coupang newsroom

[보도자료] “2년 만에 매출 10배” 쿠팡, 최고 인기 브랜드 등극한 중소기업에 ‘깜짝 커피차 선물’

2023. 2. 17.

- **지난해 쿠팡에서 활약한 중소 기업 브랜드에 응원의 의미 담아 커피차 이벤트 진행**
- **뷰티 브랜드 오브제 피카소, 쿠팡 입점 후 큰 폭 매출 상승 일궈**
- **쿠팡, 중소상공인 브랜드가 제품력으로만 경쟁할 수 있는 기회 제공**

2023. 02. 17.- 쿠팡이 단기간에 고객에게 가장 사랑받는 브랜드에 등극한 중소 업체 전 직원에게 커피를 선물했다. 쿠팡 입점 전에는 대중 인지도가 낮았지만, 입점 이후 빠르게 성장해 폭발적인 인기를 누린 중소기업에게 보내는 '깜짝 선물 응원'이다.

쿠팡은 지난 7일과 9일에 남성 화장품 기업 어댑트와 브러쉬 전문기업 소산퍼시픽 본사 앞에 커피차를 보냈다. 쿠팡은 '임직원 여러분 응원합니다' '올해도 파이팅하세요' 팻말을 커피차 앞에 걸고 업체 직원들에게 커피, 딸기라떼, 차 등 30여 종의 무료 음료를 제공했다.

커피차 응원을 받은 브랜드는 각각 작년 쿠팡 뷰티어워즈에 선정된 남성화장품 브랜드 '오브제'와 메이크업 브러시 브랜드 '피카소'다. 두 브랜드는 뛰어난 제품력을 바탕으로 쿠팡에 입점한 이후, 큰 폭의 매출 상승을 일궈냈다.

남성화장품 브랜드 '오브제'를 운영하는 어댑트 박정하 대표는 "매출 상승에 있어 쿠팡에 입점한 것이 많은 도움이 됐다"고 말했다. 그는 "처음 자사몰에서만 판매할 당시 큰돈을 들여 TV 광고까지 했지만 소비자 반응이 없어 한계에 맞닥뜨렸지만, 쿠팡에 입점하자마자 광고 효과가 나타나며 2년 만에 연 매출이 10배가 됐다"고 설명했다.

메이크업 브러시 브랜드 '피카소'를 운영하는 소산퍼시픽 안익제 대표도 "브랜드 인지도와 매출 상승에 쿠팡이 크게 도움이 됐다"고 밝혔다. 피카소는 '코덕'이라면 익히 알고 있는 유명 브랜드였지만, 쿠팡 입점 이후 피카소는 대중들에게도 사랑받는 브랜드로 거듭났다.

안 대표는 "쿠팡 입점 후 다양한 고객 피드백을 통해 고객이 원하는 제품을 개발하기도 더 쉬워졌다"며 "피카소 브러시는 작년 기준 약 200억 원의 매출을 달성했는데, 쿠팡에서의 매출은 최근 2년간 5배 증가했다"고 설명했다.

뷰티 시장은 고객의 눈 높이가 높고 트렌드가 빠르게 변화해, 중소기업이나 후발주자 같은 경우 인지도 확대나 마케팅에 어려움을 겪을 수밖에 없다. 쿠팡은 약 1800만명의 고객 수를 기반으로 중소상공인 브랜드가 오롯이 제품력으로만 경쟁할 수 있는 장을 제공하고 있다.

쿠팡 뷰티 관계자는 “쿠팡 입점 후 고객 성장을 통해 좋은 결과를 만들어낸 브랜드 및 직원들에게 감사와 응원의 메시지를 전하고 싶어 이번 커피차 이벤트를 진행하게 됐다”며 “앞으로도 중소상공인분들과 쿠팡 뷰티가 동반 성장할 수 있는 다양한 기회를 제공할 수 있도록 계속 노력하겠다”고 말했다.

한편 쿠팡 뷰티어워즈는 2020년 연말 처음 선을 보인 것으로, 뷰티데이터랩 분석을 통해 고객에게 가장 사랑받은 뷰티 제품을 부문별로 선정해 소개하는 결산 이벤트다. 2022년 뷰티어워즈에서는 올해의 루키, 라이징스타, 비건, 베스트 오브 베스트 4개 부문에 시상이 진행됐으며, 상패를 전달했다.

취재 문의 media@coupang.com