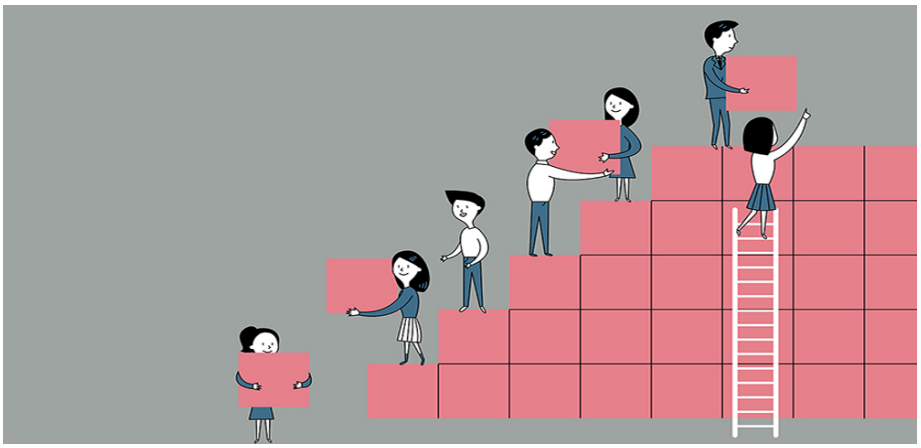
coupang newsroom

중소기업으로 쿠팡에서 성공하기

2019. 7. 4.



'쿠팡에는 없는 게 없다'

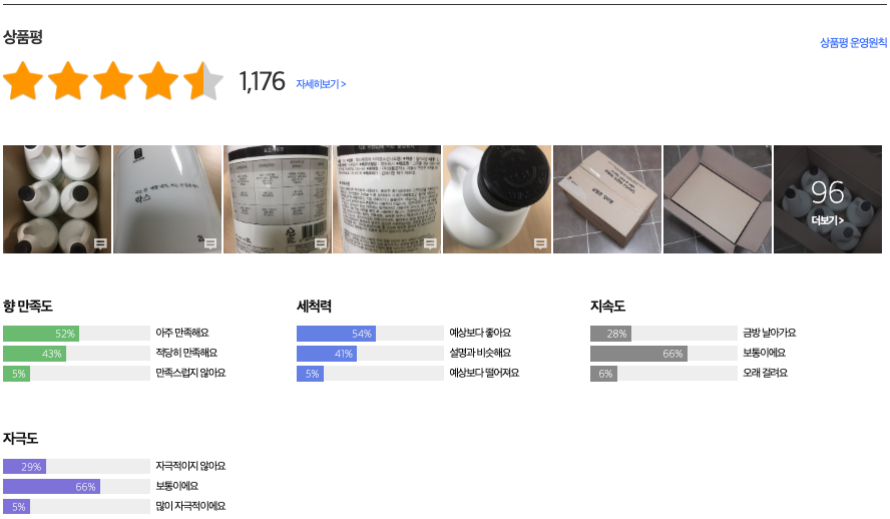
쿠팡은 무려 2억 종의 상품을 판매하는 국내 최대 이커머스 기업입니다. 이 중 500만 가지 이상의 제품들은 주문 다음날 배송되는 로켓배송 제품들이죠. 이 로켓배송 상품을 쿠팡에 판매하는 공급업체 가운데 3분의 2가 바로 연 매출 30억 원 이하의 작은 중소기업입니다. 이들이 올해 1분기 기준으로 매출이 전년 대비 무려 81%나 성장했다고 하는데요. 모두를 놀라게 했던 쿠팡의 지난해 매출 성장률이 65%였던 것과 비교하면, 쿠팡과 거래하는 중소기업이 이를 훌쩍 뛰어넘는 성장을 이루어낸 것이죠. 과연 쿠팡에 어떤 비밀이 숨겨져 있기에 대기업도 아닌 작은 회사들이 성장에 날개를 달 수 있었을까요?

주문에서 배송, CS까지 한 번에 대신해주는 로켓배송 직매입 시스템

쿠팡이 구축한 42만 평, 축구장 193개 규모의 물류인프라는 전국으로 500만 종의 상품을 하루 만에 직배송합니다. 주문부터 배송까지의 모든 과정과 반품, CS 등의 고객관리까지 쿠팡이 직접 담당하기 때문에 창고를 갖추지 못했거나 배송이나 반품 등을 처리할 인력 등이 부족한 중소기업이 쿠팡과 직거래하게 된다면 고객과의 거리를 훨씬 가깝게 밀착시킬 수 있는 것이죠. 때문에 오프라인에서만 유통을 하던 중소기업들도 쿠팡과 거래하며 온라인에 진출하고 브랜드 인지도를 높이는 사례가 많이 생기고 있습니다.

국내 최대 규모의 트래픽, 규모가 제공하는 상품평의 신뢰성

실력있는 중소기업들이 쿠팡에 열광하는 또 다른 이유는 바로 쿠팡이 제공하는 국내 최대 규모의 압도적인 트래픽과 충성고객의 규모일 것입니다. 쿠팡은 2018년 한 해 동안 한국인이 가장 많이 사용하는 쇼핑앱에서 구글과 애플 양대 앱스토어 모두 1위를 차지했으며, 오픈서베이, 모바일인덱스, 와이즈앱 등 각종 기관에서 진행하는 브랜드 가치, 평판 등 서베이에서 1위를 놓친 적이 없는 이커머스의 대세입니다. 그렇기 때문에 쿠팡과의 파트너십은 중소기업에게 더 많은 고객에게 더 빠르게 접근할 수 있는 기회를 제공하죠. 특히 매주 80만 개씩 쌓이며 누적 7000만 개에 이르는 깊이 있고 다양한 고객 상품평은 기업으로 하여금 고객의 목소리를 빠르게 듣고 제품에 반영할 수 있도록 해줍니다. 많은 기업이 쿠팡의 상품평을 통해 신제품에 대한 아이디어를 얻고 실제 제품 개발에 활용하고 있다고 합니다.

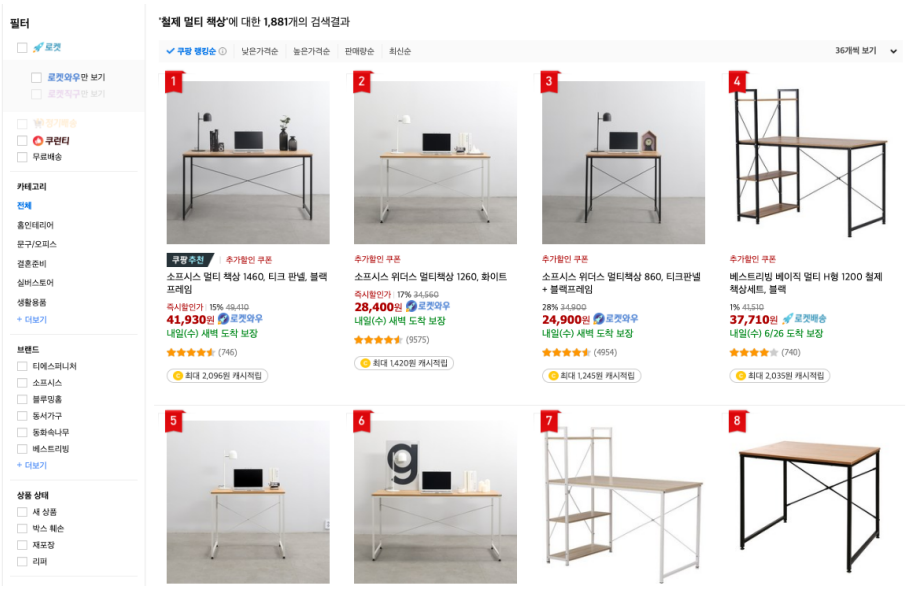


"생활공작소 상품평 화면"

2014년에 창업한 생활용품업체 생활공작소는 2016년부터 쿠팡과 거래하며 차근차근 성장해온 기업입니다. 생활공작소는 무엇보다 신제품이 출시될 때마다 가장 먼저 쿠팡의 고객들에게 선보여 상품평을 통해 반응을 살핀다고 하는데요. 이는 단순히 쿠팡 상품평의 분량이 단순히 다른 쇼핑몰보다 많기 때문만은 아닙니다. 쿠팡의 막강한 트래픽이 바탕이 된 상품평이라 객관적인 데이터로서 신뢰도를 가질 수 있다는 것이지요. 생활공작소는 쿠팡 고객들의 진솔한 의견을 모니터링하고 제품 개발에 반영해 고객의 좋은 반응을 얻어내고 있습니다. 생활공작소는 쿠팡 덕분에 지난해 매출이 두 배나 늘었다고 하는데요. 직원 세 명으로 시작한 이 회사는 현재 스무 명 규모의 직원과 함께 영업이익을 내는 건실한 기업으로 성장했습니다.

대기업 제품과도 경쟁을 가능케 하는 아이템 노출 방식

쿠팡이 중소기업들에 기회를 제공하는 또 다른 이유는 쿠팡의 검색기술이 제공하는 아이템 노출 방식 때문입니다. '좋은 제품이 잘 팔린다'는 당연한 명제는 쇼핑 사이트가 제품의 경쟁력에 따른 노출을 보장할 때에만 가능합니다. 판매자 중심으로 운영되는 일반적인 오픈마켓들은 고객에게 좋은 제품을 추천하는 것에는 크게 관심이 없어보입니다. 제품을 광고비 순서로만 배열하기 때문입니다. 반면 쿠팡은 판매자의 실적과 사용자 선호도, 상품 정보 충실도 및 검색 정확도 등 종합적인 기준으로 매겨지는 '쿠팡랭킹'에 따라 제품의 노출도를 선정합니다.



"쿠팡랭킹 정렬화면"

창립 12주년을 맞이한 온라인 중저가 DIY 가구 브랜드인 소프시스는 지난 2013년부터 쿠팡에서 온라인 판매를 시작했습니다. 온라인에서 저가 가구시장의 경쟁은 아주 치열하게 펼쳐지고 있습니다. 하지만 소프시스는 쿠팡을 통해 싱글족의 필수 아이템 철제 가구 시리즈, 북유럽풍 신혼가구 스칸 시리즈 등 가격 부담 없이 구매할 수 있는 다양한 아이템을 선보이며 정확한 타깃에 도달할

수 있었고, 고객들의 좋은 평가를 받을 수 있었다고 합니다. 특히 쿠팡의 판매자 시스템을 통해 고객의 수요를 정확하게 예측하고 품절없이 고객이 원하는 제품을 제공할 수 있었던 것이 온라인 판매의 성공으로 이어졌는데요. 현재 쿠팡의 가구 카테고리 내 매출 상위기업으로 자리 잡은 소프시스는 1분기 매출 성장률에서 전년 대비 53.5%에 달하는 성과를 이루었습니다.

쿠팡은 중소기업에게 새로운 기회가 되고 있습니다. 지난해 선보인 로켓프레시와 로켓와우클럽 멤버십 등은 쿠팡의 고객을 늘리고 있고, 이렇게 성장한 쿠팡이라는 플랫폼에서 실력 있는 중소기업은 새로운 고객을 만날 수 있습니다. 좋은 제품을 발견한 고객의 만족은 역시 쿠팡의 성장을 가져오고 다시금 쿠팡과 거래하는 기업들을 성장시킵니다. 이 건전한 순환을 쿠팡과 중소기업들이 함께 이뤄나가는 동안 쿠팡에서는 계속해서 더 많은 성공 스토리들이 새롭게 쓰여질 것입니다.

취재 문의 media@coupang.com