

셀러 성공사례 BCC Korea

“글로벌셀링 3 년만에 전체 매출에서 아마존 비중이 80%를 넘게 되었습니다.”

BCC Korea 는 2009 년 말부터 아마존이 아닌 다른 국경간 전자상거래 서비스를 통해 온라인 유통 사업을 시작하였습니다. BCC Korea 는 다년 간 축적한 국경간 전자상거래 경험을 바탕으로 2012 년 아마존 글로벌 셀링으로 판매 채널을 확대하여 성공적으로 사업 규모를 확대한 한국의 대표적인 유통 전문 기업입니다. “처음에는 당시 새롭게 부상하던 아마존이라는 서비스를 통해 사업을 확대해볼 계획이었습니다. 기대 이상의 매출을 직접 확인하고, 본격적으로 아마존이라는 마켓플레이스에 대해서 연구도 하고 한국의 뷰티 제품을 중심으로 품목을 점점 늘리며 사업 영역을 점점 확대하게 되었습니다. 2014 년에는 아마존과 다른 국경간 전자상거래 서비스에서 발생하는 매출 비중이 비슷했었는데, 2015 년에는 전체 매출의 6~70% 수준, 올해에는 전체의 80% 이상의 매출이 아마존에서 발생하고 있습니다.”

다양한 상품 카테고리에 걸친 기회 마련

BCC Korea 는 뷰티를 중심으로 전자제품, 소형가전 및 디지털 악세서리 등 한국의 우수한 제품을 판매하며 적극적으로 아마존의 마켓플레이스를 개척하여 성공적인 성과를 이루어 내고 있습니다. “아마존은 절대적인 마켓플레이스의 규모와 성장 잠재력이 다른 서비스와 비교가 되지 않게 큼니다. 특히 아마존은 좋은 제품이 있다면 얼마든지 신규 상품을 마케팅하고 판매를 촉진할 수 있는 기회를 제공합니다. 한국의 뷰티 상품을 예로 들어서, 아마존 고객이 갖고 있는 한국 뷰티 제품에 대한 기본적인 수요가 튼튼하며 구매자의 성향도 새로운 상품에 대한 호기심이 매우 높습니다. 다른 국경간 전자상거래 서비스는 신규 제품에 대한 수요를 만들기 어려운데, 아마존은 이러한 면에서 신규 제품을 띄우며 매출을 확보하는 게 가능합니다. 저희가 지금의 사업 규모를 확보할 수 있었던 핵심 동인이기도 하구요”

강력한 FBA 의 효과를 경험

한편, 빠르게 성장하는 사업 규모만큼 신규 직원도 지속적으로 채용하고 사무실도 점차 확장하게 되었는데, 상대적으로 적은 투자로 높은 사업 성과를 이룩하는 데 아마존 FBA 가 큰 도움이 되었다고 BCC Korea 김지현 대표는 전합니다. “BCC Korea 의 사업 확장에 있어서 FBA 가 가장 큰 도움이 되었다고 생각합니다. 처음엔 FBA 의 장점에 대해 잘 모르고 이용했었는데, 지금은 직접 배송을 해야하는 특별한 이유가 없는 한 전량 FBA 를 이용하고 있고, 현재 FBA 를 통해 판매되는 물량 비중이 전체의 90% 입니다. BCC Korea 는 배송 전담 인력만 10 여명 수준이 되는데, 만약 FBA 가 없이 현재의 주문량을 소화하려면 배송 전문 인력이 지금의 2 배는 필요했을 겁니다. FBA 는 누구나 이용할 수 있는 서비스이지만 ‘잘’ 활용하는 것이 매우 중요하다고 생각합니다. FBA 이용 제품 및 물량 수준에 맞춘 패키징과 라벨링의 간소화 및 인력 운영 수준등을 잘 고려하여 이용한다면 누구나 FBA 를 통해 큰 효용을 얻을 수 있을거라고 생각합니다”

아마존 글로벌셀링 향후 계획

“BCC Korea 는 2015 년부터 아마존 유럽 마켓플레이스로 사업을 확대하여 의미 있는 성과를 얻었으며, 앞으로 인도 및 중국을 포함한 신규 아마존 마켓플레이스로 지속적으로 사업을 확대할 예정입니다. 또한 판매 품목의 지속적인 확대뿐 아니라 그동안 축적된 아마존 판매 역량을 바탕으로 Private Label 제품의 개발 및 판매도 병행하며 보다 전문적인 아마존 셀러로 성장할 계획을 갖고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 예전에는 아마존 내의 수요 창출에 집중하였으나 지금은 온라인 비디오 와 블로그를 활용한 아마존 밖에서의 마케팅 노력을 병행하며 신규 수요 창출 노력을 확대해 가고 있습니다.” BCC Korea 는 아마존 글로벌셀링을 통해 매년 50% 이상 빠르게 성장하고 있으며, 다년 간 축적한 노하우 및 성공 경험을 바탕으로 더욱더 전문적인 아마존 유통 및 판매 기업으로 한단계 도약하기 위한 준비를 하고 있습니다.