



상품 Listing 기초 학습 자료 제2 장

상품 상세 페이지(Listing)는 아마존 셀러가 상품을 가장 직관적으로 표현할 수 있는 방식이자, 구매자가 포괄적으로 상품을 이해할 수 있는 가장 효과적인 경로입니다. 본 가이드 매뉴얼은 상세한 아마존 상품 상세 페이지(Listing)를 포괄적으로 소개하고, 구매자의 구매 과정을 통해 상품 상세 페이지(Listing)의 중요성을 이해하는 방법을 간략하게 설명합니다. 또 상품 상세 페이지(Listing) 업로드 전의 준비 작업, 구체적 업로드 조작 및 자체 검사 평가 기준에 대해서도 더 이해할 수 있습니다.



2. 구매자의 구매 과정을 통한 Listing의 중요성 이해

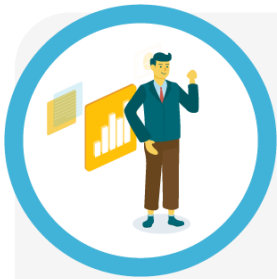
아마존의 셀러에게 있어서 상품 상세 페이지(Listing)는 구매자에게 판매하는 상품을 알릴 수 있는 유일한 소스입니다. 규정을 준수한 통일된 상품 상세 페이지(Listing)는 상품의 장점과 특징을 포괄적이고 정확하게 표시할 수 있으므로 구매자가 귀하의 상품을 구매할지에 큰 영향을 미칩니다. 따라서 관련 요구사항에 따라 작성되어야 합니다.

2.1	<u>통일된 Listing 규칙의 중요성</u>	3
2.2	<u>통일된 Listing 규칙이 구매자의 구매 과정에 미치는 영향</u>	4
2.3	<u>퀴즈</u>	9

본 교육과정에는 총 4개의 장이 있습니다. 다른 교육과정을 학습하려면 [관련 내용 보기 페이지](#)의 교육 가이드를 참고하고, 학습하려는 교육과정을 찾으십시오.

2.1 통일된 Listing 규칙의 중요성

제품 상세 페이지는 제품에 대한 구체적 소개이며, 모든 상품 정보는 상품 상세 페이지를 통해 표시됩니다. 구매자는 제품과 실제로 접촉할 수 없기 때문에, 상품에 대한 인식은 상품의 페이지를 통해서만 얻을 수 있습니다. 따라서, 잘 작성된 상품 페이지는 구매자가 최종적으로 상품을 구매할지 결정하는 관건입니다.



셀러 입장 : 셀러 입장에서는 먼저 상품 페이지를 통해 상품 정보를 여러 차원으로 전달할 수 있고, 상품의 성능 및 특징을 최대한 표시할 수 있습니다. 잘 작성된 상품 페이지는 상품의 흡인력을 향상시켜 구매자가 최종적으로 구매 결정을 내리고 전환율을 높이는데 도움이 됩니다. 또한 정확한 내용의 상세 페이지는 구매자가 정확한 판단을 내려 판매 후 불만 및 반품률을 줄이는데 도움이 되므로, 셀러의 판매 후 유지 비용이 절감될 수 있습니다.

구매자 입장 : 구매자의 입장에서는 상품 페이지 찾아보기를 통해 상품의 특징과 특성을 완전하게 이해할 수 있습니다. 마음에 드는 상품을 구매할 수 있고, 동시에 판매 후 실물이 사진과 다른 문제가 발생하는 상황을 방지할 수 있습니다. 이를 통해 불필요한 비교, 문의, 반품, 판매 후 불만 제기 등의 문제를 피할 수 있습니다. 따라서 전체 구매 절차의 간소화를 통해, 구매자는 간편하고 효율적이며 즐겁게 쇼핑을 경험할 수 있습니다.



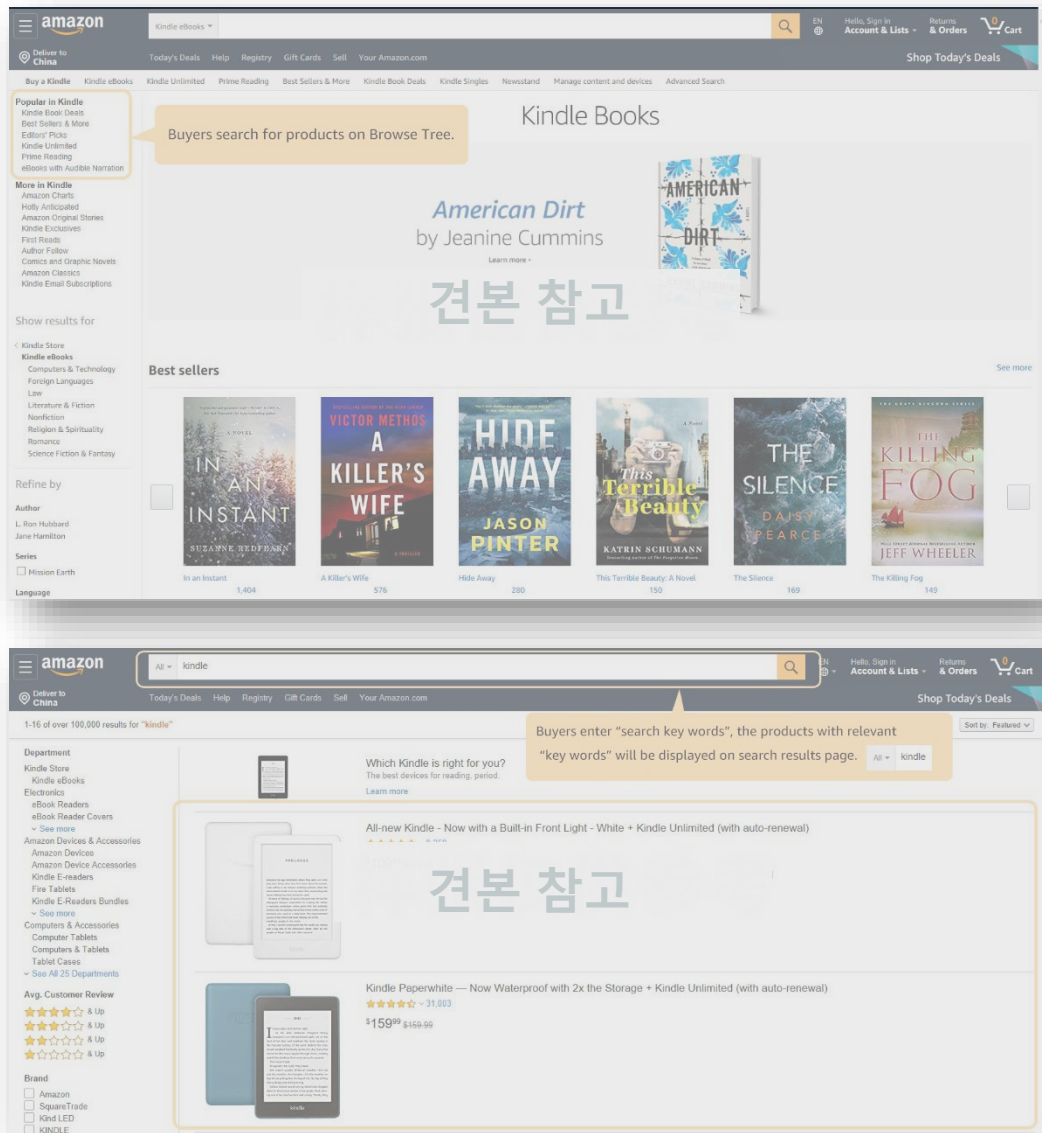
아마존 입장 : 아마존은 구매자에게 일관된 구매 경험을 제공하기 위해 최선을 다할 것입니다. 표준화되고 통일된 상품 페이지는 아마존이 구매자에게 정확한 상품 정보를 제공하기 위한 약속이자, 셀러를 위한 공정한 경쟁의 장인 동시에, 아마존의 브랜드가 구현되는 곳입니다.

2.2 통일된 Listing 규칙이 구매자의 구매 과정에 미치는 영향

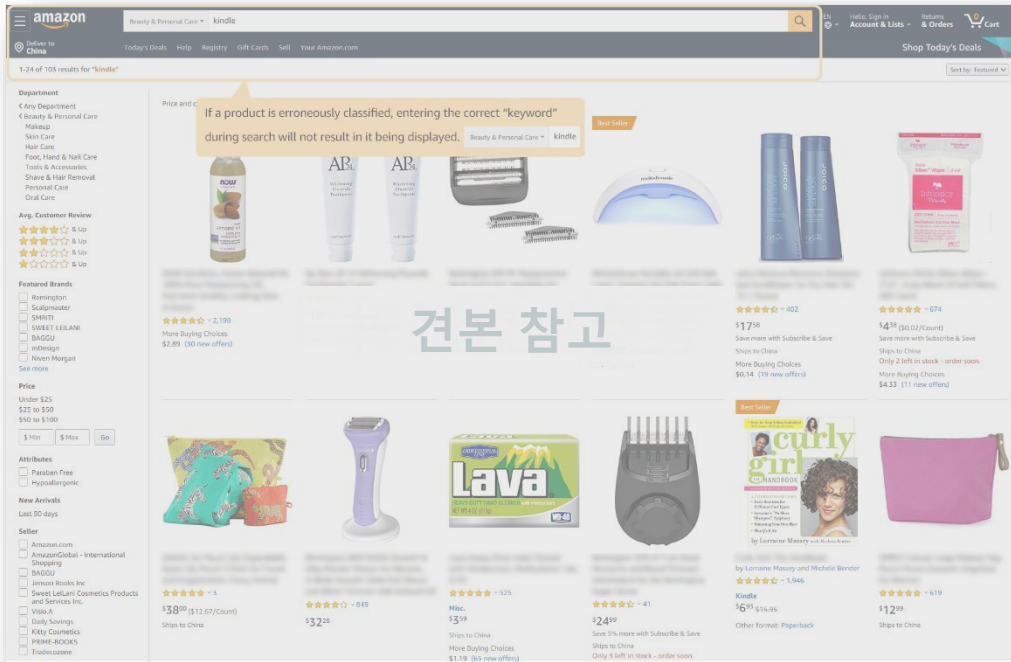
아마존에서 쇼핑할 때, 구매자는 귀하의 상품 상세 페이지에서 귀하의 상품을 발견하고 살펴봅니다. 상품 상세 페이지가 완전하지 않거나 정확하지 않으면, 구매자가 귀하의 상품을 찾기 어렵기 때문에 귀하의 판매량에 영향이 있습니다. 우리는 구매자의 구매 과정에서부터 고품질의 Listing이 클릭률과 전환율을 높여 셀러에게 어떻게 도움이 되는지 설명합니다.

상황 설정 : 미국 구매자 A가 아마존에서 Kindle을 구매하기 위해, 아마존 미국 마켓 플레이스에서 키워드를 검색한 과정은 다음과 같습니다.

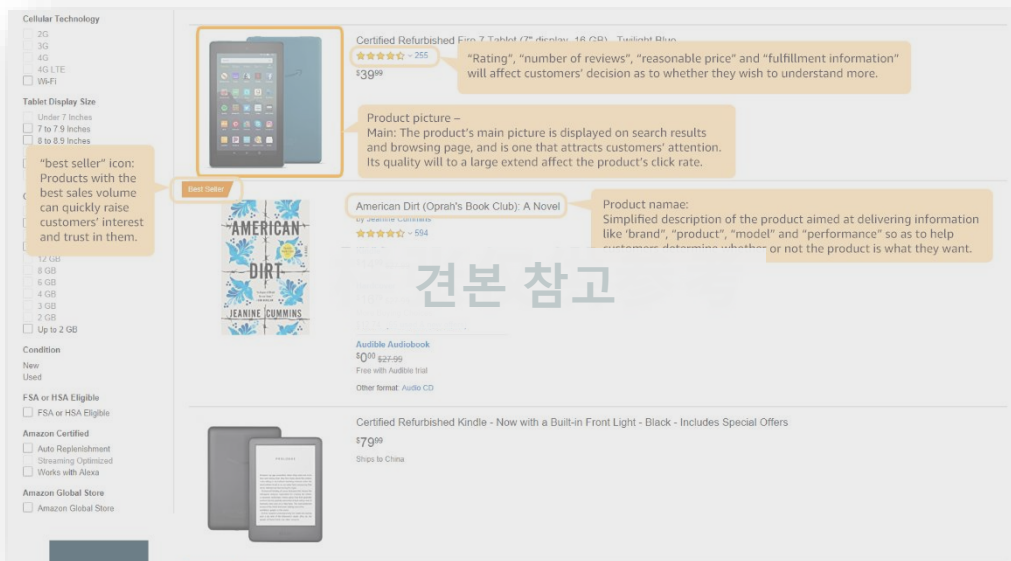
- 제 1단계 : 상품 검색



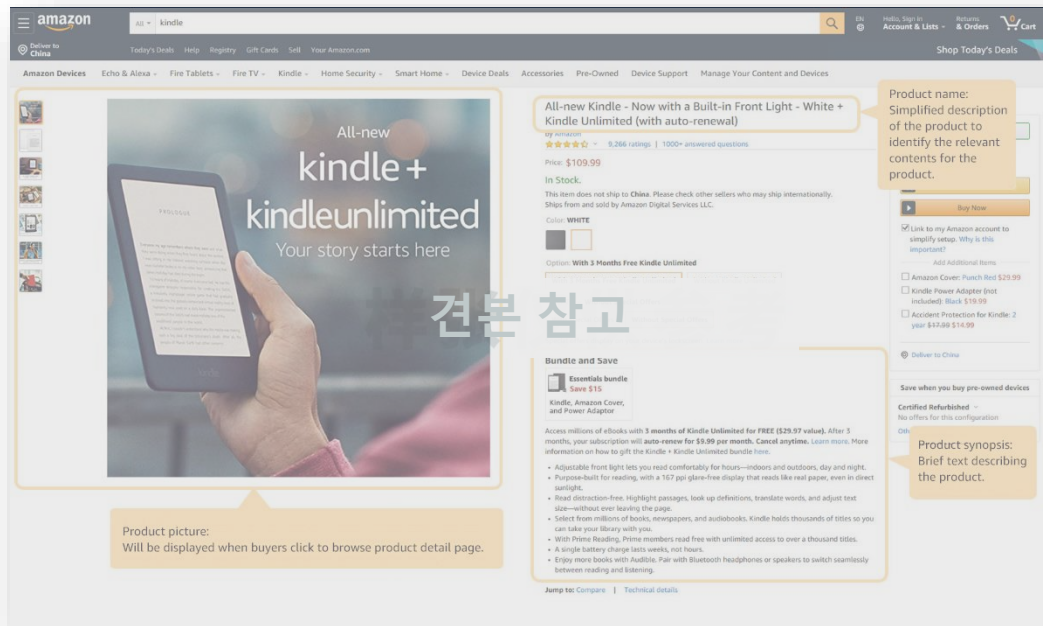
주의 : 정확한 찾아보기 노드의 설정은 상품 표시에 매우 중요합니다. 아래 그림은 "미용 & 성인 케어" 카테고리에서 "kindle"을 검색한 결과이며, 검색된 제품은 관련이 없는 제품입니다. 정확한 카테고리는 "kindle ebooks"이어야 합니다.



• 제 2단계 : 상품 클릭



- 제 3단계 : 구매 결정



요약 :

구매자가 귀하의 상품을 찾았다면, 귀하는 귀하의 상품을 구매하도록 설득하기 위해 흡인력이 있는 이미지와 명확한 상품 정보를 제공해야 하며, **고품질의 Listing 페이지는 빠른 구매 결정에 도움이 될 수 있습니다.**

- Listing 요소표—1

Listing 요소	설명	중요성
제목 (Title)	제목은 가장 직관적으로 상품 브랜드, 모델, 성능 정보를 전달하는 구성 요소입니다. "이 제품은 무엇이고?, 그 주요 기능은 무엇인지?" 소비자에게 알리기 위해 검색 결과 페이지 상품 정보 및 상품 페이지의 우측 상단에 표시됩니다.	상품 제목은 오프라인 실제 상점의 이름 및 상품 명칭에 해당됩니다. 정확한 상품 제목은 구매자의 정확하고 신속한 구매 행위에 도움이 됩니다. 또 브랜드 노선을 구축하는데 도움이 됩니다. 상품 제목 역시 상품이 검색 결과에 표시될지 여부에 영향을 미치고, 상품의 노출률과 클릭률에도 영향을 줍니다
이미지 (Product Image)	아마존 마켓플레이스의 각 상품은 모두 하나 혹은 이상의 상품 이미지가 있어야 합니다. 상품의 주요 이미지를 "기본 이미지"라고 합니다. 상품의 기본 이미지는 검색 결과와 찾아보기 페이지에 표시되고, 구매자가 상품 상세 페이지에서 볼 수 있는 첫 번째 사진이기도 합니다. "기본 이미지"는 다른 각도에서 상품을 표시하고, 사용 중인 상품과 "기본 이미지"에 표시되지 않은 디테일을 나타내는 추가 사진 몇 장과 매치되어야 합니다.	고 품질의 제품 이미지는 제품의 전환율에 영향을 미칠 뿐 아니라, 제품의 검색 순위에도 영향을 줍니다. 기본 이미지는 검색 결과 페이지에서 매우 큰 비율을 차지합니다. 구매자의 상품에 대한 가장 직관적인 인상은 기본 이미지에서 나옵니다. 따라서, 기본 이미지의 품질이 클릭률에 큰 영향을 미치는 것입니다.
상품 포인트 (Bullet Point)	상품의 포인트는 중요한 상품 기능을 전달하고, 관련 상품의 중요한 정보나 특별한 정보를 강조할 수 있습니다. 데이터에 따르면, 세심하게 작성된 상품 포인트는 판매량을 높일 수 있습니다.	상품 포인트는 상품의 주요 기능 및 셀링 포인트를 전달해서 다른 동종 제품과의 차별화를 도모할 수 있습니다. 간결하게 잘 작성된 상품 포인트는 구매자가 상품 정보를 더 잘 이해하고 상품 매력을 이해하는데 도움을 줍니다. 구매자가 상품을 더 알고 싶어 하도록 구매자에게 상품의 매력을 더 높일 수 있습니다.

• Listing 요소표—2

Listing 요소	설명	중요성
상품 설명 (Product Description)	상품 설명은 제품에 대한 더 자세한 텍스트 설명입니다. 상세한 설명을 통해 상품 기능을 더욱 자세하게 소개할 수 있고, 상품 포인트를 보충할 수도 있습니다. 상품 설명은 문장처럼 상품 포인트보다 더 구체적이고 상세해야 합니다.	세심하게 작성된 상품 설명은 소비자가 상품을 소유하거나 사용하는 체험을 상상하는데 도움이 될 수 있습니다. 상품 설명을 통해 셀러는 거의 오프라인 실제 상점에서 쇼핑하는 듯한 체험을 제공할 수 있습니다. 또한, 나날이 발전하고 있는 온라인 쇼핑 환경에서 점점 더 많은 소비자는 모바일 쇼핑을 선택하고 있습니다. 아마존 모바일 앱에서는 상세 설명이 5줄 설명 앞에 표시됩니다. 따라서, 잘 작성된 상품 설명은 제품에 대한 구매자의 신뢰도를 높여서 전환율을 촉진시킬 수 있습니다.
EBC/A+ (상품 그래픽 상세 정보)	A+ 페이지가 PC 앱 Listing의 하단에 표시되므로, 이미지와 텍스트의 조합을 통해 상품의 홍보 효과를 높일 수 있습니다.	A+ 페이지가 일반 제품 설명 페이지와 다른 점은 풍부한 그래픽, 비디오 등을 통해 제품의 실제 사용 모습을 표현함에 따라 제품의 사용 분위기를 조성하고, 제품의 기능을 구현하여 제품 페이지의 흡인력을 크게 향상시키고, 아마존 Listing 전환율을 높여서 판매량을 크게 높일 수 있다는 점입니다.
검색 키워드 (Search Term)	키워드는 상품을 설명하는 단어라고 정의할 수 있습니다. 구매자가 제품을 검색하는데 사용되는 하나의 단어나 구절(문구)일 수 있습니다. 일반적으로 키워드는 상품 명칭 또는 그 특징을 설명하는 단어이어야 합니다. 셀러는 ASIN의 search terms 입력란에 상품을 설명하는 더 많은 키워드를 추가할 수 있습니다. 이 키워드는 구매자가 볼 수 없습니다.	정확하고 다양한 키워드는 상품이 검색될 가능성을 높여서 상품이 표시될 기회가 더 많아지게 합니다. 상품의 클릭률을 간접적으로 높이고 더 많은 트래픽을 유도합니다.

2.3 퀴즈

01

다음 중 고객 구매 과정에 속하지 않는 것은?

- A. 상품 검색 B. 상품 클릭 C. 상품 비교 D. 구매 결정

02

_____은(는) 클릭률에 큰 영향을 미친다.

- A. 가격 B. 이름 C. 평점 D. 이미지

03

다음 상품 요소 중 상품 브랜드, 모델, 성능 정보를 직접적으로 전달하는 구성 요소는?

- A. 제목 B. 이미지 C. 상품 설명 D. 상품 포인트

04

다음 요소 중 상품에 대한 고객의 관심과 신뢰도를 빠르게 높일 수 있는 것은?

- A. 이미지 B. 리뷰 C. 판매량 D. "best seller" 아이콘

05

_____은(는) 구매자가 최종적으로 구매 결정을 내리고 전환율을 높이는데 도움이 된다.

- A. 가격 B. 리뷰 C. 페이지 D. 상품 설명

출처: CDADC

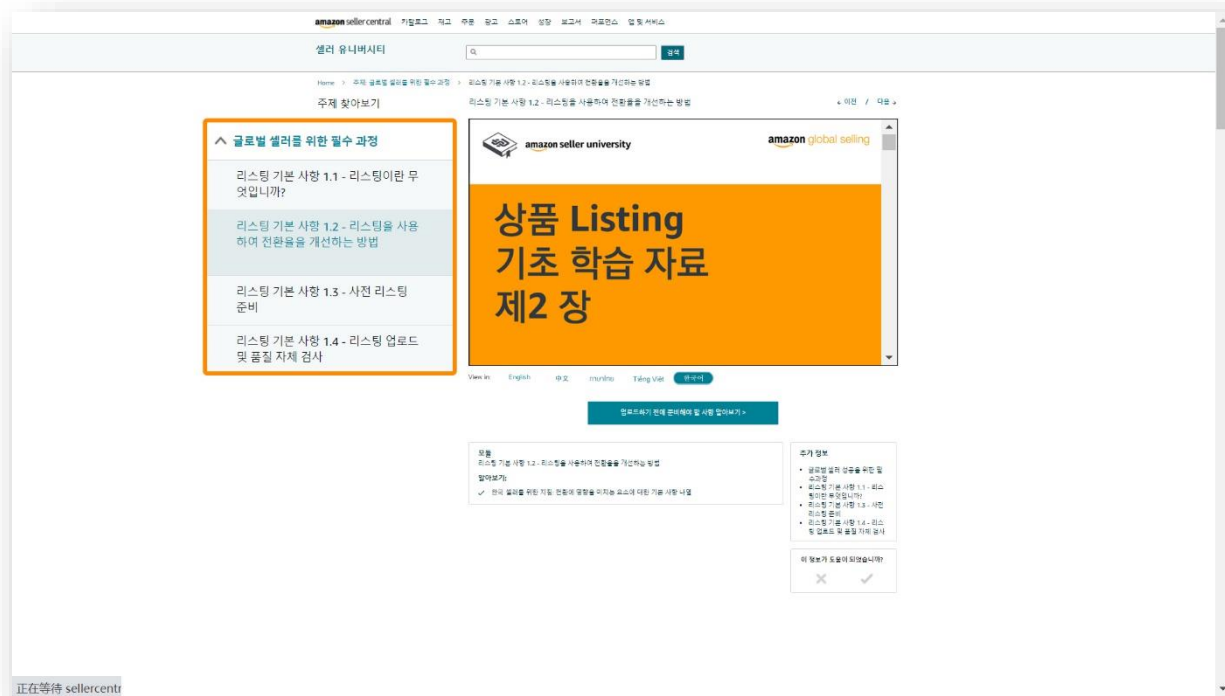
관련 내용 보기

상품 업로드 Listing 기초 학습 자료

- 리스팅이란 무엇입니까?
- 구매자의 구매 과정을 통한 Listing의 중요성 이해
- 사전 리스팅 준비
- 리스팅 업로드 및 품질 자체 검사

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

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



학습 피드백

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

The screenshot displays the Amazon Seller Central interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'amazon seller central', '카탈로그', '재고', '주문', '광고', '스토어', '성장', '보고서', '퍼포먼스', and '업 및 서비스'. Below this is a search bar and a link to '아마존에서 판매가 처음입니까? 시작 위치'. The main content area features a large orange banner with the text '상품 Listing 기초 학습 자료 제2 장'. To the left of the banner is a sidebar with a list of topics, including '글로벌 셀러를 위한 필수 과정', '상품 리스팅', '가격 책정', 'Introduction to FBA, Policies and services', 'FBA 아이존으로 발송 워크플로', 'FBA 재고 발송/보존 워크플로', 'FBA 프로그래밍 및 기능', '판매자 주문 처리 배송 (MFN)', '후원 제품으로 광고', '무류, 거래, 프로모션', '브랜딩 구축', '브랜딩 광고', '브랜딩 분석 및 보고', '규정 준수', 'Seller Performance', '글로벌 셀링', '아마존 가속화 2020', '아마존 팀업', '프라이빗 데이 및 휴일 준비', '사례 연구', 'Amazon 비즈니스 판매자 프로그램', '아마존 핸드메이드 및 커스텀', 'Marketplace Web Services(MWS)', and 'FBA를 위한 주문 관리'. The feedback section at the bottom right contains a green checkmark icon and the text '이 정보가 도움이 되었습니까?'. Below this is a smaller feedback section with a green checkmark icon and the text '이 정보가 도움이 되었습니까?'.