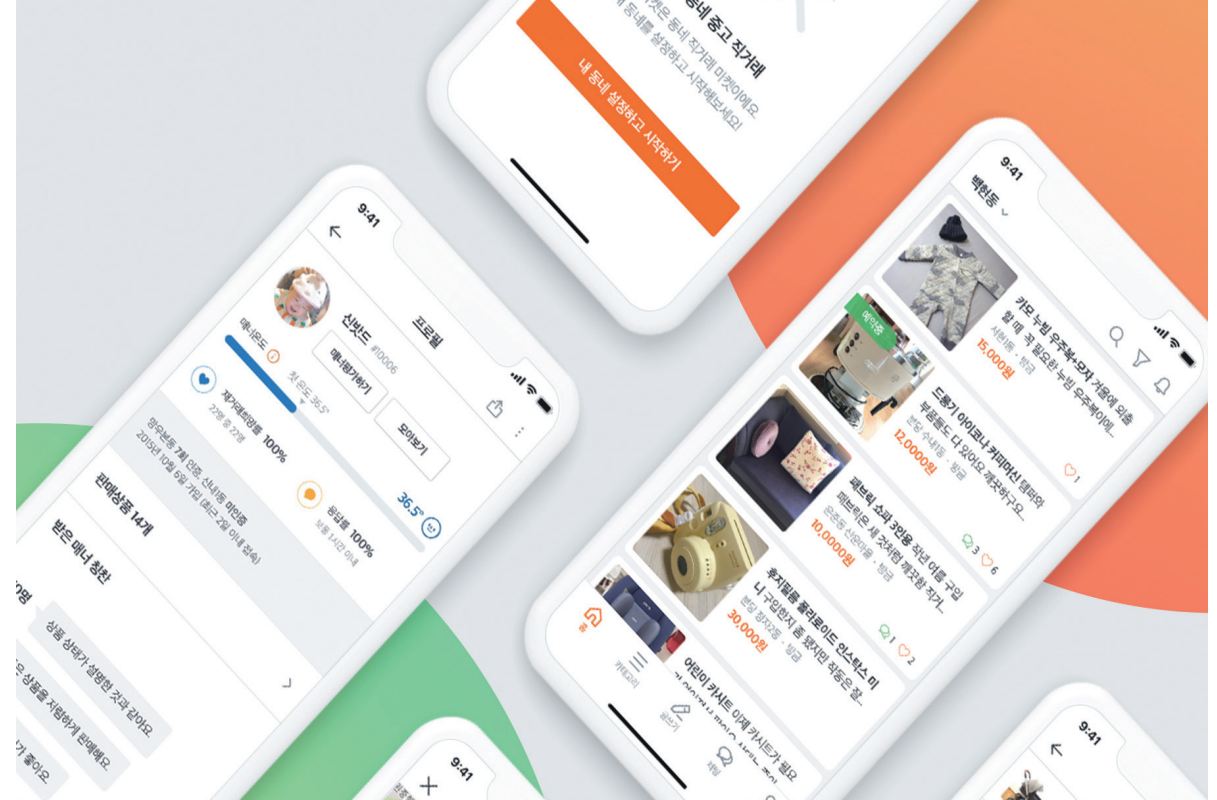


# 지역기반 중고거래, 신뢰로 성공 쌓아올린 '당근마켓'

글 조순아 | 객원기자 | sachonate.com



중고 물품을 거래하기 위해 한 번쯤은 지역의 생활정보 신문을 펼쳐보거나 온라인에서 거래를 해봤을 것이다. 저렴한 가격에 질 좋은 중고 물품을 구하는 일은 무척 매력 있지만, 구매가보다 더 큰 비용을 지불하면서 구매하는 사람이 있을까? 예를 들어, 질 좋은 상품 가격이 1,000원이라고 하면 2,500원부터 시작하는 택배비를 내고 물건을 사는 일은 배보다 배꼽이 더 큰 격이다. 게다가 사람들이 물리고 매물이 많아지면부터는 복잡한 문제가 발생하기 마련이다. 선금만 받고 연락을 끊어버리는 양심 없는 중고 물품 판매자들이 속출하면서 중고 물품 거래 사이트는 예전보다 대중들에게 신뢰되는 물론 인기도 많이 얻지 못한다. 인터넷 사기피해 정보공개 사이트인 더치트(thecheat.co.kr)에 따르면 2006년부터 2018년 10월까지 인터넷 사기로 피해를 입은 사례 건수는 34만 건, 피해금액은 무려 1,160억 원인 것으로 나타났다.

그러나 이런 악재 속에서도 자신들만의 신념과 노하우로 중고물품 거래 시장에 새 지평을 연 곳이 있다. 바로 스타트업 당근마켓이다. 주홍빛 채소를 연상케 하는 이 사명은 '당신 근처의 마켓'이라는 의미를 담은 명칭이다. 올해로 창업 3년 차에 접

어든 당근마켓은 동네에서 현장으로 직거래를 할 수 있도록 하여 탄탄하면서도 비교적 안전한 온라인 장터를 일궈왔다. 될성부른 나무는 떡잎부터 알아본다고 했던가. 캡스톤파트너스, 카카오벤처스, 스트롱벤처스, 소프트뱅크벤처스 등 우수 투자회사로부터 81억 원의 투자를 받은 정도면 앞으로도 주목해야 할 가치가 충분할 스타트업이 아닐 수 없다. 앱 다운로드 수 300만 회, 유저의 하루 평균 앱 사용시간 20분, 월 앱 방문자 수 130만 명이라는 수치도 예사롭지 않아 보인다.

앱 분석 전문업체인 와이즈앱(Wiseapp)이 발표한 '2018년 내재가치가 가장 많이 성장한 앱'에 당근마켓은 유튜브를 비롯한 삼성페이, 인스타그램, 카카오페이지 등 쟁쟁한 대형업체의 앱들과 함께 당당히 이름을 올렸다. "내 동네에서 직거래하기 때문에 안심하고 거래할 수 있고, 돈보다는 이웃들과 서로 쓰지 않는 물건을 공유하면서 정을 주고받는 동네 장터 같은 분위기라 만족스럽다."는 게 당근마켓을 이용하는 이들의 주된 평가다.

## 마음이 잘 맞는 동료들, 또다시 한술밥을 먹다

창업 4년차에 접어든 당근마켓은 대한민국 모바일 사용자라면 누구나 알고 있는 카카오톡에서 기획과 개발로 다져진 능력자들로 구성된 내실 있는 스타트업이다. 회사를 이끄는 쌍두마차는 김용현, 김재현 공동대표다. 두 대표는 카카오톡에서 팀장과 팀원으로 함께 일하기도 했다. 김용현 대표는 기획과 마케팅을, 김재현 대표는 개발을 총괄하며 당근마켓을 안정적이고 탄탄하게 운영하고 있다. 회사 구성원들 또한 카카오톡에서 한술밥을 먹던 동료들이다. 팀 내 개발자는 김재현 대표를 포함 5명이고, 여기에 기획, 마케팅, 디자인을 맡은 3명을 포함하여 총 8명으로 구성되어 있다. 아직은 스타트업이기에 각자 일당백을 기본 원칙으로 삼고 있으며, 최소의 인원으로 최대의 효과를 얻을 만큼 쟁쟁한 실력을 갖춘 능력자들이기도 하다.

이들이 처음부터 지금의 '잘나가는' 당근마켓이

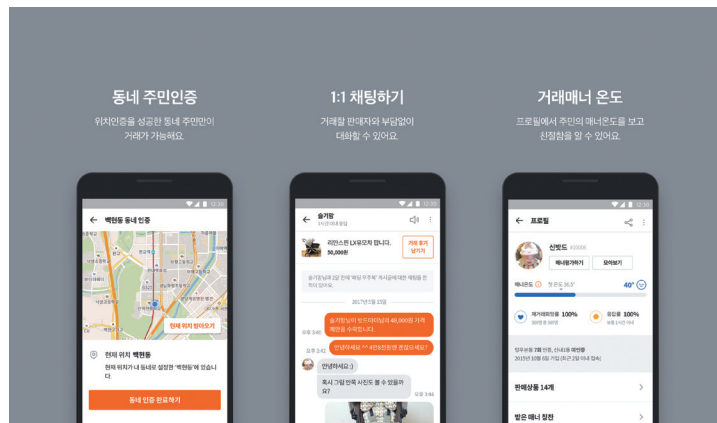
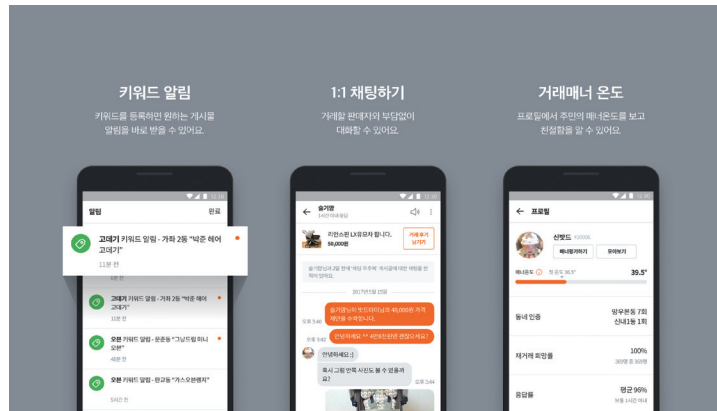
라는 이름으로 서비스를 했던 것은 아니다. 2015년 7월 판교에서 '판교장터' 서비스를 오픈하며 시작했다. 초기의 마케팅 전략은 작은 지역 한곳이라도 확실히 잡는 것이었다. 이를 위해 발품을 팔아 판교의 아파트 게시판마다 전단지들을 부착, 주민들에게 돌리기도 했고 홍보를 위해 현수막을 설치한 드론을 띄우기도 했다. 또한 친구 초대를 하면 유명 커피브랜드 기프티콘을 주는 등 사용자 유입을 위한 이벤트에도 공을 들였다. 다행히 이 방법으로 판교에서 자리를 잡을 수 있었고 서비스 오픈 3개월 만에 옆 동네인 분당구로 지역을 넓힌다는 '근접지역 확장' 전략을 구사할 수 있게 되었다. 이 전략은 판교의 매물이 확보된 상태에서 시작하면 거래가 안정적일 수 있다는 판단 때문이었다. 그래서 서비스명과 사명을 '판교장터'에서 당근마켓으로 변경하였고, 분당 지역을 오픈하면서 인증수단 역시 휴대전화번호 기반으로 바꿨다. 이런 점차적인 변화와 노력은 그해 12월에는 구글 플레이 '2017 올해를 빛낸 인디 앱'에 선정되며 빛을 발했고, 해가

바뀐 2018년 1월에는 가입자 100만 달성이라는 큰 성과를 거두며 본격적인 성장 가도를 달리고 있다.

### 안심하고 믿을 수 있는 동네 장터

당근마켓이 초기 성과를 거둔 요인으로는 동네를 기반으로 삼아 편리하고 안전한 거래가 보장된다는 점을 들 수 있다. 기존 중고거래 사이트와 당근마켓이 차별되는 점은 사용자의 동네인증, 거래 매너 온도, 1:1 채팅, 가격 하락 알림, 나눔의 날, 감사 인사 등 서비스 제공 카테고리의 차별화다. 우선, '동네인증'으로 거주하는 동네를 인증한 주민만 거래할 수 있으며 거래하기 전 상대 프로필에 있는 '매너 온도'를 확인함으로써 판매자가 신뢰할 만하지 지표를 보여준다. 그리고 1:1 채팅을 통해 거래 당사자인 판매자와 구매자가 거래 물품 관련으로 대화할 수 있다. 또한, 내가 관심 게시물로 등록한 물품 가격이 떨어졌을 때 앱이 '가격 하락 알림'을 보내면 사용자는 더 저렴한 가격에 중고 물품을 구매할 수 있다. 이렇게 쉽고 편한 거래가 이어지다 보니 사람들이 게시물에 머무는 횟수도 빈번해지고, 어느새 온라인 지역 장터가 되었다.

처음부터 동네 지향 서비스로 출발하다 보니 이용자들의 행동반경이 가까워서 이웃이라는 친근감을 가질 수 있었던 셈이다. 거기에서 다른 중고 사이트에 비해 가격이 30% 가량 저렴한 편이다. 뿐만 아니라 직거래여서 택배비가 들지 않는다. 구매자가 판매자에게 직접 찾아가는 방문 직거래가 활성화돼 있고 내게 필요 없는 물건을 우리 동네 사람들에게 싸게 판매하는 동네 벼룩시장 같은 느낌을 준다. 6km 반경 내에서 거래가 이루어지는 편리함 때문인지 분당, 판교, 죽전, 수지 그리고 바다 건너 제주에서도 거래가 잘 되는 편으로 가구, 육아용품, 생물 등을 매물로 올리기도 한다. 일반적인 중고거래 사이트에서는 성사되기 어려운 큰 가구, 무료 나눔, 아파트 매물에다 제주도 어부가 직접 어획한 생물까지 거래 되는 등 품목도 다양하다. 또 도매업자에게 보내기 꺼려지는 과수원 과일을 동네



주민에게 저렴하게 판매하는 등 중고거래가 어느새 훈훈함으로 이어진다. 앱에는 '따뜻한 거래 후기' 메뉴가 별도로 있어 구매자들의 '훈훈한' 거래후기를 직접 확인까지 할 수 있다.

### 구경하는 재미도 쏠쏠

또한 SNS처럼 매일매일 구경하는 서비스라는 재미가 가미돼 있어, 앱에 오래 머물게 된다. 단지 거래뿐만 아니라 매물을 둘러보는 시간이 길어지면서 앱 사용이 더욱 빈번하다. 이는 두 대표가 같은 회사 재직 시절 지역 광고에 대한 고민한 결과, 거래만으로 수익을 내기는 어렵다고 판단했기 때문이다. 그렇다고 사람들에게 불필요한 광고를 보여주면 효과보다는 부작용이 더 크다. 사용자가 매일 서비스에 체류하는 시간이 길어야 광고에 노출되고 그 이후부터 광고효과를 낼 수 있다는 것이다. 그리하여 기존 방문자들의 체류시간도 늘리고, 더 나아가 사용자를 많이 만드는 것이 당근마켓의 목표다.

판매자와 구매자 사이의 불만이나 큰 문제없이 100% 거래가 성사되면 더할 나위 없이 좋지만, 구매 후 불만이 접수될 경우 당근마켓은 신속한 문제 해결을 위해 중재자 역할도 한다. 예를 들어 하자가 있는 제품을 판매한 판매자에게 환불해주지 않으면 중간에서 직접 강제요청을 하고, 미해결 시에는 이

용정지까지 단행한다. 이렇듯 구매자의 피해를 최소화하기 위해 운영주체인 당근마켓이 적극 개입한다. 당근마켓과 유사한 중고 거래 사이트에서는 단순히 사이트를 이용한 판매와 거래만 가능하고 피해가 발생할 경우에 대해서는 사전 공지로 주의를 환기시키는 정도일 뿐, 구매자의 피해에 책임을 지려고 하는 업체들이 별로 없다. 그러나 당근마켓은 이런 면에서 책임을 다하려 한다. 이 또한 동네 기반이 아니라면 불가능했을지도 모른다.

아직 스타트업 기업인 당근마켓에는 거래 품목이 많은 편은 아니어서 사용자들이 아쉬워하는 점도 있다. 미국의 오퍼업(OfferUp), 유럽의 렛고(letgo), 동남아의 캐러셀(Carousell) 등도 당근마켓처럼 지역 기반의 거리 서비스를 제공하고 있다. 가까운 나라인 중국의 오파닷컴처럼 지역 업자를 연결해 리스트를 제공하고 청소, 기사도우미 등의 서비스와 연계하는 방안도 고민 중이다. 당근마켓은 김재현 대표의 말처럼 오파닷컴과 닮아 있다. 오파닷컴도 초기에는 중고거래로 시작해 크게 성장했기에 당근마켓 또한 지역을 기반으로 공동체를 지향하는, '사람 냄새 나는' 동네 커뮤니티를 꿈꾼다. 신뢰에 기반을 두며 앞으로도 더욱 안정적이고 꾸준한 성공을 만들어나갈 스타트업 기업 당근마켓의 행보를 기대해본다. ①