



퍼포먼스에 대한 고객 서비스의 중요성 제1 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.

1. 셀러 퍼포먼스에 영향을 미치는 고객 서비스 지표

아마존은 다양한 지표를 활용해 고객 문제에 대한 셀러의 대응을 평가하며, 셀러는 우수한 고객 서비스 경험을 담보하기 위해 각 지표의 목표를 최대한 달성해야 합니다. 이번 장에서는 셀러 퍼포먼스에 영향을 미치는 각 지표를 이해할 수 있고, 향상된 고객 서비스를 통해 계정 퍼포먼스를 효과적으로 개선할 수 있습니다.

1.1	<u>고객 서비스의 향상 효과 및 지표</u>	3
1.2	<u>주문 결함률의 정의</u>	4
1.3	<u>반품 불만 비율 정의</u>	7
1.4	<u>평균 주문 연락 비율 정의</u>	9
1.5	<u>고객 서비스 평점 정의</u>	10

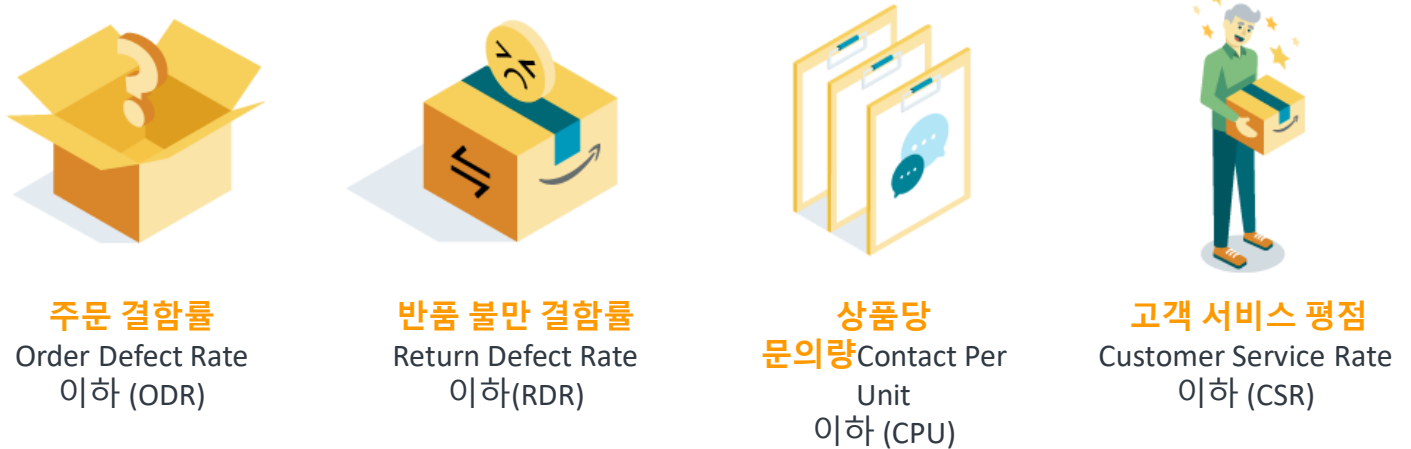
본 학습 자료는 총 5장으로 구성됩니다. 다른 장을 학습하려면 [관련 내용 보기 페이지](#)의 탐색 가이드를 참고하여 학습하려는 내용을 찾아보십시오.

1.1 고객 서비스의 향상 효과 및 지표

그동안의 데이터를 통해 셀러가 더 나은 고객 서비스를 제공했을 때, 계정 퍼포먼스가 효과적으로 개선되는 것이 입증되었습니다. 아래의 데이터¹을 참조하십시오.



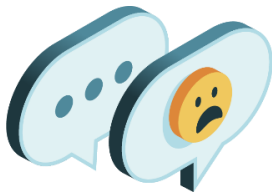
아마존은 다양한 지표법을 사용해 고객 서비스 문제에 대한 셀러의 응답 효과를 평가하며, 셀러 퍼포먼스에 영향을 미치는 주요 고객 서비스 지표는 다음과 같습니다.



1. 데이터 소스 : 2020년 셀러 백그라운드 종합 데이터 통계, 모든 데이터는 참고용이며 약속 및 예측된 실제 결과가 아닙니다.

1.2 주문 결함률의 정의

주문 결함률(ODR)은 셀러가 우수한 쇼핑 경험을 제공할 수 있는지 여부를 평가하는 주요 지표이자 가장 중요한 지표입니다. 구체적으로 주문 결함률은 하나 이상의 결함이 있는 모든 주문을 포함하며 60일 동안의 총 주문에 대한 비율(%)로 표시됩니다. 셀러 센터에서 자신의 계정 주문 결함률을 직접 확인할 수 있으며, 주문 결함률의 세 가지 결함 유형은 다음과 같습니다.



결함 1 : 부정적 피드백

부정적 피드백, Negative Feedback은 NFR이라 합니다. 부정적 피드백 비율(백분율로 표시)은 기간 내에 고객의 부정적 피드백 비율을 나타냅니다.

발생 원인 :

부정적 피드백이 발생하는 원인은 상품 품질, 고객 서비스 품질, 물류 속도 등의 요소를 포함할 수 있습니다. 구매자는 구매 경험에 기반하여 최소 별점 1개, 최대 별점 5개의 평가를 내릴 수 있으며, 그중 별점 1개 및 2개는 부정적 피드백으로 간주됩니다.

계산 방식 :

해당 기간 내의 부정적 피드백의 주문 수/해당 기간 내의 총 주문 수



결함 2 : 거부되지 않은 아마존 A-to-Z 보증 요구

거부되지 않은 아마존 A-to-Z 보증 요구, 즉 A-Z Claim입니다. 구매자가 주문에 대해 만족하지 않는 경우 셀러가 직접 구매자와 협의해서 해결할 수 있지만, 합의에 도달하지 못하면 아마존은 구매자가 마켓플레이스 A-to-Z 보증 정책에 따라 클레임을 제기하도록 허용합니다.

주문 결함률에 영향을 미치는 클레임 유형

아마존이 조사를 거쳐 클레임을 승인한 경우, 귀하의 계정에서 클레임 금액을 차감하고, 해당 차감은 귀하의 계정 상황이나 주문 결함률에 반영됩니다. 다음 유형의 클레임은 주문 결함률에 영향을 미칩니다.

- 셀러의 계정에서 승인 및 지출된 클레임.
- 클레임이 제기된 후 셀러가 고객에게 환불한 클레임
- 아마존 또는 셀러가 취소한 주문에 대한 클레임
- 결정이 보류 중인 클레임

계산 방식 :

해당 기간 내에 클레임이 제기된 주문 수/해당 기간 내의 총 주문 수



결함 3 : 지불 거절

지불 거절 비율(백분율로 표시, Credit Card Chargeback Rate)은 수신된 지불 거절의 주문 수를 관련 기간 내의 총 주문 수로 나눈 것과 같습니다. 신용 카드 지불 거절은 A-to-Z 보증 요구와 비슷하지만 아마존이 아닌 신용 카드 발급업체가 클레임을 처리하고 결정을 내린다는 차이가 있습니다.

지불 거절 유형

구매자가 신용카드에서 차감되는 구매 거래에 대해 이의를 제기하는 경우, 아마존은 해당 상황을 지불 거절 요청이라 하며, 대체적으로 사기 지불 거절 및 서비스 지불 거절 두 가지로 구분합니다.

- 사기 지불 거절 : 구매자가 구매를 한 적이 없다고 주장하는 것을 의미합니다. 이 클레임은 일반적으로 도난당한 신용 카드를 부정한 구매자가 사용하는 경우와 관련됩니다. 아마존은 부정 거래 지불 거절을 셀러의 ODR에 반영하지 않습니다.
- 서비스 지불 거절 : 구매자가 구매를 인정하지만 신용 카드 발급업체와 문제가 있음을 의미합니다.

계산 방식 :

해당 기간 내에 수신된 지불 거절 주문/해당 기간 내의 총 주문 수

계산 연습 – 주문 결함률은 얼마입니까?



셀러가 당월에 판매한 100건의 주문 중에서, A주문에 부정 평가가 발생했고, B주문에 클레임 및 지불 거절이 발생했으며, C주문에는 부정 평가, 클레임 및 지불 거절이 동시에 발생했습니다. 이때 주문 결함률은 몇 번으로 계산합니까?

팁 : 주문 결함률을 계산할 때, 동일한 주문에 1개 이상의 부정 지표가 발생하는 경우에는 중복으로 계산하지 않고 1회의 주문 결함으로 계산합니다.

설명 : 동일한 주문에서, 부정 평가, 클레임 및 지불 거절 중 하나가 발생하거나, 또는 동시에 발생하거나 모두 1회 주문 결함으로 계산합니다. 이때 해당 스토어의 주문 결함률은 $3/100 * 100\% = 3$

정답 : 주문 결함은 3회로 계산합니다.



주의

아마존 정책 규정에 따라, 셀러는 **1% 미만** ODR을 유지해야만 아마존에서 상품을 판매할 수 있습니다. ODR이 **1% 이상이면** 계정이 정지될 수 있습니다.

1.3 반품 불만 결함률의 정의

반품 불만 결함률(RDR)은 반품 체험에 대한 고객의 불만을 측정하는 데 사용됩니다. 반품 요청에 구매자 피드백이 있고(부정적 피드백 비율), 48시간 내에 답변을 받지 못하거나(응답 지연 비율) 또는 잘못된 거부(무효 거부 비율) 상황이 발생한 경우, 부정적 반품 경험이 발생했음을 의미합니다. 반품 불만 결함률은 총 반품 요청 수 대비 모든 부정적 반품 요청 비율이며, 반품 불만족 비율(RDR)은 세 가지 부분으로 구성됩니다.



1. 부정적 반품 피드백 비율

부정적 반품 피드백 비율은 구매자 피드백을 받은 유효한 반품 요청의 비율을 의미합니다. 각 반품 요청에 대해, 아마존은 구매자에게 셀러가 이미 반품 문제를 해결했는지 문의합니다. 구매자가 반품 문제가 아직 해결되지 않았다고 하면, 아마존은 반품 요청을 부정적 피드백이 있는 것으로 간주합니다.

계산 방식 :

해결되지 않은 반품 요청 수/반품 요청 수



2. 응답 지연 비율

응답 지연 비율은 요청을 받은 후 48시간 이내에 승인되지 않은 반품, 환불 제공이나 요청이 마감된 유효한 반품 요청의 백분율입니다.

계산 방식 :

48시간 이상 처리되지 않은 요청 수/유효 요청 수.



3. 무효 거부 비율



무효 거부 비율은 잘못된 거부이지만 반품 정책을 충족하는 반품 요청의 비율을 의미합니다. 반품이 정책을 충족하는 경우, 셀러는 구매자가 더 이상 반품을 원하지 않도록 전액 환불 제공, 요청 승인 또는 문제를 해결해야 합니다. 기준 중의 하나를 충족하지 않는 경우, 아마존은 반품을 잘못된 거부로 간주합니다.

계산 방식 :

잘못된 거부의 유효 반품 요청/반품 요청 수.

계산 연습 - 반품 불만족 결함률은 얼마입니까?



스토어에서 지난 달 발생한 총 반품 요청 관련 30건 중에서 2건의 반품 이유는 상품 품질 문제로 구매자가 부정적 반품 피드백을 제기했고, 2건의 반품 요청은 48시간 이내에 유효한 응답이나 처리가 없었다면, 이때 반품 불만족결함률은 얼마입니까?

설명 : $(2+2) / 30 * 100\% = 13.3\%$
정답 : 반품 불만족 결함률은 13.3%



주의 : 아마존의 정책 규정에 따라 셀러는 10% 미만의 반품 불만족 결함률(RDR)을 유지해야 합니다. 현재, 아마존은 이러한 퍼포먼스 목표를 충족하지 못하는 셀러를 처벌하지는 않지만, 문제가 해결되지 않은 구매자가 부정적 피드백을 제기하고 아마존 A-to-Z 보증 요구를 제기할 가능성이 더 높습니다.

1.4 상품당 문의량 정의

상품당 문의량(CPU)은 구매자의 전반적인 구매 체험을 측정하는 지표로서, 당월 각100건의 자체 주문 처리로 배송된 상품당 아마존이 셀러를 대신하여 처리하는 주문 관련 고객 문의(예: 통화, 문자 메시지 및 이메일) 수입입니다. 고객 구매 과정에서 문의량은 당연히 적을 수록 좋은 것입니다. 문의량이 너무 많다면, 판매 후에 문제가 발생했을 가능성이 있음을 의미합니다.



계산 연습 - 상품당 문의량은 얼마입니까?



스토어에서 지난 달 판매한 총 상품 417건 중에서, 고객이 다양한 상품 문제 누적으로 인해 고객 서비스에 13번 연락했다면, 이때 평균 주문 연락 비율은 얼마입니까?

설명 : $13 / 417 * 100\% = 3.12\%$

정답 : 평균 주문 연락 비율은 3.12%



1.5 고객 서비스 평점 정의

고객 서비스 평점(CSR)은 셀러의 문제 응답에 대한 평균 만족도를 측정하는 지표이며, 설문지를 통해 "귀하의 문제가 해결되었습니까?"라고 질문합니다. 조사를 통해 구매자의 피드백을 수집하며, 구매자는 "예"와 "아니오" 중에서 선택해야 합니다. "예"를 선택하면 만족 점수로 평가되고, "아니오"를 선택하면 불만족 점수로 평가됩니다. 고객 서비스 평점은 지난 4주 동안의 구매자 피드백을 수집해 통계를 내며, 매주 평점이 업데이트됩니다. 고객 서비스 평점의 계산 방식은 만족 응답 개수/총 응답 수 *10이며, 아마존이 셀러가 유지하도록 권장하는 최저 고객 서비스 평점은 8점입니다.



계산 연습 - 고객 서비스 평점은 얼마입니까?



2021년 1월 9일에 해당되는 주의 고객 서비스 평점은 2020년 12월 13일부터 2021년 1월 9일까지 4주 동안 받은 피드백을 근거로 계산됩니다. 이 기간에 "예"를 선택한 응답 수가 37개이고, "아니오"를 선택한 응답 수가 4개라면, 고객 서비스 평점은 얼마입니까?

설명 : $(37 / 37+4) * 10=9.02$
정답 : 고객 서비스 평점은 9.02



주의

이 중요한 지표가 이번 장에서 설명하는 마지막 내용이며, 다양한 각도에서 지표에 미칠 수 있는 영향에 유의하십시오. 다음 장에서는 실질적인 문제로 들어가, 고객 서비스에서 해결하기 어려운 반품 및 교환 문제를 다루도록 하겠습니다.

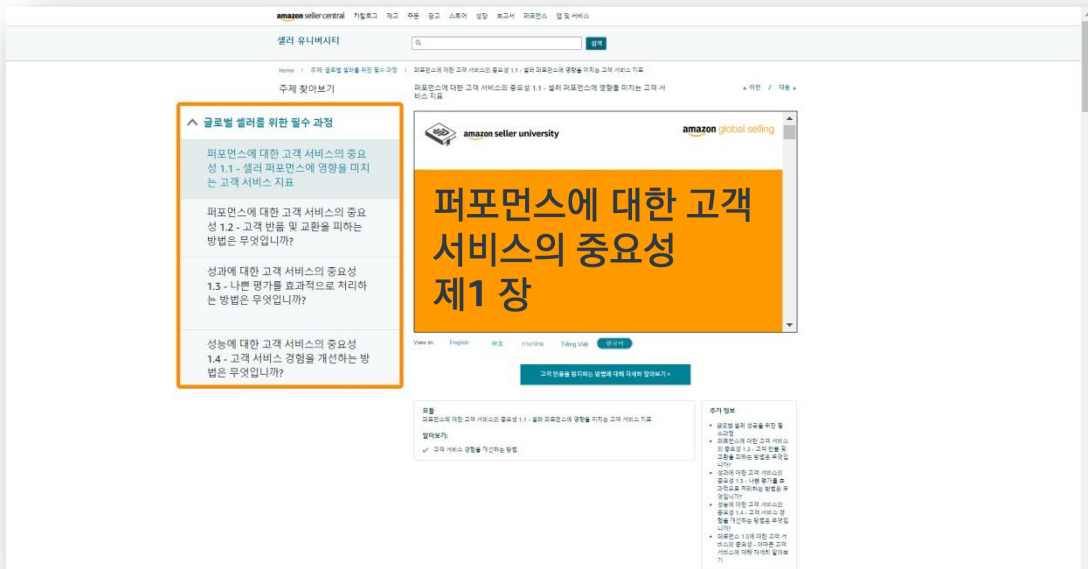
관련 내용 보기

퍼포먼스에 대한 고객 서비스의 중요성

- 셀러 퍼포먼스에 영향을 미치는 고객 서비스 지표
- 고객의 반품 및 교환 방지 방법
- 부정 평가의 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 :

- 고객의 반품 및 교환 문제를 적절하게 처리하는 방법 "고객의 반품 및 교환 방지 방법"
- 자세한 "아마존 리뷰" 및 "아마존 피드백" 이해하기 "부정 평가의 효과적 처리 방법" 검색
- 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 되었다면 페이지 오른쪽 하단의 "✓"를 눌러 저희에게 알려주십시오. 감사합니다!

The image shows a screenshot of the Amazon Seller Central interface. The main content area displays a course titled "퍼포먼스에 대한 고객 서비스의 중요성 제1장" (Importance of Customer Service for Performance, Chapter 1) from the "amazon seller university" series. A feedback survey is overlaid on the bottom right of the page, asking "이 정보가 도움이 되었습니까?" (Was this information helpful?). The survey has two options: a grey 'X' for 'No' and a green checkmark for 'Yes'. The 'Yes' option is selected. Another smaller survey box is visible at the bottom of the page, also with the 'Yes' option selected. On the left side, a navigation menu is visible, with a red box highlighting the "글로벌 셀러를 위한 필수 과정" (Essential course for global sellers) category.