

소상공인 매출 성장, 쿠팡 CMG 팀이 함께 합니다

2023. 3. 30.



소상공인 판매자와 광고 전략을 논의하는 쿠팡 김민중 님

‘내가 만든 제품, 품질에는 정말 자신 있는데 소비자에게 어떻게 알릴 수 있을까?’

‘광고비를 썼는데 매출이 오르지 않으면 어떻게 하지?’

‘다른 업체들은 쿠팡에서 어떻게 성공했을까?’

소상공인 사업가분들이 가장 많이 궁금해하는 문제들입니다. 쿠팡도 알고 있습니다. 그래서 이런 고민을 직접 들어드리고 가장 효율적이며 낭비 없는 마케팅 전략을 제안드리기 위해 쿠팡의 광고 전문가들이 직접 나섰습니다. 서로 얼굴을 보고 대화하며 최선의 전략을 찾아드리는 자리입니다.

지난 2월 22일, 쿠팡은 서울 잠실 사옥에서 중소기업 광고주를 위한 설명회를 개최했습니다. 총 4시간에 걸쳐 2개 그룹으로 나누어 진행된 이번 행사에는 쿠팡에서 제품을 판매하시는 약 160명의 중소기업 대표님들과 관계자분들, 그리고 쿠팡의 광고 세일즈 조직, 마케팅 부서 등이 참석했습니다. 알찬 강의와 뜨거운 질의응답, 그리고 1:1 상담이 이어졌습니다.

다소 쌀쌀한 날씨에도 불구하고 쿠팡 잠실오피스 17층 대형 회의실을 가득 매운 160여명의 중소기업 대표와 브랜드 담당자분들은 쿠팡 광고 담당자들의 설명과 사례 소개에 귀를 쫓긋 세웠습니다. 노트북을 펼쳐두고 실시간으로 테스트를 해보는 분들도 많이 계셨습니다. 역시 쿠팡에서 빠르게 성장하고 있는 판매자분들이라, 배우고자 하는 에너지도 가득한 것 같았습니다.

이날 행사는 쿠팡 광고 세일즈 조직의 SMB(중소기업) 팀이 준비했습니다. SMB팀은 성장이 기대되는 중소·중견기업을 도와드리고 컨설팅해드리기 위해 만들어진 전담팀입니다. 수많은 중소기업 중에서도 광고를 통한 매출 성장이 기대되는 업체를 선별해 2개 세션으로 나눠 진행했습니다. 먼저 로켓배송 상품으로 입점한 판매자분들을 위한 세션이 열렸고, 곧 이어 마켓플레이스 상품으로 입점한 판매자분들을 위한 세션이 이어졌습니다.



발표 중인 SMB팀 광고 담당자 채송화 님

많은 분들이 궁금해한, 쿠팡 광고의 대원칙은 무엇일까요? SMB 팀의 광고 담당자 채송화 님(맨 위 사진)은 이렇게 요약했습니다. “쿠팡의 철학은 ‘WOW the Customer’ 입니다. 광고 역시 ‘WOW the Customer’가 중요합니다. 즉, 쿠팡에서는 고객이 더 좋아하는 제품일수록 더 많이 고객에게 보여줍니다.”

더 자세한 설명은 다양한 브랜드와 제품의 사례들을 통해 이어졌습니다. 그 중 광고 예산 확보의 중요성을 강조한 사례로 차량용 소화기를 파는 중소기업의 이야기가 소개됐습니다.

[사례]

차량용 소화기는 평소에 사람들이 자주 검색해 구매하는 상품은 아닙니다. 이른바 니치 상품입니다. 이런 경우 쿠팡에선 광고주가 예산 범위를 직접 설정할 수 있고, 설정한 예산을 기준으로 고객 반응에 따라 노출과 클릭이 연결됩니다.

어느 날, 공중파 TV의 유명한 교통안전 프로그램에서 차량 화재 사건을 다루었습니다. 이 프로그램의 진행자는 “여러분도 차량용 소화기 꼭 비치해주세요”라며 방송을 마무리지었습니다.

방송 직후 쿠팡에선 차량용 소화기를 검색하는 빈도가 폭발적으로 늘었습니다. 아무도 예상하지 못했던 일이지만 평소에 광고 예산을 넉넉하게 설정해두었던 광고주는 이 날 많은 매출을 올릴 수 있었다고 합니다.

미리 설정한 예산을 기반으로 쿠팡 고객의 수요가 많을 때 충분한 기회를 확보해 매출을 극대화할 수 있는 쿠팡의 합리적인 광고 시스템을 보여주는 사례입니다.



이날 설명회는 광고 세일즈와 개발, 마케팅 담당자가 모두 참석해 큰 호응을 얻었던 질의응답 세션과 럭키 드로우 시상으로 마무리 되었습니다. 럭키 드로우 시상에서는 공정한 추첨을 통해 8개 업체에게 상품이 수여되었습니다. 수상자가 호명될 때마다 해당 업체를 담당하고 있는 쿠팡의 광고 담당자들이 뒷쪽에서 함께 환호성을 터뜨려 모두의 웃음을 유발했습니다.

이렇게 정규 행사가 모두 마무리된 후에도 한 시간 가까이 회의실은 북적거렸습니다. 사실 본 게임은 이제 시작입니다. 바로 광고주 분들과 쿠팡 광고 담당자들의 1대 1 미팅이 현장에서 바로 이어진 것이죠. 담당자들이 광고주 옆에 착석해 고민을 들어드리고 함께 매출 성장 전략을 세웠습니다.

SMB팀 김은지 매니저는 이런 소감을 남겼습니다. “평소에도 자주 연락하며 광고 전략을 논의하고 있지만 이런 설명회는 처음인만큼 쿠팡에서의 광고적 성장에 대해 더 심도있는 대화를 나누는 경우도 많았던 것 같습니다.”



참석자들의 질문에 답하고 있는 쿠팡 광고마케팅 조직의 김정아 님과 광고개발 조직의 정창희 님

참석한 소상공인 광고주 여러분들의 소감은 어땠을까요? 설문조사를 통해 다양한 의견과 제안이 쏟아졌습니다.

코스파 사의 김영진 대표님은 “이번 설명회에서 적재적소의 광고 투자가 성공 가능성을 높인다는 점을 깨달았습니다. 더 과감한 광고 운영을 계획하고 있습니다”라는 피드백을 주셨습니다.

또한 왓이프컴퍼니의 김진용 대표님은 이렇게 제안을 해주시기도 했습니다. “기존에 놓치고 있던 부분에 대해 상세하게 알게 되었습니다. 또 다음에는 실제 사례가 더 많이 소개 되고, Q & A 시간도 더 길었으면 좋겠습니다.”

쿠팡은 앞으로도 이렇게 고객과 중소기업 종사자 여러분의 목소리를 직접 듣는 자리를 열고 여러분의 의견을 적극 반영할 계획입니다. 고객과 판매자 모두를 ‘와우(WOW)’ 하기 위해서입니다.

쿠팡은 소상공인을 위한 다양한 프로그램을 마련하고 있습니다. [쿠팡 미디어 그룹의 웹사이트](#)에 지속적으로 상품 광고와 브랜드 광고에 대한 정보가 업데이트되며, 무료 컨설팅 신청 창구가 열려 있어 누구나 쉽게 쿠팡 광고를 시작할 수 있습니다. 쿠팡의 ‘로켓직구’ 시스템을 통한 해외 수출도 도와드리고 있으며, 지역 소상공인을 돕는 ‘착한상점’ 프로모션과 전통시장 지원 프로그램도 시행하고 있습니다.

쿠팡은 전국 소상공인 지원을 위해 9732억 원(2020년 및 2021년 지원금액)을 아낌없이 투자했습니다. 특히 쿠팡과 거래하는 소상공인 10명 중 7명은 서울 외 지역에 있고, 쿠팡의 인프라를 이용해서 대기업과 당당히 경쟁하고 있습니다.

오늘도 내일도 소상공인 여러분의 성공과 함께 하겠습니다.

취재 문의 media@coupang.com