



MEZZOMEDIA

유튜브  
광고 소개서

( 2 0 2 0 . 3 Q )

# CONTENTS

2020 MEZZOMEDIA YOUTUBE ADS GUIDE

1

## 유튜브 광고 소개

- 1) 플랫폼 소개
- 2) 광고 네트워크

2

## 예약형 광고 소개

- 1) 광고 상품
  - 100% SOV 마스트헤드
  - CPM 마스트헤드
  - 유튜브 프라임 팩 / 커스텀 팩
  - 유튜브 키즈 앱 인스트림
- 2) 집행 가이드
  - 단가 및 할증
  - 규격
  - 위약금
  - 절차 안내

3

## 경매형 광고 소개

- 1) 광고 상품
  - 트루뷰 인스트림
  - 트루뷰 포 리치 / 액션 / 쇼핑
  - 건너뛴 수 없는 광고
  - 트루뷰 디스커버리
  - 범퍼애드
  - Non-Video Ads
  - Video Ad Sequencing
  - 아웃스트림
- 2) 집행 가이드
  - 규격
  - 부가기능

1

유튜브  
광고 소개

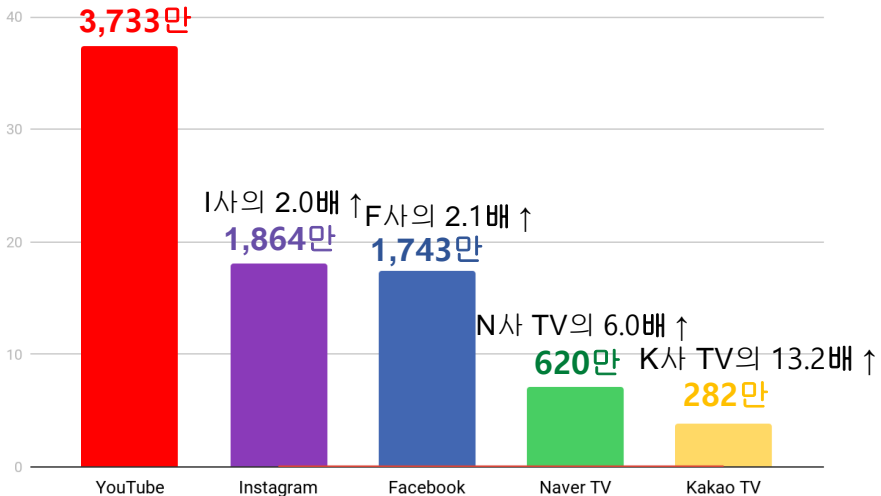
2020 MEZZOMEDIA YOUTUBE ADS GUIDE

# 1 유튜브 광고 소개

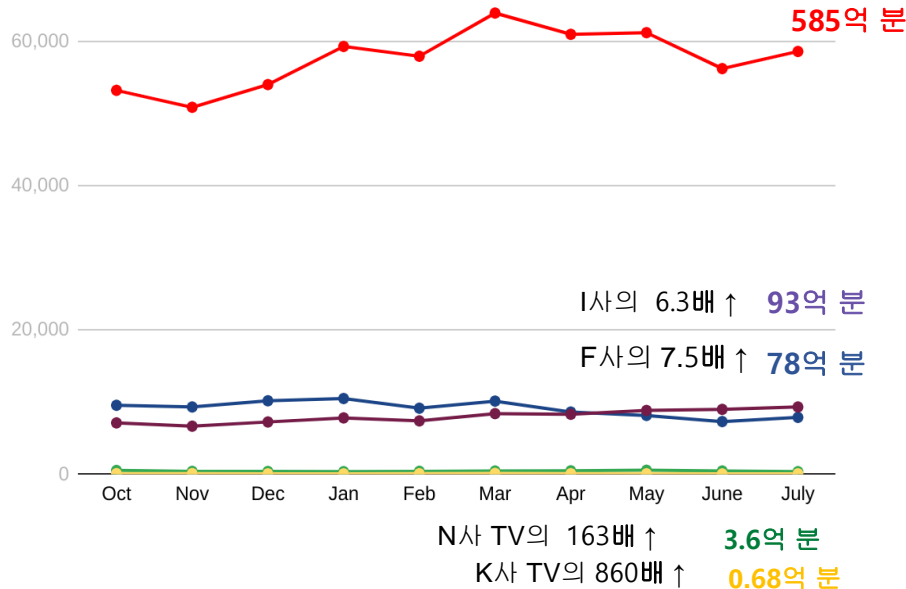
## ① 플랫폼 소개

- 월별 순 방문자수 3,733만 명 이상, 월별 총 체류시간 585억 분 이상 기록
- 여러 영상 매체와 비교하여 가장 선호되는 NO.1 디지털 영상 매체

월별 순 방문자수(7월 기준)



월별 체류시간



# 1 유튜브 광고 소개

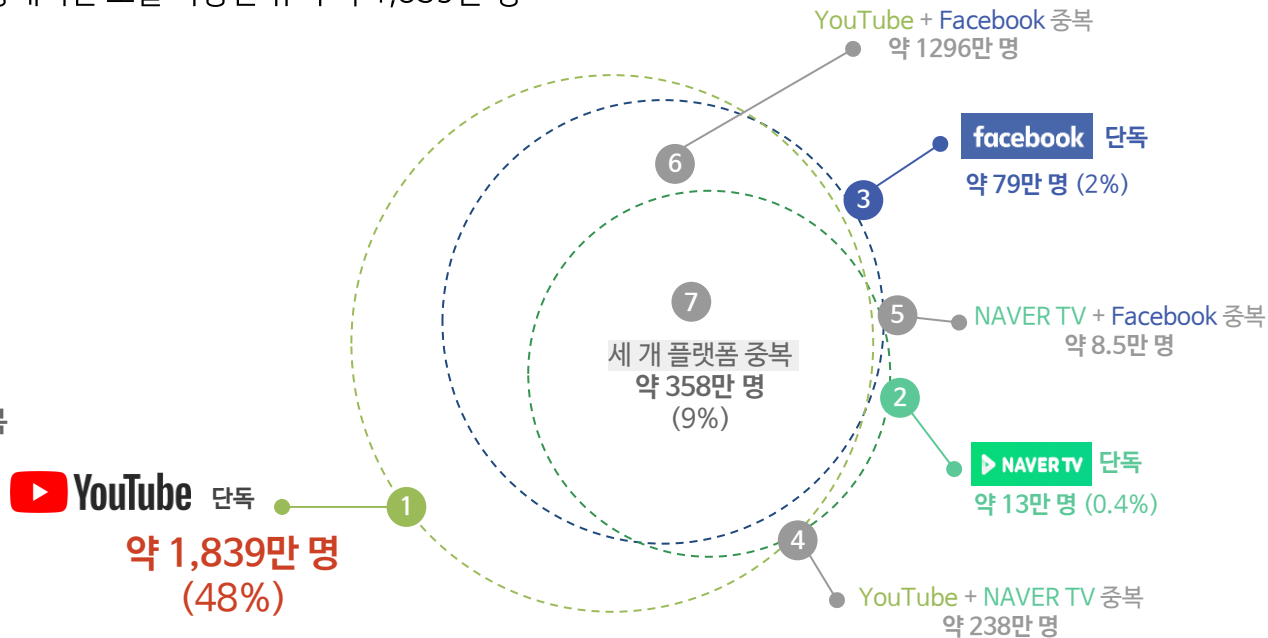
## ① 플랫폼 소개

- 유튜브는 단독으로 도달 가능한 유저 비중이 가장 높은 매체
- 주요 영상 플랫폼 중 유튜브를 통해서만 도달 가능한 유저 약 1,839만 명

세 개 플랫폼 전체 순 방문자 3,840만 명 중  
YouTube만을 통해 추가 도달 가능한  
유저는 1,839만 명 (47%)에 달함

NAVER TV 전체 이용자 약 620만 명 중  
약 238만 명 (6%)는 YouTube 사용자와 중복

Facebook 전체 이용자 약 1,743만 명 중  
약 1,296만 명 (34%)는 YouTube 사용자와 중복

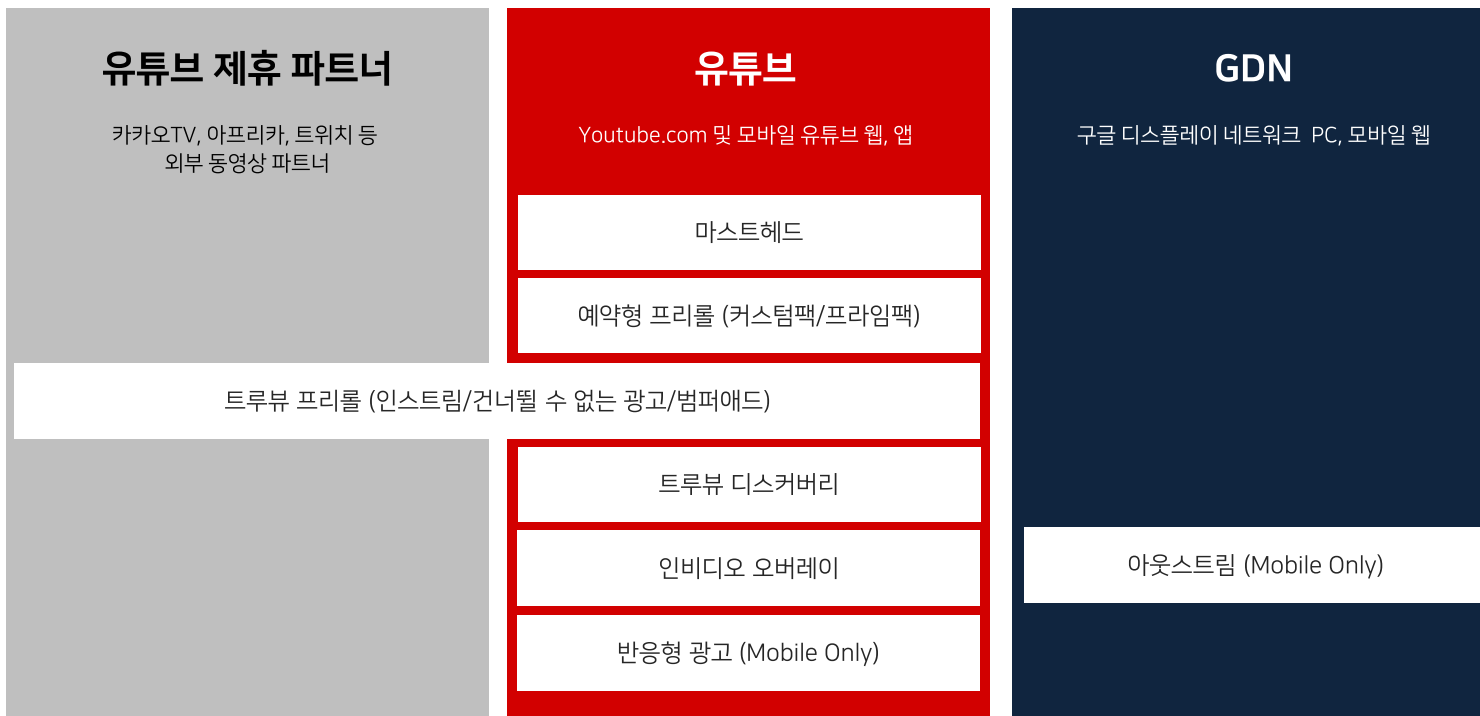


\* (4), (5), (6) 두 개 플랫폼 중복 방문자 데이터의 경우 세 개 플랫폼 중복 방문자는 제외한 값  
PC/Mobile 전체 순 이용자수 기준, Mobile App (Android & iOS) + Web (Android only)  
출처: 닐슨 코리아클릭 커스텀 리포트 (2020.7)

# 1 유튜브 광고 소개

## ② 광고 네트워크

- 유튜브와 더불어 다양한 네트워크에 광고 게재 가능한 국내 최대 수준의 동영상 광고 네트워크 보유



# 2

## 예약형 광고 소개

2020 MEZZOMEDIA YOUTUBE ADS GUIDE

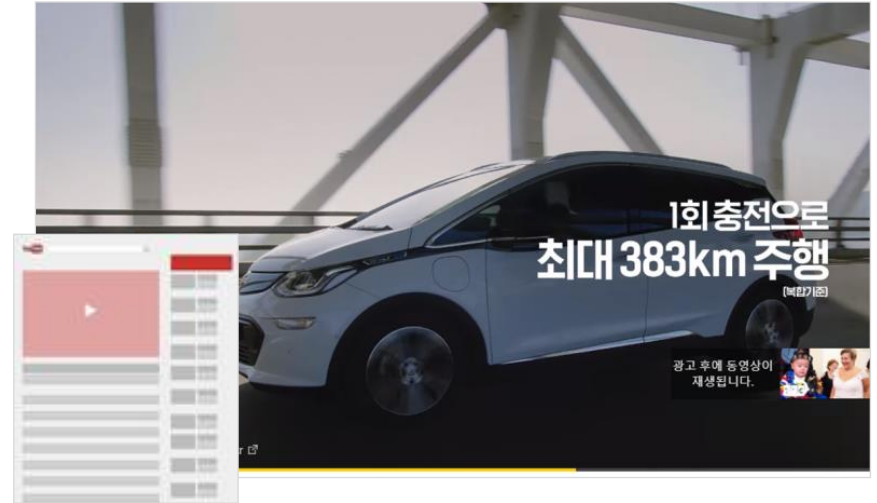
## 2 예약형 상품 소개

- 월 3,500만 명 이상에 달하는 유튜브 사용자에게 인벤토리를 선점하여 안정적 노출/도달 확보 가능

[1] 마스트헤드



[2] 동영상 예약형





## 2 예약형 상품 소개

### ① CPD 마스트헤드

- 유튜브 메인 최상단에 일 고정으로 게재되어 단기간 내 최대 노출량 확보 가능

#### 과금방식

CPD

#### 공시단가 (Net)

142,000,000원

#### 소재형식

유튜브 영상/텍스트

#### 노출방식

데스크톱, 모바일 웹&앱 100% 노출

#### 랜딩페이지

동영상, 아웃링크 (팝업금지)

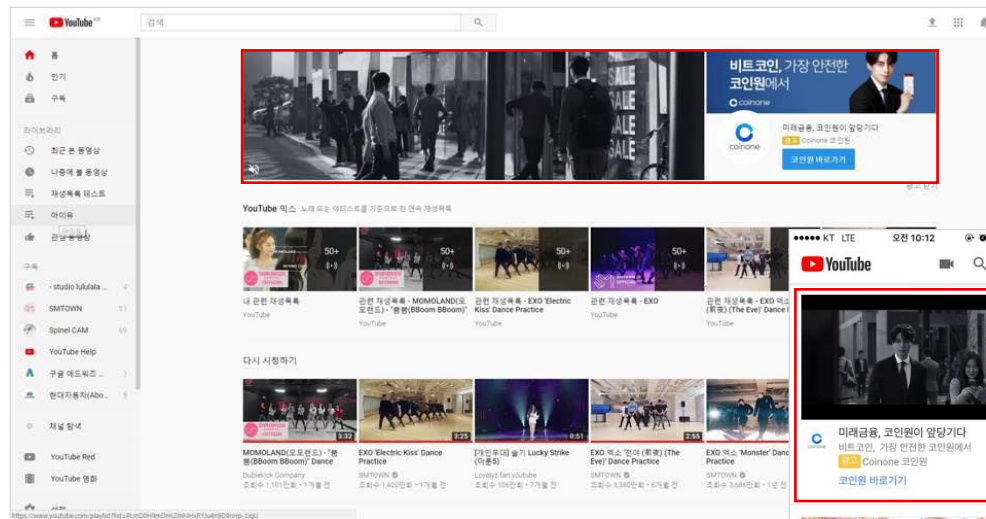
#### 비고

크로스스크린으로만 제공  
영상 재생 시 자연 조회수 반영  
일부 자동재생 수 자연 조회수에 반영

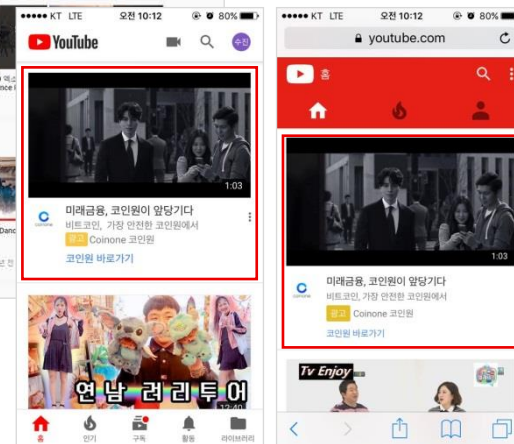
\* 2020년 CPD 마스트헤드 구좌  
플부킹으로 추가 부킹 불가

(취소 구좌 발생시에도 CPM 마스트헤드만 부킹 가능)

\*\* 2021년 CPD 마스트헤드 종료



▲데스크톱 지면



▲모바일 앱 지면

▲모바일웹 지면

## 2 예약형 상품 소개

### ② CPM 마스트헤드

- YouTube 홈의 최상단 인벤토리를 CPM 기반으로 최대 연속 7일까지 원하는 만큼 점유 가능
- 데모/관심사/기기 등 타겟팅 옵션 적용 가능

#### 과금방식

CPM

#### 공시단가(Net)

2,800원

-타겟팅 티어당 700원 가산

#### 최소집행금액(Net 기준)

~ 9월 30일 : 10,000,000원

10월 1일~ : 30,000,000원

타겟팅 적용으로 예상되는 인벤토리 규모가 3,000만원 미만일 경우 100% 부킹시 3,000만원 미만으로 부킹가능

#### 소재형식

유튜브 영상/텍스트

#### 노출방식

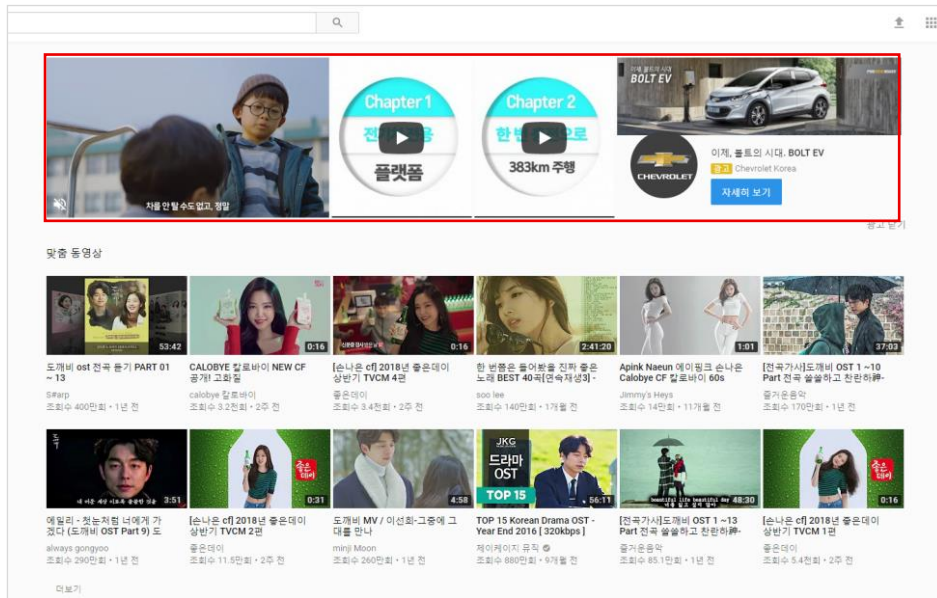
데스크톱, 모바일 앱, TV스크린 (M.web X)

#### 랜딩페이지

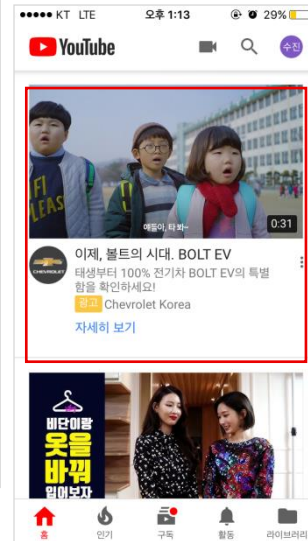
동영상, 아웃링크 (팝업금지)

#### 비고

CPD 마스트헤드 취소 구좌 중, 진행일 기준 D-365 부터 부킹 가능



▲ 데스크톱 지면



모바일앱 지면▶

\*\* CPM 마스트헤드 진행일 기준 14일 이내 취소 시 100% 위약금 적용

## 2 예약형 상품 소개

### ② CPM 마스트헤드: 타겟팅 옵션

- 인벤토리 확인 및 부킹은 기존 예약형 조회 방식과 동일하게 [DTA 품](#)을 통해 신청 가능
- 2020년의 경우 CPD 마스트헤드 구좌 취소 시, 바로 CPM 마스트헤드 부킹 가능

타겟팅 옵션	세부 옵션	CPM 단가
데모 타겟팅 제외 옵션	<ul style="list-style-type: none"><li>• 노출빈도 제어 가능</li><li>• 언어 타겟팅 가능</li></ul>	2,800원
데모 타겟팅 가능 조건	<ul style="list-style-type: none"><li>• 위 조건 동일</li><li>• 데모 타겟팅 추가</li></ul>	3,500원
타겟팅 Layering 옵션	<ul style="list-style-type: none"><li>• 위 조건 동일</li><li>• 지역 타겟팅 추가</li><li>• 기기 타겟팅 추가</li><li>• 자녀 유무 타겟팅 추가</li><li>• 관심사 타겟팅 추가</li></ul>	각 +700원씩 할증

\*\* CPM 마스트헤드 진행일 기준 14일 이내 취소 시 100% 위약금 적용

\*\* 주류 업종의 경우, 집행 시 자동으로 성인에게만 노출

## 2 예약형 상품 소개

② CPM 마스트헤드: 타겟팅 옵션

타겟팅 옵션	세부 옵션	참고
관심사 타겟팅	상세 분류 다음 페이지 참고	특정 카테고리에 관심 있는 유저만 타겟팅
성연령 타겟팅	① 성별 남/여/알 수 없음  ② 연령 13-17, 18-20, 21-24, 25-29, 30-34, 35-39, 40-44, 45-49, 50-54, 55-59, 60-64, 65+	연령 그룹 중 적어도 2개 이상을 연속되게 선택해야 함 • 예외: 13-17 연령은 1개 그룹 집행 가능  성별 + 연령 동시 타겟팅시에도 할증 700원 적용
지역 타겟팅	국가 / 도 / 시 단위	
기기 타겟팅	① Desktop ② Mobile/Tablet	

## 2 예약형 상품 소개

② CPM 마스트헤드: 관심사 타겟팅 분류

### 관심사 타겟팅 대분류

Art & Theater Aficionados	Family-Focused	Music Lovers
Auto Enthusiasts	Fashionistas	News Junkies
Avid Investors	Fast Food Cravers	Nightlife Enthusiasts
Beauty Mavens	Foodies	Outdoor Enthusiasts
Book Lovers	Gamers	Pet Lovers
Business Professionals	Green Living Enthusiasts	Shoppers
Business Travelers	Health & Fitness Buffs	Shutterbugs
Comics & Animation Fans	Home Decor Enthusiasts	Social Media Enthusiasts
Cooking Enthusiasts	Mobile Enthusiasts	Sports Fans
Do-It-Yourselfers	Movie Lovers	Technophiles
Thrill Seekers	Travel Buffs	TV Lovers

## 2 예약형 상품 소개

### ③ 예약형 인스트림: YouTube Prime Pack

- TV 방송사 및 웹 오리지널 콘텐츠 채널 내에만 광고가 노출되는 예약형 인스트림 광고 상품

#### 과금방식

CPM

#### 최소 집행 금액

30,000,000원(Net 기준)

#### 공시단가 (Net)

15초 논스킵 12,500원

5초 스킵 11,500원

-타겟팅 티어당 1,000원 가산

: 데모/기기

#### 소재형식

유튜브 영상

#### 랜딩페이지

아웃링크 (팝업금지)

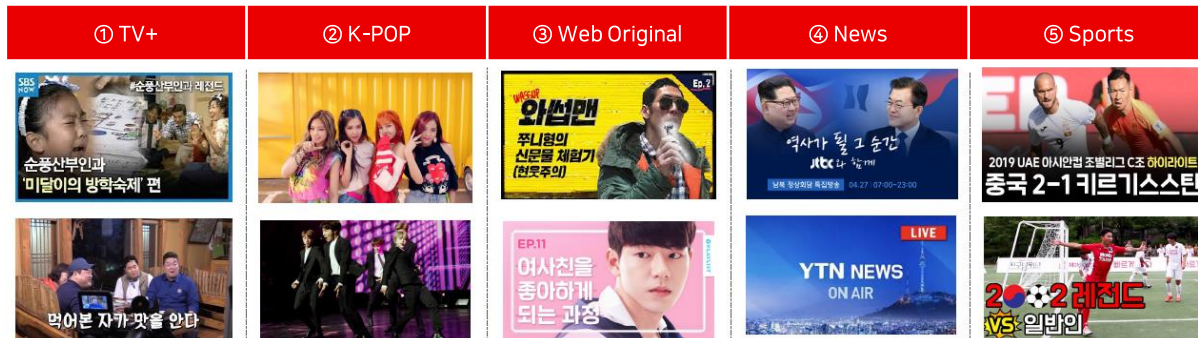
#### 타겟팅

데모, 기기

#### 옵션

캠페니언 배너

#### Prime Pack 종류



#### Prime Pack 구성

- 1백만명 이상의 구독자를 보유한 TV 방송사 채널 다수 포함
- YouTube에서 2018년 가장 많이 성장한 채널 다수 포함
- 월평균 조회수 약 4억회 이상 발생

\* 최소 집행 기간 : 7일

\* 인벤토리 가능여부 및 최종 단가는 구글 예약형팀과 반드시 크로스체크 필요

## 2 예약형 상품 소개

### ③ 예약형 인스트림: YouTube Custom Pack

- 채널리스트를 Client-based로 구성할 수 있는 예약형 상품으로 정교한 채널 타겟팅이 가능한 상품

#### 과금방식

CPM

#### 최소 집행 금액

10,000,000원 (Net)

#### 공시단가(Net)

15초 논스킵 24,200원

5초 스킵 23,200원

-타겟팅 티어당 1,000원 가산

: 데모/기기

#### 소재형식

유튜브 영상

#### 랜딩페이지

아웃링크 (팝업금지)

#### 타겟팅

데모, 기기

#### 옵션

캠페니언 배너

#### Custom Pack

- 이미 채널 구성이 되어 있는 Prime Pack과 달리 광고주가 원하는 대로 채널 구성 가능
- 구글에서 별도의 채널 리스트를 공유해주지 않으며 광고주 측에서 채널 선정을 해야함
- 사전에 구성한 채널 리스트로 광고 진행 여부는 예약형 팀과 꼭 인벤토리 확인이 필요



\* 최소 집행 기간 : 7일

\* 인벤토리 가능여부 및 최종 단가는 구글 예약형팀과 반드시 크로스체크 필요

## 2 예약형 상품 소개

### ④ 유튜브 키즈 앱 인스트림

- 어린이 전용으로 디자인된 YouTube Kids 앱에 게재되는 노출 보장형 인스트림 광고

#### 과금방식

CPM

#### 최소 집행 금액

10,000,000원 (할인 후 금액(Net))

#### 공시단가

15초 논스킵 15,000원

60초 스킵 14,000원

#### 소재형식

유튜브 영상, 최소 3개~최대 5개

#### 랜딩페이지

아웃링크 불가

#### 타겟팅

타겟팅 불가

\* 광고 소재 검수에 14일(영업일 기준) 소요될 수 있음

#### [ YouTube Kids 앱 특징 ]

- 아동이 사용하기 쉽고 매우 시각적인 방식으로 더욱 안전한 버전의 YouTube
- 미성년자에게 부적절한 콘텐츠와 댓글, 광고를 차단
- 앱에서 조회수가 700 억 회를 넘어 섰으며 주간 활동중인 시청자는 1,100 만 명이 이상



\*해당 이미지는 유튜브 키즈 앱 광고 게재예시가 아닙니다.



## 2 예약형 상품 소개

### ⑤ 집행 가이드: 단가 및 할증

종류	상품	단위	공시단가 (Net)	타게팅 및 할증
CPD 마스트헤드	PC / MO Web / MO App 홈피드 상단 100% 노출	CPD	142,000,000원	크로스스크린으로만 가능 국가 설정 외 타게팅 불가
CPM 마스트헤드	구매한 노출량 만큼 홈피드 상단 노출	CPM	2,800원	할증 미적용: 노출빈도, 언어 타게팅 ① 데모 - 700원 할증 ② 디바이스 - 700원 할증 ③ 자녀유무 - 700원 할증 ④ 관심사 타게팅 - 700원 할증 ⑤ 지역 타게팅 - 700원 할증
인스트림 : 커스텀 팩	15초 논스킵	CPM	24,200원	① 커스텀라인업(채널) - 별도 구성 ② 데모 - 1,000원 할증 ③ 디바이스 - 1,000원 할증
	6분 스킵가능		23,200원	
인스트림 : 프라임 팩	15초 논스킵	CPM	12,500원	① 데모 - 1,000원 할증 ② 디바이스 - 1,000원 할증
	6분 스킵가능		11,500원	
키즈 앱	15초 논스킵	CPM	15,000원	타게팅 불가
	60초 스킵가능		14,000원	

\* 2020년 부터는 할인을 적용이 불가합니다.

## 2 예약형 상품 소개

⑤ 집행 가이드: 규격

종류	상품	영상 규격	영상초수	텍스트 & 이미지 규격
마스트헤드	CPD 마스트헤드 CPM 마스트헤드	유튜브 링크 (유튜브 채널에 업로드 후 URL 전달)	제한 없음	광고 제목 한글 13자 광고 설명(옵션) 한글 27자 캠페니언 동영상(옵션) 재생목록 ID 또는 URL CTA 텍스트(옵션) 한글 8자 <a href="#">(미리보기 작성 링크)</a>
프라임팩 커스텀팩	15초 논스킵		15초	컴패니언 배너 (옵션) 이미지 300x60 비디오 300x250
	6분 스킵가능		최대 6분	
키즈 앱	15초 논스킵		15초	
	60초 스킵가능		최대 60초	

## 2 예약형 상품 소개

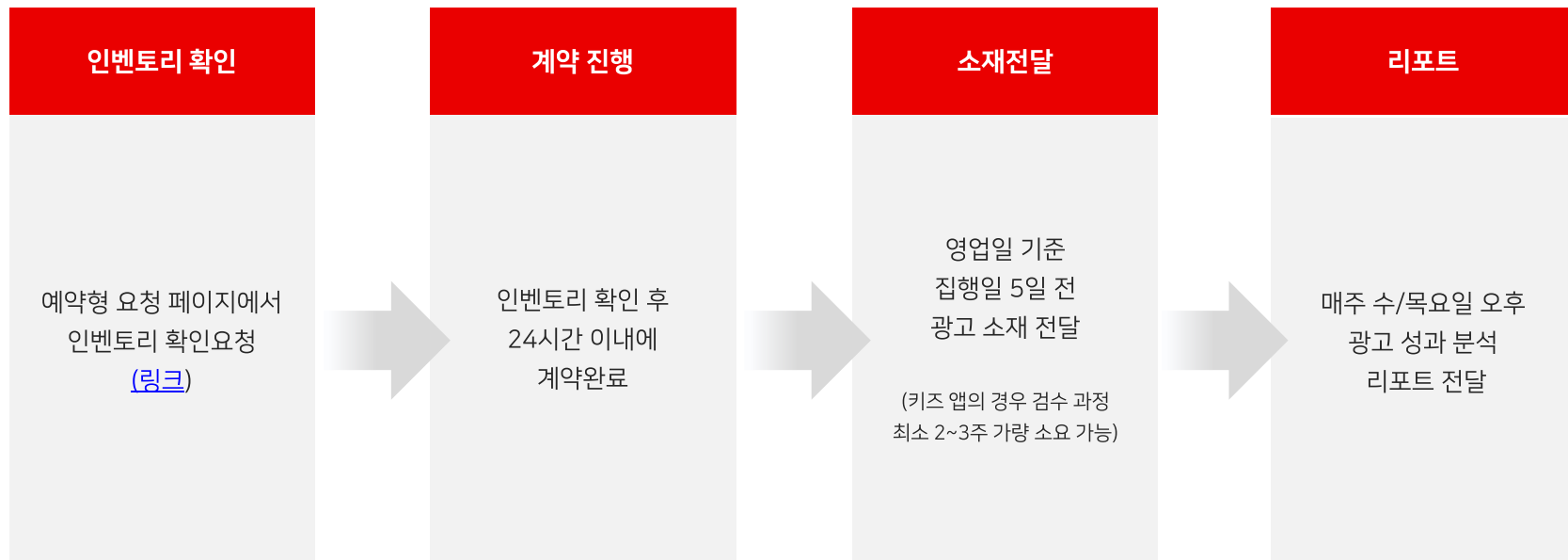
### ⑤ 집행 가이드: 위약금

	마스트헤드	예약형 인스트림
취소 통보	취소 가능 기간 중에 서면으로 취소 사실을 구글 영업팀에 통보할 경우 캠페인 취소에 따른 위약금이 적용되지 않음	
취소 가능 기간	CPD 마스트헤드 : 캠페인 라이브일로부터 <u>30일 이전</u> CPM 마스트헤드 : 캠페인 라이브일로부터 <u>14일 이전</u>	캠페인 라이브 일로부터 <u>14일 이전</u>
위약금 적용 금액	예약한 광고 전액 위약금 적용	① 캠페인 시작일 기준 14일 이내에 취소할 경우 클라이언트가 취소를 통지한 날부터 14일 이후까지의 캠페인 대금을 지불해야 함  ② 캠페인 시작일 이후 취소할 경우 캠페인이 진행된 만큼 대금을 지불해야 함

## 2 예약형 상품 소개

### ⑤ 집행 가이드: 절차 안내

- 계약 진행, 소재 검수 기간을 고려하여 최소 2주 전 예약 권장  
\* 2020년 코로나 이슈로 인해 부킹 및 소재 검수에 시일이 가이드보다 추가 소요될 수 있으니 2~3주전 여유있게 진행 권장



# 3

## 경매형 광고 소개

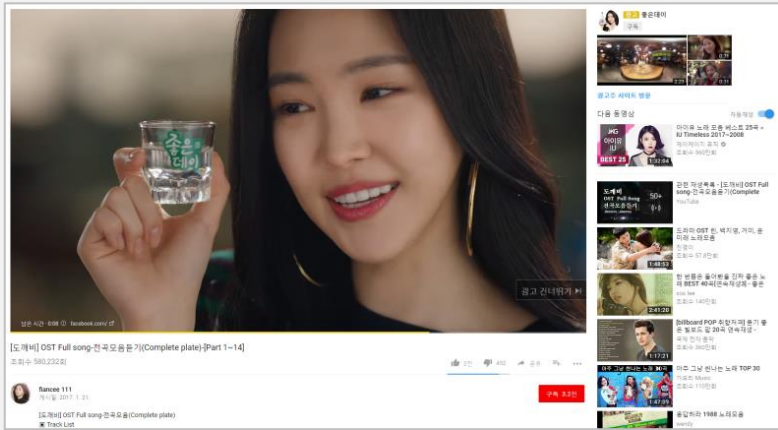
2020 MEZZOMEDIA YOUTUBE ADS GUIDE

### 3 경매형 상품 소개

- 시청자가 광고에 반응한 경우에만 과금되며, 광고 조회수가 유튜브 채널에 반영되는 조회 목적 광고

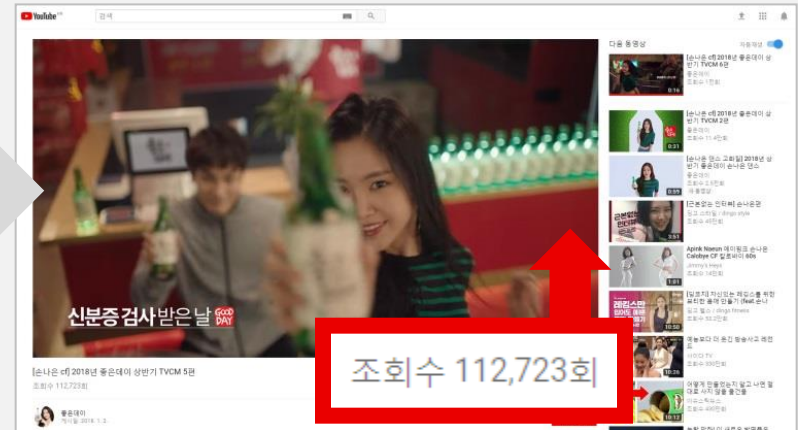
#### 광고 시청

5초 후 스킵 버튼 노출, 30초 이상 시청 or 클릭 과금



#### 채널 동영상 조회수 반영

광고가 업로드 된 채널 내 영상 조회수에 누적



\* 소재 길이가 12초 이상일 경우에만 광고 조회수의 70~80% 가량 유튜브 채널에 반영

### 3 경매형 상품 소개\_동영상형

#### ① 트루뷰 인스트림

- 광고에 반응한 경우에만 과금되는 합리적인 유튜브 프리롤 광고

#### 입찰방식

CPV

#### 평균단가

25~40 (NET 기준)

#### 소재형식

유튜브 영상  
길이 제한 없음  
5초 후 스킵버튼 생성

#### 랜딩페이지

아웃링크 (팝업금지)

#### 타겟팅

인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅

#### 옵션

컴패니언 배너, CTAE

The image shows a YouTube video player interface. The main video content is a blue screen with the Wix.com logo and the text "직접 만드는 나만의 홈페이지, 모든 것의 시작입니다." (Directly create your own homepage, the start of everything.) and a "시작하기" (Get started) button. The video player interface includes a search bar, a "컴패니언 배너" ( Companion Banner) section with various thumbnails, and a video player with a "광고 - 0:12" ( Ad - 0:12) indicator. The video is from the channel "Yojin 프로틴" (Yojin Protein) and has 44,200 views.

# 3 경매형 상품 소개\_동영상형

## ② 트루뷰 포 리치

- 인스트림 대비 2.5배 우수한 리치 성과를 제공하는 노출 최적화형 유튜브 프리롤 광고

### 입찰방식

tCPM

### 평균단가

4천원~6천원 (NET 기준)

\*조치 효율의 경우 CPV 40~50원 VTR 6~10% 수준

### 소재형식

유튜브 영상

길이 제한 없음 (20초 권장)

5초 후 스킵버튼 생성

### 랜딩페이지

아웃링크 (팝업금지)

### 타겟팅

인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅

### 옵션

컴패니언 배너, CTAE

The screenshot shows a YouTube video player for a Wix.com advertisement. The video content is a blue screen with the Wix.com logo and the text "직접 만드는 나만의 홈페이지, 모든 것의 시작입니다." (Directly create your own homepage, the start of everything.) with a "시작하기" (Get Started) button. The video player interface includes a search bar, a "컴패니언 배너" ( Companion Banner) section with various thumbnails, and a video description area below the player.

Video Description:

첫날 가득한 아침 11시의 여름유트 메이크업 - NATURAL MAKEUP  
조회수 204,136회

Yojin 프로틴  
게시물 2018. 1. 13.  
insta : <https://www.instagram.com/yojinco/>  
e-mail : [chohyojin917@gmail.com](mailto:chohyojin917@gmail.com)

구독 44,230



# 3 경매형 상품 소개\_동영상형

## ③ 트루뷰 포 액션

- CTA버튼, 컴패니언 배너, 엔드 스크린 등 아웃링크기능이 확장되어 전환 최적화에 용이한 유튜브 프리롤 광고

### 입찰방식

tCPA, 전환수 최대화

\*전환 설정 필수 (구글 애즈 태그 활용 권장)

### 과금방식

CPM

\*최적화는 전환기준, 실제 과금은 노출 기준

### 평균단가

전환 기준에 따라 상이

\*최회 효율의 경우 CPV 50~60원 VTR 6~10% 수준

### 소재형식

유튜브 영상

11초 이상

5초 후 스킵버튼 생성

### 랜딩페이지

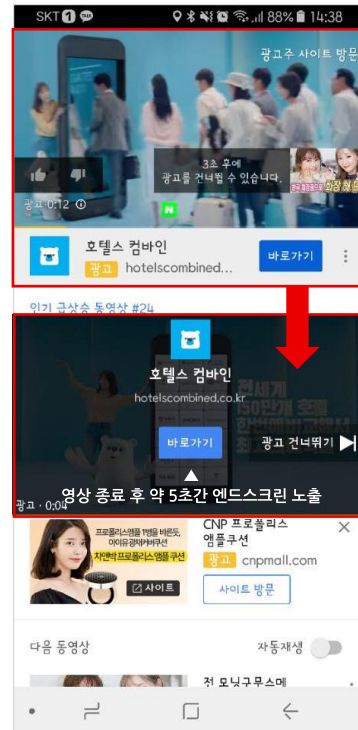
아웃링크 (팝업금지)

### 타겟팅

인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅

### 추가기능

CTA, 엔드스크린, 컴패니언 배너



### 3 경매형 상품 소개\_동영상형

#### ③-1 트루뷰 포 액션 사이트링크 광고 확장

- 검색 캠페인에서 이미 효과가 입증된 sitelinks 기능을 YouTube 상에도 도입하여 전환 효율 증대
- 트루뷰 포 액션 진행 시 사이트링크 추가하여 활용 가능 (기타 요건 액션 캠페인과 동일)

#### 요건

캠페인/광고그룹 당 2~6개

#### 소재형식

텍스트: 최대 25글자 (영문기준)

설명: 최대 35글자 (영문기준)

#### 랜딩페이지

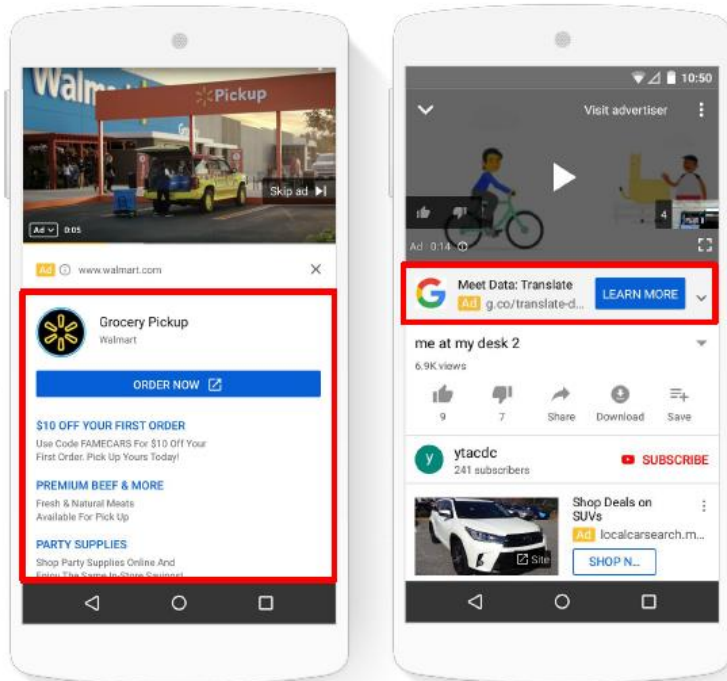
사이트링크 당 최종 도착 URL

#### 디바이스

모바일 앱 - 세로 화면모드에서만 노출  
(유튜브 앱 only)

#### 최적화

광고 그룹당 최소 4개 이상 세팅  
사이트링크와 관련 있는 콜투액션 활용  
간결한 텍스트 사용  
설명 문구 추가  
각 사이트 링크 랜딩 페이지 별 전환 추적



확장

축소

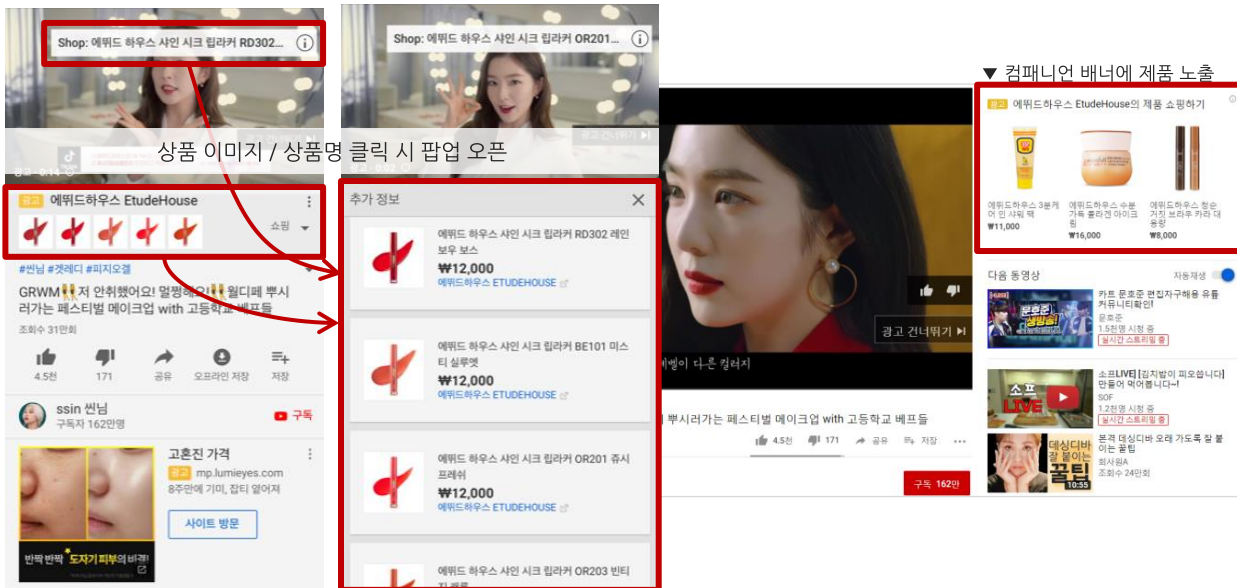
[사이트링크 예시]

### 3 경매형 상품 소개\_동영상형

#### ④ 트루뷰 포 쇼핑

- 인스트림 광고 영상 노출 시, 제품이 함께 노출되어 구매를 유도할 수 있는 광고 상품

실제 광고 재생 시 한 번에 5개의 상품 카드 활성화



#### 입찰방식

CPV

#### 평균단가

CPV 30~40 (Net 기준)

\*트루뷰 인스트림과 유사한 수준

#### 소재형식

유튜브 영상

5초 후 스킵버튼 생성

#### 랜딩페이지

아웃링크 (팝업금지)

#### 타겟팅

인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅

#### 추가기능

컴패니언 배너, 제품 피드 노출

\*\* 구글 판매자센터 등록 및 인증 필수

\* 2019년 9월 기준 구글 측 기술 지원 잠정 중단 (집행은 가능)

### 3 경매형 상품 소개\_동영상형

#### ⑤ 건너뛴 수 없는 인스트림 광고

- 15초 이하의 건너뛰기 없는 광고 포맷으로 예약형 논스킵 상품 대비 자유로운 예산설정과 타겟팅 적용 가능

<b>입찰방식</b>	tCPM
<b>평균단가</b>	7천원~8천원 (NET 기준) *조회 효율 확인 불가 상품
<b>소재형식</b>	유튜브 영상 6초~15초 스킵버튼 없음
<b>랜딩페이지</b>	아웃링크 (팝업금지)
<b>타겟팅</b>	인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅
<b>옵션</b>	컴퍼니언 배너, CTAE

The screenshot shows a YouTube interface with a video player. The video is an in-stream advertisement for Chevrolet Korea. The video content features a white electric car on a bridge with the text "1회 충전으로 최대 383km 주행". The ad overlay includes a "Chapter 1" button, a "구독" (Subscribe) button, and a "광고주 사이트 방문" (Visit advertiser's website) link. The video title is "Mauro Makes a Korean Themed First Birthday Cake | Cake Boss, Season 9". The video has 807,763 views and 8 likes. The channel is "tlc uk" with 62.4 million subscribers.

### 3 경매형 상품 소개\_동영상형

#### ⑥ 트루뷰 디스커버리

- 유튜브 검색 지면을 포함하여 다양한 추천영상 목록에 광고가 노출되는 콘텐츠 추천형 상품

#### 입찰방식

CPV

#### 평균단가

50~60 (NET 기준)

#### 소재형식

유튜브 영상 (길이 제한 없음)  
텍스트 (제목, 내용)

#### 게재위치

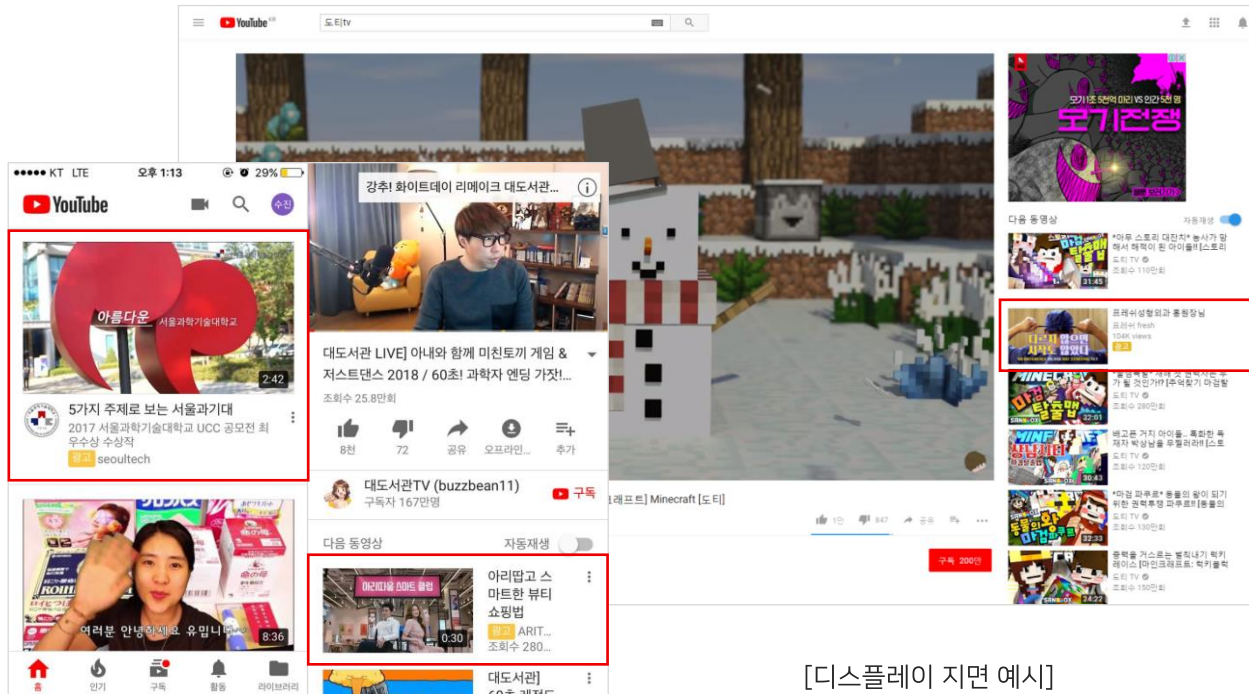
시청페이지 다음 동영상 영역  
검색 결과 상단  
마스트헤드+홈피드 영역

#### 랜딩페이지

유튜브 영상

#### 타겟팅

인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅



[디스플레이 지면 예시]

### 3 경매형 상품 소개\_동영상형

#### ⑥ 트루뷰 디스커버리

- 유튜브 검색 지면을 포함하여 다양한 추천영상 목록에 광고가 노출되는 콘텐츠 추천형 상품

#### 입찰방식

CPV

#### 평균단가

50~60 (NET 기준)

#### 소재형식

유튜브 영상 (길이 제한 없음)  
텍스트 (제목, 내용)

#### 게재위치

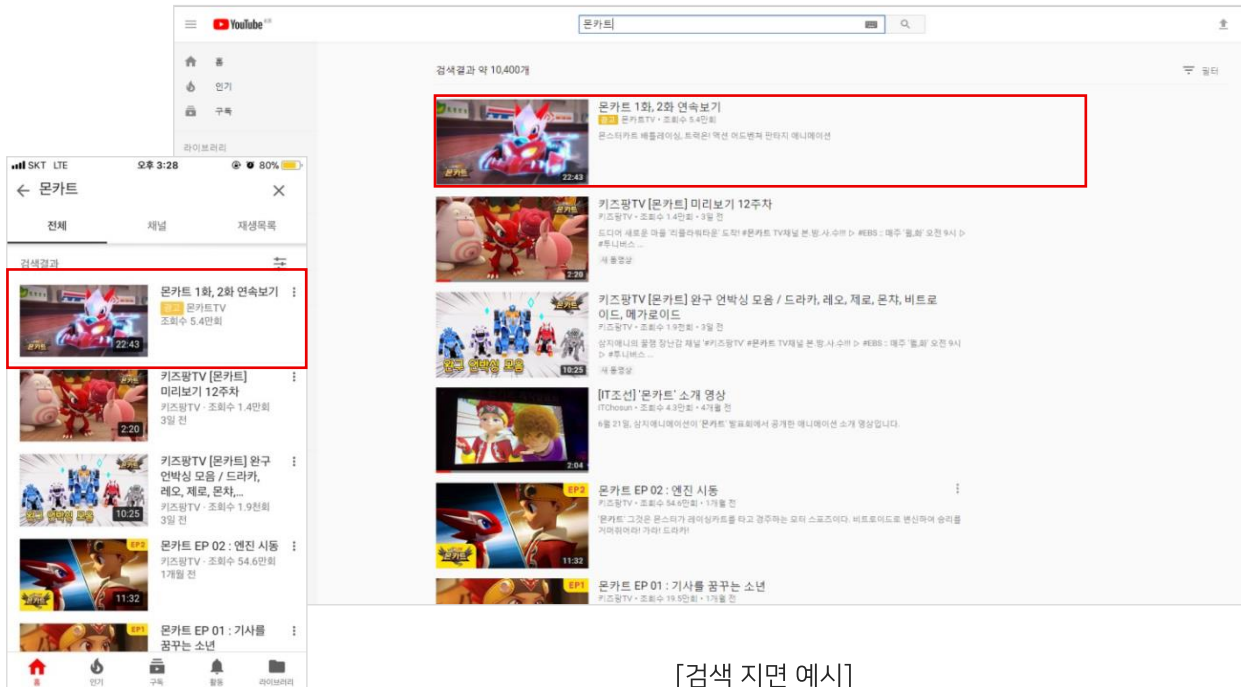
시청페이지 다음 동영상 영역  
검색 결과 상단  
마스트헤드+홈피드 영역

#### 랜딩페이지

유튜브 영상

#### 타겟팅

인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅



[검색 지면 예시]

### 3 경매형 상품 소개\_동영상형

#### ⑦ 범퍼애드

- 6초 미만의 건너뛰기 없는 광고 포맷으로 짧고 인상적인 메시지 전달과 동시에 모바일에서 높은 도달을 확보 가능

입찰방식

tCPM

평균단가

3,000~4,000 (NET 기준)

소재형식

6초 미만 유튜브 영상

랜딩페이지

아웃링크 (팝업금지)

타겟팅

인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅

옵션

컴패니언 배너, CTAE

The image shows a YouTube interface with a video player in the center. The video is titled 'Red Rock beer for music' and features a microphone and a glass of beer. The video player has a progress bar and a 'Full Screen' button. To the right of the video player is a sidebar with a '컴패니언 배너' ( Companion Banner) section. The banner is green with a red chair and the text '프리임 클럽 더블혜택' (Premium Club Double Benefit). Below the banner, there are several video thumbnails and a 'Clear Rose Color Make up' advertisement. The advertisement is for 'ARITAUM 아리따움' and 'PONY Syndrome'.

### 3 경매형 상품 소개\_동영상형

#### ⑧ VAS (Video Ad Sequencing)

- 트루뷰 인스트림, 범퍼 영상의 노출/조회/스킵 순서를 정할 수 있는 상품으로, 영상 스토리텔링 가능

#### 입찰방식

tCPM / CPV

#### 평균단가

상품별 순서 조합에 따라 상이  
(순서가 뒤로 갈 수록 입찰가 상승)

#### 소재형식

유튜브 영상

#### 랜딩페이지

아웃링크 (팝업금지)

#### 타겟팅

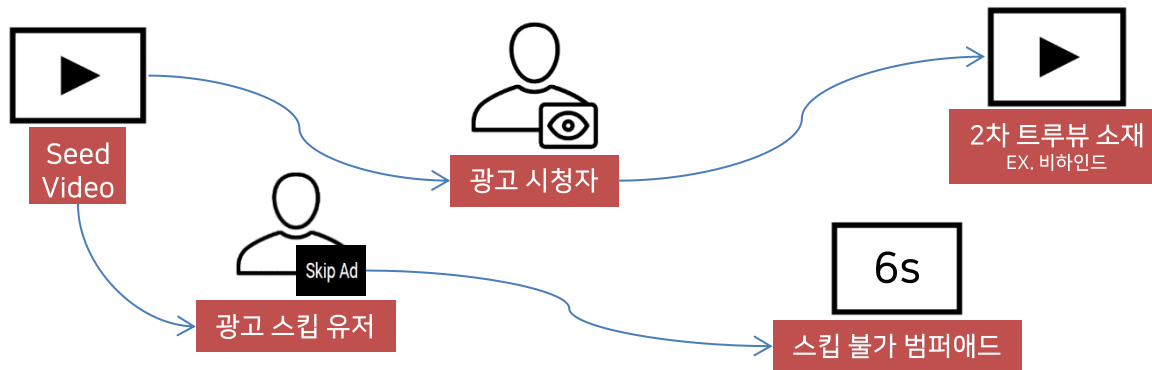
인구통계, 관심분야

#### 옵션

컴패니언 배너, CTAE

#### 비디오 애드 시퀀싱 진행 예시

- 2019년 3Q 기준 '노출'외 다른 시작 조건('조회'/'스킵')도 정식 런칭되어 계정에서 바로 세팅 가능
- 상호작용을 한 유저에게 후속 영상을 노출 시키는 리마케팅과 달리, VAS는 여러 기준으로 광고 순서 설정 가능



#### 비디오 애드 시퀀싱 구성 상품별 입찰방식

트루뷰 인스트림	범퍼	트루뷰 인스트림 + 범퍼 조합
CPV, tCPM	tCPM	tCPM

\* 캠페인 라이브 이후 타겟팅 및 소재 변경 불가

\* 시퀀스 별 별도 예산 지정 불가  
(전체 시퀀스에 대한 통합 예산 세팅 가능)

\* CPV로 입찰 전략 선택 시, "노출" 기준으로만 세팅 가능



### 3 경매형 상품 소개\_배너형

㉠ Non-Video Ads \*인비디오 오버레이(PC) / 반응형 광고(MO)

- 유튜브 시청 시 영상 내/외부에 주목도 높은 배너 광고 게재 가능

#### 입찰방식

CPC

#### 평균단가

인비디오 오버레이: 900~1,500 (NET 기준)

반응형 광고: 200 ~ 250 (NET 기준)

#### 소재 형식 ① 오버레이/컴패니언 배너

[Display Ads] + 해당 배너 사이즈를 등록하면, 유튜브 PC 버전 내 노출

[이미지 형식] GIF, PNG, JPG

- 오버레이 468x60, 728x90

- 컴패니언 배너 지면 300x250

- 150KB 이하

#### 소재 형식 ② 반응형 광고

[Display Ads 반응형 광고] 로 광고 등록하면

유튜브 Mobile 앱 내 노출

#### 랜딩페이지

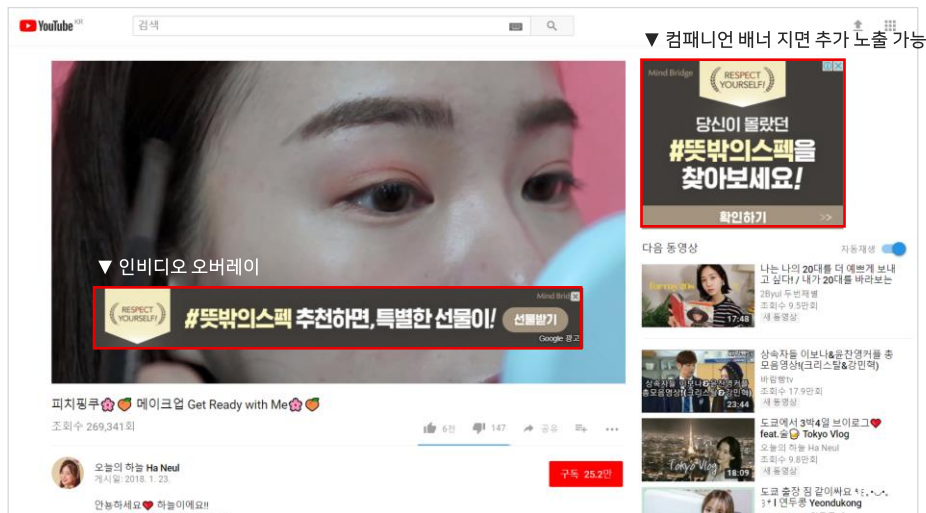
아웃링크 (팝업금지)

#### 타겟팅

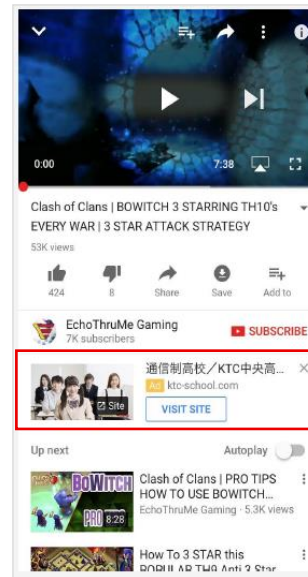
인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅

\* YouTube가 아닌 Display 캠페인으로 셋팅

#### ■ 인비디오 오버레이 (PC)



#### ■ 반응형 광고 (MO)



### 3 경매형 상품 소개\_배너형

#### ⑩ 아웃스트림 (Mobile Only)

- 유튜브 외부 배너 영역에 영상이 무음으로 자동 재생되는 아웃스트림 형태의 비디오 광고

#### 입찰방식

vCPM (조회가능 CPM)

#### 평균단가

500 ~ 1500원 (Net 기준)

#### 소재형식

6초 이상, 30초 이하의 영상 (15초 권장)  
텍스트 소재 (제목, 설명)

#### 랜딩페이지

아웃링크 (팝업금지)

#### 타겟팅

인구통계, 관심분야, 문맥, 주제, 리타겟팅

#### 게재 형태

모바일 풀스크린 사이즈 / 인피드 형태

- 조회 가능 노출/과금 기준

: 스크롤 시 영상의 50% 이상 노출, 2초 이상 화면에 게재된 경우 (인피드 형태 예시)

예시



스크롤



스크롤



광고 위치

광고 미노출 시 영상재생 X

광고 50%노출 시 영상재생

광고 전체 2초 이상 재생

노출 반영

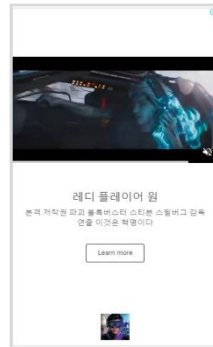
노출 반영 X

노출수 반영

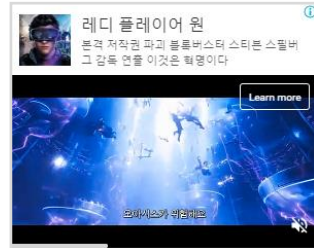
조회가능 노출 (과금)

- 게재 예시

#### ▼ 모바일 풀스크린 사이즈



#### ▼ 인피드 형태



### 3 경매형 상품 소개

\* 집행 가이드: 규격

네트워크	종류	소재형태	영상 규격	이미지 & 텍스트 규격	상세가이드
Trueview	트루뷰 인스트림	유튜브 영상	길이 제한 없음	컴패니언 배너(옵션) 300x60 (jpg / gif / png / swf) 파일 크기 150KB 이하	<a href="#">링크</a>
	건너뛰 수 없는 광고	유튜브 영상	6초~15초		
	트루뷰 포 리치	유튜브 영상	길이 제한 없음 (20초 권장)		
	트루뷰 포 액션	유튜브 영상 & 텍스트	11초 이상	제목 : 15byte CTA 텍스트 : 10byte	
	디스커버리	유튜브 영상 & 텍스트	길이 제한 없음	제목: 25byte 내용1: 35byte / 내용2: 35byte	<a href="#">링크</a>
	범퍼애드	유튜브 영상	6초 미만	컴패니언 배너(옵션) 300x60 (jpg / gif / png / swf) 파일 크기 150KB 이하	<a href="#">링크</a>
GDN	인비디오 오버레이	GIF, PNG, JPG		오버레이(이미지, 필수) 480x70 컴패니언 배너 지면 (옵션) 300x250 파일 크기 150KB 이하	<a href="#">링크</a>
	아웃스트림	유튜브 영상 & 텍스트	6초 이상, 30초 이하의 영상 (15초 권장)	제목: 80byte 설명: 100byte CTA 텍스트: 15byte 로고: 200x200 (파일 크기 200kb 이내)	<a href="#">링크</a>

\* 텍스트 바이트 기준 : 영문&띄어쓰기&기호 1byte, 한글 2byte

# A PPENDIX

2020 MEZZOMEDIA YOUTUBE ADS GUIDE

## \* APPENDIX

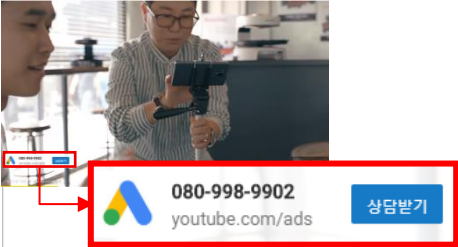


### ① 유튜브 상품별 조회수 반영여부

네트워크	종류	상품	유튜브 채널 조회수 반영 여부	
			조건	반영 여부
예약형	마스트헤드	CPD / CPM	자동 프리뷰 재생 시	CPD only 반영
			배너 내 영상영역 클릭 후 유튜브 페이지 이동 시	O
	프라임팩 커스텀팩	15초 논스킵		X
			12초 미만 소재일 경우	X
		6분 스킵가능	12초 이상 30초 미만 소재일 경우	O
			30초이상 소재일 경우	O
	키즈앱	15초 논스킵		X
			12초 미만 소재일 경우	X
		60초 스킵가능	12초 이상 30초 미만 소재일 경우	O
			30초이상 소재일 경우	O
경매형	트루뷰	인스트림 (스킵 가능한 형태)	12초 미만 소재일 경우	X
			12초 이상 30초 미만 소재일 경우	O
			30초이상 소재일 경우	O
		건너뛰 수 없는 광고	X	
		디스커버리	광고 배너 클릭 후 유튜브 페이지 이동 시	O
	범퍼애드	범퍼애드		X
	아웃스트림	아웃스트림		X

# \* APPENDIX

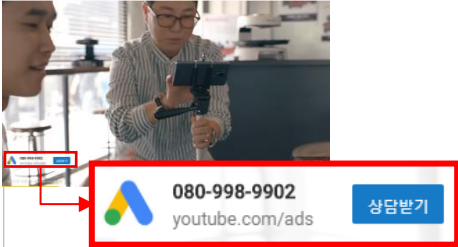
## ② 유튜브 부가기능 소개(광고 노출 가능)

2019년 6월부터 카드/최종화면 기능은 광고 영상 내 반영 되지 않음

	CTA 확장 기능 Call-to-Action Extension	카드 Info Card	최종화면 End Screens
이미지			
설명	영상 좌측 하단/컴패니언 배너 영역에 외부링크가 가능한 버튼 확장	특정 시점에 영상이나 외부링크로 이동가능한 텍스트 오버레이가 노출되며, 클릭 시 카드가 오픈	영상 끝지점에 삽입하여 시청자에게 YouTube의 채널과 다른 동영상에 대해 안내하거나 웹사이트 및 상품을 홍보
오가닉 영상 적용 여부	X	○	○
동시 활용 가능 여부	타 기능과 동시 활용 불가	카드 및 최종화면 기능 동시 활용 가능	
적용가능 상품	다음 Sheet에서 세부 내용 확인 가능	광고 적용 불가	
유튜브 -애드워즈 계정 연동 필수 여부	○	X	X
작업 가능 계정	애드워즈 계정	유튜브 계정	유튜브 계정
추가 정보	<a href="#">링크</a>	<a href="#">링크</a>	<a href="#">링크</a>

# \* APPENDIX

## ② 유튜브 부가기능 소개(광고 노출 가능)

	CTA 확장 기능 Call-to-Action Extension
이미지	
설명	영상 좌측 하단/컴패니언 배너 영역에 외부링크가 가능한 버튼 확장
오가닉 영상 적용 여부	X
동시 활용 가능 여부	타 기능과 동시 활용 불가
적용가능 상품	상품 별 상이
유튜브 -애드워즈 계정 연동 필수 여부	○
작업 가능 계정	애드워즈 계정
추가 정보	<a href="#">링크</a>

상품	CTA 확장기능 반영 여부
CPD 마스트헤드	O
CPM 마스트헤드	O
프라임팩	X
커스텀팩	X
트루뷰 인스트림	O
트루뷰 포 액션	O
트루뷰 포 쇼핑	X
트루뷰 포 리치	O
트루뷰 디스커버리	X
건너릴 수 없는 동영상 (경매형 논스킵) *	O
VAS	O
범퍼애드*	O

\*범퍼애드/건너릴 수 없는 동영상의 경우 2020년 1월 내로 모든 계정에 적용되도록 업데이트 되었으나, 일부 계정에는 아직 미적용 될 수 있음

## \* APPENDIX

### ③ 세로형 영상 광고 소개

- 모바일 앱 환경에 특화된 세로형 광고 노출로, 유저가 유튜브 앱에서 세로로 영상 시청 시 광고 주목도 상승 효과 기대

#### 활용 가능 상품

트루뷰 인스트림, 예약형 인스트림, UAC  
트루뷰 디스커버리, 트루뷰 포 액션, 범퍼  
(트루뷰 포 쇼핑은 적용 불가)

#### 영상 권장 비율

1:1, 2:3, 9:16

#### 참고사항 ①

기기를 세로로 사용할 때만 노출되며,  
아래와 같은 상황에서는 비율 조정을 위해  
영상 양 옆에 검은색 공간이 발생하게 됨

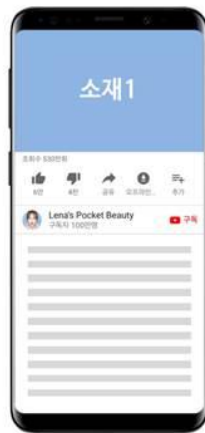
- 노출 이후 유저가 가로로 전환하는 경우
- 데스크탑 및 모바일 웹 내 노출 시

#### 참고사항 ②

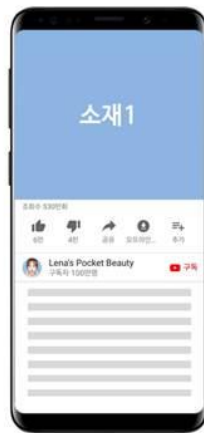
CTA Extension 적용 가능

#### 셋팅 시 권장 사항

핵심 메시지는 동영상 상단 10% 및 하단의  
25% 영역을 피해서 표시하는 것을 권장



가로형



정사각형



세로형



세로형(이미지+가로영상)

해외 금융 업종 A사 브랜드 리프트 서베이(BLS) 결과  
가로판형 only 캠페인 대비  
광고 상기도 16%, 구매 고려도 110% 상승



## \* APPENDIX

### ④ 유튜브 애니메이션 2.0

- 유튜브 동영상 광고 소재 제작 서비스
- 신규 제작이 아닌 광고주 보유 영상 및 이미지 에셋을 유튜브 Fit에 맞게 편집 지원

#### 지원되는 유튜브 형식

트루뷰 인스트림, UAC  
트루뷰 포 액션, 범퍼

#### 필요한 원본 에셋

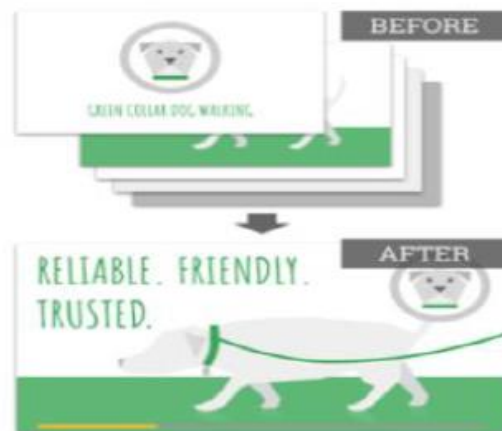
고해상도 동영상 파일  
별도의 오디오파일  
고해상도 이미지 파일  
정확한 텍스트  
글꼴 파일

#### 자격 요건

범퍼애드 : 최소 예산 500만원 이상(Net)  
장초수 포맷 : 최소 예산 1천만원 이상(Net)  
완성 30일 이내 캠페인 라이브

#### 집행 절차

구글 세일즈 팀에 문의



\*예시 관령 링크

- 기존 동영상 수정 : <https://storage.googleapis.com/gtech-premiumcreativeservices.google.com.a.appspot.com/index.html#/e/edit-duration>

- 이미지를 동영상으로 변환 : <https://storage.googleapis.com/gtech-premiumcreativeservices.google.com.a.appspot.com/index.html#/e/animate-assets>



THANK YOU  
감사합니다