

아마존 뒤를 잇는 e커머스 신흥강자

- ❖ 가구 인테리어 등 가정용품을 온라인 판매로 10억 달러 비즈니스를 창출하는데 성공함
- ❖ 고객선호도를 집중 분석하고 그 결과를 토대로 판매 전략을 세워 매출을 늘림
- ❖ 기업공개를 내년 또는 내후년 추진할 예정이며 이를 위해 워너뮤직 회장을 CFO로 영입함

e커머스
시장 주도



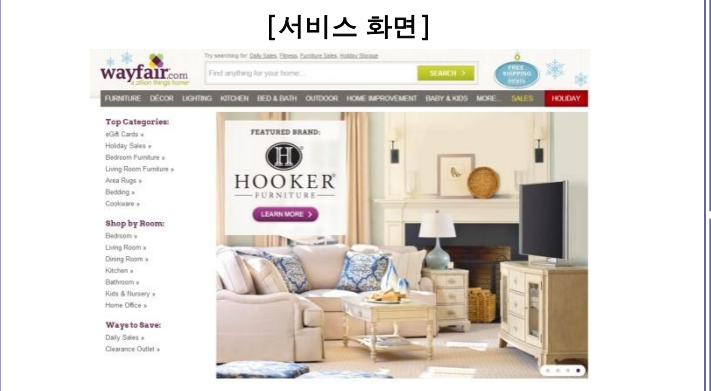
평가표(5점 만점)	
수익성	2
차별성	3
충성도	3
진입장벽	3
리스크	2

- ### 서비스 특징
- **e커머스 신흥강자:** 웨이페어는 중저가 가구나 인테리어 용품을 온라인으로 판매해 10억 달러 거래시장을 일궈냄. 2013년 주문액수가 10억 달러를 넘어서고 매출액은 9억 달러를 돌파함. 레드오션 시장에서 성장을 지속 중이며 이를 바탕으로 내년경 IPO를 추진할 예정임
 - **고객중심 전략:** 웨어페어 성공은 고객분석을 통해 사용자 입맛에 맞는 상품을 노출시켜 구매욕구를 높이는 판매 전략이 큰 효과를 본 것. 핀터레스트형 상품 웹사이트 디자인 구성으로 관심을 유도하고 여기에 맞춤형 상품을 제공해 시장 수요를 만들어 냄
⇒ 1만2천개 브랜드 아래 총 700만개 상품을 판매

- ### 시장 상황
- 아마존 등장 이후 e커머스 시장에서 후발주자가 10억 달러 규모 시장을 창출하기란 불가능할 것으로 여겨짐. 월마트나 타겟 같은 오프라인 업체와 여러 온라인 업체가 산재해 후발주자가 성장하기 어려운 상황
 - 웨이페어처럼 고객 데이터 분석을 통해 틈새를 공략하고 차별화를 시도하는 기업이 증가하는 추세. 빅데이터 분석이 금융분야 뿐만 아니라 e커머스 분야에서도 주목을 받을 것으로 전망됨. 개별적으로 대응하는 방식만이 까다로운 고객 입맛을 맞출 수 있음

주요 경쟁사

- 아마존, 이베이, 월마트, 타겟, 메이시, 오버스톡 등



- ### 경쟁 포인트
- **다품목:** 원하는 상품을 한자리에서 구입할 수 있게 함
 - **맞춤형:** 고객 선호도에 맞게 판매 사이트 디자인을 구성함으로써 이용자 구매 욕구를 자극함

- ### 시사점
- e커머스 분야에서도 10억 달러 비즈니스를 창출할 수 있다는 선례를 남겨 후발주자 사기를 진작시킴
 - 고객 입맛이 까다로운 시장은 고객 맞춤형 판매전략으로 공략해야 성공 가능성이 높다는 것을 보여준 사례
 - 급성장중인 웨이페어가 내년경 IPO를 추진할 예정임에 따라 투자자들 관심이 IT기업에 다시 집중될 전망임