스타일포커스 beta
광고 준비하기

2018.05.15

Appendix

- 유형별 FAQ
- 참고 자료

유형별 FAQ

광고 정보

Q. 스타일포커스 beta를 집행하기 위해서는 무엇이 필요한가요?

A. 스타일포커스 beta는 스토어정보 및 상품정보로 광고를 구성합니다.
클릭스에 등록된 광고대상(사이트) 심사 승인 및 모바일 최적화 인증 후
스타일포커스 집행을 위해 스토어정보 등록 및 심사 승인을 마치면
상품 등록과 심사 승인 후에 노출이 가능합니다.

Q. 동일 상품에 색상 혹은 디자인이 약간 다를 경우 집행이 가능한가요?

A. 동일 상품은 중복하여 광고로 등록 및 집행이 불가합니다.
다만, 색상이나 약소한 디자인의 차이가 있어
동일 상품의 A에디션, B에디션 등등과 같이
별도의 상품으로 분류하여 광고집행을 원하시는 경우,
각 상품의 차이를 명확히 하여 상품URL을 구분하여 입력함으로써
집행이 가능할 수 있습니다.

유형별 FAQ

광고 정보

Q. 상품카테고리는 무엇인가요?

A. 상품카테고리는 등록하는 상품의 속성을 구분하는 분류로,
상품을 설명할 수 있는 상품과 관련된 카테고리를 선택해야합니다.
상품카테고리가 등록한 상품과 관련이 없거나 낮은 경우에 광고가 제한될 수 있습니다.

Q. 스타일포커스 beta 상품ID가 무엇인가요?

A. 스타일포커스 beta 상품은 등록과 동시에 고유의 번호인 스타일포커스상품ID가 부여됩니다.
스타일포커스 beta 상품ID는 각 상품을 식별할 수 있는 번호로서,
[스타일포커스 상품관리] 메뉴에서 조회 단위, 혹은 [스타일포커스 대량관리] 에서
수정을 위한 단위로 사용됩니다.

유형별 FAQ

광고 정보

Q. 상품 추가이미지는 무엇인가요?

A. 상품 추가이미지는 광고 상품을 확인 할 수 있는 사진 정보로
상품기본이미지 외 추가적으로 광고에 노출가능한 이미지입니다.
상품추가이미지는 클릭스에서 직접 선택적으로 설정이 가능하며,
800x1280px의 PNG, JPG (용량 최대 10MB) 파일형식의 이미지파일 등록 가능합니다.

등록한 상품 추가이미지의 경우 모바일/PC 더보기의 일부 영역에서 노출이 가능합니다.
상품추가이미지는 심사의 대상항목으로 검색광고 및 스타일포커스 심사기준을 만족해야하며,
심사 절차 후 승인 혹은 반려일 때, [스타일포커스 상품관리]에서 수정 가능합니다.

대량으로 상품수정을 원하는 경우,
[스타일포커스 대량 관리] 메뉴를 이용하여 최대 1만건까지 작업이 가능합니다.

자세한 내용은 '스타일포커스 beta 대량관리 > 이미지 대량 관리(탭)'을 확인해주세요.

유형별 FAQ

광고 정보

Q. 추가 URL은 무엇인가요?

A. 추가 URL은 광고노출 성과 평과의 편의성을 위해
등록 가능한 파라미터값으로 지면(모바일/PC) 선택적으로 설정이 가능합니다.

상품 URL은 상품 상세페이지로 연결하는 링크로,
상품 URL과 추가 URL은 함께 광고 클릭 시 연결되는 상세페이지의 링크를 구성합니다.

유형별 FAQ

광고 정보

Q. 스토어속성은 무엇인가요?

A. 스토어속성이란 광고 상품을 판매하는 판매처인 스토어를 설명하는 요소로,
스토어의 연령과 스타일 2가지가 있습니다.

클릭스 계정 광고대상 관리에서 스토어정보 등록 시 설정이 가능하며,
각 속성 요소의 세부 내용은 다음과 같습니다.

* 연령 : 광고하는 상품을 찾는 고객의 주요 연령대를 선택할 수 있습니다.
해당 정보는 더보기 영역 내 필터값으로 사용되어 연령층의 잠재고객에게
노출이 가능합니다.
* 스타일 : 스토어의 컨셉을 대표하는 단어로, 최소 1개에서 최대 3개까지
선택 가능하며, 더보기 영역 내 스토어를 설명하는 태그 형태로 노출됩니다.

스토어정보는 심사상태가 '수정중'일 때를 제외하고 모든 항목에 대하여 수정이 가능합니다.
클릭스 계정 광고대상 관리에서 스토어정보 항목의 '반려' 혹은 '승인' 클릭 시
팝업창 내 스토어 정보 수정 버튼을 통해 수정할 수 있습니다.

유형별 FAQ

광고 정보

Q. 쇼핑하우의 상품을 광고소재로 등록할 수 있나요?

A. 스타일포커스 beta는 클릭스에서 스토어정보 및 상품정보를 직접 등록하여 광고집행이 가능합니다.
따라서 쇼핑하우 계정 여부와 무관하게 스타일포커스 beta 광고 집행이 가능하며,
쇼핑하우에 등록된 상품이더라도 클릭스에서 직접 스토어정보 및 상품정보 등록이 필요합니다.

새 캠페인 등록 단계에서 캠페인 종류를 '스타일포커스 Beta'로 선택하고
캠페인 운영전략을 설정하여 등록합니다.
'스타일포커스 Beta' 캠페인 하위의 새 그룹 등록 시 원하는 스타일포커스 스토어정보를 등록하거나
심사승인 상태인 광고대상(사이트) 선택 혹은 그룹 운영전략을 설정하여 등록합니다.

생성된 그룹의 새 소재 등록 단계에서 그룹에 연결된 광고대상(사이트) 하위에 상품과 소재를 동시에 등록할 수 있습니다. 소재로 등록된 상품이 심사 대상 모든 항목에 대하여 심사 승인 되었을 때 광고 노출이 가능합니다. 특별한 반려 사유가 없을 경우 영업일 기준 최대 3일 정도 소요될 수 있으며 운영 리소스에 따라 변동이 있을 수 있습니다. 광고 소재의 심사 과정, 반려 사유는 클릭스 광고관리에서 소재 별로 확인할 수 있습니다.
단, 광고 소재 심사 절차가 늦어질 시 스타일포커스 고객센터 1566-2100으로 문의 주시기 바랍니다.

유형별 FAQ

광고 노출

Q. 어떤 키워드에 내 광고가 노출되나요?

A. 스타일포커스 beta는 등록된 상품정보와 연관도가 높은 키워드를
시스템이 자동으로 추출하여 사용자의 검색의도에 맞는 상품을 매칭하여 노출합니다.
따라서 매칭되는 키워드는 시점, 연관도, 품질 등에 따라 유동적으로 바뀔 수 있습니다.
단, 상품을 상세한 하위 카테고리까지 잘 매핑하고, 원하는 키워드와 밀접한 상품명을 등록하고
적절한 입찰가를 설정하는 등 최적화 작업이 연관도를 높이는데 영향을 줄 수 있습니다.

Q. 키워드와 광고의 연관성을 판단하는 기준은 무엇인가요?

A. 연관성 판단은 소재로 등록된 상품정보를 근거하여 이루어지며,
상품이미지, 상품명, 카테고리 등의 상품 정보가 노출을 원하는 키워드와 연관성이 높아야 합니다.
연관성을 높이는 방법은 상품을 상세한 하위 카테고리까지 잘 매핑하고,
원하는 키워드와 밀접한 상품명을 등록하는 등 최적화 작업이 연관도를 높이는데 영향을 줄 수 있습니다.

유형별 FAQ

광고 노출

Q. 스토어리스트에서 노출 될 때, 스토어 노출 순위에 대한 기준이 있을까요?

A. 스토어리스트 노출순위는 각 스토어와 연결된 광고의 노출순위로 결정됩니다.
광고의 노출순위는 광고 소재에 적용된 입찰가와 키워드-상품의 연관도, 광고품질 등의 요소를
복합적으로 고려한 랭킹지수를 따릅니다.

Q. 통합검색에서 쇼핑몰명 키워드에 노출이 가능한가요?

A. 스타일포커스 beta는 다음 모바일 통합검색결과 최상단 영역과
다음 PC 통합검색 우측 최상단 영역에 '상품단위'로 노출되는 광고 상품 입니다.

이에 따라 쇼핑몰명 키워드에 연관된 상품을 노출하지 않습니다.
단, 더보기 영역 내에 스타일포커스 집행중인 스토어 별 상품 조회가 가능합니다.

유형별 FAQ

광고 대상

Q. 네이버 스토어팜이나 카페, 블로그로 광고대상(사이트) 등록이 가능한가요?

A. 네이버 스토어팜 경우 최적화 페이지로 집행 가능합니다.
단, 독립된 상품 페이지가 구현된 경우에만 가능하오며,
스타일포커스 beta 심사정책 상세 가이드에 준할 경우 광고 집행이 가능합니다.

Q. 기존에 등록되어 있던 광고대상(사이트)을 스타일포커스 beta 광고 집행에 사용할 수 있나요?

A. 기존에 등록된 광고대상(사이트)은 스타일포커스 beta 광고 집행 가능합니다.
광고대상(사이트)이 심사 승인 및 모바일 최적화 인증, 스토어정보 등록 및 승인 조건을
만족할 시 광고 집행이 가능합니다.

유형별 FAQ

광고 대상

Q. 광고대상(사이트)의 모바일 최적화 인증을 받으려면 어떻게 해야하나요?

A. 모바일 최적화는 기본적으로 등록한 광고대상(사이트)이
모바일에서도 문제없이 작동하는지를 보는 단계로써, 조건은 다음과 같습니다.

[모바일 최적화 기준]
① 반응형 웹으로 제작되었거나,
② 화면을 확대하지 않아도 내용을 파악할 수 있는 적절한 크기의 폰트를 사용하고,
모바일에서 이용자가 사이트를 이용(참여, 리딩, 링크이동, 구매 등)하는데
불편함이 없는 사이트를 말합니다.

광고대상(사이트) 심사 승인, 스토어정보 등록 및 심사 승인까지 마치고
모바일 최적화 인증 요청을 원하실 경우 스타일포커스 beta 고객센터인
1566-2100으로 문의 주시기 바랍니다.

유형별 FAQ

스토어정보 등록

Q. 쇼핑하우 계정 연동이 필요하나요?

A. 아닙니다.
스타일포커스 beta는 클릭스에서 스토어정보 및 상품정보를 직접 등록하여 광고집행이 가능합니다.
따라서 쇼핑하우 계정과 무관하게 스타일포커스 beta 광고 집행이 가능하며,
쇼핑하우에 등록된 상품이더라도 현재 클릭스에서 직접 스토어정보 및 상품정보 등록이 필요합니다.

Q. 클릭스 광고대상(사이트)은 1개의 스토어정보만 등록할 수 있나요?

A. 클릭스 광고대상(사이트)은 1개의 스토어정보만 등록이 가능합니다.
클릭스에서 동일한 광고대상(사이트)의 중복 등록이나 동일한 스토어정보의 중복 등록은
제한될 수 있습니다.

유형별 FAQ

광고 등록

Q. 등록가능한 소재는 몇 개까지인가요?

A. 한 클릭스 계정 당 등록 가능한 스타일포커스 beta 소재는 한 그룹 당 최대 300개 입니다.
단, 스타일포커스 beta 소재는 한 클릭스 계정 당 최대 10,000개로 제한합니다.

Q. 직접 키워드를 선택해서 입찰할 수 없나요?

A. 스타일포커스 beta는 고효율 키워드와 자동 매칭되어 노출됨에 따라
직접 키워드를 선택해서 입찰할 수 없습니다.
따라서 키워드 발굴 및 구매과정에 소요되는 운영 리소스를 절감할 수 있습니다.

단, 광고노출을 원하지 않는 키워드는 광고 그룹 혹은 소재 단위 설정 내 '제외키워드' 기능을 이용하여
광고 노출을 제한할 수 있습니다.

유형별 FAQ

광고 등록

Q. 소재 제외키워드 설정 시 '상품에 연결된 키워드'는 뭔가요?

A. 소재 제외키워드 설정 시 확인 가능한 '상품에 연결된 키워드'란
상품정보를 바탕으로 매칭되어 상품이 소재로 등록됐을 때 노출이 가능한 키워드를 말합니다.
'상품에 연결된 키워드'는 상품정보를 바탕으로
시점, 연관도, 품질 등에 따라 유동적으로 바뀔 수 있습니다.
단, 상품을 상세한 하위 카테고리까지 잘 매핑하고, 원하는 키워드와 밀접한 상품명을 등록하는 등
최적화 작업이 연관도를 높이는데 영향을 줄 수 있습니다.

Q. '대표키워드'란 뭔가요?

A. '대표키워드'란 상품이 소재로 등록됐을 때 노출이 가능한 '상품에 연결된 키워드' 중에서,
더보기 영역 카테고리 하위 노출에 활용되는 키워드입니다.
단, 대표키워드를 제외 키워드로 설정하면 통합검색영역을 포함하여 더보기 영역에서
노출기회가 줄어들 수 있습니다.

유형별 FAQ

광고 등록

Q. 소재 혹은 상품 등록 화면에서 선택 가능한 전체 카테고리를 확인할 수 있나요?

A. 소재 설정|등록하기 화면에서 선택 가능한 전체 카테고리를 확인할 수 있습니다.
상품카테고리 항목의 우측에 [다운로드] 버튼을 이용해주세요.
스타일포커스 beta 광고 집행 가능한 카테고리를 csv파일로 다운받을 수 있습니다.

상품카테고리는 등록하는 상품의 속성을 구분하는 분류로,
상품을 설명할 수 있는 상품과 관련된 카테고리를 선택해야 합니다.
상품카테고리가 등록한 상품과 관련이 없거나 낮은 경우에 광고가 제한될 수 있습니다.

유형별 FAQ

광고 관리

Q. 그룹 등록 진행 시, 모바일은 필수로 진행되어야 하는데, 혹시 PC만 별도 선택해서 운영이 가능할까요?

A. 스타일포커스 beta 그룹 등록 진행 시, 모바일은 필수 노출지면임에 따라
모바일 선택란이 기본으로 선택되어있으며, 이는 해제가 불가능한 영역입니다.

이에 따라 그룹별 PC/모바일 별로 구분하는 방식의 그룹운영은 불가합니다.

Q. PC, 모바일 입찰가가 개별 설정이 가능한가요?

A. PC, 모바일 지면에 대한 입찰가에 대한 부분은 별도 세팅이 불가합니다.

유형별 FAQ

광고 관리

Q. 광고 등록한 상품의 판매가격을 수정하고 싶습니다. 어떻게 해야하나요?

A. 상품의 판매가는 지면(PC/모바일) 별로 등록이 가능하며,
수정이 필요할 때 클릭스 스타일포커스 beta 상품 관리 메뉴를 통해 수정할 수 있습니다.

Q. 광고로 등록한 상품이 품절되었습니다. 어떻게 해야하나요?

A. 스타일포커스 beta 광고로 등록한 상품이 일시품절, 삭제, 품절 등과 같이 비정상일 경우,
노출 조건에 부적합하여 노출 제한이 됩니다.
클릭스 내에서 직접 해당 광고의 운영 OFF 설정 혹은 삭제를 권장합니다.

유형별 FAQ

광고 관리

Q. 광고등록 후 상품 정보를 변경할 수 없나요?

A. 상품의 심사상태가 '승인' 혹은 '반려' 상태일 경우, 상품 정보 변경이 가능합니다.
상품 수정 및 수정 심사 결과는 해당 상품이 등록된 모든 소재에 반영됩니다.
스타일포커스 beta는 광고로 노출되는 스토어정보 및 상품정보를
클릭스에서 직접 입력, 등록이 가능하며, 필요한 정보는 수정하여 노출에 반영할 수 있습니다.

Q. 소재 혹은 상품의 삭제는 어떻게 하나요?

A. 개별 소재의 삭제를 원할 경우 클릭스 광고관리를 통해 가능하며,
광고 소재로 등록된 상품 삭제를 원할 경우 스타일포커스 beta 상품 관리 메뉴에서 삭제가 필요합니다.

상품을 삭제하는 경우, 스타일포커스 beta 상품 관리 메뉴에서
해당 상품이 소재로 등록된 모든 광고 소재 삭제가 선행되어야 하며,
상품이 소재로 등록된 세부사항 및 소재의 삭제는 상세보기 버튼을 통해 가능합니다.

유형별 FAQ

광고 관리

Q. 상품정보(소재)를 수정했는데 광고에 반영이 되지 않습니다. 왜 그런걸까요?

A. 수정심사중인 상품은 기존에 등록되어 승인된 상품정보로 광고 노출이 유지되고, 수정 요청한 정보가 승인됐을 때, 수정한 정보로 자동 노출됩니다. 또한 수정 요청한 정보가 심사 결과 반려되는 경우 역시 수정 요청한 정보로 계속 유지되며, 수정 요청한 정보의 자세한 심사이력은 광고대상관리의 변경이력 메뉴에서 확인할 수 있습니다.

대량으로 상품수정을 원하는 경우, 스타일포커스 beta 대량 관리 메뉴를 이용하여 최대 1만건까지 작업이 가능합니다.

자세한 내용은 '스타일포커스 beta 대량관리 > 이미지 대량 관리(탭)'을 확인해주세요.

유형별 FAQ

광고 관리

Q. 이미지 대량 관리로 가능한 작업은 무엇이 있나요?

A. 스타일포커스 beta 대량관리 메뉴의 이미지 대량관리(탭)에서는
스타일포커스 beta 대량 소재(신규상품) 혹은 상품관리 (신규상품등록/기등록상품수정)를 위한
이미지를 관리할 수 있습니다.
한 번에 최대 100개의 이미지 파일을 선택할 수 있으며,
이미지 타입벽 규격에 맞추어 ' 자르기 ' 하여 이미지URL을 신청하여 관리할 수 있습니다.
자세한 내용은 다음과 같습니다.

* 스타일포커스 beta 대량관리 > 이미지 대량 관리(탭)
- 이미지 파일 업로드 : 한 번에 최대 100개의 이미지 파일을 선택하여 이미지 크기 편집 및 이미지URL생성을 위해 업로드합니다.
- 이미지 자르기 : 업로드한 이미지 파일을 기본이미지, 혹은 추가이미지 규격에 맞추어 편집합니다.
- 이미지 URL 신청 : 기본이미지, 혹은 추가이미지 규격에 따라 이미지URL 생성을 신청합니다.
- 이미지정보다운로드 : 생성한 이미지URL의 정보를 다운받을 수 있습니다. 다운받은 이미지정보는 소재(신규상품) 혹은 상품관리 (신규상품등록/기등록상품수정)를 위한 상품이미지를 입력하는 데 활용됩니다.

유형별 FAQ

심사

Q. 소재 심사는 얼마나 걸리나요?

A. 영업일 기준 1~3일 소요 예정입니다.

Q. 스타일포커스 beta 광고의 심사 조건은 어떻게 되나요?

A. 스타일포커스 beta 광고 상품 등록은 광고대상(사이트) 심사승인, 모바일최적화 인증 및 스토어정보 심사승인이 필요합니다. 집행 시 광고대상(사이트)의 광고 집행 가능한 업종 여부, 광고 정보요소인 스토어정보(스토어명, 스토어대표/배경이미지, 스토어속성(연령, 스타일), 스토어홍보문구와 상품정보(상품명, 상품카테고리, 상품 기본/추가이미지, 상품연결페이지URL와 정보항목 일치 여부 등)가 심사 대상 항목입니다.
각 항목은 상품검색 심사 기준, 광고 등록 기준, 상품 연결화면 등록 기준을 따릅니다.
보다 자세한 등록 기준은 스타일포커스 심사정책을 확인해주세요.

스타일포커스 beta 심사정책 바로가기 : http://adnetwork.ad.kakaocorp.com/94

유형별 FAQ

심사

Q. 재심사에 대한 절차가 궁금합니다.

A. 광고대상(사이트) 심사상태가 '심사보류'인 경우 재심사를 받을 수 있습니다.
클릭스 계정 광고대상 관리에서 보류 사유를 확인하여 필요한 수정 및 필요 서류 업로드를 통해
재심사 신청이 필요합니다.

스토어정보 심사상태가 '반려'인 경우 재심사를 받을 수 있습니다.
클릭스 계정 광고대상 관리에서 스토어정보 '반려'를 클릭하여 팝업창 내에서 반려 사유를 확인해주세요. 반려 사유를 참고하여
스토어정보수정 후 수정 심사를 요청할 수 있습니다.

한 번 광고 소재로 등록된 상품이 반려된 경우 상품 정보를 수정하여 수정심사를 요청할 수 있습니다.
스타일포커스 beta 상품 관리 메뉴에서 해당 상품의 반려 사유를 참고하여 필요한 상품정보를 수정하여
수정심사를 요청해주세요.

상품정보 수정의 심사결과는 해당 상품이 등록된 모든 소재에 반영되며, 광고단위 운영이 on인 경우
심사가 승인되면 즉시 광고 노출이 가능합니다.

유형별 FAQ

심사

Q. 심사 반려된 상품의 재심사를 요청할 때 삭제 후 재등록을 해야 하나요?

A. 아닙니다.
등록한 상품이 반려된 경우 필요한 상품 정보를 수정하여 수정심사를 요청할 수 있습니다.
스타일포커스 beta 상품 관리 메뉴에서 해당 상품의 반려 사유를 참고하여
필요한 상품정보를 수정해주세요.

상품의 수정된 정보 및 심사결과는 해당 상품이 등록된 모든 소재에 반영되며,
광고단위 운영이 on인 경우 심사가 승인되면 즉시 광고 노출이 가능합니다.

유형별 FAQ

광고 성과

Q. 키워드 단위로 보고서를 확인할 수 있나요?

A. 스타일포커스 beta는 광고 특성상 키워드 단위로 보고서를 확인할 수 없습니다.
스타일포커스beta 는 등록된 상품정보와 연관도가 높은 키워드를 시스템이 자동으로 추출하여
사용자의 검색의도에 맞는 상품을 매칭하여 노출합니다.

따라서 매칭되는 키워드는 시점, 연관도, 품질 등에 따라 바뀔 수 있어
별도로 보고서를 제공하고 있지 않습니다.

유형별 FAQ

광고 성과

Q. 스타일포커스 beta 광고의 전환 측정을 할 수 있나요?

A. 전환추적설정(CTS) 설치하시면 스타일포커스 beta 광고 전환 측정이 가능합니다.
클릭스 보고서에서 광고 성과 지표를 확인해주세요.
'광고운영 보고서' 화면을 통해 스타일포커스 beta 광고 현황을 준실시간으로 조회할 수 있으며,
'다운로드 보고서' 화면에서 필요한 보고서를 원하는 조건으로 생성하여 다운받을 수 있습니다.

보고서는 스타일포커스 beta 광고 캠페인, 그룹, 소재 혹은 상품 단위로
기간별 노출수, 클릭수, 평균클릭비용, 전환율 등 주요 성과 정보 조회가 가능하며,
조회된 내용은 csv파일로 다운로드 할 수 있습니다.

단, 전환추적설정(CTS) 설치 전의 지표는 확인이 어려우며,
설치 상태 및 자세한 내용은 다음 전환추적설정(CTS) 화면에서 확인할 수 있습니다.

전환추적설정(CTS) 바로가기 : https://adplus.biz.daum.net/material/all/13

참고 사이트 및 자료

구분	내용	링크
상품 안내	스타일포커스 beta 안내	http://adnetwork.ad.kakaocorp.com/93
	스타일포커스 beta 심사정책	http://adnetwork.ad.kakaocorp.com/94
플랫폼	클릭스	https://clix.biz.daum.net

THANK YOU