



아마존 셀러가 망하는 10가지 이유



이 가이드 읽기 전엔 절대 아마존 시작하지 마라!

‘나도 한번 해볼까?’ 하고 선불리 발 담궈다
큰 코 다치지 않기 위한 10가지 시뮬레이션.
계정 생성부터 소싱, 배송, 마케팅까지.

Brought to you by



AMZ INSIDER GROUP

Compiled by Curtis Yang

www.amzinsiderblog.com

Introduction

아마존 첫 셀링, 어떻게 하면 망치지 않을 수 있을까?

여러분 안녕하세요, 커뮤니티 'Amazon Insider' 를 운영하고 있는 Curtis Yang입니다.

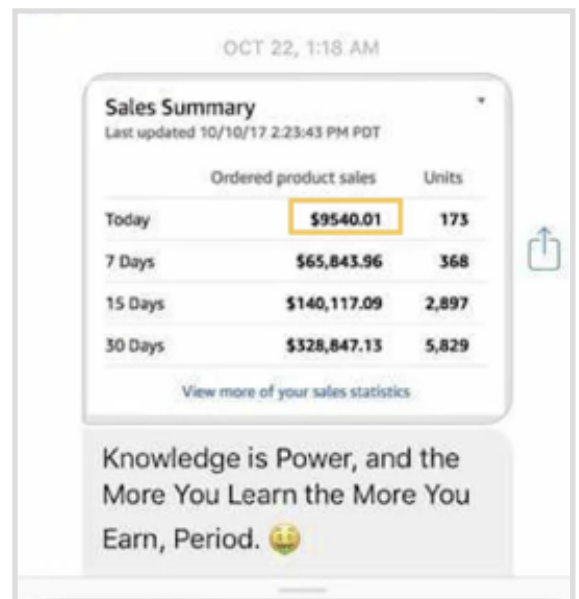
2016년 30명의 인원이 가입한 소규모 페이스북 그룹으로 시작해 현재는 전세계 3000명 이상의 글로벌 셀러들이 활발하게 정보를 교류하는 나름 대형 모임으로 성장하게 되었네요. 건강한 정보 교류와 서로 돕는 문화를 만드는 데 힘써주신 그룹 운영자분들과 멤버분들 덕입니다.

아마존은 세계에서 가장 큰 이커머스 플랫폼으로 하루에도 수없이 많은 신규 셀러들이 가입하고 수만개의 신규 리스팅이 생성됩니다. 또한 생물처럼 지속적으로 발전하고 진화하죠. 정책도 계속 바뀌고 알고리즘도 자주 업데이트되며 트렌드 또한 빠르게 변화합니다. 때문에 플랫폼 내에서 살아남기 위한 경쟁이 점점 심해지고 있고, 아마존에서 성공을 거머쥐기 위해 최신 정보를 잘 빠르게 듣는 건 한편, 내가 확보한 정보가 올바르고 정확한지 주기적으로 팩트체크하며 뒤쳐지지 않도록 계속 노력해야 합니다.

최근 커뮤니티의 새로운 일원이 되신 분들 중에서도 미리 정보를 모으고 공부를 하신 분들이 많았습니다. 어떤 분은 거금을 들여 유료 강의를 들으셨고, 어떤 분은 유튜브와 구글링을 통해 정보를 열심히 찾아 오셨더군요. 이분들의 활동을 보며 공통적으로 느낀 것이 있습니다. 많은 셀러분들이 서로 맞지 않는 퍼즐 조각을 보유하고 있어 전체적인 그림을 맞추는데 어려움을 겪고 계시다는 점입니다. 슬프게도 들고 계신 퍼즐 조각 중에서는 아예 버려야 하는 것들도 꽤 있었어요. 올바른 퍼즐 조각들을 가지고 처음부터 시작했다면 노력과 시간을 크게 절약할 수 있었을 겁니다.

플랫폼이 성장하고 아마존으로 큰 성공을 이루는 셀러들이 많아지면서 가짜 정보와 교육 콘텐츠 역시 증가하고 있습니다. 검증되지 않은 강사들이 실제 판매 경험 없이 다른 셀러들의 콘텐츠를 그대로 베껴 강의하다보니 오래된 정보가 업데이트 되지 않은 경우도 있고, 심지어 미국의 어떤 유명 강사는 본인의 강의를 판매하기 위해 매출 데이터를 포토샵으로 조작하다 적발되기도 했죠.

*노란색 박스 안의 수치를 보시면 천 자리 수인 9 다음에 있어야 할 comma가 없는 것을 확인할 수 있습니다.



Introduction

아마존 첫 셀링, 어떻게 하면 망치지 않을 수 있을까?

앞선 이유들이 이 이북을 출간하게 된 이유입니다. 한국인 셀러 분들이 알고 계신 잘못된 정보를 바로 잡고 싶었습니다. 오늘도 많은 한국인 셀러분들이 들쭉날쭉한 퍼즐 조각들을 여기저기서 모으고 계실 겁니다. 이렇게 정보를 모으는 방법의 어려움은 우선은 매우 힘이 들고, 버려야 하는 가짜 정보를 인지하지 못해 이로 인해 셀링을 하다 예상치 못한 난관에 부딪혀 큰 타격을 입게 된다는 점이죠. 잘못된 퍼즐 조각을 들고 사업을 하다가는 공들여 일궈 놓은 리스팅이 빛을 보기 전에 날아가거나, 예상치 못한 경쟁사의 견제에 가로막혀 셀링을 포기하게 되고, 만일의 경우 계정 정지를 풀지 못해 셀링을 접어야 하는 등 돌이킬 수 없는 상황에 처할 수도 있습니다.

이 이북으로 한 명이라도 시행착오를 덜 수 있길 바랍니다. 내 셀링 경험과 제품의 특성, 그리고 시장 상황에 따라 머릿속에서 시뮬레이션을 돌려 보며 아마존을 처음 시작했을 때 부딪힐 수 있는 여러 난관을 미리 살펴보세요. 여러분이 직면할 수 있는 스트레스와 하지 않아도 될 지출, 시간 낭비, 그리고 마음의 짐을 조금이라도 줄여드릴 수 있었으면 좋겠습니다. 모두가 단합해서 아마존이라는 정글에서 함께 살아남고 성공을 거머쥐는 그날까지, 여러분의 셀링을 응원합니다.

Sincerely,

Curtis Yang

아마존 인사이더 커뮤니티 운영진



Table of Contents

5

망하는 이유 #1

가입 서류 미비로 아마존 시작과 함께 바로 계정이 정지된다

9

망하는 이유 #2

카테고리 제한(Restricted Category)에 가로막혀 준비한 제품을 등록도 못 한다

14

망하는 이유 #3

무턱대고 아무 비즈니스 모델이나 선택했다가 경쟁에 밀려 포기한다

18

망하는 이유 #4

제품만 좋으면 잘 팔릴 거라고 착각해 아마존 마케팅의 중요성을 간과한다

23

망하는 이유 #5

써드 파티 셀러들의 데이터만을 기반으로 비즈니스 결정을 내린다

28

망하는 이유 #6

ROI 계산 실수로 팔면 팔수록 마이너스가 나는 장사를 한다

32

망하는 이유 #7

브랜드 등록 없이 Generic 리스팅부터 만들었다가 경쟁에 밀려 포기한다

40

망하는 이유 #8

나도 모르게 아마존 홍보 정책을 위반해 계정이 정지된다

45

망하는 이유 #9

나도 모르게 리뷰 조작에 가담해 계정이 정지된다

49

망하는 이유 #10

기관 허가 없이 사용하는 불가한 PCRP 키워드 때문에 계정이 정지된다

1. 망하는 이유 첫 번째

가입 서류 미비로 아마존 시작과 함께 바로 계정이 정지된다

이 글을 읽고 계신 분들 중에도 이미 가입 단계부터 가로막혀 어려움을 겪고 있는 분들이 계실지도 모르겠습니다. 필자 역시 계정 생성을 하자마자 계정이 정지되어 판매를 시작해 보지도 못하고 셀링을 접어야 했던 가슴아픈 기억이 있습니다. 야속하게도 프로 계정 사용료 40불은 칼같이 가져가놓고 말이죠.

초보 셀러분들이 계정 생성 과정에서 자주 하는 실수 두 가지가 있습니다. 바로 '중복 계정 등록 오류'와 '신원 확인 정보 오류'인데요. 제품은 모두 준비되었는데 계정 문제로 판매를 시작하지 못하는, 상상만 해도 끔찍한 상황을 미연에 방지하기 위해 '가입 서류가 미비한 경우 어떤 일이 일어날 수 있는지' 함께 시뮬레이션을 해 보겠습니다.

계정 정지는 왜 당하는 건가요?

'계정 정지'(아마존에서는 suppression이라고 부릅니다)에는 여러 이유가 있을 수 있지만, 일반적으로 런칭 후 판매 과정에서 계정이 정지되는 일이 생깁니다. 때문에 아직 셀링을 시작조차 못한 초보 셀러라면 계정 생성 단계에서의 정지 사유 두 가지만 유념해 두세요:

첫째, 중복 판매자 계정으로 분류되어 정지

아마존은 원칙적으로 각 유저당 오직 하나의 아이디만을 사용할 수 있도록 허용하고 있습니다. 이를 위해 아마존팀은 크롤링 봇을 활용하여 주기적으로 계정 중복 여부를 확인하고 꼼꼼히 관리합니다. 이 크롤링 봇은 조금이라도 의심스러운 행위를 감지하는 순간 해당 계정을 가차없이 정지시켜 버립니다. 따라서 의심을 사지 않기 위해 아마존에 가입하는 모든 셀러들은 원칙적으로 한 대의 컴퓨터당 한 개의 아이디만을, 그리고 인터넷 1회선 당 단 한 개 만의 아마존 아이디를 사용하게 되어 있죠. 만일 크롤링에 같은 개인정보나 인터넷 회선 접속 기록을 가진 계정이 여러 개 감지될 경우, 크롤링 봇이 이를 비정상적인 행위로 판단하여 계정을 정지시키거나 로그인을 차단합니다.

덕분에 아마존 유저들은 해킹 등 다양한 사이버 공격으로부터 안전할 수 있고 가짜 리뷰 등의 부정행위를 방지할 수 있습니다만, 이 수칙을 잘 지키는 분들도 계정 정지를 당하는 일이 종종 일어납니다. 여러 명이 공유하는 와이파이를 사용하거나 다른 사람의 컴퓨터를 이용하는 경우가 그 대표적인 예시입니다. 예를 들어 회사 또는 카페 등 와이파이를 이용하는 경우, 친구 집의 인터넷 또는 친구의 컴퓨터를 빌려 사용하는 경우, 아마존 계정을 보유하고 있는 친구가 본인 집에서 나의 아이디 생성을 도와주는 경우, 심지어는 중고 컴퓨터를 구입했는데 이전 사용자가 이미 해당 컴퓨터에서 다른 아마존 아이디를 사용하고 있었을 경우 역시 중복 접속으로 감지될 가능성이 있습니다.

이러한 불상사를 막기 위해서는 최대한 본인의 집 또는 개인 사무실에서 본인의 컴퓨터를 사용하는 것을 추천합니다. 외부에서 아마존에 접속해야 한다면 되도록 본인 휴대폰 테더링을 사용해 IP 중복을 방지하세요. 그리고 당연한 얘기 같지만 계정 정보란에도 반드시 본인의 정보를 기입하고, 특히 카드 정보란에는 타인이 아닌 본인 또는 본인 회사 명의의 카드, 그리고 계좌만을 기재하셔야 합니다. 이 정보는 토씨 하나 틀리지 않게 철자가 모두 동일한 것이 좋습니다. 불가피하게 본인의 컴퓨터에서 타인의 계정으로 로그인을 해야 할 경우, 중복 접속의 리스크를 줄이기 위해 아이디/비밀번호를 그대로 받아 로그인하기보다는 '[서브 계정](#)'을 만들어 사용하시는 것이 좋습니다. 물론 운이 좋으면 한 컴퓨터에서 여러 계정을 사용해도 문제가 생기지 않는 경우도 있지만, 사용 중인 계정 중 하나에 문제가 생길 경우 다른 계정들도 함께 문제 계정으로 분류되어 정지될 수 있으니 최대한 리스크를 피하는 것이 좋습니다.

하나 더, 아마존은 Mozilla Firefox라는 브라우저에 최적화되어 있습니다. 사용하는 계정이 중복 계정이 아니고 가입 정보나 인터넷 IP 주소가 중복이 아님에도 계속 오류가 발생한다면 브라우저를 변경해 보시길 권장합니다. 실제로 브라우저 변경만으로 이슈가 해결되는 경우가 있습니다.

두 번째, 신원 확인 불가로 인한 정지

신원 확인(verification) 이슈 또한 중복 오류만큼 흔하게 발생합니다. 아마존은 카드 결제 테스트, 서류 검증 등을 통해 회원이 실존하는 사람인지 철저히 확인하는데, 이 과정에서 정보가 불일치하거나 확인 자체가 어렵다면 계정이 정지됩니다.

1. 철자, 띄어쓰기 오류

가장 간단하지만 많은 초보 셀러분들의 발목을 붙잡는 실수는 개인정보의 불일치인데요, 한글로 된 정보를 영어로 번역하는 과정에서 띄어쓰기, 철자 오류 등이 흔히 발생하곤 합니다. 기재한 정보가 여권, 회원가입 페이지, 계좌 정보, 카드 정보에 적힌 이름, 주소, 이메일 등의 정보와 다르지 않고 정확히 일치하는지 확인해 주세요. 이름이 여권명과 다르거나 이메일 및 영문 주소 철자에 오류가 가장 흔하게 발생하는 문제입니다. 특히 아마존과 연계된 결제사인 페이오니아(Payoneer)에서 계정 생성 전 Bank Statement를 발급 받기 위해 작성하는 서류에 기재한 이름과 영문 주소, 이메일을 잘 확인해 주세요. 영문 주소의 경우, 영문 주민등록등본 초본을 떼서 해당 서류에 적힌 것과 똑같이 기입하는 것이 가장 좋습니다.

2. 신용카드 등록 오류

아마존에서는 가입 시 프로 계정 이용료 및 기타 대금 결제가 가능한 신용카드 정보를 요구합니다. 카드가 유효한지, 결제가 가능한지, 그리고 개인 정보가 정확한지 확인하기 위해 정보를 기입하면 아마존에서 '결제 확인'을 합니다. 그러나 BC 카드는 이 '결제 확인' 기능을 제공하지 않습니다. 따라서 BC카드를 사용하여 등록하면 아마존 프로 계정 이용료는 자동으로 결제되지만 카드 정보 확인이 불가하다는 메시지가 뜨면서 계정이 정지되므로 주의하셔야 합니다. 또한 해외결제가 가능해야 하기 때문에 Visa, Master, AMEX, Discovery 계열의 해외결제 서비스를 이용하는 카드여야 하고, 신용카드와 체크카드 모두 등록이 가능합니다. 다만 체크카드의 경우 연결된 통장 잔고가 충분하여 바로 결제가 가능한지 미리 확인해 보아야 합니다.

신용카드 등록 오류로 신원 확인이 불가하다고 평가되어 계정이 정지되면 복구하기 매우 어렵습니다. 이후에 더 자세하게 다루겠지만, 이 경우 이의 제기 및 POA(Plan of Action, 일종의 반성문. 앞으로의 액션 플랜을 기술해야 함)도 제출해야 하는 등 시간이 매우 오래 걸리니 각별한 주의가 필요합니다.

3. 공과금 지불 영수증

마지막으로 공과금 지불 영수증(Utility Bill)을 제출해야 합니다. 서류는 온라인 상의 문서 캡처본이 아닌 우편으로 수령하거나 직접 출력한 공식 문서의 스캔본만 제출이 가능합니다. 유효한 영수증 종류는 전기, 도시가스, 인터넷 요금 지불 영수증이며 이외의 공과금 내역서를 제출할 경우 반려될 수 있습니다.

모든 서류는 pdf 파일로 제출해야 하고, 여권처럼 코팅된 서류는 사진을 찍거나 스캔을 할 때 빛 반사로 인해 읽기 힘든 글자가 있진 않은지 제출 전에 확인해 주세요.

너무 서류가 많아 무엇부터 준비해야 할 지 모르겠다고요?

필요한 서류를 확인하며 편리하게 준비하실 수 있도록 다음 장에 체크리스트를 정리해 놓았습니다. 가입 창에 접속하기 전 정보 및 서류를 꼼꼼히 준비하셔서 일사천리로 계정을 생성할 수 있길 바랍니다. 이 글은 2020년 9월을 기준으로 작성되었으며, 이후에 체크리스트를 활용하시는 분들은 제출 서류 리스트 업데이트 여부를 꼭 확인해 주세요.

잠깐! 미국 외 국가에서 셀링을 진행하시나요?

미국 아마존에서 판매를 진행하기 위해서는 미국 은행 계좌가 필요합니다. 미국 외 국가에서 셀링을 준비하신다면 우선 [Payoneer](#) 웹사이트에 가입 후 본인의 해외 계좌를 미국 가상계좌에 연결하여 영문으로 된 Bank Statement 를 발급 받으시기 바랍니다. 물론 한국 등 해외 은행에서 Bank Statement를 받는 방법도 있지만 훨씬 번거롭고 시간이 오래 걸리는데다 아마존 측에서 서류를 거절할 가능성이 높기 때문에 되도록이면 아마존의 공식 파트너인 Payoneer나 [World First](#)에서 발급 받으시는 것을 권장합니다.

*위 링크를 통해 Payoneer 또는 World First에 가입할 경우 Amazon Insider가 소정의 수수료를 제공받을 수 있습니다.

주의사항을 다 지켰음에도 계정이 정지되었어요!

계정 정지에는 워낙 다양한 이유와 변수가 있으며, 아마존이 워낙 지속적으로 정책 업데이트를 하다 보니 위에 소개해 드린 주의사항을 다 지켰더라도 계정이 정지될 수 있습니다. 이 경우, [Amazon Password Assistance](#) 에 문의하거나 [Account & Login Issues](#) 를 통해 본인이 이전에 사용한 정보 또는 계정을 삭제할 수 있습니다.

다만 아마존은 계정 정지 해결을 위한 커뮤니케이션이 매우 느린 편이며, 특히 이의 신청(appeal)을 잘못 하면 아마존 측에서 연락을 끊어버려 계정을 아예 사용하지 못하게 될 수도 있습니다. 때문에 계정이 정지 되면 직접 액션을 취하기 전에 먼저 Amazon Insider Group에서 전문가와 상의하시기 바랍니다. 그래도 일단 계정을 생성하고 셀링을 시작하게 되면 아마존 고객센터와의 커뮤니케이션이 훨씬 수월해질테니 너무 겁먹지 마세요!

Takeaway

아마존을 여는 오픈 마켓처럼 쉽게 생각하시고 패기있게 판매를 시작하셨다가 계정 등록과 서류 확인 절차부터 막혀 진퇴양난의 상태가 되고 싶지 않다면? 아래 체크리스트를 준비해 두었으니 꼭 확인하시고, 준비를 꼼꼼히 하시기를 바랍니다. 여러분의 시간은 소중한니까요!

작성자: Kiseok Yoo (유기석 / Amazon Insider 운영진)

[참고]

아마존 가입 유비무환 체크리스트

- 준비물을 확인한다
 - 영문 개인 정보
 - 여권에 기재된 이름 (철자 및 띄어쓰기 확인)
 - 문자 및 전화 수신이 가능한 연락처
 - 영문 주소: 영문 주민등록증 초본 또는 네이버 영문주소 확인 (철자 및 띄어쓰기 확인)
 - 이메일 주소 (철자 및 띄어쓰기 확인)
 - 여권 사본
 - Bank Statement(은행거래내역서) 및 은행 계좌 정보(Payoneer)
 - 신용 또는 체크카드 (Visa, Master, AMEX, Discovery 이용. BC는 절대 제외)
 - 공과금 내역서(Utility Bill. 출력하거나 우편으로 수령한 전기, 도시가스, 인터넷 요금 명세서)
- 계정 생성 전, 최대한 본인만 사용할 컴퓨터와 인터넷을 확보한다
- 본인이 직접 아이디 생성을 진행한다
- 내 개인정보로 아마존 아이디를 생성한 이력이 있는지 확인한다
- 불가피하게 하나 이상의 계정을 한 컴퓨터에서 사용한다면 본인 소유가 아닌 계정은 서브 계정을 생성하여 사용한다.
- 중고 컴퓨터를 구입했다면 이전 사용자가 아마존에 가입한 이력이 있는지 확인해 본다.
- 신원 확인을 위한 서류들의 모든 정보가 일치하는지 확인한다 (아마존 가입 정보, 여권, 파이오니어 Bank Statement의 모든 철자 및 띄어쓰기 확인)
- 현재 이용 중인 신용 또는 체크카드의 해외 카드사가 Visa, Master, AMEX, 또는 Discovery 중 하나를 사용하는지 확인한다.
- BC와 제휴되어 있는 카드는 아닌지 확인한다. 카드 뒷면에 BC 마크가 있다면 다른 카드로 교체한다.
- 제출하고자 하는 모든 서류가 pdf 형태인지 확인한다.
- 스캔/이미지 파일을 열어 빛 반사로 인해 글자를 읽기 어려운 부분은 없는지 검토한다.
- 온라인으로 발급한 공과금 내역서를 사용하고 있진 않은지 확인한다.
- 브라우저를 Firefox로 변경해 본다.

2. 망하는 이유 두 번째

카테고리 제한(Restricted Category)에 가로막혀 준비한 제품을 등록도 못 한다

완벽한 제품을 선정하고 사업을 마친 후 판매를 시작할 생각에 들떠 있었는데, 리스팅을 등록하려고 보니 갑자기 ‘제한된 카테고리여서 등록이 어렵다’는 청천벽력같은 소식을 접하게 된다면 어떤 기분일까요?

나에겐 일어나지 않을 일이라고 생각하실 수 있겠지만 **판매자 선정에 굉장히 까다롭고 엄격한** 아마존에서는 이러한 케이스들을 어렵지 않게 찾아볼 수 있습니다. 특히 한국 셀러들에게 가장 인기있는 옵션 중 하나인 화장품(Topical) 카테고리 역시 허가가 필요하죠. 안일하게 생각하다가 엄청난 시간과 돈 낭비를 할 수 있기 때문에 소싱 전에 **카테고리별 허가 기준**을 꼭 숙지하시고 제품 선택을 해야 합니다.

카테고리 제한(Category Restriction), 언게이팅(Ungating)이란?

등록 제한이 있는 카테고리(Gated Category)에서 판매 승인(approval)을 받는 것을 언게이팅이라고 합니다. 이 과정에서 굉장히 많은 서류 제출이 필요하며 필요한 서류를 이미 소지하고 있더라도 인증(verification) 등의 문제로 등록이 막히는 경우가 허다하기 때문에 충분한 사전 준비가 필요합니다. 심지어 주류 처럼 **승인 자체가 불가능한 카테고리**도 있습니다. 헛수고를 하지 않으려면 소싱 전 회원가입 단계부터 내가 판매하고자 하는 카테고리에 대해 필요 서류 및 제약사항들을 검색해 보세요.

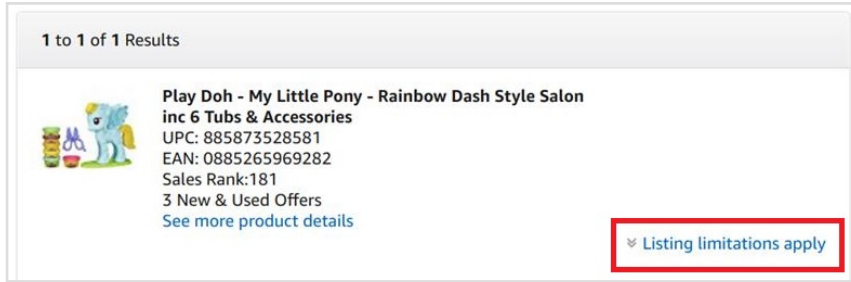
여러분의 시간은 소중하기 때문에 카테고리 승인 절차와 승인이 필요한 대표 카테고리의 요구사항을 먼저 함께 알아보겠습니다. 이 글을 읽어보며 검색 전 미리 기본기를 다지고 시뮬레이션을 돌려 봅시다.

카테고리 승인 필요 여부 알아보는 법

본격적인 제품 소싱에 들어가기 전, 셀러 센터링이나 셀러 앱에서 내 제품이 등록될 카테고리가 별도의 판매 승인을 필요로 하는지 확인해 보실 수 있습니다.

확인 절차:

1. 셀러 센터링에서 상단 메뉴바의 Inventory > Add a Product를 클릭합니다.
2. 내가 판매하고 싶은 제품 또는 비슷한 카테고리의 제품을 검색합니다.
3. 승인이 필요한 카테고리의 경우 다음 그림과 같이 ‘Listing limitations apply’라는 문구가 뜹니다.



Ungating의 종류

1. 메인 카테고리 제한 / Main Category Restriction

카테고리란 크게 메인 카테고리, 그리고 이를 구성하는 서브 카테고리로 나뉩니다. 메인 카테고리에서는 대체적으로 제한이 없습니다. 하지만 시계류, 영상 및 음악 콘텐츠, 수집품 등의 경우 승인을 위해 서류를 요구하기도 하는데, 주로 제품을 도매로 구입했다는 영수증, 즉 인보이스를 제출하면 됩니다. 인보이스를 제출하는 과정에서 승인 기준에 부합하지 않다는 오류가 뜨는 경우가 간혹 있으니 내 서류가 통과 가능성이 높은지 미리 확인해 보고 싶으시다면 [AMZ Insider 페이스북 그룹](#)에서 경험이 풍부한 셀러들에게 미리 문의해 보시면 좋을 것 같습니다.

* 승인이 필요한 모든 메인 카테고리 [리스트](#) (판매하고자 하는 카테고리의 'Approval Required'란에 Yes라고 표시가 되어 있다면 등록 제한된 상품이니 해당 제품의 'Selling Guidelines'를 확인하세요)

2. 서브 카테고리 제한 / Subcategory Restriction

메인 카테고리에 따로 제한이 없더라도 어떤 서브 카테고리에 등록하느냐에 따라 별도로 승인을 받아야 할 수 있습니다. 이 대표적인 예시가 바로 K-Beauty의 본고장인 한국에서 판매하는 화장품 제품들이 대량 속해 있는 'Topical' 서브 카테고리입니다. 피부에 직접 닿는 제품이라는 뜻이죠.

메인 카테고리인 '뷰티' 카테고리에는 등록 제한이 따로 없지만, Topical 서브 카테고리에 등록하기 위해서는 별도의 승인을 받아야 합니다. 예를 들어, 피부에 직접 바르는 제품이 아닌 빗, 머리핀과 같은 제품들은 승인 절차 없이 바로 등록이 가능합니다. 대신 피부에 직접 바르는 로션, 토너, 앰플 등이나 연고 타입 제품은 Topical 카테고리로 분류되어 꽤나 까다로운 절차를 거치게 됩니다.

승인을 위한 구비 서류에는 판매하고자 하는 제품의 인보이스, FDA 등록 확인증, 성분분석표(COA) 등이 필요합니다. 여기서 희소식은 일단 서브 카테고리 승인을 받게 되면 동일 카테고리 내에서 다른 제품을 추가로 등록할 때는 이 절차를 다시 거칠 필요가 없다는 겁니다.

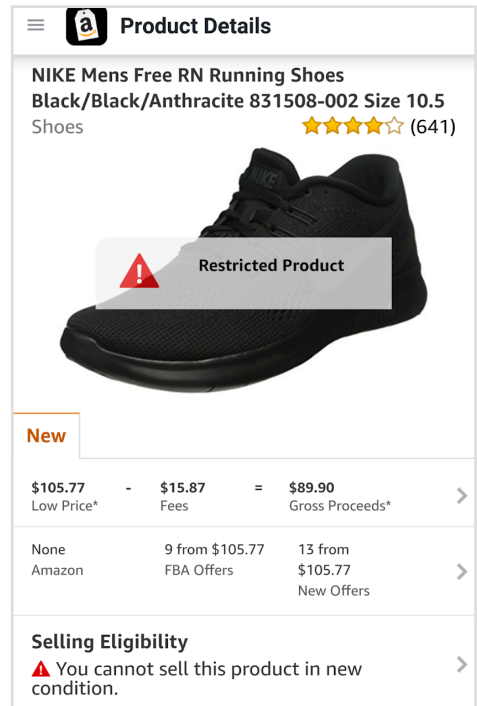
여기서 아이디어 전구에 번쩍 불이 들어오는 분들이 있으실 거예요. 맞습니다, 승인을 쉽게 받기 위해서는 앞으로 판매하고자 하는 제품들 중 서류 구비가 가장 빠르고 쉬운 제품으로 먼저 카테고리 승인을 진행하는 것이 좋습니다. 이 제품을 바로 판매할 계획이 없다고 해도 말이죠. 리스팅 등록 후 일시정지를 해놓고 판매를 하지 않으면 그만이니깐요. 일단 어떤 제품이든 카테고리 승인을 받게 되면 이후 같은 카테고리 내에서 리스팅 생성을 할 때 또 판매 승인을 받지 않아도 되기 때문에 이미 서류를 가지고 있거나 본사와의 커뮤니케이션이 수월한 제품으로 먼저 승인을 받아 두세요. 본인의 주력 제품이 승인 서류가 충분하지 않거나 본사가 협조를 잘 해주지 않는다면 더더욱 이 방법이 유용하겠죠? *

*승인이 필요한 모든 서브 카테고리 리스트는 [챕터 마지막 장](#)에

3. 브랜드 제한 / Brand Restriction

메인, 서브 카테고리 모두 승인을 받았더라도 브랜드 측에서 IP(지적재산권) 및 판매 권한을 철저히 관리하는 경우 제품 등록 제한이 걸릴 수 있습니다. 유명 브랜드들 중 Samsung, Adidas, Mattel, Timberland 등이 이에 해당하는데, 이 경우 카테고리 승인과는 별도로 정식 판매자(Authorized Distributor) 또는 제조사(Manufacturer)로부터 받은 편지 또는 인보이스를 제출해야 합니다. 브랜드에 따라 허가를 절대 내주지 않는 경우도 있지만 대부분 충분한 판매 경험 및 성과가 있는 셀러들에게는 비교적 쉽게 허가를 내주고 있습니다.

* 이미지: Nike 신발 제품에도 브랜드 제한이 걸려 있네요



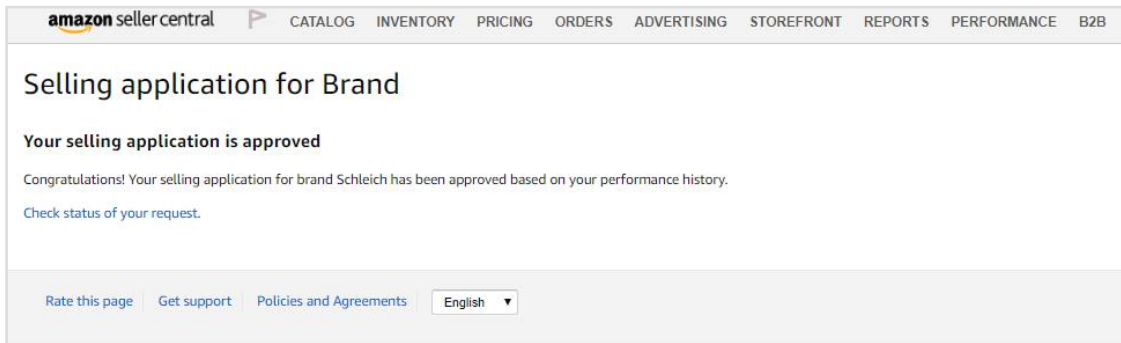
우수 셀러 자동 승인 절차

아마존은 셀링 경험이 많거나 성과가 좋은 셀러들을 우대하는 경향이 있어 이들에게 특별한 혜택을 주곤 합니다. 우수한 셀러들에게는 까다로운 카테고리 승인 절차에도 '프리패스'가 존재합니다. 어떤 카테고리이든 최근 3개월-1년간 아마존에서 문제 없이 판매를 진행한 경력이 있는 셀러는 승인 요청 절차 없이 자동으로 승인을 해주고 있습니다. 따라서 우수 셀러는 본인이 현재 승인을 받아 판매하고 있는 카테고리 외에도 승인이 필요한 다른 카테고리의 제품을 등록할 때 복잡한 절차를 간단하게 건너뛸 수 있습니다. 일반적인 셀러는 승인을 받기 위해 서류를 준비하고 승인이 될 때까지 기다려야 하는데, 우수 셀러라면 이에 소요되는 많은 시간과 스트레스, 비용을 절감할 수 있겠죠?

때문에 초보 셀러의 경우 먼저 제약이 없는, 등록이 쉬운 카테고리에서 먼저 판매를 시작하여 셀러 경험을 쌓는 것이 유리합니다. 판매 경력과 성과를 탄탄하게 쌓으며 '자동 승인' 기준에 부합하게 될 때까지 기다리고, 이후에 좀 더 등록이 까다로운 카테고리에 도전해 보는 것이 더 좋은 전략이 될 수 있지 않을까요?

내가 우수 셀러여서 자동 승인을 받게 되면, 카테고리 승인 여부 확인 절차에서 말씀드린 것처럼 ‘Listing Limitations Apply’라고 쓰여 있어도 ‘Request Approval’ 버튼이 뜨고, 클릭 시 축하 메시지가 표시되며 자동으로 승인이 완료됩니다.

내가 자동 승인을 받지 못하는 카테고리라면 제한을 풀기 위해 필요한 서류들이 함께 표시되며, 해당 서류들을 구비하여 우측 상단 Help 메뉴에서 새 상담 케이스를 열어 첨부파일과 함께 메시지를 보내야 합니다.



카테고리 제한을 풀어주는 대행 서비스 / Category Ungating Services

카테고리 제한이 있는 줄 미처 모르고 이미 목돈을 대거 투자하여 소싱을 완료하셨다고요? 걱정하지 마세요. 아직 방법은 있습니다.

서브 카테고리 제한을 다루며 잠깐 언급한대로, 원하는 서브 카테고리에서 판매를 진행하기 위해 굳이 나의 주력 상품으로 승인을 받을 필요는 없습니다. 판매하고자 하는 제품들 중 비교적으로 서류 구비가 쉬운 제품을 먼저 등록해 승인을 받으세요. 내가 소싱한 제품이 필요 서류를 갖추지 못했지만 동일 카테고리의 다른 제품이 승인을 받기 위한 모든 서류를 갖추고 있다면 이 제품으로 먼저 승인을 받은 후 필요 서류가 없는 (또는 미비한) 제품을 등록하면 됩니다. 예를 들어 화장품을 판매하기 위해 연고 제품을 먼저 등록하여 Category Ungating을 완료하면 동일 카테고리 내에서 재승인을 받을 필요가 없어지니 이후에 화장품 제품을 등록하면 됩니다.

심지어 승인을 위한 제품이 내가 판매하려는 제품이 아닌 다른 사람의 제품이어도 됩니다. 지금 승인에 필요한 서류를 단 한 가지도 구비하고 있지 않더라도 승인을 위해 다른 사람의 제품을 먼저 등록하고, Ungating이 완료되면 내가 본래 판매하고자 했던 제품을 별도 승인 절차 없이 등록할 수 있습니다.

이렇게 대리 승인을 받아주는 것을 Ungating 서비스라고 합니다. 대표적인 Ungating 서비스를 제공하는 회사에는 [Funnel Guru](#), [Ezungate](#) 등이 있습니다. 그러나 이용료가 만만치 않기 때문에 가능하면 셀링 전에 아마존의 카테고리 승인 요구 사항을 미리 확인하여 예기치 않은 지출을 막을 수 있길 바랍니다.

Takeaway

아마존이 고객 중심적인, 셀러에게 매우 까다로운 플랫폼인 만큼 문전박대 당하는 셀러들이 매일 쏟아져 나오는 것이 현실입니다. 때문에 초보 셀러는 물론, 판매 경험이 있는 분도 새 제품을 등록할 때에는 반드시 아마존의 셀러 등록 및 제품 리스팅 절차에 대해 충분히 알아보고, 필요 서류 등을 구비한 후 소싱을 하시길 바랍니다. 더 나아가 제품을 소싱하기 전 미리 리스팅부터 개설해 보는 것이 어떨까요? 당연히 판매할 수 있을 거라고 생각하고 사입했다가 방 한 칸에 재고만 쌓이고 정작 판매 시작조차 하지 못한다면 너무 억울하니까요!

그럼, 여러분의 셀링이 일사천리로 진행될 수 있길 바라겠습니다!

[참고] 링크 접속을 위해서 아마존 로그인이 필요할 수 있습니다

1. 아마존에서 판매가 불가한 카테고리 리스트 - [클릭](#)
2. 승인이 필요한 메인 카테고리 리스트 - [클릭](#)
3. 승인이 필요한 서브 카테고리 리스트:

Audio Visual	Outdoor & Sports Toys
Infant Toys	Candles & Aromatherapy
Baby Activity Gear	Pet Habitat & Supplies
Kids & Baby Furniture	Computer Components
Baby Car Seats	Power Tools
Learning Toys	Contraceptives
Baby Diapering	Radio Controlled Toys
Lighting	Dietary Supplements
Baby Feeding	Sports Nutrition
Medical Devices	Topical
Baby Food & Formula	Feminine Hygiene
Mobility Aids	Toy Building Block
Baby Strollers & Carriers	Gardening & Watering
OTC Medication	Wireless Accessories
Baby Topical	Home Environmental Electronics

4. (예시) Beauty-Topical 카테고리 승인 요청 [서류](#) (아래 서류들 중 최소 하나 필요)

- Essential's FDA Registration Certificate
- Essential's GMP compliance statement
- A signed Certificate of Analysis (COA) for your product, including the lot, batch number, ingredients, Manufacturing address and date of Manufacture and Expiry.
- A Safety Data Sheet for stock products and ingredients.

5. (예시) Toys 서브 카테고리 승인 요청 [서류](#) (두 서류 모두 구비 필요)

- A CPC (Children's Product Certificate) for one of the toys you want to sell
- An invoice from a reputable wholesaler showing an adequate amount of toys purchased from them

3. 망하는 이유 세 번째

무턱대고 아무 비즈니스 모델이나 선택했다가 경쟁에 밀려 포기한다

성공적인 아마존 셀링을 위해서는 좋은 제품을 찾는 것과 함께 그 제품을 어떻게 소싱 및 판매할지 결정하는 것이 가장 중요한 요소라고 볼 수 있습니다. 하지만 초보 셀러라면 일반적으로 이 과정에서 두 가지 어려움에 빠지게 됩니다:

1. **첫째**, 리스팅을 잘 개설하여 정상적으로 판매하고 있는데 아마존에서 지적재산권(IP Claim)을 위반했다는 메일과 함께 리스팅이 정지됨
2. **둘째**, 정품을 구매하여 판매를 진행했으나 브랜드 또는 제조사 측에서 아마존으로 가품 신고를 하여 리스팅이 정지됨

이러한 불상사를 막기 위해 아마존 판매의 다양한 유형을 알아 두는 것이 좋습니다. 특히 처음 판매를 시작하신다면 각각의 판매 유형을 선택했을 때의 장단점을 알아두어야 나에게 맞는 셀링 방법을 찾을 수 있고, 각각을 선택하는 데 있어 따라오는 리스크를 예측하고 감당할 수 있기 때문입니다.

아마존 판매 유형 2가지

아마존 셀링 비즈니스 모델에는 크게 두 가지가 있습니다. 바로 Retail Arbitrage(RA)와 Private Label(PL)입니다. 본인의 셀링 경험, 소싱 능력, 그리고 판매 및 마케팅 능력에 따라 RA 방식이 적합할 수도, PL 방식이 적합할 수도 있습니다. 따라서 본인의 상황과 제품 및 시장의 특성에 맞춰 알맞은 판매 유형을 선택하는 것이 중요합니다. 그럼 각각의 판매 유형에 대해 간단히 알아보겠습니다.

1. Retail Arbitrage (RA)

Sell Yours, Tagging, 그리고 Hijacking이라고도 불리는 이 방식은 이미 아마존에서 판매되고 있는 제품을 소싱하여 기존에 존재하는 리스팅의 리셀러로 등록하는 것을 말합니다. 리셀러 옵션 등록만 하면 되기 때문에 리스팅을 새로 만들 필요는 없으며 같은 제품으로 가격, 배송 옵션 등을 다르게 설정하여 동일한 제품을 파는 타 리셀러들과 경쟁하게 됩니다.

- **장점**
 - 기존 리스팅이 탄탄해 마케팅이나 검색 최적화 작업이 크게 필요하지 않다.
 - 리스팅을 새로 만들 필요가 없어 마케팅 문구를 만들거나 사진 촬영을 하는 시간이 절약된다.
- **단점**
 - 제품으로 셀러별 차별화가 어렵기 때문에 가격 경쟁이 심해질 수 있다.
 - 브랜드 오퍼나 다른 셀러와 직접 경쟁을 해야 할 수도 있기 때문에 위험도가 높아진다.
 - 리스팅 대표 셀러만이 타이틀, 이미지 등 제품 상세페이지를 수정할 수 있다

2. Private Label (PL)

아마존에서 판매되지 않은 제품을 소싱하여 새로 리스팅을 생성해 판매하는 형태입니다. 이 경우 Generic Product, 즉 브랜드가 없는 제품으로 등록하는 방법과 Brand Registry(브랜드 등록)를 통해 내 브랜드의 제품으로 등록하는 방법이 있습니다. 후자로 등록하기 위해서는 미국 상표권 등록이 필요합니다.

- **장점**
 - 내가 원하는 대로 리스팅의 타이틀, 볼렛포인트 사진 등을 수정할 수 있어 자유도가 높다.
 - 상표권이 등록된 나만의 제품을 판매할 경우 나와 동일한 제품이나 내 제품의 가품을 판매하는 리셀러가 붙을 염려를 하지 않아도 된다.
 - 브랜드 오너의 경우 본인의 리스팅에 Tagger가 붙지 않도록 아마존에 미리 제재 요청을 할 수 있다.
- **단점**
 - 마케팅 및 브랜딩에 비용 및 시간이 많이 소요된다.
 - 트레이드 마크 및 브랜드 등록에 비용 및 시간이 많이 든다.
 - 리스팅 생성을 하는 시간이 따로 든다.

주의해야 할 점

대다수의 초보 셀러분들은 리스팅 생성 및 마케팅을 어려워하기도 하고, 브랜드 및 상표권 등록에 대한 막연한 두려움 때문에 RA의 형태로 기존의 리스팅에 태깅하는 방식을 선호하시는 편입니다. 이미 아마존에 판매되고 있는 제품을 소싱하여 더 나은 가격 또는 배송 옵션으로 판매하는 거죠. 아무래도 접근성이 좋기 때문에 이 방법을 많이 선택하시는 데요. 판매 시작 전, RA 셀링이 가지는 단점 외에도 태깅이라는 행위에서 오는 위험에 대해 꼼꼼히 따져보고 숙고할 필요가 있습니다. 개인적으로는 위험도가 너무 높아 초보 셀러에게는 RA를 추천드리지 않습니다. 그렇다면 태깅을 하는데 어떤 위험이 따를 수 있는지 알아보겠습니다.

위험 1) 브랜드 오너가 IP Claim(지적재산권 침해 주장)을 할 수 있다

이미 존재하는 PL에 태깅을 할 경우, 지속적으로 브랜드 오너의 눈치를 살펴야 합니다. 브랜드 소유권이 있는 셀러는 본인의 지적재산권을 침해한다는 명분 하에 언제든지 다른 셀러를 본인의 리스팅에서 쫓아낼 수 있기 때문입니다. Kirkland처럼 제품군이 다양하고 이미 온오프라인에서 판매가 잘 되고 있는 브랜드라면 개인 셀러에 대한 제재가 덜하겠지만, 경쟁이 심한 화장품 카테고리, 특히 해외 셀러들을 강력하게 관리하는 아모레퍼시픽의 경우 주기적으로 아마존을 모니터링하고 개인 리셀러들을 쫓아내기 때문에 매우 빠르게 리스팅이 정지될 수 있습니다. 아마존에서는 리스팅 퀄리티 유지를 위해 브랜드 오너십을 굉장히 중요하게 생각하기 때문에 본인이 유리한 상황에서도 아마존이 브랜드의 손을 들어줄 수 있다는 점을 명심하세요.

위험 2) 브랜드로부터 독점판매권(Exclusivity)을 받은 셀러가 Counterfeit Claim(가품 신고)을 하는 경우

브랜드가 직접 아마존에 들어와 있지 않더라도 특정 셀러들과 계약하여 그들을 정식 셀러로 인증해주는 경우가 있습니다. 따라서 독점판매권만을 가지고 있는 셀러가 아니라면 본인이 소싱받은 제품이 정품이어도 판매 형태가 불법이 되며, 제품 자체도 가품으로 판정되어 Counterfeit Claim이 들어올 수 있습니다. 내 제품이 본사가 판매하는 제품과 같은 공장에서 생산된 정품이라 하더라도 본사가 허가해주지 않은 상품은 모두 가품으로 판정되는 점 주의하시기 바랍니다.

Takeaway

초보 셀러에게 RA를 추천하지 않는 이유는 이처럼 작은 실수에도 바로 계정이 정지될 가능성이 높기 때문입니다. 본인의 계정에 기존 셀링 기록이 있다면 아마존 팀에 IP Claim이나 Counterfeit Claim이 들어와도 리스팅을 바로 정지하지 않고 우선 이메일로 경고 메시지를 보냅니다. 그 후 일정 기간 동안 신고에 대응할 시간이 주어집니다. 하지만 아예 셀링 기록이 없는 셀러라면 아마존에서 이 계정이 앞으로도 규정을 위반할 소지가 크다고 판단하기 때문에 즉시 리스팅을 중단시킵니다. 이전에 설명드린대로 리스팅이 정지되면 아마존에 이의 제기(Appeal Letter) 및 해결 방법 제안 레터(POA, Plan of Action)를 보내야 하고, 판매를 재개하는데 오랜 시간이 걸리거나 심한 경우 복구가 영영 불가능하기 때문에 아마존 셀러에게는 꽤나 치명적입니다.

따라서 초보 셀러라면 처음부터 RA로 기존 리스팅에 태깅하기보다는 자신만의 제품을 소싱하거나, 브랜드가 없는 제품에 나만의 스토리를 담아 PL로 먼저 리스팅 등록을 한 후, 판매 경험을 쌓아 RA에 도전할 것을 추천드립니다. 아무래도 위험부담을 줄일 수 있는 최적의 방법은 아마존과의 신뢰를 쌓는 것이기 때문이죠 :)

[참고]

오금이 저려오는 아마존 경고 레터 예시

Hello,

You currently may not sell on Amazon.com because you are offering items that may infringe intellectual property rights or may be inauthentic. A list of these items is at the end of this email.

Funds will not be transferred to you, but will stay in your account while we work with you to address this issue. You can see your balance and settlement information in the Payments section of Seller Central. If you have questions about those, please write to payments-funds@amazon.com.

To sell on Amazon again, please send the following information to pq-seller-assessment@amazon.com: -- Copies of invoices, receipts, contracts, delivery orders, or authorization letters from your supplier issued in the last 90 days. The quantity of items shown should match your inventory. -- If you are not the brand owner, provide an authorization letter and a complete set of documentation, including authorization letters, to prove a valid supply chain. -- If you are the brand owner, provide a copy of the brand registration certificate, and business license or personal identity card. -- Contact information for your supplier, including name, phone number, address, email, and website.

You can send .pdf, .jpg, .png, or .gif files. These documents must be authentic and unaltered. We may call your supplier to verify the documents. You may remove pricing information, but the rest of the document must be visible. We will maintain the confidentiality of your supplier contact information.

We will review your information and decide if you may sell on Amazon again. If you do not send the required information within 17 days, we may no longer allow you to sell on Amazon. Failure to provide us with the information above may result in us permanently withholding any payments to you.

Learn more about our policies in Seller Central Help: -- Amazon Anti-Counterfeiting Policy (<https://sellercentral.amazon.com/gp/help/201165970>) -- Intellectual Property Violations (<https://sellercentral.amazon.com/gp/help/200386260>) -- Policies and Agreements (<https://sellercentral.amazon.com/gp/help/521>)

To talk to someone about this email, ask our Seller Support team to contact you (<https://sellercentral.amazon.com/hz/contact-us/performance>).

ASIN: B01N3AWD8D Brand: Star Wars Title: Funko Collectible Pens with Toppers - Rogue One: A Star Wars Story - SET OF 4

ASIN: 1858751519 Brand: Batman Title: DC Comics Super Hero Collection Special Batman and the Batcycle

ASIN: B01DCHYU4E Brand: Marvel Title: Diamond Select Toys Marvel Gallery: Ant-Man Movie Version PVC Figure, 9"

Sincerely,

Seller Performance Team Amazon.com <http://www.amazon.com>

4. 망하는 이유 네 번째

■ 제품만 좋으면 잘 팔릴 거라고 착각해 **아마존 마케팅**의 중요성을 간과한다

아마존 첫 판매 개시 전의 두근거림은 아직도 잊을 수가 없습니다. 요목조목 따져가며 좋은 제품을 소싱했으니 이제 아마존에 공개하면 불티나게 팔릴 거라 기대하고 계실지도 모릅니다. 행복한 상상을 깨고 싶지 않지만 판매 준비가 완료된 시점에도 경계를 낮추지 마세요. 아직 한 가지의 문턱을 더 넘어야 합니다!

이제 우리가 넘어야 할 문턱은 바로 마케팅, 브랜딩, 그리고 아마존 플랫폼 내에서의 검색 노출입니다. 생각보다 많은 분들이 좋은 퀄리티의 제품을 괜찮은 가격에 올려두면 알아서 잘 팔릴 거라고 생각합니다. 그래서인지 쉽게, 그리고 무모하게 아마존 시장에 뛰어들죠. 아마존 초창기에는 경쟁사가 적어 따로 마케팅을 하지 않아도 잘 팔렸을지도 모릅니다. 이 때 런칭하여 비교적 쉽게 많은 리뷰를 받고 자리잡은 셀러들은 마케팅 없이도 매출을 낼 수 있다고 조연하기도 하죠. 하지만 지금의 상황은 다릅니다. 매일 전 세계 수만 명의 셀러가 본인의 제품을 팔기 위해 아마존으로 몰려들고 있습니다. 따라서 이제는 아무리 좋은 제품을 내놓더라도 아마존이라는 정보의 홍수 속에 고객이 내 제품을 한 번에 발견할리 만무하고, 리스팅의 설득력이 떨어지며 브랜드를 믿을 수 없다면 구매로 이어지기 어렵습니다.

이것이 많은 베테랑 셀러들이 4P(Product, Price, Placement, Promotion)가 아마존의 핵심이라고 말하는 이유입니다. 마케팅 원론 수업 또는 구글링을 통해 한번쯤은 들어봤을 '마케팅 믹스'. 오늘은 이를 좀 더 자세히 살펴보고 아마존에서 어떻게 적용되는지 알아보시다. 글을 읽으며 아마존 마케팅의 중요 요소들과 이를 활용할 본인만의 전략을 생각해 보길 바랍니다.

첫번째 P: Product

1. 제품의 품질

아마존에서 좋은 제품을 판매하는 것은 경쟁력이 아니라 필수 요소입니다. 매일같이 전 세계에서 좋은 품질과 가격을 갖춘 셀러들이 우후죽순 나타나기 때문에 경쟁력을 갖추지 못하면 말 그대로 아마존 정글에서 살아남을 수 없습니다. 경쟁에 앞서 한 가지 고려해야 할 점은 온라인 마켓 특성상 사진만으로 제품의 품질을 판단하기 어렵다는 겁니다. 한국 셀러들이 대거 포진한 화장품 카테고리가 대표적인 예입니다. 이 제품이 효과가 좋은지, 제형이 어떤지, 나에게 잘 맞을지를 사진이나 리스팅만 보고 결정하기란 매우 어렵습니다. 따라서 화장품은 브랜드 파워가 있는 제품들이 판매량이 높은 편이고, 인지도가 높지 않은 경우라면 콘텐츠를 잘 만들어야 겨우 시선을 끌 수 있으니 되도록 초보 셀러는 이 카테고리는 피하는 것이 좋습니다. 그럼에도 이런 특성의 제품을 판매하기로 결정했다면 매력적인 타이틀과 볼렛 포인트, EBC 디자인 등을 활용하여 고객이 '한번 사 볼까?'하는 생각이 들게 만드는 것이 중요합니다.

게다가 아무리 좋은 제품도 초기에는 구매하려는 사람이 적고 고객 충성도도 낮아 리뷰를 쌓는 데 어려움을 겪기 마련입니다. 요즘은 Early reviewer program, vine reviewer program 등 아마존에서 운영하는 다양한 리뷰 장려 정책이 있기 때문에 이를 적극적으로 활용해 보시길 권장합니다. 리뷰 갯수에 따라서 아마존 랭킹과 노출 역시 크게 달라지기 때문에 신규 셀러라면 초반에는 리스팅 개선보다 리뷰를 쌓는 데 초점을 두는 것이 좋습니다.

2. 재고 관리

초기 셀러라면 컬러, 사이즈, 소재 등 옵션이 다양한 의류 등의 제품군은 되도록이면 피하세요. 재고 관리에 큰 어려움을 줄 수 있기 때문입니다. 예를 들어 티셔츠를 판매하기 위해 색상 별로 100장씩 입고했으나 특정 색상만 계속 팔린다면 시간이 지나도 재고처리가 쉽지 않을 겁니다. 결과적으로 다양한 제품 타입을 등록하여 판매를 진행하고 싶더라도, 초반에는 판매 가능성이 높은 상품 하나로 시작한 뒤 반응을 살피며 하나씩 제품을 추가해 나가는 것이 좋습니다.

3. 소싱 경쟁력

제품과 소싱 방법 선택 또한 매우 중요합니다. 큰 자본이 필요하지 않은 낮은 단가의 제품은 이미 강력한 셀러가 안정적으로 판매를 올리고 있을 가능성이 높습니다. 여러분의 눈에 좋아 보이는 제품은 다른 셀러의 눈에도 좋게 보이기 때문에 시간이 지날수록 더 많은 신규 경쟁자가 등장할테고, 제품의 인기와 함께 나의 실패 확률 역시 기하급수적으로 높아질 수 있습니다. 예를 들어 중국처럼 공장을 가지고 있는 업체에서 셀러로 판매 경쟁에 뛰어들게 되면 대량구매를 감당할 막대한 자본력이 있지 않은 이상 가격 경쟁에서 우위를 내줄 수밖에 없습니다.

4. 고객 수요

아마존 내에서 수요가 없음에도 불구하고 오직 제품의 품질만 믿고 판매를 시작하는 셀러들도 종종 있습니다. 자본주의 사회에서는 수요가 없는 상품을 판매해서는 돈을 벌 수 없습니다. 마케팅을 끝내주게 해서 없던 수요를 창조해 내지 않는 이상은요.

판매 결정을 내리기 전에 아마존 내에 경쟁사 현황과 판매량, 시장 가격 형성 정도 등 충분한 리서치와 향후 동향에 대한 예측 및 분석을 완료한 후, 본인의 경쟁사 대비 강점을 확실하게 잡아 보세요. 내 제품의 상세 사진과 설명만 보고도 강점이 확실하게 드러나고, 지인 10명에게 물어봤을 때 최소 5명 이상이 '그 제품을 사겠다'라고 구매 의사를 비친다면 그 때 판매 결정을 내려도 늦지 않습니다.

두번째 P: Price

아마존 셀링을 하다보면 결국엔 가격 싸움이라는 생각이 드는 시점이 있을 겁니다. 잊지 말아야 할 것은 'Best price, best quality' 를 목표로 하는 것이 아니라는 점입니다. 가격적인 측면이나 품질의 측면에서도 '이 정도면 충분하다' 라는 생각이 드는 제품을 판매하는 것이 낫습니다. 너무 좋은 퀄리티를 가져가려면 덩달아 가격이 상승하고, 가장 저렴한 가격에 상품을 팔자니 품질을 낮추게 되거나 마진을 줄여 손해를 볼 수밖에 없기 때문입니다. 그래서 판매할 때는 그 중간 지점 어딘가를 노려야 룹런할 수 있습니다.

처음부터 가격을 낮게 책정하기 보다는 아마존 내의 쿠폰 발급, 그리고 lightning deal과 같은 할인 프로모션 을 적극 활용해 보세요. 더 비싼 제품을 싸게 살 수 있다고 어필하는 편이 고객에게도 더 매력적으로 다가올 것입니다.

세번째 P: Placement

세번째 P는 Placement, 즉 노출입니다. 쉽게 말해 구매 의사가 있는 사람이 내 제품의 존재를 알지 못하면 당연히 그 제품은 판매가 일어나지 않습니다. 내 제품이 다수에게 노출 되더라도 경쟁사가 감언이설이 가득한 리스팅으로 고객을 데려가거나 질적/양적으로 부족한 리뷰 등으로 제품의 퀄리티와 만족도를 고객에게 입증할 수 없다면 역시 판매 기회를 잃게 됩니다.

구매자들은 아마존을 구글 같은 검색 엔진처럼 사용합니다. 때문에 제품의 노출을 위해 리스팅의 타이틀, 볼렛포인트, 백엔드 키워드 등을 사용한 아마존 SEO(검색최적화) 작업은 필수입니다. 고객이 내가 판매하려는 제품을 찾기 위해 어떤 키워드를 주로 사용하고, 해당 키워드와 함께 어떤 단어를 검색하는지 알아야 그 고객의 검색결과 상위에 내 제품을 보여줄 수 있기 때문이죠. 예를 들어, 내 상품이 의자발 커버라면 고객이 내 상품과 비슷한 제품을 찾기 위해 chair leg cap, floor protector, chair leg protector, chair cap 등 수많은 키워드들 중 어떤 단어를 주로 사용하는지 찾아내어 그 단어를 강조한 타이틀과 볼렛포인트 워딩을 짜야 합니다.

요즘은 고객의 브랜드 선호도와 충성도가 높아져 제품을 브랜드와 함께 찾는 경향이 있습니다. 예를 들면 Leggings만 검색하기보다 nike leggings, lululemon leggings 등 브랜드명과 함께 검색하고, 따라서 해당 브랜드 제품이 더 상위에 나타나기 때문에 개인 레깅스 셀러의 리스팅은 경쟁력이 떨어지게 됩니다. 비교를 위해 내 상품을 클릭해보지도 않을 수 있습니다. 이 경우 다음 단계인 Promotion, 광고가 중요해집니다.

네번째 P: Promotion

마지막으로 고객이 직접 검색하지 않아도 내 제품의 존재를 알 수 있도록 어필하기 위해서는 유료 광고를 적극적으로 활용해야 합니다. 고객을 세부 타겟팅하여 구매 가능성이 높은 잠재 고객들에게만 광고를 집중적으로 노출할 수 있다면 더욱 좋고요. 유료 광고는 아마존 플랫폼 내에서 집행할 수도 있고, 아마존 외 플랫폼인 구글 또는 페이스북/인스타그램 등에서도 집행이 가능합니다.

아마존의 대표 광고 상품은 단연 Sponsored Ads PPC(Pay-per-click, 즉 클릭당 단가로 금액이 책정되는 광고)검색 광고입니다. 고객이 특정 키워드를 검색했을 때 내 제품을 상단에 띄워 주거나 내 제품과 유사한 경쟁사 제품, 또는 보충재의 리스팅에 광고를 노출시켜 구매 가능성을 높일 수 있습니다. PPC 광고는 실제로 고객이 광고를 클릭하지 않는 이상 비용을 지불하지 않는 시스템이기 때문에 계획만 잘 한다면 최저 비용으로 효과적으로 노출 횟수를 높일 수 있는 강력한 방법이라 볼 수 있습니다.

아마존 초기에는 이런 광고 없이도 오가닉 트래픽(광고 없이 실제 고객 검색만으로 내 리스팅에 유입되는 것을 말함)을 확보하는 것이 비교적 쉬웠을 것입니다. 하지만 최근에는 경쟁 강도가 높아져 초기 셀러의 경우 광고 없이는 고객에게 내 제품의 존재를 알리는 것이 어렵습니다. 그래서 초기 광고 비용이 많이 들 수 있는데, ROI 계획을 수립할 때 이 지출을 간과했다가는 셀링에 속도를 붙이지 못하거나 심하면 아예 판매가 이뤄지지 않을 수 있습니다. 아마존 외부에도 다양한 형태의 광고 상품이 존재하지만, 고객이 구매를 위해 클릭을 해야 하는 횟수가 늘어날수록 전환 가능성이 떨어지기 마련입니다. 따라서 아마존 내부 광고 상품을 활용하여 광고 집행에 익숙해지고 트래픽 및 구매 전환이 안정화될 때쯤 외부 광고를 시작하는 것이 좋습니다.

일반적으로 초기에는 마케팅비를 1:2(제품 가격:마케팅 비용)로 책정하여 1-2달 간은 적극적으로 프로모션을 하도록 계획을 세웁니다. 특히 본인이 아마존 SEO 및 키워드 랭킹 작업에 대한 이해도가 부족하다면 아마존 Sponsored 광고를 적극적으로 하는 수밖에 없습니다. 이 기간 동안은 어느 정도 손해를 감수해야 하고, 이후 리스팅이 자리를 잡으면 차차 광고비를 줄여가며 마진율을 늘리면 되겠습니다.

고객 여정의 중요성

마케팅의 4P 전략이 완성 됐다면 고객의 입장에서 구매 경험을 돌아보는 것이 좋습니다. 아마존의 고객 여정에는 크게 인지(Impression), 구매 결정(Click), 구매(Conversion)가 있습니다.

1. 인지 단계 (Impression)

고객이 아마존에 접속하면, 가장 먼저 내가 구매하고 싶은 제품의 키워드를 찾아볼 것입니다. 고객이 내 제품을 찾기 위해 검색하는 키워드를 잘 알고 있는지, 광고를 통해서든 검색 최적화를 통해서든 고객이 보는 검색 결과에 내 제품이 상위 노출이 되는지를 확인해야 합니다. 여기서 성과 측정을 위해 중심이 되는 수치는 노출, 즉 Impression입니다. 광고에서 노출 횟수를 확인하고 특정 키워드로 내 제품을 검색했을 때 몇 페이지에 몇 번째로 뜨는지 알아봅시다.

2. 구매 결정 단계 (Click)

고객이 내 제품을 인지한 후에는 강점을 어필하는 단계가 필요합니다. 검색 결과 리스트에 썸네일로 보이는 제품 사진, 상품의 가격, 타이틀, 리뷰 갯수, 그리고 배송 타입 모두 전략적으로 기획된 결과입니다. 특히 다른 리스팅과 비교했을 때 눈에 확 들어오고 타 상품보다 더 매력적으로 보이게 브랜딩을 해야 합니다. 셀링을 처음 시작해서 리뷰 갯수로 고객을 사로잡기가 어려울 때에는 FBA 프라임 배송이 가능하다는 배지, 고급스러워 보이는 제품 사진, 눈에 띄는 브랜딩으로 고객의 눈길을 사로잡아 보세요.

이 과정에서 중요한 수치는 CTR(Click-Through Rate)입니다. 내 리스팅을 본 사람들 중 몇 퍼센트가 실제로 상품을 클릭해 상세 페이지로 들어왔느냐를 보여주는 지표입니다. CTR을 통해 내 마케팅과 브랜딩이 고객을 끌어들이는 데 얼마나 효과적인지를 절대적인 수치로 알 수 있습니다.

3. 구매 (Conversion)

고객을 내 상세 페이지로 데려왔다면 이제 매력적인 제품 설명으로 고객을 매혹시켜 지갑을 열어야 합니다. 고객이 상세 페이지에 접속했다라도 불렛포인트만으로 제품의 강점을 파악하기 어렵거나 사진의 품질이 낮은 경우, 혹은 제품의 상세 설명인 Description 영역이 미비하다면 들어온 손님도 구매 없이 페이지를 떠날 것입니다. 이 단계에서 고객에게 적극적으로 제품의 퀄리티를 어필해야 하며, 실제로 고객이 구매 후 품질에 만족한다면 리뷰를 남길 수 있습니다. 고객의 리뷰를 유도하기 위해서 Early Reviewer Program, Vine Reviewers, 쿠폰을 활용할 수 있고 이 외에도 고객과의 효과적인 커뮤니케이션이 필요합니다. 고객의 리뷰에는 일일이 답장을 해 주고, Q&A 영역도 적극적으로 활용하시기 바랍니다. 제품이 좋다면 리뷰가 많이 달릴 가능성이 높아지겠지만 제품의 품질이 리뷰를 쌓고 재구매를 유도하는 유일한 요소는 아니기 때문입니다.

구매 여정에서 볼 수 있듯 제품이 아무리 좋아도 노출과 클릭이 없으면 무용지물입니다. 고객의 니즈가 실제 판매로 이어지기 위해서는 적절한 마케팅이 받쳐주어야 합니다.

Takeaway

이제 마케팅 없이 좋은 품질만으로 승부를 보는 시대는 끝났습니다. 본격적으로 셀링을 시작하기 전에 본인이 판매하려는 제품의 특성과 장점, 고객 특성 및 소비 트렌드, 그리고 시장 및 경쟁사에 대한 철저한 분석이 뒷받침되어야 합니다. 제품과 고객에 대한 이해가 멋진 카피라이팅과 상세 사진, 디자인, 그리고 광고 전략과 만났을 때 내 리스팅에 경쟁력이 생기는 것이죠.

내가 소싱하고 싶은 제품을 정했다면 아마존에 가서 주요 경쟁사의 제품을 검색해보는 것부터 시작해 보세요. 관련 키워드와 각 피드에 어떤 제품들이 우선으로 뜨는지 살펴보고 리스팅과 리뷰도 꼼꼼히 읽어 보세요. 여러분 제품의 어떤 매력을 강조해서 시장에 내놓아야 하는지에 대한 그림이 머릿속에 그려질 것입니다.

5. 망하는 이유 다섯 번째

■ 써드 파티 셀러 툴의 데이터만을 기반으로 비즈니스 결정을 내린다

계정 생성을 완료하고 비즈니스 모델을 결정한 후 카테고리 승인 필요 여부까지 확인하셨다면 이제 본격적으로 판매 할 제품을 선정하고 소싱을 시작할 차례입니다. 소싱을 위해 구글링을 하다 보면 ‘런칭만 하면 쉽게 빵 터질,’ 다른 사람들은 아직 못 알아본 원석같은 제품을 찾아 준다는 소프트웨어 툴들을 어렵지 않게 보실 수 있을 텐데요. 과연 그런 이상적인 제품을 찾는 것이 가능할까요? 이번 챕터에서는 아마존 써드 파티 셀링 툴의 작동 원리와 그 진실에 대해 알아보겠습니다.

아마존 써드 파티 툴?

아마존 써드 파티 툴이란 아마존과 직접 연관되지 않은 업체가 개발한, 자체 알고리즘으로 판매 데이터를 예측하고 이를 기반으로 경쟁 강도와 앞으로의 판매 전망 및 매출까지 예측해준다고 주장하는 웹 앱을 말합니다. 대표적으로 JungleScout, Viral Launcher, AMZ Scout, Scope 등이 있죠.

셀링을 위해 검색하며 접하는 다양한 유튜브 교육 영상, 블로그 포스팅, 그리고 공식 세미나까지 이러한 툴의 사용을 권장합니다. 마치 이 툴을 사용해야만 판매를 향상시킬 수 있고, 해당 툴이 없다면 판매가 줄어들 것처럼 말이죠. 키워드 또는 제품명을 넣고 검색 버튼 하나만 누르면 런칭 시 성공 가능성을 알아서 계산해 주다니- 이렇게 쉬운 소싱 방법이 있을 수 없습니다. 사용하지 않을 이유가 없는 것처럼 보이네요.

하지만 이러한 툴들이 알려주는 것을 맹목적으로 따라 소싱해도 괜찮은 걸까요?

셀러 툴, 사용해도 괜찮을까?

결론부터 말하자면 아마존 써드 파티 툴에 너무 의존하지 않는 것을 권유합니다. 클릭 몇 번으로 성공 가능성이 높은 제품을 소싱할 수 있다는 달콤한 데이터를 맹신하여 많은 분들이 별도의 리서치 없이 큰 돈을 들여 무리해서 투자하다 고배를 마시곤 합니다.

써드 파티 툴을 사용하다 보면 아마존 세일즈 및 키워드 데이터 등 내부 정보를 투명하게 볼 수 있는 것처럼 느껴집니다. 그러나 주의해야 할 점은 아마존은 절대 그 어떤 써드 파티 업체, 즉 아마존과 직접 관련이 없는 업체에게 내부 데이터를 제공하지 않습니다. 써드 파티 앱에서 보이는 수치는 어디까지나 추정치이며 정확하지 않습니다. 물론 아무런 데이터 없이 축으로 소싱하는 것보다는 나은 테지만, 좀 더 다양한 리서치를 병행하여 신중하게 나만의 경쟁력 있는 제품을 찾아볼 필요가 있습니다.

판매 데이터는 어떻게 측정되는가?

셀러 톨의 리스크를 자세히 이해하기 위해서는 BSR(Bestseller's Rank)에 대해 먼저 알아 볼 필요가 있습니다. 앞에서 언급했듯이 아마존에서는 공식적으로 어떠한 판매 데이터도 외부에 공개하지 않습니다. 따라서 아마존에 등록되어 있는 수많은 제품의 실 판매량을 어림잡아 볼 수밖에 없는데, 이를 예측하기 위해 셀러 톨 알고리즘이 활용하는 아마존 내 공개 수치가 BSR입니다.

Additional Information	
ASIN	B0083SGH6W
Customer Reviews	★★★★☆ 38 Customer reviews 4.3 out of 5 stars
Best Sellers Rank	#3,433 in Office Products (See top 100) #4 in Office Products > Office Supplies > Binders & Binding Systems > Binders > D-Ring Binders
Shipping Weight	2.45 pounds (View shipping rates and policies)
Domestic Shipping	Item can be shipped within U.S.
International Shipping	This item can be shipped to select countries outside of the U.S. Learn More
Date First Available	April 2, 2012

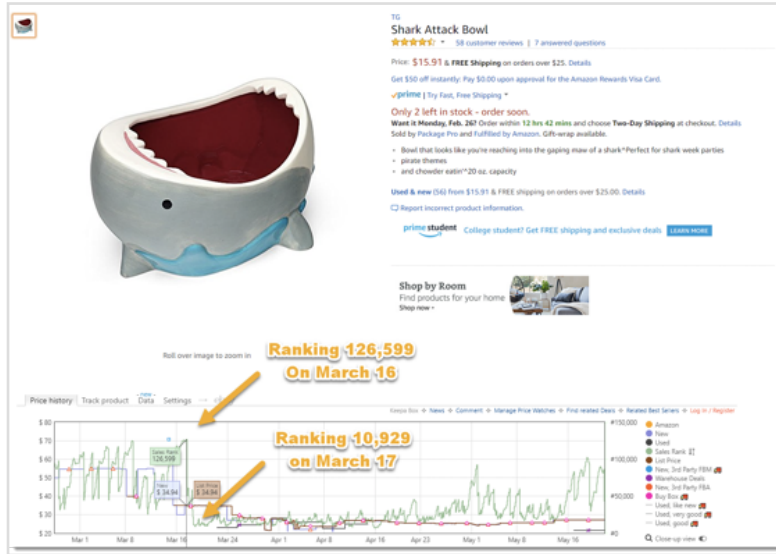
BSR은 아마존 제품 카테고리별로 가장 잘 팔리는 제품의 등수인데요, 누구든 각 제품 하단의 Additional Information 란에서 확인하실 수 있습니다. 이 랭킹은 아마존이 직접 공개하는 정확한 정보입니다.

그러나 이 BSR을 기반으로 여러 톨들이 '예측'하는 판매량, 마진 등의 수치를 너무 맹목적으로 믿어서 안 됩니다. 어떻게 측정하느냐에 따라 수치가 천차만별로 달라질 수 있기 때문인데요. 실제로 여러 톨에 같은 제품을 검색해도 다른 판매량, 다른 수익률을 보여줍니다. 톨마다 사용하는 알고리즘이 다르기 때문이죠.

그렇다면 구체적으로 어떤 변수들을 고려해야 최대한 리스크를 줄여 소싱을 할 수 있는 걸까요?

1. 측정 시점에 따른 랭킹 차이

BSR은 시간 단위로 재집계되어 등수가 바뀌게 되어 있습니다. 시간에 따라 다시 계산이 되기 때문에 같은 날에도 측정 시간에 따라 완전히 다른 결과를 얻을 수 있습니다. 예를 들어, 아래 제품은 3월 16일 측정 시 랭킹이 #126,599(월 예상 판매량 <5)였지만 다음 날인 3월 17일에는 10,929(예상 판매량 39)로 무려 10배가 넘는 차이를 보였습니다.



*이미지: 측정 시점에 따라 하루 사이에 랭킹이 10배 이상 상승하는 경우도 있기 때문에 전체적인 평균치를 고려해야 합니다.

실제로 각기 다른 셀러 톨 5개를 돌려 동일한 제품의 세일즈 볼륨을 계산해 보았더니 같은 시점에도 다음과 같이 다양한 수치가 나왔습니다. 최대 170이 넘는 수량 차이가 나다니. 이 데이터, 신뢰해도 되는 걸까요? 이렇게 천차만별의 수치들을 최대한 나에게 유리하게 사용하고 위험도를 줄이기 위해서는 특정 시점의 결과보다는 전체 트렌드와 평균값을 고려하여 소싱할 수 있어야 합니다.

	A	B	C	D
1		제품 1	제품 2	제품 3
2	Jungle Scout	708	901	481
3	AMZ Scout	436	589	311
4	Sellcaster	365	1206	668
5	Scope	387	597	313
6	Viral-Launch	537	828	383

*이미지: 다섯 개의 대표적 셀러 톨에서 계산한 같은 제품 3가지의 판매량을 비교해 본 결과.

2. 제품의 시즌성

겨울 옷, 휴리데이 상품 등 시즌이나 계절을 타는 제품의 경우 하이시즌과 로우시즌의 판매량 차이가 클 수 있습니다. 따라서 시즌의 갭을 고려하여 평균치를 참고해야 하며, 판매가 떨어지는 로우 시즌을 대비할 수 있어야 하겠습니다. 여기서 한 가지 기억해야 할 것은 특정 시점에만 판매가 늘어나는 제품은 발주 시점부터 아마존 FBA에 입고 처리가 완료되어 셀러 센트럴 시스템 상의 재고가 Available 상태로 변경되는 최종 시점까지의 일정 계산을 철저히 해야 한다는 것입니다. 특히 중국 등 미국까지의 거리가 있는 국가들에서 주문할 경우 발주에서 입고 완료까지 60일 이상을 잡아야 하며, 발주가 물리는 피크 시즌에는 더 길게 잡아야 할 수도 있으니 타임라인을 넉넉하게 짜시기 바랍니다.

3. 세일 및 프로모션 여부에 따른 변동

라이트닝 딜, 깃어웨이 등 아마존 내에서 프로모션을 진행한 경우 해당 기간의 랭킹이 상승하게 됩니다. 따라서 많은 경쟁사들이 주기적으로 라이트닝 딜을 진행하거나, 주요 경쟁사가 공격적인 마케팅을 진행하고 있을 경우 해당 프로모션 진행 시점에는 BSR이 우호적으로 측정되는 왜곡된 결과가 나올 수 있습니다. 하지만 프로모션을 진행하지 않으면 다시 랭킹이 떨어질 수 있고, 아래처럼 경쟁사가 마이너스를 내면서까지 프로모션을 진행할 경우 이와 경쟁하기 위해서는 결국 누구도 이득을 보지 못하는 '치킨 게임'이 될 수 있습니다.



*이미지: 빨간 점(라이트닝 딜)이 있을 때마다 랭킹이 향상되는(그래프 하향) 것을 볼 수 있습니다.
(그래프 출처: Keepa 유료 툴. 공개된 Raw Data만을 참고했습니다.)

4. 경쟁상대 수의 낮은 중요성

같은 카테고리 또는 경쟁사 수가 많으면 해당 제품을 성공시키기 더 어려울 거라 생각하시는 분들도 있을 테지만, 성공을 위해서는 경쟁사 수보다 1위 셀러가 얼마나 강력한지가 더 중요합니다. 내 리스팅이 수많은 경쟁자는 쉽게 누를 수 있지만, 해당 키워드 검색결과 1위를 차지하고 있는 셀러를 이길 수 없다면 판매에 제한이 생길 수밖에 없기 때문입니다.

5. 상위 제품들의 리뷰 갯수

아마존에서 제품이 판매되는 데에는 리뷰가 가장 중요하다고 봐도 무방할 만큼 플랫폼 내에서 큰 역할을 차지합니다. 소싱하고자 하는 제품군의 대표 리스팅은 이미 오래 전부터 판매를 이어 오면서 리뷰를 많이 쌓아왔기 때문에 그만큼 1위 리스팅이 왕좌를 내주지 않을 수 있다는 것을 뜻합니다. 이 경우, 새로 진입시 리뷰를 쌓는 데 시간과 비용이 너무 많이 들어 흑자를 내기 어려울 수 있습니다.

6. (Update) Variation에 따른 판매 차이

최근 BSR 집계 방법에 변화가 있었습니다. 대부분의 리스팅들의 본래 컬러, 재질 등 베리에이션(Child ASIN)에 따라 별도로 랭킹을 집계하던 것을 이제는 Parent ASIN 즉 한 가지의 제품에 대해서는 한개의 랭킹만 집계하게 되어 타입에 따라 판매량 차이가 나는 제품들은 톨을 사용하더라도 따로 판매량을 예측할 수 없게 되었습니다. 물론 예외는 있을 수 있지만 그 수가 매우 적어 내가 베리에이션이 다양한 제품을 판매하고자 한다면 베리에이션 각각의 BSR을 모니터링하기 어려울 가능성이 높으니 참고해 주세요.

Takeaway

제품 소싱은 매우 중요한 단계인 만큼 하나의 지표가 아닌, 아마존 판매 추이와 알고리즘에 영향을 주는 여러 변수를 종합적으로 고려하여 결정해야 합니다. 큰 투자가 들어가는 만큼 위험부담이 크고, 그 위험부담을 사입 절차 전에 최대한 줄일 수 있어야 성공 가능성도 더더욱 커지기 마련입니다. 아무런 데이터 없이 큰 투자를 결정하는 것 만큼 어리석은 것도 없지만, 여러분의 승패를 가릴 결정을 한 소스만 믿고 진행하기보다는 여러 소스를 찾아보고, 그 소스가 신뢰할 만한지 살펴보면서 미심쩍은 부분은 판매를 진행하는 다른 지인들이나 AMZ Insider 그룹 등 커뮤니티에도 확인하여 위험요소를 최소화하시기 바랍니다.

6 망하는 이유 여섯 번째

■ ROI 계산 실수로 팔면 팔수록 마이너스가 나는 장사를 한다

이 글을 읽는 분들 중 아마존이 첫 셀링이신 분도, 이미 다른 플랫폼에서 셀러 경험이 있거나 리테일 업계에서 종사한 경험이 있는 분도 계실 거라 생각합니다. 판매와 그 성공을 이야기할 때 총 매출액(Revenue)을 척도로 평가하는 경우가 많다 보니, 많은 분들이 오더 창에 찍히는 매출이 클 수록 성공한 셀러라고 생각하기 쉽습니다. 그래서 초반에 매출에 너무 중점을 둔 나머지 판매에 소요되는 비용과 이를 뺐을 때의 순수익을 간과하여 팔리면 팔릴수록 손해인 장사를 하는 초보 셀러들이 많습니다. 특히 아마존에는 꼼꼼히 살펴보지 않으면 놓치기 쉬운 수수료들이 생각보다 많기 때문에 ROI를 제대로 계산하지 않으면 낭패를 볼 수 있습니다.

ROI란?

판매를 하다보면 단연 가장 많이 들리는 약자는 ROI라고 해도 과언이 아닙니다. ROI는 Return on Investment의 약자로 투자수익률, 즉 지불한 비용 대비 수익이 얼마나 되는지를 뜻합니다. 이를 척도로 내가 지금 마이너스 장사를 하고 있지는 않은지, 돈을 벌고 있다면 실제 내게 남는 돈은 얼마나 되는지를 알 수 있습니다.

$$\text{ROI} = (\text{매출} - \text{비용}) / \text{비용} \times 100\%$$

예를 들어, 아마존에서 원가가 \$10인 제품을 \$30에 판매하고 있는 경우 ROI가 $(\$30 - \$10) / \$10$, 즉 200%라고 생각하기 쉽습니다. 하지만 물류비, 아마존 계정 이용 수수료, 광고비, 창고 보관료 등 여러 비용이 발생하기 때문에 실질적으로는 원가 외에도 더 많은 투자가 필요하고, 이 비용이 얼마인가에 따라 ROI가 크게 달라질 수 있습니다. 원가 외에 발생 비용이 \$5라면 ROI는 $(\$30 - (\$10 - \$5)) / (\$10 - \$5)$, 즉 100%가 되어 \$1을 투자한다고 했을 때 그 두배인 \$2를 벌게 되며, 비용이 \$10로 올라간다면 50%가 되어 \$1을 투자할 경우 \$1.50을 벌게 되겠죠. 또한 비용이 \$20가 된다면 수익이 없어질 것이고 그보다 더 올라간다면 팔리면 팔릴수록 돈을 버는게 아니라 돈을 잃는 격이 됩니다.

이처럼 어떤 셀러는 \$100를 투자해 \$10를 남겼을 수도 있고 (ROI 10%), 어떤 셀러는 \$10를 투자해 \$10를 남겼을 수 있습니다 (ROI 100%). 둘 다 같은 매출은 동일하지만 실제로는 후자가 더 이득을 본 것이죠. 필자의 판매 상품 중에는 ROI가 700%가 넘어가는 호자 상품이 있습니다. 판매가는 \$9로 절대 매출 자체는 높지 않지만 원가가 \$0.45밖에 되지 않고 수수료 \$4와 물류 등 기타 비용 \$1.50을 지불하더라도 마진율이 높기 때문에 가능한 수치이죠. 저는 현재 수많은 제품을 판매하고 있지만 이 중 단 하나만 선택해야 한다면 망설임 없이 판매가 \$9의 상품을 선택할 것입니다.

자, 그럼 본격적으로 판매 전 꼭 숙지하고 있어야 할 아마존의 비용들을 알아볼까요?

아마존의 비용 체계에는 크게 아홉 가지가 있습니다.

1. 아마존 프로 계정 사용료 (Monthly pro account fee)
2. 아마존 수수료 (Selling on Amazon fee, Referral Fee)
3. 고객에게 제품을 보내는 배송 비용 (Fulfillment fee)
4. 아마존 창고로 재고를 보내는 물류 비용 (Ship to Amazon fee)
5. 아마존 창고의 재고 보관 수수료 (Storage fee)
6. 배송 대행지에서 아마존 창고로의 재고 보충 비용 (Replenish fee)
7. 고객 유치를 위한 마케팅 비용 (Marketing Cost)
8. 포장재, 인건비, 사무실 임대료 등 간접 비용(Overhead Cost)
9. 시간, 노력, 스트레스 등 기회 비용 (Opportunity Cost)

첫번째, 아마존 계정 사용료(Monthly Account Fee)

필수는 아니지만 진지하게 아마존 비즈니스에 임하는 셀러라면 프로 계정을 사용하시고 계실 텐데요. 간과하기 쉬운 \$39.99의 계정 사용료도 셀링을 위해 지출한 비용에 포함됩니다. 한국 등 해외에서 미국 아마존에 셀링하는 경우 필수적으로 프로 계정이 필요하기 때문에 가입 시점부터 자동으로 프로 계정 사용료가 부과됩니다.

두번째, 아마존 플랫폼 수수료 (Referral Fee)

아마존에서 거래된 모든 판매건에 징수되는 플랫폼 이용 수수료이며, 카테고리마다 [수수료율](#)이 다릅니다. 대체적으로 전체 금액의 15%정도를 차지하지만 Alexa나 Kindle 같은 아마존 기기의 액세서리처럼 45%로 높은 수수료로 셀러들을 놀래키는 카테고리들도 있기 때문에 주의해야 합니다. 반면에 8%로 수수료율이 아주 낮은 카테고리도 있습니다.

세번째, 고객 배송 비용 (Fulfillment Fee)

아마존에는 FBA(아마존 자체 배송) 또는 FBM(판매자가 외부 배송사를 사용해 직접 배송) 두 가지 배송 방법이 있습니다. 편리성과 아마존의 편애로 대부분의 셀러분들이 애용하시는 FBA의 경우 제품 크기와 무게에 따라 비용이 부과되기 때문에 내 제품이 부피가 크거나 무겁다면 배송 비가 좀 더 나갈 수 있습니다. 내 제품이 Standard Size, Standard Oversize, Oversize 중 어떤 카테고리에 부합하고 이에 상응하는 수수료는 얼마인지 꼭 확인하세요.

네번째, 창고 배송 물류 비용 (Ship to Amazon Fee)

FBA를 이용하기 위해서는 미국 또는 한국의 물류센터에서 아마존 창고로 제품을 배송해야 하는데 이를 위해 소요되는 비용을 말합니다.

다섯번째, 창고 보관 수수료 (Storage Fee)

FBA를 이용하시는 경우에는 아마존 창고, 그리고 외부 배송사(3PL)로 직접 배송하시는 경우에는 본인 창고에 재고를 보관해야 합니다. 보통은 월별로 면적당 수수료가 부과되며, 재고 순환율이 낮아 악성재고의 보관 기간이 1년 이상 길어질 경우 Long-term storage fee라는 이름의 추가 수수료가 부과되어 재고 보관을 위한 지출이 꺾충 뛰게 됩니다. 따라서 초기 셀러분들은 일단 수요 테스트를 위한 소량의 재고만을 보내고, 판매 동향에 따른 수요 예측을 통해 적절한 양의 재고를 지속적으로 보충할 수 있어야 합니다.

여섯번째, 재고 보충 비용 (Replenish Fee)

얼마 전, 아마존 FBA 배송 정책 변화로 인해 ASIN별 아마존 창고로 재고를 보낼 수 있는 최대 수량 제한이 생겼습니다. 다시 말하면, FBA 사용 시 아마존 창고에 무제한대로 재고를 보내 놓고 주문이 들어올 때마다 제품을 배송할 수 있는 것이 아니고 판매량에 따라 나에게 할당된 재고량만 보내놓을 수 있다는 이야기이죠. 초기 셀러의 경우 대부분 200개의 재고를 보낼 수 있는데요, 판매량이 증가되면 보낼 수 있는 수량이 증가되긴 하지만 그때까지는 재고량을 수시로 체크하고 재고가 고갈되지 않도록 계속 보충해 주어야 합니다. 이 과정이 꽤 번거로워서 많은 셀러분들이 3PL을 애용하는데요, 배송사의 창고에 재고를 보내 놓고 재고 보충이 필요할 때마다 배송을 요청합니다. 이 경우 3PL사의 재고 배송료와 핸들링 수수료를 고려해야겠죠.

일곱번째, 마케팅 비용 (Marketing Cost)

아마존에서 판매를 촉진시키기 위해서는 PPC(pay per click), 즉 아마존 내 검색 광고를 운영하는 것이 필수적입니다. 리스팅이 아무리 매력적이어도 상위 노출을 시켜주거나 비슷한 제품과 함께 노출시켜주는 광고의 도움 없이 성장하는 데에는 한계가 있기 때문이죠. 화장품 등 아마존 내 경쟁이 치열한 카테고리에서 셀링을 하는 경우라면 더욱 그렇습니다. 아마존 내 라이트닝 딜, 프라임 딜 등 이벤트에 리스팅을 노출시키거나 쿠폰을 발급하기도 하고 추후 리스팅이 성장하면 아마존 외 구글, 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등의 플랫폼에서 광고를 하거나 대행사나 프리랜서를 고용하기도 합니다. 광고 입찰가가 올라갈 수록 판매는 더 늘어나겠지만 광고비를 과다지출하여 마진율이 너무 낮아지지는 않는지, ROI가 마이너스가 되지 않는지 등을 확인하고 주의해야 합니다.

여덟번째, 간접 비용 (Overhead Cost)

이렇게 굵직한 비용들 외에도 포장재, 배송에 필요한 라벨지, 사무실 임대료 및 공과금 등 비즈니스를 운영하기 위해 지출이 불가피한 부대비용들이 있습니다. 소위 말해 '짜잘한' 비용이다 보니 넘어가기 쉽지만 금액이 쌓이면 꽤 큰 지출이 될 수 있으니 꼼꼼하게 기록할 수 있어야 합니다.

아홉번째, 기회 비용 (Opportunity Cost)

마지막으로 가장 간과하기 쉽지만 어찌 보면 가장 중요한 비용이 있습니다. 바로 기회 비용입니다. 아마존 비즈니스를 하다 보면 지출을 줄이기 위해 초반에 가장 쉽게 '갈아 넣을 수 있는' 비용이 본인의 시간과 노력이죠. 전업으로 셀링을 하기 위해 직장을 그만두는 분들도 계실 겁니다. 이렇듯 아마존 비즈니스를 하지 않았을 경우 얻을 수 있었던 수익, 시간과 투입하지 않아도 되었을 노력과 받지 않아도 되었을 스트레스 등 직접적으로 내 주머니에서 나가는 돈은 아니지만 내가 셀링을 위해 포기하고 투자해야 하는 자산들을 기회 비용이라고 합니다. 통장에 숫자로 찍히지 않기 때문에 피부로 느껴지지 않을 수 있지만 엄연히 투자할 수 있는 시간과 노력을 잃는 것은 손해라고 볼 수 있기 때문에 특히 초반 ROI를 계산할 경우 꼭 고려해야 합니다.

Takeaway

셀링 초기에 많은 셀러들이 마진과 수익률을 결정하는 과정에서 투자 비용을 잘못 계산하여 팔면 팔수록 손해가 나는 장사를 하는 경우가 많습니다. 광고비 등 조정이 가능한 비용은 추후 브랜드 인지도와 마켓 포지셔닝이 잡히면 어느 정도 손해를 만회할 수 있으나, 배송비나 아마존 수수료 등 고정비를 잘못 계산하게 되면 심할 경우 셀링을 중단해야 하는 경우도 있으니 셀링을 시작하기 전 꼼꼼히 계산한 뒤 시뮬레이션을 해 보는 것이 필요합니다.

최근에 유튜브 검색을 하다 보면 '매출이 얼마!' 라는 문구로 본인의 팁을 알려주는 영상을 홍보하는 셀러들을 어렵지 않게 볼 수 있습니다. 초기 셀러들은 이런 자극적인 문구에 현혹되기 쉽지만, 실제 순이익을 모르는 상태에서 자극적인 매출액 등의 정보는 영양가 없는 껍데기일 수 있으니 조심히, 차분하게 여러 소스를 참고하도록 해야겠습니다.

7. 망하는 이유 일곱 번째

■ 브랜드 등록 없이 Generic 리스팅부터 만들었다가 경쟁에 밀려 포기한다

제품 판매 준비가 완료되었다면 내가 공들여 준비한 제품과 리스팅에 무임승차자가 발생하지 않도록 내 브랜드명으로 리스팅을 만들어야겠죠? 그런데 많은 판매자 분들이 복잡하고 어려워 보이는 미국 내 Trademark Registry(상표권 출원)와 Brand Registry(브랜드 등록) 절차에 지레 겁을 먹고 이 단계를 건너 뛰는 경우가 많습니다. 우선 판매를 시작하기 위해 브랜드가 없는 제품, 즉 Generic Product인 상태로 먼저 리스팅을 생성하곤 하죠.

하지만 Generic Product로 등록할 경우, 같은 브랜드의 같은 상품을 더 나은 조건으로 판매해 리스팅의 주도권을 가로채려는 Tagger, 즉 경쟁자들이 무수히 늘어나게 될텐데... 여러분, 정말 괜찮으신가요?

The screenshot shows an Amazon product page for 'Fujifilm Instax Mini Instant Film, 10 Sheets x 5 Pack (Total 50 Shoots)'. The product is priced at \$31.65 with shipping and import fees. The page includes a 'Frequently bought together' section and a 'Similar item to consider' section. A yellow star highlights the 'Other Sellers on Amazon' section, which lists multiple sellers offering the same product at the same price with free shipping.

*이미지: 별표 친 부분이 동일한 제품을 옵션만 다르게 하여 파는 태거들 목록

Generic Product로 등록하면 어떤 문제가 있나요?

한 번 Generic Product로 리스팅된 제품은 추후에 상표권 출원 및 브랜드 등록이 완료되었을 때 기존 리스팅에 내 브랜드 이름을 추가할 수 없습니다. 따라서 땀흘려 가꿔 놓은 리스팅을 삭제하고, 처음부터 다시 만들어야 하는 것이죠. 이미 Tagger가 붙었다면, 그 Tagger가 경험이 많은 고수일 경우 내가 삭제한 리스팅을 다시 살려낼 수도 있습니다. 그렇게 되면 다시 말해 '죽 썬서 개 준 격'이 되는 겁니다.

이 때문에 Generic Product 리스팅은 저희 커뮤니티에서는 절대적으로 지양하는 셀링 시작 방법입니다. 좋은 제품을 소싱하여 성공적으로 런칭 후 판매가 점점 늘어나며 성공가도를 걷고 있었는데, 점점 경쟁자가 늘어나 가격싸움으로 번지면 본인이 가져갈 수 있는 마진은 점점 줄어들고 결국 사업 유지가 어려워지겠죠.

이러한 실수를 하지 않으려면 어떻게 해야 할까요?

해결 방법

여러분, 내 브랜드명으로 리스팅을 생성하기 위해 브랜드 등록 또는 트레이드마크 등록 절차를 100% 완료하지 않아도 된다는 사실을 알고 계셨나요?

상표권 출원 과정이 워낙 오랜 시간이 걸리기 때문에 브랜드 등록을 준비할 동안 내 브랜드 이름으로 먼저 셀링을 할 수 있도록 아마존에서 편의를 봐 주는 건데요. 무한하게 오랜 기간동안 사용할 수 있는 방법은 아니지만 내 리스팅을 뺏길 위험 없이 셀링을 우선적으로 시작할 수 있어 매력적인 임시 방편입니다.

복잡한 브랜드 오너 리스팅 생성 및 브랜드 등록과 상표권 출원, 이해하시기 쉽도록 차트와 함께 살펴보겠습니다.

Brand Registry를 거치지 않고 내 브랜드명으로 리스팅 먼저 만드는 방법

좀 더 상세하게 설명하기 전에, 전체 과정을 요약하면 다음과 같습니다.

1. 내가 정한 브랜드 이름으로 상표권 출원이 가능한지 확인
2. 로고 디자인 및 제품 샘플 제작 (아마존에 예외 신청을 위해 필요)
3. USPTO.gov 또는 코트라 등 대행 기관을 통해 내 브랜드명의 미국 상표권 출원 (비용은 약 \$600)
4. GTIN 바코드 등록 또는 면제 신청
5. 리스팅 생성 (브랜드명에 내 브랜드 이름 기입)
6. 셀러 서포트에서 케이스 오픈 후, 셀링할 제품의 샘플 실물 사진을 로고가 보이도록 촬영 후 아마존에 브랜드 등록 예외 허가 요청 (이 과정이 끝나면 바로 셀링 시작 가능)
7. Trademark 등록이 끝나면 Brand Registry 까지 완료하여 리스팅 오너십 온전히 넘겨받기

즉, 브랜드 이름 및 로고가 보이는 샘플, 그리고 바코드만 있다면 트레이드마크 등록이 완료되지 않았더라도 내가 추후에 등록할 브랜드명으로 리스팅을 미리 만들 수 있습니다. 심지어 3단계인 상표권 출원은 모든 리스팅 생성 과정이 끝난 후 제품이 상품성이 있다고 판단되는 시점에 해도 됩니다.

그렇다면 이 과정에서 중요한 포인트 몇 가지를 살펴봅시다.

1. 트레이드마크 등록이 가능한 브랜드명인지 미리 확인하기

앞으로 아마존에서 사용할 브랜드명을 정했다면, 같은 명칭으로 이미 미국 USPTO(특허청)에 등록된 사례가 없는지 확인해야 합니다. 앞으로 오래 사용할 생각으로 공들여 리스팅도 만들고, 상품도 제작했는데 여러분 이전에 이미 동일 이름으로 등록한 사람이 클레임을 걸거나 리스팅을 가로채 버리면 억울하겠죠?

등록 여부는 셀러 본인이 직접 하기는 힘들 수 있고 변호사를 고용하기에는 너무 비용 부담이 크니 Fiverr같은 프리랜서 고용 플랫폼에서 내가 염두에 둔 브랜드명이 등록 가능한지를 확인해 주는 전문가를 고용하여 확인하시기를 추천드립니다. (일반적으로 상표권, 저작권은 개당 \$35 / 특허는 \$45)

USPTO 웹사이트나 Trademarkia에서 대략적으로 등록 여부 검색이 가능하긴 하지만 복수 등록 외에도 다양한 이유로 승인 거절이 될 수 있기 때문에 등록을 반복하지 않도록 전문가에게 문의하시는 것을 추천드립니다. 또한 변호사의 경우 승인이 거절되어도 비용을 돌려주지 않고 오히려 수정 및 재등록을 위해 추가금을 받으니 등록은 변호사와 하더라도 상표권 조사 자체는 되도록이면 조사 전문가에게 맡기세요.

브랜드명의 상표권 등록이 완료되었더라도 특허가 있을 가능성이 높은 아이디어 상품 등의 경우 지적재산권 분쟁이 생길 수 있습니다. 상표권 등록을 완료한 후에도 [USPTO 홈페이지](#) 또는 [Google Patents](#)에서 특허 등록 여부를 검색하거나 변호사 또는 Fiverr 전문가에게 문의해 꼼꼼히 확인하세요.

* [이 프리랜서](#)에게 상표권 또는 특허 검색 의뢰시 Curtis Yang에게 소개받았다고 하시면 \$35에 상표권 저작권 3개까지 검색 가능

* [Fiverr 가입하러 가기](#) (해당 링크로 가입시 AMZ Insider에게 소정의 수고비가 전달됩니다)

2. 리스팅 생성 후, 가능한 한 빨리 브랜드 레지스트리 완료하기

상표권 출원에 드는 비용이 적지 않기 때문에 초기 셀러, 특히 아직 판매 경험이 없거나 매출이 나지 않은 셀러분들이 이 단계가 부담되실 거라 생각합니다. 제품에 대한 확신이 없거나 아마존 판매가 내게 적합한지 조금 더 지켜보고 싶다면 상표권 출원 단계는 진행하지 않고 앞서 말씀드린 대로 브랜드명을 검색해본 후 리스팅을 등록하셔도 됩니다. 하지만 제품이 잘 팔리기 시작하면 언제, 어디서 경쟁자가 나타나 브랜드명을 가로챌 지 모릅니다. 이렇게 되면 내가 공들여 키워놓은 소중한 리스팅을 꿈쩍 없이 빼앗길 수 있습니다. 리스크를 줄이기 위해 조금 시간이 걸리더라도 여유가 될 때, 또는 소싱한 제품의 상품성 입증이 되는 시점에 [꼭 상표 등록을 진행하시길 추천드립니다.](#)

3. 리스팅 생성 전, 내 상품명과 로고가 보이는 제품 샘플 사진 확보하기

내 로고가 인쇄된 제품 사진이 필요한 이유엔 두 가지가 있습니다. 첫째로는 상표권 출원을 하지 않았더라도 아마존에 브랜드명 사용을 위한 '예외 신청(exemption)'을 하려면, 셀러 서포트에서 새로운 케이스를 열어 제품 사진을 첨부해 신청서를 제출해야 하기 때문입니다. 그리고 둘째로는 상표권 출원을 할 때 이 과정이 너무 늦어지거나 추가 비용이 발생하지 않도록 2A(Use in commerce) 옵션으로 신청해야 하는데, 이 때도 로고가 있는 제품 사진이 필요합니다. 이전에는 제품 목업에 포토샵으로 로고를 삽입하는 방법도 가능했지만, 최근에는 이런 방법으로 예외 신청 시 거절되는 경우가 많아 조금 품이 들더라도 샘플을 제작하는 것을 추천드립니다.

* 샘플 박스를 USPTO에서는 Specimen 이라고 부릅니다.

* 이 작업에 도움이 필요하시면 AMZ Insider 그룹 운영자이자 Theprinting.co.kr 대표이신 Kiseok Ryoo (theprinting@naver.com) 님께 문의 바랍니다.

* 패키징 디자인과 제작은 가능하나, 로고는 미리 구비해두셔야 합니다.

* AI 로고 파일이 없다면 Fiverr에서 업체를 쉽게 찾으실 수 있습니다.

* 인쇄를 위한 로고이기 때문에 고해상도의 이미지 파일이 필요합니다.

4. 트레이드마크 등록 시 1A(Intend to use)가 아닌 2A(Use in commerce)로 신청할 것

상표권 등록에는 두 가지 방법이 있습니다. 첫 번째는 나중에 사용하기 위해 미리 짚해 두고, 사용을 원하는 시점에 다시 POU(Proof of use)를 제출해 등록 완료하는 방법, 그리고 두 번째는 바로 사용할 목적으로 등록하는 방법입니다. 첫 번째 방법은 로고가 박힌 샘플 사진이 없어도 되기 때문에 어떻게 보면 더 빠른 옵션처럼 느껴질 수 있지만 실제 등록이 2A에 비해 60일 정도 더 소요되고, 이후 POU 제출 시점에 제품 사진이 필요하며 이 과정을 진행하는데 있어 대행 비용이 추가로 들 수 있어 실제로 1A는 시간적, 비용적 낭비가 큰 선택지입니다.

5. 바코드 구매는 꼭 GS1.org에서 하기

법적으로는 GS1.org 외 다른 업체에서 판매하는 바코드를 구입하셔도 문제가 없을 수 있습니다. 하지만 아마존 내에서는 해당 웹사이트에서 구입하지 않은 바코드를 사용할 경우 일괄적으로 정책 위반으로 간주합니다. 게다가 [GS1.org](https://www.gs1.org)에서 나의 GTIN(바코드 번호)를 검색했을 때 내가 등록하고자 하는 브랜드명이 검색되지 않으면 리스트가 달릴 수 있습니다. 합법적인 바코드가 이 웹사이트에서 검색되지 않는 이유는 여러 가지가 있을 수 있는데요. 바코드가 제대로 등록되지 않았거나 재사용된 바코드일 경우 미등록 바코드라고 에러가 뜰 수 있습니다.

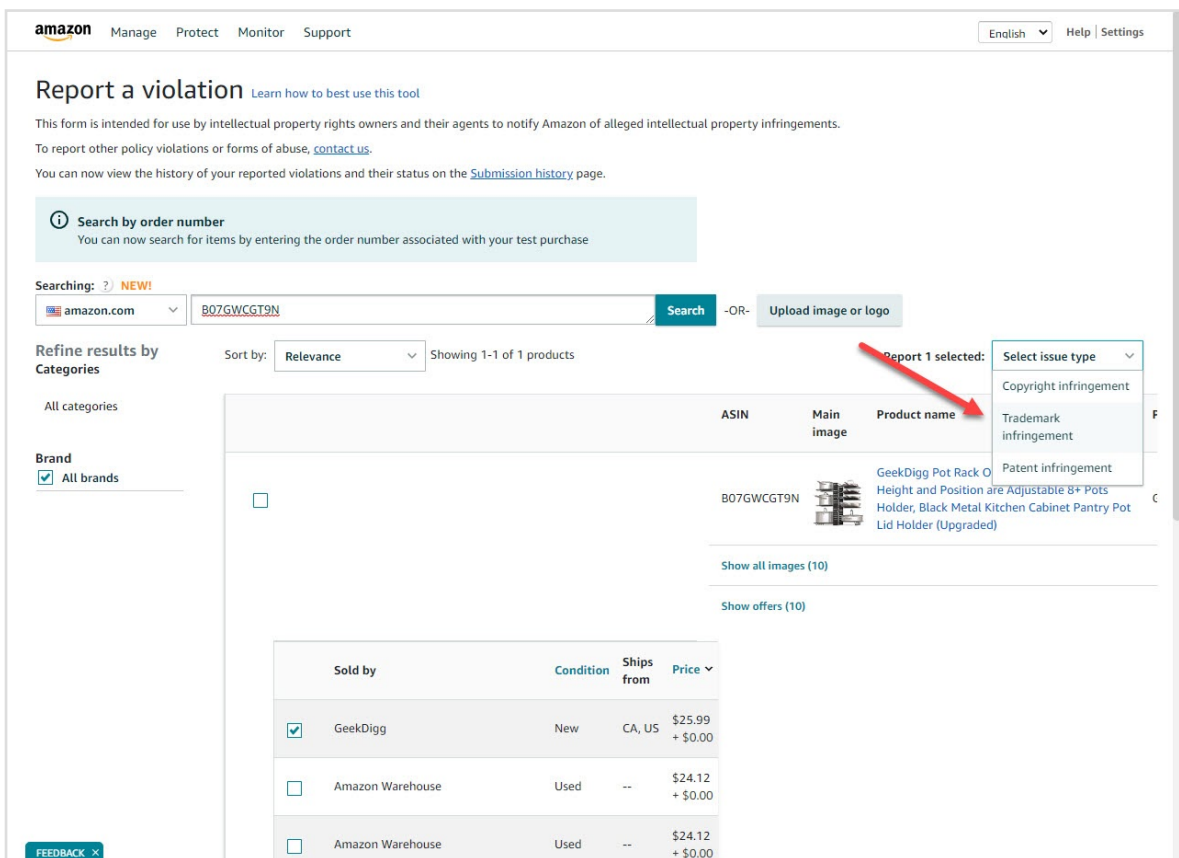
이 에러가 문제가 되는 이유는 리스트가 잠시 정지되는 것 뿐만이 아닙니다. 경쟁사가 내 바코드를 검색해 보고 브랜드명이 동일하지 않다고 아마존에 제보하면 리스팅 자체가 폭파될 수 있습니다. 첫 단추를 잘못 끼워 긴 시간 고생해서 성공시킨 리스팅을 날리는 일이 없도록 주의하시기 바랍니다.

브랜드 등록, 어떤 혜택이 있나요?

내 브랜드명에 대한 권리를 보호받고 해당 브랜드명으로 만드는 리스팅 내에서 다른 셀러와 경쟁할 필요 없이 나만의 리스팅을 소유할 수 있다는 굵직한 장점 외에 브랜드 오너가 되면 따라오는 혜택이 몇 가지가 있습니다. 이 혜택을 때문에도 브랜드 등록을 최대한 빨리 하시면 좋습니다. 그 중에서도 가장 많이 사용하실 기능들을 언급하면 다음과 같습니다:

1. Hijacker 신고

브랜드 등록을 하면 내가 등록한 상표명의 유일한 오너가 되기 때문에, 동일 카테고리 내에서 다른 셀러가 해당 상표 이름을 사용하여 같은 제품을 판매할 수 없게 됩니다. 다시 말해, Tagger 또는 Hijacker이라 불리는 제품에 무임승차하여 가격경쟁을 불러 일으키는 타 셀러들을 내 리스팅에서 쫓아낼 수 있는 권한을 부여 받게 되는 거죠. 신고는 셀러 센터의 'Report a violation' 페이지 내 'Trademark infringement' 신고 기능을 통해 진행 가능합니다.



*이미지: Hijacker 신고 화면 예시

2. EBC(Enhanced Brand Content)

아마존에서 웹서핑을 하면서 ‘어? 이 리스팅은 왜 Product Description 영역에 줄글 설명 대신 웹페이지처럼 이미지랑 디자인을 넣을 수 있지?’라는 생각이 드는 예쁜 리스팅을 보신 적이 있으실 겁니다. 해당 기능은 브랜드 오너에게만 오픈되며, 일반 셀러는 사용할 수 없는 기능입니다. A+ 컨텐츠라고도 불립니다.



[View larger](#)



[View larger](#)

Victrola Vintage 3-Speed Bluetooth Suitcase Turntable with Speakers

The Victrola portable suitcase turntable is an absolute classic and loaded with features. Includes built-in Bluetooth technology to wirelessly stream music from any Bluetooth enabled device, 3-speed turntable (33 1/3, 45, 78 RPM), built-in speakers, 3.5mm aux-in jack for playing music from any non-Bluetooth device, RCA jack and headphone jack. Portable design and carry handle allows for tunes wherever you may go.



[View larger](#)

About Us:

Started in 1906, the 100 year old Victrola brand is known worldwide for its nostalgic design, distinctive craftsmanship and premium sound quality. All of our Victrola products share that same iconic look, but combine the latest in today's technology with options to play your music from decades ago.

Features



[View larger](#)

All-in-One Portable Music Player

Easily play your favorite audio from a vinyl record, Bluetooth, or 3.5mm Aux-in through our built-in speakers. Also features a headphone jack for private listening.



[View larger](#)

Wireless Bluetooth Capability

Streams music wirelessly up to 33 feet away. Listen to your music from your Bluetooth compatible device with ease. Just connect and play!



Portable and Durable

Features a carry handle for those days your on the move! Beautiful chrome accents and textured exterior are a perfect fit for any environment.

*이미지: Victrola의 EBC 컨텐츠

3. 리스팅에 비디오 추가하기

브랜드 오너가 되면 리스팅 하단 'Videos' 영역에 내가 원하는 영상 자료를 업로드할 수 있습니다.


Product details

Shipping Weight: 4.8 ounces (View shipping rates and policies)
 ASIN: B07R7MTHHQ
 UPC: 752830749689
 Customer Reviews: ★★★★★ ~ 240 customer ratings
 Amazon Best Sellers Rank: #8,433 in Beauty & Personal Care (See Top 100 in Beauty & Personal Care)
 #148 in Face Moisturizers


Would you like to [tell us about a lower price?](#)

Videos Page 1 of 2

Videos for this product

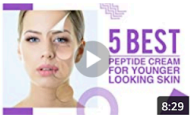


Tatcha The Dewy Skin Cream
Amazon Seller Central




Evologie on Amazon
Amazon - 3rd Party Streams

Videos for related products



5 Best Peptide Creams for Younger Looking Skin
Top 10 Zone



MAKARI Carotonic line
Seller Videos

[Upload your video](#)

Important information

Ingredients

Aqua/Water/Eau, Saccharomyces/Camellia Sinensis Leaf/Cladosiphon Okamuraanus/Rice Ferment Filtrate*, Glycerin, Propanediol, Dimethicone, Squalane, Disostearyl Malate, Behenyl Alcohol, Myristyl Myristate, Dipentaerythryl Hexahydroxystearate, Bis-Diglyceryl Polyaclyadipate-2, Tridecyl Trimellitate, Chondrus Crispus Extract, Betaphycus Gelatinum Extract, Eisenia Arborea Extract, Oryza Sativa (Rice) Bran Extract, Panax Ginseng Root Extract, Origanum Majorana Leaf Extract, Thymus Serpyllum Extract, Malva Sylvestris (Mallow) Flower Extract, Sodium Hyaluronate, Inositol, Gold, Sericin, Phytosteryl Macadamiate, Butylene Glycol, Beheneth-20, Sorbitan Trisearate, Disodium Edta, Dimethicone/Vinyl Dimethicone Crosspolymer, Sodium Acrylate/Acryloyldimethyltaurate/Dimethylacrylamide Crosspolymer, Caprylyl/Capryl Glucoside, Sorbitan Isostearate, Ethylhexylglycerin, Parfum/Fragrance, Alcohol, Phenoxyethanol, Mica (Ci 77019), Titanium Dioxide (Ci 77891), Tin Oxide (Ci 77861), Violet 2 (Ci 60725)


Directions

Scoop a pearl-sized amount of cream with the gold spoon. Massage onto face, neck, and décolletage in upward strokes. Use daily, morning and night.

*이미지: Tatcha의 [비디오 자료](#) 영역

4. 브랜드 스토어 열기


내 브랜드 이름으로 등록되는 모든 제품을 쇼케이스하고 홍보, 관리할 수 있는 브랜드 스토어를 오픈할 수 있습니다.




Johnson's
#1 Choice of Hospitals.
#1 Choice of Parents.

HOME BEDTIME CLASSICS COTTONTOUCH GIFT SETS WASH OILS & GELS HAIRCARE POWDERS BEST SELLERS


For over 125 years, JOHNSON'S® products have been specially designed for baby's delicate skin.





Bedtime®

Keep nighttime calm & cozy with our clinically proven 3-Step Bedtime Routine, developed to help your baby sleep better.



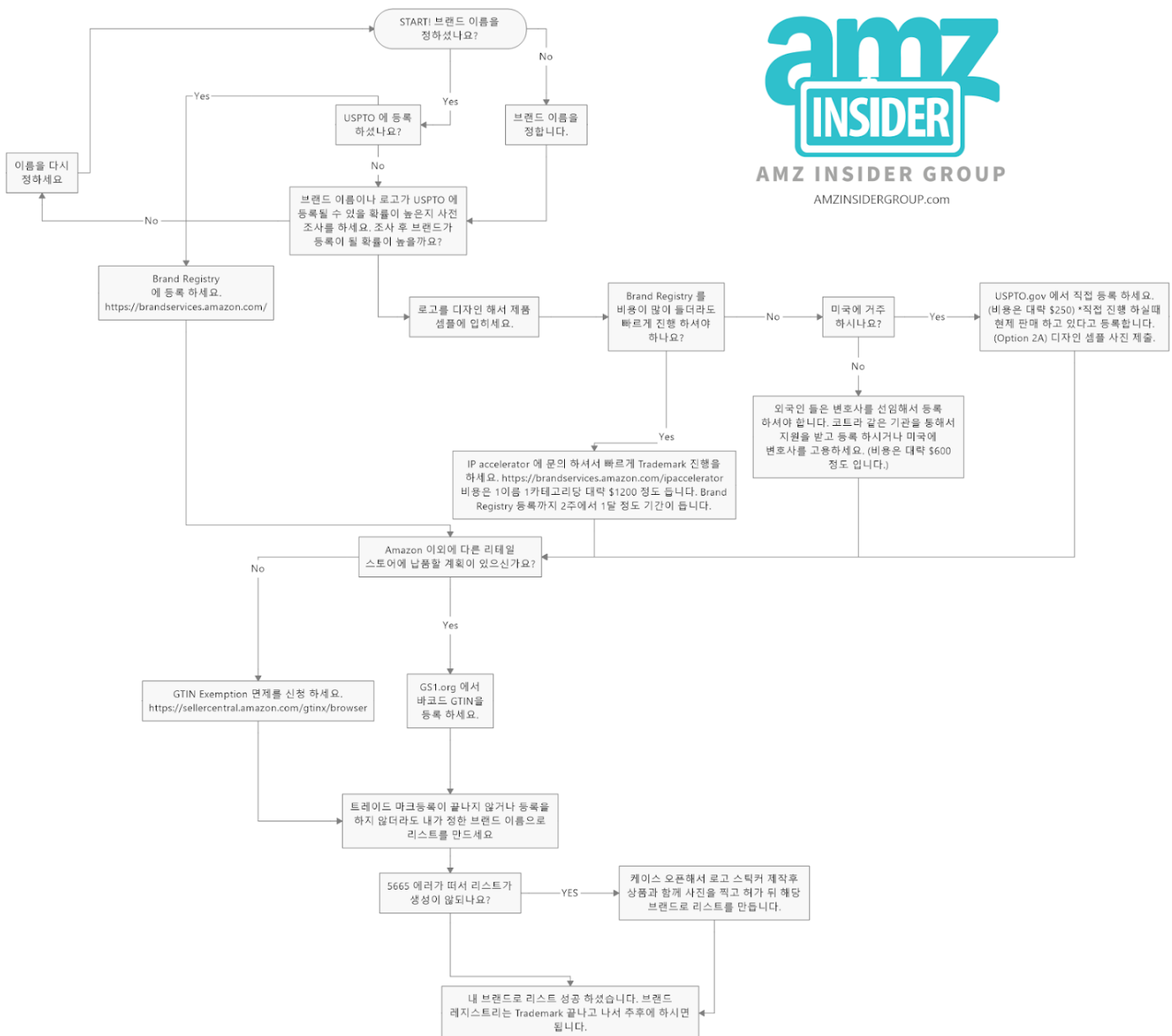
*이미지: Johnson & Johnson의 [브랜드 스토어](#)

Takeaway

혹시 대량 사업을 할 예정이 있거나 이미 보유 재고가 있는 상태이신가요? 그렇다면 더욱 비용이 좀 들더라도 브랜드 등록을 하는 것을 추천드립니다. 공들여 제작하고 최적화한 리스팅을 남에게 뺏기면 억울하니까요. Generic Product로 리스팅을 생성하는 것은 제품 테스트할 때가 아니라면 지양하고, 제품 테스트 할 때 역시 가능하면 브랜드 등록 예외 제도를 통해 먼저 브랜드 이름을 내 것으로 찍어 두고 판매를 시작하시는 것이 좋습니다.

[참고 1]

브랜드 등록이 완료되지 않은 상태에서 내 브랜드명으로 리스팅부터 생성할 수 있는 방법과 절차 요약



[참고 2]

아마존에서 특허 소유자의 컴플레인을 받았을 경우 다음과 같은 이메일이 전송됩니다.

Hello,

We received a report from a patent owner who believes the items listed at the end of this email infringe their U.S. Patent No. <number>

If you wish to continue selling the items listed at the end of the email, you have two choices.

First, you can choose to resolve your claim with the patent owner directly within the next three weeks. If we receive a retraction from the patent owner within the next three weeks, we will allow you to continue selling the items listed at the end of this email. The patent owner's contact information is as follows:

--
-- <information>
--

If the patent owner agrees to retract their complaint, they must send the retraction directly to us at patent-evaluation@amazon.com. Forwarded retractions will not be accepted.

Second, you can choose to participate in neutral evaluation of the patent owner's claim. Amazon's neutral evaluation procedure is described in the attached document titled "Amazon Utility Patent Neutral Evaluation Procedure." Please read this document carefully and note that payment of a deposit is required. If you choose to participate in the neutral evaluation, you must agree to the attached Amazon Utility Patent Neutral Evaluation Agreement, complete Exhibit 2 of the Agreement, "Seller-Supplied Information," and return the completed Agreement to patent-evaluation@amazon.com within three weeks.

Please note that participation in the evaluation process does not guarantee that you will be able to continue to sell the items listed at the end of this email following the evaluation. If the evaluator decides that the items likely infringe, we intend to remove them from Amazon.com. If, however, the evaluator decides the items likely do not infringe, we will not remove your listings from Amazon.com, and your deposit may be refunded in part or in full.

If you do not either resolve your claim with the patent owner directly, or agree to participate in the neutral evaluation process, we will remove the listings at the end of this email from Amazon.com.

To learn more about this policy, search for "Intellectual Property Violations" in Seller Central Help.

ASIN: <ASIN>

Infringement type: Patent

Patent Number: <Number>

Case ID: <ID>

You can learn more about your account health in the Performance section of Seller Central (<https://sellercentral.amazon.com/gp/seller-rating/pages/performance-summary.html>).

8

망하는 이유 여덟 번째

■ 나도 모르게 **아마존 홍보 정책**을 위반해 계정이 정지된다



아마존 셀링을 하다 보면 리뷰의 중요성을 거듭 깨닫습니다. 리뷰의 갯수와 판매량은 항상 아니더라도 확실히 양의 상관관계에 있는 듯 합니다. 특히 긍정적인 리뷰가 더 그렇습니다.

리뷰가 판매에 중요한 영향을 미치는 요소인지라 많은 셀러들이 편법을 사용해서라도 리뷰를 더 확보하려고 하는데, 이 때문에 아마존은 소비자에게 리뷰를 달아달라고 홍보하는 행위를 매우 엄격하게 제한합니다. 계정 정지의 가장 큰 주범 중 하나라고 보아도 과언이 아닐 겁니다.

더 많은 리뷰를 받기 위한 홍보 방법중 하나가 바로 '인서트'인데요, 인서트는 예능에서 음식 사진 찍을때 쓰는 거 아니냐구요? 아마존에서 인서트란 무엇인지, 그리고 어떻게 사용하는지 DOs and DON'Ts 를 알아보겠습니다.

인서트란?

이커머스에서 인서트란, 실물 포장재 안에 제품 외에 무언가 추가해 넣는 것을 말하는데, 쿠폰이나 땡큐 메시지가 담긴 편지일수도, 제품 사용 설명서일수도, 새로 출시한 제품의 샘플 패킷일수도, 고객을 위한 작은 선물일 수도 있습니다. 판매자가 소비자에게 오프라인으로 한걸음 더 다가가 '제품을 구매해줘서 고맙다'라며 인사를 건네는 방법 중 하나이죠. 어떻게 보면 소비자가 받는 제품에 대한 첫인상이고, 잘 이용한다면 소비자의 만족도와 재구매를 상승시킬 수 있는 방법입니다. 농담을 보태면 일종의 아부라고 할 수 있을 듯 합니다.

아마존에서는 많은 셀러들이 인서트를 활용하여 소비자에게 특정 '액션'을 유도합니다. 그것이 리뷰가 될 수도 있고, 새로 런칭된 제품의 구매나 웹사이트 방문, 인스타그램 팔로우 요청이 될 수도 있습니다. 샘플이나 쿠폰 등, 조그마한 성의까지 포함했다면 효과는 더할 나위 없겠죠. 이렇게 효과 있는 방법에 어떤 문제가 있어 아마존이 계정을 정지시키기까지 하는 걸까요?



*이미지: Frankbody 인서트 예시

아마존의 리뷰 정책

아마존은 클린한 고객 경험을 만들기 위해 굉장히 많은 노력을 기울입니다. 그 중 하나가 가짜 리뷰 필터링입니다. 이전 글에서 언급했듯이 구매 건수 대비 리뷰 비율을 측정해 리뷰어에게 점수를 매기기도 하는 등 많은 인력과 기술력을 동원해 판매자가 리뷰를 조작할 수 없도록 막고 있죠.

조작까지는 아니더라도 리스팅을 더 키우기 위해서 리뷰 확보는 필수입니다. 때문에 많은 아마존 셀러들이 리뷰를 유도하기 위해 이메일과 인서트를 자주 사용합니다. 아마존 구매 경험이 있는 분들은 아마도 구매 버튼을 누르자마자 판매자에게 '띠링'하고 이메일을 받아보신 적이 있으시죠. 이미 아마존 등 이커머스 판매자들이 사용할 수 있는 여러 자동 이메일 툴들이 시장에 나와 있고, 이는 판매자가 구매 조건에 따라 다른 메시지를 할 수 있도록 도와줍니다.

리뷰 요청 관련 정책

최근 아마존의 정책 변화로 인해 별도의 대가를 제공하지 않더라도 패키징 또는 박스 인서트를 사용해 리뷰를 작성해 달라고 유도하는 행위가 **금지**되었습니다. 물론 아마존은 'neutral'하게, 즉 리뷰를 대놓고 유도하는 것이 아니라면 넌 지시 피드백을 요청하는 행위까지는 금지하지 않습니다만, 이 경계는 꽤 아슬아슬하고 모호하기 때문에 되도록이면 '리뷰'라는 말은 직접적으로 넣지 않는 것이 좋습니다.

또한 셀러가 부정적인 리뷰를 남기는 것을 방지하기 위해 직접 연락을 달라고 요청하는 것도 불가능 합니다. 이렇게 강화된 리뷰 관련 정책 때문에 경쟁사의 위반 내용을 찾아 아마존에 제보하기도 쉬워졌고, 만일 위반 사례가 제보된다면 내 리스팅에 꽤 강력한 제동이 걸릴 수 있습니다.

*참고 - [아마존 리뷰 관련 Q&A](#)

그렇다면 어떻게 해야 할까

리뷰 요청을 불허하는 대신 셀러 센터의 Order Info 창 내에 리뷰 버튼이 생겼습니다. 버튼을 클릭하면 아마존에서 직접 소비자에게 리뷰 요청 메일을 보내게 됩니다. 비용도 따로 들지 않습니다. 리뷰 유도가 큰 이슈가 되니, 아마존에서 직접 고객이 부담스러워 하지 않을 정도의 허용 가능한 리뷰 요청 메시지를 만들어 제공하게 된 것 같네요. 대신 이 기능을 사용하면 별도로 고객에게 팔로업 메시지를 보낼 수 없습니다. 판매자가 구매자에게 여러 개의 스팸 문자를 보내는 것을 원천적으로 차단했기 때문입니다.

이 버튼을 누르게 되면 소비자에게 이런 메일이 발송됩니다:

Did your recent Amazon order meet your expectations? Review it on Amazon

Amazon Reviews <donotreply@amazon.com> Thu, Nov 21, 2019 at 5:00 PM
Reply-To: Amazon Reviews <donotreply@amazon.com>
To: [REDACTED]

amazon


Your opinion matters!

Seller Scott Berget Designs requests you to share your experience for your recent order with other Amazon shoppers. Please take a moment to review your recent Amazon purchase.

Bontog Four-Pack Cancer Research Bracelets with Signature Stainless Steel Charm.
Adjustable from 6" to 11" for Men, Women, Children. Waterproof Nylon.

Rate this item

☆☆☆☆☆



Rate your experience with seller Scott Berget Designs

☆☆☆☆☆

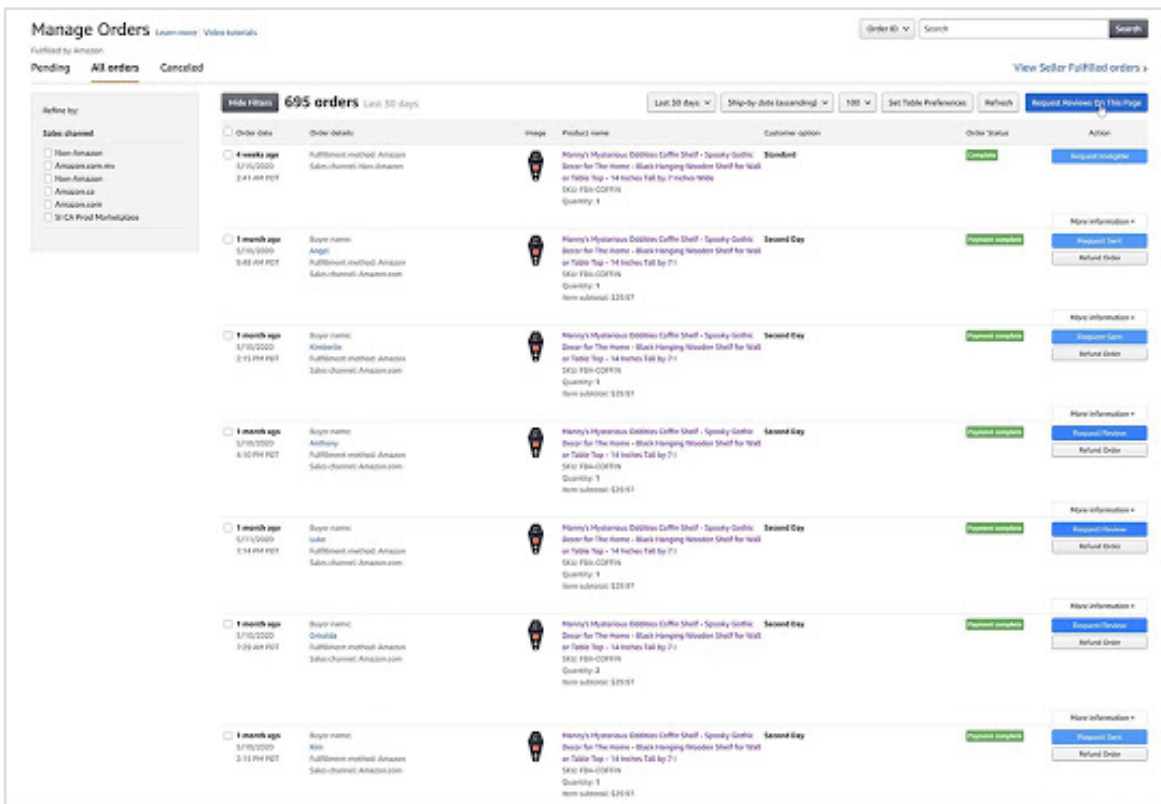
If you don't want to receive requests for reviews from sellers in Amazon stores, please [unsubscribe here](#).

Reviews must comply with our [community guidelines](#). Your reviews will be posted on Amazon using your public name. [Check your public name](#).

Copyright 2019 Amazon, Inc. or its affiliates. All rights reserved. Amazon.com, 410 Terry Avenue North, Seattle, WA 98109-5210

오더마다 버튼 일일이 누르기 귀찮은데...

이 기능은 정책 위반의 소지가 있는 리뷰 유도를 아마존이 직접 담당함으로써 계정 정지의 위험을 줄일 수 있는 한편 굉장히 번거로운 작업이기도 합니다. 셀러 센터에 접속 후 로그인한 뒤 오더 메뉴로 가서 매니지 오더 메뉴로 이동 이러한 번거로움을 해결하기 위해 Helium 10이라는 업체에서 리뷰 자동화 툴을 출시했습니다. Chrome Extension으로 기능을 켜면 'Request Review for This Page'라는 버튼이 생기고, 페이지 단위로 한꺼번에 리뷰 요청을 처리할 수 있습니다.



최근 기능 추가로 기존 Helium 크롬 익스텐션 외에도 [여기](#)에서 별도의 Seller Assistant 크롬 익스텐션을 설치해야 하니 참고해 주세요! 아직 Helium 계정이 없으신 AMZ Insider 커뮤니티 멤버분들은 **AMK10**이라는 코드를 사용하면 10% 할인도 가능합니다.

Takeaway

리뷰가 늘어나는 만큼 판매도 느는 것을 직접 눈으로 보게 되면 돈을 주고 리뷰를 사는 등 부정 행위에 대한 강력한 욕구를 느끼게 될 수 있습니다. 조금만 규정 위반을 하면 눈 앞에 있는 판매량 상승을 거머쥘 수 있을 것 같은 느낌 때문이겠죠. 탑 셀러들 중에서도 정책을 위반하고 마케팅을 하는 경우가 있고, 주변에도 이 같은 마케팅 방법으로 문제없이 판매를 진행하는 셀러들이 간간히 있기 때문에 유혹은 더 강해집니다.

하지만 아마존 규정을 잘 지키는 것의 이점은 제품 판매에 가속도가 붙을 때 빛을 발합니다. 여러분의 성공에 무임승차하고 싶어하는 태거들이나 경쟁사들이 여러분의 리스팅에 제동을 걸기 위해 아마존에 부정행위를 리포팅하려고 눈에 불을 켜는데, 클린한 리뷰로 어떠한 틈도 주지 않을 수 있으니까요. 경쟁사에서 여러분의 제품을 주문한 뒤의 프로세스를 살펴보고, 규정을 위반하는 부분이 하나라도 있으면 바로 아마존에게 달려가 신고할 겁니다. 악의적으로 부정적인 리뷰를 달 지도 모르죠. 안 그래도 험난한 아마존 셀링인데, 우리 모두 정직하게 뚝뚝하도록 합시다.

9. 망하는 이유 아홉 번째

■ 나도 모르게 리뷰 조작에 가담해 계정이 정지된다

제품을 등록하고 Sponsored 광고만 잘 돌리면 어려운 부분은 얼추 끝난 줄 알았는데, 리뷰도 잘 안 달리고 판매에 가속이 안 붙는다고요? 제품의 퀄리티가 아무리 좋다고 해도, 상위노출이 안 되고 클릭과 구매가 일어나지 않는다면 아마존 제품 검색 5-6페이지에 쪽 머물기 마련이죠. 이러한 고민을 해결하기 위해 열심히 수소문하다 보면 수많은 'Launching Service'들이 있다는 걸 알게 되실 겁니다. 이 카테고리의 대표 서비스로는 Viral Launch, Zonblast, Zonjump, Rebatekey 등이 있습니다.

런칭 서비스란?

이러한 런칭 서비스들은 과거 아마존의 알고리즘을 이용해 셀러가 타겟하고자 하는 키워드에 검색 노출이 잘 되도록 도움을 주는 역할을 했습니다. 초기 구매가 많이 일어나면 아마존 페이지 상단에 노출된다는 점, 그리고 two-step url(키워드 검색 결과가 url 내에 기록되어 아마존이 마치 구매자가 셀러가 원하는 특정 키워드로 검색하여 해당 제품을 구매한 것처럼 인식하게 함)등 '특별한' 링크로 트래픽을 유도하면 셀러의 리스팅을 노출을 원하는 키워드 검색결과에서 상위 랭킹을 차지하게 할 수 있다는 점을 역이용한 겁니다. 이러한 테크닉을 전문 용어로 'Black Hat'이라 부르며, 심한 경우 단 한 번의 실수로 계정 운영이 중단될 수 있는 고위험의 방식으로 간주됩니다.

Product Name	Normally Price	Your Amazon Price	Your Total
OxGord Auto Window Shade (Includes Two Covers) by Oxgord	\$14.95	\$5.00	\$5
Pet Dog Car Seat Cover For Rear Bench Seat by Oxgord	\$14.95	\$5.00	\$5
Art Naturals Hair Straightener Brush With Bonus Argan Oil 10ml by ArtNaturals	\$27.95	\$5.00	\$5
Anti Aging 3pc Set - Vitamin C Serum - Retinol - Hyaluronic acid by ArtNaturals	\$26.95	\$2.00	\$2
Bluetooth Headphones: Station® Sound Wireless Stereo Sports Universal by Station	\$18.99	\$6.99	\$6.99
Portable Charger: Station Saver E5 Power Bank 5000mAh (Quick Silver) by Station	\$11.99	\$3.99	\$3.99









*이미지: 단돈 2달러로 비타민 C 세럼을 살 수 있는 파격적인 할인 혜택을 제공하는 Elite Deal Club(Viral Launch가 운영하는 딜 플랫폼)

어떻게 가능한 건가요?

이를 가능하게 하기 위해 런칭 서비스들은 자사 플랫폼 내에 또는 동일한 회사가 운영하는 자체 프로모션 사이트에 셀러의 제품을 과격적인 할인가로 공유하여 다양한 제품을 저렴한 가격으로 구매하고자 하는 아마존 이용자들에게 단시간에 많은 구매를 유도합니다. 해당 제품을 무료로 나눠주는 giveaway, 구매한 돈을 다시 돌려주는 rebate, 또는 엄청난 할인 쿠폰을 제공하는 등 뿌리치기 어려운 프로모션으로 많은 소비자들을 유인했고, 과거 아마존의 알고리즘에 한해서는 매우 효과적인 방법으로 작용했습니다.

Discover our latest deals...

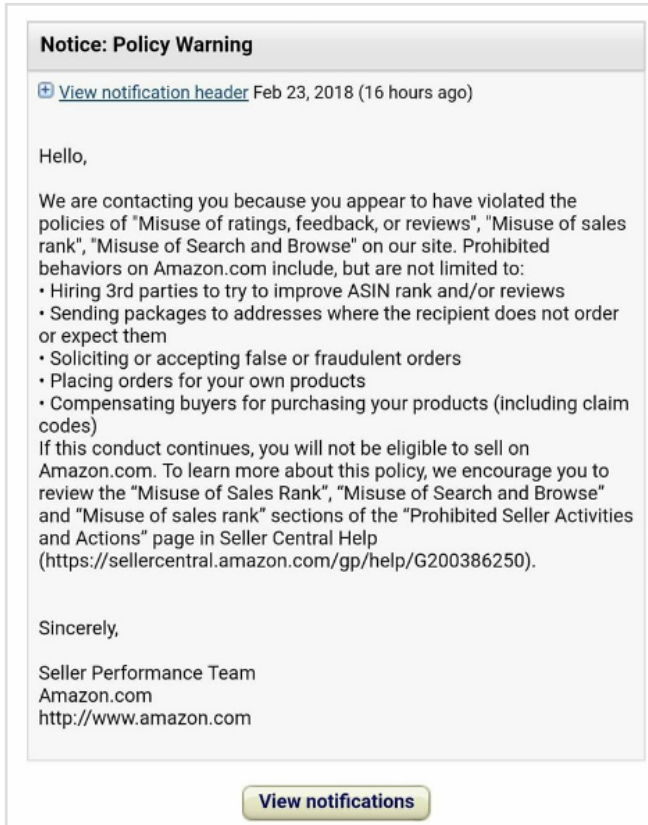
Rebates
Coupons
Deals

<p>Beauty</p>  <p>FULL COLOR PAYOFF IN JUST ONE STROKE</p> <p>I'M MEME I'M Tictoc Lipstick Satin 001...</p> <p>\$20.00 \$2.95 85% OFF</p>	<p>Beauty</p>  <p>La vie est belle</p> <p>Lancome La Vie Est Belle Eau de Parfu...</p> <p>\$59.99 \$53.99 10% OFF</p>	<p>Home & Kitchen</p>  <p>UMAMI Premium Bento Lunch Box For ...</p> <p>\$25.99 \$12.99 50% OFF</p>	<p>Clothing, Shoes & Jewelry</p>  <p>GUESS Factory Simmons Logo Satchel</p> <p>\$59.99 \$53.99 10% OFF</p>
<p>Arts, Crafts & Sewing</p>  <p>Bo Buggles PRO Classic Color Paints No. 1</p> <p>Bo Buggles Professional Face Paint Cl...</p> <p>\$24.99 \$9.99 60% OFF</p>	<p>Toys & Games</p>  <p>LEGO Technic Chevrolet Corvette ZR1 ...</p> <p>\$48.65 \$44.76 8% OFF</p>	<p>Beauty</p>  <p>Hyaluronic Acid Soothing Serum w/ Oa...</p> <p>\$29.95 \$4.95 83% OFF</p>	<p>Arts, Crafts & Sewing</p>  <p>DANIEL SMITH 285610016 Alvaro Cast...</p> <p>\$48.04 \$42.28 12% OFF</p>

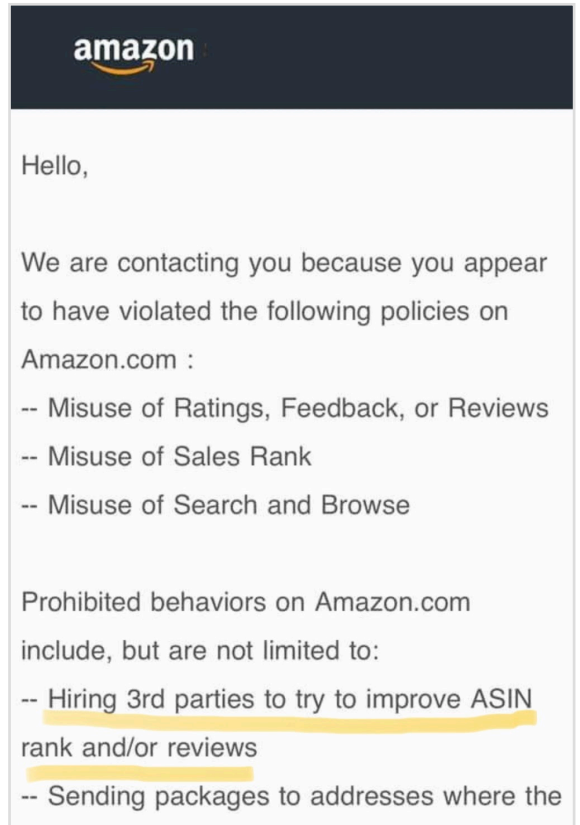
*이미지: RebateKey의 자체 딜 플랫폼

그렇다면 당장 사용해봐야겠는데요?

하지만 아마존이 점점 알고리즘과 AI를 개선해 나가면서 이러한 편법들을 필터링해 진짜 고객과 가짜 고객을 구분할 수 있게 되었습니다. 예를 들어, 아마존 내부에서 고객의 품질을 관리하기 위해 Trust Score 라는 수치를 사용하는데 특정 고객이 구매에 비해 리뷰를 수상하다 싶을 정도로 많이 남기면 해당 소비자의 구매 또는 리뷰 가치가 떨어져 리스팅에 도움을 줄 수 없게 됩니다. 또한 아마존 측에서도 이러한 딜 사이트들을 모니터링하고 있으며, 해당 사이트를 통해 제품을 구매하는 고객들 또한 trust score에 영향을 받습니다. 이러한 동향이 계속되면 해당 구매자는 블랙리스트에 올라가는 상황이 올 수 있으며, 블랙리스트 및 낮은 trust score의 고객들이 많이 이용하는 제품 리스팅을 보유한 셀러들 또한 페널티를 받게 됩니다. 일례로 RebateKey 의 기존 이용 고객들 중 아마존에서 계정 정지를 당했다는 제보가 늘고 있습니다.



*이미지: 심장이 쿵, 아마존에서 금지하는 행위를 했을 때 받아볼 수 있는 이메일



*이미지: 여기서 말하는 'Hiring 3rd parties to try to improve ASIN rank'에는 앞서 말한 런칭 소프트웨어들이 모두 포함됩니다.

물론 편법을 사용하는 것은 셀러의 자유입니다. High risk, high return이라고 위험도가 큰 만큼 보상 또한 클 수도 있습니다. 하지만 초보 셀러가 유튜브나 구글 검색으로 쉽게 발견하는 Black Hat Tactic은 그만큼 많은 사람이 알고 있을테고, 아마존 또한 그 존재를 인식하고 있기 때문에 계정 정지로 강경 대응을 할 가능성이 높습니다.

이러한 Black Hat 테크닉을 통해 'misuse of search and browse', 'misuse of sales rank', 'misuse of rating, feedback or reviews' 규정을 위반하게 되면 셀러 계정의 Account Health에 문제가 생길 수 있으며, 심한 경우 계정 정지를 당해 고생하실 수 있기 때문에 가볍게 여기시면 안 됩니다. 특히 여러번 언급한대로 아마존 계정은 정지가 걸리면 풀기 굉장히 어렵고 오랜 시간이 걸리며, 최악의 경우 더이상 계정 정지 이의제기를 할 수 없게 되어 영구정지나 마찬가지로 상태가 될 수 있기 때문에 심사숙고 후 결정을 내리셔야 합니다.

이렇게 리스크가 높은 소프트웨어임에도 불구하고 여전히 많은 유튜버들과 블로거들이 다양한 런칭 소프트웨어나 써드 파티 셀링 툴을 소개합니다. 대부분 인플루언서들은 Affiliate Marketing이라는 방법을 통해 유저를 유입시키면 그들에게 소득의 일정 퍼센티지가 돌아가는 특별한 링크를 받습니다. 특정 제품을 블로그, 유튜브 등 여러 플랫폼에서 많은 사람들에게 추천할수록 더 큰 보상을 받기 때문에, 여러 인플루언서가 추천하는 툴이라고 해서 무조건 믿기 보다는 본인이 직접 해당 제품의 특성과 장단점을 상세히 알아보셔야 합니다.

Takeaway

아마존은 바보가 아닙니다. 여러분이 구글링이나 입소문을 통해 알 수 있는 정보는 아마존도 이미 인지하고 있으며 자체 로봇 및 모니터링 인력을 사용해 지속적으로 관리하고 있습니다. 즉, 이러한 편법이 아마존 이용자들의 고객 경험을 해친다고 판단되는 즉시 서슴없이 강경 대응을 하기 위해 대기하고 있다고 생각하셔도 좋습니다. 이러한 방법으로 당장에는 이득을 볼지 모르겠으나, 한 번의 문제로 큰 타격을 받을 수 있다는 점을 꼭 인지하시기 바랍니다.

높은 리스크를 감수하고 블랙햇 테크닉을 사용하시기로 결정하신다면 적어도 검색 몇 번으로 쉽게 찾을 수 있는 방법은 이용을 재고하시고, 되도록이면 위험부담이 큰 만큼 그에 상응하는 이익이 되돌아올지를 계산하여 지혜롭게 결정하시기 바랍니다.

10. 망하는 이유 아홉 번째

■ 기관 허가 없이는 사용 불가한 PCRP 키워드 때문에 계정이 정지 된다

초반에 언급한 대로 아마존은 크롤링 봇을 활용해 지속적으로 셀러들의 계정 현황과 리스팅 퀄리티 등을 모니터링합니다. 때문에 초기 셋업을 정상적으로 완료한 이후 리스팅을 추가하고 수정하는 과정에서 아마존의 방침을 어길 경우 곧바로 해당 리스팅이 정지(suppressed)되고, 심하면 계정 정지까지 당할 수 있습니다. 때문에 경계를 늦추지 말고 지속적으로 업데이트되는 아마존의 방침을 숙지해야 합니다.

PCRП Restriction이란?

이러한 과정에서 많은 셀러분들이 가장 힘들어 하시는 것 중 하나는 [PCRП Restriction](#)으로, 쉽게 말하면 아마존에서 판매할 수 없는 제품이거나(Restricted Products) 관할 기관 승인 또는 법적 허가를 받은 카테고리의 제품만 사용할 수 있도록 제한된 단어 또는 표현을 사용했을 경우(Prohibited Claims) 리스팅이 정지되는 현상을 뜻합니다.

대표적 예시: Pesticide Claim

가장 대표적인 예로 [Pesticide Claim](#)(살충 효과 주장)이 있습니다. 시중에 판매되고 있는 화장품이나 클리너 등 살균 기능이 있는 제품의 경우 흔하게 경험하는 문제입니다. 아마존에서는 제품에 실제로 균을 죽이는 기능이 있더라도 방역 제품이나 살충제 제품이 아닌 경우에는 멸균 효과가 있다는 문구를 사용할 수 없습니다. 아마존은 크롤링 봇을 통해 'Antibacterial, sanitizing, disinfecting, kills germs' 등 멸균과 관련된 다양한 단어들을 사용한 리스팅이 없는지 정기적으로 확인하여 사용이 제한된 문구가 남용되고 있진 않은지 모니터링합니다. 제한된 단어 및 표현 중 하나라도 사용했다면 경고와 함께 리스팅이 정지됩니다.

PCRП 제한, 왜 문제가 되는 건가요?

이러한 불상사를 초반부터 방지해야 하는 이유는 여러번 설명한대로 정지를 풀기 위한 고객센터와의 커뮤니케이션 과정이 굉장히 길고 번거롭기 때문입니다. 게다가 Pesticide Claim 이슈에 걸릴 수 있는 키워드가 다양하기 때문에 내 리스팅의 수많은 단어들 중 어떤 단어 때문에 PCRП 이슈가 발생했는지 명확하게 알기 어려울 수도 있습니다. 문제를 해결하기 위해서는 고객센터에 이메일이나 전화로 상황을 설명한 후 리스팅 제한을 풀어달라고 요청해야 합니다. 그러나 상담 직원의 커뮤니케이션 능력 및 권한의 부재로 인해 한 번의 전화통화로 문제 해결이 완료되지 않을 수도 있습니다.

일단 해당 제품이 살충제가 아니다, 어떤 키워드 때문에 리스팅이 정지되었는지 모르겠다, 키워드를 지웠는데 리스팅 정지가 풀리지 않는다 등 상황을 설명하는 것이 쉽지 않습니다. 게다가 문제를 빠르게 알아 듣는 것은 온전히 상담원의 재량에 달려 있어 답답할 수도 있습니다. 그리고 크롤러에 한 번 걸리면 리스팅에 해당 키워드가 게재되어 있지 않음에도 '금지된 키워드가 감지되었다'며 반복적으로 리스팅을 정지하기도 합니다.

정지가 계속되는 경우 판매량과 속도가 크게 감소하는데, 판매가 부진하게 되면 아마존이 계정과 리스팅의 품질이 낮다고 판단하여 해당 리스팅을 적게 노출시킵니다. 이로 인해 고객들의 발길이 끊겨 동일한 일별 판매량을 회복하기까지 꽤 오랜 시간과 노력이 필요하게 됩니다. 해당 리스팅이 나의 주요 제품 중 하나라면 더욱 타격이 클 수 있겠죠.

Takeaway

PCRП 관련 문제 발생을 최대한 막기 위해서는 처음부터 문제가 있을 수 있는 키워드를 최대한 피해서 리스팅을 작성해야 합니다. 아래는 아마존 인사이더 그룹원분들의 경험을 기반으로 작성된 문제 발생 가능성이 높은 키워드 리스트이니 참고하시어 사전에 불상사를 방지할 수 있길 바랍니다.

[참고]

대표적인 문제 키워드 리스트

1. **살충, 멸균 표현(EPA)** - antibacterial, disinfectant, sanitizing, kills germs, insect, mold, insect traps, repel insects, remove allergens 등 기타 살균에 관련된 우회적인 표현들(특히 'anti'라는 단어 들어간 표현 주의)
2. **코로나 관련 표현** - covid-19, corona, virus...
3. **기관 인증 관련 표현** - FDA Cleared, FDA Registered, ISO Certified... (*FDA*라는 단어는 프로모션 용도로 이용이 제한되어 있기 때문에 실제 등록이 되어 있어도 사용 자제)
4. **자동차 브랜드** - Toyota, Subaru..
5. **의료 기능 관련 표현** - Treats, cures, UV..
6. **세제, 표백 관련 표현** - Detergent, Bleach

제한사항이 있거나 판매가 불가한 카테고리 리스트 (클릭하여 상세 정보 확인)

- [Alcohol](#)
- [Animals & Animal-Related Products](#)
- [Art - Fine Art](#)
- [Art - Home Decor](#)
- [Automotive and Powersports](#)
- [Composite Wood Products](#)
- [Cosmetics & Skin/Hair Care](#)
- [Currency, Coins, Cash Equivalents, and Gift Cards](#)
- [Dietary Supplements](#)
- [Drugs & drug paraphernalia](#)
- [Electronics](#)
- [Explosives, Weapons, and Related Items](#)
- [Export Controls](#)
- [Food & Beverage](#)
- [Gambling & Lottery](#)
- [Hazardous and Dangerous Items](#)
- [Human Parts & Burial Artifacts](#)
- [Jewelry & Precious Gems](#)
- [Laser products](#)
- [Lighting](#)
- [Lock Picking & Theft Devices](#)
- [Medical devices and accessories](#)
- [Offensive and Controversial Materials](#)
- [Pesticides and Pesticide Devices](#)
- [Plant and Seed Products](#)
- [Postage Meters & Stamps](#)
- [Recalled Products](#)
- [Recycling electronics](#)
- [Subscriptions and Periodicals](#)
- [Surveillance Equipment](#)
- [Tobacco & Tobacco-Related Products](#)
- [Warranties, Service Plans, Contracts, and Guarantees](#)
- [Other Restricted Products](#)
- [Refrigerants: Ozone-Depleting Substances and Substitutes](#)

마치는 글

앞으로의 지속적인 발전을 위하여

아마존은 마치 한 명의 사람처럼 계속해서 진화하고 변모합니다. 그래서 이 책 역시 작성 시점(2020년 9월 23일) 이후 몇 달 뒤면 사실이 아닌 부분이 생길 수도 있습니다.

Amazon Insider Group 페이스북 페이지에서는 저 외에도 다양한 셀러분들이 정기적으로 업데이트되는 아마존 정책을 공유하고, 어떻게 대응해야 할지 주기적으로 논의하고 있습니다. 이 이북을 읽고 궁금한 부분이 생기시거나 최신 정보에 대한 확인이 필요하시면 저희 그룹을 방문해 언제든지 질문을 남겨 주세요. 이 이북 또한 내용을 바꾸지 않는 한에서 별도의 허락 없이 배포하셔도 좋습니다. 그리고 나중에 성공적인 아마존 셀러로 자리 잡으시면, 그 때 새로운 셀러들을 위한 정보 교류로 내리사랑을 이어가 주시길 부탁드립니다!

감사합니다

Curtis Yang

아마존 인사이더 커뮤니티 운영진



AMZ INSIDER GROUP

[아마존 인사이더 그룹 페이스북 페이지 바로 가기 >>](#)

[아마존 인사이더 그룹 홈페이지 바로가기 >>](#)



Brought to you by

Amazon Insider Group

Compiled by Curtis Yang

www.amzinsiderblog.com

[Amazon Insider Facebook Group >>](#)