Google Ads Impact Awards 2026 Advertisers: 공식 이용약관

참여 또는 수상을 위해 어떠한 구매도 필요하지 않습니다. 법으로 금지된 지역에서는 무효입니다. 아래 명시된 국가에서만 유효합니다. 본 콘테스트에 참여하는 것은 본 규칙에 동의하는 것으로 간주됩니다.

본 콘테스트에 참여하는 것은 본 규칙에 동의하는 것으로 간주됩니다. Google Ads Impact Awards("콘테스트")는 직광고주("광고주")에 고용된 사내 마케터("참가자")가 어워즈 수상을 고려하기 위해 공식 웹사이트를 통해 전자 참여 양식을 제출해야 하는 어워즈 프로그램입니다. 출품작은 심사위원단의 평가를 받으며, 본 공식 규칙에 따라 심사 기준에서 최고 점수를 받은 참가자에게 상이 수여됩니다. 자세한 내용은 아래에서 확인할 수 있습니다.

01. 구속력 있는 계약 **(Binding Agreement):** 본 콘테스트에 참여하려면 귀하는 본 공식 이용약관("규칙")에 동의해야 합니다. 따라서 참여 전에 본 규칙을 주의 깊게 읽고 이해하고 동의하는지 확인하십시오. 귀하는 콘테스트에 출품작을 제출하는 것이 본 규칙에 대한 동의를 구성한다는 데 동의합니다. 본 규칙에 동의하지 않는 한 콘테스트에 작품을 제출할 수 없으며, 상을 받을 자격도 제한됩니다. 본 규칙은 귀하와 Google 간에 콘테스트와 관련하여 구속력 있는 법적 계약("계약")을 형성합니다.귀하는 광고주를 대신하여 참여하고 크레딧을 받을 팀 구성원("팀")을 지정하므로, 본 규칙은 귀하 개인 및/또는 귀하의 고용주(회사) 모두에게 구속력을 가집니다. 귀하가 고용 범위 내에서 직원, 계약자 또는 대리인으로서 행동하는 경우, 귀하는 해당 고용주(회사)가 귀하의 행동을 완전히 인지하고 이에 동의(광고주의 잠재적 상 수령 포함)하였음을 보증합니다. 또한 귀하의 행동이 고용주의 사내 정책이나 절차를 위반하지 않음을 보증합니다.

02. 참가 자격 **(Eligibility):** 본 콘테스트에 참여할 자격은 다음과 같습니다 (1) 대한민국을 포함한 본 프로그램의 대상 참여 지역에 거주하면서 (2) 참여 시점에 거주하는 주 또는 관할 구역의 성년 연령 이상이어야 하며 (3) 참여 시점에 거주하는 관할 구역에서 성년 이상이어야 하며, 미국의 수출 통제 또는 제재 대상 개인·단체가 아니어야 합니다. Google, Accenture, Fractal 및 그 자회사, 계열사의 이사, 임원, 직원, 인턴, 계약자, 그리고 이들의 직계 가족 및 동일 가구 구성원은 본 콘테스트에 참여할 자격이 없습니다. 주최자는 언제든지 자격 여부를 확인하고 분쟁에 대해 결정을 내릴 권리를 가집니다.

귀하가 광고주(Advertiser)를 대행하여 콘테스트에 참여하고 크레딧을 부여받을 팀 구성원("팀")을 지정함에 따라, 본 규칙은 귀하 개인 및/또는 귀하의 고용주(회사) 모두에게 구속력을 가집니다. 귀하가 고용 관계의 범위 내에서 타인의 직원, 계약자 또는 대리인으로서 행동하는 경우, 귀하는 해당 당사자(회사)가 귀하의 본 콘테스트 참여 행위를 완전히 인지하고 있으며 광고주의 잠재적인 상(Prize) 수령을 포함하여 이에 대해 적법하게 동의하였음을 보증합니다. 귀하는 또한 귀하의 본 참여 행위가 귀하의 고용주 또는 회사의 사내 정책 및 절차를 위반하지 않음을 추가로 보증합니다.

03. 주최자 **(Sponsor):** 본 콘테스트는 싱가포르 법인인 Google Asia Pacific Pte. Ltd.가 주최하며, 주된 사업장은 70 Pasir Panjang Road, #03-71, Mapletree Business City II, Singapore 117371에 위치합니다.

04. 응모 기간 **(Contest Period)**

콘테스트 응모는 2026년 7월 20일 오전 12시 (한국 표준시, KST)에 시작하여 2026년 8월 14일 오후 11시 59분(KST)에 마감됩니다.

05. 참여 방법 **(How to Enter)**

본 콘테스트는 무료로 가입 가능한 'Accelerate with Google' 계정 보유자에 한해 참여할 수 있습니다. 참가자는 계정에 로그인한 후 각 지역별 지정된 콘테스트 사이트를 통해 전자 참여 양식("참여 양식")을 제출해야 합니다. 계정 생성을 위해서는 https://business.google.com/kr/accelerate/onboarding에 방문하여 절차에 따라 가입하거나 기존 계정에 로그인할 수 있습니다. Accelerate with Google 가입은 무료입니다.

회사당, 카테고리당 최대 1개의 출품작으로 제한됩니다 (예: 한 광고주는 각 카테고리별로 단 하나의 출품작만 제출 가능). 기준을 초과한 중복 출품작은 실격 처리됩니다. 마감 시각 이후에 수신된 출품작 또는 불완전·형태가 변형된 출품작은 무효입니다.

출품작에 포함되는 고객 사례 연구는 직전 12개월 범위 내에 광고주가 실제로 집행하고 인도한 성과여야 합니다. 해당 기간 외의 사례 연구는 평가 대상에서 제외됩니다.

참가자는 응모 기간 중에 참여 양식을 제출해야 하며, 아래에 기술된 제출 요건을 준수하여 출품작을 제출해야 합니다(이에 대한 부합 여부는 Google이 전적으로 재량에 따라 결정합니다. 귀하는 제7조(심사)의 표에 나열된 하나 이상의 카테고리에 출품작을 제출할 수 있으나, 이에 관계없이 항상 각 카테고리별로 1인당 최대 1개의 출품작으로 제출이 제한됩니다.

기준을 초과하여 차후에 제출된 중복 출품작은 실격 처리됩니다. 모든 출품작은 2026년 8월 14일 오후 11:59 (KST)까지 주최측에 수신되어야 합니다. 출품작의 전부 또는 일부가 판독 불가능하거나, 불완전하거나, 훼손되었거나, 변형되었거나, 위조되었거나, 사기적 방법을 통해 획득되었거나, 또는 마감 시한보다 지연된 경우 해당 출품작은 전면 무효 처리됩니다.

모든 출품작은 제출 시 기재한 이메일 주소의 '정당한 계정 보유자(Authorized account holder)'가 제출한 것으로 간주되며, 잠재적 수상자는 해당 이메일 주소의 정당한 계정 보유자임을 입증하는 증빙을 제시하도록 요구받을 수 있습니다. 여기서 '정당한 계정 보유자'란 인터넷 서비스 제공업체, 온라인 서비스 제공업체 또는 해당 도메인의 이메일 주소 할당을 책임지는 기타 조직에 의해 해당 이메일 주소를 부여받은 사람을 의미합니다.

06. 제출 요건 및 카테고리 **(Submission Requirements)**

참여 양식에 명시된 바와 같이, 광고주는 다음 각 호의 사항을 이행해야 합니다:

(a) 각 출품작에 대한 고객 사례 연구("사례 연구")를 제출해야 합니다. 단, 해당 사례 연구에 기술된 성과는 항상 2026년 7월 20일 이전 직전 12개월 이내에 실제로 인도(집행)된 것이어야 합니다. 해당 기간 외에 인도된 성과를 기술한 사례 연구는 제출해서는 안 되며, 심사 대상에서 전면 제외됩니다.
(b) 아래에 기술된 하나 이상의 어워즈 카테고리에서 심사(고려) 대상이 되기 위해, 다음의 참가자 정보를 포함해야 합니다:

- 참가자 정보:
    - 성명
    - 이메일
    - 회사명
    - 캠페인명 (Google Ads 계정에 등록된 명칭)

- Google Ads 계정 ID (출품하는 캠페인과 연동된 Google Ads 고객 ID를 입력하십시오. Google Ads 고객 ID 확인 방법 참조)

카테고리별 사례 연구 질문:

어워즈 부문	사례 연구 질문
데이터 이노베이션 어워즈	● 비즈니스 챌린지 및 KPI: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지/문제 및 KPI 목표에 대해 기술하세요. ● 접근법: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지를 극복하고 KPI를 달성하기 위해 Google을 어떻게 활용하셨나요? 특히 Google Ads의 AI 기반 측정 솔루션에서 얻은 인사이트를 어떻게 캠페인 전략 및 성과 최적화에 반영했는지 기술해주세요. ● 결과 및 임팩: 50 - 1200 자: AI 기반 데이터 전략의 결과를 설명하고, 해당 캠페인이 어워즈를 수상해야 하는 이유에 대해 기술해주세요. 특히 고가치 고객, 퀄리티 향상 등 주요 비즈니스 KPI에서 정량적인 성과를 보여주는 모든 지표를 상세히 포함하세요.
글로벌 성장 어워즈	● 비즈니스 챌린지 및 KPI: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지/문제 및 KPI 목표에 대해 기술하세요. 특히 새로운 시장에 진출하기로 결정한 배경 및 통계/인사이트 등이 있다면 포함해 주세요. ● 접근법: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지를 극복하고 KPI를 달성하기 위해 Google을 어떻게 활용하셨나요? 특히 새로운 국가 또는 지역에 진출하여 확장하기 위한 전체 전략, 비즈니스 성장을 위해 Google Ads 솔루션을 사용한 예시 등을 포함해주세요. ● 결과 및 임팩: 50 - 1200 자: 글로벌 성장 전략이 비즈니스에 미친 정량적/정성적 결과를 설명하고, 해당 캠페인이 어워즈를 수상해야 하는 이유에 대해 기술해주세요. 이때 새로운 국가 또는 지역에서의 시장 지배력 강화 및 고객 성장을 입증하는 핵심 지표(예: 수출 성과 증명 등)를 포함해야 합니다.

앱 성장 어워즈	• 비즈니스 챌린지 및 KPI: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지/문제 및 KPI 목표에 대해 기술하세요. 특히 어떤 앱을 성장시키고자 했는지 포함해주세요. • 접근법: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지를 극복하고 KPI를 달성하기 위해 Google을 어떻게 활용하셨나요? 특히 모바일 앱 성장을 위해 Google Ads의 AI 기반 솔루션을 어떻게 이용했는지에 대한 예시를 포함해주세요. • 결과 및 임팩: 50 - 1200 자: 앱 성장 전략이 비즈니스에 미친 정량적/정성적 결과를 설명하고, 해당 캠페인이 어워즈를 수상해야 하는 이유에 대해 기술해주세요. 이때 앱 광고 주요 지표(예: 설치 및 인앱 액션/수익)의 성장을 보여주는 정량적인 결과 및 사용자 퀄리티, 참여도 강화 등의 성과를 포함하세요.
미디어 성과 어워즈	• 비즈니스 챌린지 및 KPI: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지/문제 및 KPI 목표에 대해 기술하세요. • 접근법: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지를 극복하고 KPI를 달성하기 위해 Google을 어떻게 활용하셨나요? 특히 주요 모멘텀에 타겟 잠재고객을 찾고 이들에게 도달하기 위해 어떻게 AI 기반 솔루션을 활용했는지 기술해주세요. • 결과 및 임팩: 50 - 1200 자: 미디어 전략의 결과를 설명하고, 해당 캠페인이 어워즈를 수상해야 하는 이유에 대해 기술해주세요. 특히 도달범위, 관련성, 고객 가치 증가 등 주요 미디어 및 비즈니스 KPI의 개선을 보여주는 정량적인 성과를 포함하세요.
AI 엑설런스 어워즈	• 비즈니스 챌린지 및 KPI: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지/문제 및 KPI 목표에 대해 기술하세요. 이때 AI 기반 Google Ads 솔루션을 사용한 배경에 대해 포함해주세요. • 접근법: 50 - 1200 자: 비즈니스 챌린지를 극복하고 KPI를 달성하기 위해 Google Ads에서 AI 기반 솔루션을 어떻게 활용하셨나요?

	• 결과 및 임팩: 50 - 1200 자: AI 기반 전략이 클라이언트의 비즈니스에 미친 정량적/정성적 결과를 설명하고, 해당 캠페인이 어워즈를 수상해야 하는 이유에 대해 기술해주세요. 특히 기존 전략으로는 달성하기 어려웠을 임팩트를 AI 기반 접근 방식이 실현했음을 나타내는 지표를 포함하세요.

팀 크레딧 (Team Credit):

- 팀 크레딧 **[**선택 사항**]** : 캠페인에 기여한 핵심 팀 구성원을 최대 5명까지 기재하십시오. 모든 팀 구성원의 성명과 직책을 포함해야 합니다.
- 기여 대행사 **[**선택 사항**]**

출품작은 광고주가 지난 1년간 인도한 성과뿐만 아니라, 혁신적인 사고와 조직에 미친 지대한 영향을 반영하는 기타 업적을 통해 이러한 역량을 보여주어야 합니다. 모든 카테고리는 광고주의 Google Ads 캠페인의 집행 및 관리를 직접 담당하고 캠페인 전략에 크게 기여한 참가자에게 신청 자격이 주어집니다.

제출물은 또한 다음의 기준(“제출 요건”)을 충족해야 합니다:

- **(a)** 제출물은 비방, 모욕, 위협, 명예훼손, 폄하, 중상모략을 담아서는 안 되며, 부적절하거나, 외설적이거나, 성적이거나, 모독적이거나, 불법적이거나, 악의적이거나, 차별적인 콘텐츠, 또는 특정 집단이나 개인에 대한 증오나 해를 조장하거나, 기타 본 콘테스트의 주제 및 취지에 부합하지 않는 콘텐츠를 포함해서는 안 됩니다.
- **(b)** 제출물은 불법적이거나, 출품작이 작성된 국가의 법률 및 규정을 비롯하여 적용 가능한 모든 연방, 주, 관할 구역 또는 지방의 법률 및 규정을 위반하거나 이에 상반되는 콘텐츠, 자료 또는 요소를 포함해서는 안 됩니다.
- **(c)** 제출물은 주최자의 단독 재량에 따라 본 콘테스트의 취지에 부합하지 않는다고 판단되는 제3자의 광고, 슬로건, 로고, 상표를 표시하거나 제3자 또는 상업적 단체의 후원이나 보증을 나타내는 콘텐츠, 자료 또는 요소를 포함해서는 안 됩니다.
- **(d)** 제출물은 참가자 또는 참가자의 팀이 단독으로 생성한 미발표 독창적 저작물이어야 하며, 명시적인 서면 허가 없이 제3자가 소유하거나 통제하는 자료를 포함, 결합 또는 활용해서는 안 됩니다. 참가자는 회사를 대표하여 제출물 내에 포함된 모든 제3자 요소를 사용하는 데 필요한 모든 권리 및 라이선스를 확보했음을 확인(보증)합니다.
- **(e)** 제출물은 제3자의 퍼블리시티권, 프라이버시권 또는 지적재산권을 위반하는 콘텐츠, 요소 또는 자료를 포함할 수 없습니다.
- **(f)** 제출물은 아래에 명시된 섹션별 단어 수 제한을 초과할 수 없습니다. 제한을 초과하는 경우, 지정된 단어 수 제한 범위 내의 앞부분만 평가에 반영됩니다.

콘테스트 기간 동안 주최자, 그 대행인 및/또는 심사위원단(아래 정의됨)은 각 제출물이 제출 요건을 충족하는지 여부를 평가합니다. 주최자는 제출 요건을 충족하지 않는 출품작을 제출한 참가자를 단독 재량으로 실격 처리할 수 있는 권리를 보유합니다.

07. 심사 **(Judging):** 각 출품작은 주최자, Accenture 및 주최자가 지정하는 기타 외부 업계 파트너의 직원으로 구성된 전문가 심사위원단("심사위원단")에 의해 심사됩니다. 2026년 9월 경, 심사위원단은 다음 기준에 의거하여 각 출품작을 평가합니다.

어워즈 부문	사례 연구 질문
데이터 이노베이션 어워즈 캠페인 전략과 실적을 개선하기 위해 Google Ads 광고 데이터 및 AI를 어떻게 사용하셨나요? 리드 확보용 향상된 전환, Google 태그 게이트웨이, 고객 일치 타겟팅, Google 애널리틱스와 같은 AI 기반 측정 도구를 어떻게 활용하셨는지 알려주세요.	• 제품 활용도 (Product usage): 리드용 향상된 전환(Enhanced Conversions for Leads), Google 태그 게이트웨이(Google Tag Gateway), 고객 일치 타겟팅(Customer Match), Google 애널리틱스(Google Analytics) 등을 포함한 Google Ads 제품의 활용도를 평가합니다. • 문제 해결/전략 (Problem-solving/strategy): 명확한 비즈니스 목표와 데이터/측정 과제, 그리고 과제를 해결하고 최적화를 더 잘 지원하기 위해 설계된 일관된 데이터 전략을 평가합니다. • AI의 효과적 활용 (Effective use of AI): 측정 기능을 향상하고 캠페인 데이터로부터 더 깊은 인사이트를 추출하기 위해 Google의 AI 기반 솔루션을 활용하는 전문성을 평가합니다. • 결과/영향력 (Results/Impact): 핵심 KPI 실적의 증명된 개선과 더 나은 고객 가치 및 품질의 가시적인 징후를 포함하여 명확하고 신뢰할 수 있는 결과의 개선을 평가합니다.
글로벌 성장 어워즈 효과적인 비즈니스 확장을 고민하고, 국경을 넘어 지속 가능한 기회를 발굴하셨나요? Google Ads의 AI 기반 솔루션을 조합하여 글로벌 잠재고객과 소통하고 새로운 해외 시장에서 영향력을 발휘한 사례를 알려주세요.	• 제품 활용도 (Product usage): AI 기반 Google Ads 솔루션 조합의 활용도를 증명해야 합니다. • 문제 해결/전략 (Problem-solving/strategy): 명확한 글로벌 성장 목표와 확장 과제, 그리고 신규 국가 또는 지역에서 수출을 늘리고 지속 가능한 입지를 구축하기 위해 설계된 일관된 시장 진입 및 스케일링 전략을 평가합니다. • AI의 효과적 활용 (Effective use of AI): 수출 성장과 효율성을 최적화하는 동시에, 여러 시장에서 고가치 고객을 식별하고 도달하여 성장시키기 위해 Google의 AI 기반 솔루션을 활용하는 전문성을 평가합니다.

	● 결과/영향력 (Results/impact): 증명된 수출 실적 성장 및 신규 국가/지역에서의 가시적인 시장 입지 강화와 고객 확보를 포함하여 명확하고 신뢰할 수 있는 결과의 개선을 평가합니다.
앱 성장 어워즈 AI 기반 솔루션을 활용하여 모바일 앱 설치를 늘리고, 광고 투자수익을 개선하며, 비즈니스 성장을 유도하는 광고를 어떻게 집행하고 계신가요? Web to App Connect, 앱 캠페인 등 AI 기반 솔루션을 활용하여 모바일 앱 성장을 이끌어낸 방법을 알려주세요.	● 제품 활용도 (Product usage): 다음을 포함하여 명시된 Google Ads 제품의 활용도를 평가합니다: ○ 앱 캠페인(App Campaigns), 앱 캠페인 설치 유도형(App Campaigns for Installs), 웹 투 앱 커넥트(Web to App Connect) 등. ● 문제 해결/전략 (Problem-solving/strategy): 명확한 비즈니스 목표/미디어 과제, 그리고 채널 전반에 걸쳐 올바른 오디언스에게 도달함으로써 과제를 해결하도록 설계된 일관된 풀퍼널(Full-funnel) 미디어 전략을 평가합니다. ● AI의 효과적 활용 (Effective use of AI): 복수 채널 전반에 걸쳐 정밀하게 타겟팅되고 개인화된 광고 경험을 제공하기 위해 Google의 AI 솔루션을 활용하는 전문성을 평가합니다. ● 결과/영향력 (Results/impact): 핵심 미디어 및 비즈니스 KPI의 증명된 개선과 더 나은 도달범위, 관련성 및 고객 가치의 가시적인 징후를 포함하여 명확하고 신뢰할 수 있는 결과의 개선을 평가합니다.
미디어 성과 어워즈 AI Max 검색 캠페인, 실적 최대화 캠페인, 디맨드젠 캠페인, Web to App Connect 등의 솔루션을 사용하여 여러 채널에서 잠재고객에게 맞춤화된 경험을 제공했던 사례를 알려주세요.	● 제품 활용도 (Product usage): 검색용 AI Max(AI Max for Search), 실적 최대화(Performance Max), 디맨드젠(Demand Gen), 웹 투 앱 커넥트(Web to App Connect) 등을 포함한 Google Ads 제품의 활용도를 평가합니다. ● 문제 해결/전략 (Problem-solving/strategy): 명확한 비즈니스 목표/미디어 과제, 그리고 채널 전반에 걸쳐 올바른 오디언스에게 도달함으로써 과제를 해결하도록 설계된 일관된 풀퍼널(Full-funnel) 미디어 전략을 평가합니다.

	• AI의 효과적 활용 (Effective use of AI): 복수 채널 전반에 걸쳐 정밀하게 타겟팅되고 개인화된 광고 경험을 제공하기 위해 Google의 AI 솔루션을 활용하는 전문성을 평가합니다. • 결과/영향력 (Results/impact): 주요 미디어 및 비즈니스 KPI의 증명된 개선과 더 나은 도달범위, 관련성 및 고객 가치의 가시적인 징후를 포함하여 명확하고 신뢰할 수 있는 결과의 개선을 평가합니다.
AI 엑설런스 어워즈 다수의 AI 기반 Google Ads 솔루션을 조합해서 실질적인 효과를 경험하고 새로운 디지털 마케팅을 진행하고 있나요? AI 엑설런스 부문은 마케팅에 Google AI를 가장 광범위하게 적용한 회사에 수여됩니다. 어워즈 부문 전반에서 AI 기반 솔루션을 조합하여 실제로 실적을 개선한 사례를 알려주세요.	• 제품 활용도 (Product usage): AI 기반 Google Ads 솔루션 조합의 활용도를 증명해야 합니다. • 문제 해결/전략 (Problem-solving/strategy): 명확한 비즈니스 목표와 도전적인 마케팅 과제, 그리고 이를 해결하기 위해 퍼널(Funnel) 전반에 걸쳐 여러 Google Ads 솔루션을 결합한 일관된 AI 퍼스트(AI-first) 전략을 평가합니다. • AI의 효과적 활용 (Effective use of AI): Google의 AI 기반 솔루션들이 조화롭게 작동하도록 조율하여, 보다 전통적이거나 단일 제품만을 사용하는 접근 방식이 달성할 수 있는 한계를 넘어선 전문성을 평가합니다. • 결과/영향력 (Results/impact): 주요 KPI의 강력한 성장 및 기존의 전통적 전략으로는 달성하기 어려웠을 성과를 AI 주도 접근 방식이 이끌어냈다는 명확하고 신뢰할 수 있는 결과의 개선을 평가합니다.

응모 기간이 종료된 후, 출품작들은 Accenture 및 정당하게 지정된 외부 업계 파트너로 구성된 1차 심사위원단("1차 심사")에 의해 심사되며, 이들은 본 약관에 명시된 기준에 따라 출품작을 평가합니다. 이들 1차 심사위원들은 Google 직원으로 구성될 최종 심사위원단("최종 심사위원단")에 보낼 출품작의 최종 후보 명단(Shortlist)에 합의해야 하며, 최종 심사위원단 또한 본 약관에 명시된 기준에 따라 최종 후보에 오른 출품작들을 평가합니다. 각 카테고리 내에서 최고 점수를 획득한 출품작들은 최종 심사위원단의 검토 및 승인을 거쳐 수상자로 결정됩니다.

2026년 10월 경, 잠재적 수상자가 선정되며 주최자의 재량에 따라 전화 및/또는 이메일로 통지됩니다. 잠재적 수상자가 첫 번째 통지 시도로부터 3일 이내에 통지 응답에 응하지 않는 경우, 해당 잠재적 수상자는 실격 처리되며, 본 약관에 명시된 심사 기준에 따라 접수된 모든 유효한 출품작 중에서 대체 잠재적 수상자가 선정됩니다. 전화 통지와 관련하여, 그러한 통지는 잠재적 수상자가 주최자와 실시간 통화를 하거나 주최자가

잠재적 수상자의 음성 사서함 서비스 또는 자동응답기에 메시지를 남긴 시점 중 먼저 도래하는 시점에 제공된 것으로 간주됩니다. 법으로 금지된 경우를 제외하고, 각 잠재적 수상자는 참가 자격 선언서 및 책임 면제와 홍보 동의서(Declaration of Eligibility and Liability and Publicity Release)에 서명 및 날인하여 반환하고, 주최자가 요구할 수 있는 추가 정보를 제공하도록 요구받을 수 있습니다. 요구되는 경우, 잠재적 수상자는 통지 시도로부터 3일 이내에 해당 요구 서류 일체를 반환해야 하며, 그러하지 않을 경우 해당 잠재적 수상자는 상을 포기한 것으로 간주되고 본 약관에 명시된 심사 기준에 따라 다른 잠재적 수상자가 선정됩니다. 본 규칙 내의 다른 요구사항은 물론, 모든 통지 요구사항은 엄격하게 집행됩니다.

출품작이 접수되지 않는 경우, 상은 수여되지 않습니다. 심사위원단의 결정은 최종적이며 구속력을 가집니다.

08. 수상 및 상권 **(Prizes)**: 각 어워즈의 수상자에게는 각 사례별로 트로피가 증정됩니다. 수상자들은 또한 Google Marketing Live 2026에서 표창을 받게 되며, Google의 소셜 미디어 페이지 및 웹사이트에 홍보 및 소개됩니다. 또한 이들은 프로모션 자산을 제공받고, 본인의 소셜 미디어 채널에서 자신의 어워즈 수상 상태를 홍보하도록 초청됩니다. 이는 (i) 그들에게 제공될 Google의 브랜드 사용 가이드라인을 준수할 것, 그리고 (ii) 정확한 사용 방식에 대해 Google로부터 사전에 서면으로 승인을 받을 것을 조건으로 합니다. 상을 수상할 확률은 콘테스트 기간 동안 접수된 유효한 출품작의 수와 참가자의 기량에 따라 달라집니다. 상은 2026년 12월 31일 이전에 수여됩니다. 주최자의 독점적 재량에 의한 경우를 제외하고는 상의 양도, 대체 또는 현금 상환은 허용되지 않습니다. 주최자는 어떤 이유로든 명시된 상을 전체 또는 일부로 수여할 수 없는 경우, 단독 재량으로 동일하거나 더 높은 금전적 가치를 지닌 상으로 전체 또는 일부를 대체할 수 있는 권리를 보유합니다. 가치는 변동될 수 있는 시장 상황에 따르며, 실제 시장 가치와 ARV(대략적 소매 가치) 간의 차액은 지급되지 않습니다. 상은 제한 사항 및/또는 라이선스의 적용을 받을 수 있으며, 사용을 위해 추가적인 하드웨어, 소프트웨어, 서비스 또는 유지보수가 필요할 수 있습니다. 수상자는 해당 제조업체가 부과한 조건을 준수하여 상을 사용할 모든 책임을 지며, 상의 사용, 서비스 또는 유지보수와 관련된 추가 비용을 부담해야 합니다. 콘테스트 주체들은 상의 사용, 가치 또는 향유와 관련하여 사실상 또는 법률상, 명시적이거나 묵시적인 어떠한 보증, 진술 또는 보장도 하지 않았으며 이에 대해 어떠한 방식으로도 책임을 지지 않습니다. 상의 대략적 소매 가치(ARV)는 확정할 수 없습니다(상의 가치는 부분적으로 어워즈 수상 지위 인정의 가치에서 도출됩니다).

10. 세금 **(Taxes):** 잠재적 수상자에 대한 지급은, Google이 적용 가능한 모든 주, 연방, 지방, 관할 구역 및 외국의 세무 보고 및 원천징수 요구사항을 준수할 수 있도록, Google이 요청하는 모든 증빙 서류를 Google에 제출해야 한다는 명시적 요구사항을 전제로 합니다. 해당되는 경우, 상은 Google이 법률에 따라 원천징수해야 하는 모든 세금을 제외한 순 가치(Net of any taxes)로 지급됩니다. 해당되는 경우, 상에 부과되는 세금은 수상자의 단독 책임입니다. 상을 받기 위해, 해당되는 경우, 잠재적 수상자는 적용 법률(잠재적 수상자의 거주국 법률을 포함하되 이에 제한되지 않음)에 의해 결정된 바에 따라 Google 또는 해당 과세 관할 당국이 요청하거나 적용 법률에 의해 달리 요구되는 세무 증빙 서류를 제출해야 합니다. 잠재적 수상자는 자신이 적용 가능한 모든 세법 및 신고 요구사항을 준수하도록 보장할 책임이 있습니다. 잠재적 수상자가 그러한 서류를 제공하지 않거나 그러한 법률을 준수하지 않는 경우, 상은 박탈될 수 있으며 Google은 단독 재량으로 대체 잠재적 수상자를 선정할 수 있습니다.

11. 일반 조건 **(General Conditions):** 모든 연방, 주, 관할 구역 및 지방 법률과 규정이 적용됩니다. Google은 참가자가 부정행위, 기만 또는 기타 불공정한 플레이 관행으로 콘테스트의 합법적인 운영을 훼손하려고 시도했다고 합리적으로 믿거나, 다른 참가자, Google 또는 심사위원단을 귀찮게 하거나, 모욕하거나,

위협하거나, 괴롭혔다고 Google의 단독 재량으로 판단하는 경우, 해당 참가자를 콘테스트에서 실격 처리할 수 있는 권리를 보유합니다.

12. 지적재산권 **(Intellectual Property Rights):** Google과 참가자 간의 관계에 있어, 참가자는 출품작에 대한 모든 지적 및 산업 재산권(인격권 포함)의 소유권을 유지합니다. 참여 조건으로서, 참가자는 Google, 그 자회사, 대리인 및 파트너 회사에 출품작을 사용, 복제, 개작, 수정, 출판, 배포, 공개 시연, 이로부터 파생 저작물 생성 및 공개 전시할 수 있는 영구적이고, 취소 불가능하며, 전 세계적이고, 로열티가 없으며, 비독점적인 라이선스를 부여합니다. 이는 (1) Google과 심사위원단이 콘테스트의 목적을 위해 출품작을 평가할 수 있도록 하기 위한 목적, 그리고 (2) 대중 또는 다른 집단에 대한 커뮤니케이션을 통한 광고 및 홍보와 관련하여 활용하기 위한 목적(홍보 목적으로 스크린샷, 애니메이션 및 출품작 클립을 제공할 수 있는 권리를 포함하되 이에 제한되지 않음)으로 부여됩니다.

13. 개인정보 보호 **(Privacy):** 참가자는 Google이 등록 과정 및 콘테스트 기간 동안 제공된 개인 식별 정보(성명, 우편 주소, 전화번호 및 이메일 주소를 포함하되 이에 제한되지 않음)를 수집, 저장, 공유 및 달리 사용할 수 있음을 인정하고 동의합니다. Google은 콘테스트를 관리하고, 출품작이 상을 받을 자격이 있는 경우 참가자의 신원, 우편 주소 및 전화번호를 확인하는 목적을 포함하여, 자사의 개인정보 처리방침(http://www.google.com/policies/privacy/)에에) 따라 이 정보를 사용합니다.

참가자의 정보는 미국을 포함하여 참가자의 거주국 외의 국가로 이전될 수도 있습니다. 그러한 타 국가들은 참가자의 거주국과 유사한 개인정보 보호 법률 및 규정을 가지고 있지 않을 수 있습니다.

참가자가 등록 시 요구되는 필수 데이터를 제공하지 않는 경우, Google은 해당 출품작을 실격 처리할 수 있는 권리를 보유합니다. 참가자는 콘테스트와 관련하여 Google이 보유한 개인 데이터에 대해 열람, 검토, 정정 또는 삭제를 요청할 권리가 있으며, 이는 이메일(impact-awards@google.com)로 Google에 서면 요청함으로써 가능합니다.

14. 홍보 **(Publicity):** 상을 수락함으로써, 참가자는 법으로 금지되지 않는 한 주최자와 그 대행사가 광고 및 홍보 목적으로 추가적인 보상 없이 수상자의 성명 및/또는 초상을 사용하는 것에 동의합니다.

15. 보증, 면책 및 해제 **(Warranty, Indemnity and Release):** 참가자는 본인의 출품작이 고유한 독창적 저작물임을 보증하며, 이에 따라 제출된 출품작의 유일하고 배타적인 소유자이자 권리 보유자로서 콘테스트에 출품작을 제출하고 필요한 모든 라이선스를 부여할 권리가 있음을 보증합니다. 각 참가자는 (1) 저작권, 상표권, 특허권, 영업비밀, 프라이버시, 퍼블리시티권 또는 비밀유지 의무를 포함하되 이에 제한되지 않는 제3자의 소유권, 지적재산권, 산업재산권, 인격권 또는 기타 권리를 침해하거나, (2) 관련 주법 또는 연방법을 위반하는 출품작을 제출하지 않을 것에 동의합니다.

법이 허용하는 최대 한도 내에서, 각 참가자는 참가자의 행위, 불이행 또는 묵과 및/또는 본 약관에 명시된 보증의 위반으로 인해 발생하는 모든 책임, 청구, 요구, 손실, 손해, 비용 및 경비로부터 콘테스트 주체들을 방어하고 면책하며 항상 피해가 없도록 유지하는 데 동의합니다.

법이 허용하는 최대 한도 내에서, 각 참가자는 다음 각 호로 인해 발생하거나 누적되는 모든 청구, 소송, 소송 절차 및 일체의 손실, 책임, 손해, 비용 및 경비(합리적인 변호사 비용 포함)로부터 콘테스트 주체들을 방어하고, 면책하며, 피해가 없도록 하는 데 동의합니다: (a) 참가자가 업로드하거나 제공한 출품작 또는 기타 자료가 타인의 저작권, 상표권, 영업비밀, 트레이드 드레스, 특허권 또는 기타 지적재산권을 침해하거나, 타인을 비방하거나, 퍼블리시티권 또는 프라이버시권을 위반하는 경우, (b) 콘테스트와 관련하여 참가자가 행한 허위 진술, (c) 참가자의 본 규칙 미준수, (d) 본 규칙의 당사자가 아닌 개인 또는 단체가 참가자의 콘테스트 참여와 관련하여 제기한 청구, (e) 상의 수락, 소지, 오용 또는 사용, 또는 콘테스트 관련 활동에의 참여.

참가자는 (a) 콘테스트 사이트의 오작동 또는 기타 문제, (b) 출품 정보의 수집, 처리 또는 보유 과정에서의 오류, (c) 상금 또는 수상자의 인쇄, 제안 또는 발표 과정에서의 오타 또는 기타 오류와 관련된 일체의 책임으로부터 Google을 면책합니다.

16. 자격 박탈 **(Elimination):** 참가자가 신원, 우편 주소, 전화번호, 이메일 주소, 권리 소유권 또는 본 규칙의 준수 여부 등과 관련하여 콘테스트 내에서 허위 정보를 제공하는 경우, 해당 참가자는 콘테스트에서 즉시 실격(제외) 처리될 수 있습니다.

17. 인터넷 **(Internet):** 콘테스트 주체들은 시스템 오류, 컴퓨터 또는 기타 통신 전송의 실패·불완전·왜곡, 모든 종류의 하드웨어 또는 소프트웨어 고장, 네트워크 연결 유실 또는 사용 불가능, 오타 또는 시스템/인적 오류 및 실패, 전화 네트워크 또는 회선, 케이블 연결, 위성 전송, 서버 또는 제공업체나 컴퓨터 장비의 기술적 오작동, 인터넷 또는 콘테스트 사이트의 트래픽 혼잡 또는 이들의 조합(참가자의 참여 능력을 제한할 수 있는 기타 통신, 케이블, 디지털 또는 위성 오작동 포함)으로 인해 콘테스트 사이트 전체의 오작동이나 출품작의 지연, 분실, 훼손, 오배송, 불완전, 판독 불가, 전달 불가능 또는 파멸에 대해 책임을 지지 않습니다.

18. 취소, 수정 또는 실격 권한 **(Right to Cancel, Modify or Disqualify):** 컴퓨터 바이러스 감염, 버그, 변조, 무단 개입, 사기, 기술적 실패 또는 콘테스트의 관리, 보안, 공정성, 무결성 또는 적절한 진행을 방해하거나 영향을 미치는 기타 사유를 포함하여 어떠한 이유로든 콘테스트가 계획대로 진행될 수 없는 경우, Google은 단독 재량으로 콘테스트를 취소, 종료, 수정 또는 중단할 수 있는 권리를 보유합니다. Google은 출품 절차나 콘테스트 또는 콘테스트 사이트의 기타 부분을 변조하는 참가자를 실격 처리할 수 있는 권리를 보유합니다. 참가자가 콘테스트 사이트를 포함한 웹사이트를 고의로 손상시키거나 콘테스트의 정당한 운영을 방해하려는 시도는 형사 및 민사법 위반에 해당하며, 이러한 시도가 있을 경우 Google은 관련 법률이 허용하는 최대 한도 내에서 해당 참가자에게 손해배상을 청구할 수 있는 권리를 보유합니다.

19. 고용 관계의 부정 **(Not an Offer or Contract of Employment):** 어떠한 경우에도 콘테스트 출품작의 제출, 상의 수여 또는 본 규칙의 어떠한 내용도 Google 또는 콘테스트 주체들과의 고용 제안이나 고용 계약으로 해석되지 않습니다. 귀하는 귀하의 출품작을 자발적으로 제출하였으며 비밀이나 신뢰 관계에

기반하여 제출한 것이 아님을 인정합니다. 귀하는 현재 귀하와 Google 또는 콘테스트 주체들 간에 어떠한 비밀 유지, 신탁, 대리 또는 기타 관계나 묵시적 계약도 존재하지 않으며, 본 규칙에 따른 출품작 제출로 인해 그러한 관계가 형성되지 않음을 인정합니다.

20. 재판관할 및 사법 절차의 배제 **(Forum and Recourse to Judicial Procedures):** 관련 법률이 허용하는 최대 한도 내에서, 본 규칙과 콘테스트는 법률 저촉 원칙을 배제하고 미국 캘리포니아 주법에 의해 규율되고 이에 따라 해석됩니다. 본 규칙의 어느 조항이 무효이거나 집행 불가능한 것으로 판정되는 경우에도, 나머지 조항들은 완전한 효력을 유지합니다.

21. 중재 **(Arbitration):** 콘테스트에 참여함으로써, 관련 법률이 허용하는 최대 한도 내에서 귀하는 콘테스트와 어떤 방식으로든 관련된 분쟁, 청구 또는 요구에 대한 독점적 관할권이 구속력 있는 중재를 통해 결정된다는 데 동의합니다. 관련 법률이 허용하는 최대 한도 내에서, 본 약관으로 인해 발생하는 귀하와 Google 간의 모든 종류 또는 성격의 분쟁은, 본 계약의 발효일 기준 시행 중인 신속 절차(Expedited Procedures)를 조건으로, 분쟁 금액에 관계없이 국제분쟁해결센터(ICDR)의 국제 중재 규칙(International Arbitration Rules)에 따라 최종적이고 구속력 있는 중재에 회부되어야 합니다. 중재는 중재지인 미국 캘리포니아주 산타클라라 카운티(Santa Clara County)에서 1인의 중재인에 의해 영어로 진행됩니다. 중재는 비밀 정보(중재의 존재 여부 및 이와 관련된 일체의 구두 또는 서면 정보를 포함함)에 해당합니다. 다만, 당사자들은 중재 결정을 집행하기 위해 필요한 정보를 관할 법원에 공개할 수 있으나, 이는 해당 사법 절차에서 해당 자료들의 비밀 유지가 보장되는 경우에 한합니다. 중재인은 형평법(Equity)이 아닌 오직 법률(Law)에 근거해서만 판정을 내릴 수 있습니다. 각 당사자는 분쟁에 관한 중재인의 최종 결정과 관계없이 자신의 변호사 및 전문가 비용과 경비를 각자 부담합니다.

22. 언어 **(Language):** 본 영문 규칙의 조건과 관련 자료(웹사이트, 본 규칙의 비영문 번역본, 판매 시점 광고, TV, 인쇄물 또는 온라인 광고, Google 직원 또는 기타 대표자가 제공한 본 규칙에 대한 지침이나 해석을 포함하되 이에 제한되지 않음) 간에 불일치 또는 모순이 발생하는 경우, 법이 허용하는 최대 한도 내에서 본 영문 규칙의 조건이 우선하고 적용되며 통제합니다.

23. 수상자 명단 **(Winner's List):** 귀하는 2026년 12월 31일 이전까지, 본인의 성명과 주소가 기재되어 있고 우표가 부착된 반송용 봉투(Self-addressed stamped envelope)를 아래 주소로 송부함으로써 수상자 명단을 요청할 수 있습니다:

- 주소: Google Asia Pacific Pte. Ltd., 70 Pasir Panjang Road, #03-71, Mapletree Business City II Singapore 117371