



퍼포먼스에 대한 고객 서비스의 중요성

제4 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.

4. 고객 서비스 경험 향상 방법

본 장에서는 고객 서비스 경험 측정 방법을 이해하는 데 도움이 될 몇 가지 사례를 소개합니다. 본 장의 학습을 통해, 실제 서비스에서 어떤 기술이 고객 서비스 경험과 주문 처리 효과를 향상시키는지 이해할 수 있습니다.

4.1	<u>해외 고객 서비스 경험 사례 공유</u>		3
4.2	<u>고객서비스를 파악하는 기본 도구</u>		7

본 학습 자료는 총 5개의 장으로 이루어져 있습니다 다른 장을 학습하려면 [관련 내용 보기 페이지](#)의 탐색 가이드를 참고하여 학습하려는 내용을 찾아보십시오.

4.1 해외 고객 서비스 경험 사례 공유

해외 고객 서비스 문제를 처리할 때는 다음의 몇 가지 내용에 주의해야 합니다.



대상 고객 지역의
문화적 차이 이해



고객과의 약속 중시



대상 고객 지역의
생활 방식 차이 이해

이어서 아마존은 전형적인 특징을 가진 해외 고객 서비스 경험 사례를 소개하겠습니다.

사례 1 : 성별 용어로 인한 문제



1 사건 배경

이 사례는 아마존 영어 고객 서비스에서 실제로 발생했던 사례입니다. 당시 고객 서비스는 채팅창을 통해 Clare라는 이름의 복미 고객에게 서비스를 제공하고 있었습니다.

2 사건 경과

고객의 이름이 여자 이름 같았기에 고객 서비스 상담원은 친절하게 이렇게 물었습니다.

Miss Clare, what can I do for you?



그러자 고객은 무척 화를 냈고 상담원은 영문을 알 수 없었습니다. 이 이유로 같은 분기 고객 서비스에 클레임이 제기되었습니다.



3 사건 결과

미국 사회에서는 LGBT(Lesbians 여자 동성애자, Gays 남자 동성애자, Bisexuals 양성애자, Transgender 트랜스젠더) 문제에 민감합니다. 고객 서비스 상담원은 무의식적인 성별 판단을 피하여 고객에게 불필요한 무례를 범하지 않도록 해야 합니다. 가장 간단하고 친절한 방식은 상대방을 이름으로 부르는 것입니다. 예: Hi Clare, what can I do for you?

지표에 미치는 영향

고객이 무례함을 느껴 불만을 제기했기 때문에 고객 서비스 평점(CSR)이 낮아집니다.



사례 2 : 고객과의 약속을 지키지 않아 발생한 문제



1 사건 배경

이 사례는 아마존 독일 고객 서비스에서 발생한 실제 사례입니다. 어느 날 독일의 한 아마존 고객이 배송 정보를 계속 조회할 수 없자 고객 서비스에 연락하여 그가 지난주에 주문한 상품의 배송 상태를 물어보았습니다.

2 사건 경과

독일 고객은 고객 서비스에 연락하여 그가 주문한 상품이 내일 도착해야 하는데 배송 정보를 조회할 수 없다고 말했습니다. 고객 서비스는 조회 후 이렇게 대답했습니다.

안녕하세요. 상품의 배송 상태는 배송사에 확인해야 하기 때문에 제가 확인한 후 오후 3시에 이메일로 배송 상태를 알려 드리겠습니다.



이메일을 4시 12분에 발송



약속한 시간에 이메일을 보내지도 않고, 나중에 보낸 이메일에는 상품이 내일 도착할 수 없다고 하더군요. 이 상황을 절대 용납할 수 없습니다!

결국 클레임이 제기되었으며, 고객 서비스는 그게 그렇게 심각한 일인가 하고 의아해 했습니다.

3 사건 결과



상품 배송 지연은 모든 국가의 고객에게 용납하기 어려운 일이지만 특히 독일 고객에게 약속 준수는 무엇보다 중요합니다. 독일인은 일처리가 엄격하고 모두 약속된 날짜와 일정표를 준수하기 때문에 약속한 이메일 회신 시간을 지키지 못한 서비스는 절대 용납할 수 없는 것입니다. 일정표 틀을 사용하여 독일 고객에게 약속한 사항을 잊는 일이 없도록 하십시오.

지표에 미치는 영향

고객이 고객 서비스 약속이 이행되지 않고 경험이 좋지 않아 불만을 제기했기 때문에, 고객 서비스 평점(CSR)이 낮아집니다.



사례 3 : 고객의 생활 방식을 이해하지 못해 발생한 문제



1 사건 배경

이 사례는 아마존 일본어 서비스에서 실제로 발생했던 사례입니다. 고객은 방역 기간에 사용할 대형 격리판을 구매하고 수령한 뒤 상품의 품질이 기대에 못 미치자 반품 환불을 요청했습니다.

2 사건 경과

고객은 고객 서비스에 연락하여 상품이 도착했지만 품질 문제로 인해 반품을 원한다고 말했습니다. 고객 서비스 상담원은 이렇게 대답했습니다:

정책에 따라 이 상품은 반품하실 필요가 없습니다. 선물로 드리겠습니다. 필요하지 않으면 버리셔도 됩니다.



고객은 화를 내며 이렇게 말했습니다:



내가 공짜 물건을 원하는 것 같나요? 문제가 있는 상품을 왜 내 돈을 내고 버려야 하죠?

고객 서비스는 상품을 무료로 증정한다는 데 왜 오히려 화를 내는지 알 수가 없었습니다.

3 사건 결과



일본에서는 가전제품과 기타 생활물품을 재활용하려면 재활용 회사에 처리 비용을 지불해야 합니다. 따라서 "버린다"는 것은 "돈을 지불해야 한다"는 것을 의미합니다. 따라서 반품 처리는 말투와 처리 과정에 매우 주의를 기울여야 합니다. 적절한 시점에 사과하는 화술도 필요합니다.

지표에 미치는 영향

고객의 실제 상황에 맞지 않는 잘못된 반품 처리로 인해 반품 불만족 결함률(RDR)이 상승하였기 때문에, 고객 서비스 평점(CSR)이 낮아집니다.



4.2 고객 서비스를 파악하는 기본 도구

위의 사례와 유사한 사건이 귀하 스토어의 고객 서비스 업무 중에도 발생한 적이 있습니까? 앞에서 언급한 바와 같이, 해외 시장을 이해하지 못하면 예상하지 못한 곳에서 생각하지 못한 어려움을 겪을 수 있기 때문에, 아마존은 고객 서비스 분야에 강력한 전문 역량을 보유하고 있습니다. 이어서 아마존의 일반적인 고객 서비스 기술과 도구에 대해 소개하겠습니다.

4.2.1 고객 요구사항 기록표

응답 시간을 개선할 또 하나의 비결은 바로 고객이 자주 하는 질문을 상세하게 기록하는 것입니다. 문제를 상세하게 기록하면 한편으로 아직 해결하지 못한 문제를 기억하는 데 도움이 될 뿐 아니라, 또 한편으로는 반복적으로 발생하는 문제에 대해 고객에게 표준화된 답변을 신속하게 제공할 수 있습니다. 다음은 기록표의 템플릿입니다.

NO.	상담 시간	주문 번호	배송 날짜	배송업 체	상품 코드	요구사 항 기록	해결 여부	첫 번째 사유	두 번째 사유	세 번째 사유

다음에서 실제 사례를 통해, 고객 요구사항 기록표에 대한 효과를 구체적으로 이해할 수 있습니다.

사례 1 : 고객 요구사항 기록표 사용



1 사건 배경

회사의 아마존 일본 계정을 담당하는 Mr. Lee는 매일 셀러 센트럴에 로그인하여 대량의 고객 문의를 처리하며 다양한 고객의 문의에 끊임없이 답변하고 있지만 많은 고객들이 클레임을 걸어 계정 사용이 일시 정지되었습니다.

2 사건 경과

Mr. Lee는 아마존의 고객 서비스에 대한 내용을 열심히 공부하여 고객의 문의와 문제를 세분화하여 분류 정리하고, 각 문제 유형별 응답 방식을 만들어 표준 서비스 절차와 소통 템플릿을 개선했습니다.

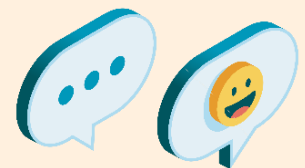


3 사건 결과

Mr. Lee는 고객 서비스 문제에 유연한 응답 방식을 채택하여 고객의 문제를 효과적으로 해결했습니다.

지표에 미치는 영향

계정의 주문 결함률(ODR)이 이전의 **0.8%**에서 **0.5%**로 감소했습니다.



4.2.2 문제 분류/솔루션 설계

위의 기록표 중에서 “사유 분류” 부분이 어찌면 장애가 될 수 있는데, 다음은 참고할 수 있는 사유 분류 방식입니다.



분류는 일반적으로 판매 이전 및 판매 이후 두 카테고리에서 출발할 수 있으며, 판매 이후는 반품 또는 환불, 잘못된 배송, 물류 배송 문제, 상품 품질 문제 등이 포함되는 최대 세 가지 단계로 나눌 수 있습니다. 구체적 분류는 업무 특성에 따라 결정되어야 합니다.

문제 분류 설계의 또 다른 장점은 매칭 솔루션을 구축하는 데 도움이 될 수 있다는 점입니다. 앞에서 언급했듯이, 기록표를 통해 고객이 즉시 해결되는지에 상관 없이 동일한 문제에 대해 반복적으로 요구사항을 제시했음을 알게 된 경우, 귀하는 응답 효율이 향상될 수 있도록 다음의 두 가지 답변 중에서 선택하여 고객에게 즉시 답변할 수 있습니다.

- 해결할 수 있는 경우, 이 문제 카테고리에 솔루션을 설계할 수 있습니다.
- 해결할 수 없는 경우, 만능 답변 템플릿을 설계할 수 있습니다.



이어서 실제 사례를 통해, 문제 분류/솔루션 설계의 구체적인 효과를 이해할 수 있습니다.

사례 2 ; 문제 분류/솔루션 설계



1 사건 배경



이 셀러는 아마존 일본 마켓플레이스에서 헬스 기구점을 운영하며 부피가 큰 상품을 주로 판매했습니다. 판매량도 저조한데 반품률까지 높아 상품의 반품 배송비가 상품의 가격을 초과하는 경우가 빈번했습니다. 매번 고객에게 해당 상품의 문제는 작은 사용 문제라고 열심히 설명했지만 고객을 설득할 수는 없었습니다.

2 사건 경과

아마존 고객 서비스 팀의 도움으로 이 셀러는 완전한 커뮤니케이션 방안을 마련하여 상품 문제별로 반품 손실을 계산한 후 다양한 솔루션을 제공했습니다. 예를 들면, 부분 환불과 할인을 제공하고, 더욱 전문적인 페이지 디자인을 통해 사용 설명을 소개했습니다.



3 사건 결과



이 계정의 반품률이 크게 떨어졌으며 스토어의 이윤도 효과적으로 상승했습니다.

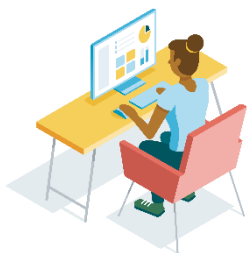
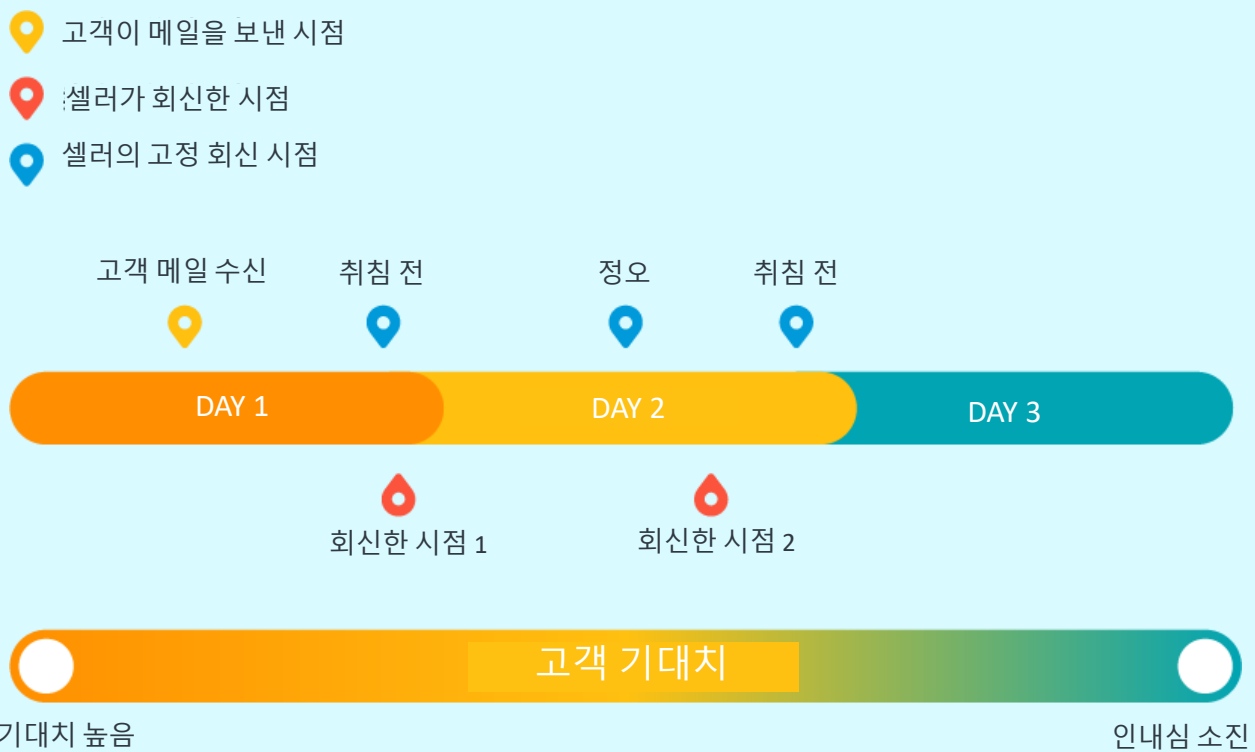
지표에 미치는 영향

반품 불만족 결함률(RDR)이 처음의 **7%**에서 현재 **3%**미만으로 감소했습니다.



4.2.3 후속 조치/시간 지정 응답 시간 설정

일시적으로 즉각적인 판매 후 응답을 할 수 없는 경우, 시간 및 날짜를 지정한 응답이 최상의 솔루션이 될 수 있습니다. 고정적 응답 주기와 순서를 설정하면, 셀러의 응답에 대한 고객의 기대치를 제어할 수 있습니다. 예를 들어, 매일 고정 시간대에 고객에게 답변하고, 답변 중에 귀하의 응답 시간을 알릴 수 있습니다. 아마존은 최상의 고객 경험이 보장될 수 있도록, **24시간 이내에 구매자의 모든 이메일 메시지에** 답변하기를 권장합니다.



- 응답 시점1 :**
응답 시점이 많이 늦어서 고객의 만족을 보장할 수는 없지만, 기대치를 제어할 수는 있습니다.
- 응답 시점2 :**
고객이 다음 날 회신을 볼 수 있으며, 즉각적인 응답은 아니지만, 기대치는 제어 가능한 범위 내에 있습니다.

이어서 실제 사례를 통해, 후속 조치/시간 지정 응답에 대한 효과를 구체적으로 이해할 수 있습니다.

사례 3 : 후속 조치/시간 지정 응답 시간 설정

1 사건 배경



Mr. Chen은 스토어를 독립적으로 운영하며 매일 상품 배치 및 발송 후 고객의 문의에 회신하며 가능한 인내심 있게 고객의 문제에 답변했지만 많은 고객이 이 스토어의 서비스 품질이 좋지 않다는 피드백을 남겼습니다. 이로 인해 계정의 부정적인 피드백은 늘 50%대를 유지했으며 페이지 노출과 판매량도 매우 낮았습니다.

2 사건 경과

Mr. Chen은 2020년 6월에 아마존 고객 서비스에 가입했습니다. 아마존 고객 서비스 팀은 일반적인 고객 서비스 업무 외에도 정기적인 팔로우업, 문제 기록, 문제 분류, 패키지 방안 및 수요 팔로우업 등 다양한 전문적인 방식과 도구를 사용하여 이 스토어의 서비스를 완벽하게 개선했습니다.



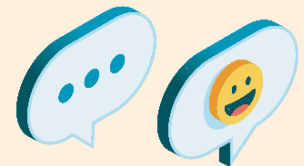
3 사건 결과



3개월의 전문적인 고객 서비스 후 노출과 판매량이 모두 크게 증가하였습니다.

지표에 미치는 영향

스토어에 대한 고객 평점(CSR)이 **89%** 상승했으며, Mr. Chen의 스토어 지표에 대한 30일 동안의 데이터 비교는 다음과 같습니다.



메트릭	가입 전 30일 데이터	가입 후 30일 데이터
긍정 평가	59%	89%
중립	5%	2%
부정 평가	36%	9%
응답 수	21	47

4.2.4 히스토리 데이터를 이용한 주문 처리 최적화

누구나 비즈니스가 점점 더 잘되기를 원합니다. 비즈니스를 점점 성장시킬 수 있는 관건은 바로 판매량으로만 스토어의 운영 상태를 판단할 것이 아니라 사용자 입장에서 살펴보는 것입니다! 고객 서비스 기록을 스프레드 시트를 통해 정리할 수 있다면, 분석 작업을 시작하여 데이터의 판도라 상자를 열 수 있으며, 고객의 요구사항을 통해 다음과 같은 스토어의 운영 방향을 알 수 있습니다.

- **지난달 고객의 전화 중 가장 많았던 문제 유형은 무엇입니까?**
- **지난달 가장 많은 문제가 발생한 상품은 무엇입니까?**
- **지난달 고객의 피드백 중 가장 많은 의견은 무엇입니까?**

스프레드 시트의 실제 작업을 예로 들면, Excel 또는 Number 모두 사용할 수 있고, 아래는 누적된 스토어의 고객 서비스 요구사항 기록 데이터이며, 소프트웨어 자체의 차트 분석 도구를 통해 흥미로운 통계를 얻을 수 있습니다.

스프레드 시트를 통해 정리하기 전 :

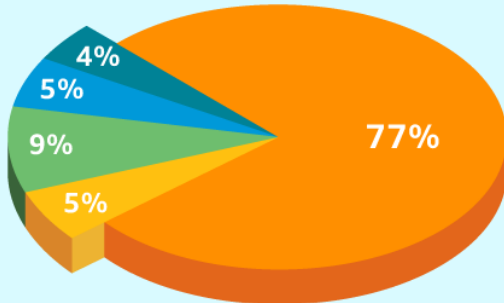
주문 번호	첫 번째 사유	두 번째 사유
B084ZDG1N4	내 패키지 위치?	배송 지연
B084ZJG3QF	내 패키지 위치?	배송 지연
B084ZJJ833	내 패키지 위치?	배송 지연
B084ZJRF1T	반품/환불	환불 금액 차이
B08519LNRN	내 패키지 위치?	배송 지연
...	...	...

스프레드 시트를 통해 정리한 후 :

• 상품 상담량 비율 통계표

상담 상품 순서	상담 상품 코드	상담량 비율	고객 만족도	배송 관련 상담 비율	주문 취소 상담 비율	반품 또는 환불 상담 비율	불량 상품 상담 비율
1	B089YSTPSP	5.82%	100%	73.33%	0.00%	6.67%	0.00%
2	B089CKBNK	6.60%	100%	76.47%	5.88%	0.00%	0.00%
3	B0897QYRYG	6.73%	100%	53.85%	0.00%	11.54%	5.77%
4	B0831J1BPL	3.88%	100%	60.00%	0.00%	10.00%	0.00%
5	B08519LNRN	4.66%	100%	33.33%	0.00%	16.67%	0.00%

• 상품 상담 문제 분류 통계 차트



- 배송 관련 상담 비율
- 주문 취소 상담 비율
- 반품 또는 환불 상담 비율
- 불량 상품 상담 비율
- 주문 확인 상담 비율



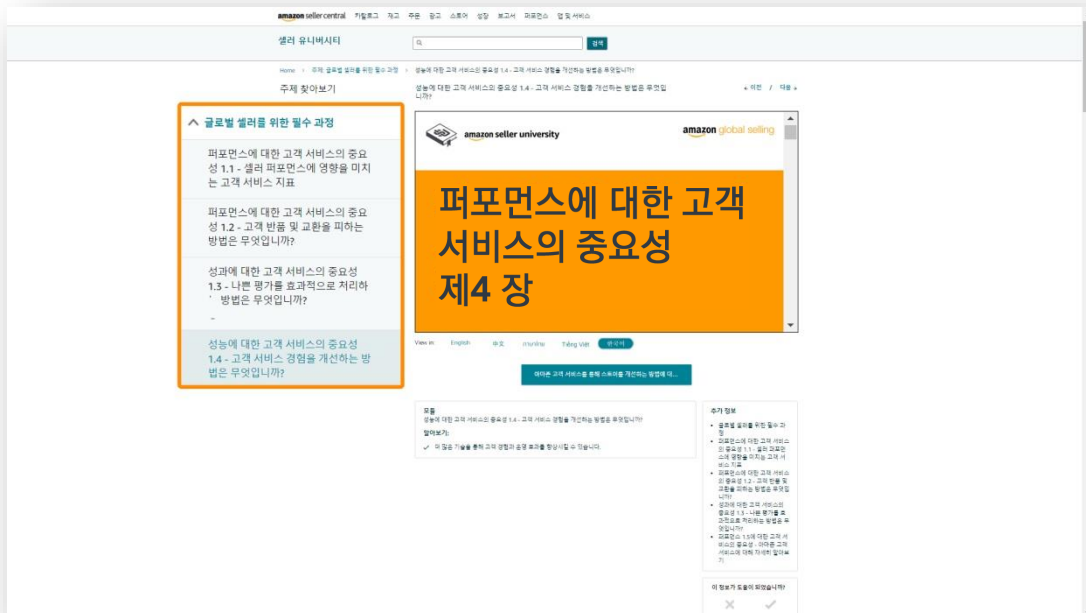
관련 내용 보기

고객 서비스 퍼포먼스의 중요성

- 셀러 퍼포먼스에 영향을 미치는 고객 서비스 메트릭
- 고객의 반품 교환을 피하는 방법
- 부정적인 피드백을 효과적으로 처리하는 방법
- 고객 서비스 경험을 향상시키는 방법
- 아마존 고객 서비스 (CSBA) 이해

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

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



아마존 고객 서비스 관련 내용 더 학습하기:

- 계정 퍼포먼스를 효과적으로 개선하고 싶으세요? "셀러 퍼포먼스에 영향을 미치는 고객 서비스 메트릭" 검색
- 고객의 반품 교환 문제를 적절하게 처리하는 방법 "고객의 반품 교환을 피하는 방법" 검색
- "아마존 리뷰" 및 "아마존 피드백"에 대해 더 자세히 알고 싶으세요? "부정적인 피드백을 효과적으로 처리하는 방법" 검색
- 아마존 고객 서비스를 통해 스토어프론트를 전면적으로 개선하는 방법 "아마존 고객 서비스 (CSBA) 이해" 검색

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