

SellerFlow KR

온라인 셀러 순이익 운영팩

할인·수수료·배송·반품·광고·고정비를 한 손익으로 연결

14개

연결 시트

200개

SKU 공간

20개

판매 채널

24개월

손익 요약

SellerFlow KR · 순이익 대시보드

선택 월 기준 · 샘플 데이터는 기능 설명용이며 실제 매출이 아닙니다. 설정·상품·채널·주문·반품·광고·고정비를 교체하세요.

손익	영업이익	영업이익률	광고 주문	선택 월
224,800	(1,090,794)	(485.2%)	8	2026-07
광고비	월 고정비	변동 수량률	손익분기 판매수	모델 상태
45,000	1,099,000	14.3%	4,833,500	MODEL STATUS: PASS

채널별 빠른 보기 · 선택 월

채널	판매수	광고 전 공한	광고비	광고 후 공한	공한이익률	비고
자사몰	82,600	37,640	-	37,640	45.6% 목표 달성	
오픈마켓 A	62,700	15,760	18,000	(2,240)	(3.6%) 적자 채널	
오픈마켓 B	62,600	13,795	12,000	1,795	2.9% 개선 필요	
소셜커머스	16,900	(13,989)	15,000	(28,989)	(171.5%) 적자 채널	
기타	-	-	-	-	- 개선 필요	

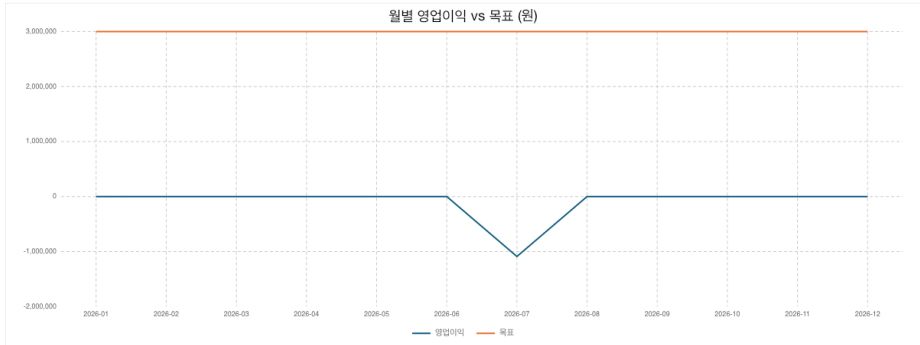
상품 손익 빠른 보기 · 선택 월

SKU	상품명	판매수	광고 전 공한	광고비	광고 후 공한
S-001	스테인리스 텀플러	74,700	27,640	18,000	9,640
S-002	컬러식 수납함	54,700	15,776	-	15,776
S-003	여행용 파우치	59,600	19,459	12,000	7,459
S-004	사이버터 핸드크림	35,800	(9,669)	15,000	(24,669)

월별 영업이익 추세

월	영업이익	목표
2026-01	-	3,000,000
2026-02	-	3,000,000
2026-03	-	3,000,000
2026-04	-	3,000,000
2026-05	-	3,000,000
2026-06	-	3,000,000
2026-07	(1,090,794)	3,000,000
2026-08	-	3,000,000
2026-09	-	3,000,000
2026-10	-	3,000,000
2026-11	-	3,000,000
2026-12	-	3,000,000

월별 영업이익 vs 목표 (원)



판단 순서 ① 적자 SKU·채널 확인 → ② 할인·수수료·광고·반품 원인 분해 → ③ 시나리오에서 판매가와 비용 조정 → ④ 실제 정산표와 대조

WORKBOOK MAP

14개 시트가 주문ID·SKU·채널ID로 연결됩니다.

노란색 입력값이 주문·반품·광고·고정비를 지나 상품별손익, 월간요약, 대시보드와 체크로 이어집니다.

01 설정 선택 월·목표·시나리오	02 상품마스터 원가·포장·가격
03 채널설정 수수료·적립률	04 주문내역 순매출·공헌
05 반품내역 환불·회수재고	06 광고비 ROAS·ACOS
07 월고정비 공간·도구·인건비	08 상품별손익 SKU별 광고 후 공헌
09 월간요약 24개월 영업이익	10 대시보드 상품·채널·목표
11 시나리오 손익분기·목표가	12 체크 7개 내부 검증

보조 시트

시작하기는 사용 순서와 용량을, 출처·버전은 공개 시장 근거와 샘플 가정의 성격을 기록합니다.

색상	의미	사용자가 할 일
노란색	직접 입력	샘플을 실제 값으로 교체
파란색	자동 계산	직접 덮어쓰지 않기
초록색	정상·PASS	마지막에 상태 확인

FIRST 10 MINUTES

설정 → 상품 → 채널 순서로 기준을 만듭니다.

먼저 샘플을 실제 값으로 교체해야 이후 주문 손익이 의미를 가집니다. 특정 플랫폼 수수료는 계약·정산표 기준으로 직접 입력하세요.

01 설정

선택 월, 월 목표 영업이익, 목표 이익률, 시나리오 기본 반품·광고·배송 가정을 입력합니다.

02 상품마스터

SKU, 상품명, 상품원가, 포장비, 기타 변동비, 기준 판매가를 입력합니다.

03 채널설정

판매 수수료율, 결제 수수료율, 주문당 고정수수료, 세금·예비 적립률을 입력합니다.

04 월고정비

창고·소프트웨어·고정인건비·외주비처럼 주문 수와 무관한 비용을 월별로 입력합니다.

ID 세 가지 ID가 연결의 핵심입니다.

ID	예	사용 위치	규칙
SKU	S-001	상품·주문·반품·광고	상품마다 고유
채널ID	C-002	채널·주문·광고	채널마다 고유
주문ID	O-004	주문·반품	주문마다 고유

샘플 삭제 원칙

수식이 있는 파란색 열은 남겨두고 노란색 입력 열만 실제 값으로 교체하세요. 빈 행에는 자동 수식과 입력 검사가 준비되어 있습니다.

ORDER TO PROFIT

주문·반품·광고를 서로 섞지 않고 기록합니다.

주문 손익은 광고 전 공헌이익까지 계산하고, 광고비와 월고정비는 월간·상품별 분석에서 별도로 차감해 중복 계산을 막습니다.

01 주문내역

입력

주문일·주문ID·채널ID·SKU·수량·가격·할인·배송비·상태를 입력합니다. 순매출, 원가, 수수료, 적립액과 광고 전 공헌이익이 자동 계산됩니다.

02 반품내역

입력

반품ID와 원 주문ID, 환불액, 회수 배송비, 검수·폐기비, 재판매 가능한 회수재고 가치를 기록합니다. 회수재고 가치는 보수적으로 입력하세요.

03 광고비

입력

캠페인별 광고비·기여매출·기여주문을 입력하면 ROAS와 ACOS가 계산됩니다. 같은 광고비를 주문 원가에 다시 넣지 마세요.

구분	계산 위치	핵심 결과
주문 1건	주문내역	순매출·광고 전 공헌
반품	반품내역 → 주문ID	환불·회수비·재고 회수
광고	광고비 → SKU·채널·월	ROAS·광고 후 공헌
고정비	월고정비 → 월간요약	최종 영업이익

월말 대조

플랫폼 정산표의 입금액·수수료·환불·배송비와 이 파일의 합계를 대조하고 차이가 있으면 채널설정 또는 주문·반품 입력을 수정하세요.

DASHBOARD & SCENARIO

적자 원인을 분해한 뒤 가격을 바꿉니다.

영업이익만 보고 가격을 올리지 말고 상품·채널·할인·반품·광고·고정비를 순서대로 확인하세요.

1 대시보드

선택 월의 순매출·영업이익·반품률·손익분기 순매출과 상품·채널 빠른 보기를 확인합니다.

2 상품별손익

광고 후 공헌이익이 음수인 SKU와 목표 공헌이익을 미달 상품을 찾습니다.

3 월간요약

24개월 영업이익과 목표 차이를 보고 일시적 문제인지 구조적 문제인지 구분합니다.

4 시나리오

상품과 채널을 선택해 할인·반품·광고·배송 가정을 바꾸고 손익분기와 목표 판매가를 계산합니다.

A 판단 순서

질문	볼 숫자	다음 행동
어느 상품이 새나?	광고 후 공헌이익	원가·할인·반품·광고 분해
어느 채널이 새나?	채널 공헌이익률	수수료·배송·프로모션 확인
얼마에 팔아야 하나?	손익분기·목표 판매가	시나리오 가정과 실제 계약 대조
계산이 연결됐나?	MODEL STATUS	FAIL 위치부터 수정

영업이익과 공헌이익

상품별손익은 월고정비를 상품에 강제로 배부하지 않습니다. 최종 영업이익은 월간요약과 대시보드에서 광고비·월고정비까지 차감해 확인하세요.

SAFE USE

구매 전·사용 중 자주 묻는 질문

정답을 대신하는 회계 프로그램이 아니라, 상품과 채널에서 실제로 남는 돈을 빠뜨리지 않게 연결하는 운영 도구입니다.

Q1 플랫폼 수수료가 자동으로 최신화되나요?

아닙니다. 채널설정의 값은 샘플 가정입니다. 실제 계약서와 정산표의 최신 비율로 직접 교체하세요.

Q2 반품이 있으면 원가가 어떻게 계산되나요?

환불액은 순매출에서 빠지고 회수 배송·검수비는 비용으로, 재판매 가능한 회수재고 가치는 원가 회수로 반영됩니다.

Q3 광고비를 주문마다 넣어야 하나요?

아닙니다. 광고비 시트에 캠페인·SKU·채널·월별로 입력하면 상품별손익과 월간요약에서 차감됩니다.

Q4 부가세가 자동 계산되나요?

아닙니다. 세금·예비 적립률은 현금 관리용 가정이며 실제 신고 세액이나 과세 유형을 대신하지 않습니다.

Q5 해외 판매에도 쓸 수 있나요?

계산 구조는 활용할 수 있지만 환율·관세·해외배송·마켓별 세금은 별도 비용으로 반영하고 전문가 확인이 필요합니다.

최종 확인 4가지

1) 샘플을 실제 값으로 교체 · 2) 플랫폼 정산표와 수수료 대조 · 3) 반품·광고·고정비 누락 확인 · 4) 체크 시트 PASS 확인