

影响亚马逊卖家账号的绩效指标亚马逊代入驻

产品名称	影响亚马逊卖家账号的绩效指标亚马逊代入驻
公司名称	杭州鸿石文化创意有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市钱塘区8号大街1号3幢（东楼）一层102室（注册地址）
联系电话	13073622632 13073622632

产品详情

在亚马逊运营的过程中，影响账号绩效表现的核心指标主要包括以下四个：订单缺陷率、迟发率、配送前取消率、有效追踪率等。

亚马逊对核心指标都分别给出了具体的指标值。在亚马逊运营过程中，一旦卖家的账号绩效超出指标值，就可能对账号的安全造成威胁，导致账号权重下降或者直接受限等情况。

一、订单缺陷率（ODR）

定义：收到负面反馈、亚马逊商城交易保障索赔或服务信用卡拒付的订单的百分比。可以在任何历史订单时间段内计算ODR。

指标要求：目标<1%。必须达到。

二、取消率（CR）

定义：配送前取消率的计算是在一定时间段内卖家在确认订单前取消的订单数量除以订单数。配送前取消率 = (已取消订单) / (订单总数)。

计算该指标时，亚马逊统计所有由卖家取消的订单，买家使用其亚马逊账户中的订单取消选项请求的订单取消除外。由买家直接在Amazon.com上取消的未决订单也不包括在内。

指标要求：目标<2.5%。必须达到。

三、迟发率（LSR）（仅支持自配送订单）

定义：延迟发货率是在统计时间段内在预计配送日期之后确认的订单数量除以订单数。

指标要求：目标<4%。必须达到。

四、有效追踪率（VTR）（仅支持自配送订单）

定义：拥有有效跟踪号的自配送发货订单占有所有自配送发货订单的比例。

有效跟踪需要有有效跟踪号。

亚马逊仅目前支持以下物流商的追踪信息：UPS、UPSMI、USPS、DHL、DHL Global Mail、FedEx、FedExSmartpost、OnTrac、Newgistics、CanadaPost、Lasership、EMS、EUB。

指标要求：目标>95%。

鞋类和办公用品品类2015年8月已经考核这个指标，其他品类从2016年3月起开始考核，在此之前卖家可以改善这个指标。如果之后没有达到95%的有效追踪率，那么卖家可能失去自配送自己所属类别商品的资格（可以选择FBA）。

五、退货不满意率

定义：指那些没有在48小时内回应或者没有正确处理（依照亚马逊的退货政策）或者收到负面反馈的有效退货请求在所有总有效退货请求的比例。包括负面退货反馈率、延迟回复率、无效拒绝率。

其中负面反馈的退货请求，是指退货之后亚马逊会发邮件问买家，卖家是否解决了你的问题？如果买家回答否。那么就会被计入负面反馈。如果卖家解决了问题，买家可以更改反馈为正面反馈。相应的绩效数据也会变化。它和Customers Feedback不是一个概念。

指标要求：目标是不满意率<10%。没有达到没有硬性的处罚措施。但仍需卖家重视。

六、准时送达On-Time DeliveryScore（自配送订单）

定义：指自配送订单按照预定交货日期准时交货的比例，针对所有可跟踪信息的物流订单计算。

准时送达需满足两个条件：

- 1、物流跟踪信息需在确认配送后48小时内记录上传；

2、2、根据物流运输方的信息确认，商品在预定交货时间前送达。

指标要求：目标>97%，没有达到没有硬性的处罚措施。但仍需卖家重视。

七、客户服务不满意率

具体的计算方式是：每次卖家回复买家后，买家会收到一个调查“Did this solve your problem?”，有YES和NO两种选择。选择NO的，将被记为不满意。不满意数量占所有有效调查反馈数量的比例即客户服务不满意率。

每个订单生产的回复只把的调查结果计入统计（相当于一个订单只产生一个“客户服务不满意率”数据）。意味着终客户选择YES，不管前面是否发生NO的情况，这个订单产生的客户服务也不计为不满意。

指标要求：目标<25%。没有达到没有硬性的处罚措施。但仍需卖家重视。

八、24小时联系回复

定义：此指标衡量了您在24小时内回复的买家消息所占的百分比（这个不区分节假日）。这个针对买家所发送的所有消息。

细分有24小时内回复率、延迟回复率和平均回复时间、24小时之内回复比例。

指标要求：目标>90%。没有达到没有硬性的处罚措施。但仍需卖家重视。