

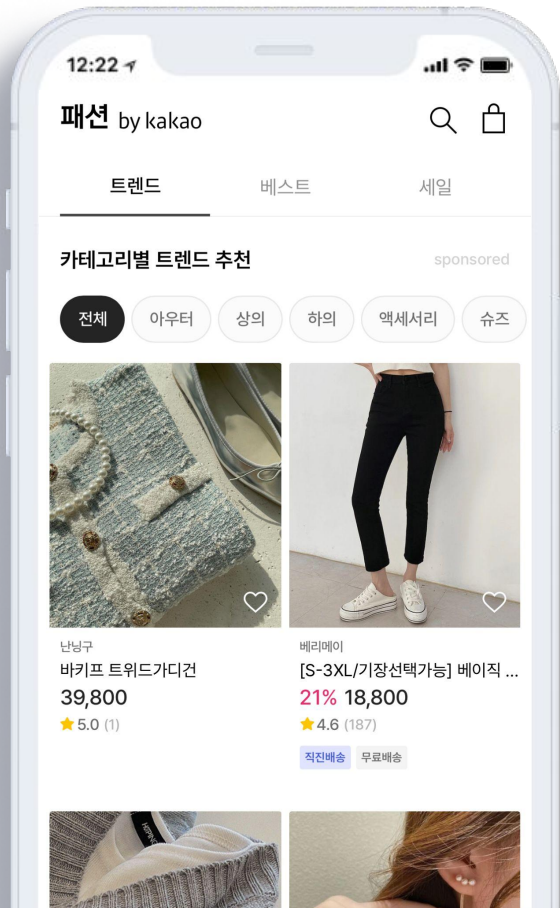
패션 by Kakao

광고 소개서

마지막 업데이트 : 23.02.24

목차

1	광고 소개	03
2	광고 노출지면	04
3	광고 지면별 특징	06
4	광고 과금 방식	07
5	광고 노출 방식	08
6	광고를 시작해야 하는 이유	09
7	자주 묻는 질문	10



패션 바이 카카오 핫 광고

앱 방문자에게 가장 먼저 노출되는 트렌드 탭과 카테고리/탐색 지면에 내 스토어의 상품을 노출하여 유저의 스토어 방문과 구매를 효과적으로 유도합니다.

광고 상품 패션 바이 카카오 핫 광고

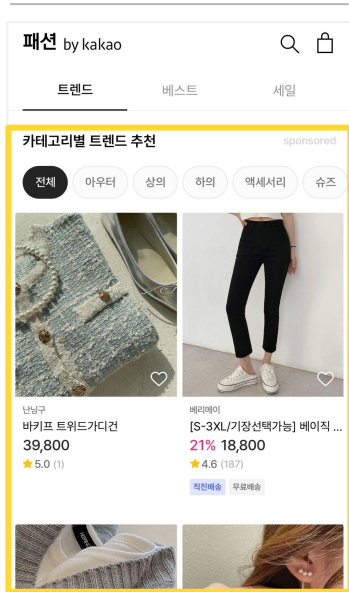
노출 위치 트렌드 탭 / 카테고리 탐색 영역 / 검색 결과 영역

노출 방법 상품 단위 노출 (광고 등록 상품수 제한 없음)

과금 방식 oCPM (광고가 유저에게 1회 노출될때 광고비가 차감)

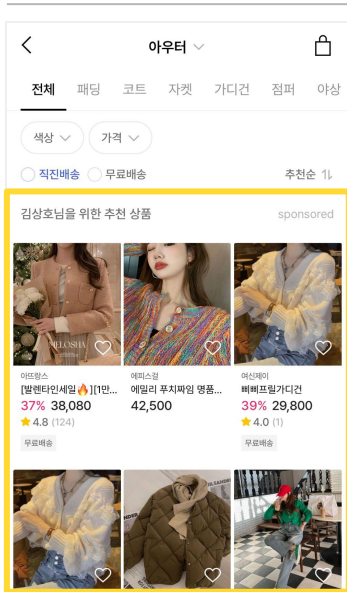
패션 바이 카카오 핫 광고 노출 지면

트렌드 탭

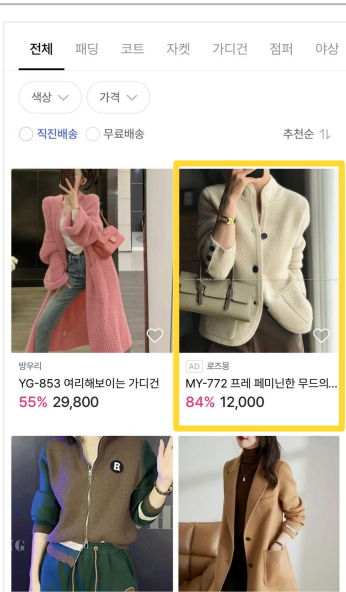


트렌드 탭
패션 바이 카카오 트렌드 탭
전체 지면

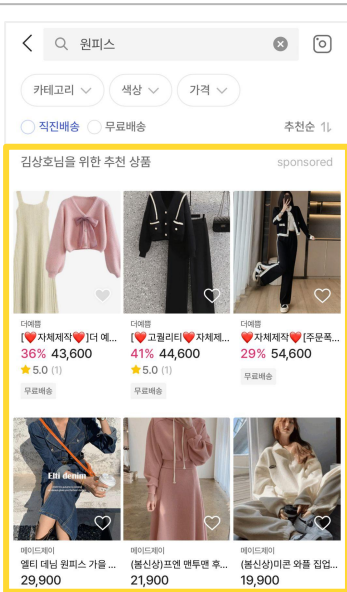
검색/카테고리



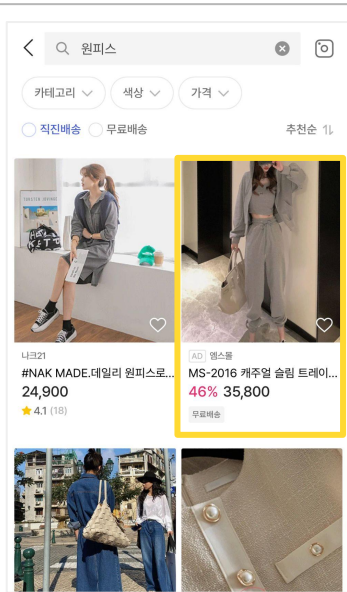
카테고리 영역
카테고리 최 상단
최소 3개 ~ 최대 9개



카테고리 영역
카테고리 영역 내
상품 사이사이에 노출



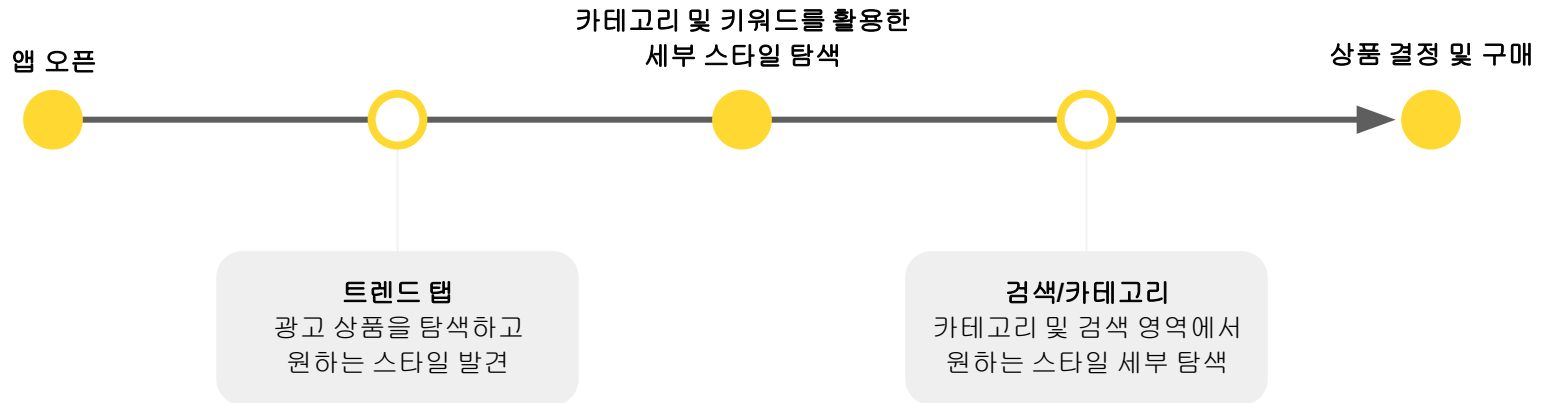
검색 결과 영역
검색결과 최 상단
최소 3개 ~ 최대 9개



검색 결과 영역
검색 결과 영역 내
상품 사이사이에 노출

패션 바이 카카오 핫 광고 노출 지면

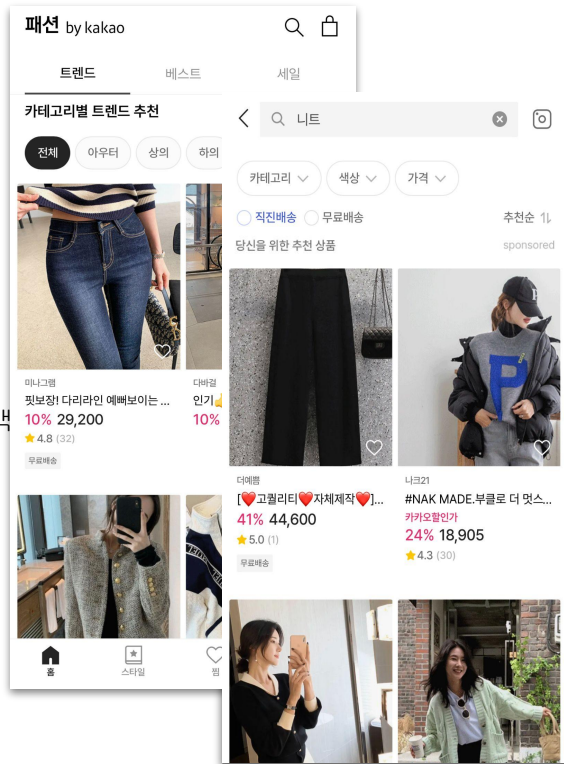
패션 바이 카카오 핫 광고의 지면은 유저의 구매 여정 핵심 위치에 자리하고 있습니다.
광고를 통해 우리 스토어의 상품을 유저에게 인지시키고 구매 전환까지 유도해 보세요.



패션 바이 카카오 핫 광고 노출 지면별 특징

트렌드 탭

- 패션 바이 카카오 앱 실행시 처음 노출되는 영역으로 트래픽 및 주목도가 높은 지면
- 트렌드 탭은 모두 광고 상품으로만 노출
- 클릭 반응이 높은 상품이 더 많은 노출을 가져가는 합리적인 구조
- 다수의 유저에게 상품을 노출하여 잠재고객 확보에 용이



검색/카테고리

- 구매를 위한 본격적인 탐색 활동이 이뤄지는 지면으로 구매 전환 성과가 우수한 카테고리/키워드 기반의 고가치 지면
- 유저가 탐색하는 카테고리/키워드에 적합한 상품을 노출하여 광고 효율 극대화 유도

패션 바이 카카오 핫 광고 과금 방식

노출 지면 및 위치에 따라 유동적으로 노출당 단가가 최적화되어 책정되는 oCPM 과금 방식이 적용됩니다.

Optimized CPM

노출 지면, 노출 위치, 광고 시점 등
광고 성과에 영향을 미치는 여러 요인을
고려
광고 단가를 최적화

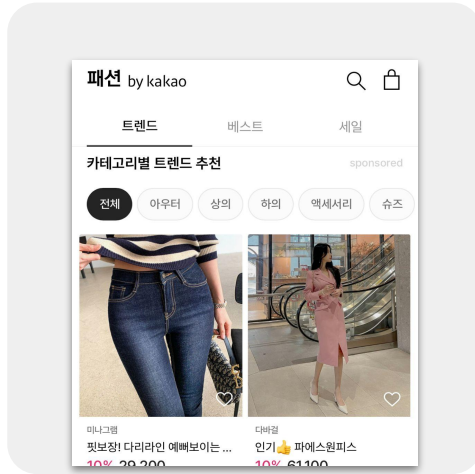
Cost per mille의 약자로
일반적으로 노출당 과금을
뜻함

유저 반응이 높은 광고는 가치가 높은 상위 영역에 노출되며 높은 노출당 단가 적용
탐색 지면은 구매 전환 성과가 우수한 고가치 지면으로 홈 지면 대비 평균 노출당 단가가
높게 책정

패션 바이 카카오 핫 광고 노출 방식

유저 반응에 따른 자동으로 노출을 배정하여 비효율적인 광고비 지출을 제한하고 효율적인 광고를 집행할 수 있습니다.

광고 노출 시작



소재 검수가 완료 되면
선택 지면에 광고 노출이 시작됩니다.

광고 반응 측정



광고 노출 후 소재에 대한
유저의 반응을 집계합니다.

노출 구간 배정



유저 반응에 따라 상품 노출 영역을
배분하여 효율적으로 광고를
집행합니다.

패션 바이 카카오 핫 광고를 시작해야 하는 이유

01

40대 유저의 비율이 높은 매체

패션 바이 카카오의 가장 많은 유저 연령대는 40대입니다. 30대 중반 이상의 유저를 타겟으로 하는 스토어라면 패션 바이 카카오야말로 우리 스토어에 적합한 유저를 대상으로 광고를 하기에 최적의 매체입니다.

02

직관적이고 쉬운 광고 운영

패션 바이 카카오 핫 광고는 연동된 상품을 그대로 광고로 등록할 수 있으며 상품단위로 광고 여부를 쉽게 컨트롤 할 수 있습니다. 우리 스토어의 인기 상품을 손쉽게 광고로 노출해보세요.

03

비용 효율적인 광고

광고 소재의 노출 반응에 따라 각 소재의 노출량을 시스템이 자동으로 조절 합니다. 따라서 반응이 우수한 상품은 자동으로 노출 비율이 상승하므로 효율적인 광고 운영이 가능합니다.

패션 바이 카카오톡 광고 자주 묻는 질문

Q1 광고를 하면 성과가 좋을까요?

패션바이카카오톡 광고는 성과를 보장하지 않습니다. 상품의 반응 및 광고 운영에 따라 광고의 성과는 크게 달라질 수 있습니다. 다만 광고를 하지 않을때보다 더 많은 유저 유입을 받아 각 상품의 유저 반응을 신속하게 파악하고 반응 좋은 상품은 더 많이 노출하면서 광고를 하기 전보다 더 빠르게 성장할 수 있습니다.

Q2 어떤 상품을 광고로 등록해야 하나요?

판매 가능한 상품이 모두 등록되는 자동 연동 그룹과 달리 수동 등록 그룹은 광고하실 상품을 선택하셔서 등록해주셔야 합니다. 최근 스토어에서 판매가 많은 상품 위주로 우선 등록하시되 스토어 판매 순위와 광고에서의 효율은 차이가 있을 수 있으므로 광고 소재의 클릭효율 및 실제 판매 반응을 참고하셔서 다른 상품으로 교체하시는 광고 운영 관리도 필요합니다.

Q3 많은 상품을 광고로 노출하는게 유리한가요?

광고의 효율을 높이기 위해서는 광고를 효율 좋은 상품에 집중해서 집행해야 합니다. 그러나, 어떤 상품이 효율이 좋은지 알기 위해서는 많은 상품을 노출해봐야 합니다. 그러므로 자동 연동 그룹에서 많은 상품을 광고로 노출해보고 우수 효율 상품을 발굴해 수동 그룹으로 집중 노출해보세요.

Q4 광고 소재를 여러개 등록하면 어떤 장점이 있나요?

패션바이카카오톡 광고는 하나의 상품에 여러개의 광고 소재를 등록할 수 있으며 최대 6개의 소재를 노출할 수 있습니다. 각 소재의 반응에 따라 우수한 소재의 노출량을 높여줍니다. 따라서 단일 소재만 노출했을 때보다 효율 좋은 소재를 발굴할 가능성이 높으며 그에 따라 광고 효율이 더 개선 될 수 있습니다.

Thanks

