



휴일 쇼핑 시즌 대비 가이드

광고주를 위한 권장사항



1단계: 제품 피드 설정 확인 [판매자 센터]

- ❑ 테스트 피드를 업로드하여 파일 업로드와 관련된 문제를 미리 해결합니다. [자세히 알아보기](#)
- ❑ 판매 이벤트를 시작하기 **영업일 기준 최소 5일** 전에 새 피드를 업로드합니다.
- ❑ 피드에 모든 제품 옵션을 포함합니다. [자세히 알아보기](#)
- ❑ 제목/설명/이미지에 **프로모션 텍스트를 포함하지 마세요.** [자세히 알아보기](#)
- ❑ 제품의 올바른 **GTIN**을 입력합니다. GTIN을 모르실 경우 입력하지 마시고, 확실하지 않은 GTIN은 추가하지 마십시오. [자세히 알아보기](#)
- ❑ 방문 페이지 및 피드의 **가격, 통화, 언어**가 일관되게 표시되어야 합니다.
- ❑ 모든 위치에서 **방문 페이지의 콘텐츠를 일관되게** 표시해야 합니다. IP, 위치, 브라우저, 기기 등에 따라 사이트 콘텐츠를 변경하지 마세요. 쇼핑 광고에는 다른 트래픽 소스에 영향을 미치지 않는 **안정적인 LP**를 사용해 보세요. [자세히 알아보기](#)
- ❑ 사이트 중단할 예정일 경우, 다음 [권장사항](#)을 따르세요.
- ❑ 세금 및 배송 설정이 계정 또는 항목 수준에 설정되어 있는지 **확인하세요.**
- ❑ **반드시 알아야 하는 사항 - 판매자 센터 지연:** 최초 검토를 위해 제출된 후 피드가 크롤링될 때까지 **72시간**이 소요될 수 있습니다. (이보다 더 빠르게 처리될 수는 없습니다.)
- ❑ **반드시 알아야 하는 사항 - 로고 전환:** [로고 정책](#). 새로 업로드한 로고가 이벤트 전에 검토될 수 있도록 **2-3일** 정도 미리 준비해 주세요.
- ❑ **판매자 프로모션**은 보통 업로드한 날에 검토가 완료되지만 휴일 출시 **최소 72시간** 전에 제출하는 것을 권장합니다. 프로모션은 성수기 전에 테스트하는 것이 좋습니다.

2단계: 제품 피드 콘텐츠 최적화 [판매자 센터]

- ❑ **'제목'이 중요한 이유:** 모호한 제목은 지양하세요. 제품을 검색할 때 중요한 의미 있는 속성을 포함하고 중요한 속성을 가장 먼저 표시하세요.
- ❑ **'제품 유형'이 중요한 이유:** 제품을 설명하는 정확한 분류 시그널을 제공하고, 더 상세한 제품 정보를 포함하세요. [Google 제품 카테고리](#)도 사용할 수 있습니다(판매자가 지정하지 않은 경우 Google에서 카테고리 하나를 자동으로 지정함). 두 속성 모두 선택사항입니다.
- ❑ **Googlebot 크롤링 기능을 확인합니다** ([robot.txt](#) 파일 확인). Google에서 방문 페이지나 이미지를 크롤링하지 못하는 경우 항목이 표시되지 않습니다. [구조화된 데이터 테스트 도구](#) | [Robot.txt 테스트 도구](#)

3단계: 쇼핑 캠페인 구조 검토 [Ads]

- ❑ 캠페인을 **'운영중'으로 설정**하고 관련 시작일을 설정하여 출시일에 게시가 지연되지 않게 하세요.
- ❑ **우선순위 설정을 사용하여** 의도하지 않은 캠페인 중복을 방지하세요. [자세히 알아보기](#)
(참고: 스마트 쇼핑 캠페인이 일반 쇼핑캠페인과 디스플레이 리마케팅 캠페인보다 우선시 됩니다.)
- ❑ Google Ads 쇼핑 열을 사용하여 활동을 모니터링하고 최적화합니다. [자세히 알아보기](#)
- ❑ **반드시 알아야 하는 사항 - 쇼케이스 쇼핑 광고 항목 생성 후** **영업일 기준 3일** 이내에 검토합니다. 기존 광고를 편집하면 다시 한 번 검토가 진행됩니다.





휴일 쇼핑 시즌 대비 가이드

일반적인 문제 및 해결 방법



계정 및 항목과 관련된 일반적인 문제

가격 불일치 - 제품 데이터의 가격 속성이 웹사이트의 정보와 다릅니다. 일반적인 원인: 웹사이트의 업데이트와 판매자 센터의 데이터 업데이트 간 시차

해결 방법: 피드 및 LP에서 동일한 가격을 제공합니다. 웹사이트 가격을 업데이트한 직후 피드 업로드나 콘텐츠 API를 통한 업데이트를 예약하세요. [자세히 알아보기](#)

배송비 불일치 - 피드와 LP의 배송비가 일치하지 않습니다.

해결 방법: 완전한 배송 정보 및 가격을 제출합니다. '운송', '배달', '처리', '물류', '배송업체'를 포함하는 모든 구매 청구 항목을 포함합니다. 참고: 항목 수준 배송이 계정 배송 설정보다 우선합니다. 피드/설정에서 배송비를 더 높게 설정해도 됩니다. [자세히 알아보기](#)

세금 불일치 - 피드나 계정 설정에서 프로모션의 세금 정보가 잘못되었습니다.

해결 방법: 판매자 센터의 세금 설정을 사용합니다. 계정 설정보다 우선하는 경우에만 세금 속성을 사용합니다. 더 높게 설정해도 됩니다. [자세히 알아보기](#)

사용자 구매 불가 - LP부터 시작되는 결제가 쉽게 진행될 수 있도록 하고, 찾기 쉽고 활성화된 구매 버튼(클릭이 가능하며 결제 페이지로 이동)으로 사이트에서의 결제 과정을 간단하게 설정합니다.

제한된 구매 - 사업자와 개인에 관계없이 모든 사용자가 사이트에서 결제할 수 있도록 해야 합니다. 모든 비즈니스 정보 입력란은 선택사항이어야 합니다. IP 위치에 관계없이 사용자가 구매할 수 있게 허용되 피드에 명시된 국가에만 상품이 배송되도록 해야 합니다. [결제 권장사항에 관해 자세히 알아보기](#)

해결 방법: 방문 페이지를 수정하고 판매자 센터에서 검토를 요청합니다.

이미지의 프로모션 오버레이 - 항목에 프로모션 텍스트(판매자 로고나 클릭 유도문안 등)나 방해 요소(워터마크 등)를 포함하는 이미지가 있습니다. [이미지 요구사항에 관해 자세히 알아보기](#)

해결 방법: 올바른 제품 이미지가 나타날 수 있도록 image_link 속성의 URL을 변경합니다. 새 URL을 제출하면 기존 URL을 업데이트하는 것보다 더 빠르게 이미지를 불러올 수 있습니다. 판매자 센터에서 [자동 이미지 개선](#)을 사용 설정할 수도 있습니다. [자세히 알아보기](#)

정보가 부족하여 값[가격]을 확인할 수 없음: 상품 가격을 확인하기 위한 정보가 충분하지 않은 상태로, 최근에 프로모션을 생성했기 때문에 발생하는 경우가 많습니다. 비교를 위해 비슷한 프로모션과 일치시킬 수 없습니다.

해결 방법: 고유한 제품 식별자(GTIN, 브랜드, MPN)를 추가하여 제품을 식별할 수 있도록 돕습니다. [자세히 알아보기](#)

값[제목]이 잘못됨 - 가격, 판매가, 판매일, 프로모션 메시지, 배송, 배송일, 기타 시간 관련 정보 또는 회사명과 같은 정보는 추가하지 마세요. 예: 무료 선물, 빠른/무료 배송, 1+1 (이에 국한되지 않음)

해결 방법: 제목을 수정하고 제목 관련 요구사항을 준수합니다. [자세히 알아보기](#)

쇼핑 광고 정책 위반 - 제출한 항목이 Google 정책을 준수하지 않습니다.

해결 방법: 종종 계정에서 정책 위반으로 인해 자동으로 거부된 개별 항목에 대해 직접 검토를 요청하라는 옵션이 표시됩니다. (이 직접 검토는 일부 정책 위반에 대해서만 사용할 수 있습니다.) 검토 요청 옵션이 표시되지 않으면 문제가 되는 항목을 피드에서 삭제하거나 모든 대상에서 제외하세요(예: 피드 규칙을 통해 excluded_destination 사용). [자세히 알아보기](#)





연휴 쇼핑 시즌 대비 가이드



코로나19 사태 동안의 권장사항

고객에게 항상 최신 제품 정보를 표시합니다

- **피드 업로드를 늘리고** 구매 가능 여부는 **schema.org(구조화된 데이터)** 주석을 통해 구현하고 **자동 항목 업데이트**를 사용 설정합니다.
- **빠른 업데이트를 위해 피드 규칙 또는 보조 피드를 사용**하세요. 기본 피드의 상품 구매 가능 여부, 오프라인 판매점 인벤토리 피드의 **상점 폐쇄 정보** 등의 업데이트가 가능합니다.
- 비즈니스가 코로나19의 영향을 받았다면 **웹사이트에 분명하게** 주문 가능 여부, 배송, 결제에 영향이 있을 수 있다는 점을 명시합니다.
 - **권장사항:** 방문 페이지에 배너 또는 알림 메시지의 형태로 눈에 잘 띄게 표시합니다.
- 비즈니스가 영향을 받아 데이터를 업데이트할 수 없다면 **excluded_destination** 속성을 사용하여 제품이 관련 프로그램에 포함되지 않도록 설정하세요.
- **배송 설정** 및 예상 배송일을 검토하여 배송 및 처리 시간이 현재 상황을 정확히 반영하도록 합니다.
- 실시간 재고나 재입고 시간을 정확히 알 수 없는 경우 **Shopping Actions**에서 주문 별로 판매 가능한 항목의 수를 제한하도록 온라인 제품은 '재고 없음'으로, 오프라인 제품은 '한정 수량' 또는 '재고 없음'으로 표시하거나 **purchase_quantity_limit**을 설정합니다.
- **Shopping Actions에만 해당:** Shopping Actions에서 초과 판매된 상품의 주문을 받은 경우 Shopping Content API를 통해 '제품 구매 불가' 또는 '재고 없음'의 적절한 사유 코드를 사용하여 상품 구매 가능 여부를 업데이트하고 주문을 즉시 취소합니다.

허용되지 않는 사항

- **보호 마스크** - Google의 **민감한 사건** 정책에 따라 코로나19를 이용해 이익을 취할 수 있는 광고를 방지하기 위해 Google에서는 보호 마스크에 관한 광고를 일시적으로 제한하고 있습니다. 면 마스크는 허용되지만 추가 보호 기능이 없어야 합니다. 그렇지 않으면 허가되지 않습니다.
- **가격 폭리** - 합리적인 시장 가격(기존 데이터 기준)을 초과하는 상품은 승인되지 않으며 피드에서 제거되거나 모든 대상에서 제외되어야 합니다. 공공의 위기 상황이 발생한 경우에는 필수품의 가격 변경에 대한 지역 규정에 주의해 주시기 바랍니다.
- **구매 가능 여부 문제** - 코로나19 발생과 관련하여 민감한 카테고리에 포함된 상품은 Google이 제품 방문 페이지에서 상품 구매 가능 여부를 파악할 수 없고 해당 상품이 '재고 있음' 상태인지 확인할 수 없으면 승인되지 않습니다. 이로 인해 **웹사이트의 값이 명확하지 않음[구매 가능 여부]**에 대한 항목 수준 비승인이 일시적으로 증가할 수 있습니다.
 - **해결 방법:** LP에 **구조화된 데이터**를 추가하고 **자동 항목 업데이트**를 사용 설정합니다. 피드를 다시 제출하면 항목이 자동으로 다시 크롤링됩니다.





연휴 쇼핑 시즌 대비 가이드

광고주를 위한 지원 채널



지원팀에 문의하는 방법



[고객센터](#), 광고 계정 또는 판매자 센터에서 전화, 이메일, 채팅을 통해 Google 지원팀에 문의할 수 있습니다. 지원 양식을 제출한 후 참조 ID를 확인할 수 있습니다.

참고: 채널 사용 가능 여부는 국가마다 다를 수 있습니다.
전화번호 및 영업시간은 [여기](#)를 참고하세요(변동 가능).

Ads 또는 판매자 센터에서 다음 경로를 사용하세요.

Ads: ? > 도움말 보기 > 도움이 더 필요하신가요? > 문제 유형 선택
판매자 센터: ? > 고객센터 및 지원 > 문의하기

지원팀 문의 시 중요사항

다음과 같은 사항에 대해 지원을 받을 수 있습니다(예시).

- 판매자 센터 계정/피드/항목 정책 문제
- 캠페인 게시 및 변동 문제 해결(오프라인 판매점 인벤토리 광고, 쇼케이스 광고, 스마트 쇼핑 캠페인, 표준 쇼핑 캠페인)
- URL 확인 문제
- 계정 할당량 증가/피드 한도 증가

캠페인 최적화 및 구현 관련 질문의 경우 Google POC에게 문의하세요.

일부 제품/기능은 전문 지원팀에서 지원을 제공합니다. 전용 양식을 통해 직접 제출하세요.

- [Shopping Actions](#)
- [판매자 프로모션](#)
- [상품 순위 및 리뷰](#)
- [Google 고객 리뷰](#)
- [오프라인 판매점 인벤토리 광고 온보딩/구현](#)

