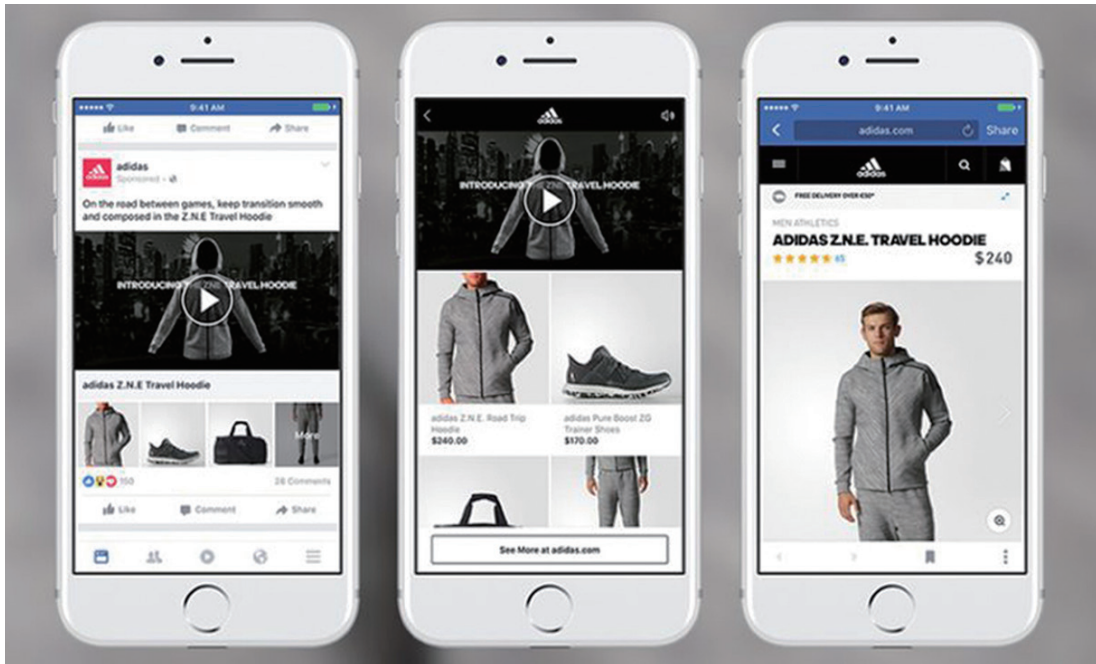


페이스북, 새로운 몰입형 광고 ‘컬렉션’ 공개



페이스북이 새로운 몰입형 광고 제품인 ‘컬렉션(collection)’을 공개했다. 이번에 공개된 몰입형 광고는 콘텐츠와 유기적으로 결합된 광고를 통해 소비자가 신선한 모바일 쇼핑을 경험할 수 있게 됐다.

컬렉션은 브랜드가 소비자들에게 전달하고자 하는 제품의 이미지나 동영상상을 하나로 묶어 보여주는 기능이다. 이를 통해 해당 브랜드에 관심을 가지고 있는 사용자의 몰입도를 높일 수 있으며, 더욱 빨라진 로딩 속도와 풍부한 이미지로 모바일 쇼핑 경험 또한 더욱 간편해진다.

광고주들은 페이스북의 새로운 광고 제품인 컬렉션을 활용해 최대 50가지의 제품 이미지 및 동영상을 뉴스피드 상에서 한 번에 표현할 수 있다. 컬렉션에 표시되는 제품의 순서는 구매율에 기반해 자동으로 배열하거나 직접 설정하는 것도 가능하다.

또 페이스북은 광고주들이 더욱 효율적인 광고를 집

행할 수 있도록 페이스북에서 외부 링크로 전환되는 클릭 수 관련 정보를 제공할 예정이다. 광고주들은 사용자가 페이스북에서 외부 링크로 옮겨가는 과정을 수치화해 광고 도달률을 한눈에 살펴볼 수 있게 된다.

테스트 기간 중 새로운 스포츠 제품 광고에 컬렉션을 적용한 아디다스는 5.3배의 광고 대비 수익률 증가를, 타미힐피퍼는 가을 신상품 홍보로 2.2배 더 높은 광고 대비 수익률을 기록했다.

페이스북 머니타이제이션 부문 총괄 매즈 샤라피(Maz Sharafi)는 “새로운 광고 제품인 컬렉션으로 마케터들이 모바일 환경에 적합한 매력적인 비주얼 광고를 제작할 수 있게 됐다”며 “모바일 기기로 제품을 구매하는 사람들에게 제품의 아름다운 모습을 보여줘 판매 증진으로 이어지는 효과가 기대된다”고 말했다. **KAA**

이순임 lee.soonim@gmail.com