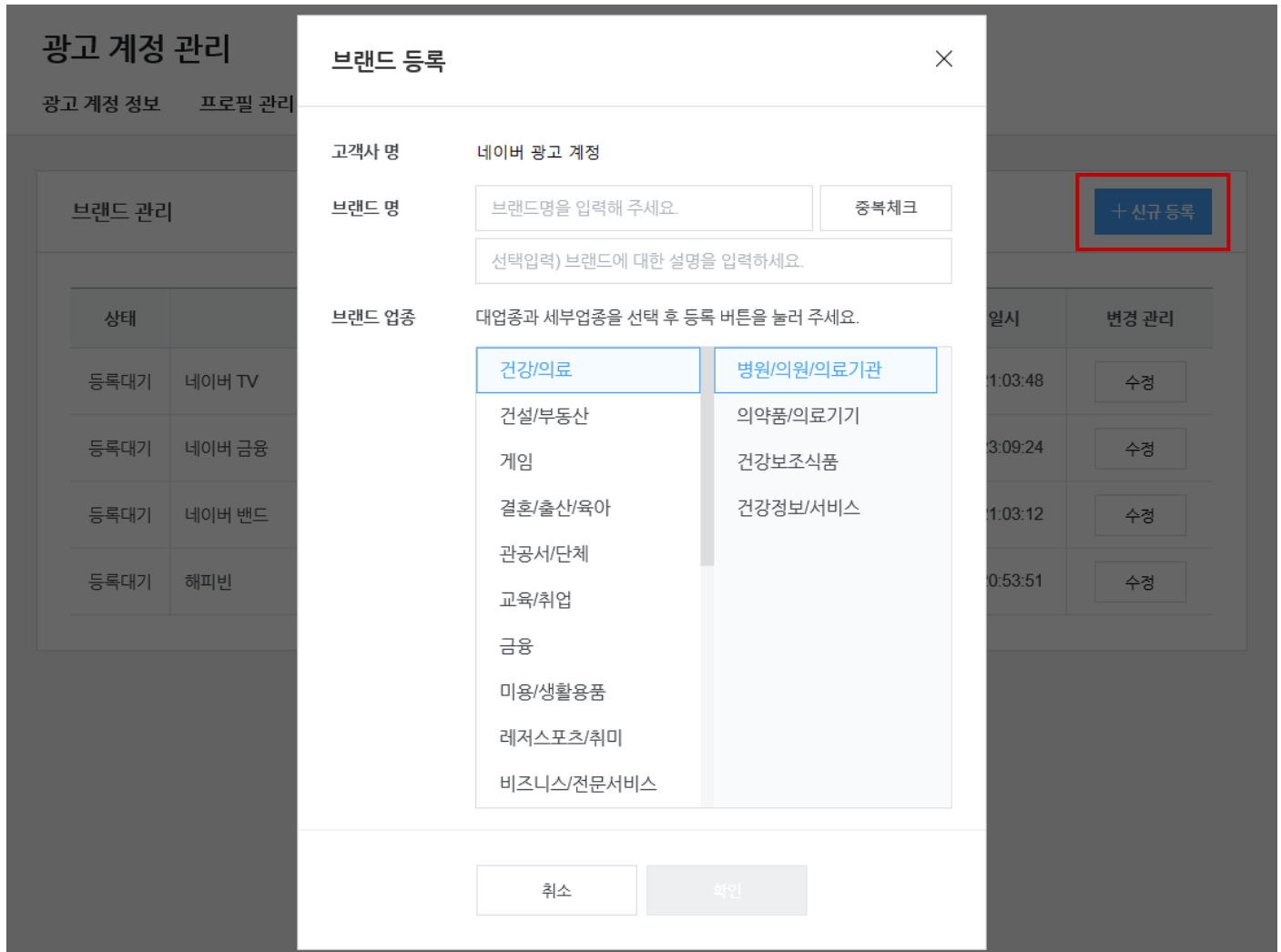
NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	브랜드 관리	신규 등록	브랜드를 신규 등록하는 버튼입니다.
②	브랜드 목록	즐거 찾기	해당 계정에서 주로 사용되는 브랜드를 즐겨 찾기로 저장할 수 있습니다.
③	브랜드 목록	브랜드명	등록되어 있는 브랜드의 명칭을 표기합니다.
④	브랜드 목록	업종	등록되어 있는 브랜드의 업종을 표기합니다.
⑤	브랜드 목록	최종 변경 일시	브랜드를 최종 변경한 일시를 표기합니다.
⑥	브랜드 목록	관리	등록된 브랜드를 수정할 수 있는 버튼 목록입니다.

[TIP]

- ✓ 브랜드 정보는 광고 계정에 설정된 광고주(사업자) 단위로 관리됩니다.
- ✓ 동일 사업자로 등록된 다른 광고 계정에서 등록된 내용도 모두 표기되고 사용할 수 있습니다.
- ✓ 브랜드 및 업종 정보가 잘 못된 경우 네이버 관리자를 통해 일부 수정될 수 있습니다.
- ✓ 브랜드 정보는 각 광고 계정의 캠페인 별로 설정하실 수 있습니다.

## (2) 브랜드 등록하기

[경로] 대상 광고 계정 &gt; 설정 &gt; 광고 계정 관리 &gt; 브랜드 관리 &gt; 신규 등록 버튼



- 1) 브랜드 관리 메뉴 우측 상단 '+신규 등록' 버튼을 이용하여 브랜드 등록을 시작합니다.
- 2) 캠페인에서 사용할 브랜드 명을 입력하고 중복 체크를 통해 사용 가능여부를 확인합니다.
- 3) 사용할 브랜드에 대한 추가 설명을 입력합니다. (선택)
- 4) 해당 브랜드에 대한 업종을 대업종, 세부 업종을 모두 선택합니다.
- 5) 모두 입력한 후 확인 버튼을 눌러 브랜드 정보를 등록합니다.

## (3) 프로필 관리하기

프로필 정보는 네이버 밴드 광고를 집행하기 위한 기본 정보입니다.

프로필 정보는 광고 계정 생성 또는 아래 관리 메뉴를 통해서 등록 및 수정 관리하실 수 있으며 광고 소재 만들기를 통해서도 프로필 정보를 등록하실 수 있습니다.

[경로] 대상 광고 계정 > 설정 > 광고 계정 관리 > 프로필 관리

## 광고 계정 관리

광고 계정 정보 프로필 관리 브랜드 관리 알림 관리

프로필 관리

광고 프로필 ①      프로필을 입력해주세요

프로필 URL      프로필 URL을 입력해주세요

정보 변경

프로필 관리

취소      저장

광고 프로필 ①      이미지 추가      프로필명을 입력해주세요

0자 / 19자

프로필 URL      프로필 URL을 입력해주세요

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	프로필 관리	정보 변경	등록 내역 변경 또는 신규 등록하기 위한 버튼입니다.
②	프로필 관리	광고 프로필	광고 프로필 및 이미지를 등록하기 위한 목록입니다.
③	프로필 관리	프로필 URL	광고 프로필 URL를 등록하기 위한 목록입니다.
④	프로필 관리	취소 버튼	변경 내용을 취소하는 버튼입니다.
⑤	프로필 관리	저장 버튼	입력한 내용을 저장하는 버튼입니다.

[TIP]

- ✓ 프로필 이미지 사이즈 : 300 x 300px
- ✓ 이미지 파일 형식 : JPG, PNG
- ✓ 이미지 색상 모델 : RGB(CMYK 지원 불가)
- ✓ 최대 용량 : 200KB



(4) 광고 계정 관리하기

1) 광고 계정 정보 및 설정

광고 계정에 대한 기본 정보(계정 및 광고주 정보)를 관리하는 메뉴로 광고 계정 생성시 설정하신 내용을 확인하거나 일부 항목을 수정할 수 있습니다.

[경로] 대상 광고 계정 > 설정 > 광고 계정 관리 > 광고 계정 정보

광고 계정 관리

광고 계정 정보    프로필 관리    브랜드 관리    알림 관리

광고 계정 정보

1    2

3    4

상태	운영 가능	상호(법인)명	네이버 주식회사
광고 계정 이름	광고 계정 01	사업자 등록번호	220-81-62517
광고 계정 ID	2680	대표자명	한성숙
국가	대한민국	업종	인터넷서비스
통화	대한민국 원 (KRW)	업태	서비스
시간대 (GMT)	Asia/Seoul +09:00	사업자 주소	13561 경기도 성남시 분당구 정자동 178-1 NAVE R그린팩토리 13층12
		사업자 등록증	<a href="#">GFA.png</a>

[경로] 대상 광고 계정 > 설정 > 광고 계정 관리 > 광고 계정 정보 > 정보 변경 버튼 클릭

광고 계정 정보

5    6

7    8    9    10    11    12

상태	운영 가능	상호(법인)명	네이버 주식회사
광고 계정 이름	광고 계정 01	사업자 등록번호	220-81-62517 <a href="#">사업자 변경 기준 안내</a>
광고 계정 ID	2680	대표자명	한성숙
국가	대한민국	업종	인터넷서비스
통화	대한민국 원 (KRW)	업태	서비스
시간대 (GMT)	Asia/Seoul +09:00	사업자 주소	13561    우편번호 찾기 경기도 성남시 분당구 정자동 178-1 NAVE 13층12
		사업자 등록증 ①	+ 파일 업로드

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	광고 계정 정보	정보 변경 버튼	입력된 정보를 변경하고 싶을 때 사용하는 버튼입니다.
②	광고 계정 정보	광고 계정 삭제	광고 계정을 삭제하고 싶을 때 사용하는 버튼입니다.
③	광고 계정 정보	광고 계정 정보 목록	광고 계정에 대한 정보를 표기하는 내역입니다.
④	광고 계정 정보	광고주 정보 목록	광고주(사업자) 정보를 표기하는 내역입니다.
⑤	광고 계정 정보(정보 변경 모드)	취소 버튼	정보 변경을 취소하고 싶을 때 사용하는 버튼입니다.
⑥	광고 계정 정보(정보 변경 모드)	저장 버튼	변경한 정보를 저장하고 싶을 때 사용하는 버튼입니다.
⑦	광고 계정 정보(정보 변경 모드)	광고 계정명	계정 명을 변경할 수 있습니다.(자유 입력)
⑧	광고 계정 정보(정보 변경 모드)	사업자명	사업자 명을 변경할 수 있습니다.(이후 동일 사업자 광고 계정 생성시 최종 변경된 정보가 반영되어 조회 됩니다.)
⑨	광고 계정 정보(정보 변경 모드)	대표자명	대표자명을 변경할 수 있습니다.(이후 동일 사업자 광고 계정 생성시 최종 변경된 정보가 반영되어 조회 됩니다.)
⑩	광고 계정 정보(정보 변경 모드)	업종/업태	업종/업태를 변경하실 수 있습니다.(이후 동일 사업자 광고 계정 생성시 최종 변경된 정보가 반영되어 조회 됩니다.)
⑪	광고 계정 정보(정보 변경 모드)	사업자 주소	사업자 주소를 변경하실 수 있습니다.(이후 동일 사업자 광고 계정 생성시 최종 변경된 정보가 반영되어 조회 됩니다.)
⑫	광고 계정 정보(정보 변경 모드)	사업자 등록증	사업자등록증을 변경하실 수 있습니다.(이후 동일 사업자 광고 계정 생성시 최종 변경된 정보가 반영되어 조회 됩니다.)

## [TIP]

- ✓ 사업자 정보를 변경할 경우 이후 동일 사업자로 광고 계정 생성시 최종 변경된 정보로 조회됩니다.
- ✓ 동일 사업자의 다른 광고 계정에서 사업자 정보를 변경하더라도 이미 생성된 광고 계정에는 변경되지 않습니다.  
(혹시라도 동일 사업자로 생성된 광고 계정이 1개 이상인 경우 각각 수정을 통해 적용해야 합니다.)

(5) 알림 관리하기

알림 관리 메뉴에서는 남은 충전금 또는 캠페인 예산 한도 및 광고 그룹 예산이 일정 수준 이하로 줄어드는 경우 알림을 받을 수 있도록 설정하는 기능을 제공하고 있습니다.

### 광고 계정 관리



광고 계정 정보   프로필 관리   브랜드 관리   **알림 관리**

알림 관리

취소
저장

알림 관리는 마스터 권한 멤버만 설정 가능하며, 설정된 내용에 따라 이 계정의 모든 멤버에게 알림이 발송됩니다. 사용자별 알림 수신 여부는 [정보성 알림 수신](#)에서 변경하실 수 있습니다.

---

<b>결제 관리</b>	총 충전금 잔액이	₩ 100,000	이하 도달 시 알림 수신
<b>광고 관리</b>	남은 캠페인 예산 한도 금액이	₩ 10,000	이하로 줄어드는 경우 알림 수신
	남은 광고 그룹 예산 금액이	₩ 10,000	이하로 줄어드는 경우 알림 수신

1) 총 충전금 잔액 도달 알림 금액 설정

관리 계정 또는 광고 계정의 충전금 잔액이 설정 금액에 도달하거나 줄어드는 경우 알림을 받을 수 있습니다. 단, 통합 결제 연동된 광고 계정의 경우 관리 계정의 충전금이 차감되는 구조이므로, 하위 광고 계정에서는 충전금 잔액 도달 알림 금액 설정을 할 수 없습니다. 이 경우 상위 통합 결제 연동된 관리 계정의 알림 관리 메뉴를 통해 설정하실 수 있습니다.

### 광고 계정 관리



광고 계정 정보   프로필 관리   브랜드 관리   **알림 관리**

알림 관리

정보 변경

알림 관리는 마스터 권한 멤버만 설정 가능하며, 설정된 내용에 따라 이 계정의 모든 멤버에게 알림이 발송됩니다. 사용자별 알림 수신 여부는 [정보성 알림 수신](#)에서 변경하실 수 있습니다.

---

<b>결제 관리</b>	통합 결제 이용 중으로 충전금 잔액 알림은 설정할 수 없습니다.
<b>광고 관리</b>	남은 캠페인 예산 한도 금액이 ₩ 10,000 이하로 줄어드는 경우 알림 수신
	남은 광고 그룹 예산 금액이 ₩ 10,000 이하로 줄어드는 경우 알림 수신

또한, 알림 관리 값 변경 시 변경된 기준으로 계정 내 모든 멤버 또는 복수의 수신 대상자에게 알림이 발송될 수 있으므로 변경 권한을 마스터 사용자 제한하고 있습니다. 마스터는 멤버들이 불편해 하지 않도록 적절한 금액으로 설정하여 운영해 주시기 바랍니다.

사용자별 알림 수신 여부는 로그인 계정 > 설정 > 정보성 알림 수신 항목에서 변경하실 수 있습니다.

2) 캠페인 예산 한도 및 광고 그룹 예산 잔액 알림 금액 설정

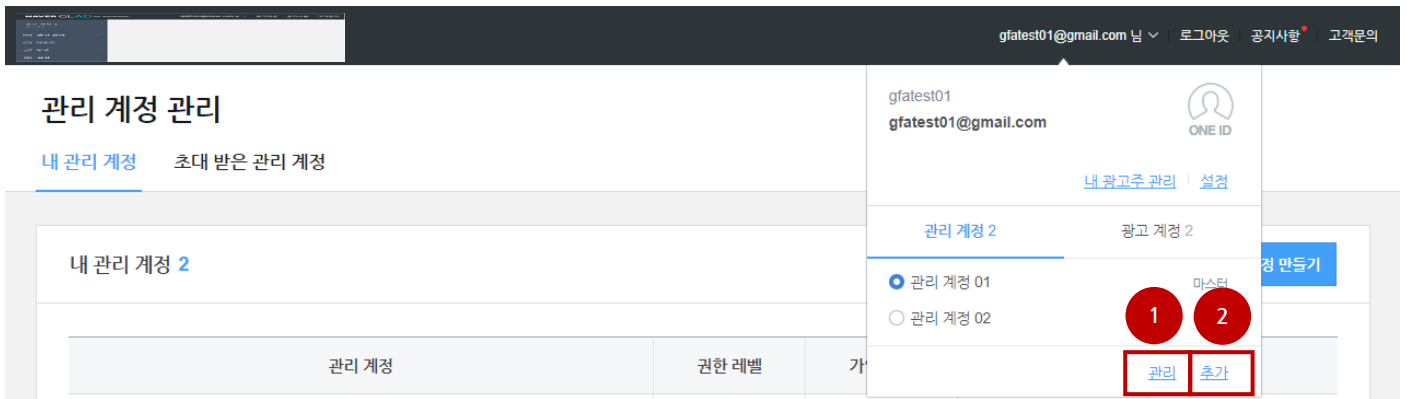
캠페인 예산 한도 및 광고 그룹 예산의 잔액 도달 알림 금액을 설정할 수 있습니다. 총전금 잔액 도달 알림 설정 방식과 동일하며, 관리 계정 단위에서는 설정 옵션을 제공하지 않습니다.

## 4. 관리 계정

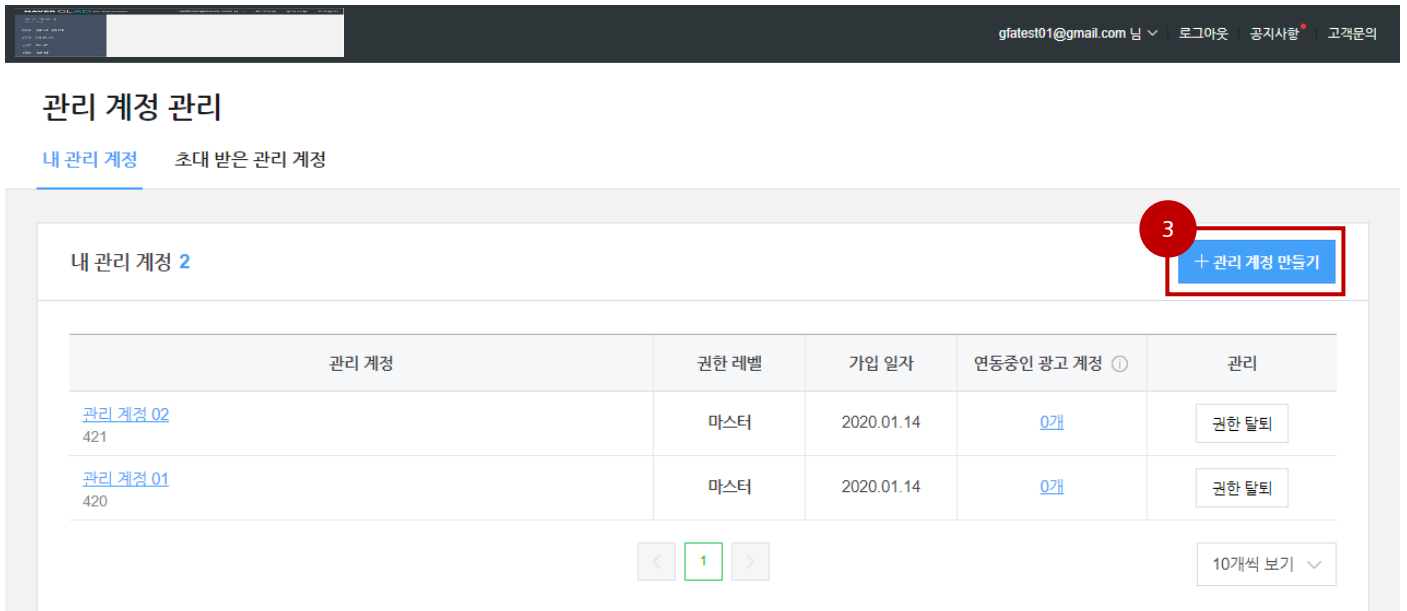
### 4-1. 관리 계정 만들기

관리 계정 만들기는 아래와 같이 두 가지의 접속 경로를 통해 접근할 수 있습니다.

[경로] 네이버 성과형 디스플레이 광고 > 내 정보 팝업



[경로] 네이버 성과형 디스플레이 광고 > 내 정보 팝업 > 관리 계정 탭 > 관리 버튼 > 관리 계정 목록



[TIP]

- ✓ 이미 생성된 관리 계정의 경우도 위 경로를 통해 접속 가능합니다.
- ✓ 내 정보 팝업(우측 상단 사용자 ID 영역)의 경우 사용 가능한 계정만 노출되며, 관리 계정 목록에서는 전체 목록 (사용중지, 사용 불가 상태의 계정)을 확인할 수 있습니다.

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	내 정보 팝업	관리 버튼	내 관리 계정 목록(관리) 이동 버튼
②	내 정보 팝업	추가 버튼	관리 계정 추가(만들기) 버튼
③	관리 계정 목록	관리 계정 만들기	관리 계정 만들기(추가) 버튼

(1) 관리 계정 정보 설정

관리 계정명과 리포트 및 결제 정보에 사용될 정보(국가, 시간대, 통화)만 입력하시면 관리 계정을 만들 수 있으며, 생성된 관리 계정과 광고 계정을 연동하면 쉽게 계정을 운영하실 수 있습니다.



관리 계정 만들기

### 관리 계정 정보

관리 계정은 광고주 본인의 광고 계정을 통합관리 하기 위한 목적으로 생성해야 합니다. 원칙적으로 본인의 관리계정에서 타인의 광고 계정을 관리할 수 없으며 타인의 광고 계정을 관리 및 운영한 사실이 발견될 경우 네이버 GFA 서비스 이용이 제한될 수 있습니다. 다. 광고주로부터 적법한 권한을 부여 받은 경우 광고주의 광고 계정을 관리할 수 있습니다.

**1** 관리 계정 이름  0자 / 50자

### 관리 계정 설정

관리 계정에 적용될 시간대 및 통화 정보입니다.  
 설정된 정보 기준으로 세금 및 회계 처리, 광고 노출, 리포트 조회 기준으로 사용되며 관리 계정 생성 후 변경할 수 없습니다. 관리 계정에서 통합 결제를 연결하실 경우 관리 계정과 광고 계정의 시간대 및 통화 동일해야 합니다.

**2** 국가  ▼  
 광고주 국가 정보로서 통합 결제시 세금 및 회계 처리 기준입니다.

**4** 시간대(GMT)  ▼  
 관리 계정의 시간대 기준으로 하위 광고 계정의 광고 집행 일정, 리포트 조회가 가능합니다. 통합 결제 사용시 경산일자 기준 시간대입니다.

**3** 통화  ▼  
 통합 결제할 경우 광고비 결제 및 소진시 사용되는 통화 단위입니다.

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	관리 계정 정보	관리 계정 이름	관리 계정 이름을 50자 이내로 작성해야 합니다.
②	관리 계정 설정	국가	통합 결제에 필요한 국가를 선택해 주셔야 합니다.
③	관리 계정 설정	통화	통합 결제에 필요한 통화를 선택해 주셔야 합니다.
④	관리 계정 설정	시간대	리포트 및 결제에 필요한 시간을 선택해 주셔야 합니다.

### 4-2 멤버 초대 및 관리

멤버 초대 및 관리는 '마스터' 권한 레벨의 경우만 가능합니다.

관리 계정 생성시 생성자는 자동으로 '마스터' 권한을 부여 받으며, 부여 받은 마스터 권한을 통해 멤버를 초대하거나 관리할 수 있습니다.

#### (1) 멤버 초대하기

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 멤버 관리

멤버 관리

**+ 멤버 초대**

멤버 ID	권한 레벨	가입 일자	관리
gfatest01@gmail.com <span style="border: 1px solid blue; padding: 0 2px;">본인</span>	마스터	2020.01.14	<div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 2px 5px;">권한 탈퇴</div> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px 5px;">권한 수정</div> </div>

<
1
>

10개씩 보기 v

1) 우측 '+멤버 초대' 버튼을 클릭하여 멤버 초대를 시작합니다.

**멤버 초대 동의** x

새로운 멤버를 초대할 수 있습니다.  
멤버 초대시 주의사항을 확인해주세요.

- 새로운 멤버 초대 시 해당 사용자에게 필요한 권한 레벨을 지정하여 계정에 접근 권한 수준을 제한할 수 있습니다.
- 초대된 멤버의 계정 활동 내용에 대한 관리 책임은 모두 초대를 보낸 사용자에게 있으므로 멤버 초대 및 관리에 주의해야 합니다.
- 멤버 초대 시 부여 하는 권한 레벨에 따라 다른 멤버의 이름, 이메일, 전화번호 등 개인정보 열람이 가능하며, 광고 운영, 결제 권한, 멤버 초대 등 모든 관리 및 운영 기능을 사용할 수 있으니 사용자에게 맞는 권한 레벨을 지정해 주셔야 합니다.
- 초대를 받은 사용자가 승인하는 즉시 부여한 권한 레벨로 접근 가능하며, 운영 중인 해당 계정에 대해서 권한 해제 및 권한 레벨을 변경할 수 있습니다.

위 내용을 숙지하였으며 초대 정책에 동의합니다.

취소
확인

**멤버 초대** x

이메일 멤버로 초대할 사용자의 이메일을 입력해주세요.  
상대방이 초대를 승인하면 입력하신 이메일 주소가 사용자ID로 등록됩니다.

@ 

직접입력

멤버로 초대할 사용자의 권한 레벨을 선택해주세요.

권한 레벨 선택하세요 v

- **마스터**  
멤버 관리, 광고 관리, 결제 관리, 리포트 등 계정에 대한 모든 기능을 책임지고 관리할 수 있는 권한입니다.
- **운영 관리**  
광고 등록 및 수정, 삭제, 리포트 조회 등 광고 운영과 관리가 가능한 권한입니다.
- **운영 조회**  
등록된 광고와 지표 확인, 리포트 조회가 가능한 권한입니다.
- **리포트**  
리포트 조회만 가능한 권한입니다.

취소
확인

2) 멤버 초대 주의 사항에 동의 체크 후 확인 버튼을 눌러 멤버 초대를 계속 진행해 주세요.

3) 초대하고자 하는 사용자의 E-mail 주소 입력해 주세요.

① 네이버 성과형 디스플레이 광고 미 가입자의 경우도 E-mail 주소를 알고 있다면 초대 가능합니다.(단, 초대 사용자가 해당 메일 주소를 통해 광고 플랫폼에 가입을 완료해야 합니다.)

② 멤버 초대 시 성과형 광고 플랫폼 가입시 입력하신 '사용자 ID(E-mail)'를 사용해 주셔야 합니다.(로그인시 사용되는 소셜 ID와 다른 정보일 수 있으니 확인 후 초대해 주세요.)

4) 초대하고자하는 멤버의 권한 레벨을 선택해주세요. 멤버 권한은 총 4단계 레벨로 구성되어 있으며, 각 레벨 별로 관리 계정 및 연동된 광고 계정의 권리가 다르게 설정됩니다.

마스터 권한 레벨도 제한 없이 부여 가능하며, 마스터 권한을 부여하는 경우 계정에 대한 권리를 모두(단, 결제 관련 내용은 일부 제외됨) 부여하는 내용으로 주의해서 멤버 권한 레벨을 선택해 주셔야 합니다.

- ① **마스터** : 멤버, 광고, 결제, 리포트 등 계정에 대한 모든 기능을 책임지고 관리할 수 있는 권한입니다.
- ② **운영자** : 연동된 광고 계정에 광고 집행 및 운영을 전반적으로 관리할 수 있는 사용자 권한입니다.
- ③ **운영 조회** : 연동된 광고 계정에 광고 집행 및 리포트 관련 내용을 조회만 할 수 있는 사용자 권한입니다.
- ④ **리포트** : 연동된 광고 계정에 리포트만 조회 가능한 사용자 권한입니다.

5) 초대 받은 사용자가 권한을 승인하면 해당 권한 레벨에 맞는 권리로 관리 계정을 이용할 수 있습니다

(2) 멤버 관리하기

초대 중이거나 초대 완료된 멤버(마스터 포함)를 관리할 수 있습니다.

관리 계정의 마스터 권한자는 멤버(마스터 포함)의 권한을 해제 하거나, 부여한 권한 레벨을 조정할 수 있습니다.

마스터 권한 레벨 사용자는 멤버 관리에 대한 모두 기능 사용이 가능하며, 마스터가 1명 이상인 경우 마스터 권한도 관리 계정에서 탈퇴하실 수 있습니다.(마스터가 1인인 경우 '권한 탈퇴'가 불가능합니다.)

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 멤버 관리

The screenshot shows two sections: '멤버 관리' (Member Management) and '초대 멤버 관리' (Invited Member Management). Both sections contain tables with columns for Member ID, Authority Level, Date, and Management actions. Red boxes and numbers 1-10 highlight specific UI elements:

- 1: '+ 멤버 초대' button
- 2: Member ID column
- 3: 권한 레벨 (Authority Level) column
- 4: 권한탈퇴 (Revoke Authority) button
- 5: 권한수정 (Edit Authority) button
- 6: 권한해제 (Revoke Authority) button
- 7: Member ID column
- 8: 권한 레벨 (Authority Level) column
- 9: 취소 (Cancel) button
- 10: 권한수정 (Edit Authority) button

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	멤버 관리	멤버 초대 버튼	멤버를 초대 할 때 사용하는 버튼입니다.
②	멤버 관리	멤버 ID	초대 완료된 멤버의 ID를 표기하는 내역입니다.
③	멤버 관리	권한 레벨	초대 완료된 멤버의 권한 레벨을 표기하는 내역입니다.
④	멤버 관리	권한 탈퇴 버튼	관리 계정을 탈퇴할 수 있는 버튼입니다.(본인만 표기)
⑤	멤버 관리	권한 수정 버튼	이미 부여된 권한 레벨을 수정할 수 있는 버튼입니다.
⑥	멤버 관리	권한 해제 버튼	이미 부여된 권한을 해제 시킬 수 있는 버튼입니다.
⑦	멤버 초대 관리	멤버 ID	초대 중인 멤버의 ID를 표기하는 내역입니다.
⑧	멤버 초대 관리	권한 레벨	초대 중인 멤버의 권한 레벨을 표기하는 내역입니다.
⑨	멤버 초대 관리	취소 버튼	초대 중인 멤버를 취소할 수 있는 버튼입니다.
⑩	멤버 초대 관리	권한 수정 버튼	초대 중인 멤버의 권한 레벨을 수정할 수 있는 버튼입니다.

[TIP]

- ✓ 모든 권한 레벨(마스터 포함)은 모든 사용자에게 자유롭게 부여할 수 있습니다.
- ✓ 권한 부여는 해당 관리 계정에 권리를 부여하는 행위로 권한 부여하는 멤버의 권한이 적정한지를 판단하고 주의 하여 권한을 부여해야 합니다.

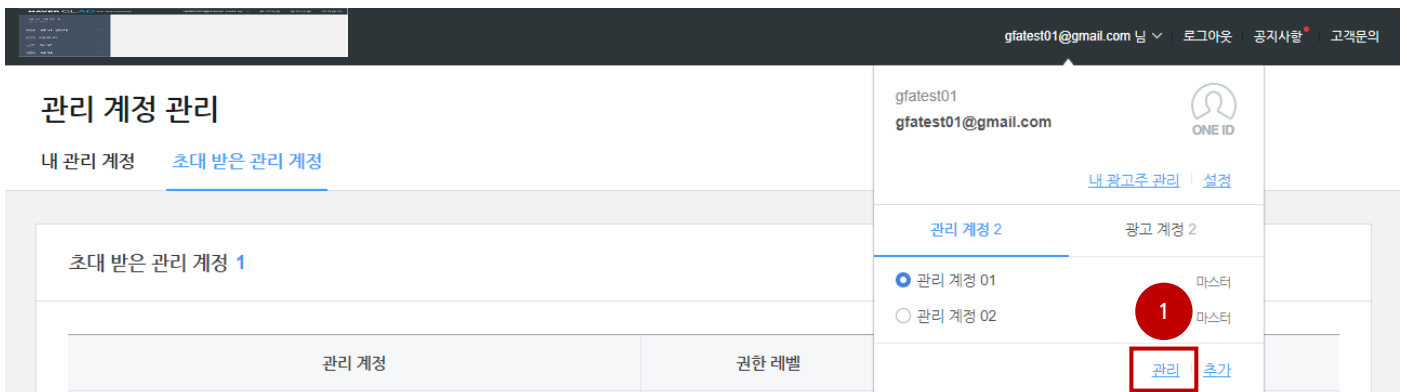
(3) 멤버 초대 승인하기

관리 계정으로부터 초대된 내역을 확인하고 승인 및 거절 할 수 있습니다.

권한 레벨은 관리 계정에서 멤버를 초대하는 시점에 결정되며, 사용자가 초대 내역을 승인하면 해당 권한이 정상적으로 부여됩니다.

멤버 초대 알림(이메일)을 통해 아래 경로로 접근할 수 있으며, 직접 광고 플랫폼 접속을 통해 접근도 가능합니다.

[경로] 성과형 디스플레이 광고 > 내 정보 팝업 > 관리 계정 탭 > 관리 버튼



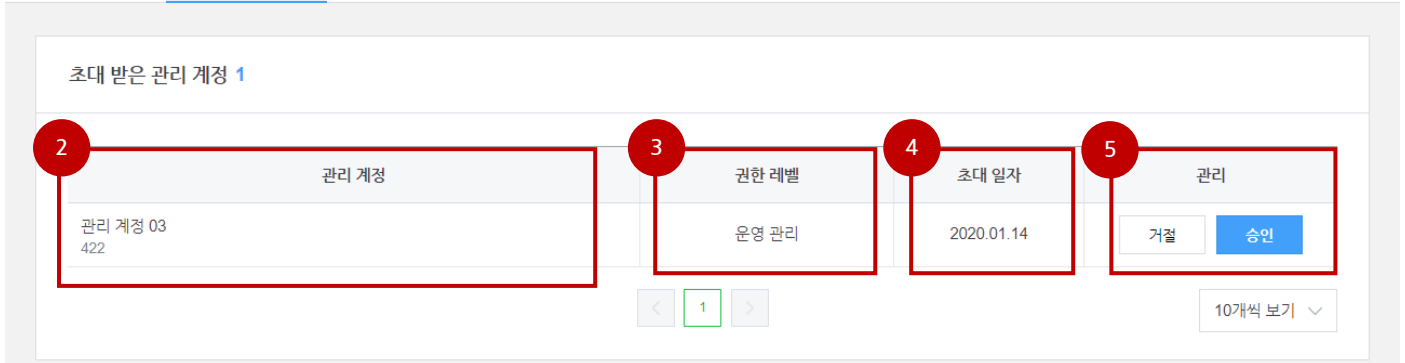


[경로] 성과형 디스플레이 광고 > 내 정보 팝업 > 관리 계정 탭 > 관리 버튼 클릭 > 관리 계정 초대 현황 관리



## 관리 계정 관리

내 관리 계정 [초대 받은 관리 계정](#)



NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	내 정보 팝업	관리 버튼	내 관리 계정 또는 초대 받은 관리 계정을 관리하는 메뉴입니다.
②	관리 계정 초대 현황 관리	관리 계정명(ID)	멤버로 초대 받은 관리 계정명(ID)을 표기합니다.
③	관리 계정 초대 현황 관리	권한 레벨	멤버로 초대 받은 권한 레벨을 표기합니다.
④	관리 계정 초대 현황 관리	초대 일자	멤버로 초대 받은 일자를 표기합니다.
⑤	관리 계정 초대 현황 관리	관리	멤버를 승인하거나 거절할 수 있는 버튼입니다.

### [TIP]

- ✓ 승인을 통해 관리 계정 멤버 권한을 부여 받는 경우 해당 관리 계정과 이미 연동된 광고 계정의 권한도 자동으로 부여됩니다.(이때, 권한 레벨은 해당 관리 계정에서 부여 받은 권한 레벨이 그대로 적용됩니다.)
- ✓ 멤버 초대를 거절한 경우에도 다시 초대 받을 수 있습니다. (상대 관리 계정 마스터에게 문의)
- ✓ 멤버 초대 승인 이후라도 권한 레벨은 관리 계정 마스터 사용자를 통해 변경이 가능하며, 멤버는 언제라도 멤버를 탈퇴할 수 있습니다.(단독, 마스터인 또는 결재 담당자인 탈퇴 경우 불가)

### 4-3 관리 계정 관리

관리 계정에 대한 기본 정보(계정 정보)를 관리하는 메뉴로 관리 계정 생성시 설정하신 내용을 확인하거나 일부 항목을 수정할 수 있습니다.

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 관리 계정 관리

### 관리 계정 관리



관리 계정 정보    알림 관리

관리 계정 정보	
관리 계정 이름	관리 계정 01
관리 계정 ID	420
국가	대한민국
통화	대한민국 원 (KRW)
시간대 (GMT)	Asia/Seoul +09:00

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 관리 계정 관리 > 정보 변경 버튼 클릭

### 관리 계정 관리



관리 계정 정보    알림 관리

관리 계정 정보	
관리 계정 이름	<input type="text" value="관리 계정 01"/> <span style="float: right;">8자 / 50자</span>
관리 계정 ID	420
국가	대한민국
통화	대한민국 원 (KRW)
시간대 (GMT)	Asia/Seoul +09:00

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	관리 계정 정보	정보 변경 버튼	입력된 정보를 변경하고 싶을 때 사용하는 버튼입니다.
②	관리 계정 정보	관리 계정 삭제 버튼	관리 계정을 삭제하고 싶은 때 사용하는 버튼입니다.
③	관리 계정 정보	관리 계정 정보 목록	관리 계정에 대한 정보를 표기하는 내역입니다
④	관리 계정 정보(정보변경모드)	취소 버튼	변경된 정보를 취소하고 싶을 때 사용하는 버튼입니다.
⑤	관리 계정 정보(정보변경모드)	저장 버튼	변경된 정보를 저장하고 싶을 때 사용하는 버튼입니다.
⑥	관리 계정 정보(정보변경모드)	관리 계정 이름	계정 이름을 변경할 수 있습니다.(50자 이내 자유 입력)

## 5. 계정 연동

### 5-1 광고 계정과 관리 계정 연동

광고 계정과 관리 계정 연동이 가능합니다.

운영중인 광고 계정이 많은 경우 관리 계정을 생성하여 연동하면, '결제, 사용자, 리포트'등을 통합 적으로 쉽게 관리하실 수 있습니다. 단, 광고 계정이 단독으로 있는 직거래 형태의 경우는 광고 계정만 운영하는 것이 더 효율적입니다.

(또한, 에이전시의 경우는 관리 계정을 생성하여 여러 광고 계정을 연동하여 운영하는 것이 더 효율적입니다.)

#### (1) 계정 연동 요청하기(연동 요청할 관리 계정)


광고 계정과 관리 계정의 연동은 '관리 계정'에서만 요청할 수 있으며 광고 계정은 요청된 내용을 승인하실 수 있습니다. 이때, 광고 계정은 연동하고자 하는 관리 계정의 마스터 멤버에게 본 광고 계정의 멤버를 관리할 수 있는 권한을 부여 할지에 대해서 결정할 수 있으며 해당 결정에 따라서 연동된 관리 계정의 마스터의 역할이 조금 다를 수 있습니다.

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 광고 계정 연동


### 권한 관리

멤버 관리   **광고 계정 연동**   관리 계정 연동

광고 계정 연동
+ 광고 계정 초대

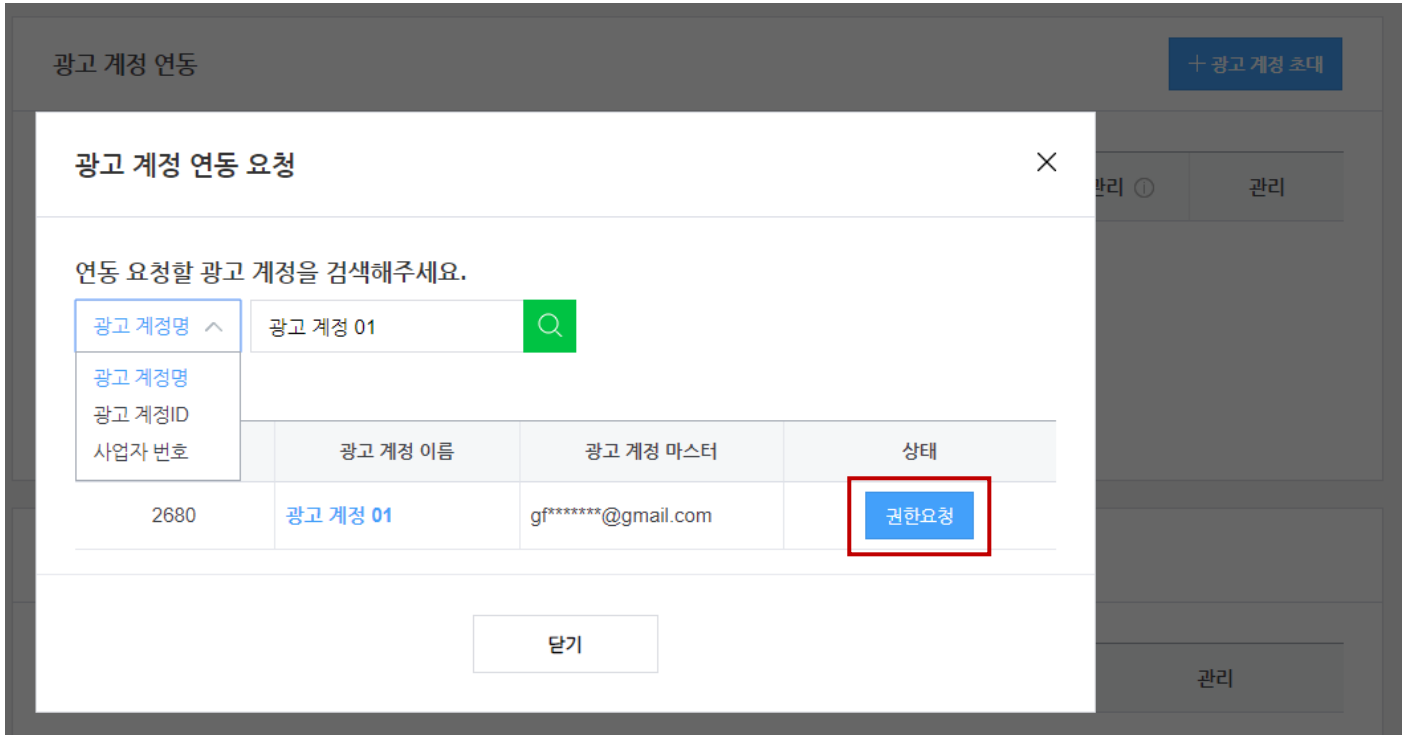
광고 계정	연동 승인자 ID	연동 일자	상태	광고 계정 멤버 관리 ⓘ	관리
 연동 중인 광고계정이 없습니다.					

대기 중인 연동 요청 관리

광고 계정	연동 요청자 ID	요청 일자	상태	관리
 연동 요청 중인 광고 계정이 없습니다.				

1) 우측 상단 '+광고 계정 초대' 버튼을 이용하여 초대를 시작합니다.

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 광고 계정 연동 > +광고 계정 초대' 버튼 클릭



- 2) 검색하고자 하는 목록을 선택하고 검색 창에 원하는 내용을 입력하여 광고 계정을 검색합니다.
- 3) 검색된 광고 계정 정보를 확인하고 우측 상태에 '권한 요청' 버튼을 클릭하여 광고 계정을 초대합니다.
- 4) 권한 요청 시 계정 구조상 연동이 가능한지 확인하고 정상인 경우 상태 목록에 '연동 중'이라는 내용을 표기합니다.
- 5) 연동 요청한 광고 계정에서 연동을 승인하면 광고 계정과 관리 계정이 최종 연동됩니다.
- 6) 연동 이후 관리 계정의 멤버는 해당 관리 계정을 통해 연동된 광고 계정에 접속 및 계정을 운영할 수 있습니다.

[TIP]

- ✓ 한 광고 계정에 연동할 수 있는 관리 계정 허용 수는 총 5개입니다.
  - ✓ 한 광고 계정에 관리 계정 연동이 5개를 초과하는 경우 추가 연동이 불가능합니다.
- 꼭 관리 계정을 추가해야 하는 경우 광고 계정에서 다른 관리 계정을 해제해야 추가 연동할 수 있습니다.

**(2) 계정 연동 요청 취소하기(연동 요청한 관리 계정)**

연동 요청한 내용은 연동이 승인되기 전까지 취소가 가능합니다.

취소 전에 요청한 광고 계정에서 연동을 승인하는 경우 취소할 수 없으며 연동 현황을 통해 '해제' 가능합니다.

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 광고 계정 연동 > 광고 계정 연동 현황 관리

광고 계정 연동
+ 광고 계정 초대

광고 계정	연동 승인자 ID	연동 일자	상태	광고 계정 멤버 관리 ⓘ	관리
<p>연동 중인 광고계정이 없습니다.</p>					

대기 중인 연동 요청 관리

광고 계정	연동 요청자 ID	요청 일자	상태	관리
광고 계정 01 2680	gfatest01@gmail.com	2020.01.14	승인 대기	<div style="border: 2px solid red; padding: 2px 10px; display: inline-block;">취소</div>

< 1 >
10개씩 보기 ▾

- 1) 광고 계정 연동 현황 관리 화면에서 연동 관리 목록에 '취소' 버튼을 클릭합니다.
- 2) 광고 계정에 연동 승인 여부를 확인하고 미 승인 상태인 경우 바로 연동이 취소됩니다.
- 3) 취소 이후 재 요청이 필요한 경우 '+광고 계정 초대'를 통해 다시 광고 계정에 연동을 요청하시면 됩니다.

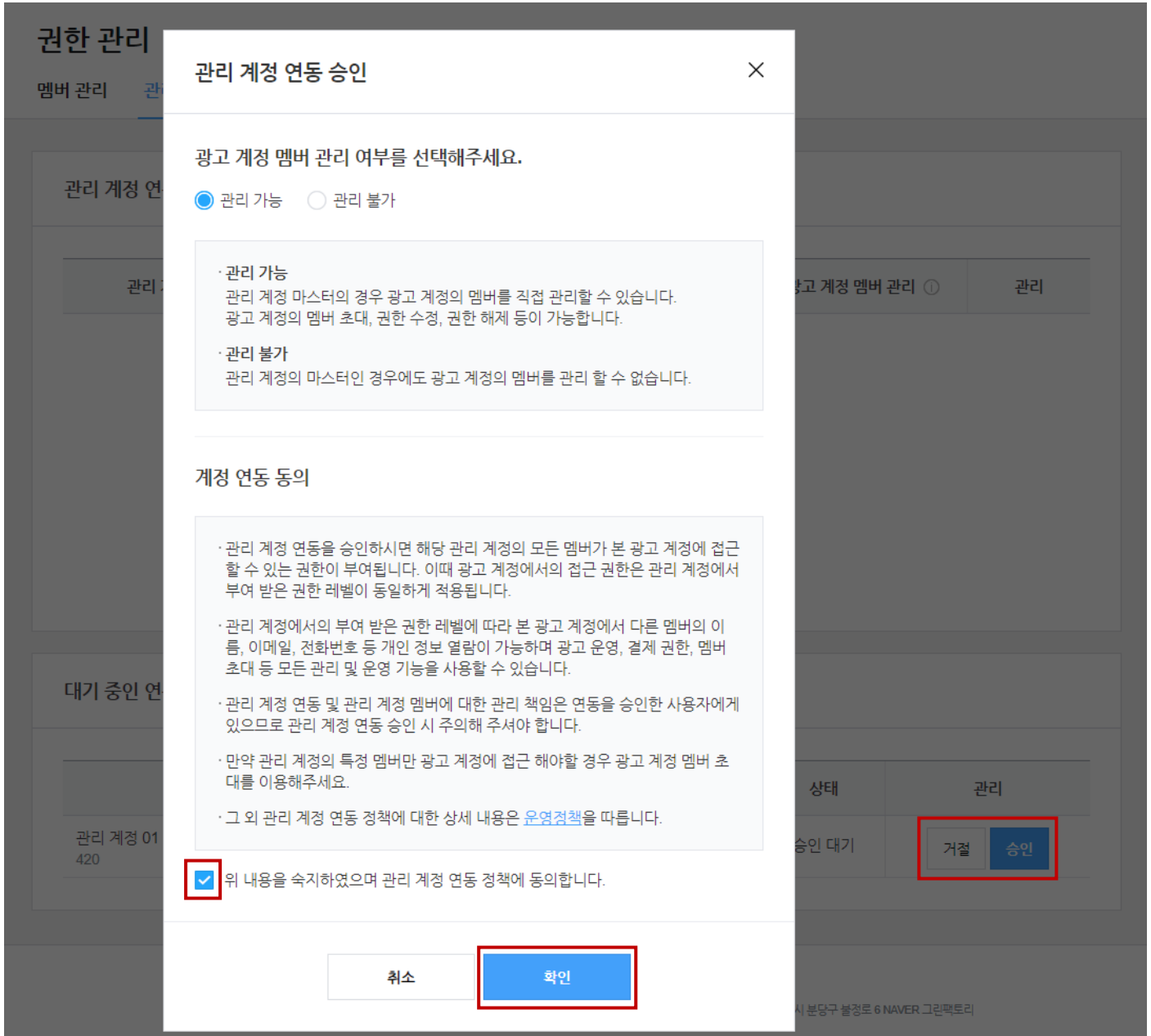
**(3) 계정 연동 승인하기(요청 받은 광고 계정)**

관리 계정에서 연동 요청한 내용을 광고 계정에서 승인할 수 있습니다.

이때, 요청한 관리 계정(관리 계정과 연동된 상위 관리 계정)의 마스터에게 해당 광고 계정에 대한 멤버 관리(초대, 권한 수정, 해제 등) 권한을 부여 할지를 결정하여 승인할 수 있습니다.

(멤버 관리 가능여부 권한에 따라서 연동된 관리 계정의 마스터의 역할 권한이 조금 다를 수 있습니다.)

[경로] 대상 광고 계정 > 설정 > 권한 관리 > 관리 계정 연동 > 관리 계정 연동 현황 관리 > 승인 버튼 클릭 시



1) 연동 요청 받은 광고 계정의 '관리 계정 연동 현황 관리' 목록에 연동 요청한 관리 계정을 확인하실 수 있습니다.

2) 연동 관리 목록에 있는 '승인 / 거절' 버튼을 이용하여 승인 여부를 결정할 수 있습니다.

3) 승인 버튼을 클릭하면 '권한 설정 항목과 계정 연동에 대한 동의 항목'이 노출됩니다.

4) 본 광고 계정에 대한 멤버 관리 여부 권한을 부여할 것인지 선택합니다.

① 관리 가능 : 관리 계정 마스터에게 본 광고 계정에 대한 멤버 관리 권한(멤버 초대, 권한 레벨 수정, 권한 해제)을 부여하는 항목입니다.

② 관리 불가 : 관리 계정 마스터의 경우라도 본 광고 계정에 대한 멤버 관리 권한(멤버 초대, 권한 레벨 수정, 권한 해제)을 부여하지 않는 항목입니다.

5) 관리 계정 연동에 대한 주의 사항을 확인한 후 동의 체크 여부를 결정합니다.(미 동의 시 연동 불가)

① 관리 계정이 연동되면 해당 관리 계정의 모든 멤버가 본 광고 계정에 접근 할 수 있는 권한이 부여됩니다. 이때 광

고 계정에서의 접근 및 권한은 관리 계정에서 부여 받은 권한 레벨이 동일하게 적용됩니다.

② 관리 계정에서 부여 받은 권한 레벨에 따라 본 광고 계정에서 다른 멤버의 이름, 이메일, 전화번호 등 일부 개인정보 열람이 가능하며, 광고 운영, 결제 권한, 멤버 초대 등 모든 관리 및 운영 기능을 사용할 수 있습니다.

6) 동의 체크 후 확인 버튼을 클릭하여 관리 계정을 연동합니다.

**(4) 계정 연동 관리하기(광고 계정 / 관리 계정)**

계정 연동 관리 메뉴를 통해 연동 권한을 수정(광고 계정만 가능)하거나 연동을 해제(광고 계정/관리 계정 모두 가능)하실 수 있습니다.

[경로] 대상 광고 계정 > 설정 > 권한 관리 > 관리 계정 연동 > 관리 계정 연동 목록

관리 계정 연동					
관리 계정	연동 승인자 ID	연동 일자	상태	광고 계정 멤버 관리 ①	관리
관리 계정 01 420	gfatest01@gmail.com	2020.01.14	연동 중	관리 가능 수정	연동 해제

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	관리 계정 연동 목록	연동 정보	관리 계정 연동에 대한 정보를 표기합니다.
②	관리 계정 연동 목록	연동 수정 버튼	광고 계정 멤버 관리 권한을 재 수정할 수 있는 버튼입니다.
③	관리 계정 연동 목록	연동 해제 버튼	관리 계정과 연동을 해제 하고 싶을 때 사용하는 버튼입니다. ↳ 통합 결제가 연동된 경우 연동 해제가 불가능합니다.

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 광고 계정 연동 > 광고 계정 연동 목록

광고 계정 연동					
광고 계정	연동 승인자 ID	연동 일자	상태	광고 계정 멤버 관리 ①	관리
광고 계정 01 2680	gfatest01@gmail.com	2020.01.14	연동 중	관리 가능	연동 해제

NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	광고 계정 연동 목록	연동 정보	광고 계정 연동에 대한 정보를 표기합니다.
②	광고 계정 연동 목록	연동 해제 버튼	광고 계정과 연동을 해제 하고 싶을 때 사용하는 버튼입니다. ↳ 통합 결제가 연동된 경우 연동 해제가 불가능합니다.

## 5-2 관리 계정과 관리 계정 연동

관리 계정과 관리 계정 연동이 가능합니다.

운영중인 관리 계정이 많은 경우 관리 계정을 생성하여 상위 및 하위 관리 계정 구조를 만들 수 있습니다.

상위 관리 계정에서는 하위 관리 계정과 연동된 광고 계정의 '결제, 사용자, 리포트'등을 통합 적으로 쉽게 관리하실 수 있습니다.(에이전시의 경우 팀 별 관리 계정을 운영한다면, 재무 역할로 관리 계정을 만들어 상위 관리 계정으로 연동하여 운영하는 것이 더 효율적입니다.)

### (1) 계정 연동 요청하기(연동 요청할 관리 계정)

관리 계정과 관리 계정의 연동은 '상위 관리 계정'에서만 요청할 수 있습니다.

연동 전에는 상위 관리 계정이 별도로 존재하지 않으며 관리 계정에 연동을 요청하는 순간 요청한 관리 계정이 상위 관리 계정이 되며 연동 요청 받은 관리 계정이 하위 관리 계정으로 구성됩니다.(관리 계정은 구조에 따라서 '상위/하위' 관리 계정이 될 수 있습니다.)

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 관리 계정 연동

## 권한 관리



멤버 관리   광고 계정 연동   **관리 계정 연동**

상위 관리 계정 연동 ⓘ

관리 계정	연동 승인자 ID	요청 및 연동 일자	상태	관리
<p>연동 중인 관리 계정이 없습니다.</p>				

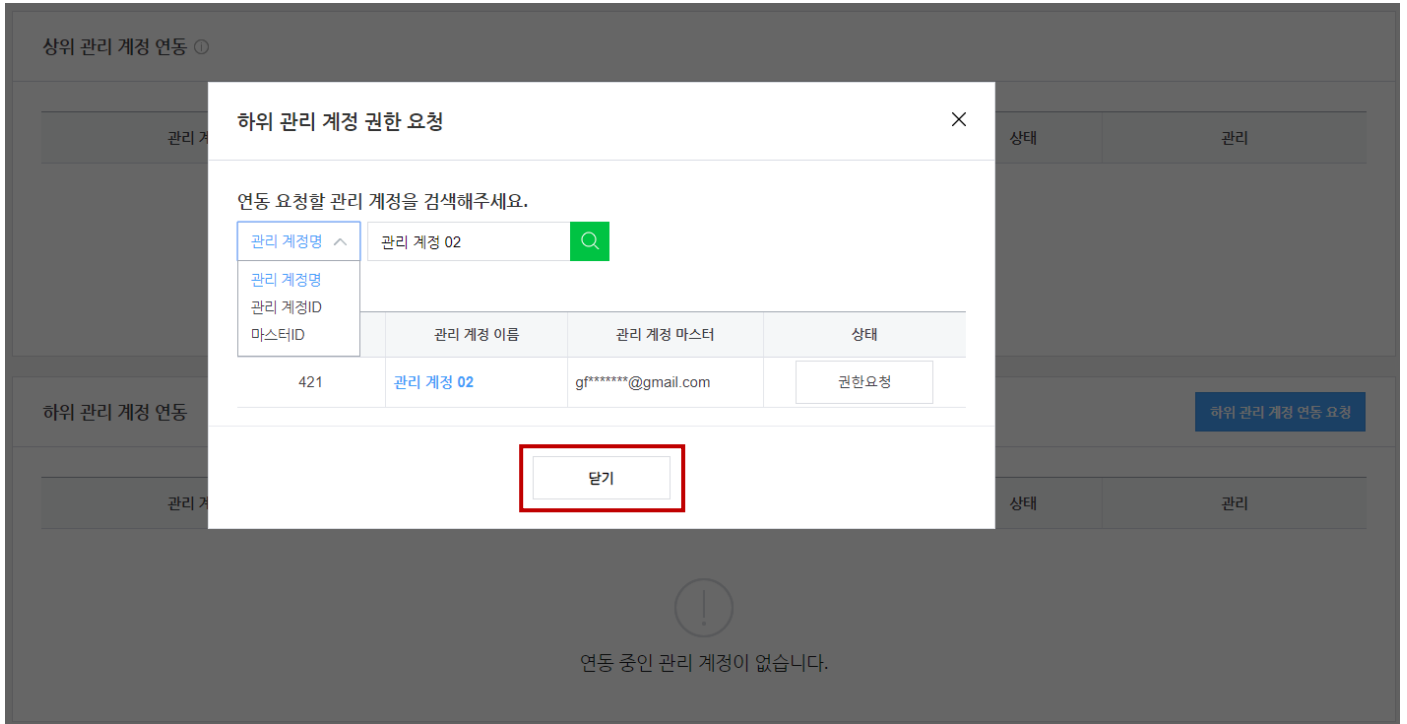
하위 관리 계정 연동 하위 관리 계정 연동 요청

관리 계정	연동 요청자 ID	요청 및 연동 일자	상태	관리
<p>연동 중인 관리 계정이 없습니다.</p>				

1) 우측 중간 '하위 관리 계정 연동 요청' 버튼을 이용하여 연동 요청을 시작합니다.



[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 관리 계정 연동 > 하위 관리 계정 연동 요청 버튼 클릭



- 2) 검색하고자 하는 목록을 선택하고 검색 창에 원하는 내용을 입력하여 관리 계정을 검색합니다.
- 3) 검색된 관리 계정 정보를 확인하고 우측 상태에 '권한 요청' 버튼을 클릭하여 관리 계정을 연동 요청합니다.
- 4) 권한 요청 시 계정 구조상 연동이 가능한지 확인하고 정상인 경우 상태 목록에 연동 중이라는 문구를 표기합니다.
- 5) 연동 요청한 광고 계정에서 연동을 승인하면 광고 계정과 관리 계정이 연동됩니다.
- 6) 연동 이후 관리 계정의 멤버는 해당 관리 계정을 통해 연동된 관리 계정 및 광고 계정에 접속하여 광고를 운영할 수 있습니다.
- 7) 연동이 승인되면 요청한 관리 계정은 상위 관리 계정이 되고, 요청을 승인한 관리 계정은 하위 관리 계정이 됩니다.
- 8) 이미 상위 관리 계정이 된 경우에도 다른 상위 관리 계정을 연동할 수 있습니다.

[TIP]

- ✓ 한 관리 계정에 상위 관리 계정 연동은 1개만 연동 가능하며 추가 연동 불가능합니다.
- ✓ 한 관리 계정에 하위 관리 계정 연동은 제한되어 있지 않습니다.
- ✓ 대상 관리 계정 포함 상위/하위로 연동할 수 있는 계층 구조는 최대 6개입니다.  
(예) 관리 계정 1 → 관리 계정 2 → 관리 계정 3 → 관리 계정 4 → 관리 계정 5 → 관리 계정 6)

(2) 계정 연동 요청 취소하기(연동 요청한 관리 계정)

연동 요청한 내용은 연동이 승인되기 전까지 취소가 가능합니다.  
취소 전에 요청한 관리 계정에서 연동을 승인하는 경우 취소할 수 없으며 계정 연동 현황을 통해 '해제' 가능합니다.

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 관리 계정 연동 > 관리 계정 연동 현황 관리

하위 관리 계정 연동					하위 관리 계정 연동 요청
관리 계정	연동 요청자 ID	요청 및 연동 일자	상태	관리	
관리 계정 02 421	gfatest01@gmail.com	2020.01.14	연동 대기중	연동 취소	

- 1) 관리 계정 연동 현황 관리 화면에서 연동 관리 목록에 '취소' 버튼을 클릭합니다.
- 2) 관리 계정에 연동 승인 여부를 확인하고 미 승인 상태인 경우 바로 연동이 취소됩니다.
- 3) 취소 이후 재 요청이 필요한 경우 '하위 관리 계정 연동 요청'을 통해 다시 광고 계정에 연동을 요청하시면 됩니다.

(3) 계정 연동 승인하기(요청 받은 관리 계정)

상위 관리 계정에서 연동 요청한 내용을 하위 관리 계정에서 승인할 수 있습니다.

이때, 요청한 상위 관리 계정(상위 관리 계정과 연동된 추가 상위 관리 계정 포함)의 마스터 및 멤버에게 해당 관리 계정에 대한 관리 및 운영 권한이 부여됩니다.

[경로] 대상 관리 계정 > 설정 > 권한 관리 > 관리 계정 연동 > 상위 관리 계정 연동 > 승인 버튼 클릭 시

**관리 계정 연동 승인**

관리 계정 연동 요청을 승인하시겠습니까?  
계정 연동 시 주의 사항을 확인해주세요.

- 상위 관리 계정 연동을 승인하시면 해당 상위 관리 계정의 모든 멤버가 본 관리 계정 및 하위 관리/광고 계정에 접근할 수 있는 권한이 부여됩니다. 이때 광고 계정에서 접근 권한은 관리계정에서 부여 받은 권한 레벨이 동일하게 적용됩니다.
- 상위 관리 계정에서의 부여 받은 권한 레벨에 따라 본 관리 계정 및 하위 관리/광고 계정에서 다른 멤버의 이름, 이메일, 전화번호 등 개인 정보 열람이 가능하며 광고 운영, 결제 권한, 멤버 초대 등 모든 관리 및 운영 기능을 사용할 수 있습니다.
- 관리 계정 연동 및 관리 계정 멤버에 대한 관리 책임은 연동을 승인한 사용자에게 있으므로 관리 계정 연동 승인 시 주의해 주셔야 합니다.
- 만약 관리 계정의 특정 멤버만 본 관리 계정에 접근해야 할 경우 관리 계정 멤버 초대를 이용해주세요.
- 그 외 관리 계정 연동 정책에 대한 상세 내용은 [운영정책](#)을 따릅니다.

위 내용을 숙지하였으며 관리 계정 연동 정책에 동의합니다.

취소      **확인**

- 1) 연동 요청 받은 관리 계정의 '상위 관리 계정 연동' 목록에 연동 요청한 관리 계정을 확인하실 수 있습니다.
  - 2) 연동 관리 목록에 있는 '승인 / 거절' 버튼을 이용하여 승인 여부를 결정할 수 있습니다.
  - 3) 승인 버튼을 클릭하면 '계정 연동에 대한 동의 항목'이 노출됩니다.
  - 4) 상위 관리 계정 연동에 대한 주의 사항을 확인한 후 동의 체크 여부를 결정합니다.(미 동의 시 연동 불가)
- ① 상위 관리 계정이 연동되면 해당 관리 계정의 모든 멤버가 본 관리 계정(연동된 하위 광고 계정 포함)에 접근 할 수 있는 권한이 부여됩니다. 이때 본 관리 계정 및 연동되어 있는 하위 광고 계정에서의 접근 및 권한은 상위 관리 계정에

서 부여 받은 권한 레벨이 동일하게 적용됩니다.

② 상위 관리 계정에서 부여 받은 권한 레벨에 따라 본 관리 계정(연동된 하위 광고 계정 포함)에서 다른 멤버의 이름, 이메일, 전화번호 등 일부 개인정보 열람이 가능하며, 광고 운영, 결제 권한, 멤버 초대 등 모든 관리 및 운영 기능을 사용할 수 있습니다.

5) 동의 체크 후 확인 버튼을 클릭하여 상위 관리 계정을 연동합니다.

(4) 계정 연동 관리하기(상위 / 하위 관리 계정)

계정 연동 관리 메뉴를 통해 연동 권한을 수정(광고 계정만 가능)하거나 연동을 해제(광고 계정/관리 계정 모두 가능)하실 수 있습니다.

[경로] 대상 광고 계정 > 설정 > 권한 관리 > 관리 계정 연동 > 관리 계정 연동 목록

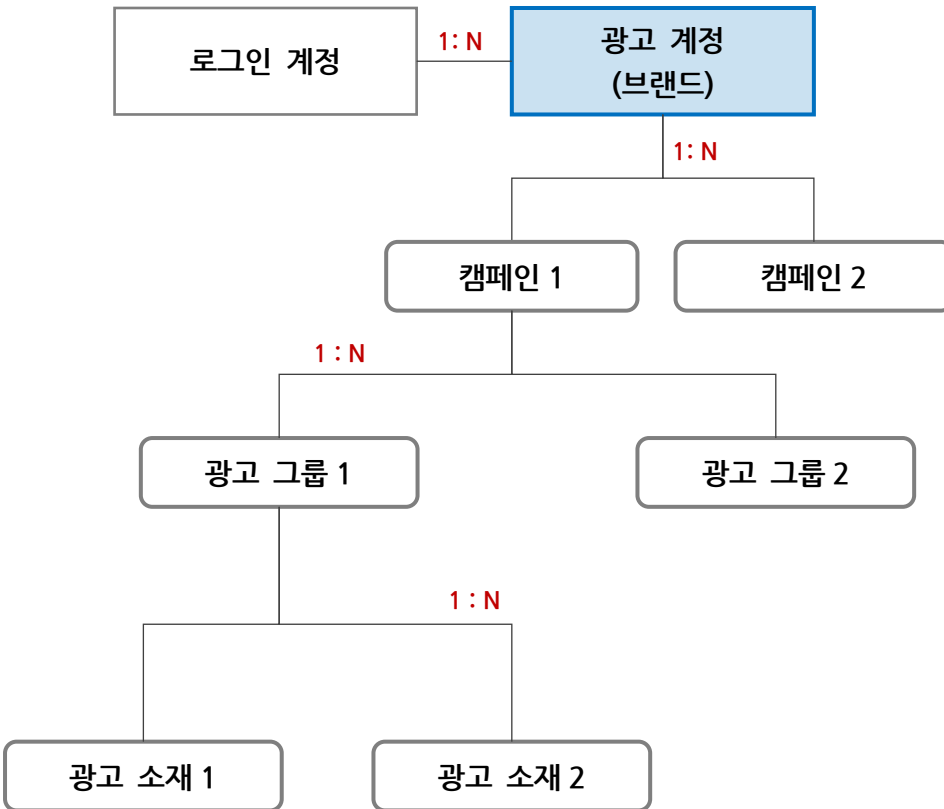
NO	대메뉴	소메뉴	설명
①	상위 관리 계정 연동 목록	연동 정보	상위 관리 계정 연동에 대한 정보를 표기합니다.
②	상위 관리 계정 연동 목록	연동 거절 버튼	상위 관리 계정 연동 요청을 거절하는 버튼입니다.
③	상위 관리 계정 연동 목록	연동 승인 버튼	상위 관리 계정 연동 요청을 승인하는 버튼입니다. ↳ 계정이 연동되면 해제 버튼이 노출됩니다. ↳ 해제의 경우 통합 결제 연동이 없는 경우만 가능합니다.
④	하위 관리 계정 연동 목록	연동 요청 버튼	하위 관리 계정 연동을 요청할 때 사용하는 버튼입니다.
⑤	하위 관리 계정 연동 목록	연동 정보	하위 관리 계정 연동에 대한 정보를 표기합니다.
⑥	하위 관리 계정 연동 목록	연동 해제 버튼	하위 관리 계정을 해제하는 버튼입니다. ↳ 해제는 통합 결제 연동이 없는 경우만 가능합니다.

## 03. 광고 만들기

---

## 1. 캠페인 만들기

네이버 성과형 디스플레이 광고의 구조는 다음과 같습니다.



광고 관리의 기본 단위는 '광고 계정'이며, '광고 계정' 하위에 복수의 캠페인을 생성할 수 있습니다. 하나의 캠페인에는 여러 개의 광고 그룹을 생성할 수 있고, 각각의 광고 그룹은 마찬가지로 여러 광고 소재와 연결될 수 있습니다.

캠페인은 광고 목적을 설정하는 단위로, 타겟팅을 설정하는 광고 그룹과 크리에이티브를 정의하는 광고 소재를 관리하는 단위입니다. 캠페인 단위에서는 목적 외에 광고하고자 하는 브랜드 정보와 웹사이트 또는 앱 정보, 캠페인 예산 한도 등을 설정할 수 있습니다.

네이버 성과형 디스플레이 광고는 캠페인 만들기를 시작으로 광고 그룹과 광고 소재를 순서대로 설정하는 과정을 거치며 각 단위의 필수 정보가 모두 등록되면 완성됩니다. 또는, 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재 별 생성도 가능합니다.

다만, 광고 별 성과 향상과 안정적인 광고 시스템 운영을 위해 아래와 같이 계정당 등록 가능 캠페인 수, 광고 그룹 수, 광고 소재 수 등을 제한하고 있습니다. 간혹, 같은 광고 소재 또는 유사도가 높은 광고 소재를 다량으로 운영하는 경우가 있으나 이 같은 운영 방식은 일반적으로 광고 성과를 높이기 어려운 부분이 있습니다. 하여, 다양한 타겟팅 설정과 게재 위치 별, 또는 입찰 전략 별로 광고 그룹을 나누고 광고 이미지와 문구가 서로 다른 유일한 광고 소재를 적절히 배치하여 효과적으로 운영하는 것을 권장하고 있는 점 참고 부탁드립니다. 아래 표를 참고하여 광고 계정 내 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재를 적절히 등록하여 운영해 주시기 바랍니다.

<광고 계정당 등록 가능한 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재 수>

항목	등록 가능 개수
계정당 캠페인	최대 10,000 개 (삭제된 캠페인 제외)
계정당 광고 그룹	최대 10,000 개 (삭제된 광고 그룹 제외)
계정당 광고 소재	최대 10,000 개 (삭제된 광고 소재 제외)
캠페인당 광고 그룹	최대 200 개 (삭제된 광고 그룹 제외)
광고 그룹당 광고 소재	최대 100 개 (삭제된 광고 소재 제외)
일간 소재 생성 수	최대 500 개 (삭제된 광고 소재 포함)

만약, 장기간 광고 운영을 통해 광고 계정 내 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재 등록 개수가 제한 개수에 도달하거나 초과한 경우 더 이상 등록할 수 없게 됩니다. 이 경우, 기존에 등록된 더 이상 운영되지 않는 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재를 삭제하시면, 신규 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재를 추가하실 수 있습니다. 삭제된 항목은 다시 복구하거나 집행할 수 없으나, 과거 집행 성과는 삭제되지 않고 계속 조회하실 수 있습니다.

'일간 소재 생성 수'는 하루 동안 등록 가능 소재 수를 제한하는 것으로, 다른 조건과 달리 삭제된 항목도 포함하여 집계됩니다. 즉, 오늘 하루동안 500개의 소재를 생성하고, 1개 소재를 삭제하였더라도 신규 소재 생성은 제한됩니다. 이 경우, 하루가 지난 다음날 다시 등록해 주시기 바랍니다.

다음은 캠페인 및 광고 소재 등록 시 업종별 주의 사항으로 미리 확인 후 등록해 주시기 바랍니다.

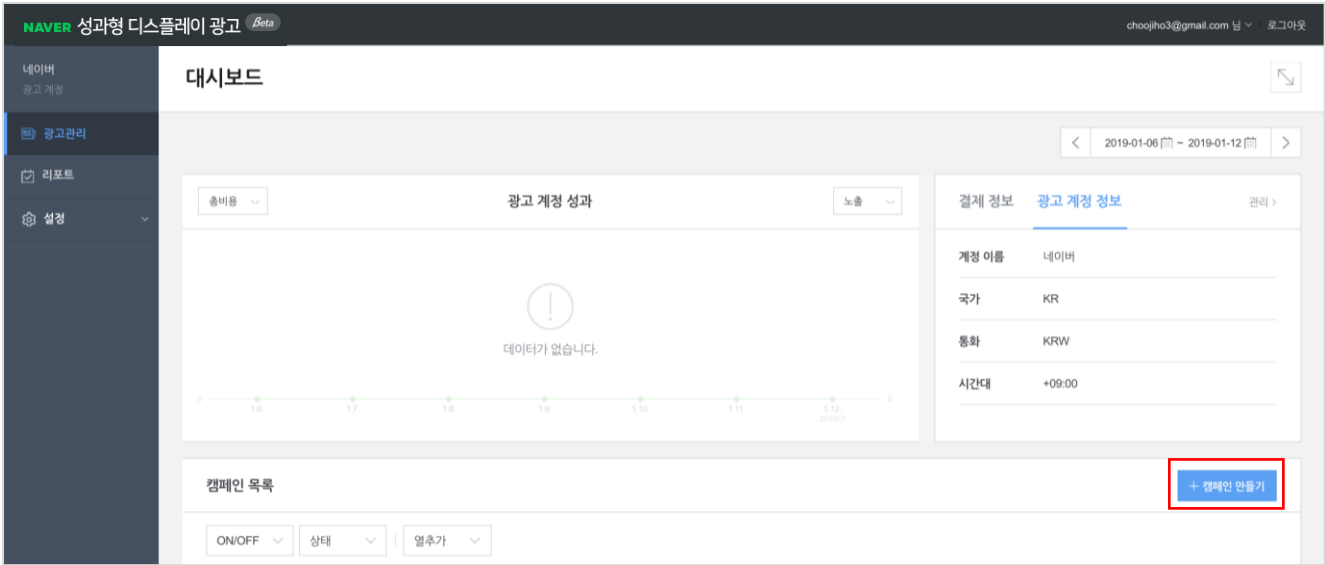
[캠페인 및 광고 소재 등록 시 업종별 주의 사항]

- ✓ '건강/의료, 금융' 관련 업종의 경우, '네이버' 매체 집행 시 고지 문구가 반드시 입력되어야 합니다.
- ✓ '공포영화, 결혼중개업체, 연애/데이팅' 업종이나 '다이어트' 업종은 소재 내용에 따라 검수 제한이 있을 수 있습니다.
- ✓ '담배/주류/성인' 등의 성인 업종인 경우 반드시 광고 그룹에서 '성인 타겟팅'을 설정해 주셔야 합니다.
- ✓ 성인 타겟팅 설정 시 게재 지면에 따라 '연령/시간 타겟팅' 또는 '연령 타겟팅'이 적용되며, 성인 타겟팅 구간 내에서는 연령이나 시간을 변경하실 수 있습니다.
  - ① 네이버 > 스마트채널 또는 배너 영역 > 네이버 메인 설정 시 : '연령 및 시간 타겟팅' 적용
  - ② 그 외 게재 위치 설정 시 : '연령' 타겟팅 적용
- ✓ 성인 업종과 성인 외 업종은 동일 광고 그룹에서 광고를 집행하실 수 없습니다.
- ✓ 성인 타겟팅 설정이 필요한 성인 업종에서 성인 타겟팅 미설정 시 소재 검수자에 의해 등록하신 소재가 반려될 수 있으니 반드시 설정 후 등록해 주시기 바랍니다.

이 밖에 일부 업종이나 집행 조건에 따라 광고 운영에 제한 사항은 "네이버 DA 집행 가이드"를 참고하시거나 '고객 문의' 메뉴를 통해 문의해주시기 바랍니다.

### 1-1. 새 캠페인 만들기

광고 계정 > 광고 관리 > [캠페인 만들기] 버튼 클릭하면 새 캠페인을 생성할 수 있습니다.




캠페인 만들기에서는 캠페인 목적, 대표 URL, 브랜드/업종 정보를 설정하고, 캠페인 이름과 예산 한도를 설정할 수 있습니다. 캠페인 목적은 광고 집행 중 변경 시 과금 타입과 소재 단위에 영향을 줄 수 있기 때문에 수정을 제한하고 있으니 신중히 선택해 주세요.

#### (1) 캠페인 목적


캠페인 목적은 광고주님의 광고 운영 목적을 설정하는 옵션으로, 목적에 따라 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재 설정 방식에 차이가 있을 수 있습니다. 캠페인 집행을 통해 원하는 성과에 따라, 아래의 네 가지 목적을 제공합니다.

- 1) 웹사이트 전환: 사이트 방문 후, 전환 행동을 유도하는 것을 목적으로 합니다.
- 2) 웹사이트 트래픽: 사이트 방문을 유도합니다.
- 3) 앱 설치: 앱 설치 페이지의 방문을 유도합니다.
- 4) 동영상 조회: 동영상 노출을 목적으로 합니다.


#### 캠페인 목적




**웹사이트 전환**  
사이트 내 전환 행동 유도



**웹사이트 트래픽**  
내 사이트에 방문 유도



**앱 설치**  
앱 설치 페이지 방문 유도



**동영상 조회**  
타겟에게 동영상 노출

캠페인 목적은 광고를 본 사람들에게 유도하고자 하는 행동이며, 목적에 따라 광고 그룹과 광고 소재의 옵션이 다르게 제공될 수 있습니다.  
 ※ 목적 및 광고주 웹사이트/앱, 브랜드 정보는 캠페인 저장 후 수정이 불가하므로 등록 시 정확히 입력해 주세요.

#### (2) 대표 URL

대표 URL은 홍보하고자 하는 광고주 브랜드의 사이트 주소를 의미하며, 광고주 및 브랜드 정보를 확인하기 위한 정보로 입력 받고 있으며 광고 전송 제어를 위한 용도로도 사용될 수 있습니다. 때문에, 필수로 입력이 필요하며, 유효하지 않거나 신뢰할 수 없는 URL을 입력하시는 경우 광고 소재 검수가 보류되거나, 집행중인 광고가 중지될 수 있으므로 '대표 URL 등록 가이드'를 참고하여 등록해 주시기 바랍니다.

**✓ 대표 URL**      브랜드 또는 광고주를 대표하는 웹사이트 URL을 입력해 주세요.

입력 예시) <https://www.your-brand-site.com>

**※주의사항**

- 광고주 본인의 브랜드 사이트 URL을 입력하거나, 없을 경우 공식 홈페이지 URL 을 입력해 주세요.
- 유효하지 않거나 신뢰할 수 없는 URL인 경우 광고 소재 검수가 보류될 수 있으며, 운영중인 광고가 중지될 수 있습니다.
- URL 끝에 슬래쉬(/) 기호 또는 index, home 페이지 주소는 반드시 필요한 경우가 아니면 제거해 주세요.
- 광고 URL 은 광고 소재에서 등록해 주세요.
- 단축 URL, 3rd-Party 제공 URL, 리다이렉트 URL 은 등록할 수 없습니다.
- 승인 받은 대표 URL을 **전환 추적 대상으로 신청**하여 설치 완료 후 'ON'하신 경우 전환 추적 및 전환 최적화가 가능합니다. 등록하신 대표 URL이 전환 추적 대상으로 등록되어 있지 않으면, 소재에 등록된 광고 URL이 전환 추적 대상이어도 전환이 추적되지 않습니다.

그 외 자세한 가이드는 [대표 URL 등록 가이드](#)를 확인해주세요.

아래 주의 사항은 놓치기 쉬운 실수들로 등록 시 반려될 가능성이 높으므로 신중히 입력해 주시기 바랍니다.

특히, 광고 소재에 등록하는 광고 URL을 대표 URL 필드에 입력하시는 경우가 종종 있습니다. 대부분의 경우 브랜드 사이트 주소와 광고 URL 은 동일하지 않기 때문에 대표 URL 검수 과정에서 반려될 수 있으므로, 기준에 맞는 URL을 입력해 주시기 바랍니다.

[주의 사항]

- ✓ 광고주 본인의 브랜드 사이트 URL을 입력하거나, 없을 경우 공식 홈페이지 URL 을 입력해 주세요.
- ✓ 유효하지 않거나 신뢰할 수 없는 URL인 경우 광고 소재 검수가 보류될 수 있으며, 운영중인 광고가 중지될 수 있습니다.
- ✓ URL 끝에 슬래쉬(/) 기호 또는 index, home 페이지 주소는 반드시 필요한 경우가 아니면 제거해 주세요.
- ✓ 광고 URL 은 광고 소재에서 등록해 주세요.
- ✓ 단축 URL, 3rd-Party 제공 URL, 리다이렉트 URL 은 등록할 수 없습니다.
- ✓ 승인받은 대표 URL을 전환 추적 대상으로 신청하여 설치 완료 후 'ON'하신 경우 전환 추적 및 전환 최적화가 가능합니다.
- ✓ 등록하신 대표 URL이 전환 추적 대상으로 등록되어 있지 않으면, 소재에 등록된 광고 URL이 전환 추적 대상이어도 전환이 추적되지 않습니다.
- ✓ 전환 추적 및 전환 캠페인 사용 시, 대표 URL은 전환 추적의 단위입니다. 전환 캠페인은 대표URL에 설치된 전환 유형 전체를 대상으로 최적화합니다.

캠페인 목적이 '앱 설치'인 경우에는 대표 URL 외 마켓 별 설치 URL을 입력하실 수 있습니다.



**대표 URL**      브랜드 또는 광고주를 대표하는 웹사이트 URL을 입력해 주세요.

**\*주의사항**

- 광고주 본인의 브랜드 사이트 URL을 입력하거나, 없을 경우 공식 홈페이지 URL 을 입력해 주세요.
- 유효하지 않거나 신뢰할 수 없는 URL인 경우 광고 소재 검수가 보류될 수 있으며, 운영중인 광고가 중지될 수 있습니다.
- URL 끝에 슬래쉬(/) 기호 또는 index, home 페이지 주소는 반드시 필요한 경우가 아니면 제거해 주세요.
- 광고 URL 은 광고 소재에서 등록해 주세요.
- 단축 URL, 3rd-Party 제공 URL, 리다이렉트 URL 은 등록할 수 없습니다.

그 외 자세한 가이드는 [대표 URL 등록 가이드](#)를 확인해주세요.

---

**앱 설치 URL**      운영체제별 스토어에 등록된 광고주 앱의 설치 URL을 입력해 주세요.

**Android 설치 URL** ①     

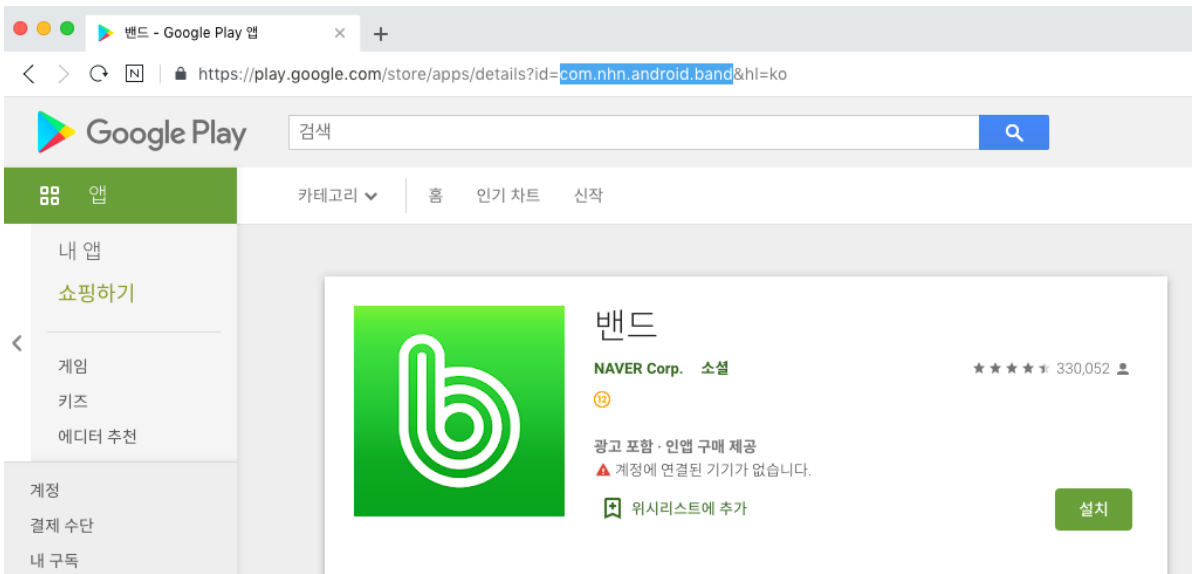
**iOS 설치 URL** ①     

앱 설치 URL 은 비필수 항목이며, 대표 URL 과 같이 광고주 및 브랜드 정보를 확인하기 위한 정보로 입력 받고 있으며 광고 전송 제어를 위한 용도로도 사용될 수 있습니다. 또한, 앱 설치 URL에 등록해 주신 URL 은 실제 광고를 클릭 하였을 때 랜딩 되는 URL 로 사용되지는 않습니다. 아래 TIP 내용을 참고하여, 각 마켓의 설치 URL 주소를 정확하게 등록해 주시기 바랍니다.

마켓 별 설치 URL 은 다음과 같이 등록해 주세요.

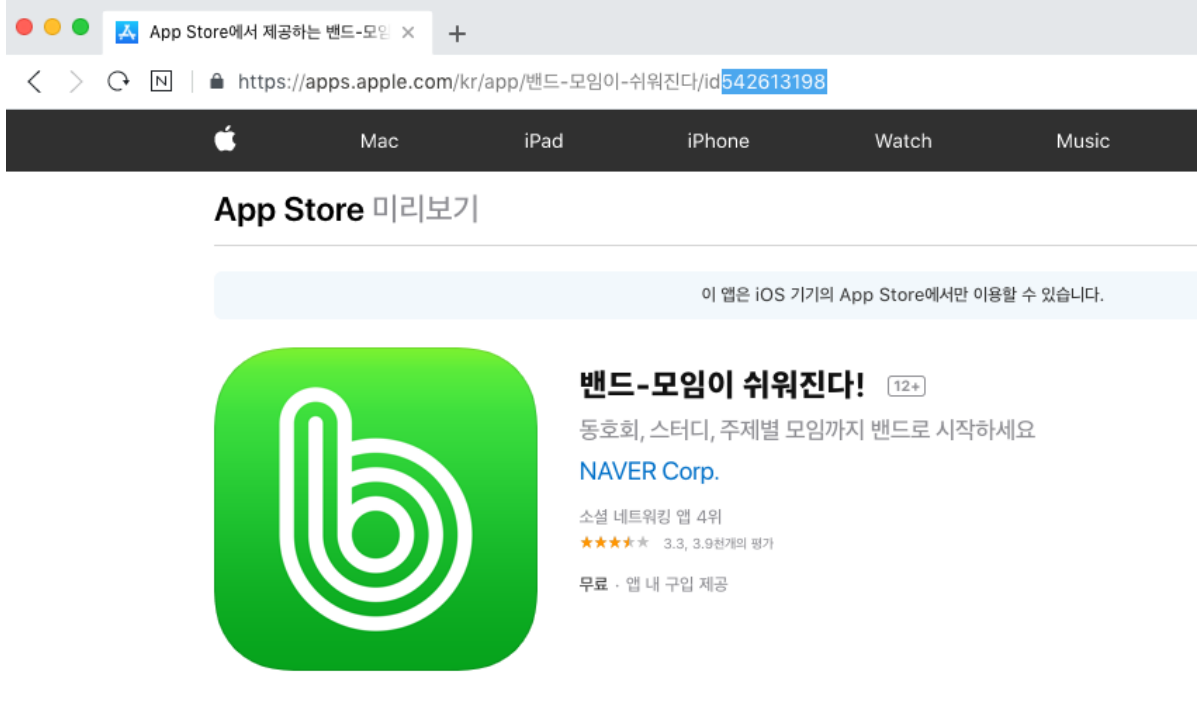
[TIP]

- 구글 플레이 스토어에 등록되어 있는 경우 :  
[https://play.google.com/store/apps/details?id=<package\\_name>](https://play.google.com/store/apps/details?id=<package_name>)  
 플레이 스토어 내 광고주 앱 상세 페이지의 주소에 <package\_name> 이 정의되어 있습니다.



- 애플 앱 스토어에 등록되어 있는 경우 :  
<http://apps.apple.com/<country>/app/id<app-ID>?mt=8>

앱 스토어 내 광고주 앱 상세 페이지의 주소에 <app-ID> 가 정의되어 있습니다.



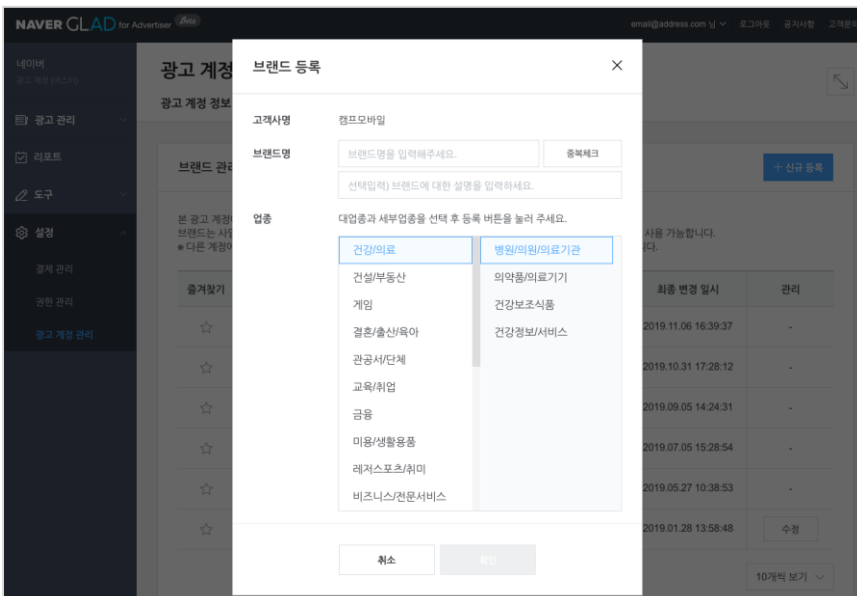
### (3) 브랜드/업종

광고 집행 및 성과 리포트 확인을 위해 브랜드/업종 정보를 설정합니다. (필수 입력) 브랜드/업종 정보를 설정하시면 성과 리포트에서 브랜드와 업종 필터 옵션을 이용하여 조회하실 수 있습니다.

**브랜드/업종**
브랜드/업종을 선택해주세요.

광고 집행 및 성과 리포트 확인을 위해, 브랜드/업종 정보를 필수 입력하셔야 합니다. [브랜드 설정하기](#)

선택 가능한 브랜드/업종이 없을 경우 '브랜드 설정하기' 링크를 클릭하시거나, 설정 > 광고 계정 관리 > 브랜드 관리 메뉴로 이동해서 새 브랜드/업종 정보를 입력해 주시면 됩니다.



#### (4) 캠페인 예산

캠페인 예산은 캠페인에 등록된 광고 그룹들의 전체 광고 기간동안 누적된 소진 비용 합이 캠페인 예산 한도를 초과하지 않도록 설정하는 기능입니다. 하지만, 이미 타겟 대상에게 광고가 전송되어 캠페인 예산 도달 이후 노출되는 경우 예산을 일부 초과할 수 있습니다.

**캠페인 예산** ⓘ

설정하지 않음

한도 설정

₩ 1,000,000

캠페인 예산은 한도 설정 기능으로 광고 그룹 예산 설정에 영향을 주지는 않습니다. 즉, 개별 광고 그룹의 예산을 캠페인 예산보다 크게 설정할 수 있습니다.

예를 들어, 캠페인 A에 광고 그룹 '가', '나', '다' 3개에 각각 100만원씩 예산 설정 후, 캠페인 예산 한도를 200만원으로 설정하였다고 가정하고, 경쟁 상태나 광고 효율에 따라 광고 그룹별로 다른 광고비 소진이 발생하게 되는데, 각 광고 그룹의 광고비는 '가'는 99만원, '나'는 71만원, '다'는 31만원이 될 수 있습니다. '나'와 '다'는 광고 그룹 예산이 100만원으로 설정되었지만, '가', '나', '다' 3개 광고 그룹들의 총 광고비 합이 캠페인 예산 한도 200만원을 넘지 않도록 하기 위해 광고 전송을 멈추도록 동작한 경우입니다. 다만, 이러한 방식에도 불구하고 경쟁 상황이나 예산, 입찰가, 게재 타입 등 여러가지 요인으로 인해 일부 초과 소진이 발생할 수 있으므로, 예산 전략을 수립하실 때 좀 더 안전한 금액으로 설정해 주시기를 권장드립니다.

#### [주의사항]

- 광고 관리 대시보드의 조회 기간은 '최근 7일(오늘 포함)'으로 설정되어 있으며, 캠페인 목록의 '총비용' 값은 조회 기간 기준으로 표시됩니다. 때문에 캠페인의 전체 기간에 해당되는 '총비용'이 캠페인 예산 한도에 거의 도달한 경우 광고 그룹 설정 상태와 광고 경쟁 상황에 따라 노출 기를 갖지 못하는 상태가 될 수 있습니다. 캠페인 예산 한도를 설정하신 경우 광고 집행 기간 전체 기간 기준으로 '총비용'을 확인하여 주시기 바랍니다.

### 1-2. 기존 캠페인 불러오기

유사한 내용의 캠페인을 생성할 때 '기존 캠페인 불러오기' 기능을 사용하면 보다 쉽게 캠페인을 생성할 수 있습니다. 동일 광고 계정 내 '삭제'되지 않은 캠페인을 재사용할 수 있습니다.

캠페인 불러오기 기능을 사용하더라도 하위 광고 그룹과 광고 소재를 모두 함께 불러오지는 않습니다. 각 단위 별로 불러오기 기능을 통해 반복 입력하는 작업을 줄일 수 있습니다.

## 캠페인 만들기

[기존 캠페인 불러오기](#)


### 기존 캠페인 불러오기



사용하실 캠페인을 선택해 주세요.

캠페인 재사용 시 현재 페이지에 입력된 내용은 삭제됩니다.

총 3 개



선택	캠페인 이름 ↓	캠페인 목적
<input checked="" type="checkbox"/>	카페_웹사이트트래픽 37460	웹사이트 트래픽
<input type="checkbox"/>	시연용 캠페인 35799	웹사이트 트래픽
<input type="checkbox"/>	첫번째 캠페인2 35760	웹사이트 트래픽





필수입력

## 2. 광고 그룹 만들기

광고 그룹은 캠페인 목적을 달성하기 위해 광고 게재 위치와 타겟 대상을 설정하고, 입찰 전략을 수립하는 단위로, 오디언스 설정, 디바이스 및 게재 위치, 입찰 및 예산, 게재 일정 및 방식 등을 설정할 수 있습니다. 광고 운영이 시작되면 성과를 모니터링하면서 수시로 조건을 변경해 줄 수 있으며, 변경 시 광고 소재와 달리 별도의 검수를 진행하지 않습니다. 단, 시작 일시 등 일부 항목은 변경할 수 없습니다.

### 2-1. 새 광고 그룹 만들기

캠페인 만들기를 진행중이었다면, 캠페인 만들기 페이지에서 [다음] 버튼 클릭 시 연결된 광고 그룹을 이어서 생성할 수 있으며, [광고 계정 > 광고 관리 > 캠페인 대시보드](#) 화면에서 [광고 그룹 만들기] 버튼 클릭 시 새 광고 그룹을 생성할 수 있습니다.

광고 그룹 목록
+ 광고 그룹 만들기

ON/OFF 전체 ▾

상태 | 운영가능 외 2개 ▾

게재 위치 | 전체 ▾

열추가 | 게재 위치 외 2개 ▾

ON/OFF	광고 그룹 이름 ↓	상태 ①	게재 위치	광고 그룹 예산	입찰가 ①	결과 ①	결과당 비용 ①	총비용 ①	노출
<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center; gap: 10px;"> <div> <p>등록된 광고 그룹이 없습니다.</p> <p>새 광고 그룹을 만들어 보세요.</p> <div style="border: 1px solid blue; padding: 5px 15px; display: inline-block; margin-top: 10px;">+ 광고 그룹 만들기</div> </div> </div>									

광고 그룹은 광고 그룹 이름, 오디언스 설정, 디바이스 및 게재 위치, 입찰 및 예산, 게재 일정 및 방식, 타겟 도달 범위 등의 패널로 구성되어 있습니다.

#### (1) 오디언스 설정

오디언스 설정은 광고 타겟팅 옵션으로 맞춤 타겟, 데모 타겟, 상세 타겟, 성인 업종 타겟팅 등이 제공됩니다.

##### 1) 맞춤 타겟

맞춤 타겟은 광고주님의 브랜드를 이미 알고 있거나 접한 적이 있는 사용자에게 광고를 집행하기 위한 기능으로, 고객 파일, MAT 타겟, 유사 타겟 등을 '타겟 불러오기'를 통해 추가하여 설정할 수 있습니다.

✓ 맞춤 타겟 ① + 타겟 불러오기 설정된 타겟 총 2개 ^

**고객 파일**

테스트 고객 파일2 포함 제외 ×  
57,000

---

**MAT 타겟**

appsflyer\_설치\_30일 포함 제외 ×  
너무 작음

☰ 모두 삭제하기

맞춤 타겟 소스는 광고 그룹에 최대 10개까지 추가할 수 있으며, 타겟 관리 메뉴에서 미리 타겟 소스를 생성하신 후 타겟 모수가 확인될 경우 추가할 수 있습니다.

**맞춤 타겟 불러오기** ×

맞춤 타겟 설정 할 타겟 소스를 선택해 주세요.

고객 파일 MAT 타겟 유사 타겟 선택된 파일 총 2 / 10개

사용 가능한 소스만 표시되며, 타겟 모수가 2,000 미만인 경우 포함(타겟팅) 설정 할 수 없습니다.

선택	타겟 소스 이름	타겟 모수
<input type="checkbox"/>	테스트_500만개 545	3,800,000
<input checked="" type="checkbox"/>	테스트 고객 파일2 65	57,000

1

취소
확인

맞춤 타겟 불러오기 에서는 사용 가능 상태인 타겟 소스만 선택 가능하며, '준비중' 상태인 경우에는 타겟 모수 조회 완료 시 선택할 수 있습니다. 또한, 타겟 모수가 2,000개 미만인 경우에는 맞춤 타겟 설정은 가능하나 '포함(타겟팅)'으로 설정할 수 없습니다.

### ① 타겟 소스 준비

맞춤 타겟에 사용 할 타겟 소스는 도구 > 타겟 관리 메뉴에서 유형별로 미리 생성할 수 있습니다. 유형별로 타겟 모수를 계산하는 시간에 차이가 있으나 일반적으로 1시간 이내 표시되나, 시스템 상황에 따라 지연이 발생할 수 있으므로 광고 집행 전 미리 필요한 타겟 소스를 생성하실 것을 권장 드립니다.

고객 파일은 광고주가 직접 수집한 고객들의 광고 식별자 목록을 직접 업로드하여 생성 한 타겟 소스이며, MAT 타겟은 네이버 성과형 디스플레이 광고와 연동 된 MAT 업체로부터 Postback 수집 된 데이터를 바탕으로 이벤트와 수집 기간

등의 조건을 달리하여 생성한 타겟 소스입니다. 유사 타겟은 미리 생성된 고객 파일, MAT 타겟 을 SEED로 삼아 포함된 식별자의 대상과 유사한 행동 패턴과 성향을 찾아 타겟 그룹을 구성하는 타겟 소스입니다.

② 타겟 소스 별 포함/제외 설정

선택된 타겟 소스는 맞춤 타겟 설정 목록에 추가되어 표시되며, 타겟 소스 별로 포함(타겟팅) 또는 제외(디타겟팅) 설정할 수 있습니다. 단, '포함' 과 '제외' 설정된 타겟 소스가 여러 개 등록되어 있는 경우, '포함' 설정된 타겟 소스의 식별자를 대상으로 광고가 선출되고, 그 외 오디언스(식별자)에는 광고가 선출되지 않으므로, '제외' 설정된 타겟 소스를 추가로 등록하지 않아도 됩니다.

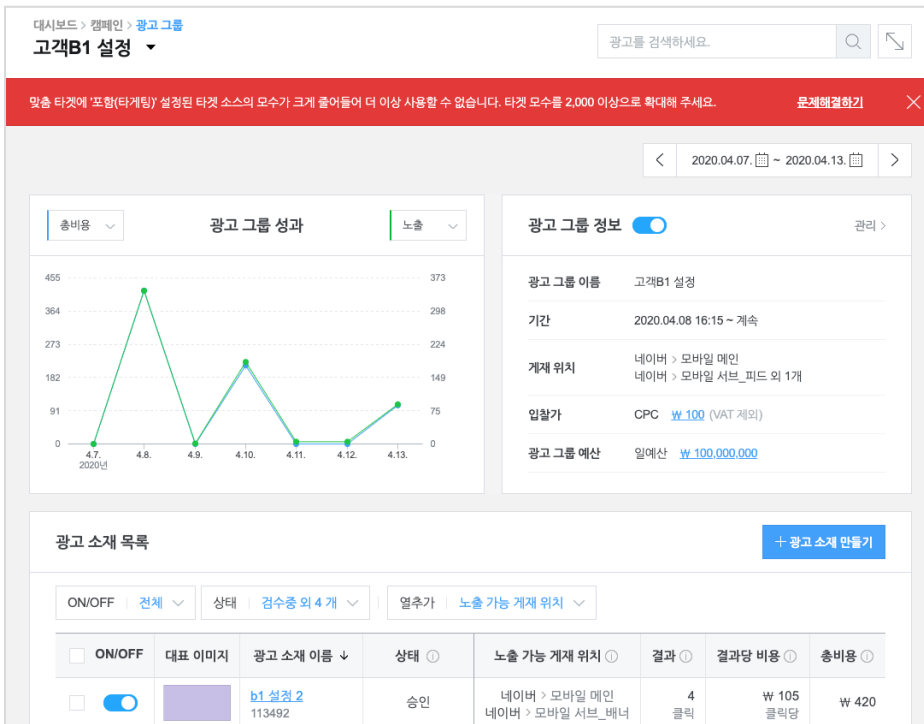
또한, 타겟 모수가 2,000개 미만인 경우에는 '포함(타겟팅)' 설정할 수 없습니다. 이 경우 타겟 모수가 충분한 타겟 소스로 교체해 주시거나, MAT 타겟인 경우 타겟 모수가 2,000 개 이상이 되도록 타겟 설정(이벤트, 수집 기간 등)을 변경해 주시기 바랍니다.



'포함' 으로 설정된 타겟 소스의 타겟 모수가 2,000 미만으로 줄어들 경우 경고가 표시될 수 있으며, 해당 타겟 소스는 광고 집행 중 타겟팅에 사용되지 않게 됩니다. 이 경우 해당 타겟 소스를 제거해 주시거나, 충분한 모수가 확보 된 다른 타겟 소스를 등록하여 운영해 주시기 바랍니다.

또한, 광고 그룹 내 '포함' 으로 설정된 모든 타겟 소스의 타겟 모수가 2,000 미만이 되는 경우 아래와 같이 해당 광고 그룹의 상태는 '맞춤 타겟 모수 부족' 으로 표시되며, 광고 그룹 대시보드 상단에 얼럿바가 표시되며, 정보성 알림 설정을 수신으로 설정하신 경우 알림 메일 및 문자를 받으실 수 있습니다. 이는, 설정된 타겟 소스의 모수가 갱신 후 유효한 광고 식별자가 충분하지 않다는 의미로 더 이상 타겟팅 집행이 어렵다는 것을 의미합니다. 즉, 해당 광고 그룹은 맞춤 타겟으로 더 이상 집행이 불가능한 상태이므로 계속해서 타겟팅 집행을 하시고자 한다면, 타겟 모수가 충분한 타겟 소스로 교체하여 운영해 주시기 바랍니다.

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	고객B1 설정 92523	맞춤 타겟 모수 부족	네이버 > 모바일 메인 네이버 > 모바일 서브_피드 외 1개	₩ 100,000,000 일예산	₩ 100 CPC
--------------------------	-------------------------------------	------------------	-------------	--------------------------------------	----------------------	--------------



[안내 사항]

- 타겟 모수는 해당 타겟 소스를 설정 한 광고가 최대한 도달할 수 있는 규모를 안내드리기 위한 참고 정보이며, 실제 광고 집행시에는 직접 등록하였거나 MAT 업체를 통해 수집된 타겟 소스가 타겟팅 정보로 최대한 사용됩니다.
- 타겟 모수는 타겟 소스 별로 주기적으로 갱신될 수 있으며 수집된 지 오래 된 고객 파일의 경우 타겟 모수가 크게 줄어들 수 있으니, 가능한 최신 데이터 사용을 권장드립니다.
- 타겟 소스를 광고 그룹 > 맞춤 타겟 설정 시 실제 광고에 반영되기까지 약 1시간 내외가 소요될 수 있으므로, 운영 중인 광고에 맞춤 타겟을 설정하시는 경우 즉시 반영되지 않을 수 있습니다.
- 설정할 타겟 소스의 타겟 모수가 2,000 미만인 경우 '포함(타겟팅)' 설정할 수 없습니다.
- '포함' 설정된 타겟 소스의 타겟 모수가 2,000 미만으로 줄어들 경우 타겟팅 집행이 중지됩니다. 이 경우, 타겟 모수가 충분한 타겟 소스로 변경하여 운영해 주시기 바랍니다. 만약, 설정된 타겟 소스가 여러 개인 경우라면 '포함' 설정된 모든 타겟 소스의 모수가 2,000 미만이 되는 경우 얼럿이 표시되고, 타겟팅 집행이 중지됩니다. 1개 이상의 '포함' 설정된 타겟 소스의 모수가 2,000 이상인 경우에는 해당 타겟 소스를 통해서 타겟팅 집행이 계속될 수 있습니다.
- 맞춤 타겟은 대상 오디언스의 광고 식별자를 확인할 수 있는 환경(모바일 앱 등)에서 동작하므로, 광고 식별자 확인이 되지 않는 웹 브라우저 환경 등에서는 동작하지 않을 수 있습니다.
- 동일 광고 식별자가 복수의 타겟 소스에 등록되어 있고, 각각 '포함' 과 '제외'로 배타적으로 설정되어 있는 경우 해당 식별자는 '제외'로 처리됩니다. (타겟팅 되지 않음)
- 맞춤 타겟을 통해 타겟 대상들을 특정하여 타겟팅 설정을 하였더라도, 동일 오디언스에 대해 여러 광고가 경쟁을 통해 노출 기회를 갖게 되므로, 타겟 모수의 절대량이 많더라도 반드시 노출이 된다고 보장할 수 없습니다.

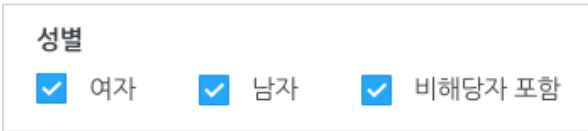


### 2) 데모 타겟

데모 타겟은 타겟 대상의 성별, 연령, 지역 등 인구통계학적 정보를 활용한 타겟팅 옵션을 제공합니다.

#### ① 성별

광고 타겟 대상의 성별을 설정합니다. 여자와 남자를 타겟팅 할 수 있으며, 전체를 타겟팅 하려면 '비해당자 포함' 항목을 함께 선택해 주세요. 성별은 사용자가 서비스에 직접 등록한 정보 또는 시스템에 의해 추정된 성별 정보에 근거해 제공되며, 추정 성별은 실제와 다를 수 있으며 정확한 값을 보장하지는 않습니다.



#### ② 연령

광고 타겟 대상의 연령을 설정합니다. "14~18세"부터 5~6세 연령 구간 단위로 설정 가능하며, 60세 이상은 "60세 이상" 항목으로 설정 가능합니다. 연령은 만나이 기준이며, 만 14세 미만의 사용자에게는 타겟팅 설정을 할 수 없습니다. 또한, 성인 타겟팅 옵션을 설정한 경우 "14~18세", "비해당자 포함" 옵션은 설정할 수 없습니다. 연령은 사용자가 서비스에 직접 등록한 정보 또는 시스템에 의해 추정된 연령 정보에 근거해 제공되며, 추정 연령은 실제와 다를 수 있으며 정확한 값을 보장하지는 않습니다.



#### ③ 지역

사용자의 디바이스 IP 정보를 활용하여 현재 위치를 파악하여 설정된 타겟 지역과 일치하는 경우 광고를 노출시킬 수 있습니다. 단, 사용자 디바이스 설정 및 상태, 통신사 기지국, 네트워크 환경에 따라 제공된 IP 정보가 현재 위치가 아니거나 유효하지 않는 경우 광고가 노출되지 않을 수 있습니다. 일반적으로 3G/LTE 망에서 사용되는 IP 정보는 현재 위치를 판단하기에 부적합하여, 집이나 회사 등 상대적으로 현재 위치 판단이 용이한 IP 정보를 활용하여 타겟팅 될 수 있다는 점 참고 부탁드립니다.

지역 목록은 '세종특별자치시'를 제외한 대부분의 지역을 2단계 지역(도 > 시/군, 시 > 구)으로 설정하실 수 있도록 지원하고 있으며, 1개 또는 여러 지역을 동시에 설정할 수 있습니다.

**지역** ①

선택 가능한 모든 지역

직접선택 | 서울특별시 외 2개 <

**지역 목록**  모두 선택  비해당자 포함

<input type="checkbox"/> 강원도 <	<input checked="" type="checkbox"/> 서울특별시 <
<input type="checkbox"/> 경기도 >	<input type="checkbox"/> 울산광역시 <
<input type="checkbox"/> 가평군	<input type="checkbox"/> 인천광역시 <
<input type="checkbox"/> 고양시 덕양구	<input type="checkbox"/> 전라남도 <
<input checked="" type="checkbox"/> 고양시 일산동구	<input type="checkbox"/> 전라북도 <
<input checked="" type="checkbox"/> 고양시 일산서구	<input type="checkbox"/> 제주특별자치도 <
<input type="checkbox"/> 과천시	<input type="checkbox"/> 충청남도 <
<input type="checkbox"/> 광명시	<input type="checkbox"/> 충청북도 <
<input type="checkbox"/> 광주시	
<input type="checkbox"/> 구리시	
<input type="checkbox"/> 군포시	
<input type="checkbox"/> 김포시	
<input type="checkbox"/> 남양주시	
<input type="checkbox"/> 동두천시	

### 3) 상세 타겟

상세 타겟은 서비스를 이용하는 과정에서 수집되는 행태 정보를 기반으로 이용자의 관심사, 구매의도를 추정합니다.

관심사는 해당 카테고리에 대한 관심 분야, 흥미, 성향이 있는 것으로 추정되는 사용자를 타겟팅 하는 것이며, 구매 의도는 특정 제품 또는 서비스를 구매할 의도를 가진 것으로 추정된 사용자를 타겟팅 하는 것을 의미합니다.

캠페인 목적에 따라 적절한 타겟팅 전략을 선택하여, 광고에 관심 또는 구매 가능성이 있는 잠재 고객을 한정하여 광고가 노출되도록 하거나, 관련 없는 고객을 제외시킬 수 있습니다.

상세 타겟 설정하기

카테고리 목록 검색

선택항목 총 8개 전체 삭제

**관심사**  
이용자의 관심 분야, 흥미, 취미 <

전체 선택 + 모두 펼치기

- 가정/생활 <
- 건강 <
- 게임 <
- 교육 <
- 금융 <
- 뉴스/지식 <
- 도서/만화 <
- 라이프 이벤트 <
- 문화/예술 <
- 반려/애완 동물 <
- 부동산 <
- 뷰티 <
- 쇼핑 <

**관심사**

- 가정/생활 ✕
- 건강 ✕
- 게임 ✕
- 교육 ✕

**구매의도**

- 가전 제품 ✕
- 가정/생활 ✕
- 건강/의료 ✕
- 공구/자재 ✕

타겟 설정 방식 ①

포함  일치

취소 확인

상세 타겟 ① + 상세 타겟 설정하기 설정된 카테고리 총 8 개 / 타겟 설정 방식: 일치 ^

관심사			
가정/생활	×	건강	×
게임	×	교육	×
구매 의도			
가전 제품	×	가정/생활	×
건강/의료	×	공구/자재	×

모두 삭제하기

## [주의사항]

- 상세 타겟에서 관심사, 구매 의도를 동시에 선택할 수 있으며, 두 타겟팅 옵션 간의 타겟 모수 설정 방식을 포함(합집합) 또는 일치(교집합)로 선택하실 수 있습니다.
- 관심사 또는 구매의도 카테고리만 선택한 경우 해당 카테고리 내의 포함(합집합)으로만 선택 가능합니다.
- 상세 타겟을 성별, 연령 등 다른 타겟팅 옵션과 함께 사용할 경우, 타겟 도달 범위가 너무 작아져 광고 효과가 감소할 수 있으니 주의해서 사용하시기 바랍니다.

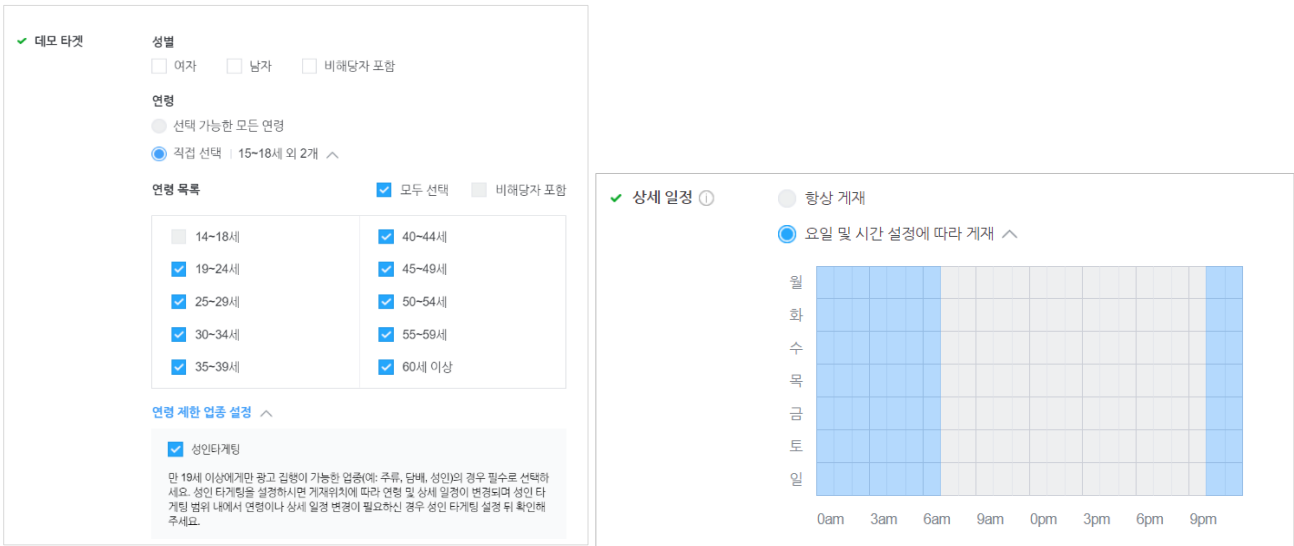
## 4) 성인 타겟팅 (연령 제한 업종 설정)

일부 업종의 경우 성인 타겟팅 설정이 필수로 반드시 설정해 주셔야 하며, 성인 타겟팅 옵션이 설정된 광고 그룹은 설정 해제가 불가능합니다.

성인 타겟팅 설정 시 연령 타겟은 19세 이상으로 설정되며, '네이버' 매체 하위 "스마트채널" 또는 "배너 영역 > 네이버 메인" 게재 위치를 포함하는 경우 상세 일정 설정도 주간 시간은 설정 불가로, 22:00 ~ 익일 06:59 시간으로 함께 설정될 수 있습니다. 연령 타겟은 19~24세 이상 연령 구간에서, 상세 일정은 22:00 ~ 익일 06:59 이내에서만 변경이 가능합니다.

## 〈설정 제한 케이스〉

- 성인 타겟 설정 + '네이버 > 스마트채널' 또는 '네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인' 포함 시 : 연령 타겟 및 상세 일정 제한
- 성인 타겟 설정 + 그 외 게재 위치 설정 시 : 연령 타겟 제한



(2) 디바이스 및 게재 위치

1) 디바이스 타겟

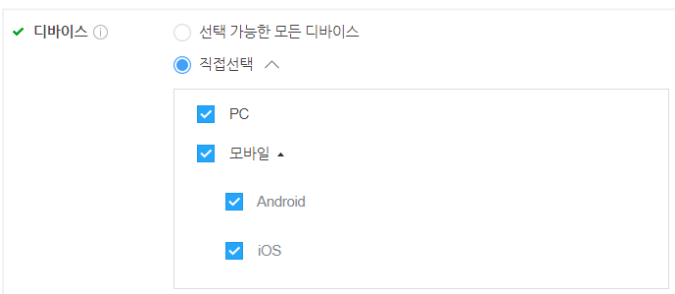
디바이스 타겟은 광고를 본 사용자의 접속 환경을 PC와 모바일로 구분하여 타겟팅 설정할 수 있습니다. '모바일'의 경우 'Android' 와 'iOS' 별로 추가 설정을 지원합니다.

디바이스 타겟 옵션은 캠페인 목적 및 게재 위치 설정에 따라 옵션이 다를 수 있습니다. '앱 설치' 또는 '동영상 조회' 캠페인 목적인 경우 PC 설정이 불가하며, 게재 위치 설정에 따라 설정 가능한 기기 항목만 표시될 수 있습니다. '네이버 > 스마트채널' 또는 '네이버 패밀리 매체 > 피드 영역' 게재 위치는 PC 광고 소재가 노출될 수 있는 지면을 포함하고 있지 않으므로 PC 설정이 불가할 수 있습니다.

① 기기

광고 타겟 대상의 접속 환경(사이트 또는 앱)에 맞는 기기 별 광고가 노출될 수 있음을 의미합니다. 최근 물리적인 PC 장치와 모바일 장치의 구분이 흐려지고 있어, 일부 사용자의 경우 해당 기기를 대표하는 물리적인 장치에서 다른 기기 타입의 소재가 노출될 수 있습니다. 설정은 PC와 모바일을 선택할 수 있습니다.

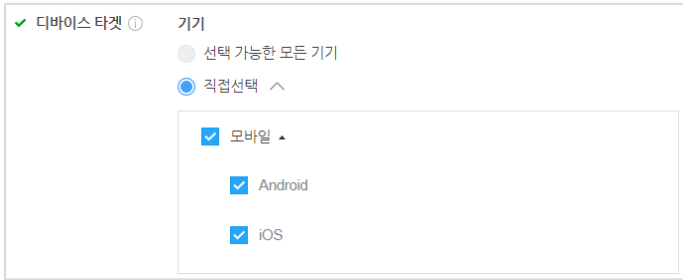
캠페인 목적이나 게재 위치 설정에 따라 'PC' 기기 설정은 불가할 수 있으며, 이 경우 'PC' 항목은 화면에 표시되지 않을 수 있습니다. 특히, 게재 위치 변경 시 기기 설정 값이 자동으로 변경될 수 있으므로 유의하여 설정해 주시기 바랍니다.



② 모바일 운영체제

모바일 OS 타겟 설정의 경우, Android 또는 iOS 를 선택할 수 있으며, 이 경우 광고를 본 사용자의 OS와 동일한 경우

에 광고가 노출될 수 있습니다. 다만, PC 기기에 대해서는 OS 타겟을 지원하지는 않습니다.



[안내 사항]

- PC/모바일 기기 별로 입찰가를 다르게 설정하여 운영하시고자 하는 경우 광고 그룹 별로 디바이스 타겟을 다르게 설정해 주세요. 동일 광고 그룹에서 PC/모바일 기기를 동시에 타겟 설정한 경우 동일한 입찰가 또는 입찰 전략 방식으로 광고가 집행됩니다.
- 광고를 본 사용자의 디바이스 정보가 임의로 변경되었거나, 정확하지 않은 경우 디바이스 타겟팅이 정상적으로 동작하지 않을 수 있습니다. 사용자의 디바이스 정보가 유효하다고 판단되는 경우에만 일치하는 타겟 조건에 맞는 광고를 전송합니다.
- 모바일의 경우 Android, iOS 외 운영체제 타겟 설정은 지원되지 않으며, PC 환경의 경우 개별 운영체제 타겟 설정이 지원되지 않습니다.
- PC 또는 모바일 환경을 설정했더라도, 디바이스 별 노출 가능한 광고 소재가 등록되지 않은 경우 해당 디바이스 환경에 광고가 노출되지 않습니다. 즉, 이미 PC 또는 모바일 광고 소재를 운영중인 상태에서, 다른 디바이스 환경을 추가로 타겟 설정하더라도, 해당 광고가 즉시 추가된 디바이스 환경으로 노출되지 않습니다. 추가 설정된 디바이스 환경에 광고를 노출하려면, 해당 디바이스 환경에서 노출 가능한 광고 소재를 새로 등록해 주셔야 합니다.

2) 게재 위치

게재 위치는 광고가 전송되어 노출될 수 있는 지면을 의미하는 것으로, 매체 및 서비스 지면의 특성과 광고 운영 효율성 등 여러가지 요소를 종합적으로 고려하여 정의되고 있으며, 운영 중 신규 매체 및 지면이 추가되거나 제외될 수 있습니다.

게재 위치는 네이버, 네이버 패밀리 매체 등 매체 그룹 별로 설정 가능하며, 각각의 매체 그룹 하위에는 '스마트채널', '배너 영역', '피드 영역' 등으로 하위 게재 위치를 선택할 수 있도록 제공하고 있습니다. 각각의 게재 위치는 단독으로 설정도 가능하며, 2개 이상의 게재 위치를 동시에 설정하는 것도 가능합니다. 또한, 광고 운영 중에도 게재 위치는 변경하실 수 있습니다. 다만, 광고 소재 별로 소재 타입이나 검수 결과에 따라 변경된 게재 위치에서는 노출이 제한되거나 노출되지 않을 수 있으므로 주의해 주시기 바랍니다. 광고 소재 별로 '노출 가능 게재 위치' 정보가 표시되고 있으므로 참고 부탁드립니다.

게재 위치
  선택 가능한 모든 게재위치
   
 직접선택 ^

네이버 ▲

- 스마트채널 ①
- 배너 영역 ▲
  - 네이버 메인
  - 서비스 통합
  - 피드 영역
- 네이버 패밀리 매체 ▲
  - 스마트채널
  - 피드 영역

· 광고 그룹의 임찰가는 선택하신 선택 가능한 모든 게재 위치에 공통 적용됩니다.  
 만약 게재 위치 단위로 임찰가를 개별 설정하시려면, 게재 위치 단위로 광고 그룹을 분리하여 생성하실 것을 권장합니다.  
 · 설정된 게재 위치에 따라 디바이스 타겟 설정이 변경될 수 있습니다.

게재 위치 별 노출 가능 영역 및 소재 타입은 다음과 같습니다.

게재 위치	설명
네이버 > 스마트채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 네이버 모바일 환경의 메인 뉴스/연예/스포츠 판 최상위에 노출</li> <li>· 이미지 배너형 광고 소재로 집행 가능</li> </ul>
네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 네이버 모바일과 PC 메인 뉴스/연예/스포츠/웹툰 등 주요 판에 노출</li> <li>· 네이티브 이미지, 이미지 배너형 광고 소재로 집행 가능</li> </ul>
네이버 > 배너 영역 > 서비스 통합	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 뉴스/연예/스포츠/카페/웹툰/지식인/블로그 등 네이버 주요 서비스의 모바일과 PC 지면에 노출</li> <li>· 네이티브 이미지, 이미지 배너형 광고 소재로 집행 가능</li> </ul>
네이버 > 피드 영역	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 네이버 카페 서비스 모바일 새글 피드 지면에 노출</li> <li>· 네이티브 이미지 피드형, 이미지 슬라이드, 동영상형 소재로 집행 가능</li> </ul>
네이버 패밀리 매체 > 스마트채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 밴드 앱 홈/새소식/채팅 등 네이버 패밀리 매체 최상위 지면에 노출</li> <li>· 이미지 배너형 광고 소재로 집행 가능</li> </ul>
네이버 패밀리 > 피드 영역	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 밴드 앱 새글 피드 등 네이버 패밀리 매체 피드 지면에 노출</li> <li>· 네이티브 이미지 피드형, 이미지 배너형 광고 소재로 집행 가능</li> </ul>

게재 위치 별 광고 노출 경로에 대한 정보는 '노출 영역 안내' 링크를 통해 확인하실 수 있으며, 실제 등록하신 광고의 노출 형상은 소재 대시보드에서 "기기에서 미리보기" 기능을 통해 확인해 주시기 바랍니다.

노출 영역 안내
✕

광고그룹에서 선택한 게재 위치에 따라 광고가 노출 가능한 경로 목록입니다.

- 노출 경로에 따라 한 화면에 2개 이상의 광고 영역이 노출 될 수 있습니다.
- 광고 소재 등록 시 선택한 소재 유형 및 구성 요소, 검수 결과에 따라 실제 노출이 가능한 영역에만 광고가 노출됩니다.
- 소재 대시보드에서 "기기에서 미리보기"를 통해 실제 노출 경로에서 광고 노출 형상을 확인할 수 있습니다.
- 광고 노출 경로는 변경될 수 있으며, 자세한 내용은 [삼풍 소개 사이트](#)를 참고해주세요.

**네이버**    네이버 패밀리 매체

게재 위치	광고 노출 경로
네이버 > 스마트채널	네이버 > 모바일 > 메인 > 언론사편집
	네이버 > 모바일 > 메인 > MY뉴스
	네이버 > 모바일 > 메인 > 스포츠
	네이버 > 모바일 > 메인 > 연예
	네이버 > 모바일 > 메인 > 경제지표
	네이버 > 모바일 > 메인 > 웹툰
	네이버 > 모바일 > 메인 > 우리동네
	네이버 > 모바일 > 메인 > 자동차
	네이버 > 모바일 > 메인 > 경제M
	네이버 > 모바일 > 메인 > 홈 삼선확장 영역
	네이버 > 모바일 > 메일
	네이버 > 모바일 > 카페 > 홈
	네이버 > 모바일 > 증권 > 홈, 국내, 뉴스, 국내 증목 상세, 해외, 시장지표, 리서치, 해외 증목 상세

[주의 사항]

- 네이버 또는 네이버 패밀리 매체 등의 단위로 입찰가를 개별 설정하시려면, 게재 위치 별로 광고 그룹을 분리하여 생성, 운영하실 것을 권장합니다.
- 광고 그룹의 입찰가는 선택하신 모든 게재 위치에 공통 적용되며, 동일 광고 그룹 내에서는 게재 위치 별 입찰가 조정이 불가하니 주의해주세요.
- 게재 위치 별 소재 검수 기준이 상이하므로, 동일 소재라도 게재 위치에 따라 소재 검수 결과가 다르거나 노출이 제한될 수 있습니다.
- ‘브랜드/업종’ 정보는 네이버 성과형 DA 전 지면 대상, 광고 게재를 위한 필수 입력 사항입니다.
- 게재 위치 변경 시 디바이스 타겟 설정이 변경될 수 있으므로 변경 후 설정 가능한 디바이스 타겟 항목을 확인해 주시기 바랍니다.
- 광고 노출 위치는 플랫폼에서 제공하는 게재 위치 단위로만 선택이 가능합니다. 하여, 게재 위치 하위 상세 지면 단위 또는 특정 매체 별로 설정할 수 없으며, 운영 중 신규 매체 및 지면이 추가되거나 제외될 수 있습니다.

(3) 입찰 및 예산

네이버 성과형 디스플레이 광고 플랫폼은 광고 그룹 단위로 입찰 전략, 비용 관리 옵션, 청구 기준, 일 예산 등을 설정할 수 있습니다. 성과형 광고 플랫폼은 실시간 입찰형 광고 플랫폼으로 광고주가 설정한 입찰 전략 및 예산을 고려하여 시스템에서 자동으로 여러 광고들과의 경쟁 상황을 확인, 타겟 대상에게 광고 노출 여부를 결정합니다. 따라서, 다양한 조건과 경쟁 상황에 따라 광고가 노출되지 않을 수 있으므로, 대시보드와 리포트 메뉴를 통해 광고 집행 상태를 체크하시기 바랍니다.

입찰 및 예산
✔ 필수입력

---

✔

입찰 전략

캠페인 목표에 따라 입찰 전략을 선택합니다. [입찰 전략 상세 안내 >](#)

자동 입찰 클릭 수 최대화 ▼

**※주의사항**

- 자동입찰은 광고 운영 편의 기능으로, 자동 입찰 설정만으로 광고 노출 및 성과 향상을 보장하지는 않습니다.
- 한도 금액을 설정하지 않거나, 너무 높게 지정했을 경우, 결과 당 비용이 높아질 수 있으며, 한도 금액이 너무 낮을 경우 노출 기회가 줄어들 수 있습니다. 광고 운영 시 허용 가능한 적정 비용을 고려하여 비용 관리 옵션을 선택해주세요.
- 자동 입찰 사용 시 적정 예산을 등록해 주실 것을 권장합니다. 과도한 예산 입력 시 입찰가 수준이 크게 높아질 수 있습니다.

수동 입찰

---

✔

비용 관리

입찰 전략에 따른 목표 결과 당 비용을 관리하는 옵션입니다. [비용 관리 상세 안내 >](#)

입찰가 한도 ▼ ₩ 200

---

✔

청구 기준

CPC

---

✔

예산 ①

일예산 ▼ ₩ 100,000

### 1) 입찰 전략

성과형 광고 플랫폼에서는 캠페인 목적과 광고 운영 방식에 따라, 전환 수 최대화 자동 입찰, 클릭 수 최대화 자동 입찰, 수동 입찰의 세 가지 방식 중 한가지로 입찰 전략을 운영하게 됩니다. 자동 입찰 설정 시 정해진 한도 금액 및 설정된 예산 내에서 입찰가를 자동으로 관리하며, 캠페인 목적에 해당하는 결과를 최대화합니다. 수동 입찰 설정 시, 개별 입찰가를 직접 설정 가능합니다.

전환 수 최대화 자동 입찰은 웹사이트 전환 목적에서 선택 가능하며, 클릭 수 최대화 자동 입찰은 웹사이트 트래픽, 앱 설치 목적에서 사용 가능합니다. 수동 입찰은 웹사이트 전환을 제외한 모든 캠페인 목적에서 사용 가능합니다.

목적	입찰 전략	비용 관리	청구 기준
웹사이트 전환	전환 수 최대화 자동 입찰	입찰가 한도 없음, 입찰가 한도	CPM
웹사이트 트래픽	클릭 수 최대화 자동 입찰	입찰가 한도 없음, 입찰가 한도, 비용 한도	CPC
	수동 입찰	-	CPC, CPM



앱 설치	클릭 수 최대화 자동 입찰	입찰가 한도 없음, 입찰가 한도, 비용 한도	CPC
	수동 입찰	-	CPC, CPM
동영상 조회	수동 입찰	-	CPV

광고 운영 경험이 많고, 광고주 스스로 입찰가를 설정하여 운영하시기 원하신다면 수동 입찰 방식을 선택하여 설정하실 수 있고, 직접 입찰가를 설정하는 데 어려움이 있거나, 자동입찰을 통해 최적의 입찰가를 확인하여 운영하시고자 하는 경우 자동 입찰 방식이 도움이 될 수 있습니다.

캠페인 목적이 웹사이트 트래픽일 경우, 전환 수 최대화 자동 입찰만 선택 가능하며, 청구 기준은 CPM입니다. 입찰가 한도 없음이 기본 설정이나, 입찰가 한도를 CPM 단위로 선택 가능합니다.

클릭 수 최대화 자동 입찰은 웹사이트 트래픽, 앱 설치 목적일 때 사용 가능하며, 청구 기준은 CPC입니다. 입찰가 한도 없음이 기본 설정이나, 입찰가 한도 또는 비용 한도를 CPC 단위로 선택 가능합니다.

입찰 전략	목적 및 특징
클릭 수 최대화	<ul style="list-style-type: none"> <li>자동으로 입찰가를 관리하되, 광고 그룹 내 소재들의 클릭을 최대화하는 것을 목표로 합니다.</li> <li>동영상 조회 목적을 제외한 모든 캠페인 목적에서 선택할 수 있습니다.</li> </ul>
전환 수 최대화	<ul style="list-style-type: none"> <li>자동으로 입찰가를 관리하되, 광고 그룹 내 소재들의 전환을 최대화하는 것을 목표로 합니다.</li> <li>웹사이트 전환 목적일 때 선택할 수 있습니다.</li> <li>전환 수 최대화 입찰 전략을 사용하기 위해서 광고계정 &gt; 도구 &gt; 전환추적관리 에서 전환 추적 신청이 필요합니다.</li> <li>전환 수 최대화 입찰전략은 최적화를 위해 광고 실행 이후 1 주 내 50 회의 전환수가 필요합니다.</li> <li>입찰 및 예산 관련 설정값을 변경 시 학습은 초기화 되며, 광고 효율의 저하가 발생할 수 있습니다.</li> <li>타겟팅은 단순하게 설정해주세요. 전환 최대화 자동입찰은 머신러닝으로 예측 전환율이 높은 잠재고객을 구분하므로, 과도한 타겟팅 설정 시, 오디언스를 좁게 만들어 노출 및 최적화가 어려울 수 있습니다.</li> <li>최적화를 위해 한 개의 광고 그룹 내 소재는 5 개 이하로 유지해주세요</li> </ul>
수동 입찰	<ul style="list-style-type: none"> <li>입찰가를 수동으로 관리합니다.</li> </ul>

2) 비용 관리 옵션 및 청구 기준

자동 입찰 설정 시 입찰가는 경쟁 상황, 오디언스 설정, 예산, 한도 옵션 등을 종합적으로 고려하여 플랫폼에서 자동으로 설정되며, 수시로 변경될 수 있습니다.

자동 입찰 선택 시, 선택 가능한 비용 관리 옵션은 입찰가 조정의 기준에 따라 입찰가 한도, 비용 한도, 입찰가 한도 없음의 세 가지 중 하나를 선택할 수 있으며, 비용 관리 옵션 별 목적과 특징은 다음과 같습니다.

비용 관리 옵션	목적 및 특징
입찰가 한도 없음	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠페인 목적에 따른 결과를 최대화 할 수 있도록 플랫폼에서 별도의 한도 없이 입찰가를 완전 자동으로 관리합니다.</li> <li>• 예산을 최대한 사용하여 성과를 최대화하는 것을 목표로 하나, 머신러닝을 통해 가장 높은 가격이 아닌, 가장 효율적인 가격을 찾도록 작동합니다.</li> <li>• 결과 당 비용의 최소화보다, 목표 성과(클릭, 전환 등)의 최대화를 의도 할 경우 사용할 수 있습니다.</li> <li>• 입찰가 한도 없음 사용 시 정해진 '캠페인 또는 광고 그룹 별 예산' 이상으로는 소진되지 않습니다.</li> </ul>
입찰가 한도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠페인 목적 및 입찰 전략에 따라 입찰가를 자동으로 조정하되, 개별 입찰가의 한도를 정해 한도 이하로만 입찰합니다.</li> <li>• 기본적으로는 자동 입찰을 통해 최적화 하되, 입찰가의 상한을 직접 관리하려고 할 때 이 설정을 사용할 수 있습니다.</li> <li>• 리포트에 보고되는 실제 클릭 당 비용은 입찰가가 아닌 낙찰가로, 지정한 한도와 차이가 발생할 수 있습니다.</li> </ul>
비용 한도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠페인 목적에 따른 결과를 최대화 하되, 결과당 평균 비용을 입력한 금액 이내로 자동 조정합니다.</li> <li>• 입찰가 한도 방식과 달리, 개별 입찰가에 제한을 두지 않아 광고 게재 가능성을 향상시킬 수 있습니다.</li> <li>• 비용 한도 설정 시 평균적으로는 입력한 비용 이내로 관리하지만, 모든 상황에서 실제 결과 당 비용이 지정한 한도 이내로 지출되도록 보장하지는 않습니다.</li> </ul>

자동 입찰 기능은 시스템이 입찰가를 자동으로 조정해 주기 때문에 광고 운영 편의를 제공해 드릴 수 있으나 최적의 광고 성과를 보장하지는 않습니다. 또한 실시간 입찰 상황에서 경쟁 상태에 따라 입찰가 또는 결과당 비용이 상승하거나 노출 기회가 감소할 수 있으므로 아래 주의사항을 통해 자동입찰 동작 방식을 충분히 이해하신 후 사용해 주시기 바랍니다.

[주의사항]

- 시스템은 입찰 전략 별 목적 달성을 위해 동작하지만, 자동 입찰 설정 만으로 노출이 발생하거나, 노출 여부가 보장되지 않습니다.
- '입찰가 한도 없음' 사용시 광고 노출 확대를 위해 개별 입찰가가 높아질 수 있고, 평균적인 결과 당 비용이 상승할 수 있으므로, 입찰가 또는 비용을 제한하시고자 하는 경우에는 '입찰가 한도' 또는 '비용 한도' 옵션 사용을 권장합니다.
- '입찰가 한도' 사용시 입찰가 한도 금액을 너무 낮게 설정한 경우 광고가 노출되지 않거나, 노출 기회가 줄어들 수 있습니다. 광고 상태 및 게재 위치, 다른 광고들과의 경쟁 상황에 따라 광고가 노출될 수 있는 적정 입찰가 범위는 수시로 변경될 수 있고, 광고마다 다를 수 있습니다. 만약, 내 광고의 적정 입찰가나 입찰가 한도 수준을 전혀 알지 못하는 상황이라면, 광고 집행 초반 '입찰가 한도 없음' 옵션으로 운영을 시작 하면서 모니터링을 통해 내 광고의 노출 가능한 입찰가 수준이 확인되면, '입찰가 한도'로 변경하고, 입찰가 한도 금액을 설정하여 운영하실 수 있습니다.
- 비용 한도 사용 시 결과 당 비용이 관리 비용보다 높아질 수 있으며, 모든 상황에 대해서 한도 이내의 결과 당 비용 지출을 보장하는 것을 의미하지는 않습니다. 예를 들어, 광고 기간이 짧거나, 광고 기간 중 일부 또는 특정일로 조회한 경우, 광고에 대한 반응(클릭 수 등)이 너무 적은 경우, 자동 입찰 전략, 비용 관리 옵션의 변경이 있는 경우, 그 외 광고의 변경 사항이나 입찰 경쟁 심화와 같이 시스템의 통제 범위를 벗어 나는 경우 결과 당 비용은 광고주님이 입력한 관리 비용을 초과할 수 있습니다.

- 자동 입찰 사용 시에는 필요한 수준의 '적정 예산'을 등록해 주실 것을 권장합니다. 과도한 예산을 설정하신 경우 입찰가가 높아질 수 있습니다.
- 리포트에 보고되는 결과 당 비용은 자동 입찰 설정 시 입력한 금액(입찰가 또는 관리 비용)과 VAT 포함 여부에 차이가 있습니다. 입찰 시 입력하는 금액은 VAT 제외 기준이며, 리포트 및 대시보드를 통해 제공되는 결과 당 비용은 VAT 포함입니다.
- 자동 입찰 설정 시 '계재 방식' 옵션에서 '빠른 계재'는 사용할 수 없습니다.

수동 입찰 시 등록 가능한 입찰가의 최소 ~ 최대 금액은 과금 방식에 따라 다르며, 자동 입찰은 CPC 과금으로 입찰가 한도 및 비용 한도 금액 모두 CPC 기준과 동일합니다. 단, 일부 계재 위치는 운영 상황에 따라 입찰가 정책이 다를 수 있으며, 플랫폼 공지사항 메뉴에서 확인하실 수 있습니다.

청구 기준	계재 위치	최소 입찰가	최대 입찰가
CPC	공통	10원	1,000,000원
CPM	스마트채널	2,000원	1,000,000원
	스마트채널 외	100원	
CPV	공통	10원	1,000,000원

계재 위치를 스마트채널을 선택하였거나, 스마트채널을 포함한 복수의 계재 위치를 설정한 경우 스마트채널의 최소 입찰가 기준으로 적용됩니다. 계재 위치 별로 각각의 입찰가를 설정하시고자 하는 경우 계재 위치 단위로 광고 그룹을 분리하여 생성해 주시기 바랍니다.

### 3) 예산

해당 광고 그룹에 지출할 일별 또는 총 금액을 설정합니다. 일예산을 설정한 경우 일예산 소진 시 더 이상 광고가 게재되지 않으며, 총예산을 설정한 경우에도 광고 그룹에 설정된 기간 내에 총예산이 소진된 경우 광고가 게재되지 않으므로, 집행 중 모니터링을 통해 예산 부족으로 광고 게재가 중단되지 않도록 유의해 주시기 바랍니다.

참고로, 캠페인에서 설정 가능한 '캠페인 예산'은 하위 광고 그룹들의 누적 소진액 총합이 설정된 캠페인 예산을 초과하지 않도록 설정하는 한도 값으로, 광고 그룹의 예산과 다릅니다. 네이버 성과형 디스플레이 광고 플랫폼에서 집행 광고의 예산은 광고 그룹 단위에서 설정해 주셔야 한 다는 점을 주의해 주시고, 캠페인 예산에 대한 안내는 1-1. 새 캠페인 만들기 챕터에서 확인해 주세요.

예산은 최소 1만원 이상부터 최대 10억원까지 등록할 수 있으며, 광고 운영 중 언제든지 수정 가능합니다.

하나 이상의 광고 그룹을 운영하는 경우 캠페인 예산 한도를 설정하면, 모든 광고 그룹의 총 비용 합이 캠페인 예산 한도를 넘지 않도록 운영할 수 있습니다.

- [주의사항]
- 광고 그룹 예산이 충분히 남아 있더라도, 상위 캠페인 예산 한도 금액이 부족하거나 초과한 경우 광고의 노

출 기회가 줄어들거나 노출되지 않을 수 있습니다.

- 자동 입찰 설정 상태에서 총예산 설정 시 광고 기간 기준으로 하루 예산을 계산하여 자동 입찰에 적용됩니다.
- 네이버 성과형 디스플레이 광고 플랫폼은 실시간 입찰형 광고 플랫폼으로 광고주가 설정한 예산 내에서 광고가 게재되도록 최대한 노력하지만, 광고주가 예산을 줄이거나 게재 타입을 '빠른 게재'로 변경하거나, 광고 게재를 중단시키는 등 광고 게재와 관련된 조건이 변경될 경우 광고 게재가 중지된 이후라도 이미 타겟 대상에게 전송된 광고의 노출과 액션에 의해 추가 과금이 발생할 수 있습니다.

(4) 게재 일정 및 방식

게재 일정 및 방식에서는 광고가 집행될 기간, 상세 일정 옵션, 소재 게재 방식, 소재 선택 방식, 일간 노출 빈도를 설정하실 수 있습니다.

1) 기간

광고의 집행 기간을 의미합니다. 시작일시 및 종료일시를 설정할 수 있으며, 종료일시를 설정하지 않고 계속해서 노출되도록 설정할 수도 있습니다.

✓ 기간 ⓘ

**시작일시**

📅	2019.12.02.	🕒	09:00
---	-------------	---	-------

**종료일시**

📅	2019.12.31.	🕒	23:59
---	-------------	---	-------

없음(계속 게재) ⓘ

기간의 시작일시는 매일 오전 9시로 기본값이 설정되어 있으며 현재 시각(광고 계정 시간대 기준)보다 최소 30분 이후로 변경이 가능합니다. 다만 광고 소재 검수 일정에 따라 늦어질 수 있으므로 실제 집행 시작일보다 미리 등록하시는 것을 좋습니다. 시작일시는 광고 집행이 시작되거나 종료된 이후에는 변경할 수 없습니다.

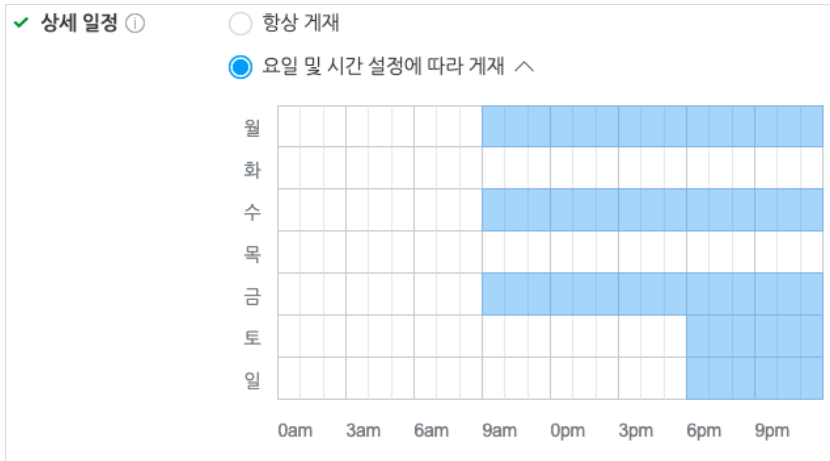
종료일시를 설정하게 되면, 설정된 광고 그룹 예산이 남아 있더라도 종료일시에 도달하는 시점에 광고 게재를 중지합니다. 만약, 예산이 모두 소진될 때까지 광고 게재를 중지하지 않으려면 '없음(계속 게재)' 옵션을 선택해 주세요.

2) 상세 일정

상세 일정을 설정한 경우 설정된 요일과 시간 동안 광고가 노출될 수 있도록 광고가 게재됩니다. 즉, 네이버 성과형 디스플레이 광고는 설정된 일정에만 광고를 배송하도록 동작합니다.

특정 요일과 시간은 많은 광고가 서로 노출되기 위해 경쟁이 심해져서 광고주의 광고가 노출 기회를 충분히 가져가지 못할 수 있기 때문에 수시로 집행 현황을 살펴보시면서 운영해 주시기 바랍니다. 또한, 광고 기간 이내인 경우 설정된 상세 일정이 아닌 요일이나 시간에 사용자의 디바이스 환경이나 네트워크 상태에 따라 유효 노출이나 유효 액션이 발

생할 수 있으며, 이 경우 과금이 발생할 수 있습니다.



### 3) 게재 방식

네이버 성과형 디스플레이 광고는 광고 그룹에 설정된 예산을 2가지 방식으로 소진시킬 수 있습니다. '일반 게재' 방식을 선택하면 광고 기간 동안 균등한 예산이 소진되도록 동작합니다. '빠른 게재' 방식을 선택하면 광고 그룹에 설정된 예산을 최대한 빠르게 소진되도록 동작합니다.

대부분의 경우에는 균등 소진 방식의 '일반 게재'를 권장하지만, 남은 예산을 빠르게 소진하기 위해 '빠른 게재' 방식을 선택할 수도 있습니다. 단, 이 경우 광고 게재가 조기에 중지될 수 있으며 여러가지 상황에 의해 예산이 초과될 수 있으므로 신중하게 사용해 주시기 바랍니다.

또한, 입찰가 설정에서 '자동 입찰'을 설정하신 경우에는 '빠른 게재' 옵션을 설정할 수 없습니다.

### 4) 소재 선택 방식

소재 선택 방식은 동일 광고 그룹 내에서 '어떤 소재를 선택'하여 '노출 기회'를 줄 것인지를 결정하는 기능이며, 입찰 경쟁 플랫폼 특성 상 노출 기회가 곧 노출을 보장하지는 않습니다. 선택 가능한 옵션은 3가지로 다음과 같습니다.

- **최적화** : 성과가 가장 좋은 소재에 집중적으로 노출 기회를 부여하여 평균 성과를 향상시키는 옵션으로, 그 외 다른 소재는 노출 되지 않을 수 있습니다.
- **성과 가중** : 소재 성과에 따라 노출 가중치가 자동으로 조정됩니다. 성과가 우수한 소재의 노출 기회 비중이 가장 높지만 다른 소재들도 가중치에 따라 노출 기회를 가질 수 있습니다.
- **균등** : 소재 성과에 상관 없이 모든 소재의 노출 기회를 균등하게 배분하지만 소재별 성과 차이가 큰 경우, 성과가 낮은 소재는 입찰 경쟁에 의해 덜 노출될 수 있습니다.

등록된 복수의 소재에 골고루 노출 기회를 주려면 '성과 가중' 또는 '균등' 방식을 선택해 주세요. 운영 중 특정 소재의 효율이 상대적으로 좋고, 이 소재에 집중적으로 노출 기회를 집중 시키고자 한다면 '최적화'를 선택하시면 광고 그룹의 평균 성과를 향상시키는데 도움이 될 수 있습니다.

[주의 사항]

- 소재 선택 방식은 동일 광고 그룹 내 노출 가능한 소재를 선택하는 옵션으로, 실제 노출을 보장하지 않습니다. 광고주님의 광고 그룹 내에서 선택된 소재더라도, 노출 위치(게재 위치)에서 다른 광고와의 입찰 경쟁을 통해 노출 여부가 결정됩니다.
- '최적화' 옵션 사용 시 성과가 낮은 소재들은 순간 순간 노출 기회를 전혀 갖지 못할 수 있으며, '균등' 방식을 사용하더라도 실제 리포트의 소재별 '노출수'는 입찰 경쟁 상황에 따라 균등하지 않을 수 있습니다.

5) 노출 빈도

동일 사용자(시스템에서 동일 사용자로 판단할 수 있는 식별자 기준)에게 광고가 반복 노출되는 최대 횟수를 설정할 수 있습니다. 광고 경쟁 상황에 따라 타겟 대상 별 노출 횟수는 다를 수 있으나 최대한 설정된 최대 횟수를 맞추기 위해 동작합니다. 단, 광고 중지 이전에 게재된 광고가 사용자에게 뒤늦게 노출되는 등 상황에서는 횟수를 초과하여 노출될 수 있습니다.

노출 빈도는 '광고 그룹' 또는 '광고 소재' 단위 별로 1일 최소 2회에서 5회까지 설정할 수 있지만, '빠른 게재'로 설정한 경우에는 설정할 수 없습니다.

✓ **노출 빈도** ⓘ
 
회 노출 / 1일

광고 소재 ^ 단위

광고 그룹

광고 소재

(5) 타겟 도달 범위

타겟 도달 범위는 매체 별 도달 범위 정의 요소를 고려하여 광고를 본 이력이 있는 식별자 중 일부를 랜덤 추출하여 추정한 예상 도달 수로 광고 전략을 수립하는데 도움을 드리고자 제공하는 참고 정보이며, 리포트에 제공되는 실제 도달수와 다를 수 있습니다.

타겟 설정에 따라 예상 도달수가 너무 작아질 경우 노출이 원활하지 않을 수 있습니다. 예를 들어 맞춤 타겟이나 상세 타겟을 설정하신 상태에서 성별이나 연령, 지역 등 데모 타겟을 함께 설정하는 경우 예상 도달수가 크게 줄어들 수 있습니다. 이런 경우 타겟 설정을 변경하여 예상 도달수를 확대하여 운영해 보시기를 권장드립니다.

예상 도달수는 도달 범위 정의 요소 항목들 간의 교집합으로 집계되며, 동일 항목 내 복수의 값 사이에는 중복 식별자를 제거한 합집합으로 집계되고 있습니다. 예를 들어, 성별 '남자', 연령 '30~34세, 35~39세', 관심사 '건강/의료, 스포츠/야외활동' 선택 시 30~39세 남자이면서 '건강/의료' 또는 '스포츠/야외활동'에 관심 있는 오디언스를 집계하여 예상 도달수를 안내해 드리고 있습니다.

또한, 예상 도달수는 맞춤 타겟, 오디언스 타겟, 상세 타겟, 디바이스 타겟 옵션 등을 변경하면 실시간으로 계산되어 표시되는데, 너무 많은 타겟 옵션이 설정된 경우 시스템 상태에 따라 도달수가 표시되지 않거나, 지연될 수 있으며, 성능 개선을 위하여 지속적으로 개선이나 변경이 발생할 수 있습니다. 이로 인해 광고 집행중 도달수가 변경될 수 있지만,

실제 광고 집행과 리포트의 도달수 지표에는 영향을 주지 않습니다.

## 2-2. 기존 광고 그룹 불러오기

유사한 내용의 광고 그룹을 생성할 때 '기존 광고 그룹 불러오기' 기능을 사용하면 보다 쉽게 광고 그룹을 생성할 수 있습니다. 동일 광고 계정 내 '삭제' 되지 않은 광고 그룹 중 동일한 캠페인 목적의 광고 그룹을 재사용할 수 있습니다.

기존 광고 그룹 불러오기
✕

**사용하실 광고 그룹을 선택해 주세요.**

캠페인 설정 조건이 같지 않은 경우 사용할 수 없습니다.  
광고 그룹 재사용 시 현재 페이지에 입력된 내용은 삭제됩니다.

총 11 개

🔍

선택	광고 그룹 이름 ↓	계재 위치	과금 타입	캠페인
<input checked="" type="checkbox"/>	논 타겟팅 광고 그룹, CPC 1... 89324	밴드	CPC	논타겟팅, 웹사이트... 35372

< 1 2 3 >

취소

확인

## 3. 광고 소재 만들기

광고 소재는 광고 그룹에서 설정한 타겟 대상에게 노출되는 노출될 크리에이티브로, 캠페인 목적에 맞는 소재 타입을 선택하여 광고 효율을 극대화할 수 있습니다.

### 3-1. 소재 타입

네이버 성과형 디스플레이 광고에서는 네이티브 이미지, 이미지 슬라이드, 동영상, 이미지 배너 총 4가지 타입의 소재를 지원합니다. 소재 만들기 과정에서 제공되는 소재 타입은 캠페인 목적, 광고 그룹의 게재 위치, 청구 기준 등에 따라 달라질 수 있습니다.

소재 타입	설명
네이티브 이미지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 광고가 노출될 매체 및 서비스의 콘텐츠와 가장 유사한 형태의 소재 유형</li> <li>• 네이버, 밴드 매체에 모두 집행 가능하며, 광고 노출 지면의 성격에 따라 피드형, 배너형(모바일), 배너형(PC) 3가지 소재 구성 유형으로 구분</li> <li>• 모바일과 PC 환경의 네이버 &gt; 배너 영역 &gt; 네이버 메인, 네이버 &gt; 배너 영역 &gt; 서비스 통합 영역에서 집행 가능</li> </ul>
이미지 슬라이드	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네이티브 타입 소재로, 단일 소재에 복수 슬라이드로 구성된 소재 유형</li> <li>• 모바일 환경의 네이버 &gt; 피드 영역, 네이버 패밀리 매체 &gt; 피드 영역 에서 집행 가능</li> </ul>
동영상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네이티브 타입 소재로, 동영상 콘텐츠를 활용한 광고 유형</li> <li>• 모바일 환경의 네이버 &gt; 피드 영역, 네이버 패밀리 매체 &gt; 피드 영역 에서 집행 가능</li> </ul>
이미지 배너	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단일 이미지로 구성된 배너형 광고 유형</li> <li>• 모바일 환경의 매체 그룹 별 스마트채널 과 배너 영역 에서 집행 가능</li> </ul>

#### [TIP]

- ✓ 소재 제작 방법은 각 소재 타입 별 제작 가이드를 참고해 주세요.  
제작 가이드는 [네이버 성과형 디스플레이 광고 공지사항](#)에서 다운받으실 수 있습니다.

### 3-2. 새 광고 소재 만들기

캠페인 만들기, 광고 그룹 만들기가 완료되면, 이어서 광고 소재 만들기를 통해 신규 소재 생성이 가능합니다. 또한, 이미 생성된 광고 그룹 하위에 [광고 소재 만들기] 버튼을 통해 새 광고 소재를 추가할 수도 있습니다.

#### (1) 네이티브 이미지

광고가 노출될 서비스 지면의 콘텐츠와 유사한 형태로 노출되는 소재 유형입니다. 게재 위치 및 디바이스 타겟 설정에 따라 '피드형'과 '배너형' 으로 생성할 수 있습니다.

#### 1) 소재 구성



광고 그룹 > 게재 위치에서 '네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인' 또는 '서비스 통합' 영역 중 1개 이상과 '네이버 > 피드 영역' 을 동시에 선택하고, 소재 타입을 네이티브 이미지로 선택하면, '피드형' 소재와 '배너형(모바일)', '배너형(PC)' 소재를 동시에 생성할 수 있습니다. 각각의 유형에 필요한 필수 항목들을 모두 입력하여야 하며, 이 경우 '피드형', '배너형(모바일)', '배너형(PC)' 별로 광고 소재가 생성되고, 소재 검수도 각각 진행됩니다. '배너형'의 경우 모바일과 PC 소재에 필요한 구성 요소가 대체로 비슷하지만, PC 소재인 경우 'PC 배너형 긴 설명문구' 가 추가로 필요합니다. 그리고, '배너형(PC)' 의 경우 광고가 노출되는 지면 별로 표시되는 구성 요소가 다를 수 있습니다. '설명 문구'가 표시되는 지면도 존재하며, '긴 설명 문구'가 사용되는 지면도 있습니다. 네이티브 이미지 배너형(PC) 의 지면 별 노출 모습은 공지사항의 상품 소개서 또는 소재 제작 가이드를 참고 부탁드립니다. 광고 소재 이름은 입력한 소재명 뒤에 숫자가 부여된 형태로 반영됩니다.



- [안내 사항]**
- 소재 구성 패널에서 원하는 유형만 선택해서 소재를 생성할 수 있습니다.
  - 디바이스 타겟 설정에서 'PC'와 '모바일'을 모두 선택했다라도, '배너형(모바일)' 또는 '배너형(PC)' 유형 1개지만 선택하여 생성할 수 있습니다.
  - 마찬가지로, '피드형' 만 선택할 경우 피드 소재만 생성 가능합니다.
  - 소재는 유형 별 광고 이미지 별로 각각 저장되므로, 저장된 소재를 수정 시에는 복수 유형을 동시에 편집할 수 없습니다.
  - 동일 소재가 PC 와 모바일 환경에서 동시에 노출되지 않으며, 광고 소재는 노출 가능한 게재 위치와 디바이스 타겟 설정된 환경에서만 노출될 수 있습니다.

항목	설명
소재 구성 유형	<p>광고 그룹에서 선택한 게재 위치 및 디바이스 타겟에 따라 소재 구성 유형이 제공됨</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>네이버 &gt; 배너 영역 &gt; 네이버 메인 및 서비스 통합 영역 선택 : '배너형' 소재 구성 항목 화면으로 보여지며, 디바이스 타겟 설정에 따라 '배너형(모바일)'과 '배너형(PC)' 유형으로 구분될 수 있음</li> <li>네이버 &gt; 배너 영역 &gt; 네이버 메인 또는 서비스 통합 영역 중 1개 이상과 네이버 &gt; 피드 영역을 동시에 선택한 경우 : '피드형', '배너형' 선택 옵션이 제공되며, 디바이스 타겟 설정에 따라 '배너형(PC)'를 포함하여 3가지 유형 선택이 표시될 수 있음</li> <li>매체 그룹 별 피드 영역만 선택 : 선택 옵션 없이, 피드형 소재 구성 항목 화면으로 보여짐 피드형의 경우 PC 환경에 노출되는 지면이 없음</li> </ul>
프로필 이름	<p>광고주명 또는 브랜드명 입력으로, 프로필 정보(이름/URL/이미지)와 소재 정보가 연관성이 없거나 유효하지 않은 정보일 경우 소재 검수 반려될 수 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>피드형 : 19자까지 입력 가능</li> <li>배너형 : 14자까지 입력 가능</li> <li>피드형, 배너형 모두 선택 시 : 14자까지 입력 가능</li> </ul>
프로필 URL	<p>프로필 영역 클릭 시 이동할 랜딩 URL로 반드시 광고주 웹사이트 또는 브랜드를 확인할 수 있는 웹사이트 URL을 입력해야 함</p>
프로필 이미지	<p>프로필 영역에 노출될 광고주 또는 브랜드 대표 이미지 등록해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1:1 비율의 300x300px 사이즈의 이미지 사용 권장</li> </ul>
광고 이미지	<p>선택한 광고 구성 타입 별로 광고 이미지 최소 1개는 필수 등록해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>네이티브 이미지, 이미지 배너 타입인 경우 광고 이미지는 한 번에 최대 10개까지 업로드 가능하며, 최대 10개까지 소재 등록 가능 (동시 업로드 이미지 수, 소재에 동시 등록 수는 운영 상황에 따라 변경될 수 있음)</li> <li>복수의 이미지를 업로드 하고, 소재 등록 시 소재 타입이 허용할 경우 해상도가 다른 이미지 등록 가능. 예를 들어, 이미지 배너 타입의 경우 사이즈 별 배너 이미지 및 스마트채널 이미지를 동시에 업로드 및 소재에 설정할 수 있음</li> <li>단, 프로필 이미지는 소재에 1개만 등록 가능하며, 이미지 슬라이드 타입의 경우 슬라이드 별로 1개의 광고 이미지 등록 가능</li> <li>소재 저장 시 등록된 광고 이미지 별로 소재가 생성되며, 소재 별로 검수가 진행됨</li> <li>한 번 저장된 소재는 1개의 광고 이미지를 포함하고 있으며, 동일한 규격의 이미지로만 변경 가능</li> <li>광고 이미지를 여러 개 등록하더라도, 랜딩 URL, 광고 문구, 설명 문구, 행동 유도, 고지 문구 등은 공통으로 적용됨</li> </ul>

랜딩 URL	<p>광고 영역 클릭 시 이동하는 URL로 등록해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 등록 가능한 URL : http, https의 웹 URL, 구글 Playstore 또는 애플 Appstore 마켓 스킴</li> <li>• 광고 이미지를 여러 개 등록하였더라도, 랜딩 URL 은 공통으로 적용됨</li> </ul>
광고 문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 피드형 : 120자까지 입력 가능</li> <li>• 배너형 : 20자까지 입력 가능하며, PC/모바일 공통 사용</li> <li>• 피드형, 배너형 모두 선택 시 : 20자까지 입력 가능</li> </ul>
설명 문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 피드형 : 설명문구 1은 필수 입력 항목으로, 28자까지 입력 가능</li> <li>• 배너형 : 설명문구 1,2,3 모두 필수 입력 항목으로 12자까지 입력 가능 PC 에서는 '설명 문구 1' 만 사용될 수 있음</li> <li>• 피드형, 배너형 모두 선택 시 : 설명문구 1,2,3 모두 필수 입력 항목으로 12자까지 입력 가능</li> </ul>
PC 배너형 긴 설명문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 배너형(PC) : PC 배너형 긴 설명문구 1,2 모두 필수 입력 항목으로 28자까지 입력 가능하며, 배너형(PC) 에서만 사용</li> </ul>
행도 유도	<p>광고를 통해 유도하고자 하는 액션에 맞는 문구를 선택할 수 있으며, 캠페인 목적에 따라 제공되는 문구가 다를 수 있음</p>
고지 문구	<p>광고 소재에 대한 사전 심의가 필요한 금융 및 의료 업종의 경우 해당 기관으로부터 받은 심의번호를 반드시 입력하여, 심의 증빙 자료는 '의견 및 증빙' 항목에 첨부 필요.</p>

[TIP]

- 캠페인 목적에 따라 선택 가능한 행동 유도 버튼은 다음과 같습니다.

버튼 레이블	웹사이트 전환 / 웹사이트 트래픽	앱 설치	동영상 조회
지금 다운로드		○	
더 알아보기	○	○	○
지금 예약하기	○	○	○
문의하기	○	○	○
다운로드	○	○	○
지금 늘기		○	
게임하기		○	
지금 구매하기	○	○	○
가입하기	○	○	○
동영상 더보기	○		○
버튼 없음	○	○	○

- '버튼 없음'을 선택하면 행동 유도 문구가 미노출 되므로, 꼭 필요한 경우에만 제한적으로 사용하기를 권장합니다. 단, 배너형을 체크한 경우 행동 유도 문구가 없으면 소 재검수시 반려 처리됩니다.

다음은 프로필 URL 및 랜딩 URL 등록 시 주의 사항입니다.

#### [주의 사항]

- 한글 및 공백 문자를 포함한 일부 특수 기호가 URL에 포함되어 있는 경우 일부 게재 위치에서 정상적인 연결이 되지 않을 수 있으므로, 입력이 불가하거나 제한될 수 있습니다.
- 랜딩 URL 내 한글이 포함된 경우 인코딩 후 실행될 수 있으며, 사용자의 접속 환경(앱 또는 웹 브라우저)에 따라서 인코딩 문자열이 표시될 수 있습니다. (일부 접속 환경에서는 자체적으로 한글로 변경하여 표시될 수 있습니다)
- 광고 소재 등록 후 '기기에서 미리보기' 기능 (광고 소재 대시보드 > 광고 소재 정보 > 미리보기) 을 통해서 실제 게재 위치에서의 프로필 URL 및 랜딩 URL 실행 테스트를 진행하여, 정상적으로 연결되는지 확인해 주시기 바랍니다. 일부 URL의 경우 PC 브라우저에서는 정상 연결되더라도, 모바일 환경의 앱 또는 브라우저에서는 다르게 연결될 수 있습니다. 또한, 랜딩 URL 이 정상적으로 연결되더라도 해당 페이지 내 기능 중 일부가 동작되지 않는 경우도 있습니다. 광고주 사이트 또는 웹페이지의 구현 방식이 모두 다르며, 작동 환경이 다를 수 있기 때문에 URL 연결 및 동작 여부를 광고주님께서 충분히 확인하신 후에 광고 집행을 시작해 주셔야 합니다.
- 등록된 프로필 URL 및 랜딩 URL이 정상적으로 연결되지 않거나, 광고주 또는 브랜드 정보와 관련 없을 경우 소재가 반려될 수 있습니다.

## 2) 의견 및 증빙

의견 및 증빙은 검수에 필요한 메시지와 파일을 첨부하는 기능으로, 소재가 저장되면서 검수가 진행되면 소재 정보와 함께 전달됩니다. 선택 입력 항목으로, 검수 담당자에게 전달해야 할 내용이 있을 경우에 사용해 주시기 바랍니다.

#### [주의 사항]

- 의견 및 증빙을 첨부할 경우, 개인 정보가 포함되지 않도록 주의해주세요. 소재 검수 과정에서 등록하신 의견이나 첨부파일에 개인정보가 확인될 경우 첨부파일은 삭제됩니다. 소재 검수에 증빙 서류가 반드시 필요할 경우 소재는 반려 처리되며, 개인정보를 마스킹 처리한 증빙 문서를 재 요청할 수 있습니다.

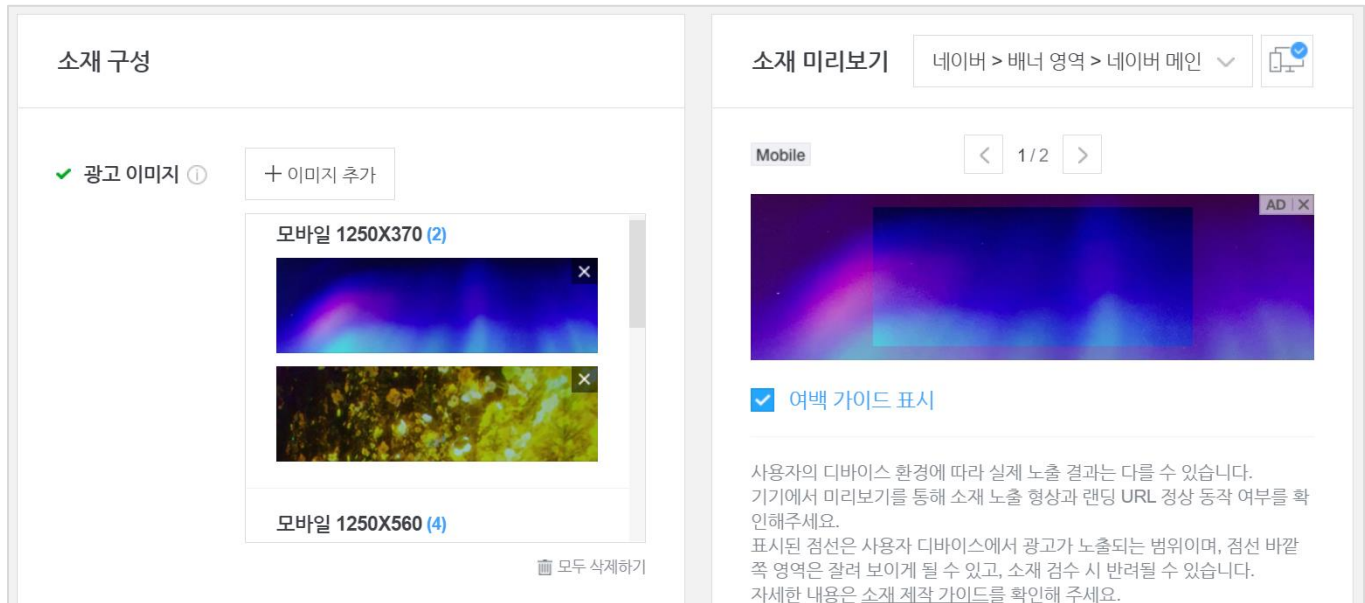
## 3) 소재 미리보기

소재 만들기 화면 > 소재 미리보기 패널에서 소재 등록 및 수정 시 게재 지면에 노출될 소재 형상을 미리 확인할 수 있습니다. 단, 사용자의 디바이스 환경에 따라 실제 노출 형상은 다를 수 있으므로, 광고 소재 대시보드 > 광고 소재 정보 > 기기에서 미리보기 를 통해 실제 게재 위치에서 광고를 테스트 노출시켜 광고 형상과 URL 연결 테스트를 진행해 주시기 바랍니다.

네이티브 이미지, 이미지 배너 타입의 경우 한 번에 여러 개의 광고 이미지 등록이 가능합니다. 이 경우 등록된 이미지

별로 소재 미리보기를 사용할 수 있습니다.

예를 들어, 이미지 배너 타입에서 스마트채널 및 배너 유형의 광고 이미지를 각각 2개씩 등록했다면, 총 6개의 광고 이미지가 소재에 등록되고, 소재 미리보기에서는 동일한 유형 별로 미리보기를 지원합니다.



네이티브 이미지 배너형(PC) 의 경우 노출 지면 별로 다양한 형태로 노출될 수 있습니다. 다만, 네이버 성과형 디스플레이 광고 플랫폼에서는 게재 위치 수준까지 미리보기를 제공해 드릴 수 있는 관계로, 소재 미리보기 패널 우측 상단의 게재 위치 목록에서 설정된 게재 위치 기준으로 노출 가능한 미리보기 형상을 표시하고 있습니다.

예를 들어, '네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인' 게재 위치를 선택한 경우 네이티브 이미지 배너형(PC)의 가로형 소재와 세로형 소재 2가지 모습을 확인할 수 있으며, '네이버 > 배너 영역 > 서비스 통합' 게재 위치를 선택한 경우 썸네일 배너형의 기본형과 행동 유도 버튼이 축약되어 표시되는 축약형 2가지 모습을 확인할 수 있습니다. 공지 사항에 게시된 상품 소개서 또는 소재 제작 가이드를 통해 지면 별 노출 형상을 확인할 수 있고, 기기에서 미리보기를 통해 개별 지면에서의 소재 노출 형상을 미리 확인하실 수도 있습니다.

일부 소재의 경우, 소재 미리보기에서 '특정 소재 그만보기' 아이콘이 표시됩니다. '특정 소재 그만보기'란, 사용자가 특정 광고 소재를 그만 보겠다고 선택하는 경우, 해당 광고 소재가 포함된 캠페인 내의 광고를 해당 사용자에게 노출하지 않는 기능입니다. 소재 미리보기에서 해당 아이콘이 표시되는 경우, 실제 노출되는 광고에도 아이콘이 표시되게 되므로, 광고 소재 제작시 '특정 소재 그만보기' 아이콘의 위치 및 형상을 고려하여 제작을 부탁드립니다.

4) 검수 내역

광고 소재 검수 결과는 검수 내역 패널에서 확인할 수 있습니다. 소재 등록 후 검수자에 의해 승인 또는 반려 시 코멘트가 등록될 수 있습니다. 반려 시 등록된 코멘트를 확인하여 소재를 수정해 주시면 재검수를 진행하게 됩니다.

검수 의견	
2019.05.13 12:07	<p><b>승인</b></p> <p>텍스트 수정 확인되었습니다. 승인 처리합니다.</p>
2019.05.13 12:05	<p><b>반려</b></p> <p>심의받은 텍스트와 동일하게 진행되어야 하며, 임의수정 불가합니다.</p>

### 5) 노출 가능 게재 위치

등록한 광고 소재는 소재 타입, 소재 검수 결과 그리고 광고 그룹에 설정된 게재 위치에 따라 실제 노출 가능한 게재 위치가 결정됩니다. 예를 들어, 광고 그룹 > 게재 위치에서는 “네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인, 서비스 통합” 모두 선택하였으나, 소재 타입을 “이미지 배너”로 등록한 경우, 해당 소재는 “네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인”에만 노출 가능하며, 이 정보가 “노출 가능 게재 위치”에 표시됩니다.

#### [주의 사항]

- 노출 가능 게재 위치 정보는 소재 검수가 완료된 이후 확인이 가능합니다.
- 또한 광고 그룹 > 게재 위치를 수정하거나, 소재를 수정하여 재검수 될 경우 노출 가능 게재 위치도 실시간 변경될 수 있습니다.

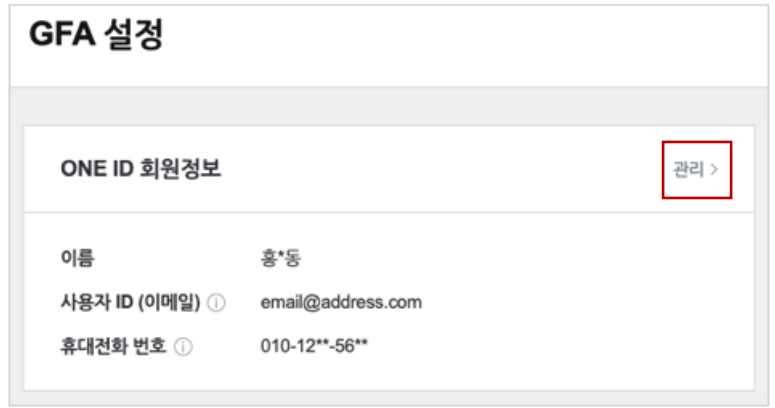
### 6) 기기에서 미리보기

기기에서 미리보기는 실제로 광고가 노출되는 게재 위치에서 등록된 광고를 테스트 노출시켜 노출 형상을 확인하고, 클릭 시 랜딩 URL 연결을 확인해 볼 수 있는 기능으로, 광고 소재 대시보드 > 광고 소재 정보 > [기기에서 미리보기]를 이용하여 실행할 수 있습니다.

기기에서 미리보기 기능을 사용하기 위해 몇 가지 사전 준비가 필요하며 사용법은 다음과 같습니다.

#### ① 매체 별 미리보기 사용자 식별 정보 등록

기기에서 미리보기는 매체 별 로그인 상태에서만 표시되므로, 광고를 테스트 노출시키기 위해서는 사용자가 해당 매체에 로그인 되어 있어야 하고, 테스트 광고를 사용자에게 전달하기 위해 매체 별 사용자 식별자 정보를 설정해야 합니다. 매체 별 사용자 식별자 정보는 대시보드 상단 '내 계정 > 설정 > 로그인 계정 회원정보' 메뉴에 접속한 후 '휴대전화 번호' 와 '네이버 ID(미리보기용)' 를 설정해 주시면 됩니다.



ONE ID 회원정보

< 서비스로 돌아가기 | 한국어

기본 정보

취소
저장

이름	홍*동	변경	
사용자 ID (이메일) ①	email@address.com		
휴대전화 번호 ①	010-12**-56**	변경	
미리보기용 네이버ID ①	미설정	등록	

휴대전화 번호는 밴드 매체에서 기기에서 미리보기를 실행하기 위해 필요한 정보로, ONE ID 등록(가입) 과정에서 입력된 번호가 표시됩니다. 기기에서 미리보기를 실행할 사용자가 밴드 서비스에 이미 가입되어 있고, 밴드 서비스에도 동일한 휴대전화 번호가 등록되어 있다면 추가 설정 없이 밴드 매체에 기기에서 미리보기를 실행할 수 있습니다. 만약, 밴드 서비스에 등록되어 있는 휴대전화 번호와 로그인 계정 회원 정보에 등록되어 있는 휴대전화 번호가 다를 경우에는 밴드 서비스 또는 로그인 계정 회원 정보의 휴대전화 번호를 수정하여 동일하게 맞춰 주시면 됩니다

미리보기용 네이버 ID 를 등록하시면, 네이버 매체를 통한 기기에서 미리보기도 실행할 수 있습니다. 초기 값은 미설정 상태이며, [등록] 버튼을 클릭하시면 인증 과정을 거쳐 사용자 본인의 네이버 ID 를 등록할 수 있습니다. 미리보기용 네이버 ID 는 기기에서 미리보기 실행을 위한 정보로 네이버 로그인 아이디를 통해 ONE ID 에 가입하신 경우라도 자동으로 설정되지 않으며, 필요 시 직접 설정이 필요합니다.

네이버 ID (미리보기용) 인증
×

**1** 네이버 ID 입력   **2** 인증번호 입력   **3** 완료

네이버 지면에서 광고 미리보기를 위해 본인 네이버 ID 를 입력해 주세요.  
네이버 메일 주소로 인증번호가 발송됩니다. 인증 번호는 10분간 유효합니다.

네이버ID (미리보기용)      @naver.com

취소
인증번호 발송

네이버 ID (미리보기용) 인증
×

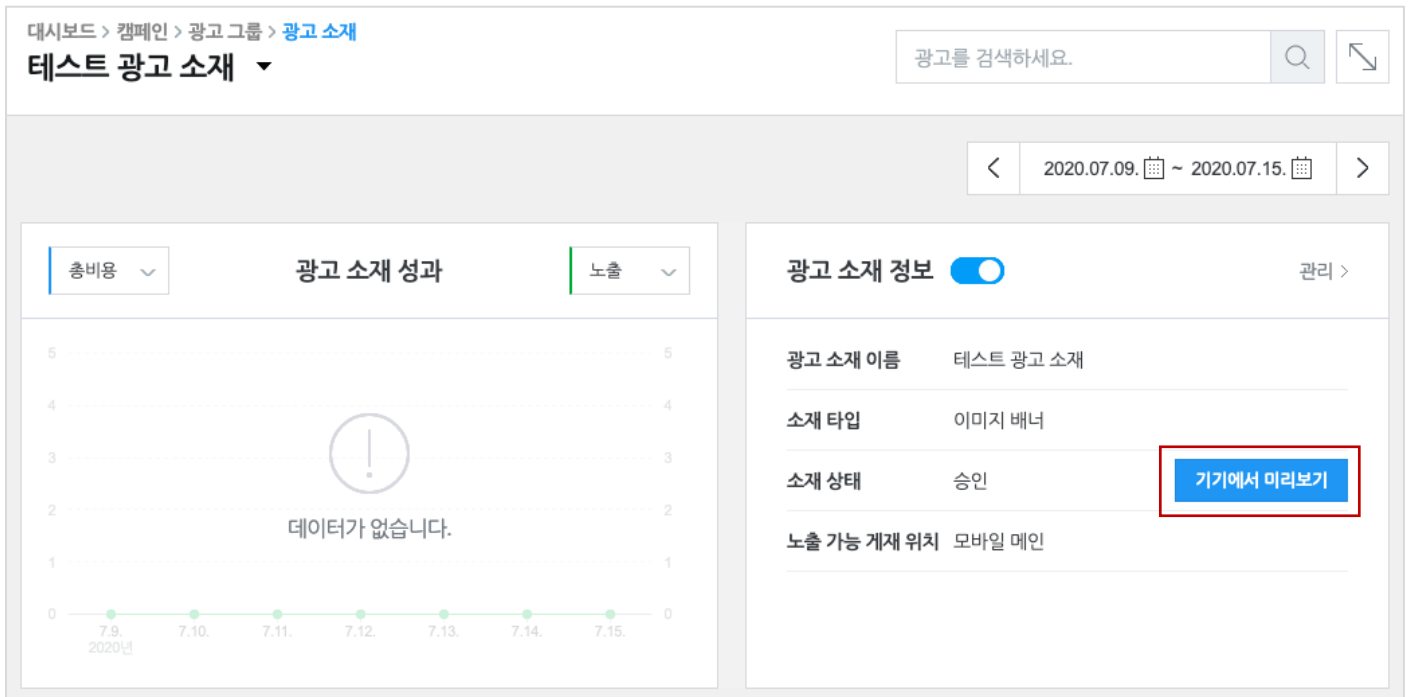
**1** 네이버 ID 입력   **2** 인증번호 입력   **3** 완료

네이버 ID (미리보기용) 인증이 완료되었습니다.

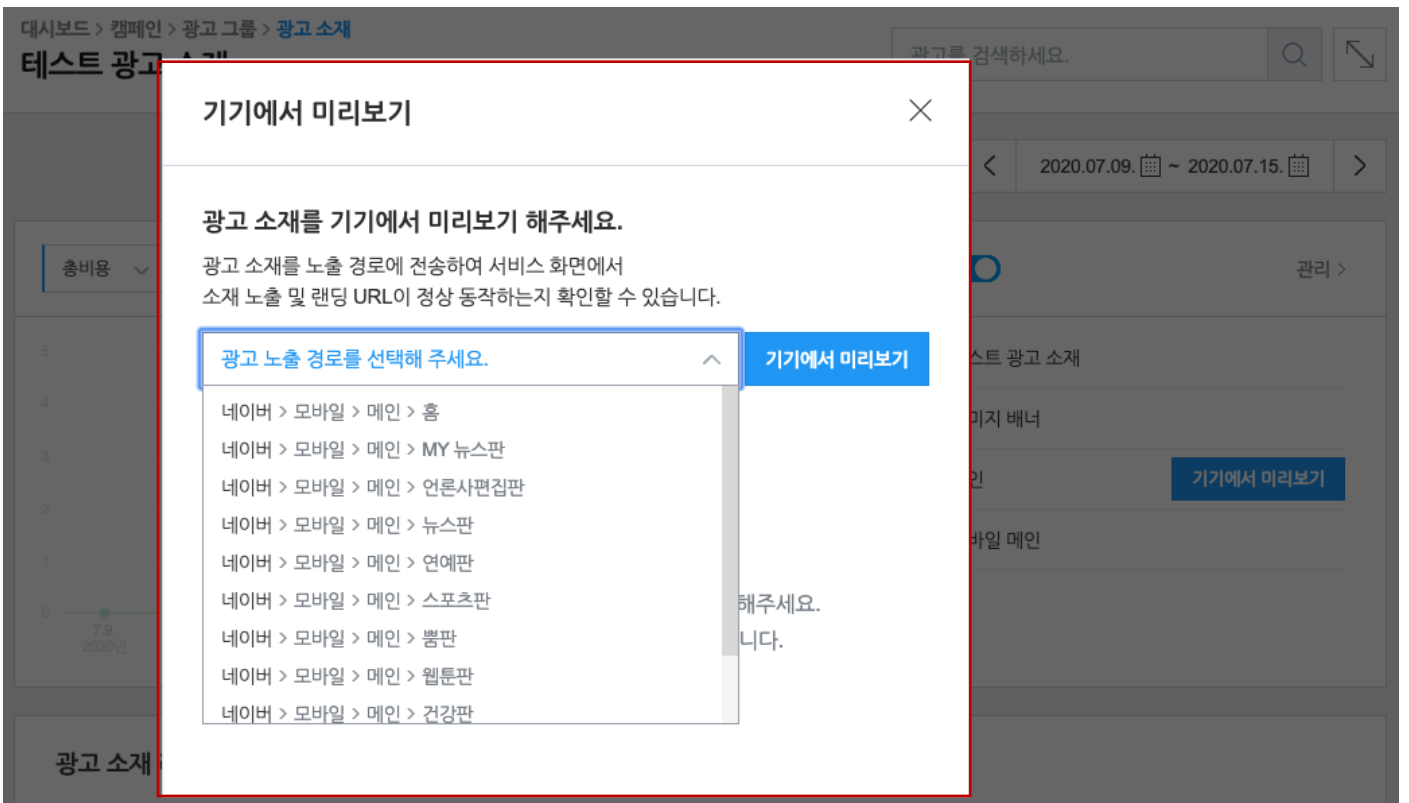
확인

㉔ 기기에서 미리보기 실행

기기에서 미리보기 실행을 위해 휴대전화 번호와 미리보기용 네이버 ID 등록이 완료되었다면, 광고 소재 대시보드 > 광고 소재 정보 패널에서 [기기에서 미리보기] 버튼을 통해 실행시킬 수 있습니다.



기기에서 미리보기 팝업에서 광고를 노출시킬 경로를 선택하신 후 [기기에서 미리보기] 버튼을 클릭하면, 해당 광고의 테스트 노출이 실행됩니다. 광고 노출 경로는 해당 광고 소재의 노출 가능 게재 위치 정보 기준으로 표시되며, 일부 경로는 복수의 지면을 포함하고 있을 수 있습니다.

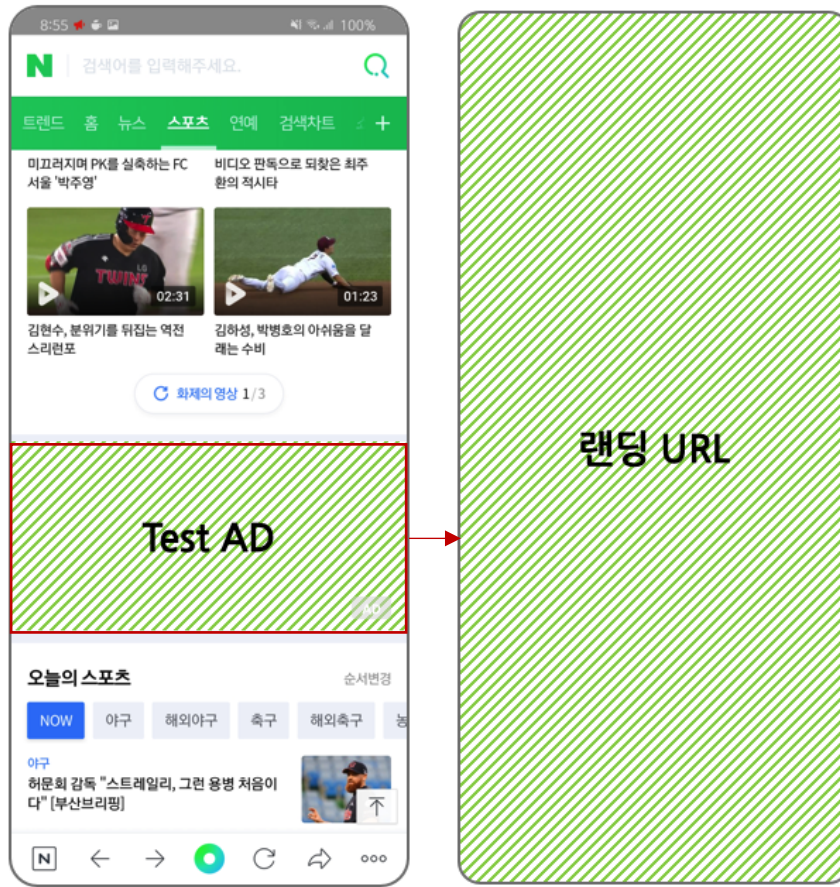


실행된 테스트 광고는 1시간 이내까지 선택한 노출 경로에서 노출 확인이 가능하며 일반적으로 실행 후 수 분 이내에 노출될 수 있습니다. 광고 소재 별로 노출 이벤트가 발생되면 다시 노출되지 않으므로, 다시 확인하고자 하는 경우



해당 광고 소재에 대한 기기에서 미리보기를 다시 실행해 주시면 됩니다.

테스트 광고의 노출이 확인되면, 실제 광고와 동일한 노출 형상을 확인하실 수 있으며, 클릭, 시청 등 실제와 동일한 사용자 액션을 수행할 수 있습니다. 테스트 광고를 클릭하여 랜딩 URL 연결을 반드시 확인해 보시기 바랍니다.



이 때, 테스트 광고를 통해 발생 된 노출, 클릭, 시청 이벤트 등은 대시보드 및 리포트에 반영되지 않으며, 비용이 발생 하지 않습니다.

기기에서 미리보기 사용 시 몇 가지 주의 사항은 다음과 같습니다. 꼭, 확인하신 후 이용해 주시기 바랍니다.

[주의 사항]

- 랜딩 URL 은 사용자의 PC 웹브라우저에서 확인 시 이상이 없더라도, 모바일의 다양한 접속 환경(디바이스, 앱 또는 웹브라우저)에 따라 정상적으로 연결되지 않거나, 랜딩 페이지에 오류가 발생할 수 있으므로 광고 소재 등록 시 반드시 기기에서 미리보기를 통해 랜딩 URL 테스트를 실행하여, URL 연결 및 광고주 사이트 내 동작에 이상이 없는지 확인해 주시기 바랍니다.
- 랜딩 URL 내 한글이 포함된 경우 인코딩 후 실행될 수 있으며, 사용자의 접속 환경(앱 또는 웹 브라우저)에 따라서 인코딩 문자열이 표시될 수 있습니다. (일부 접속 환경에서는 자체적으로 한글로 변경하여 표시 될 수 있습니다)
- 기기에서 미리보기는 실행 시 1회 노출됩니다. 일부 노출 경로는 여러 지면이 포함될 수 있고, 접근 경로에 따라서 테스트 광고가 선행 메뉴에서 노출될 경우 그 다음 메뉴 화면에서는 노출을 확인하기 어려울 수 있습니다. 예를 들어, “네이버 > 모바일 > 뉴스 (홈, 섹션 홈, 언론사 홈, 기사 하단)” 과 같이 노출 지면이 2 개 이상인 경우 기사 하단에서 미리보기를 확인하려면 미리 네이버 앱에서 기사 페이지를 열어 둔 상태에

서 기기에서 미리보기를 실행한 후 기사 페이지를 새로고침하여 테스트 광고를 확인할 수 있습니다.

- 광고 소재 등록 후 기기에서 미리보기를 실행하여 수정이 필요한 경우 소재 검수 완료 후에 진행할 수 있으며, 광고가 실제 노출되고 있는 상태라면 ON/OFF 기능을 통해 잠시 OFF 시킨 후 변경 사항 반영 시 다시 ON 으로 변경하여 노출되도록 운영해 주시기 바랍니다.
- 일부 광고 소재나 게재 위치에서는 테스트 소재가 여러 번 반복 노출될 수 있으며, 테스트 광고의 실행 및 지속 시간은 시스템 상황에 따라 변경될 수 있습니다.
- 일부 광고 소재의 경우, 기기에서 미리보기 팝업에서 '특정 소재 그만보기' 아이콘이 표시되나, 기기에서 미리보기 실행시에는 아이콘이 노출되지 않습니다. 실제 광고에서는 아이콘이 노출되므로, 광고 소재 등록화면의 미리보기 뷰를 통해 위치 및 형상을 확인해주시기 바랍니다.

## (2) 이미지 슬라이드

이미지 슬라이드 타입은 2개 이상의 광고 이미지를 슬라이드 타입으로 표시하는 소재 유형으로, 네이버 패밀리 매체 > 피드 영역, 네이버 > 피드 영역에 집행 가능합니다.

각 슬라이드별로 광고 이미지 별로 링크 제목, 설명 문구를 설정할 수 있기 때문에 여러 가지 상품을 한 번에 노출하면서 개별 랜딩 페이지를 제공하고자 할 경우 이용하실 수 있습니다. 단, 프로필 이름, 이미지, URI, 광고 문구, 행동 유도는 광고 소재 단위로 공통 등록됩니다.

슬라이드는 최소 2개 이상 ~ 최대 5개까지 생성할 수 있으나, 최소 3개 이상 등록하는 것을 권장하여 슬라이드 개수는 3개를디폴트로 표시합니다.

### [TIP]

- 이미지 슬라이드 타입의 소재 구성 항목은 네이티브 이미지 피드형과 유사하므로, 자세한 설명은 "(1)네이티브 이미지" 부분을 참고해주세요.

**소재 구성** ✔ 필수입력

✔ **프로필 이름**  0자/19자

✔ **프로필 이미지**

✔ **프로필 URL**

✔ **광고 문구**  0자/120자

---

1 2 3 +

**슬라이드 ID** -

✔ **광고 이미지**

✔ **랜딩 URL**

✔ **설명 문구1**  0자/28자

**설명 문구2**  0자/19자

를 슬라이드 지우기

✔ **행동 유도 버튼**

\* 광고 소재에 사용되는 모든 이미지와 문구, 랜딩 페이지의 콘텐츠는 저작권 산권을 포함한 제 3자 권리를 침해하지 않는 등 [GFA 이용 약관](#)을 준수한 것이어야 합니다.

의견 및 증빙 (선택 사항)

**소재 미리보기**

프로필 이름  
광고 문구가 노출됩니다.

설명문구 1이 표시됩니다.      설명문구 1이 표시됩니다.

사용자의 디바이스 환경에 따라 실제 노출 결과가 다를 수 있습니다.  
디바이스에서 직접 미리보기 하시려면,  
광고 소재 등록 후 대시보드에서 기기에서 미리보기를 실행해주세요.

### (3) 동영상

동영상 타입은 동영상 콘텐츠를 사용하는 소재 유형으로, 네이버 패밀리 매체 > 피드 영역, 네이버 > 피드 영역에서 CPM 또는 CPV 과금 타입을 모두 집행 가능합니다.

동영상 파일 업로드가 완료되면, 소재 미리보기에서 확인이 가능합니다. 광고 썸네일은 3G/LTE 네트워크에서 동영상이 자동 재생되지 않을 시 동영상을 대체하여 표시되는 이미지로, 반드시 등록된 동영상과 동일 비율의 이미지를 사용해야 합니다. 비율이 다를 경우 실제 광고 게재 지면에서 동영상이 찌그러져 보일 수 있습니다.

[TIP]

- 동영상 타입의 소재 구성 항목은 네이티브 이미지 피드형과 유사하므로, 자세한 설명은 "(1) 네이티브 이미지" 부분을 참고해주세요.

### 소재 구성 ✔ 필수입력

- ✔ 프로필 이름  7자/19자
- ✔ 프로필 이미지 ① + 이미지 추가
- ✔ 프로필 URL
- ✔ 광고 문구 ①  0자/120자
- ✔ 광고 동영상 ① + 동영상 추가
- ✔ 광고 썸네일 ① + 썸네일 직접 등록
- ✔ 랜딩 URL
- ✔ 설명 문구1 ①  0자/28자
- 설명 문구2  0자/19자
- ✔ 행동 유도 버튼 ① 더 알아보기 ▼

\* 광고 소재에 사용되는 모든 이미지와 문구, 랜딩 페이지의 콘텐츠는 저작권 산권을 포함함. 계 3자 권리를 침해하지 않는 등 [GFA 이용 약관](#)을 준수한 것이어야 합니다.

의견 및 증빙 (선택 사항) ▼

### 소재 미리보기

AT테스트계정  
광고

광고 문구가 노출됩니다.

▶

설명문구 1이 표시됩니다.  
설명문구 2가 표시됩니다.

더 알아보기

사용자의 디바이스 환경에 따라 실제 노출 결과가 다를 수 있습니다.  
디바이스에서 직접 미리보기 하시려면,  
광고 소재 등록 후 데스크보드에서 '기'에서 미리보기를 실행해주세요.

#### (4) 이미지 배너

단일 이미지의 배너형 광고 소재로 네이버 > 스마트채널 및 배너 영역에서 집행 가능합니다.

이미지 배너는 광고 소재 생성 시 설정된 복수의 게재 위치에 등록할 소재를 동시에 등록할 수 있습니다. 예를 들어, 네이버 > 스마트채널과 네이버 > 배너 영역의 네이버 메인, 서비스 통합 3 개의 게재 위치를 모두 설정하신 경우라면, 스마트채널에 노출될 광고 이미지와 네이버 배너 영역의 네이버 메인 및 서비스 통합 영역에 노출 가능한 광고 이미지를 등록하시면, 광고 이미지 사이즈 별 광고 소재 2 개가 동시에 등록됩니다. 참고로, 네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인과 서비스 통합은 동일한 광고 이미지를 사용하여 광고 소재를 한 번에 등록할 수 있습니다.

만약, 네이버 메인과 서비스 통합 지면에 서로 다른 광고 이미지를 사용하시려면 광고 그룹에서 게재 위치를 각각 설정하신 후 이미지 배너를 등록해 주시기 바랍니다.

### 소재 구성

- ✓ 광고 이미지 ① + 이미지 추가
- ✓ 랜딩 URL ① 랜딩 URL을 입력해주세요.

※ 한글, 특수 기호, 공백이 포함된 랜딩 URL은 클릭 시 정상적으로 연결되지 않을 수 있습니다. 소재 등록 후 광고 소재 대시보드 > '기기에서 미리보기'를 통해 실제 단말기에서 동작 여부를 반드시 확인해 주세요.
- ✓ 광고 안내 문구 ① 시각 장애인용 안내문구를 입력해주세요

0자/100자

※ 안내사항

- 광고 소재에 사용되는 모든 이미지와 문구, 랜딩 페이지의 콘텐츠는 지적재산권을 포함한 제 3자 권리를 침해하지 않는 등 [네이버 성과형 디스플레이 광고 이용약관](#)을 준수한 것이어야 합니다.
- 소재를 저장 시 등록하신 이미지/동영상 별, PC/모바일 별로 소재가 생성될 수 있으며, 각 소재 별로 검수가 진행됩니다. 단, 이미지 슬라이드는 여러 이미지를 슬라이드로 구성하여 하나의 소재로 저장합니다.
- '검수중' 상태에서는 소재를 수정할 수 없습니다.
- 게재 위치 별 검수 기준이 상이하므로, 동일 소재라도 게재 위치에 따라 검수 결과가 다르거나 노출이 제한될 수 있습니다.

### 소재 미리보기

네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인 📱

Mobile

사용자의 디바이스 환경에 따라 실제 노출 결과는 다를 수 있습니다. 기기에서 미리보기를 통해 소재 노출 형상과 랜딩 URL 정상 동작 여부를 확인해주세요.  
 표시된 점선은 사용자 디바이스에서 광고가 노출되는 범위이며, 점선 바깥쪽 영역은 잘려 보일 수 있고, 소재 검수 시 반려될 수 있습니다.  
 자세한 내용은 [소재 제작 가이드](#)를 확인해 주세요.

항목	설명
광고 이미지	<p>선택한 광고 구성 타입 별로 광고 이미지 최소 1개는 필수 등록해야 하며, 광고 그룹 &gt; 게재 위치에서 선택한 항목에 맞는 이미지 규격으로 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 네이티브 이미지, 이미지 배너 타입인 경우 광고 이미지는 한 번에 최대 10개까지 업로드 가능하며, 최대 10개까지 소재 등록 가능 (동시 업로드 이미지 수, 소재에 동시 등록 수는 운영 상황에 따라 변경될 수 있음)</li> <li>· 복수의 이미지를 업로드 하고, 소재 등록 시 소재 타입이 허용할 경우 해상도가 다른 이미지 등록 가능. 예를 들어, 이미지 배너 타입의 경우 스마트채널 이미지와 네이버 &gt; 배너 영역 &gt; 네이버 메인 이미지, 네이버 &gt; 배너 영역 &gt; 서비스 통합 이미지를 동시에 업로드 및 소재에 설정할 수 있음</li> <li>· 단, 프로필 이미지는 소재에 1개만 등록 가능하며, 이미지 슬라이드 타입의 경우 슬라이드 별로 1개의 광고 이미지 등록 가능</li> <li>· 소재 저장 시 등록된 광고 이미지 별로 소재가 생성되며, 소재 별로 검수가 진행됨</li> <li>· 한 번 저장된 소재는 1개의 광고 이미지를 포함하고 있으며, 동일한 규격의 이미지로만 변경 가능</li> <li>· 광고 이미지를 여러 개 등록하더라도, 랜딩 URL, 광고 안내 문구는 공통으로 적용됨</li> </ul>

랜딩 URL	광고 영역 클릭 시 이동하는 URL로 등록해야 함 • 등록 가능한 URL : http, https의 웹 URL, 구글 Playstore 또는 애플 Appstore 마켓 스킴 • 단 랜딩 URL이 정상적으로 노출되지 않거나, 광고주 또는 브랜드 정보와 관련 없을 경우 소재가 반려될 수 있음
광고 안내 문구	시각 장애인에게 음성 정보로 제공될 안내 문구로, 광고 이미지에 대한 구체적인 내용을 입력 실제 기기에서 음성 안내가 실행될 때는 입력한 문구 앞에 “광고” 텍스트가 자동으로 추가됨

### 3-3. 기존 광고 소재 불러오기

기존에 등록, 운영하던 소재 구성 요소 일부를 수정하여 재사용할 경우 “기존 소재 불러오기” 기능을 사용하면 보다 쉽고 빠르게 광고 소재를 생성할 수 있습니다. 동일 광고 계정 내 ‘삭제’ 되지 않은 광고 소재 중 연결된 캠페인 및 광고 그룹에서 생성 가능한 광고 소재 타입에 한하여 재사용할 수 있습니다.

광고 소재의 경우 검수 결과에 따라 ‘검수중’ 이거나 ‘반려’ 상태가 존재할 수 있습니다. ‘승인’된 소재를 재사용 하고자 할 경우 목록 상단의 [상태] 옵션을 통해 필터링할 수 있습니다.

기존 광고 소재 불러오기
✕

사용하실 광고 소재를 선택해 주세요.  
캠페인 및 광고 그룹 설정 조건이 같지 않은 경우 사용할 수 없습니다.  
 광고 소재 재사용 시 현재 페이지에 입력된 내용은 삭제됩니다.

총 6 개

상태 | 선택없음 ▾

Q

선택	대표 이미지	광고 소재 이름 ↓	소재 타입	캠페인	광고 그룹
<input type="checkbox"/>		20대_남성 테스트 111096	네이티브 이미지 (배너형)	1월 캠페인 38171	네이버 91820
<input type="checkbox"/>		20대_여성 테스트 111046	이미지 배너	1월 캠페인 38098	네이버_메인_서... 91767
<input type="checkbox"/>		30-40대 남성 소재 110960	이미지 배너	1월 캠페인 38098	네이버_메인_서... 91767
<input type="checkbox"/>		30-40대 여성 소재 110954	이미지 배너	1월 캠페인 38098	모바일_메인 91777
<input type="checkbox"/>		비해당자 대상 소재 110948	네이티브 이미지 (배너형)	12월 캠페인 38098	모바일_메인 91777

< 1 2 >

취소

선택

[TIP]

- 기존 광고 소재 불러오기 팝업에서는 해당 소재를 등록할 캠페인 목적, 소재 타입에 맞는 광고 소재만 불러오기가 가능합니다.

- 예를 들어, 캠페인 목적이 "웹사이트 트래픽" 이고, 광고 그룹> 게재 위치가 "네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인"인 경우, 네이티브 이미지(배너형), 이미지 배너형 소재만 불러오기 가능합니다. 해당 광고 계정에 네이티브 이미지(피드형), 이미지 슬라이드, 동영상 타입 소재가 등록되어 있더라도, 불러오기가 불가능합니다.
- 단, 기존 소재 불러오기 한 후 저장하면 새로운 소재 번호로 등록되며, 소재 검수도 다시 진행됩니다.

### 3-4. 광고 소재 저장 및 검수 요청

신규 광고를 생성하거나, 기존 소재 불러오기 한 후 소재 등록이 완료되면 자동으로 소재 검수가 진행됩니다.

만약 등록 중인 광고 소재에 여러 개의 광고 이미지를 등록하신 경우라면, 광고 이미지 별로 광고 소재가 생성될 수 있으며, 생성된 소재는 검수를 거쳐 노출 가능한 게재 위치에만 노출될 수 있게 됩니다.

소재 검수는 최대 3영업일이 소요될 수 있으며, 일반적으로 늦은 오후나 연휴 및 휴일 직전에 신규 소재 등록이 집중되는 경우 검수가 지연될 수도 있습니다. 또한, 검수중 상태의 소재는 수정이 불가하며, 검수 요청 취소가 되지 않으므로 입력하신 소재 구성 정보를 한 번 더 확인해 주시고, 기기에서 미리보기 기능을 통해 광고 노출 및 동작 테스트를 진행하신 후에 저장해 주시기 바랍니다.

소재 검수 결과를 실시간으로 알림 받고자 할 경우 '설정 > 정보성 알림 수신 > 소재 검수 결과 알림' 항목을 체크해 주시기 바랍니다.

#### [주의사항]

- 광고 소재는 광고 그룹의 게재 위치 정보와 등록된 광고 이미지에 따라 여러 개가 생성될 수 있습니다.
- 네이티브 이미지, 이미지 배너 타입의 경우 광고 이미지를 동시에 여러 개 등록할 수 있으며, 광고 이미지 별로 광고 소재가 생성될 수 있으며, 광고 그룹의 게재 위치 설정 기준과 검수 결과에 따라 노출 가능한 게재 위치가 정해질 수 있습니다.
- 동시 생성된 광고 소재 이름은 소재 만들기 화면에서 입력한 소재 이름 뒤에 일렬 번호가 부여된 형태입니다. 소재 생성 이후 소재 수정/삭제 액션은 개별 소재 단위로 진행되며, 소재 검수 또한 소재 단위로 각각 진행됩니다.
- 한편, 게재 위치 별 소재 검수 기준이 다르기 때문에, 소재 이미지 및 텍스트가 동일하거나 거의 유사해도 게재 위치에 따라 검수 결과가 다를 수 있습니다.
- 광고 계정 또는 광고 그룹 별로 등록 가능한 광고 소재 수는 안정적인 시스템 관리를 위해 제한되어 있습니다. ("1. 캠페인 만들기" 챕터 참고) 때문에, 신규 광고 소재를 생성하거나, 광고 소재를 저장하는 시점에 잔여 소재 수를 체크하여 초과될 경우 소재 생성이 제한될 수 있습니다. 광고 소재를 생성하는 시점에 광고 이미지를 여러 개 등록하신 경우 생성 가능한 남은 소재 수가 안내되므로 이 안내에 따라 광고 이미지를 추가하신 후 소재를 생성해 주시면 됩니다.

"검수중" 상태의 광고 소재는 노출 가능 게재 위치가 정해지지 않았기 때문에 표시되지 않으며, 노출되지 않습니다.

소재가 '승인' 되면, 그 즉시 광고 게재 가능하도록 ON으로 설정되어 있습니다. 광고 소재는 캠페인, 광고 그룹, 광고

소재 모든 단위가 ON 일 상태에서 게재될 수 있으므로, 소재 검수 완료 이후 특정 시점에 광고가 집행되기를 원하는 경우 광고 그룹의 광고 시작일시를 미리 변경해 두거나, 소재를 OFF 로 변경해 두셨다가, 집행을 희망하는 시점에 ON으로 변경해 주시기 바랍니다.

광고 소재 목록 + 광고 소재 만들기

ON/OFF | 전체 | 상태 | 검수중 외 4 개 | 열추가 | 노출 가능 게재 위치

ON/OFF	대표 이미지	광고 소재 이름	상태	노출 가능 게재 위치	결과	결과당 비용	총비용	노출	CPM	클릭	CPC	CTR
<input type="checkbox"/>		테스트 2 111278	검수중	-	0 노출	₩ 0 노출 1000회당	₩ 0	0	₩ 0	0	₩ 0	-
<input type="checkbox"/>		테스트 1 111276	검수중	-	0 노출	₩ 0 노출 1000회당	₩ 0	0	₩ 0	0	₩ 0	-

<< < 1 > >>

10개씩 보기

## 4. 대시보드

네이버 성과형 디스플레이 광고에 최초 가입 후 광고 계정을 생성했을 때 랜딩 되는 페이지가 대시보드입니다. 대시보드는 캠페인과 광고 그룹, 광고 소재를 관리할 수 있는 목록과 각 단위의 정보, 차트를 제공합니다. 그리고 여러 개의 광고 계정을 운영하고 있다면 관리 계정을 생성하여 통합 관리할 수 있으며 개별 광고 계정의 총 비용 정보와 목록을 확인할 수 있는 관리 계정 대시보드 역시 제공됩니다. 하지만 대부분 '대시보드' 라고 하면 광고 계정의 대시보드를 의미합니다.

광고 계정 대시보드는 '광고 관리' 메뉴를 통해 접근하며, 광고 계정 성과와 계정 정보, 하위 캠페인 목록을 표시합니다.

**대시보드**

광고 계정 성과 | 노출

광고 계정 정보 | 결제 정보

ON/OFF	캠페인 이름	상태	캠페인 목적	캠페인 예산	결과	결과당 비용	총비용
<input checked="" type="checkbox"/>	카카오 웹사이트트래픽 37460	운영가능	웹사이트 트래픽	미설정	0 클릭	₩ 0 클릭당	₩ 0
<input type="checkbox"/>	신선유 캠페인 35799	운영가능	웹사이트 트래픽	₩ 100,000	0 복합 전환	₩ 0 복합 전환	₩ 0
<input type="checkbox"/>	첫번째 캠페인2 35760	운영가능	웹사이트 트래픽	₩ 1,000,000	0 복합 전환	₩ 0 복합 전환	₩ 0



### 4-1 차트

광고 계정 성과는 설정된 기간 내 하위 단위 항목들의 성과 지표들을 차트로 보여줍니다.

2개의 Y축은 각각 총비용, 노출, 클릭, 재생, 충전환, 전환매출액, CPC, CPM, CPV, CTR, VTR 지표를 설정할 수 있으며, X축은 시계열로 대시보드 우측 상단의 조회 기간에 따라 변경됩니다. 조회 기간의 범위에 따라 일별, 주별, 월별로 보여 질 수 있습니다.

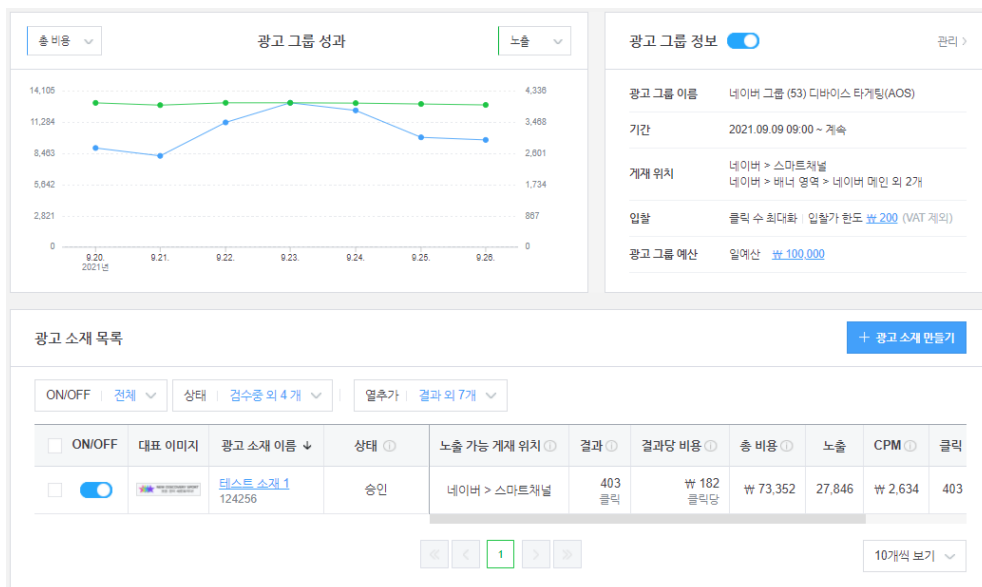
관리 계정 대시보드의 경우 연결된 하위 광고 계정들의 총 비용 순위를 그래프로 제공합니다.

### 4-2 정보 패널

대시보드 오른쪽 상단에는 정보 패널이 위치해 있습니다. 광고 계정 대시보드는 광고 계정 정보와 결제 정보 탭으로 구성되어 있으며, 하위 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재 대시보드에는 각 단위 별 정보 패널이 제공됩니다.

정보 패널에서는 해당 단위의 이름과 주요 정보를 표시해 주는 기능을 제공하며, 관리 페이지 또는 수정 페이지로의 연결 링크를 제공합니다. [관리] 링크를 클릭하시면 됩니다.

광고 그룹 정보 패널에는 입찰가와 광고 그룹 예산을 변경할 수 있는 옵션을 제공하고 있으며, 광고 그룹에 설정된 '게재 위치' 정보를 표시하고 있습니다. 광고 소재는 이 게재 위치 정보와 검수 결과에 따라 광고가 실제 노출될 수 있는 게재 위치를 별도로 표시('노출 가능 게재 위치')하고 있으므로 구분하여 확인해 주시기 바랍니다.



<광고 그룹 정보 패널에는 '게재 위치' 정보가, 광고 소재 목록에는 '노출 가능 게재 위치' 정보가 각각 표시됨>

### 4-3 목록

대시보드 하단에는 연결된 하위 단위 항목들을 목록으로 제공합니다. 광고 계정 대시보드에서는 등록된 캠페인 목록을 확인할 수 있고, 캠페인 대시보드에서는 광고 그룹 목록을, 광고 그룹 대시보드에서는 광고 소재 목록을 확인할 수 있습니다. 또한, 새로운 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재를 생성할 수 있도록 [만들기] 버튼을 표시하고 있습니다.

캠페인, 광고 그룹, 광고 소재 단위 별 목록의 지표 컬럼에 대한 설명은 04.집행 결과 분석하기 챕터를 참고해 주세요.

#### (1) ON/OFF

목록에서는 각 단위 항목을 ON 으로 변경하거나, OFF 시킬 수 있습니다. OFF 로 변경되면 해당 광고는 게재 중지되며, 다시 ON 으로 변경하면 게재 가능 상태가 됩니다. 하지만 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재가 모두 ON 으로 설정되어 있더라도, 광고 소재의 검수 상태나 광고 그룹 기간, 예산, 입찰가 등 여러가지 요소와 실시간 입찰 경쟁 상태에 따라 광고가 게재되지 않을 수도 있습니다.

(2) 상태별 조회

캠페인, 광고 그룹, 광고 소재는 각 단위별로 상태를 정의하고 있습니다.

단위	상태
캠페인	운영 가능, 캠페인 예산 도달, 삭제
광고 그룹	운영 가능, 광고 집행 전, 광고 그룹 예산 도달, 광고 집행 종료, 삭제
광고 소재	검수중, 반려, 승인, 승인 (수정사항 검수중), 승인 (수정사항 반려), 삭제

각 단위 별 상태는 해당 단위의 현재 상태를 의미하며, 상위 단위나 하위 단위의 상태에 영향을 주지 않습니다. 그렇기 때문에 실제 광고가 게재되는지는 개별 단위의 현재 상태를 확인하여 판단해야 합니다.

[상태] 옵션에서 조회하고자 하는 상태를 선택하면, 해당 상태의 항목만 필터링하여 조회할 수 있습니다.

광고 그룹 목록 + 광고 그룹 만들기

---

ON/OFF | 전체 ▾

ON/OFF

상태 | 운영가능 외 2개 ^

- 운영가능
- 광고집행전
- 광고집행종료
- 삭제

게재 위치 | 전체 ▾

열추가 | 결과 외 7개 ▾

ON/OFF	네이버 96419	상태 ①	게재 위치	광고 그룹 예산 ↓ ①	입찰 전략	비용
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	네이버 96419	운영가능	네이버 > 스마트채널 네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인 외 2개	₩ 100,000 오늘 일예산 소진률 0%	클릭 수 최대화	
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	네이버 그룹 (55) 디바이스 타게팅(PC) 96393	운영가능	네이버 > 스마트채널 네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인 외 2개	₩ 100,000 오늘 일예산 소진률 7%	클릭 수 최대화	

'삭제'된 항목의 경우 과거 집행된 광고 성과를 조회할 수 있으나, 수정이나 하위 광고 그룹, 광고 소재를 추가할 수는 없습니다. 또한, 삭제 항목 조회 시 삭제되지 않은 다른 항목을 함께 조회할 수 없습니다.

1) 캠페인 상태

'운영 가능' 상태는 광고 게재가 가능하다는 의미이며, 현재 게재가 진행중이라는 의미는 아닙니다. 일반적으로 캠페인 예산 도달(한도 초과) 상태에 이르지 않았다면 '운영 가능' 상태로 표시될 수 있습니다. 하지만 캠페인이 '운영 가능'일 지라도 광고 그룹이 '광고 그룹 예산 도달' 상태라면 광고는 게재되지 않을 수 있습니다. 참고로, 실제 광고 게재는 광고 계정이나 관리 계정의 충전금 현황, 광고 그룹의 예산, 기간, 입찰가 설정 및 타겟팅 조건 등을 고려하여 하며, 광고 소재의 검수 결과 및 상태를 체크하여 게재 여부가 결정될 수 있습니다.

대표 URL 정보가 반려된 경우 '대표 URL 반려' 상태가 함께 표시될 수 있습니다. 대표 URL 은 광고 소재 검수 요청 시 함께 검수가 진행되며, 대표 URL 등록 가이드를 준수하지 않은 경우 반려될 수 있습니다. ('대표 URL 등록 가이드'는 캠페인 만들기/수정 페이지 내 '대표 URL 등록 가이드' 팝업에서 다운받으실 수 있습니다.)

캠페인 목록							+ 캠페인 만들기
ON/OFF   ON		상태   운영가능		열추가   캠페인 목적 외 1 개			
ON/OFF	캠페인 이름 ↓	상태 ①	캠페인 목적	캠페인 예산 한도 ①	결과 ①	결과당 비용 ①	총비용 ①
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	테스트 캠페인 40312	운영가능	웹사이트 트래픽	₩ 10,000,000 예산 소진율 53%	224 클릭	₩ 2,643 클릭당	₩ 591,988

대표 URL 반려 시 검수 요청된 광고 소재들의 검수 진행이 중지되며, 메일로 발송 된 대표 URL 반려 사유를 확인 후 캠페인 내 대표 URL 정보를 수정해 주시면 광고 소재 검수가 다시 진행됩니다. 운영 중 대표 URL 이 유효하지 않은 주소로 변경될 경우 광고가 중지될 수도 있으므로 유의해 주시기 바랍니다.

### 2) 광고 그룹 상태

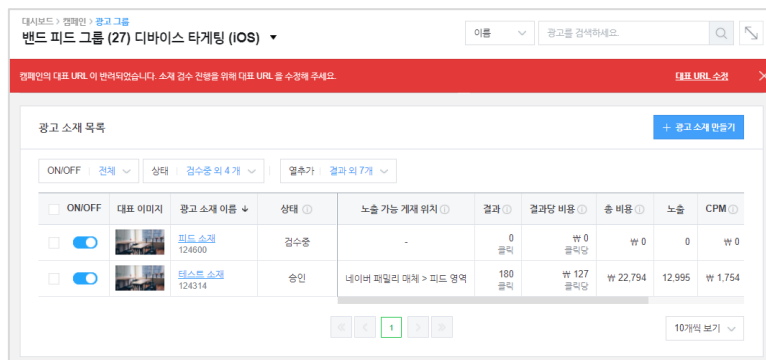
광고 기간에 따라서 '광고 집행 전', '운영 가능', '광고 집행 종료' 의 상태를 가질 수 있습니다. 또한, 설정된 예산을 초과하는 경우 '광고 그룹 예산 도달' 상태가 될 수 있습니다.

### 3) 광고 소재 상태

소재에 대한 검수 결과를 확인할 수 있습니다. 최초 소재 등록 시 '검수중' 상태가 되며, 검수 결과에 따라서 '반려' 또는 '승인' 상태가 될 수 있습니다. 운영 중 변경 사항을 반영하는 경우 소재는 '승인(수정사항 검수중)' 상태로 변경됩니다. 이 상태에서 광고주가 먼저 승인을 받았던 소재는 계속해서 타겟 대상에게 노출될 수 있습니다. 수정한 소재는 임시 버전으로 검수자에 의해서 검수를 받게 될 것입니다. 그리고 승인이 된다면, 최종적으로 업데이트가 되어 수정된 내용이 반영된 소재가 타겟 대상에게 노출됩니다.

마찬가지로 '승인 (수정사항 반려)' 상태도 앞서 승인된 소재가 계속 노출될 수 있는 상태입니다. 만약, 광고를 수정하는 동안 광고가 노출되지 않기를 원한다면 대시보드에서 광고 소재나 광고 그룹, 캠페인을 OFF 로 변경해 주시면 안전하게 광고 노출을 멈출 수 있습니다.

광고가 운영중 이더라도 모니터링을 통해 정책 위반이 확인되는 경우 '반려' 처리될 수 있습니다. 이 경우 광고주는 사유를 확인하고 위반 사항을 제거하여 다시 소재 검수를 진행해야 합니다. 그리고, 캠페인에 설정된 대표 URL 이 유효하지 않은 경우 신규로 검수 요청된 소재는 검수 진행이 중지될 수 있습니다. 이 경우 대표 URL을 유효하게 먼저 수정해 주셔야 소재 검수가 계속될 수 있습니다. 대표 URL 및 소재가 승인된 이후에 대표 URL 이 유효하지 않은 형태로 변경된 사실이 확인되는 경우 소재가 재차 '반려'될 수도 있으니 유의해 주시기 바랍니다.



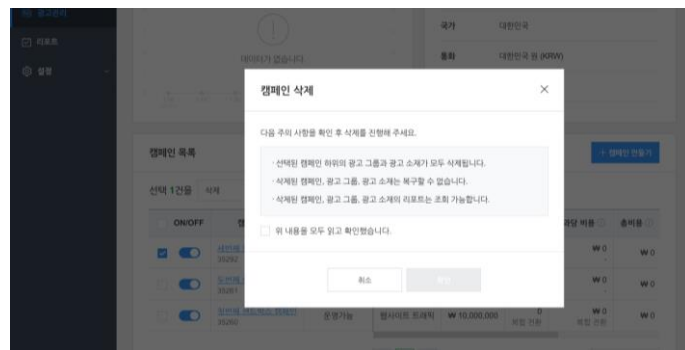
<대표 URL 반려 시 소재 검수는 진행되지 않습니다>

(3) 작업

목록에서 항목별 체크박스를 선택하면 [작업] 옵션이 활성화됩니다. [작업] 옵션에서는 선택된 항목을 일괄 ON/OFF 로 변경하거나, 삭제할 수 있는 기능을 제공합니다. 여러 항목을 동시에 변경하고자 할 경우 편리하게 이용하실 수 있습니다.



캠페인을 삭제할 경우 연결된 하위 광고 그룹과 광고 소재는 모두 삭제되며, 삭제된 단위는 복구되지 않습니다. 단, 삭제 후에도 대시보드와 리포트를 통해 기존 집행 결과에 따른 성과 조회는 가능합니다.



삭제된 단위(캠페인, 광고 그룹, 광고 소재 동일)는 ON/OFF 변경 또는 내용을 수정할 수 없으며, [상태] 옵션을 통해 필터링 조회 시 아래와 같이 회색 비활성 처리 상태로 표시됩니다.



(4) 게재 위치와 노출 가능 게재 위치

광고 그룹 목록과 광고 소재 목록에는 각각 '게재 위치' 와 '노출 가능 게재 위치' 항목이 표시됩니다. '게재 위치'는 광

고 그룹에서 설정된 '게재 위치' 정보로 광고주가 노출시키고자 하는 위치에 대한 정보이며, '노출 가능 게재 위치'는 광고가 실제 노출될 수 있는 위치에 대한 정보입니다.

광고는 게재 위치 및 소재 검수 결과에 따라서 광고 그룹의 '게재 위치' 중 일부에만 노출될 수 있으므로, 운영중인 광고의 게재 위치는 광고 소재 목록의 '노출 가능 게재 위치' 정보를 통해서 확인해 주시기 바랍니다.

또한, 광고 그룹에서 '게재 위치' 정보를 수정하실 경우에도, 조건에 맞는 '노출 가능 게재 위치'로 갱신될 수 있습니다.

(5) 예산 소진율

캠페인 목록과 광고 그룹 목록에서는 운영중인 예산 소진 현황을 확인하실 수 있도록, '예산 소진율' 정보를 함께 표시하고 있습니다. 광고 집행 기간이 긴 경우 설정된 예산 대비 전체 기간동안 소진한 광고비 비중이 얼마나 되는지 확인하시고자 할 때 도움이 되는 정보입니다.

캠페인 목록에서는 캠페인 예산 한도 설정 시 표시될 수 있으며, 설정된 캠페인 예산 한도에 거의 도달하였거나, 초과한 경우 예산 소진율이 강조되어 표시될 수 있습니다.

<캠페인 목록 내 예산 소진율>

<input type="checkbox"/> ON/OFF	캠페인 이름 ↓	상태 ①	캠페인 목적	캠페인 예산 한도 ①	결과 ①	결과당 비용 ①	총비용 ①
<input type="checkbox"/>	테스트 캠페인 40312	운영가능	웹사이트 트래픽	₩ 10,000,000 예산 소진율 53%	224 클릭	₩ 2,643 클릭당	₩ 591,988

광고 그룹 목록에서는 광고 그룹 예산 컬럼에 표시되며, 설정된 예산 타입별로 예산 소진율이 표시될 수 있습니다. 총예산 광고인 경우 설정된 총예산 대비 전체 광고 기간동안 소진된 광고비의 비율을 계산하여 표시하며, 일예산 광고인 경우 설정된 일예산 대비 오늘(현재)의 예산 소진율을 계산하여 표시합니다. 때문에 대시보드 조회 기간 설정에 따라 과거 특정 기간 또는 특정일 기준으로 일예산 소진율이 일치하지 않을 수 있습니다.

<광고 그룹 목록 내 예산 소진율>

<input type="checkbox"/> ON/OFF	광고 그룹 이름 ↓	상태 ①	게재 위치	광고 그룹 예산 ↓ ①	입찰 전략	비용 관리 ↓ ①	결과 ①	결과당 비용 ①	총 비용 ①
<input type="checkbox"/>	네이버 그룹 (55) 디바이스 타겟팅(PC) 96393	운영가능	네이버 > 스마트채널 네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인 외 2개	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 4%	클릭 수 최대화	₩ 200 입찰가 한도	403 클릭	₩ 106 클릭당	₩ 42,748
<input type="checkbox"/>	네이버 그룹 (54) 디바이스 타겟팅(IOS) 96392	운영가능	네이버 > 스마트채널 네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인 외 2개	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 8%	클릭 수 최대화	₩ 200 입찰가 한도	386 클릭	₩ 179 클릭당	₩ 68,933

예산 소진율과 총비용의 차이?

- 예산 소진율 : 광고비 소진 현황 조회를 위한 참고 지표(추정)로 전체 광고 기간 동안의 누적 광고비를 비율로 나타낸 값입니다.
- 총비용 : 유무상 소진액과 부가가치세(VAT)를 포함한 대시보드 조회 기간 내 추정 광고비입니다. 대시보드 상단에서 조회 기간을 설정할 수 있으며, 조회 기간에 따라 예산 소진율과 결과(비율)가 다르게 보여 질 수 있습니다.

[안내 사항]

- 캠페인 예산 한도 or 광고 그룹 예산 변경 시 변경 예산 정보 기준으로 예산 소진율이 변경됩니다.
- 누적 광고비보다 낮은 예산으로 변경 시 예산 소진율이 100%를 초과하여 표시될 수 있습니다.

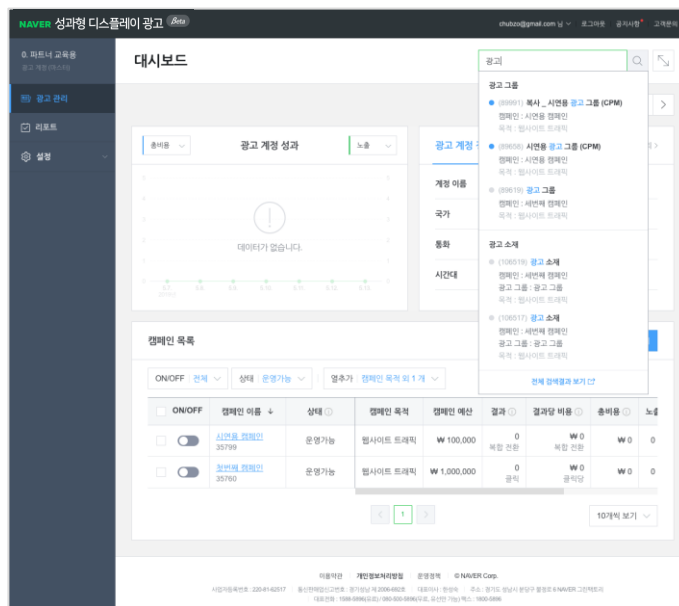
- 예산 소진율이 100%에 거의 도달했다더라도, 설정된 예산, 입찰가 등 설정 상태에 따라 게재 여부는 달라질 수 있습니다.
- 정확한 소진 내역과 정산 내역은 결제 관리에서 확인 가능합니다.

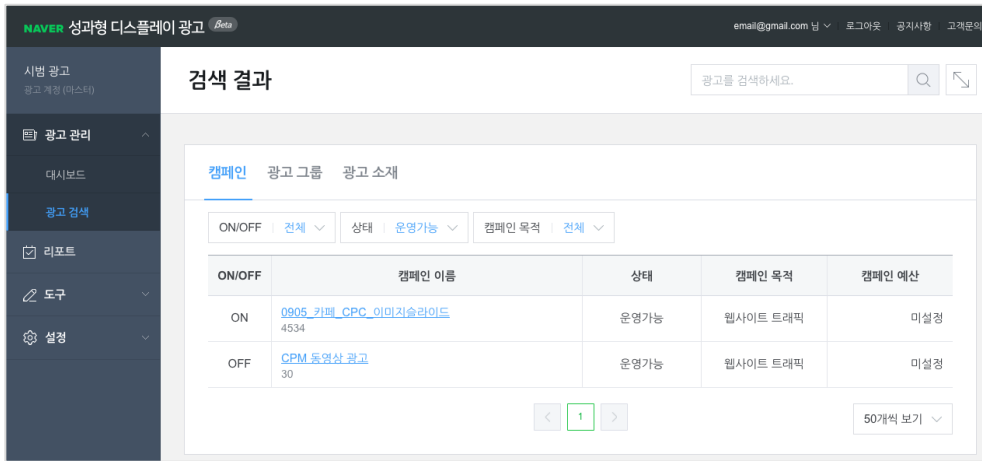
(6) 열 추가

지표 유형에 따라 다수의 지표를 동시에 선택 가능합니다. 캠페인 정보 / 기본 성과 지표 / 전환 지표 / 재생 지표 또는 '열추가 설정'을 통해 저장한 맞춤 지표를 선택할 수 있습니다. 대시보드 또는 리포트에서 설정 또는 저장한 열 설정값은, 대시보드 - 리포트 간 상호 호환 가능합니다. (노출 상세 지표, 일정, 브랜드, 업종 등 일부 항목은 리포트에서만 지원 가능합니다)

4-4 광고 검색

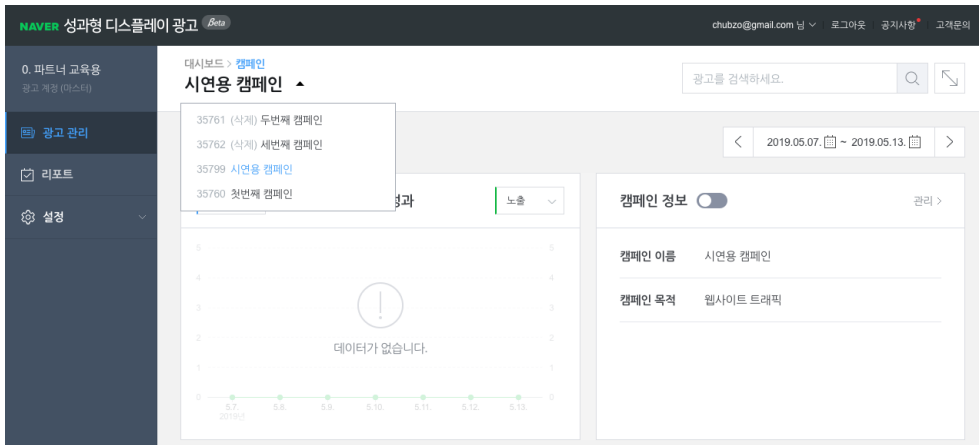
광고 검색 메뉴는 광고 계정에 등록된 모든 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재를 모아보고, 검색할 수 있는 기능입니다. 광고 관리 > 광고 검색 메뉴를 통해서 접근하며, 캠페인 / 광고 그룹 / 광고 소재 탭 메뉴로 구성되어 있습니다. 각 단위별로 ON/OFF 상태와 단위 상태 등으로 필터링할 수 있고, 상단 검색 필드를 통해 검색어 조회가 가능합니다. 검색 기능은 대시보드 상단에서도 제공되어, 빠르게 검색 조회하여 찾아갈 수 있도록 지원하고 있습니다.





### 4-5 타이틀 이동

대시보드 상단에 위치한 타이틀 영역을 통해 다른 항목으로 바로 이동하실 수 있습니다. 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재 대시보드의 타이틀 클릭 시 펼침 메뉴가 표시되며, 동일 레벨의 다른 항목이 표시됩니다.



예를 들어 캠페인 대시보드 타이틀을 클릭하면, 동일 광고 계정 내 캠페인 목록이 표시되며, 현재 타이틀 항목을 제외한 삭제된 항목은 표시되지 않습니다. 삭제 항목은 대시보드 하단 목록 테이블에서 '상태' 옵션을 통해 조회 후 이동할 수 있습니다.

### 4-6 대시보드에서 광고 그룹 예산 및 입찰가 변경

광고 그룹 예산과 입찰가는 광고 그룹 관리 페이지에 접근하지 않더라도, 캠페인 대시보드 하단 '광고 그룹 목록'과 광고 그룹 대시보드 정보 패널에서 빠르게 수정할 수 있습니다.

**광고 그룹 정보** 관리 >

---

광고 그룹 이름: 밴드 피드 그룹 (27) 디바이스 타게팅 (iOS)

기간: 2021.09.09 09:00 ~ 계속

계재 위치: 네이버 패밀리 매체 > 피드 영역

입찰: 클릭 수 최대화 | 입찰가 한도 ₩ 200 (VAT 제외)

광고 그룹 예산:    
 입찰가 한도 ₩ 200   
 VAT 제외 금액입니다.   
취소 | **확인**

**광고 그룹 정보** 관리 >

---

광고 그룹 이름: 밴드 피드 그룹 (27) 디바이스 타게팅 (iOS)

기간: 2021.09.09 09:00 ~ 계속

계재 위치: 네이버 패밀리 매체 > 피드 영역

입찰: 클릭 수 최대화 | 입찰가 한도 ₩ 200 (VAT 제외)

광고 그룹 예산: 일예산 ₩ 100,000

일예산 ₩ 100,000   
 확인 즉시 금액이 변경됩니다.   
취소 | **확인**

광고 그룹 목록에서 예산과 입찰가 금액을 클릭하면 인라인 수정 팝업이 표시되며, 변경 금액을 입력한 뒤 [확인] 클릭 시 즉시 반영됩니다.

광고 그룹 목록 + 광고 그룹 만들기

ON/OFF | 전체 | 상태 | 운영가능 외 2개 | 계재 위치 | 전체 | 열추가 | 결과 외 7개

ON/OFF	광고 그룹 이름 ↓	상태 ①	계재 위치	광고 그룹 예산 ↓ ①	입찰 전략	비용 관리 ↓ ①	결과 ①	결과당 비용 ①	총 비용 ①	노출
<input checked="" type="checkbox"/>	밴드 피드 그룹 (27) 디바이스 타게팅 (iOS) 96586	운영가능	네이버 패밀리 매체 > 피드 영역	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 0%	클릭 수 최대화	₩ 200 입찰가 한도	0 클릭	₩ 0 클릭당	₩ 0	0
<input type="checkbox"/>	밴드 피드 그룹 (35) 디바이스 타게팅 (iOS) 96373	운영가능	네이버 패밀리 매체 > 피드 영역	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 0%	입찰가 한도 ₩ 200	₩ 200 도	0 클릭	₩ 0 클릭당	₩ 0	0
<input type="checkbox"/>	밴드 피드 그룹 (34) 디바이스 타게팅 (AO) 96372	운영가능	네이버 패밀리 매체 > 피드 영역	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 0%	VAT 제외 금액입니다. 취소   <b>확인</b>	₩ 200 도	0 클릭	₩ 0 클릭당	₩ 0	0
<input type="checkbox"/>	밴드 피드 그룹 (33) 디바이스 타게팅 (iOS) 96371	운영가능	네이버 패밀리 매체 > 피드 영역	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 0%	클릭 수 최대화	₩ 200 입찰가 한도	0 클릭	₩ 0 클릭당	₩ 0	0

광고 그룹 목록 + 광고 그룹 만들기

ON/OFF | 전체 | 상태 | 운영가능 외 2개 | 계재 위치 | 전체 | 열추가 | 결과 외 7개

ON/OFF	광고 그룹 이름 ↓	상태 ①	계재 위치	광고 그룹 예산 ↓ ①	입찰 전략	비용 관리 ↓ ①	결과 ①	결과당 비용 ①	총 비용 ①	노출
<input checked="" type="checkbox"/>	밴드 피드 그룹 (58) 연령 타게팅(60~70+) 96586	운영가능	네이버 패밀리 매체 > 피드 영역	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 0%	클릭 수 최대화	₩ 200 입찰가 한도	0 클릭	₩ 0 클릭당	₩ 0	0
<input type="checkbox"/>	밴드 피드 그룹 (35) 디바이스 타게팅 (iOS) 96373	운영가능	네이버 패밀리 매체 > 피드 영역	일예산 ₩ 100,000 확인 즉시 금액이 변경됩니다. 취소   <b>확인</b>	클릭 수 최대화	₩ 200 입찰가 한도	0 클릭	₩ 0 클릭당	₩ 0	0
<input type="checkbox"/>	밴드 피드 그룹 (34) 디바이스 타게팅 (AO) 96372	운영가능	네이버 패밀리 매체 > 피드 영역	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 0%	클릭 수 최대화	₩ 200 입찰가 한도	0 클릭	₩ 0 클릭당	₩ 0	0
<input type="checkbox"/>	밴드 피드 그룹 (33) 디바이스 타게팅 (iOS) 96371	운영가능	네이버 패밀리 매체 > 피드 영역	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 0%	클릭 수 최대화	₩ 200 입찰가 한도	0 클릭	₩ 0 클릭당	₩ 0	0

하지만 광고 그룹 예산의 예산 타입이나 입찰가의 과금 타입은 다른 옵션들과의 연동 상태를 고려하여 신중하게 변경하도록 대시보드 상에서의 빠른 변경 기능은 지원하지 않습니다. 예산 타입이나 과금 타입을 변경하시고자 할 경우에는 광고 그룹 상세 페이지에서 설정된 옵션들과의 관계를 살펴보고 신중히 결정해 주시기 바랍니다.

예를 들어, 총예산 광고를 실수로 일예산으로 변경 시 하루 만에 설정된 예산을 크게 소진 시킬수도 있으므로 변경에 유의해 주시기 바랍니다.



## 04. 집행 결과 분석하기

---

# 1. 리포트 구성

광고 집행 결과는 리포트 메뉴를 통해 조회하고 다운로드 받을 수 있습니다.

관리 계정에서도 광고 계정과 동일한 리포트 메뉴가 제공되며, 관리 계정은 하위에 연동된 복수개의 광고 계정을 묶어서 한 번에 성과 조회 및 다운로드가 가능합니다.

### [TIP] 리포트의 타임존과 통화

광고 계정의 리포트는 광고 계정 생성시 설정한 타임존과 통화를 기준으로 집계되어 제공됩니다.

관리 계정의 리포트는 관리 계정 생성시 설정한 타임존을 기준으로 집계되며, 하위 광고 계정들의 타임존과 무관합니다.

단, 통화는 관리 계정에서도 각 광고 계정의 통화들로 제공합니다.

[예시] 관리 계정이 한국 타임존이라면, 하위 광고 계정들이 LA 타임존과 뉴욕 타임존이어도 관리 계정 리포트는 한국 타임존으로 집계된 결과를 제공합니다. 관리 계정이 USD로 설정되어 있어도, 하위 광고 계정이 원화라면 관리 계정 리포트는 원화로 집계된 결과를 제공합니다.

## 1-1. 리포트 목록

리포트 메인 첫 화면을 통해 2가지 리포트로 이동할 수 있습니다.

리포트 목록		
리포트 이름	분석 수준	통계 기간
<a href="#">광고비 리포트</a>	광고 계정	최근 7일 (오늘 제외)
<a href="#">성과 리포트</a>	<a href="#">광고 계정</a> <a href="#">캠페인</a> <a href="#">광고 그룹</a> <a href="#">광고 소재</a>	최근 7일 (오늘 제외)

## 1-2. 광고비 리포트

광고 계정의 총 광고 집행이 캠페인 목적에 따라 어떻게 배분하여 집행되고 있는 지 한눈에 알 수 있습니다.

조회 기간과 분석 기간 단위, 광고 게재 위치를 선택하여 조회할 수 있고 다운로드할 수 있습니다.

리포트  
광고비 리포트 ▾

조회 기간 ① < 2021.09.19 ~ 2021.09.25 >

분석 기간 단위  전체  일  주  월

계재 위치  전체  매체 그룹  매체 그룹 및 계재 위치

**확인**

---

광고비 리포트  다운로드

광고 계정	총 비용 ①	웹사이트 전환	웹사이트트래픽	앱 설치	동영상 조회	카탈로그 판매
GFA 광고 계정 테스트 2160	₩ 713,057	₩ 0	₩ 713,057	₩ 0	₩ 0	₩ 0

### 1-3. 성과 리포트

조회 기간, 분석 수준, 분석 기간 단위, 광고 계재 위치, 타겟팅 타입에 따라 자유롭게 조건을 선택하여 조회 및 다운로드 가능합니다.

리포트  
성과 리포트 ▾

조회 기간 ① < 2021.09.19 ~ 2021.09.25 >

분석 수준  광고 계정  캠페인  광고 그룹  광고 소재

분석 기간 단위  전체  일  주  월

계재 위치  전체  매체 그룹  매체 그룹 및 계재 위치

타겟팅 타입  전체  연령  성별  연령 및 성별  기기  기기 및 OS  시간

**확인**

---

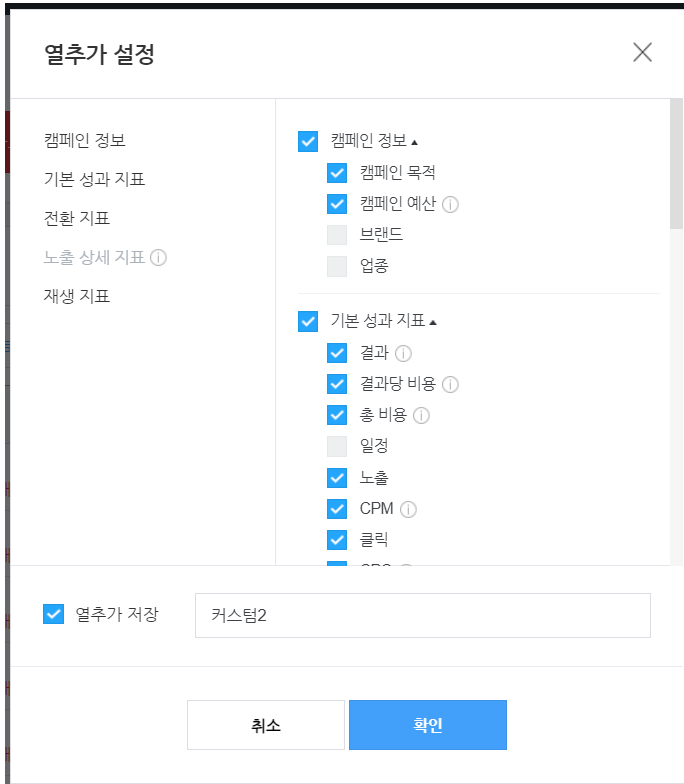
성과 리포트 필터 추가 | 열추가 | 결과 외 7개 ▾ |  다운로드

광고 계정	일	결과 ①	결과당 비용 ①	총 비용 ①	노출	CPM ①	클릭	CPC ①	CTR
GFA 광고 계정 테스트 2160	전체 <input type="text" value="^"/>	0 복합 전환	₩ 0 복합 전환	₩ 713,057	345,001	₩ 2,067	4,878	₩ 146	1.41%
	2021.09.25.	0 복합 전환	₩ 0 복합 전환	₩ 87,701	49,422	₩ 1,775	661	₩ 133	1.34%
	2021.09.24.	0 복합 전환	₩ 0 복합 전환	₩ 104,612	49,306	₩ 2,122	687	₩ 152	1.39%

### 1-4. 열추가 설정

열추가 설정은 대시보드 및 성과 리포트에서 제공되며, 원하는 지표만 선택 또는 제외하여 맞춤 리포트를 만들고 저장할 수 있습니다.

단, 다운로드시는 열추가 설정에서 선택한 항목과 상관없이 모든 지표가 추출됩니다.



열추가를 통해 추가 가능한 지표는 분석 수준에 따라 달라집니다.

분석 수준이 '캠페인'일 경우에는 캠페인 목적, 캠페인 예산, 브랜드, 업종 지표를 추가 확인 가능하며, 분석 수준이 '광고 그룹' 또는 '광고 소재'일 경우에는 도달수, 도달비용, 노출빈도 지표를 추가 확인 가능합니다. 그 외 동영상 재생 지표와 전환 지표는 모든 분석 수준에서 추가 확인 가능합니다. 노출 상세 지표, 브랜드, 업종, 일정은 리포트에서만 확인 가능합니다.

전환 지표는 1) 전환 추적 설치 완료되어 2) 전환 추적 대상으로 사이트 'on' 되어 있고 3) 전환 추적 대상 사이트가 대표 URL로 등록되어 있고, 4) 소재 랜딩이 전환 추적 대상일 때 리포트로 수치가 제공됩니다.



\* 더 자세한 전환 추적 등록 방법은 도구>전환추적관리 부분을 참고하세요.

도구 메뉴에서 사이트 전환 추적을 'off' 하면 스크립트 설치 여부와 상관없이 리포트상에 전환 집계는 그 시점부터 중지되며, 'on'으로 변경하면 그 시점부터 다시 전환 수치가 집계됩니다. 도구 메뉴에서 전환 추적 On/off는 대표 URL 사이트 단위로 동작하여 동일한 대표 URL을 복수개 전환 추적 신청한 경우 복수개가 동시에 적용됩니다.

전환은 전환 추적 신청시 광고주가 설정한 전환 기간을 기준으로 집계됩니다. 전환 기간은 전환에 기여한 광고 클릭을 찾는 기간으로 비록 전환이 발생하였어도 전환 추적 기간보다 오래전에 발생한 광고 클릭에 따른 전환이면 전환으로 판단하지 않습니다. 전환 기간은 1일~30일중에 광고주가 자유롭게 선택 가능하며, 변경도 가능합니다. 단 전환추적기간

변경시 변경시점부터 변경된기준으로 전환이 집계되며, 과거 전환 데이터가 변경되지는 않습니다. 전환 기간도 대표 URL 단위로 동작하여 동일한 대표 URL이 복수개 전환 추적 신청된 경우, 전환 기간 변경시 복수개가 동시에 적용됩니다.

### 1-5. 필터

분석 수준에 따라 선택할 수 있는 필터 리스트가 달라집니다.

한 분석 수준내에서 복수개의 필터를 설정할 수 있으며, 다운로드시 필터가 적용된 상태로 파일이 생성됩니다.

복수개의 필터를 설정하였을 때 필터1과 필터2는 서로 동시 충족하는 케이스만 조회되나, 한 개의 필터내에서 콤마(,)로 연결된 것은 한 개라도 충족하는 케이스는 모두 조회됩니다.

[예시] 아래와 같이 설정된 필터는 캠페인ID가 35179번이거나 35178번인 캠페인 중에 캠페인 목적이 '동영상 조회'인 캠페인만 조회됩니다.

성과 리포트

열추가 ▾
📄 다운로드

---

캠페인 ID 같음 | 35179,35178 | ✕

캠페인 목적 | 동영상 조회 | ✕

+

캠페인	캠페인 목적	결과 ①	결과당 비용 ①	총비용 ①	일정	노출	CPM ①
동영상 조회1 35179	동영상 조회	1,009 동영상 조회	₩ 10 동영상 조회당	₩ 9,596	2019.01.11~진행 중	6,493	₩ 1,478

## 2. 리포트 제공 지표

리포트에서 제공하는 분석 기준 항목은 아래와 같습니다.

기준 항목	설명	광고비 리포트	성과 리포트
광고 계정	광고 계정명과 광고 계정 ID를 제공하며, 광고 계정별로 분석할 수 있습니다.	○	○
광고 소재	광고 소재명과 광고 소재 ID를 제공하며, 소재별로 분석할 수 있습니다.		○
광고 그룹	광고 그룹명과 광고 그룹 ID를 제공하며, 광고 그룹별로 분석할 수 있습니다.		○
캠페인	캠페인명과 캠페인 ID를 제공하며, 캠페인별로 분석할 수 있습니다.		○
분석 기간 단위	전체, 일, 주, 월별로 조회할 수 있습니다. 한번에 조회 가능한 기간은 전체:제한 없음, 일별 :62일, 주별:12주, 월별:12개월입니다.	○	○
게재 위치	광고 게재 위치별로 조회할 수 있습니다.	○	○

연령	연령 구간별로 분석할 수 있습니다. 14세~18세, 19~24세, 25~29세, 30~34세, 35세~39세, 40세~44세, 45세~49세, 50세~54세, 55~59세, 60세 이상, 연령 모름으로 제공됩니다		○
성별	성별로 분석할 수 있습니다.		○
연령 및 성별	연령 구간X성별로 분석할 수 있습니다.		○
OS	OS별로 분석할 수 있습니다.		○
시간	1시간단위로 분석할 수 있습니다.		○

리포트에서 제공하는 분석 지표 항목은 아래와 같습니다.

지표 항목	설명	광고비 리포트	성과 리포트
웹사이트 전환	웹사이트 전환을 캠페인 목적으로 집행한 캠페인의 광고비입니다.	○	
웹사이트 트래픽	웹사이트 트래픽을 캠페인 목적으로 집행한 캠페인의 광고비입니다.	○	
앱설치	앱설치를 캠페인 목적으로 집행한 캠페인의 광고비입니다.	○	
동영상 조회	동영상 조회를 캠페인 목적으로 집행한 캠페인의 광고비입니다.	○	
<b>캠페인 정보</b>			
캠페인 목적	캠페인 목적 정보를 확인할 수 있습니다.		○
캠페인 예산	캠페인 최대 한도입니다. 하위 광고 그룹 예산의 합과는 무관합니다.		○
브랜드	캠페인의 브랜드 정보를 확인할 수 있습니다.		○
업종	캠페인의 업종 정보를 확인할 수 있습니다.		○
<b>성과 지표</b>			
결과	설정된 과금 타입별 광고 성과가 발생한 횟수입니다.		○
결과당 비용	광고 결과당 평균 비용입니다.		○
총 비용	조회 기간에 소진된 것으로 추정되는 광고비용으로 유상 소진액과 무상 소진액을 더하고 부가가치세(VAT)를 포함한 금액입니다.	○	○
일정	집행 시작일부터 종료일입니다. 종료되지 않은 광고는 종료일이 '진행중'으로 표시됩니다.		○
노출	광고가 화면에 표시된 횟수로, 유효 노출 기준이 적용됩니다.		○

CPM	1000회 노출당 비용입니다.		○
클릭	광고 클릭수로, 인위적인 클릭, 중복 클릭 등의 무효 클릭은 제외하고 집계됩니다.		○
CPC	광고 클릭당 평균 비용입니다.		○
CTR	광고 노출 후 클릭한 비율입니다.		○
<b>노출 상세 지표</b>			
도달	광고를 한 번 이상 본 사람수(추정)입니다. 추정 방식에 따라 수치가 변경될 수 있습니다.		○
도달 비용	1명 도달에 사용된 평균 비용입니다.		○
노출 빈도	1인당 광고를 본 평균 횟수입니다		○
<b>재생 지표</b>			
총 재생	자동 재생된 동영상 광고를 3초이상 시청하거나, 동영상 플레이 버튼을 클릭하여 동영상 재생이 시작된 횟수입니다. 노출 1회에 여러번 추가 재생된 동영상 광고는 1회만 집계됩니다.		○
CPV	자동 재생된 동영상을 3초이상 시청하거나, 동영상 플레이 버튼을 터치하여 동영상 재생이 시작된 횟수당 평균 비용입니다.		○
VTR	광고 노출 후 자동 재생된 동영상을 3초이상 시청하거나, 동영상 플레이 버튼을 터치하여 동영상 재생이 시작된 비율입니다. 이때 소재 타입이 '동영상'인 경우에 발생한 노출수만을 기준으로 산출됩니다.		○
자동 재생	이용자의 모바일 환경에 맞추어 자동으로 재생된 동영상을 3초 이상 시청한 횟수입니다.		○
클릭 재생	동영상의 플레이 버튼을 클릭하여 재생이 시작된 횟수입니다.		○
25% 재생	동영상에서 전체 길이의 25% 지점이 재생된 횟수입니다.		○
50% 재생	동영상에서 전체 길이의 50% 지점이 재생된 횟수입니다.		○
75% 재생	동영상에서 전체 길이의 75% 지점이 재생된 횟수입니다.		○
100% 재생	동영상에서 전체 길이의 100% 지점이 재생된 횟수입니다.		○
<b>전환 지표</b>			
총전환	전환 유형별로 발생한 전환 개수의 합으로, 광고주의 각 사이트의 목적에 맞게 정의된 최종 도달 페이지(전환 페이지)에 도달한 횟수입니다.		○
구매완료수	구매 완료 페이지에 도달한 횟수입니다.		○
회원가입수	회원 가입 페이지에 도달한 횟수입니다.		○
장바구니 도달수	장바구니 페이지에 도달한 횟수입니다.		○
신청,예약수	신청, 예약 페이지에 도달한 횟수입니다.		○

기타전환수	그외 광고주가 정의한 전환으로 전화, 검색 등 페이지에 도달한 횟수입니다.		○
전환매출액	각 전환별 전환 가치(또는 매출)의 합계로, 사전에 설명된 전환 별 전환 가치로 계산됩니다.		○
구매완료 전환매출액	구매 완료 페이지에서 발생한 전환 가치입니다.		○
회원가입 전환매출액	회원 가입 페이지에서 발생한 전환 가치입니다.		○
장바구니 전환매출액	장바구니 페이지에서 발생한 전환 가치입니다.		○
신청,예약 전환매출액	신청, 예약 페이지에서 발생한 전환 가치입니다.		○
기타 전환매출액	그외 광고주가 정의한 전환으로 발생한 전환 가치입니다.		○
총 전환율	광고로 유입된 수(광고 클릭수)당 전환 발생 비율입니다. 총 전환율(%) = 전환수/광고 클릭수 X 100		○
총 전환당 비용	전환 1회당 사용된 평균 광고비입니다. 전환당 비용(원) = 총비용(VAT 포함)/전환수		○
광고 수익률	광고비용 대비 전환으로 발생한 매출액 비율입니다. 광고 수익률(%) = 전환 매출액/총비용(VAT 포함) x 100		○
전환수(네이버페이)	전환 중 네이버페이로 결제한 수입니다.		○
전환 매출액(네이버페이)	네이버페이를 통해 발생한 전환 매출액의 합계입니다.		○

[TIP] 리포트 지표 참고 사항

- 1) 리포트의 모든 수치는 소수점 이하에서 반올림한 수치로 제공됩니다.
- 2) 동영상 지표(총 재생, CPV, VTR, 자동 재생, 클릭 재생, %재생수)는 '단일 동영상' 소재 타입일때 제공됩니다.  
CPM 과금 타입의 광고 그룹에서 소재 타입을 '단일 동영상'으로 선택한 경우도 동영상 지표가 제공됩니다.
- 3) '결과'는 광고 그룹에서 설정한 과금 타입별 성과입니다.  
 캠페인 A 하위에 1번 광고 그룹은 CPC, 2번 광고 그룹은 CPM으로 각기 다른 과금 타입을 설정한 경우,  
 1번 광고 그룹의 결과는 클릭, 2번 광고 그룹의 결과는 노출 기준으로 제공되며  
 캠페인 A는 복수개의 과금 타입을 가지고 있으므로 결과는 복합전환이라 표기되고 수치는 0으로 제공됩니다. 캠페인 하위에 단독 과금 타입만 존재하는 경우는 캠페인의 결과에 수치가 제공됩니다.  
  
 또한 '결과'는 현재 설정된 과금 타입을 기준으로 보여집니다. 광고 그룹에서 과금 타입을 CPC로 설정하였다가 CPM으로 변경하면 과거 CPM 집행기간까지 포함하여 광고 그룹과 광고(소재)의 결과는 노출수, 결과당 비용은 노출당 비용으로 변경되어 제공됩니다.
- 4) '매체 그룹' 별 조회 기능은 2021.10.07 17시 이후부터 제공된 옵션으로, 과거 데이터의 경우 모두 '네이버' 매체 그룹으로 합산되어 표시될 수 있으며, '매체 그룹 및 게재 위치' 별 조회 시 '스마트채널'의 경우 과거 데이터는 '네



이버 > 스마트채널' 게재 위치로 성과가 제공되며, 개편 이후 데이터는 광고 그룹 > 게재 위치 설정에 따라 '네이버 > 스마트채널' 및 '네이버 패밀리 매체 > 스마트채널' 별로 성과가 표시될 수 있습니다. 또한, '밴드 피드' 게재 위치의 경우도 과거 데이터는 '밴드 피드' 게재 위치로 표시되며, 개편 이후 데이터는 '네이버 패밀리 매체 > 피드 영역' 게재 위치로 조회가 가능합니다.

## 05. 결제 및 청구하기

---

# 1. 결제 설정

## 1-1. 결제 설정 옵션

네이버 성과형 디스플레이 광고에서 일반 결제, 통합 결제 2가지 결제 설정 옵션을 제공합니다. 계정 타입 및 광고 운영 환경에 맞게 결제 설정 옵션을 선택할 수 있습니다.

결제 설정 옵션	설명
일반 결제	<ul style="list-style-type: none"> <li>광고 계정 광고주 본인의 광고 계정에서 직접 선불 결제하고, 광고 계정 단위로 세금계산서를 수신하는 결제 옵션</li> <li>광고 계정에서만 일반 결제가 가능, 관리 계정에서는 일반 결제 불가</li> </ul>
통합 결제	<ul style="list-style-type: none"> <li>복수의 광고 계정을 운영하는 광고주 또는 대행사의 경우 광고비를 한번에 결제하고, 관리 계정의 사업자정보로 세금계산서를 통합 발행하는 결제 옵션.</li> <li>통합 결제를 이용하기 위해서는 반드시 관리 계정을 생성하거나 가지고 있어야 하며, 관리 계정에 결제 정보를 등록해야 함</li> <li>관리 계정에서만 통합 결제 가능</li> </ul>
대행권 이관	<ul style="list-style-type: none"> <li>대행권 이관은 파트너사가 광고주의 광고 운영은 대행하지만, 광고주가 광고 계정에서 광고비를 충전하고, 광고주에게 세금계산서가 발행되는 결제 설정 방식</li> <li>파트너사에만 사용 가능함</li> </ul>
대행권 이관 및 세금계산서 위임	<ul style="list-style-type: none"> <li>대행권 이관 및 세금계산서 위임은 파트너사가 광고주의 광고 운영을 대행하고 세금계산서도 파트너사로 발행되는 결제 설정 방식</li> <li>파트너사 환불 계좌로 환불이 가능함</li> <li>파트너사에만 사용 가능함</li> </ul>

### [TIP]

- ✓ 동일 사업자등록번호로 2개 이상의 광고 계정을 운영하면서 일반 결제를 이용할 경우 세금계산서는 광고 계정 단위로 발행됩니다.
- ✓ 광고주께서 2개 이상의 광고 계정을 운영하면서 세금계산서는 1장으로 통합 발행 받고자 할 경우 관리 계정을 생성하고 광고 계정 연동 후 통합 결제 연결하면 됩니다.

### (1) 일반 결제

일반 결제란 광고 계정 단위로 광고비를 결제하고 정산하는 결제 옵션으로, 각 광고 계정 단위로 월별 세금계산서가 발행됩니다. 운영중인 광고 계정이 1개이거나, 각 광고 계정 별로 결제 및 정산 받고자 할 경우 적합한 결제 옵션입니다.

광고 계정에서 충전금 결제 및 청구를 이용하려면 먼저 결제 담당자 정보를 등록해야 합니다.

### (2) 통합 결제

통합 결제란, 여러 광고 계정을 운영하면서 광고비를 한번에 결제하고 월별 세금계산서도 하나로 발행되는 결제 옵션으로, 여러 서비스 또는 사업별로 광고 계정을 복수 운영중인 직접 광고주 또는 광고주로부터 적법한 권한을 부여 받아 다른 광고 계정의 광고를 운영하는 대행사에게 적합합니다.

통합 결제를 이용하기 위해서는 반드시 관리 계정을 생성하거나 가지고 있어야 하며, 관리 계정에 결제 정보를 등록해야 합니다. 결제 정보는 결제 및 정산 관리에 책임이 있는 사업자 또는 광고주 정보와 결제 담당자 정보를 포함합니다. 광고주 정보 등록이 완료되면 하위 광고 계정에 통합 결제 연결을 요청합니다. 광고 계정의 결제 담당자가 요청을 승인하면 즉시 통합 결제가 설정됩니다.

## [TIP]

- ✓ 통합 결제 요청 및 승인 프로세스는 “통합 결제 설정” 부분을 참고하세요.

**(3) 대행권 이관**

대행권은 에이전시가 광고 계정의 광고 운영을 대행하는 권한을 의미합니다. 광고 계정에 대행권 이관이 설정되면, 광고 계정에서 광고비를 직접 결제하고 소진되며 환불 역시 광고 계정 사업자 계좌로 가능하며 세금계산서도 직접 수신하지만, 에이전시는 광고 운영에 대한 수수료를 제공받을 수 있습니다.

에이전시는 광고주로부터 광고 운영을 대행하기 위한 적법한 권한을 사전에 부여받은 후 대행권 이관 설정을 진행하셔야 합니다.

## [TIP]

- ✓ 대행권 이관 요청 및 승인 프로세스는 “대행권 이관 설정” 부분을 참고하세요.

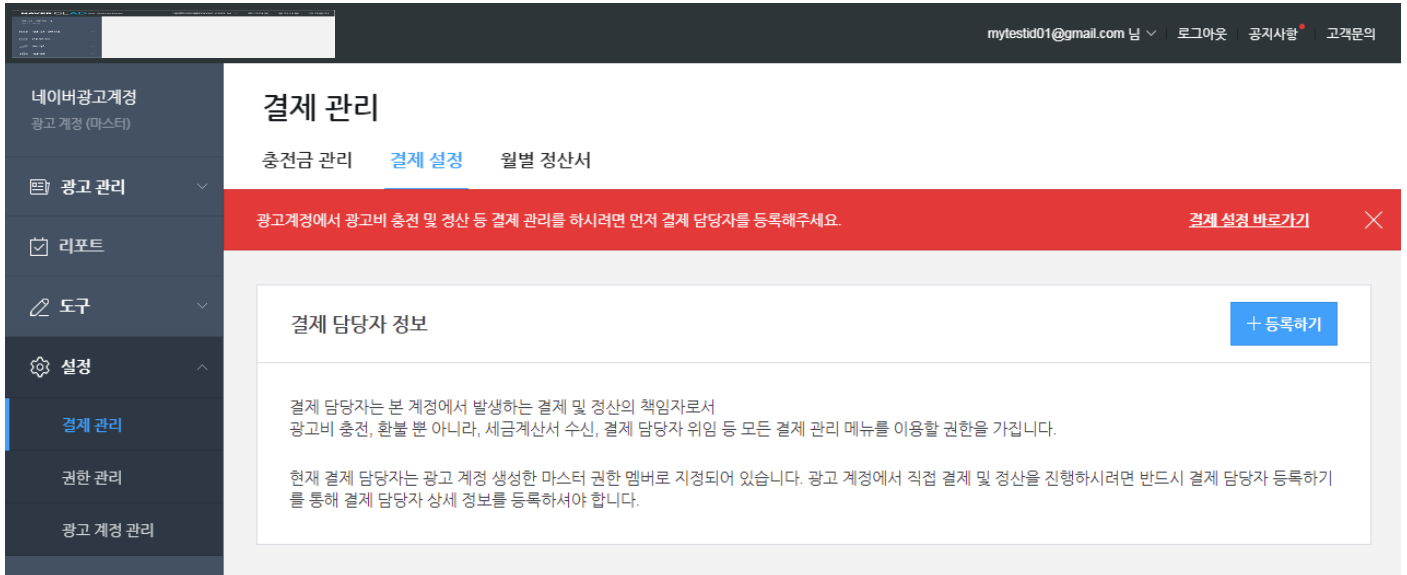
**(4) 대행권 이관 및 세금계산서 위임**

대행권은 에이전시가 광고 계정의 광고 운영을 대행하는 권한을 의미합니다. 광고 계정에 대행권 이관 및 세금계산서 위임이 설정되면, 광고 계정에서 광고비를 직접 결제하고 소진되지만 해당 광고비의 세금계산서는 에이전시로 발행되며 환불은 에이전시 환불계좌로 진행이 가능합니다. 에이전시는 광고 운영에 대한 수수료를 제공받을 수 있습니다.

에이전시는 광고주로부터 광고 운영을 대행하기 위한 적법한 권한을 사전에 부여 받은 후 대행권 이관 설정을 진행하셔야 합니다.

**1-2. 결제 담당자**

결제 담당자란 해당 계정에서 발생하는 결제 및 정산의 책임과 권한을 가진 회원으로, 광고비 충전, 환불 뿐 아니라, 세금계산서 수신, 결제 담당자 위임 등 모든 결제 관리 메뉴를 이용할 수 있습니다. 결제 담당자는 계정을 생성한 회원은 자동으로 결제 담당자로 지정되며, 다른 마스터회원에게 위임할 수 있습니다.



[주의사항]

- ✓ 광고 계정 또는 관리 계정을 생성한 멤버는 마스터 권한과 함께 결제 담당자로 자동으로 지정되지만, 등록하기 버튼을 클릭하시고 본인의 정보를 입력 하셔야 결제 담당자로 등록됩니다.
- ✓ 결제 담당자 정보가 등록되어야만 충전 및 환불, 통합 결제 및 대행권 이관 승인, 세금계산서 수신 등 결제 관련 기능을 사용할 수 없습니다.
- ✓ 계정을 생성한 마스터 멤버가 아닌 다른 마스터 멤버가 결제 담당자로 지정되어야 한다면, 계정 생성한 마스터 멤버가 결제 담당자로 등록하신 후 바로 다른 마스터 멤버에게 위임하실 수 있습니다.

1) 결제 담당자 정보 등록하기

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 결제 설정 > 결제 담당자 정보 [등록하기]

광고 계정에서 일반 결제를 진행하려면 결제 담당자 정보를 반드시 등록해야 합니다. 결제 담당자를 처음 등록할 경우 계정 생성한 회원의 로그인 계정(ONE ID) 정보를 자동으로 불러오며, 휴대전화번호 및 세금계산서 수신 이메일을 변경할 수 있습니다. 변경 시에는 계정 도용 방지를 위해 인증 과정이 필요합니다.

결제 담당자 정보

취소
저장

결제 담당자는 본 계정에서 발생하는 결제 및 정산의 책임자로서 광고비 충전, 환불 뿐 아니라, 세금계산서 수신, 결제 담당자 위임 등 모든 결제 관리 메뉴를 이용할 권한을 가집니다. 결제 담당자께서는 반드시 본인의 정보로 등록하셔야 합니다.

1

담당자 ID ①

mytestid01@gmail.com

2

담당자명

홍길동

결제 담당자로 등록할 본인 이름을 입력해주세요.

3

휴대전화 번호

01012345678

변경

충전, 환불, 잔액 알림 등 결제 관련 정보가 입력하신 휴대폰번호로 발송됩니다.

4

세금계산서 수신 이메일 ①

mytestid01@gmail.com

변경

결제 관련 정보 및 세금계산서가 입력하신 이메일주소로 발송됩니다.

NO	명칭	기능 설명
①	담당자 ID	결제 담당자의 로그인 계정으로 결제 정보 등록 및 위임 승인시 자동으로 입력됨
②	담당자명	결제 및 정산 이슈가 발생시 컨택 정보로 활용되므로 결제 담당자 본인의 실명을 등록
③	휴대전화 번호	충전, 환불, 잔액 알림 등 결제 관련 정보가 발송되므로 반드시 결제 담당자 본인의 휴대전화 번호를 입력해야 함
④	세금계산서 수신 이메일	세금계산서 수신, 결제 관련 정보 등을 수신하는 이메일 주소로 반드시 결제 담당자 본인이 수신 가능한 이메일로 등록해야 함
⑤	재직 증명서	✓ 에이전시 결제 담당자인 경우 정보 등록 및 위임할 경우 재직증명서 필수 첨부 필요

## 2) 결제 담당자 위임하기

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제관리 > 결제 설정 > 결제 담당자 정보 [정보변경] > [담당자 위임하기]

결제 담당자는 본 계정에 마스터 권한을 부여 받은 다른 멤버에게만 위임할 수 있습니다. 위임 받은 멤버가 요청을 승인하는 즉시 결제 담당자가 변경됩니다.

결제 담당자 정보

취소
저장

결제 담당자는 본 계정에서 발생하는 결제 및 정산의 책임자로서 광고비 충전, 환불 뿐 아니라, 세금계산서 수신, 결제 담당자 위임 등 모든 결제 관리 메뉴를 이용할 권한을 가집니다. 결제 담당자께서는 반드시 본인의 정보로 등록하셔야 합니다.

1 담당자 위임하기

---

담당자 ID ① mytestid01@gmail.com

담당자명   
결제 담당자로 등록할 본인 이름을 입력해주세요.

휴대전화 번호 01012345678 변경  
충전, 환불, 잔액 알림 등 결제 관련 정보가 입력하신 휴대폰번호로 발송됩니다.

세금계산서 수신 이메일 ① mytestid01@gmail.com 변경  
결제 관련 정보 및 세금계산서가 입력하신 이메일주소로 발송됩니다.

### ① 결제 담당자 위임 동의

결제 담당자를 위임하기 위해서는 먼저 위임 동의가 필요합니다. 결제 담당자 요청을 수락한 멤버는 본 계정의 결제 설정 기능을 관리할 권한이 부여되며, 다시 다른 멤버에게 결제 담당자 위임하는 등 결제 담당자 위임 정책에 동의하는 경우에만 위임이 가능합니다.

결제 담당자 위임 동의
✕

**결제 담당자를 위임하시겠습니까?**

결제 담당자는 본 계정에서 발생하는 결제 및 정산의 책임자로서 광고비 충전, 환불 뿐 아니라, 세금계산서 수신, 결제 담당자 위임 등 모든 결제 관리 메뉴를 이용할 권한을 가집니다. 결제 담당자 위임 시 주의해주세요.

**주의 사항**

- 결제 담당자는 본 계정에 마스터 권한을 부여 받은 다른 멤버에게만 위임할 수 있습니다.
- 위임 받은 멤버가 요청을 승인하는 즉시 결제 담당자가 변경됩니다.
- 결제 담당자 요청을 수락한 멤버는 본 계정의 결제 설정 기능을 관리할 권한이 부여되며, 다시 다른 멤버에게 결제 담당자 위임할 수 있습니다.
- 그 외 권한 설정에 관한 사항은 [약관](#)을 따릅니다.

위 내용을 숙지하였으며, 결제 담당자 위임에 동의합니다.

취소
확인

#### [주의사항]

- ✓ 결제 담당자 요청을 수락한 멤버는 본 계정의 결제 설정 기능을 관리할 권한이 부여되며, 다시 다른 멤버에게 결제 담당자 위임할 수 있습니다.
- ✓ 결제 담당자 위임 요청이 발송되면 취소가 불가하니 위임할 결제 담당자ID를 주의해서 선택해주세요.

② 위임할 마스터 멤버 선택

결제 담당자 해당 계정에서 다른 마스터 권한 멤버 1인에게 위임할 수 있습니다. 위임 요청을 보내면 결제 담당자 정보에는 “위임 요청 중”이 표시되며, 위임 요청을 받은 마스터 멤버가 위임을 승인하기 전까지는 현재 결제 담당자가 유지됩니다.

**결제 담당자 위임하기** ✕

결제 담당자로 위임할 멤버를 선택하세요.

결제 담당자는 본 계정에 마스터 권한을 부여 받은 다른 멤버에게만 위임할 수 있습니다. 위임한 멤버가 요청을 승인하면 결제 담당자가 변경됩니다.

mk\_jeong@mycompany.com

yskim01@mycompany.com

manager@gmail.com

**※ 주의사항**

- 결제 담당자는 본 계정에서 발생하는 결제 및 정산의 책임자로서 광고비 충전, 환불 뿐 아니라, 세금계산서 수신, 결제 담당자 위임 등 모든 결제 관리 메뉴를 이용할 권한을 가집니다.
- 결제 담당자 위임 요청이 발송되면 취소가 불가하니 위임할 결제 담당자ID를 주의해서 선택해주세요.

취소
확인

③ 결제 담당자 위임 승인 하기

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제관리 > 결제 설정 > 결제 담당자 정보

결제 담당자 위임 요청을 받은 마스터 멤버에게만 위임 요청이 추가로 노출됩니다. 결제 담당자 위임 요청을 승인하면 즉시 결제 담당자가 변경됩니다. 결제 담당자 정보가 맞는지 확인 하신 후 변경이 필요한 경우 결제 담당자 정보 변경을 통해 수정할 수 있습니다.

**결제 담당자 정보** 정보 변경

결제 담당자는 본 계정에서 발생하는 결제 및 정산의 책임자로서 광고비 충전, 환불 뿐 아니라, 세금계산서 수신, 결제 담당자 위임 등 모든 결제 관리 메뉴를 이용할 권한을 가집니다.

담당자 ID ①                      mytestid01@gmail.com

담당자명                              홍길동

휴대전화 번호                      01090606585

세금계산서 수신 이메일 ①              mytestid01@gmail.com

---

결제 담당자로부터 위임 요청을 받았습니다.

본 계정의 결제 담당자로 위임 요청을 받았습니다. 위임 요청을 수락하시려면 [승인]버튼을 눌러주세요.

멤버 ID	멤버 레벨	상태	관리
mk_jeong@mycompny.com <span style="border: 1px solid #00a0e3; padding: 0 2px;">본인</span>	마스터	대기중	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> <span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px 10px; margin-right: 10px;">거절</span> <span style="background-color: #007bff; color: white; padding: 2px 10px;">승인</span> </div>



결제 담당자 위임 승인
✕

**결제 담당자 위임 요청을 승인하시겠습니까?**

결제 담당자는 본 계정에서 발생하는 결제 및 정산의 책임자로서 광고비 충전, 환불 뿐 아니라, 세금계산서 수신, 결제 담당자 위임 등 모든 결제 관리 메뉴를 이용할 권한을 가집니다.  
위임 요청을 승인하시려면 본인의 정보를 등록하신 후 [승인] 버튼을 눌러주세요.

담당자 ID	mk_jeong@mycompany.com
담당자명	<input style="width: 80%;" type="text" value="결제 담당자명을 입력해주세요."/> <p style="font-size: small; margin-top: 5px;">결제 담당자로 등록할 본인 이름을 입력해주세요.</p>
휴대전화 번호	01090001000 <p style="font-size: small; margin-top: 5px;">충전, 환불, 잔액 알림 등 결제 관련 정보가 입력하신 휴대폰 번호로 발송됩니다.</p>
세금계산서 수신 이메일	mk_jeong@mycompany.com <p style="font-size: small; margin-top: 5px;">결제 관련 정보 및 세금계산서가 입력하신 이메일주소로 발송됩니다.</p>

---

※ 주의사항

- 결제 담당자께서는 반드시 본인의 정보로 등록해주세요.
- 휴대전화 번호와 세금계산서 수신 이메일은 로그인 계정 가입시 입력하신 정보로 결제 담당자 요청을 승인하신 후 결제 담당자 정보에서 변경하실 수 있습니다.
- 요청을 승인하시면 결제 담당자로 지정되며, 마스터 권한을 가진 다른 멤버에게 결제 담당자 정보(ID, 담당자명, 휴대폰번호, 이메일주소) 보여줍니다.

취소

승인

**[주의사항]**

- ✓ 에이전시 결제 담당자인 경우 정보 등록 및 위임할 경우 재직증명서를 반드시 첨부해야 합니다. 단, 개인정보 보호를 위해 재직증명서에 주민등록번호, 전화번호, 이메일 등 개인정보는 마스킹 처리한 후 첨부해 주세요.
- ✓ 결제 담당자 정보는 해당 계정의 결제 및 정산에 대한 책임과 권한을 가진 마스터 멤버로, 통합 결제 요청 알림, 환불계좌 등록 및 삭제 알림, 세금계산서 발송 등 결제 관련 주요 알림 기능에 사용되므로 반드시 본인의 실명 및 연락처로 등록해주셔야 합니다.

## 2. 충전 및 환불하기

### 2-1. 충전금 결제하기

#### (1) 결제 수단 및 방법

네이버 성과형 디스플레이 광고는 기본적으로 충전금 기반으로 운영되며, 유상 충전금은 신용카드 또는 체크카드 결제, 가상계좌 현금 입금으로 충전할 수 있습니다. 최소 결제 금액은 1,000 원입니다.(해외 광고주의 경우 1\$ 이상)

#### 1) 가상계좌 입금

가상계좌 입금 방식은 네이버 성과형 디스플레이 광고 계정 별로 발행된 전용 가상계좌 번호로 현금을 입금하는 방식으로, 입금 약 5 분 내외 충전금에 반영됩니다. 가상계좌는 각 계정 단위로 1 개의 고유한 가상계좌 번호로 발급받을 수 있으며, 발급된 후 변경할 수 없습니다.

##### [주의사항]

- ✓ 가상계좌 예금주 명은 광고계정 또는 관리계정명으로 표시되며, 7자 이상인 경우 표기되지 않을 수 있습니다.
- ✓ 가상계좌입금시 타인의 계좌로 입금하지 않도록 예금주명을 잘 확인하시기 바랍니다.

#### ① 가상계좌 발급받기

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제관리 > 결제 설정 > 계좌 관리 > 입금 계좌 정보 > [가상계좌 발급받기] 클릭

입금 은행을 선택한 후 [확인]을 클릭하면 즉시 전용 가상계좌 번호가 발급됩니다.

The screenshot shows the Naver GLAD for Advertiser interface. The main content area is titled '결제 관리' (Payment Management) and includes a sub-section for '가상 계좌 발급' (Virtual Account Issuance). A modal dialog box is open, displaying the following text:

**가상 계좌 발급**

입금 은행을 선택한 후 [확인]을 누르시면 충전금을 입금하실 수 있는 고정 계좌번호가 발급됩니다. 발급된 가상계좌 번호는 변경이 불가능합니다.

가상 계좌 예금주 명은 광고 계정 이름으로 표시되며 7자 이상인 경우 표기되지 않을 수 있습니다.

입금 은행:

Buttons:

② 가상계좌 확인하기

가상계좌가 발급되면 “입금 계좌 정보”에 은행명과 계좌번호가 표시됩니다. 가상계좌 번호 발급이 완료되면 즉시 해당 계좌로 현금 입금이 가능합니다.

2) 카드결제

① 신용카드 결제하기

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제관리 > 충전금 관리 > 유상 충전금 잔액 > [충전하기] 클릭

충전하기 팝업에서 결제 금액을 선택 또는 직접 입력한 후 [충전금 결제]를 클릭하여 결제하기 팝업에서 결제를 진행합니다.

NO	팝업	기능명	기능 설명
①	충전하기	금액 선택	충전할 금액 선택 또는 직접 입력
②	충전하기	충전금 결제	[충전금 결제] 클릭시 결제하기 팝업 노출
③	결제하기	신용카드 선택	충전하기 팝업에서 입력한 결제 금액이 맞는지 확인 한 후 결제할 신용카드를 선택
④	결제하기	결제하기	결제를 위한 동의 항목을 체크한 후 [결제하기] 클릭시 각 신용카드사별 PG 결제 과정이 연결됨 결제 과정이 완료되면 충전금 관리 > 유상 충전금 잔액에 결제 금액이 즉시 반영됨

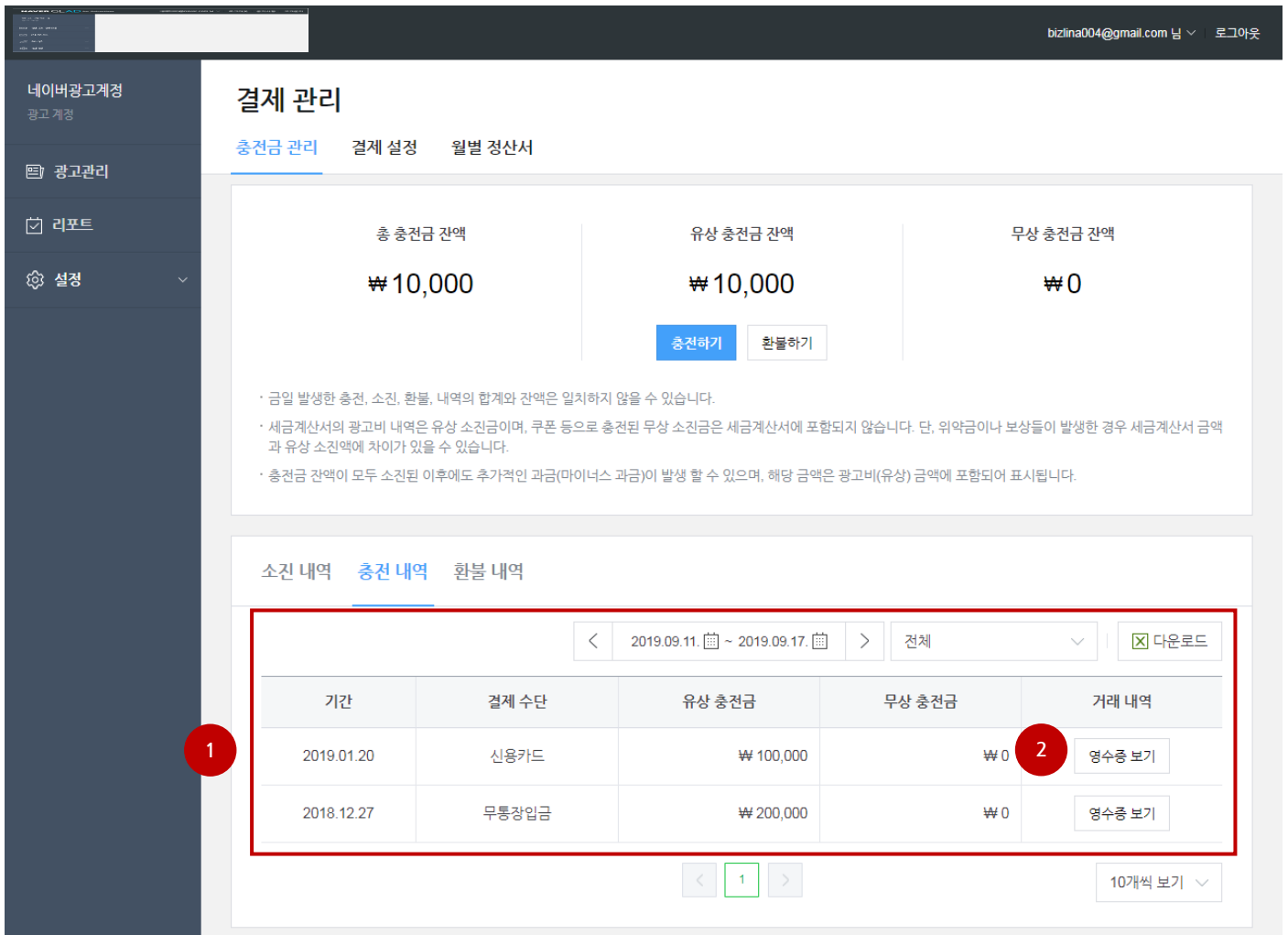
(2) 충전 내역 조회

유상 충전금 결제 후 충전 내역을 확인할 수 있습니다. 각 결제 건별로 결제 수단, 충전금액, 영수증 보기가 가능합니다.

1) 충전 내역

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제관리 > 충전금 관리 > 충전 내역

충전 내역은 설정한 기간 및 결제 수단별로 조회가 가능하며, 조회 결과는 엑셀 파일로 다운로드가 가능합니다.



[주의사항]

- ✓ 네이버 성과형 디스플레이 광고에서 충전은 네이버 GLAD 집행을 위한 목적으로만 사용해야 합니다. 그 외 다른 목적으로 오용할 경우 약관 위반에 해당하며 이에 따른 불이익이 발생할 수 있습니다.

2) 영수증 보기

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 충전금 관리 > 충전 내역 > 거래내역 [영수증 보기] 클릭

개별 결제 건에 대한 온라인 영수증 확인이 가능합니다. 영수증은 거래 내역을 확인하기 위한 용도이며, 부가가치세 신고는 월별 발행되는 세금계산서로 처리해야 합니다.

온라인 영수증	
<b>공급자</b>	<b>거래정보</b>
사업자 등록번호 220-81-02517	구매자명 (회원 ID) 네이버광고계정
업체명 NAVER㈜	상품명 GFA 충전금
대표자명 한성숙	결제일시 2018.05.16. 13:53:44
주소 경기도 성남시 분당구 불정로 6 그린백토리	결제수단 신용카드(롯데카드)
	결제번호 510300*****
	카드승인번호 1234567
	PG 신용카드-이니시스
	<b>금액 ₩ 1,950,000</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 해당 영수증은 거래내역 확인을 위한 용도이며, 회계처리 증빙으로 사용이 불가능 합니다.</li> <li>· 부가가치세 신고는 별도로 발행되는 세금계산서로 처리하여 주시기 바랍니다.</li> <li>· 세금계산서 관련 문의는 고객센터(1588-5896)로 연락해주시기 바랍니다.</li> <li>· 신용카드전표가 필요한 경우, 아래 사이트에서 출력가능하나 부가가치세 신고 용도로 사용할 수 없습니다.                      윌렛 : <a href="http://www.allatpay.com">www.allatpay.com</a>   KCP : <a href="http://www.kcp.co.kr">www.kcp.co.kr</a>   LG U+ : <a href="http://gc.credit.uplus.co.kr">gc.credit.uplus.co.kr</a>   이니시스 : <a href="http://www.inicis.com">www.inicis.com</a></li> </ul>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>닫기</span> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 10px;">인쇄하기</span> </div>	

## 2-2. 환불하기

### (1) 환불 방법

네이버 성과형 디스플레이 광고는 유상 충전금 잔액을 환불할 수 있으며, 무상 충전금 잔액은 환불이 불가합니다. 환불을 신청하면 원 결제 수단으로 환불됩니다.

환불 신청은 각 계정의 모든 마스터멤버가 신청 가능하며, 현금 환불은 등록된 환불 계좌로 환불됩니다. 단, 환불 계좌 등록 및 삭제는 결제 권한을 가진 결제 담당자만 가능합니다.

#### [주의 사항]

- ✓ 모든 광고 계정, 선불 결제 에이전시는 언제라도 환불 신청이 가능합니다. 단, 환불 신청을 하시려면 집행 중인 캠페인을 모두 중단(OFF)해야 가능합니다.
- ✓ 유상 충전금 잔액이 존재하는데 환불 가능 목록에 노출되지 않을 경우 고객센터를 통해 환불 신청해주시면 확인 후 환불을 진행해드립니다.

### 1) 환불 계좌 등록하기

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 결제 설정 > 환불 계좌 정보 [환불 계좌 등록하기] 클릭

가상계좌로 현금 입금한 경우 광고주의 환불 계좌로 환불됩니다. 현금 환불을 신청하려면 먼저 환불 계좌 정보를 등록해야 합니다. 환불 계좌 등록 및 삭제는 해당 계정의 결제 담당자만 가능합니다.

환불 계좌를 등록하려면 개인정보 수집 및 이용에 동의와 휴대전화 번호 인증이 필요합니다. 인증번호는 ONE ID 회원 정보의 휴대전화 번호로 발송됩니다.

#### ① 사업자 광고주의 경우

개인 사업자의 경우 “대표자명 또는 상호명” 계좌를, 법인 사업자의 경우 '법인명' 계좌를 등록해야 합니다. 계좌 정보와 사업자등록증 사본을 첨부한 후 [확인]을 클릭하면 운영자 검토 후 승인 또는 거절 처리됩니다. 검수 결과는 결제 담당자 정보의 휴대전화번호와 이메일로 발송됩니다.

**환불 계좌 등록**
✕

---

**환불 계좌 정보를 등록해 주세요.**

환불 계좌를 안전하게 관리하기 위해 계좌 정보와 사업자등록증 사본을 첨부해 주시면 운영자 검토 후에 등록됩니다.  
반드시 아래 안내 사항을 확인하신 후 정확한 정보를 입력해주세요.

**입금 은행** 신한은행(조흥은행 포함) ▾

**계좌번호** .....

**예금주명** 우리회사(주)

**사업자 등록증 ①** + 파일 업로드

---

환불 계좌의 예금주명이 아래의 경우에 한해서만 환불 계좌 등록이 가능합니다.

- 법인 사업자 : 법인명 계좌
- 개인 사업자 : 대표자명 또는 상호명 계좌

예금주명은 환불 받을 계좌에 표기된 예금주명과 정확히 일치해야 합니다.  
아래와 같이 상호명과 예금주명이 일부 다를 경우 '예금주명'을 입력하셔야 합니다.

- 사업자 등록증의 상호명 : 네이버 주식회사
- 계좌의 예금주명 : (주)네이버

환불 계좌 처리 결과는 알림 메일 또는 SMS로 안내해 드립니다.

취소
확인

- [주의 사항]**
- ✓ 환불계좌 등록 신청시 입력하시는 예금주명은 실제 환불 받으실 계좌의 통장에 표기된 예금주명과 정확히 일치해야 합니다. 환불 계좌 등록시 은행 계좌의 예금주명을 확인하신 후 입력해주시기 바랍니다.
  - ✓ 예를 들어, 사업자등록증의 상호명 또는 법인명은 "주식회사 마이컴퍼니", 실제 통장의 예금주명은 "마이컴퍼니(주)"인 경우,환불 계좌 등록 팝업에서 예금주명은 "마이컴퍼니 (주)"로 정확히 입력해야 합니다.
  - ✓ 만약, "주식회사 마이컴퍼니", "(주)우리회사" 또는 "우리회사"와 같이 일부 차이가 발생할 경우 환불 계좌 승인이 불가합니다.
  - ✓ 또한 "마이컴퍼니(주)" 또는 "마이컴퍼니 [주]"와 같이 띄어쓰기나 특수문자가 다르게 입력된 경우도 승인이 불가합니다.

**② 개인 광고주의 경우**

개인 광고주의 경우 광고 계정 등록 또는 관리 계정에서 결제 정보 등록시, 휴대전화 본인 인증을 통해 등록된 이름과 환불 계좌의 계좌주명이 동일한 경우에만 등록이 가능합니다. 즉, 개인 광고주의 계정은 광고주 본인의 계좌로만 환불 계좌 등록이 가능하며, 예금주명은 수정할 수 없습니다.

환불 계좌 등록
×

환불 계좌 정보를 등록해 주세요.

환불 계좌를 안전하게 관리하기 위해 환불 계좌 예금주명은 본인 인증한 결제 담당자 이름과 동일해야 합니다.

입금 은행

계좌번호

---

개인 광고주는 계정 등록시 휴대전화 본인 인증한 이름과 등록하신 계좌의 계좌주명이 동일한 경우에만 환불계좌 등록이 완료됩니다.

취소
확인

## 2) 환불 신청하기

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제관리 > 충전금 관리 > 유상 충전금 잔액 [환불하기] 클릭

환불 방식은 현금 환불, 신용카드 환불이 있으며, 원 결제 수단에 따라 구분됩니다.

총 환불 가능 금액 이내로 환불 신청이 가능하며, 최근 6 개월 이내 발생한 현금 입금, 신용카드 결제, 쿠폰 또는 관리자 지급 건 중 환불 가능 금액을 초과하지 않은 한도 내에서 최신 결제 건부터 계산됩니다.

환불 신청
×

---

총 환불 가능 금액 ₩1,150,000

---

현금 환불 가능 금액 환불 계좌 신한은행 129-86-31394

선택	결제일	결제 금액	환불 가능 금액
<input type="checkbox"/>	2018.12.10.	₩ 500,000	₩ 500,000
<input type="checkbox"/>	2018.09.21.	₩ 500,000	₩ 150,000

· 현금 환불 가능 금액은 광고주님의 현금 환불액을 고려하여 계산되며, 현금 환불은 입금까지 3 영업일이 소요될 수 있습니다.  
 · 현금 환불을 받으시려면 반드시 환불 계좌를 등록하셔야 합니다.  
 · 환불 계좌는 [결제 설정\(설정>결제 관리>결제 설정\)](#) 페이지에 등록 및 수정하실 수 있습니다.  
 · 환불 신청 후 환불 계좌 정보를 변경하면 환불 처리가 되지 않습니다. 계좌 입금이 완료된 후 환불 계좌 정보를 변경하세요.

---

신용카드 환불 가능 금액

선택	결제카드	결제일	결제 금액	환불 가능 금액
<input type="checkbox"/>	롯데카드	2018.11.15	₩ 500,000	₩ 500,000

· 신용카드는 최근 6개월 이내 결제 내역으로만 조회됩니다.  
 6개월 이전의 결제 내역에 대한 결제 취소는 '고객문의'를 통해 문의해 주시기 바랍니다.  
 · 신용카드 환불은 카드사의 정책에 따라 3-7영업일 정도 소요됩니다. 정확한 환불 일정은 해당 카드사로 문의해주세요.  
 · 신용카드 결제 내역은 광고주님의 계정을 통해 결제된 모든 카드(계 3자 명의의 카드 포함)의 결제 내역을 조회합니다.  
 따라서, 환불 요청을 위한 카드결제 목록 선택 시 해당 목록이 광고주님이 환불 받으시려는 카드결제 내역인지 확인하시고 신중히 선택하여 주시기 바랍니다.

총 환불 신청 금액
₩ 1,950,000

취소

확인

[TIP]

- ✓ 신용카드 결제 및 현금 입금으로 충전 후 6개월이 경과된 결제 내역에 대한 환불은 '고객문의'를 통해 문의해 주시기 바랍니다.

① 현금 환불

가상계좌 입금을 통해 충전된 경우 현금 환불이 가능하며, 현금 환불을 받으려면 반드시 환불 계좌를 등록해야 합니다. 만약 신용카드 결제로만 충전한 경우 환불계좌를 등록할 필요는 없습니다.

현금 환불 가능 금액은 해당 계정의 현금 환불액을 고려하여 계산되며, 환불 신청 후 입금까지 최대 3 영업일이 소요될 수 있습니다.

[주의사항]

- ✓ 환불 신청 후 환불 계좌 정보를 변경하면 환불 처리가 되지 않습니다. 계좌 입금이 완료된 후 환불 계좌 정보를 변경하세요.



② 신용카드 환불

신용카드 결제로 충전한 경우 환불 신청시 해당 결제 건에 대해 승인 취소를 요청합니다. 신용카드 환불은 카드사의 정책에 따라 3~7 영업일 정도 소요될 수 있습니다.

[주의사항]

- ✓ 신용카드 결제 환불은 해당 계정을 통해 결제된 모든 카드(제 3자 명의의 카드 포함)의 결제 내역을 조회합니다. 따라서 환불 요청시 환불 받으려는 정확한 결제 건이 맞는지 확인한 후 선택해 주세요.

(2) 환불 내역 조회

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제관리 > 충전금 관리 > 환불 내역

환불 내역은 설정한 기간 및 환불 상태 별로 조회가 가능합니다.

환불 상태는 결과 필드에서 확인할 수 있습니다.

환불 상태	설명
환불 신청 완료	광고주께서 환불 신청을 등록하신 상태
환불 처리중	환불 신청 내역에 대해 내부 검토 중인 상태
입금 대기중	환불 요청이 승인되어 입금 대기 중
계좌 오류	환불 요청이 승인되었으나 환불 계좌 오류로 인해 입금이 불가능한 경우
환불 완료	현금 입금 완료 또는 신용카드 승인 취소 요청 완료

## 2-3. 광고비 소진

### (1) 충전금 관리

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 충전금 관리

각 계정의 충전금 관리에서 유상/무상 충전금 잔액을 확인할 수 있습니다. 만약 유상/무상 충전금을 모두 보유하고 있을 경우 무상 충전금 잔액을 먼저 소진한 후 유상 충전금을 소진합니다.

#### 1) 유상 충전금

유상 충전금은 가상계좌 입금, 신용카드 결제를 통해 충전한 금액으로, 모든 캠페인이 중단되면 언제라도 환불 가능합니다. (해외 광고주의 경우 신용카드 결제만 가능합니다.) 세금계산서 발행 대상은 유상 충전금 소진 금액만 해당됩니다.

#### 2) 무상 충전금

무상 충전금은 프로모션 또는 이벤트를 통해 지급된 충전금입니다. 무상 충전금은 환불이 불가하며, 세금계산서 내역에도 반영되지 않습니다.

### (2) 소진 내역 조회

경로 : 광고 계정 또는 관리 계정 > 설정 > 결제관리 > 충전금 관리 > 소진 내역

광고비 소진 내역은 해당 계정에서 발생한 광고비 소진 내역을 일별, 월별로 조회 가능합니다. 조회 기간은 일별 조회시 최대 62 일(2 개월), 월별 조회시 12 개월(1 년)까지 조회 가능합니다.

광고비 소진 금액은 VAT 포함 금액이며, 유상/무상 구분하여 확인할 수 있습니다.

AT\_테스트2\_네이티브  
형  
광고 계정 (마스터)

☰ 광고 관리

☑ 리포트

🔗 도구

⚙️ 설정

결제 관리

🔒 권한 관리

👤 광고 계정 관리

## 결제 관리

총전금 관리
결제 설정
월별 정산서

총 총전금 잔액

₩ 1,968,184

유상 총전금 잔액 ①

₩ 1,000,000

충전하기
환불하기

무상 총전금 잔액

₩ 968,184

· 금일 발생한 충전, 소진, 환불 내역의 합계와 잔액은 일치하지 않을 수 있습니다.  
 · 세금계산서의 광고비 내역은 유상 소진금이며, 쿠폰 등으로 충전된 무상 소진금은 세금계산서에 포함되지 않습니다. 단, 광고비 보상 및 위약금 등이 발생한 경우 세금계산서 금액과 유상 소진금이 차이가 있을 수 있습니다.  
 · 충전금 잔액이 모두 소진된 이후에도 추가적인 과금(마이너스 과금)이 발생할 수 있으며, 해당 금액은 유상 소진금에 포함됩니다.

소진 내역
충전 내역
환불 내역

일별
월별
<
2019.11.07. 📅 ~ 2019.11.13. 📅
>
전체 ▾
☑ 다운로드

기간	총 소진금 ①	유상 소진금 ①	무상 소진금 ①
2019.01.13.	₩ 520,100	₩ 0	₩ 520,000
2019.01.12.	₩ 114,450	₩ 114,450	₩ 0
2019.01.11.	₩ 212,798	₩ 212,798	₩ 0

[주의사항]

- ✓ 소진 내역은 실제 광고비 결제가 발생하는 계정에서만 제공 가능합니다. 관리 계정에 통합 결제 연결 중인 광고 계정의 경우 소진 내역 확인이 불가능합니다. 통합 결제 연결 중인 광고 계정의 소진 내역을 확인하려면, 관리 계정 담당자로부터 별도로 전달받아야 합니다.

소진 내역
충전 내역
환불 내역

통합 결제를 이용중입니다. 통합결제 이용 중 발생한 광고비 소진 내역은 관리 계정에서만 확인 가능합니다.

<
최근 7일 2018.01.15. 📅 ~ 2018.01.18. 📅
>
일별 ▾
☑ 다운로드

- ✓ 네이버 성과형 디스플레이 광고의 광고비 소진 금액은 소수점 이하로 발생할 수 있으나, 소진 내역은 1원 단위에서 반올림된 금액으로 계산됩니다.
- ✓ 최종 정산 금액은 세금계산서 발행 금액을 기준으로 합니다.

또한, 소진 내역은 게재 위치 단위로 조회할 수 있습니다. 게재 위치는 광고 그룹 > 게재 위치에서 제공되는 항목과 동일합니다.

소진 내역    충전 내역    환불 내역

일별    월별    < 2019.11.07. ☞ ~ 2019.11.13. ☞ >    게재 위치    다운로드

기간	게재 위치	총 소진금 ①	유상 소진금 ①	무상 소진금 ①
2019.01.13.	모바일 메인	₩ 320,000	₩ 0	₩ 320,000
2019.01.13.	모바일 서브_배너	₩ 200,100	₩ 0	₩ 200,100
2019.01.12.	모바일 메인	₩ 64,000	₩ 64,000	₩ 106
2019.01.12.	모바일 서브_피드	₩ 50,450	₩ 50,450	₩ 22
2019.01.11	밴드_피드	₩ 91,338	₩ 91,338	₩ 338

[주의사항]

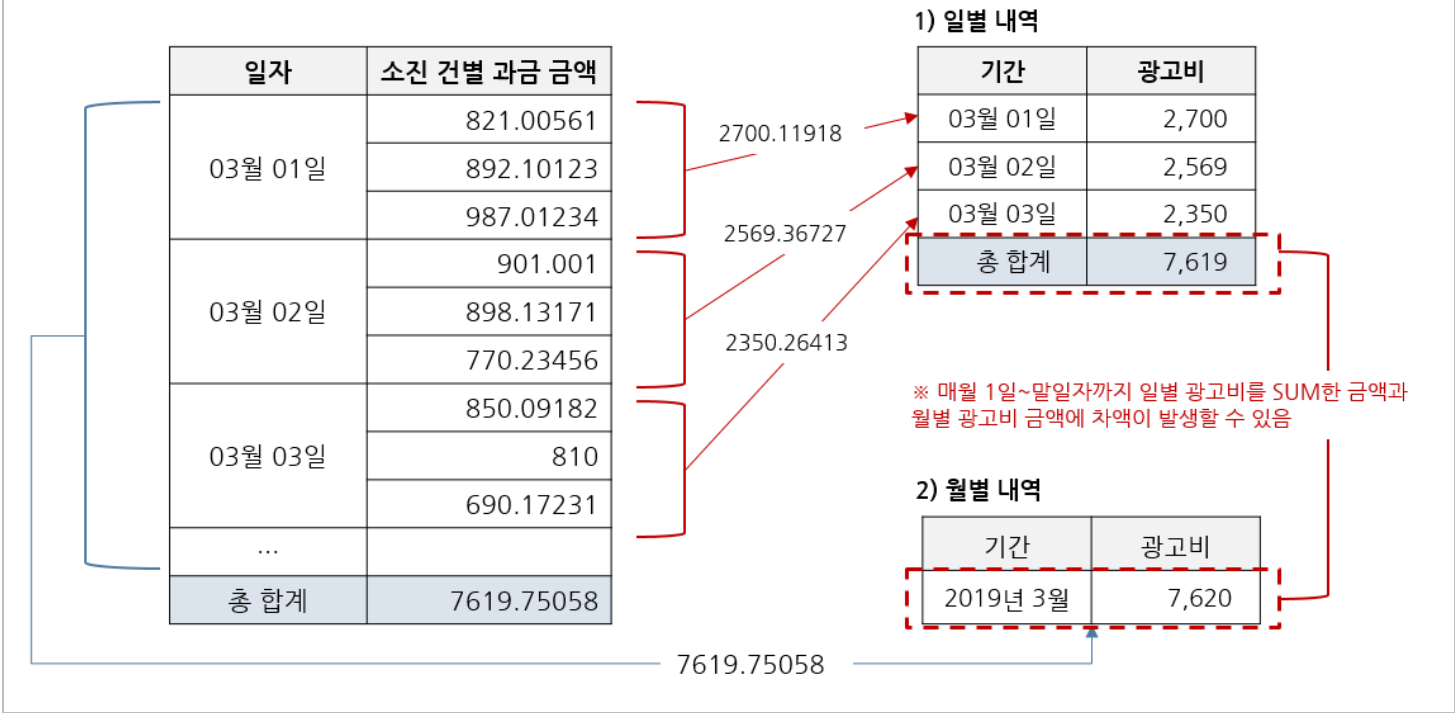
- ✓ 게재 위치 개편(2021.10.07) 이전 데이터의 경우 과거 기준의 게재 위치 이름으로 표시될 수 있습니다. '네이버 > 스마트채널' 게재 위치의 경우 광고 그룹 > 게재 위치 설정에 따라 개편 이후 '네이버 > 스마트채널' 및 '네이버 패밀리 매체 > 스마트채널' 으로 각각 표시될 수 있지만, 과거 데이터는 '네이버 > 스마트채널' 로만 표시되며, '밴드 피드' 게재 위치의 경우도 개편 이후 '네이버 패밀리 매체 > 피드 영역'으로 표시되지만, 과거 데이터는 '밴드 피드' 게재 위치로 표시됩니다.

광고 플랫폼 광고주 화면에서 광고비는 정수로 표기되지만 실제 소수점 이하 금액으로 발생할 수 있습니다. 그러므로 광고주 화면에서 소진금 조회 내역을 확인할 경우 일별 광고비 합계와 월별 광고비 합계가 다를 수 있습니다.

예를 들어, 광고주가 입력한 입찰 금액이 950 원(VAT 별도) 일 때, 실시간으로 차감되는 실제 과금 광고비 821.34561..., 892.00123..., 987.87234 ...와 같이 발생할 수 있습니다. 소진 내역 화면에서 각 조회 조건으로 검색한 결과는 반올림 처리되기 때문에 조회 조건에 따라 금액이 다를 수 있습니다.

세금계산서 발행 금액은 월별 정산서의 정산 내역 전체 금액과 동일합니다.

[예시] 광고 집행 기간이 3월 1일 ~ 3월 3일, 입찰가는 950 원(VAT 별도)일 경우



### 2-4. 월별 정산서

매월 첫 영업일에 전월 1일~ 말일 동안 발생한 유상 소진 금액 기준으로 월별 정산서가 게시되며, 5 영업일 이내 해당 사업자정보로 세금계산서가 발행됩니다. 단, 통합 결제를 이용중인 광고 계정의 경우 월별 정산서가 제공되지 않으므로, 통합 결제 이용 중에 발생한 광고비는 연결 중인 통합 결제 관리 계정의 담당자에게 문의해 주셔야 합니다.



## [주의사항]

- ✓ 매월 첫 영업일에 월별 정산서가 게시되면 각 계정의 정산담당자는 해당 내용을 확인한 후 금액이나 광고주 정보가 잘못된 경우 정산 확정일(매월 초 2 영업일) 이내 고객 문의를 통해 문의해 주셔야 합니다 정산 확정일이 경과한 경우 당월 정정이 어려울 수 있습니다.
- ✓ 네이버 성과형 디스플레이 광고는 소수점 이하 금액이 발생할 수 있으므로, 정산 내역의 게재 위치 별 소진금 및 수수료를 합친 금액은 반올림되어 계산되기 때문에 전체 금액과 차이가 발생 할 수 있습니다.
- ✓ 세금계산서는 월별 정산서 정산 내역의 전체 금액으로 발행됩니다.
- ✓ 에이전시 서비스 타입으로 등록된 대행사의 관리 계정일 경우 정산 내역에 예상 수수료가 함께 제공됩니다. 수수료는 전월 광고비 총액을 반올림한 후 해당 에이전시의 수수료율을 적용하여 계산되며, VAT 가 포함된 금액입니다.
- ✓ 에이전시 관리 계정의 경우 정산 내역을 영업 관리 설정 타입 별 확인이 가능합니다.
  - 통합 결제 계정 매출 : 정산 월 동안 통합 결제 연동된 광고 계정에서 발생한 매출 현황과 그 수수료 금액이 표시되며, 후불 에이전시인 경우 통합 결제 계정 매출의 유상 소진 금액으로 세금계산서 발행
- ✓ 대행권 이관 계정 매출 : 정산 월 동안 대행권 이관 상태의 광고계정에서 발생한 매출 현황과 수수료 금액 표시
- ✓ 게재 위치 개편(2021.10.07) 이전 데이터이 경우 과거 기준의 게재 위치 이름으로 표시될 수 있습니다. '네이버 > 스마트채널' 게재 위치의 경우 광고 그룹 > 게재 위치 설정에 따라 개편 이후 '네이버 > 스마트채널' 및 '네이버 패밀리 매체 > 스마트채널' 으로 각각 표시될 수 있지만, 과거 데이터는 '네이버 > 스마트채널' 로만 표시되며, '밴드 피드' 게재 위치의 경우도 개편 이후 '네이버 패밀리 매체 > 피드 영역'으로 표시되지만, 과거 데이터는 '밴드 피드' 게재 위치로 표시됩니다.

### 3. 통합 결제

통합 결제는 여러 광고 계정을 운영하면서, 광고비를 한번에 결제하고 월별 세금계산서를 하나만 발행 받기를 원하는 대행사 또는 광고주께서 사용 가능한 결제 옵션입니다.



#### [TIP]

- ✓ 관리 계정에서는 통합 결제만 가능하지만, 관리 계정에서 반드시 결제를 해야하는 것은 아닙니다.
- ✓ 관리 계정을 생성하고 광고 계정 연동을 통해 광고 관리 및 리포트 조회만 사용하고 싶으시다면, 결제 정보를 등록하지 않아도 됩니다.

#### 3-1. 결제 정보 등록

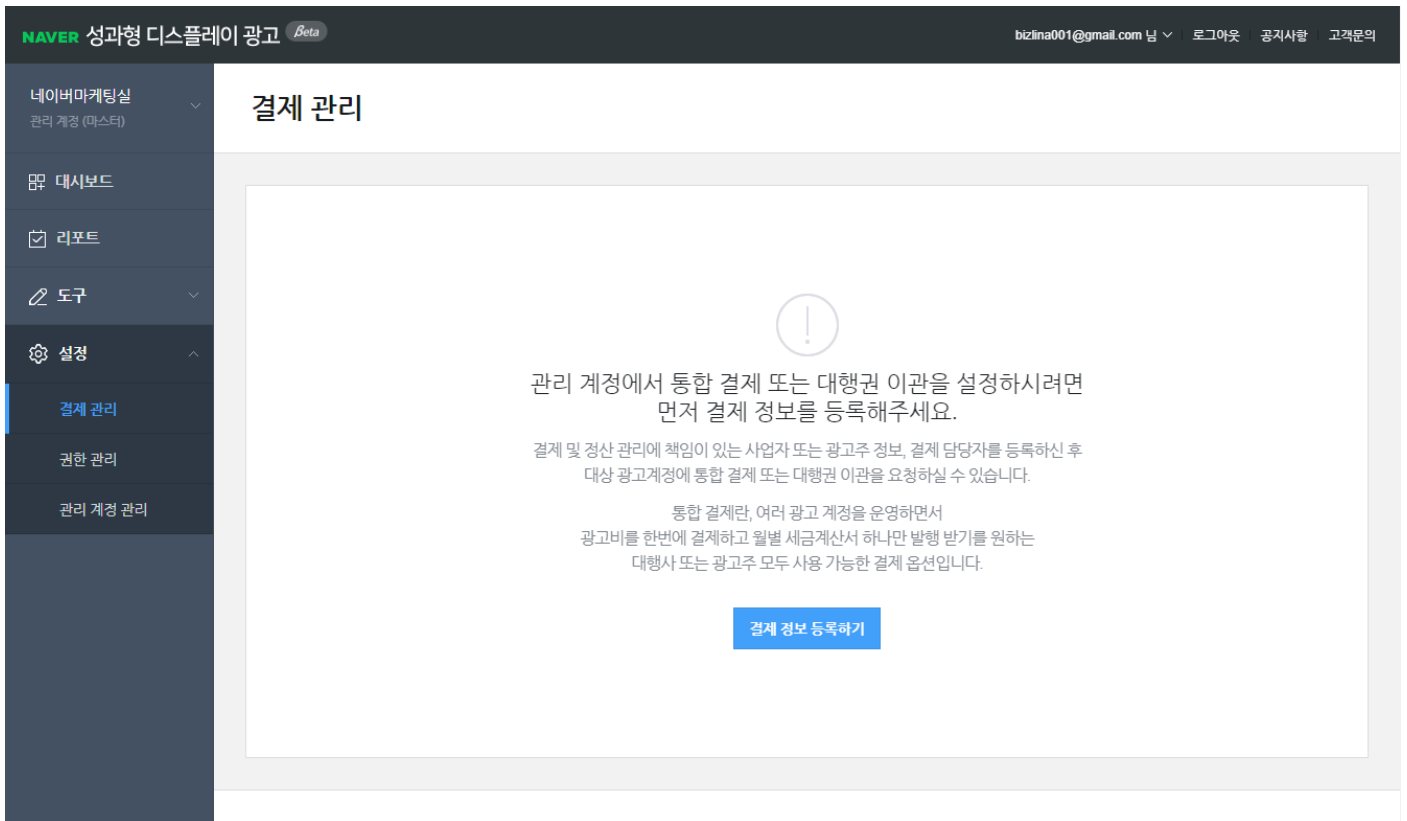
관리 계정에서 통합 결제를 사용하려면 먼저 결제 정보를 등록해야 합니다. 결제 정보는 결제 및 정산 관리에 책임이 있는 사업자의 사업자 등록 정보와 결제 담당자로 구성됩니다. 개인 광고주의 경우 휴대전화번호 본인 인증 후 결제 정보 등록이 가능합니다.

##### (1) 결제 정보 등록하기

경로 : 관리 계정 > 설정 > 결제 관리

관리 계정에서는 통합 결제만 가능하지만, 관리 계정에서 반드시 결제를 해야 하는 것은 아닙니다. 관리 계정을 생성하고 광고 계정 연동을 통해 광고 관리 및 리포트 조회만 사용할 수 있습니다. 이런 경우 결제 정보를 등록하지 않아도 됩니다.

만약 관리 계정에서 하위 광고 계정의 광고비를 통합 결제하고자 할 경우 반드시 결제 대상이 되는 사업자 또는 광고주 정보와 결제 담당자 정보를 등록해야 합니다.



### ① 직접 광고주 서비스

국내 법인/개인 사업자 또는 개인 광고주가 대행사 통하지 않고 직접 운영하실 경우 서비스 타입으로 “직접 광고주 서비스”를 선택하신 후 광고주 유형에 맞게 사업자 정보 또는 개인 광고주 정보, 결제 담당자 정보를 등록합니다.

직접 광고주 서비스 타입으로 결제 정보를 등록하시면 별도의 검수 과정 없이 등록 직후부터 충전금을 결제하신 후 광고 집행이 가능합니다.



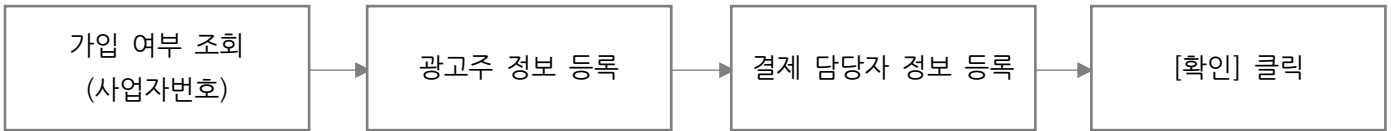
[주의사항]

- ✓ 관리 계정에서 광고주 본인의 복수 광고 계정의 결제 및 정산을 한번에 처리하기 위한 목적으로 통합 결제를 이용하실 수 있으며, 이를 위반할 경우 네이버 성과형 디스플레이 광고의 이용이 제한될 수 있습니다.
- ✓ 광고주로부터 적법한 권한을 부여받은 경우 광고주의 광고 계정을 통합 관리할 수 있습니다.

### A. 사업자 광고주(법인/개인)인 경우

사업자 광고주 결제 정보 등록 절차는 다음과 같습니다.





법인 또는 개인 사업자 광고주의 경우 사업자 정보로 등록해야 합니다. 네이버에 기 등록된 사업자등록번호일 경우 등록된 사업자정보가 조회됩니다. 조회 결과가 없을 경우 사업자 정보를 직접 입력한 후 사업자등록증 사본을 첨부하여 등록하면 결제 정보 등록 과정이 완료됩니다.

결제 정보 등록이 완료되면 결제 관리 > 결제 설정에서 등록된 광고주 정보 및 결제 담당자 정보 확인이 가능합니다.

### 가입여부 조회

사업자 광고주는 사업자 등록번호를 입력하여 가입해주세요.  
관리 계정에서 광고주 본인의 복수 광고 계정의 결제 및 정산을 한번에 처리하기 위한 목적으로 통합 결제를 이용하실 수 있으며, 이를 위반할 경우 네이버 GFA 서비스 이용이 제한될 수 있습니다.  
단, 광고주로부터 적법한 권한을 부여 받은 경우 광고주의 광고 계정을 통합 관리할 수 있습니다.

사업자 등록번호 검색  조회하기

**광고주 정보** 아래 정보로 세금계산서가 발행됩니다. 정보 변경

입력하신 사업자등록번호로 등록된 사업자 정보가 있습니다.

사업자 정보가 변경되었거나 수정이 필요한 경우 [정보 변경] 버튼을 눌러 변경해주세요.  
등록하신 사업자 정보는 결제 및 세금계산서 발행과 결제 관리에 책임이 있는 회사를 식별하는데 사용됩니다.

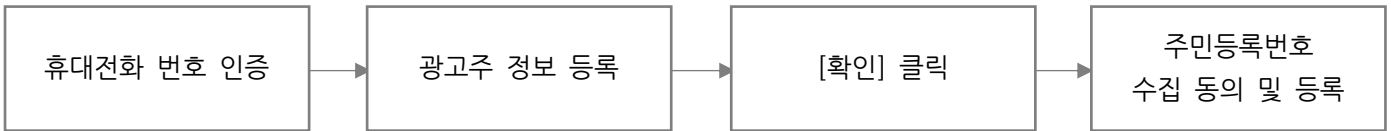
<p>사업자 번호      220-81-62517</p> <p>업체(법인)명    네이버</p> <p>대표자명        한**</p> <p>업종             인터넷</p> <p>업태             상거래</p>	<p>사업자 주소      13561 경기도 성남시 분당구 정자동 178-1 그린팩토리 1</p>
--	--

[TIP]

- ✓ 네이버 성과형 디스플레이 광고에서는 광고주께서 사업자 정보를 반복적으로 입력하는 번거로움을 줄이고자 기 등록된 사업자 정보가 있을 경우 조회할 수 있도록 하였습니다.
- ✓ 결제 정보 등록시 또는 등록 완료 이후도 사업자정보 수정이 가능하며, 수정시 이미 생성된 계정에는 영향을 주지 않습니다.

**B. 개인 광고주인 경우**

개인 광고주의 결제 정보 등록 절차는 다음과 같습니다.



개인 광고주는 본인 확인을 위해 광고주 본인의 휴대전화 번호로 인증 후 가입이 가능합니다. [본인 휴대전화 인증]을 클릭하여 본인 인증이 성공하면 광고주명과 휴대전화번호가 자동으로 입력되며 변경 불가능합니다. 개인 광고주의 경우 금융 거래를 위해 개인 식별정보(주민등록번호) 수집을 받고 있으며, 주민등록번호 등록이 완료되면 결제 설정이 완료됩니다.

결제 정보 등록이 완료되면 결제 관리 > 결제 설정에서 등록된 광고주 정보 확인이 가능합니다. 개인 광고주의 경우 본인의 주민등록번호로 세금계산서 발행이 되고 수정할 수 없기 때문에 결제 담당자 위임이 불가능합니다.

### 가입여부 조회

---

개인 광고주는 본인 확인을 위해 광고주 본인의 휴대전화 번호로 인증 후 가입해주세요.  
관리 계정에서 광고주 본인의 복수 광고 계정의 결제 및 정산을 한번에 처리하기 위한 목적으로 통합 결제를 이용하실 수 있으며, 이를 위반할 경우 네이버 GFA 서비스 이용이 제한될 수 있습니다.

개인 광고주 휴대폰 인증    본인 휴대전화 인증    인증이 성공되었습니다.

개인 광고주의 경우 통합 결제를 등록하기 위해서 본인 확인이 필요합니다.  
허위 정보 또는 타인의 정보를 등록하신 경우 관리 계정 운영 및 결제 관리 등이 제한될 수 있습니다.

---

### 광고주 정보

---

광고주 본인 확인이 완료되었습니다.

개인 광고주께서는 반드시 광고주 본인의 정보로 등록하셔야 합니다. 광고주 본인의 정보가 맞는지 확인해주세요.  
광고주께서는 본 계정에서 발생하는 결제 및 정산의 책임자로서 광고비 충전, 환불 뿐 아니라, 세금계산서 수신, 결제 담당자 위임 등 모든 결제 관리 메뉴를 이용할 권한을 가집니다.

담당자명	홍길동
휴대전화 번호	01020003000
세금계산서 수신 이메일 ①	manger01@gmail.com <span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px 5px;">변경</span>

광고주 정보 최초 등록하실 경우 로그인계정 가입시 입력하신 이메일주소가 자동으로 등록되며, 결제 관련 정보 및 세금계산서가 입력하신 이메일주소로 발송됩니다.

## ② 에이전시 서비스

네이버 성과형 디스플레이 광고와 협의된 대행사의 경우 에이전시 서비스로 등록이 가능합니다. 에이전시 서비스는 에이전시는 광고주로부터 다른 광고 계정의 광고를 운영 대행하기 위한 적법한 권한을 부여 받아야 합니다. 대행사로 네이버와 사전에 협의된 경우에만 승인이 가능합니다.

### 서비스 타입 선택

직접 광고주 서비스  
광고를 직접 운영하시는 사업자 또는 개인 광고주가 통합결제를 등록할 경우

에이전시 서비스  
광고계정 소유자로부터 정당한 권한을 부여 받아 다른 광고 계정을 관리하는 에이전시일 경우

에이전시 사업자 등록번호와 결제 담당자 정보를 입력 후 등록하시면 검수가 진행됩니다. 검수 기간은 최대 3 영업일이 소요될 수 있으며 검수 결과는 결제 담당자의 이메일 및 SMS로 안내됩니다.

에이전시 정보를 잘못 입력했거나 네이버 성과형 디스플레이 광고 운영자와 사전 협의되지 않았을 경우 등록 요청이 반려될 수 있으며, 반려 시 등록했던 정보는 모두 삭제됩니다.

### 가입여부 조회

에이전시의 사업자 등록번호를 입력하여 가입해주세요.  
에이전시는 광고주로부터 다른 광고 계정의 광고를 운영 대행하기 위한 적법한 권한을 부여 받아야 합니다.  
네이버 GFA 광고 에이전시로 등록하시면 검수 절차를 거친 후 통합 결제를 이용하실 수 있습니다.  
입력하신 사업자 정보 및 결제 담당자 정보가 정확하지 않을 경우 에이전시 등록 요청이 반려되고 입력하신 모든 정보는 삭제됩니다.

사업자 등록번호 검색

**에이전시 정보** 아래 정보로 세금계산서가 발행됩니다.

**입력하신 사업자등록번호로 등록된 사업자 정보가 있습니다.**  
사업자 정보가 변경되었거나 수정이 필요한 경우 [정보 변경] 버튼을 눌러 변경해주세요.  
등록하신 사업자 정보는 결제 및 세금계산서 발행과 결제 관리에 책임이 있는 회사를 식별하는데 사용됩니다.

사업자 번호	220-81-62517	사업자 주소	13561 경기도 성남시 분당구 정자동 178-1 그린팩토리 1
업체(법인)명	네이버		
대표자명	한■■■		
업종	인터넷		
업태	상거래		

**[주의사항]**

- ✓ 에이전시는 사전에 반드시 광고주로부터 광고 계정의 광고를 운영 대행하기 위한 적법한 권한을 부여 받아야 합니다. 네이버 성과형 디스플레이 광고 에이전시로 등록하시면 검수 절차를 거친 후 통합 결제 또는 대행권 이관 설정 기능을 이용하실 수 있습니다.
- ✓ 대행사 사업자께서는 “에이전시 서비스” 타입으로 결제 정보를 등록하신 후 통합 결제 또는 대행권 이관이 설정된 광고 계정의 유상 집행 금액에 대해서만 대행사 수수료가 지급됩니다.

### 3-2. 통합 결제 설정

#### (1) 통합 결제 요청하기

경로 : 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 통합 결제 설정

직접 광고주의 경우 결제 정보 등록, 대행사인 경우 에이전시 등록 및 검수 승인이 완료되면 통합 결제를 연결할 수 있습니다. 통합 결제 연결 요청 권한은 해당 관리 계정의 결제 담당자만 가능합니다.

관리 계정에 광고주 또는 에이전시의 사업자 정보 등록이 완료되면 연동된 하위 광고 계정에 통합 결제 연결 요청할 수 있습니다. 광고 계정의 결제 담당자가 요청을 승인하면 즉시 통합 결제가 설정됩니다.

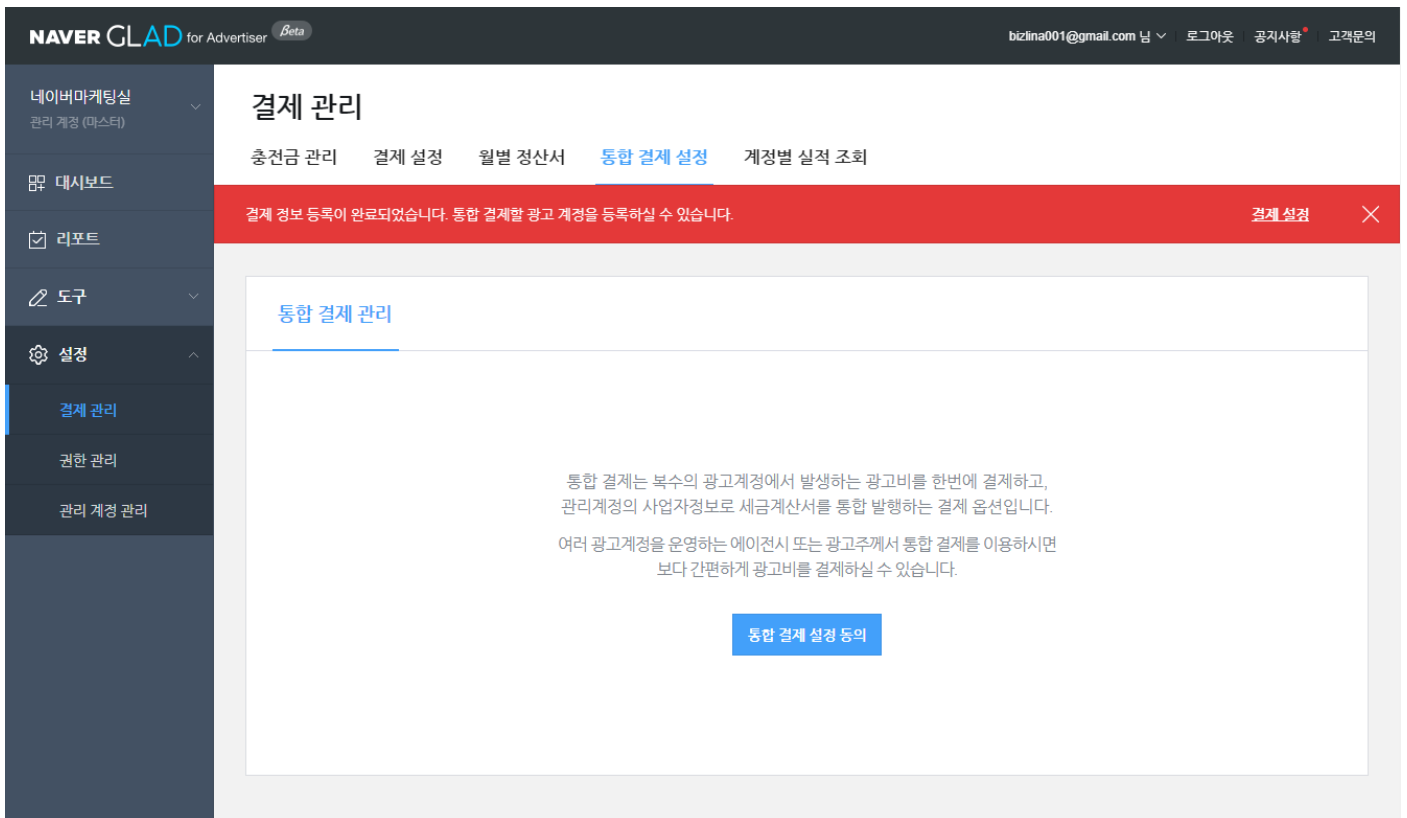
[TIP]

- ✓ 에이전시인 경우, 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 영업 관리 메뉴를 통해 통합 결제 관리 또는 대행권 이관 설정이 가능합니다.

#### 1) 통합 결제 설정 동의

경로 : 관리 계정 > 설정 > 통합 결제 설정

관리 계정에서 하위 광고 계정에 통합 결제를 처음 요청하는 경우 통합 결제 설정 동의가 필요합니다. 광고 계정에서 통합 결제 연결 승인 이후 발생하는 광고비는 본 관리 계정의 충전금에서 지출되기 때문에 통합 결제 연결 시 주의해야 합니다.



통합 결제 설정 동의
✕

**통합 결제란?**  
 통합 결제는 복수의 광고계정에서 발생하는 광고비를 한번에 결제하고, 관리계정의 사업자정보로 세금계산서를 통합 발행하는 결제 옵션입니다. 여러 광고계정을 운영하는 에이전시 또는 광고주께서 통합 결제를 이용하시면 보다 간편하게 광고비를 결제하실 수 있습니다.

**통합 결제 설정 방법**

- 아래 주의사항을 확인하신 후 통합 결제 설정에 동의해주세요.
- 광고계정을 선택하신 후 통합 결제 연결을 요청합니다.
- 광고계정의 결제 담당자가 통합 결제 요청을 수락하면 통합 결제 연결이 완료됩니다.

**주의 사항**

· 통합 결제에 연결할 광고계정은 관리 계정과 동일한 통화를 사용해야 합니다.

· 광고 계정에서 통합 결제 연결 승인 이후 발생하는 광고비는 본 관리 계정의 충전금에서 지출됩니다. 그러므로 광고 계정에서 집행중인 캠페인이 없을 경우에만 통합 결제 요청을 승인할 수 있습니다.

· 관리계정의 충전금이 충분하지 않은 상태에서 여러 광고 계정이 동시에 연결될 경우 충전금 부족으로 인해 모든 광고가 중단될 수 있습니다. 통합결제 요청 전에 관리계정의 충전금 잔액이 충분한지 확인해주세요.

위 내용을 숙지하였으며, 통합 결제 설정에 동의합니다.

취소
동의

- [주의사항]**
- ✓ 관리 계정의 충전금이 충분하지 않은 상태에서 여러 광고 계정이 동시에 연결될 경우 충전금 부족으로 인해 모든 광고가 중단될 수 있습니다. 통합 결제 요청 전에 관리 계정의 충전금 잔액이 충분한지 확인해주세요.
  - ✓ 관리 계정에서 광고 계정 연동할 때 국가/시간대/통화 제한이 없으나, 통합 결제 연결하려면 관리 계정과 광고 계정의 국가/시간대/통화 정보가 반드시 동일해야 합니다.

## 2) 통합 결제 요청

경로 : 관리 계정 > 설정 > 통합 결제 설정

관리 중인 광고 계정에 통합 결제 요청을 보낼 수 있습니다. 통합 결제 요청 팝업에 노출되는 광고 계정 목록 중 해당 관리 계정과 통합 결제 또는 대행권 이관 상태이거나, 요청을 보낸 계정의 국가/통화/시간대가 관리 계정과 다른 광고 계정의 경우 비활성화 되어 선택이 불가능합니다.

통합 결제 요청
✕

통합 결제에 연결할 광고 계정을 선택해주세요.  
 통합 결제에 연결할 광고 계정을 선택하신 후 [확인] 버튼을 눌러주세요.  
 광고 계정의 결제 담당자가 요청을 수락하는 즉시 관리 계정의 충전금에서 광고비가 소진됩니다.

관리 계정의 국가, 통화, 시간대가 동일한 광고 계정만 선택 가능합니다.  
 선택이 불가능한 경우 해당 광고 계정 정보를 확인해주세요.

선택된 광고 계정 총 2개

광고 계정명

검색어를 입력해주세요.

🔍

선택	광고 계정	사업자등록번호	결제 담당자 ID	상위 관리 계정
<input checked="" type="checkbox"/>	네이버광고계정 2004	220-81-62517	biz*****@gmail.com	네이버마케팅실 1344
<input checked="" type="checkbox"/>	테스트광고계정B 2059	*****	biz*****@gmail.com	네이버주식회사 1330
<input type="checkbox"/>	테스트광고계정A 2001	*****	my*****@gmail.c...	네이버주식회사 1330

<
1
>

취소
확인

통합 결제에 연결할 광고 계정을 검색하기 위한 필터는 아래와 같습니다.

검색 필터	설명
광고 계정명	기본 선택 값, 광고 계정명
광고 계정ID	광고 계정 ID
사업자등록번호	광고 계정의 사업자등록번호
상위 관리 계정명	광고 계정 직속 상위 관리 계정
상위 관리 계정ID	광고 계정 직속 상위 관리 계정

통합 결제 요청을 전송하면 대기중인 요청 관리 영역에 노출되며, 광고 계정의 결제 설정 화면에도 통합 결제 요청 내역이 노출됩니다. 광고 계정 결제 담당자가 통합 결제 요청을 수락하기 전까지 요청 취소가 가능하며, 요청 취소시 대기중인 요청 관리 목록에서 삭제되며, 광고 계정의 통합 결제 요청 내역도 자동으로 삭제됩니다.

NAVER 성과형 디스플레이 광고 Beta
bizlina004@gmail.com 님 로그아웃

네이버주식회사  
관리 계정
대시보드
리포트
설정
결제 관리
권한 관리
관리 계정 관리

### 결제 관리

[총전금 관리](#)  
 [결제 설정](#)  
 [일별 정산서](#)  
 [통합 결제 설정](#)  
 [계정별 실적 조회](#)

#### 통합 결제 관리

통합 결제는 복수의 광고계정에서 발생하는 광고비를 한번에 결제하고, 관리계정의 사업자정보로 세금계산서를 통합 발행하는 결제 옵션입니다. 통합 결제 요청을 통해 연동 중인 광고 계정을 등록할 수 있습니다.

+ 통합 결제 요청

광고 계정	결제 담당자 ID	상위 관리 계정	연결 일자	상태	관리
네이버광고계정 2084	na*****@gmail.com	네이버마케팅실 1344	2019.01.24	승인	<input type="button" value="연동 해제"/>

<
1
>

#### 대기중인 요청 관리

광고 계정	결제 담당자 ID	상위 관리 계정	요청 일자	상태	관리
MyBuisness.com 2059	bi*****@gmail.com	ABC Agency 1330	2019.01.24	승인대기	<input type="button" value="요청 취소"/>

<
1
>

[주의사항]

- ✓ 통합 결제 요청 및 요청 취소 시 해당 관리 계정 및 광고 계정의 마스터 멤버 모두에게 알림이 발송됩니다.
- ✓ 통합 결제 요청 후 일정 기간 동안(10 일) 요청에 응답하지 않을 경우, 요청이 자동으로 취소됩니다.

- ✓ 대행권 이관 설정 해제 후 통합 결제 요청은 캠페인 10분 off 후 바로 진행하실 수 있으며 승인 시 해당 관리 계정에서 광고비 소진 및 세금계산서 금액 집계가 됩니다.

2) 통합 결제 요청 승인 및 거절

경로 : 광고 계정 > 설정 > 결제 설정 > 결제 설정 정보

광고 계정에서 관리 계정으로 부터 통합 결제 요청을 받으면 대기중인 요청 관리 영역이 노출됩니다. 단 통합 결제 요청 승인 및 거절 권한은 해당 광고 계정의 결제 담당자에게만 주어지기 때문에 대기중인 요청 관리 목록은 결제 담당자에게만 노출됩니다.

**통합 결제 사용**

---

**대기중인 요청 관리**

관리 계정	결제 담당자 ID	요청 일자	상태	관리
네이버주식회사 1330	bi*****@gmail.com	2019.01.22	승인대기	<input type="button" value="거절"/> <input type="button" value="승인"/>

[주의사항]

- ✓ 통합 결제를 요청한 관리 계정이 광고주 본인 또는 적법한 권한을 부여한 대행사가 맞는지 반드시 확인하신 후 승인해 주세요.
- ✓ 통합 결제 요청을 승인 및 거절은 결제 담당자만 가능합니다. 결제 담당자 미등록 시 해당 광고 계정을 최초 생성한 마스터 권한 멤버가 결제 담당자로 지정되어 있습니다. 결제 담당자를 변경하시려면 최초 계정한 마스터 멤버가 결제 담당자 정보를 등록하신 후 다른 멤버로 위임해야 합니다.
- ✓ 광고 계정의 결제 담당자가 통합 결제 요청을 승인하려면 아래 조건이 만족되어야 합니다.
  - 광고 계정에 등록된 모든 캠페인 상태가 OFF 이고 마지막 캠페인이 OFF 된지 10분 경과되어야 함
  - 현재 다른 관리 계정에 연결된 통합 결제가 없어야 함
- ✓ 통합 결제 요청을 거절해도 다시 동일한 관리 계정에서 요청을 받을 수 있습니다.

대기중인 요청 관리 목록에서 [승인] 버튼을 클릭하면 통합 결제 요청 승인 팝업이 노출됩니다. 주의사항을 확인 하신 후 요청 승인 또는 취소가 가능합니다.

통합 결제 연결을 승인한 이후 발생하는 광고비는 관리 계정의 충전금에서 지출됩니다. 그러므로 광고 계정에서 집행 중인 캠페인을 모두 중지하신 후 통합 결제 요청을 승인할 수 있으며, 통합 결제 연결 이후 발생한 소진 내역 및 광고비 대한 월별 세금계산서는 관리 계정 결제 담당자를 통해 별도로 발급을 받으셔야 합니다.

통합 결제 요청 승인
×

통합 결제 요청을 승인하시겠습니까?  
통합 결제 연결 시 주의사항을 확인해주세요.

- 통합 결제 연결 요청을 승인한 이후 발생하는 광고비는 관리 계정의 충전금에서 지출됩니다. 그러므로 광고 계정에서 집행중인 캠페인을 모두 중지하신 후 통합 결제 요청을 승인할 수 있습니다.
- 통합 결제를 요청한 관리 계정이 광고주 본인 또는 적법한 권한을 부여한 대행사가 맞는지 반드시 확인하신 후 승인해 주세요.
- 통합 결제 연결 이후 발생한 광고비에 대한 월별 세금계산서는 관리 계정 결제 담당자를 통해 별도로 발급 받으셔야 합니다.
- 관리 계정의 충전금이 부족할 경우 통합 결제 설정 후 모든 광고가 중단될 수 있습니다.

취소
확인

만약 캠페인 상태가 ON인 것이 1개 이상 존재할 경우 일괄 OFF 기능을 사용할 수 있습니다. 아래 팝업에서 [확인]을 클릭하시면 모든 캠페인 상태가 OFF로 변경됩니다. 단, 통합 결제 연결 후 캠페인이 자동 재시작되지 않으므로 반드시 운영관리 권한 이상의 멤버가 직접 캠페인을 ON시켜야 합니다.

통합 결제 요청을 승인할 수 없습니다.
×

통합 결제 요청을 승인하시려면 캠페인 상태를 모두 OFF로 변경하고 10분이 경과되어야 합니다.  
다만 통합 결제 연결이 완료되어도 중지된 광고는 자동으로 재시작되지 않으므로, 반드시 캠페인을 직접 ON하셔야 합니다.

캠페인 상태를 일괄 OFF로 변경하시겠습니까?

취소
확인

통합 결제 요청을 승인하면 통합 결제 연동 중인 관리 계정 정보가 표시됩니다. 이용중인 통합 결제 정보는 해당 광고 계정에 접근 권한이 있는 모든 멤버가 확인할 수 있습니다.

### 통합 결제 사용

**통합 결제 이용중입니다.**

아래 관리 계정의 충전금에서 모든 광고 비용이 지출됩니다. 통합 결제 연결 이후 발생한 광고비에 대한 월별 세금계산서는 관리 계정 결제 담당자를 통해 별도로 발급 받으셔야 합니다. 관리 계정의 충전금이 부족할 경우 통합 결제 설정 후 모든 광고가 중단될 수 있습니다.

관리 계정	결제 담당자 ID	연결 일자	상태	관리
네이버주식회사 1330	bi*****@gmail.com	2019.01.24	승인	<span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px 5px;">연결 해제</span>



## 3) 통합 결제 연결 해제

경로 : 광고 계정 > 설정 > 결제 설정 > 결제 설정 정보, 관리 계정 > 설정 > 통합 결제 설정

광고 계정에서 관리 계정과의 통합 결제 연결을 해제 할 수 있습니다 반대로 관리 계정에서도 통합 결제 연결된 광고 계정을 연결 해제 할 수 있습니다. 통합 결제 연결 해제 이후 발생하는 광고비는 광고 계정의 충전금에서 지출됩니다. 그러므로 광고 계정에서 집행 중인 캠페인을 모두 중지하신 후 통합 결제 연결을 해제할 수 있습니다.

통합 결제 연결 해제는 통합 결제를 요청한 관리 계정 및 연결 중인 광고 계정의 결제 담당자만 가능합니다. 연결 해제 시 관리 계정 및 광고 계정의 마스터 멤버 모두에게 알림이 발송됩니다.

**통합 결제 해제**
×

**통합 결제 연결을 해제하시겠습니까?**

통합 결제 연결 해제시 주의사항을 확인해주세요.

- 통합 결제 연결 해제 이후 발생하는 광고비는 광고 계정의 충전금에서 지출됩니다. 그러므로 광고 계정에서 집행 중인 캠페인을 모두 중지하신 후 통합 결제 연결을 해제할 수 있습니다.
- 광고 계정의 충전금이 부족하거나 결제 담당자 정보 미등록 상태이면 광고 집행이 불가능합니다.
- 통합 결제 해제 후 광고 계정 > 결제 설정 > 결제 담당자 정보에 등록된 세금계산서 수신 이메일 주소로 결제 관련 정보 및 세금계산서가 발행됩니다.
- 통합 결제 이용 중에 발생한 광고비에 대한 정산 및 세금계산서 발행이 필요한 경우 기존 관리 계정 결제 담당자에게 문의해주세요.
- 통합 결제 연결이 해제하더라도 동일 관리 계정 또는 다른 관리 계정에 통합 결제 연결이 가능합니다.

취소

확인

통합 결제 연결을 해제되고 대기 중인 요청도 없을 경우 광고계정에서는 통합 결제 사용 영역이 삭제됩니다. 통합 결제 연결이 해제하더라도 동일 관리 계정 또는 다른 관리 계정에 통합 결제 연결이 가능합니다.

## [주의사항]

- ✓ 통합 결제 요청을 해제하려면, 광고 계정에 등록된 모든 캠페인 상태가 OFF 이고 마지막 캠페인이 OFF 된지 10분 경과되어야 합니다.
- ✓ 통합 결제 연결 해제 후
  - 광고 계정의 충전금이 부족하거나 결제 담당자 정보 미등록 상태이면 광고 집행이 불가능합니다.
  - 광고 계정 > 결제 설정 > 결제 담당자 정보에 등록된 세금계산서 수신 이메일 주소로 결제 관련 정보 및 세금계산서가 발행됩니다.
- ✓ 통합 결제 이용 중에 발생한 광고비에 대한 정산 및 세금계산서 발행이 필요한 경우 기존 관리 계정 결제 담당자에게 문의해주세요.

### 3-3. 대행권 이관 설정

대행권이란, 에이전시가 광고 계정의 광고 운영을 대행하는 권한으로 에이전시 타입의 관리계정에서만 사용 가능합니다.

에이전시는 운영 중인 광고 계정에 대행권 이관을 설정하면, 광고주가 광고 계정에서 광고비를 직접 결제하고 세금계산서도 직접 수신하지만, 에이전시는 광고 운영에 대한 수수료를 제공받을 수 있습니다.

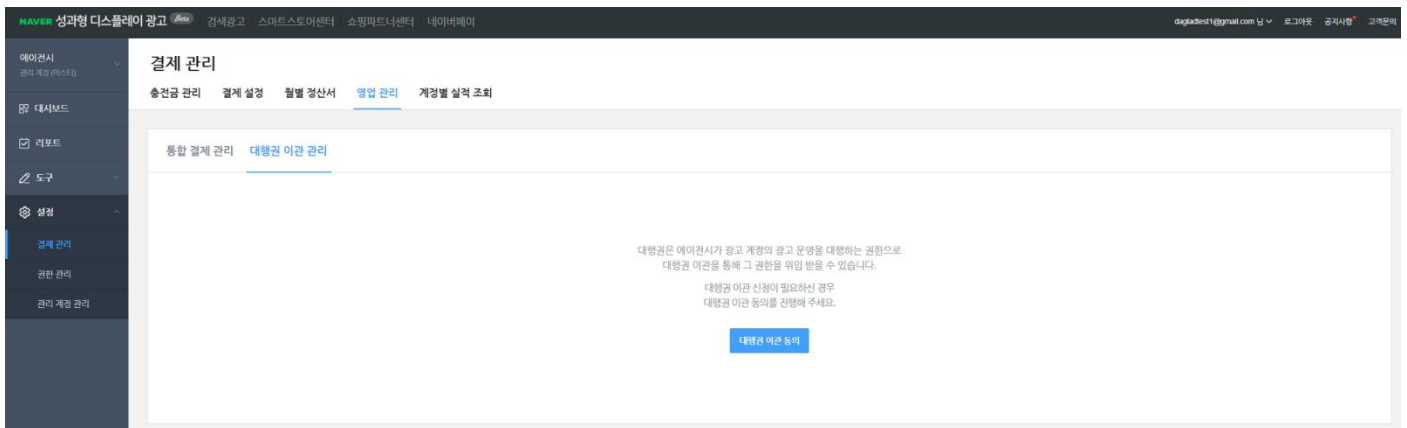
대행권 이관 및 세금계산서 위임을 동시에 설정하시는 경우 세금계산서도 에이전시로 발행 받으실 수 있으며 환불 요청 시 광고 계정 내 잔액 환불은 에이전시로 가능합니다.

#### (1) 대행권 이관 요청하기

경로 : (에이전시) 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 영업 관리 > 대행권 이관

파트너인 경우 에이전시 등록 및 검수 승인이 완료되면 운영 중인 광고 계정과 대행권 이관을 설정할 수 있습니다. 대행권 이관 요청 및 승인은 각 계정의 결제 담당자만 가능합니다.

대행권 이관 요청을 받은 광고 계정의 결제 담당자가 해당 요청을 승인하면 즉시 대행권 이관 설정이 완료됩니다.



#### 1) 대행권 이관 요청 동의

경로 : (에이전시) 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 영업 관리 > 대행권 이관

관리 계정에서 하위 광고 계정에 대행권 이관을 처음 요청하는 경우 대행권 이관 설정 동의가 필요합니다. 광고 계정에서 요청 승인 이후 발생하는 광고비는 광고 계정의 충전금에서 지출되고, 세금계산서도 광고주 사업자 정보로 발행됩니다.

#### [주의사항]

- ✓ 광고 계정에 대행권 이관이 설정되면 광고 계정의 충전금에서 광고비가 소진되며 세금계산서도 광고주의 사업자 정보로 발행되며 환불 역시 광고주 명의 계좌로만 가능합니다.
- ✓ 광고 계정에 대행권 이관 및 세금계산서 위임이 설정되면 광고 계정의 충전금에서 광고비가 소진되지만 세금계산서는 에이전시 사업자 정보로 발행되며 환불 역시 에이전시 계좌로만 가능합니다.

- ✓ 관리 계정에서 광고 계정 연동할 때 국가/시간대/통화 제한이 없으나, 대행권 이관 설정을 하려면 관리 계정과 광고 계정의 국가/시간대/통화 정보가 반드시 동일해야 합니다.
- ✓ 광고 계정 별로 통합 결제 또는 대행권 이관 중 하나만 설정이 가능하며, 필요시 변경 가능합니다.

2) 대행권 이관 요청

경로 : (에이전시) 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 영업 관리 > 대행권 이관

관리 중인 광고 계정에 대행권 이관 요청 또는 대행권 이관 및 세금계산서 위임 요청을 보낼 수 있습니다.

대행권 이관 요청 팝업에 노출되는 광고 계정 목록 중 해당 관리 계정과 통합 결제 또는 대행권 이관 상태이거나, 요청을 보낸 계정의 국가/통화/시간대가 관리 계정과 다른 광고 계정의 경우 비활성화 되어 선택이 불가능합니다.

대행권 이관 요청
✕

대행권 이관을 요청할 광고 계정을 선택해 주세요.

**요청 방법**  
 광고 계정 별 요청하고자 하는 항목을 선택하신 후 [확인] 버튼을 눌러주세요. 항목은 하나만 선택 가능합니다.  
 - 대행권 이관 : 광고 계정에 대해 대행권 이관만 요청합니다.  
 - 대행권 이관 및 세금계산서 위임 : 광고 계정에 대해 대행권 이관과 세금계산서 위임을 함께 요청합니다. 단, 세금계산서 위임은 대행권 이관이 필수이며 이미 대행권 이관 중인 광고 계정에 대해서는 세금계산서 위임만 신청 됩니다.

**승인 처리**  
 요청 후 광고주 승인 시 대행권 이관 / 세금계산서 위임되며 승인 익일부터 집행한 광고 금액에 대해 수수료 및 세금계산서가 적용 됩니다. 단, 23시부터 자정까지는 광고주 승인이 불가 합니다.

**대행권 이관 및 세금계산서 위임 요청 불가**  
 관리 계정의 통화, 시간대가 동일한 광고 계정만 선택 가능하며, 이미 통합 결제 연동 중이거나 통합 결제, 대행권 이관, 세금계산서 위임 요청 후 승인 대기 중인 경우, 해외 광고주인 경우 선택이 불가능합니다.

**세금계산서 위임 주의 사항**

- 대행권 이관 및 세금계산서 위임이란, 에이전시 관리 계정에 광고 계정의 광고 운영 및 세금계산서 운영을 대행할 수 있는 권한을 위임하는 것을 의미합니다.
- 대행권 이관 및 세금계산서 위임을 요청한 관리 계정이 광고주께서 사전에 계약을 통해 적절한 권한을 부여한 렉사 또는 대행사가 맞는지 반드시 확인해 주세요.
- 대행권 이관 및 세금계산서 위임 이후 광고비는 본 광고 계정의 총전금에서 소진되며, 세금계산서는 관리 계정 에이전시의 사업자 정보로 발행됩니다.
- 세금계산서 위임 승인 이후 광고 계정 내 잔액은 관리 계정 에이전시 법인 계좌로 환불이 가능합니다.
- 광고 계정의 총전금이 부족할 경우 광고가 모두 중단될 수 있으니 총전금이 충분한지 확인해주세요.
- 세금계산서 위임 발행 신청 후 광고주 계정 승인일 기준으로 세금계산서가 분할 발행됩니다. (승인일 포함 위임 전 사업자가 발행)

선택된 광고 계정 총 0개

광고 계정명
▼

🔍

광고 계정	사업자 등록번호	결제 담당자 ID	상위 관리 계정	대행권 이관 및 세금계산서 위임 <span style="font-size: 0.8em;">①</span>
테스트광고계... 10609	220-81-62517	dagladtest1@...	(NEW)테스트 ... 2922	<input checked="" type="checkbox"/> 대행권 이관 <input checked="" type="checkbox"/> 대행권 이관 및 세금계산서 위임
테스트광고계... 11361	101-81-18684	dagladtest1@...	(NEW)테스트 ... 2922	<input type="checkbox"/> 대행권 이관 <input type="checkbox"/> 대행권 이관 및 세금계산서 위임

<
1
>

취소

확인

대행권 이관 요청할 광고 계정을 검색하기 위한 필터는 아래와 같습니다.

검색 필터	설명
광고 계정명	기본 선택 값, 광고 계정명
광고 계정ID	광고 계정 ID
사업자등록번호	광고 계정의 사업자등록번호
상위 관리 계정명	광고 계정 직속 상위 관리 계정
상위 관리 계정ID	광고 계정 직속 상위 관리 계정

대행권 이관 요청 또는 대행권 이관 및 세금계산서 위임 요청이 전송되면 대기중인 요청 관리 영역에 노출되며, 광고 계정의 결제 설정 화면에도 요청 내역이 노출됩니다. 광고 계정 결제 담당자가 대행권 이관 요청을 수락하기 전까지 요청 취소가 가능하며, 요청 취소 시 대기중인 요청 관리 목록에서 삭제되며, 광고 계정에서도 요청 내역이 자동으로 삭제됩니다.

[주의사항]

- ✓ 대행권 이관 요청 또는 대행권 이관 및 세금계산서 요청 및 취소 시 해당 관리 계정 및 광고 계정의 마스터 멤버 모두에게 알림이 발송됩니다.
- ✓ 대행권 이관 요청 또는 대행권 이관 및 세금계산서 위임 요청 후 광고 계정 승인 익 일부터 대행권 이관이 적용되며 집행한 광고 금액에 대해 수수료 및 세금계산서가 적용됩니다. 단, 23 시부터 자정까지는 광고주 승인이 불가합니다.
- ✓ 대행권 이관 요청 또는 대행권 이관 및 세금계산서 위임 요청 후 일정 기간 동안(10 일) 요청에 응답하지 않을 경우 자동으로 취소됩니다

The screenshot shows the Naver Ads '결제 관리' (Payment Management) interface. The main content area displays a search for '대행권 이관 관리' (Agency Transfer Management). A message indicates that there are no advertising accounts currently being transferred by agency. Below this, there is a table for '대기중인 요청 관리' (Pending Request Management) with one entry for '테스트광고계정10'.

광고 계정	결제 담당자 ID	상위 관리 계정	요청 일자	상태	영업 관리 담당	관리
테스트광고계정10 11361	@gmail.com	20210706_메이컨서너세금계산서위임기능추가 3045	2021.07.10	승인 대기	대행권 이관 및 세금계산서 위임	요청 취소

2) 대행권 이관 승인 및 거절

경로 : 광고 계정 > 설정 > 결제 설정 > 결제 설정 정보

광고 계정에서 관리 계정으로부터 대행권 이관 요청 또는 대행권 이관 및 세금계산서 위임 요청을 받으면 대기중인 요청 관리 영역이 노출됩니다. 단 요청 승인 및 거절 권한은 해당 광고 계정의 결제 담당자에게만 주어지기 때문에 대기중인 요청 관리 목록은 결제 담당자에게만 노출됩니다.

**결제 설정 정보**

**대기중인 요청 관리**

-대행권 이관 / 대행권 이관 및 세금계산서 위임 : 승인 시, 즉시 승인 처리되며 승인 익일부터 실제 반영됩니다. 23시 부터 자정까지는 승인이 불가합니다.  
 -통합 결제 : 승인 시, 즉시 승인 처리 및 실제 반영됩니다.

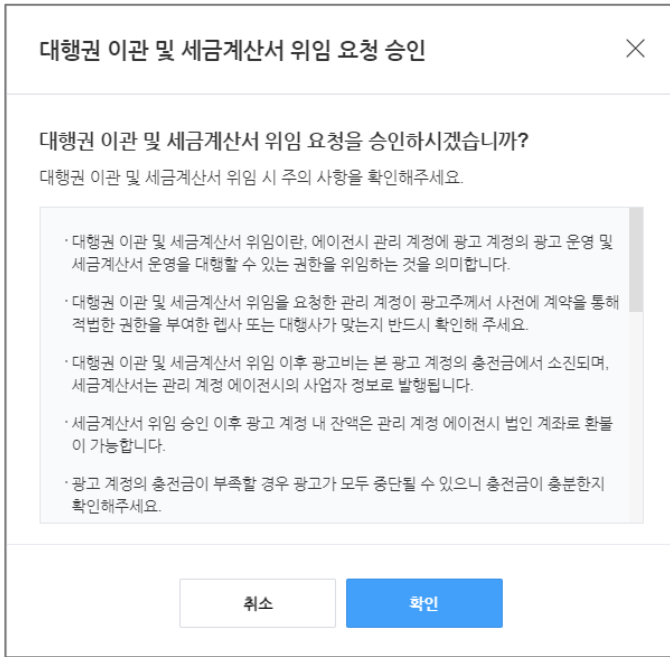
관리 계정	결제 담당자 ID	요청 일자	결제 설정	관리
20210706_에이전시세... 3045	@gmail.com	2021.07.10	대행권 이관 및 세금계산서 위임	<input type="button" value="거절"/> <input style="background-color: #0070c0; color: white;" type="button" value="승인"/>

**[주의사항]**

- ✓ 대행권 이관을 요청한 관리 계정이 사전에 적절한 권한을 부여한 대행사가 맞는지 반드시 확인하신 후 승인해 주세요.
- ✓ 승인 시 익일부터 결제 설정되어 광고 운영 권한을 가지게 되며 수수료 및 세금계산서도 익일부터 적용됩니다.
- ✓ 23시부터 자정까지는 승인이 불가합니다.
- ✓ 승인 및 거절은 결제 담당자만 가능합니다. 결제 담당자 미등록 시 해당 광고 계정을 최초 생성한 마스터 권한 멤버가 결제 담당자로 지정되어 있습니다. 결제 담당자를 변경하시려면 최초 계정한 마스터 멤버가 결제 담당자 정보를 등록하신 후 다른 멤버로 위임해야 합니다.
- ✓ 광고 계정의 결제 담당자가 대행권 이관 요청을 승인하려면 아래 조건이 만족되어야 합니다.
  - 현재 다른 관리 계정에 연결된 통합 결제 또는 대행권 이관 설정이 없어야 함
- ✓ 요청 거절 후에도 다시 동일한 관리 계정에서 요청을 받을 수 있습니다.

대기중인 요청 관리 목록에서 [승인] 버튼을 클릭하면 대행권 이관 요청 승인 또는 대행권 이관 및 세금계산서 위임 요청 승인 팝업이 노출됩니다. 주의사항을 확인 하신 후 요청 승인 또는 취소가 가능합니다.

대행권 이관 요청 승인 후 광고비는 광고 계정의 충전금에서 소진되며, 세금계산서도 광고주의 사업자 정보로 발행됩니다. 충전금이 부족할 경우 광고가 중단될 수 있으니 잔여 충전금 관리가 필요합니다. (단, 대행권 이관 및 세금계산서 위임 요청 승인 이후 광고비는 광고 계정의 충전금에서 소진 되나, 세금계산서는 에이전시의 사업자 번호로 발행됩니다.)



대행권 이관 요청 또는 대행권 이관 및 세금계산서 위임 요청을 승인하면 연동 중인 관리 계정 정보가 표시됩니다. 이용중인 대행권 이관 정보는 해당 광고 계정에 접근 권한이 있는 모든 멤버가 확인할 수 있습니다.

**결제 설정 정보**

**대행권 이관 중입니다.**  
 아래 관리 계정에 대행권이 이관 되어 본 광고 계정의 광고 운영을 대행하고 있습니다.  
 대행권 이관 중 광고 계정에서 광고비를 직접 결제하고, 세금계산서를 위임한 경우 대행사 사업자 정보로 발행되며, 위임하지 않은 경우 광고주의 사업자 정보로 발행됩니다.

관리 계정	결제 담당자 ID	승인 일자	반영 일자	결제 설정	관리
20210706_에이전시세... 3045	@gmail.com	2021.07.10	2021.07.11	대행권 이관 및 세금계산서 위임	설정 해제

**4) 대행권 이관 해제**

경로 : 광고 계정 > 설정 > 결제 설정, (에이전시) 관리 계정 > 설정 > 결제 관리 > 영업 관리 > 대행권 이관 관리

광고 계정에서 관리 계정과의 대행권 이관 설정을 해제 할 수 있습니다 반대로 관리 계정에서도 광고 계정에 설정된 대행권 이관을 해제 할 수 있습니다. 대행권 이관 해제 시 익일부터 적용됩니다.

대행권 이관 해제는 결제 담당자만 가능합니다. 연결 해제 시 상대 계정의 결제 담당자에게 알림이 발송됩니다. 대행권 이관을 해제하더라도 동일 관리 계정 또는 다른 관리 계정과 다시 대행권 이관 또는 통합 결제 설정이 가능합니다.

대행권 이관 해제
✕

**대행권 이관 설정을 해제하시겠습니까?**

세금계산서 위임이 함께 설정 된 경우 대행권 이관 및 세금계산서 위임 설정이 모두 해제됩니다. 자세한 내용은 주의 사항을 확인해주세요.

- 대행권 이관 해제 시 에이전시와 광고 계정 간의 대행권 이관 상태는 해제 당일까지 이관 유지 후 익일 00시부터 종료 됩니다. (단, 해제 당일 통합 결제를 연동한 경우 승인 시점부터 발생한 매출에 대해 통합 결제 연동 한 관리 계정으로 세금계산서 발행 및 수수료 지급 됩니다.)
- 대행권 이관 해제 후에도 광고 계정에서 계속 광고 집행이 가능하며, 동일 관리 계정 또는 다른 관리 계정에 재요청이 가능합니다.
- 대행권 이관 해제 시 익일 00시부터 발생된 유상 소진액 기준으로 세금계산서는 광고 계정 세금계산서 정보로 분할 발행 됩니다.
- 대행권 이관 해제 시 광고 계정 내 등록된 환불 계좌는 삭제되오니 에이전시로 환불이 필요한 경우 반드시 환불 이후 설정 해제를 진행해 주시기 바랍니다.
- 대행권 이관 해제 시 광고가 중단되지 않으므로 광고 중단이 필요한 경우 반드시 캠페인 OFF 하신 뒤 해제 신청 부탁드립니다. 해제가 완료되는 익일 00시 이후 캠페인 ON 부탁드립니다.
- 대행권 이관 및 세금계산서 위임을 동시에 설정 중인 계정의 경우 세금계산서 위임 해제만은 불가능 하오니 필요하신 경우 설정 해제 후 대행권 이관 연결을 진행해 주시기 바랍니다.

취소
확인

**[주의사항]**

- ✓ 대행권 이관 해제 시 세금계산서 위임이 동시에 설정 되어있는 경우 동시 해제만 가능합니다.
- ✓ 대행권 이관 해제는 밤 11시부터 자정 00시까지는 불가능합니다.
- ✓ 대행권 이관 해제 시 에이전시와 광고 계정 간의 대행권 이관 상태는 해제 당일까지 이관 유지 후 익일 00시부터 종료됩니다. (단 대행권 이관 해제 후 당일 통합 결제 승인 시에는 승인 시점부터 통합 결제가 적용됨.)
- ✓ 대행권 이관 해제 시 익일 00시부터 발행된 유상 소진액 기준으로 세금계산서는 광고 계정 세금계산서 정보로 발행됩니다.
- ✓ 대행권 이관 해제 시에도 광고가 중단되지 않으므로 광고 중단이 필요한 경우 반드시 캠페인 off 하신 뒤 해제 신청 부탁드립니다. 해제가 완료되는 익일 00시 이후 캠페인 on 부탁드립니다.

### 3-4. 계정별 실적 조회

통합 결제 중인 모든 관리 계정에서는 계정별 실적 조회 기능이 제공됩니다. 통합 결제 중인 광고 계정별 소진 내역을 확인 할 수 있습니다. 에이전시 서비스 타입으로 등록된 대행사 사업자의 관리 계정일 경우 일/월 별 예상 수수료 조회가 가능합니다.

#### 1) 계정별 실적 조회하기

경로 : 관리 계정 > 설정 > 결제관리 > 계정별 실적 조회

계정별 결제 조회는 관리 계정에서만 제공되는 기능으로, 통합 결제 연결 중인 광고 계정에서 발생한 광고비 소진 내역을 일별/월별, 게재 위치 단위로 조회 가능합니다. 조회 기간은 일별 조회 시 최대 62 일(2 개월), 월별 조회 시 12 개월(1 년)까지 조회 가능합니다.

광고비 소진 금액은 VAT 포함 금액이며, 유상/무상 구분하여 확인할 수 있습니다.

조회 조건	설명
조회 기간	조회 기간은 일별 최대 62일, 월별 최대 12개월까지 조회 가능 기본 설정은 지난달 (조회 일자 기준의 전월 1일 ~ 전월 마지막 일자)
기간 단위	일별 또는 월별 총합으로 조회 가능
계재 위치	계재 위치 단위로 조회 가능
영업 관리	통합 결제 또는 대행권 이관 영업 관리 옵션에 따른 조회 가능 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 에이전시 관리 계정에서만 노출되는 옵션</li> </ul>
필터 옵션	위 조회 조건으로 조회된 결과 중 특정 광고 계정의 소진 내역만 필터링 가능

#### [주의사항]

- ✓ 계정별 실적 조회에서는 통합 결제로 연결된 개별 광고 계정의 소진 내역을 월별/일별, 계재 위치별로 확인할 수 있습니다.
- ✓ 에이전시 관리 계정의 경우, 통합 결제 뿐 아니라 대행권 이관 설정 중인 광고 계정의 광고비 소진 내역도 확인이 가능합니다.

예시 - ① 관리 계정 단위로 월별 정산 조회



NAVER 성과형 디스플레이 광고 Beta
mytest01@gmail.com 님 | 로그아웃 | 공지사항 | 고객센터

네이버관리계정  
관리 계정 (마스터)

대시보드

리포트

도구

설정

결제 관리

권한 관리

관리 계정 관리

## 결제 관리

[충전금 관리](#) | 
 [결제 설정](#) | 
 [월별 정산서](#) | 
 [영업 관리](#) | 
 [계정별 실적 조회](#)

조회 기간 ① < 2020.06.01 ~ 2020.06.30 >

기간 단위  월별  일별

계재 위치  전체  계재 위치

영업 관리  전체  영업 관리 타임

[확인](#)

조회 내역 계정전체 | [다운로드](#)

계정 이름	기간	총 소진금	유상 소진금	무상 소진금
네이버 광고계정A 2185	2019.08.	₩ 227,798	₩ 227,798	₩ 0
네이버 광고계정B 2121	2019.08.	₩ 40,535	₩ 40,535	₩ 0
네이버 광고계정C 2121	2019.08.	₩ 64,133	₩ 64,133	₩ 0

< 1 > 10개씩 보기

### 예시 - ② 광고 계정 단위로 일별 내역 조회

조회 결과는 광고 계정 ID 및 조회 기간으로 내림차순 정렬되어 노출됩니다. 조회 결과에서 특정 계정을 필터링하여 확인할 수 있습니다.

NAVER 성과형 디스플레이 광고 Beta
mytest01@gmail.com 님 | 로그아웃 | 공지사항 | 고객센터

네이버관리계정  
관리 계정 (마스터)
내시보드

리포트
도구

설정
결제 관리

권한 관리
관리 계정 관리

## 결제 관리

[충전금 관리](#) | 
 [결제 설정](#) | 
 [월별 정산서](#) | 
 [통합 결제 설정](#) | 
 [계정별 실적 조회](#)

조회 기간 ① < 2020.06.01. ~ 2020.06.30 >

기간 단위  월별  일별

계재 위치  전체  계재 위치

영업 관리  전체  영업 관리 타입

[확인](#)

조회 내역 계정전체

계정 이름	기간	총 소진금	유상 소진금	무상 소진금
네이버 광고계정A 2185	2019.08.24.	₩ 18,023	₩ 18,023	₩ 0
네이버 광고계정A 2185	2019.08.23.	₩ 209,775	₩ 209,775	₩ 0
네이버 광고계정B 2121	2019.08.22.	₩ 40,535	₩ 40,535	₩ 0
네이버 광고계정B 2121	2019.08.21.	₩ 64,133	₩ 64,133	₩ 0
네이버 광고계정C 2120	2019.08.22.	₩ 25,009	₩ 25,009	₩ 0
네이버 광고계정C 2119	2019.08.20.	₩ 10,323	₩ 10,323	₩ 0

## 4. 세금계산서

### 4-1. 세금계산서 조회

집행한 광고비에 대해 사업자 및 개인 광고주 대상으로 세금계산서를 교부하고 있습니다. 광고주님의 '세금계산서 수신 이메일'로 발행된 이메일을 수신하지 못한 광고주님은 성과형 디스플레이 광고 플랫폼 내 [설정 > 결제관리 > 결제설정 > 결제담당자정보]에서 세금계산서 수신 이메일 주소를 확인하여 주시기 바랍니다.

발행된 세금계산서는 [nTax 프로그램](#)이나 [국세청 홈택스](#)를 통해서도 확인이 가능합니다.

### 4-2. 세금계산서 발행 및 수정 발행

#### 1) 세금계산서 발행

세금계산서는 매월 1일 ~ 말일까지 소진된 유상 충전 금액 기준으로, 익월 초 5영업일 이내 결제 담당자 이메일로 발행됩니다. 사업자등록번호 변경이 필요한 경우 성과형 디스플레이 광고 플랫폼 내 고객센터에서 사업자 정보 변경 요청해 주시면 검수 절차를 통해 변경이 가능합니다.

사업자등록번호 외 정보 변경이 필요한 경우 아래 메뉴에서 직접 수정을 진행해 주셔야 합니다.

- 광고 계정 : 설정 > 광고계정정보
- 관리 계정 : 설정 > 결제 관리 > 결제 설정 > 광고주 정보

#### [주의사항]

- ✓ 월별 정산서를 통해 세금계산서 발행 금액을 확인하실 수 있습니다.
- ✓ 통합 결제 설정 시 세금계산서는 통합 결제 관리 계정 정보로 발행됩니다.
- ✓ 대행권 이관 설정 시 세금계산서는 광고 계정 정보로 발행됩니다.
- ✓ 대행권 이관 및 세금계산서 위임 설정 시 에이전시 관리 계정 정보로 발행됩니다.
- ✓ 사업자등록번호 변경 검수는 2~3 영업일이 소요됩니다. 단, 매월 마지막 일자 영업 시간 이후 ~ 익월 초 3일 기간 동안에는 전월 세금계산서 정산 처리로 인해 신청 내역 검수 및 변경이 불가하며, 변경 신청 후 승인이 완료되기 이전까지는 이전 사업자 정보로 세금계산서가 발행되오니 주의하시기 바랍니다.

#### 2) 세금계산서 수정 발행

발행이 완료된 세금계산서는 광고주의 사업자등록번호, 공급가액, 부가가치세, 발행 일자의 수정을 위해서만 재발행이 가능합니다. 단, 발행 일자 수정은 월 중 사업자정보변경 또는 폐업된 경우에 한해 해당 일자 기준으로 수정 발행이 가능합니다. 이 외의 경우에 대해서는 세금계산서의 효력이 미치지 않아 발행의 의미가 없으므로 수정 발행이 어렵습니다. (정보 변경 및 수정 발행의 경우 동일 명의의 사업자에 대한 변경 사항이 있을 경우에만 가능함)

또한 분기 중 발행된 세금계산서에 대한 수정 발행 요청은 다음 분기의 시작 첫 달(1월, 4월, 7월, 10월)에 마감되니 공지 사항을 통해 신고 마감 일정을 확인하시기 바라며, 분기별 부가세 신고 후에는 세금계산서 관련 수정이 불가능합니다.

수정 발행은 일주일 정도 소요되며, 수정 발행 완료 시 부(-)의 세금계산서와 정(+)의 세금계산서 2장이 발행되며, 수정 발행 시 기존 발행된 세금계산서를 합쳐 총 3장의 세금계산서를 신고해야 정상적으로 신고가 완료됩니다.

## 06. 도구 사용하기

---

# 1. 변경 내역 관리

네이버 성과형 디스플레이 광고 내 광고 관리, 결제 관리, 계정 관리의 변경 사항들을 조회할 수 있는 기능입니다. 변경 내역은 모듈별로 조회 가능하며, 최근 2년 이내의 내역을 조회할 수 있습니다. 또한, 변경 내역은 해당 광고 계정 또는 관리 계정 내에서 발생한 변경 이벤트를 기록하고, 표시하고 있기 때문에 관리 계정에 연동되어 있는 광고 계정이라도 상위 관리 계정에서 하위 광고 계정의 변경 내용을 직접 조회할 수 없으므로 해당 계정에 접속하여 계정별 변경 내역 조회 메뉴를 통해서 조회해 주시기 바랍니다.

## 1-1. 광고 관리 변경 내역

광고 관리 탭에서는 해당 광고 계정 내 캠페인, 광고 그룹, 광고 소재의 변경 내역을 조회할 수 있습니다. 모듈별로 ON/OFF 상태 변경, 단위 상태 변경, 생성 및 삭제 이력을 확인할 수 있고, 캠페인 및 광고 그룹은 변경 전후 값을 확인할 수 있도록 상세 보기를 추가로 지원하고 있습니다. 단, 광고 소재의 경우 변경 항목을 확인할 수 있지만 변경 전후 값은 상세 보기를 통해 확인되지는 않습니다.

변경 일시	구분	대상	변경 내용	제조사
2019.06.04 11:00	광고 그룹	2019.06.04.0354 180399	광고 그룹 수정 일제7-상세 보기 >	chubzo@gmail.com
2019.06.04 10:59	광고 그룹	2019.06.04.0354 180398	광고 그룹 수정 연령, 관심사, 성별 상세 보기 >	chubzo@gmail.com
2019.06.04 10:59	캠페인	한글 표시으로 도미인 외제인 28953	캠페인 ON/오프 변경	chubzo@gmail.com
2019.06.04 10:59	광고 소재	2019.06.04.0354 18043	광고 소재 승인	GFA 어드민
2019.06.04 10:58	광고 소재	2019.06.04.0354 18043	광고 소재 수정 링크 제거, 기간 및 운영, 링크 설명, 광고 이미지, 광고 문구	chubzo@gmail.com
2019.06.04 10:58	광고 소재	2019.06.04.0354 18043	광고 소재 반려	GFA 어드민
2019.06.04 10:57	광고 소재	2019.06.04.0354 18043	광고 소재 수정 링크 제거	chubzo@gmail.com

변경 항목	변경 전	변경 후
연령	20~29세, 비채당자 포함	20~35세, 비채당자 포함
관심사	레저스포츠, 게임	레저스포츠, 엔터테인먼트, 게임
성별	남자	남자, 비채당자 포함

## 1-2. 계정 관리 변경 내역

결제 관리 탭에서는 계정 생성, 계정 정보 변경, 멤버 초대와 승인 거절에 대한 내역을 확인할 수 있습니다.

변경 내역 관리

2019.10.25 ~ 2019.10.31

광고 관리 **계정 관리** 결제 관리

구분

변경 일시 ↓	구분	발신(FROM)	수신(TO)	변경 내용	처리자
2019.10.31 17:28	계정 관리	-	-	광고 계정 정보 변경 광고 계정 이름 <a href="#">상세 보기 &gt;</a>	chubzo@gmail.com <a href="#">본인</a>
2019.10.31 17:27	계정 관리	-	-	광고 계정 정보 변경 광고주명, 사업자등록증 <a href="#">상세 보기 &gt;</a>	chubzo@gmail.com <a href="#">본인</a>

10개씩 보기

이용약관 | 개인정보처리방침 | 운영정책 | © NAVER Corp.  
 사업자등록번호 : 220-81-42517 | 통신판매업신고번호 : 경기성남 제 2006-692호 | 대표이사 : 한성숙 | 주소 : 경기도 성남시 분당구 불정로 6 NAVER 그린텍타워

### 1-3. 결제 관리 변경 내역

결제 관리 탭에서는 해당 계정의 결제 담당자 정보 등록과 수정, 위임 시 요청 승인/거절, 통합 결제 설정과 해제, 환불 계좌 등록과 삭제, 입금 계좌 발급 등 주요 결제 관리 내역을 제공하고 있습니다.

변경 내역 관리

2019.10.25 ~ 2019.10.31

광고 관리 계정 관리 **결제 관리**

구분

변경 일시 ↓	구분	발신(FROM)	수신(TO)	변경 내용	처리자
2019.10.31 17:39	결제 설정	-	-	환불 계좌 검수 요청 신한은행(조흥은행 포함) / 1103106****	chubzo@gmail.com <a href="#">본인</a>
2019.10.31 17:38	결제 설정	-	-	결제 담당자 정보 수정 세금계산서 수신 이메일 : pa*****@naver.com → ch*****@gmail.com	chubzo@gmail.com <a href="#">본인</a>
2019.10.31 17:34	결제 설정	-	-	결제 담당자 정보 수정 담당자명, 세금계산서 수신 이메일 <a href="#">상세 보기 &gt;</a>	chubzo@gmail.com <a href="#">본인</a>

10개씩 보기

이용약관 | 개인정보처리방침 | 운영정책 | © NAVER Corp.  
 사업자등록번호 : 220-81-42517 | 통신판매업신고번호 : 경기성남 제 2006-692호 | 대표이사 : 한성숙 | 주소 : 경기도 성남시 분당구 불정로 6 NAVER 그린텍타워

## 2. 타겟 관리

타겟 관리는 광고 그룹에서 맞춤 타겟 설정 시 사용 할 여러 가지 타겟 소스를 생성하고, 관리하는 메뉴입니다.

### 2-1. 고객 파일 관리

고객 파일 관리는 광고주가 직접 수집한 고객의 광고 식별자 목록을 맞춤 타겟 소스로 등록하는 기능입니다.

#### (1) 고객 파일 등록

타겟 관리 > 고객 파일 관리 메뉴에서 [고객 파일 등록] 버튼 클릭 시 '고객 파일 등록' 팝업을 통해서 광고 식별자 목록이 포함된 고객 파일을 업로드 할 수 있습니다.

고객 파일 타겟은 고객 파일 업로드 과정과 타겟 모수 측정 과정을 거쳐 생성되며, 고객 파일 업로드 과정은 ① 업로드 > ② 분석 > ③ 생성 3단계로 이루어집니다.

**고객 파일 등록**
×

1 **고객 파일 업로드**
2 **고객 파일 분석**
3 **고객 파일 생성**

등록하신 고객 파일은 맞춤 타겟 설정 시 포함(타게팅) 또는 제외(디타게팅) 설정하여 사용할 수 있으며, 아래 주의 사항을 반드시 확인하시고 고객 파일을 등록해 주시기 바랍니다.

---

**주의 사항**

- 타겟 모수 2,000 미만인 경우 맞춤 타겟에서 '타게팅(포함)' 설정할 수 없으며, 광고 집행 중 모수가 2,000 미만으로 줄어들 경우 중지될 수 있습니다.
- 인종, 종교, 성적 지향, 병력 정보와 같은 민감 정보를 사용하여 수집 되었거나, 만 14세 미만 아동 정보에서 수집 된 광고 식별자는 제외하여야 합니다.
- 최근 6개월 이내 수집 된 데이터를 등록 하실 것을 권장드리며, 주기적으로 최신 데이터로 갱신해 주시기 바랍니다. 오래 된 데이터는 타겟 모수가 크게 줄어들 수 있습니다.
- [고객 파일 템플릿](#)을 참고하여 형식에 맞게 등록해주세요.

---

**고객 파일 형식**

용량 : 등록 파일 총 용량 200MB 이내 (최대 10개) | 파일 형식 : CSV

파일 업로드

CSV 파일을 등록해 주세요.

취소
다음 >

### 1) 고객 파일 업로드

광고 식별자 목록은 안드로이드 기기에서는 AAID, iOS 기기에서는 IDFA 라는 이름으로 제공되는 값으로, '고객 파일 등록' 팝업에서 제공되는 템플릿 파일을 내려 받으시면, 아래와 같은 샘플 목록을 확인할 수 있습니다.

```
C44EA1C9-7266-4895-AAD6-467B8AA38901
36C5326B-6754-4C94-A558-95110C0258C4
..
```

등록 가능한 포맷은 CSV 이며, 최대 10개까지 업로드할 수 있습니다. 단, 모든 파일의 총 용량이 200MB 를 넘지 않아야 합니다.

### 2) 고객 파일 분석

[다음] 버튼 클릭 시 업로드 된 고객 파일을 분석합니다. 분석 단계에서는 유효하지 않은 데이터를 찾고, 중복된 데이터를 제거하여 업로드 가능한 데이터를 확인합니다.

**고객 파일 등록**
✕

1 **고객 파일 업로드**
2 **고객 파일 분석**
3 **고객 파일 생성**

고객 파일 분석을 진행합니다.  
등록된 데이터가 많을 경우 다소 시간이 걸릴 수 있습니다.

**고객 파일 분석 결과**

등록 | 11개    성공 | 8개    실패 | 1개    중복 | 2개

실패 목록 확인

< 이전
다음 >

등록된 데이터의 전체 수와 분석에 성공한 데이터 수를 안내하며, '실패 목록 확인' 링크를 통해서 등록할 수 없는 식별자 목록을 확인하실 수 있습니다.

### 3) 고객 파일 생성

고객 파일 이름은 광고 그룹에서 불러오기 시 식별할 수 있는 관리용 이름을 입력해 주시면 됩니다.



고객 파일 등록
✕

1 고객 파일 업로드
 2 고객 파일 분석
 3 고객 파일 생성

고객 파일 이름을 입력해 주세요.  
생성된 고객 파일은 광고 그룹 만들기 > 오디언스 설정에서 이용하실 수 있습니다.

고객 파일 이름

9자/128자

< 이전
생성

#### 4) 고객 파일 생성 확인

업로드 된 고객 파일은 고객 파일 목록에서 확인 가능하며, 타겟 모수가 표시되면 맞춤 타겟에 설정할 수 있습니다.

타겟 소스 이름	타겟 모수 ①	상태	생성일
<a href="#">고객 파일 테스트 3</a>	3,000	사용 가능 <small>(최근 갱신 : 2020.06.18)</small>	2020. 06. 18
<a href="#">고객 파일 테스트 2</a>	2,000	사용 가능 <small>(최근 갱신 : 2020.06.18)</small>	2020. 06. 18
<a href="#">고객 파일 테스트 1</a>	너무 작음	사용 가능 <small>(최근 갱신 : 2020.06.16)</small>	2019. 12. 18

타겟 모수는 최근 30일 이내에 광고를 본 이력이 있는 식별자 중에서 등록된 타겟 소스의 식별자를 샘플링 기반으로 추출한 수를 의미하며, 신규 등록된 고객 파일 타겟의 경우 '준비중' 상태로 표시된 후 모수 집계 완료 시 '사용 가능'으로 표시됩니다. 타겟 모수 집계 시간은 일반적으로 1시간 내외로 소요되며, 정기적으로 갱신될 수 있습니다. 단, 등록된 고객 파일의 크기와 시스템 상황에 따라 모수 집계 및 갱신이 지연될 수 있습니다. 광고 계정 당 생성 가능한 고객 파일 타겟 수를 30개로 제한하고 있으므로, 불필요한 고객 파일 타겟이 생성되지 않도록 주의해 주시기 바랍니다.

또한, 타겟 모수 집계가 완료되었으나 광고에 사용하기 너무 작은 경우 '너무 작음'으로 표시될 수 있고, 광고 그룹 > 맞춤 타겟 설정 시 '포함(타겟팅)' 설정을 할 수 없습니다. 이 경우에는 충분한 모수를 확보하신 후 다시 등록해 주시기 바랍니다.

#### 5) 고객 파일 상세

고객 파일 목록에서 타겟 소스 이름을 클릭 시 상세 정보를 조회하실 수 있습니다. 또한, [정보 변경] 버튼 클릭 시 타겟 소스 이름을 수정하거나, 해당 타겟을 삭제할 수 있습니다.

단, 연동된 광고 그룹이나 유사 타겟이 없을 경우에만 삭제가 가능합니다.

고객 파일 상세 정보
취소 저장

---

타겟 소스 이름

타겟 유형 고객 파일 9자/128자

타겟 모수 3,000

상태 사용 가능 (최근 갱신 : 2020.06.22)

생성일 2020. 06. 22

▶ 삭제하기

고객 파일 상세 화면 하단에는 타겟 사용 현황 테이블이 제공되며, 연동된 광고 그룹이 존재할 경우 광고 그룹 목록을 표시합니다. 해당 고객 파일을 삭제하실 경우 연동 된 모든 광고 그룹의 맞춤 타겟 설정에서 해당 고객 파일 타겟을 연동 해제해 주셔야 합니다. 또한, 해당 고객 파일을 통해 생성 된 유사 타겟이 있을 경우 유사 타겟을 먼저 삭제해야 고객 파일을 삭제하실 수 있습니다.

타겟 사용 현황

캠페인	광고 그룹	광고 그룹 상태
<a href="#">시범 캠페인 1</a> 9540	<a href="#">밴드 그룹</a> 65913	광고집행종료
<a href="#">캠페인 0128</a> 9207	<a href="#">광고 그룹 테스트</a> 64682	광고집행종료
<a href="#">캠페인 0128</a> 9207	<a href="#">광고 그룹 0128 (4)</a> 64608	운영가능

<< < 1 > >>
10개씩 보기 ▾

## (2) 맞춤 타겟 설정

생성 된 고객 파일은 광고 그룹 만들기 > 오디언스 설정 > 맞춤 타겟 옵션에서 타겟 불러오기를 통해 설정할 수 있습니다.

맞춤 타겟 불러오기
×

---

맞춤 타겟 설정 할 타겟 소스를 선택해 주세요.

고객 파일   MAT 타겟   유사 타겟
선택 된 파일 총 1 / 10개

---

사용 가능한 소스만 표시되며, 타겟 모수가 2,000 미만인 경우 포함(타겟팅) 설정 할 수 없습니다.

선택	타겟 소스 이름	타겟 모수
<input checked="" type="checkbox"/>	테스트 고객 파일 2 545	3,800,000
<input type="checkbox"/>	테스트 고객 파일 1 65	57,000

1

취소
확인

등록된 고객 파일 중 '사용 가능' 상태의 항목을 선택할 수 있는데, '준비중' 상태의 항목은 타겟 모수 조치가 완료된 이후에 선택 가능합니다.

고객 파일 소스는 1개 이상 맞춤 타겟 설정할 수 있으며, 동일 광고 그룹 내 최대 10개까지 다른 타겟 소스와 함께 설정할 수 있습니다.

설정된 타겟 소스 별로 '포함(타겟팅)' 또는 '제외(디타겟팅)' 설정이 가능하나, 타겟 모수가 2,000 미만인 경우에는 '포함' 설정을 할 수 없으며, 광고 그룹에 처음 설정된 고객 파일 타겟은 실제 광고에 반영되기까지 약 1시간 내외가 소요될 수 있습니다. 광고 그룹에서 맞춤 타겟 설정 방법은 03. 광고 만들기 > 2. 광고 그룹 만들기에서 확인해 주시기 바랍니다.

## 2-2. MAT 타겟 관리 / MAT 연동 관리

### (1) MAT 타겟?

MAT 타겟은 광고주가 이용중인 제3자 모바일 앱 트래커 업체(Mobile App Tracker, 이하 MAT)에서 수집된 전환 데이터(광고 식별자)를 네이버 성과형 디스플레이 광고로 전달하여 이용하는 형태로, 고객 파일 타겟이 사용자가 직접 설정하는 수동 방식이라면, MAT 타겟은 MAT 서비스를 연동하는 자동 방식입니다.

MAT 타겟을 이용하기 위해서는 광고주가 직접 네이버 성과형 광고와 연동 중인 MAT에 가입한 뒤 MAT 내 Postback 설정이 완료되어 있어야 하며, 성과형 광고와 MAT 간 연동을 위해서는 몇 가지 단계를 거쳐야 합니다.

1. 전환Key 발급 및 등록
2. 네이버 성과형 디스플레이 광고 - MAT 연동 확인
3. MAT 타겟 생성
4. 맞춤 타겟 설정

#### [안내 사항]

참고로, 다양한 MAT 업체 가운데 네이버 성과형 디스플레이 광고와 Postback 연동된 곳은 아래 8개 업체이며, MAT 업체는 광고주가 직접 판단하여 선택 후 가입과 설정을 진행해 주셔야 합니다. 네이버 성과형 디스플레이 광고와 연동된 MAT 업체에 대한 문의는 아래 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

- Branch : support@branch.io
- Adjust : support@adjust.com
- IGAWorks(adbrix) : mike@igaworks.com
- Appsflyer : hello@appsflyer.com
- Singular : support@singular.net
- Wisetracker : tech@wisetracker.co.kr
- Airbridge : platform@ab180.co

- Kochava : korea@kochava.com

[참고]

✓ Postback 연동이란?

광고주 앱에서 발생 한 이벤트가 MAT 업체의 서버로 수집이 된 후, MAT업체 서버에서 네이버 성과형 DA 플랫폼으로 자동으로 전송 되는 서버간 연동 방식을 의미 합니다. 단, 광고주님이 MAT 업체의 대시보드에서 Postback 기능을 활성화 하신 경우에만 전송됩니다.

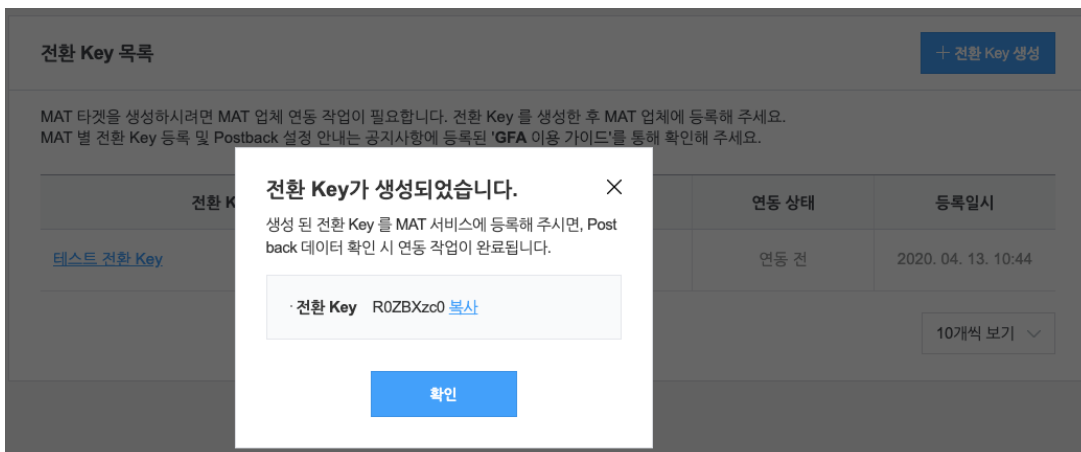
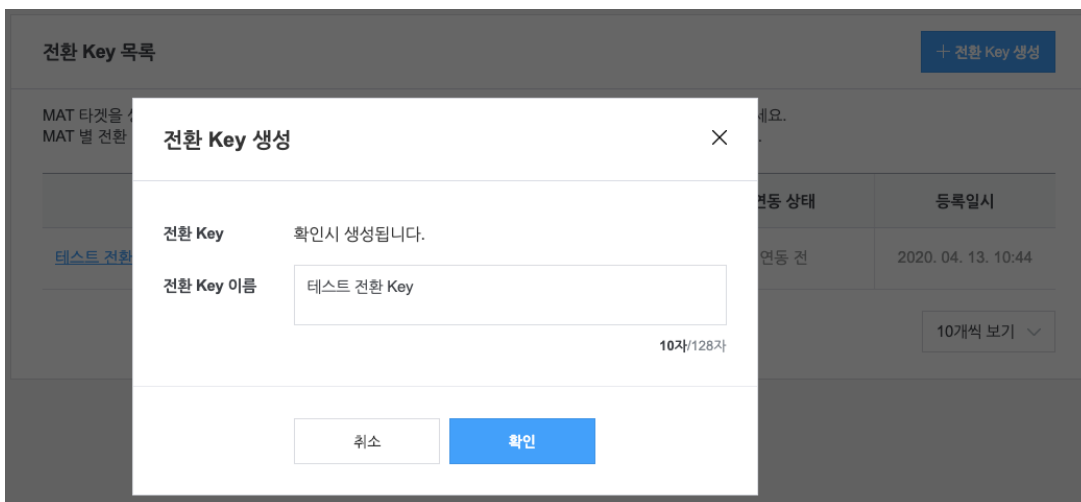
(2) 전환 Key 발급 및 등록

전환 Key 는 MAT 업체를 통해 네이버 성과형 디스플레이 광고로 Postback으로 전송된 전환 데이터 중 광고주 앱에서 발생한 전환 데이터를 구분하는 식별자로 사용됩니다. 전환 Key 는 네이버 성과형 DA 에서 발급이 되며, 광고주가 연동하고자 하는 MAT 서비스에 등록하는 과정이 필요합니다.

1) 전환 Key 생성

도구 > 타겟 관리 > MAT 연동 관리 메뉴에서 새 전환 Key 를 생성할 수 있습니다.

전환 Key 는 확인 시 자동으로 생성되므로, 관리를 위한 전환 Key 이름 만 입력해 주세요.



전환 Key 는 자유롭게 생성 가능합니다. 일반적으로는 광고주 앱 별 또는 OS 별로 생성하여 운영하며, 필요한 경우 1 개의 Key 를 여러 MAT 에 등록하거나, 앱 구분 없이 MAT 별로만 설정하는 것도 가능합니다. 광고주님의 광고 전략에 따라 유연하게 설정하시면 됩니다.

생성 된 전환 Key 는 생성 확인 팝업이나 목록에서 확인할 수 있으며, 전환 Key 를 복사하여, 연동하고자 하는 MAT 업체에 등록하실 수 있습니다.

전환 Key 목록
+ 전환 Key 생성

MAT 타겟을 생성하시려면 MAT 업체 연동 작업이 필요합니다. 전환 Key 를 생성한 후 MAT 업체에 등록해 주세요.  
MAT 별 전환 Key 등록 및 Postback 설정 안내는 공지사항에 등록된 'GFA 이용 가이드'를 통해 확인해 주세요.

전환 Key 이름	전환 Key	연동 상태	등록일시
<a href="#">테스트 전환 Key</a>	R0ZBXzc0 <span style="color: #0070c0;">복사</span>	연동 전	2020. 04. 13. 10:44

<<
<
1
>
>>

10개씩 보기 ▾

## 2) MAT 별 전환 Key 등록 및 파트너 설정

전환 Key 가 생성되었다면, 광고주님이 이용중인 MAT 에 등록해야 합니다.

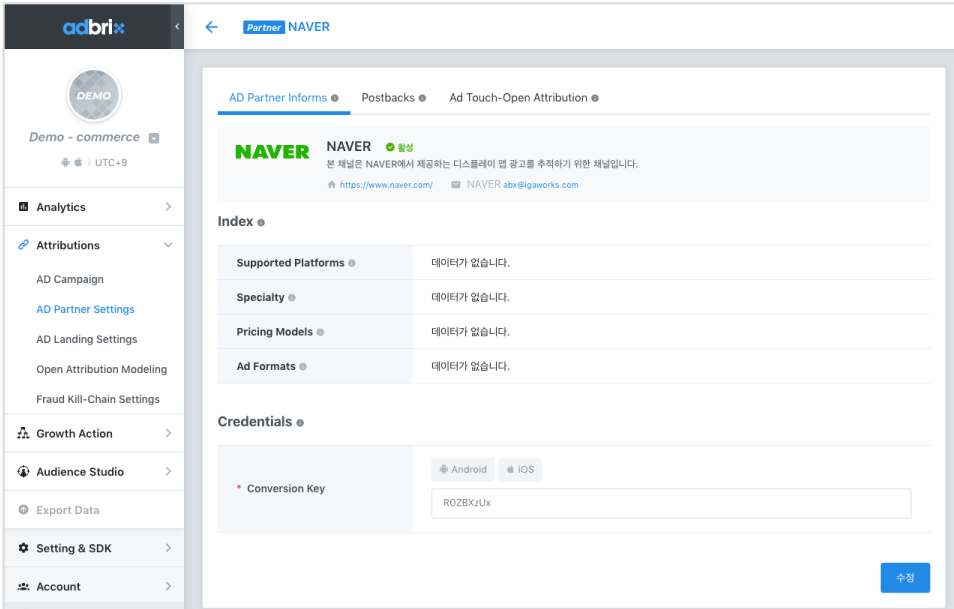
[주의 사항]

- MAT 타겟을 광고 그룹에 연동하기 전에 수집된 이벤트 별로 MAT 타겟을 생성하여 타겟 모수가 표시되는 지 확인해 주시기 바랍니다.
- 전환 Key 를 등록하는 방식은 MAT 별로 유사하지만, 화면 구성 상 차이가 있을 수 있으며, MAT 업체별 업데이트를 통해 화면이 변경될 수 있으므로 이 가이드에 포함된 내용과 화면은 참고로 확인 부탁드립니다. (광고주가 설정하는 시점에 해당 MAT 업체의 설정 방식과 화면이 변경 된 경우 해당 MAT 업체에 문의를 주시거나, 성과형 DA 고객 문의 채널을 통해 문의주시면 도움을 드릴 수 있도록 하겠습니다.)
- 보장형 광고 플랫폼에서 발급된 전환 Key 는 성과형 광고 플랫폼에서 사용하실 수 없으므로, 반드시 성과형 광고 플랫폼에서 새 전환 Key 를 생성하여, 사용하고 계신 MAT 업체에 설정해 주시기 바랍니다.
- 아래 MAT 별 전환 Key 등록 및 파트너 설정 안내는 현재 기준으로 필수 과정만을 정리한 것으로 자세한 내용은 MAT 서비스 내 고객 문의 채널을 이용해 주시기 바랍니다.

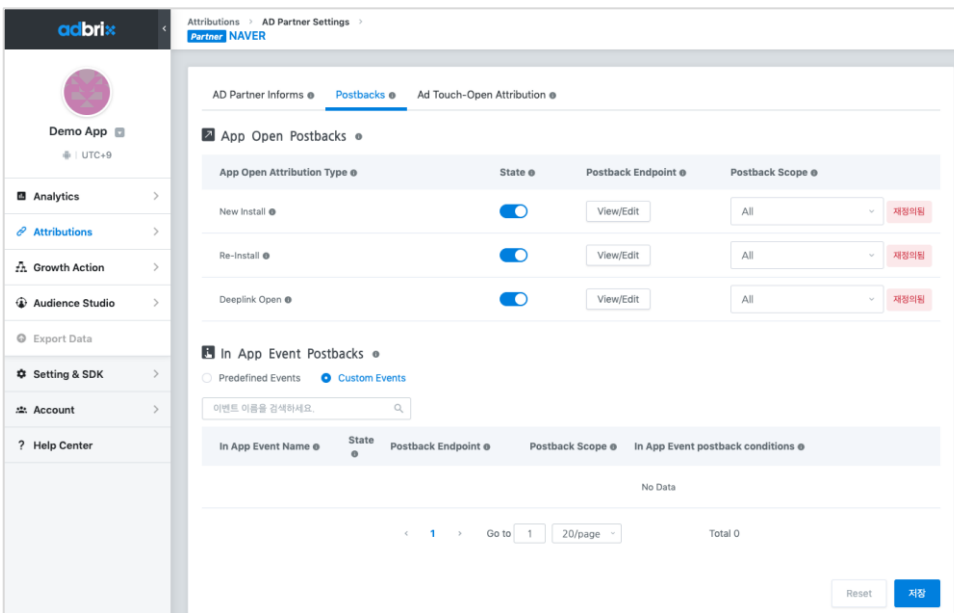
### ① Adbrix

Adbrix 의 경우 리마스터 버전과 오리지널 버전 2가지 버전이 존재합니다.

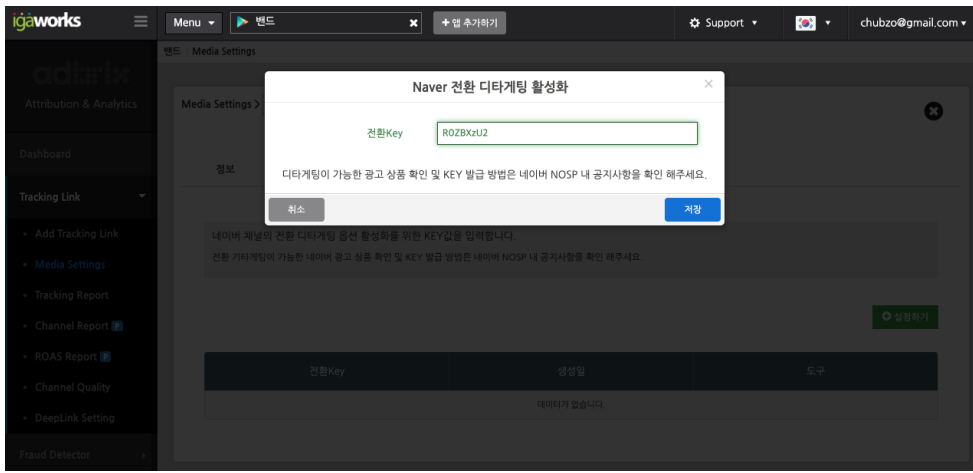
Adbrix 리마스터 버전을 이용하고 계신 경우 광고주 사이트(https://console.adbrix.io) > 앱 선택 > Attributions > AD Partner Settings 접속 후 'NAVER'를 선택합니다. 네이버 성과형 디스플레이 광고에서 생성한 전환 Key 를 Conversion key 필드에 입력 후 저장하시면 됩니다.



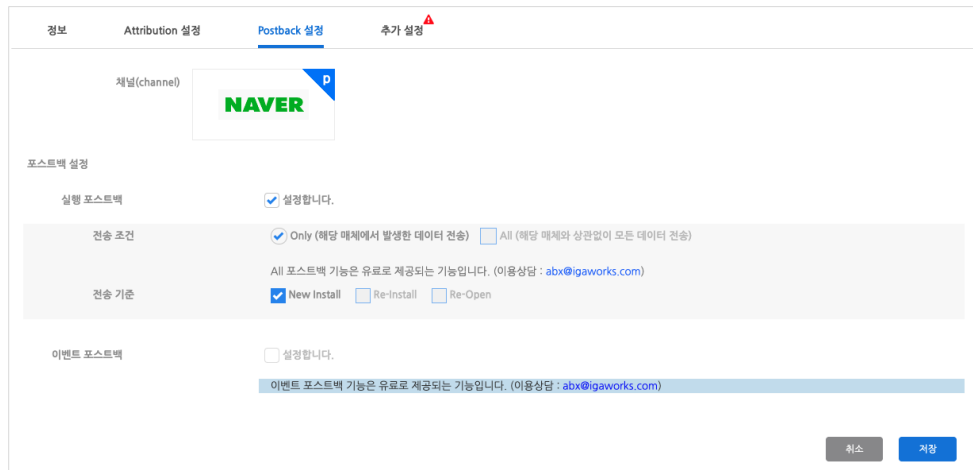
네이버 성과형 디스플레이 광고로 전환 데이터가 전송될 수 있도록 Postback 탭 에서 New Install, Re-Install, Deeplink Open 이벤트를 활성화시켜 주세요. Postback Scope 는 All 로 설정해 주시면, MAT 에서 수집한 모든 매체의 전환 데이터를 기준으로 MAT 타겟 기능을 이용하실 수 있습니다.



Adbrix 오리지널 버전을 이용하고 계신 경우 광고주 사이트(<https://partners.igaworks.com>) > 앱 선택 > Tracking Link > Media Settings 접속 후 채널명 검색에서 'Naver(네이버)' 를 검색하고, 설정 버튼을 선택합니다. 네이버 매체 설정 페이지에 접속하셨다면 '추가 설정' 메뉴에서 '설정하기' 버튼을 클릭하여 성과형DA에서 생성한 전환 Key 를 전환 key 필드에 입력 후 저장하시면 됩니다.



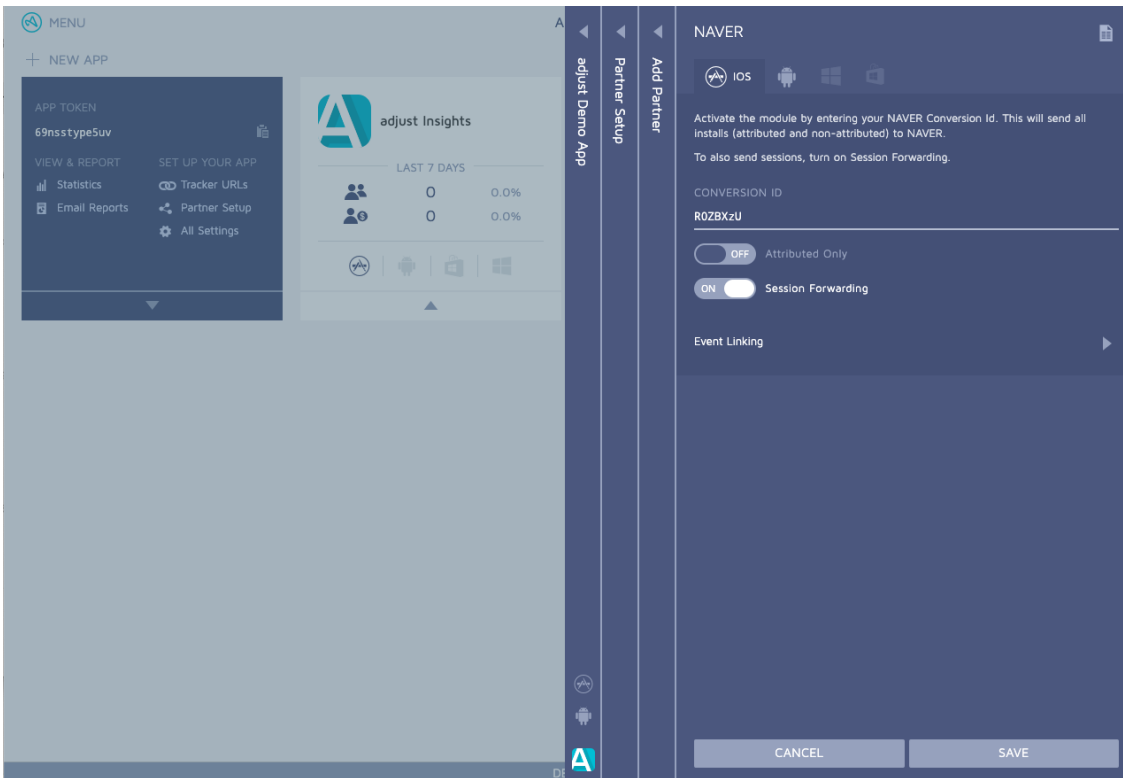
전환 Key 등록이 완료되었다면, 네이버 성과형 DA로 전환 데이터가 전송될 수 있도록 Postback 설정 메뉴 에서 실행 포스트백을선택해 주시고, New Install, Re-Install, Re-Open 이벤트를 활성화시켜 주세요. 전송 조건은 All 로 설정해 주시면, MAT 에서 수집한 모든 매체의 전환 데이터를 기준으로 MAT 타겟 기능을 이용하실 수 있습니다.



## ② Adjust

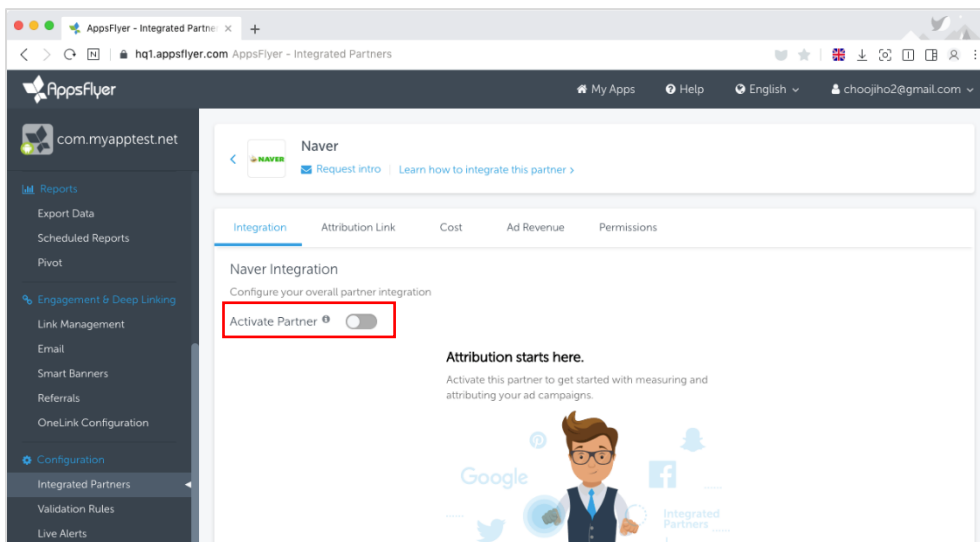
Adjust 광고주 사이트(<https://www.adjust.com/>) > 앱 패널 하단 펼침 메뉴 선택(▲) > Partner Setup 접속 후 ADD PARTNERS 버튼을 클릭하여 'NAVER' 를 선택합니다. 네이버 성과형 디스플레이 광고에서 생성한 전환 Key 를 OS 별로 CONVERSION ID 필드에 입력 후 저장하시면 됩니다.

그리고, 네이버 성과형 DA로 앱 실행 이벤트를 Postback 전송하기 위해서는 Session Forwarding 옵션을 활성화(ON)시켜 주시기 바랍니다.



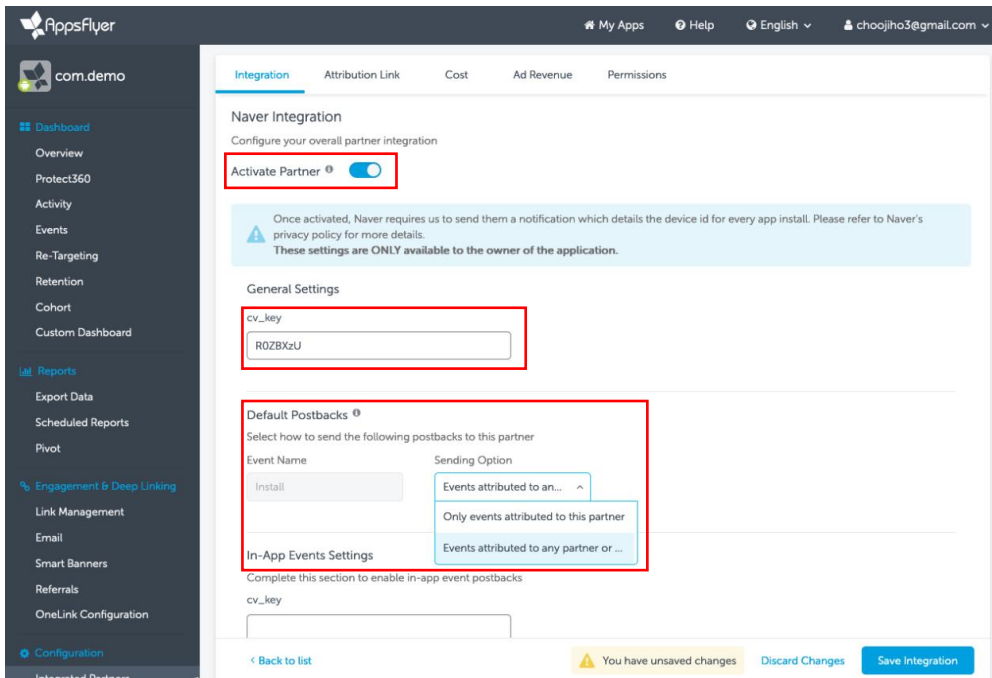
### ③ Appsflyer

Appsflyer 광고주 사이트(<https://hq1.appsflyer.com/>) > 앱 선택 > 설정 > 연동된 파트너 에서 'Naver' 파트너 선택합니다. 연동(Integration) 탭 에서 Activate Partner 옵션을 활성화(ON)시킨 후 네이버 성과형 디스플레이 광고에서 생성한 전환 Key 를 cv\_key 필드에 입력 후 저장하시면 됩니다.



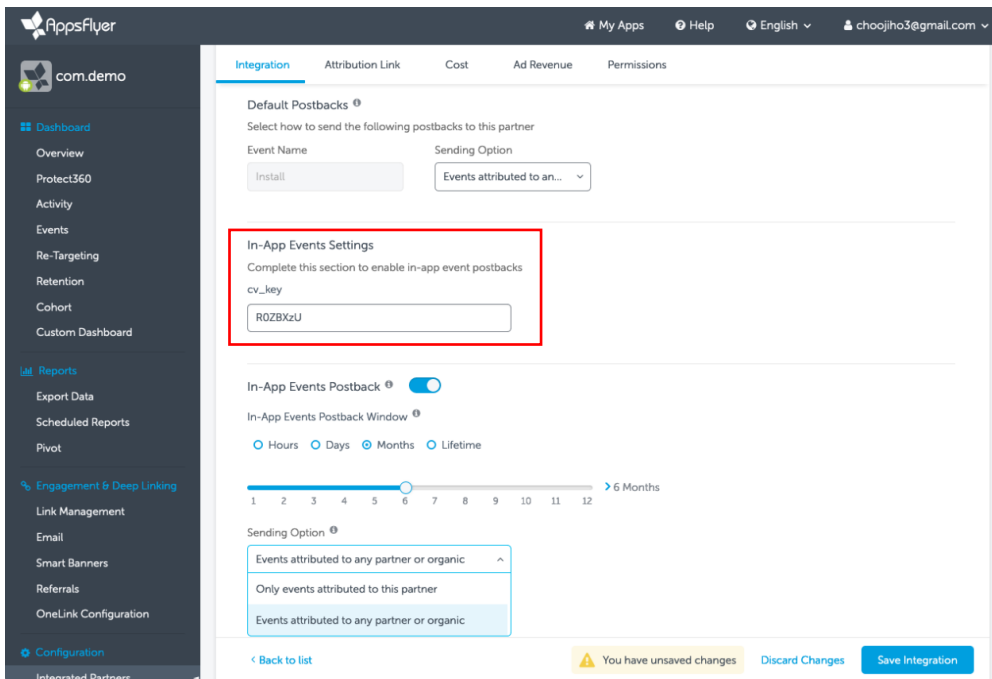
Sending Option 은 네이버로 전송하는 이벤트 데이터의 범위를 결정하는 옵션입니다. MAT 에서 수집한 모든 매체의 전환 데이터를 네이버로 전송하여 사용하시려면 Events attributed to any partner or organic 선택해 주세요.





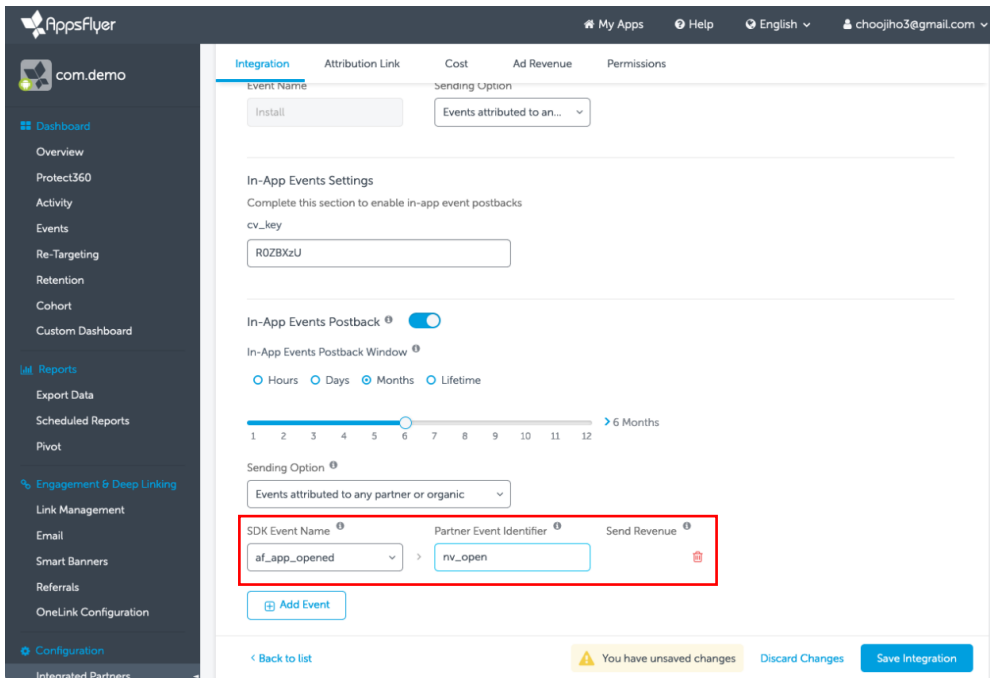
그리고, 앱 실행 이벤트를 네이버로 전송하기 위해 아래와 같이 설정해 주시기 바랍니다.

In-App Events Settings 의 cv\_key 필드에 전환 Key 를 다시 입력합니다.



In-App Events Postback 옵션을 활성화 하신 후 Sending Option 을 설정해 주세요. Default Postbacks 의 Sending Option 과 동일한 옵션으로, 앱 실행 등 인 앱 이벤트 데이터의 전송 범위를 결정하실 수 있습니다.

이어서, 하단에 이벤트 추가 버튼을 클릭 후 SDK Event Name 항목에서 앱 실행 이벤트(af\_app\_opened)를 선택합니다. 그리고, 우측 Partner Event Identifier 항목에서 네이버에 전송할 앱 실행 이벤트 이름을 입력해 주세요. 네이버가 식별할 수 있는 앱 실행 이벤트 이름은 'nv\_open' 입니다.

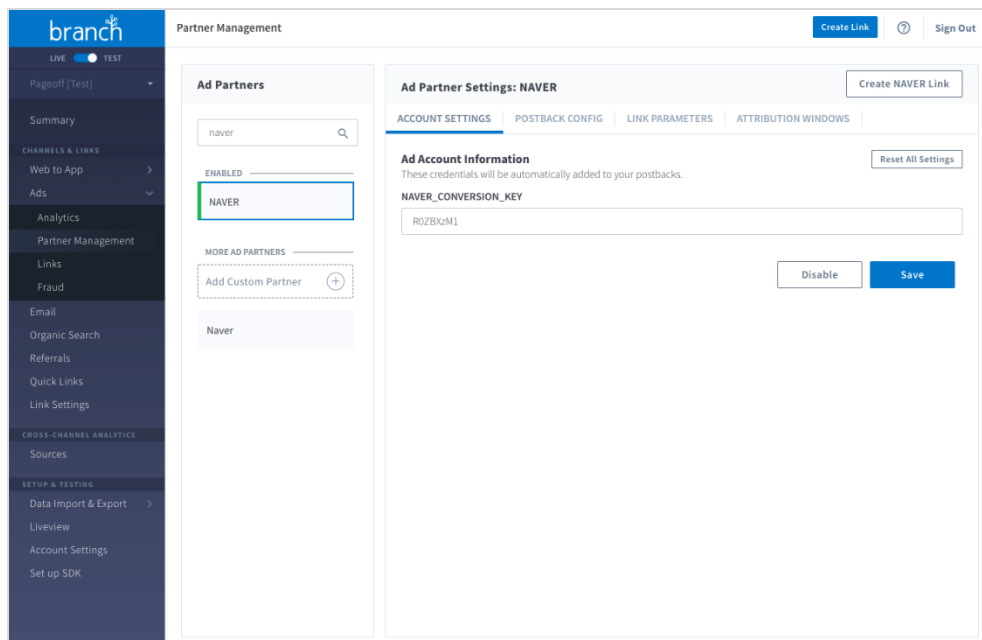


끝으로, 하단 저장 버튼을 클릭해 주시면 변경 사항을 저장해 주세요.

#### ④ Branch (TUNE)

Branch 광고주 사이트(<https://dashboard.branch.io/>) > 앱 선택 > Ads > Partner Management 접속 후 Ad Partners 에서 'NAVER'를 검색하여 선택합니다.

네이버 성과형 DA에서 생성한 전환 Key 를 NAVER\_CONVERSION\_KEY 필드에 입력 후 저장하시면 됩니다.



기존에 'NAVER' 파트너 설정 페이지에서 NOSP에서 발급된 전환 Key 등록과 Postback 설정을 해두신 상태라면, Ad Account Information 항목의 [Reset All Settings] 버튼을 클릭하신 후, 네이버 성과형 디스플레이 광고에서 새로 발급 받은 전환 Key 를 등록해 주시기 바랍니다.

재설정 과정이 생략될 경우 전환 데이터가 성과형 DA 플랫폼으로 정상적으로 전달되지 않을 수 있습니다.

**Ad Partner Settings: NAVER**
Create NAVER Link

---

ACCOUNT SETTINGS
POSTBACK CONFIG
LINK PARAMETERS
ATTRIBUTION WINDOWS

**Ad Account Information**

These credentials will be automatically added to your postbacks.

**NAVER\_CONVERSION\_KEY**

ROZBXzUx

Disable
Save

POSTBACK CONFIG 탭에서 INSTALL, OPEN 이벤트 항목을 선택(ON)해 주세요. 비선택인 경우 전환 데이터가 발생하더라도 네이버 성과형 DA로 전달되지 않게 되어 MAT 타겟 기능을 이용하실 수 없게 됩니다.

Partner Management
Create Link
Sign Out

---

**Ad Partners**

Search

ENABLED

NAVER

MORE AD PARTNERS

Add Custom Partner
+

**Ad Partner Settings: NAVER**
Create NAVER Link

---

ACCOUNT SETTINGS
POSTBACK CONFIG
LINK PARAMETERS
ATTRIBUTION WINDOWS

ENABLE	ALL EVENTS	EVENT	POSTBACK URL	ACTIONS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<b>INSTALL</b> ID: 705335275164816029	<pre>http://trkcv.s.da.naver.com/api/postbackv1?cv_key=\${ (ad_network.credentials.NAVER_CONVERSION_KEY)! }&amp;app_id=@loop data=app.app_bundles val="bundle"&gt;&lt;#if user_data.os == bundle.os&lt;#if bundle.os=="ANDROID"&gt;\${bundle.android.package_name}!</pre>	...
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<b>OPEN</b> ID: 705335275164816031	<pre>http://trkcv.s.da.naver.com/api/postbackv1?cv_key=\${ (ad_network.credentials.NAVER_CONVERSION_KEY)! }&amp;app_id=@loop data=app.app_bundles val="bundle"&gt;&lt;#if user_data.os == bundle.os&lt;#if bundle.os=="ANDROID"&gt;\${bundle.android.package_name}!</pre>	...

Add New Postback

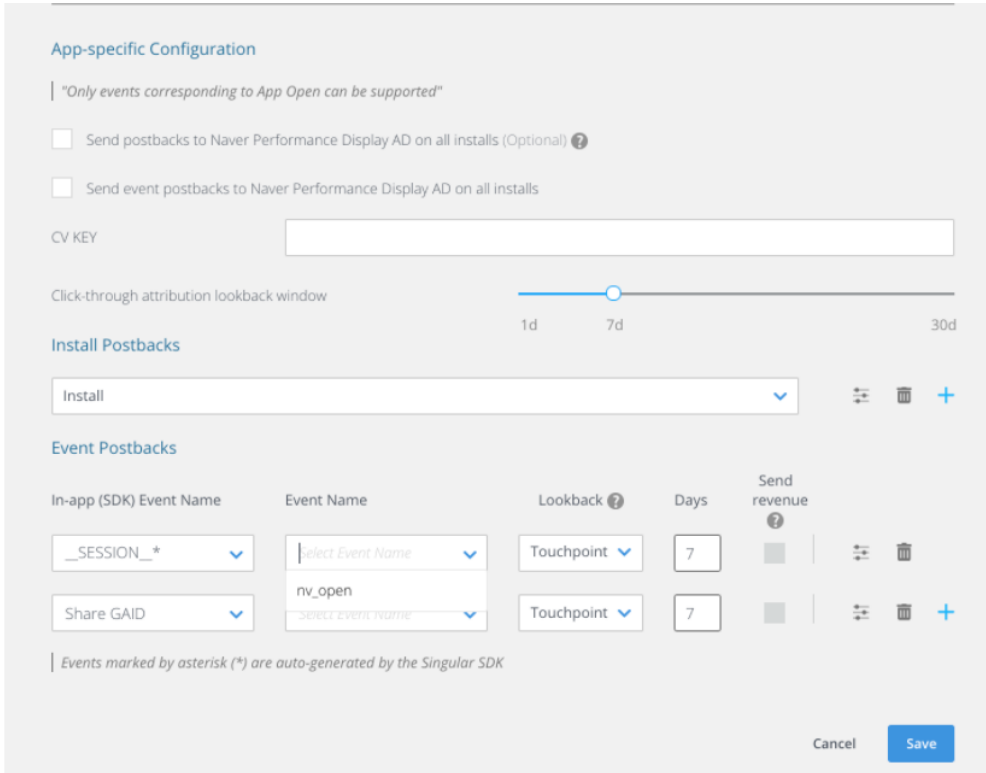
Unsaved Changes

Disable
Save

### ⑤ Singular

Singular 광고주 사이트(<https://app.singular.net>) > 대시보드 홈 > ATTRIBUTION > Partner Configuration 접속 후 Search Partners에서 'NAVER'를 검색하여 'Naver Performance Display AD'를 선택합니다.

Naver Performance Display AD Configuration에서 App과 Site를 선택하고 네이버 성과형 DA에서 발급한 전환 Key를 'CV KEY'에 등록해 주시기 바랍니다.

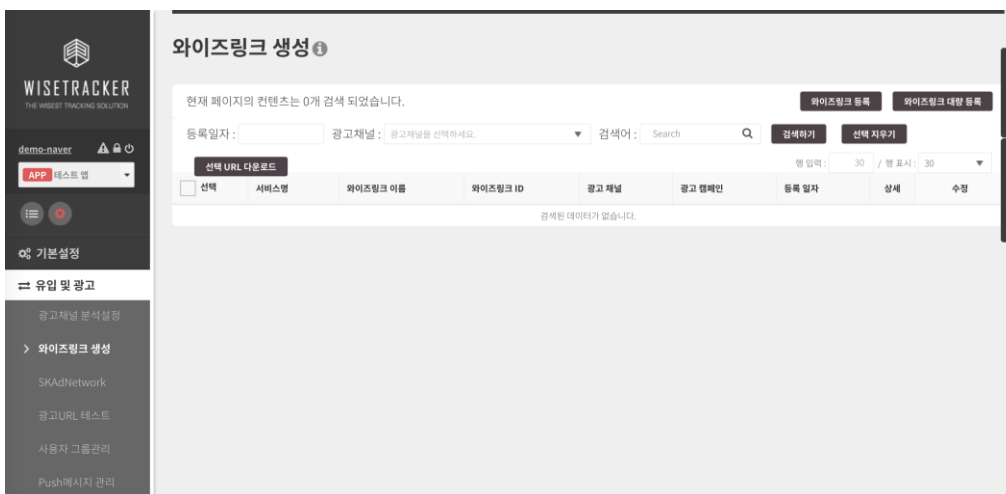


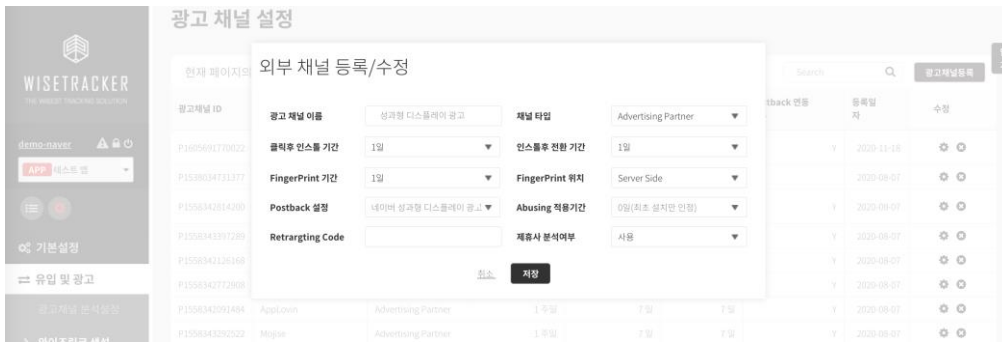
앱 오픈 이벤트의 경우 Event Postbacks에서 In-app(SDK) Event Name을 ‘\_\_session\_\_’을 선택한 뒤 ‘nv\_open’을 지정 한 경우에만 네이버 성과형 DA의 MAT 타겟 모수 수집이 가능합니다.

### ⑥ Wisetracker

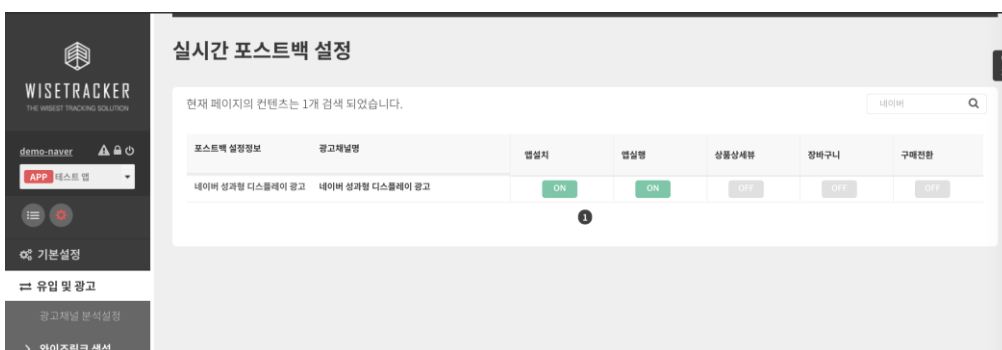
Wisetracker의 경우 v1과 v2로 두 가지 버전이 존재합니다.

Wisetracker v1을 이용하고 계신 경우 광고주 사이트(<http://report.wisetracker.co.kr/>) > 앱 선택 > 설정 > 유입 및 광고 > 와이즈링크 생성 > 광고 채널 설정 > 네이버 성과형 디스플레이 광고를 검색한 뒤, 수정 내 설정 버튼을 클릭 'Retargeting Code'에 네이버 성과형 DA에서 발급한 전환 Key를 입력 후 저장하시면 됩니다.

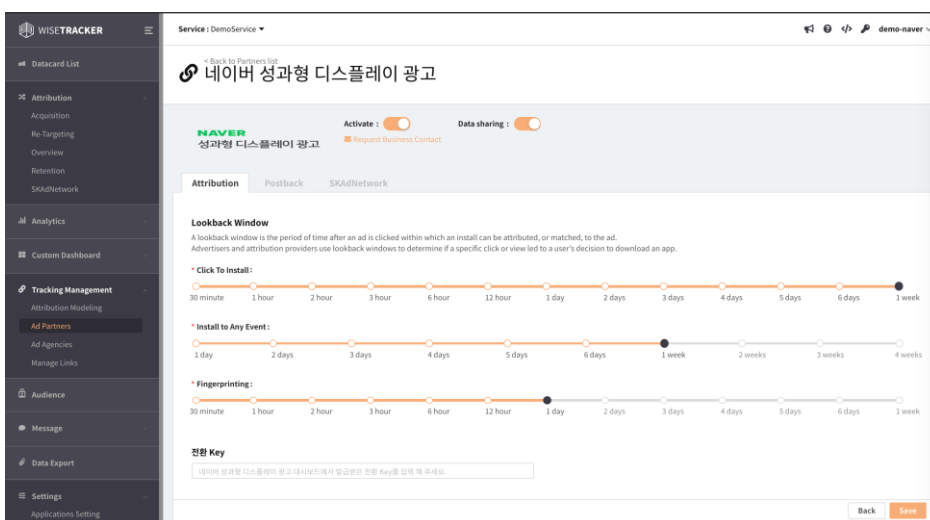




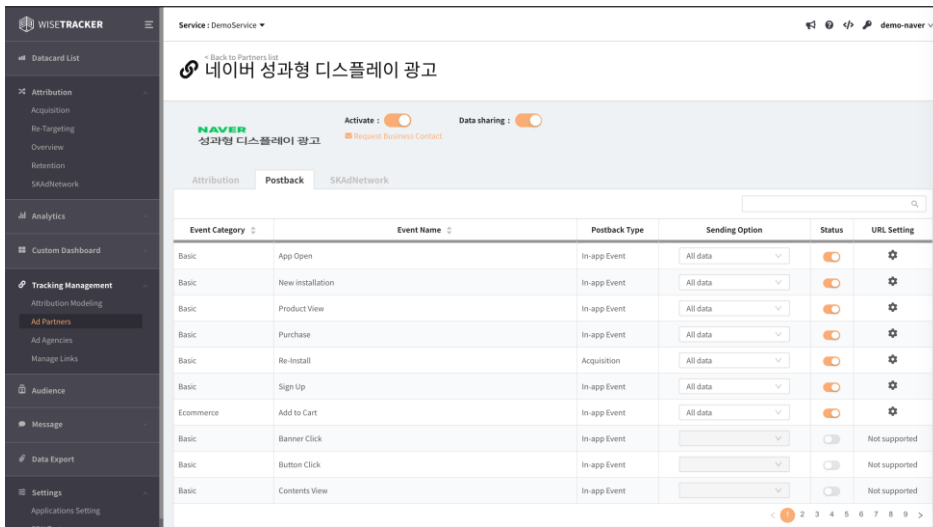
Postback 설정 시 '실시간 포스트백 설정' 클릭 후 네이버를 검색하신 다음 필요한 이벤트를 ON으로 설정해주시면 됩니다. 네이버 성과형 디스플레이 광고는 앱 설치와 앱 실행 이벤트를 맞춤 타겟으로 지원하고 있으니 앱 설치와 앱 실행을 ON으로 설정해주세요.



Wisetracker v2를 이용하고 계신 경우 광고주 사이트(<https://analytics.wisetracker.co.kr/console/login>) > 대시보드 > Tracking Management > Ad Partners > 네이버 성과형 디스플레이 광고의 Setting > Edit 버튼을 클릭 한 뒤 Attribution 탭 하단의 '전환 Key'에 네이버 성과형 DA에서 발급 한 전환 Key를 입력 후 저장해 주시면 됩니다.

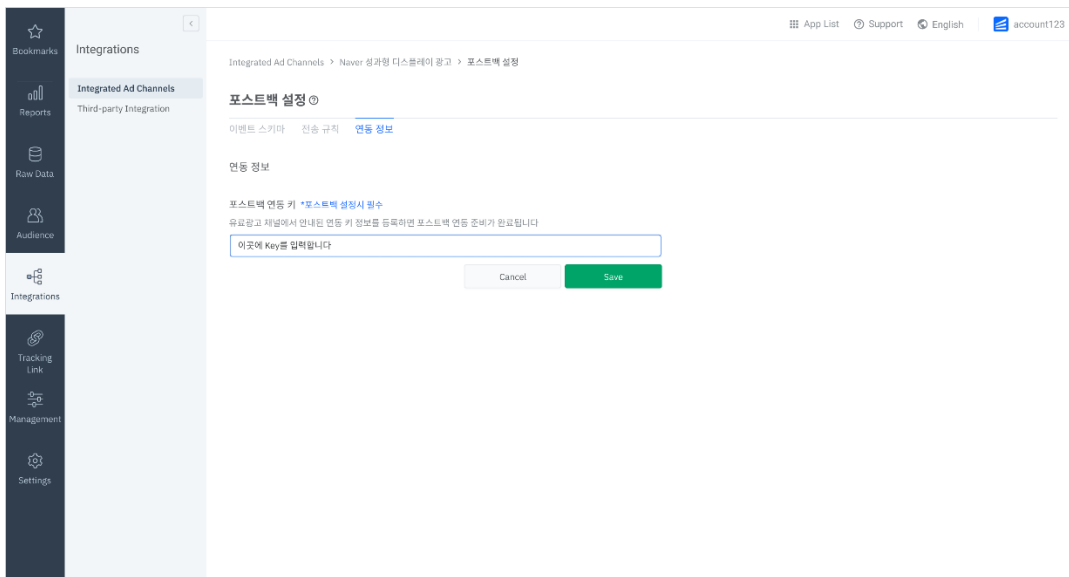


Postback 설정 시엔 해당 메뉴의 Postback 탭으로 이동하여 Postback 전송을 희망하는 이벤트의 Status를 활성화 해주시면 됩니다. 네이버 성과형 DA에 연관된 데이터만을 전송할길 원하시면 Sending Option에서 Attributed data only를 선택해주시면 되고 발생한 모든 데이터의 전송을 원하시면 All data를 선택해주시면 됩니다.

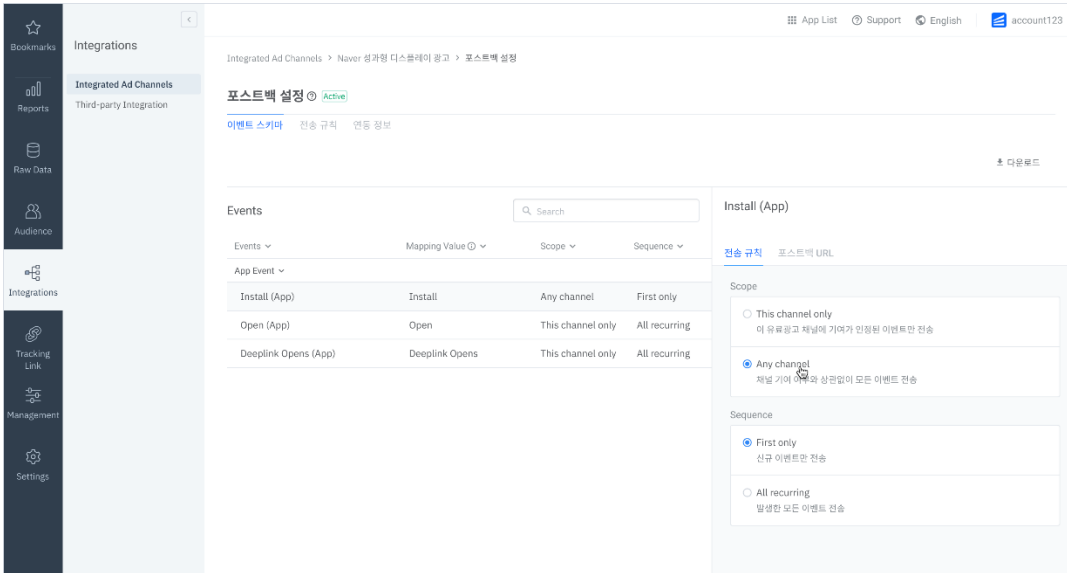


⑦ Airbridge

Airbridge 광고주 사이트(<https://www.airbridge.io/>) > Integrations > Integrated Ad Channels > NAVER 검색 후 네이버 성과형 디스플레이 광고 선택 > 포스트백 설정 선택 후 연동 정보에 네이버 성과형 DA에서 발급한 전환 Key를 입력 후 저장하시면 됩니다.

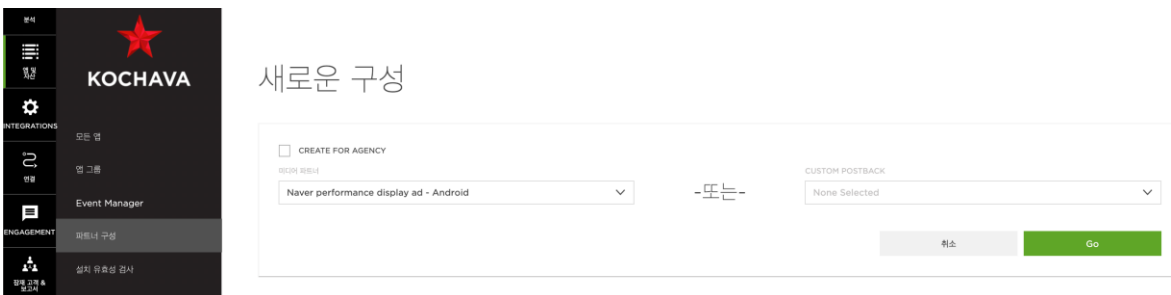


Postback 설정 시엔 동일 경로의 '이벤트 스키마'를 선택하여 전송 규칙을 설정해 줍니다. 네이버 성과형 DA에서 기여된 정보만 Postback 전송하실 경우 Scope에서 'This channel only'를 선택해주시고 전체 이벤트를 전송하실 경우 'Any channel'을 선택하시면 됩니다.

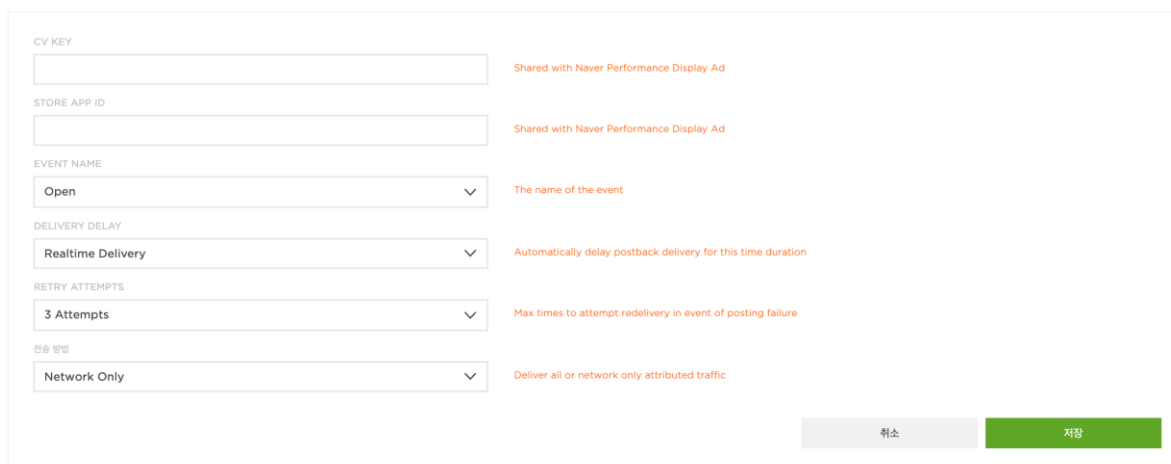


⑧ Kochava

Kochava 광고주 사이트(https://go.kochava.com) > 앱 선택 > 앱 및 자산 > 파트너 구성 > 구성 추가 클릭 후 미디어 파트너에서 Naver Performance Display Ad를 선택 한 뒤 Go를 클릭합니다.



파트너를 추가하시면 기본적으로 Install Postback이 추가됩니다. 추가된 이벤트 우측의 ‘:’ 아이콘을 클릭, 편집을 선택하여 CV KEY 영역에 네이버 성과형 DA에서 발급한 전환 Key를 입력하시면 됩니다.



앱 오픈 이벤트의 경우 이벤트 신규 생성 시 EVENT NAME을 반드시 ‘Open’으로 선택해야만 네이버 성과형 디스플레이

이 광고의 MAT 타겟 모수로 활용이 가능합니다.

STORE APP ID는 iOS 앱의 경우 Appstore의 App ID, 안드로이드 앱의 경우 package name을 등록해주시면 되며, 네이버 성과형 DA에서 관여한 데이터만 전송하길 원하실 경우 전송 방법을 'Network Only'로 해주시고 전체 데이터 전송을 원하실 경우 'All'로 선택한 뒤 저장 버튼을 누리시면 됩니다.

### (3) 네이버 성과형 디스플레이 광고-MAT 연동 확인

MAT 업체에 전환 Key 등록 및 Postback 설정이 완료되면 MAT 로부터 전환 데이터가 네이버 성과형 디스플레이 광고로 전송될 수 있습니다.

하지만, 전환 Key 가 발급되더라도 MAT 업체에 등록되지 않았거나, MAT 업체로부터 데이터가 전달되지 않을 경우 '연동 전' 상태로 표시되며, MAT 업체로부터 데이터가 수집되기 시작하면 '연동 중' 상태로 변경됩니다.

**전환 Key 목록** + 전환 Key 생성

MAT 타겟을 생성하시려면 MAT 업체 연동 작업이 필요합니다. 전환 Key 를 생성한 후 MAT 업체에 등록해 주세요.  
MAT 별 전환 Key 등록 및 Postback 설정 안내는 공지사항에 등록된 'GFA 이용 가이드'를 통해 확인해 주세요.

전환 Key 이름	전환 Key	연동 상태	등록일시
<a href="#">테스트 전환 Key 2</a>	R0ZBXzc1 <a href="#">복사</a>	연동중	2020. 04. 13. 10:49
<a href="#">테스트 전환 Key</a>	R0ZBXzc0 <a href="#">복사</a>	연동 전	2020. 04. 13. 10:44

<< < 1 > >>
10개씩 보기 ▾

'연동 전' 상태인 경우에는 전환 Key 삭제가 가능하지만, '연동 중' 상태인 경우에는 운영중인 광고에 영향을 줄 수 있으므로 삭제를 제한하고 있습니다.

'연동 중' 상태에서도, 광고주 앱 또는 MAT 업체 설정 상태에 따라 일정 기간 전환 데이터가 네이버 성과형 DA로 집계되지 않을 수 있습니다.

### (4) MAT 타겟 생성

MAT 타겟은 광고 그룹 만들기 시 맞춤 타겟 설정에 적용되는 항목으로 MAT 업체, 이벤트, 기간 등을 조건에 따라 생성할 수 있습니다.

도구 > 타겟 관리 > MAT 타겟 관리 메뉴에서 새 MAT 타겟을 추가하거나, 등록된 MAT 타겟을 확인할 수 있습니다.



MAT 타겟 목록
+ MAT 타겟 등록

타겟 소스 이름	연동 업체	수집 이벤트	수집 기간	타겟 모수 <sup>①</sup>	상태 <sup>①</sup>	생성일
<p>등록된 'MAT 타겟'이 없습니다. 새 'MAT 타겟'을 등록해 주세요.</p>						

### 1) MAT 타겟 등록

맞춤 타겟에 사용할 MAT 타겟을 등록할 수 있습니다. MAT 타겟은 타겟 소스 이름, 타겟 유형, 연동 업체, 수집 이벤트, 수집 기간 등의 정보로 구성되며, 모두 필수 항목으로 설정이 필요합니다.

MAT 타겟 등록

등록하신 MAT 타겟은 맞춤 타겟 설정 시 포함(타게팅) 또는 제외(디타게팅) 설정하여 사용할 수 있으며, 아래 주의 사항을 반드시 확인하시고 MAT 타겟을 등록해 주시기 바랍니다.

**주의 사항**

- 타겟 모수 2,000 미만인 경우 '타게팅' 설정할 수 없으며, 광고 집행 중 모수가 2,000 미만으로 줄어들 경우 중지될 수 있습니다.
- 인종, 종교, 성적 지향, 병력 정보와 같은 민감 정보를 사용하여 수집 되었거나, 만 14세 미만 아동 정보에서 수집 된 광고 식별자는 제외하여야 합니다.
- 연동 중인 MAT 서비스의 Postback 설정 비활성화 시 타겟 모수가 줄어들 수 있으므로, 타겟 소스와 연동 된 광고가 집행 중인 경우에는 활성화 상태를 유지해 주세요.

**타겟 소스 이름**

**타겟 유형** 0자/128자  
 MAT 타겟

**연동 업체**  Adbrix  Adjust  Appsflyer  Branch

**수집 이벤트**  앱 설치  앱 실행

**수집 기간** 최근 30일 ^

최근 30일

최근 60일

최근 90일

최근 120일

최근 150일

최근 180일

MAT 타겟은 MAT 업체와의 연동이 이루어지지 않은 상태에서도 생성할 수 있지만, Postback으로 전송된 데이터가 없을 경우 사용할 수 없으며, 네이버 성과형 디스플레이 광고는 최대 180일 이내에 수집된 데이터만 사용하고 있습니다.

MAT 타겟 이름은 관리용으로 자유롭게 입력해 주시면 되고, 타겟 유형은 고객 파일 타겟과 MAT 타겟을 구분하기 위한 관리용 정보입니다. 연동 업체는 네이버 성과형 DA가 연동 지원하는 업체들이 표시되며, 1개 이상 복수 선택이 가능합니다. 수집 이벤트는 앱 실행과 앱 설치 2가지 중 한 가지를 선택할 수 있고, 수집 기간은 최근 30일, 60일, 90일, 120일, 150일, 180일 중 선택할 수 있습니다.

예를 들어 Branch 업체와 연동되어 있다고 가정하고, '최근 30일간 Branch 를 통해서 수집된 앱 실행 이벤트'를 MAT 타겟으로 생성하고자 할 경우 연동 업체는 Branch 를 선택하고, 수집 이벤트는 앱 실행, 수집 기간은 최근 30일로 선택한 후 "최근 30일\_Branch\_앱 실행" 으로 이름을 입력한 후 저장하시면 됩니다.

MAT 타겟 등록이 완료되면, 목록에 표시되며, 만약 동일한 조건(설정)으로 등록된 MAT 타겟이 있다면 중복 등록으로 확인 팝업이 표시될 수 있습니다. 이 경우, 이미 생성된 MAT 타겟을 사용하시면 됩니다.

신규로 등록된 MAT 타겟은 타겟 모수를 집계하는 동안 '준비중' 으로 표시될 수 있습니다.

MAT 타겟 목록						+ MAT 타겟 등록
타겟 소스 이름	연동 업체	수집 이벤트	수집 기간	타겟 모수 ①	상태 ①	생성일
<a href="#">MAT 타겟 테스트 3</a>	Adjust	앱 실행	최근 30일	너무 작음	사용 가능 (최근 갱신: 20...)	2019. 12. 18
<a href="#">MAT 타겟 테스트 2</a>	Adbrix	앱 설치	최근 30일	너무 작음	사용 가능 (최근 갱신: 20...)	2019. 12. 17
<a href="#">MAT 타겟 테스트 1</a>	Branch	앱 실행	최근 30일	너무 작음	사용 가능 (최근 갱신: 20...)	2019. 10. 31

<< < 1 > >>

10개씩 보기 v

MAT 타겟은 MAT 연동 관리 상태가 '연동 전' 이더라도 미리 등록 가능합니다. 단, MAT 타겟의 상태가 '준비중' 인 경우 맞춤 타겟 설정은 할 수 없습니다.

타겟 모수는 최근 30일 이내에 광고를 본 이력이 있는 식별자 중에서 등록한 타겟 소스의 식별자를 샘플링 기반으로 추출한 수를 의미하며, 신규 등록된 MAT 타겟의 경우 '준비중' 상태로 표시된 후 모수 집계 완료 시 '사용 가능'으로 표시됩니다. 타겟 모수 집계 시간은 일반적으로 1시간 내외로 소요되며, 정기적으로 갱신될 수 있습니다. 단, 등록 조건과 시스템 상황에 따라 모수 집계 및 갱신이 지연될 수 있습니다. 타겟 모수 집계가 완료되었으나 광고에 사용하기 너무 작은 경우 '너무 작음' 으로 표시될 수 있고, 광고 그룹 > 맞춤 타겟 설정 시 '포함(타겟팅)' 설정을 할 수 없습니다. 이 경우에는 충분한 모수를 확보하신 후 다시 등록해 주시기 바랍니다.

또한, 광고 계정 당 생성 가능한 MAT 타겟 수를 30개로 제한하고 있으므로, 불필요한 MAT 타겟이 생성되지 않도록 주의해 주시기 바랍니다.

## 2) MAT 타겟 상세 정보

MAT 타겟 목록에서 타겟 소스 이름을 클릭하면 상세 정보를 조회할 수 있습니다. 또한, [정보 변경] 버튼 클릭 시 타겟 소스 이름과 연동 업체, 수집 이벤트, 수집 기간 정보를 수정할 수 있고, 해당 MAT 타겟을 삭제할 수 있습니다.

**MAT 타겟 상세 정보**

취소
저장

등록하신 MAT 타겟은 맞춤 타겟 설정 시 포함(타게팅) 또는 제외(디타게팅) 설정하여 사용할 수 있으며, 아래 주의 사항을 반드시 확인하시고 MAT 타겟을 등록해 주시기 바랍니다.

**주의 사항**

- 타겟 모수 2,000 미만인 경우 '타게팅' 설정할 수 없으며, 광고 집행 중 모수가 2,000 미만으로 줄어들 경우 중지될 수 있습니다.
- 인종, 종교, 성적 지향, 병력 정보와 같은 민감 정보를 사용하여 수집 되었거나, 만 14세 미만 아동 정보에서 수집 된 광고 식별자는 제외하여야 합니다.
- 연동 중인 MAT 서비스의 Postback 설정 비활성화 시 타겟 모수가 줄어들 수 있으므로, 타겟 소스와 연동 된 광고가 집행 중인 경우에는 활성화 상태를 유지해 주세요.

---

타겟 소스 이름

MAT 타겟 테스트

10자/128자

타겟 유형

MAT 타겟

연동 업체

Adbrix  
  Adjust  
  Appsflyer  
  Branch

수집 이벤트

앱 설치  
  앱 실행

수집 기간

최근 90일

타겟 모수

너무 작음

생성일

2019. 12. 18

▶ 삭제하기

**타겟 사용 현황**

캠페인	광고 그룹	광고 그룹 상태
<a href="#">QA 밴드</a> 40133	<a href="#">3. 밴드-A1A2</a> 92521	운영가능
<a href="#">QA 광고 노출 확인용_네이버</a> 40132	<a href="#">고객A1_MAT A2 포함</a> 92520	운영가능
<a href="#">테스트</a> 39025	<a href="#">테스트</a> 92015	운영가능

◀
1
▶

10개씩 보기

연동 업체, 수집 이벤트, 수집 기간 정보는 수정 가능하지만, 집행 중인 광고에 영향을 줄 수 있으므로 신중하게 판단하여 변경해 주시기 바랍니다. MAT 타겟은 주기적으로 타겟 모수를 업데이트 하므로, 변경 즉시 광고에 반영되지는 않습니다.

또한, 연동 된 광고 그룹이나 유사 타겟이 있는 경우 MAT 타겟을 삭제할 수 없습니다. MAT 타겟을 삭제하고자 할 경우 타겟 사용 현황에서 연동 된 광고 그룹을 확인하여 맞춤 타겟 설정에서 해제해 주셔야 하고, 연동 된 유사 타겟이 있는 경우라면 해당 유사 타겟을 먼저 삭제하신 후 MAT 타겟을 삭제해 주세요.

**(5) 맞춤 타겟 설정**

생성 된 MAT 타겟은 광고 그룹 만들기 > 오디언스 설정 > 맞춤 타겟 옵션에서 타겟 불러오기를 통해 설정할 수 있습니다.

NAVER 성과형 디스플레이 광고

맞춤 타겟 불러오기
✕

맞춤 타겟 설정 할 타겟 소스를 선택해 주세요.

고객 파일    **MAT 타겟**    유사 타겟
선택된 파일 총 1 / 10개

---

사용 가능한 소스만 표시되며, 타겟 모수가 2,000 미만인 경우 포함(타겟팅) 설정 할 수 없습니다.

선택	타겟 소스 이름	연동 업체	수집 이벤트	수집 기간	타겟 모수
<input checked="" type="checkbox"/>	adbrix_설치_30일 42	Adbrix	앱 설치	최근 30일	320,000
<input type="checkbox"/>	appsflyer_설치_30일 41	Appsflyer	앱 설치	최근 30일	너무 작음

1

취소
확인

등록된 MAT 타겟 중 '사용 가능' 상태의 항목을 선택할 수 있는데, '준비중' 상태의 항목은 타겟 모수 조치가 완료된 이후에 선택 가능합니다.

MAT 타겟 소스는 1개 이상 맞춤 타겟 설정 할 수 있으며, 동일 광고 그룹 내 최대 10개까지 다른 타겟 소스와 함께 설정할 수 있습니다.

설정된 타겟 소스 별로 '포함(타겟팅)' 또는 '제외(디타겟팅)' 설정이 가능하나, 타겟 모수가 2,000 미만인 경우에는 '포함' 설정을 할 수 없으며, 광고 그룹에 처음 설정된 MAT 타겟은 실제 광고에 반영되기까지 약 1시간 내외가 소요될 수 있습니다. 이후 신규로 수집된 MAT 데이터는 최대한 실시간으로 추가되어 광고 집행에 적용됩니다. 다만, 일부 데이터가 누락되거나 지연될 수 있으며, MAT 타겟 모수의 경우 시스템 성능을 고려하여 평균적으로 일일 단위로 갱신이 이루어지고 있어, 실제 집행중인 광고에서 사용되고 있는 타겟 소스의 개수와 차이가 있을 수 있습니다. 광고 그룹에서 맞춤 타겟 설정 방법은 03. 광고 만들기 > 2. 광고 그룹 만들기 에서 확인해 주시기 바랍니다.

## 2-3. 유사 타겟 관리

### (1) 유사 타겟?

유사 타겟은 고객 파일, MAT 타겟 등 광고주님의 기존 타겟 소스를 바탕으로(SEED 타겟으로 설정하여)으로 유사한 행동 패턴과 특성을 지닌 대상을 찾아 타겟 그룹을 구성하는 기능입니다.

단, 유사 타겟 모델에서는 특정 행동만을 유추하여 결과를 내는 것이 아니라, 유저들의 행동에서 경향성 있는 패턴을 찾는 것이므로 그 결과가 특정 행동 가능성이 높은 그룹을 반드시 보장하지는 않습니다.

### (2) 유사 타겟 등록

타겟 관리 > 유사 타겟 관리 메뉴에서 [유사 타겟 등록] 버튼 클릭 시 새로운 유사 타겟을 생성할 수 있습니다.

유사 타겟 등록은 SEED 타겟 선택과 타겟 규모 설정 2단계로 이루어져 있습니다.

## 1) SEED 타겟 선택

유사 타겟 생성에 사용 할 SEED 타겟을 선택합니다. 이미 등록된 고객 파일 타겟, MAT 타겟 중 SEED 모수 가 2천개 이상인 경우 선택할 수 있습니다.

유사 타겟 등록
×

1 SEED 타겟 선택
 2 타겟 규모 설정

등록된 타겟 소스를 SEED 타겟으로 선택할 수 있습니다.  
SEED 모수는 최소 2,000개 이상 필요하며, 10만개 이내를 권장합니다.

고객 파일
MAT 타겟

선택	SEED 타겟	SEED 모수
<input checked="" type="radio"/>	고객 파일 테스트 4	3,000
<input type="radio"/>	고객 파일 테스트 3	3,000
<input type="radio"/>	고객 파일 테스트 2	2,000
<input type="radio"/>	고객 파일 테스트 1	너무 작음
<input type="radio"/>	고객 파일 테스트	너무 작음

1

2

취소
다음 >

SEED 모수는 시스템 성능을 고려하여 최소 2,000 개 이상이 필요하며, 최대 개수에는 제한이 없습니다. 다만, 다음과 같 다음과 같은 배경으로 10만개 이내의 SEED 모수 등록을 권장하고 있습니다.

유사 타겟은 선택된 SEED와 행동 패턴이 유사한 대상을 찾아 목표하는 타겟 범위를 넓히는데 목적이 있는데, SEED 모수가 많거나 적다고 해서 유사 타겟 결과가 더 잘 나온다고 정의할 수 없으며, 얼마나 유저의 행동 패턴이 경향성이 있게 잘 정제된 SEED를 사용하느냐에 따라 유사 타겟 결과의 효율이 영향을 받게 됩니다. 따라서, SEED 수가 많을 수록 결과가 나오기까지 수행 시간이 늘어나고 경향성이 열어질 수 있으므로, 많은 수의 SEED를 사용하기보다 정제된 양질의 SEED 사용을 권장 드립니다.

## 2) 타겟 규모 설정

타겟 규모 설정은 선택된 SEED 타겟을 바탕으로 생성할 유사 타겟의 범위를 결정하는 단계입니다. 1단계에서부터 10단계까지 설정 할 수 있으며, 각 단계별 예상 모수를 확인할 수 있습니다.

유사 타겟 등록
✕

1 SEED 타겟 선택
 2 타겟 규모 설정


타겟 규모를 설정해 주세요.  
 유사 타겟 생성은 일반적으로 24시간 이내로 완료되지만, SEED 타겟의 모수와 타겟 규모, 시스템 상황에 따라 지연되거나, 생성이 실패 할 수 있습니다. 실패 시 등록 된 유사 타겟 삭제 후 다시 등록해 주시기 바랍니다.

---

**SEED 유형**            고객 파일

**SEED 타겟**            고객 파일 테스트 4

**타겟 규모 설정**        타겟 규모는 총 10단계로 설정할 수 있으며, 단계가 높을 수록 타겟 모수가 커집니다.



0   1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

**유사 타겟 이름**  
유사 타겟 (1단계) - 고객 파일 테스트 4

**예상 모수**  
200,000

\* 유사 타겟 이름은 자동으로 정의되며, 유사 타겟 등록 후 수정할 수 있습니다.

< 이전
생성

마지막으로 [생성] 버튼을 클릭하면, 유사 타겟 등록이 완료됩니다. 유사 타겟 이름은 디폴트로 자동 생성되나, 유사 타겟 등록 후 수정하실 수 있습니다.

등록 된 유사 타겟은 보통 24시간 이내에 생성이 완료되지만, SEED 타겟의 모수와 타겟 규모, 시스템 상황에 따라 더 거릴 수 있습니다.

### 3) 유사 타겟 등록 완료

등록 된 유사 타겟은 유사 타겟 목록에서 조회 가능하며, SEED 유형과 타겟 모수, 상태, 생성일 정보를 확인할 수 있습니다. 또한, 유사 타겟은 주기적으로 갱신될 수 있는데, 상태 컬럼에서 최근 갱신일을 확인할 수 있습니다.

유사 타겟의 갱신은 자동 갱신 옵션이 ON 인 경우 마지막 갱신일로부터 7일 이후 실행되는데, 시스템 상황에 따라 7~10일 이내에 갱신될 수 있으며, 자동 갱신 옵션이 OFF 인 경우에는 갱신되지 않습니다. 현재 상태의 유사 타겟으로 광고를 집행하시는 경우 자동 갱신 옵션을 OFF 로 설정 유지해 주시면 됩니다.

유사 타겟 목록
+ 유사 타겟 등록

기 등록된 맞춤 타겟 소스(고객 파일, MAT 타겟 등)를 이용하여 유사한 특성을 지닌 새로운 대상을 찾아 유사 타겟 소스로 생성할 수 있습니다.

타겟 소스 이름	SEED 유형	타겟 모수 ①	상태 ①	생성일	자동갱신 ①
유사 타겟 (5단계)-고객 파일 테스트 4	고객 파일	1,000,000	사용 가능 <small>(최근 갱신 : 2020.06.26)</small>	2020. 06. 26	<input checked="" type="checkbox"/>

1

10개씩 보기

### (3) 유사 타겟 상세

유사 타겟 목록에서 타겟 소스 이름 클릭 시 상세 정보를 확인할 수 있습니다. 또한, [정보 변경] 버튼 클릭 시 타겟 소스 이름을 수정하실 수 있고, 해당 유사 타겟을 삭제할 수 있습니다. 유사 타겟 삭제는 연동 된 광고 그룹이 없을 경우

가능합니다.

유사 타겟 상세 정보
취소 저장

타겟 소스 이름	유사 타겟 (5단계) - 고객 파일 테스트	상태	사용 가능
SEED 유형	고객 파일 <span style="float: right;">23자/128자</span>	생성일	2020. 06. 26
SEED 타겟	고객 파일 테스트 4	자동갱신	<input checked="" type="checkbox"/>
타겟 모수	1,000,000		

[▶ 상세보기](#)

#### (4) 맞춤 타겟 설정

생성 된 유사 타겟은 광고 그룹 만들기 > 오디언스 설정 > 맞춤 타겟 옵션에서 타겟 불러오기를 통해 설정할 수 있습니다.

맞춤 타겟 불러오기
✕

맞춤 타겟 설정 할 타겟 소스를 선택해 주세요.

고객 파일   MAT 타겟   유사 타겟
선택된 파일 총 2 / 10개

사용 가능한 소스만 표시되며, 타겟 모수가 2,000 미만인 경우 포함(타겟팅) 설정 할 수 없습니다.

선택	타겟 소스 이름	타겟 모수
<input type="checkbox"/>	유사 타겟 (5단계) - 테스트 고객 파일2 12	준비중
<input type="checkbox"/>	유사 타겟 (1단계) - 테스트 고객 파일2 11	준비중
<input checked="" type="checkbox"/>	유사 타겟 (10단계) - 테스트 고객 파일2 8	3,000,000

1

취소
확인

등록 된 유사 타겟 중 ‘사용 가능’ 상태의 항목을 선택할 수 있는데, ‘준비중’ 상태의 항목은 타겟 모수 조회가 완료된 이후에 선택 가능합니다.

유사 타겟 소스는 1개 이상 맞춤 타겟 설정 할 수 있으며, 동일 광고 그룹 내 최대 10개까지 다른 타겟 소스와 함께 설정할 수 있습니다.

설정된 타겟 소스 별로 ‘포함(타겟팅)’ 또는 ‘제외(디타겟팅)’ 설정이 가능하나, 타겟 모수가 2,000 미만인 경우에는 ‘포함’ 설정을 할 수 없으며, 광고 그룹에 설정이 완료시 즉시 반영됩니다. 광고 그룹 에서 맞춤 타겟 설정 방법은 03. 광고 만들기 > 2. 광고 그룹 만들기 에서 확인해 주시기 바랍니다.

### 3. 전환 추적 관리

전환 추적 관리는 광고를 통해 웹사이트에서 발생한 전환수와 전환 매출액을 리포트로 제공받기 위해 필요한 메뉴입니다. 웹사이트에서 발생한 전환을 집계하며 앱에서 발생한 이벤트 집계는 지원되지 않습니다.

#### 3-1. 전환 추적 가능 조건

전환 지표는 1) 전환 추적 스크립트가 설치 완료되어 2) 전환 추적 대상으로 사이트 'on' 되어 있고 3) 전환 추적 대상 사이트가 대표 URL로 등록되어 있으며, 4) 소재 랜딩이 전환 추적 대상일 때 리포트로 수치가 제공됩니다.



#### 3-2. 전환 추적 신청

- 전환 추적은 1) 결제 담당자가 등록되어 있는 광고 계정의 2) 마스터만 신청 가능하며, 3) 승인된 대표 URL중에서 신청 가능합니다. 따라서 도구 > 전환 추적 관리에서 전환 추적 신청 전에 캠페인을 먼저 세팅하시어 대표URL 승인을 받으시는 것을 추천드립니다.

##### (1) 캠페인에 대표 URL 등록

캠페인 설정

✓ 대표 URL      브랜드 또는 광고주를 대표하는 웹사이트 URL을 입력해 주세요.

입력 예시) <https://www.your-brand-site.com>

**※주의사항**

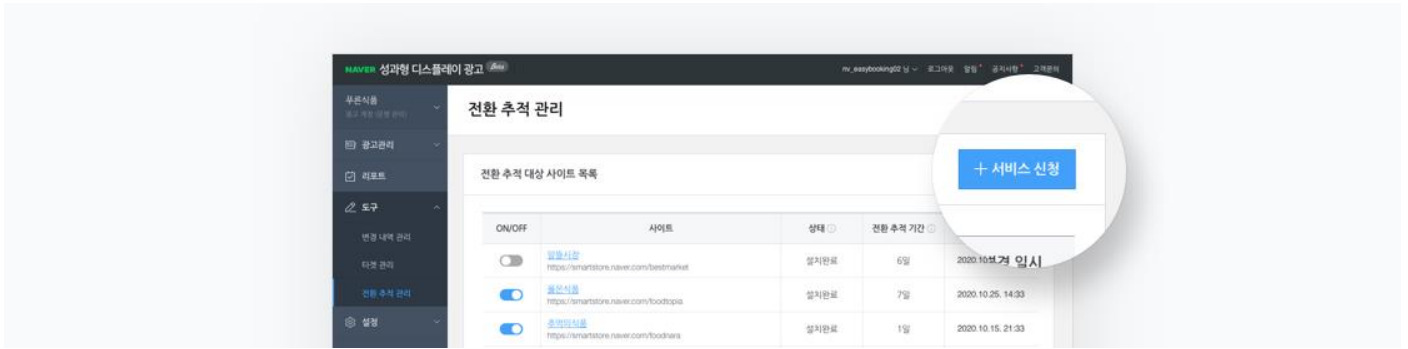
- 광고주 본인의 브랜드 사이트 URL을 입력하거나, 없을 경우 공식 홈페이지 URL을 입력해 주세요.
- 유효하지 않거나 신뢰할 수 없는 URL인 경우 광고 소재 검수가 보류될 수 있으며, 운영중인 광고가 중지될 수 있습니다.
- URL 끝에 슬래시(/) 기호 또는 index, home 페이지 주소는 반드시 필요한 경우가 아니면 제거해 주세요.
- 광고 URL 은 광고 소재에서 등록해 주세요.
- 단축 URL, 3rd-Party 제공 URL, 리다이렉트 URL 은 등록할 수 없습니다.
- 승인 받은 대표 URL을 [전환 추적 대상으로 신청](#)하여 설치 완료 후 'ON'하신 경우 전환이 추적되어 리포트에 집계됩니다. 등록하신 대표 URL이 전환 추적 대상으로 등록되어 있지 않으면, 소재에 등록된 광고 URL이 전환 추적 대상이어도 전환이 추적되지 않습니다.

그 외 자세한 가이드는 [대표 URL 등록 가이드](#)를 확인해주세요.

사이트를 대표하는 최상위 도메인을 등록해주세요. 단, 독립적으로 분리 운영되는 도메인이거나, 네이버 스마트 스토어나 네이버 모두 사이트는 차상위 도메인 등록이 가능합니다.



(2) 전환 추적 대상 사이트 신청



도구> 전환 추적 관리 메뉴의 우상단에 ‘+신청하기’ 버튼을 눌러 전환 추적 서비스 신청합니다. 서비스 신청 시 기입해야하는 항목은 사이트 이름, 신청 사이트 URL, 광고주측 기술 담당자, 설치 구분, 사이트 유형, 전환 유형, 전환 추적 기간이며 개인정보 동의가 필요합니다.

**전환 추적 서비스 신청**

사이트 이름:  (사이트 이름을 입력해주세요. 0자~100자)

신청 사이트 URL:  (사이트를 대표하는 최상위 도메인을 등록해주세요. 사이트를 대표하는 최상위 도메인을 등록해주세요. 단, 독립적으로 분리 운영되는 도메인이거나, 네이버 스마트 스토어나 네이버 모두 사이트는 차상위 도메인 등록이 가능합니다.)

광고주측 기술 담당자:  내 정보와 동일

담당자 이름:

휴대폰 번호:

이메일 주소:  @  . (직접입력)

설치 구분:  무료 대형 설치  직접 설치

사이트 유형:  일반웹사이트  임대형 쇼핑몰 (기재24)  기타

전환 유형:  구매완료  회원가입  정바구니  신청예약  기타

전환 추적 기간:  20일 (최소 1일에서 최대 20일까지 선택 가능합니다. 사이트 단위로 1개의 전환추적기간을 가질 수 있습니다. 기존에 동일 사이트가 이미 등록되어 있다면 추가 서비스 신청 또는 수정 시점에 설정된 최신 전환추적기간이 같이 적용됩니다.)

개인 정보 수집 및 이용 동의:  **입력하신 담당자 정보 (이름, 이메일주소, 휴대폰번호)는 전환 추적 서비스 제공을 위해 수집하며, 서비스 이용기간 동안 보관합니다. 담당자 정보 미입력시 서비스 제공이 어려울 수 있습니다.**  위 내용을 모두 읽고 확인하였으며 동의합니다.

\* 서비스 신청시 1~3일 이내(최대 7일) 신청시 입력한 기술담당자의 '메일주소'와 '설치안내메일'이 발송됩니다. 반드시 안내 메일을 확인하시기 바랍니다.  
\* 대형 설치를 신청하신 경우 '설치안내메일'에 광고주님 사이트 접속에 필요한 정보를 추가 입력해 주셔야 하며, 신청 후 1~7일내에 설치가 완료됩니다.  
\* 직접 설치하시는 경우 직접 설치에 필요한 매뉴얼을 '설치안내메일'을 통해 확인하실 수 있습니다.

서비스 신청 시 전환 추적 대상 사이트는 계정에서 승인된 대표URL 중 선택 가능하며, 사이트를 대표하는 최상위 도메인을 선택하시는 것을 권장합니다. 단, 독립적으로 분리 운영되는 도메인이거나, 네이버 스마트 스토어나 네이버 모두 사이트는 차상위 도메인 등록이 가능합니다.

또한 기존에 네이버 검색광고 프리미엄 로그 분석을 사용하고 있으신 광고주님도 별도로 전환 추적 신청이 필요합니다. 단 서비스 신청 시 별도의 스크립트 설치없이 전환 추적 서비스를 이용하실 수 있습니다.

일부 오픈 마켓, 소셜 커머스, 포털 사이트의 카페, 블로그 등 HTML 코드를 수정할 수 없는 웹사이트는 서비스 이용이 어려울 수 있습니다.

(3) 스크립트 설치

서비스 신청 시 1~3일 이내(최대 7일) 신청 시 입력한 기술담당자의 '메일주소'로 '설치안내메일'이 발송됩니다. 기술 담당자께서는 설치안내메일에 따라 다음 과정을 진행해주셔야만 전환추적설치가 진행되니 주의 부탁드립니다.

NAVER 광고

# 네이버 광고 로그분석 설치안내 메일



안녕하세요. 네이버 성과형 디스플레이광고 전환추적 서비스 운영자입니다.  
광고주님의 성과형 디스플레이광고 전환추적 서비스 이용을 위해 분석스크립트 설치가 필요합니다.  
아래 내용을 참고하시어 설치를 진행해주세요. 직접설치가 어려우신 경우 설치대행을 신청하실 수 있습니다.  
설치관련 문의사항은 (주)엔에이치엔에이스 1544-5420 (연결 후 2번 : 네이버 광고 로그분석 문의) 으로 연락하여 주시기 바랍니다.

설치 안내 ( 네이버 성과형 디스플레이광고 전환추적 / URL: [www.test1234.com](http://www.test1234.com) )

**임대형 쇼핑몰 자동설치** \* 구매완료로 전환으로 분석합니다.

카페24, 메이크샵, 고도몰, 위사몰, 후이즈몰  
네이버 공통인증키를 입력하시면, 분석스크립트가 자동설치됩니다.

**공통키 입력방법** >

**일반사이트**

<p><b>설치가 어려우신가요?</b> 무료로 설치를 대행해드립니다.</p> <p><b>설치대행 신청하기</b> &gt;</p>	<p><b>자가설치 안내</b> 분석스크립트를 복사하여 설치해주세요.</p> <p><b>분석스크립트 확인</b> &gt;</p>	<p><b>직접 설치하셨나요?</b> 자가설치를 완료하신 경우에도 데이터 수집을 확인하는 경우가 필요합니다.</p> <p><b>데이터 검수요청</b> &gt;</p>
---	---	--

- 임대형 쇼핑몰 중 구매완료율 포함한 다수의 전환(회원가입, 장바구니 등)분석을 원하시는 경우 설치대행을 신청하실 수 있습니다.
- 본 메일은 네이버 키워드광고 광고주님께 보내는 공지성 메일이며, 발송전용으로 회신되지 않습니다.

대행 설치를 신청하신 경우 '설치안내메일'에 '설치대행 신청하기' 버튼을 눌러 광고주님 사이트 접속에 필요한 정보를 추가 입력해 주셔야 합니다. 이때 사이트의 소스 코드를 설치 대행업체(엔에이치엔에이스)가 수정할 수 있도록 로그인 정보(FTP 아이디와 비밀번호 또는 임대 물 로그인 아이디와 비밀번호) 등을 수집합니다. 설치안내메일>설치대행 신청 완료후 1~7일내에 설치가 완료됩니다.

직접 설치하시는 경우 직접 설치에 필요한 분석스크립트를 '설치안내메일'을 통해 확인하실 수 있습니다. 단 직접 설치 후 데이터 검수 요청을 하셔서 데이터 검수 완료가 되어야 설치가 완료됩니다.

대행/직접 설치 여부와 상관없이 신청 사이트가 스마트스토어일 경우, 별도의 스크립트 설치 및 데이터 검수없이 간단한 내부 확인후 빠르게 '설치완료'됩니다.

임대형 쇼핑몰을 경우 자체 탑재 스크립트가 있어 공통키 연동 등의 간단한 연결로 빠르게 '설치완료'됩니다.

스크립트 설치에 대한 더 자세한 사항은 '네이버 광고 로그 분석\_스크립트 설치 매뉴얼'을 참고해주세요.

전환 추적 서비스 신청 시 '신청 중'이라는 상태를 가지며, 스크립트 설치가 정상적으로 종료되면 사이트 상태가 '설치 완료'로 변경됩니다. 이때 스크립트 설치 중 광고주의 요청에 의해 중지된 경우는 '미설치종료'의 상태를 가집니다. '미설치종료' 후 다시 전환 추적 서비스를 이용하고 싶으시면 새로운 건으로 서비스 신청을 부탁드립니다.

#### (4) 정상 설치 여부 테스트

전환 추적이 시작되면 NaPm 으로 시작되는 전환 추적용 URL 파라미터가 소재 URL 뒤에 자동으로 붙습니다. 전환 추적 서비스 신청 후 실제 광고 또는 기기에서 미리보기를 통해 사이트 접속이 정상적으로 이루어지는 지 반드시 확인해주세요. 사이트 접속에 문제가 있을 때는 문의 게시판을 통해 스크립트 설치를 해지할 수 있습니다.

실제 광고 또는 기기에서 미리보기로 확인이 어려우시면 아래의 방식으로 테스트 가능합니다.

1. 실제 광고 클릭 시 연결되는 소재 랜딩 URL을 준비합니다.

2. 소재 랜딩 URL에 "?"가 포함되어 있는지에 따라 아래와 같이 테스트를 진행합니다.

2-1) 소재 랜딩 URL에 "?"가 포함되어 있는 경우: 소재 랜딩 URL 끝에 "&"를 추가한 다음 아래 [테스트 URL]의 내용을 추가하고, 그 URL을 복사하여 브라우저의 주소창에 입력해서 접속이 되는지를 살펴봅니다.

2-2) 소재 랜딩 URL에 "?"가 포함되어 있지 않은 경우: 소재 랜딩 URL 끝 "?"를 추가한 다음 아래 [테스트 URL]의 내용을 추가하고, 그 URL을 복사하여 브라우저의 주소 창에 입력해서 접속이 되는지를 살펴봅니다.

테스트 URL

```
NaPm=ct%3Dhf2bview%7Cci%3D0Gy1001FzZHfpCO600-
M%7Ctr%3Dsa%7Cet%3Dhf3rbd2w%7Cba%3D1%2E0%7Caa%3D1%2E0%7Chk%3Db03c9555b13a
8cdb2e0c58e6759281a4efcd510d
```

<예시>

다음과 같은 두 개의 연결 URL이 있는 경우

소재 랜딩 URL 1번: <http://www.motor-abc.com/model-a.html>

소재 랜딩 URL 2번: [http://www.motor-abc.com/router.html?category=model\\_a](http://www.motor-abc.com/router.html?category=model_a)

소재 랜딩 URL 1번을 테스트한다면 소재 랜딩 URL이 "?"를 포함하고 있지 않으므로 제일 끝에 "?"를 추가합니다. 거기에 테스트 URL을 추가해 전체 URL을 만들고 브라우저의 주소창에 URL을 입력하여 정상 작동 여부를 확인합니다.

```
http://www.motor-abc.com/model-a.html?NaPm=ct%3Dhf2bview%7Cci%3D0Gy1001FzZHfpCO600-
M%7Ctr%3Dsa%7Cet%3Dhf3rbd2w%7Cba%3D1%2E0%7Caa%3D1%2E0%7Chk%3Db03c9555b13a8cdb
2e0c58e6759281a4efcd510d
```

소재 랜딩 URL 2번을 테스트한다면 소재 랜딩 URL이 "?"를 포함하고 있으므로 제일 끝에 "&"를 추가합니다. 거기에 테스트 URL을 추가해 전체 URL을 만들고 브라우저의 주소 창에 URL을 입력하여 정상 작동 여부를 확인합니다.

Dhf2bview%7Cci%3D0Gy1001FZzHfpCO600-

M%7Ctr%3Dsa%7Cet%3Dhf3rbd2w%7Cba%3D1%2E0%7Caa%3D1%2E0%7Chk%3Db03c9555b13a8cdb  
2e0c58e6759281a4efcd510d

#### TIP

- 1) 전환 추적 시작후 리포트로 수집되는 전환 금액이 상품가격보다 너무 작거나 너무 큰 경우 스크립트가 잘못 설치되었을 수 있으니 '데이터 검수요청'을 통해 다시 설치 내용을 확인부탁드립니다.
- 2) 수집되는 전환 금액이 과도하게 높아 정상 금액이라고 판단할 수 없는 경우 무효 처리되어 리포트 집계에서 제외될 수 있습니다.

### 3-3. 전환 추적 관리

- 스크립트 설치가 완료되어 1) 사이트의 상태가 '설치완료'로 변경되고 2) 'on'으로 되어 있으며 3) 캠페인의 대표 URL과 4) 소재 랜딩URL이 전환 추적 대상 사이트일 경우 전환 추적이 시작됩니다.
- **On/Off 기능:** 도구 메뉴에서 사이트 전환 추적을 'off' 하면 스크립트 설치 여부와 상관없이 리포트상에 전환 집계는 그 시점부터 중지되며, 'on'으로 변경하면 그 시점부터 다시 전환 수치가 집계됩니다. 도구 메뉴에서 전환 추적 On/off는 대표 URL사이트 단위로 동작하여 동일한 대표 URL을 복수 개 전환 추적 신청한 경우 복수개가 동시에 적용됩니다.
- **전환 기간:** 전환은 전환 추적 신청 시 광고주가 설정한 전환 기간을 기준으로 집계됩니다. 전환 기간은 전환에 기여한 광고 클릭을 찾는 기간으로 비록 전환이 발생하였어도 전환 추적 기간보다 오래전에 발생한 광고 클릭에 따른 전환이면 전환으로 판단하지 않습니다. 전환 기간은 1일~30일중에 광고주가 자유롭게 선택 가능하며, 변경도 가능합니다. 단 전환추적기간 변경 시 변경시점부터 변경된 기준으로 전환이 집계되며, 과거 전환 데이터가 변경되지는 않습니다. 전환 기간도 대표 URL 단위로 동작하여 동일한 대표 URL이 복수 개 전환 추적 신청된 경우, 전환 기간 변경 시 복수 개가 동시에 적용됩니다 따라서 기존에 동일 사이트가 이미 등록되어 있다면 추가 서비스 신청 또는 수정 시점에 설정된 최신 전환추적기간이 같이 적용됩니다.