GAMES ON AWS 2026

aws FOR GAMES

클릭에서 플레이어로!

AWS × Amazon Ads가 바꾸는 게임 마케팅

홍원정 (Elena Hong)

Senior Client Partner, Digital Natives

Amazon Ads

GS Neotek | MEGAZONE CLOUD

K-게임은 세계 4위.
다음 승부처는
‘마케팅의 질’입니다

7.2%
세계 게임시장 점유율
중국·미국·일본에 이어 4위

$8.5B
2024년 게임 수출액
약 11.6조 원, 전년 대비 +1.3%

19.5%
북미 수출 비중
전년 대비 +4.7%p, 가장 빠르게 확대

그런데 해외 마케팅 현장의 과제는 커지고 있습니다

출시 경쟁 심화	글로벌 신작 증가 → 유저의 주목을 얻기가 점점 어려워짐
성과 증명의 어려움	채널 다변화 → 마케팅의 비즈니스 기여를 보여주기 어려움
채널 편중	기존 채널 의존 → 신규 도달 채널 필요

Source: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 2025 대한민국 게임백서 (2024년 기준)

AWS를 쓰고 계시다면, 왜 Amazon Ads는 아직 안 쓰고 계신가요?



© 2026, AMAZON.COM, INC. AFFILIATES.

AWS + Amazon Ads + AMC: 하나의 생태계로 완성하는 풀퍼널 (인지→성과)

LAYER 1 · AMAZON WEB SERVICES

AWS

게임 인프라 & 플레이어 데이터

Amazon EC2 · Amazon GameLift Servers · Amazon S3 · Amazon Redshift

1P 데이터

게임 운영과 함께 쌓이는 플레이어 데이터 = 마케팅의 출발점

LAYER 2

Amazon Ads

도달 & 인게이지먼트

Twitch · Prime Video · Amazon Ads Agent · DVA (구 Amazon DSP)

315M+

Prime Video 월간 광고 도달 + 게이머 커뮤니티의 중심, Twitch

LAYER 3

Amazon Marketing Cloud

측정 & 오디언스 생성

Amazon Marketing Cloud · 클린룸 · 맞춤 오디언스

자연어 → SQL

AI 어시스턴트가 자연어 질문을 AMC 쿼리로 변환

세 레이어가 연결되면 **인프라 → 오디언스 → 측정**이 하나의 루프로 돌아갑니다

 Source: Amazon internal, 2025, WW (est. monthly ad-supported reach); Amazon Ads, 2026

데이터가 흐르는 방식: AWS → AMC → Amazon Ads → AWS

01 AWS
수집
클라이언트의 플레이·이벤트·세션 로그를 Amazon S3·Amazon Redshift에 적재

02 AMC
연결
가명 처리한 자사(First-Party, 1P) 데이터를 클린룸(보안 분석 공간)에 업로드. 원본은 외부로 나가지 않음

03 AMC
결합
Amazon의 쇼핑·스트리밍·Twitch 시청 시그널과 결합해 커스텀 오디언스 생성

04 Amazon Ads
활성화
Ads Agent · Twitch · Prime Video 캠페인에 바로 적용

05 AMC
측정
노출 → 인게이지먼트 → LTV (Lifetime Value·유저 생애 가치) 분석, 다음 캠페인 타겟팅에 반영

↺ 05의 인사이트가 다시 01~04를 개선하는 Closed-loop(순환 구조)

예시 **북미 론칭 RPG:**
D-30 Prime Video·Twitch로 사전 인지도 확보 → D-Day 광고 완주·클릭 유저 기반 AMC 유사 오디언스(Lookalike) 생성 → Ads Agent·Twitch로 리타겟팅 → 도달, 노출, 인게이지먼트, 비즈니스 성과 비교

예시는 이해를 돕기 위한 가상 시나리오입니다.

게임 광고주에게 이 생태계가 특별한 세 가지 이유

UNIQUE REACH · 독보적 도달

315M+

Prime Video 월간 광고 도달

+ Twitch 게이머 커뮤니티까지 한 곳에서

UNIQUE DATA · 독보적 데이터

1P

Amazon 자사(1P) 데이터 기반 타겟팅

쇼핑·스트리밍 시그널 기반의 정교한 오디언스 설계

UNIQUE ACTION · 실제 행동

AMC

광고 노출 이후의 실제 행동까지 측정

정보 검색 · 사이트 방문 · 구매

Source: Amazon internal, 2025, WW (est. monthly ad-supported reach)

브랜딩 × 퍼포먼스:
같은 데이터로 함께 움직입니다

BRAND

도달과 인지

무엇으로

Prime Video Ads · Twitch & Twitch High Impact
Fire TV · 프리미엄 스트리밍

무엇을 보나

순 도달 · 완주율 · 브랜드 리프트(인지·선호 상승)

AI 최적화 · Brand+

나중에 행동할 가능성이 높은 사람에게 인지 광고 집중

AMC

같은 오디언스
같은 측정

PERFORMANCE

참여와 성과

무엇으로

Amazon Ads Agent 디스플레이· 비디오
리타겟팅 · 유사 오디언스(Lookalike)

무엇을 보나

인게이지먼트 · 재방문 · LTV(유저 생애 가치)

AI 최적화 · Performance+

신규 확보 · 재접촉 · 리텐션을 캠페인 목표에 맞춰 자동 최적화

Source: Amazon Ads, 2026 (Brand+ · Performance+)

Twitch — 게임 유저와의 실시간 연결



High Impact

Twitch 첫 화면에서 강렬한 첫인상

- Desktop Headliner
- Mobile Headliner
- First Impression Video Takeover (FITO)

Premium Video & Display

인지도 확보와 브랜드 메시지 강화

- Premium Video (6-60s)
- Stream Display Ads
- Twitch Display Mobile Mid-Feed Display
- Mobile Mid-Feed Video

Creator Sponsorships

스트리머와 함께 대화와 화제를 만들고 크리에이터 생태계 지원

- Homepage Carousel
- Streamables
- Channel Takeovers
- Bounty Board
- Twitch 자체 Fortnite 아일랜드

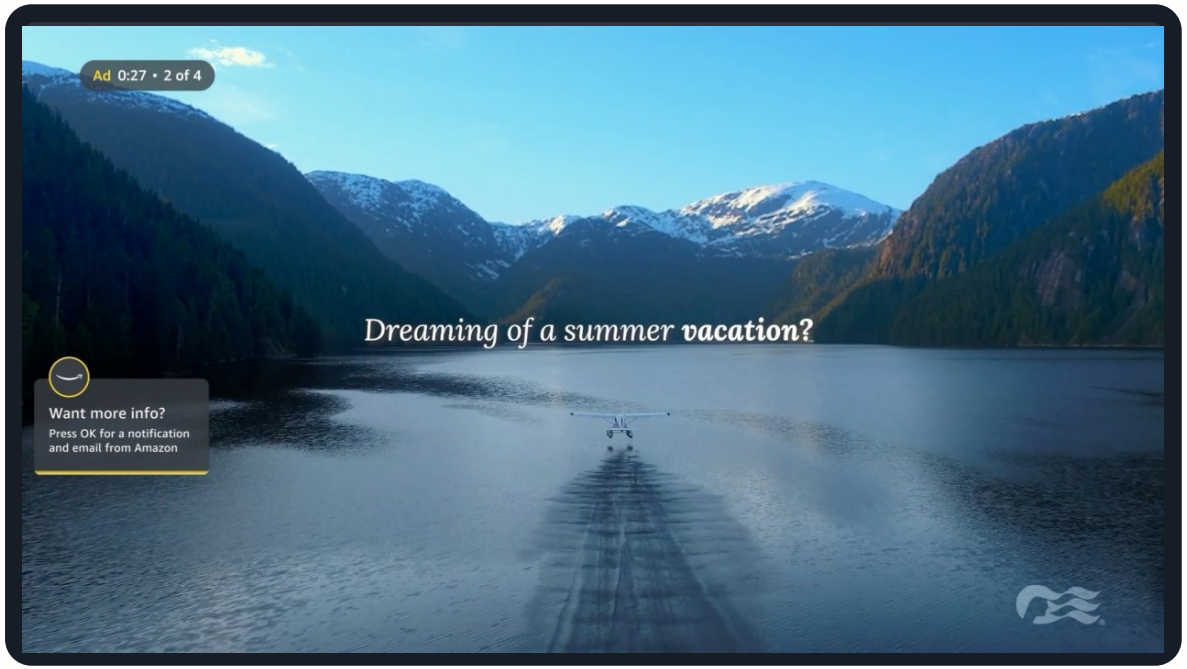
Events & Promotions

Twitch 커뮤니티의 일원으로 자연스럽게 참여

- TwitchCon US & EU
- Sponsorships
- Esports Sponsorships
- 브랜드 전용 Fortnite 맵

© 2026, AMAZON.COM, INC. OR ITS AFFILIATES.

Prime Video Ads:
거실 TV에서 만드는 대규모 인지



프리롤 | 콘텐츠 | 미드롤 | 콘텐츠

315M+

월간 광고 도달

전 세계 Prime Video

Non-skip

건너뛸 수 없는 광고

큰 화면 · 몰입 시청 환경

15–60초

광고 길이

프리롤(시작 전) · 미드롤(중간)

Brand Lift

브랜드 효과 측정

인지·선호 상승 조사 · AMC 리포트

+ Fire TV 홈 화면 프리미엄 지면으로 도달 확장
+ Netflix · Disney+ 프리미엄 스트리밍도 Amazon Ads Agent로 구매

 Source: Amazon internal, 2025, WW (est. monthly ad-supported reach); Amazon Ads, 2026 (광고 화면: 예시)

Amazon Ads Agent · DVA (구 Amazon DSP): 인지를 행동으로 잇습니다

Performance+ (AI 자동 최적화) 3가지 전술

캠페인 목표에 맞춰 AI가 자동 최적화

01

Prospecting

새로운 오디언스 발견

최근 반응한 유저와 닮은 사람을 AI가 매시간 찾아냅니다

02

Remarketing

다시 만나기

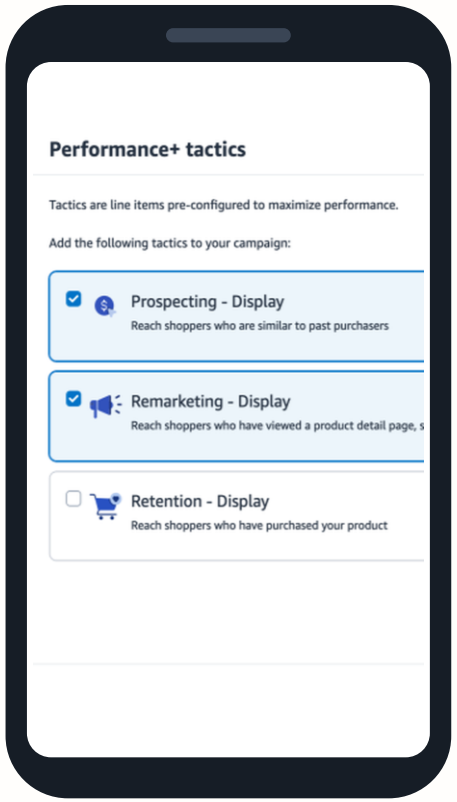
광고를 봤거나 관심을 보인 유저에게 다시 메시지를 전합니다

03

Retention

다시 돌아오게

기존 유저에게 업데이트·이벤트로 복귀를 유도합니다



성과 데이터 연동 · 자사 데이터 & 측정 파트너

데이터 연동 → 핵심 이벤트·KPI → 캠페인 목표로 최적화

10 Source: Amazon Ads, 2026

Twitch를 넘어서: 인지부터 성과까지 하나의 퍼널로

01

Streaming TV · 인지

Prime Video Ads로 프리미엄 CTV(Connected TV)에서 대규모 인지도 구축

315M+ 월간 광고 도달 · 건너뛸 수 없는 프리미엄 영상

02

Twitch · 인게이지먼트

스트리머·커뮤니티와 실시간으로 깊이 연결

Prime Video를 넘어 게이머 커뮤니티로 도달 확장

03

Amazon Ads Agent · 성과

노출 유저 리타겟팅 + 유사 오디언스로 관심을 행동으로

인지 → 관심 → 행동으로 이어지는 순차 메시지 설계

Source: Amazon internal, 2025, WW (est. monthly ad-supported reach)

증명하는 마케팅:
AMC로 LTV와 비즈니스 임팩트를 측정

01 증분 효과 분석

캠페인이 '진짜' 신규 유저를 만들었나?

예) 노출군 vs 비노출군 브랜드 검색·방문·참여 비교

02 High-LTV 유사 오디언스

충성도 높은 유저는 어디서 오나?

예) 참여도 상위 10% 유저를 시드로 → Ads Agent로 즉시 활성화

03 고객 여정 분석

CTV·Twitch는 성과에 얼마나 기여했나?

예) Prime Video → Twitch → Ads Agent 멀티터치 경로 재구성

04 이탈 유저 재활성화

떠난 고가치 유저를 되찾을 수 있나?

예) 고참여 휴면 세그먼트 → 리타겟팅

Source: Amazon Ads, 2026. 예시는 이해를 돕기 위한 가상 시나리오입니다.

선순환:
돌수록
정교해지는 마케팅

새로운 채널 도입이 아니라, 이미 신뢰하는 생태계의 확장입니다.



© 2026, AMAZON.COM, INC. OR ITS AFFILIATES.

aws FOR GAMES

Thank you

GS Neotek | MEGAZONE CLOUD