# 와디즈 광고 서비스
## 소재 제작 가이드라인

Ver. 2024. 3

# 와디즈 광고서비스 준수사항

## 광고 진행 관련

1) 1차 심사 승인된 프로젝트 메이커님 대상으로 광고 서비스가 제공되며, 외부 사이트로의 랜딩 광고는 지원하지 않고 있어요.
2) 광고 소재는 와디즈 가이드에 따라 제작해주세요.
   기준에 맞지 않을 경우 소재 수정 요청 및 자체 수정되며 기준에 따라 광고 게재를 제한할 수 있습니다.
3) 광고는 와디즈 **[내부 가이드]** 따라 심사 후 통과된 프로젝트에 한하며,
   광고 집행일 시점에 프로젝트 페이지가 문제없이 확인될 시에만 실제 집행이 가능합니다.
4) 광고 접수는 광고 시작일 기준 영업일 3일 전까지 등록이 필요하며, 광고 심사는 영업시간 (오전 10시~ 오후 4시) 내에 이루어집니다.
   원활한 광고서비스 이용을 위해서는 영업시간 내에 등록을 진행해주시는 게 좋아요.
5) 푸시 광고는 집행일 3영업일 전까지 소재 제출하지 않은 경우, 와디즈에서 자체 제작하며 기한 이후 제출 건은 반영되지 않습니다.

* 한정적인 구좌 운영으로 약 2~3주 전 부터 광고가 마감되고 있습니다. 사전 광고 계획을 통해 빠른 광고 예약 부탁드립니다.
* 광고 등록 후, 해당 일자의 구좌 마감 시 [피드백]을 통해 진행 가능한 일정을 안내드립니다.

## 광고 상품별 소재 제작 가이드를 확인하세요

- **와디즈 디스플레이 광고 (홈 배너 / 리스트 배너 / 멀티 보드 / 앱 메인 팝업) 6p**
- **와디즈 푸시 광고 (카카오톡 푸시 / 앱 푸시) 16p**
- **펀딩으로 이끄는 카피 작성 & 이미지 선정 방법 21p**

# 공통 가이드를
# 반드시 지켜주세요

**모든 광고에 적용되는 가이드입니다.**
**가이드를 벗어난 카피는 광고 반려 사유가 되니 아래 가이드를 반드시 지켜주세요.**
**카카오톡 푸시, 앱 메인 팝업은 와디즈 공식 마케팅 채널로 브랜드 톤앤매너에 맞추어 사전 고지 없이 수정될 수 있습니다.**

## 와디즈 용어 준수

### ○ 좋아요

- 크라우드펀딩, 참여, 펀딩, 예약구매(프리오더), 즉시구매(스토어), 환불
- 메이커, 서포터
- 얼리버드, 혜택, 와디즈 특별가

### ✕ 안돼요

- 클라우드펀딩, 구매, 판매, 주문, 반품
- 판매자, 메이커스, 고객, 구매자, 소비자, 서포터즈

## 프로젝트 심사 내용 반영

### ○ 좋아요

- 와디즈 내외부 광고 심의 가이드라인을 준수하여 심사 내용에 맞게 단어 선정

### ✕ 안돼요

- 프로젝트 콘텐츠 심사 시 사용이 금지된 표현
- (유의 표현 예시) 탈모 개선, 여드름 케어 등

## 카피 내용

### ○ 좋아요

- 펀딩은 쇼핑이 아니기에, 리워드의 장점 또는 개발 과정을 어필해 주세요.
- 올바른 맞춤법을 반드시 확인하세요.
- 반드시 존댓말을 사용하세요.
- 전달하려는 내용을 자연스러운 문장 형태로 간결하게 작성해 주세요. ex) 무더운 여름, 강아지도 시원한 펫가방 (o)

여름에 압도적 통기성 망사 패션 강아지 가방 (x)

### ✕ 안돼요

- 허위·과장 광고로 오인될 수 있는 카피
- 속어/비속어 및 타 브랜드와 비교하는 카피
- 지나치게 장난스럽거나 자음, 모음 등만 사용하여 완성되지 않은 형태의 카피
- **디스플레이 광고 소재 제작 시**
  **문장 부호는 쉼표, 마침표, 퍼센트 기호만 사용할 수 있습니다.**

**[문장 부호 가이드 - 디스플레이 광고 소재에 적용됩니다]**

- ,.% 쉼표, 마침표, 퍼센트 기호 외 모든 문장 부호 사용 불가
- **문장 부호 사용 시 자체 수정**될 수 있습니다.

| 예시 | 예시 |
| --- | --- |
| 대괄호 제외<br>[상생소비지원금] ✕<br>상생소비지원금 ○ | 따옴표 제외<br>안심 외출 "컴팩트 사이즈" ✕<br>안심 외출 컴팩트 사이즈 ○ |

**[문장 어미]**

- 문장은 명사형 어미로 종결하는 것을 지향하나, 동사형 어미로 종결 가능합니다.

| 예시 | 예시 |
| --- | --- |
| 누구나 1만 원 쿠폰 받기 ○<br>누구나 1만 원 쿠폰 ○ | 15,000원 쿠폰팩까지 ○<br>15,000원 쿠폰팩 ○ |

# 공통 가이드를
# 반드시 지켜주세요

**모든 광고에 적용되는 가이드입니다.**
**가이드를 벗어난 이미지는 광고 반려 사유가 되니 아래 가이드를 반드시 지켜주세요.**

## 이미지 선정 시 확인해주세요

### ✕ 안돼요

· 혐오감 및 거부감을 느낄 수 있는 이미지 및 전후 비교,
특정 신체부위 확대 이미지 등은 사용할 수 없습니다.

· 특정 신체부위가 지나치게 노출되어 선정적으로 느껴지거나
업종과 무관하게 노출 이미지를 사용하는 경우 광고 집행이 불가합니다

· 제품 또는 서비스의 효과를 과도하게 강조하는
전후 비교 이미지는 광고 집행이 제한될 수 있습니다.



✕ 특정 신체부위를 확대한 전후 비교

✕ 거부감을 느낄 수 있는 신체부위
여러 개 삽입 및 지나친 확대



○ 리워드 사용 모습을 표현하는
신체 이미지에 한하여 작은 이미지 가능

○ 거부감이 들지 않는 신체부위에 한하여
리워드 사용 모습 확대 가능(손, 발, 목)

# 부업·수익 창출 프로젝트
# 공통 가이드를 반드시 지켜주세요

부업 및 수익 창출 관련 프로젝트의 광고에 적용되는 가이드입니다.
가이드를 벗어난 카피는 광고 반려 사유가 되니 아래 가이드를 반드시 지켜주세요.
**심의 가이드 및 브랜드 톤앤매너에 맞추어 사전 고지 없이 수정될 수 있습니다.**




- **발생하지 않은 미래 수익 및 성과를 보장/예측/암시하는 내용은 기재 불가합니다.**
- **스토리에는 증빙 가능한 사실에 한해 정확한 일자/집계 기준 등을 함께 명시해야 합니다.**
- **표시·광고의 공정화에 관한 법률 제 2장에 따라 전반적인 스토리 맥락 상 서포터가 오인할 여지가 있는 표현은 제한됩니다.**

## ✕ 사용 불가 표현

발생하지 않은 **미래 수익을 예측/보장/암시하는 내용**이나,
**모든 소비자에게 동일한 수익을 보장할 수 없는 내용**은 사용 불가합니다.

**사용 불가 표현 예시**

적게 일하고 많이 버는 | 경제적 자유 | 인생 역전 | 월급 독립
마지막 인생 역전 기회 | 부의 추월 차선 | 흙수저 탈출
대기업 연봉 추월하는 | 월급 노예 탈출 | 퇴사 유발 | 퇴사 촉진
미치게 빠른 수익화 | 고소득 채널 만드는 법 | 원금 보장
월 소득 2-3배 상승 | 0000원 수익 보장 | 0000원 벌 수 있는

## ○ 사용 가능 표현

**단순 수익 창출 가능성**을 암시하는 표현이거나
**과거 경험/사실로 증빙 가능한 내용**이라면 사용 가능합니다.

**사용 불가 표현 예시**

수익 파이프 라인 | 자동화 수익 | 부수익 창출
수익 올리는 | 수익 창출 | 블루오션 | 수익화
월급 외 수익 | 월 소득 상승 도전 가능
월 000원 벌었던(경험 증빙 가능 시) | 무자본/무재고 창업
돈이 되는 정보(노하우) | 수익화 성공 비법(노하우)

# 와디즈 디스플레이 광고

(1) 홈 배너

(2) 리스트 배너

(3) 멀티 보드

(4) 앱 메인 팝업

# 와디즈 디스플레이 광고
# (1) 홈 배너

각 페이지의 최상단 홈 배너 영역입니다.

펀딩 홈 / 오픈예정 홈 / 프리오더 홈
3가지 페이지에 홈 배너 광고 영역이 있어요.

## 배너 규격 가이드라인

### 이미지

- 사이즈 : W2880 x H760px
- 모바일 영역 : W1380px (center)
- 용량 : 1MB 미만
- 형식 : JPEG, JPG, PNG

### 카피

- 메인카피 : 띄어쓰기 포함 16글자씩 2줄
- 서브카피 : 띄어쓰기 포함 32글자 1줄

※ 특수 문장 부호 및 한자 사용이 불가해요.

## 노출 영역 상세 안내

**1 비노출 될 수 있는 영역 (W 2880 x H 90 px)**
상하단 영역은 디바이스, 스크린 크기에 따라 보이지 않을 수 있어요.

**2 모바일 영역 (W 1380 x H 760 px)**
주요 이미지가 모바일 영역인 가로 1380px을 절대 넘지 않도록 주의해 주세요.

**3 이미지 안전 영역 (W 1030 x H 580 px)**
주요 이미지 부분을 초록색 영역에 위치하도록 해주세요.

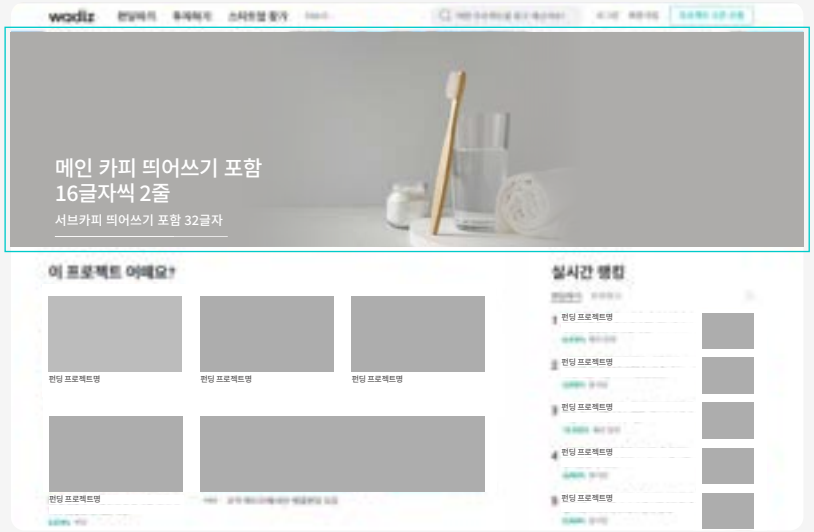
**홈 배너 PSD 제작템플릿 다운로드**

## 홈 배너 적용 예시

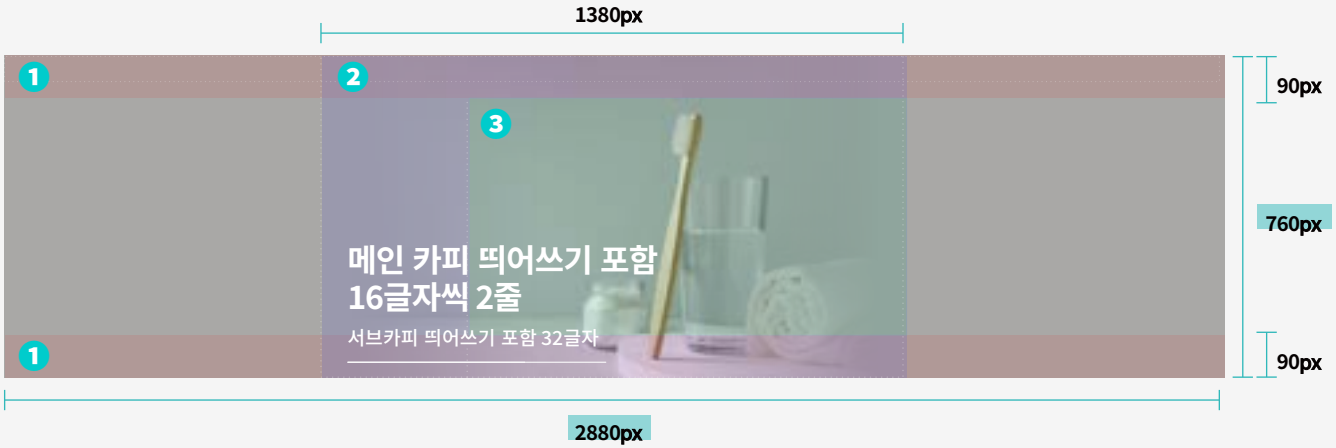
Mobile




PC




## 노출 영역 상세 안내



# 와디즈 디스플레이 광고
# (1) 홈 배너

## 이미지

### ⭕ 좋아요

- 4페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.
- 홈 배너 PSD 제작 템플릿을 활용해주세요.
- 단순한 단색 배경을 사용하여 리워드를 강조해보세요.
- 모바일 영역을 고려하여 리워드를 중앙에 배치해 주세요.
- 고화질 이미지를 사용해 주세요.

### ❌ 안돼요

- 비율을 임의로 늘리지 말아주세요.
- 배경이 복잡한 이미지를 사용하지 마세요.
- 디바이스, 스크린 크기에  따라 비노출 될 수 있는 양쪽 모서리 영역에는 중요한 이미지를 배치하지 마세요.
- 와디즈 자체 기획전/이벤트 템플릿은 사용하실 수 없어요.

### ✓ 확인하세요

- 홈 배너 하단에는 회색 그라데이션이 자동 적용됩니다.
- 광고 노출 시 실제 이미지  보다 어둡게 보이니, 소재 등록 후 PC, 모바일 [광고 미리보기]를 확인해주세요.

## 홈 배너 제작 예시

## 이미지



⭕ 이미지 비율을 맞추는 작업에서는 그라데이션을 활용합니다.



❌ 사이즈를 맞추기 위해서 이미지를 임의로 왜곡하지 않습니다.




⭕ 가로 1200px 이상의 이미지를 사용합니다.




❌ 해상도가 낮은 이미지는 지양합니다.




⭕ 텍스트가 없는 이미지를 사용합니다.




❌ 텍스트가 들어간 이미지는 사용이 어렵습니다.




⭕ 단순한 배경을 사용해 카피를 돋보이게 합니다.




❌ 배경이 복잡한 이미지는 불가합니다.

# 와디즈 디스플레이 광고
# (1) 홈 배너

## 이미지 위치 가이드

홈 배너에 적용할 이미지는
모바일 노출 영역과 이미지 안전 영역을
고려하여 제작해주셔야 해요.
이미지 특징에 따라 적합한 방법으로 제작해주세요.

**❶ 안전 영역에 위치**
카피와 겹치지 않고 제품이 돋보이도록
안전 영역에 위치하는지 확인해 주세요.

**❷ 모바일 노출 영역 전체에 위치**
배경이 비교적 복잡하거나
오른쪽에 중요한 부분을 위치할 수 없을 경우
모바일 노출 영역에 맞춰 작업하되,
그라데이션을 자연스럽게 입혀주세요.

## 배경 그라데이션

**❶ 배경 컬러에서 추출**
그라데이션 배경 중 70%이상에 해당하는
컬러 중 선택해 제작해 주세요.

**❷ 자연스러운 그라데이션 폭**
이미지와 배경 사이에 경계가 생기지 않고
자연스러울 수 있도록 제작해 주세요.

❷ 홈 배너 기준 그라데이션 폭 W 500 px 이상 권장

## 이미지 위치 가이드

❶ 안전 영역에 위치




모바일 노출 영역

❷ 모바일 노출 영역 전체에 위치




모바일 노출 영역

## 배경 그라데이션

❶ 배경 컬러에서 추출




모바일 노출 영역

❷ 자연스러운 그라데이션 폭




모바일 노출 영역

# 와디즈 디스플레이 광고
# (1) 홈 배너

## 카피

· 3페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.

· 작성 가능 글자 수 및 맞춤법을 꼭 준수해 주세요.

메인카피 : 띄어쓰기 포함 한 줄당 16자 이내
서브카피 : 띄어쓰기 포함 32자 이내

### 홈 배너 제작 예시

## 카피




✕ 하단 회색 그라데이션을 고려하지 않고
이미지를 고르지 않도록 주의해주세요.

○ 광고 진행 시 배너 하단 회색 그라데이션이 자동 적용됩니다.




○ 하단 회색 그라데이션을 통해
밝은 색상 배경에도 명확한 광고 카피 인식이 가능해요.

○ 광고 카피 색상은 흰색이며 다른 색은 지원하지 않아요.




✕ 특수기호를 포함하지 마세요.

✕ 허위과장 광고로 오인될 수 있는 카피는 사용할 수 없답니다.소비

✕ 심리를 과하게 자극하는 자극성 카피는 사용할 수 없어요.




✕ 메인카피는 한 줄당 16자가 넘지 않도록 유의해 주세요.

· 줄바꿈을 통해 2줄까지 작성 가능하답니다.

# 와디즈 디스플레이 광고
# (1) 홈 배너

## 이미지 내 텍스트

홈 배너 이미지 영역 내 텍스트 삽입은 불가해요.

전자책/클래스 등 무형 카테고리 프로젝트의 경우도 동일하게 이미지 영역 내 텍스트 삽입은 불가해요. 제품 내 텍스트가 있는 이미지를 사용하는 것이 가능합니다.

와디즈는 웹과 앱의 홈배너 이미지를 호환해서 사용하기 때문에 이미지 영역에 텍스트가 있는 경우 텍스트 영역과 겹쳐보일 수 있습니다.

### 홈 배너 제작 예시

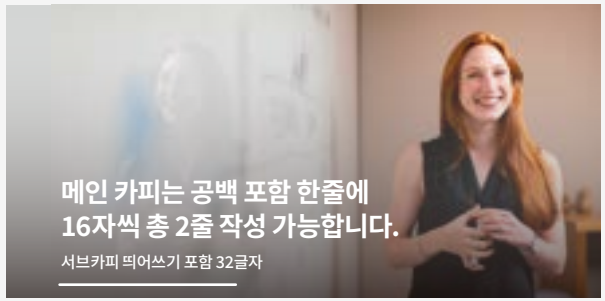
## 이미지 내 텍스트




✕ 텍스트가 겹쳐보일 수 있어 홈 배너 이미지 내 텍스트 삽입은 불가해요.모든 프로젝트가 동일해요.

### 전자책/클래스 등 무형 카테고리 프로젝트

유형의 리워드가 없는 전자책/클래스 프로젝트의 경우 "인물사진, 텍스트가 들어간 실물 리워드 형태"의 이미지 사용을 권장합니다.




○ 소구하고 싶은 카피는 텍스트 영역에 텍스트로 기입해요.

○ 유형의 리워드가 없는 경우 클래스 강사의 인물사진 또는 클래스를표현할 수 있는 이미지를 사용해요.




○ 리워드 내에 텍스트가 있는 이미지는 사용 가능해요.

✕ 텍스트가 겹쳐보일 수 있어 제품 내 텍스트와 겹치지 않아야 합니다.

# 와디즈 디스플레이 광고
# (2) 리스트 배너

프로젝트 리스트 상위 노출 영역이에요.

펀딩 홈 / 오픈예정 홈 / 프리오더 홈
3가지 페이지에 리스트 배너 광고 영역이 있답니다.

## 배너 가이드라인

### 이미지

- 사이즈 : W1200 x H675px
- 용량 : 2MB미만
- 형식 : JPEG, JPG, PNG

### 카피

- 프로젝트 제목 자동 노출
- 카피 작성사항 없음

## 노출 영역 상세 안내

**❶ 비노출 될 수 있는 영역**
이 영역은 디바이스, 스크린 크기에 따라
보이지 않을 수 있어요.

**❶ 라벨 영역**
1) 인기 : 리스트 배너 광고 추가 옵션
2) 마감임박 : 종료 전 3일 간 마감임박 라벨 자동 노출

**❸ 이미지 안전 영역**
주요 이미지 부분을 초록색 영역에
위치하도록 해주세요.

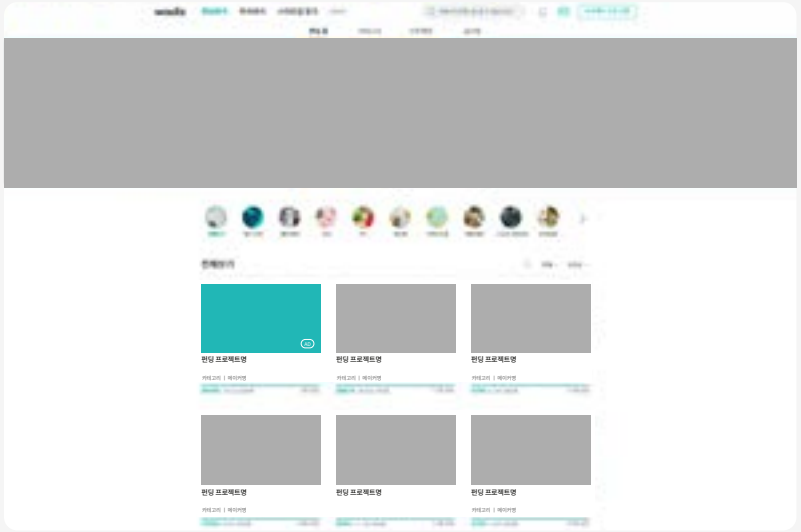
**리스트 배너 PSD 제작템플릿 다운로드**

## 리스트 배너 적용 예시

Mobile




PC

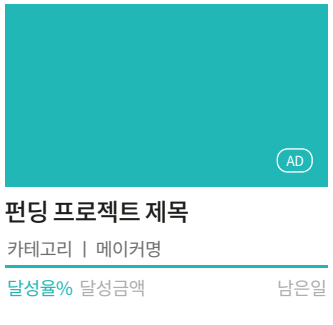


※ 이미지를 클릭하면 **펀딩 홈**으로 이동해요.

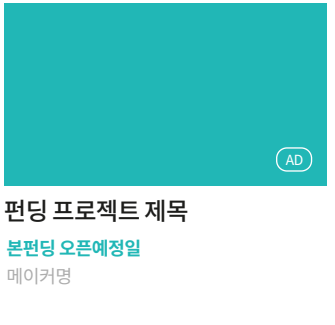



## 리스트 배너 노출 정보

펀딩 홈 리스트




오픈예정 홈 리스트



# 와디즈 디스플레이 광고
# (2) 리스트 배너

## 이미지

### ⭕ 좋아요

- 4페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.
- 리스트 배너 PSD 제작 템플릿을 활용해주세요.
- 리워드에 집중될 수 있도록 단순한 배경을 사용해 주세요.
- 고화질의 이미지를 사용해 주세요.
- 소재 등록 후 PC, 모바일 [광고 미리보기]를 확인해 주세요.

### ❌ 안돼요

- 이미지 비율을 임의로  늘리지 말아 주세요.
- 너무 많은 구성요소를 포함하지 마세요.
- 저화질 이미지를 사용하지 말아 주세요.
- 복잡한 배경의 이미지를 사용하지 마세요.

## 카피

**리스트 배너는 카피를 별도로 작성하지 않으셔도 돼요.**

프로젝트 제목이 자동 노출됩니다.

## 리스트 배너 제작 예시

### 이미지



⭕ 리워드에 집중될 수 있도록  단순한 배경의 이미지를 사용하세요.



⭕ 광고 미리보기 (PC, MOBILE)를 반드시 확인하시어
모서리에 이미지가 잘리지 않도록 배치해주세요.



❌ 사이즈를 맞추기 위해서 이미지 비율을 임의로 늘리지 마세요.



❌ 1,200px 이하의 저화질 이미지를 사용하지 마세요.




❌ 이미지에 너무 많은 구성요소를 포함하지 마세요.




❌ 복잡한 이미지를 사용하지 마세요.

# 와디즈 디스플레이 광고
# (3) 멀티 보드

모바일 앱에서만 노출되는 영역이에요.

## 배너 가이드라인

### 이미지

- 사이즈 : W1200 x H400px
- 용량 : 1MB미만
- 형식 : JPEG, JPG, PNG

### 카피

- 메인카피 : 띄어쓰기 포함 24글자 이내 1줄

※ 특수 문장 부호 및 한자 사용이 불가해요.

## 이미지

### ⭕ 좋아요

- 4페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.
- 메인보드 PSD 제작 템플릿을 활용해주세요.
- 단순한 단색 배경을 사용하여 리워드를 강조해보세요.
- 모바일 영역을 고려하여 리워드를 중앙에 배치해 주세요.
- 고화질 이미지를 사용해 주세요.

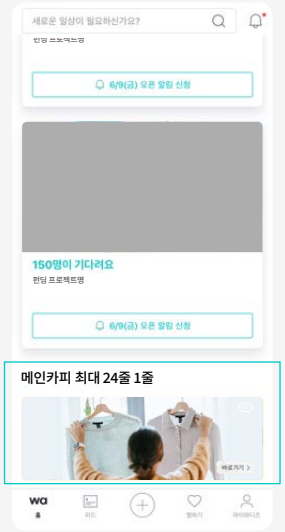
### ❌ 안돼요

- 배경이 흰색인 이미지를 사용하지 마세요.
- 배경이 복잡한 이미지를 사용하지 마세요.
- 디바이스, 스크린 크기에 따라 비노출 될 수 있는 양쪽 모서리 영역에는 중요한 이미지를 배치하지 마세요.
- 와디즈 자체 기획전/이벤트 템플릿은 사용하실 수 없어요.

**멀티보드 PSD 제작템플릿 다운로드**

## 멀티 보드 적용 예시

Mobile Only







## 이미지



⭕ 이미지 비율을 맞추는 작업에서는 그라데이션을 활용합니다.



❌ 사이즈를 맞추기 위해서 이미지를 임의로 왜곡하지 않습니다.



⭕ 텍스트가 없는 이미지를 사용합니다.




❌ 텍스트가 들어간 이미지는 사용이 어렵습니다.

# 와디즈 디스플레이 광고
# (4) 앱 메인 팝업

와디즈 실행 시 가장 먼저 보여지는
팝업 형태의 광고 상품입니다.

## 배너 가이드라인

### 이미지

- 4페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.
- 사이즈 : W600x H600px
- 용량 : 1MB 미만
- 형식 : JPEG, JPG, PNG

### 카피

- 글자 수 및 한글맞춤법과 띄어쓰기를 꼭 준수해주세요.
- 3페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.
- 메인카피 : 띄어쓰기 포함 18글자 이내 2줄
- 서브카피 : 띄어쓰기 포함 20글자 이내 1줄

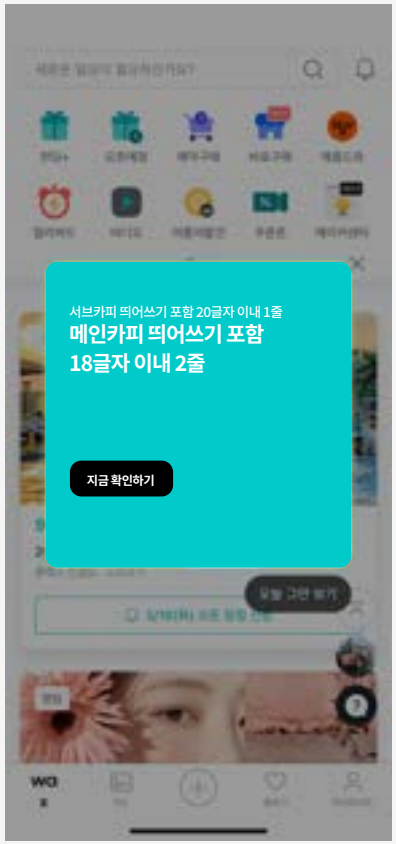
### ✓ 확인하세요

- **이미지와 문구를 따로 분리하여 제출해주세요**
- CTA 버튼을 포함하여 와디즈 담당자가
  제출한 이미지 안에 문구, 버튼을 삽입/제작합니다
- 리워드 누끼컷의 원본/고화질 파일을 권장합니다
- CTA 버튼 명은 "지금 확인하기"로 자동 기입됩니다
- 띄어쓰기를 포함한 맞춤법을 준수해주세요

**앱 메인 팝업 PSD 제작템플릿 다운로드**

## 앱 메인 팝업 - 영역별 광고 예시

Mobile




앱 메인 팝업 예시







※ 가이드에 어긋날 경우 와디즈 브랜드 톤앤매너에 맞추어
사전 고지 없이 소재 임의 수정됩니다.

# 와디즈 푸시 광고

(1) 카카오톡 - 메인/썸네일 영역

(2) 카카오톡 - 단독 영역

(3) 카카오톡 - 캐러셀 영역

(4) 앱 푸시

# 와디즈 푸시 광고
# (1) 카카오톡 - 메인/썸네일 영역

와디즈 공식 카카오톡 채널 플러스 친구에게 발송되는 메시지 푸시 형태의 광고입니다.

정기 푸시 / FAN 푸시
2가지 푸시에 메인/썸네일 영역 광고가 있어요.

## 메인 영역 규격

### 이미지

- 사이즈 : W800x H400px
- 형식 : JPEG, JPG, PNG (1MB 미만)

### 카피

- 상단카피 : 띄어쓰기 포함 20글자 이내 1줄
- 하단카피 : 띄어쓰기 포함 25글자 이내 2줄

## 썸네일 영역 규격

### 이미지

- 사이즈 : W400x H400px
- 형식 : JPEG, JPG, PNG (1MB 미만)

### 카피

- 카피 : 띄어쓰기 포함 30글자 이내 2줄

※ 이모지는 최대 5개 가능하나 동일한 이모지 2개 이상 불가해요.

### ○ 좋아요

- 리워드의 특징이 강조되는 이미지를 선택해주세요
- 띄어쓰기를 포함한 맞춤법을 준수해주세요

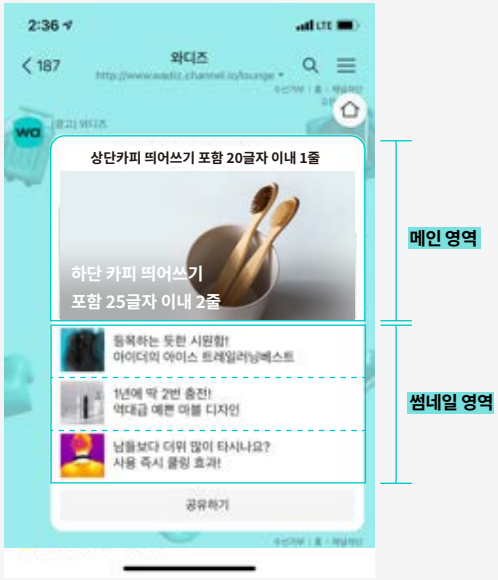
### ✕ 안돼요

- **이미지에 텍스트를 포함하지 마세요**
- 너무 많은 구성요소를 포함하지 마세요

**카카오톡 PSD 제작템플릿 다운로드**

## 카카오톡 - 영역별 광고 예시

Mobile




메인 영역 예시



썸네일 영역 예시



※ 이미지를 클릭하면 **프로젝트 상세페이지로 이동합니다.**

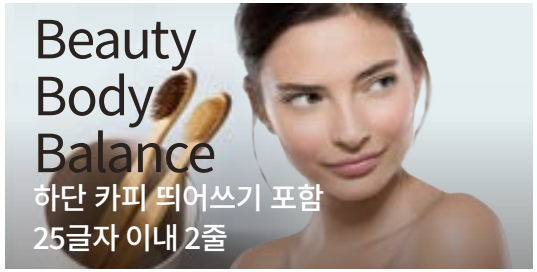
## 이미지

**상단카피 띄어쓰기 포함 20글자 이내 1줄**




○ 프로젝트 리워드가 잘 보일 수 있는 이미지를 사용해주세요
하단카피 영역을 고려하여 리워드 이미지 위치를 조정해주세요

**상단카피 띄어쓰기 포함 20글자 이내 1줄**




✕ 이미지에 텍스트 또는 너무 많은 구성요소를 포함하지 마세요.
하단카피 영역과 이미지가 겹쳐지면 주목도가 떨어져요.

※ 가이드에 어긋날 경우 와디즈 **브랜드 톤앤매너에 맞추어 사전 고지 없이 소재 임의 수정**됩니다.

# 와디즈 푸시 광고
# (2) 카카오톡 - 단독 영역

와디즈 공식 카카오톡 채널 플러스 친구에게
발송되는 메시지 푸시 형태의 광고입니다.

단독 푸시는 내 프로젝트만 단독으로 발송되어요.

## 단독 영역 규격

이미지

· 사이즈 : **W800x H600px**

· 형식 : **JPEG, JPG, PNG (1MB 미만)**

카피

· 카피 : 띄어쓰기 포함 76글자 **이내** 줄바꿈 최대 1회
※ 이모지는 최대 5개 가능하나 동일한 이모지 2개 이상 불가해요.

**O 좋아요**

· 리워드의 특징이 강조되는 이미지를 선택해주세요

· 띄어쓰기를 포함한 맞춤법을 준수해주세요

**✕ 안돼요**

· **이미지에 텍스트를 포함하지 마세요**

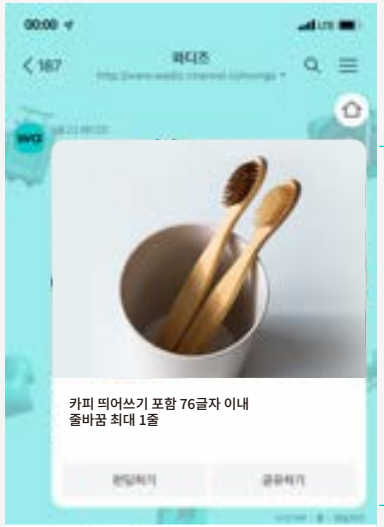
· **이미지 하단 띠 문구를 추가할 수 있으나 다른 영역의 텍스트 삽입은 지양해주세요**

· 너무 많은 구성요소를 포함하지 마세요

**카카오톡 PSD 제작템플릿 다운로드**

## 카카오톡 - 영역별 광고 예시

Mobile




단독 영역 예시



※ 이미지를 클릭하면 **프로젝트 상세페이지로 이동합니다.**

## 이미지




O 이미지 하단 띠 영역에 짧은 텍스트 삽입이 가능합니다.
**Noto Sans KR(상업용 무료 폰트)만 사용하세요. (폰트 크기 9pt)**




✕ 지정된 영역 이외의 텍스트 삽입이 불가하며 번잡한 배경의 이미지또는 구성 요소 사용이 불가합니다.

※ 가이드에 어긋날 경우 와디즈 **브랜드 톤앤매너에 맞추어 사전 고지 없이 소재 임의 수정**됩니다.

# 와디즈 푸시 광고
# (3) 카카오톡 - 캐러셀 영역

와디즈 공식 카카오톡 채널 플러스 친구에게
발송되는 메시지 푸시형태의 광고입니다.

캐러셀 푸시는 4개 프로젝트 광고 메시지가 발송되어요.

## 캐러셀 영역 규격

### 이미지

· 사이즈 : W800x H600px

· 형식 : JPEG, JPG, PNG (1MB 미만)

### 카피

· 제목 카피 : 띄어쓰기 포함 20글자 이내
(이모지 사용 불가)

· 본문 카피 : 띄어쓰기 포함 180글자 이내
줄바꿈 최대 2회

※ 이모지는 최대 5개 가능하나 동일한 이모지 2개 이상 불가해요.

### ⭕ 좋아요

· 리워드의 특징이 강조되는 이미지를 선택해주세요

· 띄어쓰기를 포함한 맞춤법을 준수해주세요

### ❌ 안돼요

· **이미지에 텍스트를 포함하지 마세요**

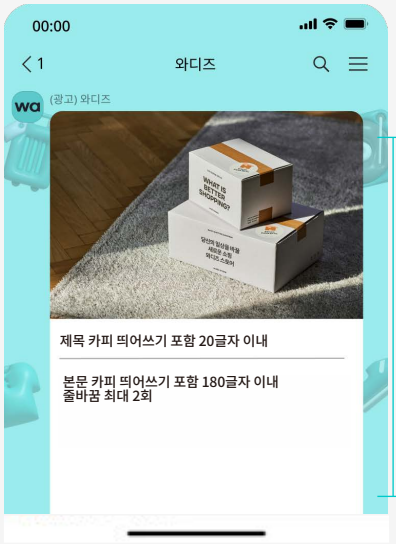
· **이미지 하단 띠 문구를 추가할 수 있으나
다른 영역의 텍스트 삽입은 지양해주세요**

· **기획전 캐러셀 푸시의 경우 띠 문구 삽입 불가합니다.**
***상단 70px에 기획전 전용 띠 라벨이 삽입됩니다.**

**카카오톡 PSD 제작템플릿 다운로드**

## 카카오톡 - 영역별 광고 예시

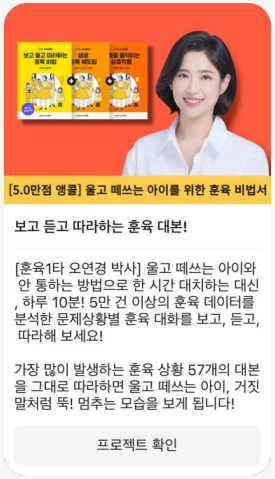
Mobile




캐러셀+쿠폰 결합 예시




캐러셀 영역 예시




※ 이미지를 클릭하면 **프로젝트 상세페이지로 이동합니다.**

## 이미지



고정된 이미지 하단 띠 영역에 텍스트 삽입이 가능합니다

⭕ 이미지 하단 띠 영역에 짧은 텍스트 삽입이 가능합니다.




❌ 지정된 영역 이외의 텍스트 삽입이 불가하며 번잡한 배경의 이미지또는 구성 요소 사용이 불가합니다.

※ 가이드에 어긋날 경우 와디즈 **브랜드 톤앤매너에 맞추어
사전 고지 없이 소재 임의 수정**됩니다.

# 와디즈 푸시 광고
# (4) 앱 푸시

와디즈 앱 설치 및 푸시 동의 유저 중
집행 프로젝트의 맞춤 고관여 유저 대상으로
발송되는 텍스트형 앱 푸시 상품입니다.

## 규격 가이드라인

### 카피

- 메인카피 : 띄어쓰기 포함 20글자 이내 1줄
- 서브카피 : 띄어쓰기 포함 30글자 이내 (줄바꿈 없음)

※ "(광고) ~ *수신변경:설정" 문구가 자동 추가됩니다.

### ⭕ 좋아요

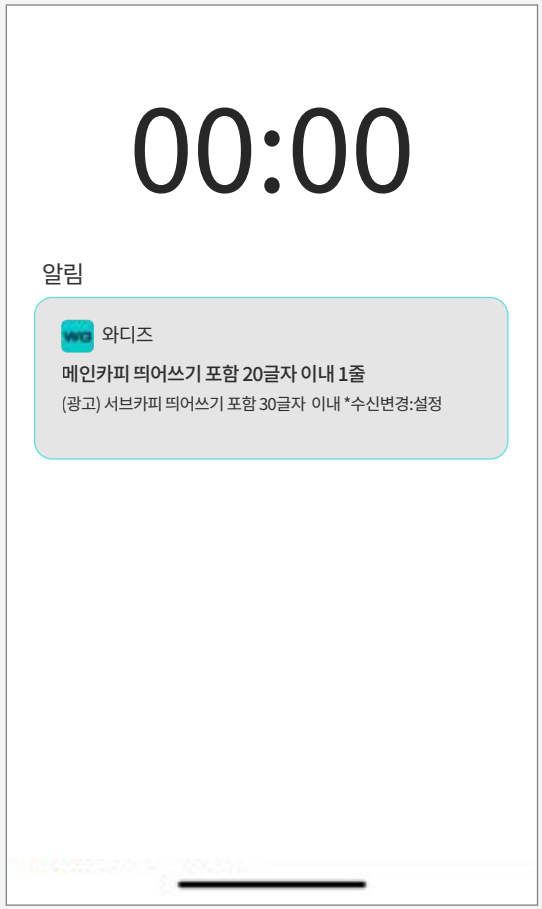
- 띄어쓰기를 포함한 맞춤법을 준수해주세요

### ❌ 안돼요

- **펀딩은 오픈 마켓/쇼핑몰과는 다릅니다.**
  **와디즈 용어를 준수해주세요**

## 앱푸시 - 영역별 광고 예시

Mobile




와디즈
**[주목] 신상 키츠네 등장이오!**
(광고) 메종키츠네 X 네이티브유니온
NEW 콜라보템 단독 공개*수신변경:설정

와디즈
**다시 없을 혜택 Every Moment**
(광고) 알아서 척척 파워샷 픽!
모든 장면 밀착 줌으로 모든 수간을 포착해요*수신변경:설정

와디즈
**카카오프렌즈 골프, 아직도 고민 중이세요?**
(광고) 고민은 시간만 늦출 뿐! 랫츠파티 시리즈와 함께
이번에는 꼭 라운딩을 떠나보세요 *수신변경:설정

펀딩으로 이끄는

# 카피 작성 & 이미지 선정 방법

**서포터가 내 광고를 클릭하고,**
**펀딩까지 이어지면 좋겠다면?**

**효과적인 펀딩 전환을 위한 소재 제작 방법,**
**성공 공식을 알려드립니다.**

**하나씩 따라하기만 하면 쉽게 완성할 수 있어요.**

※ 참고 자료: '다 팔아버리는 백억짜리 카피대전', 오하시 가즈요시
One Page 콘텐츠 기획 가이드, 조동현 (이름없는스터디)

# Step 1. 타깃 정하기

모든 타깃을 만족시키려는 카피는
그 누구도 만족시킬 수 없어요.

제한된 글자 수 내에서 효과적인 문장을
작성해야하는 만큼, **메이커님의 리워드에 펀딩할 가능성이 가장 높은 타깃이 누구인지 파악해 보세요.** 그런 다음, 목표 타깃에게 이야기하는 카피를 작성해 보세요.

## 체크 리스트

- [ ] 1. (메이커 또는 제품의) 브랜드 인지도가 높아요
- [ ] 2. 팬이 많아요
- [ ] 3. 서포터의 반응이 좋아 앵콜 펀딩을 열었어요
  (평점 3.5점, 펀딩액 N원 이상)

A

- [ ] 5. 다른 제품과 차별화된 강점이 있어요
- [ ] 4. 파격적인 혜택이 있어요
  (가격 할인, 환불 보증, 선물 증정, 무료 체험, 빠른 서비스 등)

B

- [ ] 6. 다른 제품과 차별화가 어렵고
  파격적인 혜택 설계가 어려워요
- [ ] 7. 이전에 없었던 새로운 제품이거나
  기존 제품을 새로운 시장에 소개할거에요

C

**1~3 중 2개 이상 해당한다면 타깃 A 유형**
**4~5 중 1개 이상 해당한다면 타깃 B 유형**
**6~7 중 1개 이상 해당한다면 타깃 C 유형.**

※A와 B 모두 해당한다면, 둘 중 하나를 선택해주세요.

# 타깃의 유형

## 타깃 A



- 메이커 또는 리워드의 브랜드에 관심이 많거나,
  특정 제품을 찾고 있는 사람
- 조건이 맞으면 바로 펀딩할 사람
- 가장 수가 적지만, 펀딩 욕구는 제일 강해요

## 타깃 B



- 리워드에 관심은 있지만,
  이미 대체재를 사용하고 있거나 알고 있는 사람
- 경쟁사 제품과 뚜렷하게 차이나는 장점이 있다면
  펀딩할 가능성이 높은 사람

## 타깃 C



- 리워드에 대해 관심이 없고, 존재에 대해 알지 못하는 사람
- 그러나 리워드가 가져다 줄 가치에는 관심이 있는 사람
- 펀딩 욕구가 매우 낮은 사람이에요
  그러나, 이 사람에게는 리워드를 통해 얻을 수 있는
  새로운 라이프스타일을 제안할 수 있어요

## Step 2. 리워드의 강점과 가치 분석하기

(타깃 유형별 소구 포인트 찾아내기)

방금 정한 타깃 유형에게
가장 효과적으로 전달 될 수 있는
리워드의 **강점과 가치를** 적어보세요.
전문용어로는 **'소구'**라고 해요.
타깃 서포터의 마음을 움직일 수 있는
**매력적인 소구가 제대로 이뤄져야,**
**펀딩으로 이끄는 카피를 작성**할 수 있어요.

**강점**

**메이커님의 리워드만이 가지고 있는 특장점**으로, 서포터가 해당 리워드에 펀딩하고 싶을 만큼 매력적이어야 해요.

**가치**

위의 강점을 특성으로가진 **이 리워드를 가지게 된다면, 서포터가 누릴 수 있는 가치**가 무엇인지 생각해보세요.
즉, 이 제품을 펀딩함으로써 서포터들이 미래에 누릴 수 있는 행복한 모습을 생각해보시면 쉬울 거에요.

**(예시)** ※ 아래처럼 A와 B 모두 해당한다면, 둘 중 하나를 선택해주세요.
앵콜 펀딩이면서 기존 서포터에게 보다 강력히 소구하고 싶다면 A를, 새로운 타깃까지 포함하고 싶다면 B를 공략해보세요



**카테고리:** 뷰티 / **프로젝트 번호**: 149487
**프로젝트명:** 1억앵콜 | 5일만에 37.5% 모공 쪼이는 5D오디앰플 [8중 임상 화제]
**메이커명/브랜드명:** (주)케이티씨에스 / 루트리
**제품 설명:** 모공을 축소시키는 데 도움을 주는 앰플 제품

### 타깃 유형 A

- 지난 펀딩에 참여했던 사람, 신뢰할 수 있는 모공 수렴 기능성 제품이라고 느낌
- 사용해본 적 없지만, 후기를 통해 오디앰플이 좋다는 것을 알고 있던 사람

### 강점

- 첫 펀딩으로 1.1억 달성, 2347명이 펀딩함
- 5일만에 무려 7가지 모공 개선 효과가 있음을 임상 실험을 통해 증명함
- 모공 부피 37.5% 감소, 각질 제거, 축소 및 수렴에 도움

### 가치

- 증명된 제품을 좋은 조건에 펀딩할 수 있어, 다른 기능성 화장품을 찾아 헤매는데 추가 시간과 비용을 들이지 않아도 됨
- 큰 모공으로 인한 고민에서 해방될 수 있음
- 피부가 좋아보인다는 소리를 들을 수 있음

### 타깃 유형 B

- 기능성 제품을 여러번 구매해본 적 있으나, 만족할 만한 제품을 찾지 못한 사람
- 신뢰할 수 있는 기능성 제품을 찾고 있는 사람

### 강점

- 5일만에 무려 7가지 모공 개선 효과가 있음을 8중 임상 실험을 통해 증명함
- 모공 부피 37.5% 감소, 각질 제거, 축소 및 수렴에 도움

### 가치

- 5일만 사용해도 피부가 좋아보인다는 칭찬을 들을 수 있음
- 젊어보인다는 소리를 들을 수 있음

# Step 3. 타깃 A를 위한 배너 카피 공식

**펀딩 욕구가 제일 높은 타깃 A**에게
이야기할 땐, 아래 내용을 담아보세요.

## 타깃A 유형에게
## 사용할 수 있는 카피 작성 공식

타깃 + 리워드명 + 파격 혜택 + 가치

순서가 바뀌어도 상관 없어요.
리워드명은 꼭 노출해주세요. 메이커님의 제품을 기다렸을 타깃A에게 중요한 정보이기 때문이에요.
파격 혜택은 제공이 가능한 경우에만 포함해주세요.

**홈배너 글자 수 제한 (공백 포함)**
메인카피: 16자씩 2줄
서브카피: 32자

**띠배너 글자 수 제한 (공백 포함)**
메인카피: 10자이상 13자 이하
서브카피: 10자이상 13자 이하

## (예시) ※사례로는 홈 배너를 들었지만, 띠배너 카피를 작성하실 때도 동일하게 적용이가능해요.




**타깃 A** 지난 펀딩에 참여 후, 제품이 너무 마음에 들어 앵콜 펀딩을 기다린 사람
사용해본 적 없지만, 후기를 통해 오디앰플이 좋다는 것을 알고 있던 사람

**리워드명** 루트리 오디앰플

**파격혜택** 런칭 기념 이번 펀딩에만 67% 증량 혜택 (30ml를 펀딩하면 50ml로 발송)

**가치** 이미 증명된 모공 수렴 화장품을 다른 데서 찾지 않아도 되어, 피부 고민에서 해방될 수 있음

✕ **안돼요**

· 인지도가 높지 않은 이름들이 카피에 나열되면 직관적인 이해가 어려울 수 있어요.
아래 예시의 경우, '케이티에쓰'는 메이커의 회사명이고 '루트리'는 이번 제품의 브랜드명이에요.
· 익숙하지 않은 이름들 대신, 서포터들에게 이미 각인이 된 (각인 되기 쉬운) 제품의 별명인 '오디앰플'을 사용하면 보다 효과적인 카피가 될 수 있을 거에요.



# Step 3. 타깃 B를 위한 배너 카피 공식

**차별화된 제품을 찾고 있는 타깃B**에게 이야기할 땐
아래 내용을 담아보세요.

## 타깃B 유형에게
사용할 수 있는 카피 작성 공식

타깃 + 리워드명 + 파격 혜택 + 가치

순서가 바뀌어도 상관 어요.
리워드명은 카피가 아닌 이미지 내 제품 사진으로 대체해도 괜찮아요.
파격 혜택은 제공이 가능한 경우에만 포함해주세요.

**홈배너 글자 수 제한 (공백 포함)**
메인카피: 16자씩 2줄
서브카피: 32자

**띠배너 글자 수 제한 (공백 포함)**
메인카피: 10자이상 13자 이하
서브카피: 10자이상 13자 이하

## (예시)




**타깃** B — 연애 관계에 어려움이 있고, 관련한 책을 읽어보는 등 도움을 구해본 적 있는 사람

**리워드명** — '나는 소개팅의 신이다' (이 경우, 이미지에 들어가 있는 리워드명으로 대신했어요)

**파격 혜택** — 평생 고민 상담권 증정 (책만 펀딩해도, 평생 무료 상담권이 포함되는 파격적인 혜택이 제공되고 있어요)

**가치** — 소개팅 성공률 3배로 끌어올릴 수 있음

✕ **안돼요**

· 불필요하게 반복되는 내용은 없는지 확인해주세요.
아래 예시의 경우, 첫번째 줄과 두번째 줄에 '소개팅'이라는 단어가 중복되고 있어요.



# Step 3. 타깃 C를 위한 배너 카피 공식

리워드의 존재에 대해 모르지만,
**메이커님이 제공할 수 있는**
**가치있는 경험에 관심을 가질 수 있는**
**타깃C**에겐 아래 내용을 담아보세요.

## 타깃C 유형에게
사용할 수 있는 카피 작성 공식




C형 타깃은 해당 제품과 그 가치를 전혀 모르기 때문에,
리워드명을 필수로 노출하진 않아도 괜찮아요.
대신 **리워드를 통해 제공되는 가치가 타깃에게는**
**최고의 해결책이 될 수 있음을 강조**해주세요.

**홈배너 글자 수 제한 (공백 포함)**
메인카피: 16자씩 2줄
서브카피: 32자

**띠배너 글자 수 제한 (공백 포함)**
메인카피: 10자이상 13자 이하
서브카피: 10자이상 13자 이하

## (예시)




**타깃** C 다이어트 중인 사람. 맛있는 음식은 주로 살을 찌우기에, 먹고 나면 죄책감이 들어 불편함

**가치** 설탕이 많이 들어간 일반 탄산음료와는 다르게,
마음껏 마셔도 15kcal 밖에 되지 않아 죄책감에서 해방될 수 있고, 맛있게 마실 수 있음

✕ 안돼요

· 아래 예시의 경우, 제품의 강점 3가지를 (탄산, 과즙, 저칼로리) 나열한 뒤 '하루 500원으로' 즐길 수 있다는 경제적이라는 가치를 서브 카피에서 제시했어요. 이 가치 보다는, 죄책감 없이 다이어트할 수 있다는 가치를 강조해 작성한다면, 위에서 설정한 메인 타깃에게 더 효과적일 수 있어요.



# Step 4. 배너 카피 표현법

**매력적인 소구를 찾았다면 어떻게**
**보여줄지**도 중요해요. 좋은 제품을 담는
포장도 신경써야 하는 것처럼요.
**2줄 카피, 이런 형식으로 표현해보시면 어떨까요?**

## 타깃A 유형에게
사용할 수 있는 표현법

① 네가 찾던 나야 나
② 요즘 이게 유행
③ 드디어 열린 (앵콜) 펀딩
④ 서두르세요!
⑤ 후기가 증명해요

## 유형 상관 없이
사용할 수 있는 표현법

① 고민에 대한 정답 알려주기
② 진솔하고 솔직하게 알려주기
③ 욕구/본능 자극하기
④ 우린 다르다고 구분짓기

## (예시)

**타깃** A

**리워드명** 루트리 오디앰플

**가치** 이미 증명된 모공 수렴 화장품을
다른 데서 찾지 않아도 되어,
피부 고민에서 해방될 수 있음




**① 2천명이 기다린 오디앰플 / 모공 수렴 다른 곳엔 없어요**
**② 1억 펀딩 화제의 오디앰플 / 모공 수렴 5일만에 가능해요**
**③ 2천명 앵콜 요청 쇄도 / 모공 수렴 오디앰플 드디어 오픈**
**④ 서두르세요! 추가 펀딩 미정 / 모공수렴 오디앰플 쟁여둘 기회**
**⑤ 오디앰플 모공부피 37% 감소 / 8중 임상과 후기로 증명해요**

**타깃** C

**리워드명** 슈퍼콤부차

**가치** 1회분에 15kcal로 죄책감
없이 즐기는 과즙 & 탄산




**① 즐거운 다이어트가 필요하다면 / 15kcal 슈퍼콤부차가 정답**
**② 솔직히 맛있는데 살 안찌는 과일 탄산은 / 슈퍼콤부차가 진리**
**③ 모두의 꿈, 죄책감 없는 다이어트 / 슈퍼콤부차가 해냈어요**
**④ 달콤상큼한데 설탕은0g / 실컷 마셔도 고작 15kcal**

# Step 5. 이미지 고르기

배너 카피 작성을 완료 했으니,
이미지를 골라볼까요?

## 체크 리스트 (공통)

- [ ] 배너 카피와 연관이 있는 사진인가요?
- [ ] 제품의 기능을 직관적으로 이해할 수 있나요?
- [ ] 이미지 안의 다른 요소 보다 제품이 눈에 띄나요?
- [ ] 배경 색상이 너무 어둡거나 밝지 않고, 적당하여 제품이 눈에 띄나요?

## 체크 리스트 (띠 배너)

- [ ] 복잡하지 않은 누끼컷으로 선정하였나요?

## (예시)






메인 리워드

❌ 이미지 안에서 메인 리워드가 차지하는 비율을 50% 미만으로 줄이지 않도록 주의해 주세요.
우측의 구이바다 버너 제품이 메인 리워드임에도 불구하고, 배너 이미지에서 차지하는 면적이 너무 적어요.
그래서 정확히 어떤 제품에 대한 배너 광고인지 한 눈에 알아보기가 어렵답니다.




❌ 그라데이션 색상이 너무 어두운 데다, 차지하는 면적이 넓어서 제품이 눈에 잘 띄지 않고 답답해 보여요.
또한, 메인 리워드가 등장하는 봄의 캠핑 분위기와는 어울리지 않는 어두운 색상이 사용되어 아쉬워요.






대체 사진 (예시)

❌ 제품을 단독으로 보여줄 때 기능을 직관적으로 전달하기 어려운 경우, 위의 예시처럼 누끼컷을 사용하지 않는 것이 좋아요. 기능을 연상시킬 수 있는 모델 컷이나 연출컷(오른쪽 이미지 참고)으로 대체해보세요.

# 감사합니다

궁금한 점이 있다면
[광고 문의하기]를 클릭하여 문의사항을 등록해주세요.

광고 문의하기