

# 아마존 초보 셀러 가이드

## 아마존 판매를 시작하신 것을 환영합니다.

아마존은 고객들의 만족을 가장 중요하게 생각합니다. 고객들은 다양한 상품을 신뢰할 수 있는 곳에서 구매하기를 원하기 때문에, 귀하와 같은 셀러분들은 아마존에게 매우 중요합니다. 아마존은 언제나 고객에게 더 높은 가치를 제공하고 세계 최고의 고객 중심적 가치를 전달하는 회사가 되기 위해 노력하고 있습니다. 아마존 셀러로서 귀하는 고객에게 더 나은 제품들, 더 나은 가격, 그리고 최고의 고객 경험을 제공하는 과정에 참여하실 수 있습니다.

이 가이드북에는 아마존 판매의 여정을 시작하는 데 도움이 되는 고급 정보가 포함되어 있습니다. 특정 주제에 대해 자세히 알아보시려면 [sell.amazon.co.kr](http://sell.amazon.co.kr)을 방문하십시오.

## 아마존의 강점

아마존에서 상품 판매를 시작함으로써 귀하는 Fortune 500대 기업에서 수공예품을 만드는 장인에 이르기까지 모든 종류의 판매자가 있는 마켓플레이스의 일부가 됩니다. 이들 모두는 아마존을 통해 수억 명의 고객에게 다가가고 있습니다.

- 1999년, 외부 입점 판매자(셀러)가 아마존에 합류한 이후 해당 판매량은 아마존 전체 매출의 58% 수준으로 성장하였습니다.
- 아마존 셀러들의 매출은 매년 52%씩 증가하고 있습니다 (아마존 직접 판매 성장율은 25%).

## 💡 아마존은 내 비즈니스에 적합할까요?

결론부터 말씀드리자면, 그렇습니다. 대형 브랜드들도 아마존에서 판매를 진행하고 있습니다. 곧 사람들의 관심을 끌게 될 신규 브랜드 역시 마찬가지입니다. 수많은 중소기업이 이 곳에서 사업을 확장하고 있으며, 이들이 차지하는 비중은 전 세계 아마존에서 판매되는 상품의 절반을 넘어섰습니다. 귀하가 어떠한 비즈니스에 종사하고 있든, 그 규모가 어떻게 되든, 아마존은 귀하의 성장을 함께 하게 되어 기쁩니다. 귀하에게 적합한 요소를 찾아보고 오늘 당장 판매를 시작하십시오.



180+개국의 3억 명에 달하는 고객  
전 세계 1.5억 명의 프라임 멤버



월간 순 방문자 1억 9,500만 명(미국 기준)



2018년 프라임데이 기간  
입점 셀러 매출 15억 달러



# 판매 시작 전 유의사항

## 등록 방법

아마존은 두 가지 계정 플랜 (일반/프로페셔널)을 통해 하나에서 수천개에 이르는 품목을 판매할 수 있는 옵션을 제공합니다. 등록을 시작하기 전에 귀하의 비즈니스에 적합한 플랜을 선택하십시오.

일반 계정의 경우 판매 품목 당 수수료는 \$0.99이며, 프로페셔널 계정의 경우, 판매하는 품목의 수와 상관없이 매월 \$39.99를 지불합니다. 한 달에 40개 이상의 품목을 판매하는 경우 프로페셔널 계정 옵션이 적합합니다. 어떤 플랜을 선택하든 걱정하지 마십시오. 플랜은 언제든지 변경하실 수 있습니다.

일반 계정이 적합한 경우는 다음과 같습니다.

- 매월 판매할 품목이 40개 미만입니다.
- 초기 비용을 낮게 유지하고자 합니다.
- 고급 판매 도구나 Add-on 프로그램이 필요하지 않습니다.
- 아직 무엇을 판매할지 결정하지 못했습니다.

프로페셔널 계정이 적합한 경우는 다음과 같습니다.

- 매월 판매할 품목이 40개 이상입니다.
- 고급 판매 도구를 사용하고자 합니다.
- Amazon Business, Launchpad 또는 Handmade와 같은 Add-on 프로그램을 신청하고자 합니다.
- 인지도 있는 전자상거래 셀러입니다.

## 브랜드 오너를 위한 도구

브랜드를 소유하고 있는 경우 아마존은 브랜드 구축, 성장, 보호를 위한 지원 도구를 제공합니다. Brand Registry에 등록하면 브랜드와 상품 페이지를 개인화하고 상표와 지적 재산을 보호하며 고객의 브랜드 경험을 개선할 수 있습니다. 또한 트래픽 및 전환의 개선에 대한 추가 광고 옵션과 권장 사항이 제공됩니다.

## 시작하기 위해 필요한 사항

등록을 완료하려면 은행 계좌 번호와 은행 송금 번호, 청구 가능한 신용 카드, 정부가 발급한 신분증, 세금 정보, 전화번호가 필요합니다.

## 아마존 판매를 위한 비용

판매 수수료는 판매 요금제와 판매 상품의 유형에 따라 다양한 방식으로 지불할 수 있습니다.

- **계정비:** 판매 요금제에 대해 지불하는 요금이며 금액은 선택한 계정 플랜에 따라 다릅니다.
  - 프로페셔널 계정의 비용은 월 \$39.99이며, 판매 품목당 개별 수수료는 없습니다.
  - 일반 계정은 개별 품목에 대해 \$0.99의 수수료가 부과됩니다.
- **판매 수수료:** 이 수수료는 판매된 품목당 청구되며 위탁 수수료와 변동 수수료가 포함됩니다. 위탁 수수료는 판매 가격에 대한 비율로 책정되며 상품 카테고리에 따라 달리 적용됩니다. 변동 수수료는 미디어 카테고리에만 적용됩니다.
- **배송비:** 직접 주문을 처리할 경우 아마존 배송비가 적용됩니다. 이러한 배송비는 구매자가 선택한 상품 카테고리 및 운송 서비스에 따라 부과됩니다.
- **FBA 수수료:** 아마존이 귀하를 대신하여 주문을 처리하는 상품의 경우(FBA, Fulfillment by Amazon) 주문 처리와 보관 및 선택적 서비스에 대한 요금이 부과됩니다. FBA에 대한 자세한 내용은 6페이지를 참조하십시오.

귀하의 계정 관련 비용을 리뷰하시려면 셀러 센터의 '[아마존 판매 수수료 목록](#)'을 참고하십시오.

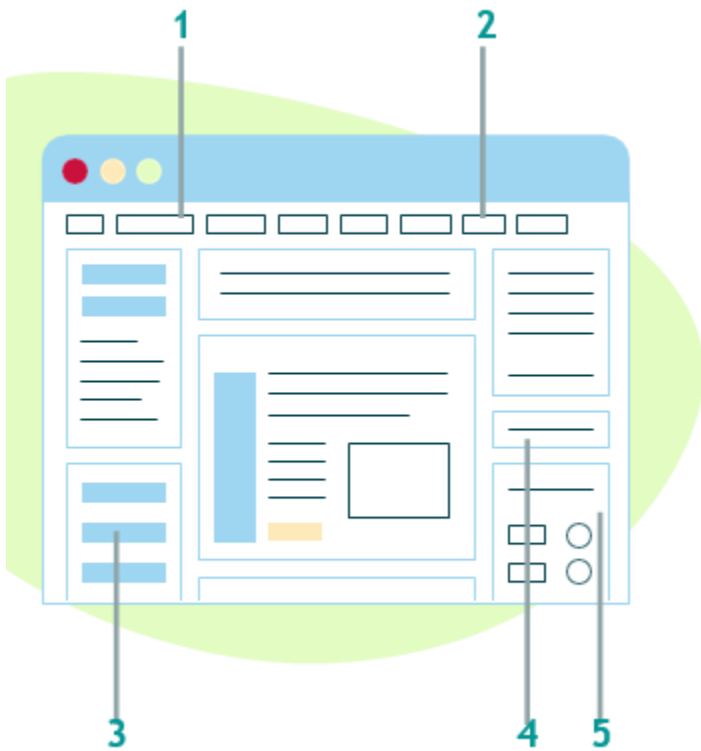


# 셀러 센트럴 알아보기

## 셀러 센트럴이란 무엇일까요?

아마존 셀러 계정 생성을 완료하시면 셀러 센트럴 계정에 접속하실 수 있습니다. 셀러 센트럴은 아마존 판매를 위한 귀하의 유용한 자원입니다. 아마존 사업 운영의 포털로서 판매 계정 관리, 상품 정보 추가, 재고 업데이트, 지불 관리를 모두 한곳에서 처리할 수 있으며 비즈니스 탐색에 유용한 콘텐츠도 찾아볼 수 있습니다. 또한 귀하의 모든 상품을 업로드하는 곳이기도 합니다.

다음은 셀러 센트럴에서 제공하는 사항입니다.



## 아마존 셀러 앱

이동 중에도 아마존 사업 현황을 확인할 수 있다는 것을 알고 계십니까? 아마존 셀러 앱을 사용하면 모바일 기기에서 바로 매출을 분석하고, 주문을 처리하고, 판매할 상품을 물색하고, 주문과 재고를 관리하고, 고객 문의에 대응하고, 전문가 수준의 상품 사진을 캡처 및 편집하고 목록을 생성할 수 있습니다. 휴대폰에서 아마존 셀러 앱을 다운로드하시고 언제든지 귀하의 아마존 사업 현황을 확인 하세요.

- (1) 재고 탭에서 재고를 추적하고 리스팅을 업데이트합니다.
- (2) 맞춤형 비즈니스 보고서를 다운받고 자주 쓰는 템플릿을 북마크합니다.
- (3) 고객 관련 측정 도구들을 사용하여 귀하의 퍼포먼스를 모니터링합니다.
- (4) 도움말을 통해 셀링 파트너 서포트에 케이스를 생성하여 문의합니다.
- (5) 아마존에서 판매하는 모든 상품의 일일 판매량을 추적합니다.



# 상품 등록 (리스팅) 방법

## 첫 번째 상품 리스팅

아마존에서 상품을 판매하기 위해서는 먼저 상품을 리스팅해야 합니다. 리스팅할 상품을 검색하여 매칭하거나 (아마존에서 동일한 상품이 이미 판매되고 있는 경우) 새롭게 리스팅을 생성합니다 (최초 판매자이거나 유일한 판매자인 경우).

상품을 업로드 하는 구체적인 방법은 셀링 플랜에 따라 상이합니다. 프로페셔널 계정으로 가입하신 셀러분께서는 대량으로 업로드하시거나 외부 시스템의 재고 관리툴을 사용하여 대량으로 상품을 업로드할 수 있는 옵션이 제공되는 반면, 일반 계정으로 가입하신 셀러분께서는 상품을 한 번에 하나씩 업로드할 수 있습니다.

## 상품 리스팅을 시작하기 위해 필요한 것

대부분의 상품의 경우, UPC, ISBN 또는 EAN과 같은 GTIN(Global Trade Item Number)이 있어야 합니다. 아마존은 상품 ID를 사용하여 판매 품목을 정확하게 식별합니다. 이미 판매되고 있는 상품을 파실 경우, 상품 ID가 이미 존재하므로 새로운 ID를 제공할 필요가 없습니다. 아마존에 새로운 상품을 신규로 판매하시는 경우 UPC 코드의 구매나 ID 면제 요청이 필요할 수 있습니다.

상품 ID 외에 각 상품을 리스팅하실때 필요한 중요 정보는 다음과 같습니다.

- SKU
- 상품명
- 상품 설명과 Bullet Points
- 상품 이미지
- 검색어와 관련 키워드



### 제한된 상품 카테고리는 무엇일까요?

고객은 아마존에서 판매하는 제품을 신뢰하며 쇼핑할 수 있어야 합니다. 따라서 식료품이나 차량 제품과 같은 일부 제품의 카테고리는 “제한된 상품 카테고리”로 분류됩니다. 아마존은 제한된 카테고리의 브랜드 판매나 리스팅에 대해 퍼포먼스 확인이나 추가 수수료, 또는 기타 자격 요건을 요구할 수 있습니다. 셀러 센터에서 해당 카테고리나 관련된 품목의 승인을 요청할 수 있습니다.

## 성공적인 리스팅 = 성공적인 런칭

리스팅의 좋은 예시들을 잘 따르신다면 추후 좋은 판매 성과를 얻을 가능성이 높습니다. 제품을 잘 묘사할 수 있는 상품명, 명확한 이미지, 기능에 대한 간결한 Bullet points를 통해 고객들이 귀하의 상품을 손쉽게 찾을 수 있도록 하십시오.

다음과 같은 사항은 판매에 부정적인 영향을 줄 수 있으므로 지양하십시오.

- 선택사항 (Variation) 문제: 색상이나 향기, 크기만 다른 상품은 선택사항 제품으로 표시할 수 있습니다. 다만, 리스팅을 하실때 해당 상품들이 같은 페이지에서 보여지는 것이 적절하지 않다면 상품 별로 개별 업로드를 진행 하십시오.
- 이미지 규정 준수: 이미지 크기는 500 x 500픽셀 이상이어야 하며(고품질의 경우 1,000 x 1,000) 배경은 흰색으로 설정해야 합니다. 상품은 이미지 영역의 80% 이상을 채워야 합니다.
- 상품 ID: 상품 UPC 및 GTIN(Global Trade Item Number)의 요구 사항을 충족하는지 확인하십시오. 해당 요구 사항이 충족됨으로서 아마존의 제품군의 신뢰도 또한 함께 상승합니다.



# 상품 상세 페이지

## 상품 상세 페이지 자세히 살펴보기

고객은 상품 상세 페이지를 통해 아마존에서 판매되고 있는 제품들을 살펴봅니다. 아마존에서 쇼핑해보신 경험이 있으시다면 상품 상세 페이지가 무엇인지 잘 알고 계실 것입니다. 상세 페이지를 통해 고객은 특정 제품에 대한 모든 정보를 한번에 확인할 수 있습니다.

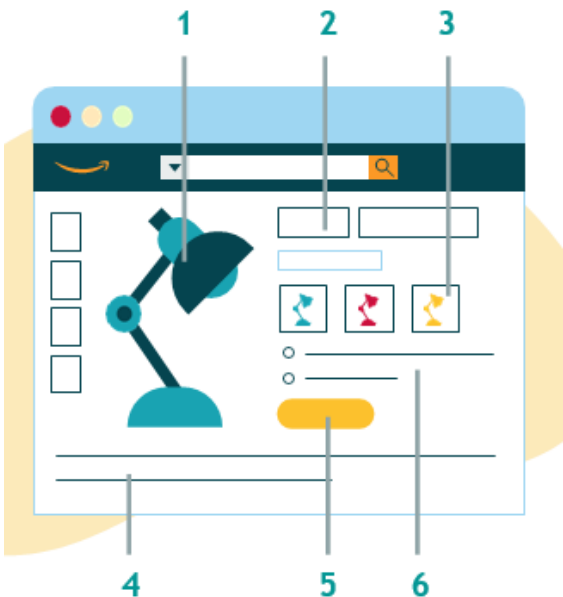
여러 셀러들이 동일한 상품을 판매하는 경우, 아마존은 모든 데이터를 결합한 하나의 상품 상세 페이지를 구성하여 고객에게 최상의 경험을 제공할 수 있습니다. 귀하께서 상세 페이지의 정보가 정확하지 않다고 판단 될 경우 다른 판매자나 제조업체들과 함께 상세 페이지의 상품 정보 수정을 제안하고 상세 페이지 재검토를 요청하실 수 있습니다.

상품 상세 페이지를 구성하실때 어떻게 하면 고객이 상품을 찾고, 궁금증을 해결하고, 구매 결정을 내리는 과정에 도움이 될 수 있을지 고민해 보십시오. 고객 경험 향상을 위해 리스팅을 간결하고 정확하며 이해하기 쉽게 구성하십시오.



### 아마존 브랜드 등록 (Brand Registry)

상표가 등록된 상품을 판매하는 경우 추가 비용 없이 아마존 브랜드 레지스트리에 등록할 수 있습니다. 브랜드 레지스트리를 사용하면 귀하의 브랜드명을 사용하는 상품 상세 페이지를 컨트롤할 수 있으며 상세 페이지에 비디오나 고급 텍스트 정보와 같은 보다 다양한 미디어를 추가하실 수 있습니다.



- (1) 상품 이미지 (최소 크기 500 x 500, 1,000 x 1,000으로 크기를 확대하여 고해상도 유지).
- (2) 상품명 (최대 50자, 모든 단어의 첫 글자는 대문자로 표기).
- (3) 선택사항 Variation (다른 색상, 향, 크기와 같은 제품을 선택 사항으로 추가할 수 있습니다).
- (4) 상품 설명 (키워드를 사용하여 검색 엔진에 맞게 상품 설명을 최적화함으로써 상품의 도달 범위를 확대할 수 있습니다).
- (5) 제공 항목(Featured Offer: 상품 페이지에서 고객이 “바로 구매하기”를 통해 제품을 추가할 수 있습니다. 같은 상품을 판매하는 여러 셀러 중 하나일 경우 바이박스를 차지할 수 있는 전략을 수립하여 매출을 증대할 수 있습니다).
- (6) Bullet Point (짧은 문장으로 상품의 주요 기능과 차별화된 특성을 강조하여 설명해야 합니다).



# 상품 배송 방법

## 올바른 배송 옵션 선택

아마존 셀러에게는 두 가지 배송 옵션이 제공됩니다. 첫번째 옵션으로, 셀러는 직접 재고를 관리하고 고객에게 상품을 배송할 수 있습니다 (판매자 직접 배송). 또는, 아마존이 FBA (Fulfillment by Amazon) 서비스를 통해 제품 포장, 라벨링, 배송을 대행할 수도 있습니다. 각 옵션에는 다른 이점이 있으므로 귀하의 비즈니스에 더욱 적합한 방법을 선택하십시오.

## 판매자가 직접 주문을 처리하는 경우

판매자 직접 배송의 경우 셀러가 직접 제품을 보관하고 고객에게 배송합니다. 이 경우 배송비는 구매자가 선택한 배송 서비스/상품 카테고리에 따라 아마존에서 셀러에게 배송 비용으로 청구됩니다.

배송료 설정은 일반 계정 플랜으로 판매되는 모든 상품에 적용됩니다. 따라서 제품마다 수익성이 있는 최종 가격을 책정할 수 있는지 확인하는 것이 중요합니다. 아마존의 Buy Shipping 서비스를 이용하시면 아마존의 신뢰성 높은 외부 배송 파트너 네트워크의 배송 라벨을 통해 주문을 발송/확인하고 배송을 추적할 수 있습니다.

## FBA의 장점

아마존은 전 세계에 175개 이상의 주문 처리 센터를 가지고 있으며 이를 통해 1억 5천만 평방 피트의 달하는 물류 보관 공간을 보유하고 있습니다. FBA를 사용하실 경우 전 세계 아마존 주문 처리 센터에 귀하의 상품을 보관할 수 있습니다. 또한 아마존이 제공하는 세계 최고 수준의 고객 서비스(CS) 및 반품과 기타 혜택(자동 프라임 자격, 무료 슈퍼 세이버 배송)을 활용하여 귀하의 비즈니스를 빠르게 확장하실 수 있습니다.

## FBA는 어떠한 방식으로 운영되나요?

1. 우선, 귀하의 상품을 아마존 주문 처리 센터로 배송합니다. 센터에서는 셀러분의 상품을 스캔하여 판매할 수 있도록 준비 합니다.
2. 아마존은 개별의 주문건마다 상품을 직접 포장하고 고객에게 배송합니다.
3. 아마존은 고객으로부터 주문건에 대한 지불액을 받아 2주마다 셀러에게 지불 가능한 판매액을 지불합니다.
4. 아마존의 고객 서비스(CS) 팀이 문의, 반품 및 환불을 직접 처리합니다.



## FBA(Fulfillment by Amazon) 수수료

FBA 수수료에는 판매 수수료와 재고 보관 수수료가 포함됩니다. 판매 수수료는 판매 품목당 청구되며 주문 상품 픽업/포장, 운송/처리, 고객 서비스, 상품 반품에 대한 요금입니다. 재고 보관 수수료는 아마존 주문 처리 센터에서 보관하는 재고의 양에 따라 매월 청구됩니다. 더 자세한 내용은 [FBA 기능, 서비스 및 수수료 페이지](#)를 참고하세요.



# 첫 판매를 완료하였습니다. 이제 무엇을 해야 할까요?

## 아마존 사업 관리

첫 번째 판매는 중요한 단계입니다. 하지만 아마존에서 첫 판매는 성장 기회의 시작에 불과합니다. 판매를 개시하셨다면, 다음과 같은 몇 가지 사항을 명심하십시오.

## 계정 퍼포먼스 관리 및 그 중요성

아마존이 고객에게 원활하고 즐거운 쇼핑 경험을 제공할 수 있는 것은 아마존 셀러에게 높은 운영 기준을 요구하기 때문이며, 아마존은 이러한 가치를 고객 중심 주의라고 부릅니다. 이와 관련하여 아마존 셀러가 주시해야 할 주요 퍼포먼스 지표는 다음과 같습니다.

- 주문 결함율 (셀러의 고객 서비스 수준의 척도): <1%
- 사전 취소 비율 (배송 전 셀러 측에서 취소): <2.5%
- 배송 지연율 (예상 날짜 이후 배송): <4%

셀러 센터에서 위의 퍼포먼스 실적을 확인하고 목표를 달성하실 수 있습니다.

## 상품 리뷰 관리

고객의 상품 리뷰는 아마존 쇼핑에서 필수적인 부분으로서 고객과 판매자 모두에게 이익이 됩니다. '얼리 리뷰어 프로그램' 등 더 많은 상품 리뷰를 받고 정책을 준수하는 방법을 숙지하십시오.



### 💡 셀러 교육 자료

셀러 유니버시티는 아마존의 온라인 강의실로서 아마존 사업의 시작과 성장을 위한 단계별 가이드, 튜토리얼, 교육에 대한 비디오를 제공하고 있습니다. [셀러 유니버시티 유튜브 채널](#)에서도 관련 영상을 시청하실 수 있습니다.

또한 [아마존 코리아 홈페이지 내 셀러 교육 페이지](#)에서도 한국 셀러들을 위한 다양한 교육 자료를 한글로 제공합니다.





# 비즈니스 성장 도구들

## 첫 판매는 단지 시작일 뿐입니다.

아마존에서 귀하의 상품을 판매하게 되는 순간은 곧 귀하의 아마존 사업의 성장이 시작되는 순간입니다. 아마존은 귀하의 사업을 다음 레벨로 성장시킬 수 있는 도구들을 제공하고 있습니다.

## 광고

아마존의 광고 솔루션은 고객이 상품 비교를 시작하거나 구매 의사결정을 내렸는지 여부와 상관없이 귀하의 상품이 고객에게 도달하고 관여할 수 있는 새로운 방법을 제공합니다. 광고를 이용하시면, 고객의 눈에 쉽게 띄는 위치에 상품 광고가 게재될 수 있습니다 (예: 검색 결과의 첫 페이지 또는 상품 상세 페이지에 상품 노출).

아마존은 아래 3가지 광고 솔루션을 제공하고 있으며, 아래 도구들 모두 셀러 센터를 통해 이용하실 수 있습니다.

### 1. 키워드 광고 (Sponsored Products)

키워드 광고는 아마존의 개별 상품에 대한 광고이므로 상품의 가시성 향상과 매출 촉진에 도움이 됩니다. 해당 도구를 통해 귀하의 상품이 검색 결과 페이지와 상품 상세 페이지에 노출됩니다.

### 2. 스폰서 브랜드 (Sponsored Brands)

스폰서 브랜드는 브랜드와 상품 포트폴리오를 보여줍니다. 브랜드 로고와 맞춤 헤드라인, 상품을 표시할 수 있습니다(최대 3개).

### 3. 아마존 스토어

스토어는 귀하의 브랜드 스토리와 상품 목록을 고객과 공유할 수 있는 공간으로 여러개의 맞춤 페이지로 구성되어 있습니다. 웹 사이트 제작 경험이 전혀 없더라도 손쉽게 스토어 기능을 활용하실 수 있습니다. (브랜드 등록 셀러에게만 제공됨)

## 프로모션 및 쿠폰

고객은 구매를 할때 비용을 절감하고 싶어하므로 프로모션을 통해 구매를 촉진할 수 있습니다. 프로모션에는 제품 가격 할인, 무료 배송, 1+1 프로모션이 있습니다. 또한 쿠폰을 통해 판매 가격에서 X%의 할인을 제공할 수 있습니다.

## 글로벌 확장

상품의 전 세계 판매는 모든 비즈니스의 목표입니다. 이는 수억 명의 신규 고객과 막대한 매출 증가의 가능성을 의미합니다. 상품 판매의 글로벌 확장은 많은 방식으로 이루어질 수 있지만, 아마존이 보유한 글로벌 인프라를 사용하여 전 세계의 고객에게 귀하의 상품을 손쉽게 판매할 수 있습니다.

비즈니스를 한 단계 업그레이드할 시기가 온다면 아마존을 통해 북미와 유럽, 아시아의 마켓 플레이스에 귀하의 상품을 등록하고 판매하십시오.



### FBA 수출 프로그램 (FBA Export)

추가 비용 없이 FBA 비즈니스를 100개국 이상으로 확장하면서도 해외 수출의 복잡한 과정을 처리할 필요가 없습니다. FBA 수출 프로그램을 통해 해외 고객은 귀하가 판매하는 시장에서 수출 가능한 ASIN을 구매할 수 있습니다.





# 셀러의 성공을 위한 팁

## 비즈니스 성장을 위한 체크리스트

귀하의 성장 기회는 어디에나 있지만, 처음 90일간 아마존 셀러로서 성장하기 위해 유의해야 할 몇 가지 사항은 아래와 같습니다.

- 셀러 센터에서 귀하의 계정 상태를 계속해서 살펴보십시오.
- 아마존 FBA 또는 셀러 배송 프라임을 사용하십시오.
- 딜이나 쿠폰같은 광고 솔루션을 통해 귀하의 상품을 광고하십시오.
- Brand Registry에 등록하시고 브랜드 콘텐츠를 강화하십시오.
- 다양한 상품을 업로드하시어 제품군을 강화하십시오.
- 셀러 센터에서 자동 가격 책정 도구를 이용해 보십시오.



## 비즈니스 시작 후, 첫 90일

아마존 비즈니스 시작 후 첫 3개월은 매우 중요한 기간으로, 귀하의 실적 확대를 위한 시스템을 이 시기에 구축하실 수 있습니다.

