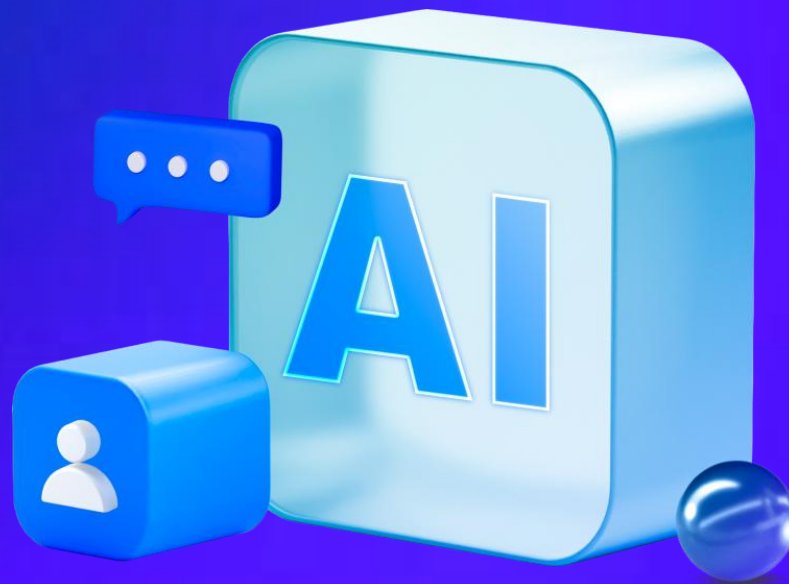


AI Product Ads

운영은 최소한으로
성과에 집중하는 AI 광고



상품 소개

AI가 알아서 최적화하는 성과형 광고, AI Product Ads!

AI Product Ads

상품 데이터를 기반으로 구매 가능성이 높은 고객을 찾아
검색부터 추천 영역까지 최적의 지면에 상품을 자동으로 노출해 드려요.

복잡한 설정 없이 AI가 실시간 데이터를 분석해 광고 성과를 최적화해요.
판매자의 운영 목적에 맞는 캠페인 유형을 선택해
누구나 손쉽게 성과 중심의 광고를 시작할 수 있어요.



특장점

AI 자동 최적화와 성과 중심 과금으로 효율적인 광고 운영을 지원해요.

AI가 구매 가능성이 높은 고객에게 상품 노출

- ✓ AI가 구매 데이터와 고객 행동 패턴을 분석해,
전환 가능성이 높은 고객에게 광고를 우선적으로 노출해요
- ✓ 불필요한 노출을 줄이고 효율적인 광고 집행이 가능하며,
고객 특성에 맞는 노출 전략으로 광고 성과를 높일 수 있어요

복잡한 설정 없이 간편한 광고 운영

- ✓ 최소한의 설정만으로 광고를 시작할 수 있어
광고 경험이 많지 않아도 쉽게 운영할 수 있어요
- ✓ 번거로운 키워드 등록이나 입찰가 고민 없이,
실시간 성과에 맞춰 노출과 입찰을 자동으로 관리해줘요

광고 목적에 맞는 캠페인 유형 선택

- ✓ 통합 운영 · 집중 운영 · 직접 운영 등
광고 경험과 목적에 따라 최적화된 운영 방식을 선택할 수 있어요
- ✓ 자동 중심 운영부터 상품과 키워드를 직접 설정하는 전략 운영까지
상황에 맞게 유연하게 활용할 수 있어요

광고 성과 중심 클릭당 과금 방식

- ✓ 실제 광고 클릭이 발생한 경우에만 과금되어
효율적으로 광고를 운영할 수 있어요
- ✓ 노출만으로 비용이 발생하지 않고
실제 클릭이 발생한 경우에만 과금돼요

캠페인 유형

목적에 맞는 캠페인 유형을 선택할 수 있어요.

쉽고 빠르게 광고 효율을 높일 수 있어요

통합 운영형

복잡한 설정 없이 광고를
빠르게 시작할 수 있어요.

쉬운 최적화 · 빠른 시작 · 구매 고객 확보

- ✓ 고객의 특성에 따라 구매 가능성이 높은 상품을 자동으로 찾아 노출해요.
- ✓ 다양한 노출 지면과 입찰가를 분석해 효과가 기대되는 곳에 우선 노출해요.
- ✓ 예산과 입찰가를 자동으로 조정해 광고 비용을 효율적으로 운영해요.

집중 운영형

성과가 좋은 상품 중심으로
광고를 운영할 수 있어요.

매출 성장 · 선택 상품 집중 노출

- ✓ 운영 전략에 따라 상품을 그룹화하고, 그룹별 예산 전략을 설정할 수 있어요.
- ✓ 주력 상품이나 이벤트 상품에 광고 노출을 집중할 수 있어요.
- ✓ 특정 상품을 집중적으로 노출하고 싶을 때 효과적으로 활용 가능해요.

직접 운영형

키워드와 입찰가를 직접 설정해
전략적으로 운영할 수 있어요.

키워드 자동 확장 · 전략 설정 기능

- ✓ 키워드별 입찰가를 설정해 정교한 광고 전략을 세울 수 있어요.
- ✓ 원하는 노출 영역을 선택해 노출 전략을 직접 설정할 수 있어요.
- ✓ 판매자가 직접 등록하지 않은 검색어까지 자동으로 확장되어 노출 범위를 넓혀줘요.

캠페인 유형 비교

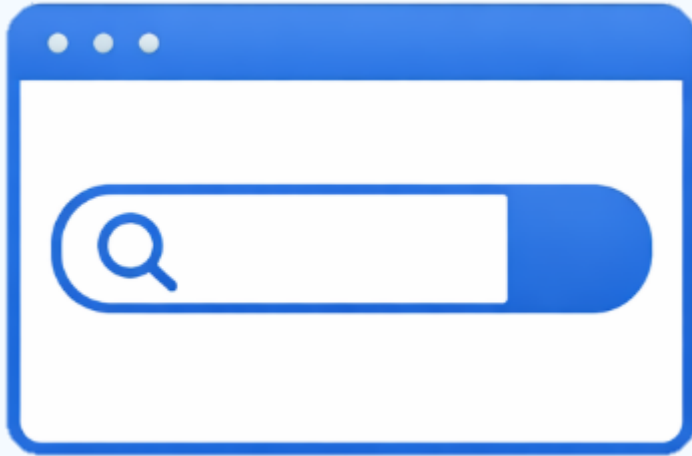
통합 운영형	집중 운영형	직접 운영형
운영 방식 최소 설정으로 전체 운영을 자동화 판매자 설정 항목 • 광고그룹 일예산 상품 선택 방식 시스템이 자동 선택 키워드 운영 방식 시스템 자동 생성 및 확장 노출 영역 검색·추천 등 다양한 영역 자동 노출 입찰 운영 시스템 자동 입찰 운영 난이도 ●●● 매우 낮음 (AI 자동운영) 추천 판매자 • 상품 수가 많은 판매자 • 운영 리소스가 부족한 판매자	운영 방식 상품은 직접 설정, 나머지는 자동 최적화 판매자 설정 항목 • 상품 선택 • 자동입찰/최대입찰가 • 광고그룹 일예산 상품 선택 방식 판매자가 선택 키워드 운영 방식 등록된 상품의 키워드 자동 추천·매핑 노출 영역 검색·추천 등 다양한 영역 자동 노출 입찰 운영 시스템 자동 입찰 판매자 설정 최대입찰가 범위 내 자동입찰 운영 난이도 ●●●● 중간 (상품 선택) 추천 판매자 • 주력 상품을 집중하고 싶은 판매자 • 자동화 + 통제를 병행하고 싶은 판매자	운영 방식 상품·키워드·입찰가를 직접 설정 운영 판매자 설정 항목 • 상품 선택 • 노출영역 • 광고그룹 일예산 • 키워드입찰가/상품입찰가 (추천영역) 상품 선택 방식 판매자가 선택 키워드 운영 방식 판매자 키워드 직접 등록 + 상품 연관 키워드 자동 확장 가능 노출 영역 검색 중심 노출 가능 (추천 영역 포함 가능) 입찰 운영 판매자 설정 키워드 최대입찰가 및 상품입찰가 기준 운영 운영 난이도 ●●●●● 높음 (상품/키워드/입찰 설정) 추천 판매자 • 노출 영역을 직접 선택해 운영하고 싶은 판매자 • 키워드별 입찰가를 직접 설정하고 싶은 판매자

노출 영역

AI가 광고 성과와 구매 가능성을 분석해
상품과 고객 상황에 가장 적합한 지면에 자동 노출해요.

검색 영역

고객이 상품을 검색할 때
검색 결과 페이지에 광고 상품이 노출돼요.



추천 영역

G마켓 홈메인, 상품 상세 페이지 등
구매자의 구매 동선 따른 다양한 영역에 노출돼요



※ 노출 영역과 방식은 고정되지 않으며, 고객 관심도·구매 의도·실시간 성과에 따라
개인화 추천 방식으로 노출이 달라질 수 있어요.

AI Product Ads 이전 특별 혜택! 광고 이전만 해도 드립니다!

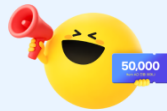
광고성 이머니
5만원



참여방법

기존 광고이전 또는 신규 광고 등록 중
하나만 진행해도 혜택을 받을 수 있어요

기존 광고센터 이용



Step1. 기존 광고 확인

Step2. 이전 광고 그룹 선택

Step3. 광고 이전 신청

Step4. 이머니 지급

OR

신규 광고센터 이용



Step1. 캠페인 선택

Step2. 그룹 생성

Step3. 등록하기

Step4. 이머니 지급

ⓘ 이벤트 유의사항

- 본 프로모션은 참여 기간 내 '이전 또는 신규 등록'을 완료된 경우에만 혜택이 제공돼요.
- 지급 대상 여부는 내부 기준에 따라 최종 결정돼요
- 광고성 이머니는 현금 환불이 불가하며, 유효기간 내 사용 시 자동 소멸돼요
- 프로모션 내용은 내부 사정에 따라 변경되거나 조기 종료될 수 있어요
- 계약 파트너사 판매자는 본 프로모션 대상에서 제외돼요

FAQ

AI Product Ads는 어떤 광고 상품인가요?

AI Product Ads는 상품 정보를 기반으로 AI가 자동으로 최적의 노출과 입찰을 조정하여 성과를 만들어내는 CPC 광고 상품입니다. 별도의 키워드 설정 없이도 광고 운영이 가능하며, 구매 가능성이 높은 고객에게 상품이 노출되도록 설계되어 있습니다.

광고 전환은 꼭 해야 하나요?

기존 광고 상품이 종료될 예정이기 때문에, 미리 운영을 시작해 데이터와 경험을 쌓는 것이 성과 측면에서 유리합니다.
특히, 초기에는 AI 학습 데이터가 쌓이는 구간이 필요하고 먼저 시작한 판매자일수록 최적화가 빠르게 이루어지며 안정적인 성과 확보가 가능합니다.
반대로 늦게 시작할 경우, 동일한 조건에서도 학습이 늦어져 성과 확보 시점이 뒤로 밀릴 수 있습니다.
따라서, 기존 광고 종료 시점에 맞춰 급하게 전환하기보다 미리 운영을 시작해 안정화 구간을 선점하는 것이 중요합니다.

FAQ

기존 광고 상품은 계속 사용할 수 있나요?

아니오, 기존 광고 상품은 종료될 예정이며, 상세 일정은 별도 공지를 통해 안내드립니다.

병행 운영 기간을 두는 이유는 무엇인가요?

AI Product Ads는 성과를 만들기 위해 데이터 기반 학습과 최적화 과정이 필요한 구조입니다.

신규 광고 시스템 전환에 따라 기존 데이터를 기반으로 AI 학습 속도를 높이고 초기 성과 변동 구간을 거치며 노출·성과가 점진적으로 안정화되도록 하며 판매자가 새로운 광고 방식에 적응할 수 있는 시간을 제공하는 역할도 합니다.

즉, 병행 운영 기간은 이러한 초기 학습과 안정화가 원활하게 이루어지도록 하기 위한 목적입니다.

FAQ

AI Product Ads가 기존 CPC 광고 상품과 달라진 점은 무엇인가요?

AI Product Ads는 기존 광고상품 대비 AI 기반 자동 최적화 기능이 강화된 성과 중심 광고 상품입니다.

기존 파워클릭/AI매출업이 광고주가 입찰 전략을 직접 설정해야 하는 구조였다면, AI Product Ads는 AI가 상품 및 구매 데이터를 기반으로 키워드 확장, 타겟팅, 노출 최적화를 자동으로 수행합니다.

또한, 캠페인-그룹 분리형 구조를 통해 캠페인은 전략 중심으로, 광고 그룹은 예산 중심으로 운영할 수 있어 보다 유연하고 효율적인 광고 관리가 가능합니다.

이를 통해 광고 운영 부담은 줄이면서도 전환 중심의 성과 향상을 기대할 수 있습니다.

FAQ

전환하면 기존 광고 운영 현황과 성과 데이터는 유지되나요?

기존 광고의 광고 그룹의 운영 현황 및 성과 데이터는 옥션 광고센터에서 확인 가능합니다. 단, 제공 기간은 기존 광고 상품 서비스 종료 후 3개월까지만 제공되며, 자세한 일정은 추후 업데이트 예정입니다.

CPC이머니와 시매출업이머니를 사용하지 않으면 어떻게 되나요?

사용하지 않은 이머니는 신규 광고 상품에 사용 가능한 AI Product Ads 이머니로 전환됩니다.

FAQ

광고센터가 분리되면 운영이 더 복잡해지지 않나요?

아닙니다. 사이트별로 광고센터가 분리되어 각 플랫폼 특성에 맞는 광고 운영이 가능해지며, 광고 목적에 따라 보다 명확하고 효율적인 관리가 가능합니다.

AI Product Ads는 어떤 상품에 적합한가요?

AI 기반으로 키워드 확장 및 타겟팅이 자동으로 이루어지기 때문에 검색 수요가 다양한 상품이나 키워드 관리가 어려운 상품은 물론, 광고 운영을 간편하게 진행하면서 성과를 개선하고자 하는 경우에도 효과적으로 활용하실 수 있습니다.

또한, 광고 집행 목적에 따라 캠페인 유형을 선택하여 상품 특성에 맞는 유연한 광고 운영이 가능합니다.

FAQ

순위 비딩 기능이 없는 이유는 무엇인가요?

AI Product Ads는 특정 순위를 고정하는 방식이 아닌, 성과를 기준으로 노출을 최적화하는 구조입니다. 이를 통해 불필요한 비용 소모를 줄이고 효율 중심의 광고 운영이 가능합니다.

과금 방식은 어떻게 되나요?

클릭당 과금(CPC) 방식으로, 실제 발생한 클릭에 대해서만 비용이 부과됩니다.

FAQ

'직접 운영형' 캠페인은 내가 등록한 키워드에만 광고가 노출되나요?

아닙니다. 키워드를 직접 등록하고 키워드별 입찰가를 설정할 수 있지만, 등록된 키워드에만 광고가 노출되는 방식은 아닙니다.

판매자가 연관 키워드를 일일이 발굴·등록하지 않아도, AI가 상품 정보와 이용자 검색 패턴을 분석해 광고 노출에 적합한 검색어와 지면으로 자동 확장합니다. 이를 통해 등록하지 않은 연관 검색어에도 광고가 노출될 수 있어, 보다 효율적으로 광고를 운영할 수 있습니다.

확장 키워드별 성과는 확인할 수 있나요?

AI Product Ads는 개별 키워드 단위가 아닌 전체 성과 최적화 구조로 운영되기 때문에, 확장 키워드별 상세 성과는 제공되지 않습니다.

Thank you