



# 최신 광고 기능 소개

## 제3 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.

# 3. Sponsored Brands 캠페인

Sponsored Brands 캠페인은 브랜드 노출을 높여 브랜드 인지도를 향상시킬 수 있습니다. 제3장에서는 Sponsored Brands 캠페인에 대한 기본 개념과 자격 및 승인 요건 등에 대해 살펴볼 것입니다.

3.1	<u>Sponsored Brands 캠페인이란 무엇인가</u>	3
3.2	<u>Sponsored Brands 캠페인 자격 요건</u>	6
3.3	<u>Sponsored Brands 캠페인 승인</u>	7

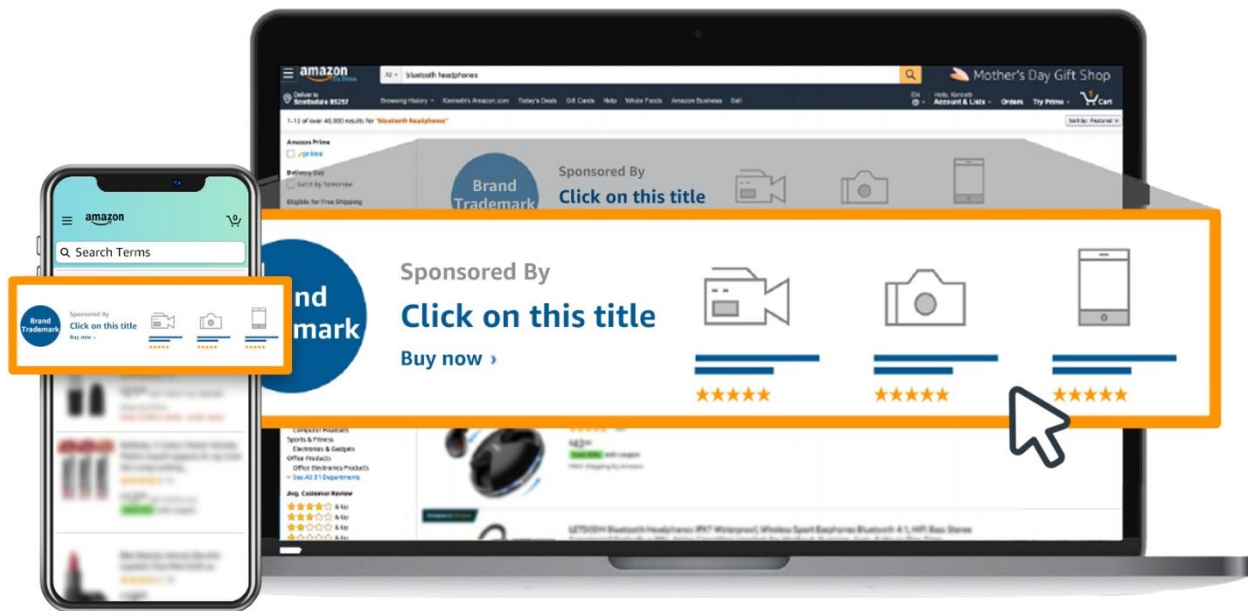
본 학습 자료는 총 5개의 장으로 이루어져 있습니다 다른 장을 학습하려면 [관련 내용 보기 페이지](#)의 탐색 가이드를 참고하여 학습하려는 내용을 찾아보십시오.

## 3.1 Sponsored Brands 캠페인이란 무엇인가

### 3.1.1 Sponsored Brands 캠페인의 정의

Sponsored Brands 캠페인은 브랜드를 검색 결과 페이지에서 눈에 잘 띄는 위치에 게재하여 소비자들이 검색 과정에서 브랜드나 상품을 더욱 쉽게 발견하고 클릭하게 만듭니다. 소비자가 브랜드 광고의 링크를 클릭하면 셀러가 지정한 랜딩 페이지나 스토어로 이동하기 때문에 브랜드 인지도와 고객 충성도를 높일 수 있습니다.

### 3.1.2 Sponsored Brands 캠페인의 운영 원리



- Sponsored Brands 광고에 **브랜드 로고**, **맞춤형 헤드라인** 및 최대 **3개의 상품**이 게재됩니다, 컴퓨터와 모바일 페이지에서 검색 결과 상단을 포함한 다양한 위치에 표시됩니다.
- 소비자가 해당 상품의 로고를 클릭하면 브랜드 스토어의 신상품 리스트 페이지로 이동하고, 소비자가 광고에서 특정 상품을 클릭하면 해당 상품 상세 페이지 또는 스토어 하위 페이지로 이동합니다.

### 3.1.3 Sponsored Brands 캠페인의 장점



**정교한 타겟팅**  
키워드 타겟팅을 통해  
검색 결과 상단에 광고  
표시



**더 많은 상품 홍보**  
광고에 최대 3개의 상품  
게시



**자유로운 맞춤형 설정**  
광고 캠페인의 사진,  
헤드라인 및 랜딩 페이지  
지정

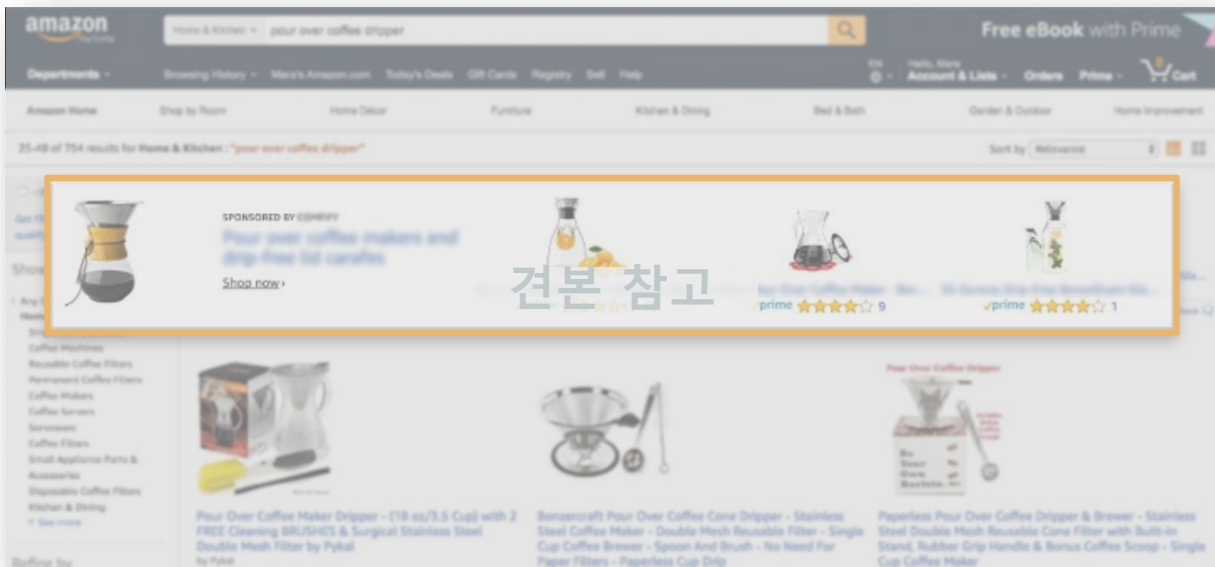
### 3.1.4 Sponsored Brands 캠페인 비용

- 이 광고의 과금 방식은 **클릭당 비용(CPC)** 방식으로, 소비자가 광고를 클릭할 때만 비용을 지불합니다.
- **예산** 설정 및 클릭당 **입찰액** 설정을 통해 지출을 조절할 수 있습니다.
- 또한, 지속적으로 **광고 효과를 모니터링**하고 입찰액과 키워드, 상품 등 타겟팅 조건을 조정하여 비용 대비 성과를 최적화함으로써 더욱 좋은 효과를 거둘 수 있습니다.

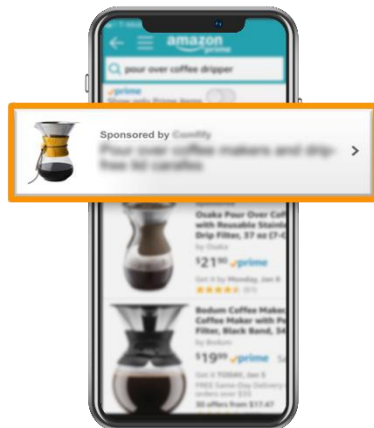
### 3.1.5 Sponsored Brands 광고 게재 위치 예시

게재 위치:

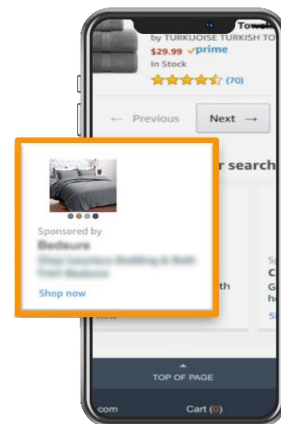
- 검색 페이지 최상단/하단(컴퓨터/휴대폰/태블릿)
- 검색 페이지 좌측(컴퓨터)



(검색 결과 맨 위)



(검색 결과 맨 위-휴대폰)



(검색 결과 하단-휴대폰)



(검색 결과 하단)



(검색 결과 좌측)

## 3.2 Sponsored Brands 캠페인 자격 요건

Sponsored Brands 캠페인을 진행하려면 다음 자격 요건에 부합해야 합니다.

### 3.2.1 계정 요건

- 프로페셔널 셀러
- 아마존 브랜드 레지스트리를 완료한 브랜드 소유자
- 아마존에서 신용이 양호한 유효 계정
- 광고가 게재되는 국가/지역으로 배송 가능
- 유효한 청구 방법
- 아마존이 지원하는 카테고리에 속하는 상품(아래 표의 아마존이 지원하는 카테고리에 속하는 상품)

#### 주의:

아마존 셀러 등록 상태가 "승인됨"이지만 Sponsored Brands 캠페인 생성 시 오류가 발생한다면 아마존에 문의하여 지원을 받으십시오.

### 3.2.2 상품 카테고리 요건

Sponsored Brands 캠페인은 다음과 같은 아마존 검색 카테고리에 적용됩니다. 성인용품, 중고 상품 또는 리퍼비시 상품에 대한 타겟팅은 지원하지 않습니다.

Sponsored Brands 캠페인에 적용되는 아마존 검색 카테고리			
의류	수집용 동전	공업/과학	소프트웨어
가전제품	컴퓨터	가방	운동
예술품, 수공예 및 재봉 제품	전자제품	영화 및 TV	스포츠 관련 수집품
자동차 부품 및 액세서리	엔터테인먼트	음악	공구 및 주택 개조
유아 및 임부용품	수집품	악기	완구 및 게임
배터리	예술품	사무용품	비디오 게임
뷰티 메이크업	가구	아웃도어	시계
촬영	식품	정원, 잔디 및 화원	맥주/와인
휴대폰 및 액세서리	헬스케어	애완동물 용품	-
의류 및 액세서리	가정 및 주방용품	신발	-

\*적용 카테고리 표는 계속 업데이트되므로 주기적으로 광고 플랫폼 관련 정보를 확인하십시오.

## 3.3 Sponsored Brands 캠페인 승인

### 3.3.1 Sponsored Brands 캠페인 승인이란 무엇인가?

Sponsored Brands 광고를 생성한 후 아마존의 승인 절차를 통과해야 광고를 정식으로 게재할 수 있습니다. 승인 결과는 이메일로 안내되며, 광고가 승인되었는지 또는 광고에 수정이 필요한지 여부를 알려줍니다. 승인 결과는 보통 24시간 이내에 받아볼 수 있지만 최대 3 영업일이 소요될 수도 있습니다.

### 3.3.2 상품 카테고리 요건

광고주는 광고를 생성할 때 다음 몇 가지 사항에 주의해야 합니다.

- **보유**하거나 **전매 또는 분매 허가를 받은** 상품만 홍보할 수 있습니다.
- 광고 내용이 **진실**하고 **정확**해야 합니다.
- 광고 생성 시 홍보 상품을 **정확하게 설명**해야 합니다.

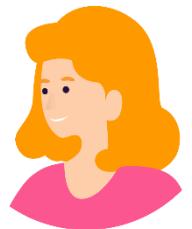
아마존은 광고 소재에 동일한 요건을 적용합니다. 자세한 내용은 광고 소재 승인 정책 검색을 참조하십시오.



순조롭게 승인을 받으려면 어떤 요건을 준수해야 하나요?

광고 승인을 받지 못해 광고를 계속 수정해야 하는 불편을 피하기 위해 참고하실 수 있는 중요한 팁입니다.

- “최고의” 또는 “가장 잘 팔리는” 등과 같은 **광고법을 위반**하는 어휘를 사용해서는 안 됩니다.
- 문법, 문장 부호, 철자 및 대문자 표기가 정확한지 확인하세요. 헤드라인의 첫 글자는 대문자로 시작하세요. 모든 문자에 대문자를 사용하거나 대소문자를 혼합해 사용하지 마세요. 브랜드 이름이 모두 대문자인 경우는 예외로 허용됩니다. 광고 카피의 모든 문자를 대문자로 표기하거나, 철자가 틀리거나 문장 부호가 이상하면 광고 캠페인이 거절당할 수 있습니다.
- 소비자가 광고주를 식별할 수 있도록 광고에 **브랜드 로고**가 있어야 합니다.
- 문장 내용에 품질, 주요 상품 특성과 같이 **상품과 관련된 유일한 헤드라인**을 포함해야 합니다.
- 헤드라인에 계절 이벤트(예: 발렌타인 데이)를 언급할 경우 캠페인의 **시즌과 종료 날짜**가 해당 이벤트 기간과 상응해야 합니다.



### 3.3.3 Sponsored Brands 캠페인 번역 승인

- **광고 번역 승인이란 무엇인가**

아마존의 소비자용 웹사이트는 다국어를 지원합니다. 소비자에게 더 나은 검색 경험을 제공하기 위해 Sponsored Brands 광고도 해당 마켓플레이스의 언어로 번역해야 합니다.

광고 소재에 대한 자체 번역을 제출할 수 있습니다. 아마존을 통해 Sponsored Brands 캠페인을 해당 마켓플레이스의 언어로 번역할 수도 있으며, 대부분의 번역은 24시간 이내에 완료됩니다.

- **광고 번역 승인 주의 사항**

광고 소재를 번역할 때 아마존은 각 마켓플레이스의 기본 언어를 기준으로 번역을 진행하며 소비자에게 광고를 표시할 때도 마찬가지입니다. 셀러가 해당 마켓플레이스에서 지원하는 제2 언어 선택한 경우에도 아마존은 **제2언어**의 광고를 표시합니다.

각 마켓플레이스의 제2 언어 자체 번역을 제공하고 번역이 승인된 경우, 아마존은 해당 마켓플레이스가 지원하는 제2 언어 광고를 표시하고, 아마존 마켓플레이스에서 지원하지 않는 언어를 사용할 경우에는 Sponsored Brands 광고가 소비자에게 표시되지 않습니다.



## 주의:

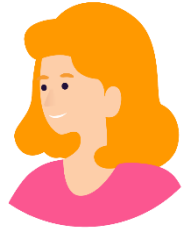
- 매우 드문 경우이지만 만약 아마존의 광고 번역 서비스가 품질 요구 및 정책 기준에 부합하는 번역을 **제공할 수 없을** 경우, 아마존은 번역 서비스를 제공하지 **않습니다**. 하지만 셀러는 자체 번역을 추가하고 편집할 수 있습니다.
- **딜 상품 카테고리**(도서, 음악, 영화, 소프트웨어, 식료품 및 음료수, 처방 상품 및 퍼스널 케어 상품 포함)의 Sponsored Brands 광고는 아마존의 번역 서비스 요건에 부합하지 **않으며**, 아마존은 이러한 카테고리의 상품 광고에 대한 번역 서비스를 제공하지 **않습니다**. 하지만 셀러는 자체 번역을 제공할 수 있습니다.





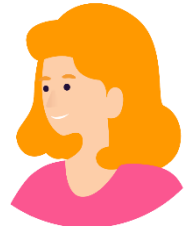
광고에 자체 번역을 사용하려고 하는 데 아마존에서 이미 번역을 한 경우에는 어떻게 해야 하나요?

아마존에서 번역을 제공한 후 "캠페인 매니저"의 "광고 소재" 탭에서 사용할 수 있는 언어와 번역 상태를 확인할 수 있습니다. "광고 소재" 탭에서 "번역 편집" 버튼을 클릭하면 번역을 편집하거나 자체 번역을 제공할 수 있습니다.



알겠어요. 자체 광고 번역은 승인을 받아야 하나요?

"캠페인 매니저"의 "광고 소재" 탭에서 번역을 편집할 경우 업데이트 후의 텍스트는 승인을 받아야 하며 승인 처리 시간은 기본 언어 광고와 동일합니다.



Sponsored Brands 캠페인의 광고 승인 정책에 대한 자세한 내용은 [Sponsored Brands 캠페인 소재 승인 정책](#)을 참조하십시오. 이 정책은 번역한 브랜드 스토어에도 적용됩니다.

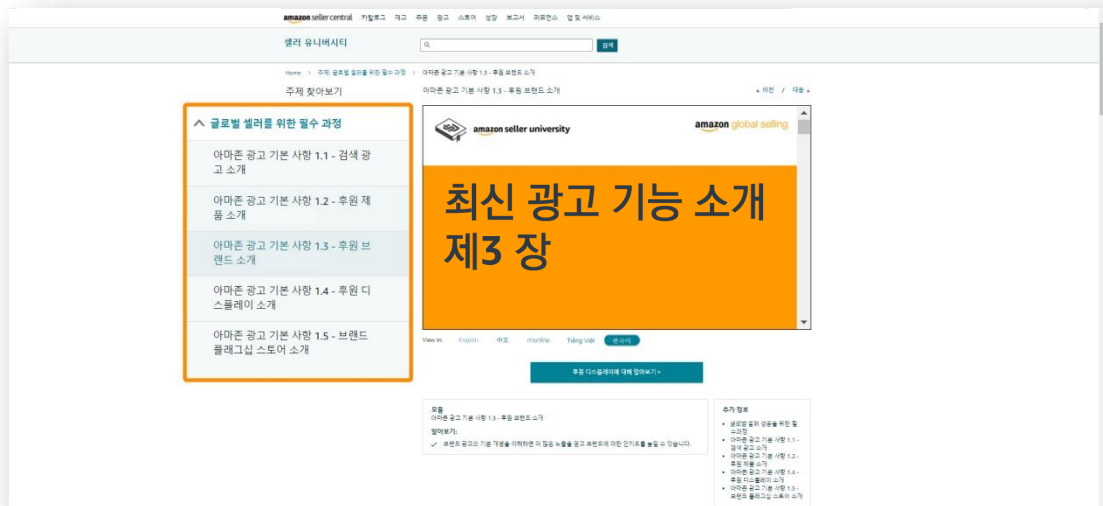
# 관련 내용 보기

## 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 Central interface. The main content area displays a course titled "최신 광고 기능 소개 제3 장" (Latest Advertising Features Introduction Chapter 3) from Amazon Seller University. A feedback survey is overlaid on the bottom right of the page, asking "이 정보가 도움이 되었습니까?" (Was this information helpful?). The survey has two options: a grey 'X' for 'No' and a green checkmark for 'Yes'. The 'Yes' option is selected. A callout box on the left side of the page highlights the course title in the navigation menu.