광고주를 위한 매뉴얼

Kakao 키워드광고 Guidebook

Version 2.6.2 | Date 2018.10.01

Copyright (c) Kakao Corp. All rights reserved.

Version 정보	내용
Version 1.0.0 (2012. 03. 26)	매뉴얼 최초 배포
Version 1.1.0 (2012. 04. 01)	키워드 필터 내용 추가
Version 1.1.1 (2012. 05. 29)	키워드 이동 기능 추가
Version 1.1.2 (2012. 06. 07)	키워드 검색 기능, 다중그룹 전략설정 기능 추가
Version 1.1.3 (2012. 08. 16)	소재 수정 기능 추가
Version 1.1.4 (2012. 11. 19)	그룹전략 노출영역 변경 내용 추가
Version 1.1.5 (2012. 12. 18)	키워드 맞춤 제안 기능 추가
Version 1.1.6 (2013. 03. 22)	전환추적 설정 기능 추가 노출제한사이트 설정 기능 추가, 10 순위 입찰, 광고변경 이력, 노출영역명, 전체키워드 탭 필터 수정
Version 1.1.7 (2013. 04. 03)	품질지수 내용 추가
Version 2.0.0 (2014. 03. 04)	키워드 광고 가이드북 전면 수정, DDN 가이드북 추가
Version 2.0.1 (2014. 03. 05)	문서 포맷 수정
Version 2.0.2 (2014. 06. 05)	사이트 관리 모바일 지원 체크 열 제거 관련 수정
Version 2.1.0 (2015. 08. 10)	App 그룹 관련 내용 추가
Version 2.1.2 (2015. 09. 03)	게시글 홍보하기 광고 추가
Version 2.1.3 (2015. 10. 16)	사명 변경에 따른 용어 및 표현 수정
Version 2.1.4 (2016. 03. 08)	키워드 광고 그룹전략 노출영역 변경 내용 수정
Version 2.2.0 (2016. 03. 23)	네이티브 광고 관련 내용 추가
Version 2.2.1 (2016. 04. 29)	APP 그룹 타겟팅 보고서 관련 내용 추가
Version 2.2.2 (2016. 08. 08)	모바일웹 관련 내용 추가
Version 2.3.0 (2016. 10. 10)	프리미엄링크 M beta 상품 내용 추가
Version 2.3.1 (2016. 11. 14)	DDN 모바일 앱 상품, 맞춤고객 타겟팅 내용 추가
Version 2.3.2 (2016. 12. 30)	프리미엄링크 M beta 상품 내용 추가 일반 키워드 광고그룹 그룹전략 노출영역 변경 내용 수정
Version 2.4.0 (2017. 10. 24)	쇼핑플러스 상품 내용 추가 키워드 광고 이미지 및 내용 개선

Version 2.4.1 (2017. 11. 14)	쇼핑플러스 홍보문구 수정 기능 추가
Version 2.4.2 (2017. 11. 28)	쇼핑플러스 추가 URL 일괄적용 기능 추가 및 화면 UI 개선
Version 2.4.3 (2017. 12. 12)	쇼핑플러스 상품 정보 수정 기능 추가
Version 2.4.4 (2018. 02. 06)	구 클릭스 정보 및 화면 개선 / DDN 모바일 앱 광고구매 및 관리 삭제
Version 2.4.5 (2018. 03. 30)	키워드 맞춤제안 기능 추가 및 개선
Version 2.5.0 (2018. 05. 15)	스타일포커스 상품 내용 추가 디스플레이네트워크 상품 이전 안내 및 해당 상품 설명 삭제
Version 2.6.0 (2018. 08. 13)	확장소재 기능 내용 추가
Version 2.6.1 (2018. 09. 18)	이미지 라이브러리 기능 내용 추가
Version 2.6.2 (2018. 10. 01)	클릭스에서 Kakao 키워드광고로 플랫폼명 변경

목차

I Kakao 키워드광고 소개 ____ *6*

1. Kakao 키워드광고 다이렉트 소개 ____ 7
2. 상품의 특징 ____ 7
3. 디스플레이 네트워크 종료 ____ 8
4. 사이트 맵 ____ 9

II 처음 시작하기 ____ **10**

1 부. 키워드 광고 가이드북 ____ *12*

I 광고구매 ____ **13**

1. 광고 구매 프로세스 ____ 14
2. 캠페인 등록 ____ 14
3. 그룹 등록 ____ 16
4. 광고대상 등록 ____ 18
5. 키워드 · 소재 등록 ____ 19

II 광고관리 ____ **25**

1. 기본 관리기능 ____ 26
2. 세부 관리기능 ____ 34
4. 지표 확인 ____ 47
5. 키워드 맞춤 제안 ____ 51
6. 광고 운영 길잡이 ____ 54

III 계정관리 ____ **56**

1. 광고주 정보조회 ____ 57
2. 광고대상 관리 ____ 58
3. 이미지 라이브러리 ____ 63
4. 노출 제한 설정 ____ 65
5. 전환추적 설정 ____ 67

IV 캐쉬관리 ____ **68**

1. 캐쉬 관리 ____ 69
2. 증빙 서류 관리 ____ 69
3. 환불신청 ____ 70

2 부. 쇼핑플러스 광고 가이드북 ____ *72*

I 쇼핑플러스 광고구매 ____ **73**

1. 광고 구매 프로세스 ____ 74
2. 계정 생성 ____ 74
3. 사이트 등록 ____ 76
4. 쇼핑하우 연동 ____ 77
5. 캠페인 등록 ____ 81
6. 그룹 등록 ____ 83

7. 소재 등록 85

II 쇼핑플러스 광고관리 91

1. 기본 관리기능 92
2. 세부 관리기능 94
3. 보고서 97

3 부. 스타일포커스 광고 가이드북 102

I 스타일포커스 광고구매 103

1. 광고 구매 프로세스 104
2. 사이트 등록 104
3. 스토어정보 등록 106
4. 캠페인 등록 108
5. 그룹 등록 111
6. 소재 등록 113

II 스타일포커스 광고관리 119

1. 기본 관리기능 120
2. 세부 관리기능 122
3. 보고서 129

III 스타일포커스 대량관리 135

1. 기능 개요 136
2. 기능 상세 136

I Kakao 키워드광고 소개

1. Kakao 키워드광고 다이렉트 소개

Kakao 키워드광고 다이렉트는 클릭당 과금(CPC, Cost per Click)방식의 광고상품을 구매 관리할 수 있는 광고주시스템입니다. 키워드 광고 구매와 관리를 효율적이고 편리하게 운영할 수 있습니다.

2. 상품의 특징

(1) 광고 통합관리 플랫폼 – 키워드 광고

최적화된 CPC 네트워크 광고 플랫폼으로 키워드 광고 관리하여 광고운영을 위한 비용과 시간을 절감할 수 있으며, 직관적인 사용자 인터페이스로 편리하게 광고를 구매, 관리할 수 있습니다.

(2) 고효율의 매체력 – Daum, Kakao Talk 외

Kakao 키워드 광고를 통해 Daum, NATE, Kakao Talk 등 국내 주요 포털의 통합검색영역에 광고를 노출할 수 있으며, 그 외 신뢰할 수 있는 제휴매체에 광고를 노출할 수 있습니다.

(3) 합리적인 가격정책 – 광고운영 효율성 극대화

클릭당 과금(CPC, Cost per Click) 방식의 광고상품이기 때문에, 고객이 클릭하여 페이지에 방문한 경우에만 비용을 지불하므로 비용 대비 효율이 높습니다. 또한 광고주의 광고 품질이 사용자들의 의도와 요구에 부합하여 성과가 우수할수록, 상대적으로 더 낮은 비용으로 광고를 운영할 수 있는 기회를 제공합니다.

(4) 전략적인 광고관리 – 광고구조의 세분화

「캠페인 – 그룹 – 소재 (키워드 광고의 경우는 소재&키워드)」의 단위로 광고를 체계적으로 구조화하여 손쉽게 광고를 관리할 수 있습니다. 캠페인마다 노출 기간, 노출 요일&시간을 지정할 수 있어 원하는 시간대에 광고를 집행할 수 있으며, 캠페인과 그룹에서 사용할 광고예산을 각각 지정하여 광고 비용을 효과적으로 통제할 수 있습니다.

(5) 광고주 예산 보호 – 부정클릭 방지

Kakao 키워드 광고에는 클릭당 과금(CPC) 광고에서 부정클릭으로 인한 광고주 예산이 소진되는 것을 방지하기 위한 부정클릭 방지로직이 적용되어 있습니다. 부정클릭 방지로직은 모든 클릭에 대해서 유효성 여부를 검증하여 부정클릭을 비과금처리하고, 광고주의 소중한 예산을 보호합니다.

3. 디스플레이 네트워크 종료

디스플레이 네트워크 캠페인에서 집행 가능했던 '이미지형 소재를 이용한 디스플레이 네트워크 광고 운영'이 2018 년 4 월 19 일로 종료되었습니다. Kakao 키워드 광고에서는 기존에 등록 및 설정된 디스플레이 네트워크 캠페인 정보 확인만 가능합니다. 효과적인 디스플레이 네트워크 광고 집행을 원하신다면, 이제는 새로운 kakao 광고를 통해 광고 목적에 맞춘 타게팅 디스플레이 광고를 집행할 수 있습니다.

새로운 kakao 광고는, 마케팅 목적을 달성해 줄 수 있는 최적의 오디언스를 찾아 최적의 순간에 광고를 노출해 줄 수 있는 광고로, "kakao 광고 플랫폼"을 통해 더욱 손쉽게 네이티브 형태와 이미지 배너 형태의 디스플레이 광고를 집행할 수 있습니다.

Kakao 광고에 대한 자세한 내용은 아래 사이트 및 문의를 통해 확인하실 수 있습니다.

Kakao 광고 소개 자료 및 카카오 광고 만들기 (광고 운영 가이드) 바로가기 : http://ad.kakao.com/#lastPage

Kakao 광고 플랫폼 바로가기 : https://moment.kakao.com

Kakao 광고 도움말 : https://cs.kakao.com/helps?service=110

새로운 Kakao 광고 문의 : 1599-5533

4. 사이트 맵

대분류	소분류	기능소개
다이렉트 홈		공지사항, 잔액 및 소진액 확인
광고 관리		광고 등록 및 관리
보고서	광고운영 보고서	광고 운영에 대한 각종 지표 확인
	다운로드 보고서	보고서 예약 및 보고서를 엑셀파일로 다운로드
계정	광고주 정보조회	광고주 개인정보 확인 및 수정
	광고대상 관리	광고대상 등록 및 관리
	이미지 라이브러리	확장소재 썸네일이미지 타입의 이미지를 등록 및 관리
	노출제한 설정	노출제한 IP, 노출제한 사이트 등록 및 관리
	전환추적 설정	전환추적(CTS) 설치 및 설정 관리
결제	캐쉬관리	캐쉬 충전 및 캐쉬이력 확인
	증빙서류 조회	세금계산서, 현금영수증 출력
	환불신청	비즈캐쉬 전액, 부분 환불신청

II 처음 시작하기

처음 광고를 시작하는 경우, 광고가 노출되기까지 아래의 프로세스를 거치게 됩니다.

(1) 캐쉬 충전

광고가 노출되기 위해서는, 비즈 캐쉬가 충전되어 있어야 합니다.

충전된 비즈 캐쉬가 모두 소진되어 잔액이 부족한 경우 광고가 노출되지 않습니다.

(2) 광고대상 등록

노출된 광고를 클릭했을 때 연결될 광고대상을 등록합니다.

광고대상 등록은 광고 등록 프로세스 중 그룹 등록을 하는 과정에서도 함께 할 수 있습니다.

(3) 광고 등록

광고 구매 프로세스에 따라서 광고를 등록할 수 있습니다.

광고의 전략단위인 캠페인, 그룹이 먼저 등록이 되어야 합니다. 키워드 광고의 경우 키워드와 소재가 모두 등록이 되어야 광고가 노출됩니다.

(4) 심사 승인

Kakao 의 심사정책에 부합하는 광고인지 판단 후 승인된 광고만 노출 가능합니다. 등록한 광고의심사가 승인될 때 까지는 보통 1~2 영업일이 소요되며, 광고주가 처음 광고를 시작하는 경우 광고대상 심사과정도 있기 때문에 기간이 다소 길어질 수 있습니다.

1부. 키워드 광고 가이드북

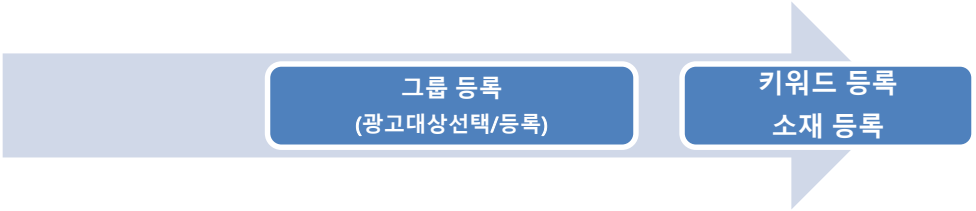
I 광고구매

1. 광고 구매 프로세스

Kakao 키워드 광고에서는 광고 구매 프로세스를 통해 간편하게 광고를 구매할 수 있습니다.

광고를 처음 시작하는 경우, 광고 구매 프로세스는 아래와 같습니다. 캠페인 등록부터 소재등록까지 순차적으로 진행할 수 있으며, 각각의 단계가 완료되면 자동으로 다음 단계로 진행됩니다

이미 캠페인이 있는 경우에는 캠페인 생성을 건너뛰고 그룹등록부터 구매 프로세스를 진행할 수 있습니다.

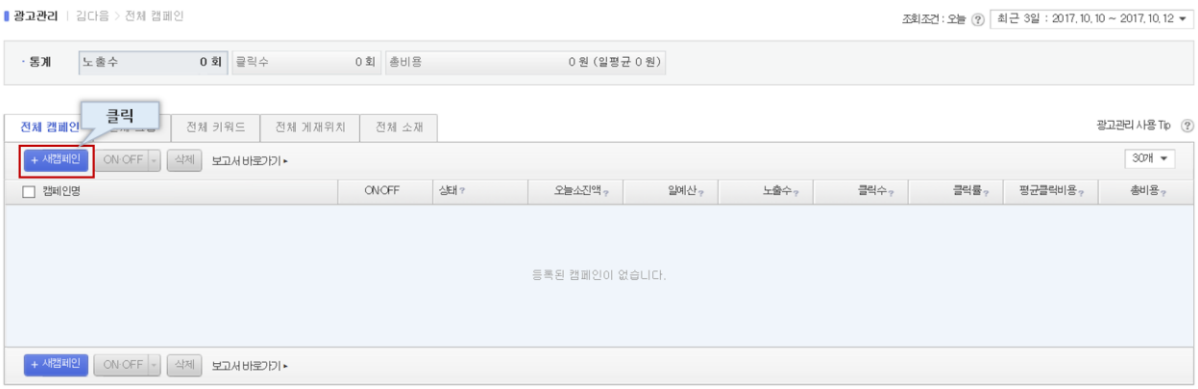


2. 캠페인 등록

처음 광고를 시작하기 위해서는 캠페인을 등록해야 합니다. 캠페인은 가장 상위의 전략단위이며, 캠페인의 전략변경을 통해서 캠페인에 소속된 모든 그룹의 광고를 편리하게 관리할 수 있습니다.

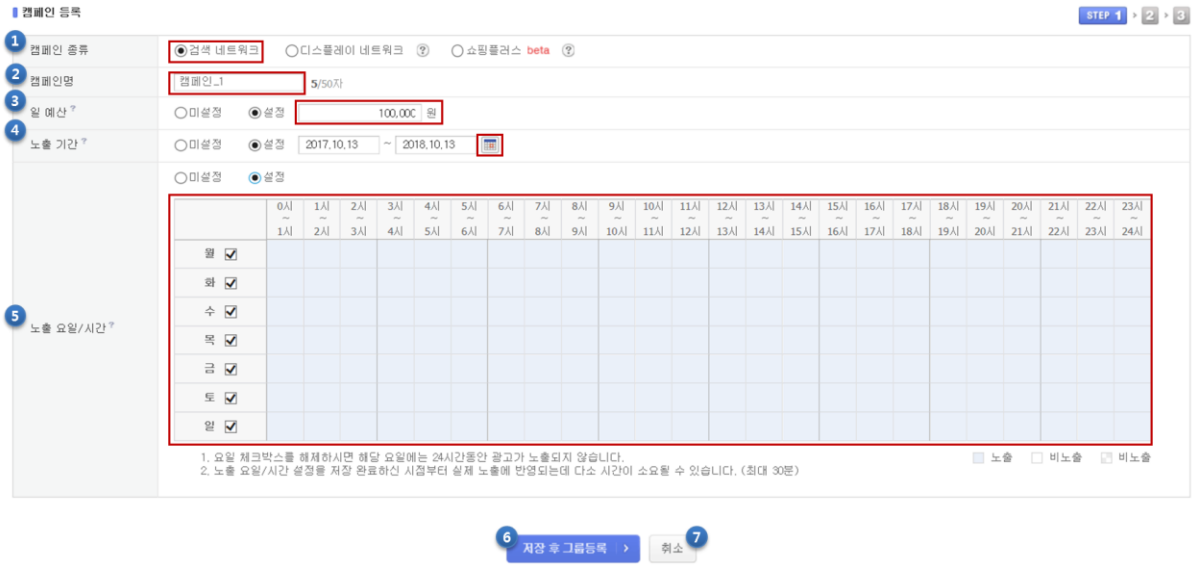
(1) 캠페인 등록하기

캠페인을 등록하기 위해서는 광고관리 화면에서 **[+새캠페인]** 버튼을 클릭합니다.



(2) 캠페인 전략설정

캠페인에 적용할 전략을 설정합니다. 캠페인에서 사용할 예산과, 노출 일정에 관련된 전략을 설정할 수 있습니다. 캠페인 생성 이후 전략을 변경할 때에는, 캠페인 선택 후 전략설정 버튼을 클릭하여 다시 변경 가능합니다.



순서	구분	상세설명
①	캠페인 종류	캠페인에서 운영할 광고의 종류를 선택합니다. 키워드 광고를 진행하기 위해서는 검색 네트워크를 선택합니다.
②	캠페인명	캠페인에 사용할 이름을 설정합니다.
③	일 예산	하루에 캠페인에서 사용할 광고예산을 결정합니다. 설정된 일 예산이 초과되면 자동으로 광고 노출이 중단됩니다.
④	노출 기간	캠페인이 운영되는 시작일과 종료일을 설정할 수 있습니다. 시작일 0 시 0 분부터 종료일 23 시 59 분까지 광고가 노출됩니다.

⑤	노출 요일/시간	일주일 단위로 광고가 노출되는 요일과 시간대를 설정할 수 있습니다. 특정 요일을 체크해제 하는 경우 해당 요일은 노출되지 않습니다.
⑥	저장 후 그룹 등록	캠페인 설정을 저장한 후, 그룹 등록 단계로 넘어갑니다.
⑦	취소	캠페인 등록을 취소하고 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

3. 그룹 등록

그룹은 캠페인에 소속된 전략단위이며, 광고 소재가 노출되는 과정에 직접적인 관련이 있는 전략을 설정할 수 있습니다. 캠페인과 마찬가지로 그룹에 대한 설정 변경을 통해 그룹에 소속된 모든 키워드와 광고소재를 편리하게 관리할 수 있습니다.

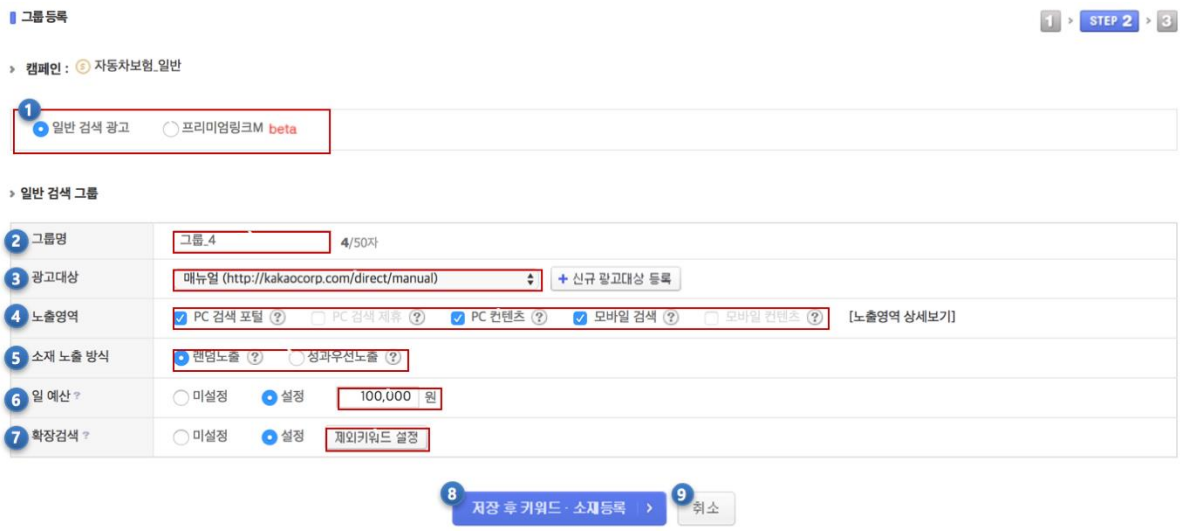
(1) 그룹 등록하기

광고 구매 프로세스에서는 캠페인 등록이 완료되면 자동으로 그룹 등록 단계로 넘어옵니다.

직접 그룹을 등록하려면 광고관리 화면에서 캠페인을 선택 후 **[+새그룹]** 버튼을 클릭합니다.

(2) 그룹 전략설정

그룹에 적용할 전략을 설정합니다. 키워드 광고의 노출영역 지정, 그룹 예산 설정, 소재 노출 방식 지정, 확장검색 사용여부 설정을 할 수 있습니다. 그룹 생성 이후 전략을 변경할 때에는, 그룹 선택 후 전략설정 버튼을 클릭하여 다시 변경 가능합니다.



<가. 일반 키워드 광고 그룹>

<나. 프리미엄링크 M 그룹>

순서	구분	상세설명
①	그룹타입	일반 키워드 광고와 프리미엄링크 M 중 등록할 그룹 타입을 선택합니다.
②	그룹명	그룹에 사용할 이름을 설정합니다.
③	광고대상	그룹 내 등록할 광고가 연결될 광고대상을 지정합니다. 만약에 등록된 광고대상이 없다면 신규광고 대상등록 버튼으로 웹사이트 등록을 할 수 있습니다.
④	노출영역	그룹의 키워드광고가 노출되는 상품 영역을 선택할 수 있습니다. 1. PC 검색 포털 네트워크 : Daum 및 주요 포털 검색결과 상단

		2. PC 컨텐츠 네트워크 : Daum 및 주요매체의 컨텐츠 내 광고지면 3. 모바일 검색 네트워크 : Daum 및 주요 포털 모바일 검색결과
⑤	소재 노출 방식	그룹의 텍스트 소재가 노출되는 방식을 설정할 수 있습니다. 1. 랜덤노출 : 무작위로 소재를 노출하는 방식으로, 장기적으로 그룹 내 소재의 노출수가 비슷해집니다. 2. 성과우선노출 : 그룹 내 소재마다 성과를 측정 하며, 성과가 좋은 소재에 상대적으로 더 많은 노출기회를 부여합니다.
⑥	일 예산	그룹에서 하루에 사용할 예산을 지정합니다. 설정된 일 예산이 초과되면 자동으로 노출이 중단됩니다.
⑦	확장검색	확장검색 기능을 사용한다면, 그룹에 등록한 키워드와 유사한 키워드로 검색이 되었을 때 광고가 노출됩니다. 이때, [제외키워드 설정] 버튼으로 광고 노출을 원하지 않는 특정 키워드는 제외할 수 있습니다.
⑧	저장 후 키워드·소재 등록	그룹 전략설정을 저장한 후, 키워드와 소재 등록 단계로 넘어갑니다.
⑨	취소	그룹 등록을 취소하고 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

4. 광고대상 등록

광고대상은 광고를 통해 홍보할 대상입니다. 심사에서 승인된 광고대상만 노출할 수 있습니다.

(1) 광고대상 등록하기

광고 구매 프로세스에서 그룹을 등록할 때 신규광고 대상등록 버튼을 클릭했다면 광고대상 등록화면으로 이동합니다. 직접 웹사이트를 등록하기 위해서는 [**계정 > 광고대상관리**] 메뉴에서도 등록 가능합니다.

순서	구분	상세설명
①	웹사이트명	등록하고자 하는 웹사이트명을 입력합니다. 최대 10 자까지 입력할 수 있습니다.
②	웹사이트 URL	http:// 또는 https:// 중 하나를 선택한 후 사이트 URL 을 입력합니다.
③	검수계정	제한적으로 운영하는 웹사이트일 경우, 심사담당자가 검수할 수 있도록 웹사이트에 접속할 수 있는 아이디와 패스워드를 입력하시기 바랍니다.
④	카테고리 선택	웹사이트 카테고리에서 심사에 필요한 서류를 요청하는 경우 파일을 업로드 하셔야 합니다. 파일은 이미지인 경우 jpg, gif, png, tif 형식만, 텍스트인 경우 hwp, doc, docx, pdf 형식만 가능합니다. 업로드 가능한 최대 파일크기는 10MB 입니다.

5. 키워드 · 소재 등록

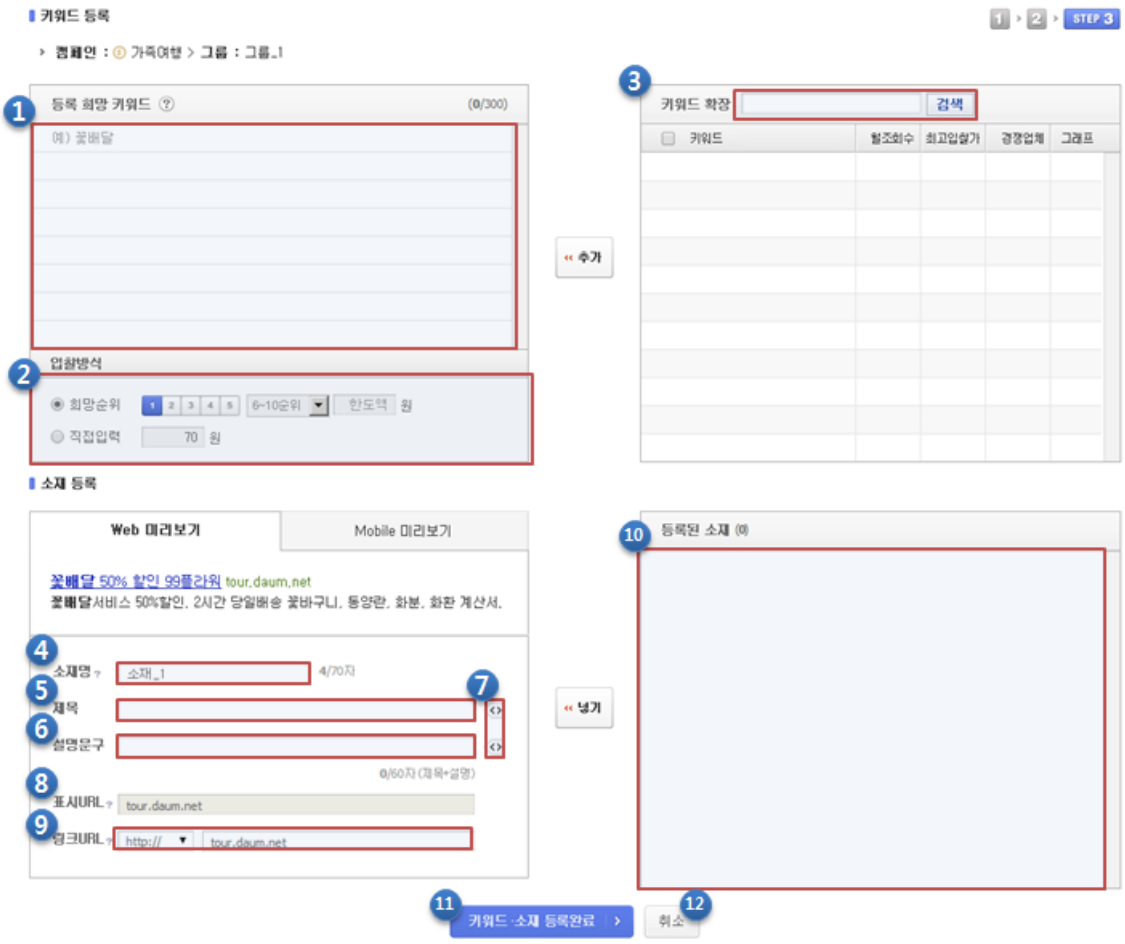
키워드는 광고 소재의 노출 여부를 결정합니다. 광고 운영 전략에 맞춰 필요한 키워드를 등록할 수 있습니다.

(1) 광고 구매 프로세스

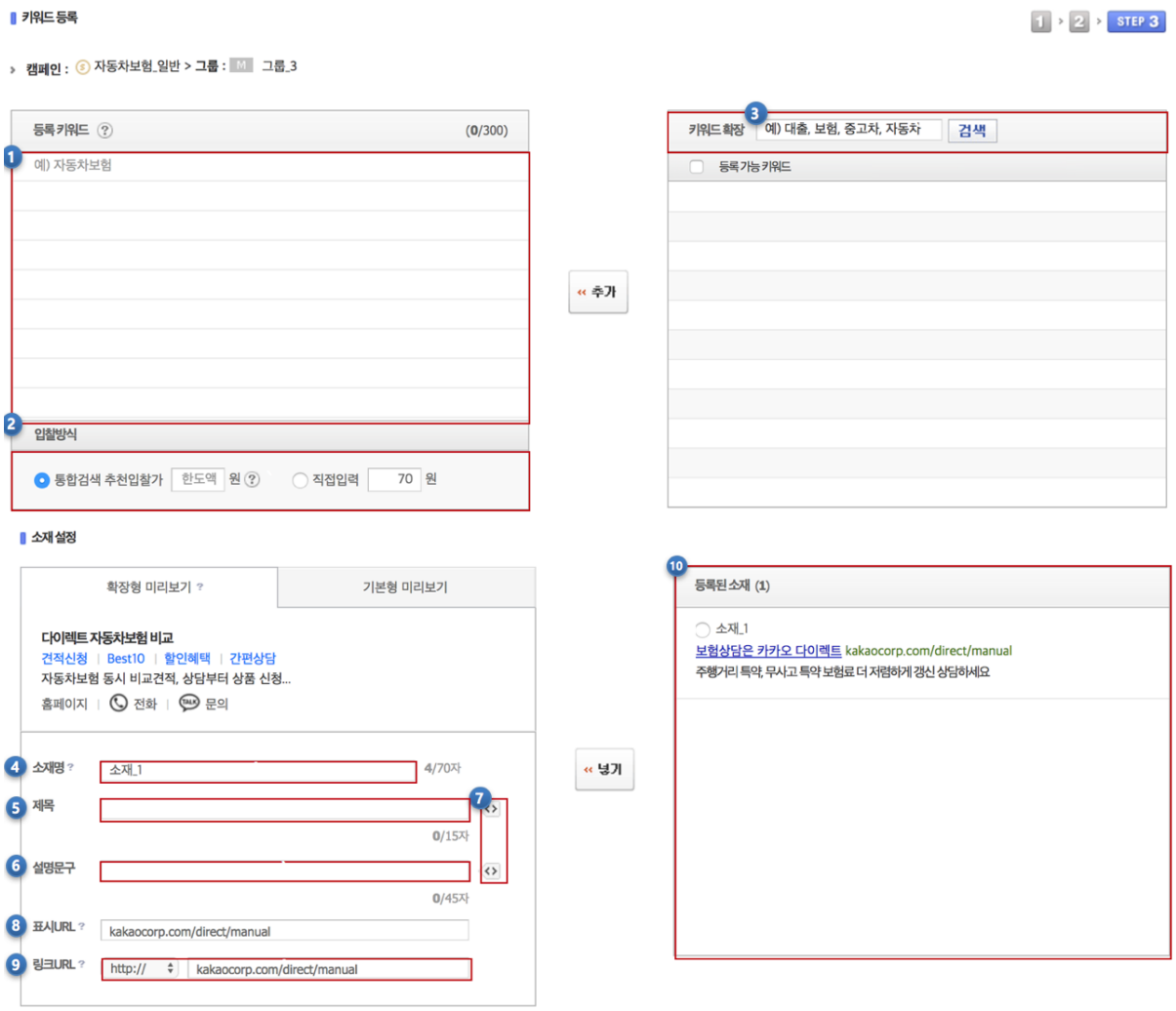
광고 구매 프로세스에서는 그룹 등록이 완료되면 자동으로 키워드·소재 등록 단계로 넘어옵니다.

광고 구매 프로세스를 통해 키워드와 소재를 한 번에 등록할 수 있습니다.

※ 필요에 따라 키워드와 소재는 따로 등록이 가능합니다. 그룹에서 **[+새키워드]** 또는 **[+새소재]** 버튼으로 등록을 할 수 있습니다.



<가. 일반 키워드 광고 그룹>



<나. 프리미엄링크 M 그룹>

순서	구분	상세설명
①	키워드 입력	등록할 키워드를 한 줄에 하나씩 300 개까지 등록할 수 있습니다.
②	입찰 방식	등록할 키워드의 입찰 조건을 입력합니다. 일반 키워드 광고 그룹 1. 희망순위 : 한도액 이내에서 희망순위에 맞춰 자동으로 입찰가가 결정됩니다. 2. 직접입력 : 직접 입력한 입찰가를 등록할 키워드에 일괄적으로 적용합니다. 프리미엄링크 M 그룹 1. 통합검색 추천입찰가 : 키워드의 모바일 통합검색 결과 첫페이지에 진입할 수 있는 입찰가가 자동 추천 입력됩니다.

		2. 직접입력 : 직접 입력한 입찰가를 등록할 키워드에 일괄적으로 적용합니다.
③	키워드 확장	특정 키워드 입력 시 연관 키워드를 추천해줍니다. 추천 키워드 중에서 원하는 키워드를 선택하여 추가할 수 있습니다.
④	소재명	등록할 소재의 이름을 입력합니다. 소재명은 광고 노출시에는 나타나지 않으며 관리 용도로 사용됩니다.
⑤	제목	키워드 광고의 제목을 입력합니다. 입력한 제목이 광고 노출에 반영되는 형태는 상단의 미리보기를 통해서 확인할 수 있습니다.
⑥	설명문구	키워드 광고의 설명문구를 입력합니다. 입력한 설명문구가 광고 노출에 반영되는 형태는 상단의 미리보기를 통해서 확인할 수 있습니다.
⑦	키워드 태그 삽입	사용자가 검색한 검색어를 "키워드 태그"를 통해 소재의 제목과 설명문구에 삽입할 수 있습니다. 키워드 태그는 <키워드:대체키워드> 형태로 입력합니다. 검색한 키워드가 검색결과에 표시될 때 **굵은글씨**로 표기됩니다. ※ 대체키워드란? 제목과 설명문구는 최대 60 자까지 (프리미엄링크 M 의 경우 제목 15 자, 설명문구 45 자) 입력 가능합니다. "키워드 태그" 위치에 들어가는 키워드의 글자수가 많다면, 60 자 한도를 초과되어 광고가 노출되지 않을 수 있습니다. 이런 경우에 60 자 한도를 초과하지 않고 정상적인 광고 노출이 가능하도록 "대체키워드"를 미리 입력해야 합니다.
⑧	표시 URL	그룹에 등록된 광고대상의 URL 이며, 광고가 노출될 때 표시됩니다.
⑨	링크 URL	실제 광고가 클릭되었을 때 연결될 URL 입니다. 소재별로 연결될 URL 을 다르게 설정할 수 있습니다.
⑩	등록된 소재	기존에 등록한 소재가 있는 경우, 불러와서 사용할 수 있습니다.
⑪	키워드·소재 등록완료	키워드와 소재를 등록하고, 광고관리 화면으로 돌아갑니다.
⑫	취소	키워드와 소재 등록을 취소하고, 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

(2) 키워드 등록

직접 키워드를 등록하기 위해서는 광고관리 화면에서 **[+새키워드]**를 클릭합니다.

<가. 일반 키워드 광고 그룹>

<나. 프리미엄링크 M 그룹>

(3) 소재 등록

직접 소재를 등록하기 위해서는 광고관리 화면에서 **[+새소재]**를 클릭합니다.

<가. 일반 키워드 광고 그룹>

<나. 프리미엄링크 M 그룹>

II 광고관리

1. 기본 관리기능

(1) 일반 관리 기능

광고관리에서 공통적으로 사용하는 기능으로는 신규등록, ON/OFF, 삭제가 있습니다.

목록에서 선택한 대상에 일괄적용 할 수 있습니다.

① 광고 신규 등록

[+새캠페인], [+새그룹], [+새키워드], [+새소재] 버튼을 통해 신규 광고를 등록할 수 있습니다.

구분	상세설명
+ 새캠페인	신규 캠페인을 생성합니다. 캠페인이 생성되면 자동으로 그룹 생성기능으로 연결됩니다.
+ 새그룹	캠페인 내에 신규 그룹을 추가합니다. 그룹이 추가되면 자동으로 키워드, 소재 등록기능으로 연결됩니다.
+ 새키워드	그룹 내에 신규 키워드를 등록합니다.
+ 새소재	그룹 내에 신규 소재를 등록합니다.

② 광고 ON/OFF

광고관리에서 대상 광고를 선택한 후, ON/OFF 버튼을 통해서 광고 운영 상태를 지정할 수 있습니다. ON/OFF 상태를 변경할 경우, 실제로 노출에 반영되는데 약 5~10 분 정도가 소요됩니다.

구분	상세설명
● ON	선택한 광고를 노출합니다.
● OFF	선택한 광고의 노출을 중단합니다.

※ ON/OFF 는 Kakao 키워드광고의 광고 구조에 따라 적용됩니다.

캠페인 > 그룹 > 키워드&소재 순서로, 상위 광고의 ON/OFF 가 하위 광고의 노출을 결정합니다. 예를 들어, 캠페인을 OFF 한다면 캠페인에 속한 그룹은 ON 이라도 노출이 중단됩니다.

③ 광고 삭제

선택한 캠페인/그룹/키워드&소재를 삭제합니다. 삭제한 광고는 다시 복구할 수 없습니다.

※ [**보고서 > 광고운영보고서**] 메뉴에서 삭제한 광고의 보고서 지표 열람이 가능합니다.

(2) 키워드 입찰 설정

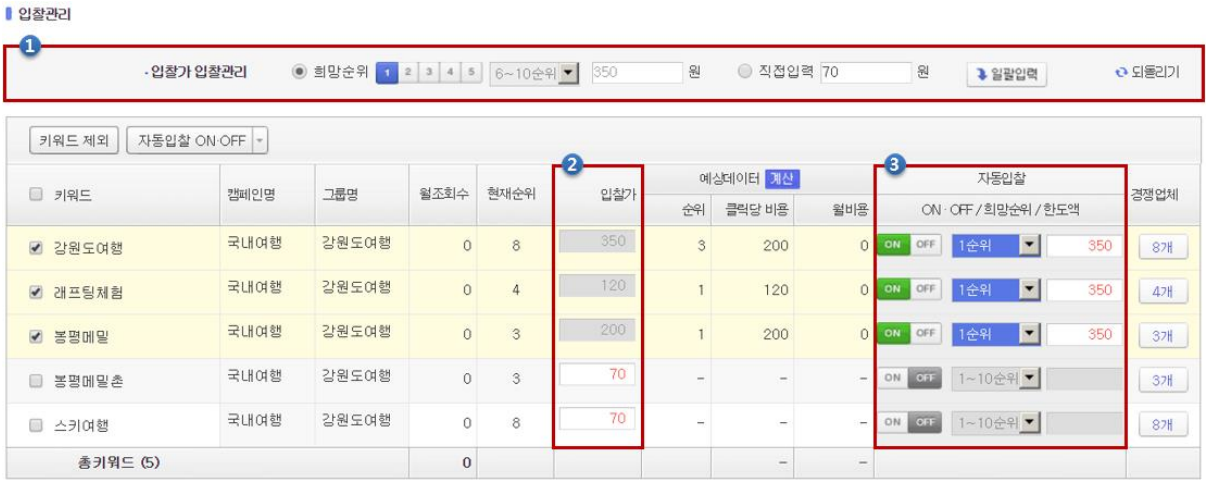
키워드 광고가 노출되는 데에 있어서 가장 큰 영향을 끼치는 것은 키워드의 입찰가입니다. 실시간으로 변화하는 입찰환경에서, 전략적인 입찰을 통해서 가장 적은 비용으로 가장 큰 효율을 내는 것이 성공적인 광고를 위한 전략입니다.

(2)-가 일반 키워드 광고 그룹

① 입찰가 수정하기

입찰가를 수정하기 위해서는 **광고관리 화면에서** 대상이 되는 키워드를 선택 후, **[입찰가수정]** 버튼을 클릭합니다.

② 직접입찰 & 자동입찰



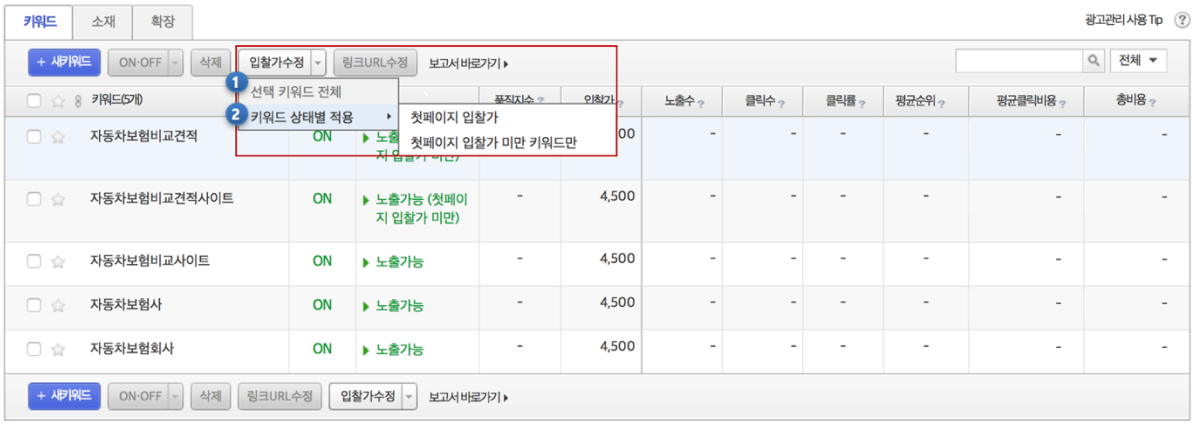
순서	구분	상세설명
①	일괄입찰	선택한 키워드에 일괄입찰이 가능합니다. 한도액을 지정하여 순위입찰도 가능하며, 직접 입찰가를 입력하여 일괄입력도 가능합니다.
②	직접입찰	개별 키워드에 대해서 직접 입찰가를 입력합니다.
③	자동입찰	개별 키워드에 대해서 입찰한도와 희망순위를 지정하여 키워드별 자동입찰을 설정할 수 있습니다.

(2)-나 프리미엄링크 M 그룹

① 입찰가 수정하기

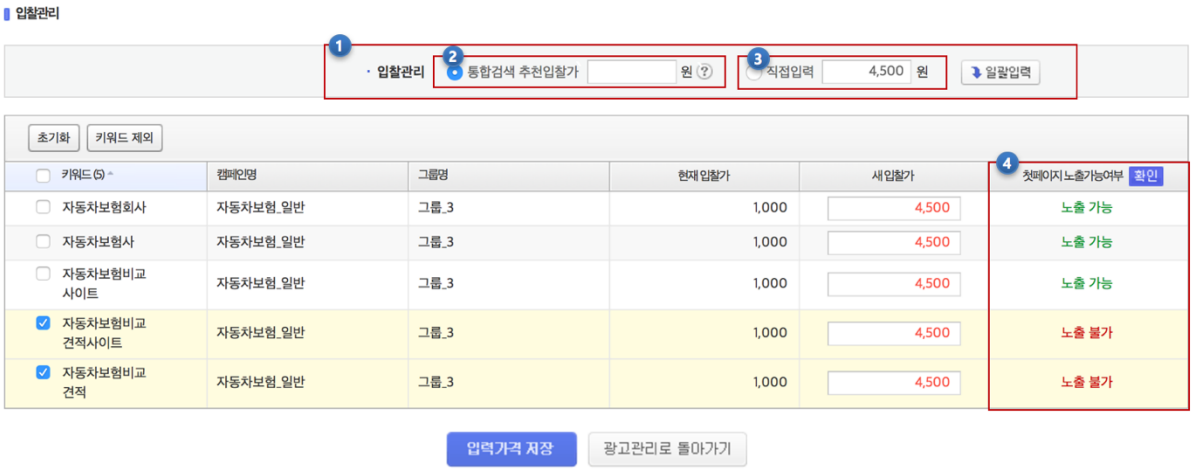
임의 키워드의 입찰가를 수정하기 위해서는, 대상이 되는 키워드를 선택 후, 광고관리화면에서 **[입찰가수정] > 선택 키워드 전체** 항목을 클릭합니다.

특정 노출 상태에 부합하는 키워드의 입찰가를 수정하기 위해서는 광고관리 화면에서 **[입찰가수정] > 첫페이지 입찰가** 또는 **첫페이지 입찰가 미만 키워드만** 항목을 클릭합니다.



순서	구분	상세설명
①	선택 키워드 전체	선택 키워드 전체에 대하여 입찰가를 수정합니다.
②	키워드 상태별 적용	그룹 내 특정 노출상태(첫페이지 입찰가 / 첫페이지 입찰가 미만 키워드만)의 키워드들에 대해 입찰가를 수정합니다.

② 직접입찰 & 추천입찰



순서	구분	상세설명
①	일괄입찰	선택한 키워드에 일괄입찰이 가능합니다. 한도액을 지정하여 추천입찰도 가능하며, 직접 입찰가를 입력하여 일괄입력도 가능합니다.
②	추천입찰	선택한 키워드에 대해서 통합검색 첫페이지에 노출할 수 입찰가를 설정할 수 있습니다.
③	직접입찰	개별 또는 선택한 키워드에 대해 직접 입찰가를 설정할 수 있습니다.

④	첫페이지 노출가능여부 확인	새 입찰가를 적용하였을 때 모바일 통합검색 결과 첫페이지에 노출가능한지 여부를 확인합니다.

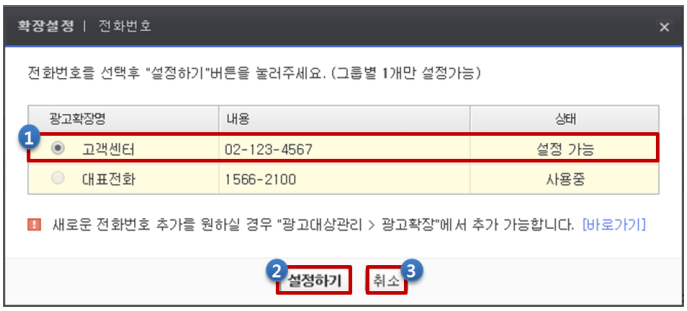
(3) 광고확장 설정

프리미엄링크 M 그룹에서는 광고 운영 전략에 맞춰 다양한 광고확장을 원하는 형태로 설정할 수 있습니다. 광고확장을 설정하려면 광고관리화면에서 **[확장설정]** 버튼을 클릭합니다.

광고확장을 계정에 등록한 후, 프리미엄링크 M 그룹의 확장탭에서 광고확장을 설정 할 수 있습니다. 설정이 가능한 광고확장 타입은 전화번호, 부가링크, 행동유도버튼 입니다 .

※ 광고확장 설정을 위한 광고확장의 최초 등록은 계정관리 하위 광고대상관리 광고확장탭에서 가능합니다. (가이드북 내 계정관리>광고확장 항목 참고)

① 전화번호 타입 설정



순서	구분	상세설명
①	광고확장 선택	설정할 광고확장을 선택합니다. 광고확장 전화번호 타입은 그룹당 1개만 설정 가능합니다.
②	설정하기	설정한 값을 저장합니다. 저장 후 광고관리 화면으로 이동합니다.
③	취소	변경사항을 취소하고 광고관리 화면으로 이동합니다.

② 부가링크 타입 설정

순서	구분	상세설명
①	노출방식	부가링크의 노출방식을 설정합니다. 랜덤노출, 설정 최신순 중에 선택할 수 있으며 기본 설정값은 랜덤노출입니다.

		1. 랜덤노출: 그룹에 설정된 부가링크 중 랜덤으로 선택하여, 광고노출화면 랜덤 위치에 노출합니다. 2. 설정 최신순: 그룹에 설정된 부가링크 중 설정한 최신순으로 광고노출화면 왼쪽 상단부터 노출합니다.
②	전체 부가링크	등록한 부가링크 중, 설정가능한 부가링크의 전체 목록을 나타냅니다. 전체 목록에서 원하는 부가링크를 선택하여 추가할 수 있습니다.
③	그룹에 설정할 부가링크	그룹에 설정 할 부가링크의 목록과 그룹에 설정되어있는 부가링크 목록을 나타냅니다. 부가링크는 그룹별 최대 6 개까지 설정 할 수 있으며, 기존에 설정되어있는 부가링크의 설정해제는 광고관리 화면에서 부가링크 삭제를 통해 가능합니다.
④	추가 / 제외	선택한 부가링크를 추가 혹은 제외 할 수 있습니다.
⑤	설정하기	설정한 값을 저장합니다. 저장 후 광고관리 화면으로 이동합니다.
⑥	취소	변경사항을 취소하고 광고관리 화면으로 이동합니다.

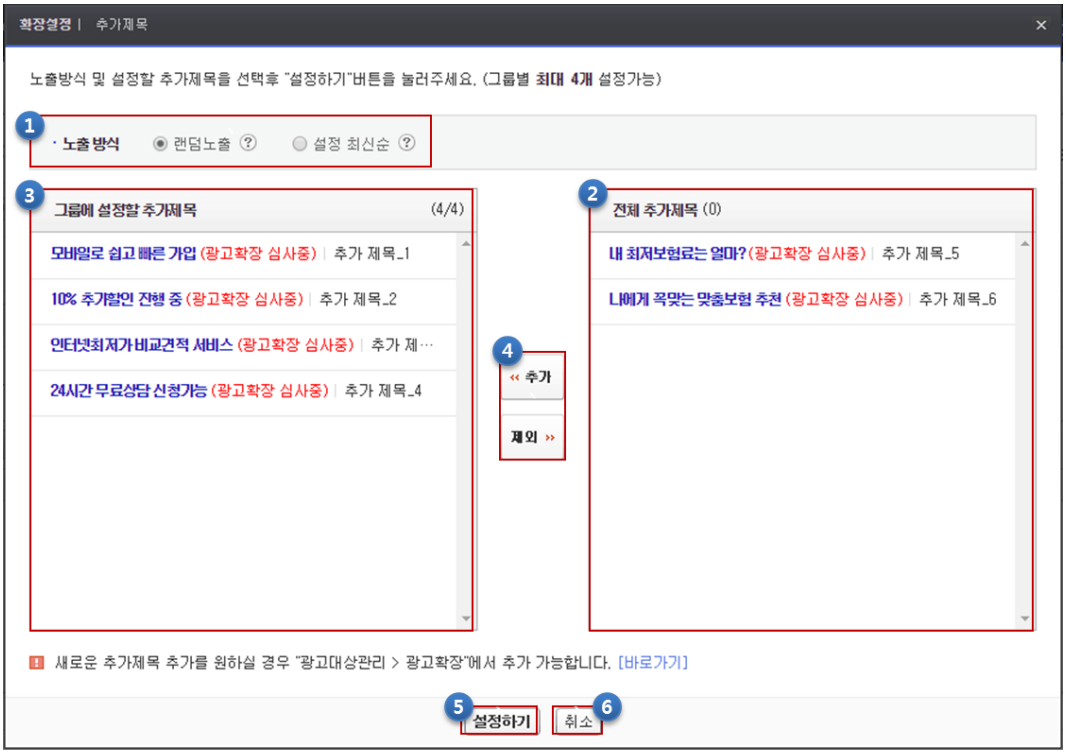
③ 행동유도버튼 타입 설정

순서	구분	상세설명
①	광고확장 선택	설정할 광고확장을 선택합니다. 광고확장 행동유도버튼 타입은 그룹당 1 개만 설정 가능합니다.
②	설정하기	설정한 값을 저장합니다. 저장 후 광고관리 화면으로 이동합니다.

③	취소	변경사항을 취소하고 광고관리 화면으로 이동합니다.

④ 추가제목

광고 제목영역에 추가적인 설명을 노출시킬 수 있습니다. 추가제목은 그룹 당 4 개까지 설정이 가능하며, 광고 1 개의 리스팅 당 1 개의 추가제목만 노출됩니다.



순서	구분	상세설명
①	노출방식	추가제목의 노출방식을 설정합니다. 랜덤노출, 설정 최신순 중에 선택할 수 있으며 기본 설정값은 랜덤노출입니다. 1. 랜덤노출: 그룹에 설정된 추가제목 중 랜덤으로 선택하여, 광고노출화면 랜덤 위치에 노출합니다. 2. 설정 최신순: 그룹에 설정된 추가제목 중 설정한 최신순으로 광고노출화면 왼쪽 상단부터 노출합니다.
②	전체 추가제목	등록한 부가링크 중, 설정가능한 부가링크의 전체 목록을 나타냅니다. 전체 목록에서 원하는 부가링크를 선택하여 추가할 수 있습니다.
③	그룹에 설정할 추가제목	그룹에 설정 할 부가링크의 목록과 그룹에 설정되어있는 부가링크 목록을 나타냅니다. 부가링크는 그룹별 최대 6 개까지 설정 할 수

		있으며, 기존에 설정되어있는 부가링크의 설정해제는 광고관리 화면에서 부가링크 삭제를 통해 가능합니다.
④	추가 / 제외	선택한 추가제목을 추가 혹은 제외 할 수 있습니다.
⑤	설정하기	설정한 값을 저장합니다. 저장 후 광고관리 화면으로 이동합니다.
⑥	취소	변경사항을 취소하고 광고관리 화면으로 이동합니다.

2. 세부 관리기능

(1) 그룹 일괄 전략설정

여러 그룹을 선택하여 전략설정을 한꺼번에 바꿀 수 있습니다.

그룹 전략설정과 동일한 항목을 변경할 수 있으며, 특징으로는 변경을 희망하는 항목만 선택하여 변경할 수 있습니다.

※ 같은 종류의 그룹끼리만 일괄 전략설정이 가능합니다.

※ 일괄설정 화면에서 선택하지 않은 항목은 기존의 설정값이 유지됩니다.

순서	구분	상세설명
①	항목 선택	일괄설정을 적용할 전략 항목을 선택합니다.
②	설정값 입력	일괄설정을 적용할 값을 입력합니다.
③	확인	설정한 값을 저장합니다. 저장 후 광고관리 화면으로 이동합니다.
④	취소	변경사항을 취소하고 광고관리 화면으로 이동합니다.

(2) 광고확장 일괄설정

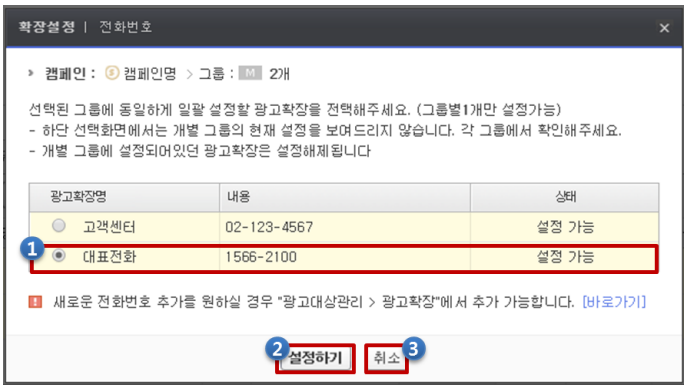
여러 그룹을 선택하여 광고확장설정을 한꺼번에 바꿀 수 있습니다.

여러 프리미엄링크 M 그룹을 선택하여 광고확장 타입별로 광고확장 설정을 한꺼번에 바꿀 수 있습니다. 일괄설정이 가능한 광고확장의 타입은 전화번호, 부가링크, 행동유도버튼, 추가제목이 있습니다.

※ 개별 그룹에 설정되어있던 광고확장은 설정해제됩니다 .

※ 개별 그룹의 현재 설정은 광고확장 일괄설정 창에서 보이지 않습니다. 현재 설정은 각 그룹에서 확인가능합니다.

① 전화번호 일괄설정



순서	구분	상세설명
①	광고확장선택	일괄설정을 적용할 광고확장을 선택합니다.
②	설정하기	설정한 값을 저장합니다. 저장 후 광고관리 화면으로 이동합니다.
③	취소	변경사항을 취소하고 광고관리 화면으로 이동합니다.

② 부가링크 일괄설정

순서	구분	상세설명
①	노출방식	부가링크의 노출방식을 일괄설정합니다. 랜덤노출, 설정 최신순 중에 선택할 수 있습니다. 1. 랜덤노출: 그룹에 설정된 부가링크 중 랜덤으로 선택하여, 광고노출화면 랜덤 위치에 노출합니다. 2. 설정 최신순: 그룹에 설정된 부가링크 중 설정한 최신순으로 광고노출화면 왼쪽 상단부터 노출합니다.
②	전체 부가링크	등록한 부가링크 중, 설정가능한 부가링크의 전체 목록을 나타냅니다. 전체 목록에서 원하는 부가링크를 선택하여 추가할 수 있습니다.
③	그룹에 설정할 부가링크	그룹에 일괄설정 할 부가링크의 목록을 나타냅니다. 부가링크는 그룹별 최대 6 개까지 설정가능합니다.
④	추가 / 제외	선택한 부가링크를 추가 혹은 제외 할 수 있습니다.
⑤	설정하기	설정한 값을 저장합니다. 저장 후 광고관리 화면으로 이동합니다.
⑥	취소	변경사항을 취소하고 광고관리 화면으로 이동합니다.

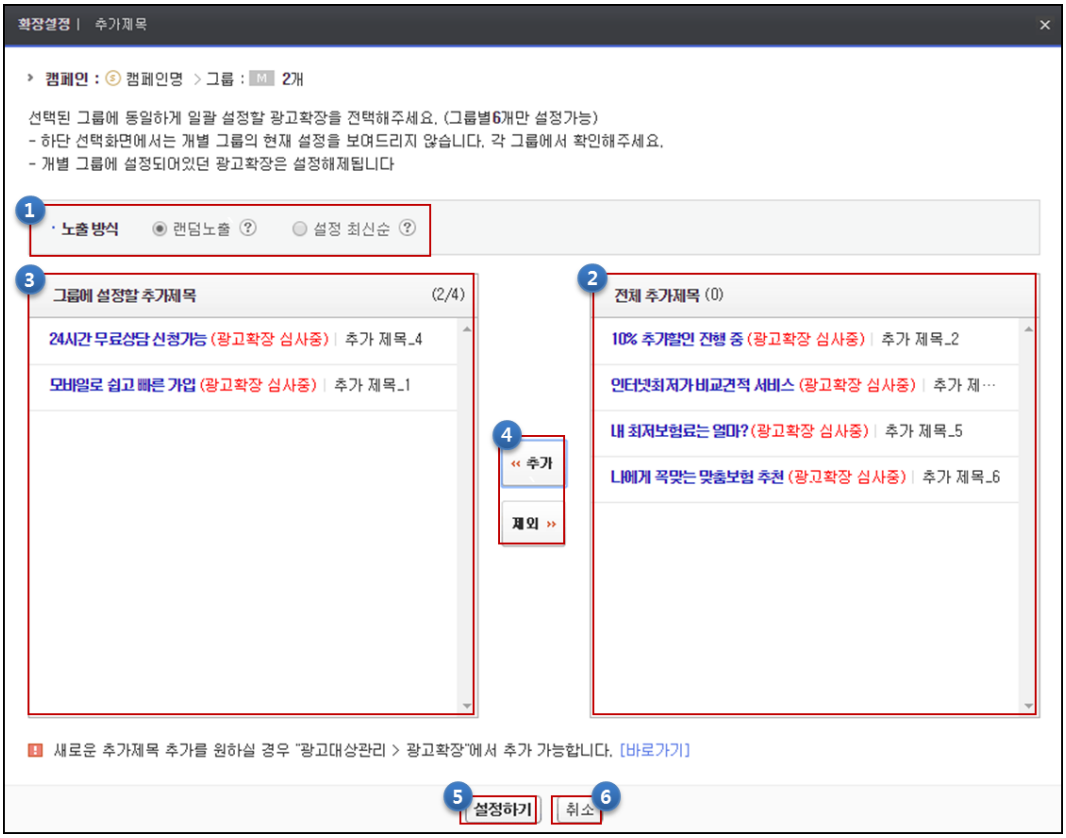
※ 부가링크타입 광고확장은 프리미엄링크 M 그룹 중 동일 광고대상을 공유하는 그룹에만 일괄설정 할 수 있습니다.

③ 행동유도버튼 일괄설정

순서	구분	상세설명
①	광고확장선택	일괄설정을 적용할 광고확장을 선택합니다.
②	설정하기	설정한 값을 저장합니다. 저장 후 광고관리 화면으로 이동합니다.
③	취소	변경사항을 취소하고 광고관리 화면으로 이동합니다.

※ 행동유도버튼 타입 광고확장은 프리미엄링크 M 그룹 중 동일 광고대상을 공유하는 그룹에만 일괄 설정 할 수 있습니다.

④ 추가제목 일괄설정

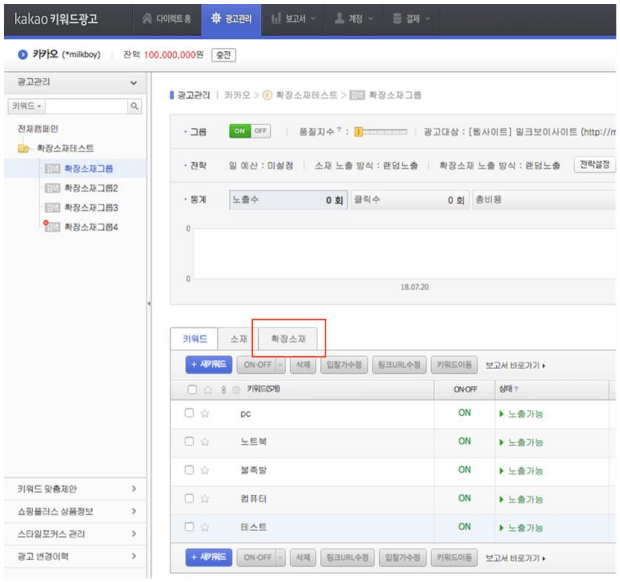


순서	구분	상세설명
①	노출방식	추가제목의 노출방식을 일괄설정합니다. 랜덤노출, 설정 최신순 중에 선택할 수 있습니다. 1. 랜덤노출: 그룹에 설정된 추가제목 중 랜덤으로 선택하여, 광고노출화면 랜덤 위치에 노출합니다. 2. 설정 최신순: 그룹에 설정된 추가제목 중 설정한 최신순으로 광고노출화면 왼쪽 상단부터 노출합니다.
②	전체 부가링크	등록한 추가제목 중, 설정가능한 추가제목의 전체 목록을 나타냅니다. 전체 목록에서 원하는 추가제목을 선택하여 추가할 수 있습니다.

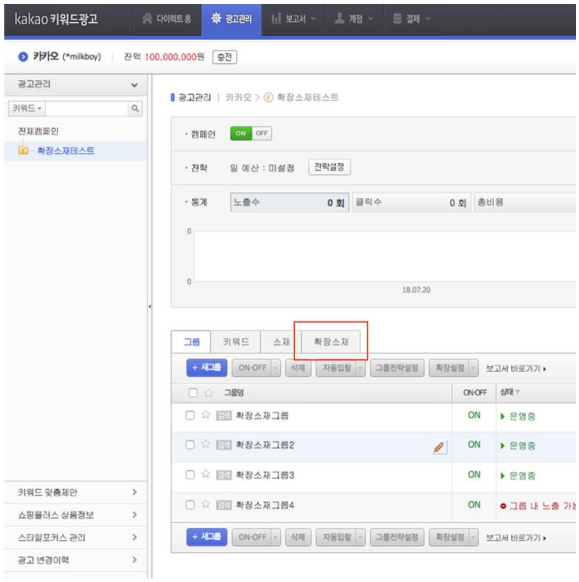
③	그룹에 설정할 부가링크	그룹에 일괄설정 할 추가제목의 목록을 나타냅니다. 추가제목은 그룹별 최대 4 개까지 설정가능합니다.
④	추가 / 제외	선택한 추가제목을 추가 혹은 제외 할 수 있습니다.
⑤	설정하기	설정한 값을 저장합니다. 저장 후 광고관리 화면으로 이동합니다.
⑥	취소	변경사항을 취소하고 광고관리 화면으로 이동합니다.

※ 추가제목타입 광고확장은 프리미엄링크 M 그룹 중 동일 광고대상을 공유하는 그룹에만 일괄 설정 할 수 있습니다.

(3) 확장소재 관리기능



광고그룹 선택화면



캠페인 선택화면

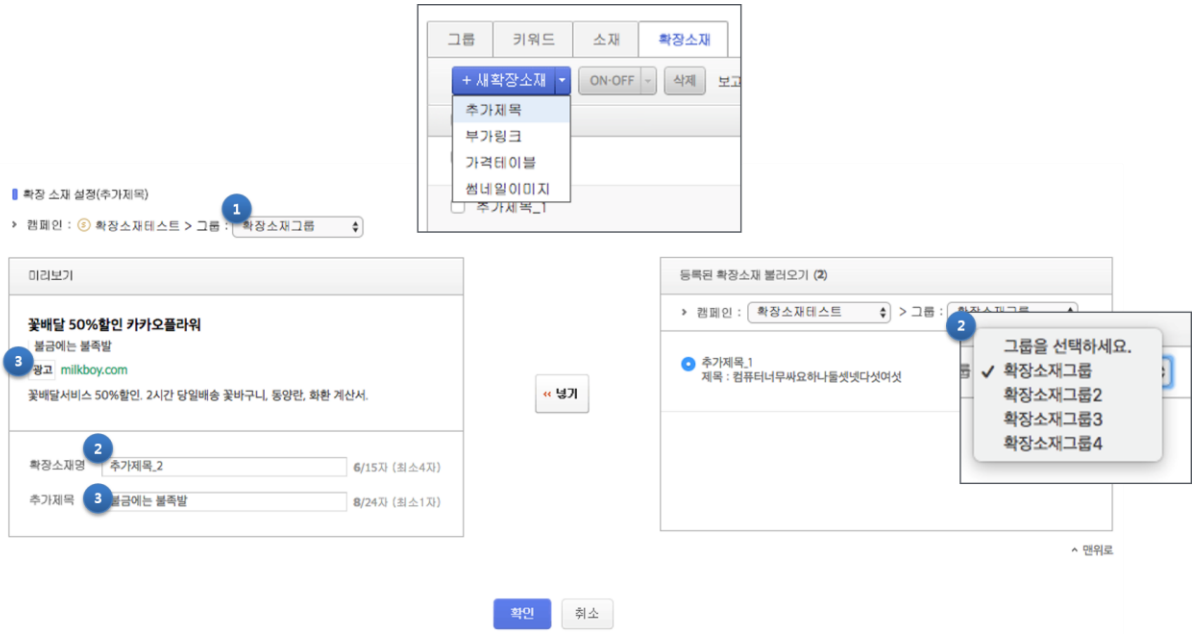
확장소재는 광고그룹 단위로 등록 가능합니다.

광고그룹 선택화면에서는 확장소재 탭으로 이동하여 확장소재 등록이 가능합니다.

캠페인 선택화면에서는 확장소재 탭으로 이동하여 등록을 원하는 그룹을 선택 후 확장소재 등록이 가능합니다.

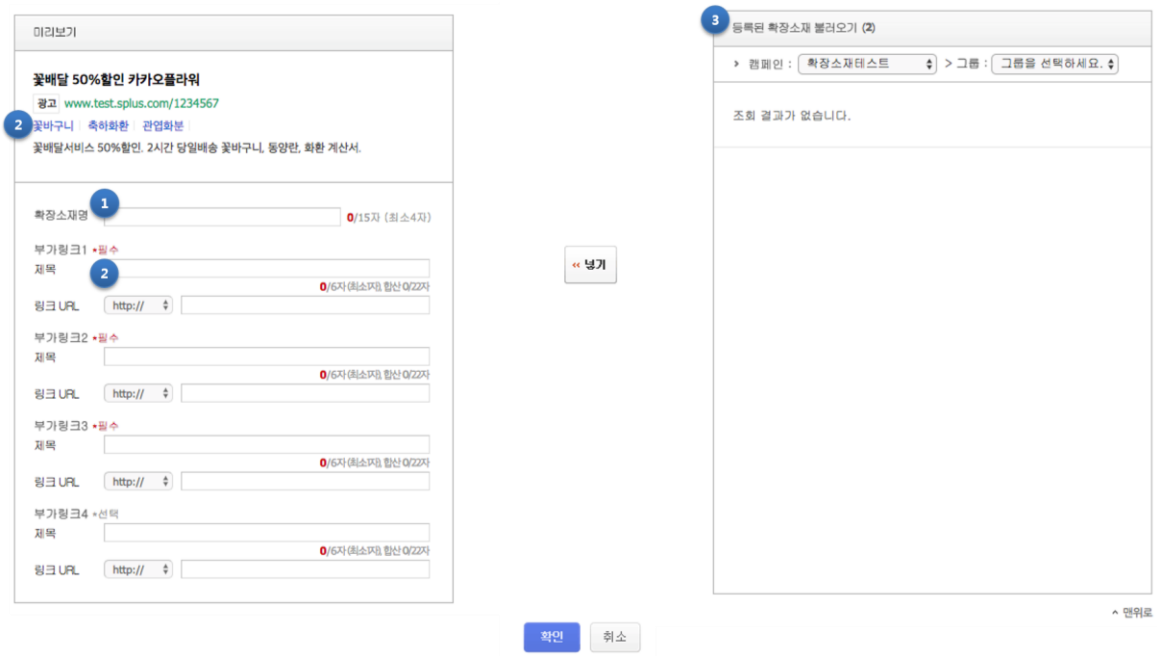
확장소재는 광고그룹당 8 개, 타입별로 2 개씩 등록 가능합니다.

①확장소재 추가제목



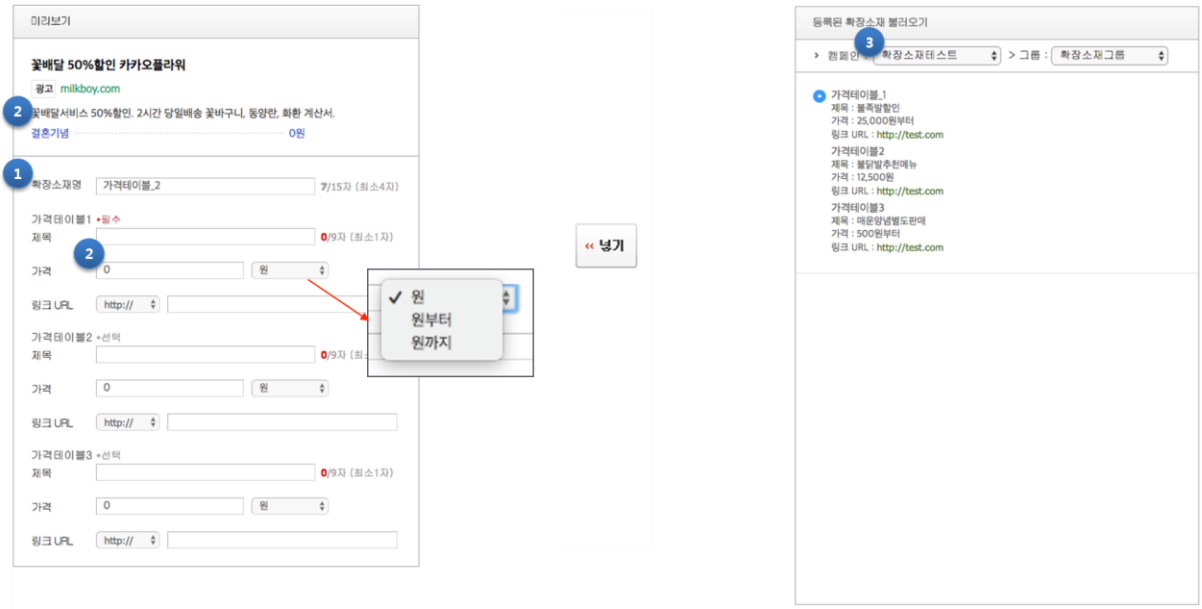
순서	구분	상세설명
①	광고그룹선택	캠페인 선택화면에서 확장소재 탭 > 추가제목을 선택 하였다면 등록하고자 하는 광고그룹을 선택하여야 합니다.
②	확장소재명	확장소재명은 노출되지 않으며 광고관리에서 다른 확장소재와 구분하는 용도로 사용됩니다. (최소 4 자 최대 15 자까지 작성 가능합니다.)
③	추가제목	추가제목을 작성하면 미리보기에서 작성한 내용을 확인할 수 있습니다.(최소 1 자, 최대 24 자)
④	불러오기	다른 캠페인, 광고그룹에서 등록한 추가제목을 불러와서 손쉽게 작성할 수 있습니다.

②확장소재 부가링크



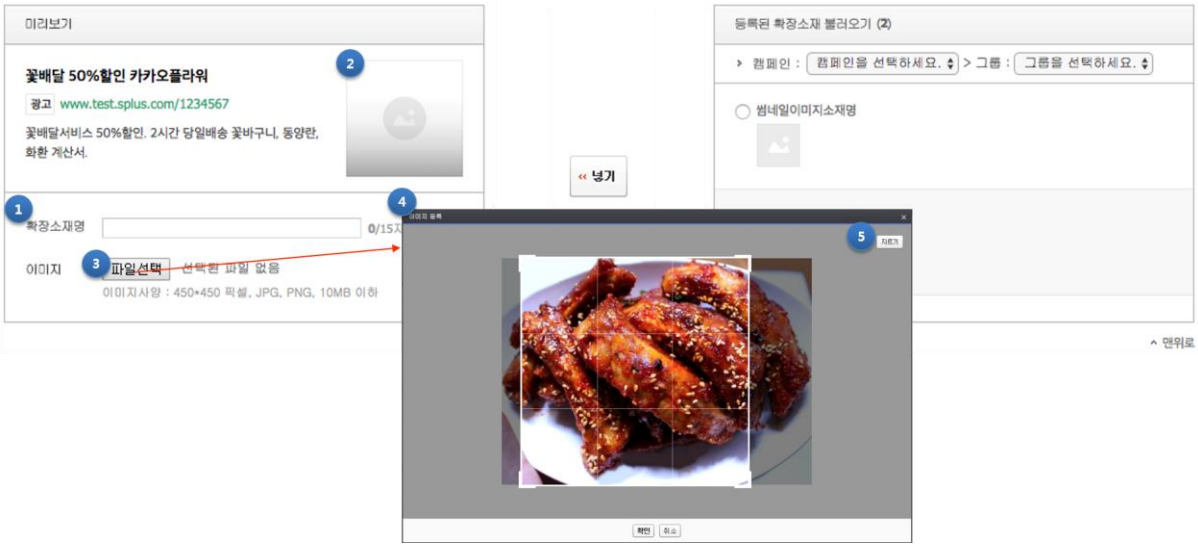
순서	구분	상세설명
①	확장소재명	확장소재명은 노출되지 않으며 광고관리에서 다른 확장소재와 구분하는 용도로 사용됩니다. (최소 4 자 최대 15 자까지 작성 가능합니다.)
②	부가링크	부가링크 내용을 작성하면 미리보기에서 작성한 내용을 확인할 수 있습니다. 부가링크 3 개는 필수, 각각 최소 1 자 최대 6 자, 총 22 자까지 작성 가능합니다.
③	불러오기	다른 캠페인, 광고그룹에서 등록한 추가제목을 불러와서 손쉽게 작성할 수 있습니다.

③확장소재 가격테이블



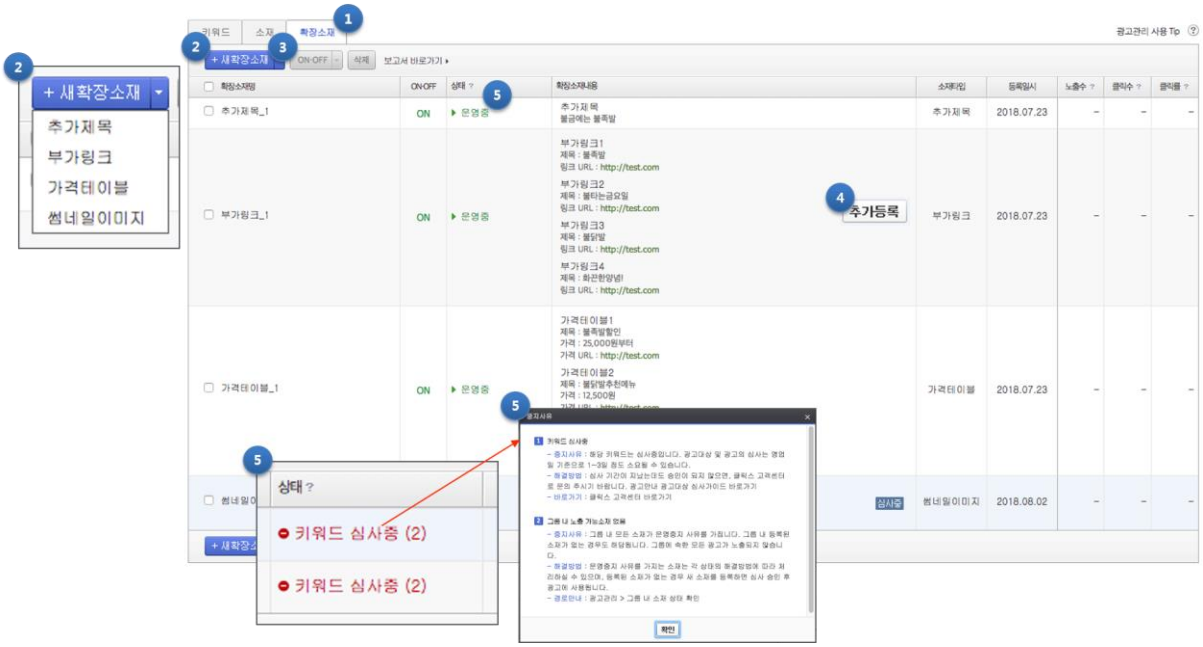
순서	구분	상세설명
①	확장소재명	확장소재명은 노출되지 않으며 광고관리에서 다른 확장소재와 구분하는 용도로 사용됩니다.
②	가격테이블	가격테이블 내용을 작성하면 미리보기에서 작성한 내용을 확인할 수 있습니다. - 가격테이블 1개는 필수 - 가격표시단위는 '원'만 선택가능 - 가격은 숫자만 가능, 단위는 원, 원부터, 원까지 선택 가능
③	불러오기	다른 캠페인, 광고그룹에서 등록한 추가제목을 불러와서 손쉽게 작성할 수 있습니다.

④ 확장소재 썸네일이미지



순서	구분	상세설명
①	확장소재명	확장소재명은 노출되지 않으며 광고관리에서 다른 확장소재와 구분하는 용도로 사용됩니다.
②	미리보기	이미지 업로드, 내용을 작성하면 미리보기에서 확인이 가능합니다.
③	업로드	이미지 1 개 필수 - 이미지는 450x450 픽셀 이상, 10MB 이하 JPG, PNG 만 가능합니다.
④	사이즈 조정	파일선택을 누르고 이미지를 선택하면 이미지 등록툴이 노출되며 사이즈 조정이 가능합니다
⑤	변경내용 확인	사이즈 조정 후 자르기 버튼을 눌러야 변경된것을 확인 가능합니다.

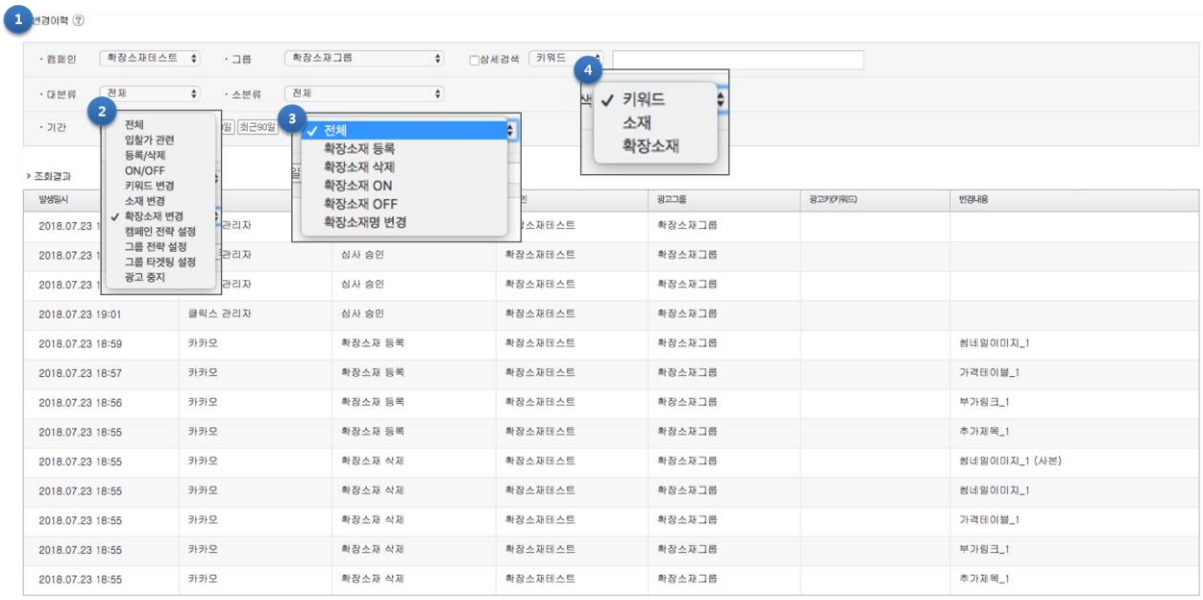
⑤확장소재 리스팅



순서	구분	상세설명
①	확장소재탭	확장소재 탭을 누르면 등록된 확장소재를 확인할 수 있습니다.
②	새확장소재	+새확장소재 버튼을 클릭하면 원하는 타입을 선택하여 확장소재를 등록할 수 있습니다.
③	on/off	자유롭게 on/off 처리가 가능하며 등록한 확장소재를 삭제 버튼을 통해 삭제할 수 있습니다.
④	추가등록	수정할 수 있는 기능 대신 추가등록 버튼을 통해 등록한 확장소재를 추가등록 할 수 있습니다. -수정을 원하시면 추가등록 버튼을 클릭하여 기존 등록한 내용이 채워진 상태에서 수정하여 새로 등록할 수 있습니다.

		-광고그룹당 8 개, 타입당 2 개를 초과해서 추가등록할 수는 없습니다.
⑤	상태	확장소재의 상태는 운영중을 제외한 확장소재가 운영에 필요한 상태 메시지를 전달해 줍니다.

⑥광고 변경이력



순서	구분	상세설명
①	변경이력	확장소재의 등록, 삭제 , ON, OFF, 소재명 변경 이력을 확인할 수 있는 페이지입니다.
②	대분류 선택	대분류에서 '확장소재 변경'을 선택하면 확장소재의 변경이력을 확인할 수 있습니다.
③	소분류 선택	소분류는 대분류에서 '확장소재 변경'을 선택하면 확장소재 관련 변경 이력을 확인할 수 있습니다.
④	상세검색	상세검색은 확장소재로 필터링이 가능하며 확장소재명으로 검색이 가능합니다.

(4) 그룹 자동입찰

여러 그룹을 선택하여 자동입찰을 한꺼번에 바꿀 수 있습니다.

자동입찰은 일반 검색 그룹에 대해서만 제공하는 기능입니다.

① 자동입찰(상세)

상세 자동입찰은 선택한 그룹에 대해서 각각의 자동입찰 설정을 따로 입력할 수 있습니다.

상세 자동입찰의 경우 최대 10 개의 그룹을 설정하여 적용할 수 있습니다.

② 자동입찰(일괄)

일괄 자동입찰은 선택한 그룹에 대해서 일괄적으로 자동입찰 설정을 따로 입력할 수 있습니다.

순서	구분	상세설명
①	자동입찰	선택한 그룹에 자동입찰을 적용할지 여부를 선택합니다.
②	희망순위	선택한 그룹에 적용할 자동입찰의 순위를 선택합니다.
③	한도액 설정	자동입찰을 적용할 때 한도액을 설정합니다. 자동입찰은 한도액 이내에서 지정한 순위에 맞출 수 있는 입찰을 합니다.
④	확인	설정한 값을 저장합니다.
⑤	취소	변경사항을 취소합니다.

(5) 키워드 이동

광고 그룹 내 키워드를 이동할 수 있습니다. 심사 완료되어 정상적으로 운영중인 키워드를 관리의 편의를 위해 다른 그룹으로 이동하는데 사용됩니다. (만약 심사와 상관없다면 새로운 키워드를 다시 등록하는 것이 더 편리합니다.)

키워드 이동은 일반 검색 그룹에 대해서만 제공하는 기능입니다.

키워드는 동일한 사이트로 등록된 그룹으로만 이동이 가능합니다. 이는 광고주의 사이트에 적합한 키워드만 심사 승인이 가능하기 때문입니다.

(6) 광고 수정

운영중인 광고는 언제든지 수정할 수 있습니다.

캠페인, 그룹의 경우 이름을 변경할 수 있으며, 현재 운영중인 소재도 수정이 가능합니다.

① 캠페인 이름, 그룹 이름 수정

캠페인 탭 또는 그룹 탭에서 수정할 대상에 마우스 커서를 가져가면 오른쪽에 연필 모양의 버튼이 나타납니다. 해당 버튼을 클릭하면 이름을 수정할 수 있습니다.

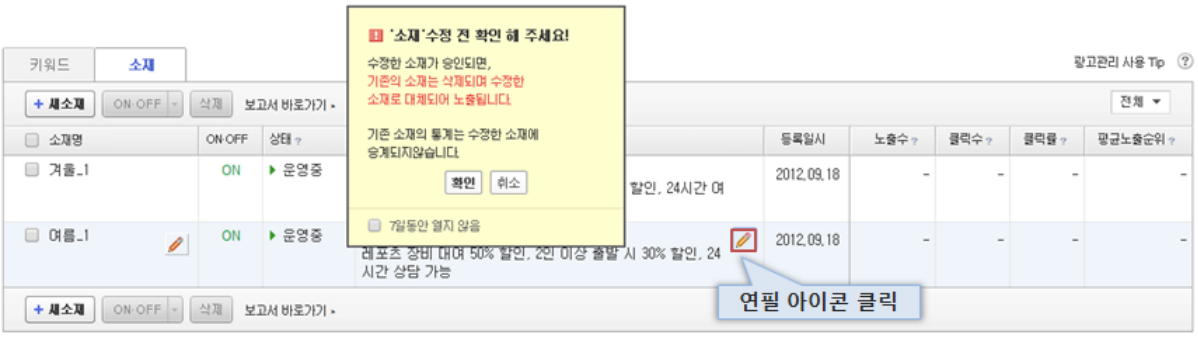
② 소재 수정

심사 승인되어 운영중인 소재에 대해서 수정할 수 있으며, 캠페인/그룹 이름을 수정할 때와 마찬가지로, 수정할 소재에 마우스 커서를 가져가서 버튼을 클릭합니다.

소재 수정을 통해서 **소재명**, **제목**, **설명문구**, **링크 URL** 을 변경할 수 있습니다.

소재 수정은 일반 검색 그룹에 대해서만 제공하는 기능입니다.

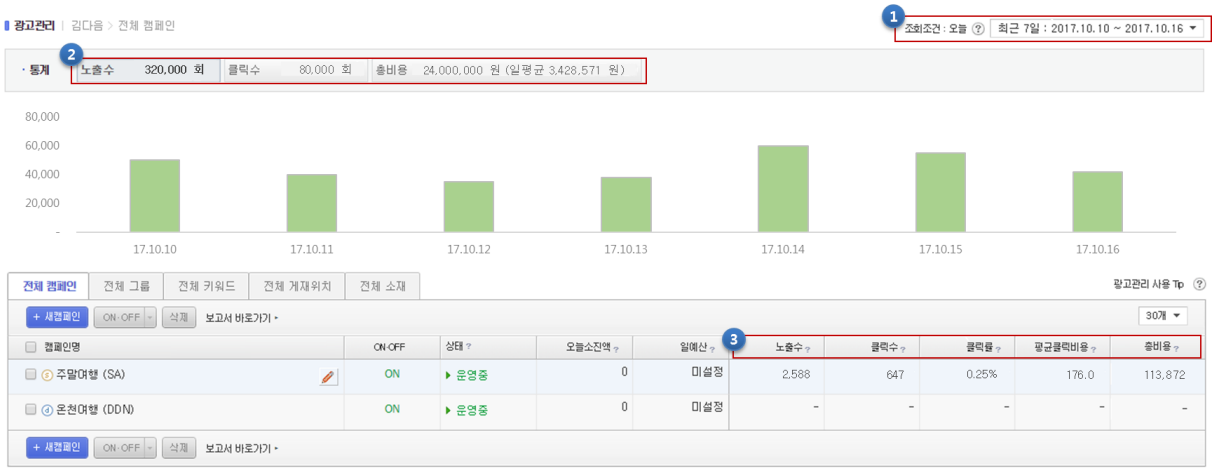
※ 수정된 소재는 새로 심사 승인을 받아야 노출될 수 있습니다. 심사가 완료되기 전에는 기존의 소재가 그대로 노출됩니다.



4. 지표 확인

광고관리 화면에서는 운영중인 광고에 대한 지표를 확인할 수 있습니다. 각각의 지표는 전날까지 집계된 광고 운영 지표를 나타냅니다.

(1) 광고관리에서의 지표



순서	구분	상세설명
①	조회기간 선택	지표를 확인할 조회기간을 선택합니다.
②	통계 그래프	선택한 기간에 대한 지표를 추이 그래프로 보여줍니다.
③	세부 지표	대상 광고 단위에 대한 세부 지표를 확인할 수 있습니다.

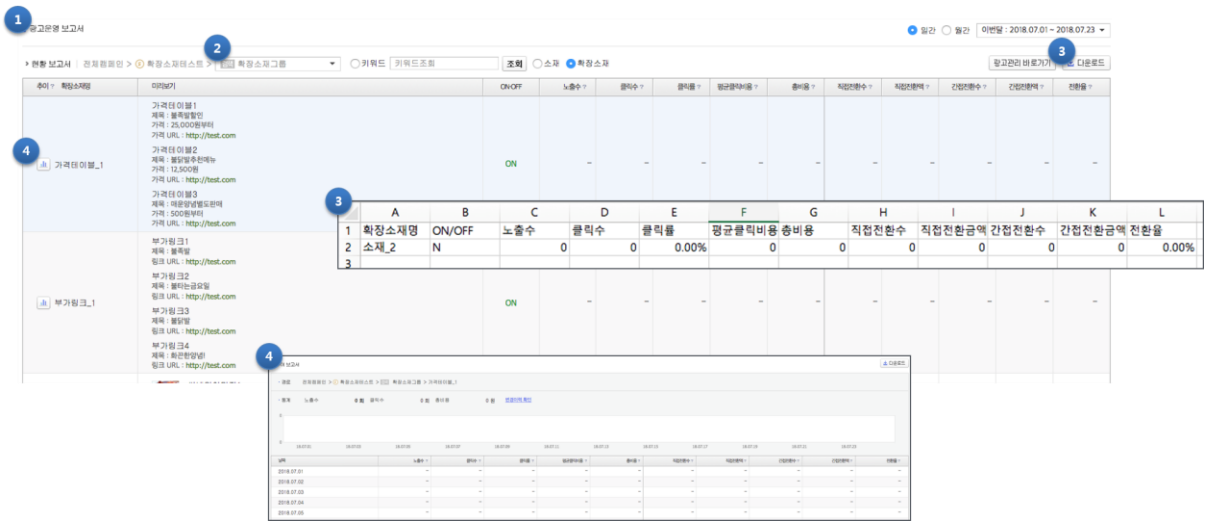
(2) 공통 지표 설명

순서	구분	상세설명
①	노출수	조회기간 동안 광고가 노출된 횟수입니다.
②	클릭수	조회기간 동안 광고가 클릭된 횟수입니다.
③	클릭률	조회기간 동안 광고가 노출되었을 때 클릭된 비율입니다. 클릭률(%) = (클릭수/노출수) x 100
④	평균클릭비용	클릭이 발생했을 때 평균적으로 발생한 비용입니다. 평균클릭비용(VAT 포함) = 총비용/클릭수
⑤	총비용	조회기간 동안 소진된 총 광고비용입니다.

※ 각각의 지표 이름을 클릭하면 내림차순/오름차순 정렬이 가능합니다.

(3) 확장소재 지표

①광고운영보고서

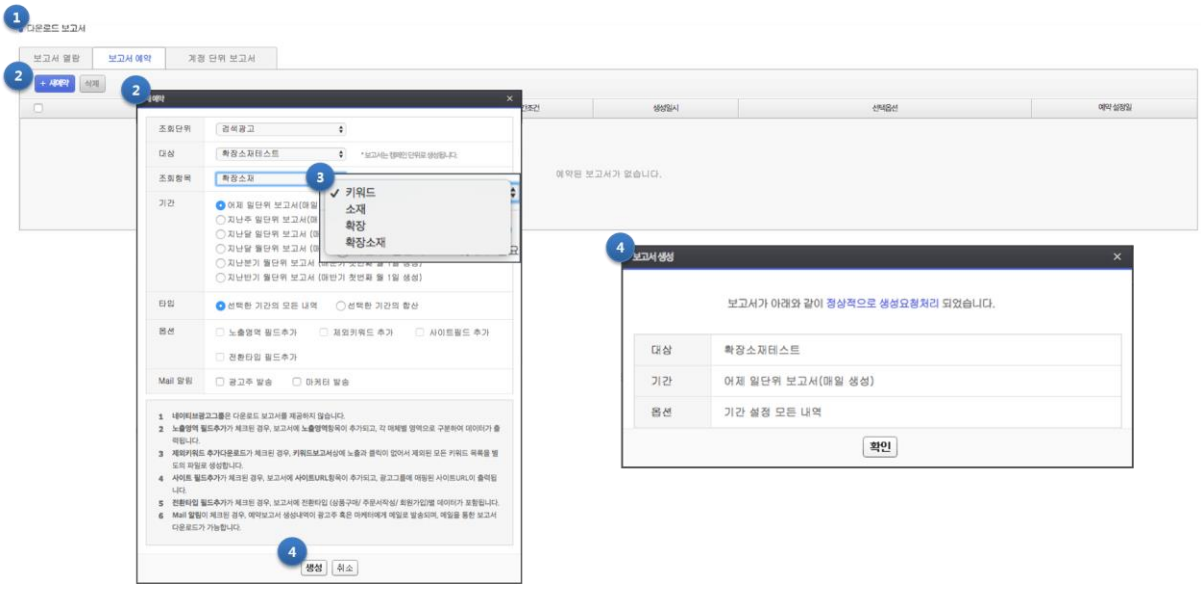


순서	구분	상세설명
①	광고운영보고서	확장소재 탭을 누르면 등록된 확장소재를 확인할 수 있습니다.
②	확장소재그룹	캠페인, 광고그룹을 선택 후 확장소재 라디오 버튼을 선택하면 광고그룹에 속한 모든 확장소재를 확인할 수 있습니다.
③	다운로드	다운로드 버튼을 클릭하면 확장소재의 기간별 보고서 데이터를 다운받을 수 있습니다.
④	그래프아이콘	그래프 아이콘을 클릭하면 하단 추이보고서에서 조회한 기간별로 추이보고서를 확인할 수 있습니다.

②다운로드 보고서_보고서 열람

순서	구분	상세설명
①	보고서열람	기간별로 확장소재 데이터를 다운받아 볼 수 있는 페이지입니다.
②	+새보고서	+새보고서 버튼을 클릭하면 기간, 타입, 옵션에 따라 보고서를 생성할 수 있습니다.
③	조회항목	조회항목에 '확장소재'를 선택하면 확장소재 데이터를 생성 가능합니다.
④	생성	확장소재를 선택 후 생성 버튼을 누르면 선택한 내역과 기간으로 데이터가 생성되었다는 팝업창이 제공됩니다.
⑤	생성파일 예시	생성된 엑셀 파일 샘플입니다.

③다운로드 보고서_보고서 예약



순서	구분	상세설명
①	보고서예약	캠페인별로 확장소재 대한 보고서를 예약, 확인할 수 있는 페이지입니다.
②	+새예약	+새예약 버튼을 클릭하면 기간, 타입, 옵션을 선택하여 보고서를 예약할 수 있습니다.
③	조회항목 선택	조회항목에 '확장소재'를 선택하면 확장소재에 대한 보고서를 생성 가능합니다.
④	생성	생성 버튼을 클릭하면 캠페인 단위로 보고서가 예약된것을 확인할 수 있습니다.

④다운로드 보고서_계정 단위 보고서

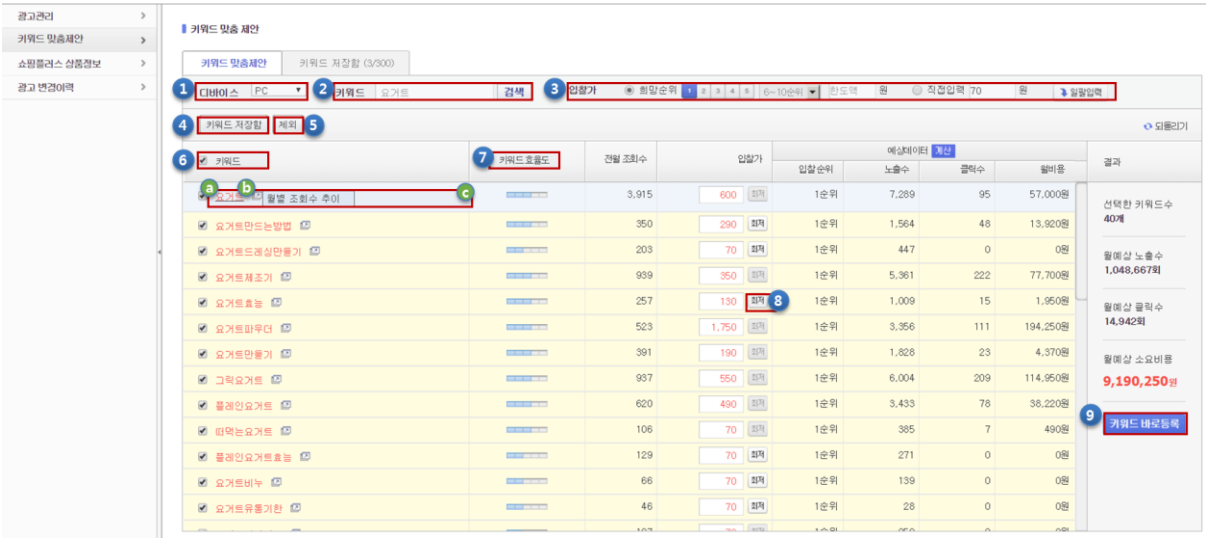
순서	구분	상세설명
①	계정단위보고서	계정 단위 보고서는 별도의 생성없이 자동으로 일별/주별/월별 생성되는 보고서입니다
②	종류 선택	확장소재 라디오 버튼을 선택하면 확장소재 보고서를 확인할 수 있습니다.
③	생성파일 예시	샘플 엑셀 파일 형식입니다.

5. 키워드 맞춤 제안

브랜드, 상호, 판매하는 대표 상품을 나타내는 키워드를 입력하여, 입력한 키워드와 연관도가 높으면서 경쟁광고주가 많이 구매한 키워드를 추천 받을 수 있습니다. 또한 최저 입찰가(70 원)로 등록 가능한지 여부를 확인할 수 있고, 해당 키워드를 바로 등록하거나 키워드 저장함에 보관할 수 있습니다.

(1) 키워드 맞춤제안 탭

연관도 높은 키워드를 제안 받을 수 있고, 해당 키워드의 효율도, 입찰가, 월간 클릭수 및 월예상 소요비용 등의 정보를 확인하여 바로 광고로 등록할 수 있습니다.

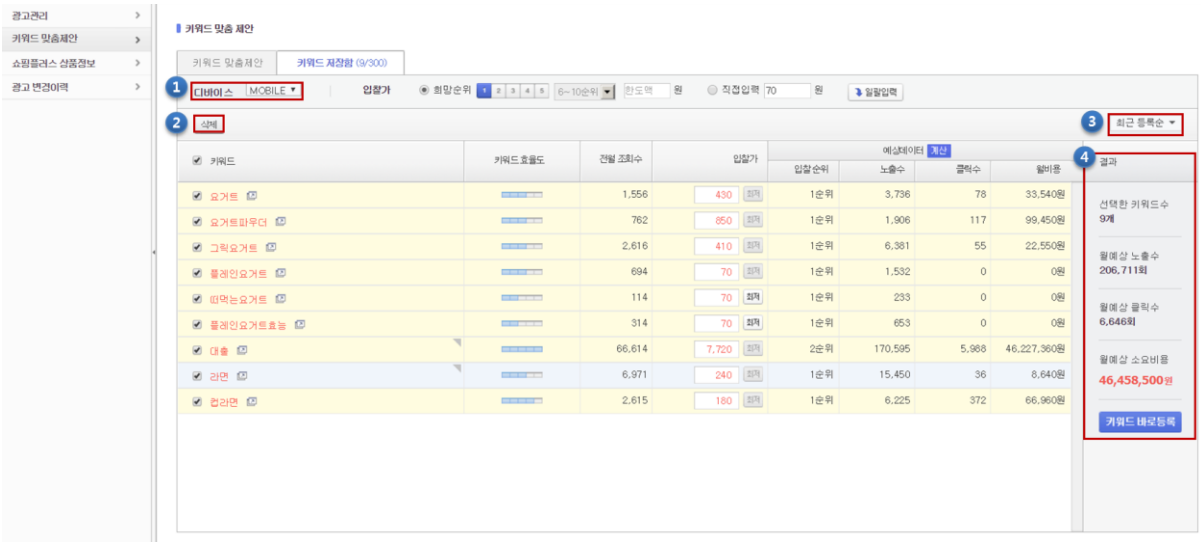


순서	구분	상세설명
①	디바이스	PC 와 MOBILE 중에서 데이터를 보고싶은 지면을 선택합니다. 기본 설정값은 PC 입니다.
②	키워드 입력창	브랜드, 상호, 판매하는 대표 상품을 나타내는 키워드를 입력한 후, **[검색]** 버튼을 클릭합니다.
③	입찰가	선택한 키워드가 모두 노출될 수 있도록 입찰가를 지정합니다. 순위를 선택하면 현 시점에서 해당 순위에 노출될 수 있도록 개별 키워드의 입찰가가 자동으로 조정됩니다.
④	키워드 저장함	키워드를 선택하고 **[키워드 저장함]** 버튼을 클릭하여 최대 300 개까지 키워드를 임시저장할 수 있습니다.
⑤	제외	선택한 키워드를 목록에서 제외할 수 있습니다. (단, 해당 키워드를 다시 검색하거나 '되돌리기' 버튼을 클릭하면, 제외했던 키워드가 복구되어 목록에 표시됩니다.)
⑥	키워드	입력한 키워드와 연관도가 높으면서 경쟁광고주가 많이 구매한 키워드가 목록에 최대 300 개까지 표시됩니다. ⓐ 키워드 월별 조회수 추이: 조회된 화면에서 원하는 키워드를 클릭하면, 개별 키워드에 대한 최근 12 개월간 월별 조회수 그래프를 볼 수 있습니다. ⓑ 통합검색 결과보기: 키워드 우측 아이콘 클릭 시, 해당 키워드의 다음 통합검색 결과를 새창에서 확인할 수 있습니다. ⓒ 등록 된 키워드: 내가 등록한 키워드일 경우, 키워드란 우측 상단에 회색 세모 모형이 표시됩니다.
⑦	키워드 효율도	해당 키워드의 월 누적 노출/클릭수에 대한 효율 지표가 표시됩니다.
⑧	최저가 입력	다음 통합검색 기준 순위 내에 최저가(70 원)로 입찰 가능할 경우, **[최저]** 버튼이 활성화되며, 클릭 시 입찰가가 70 원으로 변경됩니다.

⑨	키워드 바로 등록	**[키워드 바로등록]** 버튼을 클릭하여, 선택한 키워드를 원하는 캠페인 및 그룹에 등록할 수 있습니다. 키워드 바로등록 기능은 일반 키워드 광고 그룹에만 등록할 수 있습니다.

(2) 키워드 저장함 탭

키워드 맞춤 제안 탭에서 제안 받은 키워드를 임시저장할 수 있는 공간이며, 원하는 키워드를 300 개까지 모아 놓고 예상 비용의 견적을 낼 수 있습니다. 로그아웃해도 저장함에 남아있기 때문에 바로 등록하지 못한 키워드라도 관심키워드로 관리할 수 있습니다.



순서	구분	상세설명
①	디바이스	저장한 키워드를 대상으로 PC 와 MOBILE 중에서 데이터를 보고싶은 지면을 선택합니다. 기본 설정값은 PC 입니다.
②	삭제	선택한 키워드를 목록에서 삭제할 수 있습니다.
③	키워드 정렬 옵션	'최근 등록순' 선택 시 키워드를 저장함에 최근 등록한 순서대로 정렬할 수 있으며, '가나다순' 선택 시 키워드명 오름차순으로 정렬할 수 있습니다.
④	결과	결과 영역에서 '선택한 키워드 개수 합', '클릭수 합', '월예상 소요비용 합'을 확인할 수 있으며, **[키워드 바로등록]** 버튼을 클릭하여 원하는 캠페인 및 그룹에 등록할 수 있습니다. 키워드 바로등록 기능은 일반 키워드 광고 그룹에만 등록할 수 있습니다.

6. 광고 운영 길잡이

(1) 품질지수

품질지수는 광고의 품질을 나타내기 위해 그룹에 부여된 지표입니다. 측정된 품질지수는 해당 광고가 검색 사용자들의 의도와 요구를 충족한 성과를 측정한 결과입니다. 품질지수가 높을수록, 연결된 광고그룹의 키워드를 낮은 입찰가로 상대적으로 더 높은 순위에 광고를 노출할 수 있습니다.

<가. 일반 키워드 광고 그룹>

<나. 프리미엄링크 M 그룹>

① 품질지수의 단위 및 단계

일반 키워드 광고 그룹은 광고 그룹 단위로 품질지수가 부여됩니다. 총 7 단계로 이루어져 있으며 숫자가 많을수록 높은 등급입니다. 프리미엄링크 M 그룹은 키워드 단위로 품질지수가 부여됩니다. 총 10 등급으로 이루어져 있으며 1 등급 에서 7 등급으로 갈수록 높은 등급입니다. 품질지수는 광고에서 유의미한 성과가 집계되었을 때마다 1 일 1 회 이상 업데이트됩니다.

② 품질지수를 높이기 위한 조건

품질지수는 다양한 지표를 가지고 산출이 되나, 그 중에서 가장 큰 영향을 주는 것은 클릭률입니다. 클릭률이 높을수록, 그룹의 품질은 더 높아집니다. 그 외 키워드와 광고대상의 연관도, 키워드와 소재의 연관도, 소재 내용과 광고대상과의 연관도 등이 복합적으로 반영됩니다.

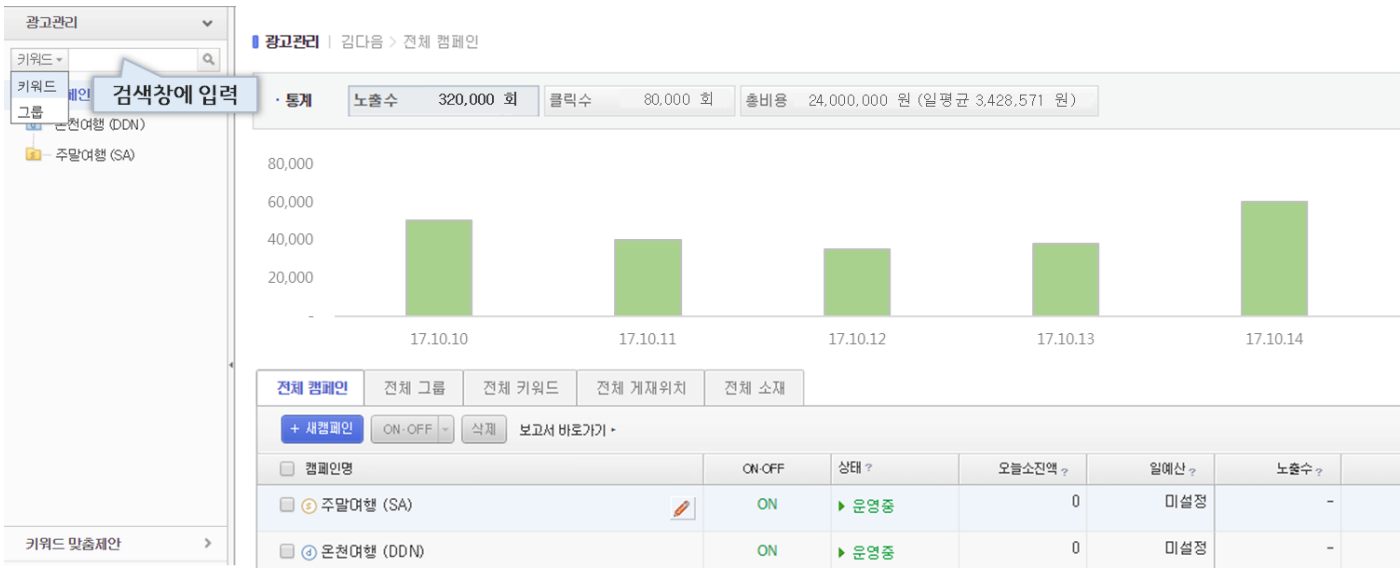
③ 품질지수에서의 순위와 과금

품질지수는 검색사용자의 의도에 부합하는 더 좋은 광고에 대해 혜택을 주는 효과가 있습니다. 이로 인해서 검색순위는 입찰가 순으로만 정렬되지는 않습니다. 검색결과는 입찰가와 품질지수를 복합적으로 평가한 결과로 정렬되며, 이 경우 일반 키워드 광고 그룹의 광고는 "차순위 광고 + 10 원(단, 차순위 입찰가가 내 광고 입찰가가 높을 경우 내 입찰가 그대로)"의 방식으로 과금되며, 프리미엄링크 M 그룹의 광고는 "내 입찰가에 차순위 광고의 품질지수와 내 광고의 품질지수의 차이 비율만큼 할인을 받는 eCPM"의 방식으로 과금됩니다.

(2) 키워드·그룹 검색기능

관리하는 그룹이 많은 경우, 어떤 키워드가 어디에 있는지 헷갈리기 쉽습니다. 이런 경우에는 검색기능을 활용하여 편리하게 광고를 관리할 수 있습니다.

키워드, 그룹 중에서 원하는 검색대상을 지정한 후에 검색창에 입력하여 검색할 수 있습니다.



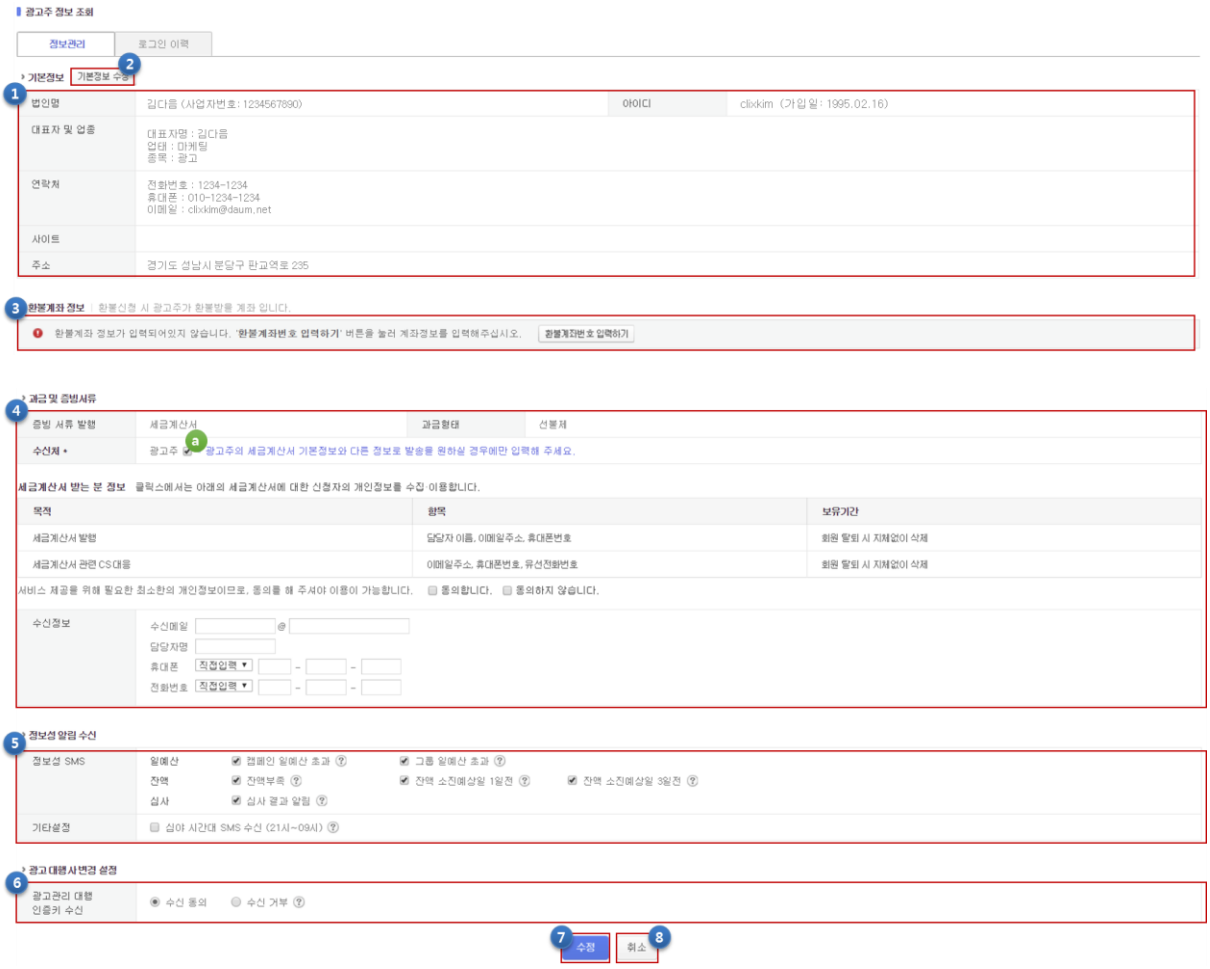
※ 신규 생성된 광고가 검색색인에 등록되는데 다소 시간이 소요될 수 있습니다. 그러므로 방금 생성된 키워드나 그룹은 곧바로 검색되지 않을 수 있습니다.

III 계정관리

1. 광고주 정보조회

광고주의 정보를 조회 및 수정하고, 로그인 이력을 열람할 수 있습니다.

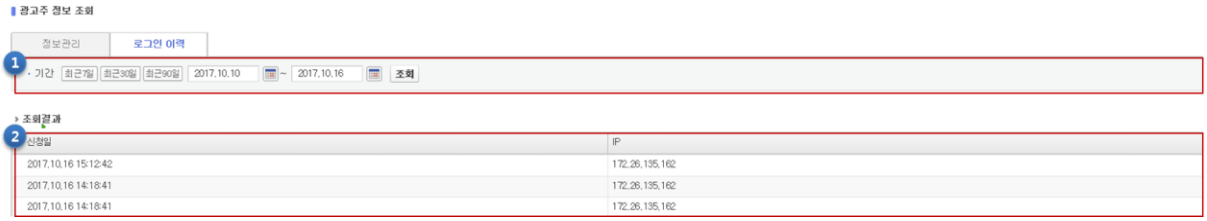
(1) 정보 관리



순서	구분	상세설명
①	기본정보	광고주의 개인정보를 확인할 수 있습니다.
②	기본정보수정	기본정보, 세금계산서 정보, 계좌정보를 수정할 수 있습니다.
③	환불계좌정보	환불 신청 시 비즈캐쉬를 환불 받게 될 계좌정보입니다. 기본정보수정 버튼 혹은 환불계좌번호 입력하기 버튼을 누르면 환불 받을 계좌를 입력 및 변경할 수 있습니다.
④	과금 및 증빙서류	증빙서류 종류 및 설정된 과금형태를 보여줍니다. 광고주의 세금계산서 기본정보와 다른 정보로 발송을 원할 경우, ⓐ 버튼을 클릭하여 세금계산서를 받는 분의 정보를 입력해주시기 바랍니다.

⑤	정보성 알림 수신	이메일과 SMS 의 수신 여부를 선택할 수 있습니다. 정보성 메일에 수신동의를 하지 않으면 이벤트, 뉴스레터 등은 발송되지 않지만, 중요 사항에 대한 이메일은 발송됩니다.
⑥	광고 대행사 변경 설정	광고관리 대행 인증키 수신 여부를 설정할 수 있습니다. 수신거부를 하실 경우, 대행사 선정 및 변경이 불가능합니다.
⑦	수정	입력한 정보로 수정합니다.
⑧	취소	수정을 취소합니다.

(2) 로그인 이력



순서	구분	상세설명
①	조회기간	원하는 기간을 선택하여 로그인 이력을 조회할 수 있습니다.
②	조회결과	Kakao 키워드 광고에 로그인한 날짜 및 시간, 접속한 IP 를 확인할 수 있습니다.

2. 광고대상 관리

광고대상 및 광고확장을 등록하고 관리할 수 있습니다.

(1) 광고대상

순서	구분	상세설명
①	등록	새로운 광고대상을 등록합니다.
②	삭제	목록에서 선택한 광고대상을 삭제할 수 있습니다.
③	광고대상구분	등록된 광고대상의 종류를 나타냅니다.

④	광고대상	계정에 등록된 광고대상을 나타냅니다.
⑤	심사상태	광고대상의 현재 심사상태입니다. **"심사보류"**상태인 경우 **[재심사신청]** 버튼을 클릭하면 보류사유를 볼 수 있으며, 재심사를 신청할 수 있습니다.
⑥	카테고리	광고주에 업종에 따라 설정한 광고대상 카테고리 입니다.
⑦	서류관리	광고대상 관련 서류를 관리할 수 있습니다.
⑧	추적 URL	추적 URL 을 ON 하면 광고의 링크 URL 에 광고 식별정보가 자동으로 추가됩니다. 해당 정보를 통해 웹로그 분석 서비스를 사용할 수 있습니다. 1. **DMKW:** 광고주가 구매한 입찰 키워드 2. **DMSKW:** 검색사용자가 검색창에 입력한 키워드 3. **DMCOL:** 클릭이 발생한 광고 노출 영역 (PM: PC 검색 포털 네트워크, WIDELINK: PC 검색 포털 네트워크(Daum 와이드링크), AM: PC 컨텐츠 네트워크, MOBILESA: 모바일 검색 네트워크, DDN: 디스플레이 네트워크 (WEB 그룹), ADVANCEDSA: 모바일 검색 네트워크 (프리미엄링크 M))
⑨	부가정보	광고에 사용될 전화번호, 플러스친구, 쇼핑하우, 로고심사의 정보를 조회 및 등록할 수 있습니다.

(2) 광고확장

순서	구분	상세설명
①	현황	계정에 등록되어있는 광고확장의 총개수 및 타입별 등록 가능한 최대 개수의 현황을 보여줍니다.
②	새광고확장	새로운 광고확장을 등록합니다.
③	삭제	목록에서 선택한 광고확장을 삭제할 수 있습니다.
④	광고확장명	계정에 등록된 광고확장의 고유의 명칭입니다.
⑤	타입	계정에 등록된 광고확장의 타입을 나타냅니다.

⑥	내용	계정에 등록된 광고확장의 상세내용 입니다.
⑦	심사	광고확장의 현재 심사상태입니다.
⑧	광고대상	설정 가능한 광고대상이 제한된 부가링크의 경우, [보기]를 클릭하면 연결 되어있는 광고대상을 알 수 있습니다 .

① 전화번호 타입 등록

전화번호 타입의 광고확장 등록을 위해서는 [새광고확장]버튼을 클릭 후, 전화번호를 선택합니다.

순서	구분	상세설명
①	광고확장명	광고확장의 고유한 명칭을 입력합니다.
②	전화번호	전화연결이 가능한 유효한 전화번호를 입력합니다.

② 부가링크 타입 등록

부가링크 타입의 광고확장 등록을 위해서는 [새광고확장]버튼을 클릭 후, 부가링크를 선택합니다.

순서	구분	상세설명
①	광고확장명	광고확장의 고유한 명칭을 입력합니다.
②	광고대상	광고확장과 연결할 광고대상을 선택합니다. 선택된 광고대상이 등록된 그룹만 해당 부가링크 설정이 가능합니다.

③	제목	실제 광고에 노출되는 부가링크 제목을 입력합니다.
④	부가링크 URL	부가링크의 연결 URL 을 입력합니다.

③ 행동유도버튼 타입 등록

순서	구분	상세설명
①	광고확장명	광고확장의 고유한 명칭을 입력합니다.
②	광고대상	광고확장과 연결할 광고대상을 선택합니다. 선택된 광고대상이 등록된 그룹만 해당 행동유도버튼 설정이 가능합니다.
③	유도행동	실제 광고에 노출되는 행동유도 방식을 계산하기, 상담하기, 한도보기 중 선택합니다
④	유도행동 링크 URL	행동유도버튼의 연결 URL 을 입력합니다.

④ 추가제목 타입 등록

순서	구분	상세설명
①	광고확장명	광고확장의 고유한 명칭을 입력합니다.
②	광고대상	광고확장과 연결할 광고대상을 선택합니다. 선택된 광고대상이 등록된 그룹만 해당 행동유도버튼 설정이 가능합니다.
③	추가제목	노출될 추가제목의 내용을 입력합니다.

(3) 변경이력

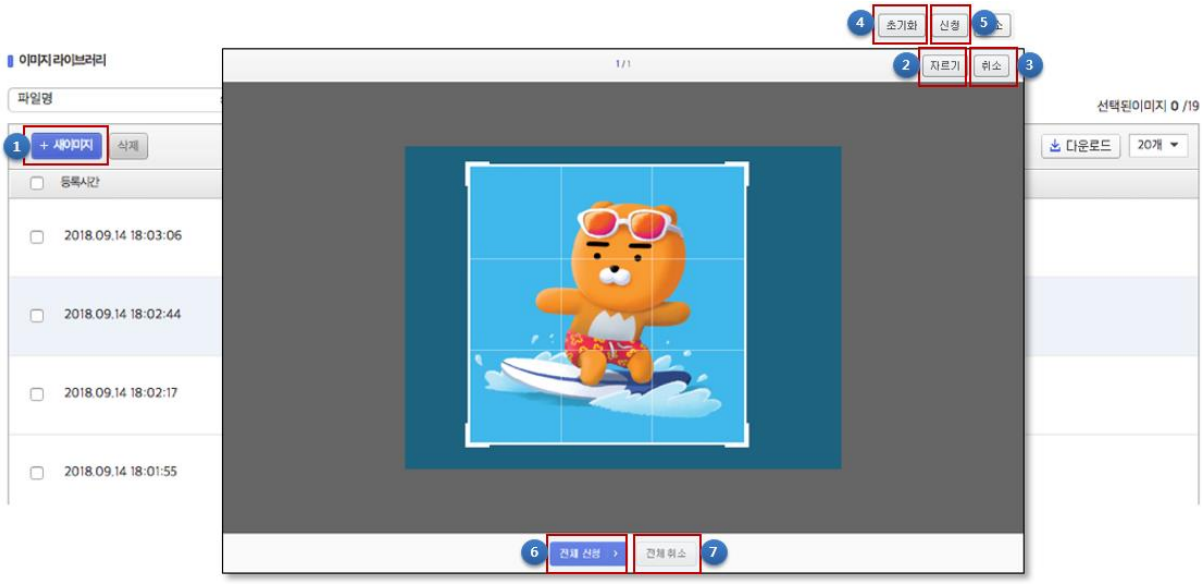
순서	구분	상세설명
①	대분류	변경 이력의 대상을 선택합니다. 광고대상, 광고확장 중에 선택할 수 있습니다.
②	소분류	대분류인 광고대상과 광고확장 선택에따라 소분류를 선택합니다. 1. **광고대상:** 웹사이트, 앱(App), 플러스친구, 스토리채널 2. **광고확장:** 전화번호, 부가링크, 동적소재, 행동유도버튼
③	광고대상	조회할 광고대상을 선택합니다. 대분류 선택이 광고확장인 경우 광고대상 선택이 불가합니다.
④	종류	변경 이력의 종류를 선택합니다. 전체, 등록, 이름변경, 재심사 요청, 삭제, 관리자 정지, 추적 URL 설정, 성인사이트 변경, 쇼핑하우 연동, 옐로아이디 연동 중에 선택할 수 있습니다.
⑤	조회기간	원하는 기간을 선택하여 변경 이력을 조회할 수 있습니다.

3. 이미지 라이브러리

확장소재 썸네일이미지 타입의 이미지를 관리합니다.

② 이미지 URL 생성

[+이미지파일선택] 버튼을 클릭하여 업로드를 원하는 이미지를 편집/등록 합니다.

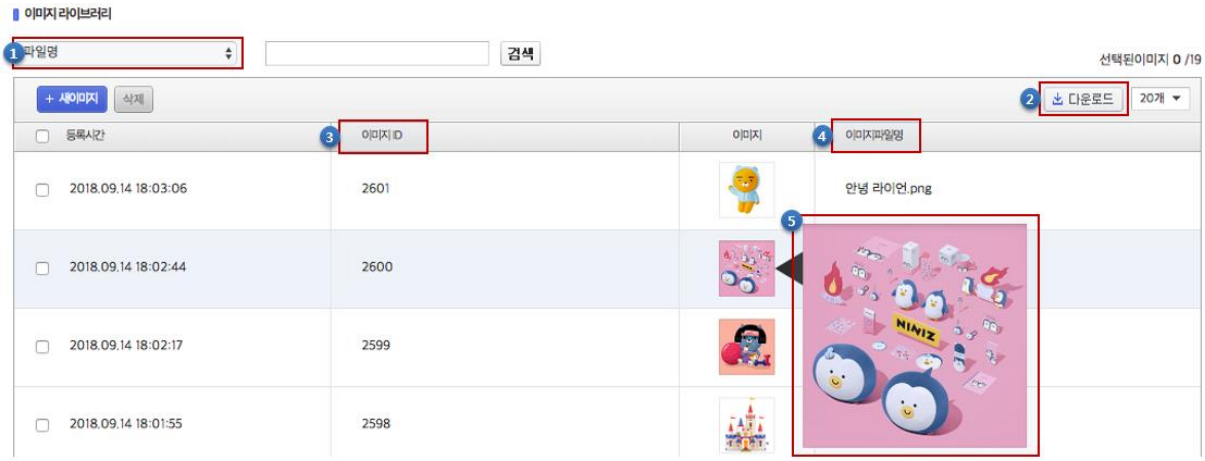


순서	구분	상세설명
①	새이미지	대량으로 상품을 관리하기 위해 필요한 이미지를 찾아 최대 100 개까지 선택합니다. 이미지 형식이 PNG, JPG 이고 용량이 10mb 이하인 이미지는 선택이 가능합니다.
②	자르기	선택한 이미지를 크롭창을 이용하여 이미지를 편집합니다.
③	취소	이미지 편집 및 이미지 URL 생성을 원하지 않는 이미지의 경우, 취소버튼을 눌러 화면에 보이는 개별 이미지에 대해 편집 대상에서 제거합니다.
④	초기화	자르기 버튼으로 편집한 이미지를 편집 전으로 초기화 원하는 경우, 초기화 버튼을 통해 선택했을 당시의 이미지를 불러옵니다.
⑤	신청	규격에 맞는 이미지의 경우, 신청 버튼이 노출됩니다. 신청 버튼을 통해 화면에 보이는 이미지에 대해 개별적으로 이미지 URL 생성을 신청합니다.

⑥	전체신청	선택한 전체 이미지 중 규격에 맞는 이미지 모두에 대해 이미지 URL 생성을 신청합니다. 규격에 맞지 않는 경우, 신청에서 제외되며 편집창에 남겨집니다.
⑦	전체취소	선택한 전체 이미지에 대해 편집 및 이미지 URL 생성을 취소합니다.

③ 이미지 URL 목록

확장소재 썸네일이미지 타입에서 활용 가능한 이미지를 등록하고 관리할 수 있습니다. 확장소재 썸네일이미지 타입에 등록한 이미지를 확인할 수 있으며, 미리 등록한 이미지를 확장소재 썸네일이미지 타입 등록 시 불러오기 기능으로 사용할 수 있습니다.

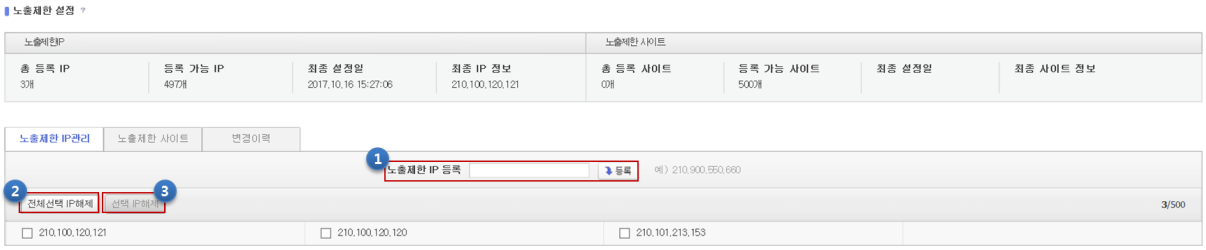


순서	구분	상세설명
①	검색	조회결과 목록 내에서 파일명 / 등록시간 으로 재검색합니다.
②	다운로드	조회결과 목록의 이미지 정보를 CSV 파일로 다운로드합니다.
③	이미지 ID	업로드한 이미지마다 고유한 값입니다.
④	이미지파일명	업로드 한 이미지파일명입니다.
⑤	썸네일	등록된 이미지에 마우스오버시 큰 이미리를 확인할 수 있습니다.

4. 노출 제한 설정

특정 IP 또는 사이트에 광고를 노출시키지 않게 할 수 있는 기능입니다. IP 및 사이트 각각 최대 500 개까지 등록이 가능합니다.

(1) 노출 제한 IP 관리



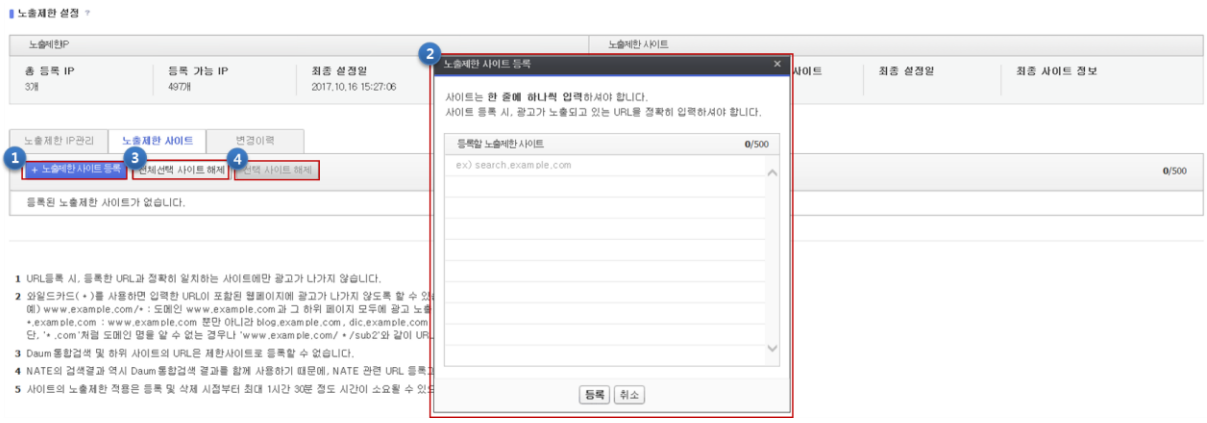
순서	구분	상세설명
①	노출 제한 IP 등록	박스 안에 원하는 IP 를 입력하여 등록합니다.
②	전체 IP 해제	현재 등록한 노출 제한 IP 를 한꺼번에 해제할 수 있습니다.
③	선택 IP 해제	체크박스로 선택하여 원하는 IP 만 노출 제한을 해제할 수 있습니다.

IP 네번째 자리에 * 을 입력하면 유동 IP 에 광고 노출을 제한할 수 있습니다.

※ 내부 IP 나 사설 IP 는 노출 제한을 설정하실 수 없습니다.

(2) 노출제한 사이트관리

광고를 내보내고 싶지 않은 사이트의 URL 을 등록하면 해당 사이트에 광고가 노출되지 않습니다.



순서	구분	상세설명
①	노출 제한 사이트 등록	버튼을 클릭하면 노출제한 사이트 등록 팝업이 뜹니다.
②	노출제한 사이트 등록 팝업	사이트 URL 을 입력하여 노출제한 사이트를 등록합니다.
③	전체 선택 사이트 해제	등록한 모든 사이트를 한번에 해제할 수 있습니다.
④	선택 사이트 해제	체크박스로 선택하여 원하는 사이트만 노출 제한을 해제할 수 있습니다.

※ URL 에 * 를 입력하면 입력한 URL 이 포함된 사이트에 광고가 나가지 않게 설정할 수 있습니다.

1) www.example.com/* : www.example.com 과 그 하위 페이지 모두 제한

2) *.example.com : blog.example.com 등의 example.com 이 포함된 광고 노출이 제한

3) www.example.* : www.example.com, www.example.net 등을 제한

4) *.example.* : URL 중간에 example 이 포함된 사이트 모두 제한

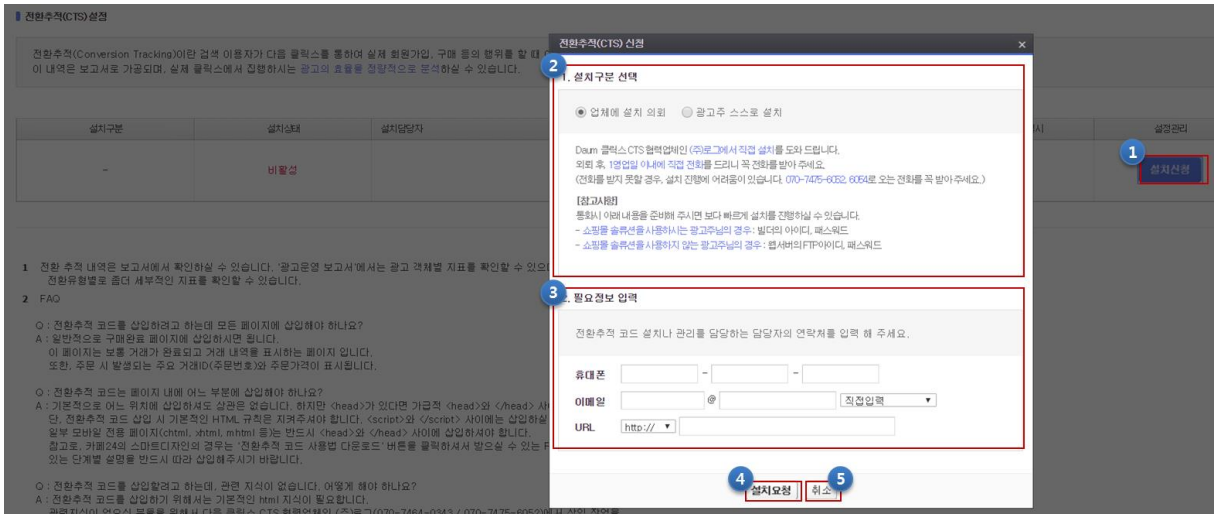
(3) 노출 제한 변경 이력

순서	구분	상세설명
①	조회 타입 선택	노출제한 IP, 노출제한사이트 중에서 조회할 대상을 선택합니다.
②	IP/URL 입력	조회하고자 하는 IP 또는 사이트 URL 을 입력합니다.
③	기간 조회	원하는 기간을 선택하여 변경 이력을 조회할 수 있습니다.
④	조회 결과	노출 제한 IP/사이트 변경 이력(등록 또는 삭제)이 조회됩니다.

5. 전환추적 설정

고객이 Kakao 키워드 광고의 광고를 통하여 실제 회원가입, 구매 등의 행위를 **"전환"**이라 합니다. **"전환추적 시스템(CTS, Conversion Tracking System)"**을 사용하면 전환 내역을 Kakao 키워드광고 보고서를 통해서 확인할 수 있습니다. 전환지표를 통해 운영중인 광고의 효율을 정량적으로 분석할 수 있습니다.

전환추적 설정을 위해서는 화면의 [설치신청] 버튼을 클릭합니다.



순서	구분	상세설명
①	설치구분 선택	업체에 설치 의뢰, 광고주 스스로 설치 중 원하는 방식을 선택합니다. 1. 업체에 설치 의뢰를 선택 시, Kakao 키워드 광고 CTS 협력업체인 ㈜로그에서 설치를 도와드립니다. 2. 광고주 스스로 설치를 선택 시, 전환추적 코드를 직접설치하실 수 있습니다.
②	필요정보 입력	전환추적 코드 설치나 관리를 담당하는 담당자의 휴대폰번호, 이메일, URL 을 입력합니다.
③	설치요청	입력한 정보로 설치를 요청합니다.
④	취소	설치요청을 취소합니다.

IV 캐쉬관리

1. 캐쉬 관리

캐쉬 관련 세부 내역을 확인하고, 옵션을 이용하여 충전을 진행할 수 있습니다.

순서	구분	상세설명
①	캐쉬 현황	조회 시점의 캐쉬 현황으로 비즈캐쉬와 비즈쿠폰의 합산을 나타냅니다.
②	잔액 소진 예상일	잔액 소진 예상일은 최근 7 일간 소진된 광고비의 추이에 따라서 자동으로 산정되며, 해당 수치는 매일 한번일 씩 업데이트 됩니다.
③	충전	비즈캐쉬를 충전할 수 있습니다.
④	정기충전 설정	매월 지정한 날짜에 일정 금액을 자동으로 결제할 수 있습니다.
⑤	맞춤충전 설정	잔액이 설정한 금액 이하로 내려갈 경우에 자동으로 설정한 금액이 결제됩니다.
⑥	일 별	설정한 기간에 따라서 일 별 캐쉬 사용 내역을 조회 할 수 있습니다.
⑦	월 별	설정한 기간에 따라서 월 별 캐쉬 사용 내역을 조회 할 수 있습니다.
⑧	충전·환불 조회	소진 내역과 상관없이 비즈캐쉬, 비즈쿠폰의 충전 및 환불 내용을 기간에 맞게 조회할 수 있습니다.

2. 증빙 서류 관리

지출된 광고비에 대한 회계 증빙서류를 조회할 수 있습니다.

순서	구분	상세설명
①	세금 계산서	법인 광고주의 세금계산서를 조회할 수 있습니다.
②	현금 영수증	개인 광고주의 현금영수증을 조회할 수 있습니다.
③	조회 결과	개별 증빙서류를 조회할 수 있습니다.

3. 환불신청

순서	구분	상세설명
①	캐쉬 현황	조회 시점의 캐쉬 현황으로 비즈캐쉬와 비즈쿠폰의 합산을 나타냅니다.
②	과금형태	선불, 정기충전, 맞춤충전 중 광고주가 설정한 과금 형태를 나타냅니다.
③	환불신청액	신청이 접수된 환불요청 금액을 보여줍니다. 따라서 신청 후 환불이 완료된 금액은 보이지 않습니다
④	환불가능액	신청할 수 있는 환불가능 금액을 나타냅니다.
⑤	환불계좌정보	환불받을 계좌의 정보를 보여줍니다. 계좌정보가 입력되어 있지 않다면 [계정 광고주 정보조회] 메뉴에서 환불계좌번호 입력하기 버튼을 클릭하여 계좌정보를 입력할 수 있습니다.
⑥	환불 신청액	전액환불신청은 보유 중인 캐쉬 전부를, 부분 환불신청은 보유 캐쉬 중 원하는 금액 일부의 환불을 신청합니다.

		*전액환불신청은 환불신청액이 있을 경우 신청이 불가합니다. 환불신청액이 있는데 전액환불신청을 원한다면, 부분 환불신청을 클릭 후 보유캐쉬 중 환불신청액을 뺀 나머지 금액을 입력하시면 됩니다.
⑦	환불 사유	환불을 요청하는 사유를 선택해주시기 바랍니다. 원하는 선택지가 없을 경우 기타(직접입력)을 선택 후 직접 사유를 작성해주시기 바랍니다.
⑧	신청하기	입력한 정보로 신청합니다. 환불승인은 영업일 기준 1~2 일이 소요되며 환불처리현항은 > 캐쉬관리 > 충전환불조회 에서 확인할 수 있습니다.

2 부. 쇼핑플러스 광고 가이드북

I 쇼핑플러스 광고구매

1. 광고 구매 프로세스

광고 구매 프로세스를 통해서 간편하게 쇼핑플러스 광고를 구매할 수 있습니다.

처음 시작하는 경우의 광고 구매 프로세스는 아래와 같습니다.

기존에 등록된 광고대상(사이트)에 대한 광고를 구매하시는 경우, 쇼핑하우 연동, 캠페인등록부터 소재등록까지 순차적으로 진행합니다.

2. 계정 생성

쇼핑플러스를 집행하려면, 쇼핑 플랫폼인 쇼핑하우 커머스원 계정 생성 및 쇼핑하우 입점, 상품 DB URL 등록과 광고 플랫폼인 Kakao 키워드 광고의 계정 생성 및 광고대상 등록이 모두 필요합니다.

(1) 쇼핑하우 계정 생성

쇼핑하우 커머스원 바로가기 : 광고 소재로 사용될 쇼핑 상품을 등록하기 위한 쇼핑하우 입점 시스템입니다.

쇼핑하우 커머스원 계정 생성 후, CPC/CPS 입점 방식의 신청 과정이 필요하며, 입점에 필요한 필요서류가 모두 접수 되어야 심사 진행됩니다. 심사는 약 1 일 가량 소요됩니다. 상세 입점 서류 및 입점 기준 확인하기

Copyright © Kakao Corp. All rights reserved

(2) 입점 방법

입점 방법에는 상품 DB URL 등록 방법에 따라 직접 입점과 호스팅사를 통한 입점이 있습니다.

① 직접 입점 신청

-직접 상품 DB URL 을 등록하여 신청합니다.

-입점 신청 후 승인 시까지 평균적으로 약 4-5 일이 소요됩니다.

-직접 신청하기

② 호스팅사를 통한 입점 신청

-호스팅사를 통해 입점 신청을 하는 경우 별도로 상품 DB URL 을 직접 등록할 필요가 없습니다.

-입점 신청 후 평균적으로 약 3-4 일이 소요됩니다.

-호스팅사 로그인 후 입점 신청을 통해, 호스팅사 고객에 대한 간편 가입이 가능합니다.

*호스팅사 입점 신청 바로가기 (단, 호스팅사를 통한 입점 신청 시에도 반드시 kakao 광고주 ID 가 필요합니다.)

-메이크샵

https://www.makeshop.co.kr/newmakeshop/front/service.html?page=daum_shoppinghow&tab=m2&orderby=&maintab=m2

-카페 24 http://cmc.cafe24.com/cmc/cpm/daum_how_new/daum_how.php

-고도 http://marketing.godo.co.kr/daum_shoppinghow_reg.php

-후이즈 http://mkwhois.host.whoisweb.net/display.php?p=shopping_01_03

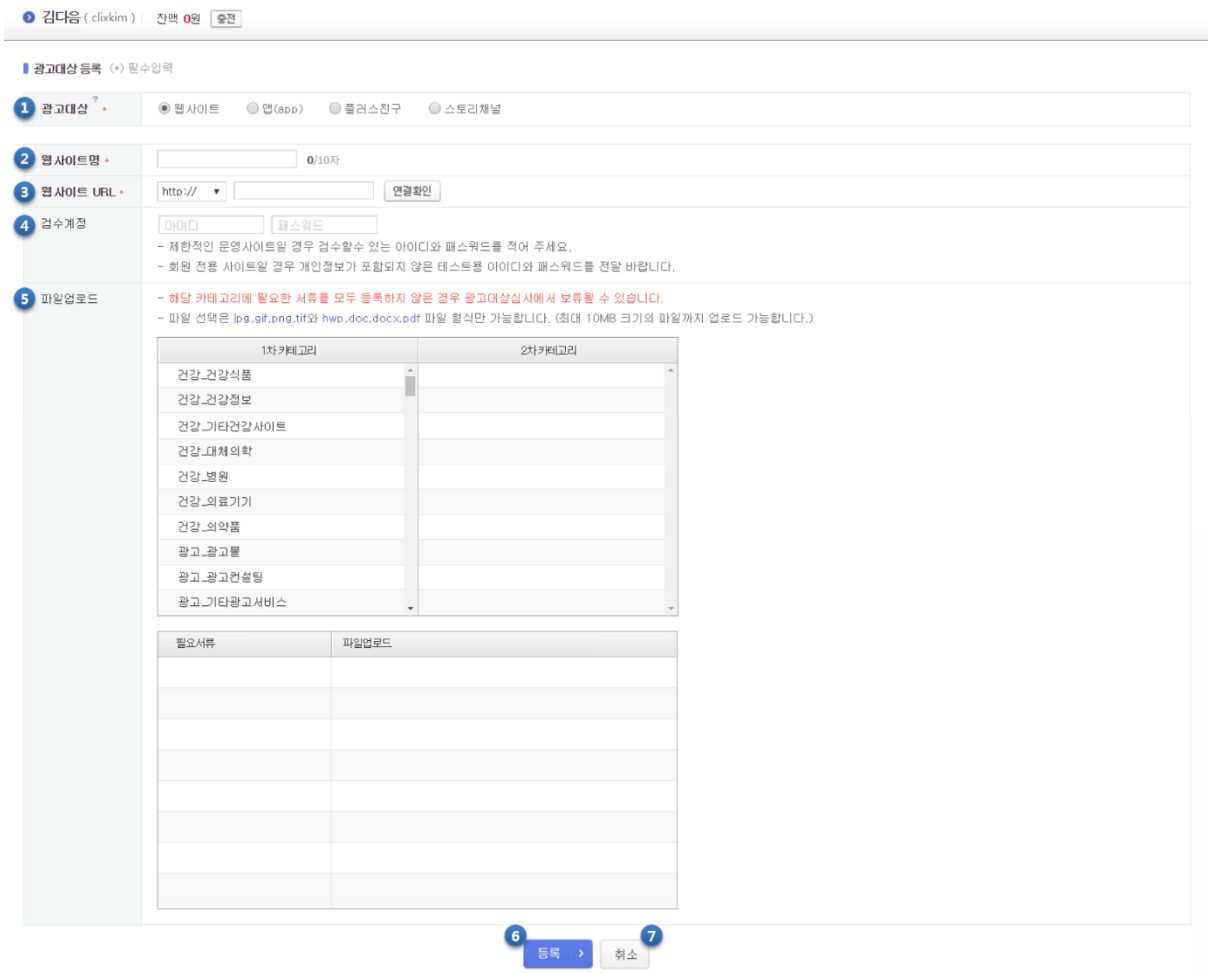
-위사 http://www.wisa.co.kr/marketing/product/commercial/detail/373

3. 사이트 등록

노출된 광고를 클릭했을 때, 연결될 광고 대상(사이트)를 등록합니다.

(1) 광고 대상 등록

Kakao 키워드광고 다이렉트 [계정 > 광고대상관리] 메뉴에서 광고대상(사이트)을 등록합니다.



순서	구분	상세설명
①	광고대상	광고 목적에 맞는 광고 대상으로 웹사이트를 선택합니다.
②	웹사이트명	등록하고자 하는 웹사이트명을 입력합니다. 최대 10 자까지 입력할 수 있습니다.
③	웹사이트 URL	http:// 또는 https:// 중 하나를 선택한 후 사이트 URL 을 입력합니다.
④	검수계정	제한적으로 운영하는 웹사이트일 경우, 심사담당자가 검수할 수 있도록 웹사이트에 접속할 수 있는 아이디와 패스워드를 입력하시기 바랍니다.
⑤	카테고리	광고 대상 업종 카테고리를 설정하면 필요한 서류를 확인할 수 있습니다. 웹사이트 카테고리에서 심사에 필요한 서류를 요청하는 경우 파일을 업로드 하셔야 합니다. 필요한 서류를 업로드 하지 않는 경우, 심사에서 반려될 수 있습니다. 파일은 이미지인 경우 jpg, gif, png, tif 형식만, 텍스트인 경우 hwp, doc, docx, pdf 형식만 가능합니다. 업로드 가능한 최대 파일크기는 10MB 입니다.
⑥	등록	광고대상 등록을 완료합니다.
⑦	취소	광고대상 등록을 취소하고 광고대상 관리 화면으로 돌아갑니다.

※쇼핑플러스는 모바일 최적화가 되어있는 사이트만 광고 집행이 가능합니다.

4. 쇼핑하우 연동

(1) 쇼핑하우 등록

[계정 > 광고대상 관리] 페이지에서 쇼핑하우

을 클릭합니다.

연동을 하기 위해서는 Kakao 키워드광고의 광고대상 사이트 메인 URL 과 쇼핑하우 커머스원 계정 쇼핑몰 URL 이 같아야 합니다.

① 광고주 조회

쇼핑하우 커머스원 ID 로 광고주 조회 후 인증을 진행합니다.

② 인증절차

<가. Kakao 키워드광고 ID 와 쇼핑하우 ID 가 일치할 경우>

<나. Kakao 키워드광고 ID 와 쇼핑하우 ID 가 일치하지 않을 경우>

순서	구분	상세설명
①	광고주조회	쇼핑하우 커머스원 ID 로 광고주 조회 후 등록을 진행합니다. 조회 시 쇼핑하우 계정 상태를 체크해야 합니다. 입점 신청 후 승인이 되지 않은 경우에는 조회가 불가합니다.
②	광고주 ID	가. Kakao 키워드광고 계정 ID 와 쇼핑하우 계정 ID 가 일치할 경우

		· Kakao 키워드광고 계정 ID 와 쇼핑하우 계정 ID 가 일치할 경우 별도의 인증 절차 없이 등록이 가능합니다. 나. Kakao 키워드광고 계정 ID 와 쇼핑하우 계정 ID 가 다를 경우 · Kakao 키워드 광고 계정 ID 와 쇼핑하우 계정 ID 가 다를 경우 추가 인증한 후 등록이 가능합니다.
③	쇼핑몰 URL	쇼핑하우 커머스원에 등록된 쇼핑몰 URL 입니다. 쇼핑몰 URL 과 광고대상으로 등록한 사이트 메인 URL 이 일치하지 않을 경우, 쇼핑하우 계정 연동을 할 수 없습니다.
④	쇼핑몰명	쇼핑하우에 등록된 쇼핑몰명으로, 쇼핑플러스 광고 진행 시 노출됩니다. 사이트명과 달라도 무관합니다.
⑤	계정상태	연동 시점에 쇼핑하우 계정 상태를 체크합니다. '운영가능' 인 쇼핑하우 계정만 연동 가능하며, 하나의 광고대상은 하나의 쇼핑하우 계정과 연동됩니다. '운영불가' 인 경우 커머스원에서 계정상태를 확인하시면 됩니다. 연동시점에는 쇼핑하우 계정 상태가 운영 가능이었으나, 후에 운영 불가로 바뀐 경우에는 노출 중이던 광고 노출이 제한됩니다.
⑥	인증하기	Kakao 키워드광고 계정 ID 와 쇼핑하우 커머스원 계정 ID 가 다른 경우, SMS 또는 이메일로 인증이 필요합니다. 인증키는 5 분간 유효하며, 5 분 이내에 인증번호 재발송 불가합니다.
⑦	등록	쇼핑하우 연동을 완료합니다.
⑧	취소	쇼핑하우 연동을 취소하고 광고대상 관리 화면으로 돌아갑니다.

③ 인증완료

5. 캠페인 등록

캠페인을 등록합니다. 캠페인은 가장 상위의 전략단위이며, 캠페인의 전략변경을 통해서 캠페인에 소속된 모든 그룹의 광고를 편리하게 관리할 수 있습니다.

(1) 캠페인 등록하기

캠페인을 등록하기 위해서는 광고관리 화면에서 [+새캠페인] 버튼을 클릭합니다.

(2) 캠페인 전략설정

캠페인에 적용할 전략을 설정합니다. 캠페인에서 허용할 예산과, 노출 일정에 관련된 전략을 설정할 수 있습니다. 캠페인 생성 이후 전략을 변경할 때에는, 캠페인 선택 후 전략설정 버튼을 클릭하여 다시 변경 가능합니다.

순서	구분	상세설명
①	캠페인 종류	캠페인에서 운영할 광고의 종류를 선택합니다. 쇼핑플러스 광고 집행을 위하여 쇼핑플러스 beta 를 선택합니다.
②	캠페인명	캠페인에 사용할 이름을 설정합니다. (최대 50 자)
③	일 예산	하루에 캠페인에서 허용할 광고예산을 결정합니다. 설정된 일 예산이 초과되면 자동으로 광고 노출이 중단됩니다. 캠페인 내 광고의 입찰가가 높은 경우 일 예산 초과폭이 커질 수 있습니다. (최소 1,000 원부터 10,000,000 원까지 입력 가능)
④	노출 기간	캠페인이 운영되는 시작일과 종료일을 설정할 수 있습니다. 최초 선택 시 오늘부터 1 년으로 자동 설정되며, 기간 맞춤 설정이 가능합니다. 해당 캠페인에 포함된 모든 유형의 광고에 노출기간이 적용됩니다. 설정한 기간이 종료되면 자동으로 캠페인이 운영 중지됩니다. 시작일 0 시 0 분부터 종료일 23 시 59 분까지 광고가 노출됩니다.
⑤	노출 요일/시간	원하는 요일과 시간을 설정하여 광고를 노출할 수 있습니다. 해당 캠페인에 포함된 모든 유형의 광고에 설정한 노출 요일과 시간이 적용됩니다. 특정 요일을 체크해제 하는 경우 해당 요일은 노출되지 않습니다.
⑥	저장 후 그룹 등록	캠페인 설정을 저장한 후, 그룹 등록 단계로 넘어갑니다.
⑦	취소	캠페인 등록을 취소하고 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

6. 그룹 등록

그룹은 캠페인에 소속된 전략단위이며, 광고 소재가 노출되는 과정에 직접적인 관련이 있는 전략을 설정할 수 있습니다. 캠페인과 마찬가지로, 그룹에 대한 설정 변경을 통해 그룹에 소속된 모든 광고소재를 편리하게 관리할 수 있습니다. 그룹 선택 후 전략설정 버튼을 클릭하여 다시 변경 가능합니다.

(1) 그룹 등록하기

광고 구매 프로세스에서는 캠페인 등록이 완료되면 자동으로 그룹 등록 단계로 넘어옵니다. 직접 그룹을 등록하기 위해서는 광고관리 화면에서 **[+새그룹]** 버튼을 클릭합니다.

(2) 그룹 전략설정

그룹에 적용할 전략을 설정합니다. 그룹 내 광고 소재가 노출되는데 직접적인 영향이 있는 그룹 입찰가, 그룹 예산 등의 전략을 설정할 수 있습니다. 그룹 생성 이후 전략을 변경할 때에는, 그룹 선택 후 전략설정 버튼을 클릭하여 다시 변경 가능합니다.

순서	구분	상세설명
①	그룹 타입	쇼핑플러스 Beta 를 선택합니다
②	그룹명	그룹에 사용할 이름을 설정합니다. (최대 50 자)
③	광고대상	그룹 내 등록할 광고와 연결될 광고대상(사이트)을 지정합니다. 만약에 등록을 원하는 광고대상이 없다면 + 신규 광고대상 등록 버튼으로 광고대상을 등록할 수 있습니다. 드롭다운 리스트로 광고대상을 선택할 수 있고, 조건에 부합하지 않는 광고대상의 경우 비활성화되어 쇼핑플러스를 집행할 광고대상으로 연결할 수 없습니다. *광고 대상 연결 조건 : 쇼핑하우 연동 필수/ 모바일 최적화 필수 / 심사여부 승인 필수/ 업종 카테고리 (등록불가 카테고리 제외)
④	노출영역	Daum 모바일 웹/앱 검색결과 쇼핑영역에 노출됩니다.
⑤	그룹 입찰가	그룹에 등록된 광고에 설정할 클릭당 입찰가를 지정합니다.
⑥	일 예산	그룹에서 하루에 허용할 예산을 지정합니다. 설정된 일 예산이 초과되면 자동으로 노출이 중단됩니다. 그룹의 입찰가가 높다면 일 예산의 초과폭이 커질 수 있습니다.
⑦	제외키워드	광고 노출을 원하지 않는 특정 키워드는 '제외키워드'로 설정하여 제외할 수 있습니다.
⑧	저장 후 소재 등록	그룹 설정을 저장한 후, 소재 등록 단계로 넘어갑니다.
⑨	취소	그룹 등록을 취소하고 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

7. 소재 등록

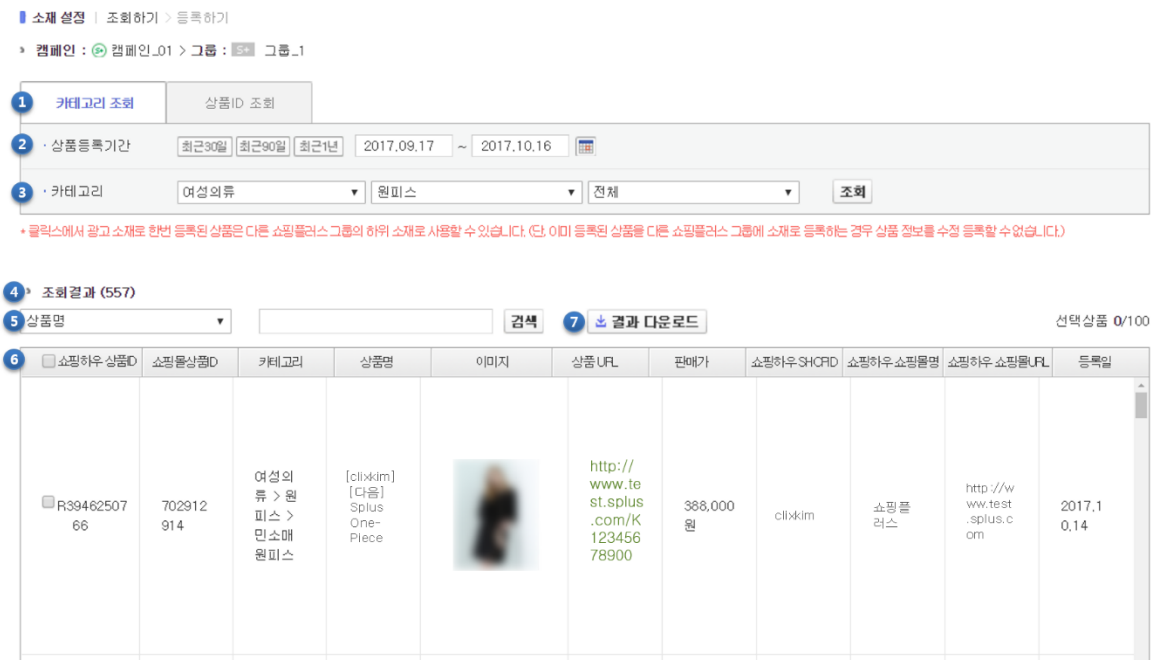
소재는 고객에게 직접 노출이 되는 개별 광고입니다. 쇼핑하우 상품정보를 불러와 쉽고 간단하게 광고를 구성합니다.

(1) 조회하기

쇼핑하우 플랫폼 커머스원에 등록된 상품에 한하여 광고소재로 조회 및 등록할 수 있습니다. 등록된 상품을 조회합니다.

①카테고리 조회

쇼핑하우 상품등록기간 / 쇼핑하우에 등록한 카테고리 (중분류까지) 설정 후 조회가 가능합니다. 쇼핑하우 등록일 기준 1 년 이내의 상품을 최신순으로 최대 1,000 개까지 조회합니다. 1 년이 초과한 상품은 상품 ID 를 통해 조회할 수 있습니다.

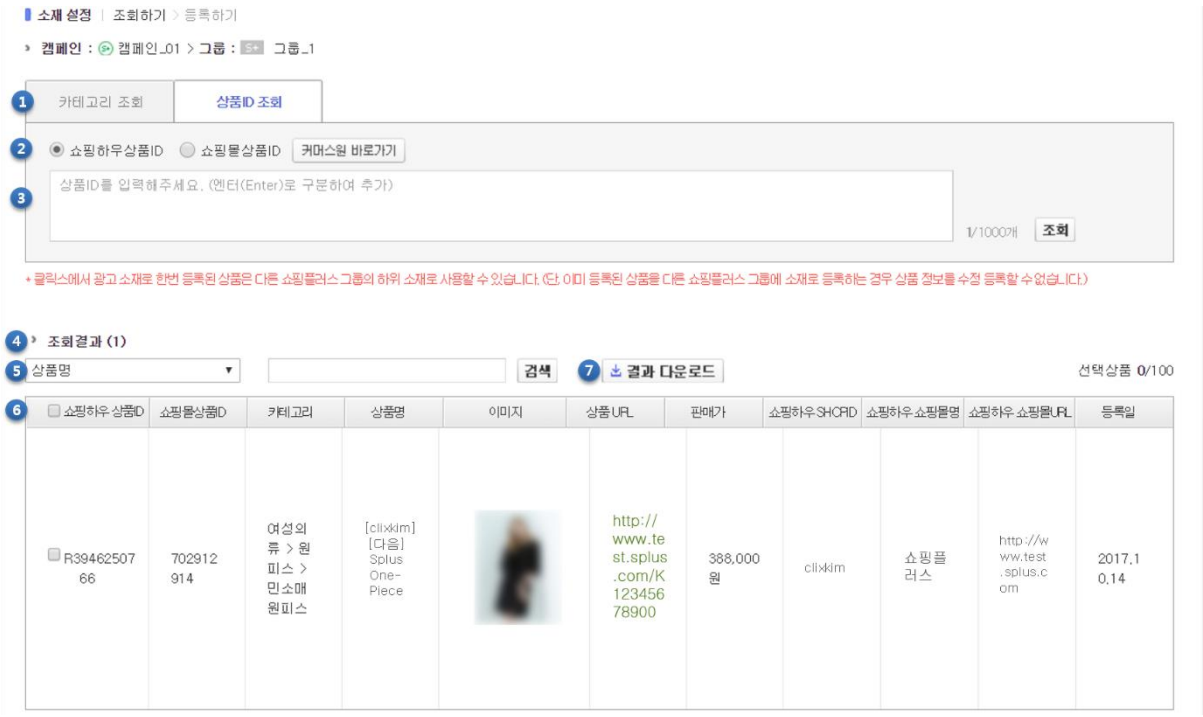


순서	구분	상세설명
①	조회방법	쇼핑하우에 등록된 상품 카테고리 기준으로 조회합니다.
②	상품등록기간	상품등록기간은 쇼핑하우 등록일 기준으로 조회됩니다.
③	카테고리	쇼핑하우 상품의 상태값이 정상인 경우만 불러옵니다. (쇼핑하우에서 카테고리 미매핑 / 미입력 / 상품품절 / 일시내림 등의 경우 불러오지 않습니다.)

		쇼핑하우 노출 정책에서 반려된 사유가 있을 경우 불러오지 않습니다. 상품명 / 이미지 / URL / 판매가 항목이 null 값인 경우, 조회는 되지만 등록으로 넘어가지 않습니다.
④	조회결과	카테고리 조회 시, 쇼핑하우 등록일 기준 최근 1 년 이내인 상품만 조회가 가능하며, 최대 1,000 개까지 최신 등록일 순으로 조회됩니다. (1 페이지에 100 개씩 최대 10 페이지만 조회됩니다.)
⑤	검색	조회 결과 내 상품명 / 판매가 / 등록일로 재검색 가능합니다.
⑥	체크박스	상단의 체크 박스를 통해서 화면에 보이는 목록 전체를 선택할 수 있습니다. (해당 페이지 최대 100 개까지만 전체 선택됩니다.) 조회된 상품은 최대 100 개까지 한 번에 소재로 선택, 등록 가능합니다. 일부 쇼핑하우 카테고리에 해당하는 상품은 광고소재 등록이 불가능합니다.
⑦	결과 다운로드	조회된 상품 목록 전체를 엑셀파일로 다운받을 수 있습니다.

②상품 ID 조회

쇼핑하우 플랫폼 커머스원에서 확인할 수 있는 쇼핑하우상품 ID 혹은 쇼핑몰상품 ID 로 검색하여 상품을 조회할 수 있습니다.



순서	구분	상세설명
①	조회방법	상품 ID 기준으로 조회합니다.
②	상품 ID	쇼핑하우상품 ID 또는 쇼핑몰상품 ID 를 선택합니다.
③	입력	상품 ID 를 입력합니다. 엔터로 구분하여 상품 ID 를 추가합니다.
④	조회결과	상품 ID 조회 시, 등록일 상관없이 조회가 가능하며, 최대 1,000 개까지 조회됩니다. (1 페이지에 100 개씩 최대 10 페이지만 조회됩니다.)
⑤	검색	조회 결과 내 상품명 / 판매가 / 등록일로 재검색 가능합니다.
⑥	체크박스	상단의 체크 박스를 통해서 화면에 보이는 목록 전체를 선택 할 수 있습니다. (해당 페이지 최대 100 개까지만 전체 선택됩니다.) 조회된 상품은 최대 100 개까지 한 번에 소재로 선택, 등록 가능합니다. 일부 쇼핑하우 카테고리에 해당하는 상품은 광고소재 등록이 불가능합니다.
⑦	결과 다운로드	조회된 상품 목록 전체를 엑셀파일로 다운받을 수 있습니다.

(2) 소재등록

조회된 상품 목록에서 최대 100 개까지 한 번에 소재로 선택, 등록 가능합니다.

①등록하기

②상세가이드

최초로 Kakao 키워드광고에 쇼핑플러스 광고 소재로 상품을 등록할 때, 쇼핑하우 상품 ID 에 연동된 정보 기반으로, 광고 노출용 정보 요소들(상품명, 이미지, 추가 URL, 무료배송정보, 홍보문구)을 변경하여 입력할 수 있습니다. 입력된 정보들은 Kakao 키워드광고 DB 에 저장됩니다.

※한 번 쇼핑플러스 광고 소재로 등록된 상품의 경우, '무료배송정보, 홍보문구'를 제외한 '상품명, 이미지, 추가 URL' 정보는 변경할 수 없습니다. 해당 정보를 변경하고 싶다면, 등록된 쇼핑플러스 소재 및 상품정보를 삭제한 후 새로 등록 하여야 합니다.

순서	구분	상세설명
①	체크박스	체크 박스를 통해서 선택한 상품에 대해 삭제, 무료배송 적용/해제, 홍보문구 일괄적용, 추가 URL 일괄적용을 할 수 있습니다. · 초기화: 체크박스 선택 여부와 상관없이 소재 등록 대상의 모든 상품정보 내용을 쇼핑하우 등록 정보로 초기화 시킵니다. · 삭제: 체크박스에 선택한 상품 정보를 목록에서 삭제하여 소재 등록 대상에서 제외합니다.
②	상품정보	Kakao 키워드 광고에서는 쇼핑하우 상품 ID 로 연동된 정보 기반으로, 광고용으로 노출할 정보 요소들을 변경할 수 있으며 (상품명, 이미지, 추가 URL, 무료배송 정보, 홍보문구), 변경된 정보들을 포함하여 Kakao 키워드광고 DB 에 저장됩니다.
③	소재명	등록할 소재의 이름을 입력합니다. 소재명은 70 자까지 입력 가능합니다. 중복된 소재명을 사용할 수 없으며, 중복된 소재명일 경우 파란색으로 표기됩니다.
④	상품명	상품명은 기본적으로 쇼핑하우에 등록된 상품을 불러옵니다. 별도로 광고 노출용 상품명 설정을 원하시면, 상품명 (변경)에 직접 입력하여 노출할 수 있습니다. 상품명은 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다. 최대 24 자까지 입력 가능하며, 디바이스와 노출 타입에 따라서 말줄임처리가 될 수 있습니다.
⑤	이미지	이미지는 기본적으로 쇼핑하우에 등록된 이미지를 불러옵니다. 별도로 광고 노출용 이미지 설정을 원하시면, 이미지(변경)에 파일을 직접 입력하여 노출할 수 있습니다. 이미지는 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다.
⑥	URL	URL 은 기본적으로 쇼핑하우에 등록된 상품 URL 을 불러옵니다. 별도로 광고 노출용 URL 설정을 원하시면, 추가 URL 을 입력하여 로그 수집에 활용하실 수 있습니다. 추가 URL 은 영문 URL 로 입력하시기 바랍니다. 한글을 입력한 경우 일부 브라우저에서 비정상적으로 광고가 연결될 수 있으므로 영문입력을 권장합니다.
⑦	무료배송	무료배송은 체크박스로 선택하여 무료배송 정보를 광고에 노출할 수 있습니다. 단, 무료배송 정보를 허위로 설정하여 적발될 경우 관리자에 의해 광고 노출이 제한될 수 있습니다. 무료배송정보 변경은 광고 소재 심사 승인 여부와 관계없이, [쇼핑플러스 상품 정보]에서 변경 가능합니다.
⑧	홍보문구	홍보문구는 광고용으로 노출할 수 있는 문구입니다. 광고노출타입에 따라 홍보문구(기본형/이미지형)가 노출됩니다. 해당 부분은 필수 입력 값입니다.

		홍보문구는 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다. 홍보문구 변경은 광고 소재 심사 승인된 상품정보에 한해, [쇼핑플러스 상품 정보]에서 변경 가능합니다.
⑨	미리보기	미리보기를 통하여, 광고에 노출되는 정보들을 미리 확인할 수 있습니다. 광고 노출 타입은 '일반형'과 '이미지형'으로, 다음 쇼핑 정책에 따라 유동적으로 변경될 수 있습니다. 노출타입의 변경은 환불사유가 되지 않습니다.
⑩	미리보기 적용	광고노출용 상품명, 이미지, 무료배송적용, 홍보문구를 입력했을 때, 미리보기 적용버튼을 누르면 변경된 내용을 확인 가능합니다.
⑪	확인	소재 등록을 완료하고, 등록 결과 화면으로 이동합니다.
⑫	취소	소재 등록을 취소하고, 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

※소재는 심사 기준에 따라 편집 및 보류될 수 있습니다. 심사가이드를 참고해 주시기 바랍니다.

※입력한 광고 상품 정보는 디바이스 및 광고 노출 타입에 따라 말줄임으로 노출될 수 있습니다.

※'상품명, 이미지, 추가 URL' 정보 변경을 위해서는 해당 광고 소재를 모두 삭제 후 새로 등록하여야 합니다. [쇼핑플러스 상품 정보] 메뉴에서 쇼핑플러스 광고 소재로 등록된 상품정보 조회, 관리 및 삭제할 수 있습니다.

※다른 Kakao 키워드광고 계정에서 이미 광고 소재로 등록된 상품의 경우, 이 Kakao 키워드 광고 계정에서는 광고 소재로 등록할 수 없습니다.

Ⅱ 쇼핑플러스 광고관리

1. 기본 관리기능

(1) 일반 관리 기능

광고관리에서 공통적으로 사용하는 기능으로는 신규등록, ON/OFF, 삭제가 있습니다.

목록에서 선택한 대상에 대해 한 번에 적용할 수 있습니다.

① 광고 신규 등록

[+새캠페인], [+새그룹], [+새소재] 버튼을 통해서 신규 광고를 등록할 수 있습니다.

구분	상세설명
+ 새캠페인	신규 캠페인을 생성합니다. 캠페인이 생성되면 자동으로 그룹 생성기능으로 연결됩니다.
+ 새그룹	캠페인 내에 신규 그룹을 추가합니다. 그룹이 추가되면 자동으로 소재 등록기능으로 연결됩니다.
+ 새소재	그룹 내에 신규 소재를 등록합니다. 소재가 추가되면 자동으로 소재 심사 절차가 진행됩니다.

② 광고 ON/OFF

광고관리에서 대상광고를 선택한 후, ON/OFF 버튼을 통해서 광고 운영 상태를 지정할 수 있습니다. ON/OFF 상태를 변경하는 경우, 실제로 노출에 반영되는데 약 5~15 분 정도가 소요됩니다.

구분	상세설명
● ON	선택한 광고를 노출합니다.

● OFF	선택한 광고의 노출을 중단합니다.

※ ON/OFF 는 Kakao 키워드광고의 광고 구조에 따라 적용됩니다.
캠페인 > 그룹 > 소재 순서로, 상위 광고의 ON/OFF 가 하위 광고의 노출을 결정합니다.
예를 들어, 캠페인을 OFF 한다면, 캠페인에 속한 그룹은 ON 이라도 노출이 중단됩니다.

③ 광고 삭제

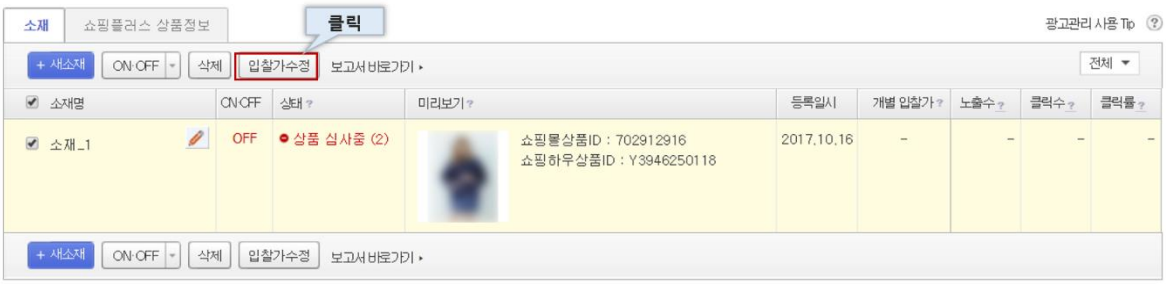
선택한 캠페인/그룹/소재를 삭제합니다. 삭제한 광고는 다시 복구할 수 없습니다.

※ **[보고서 > 광고운영보고서]** 메뉴에서 삭제한 광고의 보고서 지표 열람이 가능합니다.

(2) 입찰 설정

① 입찰가 수정

입찰가를 수정하기 위해서는, 대상이 되는 소재를 선택한 이후, 광고관리화면에서 **[입찰가수정]** 버튼을 클릭합니다.



② 입찰관리

순서	구분	상세설명
①	일괄입찰	선택한 소재들에 직접 입찰가를 입력하여 일괄입력이 가능합니다.
②	개별입찰가	개별 입찰가를 입력하여 각 소재들의 입력가격을 저장할 수 있습니다.

2. 세부 관리기능

(1) 쇼핑플러스 상품정보

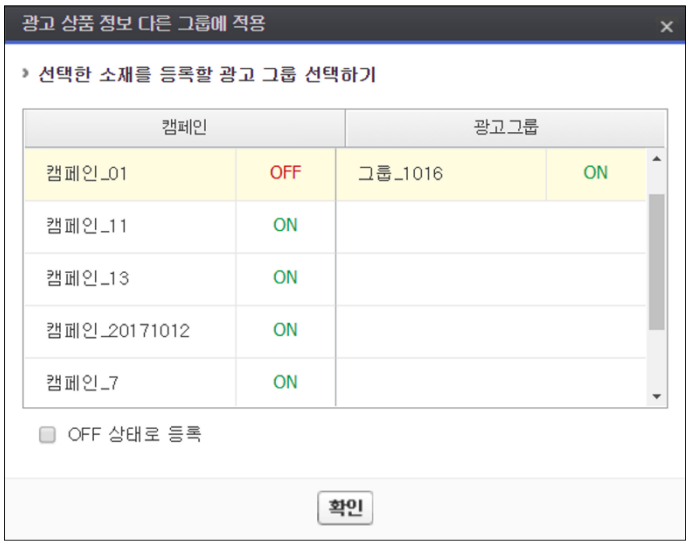
쇼핑플러스 광고를 위해 등록한 상품정보를 쇼핑플러스 상품정보 모아보기에서 확인할 수 있습니다.

순서	구분	상세설명
①	조회방법	쇼핑하우상품 ID 또는 쇼핑몰상품 ID 로 검색하여 정보를 확인할 수 있습니다.
②	쇼핑플러스 상품정보 전체보기	등록한 모든 쇼핑플러스 상품정보를 확인하고 싶으면, [쇼핑플러스 상품정보 전체보기]를 통하여 확인할 수 있습니다.
③	검색	드롭다운을 통하여 조회 결과 내 운영중인 그룹 / 심사여부 / 상품명 / 무료배송정보 / 홍보문구(기본형) / 홍보문구(이미지형) / 쇼핑하우 쇼핑몰명 / 카테고리 / 판매가 / 쇼핑하우 등록일로 재검색 가능합니다.

④	결과 다운로드	조회된 상품정보 목록 전체를 엑셀파일로 다운받을 수 있습니다
⑤	다른그룹에 적용	다른그룹에 적용버튼을 통하여 선택한 상품정보를 다른 캠페인, 그룹에 소재로 적용할 수 있습니다.
⑥	상세보기	상세보기를 통하여 선택한 상품정보가 소재로 사용되고 있는 세부 캠페인과 세부 그룹을 확인할 수 있습니다.
⑦	무료배송적용/해제	무료배송 적용/ 무료배송 해제를 통하여 상품의 무료배송 정보를 변경할 수 있습니다.
⑧	홍보문구 수정	홍보문구 수정을 원할 경우, 심사여부 상태가 '승인'인 상품정보에 한하여 변경할 수 있습니다. 단, 변경된 홍보문구에 대해 심사 절차가 진행되며, 승인 시에 변경된 홍보문구로 노출됩니다.
⑨	삭제	상품정보를 삭제하려면, 운영중인 그룹이 '없음'일 경우에만 가능합니다. 상품정보가 사용된 소재를 모두 삭제한 후, 상품정보를 삭제할 수 있습니다.

① 다른 그룹에 적용

Kakao 키워드광고에 광고 소재로 한 번 등록된 상품은 '다른 그룹에 적용'버튼을 통하여 다른 쇼핑플러스 그룹의 하위 소재로 사용할 수 있습니다.



※복수로 상품을 선택하여 적용할 경우, 다음과 같은 경우에는 적용이 불가능합니다.

1. 선택한 상품정보들이 동일한 쇼핑하우 SHOP ID 가 아닐 경우

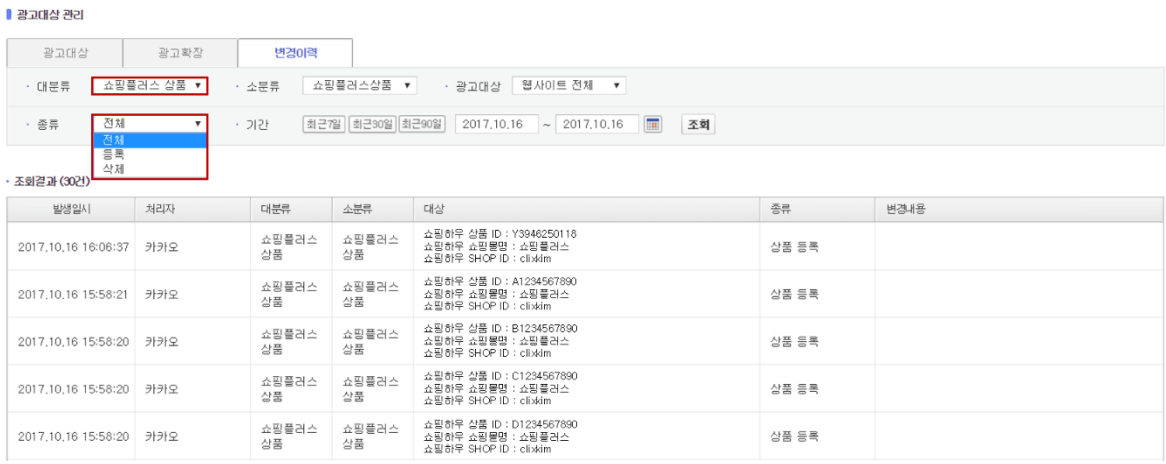
2. 선택한 상품정보들 중 하나라도 이미 해당 그룹에 소재로 사용되고 있는 경우

② 상세보기

상세보기 버튼으로 선택된 상품정보가 광고 소재로 등록된 모든 캠페인과 그룹을 확인할 수 있습니다. 소재를 선택하여 ON/OFF 설정, 입찰가 수정 및 삭제할 수 있습니다.

(2) 변경이력

대분류에서 쇼핑플러스상품을 선택하여, 상품들의 등록과 삭제 이력을 확인할 수 있습니다.



3. 보고서

(1) 광고운영보고서

보고서는 오늘 기준으로 최근 2 년 이내의 데이터를 조회하실 수 있습니다.

<가. 캠페인 / 그룹 / 소재별 보고서>

<나. 상품별 보고서>

순서	구분	상세설명
①	기간	보고서는 일단위 최대 90 일, 월단위 최대 12 개월까지 한 번에 조회 가능하며, 월단위 조회시 당월 보고서는 제공되지 않습니다.
②	데이터	직접전환수, 직접전환금액, 간접전환수, 간접전환금액, 전환율 데이터는 전환추적설정(CTS)을 설치하면 확인할 수 있습니다. 단, 전환추적설정(CTS) 설치 전의 지표는 확인이 불가합니다.

※실시간 보고서(오늘)는 데이터 집계의 특성상 현황 보고서, 추이 보고서, 노출영역별 보고서의 일부 지표가 차이날 수 있습니다. 단순 참고용으로만 사용하십시오.

쇼핑플러스 타입 보고서의 공통 항목의 의미는 다음과 같습니다.

- 노출수: 조회 기간 동안 광고가 노출된 횟수
- 클릭수: 조회 기간 동안 광고가 클릭된 횟수
- 클릭률: 조회 기간 동안 광고가 노출 되었을 때 클릭된 비율
- 평균 클릭비용: 조회 기간 동안 클릭당 평균적으로 발생한 비용
- 총비용: 조회 기간 동안 소진된 총 광고 비용
- 직접전환수: 조회 기간 동안 광고 클릭 이후 30 분이내에 발생한 전환수
- 직접전환액: 직접 전환으로 발생한 전환 금액의 총합
- 간접전환수: 조회 기간 동안 광고 클릭 이후 30 분 이상 30 일 이내에 발생한 전환수
- 간접전환액: 간접 전환으로 발생한 전환 금액의 총합
- 전환율: 조회 기간 동안 발생한 클릭수 대비 직접전환 또는 간접전환이 발생한 비율

  ※전환: 광고를 클릭하고 사이트에 들어온 사용자가 광고주가 원하는 특정 행위를 하는 것

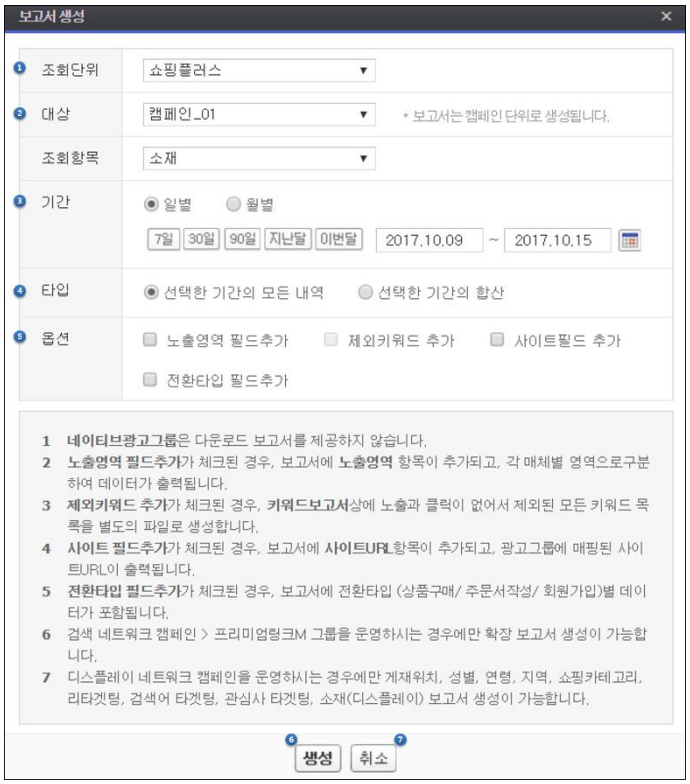
(2) 다운로드보고서

다운로드 보고서는 하루 기준으로 데이터가 업데이트 되므로, 전일 데이터까지 조회할 수 있습니다.

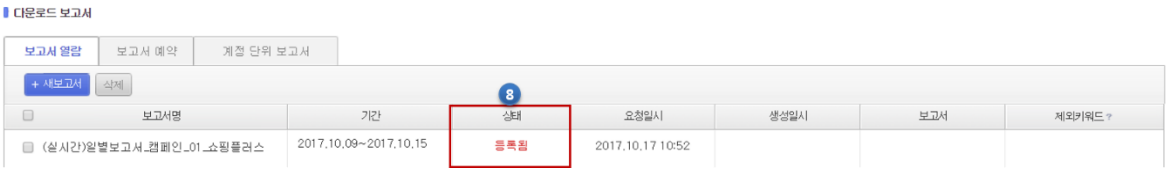
① 보고서 열람

캠페인별 소재에 대한 일별, 월별 데이터를 생성하여 다운로드 받을 수 있습니다.

버튼을 통해 실시간으로 생성을 요청한 보고서는 처리가 완료되면 바로 생성됩니다. 보고서는 최대 300 개까지 생성 가능하며, 60 일간 저장됩니다.



<가. 보고서 생성>



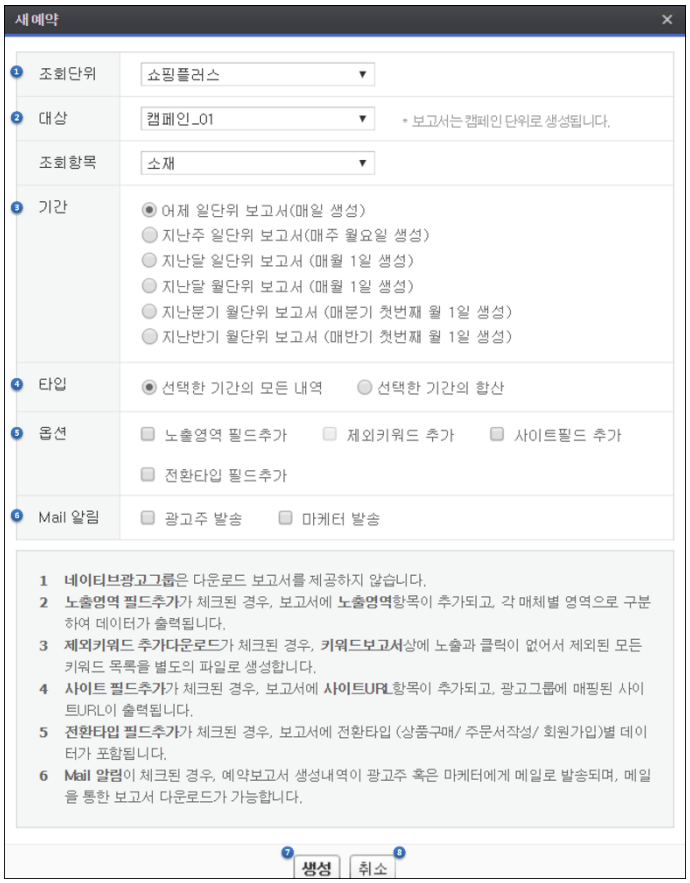
<나. 보고서 열람 목록>

순서	구분	상세설명
①	조회단위	쇼핑플러스를 선택합니다.
②	대상	보고서 생성을 원하시는 캠페인을 선택합니다. (보고서는 캠페인 단위로 생성합니다.)
③	기간	보고서는 오늘 기준으로 최근 2 년 이내의 데이터를 다운받으실 수 있습니다. 보고서는 일단위 최대 90 일, 월단위 최대 12 개월까지 한번에 다운로드 가능하며 당일, 당월 보고서는 제공되지 않습니다.
④	타입	선택한 기간의 모든 내역 또는 선택한 기간의 합산 중 보고서 결과 내용의 타입 을 선택합니다.

⑤	옵션	쇼핑플러스는 상품 특성상 키워드 단위로 보고서를 제공하지 않습니다. 옵션 내 '제외키워드 추가'는 선택이 불가합니다.
⑥	생성	보고서 생성을 완료하고, 목록 화면으로 돌아갑니다.
⑦	취소	보고서 생성을 취소하고, 목록 화면으로 돌아갑니다.
⑧	상태	생성을 요청한 보고서의 처리 상태를 보여줍니다. 생성 여부를 확인합니다.

② 보고서 예약

캠페인별 보고서 생성을 예약할 수 있습니다. + 새예약 버튼을 통해 설정한 보고서는 각각의 생성일시 기준으로 생성됩니다. 생성 여부는 '보고서열람' 화면을 통해 확인할 수 있습니다.



순서	구분	상세설명
①	조회단위	쇼핑플러스를 선택합니다.
②	대상	보고서 생성을 원하시는 캠페인을 선택합니다. (보고서는 캠페인 단위로 생성합니다.)

③	기간	보고서는 오늘 기준으로 최근 2 년 이내의 데이터를 다운받으실 수 있습니다. 일, 주, 월, 분기, 반기별 보고서 기간을 선택하실 수 있습니다.
④	타입	선택한 기간의 모든 내역 또는 선택한 기간의 합산 중 보고서 결과 내용의 타입 을 선택합니다.
⑤	옵션	쇼핑플러스는 상품 특성상 키워드 단위로 보고서를 제공하지 않습니다. 옵션 내 '제외키워드 추가'는 선택이 불가합니다.
⑥	Mail 알림	광고주 또는 마케터에게 보고서 열람 소식을 메일로 알릴 수 있습니다.
⑦	생성	보고서 생성 예약을 완료하고, 목록 화면으로 돌아갑니다.
⑧	취소	보고서 생성 예약을 취소하고, 목록 화면으로 돌아갑니다.

③ 계정단위 보고서

계정 단위 보고서는 일별/주별/월별 다운로드 보고서를 계정 기준으로 조회 시 자동으로 제공받으실 수 있는 서비스입니다. 계정 단위 보고서는 조회기준 내 보고서 Data 가 존재하는 경우에만 다운로드 파일을 제공합니다. (보고서 Data 가 없을 경우 계정 단위 보고서는 제공되지 않습니다.)

순서	구분	상세설명
①	단위	계정 단위 보고서의 조회 단위별 제공기준은 일별 보고서 최대 30 일, 주별 보고서 최대 3 개월, 월별 보고서 최대 12 개월이며 2015 년 1 월 데이터부터 제공됩니다. 주별/월별 계정 단위 보고서는 기간 내 합산 내역을 제공합니다.
②	종류	쇼핑플러스 내 상품/소재/카테고리 별로 조회하실 수 있습니다.

3 부. 스타일포커스 광고 가이드북

I 스타일포커스 광고구매

1. 광고 구매 프로세스

광고 구매 프로세스를 통해서 간편하게 스타일포커스 광고를 구매할 수 있습니다.

처음 시작하는 경우의 광고 구매 프로세스는 아래와 같습니다.

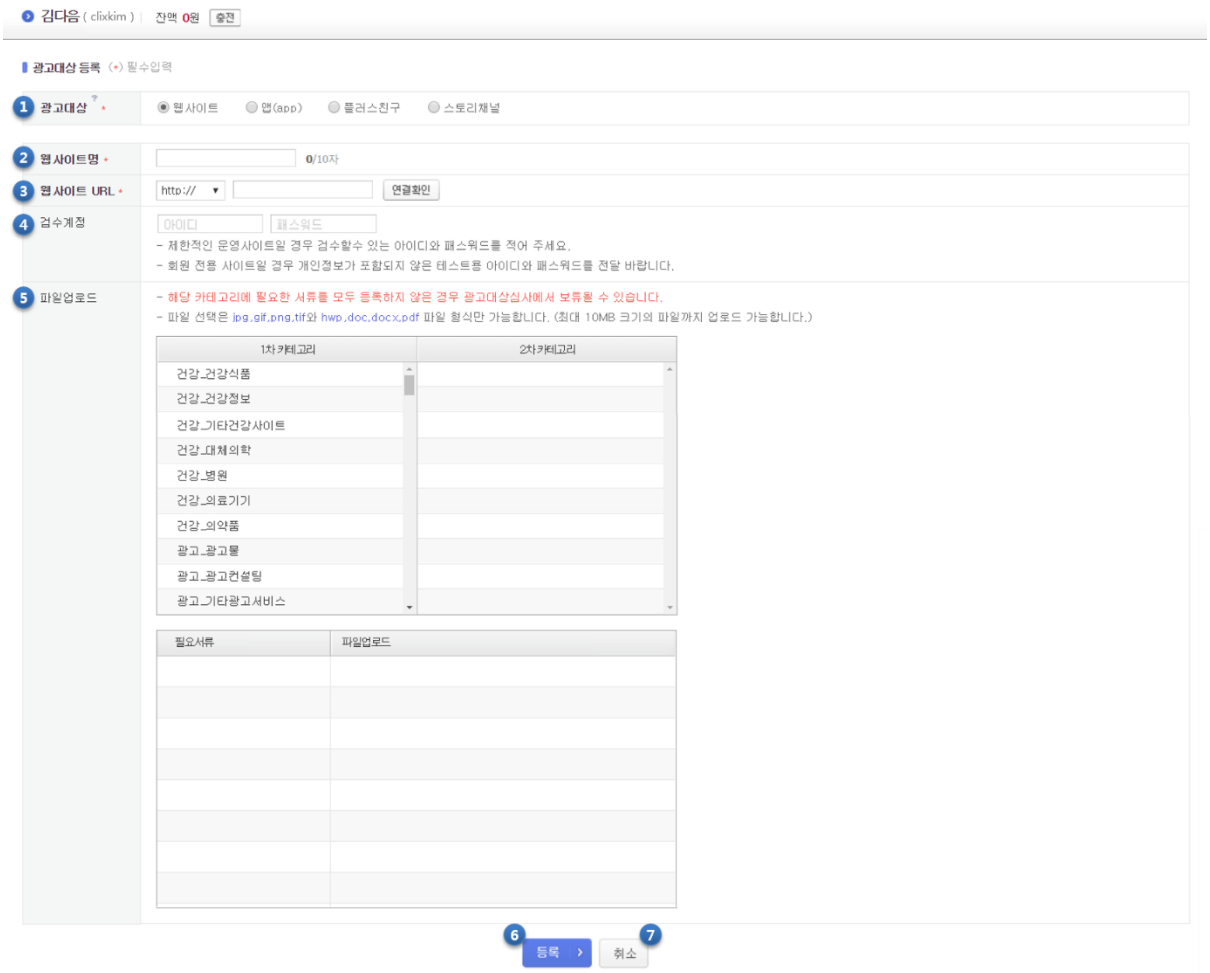
기존에 등록된 광고대상(사이트)에 대한 광고를 구매하시는 경우, 스토어정보 등록, 캠페인 등록부터 소재 등록까지 순차적으로 진행합니다.

2. 사이트 등록

노출된 광고를 클릭했을 때, 연결될 광고 대상(사이트)를 등록합니다.

(1) 광고 대상 등록

Kakao 키워드광고 다이렉트 [계정 > 광고대상관리] 메뉴에서 광고대상(사이트)을 등록합니다.



순서	구분	상세설명
①	광고대상	광고 목적에 맞는 광고 대상으로 웹사이트를 선택합니다.
②	웹사이트명	등록하고자 하는 웹사이트명을 입력합니다. 최대 10 자까지 입력할 수 있습니다.
③	웹사이트 URL	http:// 또는 https:// 중 하나를 선택한 후 사이트 URL 을 입력합니다.
④	검수계정	제한적으로 운영하는 웹사이트일 경우, 심사담당자가 검수할 수 있도록 웹사이트에 접속할 수 있는 아이디와 패스워드를 입력하시기 바랍니다.
⑤	카테고리	광고 대상 업종 카테고리를 설정하면 필요한 서류를 확인할 수 있습니다. 웹사이트 카테고리에서 심사에 필요한 서류를 요청하는 경우 파일을 업로드 하셔야 합니다. 필요한 서류를 업로드 하지 않는 경우, 심사에서 반려될 수 있습니다. 파일은 이미지인 경우 jpg, gif, png, tif 형식만, 텍스트인 경우 hwp, doc, docx, pdf 형식만 가능합니다. 업로드 가능한 최대 파일크기는 10MB 입니다.

⑥	등록	광고대상 등록을 완료합니다.
⑦	취소	광고대상 등록을 취소하고 광고대상 관리 화면으로 돌아갑니다.

※스타일포커스는 **모바일 최적화** 인증 되어있는 사이트만 광고 집행이 가능합니다.

3. 스토어정보 등록

(1) 스토어정보 등록

스토어정보는 스타일포커스 광고로 노출되는 광고 정보 요소입니다. 스타일포커스 광고집행을 원하는 광고대상(웹사이트)은 반드시 스토어정보 등록이 필요합니다.

① 등록하기

스토어정보 등록을 위해 [계정 > 광고대상 관리] 페이지에서 스토어정보 등록 을 클릭합니다.

② 상세가이드

1 개의 광고대상(웹사이트)는 1 개의 스토어정보를 가질 수 있습니다. 등록한 스토어정보는 광고대상(웹사이트)와 연결됩니다.

순서	구분	상세설명
①	스토어명	스타일포커스 광고에 노출되는 스토어 명칭입니다. 스토어 이름 이외에 수식어는 기재가 불가합니다. 최대 10 자까지 입력 가능하며, 디바이스와 노출 지면에 따라서 말줄임처리가 될 수 있습니다.
②	스토어속성	스토어를 대표하는 속성정보로 연령과 스타일을 선택할 수 있습니다. 가. 연령 · 광고하는 상품을 찾는 고객의 타겟 연령대를 선택할 수 있습니다. 스토어속성-연령 정보는 더보기 영역 내 필터값으로 사용되어 타겟 연령층의 잠재고객에게 노출이 가능합니다. 연령정보 설정을 원하지 않을 경우, '일반-전연령'을 선택할 수 있습니다. 나. 스타일 · 스토어의 컨세을 대표하는 단어로, 최소 1 개에서 최대 3 개까지 선택 가능하며, 더보기 영역 내 스토어를 설명하는 태그 형태로 노출됩니다. 스타일정보 설정을 원하지 않을 경우, '선택안함'을 선택할 수 있습니다.
③	스토어 설명문구	스토어를 설명할 수 있는 홍보문구로, 더보기 영역 내에서 스토어리스트와 스토어홈화면에 노출됩니다. 최소 10 자에서 최대 70 자까지 입력 가능하며, 디바이스와 노출 지면에 따라 말줄입처리가 될 수 있습니다.

④	스토어 이미지 대표	스토어를 대표하는 이미지로, 더보기 영역 내에서 스토어리스트와 스토어홈화면에 노출됩니다. 이미지는 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다
⑤	스토어 이미지 배경	더보기 영역 내에서 스토어홈 상단에 노출되는 배경 이미지입니다. 이미지는 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다.
⑥	미리보기	미리보기를 통하여, 광고에 노출되는 정보들을 미리 확인할 수 있습니다. 광고 노출 타입은 노출영역, 디바이스 등에 따라 유동적으로 변경될 수 있습니다. 노출타입의 변경은 환불사유가 되지 않습니다.
⑦	이미지 안내사항 사용	스타일포커스 광고 집행을 위한 모든 이미지 정보는 초상권, 저작권 등 제 3 자의 권리를 침해하여 분쟁이 발생하는 경우 해당 광고의 노출이 중단될 수 있습니다. 체크박스를 선택하여 안내사항 확인 및 동의가 필요합니다.
⑧	등록	스토어정보 등록을 완료합니다.
⑨	취소	스토어정보 등록을 취소하고 광고대상 관리 화면으로 돌아갑니다.

4. 캠페인 등록

캠페인을 등록합니다. 캠페인은 가장 상위의 전략단위이며, 캠페인의 전략변경을 통해서 캠페인에 소속된 모든 그룹의 광고를 편리하게 관리할 수 있습니다.

(1) 캠페인 등록하기

캠페인을 등록하기 위해서는 광고관리 화면에서 [+새캠페인] 버튼을 클릭합니다.

(2) 캠페인 전략설정

캠페인에 적용할 전략을 설정합니다. 캠페인에서 허용할 예산과, 노출 일정에 관련된 전략을 설정할 수 있습니다. 캠페인 생성 이후 전략을 변경할 때에는, 캠페인 선택 후 전략설정 버튼을 클릭하여 다시 변경 가능합니다.

순서	구분	상세설명
①	캠페인 종류	캠페인에서 운영할 광고의 종류를 선택합니다. 스타일포커스 광고 집행을 위하여 스타일포커스 beta 를 선택합니다.
②	캠페인명	캠페인에 사용할 이름을 설정합니다. (최대 50 자)
③	일 예산	하루에 캠페인에서 허용할 광고예산을 결정합니다. 설정된 일 예산이 초과되면 자동으로 광고 노출이 중단됩니다. 캠페인 내 광고의 입찰가가 높은 경우 일 예산 초과폭이 커질 수 있습니다. (최소 1,000 원부터 10,000,000 원까지 입력 가능)
④	노출 기간	캠페인이 운영되는 시작일과 종료일을 설정할 수 있습니다. 최초 선택 시 오늘부터 1 년으로 자동 설정되며, 기간 맞춤 설정이 가능합니다. 해당 캠페인에 포함된 모든 유형의 광고에 노출기간이 적용됩니다. 설정한 기간이 종료되면 자동으로 캠페인이 운영 중지됩니다. 시작일 0 시 0 분부터 종료일 23 시 59 분까지 광고가 노출됩니다.
⑤	노출 요일/시간	원하는 요일과 시간을 설정하여 광고를 노출할 수 있습니다. 해당 캠페인에 포함된 모든 유형의 광고에 설정한 노출 요일과 시간이 적용됩니다. 특정 요일을 체크해제 하는 경우 해당 요일은 노출되지 않습니다.
⑥	저장 후 그룹 등록	캠페인 설정을 저장한 후, 그룹 등록 단계로 넘어갑니다.
⑦	취소	캠페인 등록을 취소하고 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

5. 그룹 등록

그룹은 캠페인에 소속된 전략단위이며, 광고 노출과 직접적인 관련이 있는 전략을 설정할 수 있습니다. 캠페인과 마찬가지로, 그룹에 대한 설정 변경을 통해 그룹에 소속된 모든 광고소재를 편리하게 관리할 수 있습니다. 그룹 선택 후 전략설정 버튼을 클릭하여 다시 변경 가능합니다.

(1) 그룹 등록하기

광고 구매 프로세스에서는 캠페인 등록이 완료되면 자동으로 그룹 등록 단계로 넘어옵니다. 직접 그룹을 등록하기 위해서는 광고관리 화면에서 **[+새그룹]** 버튼을 클릭합니다.

(2) 그룹 전략설정

그룹에 적용할 전략을 설정합니다. 그룹 내 광고 소재 노출과 직접적인 관련이 있는 노출영역, 그룹 입찰가, 그룹 예산 등의 전략을 설정할 수 있습니다. 그룹 생성 이후 전략을 변경할 때에는, 그룹 선택 후 전략설정 버튼을 클릭하여 다시 변경 가능합니다.

순서	구분	상세설명
①	그룹 타입	스타이포커스 Beta 를 선택합니다
②	그룹명	그룹에 사용할 이름을 설정합니다. (최대 50 자)
③	광고대상	그룹 내 등록할 광고와 연결될 광고대상(사이트)을 지정합니다. 만약에 등록을 원하는 광고대상이 없다면 + 신규 광고대상 등록 버튼으로 광고대상을 등록할 수 있습니다. 드롭다운 리스트로 광고대상을 선택할 수 있고, 조건에 부합하지 않는 광고대상의 경우 비활성화되어 스타일포커스를 집행할 광고대상으로 연결할 수 없습니다. *광고 대상 연결 조건 : 광고대상 심사 승인 / 모바일 최적화 필수 / 스토어정보 심사 승인
④	노출영역	Daum 모바일/PC 를 선택하여 웹/앱 검색결과 최상단 영역에 노출됩니다.
⑤	그룹 입찰가	그룹에 등록된 광고에 설정할 클릭당 입찰가를 지정합니다.
⑥	일 예산	그룹에서 하루에 허용할 예산을 지정합니다. 설정된 일 예산이 초과되면 자동으로 노출이 중단됩니다. 그룹의 입찰가가 높다면 일 예산의 초과폭이 커질 수 있습니다.
⑦	제외키워드	광고 노출을 원하지 않는 특정 키워드는 '제외키워드'로 설정하여 제외할 수 있습니다.
⑧	저장 후 소재 등록	그룹 설정을 저장한 후, 소재 등록 단계로 넘어갑니다.
⑨	취소	그룹 등록을 취소하고 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

6. 소재 등록

소재는 고객에게 직접 노출이 되는 개별 광고의 단위입니다. 상품을 신규로 직접 등록하거나 기존에 등록한 상품을불러와 광고를 구성합니다.

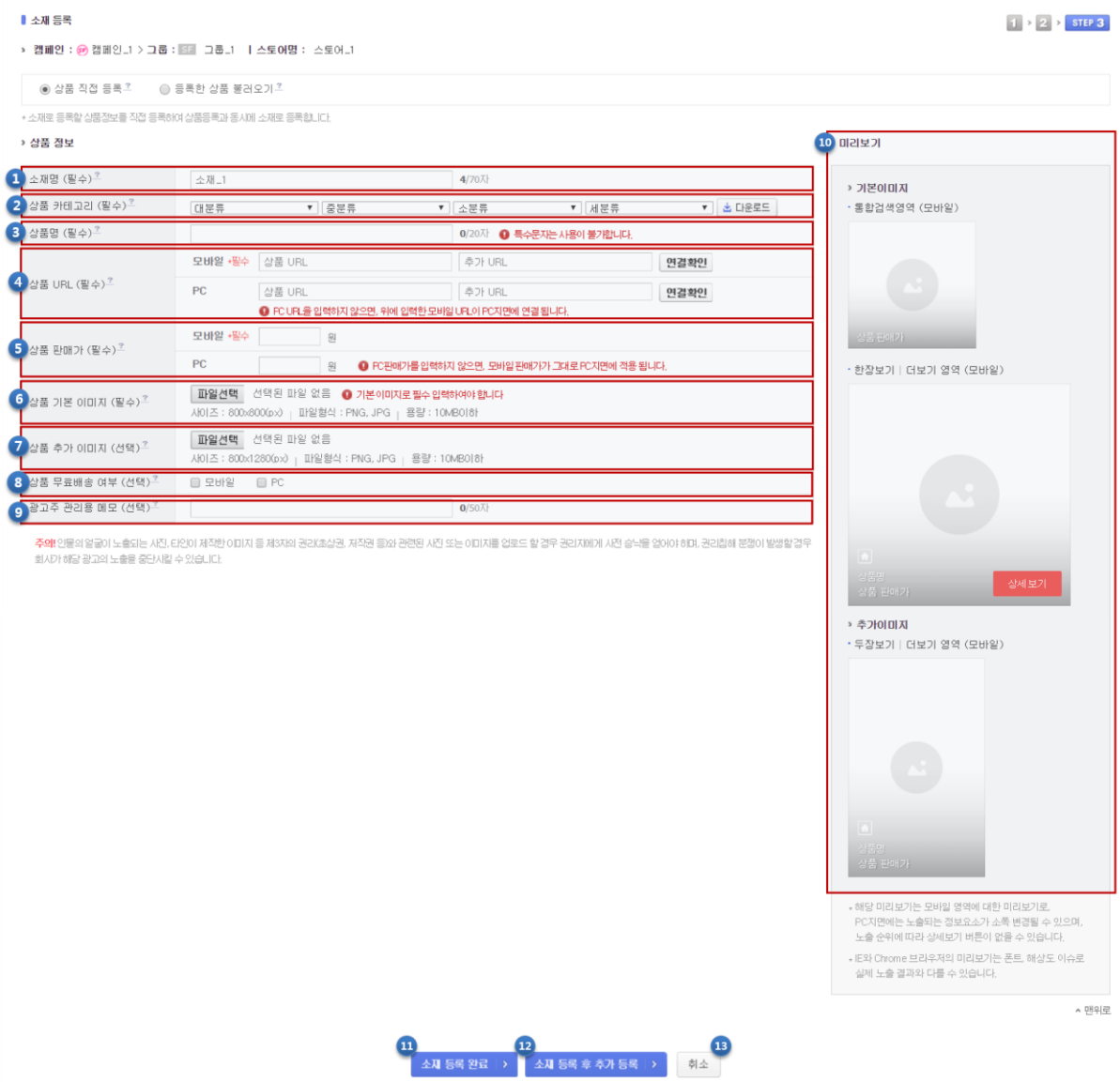
(1) 상품 직접 등록

소재로 등록할 상품정보를 직접 등록하여 상품등록과 동시에 소재로 등록합니다. 상품은 소재의 상위 광고단위인 그룹과 연결된 광고대상(웹사이트)의 하위에 등록됩니다.

① 등록하기

신규 상품 정보를 직접 입력하여 상품 등록 및 소재 등록을 동시에 하기 위해 '상품 직접 등록'을 선택합니다.

② 상세가이드



순서	구분	상세설명
①	소재명	등록할 소재의 이름을 입력합니다. 소재명은 70 자까지 입력 가능합니다. 같은 그룹 내 중복된 소재명을 사용할 수 없습니다.
②	상품 카테고리	상품카테고리는 상품을 구분하는 분류로, 최종 카테고리까지 필수로 선택하여야 합니다. 정확한 카테고리를 선택하여야 더 많은 광고 노출 기회를 얻을 수 있습니다.
③	상품명	광고 더보기 영역에서 노출될 상품명으로, 상품의 속성과 밀접한 상품명을 입력하여야 더 많은 노출 기회를 얻을 수 있습니다. 상품명은 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다. 최대 20 자까지 입력 가능하며, 디바이스와 노출 타입에 따라서 말줄임처리가 될 수 있습니다

④	상품 URL	광고 클릭 시 상품 상세페이지로 연결하는 링크입니다. 노출영역(모바일/PC)별로 상품 url 및 추가 url 을 별도로 등록할 수 있습니다. 한글을 입력한 경우 일부 브라우저에서 비정상적으로 광고가 연결될 수 있으므로 영문입력을 권장합니다. · 모바일 상품 url : 필수항목으로, 반드시 입력이 필요합니다. · PC 상품 url : 선택항목으로, 입력하지 않을 시 입력한 모바일 URL 이 PC 지면에 연결 됩니다.
⑤	상품 판매가	광고하는 상품의 판매가격입니다. 노출영역(모바일/PC)별로 선택적으로 입력이 가능하며, 최대 천만원 단위까지 입력이 가능합니다. · 모바일 상품판매가 : 필수항목으로, 반드시 입력이 필요합니다. · PC 상품판매가 : 선택항목으로, 입력하지 않을 시 입력한 모바일 상품판매가가 PC 지면에 적용됩니다.
⑥	상품 기본이미지	상품기본이미지는 광고 상품을 확인 할 수 있는 사진 정보로 기본적으로 광고 노출됩니다. Kakao 키워드 광고에서 편집하여 필수 등록이 필요하며, 모바일/PC 통합검색영역 및 더보기의 모든 영역에 노출이 가능합니다. 상품기본이미지는 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다.
⑦	상품 추가이미지	상품추가이미지는 광고 상품을 확인 할 수 있는 사진 정보로 입력할 시, 추가적으로 광고에 노출될 수 있습니다. Kakao 키워드 광고에서 편집하여 선택적으로 등록할 수 있으며, 등록시 모바일/PC 더보기의 일부 영역에 노출이 가능합니다. 상품추가이미지는 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다.
⑧	상품 무료배송 여부	체크박스로 선택하여 노출영역(모바일/PC)별로 무료배송 정보를 광고에 노출할 수 있습니다. 단, 무료배송 정보를 허위로 설정하여 적발될 경우 관리자에 의해 광고 노출이 제한될 수 있습니다.
⑨	광고주 관리용 메모	상품 정보 관리를 위해 광고주가 별도로 관리할 수 있는 메모로 광고에 노출되지 않습니다. 최대 70 자까지 입력 가능합니다.
⑩	미리보기	미리보기를 통하여, 광고에 노출되는 정보들을 미리 확인할 수 있습니다. 광고 노출 타입은 노출영역, 디바이스 등에 따라 유동적으로 변경될 수 있습니다. 노출타입의 변경은 환불사유가 되지 않습니다.
⑪	소재 등록 완료	소재 등록을 완료하고, 등록 결과 화면으로 이동합니다.
⑫	소재 등록 후 추가 등록	소재 등록을 완료하고, 또 다른 소재 등록을 위한 화면으로 이동합니다.
⑬	취소	소재 등록을 취소하고, 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

※소재는 등록한 상품의 심사 결과 승인일 시, 광고 운영 전략에 따라 광고로 노출 가능합니다.

※입력한 광고 상품 정보는 심사 기준에 따라 편집 및 보류될 수 있습니다. 심사가이드를 참고해 주시기 바랍니다.

※[스타일포커스 관리] 메뉴에서 스타일포커스 광고 소재로 등록된 상품정보 조회, 관리, 수정 및 삭제할 수 있습니다. 단, 상품 수정은 해당 상품의 심사 상태가 '승인' 혹은 '반려' 일 경우만 가능합니다.

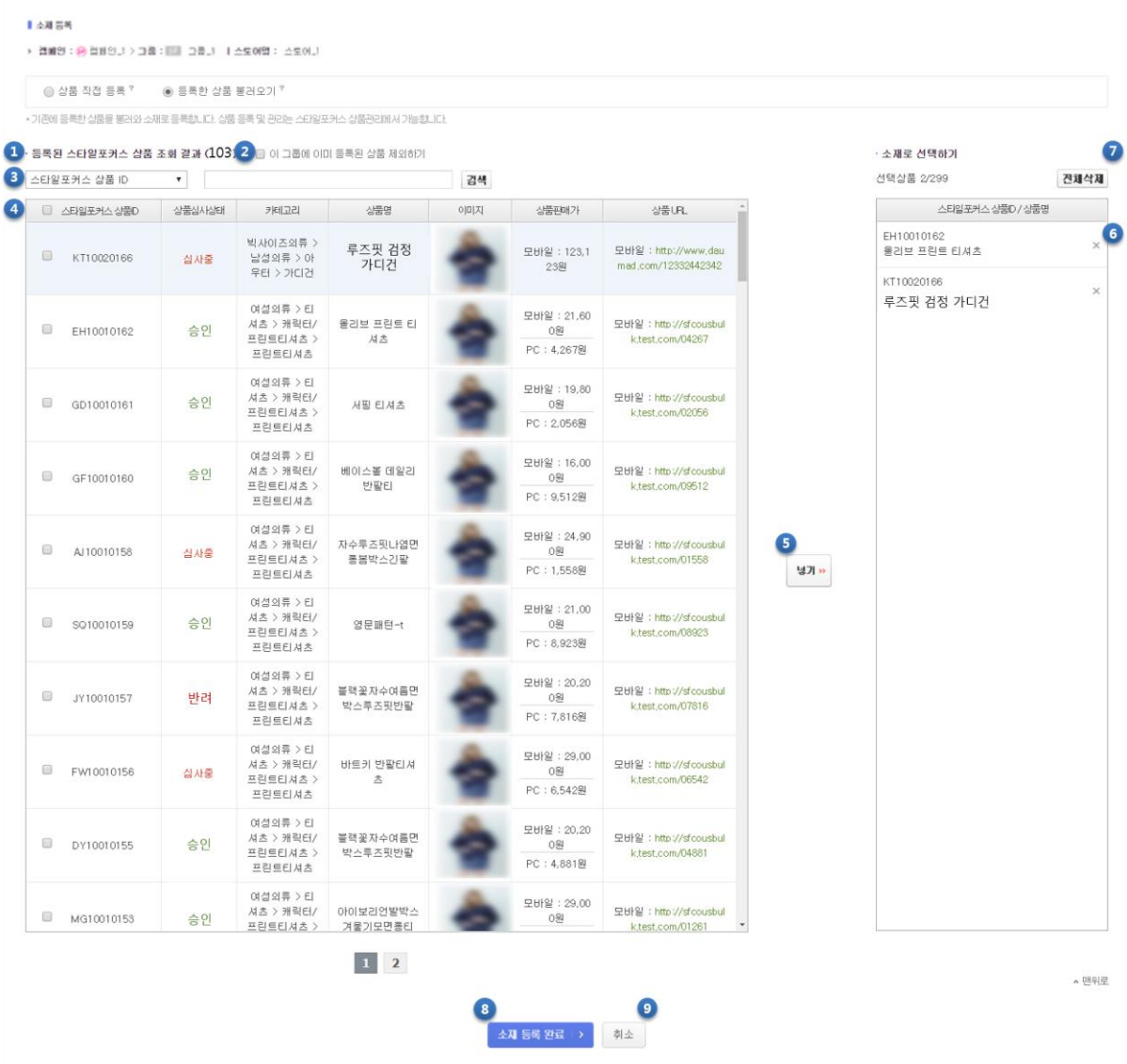
(2) 등록한 상품 불러오기

기존에 등록한 상품을 불러와 소재로 등록합니다. 단, 소재의 상위 광고단위인 그룹과 연결된 광고대상(웹사이트)의 하위에 등록한 상품만 불러올 수 있습니다. 상품 등록 및 관리는 스타일포커스 상품관리에서 가능합니다.

① 등록하기

기존에 등록한 상품을 불러와 소재로 등록하기 위해 '등록한 상품 불러오기'를 선택합니다.

② 상세가이드


소재 등록
상품 직접 등록
등록한 상품 불러오기
등록된 스타일포커스 상품 조회 결과 (103)
이 그룹에 이미 등록된 상품 제외하기
스타일포커스 상품 ID
검색
스타일포커스 상품ID
상품심사상태
카테고리
상품명
이미지
상품판매가
상품URL
KT10020166 심사중 빅사이즈의류 > 남성의류 > 아우터 > 가디건 루즈핏 검정 가디건 모바일 : 123,123원 모바일 : http://www.daumad.com/12332442342
EH10010162 승인 여성의류 > 티셔츠 > 캐릭터/프린트티셔츠 > 프린트티셔츠 올리브 프린트 티셔츠 모바일 : 21,600원 PC : 4,267원 모바일 : http://sfcousbulk.test.com/04267
GD10010161 승인 여성의류 > 티셔츠 > 캐릭터/프린트티셔츠 > 프린트티셔츠 셔필 티셔츠 모바일 : 19,800원 PC : 2,056원 모바일 : http://sfcousbulk.test.com/02056
GF10010160 승인 여성의류 > 티셔츠 > 캐릭터/프린트티셔츠 > 프린트티셔츠 베이스볼 데일리 반팔티 모바일 : 16,000원 PC : 9,512원 모바일 : http://sfcousbulk.test.com/09512
AJ10010158 심사중 여성의류 > 티셔츠 > 캐릭터/프린트티셔츠 > 프린트티셔츠 자수루즈핏나염면 롱볼박스긴팔 모바일 : 24,900원 PC : 1,558원 모바일 : http://sfcousbulk.test.com/01558
SQ10010159 승인 여성의류 > 티셔츠 > 캐릭터/프린트티셔츠 > 프린트티셔츠 영문패턴-t 모바일 : 21,000원 PC : 8,923원 모바일 : http://sfcousbulk.test.com/08923
JY10010157 반려 여성의류 > 티셔츠 > 캐릭터/프린트티셔츠 > 프린트티셔츠 블랙꽃자수여름면 박스루즈핏반팔 모바일 : 20,200원 PC : 7,816원 모바일 : http://sfcousbulk.test.com/07816
FW10010156 심사중 여성의류 > 티셔츠 > 캐릭터/프린트티셔츠 > 프린트티셔츠 바트키 반팔티셔츠 모바일 : 29,000원 PC : 6,542원 모바일 : http://sfcousbulk.test.com/06542
DY10010155 승인 여성의류 > 티셔츠 > 캐릭터/프린트티셔츠 > 프린트티셔츠 블랙꽃자수여름면 박스루즈핏반팔 모바일 : 20,200원 PC : 4,881원 모바일 : http://sfcousbulk.test.com/04881
MG10010153 승인 여성의류 > 티셔츠 > 캐릭터/프린트티셔츠 > 아이보리안발박스 겨울기모면롱티 모바일 : 29,000원 모바일 : http://sfcousbulk.test.com/01261
1 2
넘기
소재로 선택하기
선택상품 2/299
전체삭제
스타일포커스 상품ID / 상품명
EH10010162
올리브 프린트 티셔츠
KT10020166
루즈핏 검정 가디건
맨위로
소재 등록 완료
취소

순서	구분	상세설명
①	조회결과	소재의 상위 단위인 그룹에 연결된 광고대상(웹사이트)의 하위에 등록한 상품정보를 조회됩니다.
②	이 그룹에 이미 등록된 상품 제외하기	동일한 그룹 내에 동일한 소재는 중복 등록할 수 없습니다. 체크박스를 통해서 이 그룹에 이미 소재로 등록된 상품을 제외하여, 현재 소재로 선택하여 등록이 가능한 상품만을 목록에서 확인합니다.
③	검색	조회 결과 내 스타일포커스상품 ID / 상품심사상태 / 카테고리 / 상품명 / 판매가_모바일 / 판매가_PC 재검색 가능합니다.
④	체크박스	상단의 체크 박스를 통해서 화면에 보이는 목록 전체를 선택할 수 있습니다. (해당 페이지 최대 100 개까지만 전체 선택됩니다.)
⑤	넣기	목록에서 선택한 상품을 소재로 등록하기 위해 소재로 선택할 상품 목록으로 선택합니다.
⑥	닫기	소재로 등록하기 위해 소재로 선택한 상품을 소재로 등록 원치 않는 경우, 해당 버튼을 클릭하여 소재로 등록할 상품 목록에서 제거합니다.
⑦	소재 등록 완료	소재 등록을 완료하고, 등록 결과 화면으로 이동합니다.
⑬	취소	소재 등록을 취소하고, 광고관리 화면으로 돌아갑니다.

※소재는 등록한 상품의 심사 결과 승인일 시, 광고 운영 전략에 따라 광고로 노출 가능합니다.

※입력한 광고 상품 정보는 디바이스 및 광고 노출 타입에 따라 말줄임으로 노출될 수 있습니다.

※입력한 광고 상품 정보는 심사 기준에 따라 편집 및 보류될 수 있습니다. 심사가이드를 참고해 주시기 바랍니다.

※[스타일포커스 관리] 메뉴에서 스타일포커스 광고 소재로 등록된 상품정보 조회, 관리, 수정 및 삭제할 수 있습니다. 단, 상품 수정은 해당 상품의 심사 상태가 '승인' 혹은 '반려' 일 경우만 가능합니다.

Ⅱ 스타일포커스 광고관리

1. 기본 관리기능

(1) 일반 관리 기능

광고관리에서 공통적으로 사용하는 기능으로는 신규등록, ON/OFF, 삭제가 있습니다.

목록에서 선택한 대상에 대해 한 번에 적용할 수 있습니다.

① 광고 신규 등록

[+새캠페인], [+새그룹], [+새소재] 버튼을 통해서 신규 광고를 등록할 수 있습니다.

구분	상세설명
+ 새캠페인	신규 캠페인을 생성합니다. 캠페인이 생성되면 자동으로 그룹 생성기능으로 연결됩니다.
+ 새그룹	캠페인 내에 신규 그룹을 추가합니다. 그룹이 추가되면 자동으로 소재 등록기능으로 연결됩니다.
+ 새소재	그룹 내에 신규 소재를 등록합니다. 등록한 광고는 소재로 등록한 상품정보의 심사 결과 승인일 시, 광고 운영 전략에 따라 노출 가능합니다..

② 광고 ON/OFF

광고관리에서 대상광고를 선택한 후, ON/OFF 버튼을 통해서 광고 운영 상태를 지정할 수 있습니다. ON/OFF 상태를 변경하는 경우, 실제로 노출에 반영되는데 약 5~15 분 정도가 소요됩니다.

구분	상세설명
● ON	선택한 광고를 노출합니다.
● OFF	선택한 광고의 노출을 중단합니다.

※ ON/OFF 는 Kakao 키워드광고의 광고 구조에 따라 적용됩니다.
캠페인 > 그룹 > 소재 순서로, 상위 광고의 ON/OFF 가 하위 광고의 노출을 결정합니다.
예를 들어, 캠페인을 OFF 한다면, 캠페인에 속한 그룹은 ON 이라도 노출이 중단됩니다.

③ **광고 삭제**

선택한 캠페인/그룹/소재를 삭제합니다. 삭제한 광고는 다시 복구할 수 없습니다. 단, 소재를 삭제한다 해도 소재로 등록한 상품은 삭제되지 않습니다. 상품 삭제는 [스타일포커스 상품관리] 메뉴를 이용해주세요.

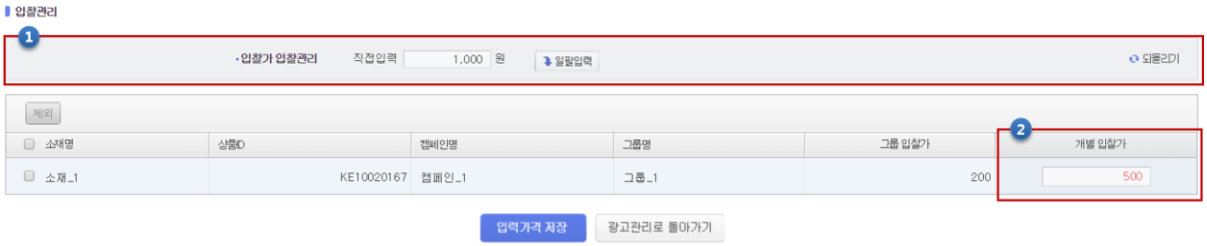
※ [**보고서 > 광고운영보고서**] 메뉴에서 삭제한 광고의 보고서 지표 열람이 가능합니다.

(2) 입찰 설정

① 입찰가 수정

입찰가를 수정하기 위해서는, 대상이 되는 소재를 선택한 이후, 광고관리화면에서 **[입찰가수정]** 버튼을 클릭합니다.

② 입찰관리



순서	구분	상세설명
①	일괄입찰	선택한 소재들에 직접 입찰가를 입력하여 일괄입력이 가능합니다.
②	개별입찰가	개별 입찰가를 입력하여 각 소재들의 입력가격을 저장할 수 있습니다.

2. 세부 관리기능

(1) 스타일포커스 상품등록

스타일포커스 광고를 위해 이후 소재로 사용할 상품을 등록할 수 있습니다. 등록한 상품정보는 스타일포커스 상품관리 메뉴에서 확인할 수 있습니다.

① 상품 등록

광고 소재로 사용할 상품을 등록하기 위해 스타일포커스 관리-상품 관리 화면에서 [+상품 등록] 버튼을 클릭합니다..

후에 광고 소재로 등록되어 상품을 캠페인, 그룹 생성 전에 우선적으로 등록할 수 있습니다. 광고에 노출하고자 하는 상품의 정보를 화면에서 입력합니다. 상품은 광고대상(웹사이트)의 하위에 연결되어 등록하게 됩니다.

순서	구분	상세설명
①	광고대상	광고대상 심사 승인, 모바일 최적화 및 스토어정보 등록 및 심사 승인인 광고대상(웹사이트)만 선택 가능합니다. 상품은 선택한 광고대상(웹사이트)의 하위에 연결되어 등록됩니다.
②	상품 카테고리	상품카테고리는 상품을 구분하는 분류로, 최종 카테고리까지 필수로 선택하여야 합니다. 정확한 카테고리를 선택하여야 더 많은 광고 노출 기회를 얻을 수 있습니다.
③	상품명	광고 더보기 영역에서 노출될 상품명으로, 상품의 속성과 밀접한 상품명을 입력하여야 더 많은 노출 기회를 얻을 수 있습니다. 상품명은 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다. 최대 20 자까지 입력 가능하며, 디바이스와 노출 타입에 따라서 말줄임처리가 될 수 있습니다
④	상품 URL	광고 클릭 시 상품 상세페이지로 연결하는 링크입니다. 노출영역(모바일/PC)별로 상품 url 및 추가 url 을 별도로 등록할 수 있습니다. 한글을 입력한 경우 일부 브라우저에서 비정상적으로 광고가 연결될 수 있으니, 영문입력을 권장합니다. · 모바일 상품 url : 필수항목으로, 반드시 입력이 필요합니다. · PC 상품 url : 선택항목으로, 입력하지 않을 시 입력한 모바일 URL 이 PC 지면에 연결 됩니다.
⑤	상품 판매가	광고하는 상품의 판매가격입니다. 노출영역(모바일/PC)별로 선택적으로 입력이 가능하며, 최대 천만원 단위까지 입력이 가능합니다.

		· 모바일 상품판매가 : 필수항목으로, 반드시 입력이 필요합니다. · PC 상품판매가 : 선택항목으로, 입력하지 않을 시 입력한 모바일 상품판매가가 PC 지면에 적용됩니다.
⑥	상품 기본이미지	상품기본이미지는 광고 상품을 확인 할 수 있는 사진 정보로 기본적으로 광고 노출됩니다. Kakao 키워드 광고에서 편집하여 필수 등록이 필요하며, 모바일/PC 통합검색영역 및 더보기의 모든 영역에 노출이 가능합니다. 상품기본이미지는 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다.
⑦	상품 추가이미지	상품추가이미지는 광고 상품을 확인 할 수 있는 사진 정보로 입력할 시, 추가적으로 광고에 노출될 수 있습니다. Kakao 키워드 광고에서 편집하여 선택적으로 등록할 수 있으며, 등록시 모바일/PC 더보기의 일부 영역에 노출이 가능합니다. 상품추가이미지는 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다.
⑧	상품 무료배송 여부	체크박스로 선택하여 노출영역(모바일/PC)별로 무료배송 정보를 광고에 노출할 수 있습니다. 단, 무료배송 정보를 허위로 설정하여 적발될 경우 관리자에 의해 광고 노출이 제한될 수 있습니다.
⑨	광고주 관리용 메모	상품 정보 관리를 위해 광고주가 별도로 관리할 수 있는 메모로 광고에 노출되지 않습니다. 최대 70 자까지 입력 가능합니다.
⑩	미리보기	미리보기를 통하여, 광고에 노출되는 정보들을 미리 확인할 수 있습니다. 광고 노출 타입은 노출영역, 디바이스 등에 따라 유동적으로 변경될 수 있습니다. 노출타입의 변경은 환불사유가 되지 않습니다.
⑪	상품 등록 완료	상품 등록을 완료하고, 등록 결과 화면으로 이동합니다.
⑫	상품 등록 후 추가 등록	상품 등록을 완료하고, 또 다른 상품 등록을 위한 화면으로 이동합니다.
⑬	취소	상품 등록을 취소하고, 스타일포커스 상품관리 화면으로 돌아갑니다.

(2) 스타일포커스 상품관리

스타일포커스 광고를 위해 등록한 상품정보를 스타일포커스 상품정보 모아보기에서 확인할 수 있습니다.

순서	구분	상세설명
①	조회방법	스타일포커스상품 ID 로 최대 1,000 개의 상품을 검색하여 정보를 확인할 수 있습니다.
②	스타일포커스 상품정보 전체보기	등록한 모든 스타일포커스 상품정보를 확인하고 싶으면, [스타일포커스 상품정보 전체보기]를 통하여 확인할 수 있습니다.
	검색	드롭다운을 통하여 조회 결과 내 스타일포커스 상품 ID / 광고대상명 / 스토어명 / 운영중인그룹 / 상품심사상태/ 상품카테고리 / 상품명 / 상품판매가(모바일) / 상품판매가(PC) / 무료배송여부(모바일) / 무료배송여부(PC) / 광고주관리용메모 로 재검색 가능합니다.
④	결과 다운로드	조회된 상품정보 목록 전체를 csv 파일로 다운받을 수 있습니다.
⑤	다른그룹에 적용	다른그룹에 적용버튼을 통하여 선택한 상품정보를 다른 캠페인, 그룹에 소재로 적용할 수 있습니다.
⑥	상세보기	상세보기를 통하여 선택한 상품정보가 광고 소재로 사용되고 있는 세부 캠페인과 세부 그룹을 확인할 수 있습니다.
⑦	상품 수정	심사여부 상태가 '승인' 혹은 '반려'인 경우에 한하여 상품 수정이 가능합니다. 단, 변경된 상품정보에 대해 심사 절차가 진행되며, 수정 심사 승인 시에 변경된 상품정보로 노출이 가능합니다.
⑧	무료배송적용/해제	무료배송 적용/ 무료배송 해제를 통하여 상품의 무료배송 정보를 변경할 수 있습니다.

⑧	홍보문구 수정	홍보문구 수정을 원할 경우, 심사여부 상태가 '승인'인 상품정보에 한하여 변경할 수 있습니다. 단, 변경된 홍보문구에 대해 심사 절차가 진행되며, 승인 시에 변경된 홍보문구로 노출됩니다.
⑨	삭제	상품정보를 삭제하려면, 운영중인 그룹이 '없음'일 경우에만 가능합니다. 상품정보가 사용된 소재를 모두 삭제한 후, 상품정보를 삭제할 수 있습니다.

① 다른 그룹에 적용

등록한 스타일포커스 상품은 '다른 그룹에 적용'버튼을 통하여 다른 스타일포커스 그룹의 하위 소재로 사용할 수 있습니다.

※복수로 상품을 선택하여 적용할 경우, 다음과 같은 경우에는 적용이 불가능합니다.

1. 선택한 모든 상품이 동일한 광고대상(웹사이트)에 연결되지 않은 경우
2. 선택한 모든 상품이 중 하나라도 이미 선택한 그룹에 소재로 사용되고 있는 경우

② 상세보기

상세보기 버튼으로 선택한 상품이 광고 소재로 등록된 모든 캠페인과 그룹을 확인할 수 있습니다. 상세보기 팝업창내에서 원하는 소재를 선택하여 삭제할 수 있으며, 운영 ON/OFF 및 입찰가 수정을할 수 있습니다.

③ 상품 수정

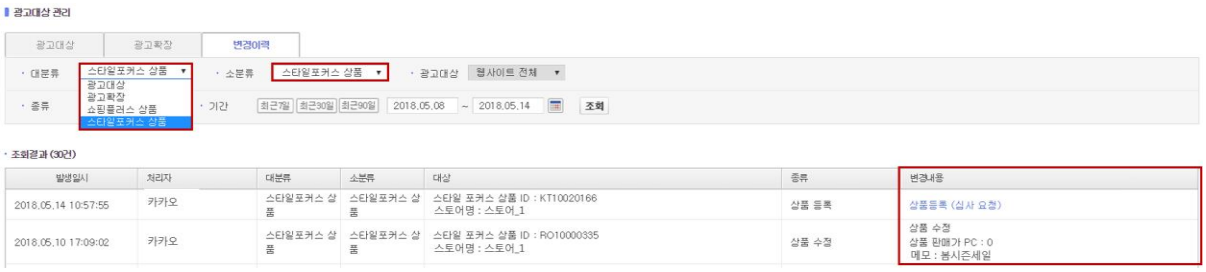
상품 수정 버튼으로 상품심사상태가 '승인' 혹은 '반려'인 상품정보를 선택하여 상품정보를 수정할 수 있습니다. 최대 100개의 상품을 선택하여 한 번에 수정이 가능합니다. 100개 이상 상품의 정보 수정을 원할 경우, 대량관리 기능을 이용해주세요. 변경된 상품정보는 이후 수정심사절차를 거쳐 승인 시 광고운영 전략에 따라 노출 가능합니다.

순서	구분	상세설명
①	추가URL 일괄적용	로그수집에 이용할 수 있는 추가URL을 노출영역(모바일/PC)별로 일괄적으로 입력하여 적용합니다. 체크박스로 원하는 상품을 선택하여 '모바일추가URL일괄적용' 혹은 'PC추가URL일괄적용' 버튼을 이용할 수 있습니다. 한글을 입력한 경우 일부 브라우저에서 비정상적으로 광고가 연결될 수 있으므로 영문입력을 권장합니다.
②	무료배송적용/해제	무료배송 적용/ 무료배송 해제 버튼을 통하여 노출영역(모바일/PC)별로 무료배송 정보를 변경할 수 있습니다.
③	반려사유 확인	최초 등록된 상품정보 심사 결과 '반려'인 상품에 대해 해당 상품이 반려된 사유 및 해결방법을 확인할 수 있습니다.
④	상품기본/추가이미지	광고 노출용 이미지 변경을 원하시면, 파일선택 버튼을 통해 파일을 업로드할수 있습니다. 단, 이미지 편집이 불가하기 때문에 해당 이미지 규격에 정확히 일치해야합니다. 이미지는 심사 대상 항목으로 기준에 부합하지 않을 시 반려 사유가 될 수 있습니다.
⑤	삭제	수정을 원하지 않는 상품을 선택하여 상품수정 대상 목록에서 제거할 수 있습니다. 한 번 목록에서 제거한 상품은 다시 불러올 수

		없으며, 삭제 시, 수정한 정보가 모두 초기화 되니 유의바랍니다.
⑥	확인	상품정보 수정 요청을 완료하고, 스타일포커스 상품관리 화면으로 이동합니다.
⑦	취소	상품정보 수정 요청을 취소하고, 스타일포커스 상품관리 화면으로 돌아갑니다.

(3) 변경이력

광고대상 관리 화면에서 변경이력 탭을 통해 광고대상(웹사이트), 스토어정보, 스타일포커스 상품의 변경 이력을 확인할 수 있습니다. 대분류에서 광고대상을 선택하여 광고대상에 등록한 스토어정보의 등록, 수정, 삭제 및 심사 이력을 확인할 수 있으며, 스타일포커스상품을 선택하여, 상품의 등록, 수정, 삭제 및 심사 이력을 확인할 수 있습니다. 스토어정보 혹은 상품의 수정의 경우, 클릭 시 팝업창을 통해 자세한 내용을 확인할 수 있습니다.



3. 보고서

(1) 광고운영보고서

보고서는 오늘 기준으로 최근 2 년 이내의 데이터를 조회하실 수 있습니다.

<가. 캠페인 / 그룹 / 소재별 보고서>

<나. 상품별 보고서>

순서	구분	상세설명
①	기간	보고서는 일단위 최대 90 일, 월단위 최대 12 개월까지 한 번에 조회 가능하며, 월단위 조회시 당월 보고서는 제공되지 않습니다.
②	데이터	직접전환수, 직접전환금액, 간접전환수, 간접전환금액, 전환율 데이터는 전환추적설정(CTS)을 설치하면 확인할 수 있습니다. 단, 전환추적설정(CTS) 설치 전의 지표는 확인이 불가합니다.

※실시간 보고서(오늘)는 데이터 집계의 특성상 현황 보고서, 추이 보고서, 노출영역별 보고서의 일부 지표가 차이날 수 있습니다. 단순 참고용으로만 사용하십시오.

스타일포커스 타입 보고서의 공통 항목의 의미는 다음과 같습니다.

- 노출수: 조회 기간 동안 광고가 노출된 횟수
- 클릭수: 조회 기간 동안 광고가 클릭된 횟수
- 클릭률: 조회 기간 동안 광고가 노출 되었을 때 클릭된 비율
- 평균 클릭비용: 조회 기간 동안 클릭당 평균적으로 발생한 비용
- 총비용: 조회 기간 동안 소진된 총 광고 비용
- 직접전환수: 조회 기간 동안 광고 클릭 이후 30 분이내에 발생한 전환수
- 직접전환액: 직접 전환으로 발생한 전환 금액의 총합
- 간접전환수: 조회 기간 동안 광고 클릭 이후 30 분 이상 30 일 이내에 발생한 전환수
- 간접전환액: 간접 전환으로 발생한 전환 금액의 총합

- 전환율: 조회 기간 동안 발생한 클릭수 대비 직접전환 또는 간접전환이 발생한 비율

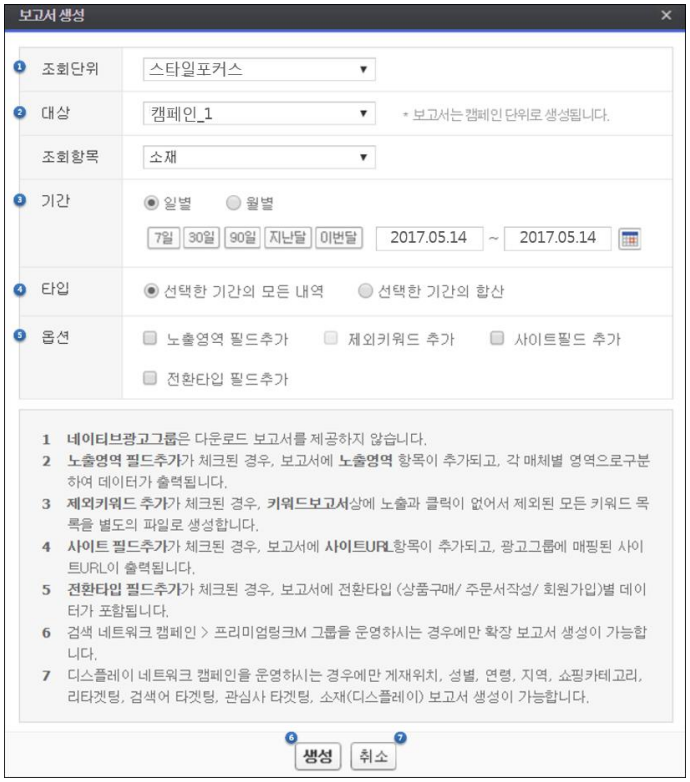
  ※전환: 광고를 클릭하고 사이트에 들어온 사용자가 광고주가 원하는 특정 행위를 하는 것

(2) 다운로드보고서

다운로드 보고서는 하루 기준으로 데이터가 업데이트 되므로, 전일 데이터까지 조회할 수 있습니다.

① 보고서 열람

캠페인별 소재에 대한 일별, 월별 데이터를 생성하여 다운로드 받을 수 있습니다. + 새보고서 버튼을 통해 실시간으로 생성을 요청한 보고서는 처리가 완료되면 바로 생성됩니다. 보고서는 최대 300 개까지 생성 가능하며, 60 일간 저장됩니다.



<가. 보고서 생성>

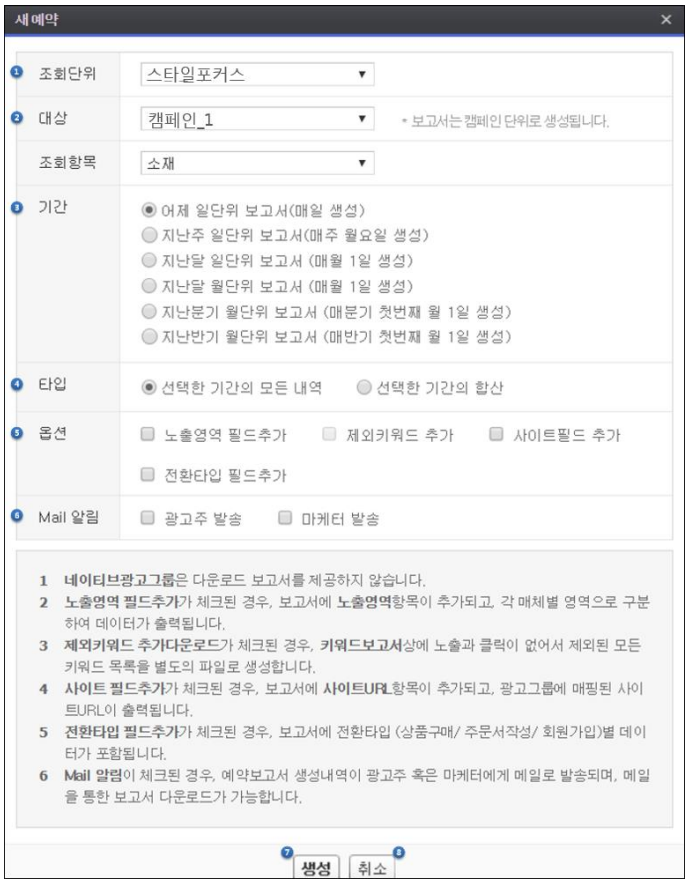
<나. 보고서 열람 목록>

순서	구분	상세설명
①	조회단위	스타일포커스를 선택합니다.
②	대상	보고서 생성을 원하시는 캠페인을 선택합니다. (보고서는 캠페인 단위로 생성합니다.)
③	기간	보고서는 오늘 기준으로 최근 2 년 이내의 데이터를 다운받으실 수 있습니다. 보고서는 일단위 최대 90 일, 월단위 최대 12 개월까지 한번에 다운로드 가능하며 당일, 당월 보고서는 제공되지 않습니다.
④	타입	선택한 기간의 모든 내역 또는 선택한 기간의 합산 중 보고서 결과 내용의 타입 을 선택합니다.
⑤	옵션	스타일포커스는 상품 특성상 키워드 단위로 보고서를 제공하지 않습니다. 옵션 내 '제외키워드 추가'는 선택이 불가합니다.
⑥	생성	보고서 생성을 완료하고, 목록 화면으로 돌아갑니다.
⑦	취소	보고서 생성을 취소하고, 목록 화면으로 돌아갑니다.
⑧	상태	생성을 요청한 보고서의 처리 상태를 보여줍니다. 생성 여부를 확인합니다.

② 보고서 예약

캠페인별 보고서 생성을 예약할 수 있습니다.

버튼을 통해 설정한 보고서는 각각의 생성일시 기준으로 생성됩니다. 생성 여부는 '보고서열람' 화면을 통해 확인할 수 있습니다.



순서	구분	상세설명
①	조회단위	스타일포커스를 선택합니다.
②	대상	보고서 생성을 원하시는 캠페인을 선택합니다. (보고서는 캠페인 단위로 생성합니다.)
③	기간	보고서는 오늘 기준으로 최근 2 년 이내의 데이터를 다운받으실 수 있습니다. 일, 주, 월, 분기, 반기별 보고서 기간을 선택하실 수 있습니다.
④	타입	선택한 기간의 모든 내역 또는 선택한 기간의 합산 중 보고서 결과 내용의 타입 을 선택합니다.
⑤	옵션	스타일포커스는 상품 특성상 키워드 단위로 보고서를 제공하지 않습니다. 옵션 내 '제외키워드 추가'는 선택이 불가합니다.
⑥	Mail 알림	광고주 또는 마케터에게 보고서 열람 소식을 메일로 알릴 수 있습니다.
⑦	생성	보고서 생성 예약을 완료하고, 목록 화면으로 돌아갑니다.
⑧	취소	보고서 생성 예약을 취소하고, 목록 화면으로 돌아갑니다.

③ 계정단위 보고서

계정 단위 보고서는 일별/주별/월별 다운로드 보고서를 계정 기준으로 조회 시 자동으로 제공받으실 수 있는 서비스입니다. 계정 단위 보고서는 조회기준 내 보고서 Data 가 존재하는 경우에만 다운로드 파일을 제공합니다. (보고서 Data 가 없을 경우 계정 단위 보고서는 제공되지 않습니다.)

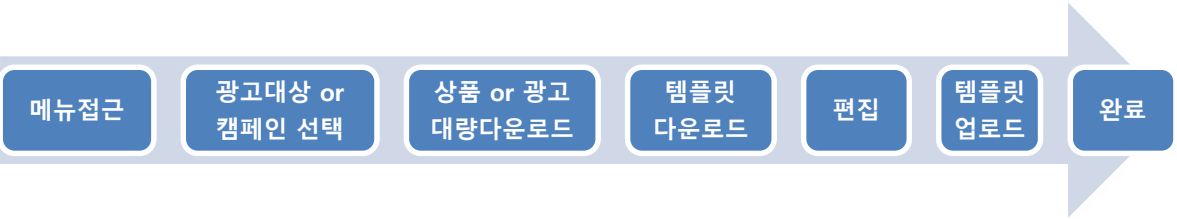
순서	구분	상세설명
①	단위	계정 단위 보고서의 조회 단위별 제공기준은 일별 보고서 최대 30 일, 주별 보고서 최대 3 개월, 월별 보고서 최대 12 개월이며 2015 년 1 월 데이터부터 제공됩니다. 주별/월별 계정 단위 보고서는 기간 내 합산 내역을 제공합니다.
②	종류	스타일포커스 내 상품/소재/카테고리 별로 조회하실 수 있습니다.

Ⅲ 스타일포커스 대량관리

1. 기능 개요

스타일포커스 광고(캠페인/그룹/소재)를 대량으로 등록하거나 스타일포커스 광고 집행을 위한 상품을 대량으로 등록 및 수정할 수 있습니다.

스타일포커스 대량관리에 필요한 광고정보(캠페인/그룹/소재) 및 상품정보(스타일포커스 상품 ID, 상품 URL 등)는 대량 다운로드 기능을 통하여 조회 가능합니다.

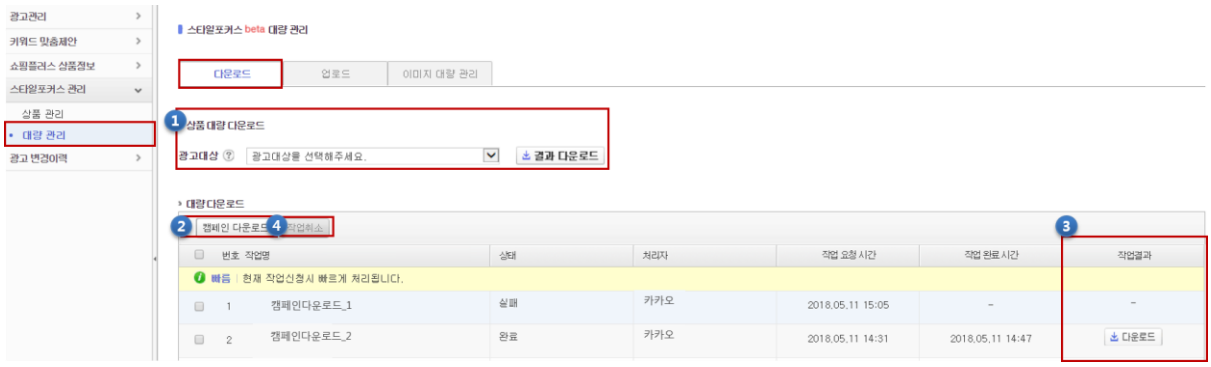


2. 기능 상세

[광고관리]-[스타일포커스 관리]-[대량 관리] 메뉴에서 스타일포커스 광고정보 및 상품정보 조회와 광고 및 상품, 이미지 대량 관리를 할 수 있습니다.

(1) 대량 다운로드

광고주 계정에 등록된 광고대상(웹사이트) 하위에 등록한 상품 정보 또는 등록한 스타일포커스 광고 캠페인 별 상세 정보를 엑셀(CSV 형식)파일로 다운로드 할 수 있습니다. 다운받은 정보 대량 업로드를 통한 광고 등록 혹은 상품 등록 및 수정에 활용할 수 있습니다



순서	구분	상세설명
①	상품대량다운로드	광고대상(웹사이트)를 선택하여 선택한 광고대상과 연결된 상품정보를 모두 다운받을 수 있습니다. 단, 광고대상은 심사 승인, 모바일 최적화 승인, 스토어정보 등록 및 심사 승인 세 가지 조건을 모두 만족해야 선택할 수 있습니다.

②	캠페인다운로드	등록한 스타일포커스 광고 정보를 캠페인 별로 조회하여 다운로드할 수 있습니다. 캠페인/그룹/소재와 소재로 사용되고 있는 상품 ID 정보를 확인할 수 있으며, 최대 10 개의 캠페인을 복수로 선택하여 다운받을 수 있습니다.
③	작업결과	신청한 캠페인 다운로드 상태가 '완료' 되었을 때, 작업결과에 다운로드 버튼이 생성됩니다. 다운로드 버튼을 통해 생성된 csv 파일을 다운받아 신청한 캠페인별 광고정보를 확인할 수 있습니다.
④	작업취소	신청한 캠페인 다운로드 작업의 상태가 '대기중' 일 시, 작업취소 버튼을 눌러 취소할 수 있습니다.

(2) 대량 업로드

광고주 계정에 등록된 기존 스타일포커스 광고(캠페인/그룹/소재)를 대량등록하거나, 광고로 등록될 상품을 대량으로 등록 혹은 수정할 수 있습니다.

순서	구분	상세설명
①	업로드작업추가	업로드 작업을 추가하여 대량으로 상품관리(신규상품등록/기존상품수정) 혹은 광고등록(캠페인/그룹/소재등록)을 신청합니다.
②	상품템플릿다운로드	상품관리 (신규상품등록 / 기존상품수정) 업로드 작업을 위한 템플릿을 다운받습니다. 템플릿 내에서 상세한 가이드를 확인할 수 있습니다.
③	캠페인/그룹/소재 템플릿다운로드	광고관리 (캠페인/그룹/소재등록) 업로드 작업을 위한 템플릿을 다운받습니다. 템플릿 내에서 상세한 가이드를 확인할 수 있습니다.

④	전체카테고리다운로드	상품 관리 (신규상품등록/기존상품수정) 혹은 소재(신규상품) 등록을 위한 업로드 작업 신청 시, 필요한 상품 카테고리 정보를 다운받습니다. 업로드 시 입력하는 카테고리 정보는 해당 파일의 카테고리 정보와 정확히 일치해야합니다.
⑤	작업결과	신청한 업로드 작업 상태가 '실패' 혹은 '부분완료' 일 때, 작업결과에 다운로드 버튼이 생성됩니다. 다운로드 버튼을 통해 생성된 csv 파일을 다운받아 각 행 별 실패 사유를 확인할 수 있습니다.
⑥	작업취소	신청한 캠페인 다운로드 작업의 상태가 '대기중' 일 시, 작업취소 버튼을 눌러 취소할 수 있습니다.

① 대량등록하기

[+업로드 작업추가] 버튼을 클릭하여 원하는 작업구분을 선택합니다. 각 작업구분에 따른 가능한 작업은 다음과 같습니다.

1) 상품 등록 / 수정

- 상품의 정보항목을 입력하여 신규 상품을 등록할 수 있습니다. 상품은 후에 광고 소재로 등록하여 운영 전략에 따라 광고로 노출 가능합니다.
- 기존에 등록한 상품을 스타일포커스상품 ID 를 입력하여 필요한 정보를 수정합니다. 단, 상품의 심사상태가 '승인' 혹은 '반려'일 때만 수정이 가능하며, 수정한 정보는 업로드 완료 시 수정심사를 거칩니다. 수정 정보 및 심사 결과는 상품이 소재로 등록된 모든 광고에 적용됩니다.

2) 캠페인 / 그룹 / 소재(상품) 업로드

- 신규 광고단위(캠페인/그룹/소재)를 등록할 수 있습니다.
- 이미 존재하는 상위 광고단위에 지정하여 하위 광고단위 신규 등록할 수 있습니다.
- 신규 소재 등록과 동시에 스타일포커스 상품 등록할 수 있습니다.

② 상품관리 상세가이드

[작업구분 : 상품 등록/수정] 업로드 작업을 위한 상품 템플릿 엑셀(CSV 형식) 파일의 각 행의 구분 별 필수항목은 다음과 같습니다.

- '필수'는 반드시 입력이 필요한 항목입니다. 해당 항목이 공란인 경우, 해당 작업은 실패처리됩니다.
- '필수공란'은 반드시 공란이 필요한 항목입니다. 해당 항목에 값이 입력된 경우, 해당 작업은 실패처리됩니다.

구분	사이트명	스타일포커스상품 ID	카테고리	상품명	기본이미지URL	추가이미지URL	모바일상품URL	모바일추가URL	모바일상품판매가	모바일무료배송	PC상품URL	PC추가URL	PC상품판매가	PC무료배송	광고주관리용메모	작업구분
상품신규	필수	필수공란	필수	필수	필수		필수		필수							new_sfocus_p
상품수정	필수공란	필수														modify_sfocus_p

순서	구분	상세설명
①	구분	상품템플릿으로 하고자하는 작업의 구분을 말합니다. 각 행 별로 나누

		어지며, 가능한 작업은 다음과 같습니다. - 상품신규: 상품정보를 직접 입력하여 상품을 신규로 등록합니다. - 상품수정: 수정하고자 하는 상품의 스타일포커스상품 ID 를 입력하여 필요한 항목을 수정합니다. 단, 원활한 수정작업을 위해서는 수정하고자 하는 항목 값만 입력하는 것을 권장합니다.
②	사이트명	상품과 연결할 광고대상(웹사이트)의 명칭을 정확히 표시합니다. - 상품신규 작업 시, 필수항목으로, 입력한 사이트명을 갖는 광고대상이 심사승인, 모바일최적화 승인, 스토어정보등록 및 심사승인 조건을 만족하지 않는 경우, 작업 실패합니다. - 상품수정 작업 시, 사이트명이 공란이 아닌 경우 작업 실패합니다.
③	스타일포커스 상품 ID	스타일포커스 상품 등록 시 시스템에서 상품에 부여하는 고유 상품 ID 입니다. - 상품신규 작업 시, 공란이 아닐 경우 작업 실패합니다. - 상품수정 작업 시, 필수항목으로, 수정하고자 하는 상품의 스타일포커스 상품 ID 를 표시합니다.
④	카테고리	상품카테고리는 상품을 구분하는 분류로, [전체카테고리다운로드] 파일 내 카테고리 정보와 정확히 일치해야합니다. - 상품신규 작업 시, 필수항목입니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑤	상품명	광고 더보기 영역에서 노출될 상품명으로, 최대 20 자까지 입력 가능하며, 디바이스와 노출 타입에 따라서 말줄임처리가 될 수 있습니다. - 상품신규 작업 시, 필수항목입니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑥	기본이미지 URL	이미지대량관리 메뉴를 통해 생성된 기본이미지 URL 을 입력하여 기본이미지를 등록합니다. - 상품신규 작업 시, 필수항목입니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑦	추가이미지 URL	이미지대량관리 메뉴를 통해 생성된 추가이미지 URL 을 입력하여 추가이미지를 등록합니다. - 상품신규 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑧	모바일상품 URL	모바일 영역에서 광고 클릭 시 상품 상세페이지로 연결하는 링크입니다. 추가 URL 과 합쳐 최대 1,000 자까지 입력 가능하며, 영문입력을 권장합니다. 상품간 모바일상품 URL 은 중복 불가합니다. - 상품신규 작업 시, 필수항목입니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑨	모바일추가 URL	모바일 영역에서 로그수집에 이용할 수 있는 추가 URL 입니다.

		- 상품신규 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑩	모바일상품판매가	모바일 영역에서 노출될 상품 판매가격으로, 최대 천만원 단위까지 입력이 가능합니다. - 상품신규 작업 시, 필수항목입니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑪	모바일무료배송	모바일 영역에서 무료배송 정보입니다. - 상품신규 작업 시, 선택항목으로, 노출을 원한다면 O, 무료배송정보 노출을 원치않는 경우 공란 또는 X 입력해주세요. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. 노출로 수정을 원한다면 O, 무료배송정보 해제로 수정을 원한다면 X 입력해주세요.
⑫	PC 상품 URL	PC 영역에서 광고 클릭 시 상품 상세페이지로 연결하는 링크입니다. 선택항목으로, 입력하지 않을 시 입력한 모바일 URL 이 PC 지면에 연결됩니다. - 상품신규 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑬	PC 추가 URL	PC 영역에서 로그수집에 이용할 수 있는 추가 URL 입니다. - 상품신규 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑭	PC 상품판매가	PC 영역에서 노출될 상품 판매가격으로, 최대 천만원 단위까지 입력이 가능합니다. 선택항목으로, 입력하지 않을 시 입력한 모바일 상품판매가가 PC 지면에 적용됩니다. - 상품신규 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.
⑮	PC 무료배송	PC 영역에서 무료배송 정보입니다. - 상품신규 작업 시, 선택항목으로, 노출을 원한다면 O, 무료배송정보 노출을 원치않는 경우 공란 또는 X 입력해주세요. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. 노출로 수정을 원한다면 O, 무료배송정보 해제로 수정을 원한다면 X 입력해주세요.
⑯	광고주관리용메모	상품 정보 관리를 위해 광고주가 별도로 관리할 수 있는 메모로 광고에 노출되지 않습니다. 최대 70 자까지 입력 가능합니다. - 상품신규 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 상품수정 작업 시, 수정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다.

⑰	작업구분	해당 행의 작업의 구분자로, 필수항목입니다. - 상품신규 작업 시, new_sfocus_p 를 필수 입력해주세요. - 상품수정 작업 시, modify_sfocus_p 를 필수 입력해주세요.

※ 후에 소재로 등록되어 광고로 노출 될 상품을 신규등록하거나 기등록 상품을 수정할 수 있는 템플릿입니다. 상품의 삭제 방법은 다음과 같습니다.

- 소재로 등록되는 상품의 삭제 : Kakao 키워드광고 스타일포커스 관리 메뉴 이용

※ 등록한 상품의 광고 노출을 위해서는 반드시 해당 상품의 소재 등록이 필요합니다.

※ Kakao 키워드광고 ID 당 최대 1 만개의 스타일포커스 상품 등록이 가능하며, 업로드 파일 당 최대 1 만개의 스타일포커스 상품 등록이 가능합니다.

※ 스타일포커스 그룹당 최대 300 개의 소재 등록이 가능하며, 한 그룹 내 소재는 중복으로 등록될 수 없습니다.

※ 구분에 등록 항목을 표기해 주세요. 항목은 "상품신규", "상품수정" 2 가지 입니다.

- 상품신규 : 상품의 정보항목을 입력하여 신규 상품을 등록할 수 있습니다. 스타일포커스 상품 ID 를 입력할 시, 등록 실패 처리 됩니다.
- 상품수정 : 스타일포커스 상품 ID 을 입력하고 수정하고자하는 정보만을 입력하여 해당 상품의 정보를 수정 할 수 있습니다. 스타일포커스 상품 ID 가 공란일 시, 등록 실패 처리 됩니다.

주의. 상품수정의 원활한 진행을 위해 수정을 원하는 정보만을 입력하는 것을 권장합니다.

※ 사이트명은 반드시 기등록된 사이트명과 동일해야하며, 심사승인, 모바일최적화인증 및 스토어정보 심사 승인이어야합니다. 상품신규 등록 시, 필수로 입력해 주세요.

※ 카테고리는 반드시 '전체 카테고리 다운로드' 파일의 카테고리와 동일해야합니다. 상품신규 등록 시, 필수로 입력해 주세요.

※ 상품명은 ()[]/|+-_~.,% 외의 특수문자를 불허하며, 최대 20 자까지 필수로 입력해 주세요. 상품신규 등록 시, 필수로 입력해 주세요.

※ 기본이미지 URL 과 추가이미지 URL 은 스타일포커스 이미지 대량관리 메뉴를 통해 생성된 URL 만 사용이 가능합니다. 상품신규 등록 시, 기본이미지 URL 은 필수로 입력해 주세요.

※ 모바일/PC 의 상품 URL 은 http:// 혹은 https://로 시작해야하며, 중복 등록될 수 없습니다. 상품신규 등록 시, 모바일상품 URL 은 필수로 입력해 주세요. 단, 상품 URL 과 추가 URL 은 합쳐서 1000 자까지 등록이 가능합니다.

※ 모바일/PC 의 상품 URL 과 추가 URL 은 합쳐서 클릭시 랜딩되는 상세페이지 랜딩 URL 을 구성합니다. 상품수정인 경우, 상품 URL 과 추가 URL 을 반드시 함께 확인하여 수정해 주세요.

※ 모바일/PC 상품판매가는 99999999(천만원 단위)까지 입력 가능합니다. 상품신규 등록 시, 모바일상품판매가는 필수로 입력해 주세요.

※ 모바일/PC 무료배송 표기를 원할 경우 O 를 입력해주세요. X 입력 혹은 공란인 경우 무료배송 표시가 되지 않으며, O 혹은 X 이외 입력 시, 등록 실패 처리됩니다.

※ 광고주 관리용 메모 설정을 원할 경우, 최대 50 자까지 입력 가능합니다.

※ 상품신규 등록 시, 등록된 상품은 개별로 심사가 진행되며, 등록된 상품은 소재로 등록되어야 광고 노출이 가능합니다.

※ 상품수정 등록 시, 수정 등록된 상품은 개별로 심사가 진행되며, 기등록된 상품으로 광고 노출이 유지 되고, 수정된 정보가 승인일 시, 수정된 정보로 광고 노출이 가능합니다.

※ 구분 별 작업구분을 상품신규인 경우 "new_sfocus_p", 상품수정인 경우 "modify_sfocus_p"라고 정확히 표기해 주세요

③ 광고등록 상세가이드

[작업구분 : 캠페인/그룹/소재(상품)] 업로드 작업을 위한 캠페인/그룹/소재 템플릿 엑셀(CSV 형식) 파일의 각 행의 구분 별 필수항목은 다음과 같습니다.

- '필수'는 반드시 입력이 필요한 항목입니다. 해당 항목이 공란인 경우, 해당 작업은 실패처리됩니다.
- '필수공란'은 반드시 공란이 필요한 항목입니다. 해당 항목에 값이 입력된 경우, 해당 작업은 실패처리됩니다.

구분	캠페인명	그룹명	그룹입찰가	사이트명	소재명	스타일포커스상품ID	카테고리	상품명	기본이미지URL	추가이미지URL	모바일상품URL	모바일추가URL	모바일상품판매가	모바일무료배송	PC상품URL	PC추가URL	PC상품판매가	PC무료배송	광고주관리용메모	ON/OFF	작업구분
캠페인	필수																				new_sfocus
그룹	필수	필수	필수	필수																	new_sfocus
소재(신규상품)	필수	필수		필수	필수		필수	필수	필수		필수		필수								new_sfocus
소재(기존상품)	필수	필수		필수공란	필수	필수	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란	필수공란		new_sfocus

순서	구분	상세설명
①	구분	캠페인/그룹/소재 업로드 템플릿으로 각 행 별로 하고자하는 작업의 구분을 말합니다. 가능한 작업은 다음과 같습니다. - 캠페인: 새 캠페인을 등록합니다. - 그룹: 새 그룹을 원하는 캠페인 하위에 등록합니다. - 소재(신규상품): 상품정보를 직접 입력하여 새로운 상품을 등록함과 동시에 원하는 캠페인/그룹 하위에 소재로 등록합니다. 소재(기존상품): 기존에 등록한 상품을 스타일포커스상품ID로 불러와 원하는 캠페인/그룹 하위에 소재로 등록합니다.
②	캠페인명	캠페인/그룹/소재 등록 시 필수 입력 항목입니다. (최대 50 자까지 입력 가능) 신규 캠페인을 생성하는 경우 캠페인명이 기존 캠페인명과 중복되지 않도록 하고, 기존 캠페인에 신규 그룹을 생성하거나 기존 그룹에

		신규 상품소재를 등록하는 경우에는 기존 캠페인명과 정확하게 일치되도록 입력하여야 합니다.
③	그룹명	그룹/소재 등록 시 필수 입력 항목입니다.(최대 50 자까지 입력 가능) 동일한 캠페인에서 동일 그룹명을 사용하고자 하는 경우에는 분리된 파일로 작업 및 업로드 하여야 등록 가능합니다.
④	그룹입찰가	그룹 등록 시 필수 입력 항목입니다. 최소70원~최대 100,000원까지 10원단위로 입력 가능합니다. 1원 단위로 입력하는 경우 등록되지 않습니다.
⑤	사이트명	그룹/소재(신규상품) 등록 시 필수 입력 항목으로, 그룹 혹은 상품과 연결할 광고대상(웹사이트)의 명칭을 정확히 표시합니다. - 그룹/소재(신규상품) 작업 시, 입력한 사이트명을 갖는 광고대상이 심사승인, 모바일최적화 승인, 스토어정보등록 및 심사승인 조건을 만족하지 않는 경우, 작업은 실패합니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닌 경우 작업 실패합니다.
⑥	스타일포커스 상품 ID	스타일포커스 상품 등록 시 시스템에서 상품에 부여하는 고유 상품 ID 입니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 작업 실패합니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 필수항목으로, 소재로 등록하고자 하는 상품의 스타일포커스 상품 ID 를 표시합니다.
⑦	카테고리	상품카테고리는 상품을 구분하는 분류로, [전체카테고리다운로드] 파일 내 카테고리 정보와 정확히 일치해야합니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 필수항목입니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑧	상품명	광고 더보기 영역에서 노출될 상품명으로, 최대 20 자까지 입력 가능하며, 디바이스와 노출 타입에 따라서 말줄임처리가 될 수 있습니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 필수항목입니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑨	기본이미지 URL	이미지대량관리 메뉴를 통해 생성된 기본이미지 URL 을 입력하여 기본이미지를 등록합니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 필수항목입니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑩	추가이미지 URL	이미지대량관리 메뉴를 통해 생성된 추가이미지 URL 을 입력하여 추가이미지를 등록합니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑪	모바일상품 URL	모바일 영역에서 광고 클릭 시 상품 상세페이지로 연결하는 링크입니다. 추가 URL 과 합쳐 최대 1,000 자까지 입력 가능하며, 영문입력을 권장합니다. 상품간 모바일상품 URL 은 중복 불가합니다.

		- 소재(신규상품) 작업 시, 필수항목입니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑫	모바일추가 URL	모바일 영역에서 로그수집에 이용할 수 있는 추가 URL 입니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑬	모바일상품판매가	모바일 영역에서 노출될 상품 판매가격으로, 최대 천만원 단위까지 입력이 가능합니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 필수항목입니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑭	모바일무료배송	모바일 영역에서 무료배송 정보입니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 선택항목으로, 노출을 원한다면 O, 무료배송정보 노출을 원치않는 경우 공란 또는 X 입력해주세요. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑮	PC 상품 URL	PC 영역에서 광고 클릭 시 상품 상세페이지로 연결하는 링크입니다. 선택항목으로, 입력하지 않을 시 입력한 모바일 URL 이 PC 지면에 연결됩니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑯	PC 추가 URL	PC 영역에서 로그수집에 이용할 수 있는 추가 URL 입니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑰	PC 상품판매가	PC 영역에서 노출될 상품 판매가격으로, 최대 천만원 단위까지 입력이 가능합니다. 선택항목으로, 입력하지 않을 시 입력한 모바일 상품판매가가 PC 지면에 적용됩니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑱	PC 무료배송	PC 영역에서 무료배송 정보입니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 선택항목으로, 노출을 원한다면 O, 무료배송정보 노출을 원치않는 경우 공란 또는 X 입력해주세요. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다.
⑲	광고주관리용 메모	상품 정보 관리를 위해 광고주가 별도로 관리할 수 있는 메모로 광고에 노출되지 않습니다. 최대 70 자까지 입력 가능합니다. - 소재(신규상품) 작업 시, 선택항목으로, 설정을 원하는 경우 선택적으로 입력합니다. - 소재(기존상품) 작업 시, 공란이 아닐 경우 실패합니다
⑳	ON/OFF	캠페인/그룹/소재 등록 시 선택 입력 항목입니다.

		공란인 경우 ON 으로 자동 등록되며, 상위 캠페인/그룹이 ON 으로 입력되어 있더라도 하위 그룹/상품소재에서 OFF 값을 입력하여 개별 적용 가능합니다. 스타일포커스는 심사결과가 소재의 ON/OFF 설정에 영향을 주지 않습니다. - ON 으로 등록된 소재는 심사승인 후 별다른 조치 없이 광고로 노출될 수 있습니다. - OFF로 등록된 소재는 심사승인 후에도 OFF상태가 변경되지 않으므로 유의하시기 바랍니다.
㉑	작업구분	해당 행의 작업의 구분자로, 필수항목입니다. - 캠페인/그룹/소재 작업 시, new_sfocus 를 필수 입력해주세요.

※ 광고단위인 캠페인, 그룹, 소재를 신규로 등록할 수 있는 템플릿입니다. 각 광고단위의 수정 및 삭제 방법은 다음과 같습니다.

- 캠페인, 그룹, 소재의 수정 및 삭제 : Kakao 키워드광고 광고관리 메뉴 이용
- 소재로 등록되는 상품의 수정 : Kakao 키워드광고 광고관리, 스타일포커스 관리 메뉴 및 대량상품업로드 템플릿 이용

※ Kakao 키워드광고 ID 당 최대 1 만개의 스타일포커스 상품 및 소재 등록이 가능하며, 업로드 파일 당 최대 1 만개의 스타일포커스 상품 등록이 가능합니다.

※ 구분에 등록 항목을 표기해 주세요. 항목은 "캠페인", "그룹", "소재(신규상품)", 소재(기존상품)" 4 가지 입니다.

- 소재(신규상품) : 상품의 정보항목을 입력하여 신규 상품 등록과 동시에 소재로 등록할 수 있습니다. 스타일포커스 상품 ID 를 입력할 시, 등록 실패 처리 됩니다.
- 소재(기존상품) : 기존에 등록된 스타일포커스 상품 ID 만을 입력하여 소재로 등록할 수 있습니다. 스타일포커스 상품 ID 를 제외한 다른 항목을 입력할 시, 등록 실패 처리됩니다.

※ 그룹 등록 시, 그룹 입찰가는 70 원 ~ 100000 원까지/10 원단위로 입력 가능하며, 필수로 입력해 주세요.

※ 그룹당 최대 300 개의 소재 등록이 가능하며, 한 그룹 내 소재는 중복으로 등록될 수 없습니다.

※ 소재 등록 시, 이미 존재하는 캠페인명과 그룹명을 입력하는 경우, 해당 캠페인과 그룹 하위에 소재가 등록됩니다.

※ 소재 등록 시, 캠페인과 그룹을 신규 생성하여 하위에 등록 원할 경우, 소재등록을 위한 행 바로 위에 캠페인 혹은 그룹등록을 위한 행이 위치해야합니다.

※ 소재 등록 시, 한 그룹 내에 한 상품은 하나의 소재로만 등록이 가능합니다.

※ 소재(신규상품) 등록 시, 사이트명은 반드시 기등록된 사이트명과 동일해야하며, 필수로 입력해 주세요.

※ 소재(신규상품) 등록 시, 카테고리는 반드시 '전체 카테고리 다운로드' 파일의 카테고리와 동일해야하며, 필수로 입력해 주세요.

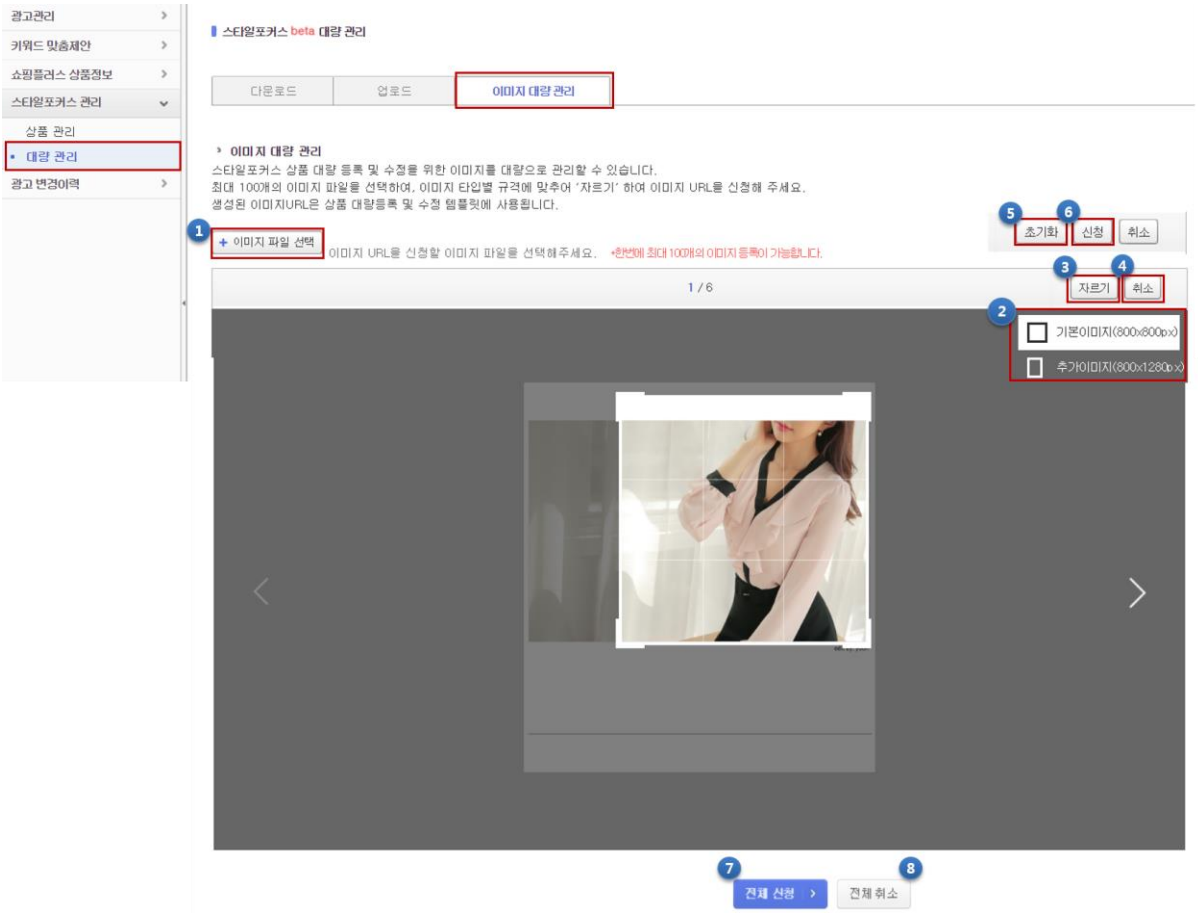
※ 소재(신규상품) 등록 시, 상품명은 ()[]/|+-_~.,% 외의 특수문자를 불허하며, 최대 20 자까지 필수로 입력해 주세요.
※ 소재(신규상품) 등록 시, 기본이미지 URL 과 추가이미지 URL 은 스타일포커스 이미지 대량관리 메뉴를 통해 생성된 URL 만 사용이 가능하며, 기본이미지 URL 은 필수로 입력해 주세요.
※ 소재(신규상품) 등록 시, 모바일/PC 의 상품 URL 은 http:// 혹은 https://로 시작해야하며, 중복 등록될 수 없습니다. 상품신규 등록 시, 모바일상품 URL 은 필수로 입력해 주세요. 단, 상품 URL 과 추가 URL 은 합쳐서 1000 자까지 등록이 가능합니다.
※ 소재(신규상품) 등록 시, 모바일/PC 상품판매가는 99999999 까지 입력 가능합니다. 모바일상품판매가는 필수로 입력해 주세요.
※ 소재(신규상품) 등록 시, 모바일/PC 무료배송 표기를 원할 경우 O 를 입력해주세요. X 입력 혹은 공란인 경우 무료배송 표시가 되지 않으며, O 혹은 X 이외 입력할 시, 등록 실패 처리됩니다.
※ 소재(신규상품) 등록 시, 광고주 관리용 메모 설정을 원할 경우, 최대 50 자까지 입력 가능합니다.
※ 소재(기존상품) 등록 시, 캠페인명, 그룹명, 소재명, 스타일포커스상품 ID, ON/OFF 를 제외한 모든 항목은 필수로 공란이어야 합니다. 한 항목에 대해서라도 입력한 경우 등록 실패 처리됩니다.
※ 업로드시 각 광고단위에 대해 ON/OFF 를 선택할 수 있습니다. ON 혹은 OFF 으로 입력해주세요. 공란인 경우 ON 으로 자동 등록됩니다.
※ 소재(신규상품) 등록 시, 등록된 상품은 개별로 심사가 진행되며, 별도의 시간이 소요됩니다.
※ 작업구분에 "new_sfocus"라고 정확히 표기해 주세요.

(3) 이미지 대량 관리

스타일포커스 대량 상품 업로드 항목 중 상품 기본/추가이미지를 위해 이미지 편집 및 이미지 URL 을 생성하고 관리합니다.

① 이미지 URL 생성

[+이미지파일선택] 버튼을 클릭하여 이미지 편집 및 이미지 URL 생성을 원하는 이미지를 선택합니다.

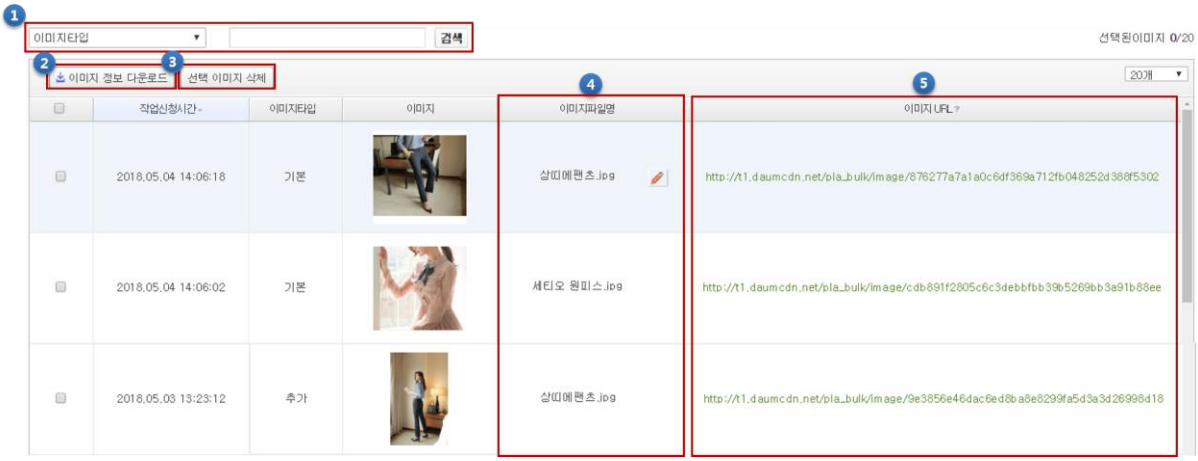


순서	구분	상세설명
⑧	이미지파일선택	대량으로 상품을 관리하기 위해 필요한 이미지를 찾아 최대 100 개까지 선택합니다. 이미지 형식이 PNG, JPG 이고 용량이 10mb 이하인 이미지는 선택이 가능합니다.
⑨	이미지타입선택	선택한 이미지는 원하는 이미지 타입별로 크롭하여 규격에 맞추어 URL 신청이 가능합니다. 기본이미지 혹은 추가이미지 아이콘을 눌러 이미지를 편집하세요.
⑩	자르기	선택한 이미지 타입(기본이미지/추가이미지) 별로 크롭창을 이용하여 이미지를 편집합니다.

⑪	취소	이미지 편집 및 이미지 URL 생성을 원하지 않는 이미지의 경우, 취소버튼을 눌러 화면에 보이는 개별 이미지에 대해 편집 대상에서 제거합니다.
⑫	초기화	자르기 버튼으로 편집한 이미지를 편집 전으로 초기화 원하는 경우, 초기화 버튼을 통해 선택했을 당시의 이미지를 불러옵니다.
⑬	신청	규격에 맞는 이미지의 경우, 신청 버튼이 노출됩니다. 신청 버튼을 통해 화면에 보이는 이미지에 대해 개별적으로 이미지 URL 생성을 신청합니다.
⑭	전체신청	선택한 전체 이미지 중 규격에 맞는 이미지 모두에 대해 이미지 URL 생성을 신청합니다. 규격에 맞지 않는 경우, 신청에서 제외되며 편집창에 남겨집니다.
⑮	전체취소	선택한 전체 이미지에 대해 편집 및 이미지 URL 생성을 취소합니다.

④ 이미지 URL 목록

이미지 대량 관리 메뉴에서 이미지 편집 및 이미지 URL 생성을 완료한 이미지를 목록에서 관리합니다.



순서	구분	상세설명
①	검색	조회결과 목록 내에서 이미지타입 / 이미지파일명 / 작업신청시간으로 재검색합니다.
②	이미지정보 다운로드	조회결과 목록의 이미지 정보를 csv 엑셀 파일로 다운로드합니다. 다운로드 한 이미지 URL 은 상품 등록, 수정 및 소재(신규상품) 대량 업로드 시 이미지정보로 활용 가능합니다.

③	선택이미지 삭제	목록에서 체크박스로 선택한 이미지를 목록에서 제거합니다. 목록에서 제거됐더라도 해당 이미지가 입력된 상품에 영향을 주지 않습니다. 단, 제거한 이미지 정보는 다시 복구할 수 없으며, 신규상품 등록 및 상품수정에 이미지정보로 활용할 수 없습니다.
④	이미지파일명	업로드 한 이미지파일명입니다. 이미지 개별로 파일명 수정이 가능합니다.
⑤	이미지 URL	스타일포커스 상품 대량 등록 및 수정을 위해 이미지 대량 관리를 생성된 이미지 URL 입니다. 이미지 URL 은 타입별로 상품대량업로드 템플릿에서 활용 가능합니다.