

Global Marketing

베트남 진출 로드맵

Index

INTRO

우리는 왜 베트남 진출을 고민해야 할까요?

Q1

베트남 시장, 한국 시장과 무엇이 다른가요?

Q2

그럼 우린 어떻게 시작해야 할까요?

Q3

“링크프라이스”는 어떤 방식으로 도와주시나요?

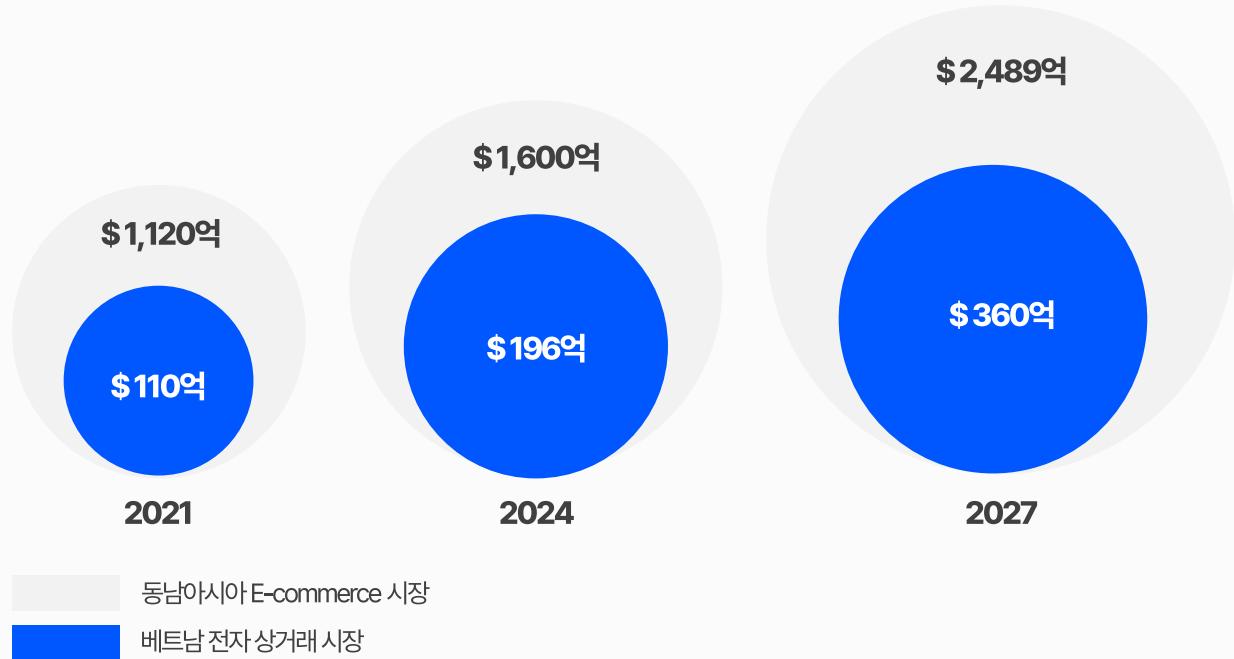
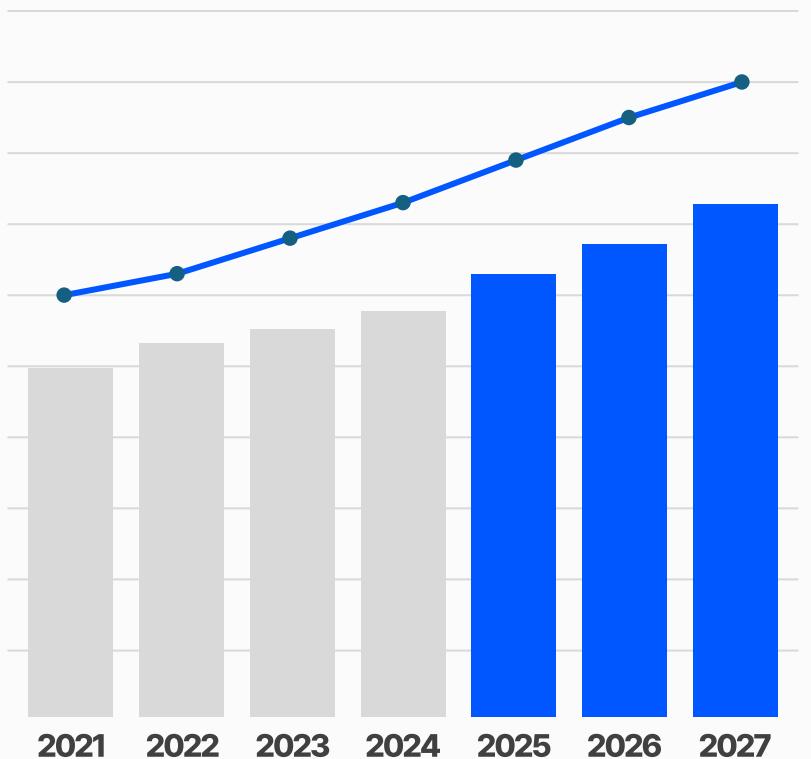
Q4

왜 “링크프라이스”인가요?

WE ARE WHY DON'T WE EXPORT TO VIETNAM?

2025년 시장 규모 약 240억 달러, 동남아시아 시장 중 **가장 빠르게 성장하는 시장**

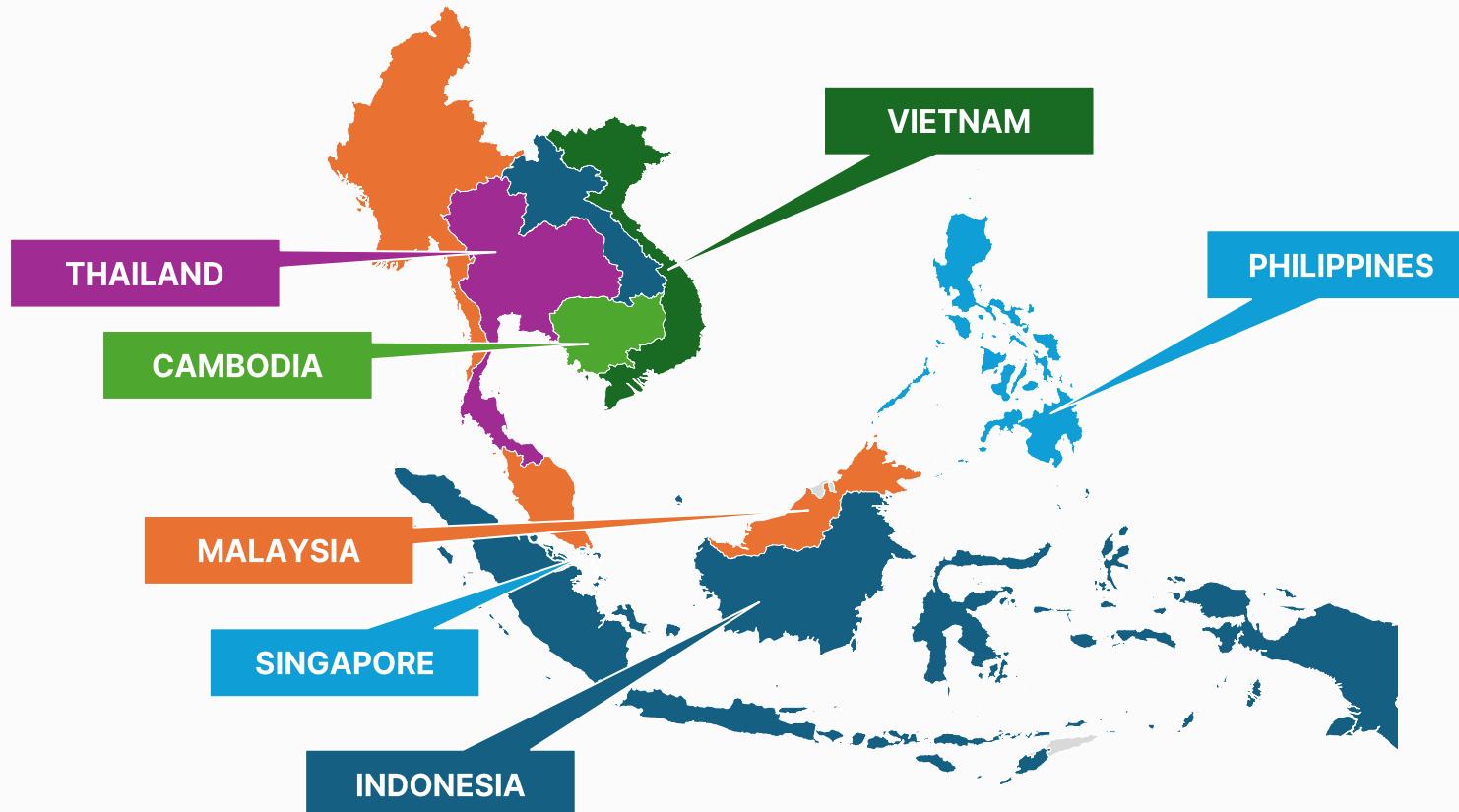
글로벌 전자 상거래 시장은 연간 39% 성장할 것으로 예상되며,
그 중 베트남은 디지털 인구 증가와 인터넷 보급률 향상으로 동남아시아 국가 중 가장 빠르게 성장하고 있는 시장



*참조 - e-Economy SEA 2024 / 국제무역청

베트남을 거점으로 동남아시아 시장 확장

베트남 국가를 타겟으로 마케팅을 진행하는 브랜드 대다수가 인근 국가 확장을 함께 하고 있으며,
라오스, 미얀마 등 동남아시아 전역을 대상으로 시장 규모를 확장 가능



베트남

시장 규모 및 경제력

인구 약 1억명
도시화 및 중산층의 확대로 인한
구매력 상승과 경제 성장

소비자 수요 및 트렌드

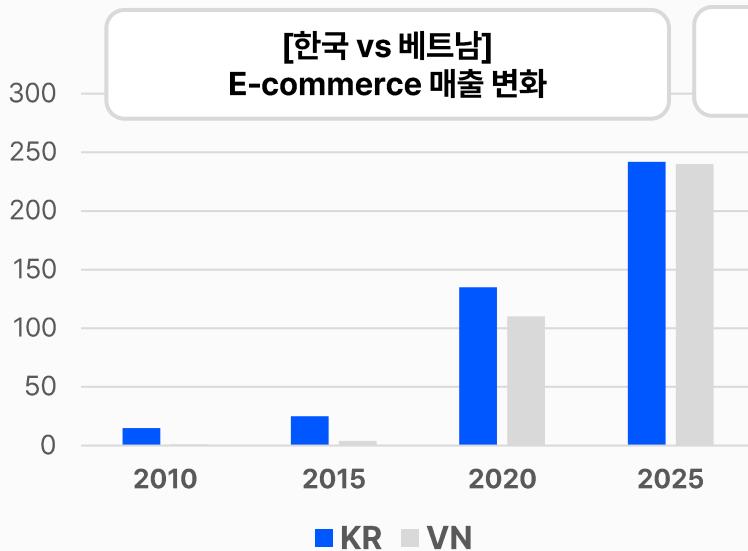
빠르게 변화하는 소비자 트렌드
신속한 제품 비교 및 다양한 제품 선호
전자상거래 수요 급격히 증가

인프라 및 투자 환경

물류/결제 시스템의 발전으로
디지털 경제 활성화 정책 추진

한국의 오늘은, 베트남의 내일입니다

지금이 바로 베트남 시장 선점의 기회!



E-commerce 성장률

“엄청난 성장속도”
베트남
최근 5년간
2배이상

‘안정적 성숙기’ 한국	‘폭발적 성장초기’ 베트남
<ul style="list-style-type: none"> 온라인 침투율/모바일 쇼핑률 상향인정화 완숙된 시장 구조로 제한적 성장 2010년대 모바일 혁명 급성장 <p>★ 이미 포화/성숙 단계</p>	<ul style="list-style-type: none"> 2025 온라인 매출: +41.5% 92% 이상 스마트폰 사용 SNS/Livestream 등 소셜 영상 기반 쇼핑 확대 <p>★ 온라인 전환의 “골든타임”</p>

지금 베트남은,
한국의 2010년대 중반과 같은 “폭발적 성장” 직전 단계

스마트폰으로 쇼핑하는 세대,

온라인 시장의 황금기!

'젊은 인구층, 급성장한 스마트폰 보급, SNS & 라이브커머스의 확산'
이 3가지가 베트남 소비자의 구매 경로를 바꾸고 있습니다.

지금은 단순한 시장 진출이 아닌,

'콘텐츠·커머스·리뷰를 결합한 온라인 중심 전략'을 세워야 할 시점입니다.

베트남 시장, 한국 시장과 무엇이 다른가요?

베트남 소비자의 경우,

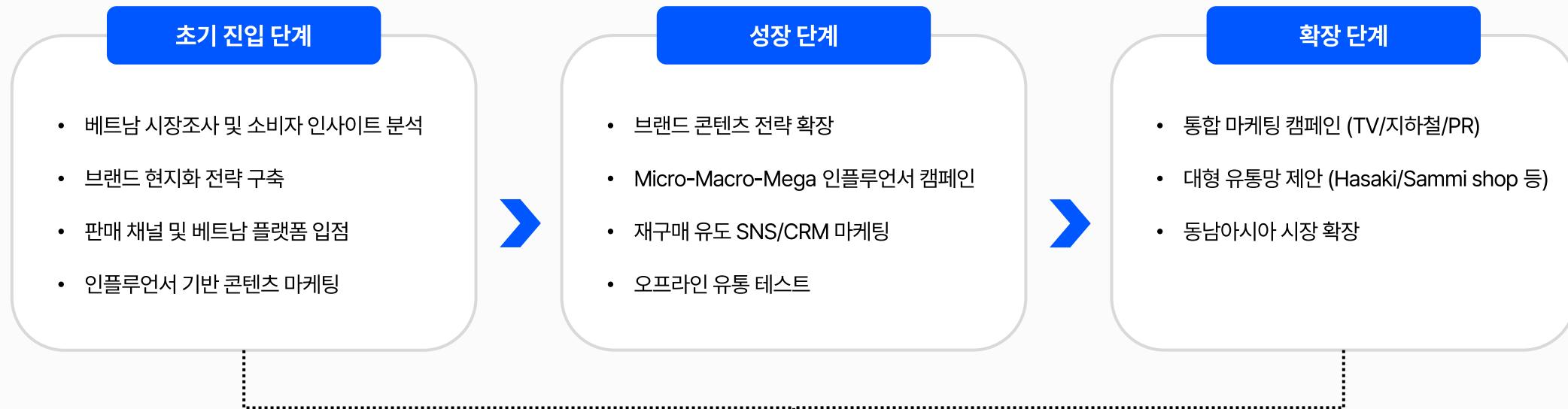
빠르게 '보고', 빠르게 '사는' 세대입니다!

분류	베트남 소비자	한국 소비자
제품 구매경로	<ul style="list-style-type: none"> Shopee(55%) 및 TikTok Shop(42%) 양강 체제 Facebook Shop, Lazada 이용 (지방 소비층) '앱내 결제 + 라이브커머스' 통합 경험 선호 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 구매 중심 브랜드몰/네이버/오픈마켓 위주 모바일 앱 기반 구매 활발
콘텐츠 소비 구조	<ul style="list-style-type: none"> 짧고 자극적인 솟풀 콘텐츠 선호 (TikTok) 라이브 중 실시간 소통 및 가격 인센티브 중요 텍스트 리뷰 보단 '영상 시청 → 즉시 클릭' 패턴 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 기반 솟풀 콘텐츠 선호 Instagram/Youtube/TikTok 위주 영상 리뷰나 인플루언서 언급에 민감
콘텐츠 구매 의존도	<ul style="list-style-type: none"> 리뷰보다 영상 또는 라이브의 즉각적 자극 중심 KOL/KOC 인플루언서 콘텐츠 주요 영향 요인 가격·프로모션 관련 민감 	<ul style="list-style-type: none"> 리뷰 포함 할인, 신상, 바이럴 반응 브랜드 인지도 및 상품 신뢰도 중요 '사용 후기 관련 콘텐츠'

그럼 우린 어떻게 시작해야 할까요?

성공적인 베트남 시장 진출을 원한다면?

단계별 전략, 반복 가능한 성과를 만듭니다!



“수출바우처를 통한 예산 부담 완화까지!”

제품만 들고 들어가면 실패 확률이 높습니다!

“콘텐츠로 시작해서 확장”해야 성공 확률이 올라갑니다



인플루언서 기반의 콘텐츠 진입

KOL·KOC 인플루언서를 통한 제품 체험과 리뷰 생성으로 시작합니다.



실구매 반응 테스트

라이브커머스, 프로모션, 샘플링을 통한 가격 민감도, 선호 포인트 등을 측정합니다.



통합 확장 전략

마케팅 내용 기반으로 플랫폼 입점 + 인플루언서 협업 + 오프라인 제안 등을 활용하여 확대합니다.



초기 진입~확장 단계까지 Step-by-Step

통합 마케팅의 시작,

마케팅 퍼널 기반의 베트남 전략 설계

운영 채널

씨딩 (Seeding) & 인지 (Awareness)

브랜드 인지도 재고 및 소비자와의 관계 형성

기존 제품/신제품 마케팅 전략 도출

소비자 USP 및 현지 시장을 고려하여 마케팅 전략 도출 및
브랜드 노출 목적인 마케팅 운영

고려 (Consideration)

이미지 각인

브랜드 콘텐츠 제작/확산

마케팅 전략에 맞는 브랜드 콘텐츠 제작과 더불어
소비자의 흥미를 유발하는 마케팅 운영

전환 (Conversion)

컨텐츠 노출 확산 및 소비자 행동 유발

온라인 확산 광고

라이브스트리밍 클립 영상, 제품 컨텐츠 영상을 활용하여
지역별/제품별 타겟 오디언스 설정 및 광고 운영

고객 충성도 (Loyalty)

브랜드 충성도 확립 및 시장 확장

리텐션/리타겟팅

마케팅 데이터를 활용한 리텐션/리타겟팅 마케팅 운영



통합 마케팅 본격화

일본 소비자 중심의 채널별 전환 전략 실행

주요 Key Point

01
인플루언서 콘텐츠

02
라이브스트림

03
판매채널 관리

04
온라인 광고운영

운영 채널

E-commerce Channel



TikTok Shop

Ads Channel



Meta

E-commerce 판매 채널+온라인광고 연계
상호 연결 관계를 통한 광고 성과 최적화

Shopee Admin

TikTok Shop Admin

E-commerce 플랫폼 입점

주요 판매 채널 중심의 초기 기반 확보

핵심 활동

- Shopee / TikTok Shop 등
- 상품 등록 및 상세 페이지 최적화
- 초기 프로모션 및 할인 이벤트
- 고객 리뷰 및 평점 관리



플랫폼별 비교



분류	Shopee	TikTok Shop
시장 점유율	<ul style="list-style-type: none"> 베트남 내 1위 플랫폼 (55%) 다양한 카테고리 분류와 전국 단위 물류망 	<ul style="list-style-type: none"> 2024~2025 가장 빠르게 성장중인 플랫폼 숏폼, 라이브 중심으로 GMV 급성장
입점 난이도	<ul style="list-style-type: none"> 낮음 Seller Center 기반 간단한 등록 가능 해외 셀러용 Cross-Border 기능 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 높음 (현지 법인 입점 필요)
주요 소비층	<ul style="list-style-type: none"> 20~40대 여성 중심 가격 민감도가 높고 프로모션 즉각적 반응 	<ul style="list-style-type: none"> 18~35세 중심의 MZ 세대 패션, 뷰티, 리빙 카테고리 집중
장점	<ul style="list-style-type: none"> 물류 및 결제 인프라 안정적 Shopee Mall 브랜드관 운영 가능 플랫폼 내 광고 및 쿠폰 기능 풍부 	<ul style="list-style-type: none"> 숏폼, 라이브커머스 기반 전환율 높음 인플루언서 리뷰 콘텐츠 연동 강력 사용자 생성 콘텐츠 중심의 판매 확대 유리

오프라인 유통 진출

추후 오프라인 접점을 활용한 채널 확장 제안

핵심 활동

- 현지 대형 오프라인 채널 입점 제안
(Hasaki / Cocolux / Sammishop 등)
- 메이크업 아카데미 및 클리닉 제안
- 현지 기업과의 연계형 프로모션

-> 유통 업체와의 파트너쉽 체결

운영 전략

- 콘텐츠 자료화를 통한 B2B2C 시장 공략
: 진행한 마케팅 콘텐츠를 토대로 B2B 활성화 제안



[베트남 오프라인 채널]

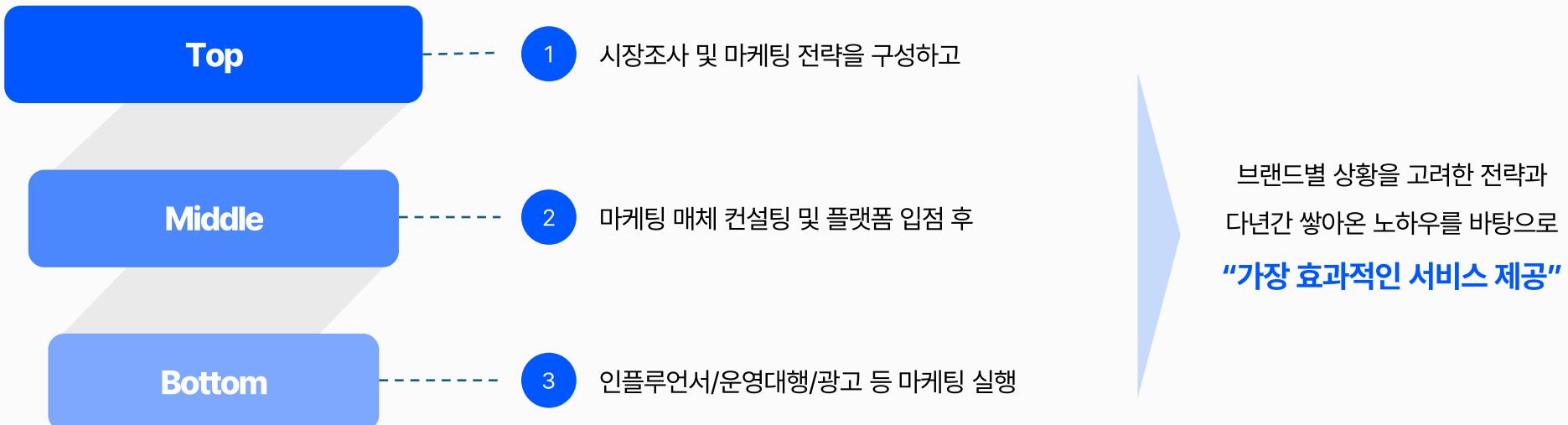
[메이크업 아카데미 & 세미나 연계 채널]

[SPA/Clinic]

링크프라이스는 어떤 방식으로 도와주시나요?

브랜드사의 효과적인 베트남 시장 진출을 위해

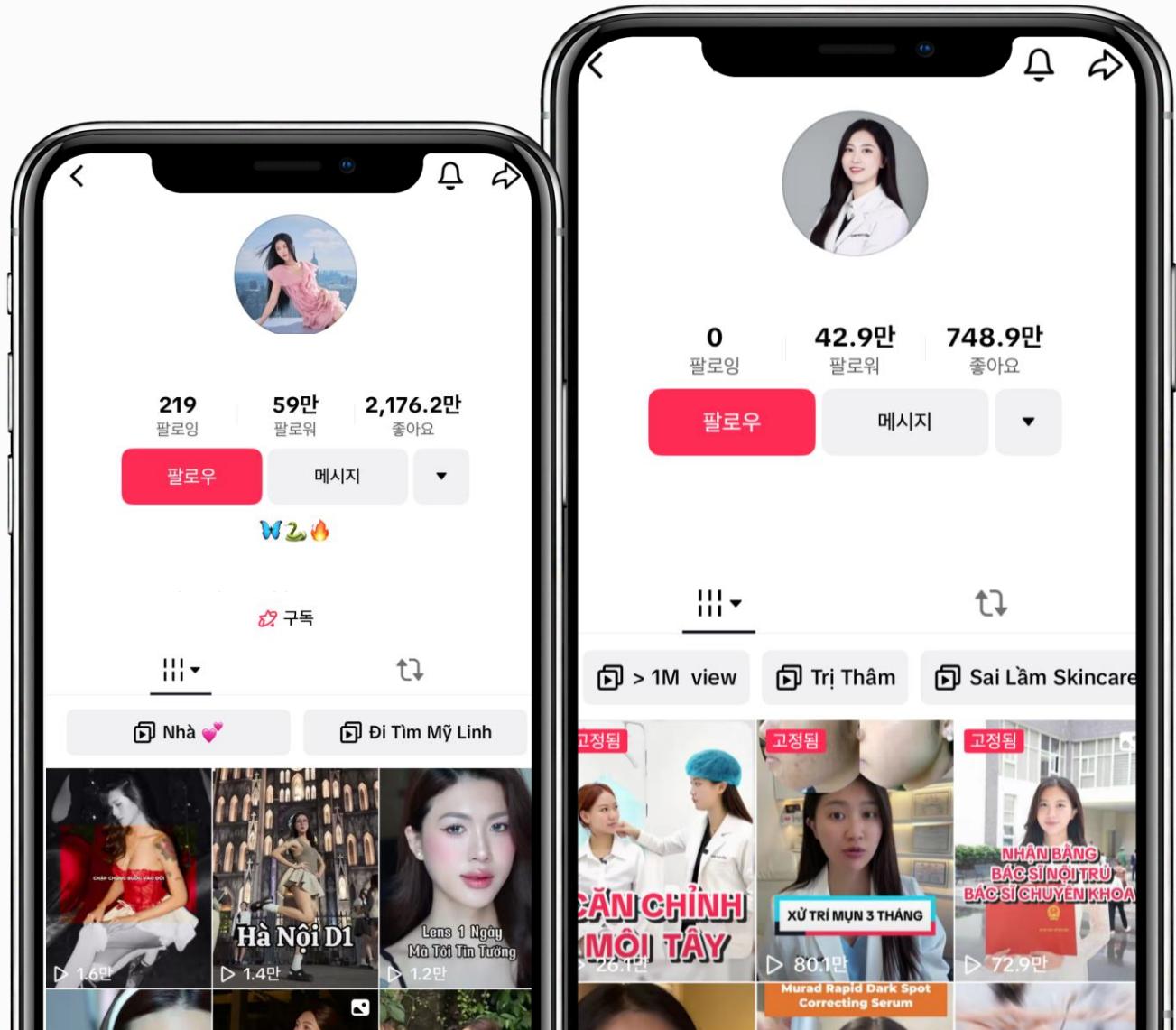
초기 진입 단계부터 성장 단계까지!



01 인플루언서 콘텐츠

브랜드 제품을 베트남 현지 인플루언서에게 제공하고,
TikTok 중심의 콘텐츠를 통한
 바이럴 및 판매 중심 콘텐츠 마케팅

- SNS -> TikTok 중심 '리뷰 영상' 탐색
- 제품 설명과 실제 사용 장면을 자연스럽게 녹인 콘텐츠
- 콘텐츠 -> 라이브 -> 구매 구조



02 라이브스트림

[라이브스트림 진행인원]

현지 KOL/KOC 인플루언서

[라이브스트림 운영 관리]

제품정보기반 라이브스트림 스토리보드 구축 및 스케줄링

[실시간인터랙션]

실시간 한정 이벤트 프로모션 및 시청자 참여 유도

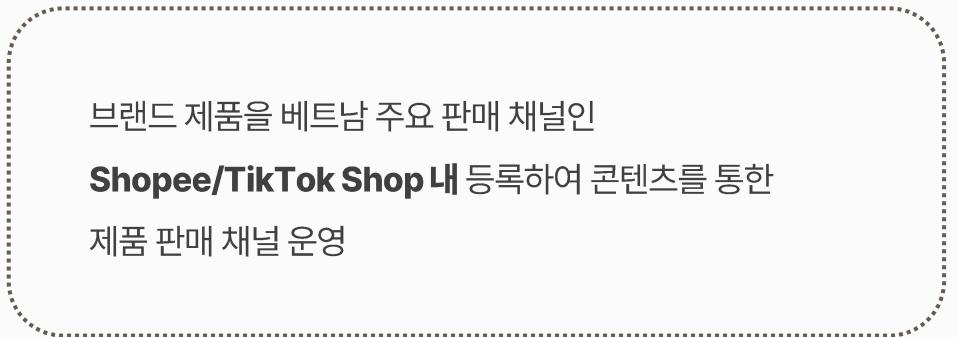
[콘텐츠 재활용]

영상 클립 숏폼/리뷰 콘텐츠로 재가공 후 광고 홍장



03 판매채널 관리

브랜드 제품을 베트남 주요 판매 채널인
Shopee/TikTok Shop 내 등록하여 콘텐츠를 통한
 제품 판매 채널 운영



- 마케팅 콘텐츠 -> 판매채널 '구매링크' 연동
- 제품 등록 및 판매, 배송 서비스 서포트
- 브랜드 Official 채널 자체 운영 시 가이드 공유

The screenshots illustrate the integrated management interface for Shopee and TikTok Shop sellers. The Shopee Seller Centre (top) provides real-time data insights, promotional offers, and various marketing solutions. The TikTok Shop Seller Center (bottom) allows sellers to manage their product listings, including adding new products, optimizing descriptions, and tracking performance metrics like views and sales. Both platforms offer tools for managing orders, shipping, and financials.

04 온라인 광고 운영



- 미디어믹스 마케팅 플로우 제안
- META Sponsored Ads 운영
- TikTok 캠페인 광고 운영
- 광고 성과 기반 데이터 리포트

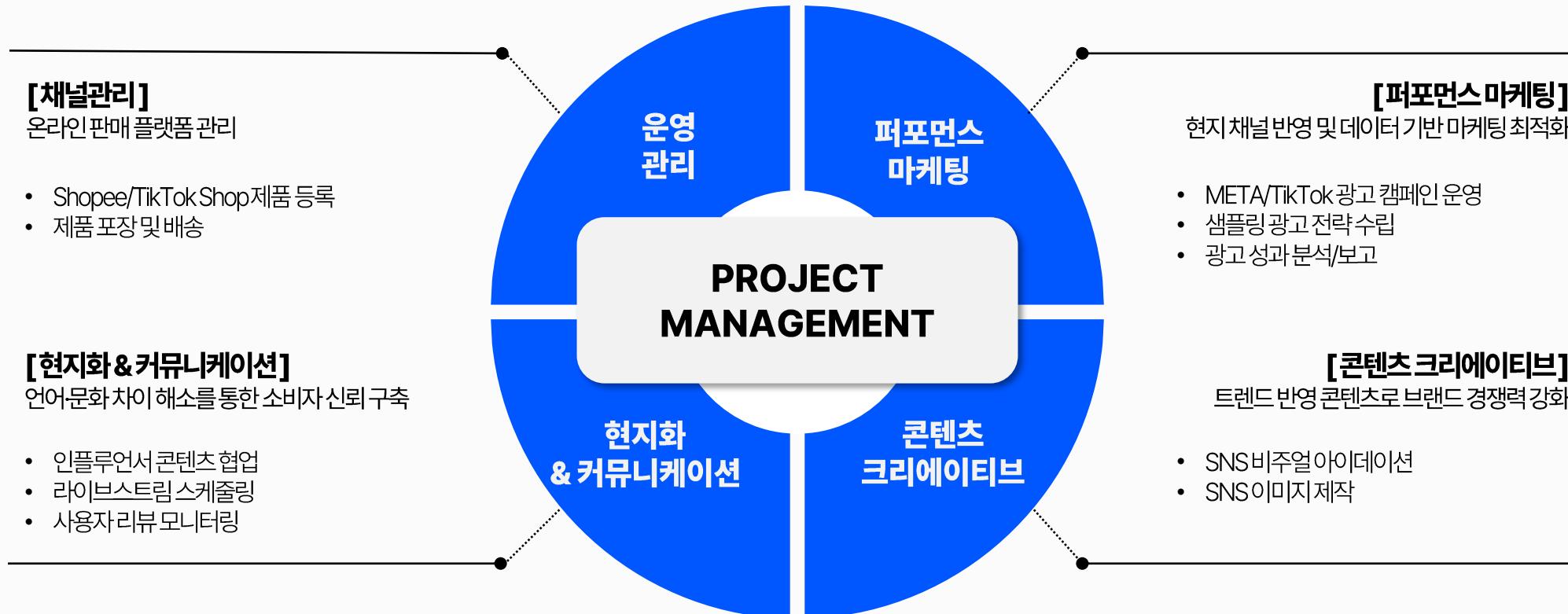


왜
“링크프라이스”
인가요?

“링크프라이스”는
단순 광고 대행사가 아닌 전략적 파트너입니다



“링크프라이스”는
각 분야별 전문인력 투입으로 안정적인 T/F
를 구축하고 있습니다!



Our Partner

다양한 국내 파트너가 링크프라이스를 믿고 함께 나아가고 있습니다.

espoir

treecell

It°S HANBUL

Abib

UNOVE

LUNA

AGE20's

NAMING.

COSRX

한율

IOPE

JUNG
SAEM
MOOL

DR. PLINUS

Mustaev
MORE THAN MAKEUP

Global Marketing

당신의 전략적 파트너, 링프와 함께하세요!