Google Ads Impact Awards 2026 Agency: 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.

01. 참여 지역 **(Participating Territories)**

Google Ads Impact Awards 2026("콘테스트")는 다음 국가("각 참여 지역")의 세일즈 지원 대행사만을 위한 어워즈 프로그램입니다:

대한민국을 포함한 본 프로그램의 대상 참여 지역 (본 약관은 해당 참여 지역 내 유효한 Ads Manager Account ID를 보유한 대행사에 적용됩니다).

02. 구속력 있는 계약 **(Binding Agreement)**

본 콘테스트는 이 이용약관("규칙")의 적용을 받습니다. 콘테스트에 참여하려면 귀하("귀하" 또는 "참가자")는 본 규칙에 동의해야 합니다. 따라서 참여 전에 본 규칙을 읽고 이해하고 동의하는지 확인하십시오.

2.1 귀하가 대행사나 법인의 일원으로 또는 대행사나 법인을 대신하여 참여하는 경우, 귀하는 다음에 동의합니다: (i) 본 규칙은 해당 대행사/법인에 구속력을 가집니다; (ii) 귀하는 해당 대행사/법인의 직원, 이사, 임원, 근로자 또는 공인 대리인 중 하나입니다; (iii) 해당 대행사/법인을 대신하여 본 규칙을 체결함에 있어, 귀하는 귀하의 권한 범위 내에서 행동하며, 귀하에게 적용되는 국가의 법률 및 규정에 따라 콘테스트 참여, 본 규칙 수락 및 기타 관련 사항에서 해당 대행사/법인을 대표할 수 있는 유효한 권한을 부여받았습니다; (iv) 해당 대행사/법인은 귀하의 행동을 완전히 인지하고 이에 동의하였으며, 여기에는 상의 잠재적 수령 및 어워즈 이벤트 참석이 포함됩니다; (v) 귀하의 행동은 해당 대행사/법인의 정책이나 절차를 위반하지 않습니다. 귀하가 대행사/법인을 대신하여 참여하는 경우, 귀하는 상 또는 그 일부를 개인적으로 청구할 권리가 없으며, 이 경우 참가자는 해당 대행사/법인입니다.

2.2 본 규칙에서 '귀하' 또는 '참가자'에 대한 모든 언급은 경우에 따라 귀하가 스스로를 위하여 행동하는 경우 귀하를 지칭하는 것 또는 귀하가 대신하여 행동하며 콘테스트에 참여하는 대행사/법인을 지칭하는 것을 포함합니다.

2.3 귀하는 콘테스트에 작품을 제출하는 것이 본 규칙에 대한 동의를 구성한다는 데 동의합니다. 본 규칙에 동의하지 않는 한 콘테스트에 작품을 제출할 수 없으며, 본 규칙에 명시된 상을 받을 자격이 없습니다. 본 규칙은 귀하와 Google 간에 콘테스트와 관련하여 구속력 있는 법적 계약을 형성합니다.

03 참가 자격 **(Eligibility)**

3.1 콘테스트에 참여할 자격은 다음과 같습니다: (i) 귀하는 참여 지역의 법적 거주자이고 물리적으로 해당 지역에 있거나, 대행사/법인의 경우 본사나 주된 사업장이 참여 지역에 위치해야 합니다; (ii) 귀하는 참여 시점에 거주하는 참여 지역에서 성년 이상이어야 합니다; (iii) 귀하는 콘테스트 참여 시점에 위치한 국가에서 사업을 수행하는 유효한 Ads Manager Account ID(MCC)를 보유한 세일즈 지원 대행사여야 합니다; 그리고

(iv) 귀하는 최소 2026년 12월 31일까지 유효한 Ads Manager Account ID(MCC)를 보유한 세일즈 지원 대행사로 남아 있어야 합니다.

3.2 참가자는 콘테스트 기간 동안 본 규칙 외에 Google에 대한 모든 계약상 의무(Google Ads 이용약관 및 Google Marketing Platform 광고 제품 - 서비스별 약관을 포함하되 이에 국한되지 않음)를 준수해야 합니다. 콘테스트는 법으로 금지된 지역에서는 무효입니다. Google, 그 자회사, 계열사, 심사 목적으로 사용되는 파트너 회사 및 각각의 광고 및 프로모션 대행사, 대표자 및 대리인("콘테스트 관계자")의 이사, 임원, 직원, 인턴, 계약자 및 공식 임원, 그리고 콘테스트 관계자의 직계 가족(부모, 형제자매, 자녀, 배우자 및 동거인, 거주지에 관계없이) 및 가구 구성원(친족 여부에 관계없이)은 본 콘테스트에 참여할 자격이 없습니다. Google은 언제든지 자격 여부를 확인하고 분쟁에 대해 단독 재량으로 결정할 권리를 가집니다.

3.3 본 콘테스트의 목적상 시간을 결정하는 유일한 기준은 Google이 사용하는 공식 시간 측정 장치입니다.

04 주최자 **(Promoter)**

콘테스트의 주최자는 다음과 같습니다: 모든 참여 지역에 대해 - Google Asia Pacific Pte. Ltd., 주된 사업장은 70 Pasir Panjang Road, #03-71, Mapletree Business City II, Singapore 117371에 있습니다.

05 응모 기간 **(Entry Period)**

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

06 참여 방법 **(How to Enter)**

6.1 참여 또는 수상을 위해 어떠한 구매도 필요하지 않습니다. 참여하려면 지정된 공식 어워즈 전자 참여 양식("참여 양식")을 작성해야 합니다. 유효한 Ads Manager Account ID(MCC)를 가진 세일즈 지원 대행사당, 어워즈당, 참여 지역당 하나의 참여 양식만 제출할 수 있습니다.

6.2 세일즈 지원 대행사가 하나 이상의 지역에서 활동하는 경우, 해당 대행사는 동일한 어워즈에 대해 둘 이상의 지역에서 참여 양식을 제출할 수 없습니다. 세일즈 지원 대행사의 신원은 참여 양식에 기재된 Google Ads Manager Account 번호(MCC)를 기준으로 결정되며 프로필과 일치하는지를 확인합니다. 복수의 MCC를 보유한 대행사라 하더라도 어워즈당 중복 참여는 불가합니다.

6.3 모든 출품작은 응모 기간 내에 제출되어야 합니다. 이 시간 이후에 제출된 모든 출품작은 무효 처리됩니다.

6.4 출품작을 제출함으로써 귀하는 다음 사항을 인정하고 동의합니다: (1) 참여는 자발적이며 아무런 제한 없이 이루어집니다; (2) 참여로 인해 Google이 본 규칙 이외의 어떠한 의무도 부담하지 않습니다.

6.5 참가자는 본 공식 규칙 및 콘테스트에 관한 Google의 모든 커뮤니케이션에 명시된 모든 지침을 준수해야 합니다. 본 규칙 및 Google의 지침을 준수하지 않을 경우, 해당 출품작은 콘테스트에서 실격 처리될 수 있습니다.

6.6 참여 양식에 설명된 대로, 대행사는 고객 사례 연구("사례 연구")를 제출해야 합니다. 제출되는 사례 연구의 자격 인정 기간은 공식 양식에 지정된 타당한 12개월의 범위 내여야 하며, 해당 날짜 이외의 사례 연구는 제출해서는 안 되며 평가 대상에서 제외됩니다.

07 지적 재산권 **(Intellectual Property Rights)**

7.1 Google과 귀하 사이에서, 귀하는 콘테스트 참여의 일부로 제출한 모든 콘텐츠에 대한 모든 지적 재산권(저작인격권 포함)의 소유권을 보유합니다. 콘테스트에 출품작을 제출함으로써, 귀하의 지적 재산권 존속 기간 동안 Google, 그 계열사, 대리인 및 파트너 회사에게 콘테스트와 관련된 모든 목적(예: Google 및 심사위원이 콘테스트 목적으로 귀하의 출품작을 평가하고 대중에게 수상자를 식별할 수 있도록 하기 위함, 광고 및 홍보, 언론 및 미디어 커뮤니케이션 목적, 본 공식 규칙에 따라 허용된 대로 출품작을 사용하는 데 필요한 모든 법적 권리 포함)을 위해 해당 출품작을 사용, 복사, 복제, 개작, 수정, 출판, 배포, 공개적으로 공연, 2차적 저작물 생성 및 공개적으로 전시할 수 있는 취소 불가능하고, 서브라이선스가 가능하며, 전 세계적이고, 로열티가 없으며, 비독점적인 라이선스를 부여합니다.

7.2 귀하는 귀하의 출품작에 포함된 지적 재산권에 대한 정당한 권리가 있으며, 다른 기존 저작물의 전부 또는 일부를 모방하거나 도용하지 않았음을 보증합니다.

7.3 콘테스트에 참여함으로써, 참가자는 해당 지적 재산권법의 전체 보호 기간 동안 광고 및 홍보 목적(콘테스트 홍보를 포함하되 이에 국한되지 않음)으로 참가자의 이름, 상호, 브랜드 요소 및 웹사이트 주소를 사용할 수 있는 전 세계적이고, 취소 불가 능하며, 서브라이선스가 가능하고, 비독점적인 라이선스를 Google에 부여합니다.

7.4 참가자는 수상자가 될 경우 콘테스트와 관련된 모든 미디어나 홍보 활동에 참여하는 데 동의하며, 그 경우 Google에 광고 및 홍보 목적으로 참가자의 이름, 이미지 및 초상을 사용할 수 있는 전 세계적이고, 취소 불가능하고, 서브라이선스가 가능한 비독점적 라이선스를 부여합니다.

08 심사 **(JUDGING)**

8.1 각 출품작은 참여 기업의 성과 지표와 함께 주최자(Sponsor), Accenture 및 기타 외부 산업 파트너의 직원인 전문가 패널("심사위원")에 의해 심사됩니다. 2026년 9월경, 심사위원은 제8.3조(어워즈 카테고리)에 어워즈별로 정의된 다음 기준에 따라 각 출품작을 평가합니다.

본 콘테스트는 다음의 어워즈 카테고리(각각 "어워즈") 중 일부 또는 전체가 서로 다른 참여 지역에서 제공됩니다. 각 카테고리별로 참여 지역당 1명의 "수상자(Winner)" 및 3명의 "파이널리스트(Finalist)"(제9조에 정의됨)가 선정됩니다. 어느 어워즈가 어느 참여 지역에서 제공되는지에 대한 상세 내용은 아래 표에 명시되어 있습니다.

어워즈 부문 **(Award)**	참여 지역 **(Participating Territory)**
AI 엑설런스 어워즈	대한민국
데이터 이노베이션 어워즈	대한민국
미디어 성과 어워즈	대한민국
글로벌 성장 어워즈	대한민국
앱 성장 어워즈	대한민국

8.2 귀하는 귀하의 참여 지역에서 제공되는 위 어워즈 중 원하는 수만큼 참여할 수 있으며, 참여 양식에서 올바른 옵션을 선택하면 됩니다(어워즈 유형당 하나의 출품작 제한). 그러나 먼저 아래의 자격 기준을 확인하여 해당 어워즈에 참여할 자격이 있는지 확인해야 합니다. 다음 정보에는 각 어워즈의 심사 기준도 포함되어 있습니다.

8.3 어워즈 부문 **(AWARD CATEGORIES)** 2026년 콘테스트 어워즈 부문은 다음과 같습니다: AI 엑설런스, 데이터 이노베이션, 미디어 성과, 글로벌 성장 어워즈, 앱 성장

8.3.1 AI 엑설런스 어워즈

- 귀하가 해당 어워즈를 수상해야 하는 이유를 설명하기 위해 다음 각 영역별로 지정된 단어 수 이하로 제출해야 합니다:
    - 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.
- 본 카테고리의 출품작은 다음 기준에 따라 평가됩니다:
    - 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.

8.3.2 데이터 이노베이션 어워즈

- 귀하가 해당 어워즈를 수상해야 하는 이유를 설명하기 위해 다음 각 영역별로 지정된 단어 수 이하로 제출해야 합니다:
    - 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.
- 본 카테고리의 출품작은 다음 기준에 따라 평가됩니다:
    - 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.

8.3.3 미디어 성과 어워즈

- 귀하가 해당 어워즈를 수상해야 하는 이유를 설명하기 위해 다음 각 영역별로 지정된 단어 수 이하로 제출해야 합니다:
    - 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.
- 본 카테고리의 출품작은 다음 기준에 따라 평가됩니다:
    - 제품 활용도 (Product usage): 검색용 AI Max(AI Max for Search), 실적 최대화(Performance Max), 디맨드 젠(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.

8.3.4. 글로벌 성장 어워즈

- 귀하가 해당 어워즈를 수상해야 하는 이유를 설명하기 위해 다음 각 영역별로 지정된 단어 수 이하로 제출해야 합니다
    - 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.
- 본 카테고리의 출품작은 다음 기준에 따라 평가됩니다:
    - 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.

8.3.5 앱 성장 어워즈

- 귀하가 해당 어워즈를 수상해야 하는 이유를 설명하기 위해 다음 각 영역별로 지정된 단어 수 이하로 제출해야 합니다
    - 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.
- 본 카테고리의 출품작은 다음 기준에 따라 평가됩니다:

- 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.

8.4 종합 평가 및 후보 부족 시 권리

모든 어워즈에 대해, 관련 참여 지역과 관련하여 위 모든 영역에서 전반적으로 최고의 성과를 보인 것으로 판단되는 참가자가 해당 참여 지역의 상을 받게 됩니다. 다만 Google은 특정 참여 지역의 참가자가 충분히 높은 수준에 미치지 못한다고 판단되는 경우 해당 참여 지역에서 시상하지 않을 수 있습니다. 심사 절차에 대한 자세한 내용은 제8조(심사)를 참조하십시오. 특정 카테고리 내에 지원서가 부족한 경우, 당사는 지원이 부족한 카테고리 내에서 인정 및 시상할 잠재적 후보로서 다른 카테고리에 제출된 지원서를 고려할 권리를 가집니다.

09 수상자 및 트로피 **(AWARD WINNERS AND TROPHIES)**

각 어워즈의 수상자에게는 각각 트로피가 수여되며, 자신이 수상한 관련 참여 지역의 모든 영업 및 마케팅 자료에 수상 사실을 홍보하도록 초청됩니다. 이는 (i) 수상자에게 제공될 Google의 브랜드 사용 가이드라인 준수, 및 (ii) 실제 사용 방식에 대해 Google로부터 사전에 서면 승인을 받는 것을 조건으로 합니다. 2026년 마케팅 자료에 포함되려면, 귀하는 최소 2026년 12월 31일까지 유효한 Ads Manager Account ID(MCC)를 보유한 세일즈 지원 대행사로 남아 있어야 합니다. 상의 대략적인 소매 가치는 산정하기 어렵습니다(상의 가치는 부분적으로 수상 자격 인정의 가치에서 도출됩니다)

10. 일반 조건 **(GENERAL CONDITIONS).**

Google은 Google의 단독 재량으로 참가자가 본 규칙을 준수하지 않았거나, 부정행위, 기만 또는 기타 불공정한 플레이 관행으로 콘테스트의 합법적인 운영을 훼손하려고 시도했거나, 다른 참가자, Google 또는 심사위원을 괴롭히거나, 학대하거나, 위협하거나, 방해하는 경우, 또는 참가자의 행동이 콘테스트의 취지나 의도에 반하는 경우 해당 참가자를 콘테스트에서 실격 처리할 권리를 가집니다. 확정된 수상자로 선언되기

전에, 각 잠재적 수상자는 자격 선언서(Declaration of Eligibility) 및 책임 면책/마케팅 동의서에 서명하여 반환해야 할 수 있으며, 주최자가 요구하는 추가 정보를 제공해야 할 수 있습니다.

11. 개인정보 보호 **(PRIVACY)**

11.1 참가자는 이름, 우편 주소, 전화번호 및 이메일 주소 등을 포함하되 이에 국한되지 않는 개인 데이터("개인 데이터")가 콘테스트를 수행하고 관리할 목적으로 수집, 처리, 저장 및 달리 사용될 수 있음에 동의합니다. 또한 참가자가 적격한 어워즈를 수상하는 경우 참가자의 신원, 우편 주소 및 전화번호를 확인하고 해당 어워즈를 전달하기 위해 Google이 이 데이터를 사용할 수도 있음에 동의하며, 나아가 참가자는 자신의 대행사 직원 또는 대행사를 대표하도록 지정된 대표단만 어워즈 이벤트 또는 관련 활성화 활동(Google이 Google Ads Impact Awards와 관련하여 운영하는 어워즈 서밋, 패널 및 기타 이벤트를 포함하되 이에 국한되지 않음)에 참석하도록 허용할 것을 보증하며, 해당 대표단 또한 이에 동의함을 보증합니다. 참가자로부터 수집된 모든 개인 정보는 https://www.google.com/policies/privacy/ 에 위치한 Google의 개인정보처리방침의 적용을 받습니다.

11.2 귀하는 귀하의 고객 광고주로부터 수집하여 콘테스트의 일부(제출물이든 사례 연구 내이든)로 사용되는 모든 개인 데이터와 관련하여, 해당 개인 데이터가 귀하 또는 귀하의 고객 광고주에게 적용되는 모든 관할권의 모든 개인정보 보호, 데이터 보안 및 데이터 보호 법률, 지침, 규정 및 규칙을 준수하여 수집되었음을 진술하고 보증합니다. 또한 해당 고객 광고주가 Google이 콘테스트의 사례 연구에서 자신의 개인 데이터를 사용하고 인터뷰, 사례 연구 사용 허가 및 이벤트 참여 초대를 위해 귀하의 고객 광고주에게 직접 연락하는 것에 동의했음을 진술하고 보증합니다. 동의를 구할 때 귀하는 고객 광고주가 제공한 동의 기록을 보관해야 하며, 고객 광고주에게 동의 철회를 위한 명확한 지침을 제공해야 합니다. 귀하가 이 요구 사항을 준수하지 않을 경우, 당사는 귀하의 콘테스트 참여를 중단하거나 종료할 수 있습니다.

12. 퍼블리시티 및 라이선스 **(PUBLICITY AND LICENSE)**

어워즈를 수락함으로써, 참가자는 추가 보상 없이 광고 및 홍보 목적으로 자신의 이름 및/또는 초상을 Google 및 그 대행사가 사용하는 것에 동의합니다(또한 Google Ads Impact Awards와 관련되거나 그로부터 파생된 활성화 활동이나 이벤트에 참석하거나 참여하는 대행사의 대표단 역시 자신의 이름 및/또는 초상을 그렇게 사용하는 것에 동의하며 Google이 요구할 경우 동의서에 서명할 것임을 선언합니다). 참가자는 상호 및 웹사이트를 사용하는 데 동의합니다. 참여 조건으로, 참가자는 Google, 그 자회사, 대리인 및 파트너 회사에 모든 경쟁 출품작 및 모든 부수 자료(참가자의 이름, 로고, 관련 이미지 및 기타 브랜드 요소를 포함하되 이에 국한되지 않음)를 법이 허용하는 최대 기간 동안(종이 및 전자 형식을 포함하되 이에 국한되지 않는 모든 표현 형식으로) 다음과 같은 목적으로 사용, 복제, 개작, 수정, 출판, 배포, 공개적으로 공연, 2차적 저작물 생성 및 공개적으로 전시할 수 있는 전 세계적이고, 로열티가 없으며, 비독점적인 라이선스를 부여합니다: (1) Google 및 심사위원이 콘테스트 목적으로 출품작을 평가할 수 있도록 하기 위함, 및 (2) 수상자의 경험을 온라인에 전시되는 시연으로 사용하기 위함. 참가자는 Google이 마케팅 자료에서 참가자의 공유된 온라인 데이터 및 경험을 활용할 수 있도록 허가합니다.

13. 보증 및 면책 **(WARRANTY AND INDEMNITY)**

법이 허용하는 최대 한도 내에서, 각 참가자는 다음 사항과 관련한 모든 주장, 청구, 소송, 고소 또는 소송절차로부터 발생하는 모든 손실, 책임, 손해, 비용, 수수료(합리적인 변호사 비용 포함) 및 경비로부터

Google 및 Accenture PLC와 그 각 계열사, 이사, 임원 및 직원을 항상 면책하고, 방어하고, 피해가 없도록 유지하는 데 동의합니다: (a) 참가자의 행동, 불이행 또는 오차 및/또는 본 규칙에 명시된 보증 위반; (b) 콘테스트와 관련하여 참가자가 한 모든 허위 진술; (c) 참가자의 본 규칙 불이행; (d) 본 규칙의 당사자가 아닌 개인이나 단체가 참가자의 콘테스트 참여와 관련하여 제기한 청구; (e) 모든 상의 수락, 소유, 오용 또는 사용, 또는 모든 콘테스트 관련 활동 참여 또는 본 콘테스트 참여; (f) 참가 정보의 수집, 처리 또는 보관상의 모든 오류; 또는 (g) 모든 상 또는 수상자의 인쇄, 제공 또는 발표상의 모든 오기 또는 기타 오류.

14. 자격 박탈 **(ELIMINATION)**

본 콘테스트의 맥락 내에서 참가자가 신원, 우편 주소, 전화번호, 이메일 주소, 권리의 소유권 등과 관련하여 허위 정보를 제공하거나 본 규칙을 준수하지 않은 경우, 기타 적용 가능한 구제수단 외에 콘테스트로부터 참가자가 즉시 실격 처리될 수 있습니다.

15. 인터넷 **(INTERNET)**

법이 허용하는 최대 한도 내에서, Google은 Google Ads 또는 Google Marketing Platform 도구나 기능의 오작동 또는 시스템 오류, 컴퓨터 또는 기타 통신 전송의 실패, 불완전 또는 왜곡, 모든 종류의 하드웨어 또는 소프트웨어 장애, 네트워크 연결의 손실 또는 사용 불가능, 인쇄상의 또는 시스템/인적 오류 및 장애, 모든 전화 네트워크 또는 회선, cable 연결, 위성 전송, 서버 또는 제공업체, 또는 컴퓨터 장비의 기술적 오작동, 인터넷 또는 Google Ads 사이트의 트래픽 혼잡, 또는 이들의 조합(참가자의 참여 능력을 제한할 수 있는 기타 통신, 케이블, 디지털 또는 위성 오작동 포함)으로 인한 모든 지연, 분실, 손상, 오배송, 불완전, 판독 불능, 배달 불능 또는 파괴된 출품작에 대해 책임지지 않습니다.

16. 취소**,** 수정 또는 실격시킬 권리 **(RIGHT TO CANCEL, MODIFY OR DISQUALIFY)**

어떤 이유로든 콘테스트(또는 그 일부)가 계획대로 진행될 수 없는 경우(컴퓨터 바이러스 감염, 버그, 조작, 무단 개입, 사기, 기술적 실패 또는 콘테스트의 관리, 보안, 공정성, 무결성 또는 적절한 수행을 손상시키거나 영향을 미치는 기타 원인을 포함), Google은 단독 재량으로 콘테스트를 취소, 종료, 수정 또는 중단할 권리를 가집니다. Google은 또한 제출 과정이나 콘테스트의 다른 부분을 조작하는 참가자를 실격시킬 권리를 가집니다. 참가자가 관련 웹사이트를 고의로 손상시키거나 콘테스트의 합법적인 운영을 훼손하려는 모든 시도는 형사 및 민사법 위반일 수 있으며, 그러한 시도가 있을 경우 Google은 해당 참가자에게 적용 가능한 법률이 허용하는 최대한의 손해 배상을 청구할 권리를 가집니다.

17. 고용 제안 또는 계약으로의 해석 금지 **(NOT AN OFFER OR CONTRACT OF EMPLOYMENT)**

어떠한 상황에서도 참여 양식의 제출, 어워즈 수상 또는 본 규칙의 어떠한 내용도 Google과의 고용 제안 또는 계약으로 해석되어서는 안 됩니다. 귀하는 본 콘테스트에 자발적으로 참여했으며, 신뢰나 신의 관계에 기반하지 않았음을 인정합니다. 귀하는 현재 귀하와 Google 또는 콘테스트 주체 간에 비밀, 신탁, 대리 또는 기타 관계나 묵시적 계약이 존재하지 않으며, 그러한 관계가 설정되지 않았음을 인정합니다.

18. 준거법 및 사법관할 **(GOVERNING LAW AND JURISDICTION)**

적용 가능한 법률이 허용하는 최대 한도 내에서, 본 규칙 및 콘테스트는 미국의 캘리포니아 주법의 적용을 받으며 그에 따라 해석됩니다(준거법 원칙의 충돌은 고려하지 않음). 외국법, 규칙 및 규정과 캘리포니아 주법, 규칙 및 규정 간에 충돌이 발생하는 경우, 캘리포니아 주법, 규칙 및 규정이 우선하고 지배합니다. 적용 가능한 법률이 허용하는 최대 한도 내에서, Google과 본 제 ~~18.3~~ 조에 속하는 모든 참가자는 미국 캘리포니아주 산타클라라 카운티(Santa Clara County, California)에 위치한 법원의 전속적이고 개인적인 관할권에 따르는 것에 동의합니다.

19. 언어 **(LANGUAGE)**

본 국문 규칙의 조건과 관련 자료(웹사이트, 본 규칙의 비영어 번역본, 정보 발생 지점/접점, 텔레비전, 인쇄 또는 온라인 광고, Google 직원 또는 기타 대표자가 제공한 본 규칙의 지침 또는 해석을 포함하되 이에 국한되지 않음) 간에 불일치나 모순이 있는 경우, 법이 허용하는 최대한의 범위 내에서 본 영문 규칙의 조건이 우선하고 적용되며 통제합니다.