

## 중소상공인의 따뜻한 봄을 위해 쿠팡이 나섰다

2024. 4. 22.



중소상공인들은 온라인 판매를 시작하면 다양한 궁금증과 애로사항에 직면하기 마련입니다. 쿠팡 미디어 그룹(이하 쿠팡)이 이런 분들을 위해 나섰습니다. 온라인 환경에 익숙하지 않은 중소기업의 성장을 돕기 위해 전문 컨설팅을 제공하는 자리를 마련한 것입니다. 더불어 성장하기 위해 열린 이번 행사를 소개합니다.

옷차림이 한결 가벼워진 지난 3월 말, 삼성동 코엑스에서 '2024 쿠팡 광고주 설명회'가 열렸습니다. 행사를 주관한 쿠팡 미디어 그룹은 판매자의 입장에서 비즈니스 성장 방법을 고민해 맞춤형 광고와 마케팅 솔루션을 제공하는 조직입니다. 이번 행사에서는 참석한 중소기업 판매자들이 보다 성장할 수 있게 올해 상반기 트렌드, 상품 카테고리별 인사이트, 성공 사례, 온라인 판매 노하우 등을 공유했습니다.



코엑스에서 진행된 '2024 쿠팡 광고주 설명회'

이번 행사는 중소기업인 판매자의 성장을 지원하기 위한 목적이 컸습니다. 쿠팡 마켓플레이스, 로켓그로스 등 판매자들은 각자 니즈에 따라 다른 쿠팡 입점 프로그램을 이용할 수 있습니다. 그만큼 다양한 판매자 분들이 계십니다. 갖고 있는 고민과 해결책이 다르기에 행사를 통해 쿠팡은 맞춤 컨설팅을 제공했습니다. 더 적극적으로 성장을 도우려는 시도였습니다.



쿠팡 광고주 설명회 참석 등록을 위해 대기중인 판매자들

참석자들은 성공사례와 온라인 판매 노하우를 공유받고, 추후 브랜드 운영에도 도움을 받을 수 있었습니다. 행사를 통해 현재 활용 중인 마케팅 전략이 매출에 어떤 영향을 미치는지 점검할 수 있었기 때문입니다. 설명회에 참석한 판매자들은 1부 '2024 상반기 쿠팡 판매 트렌드와 성공사례'부터 2부 '가정의달 시즌 트렌드 및 인사이트와 광고활용전략'까지 모두 참석하며 다가오는 봄 시즌을 준비했습니다.

## 쿠팡과 함께 성장하는 중소기업인의 성공 노하우

'2024 쿠팡 광고주 설명회'에는 쿠팡 입점 중소기업인 판매자 약 600여 명이 참석했습니다. 판매자들의 관심을 끈 내용은 단연 다른 중소기업인들의 성공 노하우였습니다. 다양한 성공 사례는 참석자들이 쿠팡에서 효율적으로 상품을 노출하고 마케팅 전략을 이어갈 수 있도록 쿠팡 광고 상품 정보와 함께 제공했습니다. 이를 통해 참석자들은 판매 트렌드를 이해하고 각자 운영하는 마케팅 전략을 되짚어 볼 수 있었습니다.





1부 '2024 상반기 쿠팡 판매 트렌드와 성공사례'에 참석한 중소상공인 판매자들



2부 '가정의달 시즌 트렌드 및 인사이트와 광고활용전략' 카테고리별 테마관

중소상공인의 성공사례로 구성된 1부가 끝나고, 2부에서는 다가오는 봄 시즌을 비롯한 가정의 달 관련 마케팅 컨설팅이 진행되었습니다. 다양한 산업에 종사 중인 판매자들을 위해 패션 & 뷰티, 건강기능식품, 홈인테리어 등 총 3가지 카테고리 테마관이 구성됐고, 각 카테고리에 특화된 시즌 트렌드와 인사이트 및 광고 활용 전략을 나누는 시간을 가졌습니다.

## 판매자별 맞춤 전략을 제공하는 '1대1 컨설팅'

특히, 쿠팡 내부의 전문가인 쿠팡 마켓플레이스, 로켓그로스, 쿠팡페이 직원이 중소상공인들에게 무료로 1대1 맞춤 컨설팅을 진행하는 '통합상담존'이 큰 호응을 얻었습니다.



중소상공인 판매자들로부터 큰 호응을 얻은 1대1 맞춤 컨설팅 '통합상담존'



1대1 맞춤 컨설팅을 받고 있는 뷰피플 조윤오 대표

이 날 설명회에 참가한 뷰피플 조윤오 대표님은 “2021년 쿠팡에 입점한 이후로 시내코스 망원경 등 전략 상품이 잘 팔리고 있지만, 소비자들에게 어떻게 어필하는 것이 효과적일지 늘 고민이다”며 “이번 설명회를 통해 효과적인 시즈널 마케팅 전략을 얻고 맞춤 컨설팅을 통해 전반적인 마케팅 운영 방향을 점검할 수 있었다”고 참석 후기를 전했습니다.





데이터 분석을 통해 마케팅 성과를 점검하는 더쿠키 매니저



쿠팡 담당자와 마케팅 전략방향을 논의하는 더쿠키 매니저

코스메틱 브랜드 ‘더쿠키’는 브랜드 런칭과 함께 고민 없이 바로 쿠팡에 입점한 브랜드입니다. 쿠팡과 함께한 기간 동안 국내 매출이 상승했을 뿐 아니라, 해외 바이어들의 문의도 늘어났습니다. 더쿠키는 이번 행사를 통해 뷰티 카테고리의 트렌드와 성장세를 알게 됐고, 설명회에서 접한 내용을 바탕으로 상품 소개페이지를 변경했는데 실제로 해당 상품의 판매가 상승하는 것을 경험해 놀라웠다고 전했습니다.

“쿠팡에서 정기적으로 세심하게 광고 성과를 분석해주고 개선점을 제시해주고 있습니다. 쿠팡 광고담당자 분들과 함께 시간과 노력을 투여한 업무에서 성과를 봐서 행복합니다. 함께 성장을 만들고 있는 중이라 뿌듯하네요. 이 기쁨이 오래 지속되면 좋겠습니다.”



빠른정산 서비스 상담을 받고 있는 판매자

한편, 다양한 판매자 지원 프로그램도 소개했습니다. 행사장 한편에서 진행된 지난해 12월 선보인 ‘셀러월렛 빠른정산 서비스’의 첫 오프라인 상담도 그중 하나입니다. 빠른정산 서비스는 쿠팡 마켓플레이스 입점 소상공인들이 보다 빠르게 판매대금을 사용할 수 있는 서비스입니다. 현재 마켓플레이스 입점 판매자 일부를 대상으로 제공되고 있으며, 점차 확대될 예정입니다.

기흥에서 건강 & 비건 통밀빵을 만들어 판매하는 ‘아침에좋은빵’ 이지선 대표님은 빠른정산 서비스의 장점으로, ‘매출이 늘어날수록 생산에 대한 부담도 늘어 셀러론 같은 대출상품이 필요해지기도 하는데, 빠른정산 서비스는 무료 서비스라 월 이자 부담이 없다’는 점을 꼽았습니다. 빠른정산 서비스 체크카드는 물품 발주 대금, 상시근로자 대상으로 발생하는 기업운영자금(복리후생비용 등), 개인생활비, 공과금 등 사업에 수반되는 여러 비용을 위해 편리하게 사용할 수 있기 때문입니다.

이렇듯 쿠팡은 다양한 프로그램을 통해 중소기업인 판매자가 온라인 커머스 시장과 쇼핑 트렌드의 변화 속에서도 함께 성장할 수 있는 환경을 만들고 있습니다. 앞으로도 쿠팡과 함께 우수한 상품과 효과적인 광고 전략으로 커나갈 중소기업인의 성공이야기를 기대해 주세요.

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