

[정규과정]

1인 콘텐츠 실제 제작하기

유튜브 시청자가 보는 광고 유형

이 자료를 통해 유튜브 시청자가 보는 광고 유형의
자세한 내용을 알수 있습니다.

튜터 김미리

자료출처

원대!김메주의유튜브영상만들기/김혜주지음/이지스퍼블리싱

#동영상 시청에 영향을 미치지 않는 유형

-디스플레이 광고

광고가 동영상 옆에 표시되기는 하지만 건너뛴 수 있는 광고 보다는 수익이 낮은 광고 형식이다. 광고주의 선택에 따라 시청자가 광고를 시청 할 때 또는 광고를 클릭 할 때 수익이 발생한다.

-오버레이 광고

동영상 하단 20% 영역에 가로로 표시되므로 이 영역에 중요한 시각 요소를 넣지 않도록 주의해야 한다. 시청자가 광고를 언제든 닫을 수 있다. 광고주의 선택에 따라 광고가 노출되거나 클릭할 때 수익이 발생한다.

-스폰서 카드광고

유튜브의 카드 기능을 활용한 광고 이다. 동영상에 포함된 제품 등 동영상과 관련이 있는 콘텐츠가 표시되며 카드의 티저가 몇 초간 표시된다. 아직 국내에서는 지원하지 않는다.

#동영상 시청에 영향을 끼치는 광고 유형

-건너뛴 수 있는 동영상 광고

가장 익숙하게 보는 5초동안 시청한 후 건너 뛴 수 있는 광고 이다. 시청자가 광고를 30초 이상 시청하였거나 30초 미만의 광고 일 경우에는 끝까지 광고를 시청하면 수익이 발생하게 된다. 동영상이 10분 이상이면 광고를 중간에 삽입하는 것도 가능하다

-건너뛴 수 있는 설문 광고

질문이 1개인 설문에 참여해 바로 동영상을 시청하거나 5초 후에 건너 뛴 수 있는 광고이다. 광고를 건너뛰면 수익이 발생하지 않는다.

-건너뛴 수 없는 동영상 광고 및 건너뛴 수 없는 긴 동영상 광고

광고를 끝까지 봐야 동영상을 시청할 수 있는 긴 광고 이다. 시청자가 끝까지 광고를 시청하면 수익이 발생한다. 건너뛴 수 없는 광고는 15초, 건너 뛴 수 없는 긴 광고는 최대 30초 이다.

-건너 뛴 수 없는 범퍼 광고

최대 6초 길이의 간단한 광고이다. 상대적으로 거부감이 덜하다. 시청자가 광고를 끝까지 시청하면 수익이 발생한다.