

## 쿠팡을 만나 성장한 맛있는 귤 한방울, 귤메달 브랜딩 스토리

2022. 4. 6.

카라향 나무 사이에서 만난 귤 전문 브랜드 ‘귤메달’ 대표님은 작업복에 반질거리는 구두를 신고 계셨습니다. 대표님은 “신발마저 농부처럼 신으면 농사일을 돕게 돼, 자꾸 농부 관점에서 생각하게 된다”며 웃으셨는데요. 귤을 매입해 온라인으로 판매하는 ‘귤메달’의 성공을 위해서는 고객처럼 생각하는 게 가장 중요했다고 합니다. [쿠팡 마켓플레이스](#) 입점 1년 만에 매출 30배를 달성한 양제현 대표님에게 고객 관점의 이유와 방법을 들어봤습니다.



사진=귤메달 제공

### 회사를 관두고 고향 제주로

양 대표님은 MD(Merchandise, 상품기획자)로 일한 경험이 있어 오히려 사업이 만만치 않겠다고 생각했습니다. 바로 옆에서 셀러들을 보았기 때문입니다. ‘정말 셀링포인트가 뾰족하지 않으면 사업은 살아남을 수 없다’고 생각하던 어느 날, 아버지가 쓰러지셨다는 소식을 듣게 됐습니다.

사실 양 대표님은 할아버지 대부터 대대로 귤 농장을 운영해온 집안에서 자랐습니다. 하지만 “부모님이 하셨던 거지 농장 운영이나 판로 등에 대해서는 잘 몰랐다”고 양 대표님은 말하는데요. 아버지의 병환으로 급작스럽게 사업에 뛰어들게 되자 쿠팡의 ‘셀러 온

보딩' 시스템(신규 셀러가 빠르고 안정적으로 판매에 적응하도록 도와주는 과정)이 정말 도움이 됐다고 합니다.

“고객으로 자주 이용하던 채널이라 자연스럽게 쿠팡 마켓플레이스에 입점했어요. 입점하는 과정도 결제하는 것처럼 정말 쉬웠습니다. 진입 장벽이 낮아서 시작하는 것 자체에 많은 노력을 쓰기보다는 초기에 판매나 판매 포인트를 개발하는 데 더 집중을 할 수 있었어요.”



사진=쿨메달 제공

## 쿨도 브랜드가 됩니다

‘쿨이 과연 장사가 될까?’ 좋은 쿨을 농부에게 매입해 온라인으로 팔아보자고 마음을 먹었지만, 이내 양 대표님은 고민에 빠졌습니다. 사실 쿨은 주요 과일 중 전국에서 가장 생산량이 많은 과일입니다. 그리고 그 생산량이 가장 밀집된 지역이 바로 쿨메달 농장이 있는 서귀포죠.



“어릴 때부터 아버지가 고생하는 걸 자주 봤어요. 좋은 쿨인데 작은 스크래치라도 나면 시장 상품성이 아예 사라지는 거예요. 그런 쿨이 너무 많으니까, 감귤 주스 공장에 20kg에 2천 원 받고 팔아요. 섬이니 다른 곳으로 보내서 활용할수도 없구요.”

이런 구조적인 문제를 해결하고자 그는 [쿨메달의 브랜딩](#)을 시작했습니다. 금메달에 쿨을 더해 쿨메달이란 이름을 짓고, 이름 그대로 최상의 시트러스만 취급하겠다는 다짐을 담았습니다. ‘품질’과 ‘장인정신’, 이 두 가지를 키워드로 잡아 한국의 썬키스트가 되겠다는 꿈을 키우는 중입니다. 아버지가 키운 쿨이라도 좋은 것만 골라 매입하고, 가격이 비싸다는 방문객들에게는 일단 시식을 권하며 자부심 있는 태도를 고수했습니다.



# 꿀메달



무료배송  
최고당도 14브릭스 한라봉 선물세트 가정용 농장직거래, 2KG (중과)

21% 29,000  
**22,690원**  
화요일 3/29 도착 예정

★★★★★ (163)

📍 최대 1,135원 적립



무료배송  
최고당도 13브릭스 제주 현예향 2kg 3kg 5kg 10kg, 5kg (중대과)

33% 78,000  
**51,900원**  
화요일 3/29 도착 예정

★★★★★ (12)

📍 최대 2,595원 적립



무료배송  
최고당도 14브릭스 제주 한라봉 가정용 선물세트, 대용량 10kg (중대과-대과)

17% 130,000  
**107,900원**  
화요일 3/29 도착 예정

★★★★★ (163)

📍 최대 5,395원 적립



무료배송  
최고당도 14브릭스 한라봉 선물세트 가정용 농장직거래, 라이브가 3KG (중과)

20% 38,000  
**30,290원**  
화요일 3/29 도착 예정

★★★★★ (163)

📍 최대 1,515원 적립



무료배송  
13브릭스 레드향

26% 45,000  
**32,900원**  
화요일 3/29 도착 예정

★★★★★ (25)

📍 최대 1,645원 적립



무료배송  
최고당도 14브릭스 한라봉 선물세트 가정용 농장직거래, 2kg (중대과-대과)

19% 32,000  
**25,630원**  
화요일 3/29 도착 예정

★★★★★ (163)

📍 최대 1,281원 적립



무료배송  
최고당도 14브릭스 한라봉 선물세트 가정용 농장직거래, 라이브가 10KG (중과)

21% 120,000  
**93,930원**  
화요일 3/29 도착 예정

★★★★★ (163)

📍 최대 4,696원 적립



무료배송  
최고당도 14브릭스 제주 한라봉 가정용 선물세트, 라이브가 5KG (중과)

25% 65,900  
**49,000원**  
화요일 3/29 도착 예정

★★★★★ (3)

📍 최대 2,450원 적립

“드셔보시고 기억해 주세요. 그리고 나중에 온라인으로 사세요.’ 이런 바람으로 가게 운영은 쇼룸처럼 접근하고 있어요. 오래 걸리는 작업이 되겠지만, 브랜딩이란 뭐 자고로 그렇죠”







사진=쿨메달 제공

쿨메달 브랜딩의 궁극적인 목표는 ‘농부에게 제값 주고 사서 제값 받고 팔자’입니다. 도매상들에게 의존할 수밖에 없는 시스템을 바꾸려는 마음에서 비롯된 결심입니다. 양 대표님은 이 목표를 이뤄나가는데 쿠팡의 노출 시스템과 고객 리뷰가 도움이 됐다고 합니다.

“쿠팡이 고객들에게 상품을 보여주는 시스템이 시작하는 저희에게 도움이 되는 형태였어요. 많이 판 순서대로만 상품이 나열된다면 새로 진입하는 셀러에게 불리하지만, 쿠팡은 쿨을 먹어봐서 만족한 고객들의 리뷰 데이터도 순서에 반영하고, 저희는 거기에 강점이 있으니 경쟁력이 생긴거죠. 그래서 쿠팡에서 초반 매출이 빨리 올라왔던 것 같아요.”

쿠팡은 상품을 보여줄 때 제품 판매실적 뿐만 아니라 상품 정보 충실도, 선호도 등 다양한 요소를 종합적으로 고려합니다. 그래서 셀러는 제품력과 고객 서비스에만 집중하면 되죠. 품질 위주의 판매전략이 이런 쿠팡과 맞아떨어진 덕일까요. 쿨메달은 입점 1년 만에 입점 초기 대비 30배 월매출을 올리는 회사로 성장했습니다.



## 베테랑 농부가 아닌 고객 입장에서 생각합니다

대표님은 성공 비결로 고객 관점을 꼽았습니다. 쿠팡 고객 리뷰에 맞춰 판매전략을 조정했다는 대표님께 리뷰가 매출에 어떻게 도움이 됐는지 자세히 들어봤습니다.

“과일은 어떻게 보관해야 하는지, 직거래와 마트에서 사는 쿨은 뭐가 다른지 등을 상품 기술서에 녹여서 설명했어요. 그러다 보니 과일을 처음으로 직접 사는 자취생 고객이나 젊은 층의 새로운 고객들도 많이 만났죠. 그렇게 쿠팡에서 매출이 본격적으로 늘었던



것 같습니다.”

귤메달은 ‘상품문의’로 들어오는 사소한 질문을 무시하지 않았습니다. 오히려 고객의 궁금증을 적극적으로 먼저 설명하는 길을 택했습니다.



사진(오른쪽)=귤메달 제공

또한, 고객들의 의견을 귤 수확할 때도 반영했습니다. 신맛을 선호하는 서양권과는 달리 당도가 높은 귤을 선호하는 한국 소비자의 취향에 맞춰 귤메달의 귤은 수확을 늦게 하는 편이라고 합니다.

“돈 벌려면 빨리 (열매를) 따서 빨리 팔면 좋죠. 하지만 저희는 나무에서 (귤을) 늦게 따요. 고객들은 단 걸 좋아하니까요. 늦게 따면 나무한테 안 좋긴 하죠. 하지만 농부의 마인드로 보면 안 되고 무조건 고객 마인드로 봐야 해요.”

늦게 과일을 수확하면 다음 해에는 작물 재배 없이 나무를 쉬게 해줘야 합니다. 맛을 위해 귤메달은 수확량을 포기하고 나무에게 쉬를 주는 선택을 하고 있습니다.



사진=쿨메달 제공

고객들의 리뷰에 집중하다 보니 5kg, 10kg 위주의 상품 구성에서 1kg 팩으로 주력 상품 구성으로 변경하게 됐고, '쌈머굴' 상품이 인기를 끌며 2021년 6월 대비 7월 매출이 10배 가까이 높아졌습니다. 쿨메달 대표님은 쿠팡의 다양한 고객층과 리뷰 시스템 덕에 사업체를 성장시킬 수 있었다고 말합니다.

## 이제는 비료값 아낄 필요 없죠

“비료나 칼슘같은 것도 아끼지 않아요. 이제 이렇게 열심히 하면 그것만큼 제값 받으면 되니까요.”

쿨메달이 쿠팡에서 잘되자 쿨메달에 납품하는 농부들에게도 큰 경사였습니다. 비닐하우스용 기름보일러값과 비료값은 농부들에겐 큰 부담인데요. 대표님은 판로가 안정적으로 구축될수록 농가는 농업의 본질에만 집중하면 된다고 말합니다.

농부이신 양 대표님의 아버님께 아들의 쿠팡 입점 전후가 어떻게 다르냐고 여쭙봤습니다.



“아들이 쿠팡에 파니까 이익도 (도매상에 팔 때보다) 많이 남길 수 있고, 하나의 판매망이 새로 생긴 것이라 안정적인 생산 기반이 되고 있습니다.”

쿨메달은 앞으로도 이렇게 농가와 온라인 플랫폼을 이으며 사업을 키워나갈 계획입니다. 양제현 대표님은 미국의 썬키스트 오렌지나 뉴질랜드의 제스프리 키위처럼 과일 하나로 승부 보는 브랜드를 만드는 게 꿈이라고 합니다.

[골메달 스토어 바로가기](#)

취재 문의 [media@coupang.com](mailto:media@coupang.com)