

자주 묻는 질문

2016년 2월

페이스북 DPA 서비스 이용약관에 대해 자주 묻는 질문(FAQ)

배경

페이스북의 다이내믹 프로덕트 광고(Dynamic Product Ads: DPA) 솔루션을 사용하면 데스크탑과 페이스북 모바일 앱에서 모두 리타겟팅 광고를 할 수 있습니다. 페이스북 DPA를 시작하려면 이용자들을 “맞춤 타겟”에 두고 고객의 카탈로그를 페이스북에 업로드 해야 합니다.

1 왜 페이스북 DPA 서비스 이용약관에 서명하도록 요청을 받으시니까?

페이스북은 고객(상업 고객)이나 이들의 대리인(Criteo)이 페이스북의 DPA 솔루션에 대한 서비스 약관을 수락할 것을 요구합니다. Criteo가 고객을 대신하여 DPA 솔루션을 사용하고 있기 때문에, 페이스북은 Criteo가 대리인으로서 고객을 대신하여 페이스북의 DPA 솔루션을 사용하고 페이스북의 서비스 약관에 동의할 권한을 가지고 있음을 진술하고 보장할 것을 요구합니다.

2 페이스북 DPA 서비스 이용약관을 “수락” 함으로써 무엇에 동의하는 것입니까?

- a. 고객은 Criteo에게 고객의 대리인으로서 역할을 수행하고 고객을 대신하여 관련 페이스북 서비스 약관을 수락할 권한을 부여합니다.
- b. 고객은 Criteo에게 고객의 페이스북 팬 페이지에 대한 “페이지 광고주”의 접근권한을 제공하거나 또는 고객의 뉴스피드 상에 리타겟팅 서비스를 제공할 수 있도록 하기 위하여 Criteo가 고객을 대신하여 페이스북 팬 페이지를 제작하고 “페이지 광고주” 접근권한을 사용하는 것을 허락하는 데 동의하는 것입니다. (자세한 내용은 질문 7과 8을 참조하십시오).

3 우리(고객)가 이미 관련 서비스 약관을 수락한 경우에는 어떻게 되나요?

- a. 페이스북은 고객이 관련 서비스 약관을 이미 수락했는지 여부를 확인할 방법을 Criteo에게 제공하지 않습니다. 더구나 페이스북은 Criteo가 고객의 대리인으로서 역할을 수행할 권한이 있음을 진술할 것을 요구하고 있습니다. 따라서, Criteo는 고객을 위해 광고 캠페인을 시작할 권한이 있음을 확인할 수 있도록 고객의 페이스북 DPA 서비스 이용약관 수락이 필요합니다.
- b. 다행히 고객이 이미 관련 서비스 약관을 수락했다면, Criteo가 고객 대리인으로서 서비스 약관에 동의하고 고객을 대신하여 페이스북의 DPA 솔루션을 사용할 수 있는 것에 동의하는 것은 문제가 되지 않을 것입니다.

4 관련 서비스 약관은 무엇입니까?

- a. DPA를 설정하기 위하여, 고객의 이용자들을 맞춤 타겟 대상으로 두어야 합니다. 이러한 작업을 수행하도록 하기 위하여, 고객은 페이스북의 웹사이트 전환 추적, 웹사이트의 맞춤 타겟 및 모바일 앱의 맞춤 타겟 약관에 동의해야 합니다. 위 약관들은 다음의 링크 경로에서 찾을 수 있습니다: <https://www.facebook.com/customaudiences/app/tos/>
- b. 또한, DPA 설정을 위하여, 고객의 제품 카탈로그가 설정되어야 합니다(즉, 고객의 제품 정보가 페이스북에 업로드 되어야 합니다). 이러한 절차 진행을 위하여, 고객은 https://business.facebook.com/legal/product_catalog_terms/ 에 있는 페이스북의 제품 카탈로그 약관에 동의해야 합니다.
- c. 이러한 약관에 제대로 접근하기 위하여 페이스북에 로그인 되어 있는 지 확인하시기 바랍니다.

5 웹사이트 전환 추적, 웹사이트의 맞춤 타겟 및 모바일 앱의 맞춤 타겟 약관은 무엇을 말합니까?

- a. 고객은 페이스북이 고객의 웹사이트를 방문한 사람들 중에서 맞춤 타겟을 만들고 이벤트 정보(즉, 사용자가 페이스북 웹사이트 또는 모바일 앱에서 취한 행동에 대한 정보로 페이스북이 타겟 광고를 개선하고 그 시스템을 최적화 할 수 있게 함)를 사용하여 전환을 추적할 수 있음을 허용 인정합니다.
- b. 고객은 타겟 온라인 광고용으로 수집되고 사용된 이벤트 정보에 대하여 고객의 이용자들로부터 적절한 동의를 얻기 위하여 이용자들의 주의를 끌 수 있는 명백한 통지를 보냈고 그러한 동의를 얻었음을 확인합니다. 또한, 통지문에 포함되어야 할 내용에 대해서 약관이 자세히 설명하고 있습니다.
- c. 고객은 개인적으로 식별 가능한 정보를 페이스북에게 이전하거나 공개하지 않으며, 또한 본 약관과 관련하여 입수한 정보를 이러한 개인식별정보와 결합하지 않을 것에 동의합니다. 고객은 또한 13세 미만의 아동으로부터 나오거나 또는 이러한 아동들에 대한 정보임을 고객이 알고 있거나 합리적으로 알아야 할 정보 또는 건강, 금융 또는 기타 범주의 민감한 정보가 포함되어 있는 어떤 정보도 페이스북과 공유하지 않는 데 동의합니다.

6 제품 카탈로그 약관은 무엇을 말합니까?

- a. 고객은 페이스북이 고객을 대신하여 광고를 제작 및 실행하고 관련 측정 서비스를 제공할 수 있도록 제품 카탈로그 기능과 관련하여 페이스북에 제공된 정보를 수정하고 사용할 수 있는데 동의하는 것입니다. 또한, 제품 카탈로그 콘텐츠는 페이스북이 타겟 광고를 개선하고 그 시스템을 최적화 하도록 하는 데 사용됩니다.
- b. 고객은 고객의 제품 카탈로그 콘텐츠가 페이스북의 광고 가이드라인을 준수하는 것에 동의합니다.

7 Criteo는 왜 고객의 페이스북 팬 페이지에 대한 “페이지 광고주”의 접근권한을 필요로 합니까?

고객을 대신하여 뉴스 피드 캠페인을 게시, 제작하거나 관리하기 위하여, Criteo 는 고개의 페이스북 팬 페이지에 대한 “페이지 광고주”의 접근권한이 필요합니다. 페이스북 DPA 서비스 이용약관에 따라, Criteo 가 고객의 뉴스피드 상에 리타겟팅 서비스를 제공하기 위해서만 고객의 페이스북 팬 페이지에 대한 페이지 광고주 접근권한을 사용할 수 있음을 유의하십시오.

8 Criteo는 고객을 위하여 어떻게 페이스북 팬 페이지를 제작할 수 있습니까?

페이스북은 Criteo에게 고객의 상표를 사용하여 고객을 위한 페이스북 팬 페이지를 제작할 수 있는 특정한 도구를 제공합니다. 고객이 이미 팬 페이지를 가지고 있지 않거나 고객이 Criteo에게 고객의 페이스북 팬 페이지에 대한 접근권한을 제공하지 않은 경우에만 Criteo가 고객을 위한 페이스북 팬 페이지를 제작함을 유의하시기 바랍니다. 또한, Criteo는 고객이 요청하는 경우 어떠한 추가비용 없이 이 팬 페이지의 소유권을 이전하거나 이 팬 페이지를 고객의 기존 팬 페이지와 통합할 것입니다.

9 페이스북 DPA 서비스 이용약관에 포함된 손해배상 면책 조항과 고객이 Criteo와 체결한 Criteo 서비스 제공을 위한 기존 계약에 포함된 면책 조항이 어떻게 다른지?

이 면책 조항은 구체적으로 페이스북 다이내믹 프로젝트 광고의 제공과 관련하여 취해진 조치에서 발생하는, Criteo가 입을 수 있는 손해 및 손실에 한정된 것입니다.

10 본 약관은 왜 캘리포니아 주법의 적용을 받습니까?

캘리포니아 주법과 관할권은 역시 캘리포니아 주법과 관할권이 적용되는 페이스북의 약관과 연계시키기 위하여 선택되었습니다.

11 우리(고객)가 페이스북의 서비스 약관에 동의하지 않으면 어떻게 됩니까?

고객의 페이스북 담당자에게 문의해야 합니다.

책임 부인

이 문서에 포함된 정보는, (i) 참고용으로만 제공되며, (ii) 법적인 조언을 전달하거나 구성하기 위한 의도가 없으며, (iii) 자격 있는 변호사로부터 얻는 법적 조언을 대체할 수 있는 것이 아닙니다.