

[보도자료] 쿠팡 마켓플레이스 입점 3개월 만에 1억 매출 쿠팡에서 대박난 청년사장이 밝히는 성공 노하우

2021. 11. 15.



- 빠른 고객 피드백, 저렴한 수수료, 두터운 고객층 등 초기 판매자에게 유리한 환경 제공해
- 소상공인 도전과 성장 위한 지원 활동 끊임없이 선보일 것

2021. 11. 15 — 쿠팡이 자사 커뮤니케이션 채널 쿠팡 뉴스룸을 통해 공개한 청년사장의 인터뷰가 온라인상에서 많은 관심을 받고 있다. 최근 쿠팡 뉴스룸은 쿠팡 마켓플레이스 입점 3개월 만에 매출 1억원을 달성한 남성복업체 ‘로니제이’ 홍성준 대표의 인터뷰를 소개했다. 홍씨는 인터뷰에서 온라인 판매 노하우와 쿠팡에서 성공할 수 있었던 이유를 자신이 직접 겪은 경험을 토대로 솔직하게 이야기했다.

4년 전 작은 오프라인 의류매장으로 시작한 ‘로니제이’의 창업 후 첫 해 매출은 1억원에 불과했다. 추가 성장 동력을 고민하던 중 직원의 추천으로 쿠팡 마켓플레이스에 입점 했고, 고객 피드백을 빠르게 반영한 우수한 품질의 제품들이 쿠팡에서 입소문 퍼지면서 ‘로니제이’는 쿠팡 마켓플레이스 입점 3개월 만에 매출 1억 원을 달성했다. 최근에는 제품 인기가 좋아지면서 로켓배송에도 진출하게 됐다.

인터뷰에서 홍 대표는 치열한 경쟁 속에서 고객들에게 꾸준히 사랑받기 위해서는 ▲피팅 모델이 아닌 제품에 집중하고 ▲빠르게 변화하는 트렌드와 고객 취향에 선제적으로 대응하며 ▲고객들의 취향을 고려해 다양한 제품군을 갖춰야 한다고 자신만의 판매 노하우를 소개했다.

특히, 홍 대표는 온라인을 처음 시작하는 판매자들에게 ‘쿠팡 마켓플레이스는 가장 먼저 고려해야 하는 판매 채널’이라고 강조했다.

홍 대표는 “쿠팡은 구매 회전율이 높아 ‘트렌드 세터’에 대해 빨리 파악할 수 있다”며 “현재 쿠팡을 포함해 10곳의 쇼핑사이트에 입점해 있지만, 쿠팡의 고객 피드백이 가장 압도적이다”고 설명했다. 또 광고비 효율에 대해서도 “주력하는 상품에 대해 큰 부담 없는 금액 선에서 광고를 집행하면 효과가 매우 크다”며 “실제 인지도가 낮은 판매자들도 쿠팡에선 상황에 맞게 예산을 설정하고 광고를 사용해 노출효과를 높일 수 있다”고 말했다. 마지막으로 저렴한 마켓플레이스 수수료와 쿠팡의 두터운 충성고객도 초기 창업자에게 유리한 환경을 제공한다고 강조했다.

홍 대표는 “직접 옷을 디자인하고 생산하는 ‘브랜드 패션기업’으로 성장할 계획”이라며 “앞으로 더 많은 직원을 고용하고 매출 100억 원대 회사로 성장할 수 있도록 노력하겠다”고 포부를 밝혔다.

한편, 쿠팡은 소상공인 친화적 이커머스로서 온라인 비즈니스를 처음 시작하는 판매자를 비롯해 청년사업가 등 영세소상공인의 성장을 위한 투자에 꾸준히 집중하고 있다. 쿠팡은 정부 및 지자체와의 협업을 통해 소상공인, 농가, 축산농가가 온라인 시장 판로를 개척할 수 있도록 4,000억 원 규모의 지원 프로그램을 도입했다.

쿠팡 관계자는 “쿠팡은 소상공인 친화적 이커머스로서 쿠팡과 함께하는 소상공인들의 새로운 도전을 응원하며 성장을 지원하고 있다”며 “앞으로도 경쟁력 있는 다양한 상품을 가진 소상공인들의 입점 지원에 더욱 힘을 쏟을 예정”이라고 말했다.

취재 문의 media@coupang.com