

파트너 디렉토리 상품 및 서비스 확장 가이드



아마존 광고 파트너 디렉토리에 나열된 상품과 서비스를 12개 상품과 38개 서비스 광고 항목으로 확장하여 업데이트했습니다. 다음 주요 사항을 살펴보세요.

1

현재 모든 아마존 광고 상품 지원

아마존 광고 상품, 브랜드 쇼핑 환경, 광고 기술에 이르기까지 다양합니다.

2

다섯 가지 주요 카테고리로 나누어지는 서비스

여기에는 미디어 플랜 및 구매, 리테일, 크리에이티브 및 브랜드 경험, 측정 등이 포함됩니다.

3

크리에이티브 및 측정 서비스를 위한 추가 옵션

이전 '크리에이티브 및 브랜드 경험'과 '측정 및 어트리뷰션' 리스팅이 카테고리로 확장되었습니다.

4

기존 아이템 구체화

예를 들어 '캠페인 관리'는 이제 '캠페인 관리 및 최적화'입니다.

5

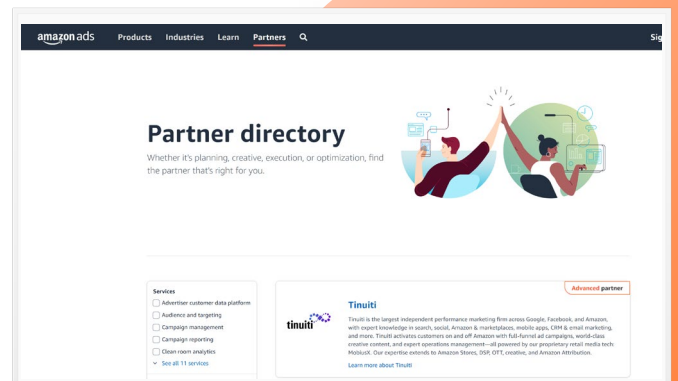
기존 카테고리 내에 새 서비스 추가하기

예를 들어 '캠페인 모니터링'은 '미디어 플랜 및 구매' 카테고리에 추가됩니다.

아마존 광고 파트너 디렉토리란 무엇인가요?

아마존 광고 파트너 디렉토리는 셀러와 같은 광고주가 비즈니스 목표를 달성하고 아마존 잠재고객과 의미 있는 방식으로 소통하는 데 도움이 되는 도구와 서비스를 제공하는 파트너 목록을 포함합니다.

이 업데이트를 통해 나에게 맞는 파트너를 더 쉽게 찾을 수 있습니다.



파트너 디렉토리 상품 및 서비스 정의(2022년 9월)

상품 정의에 대한 정보는 [여기](#)에서 확인할 수 있습니다. 카테고리별 서비스 정의는 아래와 같습니다.

미디어 플랜 및 구매

캠페인 설정	키워드, 상품, 예산 권장 사항, 캠페인 예측, 캠페인 생성 도구를 비롯한 캠페인 생성을 위한 기능 및 서비스입니다.
캠페인 관리 및 최적화	입찰액 최적화, 예산 관리, 키워드, 상품 타겟 업데이트를 비롯한 캠페인 관리 및 최적화를 위한 기능 및 서비스입니다.
캠페인 모니터링	재고 또는 예산이 부족한 경우 알림을 통해 캠페인을 모니터링합니다. 리스팅 및 추천 오퍼 상태를 모니터링합니다.
캠페인 보고 및 분석	아마존 광고 캠페인의 퍼포먼스를 파악하기 위한 보고 및 대시보드입니다.
잠재고객 관리 및 참여도	독점 인사이트와 쇼핑 신호를 사용하여 아마존 내외에서 관련성이 가장 높은 잠재고객과 연결하는 데 도움이 되는 서비스 및 솔루션입니다.

리테일

상품 리서치	고객 수요와 같은 기준을 사용하여 잠재 상품을 선별하여 데이터 기반 소싱 의사 결정을 지원합니다.
재고 및 주문 관리	아마존 주문 관리를 자동화하고 시스템 전반에 걸쳐 재고 수준을 동기화 상태로 유지합니다.
상품 상세 페이지 설정 및 최적화	신규 상품 또는 오퍼를 리스팅하고 카탈로그를 최적화하며 인적 오류를 줄이는 데 도움이 되는 도구와 서비스로 아마존 상품 리스팅을 관리합니다. 다음과 같은 기능을 포함합니다. A+ 콘텐츠, 이미징, 비즈니스를 전 세계로 확장하기 위한 리스팅 번역
A+ 콘텐츠	전환율을 높이는 데 도움이 될 수 있는 자세한 상품 설명과 기능을 상세 페이지에 추가합니다. 아마존 브랜드 레지스트리에 등록된 브랜드만 A+ 콘텐츠를 추가할 수 있습니다.
스토어 설정 및 최적화	아마존 스토어를 생성, 분석, 최적화하여 몰입형 멀티페이지 쇼핑 환경에서 브랜드와 상품을 선보일 수 있습니다.
매출 및 가격 전략	귀사가 정한 규칙을 기반으로 상품 가격을 자동화하는 도구를 사용하여 가격 경쟁력을 유지합니다.
프로모션	적합하고 매력적인 프로모션을 만들어 상품 발견 가능성을 높일 수 있습니다.

크리에이티브 및 브랜드 경험

상품 사진	컨텍스트와 감성을 더하여 상품을 낭만적으로 표현하는 데 능숙한 사진작가가 전문적으로 촬영했습니다.
사용 방법 비디오	상품 내 기능, 상품 활용 방법, 상품이 고객에게 제공하는 이점에 대해 자세히 설명합니다.
라이프스타일 비디오	상품에 일상 컨텍스트를 제공하고 영감을 주는 감성적인 스토리를 전달하는 콘텐츠입니다.

파트너 디렉토리 상품 및 서비스 정의(2022년 9월)

크리에이티브 및 브랜드 경험

애니메이션 비디오	일반적으로 그래픽 일러스트레이션이 있는 만화 스타일의 비디오입니다.
TV 광고(15초 및 30초)	배우를 고용하여 전문적으로 제작된 스크립트 스토리로서, 일반적으로 라이선스가 부과된 사운드 트랙과 시각적 요소가 있는 라이브 환경에서 촬영됩니다.
오디오 광고	고용된 배우가 녹음한 오디오 내레이션으로, 스트리밍 서비스와 라디오 광고에 사용됩니다.
웹 디자인	데스크탑 및 앱에 있는 브랜드 또는 상품의 전반적인 디지털 환경은 일반적으로 아마존의 브랜드 스토어 페이지와 같은 외부 페이지에서 비슷하게 전달됩니다.

측정

클린룸 분석	개인 정보 보호 측정과 인사이트를 지원하기 위해 엄격한 개인 정보 보호 제어와 함께 아마존 마케팅 클라우드에 저장된 집계 및 가명화된 신호를 사용합니다.
클린룸 개발자	아마존 마케팅 클라우드 API를 기반으로 맞춤형 개발 서비스를 제공하여 인사이트 창출, 캠페인 잠재고객 최적화, 광고 캠페인 실행을 자동화합니다.
클린룸 통합	캠페인 계획, 잠재고객 관리, 보고 및 인사이트 생성을 위해 아마존 마케팅 클라우드 내에서 집계되고 가명화된 잠재고객 신호를 통합하는 소프트웨어를 제공합니다.
광고주 고객 데이터 플랫폼	광고주를 대신하여 여러 소스의 자사 잠재고객 신호를 집계하고 통합하여 캠페인 도달 범위 및 측정 사용 사례에 대한 일관되고 완전한 단일 뷰를 구축합니다.
멀티 터치 어트리뷰션	마케터가 각 채널이 판매에 미친 영향력을 측정할 수 있도록 소비자 여정의 각 접점에 크레딧을 할당하는 마케팅 효과 측정 기법입니다.
모바일 및 앱 어트리뷰션	모바일 및 앱 퍼포먼스 데이터를 저장, 구성 및 시각화하여 마케터가 채널과 파트너 전반의 캠페인 퍼포먼스를 한 눈에 파악할 수 있도록 합니다.
오디오 측정	오디오 광고의 도달 범위와 효과를 수치화하는 메트릭을 지원합니다(예: 노출수/청취자, 사분위수, 완료율).
비디오 측정	다음은 측정합니다. TV, STV, 비디오 캠페인의 도달 범위 및 빈도, 도달 범위 확장, 결과 및 잠재고객
잠재고객 측정	조회 가능성과 광고 노출 후 브랜드를 보고 듣는 잠재고객의 도달 범위를 측정합니다.
잠재고객 검증	광고주에게 광고를 보는 잠재고객의 인구통계 구성(예: 연령, 교육 수준, HHI 범위 등)을 집계 수준에서 볼 수 있는 기능을 제공합니다.
브랜드 측정	브랜드가 상품 포트폴리오 및 마케팅/광고 활동에 대해 정보에 입각한 전략적 결정을 내릴 수 있도록 브랜드 애널리틱스 및 인사이트를 제공합니다.
브랜드 안전성	브랜드가 위험한 콘텐츠와 함께 표시되거나 부적절한 환경에서 노출되지 않도록 보호하는 것을 목표로 하는 일련의 조치를 제공합니다.
광고 효과	디지털 광고가 브랜드 인식과 아마존 외부 판매에 미치는 효과와 영향을 측정합니다. 브랜드 광고 효과, 위치 및 사이트 방문 광고 효과, 오프라인 매출 광고 효과가 포함됩니다.
보고 및 분석	메트릭을 실행 가능하고 사용자 친화적인 정보 및 인사이트로 전환합니다.

파트너 디렉토리 상품 및 서비스 정의(2022년 9월)

측정

비즈니스 및 마케팅 인텔리전스 도구	내부 및 외부 시스템의 비정형 데이터를 수집, 분석, 시각화합니다.
데이터 커넥터	여러 소스의 퍼포먼스 데이터를 연결하고 쿼리 및 분석을 위해 형식 또는 구조로 변환한 다음 인터페이스를 통해 시각화하거나 다른 목적지로 이동합니다.
리테일 퍼포먼스 측정	디지털 선반 메트릭 및 인사이트를 통해 경쟁력 있는 리테일 퍼포먼스를 제공합니다.
시장 리서치	관리형 데이터 소스에서 인사이트를 창출하고 마케터가 상품 및 크리에이티브 출시와 관련된 결정을 내릴 수 있도록 지원하는 서비스입니다.
마케팅 믹스 모델링	향후 전략을 예측하는 동시에 마케팅 전략이 매출에 미치는 효과와 영향을 판단하는 통계적 방법입니다.

기타

데이터 통합	광고주가 관리하는 고객 신호를 아마존 애드테크와 통합하여 더욱 풍부한 잠재고객 인사이트 및 보고를 위한 솔루션을 제공합니다.
교육	스폰서 광고, 아마존 DSP, 아마존 Attribution, 스토어, 포스트를 포함하되 이에 국한되지 않는 아마존 광고 관련 교육, 학습 프로그램, 온라인 및 오프라인 학습 과정을 제공합니다.

자주 묻는 질문

파트너를 활용해야 하는 이유는 무엇인가요?

아마존 광고 파트너와 협력하면 아마존 스토어에서 아마존 광고를 통해 비즈니스를 성장시키는 데 도움이 될 수 있습니다.

파트너 디렉토리를 사용하여 파트너를 찾으려면 어떻게 해야 하나요?

파트너 디렉토리 페이지의 측면 탐색에 있는 필터를 사용하는 것을 권장합니다. 현재는 '상품', '서비스', '최소 월 지출', '마켓플레이스', '사무실 위치' 기준으로 필터링할 수 있습니다.

파트너가 마음에 드는 경우 어떻게 진행하면 되나요?

파트너 디렉토리에서 파트너를 식별한 후 리스팅을 클릭하여 해당 프로필을 확인합니다. 여기에서 회사의 자세한 설명, 서비스, 일반적인 가격 책정, 연락 버튼, 웹 사이트 링크를 찾을 수 있습니다. 자세한 내용은 파트너에게 문의하는 것을 권장합니다.

고급 또는 검증된 파트너란 무엇인가요?

파트너 디렉토리 리스팅에 검증된 파트너 배지 또는 고급 파트너 배지가 있는 파트너는 해당 등급 획득에 필요한 요건을 충족한 파트너입니다. 파트너 자격은 검증된 전문성, 아마존 광고 참여도, 광고주의 성장 실적을 기반으로 부여됩니다.

여기에서 다루지 않은 자세한 정보는 [자주 묻는 질문 페이지](#)를 참조하세요.