

與中小企業賣家共同成長的舞台 □ Coupang 酷澎 Adscon 2025

2025. 10. 13.



在7月底，於首爾 COEX 舉辦的「Coupang 酷澎 Adscon」圓滿落幕，這是一場為入駐 Coupang 酷澎的中小企業賣家所舉辦的代表性研討會。現場與線上直播的參與人數合計突破1,000人，會場中分享可立即應用於實務的廣告策略與市場洞察。從如何獲取新顧客的方法、到中秋節前的行銷策略，甚至包括一對一的客製化商務諮詢，這場活動成為中小企業賣家必要的實戰型資訊交流平台。當日的精彩現場，由 Newsroom 帶您一同回顧。

中小企業賣家的成長，就是 Coupang 酷澎的成長

在會議開場時「Coupang 酷澎 Ads」韓希郁常務董事以多項指標指出，入駐 Coupang 酷澎的中小企業賣家正以遠超韓國中小企業平均成長率的速度快速成長。他表示：「積極運用 Coupang 酷澎 Ads 的賣家，其銷售額較一般賣家高出11倍，成長率也高出35個百分點。」

他特別強調，能夠達到這樣的成果，關鍵在於賣家的優質產品「Coupang 酷澎專屬廣告負責人的客製化諮詢、資料導向的洞察，以及多樣化行銷解決方案的結合。當天出席現場的賣家們，也希望藉由 Adscon 活動中所分享的戰略與經驗，開創新的成長契機，在活動全程針對各主題積極提問。

購物旅程的嶄新變化與成長策略



在Adskon的首場專題演講中，點出了顧客消費旅程的變化。過去，品牌意識的建立與消費引導通常發生在不同的管道，如今，從品牌探索到實際消費的整個過程變得既快且密集。對中小企業賣家而言，在商品銷售的接觸點上，需要能同時推動品牌建構與銷售的策略。演講當中強調，只要能充分理解這些變化與趨勢並迅速應對，賣家們也將有機會成長為「國民品牌」。

此外Adskon上還介紹了拓展至YouTube、KaKao、Meta等外部管道的策略。這讓賣家了解到，透過Coupang酷澎，能夠在各種管道上展示他們的商品，以及帶來額外銷售成效的成功案例。

最後，研討會也分享了由Coupang酷澎專屬廣告負責人與賣家共同推動品牌成長的合作案例。這些案例展現了酷Coupang澎廣告負責人的專業知識，如何在瞬息萬變的潮流和商品更新中，最大限度地提升賣家商品曝光的效果。參與Adskon的廣告專家姜賢久組長表示「Coupang酷澎廣告提供了多階段、多樣化的商品組合，即使以小額資金也能進行充分測試，讓品牌能在無風險的情況下持續成長。」他分享了透過與廣告負責人合作推動品牌成長的主要因素。

提升購買轉換率的詳細頁面策略

商品詳細頁面不僅提供訊息，它已成為吸引顧客注意力和促進消費的關鍵要素。在Adskon中，特別提出了「4321法

則」(不超過4種顏色、3種字體大小、2種字型，以及每區塊內容需保留足夠空白)，並建議在商品詳細頁面上方放置最具吸引力的購買亮點，透過一致的風格與精簡的架構，引導顧客瀏覽到最後。同時也分享了實際應用案例，提醒中小企業賣家這些絕對不能忽視的關鍵重點。

中秋將至的策略準備



活動在最後的環節中，分享了2025年中秋檔期的消費趨勢與各品類案例。特別指出，今年韓國的中秋節恰逢自開天節至韓文日連續七天的黃金連假，對賣家而言，不僅需要依據節慶特性來準備，更必須綜合考量長假所帶來的消費模式變化。



Coupage酷澎Ads負責人表示：「在黃金連假期間，因家庭聚會與旅遊需求增加，消費常出現短暫下滑的情況。」因此特別強調，賣家需要比平時更精準的需求預測與客製化行銷策略。同時也指出，隨著消費者在線上與線下之間穿梭比價、追求理性消費，從商品企劃階段起，就必須將連假前後的需求變化納入考量，並在廣告管理與促銷設計上作出周全規劃。

與會者表示，他們對精準的廣告和商品詳細頁面的策略特別印象深刻，並強調他們獲得的不僅僅是一些想法，而是能夠立即應用於實際銷售的具體技巧。另一位與會者表示：「根據資料說明的假期消費下滑原因非常有說服力，這讓我能夠制定出針對我們商家類別的具體應對措施。」

部分與會者表示：「這次不僅提出了單純的促銷策略，更針對長假期間如何維持與顧客的接觸點給出了方向，這是

最大的收穫。」他們也強調，透過Coupang酷澎Adscon確實獲得了實質性的幫助。

中小企業的成功夥伴□Coupang酷澎Ads



Coupang酷澎和Coupang酷澎Ads將繼續透過提供洞察分析和客製化諮詢服務，為中小企業賣家提供支持，幫助他們取得成功。我們堅信，中小企業的成長也將帶來Coupang酷澎的成長，並將繼續拓展共同成長之路。