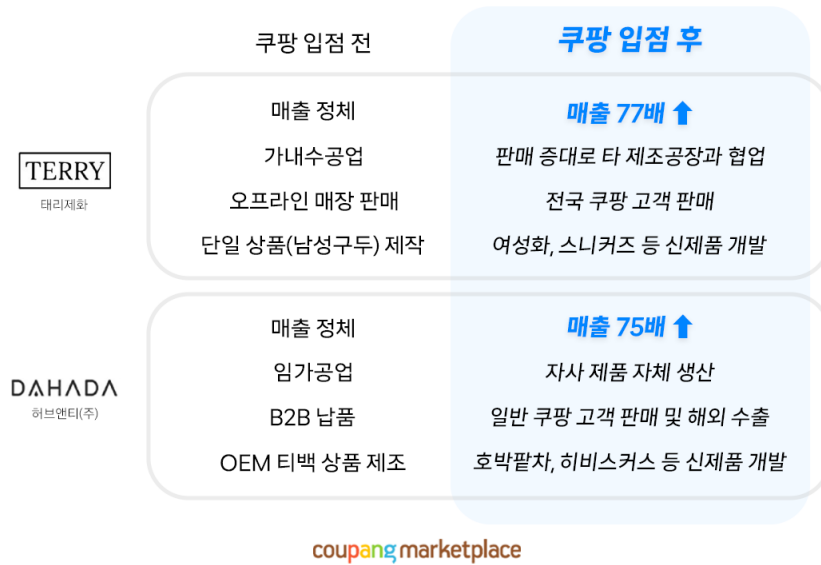


# [보도자료] 쿠팡으로 가업 잇는 2대 소상공인 사장님들 마켓플레이스로 매출 77배 뛰었다

2024. 7. 5.

## 쿠팡 마켓플레이스 입점 후 4대 변화



- 편리한 판매 관리, 유용한 교육, 광고 지원 등 통해 쿠팡 마켓플레이스에서 성장하는 소상공인 꾸준히 늘어
- 이성용 테리제화 대표, 허정우 허브앤티(주) 대표 등 “쿠팡 마켓플레이스, 가업 잇는 큰 원동력”

2024. 07. 05. 서울 - 쿠팡 마켓플레이스를 통해 위기에 봉착했던 오랜 전통 소상공인 업체들이 새롭게 부활하고 있다. 오프라인에 머물면서 판로를 개척하지 못해 경영 어려움을 겪던 업체들이 온라인에 친숙한 2대 경영을 통해 쿠팡에서 새롭게 재도약하고 있기 때문이다. 여기에는 쿠팡의 탄탄한 고객층과 더불어 편리한 판매 관리, 온라인 수업(MBA), AI(인공지능)스마트광고, 다양한 판매 프로모션까지 쿠팡 마켓플레이스의 전방위적 지원 서비스가 주효했다는 분석이다.



◇ “양화점에서 오픈마켓까지” 쿠팡에서 장인 정신 이어가는 태리제화

부산의 태리제화는 2022년 말 쿠팡 마켓플레이스에 입점 후 매출이 77배 이상 뛰었다. 이성용 태리제화 대표(43)는 “넓은 발볼, 발등 모양대로 일일이 모형을 깔고 제작하는 수제화를 쿠팡에서 팔 수 있을 거라고 상상도 못했다”고 말했다. 태리제화는 구두 장인인 이 대표의 아버지가 1967년 시작한 오케이양화점을 이어받았다. 50년 세월을 수제화 한길만 걸어온 태리제화이지만 작은 규모의 신발 브랜드가 국내외 유명 브랜드와 어깨를 나란히 하기는 쉽지 않았다. 온라인 시장에서는 더욱 그랬다. 자체몰도 만들고 오픈마켓에 입점도 해봤지만 교환 반품이 어려워 고객을 확보하기 쉽지 않았다.

이 대표는 “서울에서 부산까지 내려와 쿠팡은 특히 잡화 카테고리에서 중소상공인이 강세라는 담당자의 말에 용기를 냈다”고 했다. 노출 효율이 좋은 광고 상품 등을 병행하자 1천 만원이 안됐던 연 매출이 지난해에는 6억원을 넘어서었다. 2023년 4월부터는 바로 로켓그로스도 시작하며 고객의 니즈에 맞춰 스니커즈, 여성화, 슬리퍼 등 제조 공장과 함께 기성화까지 상품 라인을 확대했다. 이 대표는 “아버지 대부터 이어온 작은 규모의 수제화 공장만 운영하다가 쿠팡에서 매출이 급상승하기 시작하면서 생산 설비를 갖추고 기성화 공장까지 확대 운영하게 됐다”며 “3~4명의 구두 장인에서 10명까지 직원도 늘어난 만큼 앞으로도 질 좋은 신발을 더 많이 소개하고 싶다”고 소회를 밝혔다.

쿠팡은 판매자들의 부담을 덜어주는 여러 지원책을 실시하고 있다. 일부 카테고리 대상으로 별도 비용 없이 골드박스, 지금할인증 등 앱 주요 영역에 상품 노출이 가능한 무료 노출 프로모션을 상시 진행하고 있다. 매주 무료 온라인 세미나를 열어 전문 컨설턴트가 사업자 등록 등 판매 노하우를 알려준다.



◇ “월 매출 400만 원이 3억 원으로” 휘청거리던 아버지의 공장, 쿠팡에서 돌파구 찾다

경남 함양군에 위치한 농업회사법인 허브앤티(주)는 쿠팡 마켓플레이스 입점 후 3년 여 만에 월매출이 75배나 성장했다. 어느덧 월 매출 3억 원을 달성하는 기업으로 성장했지만 경영 위기로 여길 만큼 어려운 시절도 있었다. 허정우 허브앤티(주) 대표(38)는 2006년부터 아버지의 공장을 도왔다. 1차적으로 티백을 생산하면 2차로 대형브랜드에 납품하는 임가공업이 사업모델이었다. 허 대표는 “납품하던 브랜드 매출이 잘 나오기 시작하면 일반적으로 거래를 중단, 자체적으로 생산하는 일이 빈번했다”며 “매출이 끊겨 예기치 못한 영업 손실이 발생하는 등 경영 상 어려움이 많았다”고 당시를 회상했다.

허브앤티(주)는 자사 브랜드 ‘다하다’를 론칭해 쿠팡에서 판매를 시작하며 새 국면을 맞았다. 허 대표는 “판매자라면 교통이 편리하거나 손님이 많이 지나다니는, 소위 목 좋은 곳에 자리를 잡아야 하는데 쿠팡이 바로 그런 곳”이라며 “쿠팡에서 입소문이 나기 시작하고 재구매 고객이 많아지면서 쿠팡의 충성 고객이 곧 우리 브랜드 단골 고객으로 연결됐다”고 했다. ‘다하다 호박팔차’의 경우, 허 대표가 전국을 돌아다니며 질 좋은 원재료 수급에 공을 들였다. 다른 브랜드는 늪은호박 함량이 30%에 불과한데 다하다는 70%까지 끌어올리며 품질을 향상한 게 쿠팡 고객에게 통한 것이다. 허 대표는 “다른 오픈마켓에도 입점해 있지만 실질적으로 매출이 발생하는 곳은 쿠팡 뿐”이라고 덧붙였다. 쿠팡에서 판매 1위를 하는 제품들이 나오기 시작하자 베트남, 중국, 몽골, 태국 등 해외 수출 기회도 열렸다. 현재 ‘다하다’ 전체 매출의 90% 이상이 쿠팡에서 나오고 있다.

쿠팡 관계자는 “쿠팡 마켓플레이스의 편리한 판매 관리 시스템은 혼자서 상품 등록, 판매, 관리까지도 담당할 수 있어 인건비와 판매가를 낮출 수 있어 판매자 분들의 만족도가 높은 편이다”라며 “앞으로도 중소기업인들의 도전과 지속가능성을 응원하며 다양한 지원을 하도록 노력하겠다”고 말했다.

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