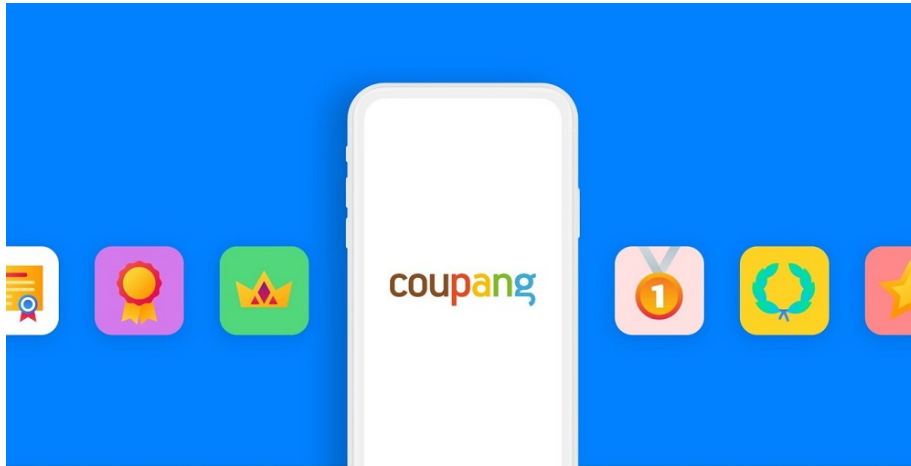


## 고객들의 솔직한 쿠팡 평가

2023. 1. 31.



2022년은 다사다난한 한 해였습니다. 대통령 선거, 카타르 월드컵, 베이징 동계올림픽 등이 있었죠. 그리고 전 세계적 물가 상승으로 인한 혼란 속에서 쿠팡은 전국에 뻗은 물류 인프라를 바탕으로 가계경제 버팀목으로서의 역할을 톡톡히 해냈습니다.

쿠팡의 로켓배송은 가격, 셀렉션, 빠른 배송 어느 하나 포기하지 않은 철저한 고객 중심의 서비스입니다. 이와 함께 제공하는 로켓프레시, 쿠팡페이 등은 고객의 쇼핑 경험을 업그레이드 시키고 와우회원들은 쿠팡플레이의 폭넓은 장르의 콘텐츠를 즐길 수 있습니다. 작년 쿠팡은 대만에도 서비스를 시작해 대만 전역의 고객들은 수백만 가지 로켓직구 상품을 빠르게 받아볼 수 있게 되었고, 쿠팡과 거래하는 소상공인들은 해외 진출이라는 새로운 성장의 기회를 가지게 되었습니다.

수백만 고객의 삶에 깊이 자리잡은 쿠팡의 지난 1년을 돌아봤습니다.

**포브스 선정, 한국인이 가장 사랑한 모바일 앱 전체 4위**

## 2022년 한국인이 사랑한 모바일 앱



자료: 포브스코리아 (구글 플레이스토어의 기기설치수, 신규설치수, 활성사용자수, 평균실행횟수, 평균실행시간, 평균총실행시간, 평점 등 10개 평가항목을 합산한 종합점수와 순위, 2022년 1~10월 기준)

작년 포브스가 선정한 ‘한국인이 가장 사랑한 모바일 앱’ 순위에서 쿠팡과 쿠팡플레이가 모두 10위권 안에 들었습니다. 쿠팡 앱은 SNS채널 3대장 유튜브, 카카오톡, 인스타그램의 뒤를 이어 전체 4위로, 쇼핑앱 중에서는 1위를 기록했습니다. 쿠팡플레이는 서비스 개시 만 2년만에 전체 순위 10위를 기록하며, 놀라운 성장세를 보여줬습니다. 다양한 장르의 풍성한 콘텐츠는 물론 꾸준한 사용성 개선을 통해 고객 만족에 집중한 결과입니다.

## 6년째 부동의 쇼핑앱 1위

### 2022년 쇼핑 카테고리 모바일 앱 월 평균 사용자

와이즈앱 한국인 안드로이드 + iOS 앱 사용자 추정, 2022년 1월~11월 월 평균 사용자 수 기준



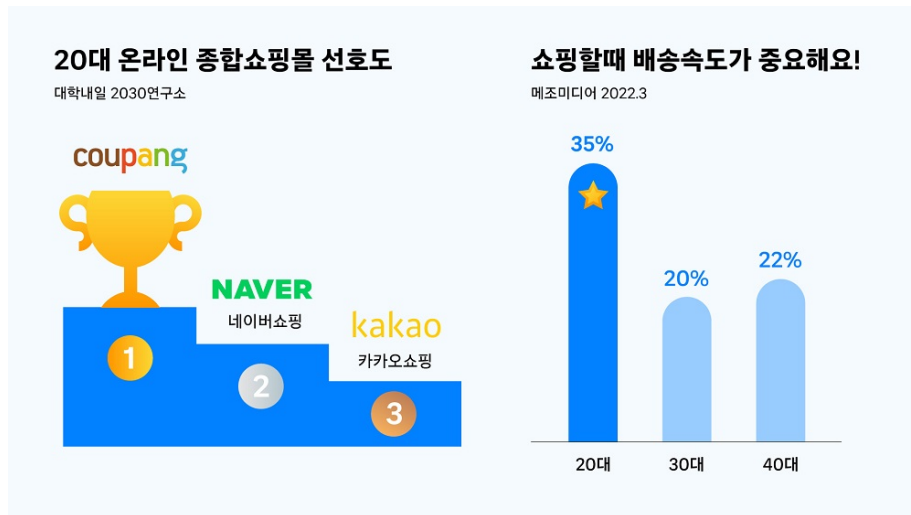
로켓배송 서비스를 시작한 2014년 이후, 끊임없는 고객만족에 대한 고민으로 2019년 로켓프레시, 새벽배송 및 당일배송 서비스 등을 런칭했습니다. 구글플레이와 앱스토어 앱을 분석하는 와이즈앱이 집계한 결과 2016년 9월부터 작년까지 6년여 동안 쿠팡은 국내 쇼핑앱 다운로드 수 1위를 유지하고 있습니다. 수백만 개의 상품을 1년 365일, 단 몇 시간 내에 전국으로 배송하는 혁신을 실현하며 고객의 생활 속에 가까이 존재해왔기 때문입니다. 3분기 동안 쿠팡에서 물건을 한 번이라도 구매한 활성 고객은 1800만 명에 달하고 와우회원은 900만 명입니다.

## 쿠팡, 2년 연속 검색 포털 네이버에서 연간 검색어 2위로 존재감



유튜브에 이어 쿠팡은 올해도 네이버 최다 검색어 2위에 올랐습니다. 네이버가 검색 결산을 공개하기 시작한 2017년 이후 검색 순위는 8위에서 점차 올라 2021년 2위의 자리를 차지했고 2022년에도 같은 자리를 지켰습니다.

## 쿠팡 로켓배송, MZ 쇼핑에 '필수'

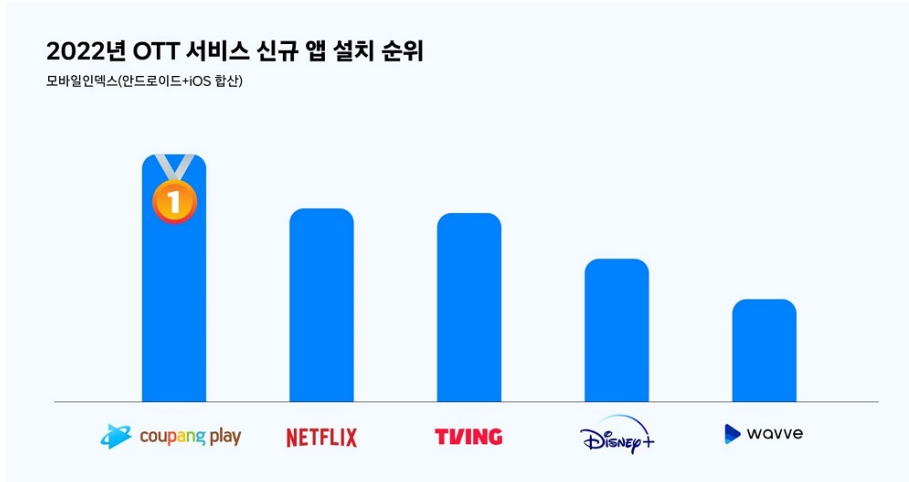


쿠팡이 20대 고객에게 온라인 쇼핑 분야에서 네이버와 카카오 쇼핑을 제치고 1위를 차지했습니다. 대학내일20대연구소가 진행한 2022 20대 TOP BRAND AWARDS의 온라인 종합쇼핑몰 부문에서 1위를 한 건데요, 앞서 MZ세대를 대상으로 2021년 5월 진행한 선호도 조사에서도 1위를 기록한 바 있습니다. 20대는 다른 세대보다 배송 속도를 더 중요하게 생각하기 때문인 것으로 보여집니다. 온라인 쇼핑 채널을 선택하는 이유로 배송속도를 꼽은 응답자의 35%가 20대인만큼, 로켓배송이 빠른 배송으로 20대 고객의 마음을 사로잡은 것을 확인할 수 있었습니다.

## 쿠팡플레이, 2022년 기록적인 성장

## 2022년 OTT 서비스 신규 앱 설치 순위

모바일인덱스(안드로이드+iOS 합산)



쿠팡플레이는 서비스 개시 만 2년을 갓 넘긴 신생 서비스입니다. 스포츠 경기 독점 라이브 스트리밍부터 블록버스터 영화와 쿠팡의 오리지널 까지, 더 나은 고객경험을 위해 콘텐츠를 다각화하며 앞으로 나아가고 있는데요. 모바일인덱스의 작년 통계에 의하면 쿠팡플레이가 OTT 앱 중 작년 한국에서 새롭게 설치된 앱 순위 1위인 것으로 집계됐습니다.

오직 와우회원들을 위해 손흥민과 토트넘 핫스퍼 팀을 국내로 초청해 경기를 개최한 쿠팡플레이의 노력 덕분일까요. 포브스코리아가 분석한 2022년 모바일 앱 조사에서 전체 모바일 앱 중 가장 많이 사용되는 앱 10위, 2022년 한국인이 가장 사랑하는 모바일 앱 엔터테인먼트 카테고리 2위에 올랐습니다.

오직 'WOW the Customer'를 생각하는 쿠팡은 고객들의 삶에 깊게 스며들어 쇼핑, 엔터테인먼트, 음식배달 등 생활에 필수적인 존재로 자리해왔습니다. 고객경험에 혁신을 거듭해 독보적인 서비스를 제공하고 있는 쿠팡이 2023년에는 또 어떤 모습으로 고객과 함께일 지 기대해봅니다 .

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