

이 책의 사용법

중급편은 기존 구매·배송 서비스를 활용해 전문 상품군의 반복 판매를 키우는 실행서다. 최근 주문과 상품 데이터를 옆에 두고 실제 비용, 조달 경로와 재구매를 확인한다. 소량 매입·B2B·자체 사이트는 필요할 때 선택한다.

- 최근 주문·견적·문의 데이터를 기준으로 작성하고 기억에 의존하지 않는다.
- 재고 매입은 필수가 아니다. 매입을 선택할 때만 지연·할인 소진 시나리오까지 계산한다.
- AI가 만든 분석과 문장은 초안으로 사용하고 상품정보·금액·규제는 사람이 확인한다.
- 기존 서비스를 반복 이용하는 2단계만으로도 사업을 이어갈 수 있다.

차례

시작하기 전에

1장. 초급 셀러와 중급 사업자의 차이

2장. 카테고리를 포트폴리오로 운영하라

3장. 선택 전략: 무재고에서 소량 매입으로 전환하는 법

4장. 일본 현지 인프라를 경쟁력으로 바꾸기

5장. 물류 원가와 품질을 동시에 관리하라

6장. 주문을 상태와 예외로 관리하라

7장. 카테고리 전문성과 AI 마케팅 엔진

8장. 단골과 B2B 거래처를 만든다

9장. 자체 사이트를 시작할 정확한 시점

10장. 90일 확장 로드맵

부록 A. SKU 수익성 점수표

부록 B. 소량 매입 현금흐름 워크시트

부록 C. 일본 현지 검수·출고 SOP

부록 D. 예외 상황 고객 안내문

부록 E. 한 주 콘텐츠 재가공 워크시트

부록 F. 중급 실전 AI 프롬프트 15선

부록 G. 자체 사이트 준비도 체크리스트

부록 H. 실제 사례 입력 양식과 공식 확인 경로

시작하기 전에

이 책에서 말하는 ‘중급’

중급은 상품을 많이 등록한 사람이 아니다. 주문이 들어왔을 때 누구나 같은 순서로 처리할 수 있고, 어떤 상품에 자금을 넣어야 하는지 숫자로 판단하며, 문제가 생겼을 때 손실을 제한하는 기준을 가진 사람이다. 초급 단계가 첫 상품과 첫 주문을 만드는 과정이라면 중급 단계는 **검증된 주문을 반복 가능한 사업으로 바꾸는 과정**이다.

이 책은 일본구매대행 상품을 이미 등록해 보았거나 주문·문의·견적을 처리해 본 셀러를 대상으로 한다. 아직 주문 경험이 없더라도 기초적인 가격 계산, 상품 등록, 일본 사이트 검색이 가능하다면 활용할 수 있다. 다만 처음부터 소량 매입이나 자체 사이트 구축으로 뛰어들지 말고, 각 장의 전환 조건을 먼저 확인해야 한다.

2단계는 **전문 소싱형 사업**이다. 기존 구매·배송 서비스를 이용하는 셀러로서 상품 선택, 국내 판매, 실제 원가와 재구매에 집중한다. 서비스 운영자가 되거나 내 사이트를 만들어야 하는 단계가 아니다. 재고 매입은 필수가 아니며, 주문 후 구매하는 방식을 유지하면서도 전문 상품군과 반복 고객을 키울 수 있다.

먼저 알아둘 용어와 읽는 순서

SKU는 모델·색상·사이즈 등 재고를 구분하는 상품 단위다. 공헌이익은 판매금액에서 해당 판매에 따라 발생하는 변동비를 뺀 금액이며, 임대료·고정 인건비·세금까지 차감한 순이익과 다르다. SOP는 반복 업무의 표준 작업 순서, KPI는 운영 상태를 확인할 핵심 지표다.

우선 1~2장에서 상품별 손익을 정리하고, 4~7장에서 구매·배송 서비스 이용, 주문과 콘텐츠를 정리한다. 3장의 소량 매입과 8~9장의 B2B·자체 사이트는 조건이 맞는 독자의 선택 경로다. 90일 안에 모든 사업을 시작할 필요는 없다. 기존 서비스를 반복 이용하며 2단계에 머무는 것도 유효한 사업의 완성형이다.

이 책의 점수·수량·기간은 연습을 위한 판단 기준이다. 실제 통관·권리·판매 가능 여부를 대신하지 않으며, 바이커머스의 확정 요금이나 제공 약속이 아니다.

이 책으로 만들 결과

- 매출이 아니라 상품별 공헌이익과 시간당 이익을 본다.
- 잘 팔릴 가능성이 높은 한두 개 카테고리에 운영 역량을 집중한다.
- 기존 구매·배송 서비스를 비교하고 전문 상품군의 안정적인 조달 경로를 만든다.
- 일본 현지 구매·검수·합배송·반품의 이용 조건과 비용을 고객 안내에 반영한다.
- 소량 매입은 무재고 판매보다 이익과 회전이 개선될 때만 선택한다.
- 주문 상태와 예외 업무를 표준화하고 AI·시스템으로 자동화한다.
- 콘텐츠가 문의와 주문으로 연결되는 주간 마케팅 엔진을 만든다.
- B2B 공급과 자체 사이트를 시작할 시점을 체크리스트로 판단한다.
- 90일 동안 확장 실험을 끝내고 다음 투자 여부를 결정한다.

중급자의 목표는 매출을 크게 보이게 만드는 것이 아니라, 매출이 늘어도 이익과 서비스 품질이 함께 남는 구조를 만드는 것이다.

바이커머스 중급 성장 지도

구간	판매 방식	핵심 자산	확인할 운영 성과
검증	무재고 구매대행	상품·고객 질문 데이터	반복 주문, 안정적 원가, 낮은 예외율
집중	카테고리 전문 셀러	소싱 기준, 상세정보, 콘텐츠	특정 카테고리 매출 집중과 재구매
반복	기존 구매·배송 서비스 활용	조달 경로, 실제 원가, 주문 이력	안정적 처리와 고객 재구매
선택	소량 매입·소호무역	재고 회전, 공급조건, 현금흐름	무재고 대비 이익·배송 개선
시스템	운영 자동화	주문 상태, SOP, 예외 큐	처리시간 단축, 실수율 감소
확장	B2B·자체 사이트	고객 데이터, 공급망, 브랜드	반복 거래처와 직접 유입

법률·세무·통관에 관한 안내

이 책은 사업 실행을 위한 교육 자료이며 법률·세무·관세·행정 자문을 대신하지 않는다. 통신판매, 구매대행 매출 인식, 수입신고, 품목별 요건, KC·표시사항, 상표·저작권, 개인정보, 해외결제와 환불 기준은 거래 구조와 시점에 따라 달라질 수 있다. 식품, 화장품, 의약품·의료기기, 전기·생활용품, 어린이제품, 무선기기, 브랜드 상품은 판매 전에 관세청·국세청·제품안전정보센터 등 공식 경로와 전문가를 통해 최신 기준을 확인한다.

1장. 초급 셀러와 중급 사업자의 차이

상품 수가 아니라 의사결정 기준이 다르다

초급 셀러는 '무엇을 올릴까'를 고민한다. 중급 사업자는 '무엇을 계속하고 무엇을 중단할까'를 결정한다. 상품 수를 늘리는 것만으로는 사업이 되지 않는다. 클릭과 문의는 많지만 이익이 없을 수 있고, 주문은 많지만 품질·파손·CS 때문에 시간을 모두 빼앗길 수 있다.

중급 운영의 기본 단위는 상품 페이지가 아니라 **SKU별 손익과 예외 기록**이다. 최소한 다음 항목이 한곳에 모여 있어야 한다.

- 일본 판매처와 현재 가격, 최근 확인일
- 환율과 일본 내 배송비를 포함한 기준 원가
- 예상 무게·부피와 국제배송 배분액
- 판매가, 채널 수수료, 광고비, 예상 공헌이익
- 조회·찜·문의·주문·취소·반품 수
- 품질, 가격변동, 파손, 규격오류 등 예외 유형
- 주문 한 건을 처리하는 데 걸린 실제 시간

중급자의 주간 회의는 혼자여도 한다

매주 같은 요일에 30분 동안 다음 다섯 가지를 확인한다.

1. 이번 주 공헌이익을 만든 상위 상품은 무엇인가.
2. 문의는 많지만 주문이 없는 상품은 무엇인가.
3. 처리시간과 CS가 과도한 상품은 무엇인가.
4. 소량 매입 후보와 중단 후보는 무엇인가.
5. 다음 주에 반복할 실험은 하나뿐이라면 무엇인가.

혼자 운영해도 이 회의를 기록해야 한다. 기억에 의존하면 잘 팔린 상품만 떠오르고, 배송 사고와 광고비처럼 불편한 숫자는 빠진다. 기록은 나중에 직원·외주·자동화 시스템에 업무를 넘길 때도 그대로 운영 기준이 된다.

중급 전환 진단

질문	통과 기준	미통과 시 먼저 할 일
상품별 총비용을 계산하는가	실제 정산과 오차 5% 안팎	비용 항목과 환율 기준 수정
주문 상태가 한눈에 보이는가	모든 주문이 정해진 상태값 사용	주문 관리표부터 통일
반복 주문 상품이 있는가	동일·유사 SKU의 재주문 확인	카테고리와 상품 가설 재검증
예외 원인을 기록하는가	취소·파손·지연 사유 코드화	최근 20건을 다시 분류
고객 질문이 자산화되는가	FAQ·상세페이지에 반영	문의 내용을 주 1회 정리

표의 5% 오차는 내부 관리 목표의 예시다. 품목과 비용 구조에 맞게 허용 오차를 정하되, 작은 비율의 오차라도 공헌이익을 소진하면 원가를 다시 확인한다.

1장 실행 과제

최근 주문 또는 건적 20건을 한 표에 모은다. 매출, 공헌이익, 처리시간, 예외 발생 여부를 적고 '유지·개선·중단'으로 나눈다. 주문이 20건 미만이면 상품 20개에 대해 보수적 예상치를 작성하되 '실제 정산·건적·가정'을 구분한다. 예상 주문을 실제 판매 실적이나 성공 사례로 표시하지 않는다.