

토나와는 신규 제휴 파트너를 받을 때 속도를 빠르게 가져가면서도, 한 번 올라간 신뢰 수준을 깎아먹지 않는 균형을 중시한다. 제휴 대상을 엄격하게 걸러야 서비스 품질과 고객 피해 방지를 동시에 지킬 수 있다. 무턱대고 까다롭게만 굴면 생태계가 말라간다. 반대로 문턱을 낮추면 단기간 성장은 하더라도 환불과 분쟁이 폭발하고 운영 비용이 눈덩이처럼 불어난다. 실제로 1분기 신규 제휴 반려율이 35%에 달했던 시점에 고객 문의당 처리 시간이 기존의 두 배로 치솟았고, 팀이 느낀 피로도도 그 이상이었다. 이후 심사 기준을 정교하게 손봤고, 통과율은 다소 하락했지만 고객 불만이 절반 가까이 줄었다. 이 글에서는 토나와가 신규 제휴사를 어떻게 검증하고, 어떤 항목을 점검하는지, 통과 이후에 어떤 모니터링 장치를 두는지까지 실무 관점에서 풀어낸다.

## 왜 검증이 까다로워졌는가

시장에선 합법과 비합법, 품질과 과장 광고, 일관된 운영과 즉흥적 영업이 한 화면 안에 뒤섞여 나타난다. 플랫폼은 전면에 나서 있는 만큼 파트너사의 리스크도 함께 짚어진다. 환불이나 미이행만 문제가 아니다. 약관 위반, 개인정보 오남용, 무자격 서비스 제공, 재무 불안정으로 인한 서비스 중단까지, 고객에게 닿는 리스크는 늘 복합적이다. 토나와가 검증을 강화한 이유는 단순 통제에 있지 않다. 신뢰 기반의 거래면을 고르고, 시장의 회복 탄력성을 키우기 위함이다. 애매하면 받지 않는다는 태도가 아니라, 불확실한 부분을 치우거나 보완할 수 있게 가이드를 제공한다는 쪽에 가깝다.

## 심사 원칙, 선 곳기의 기준

심사 원칙은 세 가지로 요약된다. 첫째, 고객 피해 최소화. 둘째, 규정과 법률 준수. 셋째, 장기적 파트너십 가능성. 이 세 가지가 균형을 이룰 때만 합류를 제안한다. 원칙을 현장에 옮기면, 과장 광고를 줄이고, 실적을 검증 가능한 지표로 정리하게 만들고, 정산 지연 가능성을 조기에 포착하는 일로 구체화된다. 단기간 매출이 좋아 보여도 분쟁이 다발하면 보류한다. 다만, 보류를 최종 거절로 받아들이지 않도록 개선 방향을 상세히 적어 전달한다. 현장에서 이 피드백 문서가 가장 역할을 크게 한다. 무엇을 고치면 되는지, 언제 다시 검토할지, 필요한 증빙은 무엇인지가 명확하면 파트너사도 준비를 탄탄히 할 수 있다.

## 전체 절차의 흐름, 한눈에 보는 단계

아래 순서는 신규 제휴가 처음 접수된 시점부터 라이브까지의 기본 골격이다. 산업군이나 상품 성격에 따라 일부 단계가 병행되거나 생략될 수 있다.

- 사전 적합성 판단, 간단한 요건 체크와 기초 정보 수집
- 서류 심사, 사업자 정보, 면허 및 인증, 보험, 세무 적격 확인
- 품질 검증, 샘플 제공 또는 파일럿 진행, 실사용 리뷰 표본 분석
- 리스크 및 법무 검토, 약관, 광고 문구, 개인정보·전자금융 요건 점검
- 계약 및 온보딩, 기술 연동, SLA 합의, 모니터링 설정

각 단계는 상호 보완적이다. 서류가 완벽해 보여도 품질 샘플에서 불균형이 발견되면 추가 검증을 붙인다. 반대로 초기 정보가 빈약해도 파일럿에서 데이터가 잘 나오면 조건부 승인으로 가기도 한다.

## 서류 심사, 숫자만 보지 않는다

초기 서류에서 가장 자주 틀어지는 지점은 크게 세 가지다. 첫째, 사업자 정보 불일치. 등기부, 사업자등록증, 통장 사본, 실제 영업 주소가 서로 맞물려야 한다. 둘째, 면허나 자격이 필요한 업종에서 증빙이 누락되거나 유효기간이 지난 경우. 셋째, 실적 증명의 불명확성이다. 매출 총합 숫자만 제시하는 경우가 많은데, 거래처 구분, 취소율, 평균 이행 기간 같은 맥락이 없으면 의미가 없다. 토나와는 증빙의 신뢰도를 서열화한다. 내부 발행 자료보다 외부 기관 자료가 상위, 익명 캡처보다 공문서, 계약서, 세무 신고 자료가 상위다. 당연해 보이지만 실무에서는 이 원칙을 분명히 하지 않으면 서류 공방만 늘어난다.

재무 건전성은 절대값보다 추세를 본다. 단기 손실이 있어도 유의미한 투자 집행이 있었다면 감점이 줄어든다. 반대로 매출이 반복적으로 급등락하거나, 현금흐름이 비정상적으로 쪼개지는 패턴은 보수적으로 본다. 정산 주

기 협상에서도 이 정보가 설계에 반영된다. 예를 들어 현금흐름이 박한 업체는 초기에 짧은 정산 주기를 제시해도, 환불 적립금 비율을 더 높여서 안정성을 맞춘다.

## 품질 검증, 숫자와 체험의 교차점

서류만으로는 품질을 대변하기 어렵다. 토나와는 가능하면 샘플이나 체험 환경을 제공받아 내부 QA가 직접 사용한다. 제품군에 따라 접근법이 다르다. 물리적 상품은 최소 5개 로트에서 랜덤 추출해 QC를 돌리고, 디지털 서비스는 핵심 기능 경로를 시나리오별로 재현한다. 테스트 항목은 맥동성, 오류 처리, 경계값 입력 반응, 다중 동시 요청 성능처럼 엔지니어가 집착하는 포인트와, 고객 여정 관점에서의 마찰 지점을 함께 담는다. 작은 예로, 계정 연동에서 이메일 인증 링크가 스팸함으로 자주 빠지는지, 모바일 환경에서 입력 폼이 자동 완성과 충돌하지 않는지 같은 항목은 CS량과 직결된다.

리뷰 평판은 표면만 보면 곡해하기 쉽다. 평균 별점이 높는데 텍스트 리뷰는 냉랭한 사례가 있다. 반대로 별점이 들쭉날쭉해도 불만이 특정 버전이나 특정 월에 몰려 있으면 개선 여지가 명확하다. 토나와는 리뷰 200건 이상이면 표본으로 쓰고, 그보다 적을 때는 파일럿 데이터를 더 중시한다. 리뷰 수가 적어도 고객군이 전문적이고 단가가 높은 업종이면 낮은 표본에 과신하지 않는다.

## 법무, 준법, 데이터 보호

준법은 고지 의무와 금지 행위를 구분하는 작업부터 시작한다. 광고 문구는 기만적 표현이나 단서 조항 누락이 없는지 본다. 예를 들어 정가 기준 할인율을 표시할 때, 정가가 실제 시장에서 의미 있는 기간 유지된 가격인지 확인한다. 개인정보 처리에서는 최소 수집 원칙과 보관 기간이 정합적인지 본다. 자체 결제 모듈을 붙이는 경우 전자금융업 관련 위수탁 관계가 적법한지, 카드 정보 취급 범위가 PCI DSS 가이드와 상충하지 않는지, 대외 위탁사와의 계약서에 하위 위탁 제한과 감사 권한이 명시됐는지 확인한다. 모두가 국제 인증을 보유할 필요는 없지만, 데이터 접근 통제가 문서로만 존재하는지, 실제로 로그와 알람이 구동되는지 확인하면 허점이 드러난다.

약관은 분쟁 처리 절차가 핵심이다. 환불 기준, 이행 지연 시 보상, 과실 비율에 따른 처리 시나리오가 선명해야 한다. 이 항목이 흐릿하면 초기에는 매출이 늘어도 일정 시점에 이탈과 분쟁이 폭발한다. 토나와는 약관 심사에서 모호한 문구를 싫어한다. 예외를 두려워하지 말고, 예외가 발생했을 때 누구의 권리와 의무가 무엇인지 쓰도록 요청한다.



## 리스크 조기 경보, 허들 대신 신호등

검증 단계에서 모든 리스크를 제거할 수는 없다. 대신 감지와 대응 속도를 높인다. 토나와는 신규 제휴의 첫 60일을 관찰 기간으로 보고, 고객 불만 신고율, 실패한 거래 비율, 이행 지연의 편차를 매일 본다. 수치가 임계값을 넘으면 노란불이 들어온다. 예를 들어 귀책 분류가 불명확한 환불 요구가 급증하면, 약관 안내가 부족한 것인지, 실제 이행 품질이 떨어지는지 분리해서 본다. 노란불에서 바로 퇴출로 가지 않는다. 개선 요청, 가이던스 제공, 프로세스 손질을 거친다. 다만 2주 내 개선이 없으면 정산 보류나 신규 유입 차단 같은 보호 조치를 건다.

과거 한 파트너는 주당 클레임 건수가 100건당 1.5건에서 3.8건으로 튀어 올랐다. 조사해 보니 배송 포장 규격이 바뀌면서 파손률이 함께 올랐다. 포장 완충재 기준과 출고 검사 체크리스트를 정리해 제공했고, 10일 뒤 1.2건으로 내려왔다. 반대로 무자격 서비스 제공 정황처럼 의도성이 큰 사안은 즉시 적색 단계로 전환한다.

## 기술 연동과 운영 가용성, 보이지 않는 합격선

제휴는 계약서로만 굴러가지 않는다. API, 웹훅, 주문 동기화, 환불 상태 갱신 같은 데이터 경로가 안정적으로 열려야 한다. 토나와는 기술 연동에서 네 가지에 민감하다. 인증과 권한 범위, 실패 [토나와](#) 재시도 정책, 장애 알림 루트, 데이터 정합성이다. 특히 이벤트 중복 전송이나 순서 보장 실패는 현장에서 자주 만나는 함정이다. 이를 줄이기 위해 멍등 키 설계를 권한다. 운영 가용성은 SLA로 수치화한다. 예를 들어 99.5% 가용성을 표방한다면, 장애 공지 기준을 명확히 하고, 고객에게 영향이 갔을 때의 보상 크레딧 범위를 계약에 박는다. 호출량이 적은 초기에는 체감이 덜하지만, 성장할수록 작은 결함이 눈덩이처럼 불어난다. 조기에 규칙을 세워두면 분쟁을 감정으로 풀 일이 준다.

## 수수료, 정산, 보증 장치

수수료율만 가지고 파트너십을 평가하면 매출 유치에는 유리해 보이지만 사건이 생겼을 때 방어력이 약하다. 토나와는 수수료 협의와 함께 보증 장치를 맞춘다. 적립금, 서브 계정 정산 홀드, 에스스로 연동, 고가 상품군의 추가 확인 절차까지, 리스크 양에 따라 조합을 바꾼다. 환불 적립금 비율은 업종별 평균 분쟁율, 이행 기간, 객단가를 고려해 3에서 10% 범위에서 시작하는 편이다. 숫자는 협상 대상이지만, 논리와 데이터가 깔려 있지 않으면 서로를 지치게 만든다. 정산 주기는 현금흐름 사정을 헤아리되, 고객 보호를 우선한다. 파트너사가 단기 자금 압박을 해소해야 할 때는 SKU별 홀드 기간 차등 적용처럼 미세 조정으로 접근한다.

## 사기 방지, KYB와 거래 패턴 분석

서류 진위는 출처를 통해 확인한다. 사업자등록증과 법인 등기부는 공식 조회, 자격증과 면허는 발급 기관 회신 혹은 검증 API를 사용한다. 그러나 문서 진위만으로는 충분하지 않다. 토나와는 신규 제휴의 초기 거래 패턴을 주의 깊게 본다. 환불 요청이 특정 국가 IP에서 반복되거나, 카드 BIN 범위가 비정상적으로 편중되는 경우, 고가 주문이 새벽 시간대에 몰리는 현상은 초기 경보의 신호다. 파트너가 내부적으로도 주문 검증 절차를 갖추고 있는지, 예를 들어 고액 결제의 2중 확인, 배송지 변경 시 추가 인증, 동일 이메일 다중 결제 차단 같은 간단한 룰을 실행하는지 묻는다. 기술적으로 어렵지 않지만, 실행 의지가 없으면 손해가 연쇄적으로 커진다.

## 마케팅 커뮤니케이션, 약속한 것은 지킨다

제휴의 초반 성공을 좌우하는 요소 가운데 하나가 마케팅 메시지다. 고객이 기대하는 바를 정확히 설정해야 분쟁이 줄어든다. 토나와는 노출 문구에 근거 숫자를 붙이도록 요청한다. 평균 처리 시간, 대표 상품의 실제 할인 구간, 보증 범위와 예외를 수치와 사례로 적는다. 무료, 무제한 같은 단어는 현실에서 조건부인 경우가 대부분이다. 조건을 숨기지 않고 노출하는 편이 장기적으로 신뢰를 쌓는다. 한 파트너는 무료 추가 보증을 내세웠다가 예외 항목이 길어 고객 반발을 크게 샀다. 이후 예외 항목을 첫 화면에 목록화하고, 보증 신청 프로세스를 버튼 2번으로 단축하자 문의는 줄었고 전환율은 오히려 소폭 올랐다.

## 토나와 심사 기준, 핵심 체크 항목

심사는 업종별로 달라지지만, 공통 체크 항목은 다음의 다섯 축으로 정리할 수 있다.

- 사업 적격성, 등록 정보 일치, 면허·자격 유효성, 위험 업종 필터
- 품질 역량, 제품·서비스 품질 표본, 불량률·지연률, 내부 QA 프로세스
- 재무·정산, 현금흐름 안정성, 환불 대비 적립 구조, 담보·보험 유무
- 법무·준법, 약관과 고지, 데이터 보호와 위탁 관리, 광고 준수
- 기술·운영, API 안정성, 장애 대응 체계, SLA와 모니터링

각 축마다 최소 요건과 권장 요건을 나눠 본다. 최소 요건을 충족하지 못하면 합류는 어렵다. 권장 요건은 단계적으로 대체 수단을 두고, 일정 기한 내 개선 계획을 조건으로 승인하기도 한다.



## 경계 사례, 애매할 때의 처리 방법

실무에서는 경계선에 선 사례를 자주 만난다. 예컨대 신규 법인으로 전환한 지 3개월밖에 안 됐지만, 팀은 경력자 중심으로 구성돼 있고 파일럿에서 품질 지표가 뛰어난 경우가 있다. 이런 경우 토나와는 제한된 SKU로 시작해 노출 면을 단계적으로 늘린다. 반대로 업계 톱티어 실적을 내세우지만, 핵심 지표를 외부 증빙으로 확인할 수 없고, 내부 정보 제공에도 소극적인 경우가 있다. 이때는 노출보다는 먼저 데이터 파이프라인 연동을 요구한다. 트래픽을 키우기 전에 측정 가능한 상태를 만드는 것이 순서다.

고가 단발성 거래가 주력인 업체도 애매하다. 거래 건수는 적지만 건당 금액이 커서 분쟁이 터지면 파급력이 크다. 이런 경우 고객 확인 절차를 강화하고, 배송 또는 이행 전 전화 상담을 의무화해 기대치 불일치를 줄이는 방향으로 조건부 승인을 제시한다.

## 온보딩, 데이터로 시작해 데이터로 끝낸다

계약이 끝났다고 준비가 끝난 것이 아니다. 온보딩이 실제 성패를 가른다. 토나와는 제휴 시작 전, 성공 판단 기준을 수치로 합의한다. 예를 들어 첫 달 이행 성공률 98% 이상, 평균 응답 시간 2시간 이내, 클레임률 1% 미만 같은 지표를 맞춘다. 기술 연동에서는 샌드박스나 스테이징을 구분하고, 트래픽 10%, 30%, 60% 식으로 점증 배포를 권한다. CS팀에는 파트너 전용 라인을 개설하고, 초기 2주간은 주 2회 운영 점검 회의를 고정한다. 운영 지표는 가시성을 높여야 빨라진다. 대시보드에서 파트너가 직접 자신의 성과와 경고 신호를 볼 수 있게 제공하면 자율적으로 페이스를 맞춘다.

## 성과 보상과 페널티, 유인과 규율의 조화

잘 달리는 파트너에게는 보상이 필요하다. 단순 수수료 인하만이 답은 아니다. 노출 면적 확대, 공동 브랜딩 캠페인, 신규 기능 베타 접근 권한처럼 질적 혜택을 섞으면 효과가 크다. 반대로 반복적인 SLA 위반이나 준법 리스크가 발생하면 페널티를 분명하게 집행한다. 일회성 실수는 개선으로, 반복되는 패턴은 구조 변경으로 대응한다. 분쟁 처리에 성실히 임하는지, 개선 일정을 지키는지 같은 태도 지표도 평가에 반영한다. 실수는 있을 수 있지만, 태도는 제휴의 지속 가능성을 가늠하는 정확한 신호다.

## 이의 제기과 재심, 달힌 문만은 아니다

심사에서 보류나 반려가 나올 수 있다. 토나와는 이의 제기 창구를 열어두고, 구체적 보완 항목을 안내한다. 재심은 보통 30에서 60일 내에 이뤄지며, 동일한 심사자가 아닌 교차 심사 체계를 둔다. 파트너 관점에서 억울함을 줄려면 증빙의 수준을 한 단계 끌어올리는 것이 빠른 길이다. 내부 문서 대신 외부 제3자 검증 자료를 갖추고, 수

지만이 아니라 프로세스 문서를 보완하면 결과가 달라진다. 재심 통과율은 초기 반려 사유의 성격에 크게 좌우되지만, 준비가 잘 된 케이스의 경우 절반 이상이 승인을 받는 편이다.

## 지원과 교육, 합격 이후가 본게임

토나와가 제공하는 교육은 매뉴얼 낭독이 아니다. 실제 고객 문의 사례, 환불 사례, 약관 해석 문제를 놓고 역할극을 해 본다. 상담 스크립트를 함께 다듬고, 계절성 이슈나 이벤트 기간 트래픽 폭증 시 대응 계획을 미리 짠다. 영업팀만 교육해도 실패한다. 제품팀, CS, 물류, 회계까지 연결선을 그려야 현장에서 끊임이 줄어든다. 교육 후에는 퀴즈나 인증을 통해 이해도를 확인하고, 초기 한 달은 헬프센터의 파트너 전용 콘텐츠 접근 로그를 보며 추가 설명이 필요한 지점을 찾아 메운다.

## 신규 파트너를 위한 사전 점검 체크리스트

합류를 준비하는 파트너라면 다음 항목을 먼저 정리하면 심사 시간을 크게 줄일 수 있다.

- 사업 서류 일치, 등록증, 등기부, 통장, 주소와 도메인 정보의 정합성
- 품질 증빙, 샘플 또는 데모, 최근 3개월 불량률·지연률 수치화
- 재무 자료, 간략 손익표와 현금흐름 개요, 환불 대비 적립 계획
- 약관과 개인정보 문서, 광고 문구와 고지, 위탁 계약의 핵심 조항
- 기술 사양, API 문서, 장애 대응 루틴, 모니터링 대시보드 샘플

이 다섯 가지만 정돈돼 있어도 초기 커뮤니케이션 왕복이 절반으로 줄어든다. 심사팀이 뭘 궁금해하는지 알면, 불필요한 긴장을 빼고 본질에 집중할 수 있다.

## 자주 묻는 질문, 현장에서의 답

심사 기간은 얼마나 걸리느냐는 질문이 가장 많다. 서류가 완비됐고 표준 업종이라면 영업일 기준 7에서 14일 사이가 보통이다. 면허 검증이 필요한 업종, 기술 연동이 복잡한 케이스는 3주까지 본다. 보류가 나올 때는 대부분 증빙 보완이나 약관 수정이다. 보완에 드는 시간은 파트너의 준비 상태에 크게 좌우된다.

가격 경쟁력이 낮으면 탈락하느냐는 질문도 자주 온다. 가격은 중요한 요소지만 절대 기준은 아니다. 충성 고객군, 차별화된 품질, 빠른 지원 속도처럼 가격 외 요소가 견고하다면 충분히 승산이 있다. 반대로 가격만 낮고 사후 지원이 부실하면 금방 노출을 줄인다.

정산 주기는 협의가 가능한가. 가능하다. 다만 초기에는 고객 보호를 위해 보수적으로 설계한다. 일정 기간 안정적으로 운영되면 주기를 점진적으로 완화한다.

## 마무리, 신뢰의 합의

검증 절차와 심사 기준은 문턱이 아니다. 서로가 거는 약속의 내용과 그 이행 방식을 맞추는 과정이다. 토나와는 완벽한 파트너를 찾지 않는다. 분명한 기준, 투명한 데이터, 빠른 개선 의지를 가진 파트너를 찾는다. 심사의 목적은 걸러내기보다 함께 달릴 수 있는 속도를 찾는 데 있다. 그 속도를 찾기 위해 필요한 것은 과장된 포장보다 솔직한 수치, 좋은 말보다 반복 가능한 프로세스, 단기 실적보다 장기 신뢰다. 시장은 변하고 규정도 바뀐다. 변하는 환경 속에서 기준을 함께 업데이트할 수 있는 유연함까지 갖춘다면, 제휴는 오래 간다. 토나와가 지키는 절차와 기준은 그 유연함을 떠받치는 최소한의 프레임이다. 고객에게 닿는 마지막 순간까지, 약속한 품질이 지켜지도록. 그 목표를 공유하는 파트너라면 문은 열려 있다.