

“Sponsored Products 은 실제 구매 의사가 높은 고객들이 자연스럽게 자사의 제품을 구매하도록 유도할 수 있는 효과적인 마케팅 수단이었습니다.”

“아마존을 랜딩페이지로 Off-Amazon 마케팅을 진행하여 미국의 고객들에게 자사의 제품을 효과적으로 알리는 동시에 편리하게 구매를 유도할 수 있었습니다”

2030 여성을 주 고객층으로 색조 메이크업 제품군을 판매하는 K-Beauty 브랜드 '네이크업페이스(Nakeup Face)'는 별도의 영문 사이트나 SNS 없이도 아마존을 기반으로 미국에서 빠르게 성장하고 있습니다. 네이크업페이스는 국내에서 자사몰을 포함해 여러 온라인 스토어에서 판매되고 있으며 8월부터 드럭 스토어 왓슨스에 입점해 판매를 시작했습니다. 국내에서의 빠른 사업 성장세에서 사업 확장의 가능성을 보고 미국 진출을 결정, 첫 판매 채널로 아마존을 선정해 2017년 4월 아마존에 직접 입점하였습니다. 주력 상품인 커버 쿠션 Waterking 라인을 앞세워 아마존 판매를 시작했고, 꾸준히 판매 상품을 추가하여 현재는 약 70여종의 브랜드 제품을 아마존에서 판매하고 있습니다. K-Beauty의 우수한 제품력을 바탕으로 네이크업페이스는 입점 3개월 만에 아마존 스토어의 월 평균 방문자 수 3배 달성, 매출은 약 2배 이상 성장했습니다.

네이크업페이스의 빠른 성장은 아마존 내외의 활발한 마케팅 덕에 가능했습니다. 먼저 네이크업페이스는 아마존 내에서 Sponsored products 를 적극적으로 활용했습니다. 네이크업페이스의 안현호 대리는 “현재 모든 상품에 대해 Sponsored products 를 운영하고 있으며, 매달 매출의 일정 부분 이상을 이에 투자하고 있습니다. 실제로 Sponsored products 광고를 통해 발생한 매출은 전체 매출의 30% 가까이 됩니다.”라고 전합니다. 특히 네이크업 페이스는 Sponsored products 를 전략적으로 운영하고 있습니다. 안현호 대리는 “먼저 자동 타겟팅 캠페인을 운영하면서 상세 리포트를 분석합니다. 노출 키워드와 매출 키워드를 구분하고, 나아가 경쟁사 키워드를 파악합니다. 그 후 수동 캠페인도 추가하여 높은 효율을 유지하며 Sponsored products 에 투자하는 비용을 점차적으로 확대하여 광고 효과를 극대화합니다. 이와 함께 최근 새롭게 출시된 아마존 검색 광고 툴인 Headline Search Ads 를 활용하여 아마존 내 브랜드 구축에도 힘쓰고 있습니다”라고 전했습니다.

네이크업페이스는 현재 아마존 외부에서의 마케팅도 활발히 진행하고 있습니다. 안현호 대리는 “화장품 제품 특성상, 미국 내 상품 브랜딩을 위한 다양한 마케팅 활동이 필수적입니다. 특히 뷰티 팁이나 제품 후기에 고객들이 크게 반응하기 때문에 인플루언서와 협업을 통해 유튜브 콘텐츠를 적극적으로 활용하고 있습니다”라고 말했습니다. 또한 안현호 대리는 “이 때 상품 정보를 제공하는 웹사이트 링크를 아마존의 상품 상세 페이지로 해둠으로써 관심있는 고객들이 아마존에서 해당 상품을 바로 구매할 수 있도록 했습니다. 아마존에서 자사 제품을 구매할 시 할인을 받을 수 있는 프로모션 코드도 제공했습니다. 화장법을 알려주며 저희 제품을 추천해주는 콘텐츠, 제품의 리뷰 내용이 담겨있는 콘텐츠 등 다양한 포맷의 비디오는 특히 소비자 반응이 좋고 구매율이 높았습니다. 해당 콘텐츠를 통해 방문자 수가 10배 이상 증가했으며, 최고 매출을 기록하기도 했습니다.”라고 밝혔습니다.

네이크업페이스는 앞으로 더욱 다양한 마케팅 방법과 아마존이 제공하는 머천다이징 툴을 적극적으로 활용하여 아마존에서의 판매를 활성화시킬 예정입니다. “저희는 미국 고객들과 보다 적극적으로 소통하기 위해 SNS 를 이번 달 신규 개설하였고, 외부 트래픽을 아마존 페이지로 유도할 수 있는 Amazon Associates 를 활용한 인플루언서 마케팅 등 신규 수요 창출을 위해 꾸준히 노력할 것입니다. 이와 더불어, 자사 브랜드와 제품을 더 매력적으로 보여줄 수 있는 Enhanced Brand Contents 와 아마존 스토어 프론트를 통해 아마존 내 브랜딩과 전환율 상승도 꾀할 것입니다. 추후 아마존 고객만을 위한 패키지 상품, 번들 상품 등도 계획하고 있습니다.”라고 전했습니다.

끝으로 아마존 판매를 계획하고 있는 한국의 뷰티 셀러들에게 네이크업페이스의 안현호 대리는 다음과 같이 조언합니다. “아마존은 관리를 하면 그 수치와 결과가 가시적으로 드러나고 매출로 이어지는 채널입니다. 처음 입점시에는 자사 브랜드를 이미 알고있던 고객들이 상품을 구매하기 때문에 판매가 일어날 수 있을 것입니다. 하지만 상품 인지도 향상을 위해 적극적으로 꾸준히 마케팅하는 노력이 뒷받침되어야 매출을 크게 향상시킬 수 있다고 생각합니다. 저희는 아마존에서 상품을 꾸준히 추가하고, 상품 상세 페이지를 관리하고, Sponsored products 활용하는 동시에 아마존 밖에서 적극적으로 마케팅 활동을 진행했기 때문에 매출을 크게 상승시킬 수 있었습니다. 아마존에서 신규 출시되는 툴을 포함한 다양한 머천다이징 툴을 활용하시는 것을 추천드립니다.”