

[보도자료] 쿠팡에 입점한 청년 판매자들 “월 매출 500만원에서 1억으로 다양한 지원책으로 성장”

2024. 8. 2.



착착아이웨어 손동휘 대표(왼쪽)

- 온라인 판로 확대를 위해 쿠팡과 손잡은 청년 판매자들 연이은 매출 성장세
- 쿠팡의 온라인 판매 노하우, 마케팅 등 판매자 지원에 힘입어 ‘폭풍 성장’

2024. 08. 02. 서울 - 쿠팡 마켓플레이스와 로켓그로스(판매자로켓)을 활용해 매출 성장을 가속화하는 청년 판매자들이 늘어나고 있다. 온라인 판매에 대한 경험 부족으로 성장에 어려움을 겪었던 청년 판매자들이 쿠팡의 안정적인 정산 시스템을 바탕으로 온라인 판매 노하우와 마케팅 등 지원을 받아 전국의 쿠팡 고객에게 판매를 확대한 결과다.

프리미엄 패션 안경 전문 브랜드 5개를 보유하고 있는 ‘착착아이웨어’는 올 7월에는 쿠팡 마켓플레이스에 처음 입점한 21년 3월 대비 1000% 이상의 매출 성장을 기록하고 있다.

착착아이웨어 손동휘 대표(28)는 중국에서 운동 교육 분야를 공부하다가 이커머스의 성장세를 보고 안경업을 하던 아버지의 노하우를 전수받아 2021년 이커머스 시장에 뛰어들었다. 사업 초반에는 타 오픈마켓에서 판매를 시작했지만 한계를 경험하고 판매 채널을 다각화하기 위해 2022년 쿠팡에 입점하게 됐다.

그는 “처음엔 월 매출 500만 원이 목표였는데, 쿠팡에 입점한 후 재고관리, 배송, 고객 응대까지 다해주는 로켓그로스를 시작하면서 현재는 월 매출이 약 1억 원 정도 나온다”고 말했다. 착착아이웨어는 쿠팡에서 패션 안경 브랜드 랭킹 2위에 진입하며 단기간에 브랜드 인지도를 상승시켰다. 올 상반기 매출은 전년 대비 209% 성장했다.

착착아이웨어는 앞으로 또다른 신규 브랜드 출시 계획을 갖고 안경 분야에서 1등을 목표로 하고 있다. 손 대표는 “쿠팡 상품 마케팅을 적절히 활용해 적은 비용으로 상품 노출을 높인 것이 판매전환으로 이어졌다”며 “덕분에 다른 업체보다 경쟁력 있는 제품을 선보이는 것에 좀 더 집중할 수 있게 됐다”고 설명했다. 또 “안정적인 정산 시스템으로 갑자기 정산이 늦어져 재고 관리 등에 차질이 발생하는 일이 없어 계획적으로 사업을 운영할 수 있다”고 덧붙였다.

3대째 가업을 이어온 떡 브랜드 '총각쓰떡'의 이형석 대표(34)도 지난해 4분기부터 쿠팡에서 본격적인 판매를 시작해 올 5월 기준 전년 동기 대비 839% 오르며 역대 최대 매출을 달성했다.

오랫동안 동네 떡집을 운영하시는 아버지를 위해 어린 시절부터 일손을 도왔던 이 대표는 오프라인에 국한되어 있던 아버지의 떡 사업을 변화시키기 위해 2017년 친동생과 함께 창업에 뛰어들었다.



총각쓰떡 이형석 대표(오른쪽)

총각쓰떡은 사업 시작 후 2년 뒤 약 100평으로 확장 이전을 했지만 사업적 지식을 가지고 시작한 게 아니다 보니 제품 생산 기술력 만으로는 판매하기 어려웠다. 판로 확대를 위해 쿠팡에서 본격적으로 판매를 시작한 지난해 4분기 대비 현재 월 매출액은 6배 정도 성장했다. 이 대표는 “쿠팡 담당자의 도움으로 올해 1월을 기점으로 마케팅 적극적으로 활용했다. 목표 설정, 광고 설정, 사업 관련 컨설팅 등 혼자서는 알기 어려웠던 많은 정보들을 쿠팡을 통해 얻었던 것이 매출 성장의 비결”이라고 설명했다.

그는 “총각쓰떡은 제품의 품질을 위해 국산 쌀로만 상품을 만드는 등 엄선된 재료를 사용하고 있다”며 “2명에서 시작된 사업이 현재 19명까지 직원이 늘어난 만큼 좋은 재료를 사용한 제품들을 더 많이 선보이고 싶다”고 밝혔다. 또 “이번 성장을 발판으로 로켓프레시 입점도 계획하고 있으며, MZ들이 선호하는 맛을 연구해 떡과 접목한 새로운 상품군 확대도 구상 중이다”고 말했다.

쿠팡 관계자는 “온라인 판매에 대한 정보를 얻기 힘든 청년 판매자들이 쿠팡의 마켓플레이스, 로켓그로스, 로켓배송 등을 통해 고속 성장하는 사례들이 눈에 띄게 증가하고 있다”며 “앞으로도 청년 판매자들이 동반성장할 수 있도록 전방위적으로 지원을 이어나갈 것”이라고 말했다.

취재 문의 media@coupang.com