

수수료 저렴
1주내 결제

파트너사 지원, 결국 소비자에게 혜택으로

위메프의 상생경영, 협력사와 MD에 듣는다

중소파트너사와 상생하기 위해 지원 정책을 대폭 늘린 기업이 있다. 바로 위메프다. 위메프는 지난해 11월부터 '신규 파트너사 지원 프로그램'을 실시하고 있다. ▲판매수수료 4% 적용 ▲서버비 면제(월 9만9000원) ▲1주 정산 ▲소상공인 전용 기획전 노출 지원 등 4대 주요 혜택을 제공하고 있는 것. 그 결과 2달간 신규 파트너사는 6100곳을 돌파했으며 월 거래액 기준 1000만원 이상 매출을 달성한 파트너사만 77곳에 달한다. 1억원 매출을 기록한 파트너사도 6곳이다.

우수 신규 파트너사 TOP5에 등극한 제주 신선식품 판매기업 부용유통(제라한감귤) 김성배 대표와 위메프 안다



부용유통에서 판매하고 있는 제라한 감귤 /부용유통

위메프, 신규 파트너사 지원 실시 월 거래액 1000만원 ↑파트사 77곳

“수수료·주정산, 매출에 큰 도움”

홍MD를 만났다.

부용유통은 제주 서귀포시에 위치한 농수산물 도소매업체로 제주 감귤 및 각종 국내산 과일과 수입과일을 전문적으로 유통한다. 그동안 오프라인을 통해 전국 공판장 및 마트 등으로 납품을 해오다가 지난해부터 온라인 유통을 확대하고 있다.

김 대표는 “온라인 판로를 개척하겠다고 마음 먹은 시점부터 위메프를 염두에 두고 파트너사로 참여했다”며 “중종 위메프를 이용해 물건을 구매했는데 이미지가 좋았다”고 위메프와 거래 이유를 밝혔다. 이어 “위메프의 신규 파트너사 지원 프로그램 덕분에 매출이 크게 올랐다. 특히 ‘수수료’와 ‘주정산’이 크게 작용했다”고 덧붙였다.

“신규 파트너사 입장에서 가장 큰 고민은 정산인 것 같아요. 많이 팔려도 정산주기가 길어지게 되면 자금 순환이



김성배 부용유통 대표(왼쪽)와 안다홍 MD(오른쪽)가 '우수 신규 파트너사' 상장을 들고 기념촬영을 하고 있다 /손진영 기자 son@

안되기 때문에 업체를 운영하기 힘들죠. 그런데 위메프는 1주 단위로 정산을 빠르게 해줘서 정산 걱정 없이 회사 운영에만 신경 쓸 수 있어서 좋았어요.”

부용유통의 업무를 지원한 위메프 안다홍 MD가 가장 크게 신경 쓴 건 가격 책정이었다. 감귤 업체가 워낙 많다보니 기존에도 가격 경쟁이 치열한데, 그보다 더 저렴한 최저가로 가격을 형성해야 하는 상황이 미안했을 정도라고.

“신규 파트너사를 발굴할 때 중요하게 보는 부분이 첫번째는 가격경쟁력이

있어야 하는 점, 두번째가 위메프와 함께하고자 하는 의지에요. 부용유통은 제품도 물론 좋지만 함께 특기회전을 해보려고 제안했을 때 흔쾌히 수락 해주셨기 때문에 (이러한 성격이) 가능했죠. 솔직히 최저가로 판매하자고 제안드리기가 미안할 정도로 저렴하게 판매했거든요.(웃음)”

김 대표는 “말도 안되는 가격에 판매했기 때문에 일부 판매자들은 ‘다같이 망하지는 않냐’고도 했다”며 “하지만, 기획전에 노출이 되려면 최저가로 가격을 형성해야 했기 때문에 가격은 포기할

수밖에 없었다”라고 당시 상황을 설명했다. 이어 “속상한 점이라면 신선식품이기 때문에 배송 과정에서 과일에 상처가 나거나 멍드는 경우가 있다”며 “상품 상세설명에 이런 부분을 적어놨지만, 보시지도 않고 ‘제품이 안좋다’고 평가하시는 고객이 더러 계셨다. 그럴 때 속상했다”고 토로했다.

부용유통은 앞으로도 위메프를 통해 더 많은 고객에게 과일을 판매할 계획이다. 저렴하게 판매하는 대신 수량을 늘리는 데에만 집중하겠다는 것.

“박리다매로 많이 팔게 되면 물류비나 부자재 단가를 낮출 수 있어요. 그 부분에서 이윤을 창출하고 또 다시 가격대를 낮춰서 더 많이 팔고... 이러한 전략으로 위메프와 함께 가려고요.”

한편, 위메프는 올해 1월까지 운영 예정이던 신규 파트너사 지원 프로그램을 4월까지 연장하기로 결정했다.

상품 등록 플랫폼도 한 단계 더 업그레이드한다. 다른 이커머스 쇼핑사 양식 호환 등록 기능을 강화, 호환 대상 사이트를 기존 1개에서 2개로 추가해 운영한다. 이들 이커머스에 상품을 등록한 판매자는 해당 양식을 복사해 위메프 시스템에 그대로 붙여 넣기만 해도 위메프에서 상품을 등록, 판매할 수 있다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



아이마켓코리아(왼쪽 4번째부터)남인봉 대표와 에이티센스 정종욱 대표 등 관계자들이 독점 판매 계약 체결을 맺고 기념촬영을 하고 있다. /아이마켓코리아

아이마켓코리아, 전문 의료기기 시장 진출

MRO(소모성자재구매대행) 기업 아이마켓코리아(IMK)가 전문 의료기기 유통 시장에 진출했다.

아이마켓코리아는 디지털 헬스케어 전문기업인 에이티센스와 패치형 심전도 측정기인 에이티패치(ATP-C120) 국내 총판 계약을 체결했다고 8일 밝혔다.

아이마켓코리아가 독점적으로 유통하게 될 에이티패치는 부정맥과 같은

심장질환의 진단과 예방을 위해 순수 국내 기술로 상용화된 초소형 웨어러블 심전도 측정기다.

이 제품은 최장 11일 동안 작동해 24~48시간 동안 착용하는 기존 홀터 심전도 기기보다 부정맥 발견 가능성을 크게 높였고, 무게도 13g에 불과해 500g이 넘는 기존 기기에 비해 50배 정도 가벼운 것이 특징이다.

/김승호 기자 bada@

셀리턴 LED 모듈, 美·日서 특허 취득

피부 탄력 회복 등 유효과장 출력

셀리턴은 미국과 일본에서 자사 LED(발광다이오드) 뷰티 기기에 적용된 '유효과장 출력 촉진을 위한 LED 모듈' 해외 특허를 획득했다고 8일 밝혔다.

셀리턴이 해외 특허를 획득한 LED 모듈은 유해한 전자파를 흡수하는 이중 흡수층으로 구성돼 피부에 피지 개선,

피부 탄력 회복 등 유익한 유효과장의 출력을 촉진한다. LED 마스크의 품질과 효과를 높이는 핵심 부품으로, 셀리턴(사진)은 국내에서 유일하게 LED 마스크 유효과장과 관련한 특허를 획득한 기업이다. /배한님 기자



중기부 “中企 수출 확장에 2000억 투입”

해외에 코리아스타트업센터 설치 한류 마케팅 고도화·마케팅 사업

중소벤처기업부가 중소기업의 수출을 돕기 위해 한류 마케팅 고도화하고 해외에 코리아스타트업센터(KSC)를 설치하는 등 2000억원을 투입해 해외 마케팅 사업을 실시한다.

중기부는 대·중소기업동반진출·수출바우처·수출컨소시엄·전자상거래활용수출·해외규격인증획득지원 등 내용이 담긴 '2020년 중소기업 해외 마케팅 지원사업 통합공고문'을 8일 발표했다. 이번 지원사업을 통해 중기부는 총 1985억원 규모로 1만2000개 이상의 중소기업에 지원한다.

이번 해외 마케팅 지원사업의 전체 예산의 60% 이상을 상반기에 집중 집행한다. 이는 지난해 다소 둔화된 중소기업 수출 분위기를 반전하고 수출 회복세를 조기에 달성하기 위함이다.

다. 해외 마케팅 지원사업은 한류마케팅 확대 및 고도화, 시장별 온라인수출 지원 다양화, KSC 설치, 혁신바우처 도입 등 정책환경과 연계수요를 반영해 마련됐다.

중기부는 한류를 이용한 마케팅 고도화로 해외판로 개척을 집중적으로 지원한다. 대기업과 공동으로 KCON 러시아와 미니 KCON 등 글로벌 한류 행사를 확대 개최한다. 아울러 한류 행사와 브랜드K 등 유망소비재 중소기업이 참여하는 판촉 상담 행사도 연계한다. 기획 단계부터 특정 중소기업제품 마케팅을 목적으로 하는 브랜드드 콘텐츠도 지원한다.

주요 수출 국가뿐만 아니라 신남방 국가와 중동 등 다변화한 시장별로 온라인수출 지원도 펼친다. 미국·중국·일본 3개국에 집중된 중소기업의 온라인 수출을 태국·베트남 등 신남방 국가와 인도·터키·UAE 등 한류 확산 지역으로

확대하기 위함이다. 아울러 소비재 전문 온라인쇼핑몰 육성을 위해 기업별로 4000만원을 일률 지원하던 것을 역량별로 차등을 두고 최대 1억원까지 확대 지원한다.

KSC 설치와 스타트업 전용 수출바우처는 벤처·스타트업 등 혁신기업 해외 진출을 활성화하기 위해 마련됐다. 지난해 미국 시애틀 등 3개소를 연 데 이어, 올해는 80억원을 투입해 스웨덴·핀란드·싱가포르 등에 KSC를 추가한다. KSC를 통해 해외 현지 벤처·스타트업 생태계와 연결해 우리 혁신기업의 해외진출을 지원한다.

스타트업 전용 수출바우처는 해외 액셀러레이터 및 벤처캐피탈과의 매칭 기회 등을 제공한다. 동일·유사·업종 기업 간 해외시장 공동개척을 돕는 수출 컨소시엄 사업도 기존 제조업 중심에서 스타트업 컨소시엄 지원을 확대하는 방향으로 추진한다. /배한님 기자 ericabae1683@

테팔 “올해 주방·가전 트렌드는 ‘S·E·N·S·E’”

(빠름·쉬운·새로운·간단한·친환경)

테팔은 8월 2020 주방용품·가전 트렌드 키워드로 '센스(S·E·N·S·E)'를 제시했다. 센스는 빠른(Speedy)·쉬운(Easy)·새로운(New)·간단한(Simple)·친환경적인(Eco-friendly)을 뜻한다.

‘빠른(Speedy)’은 워라밸(일과 삶의 균형) 문화가 자리 잡으면서 퇴근 후 자투리 시간을 활용해 여가 생활을 즐기

는 소비자가 늘고 있어 선정된 키워드다.

‘쉬운(Easy)’은 요리 프로그램과 유튜브 등을 통해 요리 열풍이 지속되면서, 집에서 간편하게 만들 수 있는 레시피가 인기를 얻고 있어 뽑혔다.

‘새로운(New)’은 나만의 취향과 개성을 중시하는 밀레니얼 세대가 주요 소비층으로 떠오르면서, 기성제품과는

차별화된 혁신적인 기능을 갖춘 제품이 소비자들의 선택을 받을 것으로 전망돼 선택됐다.

‘간단한(Simple)’ 1~2인 가구가 증가하면서, 실용적인 삶을 추구하는 미니멀 라이프 트렌드가 올해도 지속될 것으로 보여 선정됐다.

‘친환경적인(Eco-friendly)’은 환경을 생각해 생활 속 쓰레기 배출을 최소화하는 제로웨이스트 문화가 확산됨에 따라 트렌드로 떠올랐다.

/배한님 기자