coupang newsroom

“쿠팡 없이 소프시스는 어떻게 팔았을까?”

2019. 8. 13.

“이미 대기업들이 가구 시장에 진출해 있는 상황에서, 중소기업이 비즈니스를 만들고 생존한다는 것은 쉽지 않은 일이었죠.”

조립 배송가구 하면 가장 먼저 떠올리는 이름이 된 소프시스. 하지만 사업을 시작한 2007년에만 하더라도 시장이 그렇게 호락호락하지 않았습니다. 온라인 쇼핑의 택배 시장 자체가 아직 충분히 형성되지 않은 시점에서, 덩치 큰 가구를 택배로 보낸다는 건 택배회사나 고객 모두 상상하기 어려운 일이었거든요.

하지만 소프시스는 욕심이 있었습니다. 좋은 가구를 만들어 택배로 보내고, 고객이 이를 직접 조립함으로써 그만큼의 비용을 줄이면 그 혜택을 고객이 직접 가져갈 수 있다는 생각이었습니다. 그리고 13년 만에 그 생각이 옳았음이 증명되었습니다. 소프시스의 고객들은 30만 원짜리 사장님의 의자보다 소프시스의 3만 원짜리 의자가 더 좋다는 간증(?)까지 보내오기 시작했거든요.

하지만 아무리 좋은 제품을 만들어도 고객 불만의 대부분이 발송하는 배송의 문제는 해결하기 어려웠습니다. 배송 딜레이, 불친절한 택배기사, 파손된 제품까지.

그래서 쿠팡과의 만남, 구체적으로 로켓배송과의 협업의 시작은 소프시스의 성장에 그야말로 날개를 달아줄 수 있었습니다. 오늘 주문한 책상이 내일 아침 현관에 배달되는 혁신적인 서비스, 빠른 배송은 물론이고 친절한 쿠팡맨과 CS 서비스는 소프시스 제품의 이미지에도 긍정적인 영향을 주었습니다. 물론 소프시스와 같은 작은 기업들이 쿠팡의 성장에 미친 영향 역시 컸습니다. 작은 기업들이 성장할수록, 이들의 매출이 점프할수록 쿠팡 역시 함께 성장할 수 있었습니다. 창립 10여 년 된 소프시스와 쿠팡 두 기업의 매출 그래프가 비슷한 곡선을 띄고 있는 것은 우연이 아닙니다. 서로의 성장을 서로가 이끌어 주는 역할을 해온 것이니까요.

“서로에게 꼭 필요한 존재가 되었습니다”

쿠팡 고객들의 충성도는 유명합니다. 쿠팡이니까, 로켓배송이니까 비교하지 않고 믿고 물건을 주문합니다. 소프시스가 바라는 미래도 비슷합니다. 소프시스니까 믿고 주문하는 고객들이 늘고, 소프시스라는 이름이 조립가구의 1등 브랜드가 되는 것이 공영철 대표를 비롯한 모든 임직원들이 바라는 미래입니다. 그리고 쿠팡과 함께라면 그런 미래가 단지 꿈은 아닙니다. 소프시스가 훌륭한 제품을 만들고 쿠팡이 훌륭한 서비스로 고객에게 제품을 전달하는 지금의 파트너십이 이어진다면, 소프시스가 바라는 미래는 이미 시작된 것이나 다름없습니다.

공영철 대표는 “쿠팡 없이 어떻게 물건을 팔았을까”라고 말합니다. 그리고 고객들은 말하죠. “쿠팡 없이 어떻게 살았을까?” 라고요. 이 말에는 소프시스 제품을 포함한 쿠팡이 판매하는 모든 작은 기업들의 상품과 이들의 서비스가 제공하는 일상의 변화가 포함되어 있습니다. 쿠팡을 통해 더 많은 작은 기업의 제품들이 고객과 만나고, 이들이 쿠팡 없는 일상을 떠올리기 어려울 정도로 만족을 느끼는 세상을 쿠팡이 만들어나가고 있습니다.

취재 문의 media@coupang.com