이커머스업계 '선택과 집중'

로켓배송 "더 빠르게!"

최저가 노려 "더 싸게!"

쿠팡

물류 인프라 구축에 대규모 투자
쿠팡맨·플렉스 등 배송기사 운영

위메프

매달 특정 기간 '할인 프로모션'
모바일 평균 체류시간 업계 1위

이커머스 시장이 꾸준히 성장세를 보이고 있는 가운데, 대표 주자 쿠팡과 위메프가 서로의 강점을 최대치로 끌어올리며 시장을 이끌고 있다.

쿠팡은 어느 지역이든 빠르고 편리하게 받아볼 수 있는 배송서비스를, 위메프는 업계 최저가를 정면에 내세워 경쟁하고 있다.

◆배송은 업계 최강!

지난해 5조원대 매출액을 달성한 것으로 알려진 쿠팡은 로켓배송 서비스로 업계 최강자로 올라선지 오래다.

최근에는 쿠팡의 월 카드 결제금액이 1조를 돌파한 것으로 추정되고 있다.

앱 분석업체 와이즈앱이 한국인 신용카드, 체크카드 데이터를 표본조사한 결과, 쿠팡은 지난해 1월 5710억의 카드 결제금액을 기록했으나, 매달 결제금액이 증가해 작년 12월 1조 176억, 올 1월에는 1조 515억의 결제금액을 기록한 것으로 추정된다고 밝혔다.

조사에서 측정하지 않은 쿠팡의 로켓페이 계좌이체, 휴대폰 소액결제, 무통장입금까지 포함하면 실제 총 결제액은 더 높을 것으로 예상된다.

쿠팡의 신용카드, 체크카드 결제자는 올 1월 기준으로, 872만 명이 1회당 평균 39,600원씩 월 3회를 결제해 월 12만 원을 결제한 것으로 조사됐다.

쿠팡 김범석 대표 /쿠팡

쿠팡의 경쟁력은 '빠르고 정확한 배송'이다. 이에 가장 많이 투자한 부분은 물류 인프라 구축이다.

지난해 11월 일본 소프트뱅크 비전펀드로부터 20억 달러 규모 투자를 받은 것에서 상당수가 물류 인프라 확장 및 개선에 투입된 것으로 알려져있다.

쿠팡은 입·출고 시점과 상품 크기, 직원 동선을 고려한 '랜덤 스토(Random Stow)'를 통해 60여 개 물류 네트워크를 거쳐 전국적으로 배송한다.

또한, 자체 배송기사인 쿠팡맨 외에 지난해 8월부터는 일반인들이 본인 자가용을 이용해 물건을 배송하는 '쿠팡 플렉스'도 운영하고 있다.

앞서 15일 쿠팡은 미국 월마트 출신의 법률 전문가 제이 조르겐센(Jay Jorgensen)을 최고법률책임자(General Counsel) 겸 최고윤리경영 책임자(CCO, Chief Compliance Officer)로 신규 영입했다.

조르겐센 CCO는 고객감동을 지속적으로 실천하기 위해 글로벌 수준의 컴플라이언스 체계를 구축하고 준법경영을 강화하기 위한 전략 수립에 중점을 둘 계획이다.

◆가격으로 승부!

위메프는 '업계 최저가'를 외치며 가격으로 승부수를 띄웠다.

위메프 박은상 대표 /위메프

위메프는 지난해 11월 블랙프라이데이를 앞두고 11일간 실시했던 '블랙 1111데이'가 인기를 끌자 이후에도 매달 특정 기간 할인 프로모션을 펼쳐왔다. 그 결과 지난 1월 거래액 5500억원을 돌파, 역대 최고 실적을 기록했다. 이는 전년 동월 대비 43.3% 증가한 수치다.

위메프 관계자는 "소비자들의 체류시간이 길어지면서 거래액 증가를 이끌었다"고 설명했다. 실제 위메프의 PC와 모바일 방문자 평균 체류시간은 지난 1월 평균 79.6분으로 6개 주요 이커머스 가운데 1위다. 위메프를 제외한 주요 이커머스의 평균 체류시간은 51.9분이다.

체류시간이 길어진 원인으로는 '특가정책'이 꼽히고 있다.

관계자는 "위메프는 데이, 히든프라이스 등 가격 혜택에 최대한 집중해 더욱 빠른 성장세를 이어갈 계획"이라며 "한번 구르면 빠른 속도로 덩치가 커지는 눈덩이처럼 빠른 성장으로 거둬들인 수익을 다시 가격에 투자해 고객의 돈과 시간을 아껴줄 수 있는 쇼핑채널로 성장하겠다"고 말했다.

18일 위메프는 매주 수요일 비공개 특가서비스 히든프라이스의 '더싼데이'를 진행, 인기 브랜드 상품을 인터넷 최저가 대비 최대 58%까지 할인 판매한다고 밝혔다.

오는 20일 진행되는 더싼데이에서는 소니 플레이스테이션, LG 미니빔, 에어팟 등 더싼데이 추천 상품 구매 시 추가 할인이 가능한 쿠폰을 선착순 제공한다. 자정부터 2시간 간격으로 배포되는 쿠폰을 발급받은 이용자는 해당 제품 결제 시 최대 58%까지 추가 할인된 가격에 구매할 수 있다.

쿠폰 발급 및 사용 방법은 히든프라이스 모바일앱, 포털 검색에서 확인 가능하다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

둘째 출산 땐 200만원+월 10만원 학자금

롯데, '일하고 싶은 회사'로 도약
부산서 첫 기업문화委 정기회의

롯데는 올해 신입사원 학자금 대출 이자 지원, 출산 축하금·유치원 지원금 확대 등을 통해 직원들의 업무의욕과 몰입도를 높여 기업의 지속성장에 기여하는 환경을 만든다. 또한 생명존중 운동과 환경보호 캠페인을 통해 기업의 사회적 책임 실천에 만전을 기한다.

롯데는 14일부터 15일까지 부산 롯데백화점 광복점에서 롯데 기업문화위원회 정기회의를 진행하고 위와 같은 과제를 추진하기로 결정했다고 18일 밝혔다.

이날 회의에는 지난해 중점적으로 추진한 소통 강화, '워라밸' 문화 확산, 일하는 문화 혁신 활동들을 되짚어 봤다. 또한 올해 추진할 기업문화 활동 방향에 대해 집중 논의했다. 롯데는 올해 지속가능한 성장을 위한 기업문화 조성을 위해 '일하고 싶은 회사 만들기', '일하는 문화 혁신', '사회적 책임 실천'을 집중적으로 추진하기로 했다.

롯데는 직원들의 자긍심과 업무의욕을 고취시켜 '일하고 싶은 회사'로 거듭나기 위해 차별화된 복지제도를 개발해 올해 안에 점진적으로 추진하기로 했다. 우선 한국장학재단에서 취업 후 상환 학자금 대출을 받은 신입사원들에 대해 입사 이후 발생하는 대출 이자를 전액 지원할 계획이다.

또한 저출산 문제 해결에 기여하기 위해 계열사별로 다르게 운영하고 있는 출산/육아 관련 복지제도를 그룹차원으로 확대 운영할 계획이다. 이를 위해 둘째 자녀 이상 출산 시 축하금을 200만원 지급하고, 유치원 학자금을 월 10만원씩 2년간 지원한다. 이와 함께 현재 직장 어린이집 의무 설치 기준인 상시 근로자 500인 이상을 그룹 자체적으로 300인 이상으로 강화한다. 현재 롯데는 25개 그룹사에서 직장 어린이집을 운영 중인데, 이를 단계적으로 확대해 직원들의 양육에 대한 부담을 줄일 계획이다.

기업의 사회적 책임 실천을 위해 생명존중 문화 확산과 환경 보호에도 적극 나설 예정이다. 이를 위해 롯데마트 임직원 800여명이 참여하고 있는 '생명사랑 지킴이' 활동을 그룹 전체로 확산해 나갈 계획이다.

또한 국가적 재난으로 떠오른 미세먼지를 줄이기 위해 '미세먼지 Free' 캠페인을 펼칠 예정이다. /박인웅 기자 parkiu7854@

롯데 기업문화위원회가 지난 14일부터 15일까지 부산에서 올해 첫 정기회의를 진행했다. /롯데지주

좋은 영상만 보여주고싶은 모든 '바쁜 엄마' 마음 담아

도전! 스타트UP

크레스

영유아 교육영상 앱 '키리콘' 개발
재능 분석해 도움되는 영상 찾아줘

"세상에 떠다니는 수 많은 영상에서 우리 아이에게 꼭 맞는 영상을 찾아준다."

'전문가 엄마들이 모인 에듀테크 기업' 크레스와 최상아 대표(사진)가 지향하고 있는 바다.

초등학교 미만의 미취학 아이를 둔 엄마들은 아이가 좋아한다는 이유로, 또는 엄마가 잠시라도 숨을 돌리기 위해 아이에게 별 생각 없이 스마트폰을 주고 유튜브 등의 영상을 보여준다. 아이는 영상을 보며 시간가는 줄 모른다. 엄마도 아이가 보채지 않아 안심한다.

하지만 이런 방식은 옳지 않다. 아이에게 무심코 보여준 영상은 아이에게 해가 될 수도 있기 때문이다.

크레스는 여기에서 사업을 착안했다.

"아이마다 정서나 기질, 다중지능, 성격 등이 모두 다르다. 유튜브 등에 있는 수 많은 영상 중엔 이와 같이 서로 다른 아이들의 성장에 도움이 되는 영상도 많다. 아이의 성향에 꼭 맞는 영상을 매칭시켜 아이에게 보여주면 그냥 시간을 때우는 것보다 교육적으로 효과를 얻을 수 있다." 최상아 대표의 설명이다.

크레스의 영유아 맞춤형 교육 동영상 애플리케이션 '키리콘'은 이런 의도에서 태어났다. 키리콘은 2~7세 아이가 타깃이다.

비용이나 여건 등의 이유로 아이들을 쉽게 맡길 수 없는 상황에서 아이들이 재미있고, 부모는 부담 없이 안심할 수 있는 '콘텐츠 묶음'이 필요하다는 생각에 키리콘을 만들게 된 것이다.

최 대표와 크레스 식구들은 1년간 유튜브 등에 떠다니는 3000개 정도의 영상을 분석했다.

최 대표는 "3000개 정도를 분석해보니 교육학적으로 '인사이트'를 얻을 수 있었다. 이쯤되면 향후 영상을 분석할 때 자동화까지 가능하다"면서 "키리콘 앱에선 아이를 대신해 부모가 발달검사를 하게된다. 이를 통해 아이의 정서나 발달 등에 좋은 동영상을 추천해주고, 부모는 이를 활용하게 되는 것"이라고 설명했다. 크레스는 EBS와도 손을 잡고 교육 관련 영상도 키리콘을 통해 선보일 준비를 마쳤다.

어떤 영상이 어떤 아이에게 좋은지 등에 대한 추가 설명을 부탁하자 최 대표는 "비밀(웃음)"이라면서 "(조사를 통해)아이가 음악지능이 뛰어나다고 판단되면 노래가 나오는 영상을 통해 관련 능력을 키울 수 있도록 도움을 주는 식"이라고 부연했다.

아이디어가 전부인 스타트업인터라 영상 분석 노하우 등이 자칫 알려지면 치명적일 수 있기 때문이다.

최 대표는 김포신도시에선 꽤나 유명한 '김포맘카페'의 운영자이기도 하다.

아파트 입주 등으로 도시가 커지면서 다양한 소통을 하려는 사람들로 북적이면서 맘카페의 몸집도 크게 불어났다.

"김포를 좋은 동네로 만들어보자는 취지에서 맘카페에서 다양한 활동을 했고 회원수가 어느덧 5만명을 향해가고 있다. 제휴업체도 많아지는 등 업무가 늘고, 일하는 사람도 여럿 필요했다. 경력 단절 여성들을 중심으로 채용했고, 이들에게 임금도 정당하게 제대로 주고 싶었다. 그러다 크레스를 세워 사업을 시작했다."

최 대표 역시 두 아이를 키우고 있는 엄마다. 교육을 공부했고, 아이들을 키우고 있고, 맘카페라는 온라인과 오프라인 공간 '달에서 온 토끼'를 통해 기부 등 지역사회에서 여러 일을 하다보니 자연스럽게 아이들 교육 관련 사업을 시작하게 된 것이다.

"애 엄마가 회사 만들어 사업을 한다는 것에 대해 거부감이 있더라. 그런 시각으로 바라보질 않았으면 좋겠다. 크레스가 지역에 있는 많은 엄마들에게 좋은 일자리를 많이 만들어줬으면 하는 바람이다." /김승호 기자 bada@