

월매출 2배, 재고 관리로 시작된 정육 브랜드 '헤이미트'의 성공기

2025. 1. 16.



헤이미트 브랜드 총괄을 맡고 있는 이현진 과장님

오프라인이 주 무대였던 정육 브랜드 '헤이미트'에게 온라인 시장은 도전 그 자체였습니다. 하지만 쿠팡 입점 후, 온라인 매출은 3배 가까이 증가했고 사업은 빠르게 성장했습니다. 예상치 못한 주문 증가에 고기가 없어서 못 팔 정도였습니다. '헤이미트'가 온라인 시장에 성공적으로 안착할 수 있었던 비결, 궁금하신가요? 지금부터 그 성장 스토리를 공개합니다.

위기 속 발휘한 기지가 브랜드를 알리는 핵심 전략으로



전라북도 김제에 위치한 헤이미트는 육가공 공장에서 시작해 오프라인 정육점과 온라인 판매를 병행하는 돼지고기 전문 브랜드입니다.

주로 취급하는 고기는 모돈(새끼를 낳은 돼지)입니다. 오래 조리할수록 풍부해지는 맛과 쫄깃한 식감을 자랑하죠. 헤이미트는 이런 모돈의 특징을 차별점으로 두고, 소비자들에게 브랜드를 알리는 데 집중해 왔습니다.

하지만, 육가공 공장 사업 초기에는 충분한 고객을 확보하지 못해 다량의 재고를 폐기할 위기도 있었습니다. 그러나 이 사건은 브랜드를 알리는 결정적인 기회가 됐습니다.



“육가공 공장을 운영할 당시, 등뼈 재고가 너무 많이 쌓였던 적이 있었어요. 남은 재고를 무작정 폐기하기보단 지역 주민들에게 무료로 나눠주기로 결심했습니다. 곳곳에 아무것도 안 사도 1인당 3kg씩 증정한다는 현수막도 걸었습니다. 그때 정말 많은 분들이 방문해주셨습니다.”

이 일을 계기로 헤이미트는 빠르게 입소문을 타며, 육가공 공장에서 지역 정육점으로 자리매김하게 됐습니다. 그렇게 조금씩 성장한 헤이미트는 그간의 노하우를 바탕으로 온라인 시장에도 도전했습니다. 하지만 오프라인 기반의 사업장에서 쌓은 노하우를 온라인 시장에 접목하긴 쉽지 않았습니

무에서 유를 창조한 헤이미트 온라인 시장 도전기

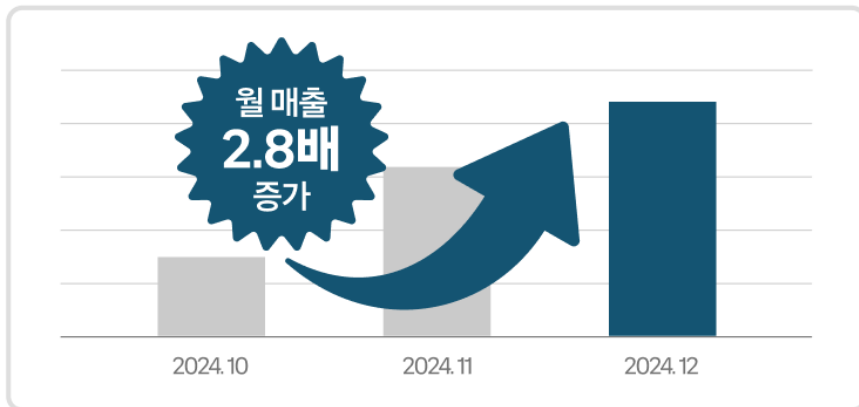


헤이미트 브랜드 총괄 이현진 과장님은 이렇게 당시 상황을 회상했습니다. “솔직히 맨땅에 헤딩하듯 아무것도 모른 채 시작했어요. 온라인 시장이 이렇게 크지도 몰랐고, 쿠팡에 상품을 올리는 방법도 몰랐으니까요.”

그럼에도 불구하고, 헤이미트는 한 가지 방법을 생각해냈습니다. 지역 주민들에게 제공하던 증정 서비스를 쿠팡에서도 이어간 것이죠. 이런 전략은 곧 긍정적인 고객 리뷰로 이어졌고, 상품 재구매율을 높이는 데 큰 도움이 되었습니다.

또한, 소비자의 피드백을 철저히 반영하는 데 주력했습니다. 모든 리뷰를 분석하고 데이터화하여 부족한 점은 개선하고, 강점은 더욱 부각시키는 방식으로 브랜드를 운영했습니다.

상생 파트너이자 과외 선생님 같았던 쿠팡



*쿠팡 광고를 진행한 실제 광고주 성공사례를 바탕으로 기재된 내용으로, 광고 캠페인 설정 및 상품, 시장상황 등에 따라 광고효과에는 차이가 있을 수 있습니다.

헤이미트는 ‘브랜드의 성공적인 온라인 시장 진출에는 쿠팡의 역할이 컸다’고 말합니다. 쿠팡 광고팀이 제시한 데이터를 보고 확신 이 든 것입니다.

쿠팡애즈 광고팀은 브랜드의 사업 규모와 특성, 그리고 예산 상황을 꼼꼼하게 파악하여 최적의 광고 방향을 제시합니다. 광고팀은 입점 판매자들이 보다 효율적으로 상품을 판매할 수 있도록 돕는 팀입니다. 단순히 광고비를 많이 투자하는 것보다 타겟 고객층을 명확히 설정하고, 이들에게 효과적으로 상품이 도달할 수 있는 맞춤형 광고 전략을 제안하는 것이죠.

헤이미트 역시 쿠팡 광고 담당자와 지속적으로 데이터를 분석해 광고 효율 극대화 방법을 찾아왔습니다. 쿠팡의 전문적인 지원 덕분에 생긴 여러 성공 사례가 있다고 하는데요. 대표적으로, 김장철을 앞두고 수요 증가를 예측한 쿠팡의 제안으로 과감하게 광고비를 증액한 사례입니다. 이를 통해 지난해 11월에는 쿠팡에서만 전월 대비 2배가 넘는 매출을 기록했고, 12월에는 세 배 가까운 성장을 이룰 수 있었습니다.



헤이미트는 매출의 절반 이상이 쿠팡을 통해 나오고 있습니다. 여러 오픈마켓에서 상품을 판매 중인 것을 감안하면 매출의 큰 비중이 쿠팡에서 비롯했다고 말할 수 있습니다. 이 과장님은 “쿠팡은 상생을 추구하는 파트너이자 훌륭한 조력자”라며, “쿠팡과 쿠팡애즈의 협력 덕분에 지금의 성장을 이룰 수 있었다”라고 쿠팡의 긍정적인 역할을 강조했습니다.

헤이미트의 앞으로의 목표는 소비자들에게 꾸준히 신뢰받는 브랜드입니다. 매출만 추구하는 기업이 아닌, 하루하루 최선을 다하며, 소비자와의 관계를 소중히 여기는 브랜드로 자리 잡는 것이죠.

쿠팡에 입점한 모든 중소상공인들이 이 같은 사례처럼 동반성장 하는 그날까지, 쿠팡의 지원은 계속될 예정입니다.

취재 문의 media@coupang.com