

# 셀러 성공사례 Spigen Korea

**“글로벌셀링을 시작한 2009 년 이후 5 년간 평균 107.3%의 매출 성장이 가능했습니다”**

갤럭시 시리즈, 아이폰 등 스마트폰 케이스 및 주변기기 제조사로 잘 알려진 슈피겐 코리아는 아마존 글로벌 셀링을 통해 사업을 빠르게 확장한 대표적인 사례라고 할 수 있습니다. 한국의 많은 잠재 글로벌 셀러들이 아마존에 진출하기를 바라는 마음으로, 슈피겐 코리아의 서진호 본부장은 “소규모 사업체가 해외에 진출하는 것은 물론 어려운 일입니다. 하지만 아마존 글로벌 셀링을 이용한다면 대규모 투자나 채용, 큰 위험부담 없이 빠르고 손쉽게 시작할 수 있다고 생각합니다.”라는 말을 전하고 있습니다.

슈피겐 코리아는 설립 초기부터 해외 마켓플레이스 공략을 목표로 제품개발을 준비하였는데, 마켓플레이스 규모와 확장성 측면에서 가장 매력적인 마켓플레이스는 미국이었습니다. 미국에 진입하는 신생기업의 약점을 극복하고자 온라인 직접판매 전략에 집중했고, 자연스럽게 Amazon.com 진출을 결정하게 되었습니다. “아마존은 전 세계에서 가장 큰 마켓플레이스이고, 따라서 아마존에서 가격 및 품질 경쟁력을 인정받게 되면 전 세계 어느 마켓플레이스에서도 통할 수 있는 생각을 가지고 출발했습니다. 아마존에서 가장 잘 팔리는 스마트폰 케이스 제품을 만드는 것이 최우선 목표였습니다.”

## 현지화된, 상세한 상품 설명 제공

높은 품질의 제품을 합리적인 가격에 판매하는 접근과 더불어, 슈피겐 코리아는 Amazon.com 구매자에게 자사의 상품을 정확히 알리기 위한 노력을 기울였습니다. 먼저 슈피겐 코리아는 미국 실소비자들이 사용하고 주목하는 언어에 대한 이해를 토대로 자사의 상품명, 제품설명 및 검색어를 선택한 것은 물론이고, 퀄리티 높은 상품사진을 제공해 누구나 빠르고 쉽게 상품을 이해할 수 있는 환경을 조성했습니다. “텍스트 기반의 상세한 기술도 중요하지만, 풍부한 시각적 콘텐츠를 활용해야 온라인 공간에서 소비자에게 최대한 정확하고 자세한 설명을 제공할 수 있다고 생각합니다.”

# 셀러 성공사례 Spigen Korea

## Sponsored Products 기반의 마케팅

---

스마트폰 케이스 상품의 특성 상, 스마트폰 신제품 출시에 맞추어 상품 판매를 개시하고 광고 프로모션을 진행하는 것이 기본적인 마케팅 활동입니다. 이러한 목적으로 슈피겐 코리아는 아마존의 Sponsored Products 캠페인을 적극 활용해 오고 있습니다. 그 이유로 "타 온라인 채널을 통한 광고가 일반적으로 실제 구매의사가 없는 유저에게까지 노출되는 것과 달리, 아마존의 Sponsored Products 캠페인은 구매의사가 있는 실 수요자로 한정해 상품을 노출할 수 있다는 장점이 있습니다. 미리 지정한 검색 키워드가 입력된 경우에만 광고가 노출되기 때문이죠. 결과적으로 광고노출 이후 바로 구매로 연결되는 비중이 높게 나타납니다."라고 설명하고 있습니다. "더불어 면밀한 광고효과 분석이 가능하며, 적은 예산으로도 효과높은 마케팅을 지속할 수 있다는 것 역시 장점이라고 생각합니다."

## 아마존 글로벌셀링 향후 계획

---

본격적으로 아마존 글로벌 셀링을 시작한 2009년 이후로, 슈피겐 코리아는 2014년까지 매년 평균 107.3%의 매출 성장을 달성했습니다. 그리고 이러한 성공 노하우를 바탕으로, 스마트폰 케이스 이외의 다양한 상품을 유통/판매할 계획도 준비하고 있습니다.