

2024 온라인광고 계약안내서

Online Advertising Contract



온라인광고 계약 이것만은 알고 하기!



인플루언서 · 체험 마케팅 이용 시 유의하기

블로그 체험단 모집-체험-후기까지
체험 비용 발생 여부 확인 필요



인플루언서의 선정기준 및 비용 발생여부도 확인하세요~!



온라인광고 분쟁 상담 및 조정신청 절차

분쟁상담 ☎118-5번-4번
자동상담 onlinead.ecmc.or.kr



온라인광고 분쟁이
발생했다면?



온라인광고
분쟁조정위원회



온라인광고분쟁조정위원회

국번없이 118(ARS 5)

Onlinead.ecmc.or.kr

한국인터넷진흥원

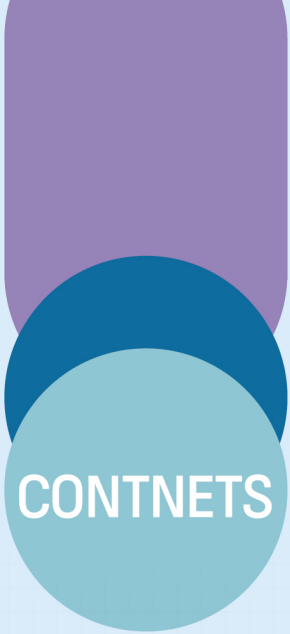
온라인광고분쟁조정위원회

온라인광고 계약안내서 활용에 관하여

- 인터넷의 보편화와 함께 다양한 유형의 온라인광고 서비스가 제공되면서 인터넷 광고를 집행하려는 중소기업주가 늘고 있습니다.
- 본 안내서는 대행사를 통한 온라인 광고 집행 시 유의할 사항을 정리하여 중소기업주의 온라인광고에 대한 이해를 제고하고, 온라인광고 대행계약의 체결과 이행과정에서 유의할 사항을 안내하여 관련 분쟁의 발생을 방지하기 위해 제작되었습니다.
- 본 안내서는 온라인광고 대행계약 체결과정에서 문제될 수 있는 일반적 사항을 중심으로 작성되었습니다. 따라서 개별 계약의 내용에 따라 계약 당사자간의 권리·의무에 차이가 발생할 수 있으므로, 구체적인 법률관계는 계약서의 내용을 확인하셔야 함을 유의하시기 바랍니다.

제작 : 장석권 팀장, 김진규 수석, 박예은 주임(이상 KISA),
손봉현 실장(한국인터넷광고재단)

조사 : 이지선 선임(KISA)



CONTNETS

제1장	온라인광고 개념 및 유형	11
	제1절 온라인광고의 개념	12
	제2절 온라인광고의 유형	14
제2장	온라인광고 계약 체결 시 확인사항	19
	제1절 온라인광고 상담단계 확인사항	20
	제2절 온라인광고 계약단계 확인사항	28
	제3절 온라인광고 이행단계 확인사항	34
제3장	온라인광고분쟁 시 안내사항	57
제4장	자주하는 질문	61

계약 체결하기 전 꼭 확인하세요!

많은 분들께서 온라인광고는 광고비가 상대적으로 저렴하고, 타겟팅을 통해 광고집행의 성과를 높일 수 있다는 사실을 알고 계십니다. 그러나 온라인광고의 구조와 집행방식에 대한 정확한 이해가 없이 대행사의 텔레마케팅에 현혹되어 온라인광고 대행계약을 체결한 후에 분쟁이 발생하는 경우가 많습니다. 온라인광고를 집행하려고 계획중이신 경우에는 본 안내서를 활용하여 온라인광고의 계약서의 작성, 광고유형별 계약 내용까지 꼭 체크해 보시기 바랍니다.



계약 전 확인사항

Check point

Step 01

온라인광고를 집행하는 경우,
매출이 증대된다고 생각하시나요?



☒ 상담단계 확인사항 참조

Step 02

대행사는
어떻게 선정하셨나요?



☒ 상담단계 확인사항 참조

Step 03

상담과정에서
대행사의 설명을 이해하셨나요?



☒ 상담단계 확인사항 참조

Step 04

계약서에 기재된
내용을 확인하셨나요?



☒ 계약단계 확인사항 확인

Step 05

계약서의 내용대로 계약이
이행되었나요?



☒ 이행단계 확인사항 참조

Step 06

계약과 관련하여
대행사와 분쟁이 발생하셨나요?



☒ 온라인광고분쟁 시 안내사항 참조

광고를 집행하는 과정에서 발생할 수 있는 분쟁을 예방하기 위해서는 광고하는 목적에 맞는 상품을 선택하는 것이 중요합니다. 또한 상담-계약체결-계약이행 등 각 단계별 유의사항을 확인하여 분쟁 발생 가능성을 최소화하기 위한 노력이 필요합니다.

□ 상담단계

구분	확인 내용	체크
1	온라인광고의 집행을 권유하는 전화를 받으셨나요?	☐
2	전화권유 상담원이 유명 포털 담당직원, △△등록센터, ○○지원센터 담당직원이라고 소개하였나요?	☐
3	상담과정 중, 광고대행 계약을 제안하는 담당자와 대행사의 업체정보를 확인 하셨나요?	☐
4	상담과정 중, “광고지원 대상에 선정되었다”, “프로모션 기간이다”는 등의 안내를 받으셨나요?	☐
5	상담과정 중, 광고비나 서비스를 무상으로 지원받는 대신 관리비(등록비)를 납부해야 한다고 안내받으셨나요?	☐
6	상담과정 중, 온라인광고를 집행하면 매출 증대를 보장한다고 안내받으셨나요?	☐
7	상담과정 중, 지원 대상자 여부 확인이나 등록 가능 여부 확인을 위해 신용카드 번호를 확인해야 한다고 안내를 받으셨나요?	☐
8	상담과정 중, 이해되지 않는 내용이 있으셨나요?	☐

□ 계약단계

구분	확인 내용	체크
1	계약 내용에 대한 설명을 들으셨나요?	☐
2	상담과정에서 설명받은 내용이 계약서에 명시되어 있는지 확인하셨나요?	☐
3	상담과정에서 설명받지 않은 내용이나 불공정하다고 생각되는 내용이 계약서에 명시 되어 있나요?	☐
4	계약서에서 계약의 해지 가능 여부, 해지 시 발생하는 책임을 확인하셨나요?	☐
5	광고비의 결제방식을 확인하셨나요?	☐
6	계약서 이외에 계약의 내용을 증명할 자료는 확보하셨나요?	☐

이행단계

〈 공통사항 〉

구분	확인 내용	체크
1	광고 상품과 광고 대상에 대해 확인하셨나요?	☐
2	광고 집행 결과보고서 제공 여부를 확인하셨나요?	☐
3	광고를 위해 제작한 홈페이지나 웹 페이지의 소유권, 이용권을 확인하셨나요?	☐
4	광고를 위해 제작한 광고물의 소유권, 이용권을 확인하셨나요?	☐
5	인위적 조작이나 비정상적인 방법으로 집행되는 광고가 아님을 확인하셨나요?	☐
6	광고 집행 전에 반드시 사전심의를 받아야 하는 업종인지 확인하셨나요?	☐
7	복합적 내용의 광고 계약을 체결하는 경우, 세부 유형별 내용을 확인하셨나요?	☐

〈 검색광고 〉

구분	확인 내용	체크
1	광고가 집행되는 매체의 광고주 계정을 안내받으셨나요?	☐
2	검색광고의 과금 방식에 대하여 확인하셨나요?	☐
3	검색광고의 키워드 변경에 대하여 안내를 받거나 합의하셨나요?	☐
4	포털에서 검색하는 경우 광고가 노출되지 않거나 차단될 수 있나요?	☐

〈 인플루언서(체험) 마케팅 〉

구분	확인 내용	체크
1	광고 캠페인에 참여하는 인플루언서(체험)의 선정기준에 대하여 합의하셨나요?	☐
2	인플루언서의 광고 콘텐츠 제작에 필요한 제품이나 서비스의 제공에 대하여 합의하셨나요?	☐
3	인플루언서(체험) 마케팅 계약의 불이행 시 광고주가 취할 수 있는 조치를 확인하셨나요?	☐
4	저작권, 초상권 등 타인의 권리를 침해하는 콘텐츠에 대한 책임을 확인하셨나요?	☐
5	SNS 바이럴마케팅의 경우, 게시물에 경제적 이해관계를 표시해야 함을 확인하셨나요?	☐

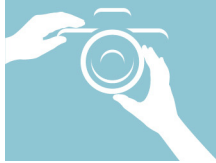
□ 기타

구분	확인 내용	체크
1	광고의 타겟 및 목표, 이행 확인 방법에 대해 협의를 하셨나요?	☐
2	광고 콘텐츠가 게시되는 SNS계정을 확인하셨나요?	☐
3	참여자 수를 보장하는 경우 그 실효성과 미달성 시 조치를 확인하셨나요?	☐
4	위치기반 광고 송출 계약 시 송출 기간, 시기, 대상, 지역 등 조건을 확인하셨나요?	☐
5	위치기반 광고 송출 시 메인, 랜딩페이지 등 제작 조건을 확인하셨나요?	☐
6	뉴스기사 진행 시 광고 목적 및 기사 게재 언론사를 확인하셨나요?	☐
7	뉴스기사 광고 진행 결정 후 게재 전 기사 내용을 확인하셨나요?	☐

제1장

온라인광고 개념 및 유형





제1장 온라인광고 개념 및 유형

제1절 온라인광고의 개념

□ 온라인광고의 의미

광고란 자기 자신에 관한 사항이나 자기가 취급하는 상품이나 용역(서비스)에 관한 사항을 소비자에게 널리 알리는 행위를 의미하고, 온라인 광고란 인터넷 등 정보통신망을 매체나 수단으로 제공되는 광고를 의미합니다.

□ 온라인광고 특징

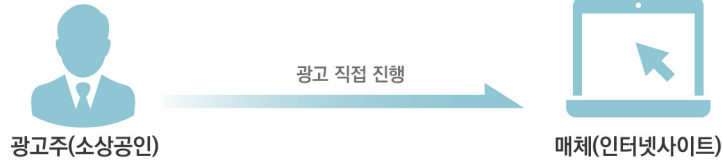
온라인광고는 온라인 매체를 활용하여 시·공간적 제약이 없이 홍보가 가능하고, 광고의 대상을 타겟팅하여 광고집행의 성과를 증대시킬 수 있으며, 양방향 커뮤니케이션을 통해 소비자의 반응을 확인하여 탄력적으로 광고집행을 할 수 있다는 특징이 있습니다.

□ 온라인광고 선택시 고려사항

온라인광고를 계획하고 있는 경우, 광고 목적에 적합한 광고 유형인지 등을 살펴본 후 광고 상품, 진행 방법, 집행 비용 등을 종합적으로 검토해보시기 바랍니다.

온라인광고는 광고주가 직접 광고를 집행할 수도 있고, 대행사를 통해 광고를 집행할 수도 있으므로 본인에게 적합한 광고집행 방법을 확인해 보시기 바랍니다.

광고주가 직접 광고를 하는 경우



광고주가 대행사를 통해 광고를 하는 경우



네이버, 카카오(다음), 구글 등 주요 온라인광고 매체에서는 광고주가 직접 광고를 집행할 수 있도록 광고집행 시스템을 제공하고 있습니다. 매체별로 온라인광고의 유형 및 집행 방식은 상당히 다양하므로 자세한 내용은 해당 매체의 광고시스템에서 확인하시기 바랍니다.

제2절 온라인광고의 유형

온라인광고는 광고형태와 광고기법에 따라 다양한 유형으로 분류되는데, 중소기업이 주로 활용하는 온라인광고로는 검색광고, 노출형 광고, 바이럴 광고 등이 있습니다.



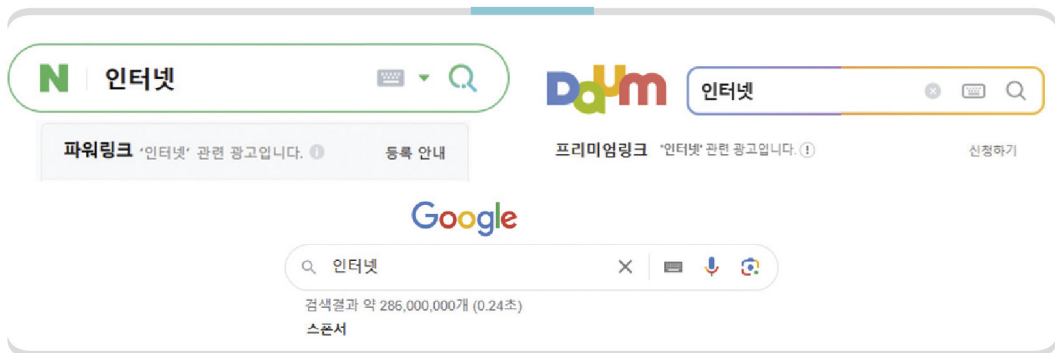
검색광고

정의

검색광고(SA, Search Ad)는 이용자가 온라인 플랫폼에서 특정한 단어(검색어)를 검색한 경우에 그 검색어와 관련된 광고를 제공하는 유형의 광고를 말합니다. 검색광고는 이용자가 검색한 키워드, 즉 이용자의 관심과 관련된 광고가 제공되기 때문에 다른 광고에 비하여 효율이 높다는 특징이 있습니다. 한편, 검색광고에서는 검색 결과의 상단에 광고가 제공될수록 이용자가 해당 광고를 클릭할 가능성이 높기 때문에 검색광고의 노출순위에 따라 광고효과에 차이가 발생한다는 특징이 있습니다.

종류

검색광고 상품은 광고매체에 따라 다양한 형태와 이름으로 나타나며, 네이버의 파워링크, 다음은 프리미엄링크, 구글의 스폰서 등이 대표적인 검색광고에 해당합니다.



□ 과금방식

검색광고에서 이용자가 검색한 키워드와 관련된 광고가 노출되지만, 광고가 노출되는 것만으로 광고비가 부과되지 않고 이용자가 해당 광고를 클릭한 경우에만 광고비가 부과됩니다. 따라서 광고주가 지급할 총 광고비는 [1회 클릭당 광고단가 × 이용자 클릭횟수]로 정해지는데, 이러한 방식을 CPC 방식*이라고 합니다. 특정 키워드의 1회 클릭당 광고단가는 광고주가 결정하지만, 광고단가를 높게 제시할수록 해당 광고주의 광고가 상단에 노출되기 때문에 인기있는 키워드의 경우에 광고단가가 높아지게 됩니다. 효율적인 광고집행을 위해 각 광고매체가 제공하는 광고관리시스템을 통해 검색어의 광고단가, 클릭 수, 노출순위 등을 확인하시기 바랍니다.

* CPC : Cost Per Click



노출형 광고

□ 정의

노출형 광고(DA, Display Ad)는 온라인 광고 매체에서 광고를 위해 마련한 공간(인벤토리)에 제공되는 이미지나 동영상 형태의 광고를 말합니다. 노출형 광고는 시각적 효과를 통해 이용자의 관심을 이끌어내는 특징이 있고, 다수의 소비자에게 광고 메시지를 전달하기 때문에 단기간에 많은 방문자를 유입시켜 브랜드나 상품의 인지도를 제고할 수 있다는 장점이 있습니다. 또한 노출형 광고는 광고가 제공되는 위치에 따라 이용자의 관심도에 차이가 발생할 수 있으므로 노출형 광고의 위치에 따라 광고비에 차이가 발생한다는 특징이 있습니다.

□ 종류

노출형 광고 상품 역시 광고매체에 따라 다양한 형태와 이름으로 나타나는데, 이미지 형태의 배너광고, 동영상 광고 등이 대표적인 노출형 광고에 해당하며, 최근에는

이용자의 검색결과나 관심사와 관련한 맞춤형 광고를 제공하는 상품도 제공되고 있습니다.



□ 과금방식

노출형 광고는 기본적으로 광고가 이용자에게 노출 될 때마다 광고비가 부과되는 방식으로 결정되므로, 총 광고 집행금액은 [광고단가 × 광고의 노출횟수]로 정해지는데, 이러한 방식을 CPM*방식이라고 합니다. 그러나 광고매체마다 다양한 노출형 광고 상품이 존재하며, 상품의 종류와 광고가 게재되는 위치에 따라 광고단가가 다르게 책정되므로, 각 광고매체가 제공하는 사이트에서 광고단가를 확인하시기 바랍니다.

* CPM : Cost Per Mile

바이럴 광고

□ 정의

바이럴 광고는 소비자들이 다른 소비자에게 상품에 대한 긍정적인 입소문을 내도록 하는 광고를 말합니다. 바이럴 광고는 블로그, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 SNS 이용자가 제품이나 서비스에 대한 긍정적 리뷰, 이용후기, 추천 게시물을 올리는 형태로 제공됩니다. 바이럴 광고는 소비자의 자발적인 리뷰 형식을 띄기 때문에 광고에 대한 거부감을 줄이고 자연스럽게 제품을 홍보할 수 있다는 특징이 있습니다.

□ 종류

바이럴 광고는 광고가 집행되는 SNS 매체에 따라 블로그 광고, 페이스북 광고, 인스타그램 광고, 유튜브 광고, 지역맘카페 광고 등으로 구분되기도 합니다. 또한 최근에는 SNS에서 영향력을 행사하는 블로거나 인플루언서를 통해 바이럴 광고가 집행되기 때문에 블로그 마케팅이나 인플루언서 마케팅으로 구분하기도 합니다.

□ 과금방식과 유의사항

바이럴 광고는 광고대행사나 인플루언서와의 계약으로 정해지기 때문에 광고비는 광고 콘텐츠의 내용과 형식, 참여하는 인플루언서의 영향력 등을 고려하여 개별적으로 결정됩니다. 따라서 바이럴 광고 계약을 체결하는 경우에는 이러한 내용을 사전에 확인하고 정확한 광고비를 계약서에 반영하셔야 합니다.

한편, 바이럴 광고는 광고가 집행되는 SNS 매체에서 공식적으로 제공하는 광고 상품이 아니므로 해당 매체와는 무관하게 집행되는 광고상품이라는 점을 유의하셔야 합니다. 또한 바이럴 광고 게시물에 #광고, #협찬 등 경제적 이해관계를 나타내는 문구를 표시하지 않고 소비자의 진정한 리뷰인 것처럼 가장하는 경우에는 기만적인 광고로 책임을 부담할 수 있다는 사실도 유의하셔야 합니다.



□ 기사형 광고

기사형 광고는 언론사의 기사 형식으로 제공되지만 실질적으로는 특정 브랜드나 제품 또는 서비스를 홍보하는 내용의 광고를 의미합니다. 과거에는 신문이나 잡지 같은 인쇄매체를 통해 제공되는 경우가 많았으나, 최근에는 TV의 생활정보 프로그램과 같이 방송 프로그램 형태로 제작되는 경우도 있습니다.

□ 위치기반 광고

위치기반 광고는 소비자의 관심지역과 관련된 광고 메시지를 전달하는 광고를 의미합니다. 최근에는 PC의 접속지역이나 모바일·네비게이션의 위치 정보시스템(GPS) 등을 활용하여 소비자의 위치를 확인한 후, 해당 지역과 관련된 광고를 노출시키는 광고상품이 등장하고 있습니다.

제2장

온라인광고 계약 체결 시 확인사항





제2장 온라인광고 계약 체결 시 확인사항

제1절 온라인광고 상담단계 확인사항

1

온라인광고의 집행을 권유하는 전화를 받으셨나요?

- ☑ 온라인광고 집행 계획이 없는 상태에서 이를 권유하는 전화를 받은 경우에 계약의 주요 내용을 직접 확인하고, 계약 체결 여부를 숙고하셔야 합니다.
- 💬 대행사의 텔레마케팅에 현혹되어 성급하게 온라인광고 대행계약을 체결하여 분쟁이 발생하는 경우가 많습니다.

분쟁 사례

온라인광고 집행을 권유하는 전화를 받고, 검색광고만 집행하면 매출이 오를 것이라는 기대감에 검색광고 대행계약 체결에 동의하였다. 통화 종료 후 다시 전화를 걸어 광고비가 부담되어 계약을 하지 않겠다고 말하였으나, 광고 대행사는 계약이 이미 체결되어 취소할 수 없다고 주장하였다.

2

전화권유 상담원이 유명 포털 담당직원, △△등록센터, ○○지원 센터 담당직원이라고 소개하였나요?

- ☑ 온라인광고 집행을 권유하는 상대방이 실제로 네이버 등 유명 포털이나 공공기관의 직원인지 확인하셔야 합니다.
- 💬 유명포털에서는 텔레마케팅 방식으로 광고상품을 판매하지 않습니다. 또한 일부 광고대행사는 △△등록센터, ○○지원센터 등의 명칭을 사용하여 공공기관 등에서 온라인광고를 지원하는 프로그램인 것처럼 오해하는 경우도 많습니다.



분쟁 사례

전화를 통해 유명 포털사이트의 담당으로 오인하게 하여 온라인광고 계약을 체결하였다. 이후 계약서를 통해 광고 대행업체의 해당 업무를 담당하는 직원임을 알고 해지를 요청하였으나, 과도한 위약금과 기집행 비용 등이 청구되었다.

※ 방문, 전화 판매 등을 통해 주요 포털사의 공식대행사를 사칭하거나 유사한 회사명으로 현혹하는 대행사들이 있으니 계약 전에 반드시 광고 매체별 광고 안내 홈페이지, 고객센터 등을 통해 해당 여부를 확인하세요.

3

상담과정 중, 광고대행 계약을 제안하는 담당자와 대행사의 업체 정보를 확인하셨나요?

☑️ 계약을 체결하기 전에 온라인광고 집행을 권유하는 상대방이 누구인지, 신뢰할만한 업체인지 확인하셔야 합니다.

💬 일부 광고대행사의 경우, 계약을 불성실하게 이행하고 광고주의 연락을 회피하다가 폐업·휴업을 한 후 다른 이름의 대행사로 영업하는 경우가 발견되고 있습니다. 따라서 인터넷 검색 등을 통해서 해당 대행사가 신뢰할 만한 업체인지 확인하셔야 합니다.



분쟁 사례

광고대행 계약을 체결한 후 포털에 해당 업체를 검색한 결과 대행사 직원이 설명한 내용과 광고대행 계약의 내용이 달라서 계약을 취소하려고 하였으나, 대행사에서는 그러한 설명을 한 적이 없다고 주장하고, 자신과 상담한 직원의 이름과 연락처를 알 수 없었다.

4

상담과정 중, “광고지원 대상에 선정되었다”, “프로모션 기간이다”는 등의 안내를 받으셨나요?

- ☑ 대행사가 주장하는 내용이 정부나 지방자치단체의 공식 지원 프로그램인지, 광고대행사의 홍보 프로그램인지 확인하셔야 합니다.
- 💬 프로모션 기간, 이벤트 대상 선정 등에 현혹되어 성급하게 조건을 확인하지 않고 계약을 체결하여 분쟁이 발생하는 경우가 많습니다.



분쟁 사례

전화를 통해 소상공인 광고지원 프로그램의 지원 대상자에 선정되었다는 안내를 받고 온라인광고 대행 계약을 체결하였다. 이후 그러한 내용이 거짓임을 알게되어 항의하였으나, 담당직원은 그러한 사실이 없다고 주장하고 가게의 유선전화로 상담을 하였기 때문에 통화녹음도 없어서 이러한 사실을 입증하여 계약을 해지할 수 없었다.

5

상담과정 중, 광고비나 서비스를 무상으로 지원받는 대신 관리비(등록비)를 납부해야 한다고 안내받으셨나요?

☑ 관리비(등록비)의 용도, 추가 비용 발생 여부, 지원받는 광고비나 무료 서비스의 내용을 확인하셔야 합니다.

💬 무상으로 광고비나 가치없는 서비스를 지원받으면서, 무상지원에 현혹되어 성급하게 조건을 확인하지 않고 계약을 체결하는 경우가 많습니다. 또한 계약 해지 시, 지원받은 광고비나 서비스의 비용이 위약금으로 청구될 수 있으므로 주의하셔야 합니다.



분쟁 사례

온라인광고 계약 상담 체결 당시 무상 제공 서비스를 안내 받았으나, 중도에 계약 해지를 요청하자 무상으로 제공되는 서비스에 대한 계약기간 중 비용을 청구 받았다.

※ 광고계약을 할 때 패키지로 제공되는 홈페이지 제작, 호스팅 서비스 등은 계약의 다른 조건을 충족하는 경우 무상으로 제공되는 것입니다. 해당 서비스가 어떤 경우에 무상으로 제공되는 것인지 꼭 확인하세요.

6

상담과정 중, 온라인광고를 집행하면 매출 증대를 보장한다고 안내받으셨나요?

- ☑ 대행사가 제시하는 매출증대 효과가 현실적으로 가능한 효과인지 확인하셔야 합니다.
- 💬 광고 대행사의 매출보장은 매출이 증대될 수 있다는 희망을 제시한 것으로 법적으로 구속력을 가질 수 없는 경우가 대부분입니다.



분쟁 사례

온라인광고 계약 시 매출 증대에 대한 기대, 매출보장에 대한 설명을 듣고 계약을 체결하였으나, 온라인광고를 집행하여도 매출이 증가되지 않아 분쟁이 발생하였다.

※ 광고는 홍보를 목적으로 진행하는 것이지만, 광고를 집행한다고 꼭 매출이 증대되는 것은 아니라는 사실을 유의하세요.



상담과정 중, 지원 대상자 여부 확인이나 등록 가능 여부 확인을 위해 신용카드 번호를 확인해야 한다고 안내를 받으셨나요?

☑ 결제에 필요한 신용카드 번호는 계약 체결 후에만 제공하셔야 합니다.

💬 광고 집행을 위한 상담 시 확인 · 등록에 필요하다고 신용카드 정보를 요구하는 경우가 있으나, 카드 정보를 알려주는 행위는 계약 체결에 동의한다는 것으로 간주될 수 있습니다.



분쟁사례

온라인 광고 계약 상담 시, 바로 결제되는 것이 아니라 확인·등록에 필요하다고 카드 번호와 카드 유효기간을 요구하여 알려주자 1년 치 광고 대행 비용이 한 번에 결제되어 분쟁이 발생하였다.

8

상담과정 중, 이해되지 않는 내용이 있으셨나요?

☑️ 상담 시 이해가 되지 않는 내용은 반드시 설명을 요청하여 확인하셔야 합니다.

💬 계약 상담 시 설명받은 내용과 실제 광고대행 계약의 내용이 달라서 많은 분쟁이 발생하고 있습니다.



분쟁 사례

광고 상품에 대한 설명을 듣고 약관의 내용 확인 없이 광고 계약을 체결하였으나, 계약서 상 설명 내용이 자신이 이해하고 있는 내용과 차이가 있음을 알게 되어 광고 해지를 요청하였다.

※ 광고 계약에 있어 구두로 설명한 내용이 계약서에 명시되어 있는지, 약관상 이해가 되지 않는 부분은 없는지 반드시 확인하세요.



유의사항

온라인 광고상품은 다양하기 때문에, 광고주 여러분이 광고상품의 세부 내용을 이해하기 어려운 경우가 많습니다. 광고대행계약을 체결하시는 경우, 해당 광고의 목적과 광고 서비스의 내용과 효과를 꼭 확인하시기 바랍니다.

제2절 온라인광고 계약단계 확인사항

1

계약 내용에 대한 설명을 들으셨나요?

- ☑ 계약 내용에 대한 설명을 듣고 광고상품의 내용과 계약에 따르는 권리와 의무를 충분히 이해한 후에 계약을 체결하셔야 합니다.
- 💬 광고대행계약 체결 후, 계약한 서비스가 제공되지 않거나 추가 부담을 요구하는 등의 이유로 분쟁이 발생할 수 있습니다.



분쟁사례

광고 상품 안내 시 대형 포털사의 해당 광고 담당자로 소개하는 설명을 듣고 광고 계약을 체결하였다. 설명 당시 매출 증대 등 홍보효과를 기대하고 계약을 체결하였으나 실 구매 등으로 이어지는 효과가 미흡하여 광고 해지를 요청하였다.

※ 광고는 홍보 효과를 위해 진행하나 실 구매 등을 보장할 수 없음에 유의해주세요.

2

상담과정에서 설명받은 내용이 계약서에 명시되어 있는지 확인 하셨나요?

- ☑ 계약 체결 전에 계약서의 사본을 요구하여 상담 시 설명 받은 내용이 계약서에 반영 되었는지 확인하셔야 합니다.
- 💬 상담 시 설명 받은 내용이라도 계약서에 명시되어 있지 않다는 이유로 이행해 주지 않아 분쟁이 발생하는 경우가 많습니다.



분쟁사례

‘OO동 맛집’, ‘OO역 맛집’ 등의 인기 키워드로 검색광고를 해주기로 약속 하였으나 계약서를 받고 보니 ‘OO동 맛집 추천’, ‘OO역 맛집 추천’ 등 선호도가 낮은 키워드가 적혀 있어 광고 계약 해지를 요청하였다.

3

상담과정에서 설명받지 않은 내용이나 불공정하다고 생각되는 내용이 계약서에 명시되어 있나요?

- ☑ 계약 상담과정에서 설명받지 않은 내용이 계약서에 명시되어 있다면, 그에 대한 설명을 추가로 요구하고 계약서의 수정 등을 요청하여 계약서 내 반영하도록 합니다.
- 💬 계약서상 명시된 사항은 양 당사자 동의하에 진행된 것으로 볼 수 있기 때문에, 설명받지 않은 내용이나 불공정한 내용이 계약서에 반영되어 분쟁이 발생하는 경우가 많습니다.



분쟁 사례

계약 안내 시 신뢰할 수 있는 내용으로 생각하여 약관의 내용 확인 없이 광고 계약을 체결하였으나 계약서의 내용 확인 시 자신이 이해하고 있는 내용과 차이가 있음을 알게 되었다. 또한 고지하지 않은 내용을 포함하고 있어 이에 광고 해지 요청을 하였다.

4

계약서에서 계약의 해지 가능 여부, 해지 시 발생하는 책임을 확인하셨나요?

- 
 계약체결 과정에서 계약의 해지사유, 해지 시 발생하는 환불이나 손해배상 책임 등을 충분히 설명 받고, 계약 체결 전 계약서에 해당 내용이 반영되었는지 확인하셔야 합니다.
- 
 계약서의 내용대로 당사자 사이의 권리와 의무가 정해지므로, 계약서에 광고대행 계약을 해지할 수 없다고 규정하거나, 계약을 해지하는 경우에 위약금 또는 손해 배상책임을 부담하는 것으로 규정하여 분쟁이 발생하는 경우가 많습니다.



분쟁 사례

전화권유로 키워드 광고, SNS 광고, 반응형 홈페이지 제작 등에 관한 광고 대행 계약을 체결했으나, 광고 진행이 원활하지 않아 계약 해지를 요청하였다. 이에 약관에 근거하여 과도한 위약금을 청구 받았다.

5

광고비의 결제방식을 확인하셨나요?

☑ 광고비를 입금하는지 신용카드로 결제하는지 여부와 신용카드 결제 시 할부수수료 부담 여부를 확인하셔야 합니다.

💬 계약을 해지하는 경우, 광고비 전액을 입금하였거나 신용카드 할부결제를 하였다면 대금을 환불받기 어려울 수 있으며, 경우에 따라서 할부수수료도 부담하실 수 있습니다.



분쟁 사례

광고 대행 전화 권유를 받은 후 카드정보 확인 등을 요청받아 답변하였다. 이후 확인해보니 해당 신용카드 12개월 할부로 체결 되었다. 또한 결제 전 광고 계약은 1년 분할 납부하는 것으로 알고 있었으나 계약기간 1년 분할이 아닌 12개월 할부로 결제된 것을 확인하고 계약 해지를 요청하였다.

※ 광고 결제 정보 제공 등에 있어 결제 금액, 방식 등을 확인하세요.

6

계약서 이외에 계약의 내용을 증명할 자료는 확보하셨나요?

- ☑ 계약 체결 과정에서 주고받은 메세지, 이메일, 통화녹음은 꼭 보관해 두셔야 합니다.
- 💬 분쟁이 발생한 경우, 설명받은 내용이 계약서와 다르거나 설명받은 내용이 계약서에 반영되지 않았다면 주고받은 메세지, 이메일, 통화녹음은 중요한 증거가 될 수 있습니다.

분쟁 사례

검색광고 대행 계약 체결 시 유명 포털사이트의 공식 대행사로 오인하게 설명한 통화 녹음과 계약 내용을 이행하지 않은 화면캡처, 이행 및 시정을 요구한 문자메시지 내역 등의 자료를 확보하여 분쟁 조정 신청을 하였다.

유의사항

온라인광고 계약 체결 후 내용에 대한 차이 등으로 계약해지를 요청하시는 경우가 있습니다. 계약 해지 시 계약조건 등에 따른 환급금 등의 이견이 발생 할 수 있으므로 계약서 서명 전 반드시 세부 계약 조건에 대해 확인하시기 바랍니다.

제3절 온라인광고 이행단계 확인사항

□ 광고 이행 공통사항

1

광고 상품과 광고 대상에 대해 확인하셨나요?

- ☑ 광고를 진행하는 목적에 맞게 광고 상품과 광고 대상(타겟)을 설정하여야 하며, 그 내용은 계약서에 반영되어야 합니다.
- 💬 광고는 상품이나 서비스를 잠재적인 고객에게 알리는 행위입니다. 잠재적 고객의 연령, 성별, 지역, 직업, 소득 수준 등을 분석한 후에 광고의 목적에 맞는 광고 상품과 광고 대상(타겟)을 설정하셔야 광고비 낭비를 막고 광고의 성과를 높일 수 있습니다.

👤 분쟁 사례

음식점 운영 중 블로그 체험단 광고 대행 계약을 체결하였으나, 광고대행사가 화장품 전문 블로거를 체험단으로 선정하는 등 일방적으로 광고를 진행하여 계약 해지를 요청하였다. 광고대행사는 단순변심이라며 위약금과 광고 집행 비용을 요구하여 분쟁이 발생하였다.

2

광고 집행 결과보고서 제공 여부를 확인하셨나요?

- ☑ 광고를 집행한 후에는 광고 집행 결과보고서를 받거나 본인계정을 통해 직접 확인할 수 있습니다.
- 💬 광고 집행 결과보고서를 제공받고, 계약 내용과 다르게 광고가 집행된 내역이 있는지와 광고 집행의 성과가 있는지를 확인할 필요가 있습니다. 계약서에 광고 집행 결과보고서의 제공 여부, 내용, 제공 시기 등에 대한 사항을 반영하여야 합니다.



분쟁 사례

검색광고 대행 계약 후 키워드 검색 시 노출이 되지 않아 광고 대행사에게 광고 집행 내역을 요구하였으나, 광고를 정상적으로 진행하였다고 주장하며 보고서 제출을 거부하여 분쟁이 발생하였다.

3

광고를 위해 제작한 홈페이지나 웹 페이지의 소유권, 이용권을 확인하셨나요?

- ☑ 인터넷광고를 집행하는 경우, 제작된 홈페이지나 웹 페이지를 지속적으로 활용하기 위해서는 소유권이나 이용권이 확보되어야 하며, 이러한 내용이 계약서에 반영되어 있어야 합니다.
- 💬 홈페이지의 도메인이나 웹 페이지의 소유권을 제작업체가 가지고 있는 경우, 광고 계약 종료 후 홈페이지나 웹 페이지의 이용이 중단될 수 있습니다. 홈페이지의 도메인은 반드시 광고주 본인이 소유하셔야 하며, 광고를 위한 웹 페이지의 관리권도 확보하셔야 분쟁을 예방할 수 있습니다.



분쟁 사례

광고대행사가 자신이 소유한 도메인 내 서브페이지에 광고주의 홈페이지를 제작하여 공급하였다. 이후 광고 대행 계약이 종료되자 광고대행사가 더 이상 홈페이지를 이용할 수 없다고 통보하여 분쟁이 발생하였다.

4

광고를 위해 제작한 광고물의 소유권, 이용권을 확인하셨나요?

- ☒ 광고물 제작 계약의 경우, 제작된 광고물을 지속적으로 활용하기 위해서는 소유권이나 이용권이 확보되어야 하며, 이러한 내용이 계약서에 반영되어 있어야 합니다.
-  사진이나 광고카피 또는 광고 콘텐츠 등 창의성을 바탕으로 제작된 저작물은 제작자의 지식재산권으로 보호될 수 있습니다. 광고물의 소유권이나 이용권에 관한 사항을 미리 확인하셔야 광고 계약 종료 후 광고물 사용중단으로 인한 분쟁을 예방할 수 있습니다.



분쟁사례

인터넷 쇼핑몰을 운영하며 다른 쇼핑몰의 사진이 광고에 사용된 것이 확인되어 광고 중단으로 분쟁이 발생하였다.

5

인위적 조작이나 비정상적인 방법으로 집행되는 광고가 아님을 확인하셨나요?

- ☑ 인위적으로 노출 순위를 조작하거나 비정상적인 방법으로 집행되는 광고는 허용되지 않으므로, 사전에 확인하셔서 계약내용에 포함되지 않도록 주의하셔야 합니다.
- 💬 검색결과 1위 보장, 리뷰 수나 조회 수 늘리기 등 광고 효과를 인위적으로 조작하는 행위는 법률과 포털사의 게시물 이용정책에 반하는 행위로 법적 책임을 부담하거나 광고가 중단될 수 있습니다.



분쟁 사례

쇼핑몰 매출 상승을 위해 상위 노출 계약을 체결하였으나 클릭수를 조작하는 어뷰징으로써, 광고가 중단되는 제재를 받고 법적 책임까지 물을 수 있다는 걸 알게 되어 분쟁이 발생하였다.

6

광고 집행 전에 반드시 사전심의를 받아야 하는지 업종인지 확인 하셨나요?

- ☒ 의약품, 의료, 건강기능식품 등 일부 업종의 광고는 법률에서 사전심의를 받도록 규정하고 있습니다. 본인이 광고하려는 업종이 사전심의 대상인 경우, 필요한 절차를 이행하여야 합니다.
- ☐ 법률에서 사전심의 대상으로 규정하고 있는 경우, 광고의 집행 전에 사전심의를 받지 아니하거나 사전심의 결과와 다른 내용으로 광고하는 경우에는 과태료, 행정처분 및 형사처벌을 받을 수 있으므로 주의하여야 합니다.



분쟁 사례

건강기능식품 쇼핑몰을 운영하며 광고대행 계약을 체결하였으나, 광고대행사가 사전 심의를 거치지 않고 광고를 진행하거나 건강기능식품을 의약품으로 오인할 수 있는 광고를 집행하여 불법광고로 적발되어 광고대행사와 분쟁이 발생하였다.



복합적 내용의 광고 계약을 체결하는 경우, 세부 유형별 내용을 확인하셨나요?

- ☒ 광고계약에 홈페이지 제작, 체험단 진행, 검색광고 집행 등 여러 유형의 광고 상품이 포함된 경우, 세부 유형별 계약의 내용과 그에 따른 권리, 의무사항을 확인하셔야 합니다.
-  복합적 내용의 광고 계약의 경우, 세부 유형별 계약의 구체적 내용을 혼동할 수 있으므로 유의하셔야 합니다.



분쟁 사례

검색광고 목적으로 계약 체결 후 무상으로 홈페이지와 블로그를 제공받았으나 해지 시 약관 상 계약기간을 유지하는 조건에 한하여 무상으로 제공하는 것이라며 홈페이지와 블로그 제작비용을 청구하여 분쟁이 발생하였다.

□ 검색광고 계약시 확인사항

1

광고가 집행되는 매체의 광고주 계정을 안내받으셨나요?

- ☒ 광고집행을 의뢰하는 하는 경우, 본인 명의로 광고주 계정을 개설하고 광고대행사 담당자에게는 광고관리 권한을 설정할 것을 요구하고, 광고주 계정의 ID와 비밀번호를 알고 계시는 것이 좋습니다.
- ☐ 광고주 계정을 통해 광고집행 내역, 광고비 내역 등이 제공되므로, 광고주 계정을 본인 명의로 개설하셔야 필요한 내용을 확인하실 수 있습니다.

분쟁 사례

검색광고 대행 계약을 체결하고 매체사에 개설된 광고대행사 계정에서 검색광고를 집행하기로 하였다. 광고주가 자신의 광고가 노출되지 않아 광고 진행 내역을 확인하고자 하였으나 광고대행사에서는 광고 집행 결과보고서를 제공하지 않고, 포털사에서는 광고 관리 시스템의 계정 정보를 제공하지 않아 분쟁이 발생하였다.

2

검색광고의 과금방식에 대하여 확인하셨나요?

- ☑️ 검색광고를 등록하는 것과 검색 시 광고가 노출되는 것은 무료입니다. 검색광고의 광고비는 이용자가 검색 후 노출되는 광고를 클릭(터치)하는 경우에만 발생하므로, 검색광고의 광고비는 [광고단가 × 클릭수]로 산정됩니다.
- 💬 검색광고 등록에 비용이 발생한다거나 검색광고가 노출되고 있어 광고의 효과가 있다는 등과 같은 설명을 하는 사례가 발생하고 있으니 유의할 필요가 있습니다.



분쟁 사례

월 3만 원의 비용으로 검색광고를 진행할 수 있다는 설명을 듣고 계약을 체결하였으나, 해당 비용으로 검색광고를 집행하려면 이용자가 검색하지 않는 가치없는 키워드에 대한 검색광고만을 집행할 수 있다는 사실을 알고 계약의 해지를 요청하였다.

3

검색광고의 키워드 변경에 대하여 안내를 받거나 합의하셨나요?

- ☒ 검색광고의 키워드는 광고주와 대행사의 합의를 통해 선정하고 자유롭게 변경할 수 있지만, 키워드가 변경되는 경우 클릭당 광고비가 달라질 수 있다는 사실을 알고 계셔야 합니다.
-  월정액으로 무제한 검색광고를 집행해 준다는 내용의 광고계약에서 특정한 키워드는 이미 다른 광고주가 선점하고 있어 사용할 수 없다는 식으로 설명하며 계약시 제시한 키워드 광고를 진행해 주지 않는 사례가 발생하고 있습니다. 합의된 키워드의 검색 광고를 집행하지 않는 경우 해당 키워드의 집행을 요청하셔야 합니다.



분쟁 사례

‘바캉스룩’, ‘바캉스복장’과 같은 키워드로 검색광고를 진행해 준다고 하여 계약을 체결하였으나 약속한 키워드가 아닌 ‘바캉스크롭티’와 같은 키워드로 대체하여 광고를 진행하여 분쟁이 발생하였다.

4

포털에서 검색하는 경우 광고가 노출되지 않거나 차단될 수 있나요?

☑ 시장질서 교란 행위 등에 따른 비정상적 이용이 발생하는 경우 각 플랫폼사의 정책에 따라 검색광고의 노출이 차단될 수 있습니다.

💬 이상 상황 발생 시 해당 플랫폼사의 고객센터로 확인해주시기 바랍니다.
플랫폼 사에서는 사후 검증을 통해 확인, 부정 클릭으로 판명 시 광고비를 환급해주는 등의 사후 구제 방법을 운영하고 있습니다.
자세한 사항은 플랫폼사 고객센터 등을 통해 확인하세요.



분쟁 사례

부정클릭 등 시장질서 교란을 유발하는 행위를 하는 경우 해당 행위에 대해 책임을 지게 됩니다. 부정클릭을 통해 해당 검색이 차단될 경우 키워드 검색에 따른 광고 노출이 되지 않을 수 있습니다. 정상적인 이용자 유입이 아닌 방법은 포털사의 정책에 따라 조치되는 점 유의하시기 바랍니다.



유의 사항

검색광고의 광고비는 클릭당 과금되는 방식이고 검색 키워드에 따라 클릭당 광고비가 달라질 수 있으므로, 월정액으로 무제한 검색광고를 집행해 준다는 내용의 광고계약에서는 광고주가 원하는 키워드로 효과적인 광고를 집행하기 어렵습니다. 검색광고 계약 시 키워드 설정과 변경, 광고비 부담 부분을 확인하시기 바랍니다.

인플루언서 체험 마케팅

1

광고 캠페인에 참여하는 인플루언서(체험)의 선정기준에 대하여 합의하셨나요?

☑ 광고 캠페인에 참여하는 인플루언서의 기준과 선정방식 등에 대하여 사전에 합의하시고, 그 내용을 계약서에 반영하셔야 합니다.

💬 인플루언서는 전문분야, 콘텐츠 제작능력, 팔로워 수, 팔로워의 성향, 평균 콘텐츠 조회 수 등에 따라 광고 효과에 차이가 있을 수 있기 때문에, 광고의 목적에 따라 적합한 인플루언서를 선정하는 것이 중요합니다. 예를 들어 유튜브 광고의 경우 팔로워 수가 많은 인플루언서가 유용하지만, 블로그 체험 마케팅의 경우 콘텐츠 조회 수가 많은 인플루언서가 효과적일 수 있습니다.

제2장 온라인광고 계약 체결 시 확인사항



분쟁 사례

블로그 체험 마케팅 계약 시 인플루언서의 블로그를 섭외하여 광고 진행을 약속하였으나, 실제 광고에 사용된 블로그는 광고 대행사 담당자가 운영하는 블로그임을 알게되어 분쟁이 발생하였다.

2

인플루언서의 광고 콘텐츠 제작에 필요한 제품이나 서비스의 제공에 대하여 합의하셨나요?

- ☑ 인플루언서에게 제공할 제품, 서비스의 내용과 이에 따른 비용이나 책임을 누가 부담하는지에 대하여 사전에 합의하시고, 그 내용을 계약서에 반영하셔야 합니다.
- 💬 인플루언서가 체험한 내용을 콘텐츠로 제작하는 경우에 광고주가 필요한 제품이나 서비스를 제공하면서 비용이 증가될 수 있습니다.

 분쟁 사례

인플루언서 블로그 체험단 명단을 전달받아 인원을 선정했으나 사전 협의 없이 광고 대행사에서 임의로 진행한 체험상품을 제공해야 했다. 이외에도 체험단 모집에 있어 협의된 상품이 아닌 모집 진행과 광고주의 비용 부담 발생에 따라 계약 해지를 요청하였다.

3

인플루언서(체험) 마케팅 계약의 불이행 시 광고주가 취할 수 있는 조치를 확인하셨나요?

- ☒ 인플루언서가 콘텐츠를 제작하지 않거나, 콘텐츠의 수준이 낮거나, 계약기간 중 콘텐츠 게재가 중단되는 경우 등에 광고주가 취할 수 있는 조치를 확인하고 이를 계약서에 반영하여야 합니다.
-  인플루언서(체험) 마케팅은 제3자인 인플루언서의 콘텐츠 제작에 의존하고, SNS를 광고 매체로 활용하기 때문에 광고주와 광고대행사가 의도하지 않은 계약 불이행 문제가 발생할 수 있습니다.



분쟁 사례

인플루언서 블로그 체험단 명단을 전달받아 인원을 선정했으나 체험 확정인원의 개인 사정 등으로 모집된 인원이 체험에 참여하지 못하였다. 이후 광고 방식을 대체하여 진행하는 과정 상 이견이 발생하여 계약 해지를 요청하는 분쟁이 발생하였다.

4

저작권, 초상권 등 타인의 권리를 침해하는 콘텐츠에 대한 책임을 확인하셨나요?

- ☑ 인플루언서의 콘텐츠가 타인의 저작권이나 초상권을 침해하는 경우, 이에 대한 법적 책임을 누가 부담하는지와 광고 중단으로 인한 피해를 보상받을 수 있는지 확인하여야 합니다.
- 💬 광고 콘텐츠가 타인의 저작권이나 초상권 등을 침해하는 경우, 사실관계에 따라 광고주·인플루언서·광고대행사 등이 법적 책임을 부담해야 하며, 경우에 따라서는 광고가 중단될 수 있습니다.



분쟁 사례

온라인 쇼핑몰 운영 중 로고 제작 등의 광고 대행 계약을 체결하였으나, 다른 쇼핑몰에서 자신들의 로고와 비슷하다며 저작권 침해를 주장하여 분쟁이 발생하였다

5

SNS 바이럴마케팅의 경우, 게시물에 경제적 이해관계를 표시해야 함을 확인하셨나요?

-  인플루언서 등의 블로그, 인스타그램, 유튜브, 기타 SNS에 협찬·이용후기 형태의 바이럴 마케팅을 진행하는 경우에는 해당 게시물이 광고주와의 경제적 이해관계에 따라 작성되었다는 사실(예, #광고, #제품협찬)을 표시하셔야 합니다.
-  경제적 이해관계를 표시하지 않는 경우, 일반 소비자들은 해당 게시물이 다른 소비자의 자발적 이용후기, 리뷰라고 오인할 수 있으며, 이러한 경우 표시광고법과 추천보증심사지침이 금지하는 기만적인 광고에 해당하여 광고주가 책임을 부담할 수 있습니다.



분쟁사례

대행사를 통해 제품을 추천하는 게시물을 블로그에 올리는 바이럴 마케팅을 진행하였으나, 해당 블로거가 게시물에 경제적 이해관계를 표시하지 아니하여 광고주가 한국인터넷광고재단으로부터 시정요청을 받아 분쟁이 발생하였다.

기타

1

광고의 타겟 및 목표, 이행 확인 방법에 대해 협의를 하셨나요?

- ☑ 광고는 효과를 기대하며 진행하나 실제 효과 달성 여부 등을 보장할 수는 없습니다.
이에 따라 계약 전 광고 대상, 목적, 이행 상황 확인 방법 등을 확인하고 광고 중단 시
환급 비용 산정 방식 등도 확인하셔야 합니다.
- 💬 광고 타겟 및 목표, 광고이행 확인 방법 등에 대해 명확하게 하지 않을 경우 계약해지
시 이행 여부에 대한 이견 발생 요인이 될 수 있습니다.



분쟁 사례

30~40대 여성을 타겟으로 하는 쇼핑몰 운영 중 계약기간 동안 매일 50명의 고객이
유입되는 계약을 체결하였으나, 10대 유입 비중이 90%가 넘어 해지를 요청하자 과도한
광고 집행 비용을 요구하여 분쟁이 발생하였다.

2

광고 콘텐츠가 게시되는 SNS계정을 확인하셨나요?

☒ 게시되는 SNS계정의 영향력, 콘텐츠와의 적합성 등을 확인하셔야 합니다.

 너무 적은 팔로워수, 유명 계정 등은 낮은 조회수로 연결되어 메시지 전달력이 떨어집니다. 또한 계정의 전문성과 관련성이 광고주의 콘텐츠와 거리가 있는 경우 메시지의 관심도가 떨어집니다. 해당 계정이 광고주의 메시지를 게시하기에 적합하여, 광고 효과를 기대할 수 있는지 사전에 확인하시기 바랍니다.



분쟁사례

광고의 타겟(대상)과 전혀 관련없거나, 조회수가 극히 낮은 SNS 계정에 광고 콘텐츠를 게시하여 효과가 거의 없는 SNS 바이럴 마케팅 광고를 집행한 후 과도한 광고비를 요구하여 분쟁이 발생하였다.

3

참여자 수를 보장하는 경우 그 실효성과 미달성 시 조치를 확인 하셨나요?

☑️ 보장하는 참여자(SNS팔로워, 구독자, 스토어짐)가 의미있는 잠재 고객인지 확인 하셔야 합니다.

💬 무의미한 팔로워수와 스토어짐 참여자를 달성할 경우, 잠재고객이 될 가능성이 거의 없어 광고 효과를 기대하기 어렵습니다. 또한 목표 달성의 기한이 없는 경우 계약이 제대로 이행될 가능성이 떨어지며, 계약 해지의 시기를 놓치게 됩니다.



분쟁 사례

해외계정 등 실구매 고객이 될 가능성이 현저히 떨어지는 팔로워 수를 채우고 과도한 광고 비용을 책정하여 분쟁이 발생하였다.

4

위치기반 광고 송출 계약 시 송출 기간, 시기, 대상, 지역 등 조건을 확인하셨나요?

☑ 필요로 하는 광고 진행 조건을 확인하여 계약 시 상세히 작성해야 합니다.

💬 위치기반 광고의 송출 대상, 지역, 시간 등이 구체화되지 않고 광고 송출이 될 경우 광고비의 조기 소진, 동일 소비자 대상 중복 송출 등 광고 효과가 미비 할 수 있습니다.



분쟁 사례

위치기반 광고 노출 등 광고 이행 여부가 확인되지 않아 송출 효과 미흡 등으로 이의를 제기하였다. 이에 광고대행사는 계약된 송출 건이 모두 완료되었음을 이유로 계약이 이행되었음을 주장하여 해지 환급금 없음 등을 이유로 분쟁이 발생하였다.

5

위치기반 광고 송출 시 메인, 랜딩페이지 등 제작 조건을 확인 하셨나요?

- ☑ 광고 진행에 필요한 메인 및 랜딩페이지의 제작 금액이 별도로 발생하는지 혹은 무상으로 제공 되는지를 자세히 확인 하셔야 합니다.
- 💬 무상지원이라고 했던 메인 및 랜딩페이지 제작 비용이 중도 계약 해지 시에는 비용이 과다하게 청구 될 수 있습니다.



분쟁사례

위치기반 광고와 관련 계약에 송출 관련 페이지 등에 대한 내용을 포함하고 있다. 해당 내용은 광고 계약 유지 시 무상 제공하는 사항이었으나, 광고 이행 중도 계약 해지 요청에 따라 제작된 랜딩 페이지의 비용을 과도하게 청구 받았다.

6

뉴스기사 진행 시 광고 목적 및 기사 게재 언론사를 확인 하셨나요?

- ☑ 기사형 광고가 게재 되는 매체가 정식 언론사로 등록이 되어 있는지, 특정 기자의 이름으로 기사형 광고가 작성 되는지 확인하셔야 합니다.
- 💬 일반 포털사이트에서 검색조차 어려운 매체에 게재 및 기사 내 기자명과 언론사 등 신뢰를 줄 수 있는 내용이 빠져 있는 광고기사에 대해서는 주의가 필요합니다.



분쟁사례

기사형 광고가 게재된 언론사를 찾아본 결과, 포털사에서 검색도 되지 않는, 광고 대행사에서 운영하는 언론사로 확인되어 해지를 요청하자 과도한 비용 청구로 분쟁이 발생하였다.



뉴스기사 광고 진행 결정 후 게재 전 기사 내용을 확인하셨나요?

- ☑ 목적에 맞게 기사 내용이 작성 되었는지, 과대 과장 내용은 없는 지 등 전반적인 기사 게재 내용에 대한 확인이 필요 합니다.
- 💬 목적에 맞지 않는 기사 내용과 과장된 내용은 오히려 소비자에게 혼란을 주고 광고주의 신뢰성을 추락 시킬 수 있습니다. 소비자가 신뢰할 수 있도록 사실 기반의 정보 전달을 하는 것이 중요 합니다.

분쟁 사례

블로그 광고 계약을 한 후 블로그 게시글에 본인이 제출한 자료와 기사 내용에 대한 컨펌 없이 사업장을 소개하는 뉴스 기사를 링크하였다. 이와 관련 기사 작성을 위한 취재, 내용 확인 등이 없었고 이를 통한 광고 효과를 기대할 수 없음에 따라 계약 해지를 요청하였으나 기사 작성 등에 대한 비용 청구로 분쟁이 발생하였다.

제3장

온라인광고분쟁 시 안내사항



제3장 온라인광고 분쟁 발생 시 처리 절차

계약 전 확인사항

계약 당사자인 광고대행사가 특정 플랫폼의 공식대행 담당자 등으로 오인하게 하는 등의 착오 유발을 통해 계약하는 경우가 있습니다. 또한 착오 유발 등을 통해 계약을 유도한 뒤, 해지 시에는 과도한 위약금을 요구하여 분쟁이 일어나는 사례가 많습니다. 따라서 계약 전 광고업체 소개 사항에 대해 확인하는 것이 중요합니다.

분쟁 상담 및 조정신청 절차

온라인광고분쟁조정위원회는 관련 상담 조정신청 등을 통한 분쟁 해결 지원을 하고 있습니다.

홈페이지(onlinead.ecmc.or.kr) 또는 이메일, 팩스, 우편 등을 통해 접수 가능합니다.

온라인광고 분쟁조정 신청절차



홈 페이지 <https://onlinead.ecmc.or.kr>

전자우편 odmc@kisa.or.kr

상 담 번 호 118 (ARS 5)

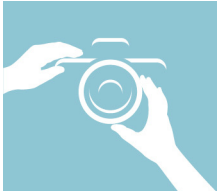
주 소 (58324) 전라남도 나주시 진흥길 9(빛가람동)
한국인터넷진흥원 온라인광고분쟁조정위원회 사무국

F A X 061-820-2613

제4장

자주하는 질문





제4장 자주하는 질문

Q 질의

01. 광고대행 계약을 구두로 체결한 후 받은 계약서의 내용이 설명 들은 내용과 일치하지 않습니다.

A 응답

- 교부 받은 계약서의 내용과 구두 설명 내용이 일치하는지 꼭 확인하셔야 합니다.
- 광고 계약 체결 시 설명한 내용이 계약서에 기재되어 있는지 확인하시고 누락된 경우 또는 기재된 사항과 설명한 내용에 있어 차이가 있는 경우 수정 요청 등을 진행하시기 바랍니다.

Q 질의

02. 계약 체결 직후 철회(취소) 요청을 하는 경우 위약금이 발생하나요?

A 응답

- 계약 체결 직후 즉시 철회(취소) 요청을 한 경우 위약금이 발생한다고 보기는 어려우나 각각의 사안에 따라 위약금 및 계약 이행에 소요된 비용이 공제될 수 있습니다.

Q 질의

03. 계약 체결 후 단순 변심으로 계약을 해지하고 싶습니다. 이 경우 환불 받을 수 있는 건가요?

A 응답

- 단순 변심의 경우에도 계약 해지가 가능하며, 계약의 종류 및 성질, 특약의 유무 등에 따라 위약금 및 계약 내용을 이행하기 위해 실제 소요된 비용 (키워드 충전비용 등)을 공제 후 환불이 가능합니다.

Q 질의**04. 계약 체결 후 해지(해제)를 하고 싶습니다. 계약 해지(해제) 가능한가요?****A 응답**

- 계약의 종류, 성질 및 귀책사유 여부에 따라 차이가 있으나 일반적으로 계약의 해지(해제)는 가능합니다. 한편 「약관의 규제에 관한 법률」 제9조는 해지권·해제권의 행사를 부당하게 제한하지 못하도록 규정하고 있습니다.

Q 질의**05. 가게를 운영하다 폐업을 하게 되었습니다. 계약 해지를 요청할 경우 계약 해지 가능한가요?****A 응답**

- 폐업으로 인해 계약 해지를 하는 경우 계약의 존속을 기대할 수 없는 중대한 사유로 볼 수 있어 계약 해지가 가능합니다. 다만 광고 대행업체가 계약 내용을 이행하기 위해 실제 소요된 비용은 공제 후 환불이 가능합니다.

Q 질의**06. 온라인광고 계약 체결 후 이행되지 않아 연락을 했으나 연결이 되지 않습니다. 대행업체와 연락이 두절된 경우 어떻게 해야 하나요?****A 응답**

- 대행업체가 폐업을 하거나 연락이 두절된 경우에는 당사자가 존재하지 않으므로 분쟁조정위원회에서 조정진행이 불가능합니다. 가까운 경찰서에 방문하시거나 경찰민원콜센터(국번없이 182)에 문의하시길 바랍니다.

Q 질의**07. 키워드 검색광고를 체결했는데 광고비 산정 방식이 궁금합니다.****A 응답**

- 특정 키워드를 검색한 후 클릭할 때마다 광고비가 산정되는 방식과 일정 기간 노출하는 조건으로 일정 금액이 산정되는 방식이 있습니다. 현재 주요 포털사이트의 검색광고는 클릭당 과금 방식(CPC 방식)을 사용하고 있으니 해당 광고 계약 시 월 관리비(월 수수료) 지불 형태로 체결하지 않도록 계약을 체결하기 전에 광고비 산정 방식을 꼭 확인해야 합니다.

Q 질의

08. '블로그 상위 노출 보장' 계약을 체결했는데 상위 노출이 되지 않습니다.

A 응답

- 검색 결과에 따른 블로그 노출은 임의로 순위 조작이 어렵습니다. 포털 사이트 등 매체가 정해 놓은 일정한 방식으로 블로그 노출의 순위가 정해지므로 '블로그 상단 노출 보장' 조건은 사실상 불가능합니다.

Q 질의

09. 광고 효과없음 등을 이유로 계약해지를 요청하였더니 약관 상 위약금 조항을 근거로 과도한 위약금을 청구하고 있습니다.

A 응답

- 위임계약의 경우 계약당사자 중 일방의 요구에 의해서도 계약해지가 가능합니다. 단 귀책사유에 따라 위약금 또는 관련 비용 등이 발생할 수 있습니다. 광고대행사에게 계약 해지를 요청하면 계약 해지는 가능합니다. 사안에 따라 위약금 및 계약 이행에 소요된 비용이 공제될 수 있습니다. 계약의 종류, 성질 및 귀책사유 여부에 따라 차이가 있으나 일반적으로 계약의 해지(해제)는 가능합니다. 한편 「약관의 규제에 관한 법률」 제9조는 해지권·해제권의 행사를 부당하게 제한하지 못하도록 규정하고 있습니다.

Q 질의

10. 내용증명이란 무엇이고 어떻게 발송하나요?

A 응답

- 내용증명이란 발송인이 수취인에게 어떤 내용의 문서를 언제 발송하였다는 사실을 우체국이 보증하는 특수 우편 제도입니다. 내용증명제도는 발송인과 수취인 상호간에 있어서 채권 또는 채무의 이행 등 권리의무의 득실 변경에 관하여 문서화 하여 후일의 증거로 남길 필요가 있을 경우와 채무자에게 채무의 이행 등을 최고하기 위하여 주로 이용되고 있습니다. 내용증명은 문서를 보냈다는 증거가 되며 문서에 확정일자를 부여하는 효력과 수취인으로 하여금 이행을 촉구하는 기능이 있습니다. 다만, 내용증명은 우편물의 내용과 발송사실만을 증명해 줄 뿐 내용증명 자체로서 어떠한 법적인 효과가 있는 것은 아닙니다. 내용증명 발송방법은 작성된 내용증명을 사업자에게 1통 발송하고 1통은 발신인에게, 나머지 1통은 우체국에서 보관합니다. 자세한 사항은 인터넷우체국(<http://www.epost.go.kr/>), 우체국콜센터 :1588-1300) 참고하시기 바랍니다.

Q 질의**11. 분쟁조정은 어떤 절차로 진행되나요?****A 응답**

- 일반적으로 '신청 → 접수 → 사무국 합의권고 → 조정 → 종료'로 진행됩니다. 홈페이지 등을 통해 분쟁조정신청서를 작성하여 위원회에 제출하면 위원회 사무국에서는 신청서를 작성하고 담당자를 배정합니다. 위원회 사무국은 피신청인에게 신청인의 조정 요청 내용이 포함된 답변 요구서를 발송하고 분쟁의 당사자가 주장하는 내용에 대한 사실관계를 확인하는 과정을 진행합니다. 만약 피신청인이 폐업 등으로 확인되지 않을 경우 조정 절차는 종료됩니다. 위원회 사무국은 「온라인광고분쟁조정위원회 운영규정」 제18조에 의거하여 분쟁 당사자에게 사실 관계 확인 결과를 토대로 합의를 권고하고 있습니다.

Q 질의**12. 조정은 어떤 방식으로 진행되나요?****A 응답**

- 원칙적으로 서면조정을 실시하며, 필요한 경우 예외적으로 대면조정을 실시합니다. 위원회는 회부된 조정신청건을 처리하기 위해 조정부를 구성하고, 조정부는 서면으로 제출한 조정신청서, 답변서 및 첨부서류 등에 대하여 심사합니다. 조정부는 필요하다고 인정되는 경우 당사자 또는 참고인을 출석시켜 심리할 수 있습니다.

Q 질의**13. 조정 신청 후 중지되는 경우도 있나요?****A 응답**

- 이미 법원에 제소된 사건이거나 조정 신청이 있는 후 소를 제기한 경우
 - 행정기관·공공기관·기타 단체 등에 조정을 신청했거나 이미 그 조정 절차를 거친 상황과 동일한 내용으로 조정을 신청한 경우
 - 신청인이 정당한 사유 없이 자료 보완 요구를 받고도 지정된 기한 내에 이를 보완하지 않았거나 소재불명 등으로 보완 요구가 2회에 걸쳐 반송된 경우
 - 당사자의 주장이 상이하거나 증거 채택이 어려워 사실관계 확정이 곤란하거나 수사사건과 직접적으로 관련된 경우
 - 당사자의 주장 내용이 위법·부당하거나 관련 법령, 조정 선례, 법원 판례 등에 비추어 명백하게 받아들일 수 없다고 인정되는 경우
- ※ 위와 같은 경우에는 조정을 중지 또는 종료할 수 있습니다.

Q 질의 

14. 조정 결과를 상대방이 수락하지 않으면 이후 절차는 어떻게 되나요?

A 응답 

- 조정은 양 당사자가 조정 결과에 모두 수락해야 조정이 성립하는 것이므로 조정 결과를 양 당사자 중 일방이 수락하지 않은 경우엔 조정이 성립되지 않습니다. 이러한 경우 민사소송이나 소액심판 청구를 통한 피해구제 방법 등이 있습니다. 온라인광고분쟁조정위원회는 한국인터넷광고재단과의 업무협약을 통해 소송 지원 관련 상담 등을 하고 있습니다.

온라인 소액광고 종합 대행을 위한 계약서(예시)

☒ 서비스 신청자 정보(광고주)

상 호 명		대 표 자 명	(인)
사 업 자 등 록 번 호		연 락 처	
주 소			
이 메 일		팩 스	

☒ 서비스 공급자 정보(광고대행사)

상 호 명		대 표 자 명	(인)
사 업 자 등 록 번 호 (법인등록번호)		대 표 전 화 번 호	
주 소			
이 메 일		팩 스	
담 당 자 명		담 당 자 전 화 번 호	

☒ 결제정보

계 약 기 간	
총 결 제 금 액	
결 제 일	
결 제 정 보	

☒ 계약내용(별지첨부 가능)

계 약 명	
광 고 내 용	
특 약 사 항	

20 년 월 일

※ 본 계약은 '갑'이 온·오프라인 마케팅 대행서비스를 '을'에게 위탁함에 있어 계약 당사자 간의 권리 의무 및 책임사항 등을 규정함을 목적으로 한다.

※ 광고주와 대행사는 위와 같이 광고 계약을 체결하며, 이 계약을 증명하기 위하여 당사자가 기명날인한 후 각각 1통씩 보관한다.

소액광고 종합 대행을 위한 온라인광고 대행 약관(예시) (광고주-대행사)

〈대행사명〉(이하 “대행사”라 한다)가 〈광고주 명칭〉(이하 “광고주”라 한다)의 온라인광고를 대행함에 있어, 양 당사자가 신의성실의 원칙에 따라 이행하기로 합의하고 아래와 같이 계약을 체결한다.

제1조(계약의 목적)

본 계약은 온라인광고서비스에 광고주의 광고를 집행하기 위하여 대행사와 광고주 간의 업무 범위 및 권리·의무관계를 명확하게 규정하는 것을 그 목적으로 한다.

제2조(신의성실 의무) 광고주와 대행사는 이 계약의 내용을 신의에 따라 성실히 이행하여야 한다.

제3조(업무 처리의 범위) 대행사가 처리하는 온라인광고 업무처리 범위는 다음과 같다.

1. 온라인광고에 대한 기획·전략설정, 제안 및 집행 업무
2. 광고주의 광고목적에 맞는 적절한 온라인 광고 매체의 선정, 제안 및 구매
3. 광고 집행 결과 보고서 작성 및 제공 업무
4. 광고 효과에 대한 진단, 성과측정 업무
5. 광고 효과에 따른 키워드 개발 및 재설정 업무
6. 기타 서면으로 정하는 특약 사항

제4조 (업무수행)

- ① 대행사는 정기적으로 광고주에게 광고집행과 관련한 업무처리상황을 보고하여야 한다.
- ② 대행사는 광고집행 내용을 변경하고자 하는 때에는 사전에 광고주와 협의하여야 한다. 다만, 긴급을 요하는 경우에는 변경한 날로부터 3일 내에 광고주에게 통보하고 그 지속 여부에 대하여 승인을 받아야 한다.
- ③ 광고 집행 매체의 선정 및 예산의 집행을 위해 광고주와 대행사는 약정에 따라 (매월)/ (분기별)로 별도 협의를 진행한다.
- ④ 대행사는 광고주의 광고가 집행되는 매체사의 온라인광고서비스 이용약관 또는 운영 정책을 광고주에게 설명하고 그에 따라야 한다.

제5조 (광고비 및 제작비의 청구)

- ① 대행사는 계약에 따라 광고를 집행하고, 집행항목을 구체적으로 적시하여 각 항목에 따른 광고비 및 제작비를 청구한다. 단, 광고 계약 해지 시 각 항목에 기재된 금액의 합이 최초 계약 시 총 금액을 초과할 수 없다.
- ② 계약 사항 이외에 부득이한 추가 경비가 발생할 것으로 예상되는 경우에는 미리 광고주와 상호협의를 필요하다.

제6조(광고주의 의무)

- ① 광고주는 대행사가 효율적으로 업무를 수행할 수 있도록 적극 협조하여야 한다.
- ② 광고주는 광고비 및 제작비 외에 대행사의 광고대행에 따른 수수료를 약정할 경우에는 정액으로 ()원 또는 광고비의 ()%를 지급하여야 한다.
- ③ 광고주는 대행사로부터 청구 받은 금액을 세금계산서 발행 후 10일 이내에 지급한다.

제7조(서비스의 제공) 대행사는 대금 수령 후 ()일 이내에 계약에 따른 광고 집행을 한다.

제8조(계약기간)

본 계약의 유효기간은 계약체결일로부터 ()개월로 하고, 계약기간 만료일 1월전까지 별도의 서면에 의한 의사표시가 없는 한, 본 계약은 종료되는 것으로 한다.

제9조(자료의 제공) 광고주와 대행사는 계약을 위하여 필요한 서류의 제출을 요구할 수 있다.

제10조(콘텐츠의 보호)

- ① 광고주와 대행사는 상대방의 저작권, 상표권, 상호 등 지적재산권 또는 관련 법령에 따라 보호되는 콘텐츠를 상대방의 사전 서면동의 없이 사용하지 못한다.
- ② 대행사는 법령 및 약관에 위반하여 부정한 방법으로 서비스에 접속하거나, 노출횟수를 부정하게 생성 및 증가시키는 부정클릭 등의 행위를 하여서는 안된다.

제11조(대리권의 범위)

대행사는 광고가 집행되는 매체사와의 관계에서 이 계약에서 정하는 업무를 처리하기 위하여 필요한 범위 내에서 광고주를 대리한다.

제12조(통지의무)

광고주와 대행사는 본 계약 체결 당시에 알고 있는 상호, 대표자, 소재지, 업종 및 기타 계약당사자의 주요사항이 변동되거나 인수합병, 영업양도, 경영권을 행사하는 지배주주의 변경, 부도, 파산 및 회생신청 등 일방당사자의 주요경영사항 또는 신용상태의 변경이 있거나 변경될 우려가 있는 경우 이를 지체 없이 상대방에게 통지하여야 한다. 통지를 받은 타방 당사자는 이에 대하여 계약 유지 여부를 심사할 권한을 가지며 30일 이내에 이를 심사한 후 상대방에게 통지하여야 한다.

제13조(양도금지)

광고주와 대행사는 상대방의 서면 동의 없이 본 계약상의 권리·의무의 전부 또는 일부를 제3자에게 양도·이전하거나 담보물로 제공할 수 없다.

제14조(계약의 해지)

- ① 당사자 일방이 다음 각 호에 해당되는 경우에는 별도의 최고 없이 서면통지로서 본 계약을 해지할 수 있다.
 1. 금융기관으로부터 거래 정지 처분을 받고 계약을 수행할 능력이 없다고 인정되는 경우
 2. 제3자에 의한 강제집행(가압류 및 가처분 포함), 파산선고 또는 회사정리의 신청 등 경영상 중대한 사유가 발생하여 계약을 수행할 능력이 없다고 인정되는 경우
 3. 상대방의 동의 없이 계약 상의 권리 및 의무를 양도한 경우
- ② 광고주 또는 대행사가 이 계약에서 정한 내용을 이행하지 아니한 때에는 상대방에게 1개월 내에 이행할 것을 최고하고, 그 기간 내에 이행하지 아니한 때에는 즉시 해지할 수 있다.
- ③ 본 조에 따른 계약해지는 손해배상청구권자의 청구권 행사에 영향을 미치지 아니한다.

제15조(비밀의 보호)

- ① 광고주 또는 대행사는 본 계약기간 중 본계약의 체결 또는 이행과 관련하여 알게 된 상대방의 영업비밀, 기술정보, 자료(이하 “비밀 등”이라 한다)를 본 계약의 이행을 위해서만 사용하여야 하고, 계약기간 종료와 동시에 모든 “비밀 등”을 폐기하여야 한다.
- ② 광고주 또는 대행사는 본 계약 종료 후에도 상대방이 제공한 “비밀 등”을 상대방의 사전 서면 동의 없이 제3자에게 누설·공개하여서는 아니된다.
- ③ 광고주와 대행사는 본 조 각항의 위반으로 인하여 상대방 또는 광고주에게 손해를 발생 시켰을 경우 이를 배상하여야 한다.

제16조(사정변경)

광고주와 대행사는 정부 규제 및 기타 영업 상황 등으로 계약 내용의 이행이 현저히 불가능한 경우 협의를 통하여 계약 내용을 변경할 수 있다.

제17조(계약의 보완) 본 계약에서 정하지 아니한 사항은 당사자 합의에 따르고, 별도의 합의가 없으면 상관례에 따른다.

제18조(손해배상)

- ① 본 계약을 위반하여 상대방에게 손해를 입힌 경우에는 책임 있는 당사자는 상대방에게 그 손해를 배상하여야 한다.
- ② 본 계약을 위반하여 제3자의 권리를 침해하거나 또는 불법행위를 이유로 민·형사 상의 책임을 져야 하는 경우에는 책임 있는 당사자는 손해를 배상하여야 한다.

제19조(분쟁해결)

- ① 이 계약에서 정하지 않은 사항에 대하여 다툼이 있는 경우에는 당사자 간의 협의 또는 온라인광고분쟁조정위원회의 조정을 통해 호혜적으로 해결하기 위해 노력한다.
- ② 당사자 간의 협의 또는 온라인광고분쟁조정위원회의 조정이 성립하지 않은 경우에는 대한상사중재원의 중재 또는 광고주의 주소지를 관할하는 지방법원을 관할법원으로 한다.

본 계약서는 2부를 작성하여 광고주와 대행사가 각각 1부를 보관한다.

년 월 일

광고주	대행사
상호 또는 명칭: 주소: 대표자 성명: (인) 전화번호: 법인번호 또는 사업자등록번호:	상호 또는 명칭: 주소: 대표자 성명: (인) 전화번호: 법인번호 또는 사업자등록번호:

2024 온라인광고 계약안내서

인 쇄 2024년 12월

발 행 2024년 12월

발 행 인 이상중

발 행 처 한국인터넷진흥원
(Korea Internet & Security Agency)
전라남도 나주시 진흥길 9 (빛가람동)
온라인광고분쟁조정위원회 사무국
Tel. 118(ARS 5)
Fax. 061-820-2613

인 쇄 처 한국장애인이워크협회

<비 매 품>

- 본 계약안내서는 과학기술정보통신부의 출연금으로 수행한 전자거래 분쟁 조정 및 예방 사업의 결과입니다.
- 본 사례집의 내용을 발표할 때에는 반드시 한국인터넷진흥원 전자 거래분쟁 조정 및 예방 사업의 결과임을 밝혀야 합니다.
- 본 사례집의 판권은 한국인터넷진흥원이 소유하고 있으며, 당 진흥원의 허가 없이 무단 전재 및 복사를 금합니다.