

성수기 쇼핑 시즌 준비 방법

고객은 구매하고자 하는 상품에 특별 오퍼가 제공되면 구매 결정을 내릴 가능성이 더 높으며, 특히 프라임 데이, 블랙프라이데이와 같은 판매 시즌에는 더욱 그러한 경향성이 두드러집니다. 따라서 아마존은 웹사이트에서 프로모션 오퍼를 기본 기능으로 제공하고 있습니다. 셀러는 각국의 소비자 선호도와 축제 시즌을 고려하여 자체 운영 및 상품에 따라 다양한 판매 도구를 사용하여 적절한 할인을 진행할 수 있습니다. 이번 과정에서는 아마존의 프로모션 도구와 성수기 쇼핑 시즌 이벤트를 활용하여 판매량을 늘리고 스토어 운영, 브랜드 구축, 구매 전환율을 개선하는 방법을 알아봅니다.

1. 아마존 성수기 쇼핑 시즌

아마존은 성수기 쇼핑 시즌을 위해 다양한 캠페인을 시작합니다. 이러한 캠페인을 유연하게 활용하여 상품을 판매하고 브랜드를 홍보해야 합니다. 이 챕터에서는 성수기 쇼핑 시즌을 구성하는 요소와 주요 성수기 캠페인에 대비하는 방법에 대해 설명합니다.

1.1 <u>성수기 쇼핑 시즌란 무엇인가요?</u>	3
1.2 <u>성수기 쇼핑 시즌 동안 딜 이벤트에 참여하는 방법</u>	4
1.3 <u>성수기 쇼핑 시즌을 대비하는 방법</u>	7

1.1 성수기 쇼핑 시즌이란 무엇인가요?

연중 시기 별로, 소비자는 다양한 쇼핑 니즈를 갖게 됩니다. 이를 파악하여 아마존은 공휴일, 쇼핑이 집중되는 기간, 아마존이 자체적으로 지정한 날짜 등 시기 별로, 다양한 프로모션 이벤트를 제공합니다. 프로모션 기간 동안 아마존은 다양한 채널을 활용하여 고객들의 쇼핑을 장려합니다.



이처럼 훌륭한 판매 기회가 존재하므로, 아마존의 프로모션 도구를 활용하여 마케팅 및 프로모션 활동을 진행할 수 있습니다. 아마존에서 눈에 잘 띄는 위치에 상품을 배치하면 더 많은 트래픽을 확보할 수 있습니다. 더 많은 소비자가 상품과 브랜드를 발견하고 인지하게 되며, 이는 퍼포먼스 향상에 도움이 됩니다.

1.2 성수기 쇼핑 시즌 동안 딜 이벤트에 참여하는 방법

라이트닝 딜, 베스트 딜 같이 성수기 쇼핑 시즌의 노출도가 높은 딜에 대해서는 구체적인 제출 조건이 필요합니다. 따라서 제출 기간에 대한 아마존의 공지를 모니터링하고 적시에 신청서를 제출해야 합니다

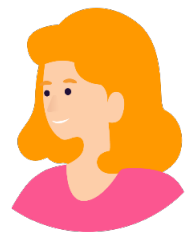
- 성수기 딜에 참여하는 방법은 다음과 같습니다.
 1. 딜 대시보드에서 새 딜 생성을 클릭합니다.
 2. 재고에서 상품을 선택하고 선택을 클릭합니다.
 3. 일정을 입력하고 다음 단계 계속을 클릭합니다.
 4. 다음 단계 계속을 클릭합니다.
 5. 딜 제출을 클릭합니다.
- 성수기 프로모션 신청에 대한 셀러별 FAQ 목록도 참고하실 수 있도록 정리해 두었습니다,



프로모션이나 이벤트 신청 자격에 해당하는지
확인하려면 어떻게 해야 하나요?

상품에 이벤트 참여 자격이 있는지 확인하는
방법은 두 가지가 있습니다.

- 셀러 센트럴에서 "광고", "딜" > 새 상품 딜 생성" 아래의 드래그 다운 메뉴를 클릭합니다. 이벤트 탭은 "날짜" 열에 있습니다.
- 셀러 센트럴에서 "광고", "딜" > 새 상품 딜 생성 > 상품 선택 > 딜 예약" 아래의 드래그 다운 메뉴를 클릭합니다. 프로모션을 생성할 때 "프로모션 준비"에서 해당하는 이벤트를 선택합니다.



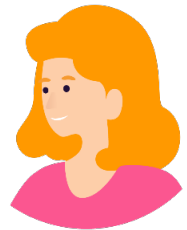
참고: "딜 예약"에 참여하고자 하는 캠페인이 표시되지 않는다면 현재 ASIN이 이벤트에 적합하지 않기 때문일 수 있습니다.

1. ASIN: ASIN은 "Amazon Standard Identification Number(아마존 표준 식별 번호)"의 약자로, 아마존의 자체 상품 번호를 의미합니다. 아마존 시스템에서 자동으로 생성되며 셀러가 추가할 필요가 없습니다. ASIN은 아마존에서 고유한 상품 ID와 같은 기능을 합니다. 하나의 ASIN 코드는 하나의 SKU에 해당합니다.



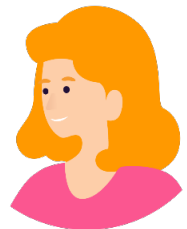
이벤트 참여를 위해 제출하고자 하는 ASIN을 확인할 수 없다면 어떻게 해야 하나요?

적격 ASIN이 되려면 특정 조건을 충족해야 합니다. "새 상품 딜 생성" 페이지에서 적격 ASIN이 표시되지 않으면 해당 상품은 적격하지 않다는 것을 의미합니다. [여기를 클릭하여](#) 상품의 적격성을 확보하는 방법을 알아볼 수 있습니다.



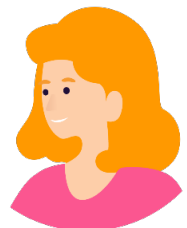
내 딜이 이벤트에 선정되도록 하려면 어떻게 해야 하나요?

이벤트 선정을 보장하는 방법은 없습니다. 모든 신청서가 제출된 후 아마존에서 신청서를 검토합니다. 선정될 확률을 높이려면 고객에게 가장 어필할 수 있는 상품을 선택합니다. 충분한 재고도 도움이 될 수 있습니다. [여기를 클릭하여](#) 딜에 대해 자세히 알아보고 선정 확률을 높일 수 있습니다.



내 상품이 이벤트에 선정되기 위한 기준은 무엇인가요?

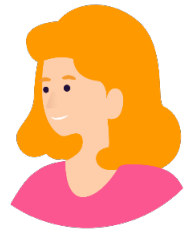
"적격 이벤트" 옵션의 모든 적격 ASIN은 이벤트 고려 대상이 되기 위한 기본 기준을 충족합니다. 아마존은 이 중 사용 가능한 재고가 많고 고객에게 다양한 선택권을 제공하는 상품을 선택합니다. [여기를 클릭하여](#) 상품의 적격성을 확보하는 방법을 알아볼 수 있습니다.





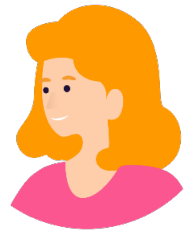
이벤트 기간 동안 딜을 실행하는 데 드는 수수료는 얼마인가요?

이벤트 기간 동안 고객 트래픽이 크게 증가하며, 이로 인해 상품의 노출이 확대되고 잠재적인 매출이 늘어날 수 있습니다. 위치에 따라 수수료가 달라질 수 있습니다. 수수료 또는 수수료 변동 사항은 라이트닝 딜을 생성할 때 일정을 선택하면 표시됩니다. 트래픽이 많은 시간대에 상품이 예약된 경우 더 높은 수수료가 부과될 수 있습니다. 반대로 트래픽이 비교적 적은 시간대에 상품을 예약하면 더 낮은 수수료가 부과될 수 있습니다. 수수료가 마음에 들지 않으면 라이트닝 딜이 시작되기 전에 취소할 수 있습니다. [여기를 클릭하여](#) 라이트닝 딜 수수료에 대한 상세 정보를 확인할 수 있습니다.



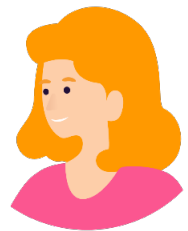
라이트닝 딜의 진행 시기는 언제 알 수 있나요?

라이트닝 딜의 시작 날짜와 기간은 최소 일주일 전에 셀러 센터럴에 공개됩니다. 상품이 선정된 경우 시작일과 종료일에는 이벤트 이름 (예: 프라임 데이, 사이버 먼데이 등)과 라이트닝 딜 시작 시간이 함께 표시됩니다. 상품이 이벤트에 선택되지 않은 경우 시작일과 종료일은 일주일의 기간으로 보여집니다.



이벤트에 선정된 상품이 있다면 어떻게 관리하나요?

상품이 이벤트에 포함되도록 하려면 라이트닝 딜을 정기적으로 모니터링하고 관련 변경 사항을 적용하여 "예정 상태"를 유지합니다. 셀러 센터럴에 로그인 후 마켓 플레이스에 해당하는 다음 링크를 통해 자세한 내용을 알아보세요. [북미 스토어](#), [유럽 스토어](#), [일본 스토어](#)



1.3 성수기 쇼핑 시즌을 대비하는 방법

성수기 쇼핑 시즌을 준비하는 것은 시험을 치르는 것과 같습니다. 만족스러운 결과를 얻으려면 운영의 다양한 측면을 계획하고 개선해야 합니다. 더 나은 판매 수익을 달성하기 위해 캠페인 외에도 다음과 같은 측면을 고려할 수 있습니다.

선택 항목

성수기에 소비자들에게 어필할 수 있는 상품을 어떻게 선택해야 할까요?
다음은 성수기 선택 항목을 결정하는 데 도움이 되는 제안 사항입니다.



- 상품 수명 주기, 판매 퍼포먼스 이력, 수익률을 기준으로 선택 상품 포트폴리오를 결정합니다. 재고 배치, 초기 가격, 관련 이벤트 등을 고려하여 다양한 상품의 판매 전략을 수립합니다.



- 신상품의 경우 적어도 3개월 전에 미리 리스팅하는 것이 좋습니다.
- 할인 쿠폰을 활용하고 다양한 현장 프로모션 활동에 적극적으로 참여하여 판매량과 스토어 순위를 높이세요. 이러한 방법은 주요 이벤트 기간 동안 상품의 노출을 확대하는 데 도움이 됩니다.



- 해당 기간 동안 소비자의 쇼핑 니즈와 동기에 맞는 상품 유형을 선택합니다.
- 예를 들어, 블랙프라이데이나 사이버먼데이와 같은 이벤트는 연말에 집중적으로 개최되므로 소비자들 사이에서 선물의 인기가 더 높은 경향이 있습니다.

성수기에 적합한 상품을 선택하면 더 많은 트래픽을 확보하여 매출을 확대하는 데 도움이 됩니다.

재고

할인 기간 동안 수요에 맞는 충분한 재고가 있는지 확인해야 합니다.
상품의 재고가 부족해질 위험이 있는 경우 아마존은 해당 상품을 권장하지 않으며,
딜을 종료합니다.

리스팅 최적화 - 1

A+ 페이지 등을 통해 딜 관련 상품에 이벤트에 적합한 설명을 추가하여,
구매자의 검색 관심도를 높여 상품의 전환율과 판매량을 늘릴 수 있습니다.
다음은 리스팅 최적화에 대한 몇 가지 제안 사항입니다.



- 우선, 리스팅이 적절하게 규정을 준수하는지 확인합니다. 완전한 리스팅은 더 많은 트래픽을 유도하고 전환을 개선할 수 있으며, 리스팅이 관련 규정을 준수하면 상품 표시가 제한되거나 판매가 중단되는 상황을 방지할 수 있습니다.
 - 다음과 같은 주요 특성을 통해 리스팅이 적절한지의 여부를 확인할 수 있습니다.
 - 하위 찾아보기 노드까지 올바른 찾아보기 노드 설정
 - 적절한 키워드 설정
 - 상품의 기본 사진 확대 가능 여부(1001픽셀 이상)
 - 올바른 브랜드 이름 입력
 - 5글자 이상의 설명 3개 이상, 사진 3개 이상
 - 상품 설명 입력: 관련 A+ 페이지 작성
- 상품 이름(북미 스토어, 유럽 스토어, 일본 스토어)과 사진(북미 스토어, 유럽 스토어, 일본 스토어)의 규정 준수 정책 기준을 확인할 수 있습니다.

리스팅 최적화 - 2



- 둘째, 다양한 이벤트에 참여하는 경우 이벤트의 특성에 따라 고유의 요소를 리스팅에 포함할 수 있습니다. 예를 들어, 할로윈 기간에는 A+ 페이지를 주황색과 검은색으로 업데이트하고 호박, 박쥐 등의 이미지로 장식하여 리스팅을 둘러보는 소비자에게 축제 분위기를 전할 수 있습니다.



- 또한, 인기 용어를 리스팅에 포함시켜 리스팅으로 더 많은 트래픽을 유도할 수 있습니다. 리뷰와 Q&A에서 추출한 간결한 판매 포인트를 성수기 관련 인기 용어와 결합하여 키워드 검색률과 구매자의 쇼핑 니즈를 자극하여 구매 전환율을 높일 수 있습니다.



- 마지막으로, 모바일 기기에서의 리스팅 최적화도 무시할 수 없습니다. 성수기 쇼핑 기간 동안의 소비자 패턴 조사에 따르면 46%의 소비자가 모바일로 쇼핑 포털을 검색하는 것으로 나타났습니다¹. 따라서 휴대폰에 적합한 이미지와 텍스트가 특히 중요합니다. 휴대폰에서 사용하는 사진의 경우 2:3 비율의 세로 이미지를 권장합니다. 텍스트는 명확하고 간결해야 하며 소비자가 쉽게 읽을 수 있도록 핵심 사항을 강조해야 합니다. 편안한 휴대폰 브라우징 환경은 구매자의 의사 결정에 직접적 영향을 미칠 수 있습니다.

광고 전략 - 1

이벤트 기간에는 평소보다 더 많은 트래픽이 발생하므로 프로모션 상태에 따라 광고 예산과 입찰가를 조정하여 이벤트 기간 동안 상품이 노출되도록 할 수 있습니다. 광고 전환율을 높이기 위해 다음과 같은 제안 사항을 고려해 보세요. 또는 여기를 클릭하여 아마존 광고 게재 관련 상세 정보를 확인할 수 있습니다.



- 예산 부족으로 매출과 기회가 손실되는 것을 방지하려면 광고 예산을 늘리고 이벤트 기간의 높은 트래픽으로 수익을 창출하세요.

1. 상기 데이터는 아마존 블로그에서 가져온 것입니다.

광고 전략 - 2



- 동적 입찰과 광고 위치 입찰을 결합하여 전환율이 높은 상품에 대해 더 많은 기회를 확보하고 눈에 잘 띄는 위치에 광고를 게재 할 가능성을 크게 높입니다.



- 상품 카테고리나 브랜드 키워드를 모니터링하고 검색률이 높은 키워드를 사용하여 광고 결과를 개선합니다.



- 스토어 전체 상품에 대해 광고 캠페인을 시작하여 이벤트에 더 많이 노출되도록 합니다.



- 이벤트가 끝난 후에도 광고를 유지하여 높은 트래픽을 유지합니다.

상품 가격 관리

프로모션 이벤트 기간에는 상품 가격에 대한 엄격한 요구 사항이 있습니다. 일반적으로 이벤트 노출이 많을수록 할인율에 대한 요구 사항이 더 높습니다. 따라서 셀러는 이벤트 기간의 할인 혜택에 대비하여 평상시에도 상품 가격을 적절하게 관리해야 합니다. 이벤트 성수기에 필요한 할인율이 판매 마진에 큰 영향을 미칠 정도로 낮은 가격을 유지하지 마세요.

딜 도구 조합 사용 - 1

가격을 적절하게 관리한다는 전제 하에 쿠폰, “프라임 독점 할인”, 무료 배송, 구매 할인, 1+1 증정 등의 프로모션 도구를 딜과 함께 사용하는 것도 고려해 볼 수 있습니다. 이렇게 하면 상품에 대한 추가 노출을 확보하고 전환율을 더욱 높일 수 있습니다. 다음을 통해 이벤트에 참여할 수도 있습니다.



- 상품에 쿠폰을 설정하여 노출과 구매자의 구매 의향을 높입니다.

딜 도구 조합 사용 - 2



- 상품에 대한 "Prime 독점 할인"을 생성하여 추가 노출을 확보합니다.



- 광고 게재를 통해 상품 트래픽을 확대하고 판매로 전환합니다.



- 이벤트에 대한 과거 데이터를 우선적으로 활용하고 재고를 미리 준비하여 가능한 신속하게 입고할 수 있도록 합니다.

어카운트 헬스 및 상품 규정 준수 - 1

상품은 다음 9가지 아마존 정책을 준수해야 합니다. 위반 사항이 발견되면 리스팅이 철회되거나 스토어 판매가 금지될 수 있습니다. 따라서 정책 요구 사항을 숙지해야 합니다. 성수기 동안 행운을 빕니다!

- 아마존 정책 목록 - 1

아마존 정책	설명
상품 리뷰 정책	구매자에게 도움이 되는 리뷰를 제공하기 위해 셀러는 자신의 상품에 대한 리뷰를 직접 등록하거나 기타 비정상적 수단을 통해 구매자 리뷰를 얻어서는 안 됩니다. 경쟁사 상품에 대한 부정적인 리뷰를 게시할 수 없습니다. 적절한 방식으로 리뷰를 확보하여 상품 리뷰를 개선하고 스토어에 대한 리뷰를 유지해야 합니다.
상품 선택 사항 정책	Amazon에서는 반복적인 ASIN 생성을 금지하며, 상위 ASIN에 대해 실제 하위 ASIN이에 해당 하지 않는 ASIN의 추가를 금지합니다.

어카운트 헬스 및 상품 규정 준수 - 2

• 아마존 정책 목록 - 2

아마존 정책	설명
아마존 상품 제한 사항 정책	셀러의 상품은 법률 및 아마존의 상품 제한 사항 정책을 준수해야 합니다. <u>북미 스토어</u> , <u>유럽 스토어</u> , <u>일본 스토어</u> 에서 "제한된 상품"을 확인할 수 있습니다.
FBA 위험물 정책	FBA를 사용하는 셀러는 위험물에 대한 대상 국가의 법률 및 규정을 준수해야 하며, 완전하고 정확한 상품 정보를 제공해야 합니다. 부정확하거나 불완전한 정보로 셀러의 상품 판매가 거부될 수 있습니다.
상품 안전 정책	상품이 안전 사고에 연루된 경우 아마존은 즉시 상품 안전에 대한 조사를 실시하며, 사고가 사실로 확인되면 해당 상품은 삭제됩니다.
모조품 방지 정책	아마존에서 판매되는 모든 상품은 정품이어야 합니다.
퍼포먼스 검토 정책	아마존은 모든 셀러의 퍼포먼스를 정기적으로 검토하고 퍼포먼스 검토 보고서를 제공합니다.
지적 재산권 정책	아마존의 지적 재산권 정책은 저작권, 특허 및 상표권의 보호를 위한 것입니다. 셀러는 대상 국가의 법률 및 규정을 준수하고 자신과 타인의 지적 재산권을 보호해야 합니다.
상품 설명 정책	판매하는 상품은 업로드한 정보와 완전히 일치해야 합니다. 아마존 정책은 "심각한 불일치" 사항이 존재하는 상품의 판매 또는 주문 처리를 금지합니다.