Friday 광고 콘텐츠 기획·활용 설계서

- 발주: 온스퀘어 주식회사
- 작성: 주식회사 하얀모자마케팅
- 계약: 광고 콘텐츠 제작 계약(2026-10-23) 제2조 4번 '광고 콘텐츠 기획·활용 설계서' 1식
- 판: 최종본 (납품일 2026-11-06)

0. 이 설계서의 범위

항목	내용
대상 서비스	Friday 플랫폼(dearfriday.net) — 낯선 도시에서 처음 겪는 일을 그 도시에 먼저 산 로컬의 경험으로 해결하는 로컬 커뮤니티
담는 내용	① 매체별(Meta·네이버·구글) 광고 규정 사전 점검 ② 타깃 설계 ③ 키워드 설계 ④ 매체별 캠페인 구조 ⑤ 전환 추적 설계 ⑥ 제작 콘텐츠 운영 가이드
함께 납품하는 제작물	광고 영상·숏폼 2편, 배너·카드뉴스 6종, 상세페이지 구성 기획안·홍보 원고 1식(계약 제2조 1~3번)
광고 집행	귀사 명의 광고 계정에서 귀사가 직접 집행·결제합니다(계약 제5조). 이 설계서는 그 집행에 바로 쓸 수 있는 구조와 기준을 드리는 문서입니다
수치	예상 클릭·전환·단가는 적지 않았습니다. 실제 수치는 집행 뒤 매체 보고서로 확인하시도록 확인 방법만 적었습니다(5·6절)
유학·이민 서비스	귀사 요청(2026-10-27)에 따라 유학·이민 서비스(10대 자녀를 둔 부모, 미국 유학 중심)를 함께 담습니다. 2·3·4절 유학 묶음(T6·K7·K8)은 귀사 상품 자료를 받기 전이라 일반 문구로 담았고, 자료를 보내 주시면 무료 수정 범위 안에서 반영합니다. 이민 상담·안내 문구는 해외이주알선업 등록증을 확인한 뒤에만 넣습니다(1-1)

1. 매체별 광고 규정 사전 점검

표의 '확인 상태'는 공식 원문으로 확인한 것과, 광고 등록 화면·심사 결과로만 알 수 있는 것을 나눠 적었습니다.

1-1. 국내 법령

항목	내용	Friday 광고에 미치는 영향	확인 상태
해외이주법 제10조	해외이주 관련 상담·안내를 업으로 하려면 재외동포청에 해외이주알선업 등록	Friday 소개 광고는 '경험 공유 커뮤니티'로만 알리고 이주 상담·알선처럼 보이는 표현을 쓰지 않음	법령 원문 확인
표시광고법 제3조·제5조	거짓·과장·기만·부당 비교·비방 광고 금지, 사실에 관한 광고는 실증 가능해야 함	이용자 수·만족도 같은 수치, 다른 서비스와의 비교 문구를 쓰지 않음. 사이트에 실제로 있는 사실만 사용	법령 원문 확인
유학 상담·알선	유학 알선만 따로 규율하는 법령이 없어 등록 없이 영업할 수 있는 업종입니다(정부 생활법령정보 '유학원 이용'). 유학원 등록제 법안은 제안됐으나 제정되지 않았습니다. 다만 해외 이주를 전제로 한 상담·안내는 해외이주법 제10	유학 광고는 등록이 필요 없지만 '정부 인가·공인·등록 업체'처럼 없는 자격을 내세우는 표현은 쓰지 않음(표시광고법). 상품에 이주·취업 알선이 들	정부 생활법령정보 확인 (2026-10-28) / 상품 범위는 귀사 자료 뒤

항목	내용	Friday 광고에 미치는 영향	확인 상태
	조 등록 대상이고, 해외 취업 알선을 유료로 하면 직업안정법 국외유료직업소개사업 등록 대상입니다	어 있으면 해당 등록증 확인 뒤 그 문구 사용	
개인정보 보호법 제30조	처리방침에 '자동 수집 장치(쿠키·추적 도구)의 설치·운영 및 거부 방법' 기재	전환 추적 도구(5절)를 설치하면 처리방침에 해당 내용 추가 필요	법령 원문 확인 / 귀사 처리방침 반영 여부는 귀사 확인

1-2. 매체 정책

매체	점검 항목	결론	확인 상태
구글	정부 문서·서비스 정책 (2026-10-05 개정): 비자 신청 대행 등 정부 서비스를 직접 이용하게 하는 광고는 정부 승인 제공자만 가능	Friday 소개 광고는 대상 아님. 소재·문안에 '비자 신청', '비자 발급', '영주권 추첨' 같은 말을 쓰지 않음	구글 공식 도움말 원문 확인
구글	허위 진술 정책: 정부 기관과 관련 있는 것처럼 보이는 표현, 실현 가능성이 낮은 결과 약속 금지	정부·대사관 이미지, '보장'·'확실' 표현 쓰지 않음	구글 공식 도움말 원문 확인
Meta	특별 광고 카테고리(주거·고용·금융, 사회 문제·선거·정치, 데이트) 해당 여부	Friday 소개 광고는 일반 광고로 진행 가능. 로컬 모집 광고는 사이트에 '스토리 쓰기와 프로필은 모두 무료'로 안내돼 있어 보수를 주는 모집으로 보이지 않음 — 보수를 드리는 경우가 생기면 '고용' 카테고리 해당 여부를 다시 확인	Meta 광고 표준 원문 확인
Meta	개인 특성 언급 금지(국적·출신, 재정 상태 등을 단정·암시하는 문구 금지)	"이민 때문에 힘드시죠?"처럼 보는 사람의 상황을 단정하는 문장을 쓰지 않음	Meta 광고 표준 원문 확인
네이버	최상급('최고·1위')·결과 보장 표현, 업종별 심사 서류	제작 문안에 최상급·보장 표현을 넣지 않음. 업종 분류와 필요 서류는 광고 등록 화면에서 확인	광고 등록 시 심사 결과로 확인
공통	착지 페이지의 검색 로봇 차단	2026-10-26 확인: dearfriday.net은 robots.txt가 일반 검색 로봇 전체를 막고(`Disallow: /`), 페이지에 `noindex, nofollow`가 있음. 구글 광고 심사 로봇은 전체 차단 규칙을 따르지 않아 지금 상태로도 심사 접근 가능(구글 공식 문서). Meta 미리보기 로봇은 robots.txt에서 허용. 네이버 심사 영향은 등록 시 확인	구글·사이트 파일 확인 / 네이버는 등록 시 확인

집행 전 귀사에서 해 주실 것: ① 네이버 광고 등록 전에 검색 차단 해제 시점 결정(해제 전이면 네이버 심사 결과를 먼저 확인) ② robots.txt에 구글 광고 심사 로봇(`AdsBot-Google`)만 따로 막는 줄을 넣지 않기 ③ 추적 도구 설치 시 개인정보 처리방침 갱신.

1-3. 소재 검수 기준(모든 제작물 공통 — 제작 단계에서 적용했고, 귀사가 문안을 고치실 때도 써 주세요)

- [ ] 비자·영주권·입학 결과 보장, '100%·확실·무조건' 없음
- [ ] 정부·대사관·이민국과 관련 있어 보이는 표현·이미지 없음
- [ ] 후기·사례·수치는 근거가 있는 것만(사이트에 공개된 스토리 제목·도시 이름 등)
- [ ] '전문 상담·자문'처럼 보이는 표현 없음(이용약관상 로컬의 개인 경험 공유)

- [ ] 보는 사람의 상황을 단정하는 문장 없음
- [ ] 유학: 입학·합격·장학금 결과를 약속하거나 암시하는 표현 없음, 학교 이름·로고는 사용 허락이 있는 것만
- [ ] 미성년 자녀가 나오는 사진·영상은 보호자 동의가 확인된 것만, 광고 대상은 부모(19세 이상)
- [ ] 로컬 사진·이름은 본인 동의가 확인된 것만

2. 타깃 설계

묶음	대상	연결할 사이트 내용	우선 매체
T1 도시별 출국 준비	서울·뉴욕·샌프란시스코·핼리팩스·시드니로 가려는 사람(유학·워킹홀리데이·주재원·가족 동반·해외 취업)	도시별 로컬·스토리	Meta, 네이버 검색
T2 아이와 함께 이주	자녀 학교 등록을 앞둔 부모	뉴욕·핼리팩스·서울 학교 등록 스토리	Meta, 네이버·구글 검색
T3 집·생활비	현지 주거·첫해 비용이 궁금한 사람	샌프란시스코 집 구하기·주거비, 시드니 첫해 비용 스토리	네이버·구글 검색
T4 서울에 오는 외국인	한국에 막 도착했거나 올 예정인 외국인	인천공항에서 시내 가는 법, 서울 첫 일자리 스토리, 영어판(/en)	Meta(영어), 유튜브
T5 로컬 참여	위 5개 도시에 살아 본 경험이 있는 사람	'로컬 되기' 페이지(5분 인터뷰, 무료)	Meta
T6 유학 준비 부모	10대 자녀의 미국 유학을 알아보는 부모(귀사 2026-10-27 안내)	유학 착지(귀사 유학 홈페이지 공개 뒤 주소 기재)	Meta, 네이버 검색
R 재방문	사이트 방문자	방문한 도시·스토리	Meta, 네이버 GFA, 구글 디스플레이 (추적 설치 뒤)

- 도시는 사이트의 파일럿 도시 5곳만 씁니다. 로컬이 없는 도시를 광고에 넣으면 착지 화면과 어긋납니다(7절 C7).
- 언어: 한국어로 시작하고, 영어 묶음(T4)은 영어판 착지(/en)로 따로 운영합니다.
- 연령: 이용약관상 만 19세 이상만 가입할 수 있으므로 모든 묶음의 타깃 연령을 19세 이상으로 둡니다. T6도 광고 대상은 부모이며, 자녀 연령대로 부모를 고르는 세부 조건이 지금 매체에 있는지는 광고 등록 화면에서 확인합니다.
- 연령·관심사 같은 세부 조건은 묶음마다 2개 이상 나눠 비교하고, 집행 첫 2주 결과로 좁힙니다.

3. 키워드 설계(네이버 검색광고·구글 검색)

광고그룹	키워드 예시	착지	문안
K1 도시 + 워킹홀리데이	시드니 워홀, 시드니 워킹홀리데이 준비, 호주 워홀 첫 달	시드니 도시 화면 / 첫해 비용 스토리	원고 세트 S1
K2 도시 + 정착	뉴욕 정착, 샌프란시스코 정착, 핼리팩스 이민 생활, 해외 첫 도시	해당 도시 화면	S2·S3
K3 아이 학교	뉴욕 학교 등록, 미국 초등학교 입학 서류, 캐나다 학교 등록 서류	학교 등록 스토리	S5
K4 집·생활비	샌프란시스코 집 구하기, 샌프란시스코 월세, 시드니 생활비	집·생활비 스토리	S5
K5 경험담	해외 정착 경험담, 이민 생활 후기	스토리 목록	S4
K6 브랜드	Friday, 프라이데이 로컬, dearfriday	첫 화면	S5
K7 미국 유학 준비	미국 조기유학 준비, 미국 고등학교 유학, 미국 유학 준비(귀사 상품 지역·학년에 맞춰 조정)	유학 착지	S6

광고그룹	키워드 예시	착지	문안
K8 유학 브랜드	Friday 유학(다른 브랜드 표기는 C11 확인 뒤)	유학 착지	S7

- 제외 키워드(예시): 비자 대행, 비자 발급, 영주권 신청 대행, 이민 변호사 — Friday가 하지 않는 서비스를 찾는 검색이라 비용만 듭니다. (v2의 '유학원'은 유학 묶음을 넣으면서 제외 목록에서 뺐습니다. 유학 묶음을 하지 않기로 하면 다시 넣습니다.)
- 검색어 보고서를 주 2회 보고 맞지 않는 검색어를 제외 키워드로 더합니다.
- [확인 요청] 브랜드 표기(Friday / FRIDAY / 프라이데이 / Dear Friday) 중 귀사가 공식으로 쓰실 이름을 알려 주시면 K6과 문안을 그 이름으로 맞춥니다(7절 C1).

4. 매체별 캠페인 구조

매체	캠페인 목표	구조	쓰는 제작물
Meta(페이스북·인스타그램)	웹사이트 전환(회원 가입)	타깃 묶음별 광고 세트(T1·T2·T4·T5·R) → 세트마다 소재 2~3개 비교	배너·카드뉴스 6종, 영상 2편
네이버 검색광고(파워링크)	검색 유입 → 가입	광고그룹 K1~K6	홍보 원고 세트(검색 문안)
네이버 성과형 디스플레이(GFA)	재방문·가입	재방문(R) + 관심사 타깃	배너 6종 와이드·정사각 규격
구글 검색	검색 유입 → 가입	광고그룹 K1~K6, 한국어·영어 분리	홍보 원고 세트(검색 문안)
유튜브	인지·재방문	T1·T4	영상 2편
구글 디스플레이	재방문	R	배너 6종

- 운영 순서: ① 추적 설치·시험 전환 확인(5절) → ② 매체마다 적은 예산으로 동시에 시작해 소재·타깃을 비교 → ③ 실제 가입당 비용이 나은 매체·묶음으로 예산을 옮김.
- 회원 정보는 귀사 사이트에서만 받도록 Meta '잠재고객 양식' 대신 웹사이트 전환을 씁니다(계약 제10조 2항과 같은 원칙).
- 학습 기간 중에는 광고 세트를 자주 고치지 않고, 소재 교체는 주 1회로 묶습니다.
- 유학 서비스는 Friday 가입과 전환 목표(상담 신청 등)가 다를 수 있어 캠페인을 따로 둡니다. 유학 전환은 5-1 '유학 상담 신청 완료' 줄을 씁니다.

5. 전환 추적 설계

5-1. 전환 정의

순서	행동	이벤트 이름(Meta / 구글 GA4)
1차 전환	회원 가입 완료(이메일 링크 또는 Google 로그인 뒤 첫 로그인 완료)	`CompleteRegistration` / `sign_up`
2차 전환	로컬 프로필 생성 완료	맞춤 이벤트 `local_profile_created`
유학 전환	유학 상담 신청 완료(신청 완료 화면 주소는 유학 홈페이지 공개 뒤 기재)	`Lead` / `generate_lead`
참고 행동	스토리 읽기, 도시 화면 조회	`ViewContent` / `view_item`·페이지 조회

결제는 사이트에 '아직 결제를 받지 않음'으로 안내돼 있어 구매 전환은 결제 시작 뒤 추가합니다.

5-2. 설치 목록(귀사 개발 담당 설치 — 번호 D는 설치 도구, 2절 타깃 번호 T와 다릅니다)

번호	도구	위치	비고
D1	구글 태그(GA4)	전 페이지	태그 관리자로 묶을지 개발 담당과 결정
D2	구글 광고 전환	가입 완료 시점	GA4 전환 가져오기 또는 광고 태그 직접
D3	Meta 픽셀	전 페이지 + 가입 완료	데이터 세트는 귀사 비즈니스 계정 소유
D4	Meta 전환 API	서버(가입 처리 시점)	D3과 같은 이벤트 ID로 중복 제거. 접근 토큰은 귀사 내부에서만 관리
D5	네이버 공통 스크립트	전 페이지	검색광고 계정 로그분석 메뉴에서 발급
D6	네이버 전환 스크립트	가입 완료 시점	전환 유형 '회원가입'

2026-10-26 공개 페이지 확인 결과 현재 사이트에는 위 도구가 설치돼 있지 않습니다(첫 화면 기준).

설치 전에 정할 것: 가입 완료를 어느 화면으로 볼지 — 사이트가 화면 전환 때 주소가 바뀌지 않을 수 있어, 가입 처리 코드에서 이벤트를 직접 보내는 방식을 권합니다.

5-3. 광고 링크 규칙(UTM)

값	규칙	예
`utm_source`	매체	meta, naver, google, youtube
`utm_medium`	형식	paid_social, cpc, display, video
`utm_campaign`	타깃·광고그룹	t1_city, t2_school, k1_sydney
`utm_content`	제작물 번호	banner01, banner02, video01

5-4. 동작 확인(집행 전)

1. Meta 이벤트 관리자 '테스트 이벤트'에서 가입 이벤트 수신, 픽셀·전환 API 중복 제거 확인
2. GA4 실시간 보고서와 구글 광고 전환 상태 '기록 중' 확인
3. 네이버 로그분석·전환 보고서에서 시험 가입 확인
4. 세 매체 모두 시험 전환이 잡힌 뒤 본 집행

6. 제작 콘텐츠 운영 가이드

6-1. 제작물별 쓰는 곳

제작물	쓰는 곳	규격	운영 기준
영상·숏폼 2편	Meta 릴스·스토리, 유튜브 쇼츠, 피드	세로 9:16, 피드 규격	2편을 같은 타깃에 동시에 걸어 비교, 4주 정도 뒤 반응이 떨어지면 교체
배너·카드뉴스 6종	Meta 피드·스토리, 네이버 GFA, 구글 디스플레이	1종 = 정사각·세로·와이드 묶음	광고 세트마다 2~3종을 넣고 주 1회 성과 낮은 종을 쉬게 함
상세페이지 구성 기획안	광고 착지 화면 개선	—	광고에서 말한 도시·주제가 착지 첫 화면에 바로 보이게
홍보 원고 세트	네이버·구글 검색광고, 블로그, SNS 피드 글	매체별 글자 수 맞춤	검색 문안은 광고그룹(3절)에 1:1로 연결

6-2. 보시면 좋은 지표(매주 같은 요일)

노출, 클릭, 클릭률, 비용, 가입 수, 가입당 비용 — 매체별로 보시고, 매체끼리 겹치는 가입은 GA4 기준으로 함께 보시면 중복을 줄여 보실 수 있습니다.

6-3. 소재를 고치실 때

1-3 검수 기준을 그대로 써 주세요. 도시 이름·스토리 제목은 사이트에 실제로 있는 것으로만 바꾸시고, 로컬 사진·이름은 본인 동의를 먼저 받아 주세요.

7. 집행 전 귀사 확인 목록

아래 [확인 요청] 항목은 귀사 답변을 받으면 이 설계서와 제작물에 바로 반영합니다.

번호	확인 요청	반영되는 곳
C1	[확인 요청] 공식 브랜드 표기(Friday / FRIDAY / 프라이데이 / Dear Friday)	키워드 K6, 검색 문안, 배너·영상 자막
C2	[확인 요청] 검색 차단(robots.txt·noindex) 해제 시점	1-2 네이버 심사, 착지 점검 L3
C3	[확인 요청] 추적 도구 설치(5-2) 담당·일정과 개인정보 처리방침 갱신	5절
C4	[확인 요청] 광고에 쓸 로컬 사진·이름의 본인 동의, 스토리 영상 원본 사용 허락	배너 ②·④, 영상 2편, 블로그
C5	[확인 요청] 매체별 광고 계정(Meta 비즈니스 계정, 네이버 검색광고, 구글 광고)과 결제 수단 등록	4절
C6	[확인 요청] 로컬 참여에 보수를 드리는지 여부	1-2 Meta 카테고리 판단
C7	[확인 요청] 첫 화면 '내 Local 찾기'에 보이는 밴쿠버·토론토·멜버른 로컬이 실제 로컬인지 예시 화면인지	도시 표기, 착지 점검 L1
C9	[확인 요청] 유학·이민 상품 구성(대상 학년·지역·상품 이름)과 정리 예정일(2026-10-27 메일: 다음 주 안)	2절 T6, 3절 K7, 배너·영상 유학 소재
C10	[확인 요청] 유학 서비스 착지 페이지 주소(홈페이지 제작 중)	3·4·5절 유학 줄
C11	[확인 요청] 광고에 쓸 브랜드 이름 — '뭉클 유학 이주 컨설팅'과 Friday의 관계(같은 회사 서비스인지)	0절, K8, 소재 표기
C12	[확인 요청] 해외이주알선업 등록증 사본(이민 상담 문구를 쓸 때)	1-1, 이민 문구 사용 여부
C8	[확인 요청] 스토리 편수 — 첫 화면은 '이야기 20편', 탐색 목록은 12편, 공개 주소로 열리는 스토리는 15편(2026-10-26 확인)	숫자 문구 사용 여부, 착지 점검 L2

참고 자료

- 구글 정부 문서·서비스 정책 개정: https://support.google.com/adspolicy/answer/17260489
- 구글 허위 진술 정책: https://support.google.com/adspolicy/answer/6020955?hl=ko
- 구글 특수 크롤러(광고 심사 로봇): https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/google-special-case-crawlers
- Meta 광고 표준: https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/
- 구글 반응형 검색광고 글자 수: https://support.google.com/google-ads/answer/7684791

- 해외이주법·표시광고법·개인정보 보호법: 국가법령정보센터(law.go.kr) 현행 원문
- 유학원 이용(정부 생활법령정보): https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMainBtr.laf?csmSeq=699&ccfNo=2&cciNo=3&cnpClsNo=1
- 해외이주 알선업체 등록(재외동포청): https://www.oka.go.kr/web/content.do?menu_cd=000083