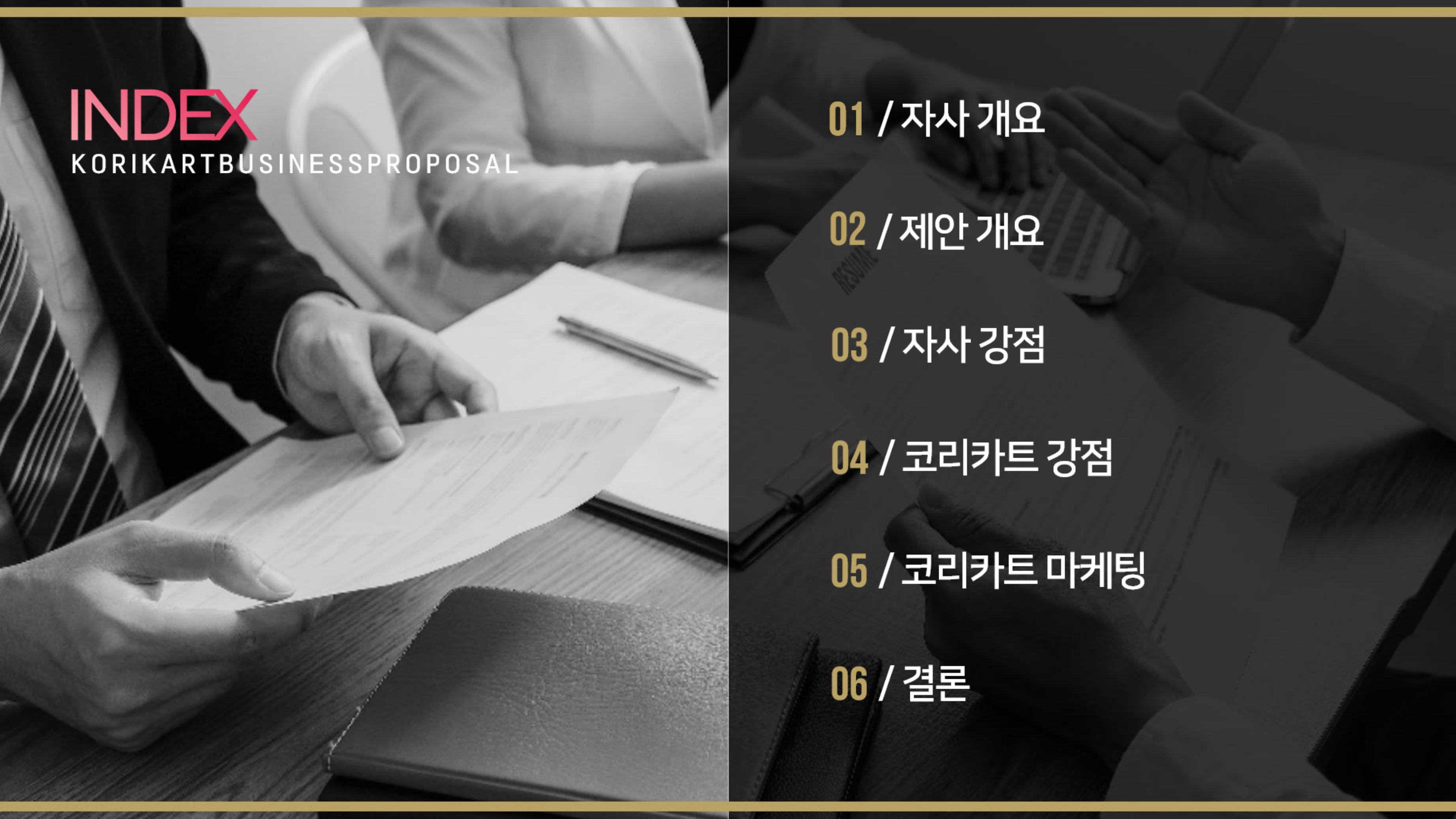


Business Proposal

KORIKARTINDIA
KOREAQUALITYCUBE



INDEX

KORIKARTBUSINESSPROPOSAL

01 / 자사 개요

02 / 제안 개요

03 / 자사 강점

04 / 코리카트 강점

05 / 코리카트 마케팅

06 / 결론

A person's hands are shown interacting with a tablet. The tablet screen displays a shopping application interface with various product images and text. The background is dark and out of focus, showing what appears to be a desk with some papers and a laptop.

01 / 자사 개요

KORIKART, KOREAQUALITYCUBE

코리카트 , 한국 제품을 홍보하는 가장 빠른 지름길

사업부문



전략기획

정부사업
컨설팅



영업마케팅

바이어 발굴
B2B 미팅
역수출



온라인

홈쇼핑
코리카트
SNS 마케팅

MS DISTRIBUTORS는 2011년 2월 22일 설립된 이래로 현재까지 사업을 영위하고 있으며,
정부사업, 컨설팅, 해외영업마케팅, 홈쇼핑, 온라인 관련 사업을 이끌어 나가고 있습니다.

- 2009년 TV 홈쇼핑 Homeshop 18사와 협업
- 2011년 전자상거래 사이트 Shopclues의 벤더사 등록
- 2012년 전자상거래 사이트 Naptool, Jabong, Snapdeal의 벤더사 등록
- 2013년 전자상거래 사이트 Flipkart, Myntra의 벤더사 등록
- 2014년 전자상거래 사이트 Amazon india Paytm 벤더사 등록
- 2015년 CJ homeshopping의 벤더사 등록
- 2016년 글로벌 전자상거래 사이트 Ebay, Lazada 벤더사 등록
- 2017년 엠티엠코 인도 대형 온라인 플랫폼 입점 후 제품 판매 진행
 - (주) 네이처팩토리 주 엠티엠코 등 인도 식약청 CDSCO 인증 수행
 - (주) 네이처팩토리 홈쇼핑 진출 3,000만원 수출실적 달성
 - 전라북도 경제진흥원 주관 인도 현지 B2B 수출 상담회 수행
 - 충남 해외 바이어 초청 특화품목 수출상담회 참석
 - 중소기업진흥공단 해외지사화사업 해외민간네트워크 수행
 - 인도 Stone Veneer 및 인도 코코피트 역수출

- 2018년 (주) 네이처팩토리 CDSCO 인증 허가 완료 후 제품 수출 지원 및 온라인 유통망 진출 지원
 - (주) 네이처팩토리사 PLAN 365 브랜드 인도 홈쇼핑 방송 진출
 - 중소기업진흥공단 인천남동구 원스톱 맞춤형 수출지원사업 수행
 - 천사연구소 인도 CDSCO 인증 허가 완료 후 톤업크림 수출지원 및 온라인 유통망 진출 지원
 - 옥타 글로벌 마케터 지정 : 의료기기 업체 굿플 수출실적 \$15,963 달성
 - 옥타 글로벌기술사업화협력센터 (GCC) 사업 수행
 - 인도 TV 홈쇼핑 Ezmall 벤더사 등록
- 2019년 인도 KOTRA 온라인 플랫폼 진출 지원 사업 수행 10개사 제품 수행
 - 부산경제진흥원 홈쇼핑 진출 지원 사업 수행
 - 인도 화장품 판매사이트 Nykaa에 Plan 365 브랜드 런칭
 - 중소기업진흥공단 해외민간네트워크 동서남아 프리미엄등급 지정
 - 전라북도 경제진흥원 델리 수출상담회 수행
 - KOPPEH 해외조달시장 진출 설명회 인도 조달시장 진출방안 발표

A person's hands are shown interacting with a tablet. The tablet screen displays a grid of various products, including clothing and accessories, in a catalog-like format. The background is dark and out of focus, showing what appears to be a desk or table with some papers and a laptop.

02 / 제안 개요

KORIKART, KOREAQUALITYCUBE

코리카트 , 한국 제품을 홍보하는 가장 빠른 지름길

“압도적인 인구수, 전세계 2위의 온라인 시장을 잡아라”

2018년 기준 인도의 인터넷 보급률은 약 38%로 추정되며, 인구수를 감안했을 때 인터넷 유저는 약 5억명에 달합니다. 이렇게 압도적인 인구수를 바탕으로 인도는 거대한 시장규모를 형성하고 있습니다. 또한, 2017년 4억 8,100만명인 인터넷 유저수는 2021년 8억 2,900만명까지 확대될 것으로 추정됩니다. 이는 전세계 2위에 달하는 방대한 수치라고 합니다.

인터넷 보급률
38%



2021년
8억 2,900만명
세계2위 규모

“2026년 2000억 달러, 매년 성장세를 보이는 온라인시장”

전자상거래 시장은 급속히 성장하여 2017년 약 385억 달러에서 2020년 640억 달러, 2020년 1,200억 달러로 급등하여 세계에서 가장 높은 연간 평균 51%의 성장률에 도달할 것으로 전망됩니다. 향후 2026년에는 2,000억 달러에 이를 것으로 예상됩니다. 온라인 쇼핑 매출의 경우, 의류 및 신발을 중심으로 최근 5년간 연평균 67.2% 증가했으며 2021년에는 2016년 대비 3배 이상 증가한 5조 루피(약 780억 달러)로의 성장이 예측됩니다.



“인도 온라인 시장의 높은 성장 가능성, 긍정적인 향후 전망”

현재 인도의 온라인 시장은 5%의 점유율에 불과합니다. (한국 외 선진국은 50% 이상의 시장 점유율 보유)
하지만, 5%라는 시장 점유율을 넘어서는 자본력을 지니고 있습니다. (자본력 세계 3위)
따라서 향후 인도의 경제 규모가 확대된다면 온라인 시장 또한 대규모로 확대될 것이라 예상됩니다.



“ 서로를 신뢰하지 않는 인도만의 문화적 특성 ”

인도에는 서로를 신뢰하지 않는 문화적 특성이 존재합니다. 때문에 오프라인 시장은 신뢰성이 다소 떨어지는 편입니다.
반면, 온라인 시장의 경우 정확한 가격이 명시되어 있기 때문에 가격을 속일 수 없다는 장점이 존재합니다.
이러한 특성으로 인해 인도 소비자들의 온라인 시장 신뢰도는 오프라인 시장보다 높게 형성되고 있습니다.



“ 젊은 소비층의 강한 구매력 ”

인도 연령별 인구분포표를 보면 27-28세의 생산가능인구가 가장 많은 비율을 차지하고 있습니다.
인구수를 감안했을 때, 약 2-3억명으로 추정되며 구매력이 가장 큰 집단으로 평가됩니다.
따라서, 향후 인도 내 젊은 소비층의 구매력이 높아지며 온라인 구매량 또한 증가할 것으로 예상됩니다.



“ Why, 인도 온라인 시장인가? ”

1

저비용 고효율

공간 제약으로부터 자유로롭고
비용 부담이 상대적으로 적음

2

빠른 확산력

좋아요, 공유를 통해 타인에게 확산
SNS 바이럴 마케팅에 용이함
온라인 판매 + 마케팅 시너지 창출

3

이미지 중심

온라인은 이미지 중심 구조
특히 뷰티 제품 홍보에 용이하며
마케팅 포인트를 강조할 수 있음

4

인도 인터넷 유저

2018년 인터넷 사용자 4억 8,000만명
전세계 2위 규모의 방대한 사용자수



A person's hands are shown using a tablet. The tablet screen displays a shopping application interface with various product listings, including clothing and accessories. The background is dark and out of focus, showing what appears to be a desk with some papers and a laptop.

03 / 자사 강점

KORIKART, KOREAQUALITYCUBE

코리카트 , 한국 제품을 홍보하는 가장 빠른 지름길

“MS DISTRIBUTORS만의 강점”

01 /



인도 내 10년 이상의 노하우

당사는 2011년부터 한국 GS홈쇼핑사의 인도 지사인 HS18과 사업을 진행하였습니다. 10년간 화장품, 소비재, 의료기기 등의 제품군에 대한 마케팅/영업 활동을 수행하며 다양한 수출 노하우를 쌓았습니다.

02 /



다년간의 온라인 업무 경험

당사는 다년간의 온라인 사업 경험을 통해 수입, 통관, 적재, 판매까지 일련의 과정을 수행해왔습니다. 당사와 함께라면 온라인 업무의 One-Stop Solution이 가능합니다.

03 /



인도 소비자 DB 보유

당사는 10년간의 온라인 사업 운영을 통해 축적된 수백만명의 소비자 DB를 보유하고 있습니다. 한번 이상 한국 제품을 구매한 소비자이기 때문에 한국에 대한 선호도가 있다고 사료됩니다. 또한, 1차적으로 가공이 이루어진 DB이기 때문에 보다 명확하고 확실한 자료라고 할 수 있습니다.

04 /



오프라인 네트워크 구축

인도 교외 지역의 경우, 여전히 온라인보다 오프라인 구매가 많은 편입니다. 당사는 오프라인 아울렛을 운영하며 지방의 유통업자들과 네트워크를 쌓고 있습니다. 이를 통해, 소규모 업체들과도 교류하며 전 지역의 네트워크를 형성하고 있습니다.

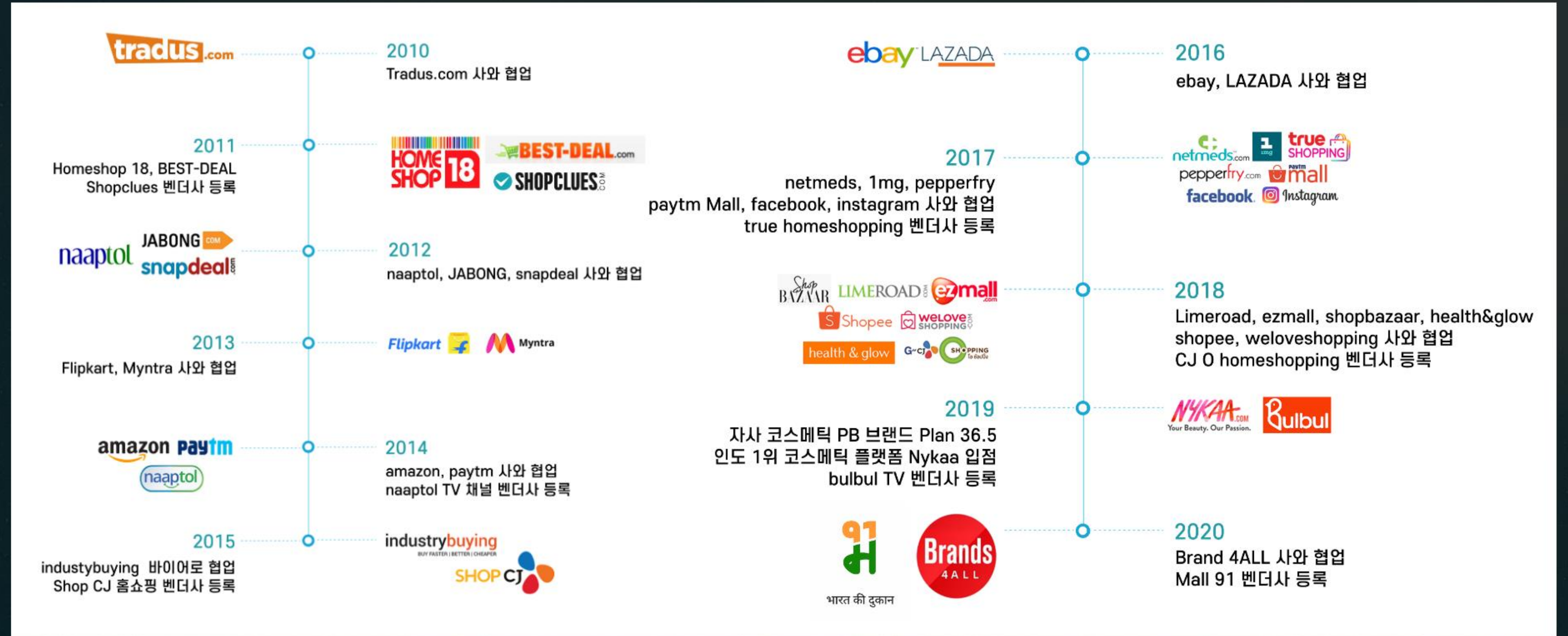
05 /



유수 온라인 플랫폼의 벤더사

인도 온라인 시장은 대형 온라인 유통 기업이 전체의 83%를 차지하는 구조입니다. 현재 당사는 인도 상위 E-commerce 기업인 플립카드, 민트라 등 모든 플랫폼의 벤더사로 등록되어 있습니다. 때문에 제품 업로드 홍보 등 관련 접근이 용이할 것으로 사료됩니다.

“ 온라인 및 홈쇼핑 벤더사 HISTORY ”



“ 현재 벤더사로 등록되어 있는 플랫폼 LIST ”

온라인 전자상거래 플랫폼	
1	Flipkart.com
2	Amazon.in
3	Shopclues.com
4	Paytm.com
5	LimeRoad.com
6	Snapeal.com
7	health&Glow.com
8	Myntra.com
9	1MG
10	Netmeds
11	Nykaa.com

TV 홈쇼핑	
1	Homeshop18.com
2	Ezmall.com
3	Shopbazaar
4	Naaptol
5	Shop CJ
6	Bestdeal TV

A person's hands are shown interacting with a tablet. The tablet screen displays a shopping application interface with various product listings, including clothing and accessories. The background is dark and out of focus, showing some office equipment like a lamp and a desk.

04 / 코리카트 강점

KORIKART, KOREAQUALITYCUBE

코리카트 , 한국 제품을 홍보하는 가장 빠른 지름길

WHAT WE DO?

인도 유일 코리아 컬처샵, 코리카트

한국 제품에 대한 관심은 높아지고 있지만 아마존, 플립카트, 나이카 등 인도 대형 이커머스에서는 다양한 한국 제품을 찾아보기 힘든 것이 사실입니다. 따라서 당사는 이러한 고객 니즈를 충족시키기 위해 코리카트를 만들었습니다.

코리카트는 2011년 KOREAN 24를 필두로 온라인 플랫폼 사업을 시작하였으며, 2019년 코리트라는 이름으로 새로운 버전의 플랫폼을 개설하였습니다. 코리카트는 코리아 컬처샵(KOREAN-CULTURE SHOP)이라는 목표로 한국의 우수 제품을 소싱하고 있습니다. 또한, 한국과 관련된 다양한 정보를 제공함으로써 한국과 인도를 연결하는 교두보 역할을 수행하고 있습니다. 코리카트는 한국의 문화와 상품을 한데 모아 인도 내에서 한국 상품의 가치를 향상시키는 매개체가 되고자 합니다.

K
O
R
E
A
Q
U
A
L
I
T
Y
C
U
B
E



KORIKART STRONG POINT

1. 인도 현지 전문 인력의 관리 시스템

한국인이 직접 인도 온라인 플랫폼을 관리하는 데에는 많은 어려움이 따릅니다. 코리카트는 인도 현지 인력이 직접 관리함으로써 제반비용 절감이 가능하며, 인도 현지 시장 및 국가 특성에 적합한 세일즈 마케팅이 가능합니다.

2. 인도 전문가인 한국 인력과 커뮤니케이션

인도 인력만 있다면 입점 등 관련 절차 진행 시 난관에 봉착할 것입니다. 코리카트는 인도 전문가인 현지 한국 인력을 통해 언어적 어려움을 해소하고 문제 발생 시 원활한 해결이 가능하도록 관련 도움을 제공해드립니다.

3. 간편한 입점 절차 시스템

실제 대형 이커머스 셀러 등록 시, 사업자 정보, 비즈니스 팬카드, 은행 정보, 신원확인 서류, 세금 관련 정보 등 복잡한 등록 절차를 거쳐야 합니다. 코리카트는 자체적인 FBK(FULL FILMENT BY KORIKART) 시스템을 통해 보다 간편한 입점을 도와드리고 있습니다.

4. 다양한 브랜드들과 함께 시너지 효과 창출

현재 코리카트에는 30여 가지 이상의 브랜드가 입점 되어 있으며 다양한 SKU를 보유하고 있습니다. 따라서, 신규 입점 브랜드는 타사와 선의의 경쟁이 가능하며 이를 통해 시너지 효과를 낼 수 있습니다. 브랜드 및 SKU가 증가함에 따라, 향후 시너지 효과는 더욱 커질 것으로 예상됩니다.

A person's hands are shown interacting with a tablet. The tablet screen displays a shopping application interface with various product images and text. The background is dark and out of focus, showing what appears to be a desk with some papers and a laptop.

05 / 코리카트 마케팅

KORIKART, KOREAQUALITYCUBE

코리카트 , 한국 제품을 홍보하는 가장 빠른 지름길

KORIKART MARKETING

1. 오프라인 마케팅

코리카트는 최근 자사 오피스를 통해 오프라인 플래그쉽 스토어를 운영하였습니다. KOREA WHOLESALE OUTLET을 통해 코리카트 취급 상품을 도매상들에게 판매하여 자사 제품 홍보 효과를 극대화하였습니다. 또한, 오프라인 팝업스토어를 통해 코리카트 페이스북 및 인스타그램을 홍보하고, 할인쿠폰 증정을 통해 플랫폼으로의 유입을 유도하였습니다.

**KOREA
WHOLESALE
OUTLET**

K-Food • K-Cosmetics • K-Toys • K-Health • K-Kitchen & Home



**ONLY FOR WHOLESALER & BIG RETAILOR
EARLY-BIRD FREE MEMBERSHIP!**

INDIA'S ONLY WHOLESALER OF PREMIUM KOREAN PRODUCTS

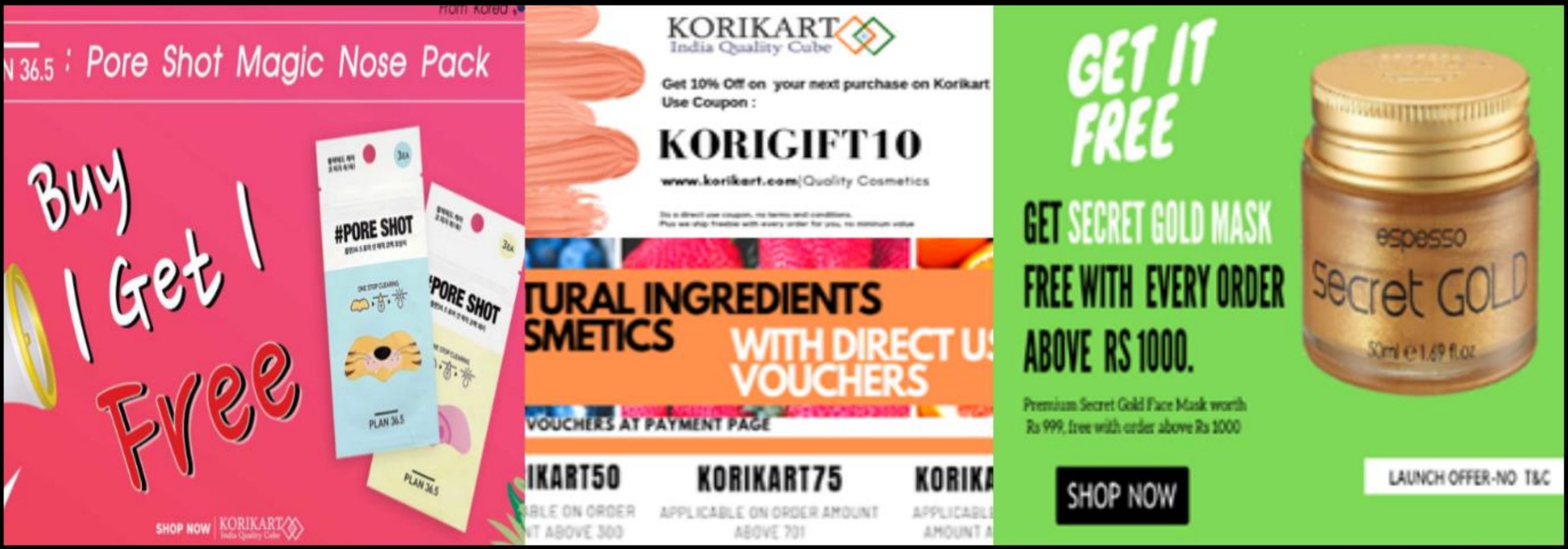
**Korean Desk (MinHee) : 74286 65316
Indian Desk (Mr.Soni) : 97118 02545**

[illegible]

KORIKART MARKETING

2. 정기적인 프로모션(OFFER) 진행

코리카트는 1+1, 제품 무료 증정, 배송비 무료, 재구매 할인쿠폰 증정 등 다채로운 이벤트를 통해 고객 마케팅을 진행하고 있습니다.



#1+1 이벤트 진행

#재구매 할인쿠폰 증정

#1000RS 이상 구매시 골드마스크 증정

K O R E A Q U A L I T Y C U B E

KORIKART MARKETING

3. 프로모션 SMS 메시지 전송

자사가 보유한 누적 DB를 활용하여 주기적으로 프로모션 SMS를 전송하고 있습니다.

Easy treatment skin concerns,
aging, wrinkles & dull skin with
Moistie's Cell+, Tok+, Fill+ Korean
cosmetic buy at Korikart

[https://tx.gl/r/1bYgO/185W7T/
gcd4uuD](https://tx.gl/r/1bYgO/185W7T/gcd4uuD)

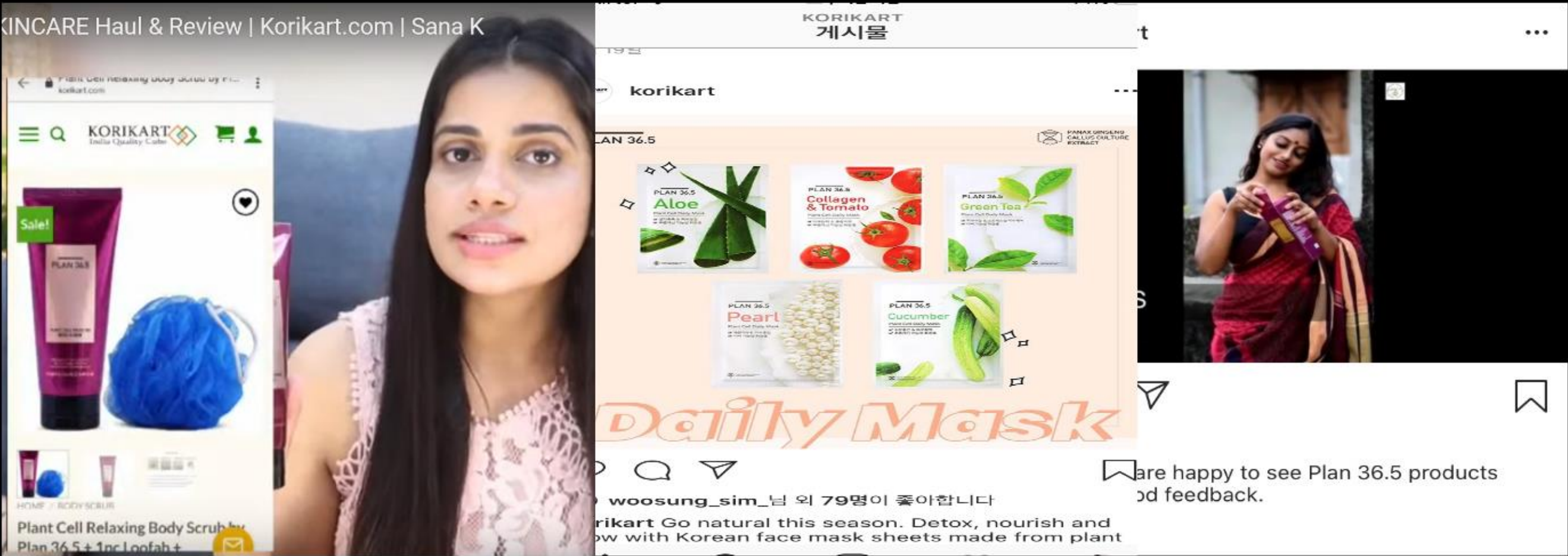
Easy to cook with multiple benefits
nutritious Korean rice pasta by
Witch Topokki. Buy on Korikart &
get a free korean gift

[https://tx.gl/r/1bVpC/184U53/
gcd4uuD](https://tx.gl/r/1bVpC/184U53/gcd4uuD)

KORIKART MARKETING

4. SNS 홍보 및 인플루언서 마케팅

코리카트 인스타그램 및 페이스북을 통해 신제품, 프로모션 등을 실시간으로 홍보하고 있습니다.
또한, 인스타그램 및 유튜브 인플루언서를 통해 체험 마케팅과 바이럴 마케팅을 진행하고 있습니다.



K
O
R
E
A
Q
U
A
L
I
T
Y
C
U
B
E

A person's hands are shown interacting with a tablet. The tablet screen displays a shopping application interface with various product listings, including clothing and home goods. The background is dark and out of focus, showing what appears to be a desk with some papers and a laptop.

06 / 결론

KORIKART, KOREAQUALITYCUBE

코리카트 , 한국 제품을 홍보하는 가장 빠른 지름길

“ 온라인의 성장, 한국 제품의 수요 증가 ”

현재 인도 내 한류열풍이 증가하며, 한국 제품의 수요 또한 계속적으로 증가하고 있습니다.
이와 더불어, 인도 내 온라인 시장이 지속적으로 확대되며 이커머스의 잠재력 또한 증가하고 있습니다.
이러한 기류와 함께 다음과 같은 기대효과가 예상됩니다.

1. 코리카트는 한국 지자체 및 기업이 새로운 수출선을 발굴할 수 있는 통로로 활용될 것입니다.
2. 한국의 기업은 코리카트 입점을 통해 제품의 수출 경쟁력을 강화할 수 있을 것입니다.
3. 한류 열풍과 함께 한국에 대한 이미지를 제고하여 한국 제품에 대한 이미지를 강화하는 플랫폼으로 활용될 것입니다.

“ 인도 내 최대의 KOREAN E-COMMERCE ”

이러한 기대효과를 바탕으로 코리카트는
인도 최대의 KOREAN E-COMMERCE 라는 비전을 달성할 것입니다.
향후 더욱 공격적인 마케팅과 제품 SKU 증가를 통해 한국 제품을 다루는
인도 내 최대 규모의 E-COMMERCE로 자리잡을 것입니다.

감사합니다.