

## [보도자료] 쿠팡, 중소기업 협업 ‘스킨핏 화장솜’ 출시 배경 영상 뉴스룸 공개

2022. 4. 27.



- 쿠팡 뷰티데이터랩, 중소기업 협업 ‘스킨핏 화장솜’ 출시 배경 이야기 영상 쿠팡 뉴스룸에 공개
- 좋은 품질의 생산 기술력에도 고객 관리와 마케팅 등 노하우 부족한 업체를 소비자와 연결
- 2차 캠페인으로 출시한 ‘쿨링 타입 미스트’ 제품, 사전 예약 기간 종료 전 완판 고객 호응 높아

2022. 4. 27. - 쿠팡이 중소기업과 협업 캠페인을 진행해 고객에게는 우수한 상품을 소개하고 중소기업에게는 새로운 판로 개척 기회를 제공한다.

쿠팡은 자사 뷰티데이터랩과 화장솜 제조 업체 (주)신세대가 진행한 협업 뷰티 캠페인 배경 이야기를 담은 영상을 25일 쿠팡 뉴스룸을 통해 공개했다. 쿠팡 뷰티데이터랩은 지난 2월 화장솜을 주제로 고객 선호도 투표를 거쳐 사람 피부결과 유사하면 잘 찢어지지 않는 ‘스킨핏 타입 화장솜’을 (주)신세대와 함께 출시했다.

고객의 눈 높이가 높고 취향이 자주 변하는 뷰티 시장 특성상 중소기업체는 제품개발과 마케팅에 어려움을 겪을 수밖에 없다. (주)신세대 유통팀 신민규 담당자는 “저희같은 중소기업체나 후발주자 같은 경우는 아무리 좋은 품질의 제품을 가지고 있더라도 고객 관리 등 많은 부분에서 노하우가 없기 때문에 어려운 부분이 많다”고 말했다. 쿠팡 뷰티데이터랩은 이처럼 기술력 갖춘 중소기업과 고객을 연결해주기 위한 상생 캠페인을 지금까지 2회째 진행 중이다.

첫 번째 캠페인 주제는 화장솜이었다. 쿠팡 뷰티데이터랩 팀 박준영 담당자는 “뷰티 카테고리에서 화장솜 검색량이 굉장히 높는데, 보풀이 일어난다든가 크기가 작다는 등 고객 불편 사항이 많이 있었다”고 말했다. 쿠팡은 1천8백만 명의 쿠팡 고객 및 월 3천만 건의 검색데이터를 기반으로 한 소비자 분석자료를 (주)신세대에 전달했고 업체에서는 이를 바탕으로 스킨핏 화장솜을 개발했다.

안성준 (주)신세대 대표는 “쿠팡이 배송과 고객관리까지 다 해주기 때문에 제품 개발에만 신경을 쓰면 돼 대형업체와 대등하고 공정하게 경쟁할 수 있게 됐다”며 “쿠팡을 통한 성장으로 앞으로 더 많은 제품을 생산하고 직원 고용도 늘릴 수 있을 것으로 기대한다”고 말했다.

쿠팡 뷰티데이터랩은 기술력 갖춘 중소기업과 소비자를 연결할 수 있도록 적극적인 협업을 이어가고 있다. 화장솜을 주제로 진행된 2차 캠페인에 이어 지난달 17일부터 진행한 ‘함께 만들어요’의 주제는 ‘미스트’였다. 2차 캠페인 투표에서는 ‘쿨링 타입 미스트’

가 최종 판매상품으로 선정됐다. (주)오투네이처가 출시한 '쿨링 타입 미스트' 제품은 4월 4일부터 24일까지 쿠팡에서 사전 예약 한정판매를 진행했으나, 기간이 끝나기도 전에 물량이 완판되며 많은 소비자의 호응을 얻었다.

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