



최신 광고 기능 소개

제1 장

거대한 글로벌 시장에서 브랜드를 알리고 소비자에게 상품을 많이 노출함으로써 구매 의향을 불러일으키고 매출 기회 확대 및 고객 충성도 향상을 도모하는 것은 매우 중요한 과제입니다. 아마존 광고는 전 세계의 아마존 고객을 찾아 끌어들이 수 있도록 도와줍니다. 광고를 통해 고객의 구매 여정 전반에 관여해 정확한 유입과 높은 전환율을 달성하며 글로벌 사업 기회를 극대화할 수 있습니다.

1. 검색 광고 개요

아마존 광고는 브랜드의 인지도를 높이고, 구매 의향이 있는 고객을 유입하며, 적절한 위치에 상품을 노출해 판매 전환을 높입니다. 제1장은 자세한 내용을 살펴보기 전의 준비 단계로 검색 광고의 의미와 유형에 대한 소개를 통해 아마존의 셀프 서비스 광고 솔루션에 대한 전반적인 이해를 돕습니다.

1.1	<u>검색 광고란 무엇인가</u>	3
1.2	<u>검색 광고의 유형</u>	4

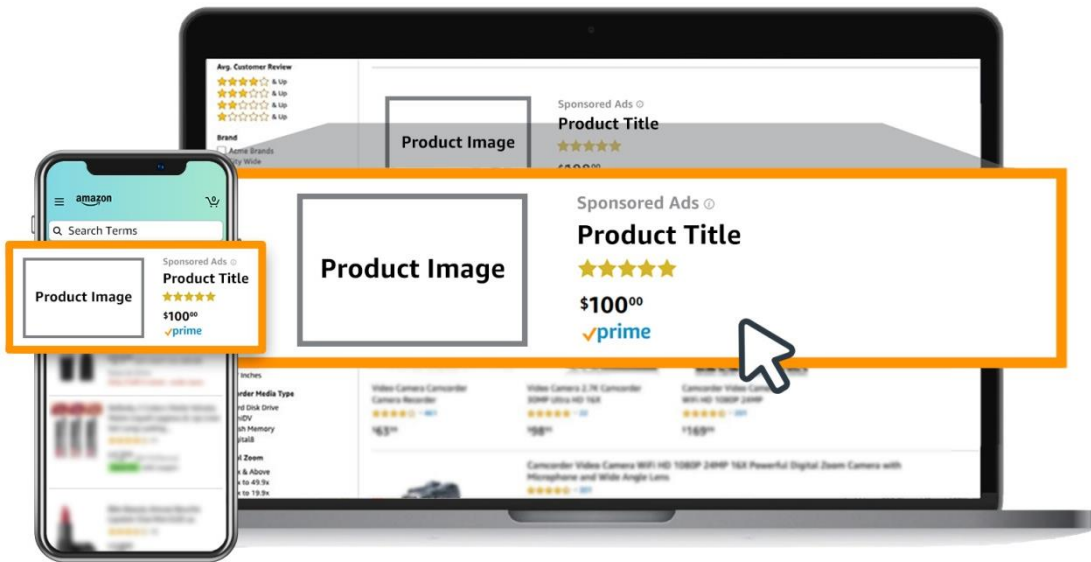
본 학습 자료는 총 5개의 장으로 이루어져 있습니다 다른 장을 학습하려면 [관련 내용 보기 페이지](#)의 탐색 가이드를 참고하여 학습하려는 내용을 찾아보십시오.

1.1 검색 광고란 무엇인가

1.1.1 검색 광고의 정의

고객은 아마존 웹사이트에서 모든 상품을 검색하고 발견합니다. 아마존 마켓플레이스에서 상품 키워드를 검색할 때, 검색 결과에서 눈에 잘 띄는 위치에 나타나는 관련 브랜드나 상품이 고객의 관심을 끌고 클릭을 유도해 구매가 이루어질 가능성이 높습니다.

아마존의 검색 광고를 활용하면 브랜드나 상품을 타겟 소비자에게 노출할 기회가 많아집니다. 이러한 소비자는 상품을 구매할 준비가 되어 있어 매출로 이어질 가능성이 높습니다.



아마존 검색 광고는 **클릭당 비용(CPC)** 과금 방식으로 광고 타겟팅 효과를 모니터링하고 최적화할 수 있으며 광고의 범위를 확대하고 브랜드 이미지를 구축하여 전 세계에서 매출액을 성장시킬 수 있습니다.

1.1.2 아마존 검색 광고를 선택해야 하는 이유



- **소비자에 대한 정확한 이해:** 아마존 광고는 아마존의 전 세계 소비자에 대한 이해를 바탕으로 상품을 정확히 구매 의향이 있는 소비자에게 노출합니다.



- **더욱 근접한 정보:** 아마존 광고는 효과가 가장 좋은 시간과 위치에 상품을 노출하며, 관련성이 높은 고객에게 고객의 요구에 가장 부합하는 정보를 제공합니다.

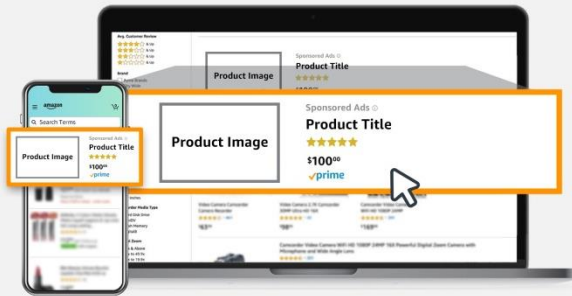


- **더욱 직관적인 데이터:** 셀러는 아마존이 제공하는 데이터를 바탕으로 마케팅 전략을 세우고 최적화하여 큰 효과를 거둘 수 있습니다.

1.2 검색 광고의 유형

1.2.1 검색 광고의 유형

아마존 광고를 사용하기 전에 캠페인 목적에 가장 적합한 광고 유형을 선택하기 위해 먼저 주요 검색 광고의 유형에 대해 이해할 필요가 있습니다. 다음은 몇 가지 주요 광고 유형에 대한 소개입니다.

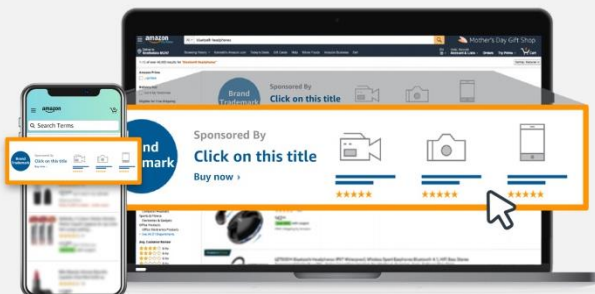


Sponsored Products 캠페인

쇼핑 검색 결과에 표시되는 광고를 통해 개별 상품을 노출함으로써 소비자 구매를 유도해 매출을 향상시킬 수 있습니다.

Sponsored Products 캠페인의 장점:

- 상품 **노출** 증가
- 상품의 **매출 기회** 향상
- **높은 관련성**, 정교한 타겟팅

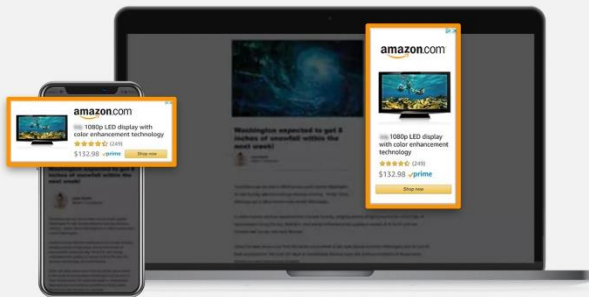


Sponsored Brands 캠페인

쇼핑 검색 결과에 브랜드 로고, 맞춤형 헤드라인 및 상품을 포함하는 광고를 표시하여 소비자가 셀러의 브랜드를 발견하고 관심을 갖게 만듭니다.

Sponsored Brands 캠페인의 장점:

- **눈에 잘 띄는** 위치에 표시
- 한 번에 **더 많은 상품** 홍보
- **자유롭게** 설정할 수 있는 맞춤형 광고

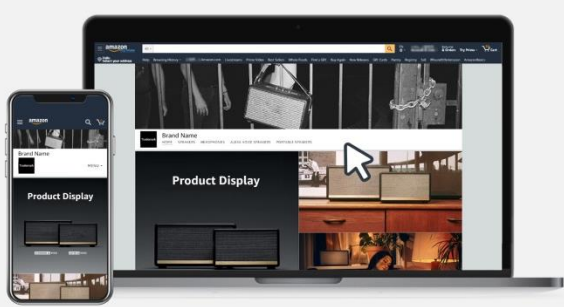


Sponsored Display 캠페인

생성 및 관리를 할 수 있는 광고를 통해 소비자의 관심을 끌어 **아마존 내외**의 소비자에게 도달할 수 있습니다.

Sponsored Display 캠페인의 장점:

- 타겟팅 전략의 **다양화**
- 광고 소재 자동 생성으로 더욱 **편리**
- **다양한 채널**에 노출



스토어

아마존에서 자체 브랜드 전용 페이지를 무료로 만들 수 있습니다. Sponsored Brands 캠페인을 함께 사용하여 브랜드 스토어의 트래픽을 증가시킬 수 있습니다.

스토어의 장점:

- 브랜드와 상품을 **전체적으로 게시**
- 무료로 **쉽게 생성**
- 각 채널의 **트래픽 집중**

아마존 광고 약관은 [아마존 광고 약정서](#)를 참조하십시오.

네 가지 광고 유형의 세부적인 구분 및 적합한 광고 유형을 선택하는 방법은 아래 표를 참조하십시오.

광고 유형	Sponsored Products 캠페인	Sponsored Brands 캠페인	Sponsored Display 캠페인	스토어
타겟팅 목표	구매 욕구 자극 매출액 증가	인지도 향상 구매 욕구 자극	인지도 향상 구매 욕구 자극 매출액 증가	인지도 향상 구매 욕구 자극 매출액 증가
타겟팅 조건	키워드 상품	키워드 상품	상품 카테고리 관심사	--
커버리지	아마존 내부	아마존 내부	아마존 내/외부	아마존 내부
광고 위치	검색 결과 상품 상세 페이지	검색 결과 맨 위	아마존 외부 관련 사이트 아마존 내부 상품 상세 페이지 등	스토어 페이지
랜딩 페이지	상품 상세 페이지	상품 상세 페이지 스토어 (하위 페이지 포함) 신상품 리스트 페이지	상품 상세 페이지	--
광고 소재	자동 생성	사용자 지정	자동 생성	--
과금 방식	클릭당 비용(CPC) 일별 예산	클릭당 비용(CPC) 일별 예산	클릭당 비용(CPC) 일별 예산	무료
자격	셀러	아마존 브랜드를 완료한 셀러	아마존 브랜드를 완료한 셀러	아마존 브랜드를 완료한 셀러



주의:

어떤 광고 유형이든 상품이 품절되면 광고는 **일시적으로 중단**됩니다. 광고 캠페인 기간 내에 재고를 보충하면 기존의 광고 캠페인이 재개됩니다. 일반적으로 최대 4시간 후 재개됩니다.

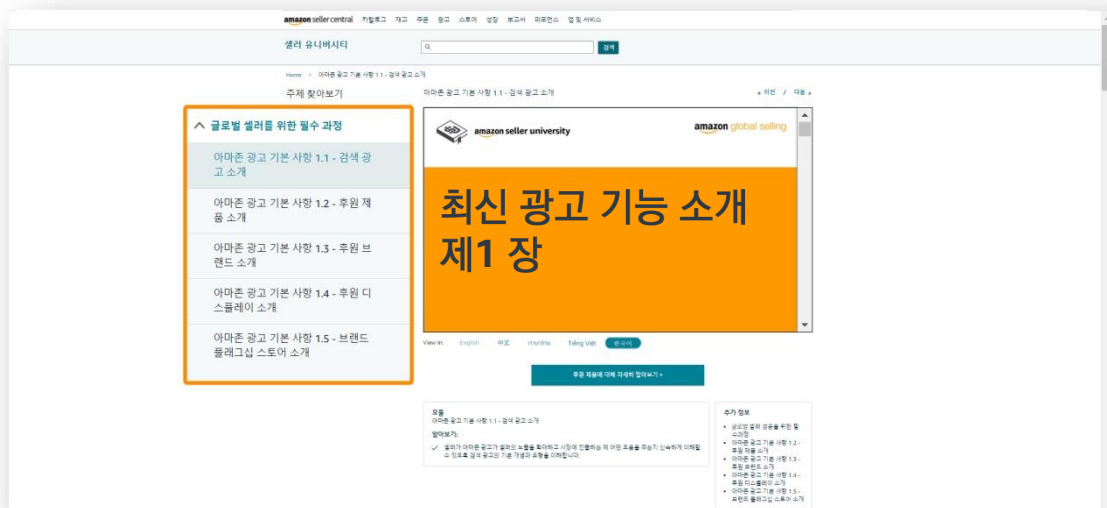
관련 내용 보기

최신 광고 기능 소개

- 검색 광고 개요
- Sponsored Products 캠페인
- Sponsored Brands 캠페인
- Sponsored Display 캠페인
- 스토어

교육 경로 찾기: 아마존 셀러 플랫폼 > 퍼포먼스 > 셀러 유니버시티 > 교육과정 명칭 검색

빠른 링크: 아마존 셀러 유니버시티 [북미 마켓플레이스](#), [유럽 마켓플레이스](#), [일본 마켓플레이스](#)



아마존 광고 관련 내용 더 학습하기:

- 광고 캠페인을 즉시 시작하고 싶으세요? "입문 가이드" 검색
- 광고의 캠페인 퍼포먼스를 향상시키는 방법에 대해 알고 싶으세요? "광고 최적화" 검색
- 다른 셀러들의 성공 경험을 배우고 싶으세요? "광고 우수 사례" 검색

학습 피드백

관련 내용이 도움이 되었다면 페이지 오른쪽 하단의 "✓"를 눌러 저희에게 알려주십시오. 감사합니다!

The image shows a screenshot of the Amazon Seller University website. The main content area features a large orange banner with the text "최신 광고 기능 소개 제1 장" (Introduction to the Latest Advertising Features, Chapter 1). Below the banner, there is a section titled "이 정보가 도움이 되었습니까?" (Was this information helpful?) with a green checkmark icon. A callout box on the left side of the page highlights the "글로벌 셀러를 위한 필수 과정" (Essential Course for Global Sellers) link in the navigation menu. Another callout box on the right side of the page highlights the "이 정보가 도움이 되었습니까?" (Was this information helpful?) feedback form, which includes a green checkmark icon and a "X" icon.