

동네빵집 '카페우디'는 어떻게 매출 한계를 부셨을까

2025. 4. 7.



빵을 쿠팡에서 판다는 사실, 알고 계신가요? 멀리 있는 유명 베이커리의 빵도 쿠팡으로 쉽게 만날 수 있습니다. 우리 동네 맛집도 전국구 맛집이 될 수 있고요. 서울 용산구의 어느 작은 빵집은 쿠팡에서만 월 2000만 원 이상을 버는 유명 베이커리가 됐습니다. 쿠팡 뉴스룸이 '카페우디', '우디베이커리' 신재연 대표님을 만났습니다.

이미 장사 잘되던 용산구 빵집 카페우디, 왜 쿠팡까지 해야 했을까



동네에 빵 맛집이 하나 있다고 상상해 봅시다. 생각만 해도 행복하네요. 아마 빵이 맛있으니 동네 사람들은 많이 사 먹을 겁니다. 하

지만 과연 이 빵집 주인은 매출에 만족할까요?

보통은 아닙니다. 빵집에 받을 수 있는 고객 수가 한정적이기 때문입니다. 가게는 땅에 붙어있으니, 상권에 따라 매출의 많은 부분이 결정됩니다. 그렇게 매출 상한선이 정해지고, 빵 맛은 성공의 가장 중요한 요소가 아니게 됩니다. 성공의 크기는 초기 투자에 대한 문제에 더 가까우니까요.

제과점업은 한국표준산업분류상 숙박·음식점업에 속합니다. 그리고 숙박·음식점업은 중소벤처기업부에서 지정한 소상공인을 대표하는 11개 업종 중 하나입니다. 대부분의 빵집 사장님은 처음부터 큰 위험을 감수할 수 없는 소상공인이죠. 이 사장님이 성공할 방법은 없는 걸까요?



'카페우디'와 '우디베이크샵'을 운영하는 신재연 대표님

서울 용산구 빵집 '카페우디' 신재연 대표님은 [쿠팡 마켓플레이스](#)로 이런 한계를 뛰어넘습니다. 신 대표님은 '[우디베이크샵](#)' 이란 이름으로 쿠팡에서 빵을 판매 중입니다. 신 대표님은 “제과제빵 특성상 원가가 높고, 특히 요즘은 온라인 매출이 없으면 남는 게 없다”라고 말합니다. 앞서 말한 오프라인 기반 사업의 태생적 한계 때문입니다.

우디베이크샵은 현재 매출의 약 40%가 온라인에서 발생하며, 온라인 매출의 과반 이상이 쿠팡을 통해 나옵니다. 높아진 매출 외에도 좋은 점이 있습니다. 아직 성장의 끝이 아니라는 사실입니다.

무료 노출 프로모션부터 숏츠까지, 쿠팡 마켓플레이스 활용법



우디베이크샵은 지난 3월 기준, 쿠팡에서만 월매출 4000만 원 이상을 기록했습니다. 지난해 4분기엔 꾸준히 월 2000만 원 이상 매출을 올렸고요. 흔히 월 1000만 원은 꿈의 숫자라고 불립니다. 커머스 경험이 없던 작은 빵집이 어떻게 이만큼 성장할 수 있었을까요?

① 판로 다각화: 쿠팡 마켓플레이스 입점

coupang
marketplace

우디베이크샵은 2021년, [쿠팡 마켓플레이스](#)에 처음 입점했습니다. 팬데믹 이후, 더는 매장만으로 버티기 힘들어 살길을 찾다가 한 도전이었습니다. 첫 빵을 쿠팡에 등록하면서 이렇게 생각했습니다. ‘설마 이게 되겠어?’ 일주일 만에 들어간 쿠팡. 주문이 화면에 떠 있었습니다.

“처음에는 막막하기도 했어요. 매장에서는 손님들에게 바로바로 피드백이 오는데, 온라인은 반응을 보지 못하잖아요. 그런데 쿠팡에 상품을 올려보니 빵도 팔리고, 리뷰도 달리더라고요. 쿠팡에서는 시스템 자체적으로 고객들에게 상품을 보여주는 게 있는 것 같아요.” - 우디베이크샵 신재연 대표님

신 대표님이 기억하는 시작은 어느 창대한 끝의 그것처럼 미미했습니다. 그리고 처음 반신반의하며 등록했던 [치아바타](#)는 어느덧 리뷰 수 1,300개를 넘겼습니다.

② 신상품 홍보: 무료 노출 프로모션



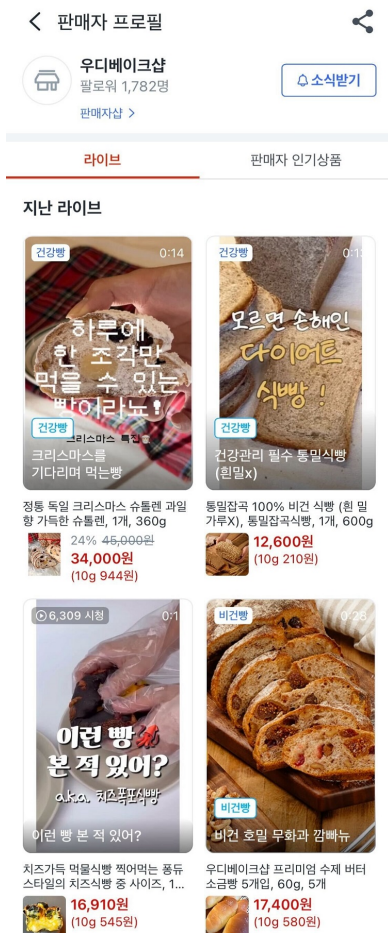
쿠팡 '무료 노출 프로모션' 선정 시 상품 노출 위치

새로운 빵을 출시하면, 쿠팡 무료 노출 프로모션을 활용했습니다.

쿠팡 **무료 노출 프로모션**은 소상공인 판매자 성장 지원 프로그램입니다. 판매자가 프로모션을 신청하면, 쿠팡이 인기 있을 법한 상품을 앱 주요 영역에 노출합니다. 물론 노출에 대한 비용은 받지 않습니다. 쿠팡의 프로덕트 커머스 활성고객은 2280만 명. 판매자들은 이 많은 고객들에게 상품을 홍보할 기회를 받는 셈입니다.

“새로운 빵이 나오면 저희는 무료 노출 프로모션을 적극적으로 신청해요. 쿠팡 안에서 상품을 보여주는 거니까 잠재고객들 눈에 쉽게 될 수 있고, 노출이 오르면 구매가 더 일어나더라고요. 리뷰도 쌓을 수 있고요. 아무래도 소비자 입장에서 리뷰 달린 상품을 사고 싶잖아요. 인지도 올리는 데 좋죠.” - 우디베이크샵 신재연 대표님

③ 구매 전환: 숏츠





우디베이크샵의 쿠팡 라이브 페이지와 쿠팡 숏츠로 5만 회 이상 시청을 기록한 '비건 호밀 무화과 깡빠뉴'

최근에는 쿠팡 '숏츠'도 활용 중입니다. 숏츠는 쿠팡의 짧은 영상 콘텐츠, 숏폼 기능으로, 판매자가 직접 기획하고 진행하는 방송입니다. 판매자가 상품을 직접 홍보할 수 있습니다. 영상과 상품 페이지가 연동돼 구매 전환이 쉽고, 상품의 핵심 내용을 효과적으로 전달할 수 있는 게 특징입니다.

우디베이크샵의 '비건 호밀 무화과 깡빠뉴' 숏츠는 베이킹 과정을 담고 있습니다. 이 빵이 어떻게 만들어지는지 궁금해하는 고객들에 영상으로 필요한 정보를 전달합니다. 그 결과, 이 영상은 5.3만 회 이상의 시청을 기록했습니다. 높은 시청자 수는 판매는 물론, 500건 이상의 리뷰로도 이어졌습니다.

따끈한 빵 속에 담긴 우디베이크샵의 경쟁력

쿠팡 마켓플레이스는 경쟁력 있는 상품만 있다면 누구나 성공할 수 있는 공간입니다. 바꿔 말하면 상품성이 가장 중요한 곳이라는 소리이기도 합니다. 우디베이크샵은 상품성을 높이기 위해 크게 두 가지 전략을 사용했습니다.

① 기억할 수 있는 컨셉: #비건빵, #건강빵



오프라인 매장 카페우디에서는 다양한 빵을 찾아볼 수 있다.

오프라인 매장인 카페우디에는 여러 종류의 빵이 고루 있습니다. 하지만 쿠팡에 등록된 우디베이크샵에는 비건, 건강빵이 유독 눈에 띕니다. 신 대표님은 그 이유를 “온라인은 타겟이 분명해야 한다고 생각했기 때문”이라고 말했습니다.

건강빵 컨셉에 맞춰, 우디베이크샵의 모든 빵은 ‘찰보리 르방(levain, 천연 발효종)’을 사용해 빵을 만듭니다. 이 천연 발효종은 소화가 잘돼, 속이 편한 것이 특징입니다. 우디베이크샵의 빵은 방부제, 설탕, 계란, 우유 등도 사용하지 않습니다. 비건 빵을 찾는 고객들을 위해서요. 컨셉을 확실히 하자 비건, 건강빵을 찾는 고객들이 몰리기 시작했습니다.

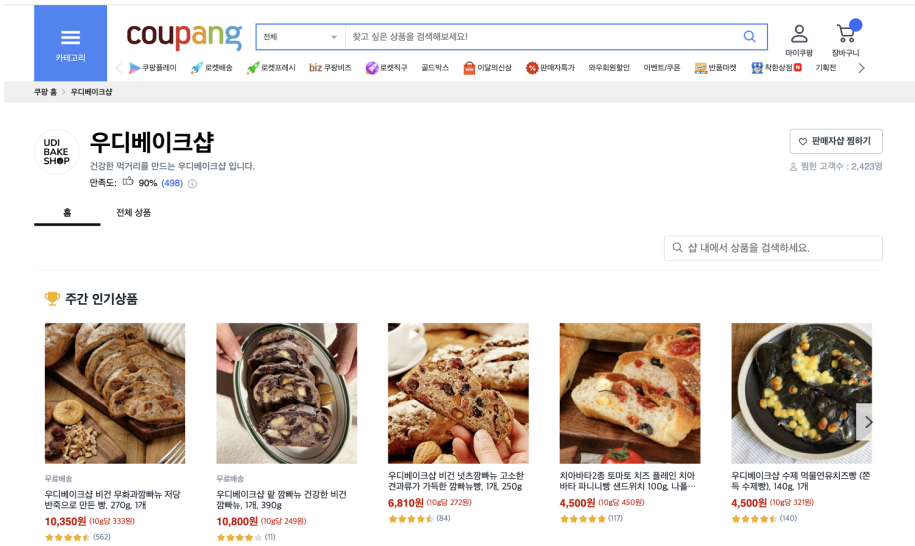
“어머니가 당뇨가 있는 쿠팡 고객분이 계셨어요. 따님 분이셨는데, 전화로 하나하나 성분 확인하신 후에 저희 빵을 주문하셨던 게 기억에 남아요. 어머니가 드시고 너무 만족하셨다고 나중에 감사 인사가 왔거든요.” - 우디베이크샵 신재연 대표님



② 고객 인사이트 분석: 아침 대응 식사 빵

우디베이크샵은 판매 데이터를 분석해 고객들이 찾는 상품군을 늘리기도 했습니다. 대표적인 예가 식사용 빵입니다. 신 대표님은 온라인에서 유독 식사 빵 위주로 잘 팔리는 것을 발견했습니다. 한 번에 빵을 주문해 냉동실에 넣어두고, 바쁜 아침에 밥 대신 먹는 고객 분들이 많았습니다. 아침으로 먹기 좋은 빵을 늘리자, 식사 빵을 찾는 고객들이 모였습니다.

더불어, 상품 상세 페이지에 ‘당일 생산 당일 발송’ 키워드도 강조했습니다. 굳이 매일 아침 빵집에 가지 않아도 신선한 빵으로 하루를 시작할 수 있다는 점을 쉽게 알 수 있도록요. 우디베이크샵의 출근 시간은 매일 오전 4시. 새벽부터 만들어진 빵은 한 김 식히자마자 바로 포장, 발송됩니다. 고객들은 언제나 신선함을 원하고, 우디베이크샵은 그 니즈를 파악했습니다.



쿠팡 우디베이크샵 페이지

이렇게 노력한 결과, 우디베이크샵은 지난 4분기, 7000만 원이 넘는 분기 매출을 냈습니다. 쿠팡에서 빵을 시켜먹다 직접 카페우디 매장을 방문하는 손님도 있습니다.



카페우디 매장

꿈을 묻는 말에 신재연 대표님은 '빵 공장 짓기'라고 답합니다. 전국 어디에나 쿠팡으로 우디베이커리 빵을 전할 수 있어 좋다는 신 대표님다운 대답이었습니다. 기술의 발전으로 우리가 얻은 가장 큰 기쁨은 가능성일 겁니다. 거리에 상관없이 내 빵을 맛보게 할 수 있다는, 천장 없이 날아오를 수 있다는 가능성이요.

쿠팡 마켓플레이스에서는 한계 없이 성장할 수 있습니다. 그리고 쿠팡은 언제나 판매자들을 환영합니다.

[쿠팡 마켓플레이스](#)

[연관 포스트: 마음 담아 구운 도넛, 쿠팡에서 빵 터졌네](#)

[우디베이커리 쿠팡 페이지](#)

취재 문의 media@coupang.com