

와디즈 광고 서비스 소재 제작 가이드라인

2025. 1H

wadiz

본 문서는 와디즈(주)의 지적 재산입니다.
무단 복제 및 인용 등의 외부 유출을 엄중히 금합니다.

와디즈 광고서비스 준수사항

광고 진행 관련

1. 1차 심사 승인된 프로젝트 메이커님 대상으로 광고 서비스가 제공됩니다.
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 한합니다.
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. 19세 이상 프로젝트를 포함하여 성well니스 제품(성인기구 및 성행위와 관련된 리워드)의 경우, 광고 게재가 제한됩니다.
메인 콘텐츠, 멀티 콘텐츠 광고 집행을 권장드립니다.

- 한정적인 구좌 운영으로 약 2~3주 전부터 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 (오픈예정 패키지·펀딩 패키지 홈 배너 / 멀티 보드 / 앱 메인 팝업) 6p
- 와디즈 푸시 광고 (카톡 푸시 / 앱 푸시) 12p
- 펀딩으로 이끄는 카피 작성 & 이미지 선정 방법 17p

공통 가이드를 반드시 지켜주세요

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

모든 광고는 와디즈의 브랜드 톤앤매너 및 광고 심의 가이드에 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 핏가방 (O)
여름에 압도적 통기성 망사 패션 강아지 가방 (X)

✗ 안돼요

- 허위·과장 광고로 오인될 수 있는 카피
- '세계/국내 최초', '국내 최대/국내 최고/국내 1위/국내 단독' 등 사실 확인 불가능한 최상급 표현은 사용할 수 없습니다.
- 속어/비속어 및 타 브랜드와 비교/타 브랜드를 언급하는 카피
- 지나치게 장난스럽거나 자음, 모음 등만 사용하여 완성되지 않은 형태의 카피
- 디스플레이 광고 소재 제작 시 문장 부호는
쉼표, 마침표, 퍼센트, 플러스, 마이너스, 물음표, 느낌표 기호만 사용할 수 있습니다.

[문장 부호 가이드 - 디스플레이 광고 소재에 적용됩니다]

- ,.%+?! 기호 외 모든 문장 부호 사용 불가
- 문장 부호 사용 시 자체 수정될 수 있습니다.

예시

대괄호 제외

[상생소비지원금] ✗

상생소비지원금 ○

예시

따옴표 제외

안심 외출 "컴팩트 사이즈" ✗

안심 외출 컴팩트 사이즈 ○

[문장 어미]

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

예시

누구나 1만 원 쿠폰 받기 ○

누구나 1만 원 쿠폰 ○

예시

15,000원 쿠폰팩까지 ○

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.
- 뷰티 프로젝트는 전후 비교 이미지 사용할 수 없습니다.
단, 제품의 기효능이 물리적으로 드러나는 제품군만 허용됩니다.
예시) 헤어 윤기 및 염모, 색조, 메이크업 세정, 속눈썹 스타일링 등
- 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)

공통 가이드를 반드시 지켜주세요

부업 및 수익 창출 관련 프로젝트의 광고에 적용되는 가이드입니다.
가이드를 벗어난 카피는 광고 반려 사유가 되니 아래 가이드를 반드시 지켜주세요.

심의를 가이드 및 브랜드 톤앤매너에 맞추어 사전 고지 없이 수정될 수 있습니다.

부업·수익 창출 프로젝트



- 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 내용이나, 모든 소비자에게 동일한 수익을 보장할 수 없는 내용은 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 가능성을 암시하는 표현이거나 과거 경험/사실로 증빙 가능한 내용이라면 사용 가능합니다.

• 사용 불가 표현 예시

- 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) 오픈예정 패키지·펀딩 패키지 홈 배너
- (2) 멀티 보드
- (3) 앱 메인 팝업

와디즈 디스플레이 광고

(1) 오픈예정 패키지·펀딩 패키지 홈 배너

각 페이지의 최상단 홈 배너 영역입니다.

펀딩 홈 / 오픈예정 홈

2가지 페이지에 홈 배너 광고 영역이 있어요.

* 리스트 배너는 프로젝트 대표 이미지와 제목이 자동 노출됩니다.

배너 규격 가이드라인

이미지

- 사이즈 : W 984 x H 1080px
- 용량 : 3MB 이하
- 형식 : JPEG, JPG, PNG

카피

- 메인카피 : 띄어쓰기 포함 16글자씩 최대 2줄
- 서브카피 : 띄어쓰기 포함 최대 21자

* ,. % + - ? ! 기호 외 특수 문자 부호 및 한자 사용이 불가해요.

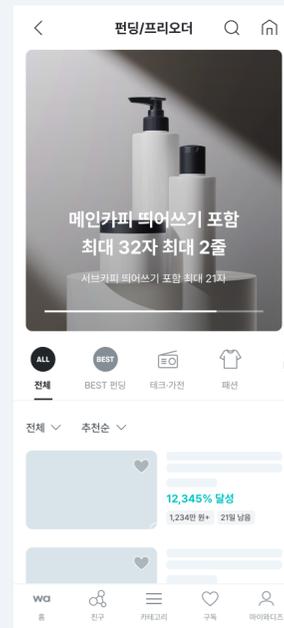
노출 영역 상세 안내

- 모바일과 PC 모두 잘 노출 될 수 있도록 주요 이미지를 **이미지 안전영역**에 위치하도록 해주세요.
- 모바일의 경우 디바이스, 스크린 크기에 따라 양옆이 보이지 않을 수 있어요. (양옆 80px)

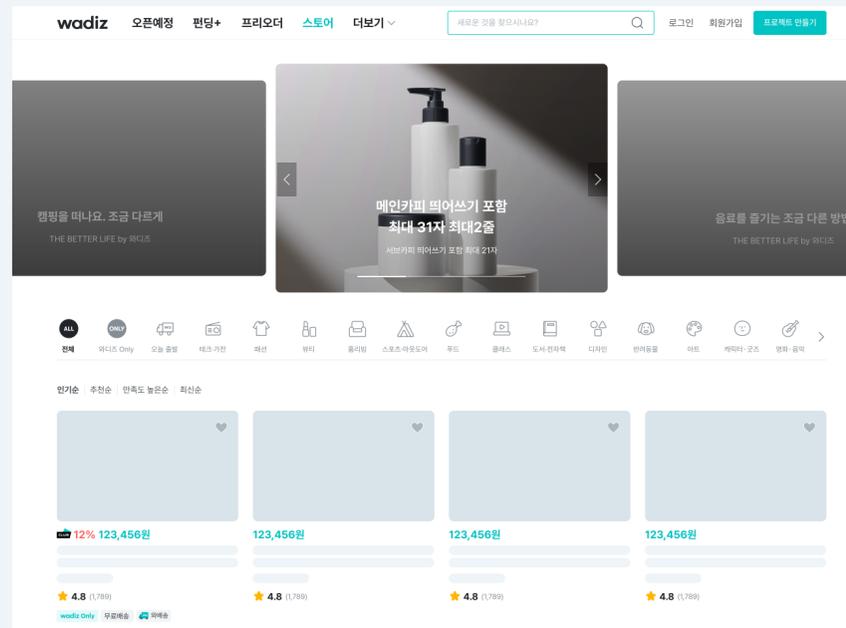
[홈 배너 PSD 제작 템플릿 다운로드](#)

홈 배너 적용 예시

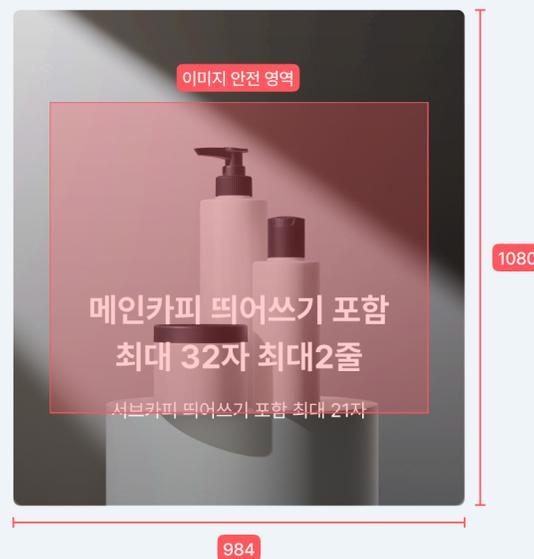
Mobile



PC



노출 영역 상세 안내



와디즈 디스플레이 광고

(1) 오픈예정 패키지·펀딩 패키지 홈 배너

* 리스트 배너는 프로젝트 대표 이미지와 제목이 자동 노출됩니다.

이미지

○ 좋아요

- 4페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.
- 홈 배너 PSD 제작 템플릿을 활용해주세요.
- 단순한 단색 배경을 사용하여 리워드를 강조해보세요.
- 리워드를 이미지 안전 영역에 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 사용하지 않습니다.

✓ 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.

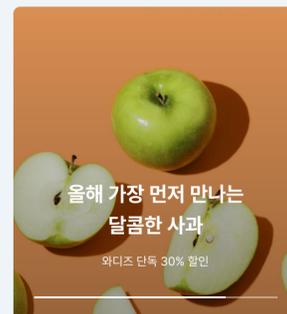
홈 배너 제작 예시



○ 고화질 이미지를 사용합니다.



○ 텍스트가 없는 고화질의 이미지를 사용합니다.



○ 단순한 배경을 사용해 카피를 돋보이게 합니다.



✗ 사이즈를 맞추기 위해서 이미지를 임의로 왜곡하지 않습니다.



✗ 텍스트가 들어간 이미지는 사용이 어렵습니다.



✗ 해상도가 낮은 이미지는 지양합니다.

와디즈 디스플레이 광고

(1) 오픈예정 패키지·펀딩 패키지 홈 배너

* 리스트 배너는 프로젝트 대표 이미지와 제목이 자동 노출됩니다.

카피

- 3페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.
- 카피 색상은 흰색이며 다른 색은 지원하지 않습니다.
- 작성 가능 글자 수 및 맞춤법을 꼭 준수해 주세요.
 - 메인카피 : 띄어쓰기 포함 16글자씩 최대 2줄
 - 서브카피 : 띄어쓰기 포함 최대 21자

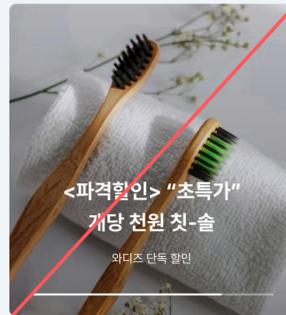
* ,.%+?! 기호 외 특수 문장 부호 및 한자 사용이 불가해요.

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 이미지는 사용 가능합니다.
ex) 책 표지의 텍스트, 태블릿 화면의 텍스트

홈 배너 제작 예시

카피



- ✗ <,], ", | 등 특수기호를 포함하지 마세요.
- ✗ 허위·과장 광고로 오인될 수 있는 카피는 사용할 수 없습니다.
- ✗ 소비 심리를 과하게 자극하는 자극성 카피는 사용할 수 없어요.

이미지 내 텍스트



- ✗ 텍스트가 겹쳐보일 수 있어 홈 배너 이미지 내 텍스트 삽입은 불가해요.

전자책/클래스 등 무형 카테고리 프로젝트

유형의 리워드가 없는 전자책/클래스 프로젝트의 경우, 감사 인물 사진, 전자책 형태, 클래스를 표현할 수 있는 형태의 이미지 사용을 권장합니다.



- 소구하고 싶은 카피는 텍스트 영역에 텍스트로 기입해요.
- 유형의 리워드가 없는 경우 클래스 강사의 인물사진 또는 클래스를 표현할 수 있는 이미지를 사용해요.



- 책 표지 또는 태블릿 화면 등 리워드 내 텍스트가 있는 이미지는 사용 가능해요.
- ✗ 배너 영역의 텍스트와 겹쳐보일 수 있어 제품 내 텍스트와 겹치지 않게 배치해야 합니다.

와디즈 디스플레이 광고

(2) 멀티 보드

모바일 앱/웹에서만 노출되는 영역이에요.

배너 규격 가이드라인

이미지

- 사이즈 : W 1200 x H 400px
- 용량 : 3MB 이하
- 형식 : JPEG, JPG, PNG

카피

- 띄어쓰기 포함 12글자씩 최대 2줄

* ,. % + - ? ! 기호 외 특수 문장 부호 및 한자 사용이 불가해요.

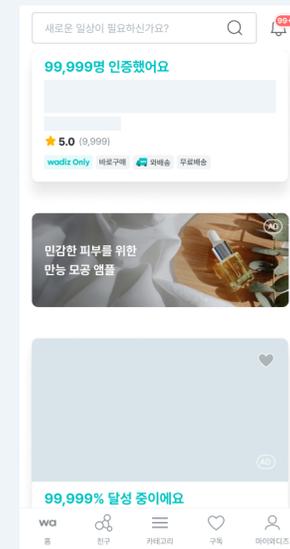
이미지

- 4페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.
- 멀티 보드 PSD 제작 템플릿을 활용해주세요.
- 카피 영역을 고려하여 리워드를 오른쪽에 배치해 주세요.
- 고화질 이미지를 사용해 주세요.

[멀티 보드 PSD 제작 템플릿 다운로드](#)

멀티보드 적용 예시

Mobile



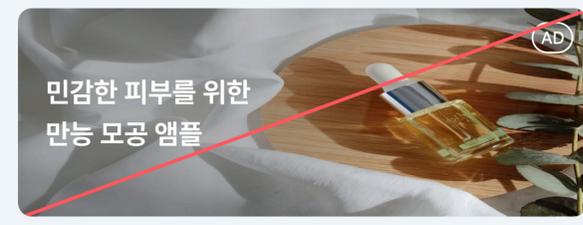
노출 영역 상세 안내



멀티보드 제작 예시



○ 텍스트가 없는 고화질 이미지를 사용합니다.



✗ 사이즈를 맞추기 위해서 이미지를 임의로 왜곡하지 않습니다.



✗ 텍스트가 들어간 이미지는 사용이 어렵습니다.



✗ 리워드가 잘 보이지 않는 복잡한 이미지를 사용하지 마세요.



✗ 너무 밝은 배경의 이미지는 지양합니다.

와디즈 디스플레이 광고

(3) 앱 메인 팝업

와디즈 모바일 앱을 실행 시 가장 먼저 보여지는 팝업 형태의 광고 상품입니다.

규격 가이드라인

이미지

- 사이즈 : W 600 x H 600 px
- 용량 : 3MB 이하
- 형식 : JPEG, JPG, PNG
- 4페이지의 공통 가이드를 반드시 지켜주세요.

카피

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

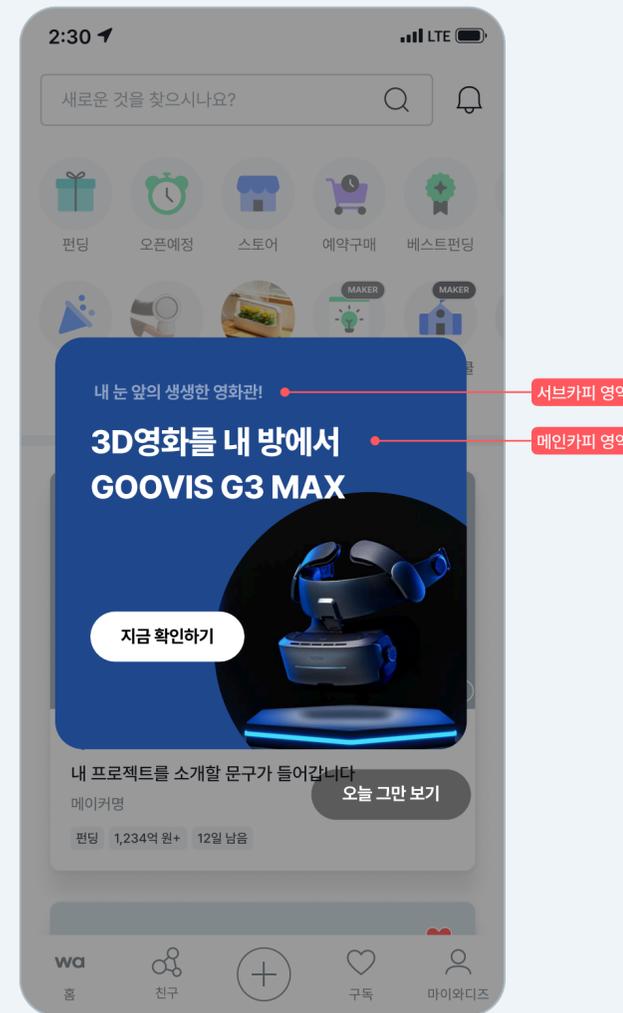
✓ 확인하세요

- 이미지와 문구를 따로 분리하여 제출해주세요.
- 제출한 이미지를 바탕으로 와디즈 담당자가 앱 메인 팝업 템플릿에 맞춰 제작합니다.
- 리워드 누끼컷의 원본/고화질 파일을 권장합니다.
- CTA 버튼 명은 "지금 확인하기"로 자동 기입됩니다.

[앱 메인 팝업 PSD 제작 템플릿 다운로드](#)

앱 메인 팝업 적용 예시

Mobile



앱 메인 팝업 제작 예시



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

와디즈 푸시 광고

- (1) 카톡 푸시 리스트형 메인/썸네일 영역
- (2) 카톡 푸시 단독형 영역
- (3) 카톡 푸시 슬라이드형 영역
- (4) 앱 푸시

와디즈 푸시 광고

(1) 카톡 푸시 리스트형 메인/썸네일 영역

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

메인 영역 규격

이미지

- 사이즈 : W 800 x H 400px
- 형식 : JPEG, JPG, PNG (용량 3MB 이하)

카피

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

썸네일 영역 규격

이미지

- 사이즈 : W 400 x H 400px
- 형식 : JPEG, JPG, PNG (3MB 이하)

카피

- 카피 : 띄어쓰기 포함 30글자 이내 2줄

* 이모지는 최대 5개 가능하나 동일한 이모지 2개 이상 불가해요.

[카카오톡 PSD 제작 템플릿 다운로드](#)

카카오톡 - 영역별 광고 예시

Mobile



메인 영역 예시

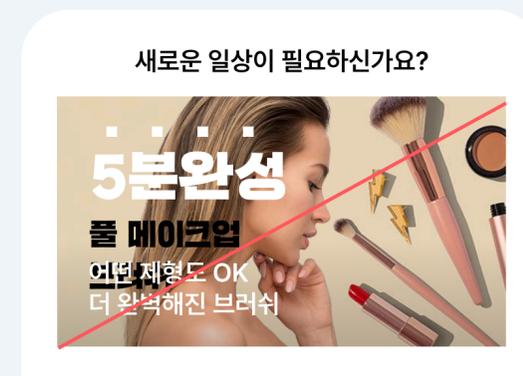
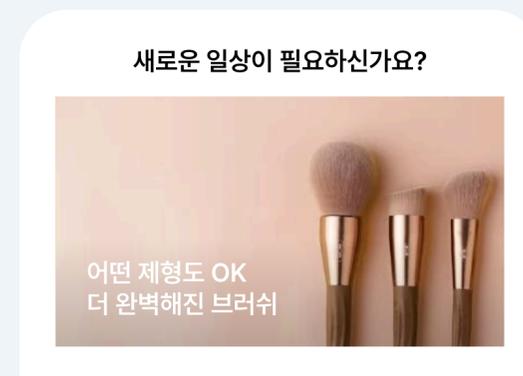


썸네일 영역 예시



이미지

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



○ 리워드의 특징이 강조되는 이미지를 선택해주세요.

○ 하단카피 영역을 고려하여 리워드 이미지 위치를 조정해주세요.

○ 띄어쓰기를 포함한 맞춤법을 준수해주세요.

✗ 이미지에 텍스트 또는 너무 많은 구성요소를 포함하지 마세요. 하단카피 영역과 이미지가 겹치지면 주목도가 떨어져요.

와디즈 푸시 광고

(2) 카톡 푸시 단독형 영역

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

단독형 영역 규격

이미지

- 사이즈 : W 800 x H 600px
- 형식 : JPEG, JPG, PNG (용량 3MB 이하)

카피

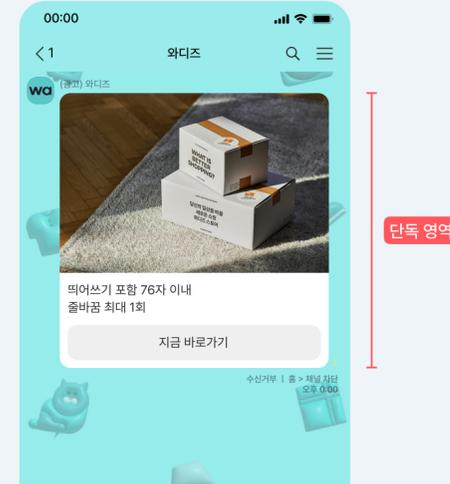
- 띄어쓰기 포함 76글자 이내 줄바꿈 최대 1회

* 이모지는 최대 5개 가능하나 동일한 이모지 2개 이상 불가해요.

[카카오톡 PSD 제작 템플릿 다운로드](#)

카카오톡 - 영역별 광고 예시

Mobile



단독 영역 예시



이미지

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



- 이미지 하단 띠 영역에 짧은 텍스트 삽입이 가능합니다.
 - Noto Sans KR(상업용 무료 폰트)만 가능
 - 폰트 크기 9pt
 - 하단 띠 영역 높이 70px 고정
- 하단카피 영역을 고려하여 리워드 이미지 위치를 조정해주세요.
- 띄어쓰기를 포함한 맞춤법을 준수해주세요.

- ✗ 지정된 영역 이외의 텍스트 삽입이 불가능합니다.
 - 이미지 하단 띠 문구를 추가할 수 있으나 다른 영역의 텍스트 삽입은 지양해주세요.
- ✗ 번잡한 배경의 이미지 또는 구성 요소 사용이 불가합니다.

와디즈 푸시 광고

(3) 카톡 푸시 슬라이드형 영역

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

슬라이드형 영역 규격

이미지

- 사이즈 : W 800 x H 600px
- 형식 : JPEG, JPG, PNG (용량 3MB 이하)

카피

- 제목 카피 : 띄어쓰기 포함 20글자 이내
- 본문 카피 : 띄어쓰기 포함 180글자 이내 줄바꿈 최대 2회

* 이미지는 최대 5개 가능하나 동일한 이미지 2개 이상 불가해요.

[카카오톡 PSD 제작 템플릿 다운로드](#)

카카오톡 - 영역별 광고 예시

Mobile



캐리셀 영역

슬라이드형 롤링 예시



슬라이드형 쿠폰 예시



이미지

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



- 이미지 하단 띠 영역에 짧은 텍스트 삽입이 가능합니다.
 - Noto Sans KR(상업용 무료 폰트)만 가능
 - 폰트 크기 9pt
- 하단카피 영역을 고려하여 리워드 이미지 위치를 조정해주세요.
- 띄어쓰기를 포함한 맞춤법을 준수해주세요.

- ✗ 지정된 영역 이외의 텍스트 삽입이 불가능합니다.
 - 이미지 하단 띠 문구를 추가할 수 있으나 다른 영역의 텍스트 삽입은 지양해주세요.
- ✗ 번잡한 배경의 이미지 또는 구성 요소 사용이 불가합니다.

와디즈 푸시 광고

(4) 와디즈 앱 푸시

와디즈 앱 설치 및 푸시 동의 유저 중 집행 프로젝트의 맞춤 고관여 유저 대상으로 발송되며, 와디즈 알림센터에 함께 노출됩니다.

※ 광고 이미지: 프로젝트 대표 이미지로 자동 노출됩니다.

규격 가이드라인

카피

- 메인카피 : 띄어쓰기 포함 25글자 이내 1줄
- 서브카피 : 띄어쓰기 포함 45글자 이내 (줄바꿈 없음)

※ "(광고) ~ *수신변경:설정" 문구가 자동 추가됩니다.

좋아요

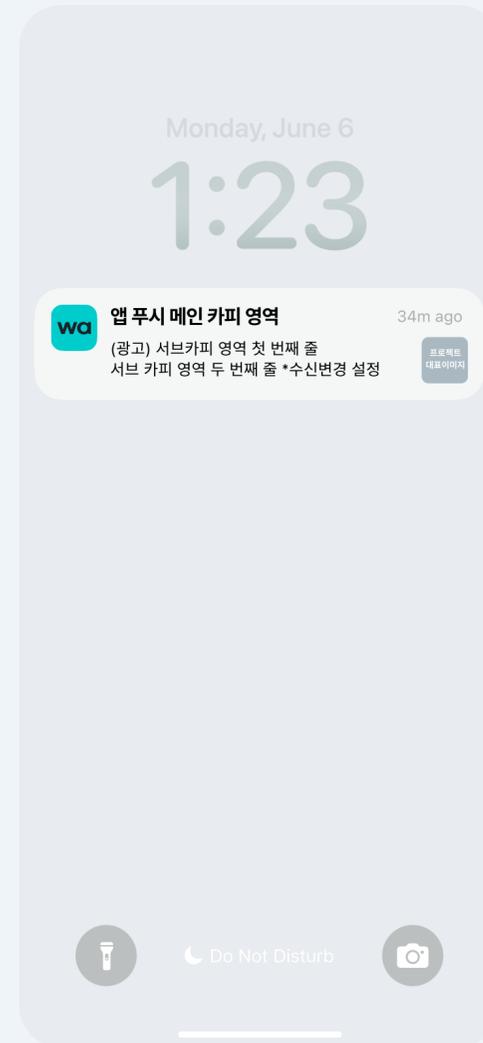
- 띄어쓰기를 포함한 맞춤법을 준수해주세요.

안돼요

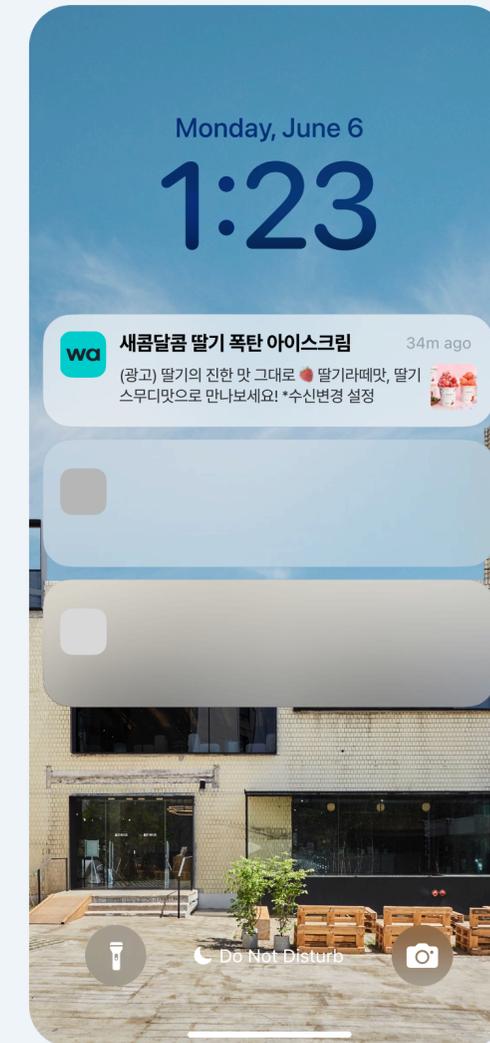
- 펀딩은 오픈 마켓/쇼핑몰과는 다릅니다. 와디즈 용어를 준수해주세요.

앱 푸시 광고 예시

Mobile



앱 푸시+ 알림센터 노출



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.

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)

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

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

타깃 B

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

- 6. 다른 제품과 차별화가 어렵고 파격적인 혜택 설계가
어려워요
- 7. 이전에 없었던 새로운 제품이거나
기존 제품을 새로운 시장에 소개할 거예요

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

- 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.

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 작성할 수 있어요.

강점

메이커님의 리워드만이 가지고 있는
특장점으로, 서포터가 해당 리워드에
펀딩하고 싶을 만큼 매력적이어야 해요.

가치

위의 강점을 특성으로가진 이 리워드를 가지게 된다면,
서포터가 누릴 수 있는 가치가 무엇인지 생각해 보세요.
즉, 이 제품을 펀딩함으로써 서포터들이 미래에 누릴 수 있는
행복한 모습을 생각해 보시면 쉬울 거예요.

예시

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



타깃유형 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

타깃유형 B

- 기능성 제품을 여러번 구매 해본 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 3-1.

펀딩 욕구가 제일 높은

타깃 A를 위한 배너 카피 공식

타깃 + 리워드명 + **파격혜택** + 가치

순서가 바뀌어도 상관 없어요. 리워드명은 꼭 노출해주세요.

메이커님의 제품을 기다렸을 타깃A에게

중요한 정보이기 때문이에요.

파격 혜택은 제공이 가능한 경우에만 포함해주세요.

홈배너 글자수 제한

- 메인카피 : 띄어쓰기 포함 16글자씩 최대 2줄
- 서브카피 : 띄어쓰기 포함 최대 21자

* 특수 문자 부호 및 한자 사용이 불가해요.

예시 * 프로젝트 번호 : 149487



타깃유형 A

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

리워드명

루트리 오디애플

+

파격혜택

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

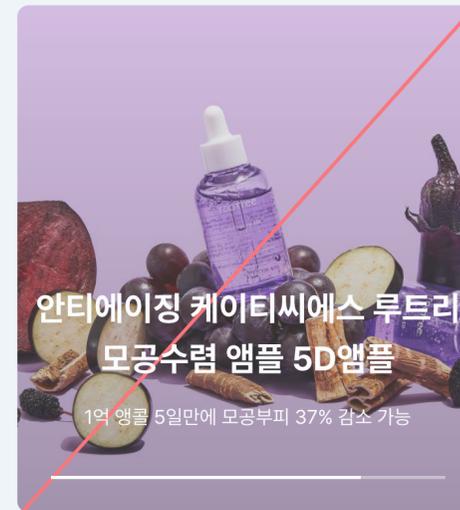
+

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 '오디애플'을 사용하면 보다 효과적인 카피가 될 수 있을 거예요.



STEP 3-2.

차별화된 제품을 찾고 있는

타깃 B를 위한 배너 카피 공식

타깃 + 리워드명 + 파격혜택 + 가치

순서가 바뀌어도 상관 없어요.

리워드명은 카피가 아닌 이미지 내 제품 사진으로 대체해도 괜찮아요.

파격 혜택은 제공이 가능한 경우에만 포함해주세요.

홈배너 글자수 제한

- 메인카피 : 띄어쓰기 포함 16글자씩 최대 2줄
- 서브카피 : 띄어쓰기 포함 최대 21자

* 특수 문장 부호 및 한자 사용이 불가해요.

예시 * 프로젝트 번호 : 144105



타깃유형 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)

+

파격혜택

평생 고민 상담권 증정
(책만 편당해도, 평생 무료 상담권이 포함되는 파격적인 혜택이 제공되고 있어요)

+

가치

소개팅 성공률 3배로 끌어올릴 수 있음

안돼요

- 리워드 사진 내 텍스트와 배너 텍스트가 겹치지 않도록 해주세요.
- 불필요하게 반복되는 내용은 없는지 확인해주세요.
- 예시의 경우, 첫번째 줄과 두번째 줄에 '소개팅'이라는 단어가 중복되고 있어요.



STEP 3-3.

리워드의 존재에 대해 모르지만,
메이커님이 제공할 수 있는
가치있는 경험에 관심을 가진

타깃 C를 위한 배너 카피 공식

타깃 + 리워드명 + 파격혜택 + 가치

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 강조해주세요.

홈배너 글자수 제한

- 메인카피 : 띄어쓰기 포함 16글자씩 최대 2줄
- 서브카피 : 띄어쓰기 포함 최대 21자

* 특수 문자 부호 및 한자 사용이 불가해요.

예시 * 프로젝트 번호 : 152500



타깃유형 C

타깃

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 보여줄지도 중요해요.
좋은 제품을 담은 포장도 신경써야 하는 것처럼요.
2줄 카피, 이런 형식으로 표현해보시면 어떨까요?

타겟A 유형 에게 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



타겟유형 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 쇠도 / 모공 수렴 오디앰플 드디어 오픈
- ④ 서두르세요! 추가 펀딩 미정 / 모공수렴 오디앰플 쟁여들 기회
- ⑤ 오디앰플 모공부피 37% 감소 / 8중 임상과 후기로 증명해요



타겟유형 B

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 고작15kcal

STEP 5.

이미지 고르기

배너 카피 작성을 완료 했으니, 이미지를 골라볼까요?

체크리스트 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?

예시



× 안돼요

- 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 어렵습니다.



메인 리워드

감사합니다

궁금한 점이 있다면

[광고 문의하기]를 클릭하여 문의사항을 등록해주세요.

[광고 문의하기](#)