

아마존 인디아, 인도 맞춤형 서비스 개발로 승부한다!

인도 진출 10주년을 맞이한 아마존 인디아는 인도 전자상거래 분야의 선두기업 가운데 하나로 자리매김했다. 하지만 아마존 인디아는 이에 만족하지 않고 더욱 더 점유율을 확대할 방법을 찾고 있다.

글 Noor Fathima Warsia 사진 Getty Images

아마존 인디아가 개최한 '그레이트 인디아 페스티벌 2023'은 역대 최고 방문객 수를 기록했다. 또한 방문자의 80% 이상이 대도시가 아닌 중소도시에서 접속해 들어왔다. 이러한 기록은 아마존의 성장에 대해 많은 점을 시사한다. 이전까지만 해도 아마존 인디아는 인도에서 비용 감

축을 위해 인력 해고 등의 조치를 취하며 어려운 시기를 보냈다. 인도에서 전자상거래 부문을 포함한 빅테크 기업의 성적은 그리 좋지 못했고, 아마존도 예외는 아니었기 때문이다. 그러나 2023년 이후 새로운 전환기를 맞이하면서 아마존 인디아는 성장 궤도를 유지하고 있다.

아마존의 자신감

아마존 인디아의 마니시 티와리 부사장은 "우리는 인도에서 첫발을 내디딘 상태다. 인도에서 우리가 할 일은 무궁무진하다"고 자신감을 드러냈다.

대부분의 동종업체와 마찬가지로 아마존은 인도를 위해 맞춤 시나리오를 만

“미국에서는 판매자가 상품을 창고로 가져오고 아마존에서 모든 물류를 처리한다. 그러나 인도는 판매자의 프로필이 다르다. 인도는 대다수가 소규모 판매자다. 우리는 이러한 인도 판매자를 위해 배송 판매자(ship sellers)와 같은 새로운 주문 배송처리 모델을 만들거나, 아마존의 지역 상점을 만드는 등 혁신을 꾀하고 있다. 우리는 인도의 상황에 맞는 모델과 서비스를 개발하고 있으며 특화된 맞춤형 전략을 통해 인도 시장을 확대하고 있다.”

마니쉬 티와리

아마존 인디아 부사장 겸 소비자 비즈니스 책임자



들었다. 마니시 티와리 부사장은 "인도는 크고 성장하고 있는 시장이다. 우리는 계속해서 혁신해야 한다. 인도의 5억 명에게 접근할 수 있는 절대적인 방법 같은 것은 없다. 언어, 쇼핑 경험, 배송 속도, 소셜 커머스 등 다양한 방법을 통해 우리는 인도 시장에서 자리를 잡을 수 있도록 노력해 왔다"라고 설명했다. 이러한 전략과 노력 덕분에 아마존 인디아는 판매자가 120만 명을 넘어서며 인도에서 엄청난 성장을 이뤄가고 있다.

인도 사업에서 가장 주목할 만한 것은 아마존 프라임과 아마존 페이다. 이 두 서비스는 종합적인 서비스를 제공하는 데 큰 도움이 되었다. 아마존 프라임은 지역 중소도시에서 전자상거래가 활성화되는 데 중요한 역할을 했다. 아마

존 페이의 UPI(통합결제서비스)는 8천만 명 이상의 사용자를 자랑한다.

또 하나의 중요한 사업은 아마존 비즈니스이다. 아마존 비즈니스는 인도에서 기업이 구매하고 판매하는 방식을 변화시키는 것을 목표로 한다. 인도 아마존 비즈니스의 수척 수바스 이사는 "우리는 제조, IT 서비스부터 호텔, 병원, 의료 등에 이르기까지 여러 산업에서 기업이 필요로 하는 것을 조달하고, 전체 비용을 절감할 수 있도록 기업을 지원하고 있다. 우리는 1만 4천 명의 판매자로 시작하여 지난 6년 동안 기업들의 조달 프로세스를 변화시킬 수 있도록 혁신에 혁신을 거듭해 왔다"고 설명했다.

사업 영역의 확대

아마존 인디아의 성장 동력은 아마존 패션, 아마존 무선 & TV, 아마존 프레시와 같은 다양한 카테고리를 확장하는 것이었다. 특히 고객별 맞춤형 카테고리를 통해 뷰티, 패션, 주얼리와 같은 다양한 업종에서 아마존은 경쟁력을 키워왔다.

EY인디아 소비자 제품 및 소매 부문의 양슈만 바타차리아 총책임자는 "다양한 카테고리에서 전자상거래 보급률을 보면, 필수품 및 일용소비재 제품은 5% 미만, 라이프스타일 관련 제품은 40%로 다양하다. 지역 중소도시로 확장하는 것에 초점을 맞춘 전자상거래 업체는 앞으로 더 큰 성장을 이룰 것이다. 전자상거래 시장은 지역 중소도시에서 성장 여력이 더 크기 때문이다"라고 밝혔다.

이는 아마존 인디아의 경우에도 크게 다르지 않다. 아마존 인디아의 패션 부문을 담당하는 사우라브 스리바스티바 부사장은 "지난 10년 동안 아마존 패션 부문은 고객에게 다양한 해외 및 국내 브랜드를 선보이기 위해 노력해 왔다. 현

재 200개 이상 도시에 2일 배송이 보장되는 서비스를 제공하고 있다"라고 설명했다.

아마존 프레시 역시 고객이 점차 확대되고 있는 추세다. 최고의 품질을 갖춘 선별된 제품, 편리한 배송 등을 앞세워 온라인 식료품 시장에서도 점차 시장을 키워가고 있다.

시장의 성장세와 기대감

인도 전자상거래의 큰 원동력 중 하나는

아마존의 인도 정착기

2013년 인도 사업 시작

아마존은 뭄바이에서 고객만족 센터를 열고 도시의 배송기사들과 100명의 판매자로 시작했다. 오늘날 아마존 인디아는 15개 주에 400만㎡의 물류 공간으로 성장했다.

2016년 아마존 프라임의 등장

아마존 프라임이 2016년 7월 인도에 등장했다. 아마존 프라임은 전자상거래를 지역 중소도시로 확대시키는 데 중요한 역할을 담당했다. 2023년 프라임 데이는 2022년 대비 14% 이상의 프라임 회원이 쇼핑에 참여하였고, 이는 이벤트 기간 동안 역대 최고 수준의 프라임 회원 참여도를 기록했다.

2016년 아마존 페이 출시

아마존 페이는 선불 지급 서비스로 인도에서 사업을 시작했고 UPI 사용자는 8천만 명 이상에 이른다.

2017년 아마존 비즈니스 출시

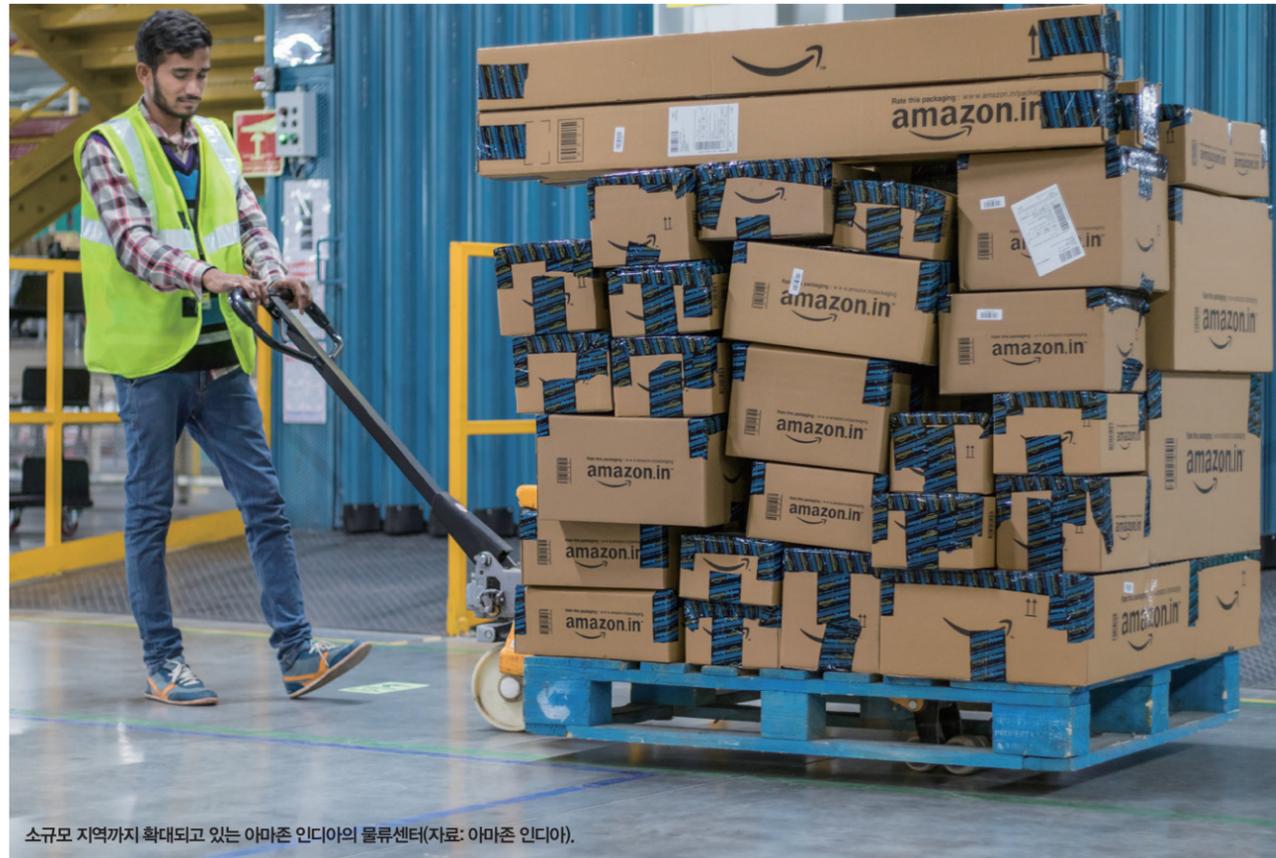
아마존 비즈니스는 기업과 비즈니스 사업자를 위한 서비스로, 인도에서 1억 개의 제품, 1만 4천 명의 판매자로 시작했다. 이후 비즈니스 고객에게 가상 크레딧을 제공하고 편리하게 결제할 수 있도록 아마존 페이와 연계한 서비스를 제공했다.

2023년 누적 수출액 80억 달러 돌파

2023년 말까지 누적 수출액 80억 달러 돌파를 목표로 진행한 아마존 글로벌 판매 프로그램에 12만 5천 명 이상의 판매자가 참여했다.



인도 전자상거래 분야의 선두기업 아마존 인디아 본사 빌딩(자료: 아마존 인디아)



소규모 지역까지 확대되고 있는 아마존 인디아의 물류센터(자료: 아마존 인디아).

지역 중소도시의 고객이 점진적으로 늘어나고 있다는 점이다. 이는 경쟁력 있는 가격, 더 빠른 배송, 소비자 니즈와 결합되어 인도 전자상거래의 성장을 촉진시키고 있다. 이제 소비자는 전자상거래 플랫폼에 접속해 필요한 물건을 사며 기꺼이 지갑을 열고 있다.

아마존 인디아는 플립카트와 함께 인도의 양대 전자상거래 플랫폼으로 떠오르고 있다. 증권사인 번스타인에 따르면 1,500억 달러 규모의 인도 전자상거래에서 두 업체의 시장점유율은 60%에 달한다. 아마존 인디아와 플립카트 외에 릴라이언스(Reliance) 역시 무서운 속도로 시장점유율을 높이고 있다.

이러한 상황에서 아마존 인디아는 전

자상거래 분야를 주도하기 위한 다양한 노력을 펼치고 있다. 마니시 티와리 부사장은 “대부분의 아마존 판매자는 모바일로 비즈니스를 시작했고 계속해서 모바일에 크게 의존하고 있다. 대부분의 판매자가 모바일을 이용하기 때문에 우리는 전 세계에서 아마존 판매자용 모바일 애플리케이션을 적극 활용하고 있다. 또한 우리는 120만 명의 판매자를 보유하고 있으며, 신규 판매자의 약 70%는 중소도시에서 활동한다”고 강조했다.

아마존 인디아의 ‘그레이트 인디안 페스티벌 2023’은 앞서 언급했듯 역대 최대 규모로 막을 내렸다. 2022년에도 3만 5천 명 이상의 판매자가 사상 최고 일일 매출을 기록한 바 있다. 당시 인도 전역에서 판매자의 70% 이상이 지역 중소도시 출신이었다. 또한 아마존 비즈니스에

“지난 수년 동안 우리는 고객에게 원활한 배송을 보장하기 위해 디지털 인프라 구축에 많은 역량을 투자했다. 빠른 배송은 우리의 초석이다. 빠른 배송 네트워크를 통해 우리는 인도 전역은 물론 인도의 최북단까지 배송할 수 있게 되었다.”

악크사이 사히
아마존 인디아 이사

“독립적 사업으로 운영되는 아마존 페이는 많은 사용자를 확보하며 성공을 입증했다. 특히 탄탄한 사용자 기반으로 아마존 페이는 고객에게 깊은 신뢰를 얻고 있다.”

마헨드라 네루카
아마존 페이먼트 인도 및 신흥 시장 부회장

는 47만 5천 명 이상의 중소기업 구매자가 참여해 성장리에 막을 내렸다.

2023년 페스티벌 역시 이미 2022년도의 수치를 능가하는 성과를 이뤘다. 수천 명의 판매자가 역대 최고 일일 판매량을 달성하며 사상 최고의 이벤트로 기록되었다. 또한 최초 48시간 동안 아마존 페이의 가입률 역시 역대 최고 수치를 기록했다.

소비자를 향한 아마존의 노력

인도 전자상거래 부문은 경제 발전에 중추적인 역할을 하며, 수익 창출과 일자리 창출을 통해 GDP 향상에 기여한다. 전자상거래의 성장은 제품, 물류 및 금융 서비스 부문 등의 중소기업의 수익 증가로 이어진다. 이 때문에 많은 기업이 시장에 뛰어 들고 있다. 또한 인도 정부가 활발하게 추진하고 있는 ONDC(Open Network for Digital Commerce, 인도 정부의 디지털 상거래 개방형 플랫폼)도 더욱 활성화되고 있다.

인도 딜로이트 컨설팅의 아난드 라마

나탄 파트너는 “전자상거래 부문의 성공은 투자를 통해 스타트업과 혁신을 추진하는 중요한 역할을 한다. 특히 농촌 지역에서 디지털 기술에 대한 이해를 높이고 디지털 거래를 촉진하고 있다. 이것은 ‘디지털 인디아’ 정책과도 궤를 같이 한다”고 설명했다.

마니시 티와리 부사장은 “인도 정부의 ONDC는 소비자에게 판매자를 선택할 수 있는 자유를 제공함으로써 소비자에게 맞춤형 서비스를 제공할 수 있도록 돕는다. 이러한 방향성은 아마존의 글로벌 정신과도 완벽하게 일치한다. 우리는 소비자에게 맞는 다양한 모델을 찾고 있으며 이러한 노력은 전자상거래 생태계에도 긍정적인 영향을 끼칠 것이다”라고 강조했다.

무엇보다 10만 명 이상의 직원을 가진 아마존은 인도에서 가장 큰 민간 고용 기업 중 하나이다. 인도에서의 지속적인 사업을 하겠다는 약속의 일환으로 아마존 인디아는 620만 개 이상의 중소기업에게 디지털 관련 프로그램을 지원했고,



아마존의 인도 사업에서 가장 주목할 만한 것은 아마존 프라임과 아마존 페이다. 이 두 서비스는 종합적인 서비스를 제공하는 데 큰 도움이 되었다. 아마존 프라임은 지역 중소도시에서 전자상거래가 활성화되는 데 중요한 역할을 했다. 아마존 페이의 UPI(통합결제서비스)는 8천만 명 이상의 사용자를 자랑한다.

130만 개 이상의 일자리를 직간접적으로 창출했다. 아마존 인디아는 인도에서 전자상거래 선두기업으로서 앞으로 많은 전략과 서비스를 선보일 준비가 되어 있다. 아마존 인디아는 글로벌 네트워크를 적극 활용함과 동시에 인도에 특화된 서비스로, 전자상거래 시장에서 자신들의 파이를 키워나갈 것이다. 📈

아마존이 주도한 인도 내의 혁신

① 아마존 프라임 비디오

아마존 프라임 비디오는 인도 전역의 시청자에게 10개 언어로 블록버스터급 엔터테인먼트를 제공하고 있다. 64개 인도 오리지널 시리즈와 3개 인도 오리지널 영화가 프라임 비디오를 통해 공개되었다.

② 아마존 알렉사

알렉사는 인도에서 교육에 큰 기여를 하고 있다. 현재 2천 개 이상의 학교에서 학습 성과를 개선하기 위해 교실에서 알렉사를 사용한다. 인도의 10만 개발자들이 전 세계에서 알렉사를 개발하고 있다.

③ 반품 및 환불 서비스

아마존 인디아는 반품 및 환불 시스템과 배송 시 현금 결제 시스템을 통해 인도 소비자에게 편리한 전자상거래 플랫폼을 제공하고 있다.

④ 아마존 라이브

아마존의 라이브 쇼핑 프로그램은 고객이 제품을 소개하는 콘텐츠 제작자와 직접 소통할 수 있고, 고객의 질문에 실시간으로 답변이 가능하다. 또한 설문조사 실시 및 한정 특가 상품 제공도 가능하다.

⑤ 소규모 비즈니스를 위한 생성형 AI

중소기업을 위해 아마존 인디아는 생성형 AI 기반의 개인용 디지털 프로그램을 도입했다. 판매자에게 개인 맞춤형 서비스를 제공하며, 제품 등록, 목록 작성, 광고 지원 등 오랜 시간이 소요되는 단계를 단순화했다.



(자료: 아마존 인디아)