



아마존 주문 처리 서비스 (FBA) 가이드 제3 장

아마존의 목표는 셀러들이 글로벌 비즈니스 기회를 넓혀 더 많은 양질의 고객을 유치할 수 있도록 돕는 것입니다. 이를 위해 아마존은 자체 글로벌 로지스틱스 시스템을 지속적으로 개선하고 최적화하고 있습니다. 그중에서도 아마존 글로벌 로지스틱스(AGL) 서비스는 셀러가 아마존 주문 처리 센터로 상품을 발송하는 문제를 해결했으며, 아마존 주문처리(FBA) 서비스는 상품을 고객에게 배송하는 문제를 해결했습니다.

본 장에서는 FBA를 운용하여 글로벌 비즈니스를 확장하고 더 많은 고객을 유치하여 더욱 쉽게 글로벌 셀링하는 방법에 대해 알아보겠습니다.

3. 아마존 주문 처리 서비스 (FBA) 재고 관리

앞 장에서 우리는 FBA의 개념과 입고 전의 준비 작업에 대해 상세히 살펴보았습니다. 본 장에서는 입고(인바운드)와 관련된 일련의 관리 작업 즉, 재고 관리, 상품 배송, 판매 후 서비스 등에 대해 살펴볼 것입니다. 이러한 이해를 바탕으로 재고 퍼포먼스를 향상시키고 고객 서비스를 최적화하여 고객들로부터 좋은 평판을 얻을 수 있습니다.

3.1	<u>FBA 인바운드 FAQ</u>	3
3.2	<u>재고 관리</u>	4
3.3	<u>상품 배송</u>	19
3.4	<u>판매 후 서비스</u>	24
3.5	<u>본 장의 용어 설명</u>	36

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



3.1 FBA 인바운드 FAQ

셀러의 상품은 운송되어 아마존 주문 처리 센터에 도착합니다. 아마존은 바코드 스캔을 통해 셀러의 화물과 리스팅을 확인한 후 입출하 및 배송에 편리한 방식으로 재고를 보관합니다.

주문 처리 센터에서 셀러 또는 제3자 배송사로 인해 상품을 수령하는 데 문제가 있으면 아마존은 예정되지 않은 서비스를 수행하여 셀러의 재고를 판매 가능한 재고로 처리하고 이와 관련된 비용을 셀러에게 청구합니다.

다음은 셀러들이 자주 묻는 질문과 그에 대한 답변입니다.



물류처리센터에서 물건을 받지 못하면 어떡 하나요?

- 화물이 아마존 운영 센터에 도착하면, 상태는 [체크인]으로 변경됩니다. 만약 화물 상태가[조정]에 표시된 날짜가 지난 후에도 변동이 없다면 화물 조사를 신청하실 수 있습니다. 우선, 물건에 문제가 있는지 조사를 해야 합니다. 만약 수령 문제 페이지에서 언급한 문제를 해결 및 검토 후, 여전히 상품을 찾지 못하였을 경우 셀러 계정 중의 배송 조정 도구를 사용하여 상품에 대한 조사를 요청하십시오.



FBA 입고 거부당하면 어떻게 합니까?

- 아마존 다년간의 재고 접수 경험에 근거하여, 대부분 창고에 들어가 수령을 거절하는 원인은 셀러가 출하 전에 FBA의 사전 준비 요구를 엄격하게 준수하지 않았기 때문입니다. 우선 화물을 검사하십시오 : 아마존 사전 준비 요구에 따라 상품 /화물을 준비 하셨습니까?당신의 상품은 규정에 부합 됩니까? 더 많은 문제가 존재 한다면 입고 문제 일람을 확인해 주십시오.



FBA 입고 수량과 출하 수량이 맞지 않으면 어떻게 하나요?

- 만약 운송하신 셀러의 sku가 입고계획에 기재된 수량을 초과한 경우, 초과 한 물품마저도 아래의 두가지 문제가 발생할 수 있습니다
 - ① 동일 화물의 모든 상품은 [수령]으로 표시되며, 초과한 부분은 초과로 기록 됩니다. 등록된 수량 내에 있는 상품은 [수령]으로 표시되며, 초과된 물량은 오픈 한 물건에 속하며, 상태는 [수령중] 또는 [처리 중]으로 표시됩니다. 이런 경우, 입력하신 리스팅을 복사하여 저장한 다음 계속하여 처리를 진행 하셔야 합니다.
 - ② 백그라운드에서 이미 발송한 화물 수량과 이미 접수된 화물 수량을 비교할 수 있으며, 만약 수령한 화물의 많을 경우, 화물의 처리 속도는 딜레이 될수 있습니다.



3.2 재고 관리

재고 관리는 아마존 셀러가 판매 과정에서 비용을 통제하고 이익을 높이는데 매우 중요한 역할을 하며, 정상적인 매출 유지 및 자금 회수에 영향을 미치는 가장 중요한 요소이기도 합니다. 본 장에서는 아마존 재고 관리에 대한 많은 지식을 배우게 될 것이며, 셀러는 이러한 이해를 바탕으로 비용을 절감하고 재고 퍼포먼스를 향상시킬 수 있습니다.

3.2.1 재고 관리의 중요성

아마존의 대부분 셀러에게 FBA 운영의 가장 중요한 요소는 합리적인 재고 관리입니다. 합리적인 재고 관리를 통해 운영 비용을 줄일 수 있을 뿐만 아니라 더 중요하게는 상품의 품질이나 적체를 방지할 수 있습니다. 상품의 품질이나 적체는 매출에 큰 영향을 미치는 요소로 위험을 초래할 수 있습니다. 그만큼 재고 관리의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않습니다.



품질 방지

부적절한 재고 관리로 품질이 발생하면 잘 팔리던 상품 순위가 크게 하락하여 매출에 영향을 미칠 뿐만 아니라 상품 순위를 다시 끌어올리기 위해 많은 시간과 노력, 비용이 들게 됩니다. 실시간으로 주문 수량과 재고 수량을 파악함으로써 공급 부족으로 인한 수입 손실 가능성을 최소화할 수 있습니다.



적체 방지

셀러의 상품 선택이 잘못되었거나 재고를 제대로 관리하지 못해 재고가 쌓여 적체 현상이 발생하면 셀러의 아마존 재고 상태에 영향을 미칠 뿐만 아니라 다음 시즌에 판매할 제품을 정상적으로 유통시킬 수 없어 여러 방면의 손실을 야기할 수 있습니다.



기한 초과 또는 시즌 오프 방지

부적절한 재고 관리로 인해 보관 기간이 길어지거나 최적기에 판매하지 못한 상품은 기한이 지나거나 철이 지나 손해가 발생하게 됩니다.

3.2.2 재고 관리 배치 제안

아마존의 제안에 따라 재고를 관리하면 합리적인 재고 배치를 통해 배송 거리를 단축하고 고객에게 더욱 빠른 배송 경험을 제공함으로써 평판을 높일 수 있습니다. 또는 "In-Stock Head Start" 파일럿 프로그램(로그인 후 조회)에 참여하여 재고 부족으로 인한 매출 손실을 줄일 수도 있습니다. 본 절에서는 아마존이 제공하는 재고 관리 서비스 및 프로그램에 대해 학습하며 이러한 서비스와 프로그램을 통해 높은 이익을 창출하는 방법에 대해 살펴보겠습니다.

- **재고 배치 서비스**

- **재고 배치 서비스란 무엇인가?**

기본적으로 셀러는 인바운드 계획을 생성한 후 화물을 여러 개로 나누어 각기 다른 수령 센터나 아마존 주문 처리 센터로 보내 상품과 각지 고객의 거리를 줄임으로써 고객에게 더욱 빠른 배송 경험을 제공할 수 있습니다.

“재고 배치 서비스”를 이용하면 모든 적격 재고를 하나의 수령 센터 또는 아마존 주문 처리 센터로 발송하기만 하면 됩니다(*일부 카테고리의 상품은 이 서비스를 이용할 수 없습니다. 자세한 내용은 [재고 배치 예외 사항](#)을 참조하십시오). 이 화물이 도착하면 아마존은 화물을 분배하여 다른 아마존 주문 처리 센터로 보냅니다. 수령 센터나 아마존 주문 처리 센터에서 상품을 성공적으로 수령하면 상품은 바로 판매 가능한 상태로 전환됩니다.



주의:

재고 배치 서비스 이용 시 목적지 수령 센터 또는 아마존 주문 처리 센터는 **아마존에서 결정**하며 셀러는 선택할 수 없습니다. 아마존은 화물별로 다른 목적지를 선택할 수 있습니다.

- **재고 배치 서비스의 장점**

재고 배치 서비스를 이용하면:



화물을 분배하고
발송하는 시간 비용
절약



상품 입고 효율
최적화
더욱 빠른 상품 판매



다양한 위치의
고객에게 더욱 빠른
상품 배송, 자금 회수
기간 단축

- **재고 배치 서비스 수수료**

이 서비스에는 상품당 수수료가 부과됩니다.

표준 크기(상품당)	
453.6g 이하 (1lb)	0.30달러
453.6g~907.2g (1-2lb)	0.40달러
907.2g 초과 (2lb)	0.40달러 +(최초 2lb 초과분) 0.10달러/lb
표준 크기(상품당)	
2,300g 이하 (5lb)	1.30달러
2,300g 초과 (5lb)	1.30달러 +(최초 5lb 초과분) 0.20달러/lb

- **재고 배치 서비스 이용 방법**

자세한 작업 절차는 [아마존으로 재고 발송/보충을 참조하십시오](#).



주의:

발송하려는 상품이 케이스 포장 상품¹인 경우에는 화물을 발송하기 전에 케이스 포장 상품의 배치 규칙과 재고 배치에 대한 세부적인 내용을 이해해야 합니다. 여기를 클릭하여 참조하십시오.

1. 케이스 포장 상품: 함께 포장하여 독립적으로 판매할 수 있는 상품으로 판매 시 분할해야 하며, 이러한 상품을 개별적으로 판매하거나 세트 판매 요건에 따라 준비하여 여러 개를 포장한 형식으로 판매할 수 있습니다.

- **“In-Stock Head Start” 파일럿 프로그램**

재고를 합리적으로 관리하더라도 인기 상품은 품절될 수 있으며 이로 인해 상품의 노출과 매출에 영향을 미칠 수 있습니다. “In-Stock Head Start” 파일럿 프로그램을 이용하기 위해 셀러 센트럴에 로그인하여 아마존 Carrier Central, 아마존 협력 배송사 서비스(PCP) 또는 아마존 글로벌 로지스틱스 센트럴을 통해 품절된 재고를 아마존 주문 처리 센터로 발송하면 상품이 운송 중이더라도 아마존이 화물이 제시간에 도착할 수 있다고 판단하면 고객은 해당 상품을 미리 조회하고 구매할 수 있습니다.

잠재적 장점:



노출 증가:

아마존 주문 처리 센터로 운송 중인 상품이 검색 결과에 표시되어 상품 상세 페이지 조회수를 높일 수 있습니다.



매출 유지 또는 증가:

판매를 중단할 필요가 없고 고객이 일시 품절 상태인 상품을 구매할 수 있어 매출을 늘릴 수 있습니다.



재고 효율 향상:

아마존 주문 처리 센터로 운송 중인 상품에 대한 주문을 받을 수 있어 운송에서 판매까지의 시간을 단축할 수 있으며, 비용과 재고 퍼포먼스 지수(IPI)점수에 영향을 미치지 않습니다.

“In-Stock Head Start” 파일럿 프로그램에 대한 자세한 내용은 [여기를 클릭하여 참조하십시오](#)(로그인 필요).



주의:

아마존은 고객 경험을 보장하기 위해 화물의 도착 시간과 예상 수량이 확실하지 않은 경우, 상품이 주문 처리 센터에 도착하기 전에 해당 품절 상품에 대한 조회 및 구매를 허용하지 않을 수 있습니다.

3.2.3 재고 상태

재고 상태는 셀러에게 매우 중요하기 때문에 아마존 셀러 센트럴의 “재고 대시보드” 페이지에는 재고 상태를 모니터링하고 관리할 수 있는 몇 가지 파라미터가 포함되어 있습니다. “재고 퍼포먼스” 페이지에서 재고 퍼포먼스 메트릭에 대한 분석을 통해 매출 증가 기회를 파악하고, 비용을 절감하며, 주요 퍼포먼스 메트릭을 추적하고, 다른 셀러와의 퍼포먼스를 비교할 수도 있습니다. 몇 가지 중요한 재고 파라미터를 소개하겠습니다.

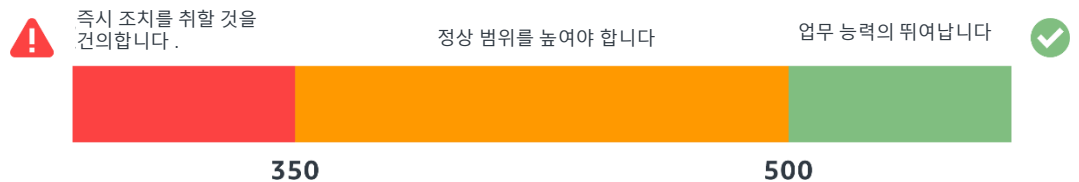
- **재고 퍼포먼스 지수(IPI)**

재고 퍼포먼스 지수(Inventory Performance Index, 약칭 IPI)는 일정 기간 내 셀러의 FBA 전체 퍼포먼스를 평가하는 점수입니다. IPI는 셀러의 아마존 보관 한도를 가늠하는 결정적인 요소이기도 합니다.

- **IPI 점수**

인기 상품 비축 및 현재 재고의 효율적인 관리를 통해 판매를 효과적으로 촉진할 수 있습니다. IPI 점수는 셀러가 재고 관리를 통해 판매를 촉진하는 능력을 기준으로 계산됩니다.

- $IPI \geq 550$, 비즈니스 능력 출중
- $550 > IPI \geq 350$, 재고 퍼포먼스가 정상 범위에 있으며 향상될 여지가 있음
- $IPI < 350$, 즉시 조치를 취해 점수를 올려야 함



*미국 마켓플레이스의 경우, IPI의 최저 임계값은 400입니다.



주의:

IPI는 FBA 재고가 있고 최근 계정 활동이 있는 프로페셔널 셀링 계정¹에만 적용됩니다. FBA의 신규 사용자, 일반 셀링 계정² 또는 지난 13주간 활동하지 않은 계정은 시스템에 충분한 데이터가 기록되기 전까지 IPI 점수가 생성되지 않습니다.

1. 프로페셔널 셀링 계정: 프로페셔널 셀링 계정은 아마존 프로페셔널 셀링 플랜에 참여하는 셀러 계정으로, 이 셀러들은 아마존 사이트 이용료를 지불함으로써 상품 판매 수수료 면제, 상품당 수수료 등 업그레이드된 서비스와 기능을 제공받게 됩니다.
2. 일반 셀링 계정: 일반 셀링 계정은 일반 셀링 플랜에 무료로 참여하는 셀러 계정으로, 기본적인 서비스와 기능만 제공되며 상품 판매 수수료 등 추가적인 비용을 지불해야 합니다.

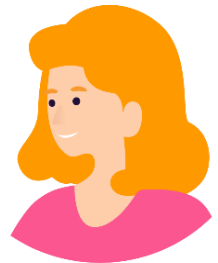
• IPI 점수에 영향을 미치는 요소

요소	영향
초과 재고 비율	재고 보유량이 지나치게 많으면 보관 수수료와 유지 비용으로 인해 수익이 감소하여 재고 퍼포먼스에 영향을 미치게 됩니다.
문제 있는 재고 비율	리스팅에 문제가 있어 고객이 구매한 재고를 공급할 수 없는 경우, 매출 하락을 야기하고 보관 비용이 발생하여 재고 퍼포먼스가 하락합니다.
FBA 판매율	판매한 상품과 평균 재고 보유량의 비율을 추적하여 재고 상황을 실시간으로 정확하게 파악하고 재고 퍼포먼스 문제를 빠르게 발견할 수 있습니다.
FBA 재고 보유 비율	보충 가능한 인기 상품의 재고를 유지하면 판매를 극대화하여 재고 퍼포먼스를 향상시킬 수 있습니다.



IPI 점수가 정말 중요하기에, 제가 어떻게 그것을 개선 해야 하는지 모르겠습니다.

현재 이 네 가지 제안을 통해 IPI를 향상시킬 수 있습니다:
 ①수익을 높이려면 [초과 재고]를 줄이시면 됩니다.
 ②[판매율]을 상승시켜 피크재고 유지 기간을 균형있게 합니다.
 ③[문제 있는 재고]를 해결하여 상품을 구매 할 수 있도록 재고를 확보하였습니다.
 ④베스트셀링 상품[재고 보유]을 확보하여 판매량을 높입니다.
 * IPI 제어 패널은 분류별 성과 기준을 표시합니다.



IPI 계산에 대한 자세한 내용은 [여기를 클릭하여 참조하십시오](#)(로그인 필요).

• 보관 한도

아마존은 주문 처리 센터의 보관 공간을 효율적으로 관리하여 더욱 빠르게 재고를 수령하고 고객에게 배송할 수 있도록 재고 보관 한도를 적용할 수 있습니다. 프로페셔널 셀링 계정에 적용되는 보관 한도는 주로 해당 분기의 IPI 점수를 기준으로 결정됩니다.

• 보관 한도 기준

- 일반 셀링 계정: 고정된 보관 한도로 0.283세제곱 미터(즉, 10세제곱 피트)가 적용됩니다.





- **프로페셔널 셀링 계정:** 탄력적 보관 한도가 적용되며 다음 기준에 따라 결정됩니다.

- ① IPI 점수를 350점 이상 유지하는 셀러는 표준 크기, 크기 초과, 의류 및 신발 카테고리 상품을 **보관 한도 없이** 무제한으로 보관할 수 있습니다.
- ② 각 분기의 IPI 점수가 350점 미만인 셀러는 다음 분기에 보관 한도가 적용됩니다.
- ③ 판매 기간이 26주 미만인 신규 셀러 또는 1차 및 2차 점수 평가 주1 사이에 IPI 점수 생성에 필요한 판매 데이터가 충분치 않은 셀러에게는 보관 한도가 적용되지 않습니다.

*미국 마켓플레이스의 경우, IPI의 최저 임계값은 400입니다.



주의:

보관 한도가 있는 프로페셔널 계정은 표준 크기, 크기 초과, 의류 또는 신발 카테고리 상품에 대해 최소 0.708세제곱 미터(25세제곱 피트)의 보관 공간을 계속 보유하게 됩니다.

• 분기 보관 한도 설정

프로페셔널 셀링 계정의 재고 보관 한도는 3개월마다 평가됩니다.

- 아마존은 다음 분기의 보관 한도를 설정할 때 셀러의 **최근 판매량**과 **작년 동기 판매량**을 고려합니다. 분기 보관 한도는 다음을 포함한 여러 요인을 사용하여 계산됩니다.
 - ① 판매량(시즌별 기간 판매량 포함)
 - ② 과거 IPI 점수
 - ③ 주문 처리 센터 가용 보관량
- 아마존은 분기 종료 6주 전 IPI 점수가 350점 미만인 셀러에게 다음 분기의 보관 한도 추정치를 통지합니다. 분기 마지막 주(마지막 7일)의 IPI 점수가 여전히 350점 미만인 셀러에게는 다음 분기에 이 새로운 보관 한도가 적용됩니다.
- 높은 IPI 점수를 보유한 셀러의 경우 판매량과 가용 보관량을 기준으로 보관 한도가 조정됩니다.

1. 점수 평가 주: 아마존은 분기별로 셀러의 보관 한도를 평가합니다. 이러한 평가는 "점수 평가 주" 기간 내 셀러의 IPI 수치를 기준으로 합니다. 이 기간은 일반적으로 해당 분기 종료 6주 전과 마지막 주입니다.

• 분기 보관 한도 평가 시간표

점수 평가 (본 분기 종료 6주 전)	점수 평가 (본 분기의 마지막 1주)	점수 평가
7주차	13주차	4월 1일 – 6월 30일
20주차	26주차	7월 1일 – 9월 30일
33주차	39주차	10월 1일 – 12월 31일
46주차	52주차	1월 1일 – 3월 31일

보관 한도는 본 분기의 1차(분기 종료 6주 전) 및 2차(분기 마지막 주) 점수 평가 주의 IPI 점수를 기준으로 결정됩니다. 재고 퍼포먼스 지수 점수가 두 점수 평가 주 중 하나에 350점(미국은 400점) 이상을 달성하면 **무제한의 보관 공간**을 보유하게 됩니다.



• 보관 유형

- 보관 한도는 다음 6종류의 보관 유형에 적용됩니다: **표준 크기 상품, 크기 초과 상품, 의류, 신발, 인화물, 에어로졸**
- 재고 보관 모니터링¹에서 보관 유형을 볼 수 없으면 이 보관 유형에 한도가 적용되지 않았기 때문일 수 있습니다. 그 밖에도 위험물 보관 한도 조정(인화물 및 에어로졸)은 다른 보관 유형과 별도로 처리됩니다.
- 보관 유형은 아마존이 상품 특성에 따라 결정하며 셀러가 직접 보관 유형을 조정할 수 없습니다.



• 재고가 FBA 보관 한도를 초과하는 경우

- FBA 재고 보관 한도 정책에 따라, 셀러는 재고 수준을 보관 유형의 한도 미만으로 줄이기 전까지 해당 보관 유형에 대해 아마존으로의 새 화물 발송을 생성할 수 없습니다.
- 발송한 재고가 보관 한도 허용 수량을 초과하면 주문 처리 센터는 재고의 초과분에 대한 **수량을 거부**할 수 있습니다.
- 해당 월의 임의의 날짜에 현재 재고 중 어떤 보관 유형이든 한도를 초과하게 되면 **재고 보관 초과 수수료**가 청구됩니다.

1. 재고 보관 모니터링: 보관 재고 상황을 간편하게 조회할 수 있는 창구로, "셀러 센트럴>재고>재고 관리 계획>대시보드>재고 퍼포먼스(페이지 하단)>재고 보관 모니터링 확장"에서 찾을 수 있습니다.



- **ASIN 한도 추적**

- 아마존은 특정 ASIN에 대해서도 보관 한도를 설정할 수 있습니다. 특정 ASIN 한도가 셀러 계정에 적용된 경우, 다운로드할 수 있는 “재고 상태”보고서의 “ASIN 제한” 아래에서 상세한 내용을 확인할 수 있습니다. 온라인 “재고 상태” 보고서에는 이 정보가 제공되지 않습니다. 자세한 내용은 로그인 후 Fulfillment By Amazon(아마존 주문처리 서비스) ASIN 수량 제한을 참조하십시오.

- **재고 회전 기간**

재고 회전 기간은 재고 퍼포먼스의 메트릭 중 하나로, 셀러의 **지난 판매량**과 **아마존에서 판매 중인 재고**의 예상 판매 기간을 기준으로 계산됩니다. 재고 회전 기간이 너무 짧으면 품질 위험이 있고, 너무 길면 재고 적체 위험이 있습니다.

- **영향 요소:**



아마존에서 판매 중인 보관량



지난 판매량

- **FBA 재고 보관 기간**

재고 보관 기간은 아마존 주문 처리 센터에 상품을 보관한 일수이며 이 정보는 재고 수준을 관리하는 데 도움이 될 수 있습니다. 하지만 재고 보관 기간만으로 고객의 상품 수요를 판단할 수는 없습니다. 상품에 대한 고객의 실제 수요는 상품 가격 변동, 고객 수요 변동, 해당 상품에 대한 경쟁 오퍼 변동 등 여러 요소의 영향을 받습니다.

- FBA는 **선입선출** 원칙에 따라 전체 주문 처리 네트워크의 재고를 처리합니다. 즉, 실제 상품의 배송 또는 처분 여부와 상관 없이 주문 처리 센터에 가장 먼저 입고된 재고부터 선착순으로 배송 또는 처분됩니다.
- 아마존은 **보관 기간 범위**를 기준으로 셀러의 FBA 상품에 대한 상세 내용을 표시합니다. 셀러의 상품은 다음과 같은 보관 기간 그룹으로 구분됩니다.
 - **0-90일**
 - **91-180일**
 - **181-270일**
 - **271-365일**
 - **365일 이상**

3.2.4 재고 청산

본 장에서는 재고 적체 문제를 해결하고 불필요한 보관 비용과 그에 따른 손실을 줄이기 위해 활용할 수 있는 재고 청산 도구와 적체 재고 프로모션 활동에 대해 소개하겠습니다.

- **재고 처분**

현재 보관 중인 여분의 재고를 줄이려고 한다면 재고 처분 주문을 제출하여 아마존 주문 처리 센터에서 재고를 처분할 수 있습니다. 아마존은 셀러가 제출한 재고 처분 주문에 따라 셀러의 재고를 처리합니다.

이 서비스에는 상품당 수수료가 청구됩니다. 자세한 내용은 [재고 처분 주문 수수료](#)를 참조하십시오.

- **재고 처분 방법(옵션)**



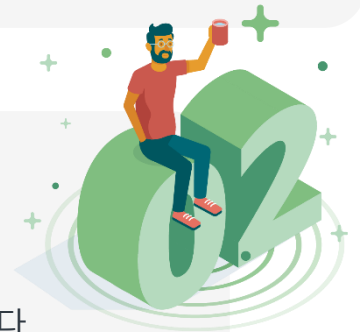
아마존 주문 처리 센터에서 재고 처분

아마존 주문 처리 센터에서 재고를 처분하려면 재고 처분 주문을 제출해야 합니다.

"재고 관리" 페이지 또는 "권장 재고 처분" 보고서에서 재고 처분 주문을 생성할 수 있습니다. 자세한 내용은 이 [도움말 페이지](#)를 참조하십시오.

자동 재고 처분

재고 상태가 "판매 불가"로 변경됩니다. 아마존이 판매 불가 재고에 대한 처분 필요를 셀러에게 통지한 후 30일 이내에 셀러가 재고 처분 주문을 생성하지 않으면 해당 재고가 자동으로 폐기될 수 있습니다. 셀러는 언제든지 재고 처분 주문을 제출하여 판매 불가 재고를 처분할 수 있습니다. 장기 보관 재고 자동 처분을 활성화한 경우에는 시스템이 재고 정리 날짜로부터 1~2주 후에 재고 처분 주문을 생성합니다. 셀러의 필요에 따라 자동 재고 처분 관련 옵션을 설정할 수 있습니다.



대량으로 재고 처분

탭으로 구분된 상품 목록을 업로드하여 대량 재고 처분 주문을 제출합니다. 셀러 센트럴에 로그인 후, [재고 처분 주문 문서 업로드 페이지](#)에서 대량 재고 처분 주문 요청 생성에 사용할 템플릿을 다운로드하십시오.

- **재고 처분의 포장 및 운송**

처분된 재고는 포장과 운송 비용을 최소화하면서 상품이 안전하게 운송되도록 포장하여 운송됩니다. 포장 및 운송 방법은 재고의 수량, 크기 및 중량, 처분하려는 재고의 위치에 따라 달라집니다.

- **재고 처분 주문의 포장 규칙**

상품 카테고리	포장 규칙
동일 주문 처리 센터에서 처분하는 소량 상품	가장 작은 박스, 봉투 또는 비닐 백을 사용하여 운송됩니다. 이 포장은 아마존 고객 주문 포장과 동일할 수 있습니다.
동일 주문 처리 센터에서 처분하는 대량 상품	박스 포장 후 팔레트에 통합하여 화물 배송사를 통해 운송됩니다.
"자체 컨테이너 배송"(SIOC)을 사용하는 소량상품의 처분	추가 포장 없이 자체 컨테이너로 운송됩니다.
대량 SIOC 재고 또는 표준 박스에 들어가지 않는 크기 초과 상품의 처분	수축 포장되어 팔레트로 운송됩니다.

*재고가 서로 다른 주문 처리 센터에 보관되어 있는 경우에는 주문이 각각 다른 배송사를 통해 여러 화물로 운송될 수 있습니다. 케이스 포장 재고는 혼적 상품으로 반품됩니다.



- **재고 처분 주문의 운송 제한 사항**

아마존은 재고 반품을 **셀러**, **셀러의 공급업체** 또는 **셀러의 유통업체**, 또는 **셀러의 창고**로만 운송합니다. 상품을 제3자에게 운송하려면 제3자 정보를 정확하게 작성하고 해당 위치에 수령 준비가 되어 있어야 합니다.

이외에도 아마존은 다음 제한 사항을 준수합니다.

- 재고를 PO, APO, FPO, DPO 사서함¹으로 운송할 수 없습니다. 국외 주소로 운송하려면 해외 반품 업체²(통합 계정에도 적용)를 참조하십시오.
- 재고를 다른 아마존 주문 처리 센터로 운송할 수 없습니다.
- 재고를 고객 주문 처리 주문에 사용할 수 없으며, 선물 또는 프로모션 상품으로 사용할 수 없습니다.
- "운송 불가능한 위험물"로 분류된 재고는 폐기만 가능하며 처분할 수 없습니다.

1. PO, APO, FPO, DPO 사서함: PO(Post Office) 우체국, APO(Army Post Office) 군사 우체국, FPO(Fleet Post Office) 함대 우체국, DPO(Diplomatic Post Office) 외교 우체국. 미국의 경우, USPS(미국 우정국)에서만 PO Box 또는 APO/FPO/DPO 주소로 발송할 수 있습니다(EMS, HKEMS, CN 대형 소포, HK 대형 소포, HK 소화물, CN 소화물, SW 소화물 포함). UPS, FedEx, DHL, TNT는 PO Box 또는 APO/FPO/DPO 주소로 발송할 수 없습니다.
2. 해외 반품 업체: 해외 고객이 셀러가 처리한 주문을 반품하는 경우, 해외 반품 업체의 도움을 받을 수 있습니다. 이러한 업체는 고객으로부터 반품을 수령하고 정리한 후 셀러에게 운반하거나, 다른 고객에게 발송하거나, 다른 방안을 제공할 수 있습니다. 자세한 내용은 여기를 클릭하여 참조하십시오.





• 재고 처분 주문 주기

일반적으로 재고 처분 주문은 영업일 기준 14일 이내에 처리됩니다. 연휴 시즌이나 재고 처분 성수기에는 재고 처분 주문을 처리하는 데 영업일 기준 30일 이상이 소요될 수 있습니다. 재고가 처분되기 전까지 주문 처리 가능 재고는 계속 판매할 수 있습니다. 해당 재고를 판매하지 않으려면 판매를 중지하십시오.



• 재고 처분을 주문할 수 없는 경우

- 이미 재고 처분이 예약되어 있는 경우
- 처리 중인 재고 또는 주문 처리 보류 중인 고객 주문
- 재고가 다른 주문 처리 센터로 운송 중인 경우
- 재고 처분 주문을 생성할 때 일부 상품을 처분하지 못할 수 있습니다. 이 경우 아마존은 재고 처분을 위해 권장되는 작업을 제공합니다.

재고 처분 주문 방법, 재고 처분 주문 프로세스 또는 이와 관련된 궁금한 사항이 있으면 [여기를 클릭하여](#) 자세한 내용을 참조할 수 있습니다.

• 아울렛(Outlet Deal, 아마존 청산 프로그램)

아울렛은 고객에게 가격 인하, 재고 정리 및 재고 적체 상품의 프로모션을 집중적으로 보여주는 채널입니다. 아울렛 딜에 참여하는 상품은 지난 30일의 평균 장바구니(BuyBox) 가격을 기반으로 고객에게 최대 30%의 할인을 제공합니다. 현재 이 채널은 아마존의 거의 모든 마켓플레이스에서 고객들에게 인기가 높습니다.

• 아울렛 딜의 장점



화물을 분배하고
발송하는 시간 비용
절약



상품 입고 효율
최적화
더욱 빠른 상품 판매



다양한 위치의
고객에게 더욱 빠른
상품 배송, 자금 회수
기간 단축

- 아울렛 딜 신청 주의 사항

아울렛 딜 신청 주의 사항	
셀러 신청 자격	FBA 서비스를 이용하는 프로페셔널 셀링 계정이어야 하고 전체 고객 평점이 3.5점 이상이어야 합니다.
상품 자격	주문 처리 가능 상태의 새 상품이어야 하고, 아마존의 고객 상품 리뷰 정책 및 가격 정책을 준수하며, 아마존 마켓플레이스에서 판매한 기록이 있고, 평점이 별 3개 이상이며, 현재 "정기 배송 할인 프로그램"에 등록되어 있지 않은 상품이어야 합니다.
참여 수수료	아울렛 사용에 대한 추가 수수료는 없습니다. 표준 주문 처리 수수료와 상품 판매 수수료만 적용됩니다.
참여 방법	조건에 부합하는 상품, 셀러는 아마존 셀러 센트럴의 "초과 재고 관리">아웃렛 딜 생성을 통해 직접 Outlet Deals을 생성합니다.
기타 주의 사항	아울렛 딜 가격은 딜 최고 가격 이하여야 합니다. 프로모션이 시작된 후에 상품의 딜 가격이 딜 최고 가격보다 높으면 아마존은 별도의 통지 없이 해당 딜을 취소할 수 있습니다.



주의:

셀러는 제출한 아울렛 딜을 아마존에서 검토 과정을 완료하기 전에 취소할 수 있으며, 승인된 후 이미 시작된 아울렛 딜을 취소하려면 셀링 파트너 서포트에 문의해야 합니다. 자세한 작업 안내 및 FAQ는 [여기를 클릭하여](#) 참조할 수 있습니다.

- **재고 청산**

청산은 무료의 재고 청산 옵션으로, 청산 주문을 제출하면 아마존이 해당 재고를 번들로 묶어 관심이 있는 청산인과 할인 판매업자에게 할인 가격으로 제공합니다. 아마존은 가장 높은 오퍼 가격을 선택하여 셀러가 이미 청산한 재고를 청산인에게 배송합니다.

- **청산의 장점**

셀러는 청산 옵션을 사용하여 재고 비용의 일부를 회수할 수 있습니다. 재고 처분 주문과 마찬가지로 청산 주문을 제출하면 장기 및 월 보관 수수료가 발생하지 않습니다.

- **청산 시스템**

아마존은 셀러의 재고가 최대 수익을 발생할 수 있도록 최선을 다하며, 셀러의 청산 재고에 대한 최고 오퍼 가격을 수락합니다. 하지만 청산 재고의 판매 가격을 보장하지는 못합니다. 그 밖에도, 다음 사항을 주의해야 합니다.



일반적으로 청산 재고는 원래 판매 가격의 10%에 판매됩니다. 이 금액의 90%가 셀러에게 지급되고 나머지 10%는 청산 재고를 대신 판매해준 아마존 자회사에게 지급됩니다.

셀러 재고의 예상 판매가와 청산을 통해 회수된 금액 사이의 차액에 대해 아마존은 보상을 제공하지 않습니다.



청산 수익은 아마존이 셀러 상품에 대한 구매자를 찾은 후 60일 이내에 셀러 계정에 표시됩니다. 이러한 결제는 결제 보고서의 거래 요약 탭에 청산 수익으로 표시됩니다.

재고 청산 작업 절차 및 수익 등에 대한 자세한 내용은 셀러 센트럴에 로그인한 후 재고 청산을 참조하십시오.

- **FBA 기부 프로그램**

FBA 기부 프로그램은 아마존이 셀러에게 제공하는 **폐기 옵션** 중 하나입니다. 셀러가 미국 주문 처리 센터의 과잉 재고, 반품 재고 또는 기타 원치 않는 재고에 대한 폐기 요청을 하면 아마존은 해당 재고를 미국 자선 단체에 기부합니다.

• FBA 기부 프로그램의 장점



아마존은 셀러를 대신해 배송 업무를 처리하며 어떠한 추가 수수료도 청구하지 않습니다. 셀러는 일반적인 재고 폐기 수수료만 지불하면 됩니다.



일반적인 상품 폐기 프로세스를 의미 있는 공익 기부로 전환하여 상품의 가치를 충분히 활용할 수 있습니다.



FBA 기부 프로그램에 참여함으로써 도움이 필요한 사람들을 지원하여 브랜드의 사회적 책임감을 부각시키고 기업 이미지를 제고할 수 있습니다.



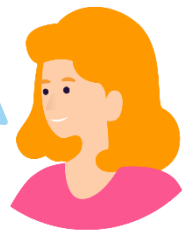
FBA 기부 프로그램에 참여하려면 어떻게 해야 하나요?

셀러는 기본적으로 FBA 기부 프로그램에 등록되어 있습니다.
"설정 > Fulfillment By Amazon(아마존 주문처리 서비스)

> FBA 기부 프로그램"으로 이동하여 등록 상태를 확인하실 수 있습니다. 이 프로그램에 등록하면 아마존은 기부 조건에 부합하는 폐기 상품을 평가합니다.

언제든지 "FBA 설정"에서 FBA 기부 프로그램을 비활성화하여 이 프로그램을 탈퇴할 수 있습니다. 탈퇴 후 폐기하는 재고는 기부 프로그램에 참여할 수 없습니다.

FBA 기부 프로그램은 미국 주문 처리 센터에 보관된 재고에만 적용됩니다.



• 미국 프로그램 협력사

아마존은 Good360 과 협력하여 셀러들이 기부한 아마존 재고를 미국의 다양한 비영리 단체에 분배하여 도움이 필요한 사람들에게 전달합니다.

기부 프로그램에 대한 자세한 내용은 셀러 센터에 로그인한 후 도움말 페이지를 참조하십시오.

3.3 상품 배송

상품이 판매되면 FBA는 빠르고 편리한 상품 배송 서비스를 통해 상품을 선별, 포장 및 발송하여 고객에게 배송합니다. 전문적이고 효율적인 배송은 매출을 향상시키고 업계 경쟁력을 높이며 고객 경험을 최적화하는 주요 요소입니다.

3.3.1 배송 개요

- **배송 시간 관리**

아마존은 리스팅 페이지와 결제 페이지에서 고객에게 예상 배송 시간을 제공합니다. 이 시간은 고객이 주문한 시점부터 주문 배달 날짜까지의 예상 소요 시간입니다.



- **왜 배송 시간을 관리해야 하는가?**

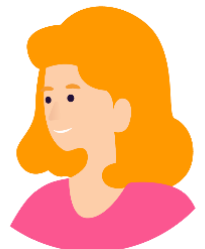
상품에 정확한 배송 시간을 설정하면 향상된 고객 경험을 제공하여 판매를 증진시킬 수 있습니다. 고객은 상대적으로 배송 속도가 더 빠른 상품을 선호하기 때문에 이런 상품이 판매될 확률이 높습니다.



배송시간을 어떻게 관리해야 하나?

3가지 방식으로 멀티 채널 주문 처리 주문을 제출할 수 있습니다:
한번에 1개, 대량 또는 API를 제공합니다.

- ①준비시간 수정 : [배송설정] 페이지의 일반배송 설정 옵션 카드에서 현재 기본 준비시간 설정을 보시고, 준비 시간을 수정하실 수 있습니다.
- ②운송 시간 수정:[배송 설정] 중 배송 템플릿을 편집 하여 운송 시간을 지정하십시오.
- ③당일 도착 및 주말 운영, 주말 배송 등 프리미엄 배송 옵션을 선택하실 수 있습니다



1. 배송 준비 시간: 고객이 주문한 시점부터 셀러가 주문 상품을 배송사에 전달할 때까지 소요되는 시간.
2. 운송 시간(배송 시간이라고도 함): 셀러가 주문 상품을 배송사에 전달한 후 고객 주소지까지 배송되는 데 소요되는 시간.

- **프리미엄 배송**

미국의 프리미엄 배송 옵션에는 1일 배송과 2일 배송이 포함되며, 이 서비스는 배송 설정에서 활성화할 수 있습니다. 셀러는 프리미엄 배송을 통해 고객에게 빠른 배송 서비스를 제공할 수 있습니다. 이러한 빠른 배송 서비스는 추적 정보를 제공하여 고객이 정확한 도착 날짜를 알 수 있기 때문에 고객 경험을 향상시킬 수 있습니다.

프리미엄 배송 옵션 사용 자격 :

셀러들은 반드시 아마존에 **90일** 이상 점포를 오픈하여야 하며 , **30일**이내의 프리미엄 배송 옵션에 대한 요구를 만족시켜야 합니다:

유효 추적률 **99%** 되여야 하고 정각 배송률은 **97%** 이하 , 셀러의 취소율은 **0.5%**이하면 안됩니다 .

- **프리미엄 배송 사용 주의 사항**

프리미엄 배송 사용 주의 사항	
자격 확인	프리미엄 배송 사용 <u>자격 대시보드</u> (로그인 필요)를 통해 자격을 확인할 수 있습니다.
자격 보유	프리미엄 배송 옵션을 사용하여 배송을 진행하면 아마존은 셀러의 프리미엄 배송 주문(프라임 배지가 있는 셀러가 처리한 주문 제외)의 배송 퍼포먼스에 따라 자격 유지 여부를 결정합니다.
자격 취소	이전에 프리미엄 배송 자격이 취소되었다면 실행 계획 ¹ 을 제출하여 프리미엄 배송 참여 자격 회복을 요청할 수 있습니다.
시간 계산 방법	셀러는 프리미엄 배송 옵션 주문의 마감 시간을 현지 시간 오후 2시 이후로 설정해야 합니다. 목적지 국가에 여러 표준 시간대가 존재하는 경우에는 가장 동쪽에 위치한 창고의 표준 시간대를 기준으로 합니다(즉, 현지에서 가장 이른 시간 기준).
프리미엄 배송 비활성화	프리미엄 배송을 비활성화하려면 "배송 설정"에서 "배송 템플릿"을 업데이트하고 "1일 배송"과 "2일 배송" 옵션을 제거하십시오.

해외 배송 시간과 더 많은 배송 옵션이 적용된 시간 설정에 대한 자세한 내용은 여기를 클릭하여 참조하십시오.

- **무료 배송**

무료 배송은 고객들이 가장 선호하는 서비스입니다. 무료 배송 서비스를 제공하여 고객 경험을 향상시키고 신규 고객을 유치할 수 있습니다. 이를 통해 셀러 주문 처리 프라임 프로그램의 요건을 충족하고 상품 매출 기회를 높일 수도 있습니다.

"배송 설정"에서 배송비를 0.00달러로 설정하면 상품에 무료 배송을 제공할 수 있습니다. 배송비를 업데이트하면 무료 배송이 취소됩니다.

1. 실행 계획: 여러 가지 이유로 프리미엄 배송 자격이 취소된 셀러는 아마존에 퍼포먼스 개선을 위한 실행 계획을 제출해야 합니다. 이 계획 내용에는 퍼포먼스 문제의 근본 원인 분석을 비롯해 지정된 기간 내에 이러한 문제를 해결하기 위한 계획을 포함해야 합니다. 실행 계획에 대한 자세한 내용은 여기를 클릭하여 참조하십시오.

3.3.2 멀티 채널 주문 처리

멀티 채널 주문 처리(MCF)는 FBA의 프로그램 중 하나입니다. 여러 플랫폼에서 상품을 판매하는 셀러는 여러 플랫폼과 채널에서 들어오는 주문을 각각 개별적으로 발송해야 합니다. 멀티 채널 주문 처리를 이용하면 재고를 아마존 주문 처리 센터에 보관하고 아마존, 자체 웹사이트 또는 기타 전자상거래 사이트에서 상품이 판매되면 아마존이 동일하게 상품을 선별, 포장하여 고객에게 배송합니다.

• 멀티 채널 주문 처리의 장점



고객에게 1일 배송과 2일 배송 서비스를 제공하여 고객 경험 향상



아마존 플랫폼을 통해 온라인으로 재고 및 주문 관리, 진행 상황 추적 용이



멀티 채널 주문 처리를 통해 FBA 재고를 리셀러에게 배송, 관리 용이, 시간과 에너지 절약



멀티 채널 주문 처리를 통해 사업 규모 확대, 매출 성수기의 주문 폭증에 적절하게 대응

• 멀티 채널 주문 처리 수수료?

아마존에서 주문한 주문 처리 주문에는 **FBA 일반 주문 처리 수수료**가 청구됩니다. (자세한 내용은 [1.3 FBA 수수료 기준](#) 참조)

아마존 이외 사이트에서 주문한 멀티 채널 주문 처리 주문에 대한 주문 처리 수수료는 현지 국내 주문에만 적용됩니다. 아마존 이외 주문이 해외 배송인 경우에는 **FBA 수출**을 참조하여 해외 배송 수수료를 확인하십시오.

그 밖에도 주문 처리 수수료에 영향을 미치는 주요 요인은 다음과 같습니다.

프리미엄 배송 사용 주의 사항	
상품 크기 등급	표준 크기 상품(소형 표준 크기, 대형 표준 크기) 크기 초과 상품(대형 크기 초과, 중형 크기 초과, 소형 크기 초과, 특별 크기 초과) 최초 초과분 별도 수수료 부과
상품 수량	상품당 수수료
배송 유형	표준 배송, 빠른 배송, 프리미엄 배송

자세한 배송 금액과 상품 크기 및 중량 계산 방법은 [도움말 페이지](#)를 참조하십시오.

- 멀티 채널 주문 처리 사용 방법?

세 가지 방식으로 멀티 채널 주문 처리 주문을 제출할 수 있습니다: **한 번에 하나씩**, **대량** 또는 **API를 통해**.



한 번에 하나씩 멀티 채널 주문 처리 주문 제출

셀러 센터에 로그인한 후, "재고 관리" 페이지에서 포함시킬 상품을 선택하십시오. 멀티 채널 주문 처리 주문 상품의 총 주문량은 250개로 제한됩니다.



대량 주문 제출 MCF 주문

주문 처리 요청 템플릿을 다운로드하여 주문 요청을 생성하십시오. 스프레드 시트의 설명에 따라 해당 정보를 작성하여 저장하고 업로드하십시오.



아마존 마켓플레이스 웹 서비스(아마존 MWS)를 사용한 아웃바운드 화물 응용 프로그램 프로그래밍 인터페이스(API)를 사용한 멀티 채널 주문 처리 주문 생성

(아마존 MWS 개발자에게만 해당) 잠재적인 주문 처리 주문을 미리 보고 예상 주문 처리 수수료와 배송 날짜를 조회하며, 현재 주문 처리 주문의 상품 등급, 배송 등급 및 주문 등급의 상세한 정보를 획득하여 아마존 MWS를 사용해 주문 처리하는 주문 처리 센터로 상품을 반송합니다.

멀티 채널 주문 처리의 작업 절차에 대한 자세한 내용은 [도움말 페이지](#)를 참조하십시오.

3.3.3 제3자 로지스틱스 서비스업체

제3자 로지스틱스 서비스 제공업체를 이용하려면 먼저 해외 배송 업무를 제공하는 배송사를 선택해야 합니다. **아마존 협력 배송사 서비스(PCP)**를 통해 상품을 배송할 수 있습니다.

셀러가 이용하는 익숙한 로지스틱스 배송사가 아마존 계정을 등록하기만 하면 셀러는 아마존 셀러 센터에서 이 배송사를 선택하여 상품을 배송할 수 있습니다. 아마존 협력 배송사 서비스는 셀러에게 더 많은 배송 옵션을 제공할 뿐만 아니라 배송 효율도 높일 수 있도록 도와줍니다!

- **PCP 개념 소개:**

아마존 협력 배송사 서비스: 즉, Amazon Partnered Carrier Program, 약칭 PCP는 셀러가 지정한 로지스틱스 협력 배송사를 통해 미국 본토 48개 주 내에서 현지 배송 서비스를 제공하는 것을 말합니다. 이 서비스를 통해 셀러는 협력한 적이 있거나 익숙한 로지스틱스 배송사를 자유롭게 선택하여 상품을 배송할 수 있습니다.

주의: 이 서비스는 **미국 본토 48개 주 내에 창고가 있는 셀러**에게만 해당되며 해당 셀러는 PCP를 통해 보관 상품을 현지 고객에게 배송할 수 있습니다. 셀러의 상품이 이나 미국 본토 48개 주 이외의 지역에 있는 경우에는 셀러가 직접 로지스틱스 배송사와 연결하여 배송을 완료하거나, 상품을 먼저 미국 본토 창고로 운송한 후 PCP를 통해 로지스틱스 협력 배송사를 선택하여 상품을 배송할 수도 있습니다.

- **PCP의 일반적인 모델:**

PCP는 일반적으로 **소화물 배송(SPD) 배송사**와 **혼적 화물 운송/독차 운송(LTL/FTL) 배송사**로 구분할 수 있습니다.

- **소화물 배송(SPD) 배송사**

소화물 배송, 즉 Small Parcel Delivery, 약칭 SPD는 일반적으로 UPS를 통해 배송됩니다. 아마존 협력 SPD 배송사를 선택하여 소화물을 배송하려면 먼저 상품을 박스에 포장하고 각 박스에 개별적으로 라벨을 부착해야 합니다. 화물이 준비되면 SPD 배송사에 연락하여 픽업을 요청하거나 패키지를 배송사 집하 사이트로 보내면 됩니다.



- **혼적 화물 운송/독차 운송(LTL/FTL) 배송사**

화물 총 중량이 **68,000g(150lb)**을 초과하는 경우, 아마존 협력 혼적 화물 운송/독차 운송(LTL/FTL) 배송사를 이용하면 비용을 절약할 수 있습니다. 아마존 협력 배송사 서비스를 이용하는 LTL 배송은 팔레트에 적재해야 하고, 지정된 운송 날짜 전에 화물이 준비되어 있어야 합니다.



협력 배송사 프로그램에 대한 자세한 내용은 [여기를 클릭하여](#) 참조하십시오.

3.4 판매 후 서비스

상품이 판매된 후 아마존은 FBA를 이용하는 셀러를 대신하여 7x24 고객 서비스, 반품 서비스 등과 같은 일련의 판매 후 서비스(A/S)를 제공하여 고객의 구매 경험을 보장하고 셀러에 대한 긍정적인 피드백을 이끌어 아마존 셀러가 업계에서 두각을 나타낼 수 있도록 지원합니다.

3.4.1 고객 서비스

고객이 Amazon.com에서 안심하고 구매할 수 있는 환경을 조성하고 일관적인 서비스 혜택을 누릴 수 있도록 아마존은 협력 파트너의 서비스 품질 향상을 장려하고 지원합니다. 아마존은 FBA에 참여하는 셀러를 대신해 우수하고 세심한 판매 후 고객 지원을 제공하기 때문에 셀러는 시간을 절약하고 서비스 품질과 고객 만족도를 높일 수 있습니다.

- **해외 주문에 대한 고객 지원 제공**



- **현지 언어로 고객 지원**

아마존 마켓플레이스에 입점하면 마켓플레이스의 현지 언어로 고객 지원을 제공해야 합니다. 셀러가 직접 처리할 수 있지만 기계 번역이나 제3자 공급업체의 지원을 이용하면 번역이 정확하지 않아 고객 경험 저하를 초래하고 결국 셀러의 퍼포먼스 평가에 영향을 미칠 수 있습니다.

- **고객 서비스의 언어 문제를 해결할 수 있는 방법은 무엇인가?**

FBA는 최상의 고객 서비스를 제공할 수 있습니다. 마켓플레이스의 현지 언어로 셀러를 대신해 **전문적인 고객 지원**을 제공합니다. 아마존의 든든한 지원으로 셀러는 안심하고 비즈니스에 전념할 수 있습니다.

- **신속한 응답**



고객은 상품에 대해 궁금한 점이 있을 때 즉시 도움이 되는 서비스를 받고 싶어 합니다. 우수한 셀러 퍼포먼스 기록을 유지하기 위해 셀러는 상품, 재고 및 로지스틱스 세 방면에 대한 지식을 갖춘 고객 서비스 전담자를 배치하고 24시간 현지 언어로 고객의 이메일에 빠르게 회답해야 합니다. 입점한 마켓플레이스의 표준 시간대가 셀러의 영업 지역 표준 시간대와 다르면 시차로 인해 정상 영업 시간 안에 고객에게 회답할 수 있는 시간이 짧아져 신속하게 회답하는 것이 어려워집니다.

- **고객 서비스의 시차 문제를 해결할 수 있는 방법은 무엇인가?**

FBA 전문 고객 지원 담당자가 **연중무휴 매일 24시간 전문적인 고객 지원**을 제공하여 고객은 언제든지 빠르고 전문적인 답변을 들을 수 있어 고객의 구매 경험과 만족도를 높일 수 있으며, 이를 통해 셀러의 퍼포먼스도 향상되어 좋은 평판을 얻고 매출을 늘릴 수 있습니다.

- **해외 주문에 대한 반품 지원 제공**

자세한 내용은 [3.4.3 반품](#) 부분을 참조하십시오.

3.4.2 셀러 평가 관리: FBA 상품에 대한 고객 피드백

상품 판매 후 고객의 평가와 피드백은 아마존 셀러의 평판을 크게 좌우하고 향후 판매 전환율에도 영향을 미치게 됩니다. 따라서, 고객의 평가와 피드백을 관리하는 것은 매우 중요합니다.

- 왜 고객 피드백을 관리해야 하는가?



판매 전환 제고

리뷰가 없는 상품보다 긍정적인 리뷰가 있는 상품의 판매 전환율이 훨씬 높습니다. 고객은 상품 구매를 결정할 때 현재 셀러의 신뢰도에 대한 다른 고객의 보증이 필요합니다. 따라서 고객에게 리뷰 작성을 장려하고 긍정적인 리뷰와 부정적인 리뷰의 비율을 관리하면 판매 전환율을 높일 수 있습니다.



경험 개선

셀러에 대한 피드백에 답변하고 관리하여 상품과 서비스에 존재하는 문제를 파악하고 그에 대한 조치를 취할 수 있어 상품 또는 리스팅을 더욱 최적화하고 고객 경험을 개선할 수 있습니다.



평판 최적화

고객 만족도가 높으면 평판이 좋아지고, 한 번 구매했던 고객이 계속 해당 셀러의 상품을 구매하기를 원할 수 있습니다.

- 고객 피드백은 어떻게 검토하는가?

셀러 센트럴에 로그인한 후, 고객의 소리 대시보드에서 셀러의 상품에 대한 구매자 경험 상태(즉, 고객 만족도)를 검토하고, 고객의 리뷰를 읽고, 상품 및 리스팅 문제를 파악하고, 문제를 해결하기 위한 조치를 취할 수 있습니다. 고객의 소리를 이용할 때 다음 몇 가지 사항을 이해해야 합니다.



고객 만족도 상태

고객 만족도 상태는 최근 주문 및 고객 피드백을 기반으로 개별 상품의 퍼포먼스를 이해하는 데 도움이 되는 메트릭입니다.

고객 만족도 상태를 파악하는 방법

셀러의 상품에 대한 부정적인 구매자 경험(NCX) 비율¹을 유사한 상품과 비교하여 고객 만족도 상태를 파악할 수 있습니다.



고객 만족도 상태 등급

상품에 대한 고객 만족도 상태는 "훌륭함", " 좋음", "양호", "나쁨" 또는 "매우 나쁨"으로 분류됩니다. 고객 만족도 상태가 "나쁨" 및 "매우 나쁨"인 모든 상품을 검토하여 문제를 파악하고 해결할 것을 권장합니다.

고객 만족도 상태	퍼포먼스 수준
훌륭함(녹색) ●	셀러의 상품 퍼포먼스가 유사 상품보다 현저히 우수합니다.
좋음(연한 녹색) ●●	셀러의 상품 퍼포먼스가 유사 상품보다 우수하거나 우수한 정도가 같습니다.
양호(노란색) ●●●	셀러의 상품 퍼포먼스가 유사 상품과 비슷합니다.
나쁨(주황색) ●●●●	셀러의 상품 퍼포먼스가 유사 상품보다 뒤떨어지며, 부정적인 구매자 경험 비율로 인해 판매가 종료될 위험에 있습니다.
매우 나쁨(빨간색) ●●●●●	셀러의 상품 퍼포먼스가 유사 상품보다 현저히 뒤떨어지며, 부정적인 구매자 경험 비율로 인해 이미 판매가 종료되었습니다.

고객의 소리에 대한 자세한 내용은 셀러 센트럴에 로그인한 후 [여기를 클릭하여](#) 참조하십시오.

• 고객 피드백을 어떻게 관리하는가?

다음 절차를 사용하여 고객 피드백을 관리할 수 있습니다. (다음 페이지)

1. 부정적인 구매자 경험(NCX) 비율은 고객이 상품 또는 리스팅 관련 문제를 보고한 주문 수를 총 주문 수로 나눈 값입니다. 부정적인 구매자 경험 비율과 구매자 경험 상태는 모두 상품의 퍼포먼스 이력을 기반으로 합니다.

고객 만족도 상태	퍼포먼스 수준
고객 피드백 수집	고객과의 모든 소통 과정에서 피드백을 요청하고 "셀러 피드백 남기기" 링크 http://www.amazon.com/exec/obidos/account-access-login/ 를 클릭하여 피드백을 작성하도록 장려합니다.
부정적인 평가 조사	부정적인 평가를 모두 조사하여 문제의 근본적인 원인을 파악하여 해결합니다.
평가 최적화 노력	대부분의 상황에서 고객과 협력하고 환불, 교환 또는 쿠폰 증정을 협의하여 구매 경험을 향상시키고 긍정적인 평가 비율을 높입니다.
고객의 평가 주시	매주 부정적인 피드백을 모니터링하여 긍정적인 피드백 비율을 95%로 유지하고 피드백 평점을 4.5점 이상으로 유지하도록 노력하십시오.
규정 준수	리뷰가 고객들에게 도움이 될 수 있도록 셀러는 <u>고객 상품 리뷰 정책</u> 을 준수하여 고객 피드백을 관리해야 합니다.

• 고객 피드백 검토 방법

부정적인 평가는 피드백 관리의 중요한 부분입니다. 피드백 관리자를 통해 셀러 피드백을 관리하고 모니터링할 수 있습니다. 아마존에서 제공한 주문 처리 배송 서비스와 관련된 부정적인 피드백은 삭제를 요청할 수 있습니다.



아마존은 피드백을 심사한 후 부정적인 평가를 삭제할 수 있으며, 이는 셀러의 퍼포먼스 메트릭에 반영되지 않습니다. 아마존은 해당 고객 리뷰에 취소선을 표시하고 "아마존에서 주문 처리한 아이템으로 아마존에서 이 상품의 주문 처리에 대해 책임을 지겠습니다"라는 메시지를 표기합니다.

고객 피드백에 셀러가 리스팅에 명시한 상품 상태(새 상품, 중고 상품 등) 또는 아마존이 아니라 셀러가 고객에게 제공하거나 제공을 주관한 서비스와 관련된 내용이 포함된 경우에는 해당 피드백과 부정적인 평가가 그대로 유지됩니다.



아마존 정책은 아마존의 정상적인 서비스 제공을 방해할 수 있는 어떠한 행위도 금지합니다. 부정적인 리뷰의 삭제에는 심사와 작업을 위한 시간과 인력이 소요됩니다. 아마존에 대량의 착오성 또는 추측성 삭제 신청을 제출하지 마십시오. 이는 아마존이 다른 셀러에 정상적인 서비스를 제공하는 데 영향을 미칠 수 있습니다.



주의:

고객 피드백 삭제는 아마존에서 판매하고 아마존 주문 처리 네트워크(AFN)를 통해 배송된 상품에만 적용됩니다. 아마존에서 셀러가 처리한 주문은 (멀티 채널 주문 처리 주문 제출일지라도) 고객 피드백 삭제 자격에 부합되지 않습니다. 피드백 삭제에 대한 자세한 내용은 [도움말 페이지](#)를 참조하십시오.

긍정적인 피드백과 평가를 유지하는 방법에 대한 자세한 내용은 아마존이 폭넓은 경험을 바탕으로 정리한 [긍정적인 피드백 및 평점 유지 모범 사례](#)를 참조하십시오.

셀러 상품 리뷰에 대한 더 많은 FAQ는 셀러 센트럴에 로그인한 후, [상품 피드백 관련 FAQ](#)를 참조하십시오.

3.4.3 FBA 주문에 대한 고객 반품

반품은 상품 판매 후 서비스의 중요한 부분이며 고객의 구매 경험에 큰 영향을 미칩니다. 아마존은 고객 반품 정책에 따라 셀러를 대신해 반품 조건에 부합하는 상품의 반품을 처리합니다.

- **FBA 고객 반품 정책**

아마존은 FBA를 통해 셀러의 주문에 대한 배송 서비스와 반품 처리를 포함하는 고객 서비스를 제공합니다. 아마존은 아마존 고객 반품 정책에 따라 고객이 구매한 FBA 상품이 [반품 조건](#)에 부합되는지 확인한 후, 조건에 부합하는 고객에게 다음과 같은 고객 서비스를 제공합니다.



환불

아마존은 반품 요청에 부합하는 고객에게 상품을 구매할 때 지불한 금액의 전부 또는 일부를 환불합니다. 아마존은 셀러의 FBA 주문에 대해 고객에게 환불한 금액을 셀러의 계정에서 차감합니다. 고객이 해당 상품을 아마존 주문 처리 센터로 반품할 필요가 없는 경우도 있습니다.



반품

고객이 아마존 주문 처리 센터에 상품을 반품할 때 아마존은 각 반품 상품의 상태를 평가합니다. 해당 상품이 판매 가능한 상태인 것이 확인되면 셀러의 재고로 반환됩니다. 상품이 판매 불가능한 상태인 것이 확인되면(예: 결함이 있거나 파손된 상태) 이러한 파손에 대한 책임 소재(아마존 또는 셀러)를 판단하여 셀러가 보상을 받을 수 있는지 여부를 결정합니다.



보상

아마존에서 상품을 관리하는 기간에 분실 또는 파손이 발생한 경우 셀러는 FBA 주문 환불에 대한 보상을 받을 수 있습니다.



교환

아마존은 FBA 상품을 반품하는 고객에게 교환 처리를 해줄 수 있습니다. 이 경우 아마존은 셀러의 재고에서 새 상품을 고객에게 무료로 배송하며 셀러는 이에 대한 어떠한 비용도 지불할 필요가 없으며 교환 주문에 대한 판매 대금도 받지 않습니다.

- 상술한 서비스는 모두 추가 비용이 발생합니다.

추가 비용	
환불 처리 수수료	셀러가 이미 판매 대금을 지불한 고객에게 환불한 경우 아마존은 셀러에게 상품 판매 수수료의 일부를 돌려줍니다. 이 금액은 해당 상품에 지불된 판매 수수료에서 환불 처리 수수료(5달러 또는 적용된 판매 수수료의 20% 중 낮은 금액)를 뺀 금액입니다.
재입고 수수료	일부 경우(예: 반품된 상품이 개봉된 경우) 아마존은 고객에게 재입고 수수료를 청구할 수 있습니다. 이 경우 아마존은 셀러의 계정에 재입고 수수료를 입금합니다. 단, 아마존이 해당 반품 상품의 상태에 대한 책임을 지고 셀러에게 이미 보상금을 지급한 경우에는 재입고 수수료가 입금되지 않습니다.
반품 처리 수수료	"의류", "시계", "주얼리", "신발" 및 "가방" 카테고리 상품에 대해 아마존은 반품 처리 수수료를 청구합니다. 자세한 내용은 반품 처리 수수료 를 참조하십시오.

- **반품 관리**

아마존의 반품 정책에 대해 이해했으니 이제 좀 더 구체적으로 반품에 관한 내용을 살펴보도록 하겠습니다.

- **기본 절차**



프로페셔널 셀링 계정의 경우 아마존은 아마존 반품 정책에 부합하는 반품을 자동으로 승인합니다.

아마존의 반품 정책을 사용하지 않는 경우에도 만족스러운 고객 경험을 보장하기 위해 아마존 반품 정책과 동일하거나 더 나은 반품 정책을 제공해야 합니다.



아마존은 아마존 정책에 부합하지 않거나 선불 반품이 면제된 반품 요청만 셀러에게 전달합니다. 고객이 반품을 요청하면 아마존은 셀러에게 고객의 반품 이유를 설명하는 이메일을 보냅니다.

고객이 아마존의 반품 정책에 부합하지 않는 요청을 하는 경우에도 셀러에게 이메일로 통지합니다, 정책에 부합하지 않는 반품 요청에 대한 자세한 내용은 [여기를 클릭하여 참조하십시오](#).



• 관리 항목

관리 항목(각 링크 로그인 필요)			
반품 주소 및 우편 라벨	반품 없는 환불	셀러가 처리한 주문 선불 반품	반품 기본 설정 구성
환불 옵션	사용자 지정 반품 지침	사용자 지정 반품 우편 라벨	선물 반품 처리
연휴 반품 정책	재입고 수수료 청구 가이드라인	잠재적 유해물질 반품	세금 환불 방법

• 해외 판매에 대한 고객 반품

해외 주문에 대한 반품 처리 시 다음 내용을 숙지해야 합니다.

3개 북미 마켓플레이스(미국, 캐나다, 멕시코), 일본 및 5개 유럽 마켓플레이스(이탈리아, 프랑스, 독일, 스페인 및 영국)의 고객에게 배송된 주문에 대한 해외 반품을 처리하는 경우, 다음 세 가지 반품 방법 중 하나를 사용해야 합니다.

반품 방법	
반품 없는 환불	상품 반품 요청 없이 전액 환불을 제공합니다.
국내 반품 옵션 제공	고객이 소재하는 국가/지역의 반품 주소를 제공합니다. 예를 들어, Amazon.co.uk에서 상품을 판매한 경우 영국 내 반품 주소를 제공해야 합니다. 현지 반품 주소가 없으면 해외 반품 업체의 도움을 받을 수 있습니다.
선불 해외 반품 배송 라벨 제공 ¹	자체 선불 반품 우편 라벨을 제공합니다. 예를 들어, Amazon.de에서 판매된 상품의 출고처가 이라면 고객에게 독일에서 출고처까지의 반품 라벨을 제공해야 합니다. 선불 반품 배송 라벨에 추적 ID를 추가할 것을 권장합니다.



주의:

2019년 11월 15일부터 미국 외 지역에서 미국 고객이 주문한 상품을 배송할 경우 **10달러 미만**의 상품에 대해 유효한 미국 반품 주소를 아마존에 제공해야 합니다.

해외 반품 주의 사항 및 절차에 대한 자세한 내용은 [여기를 클릭하여](#) 참조하십시오.



• 반품 후 서비스

고객의 환불 요청을 승인한 경우에는 반품 과정에서 발생하기 쉬운 상품 포장 파손이나 마모 또는 운송 중 상품 분실이나 손상 등과 같은 특수 상황에 주의를 기울여야 합니다.

FBA는 포장이 파손되었지만 판매 가능한 상태인 상품에 재포장 및 리퍼비시 서비스를 제공합니다. 시스템은 조건에 부합하는 상품을 자동으로 재포장하며 이 서비스는 셀러의 상품 손실을 감소하고 상품 폐기율과 운영 비용을 통제할 수 있어 셀러의 이익을 보장하면서 자원의 지속 가능성까지 고려할 수 있습니다.

1. 선불 해외 배송 라벨: 반품 신청을 승인한 후 셀러는 "이 요청에 대해 선불 우편 라벨을 제공하겠습니다"를 선택하고 배송비를 선불한 반품 라벨을 업로드하거나 선불 반품 라벨을 이메일 등을 통해 고객에게 발송할 수 있습니다. 고객은 이 라벨을 사용하여 반품 상품을 쉽게 반송할 수 있습니다. 선불 라벨 공급업체, 작업 절차 등에 대한 자세한 내용은 [여기를 클릭하여 참조하십시오](#).



• 재포장 서비스

FBA는 조건에 부합하는 고객이 반품한 상품을 새 상품으로 판매할 수 있도록 재포장합니다. 이 서비스는 **소매 상품**과 **FBA 반품 상품**에 적용되며 셀러의 설정에서 비활성화할 수 없습니다.

- 아마존은 반품된 상품을 평가하여 재포장 가능 여부를 판단합니다.
- 재포장에는 비닐 백이나 에어캡 포장을 교체하거나, 상품을 박스에 다시 포장하는 것이 포함됩니다. 브랜드 박스와 브랜드 없는 박스 및 비닐 백의



• 리퍼비시 서비스

아마존은 옵션의 리퍼비시를 통해 기타 포장 서비스를 제공합니다. FBA는 다양한 상품에 적합한 리퍼비시 서비스를 제공합니다. 예를 들면, 포장 박스를 테이프, 풀, 스테이플러로 다시 붙이거나, 과도한 테이프, 비 상품 라벨 및 스티커를 제거합니다. 신발 및 의류 리퍼비시에는 증기 세척과 얼룩 및 냄새 제거가 포함될 수 있습니다.

언제든지 셀러 센트럴에 로그인하여 리퍼비시 설정을 변경할 수 있습니다.

• 재포장 서비스를 사용할 수 있는 상품 종류

재포장 서비스에 카테고리가 추가되면 해당 상품이 자동으로 포함됩니다. 재포장 가능 카테고리는 다음과 같습니다.

재포장 가능 카테고리			
주택 개조 용품	주방용품	애완동물 용품	운동
가정용품	사무용품	자동차용품	카메라
휴대폰	잔디 및 가든용품	비즈니스, 산업 및 과학용품	악기
신발	의류	패션	-

• 반품 평가

반품이 완료된 후 고객은 반품 경험에 대한 피드백을 제공할 수 있습니다. 셀러의 퍼포먼스 향상을 위해 반품 처리에 대한 고객의 반품 피드백도 중요합니다. 반품 과정의 모든 단계에서의 행동이 고객의 **반품 불만족 비율(RDR)**에 영향을 줄 수 있습니다. 다음 세 가지 메트릭이 전체 반품 경험에 영향을 미칩니다.

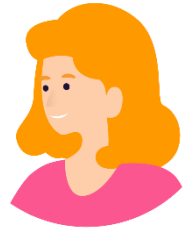
반품 평가에 영향을 미치는 메트릭	
부정적인 반품 피드백 비율	전체 반품 요청 중 부정적인 반품 요청 비율을 나타냅니다. 아마존은 모든 반품 요청에 대해 해당 고객에게 셀러가 반품 문제를 해결했는지를 물어봅니다. 고객이 반품 문제가 아직 해결되지 않았다고 답하면 아마존은 이것을 부정적인 피드백으로 간주합니다.
응답 지연율	응답 지연율은 전체 반품 요청 중 반품 요청 후 48시간 이내에 반품 승인, 환불 또는 요청 종결을 하지 않은 반품 요청 비율을 나타냅니다.
유효하지 않은 거부 비율	전체 반품 요청 중 반품 정책에 부합하지만 잘못 거부된 반품 요청 비율을 나타냅니다. 반품이 정책 요건에 부합하는 경우, 셀러는 고객에게 전액 환불, 반품 요청 승인 또는 해당 문제를 해결해야 합니다.



반품 평가를 개선하려면 어떻게 해야 하나요?

다음은 반품 평가를 개선할 수 있는 몇 가지 권장 사항입니다. 먼저 아마존 셀러 계정에 로그인하여 셀러의 상황에 맞게 반품 평가를 관리하세요.

- 반품 자동 승인을 사용할 수 있습니다.
- 매일 반품 요청이 있는지 확인하세요. 반품 요청에 응답하지 않으면 부정적인 피드백을 받을 가능성이 높습니다.
- 2일 이내에 신속하게 응답하면 부정적인 피드백을 받을 가능성이 낮습니다.
- 고객의 문제를 적극적으로 해결해야 합니다. 고객의 문제를 해결하지 않은 상태에서 반품 요청을 거부하면 부정적인 피드백을 받을 가능성이 높습니다.
- 부정적인 피드백을 주의해서 모니터링해야 합니다. 부정적인 피드백을 받은 반품 요청은 고객이 클레임을 제출할 가능성이 높습니다.
- 피드백 관리자를 사용하여 고객과 소통할 수 있습니다.
- "구매자-셀러 메시지 서비스" 템플릿을 사용하여 고객과 교류할 수도 있습니다. 자세한 내용은 구매자-셀러 메시지 서비스의 이메일 템플릿을 참조하세요.



반품 정책의 적용 기간 범위 등에 대한 내용은 [여기를 클릭](#)하여 참조하십시오.

3.4.4 분실 또는 파손 재고 보상 정책

상품 판매 후 또는 반품 확인 후, 셀러의 재고가 협력 배송사 또는 아마존 주문 처리 센터에서, 또는 고객에게 배송 중 분실되거나 파손된 경우 아마존은 이에 대한 판매 후 서비스를 제공할 수 있습니다.

- 동일한 FNSKU를 가진 상품으로 교환
- 동일 상품 판매 후 예상되는 수익 보상



상품 분실 문제는 어떻게 발견하고 해결하는가?

일부 재고가 결여된 것 같다면 셀러 센트럴에 로그인하여 다음 도구와 보고서를 사용해 확인하십시오.

- 주문 관리 페이지(SKU로 검색, ASIN이 하나의 상품에만 해당되는 경우에는 ASIN으로 검색)에서 "고급 검색"을 사용하면 배송 대기 중 주문 및 예약 상품을 조사할 수 있습니다.
 - 재고 조정 보고서
 - 재고 이벤트 상세 내용 보고서
 - 재고 처분 주문 상세 보고서
 - 수령한 재고 보고서
 - 보상 보고서
 - 일별 재고 보고서
 - 셀러의 이메일 계정에서 FBA의 보상 통지 메일이 있는지도 찾아보십시오.
- 재고 분실 이유를 찾을 수 없으면 셀링 파트너 서포트에 문의하십시오.

보상을 어떻게 확정하는가?

아마존은 보상금을 확정할 때 다음 요소를 고려합니다.

- 셀러의 매출 내역
- 아마존 웹사이트에서 해당 상품이 FBA를 통해 판매되는 평균 가격
- 특정 ASIN의 매출 내역



주의:

아마존이 분실 재고에 대한 보상을 진행한 후 재고를 찾은 경우, 또는 보상 착오가 확인된 경우에 아마존은 FNSKU이 동일한 다른 상품으로 교환하거나 이미 셀러 계정에 지급된 보상금을 취소할 수 있습니다.

- **보상 신청 제한 사항**

아마존 정책은 아마존이 다른 셀러들에게 정상적인 서비스를 제공하는 것을 방해할 수 있는 어떠한 행위도 금지합니다.

이러한 행위의 예시: **충분한 조사 없이 보상 신청을 제출하는 행위**, **성급하게 보상 신청을 제출하는 행위** 또는 **단기간에 신청을 대량으로 제출하는 행위** 등등, 이러한 행위는 아마존이 추가적인 시간과 인력을 들여 셀러의 신청을 처리하는 것이기 때문에 다른 셀러의 보상 신청 처리 속도에 영향을 미칠 수 있습니다.

보상이 적용되는 상품	
아마존 주문 처리 센터에서 파손된 상품	아마존 주문 처리 센터에서 잘못된 위치에 놓인 상품
아마존이 고객에게 상품 배송을 위해 위탁한 배송사 또는 유통업체에서 분실하거나 파손된 상품	아마존 협력 배송사(소화물, 혼적 화물 운송 및 독차 운송)가 아마존 주문 처리 센터로 운송하는 중에 분실되거나 파손된 상품
보상이 적용되지 않는 상품	
FBA 운송 금지 상품	FBA 재고 요건에 부합하지 않는 상품
아마존 협력 배송사를 통해 운송 시 부적절한 포장으로 파손이 발생한 소화물 상품	결함이 있는 상품 또는 고객, 유통업체 또는 셀러가 분실하거나 파손한 상품
기한이 지난 상품	아마존 주문 처리 센터에 도착했을 때 이미 파손된 결함이 있는 상품
재고 처분 주문 처리 과정에서 분실되거나 파손된 제한된 상품	-

분실 및 손상된 재고 보상에 대한 자세한 내용은 [여기를 클릭하여 참조하십시오](#)(로그인 필요).

3.5 본 장의 용어 설명

용어	설명
케이스 포장 상품	함께 포장하여 독립적으로 판매할 수 있는 상품으로 판매 시 분할해야 하며, 이러한 상품을 개별적으로 판매하거나 세트 판매 요건에 따라 준비하여 여러 개를 포장한 형식으로 판매할 수 있습니다.
프로페셔널 셀링 계정	프로페셔널 셀링 계정은 아마존 프로페셔널 셀링 플랜에 참여하는 셀러 계정으로, 이 셀러들은 아마존 사이트 이용료를 지불함으로써 상품 판매 수수료 면제, 상품당 수수료 등 업그레이드된 서비스와 기능을 제공받게 됩니다.
일반 셀링 계정	일반 셀링 계정은 일반 셀링 플랜에 무료로 참여하는 셀러 계정으로, 기본적인 서비스와 기능만 제공되며 상품 판매 수수료 등 추가적인 비용을 지불해야 합니다.
점수 평가 주	아마존은 분기별로 셀러의 보관 한도를 평가합니다. 이러한 평가는 "점수 평가 주" 기간 내 셀러의 IPI 수치를 기준으로 합니다. 이 기간은 일반적으로 해당 분기 종료 6주 전과 마지막 주입니다.
PO, APO, FPO, DPO 사서함	PO(Post Office) 우체국, APO(Army Post Office) 군사 우체국, FPO(Fleet Post Office) 함대 우체국, DPO(Diplomatic Post Office) 외교 우체국. 미국의 경우, USPS(미국 우정국)에서만 PO Box 또는 APO/FPO/DPO 주소로 발송할 수 있습니다(EMS, HKEMS, CN 대형 소포, HK 대형 소포, HK 소화물, CN 소화물, SW 소화물). UPS, FedEx, DHL, TNT는 PO Box 또는 APO/FPO/DPO 주소로 발송할 수 없습니다.
해외 반품 업체	해외 고객이 셀러가 처리한 주문을 반품하는 경우, 해외 반품 업체의 도움을 받을 수 있습니다. 이러한 업체는 고객으로부터 반품을 수령하고 정리한 후 셀러에게 운반하거나, 다른 고객에게 발송하거나, 다른 방안을 제공할 수 있습니다.
실행 계획	여러 가지 이유로 프리미엄 배송 자격이 취소된 셀러는 아마존에 퍼포먼스 개선을 위한 실행 계획을 발송해야 합니다. 이 계획 내용에는 퍼포먼스 문제의 근본 원인 분석을 비롯해 지정된 기간 내에 이러한 문제를 해결하기 위한 계획을 포함해야 합니다.
부정적인 구매자 경험(NCX) 비율	부정적인 구매자 경험(NCX) 비율은 고객이 상품 또는 리스팅 관련 문제를 보고한 주문 수를 총 주문 수로 나눈 값입니다.
선불 해외 반품 배송 라벨	반품 신청을 수락한 후 셀러는 "이 요청에 대해 선불 우편 라벨을 제공하겠습니다"를 선택하고 배송비를 선불한 반품 라벨을 업로드하거나 선불 반품 라벨을 이메일 등을 통해 고객에게 발송할 수 있습니다. 고객은 이 라벨을 사용하여 반품 상품을 쉽게 반송할 수 있습니다.

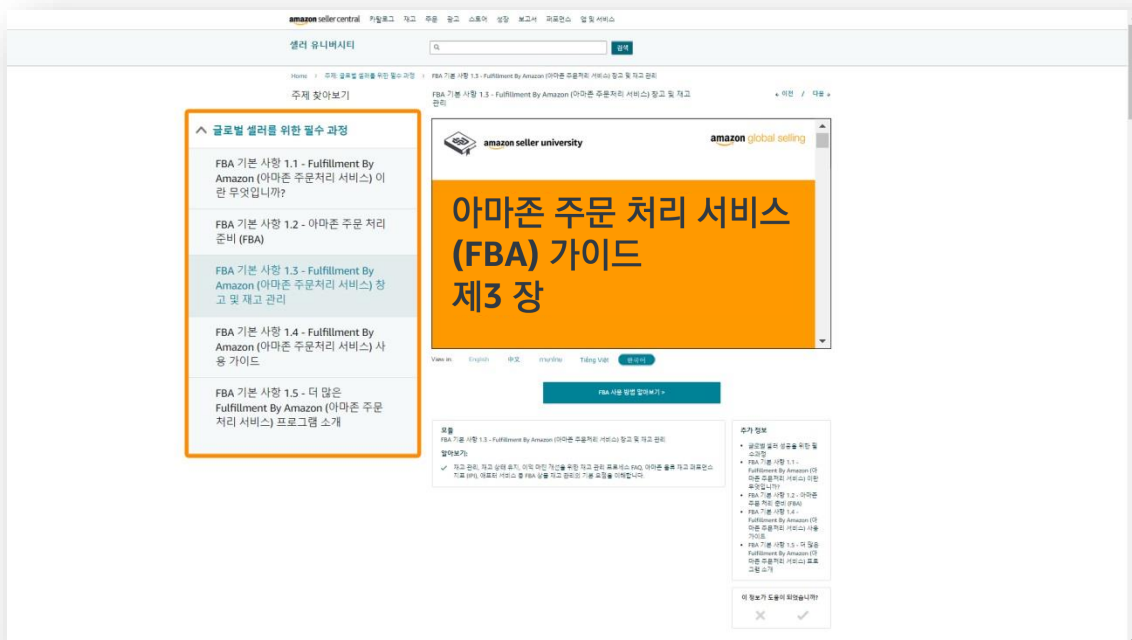
관련 내용 보기

아마존 주문 처리 서비스(FBA)

- FBA란?
- FBA 입고 전 준비
- FBA 재고 관리
- FBA 조작 가이드 사용
- FBA의 유연하고 다양한 솔루션

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

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



주문 처리 관련 교육과정 더 학습하기 :

- 신규 셀러 필독 지식 정보, "국경 간 주문 처리" 검색
- FBA 인바운드 국경 간 주문 처리 재고 발송 방법 "AGL" 검색
- 고객에게 직접 상품 배송, "FBM/MFN" 검색

학습 피드백

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

The screenshot shows the Amazon Seller Central interface. The main content area displays the 'Amazon FBA Guide' (제3 장) under the 'amazon seller university' header. A sidebar on the left lists various topics, with '글로벌 셀러를 위한 필수 과정' (Essential process for global sellers) highlighted. 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 includes a search bar at the top, a navigation menu, and a list of related topics on the left sidebar.