



퍼포먼스에 대한 고객 서비스의 중요성

제3 장

아마존 셀러는 어느 정도 상품 및 서비스에 관한 전 세계 고객의 다양한 문의와 지원을 처리해야 하기 때문에, 아마존은 고객 서비스 경험이 향상될 수 있도록 아마존의 고객 서비스 경험을 바탕으로 셀러를 지원합니다.

3. 부정적 리뷰의 효과적 처리 방법

본 장을 통해 아마존 리뷰(Amazon Review)와 아마존 피드백(Amazon Feedback)의 정의와 이 두 가지의 차이점, 긍정적인 평가를 받을 수 있는 실전 기술을 이해할 수 있습니다.

3.1	<u>아마존 리뷰와 피드백의 정의 및 차이</u>	3
3.2	<u>리뷰와 피드백의 중요성</u>	5
3.3	<u>리뷰와 피드백 계산 방법</u>	6
3.4	<u>리뷰와 피드백이 주문 처리에 도움이 되게 하는 방법</u>	8
3.5	<u>사실적인 리뷰와 피드백을 얻는 방법</u>	9
3.6	<u>리뷰와 피드백에 대해 잘못 인식하는 부분</u>	9

본 학습 자료는 총 5장으로 구성됩니다. 다른 장을 학습하려면 관련 내용 보기 페이지의 탐색 가이드를 참고하여 학습하려는 내용을 찾아보십시오.

3.1 아마존 리뷰와 피드백의 정의 및 차이

아마존의 피드백과 아마존의 리뷰는 매우 유사해 보이므로, 두 가지 모두 종종 상품에 대한 리뷰로 오인되곤 합니다. 하지만 이 두 가지 사이에는 차이가 있으며, 이러한 차이에 대한 이해는 셀러의 이익과 직결되기 때문에 매우 중요합니다.

3.1.1 아마존 리뷰 (Amazon Review)

아마존 리뷰라고 하는 상품에 대한 리뷰는 이미 판매된 상품에 적용되고, 구매자가 상품을 구매한 후 사용 느낌 등을 포함해 상품 자체에 대해 남기는 평가입니다. 남긴 리뷰는 아마존의 상품 상세 정보의 페이지에 표시되어 다른 구매자의 구매 결정에 어느 정도 영향을 미칩니다. 리뷰는 모든 구매자의 리뷰를 통합하여 일정한 평점을 주며, 만점은 별점 5점입니다.

Customer reviews
★★★★☆ 4.6 out of 5
244 global ratings

Star Rating	Percentage
5 star	69%
4 star	22%
3 star	5%
2 star	2%
1 star	1%

▼ How are ratings calculated?

By feature

Feature	Rating
Light weight	★★★★☆ 4.7
Thickness	★★★★☆ 4.6
Stretch	★★★★☆ 3.9

Review this product
Share your thoughts with other customers

Customer images

[See all customer images](#)

Filter reviews by

Top reviews from Japan
[Translate all reviews to English](#)

견본 참고
★★★★☆ Gshock 베이シック라인의定番になりうる商品
Verified Purchase
ベーシックなGshockのアナログ版の類になりうるモデルだと思います。デジタルならDW-5600、アナログならこのモデルを選べば良いと思います。必要最低限の機能で大きさも手頃、本体も薄くとても扱いやすいです。八角形のボディもスポーティーで良い。スタンダードラインでずっと残して欲しい1本です。
23 people found this helpful

[Translate review to English](#)

★★★★☆ イメージ通りでした
Verified Purchase
デザインが良いです。ガシガシ普段使えます。ソーラーならなお良かったのにー
13 people found this helpful

[Translate review to English](#)

Product Image:
★★★★☆ 78

3.1.2 아마존 피드백 (Amazon Feedback)

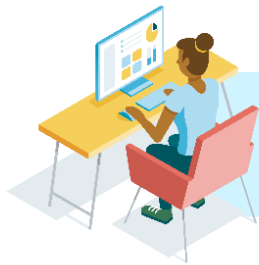
셀러 및 스토어 자체에 대한 피드백을 아마존 피드백이라고 합니다. 여기에는 상품 품질, 고객 서비스 품질, 물류 속도 등의 요소가 포함될 수 있습니다. 피드백은 스토어에 미치는 영향에 나타나며, 셀러 계정 평가에 대한 하나의 심사 지표 입니다. 구매자는 셀러 스토어 페이지에 진입하기만 하면 해당 스토어의 피드백 현황을 볼 수 있습니다.

The screenshot displays the Amazon Feedback interface. At the top, there are navigation tabs: Feedback, Returns & Refunds, Shipping, Policies, Help, Gift Wrap, and Products. The main content area shows a list of customer reviews on the left and a summary table on the right. The reviews include star ratings and text comments. The summary table provides a breakdown of feedback sentiment over different time periods.

	30 days	90 days	12 months	Lifetime
Positive	100%	98%	99%	100%
Neutral	0%	2%	1%	0%
Negative	0%	0%	0%	0%
Count	27	59	353	2,075

3.2 리뷰와 피드백의 중요성

셀러는 리뷰(Review)와 피드백(Feedback)을 통해 고객의 이번 쇼핑 경험을 이해하여 셀러가 개선할 아이디어를 찾을 수 있고, 동시에 이 스토어의 상품 구매를 원하는 고객에게 참고 정보를 제공할 수 있습니다. 90% 이상의 아마존 소비자는 구매 이전에 아마존 리뷰와 피드백의 평점을 참고합니다. 또 아마존 별점 5점 긍정 평가는 구매자의 구매 결정에 분명한 영향을 미칩니다.



구매자는 현지 기업의 온라인 상품 리뷰를 검색합니다.



구매자는 온라인 상품의 리뷰를 신뢰합니다.



긍정적인 상품 리뷰는 기업에 대한 구매자의 신뢰에 영향을 미칩니다.

긍정적인 리뷰는 구매자가 다른 대체품을 포기하고 귀하의 상품을 선택하도록 설득할 수 있습니다.



연구에 따르면 입소문이 모든 마케팅 도구 중에서 가장 큰 영향력을 발휘합니다. 소비자는 다른 사람의 의견 및 느낌에 귀를 기울이고, 다른 사람의 의견을 참고하여 자신의 선택을 내립니다. 대부분의 사람들이 꼭 사야 해 라고 말하는 것을 보거나 듣는다면, 이러한 의견에 신뢰를 가지게 될 것입니다.

3.3 리뷰와 피드백 계산 방법

리뷰 또는 피드백은 모든 평점의 산술적 평균값(합계의 평균)으로 보이지만, 사실 아마존은 각 리뷰에 가중치를 부여하는 알고리즘을 사용하며, 마지막으로 페이지에 최종적으로 나타나는 평점은 모든 리뷰의 가중 평균입니다. 셀러가 부정적 리뷰를 받아서 상품 평점이 4.8에서 4점으로 떨어질 때가 있습니다. 이는 각 리뷰의 가중치가 다르기 때문이므로, **다음의 기준을 참고해 리뷰의 가중치를 확인할 수 있습니다.**

- 리뷰 가중치 기준 주의사항 - 1

명칭	가중치 수준	예시
“이미 구매한 상품”에 대한 리뷰입니까? (Verified Purchase Review)	높음	이 리뷰는 “이미 구매한” 리뷰에 속합니다, 상품 주문이 완료된 후 생성된 평가입니다. 이 평가는 해당 가중치를 갖고 셀러의 퍼포먼스에 확실한 영향을 미칩니다.
	낮음	이 평가는 “이미 구매한” 리뷰에 속하지 않습니다. 고객은 결제를 하지 않아도 상품에 대한 평가, 즉 직접 평가를 할 수 있습니다. 직접 평가는 셀러의 퍼포먼스에 영향을 미치지 않고 상품 참고용으로만 사용됩니다.
리뷰 구매자의 품질 및 진정성	높음	진정성이 충분한 리뷰입니다. 리뷰를 자주 남기는 구매자이고, 남긴 리뷰의 피드백 실용성이 매우 높습니다. 즉 실질적인 구매자라고 판단할 수 있습니다. 따라서 다른 상품에 리뷰를 남긴 경우, 그 리뷰 역시 높은 가중치를 가지게 됩니다.
	낮음	리뷰가 가짜 리뷰입니다. 일부 셀러가 시도하는 불법 리뷰는 일반적으로 소프트웨어에 의해 대량 작업되는 것이기 때문에, 계정 자체에 진실성이 부족합니다. 이러한 의심스러운 리뷰는 감지되어 최저 가중치가 주어집니다.

• 리뷰 가중치 기준 주의사항 - 2

명칭	가중치 수준	예시
리뷰 또는 피드백이 존재하는 시간	높음	이 리뷰는 오래 전에 게시되었습니다.. 리뷰 평가의 게시 시간은 조작될 수 없습니다. 수년 동안 홈에 게시된 리뷰는, 경과한 시간이 그 내용과 품질의 증거이기 때문에, 높은 가중치가 부여됩니다.
	낮음	이 리뷰는 게시된 기간이 짧습니다. 리뷰 또는 피드백의 게시 기간이 짧다는 것은 상품 구매 또는 사용 시간이 길지 않음을 의미하기 때문에, 그 평가 피드백의 정확성, 진실성이 검증되어야 하므로 일시적으로 낮은 가중치가 부여됩니다.
리뷰 또는 피드백의 풍부성	높음	리뷰 내용이 풍부하고 상세합니다. 베스트셀러 리스트의 리뷰를 참조하면, 고품질 리뷰는 종종 사용 경험, 느낌, 상품 이미지와 사용 동영상 등의 상세한 설명을 함께 제공합니다. 이러한 내용은 구매자에게 큰 참고 가치와 도움을 줄 수 있습니다.
	낮음	리뷰 내용이 간략합니다. 간략한 리뷰 피드백은 상품의 품질 및 성능이 잘 나타날 수 없고, 다른 사람에게 충분한 참고가 될 수 없습니다. 일반적인 유형은 별점 리뷰 또는 피드백만 제공됩니다.

3.4 리뷰와 피드백이 주문 처리에 도움이 되도록 하는 방법



아마존 A+ 알고리즘 정렬 개선 :

A+ 알고리즘은 아마존이 상품의 이미지, 설명, 페이지 상세 내용 및 상품 리뷰 등에 대한 계산을 종합해서 상품 목록의 상품 순위와 위치를 결정하는 포괄적인 알고리즘입니다. 유효한 리뷰와 피드백이 증가하면 상품의 전환율, 조회 수 및 판매량이 증가합니다.



소비자의 피드백을 통해 기존 상품 개선 :

구매자가 제공한 상세 설명에 기반하여 회사 또는 생산 업체가 상품 개선이나 신상품 개발에 도움이 될 수 있는 잠재적 기회 또는 문제를 발견할 수 있습니다.



상품 준비 계획 평가:

상품이 지속적으로 받는 긍정 평가는 트렌드를 판단할 수 있는 보조적인 지표가 될 수 있으며, 앞으로 인기 상품이 될 가능성이 있음을 나타냅니다.



구매자 만족도 평가 :

신뢰성 있는 리뷰와 피드백을 많이 받을 수록 상품에 대한 구매자의 만족도를 직관적으로 이해할 수 있습니다.



브랜드 구축 :

상품 스토어를 정성껏 운영하면, 많은 리뷰와 피드백으로 인한 긍정적 평판이 생산 확대와 브랜드 구축을 향한 첫 걸음으로 이어질 수 있습니다.

3.5 사실적인 리뷰와 피드백을 얻는 방법



완벽한 고객 경험 제공

대부분의 부정적인 상품 리뷰는 종종 나쁜 상품 경험에서 비롯됩니다. 정직하게 판매하는 상품 정보를 직시하고, 최대한 명확한 정보를 제공해서 불필요한 오해나 잘못된 기대감을 방지해야 합니다.

판매 후 정보 추적 및 피드백 요청

고객의 구매가 이루어지면 아마존은 시스템 자동 발송 이메일을 통해 고객의 피드백을 요청합니다. 특히 스토어 설립 초기인 경우, 적극적으로 고객의 리뷰와 피드백을 요청해야 합니다.



3.6 리뷰와 피드백에 대한 잘못된 인식

01 구매자 메시지에 대해 너무 느린 응답 속도:

아마존은 24시간 이내에 구매자의 메시지에 응답하도록 하지만, 외출 등의 이유로 인해 응답이 지연되기 쉽습니다. 셀러는 구매자의 문제나 불만을 즉시 확인하고 답변할 수 있도록 스토어 알림 옵션을 변경할 수 있습니다.

02 “no response needed”로 표시되지 않은 메시지 :

종종 답변할 필요가 없는 메시지를 받을 때가 있습니다. 이러한 경우에는 아마존이 셀러가 해당 고객에게 응답하지 않은 것으로 인식하지 않도록 메시지에 표시를 해야 합니다.

03 구매자의 리뷰를 적극적으로 요청하지 않는 것 :

앞에서 언급했듯이, 모든 아마존 셀러는 스토어가 더 빨리 성장하는 데 도움이 되도록 피드백 관리에 주문 처리 시간을 투자해야 합니다.

04 아마존의 부정적 리뷰를 처리하지 않는 것 :

인터넷 플랫폼에서 판매되는 모든 상품은 부정적 리뷰를 피할 수 없습니다. 하나의 상품이 모든 소비자의 마음에 들 수는 없습니다. 만약 부정적 리뷰가 아마존의 리뷰 규칙을 위반했다고 생각되는 경우, 아마존에 이의를 제기하여 제거할 수 있습니다. 그러나 구매자의 부정 리뷰는 귀하의 실제 주문 처리 상황에 확실히 반영되므로, 상대방에게 진심으로 사과하고 개선하는 것이 좋습니다.

05 소비자와 소통하기에 가장 좋은 시간을 놓치는 것 :

부정적 리뷰에 충분한 관심을 기울이지 않았을 때, 아마존에 60일 이상 게시된 리뷰와 피드백의 수정은 허용되지 않습니다.



주의

퍼포먼스나 해결하기 어려운 문제와 관계 없이 이 방면을 위해 노력하는 궁극적인 목표는 단 하나, 바로 더 완벽하고 더 우수한 고객 서비스를 제공하기 위한 것입니다. 다음에 이어지는 내용에는 이미 보았던 내용을 종합하고 실질적인 사례를 통해 실제로 고객 서비스를 개선하기 위한 방법을 학습해 보도록 하겠습니다.

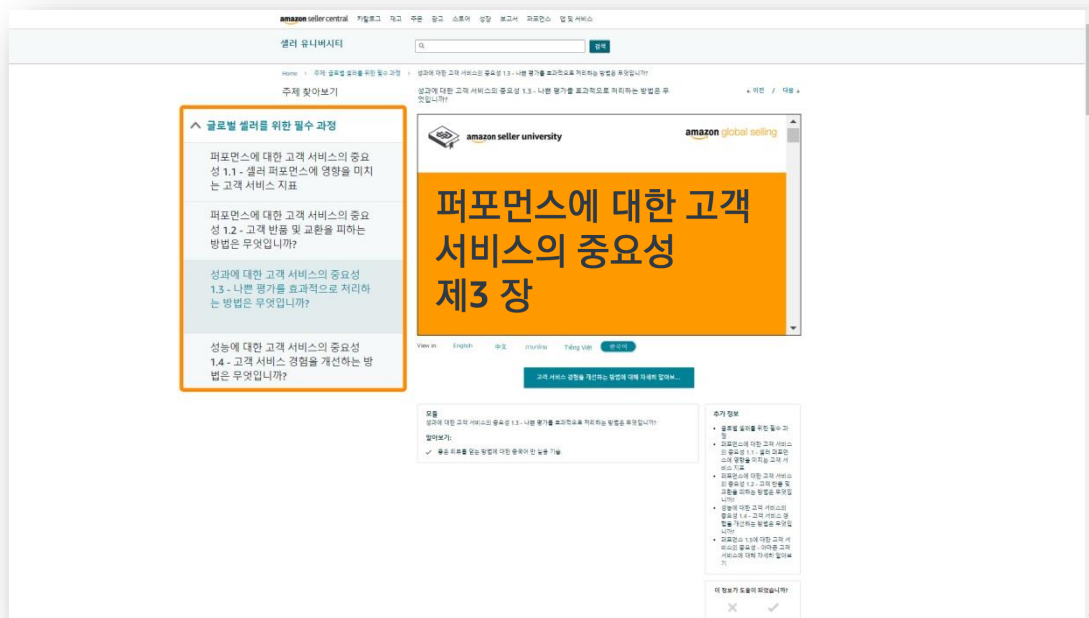
관련 내용 보기

퍼포먼스에 대한 고객 서비스의 중요성

- 셀러 퍼포먼스에 영향을 미치는 고객 서비스 지표
- 고객 반품 및 교환 방지 방법
- 부정적 리뷰의 효과적 처리 방법
- 고객 서비스 경험 향상 방법
- 아마존 고객 서비스(CSBA) 이해하기

교육 경로 찾기: 아마존 셀러 플랫폼 > 퍼포먼스 > 셀러 유니버시티 > 교육과정 명칭 검색

빠른 링크: 아마존 셀러 유니버시티 북미 마켓플레이스, 유럽 마켓플레이스, 일본 마켓플레이스



더 많은 아마존 고객 서비스 관련 내용 학습하기 :

- 더 효과적인 계정 퍼포먼스 개선 "셀러 퍼포먼스에 영향을 미치는 고객 서비스 지표" 검색
- 고객의 반품 및 교환 문제를 적절하게 처리하는 방법 "고객의 반품 및 교환 방지 방법"
- 고객 경험 향상 및 주문 처리 효과에 대한 더 많은 기술 학습을 원하십니까? "고객 서비스 경험 향상 방법" 검색
- 아마존 고객 서비스 지원을 통한 스토어의 전면적 개선 방법 "아마존 고객 서비스(CSBA) 이해하기" 검색

학습 피드백

관련 내용이 도움이 되셨다면 페이지 오른쪽 하단의 "✓"를 눌러 저희에게 알려주십시오.
감사합니다!

The screenshot shows the Amazon Seller University interface. The main content area is titled '퍼포먼스에 대한 고객 서비스의 중요성 제3 장' (Importance of Customer Service for Performance, Chapter 3). A sidebar on the left lists various topics under '주제: 글로벌 셀러를 위한 필수 과정' (Topic: Essential Process for Global Sellers). Two feedback popups are overlaid on the page. The first popup, located on the right side, asks '이 정보가 도움이 되었습니까?' (Was this information helpful?) and features a green checkmark icon. The second popup, located at the bottom right, also asks '이 정보가 도움이 되었습니까?' and features a green checkmark icon. The page header includes the Amazon Seller Central logo and navigation links.