

ZIGZAG

광고 상품 소개서

고객센터 02) 1670-8051
이메일 ad@kakaostyle.com
상담 채널 파트너센터 우측 하단 채팅 상담 > 광고문의
주소 (주)카카오스타일 서울특별시 강남구 테헤란로 521 파르나스타워, 27층

목차

파워업 Ai 광고

[파워업 Ai 광고 소개](#)

[파워업 Ai 광고 노출지면](#)

[파워업 Ai 광고 노출지면 별 특징](#)

[파워업 Ai 광고 과금방식](#)

[파워업 Ai 광고를 이용해야 하는 5가지 이유](#)

[파워업 Ai 광고를 기대효과](#)

[한눈에 정리하는 파워업 Ai 광고](#)

[파워업 Ai 광고 자주하는 질문](#)

어텐션 광고

[어텐션 광고 소개](#)

[멀티보드 소개](#)

[멀티보드 노출지면](#)

[멀티보드 랜딩페이지](#)

[멀티보드 랜딩페이지 별 특징](#)

[멀티보드 기대효과](#)

[스페셜샵 소개](#)

[스페셜샵 기대효과](#)

[스페셜샵 과금 및 노출 방식](#)

[스페셜샵 주의사항](#)

[한눈에 확인하는 어텐션 광고](#)

[어텐션 광고 자주하는 질문](#)

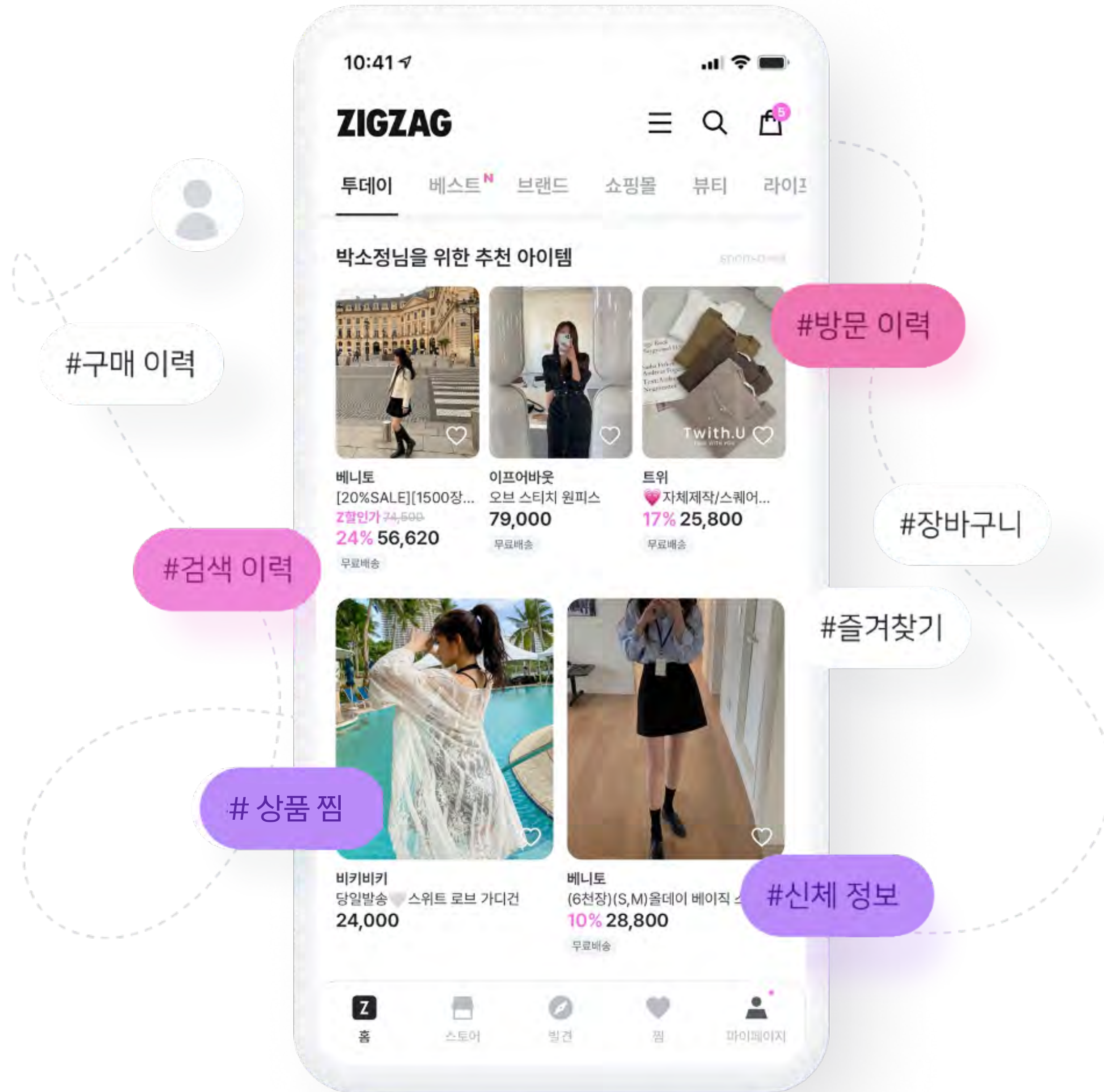
메세지 광고

[메세지 광고 소개](#)

Appendix.

[광고 진행 절차](#)

파워업 Ai 광고



파워업 Ai 광고

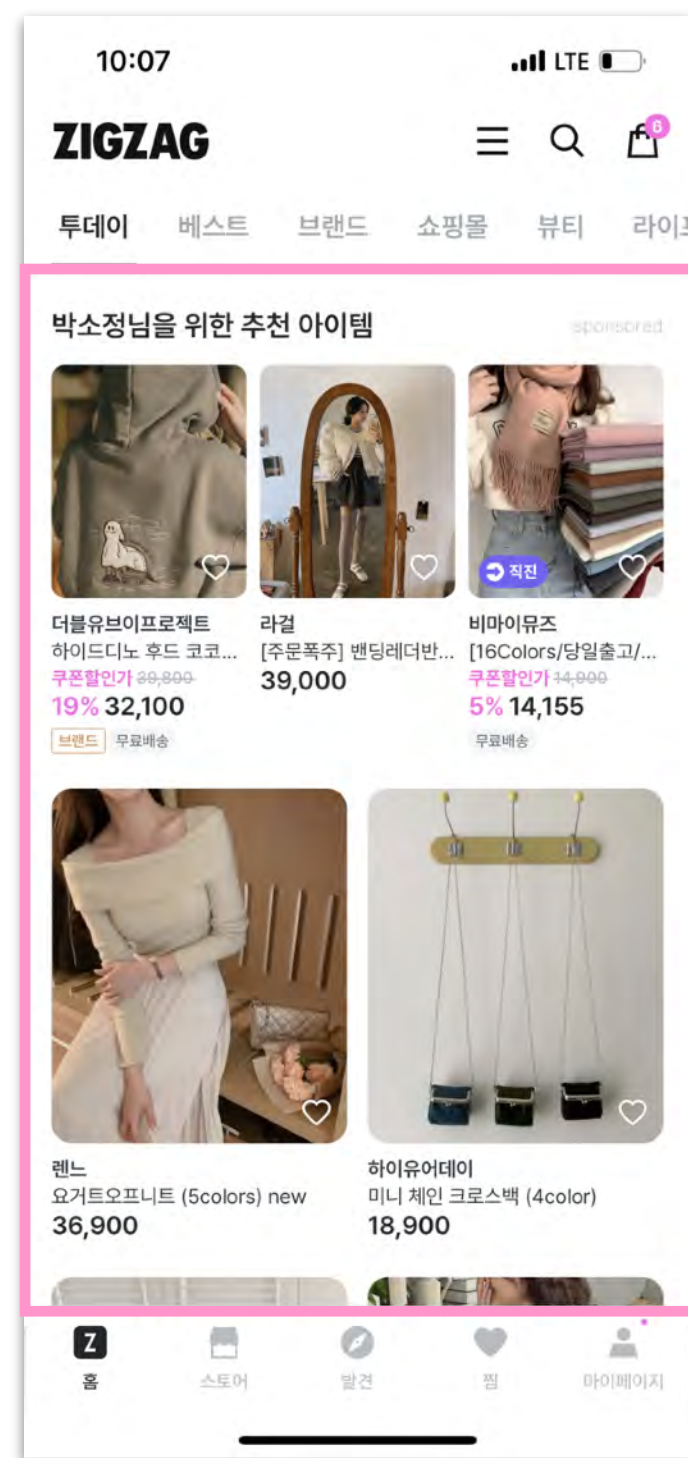
유저의 구매이력/방문이력/찜/장바구니/즐거찾기/검색이력 등을 바탕으로 Ai 엔진이 각 유저별 최적의 상품을 자동으로 선정하여 노출하는 고효율 개인화 광고 상품

노출위치	투데이 탭 / 카테고리 별 노출 영역 / 검색결과 영역 / 연관 상품 영역
노출방법	개인 맞춤화, 상품 인기도 기반 랜덤 노출
소재형태	이미지, 동영상 (IOS 투데이 탭)
과금방식	oCPM 방식

파워업 Ai 광고 노출지면

홈 지면

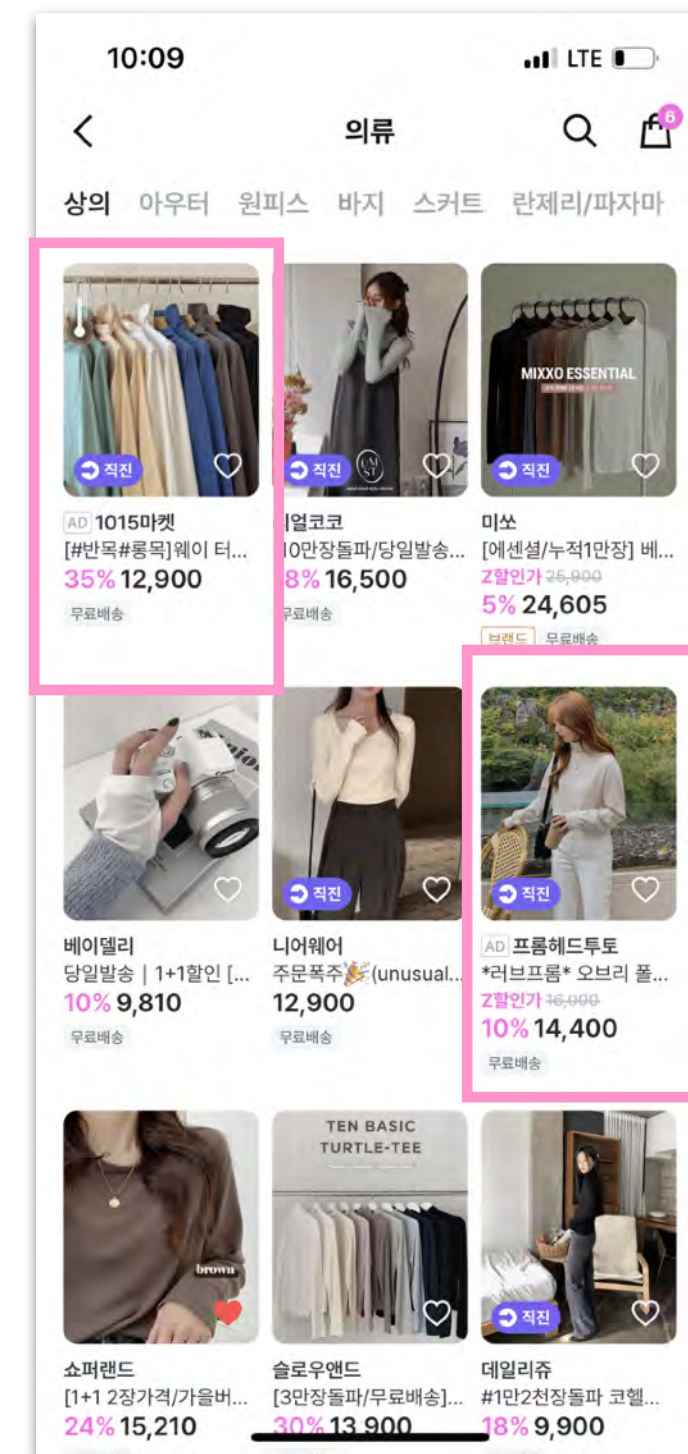
연관 검색 지면 (연관상품 영역 + 검색영역)



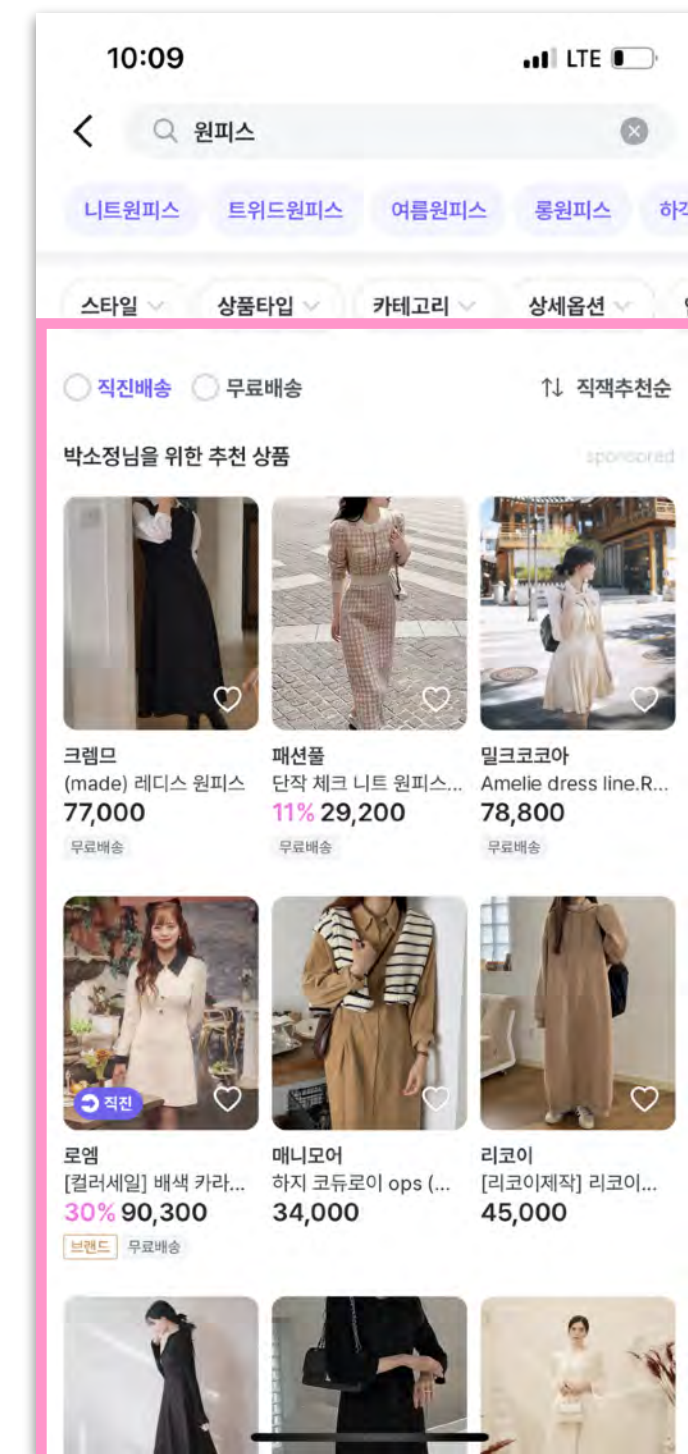
투데이 탭
지그재그 앱 메인
전체 지면



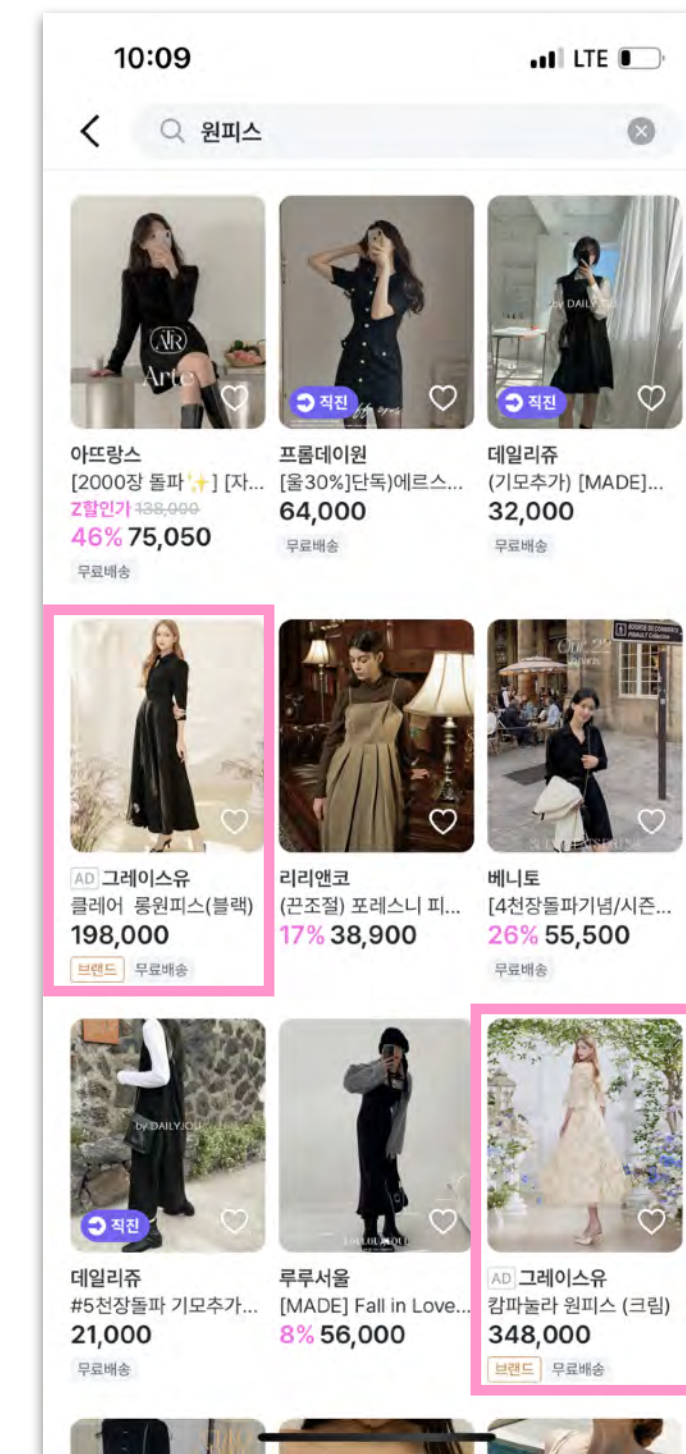
카테고리 / 직진배송 영역
카테고리 최 상단
최소 3개~최대9개



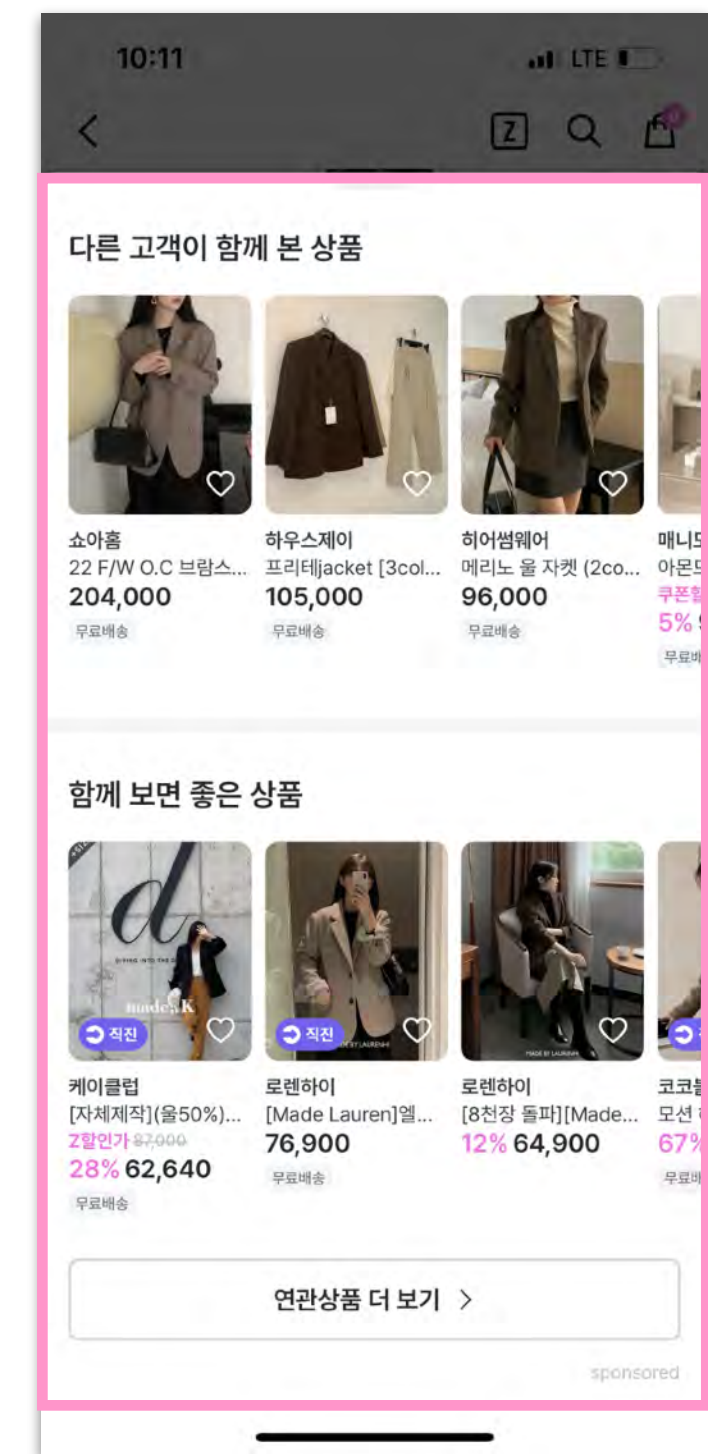
카테고리 / 직진배송 영역
카테고리 결과 내
사이사이 배치



검색 영역
검색결과 최 상단
최소 3개 ~ 최대 9개



검색 영역
검색결과 내
사이사이 배치

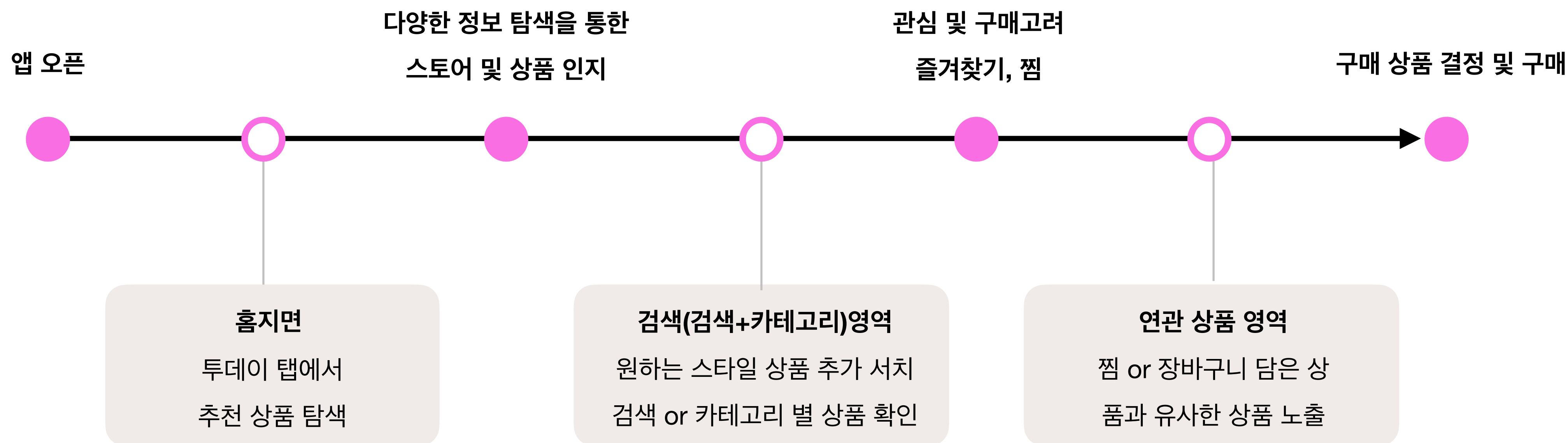


연관 상품 영역
찜 or 장바구니 담을 경우
연관 상품 지면 전체

파워업 Ai 광고 노출지면

파워업 Ai 광고는 지그재그 고객의 구매 여정 곳곳에 자리하고 있습니다.

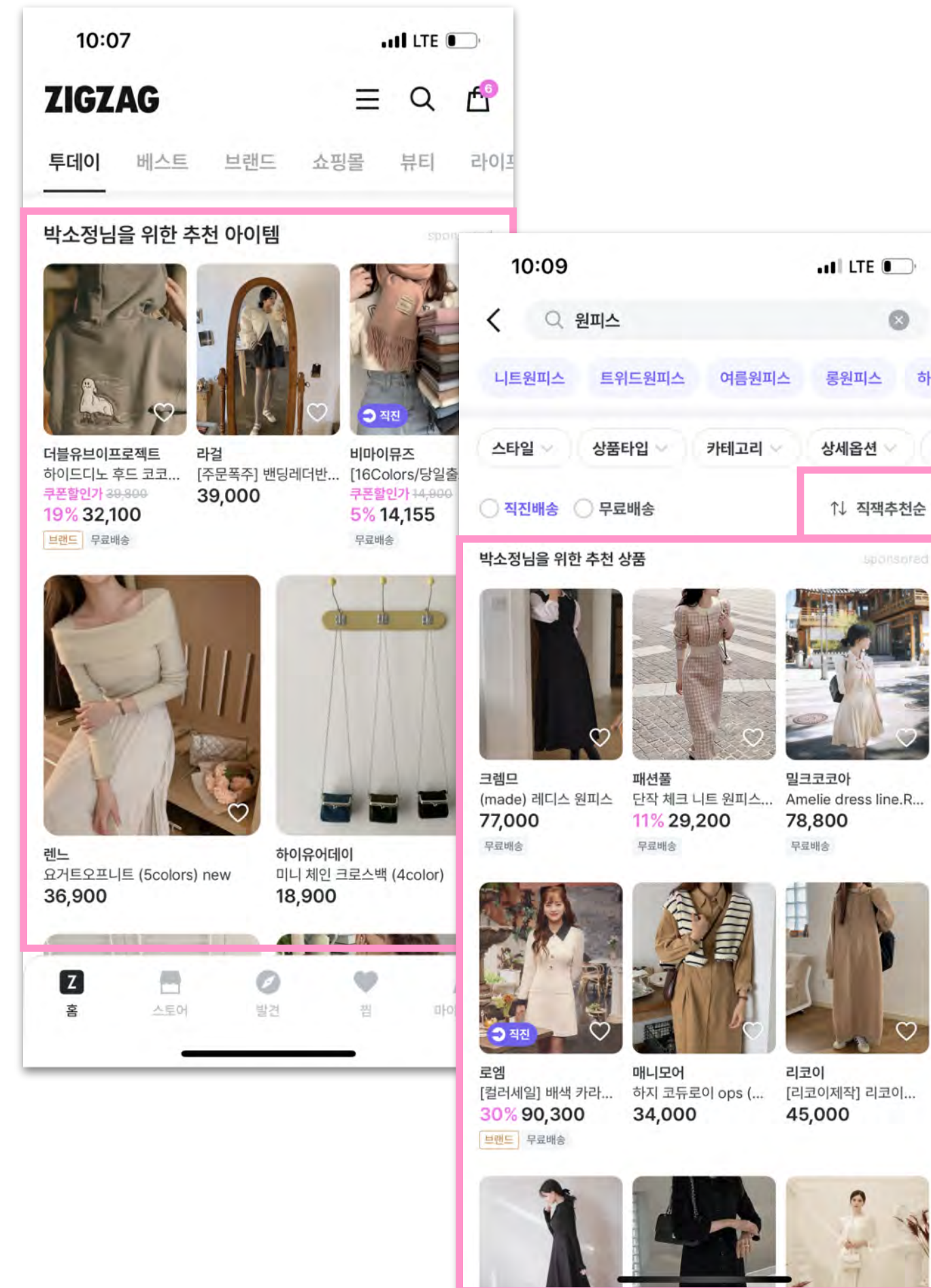
스토어 인지도 제고부터 잠재고객 확보, 구매 전환까지 모두 견인 할 수 있습니다.



파워업 Ai 광고 노출지면별 특징

홈지면

- 지그재그 앱 실행시 가장 처음 노출 되는 화면으로 **트래픽 및 주목도 최우수** 지면
- 홈 지면은 모두 광고 상품으로만 노출
- 개인화 타겟팅을 통해 브랜드와 상품에 관심이 있을만한 고객에게 광고로 상품 노출
- **브랜드 인지도** 제고 및 **찜,즐거찾기** 유도를 통한 **잠재고객 확보에 용이**



연관 검색지면

- 구매를 위한 본격적인 탐색 활동으로 **구매 전환 효율이 가장 우수한** 키워드/카테고리 기반의 프리미엄 지면
- 검색 결과의 **'직책추천순'** 정렬에 개인화가 적용된 상품을 노출하여 전환 극대화 유도
- Organic 노출 상품은 개인화가 적용되지 않는 반면, 광고 노출 상품은 개인화 추천 엔진을 적용하여 고객별 최적화된 상품을 노출

파워업 Ai 광고 과금 방식

Optimized CPM (oCPM) 이란, 노출 위치에 따라 유동적으로 최적화된 CPM 단가가 적용되는 변동 과금 방식입니다.

Optimized

광고 반응, 유저 매칭도, 노출위치, 광고 시점 등
여러가지 요인을 고려하여
광고 단가를 최적화

CPM

Cost Per 1,000 Impressions의 약자로,
1,000회 노출당 비용을 뜻함

유저 매칭도 상승시 상위 노출 되며, 광고 효율 우수해져 높은 CPM 적용
연관검색지면은 구매 전환율이 우수한 프리미엄 지면으로 광고 가치 높아 홈 지면 대비 oCPM 단가 높음

파워업 Ai 광고 과금 방식

Optimized CPM (oCPM) 의 특성

노출 위치별 합리적 광고 단가

- 상단 노출의 경우 높은 CPM 단가 책정, 하단 대비 우수한 광고 효율 확보
- 하단 노출의 경우 상단 대비 낮은 CPM 단가를 통해 광고비 누수 방지
- 우수 상품 & 우수소재를 통해 더 높은 클릭률 확보시 같은 단가로 더 높은 광고 성과를 달성 가능

시점 별 최적 단가

- 알고리즘이 매 시간 앱 트래픽, 거래량 등 지그재그 고객들의 활동 신호를 분석하여 위치별 최적 단가를 산정
- 고객 활동이 얼마나 활발한지에 따라 광고 가치가 결정되며, 이에 따른 합리적인 광고 단가 제공

하루 예산 내 과금

- 광고 과금은 설정된 하루 예산 이내에서만 진행
- 설정한 '하루예산' 안에서 홈 & 연관검색지면 별 유동적으로 배분
- 하루 예산을 설정하지 않을 경우에는 제한 없이 노출

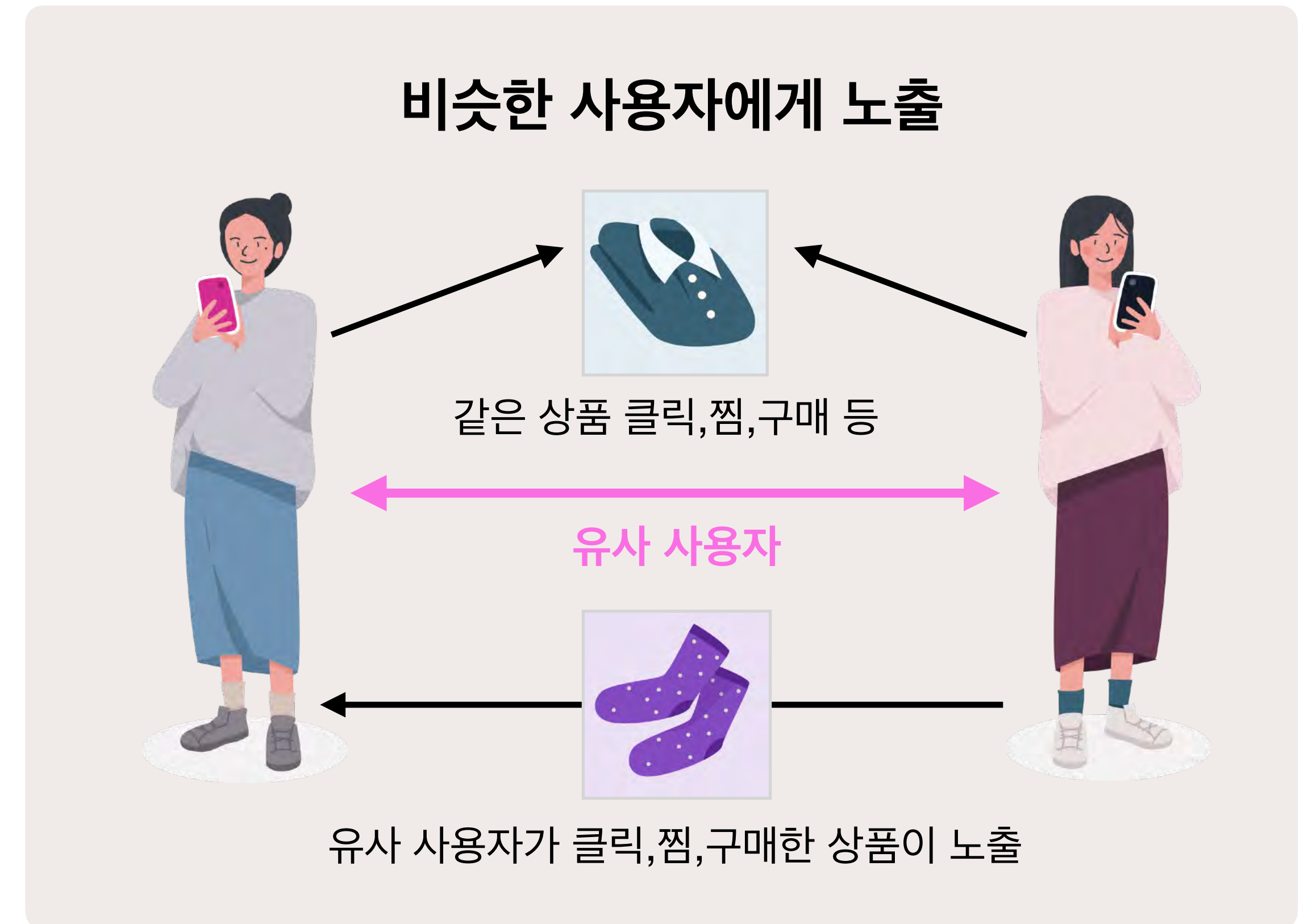
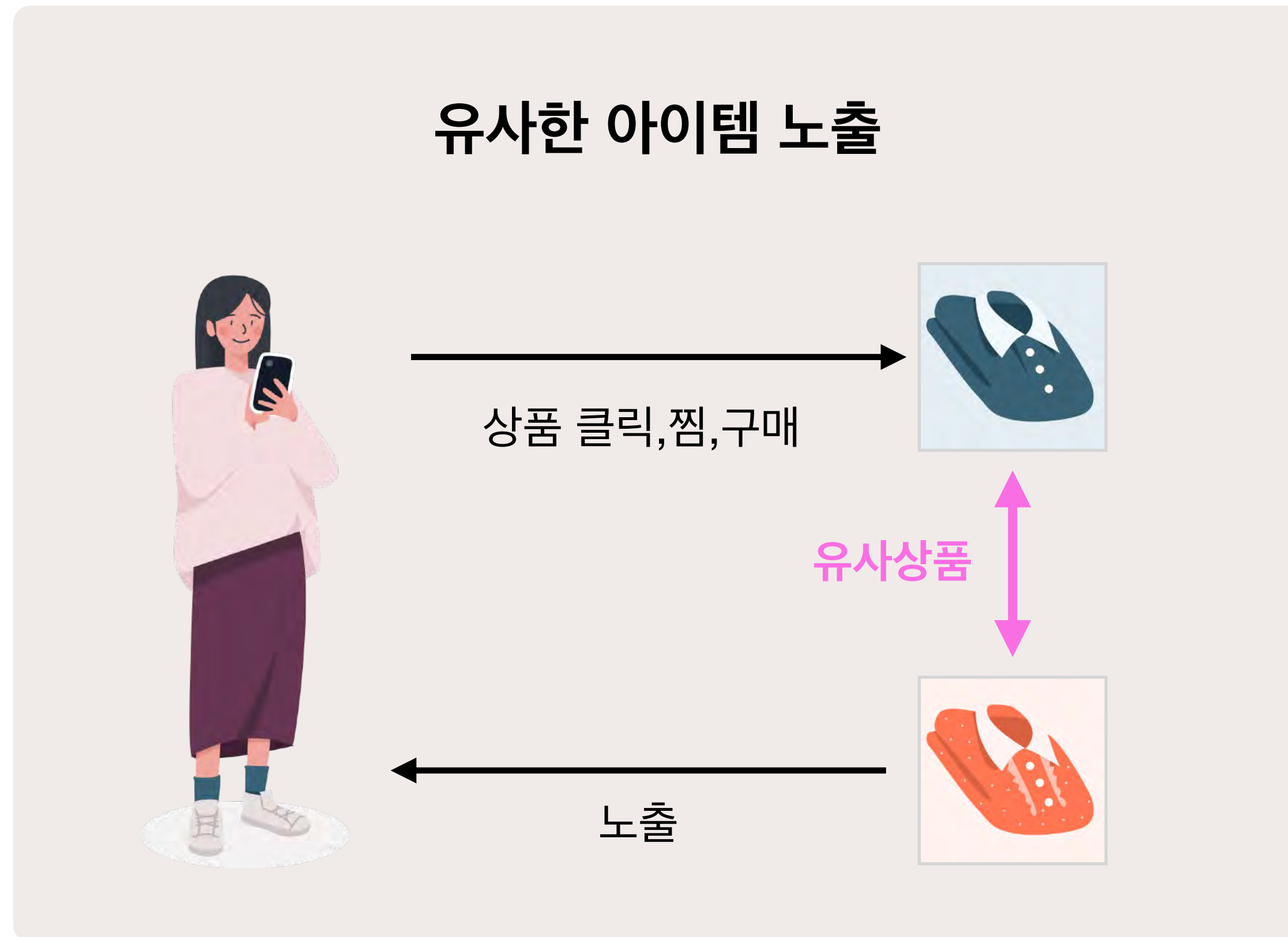
파워업 Ai 광고를 이용해야하는 5가지 이유

- 01 고도화된 개인화 추천**
데이터 기반으로 고객 행동 및 취향을 정밀하게 분석하여 100% 개인 맞춤형 상품을 추천합니다.
- 02 편리한 광고 운영**
광고 소재가 자동으로 등록되고 Ai가 노출 상품을 선정하기 때문에 편리하게 광고 운영이 가능합니다.
- 03 비용 효율적인 광고**
광고 소재가 자동으로 등록되고 Ai가 노출 상품을 선정하기 때문에 편리하게 광고 운영이 가능합니다.

- 04 다양한 광고 지표 제공**
다양한 광고 지표를 통해 효율적으로 광고 운영이 가능 합니다.
- 05 누구나 도전 가능한 쉬운 광고**
이전에 광고 진행 경험이 없더라도 누구나 쉽게 광고 운영이 가능 합니다.

파워업 Ai 광고 기대효과

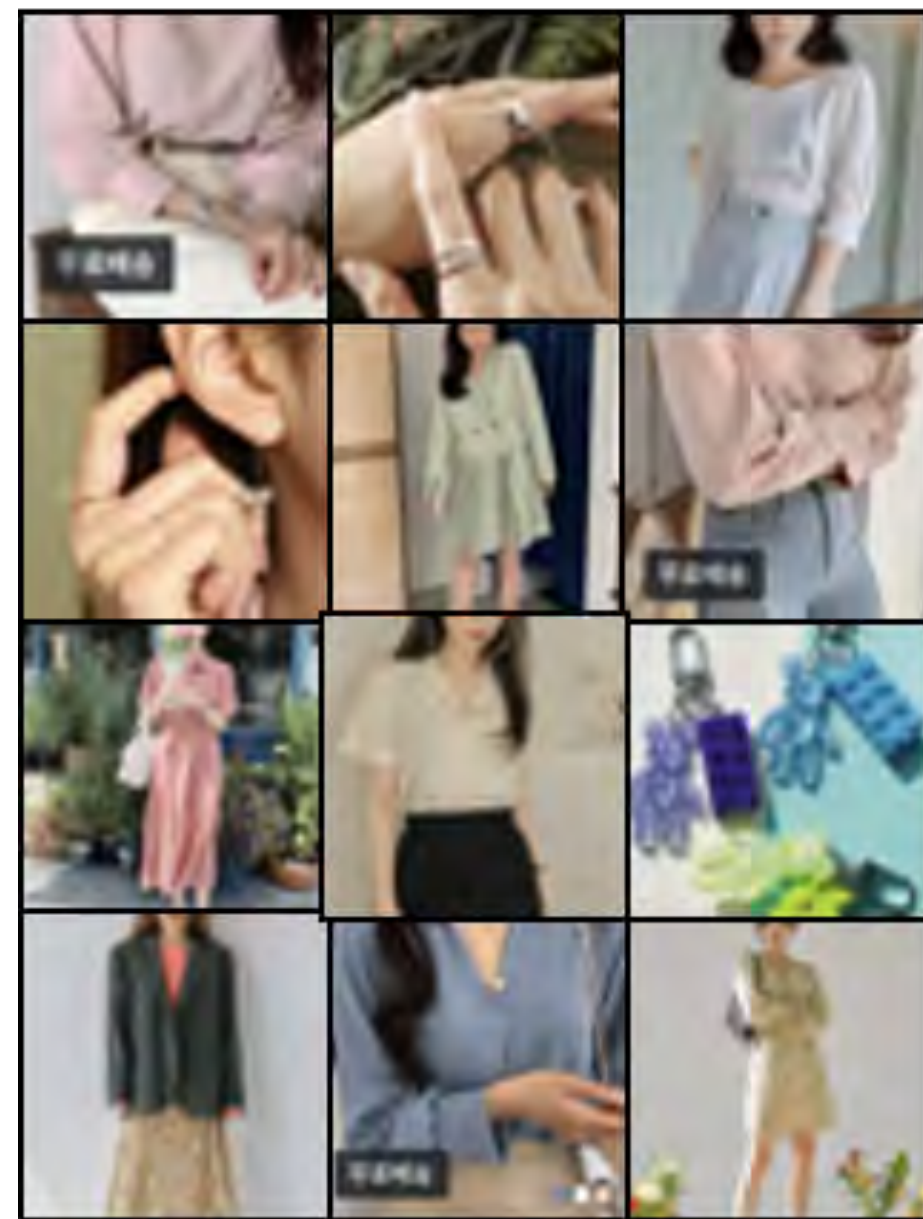
상세 쇼핑 데이터 기반으로 100% 개인화 맞춤형 타겟팅이 가능합니다.
Ai 엔진이 스스로 내 브랜드의 잠재고객을 찾아 광고를 노출합니다.



파워업 Ai 광고 기대효과

광고 소재가 자동 등록 되고 Ai 엔진이 고객별 최적 광고 상품을 선정하기 때문에
광고 운영이 쉽고 편리합니다.

광고 소재 자동 등록



최적 광고 소재 노출



원피스 관심 유저



심플베이직 관심 유저



액세서리 관심 유저

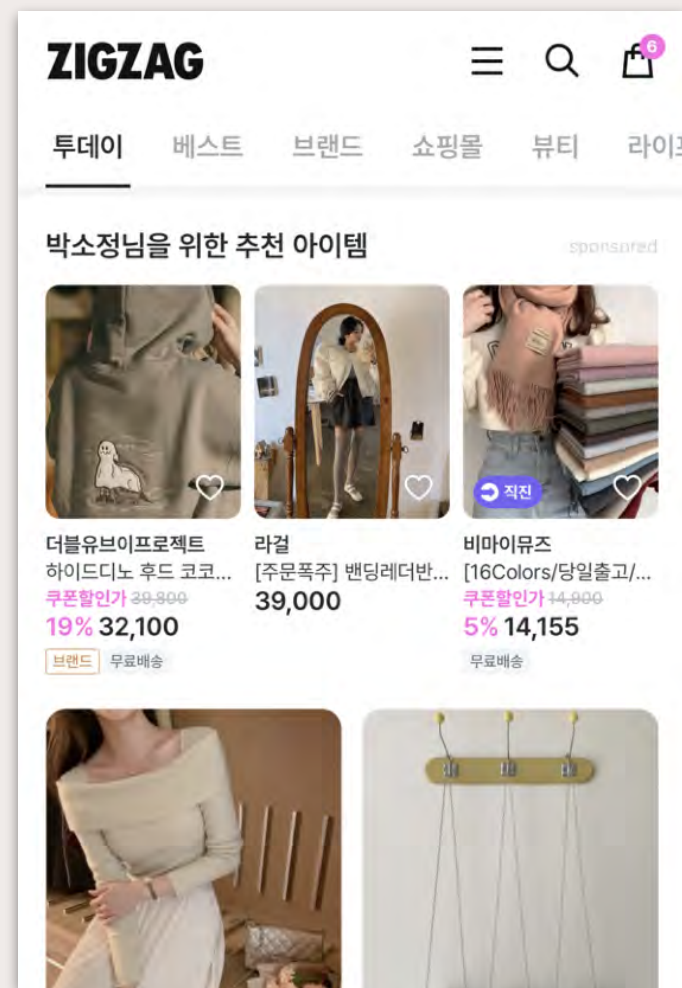


무료배송 관심 유저

파워업 Ai 광고 기대효과

유저 반응에 따른 자동 노출 구간 배정을 통해
불필요한 광고비 누수 없이 광고를 효율적으로 집행할 수 있습니다.

광고 노출 시작



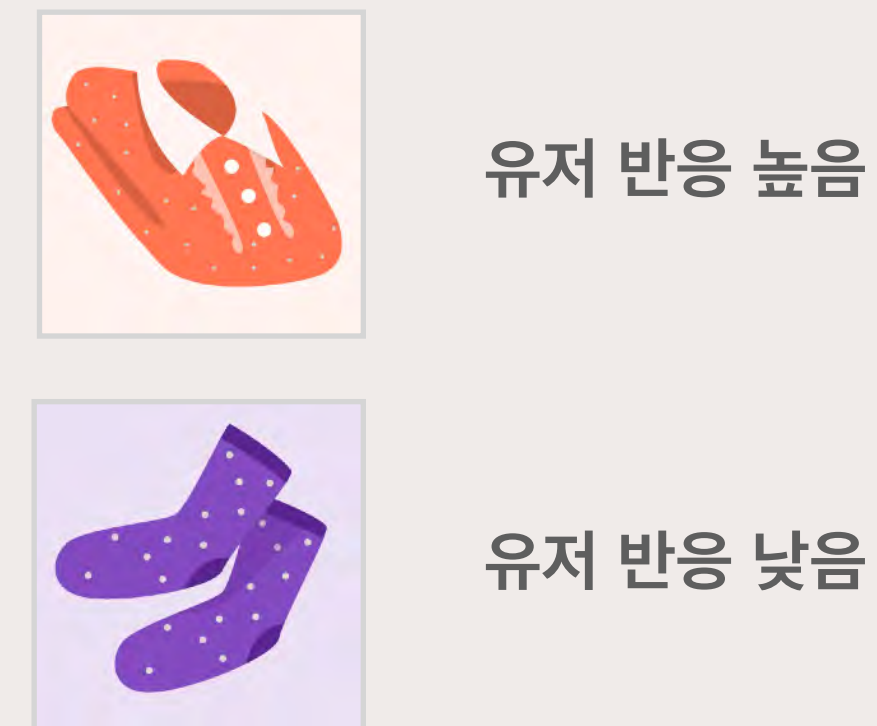
상품의 검수가 완료되면
선택한 지면에 광고 노출이 시작됩니다.
(홈 or 홈&연관검색지면)

개인 맞춤형 노출



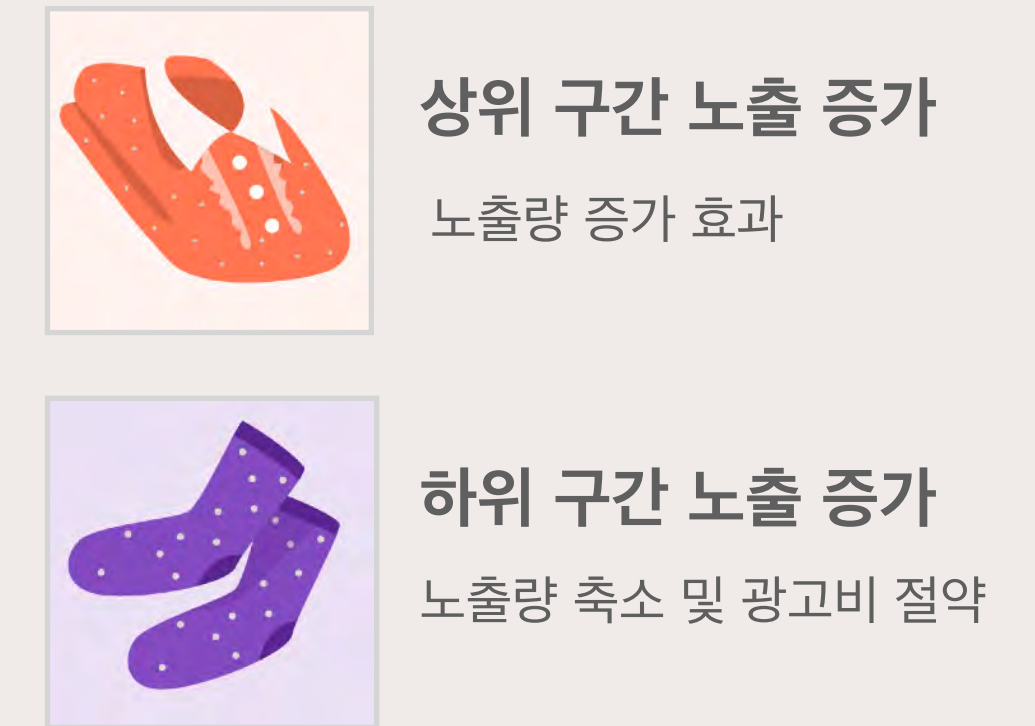
지그재그 Ai 엔진이 실시간으로
고객 반응을 측정하여 상품에 관심을
가질 만한 고객에게 상품을 노출합니다.

광고 반응 측정



노출 과정에서
측정된 유저 반응데이터를
집계합니다.

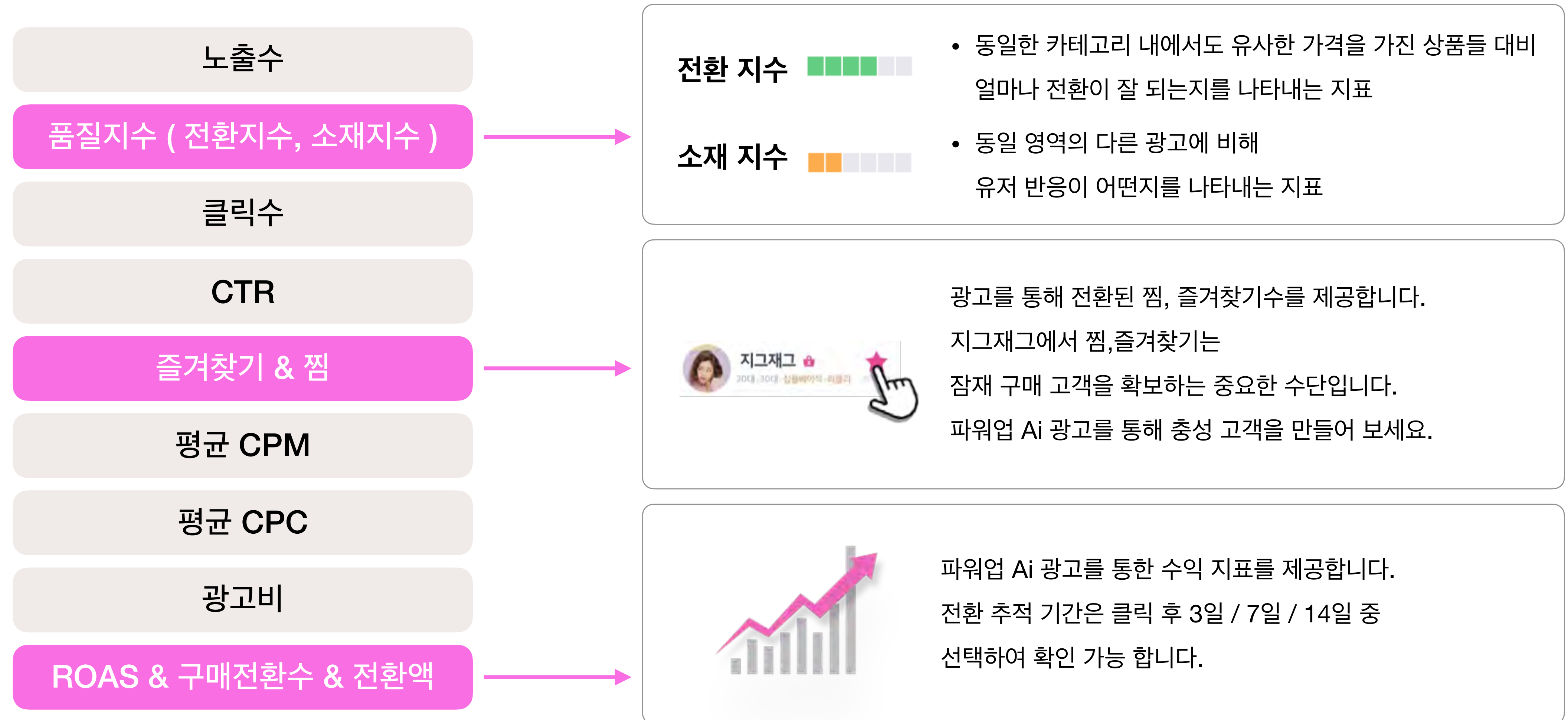
노출 구간 배정



유저 반응이 높은 상품은 상위노출,
유저 반응이 낮은 상품은 하위 노출되어
효율적으로 광고가 진행됩니다.

파워업 Ai 광고 기대효과

다양한 지표를 통해 효과적으로 광고 성과를 진단할 수 있습니다.



파워업 Ai 광고 기대효과

이전 광고 운영 경험이 없어도, 누구나 쉽게 광고 운영을 할 수 있습니다.

• 광고 상태 ON

광고 성과가 바로 나오지 않는다고 해서 광고를 바로 OFF 하지 말고, 지속적으로 광고를 집행하며 문제점을 찾아나가며 성과를 개선하세요.

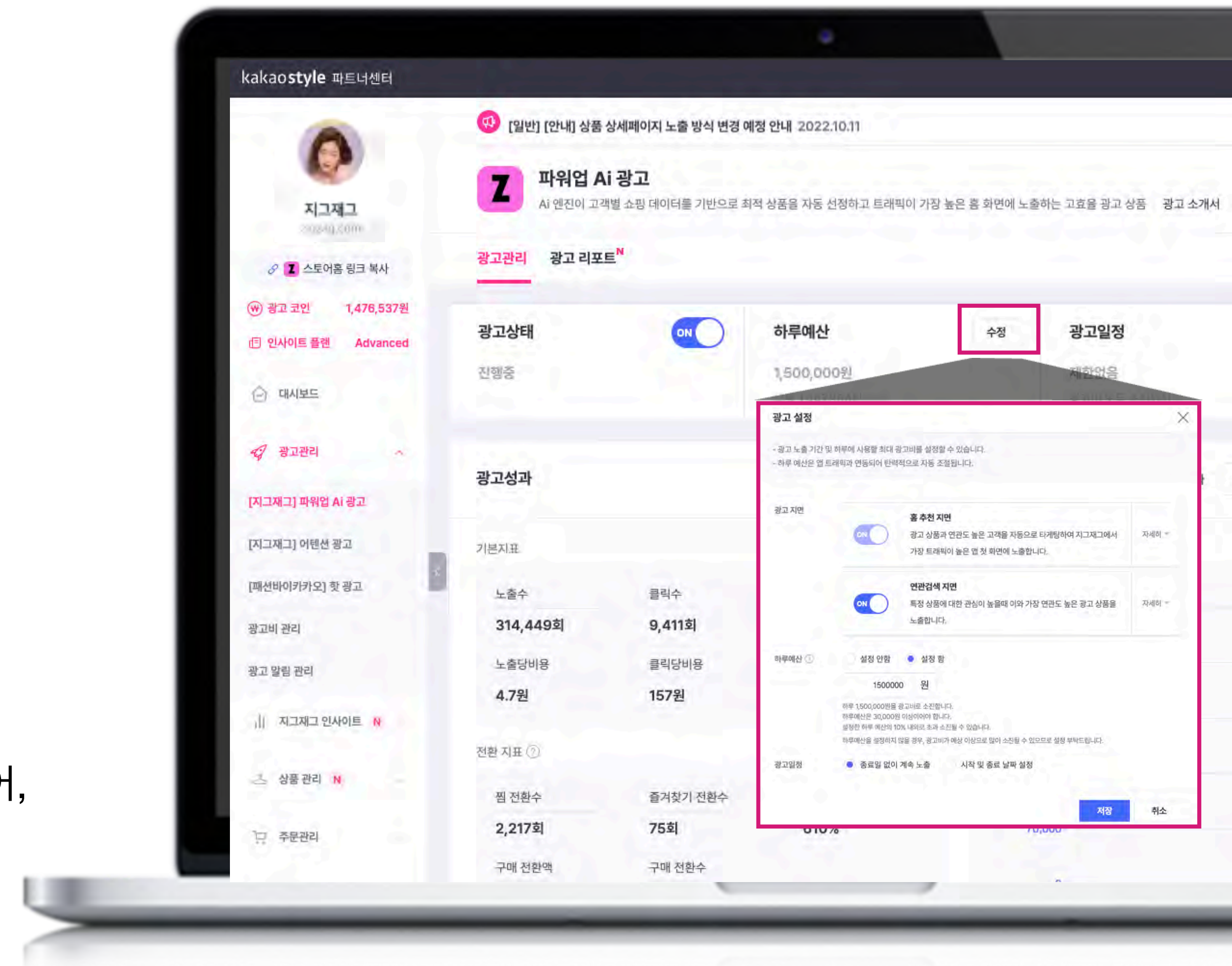
• 하루 예산 설정

하루 예산, 광고 일정, 광고 지면을 선택합니다.

하루 예산은 최소 1만원부터 설정이 가능합니다.

• 소재 관리

광고 영역에만 노출되는 이미지와 동영상을 쉽고 빠르게 등록 할 수 있어, 다양한 광고 소재를 테스트하며 반응을 높일 수 있습니다.



한눈에 정리하는 파워업 Ai 광고

분류	파워업 Ai 광고
노출 지면	<ul style="list-style-type: none"> • 홈 지면 (앱 첫 화면 - 투데이 탭) • 연관검색지면 (키워드 검색 or 카테고리 > '직책추천순' 정렬 최상단 최대 9개 , 검색결과 사이 노출 & 찜/즐거찾기 후 노출되는 다른사람들이 함께 본 상품 영역) • 홈 지면 노출 or 홈&연관검색지면 노출 선택 가능 (연관검색지면만 노출은 불가)
타겟팅 조건	<ul style="list-style-type: none"> • Z결제 데이터 기반 정밀한 고객 행동 취향 분석 (노출, 클릭, 구매, 찜, 장바구니, 같이 구매한 상품 등의 데이터 활용) • 100% 개인 맞춤형 상품 추천
소재 수	<ul style="list-style-type: none"> • 소재수 제한 없음
소재 형태	<ul style="list-style-type: none"> • 홈 지면 - 이미지, 동영상(iOS) • 연관검색지면 - 이미지
소재 관리	<ul style="list-style-type: none"> • Ai 추천 엔진이 전 상품 중 유저별 최적 상품 직접 선정 • 연동 상품 썸네일이 광고 소재로 자동 등록, 별도의 소재 등록 불필요 • 필요 시, 동영상 소재 셋팅, 노출차단, 부스팅, 이미지, 상품명 교체를 통한 소재 관리 가능
단가	<ul style="list-style-type: none"> • 변동 단가 (oCPM)

파워업 Ai 광고 자주 묻는 질문

Q1 일 예산은 얼마로 해야하나요 ?

하루 예산은 최소 1만원부터 설정가능하며, 스토어의 월 광고 예산 등 광고 집행 계획에 맞추어 자유롭게 설정하시면 됩니다. 하루 예산을 설정하지 않을 경우 등록된 소재와 유저와의 Ai 매칭도에 따라 일별 소진 편차가 크게 나타나거나, 충전으로 광고 코인이 예상 이상으로 많이 소진 될 수 있으므로 하루 예산 설정을 권장합니다.

Q3 상품수가 많아야 유리한가요?

상품의 양적인 '수' 보다는 앱에 연동된 상품이 얼마나 고객들에게 매칭도가 높은 상품인지가 더 중요합니다. 지그재그 고객들의 패턴을 기반으로 상품을 매칭하므로 고객과 매칭도가 낮은 상품만 보유하고 있다면 광고 노출은 기대만큼 원활하지 않을 수 있습니다.

Q2 광고 소재 검수는 얼마나 걸리나요?

광고 소재 검수 시간은 평일, 주말 10:00~19:00 (점심시간 1시~2시 제외) 이며, 평일 내 공휴일은 진행 되지 않습니다. 검수는 영업일 기준 최대 1일정도 소요될 수 있습니다. 검수 소요시간은 검수 물량에 따라 유동적이며, 운영시간 내에 검수되지 않은 소재의 경우 다음 영업일에 순차적으로 검수가 진행 됩니다.

Q4 인기 쇼핑몰 위주로 노출이 되지는 않나요?

파워업 Ai 광고는 '스토어' 의 즐겨찾기나 찜수 등의 기반이 아닌 '고객'의 구매, 행동, 취향 데이터를 기반으로 상품과 고객을 매칭합니다. 등록된 상품의 속성이 지그재그 앱 유저의 취향과 적합하다면 기존 쇼핑몰, 신규 쇼핑몰 구분 없이 매칭 됩니다.

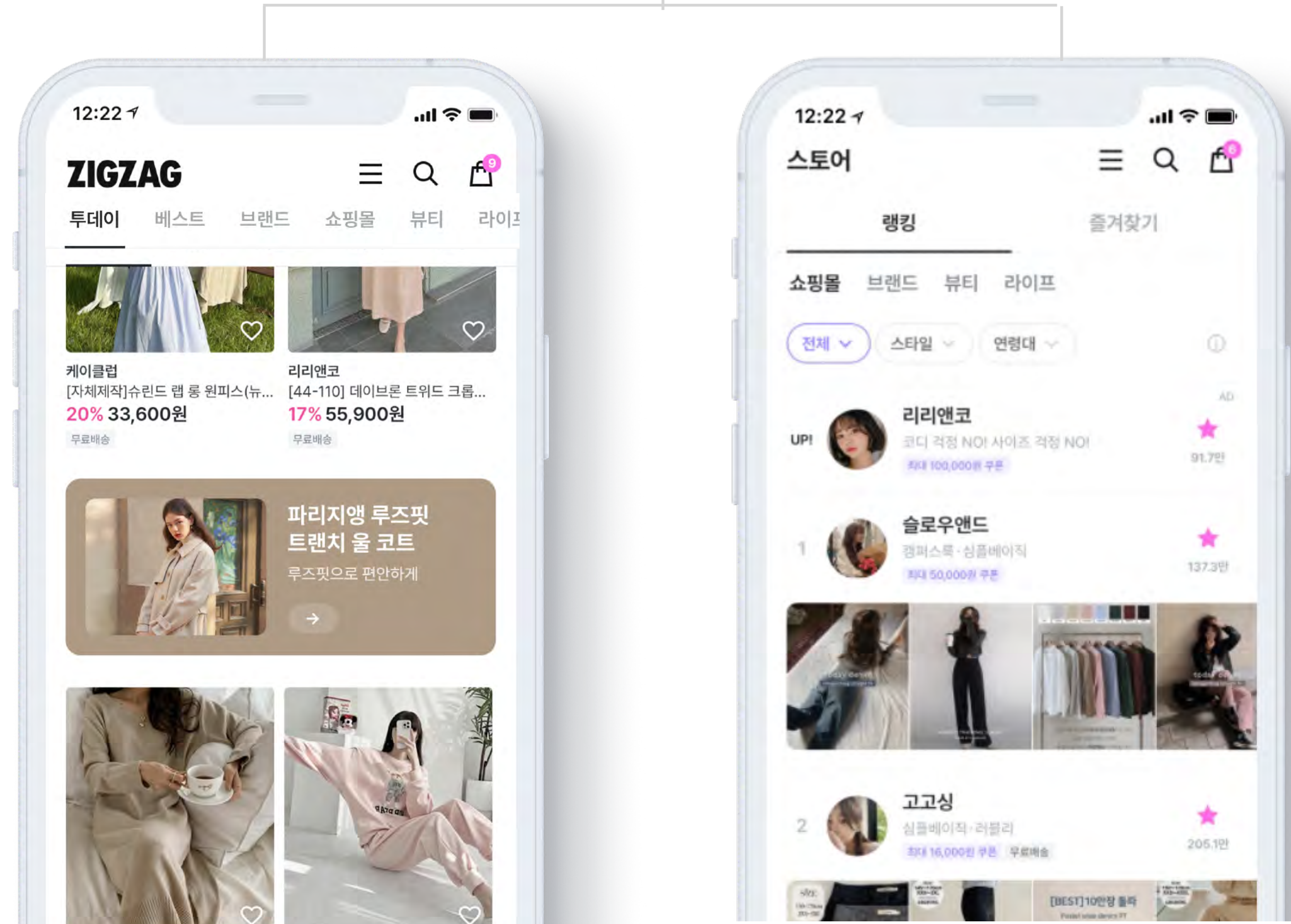
어텐션 광고

어텐션 광고

지그재그 내에서도 다양한 지면에서 주목도 높게 노출 할 수 있어
내 스토어를 유저들에게 알리기에 적합한 광고 상품

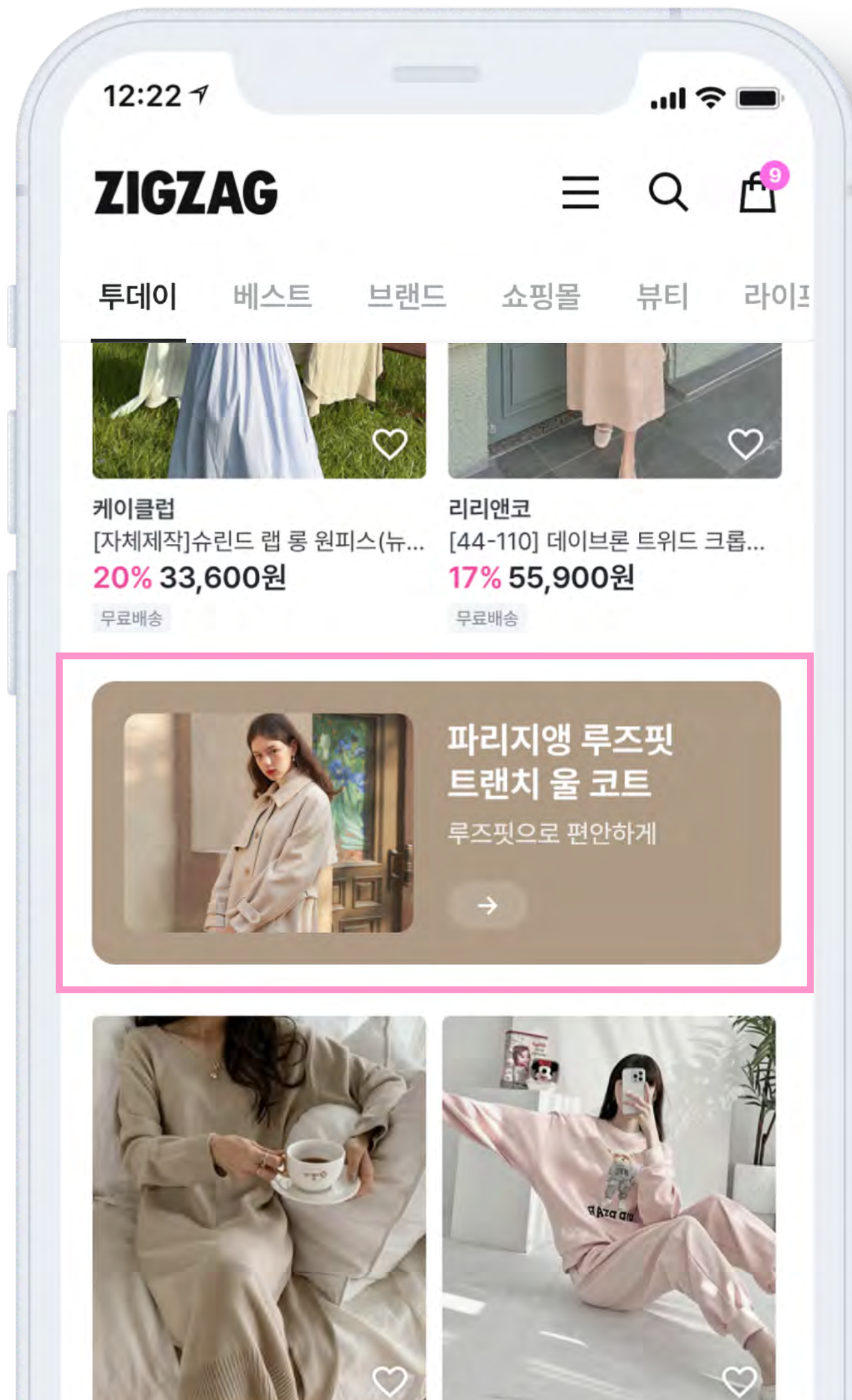
어텐션 광고는 멀티보드 유형과 스페셜샵 유형으로
구분 가능하며 각각 다른 목표로 광고 집행 가능

어텐션 광고



멀티보드

스페셜샵



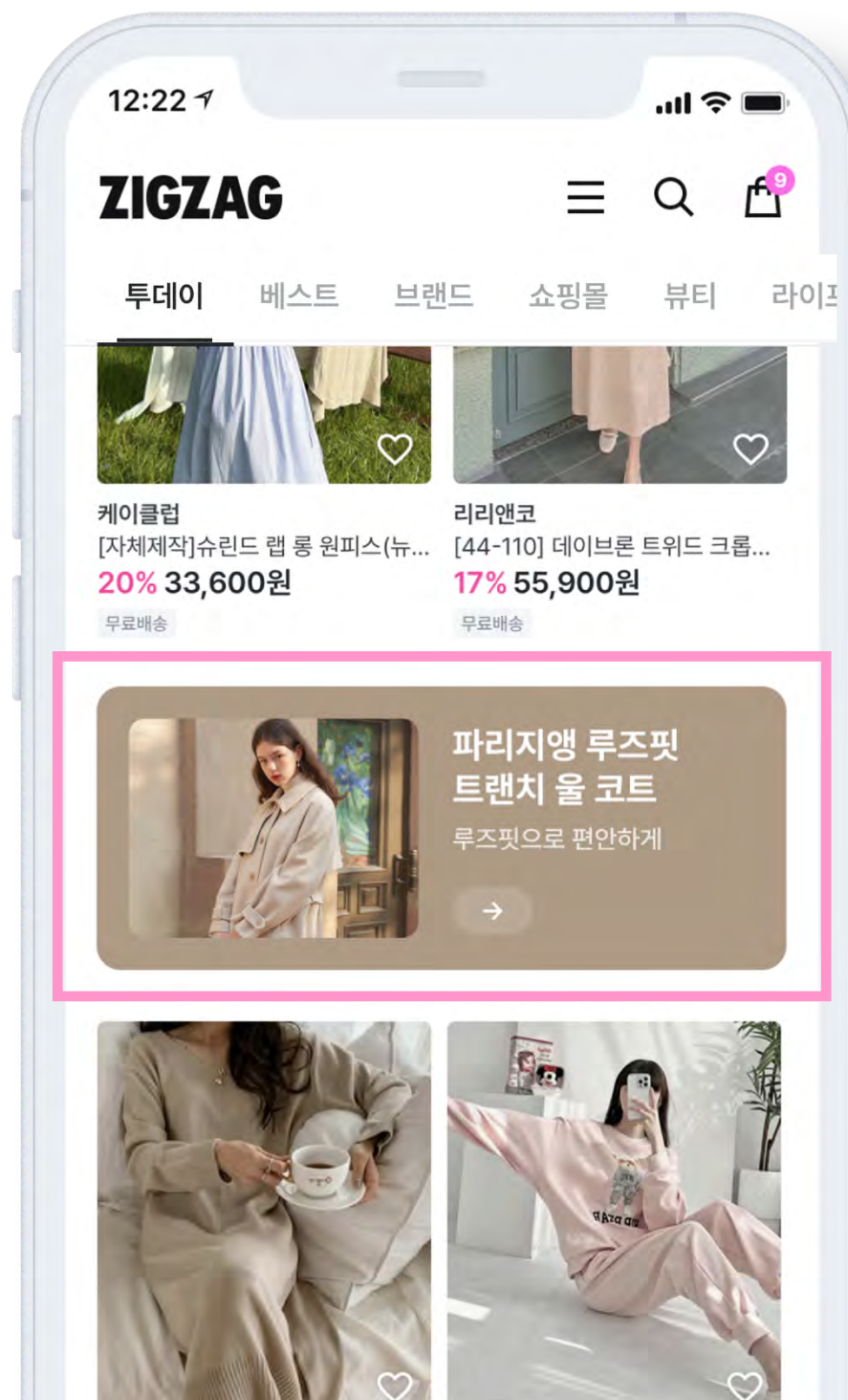
어텐션 광고 : 멀티보드

원하는 문구와 이미지, 랜딩 페이지를 설정하여 다양한 지면에서 노출 가능한 내 스토어에 대한 브랜딩에 최적화 되어 있는 광고 상품

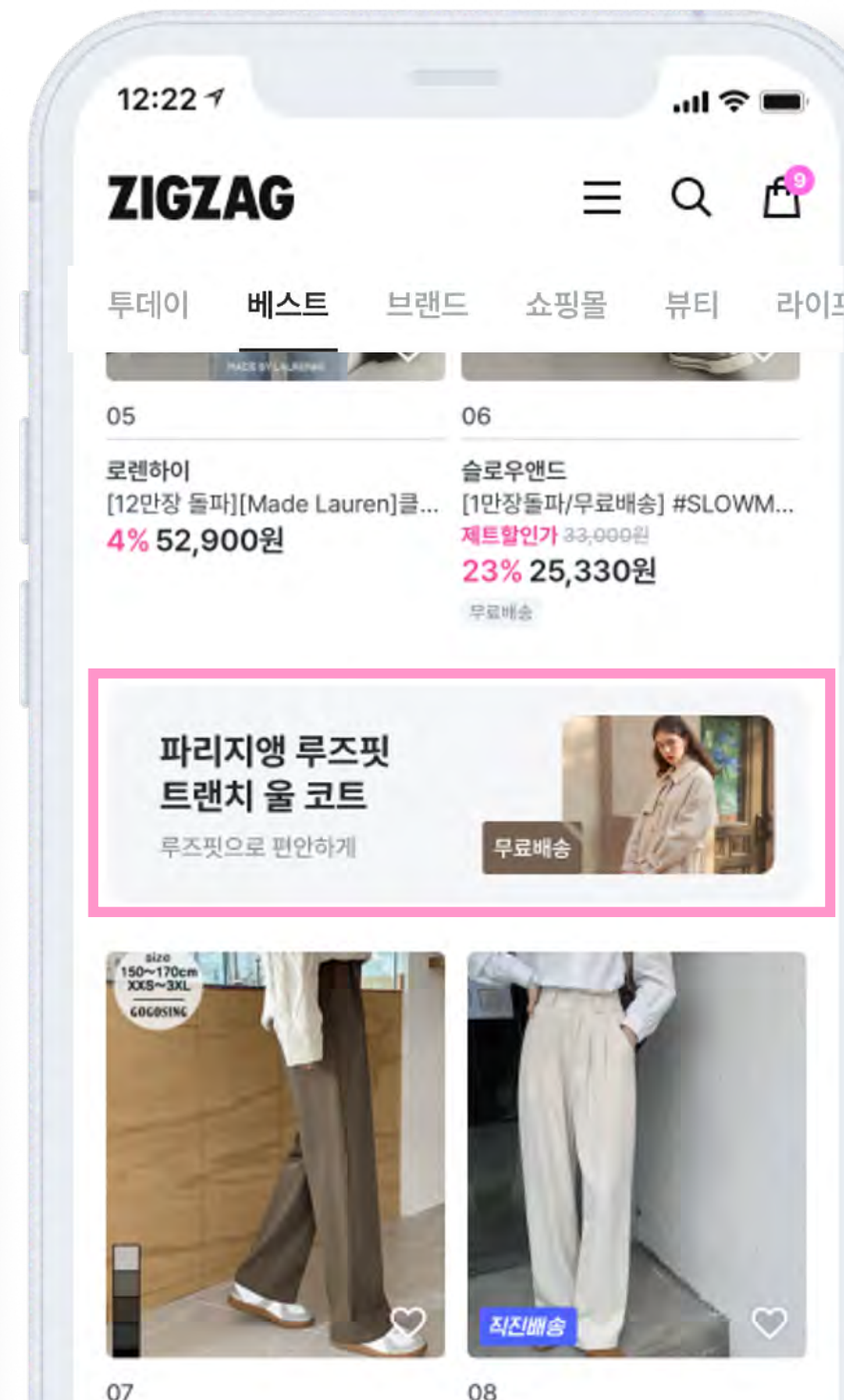
노출위치	투데이 탭 / 베스트 탭 / 카테고리 영역 / 지그재그 자체 상품페이지
노출방법	상품 인기도 기반 랜덤 노출
소재형태	이미지 & 문구 조합
과금방식	oCPM 방식

멀티보드 광고 노출지면

투데이탭, 베스트탭의 상품 목록 내 / 카테고리 영역 최 상단 배너 / 지그재그 자체 상품 페이지 하단에 노출 됩니다.
 각 지면별로 노출 되는 형태는 다를 수 있으며, 각 영역별 최적의 소재로 노출됩니다.



투데이 탭의
상품 목록 사이



베스트 탭의
상품 목록 사이



카테고리 영역
최 상단 배너



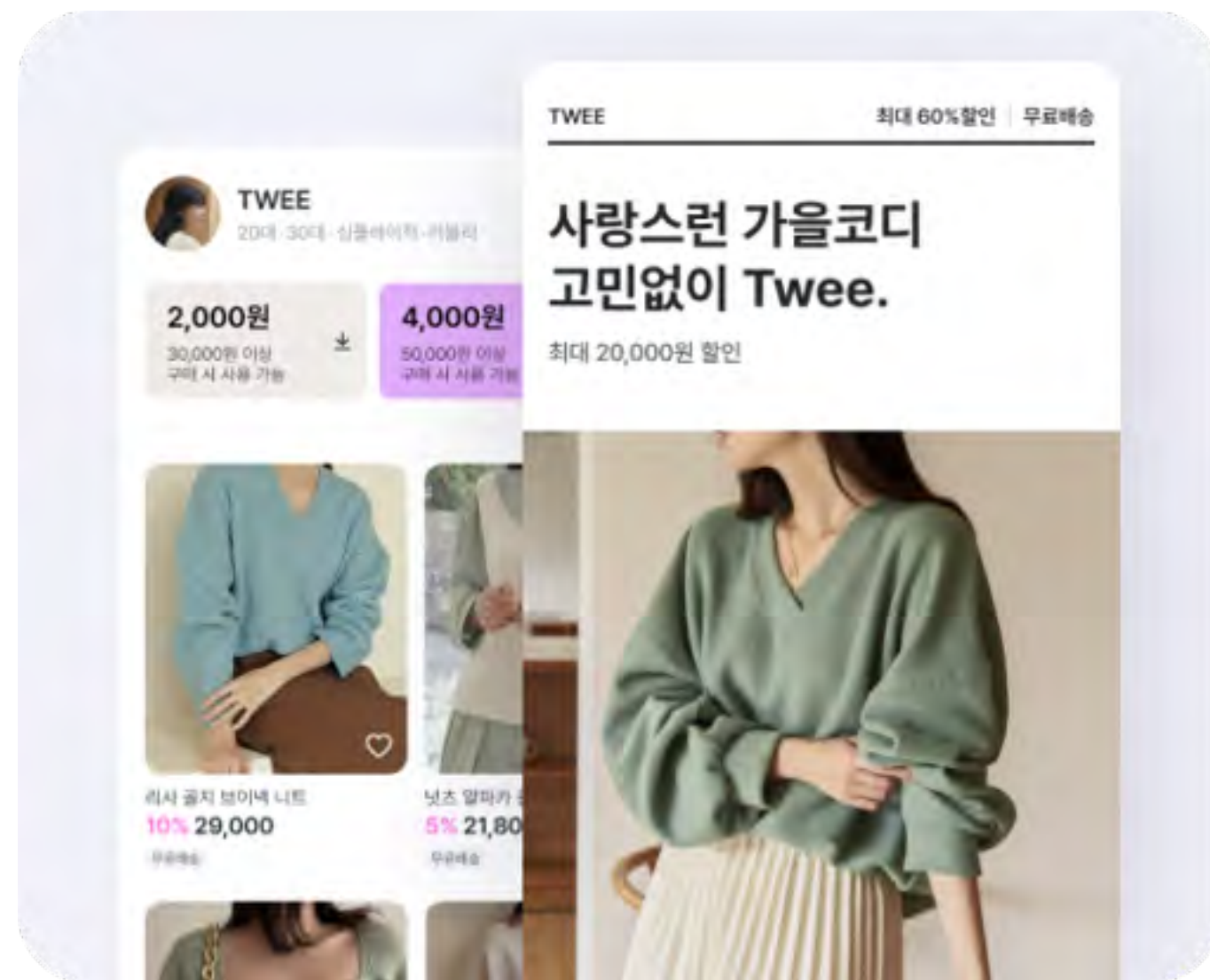
지그재그 자체 상품페이지
하단 영역

* 한번의 셋팅으로 여러 노출 형태로 노출 되며, 노출 지면 or 노출 형태를 별도로 지정하여 노출할 수 없습니다.

멀티보드 랜딩 페이지

멀티보드는 광고 목적에 맞게 랜딩 페이지를 설정 할 수 있습니다.

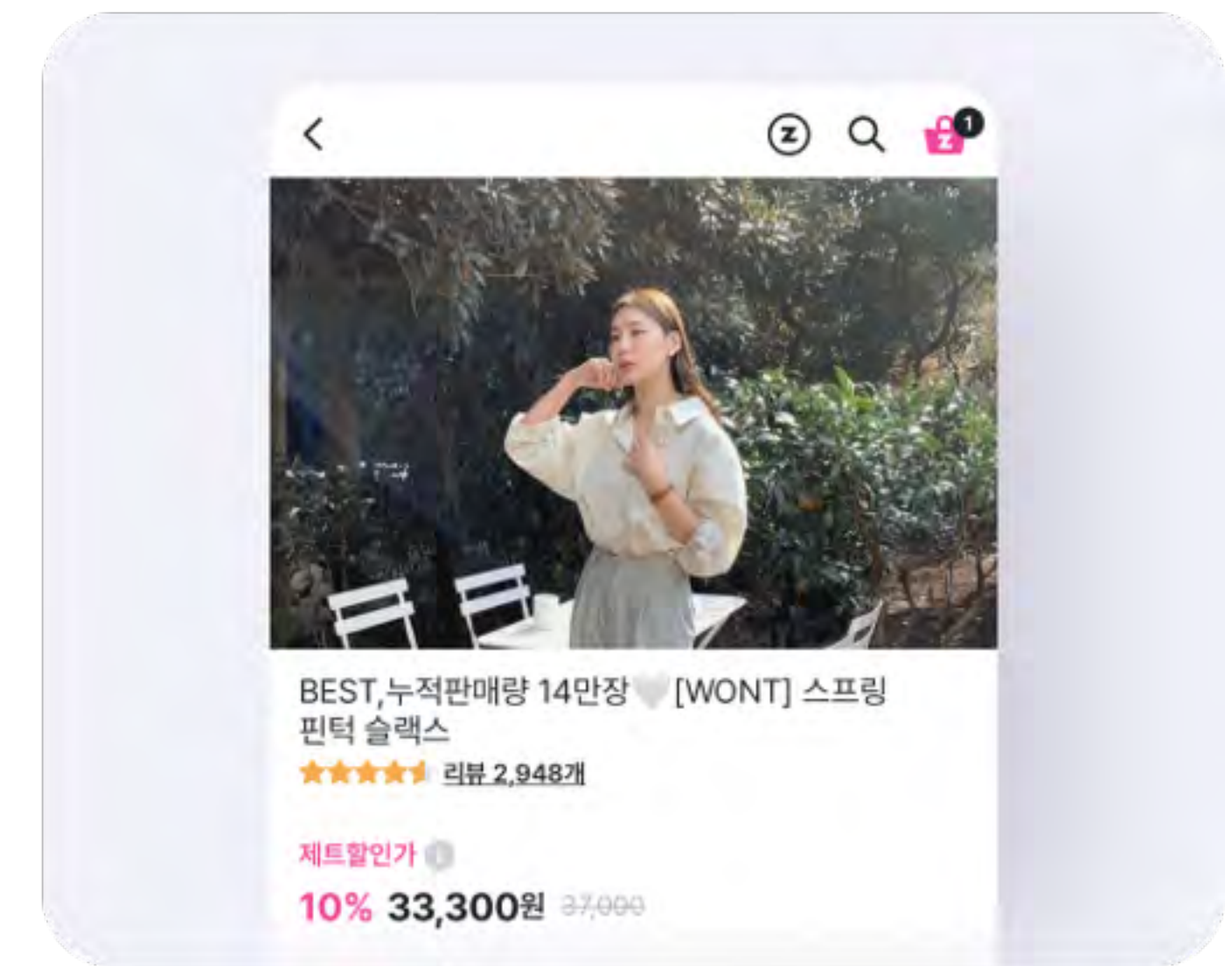
기획전 페이지를 직접 셋팅하고 랜딩 페이지를 설정하거나, 스토어 홈 혹은 상품 상세 페이지로 적용해보세요.



각종 기획전 페이지

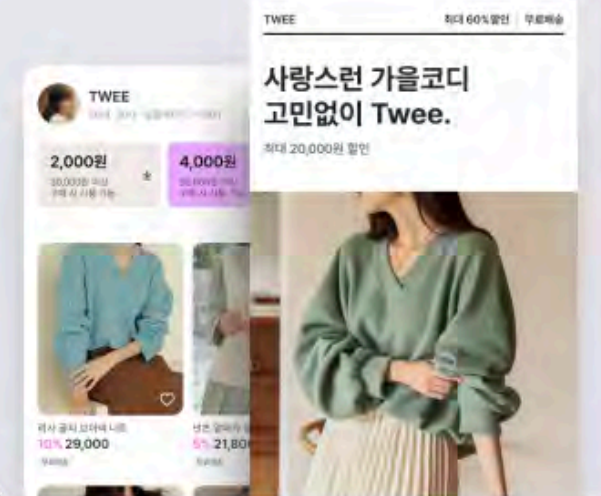


스토어 홈




상품 상세페이지

멀티보드 랜딩 페이지별 특징



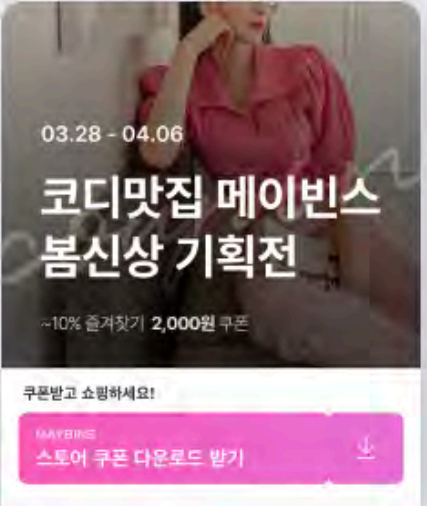
기획전 페이지

원하는 구성의 기획전 페이지를 생성하여 다양한 상품을 유저에게 노출 할 수 있습니다. (광고 전용)



컬렉션 페이지

스토어 홈에 노출시키기 위해 생성해 둔 '컬렉션 페이지'를 광고 랜딩 페이지로 활용할 수 있습니다.



스토어 픽

스토어 자체 발행 기획전 페이지인 '스토어 픽' 페이지를 광고 랜딩 페이지로 활용 할 수 있습니다.

각종 기획전 페이지

다양한 상품을 노출 & 구매 전환 유도에 유리

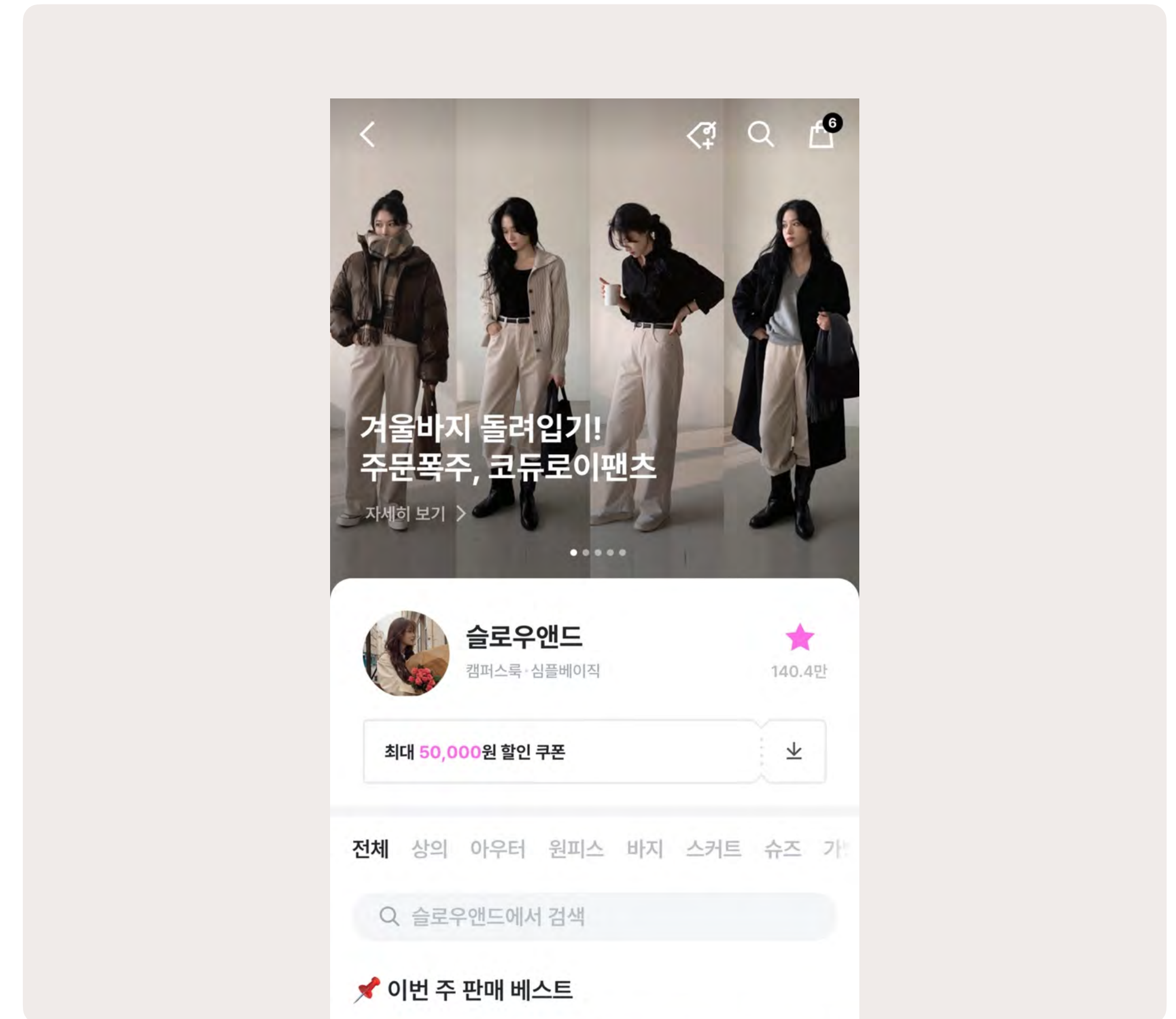
- 기획전 페이지 / 컬렉션 페이지 / 스토어픽 페이지 중 택 1 로 진행 가능
- 모든 페이지는 별도의 셋팅이 필수
- 여러 상품을 한번에 노출 할 수 있어, 광고를 통한 구매 전환 우수
- 기획전 페이지와 스토어픽에서는 쿠폰이 함께 노출가능하여 유저들에게 여러 상품을 묶어서 구매 유도하기에 유리

멀티보드 랜딩 페이지별 특징

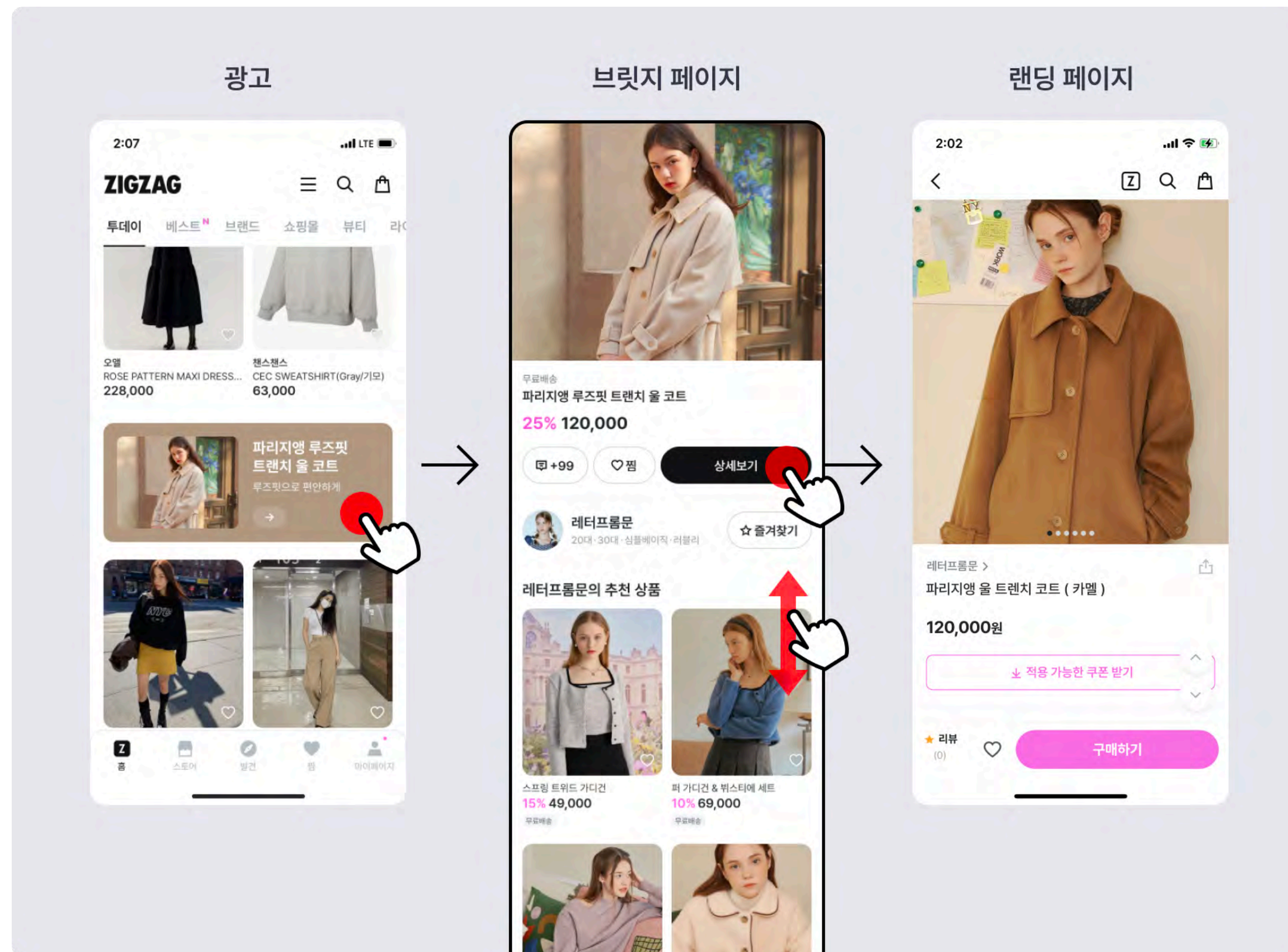
스토어 홈

내 스토어홈으로 방문하게 하여 브랜드 인지도 제고 가능

- 별도의 랜딩페이지 셋팅이 필요치 않아 간결한 셋팅 가능
- 자연스럽게 스토어의 베스트 상품 및 주요 상품 노출 가능
- 다양한 상품이 노출 뿐만 아니라 스토어에 대한 브랜드 인지도 확보에 유리



멀티보드 랜딩 페이지별 특징



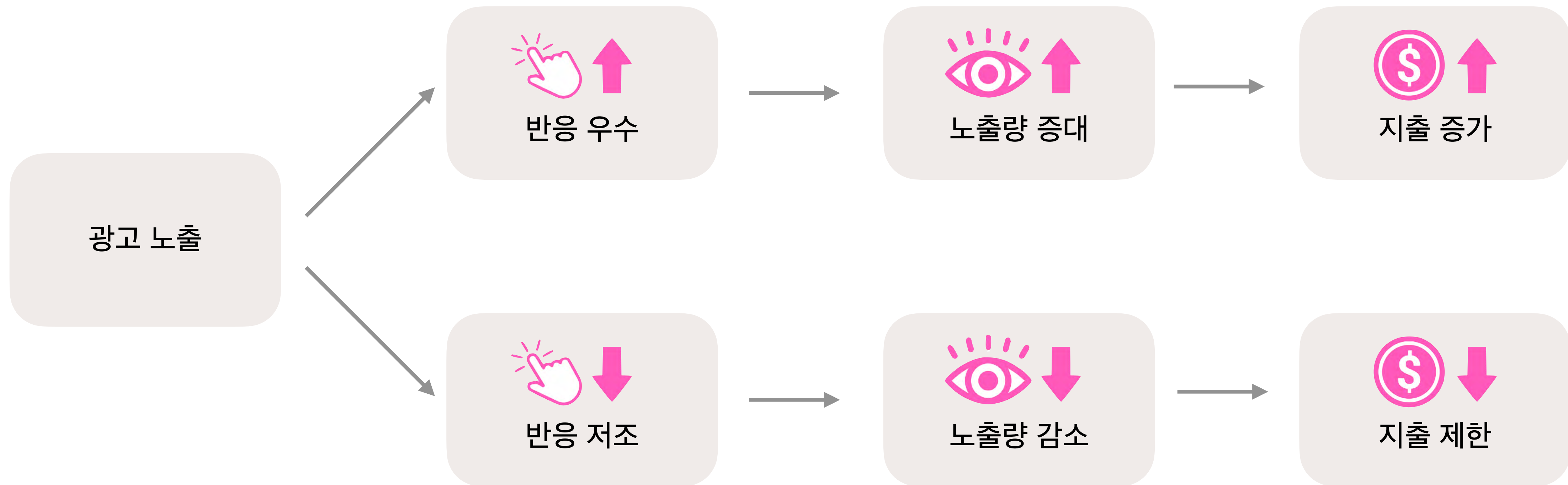
상품 페이지

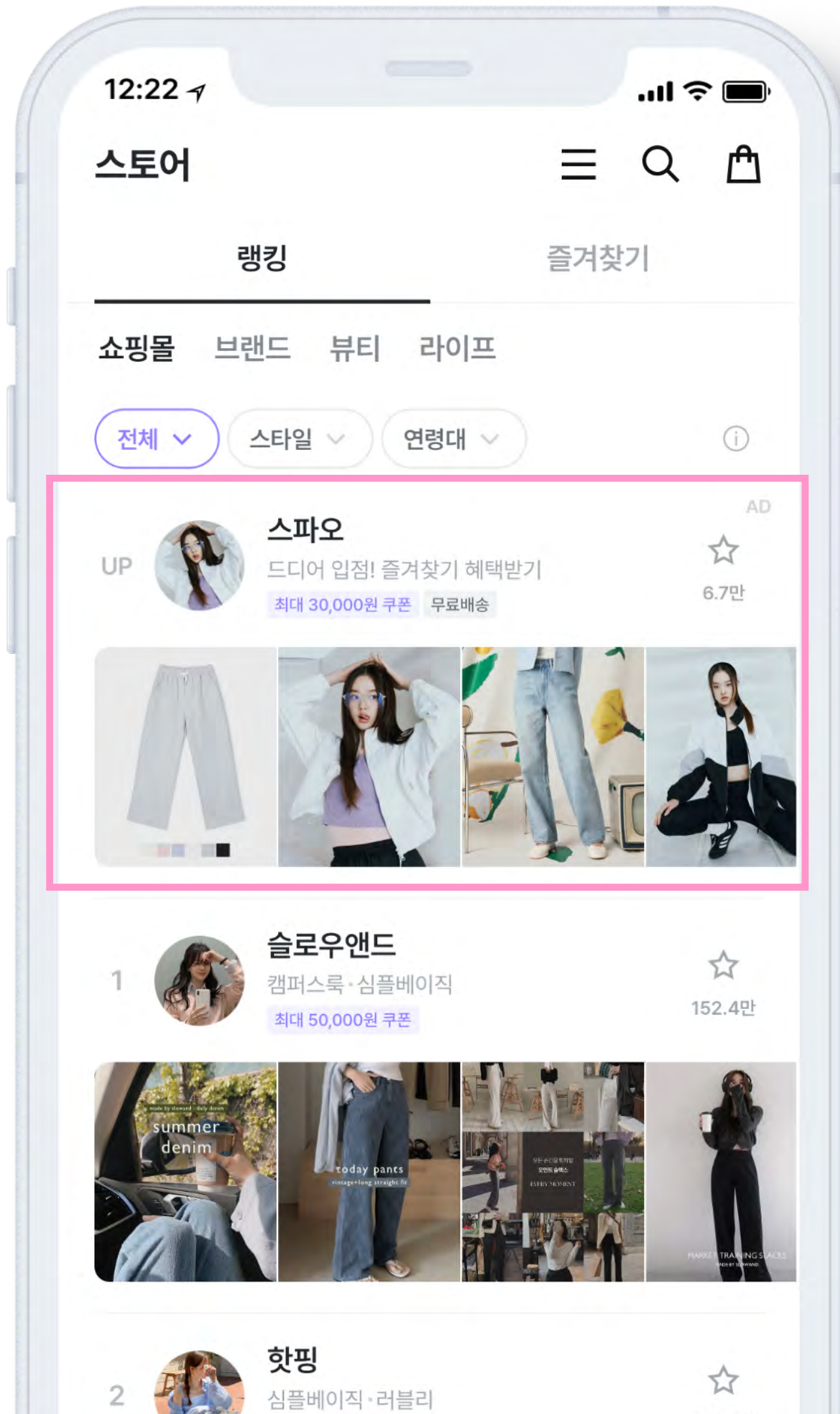
특정 상품에 대한 유저 반응을 빠르게 확보 가능

- 브릿지 페이지는 사용/미사용 중 선택 가능
- 상품으로 바로 랜딩되기 때문에 특히 신상품에 대한 반응을 빠르게 쌓을 수 있고, 상품에 대한 노출 수 증대에 유리
- 별도의 브릿지 페이지 설정 후 노출 시, 특정 상품 뿐만 아니라 유사 상품 및 코디하기 좋은 상품 등 내 스토어의 다른 상품들과 함께 노출 할 수 있음

멀티보드 기대효과

고객 반응이 높을수록 노출량이 증대되며, 반대로 효율이 저조한 경우 노출량이 축소되어 불필요한 지출을 제한합니다.
효율에 따라 광고 소진을 제어하기에 불필요한 광고비 누수 없이 광고를 효율적으로 집행할 수 있습니다.





어텐션 광고 : 스페셜샵

스토어 탭 내에서도 랭킹 1위인 스토어보다도 최상단에 노출 가능 하며,
내 랭킹보다 더 높은 위치에 노출 되기에 주목도가 우수하며,
내 스토어를 알릴 수 있는 브랜딩에 특화된 광고 상품

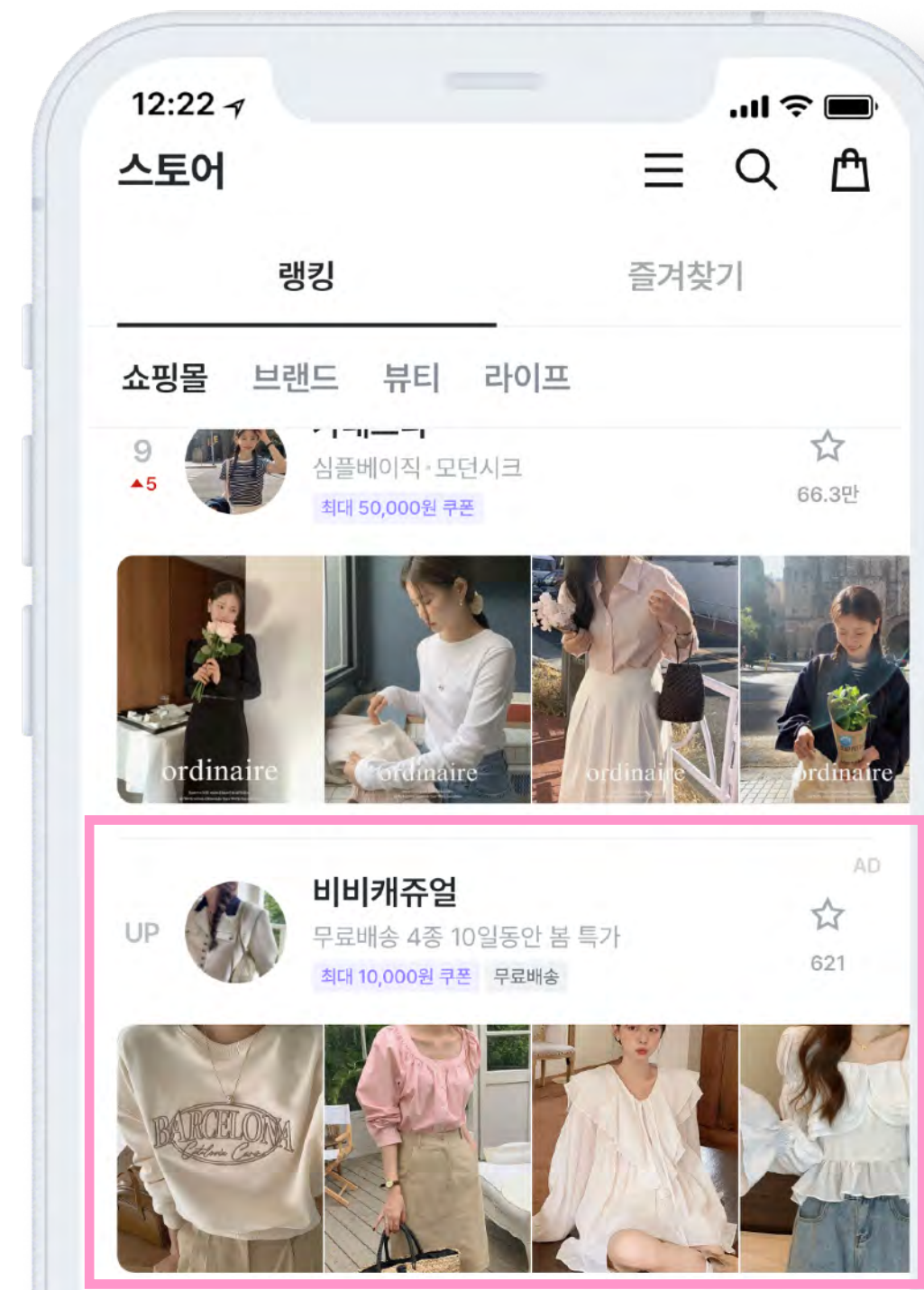
노출위치	스토어 탭 내 랭킹 최 상단&10위/20위/30위/40위/50위 위 노출
노출방법	입찰가 및 유저 반응 우수 소재 우선 노출
소재형태	이미지 & 문구 조합
과금방식	비딩 CPC 방식

스페셜샵 광고 노출지면

랭킹 탭 내 최 상단의 영역과 함께 10위 / 20위 / 30위 / 40위 / 50위 위에 노출 되며,
내 스토어의 랭킹보다 더 높은 위치에만 노출 됩니다.



랭킹 탭 최 상단



랭킹 탭 내
10위 / 20위 / 30위 / 40위 / 50위 위

스페셜샵 기대효과

스페셜샵은 쇼핑몰 목록 최상단에 주목도 있게 노출되어, 신규 유저와 잠재고객 확보에 유리합니다.



랭킹과 같은 형태로 노출 되어
광고에 대한 거부감 최소화



내 스토어 랭킹보다도
더 상단에 노출 되어 주목도가 우수



클릭 시 스토어 홈으로 랜딩 되어
내 스토어의 다양한 상품 노출 가능

UP!

랭킹 대신 UP 이라는 문구 노출로
떠오르는 스토어로 각인 가능

최대 5,000원 쿠폰

무료배송

쿠폰&무료배송 혜택 동시 노출로
다양한 혜택 기반의 유입 유도 가능

스페셜샵 과금 및 노출 방식

스페셜샵은 내가 설정한 입찰가가 높을수록 광고가 상위에 노출될 확률이 높아지며, 설정한 입찰가 이내에서 실제 과금에 적용 됩니다.

입찰가란 ?

- 입찰가는 내 소재를 한번 클릭했을 때 지불할 최대 금액입니다.
- 입력한 입찰가가 높을수록 더 높은 노출 순위 확보에 유리하며, 최종적으로 노출 순위가 높은 스토어의 광고가 우선 노출 됩니다.
- 높은 입찰가를 입력하면 노출 순위가 높아질 수 있으나 그만큼 더 비싼 단가로 과금 되니 유의하여 운영해주세요.
- 입찰가는 최대 차감 금액이며, 노출순위에 따라 내가 설정한 입찰가 이하로 과금이 될 수 있습니다.
- 과도한 경쟁이나 오 셋팅으로 인한 과금을 막기 위해 최대 입찰가는 2,000원으로 제한 됩니다.



스토어 A
입찰가 500원

VS



스토어 B
입찰가 1,000원

스토어B 가 더 높은 입찰가를 설정 했기에
스토어A 대비 스토어B 의 광고 상위 노출 확률 높음
스토어B 광고 클릭 1회당 최대 1,000원으로 광고비 차감

스페셜샵 운영 Tip

스페셜샵은 전일자 기준으로 평균 클릭당 단가가 얼마였는지 제공합니다.

해당 데이터를 참고 해서 입찰가를 상향 조정 한다면, 더 높은 지면 노출을 기대할 수 있습니다.

광고 그룹 추가

광고 유형

멀티보드 스페셜샵

광고 그룹명

광고 그룹명을 입력해주세요.
20자까지 가능합니다. (0 / 20)

광고 일정

종료일 없이 계속 노출 시작 및 종료일 지정

하루 예산

30,000 원

입찰가

0 원

- 하루 30,000 원을 광고비로 소진합니다.
- 설정한 하루 예산의 10% 내외로 초과 소진될 수 있습니다

- 광고 클릭당 지불할 금액을 설정합니다.
- 전일자 스페셜샵 평균 클릭당 비용: 500원.
- 입찰가는 100원 부터 2,000원까지 입력 가능합니다.
- 다른 쇼핑몰과 비교하여 입찰가가 높을수록 광고 게재 우선순위가 높아집니다.
- 입찰가는 VAT 포함 단가입니다.

• 제공 위치

- 1) 파트너센터 > 광고관리 > 어텐션 광고 > 그룹추가 > 스페셜 샵
- 2) 파트너센터 > 광고관리 > 어텐션 광고 > 스페셜 샵 그룹 > 단가 수정
- 3) 파트너센터 > 광고관리 > 어텐션 광고 > 광고 목록 > 스페셜 샵 단가 수정

- 매일 새벽 1시를 기준으로 업데이트 됩니다.

광고 그룹

+ 광고 그룹 추가 ON OFF 검색/필터

ON/OFF	상태	광고 그룹	광고 유형	광고 단가	하루 예산	노출수	클릭수
ON	노출중	스페셜샵	스페셜샵	(CPC)500	30,000	0	0
ON	노출중	test	멀티보드				
ON	노출중	테스트	멀티보드				

500 원

- 광고 클릭당 지불할 금액을 설정합니다.
- 입찰가는 100원 이상 2,000원 이하로 입력해주세요.
- 입찰가는 VAT 포함 단가입니다.
- 전일자 스페셜샵 평균 클릭당 비용: 500원.

저장 취소

스페셜샵 주의사항

스페셜샵은 노출지면이 하나이기 때문에 특히 아래 내용을 주의해서 운영해야 합니다.



**광고를 집행하는 스토어가 많을수록
경쟁이 심화 되면서 단가 상승**

- 광고 노출지면이 한정적이기때문에,
광고를 진행하고자 하는 스토어가 많아질수록
낮은 입찰가로 운영하기 어려움



**입찰가가 높다고 해서
무조건 노출 보장되지 않음**

- 입찰가가 높아도 유저들의 반응이 좋지 않은
소재라면 노출이 더딜 수 있음
- 노출이 되지 않는다면, 입찰가 상향조정 이후
소재 클릭률 케어 진행 필요



**일 균등 소진을 보장하지 않으며,
빠른 소진으로 적용**

- 내 스토어가 언제 경쟁사 대비 노출 순위가
높아질지 모르기 때문에, 노출순위가 높을 때
최대한 빠르게 광고비 소진 진행됨

한눈에 정리하는 어텐션 광고

멀티보드	분류	스페셜샵
<ul style="list-style-type: none"> • 투데이 탭 • 베스트 탭 • 카테고리 최상단 배너 • 지그재그 자체 상품 페이지 하단 	노출 지면	<ul style="list-style-type: none"> • 스토어 탭 > 랭킹 영역 최 상단 • 스토어 탭 > 10위/20위/30위/40위/50위 위 (단, 내 스토어보다 랭킹이 높은 위치에만 노출)
<ul style="list-style-type: none"> • 기획전 페이지, 스토어홈, 상품랜딩 중 택 1 	랜딩 페이지	<ul style="list-style-type: none"> • 스토어 홈
<ul style="list-style-type: none"> • 반응 우수 소재 우선 노출 • 베스트 탭과 지그재그 자체 상품 페이지 하단에서는 연관도가 높은 광고 위주 노출 • 내 스토어 상품 페이지 하단에는 내 스토어의 광고가 우선적으로 노출 	노출 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 입찰가가 높고 유저들 반응이 좋은 소재 상위 우선 노출
<ul style="list-style-type: none"> • 소재 수 제한 없음 	소재수	<ul style="list-style-type: none"> • 소재 수 제한 없음 (단, 광고 그룹은 최대 3개까지 동시 셋팅 가능)
<ul style="list-style-type: none"> • 내가 설정한 이미지와 문구 조합으로 하나의 소재 (네이티브형 5종) 자동 생성 	소재 형태	<ul style="list-style-type: none"> • 내가 설정한 이미지와 문구 조합으로 노출
<ul style="list-style-type: none"> • 소재 단위로 전환 지표 제공 	전환지표	<ul style="list-style-type: none"> • 전환 지표 미제공
<ul style="list-style-type: none"> • 변동 단가 (oCPM) 	단가	<ul style="list-style-type: none"> • 내가 설정한 입찰가를 기준으로 클릭당 과금 (CPC)

어텐션 광고 자주 묻는 질문

Q1 일 예산은 얼마로 해야 하나요 ?

광고 예산은 그룹 단위로 설정 가능 하며, 최소 1만원부터 설정가능합니다.
만일 하나의 그룹 안에 여러 소재를 등록 한다면 설정하신 예산 내에서
효율이 우수한 소재 위주로 과금이 진행 됩니다.
하루 예산을 설정하지 않는 경우 일별 소진 편차가 크게 나타나거나 충전된
광고 코인이 예상 이상으로 많이 소진될 수 있으므로, 하루 예산 설정을 권장합니다.

Q3 멀티보드에서 특정 지면과 특정 형태 소재만 선택적으로 노출할 수 없나요?

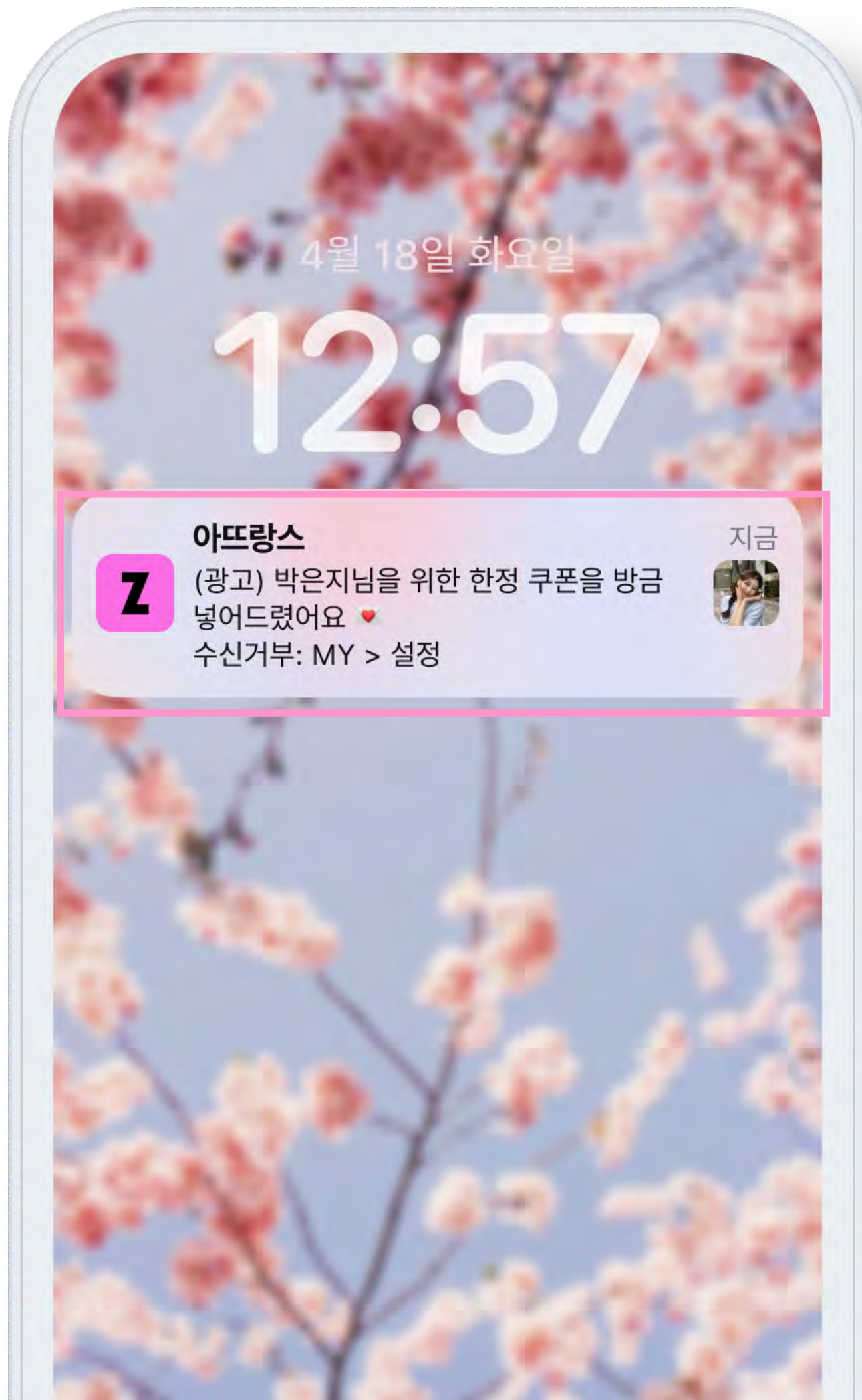
특정 지면과 특정 형태의 소재만 선택적으로 노출하는것은 불가능합니다.
다양한 소재의 형태로 여러 지면에 노출이 되며, 최대한 많은 노출과
더 높은 효율 확보를 위해 자동으로 최적화 노출 됩니다.

Q2 멀티보드는 소재수가 많아야 유리한가요?

운영하는 소재수보다는, 유저들에게 반응도가 높은 소재인지가 더 중요합니다.
지그재그 고객들의 반응을 기반으로 우선 노출이 되므로 고객들의
반응이 낮은 소재만 있다면 광고 노출은 기대만큼 원활하지 않을 수 있습니다.

Q4 스페셜샵의 입찰가는 얼마로 해야 하나요?

스페셜샵의 입찰가가 높을 수록 노출 우선순위가 높아질 수 있습니다.
입찰가는 최대 2천원까지 설정 가능 하지만, 1천원 이내의 단가를 권장합니다.
만일 입찰가를 설정했음에도 노출이 되지 않는다면 입찰가를 더
상향 조정해보시고, 유저들에게 반응이 높은 소재를 발굴해보세요.



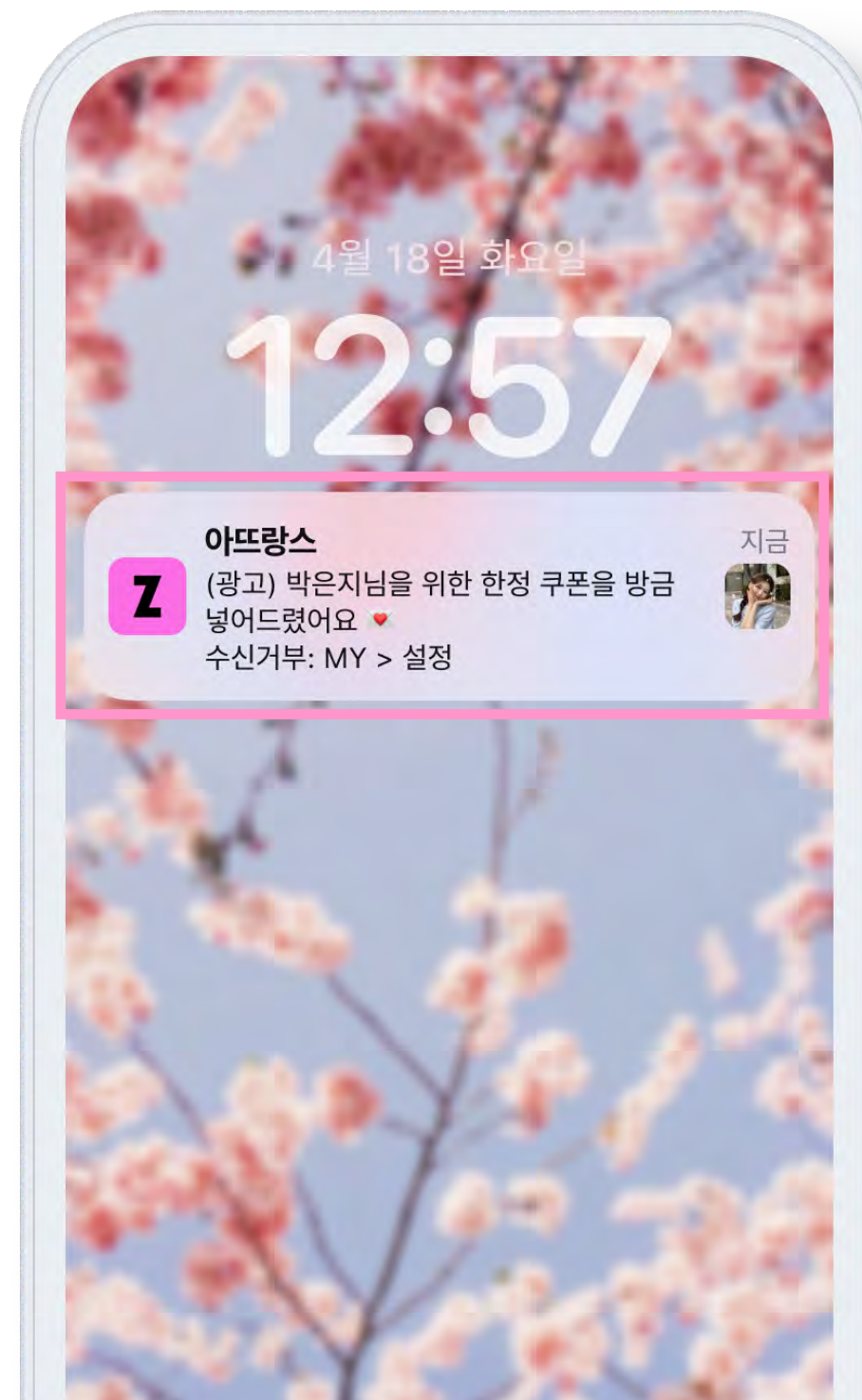
메세지 광고

지그재그 이용 유저 중 내가 원하는 타겟 대상으로 쿠폰을 발급하고, 푸시(push) 메세지를 통해 구매 유도를 할 수 있는 광고 상품

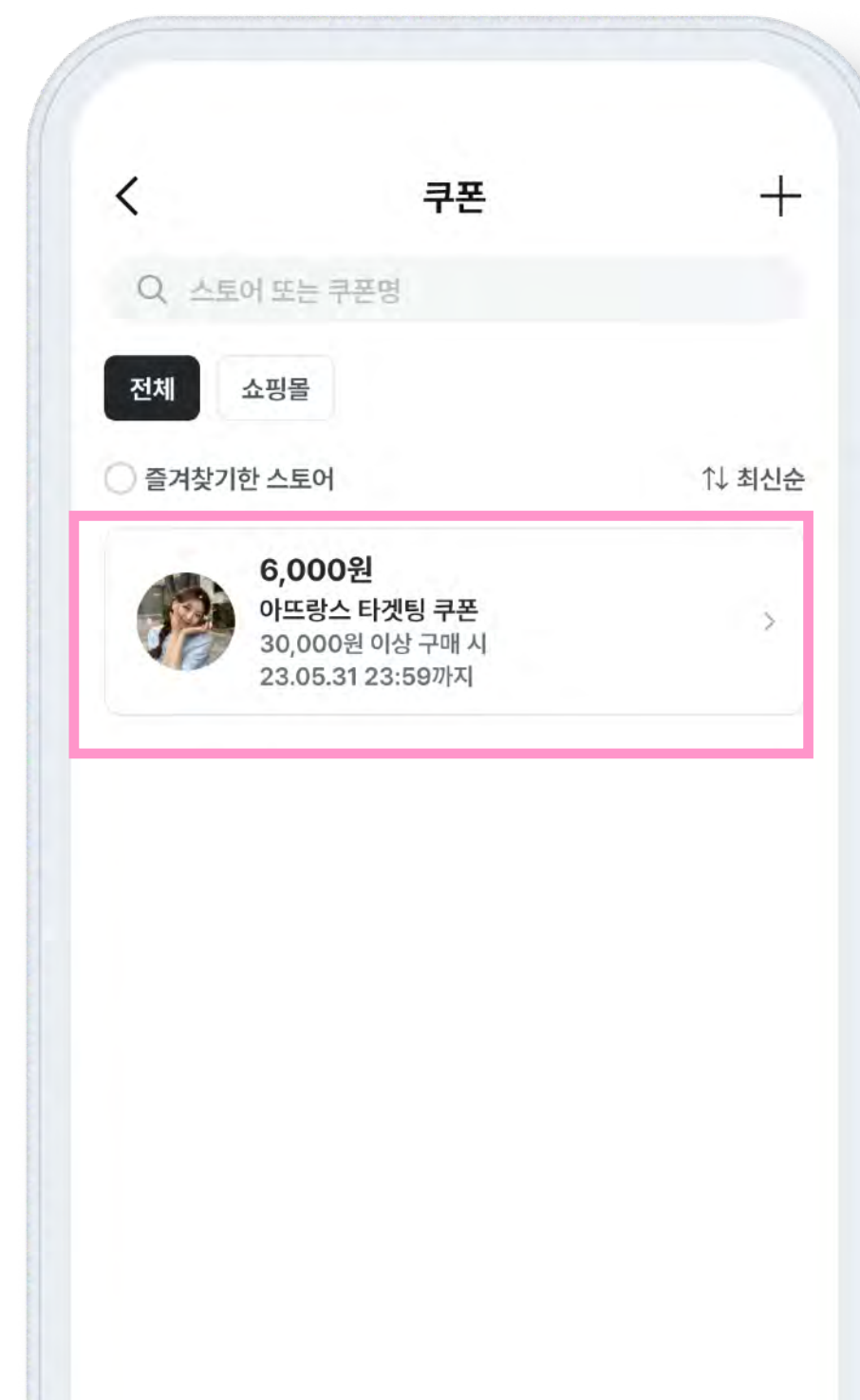
노출형태	지그재그 푸시(push) 메세지 형태
노출대상	최근 2주간 내 스토어홈에 방문한 고객 최근 3개월 내 스토어 구매액 상위 20% 이내인 고객
과금방식	1건 발송당 110원 (vat 포함)
특이사항	쿠폰 발급 시점에 푸시 메세지 발송 가능 & 유저 별 1일/1회 수신

메세지 광고 노출 예시

내 스토어에 관심도가 높은 유저들 대상으로 구매 전환 유도 쿠폰을 발급하고, 푸시 메세지로 알릴 수 있습니다.
푸시 메세지 클릭 시, 쿠폰 화면으로 랜딩 되며 쿠폰 클릭 시 내 스토어 홈으로 유입을 유도 시킬 수 있습니다.



App 내 푸시메세지 알림 노출

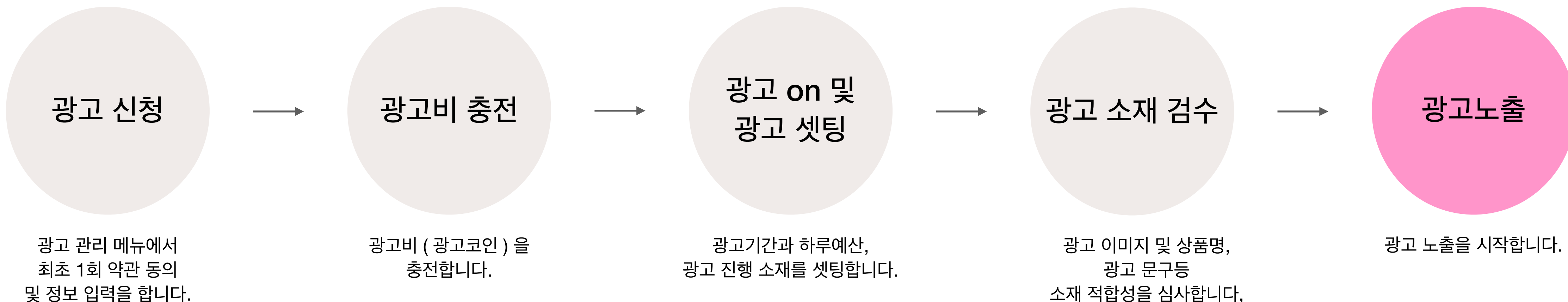


지그재그 앱 내
쿠폰 검색 화면 진입



쿠폰 클릭 시
내 스토어홈 유입 가능

Appendix. 광고 신청 절차



참고사항

- 광고 코인은 최소 5만원부터 충전할 수 있습니다.
- 각 광고별 하루 예산은 최소 1만원부터 설정이 가능합니다. (메세지 광고 제외)
- 노출을 원하지 않는 상품은 노출 차단 설정이 가능합니다.
- 어텐션 광고를 진행하는 경우, 별도로 소재 셋팅을 해주셔야 하나, 파워업 Ai 광고는 지그재그에 연동된 상품 전체를 자동으로 연동하여 광고 소재로 검수 및 광고 노출 됩니다.
- 멀티보드를 진행하는 경우 광고비 충전 이후, 광고로 진행 하고싶은 랜딩페이지에 따라 랜딩페이지 셋팅 or 할인율 or 쿠폰 셋팅등을 우선 진행 해주세요.

THANK YOU.
