SELLER KINGDOM
SELLER ALLIANCE

SELLER KINGDOM · 아마존 광고 실무 라이브러리

아마존 리스팅 이미지 A+ 콘텐츠 레퍼런스북

NMN · Probiotics · NAD+ · Collagen

20개 상품 분석 · A/B 테스트 실전 가이드



2026 Q4 · 한국 아마존 셀러를 위한 실무 자료

Ver. 2.0 | 2026.10.23 | 셀러킹덤 · 보표

보표의 서문 / 대표님들께 드립니다

작은 차이를, 다음 실행으로

대표님들, 안녕하세요. 셀러킹덤 보표입니다.

오늘도 더 나은 내일과 미래를 위해 고군분투하는 한국 셀러 대표님들께, 이 책이 아마존 비즈니스에 도움이 되었으면 하는 마음으로 글을 씁니다.

A/B 테스트의 필요성은 많은 분들이 알고 계십니다. 하지만 새로운 소재를 만드는 일은 어렵고, 번거롭고, 때로는 귀찮게 느껴집니다. 그래서 중요하다는 것을 알면서도 실행을 미루거나 지나쳤던 부분이 있습니다.

이제는 AI를 활용해 구도를 바꾸고, 문구를 다듬고, 비교할 소재를 만드는 일이 한결 쉬워졌습니다. 대표님께서도 막연히 좋아 보이는 이미지를 고르는 데서 한 걸음 더 나아가, 내 고객에게 더 잘 전달되는 쪽을 확인해 보셨으면 합니다.

예를 들어, 실제 원산지 사실을 알리는 "MADE IN USA" 표시를 허용되는 보조 이미지나 A+의 왼쪽 위·오른쪽 위·아래쪽 중 어디에 배치할지 비교하는 것도 하나의 가설입니다. 이제는 이런 작은 질문을 더 자주 검증해 볼 수 있는 환경이 되었습니다.

이미 잘 팔고 있는 셀러도 왜 계속 테스트할까요? 작은 차이가 쌓이고 시간이 흐르면, 매출과 광고 효율에서 큰 차이로 나타날 수 있기 때문입니다. 오늘의 1%포인트가 내일 갑자기 기적을 만드는 것은 아닙니다. 하지만 확인된 개선을 계속 적용하는 것과, 더 나은 대안을 모른 채 같은 버전을 유지하는 것의 간격은 점점 커질 수 있습니다.

이 책은 정답 이미지를 복제하는 자료가 아닙니다. 경쟁이 치열한 건강보조식품 네 카테고리의 사례를 보며 "우리 상품에서는 무엇을 더 명확하게 보여줄까?"라는 질문을 찾는 자료입니다. 대표님의 제품 사실과 고객의 질문을 바탕으로, 첫 번째 대안 B를 만들어보세요.

대표님들의 더 나은 내일을 응원합니다.
셀러킹덤 · 보표

제작 메모 메인 이미지에 별도의 배지·문구·그래픽을 추가하는 것은 이미지 정책에 어긋날 수 있습니다. AI 소재도 제품 사실·표시 근거·아마존 정책을 먼저 확인하세요.

[P1] 메인 이미지의 문구·그래픽 정책

보표의 서문 / 이 책의 메인 카테고리를 고른 이유

왜 건강식품 카테고리 벤치마킹이 필요한가?

대표님들, 건강식품을 이 책의 중심에 둔 데에는 이유가 있습니다.

몸에 섭취하는 제품일수록, 신뢰를 설명해야 합니다

건강식품은 고객이 자신의 몸에 직접 섭취하는 제품입니다. 성분이 무엇인지, 누가 어떻게 만들었는지 불분명하다면 선뜻 시도하기 어렵습니다. "무엇이 들어 있나?", "제조사를 믿을 수 있나?", "어떻게 먹어야 하나?"라는 질문에 답해야 합니다. 저는 이런 이유로 건강식품 리스팅에는 특히 많은 설득이 필요하다고 생각합니다.

치열한 시장에서, 설득을 다듬는 과정을 봅니다

특히 NMN처럼 새로운 성분과 제품에 관심이 모이는 분야를 벤치마킹하면, 경쟁 속에서 고객의 선택을 얻으려는 고민을 살펴볼 수 있습니다. 성분과 함량을 크게 보여주는 데서 끝내지 않고 제조 과정, 시험 자료, 사용법을 어떤 순서로 설명하는지 보는 것입니다. 광고비와 제작 역량을 갖춘 브랜드와 경쟁해야 하는 셀러라면, 이런 설득의 과정을 더 세밀하게 읽어볼 필요가 있습니다.

배울 점이 많다고 판단했기에, 이 카테고리를 골랐습니다

제품 사진 한 장으로 무엇을 전달하고, 그 내용을 어떤 정보와 근거로 뒷받침하며, 구매 전의 불안을 어떻게 줄이는지 살펴보세요. 저는 이 과정을 촘촘하게 볼 수 있다는 점에서 건강식품 리스팅의 벤치마킹 가치가 크다고 판단했습니다. 그래서 건강식품을 이 책의 메인 카테고리로 선정해 대표님들께 제공하기로 마음먹었습니다.

건강식품을 판매하지 않는 대표님께도 적용할 질문입니다

내 카테고리에서 고객이 믿기 어려워하는 부분은 무엇일까요? 어떤 사진과 설명, 어떤 근거가 있어야 안심하고 선택할까요? 이 책에서 정보의 순서와 A+ 모듈의 역할을 살펴보고, 대표님의 제품에 맞는 더 나은 설득으로 옮겨보셨으면 합니다.

고객의 질문을 먼저 이해하고, 신뢰할 수 있는 답을 보여주세요.
셀러킹덤 · 보표

서문 01 / 원본의 숫자만 바꿔 만든 설명용 이미지

30일의 작은 차이, 어떻게 읽을까요?



메트릭 콘텐츠 보기	버전 A	버전 B	차이
고유 방문자당 수량	0.10	0.11	+ 0.01
전환	10%	11%	+ 1%
판매량	50	55	+ 5
판매	US$2,950	US$3,245	+ US$295
샘플 크기	500	500	+ 0

가상 예시 · 실제 계정 성과가 아닙니다. 사용자 제공 이미지의 문구·구성을 유지하고 숫자를 재생성했습니다.

방문자 500명씩, 전환율 10%와 11%

30일 동안 각 버전에 방문자 500명이 배정되고, 1건당 1개·판매가 $59로 판매됐다고 가정했습니다. A는 50개·$2,950, B는 55개·$3,245입니다. 표의 전환 차이 "+1%"는 +1%포인트이며, 상대 개선율은 +10%입니다.

70%라는 숫자만으로 승리를 확정하지 마세요

상단 70%·30%는 화면 설명용 설정값입니다. 아마존의 확률 계산을 재현한 수치가 아닙니다. 원본의 "약함 증거" 문구처럼, 아직 불확실성이 큰 결과에서 수익을 확정하거나 중간 결과만 보고 종료하지 않습니다.

다음 두 표는, 개선이 확인되어 유지된다는 별도의 가정입니다

실험 표본 각 500명과 운영 전체의 광고 클릭 수는 다릅니다. 다음 장에서는 월 광고 클릭 10,000회에 같은 1%포인트 차이를 적용합니다. 이 실험 화면을 그대로 20배 확대해 매출을 예측하는 것은 아닙니다.

[C2] 중간 결과·결과 지연 FAQ [A1] 실험 결과 지표

서문 02 / 같은 광고비 · 같은 클릭 · 같은 판매가의 가정 계산

전환율 1%포인트가 바꾸는 광고 효율

월 광고 클릭 10,000회 · CPC $1.20 · 주문당 매출 $59
주문당 1개 · 광고비 월 $12,000 · A 10% / B 11%

30일 지표	A 유지 · 10%	B 적용 · 11%	차이
광고 클릭	10,000회	10,000회	동일
주문 수	1,000건	1,100건	+100건
광고 기여 매출	$59,000	$64,900	+$5,900
광고비	$12,000	$12,000	동일
주문당 광고비 · CPA	$12.00	$10.91	-$1.09
ACoS	20.34%	18.49%	-1.85%p
ROAS	4.92배	5.41배	+0.49배

같은 광고비라면, 더 많은 주문에 비용이 나뉩니다

매출이 $5,900 늘어나는 동안 광고비는 $12,000으로 같습니다. ACoS는 약 20.34%에서 18.49%로 낮아집니다. 이것은 ACoS가 1.85%포인트 낮아지는 것이며, 광고비 자체가 그만큼 줄었다는 뜻은 아닙니다.

MYE 전환율과 광고 전환율은 분모가 다릅니다

MYE는 실험에 배정된 고객 기반 지표를 보여줍니다. 위 표의 CVR은 광고 클릭 대비 주문 수입니다. MYE에서 관찰한 차이가 광고 유입에도 동일하게 나타나고, 모든 주문이 광고 기여로 집계된다는 가정을 둔 산식입니다.

주문=클릭×CVR / 매출=주문×$59 / 광고비=클릭×CPC
ACoS=광고비÷광고 기여 매출×100 / CPA=광고비÷주문 수
원가·수수료·배송·할인·반품·세금은 제외했습니다. 매출은 이익이 아닙니다.

서문 03 / 검증된 차이가 같은 조건에서 유지되는 경우

3개월, 1년 그대로 운영한다면

더 나은 B를 쓰지 않으면, 1년 매출 기회 $70,800을 놓칠 수 있습니다.

30일을 한 달로 보고, 월 10,000회 클릭과 CPC $1.20·판매가 $59가 유지된다고 가정했습니다. 3개월은 90일, 1년은 12개월(360일) 단순 누적입니다.

기간	광고비 A·B 동일	A 매출 10% 유지	B 매출 11% 유지	추가 매출 / 놓친 매출 기회
30일	$12,000	$59,000	$64,900	$5,900
3개월	$36,000	$177,000	$194,700	$17,700
1년·12개월	$144,000	$708,000	$778,800	$70,800

광고 효율	A 유지	B 적용	해석
30일·3개월·1년 ACoS	20.34%	18.49%	기간이 길어져도 비율은 동일
같은 광고비의 추가 주문	기준	+100 / +300 / +1,200건	30일 / 3개월 / 1년

손해의 의미를 구분해 읽어주세요

$70,800은 실제 비용 손실이나 순이익 손실이 아니라, 가정한 개선안을 적용하지 않아 놓칠 수 있는 매출 기회입니다. ACoS는 12개월치라고 12배 나빠지지 않습니다. 매출과 광고비를 함께 누적하므로 비율은 같습니다.

복리 계산이 아닙니다. 월 매출 차이 $5,900×기간입니다. 실제로는 계절성·가격·유입의 질·경쟁·재고가 바뀌며 개선 효과가 사라질 수도 있습니다. 확실하지 않은 30일 중간 결과를 1년 성과로 단정하지 마세요.

번호를 누르면 해당 페이지로 이동합니다

전체 목차

보표의 서문 · 작은 차이를 숫자로 읽기

대표님들께 드리는 인사 002
왜 건강식품 카테고리 벤치마킹이 필요한가? 003
30일 결과를 읽는 법 · 숫자 재생성 예시 004
같은 광고비에서 달라지는 월 매출·ACoS 005
3개월·1년, 놓칠 수 있는 매출 기회 006

실제 셀러센트럴로 따라 하는 A/B 테스트

상품별 빠른 목차 008
시작 전 자격과 실험 종류 010
메뉴 진입 → 유형 → 상품 선택 011
실험명·가설·기간·자동 게시 014
메인·보조 이미지와 A+ 버전 준비 016
실험이 안 될 때 · 오류와 확인 순서 018
정책·예약·결과 해석 019
가설 만들기 · 카테고리별 관점 021

20개 상품 레퍼런스

NMN · 리스팅 이미지와 A+ 분석 023
Probiotics · 리스팅 이미지와 A+ 분석 070
NAD+ · 리스팅 이미지와 A+ 분석 115
Collagen · 리스팅 이미지와 A+ 분석 163

출처 · 함께 실행하기

공식 출처·촬영·계산 기준 210
셀러킹덤 소개 · 보표 유튜브 212
1:1 인큐베이팅 소개 · 신청 213

상품 시작 · 갤러리 · A+ 풀샷 · 모듈 해설

상품별 빠른 목차

NMN

상품	시작	갤러리	A+ 풀샷	모듈 해설
Cata-Kor NMN · 1팩	026	027-029	030	031-034
Cata-Kor Liposomal NAD+	035	036-038	039	040-043
Micro Ingredients NMN Complex	044	045-047	048	049-051
partiQlar Pure NMN	052	053-054	055	056-059
Cata-Kor NMN · 2팩	060	061-062	063	064-067

Probiotics

상품	시작	갤러리	A+ 풀샷	모듈 해설
Physician's CHOICE 60 Billion	073	074-075	076	077-080
Garden of Life Once Daily Women's	081	082-083	084	085-087
Culturelle Pro Strength	088	089-091	092	093-096
Ritual Synbiotic+	097	098-099	100	101-104
Align Pro Formula · 63캡슐	105	106-108	109	110-112

이 목차와 페이지 하단은 통합본 쪽수입니다. 모든 페이지 오른쪽 위의 '목차'로 돌아올 수 있습니다.

상품 시작 · 갤러리 · A+ 풀샷 · 모듈 해설

상품별 빠른 목차

NAD+

상품	시작	갤러리	A+ 풀샷	모듈 해설
Thinbi Liposomal NAD+	119	120-121	122	123-126
Life Extension NAD+ Cell Regenerator	127	128-130	131	132-135
TRU NIAGEN NR 300mg	136	137-138	139	140-143
Nutricost NAD+ 1,000mg	144	145-146	147	148-151
Selerb NAD+ Men's Complex	152	153-155	156	157-160

Collagen

상품	시작	갤러리	A+ 풀샷	모듈 해설
Vital Proteins Collagen Peptides Advanced	167	168-170	171	172-175
Vital Vitamins Multi Collagen Complex	176	177-179	180	181-184
Youtheory Advanced Collagen 6,000mg	185	186-188	189	190-192
Nature Made Collagen Gummies	193	194-195	196	197-199
Orgain Collagen Peptides 20g	200	201-202	203	204-207

이 목차와 페이지 하단은 통합본 쪽수입니다. 모든 페이지 오른쪽 위의 '목차'로 돌아올 수 있습니다.

실전 가이드 00 / 2026.10.23 실제 미국 셀러센트럴 확인

시작 전, 자격과 실험 종류부터

브랜드 권한과 적격 ASIN이 필요합니다

Professional 판매 계정과 Brand Registry에 등록된 브랜드의 Brand Representative 역할을 확인합니다. 내 브랜드의 ASIN이고 최근 몇 주의 트래픽이 충분해야 합니다. A+·Brand Story 실험은 해당 콘텐츠가 게시되어 있어야 합니다.

실제 메뉴 이름	무엇을 비교하나요?	처음 세울 질문
Product Images	메인·보조 이미지	구도·설명 순서가 고객의 이해에 도움이 되나?
Product Title	상품 제목	핵심 용도·구성 정보가 명확한가?
Bullet Points	불릿 포인트	주요 구매 질문에 더 빨리 답하는가?
A+ Content	상세페이지 A+	모듈의 순서와 설명이 선택을 돕는가?
A+ Brand Story	브랜드 스토리	브랜드와 제품군의 차이를 이해하는가?
Multi-Variate	여러 콘텐츠 요소의 조합	변경 묶음 전체가 효과적인가?

공식 기능 소개와 내 계정의 메뉴는 다를 수 있습니다

공식 안내에는 Product Description과 Multi-attribute도 소개됩니다. 촬영 계정의 생성 메뉴에는 위 여섯 항목이 보였습니다. 설명 실험은 내 계정에서 표시·지원되는지 확인하고, 표시되지 않는 메뉴를 억지로 찾을 필요는 없습니다.

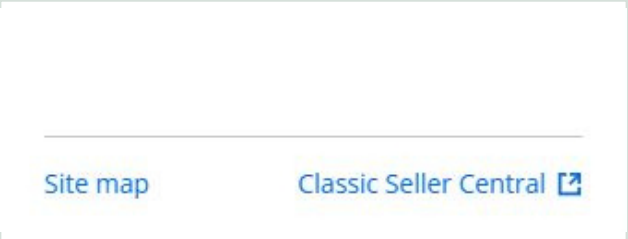
이 튜토리얼은 실제 화면을 조회한 기록입니다. 실험 예약·이미지 업로드·A+ 복제·상품 변경은 실행하지 않았습니다. 계정·상품 식별 정보와 제품 이미지는 가렸습니다.

[A1] 판매 계정·브랜드 역할 [C1] 자격·콘텐츠 종류

STEP 01–02 / 실제 촬영 경로를 그대로 따라갑니다

메뉴에서 실험실로 들어가기

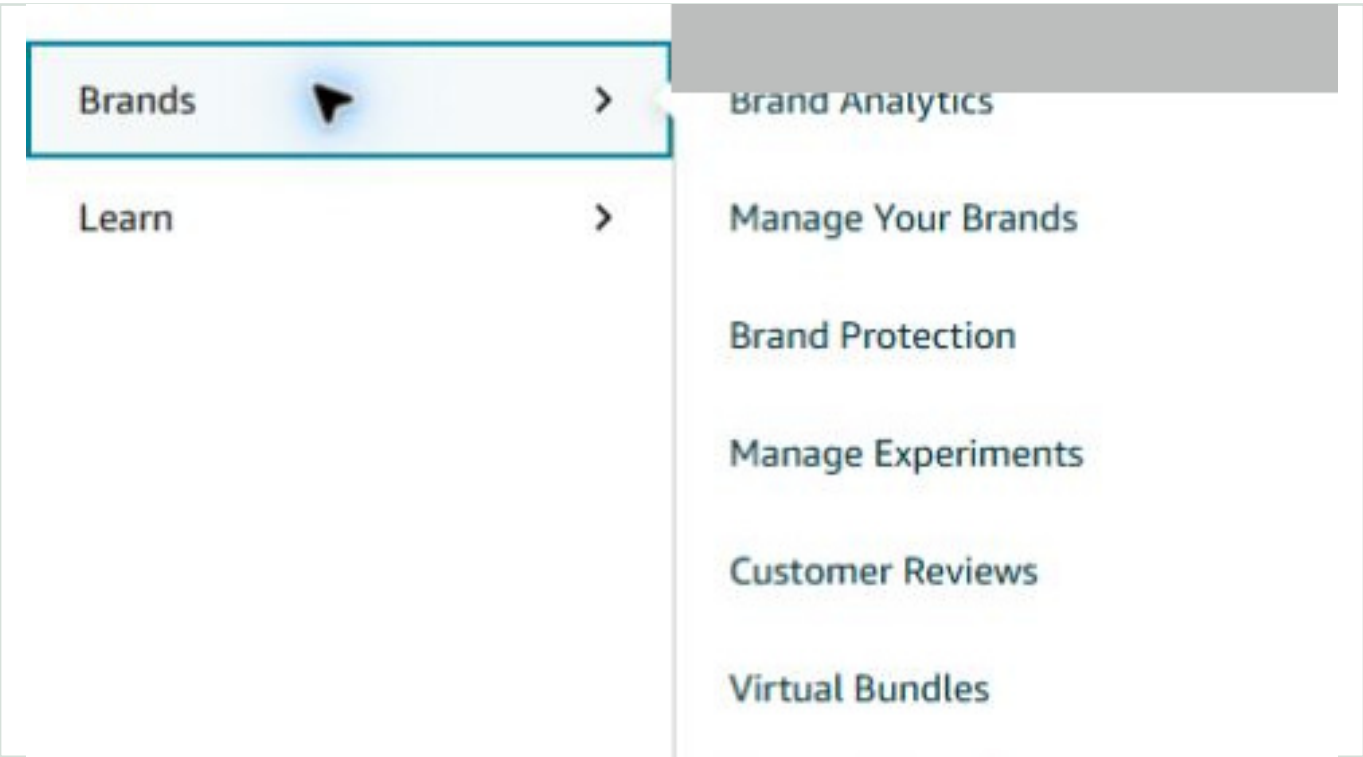
01 새 셀러센트럴이라면, 왼쪽 위 Menu를 누릅니다.



메뉴 맨 아래 Classic Seller Central을 클릭합니다. 촬영 당시에는 클래식 화면이 새 탭으로 열렸습니다.

화면 전환 기능의 제공 여부는 계정·도입 단계에 따라 달라질 수 있습니다.

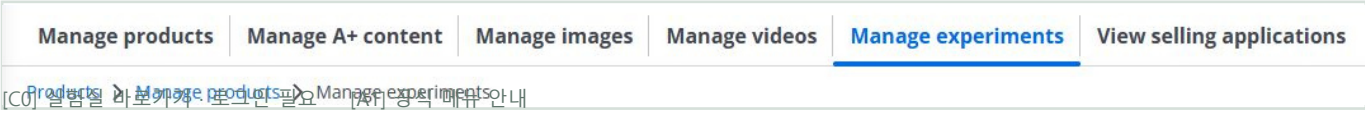
02 클래식 화면에서 Menu → Brands → Manage Experiments



실제 화면 일부 · Brands의 하위 메뉴에서 Manage Experiments를 선택합니다.

새 화면에 도구 모음이 보인다면

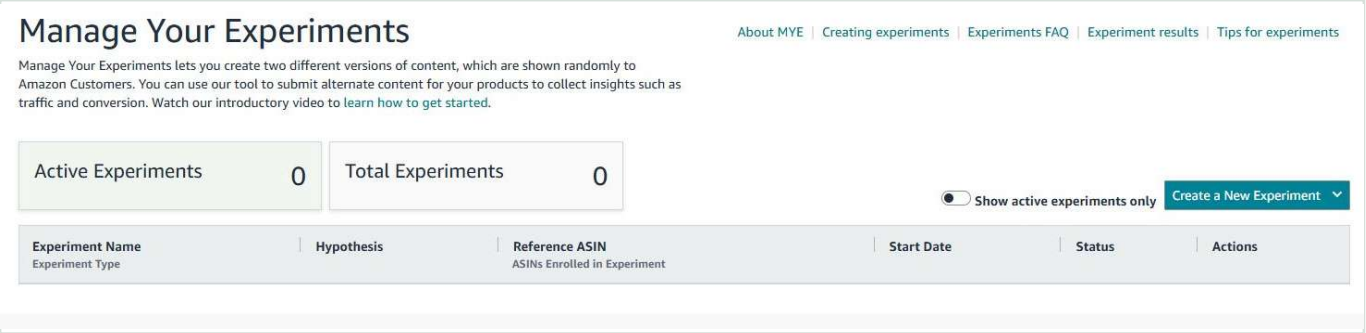
Products / Manage products 영역의 상단 도구 모음에 Manage experiments가 표시될 수 있습니다. 아래 캡처처럼 보이면 해당 항목으로 들어갑니다. 촬영 계정에서는 클래식 메뉴에서 진입한 뒤 새 화면의 실험실로 연결되었습니다.



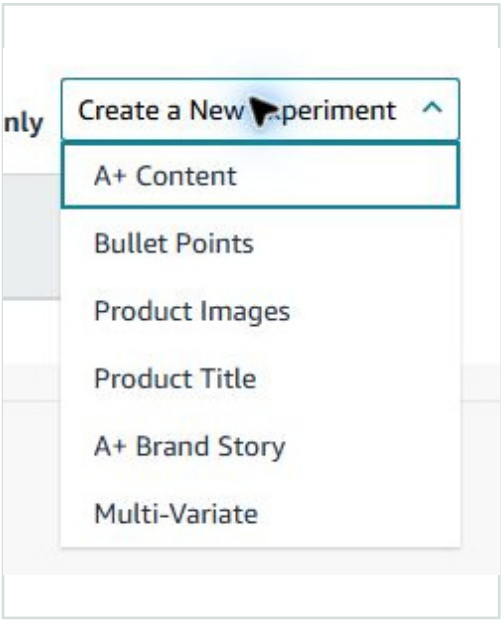
[C0] 실험실 바로가기 · 로그인 필요 [A1] 상단 메뉴 안내

STEP 03 / Create a New Experiment

실험 홈에서 새 실험을 고릅니다



실제 실험 홈 · 현재 계정은 Active / Total Experiments가 0으로 표시됐습니다.



Create a New Experiment를 클릭한 뒤 Product Images를 선택합니다.

이미지 실험의 경우 다음 화면에서 Reference ASIN을 고릅니다. A+를 비교하려면 A+ Content를 선택합니다.

처음 방문해 소개 화면이 나오면 Experiments home 버튼으로 실험 홈에 들어갑니다.

메뉴 항목은 화면에서 실제로 확인한 이름입니다. 계정별 제공 범위가 다를 수 있습니다.

빈 실험 목록은 오류가 아닙니다

아직 실험을 만들지 않았다면 이력은 비어 있습니다. 준비된 소재와 적격 상품이 있을 때 새 실험을 시작하면 됩니다.

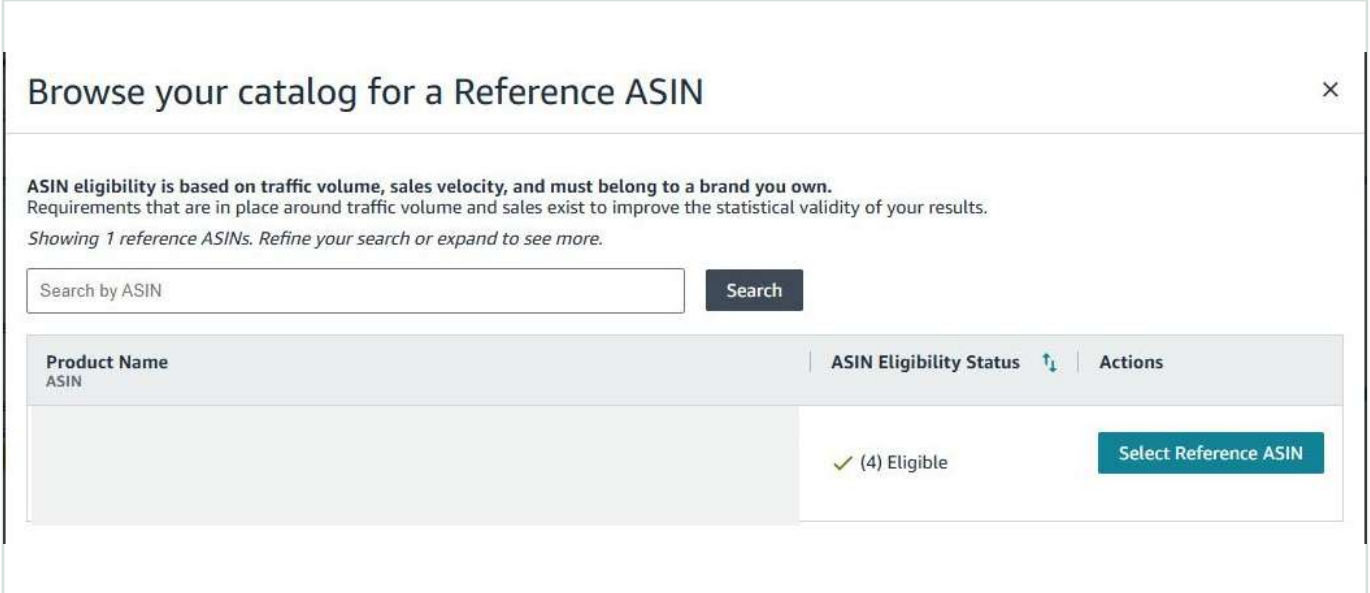
하나의 ASIN에는 한 번에 하나의 실험

이미 실행 중인 실험이 있는지 먼저 확인합니다. 여러 요소를 함께 비교하려면 지원되는 Multi-Variate / Multi-attribute 실험을 검토합니다.

[C1] 실제 화면·자격 [C2] 공식 FAQ

STEP 04 / 적격 상태와 적용할 변형을 확인하세요

Reference ASIN을 선택합니다



실제 이미지 실험의 상품 선택 창 · 상품명·사진·ASIN은 가렸으며 Eligible와 선택 버튼은 남겼습니다.

ASIN Eligibility Status가 Eligible인지 확인

상품을 검색하거나 목록에서 찾고, Select Reference ASIN을 클릭합니다. 검색창에는 본인 ASIN을 입력합니다. 트래픽이 아주 적은 ASIN은 목록 자체에 보이지 않을 수 있습니다.

이미지 실험은 부모·자식 ASIN 구성을 확인

촬영 화면은 부모 1개와 자식 3개가 묶인 사례입니다. 화면 안내에 따르면 변형군 실험에서는 부모 ASIN의 대안 소재가 필요하고 자식 소재는 하나 이상 선택할 수 있습니다. 일부 자식만 테스트하면 표본이 줄 수 있습니다.

보조 이미지의 대상 범위도 별도 확인

실제 화면에는 보조 이미지 실험이 부모 ASIN과 최대 4개 변형에서 제공된다고 표시됐습니다. 상품 구성과 기능 제공 여부는 본인 생성 화면을 기준으로 확인합니다.

실험 종류를 바꾸면 같은 ASIN도 적격 상태가 달라질 수 있습니다. A+의 실제 Eligible / Ineligible 화면은 18쪽에서 함께 살펴봅니다.

[C1] 실제 화면·자격 [C2] 공식 FAQ

STEP 05 / 이름과 질문을 먼저 정리하세요

View Settings에서 가설을 남깁니다



실제 설정 화면 · View Settings를 켜면 실험명과 가설 입력란이 나타납니다. 자동 입력된 식별 정보는 가렸습니다.

Experiment Name은 나중에 찾을 수 있는 이름으로

예시: 2026Q4_구성수량_보조이미지01. 날짜·바꿀 요소·소재 번호를 넣어 결과를 파일과 연결합니다. 계정명이나 고객 정보는 실험 이름에 넣지 않습니다.

Hypothesis는 선택 항목이지만, 꼭 적어보세요

예시: "작은 글자로 적힌 사용 횟수를 실물 구성과 함께 보여주면, 받는 양에 대한 이해가 쉬워져 구매 전환에 도움이 될 것이다." 바꾸는 요소와 기대하는 고객 반응을 한 문장으로 적습니다.

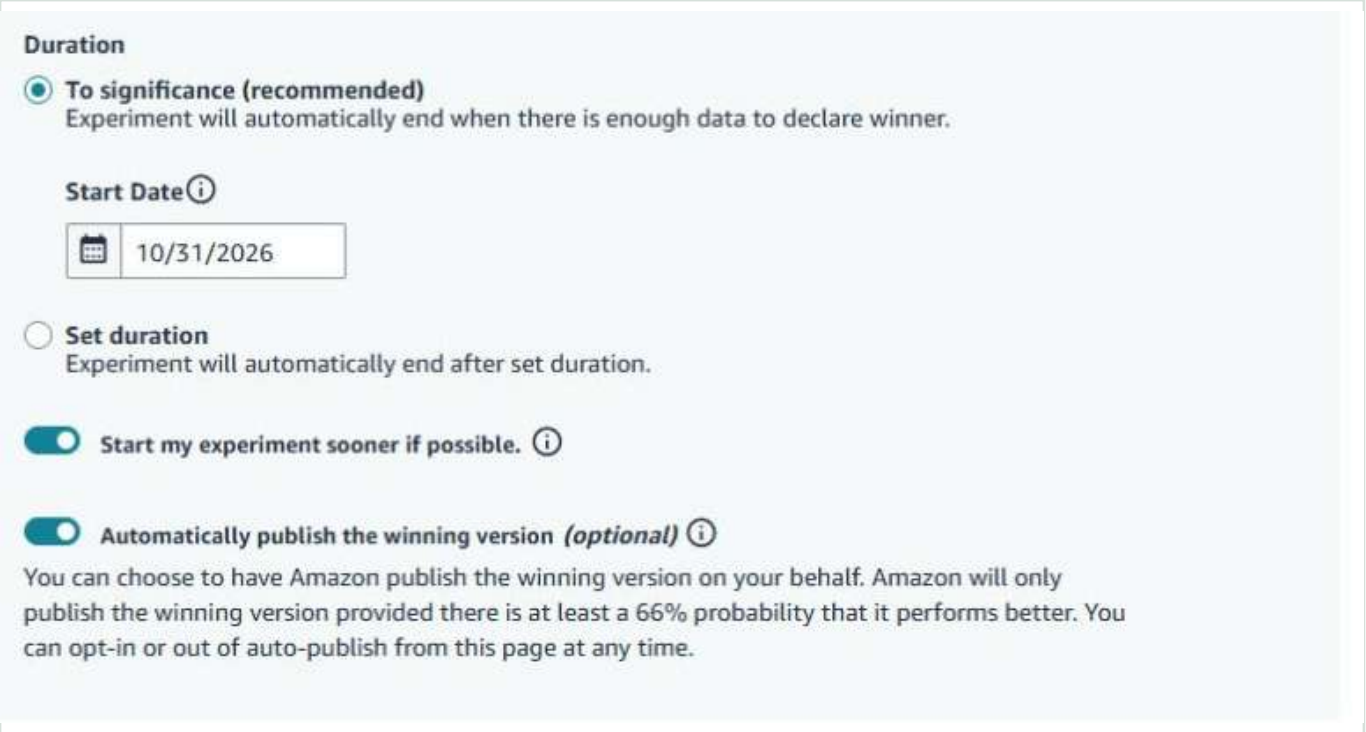
실험 전에 결정할 네 가지

대상 ASIN · 바꿀 요소 · 확인할 지표 · 종료 기준. 이미지·제목·가격을 동시에 임의로 바꾸기보다, 처음에는 하나의 질문에 집중합니다.

[C3] 생성 절차 [A4] 실험 가설과 변수

STEP 06 / 기본값을 그대로 넘기지 마세요

기간·시작일·자동 게시를 확인합니다



실제 설정 화면 · 기간, 시작일, 빠른 시작, 자동 게시 옵션입니다. 화면의 날짜는 캡처 당시 기본값입니다.

To significance 또는 Set duration

To significance는 충분한 데이터가 모이면 자동 종료하는 방식입니다. 고정 기간을 선택한다면 공식 공개 안내는 8~10주를 권장합니다. 30일 예시는 계산 설명을 위한 것으로 권장 실험 기간을 뜻하지 않습니다.

Start my experiment sooner if possible

선택하면 검증 후 예정일보다 일찍 시작될 수 있습니다. 특정 프로모션 기간에 맞추려면 시작일과 이 옵션을 함께 확인합니다.

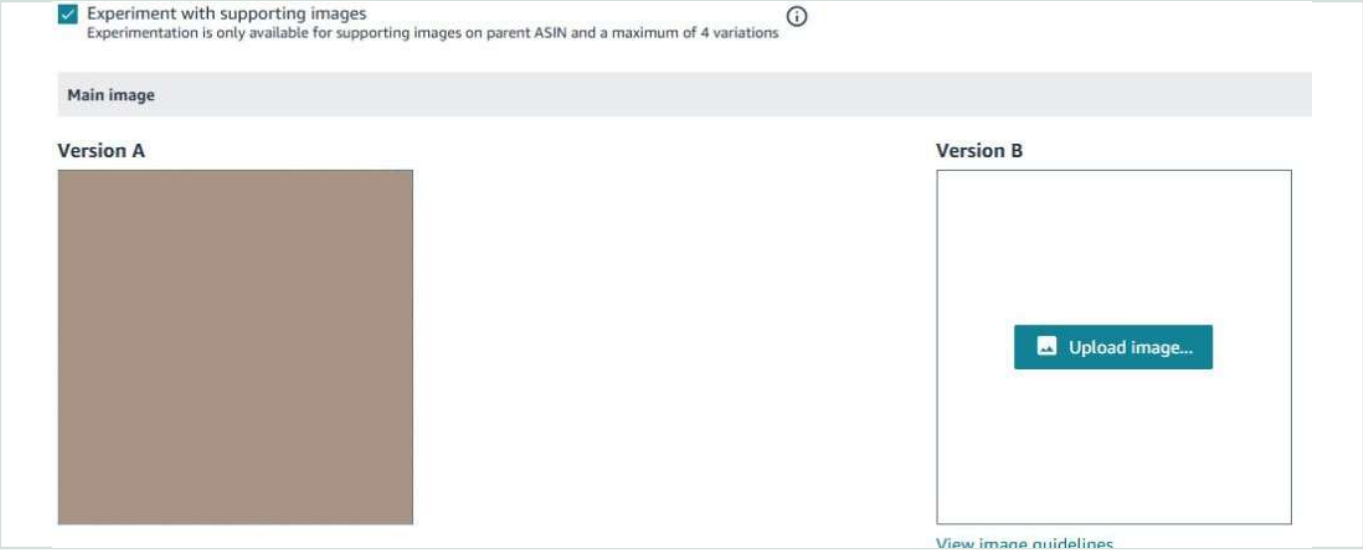
Automatically publish the winning version

촬영 당시 기본 선택되어 있었습니다. 화면은 우수 확률이 최소 66%인 경우 자동 게시할 수 있다고 안내합니다. 이는 기능의 게시 조건이며 통계적 확실성 95%와 같은 뜻이 아닙니다. 직접 검토한 뒤 적용하려면 제출 전에 자동 게시 여부를 결정하세요.

[C3] 생성·옵션 안내 [A1] 기간 권장

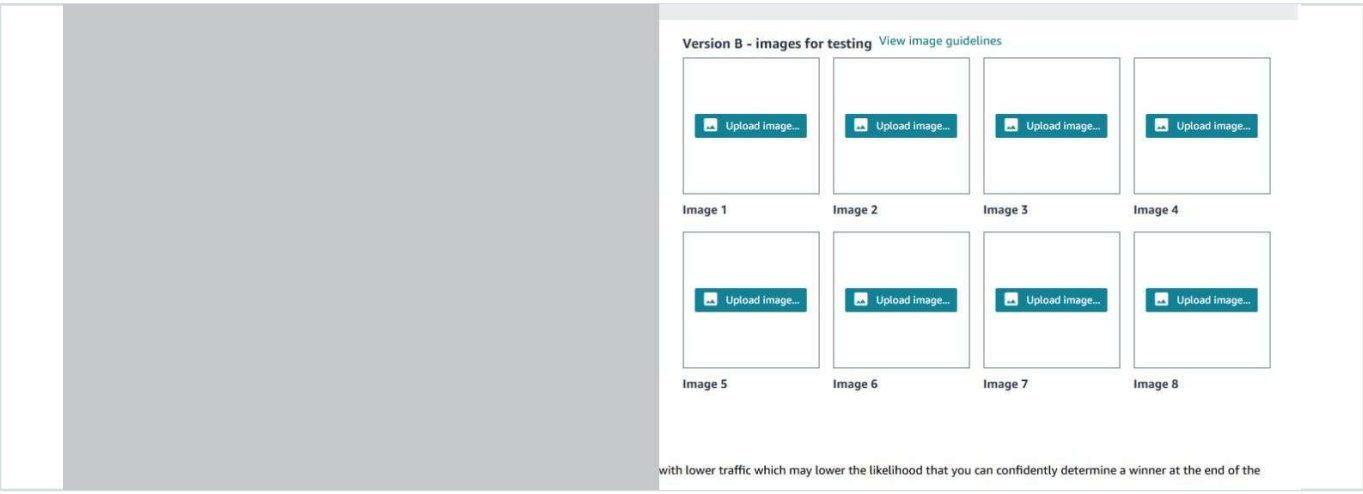
STEP 07 / Main image · Supporting Images

현재 A와 대안 B 이미지를 준비합니다



실제 이미지 실험 화면 · 왼쪽 A 제품 사진은 가렸습니다. 오른쪽 B의 Upload image...에서 대안 파일을 준비합니다.

메인 이미지와 보조 이미지 영역은 구분됩니다.



실제 Supporting Images 영역 · A의 제품 이미지는 가렸습니다. B에는 Image 1~8 업로드 위치가 표시됩니다.

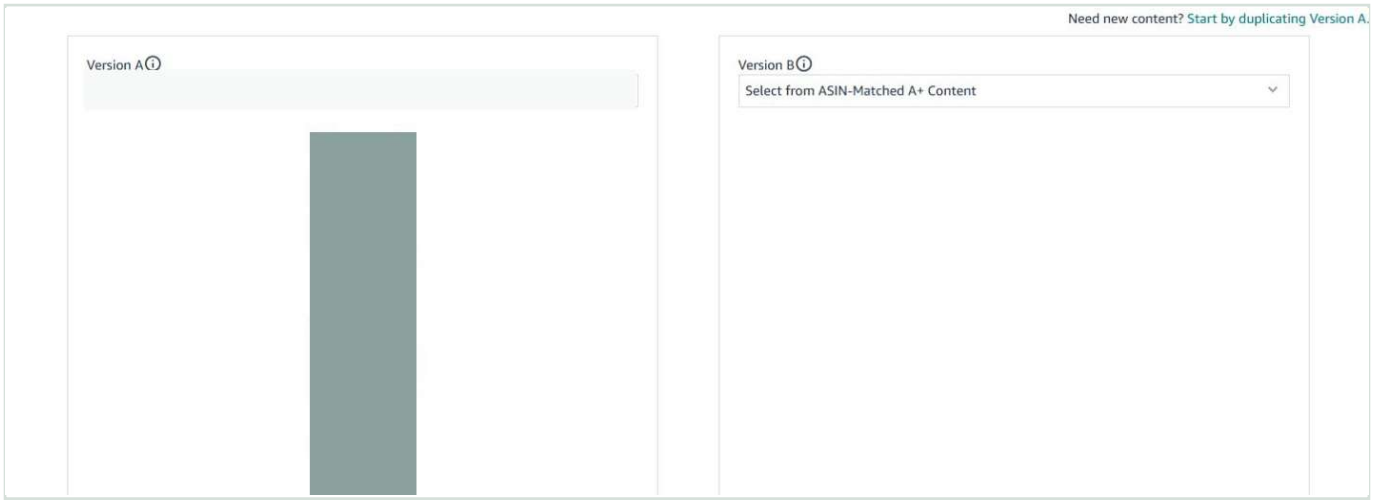
메인 구도만 테스트한다면 보조 설명을 동시에 크게 바꾸지 않습니다. 보조 이미지는 Experiment with supporting images와 부모·변형 범위를 확인하고, 바꿀 이미지와 순서를 기록합니다. 공식 생성 안내에 따르면 보조 이미지 실험은 Multi-Variate 안에서는 제공되지 않습니다.

파일을 업로드하기 전에 모바일 가독성·상품과의 일치·이미지 가이드라인을 점검하세요. 이 촬영에서는 파일을 업로드하지 않았습니다.

[C3] 이미지 실험 생성 [P1] 이미지 표현 정책

STEP 08 / A+ Content 실험의 별도 준비

A+는 두 버전의 콘텐츠를 연결합니다



실제 A+ 실험 화면 · A 콘텐츠명과 제품 미리보기는 가렸습니다. B는 ASIN이 일치하는 콘텐츠 목록에서 선택합니다.



Version B 드롭다운 확대 · Select from ASIN-Matched A+ Content

A는 현재 콘텐츠, B는 수정한 대안

A+ Content Manager에서 현재 A를 복제하는 경로로 B를 준비할 수 있습니다. 촬영 화면에는 Start by duplicating Version A 링크가 표시됩니다. 복제 후 모듈 순서·문구·이미지 등 확인할 요소를 수정합니다.

B가 목록에 없으면 승인과 ASIN부터 확인

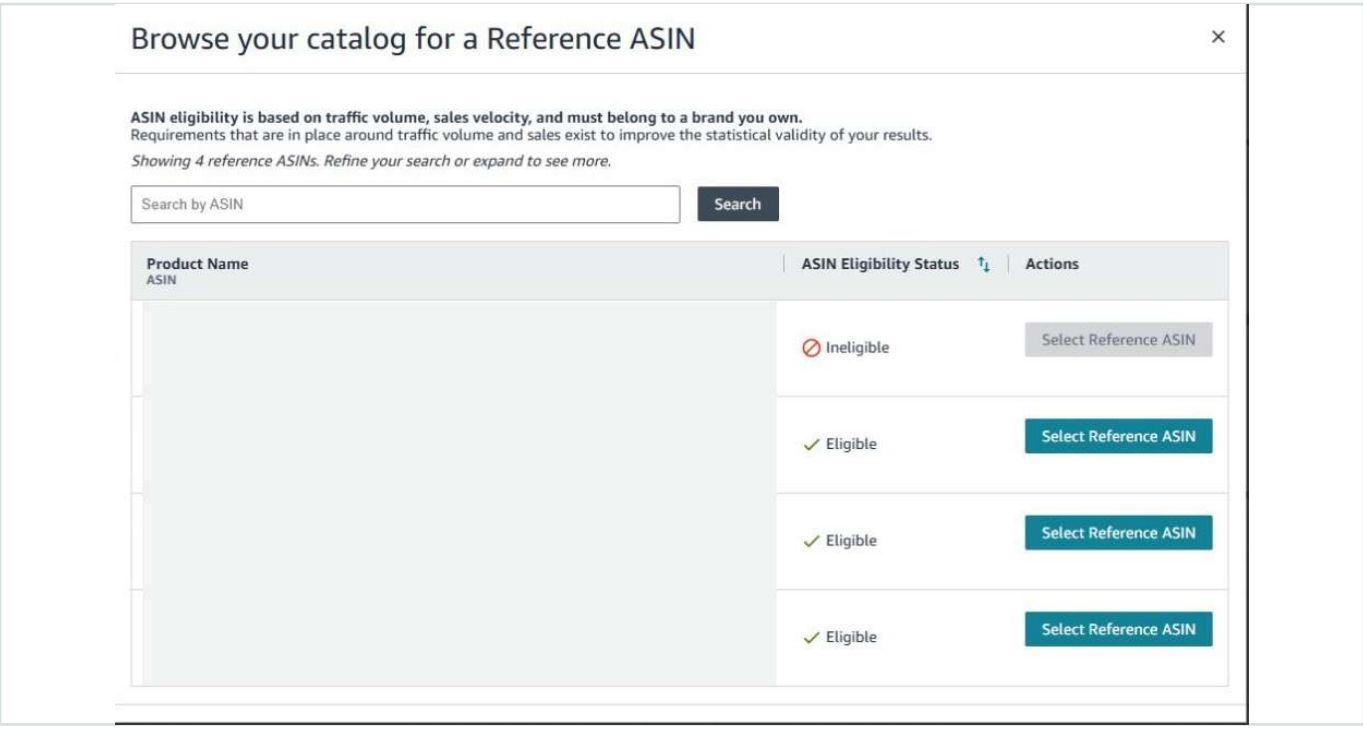
공식 FAQ에 따르면 B는 Draft 상태가 아니라 제출·승인되어야 하며 Reference ASIN에 적용되어 있어야 합니다. A와 B의 적용 ASIN 목록도 정확히 일치해야 합니다. "다른 ASIN이 적용됨" 오류는 A+ 관리자에서 목록을 맞춥니다.

Premium A+는 표현 형식입니다. 이 계정의 생성 메뉴에는 별도의 "Premium A+" 실험 항목이 없었습니다. A+ Content 유형에서 본인 콘텐츠의 제공·적격 여부를 확인하세요. 촬영 중에는 콘텐츠를 복제·수정하지 않았습니다.

[C2] B 누락·ASIN 불일치 FAQ [C3] A+ 실험 생성

문제 해결 / 같은 상품도 유형별 상태가 다릅니다

실험이 안 될 때, 이 순서로 봅니다



실제 A+ 선택 창 · 부모 ASIN은 Ineligible, 세 자식은 Eligible로 표시됩니다. 정확한 비적격 사유는 상태 설명에서 확인합니다.

보이는 증상	먼저 확인할 내용
메뉴·상품이 보이지 않음	현재 마켓플레이스, 브랜드 역할, 최근 트래픽, 내 브랜드 ASIN인지 확인
Ineligible / 버튼 비활성	해당 유형의 자격과 표시 사유 확인. A+·Brand Story 게시 여부도 확인
B 콘텐츠가 목록에 없음	Draft가 아닌 제출·승인 상태인지, Reference ASIN 적용 여부 확인
A/B의 ASIN 불일치	A+ 관리자에서 두 버전의 적용 ASIN 목록을 같게 맞춤
Validation failed	오류 코드의 정책 위반을 수정하고 다시 제출
결과가 아직 없음	집계는 1~2주 간격일 수 있음. 처리 지연과 실험 상태 확인

위 부모 상품의 비적격 원인을 트래픽 부족으로 단정하지 않았습니다. 이미지 실험의 적격 상태를 다른 유형에 그대로 적용하지 마세요.

[C1] 실제 화면·자격 [C2] 공식 FAQ

STEP 09 / Schedule Experiment는 실제 제출 버튼입니다

예약 전에 소재 정책과 옵션을 점검하세요

실험 이미지도 평소의 리스팅 정책을 따릅니다

실험용이라는 이유로 메인 이미지의 배지·추가 문구·그래픽이 허용되는 것은 아닙니다. 메인 이미지에 원산지 배지를 합성하는 예시로 오해하지 마세요. 보조 이미지·A+의 문구도 제품 사실과 근거, 해당 정책을 확인합니다.

제출 전 확인	질문
사실·정책	제품, 구성, 용량, 원산지·인증·효능 표현이 사실과 근거에 맞나요?
대상·변형	Reference ASIN과 부모·자식 적용 범위가 맞나요?
소재	A/B에 의미 있는 차이가 있고 모바일에서 읽히나요?
A+	B가 승인되었고 A와 동일한 ASIN에 연결됐나요?
일정·자동화	종료 방식·시작일·빠른 시작·자동 게시를 확인했나요?
관찰 조건	가격·쿠폰·재고·배송·광고 변경을 기록할 준비가 됐나요?



준비가 끝나면 Schedule Experiment로 제출합니다. 검증 실패 시 예정대로 시작하지 않으므로 오류 코드를 확인하고 수정합니다.

이 튜토리얼에서는 제출하지 않았습니다. 화면의 버튼이 회색인 것은 대안 B 등 필요한 준비가 끝나지 않았기 때문입니다. 독자 본인의 실행에서는 검증·예약 상태와 실제 시작 여부까지 확인하세요.

[C2] 검증 실패와 수정 [P1] 메인 이미지 정책

STEP 10 / 종료 → 해석 → 적용 → 다음 실험

결과는 확률·표본·조건과 함께 읽습니다

실험 홈의 해당 실험에서 View Details

완료된 실험의 전환·판매량·매출·고유 방문자당 수량·표본 크기와 우수 확률을 함께 읽습니다. 서로 다른 표본 크기의 매출 총액만 비교하면 왜곡될 수 있습니다. 예상 1년 매출 영향도 이미 발생한 실적은 아닙니다.

결과에서 보는 것	읽는 방법
전환율·고유 방문자당 수량	같은 분모인지 확인하고, 단순 수량 합계와 구분
우수 확률·불확실성	70%와 95%를 같은 확실성으로 받아들이지 않음
표본 크기·기간	한두 주문이나 초반 변화만 보고 종료하지 않음
자동 게시·수동 적용	선택한 옵션과 실제 게시 상태를 확인
광고·매출 후속 관찰	MYE와 광고 보고서의 분모·기여 기간을 구분

차이가 불분명하면, 다음 질문으로 이어갑니다

실패했다고 단정하지 말고 표본·변경 폭·고객 질문을 다시 봅니다. 가격·쿠폰·딜·리뷰·재고·배송·광고 구성이 바뀐 날짜를 기록하세요. 블프의 결과가 연중 똑같이 유지된다고 가정하지 않습니다.

이 책의 실제 화면과 예시를 구분하세요

조회 계정에는 완료된 실험 이력이 없어 결과 상세 화면을 실제 캡처로 넣지 않았습니다. 4쪽의 숫자 변경 이미지는 가상 예시이며, 5~6쪽은 별도 가정 계산입니다. 설정 화면은 실제 촬영본입니다.

진행 중에는 소재를 바꿀 수 없습니다

공식 생성 안내에 따르면 실험 진행 중에는 가설·기간 일부만 수정할 수 있고 소재를 바꾸려면 취소 후 새로 생성해야 합니다. 미완성 설정은 Draft로 저장할 수 있으며 최대 2주 동안 제공됩니다.

제목을 수정할 때도 자동 실험을 확인하세요

상품 제목 편집에서 "Create A/B experiment on product name upon listing submission"이 선택되면 MYE에 실험이 생성될 수 있습니다. 시즌 한정 키워드를 넣을 때는 실험·자동 게시 옵션을 확인합니다.

[C4] 실험 결과 [C2] 중간 결과·집계 [C3] 편집·자동 실험

제작 노트 / 한 번에 하나의 질문부터

레퍼런스를 테스트 가설로 바꾸기

고객이 더 잘 이해하는 쪽을 확인합니다.

바꿀 질문	현재 A	대안 B · 설계 예시
받는 구성이 명확한가?	작은 용기 단독 사진	구성·수량이 더 잘 식별되는 실제 제품 구도
사용량을 바로 이해하나?	작은 글자의 하루 사용량	보조 이미지에 1회분·실물 크기·총 횟수
내용량을 오해하지 않나?	열린 통 사진만 제시	중량·회분과 침전을 함께 설명하는 보조 이미지
A+가 질문에 답하나?	브랜드 메시지 반복	사용법 → FAQ → 선택 기준으로 모듈 재구성

AI를 쓰더라도, 기준 사진과 사실부터 고정합니다

제품 외형·구성·라벨·용량을 기준 자료로 고정하고, 문구·배경·배치 중 비교할 요소를 정합니다. AI가 만들어낸 추가 구성품이나 과장된 크기·효능 표현이 없는지 검수합니다.

소재와 실험 기록을 한 묶음으로 남깁니다

원본 사진, A·B 파일, 가설, 적용 ASIN, 시작·종료 방식, 관찰 지표와 결과를 함께 저장합니다. 다음 수정에서 이전의 배움을 다시 쓸 수 있습니다.

위 예시는 가설이며 특정 브랜드의 실제 성과를 뜻하지 않습니다. 여러 요소를 함께 바꾸면 결과도 변경 묶음 전체의 효과로 해석해야 합니다.

[A4] 가설·변수·기록 원칙 [P1] 이미지 정책

읽기 안내 / 각 사례에서 질문 하나를 가져오세요

네 카테고리를 함께 보는 관점

카테고리	먼저 확인할 기준	제작·실험에 가져갈 질문
NMN	총 배합량·주성분량·원료·시험	큰 숫자의 기준이 명확하면 제품 이해에 도움이 될까요?
Probiotics	CFU·균주·보장 시점·사용 대상	대상·보관·사용 상황을 먼저 보여주면 선택이 쉬울까요?
NAD+	직접 성분·전구체·배합·연구 조건	수치의 용량·기간·대상을 함께 읽을 수 있나요?
Collagen	분말·단백질·제공량·제형·횟수	크기·맛·혼합법·빈 공간이 구매 전 질문에 답하나요?

관찰

정보의 순서와 고객이 궁금해할 질문을 찾습니다.

설계

내 제품의 사실과 근거로 대안 B를 만듭니다.

확인

적격 상품에서 실험하고 결과와 조건을 기록합니다.

이 책에는 상품 사례 20개, 리스팅 이미지 171장, A+ 전체 흐름 20개와 모듈·브랜드 영역 142개 분석이 담겨 있습니다. 초기 NMN 편에는 같은 브랜드의 다른 상품도 포함되므로 20개 서로 다른 브랜드를 뜻하지는 않습니다.

전체 213쪽 · 모든 쪽수와 목차는 이번 통합본 기준입니다.

REFERENCE / NMN

NMN
리스팅 이미지 · A+ 분석

이미지의 순서와, 고객의 다음 질문을 살펴보세요.

관찰한 일반 검색 상위 5개 상품 카드입니다. 같은 브랜드의 다른 구성과 NAD+ 대체 상품이 포함됩니다.

01 Cata-Kor NMN · 1팩 026

갤러리 027-029 / A+ 풀샷 030 / 모듈 해설 031-034

02 Cata-Kor Liposomal NAD+ 035

갤러리 036-038 / A+ 풀샷 039 / 모듈 해설 040-043

03 Micro Ingredients NMN Complex 044

갤러리 045-047 / A+ 풀샷 048 / 모듈 해설 049-051

04 partiQlar Pure NMN 052

갤러리 053-054 / A+ 풀샷 055 / 모듈 해설 056-059

05 Cata-Kor NMN · 2팩 060

갤러리 061-062 / A+ 풀샷 063 / 모듈 해설 064-067

모든 쪽수는 통합본 기준입니다. 선정 기준·관찰 한계·활용 방법은 다음 페이지를 참고하세요. 각 상품 장의 출처 링크에서 원문을 확인할 수 있습니다.

방법과 활용법

읽기 전에: 순위와 분석 범위

검색 노출 순서입니다

이 책의 1~5위는 관찰 시점의 일반 검색 노출 순서입니다. 판매량 순위나 카테고리 BSR, 브랜드 전체 순위를 뜻하지 않습니다. 로그인 상태, 배송 지역, 시간과 개인화에 따라 결과가 달라질 수 있습니다.

같은 브랜드와 다른 성분 제품도 포함됩니다

상위 5개에는 Cata-Kor 3개 카드가 포함되어 있습니다. 1위 단품과 5위 2팩은 같은 제품군이며, 2위는 NMN이 아닌 NAD+ 제품입니다. 브랜드 다양성을 위해 임의로 다른 상품으로 교체하지 않았습니다.

관찰 → 해석 → 적용

이미지에서 직접 보이는 요소를 관찰하고, 그 요소가 맡는 역할을 해석한 뒤 적용 관점을 제안합니다. 잘 팔리는 원인을 검증하거나 전환율 개선을 보장하는 분석은 아닙니다.

표현을 복사하기보다 질문을 가져가세요

브랜드 이미지, 인증, 시험 결과, 인물의 추천과 건강 관련 문구는 해당 제품의 표현입니다. 내 상품의 사실과 근거를 바탕으로 새 소재를 제작하세요. 특히 수치, 1회 사용량, 전체 사용 기간이 서로 맞는지 확인합니다.

풀샷과 확대 해설을 함께 보세요

풀샷은 원페이지 또는 모듈별 화면을 연결한 캡처입니다. 고정 메뉴를 제외하고 표시 순서를 유지했습니다. 다음 장의 확대 이미지로 세부 구성을 살펴보세요. 캐러셀은 선택된 화면을 보존하며, 접힌 FAQ나 영상 전체를 펼친 자료는 아닙니다.

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

한눈에 보는 차이와 적용 질문

5개 상품에서 비교할 제작 관점

01 Cata-Kor NMN · 1팩

성분표 → 연구 표현 → 생활 장면 → 품질 → 패키지 → 추천·문서로 질문을 넓혀갑니다. 내 상품에는 어떤 질문이 빠져 있나요?

02 Cata-Kor Liposomal NAD+

NMN 검색에 NAD+ 대체 상품이 노출됩니다. 검색어와 실제 제품 성분이 다를 수 있으므로, 고객이 제품 종류부터 명확하게 이해하는지 살펴보세요.

03 Micro Ingredients NMN Complex

복합 배합을 캡슐 단면과 성분표로 설명합니다. 내 상품의 큰 숫자가 총량인지 주성분 함량인지 고객도 구별할 수 있나요?

04 partiQlar Pure NMN

간결한 단일 성분과 일관된 톤이 특징입니다. 다만 이미지의 30일분·A+의 60일분 표기는 대조가 필요합니다. 모든 소재의 수치가 같은가요?

05 Cata-Kor NMN · 2팩

단품과 공통 A+를 사용해도 갤러리는 10장과 7장으로 다릅니다. 팩 전체와 한 병 기준의 수량·기간을 명확하게 나눠 설명하고 있나요?

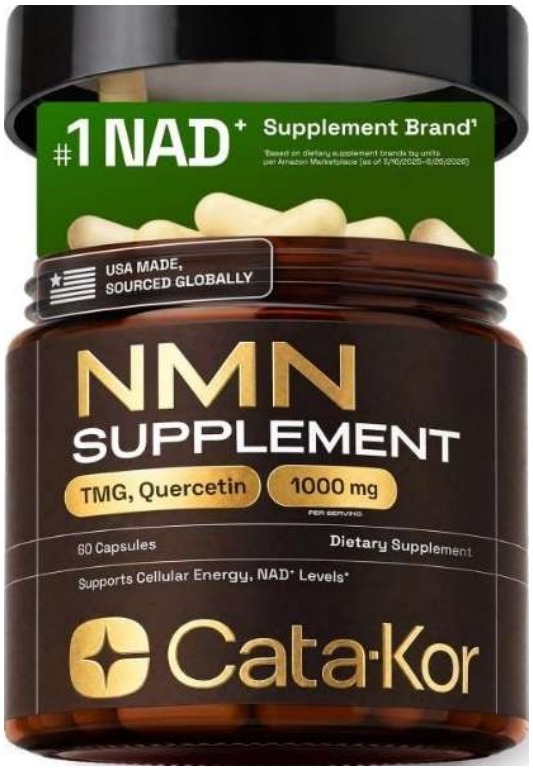
제작 순서를 정한다면

구성·함량·기간 오류 점검 → 고객 질문의 누락 확인 → 이미지 순서 조정 → 부족한 근거와 실제 사용 장면 추가. 시즌 문구를 넣기 전에 상품의 기본 설명부터 맞춰보세요.

일반 검색 1위 / B0FWGXBT3C

Cata-Kor NMN · 1팩

강한 전면 이미지 뒤에, 성분과 품질 근거를 쌓는다



이 사례의 설계

검정·금색 병으로 상품을 기억하게 하고, 초록색 성분표와 파란색 연구·생활 이미지를 이어갑니다. 갤러리는 성분, 연구 표현, 품질, 패키지 변경, 인물 추천, 시험 문서까지 넓은 질문을 다룹니다. A+는 같은 메시지를 영상과 비교표로 확장합니다.

리스팅 이미지 10장
A+·브랜드 영역 8개
아래쪽 출처 영역을 누르면 상품 원문으로 이동합니다.

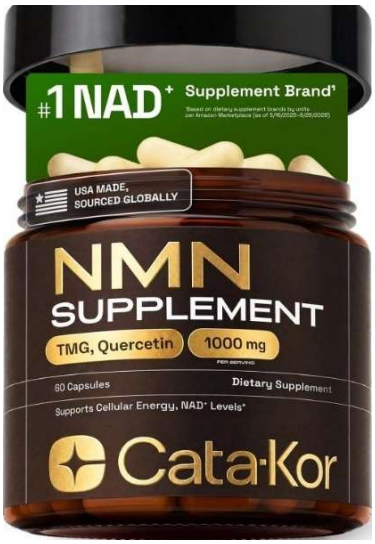
먼저 가져갈 관점

- 성분 → 질문 해소 → 품질 → 패키지 → 문서로 고객의 불확실성을 줄이는 순서를 참고하세요.
- 전면 총량 1,000mg과 실제 NMN 500mg을 같은 의미로 쓰지 않는 것이 중요합니다.
- 4분기에는 패키지 변경 안내처럼 구매 후 기대 차이를 줄이는 이미지도 먼저 점검해보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWGXBT3C

Cata-Kor NMN · 1팩 / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 열린 병과 전면 라벨

뚜껑을 들어 캡슐을 드러내고 검정·금색 라벨을 크게 보여줍니다. 상단에는 브랜드 순위 문구도 들어갑니다.

적용 제품 형태와 라벨의 가독성을 먼저 살펴보세요. 순위 배지의 근거와 표현을 자기 상품에 그대로 옮기지 않습니다.



02 배합 총량을 분해하는 성분표

2캡슐 기준 NMN 500mg·TMG 250mg·Quercetin 150mg·Resveratrol 100mg과 30회분을 함께 표시합니다.

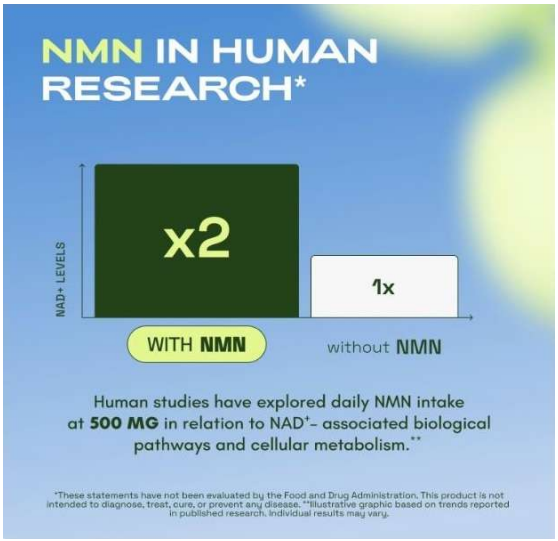
적용 전면 1,000mg은 네 성분의 합계입니다. 실제 주성분 함량과 총량, 1회 기준을 구분해 표시합니다.



03 4-in-1과 식품 비교

네 성분의 이름과 캡슐을 먼저 보여준 뒤 오이·아보카도 수량으로 시선을 끕니다.

적용 낯선 숫자를 익숙한 대상으로 설명하는 구조만 참고하세요. 식품 환산의 계산과 동등성은 별도의 근거가 필요합니다.



04 연구를 압축한 막대그래프

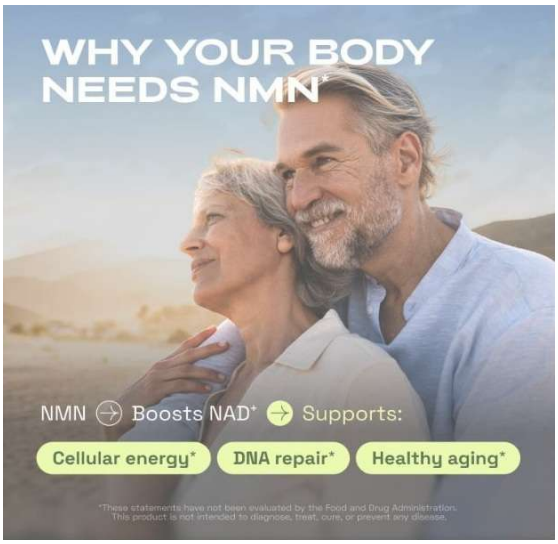
With NMN과 Without NMN을 x2·1x 막대로 비교하고 500mg을 강조합니다. 이 화면은 브랜드의 연구 관련 표현입니다.

적용 그래프는 대상·조건·기간·출처를 함께 읽을 수 있게 만드세요. 성분 연구를 이 완제품의 효과로 단정하지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWGXBT3C

Cata-Kor NMN · 1팩 / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 대상 고객과 생활 가치

중년 커플의 사진에 NMN→NAD+ 흐름과 세 가지 건강 관련 문구를 배치합니다.

적용 성분 이름 다음에 고객의 사용 맥락을 보여주세요. 사진의 분위기와 확인 가능한 제품 사실을 구분합니다.



06 왜 이 성분인가

일반 NR 병과 NMN 병을 좌우로 놓고 문헌·전환·흡수 관련 문구를 대비합니다.

적용 비교표를 만든다면 비교 조건을 먼저 정하세요. 체크와 색상만으로 우월성이 입증되는 것은 아닙니다.



07 품질 메시지의 집합

제품과 캡슐, 제조시설·시험·원산지 관련 배지를 한 장에 모읍니다.

적용 로고 수를 늘리기보다 인증 주체·대상·범위를 확인하고 실제로 보여줄 수 있는 근거를 연결합니다.



08 패키지 변경 안내

서로 다른 앞·뒤 라벨을 나란히 보여주며 어느 패키지가 올 수 있는지 안내합니다.

적용 시즌 재고에 구·신 패키지가 섞인다면 차이를 보여주세요. 구성품·성분 변경 여부도 별도로 명확하게 설명합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWGXBT3C

Cata-Kor NMN · 1팩 / 이미지 9~10

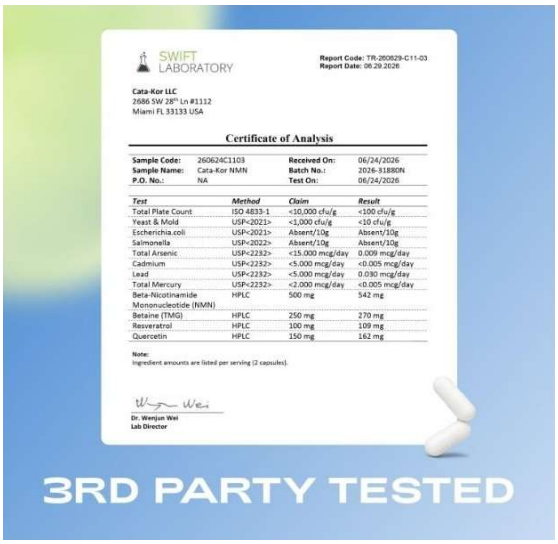
리스팅 이미지 분석



09 인물 두 명의 추천

두 인물의 이름·직함·인용문을 카드로 배치합니다. 아래에는 보상 관계를 밝히는 작은 문구가 있습니다.

적용 추천인의 역할과 관계를 명확히 쓰세요. 작은 각주에 핵심 조건이 묻히지 않도록 가독성도 검토합니다.



10 시험 문서 공개

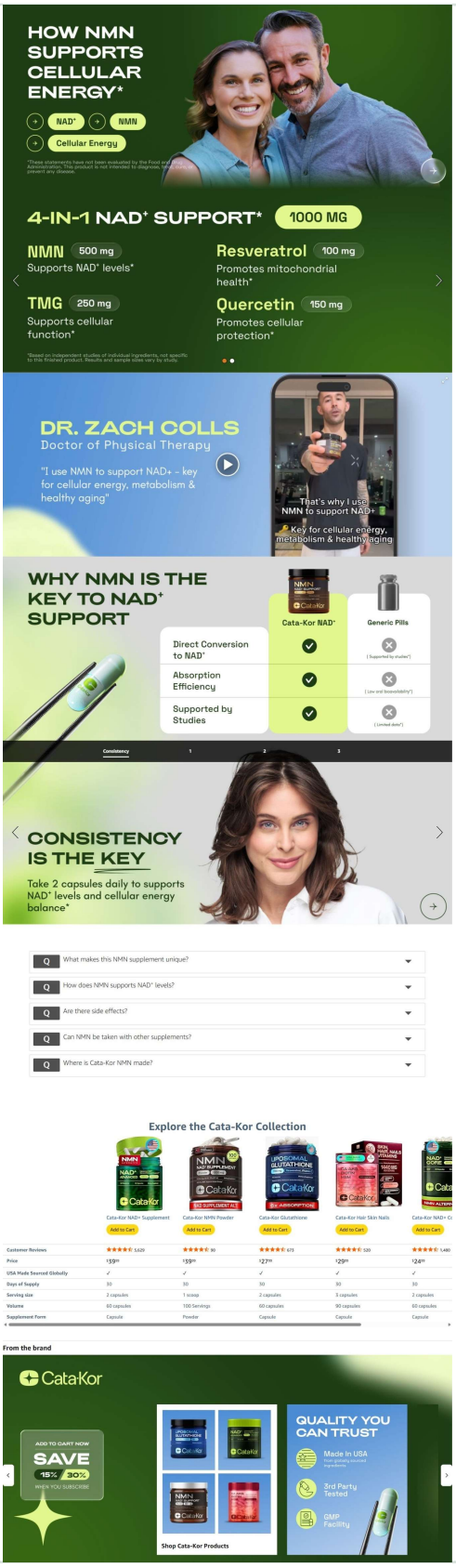
Certificate of Analysis 이미지를 크게 넣고 3rd Party Tested 문구로 요약합니다.

적용 문서의 제품·배치·날짜·시험 항목이 실제 상품과 연결되는지 점검하세요. 문서가 보이는 것과 검증을 완료한 것은 다릅니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWGXBT3C

Cata-Kor NMN · 1팩 / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 대상 고객과 핵심 메시지

M02 | 4가지 성분과 함량

M03 | 인물 중심 영상

M04 | 비교 기준을 시각화

M05 | 매일 사용하는 장면

M06 | 구매 전 질문 모음

M07 | 브랜드 내 라인업 비교

M08 | Brand Story와 교차 탐색

기본 화면의 캐러셀·접힌 FAQ 상태를 포함합니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWGXBT3C

Cata-Kor NMN · 1팩 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

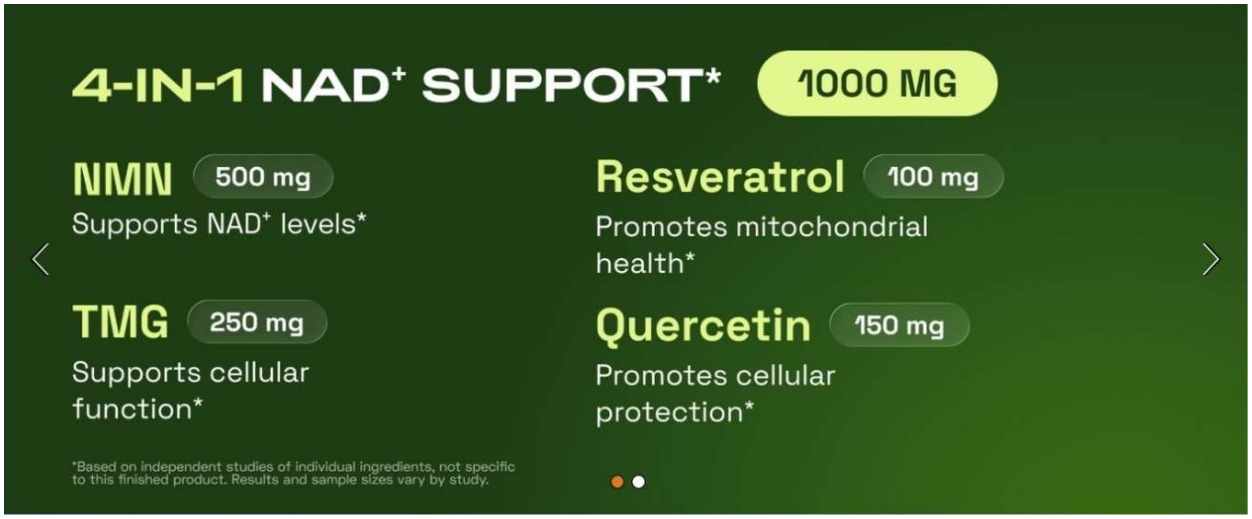
M01 | 대상 고객과 핵심 메시지



중년 커플과 짙은 초록 배경 위에 NMN·NAD+·세포 에너지 메시지를 묶습니다. 성분 설명에 앞서 어떤 생활을 지향하는 상품인지 보여주는 도입부입니다.

적용 관점 고객 상황을 보여주는 사진 한 장과 핵심 메시지 하나를 먼저 정하세요. 생활 이미지가 제품 효능의 증거처럼 읽히지 않게 구분합니다.

M02 | 4가지 성분과 함량



캐러셀 기본 화면에서 NMN 500mg, TMG 250mg, Resveratrol 100mg, Quercetin 150mg을 네 구획에 배치합니다. 앞면의 1,000mg이 배합 총량임을 구체화합니다.

적용 관점 합계 숫자를 강조했다면 그 숫자의 구성과 1회 기준을 가까운 위치에서 풀어주세요. 성분 연구와 완제품 연구의 범위도 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWGXBT3C

Cata-Kor NMN · 1팩 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

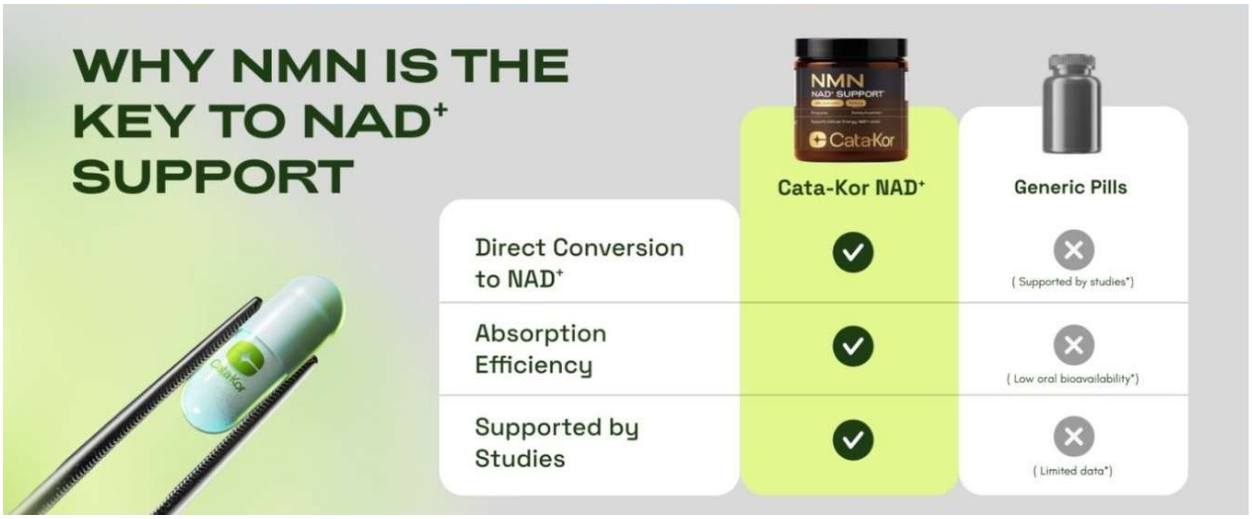
M03 | 인물 중심 영상



물리치료사 Dr. Zach Colls의 이름·직함과 제품을 든 세로 영상의 시작 화면을 결합합니다. 정적인 정보 사이에서 사람의 목소리로 관심을 이어가는 장치입니다.

적용 관점 전문가·창업자·고객 영상 중 전달할 내용에 맞는 화자를 고르세요. 직함이나 추천을 임상 검증의 대체물로 사용하지 않습니다.

M04 | 비교 기준을 시각화



자사 제품과 Generic Pills를 나란히 놓고 세 가지 기준에 체크와 엑스를 표시합니다. 여러 문장을 표 형태의 선택 기준으로 압축합니다.

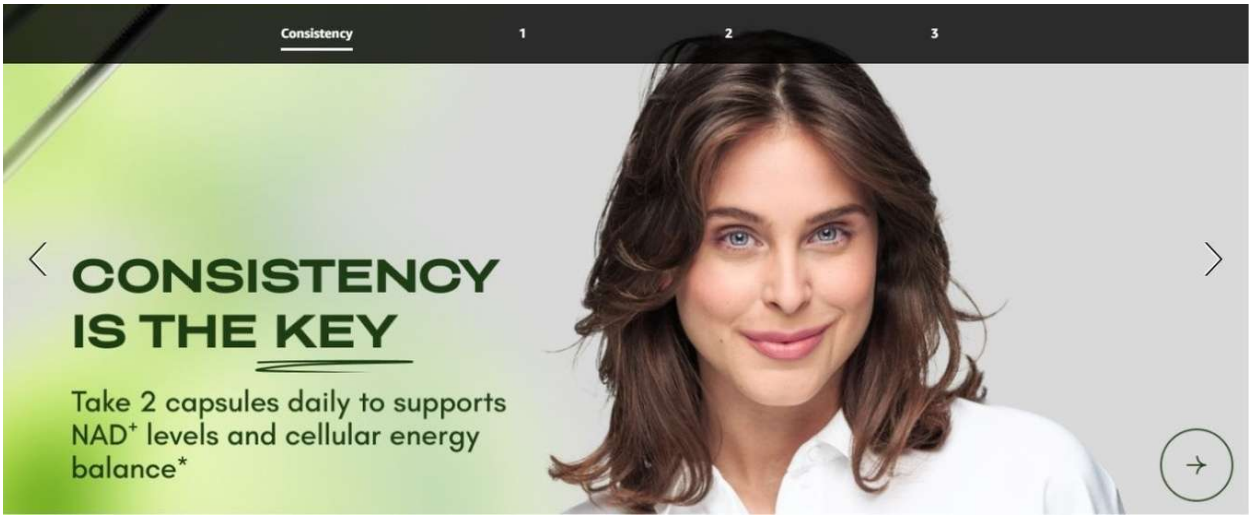
적용 관점 내 상품의 실제 비교 기준을 먼저 정하세요. 비교 대상의 범위와 근거가 모호한 포괄적인 우월 표현은 그대로 가져오지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWGXBT3C

Cata-Kor NMN · 1팩 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

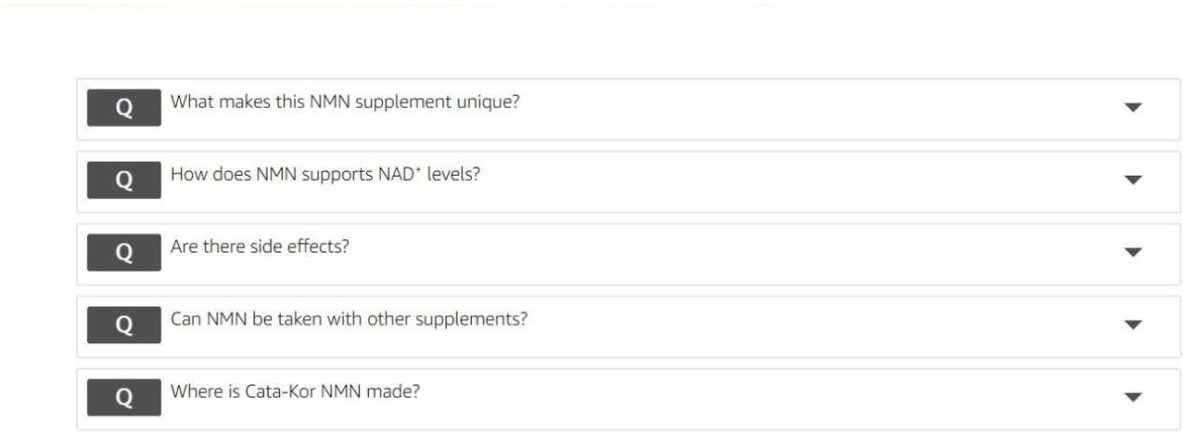
M05 | 매일 사용하는 장면



탭이 있는 캐러셀의 기본 화면은 여성 인물과 Consistency 메시지, 하루 2캡슐 문구를 보여줍니다. 성분 설명에서 일상 루틴으로 이야기를 전환합니다.

적용 관점 사용 빈도·준비물·과정을 실제 사용 장면과 함께 설명하세요. 첫 화면만 보는 고객에게도 사용법의 핵심이 남도록 구성합니다.

M06 | 구매 전 질문 모음



차별점, NAD+ 관련 설명, 부작용, 병용, 제조 지역의 다섯 질문을 접힌 FAQ로 배치합니다. 이미지에 담지 못한 질문을 별도 구획으로 정리합니다.

적용 관점 문의와 반품 사유에서 반복되는 질문을 고르세요. 이 캡처는 질문 목록의 구성 참고이며, 접힌 답변 내용까지 검증한 자료는 아닙니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWGXBT3C

Cata-Kor NMN · 1팩 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

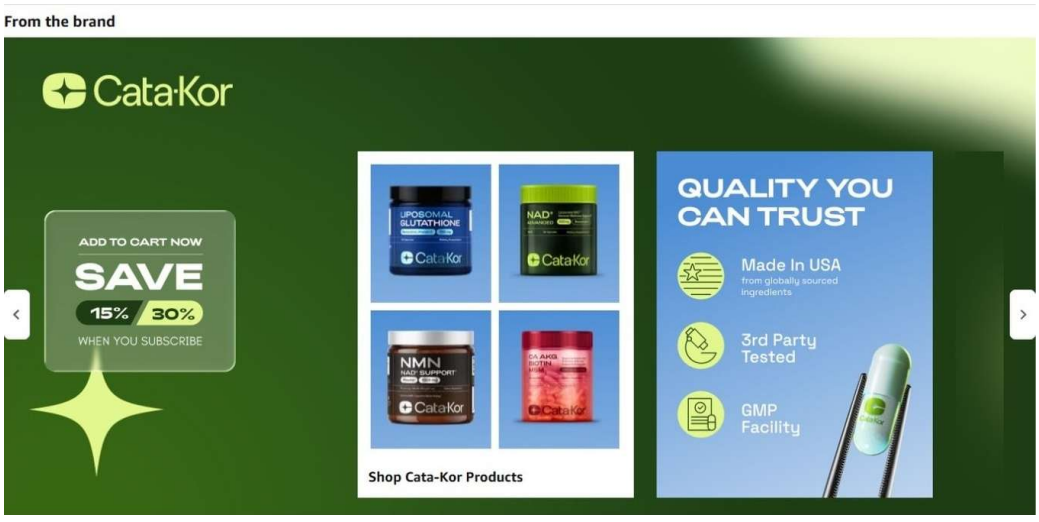
M07 | 브랜드 내 라인업 비교



다른 Cata-Kor 상품의 사진·리뷰·가격·사용량 등을 표로 보여줍니다. 단일 상품의 설명을 마친 뒤 다른 제형과 라인업을 탐색하게 만듭니다.

적용 관점 유사 옵션을 나열하기보다 고객이 구별할 기준을 행으로 정하세요. 가격과 리뷰처럼 변동하는 수치는 촬영 시점의 화면 정보로만 봅니다.

M08 | Brand Story와 교차 탐색



From the brand 영역은 브랜드 로고와 상품 카드, 품질 메시지, 구독 제안을 같은 초록색 계열로 묶습니다. 상세 설명 뒤에도 브랜드 안에서 탐색을 이어가는 구조입니다.

적용 관점 브랜드 소개에서 끝내지 말고 다음에 볼 제품군과 선택 이유를 연결해보세요. 구독 할인과 품질 표시는 자기 상품의 실제 조건에 맞춰 작성합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWGXBT3C

일반 검색 2위 / B0FBSC1CDZ

Cata-Kor Liposomal NAD+

검색어가 같아도, 실제 제품 종류부터 구분한다



이 사례의 설계

NMN 검색에서 노출된 NAD+ 상품입니다. 초록색 병과 파랑·연두색 배경으로 같은 브랜드의 NMN 제품과 연결하면서, 리포솜 제형과 인물 추천, 품질 관련 표현을 반복합니다. 제품 종류와 배합을 고객에게 명확하게 설명하는 것이 우선입니다.

리스팅 이미지 11장
A+·브랜드 영역 8개
아래쪽 출처 영역을 누르면 상품 원문으로 이동합니다.

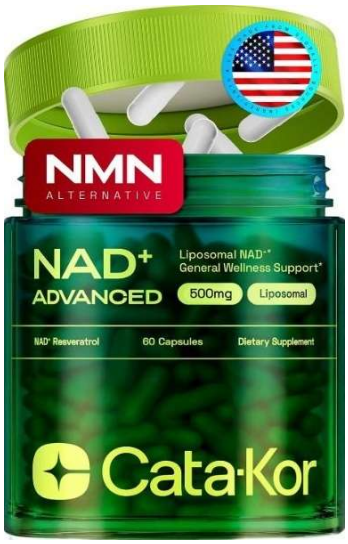
먼저 가져갈 관점

- 이 사례는 NMN 제품이 아닙니다. 검색 키워드와 실제 성분·제품 종류를 먼저 구분하세요.
- 인물 카드와 품질 아이콘을 반복해 브랜드 인상을 유지하는 구조를 참고할 수 있습니다.
- 제형 비교, FAQ, 라인업 비교가 각각 어떤 고객 질문에 답하는지 구분해보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FBSC1CDZ

Cata-Kor Liposomal NAD+ / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 NAD+와 NMN Alternative

초록색 병과 열린 뚜껑, 캡슐 위에 NMN Alternative 배지를 배치합니다. 라벨은 NAD+ Advanced 제품임을 보여줍니다.

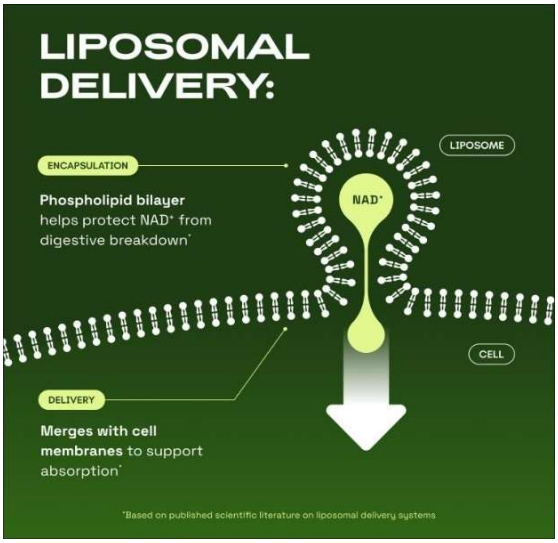
적용 검색어에 맞추면서도 실제 제품 종류가 명확한지 확인하세요. 대체재라는 표현과 실제 함유 성분을 혼동하지 않게 씁니다.



02 생활 사진과 관심사

커플의 사진과 네 가지 건강 관련 메시지를 배치합니다. 제형 설명 전에 고객이 관심 가질 주제로 접근합니다.

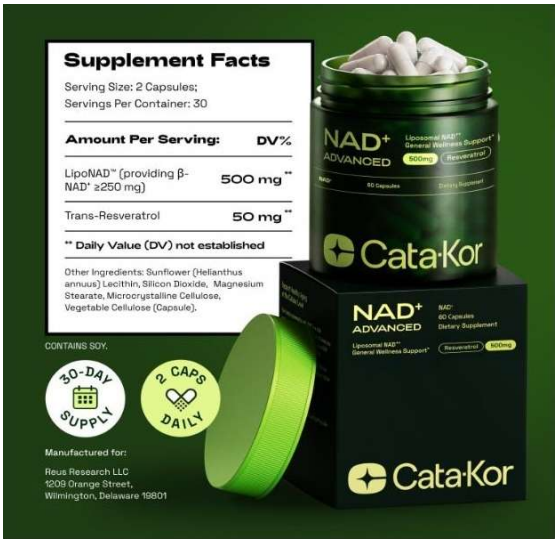
적용 누구를 위한 제품인지 장면으로 보여주세요. 생활 분위기가 특정 효능의 증거처럼 읽히지 않게 구분합니다.



03 리포솜 전달 구조도

인지질 이중층과 세포막의 도식, 화살표로 리포솜 관련 설명을 시각화합니다.

적용 눈에 보이지 않는 제형의 구조를 도식으로 풀어보세요. 구조 설명과 완제품의 실제 성능 검증은 별개입니다.



04 배합량과 실제 제공량

2캡슐 기준 LipoNAD 500mg, 그 안의 β-NAD+ 250mg 이상, Trans-Resveratrol 50mg을 구분합니다. 30회분도 표시합니다.

적용 복합 원료량과 그 안의 유효 성분량을 구분해 쓰세요. 앞면의 500mg을 NAD+ 순함량으로 오독하지 않게 설명합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FBSC1CDZ

Cata-Kor Liposomal NAD+ / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 두 성분의 역할 요약

집게에 든 캡슐과 NAD+·Resveratrol 문구로 조합의 의미를 설명합니다.

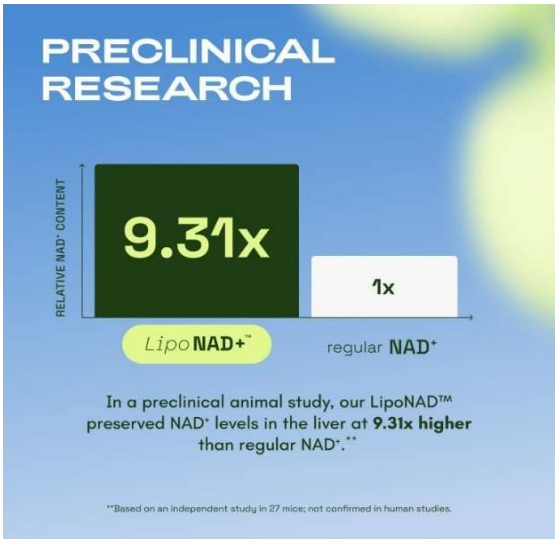
적용 배합 성분을 나열한 다음 왜 함께 있는지 설명하는 자리를 마련해보세요. 역할에 대한 표현은 제품 근거와 맞춰 작성합니다.



06 품질 관련 배지

제조·시험·시설 관련 아이콘과 제품을 한 화면에 모읍니다. 상단에는 임상의 선택 관련 문구도 있습니다.

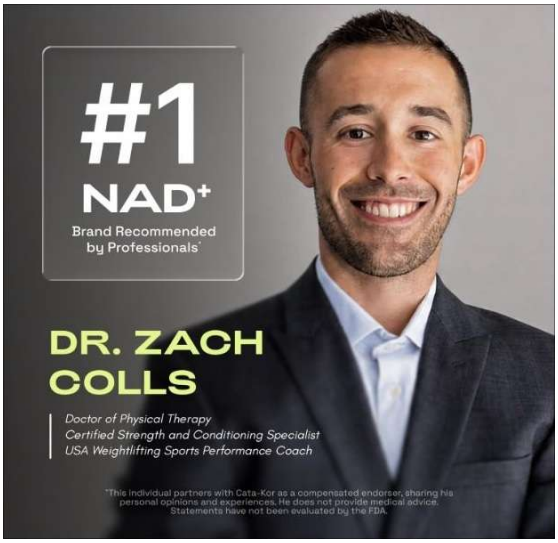
적용 여러 인증과 시험의 적용 대상을 구분하세요. 시설 인증과 완제품 인증을 같은 뜻으로 취급하지 않습니다.



07 전임상 연구 그래프

9.31x와 1x 막대그래프를 강조합니다. 하단에는 생쥐 27마리의 연구이며 사람 대상 연구로 확인되지 않았다는 조건이 있습니다.

적용 큰 숫자보다 연구 대상·측정 부위·비교 조건·한계를 함께 읽으세요. 사람에게 같은 효과가 난다는 뜻으로 옮기지 않습니다.



08 인물과 직함

Dr. Zach Colls의 사진, 물리치료사 관련 직함과 브랜드 추천 문구를 배치합니다. 하단에는 보상 관계를 설명합니다.

적용 추천 소재는 인물의 역할과 관계를 분명하게 쓰세요. 추천과 제품 성능 검증을 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FBSC1CDZ

Cata-Kor Liposomal NAD+ / 이미지 9~11

리스팅 이미지 분석



09 시험 성적서

Certificate of Analysis 원문을 넣고 제3자 시험 문구로 요약합니다.

적용 문서의 날짜·배치·제품·시험 항목을 확인할 수 있게 제공하세요. 문서 이미지 자체가 모든 품질 주장을 보증하지는 않습니다.



10 병과 박스의 뒷면

실물 병과 박스의 성분표·주의 문구를 같은 장면에서 보여줍니다.

적용 디자인 그래픽과 실제 포장 표기가 일치하는지 확인하세요. 고객이 받게 될 실물의 기대를 맞추는 이미지입니다.



11 포장 전체 둘러보기

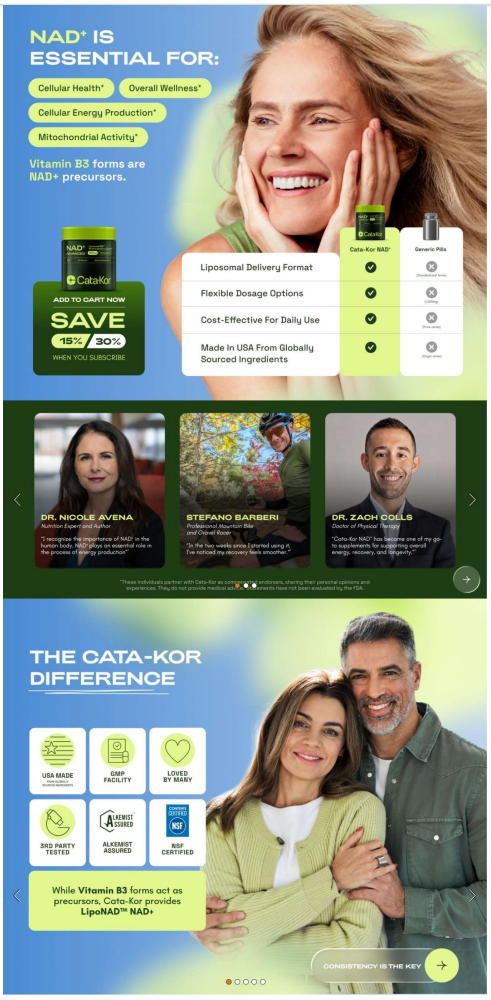
병과 상자의 앞·뒤·옆면을 네 구획으로 정리합니다.

적용 구성품과 외부 포장을 빠짐없이 보여주는 방식을 참고하세요. 시즌에 포장이 바뀐다면 최신 이미지로 교체합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FBSC1CDZ

Cata-Kor Liposomal NAD+ / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 생활 가치로 시작

M02 | 제형과 선택 기준 비교

M03 | 세 사람의 추천 카드

M04 | 품질 메시지의 도입

M05 | 품질 설명과 반복 사용 연결

M06 | 제형과 사용 질문

M07 | 다른 제형·제품 탐색

M08 | Brand Story의 구독 제안

기본 화면의 캐러셀·접힌 FAQ 상태를 포함합니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FBSC1CDZ

Cata-Kor Liposomal NAD+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 생활 가치로 시작



중년 여성과 네 가지 건강 관련 문구를 함께 배치합니다. 제품 설명을 시작하기 전에 지향하는 생활과 관심사를 먼저 보여줍니다.

적용 관점 대상 고객이 이해할 수 있는 말로 시작하세요. 건강 관련 메시지는 내 상품에 적용되는 사실과 근거를 확인한 뒤 작성합니다.

M02 | 제형과 선택 기준 비교



자사 병과 Generic Pills를 놓고 리포솜 형태, 용량 선택, 일상 사용의 비용, 제조 관련 기준을 표로 비교합니다. 왼쪽에는 구독 절약 제안도 있습니다.

적용 관점 성분뿐 아니라 제형·수량·사용 방식처럼 비교 가능한 기준을 정하세요. 할인 조건은 비교 기준과 별도로 명확히 표시합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FBSC1CDZ

Cata-Kor Liposomal NAD+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 세 사람의 추천 카드



영양 분야 인물, 산악자전거 선수, 물리치료사의 사진과 인용문을 캐러셀로 보여줍니다. 하단에는 보상 관계를 밝히는 문구가 있습니다.

적용 관점 한 가지 메시지를 여러 화자의 관점으로 설명할 수 있습니다. 직함·사용 경험·보상 관계를 분명하게 쓰고 임상 근거와 구분합니다.

M04 | 품질 메시지의 도입



The Cata-Kor Difference 제목과 제조·시설 관련 첫 세 아이콘, 커플 사진의 윗부분을 보여줍니다. 다음 모듈과 이어지는 하나의 큰 이미지처럼 설계했습니다.

적용 관점 연속 모듈을 활용하면 긴 이미지를 구성할 수 있습니다. 제조시설 인증과 완제품 시험처럼 서로 다른 범주의 정보는 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FBSC1CDZ

Cata-Kor Liposomal NAD+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 품질 설명과 반복 사용 연결



이전 모듈에서 이어지는 커플 사진과 나머지 품질 아이콘, NAD+ 관련 문구를 보여줍니다. 기본 캐러셀 화면 하단에는 Consistency is the key 연결 요소가 있습니다.

적용 관점 긴 이미지를 나눌 때 모듈 경계를 함께 설계하세요. 추가 슬라이드를 넘기지 않아도 기본 화면에서 핵심 설명이 완성되어야 합니다.

M06 | 제형과 사용 질문



차별점, 리포솜, 사용법, 부작용, 비타민 B3 경로에 관한 다섯 질문을 FAQ로 배치합니다.

적용 관점 고객이 생소해할 용어부터 FAQ로 설명해보세요. 실제 문의를 반영하되 접힌 상태의 제목만으로도 질문이 명확해야 합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FBSC1CDZ

Cata-Kor Liposomal NAD+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M07 | 다른 제형·제품 탐색



분말·NMN·다른 브랜드 제품군을 사진과 수치가 있는 비교표로 보여줍니다. 설명을 마친 고객이 다음 선택지를 찾게 하는 구조입니다.

적용 관점 대체재와 함께 쓰는 상품을 혼동하지 않도록 비교 기준을 정하세요. 변동하는 가격과 리뷰 수치는 최신 상태를 점검합니다.

M08 | Brand Story의 구독 제안



브랜드 로고, 상품군 카드, 구독 절약 메시지를 같은 초록색 배경 위에 배치합니다. 반복 구매와 브랜드 내 탐색을 함께 제안합니다.

적용 관점 브랜드 소개와 다음 행동을 연결해보세요. 구독 조건과 할인 비율은 실제 제공되는 조건을 기준으로 안내합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FBSC1CDZ

일반 검색 3위 / B0FXJ8YYX4

Micro Ingredients NMN Complex

복합 성분을 하나의 시각 언어로 정리한다



이 사례의 설계

흰 병과 보라색 라벨을 기준으로 성분 비교, 뒷면 라벨, 사용법, 생활 장면을 연결합니다. A+도 같은 색과 여백을 유지하며 브랜드·배합·시험 관련 표현·수량·사용 루틴을 차례로 보여줍니다. 성분이 많은 상품의 정보 정리 방식이 핵심 참고점입니다.

리스팅 이미지 9장
A+·브랜드 영역 6개
아래쪽 출처 영역을 누르면 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 흰색·보라색과 같은 촬영 톤을 유지하면 정보가 많아도 한 제품의 이야기로 보입니다.
- 복합물 총량 1,000mg 중 NMN은 500mg입니다. 큰 숫자와 성분표를 함께 읽어야 합니다.
- 120캡슐·60회분·캡슐 크기처럼 구매자가 비교할 수 있는 구체적인 사양을 이미지로 설명합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FXJ8YYX4

Micro Ingredients NMN Complex / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 보라색 라벨의 메인 이미지

흰 병 위에 NMN, 10-in-1, 1,000mg per serving, 120캡슐을 크게 배치합니다.

적용 어떤 성분·제형·구성의 상품인지 우선순위를 정하세요. 1,000mg은 복합물 총량이라는 점도 함께 설명합니다.



02 캡슐 단면 비교

일반 성분과 자사 배합을 두 캡슐의 단면으로 비교하고 성분 이름을 선으로 연결합니다.

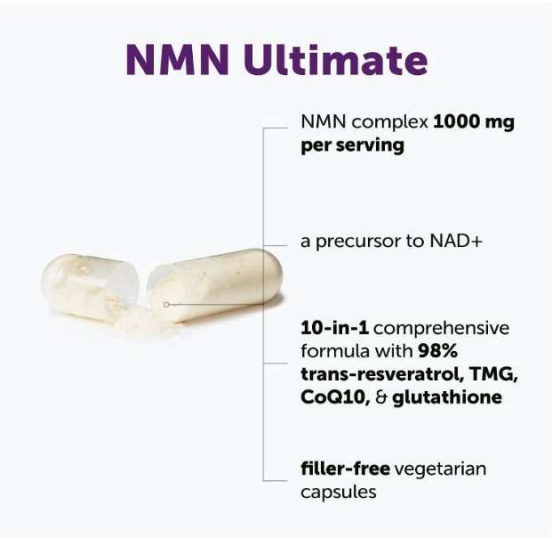
적용 보이지 않는 구성 차이를 구조도로 보여주는 방식을 참고하세요. 비교 대상과 원료 정보는 사실에 맞춰 작성합니다.



03 성분표 원문

2캡슐·60회분, NMN 500mg, Vitamin C 50mg, Proprietary Blend 450mg을 확인할 수 있습니다.

적용 총량과 주성분의 양을 구분하세요. 혼합물 내부 개별 성분의 양은 이 표만으로 추정하지 않습니다.



04 열린 캡슐과 요약 설명

캡슐과 분말 옆에 NMN complex, 배합 구성, 식물성 캡슐 관련 정보를 세 줄로 정리합니다.

적용 제품을 크게 보여주고 옆에는 짧은 콜아웃을 배치해보세요. 한 장에 한 단계의 설명만 담습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FXJ8YYX4

Micro Ingredients NMN Complex / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 사용량과 실제 크기

손에 든 캡슐, 하루 2캡슐 문구, 120캡슐·60회분·0.75인치 크기를 함께 보여줍니다.

적용 수량뿐 아니라 실제 크기와 한 번의 사용 기준을 연결하세요. 섭취 지침은 판매자의 라벨 표기이며 개인별 권고가 아닙니다.



06 라벨의 다른 면

원료 목록과 주의 문구, 바코드가 있는 병의 옆면을 보여줍니다.

적용 실물 라벨을 읽을 수 있는 해상도로 제공하세요. 잘린 글자나 촬영 왜곡이 없는지도 확대해 확인합니다.



07 물과 함께하는 사용 장면

물을 든 인물과 캡슐을 먹는 장면으로 제품의 일상적인 사용 맥락을 보여줍니다.

적용 제품만 반복하기보다 고객이 실제로 사용할 한 장면을 촬영해 보세요. 막연한 생활 사진보다 행동이 보이는 사진이 명확합니다.



08 브랜드의 사회적 활동

Vitamin Angels 파트너십과 어린이 사진을 활용해 제품 성분 외의 브랜드 이야기를 전합니다.

적용 브랜드 활동은 사실과 관계를 정확히 설명하세요. 이미지 속 활동이 제품 자체의 품질 인증처럼 보이지 않게 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FXJ8YYX4

Micro Ingredients NMN Complex / 이미지 9~9

리스팅 이미지 분석



09 품질과 가치의 요약

해변의 인물 사진 아래 직접 소싱·가격 가치·원료 관련 아이콘을 배치합니다.

적용 마지막에는 기억할 메시지 몇 개를 정리하세요. 추상적인 품질 문구에는 별도의 구체적 근거가 필요합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FXJ8YYX4

Micro Ingredients NMN Complex / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 브랜드와 배합의 이름

M02 | 제품의 확대 인상

M03 | 이어지는 제품 히어로

M04 | 구성·품질·수량 요약

M05 | 사용 루틴을 설명하는 캐러셀

M06 | 짧은 FAQ

기본 화면의 캐러셀·접힌 FAQ 상태를 포함합니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FXJ8YYX4

Micro Ingredients NMN Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 브랜드와 배합의 이름



로고와 10-in-1 NMN Complex를 크게 배치한 첫 모듈입니다. 보라색 글자와 밝은 대리석 질감으로 갤러리와 같은 인상을 만듭니다.

적용 관점 첫 모듈에서는 제품이 속한 범주와 차별점 하나를 명확히 정리해보세요.

M02 | 제품의 확대 인상



병을 크게 보여주고 뒤에 보라·파란색 수채화 형태를 넣습니다. 바로 위 문구와 이어져 하나의 긴 히어로 이미지처럼 보입니다.

적용 관점 인접 모듈의 배경과 색을 연결하면 분리된 모듈도 하나의 이야기로 읽힙니다. 모바일에서의 이어짐은 별도로 확인합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FXJ8YYX4

Micro Ingredients NMN Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 이어지는 제품 히어로



앞 모듈에서 시작한 병의 아래쪽과 라벨·캡슐 수량을 보여줍니다. M02와 M03은 별도 모듈이지만 하나의 큰 병 이미지처럼 연결됩니다.

적용 관점 큰 제품 이미지를 여러 모듈로 나누는 방식을 참고하세요. 전체 길이에 비해 새로 전달하는 정보가 충분한지도 함께 검토합니다.

M04 | 구성·품질·수량 요약



캡슐 주변의 배합·원료·충전제 관련 문구, 중금속 시험 관련 표현과 함께 120 count·60 total servings를 큰 숫자로 정리합니다.

적용 관점 팩 수량과 사용 횟수를 구분하고, 시험 항목과 결과의 범위도 설명하세요. 품질 문구는 실제 제공 가능한 자료와 연결합니다.

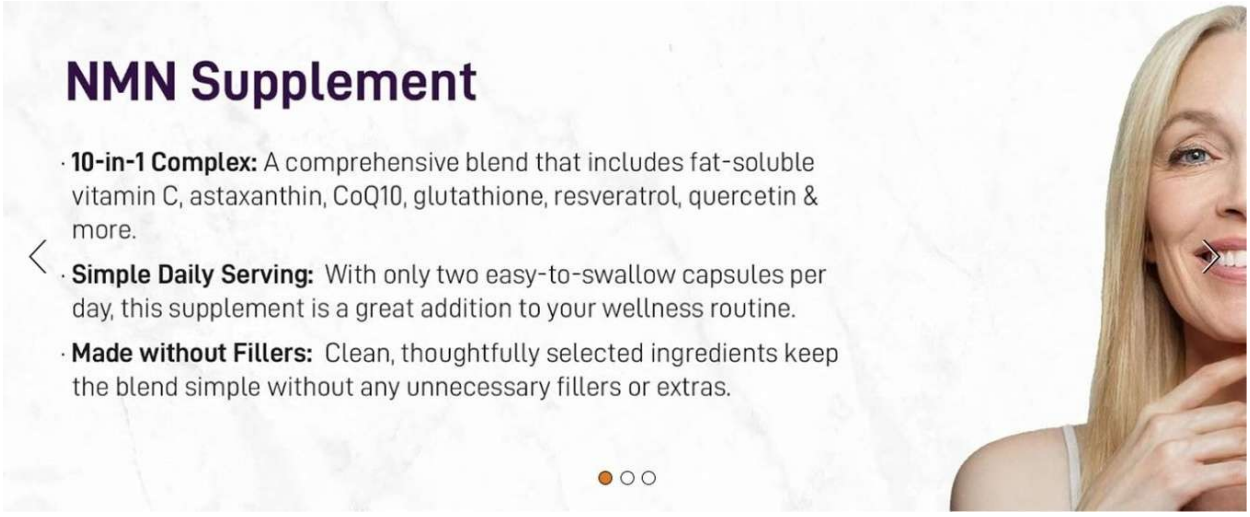
출처: https://www.amazon.com/dp/B0FXJ8YYX4

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

Micro Ingredients NMN Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

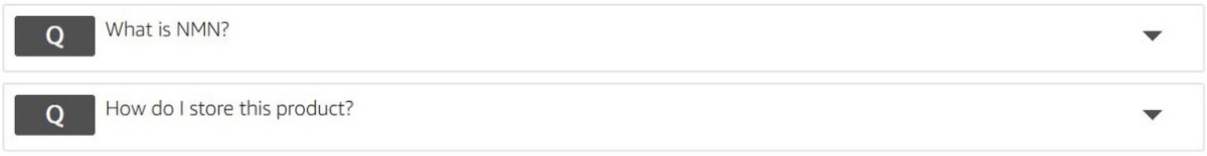
M05 | 사용 루틴을 설명하는 캐러셀



기본 슬라이드는 인물과 함께 배합, 하루 2캡슐, 충전제 관련 설명을 세 항목으로 정리합니다. 하단 점으로 추가 슬라이드가 있음을 알립니다.

적용 관점 슬라이드를 넘기지 않아도 기본 화면에서 제품 이해가 완성되도록 핵심을 배치하세요.

M06 | 짧은 FAQ



NMN이 무엇인지와 보관 방법을 묻는 두 질문으로 끝납니다. 긴 설명 뒤에 기본적인 사용 전 질문을 남깁니다.

적용 관점 질문 수를 채우기보다 실제로 반복되는 질문을 고르세요. 보관·구성·사용 방법처럼 구매 후 혼동을 줄이는 질문도 유용합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FXJ8YYX4

일반 검색 4위 / B0FT8NR753

partiQlar Pure NMN

단일 성분의 간결함을, 일관된 시각 언어로 전달한다



이 사례의 설계

회색 라벨과 올리브색 배경을 반복해 갤러리와 A+를 하나의 브랜드 경험으로 연결합니다. 복잡한 복합 성분 경쟁 대신 순도, 단일 성분, 하루 한 캡슐이라는 간결한 메시지에 집중합니다. 관찰된 화면의 표현 방식에 대한 분석이며 실제 전환율이나 성분 효능을 입증하는 자료는 아닙니다.

리스팅 이미지 8장
A+·브랜드 영역 7개
아래쪽 출처 영역을 누르면 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

• 갤러리와 A+의 색, 인물, 배경을 연결하면 짧은 상품 이미지가 긴 상세 설명으로 자연스럽게 이어집니다.

• 단일 성분처럼 설명이 짧은 상품은 순도, 섭취량, 사용 장면을 각각 독립된 질문으로 풀어낼 수 있습니다.

• 이 사례의 가장 큰 점검 포인트는 사용 기간 표기의 불일치입니다. 내 상품의 숫자를 모든 이미지에서 대조하는 작업부터 시작해보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FT8NR753

partiQlar Pure NMN / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 메인 이미지 | 병과 실제 캡슐

병과 캡슐을 흰 배경에 배치합니다. 라벨은 차분하게 유지하고 원산지 표식을 눈에 띄게 두었습니다.

적용 상품의 형태와 수량을 먼저 이해시키세요. 작은 검색 썸네일에서도 브랜드명과 제품 종류가 남는지 확인합니다.



02 성분표 | 구매 전 확인할 사실

성분표를 크게 보여주고 병, 캡슐을 함께 배치합니다. 화면에는 1회 1캡슐, 60회분, NMN 500mg이 표시됩니다.

적용 전면의 숫자를 읽은 고객이 곧바로 정확한 1회 섭취량과 원료 구성을 확인할 수 있게 만드세요.



03 핵심 가치 | 큰 캡슐을 중심으로

캡슐 하나와 주변의 짧은 문구를 연결합니다. 한 장에서 고객이 기억할 메시지를 제한하는 구성입니다.

적용 많은 효능을 한 장에 넣기보다 중심 메시지 하나와 이를 뒷받침하는 근거를 분리해보세요.



04 품질 | 손에 든 병과 세 가지 표식

제품을 손에 든 사진으로 크기를 보여주고, 시험·제조·순도 관련 문구를 아이콘으로 묶습니다.

적용 크기 감각과 품질 정보를 함께 전달할 수 있습니다. 인증이나 시험 문구는 내 제품에 적용되는 증빙과 맞춰야 합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FT8NR753

partiQlar Pure NMN / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 순도 | 무엇을 뺐는가

여성 인물 사진과 함께 단일 성분, 불필요한 첨가물 배제라는 메시지를 반복합니다.

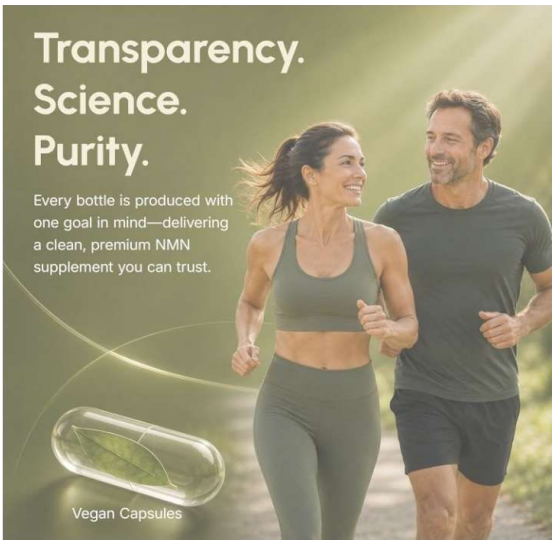
적용 경쟁사가 기능을 늘릴 때, 고객이 원하지 않는 요소를 줄였다는 차별화도 검토해볼 수 있습니다.



06 작동 원리 | 화살표로 설명

성분에서 체내 역할로 이어지는 흐름을 단순한 도식으로 표현합니다. 도식 자체가 효능의 검증 근거가 되는 것은 아닙니다.

적용 어려운 소재라면 세 단계 안의 설명 구조를 먼저 설계하세요. 각 단계의 근거와 한계를 함께 점검합니다.



07 생활 장면 | 원하는 일상과 연결

걷거나 뛰는 두 사람의 모습으로 제품을 일상에 연결합니다. 기능 설명 뒤에 생활 장면을 배치한 점이 참고할 만합니다.

적용 사용자가 누구이며 어떤 상황에서 쓰는지 보여주세요. 인물 사진만으로 실제 효과를 단정하지 않습니다.



08 사용 장면 | 섭취 장벽 낮추기

입에 캡슐을 가져가는 사진으로 복용 형태를 직관적으로 보여줍니다. 다만 이 장의 30일 표기와 A+의 60일 표기가 서로 다릅니다.

적용 갤러리, 성분표, A+의 수량·하루 사용량·총 사용 기간을 대조하세요. 예쁜 이미지보다 먼저 숫자를 일치시켜야 합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FT8NR753

partiQlar Pure NMN / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 브랜드 약속과 대상 고객

M02 | 왜 지금 필요한가

M03 | 이해를 돕는 세 개의 카드

M04 | 단일 성분과 함량

M05 | 하루 사용법과 총 사용 기간

M06 | 생활 장면 캐러셀

M07 | 사용자 영상 형태의 이미지 모음

기본 화면의 캐러셀·접힌 FAQ 상태를 포함합니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FT8NR753

partiQlar Pure NMN / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 브랜드 약속과 대상 고객



브랜드명, 큰 인물 사진, 제품을 함께 보여주며 페이지의 분위기를 정합니다. 세부 성분 설명보다 고객이 지향하는 일상을 먼저 제시합니다.

적용 관점 A+ 첫 화면에는 누구를 위한 상품이며 어떤 가치를 주려는지 한 문장으로 정리해보세요.

M02 | 왜 지금 필요한가



같은 색조의 인물 사진과 병을 배치하고, 연령 변화와 일상 루틴이라는 문제 맥락을 설명합니다.

적용 관점 고객의 상황을 설명한 다음 제품으로 연결하세요. 사진의 분위기를 실제 전후 효과의 증거로 해석해서는 안 됩니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FT8NR753

partiQlar Pure NMN / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 이해를 돕는 세 개의 카드



원료를 연상시키는 소품, 차분한 생활 이미지, 활동 장면을 세 카드로 나눕니다. 한 문단을 세 개의 시각적 단위로 분해합니다.

적용 관점 긴 설명을 고객의 질문 세 개로 바꾸고, 카드마다 질문 하나씩 답하도록 설계해보세요.

M04 | 단일 성분과 함량



열린 캡슐과 분말을 크게 보여주고 500mg, 단일 성분, 첨가물 관련 문구를 주변에 배치합니다.

적용 관점 핵심 차별점은 상품 가까이에 배치하세요. 주요 수치는 성분표와 같은 기준으로 표시합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FT8NR753

partiQlar Pure NMN / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 하루 사용법과 총 사용 기간



섭취 장면과 함께 하루 한 캡슐, 60캡슐, 60일, 식사와의 관계를 아이콘으로 제시합니다.

적용 관점 구매 전에 궁금한 사용법을 한 화면에 모으세요. 갤러리 8번의 30일 표기와는 대조가 필요합니다.

M06 | 생활 장면 캐러셀



넓은 생활 사진에 메시지를 얹고 하단 탐색 표식으로 추가 장면을 안내합니다. 풀샷에는 캡처 시 선택된 한 화면이 보입니다.

적용 관점 첫 슬라이드만 보아도 핵심이 전달되게 만드세요. 중요한 정보는 넘겨야만 볼 수 있는 위치에만 두지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FT8NR753

partiQlar Pure NMN / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M07 | 사용자 영상 형태의 이미지 모음



다양한 인물이 병을 들고 있는 세로 화면들을 연속 배치해 사용자의 존재감을 만듭니다. 구매 후기의 진위나 협찬 여부는 이 화면만으로 확인할 수 없습니다.

적용 관점 브랜드 광고와 실제 사용 장면의 시각적 차이를 활용해보세요. 사용 허락과 추천 관계를 확인한 소재를 사용합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FT8NR753

일반 검색 5위 / B0FWHT6GRN

Cata-Kor NMN · 2팩

같은 제품이라도, 구성과 사용 기간의 설명은 달라져야 한다



이 사례의 설계

1위 단품과 같은 제품군의 2팩 카드입니다. 첫 이미지에는 두 병과 60일분 문구가 보이지만 뒤 성분표는 한 병 기준 30회분을 설명합니다. A+의 주요 흐름은 단품과 같아, 옵션을 늘릴 때 공통 설명과 옵션별 설명을 어떻게 구분할지 볼 수 있습니다.

리스팅 이미지 7장
A+·브랜드 영역 8개
아래쪽 출처 영역을 누르면 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 첫 이미지의 60일분과 성분표의 30일분은 세트 전체·한 병 기준을 명시하면 이해하기 쉬워집니다.
- 단품 10장과 2팩 7장의 갤러리는 같지 않습니다. 옵션마다 실제 표시되는 이미지를 확인해야 합니다.
- 공통 A+만으로 2팩의 구성을 설명하기는 어렵습니다. 묶음 구성은 옵션별 이미지에서 분명하게 보여주세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWHT6GRN

Cata-Kor NMN · 2팩 / 이미지 1~4

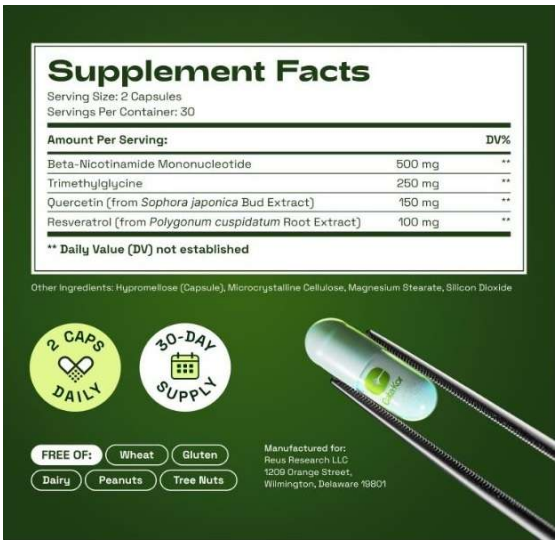
리스팅 이미지 분석



01 두 병과 60일분 메시지

병 두 개를 겹쳐 놓고 60 DAY SUPPLY를 크게 보여줍니다. 각 병의 라벨에는 60캡슐이 적혀 있습니다.

적용 한 병당 수량과 세트 전체 수량을 구분해 쓰세요. 2병·총 120캡슐·표시 사용량 기준 기간을 함께 대조합니다.



02 한 병 기준의 성분표

2캡슐·30회분 성분표와 30-day supply 문구가 보입니다. 메인 이미지의 60일분과 기준 단위가 다릅니다.

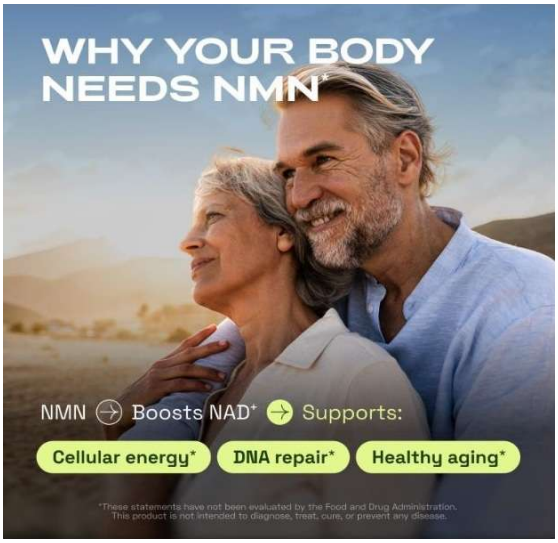
적용 두 수치가 모순처럼 보이지 않도록 한 병 기준과 세트 전체 기준을 명시하세요.



03 4-in-1 배합 요약

네 성분과 식품 환산 이미지를 배치합니다. 단품의 공통 설명을 그대로 이어가는 구조입니다.

적용 공통 성분 이미지는 재사용하되 옵션별 수량이나 혜택을 설명할 자리는 별도로 확보합니다.



04 생활 맥락과 메시지

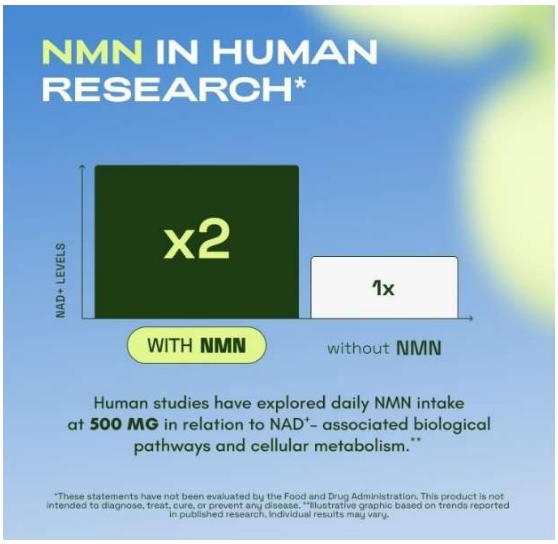
중년 커플과 NMN·NAD+ 관련 문구로 지향하는 생활을 보여줍니다.

적용 세트 상품에서도 대상 고객과 용도는 일관되게 유지하세요. 제품 사실과 생활 분위기를 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWHT6GRN

Cata-Kor NMN · 2팩 / 이미지 5~7

리스팅 이미지 분석



05 연구 표현의 시각화

x2·1x 막대그래프로 연구 관련 메시지를 전달합니다. 단품의 같은 계열 이미지를 사용합니다.

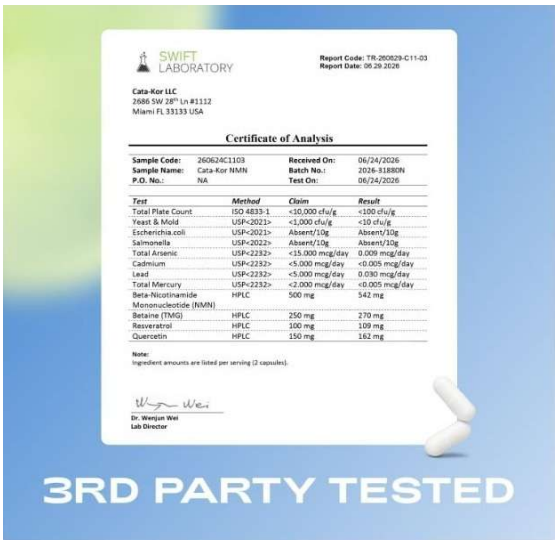
적용 성분 연구의 수치를 세트 구매 효과로 연결하지 않도록 표현과 근거의 단위를 확인합니다.



06 인물 추천 카드

두 추천인의 직함과 인용문, 하단 관계 설명 문구를 배치합니다.

적용 여러 옵션에서 인물 소재를 공유할 때도 추천 대상 제품과 관계 표기가 맞는지 점검합니다.



07 시험 문서

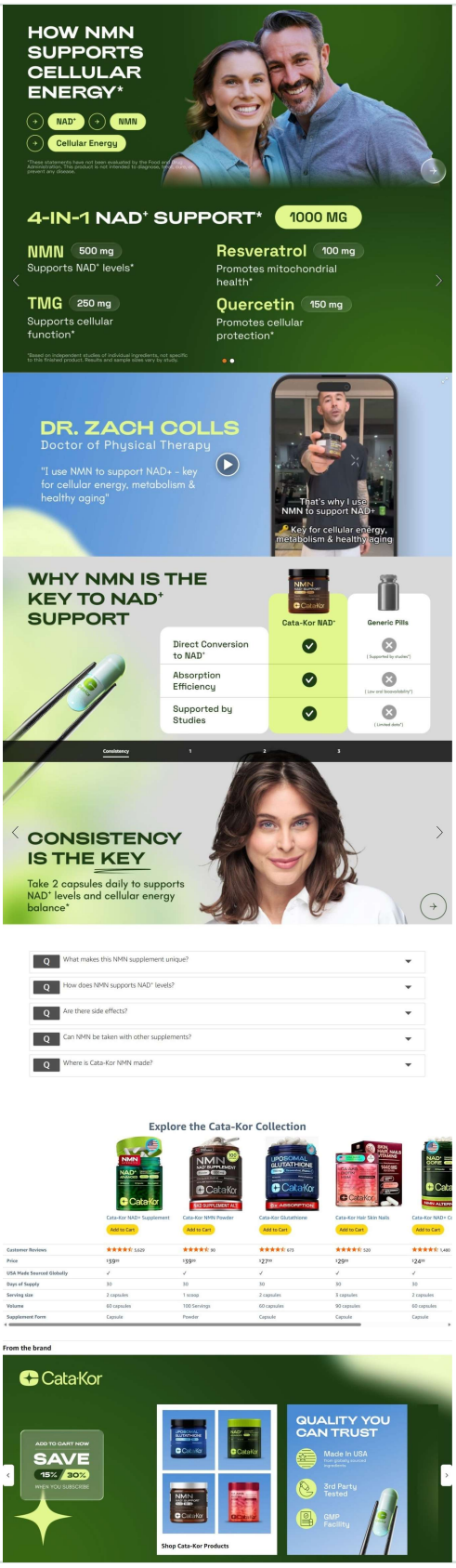
시험 성적서와 3rd Party Tested 문구를 보여줍니다. 상세 수치가 포함된 근거 문서 형태입니다.

적용 실제 판매 배치와 문서의 연결을 확인하세요. 문서는 제공하되 브랜드 주장의 사실 검증과는 구별해서 읽습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWHT6GRN

Cata-Kor NMN · 2팩 / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 대상 고객과 핵심 메시지

M02 | 4가지 성분과 함량

M03 | 인물 중심 영상

M04 | 비교 기준을 시각화

M05 | 매일 사용하는 장면

M06 | 구매 전 질문 모음

M07 | 브랜드 내 라인업 비교

M08 | Brand Story와 교차 탐색

기본 화면의 캐러셀·접힌 FAQ 상태를 포함합니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWHT6GRN

Cata-Kor NMN · 2팩 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

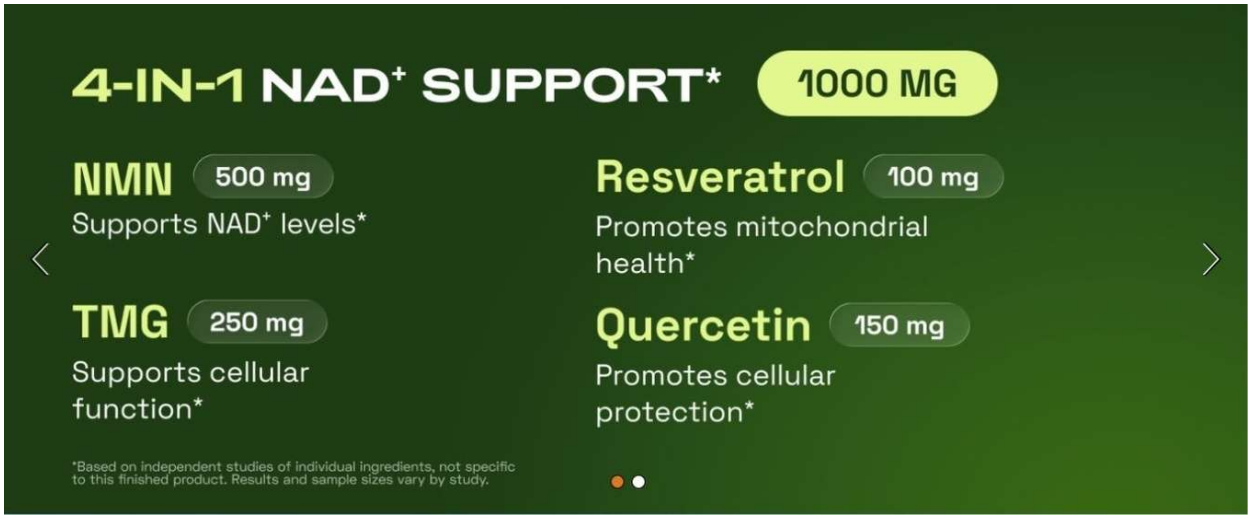
M01 | 대상 고객과 핵심 메시지



중년 커플과 짙은 초록 배경 위에 NMN·NAD+·세포 에너지 메시지를 묶습니다. 성분 설명에 앞서 어떤 생활을 지향하는 상품인지 보여주는 도입부입니다.

적용 관점 고객 상황을 보여주는 사진 한 장과 핵심 메시지 하나를 먼저 정하세요. 생활 이미지가 제품 효능의 증거처럼 읽히지 않게 구분합니다.

M02 | 4가지 성분과 함량



캐러셀 기본 화면에서 NMN 500mg, TMG 250mg, Resveratrol 100mg, Quercetin 150mg을 네 구획에 배치합니다. 앞면의 1,000mg이 배합 총량임을 구체화합니다.

적용 관점 합계 숫자를 강조했다면 그 숫자의 구성과 1회 기준을 가까운 위치에서 풀어주세요. 성분 연구와 완제품 연구의 범위도 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWHT6GRN

Cata-Kor NMN · 2팩 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

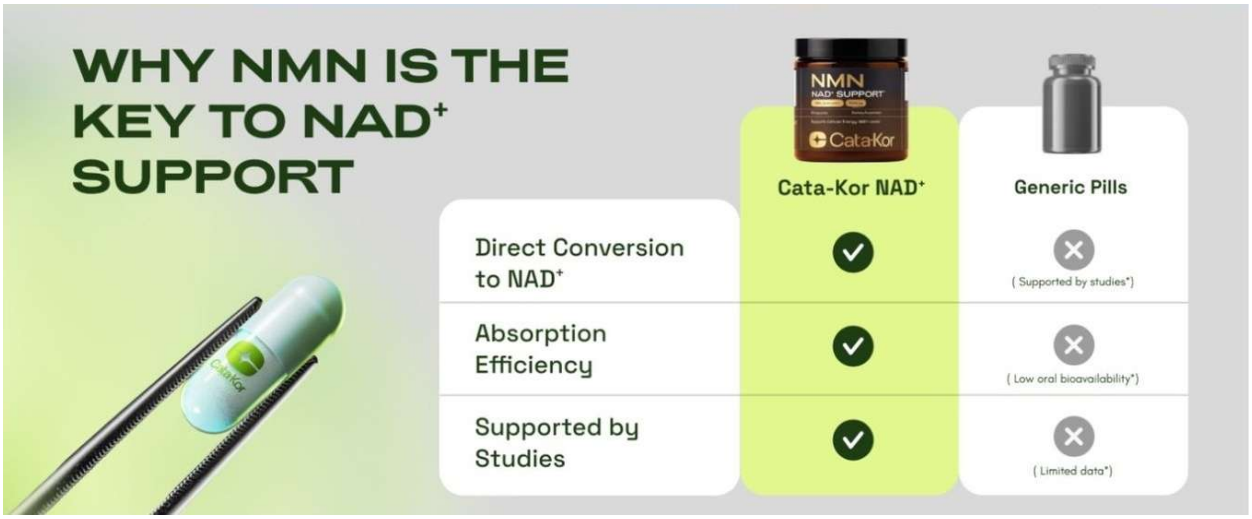
M03 | 인물 중심 영상



물리치료사 Dr. Zach Colls의 이름·직함과 제품을 든 세로 영상의 시작 화면을 결합합니다. 정적인 정보 사이에서 사람의 목소리로 관심을 이어가는 장치입니다.

적용 관점 전문가·창업자·고객 영상 중 전달할 내용에 맞는 화자를 고르세요. 직함이나 추천을 임상 검증의 대체물로 사용하지 않습니다.

M04 | 비교 기준을 시각화



자사 제품과 Generic Pills를 나란히 놓고 세 가지 기준에 체크와 엑스를 표시합니다. 여러 문장을 표 형태의 선택 기준으로 압축합니다.

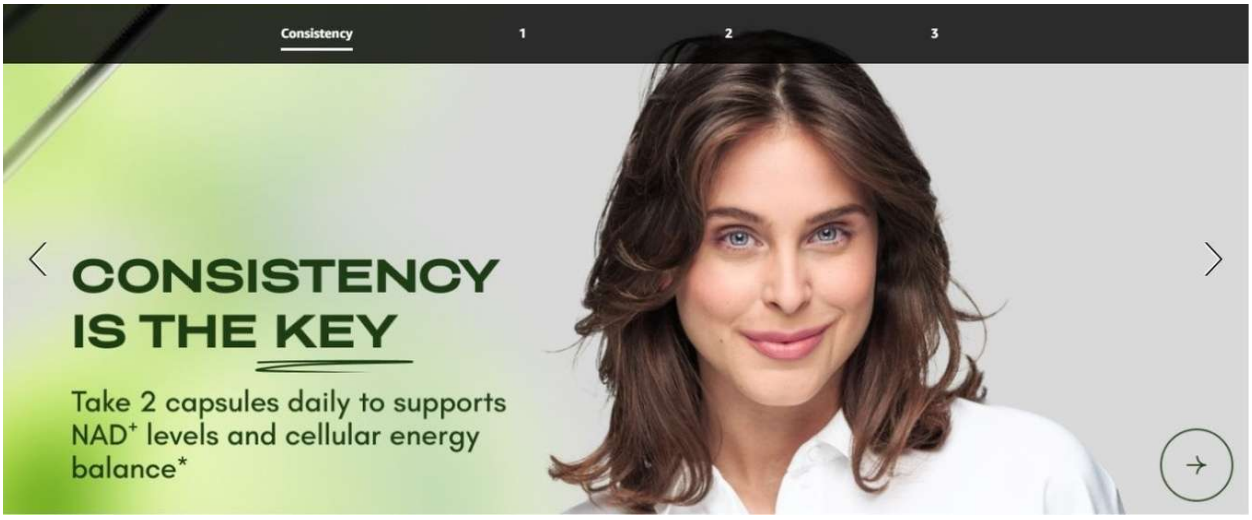
적용 관점 내 상품의 실제 비교 기준을 먼저 정하세요. 비교 대상의 범위와 근거가 모호한 포괄적인 우월 표현은 그대로 가져오지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWHT6GRN

Cata-Kor NMN · 2팩 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

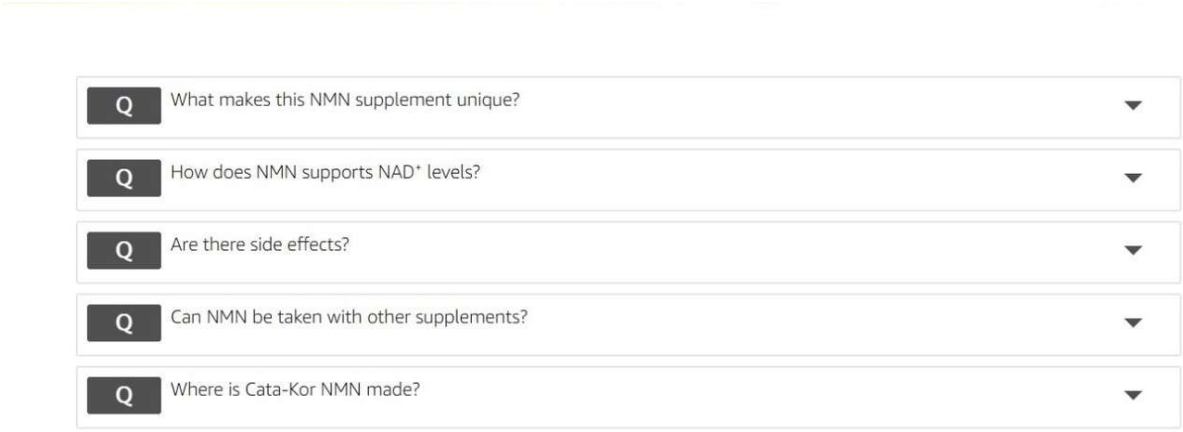
M05 | 매일 사용하는 장면



탭이 있는 캐러셀의 기본 화면은 여성 인물과 Consistency 메시지, 하루 2캡슐 문구를 보여줍니다. 성분 설명에서 일상 루틴으로 이야기를 전환합니다.

적용 관점 사용 빈도·준비물·과정을 실제 사용 장면과 함께 설명하세요. 첫 화면만 보는 고객에게도 사용법의 핵심이 남도록 구성합니다.

M06 | 구매 전 질문 모음



차별점, NAD+ 관련 설명, 부작용, 병용, 제조 지역의 다섯 질문을 접힌 FAQ로 배치합니다. 이미지에 담지 못한 질문을 별도 구획으로 정리합니다.

적용 관점 문의와 반품 사유에서 반복되는 질문을 고르세요. 이 캡처는 질문 목록의 구성 참고이며, 접힌 답변 내용까지 검증한 자료는 아닙니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWHT6GRN

Cata-Kor NMN · 2팩 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

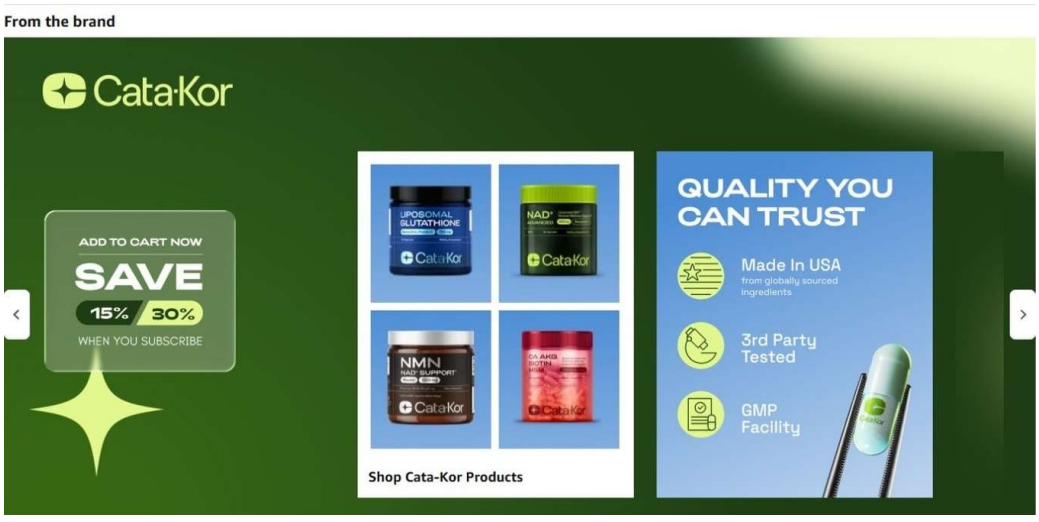
M07 | 브랜드 내 라인업 비교



다른 Cata-Kor 상품의 사진·리뷰·가격·사용량 등을 표로 보여줍니다. 단일 상품의 설명을 마친 뒤 다른 제형과 라인업을 탐색하게 만듭니다.

적용 관점 유사 옵션을 나열하기보다 고객이 구별할 기준을 행으로 정하세요. 가격과 리뷰처럼 변동하는 수치는 촬영 시점의 화면 정보로만 봅니다.

M08 | Brand Story와 교차 탐색



From the brand 영역은 브랜드 로고와 상품 카드, 품질 메시지, 구독 제안을 같은 초록색 계열로 묶습니다. 상세 설명 뒤에도 브랜드 안에서 탐색을 이어가는 구조입니다.

적용 관점 브랜드 소개에서 끝내지 말고 다음에 볼 제품군과 선택 이유를 연결해보세요. 구독 할인과 품질 표시는 자기 상품의 실제 조건에 맞춰 작성합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0FWHT6GRN

블프 · 사이버먼데이 · 12월 쇼핑 시즌 적용

4분기 리스팅을 손볼 때의 우선순위

01 할인보다 먼저, 무엇을 사는지 명확하게

첫 이미지와 성분·구성 이미지에서 제품 형태, 실제 포함 수량, 1회 사용량을 바로 이해할 수 있게 만드세요. 할인받아 사는 고객에게도 잘못된 기대는 구매 후 문제로 남습니다.

02 숫자를 전부 대조하기

전면 라벨, Supplement Facts, 이미지 문구, A+의 함량과 수량, 하루 사용량, 총 사용 기간을 한 표에 모으세요. 이 책의 partiQlar 사례처럼 서로 다른 기간 표기가 섞여 있지 않은지 먼저 확인합니다.

03 품질 근거와 생활 장면을 분리하기

시험·성분·제조 정보를 설명하는 이미지와 고객이 사용할 장면을 보여주는 이미지의 역할을 구분하세요. 인물 사진과 아이콘이 구체적인 증빙을 대신하지 않게 만듭니다.

04 A+는 갤러리의 확대 복사에서 한 걸음 더

갤러리에서 관심을 가진 고객에게 A+는 이유, 사용법, 자주 묻는 질문, 라인업 차이를 순서대로 설명할 수 있습니다. 첫 화면과 캐러셀의 기본 화면만 보아도 핵심이 남는지 확인합니다.

05 바꿀 항목 하나와 확인할 지표 하나

새 이미지의 목적을 정하세요. 클릭 유도, 함량 이해, 사용량 확인, 옵션 혼동 해소처럼 질문 하나에 집중합니다. 적용 전후 비교에서는 광고, 가격, 할인, 재고와 유입 변화도 함께 기록하세요.

셀러가 직접 작성하는 점검 페이지

제작 브리프: 다음 촬영·디자인 전에

고객이 가장 먼저 알아야 할 한 가지

내 상품의 제품 종류, 포함 수량, 사용 대상은 무엇인가요?

구매를 망설이게 하는 질문 세 가지

성분·사이즈·호환·사용법·품질 중 무엇을 먼저 설명해야 하나요?

보여줄 수 있는 실제 근거

내 제품에 적용되는 시험 자료, 인증 범위, 실제 사용 장면을 적어보세요.

갤러리의 순서

메인 → 핵심 가치 → 사양·성분 → 사용법 → 품질 → 비교·FAQ

A+의 순서

브랜드 약속 → 고객 상황 → 제품의 이유 → 사용 과정 → 질문 해소 → 라인업

이번에 바꿀 항목과 검토 날짜

제작 담당자, 바꿀 이미지, 확인할 지표와 비교 조건을 정해보세요.

REFERENCE / PROBIOTICS

Probiotics
리스팅 이미지 · A+ 분석

이미지의 순서와, 고객의 다음 질문을 살펴보세요.

이전 브랜드와 이번 브랜드 중복을 제외한 5개 사례입니다. 원래 일반 노출 1·4·5·7·9번째입니다.

01 Physician's CHOICE 60 Billion 073

갤러리 074-075 / A+ 풀샷 076 / 모듈 해설 077-080

02 Garden of Life Once Daily Women's 081

갤러리 082-083 / A+ 풀샷 084 / 모듈 해설 085-087

03 Culturelle Pro Strength 088

갤러리 089-091 / A+ 풀샷 092 / 모듈 해설 093-096

04 Ritual Synbiotic+ 097

갤러리 098-099 / A+ 풀샷 100 / 모듈 해설 101-104

05 Align Pro Formula · 63캡슐 105

갤러리 106-108 / A+ 풀샷 109 / 모듈 해설 110-112

모든 쪽수는 통합본 기준입니다. 선정 기준·관찰 한계·활용 방법은 다음 페이지를 참고하세요. 각 상품 장의 출처 링크에서 원문을 확인할 수 있습니다.

방법과 활용법

읽기 전에: 순위와 분석 범위

관찰 시점의 검색 결과를 기준으로 합니다

이 책의 1~5번은 브랜드 중복을 제외한 선정 순서입니다. 판매량 순위나 카테고리 BSR, 브랜드 전체 순위를 뜻하지 않습니다. 로그인 상태, 배송 지역, 시간과 개인화에 따라 결과가 달라질 수 있습니다.

브랜드 중복을 제외한 선정 순서입니다

동일 브랜드는 처음 노출된 상품 하나만 포함했습니다. 선정 1~5번의 원래 일반 검색 노출 순서는 1·4·5·7·9번째입니다. Physician's CHOICE의 다른 용량과 여성용 제품은 건너뛰었습니다. 단순히 일반 검색 1~5위라고 해석하지 마세요.

관찰 → 해석 → 적용

이미지에서 직접 보이는 요소를 관찰하고, 그 요소가 맡는 역할을 해석한 뒤 적용 관점을 제안합니다. 잘 팔리는 원인을 검증하거나 전환율 개선을 보장하는 분석은 아닙니다.

표현을 복사하기보다 질문을 가져가세요

브랜드 이미지, 인증, 시험 결과, 인물의 추천과 건강 관련 문구는 해당 제품의 표현입니다. 내 상품의 사실과 근거를 바탕으로 새 소재를 제작하세요. 특히 수치, 1회 사용량, 전체 사용 기간이 서로 맞는지 확인합니다.

풀샷과 확대 해설을 함께 보세요

풀샷은 원페이지 또는 모듈별 화면을 연결한 캡처입니다. 고정 메뉴를 제외하고 표시 순서를 유지했습니다. 다음 장의 확대 이미지로 세부 구성을 살펴보세요. 캐러셀은 선택된 화면을 보존하며, 접힌 FAQ나 영상 전체를 펼친 자료는 아닙니다.

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

한눈에 보는 차이와 적용 질문

5개 상품에서 비교할 제작 관점

01 Physician's CHOICE

큰 균 수와 친근한 문구에서 사용 루틴·구독으로 이어갑니다. 내 상품은 제품 이해와 재구매 안내를 어떻게 구분하고 있나요?

02 Garden of Life

여성용 배합·하루 사용량·보관 편의를 같은 색과 문구로 반복합니다. 대상 고객과 사용 조건이 모든 소재에서 일관되나요?

03 Culturelle

균주 이름과 배합량, 포장·크기·사용법을 구체화합니다. 숫자 외에 실제 사용의 질문을 설명하는 이미지가 있나요?

04 Ritual

균 수의 크기보다 원료·출처·제형을 비교 기준으로 제안합니다. 큰 숫자 경쟁 외에 내 제품의 이유를 설명할 수 있나요?

05 Align

간결한 Standard A+에서 캡슐·포장 변경과 선택 기준을 설명합니다. CFU의 보장 시점과 실제 발송 포장이 명확하게 안내되나요?

제작 순서를 정한다면

구성·함량·기간 오류 점검 → 고객 질문의 누락 확인 → 이미지 순서 조정 → 부족한 근거와 실제 사용 장면 추가. 시즌 문구를 넣기 전에 상품의 기본 설명부터 맞춰보세요.

브랜드 중복 제외 1번 / 원래 일반 노출 1번째 / B079H53D2B

Physician’s CHOICE 60 Billion

숫자로 관심을 끌고, 친근한 표현으로 일상 루틴에 연결한다



이 사례의 설계

청록색 패키지와 60 Billion 숫자를 기준으로 성분표, 사용 기간별 메시지, 캡슐 구성, 재치 있는 문구를 이어갑니다. A+는 후기·사용법·다른 제품과의 조합·구독으로 확장합니다. 제품을 이해시키는 설명과 반복 구매 제안을 구분해서 볼 수 있는 사례입니다.

리스팅 이미지 8장
Premium A+ / 브랜드 포함 7개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 숫자·사용법·생활 장면·구독을 단계별로 분리해 제품 이해에서 반복 구매로 연결합니다.
- 시간별 기대 문구와 후기는 강한 표현인 만큼 근거·조건·개인 경험의 한계를 함께 살펴보세요.
- 교차 판매 이미지는 상품이 추가로 들어 있는 구성처럼 오해되지 않게 명확히 안내합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B079H53D2B

Physician's CHOICE 60 Billion / 이미지 1~4

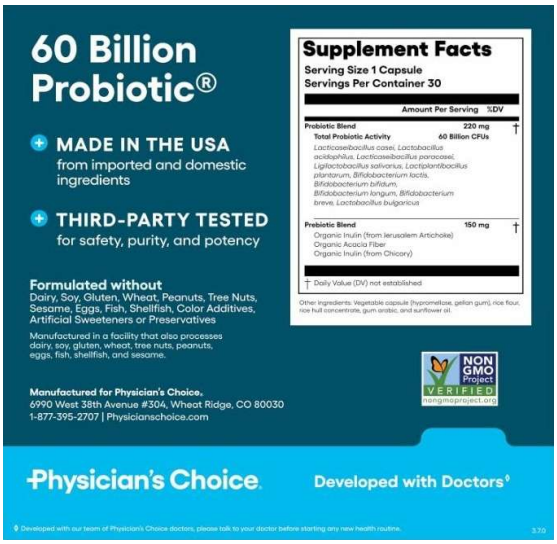
리스팅 이미지 분석



01 병과 박스, 핵심 숫자

병·박스·캡슐을 함께 보여주고 60 Billion, 10 strains, 30 capsules와 냉장 불필요 문구를 반복합니다.

적용 메인 이미지에서 실제 구성과 라벨의 핵심이 읽히는지 살펴보세요. 큰 숫자와 함께 사용량 기준도 연결합니다.



02 성분표와 품질 설명

1캡슐·30회분 성분표 옆에 제조·제3자 시험·배제 성분 관련 설명을 배치합니다.

적용 성분표 원문과 요약 정보를 함께 제공하세요. 품질 표현은 대상과 범위를 확인할 수 있는 자료에 연결합니다.



03 시간에 따른 기대 메시지

Daily, Weekly, Month 1+, Month 3+의 시간축으로 사용 후 기대를 설명합니다. 브랜드가 제시한 변화의 표현입니다.

적용 시간축은 이해하기 쉽지만 고객에게 결과를 약속하는 문구로도 읽힙니다. 기간별 표현의 근거와 조건을 함께 확인합니다.



04 캡슐의 구성 요약

큰 캡슐 옆에 60 Billion CFUs·10 strains·150mg prebiotic fiber를 세 항목으로 정리합니다.

적용 서로 다른 수치의 단위를 구분하세요. CFU, 균주 수, 원료 무게가 무엇을 뜻하는지 별도로 설명합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B079H53D2B

Physician's CHOICE 60 Billion / 이미지 5~8

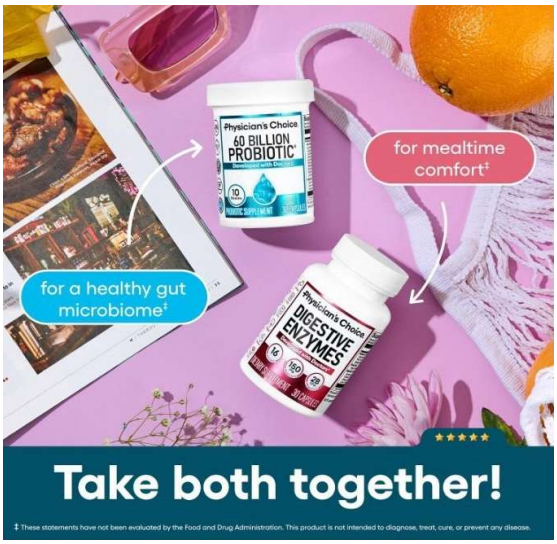
리스팅 이미지 분석



05 기억에 남는 재치

배변을 연상시키는 문구와 이모지, 제품 사진을 결합해 딱딱한 성분 설명 사이에 리듬을 만듭니다.

적용 브랜드의 말투에 맞는 표현을 정하세요. 재치가 구체적인 제품 설명이나 근거를 대신하지 않도록 합니다.



06 다른 제품과의 연결

프로바이오틱스와 소화효소 제품을 분홍색 식사 장면 위에 함께 놓고 각 역할을 나눕니다.

적용 함께 보여주는 상품은 각각 무엇인지 명확히 쓰세요. 화면의 조합 제안을 개인별 섭취 권고로 받아들이지 않도록 구분합니다.



07 개발 배경과 생활 가치

의사와 개발했다는 메시지, 손에 든 캡슐, 네 가지 관심사를 배치합니다.

적용 개발자의 참여 범위를 구체적으로 설명하세요. 개발 참여와 완제품의 효과 검증은 서로 다른 정보입니다.



08 구독으로 이어지는 마무리

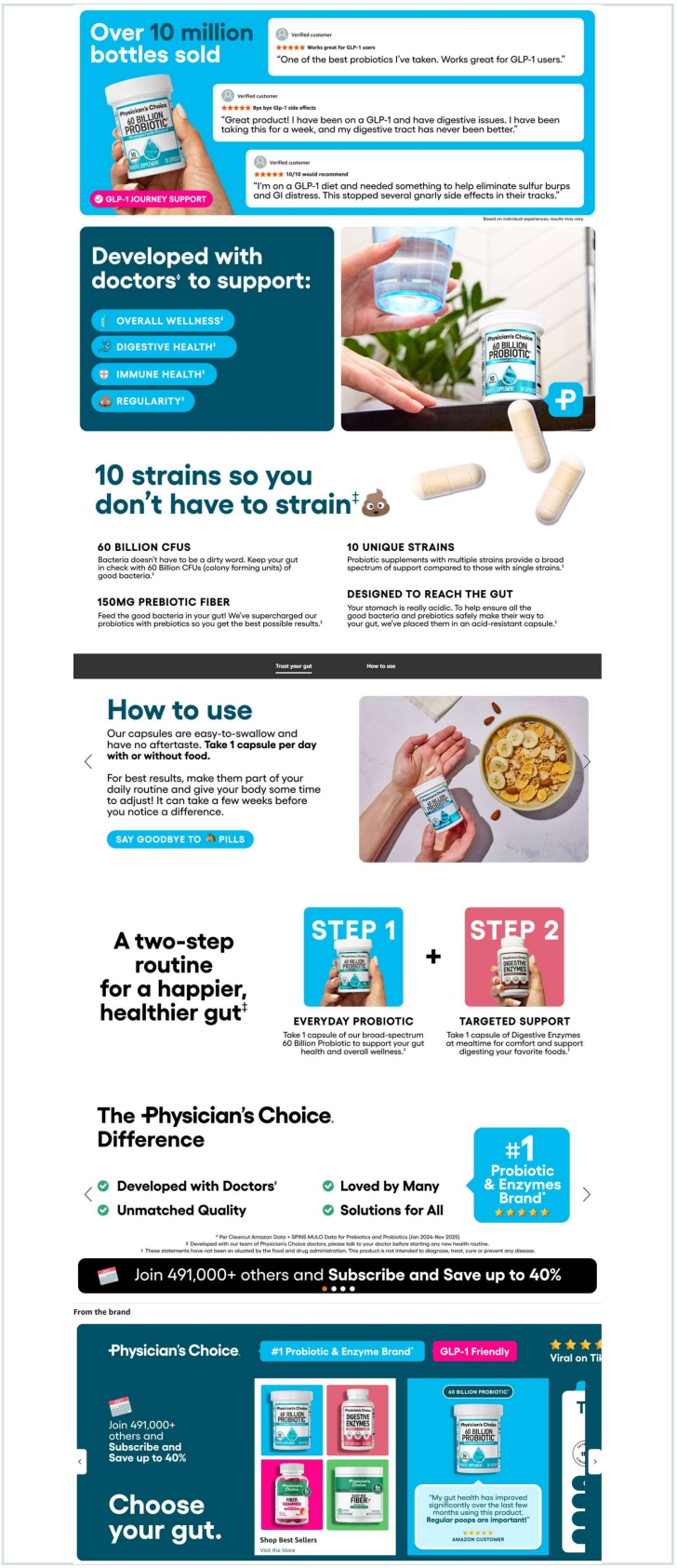
반복 배송·일정·취소 관련 아이콘으로 구독의 편의를 설명합니다. 마지막을 재구매 행동에 연결합니다.

적용 구독을 소개할 때 가격뿐 아니라 배송 주기와 변경 조건도 확인하기 쉽게 제공하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B079H53D2B

Physician's CHOICE 60 Billion / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 판매 규모와 후기

M02 | 개발 배경과 사용 장면

M03 | 균 수·균주·제형 설명

M04 | 사용법 탭

M05 | 두 제품의 역할 구분

M06 | 브랜드 차이와 구독

M07 | Brand Story와 제품군

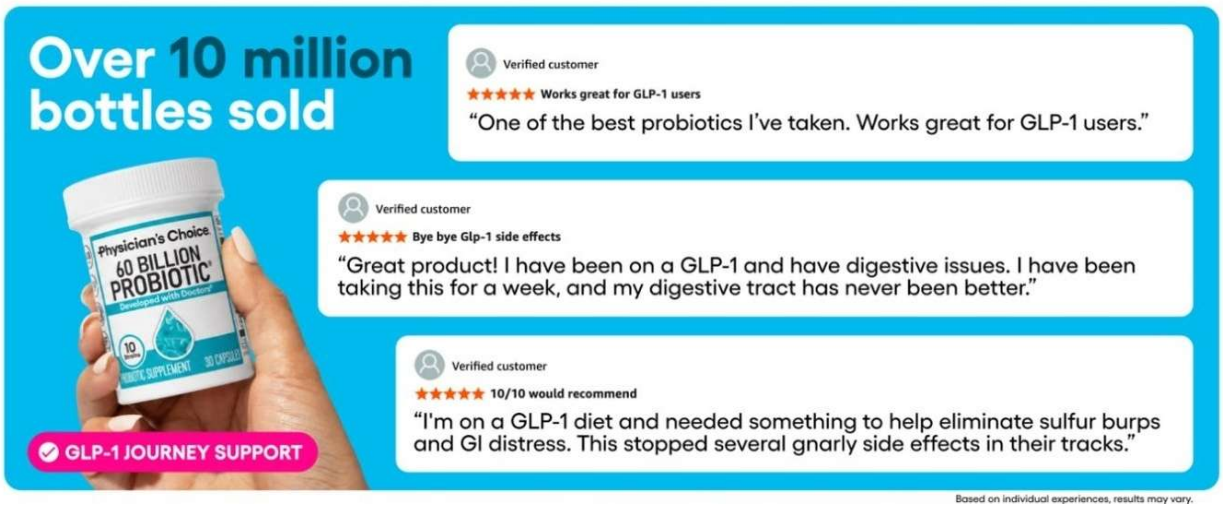
캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B079H53D2B

Physician's CHOICE 60 Billion / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 판매 규모와 후기



판매 병 수와 GLP-1 사용 경험에 관한 후기 카드를 도입부에 배치합니다. 수치와 개인의 경험으로 관심을 모으는 구조입니다.

적용 관점 후기와 판매 규모는 제품 연구와 구분해 읽으세요. 특정 복약 경험을 다른 고객의 결과로 일반화하지 않습니다.

M02 | 개발 배경과 사용 장면



개발 배경·네 가지 관심사를 왼쪽에, 물과 캡슐을 준비하는 장면을 오른쪽에 놓습니다.

적용 관점 누가 어떻게 개발했는지와 고객이 어떻게 사용하는지를 각각 설명해보세요. 직함만으로 근거를 대신하지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B079H53D2B

Physician's CHOICE 60 Billion / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

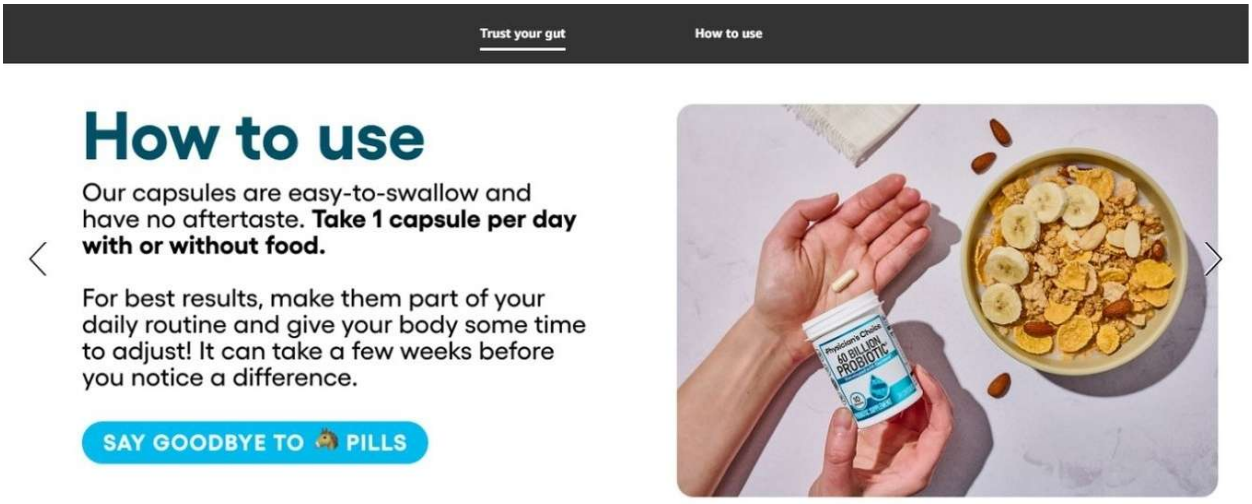
M03 | 균 수·균주·제형 설명



60 Billion CFUs, 10 strains, 150mg fiber와 장에 도달하도록 설계했다는 문구를 네 구획으로 정리합니다.

적용 관점 배합 숫자와 제형의 역할을 구분해 설명하세요. 설계 의도와 실제 제품 성능에 대한 검증도 구별합니다.

M04 | 사용법 탭



선택된 How to use 화면은 하루 1캡슐 문구와 식사 장면을 보여줍니다. 다른 탭과 구별되는 사용법 공간입니다.

적용 관점 기본 화면이나 탭 하나만 보는 고객에게도 사용량과 사용 조건이 명확하게 남도록 구성합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B079H53D2B

Physician's CHOICE 60 Billion / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

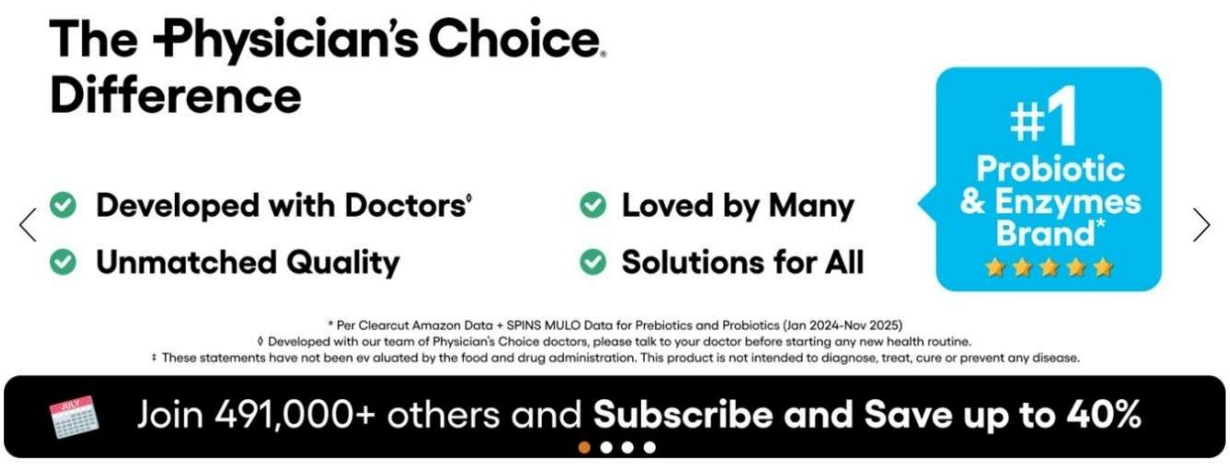
M05 | 두 제품의 역할 구분



두 단계 도식으로 일상용 프로바이오틱스와 식사 관련 다른 제품의 역할을 나눕니다.

적용 관점 교차 판매를 한다면 제품별 역할과 구성 수량을 먼저 명시하세요. 함께 사용하는 방법은 실제 근거와 조건에 맞춥니다.

M06 | 브랜드 차이와 구독



개발·품질·고객 관련 네 문구, 순위 배지, 구독 수치와 할인 문구를 한 화면에 모읍니다.

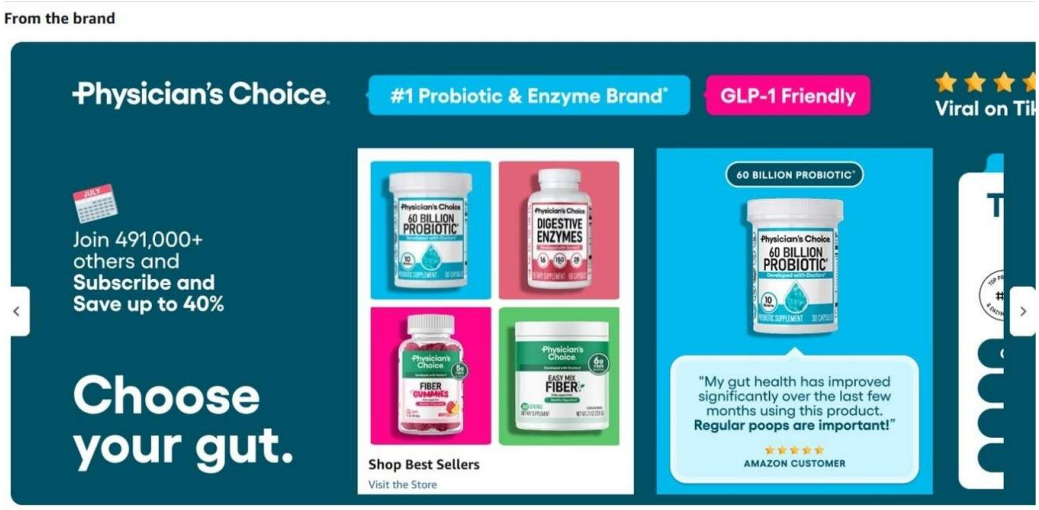
적용 관점 브랜드 순위와 할인 수치는 조사 범위·기간·제공 조건을 함께 읽을 수 있게 쓰세요. 매출 원인으로 단정할 수는 없습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B079H53D2B

Physician's CHOICE 60 Billion / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M07 | Brand Story와 제품군



청록색 바탕의 상품 카드와 후기·구독 메시지로 브랜드 안에서 탐색을 이어갑니다.

적용 관점 제품 설명 뒤에는 다음에 볼 제품과 선택 이유를 제안해보세요. 첫 카드만 보아도 브랜드의 중심 메시지가 남는지 확인합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B079H53D2B

브랜드 중복 제외 2번 / 원래 일반 노출 4번째 / B00Y8MP4G6

Garden of Life Once Daily Women’s

사용 대상과 편의성을 같은 색과 말로 반복한다



이 사례의 설계

분홍색 패키지와 여성용 메시지를 기준으로 50 Billion CFU·16 strains·하루 1캡슐·냉장 불필요를 반복합니다. 갤러리는 생활과 보관 편의를, A+는 브랜드·배합·개발 배경을 확장합니다. 누가 어떤 조건으로 사용할 상품인지 일관되게 설명하는 사례입니다.

리스팅 이미지 7장
Premium A+ / 브랜드 포함 6개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 사용 대상과 하루 사용량, 보관 편의를 같은 색과 표현으로 반복해 설명을 일관되게 만듭니다.
- A+ 앞의 두 모듈은 한 이미지로 연결됩니다. 모듈 수와 전달하는 정보 수가 항상 같지는 않습니다.
- 균 수와 균주 수 외에 배송·보관 조건을 설명하는 이미지를 별도로 확보해보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00Y8MP4G6

Garden of Life Once Daily Women's / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 여성용 구성의 첫인상

병과 박스, 캡슐을 함께 놓고 여성용·50 Billion·16 strains·냉장 불필요를 전면에 표시합니다.

적용 사용 대상과 실제 구성, 보관 조건을 첫 이미지의 라벨에서 구분할 수 있는지 살펴보세요.



02 성분표와 표시 범위

1캡슐·30회분 성분표와 균주 목록, prebiotic fiber blend, 품질 관련 배지를 한 장에 배치합니다.

적용 배합과 인증·시험 정보를 구분해 읽으세요. 로고마다 무엇을 대상으로 하는지 확인합니다.



03 인물과 브랜드 순위

물을 든 여성과 제품을 함께 보여주고 여성용 브랜드 순위와 배합 정보를 설명합니다.

적용 고객의 사용 장면을 구체화해보세요. 순위 표현에는 조사 대상·기간·출처를 확인할 수 있어야 합니다.



04 여성용과 일상 편의

여성 인물 옆에 사용 대상, 16 strains, 일상 사용·보관 관련 문구를 세 묶음으로 정리합니다.

적용 누구를 위한 상품인지 다음에 사용의 편리함을 설명하는 순서를 참고하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00Y8MP4G6

Garden of Life Once Daily Women's / 이미지 5~7

리스팅 이미지 분석



05 하루 사용량을 시각화

손에 든 한 캡슐과 1 capsule·50 Billion CFU·prebiotic fiber를 세 단계로 보여줍니다.

적용 사용량을 설명하는 수량과 성분표 기준이 일치하는지 대조하세요. 라벨의 지침을 개인별 권고와 구분합니다.



06 개발 배경의 소개

개발자의 이름과 연구 관련 문구, 토양·식물·제품 사진을 결합합니다.

적용 개발 과정과 원료의 이미지를 구체적 사실에 연결하세요. 분위기 사진이 연구를 입증하는 것은 아닙니다.



07 보관에 대한 질문 해소

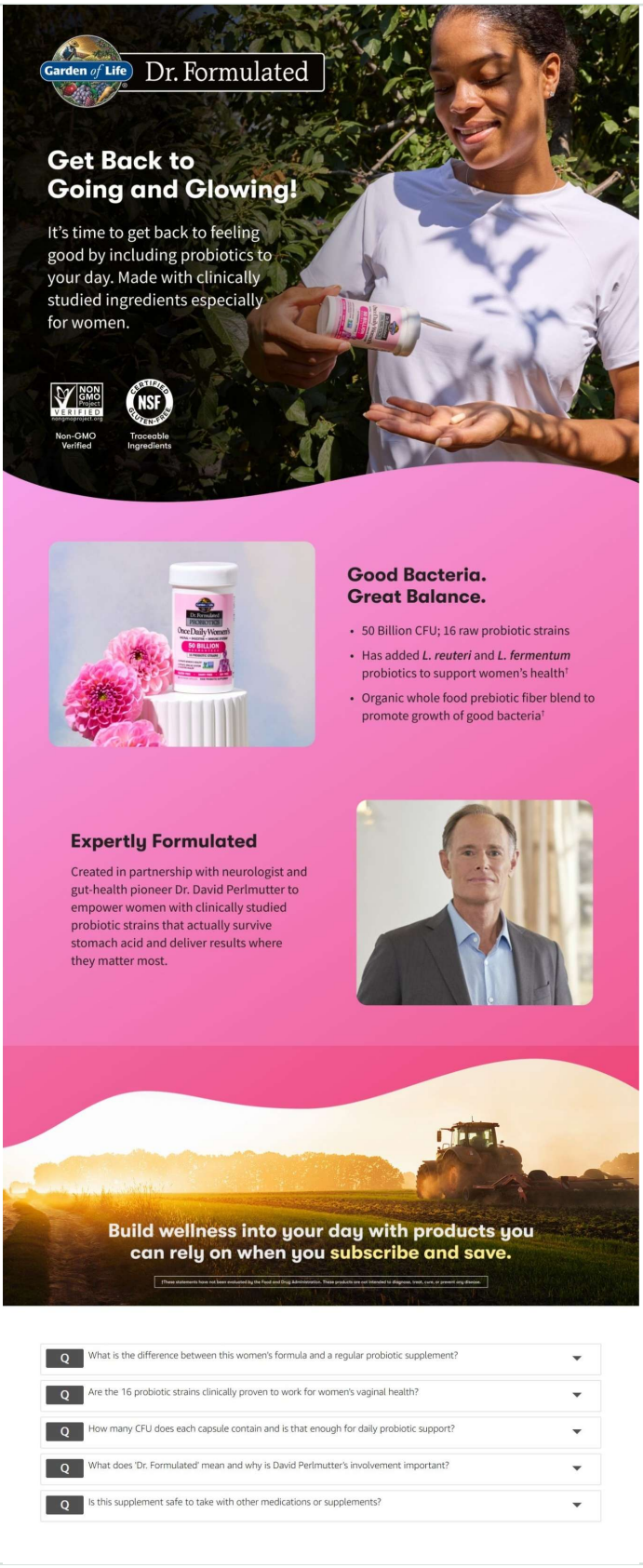
손에 든 병과 야외 장면에 보관 용기·생균·냉장 불필요 메시지를 담습니다.

적용 고객이 받을 때와 보관할 때의 질문을 따로 설명해보세요. 보관 조건과 균 수의 보장 시점도 함께 확인합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00Y8MP4G6

Garden of Life Once Daily Women's / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 생활 장면과 브랜드

M02 | 이어지는 사용 장면

M03 | 여성용 배합의 이유

M04 | 개발자와 참여 범위

M05 | 브랜드 분위기와 구독

M06 | 대상·균주·배합 FAQ

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00Y8MP4G6

Garden of Life Once Daily Women's / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 생활 장면과 브랜드



야외의 여성 사진 위에 브랜드 로고와 일상으로 돌아가는 메시지를 배치합니다. 긴 히어로 이미지의 윗부분입니다.

적용 관점 제품이 쓰이는 생활을 보여주되 아래 모듈과 연결될 문장과 구도를 함께 설계합니다.

M02 | 이어지는 사용 장면



앞 모듈의 사진과 문장이 이어지고, 손에 든 제품·캡슐과 배지가 나타납니다. 두 모듈이 하나의 이미지처럼 읽힙니다.

적용 관점 연속 모듈의 경계에서 인물·문장이 어색하게 잘리지 않는지 점검하세요. 모바일 모습은 별도로 확인합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00Y8MP4G6

Garden of Life Once Daily Women's / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

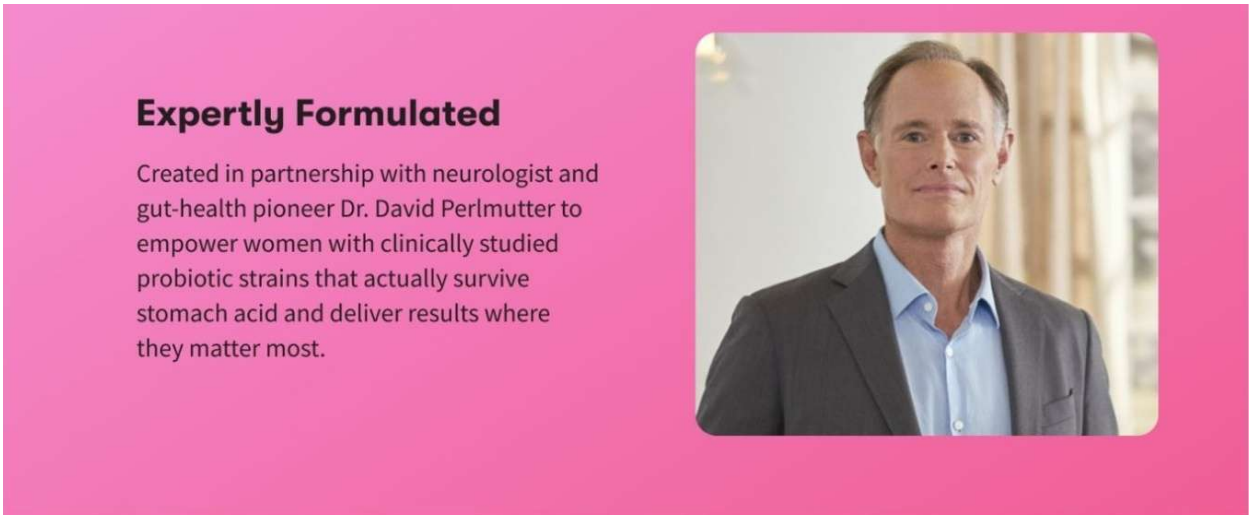
M03 | 여성용 배합의 이유



제품 사진과 함께 50 Billion CFU·16 strains, 특정 균주와 prebiotic fiber 관련 설명을 정리합니다.

적용 관점 배합 이름만 나열하지 말고 고객이 이해할 선택 기준을 제시하세요. 균주 연구와 완제품 연구는 구분합니다.

M04 | 개발자와 참여 범위



개발자의 인물 사진과 공동 개발 관련 문구를 나란히 놓습니다.

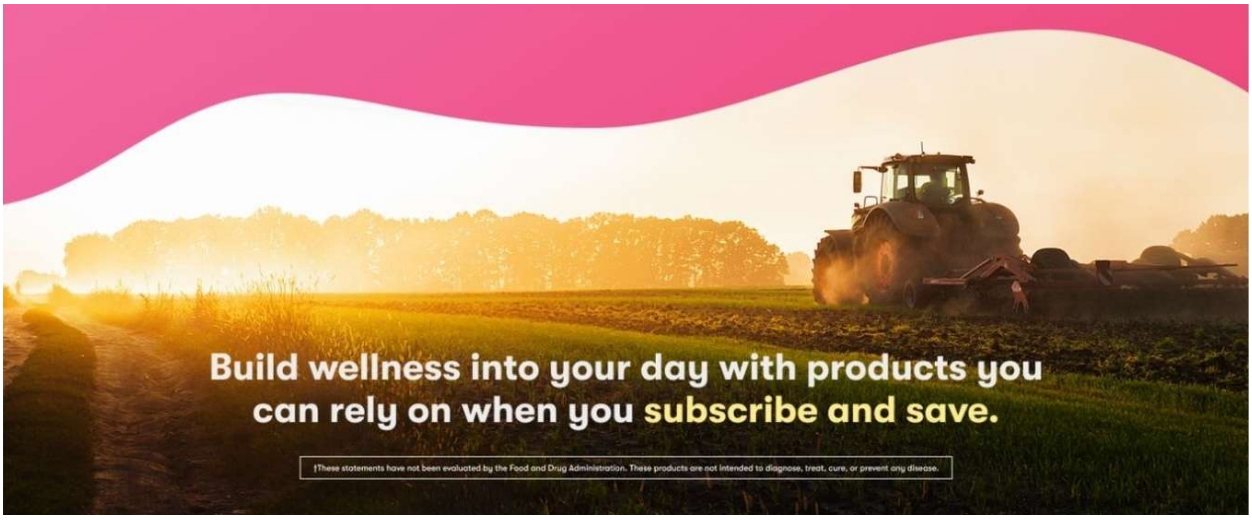
적용 관점 개발자의 직함뿐 아니라 실제 참여 내용과 검증 가능한 배경을 설명해보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00Y8MP4G6

Garden of Life Once Daily Women's / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

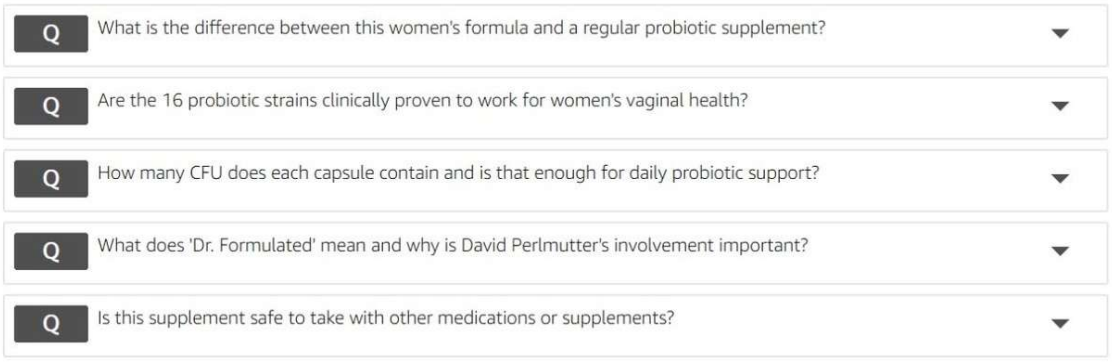
M05 | 브랜드 분위기와 구독



농경지 풍경과 분홍색 그래픽 위에 구독·일상 사용 메시지를 배치합니다.

적용 관점 기능 설명을 마친 뒤 브랜드의 분위기와 다음 행동을 연결하는 위치를 참고할 수 있습니다.

M06 | 대상·균주·배합 FAQ



일반 제품과의 차이, 균주, CFU, 개발 배경, 병용에 관한 다섯 질문을 접힌 FAQ로 정리합니다.

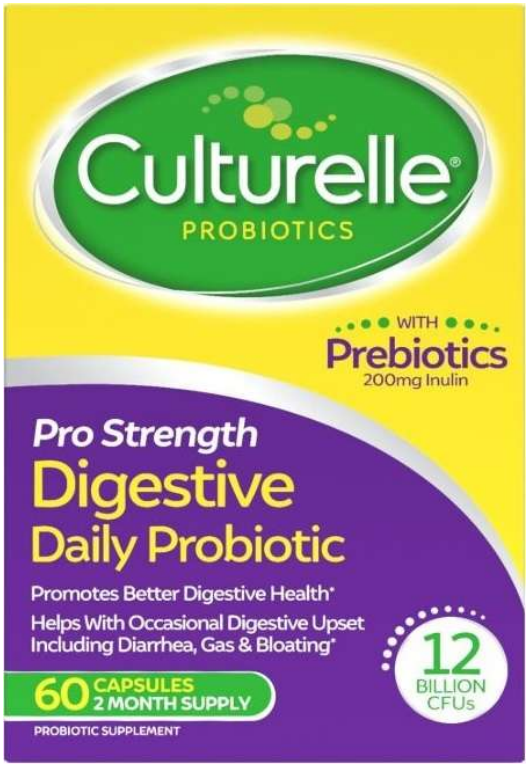
적용 관점 제품을 선택하는 질문과 사용 전 질문을 모아보세요. 이 캡처는 질문의 구성 참고이며 답변 전체를 펼친 자료는 아닙니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00Y8MP4G6

브랜드 중복 제외 3번 / 원래 일반 노출 5번째 / B08Y66H6B7

Culturelle Pro Strength

일관된 색과 균주 이름으로 설명의 중심을 유지한다



이 사례의 설계

초록·노랑·보라색과 Lactobacillus rhamnosus GG 이름을 반복하면서 12 Billion CFU·inulin 200mg·사용량·보관을 설명합니다. A+는 브랜드의 연구 관련 메시지와 사용법, 제품군을 연결합니다. 브랜드의 공통 인상 안에서 제품의 구체적인 사양을 유지하는 사례입니다.

리스팅 이미지 10장
Premium A+ / 브랜드 포함 8개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

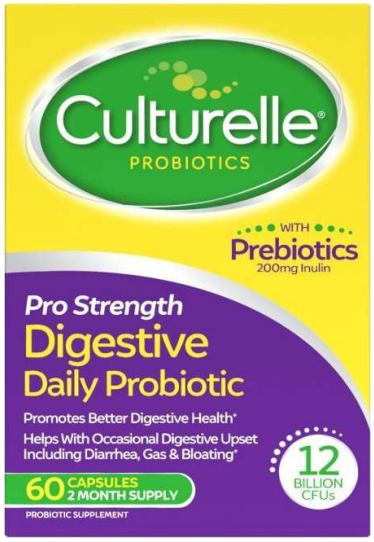
먼저 가져갈 관점

- 갤러리와 A+에서 같은 색과 균주 이름을 유지해 브랜드와 제품 정보를 연결합니다.
- 브랜드 연구 수·추천 순위·제품 사양은 서로 다른 근거이므로 따로 읽어야 합니다.
- 블리스터·캡슐 크기·보관 조건처럼 실제 사용의 질문을 이미지로 설명하는 구성이 유용합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08Y66H6B7

Culturelle Pro Strength / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 포장과 수량

박스 전면에 60캡슐·2개월분·12 Billion CFUs와 prebiotic 표기를 배치합니다.

적용 팩 수량과 표시 사용량, 총 사용 기간이 같은 기준인지 먼저 확인합니다.



02 성분표와 배제 성분

성분표에서 1캡슐 기준과 균주·inulin을 보여주고 오른쪽에는 배제 성분 아이콘을 정리합니다.

적용 함유 성분과 배제 성분을 다른 구획으로 설명하면 비교가 쉬워집니다. 각 표현의 적용 범위를 확인합니다.



03 숫자와 균주를 연결

12 Billion 숫자 아래 특정 균주 이름을 크게 쓰고 관련 메시지를 두 줄로 묶습니다.

적용 CFU만 강조하지 말고 어떤 균주인지 읽을 수 있게 제공하세요. 숫자만으로 다른 제품과 효능을 비교하지 않습니다.



04 사용량·기간·보관

하루 1캡슐, 60캡슐·2개월분, 냉장 불필요와 포장 관련 설명을 함께 표시합니다.

적용 사용량과 총 기간, 보관 조건을 한 장에서 함께 대조할 수 있도록 정리해보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08Y66H6B7

Culturelle Pro Strength / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 실물과 제형

박스·블리스터·캡슐을 함께 보여주고 균주와 균 수를 반복합니다.

적용 박스만 있는 첫 이미지 뒤에 실제 내부 포장을 보여주면 고객의 구성 이해를 도울 수 있습니다.



06 캡슐과 세 가지 설명

손에 든 캡슐을 중심으로 세 가지 건강 관련 문구를 선으로 연결합니다.

적용 한 개의 실물 사진에 몇 가지 설명을 연결하는 레이아웃을 참고하세요. 주장의 근거는 별도로 확인합니다.



07 생활 장면과 균주

음식을 준비하는 인물 옆에 균주와 면역 관련 설명을 배치합니다.

적용 일상 장면과 정보의 역할을 구분해보세요. 인물 사진 자체가 해당 문구를 증명하지는 않습니다.



08 두 구성의 합

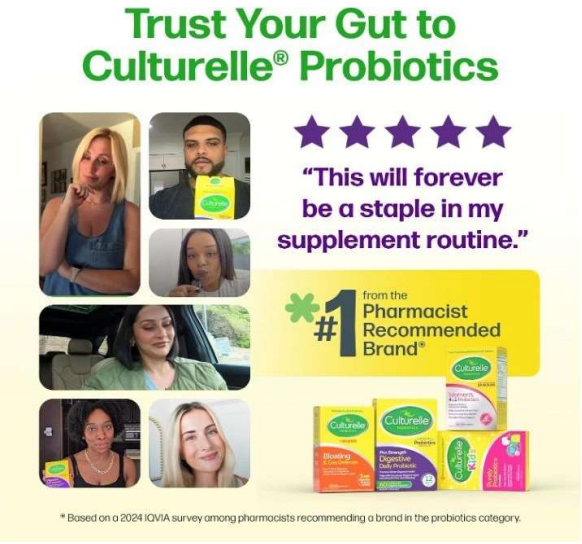
커플·제품 사진 위에 12 Billion CFUs와 inulin 200mg을 나란히 표시합니다.

적용 균 수와 원료 무게의 단위를 분리해 설명하세요. 함께 표시한 숫자가 무엇의 합인지 오해하지 않게 합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08Y66H6B7

Culturelle Pro Strength / 이미지 9~10

리스팅 이미지 분석



09 후기와 추천 배지

인물들의 사진과 인용문, 약사 추천 관련 배지를 한 장에 모읍니다.

적용 후기의 실제 맥락과 추천 조사 범위를 확인하세요. 브랜드 추천과 개별 제품의 임상 결과를 구분합니다.



10 브랜드 제품군

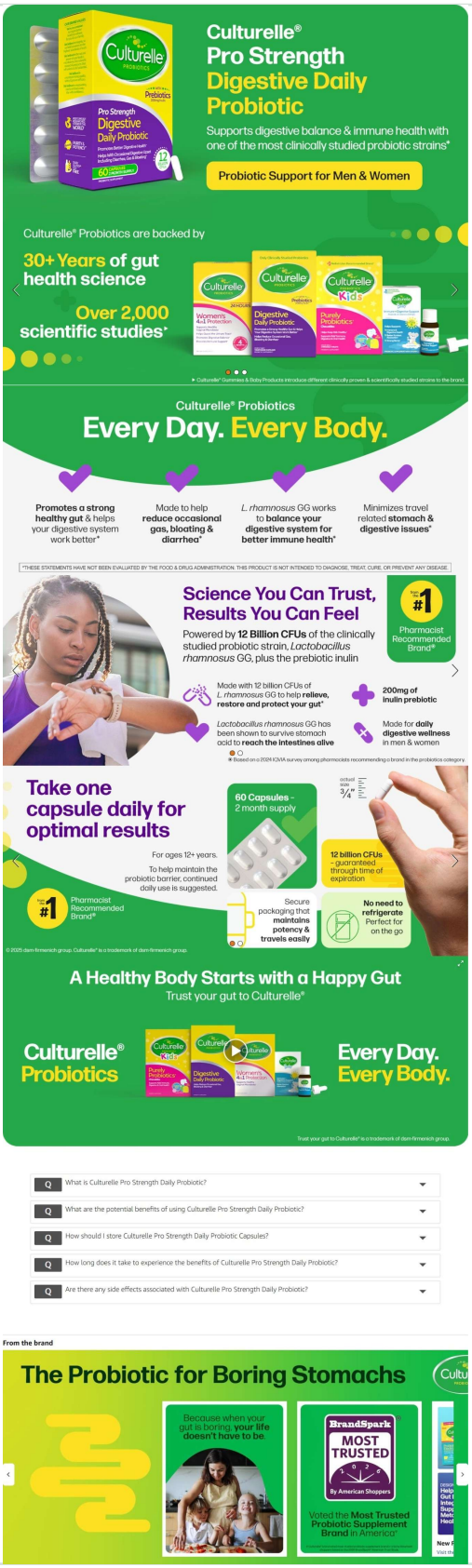
가족 사진과 여러 제품의 패키지를 함께 보여주며 브랜드의 일관된 색을 유지합니다.

적용 실제 판매 구성과 브랜드 제품군 소개를 분명하게 나눠 안내하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08Y66H6B7

Culturelle Pro Strength / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 제품과 사용 대상

M02 | 브랜드의 연구 메시지

M03 | 생활 속 관심사

M04 | 균주와 배합

M05 | 사용법과 포장

M06 | 브랜드 영상의 시작 화면

M07 | 사용 전 FAQ

M08 | Brand Story와 신뢰 메시지

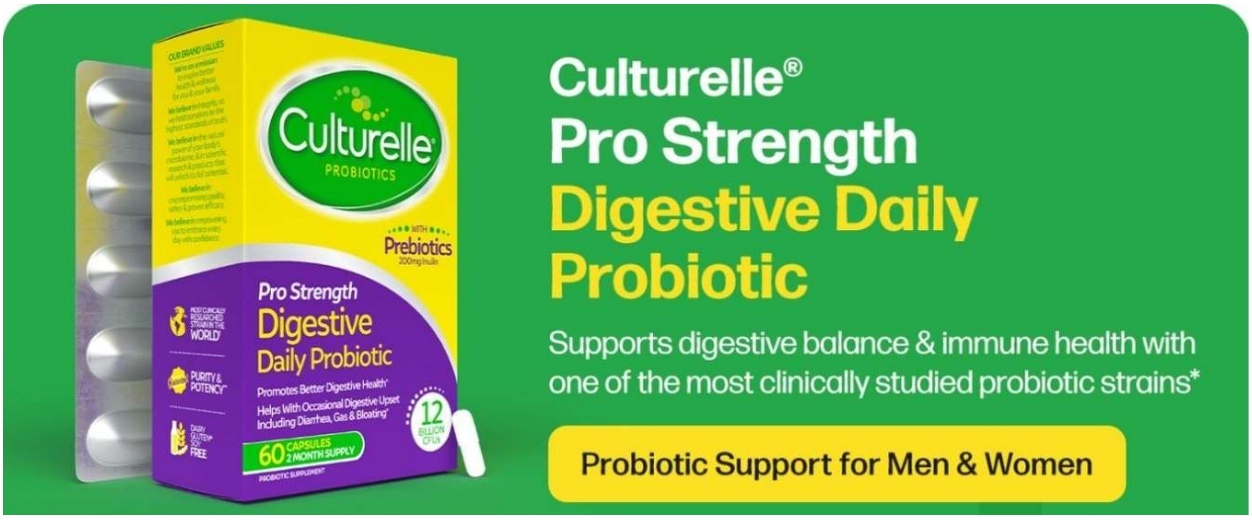
캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08Y66H6B7

Culturelle Pro Strength / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 제품과 사용 대상



박스와 블리스터를 크게 보여주고 제품명·균주 관련 설명·남녀 사용 대상 문구를 배치합니다.

적용 관점 브랜드 공통 디자인 안에서도 지금 보고 있는 제품과 구성을 먼저 명확히 해주세요.

M02 | 브랜드의 연구 메시지



연구 기간과 연구 수에 관한 브랜드 문구를 제품군 사진과 함께 제시하는 캐러셀입니다.

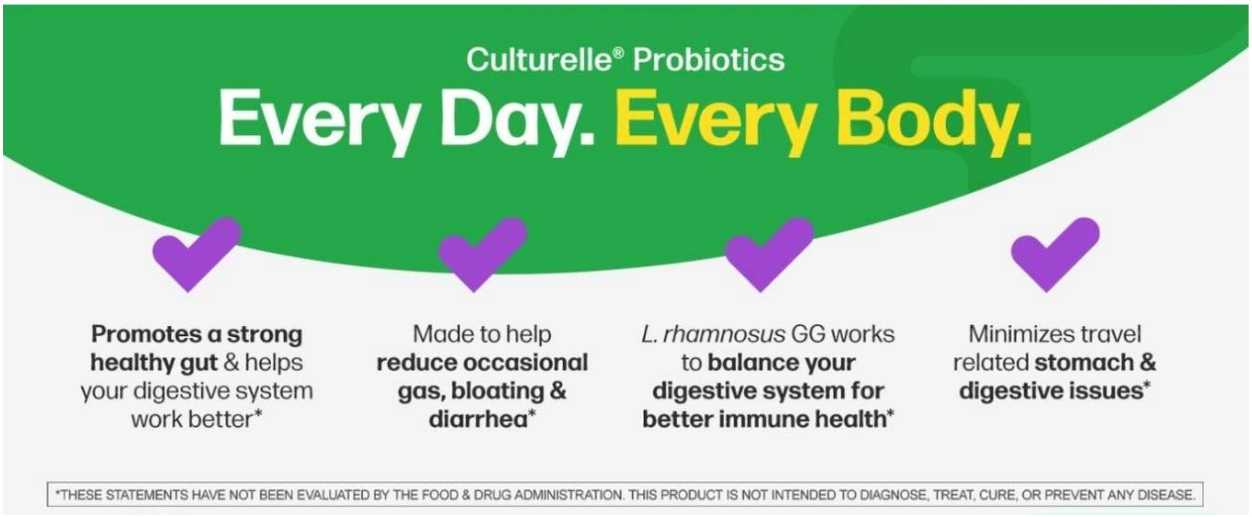
적용 관점 브랜드 전체·균주·개별 완제품 중 어느 범위의 숫자인지 확인하세요. 연구 수가 이 상품의 효과 크기를 뜻하지는 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08Y66H6B7

Culturelle Pro Strength / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 생활 속 관심사



네 가지 관심사를 체크 표시와 짧은 문구로 정리합니다.

적용 관점 설명할 정보를 범주별로 나누는 방식을 참고하세요. 체크 표시가 구체적인 근거를 대신하지 않게 합니다.

M04 | 균주와 배합



인물 사진 옆에 균주·12 Billion CFUs·inulin 200mg과 제형 관련 설명을 묶습니다.

적용 관점 균주·수량·원료·제형을 각각 구분하세요. 서로 다른 특성을 하나의 우월성으로 합치지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08Y66H6B7

Culturelle Pro Strength / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 사용법과 포장



하루 사용량, 캡슐 크기, 수량·기간, 블리스터와 보관 관련 문구를 한 화면에 정리합니다.

적용 관점 고객이 사용 전에 확인할 정보를 모아보세요. 연령·보관 등 라벨 조건도 글씨 크기와 함께 점검합니다.

M06 | 브랜드 영상의 시작 화면



브랜드 문구와 여러 제품의 패키지를 보여주는 영상 시작 화면입니다. 전체 재생 내용은 이 캡처에 포함하지 않았습니다.

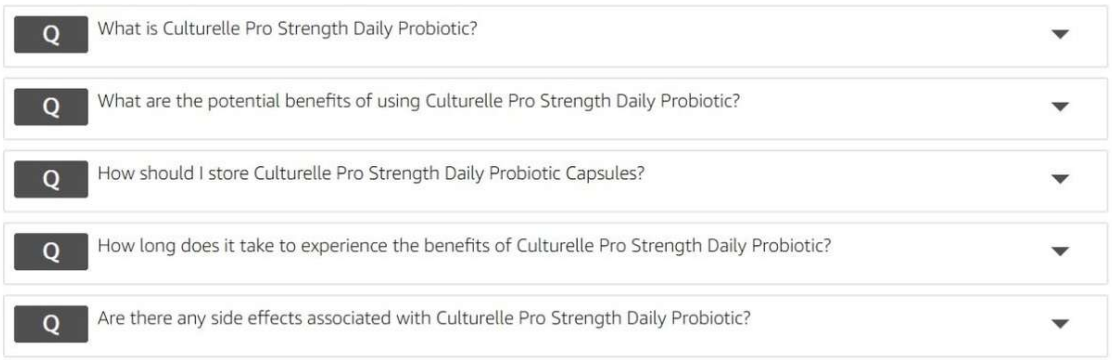
적용 관점 영상의 시작 화면만 보아도 브랜드와 다음에 볼 내용이 이해되게 구성하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08Y66H6B7

Culturelle Pro Strength / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

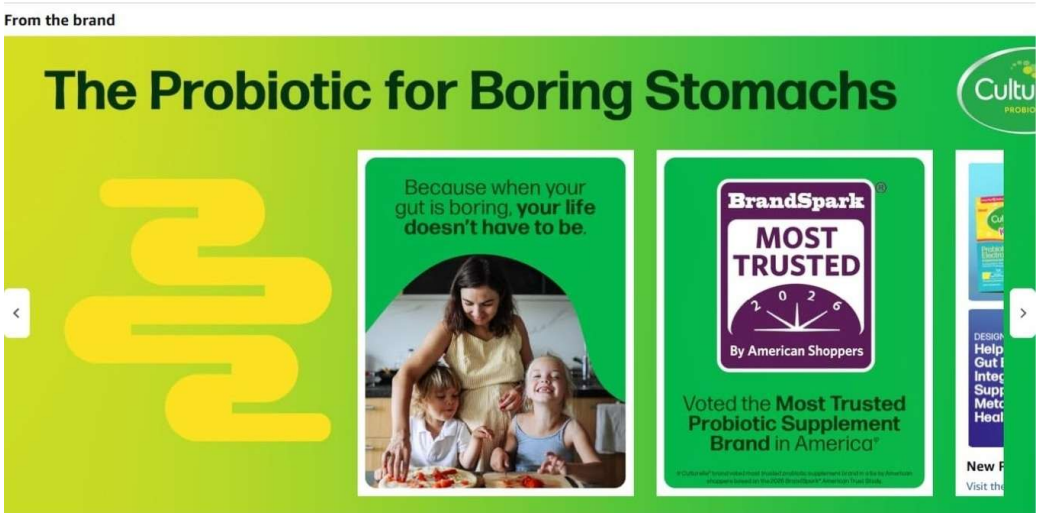
M07 | 사용 전 FAQ



제품 정의·기대 메시지·보관·시간·주의 관련 질문을 다섯 줄로 정리합니다.

적용 관점 상세 문의가 생기기 전에 질문을 묶어 설명할 수 있습니다. 접힌 답변까지 이 화면에서 확인한 것은 아닙니다.

M08 | Brand Story와 신뢰 메시지



밝은 연두색 바탕에 브랜드 이야기, 생활 사진, 신뢰 관련 배지를 카드로 보여줍니다.

적용 관점 브랜드 신뢰의 출처와 범위를 분명히 하고 다음에 볼 제품군과 연결해보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08Y66H6B7

브랜드 중복 제외 4번 / 원래 일반 노출 7번째 / B0B5KDNTWS

Ritual Synbiotic+

큰 숫자 경쟁에서 벗어나, 출처와 구성으로 선택 기준을 만든다



이 사례의 설계

회색 병과 연보라·남색을 중심으로 3-in-1 구성과 균주·원료 출처를 설명합니다. 큰 CFU 숫자 대신 왜 이 배합을 택했는지를 제안하고, A+는 같은 설명을 출처·FAQ·라인업으로 확장합니다. 고객의 비교 기준 자체를 설명하는 방식이 핵심 참고점입니다.

리스팅 이미지 7장
Premium A+ / 브랜드 포함 8개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 수치가 큰 상품을 따라가기보다 고객에게 필요한 비교 기준을 직접 설명하는 방식을 참고하세요.
- 원료 이름·지역·제형을 구체화해 품질 메시지를 읽을 수 있는 정보로 바꿉니다.
- 3-in-1의 세 구성은 CFU와 mg로 단위가 다릅니다. 성분표와 요약 이미지의 기준을 함께 대조하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0B5KDNTWS

Ritual Synbiotic+ / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 절제된 병과 캡슐

무광 회색 병과 투명 캡슐, 민트 잎을 보여주고 3-in-1·30캡슐을 라벨에 표시합니다.

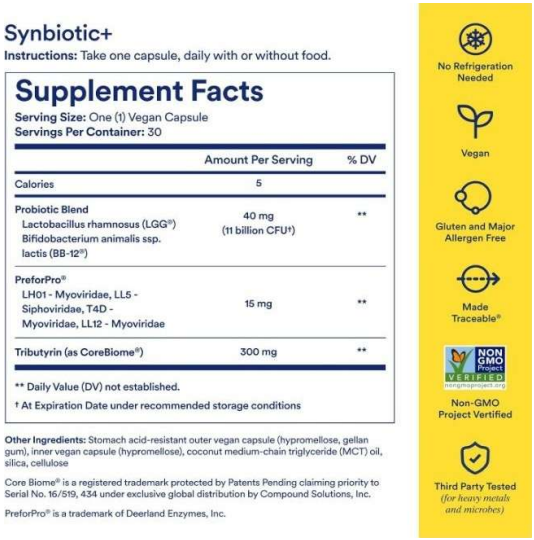
적용 제품의 실제 질감·제형·구성을 일관된 촬영 톤으로 보여주는 방식을 참고하세요.



02 세 구성의 단위

Prebiotics 15mg·Probiotics 11B CFU·Postbiotics 300mg을 구분하고 숫자가 많을수록 좋지는 않다는 문구를 덧붙입니다.

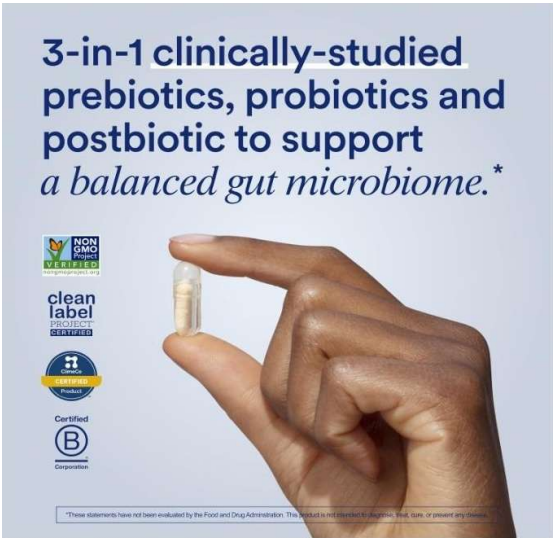
적용 구성별 단위를 나눠 설명하세요. 큰 수치 하나가 유일한 선택 기준이 되지 않도록 제품의 이유를 제시합니다.



03 성분표와 조건

1캡슐·30회분 성분표와 배합량, 균주, 시험·보관 관련 표시를 제공합니다.

적용 CFU가 무엇의 합인지와 보장 조건을 확인하세요. 원료량 mg과 생균 수를 같은 단위처럼 비교하지 않습니다.



04 작은 캡슐과 3-in-1

손에 든 캡슐 위에 3-in-1 메시지와 품질 관련 배지를 배치합니다.

적용 실제 크기와 제품의 핵심 구성을 한 장에 연결해보세요. 배지별 적용 대상도 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0B5KDNTWS

Ritual Synbiotic+ / 이미지 5~7

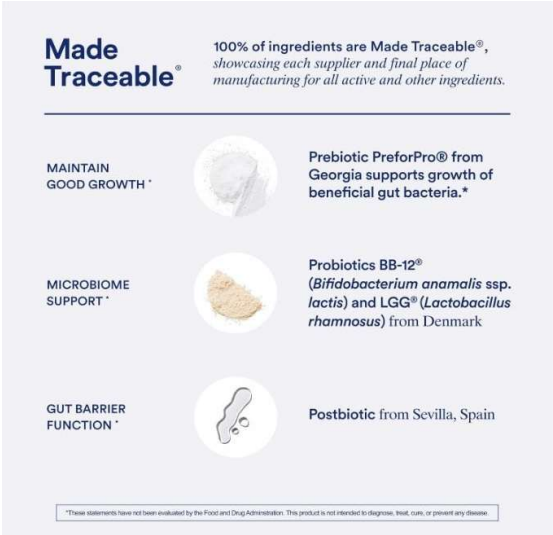
리스팅 이미지 분석



05 비교 기준의 제안

다른 상위 브랜드 상품군과 네 가지 기준을 체크·엑스로 비교합니다.

적용 비교 대상의 선정 범위·시점·기준을 함께 명시하세요. 이 표의 대상이 이 책의 다섯 상품과 같다고 가정하지 않습니다.



06 원료 출처의 구체화

세 구성의 이름과 제조 지역을 원료 사진에 연결합니다.

적용 막연한 품질 문구 대신 원료·공급자·최종 제조 장소를 확인할 수 있는 범위에서 구체적으로 보여주세요.



07 캡슐 구조와 균주

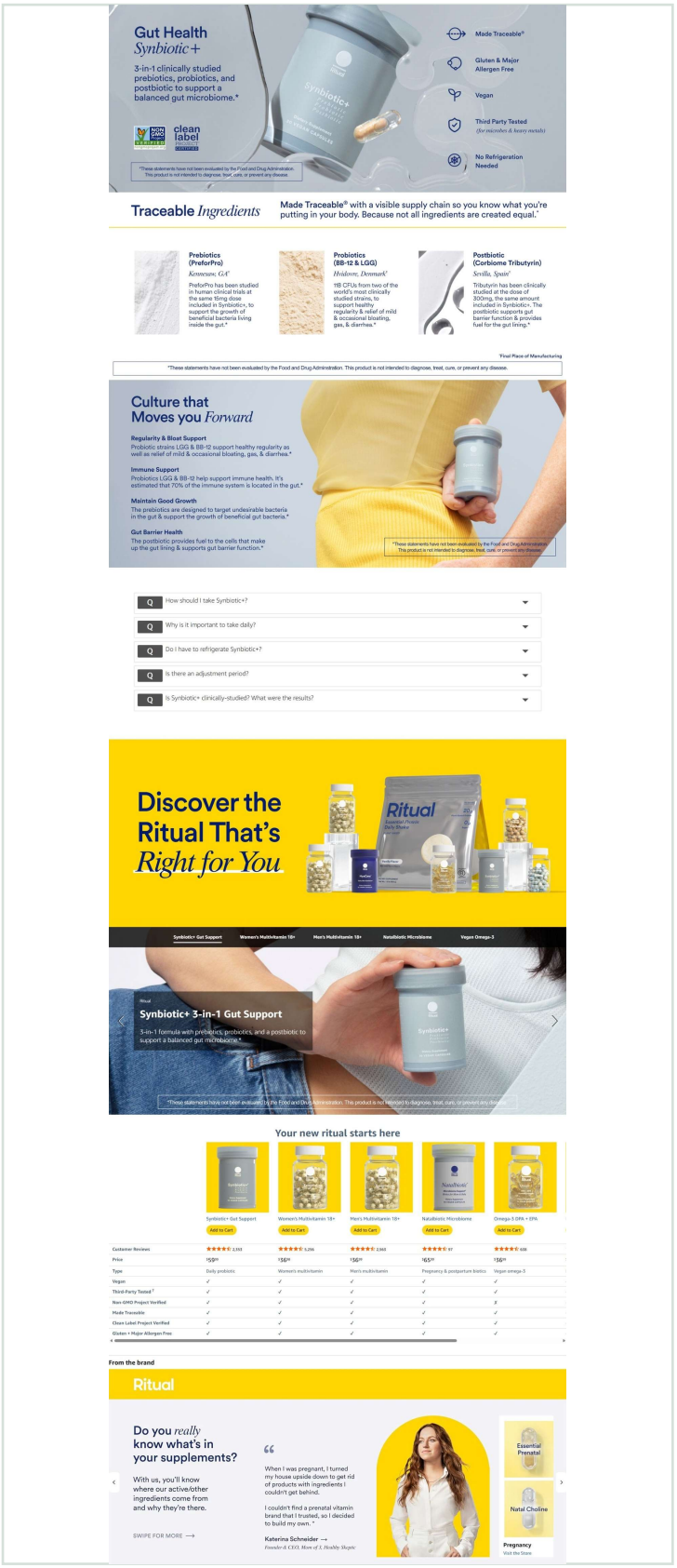
확대한 투명 캡슐 주변에 균주·11B CFU·제형과 식물성 관련 설명을 배치합니다.

적용 제형의 구조와 의도를 시각화해보세요. 설계 설명과 완제품의 실제 성능 검증은 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0B5KDNTWS

Ritual Synbiotic+ / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 3-in-1과 품질 요약

M02 | 추적 가능한 원료

M03 | 생활 장면과 배합 역할

M04 | 사용·보관·연구 FAQ

M05 | 브랜드 제품군 도입

M06 | 제품별 탐색 탭

M07 | 라인업 비교표

M08 | Brand Story와 창업 배경

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0B5KDNTWS

Ritual Synbiotic+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 3-in-1과 품질 요약



병·캡슐과 함께 핵심 구성, 원료 추적·시험·보관 관련 아이콘을 배치합니다.

적용 관점 첫 모듈에서 제품 구성과 비교 기준을 함께 제안하는 방식을 참고하세요.

M02 | 추적 가능한 원료



세 원료의 사진·이름·제조 지역과 연구 관련 문구를 세 열로 나눕니다.

적용 관점 원료의 출처와 연구 범위를 구체적으로 설명하세요. 원료 연구를 완제품 연구와 혼동하지 않게 합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0B5KDNTWS

Ritual Synbiotic+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 생활 장면과 배합 역할



제품을 든 인물 옆에 세부 관심사와 구성별 설명을 나열합니다.

적용 관점 앞에서 제시한 성분 정보를 고객의 사용 맥락에 연결해보세요. 인물 사진은 효과의 증빙과 구분합니다.

M04 | 사용·보관·연구 FAQ



사용법·매일 사용 이유·냉장·적응 기간·연구에 관한 다섯 질문을 배치합니다.

적용 관점 사용 전 질문과 근거 관련 질문을 함께 다루는 위치를 참고하세요. 이 캡처는 접힌 질문 목록입니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0B5KDNTWS

Ritual Synbiotic+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

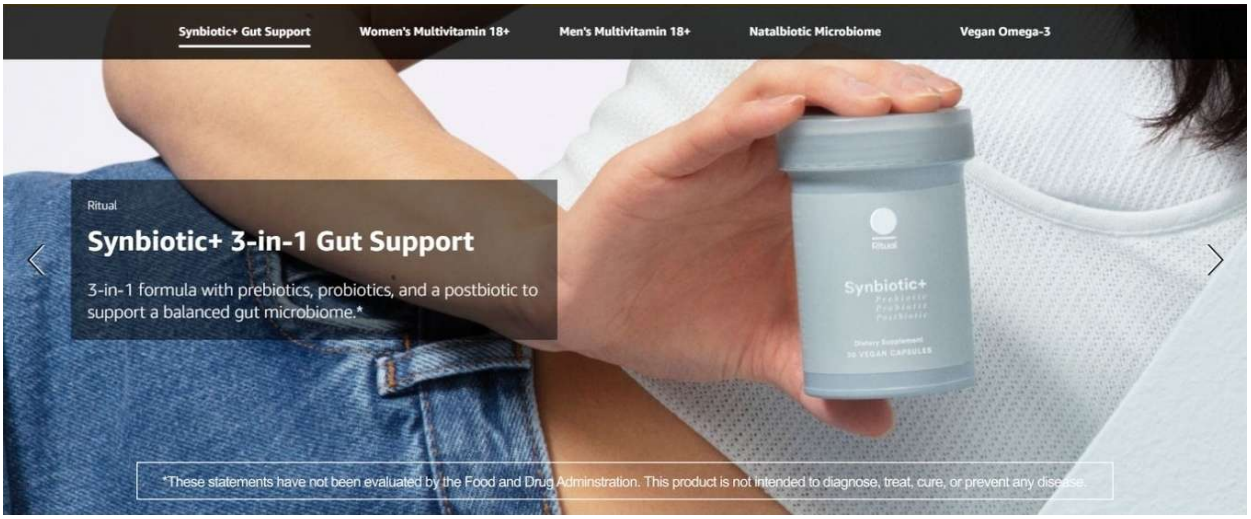
M05 | 브랜드 제품군 도입



노란 배경 위에 여러 상품을 보여주고 다음 선택을 제안합니다.

적용 관점 자사 다른 제품을 소개할 때 현재 상품의 실제 구성과 별도의 탐색 영역임을 명확히 해주세요.

M06 | 제품별 탐색 탭



기본 화면은 Synbiotic+를 든 손과 해당 제품의 짧은 설명을 보여줍니다. 다른 제품을 탐색하는 탭이 상단에 있습니다.

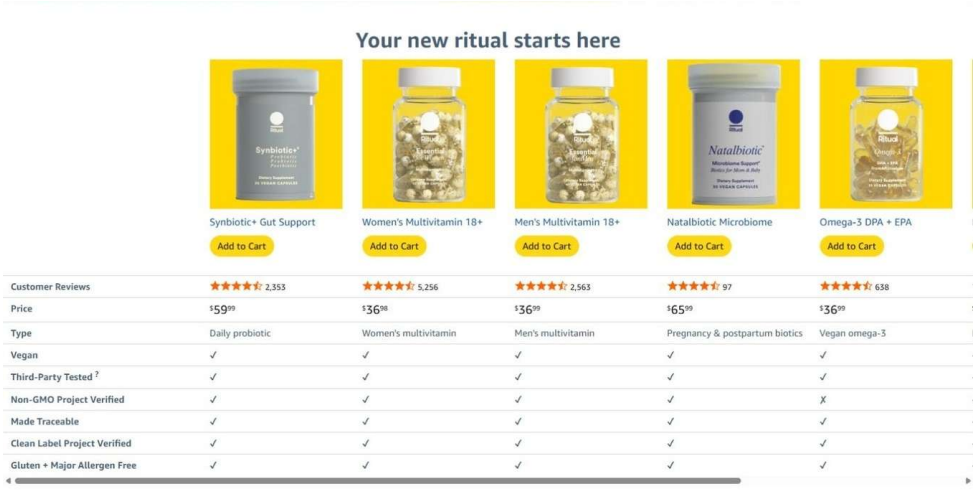
적용 관점 탭을 넘기지 않아도 현재 상품의 핵심이 남고, 다른 탭의 선택 이유도 읽히도록 만드세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0B5KDNTWS

Ritual Synbiotic+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

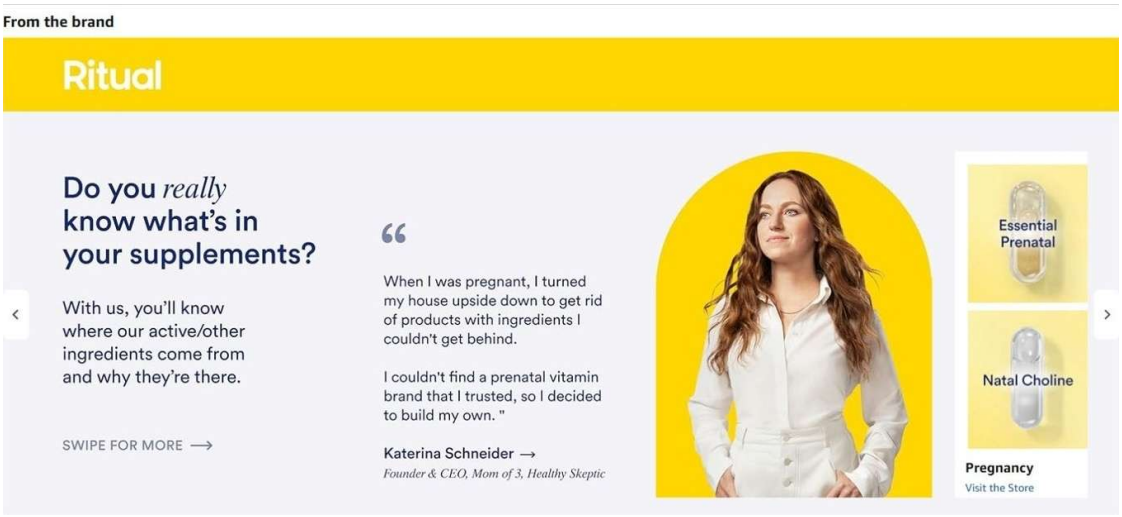
M07 | 라인업 비교표



제품 사진·가격·유형·식물성·시험·추적 관련 기준을 표로 정리합니다.

적용 관점 라인업을 단순 나열하기보다 어떤 기준으로 선택할지 행을 정하세요. 가격과 리뷰는 관찰 시점의 화면 정보입니다.

M08 | Brand Story와 창업 배경



브랜드의 질문, 창업자 사진과 인용문, 제품군 카드로 신뢰와 다음 탐색을 연결합니다.

적용 관점 브랜드의 출발점과 실제 제품 설계가 연결되도록 쓰세요. 창업 이야기와 시험 자료는 서로 다른 역할입니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0B5KDNTWS

브랜드 중복 제외 5번 / 원래 일반 노출 9번째 / B08B7BWHJ8

Align Pro Formula · 63캡슐

균주와 포장 변경을, 간결한 Standard A+로 설명한다



이 사례의 설계

주황·금색의 포장과 특정 균주 35624를 반복하면서 제품군 비교·보관·사용량·구독을 설명합니다. A+는 넓은 Premium 화면 대신 Standard 모듈 다섯 개로 배합·캡슐·포장·품질·라인업을 정리합니다. 포장 변경과 수치의 보장 시점을 살펴볼 수 있는 사례입니다.

리스팅 이미지 12장
Standard A+ / 브랜드 포함 5개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- Standard A+도 배합 → 캡슐 → 포장 → 품질 → 선택으로 명확한 흐름을 만들 수 있습니다.
- CFU는 제조 시점과 기한 내 보장 수치가 다르게 표기되어 있습니다. 수치와 조건을 함께 읽으세요.
- 포장 변경 안내는 할인 시즌의 구매 후 기대 차이를 줄이기 위해 먼저 점검할 소재입니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08B7BWHJ8

Align Pro Formula · 63캡슐 / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 병과 박스, 63캡슐

주황색 병과 박스를 함께 보여주고 2개월 가치 구성·63캡슐을 전면에 표시합니다.

적용 상품 수량과 표시 사용량을 대조하세요. 박스가 추가 상품처럼 오해되지 않도록 실제 구성도 보여줍니다.



02 CFU의 보장 시점

성분표는 1캡슐·63회분, 균주 10mg을 표시합니다. 제조 시 10억 CFU와 기한까지 1천만 CFU라는 서로 다른 조건도 있습니다.

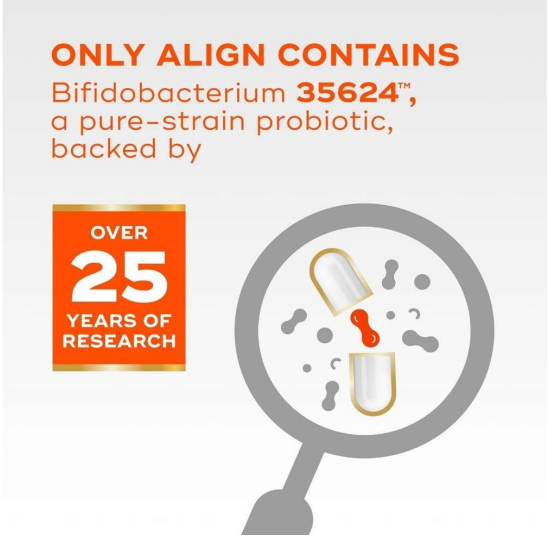
적용 같은 CFU라도 언제 보장되는 수치인지 확인하세요. 큰 수치만 떼어 다른 상품과 비교하지 않습니다.



03 브랜드 내 제품 선택

세 제품을 사진과 네 가지 기준의 체크 표로 비교합니다.

적용 비슷한 포장의 다른 제품을 고객이 구분할 선택 기준을 제시해 보세요.



04 특정 균주의 이름

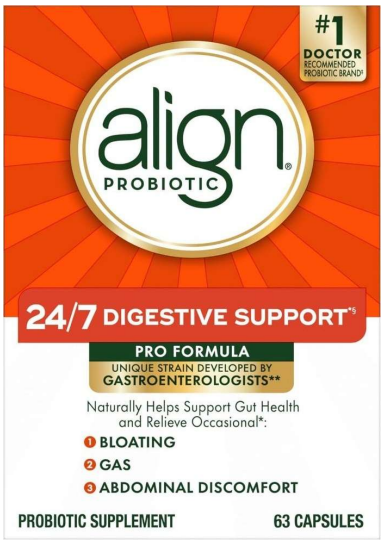
35624와 연구 기간 관련 표현을 확대 캡슐 도식에 연결합니다.

적용 균주 이름과 연구의 대상·범위를 구별해 설명하세요. 연구 기간이 제품 효능의 크기를 뜻하지는 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08B7BWHJ8

Align Pro Formula · 63캡슐 / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 전면 라벨 확대

박스 전면의 제품명·관심사·캡슐 수를 크게 보여줍니다.

적용 패키지의 글씨를 실제로 읽을 수 있는 이미지를 제공하는 방식을 참고하세요.



06 장 관련 도식

단순한 장 그림과 세균 아이콘으로 제품이 이야기하는 관심사를 설명합니다.

적용 복잡한 내용을 단순화하되 도식 자체를 효과의 근거로 사용하지 않습니다.



07 제형·보관 요약

병 옆에 크기·식물성·글루텐·냉장 불필요 관련 네 아이콘을 놓습니다.

적용 고객이 사용 전에 확인할 조건을 짧은 항목으로 묶어보세요. 실제 라벨과 일치해야 합니다.



08 뒷면과 사용 조건

포장 뒷면의 사용법·보관 온도·실제 크기와 관련 설명을 보여줍니다.

적용 요약 이미지뿐 아니라 원문 라벨도 확인할 수 있게 제공하세요. 보관 조건이 작게 묻히지 않는지 살펴봅니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08B7BWHJ8

Align Pro Formula · 63캡슐 / 이미지 9~12

리스팅 이미지 분석



09 세 가지 관심사

세 아이콘과 짧은 문구로 소화 관련 불편의 범주를 정리합니다.

적용 설명 범주를 분리하는 레이아웃을 참고하세요. 개인에게 같은 결과를 보장하는 표현으로 옮기지 않습니다.



10 다른 전면 포장 표현

첫 이미지와 다른 문구의 병·박스 디자인도 함께 보입니다.

적용 갤러리에 여러 포장 표현이 섞이면 실제 발송 상품과의 관계를 명확히 안내해보세요.



11 한 달 사용 메시지

달력과 체크 표시로 반복 사용과 한 달이라는 시간을 시각화합니다. 브랜드의 기대 표현입니다.

적용 기간을 제시할 때 근거와 조건을 함께 읽을 수 있게 쓰세요. 모든 고객에게 같은 변화를 약속하지 않습니다.



12 구독과 배송

병·배송 상자와 세 아이콘으로 반복 배송의 편의를 설명합니다.

적용 구독 안내는 제품 정보와 구별해 배치하고 배송·변경·가격 조건을 확인하기 쉽게 제공합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08B7BWHJ8

Align Pro Formula · 63캡슐 / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 배합 변경의 요약

M02 | 달라진 캡슐

M03 | 포장 변경 안내

M04 | 캡슐·포장·균주 카드

M05 | 제품군 선택 표

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08B7BWHJ8

Align Pro Formula · 63캡슐 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 배합 변경의 요약



Standard 배너 하나로 새 농축 배합을 소개합니다. 정보량을 제한하고 주황·금색의 인상을 유지합니다.

적용 관점 변경 내용을 한 문장으로 먼저 설명하세요. 농축도 표현을 효과가 배가된다는 의미로 바꾸지 않습니다.

M02 | 달라진 캡슐



전후 20mg·10mg 그림과 작은 캡슐, 기존 제품 관련 설명을 나란히 배치합니다.

적용 관점 고객이 느낄 물리적 차이를 비교해보세요. 캡슐 크기·배합량·효과를 같은 의미로 취급하지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08B7BWHJ8

Align Pro Formula · 63캡슐 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 포장 변경 안내



새 병과 박스의 사진 옆에 디자인 변경과 개봉 편의 관련 문구를 배치합니다.

적용 관점 시즌 재고에 포장이 여러 종류라면 무엇이 달라졌는지 안내하세요. 변경되지 않은 사항도 사실에 맞춰 명시합니다.

M04 | 캡슐·포장·균주 카드







세 카드로 보호 캡슐, 포장, 균주와 연구 관련 정보를 나눕니다. 한 모듈 안의 하위 구획을 활용합니다.

적용 관점 모듈 수를 늘리기 전에 서로 다른 고객 질문을 카드로 나눌 수 있는지 살펴보세요. 작은 글씨의 가독성도 확인합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08B7BWHJ8

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

Align Pro Formula · 63캡슐 / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 제품군 선택 표



여러 제품의 사진과 관심사·균주·배합·식물성·글루텐 관련 기준을 표로 정리합니다.

적용 관점 비슷한 상품을 선택하는 기준을 구체화하세요. Standard A+도 질문의 순서를 잘 정하면 비교 정보를 담을 수 있습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08B7BWHJ8

블프 · 사이버먼데이 · 12월 쇼핑 시즌 적용

4분기 리스팅을 손볼 때의 우선순위

01 할인보다 먼저, 무엇을 사는지 명확하게

첫 이미지와 성분·구성 이미지에서 제품 형태, 실제 포함 수량, 1회 사용량을 바로 이해할 수 있게 만드세요. 할인받아 사는 고객에게도 잘못된 기대는 구매 후 문제로 남습니다.

02 숫자와 단위를 전부 대조하기

CFU, 균주 수, 원료량 mg, 하루 캡슐 수, 총 사용 기간을 한 표에 모으세요. 균 수가 보장되는 시점과 보관 조건도 함께 확인합니다. 큰 숫자 하나가 모든 비교 기준을 대신하지 않게 설명하세요.

03 품질 근거와 생활 장면을 분리하기

시험·성분·제조 정보를 설명하는 이미지와 고객이 사용할 장면을 보여주는 이미지의 역할을 구분하세요. 인물 사진과 아이콘이 구체적인 증빙을 대신하지 않게 만듭니다.

04 A+는 갤러리의 확대 복사에서 한 걸음 더

갤러리에서 관심을 가진 고객에게 A+는 이유, 사용법, 자주 묻는 질문, 라인업 차이를 순서대로 설명할 수 있습니다. 첫 화면과 캐러셀의 기본 화면만 보아도 핵심이 남는지 확인합니다.

05 바꿀 항목 하나와 확인할 지표 하나

새 이미지의 목적을 정하세요. 클릭 유도, 함량 이해, 사용량 확인, 옵션 혼동 해소처럼 질문 하나에 집중합니다. 적용 전후 비교에서는 광고, 가격, 할인, 재고와 유입 변화도 함께 기록하세요.

셀러가 직접 작성하는 점검 페이지

제작 브리프: 다음 촬영·디자인 전에

고객이 가장 먼저 알아야 할 한 가지

내 상품의 제품 종류, 포함 수량, 사용 대상은 무엇인가요?

구매를 망설이게 하는 질문 세 가지

성분·사이즈·호환·사용법·품질 중 무엇을 먼저 설명해야 하나요?

보여줄 수 있는 실제 근거

내 제품에 적용되는 시험 자료, 인증 범위, 실제 사용 장면을 적어보세요.

갤러리의 순서

메인 → 핵심 가치 → 사양·성분 → 사용법 → 품질 → 비교·FAQ

A+의 순서

브랜드 약속 → 고객 상황 → 제품의 이유 → 사용 과정 → 질문 해소 → 라인업

이번에 바꿀 항목과 검토 날짜

제작 담당자, 바꿀 이미지, 확인할 지표와 비교 조건을 정해보세요.

REFERENCE / NAD+

NAD+
리스팅 이미지 · A+ 분석

이미지의 순서와, 고객의 다음 질문을 살펴보세요.

기존 8개 브랜드와 범위 밖 상품·같은 브랜드 변형을 제외했습니다. 원래 일반 노출 2·4·7·9·11번째입니다.

01 Thinbi Liposomal NAD+ 119

갤러리 120-121 / A+ 풀샷 122 / 모듈 해설 123-126

02 Life Extension NAD+ Cell Regenerator 127

갤러리 128-130 / A+ 풀샷 131 / 모듈 해설 132-135

03 TRU NIAGEN NR 300mg 136

갤러리 137-138 / A+ 풀샷 139 / 모듈 해설 140-143

04 Nutricost NAD+ 1,000mg 144

갤러리 145-146 / A+ 풀샷 147 / 모듈 해설 148-151

05 Selerb NAD+ Men’s Complex 152

갤러리 153-155 / A+ 풀샷 156 / 모듈 해설 157-160

모든 쪽수는 통합본 기준입니다. 선정 기준·관찰 한계·활용 방법은 다음 페이지를 참고하세요. 각 상품 장의 출처 링크에서 원문을 확인할 수 있습니다.

방법과 활용법

읽기 전에: 순위와 분석 범위

관찰 시점의 검색 결과를 기준으로 합니다

이 책의 1~5번은 브랜드 중복을 제외한 선정 순서입니다. 판매량 순위나 카테고리 BSR, 브랜드 전체 순위를 뜻하지 않습니다. 로그인 상태, 배송 지역, 시간과 개인화에 따라 결과가 달라질 수 있습니다.

브랜드 중복을 제외한 선정 순서입니다

선정 1~5번의 원래 광고 제외 일반 노출 순서는 2·4·7·9·11번째입니다. Cata-Kor 4개 카드, JIYU 스킨케어, TRU NIAGEN의 다른 용량을 건너뛰었습니다. 기존 분석의 Cata-Kor·Micro Ingredients·partiQlar·Physician's CHOICE·Garden of Life·Culturelle·Ritual·Align은 모두 제외했습니다.

관찰 → 해석 → 적용

이미지에서 직접 보이는 요소를 관찰하고, 그 요소가 맡는 역할을 해석한 뒤 적용 관점을 제안합니다. 잘 팔리는 원인을 검증하거나 전환율 개선을 보장하는 분석은 아닙니다.

표현을 복사하기보다 질문을 가져가세요

브랜드 이미지, 인증, 시험 결과, 인물의 추천과 건강 관련 문구는 해당 제품의 표현입니다. 내 상품의 사실과 근거를 바탕으로 새 소재를 제작하세요. 특히 수치, 1회 사용량, 전체 사용 기간이 서로 맞는지 확인합니다.

풀샷과 확대 해설을 함께 보세요

풀샷은 원페이지 또는 모듈별 화면을 연결한 캡처입니다. 고정 메뉴를 제외하고 표시 순서를 유지했습니다. 다음 장의 확대 이미지로 세부 구성을 살펴보세요. 캐러셀은 선택된 화면을 보존하며, 접힌 FAQ나 영상 전체를 펼친 자료는 아닙니다.

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

신규 다섯 브랜드 / 같은 질문에 서로 다른 답

5개 상품에서 비교할 제작 관점

01 Thinbi

큰 숫자·복합 배합·생활 장면을 같은 색과 말로 연결합니다. 내 상품에서도 원물환산량과 실제 주성분 함량, 소재 사이 표시가 구분되나요?

02 Life Extension

실물 라벨·확대 성분표·배합 설명·브랜드의 전문성을 차례로 제시합니다. 배합 전체 무게와 그 안의 성분 양을 따로 읽을 수 있나요?

03 TRU NIAGEN

NR의 선택 이유를 연구 수치·원료·용량 가이드로 설명합니다. 용량과 기간이 다른 수치의 조건이 큰 숫자와 함께 읽히나요?

04 Nutricost

다섯 장의 갤러리는 기본 사양에 집중하고 Premium A+에서 질문과 비교를 확장합니다. 비교표의 다른 용량이 현재 옵션과 혼동되지 않나요?

05 Selerb

남성이라는 대상과 사용 관심사를 좁히고 포장 변경도 미리 안내합니다. 바뀐 포장·복합 배합 총량·강한 건강 문구의 기준이 명확한가요?

제작 순서를 정한다면

실제 성분·함량·수량 확인 → 고객이 혼동할 비교 기준 정리 → 필요한 근거 배치 → 사용법과 선택 안내. 시즌 프로모션 전에 무엇을 사는지부터 명확하게 만들어보세요.

관찰한 소재에서 찾은 다섯 가지 점검 항목

디자인 전에 먼저 대조할 숫자와 옵션

큰 숫자를 옮겨 쓰기 전에 성분표와 선택 옵션부터 맞춰보세요. 아래는 캡처에서 관찰한 표시의 차이입니다. 브랜드명을 누르면 상품 원문으로 이동합니다.

Thinbi | 8,457mg와 NAD+ 300mg

성분표의 녹차·강황·포도씨 원물환산값 2,000·1,000·5,000mg와 나머지 성분을 합하면 8,457mg입니다. NAD+는 2캡슐당 300mg입니다. CoQ10·ALA도 갤러리 03의 25mg와 메인·A+의 20mg를 대조할 부분입니다.

Life Extension | 배합 55mg와 성분 10mg

갤러리 03은 Resveratrol Elite Blend 55mg가 trans-resveratrol 10mg를 제공한다고 표시합니다. 배합의 무게와 그 안의 성분 양을 같은 함량처럼 요약하지 않는지 확인하세요.

TRU NIAGEN | 51%·2주와 150%·3주

A+ M06은 300mg와 1,000mg 옵션을 서로 다른 기간·수치와 함께 제시합니다. 용량·기간·측정 대상이 다른 결과를 같은 조건의 배수 비교로 읽지 마세요. 실제 선택 상품은 NR 300mg·30회분입니다.

Nutricost | 선택 상품과 비교표의 수량

선택 상품과 갤러리는 120캡슐·60회분입니다. A+ M07의 NAD+ 비교 열은 60캡슐·30회분으로 표시됩니다. 다른 용량을 보여주는 경우 현재 구매 옵션과 명확히 구분해야 합니다.

Selerb | 복합 배합 1,000mg와 NAD+ 300mg

갤러리 02는 1,000mg를 390·415·195mg의 세 배합으로 나누고, 그 안의 NAD+를 300mg로 표시합니다. 갤러리 08의 1,000mg 비교 문구를 NAD+ 단일 함량처럼 해석하지 않도록 주의해서 읽으세요.

관찰 출처: 각 상품의 갤러리·A+ 캡처 / 세부 이미지 번호와 해설은 해당 브랜드 장을 참고하세요.

기존·이번 브랜드 중복 제외 1번 / 원래 일반 노출 2번째 / B0DM2N7RNF

Thinbi Liposomal NAD+

큰 숫자와 복합 배합으로 관심을 모으고, 생활 장면으로 확장한다



이 사례의 설계

청록색 병과 형광 노랑 숫자를 반복하며 복합 배합을 설명합니다. 갤러리는 성분표·리포솜·사용 기간별 기대를, A+는 성분의 조합과 일상 장면을 확장합니다. 시각적 통일감과 함께 함량의 기준, 소재 사이 표시 일치도까지 살펴볼 사례입니다.

리스팅 이미지 7장
Premium A+ / 브랜드 포함 7개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 색·병·큰 숫자를 일관되게 반복하지만, 숫자의 기준을 성분표에서 따로 읽어야 합니다.
- 8,457mg는 원물환산량을 반영한 합계와 맞습니다. 성분표의 NAD+는 2캡슐당 300mg입니다.
- 메인·A+의 CoQ10·ALA 20mg와 성분표의 25mg처럼 소재 사이 표시를 먼저 대조하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DM2N7RNF

Thinbi Liposomal NAD+ / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 병과 숫자를 크게

청록색 병에 8,457MG TOTAL ACTIVES와 60캡슐을 크게 표시합니다. 캡슐과 미국 관련 배지가 첫인상을 만듭니다.

적용 큰 숫자가 무엇의 합계인지 성분표와 연결하세요. 8,457mg를 NAD+ 단일 함량으로 해석하지 않습니다.



02 성분을 알아야 하는 이유

NAD 설명, 세포 그림, 50% 수치와 제품을 든 인물을 한 장에 배치합니다. 문제 인식에서 제품으로 시선을 옮깁니다.

적용 연령·감소 수치는 출처와 대상, 조건을 함께 설명하세요. 문제를 제시한 자료와 제품의 시험 결과를 구분합니다.



03 성분표와 품질 표시

2캡슐·30회분 성분표에 NAD+ 300mg와 추출물·원물환산량을 표시합니다. 오른쪽에는 병과 시험 문구를 놓습니다.

적용 원물환산량과 실제 투입량을 구분하세요. 이 성분표의 CoQ10·ALA 25mg는 다른 소재의 20mg와 대조할 부분입니다.



04 생활 가치 네 가지

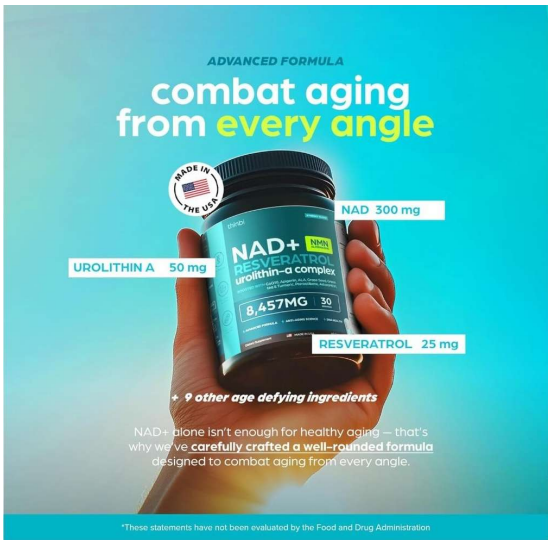
인물 사진 아래에 에너지·집중·세포·노화 관련 문구를 네 칸으로 나눕니다. 복잡한 배합을 생활 언어로 요약합니다.

적용 한 칸에 한 메시지를 배치하는 구조를 참고하세요. 각 문구의 근거와 적용 범위는 자사 제품 자료로 확인합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DM2N7RNF

Thinbi Liposomal NAD+ / 이미지 5~7

리스팅 이미지 분석



05 주성분을 골라 보여주기

병 주변에 NAD 300mg·Urolithin A 50mg·Resveratrol 25mg를 띄우고 나머지 성분을 묶어 설명합니다.

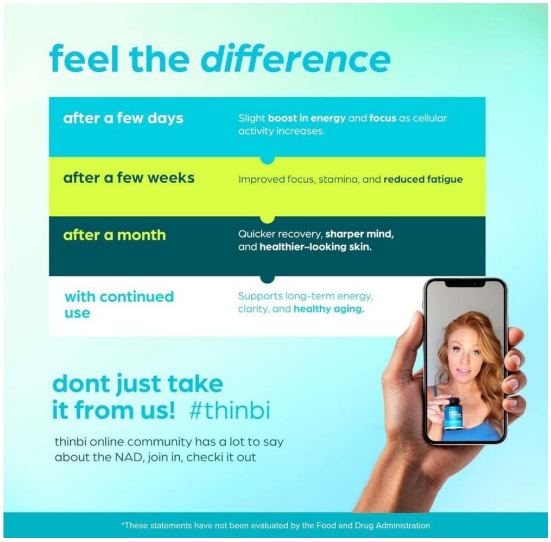
적용 모든 성분을 같은 크기로 나열하기보다 핵심을 정하세요. 강조한 수치는 성분표의 제공량 기준과 맞춥니다.



06 제형을 세 단계로 설명

리포솜을 감싸기·소화 과정 보호·전달의 세 단계로 보여주고 10X라는 비교 표현을 크게 씁니다.

적용 도식은 이해를 돕지만 배수의 근거를 대신하지 않습니다. 비교 대상과 측정 기준이 확인되는 표현만 적용하세요.



07 기간별 기대와 후기 탐색

며칠·몇 주·한 달·지속 사용의 시간축 아래에 휴대폰과 해시태그를 배치합니다. 개인 경험 탐색으로 연결합니다.

적용 사용 루틴과 결과 기대를 구분하세요. 기간별 변화나 후기는 모든 고객에게 같은 결과를 약속하는 정보가 아닙니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DM2N7RNF

Thinbi Liposomal NAD+ / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 제품과 품질의 첫 화면

M02 | 성분 조합의 역할

M03 | 복합 배합의 생활 가치

M04 | 하루 사용량과 성분

M05 | 사용자의 삶으로 확장

M06 | 자사와 다른 상품 비교

M07 | Brand Story와 제품군

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DM2N7RNF

Thinbi Liposomal NAD+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

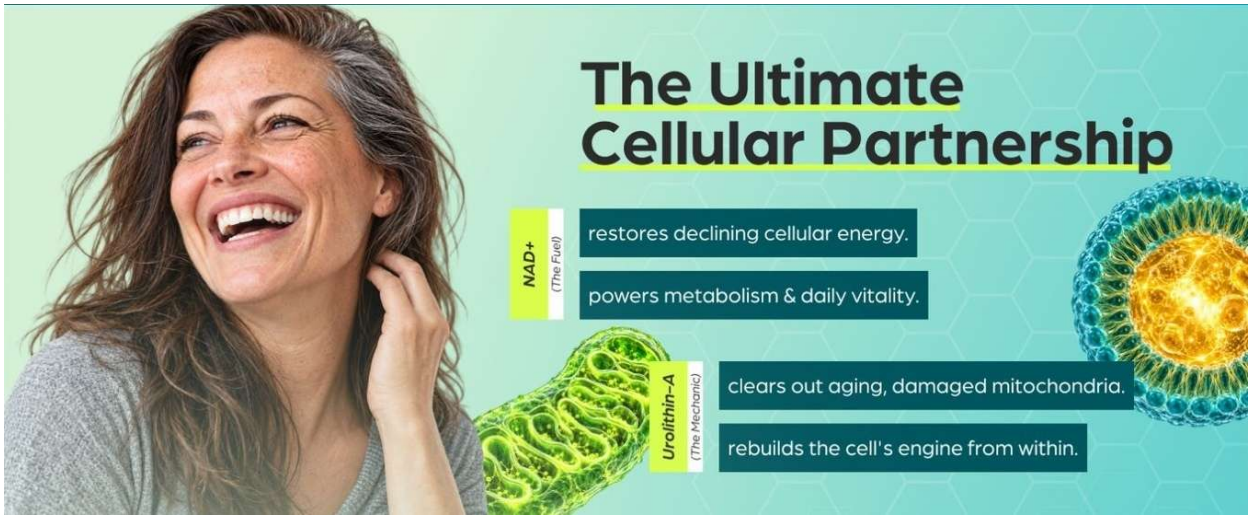
M01 | 제품과 품질의 첫 화면



제품 사진·형광 강조·제조 및 시험 문구를 한 화면에 모읍니다. 갤러리에서 본 색과 핵심 표현을 다시 상기시킵니다.

적용 관점 첫 화면은 상품의 정체성과 근거를 간결하게 묶으세요. 제조·시험·시설 관련 표시는 각각의 범위를 확인합니다.

M02 | 성분 조합의 역할



여성 인물과 세포 그림 옆에 NAD+와 Urolithin A의 역할을 나누어 설명합니다. 조합을 선택할 이유를 제시합니다.

적용 관점 두 성분을 함께 넣은 이유를 설명하는 구조를 참고하세요. 개별 원료의 설명과 완제품 조합의 검증은 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DM2N7RNF

Thinbi Liposomal NAD+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 복합 배합의 생활 가치



병을 크게 기울인 이미지 옆에 신체 관심사를 아이콘으로 배치하고 여러 병을 대신한다는 편의 메시지를 씁니다.

적용 관점 생활 가치와 구성의 편리함을 나누어 보여주세요. 여러 상품을 대체한다는 표현은 실제 배합과 사용 조건에 맞춥니다.

M04 | 하루 사용량과 성분



손에 든 캡슐과 take 2 daily, 성분 이름 및 일부 함량을 한 화면에 정리합니다. 일상 사용법으로 연결하는 영역입니다.

적용 관점 하루 2캡슐·60캡슐·30회분의 연결을 쉽게 만드세요. CoQ10·ALA의 20mg 표시는 성분표 이미지와 맞출 필요가 있습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DM2N7RNF

Thinbi Liposomal NAD+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 사용자의 삶으로 확장



야외에서 쉬는 중장년 커플과 네 가지 관심사, 복합 배합의 편의를 함께 보여줍니다. 성분 이후의 사용 장면입니다.

적용 관점 고객이 제품을 쓰는 맥락을 구체화하세요. 건강한 인물 사진을 제품의 효과를 입증한 자료처럼 사용하지 않습니다.

M06 | 자사와 다른 상품 비교



품질·리포솜·배합 관련 항목을 자사 체크와 타사 X로 대비합니다. 구매 선택을 단순한 표로 마무리합니다.

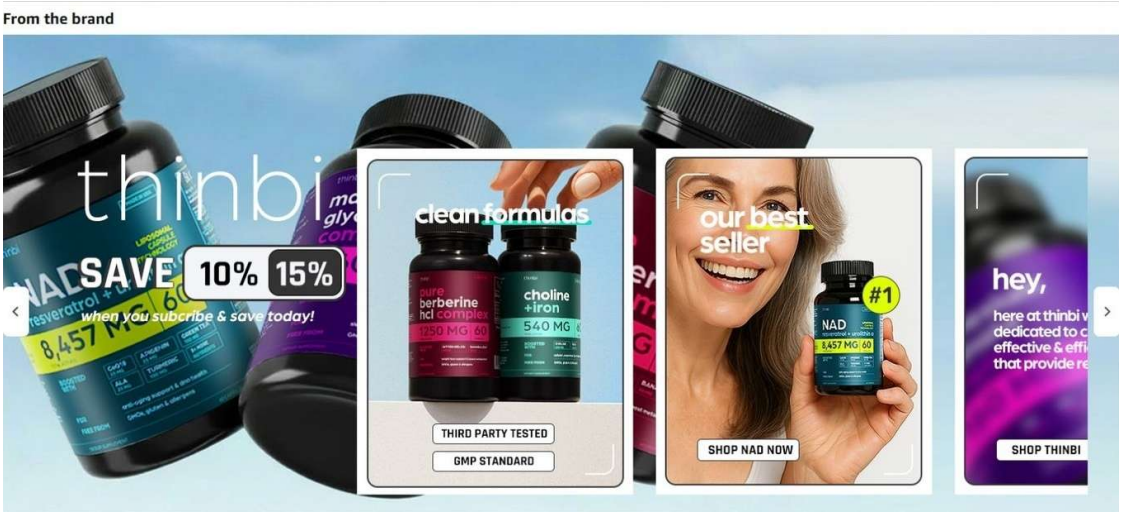
적용 관점 비교하는 타사의 범위와 항목 기준을 밝히세요. 추상적인 타사 전체를 낮추는 비교보다 확인 가능한 사양을 사용합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DM2N7RNF

Thinbi Liposomal NAD+ / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M07 | Brand Story와 제품군



다른 상품 카드·베스트셀러 메시지·구독 안내를 가로 카드로 제시합니다. 단일 상품에서 브랜드 탐색으로 이어집니다.

적용 관점 첫 카드만 보는 고객에게도 브랜드의 중심이 남게 만드세요. 연관 상품과 현재 구매 구성이 혼동되지 않도록 구분합니다.

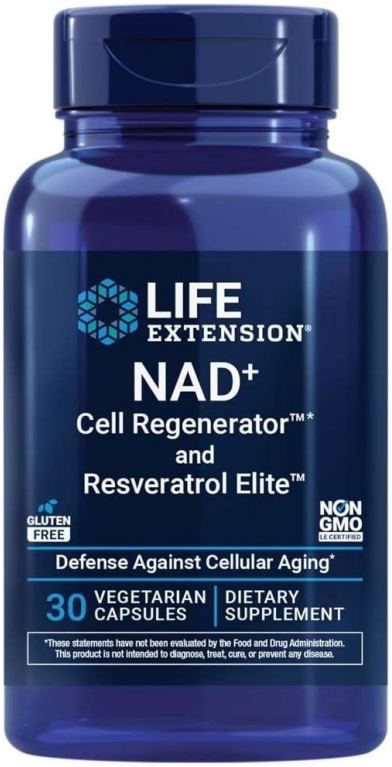
출처: https://www.amazon.com/dp/B0DM2N7RNF

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

기존·이번 브랜드 중복 제외 2번 / 원래 일반 노출 4번째 / B08PMJFLP8

Life Extension NAD+ Cell Regenerator

원료명과 제공량을 중심에 두고, 브랜드의 전문성을 덧붙인다



이 사례의 설계

짙은 파랑과 흰 글씨로 제품·성분·사용법을 차분하게 이어갑니다. 갤러리는 병 앞뒤와 확대 성분표를 충분히 보여주고, A+는 배합 설명·원료의 특징·FAQ·브랜드 소개로 확장합니다. 복합 배합을 설명하되 세부 수치를 숨기지 않는 구조입니다.

리스팅 이미지 10장
Premium A+ / 브랜드 포함 8개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

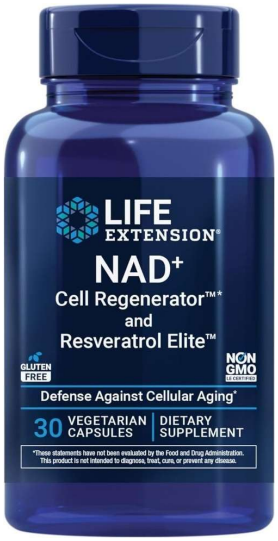
먼저 가져갈 관점

- 실물 뒷면과 확대 성분표를 모두 제공해 포장 확인과 정보 이해를 나눕니다.
- NR 300mg와 resveratrol 배합 55mg, 그 안의 trans-resveratrol 10mg를 구분해서 읽어보세요.
- 브랜드 역사·수상·원료 연구·사용법을 서로 다른 설명 영역으로 배치합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08PMJFLP8

Life Extension NAD+ Cell Regenerator / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 라벨 중심의 메인

짙은 파랑 병 한 개와 30캡슐, 제품명을 보여줍니다. 흰 배경에서 라벨과 브랜드를 읽게 하는 구성입니다.

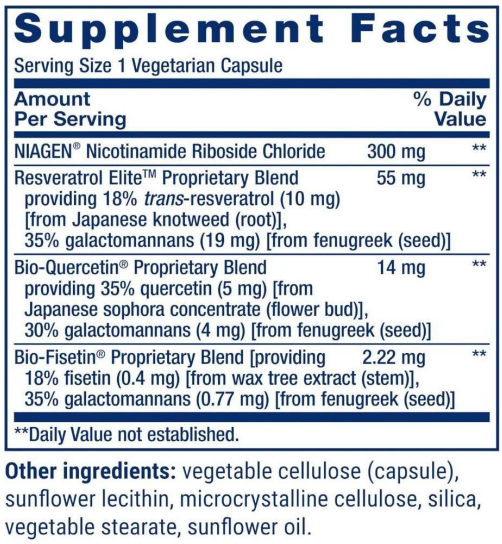
적용 실제 발송 구성과 제품명을 먼저 확인할 수 있게 만드세요. 복합 배합의 자세한 설명은 다음 이미지로 분리합니다.



02 실제 뒷면 라벨

병 뒷면의 성분표를 실물 형태로 보여줍니다. 제품을 돌려 읽는 경험을 이미지로 제공합니다.

적용 실물 라벨과 확대 성분표를 함께 두면 포장 확인과 정보 확인의 역할을 나눌 수 있습니다.



Supplement Facts

Serving Size 1 Vegetarian Capsule

Amount Per Serving		% Daily Value
NIAGEN® Nicotinamide Riboside Chloride	300 mg	**
Resveratrol Elite™ Proprietary Blend providing 18% *trans*-resveratrol (10 mg) [from Japanese knotweed (root)], 35% galactomannans (19 mg) [from fenugreek (seed)]	55 mg	**
Bio-Quercetin® Proprietary Blend providing 35% quercetin (5 mg) [from Japanese sophora concentrate (flower bud)], 30% galactomannans (4 mg) [from fenugreek (seed)]	14 mg	**
Bio-Fisetin® Proprietary Blend [providing 18% fisetin (0.4 mg) [from wax tree extract (stem)], 35% galactomannans (0.77 mg) [from fenugreek (seed)]	2.22 mg	**

**Daily Value not established.

Other ingredients: vegetable cellulose (capsule), sunflower lecithin, microcrystalline cellulose, silica, vegetable stearate, sunflower oil.

03 성분표를 확대하기

1캡슐당 NR 300mg와 배합별 함량을 확대합니다. Resveratrol Elite Blend 55mg 안의 trans-resveratrol 10mg도 표시합니다.

적용 배합 무게와 그 안의 유효 성분 양을 구분하세요. 55mg를 trans-resveratrol 단일 함량으로 바꿔 쓰지 않습니다.



04 관심사를 세 문장으로

피로·혈압·산화 스트레스 관련 브랜드 문구를 큰 흰 글씨와 포도 사진으로 정리합니다. 정보량을 줄이는 화면입니다.

적용 큰 글씨로 생활 관심사를 정리하는 구성을 참고하세요. 구체적 건강 문구는 해당 제품의 표현으로 읽습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08PMJFLP8

Life Extension NAD+ Cell Regenerator / 이미지 5~8

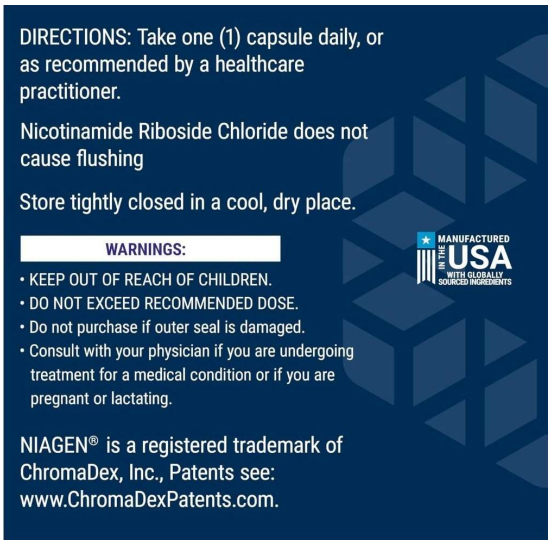
리스팅 이미지 분석



05 하루 사용량과 기간

하루 1캡슐·30캡슐·1개월분을 한 장에서 연결합니다. 제품 수량이 실제 루틴에서 무엇을 뜻하는지 설명합니다.

적용 하루 사용량과 총 수량으로 사용 기간을 계산해보세요. 숫자를 여러 이미지에 반복할 때도 기준을 같게 유지합니다.



06 사용법·보관·주의 정보

라벨의 사용법과 보관 조건, 주의 문구, 원료 상표 정보를 별도 이미지로 제공합니다. 실물 라벨의 다른 면입니다.

적용 구매 전 확인할 사용·보관 정보도 갤러리에 배치하세요. 흥미를 끄는 화면 뒤에 실제 사용 정보를 빠뜨리지 않습니다.



07 짧은 브랜드 슬로건

노화 관리라는 중심 주제를 짧은 문구로 제시하고 아래쪽에 각주를 둡니다. 설명 사이에 간결한 리듬을 만듭니다.

적용 긴 성분 설명과 짧은 메시지의 밀도를 조절하세요. 슬로건이 제품의 구체적 차이를 대신하지 않게 합니다.



08 수상 메시지와 출처

ConsumerLab 관련 조사·수상 메시지를 메달과 연도, 조사 각주로 보여줍니다. 브랜드 선택의 근거를 추가합니다.

적용 조사 부문·연도·횟수·출처를 함께 관리하세요. 브랜드 만족도 조사와 현재 완제품의 효과 시험은 다른 정보입니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08PMJFLP8

Life Extension NAD+ Cell Regenerator / 이미지 9~10

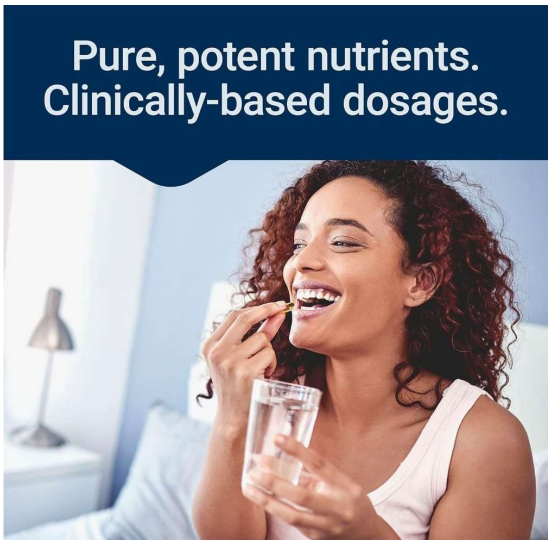
리스팅 이미지 분석



09 브랜드의 연구 역사

40년 이상의 과학적 혁신 문구와 야외에서 달리는 인물을 배치합니다. 연구의 시간을 생활 장면에 연결합니다.

적용 브랜드의 역사 뒤에 현재 제품의 구체적 배합 이유를 이어주세요. 경력의 길이만으로 성능을 설명하지 않습니다.



10 원료와 일상 사용 장면

원료와 용량에 관한 문구 아래에 물과 캡슐을 사용하는 인물을 보여줍니다. 품질 언어를 일상으로 연결합니다.

적용 성분 설명 뒤에 실제 사용 장면을 배치하는 흐름을 참고하세요. 사용량은 제품 라벨과 같은 기준으로 안내합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08PMJFLP8

Life Extension NAD+ Cell Regenerator / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 제품과 브랜드 약속

M02 | 배합을 글로 정의

M03 | 네 가지 설명 축

M04 | 원료와 제형의 이유

M05 | 브랜드 영상 시작 화면

M06 | 브랜드와 생활 이미지

M07 | 성분과 사용 질문

M08 | Brand Story와 신뢰

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08PMJFLP8

Life Extension NAD+ Cell Regenerator / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 제품과 브랜드 약속



제품 병·포도 이미지와 중심 슬로건을 제시하고 제조·글루텐·Non-GMO 관련 표시를 아래에 배치합니다.

적용 관점 갤러리와 같은 시각 언어를 유지하세요. 제조국 표시와 인증·원료 정보를 각각 구분해서 설명합니다.

M02 | 배합을 글로 정의

What Is NAD+ Cell Regenerator and Resveratrol Elite*?

NAD+ Cell Regenerator and Resveratrol Elite* combines 300 mg of NIAGEN nicotinamide riboside with a bioavailable *trans*-resveratrol (as well as bioavailability-enhanced forms of the phytonutrients quercetin and fisetin) to encourage healthy aging and NAD+ levels. This formula supports healthy levels of coenzyme NAD+, which is used in the production of cellular energy. Quercetin provides blood pressure support, while resveratrol helps protect against oxidative stress and supports brain health. NAD+ Cell Regenerator and Resveratrol Elite represents our best-in-class formula for healthy aging support.

텍스트 영역에서 NR 300mg와 resveratrol·quercetin·fisetin의 조합을 설명합니다. 제품명을 구체적인 배합으로 풉니다.

적용 관점 복잡한 제품명을 한 단락으로 풀어주세요. 성분의 이름, 양, 조합 이유가 읽히는 설명을 먼저 작성합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08PMJFLP8

Life Extension NAD+ Cell Regenerator / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

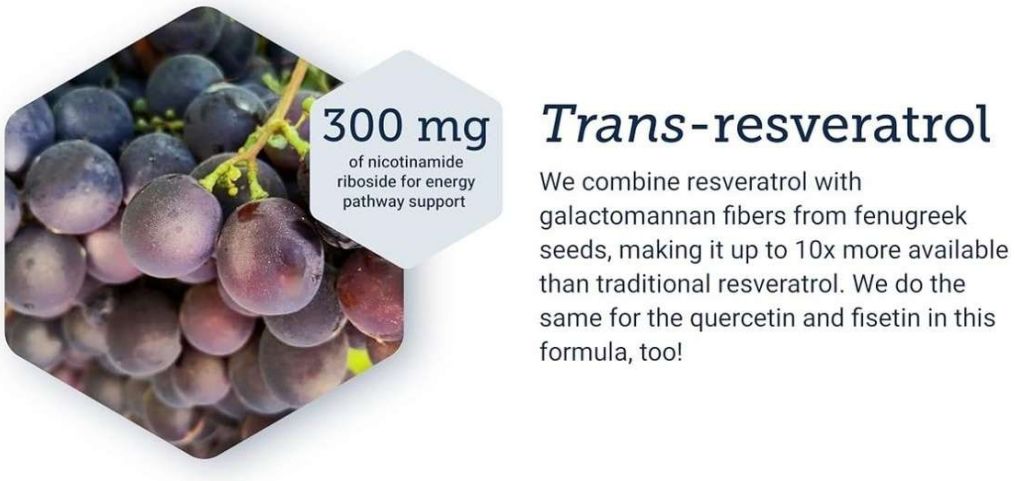
M03 | 네 가지 설명 축



아이콘 네 칸에 노화·에너지 경로·신체 관심사·과학 기반 원료 관련 설명을 나눕니다. 배합의 역할을 정리합니다.

적용 관점 한 화면에 여러 관심사를 담더라도 각 칸의 주제를 분리하세요. 원료별 근거와 완제품 설명의 관계를 점검합니다.

M04 | 원료와 제형의 이유



포도 사진과 NR 300mg 표기 옆에 trans-resveratrol 및 원료 가용성에 대한 설명을 배치합니다.

적용 관점 원료의 형태를 선택한 이유를 설명해보세요. 배수 표현은 대상 원료·비교 기준·측정 조건까지 확인합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08PMJFLP8

Life Extension NAD+ Cell Regenerator / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 브랜드 영상 시작 화면



B군·멀티비타민·CoQ10 상품을 보여주는 영상 포스터입니다. 현재 제품을 넘어 브랜드 전반을 소개합니다.

적용 관점 영상 시작 화면만 보아도 내용이 무엇인지 알게 만드세요. 이 책은 영상을 재생하거나 전체 내용을 분석한 자료는 아닙니다.

M06 | 브랜드와 생활 이미지



브랜드 로고 옆에 중장년 커플과 활동적인 인물을 배치합니다. 배합 설명에서 브랜드의 생활 가치로 전환합니다.

적용 관점 타깃 고객의 생활 맥락을 구체화하세요. 인물과 로고만 반복하기보다 앞선 설명과 이어지는 역할을 줍니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08PMJFLP8

Life Extension NAD+ Cell Regenerator / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

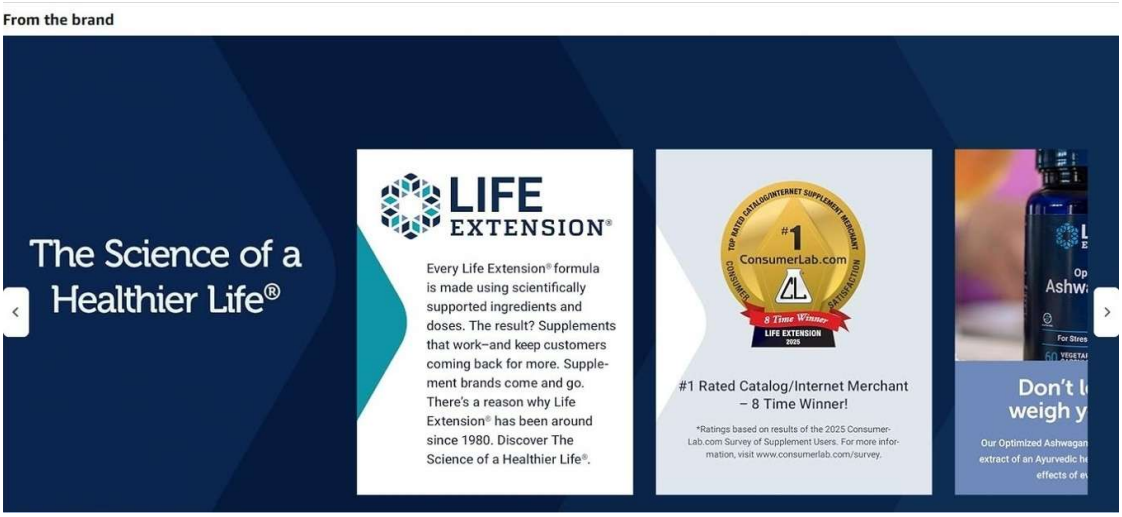
M07 | 성분과 사용 질문



resveratrol·NR·사용량 관련 네 질문을 FAQ로 제시합니다. 갤러리 이후 남는 질문을 확인할 수 있는 영역입니다.

적용 관점 고객의 표현으로 질문을 작성하세요. 여기서는 접힌 질문 목록을 보존했으며 답변 전체를 캡처한 것은 아닙니다.

M08 | Brand Story와 신뢰



브랜드의 과학적 배경과 조사·수상 카드, 다른 제품 카드를 보여줍니다. 상품 뒤에 브랜드 탐색 경로를 둡니다.

적용 관점 수상·연구 문구는 갤러리와 같은 최신 기준으로 관리하세요. 부문이 다른 수치를 같은 의미로 혼용하지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08PMJFLP8

기존·이번 브랜드 중복 제외 3번 / 원래 일반 노출 7번째 / B07TK5K5TQ

TRU NIAGEN NR 300mg

연구 수치와 원료 선택의 이유를 반복해 비교 기준을 만든다



이 사례의 설계

푸른 병과 연구 수치, 전문가·운동선수 이미지를 연결합니다. 갤러리는 원료·사용량·브랜드의 연구 배경을, A+는 연구 카드·영상·타사 비교·용량 선택을 확장합니다. 같은 키워드 안에서도 NR이라는 실제 원료를 어떻게 설명하는지 볼 수 있습니다.

리스팅 이미지 8장
Premium A+ / 브랜드 포함 7개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- NAD+라는 검색 관심을 실제 원료 NR의 선택 이유로 연결합니다.
- 연구 수치에는 용량·기간·측정 기준을 붙여 읽고, 추천·매체 노출과 연구를 구분하세요.
- 용량별 선택 가이드는 유용하지만 다른 시험 조건의 숫자를 같은 기준으로 비교하지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07TK5K5TQ

TRU NIAGEN NR 300mg / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 제품과 숫자를 함께

병 옆 카드에 300mg·30캡슐과 2주 관련 수치를 크게 보여줍니다. 원료와 연구 메시지를 메인에 결합합니다.

적용 검색 썸네일에서 무엇이 읽히는지 보세요. 제품명에 NAD+가 있어도 실제 성분은 NR 300mg임을 구분해 설명합니다.



02 용량별 대상과 사용 기준

300mg와 1,000mg를 대상·상황별로 나누고 성분표와 품질 표시를 함께 둡니다. 선택의 질문을 앞쪽에 배치합니다.

적용 현재 판매 옵션과 다른 용량의 정보를 명확히 구분하세요. 이미지의 대상 분류를 개인별 섭취 권고로 일반화하지 않습니다.



03 연구 수치와 기간

300mg daily, 최대 51%, 2주라는 조건과 임상가 선택 메시지를 한 화면에 놓습니다. 조건을 숫자와 붙여 보여줍니다.

적용 큰 숫자 옆에 용량·기간·대상·측정 항목을 함께 두세요. 임상가 선호와 연구 결과는 별개 정보로 설명합니다.



04 순위와 매체 노출

브랜드 순위 문구 아래에 매체 로고를 배치합니다. 성분 이해와는 다른 종류의 브랜드 신뢰를 제시합니다.

적용 순위의 조사 범위와 매체 노출의 맥락을 확인하세요. 소개된 이력과 제품 효과를 입증한 시험을 혼동하지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07TK5K5TQ

TRU NIAGEN NR 300mg / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 신체 관심사를 단순화

세포 그림과 활동적인 인물로 건강한 노화·세포 에너지·심장과 근육 관련 관심사를 세 칸으로 묶습니다.

적용 고객이 이해할 주제부터 정리하세요. 한 화면의 이미지는 설명을 돕는 장치이며 결과를 입증하는 자료가 아닙니다.



06 연구 배경을 숫자로

연구 연수·인체 연구·발표 연구와 과학자 관련 수치를 나열하고 두 용량의 제품을 보여줍니다.

적용 서로 다른 연구 범위를 한 덩어리로 읽히게 하지 마세요. 갤러리·A+·Brand Story의 수치와 갱신 시점도 대조합니다.



07 실제 성분표와 라벨

병 뒷면에 1캡슐·30회분·NIAGEN 300mg와 실제 사용·보관 정보를 보여줍니다. 앞선 메시지를 라벨에 연결합니다.

적용 설명 이미지의 수치가 실제 라벨과 일치하는지 확인하세요. 브랜드 상표명과 원료 일반명도 연결해 적습니다.



08 대표 인물의 사용 장면

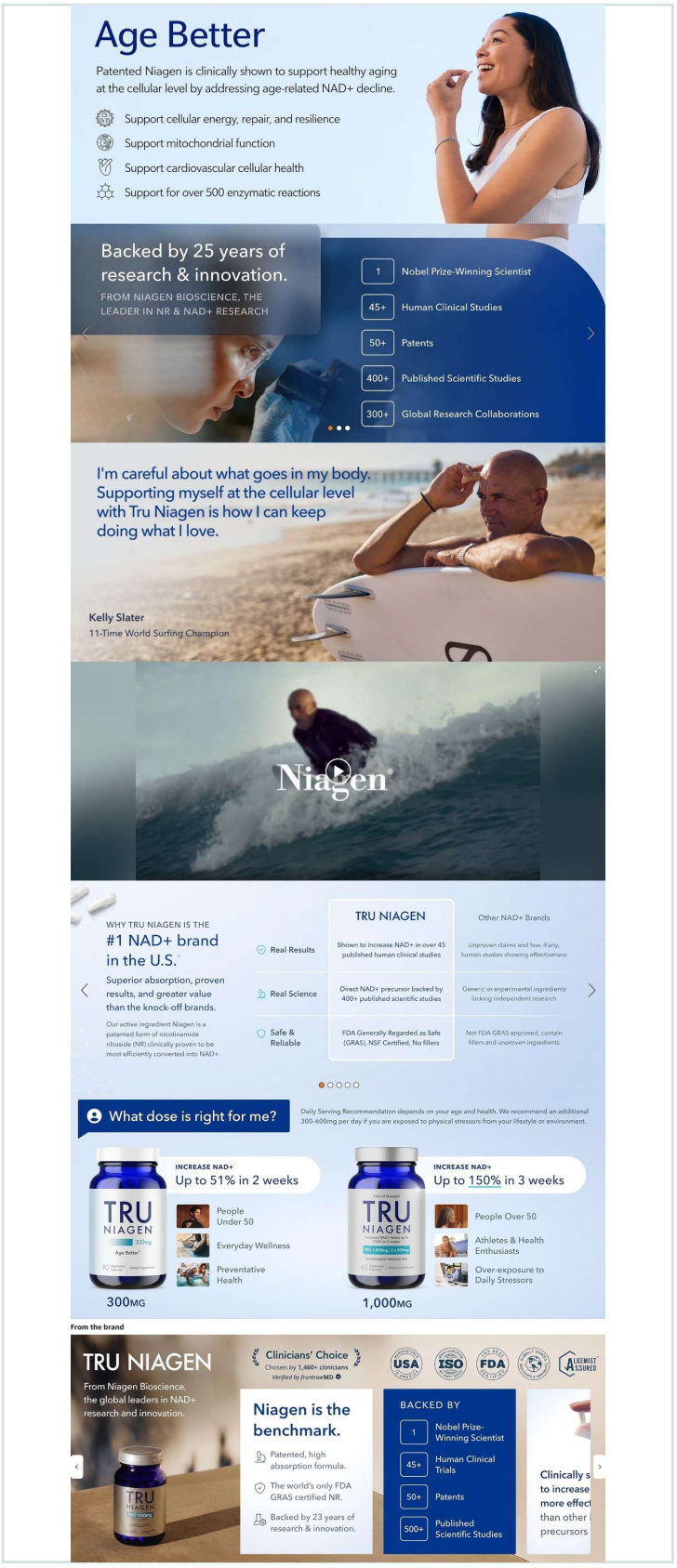
서핑 선수 Kelly Slater가 제품을 들고 있는 사진과 이력을 제시합니다. 브랜드를 기억할 인물 장치입니다.

적용 추천 인물의 역할과 실제 참여 범위를 구분하세요. 한 사람의 사용 장면을 모든 고객의 성과로 바꿔 설명하지 않습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07TK5K5TQ

TRU NIAGEN NR 300mg / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 중심 약속과 사용 장면

M02 | 연구 배경 캐러셀

M03 | 추천 인물의 이야기

M04 | 영상 시작 화면

M05 | 타사와 비교하는 기준

M06 | 용량 선택 가이드

M07 | Brand Story의 연구 카드

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07TK5K5TQ

TRU NIAGEN NR 300mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 중심 약속과 사용 장면



Age Better 메시지와 제품을 사용하는 인물, 네 가지 설명 항목으로 첫 화면을 구성합니다.

적용 관점 첫 화면에서 타깃·제품의 이유·사용 맥락을 묶으세요. 중심 메시지가 여러 소재에서 같은 말로 이어지는지 확인합니다.

M02 | 연구 배경 캐러셀



선택된 화면은 연구 연수·연구 수·특허·협업 숫자를 보여줍니다. 여러 카드 중 현재 표시된 한 화면입니다.

적용 관점 캐러셀 기본 화면만 보아도 핵심이 남게 만드세요. 서로 다른 연구 수와 기준 연도를 한 기준으로 관리합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07TK5K5TQ

TRU NIAGEN NR 300mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 추천 인물의 이야기



서핑 선수의 사진과 개인적 사용 메시지를 제시합니다. 과학 정보 사이에 사람의 이야기를 둡니다.

적용 관점 인물의 경험과 제품 연구를 다른 종류의 정보로 다루세요. 고객이 오해하지 않도록 추천의 맥락을 분명히 합니다.

M04 | 영상 시작 화면



서핑 장면과 Niagen 로고가 있는 영상 포스터입니다. 추천 인물의 이야기를 영상으로 이어가는 구성입니다.

적용 관점 소리나 재생 없이 포스터만 보아도 브랜드가 남게 만드세요. 여기서는 영상 시작 화면을 보존했습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07TK5K5TQ

TRU NIAGEN NR 300mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 타사와 비교하는 기준



연구·원료·품질 표시를 자사와 타사로 나누어 비교합니다. 브랜드가 중요하다고 제안하는 선택 기준입니다.

적용 관점 비교 항목과 타사 범위, 원료·시설·제품 각각의 표시 대상을 확인하세요. 이 표를 객관적 우열 검증으로 읽지 않습니다.

M06 | 용량 선택 가이드



300mg와 1,000mg의 수치·기간·사용 상황을 나란히 제시합니다. 서로 다른 옵션으로 다음 선택을 안내합니다.

적용 관점 51%·2주와 150%·3주처럼 조건이 다른 수치를 단순 배수로 비교하지 마세요. 현재 옵션과 다른 옵션도 명시합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07TK5K5TQ

TRU NIAGEN NR 300mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M07 | Brand Story의 연구 카드



연구·원료 관련 카드와 품질 로고를 가로로 배치합니다. 첫 카드 이후 브랜드 탐색을 이어갈 수 있습니다.

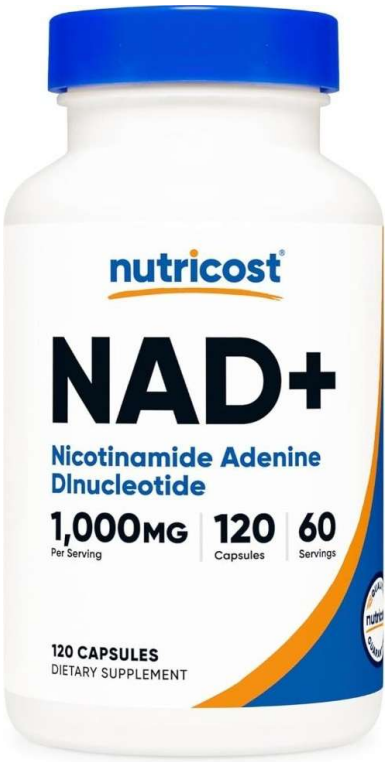
적용 관점 오래된 브랜드 카드도 함께 갱신하세요. 연구 연수와 수치가 상품 갤러리·A+와 같은 기준으로 읽히는지 점검합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07TK5K5TQ

기존·이번 브랜드 중복 제외 4번 / 원래 일반 노출 9번째 / B0DVFD5Q65

Nutricost NAD+ 1,000mg

기본 사양은 간결하게, 사용 질문과 제품 비교는 A+에서 확장한다



이 사례의 설계

흰 병과 파랑·주황 라벨을 중심으로 갤러리를 다섯 장으로 정리합니다. 성분표와 실물 라벨에 충분한 자리를 주고, Premium A+에서 생활 장면·품질 설명·FAQ·제품 비교를 확장합니다. 간결한 갤러리와 긴 A+의 역할 분담을 볼 수 있는 사례입니다.

리스팅 이미지 5장
Premium A+ / 브랜드 포함 7개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

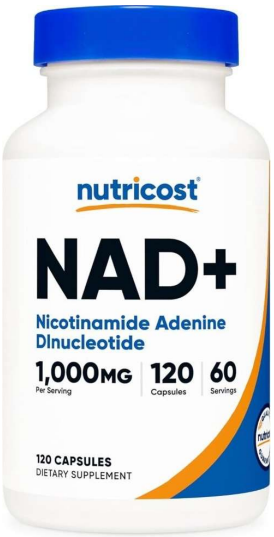
먼저 가져갈 관점

- 갤러리의 핵심은 2캡슐당 1,000mg·120캡슐·60회분의 연결입니다.
- 다섯 장의 갤러리 이후 Premium A+에서 품질·질문·다른 상품의 차이를 확장합니다.
- A+ 비교표의 NAD+ 열은 60캡슐·30회분으로 표시되어 현재 선택 용량과 구분할 필요가 있습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DVFD5Q65

Nutricost NAD+ 1,000mg / 이미지 1~4

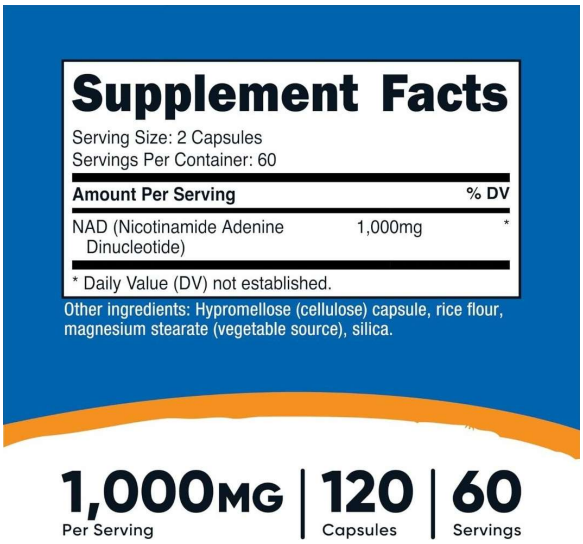
리스팅 이미지 분석



01 함량·수량·회분을 함께

병 전면에 1회분 1,000mg·120캡슐·60회분을 나란히 표시합니다. 원료 일반명을 제품명 바로 아래에 둡니다.

적용 함량과 수량, 제공 횟수를 한눈에 구분하게 만드세요. 1,000mg의 기준이 1캡슐인지 1회분인지 명시합니다.



02 확대 성분표와 요약

2캡슐·60회분·NAD 1,000mg를 성분표와 아래쪽 숫자 요약으로 반복합니다. 서로 대조하기 쉬운 구조입니다.

적용 라벨 원문과 요약 문구를 연결하세요. 숫자의 단위와 기준을 축약하면서 바꾸지 않는지 확인합니다.



03 사용법이 있는 실물 면

병의 사용법·보관·주의 정보와 제조·시험 관련 문구를 보여줍니다. 단순한 병 사진에도 정보 역할을 부여합니다.

적용 실물 라벨의 여러 면을 제공할 때 각 이미지가 답하는 질문을 정하세요. 같은 면을 의미 없이 반복하지 않습니다.



04 품질 메시지를 한 장에

GMO·글루텐·시험·시설·브랜드 품질 표시를 파랑 배경의 배지로 모읍니다. 작은 라벨 정보를 크게 바꿉니다.

적용 배지별 대상과 근거를 구분해서 안내하세요. 비슷한 모양의 로고가 모두 같은 종류의 인증을 뜻하는 것은 아닙니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DVFD5Q65

Nutricost NAD+ 1,000mg / 이미지 5~5

리스팅 이미지 분석



05 성분표가 있는 실물 면

병 뒷면 성분표와 Vegan·GMP·Non-GMO 표시를 실물 사진으로 보여줍니다. 확대 성분표의 원래 위치를 확인시킵니다.

적용 확대 정보와 실제 포장의 대응을 맞추세요. 선택한 ASIN의 수량·라벨 버전이 모든 사진에서 같은지도 확인합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DVFD5Q65

Nutricost NAD+ 1,000mg / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 일상 언어의 첫 화면

M02 | 제품군과 성분 이름

M03 | 세 가지 구매 사양

M04 | 품질 설명 캐러셀

M05 | 브랜드의 생활 이미지

M06 | 사용·품질·보관 FAQ

M07 | 자사 제품 비교표

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DVFD5Q65

Nutricost NAD+ 1,000mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 일상 언어의 첫 화면



중장년 인물 옆에 Cellular Support, Made Simple이라는 간결한 중심 문구를 둡니다. 제품 이전에 생활 가치를 제시합니다.

적용 관점 핵심 메시지를 짧게 만들고 뒤에서 구체적 사양으로 설명하세요. 인물 이미지에 모든 설명을 맡기지 않습니다.

M02 | 제품군과 성분 이름



NAD+ 일반명과 크기가 다른 두 병을 보여줍니다. 여러 용량이 있음을 제품 사진으로 전달하는 영역입니다.

적용 관점 함께 보여주는 두 병이 한 구성인지 옵션인지 구분하세요. 현재 선택 상품의 수량을 다시 짚어주는 설명을 덧붙입니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DVFD5Q65

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

Nutricost NAD+ 1,000mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

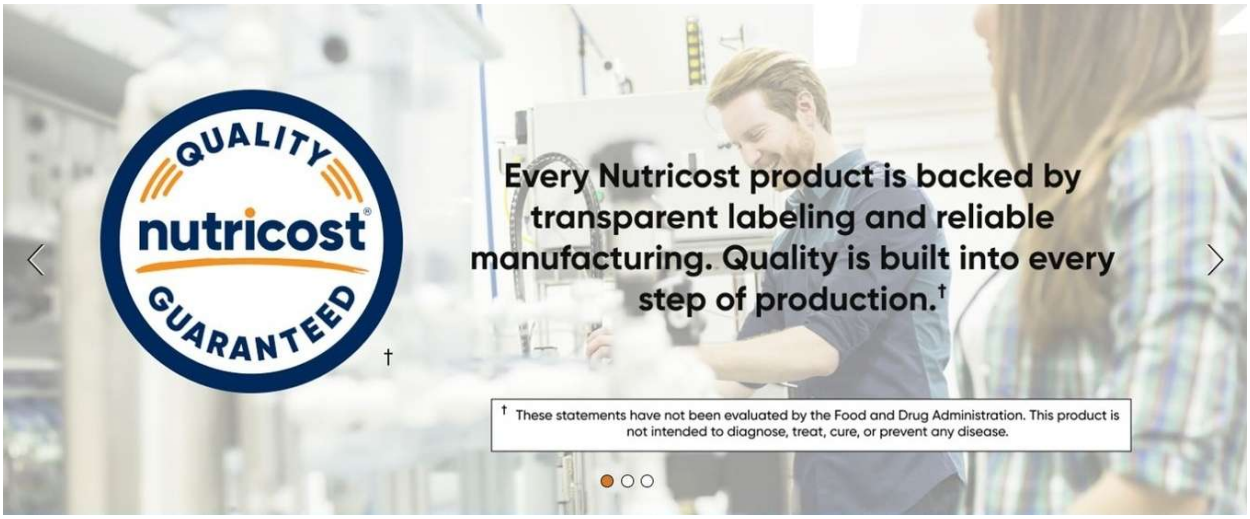
M03 | 세 가지 구매 사양



앞 영역의 제품 이미지에 이어 함량·복수 용량·캡슐 형태를 세 아이콘으로 요약합니다. 연속된 이미지 흐름입니다.

적용 관점 연속 모듈은 전체 흐름과 개별 화면에서 모두 의미가 통하게 만드세요. 모바일에서 잘려도 핵심 단위가 남는지 확인합니다.

M04 | 품질 설명 캐러셀



선택된 화면은 제조 장면·품질 마크와 라벨 및 제조에 관한 문구를 보여줍니다. 추상적 품질 약속에 설명을 붙입니다.

적용 관점 품질이라는 말 뒤에 무엇을 확인할 수 있는지 제시하세요. 시험 항목과 제조 시설, 표시의 대상 범위를 나눕니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DVFD5Q65

Nutricost NAD+ 1,000mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 브랜드의 생활 이미지



야외 활동 장면 위에 브랜드 로고와 품질·가격 관련 슬로건을 배치합니다. 제품에서 브랜드 전체로 시야를 넓힙니다.

적용 관점 브랜드 슬로건이 현재 상품의 설명을 마무리하는 역할을 갖게 하세요. 구체적 사양과의 연결을 유지합니다.

M06 | 사용·품질·보관 FAQ



제조 장소·사용법·제3자 시험·보관 방법을 네 질문으로 제시합니다. 구매 직전의 실무 질문에 자리를 줍니다.

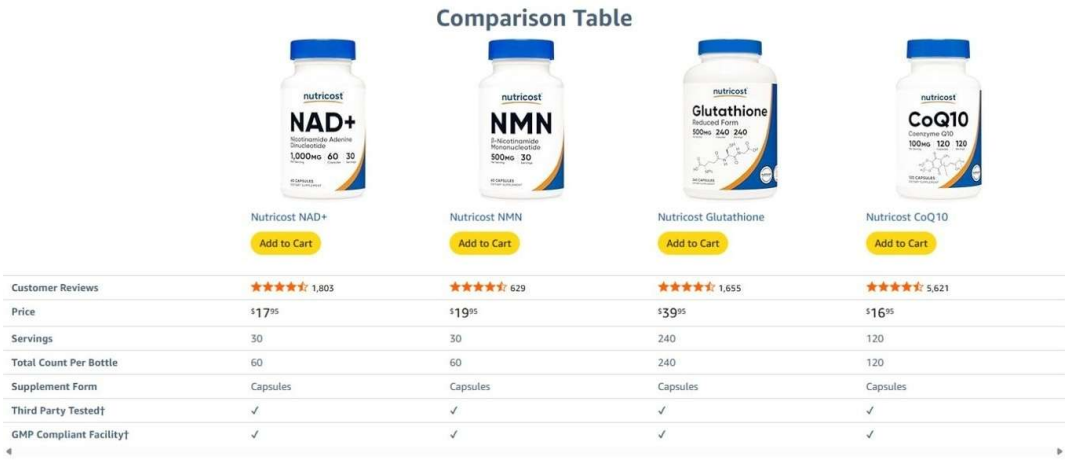
적용 관점 고객 문의에서 자주 나오는 질문을 우선하세요. 캡처는 접힌 질문 목록이며 답변 전체를 보존한 것은 아닙니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DVFD5Q65

Nutricost NAD+ 1,000mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M07 | 자사 제품 비교표



Customer Reviews	1,803	629	1,655	5,621
Price	$17.95	$19.95	$39.95	$16.95
Servings	30	30	240	120
Total Count Per Bottle	60	60	240	120
Supplement Form	Capsules	Capsules	Capsules	Capsules
Third Party Tested†	✓	✓	✓	✓
GMP Compliant Facility†	✓	✓	✓	✓

NAD+·NMN·Glutathione·CoQ10의 수량·회분·형태 등을 비교합니다. 표시된 NAD+ 열은 60캡슐·30회분입니다.

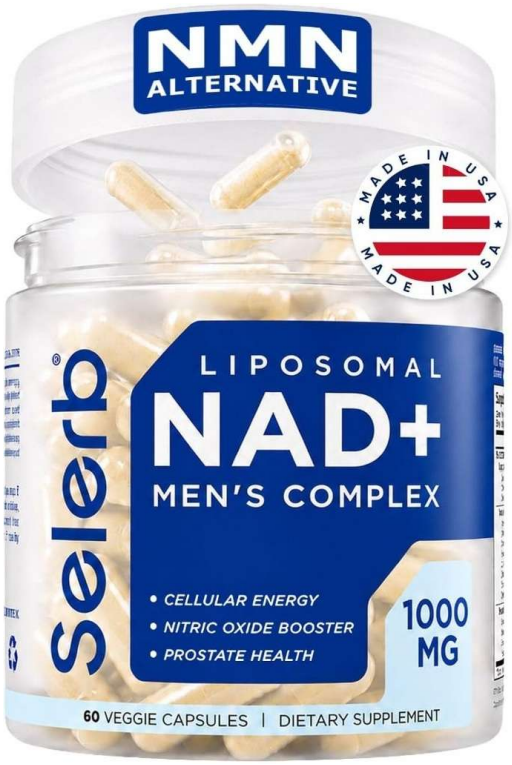
적용 관점 현재 선택 상품은 120캡슐·60회분입니다. 비교표의 다른 용량을 고객이 혼동하지 않도록 옵션과 수량을 명시하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DVFD5Q65

기존·이번 브랜드 중복 제외 5번 / 원래 일반 노출 11번째 / B0DHXX5NHL

Selerb NAD+ Men’s Complex

남성이라는 대상을 좁히고, 사용 관심사와 포장 질문까지 다룬다



이 사례의 설계

남성용 복합 배합이라는 대상과 사용 관심사를 전면에 내세웁니다. 갤러리는 성분표·포장 변경·제형·배합 설명·사용 장면을 넓게 다루고, A+는 같은 주제를 수치와 도식으로 확장합니다. 포장 안내는 참고할 만하지만 강한 건강·비교 표현은 그대로 가져오지 않습니다.

리스팅 이미지 9장
Premium A+ / 브랜드 포함 7개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

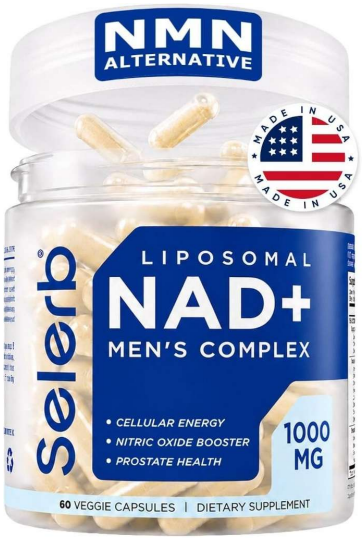
먼저 가져갈 관점

- 타깃과 배합을 좁히고, 포장 변경을 별도 이미지로 설명하는 방식을 참고하세요.
- 1,000mg는 복합 배합 전체이며 성분표의 NAD+는 2캡슐당 300mg입니다.
- 전후 장면·배수·퍼센트·타사 비교처럼 강한 표현은 구조와 근거를 나누어 읽어야 합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DHXX5NHL

Selerb NAD+ Men's Complex / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 대상과 실제 구성

투명한 병에 남성용·1,000mg·60캡슐을 표시하고 캡슐이 보이게 합니다. 뚜껑에는 NMN Alternative 문구가 있습니다.

적용 대상·성분 종류·구성을 구분해 읽히게 만드세요. 대체 상품이라는 문구가 실제 성분을 대신하지 않게 합니다.



02 세 배합을 성분표로 설명

1,000mg 복합 배합을 390·415·195mg 세 묶음으로 나누고 NAD+ 300mg, 2캡슐·30일분을 표시합니다.

적용 큰 1,000mg와 NAD+ 300mg의 기준을 분리하세요. NSF 등 품질 문구는 적용 대상과 범위를 확인할 수 있게 설명합니다.



03 사용 관심사 여섯 가지

제품을 든 인물과 여섯 아이콘으로 남성용 관심사를 제시합니다. 성분을 고객의 언어로 번역하는 화면입니다.

적용 관심사를 많이 제시할수록 중심 주제를 정하세요. 각 문구가 실제 배합 및 제품 자료와 연결되는지 점검합니다.



04 포장 변경을 미리 안내

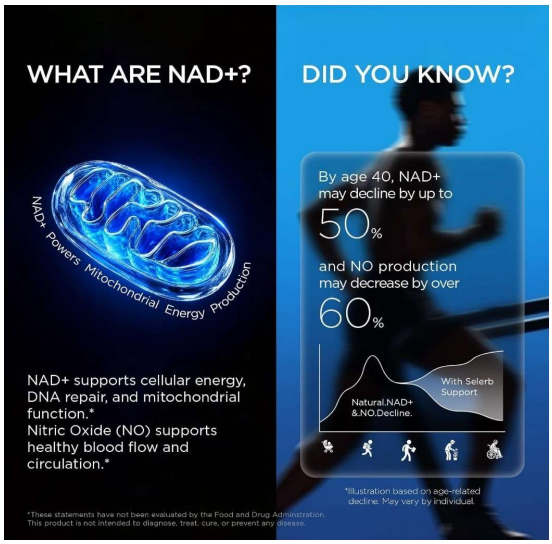
구형 검정 병과 새 투명 병을 나란히 놓고 포장은 다를 수 있으나 배합은 같다는 브랜드 안내를 표시합니다.

적용 실제 발송 가능한 포장 버전을 보여주세요. 고객이 다른 상품을 받았다고 느끼지 않도록 변경 범위와 시점을 명확히 합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DHXX5NHL

Selerb NAD+ Men's Complex / 이미지 5~8

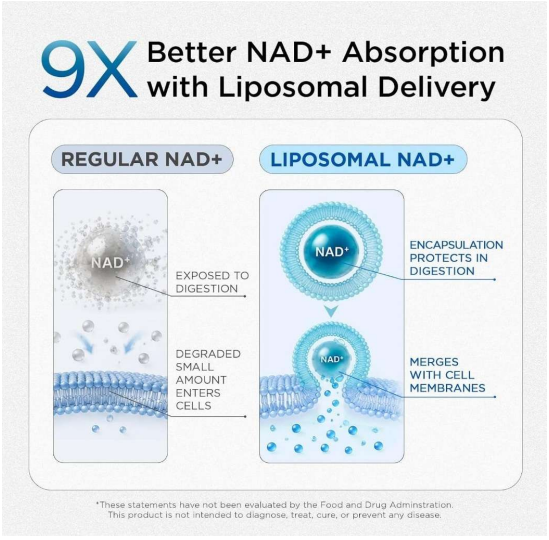
리스팅 이미지 분석



05 문제 인식과 성분 설명

NAD+ 설명과 연령 관련 감소 수치·그림을 좌우로 나눕니다. 고객이 관심을 가질 배경을 먼저 제시합니다.

적용 일반적인 신체 설명과 제품을 사용한 결과를 구분하세요. 그림과 수치의 출처·대상·조건을 함께 확인합니다.



06 제형을 두 경로로 비교

일반 NAD+와 리포솜의 소화·전달 경로를 그림으로 대비하고 9X라는 수치를 크게 제시합니다.

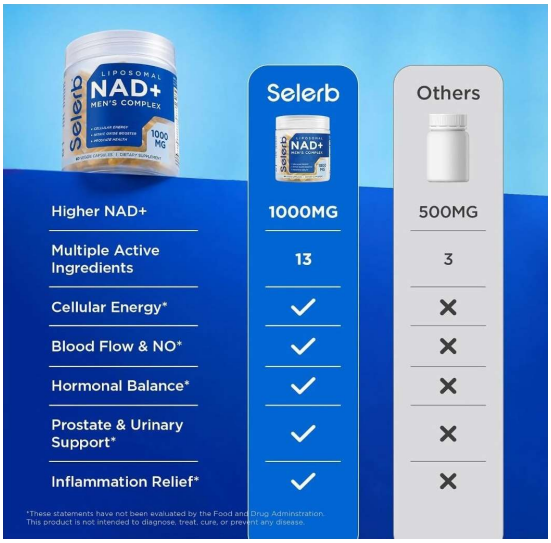
적용 제형을 도식화하는 방식은 참고하되, 배수 표현은 자사 제품의 비교 근거와 측정 조건을 확인한 뒤 판단합니다.



07 배합의 일부를 구체화

여섯 원료 이름과 사진을 각 칸에 배치해 특정 사용 관심사와 연결합니다. 긴 성분 목록을 작은 묶음으로 나눕니다.

적용 원료 이름·역할·함량의 관계를 설명하세요. 원료 그림과 역할 문구만으로 완제품의 효과가 확인된 것은 아닙니다.



08 자사와 타사를 대비

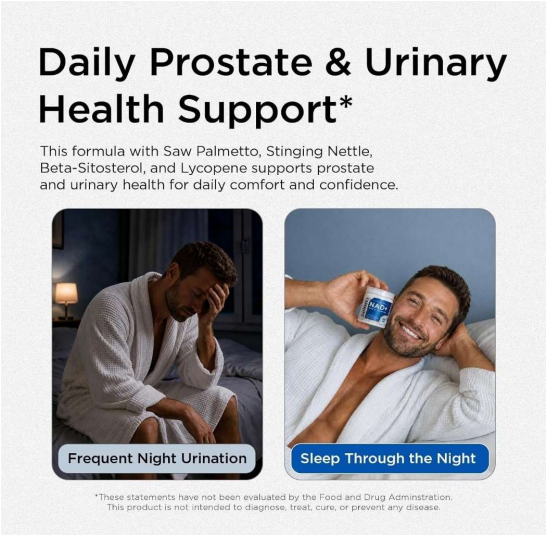
1,000mg·13성분과 타사의 500mg·3성분을 체크와 X로 비교합니다. 사용 관심사까지 우열로 표시합니다.

적용 1,000mg가 복합 배합 총량이라는 기준을 유지하세요. 비교하는 상품과 범위를 밝히고 실제 확인 가능한 항목을 사용합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DHXX5NHL

Selerb NAD+ Men's Complex / 이미지 9~9

리스팅 이미지 분석



09 사용 전후를 연상시키는 장면

밤에 불편해하는 인물과 편안히 누운 인물을 대비합니다. 특정 사용 후 결과를 강하게 연상시키는 구성입니다.

적용 이미지 자체가 결과 약속으로 읽힐 수 있습니다. 자사 자료와 표현 범위를 확인하고 일상의 사용 장면과 구분합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DHXX5NHL

Selerb NAD+ Men's Complex / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 대상·제품·구독의 첫 화면

M02 | 세 가지 사용 관심사

M03 | 성분의 폭을 강조

M04 | 신체 도식과 수치

M05 | 다른 관심사의 확장

M06 | 기간별 기대 안내

M07 | 자사 라인업 비교

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DHXX5NHL

Selerb NAD+ Men's Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 대상·제품·구독의 첫 화면



남성용 순위 문구와 제품, 구독 할인 메시지를 함께 보여줍니다. 타깃 선언과 구매 행동을 첫 화면에 배치합니다.

적용 관점 순위의 조사 범위와 할인 조건을 명확하게 관리하세요. 순위 표현을 현재 상품의 효과 검증과 같은 정보로 다루지 않습니다.

M02 | 세 가지 사용 관심사



남성 인물과 세 개 상자로 배합의 사용 관심사를 정리합니다. 넓은 성분 목록을 세 축으로 압축한 영역입니다.

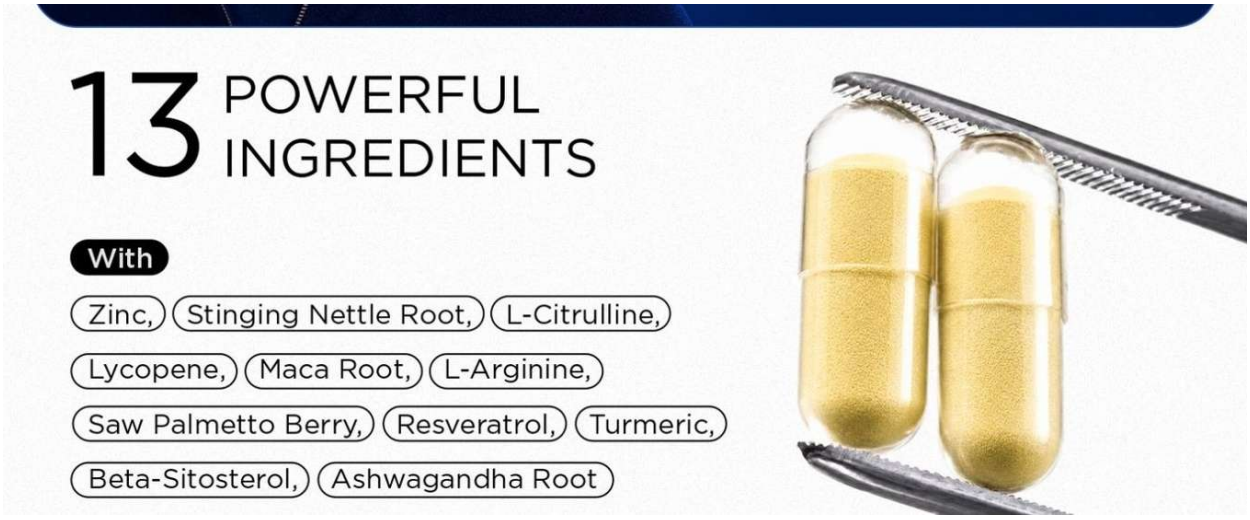
적용 관점 고객이 이해할 상위 분류를 먼저 정하세요. 분류마다 실제 들어 있는 성분과 설명 근거를 연결합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DHXX5NHL

Selerb NAD+ Men's Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

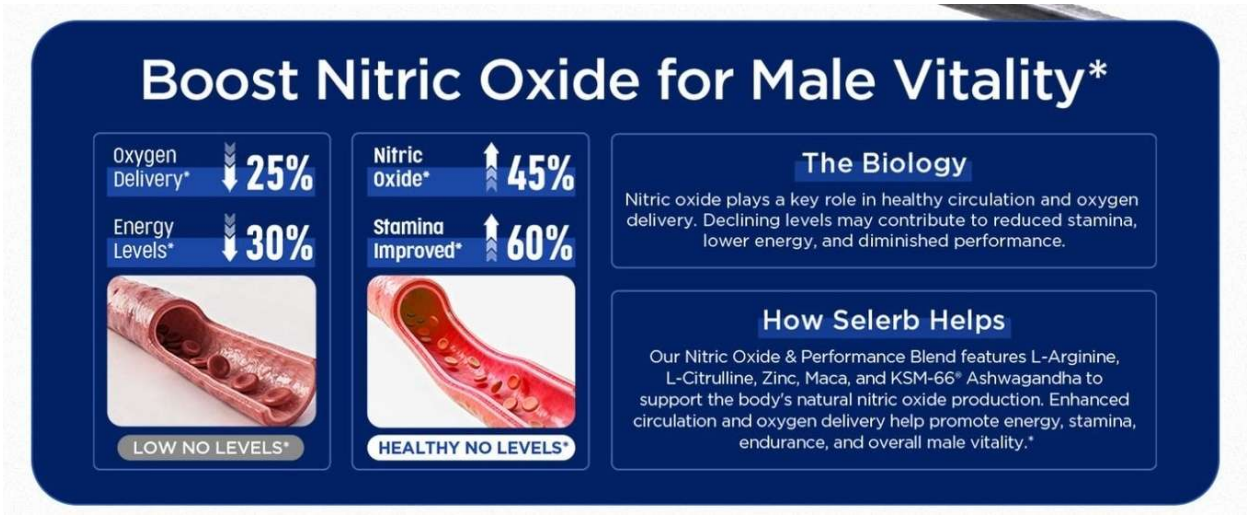
M03 | 성분의 폭을 강조



큰 숫자 13과 원료 이름, 캡슐을 보여줍니다. 복합 배합을 선택할 이유를 성분 수로 제시합니다.

적용 관점 성분 수 외에 실제 양과 배합 이유도 제공하세요. 많은 성분이 모든 상품보다 낫다는 의미로 읽히지 않게 비교 기준을 세웁니다.

M04 | 신체 도식과 수치



혈관 그림·비교 수치·생물학 설명·배합의 역할을 한 화면에 배치합니다. 수치로 사용 가치를 강조하는 구조입니다.

적용 관점 브랜드가 제시한 수치를 검증된 사실로 재사용하지 마세요. 대상·비교군·측정 방법·기간이 확인되는 자료와 대조합니다.

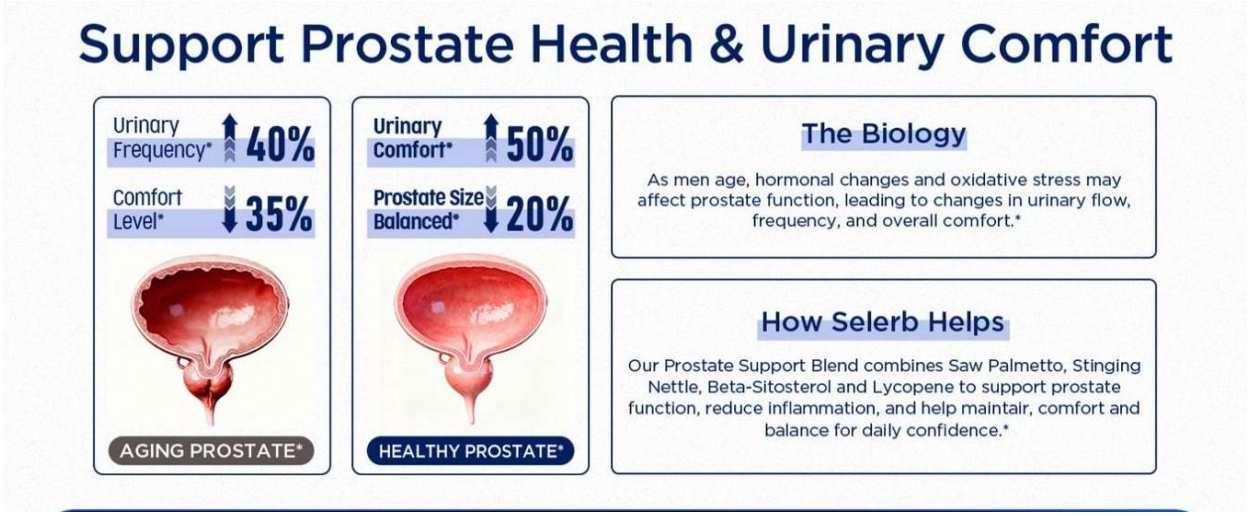
출처: https://www.amazon.com/dp/B0DHXX5NHL

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

Selerb NAD+ Men's Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 다른 관심사의 확장



전립선 도식과 여러 퍼센트, 원료 설명을 결합합니다. 앞선 설명 구조를 다른 관심사에 반복 적용합니다.

적용 관점 제품을 사용한 시험인지 원료나 일반 신체 정보인지 구분하세요. 시각적 전후 비교가 어떤 약속으로 읽힐지도 살펴봅니다.

M06 | 기간별 기대 안내



며칠·몇 주·몇 달·지속 사용으로 나눈 카드와 제품 병을 보여줍니다. 반복 사용을 시간의 흐름으로 설명합니다.

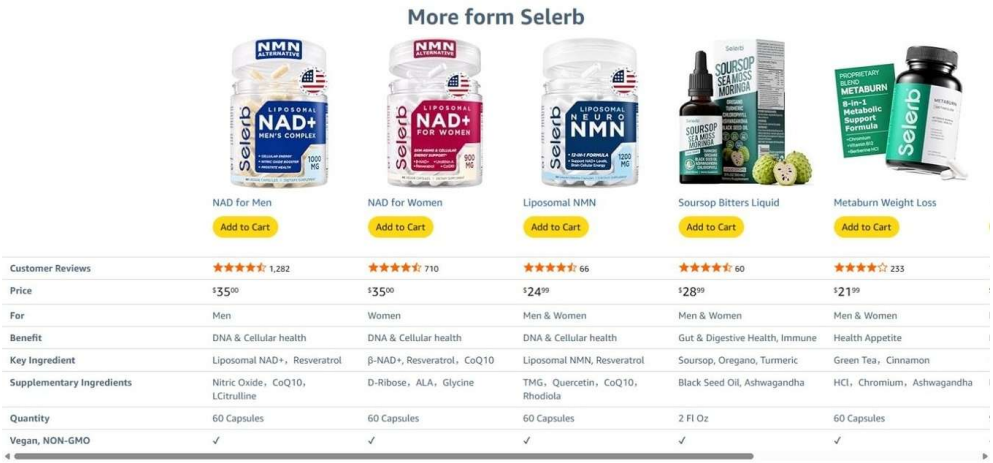
적용 관점 사용을 이어가기 위한 안내와 결과를 기대하게 하는 문구를 나누세요. 기간별 변화의 조건과 근거를 확인합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DHXX5NHL

Selerb NAD+ Men's Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M07 | 자사 라인업 비교



Customer Reviews	1,282	710	66	60	233
Price	$35.00	$35.00	$24.99	$28.99	$21.99
For	Men	Women	Men & Women	Men & Women	Men & Women
Benefit	DNA & Cellular health	DNA & Cellular health	DNA & Cellular health	Gut & Digestive Health, Immune	Health Appetite
Key Ingredient	Liposomal NAD+, Resveratrol	β-NAD+, Resveratrol, CoQ10	Liposomal NMN, Resveratrol	Soursop, Oregano, Turmeric	Green Tea, Cinnamon
Supplementary Ingredients	Nitric Oxide, CoQ10, LCitrulline	D-Ribose, ALA, Glycine	TMG, Quercetin, CoQ10, Rhodiola	Black Seed Oil, Ashwagandha	HCl, Chromium, Ashwagandha
Quantity	60 Capsules	60 Capsules	60 Capsules	2 Fl Oz	60 Capsules
Vegan, NON-GMO	✓	✓	✓	✓	✓

남성용·여성용·NMN과 다른 제품들을 대상·성분·수량 등으로 비교합니다. 브랜드 안에서 다음 선택을 돕는 표입니다.

적용 관점 대상과 목적이 다른 상품을 같은 효과의 우열로 비교하지 마세요. 고객이 자신의 선택에 필요한 차이를 찾게 만듭니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B0DHXX5NHL

블프 · 사이버먼데이 · 12월 쇼핑 시즌 적용

4분기 리스팅을 손볼 때의 우선순위

01 할인보다 먼저, 무엇을 사는지 명확하게

첫 이미지와 성분·구성 이미지에서 제품 형태, 실제 포함 수량, 1회 사용량을 바로 이해할 수 있게 만드세요. 할인받아 사는 고객에게도 잘못된 기대는 구매 후 문제로 남습니다.

02 무엇의 함량인지, 기준을 먼저 밝히기

NAD+와 NR, NMN, 복합 배합 총량을 같은 숫자로 비교하지 마세요. 1회 제공량과 캡슐당 함량, 하루 사용량을 구분하고 총 수량과 기간도 대조합니다. 주성분이 무엇인지 성분표·갤러리·A+에서 같은 말로 설명하세요.

03 품질 근거와 생활 장면을 분리하기

시험·성분·제조 정보를 설명하는 이미지와 고객이 사용할 장면을 보여주는 이미지의 역할을 구분하세요. 인물 사진과 아이콘이 구체적인 증빙을 대신하지 않게 만듭니다.

04 A+는 갤러리의 확대 복사에서 한 걸음 더

갤러리에서 관심을 가진 고객에게 A+는 이유, 사용법, 자주 묻는 질문, 라인업 차이를 순서대로 설명할 수 있습니다. 첫 화면과 캐러셀의 기본 화면만 보아도 핵심이 남는지 확인합니다.

05 바꿀 항목 하나와 확인할 지표 하나

새 이미지의 목적을 정하세요. 클릭 유도, 함량 이해, 사용량 확인, 옵션 혼동 해소처럼 질문 하나에 집중합니다. 적용 전후 비교에서는 광고, 가격, 할인, 재고와 유입 변화도 함께 기록하세요.

셀러가 직접 작성하는 점검 페이지

제작 브리프: 다음 촬영·디자인 전에

고객이 가장 먼저 알아야 할 한 가지

내 상품의 제품 종류, 포함 수량, 사용 대상은 무엇인가요?

구매를 망설이게 하는 질문 세 가지

성분·사이즈·호환·사용법·품질 중 무엇을 먼저 설명해야 하나요?

보여줄 수 있는 실제 근거

내 제품에 적용되는 시험 자료, 인증 범위, 실제 사용 장면을 적어보세요.

갤러리의 순서

메인 → 핵심 가치 → 사양·성분 → 사용법 → 품질 → 비교·FAQ

A+의 순서

브랜드 약속 → 고객 상황 → 제품의 이유 → 사용 과정 → 질문 해소 → 라인업

이번에 바꿀 항목과 검토 날짜

제작 담당자, 바꿀 이미지, 확인할 지표와 비교 조건을 정해보세요.

REFERENCE / COLLAGEN

Collagen
리스팅 이미지 · A+ 분석

이미지의 순서와, 고객의 다음 질문을 살펴보세요.

기존 13개 브랜드와 이번 브랜드 중복을 제외했습니다. 원래 일반 노출 1·3·5·8·10번째입니다.

01 Vital Proteins Collagen Peptides Advanced 167

갤러리 168-170 / A+ 풀샷 171 / 모듈 해설 172-175

02 Vital Vitamins Multi Collagen Complex 176

갤러리 177-179 / A+ 풀샷 180 / 모듈 해설 181-184

03 Youtheory Advanced Collagen 6,000mg 185

갤러리 186-188 / A+ 풀샷 189 / 모듈 해설 190-192

04 Nature Made Collagen Gummies 193

갤러리 194-195 / A+ 풀샷 196 / 모듈 해설 197-199

05 Orgain Collagen Peptides 20g 200

갤러리 201-202 / A+ 풀샷 203 / 모듈 해설 204-207

모든 쪽수는 통합본 기준입니다. 선정 기준·관찰 한계·활용 방법은 다음 페이지를 참고하세요. 각 상품 장의 출처 링크에서 원문을 확인할 수 있습니다.

방법과 활용법

읽기 전에: 순위와 분석 범위

관찰 시점의 일반 검색 결과입니다

이 책의 1~5번은 브랜드 중복을 제외한 선정 순서입니다. 원래 광고 제외 일반 노출은 1·3·5·8·10번째입니다. Featured 검색 노출이며 판매량·BSR 순위가 아닙니다. 시간·지역·로그인 상태에 따라 결과가 달라집니다.

기존 13개 브랜드와 이번 브랜드 중복을 제외했습니다

기존의 Cata-Kor·Micro Ingredients·partiQlar·Physician's CHOICE·Garden of Life·Culturelle·Ritual·Align·Thinbi·Life Extension·TRU NIAGEN·Nutricost·Selerb를 제외했습니다. 이번 검색에서는 Micro Ingredients 2개, Vital Proteins의 다른 옵션 3개를 건너뛰고 다섯 브랜드를 선정했습니다.

관찰 → 해석 → 적용

화면에 보이는 요소를 관찰하고 그 역할을 해석한 뒤 제작 관점을 제안합니다. 건강 효과나 매출 기여도를 검증한 자료가 아닙니다. 서로 다른 제형의 함량을 같은 효과의 크기로 비교하지 않습니다.

소재의 질문과 구조를 참고하세요

원본 이미지·인증·시험·추천·건강 문구는 각 브랜드의 표현입니다. 자사 제품의 사실과 근거로 새 소재를 제작하세요. 1회 제공량·실제 성분량·총 수량·총 사용 횟수가 서로 맞는지 먼저 확인합니다.

풀샷과 확대 이미지를 함께 보세요

각 모듈의 실제 화면을 표시 순서대로 연결하고 고정 메뉴·계정 UI를 제외했습니다. 캐러셀은 캡처 시 선택된 화면, 영상은 포스터, FAQ는 접힌 상태를 보존했습니다. 다음 장의 확대 해설과 이미지 ZIP으로 세부 구성을 확인하세요.

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

제형이 달라도, 고객의 질문은 구체적입니다

5개 상품에서 비교할 제작 관점

01 Vital Proteins | 파우더

함량·추가 성분을 커피와 레시피에 연결합니다. 용기 크기가 아닌 중량·약 27회분을 안내합니다. 내 상품에서도 빈 공간과 실제 수량에 대한 고객의 기대가 맞나요?

02 Vital Vitamins | 캡슐

성분표·네 가지 원료·검사 항목·세 캡슐을 제시합니다. 내 상품의 배합 총량과 유형 수, 시험 결과의 범위를 각각 구분할 수 있나요?

03 Youtheory | 정제

6,000mg와 함께 손 위의 6정·48일분·큰 정제 안내를 보여줍니다. 큰 함량을 강조한 만큼 실제 사용량과 크기도 솔직하게 설명하나요?

04 Nature Made | 구미

맛·씹는 제형·크기·하루 한 개를 간결하게 설명합니다. 제품의 편의성을 알리면서 100mg와 다른 영양소의 기준도 정확히 보여주나요?

05 Orgain | 파우더

단일 원료·약 22회분·침전·여러 활용법을 연결합니다. A+의 레시피와 FAQ는 제품을 어떻게 사용하는지에 답하고 있나요?

4분기 수정 순서를 정한다면

정확한 포장·구성·성분표 → 제공량과 사용 횟수 → 제형의 크기·맛·혼합법 → 고객이 망설이는 질문 → 근거와 라인업 비교. 할인 시즌에도 무엇을 받는지부터 이해할 수 있게 만들어보세요.

다섯 가지 숫자·사용 경험 점검

큰 함량보다 먼저 대조할 제공량과 제형

아래 수치는 캡처한 성분표와 소재에 표시된 값입니다. 같은 효익의 크기나 효능 순위를 뜻하지 않습니다. 브랜드명을 누르면 상품 원문으로 이동합니다.

Vital Proteins | 분말 약 21g · 콜라겐 20g · 단백질 18g

갤러리 02의 1회분은 3큰술 약 21g, 총 약 27회분입니다. 분말 무게와 콜라겐·단백질을 구분합니다. 갤러리 06은 중량 기준과 용기 크기의 차이를 설명합니다.

Vital Vitamins | 3캡슐당 복합 콜라겐 1,600mg

150캡슐은 50회분이며 DigeSEB 50mg를 별도로 표시합니다. 다섯 콜라겐 유형 각각의 양은 이 총량만으로 알 수 없습니다. 시험 PASS 이미지와 정식 성적서도 구분해 읽습니다.

Youtheory | 6,000mg는 6정 기준

성분표와 사용법 모두 6정·48회분을 안내합니다. 290정은 6정 기준 48회분 후 2정이 남는 구성입니다. 갤러리 07은 큰 정제 크기를 미리 알립니다.

Nature Made | 1구미당 콜라겐 100mg · 60일분

성분표에는 콜라겐과 비타민 C·E·비오틴·아연이 각각 표시됩니다. 펙틴은 겔화제 정보입니다. 완제품 원료 전체나 콜라겐의 출처를 같은 의미로 추정하지 않습니다.

Orgain | 2스쿱당 20g · 한 통 약 22회분

갤러리 02는 2스쿱 20g에 콜라겐 20g·단백질 18g를 표시합니다. A+ M04의 오트 레시피는 1스쿱을 사용합니다. 레시피 양과 성분표의 1회 제공량을 구별하세요.

관찰 출처: 각 상품 갤러리·A+ / 표시 기준을 요약한 제작 점검표입니다. 섭취 권장이나 효과 비교가 아닙니다.

기존·이번 브랜드 중복 제외 1번 / 원래 일반 노출 1번째 / B00K6JUG4K

Vital Proteins Collagen Peptides Advanced

사용 습관과 용기 경험까지 연결하는 파우더의 설명



이 사례의 설계

하늘색 패키지와 커피 장면을 반복해 일상 속 제품을 기억하게 합니다. 갤러리는 함량·성분표·사용 횟수를, Premium A+는 성분의 이유와 레시피·라인업 선택을 확장합니다.

리스팅 이미지 9장
Premium A+ / 브랜드 포함 8개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 큰 함량 옆에 제공량과 총 사용 횟수를 함께 배치합니다.
- 빈 공간과 용기 크기에 대한 기대를 중량·횟수 안내로 조정합니다.
- 새로운 습관보다 이미 마시는 음료에 더하는 장면을 보여줍니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00K6JUG4K

Vital Proteins Collagen Peptides Advanced / 이미지 1~4

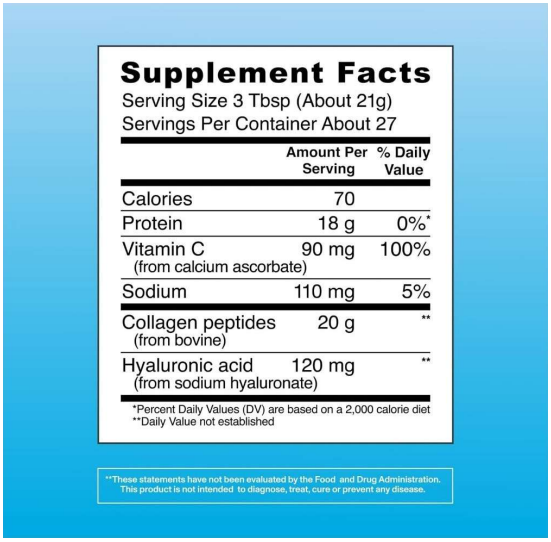
리스팅 이미지 분석



01 메인: 새 용기의 정체성

하늘색 용기 정면에 Advanced·20g·추가 성분이 보입니다. 상단에는 플라스틱 사용량 감소 문구가 있습니다.

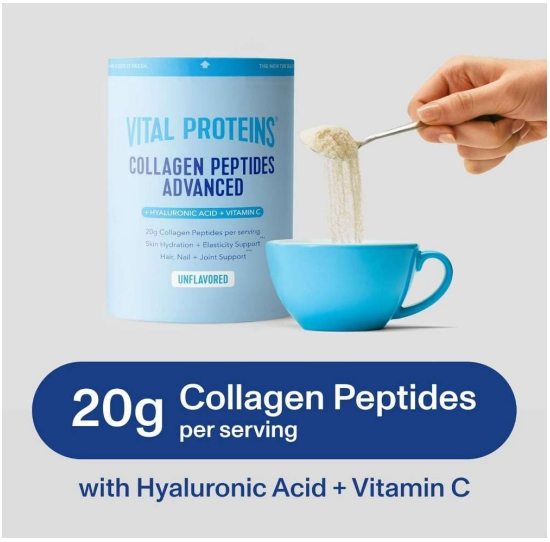
적용 현재 판매 포장과 수량을 명확히 보여주고, 포장 변경 문구의 비교 기준을 확인하세요.



02 성분표: 숫자의 기준

3큰술 약 21g 기준으로 콜라겐 20g·단백질 18g, 비타민 C 90mg·히알루론산 120mg를 표시합니다.

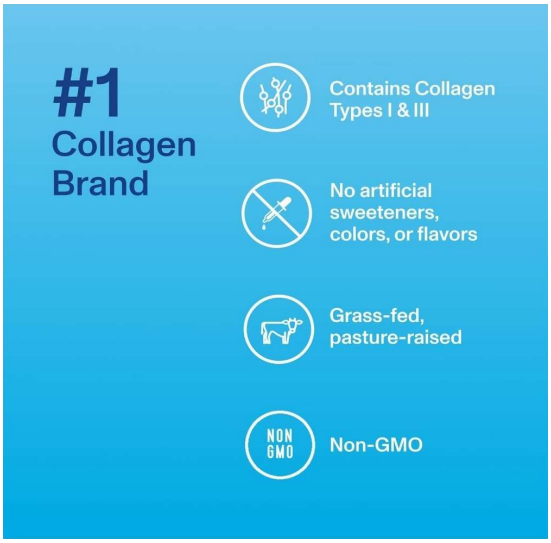
적용 분말 무게·콜라겐·단백질을 같은 숫자로 요약하지 마세요.



03 함량과 사용 장면

컵과 분말을 붓는 손에 1회분 콜라겐 20g 및 추가 성분을 결합합니다.

적용 함량을 설명하는 사진 안에서 고객이 실제 사용할 방법도 보여주세요.



04 브랜드 주장과 사양

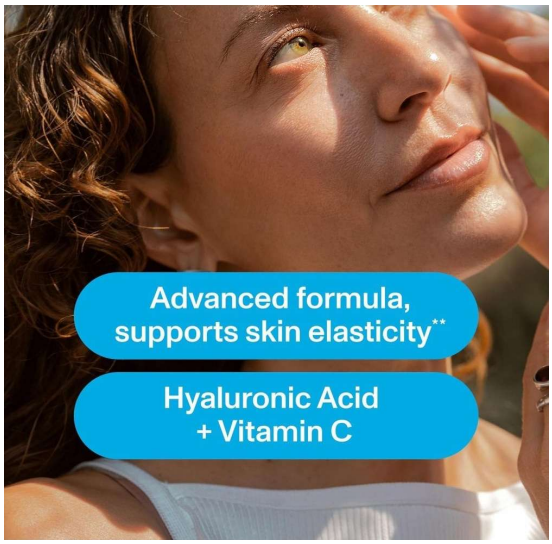
1위 브랜드 표현과 함께 콜라겐 유형 I·III, 원료·무첨가 관련 아이콘을 모읍니다.

적용 순위의 출처·기간·범위를 표시하고 품질 주장을 개별 사실로 구분하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00K6JUG4K

Vital Proteins Collagen Peptides Advanced / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 피부 관심사에 집중

얼굴 사진과 피부 탄력 관련 문구, 히알루론산·비타민 C를 연결합니다.

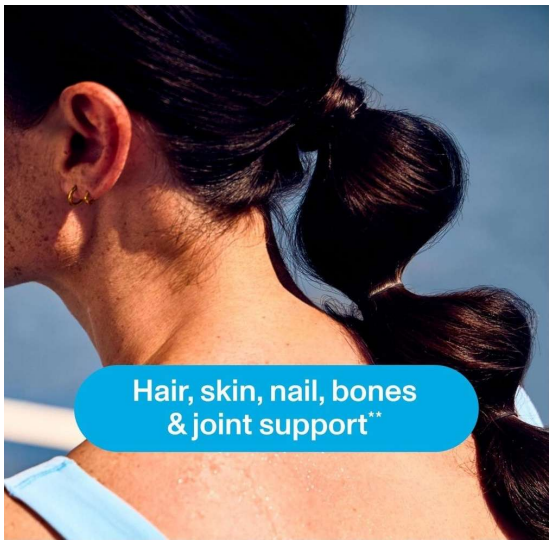
적용 고객 관심사 하나에 집중하되 이미지가 실제 근거의 범위를 넘어가지 않게 하세요.



06 용기 크기와 실제 사용량

열린 통과 숟가락 위에 약 27회분을 크게 표시하고, 용기 크기가 아닌 중량 기준임을 알립니다.

적용 통의 빈 공간을 고객이 오해할 수 있다면 내용량 기준을 시각적으로 설명하세요.



07 사용 목적의 확장

머리카락이 보이는 인물 사진에 모발·피부·손톱·뼈·관절 관련 문구를 얹습니다.

적용 여러 관심사를 나열할 때도 한 장의 대표 메시지를 유지하세요.



08 가수분해 설명

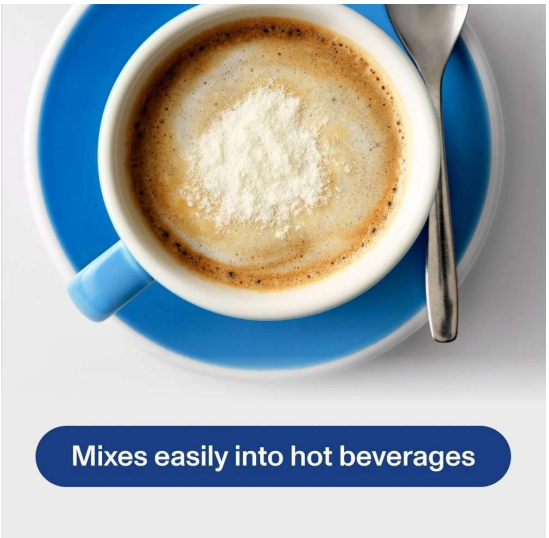
제품 실물 옆에 가수분해 콜라겐과 소화·흡수 관련 브랜드 주장을 제시합니다.

적용 전문 용어를 선택 이유로 번역하고, 흡수 관련 표현은 제품의 근거와 대조하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00K6JUG4K

Vital Proteins Collagen Peptides Advanced / 이미지 9~9

리스팅 이미지 분석



09 커피에 더하는 마무리

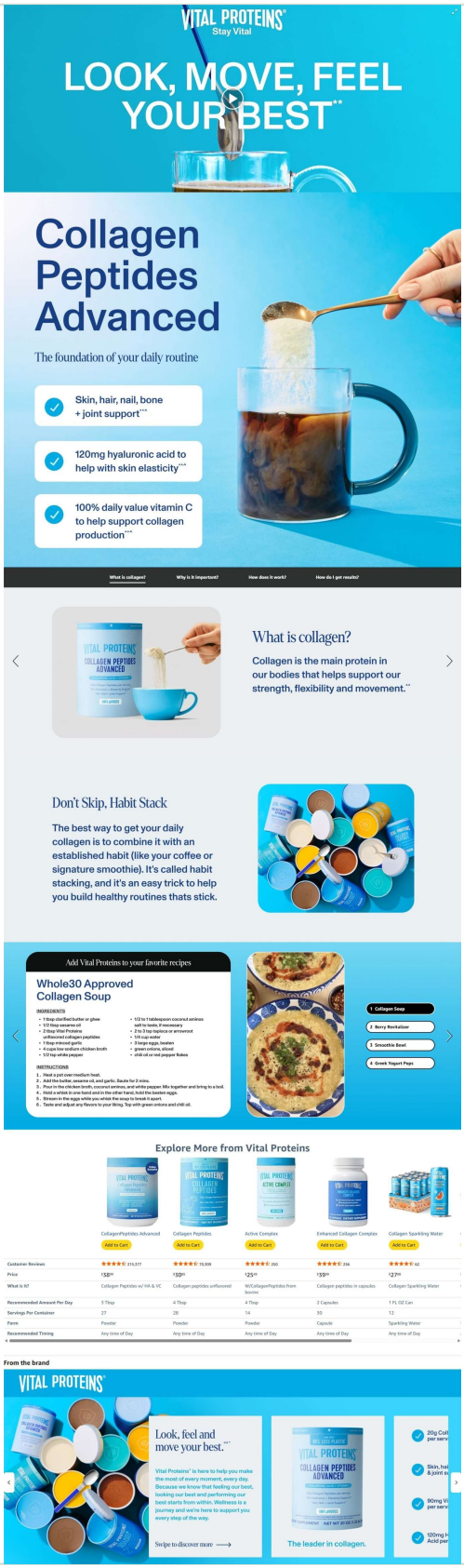
뜨거운 음료 위 분말을 내려다보는 사진에 혼합 용도를 짧게 적습니다.

적용 갤러리 마지막에서 고객이 바로 떠올릴 사용 장면을 남겨보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00K6JUG4K

Vital Proteins Collagen Peptides Advanced / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 브랜드 약속과 영상 입구

M02 | 제품명과 일상 루틴

M03 | 추가 성분의 이유

M04 | 질문형 성분 교육

M05 | 기존 습관에 결합

M06 | 레시피로 사용을 확장

M07 | 자사 라인업 선택

M08 | 브랜드 스토어로 확장

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00K6JUG4K

Vital Proteins Collagen Peptides Advanced / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 브랜드 약속과 영상 입구



로고·커피·큰 문장으로 시작하며 영상 재생 버튼이 보입니다. 상세 설명 전 일상적 분위기를 만듭니다.

적용 관점 정적 포스터만 보아도 브랜드와 제품의 사용 맥락이 남게 하세요.

M02 | 제품명과 일상 루틴



큰 제품명과 분말을 붓는 손을 보여줍니다. 다음 모듈의 커피 장면으로 이어지는 긴 비주얼의 윗부분입니다.

적용 관점 이어지는 모듈은 풀샷으로 연결을 확인하고, 각 화면에서도 핵심이 읽히게 설계하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00K6JUG4K

Vital Proteins Collagen Peptides Advanced / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

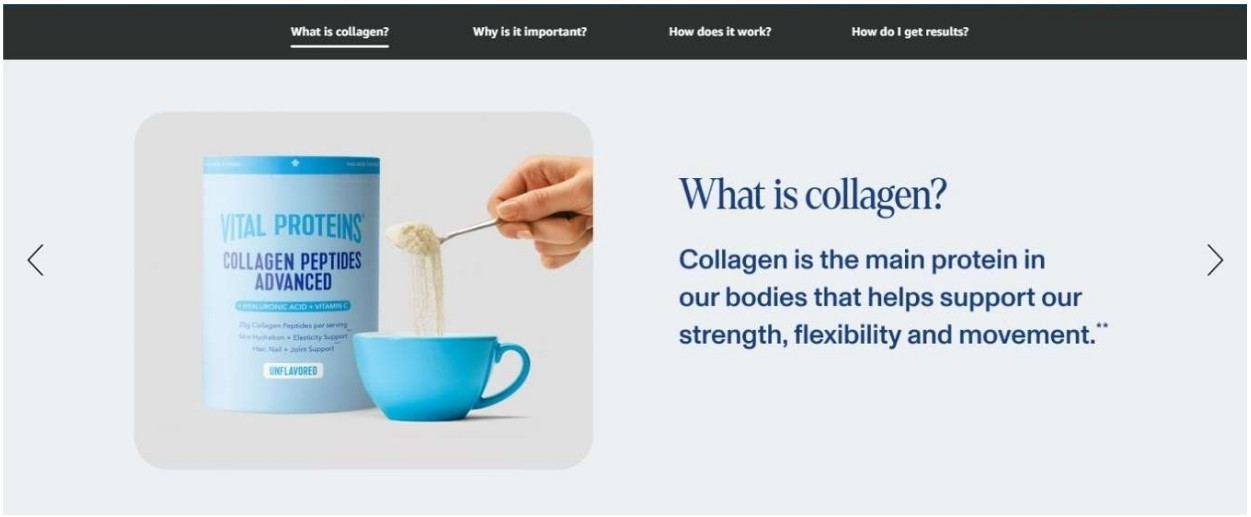
M03 | 추가 성분의 이유



앞 장면의 커피가 이어지고, 히알루론산 120mg와 비타민 C 일일기준치 100% 등 세 메시지를 정리합니다.

적용 관점 성분명·함량·설명 사이의 연결을 만들고 성분표와 단위를 맞추세요.

M04 | 질문형 성분 교육



콜라겐의 정의·중요성·작용·사용에 관한 네 탭을 둡니다. 캡처는 첫 정의 화면입니다.

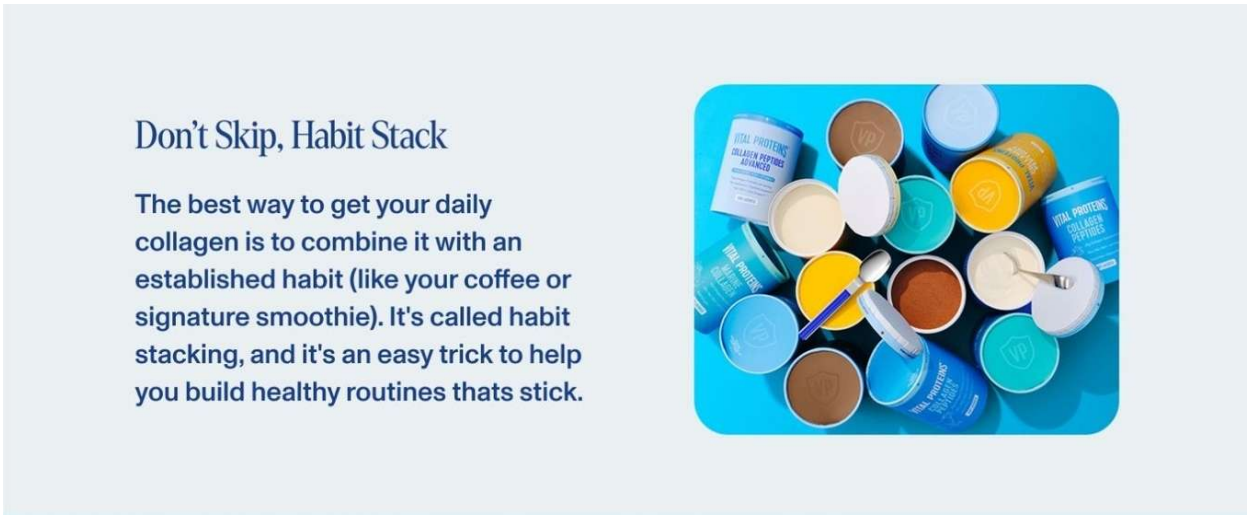
적용 관점 제품을 모르는 고객의 질문부터 시작하고 기본 탭만 보아도 이해되게 만드세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00K6JUG4K

Vital Proteins Collagen Peptides Advanced / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 기존 습관에 결합



커피나 스무디 등 이미 가진 습관에 콜라겐을 더하는 habit stacking을 설명합니다.

적용 관점 새 행동을 요구하기 전에 고객의 기존 일상 어디에 들어가는지 보여주세요.

M06 | 레시피로 사용을 확장



수프·음료·스무디 볼·요거트 팝의 메뉴가 있고, 첫 화면은 수프의 재료와 순서입니다.

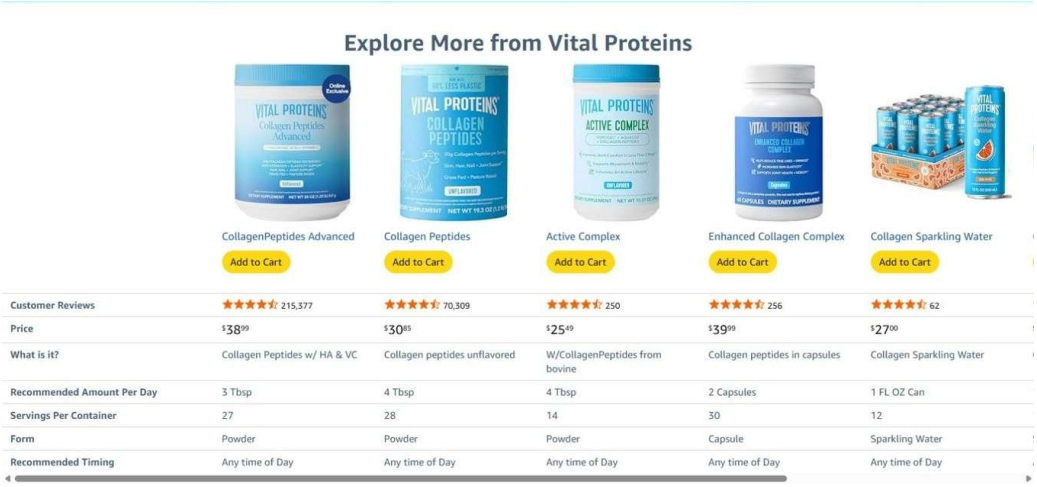
적용 관점 제품 사진 다음에 실제 활용법을 제시하되 레시피 사용량과 1회 제공량을 구분하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00K6JUG4K

Vital Proteins Collagen Peptides Advanced / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

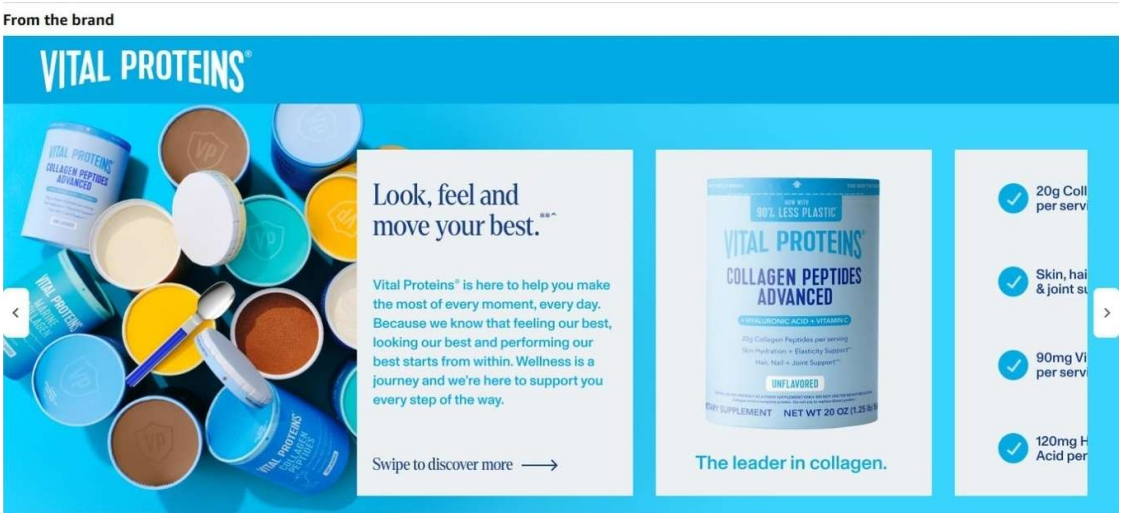
M07 | 자사 라인업 선택



Advanced·기본 콜라겐·다른 제품을 형태·사용량·총 횟수 등으로 비교합니다.

적용 관점 비교표에서 현재 구매 옵션을 식별하고, 다른 형태의 함량을 동등한 성능처럼 비교하지 마세요.

M08 | 브랜드 스토어로 확장



다양한 색상의 패키지와 브랜드 약속, 제품 카드로 마무리합니다.

적용 관점 상품 설명을 마친 다음 관련 제품 탐색을 배치해 구매 판단을 먼저 돕습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B00K6JUG4K

기존·이번 브랜드 중복 제외 2번 / 원래 일반 노출 3번째 / B07WZVX3L1

Vital Vitamins Multi Collagen Complex

성분·시험·실물 사용량을 전면에 놓는 캡슐의 설득



이 사례의 설계

검정 용기와 민트색을 유지하면서 성분표, 원료 출처, 시험 항목을 차례로 보여줍니다. 세 캡슐과 50회분을 구체화하고 A+에서는 다른 제품과의 조합까지 안내합니다.

리스팅 이미지 9장
Premium A+ / 브랜드 포함 7개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 복합 배합 총량과 콜라겐 유형 수를 분리해 읽게 합니다.
- 시험 결과를 제시할 때는 검사 항목과 실제 증빙의 범위를 함께 봅니다.
- 하루 캡슐 수와 총 사용 횟수를 실물 사진으로 설명합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07WZVX3L1

Vital Vitamins Multi Collagen Complex / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 메인: 유형과 총 수량

검정 용기에 콜라겐 유형 I·II·III·V·X, 150캡슐·50회분을 함께 표시합니다.

적용 한 통의 수량과 실제 1회 사용 횟수를 동시에 식별하게 만드세요.



02 성분표와 품질 메시지

3캡슐당 Multi Collagen Complex 1,600mg와 DigeSEB 50mg, 품질 아이콘을 제시합니다.

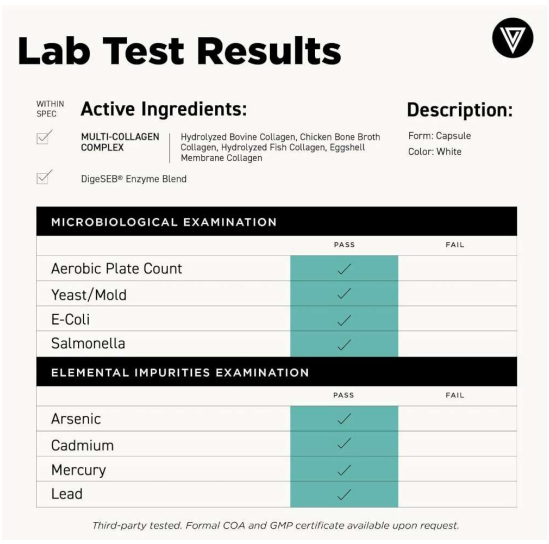
적용 다섯 유형 각각이 1,600mg인 것처럼 보이지 않도록 배합 총량을 명확히 하세요.



03 네 가지 원료 출처

손에 든 캡슐 옆에 소·닭·어류·난각막 유래 콜라겐을 나누어 적습니다.

적용 유형 번호와 원료 동물은 다른 정보입니다. 고객의 원료 선택 질문에 따로 답하세요.



04 검사 항목의 시각화

미생물과 원소 불순물 검사에 PASS를 표시하고 정식 COA는 요청 시 제공한다고 적습니다.

적용 합격 아이콘과 실제 시험 성적서를 구별하고 로트·기관·검사 범위를 확인하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07WZVX3L1

Vital Vitamins Multi Collagen Complex / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 관심사별 핵심 설명

피부·모발과 손톱·관절을 세 덩어리로 정리합니다.

적용 한 장에서 메시지를 묶되 건강 관련 설명은 자사 제품에 적용되는 범위를 지키세요.



06 제품과 3캡슐의 결합

판매 관련 문구 아래에 실물 캡슐 세 개와 1회분 안내를 붙입니다.

적용 판매 순위 주장은 기준을 밝히고, 사용량은 실물의 개수로도 보여주세요.



07 기대 시점을 제시하는 문구

인물 사진 위에 몇 주·4~6주 이상 등 브랜드가 주장하는 기대 시점을 제시합니다.

적용 개인차가 큰 결과의 기간을 보장처럼 옮겨 쓰지 말고 근거와 조건을 검토하세요.



08 일상 속 하루 사용법

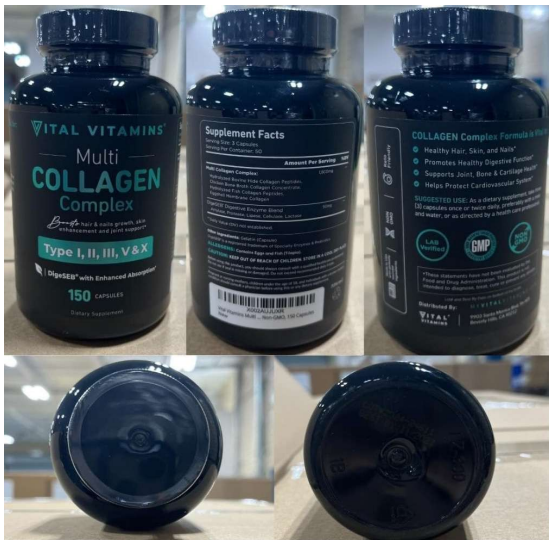
물·과일과 함께 용기를 두고 50회분·하루 3캡슐을 크게 표시합니다.

적용 고객이 기억해야 할 사용량을 제품과 같은 화면에서 반복하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07WZVX3L1

Vital Vitamins Multi Collagen Complex / 이미지 9~9

리스팅 이미지 분석



09 실제 용기의 여러 면

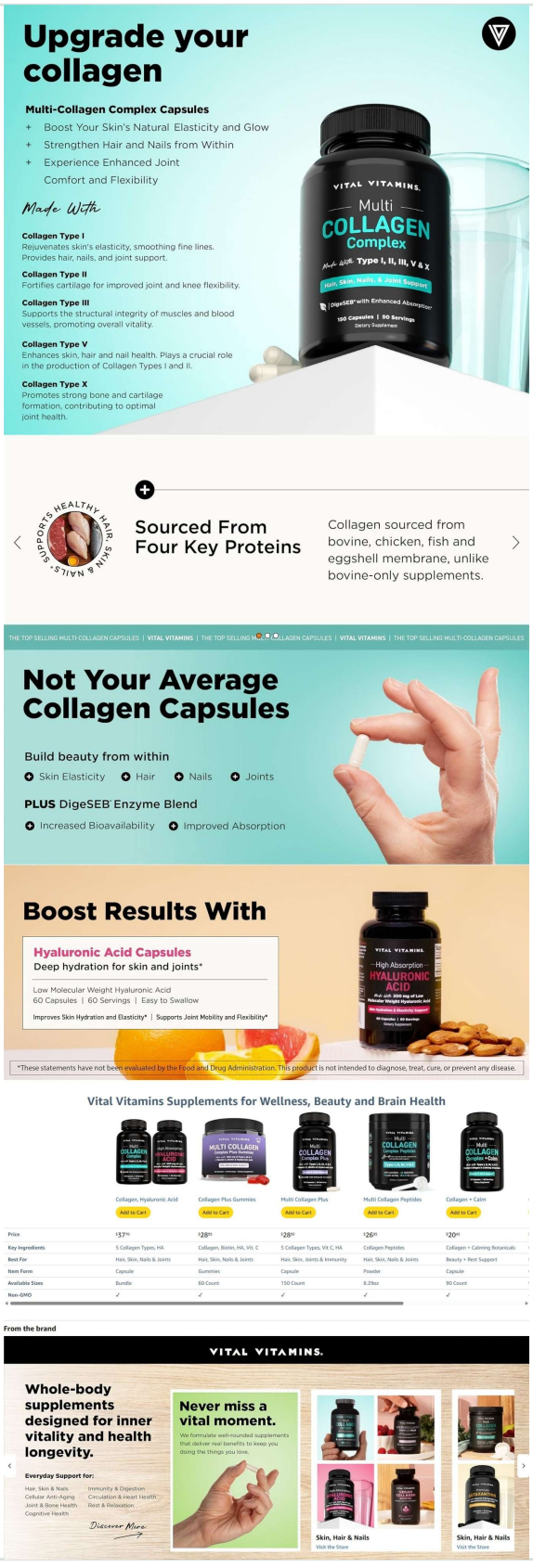
정면·성분표·측면·상단·바닥을 모은 실물 사진입니다. 정제된 그래픽과 다른 질감을 보여줍니다.

적용 라벨 확인에 유용한 실물 이미지는 반사·왜곡을 줄이고 현재 포장과 맞추세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07WZVX3L1

Vital Vitamins Multi Collagen Complex / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 브랜드의 첫 약속

M02 | 다섯 콜라겐 유형 설명

M03 | 원료 차별화 캐러셀

M04 | 캡슐과 효소 배합

M05 | 다른 상품과의 조합

M06 | 제형과 라인업 비교

M07 | 브랜드 카테고리 확장

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07WZVX3L1

Vital Vitamins Multi Collagen Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 브랜드의 첫 약속



민트색 배경에 제품과 피부·모발·관절 관련 메시지를 둡니다. 다음 모듈과 한 장면처럼 이어집니다.

적용 관점 긴 비주얼을 분할해도 문장과 제품이 불필요하게 끊기지 않는지 풀샷으로 보세요.

M02 | 다섯 콜라겐 유형 설명



앞 장면의 용기와 세 캡슐이 이어지고 유형 I·II·III·V·X의 브랜드 설명을 나열합니다.

적용 관점 유형 수를 강조한 뒤 각 유형을 왜 소개하는지 설명하되 배합별 양을 추정하지 마세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07WZVX3L1

Vital Vitamins Multi Collagen Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 원료 차별화 캐러셀



첫 화면은 네 가지 단백질 원료를 강조하며 다른 설명으로 넘길 수 있습니다.

적용 관점 기본 화면에서 가장 중요한 차이를 전달하고 비교 대상의 범위를 명확히 하세요.

M04 | 캡슐과 효소 배합



손에 든 캡슐과 함께 콜라겐의 관심사, DigeSEB 효소 배합의 브랜드 주장을 정리합니다.

적용 관점 작은 캡슐 사진은 크기 이해를 돕습니다. 부원료의 역할과 완제품 결과는 구분하세요.

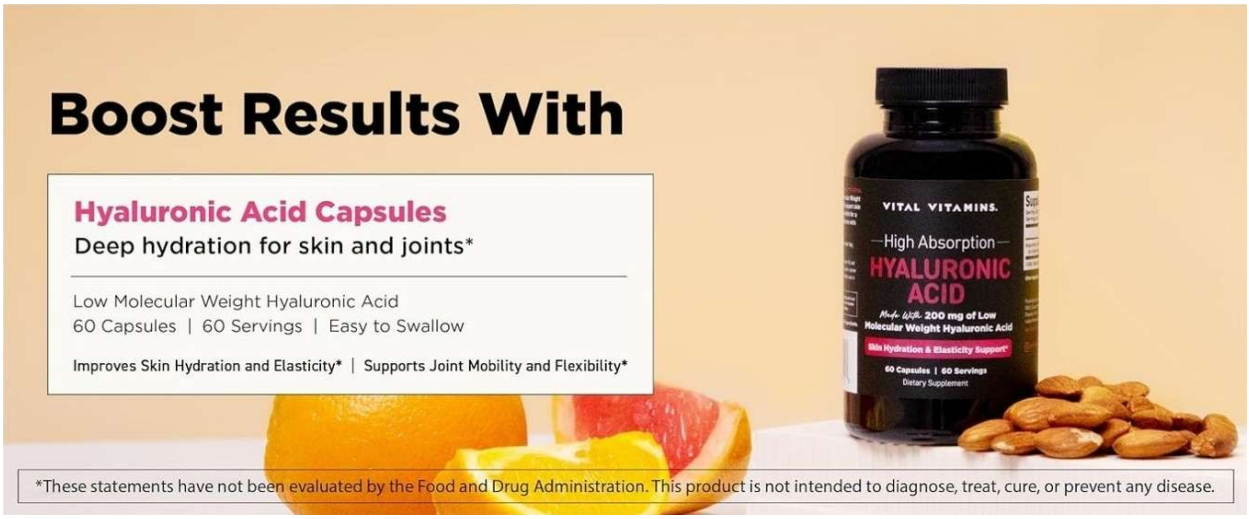
출처: https://www.amazon.com/dp/B07WZVX3L1

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

Vital Vitamins Multi Collagen Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 다른 상품과의 조합



히알루론산 캡슐을 별도 제품으로 소개하며 관련 효익과 수량을 표시합니다.

적용 관점 추가 구매 상품임을 명확히 해 현재 병에 포함된 성분으로 오해하지 않게 하세요.

M06 | 제형과 라인업 비교



구미·파우더·캡슐 등 다른 자사 제품을 성분·대상·형태·수량으로 비교합니다.

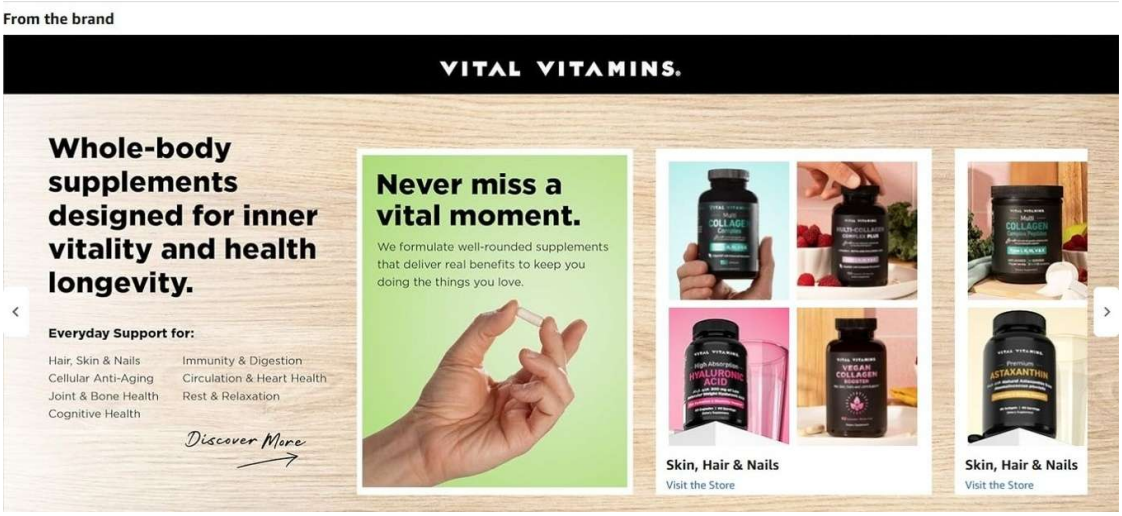
적용 관점 고객의 선택 질문에 필요한 열을 정하고 단품·묶음·다른 제형을 구별하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07WZVX3L1

Vital Vitamins Multi Collagen Complex / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M07 | 브랜드 카테고리 확장



브랜드의 전신 건강 메시지와 다양한 제품 카드를 보여줍니다.

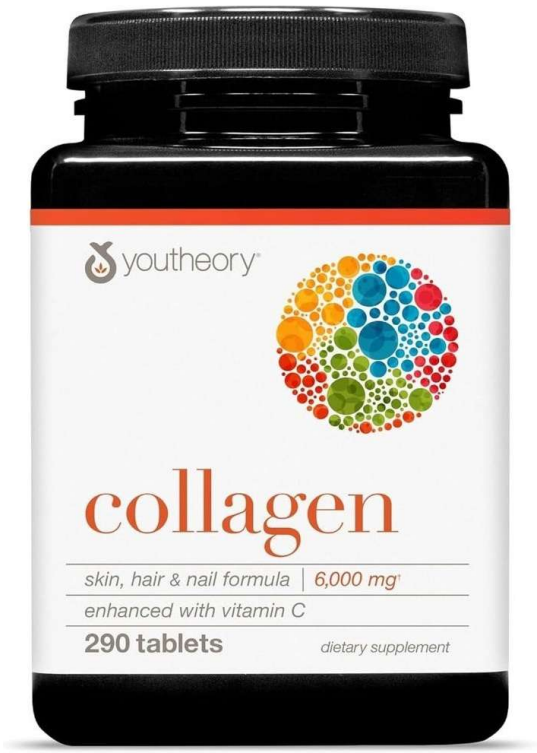
적용 관점 사용 목적별 탐색은 상세 설명 뒤에 배치하고 현 상품의 판단을 방해하지 않게 하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07WZVX3L1

기존·이번 브랜드 중복 제외 3번 / 원래 일반 노출 5번째 / B006VAZYNG

Youtheory Advanced Collagen 6,000mg

큰 함량과 실제 정제 크기를 함께 설명하는 방식



이 사례의 설계

복숭아색·원형 패턴·인물 사진을 반복해 시각적 일관성을 만듭니다. 갤러리에서 성분표와 6정 사용법을 설명하고, A+는 나이·뷰티·일상이라는 관심사로 확장합니다.

리스팅 이미지 9장
Premium A+ / 브랜드 포함 6개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

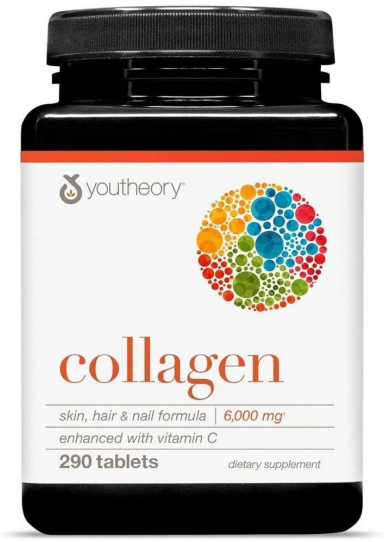
- 6,000mg는 한 정이 아닌 6정 기준임을 분명히 합니다.
- 손 위의 여섯 정과 큰 정제 안내로 사용 경험을 구체화합니다.
- 브랜드 색과 패턴을 반복해 긴 상세 흐름을 하나로 묶습니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B006VAZYNG

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

Youtheory Advanced Collagen 6,000mg / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 메인: 함량과 정수

검정 병의 흰 라벨에 콜라겐 6,000mg, 비타민 C, 290정을 표시합니다.

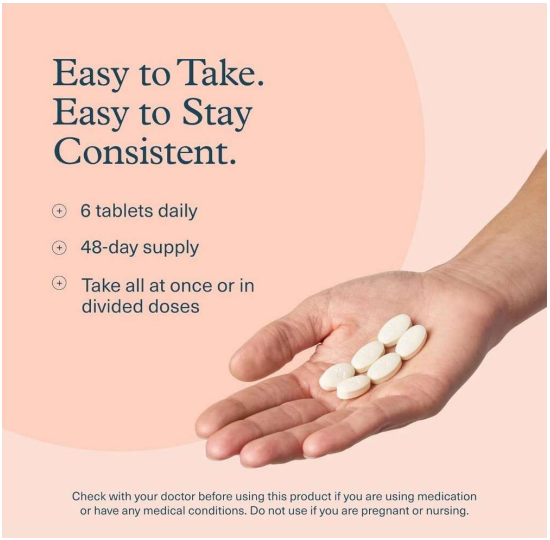
적용 큰 함량의 제공량 기준을 다음 성분표와 사용법에서 즉시 설명하세요.



02 6정 기준 성분표

1회 6정·48회분, 가수분해 콜라겐 6,000mg와 비타민 C 90mg를 적습니다.

적용 정수와 사용 횟수가 맞는지 계산하고 정당 함량처럼 축약하지 마세요.



03 손 위의 실제 하루 사용량

여섯 정을 손 위에 올리고 하루 6정·48일분, 한 번 또는 나누어 복용하는 안내를 적습니다.

적용 제형과 개수를 실제 크기 감각과 함께 보여주어 구매 전 기대를 맞추세요.



04 인물과 일상적 관심사

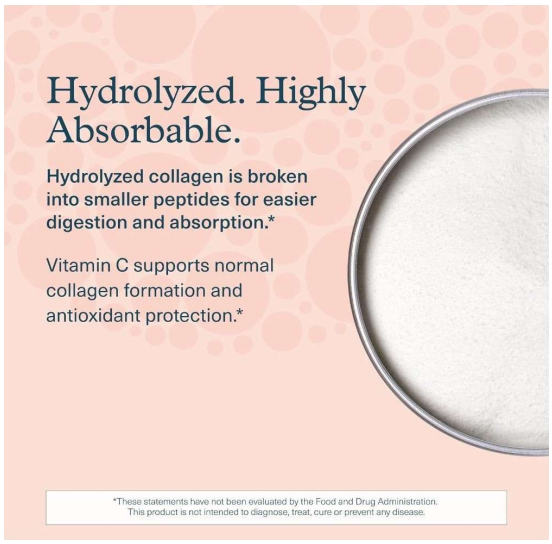
따뜻한 인물 사진 옆에 콜라겐·비타민 C와 일상 활동 관련 브랜드 설명을 붙입니다.

적용 고객이 떠올릴 상황을 선택하고 문구의 효익은 근거가 있는 범위에서 사용하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B006VAZYNG

Youtheory Advanced Collagen 6,000mg / 이미지 5~8

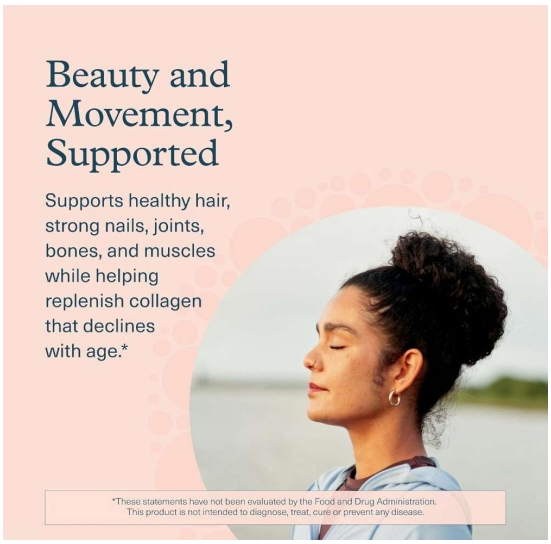
리스팅 이미지 분석



05 가수분해를 풀어 설명

분말 사진과 짧은 본문으로 펩타이드와 비타민 C의 브랜드 설명을 제시합니다.

적용 정제 제품에 원료 분말을 보여줄 때 완제품 형태와 혼동되지 않게 맥락을 붙이세요.



06 뷰티와 움직임의 연결

얼굴 사진에 모발·손톱·관절·뼈·근육 관련 문구를 결합합니다.

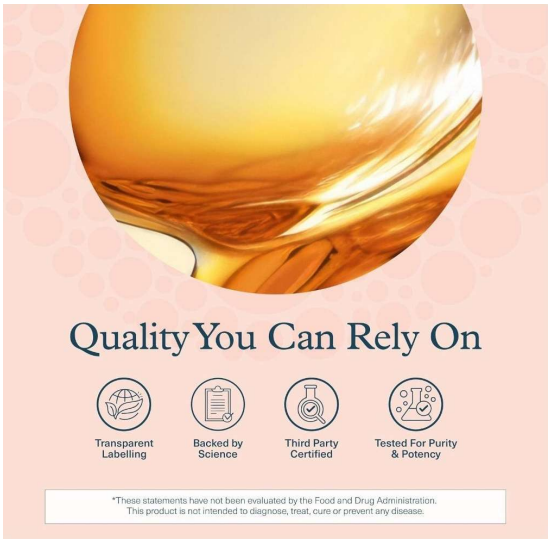
적용 비슷한 인물 장면을 반복할 때 각 이미지가 새로운 질문에 답하는지 점검하세요.



07 정제 크기를 미리 알림

병 실물과 자연 소재 아래에 Larger tablet size와 일상 사용 문구를 둡니다.

적용 사용상의 부담을 숨기기보다 정확한 치수·실물 비교로 먼저 알려주세요.



08 품질 주장 네 항목

투명한 라벨, 과학, 제3자 인증, 순도·함량 시험을 아이콘으로 묶습니다.

적용 아이콘만으로 검증을 대신하지 말고 확인 가능한 자료와 적용 범위를 연결하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B006VAZYNG

Youtheory Advanced Collagen 6,000mg / 이미지 9~9

리스팅 이미지 분석



09 일상 루틴으로 마무리

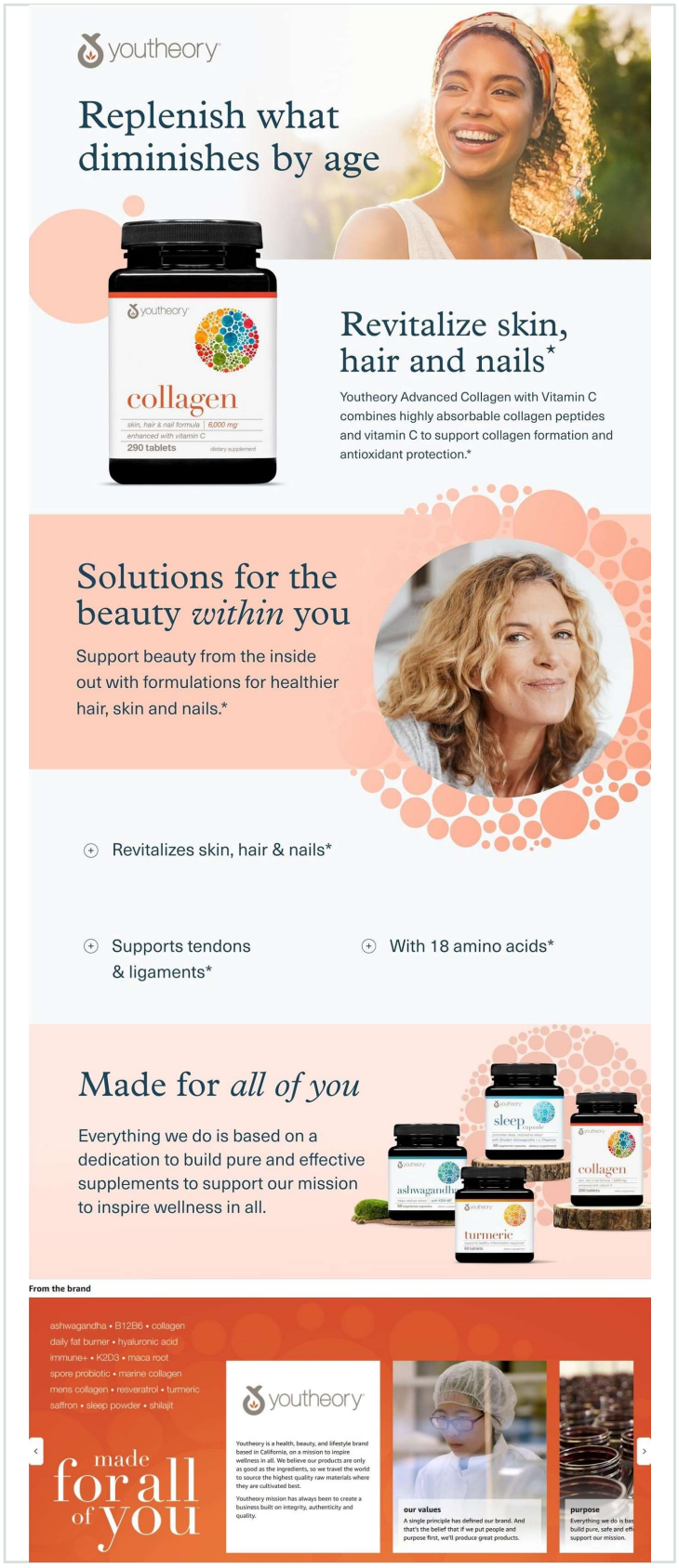
야외 인물 사진과 짧은 본문으로 뷰티·움직임·건강한 나이 듦을 다시 언급합니다.

적용 갤러리 마지막에서는 새로운 주장보다 사용 맥락을 기억하게 해보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B006VAZYNG

Youtheory Advanced Collagen 6,000mg / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 나이에 대한 브랜드 메시지

M02 | 제품과 배합의 이유

M03 | 뷰티 관심사의 확대

M04 | 짧은 기능 목록

M05 | 브랜드 약속과 라인업

M06 | 브랜드 스토리

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B006VAZYNG

Youtheory Advanced Collagen 6,000mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

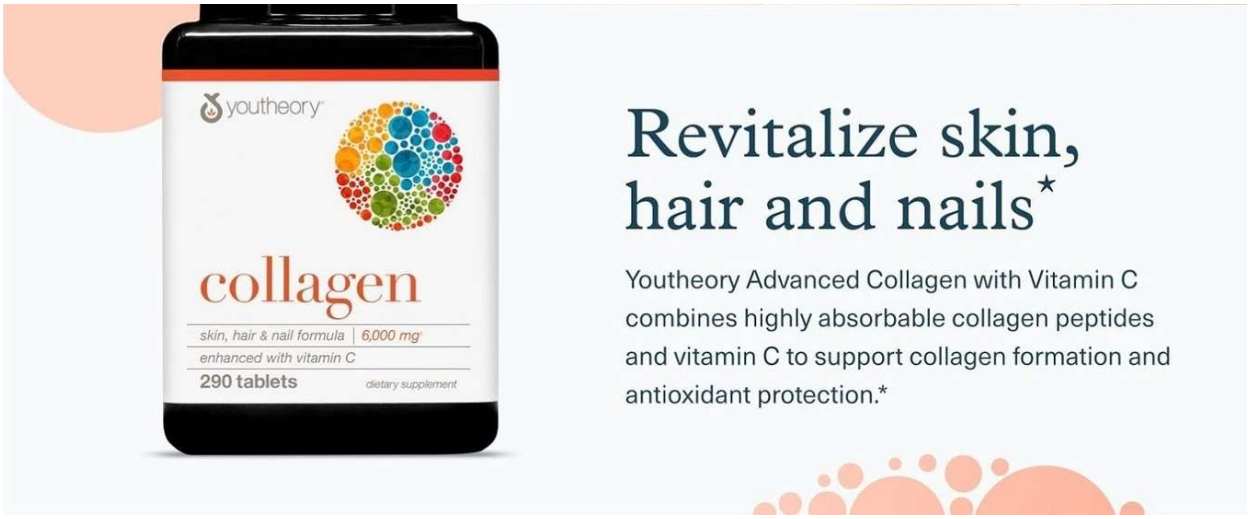
M01 | 나이에 대한 브랜드 메시지



인물 사진과 나이가 들며 줄어드는 것을 보충한다는 문구로 시작합니다. 용기 일부는 다음 모듈로 이어집니다.

적용 관점 고객의 관심사를 제시한 뒤 실제 제품 설명으로 연결하세요. 화면 분할의 연결도 확인합니다.

M02 | 제품과 배합의 이유



이어지는 용기 사진 옆에 콜라겐 펩타이드와 비타민 C에 관한 브랜드 설명을 배치합니다.

적용 관점 한 장면을 길게 확장할 때 문장과 제품의 위치를 서로 보완하게 만드세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B006VAZYNG

Youtheory Advanced Collagen 6,000mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

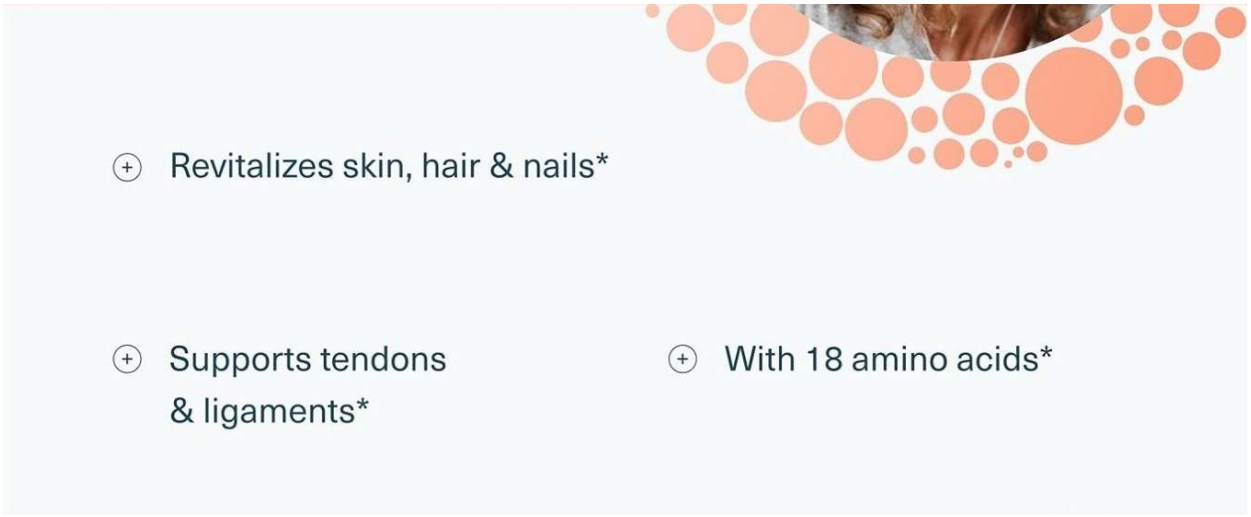
M03 | 뷰티 관심사의 확대



피부·모발·손톱에 대한 본문과 인물 사진, 원형 패턴이 등장합니다.

적용 관점 갤러리와 같은 시각 언어를 유지하되 A+에는 선택 이유를 더해주세요.

M04 | 짧은 기능 목록



앞 인물 장면이 이어지고 피부·모발·손톱, 힘줄·인대, 18개 아미노산의 문구를 나눕니다.

적용 관점 정보의 묶음이 잘 보이는지 확인하고 원료 조성과 완제품의 효익을 구분하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B006VAZYNG

Youtheory Advanced Collagen 6,000mg / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 브랜드 약속과 라인업



다른 보충제와 함께 Made for all of you라는 브랜드 철학을 제시합니다.

적용 관점 관련 제품은 현재 상품에 포함된 구성품과 구별하고 브랜드의 공통 기준을 설명하세요.

M06 | 브랜드 스토리



브랜드 소개와 가치·목적에 관한 카드가 이어집니다.

적용 관점 현재 제품의 판단을 마친 고객에게 브랜드의 다른 이야기를 탐색하도록 연결하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B006VAZYNG

기존·이번 브랜드 중복 제외 4번 / 원래 일반 노출 8번째 / B08FNKSPD2

Nature Made Collagen Gummies

맛·크기·하루 한 개를 간결하게 전달하는 구미



이 사례의 설계

노랑과 보라를 일관되게 쓰고, 레몬 맛·펙틴·하루 한 개라는 사용 정보를 크게 보여줍니다. Standard A+는 짧은 배너와 제품 설명, 브랜드 신뢰 메시지를 조합합니다.

리스팅 이미지 8장
Standard A+ / 브랜드 포함 6개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 60구미·60일분과 손에 든 구미를 함께 보여줍니다.
- 콜라겐 함량과 함께 배합된 비타민·미네랄을 분리해 읽게 합니다.
- 브랜드 추천·전문성 표현은 추천 대상과 조사 기준을 함께 봅니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08FNKSPD2

Nature Made Collagen Gummies / 이미지 1~4

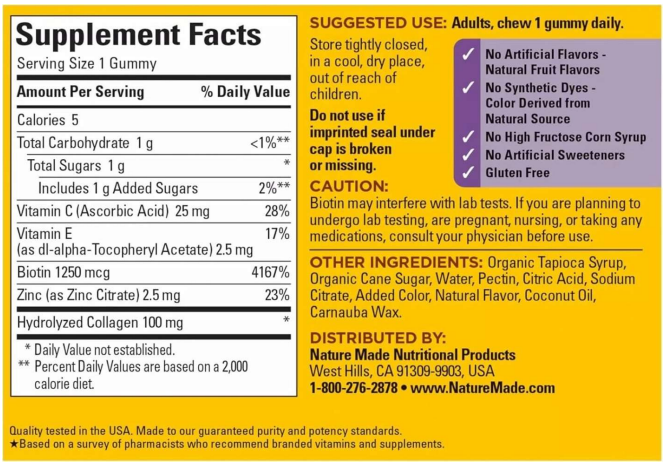
리스팅 이미지 분석



01 메인: 맛과 제형

투명 병과 노란 구미, 레몬을 함께 보여줍니다. 라벨의 60구미와 추천 관련 문구가 보입니다.

적용 맛·제형·총 수량을 한눈에 알게 하고 추천 문구의 범위를 확인하세요.



02 한 개 기준의 성분표

1구미에 콜라겐 100mg, 비타민 C·E·비오틴·아연을 표시합니다. 당류와 사용 안내도 함께 보입니다.

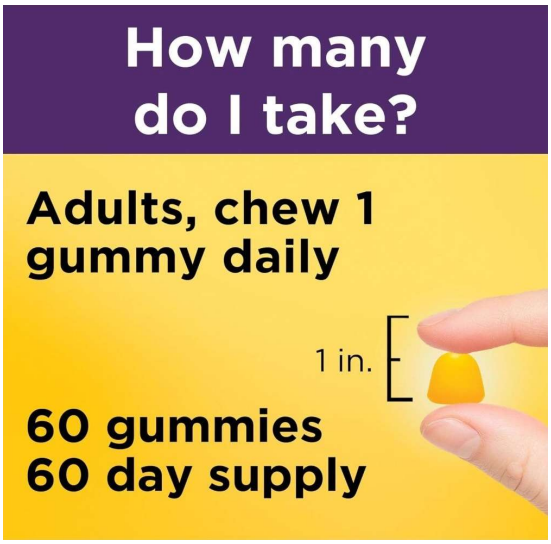
적용 구미의 총 무게와 콜라겐 함량을 구분하고 추가 영양소의 단위를 유지하세요.



03 콜라겐과 네 영양소

인물 사진 아래에 콜라겐과 함께 비타민 C·E·아연·비오틴을 나열합니다.

적용 추가 성분을 선택 이유로 소개하되 성분표와 소재의 목록을 일치시키세요.



04 사용량과 크기

하루 1개·60일분을 큰 글자로 적고 손에 든 구미 옆에 1인치 기준선을 둡니다.

적용 고객이 삼키거나 씹는 부담을 가늠하도록 실제 크기 감각을 제공하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08FNKSPD2

Nature Made Collagen Gummies / 이미지 5~8

리스팅 이미지 분석



05 제외 성분을 묶음 안내

향·색소·시럽·감미료·글루텐 관련 다섯 항목을 아이콘으로 정리합니다.

적용 비슷한 무첨가 표현도 의미가 다릅니다. 실제 배합과 각 표현을 대조하세요.



06 맛과 겔화제

레몬 사진과 함께 레몬 맛·젤라틴 대신 펙틴 사용을 설명합니다.

적용 겔화제와 콜라겐의 원료 출처는 별도 정보로 다루고 전체 배합을 확인하세요.



07 뒷면 실물 확인

투명 병 뒤쪽 라벨로 성분표와 실제 구미를 함께 보여줍니다.

적용 확대 성분표와 실제 판매 라벨이 같은지 확인할 수 있게 만드세요.



08 브랜드 메시지의 마무리

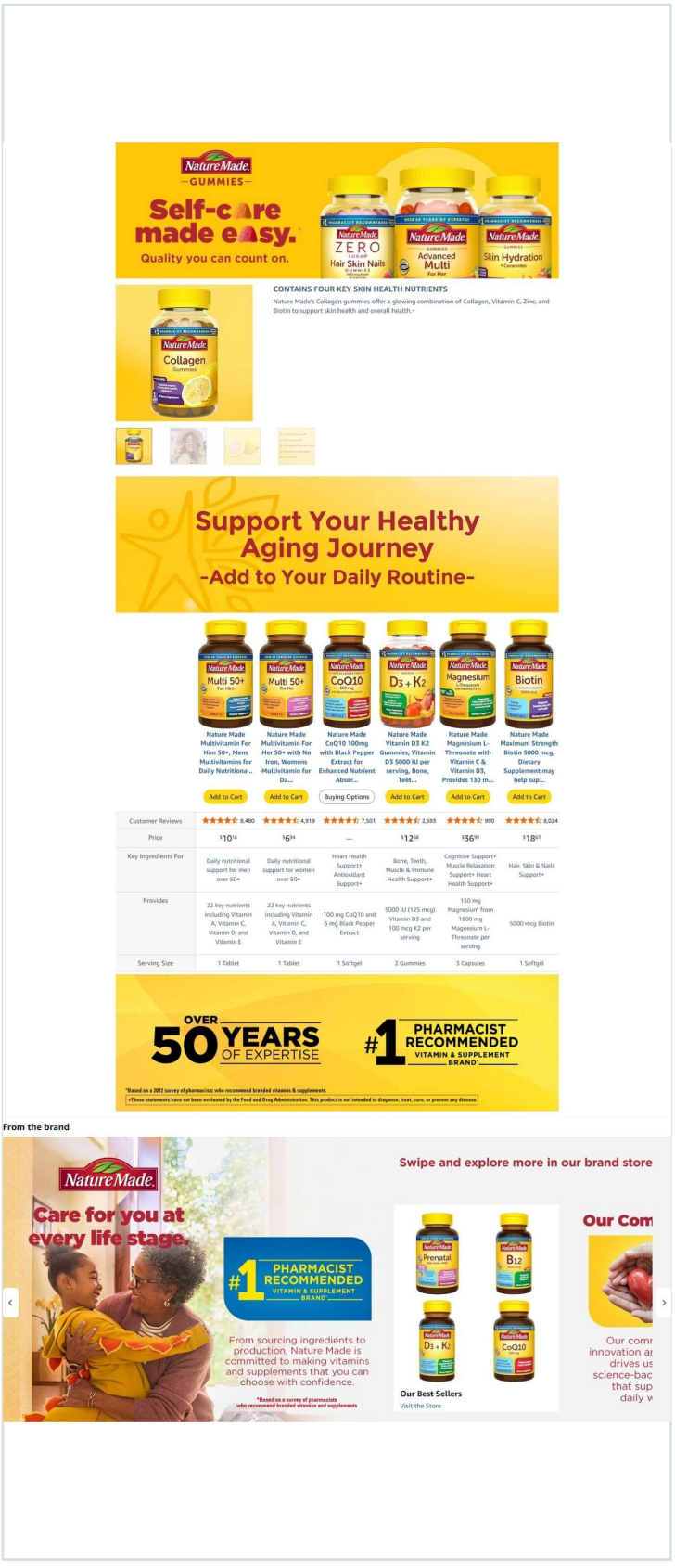
노랑 배경에 건강한 나이 듦에 관한 큰 문장을 배치합니다.

적용 짧은 브랜드 메시지는 보조 역할로 쓰고 사용량·사양을 대신하지 않게 하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08FNKSPD2

Nature Made Collagen Gummies / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 구미 브랜드군의 입구

M02 | 제품과 본문 설명

M03 | 일상 루틴 배너

M04 | 브랜드 내 다양한 제품

M05 | 연혁과 추천의 신뢰

M06 | 생애 단계별 브랜드 탐색

캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08FNKSPD2

Nature Made Collagen Gummies / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M01 | 구미 브랜드군의 입구



다른 Nature Made 구미 세 병과 self-care 메시지를 담은 짧은 배너입니다.

적용 관점 제품군의 공통점은 보여주되 현재 구매 상품이 무엇인지 곧바로 이어서 알려주세요.

M02 | 제품과 본문 설명







CONTAINS FOUR KEY SKIN HEALTH NUTRIENTS

Nature Made's Collagen gummies offer a glowing combination of Collagen, Vitamin C, Zinc, and Biotin to support skin health and overall health.+

제품 사진과 본문, 작은 전환 이미지로 성분 조합을 설명합니다. Standard A+의 여백이 큰 모듈입니다.

적용 관점 모듈 폭을 채우는 것보다 글의 우선순위와 현재 성분표와의 일치를 먼저 봅니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08FNKSPD2

Nature Made Collagen Gummies / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

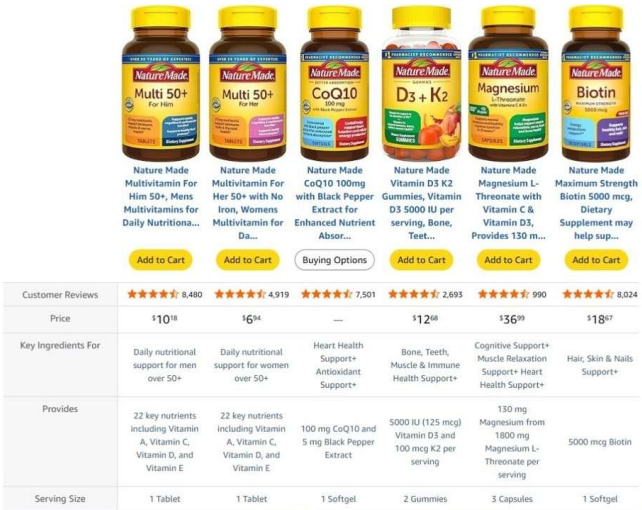
M03 | 일상 루틴 배너



짧은 문장으로 건강한 나이 듦과 일상 루틴을 연결합니다.

적용 관점 앞서 설명한 제품의 의미를 정리하는 쉼표로 쓰고 같은 메시지를 과하게 반복하지 마세요.

M04 | 브랜드 내 다양한 제품



멀티비타민·CoQ10·미네랄 등 다른 종류의 상품을 비교합니다. 콜라겐만의 비교표는 아닙니다.

적용 관점 관련 카테고리 확장인지 직접 대체품 비교인지 목적을 먼저 정하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08FNKSPD2

Nature Made Collagen Gummies / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 연혁과 추천의 신뢰



50년 이상 전문성과 약사 추천 브랜드 문구, 조사 관련 각주를 제시합니다.

적용 관점 브랜드 수준의 추천을 개별 콜라겐 효능 증명으로 해석하지 말고 조사 대상·연도를 확인하세요.

M06 | 생애 단계별 브랜드 탐색



인물 사진과 다양한 보충제 카드, 브랜드 스토어 탐색을 제시합니다.

적용 관점 자사 제품군이 넓다면 연령·상황별 탐색을 돕되 현재 상품의 사용 대상을 명확히 하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B08FNKSPD2

기존·이번 브랜드 중복 제외 5번 / 원래 일반 노출 10번째 / B07BL69CD2

Orgain Collagen Peptides 20g

단일 원료와 실제 활용법을 연결하는 파우더



이 사례의 설계

초록색 용기와 숫자 20g를 반복하면서 성분표·원료·침전·사용 장면을 설명합니다. Premium A+에서는 레시피, FAQ, 다른 단백질 제품과의 조합, 콜라겐 라인업을 확장합니다.

리스팅 이미지 8장
Premium A+ / 브랜드 포함 8개 영역
아래쪽 출처에서 상품 원문으로 이동합니다.

먼저 가져갈 관점

- 2스쿱 20g와 한 통 약 22회분을 함께 설명합니다.
- 침전에 따른 빈 공간을 그림으로 먼저 알려줍니다.
- 단순한 원료의 설명은 사용 장면·레시피·선택 안내로 깊이를 더합니다.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07BL69CD2

 원본 저작권은 각 권리자에게 있습니다.

Orgain Collagen Peptides 20g / 이미지 1~4

리스팅 이미지 분석



01 메인: 단일 제품의 정체성

초록색 뚜껑·검정 용기에 Unflavored·20g·16oz를 크게 표시합니다.

적용 맛·형태·내용량·1회분을 빠르게 구별할 수 있는 위계를 만드세요.



02 성분표와 아미노산

2스쿱 20g, 약 22회분·콜라겐 20g·단백질 18g를 적고 소 유래 원료와 아미노산 표를 제공합니다.

적용 총 원료와 단백질 표시는 같은 값이 아닙니다. 각각의 기준을 유지하세요.



03 콜라겐 라인업 비교

다섯 상품을 원료·유형·추가 성분·함량으로 비교합니다. Marine은 12g, 다른 열은 20g입니다.

적용 현 상품과 다른 원료·배합을 구분하고 총량 숫자만으로 우열을 만들지 마세요.



04 침전과 내용량 안내

충전 시점과 침전 후의 높이를 그림으로 나누고 약 22회분을 표시합니다.

적용 빈 공간을 결품으로 느끼기 쉬운 상품이라면 중량 기준과 자연스러운 변화를 설명하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07BL69CD2

Orgain Collagen Peptides 20g / 이미지 5~8

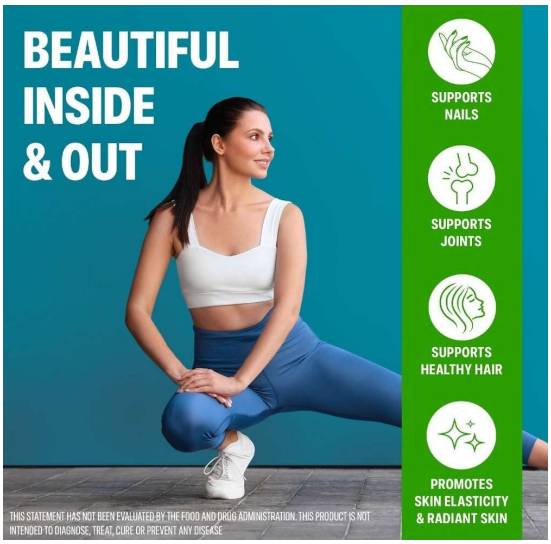
리스팅 이미지 분석



05 아이스커피 사용 장면

음료를 젓는 손과 20g·목초 사육 관련 문구, 품질 아이콘을 모읍니다.

적용 성분 설명이 실제 사용 장면으로 이어지게 하고 원료 표시는 근거에 맞추세요.



06 활동과 관심사

운동하는 인물과 모발·피부·손톱·관절 관련 아이콘을 결합합니다.

적용 특정 상황 사진이 그 결과를 보장하는 것처럼 보이지 않는지 검토하세요.



07 여러 활용 방법

머그에 넣는 사진 아래에 젓기·블렌딩·혼합·베이킹 아이콘을 제시합니다.

적용 한 제품의 사용 방법을 늘려 보여주되 각 사용량과 혼합 조건은 정확히 안내하세요.



08 브랜드 품질 기준

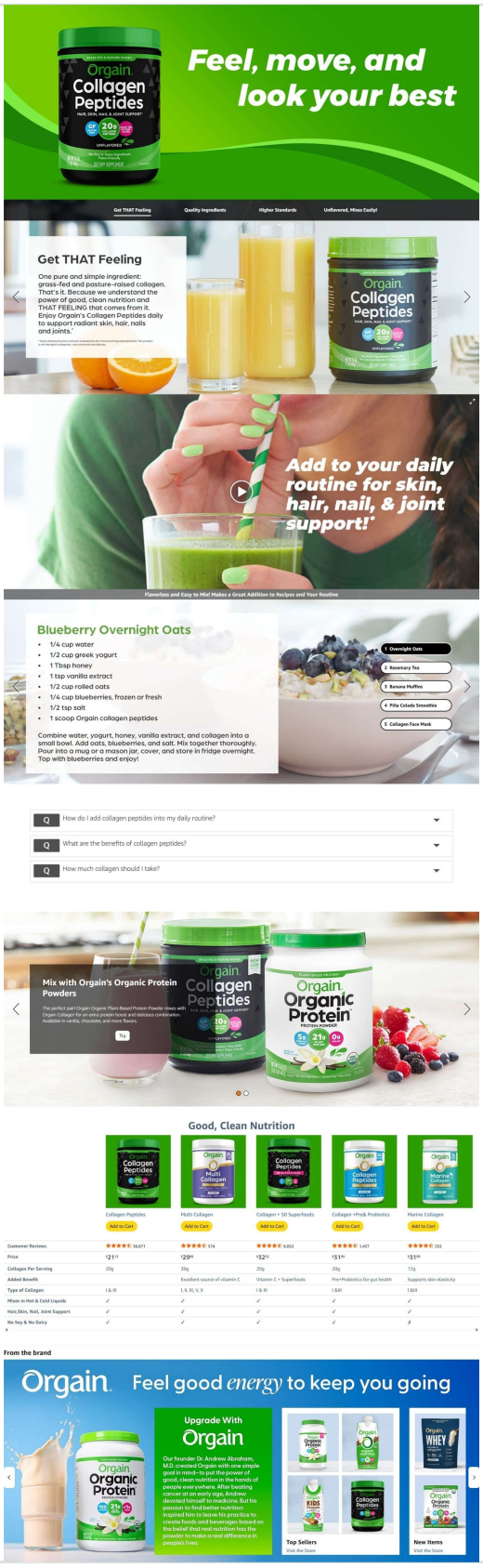
야외 인물 사진과 콩·유제품·첨가당·인공 성분 관련 문구를 정리합니다.

적용 무첨가·원료 기준과 기업 인증은 다른 정보입니다. 아이콘의 대상을 구분하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07BL69CD2

Orgain Collagen Peptides 20g / 전체 흐름을 먼저 보세요

A+ 콘텐츠 풀샷



모듈 순서

M01 | 제품과 짧은 브랜드 약속

M02 | 단일 원료의 선택 이유

M03 | 사용 장면의 영상 포스터

M04 | 레시피 캐러셀

M05 | 구매 전 질문 세 가지

M06 | 단백질 제품과의 조합

M07 | 콜라겐 제품 선택표

M08 | 브랜드 전체로 확장

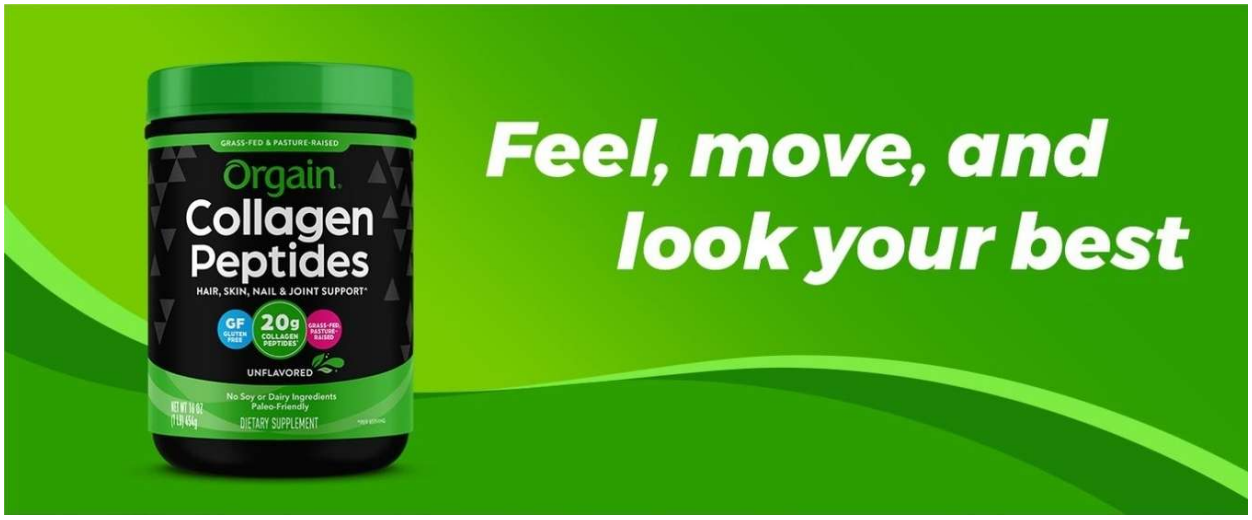
캡처 시 표시된 화면의 순서입니다. 다음 장에서 모듈을 확대해 읽어보세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07BL69CD2

Orgain Collagen Peptides 20g / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

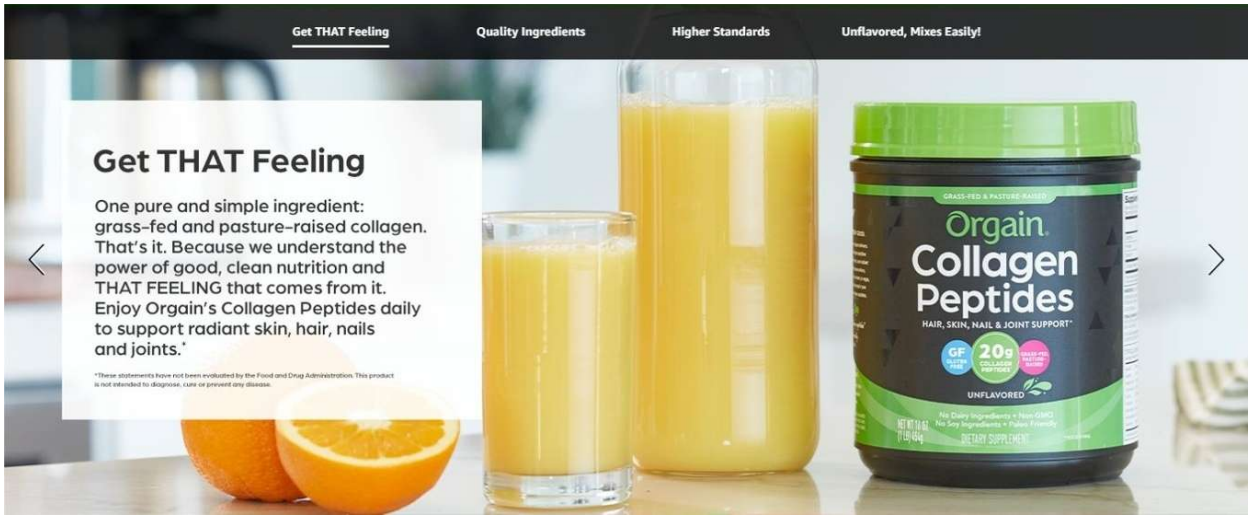
M01 | 제품과 짧은 브랜드 약속



초록 배경에 제품과 feel·move·look이라는 세 단어를 크게 제시합니다.

적용 관점 첫 화면에서 제품과 사용 맥락을 남기고 구체적인 설명을 다음에 배치하세요.

M02 | 단일 원료의 선택 이유



네 탭의 첫 화면에서 단일 원료와 사용 상황을 설명합니다.

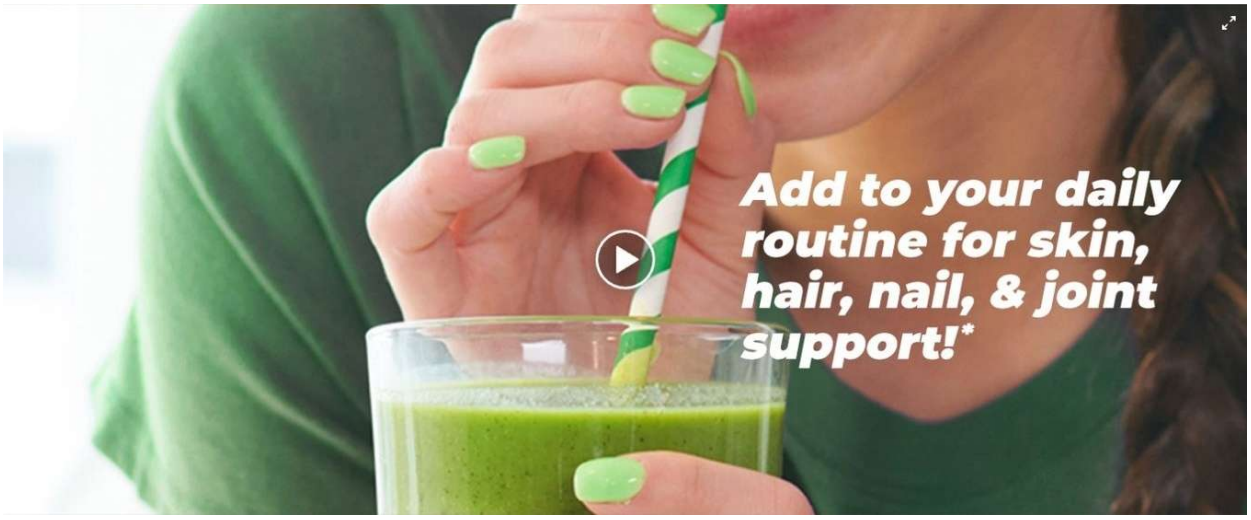
적용 관점 간단한 배합은 복잡한 전문어보다 원료·맛·혼합성 등 실제 질문으로 설명하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07BL69CD2

Orgain Collagen Peptides 20g / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M03 | 사용 장면의 영상 포스터



스무디를 마시는 장면과 일상 루틴 관련 문구에 재생 버튼을 둡니다.

적용 관점 영상이 재생되지 않아도 사용법과 제품의 맥락이 전달되는 포스터를 만드세요.

M04 | 레시피 캐러셀



오버나이트 오트 등 다섯 메뉴를 둡니다. 첫 화면은 재료·순서와 1스쿱 레시피입니다.

적용 관점 레시피의 1스쿱과 성분표의 2스쿱 1회분을 구분해 오해를 줄이세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07BL69CD2

Orgain Collagen Peptides 20g / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M05 | 구매 전 질문 세 가지



일상에 넣는 방법·기대 효익·섭취량 질문을 접이식 FAQ로 제공합니다. 캡처는 접힌 상태입니다.

적용 관점 고객 문의에서 반복되는 질문을 골라 사용법과 제공량의 기준을 일관되게 설명하세요.

M06 | 단백질 제품과의 조합



식물성 단백질 제품과 함께 보여주며 혼합 제안을 합니다. 다른 상품의 구매 경로도 연결합니다.

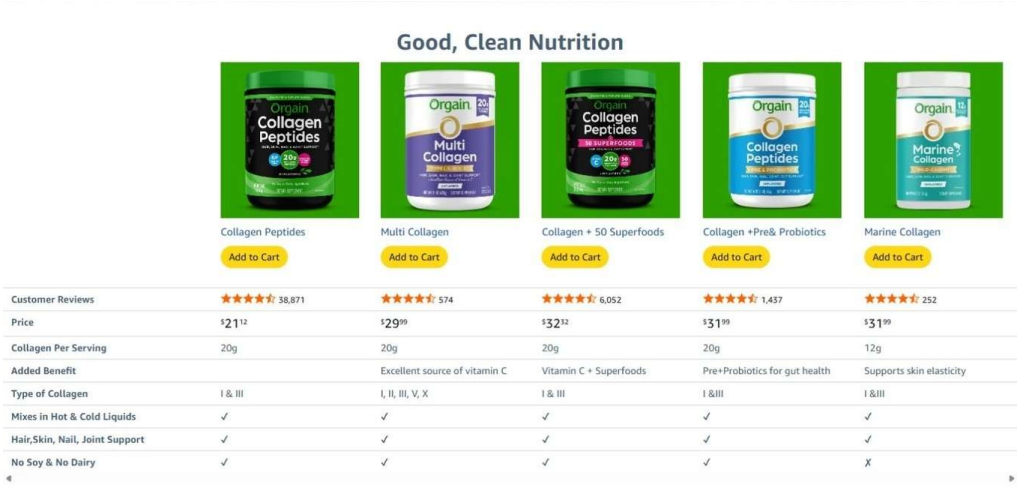
적용 관점 현재 제품이 식물성인 것처럼 혼동되지 않게 각각의 원료와 별도 상품임을 표시하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07BL69CD2

Orgain Collagen Peptides 20g / 흐름과 설득 역할

A+ 모듈별 분석

M07 | 콜라겐 제품 선택표



원료·유형·함량·추가 배합·혼합 용도를 표로 비교합니다.

적용 관점 고객의 실제 선택 기준을 열로 만들고 다른 제품 열의 성분을 현 상품에 섞지 마세요.

M08 | 브랜드 전체로 확장



브랜드 소개와 베스트셀러·신제품 카드로 마무리합니다.

적용 관점 상품의 정보 흐름이 끝난 뒤 더 넓은 탐색을 제공하고 기업 철학과 개별 제품 근거를 구별하세요.

출처: https://www.amazon.com/dp/B07BL69CD2

블프 · 사이버먼데이 · 12월 쇼핑 시즌 적용

4분기 리스팅을 손볼 때의 우선순위

01 할인보다 먼저, 무엇을 사는지 명확하게

첫 이미지와 성분·구성 이미지에서 제품 형태, 실제 포함 수량, 1회 사용량을 바로 이해할 수 있게 만드세요. 할인받아 사는 고객에게도 잘못된 기대는 구매 후 문제로 남습니다.

02 무엇의 함량인지, 기준을 먼저 밝히기

파우더·캡슐·정제·구미의 숫자만으로 효익을 비교하지 마세요. 스푼·캡슐·정·구미당 함량과 1회 제공량을 나누고 총 사용 횟수도 확인합니다. 콜라겐과 단백질, 복합 배합과 개별 원료를 같은 말로 요약하지 않습니다.

03 품질 근거와 생활 장면을 분리하기

시험·성분·제조를 설명하는 이미지와 크기·맛·혼합법·일상 장면을 보여주는 이미지를 나눠보세요. 큰 정제, 통의 빈 공간, 포장 변경처럼 구매 후 질문이 생길 부분도 정확한 사진과 안내로 설명합니다.

04 A+는 갤러리의 확대 복사에서 한 걸음 더

갤러리에서 관심을 가진 고객에게 A+는 이유, 사용법, 자주 묻는 질문, 라인업 차이를 순서대로 설명할 수 있습니다. 첫 화면과 캐러셀의 기본 화면만 보아도 핵심이 남는지 확인합니다.

05 바꿀 항목 하나와 확인할 지표 하나

새 이미지의 목적을 정하세요. 클릭 유도, 함량 이해, 사용량 확인, 옵션 혼동 해소처럼 질문 하나에 집중합니다. 적용 전후 비교에서는 광고, 가격, 할인, 재고와 유입 변화도 함께 기록하세요.

셀러가 직접 작성하는 점검 페이지

제작 브리프: 다음 촬영·디자인 전에

고객이 가장 먼저 알아야 할 한 가지

내 상품의 제품 종류, 포함 수량, 사용 대상은 무엇인가요?

구매를 망설이게 하는 질문 세 가지

성분·사이즈·호환·사용법·품질 중 무엇을 먼저 설명해야 하나요?

보여줄 수 있는 실제 근거

내 제품에 적용되는 시험 자료, 인증 범위, 실제 사용 장면을 적어보세요.

갤러리의 순서

메인 → 핵심 가치 → 사양·성분 → 사용법 → 품질 → 비교·FAQ

A+의 순서

브랜드 약속 → 고객 상황 → 제품의 이유 → 사용 과정 → 질문 해소 → 라인업

이번에 바꿀 항목과 검토 날짜

제작 담당자, 바꿀 이미지, 확인할 지표와 비교 조건을 정해보세요.

REFERENCE NOTES / 실제 화면·공식 정보 확인 2026.10.23

공식 출처 · 실제 화면의 확인 기준

[C0] Seller Central · Manage Your Experiments

실제 메뉴·실험 유형·상품 선택·기간·자동 게시·이미지·A+ 화면 조회

https://sellercentral.amazon.com/experiments/dashboard

[C1] Seller Central · Manage Your Experiments 도움말

브랜드·트래픽·콘텐츠 게시·ASIN당 동시 실험 자격

https://sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/GVP453K5XRBJS7Y9

[C2] Seller Central · Experiments FAQ

B 승인·ASIN 일치·검증 실패·중간 결과·집계 지연

https://sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/G9FCELUZGHBD9C7H

[C3] Seller Central · Create a listing experiment

실험 준비·생성 절차와 콘텐츠 설정

https://sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/GYZYA77YZTWTF7YZ

[C4] Seller Central · Experiment results

완료된 실험의 결과 지표·적용 방법

https://sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/GY6DCFA53HYDH79H

[P1] Seller Central · Text, logo, graphics, and watermarks

메인 이미지의 추가 텍스트·로고·그래픽 정책

https://sellercentral.amazon.com/gp/help/external/GB6V3RU3M5XG24GC

실제 캡처는 메뉴·상품 적격·설정과 A/B 준비 화면입니다. 계정명·상품명·ASIN·제품 이미지는 가림 처리했으며 화면의 설정값을 만들어 바꾸지 않았습니다. 일부는 읽기 쉽도록 필요한 영역만 잘랐습니다. 실험 예약·업로드·게시 작업은 하지 않았습니다.

미국 Amazon.com의 촬영 계정 화면이며, 화면 전환·언어·마켓플레이스·권한·기능 도입 시점에 따라 독자의 메뉴가 다를 수 있습니다.

REFERENCE NOTES / 실제 화면·공식 정보 확인 2026.10.23

추가 출처 · 계산과 이미지의 범위

[A1] Amazon · Manage Your Experiments

판매 계정·브랜드 역할·기능·권장 기간

https://sell.amazon.com/tools/manage-your-experiments

[A2] Amazon · Optimize product content with A/B testing

실험 생성·결과 확인·승리 콘텐츠 게시

https://sell.amazon.com/blog/manage-your-experiments

[A4] Amazon · How to A/B test your products

가설·변수·외부 조건과 결과 기록

https://sell.amazon.com/blog/amazon-split-test

[S1] 셀러킹덤 · 자료실과 소개

기존 이북 시리즈의 표지 스타일·커뮤니티 활동

https://www.sellerkingdom.com/korean-global-seller-blogs-l-sellerkingdom

[S2] 셀러킹덤 · 1:1 인큐베이팅

대상·진행 방식·비용·해지 조건

https://www.sellerkingdom.com/amazon-seller-incubating

[S3] 셀러킹덤 · 실제 신청서

참여 검토 신청 경로

https://www.sellerkingdom.com/incubating-application

4쪽은 사용자 제공 결과 이미지의 숫자를 재생성한 가상 예시입니다. 70%·30% 확률은 설명용이며 아마존 통계 모델을 재현한 값이 아닙니다. 5~6쪽은 월 광고 클릭 10,000회·CPC $1.20·객단가 $59·CVR 10%/11%를 가정한 계산입니다.

3개월=90일, 1년=12개월(360일) 단순 누적이며 복리가 아닙니다. 놓친 매출 기회는 순손실·순이익과 다릅니다. 상품 이미지·브랜드 표현의 권리는 각 권리자에게 있으며 자사 사실과 근거로 새 소재를 설계하세요. 표지는 자료실 시리즈를 참고해 AI 이미지 생성 도구로 새로 제작했습니다.

SELLER KINGDOM / 한국 아마존 셀러들의 경험을 잇습니다

셀러킹덤과 함께, 다음 실행으로

셀러킹덤은 아마존 판매를 직접 경험한 한국 셀러들이 제품 선정·광고·운영의 판단과 시행착오를 나누는 커뮤니티입니다. 실전 자료와 인터뷰로 배우고, 커뮤니티에서 질문과 경험을 이어가세요.



2026 아마존 Prime Day 한국 행사에서 발표하는 보표 / 셀러킹덤 공식 홈페이지 이미지

보표의 유튜브에서 실전 경험을 이어가세요



아마존 셀러 보표의 생존기 · @amzbopyo / 사용자 제공 채널 화면

보표 유튜브 채널 바로가기 →

youtube.com/@amzbopyo

셀러킹덤 둘러보기 →

[S1] 셀러킹덤 소개 [S0] 공식 홈페이지 [Y1] 보표 유튜브

SELLER KINGDOM / 소개와 참여 검토 신청

내 상품에 적용하는 1:1 인큐베이팅

보표와 실제 제품·계정·데이터를 보고, 다음 실행을 정합니다.

런칭을 준비하는 셀러, 판매 중인 상품을 개선하려는 셀러, 브랜드의 아마존 담당자를 위한 개별 코칭입니다. 제품 선정·런칭·리스팅·광고를 현재 단계에 맞춰 검토하고 다음 미팅에서 실행 결과를 확인합니다.

월 $300 · 월 4회 1:1 Zoom

회당 약 1시간 · 월 단위 운영
주간 실행 과제·결과 점검 · 실행 카드와 월간 요약

01 현재 상황을 남깁니다

이름·이메일·판매 단계·제품 또는 관심 카테고리·가장 큰 고민을 신청서에 적습니다.

02 적합성과 일정을 확인합니다

신청은 참여 검토 요청입니다. 이메일 안내를 받고 조건 확인 후 결제·미팅 일정을 정합니다.

03 미팅 사이에 실행합니다

필요한 자료를 준비하고 합의한 과제를 실행한 뒤, 다음 미팅에서 결과와 다음 행동을 확인합니다.

1:1 인큐베이팅 신청하기 →

sellerkingdom.com/incubating-application

책에서 인상 깊었던 사례와 바꿔보고 싶은 이미지 한 가지를 함께 정리해보세요.

2026.10.22 웹사이트 안내 기준입니다. 최신 조건은 안내 페이지에서 확인하세요. 해지는 다음 결제일 최소 14일 전 요청하며, 운영·디자인 대행의 포함 여부는 별도 확인합니다. 매출·출시 시점은 보장하지 않습니다.

[S2] 프로그램·최신 조건 [S3] 실제 신청서