

옥션 가격비교 어바웃(about)에 대한 짧은 소설

본 자료는 인터넷에 게재되어 있는 옥션 어바웃(about)에 대한 단편적인 정보를 기초로 해서 Newegg Story에서 가공한 자료입니다. 따라서 일부 사실과 다른 내용이 있을 수 있습니다.

1. 서비스 전략

지난 2월 고도몰 공지게시판에 등록된 ‘옥션 어바웃 EP 개발 가이드’ 내용을 살펴보면, 가격비교를 위한 일반적인 EP(engine page) 외에 ‘클릭구매전환데이터 콜백가이드’ 라는 재미있는 문서를 발견할 수 있다.

abOut 콜백주소

<http://www.about.co.kr/ClickCallBack.aspx>

?cpcType=클릭타입&clickDate=20100125&clickNo=1&MitemNos=1112,1113,1114&MAmounts=3000,4000,5000&PayType=CASH&MOrderN=구매번호

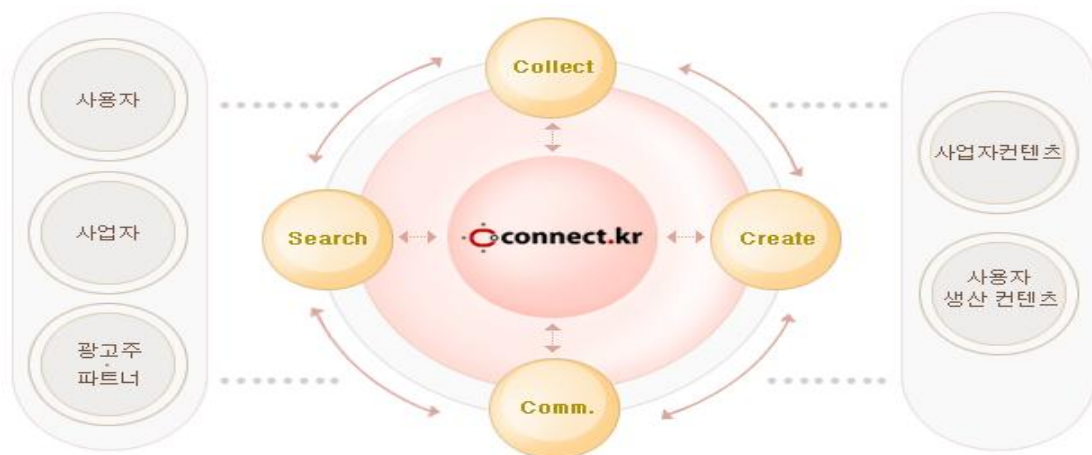
주문시 주문상품코드와 결제금액을 보내주셔야 하는데 구매내역이 여러개일 경우 주문상품코드와 결제금액을 나눠서 보내주시면 됩니다.

자료: 어바웃 클릭구매전환데이터 콜백가이드 내용중

‘주문데이터 콜백’은 일반적으로 링크프라이스나 아이라이크클릭처럼 제휴마케팅업체나 캐쉬백 적립업체들이 매출을 체크하기 위해 사용하고 있는 방식인데, 옥션 어바웃이 가격비교 사이트에서는 처음으로 이것을 쇼핑몰에 요청하고 있는 것이다.

옥션의 EP(engine page)가 의미하는 바는 크게 2가지로 요약해 볼 수 있다.

- 1) 옥션 어바웃은 가격비교를 기반으로 한 서비스이다. 즉, 가격비교 사이트이다.
- 2) ‘주문데이터 콜백’으로 유추한 옥션 어바웃의 주된 전략은 신디케이트(Syndicate)이다. 즉, 2008년 시작한 드림위즈의 커넥트(Connect)와 유사한 개념이다.



자료: 드림위즈

‘주문데이터 콜백’ 만으로 옥션 어바웃의 전략을 단정한다는 것은 다소 터무니 없는 생각일 수 있으나, 주된 경쟁상대로 지식쇼핑을 생각해보는다면 의외로 답을 쉽게 얻을 수 있을 것이다.

현재 옥션이 지식쇼핑과 경쟁하기 위해서는 옥션 및 G마켓의 트래픽을 기반으로 중소포털, 전문커뮤니티 등을 한데 묶는 신디케이트가 유일한 방법이며, 쇼핑을 기반으로 하는 신디케이트는 CPS(Cost Per Sale)로 수익을 배분할 수 있는 시스템 구축이 필수적이다. 따라서 이를 위해 주문데이터를 받아야 한다.

[참고] 주문데이터를 단순히 판매동향 파악을 위해 수집할 수도 있을 것이다.

2. 어바웃(about)의 경쟁력

1) 가격 경쟁력

가격비교 사이트에서 상품이 판매되면 쇼핑몰에서 가격비교 사이트로 약 2%의 수수료를 지급하는데, 옥션 어바웃은 이 수수료를 할인쿠폰 형태로 소비자들에게 지급한다고 한다. 아래의 옥션 어바웃 가격비교 페이지를 보면 쇼핑몰마다 ‘할인쿠폰 다운로드’ 메뉴가 있는 것을 확인 할 수 있다.



자료: 후이즈몰

그렇다면, 2%를 소비자들에게 제공한다는 것은 어떤 의미일까?

첫째, 국내의 다른 어떤 가격비교 사이트보다 최저 가격을 제공할 수 있다.

특히 냉장고, TV, 노트북등 고가의 상품들을 구매하는 고객들에게는 상당한 메리트가 될 것이다.

둘째, 기존 전문 가격비교 사이트 에누리닷컴과 다나와에 치명적인 타격을 줄 것이다.

가격비교 사이트의 매출의 근간을 이루는 것은 고가의 가전과 컴퓨터이다. 동일한 쇼핑몰의 동일한 상품을 에누리에서는 100만원에 구매할 수 있고, 옥션 어바웃에서는 98만원에 구매할 수 있다면 소비자는 과연 어디서 구매할 것인가?

다음 쇼핑하우의 매출비중은 쇼핑박스가 78%, 거래수수료가 22%이다. 다시 말해 트래픽이 많은 가격비교 사이트는 거래수수료 보다는 광고매출 비중이 높다. 물론, 옥션 어바웃이 초기에 쇼핑하우처럼 광고매출이 높지않아 단기적으로 수익성에는 문제가 있겠지만, 기존 가격비교 사이트를 흔들기 위한 방법으로는 가장 효과적일 것이다.

2) 상품수 경쟁력

옥션 어바웃은 가전, 컴퓨터는 기본이고 기존 가격비교사이트들이 신경을 많이 쓰지 못했던 패션부분 까지 작업을 하고 있다. 오픈을 하게 되면 국내 가격비교 사이트에서 가장 많은 가격비교 모델수(약 80만 개)를 보유하게 될 것으로 예상하고 있다. 가전, 컴퓨터에서는 기존 전문가가격비교 사이트인 에누리나 다 나와의 콘텐츠 품질에는 미치지 못하겠지만, 다양성에서는 기존 가격비교 사이트에 비해 상당한 우위에 있을 것이다.

3) 콘텐츠 경쟁력

상품 상세페이지에서 기존 가격비교 사이트에서는 제공하지 못하는 판매동향을 제공해 주는 것이다. 물론 에누리에서도 판매수량을 제공하고 있으나, 옥션처럼 구매 고객정보는 제공하고 있지 않는다.



자료: 후이즈

오픈 초기 옥션 어바웃을 통한 매출이 그리 많지 않을 것이기 때문에 정보가 부실하게 제공될 수도 있을 것이나, 점차 활성화 되고 신디के이트 제휴가 정상적으로 진행된다면 가장 핵심적이고 독보적인 콘텐츠로 자리매김 할 수 있을 것이다.

[참고] 가격비교 사이트의 특성상 로그인하지 않는 고객들이 많은데 '구매고객정보'를 어떻게 가져올까? 하는 의문이 있다. 콜백 데이터에도 없고, 쇼핑몰에서는 개인정보정책 때문에 받지 못할 것이고.. 유일한 방법은 아마 할인쿠폰 다운로드를 미끼로 강제로 로그인 시키는 수 밖에 없을 것이다. 옥션이나 G마켓의 판매데이터를 그대로 가져오는 것이 아니라면...

4) 가격 정확도 경쟁력

가격비교 사이트에서 가격이 정확하지 않는 업체들은 대부분은 많은 상품수와 가격변화가 심한 오픈마켓들이다. 옥션 어바웃의 시스템 구성을 정확히는 모르겠지만, 옥션과 G마켓이 같은 회사이기 때문에 이 두 업체의 가격에 대해서는 기존 가격비교사이트 보다는 아무래도 정확하지 않을까 예상된다.

3. 어바웃(about)과 11번가

1) 옥션 어바웃의 입장

가격비교사이트의 핵심은 정확한 가격 및 최저가격을 소비자들에게 제공해줄 수 있는가 이다. 앞서 언급한 바와 같이 할인쿠폰을 통해 경쟁 가격비교 사이트에 비해 최저가를 제공할 수 있다고 해도, 11번가의 가격을 비교하지 못한다는 것은 옥션 어바웃의 큰 약점이다.

소비자의 입장에서 11번가의 가격을 다른 가격비교 사이트나 혹은 직접 방문해서 확인을 해야 한다면 매우 불편할 것이다. 따라서 옥션 어바웃에서 제공하는 최저가에 대해 소비자들이 신뢰하게 만들거나 혹은 옥션 어바웃 상품페이지에서 11번가의 가격을 쉽게 검색할 수 있는 꼼수가 필수적일 것이다.

2) 11번가의 입장

옥션 어바웃이 오픈하게 되면 G마켓, 옥션 등 어바웃에 입점된 쇼핑물의 경우 현재의 가격에서 2%를 할인해서 판매하는 효과가 있다. 특히 오픈마켓의 간의 최저가 차이는 10원 또는 100원 단위로 결정되는 상품의 많다. 따라서 11번가는 가격경쟁에 대한 추가 부담이 있을 것이다.



4. Newegg Story 의견

전체를 정확히 모르고 단편적인 내용을 기반으로 작성했기 때문에 내용 여기 저기에 허점이 많이 있다. 예를 들어 옥션 어바웃이 쇼핑물과 몇 %로 계약을 했는지는 모르겠지만, 고객들에게 2% 할인쿠폰을 주게 되면 신디케이트업체와 수익배분에 애로사항이 발생한다. 물론 2% 할인쿠폰도 가정이다. 따라서 제목처럼 그냥 소셜채널에서 읽는 것이 바람직 할 것이다.

다만, 확실한 것은 옥션이 수수료를 포기하고 이를 할인쿠폰으로 제공하게 되면, 에누리닷컴과 같은 전문가격비교 사이트들과 11번가에는 상당히 큰 타격이 있을 것이다.

개인적으로 옥션 어바웃은 스파르타쿠스 시즌2를 기다리는 마음과 비슷할 정도로 기대된다.

□ Newegg에 저작권이 없는 자료

자료에 대한 권리는 해당 저작권자에게 있으며, 수정과 배포에 대한 어떤 보장도 해드릴 수 없습니다. 저작권을 보유하지 않은 자료는 하단에 저작권자를 표시해 놓았습니다. 저작권자를 알지 못해 표시를 못한 자료 역시 해당 저작권자에게 권리가 있습니다. 저작권자의 요청이 있는 경우 해당 자료의 사용을 즉시 중단하겠습니다. (연락처: nsdcom@empal.com)

□ Newegg에 저작권이 있는 자료

크리에이티브 커먼즈 저작자표시 2.0 대한민국 라이선스에 따라 이용하실 수 있습니다 (<http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/kr/>)