

2022

BAROGO DELIVERY REPORT

데이터로 살펴본 바로고 2022

바로고 비즈니스



 **BAROGO**



2022년, 우리는 더 가까워졌습니다.
서로 가까워진 만큼 우리는 더 자주, 다양한 모습으로 만났습니다.
만남의 시간 동안 우리는 서로를 이해하며 성숙해졌습니다.

2022 바로고 딜리버리 리포트에서는
성장기를 거쳐 성숙기에 접어든 2022년 배달 시장을 살핍니다.

단단한 성장을 이뤄낸 오늘과
성숙을 넘어 더 나아갈 바로고의 내일을 바라봅니다.

바로고 드림.

데이터로 살펴본 바로고 2022

2022년 바로고의 누적 거래액은 약 4.9조원 을 달성했어요	09
올림픽, 대선, 엔데믹, 월드컵 주요 이벤트 마다 빛났던 배달	11
더 일상화 된, 더 다양해진 배달	15
더 효율적 인 배달을 위해서	19
더 좋은 배달을 위해서	23

바로고 비즈니스

주방플랫폼 도시주방	29
상점주를 위한 종합 컨설팅 사이트 든든상점	30
친환경 모빌리티 플랫폼 무빙(MOOVING)	31
2023년, 바로고는 함께 그리고 바르게 나아갑니다 파트너사 소개	32

데이터로 살펴본 바로고 2022

데이터 기준

* 바로고 실수행 데이터 기준

* 기간 : 2022.01.01~2022.12.31

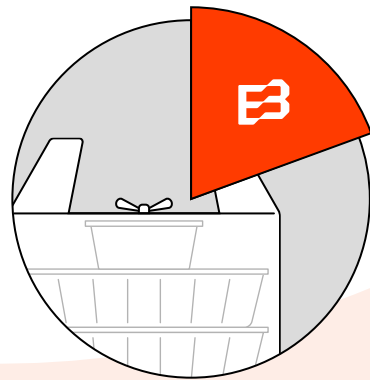
2022년 대한민국은 코로나 바이러스 확진자가 감소하며 엔데믹으로 전환됐고, 국내외 경제 여건이 급변하면서 일상에 다양한 변화가 나타났습니다. 대선, 올림픽, 월드컵 등 전 국민적인 이벤트도 많았습니다. 저희 바로고도 매월 전국에서 수천만 건의 배달을 책임지면서 2022년을 함께 겪었고, 함께 변화했습니다. 작년 한 해를 돌아보며 중요한 순간 순간 바로고는 어떤 역할을 했는지, 그리고 배달 시장은 어떻게 달라졌는지 정리해봤습니다.

2022년 바로고의 누적 거래액은 약 4.9조원을 달성했어요

지난해 대한민국 전체 온라인 음식서비스 시장 거래액은 26조원이었습니다. 그중 바로고가 배달한 상품 거래액은 4.9조원으로 전체의 약 18.8%를 차지합니다. 한 해 동안 바로고 플랫폼을 이용해 배달을 수행한 라이더가 총 7만 명이니, 라이더 한 명당 평균 7천만 원의 상품 가치를 고객에게 전해드린 셈입니다.

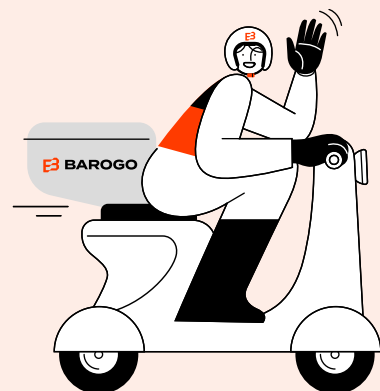
22년 전국 온라인 음식서비스내 바로고 수행 비중

18.8 %



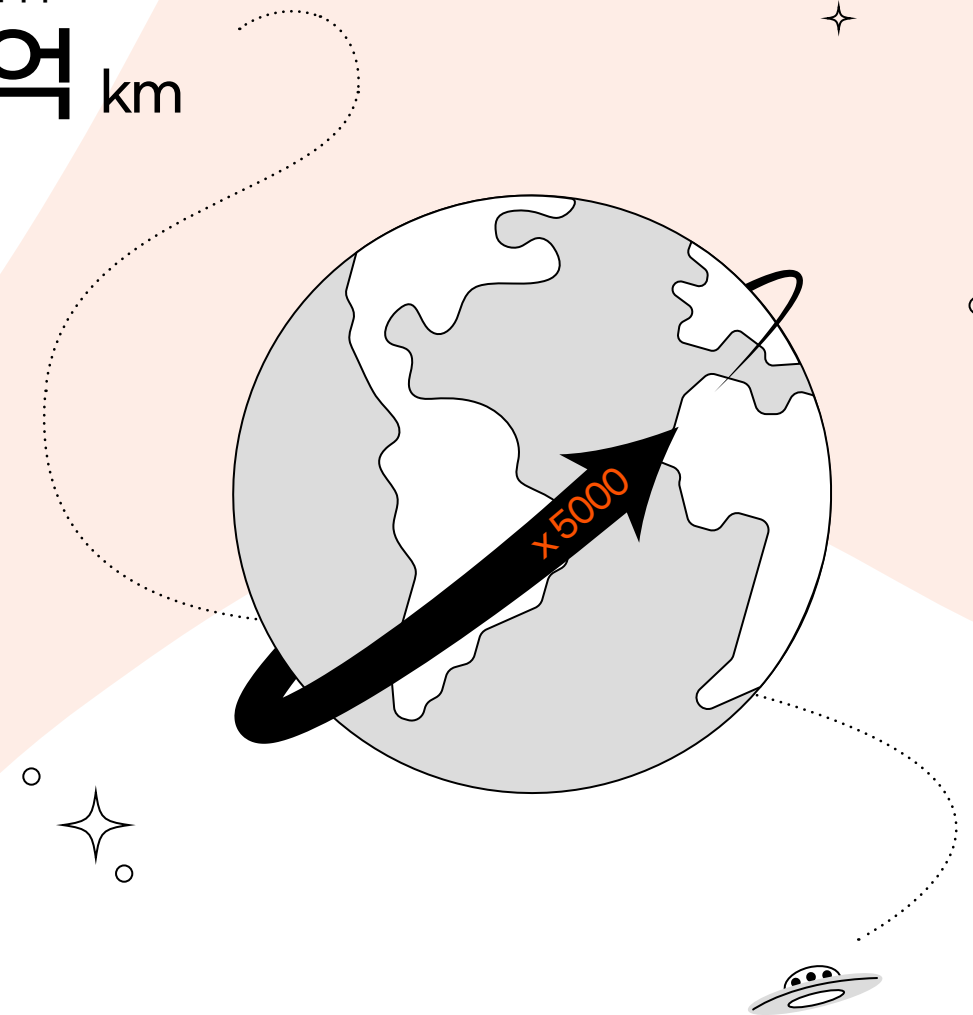
바로고 라이더당 평균 거래액

7천만 원



누적 배달거리

2억 km



**바로고 라이더가 2022년
상품을 배달하기 위해 이동한 거리를 모두 합하면
2억km입니다.**

지구 둘레(약 4만km)를 5,000번 돌 수 있는 거리입니다. 바로고 라이더들은 고객들을 대신해 상품을 전달하기 위해 찌는 더위, 살을 에는 추위를 뚫고 이렇게 먼 거리를 달렸습니다.

올림픽, 대선, 엔데믹, 월드컵 주요 이벤트마다 빛났던 배달

지난해엔 유난히 전 국민적인 이벤트가 많았습니다. 제 20대 대통령 선거, 오심 논란을 딛고 쇼트트랙 메달을 따냈던 베이징 동계올림픽, 꺾이지 않은 마음으로 16강의 기적을 보여준 월드컵도 있었습니다. 그리고 중요한 순간 순간마다 고객들은 배달을 찾았고, 바로고가 찾아갔습니다.

바로고 데이터에 따르면, 지난 2월 동계올림픽 주요 결승전 날은 같은 달 주요 경기가 없었던 다른 날 대비 총 배달 주문이 9% 늘었습니다. 그 중 치킨 배달은 20% 늘었습니다. 대통령 선거 개표일이었던 3월 9일은 전주 같은 요일에 대비해 총 배달 주문이 34% 증가했고, 치킨 배달은 60% 늘었습니다.

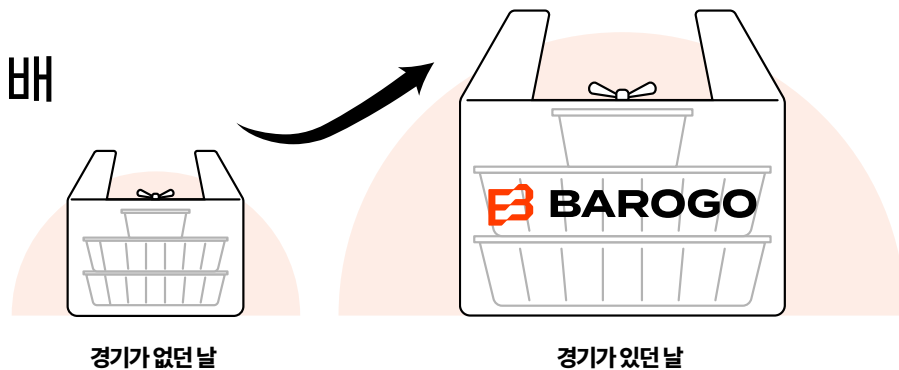
2022년 3월 방역패스가 해지됐을 때도 배달이 주목 받았습니니다. 대한민국이 코로나 바이러스와 공생을 선언하면서 한 달 동안 996만명의 확진자가 나오던 시기입니다. 재택 치료자들이 늘어나면서 죽 배달은 전월 대비 52% 증가, 약국 배달 건 수는 전월 대비 무려 205% 늘었습니다.

11월 월드컵 조별리그 경기가 있던 날에는 총 배달 주문 수가 평균적으로 15% 증가했습니다. 그리고 치킨 배달 건은 무려 2배 이상 상승했습니다. 16강의 기적이 일어났던 포르투갈 전을 앞두고, 온 국민이 한 마음으로 응원하고 있다는 것을 라이더들은 먼저 알았을 것 같습니다. 그날 밤 10시에는 전체 배달 주문량이 평소보다 두 배 더 많았습니다.

cf. 동계올림픽 주요 경기: 02.11 쇼트트랙 여자 1,000m 결승, 02.13 쇼트트랙 여자 3,000m 계주 결승, 02.16 쇼트트랙 남자 5,000m 계주 결승, 02.18 스피드 스케이팅 남자 1,000m 결승, 02.19 스피드 스케이팅 남녀 매스 스타트 결승

월드컵 조별리그 한국 경기 유무에 따른
밤 10시 배달 주문량 비교

2.4 배



가장 사랑 받은 배달 음식

'배달 음식=치킨'이라는 공식을 증명한 상점의 이야기

메가 이벤트가 줄줄이 이어졌던 지난해, 많은 분들이 집에서 올림픽과 월드컵 경기를 보고 가족들과 개표 방송을 지켜보며 결과를 기다렸죠. 그 순간마다 사람들이 찾는 배달 음식은 항상 치킨이 1순위였습니다. 그래서 바로고는 작년 한 해 동안 전국에서 치킨 배달이 가장 많았던 상점 중 한 곳을 찾아 이야기를 들어봤습니다.

사장님 소개 부탁드립니다.

경주 황성동에서 동생과 함께 BHC치킨 매장을 운영하고 있는 권경은입니다. 이 지역에 가게를 오픈한 지는 2년 9개월 정도 되었어요. 바로고와는 오픈 초부터 계속 쪽 함께하고 있고요.

작년 한 해 바로고에서 가장 많은 치킨 배달 주문 건수를 기록한 매장 중 한 곳으로 선정되었는데, 주문이 많았던 비결은 무엇이었는지 궁금합니다.

아무래도 시기적인 영향이 가장 컸던 것 같아요. 의도했던 건 아니지만 저희가 코로나바이러스의 시작과 함께 매장을 오픈했는데, 가게 문을 연 이후로 매해 매출이 상승하고 있어요. 작년도 마찬가지였고요. 게다가 이 지역이 아파트가 밀집된 동네 상권이라 꾸준히 찾아주시는 분들이 많기도 했고요.

지난해 배달 주문이 가장 많았던 시기는 언제였나요?

계절로 보면 여름이 가장 바빴고, 명절이나 연말에도 주문이 많은 편이었어요. 특히 작년에는 월드컵 기간이 있어서 한창 주문이 몰리기도 했고요. 그때는 가족들이 와서 일을 도와주기도 하고 새벽 경기가 있는 날은 직원들도 1~2시간씩 더 근무를 하곤 했는데, 바로고 라이더분들도 같이 연장 근무해주셔서 고마웠던 기억이 있네요.

홀 운영도 병행하고 계신데, 매장 주문과 다르게 배달에서 특별히 더 신경 쓰시는 부분이 있나요?

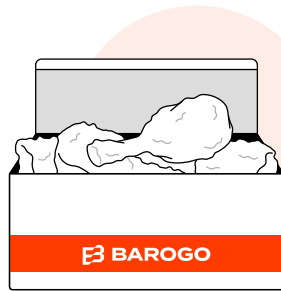
저희는 늘 재료를 아끼지 않고 철저히 관리하면서 본사의 레시피를 잘 지키고 있어요. 다만 배달 주문일 때는 매장에서 드실 때와 다르게 소소한 서비스를 제공해드리고 있는데, 그 영향으로 배달 재주문율이 높아지고 신뢰도 얻었던 것 같습니다. 사실 특별할 게 없는데 유독 손님들이 저희 매장에서 주문하는 걸 고집하시는 경우가 많아요. 거리가 멀어서 배달이 늦어질 거 같아 근처 다른 지점을 안내해드려도 저희 지점에서 주문하시는 분들이 꽤 있어요. (웃음)

지금까지 바로고와 함께해 온 소감은 어떠신가요?

아직까지 크게 불편함을 느낀 적은 없었어요. 그만큼 잘 신경 써주고 계신 거라고 믿고 있습니다. 배달 주문이 몰리는 날은 저희가 배달 시간을 조율하면서 라이더님과 고객분들 사이에서 컴플레인이 발생하지 않도록 운영하고 있고요. 그동안 서로 잘 배려하며 운영해왔던 것 같아 만족합니다.



BHC 경주황성점 권경은 사장님



가장 따뜻한 배달 음식

엔데믹과 함께 일상식으로 자리잡은 죽 배달 문화

코로나 바이러스를 겪으며 많은 사람들이 배달앱으로 따뜻한 죽을 주문해 먹으며 힘든 시간을 견딘 만큼, 작년 한 해 죽 배달 성장세도 크게 눈에 띄었습니다. 10여 년간 본죽을 운영하며 팬데믹과 함께 배달 서비스를 시작한 이효숙 사장님을 만나 그 변화를 체감하시는지 물었습니다.

본죽&비빔밥 광운대역점에 대해 소개 부탁드립니다.

월계동 근처에서만 본죽을 10년 가까이 운영해왔습니다. 작년에는 매장을 광운대역 근처로 옮겨 본죽&비빔밥으로 전환해 리뉴얼 오픈을 했고요. 여기가 본죽&비빔밥 800호점이기도 해서 오픈 당시 기념행사도 했어요.

처음 죽 배달을 시작하게 된 계기와 배달 서비스를 도입하고 난후의 변화가 궁금합니다.

본죽은 배달 서비스를 늦게 도입한 편인데, 코로나 바이러스 초기에 매출이 반토막 나면서 시범적으로 배달 서비스를 운영하기 시작했어요. 저희 지점도 처음에는 본사에서 자체적으로 운영하는 '본오더' 앱을 이용하다가 한계를 느껴서 지금 성북다온허브를 담당하고 계신 허브장님을 통해 배달 대행 서비스를 시작하게 되었어요. 그 이후로는 쪽 바로고와 함께하고 있고요.

2020년 7월부터 본격적인 죽 배달을 시작한 셈인데, 그때부터 매해 매출이 상승했어요. 이 동네가 대학 상권이라 유동 인구가 들쭉날쭉해 매출에도 변동이 큰데, 배달을 시작하면서 매출이 많이 안정되었죠. 본죽만 10년 동안 운영하면서 역대 최고 매출도 찍어봤습니다. (웃음)

하루 중 배달 주문이 가장 많은 시간은 언제인가요?

보통 점심이나 저녁 시간 때 주문이 몰리는 편인데, 작년에는 사회적 거리두기가 해제되면서 아침 주문이 많이 늘었어요. 가게를 오픈하고 9시 20분쯤 배달앱을 켜면 주문이 막 밀려들어오거든요. 아침 주문이 많은 저희를 위해 허브 운영이 10시부터인데도 바로고 라이더분들이 미리 출근해 나와주시곤 해서 항상 감사한 마음을 느끼고 있습니다.

10여 년 동안 꾸준히 단골을 유지하며 배달 주문 손님들의 마음까지 사로잡을 수 있었던 비결은 무엇인가요?

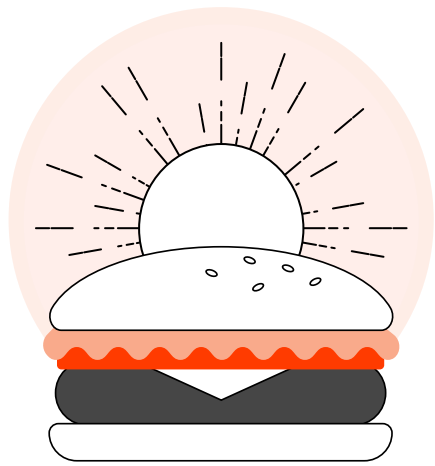
기본에 충실한 게 최고라고 생각해요. 그동안 레시피를 정직하게 지키면서 한결같은 맛을 냈거든요. 그리고 매장에 찾아오시는 분들은 얼굴을 마주 보며 인사를 건넬 수 있는데, 배달 주문은 그러지 못하니까 짧게나마 직접 손으로 포스트잇에 좋은 글귀나 인사말을 적어서 보내드리는 서비스를 제공하고 있어요. 그런 부분에서 고객분들이 진심이 느껴진다고 리뷰를 남겨주시면 뿌듯한 마음이 들어 더 열심히 하게 되더라고요.



본죽&비빔밥 광운대역점 이효숙 사장님

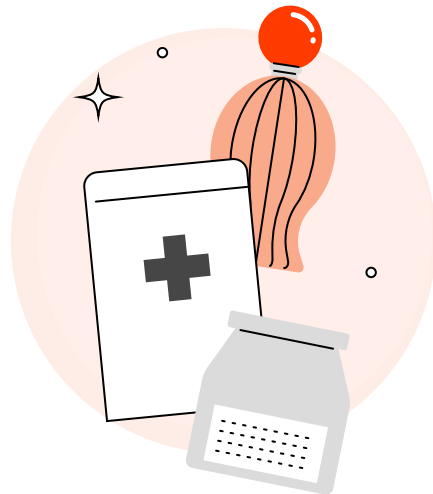
더 일상화된, 더 다양해진 배달

지난해 국내외 경제 여건이 변화하고 엔데믹으로 전환되면서 배달 시장이 위축됐다는 분석이 많았습니다. 바로고 역시 이러한 시장 상황을 체감했습니다. 그러나 바로고는 2022년을 배달 시장이 성숙한 한 해라고 평가합니다. 배달이 일상의 넓은 영역으로 확장될 조짐을 보이고 있기 때문입니다.



저희는 먼저 오전 시간대 배달이 늘었다는 점을 주목하고 있습니다. 2022년 오전 시간대(7~10시) 배달 건 수는 전년도에 비해 20.4% 상승했습니다. 오전 시간대 주문 중 버거 배달은 지난해 대비 52%, 죽 배달은 지난해 대비 46% 상승했습니다.

실제로, 최근 M사, B사 등 대표적인 버거 브랜드들이朝食 신메뉴를 내놓으면서 오전 배달 수요를 노리고 있습니다. 점심, 저녁 뿐만 아니라 아침까지, 배달은 고객들의 일상을 더 파고들고 있습니다.

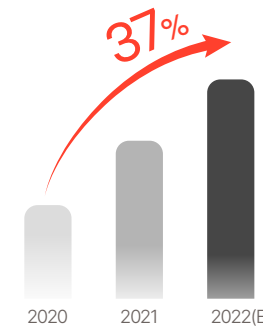


배달 시간만 넓어진 것이 아니라, 품목도 다양해졌습니다. 바로고는 1년 간 총 600만 건의 비식품 품목을 배달했습니다. 바로고가 배달한 품목은 화장품, 의약품, 반려동물용품 뿐만 아니라 녹용이나 공진단 같은 한방용품을 포함합니다.

최근 당일 배송에 대한 수요가 늘어나면서 배달을 선제적으로 도입한 편의점, 약국, 드럭스토어 등 기업들의 매출도 덩달아 뛰고 있습니다. 바로고는 지난해 이들의 배달을 더 많이 수행했고, 시장은 더 커질 것으로 기대합니다.

드럭스토어 O사

온라인 매출액 증가율

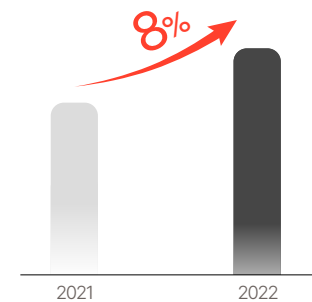


바로고 수행건수

55만 4천 건 증가

편의점 G사

G사 매출액 증가율

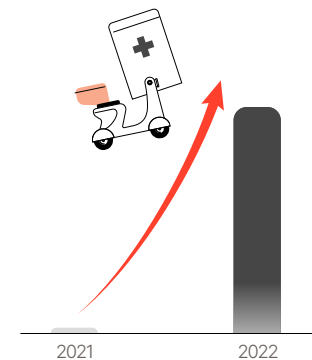


바로고 수행건수

24만 7천 건 증가

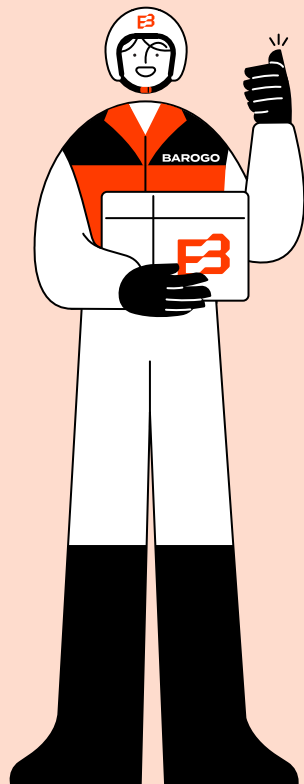
약국배달 D사

D사 배달건수 추이



바로고 수행건수

7만 4천 건 증가



가장 주문이 많았던 프랜차이즈

급증한 배달 수요를 바로고와의 파트너십으로 해결한 방안

지난해 바로고에서 배달을 수행한 B2B 수행 건 가운데 맥도날드 어린이대공원점이 주문이 가장 많았던 상점 중 한 곳으로 선정되었는데요. 맥도날드 본사 CX팀을 만나 바로고와 함께 성장한 한국 맥도날드의 배달 경험에 대한 이야기를 들었습니다.

팬데믹 전후로 맥도날드의 배달 주문 추이에는 어떤 변화가 있었나요?

확실히 코로나 바이러스가 본격적으로 시작된 2020년 상반기부터 비대면 주문이 일상화되면서 맥도날드 배달 주문 수요가 급격하게 늘었는데요. 초기에는 배달 시스템이나 인력 구축 등의 어려움이 있었지만, 점점 내부적으로 체계를 갖춰갔고 고객분들도 배달 주문 경험에 익숙해지면서 현재까지 성장 모멘텀을 유지하고 있습니다.

특히 맥도날드 어린이대공원점과 신림점 두 곳은 작년 한 해 바로고에서 높은 배달 수행 건 수를 기록하며 눈에 띄는 성장세를 보인 지점이었는데요, 각 지점별로 어떤 특징이 있는지 궁금합니다.

두 매장은 상권의 특징이 비슷해요. 모두 대학가 근처에 있어 1인 가구가 밀집된 상권에 속해 배달 수요 자체가 타지역에 비해 높은 편이죠. 게다가 두 매장 모두 최근까지 인근 지역으로 배달 권역을 확장해오기도 했고요. 그 영향으로 배달 주문이 많이 발생하지 않으나 추측하고 있습니다.

매장이나 포장 주문이 아닌, 배달 주문에서 특별히 더 신경 쓰는 점이 있다면 어떤 부분인가요?

배달 주문을 관리할 때는 배차 및 픽업 시간 지연, 그에 따른 품질 저하로 발생하는 부정적인 고객 경험을 최소화하기 위해 많은 신경을 쓰고 있어요. 라이더분들이나 매장 직원분들이 고객과 친절한 커뮤니케이션을 이어갈 수 있도록 관련 내용을 전파하며 강조하고 있고, 배달 수행에 적절한 가방을 사용하는 등 바로고와 같은 배달 대행사와 정한 업무 규정에 맞게 배달을 수행하는지도 꼼꼼히 신경을 쓰고 있습니다.

맥도닝 판매량이 전년 대비 15%가량 증가했다고 들었습니다. 이제는 점심, 저녁뿐 아니라 오전에도 배달 주문량이 많아졌음을 체감하실 텐데, 피크 시간대에 효율적으로 배달 주문을 해결하는 맥도날드만의 노하우는 무엇인가요?

배달 주문이 급증하는 시간대별로 배달 주문량을 예측하고, 해당 시간에 배달 주문과 관련된 인원들(라이더, 캐셔 등)을 적절하게 배치하고 있습니다. 특히 배달 주문은 음식을 배송하는 라이더뿐만 아니라 주문을 처리하고 제품을 생산 및 포장하는 직원의 역할도 중요하기 때문에 이와 관련된 직원 교육에도 많은 투자를 진행하고 있고요.

바로고와 함께하기 시작한 때를 기점으로 배달 서비스에서 개선된 점이 있다면 어떤 부분인가요?

배달에 대한 고객 수요가 지속적으로 늘어나면서 바로고와는 2018년부터 파트너십을 함께 논의하기 시작했는데요. 배달 니즈가 컸던 지역을 중심으로 바로고의 배달 대행 서비스를 이용하기 시작했고, 배달 권역을 전국적으로 확장하면서 맥도날드 전 매장에서 발생하는 배달 주문을 이전보다 안정적이고 효율적으로 관리할 수 있게 되었습니다.



가장 주목할 만한 비식음 배달 품목

당일 배송 유심을 통해 KT가 증명한 배달 품목의 확장성

작년 한 해 바로고가 배달한 품목들을 살펴보면, 식음료 외 비식음 품목의 약진이 눈에 띄었는데요. 그중에서도 유독 주목할 만한 품목이 유심(USIM)이었습니다. 유심 배달 서비스를 이용하고 있는 KT는 2시간 이내에 유심을 배송하는 '바로배송유심' 서비스를 운영하며 배달 수량을 늘려가고 있는데요. KT MVNO 마케팅팀을 만나 유심 배달에 대한 이야기를 나눴습니다.

KT에서 알뜰폰 유심 배달 서비스를 시작하게 된 시점과 계기가 궁금합니다.

코로나 바이러스를 겪으면서 비대면 서비스에 익숙해진 고객들의 니즈와 KT 알뜰폰 사업자들의 경쟁력 강화를 통해 시장 활성화에 기여하겠다는 목적을 갖고 2021년 6월에 '바로배송유심' 서비스를 런칭해 배달 서비스를 도입하게 되었습니다.

바로배송유심 서비스를 이용하는 고객분들은 주로 어떤 분들 이신가요?

현재는 KT 서비스를 사용하는 알뜰폰 사업자 가운데 약 11%가 바로배송유심 서비스를 이용하고 있는데요. 해당 서비스를 이용하는 주 고객분들 가운데 49%가 통신비를 절약하고자 하는 2030 세대입니다.

바로배송유심을 도입하면서 이전과 크게 달라진 점은 무엇인가요?

코로나 바이러스 확산 이전에는 고객분들이 알뜰폰을 신청한 다음 유심을 구매하기 위해 별도로 편의점을 방문해야 한다는 번거로움이 있었고, 택배로 신청해도 배송까지 2일 이상 소요된다는 불편함이 있었어요. 그러다 바로배송유심 서비스를 통해 유심을 2시간 이내로 당일 배송하니 고객분들의 단순 변심으로 인한 가입 취소가 없어서 개통률 향상에 상당한 기여를 하고 있습니다.

유심 배달 시 가장 신경 쓰는 부분은 어떤 점인가요?

바로배송유심 서비스의 가장 큰 장점이 신속한 배송이다 보니 그 부분을 많이 신경쓰고 있는데, 지금까지 서비스를 이용한 고객분들은 대부분 만족하셨어요. 다만 아직 배송이 불가능한 지역이 있어 배송 가능한 지역을 추가 확대하는 방안을 모색하고 있어요. 이런 부분들을 개선해가면서 올해는 작년 대비 2배 이상으로 배달 수량을 증대하는 것을 목표로 삼아 고객분들의 니즈를 만족시키고자 합니다.

지금까지 바로고와 함께 바로배송유심 서비스를 운영해온 소감이 궁금합니다.

바로고의 배달 대행 서비스를 도입한 후 배달 가능한 지역의 범위가 넓어졌다는 점에서 신뢰도가 높습니다. 또한 이전에는 서울의 중심지로 대표되는 강남구, 중구와 같은 지역에서 라이더 유치 경쟁이 치열해 배달 난항을 겪기도 했는데, 바로고 서비스를 이용하면서 그런 문제를 해결한 지역들이 많아졌어요. 그 외에도 유심 재고 관리, 고객 VOC 처리 등에 대한 부분도 지역별 허브에서 꼼꼼히 관리해주고 있어서 만족하고 있습니다.



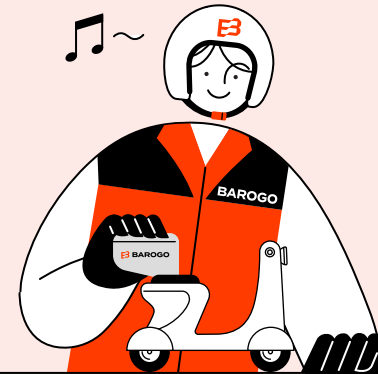
더 효율적인 배달을 위해서

바로고는 최근 배달 시장에 쏟아지는 기대와 우려를 잘 알고 있습니다. 더 다양한 영역에서 빠른 배달에 대한 수요가 발생하는 것이 사실이지만, 그만큼 배달비에 대한 소비자의 부담이 커지고 있기 때문입니다. 특히, 2021년부터 한 번에 한 집 배달(단건 배달)이 주목 받으면서 배달 시장 비용이 전반적으로 상승한 것이 사실입니다.

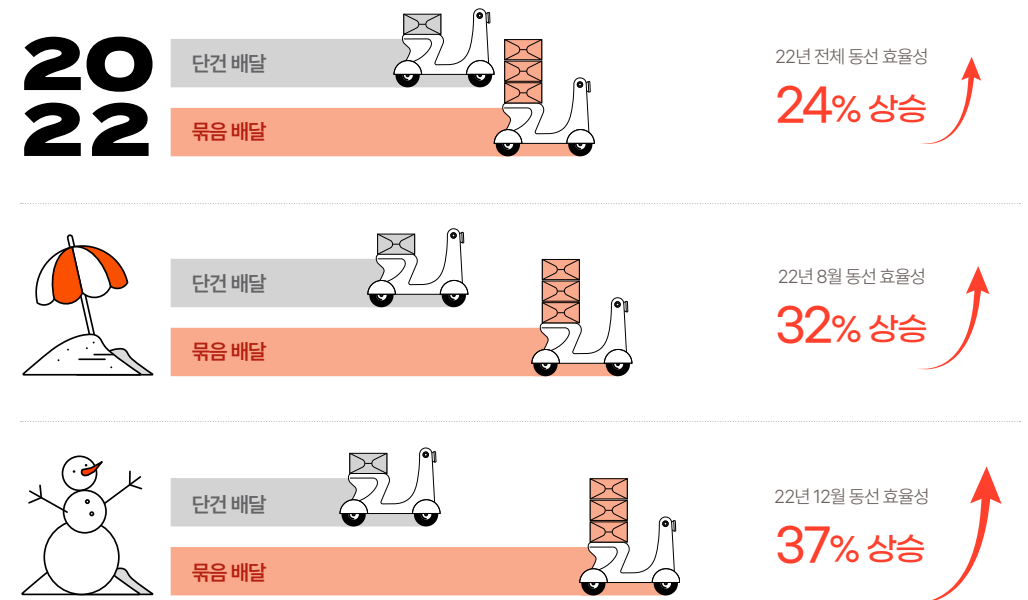
2021년 배달 시장에 등장한 단건 배달은 더 쉽고 빠른 배달로써 일반인도 배달에 참여할 수 있도록 허들을 낮췄고 배달 속도를 높였습니다. 그러나 배달 단가를 높이고 라이더 공급 안정성을 높여줘야 하는 결과를 초래했습니다. 바로고는 그래서 더 자신있게 효율적인 배달이 앞으로 주목 받을 것이라고 생각합니다.

그리고 효율적인 배달은 바로고가 가장 잘하는 분야입니다. 2022년 바로고 데이터에 따르면, 단건을 수행할 때보다 여러 배달 건을 묶어서 수행하는 경우 24% 이상 동선 효율성이 높았습니다. 효율 차이는 여름(8월)과 겨울(12월) 성수기에 더 크게 벌어지는 것으로 나타났습니다.

바로고의 효율은 단위 면적당 배달 건 수가 많아지면서 점차 증가하고 있습니다. 2020년 시간당 3.9건이던 바로고 라이더의 배달 효율은 2022년 4.1건으로 점차 증가했습니다. 이러한 효율은 앞으로 바로고가 더 많은 배달을 맡고, 플랫폼 기술 성숙도와 라이더의 숙련도가 높아지면 더 빠르게 개선될 것입니다.



단건배달 VS 묶음배달 동선 효율성 비교 ('22)



가장 프로페셔널한 라이더

전국 1등 라이더가 전하는 배달 수행 노하우

라이더로 4년, 허브장으로 3년의 경력을 지닌 전문배 라이더님은 지난해 전국을 통틀어 최다 배달 수행을 기록한 라이더입니다. 하루 평균 200~250km를 주행, 110~120건의 주문을 소화하고 소속 라이더들에게도 자신만의 노하우를 기꺼이 공유하며 응원하는 전문배 라이더님의 이야기를 전합니다.

2022년 최다 수행 라이더로 선정된 소감이 어떠신가요?

연락을 받고 뜻밖이란 생각이 먼저 들었어요. 바로고 플레이나 다른 커뮤니티를 보면 저보다 많이 수행했을 거라 예상되는 라이더분도 계셨거든요. 아무래도 꾸준함과 성실함이 보답을 받은 거라 생각합니다.

최다 수행을 기록할 수 있었던 라이더님만의 비결은 무엇이었나요?

단순히 주문을 많이 가져오는 것보다 2개, 3개씩 배차를 묶어 효율적으로 수행한 게 중요했던 것 같아요. 무조건 2배차를 기준으로 하되, 세 번째 배차는 같은 아파트이거나 1층일 때만 추가로 더 붙여서 했습니다. 배차가 다 이뤄지고 마지막 음식이 픽업된 후부터는 바로 다음 배달 코스를 구상하는 형태로 배달을 수행해왔고요. 묶음 배달을 할 수 있는 코스를 만들어 동선 낭비를 최소화하고자 했습니다.

배달 수행 시 가장 신경 쓰는 부분은 어떤 점인가요?

요즘에는 고객 요청 사항 부분을 꼼꼼히 확인하는 걸 최우선으로 생각하고 있어요. 비대면 배달이 많다 보니 요청 사항도 다양한데, 따로 시간을 내서 보지 않고 도착지에 내려서 확인해도 충분하기 때문에 신경을 많이 쓰는 편입니다. 또 음식이 파손되지 않도록 파우치를 활용하거나 이동 시 포장된 부분을 홀딩하는 부분도 잘 체크하고 있고요.

라이더와 허브장 업무를 모두 경험하며 느낀 바로고만의 장점은 무엇이라고 생각하시나요?

타 플랫폼도 경험해봤지만, 바로고는 B2B 수행 건을 많이 보유하고 있다는 것이 큰 장점인 것 같아요. 그리고 배달 업무 자체에 대한 전문성을 많이 배울 수 있다는 점도 좋아요. 초보자가 시작하더라도 바로 현장에 투입되어 습득할 수 있게끔 수행 절차가 심플하게 되어 있거든요. 저희 허브에서는 마치 제자를 양성하듯 신입 라이더분들을 교육하는데, 별도로 저희만의 라이더 매뉴얼을 만들어 교육하고 있어요. 그 덕분에 이탈하는 라이더분들도 적은 편이고요.

마지막으로 라이더님이 세운 올해의 목표가 궁금합니다.

지금처럼 많은 것들을 이뤄 나가면서 저희 허브가 인천 송도 배달 시장 점유율 1위를 기록하는 걸 목표로 삼고 있어요. 그리고 꾸준히 함께할 수 있는 라이더분들을 찾아 교육하고 그 길을 오랫동안 같이 걸어갈 수 있도록 더 열심히 일할 예정입니다.



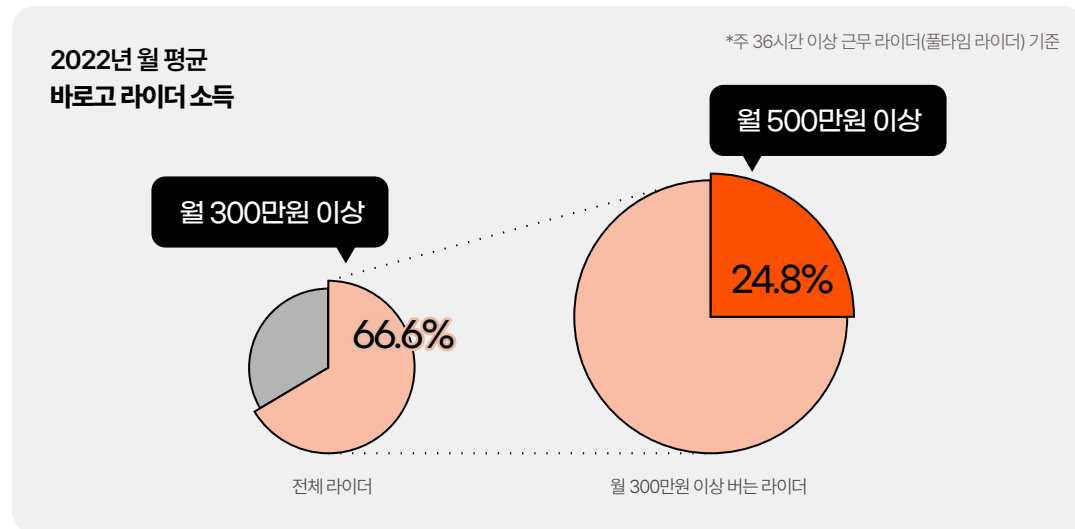
인천송도2허브 전문배 라이더님



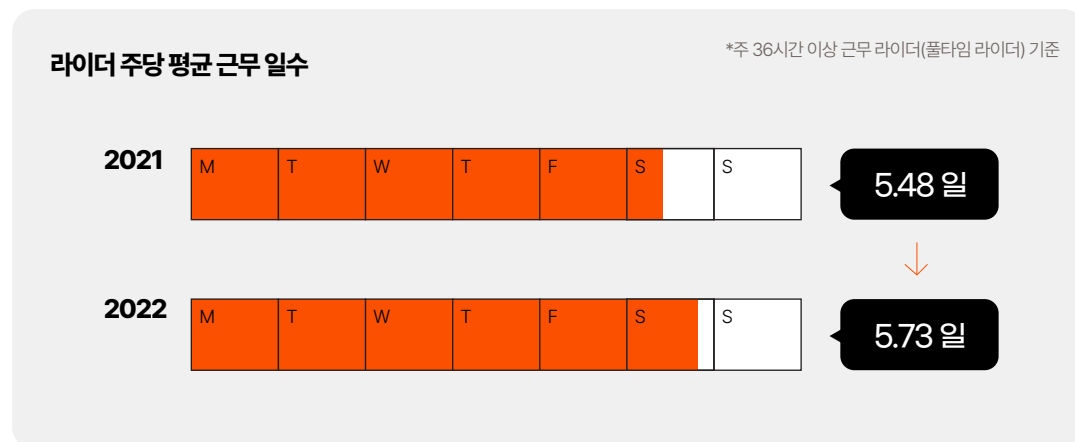
인천송도2허브에서는 동기부여를 위해 월 1,000건, 일 100건의 수행 건 수를 달성한 라이더분들에게 직접 제작한 배지를 선물하고 있다.

더 좋은 배달을 위해서

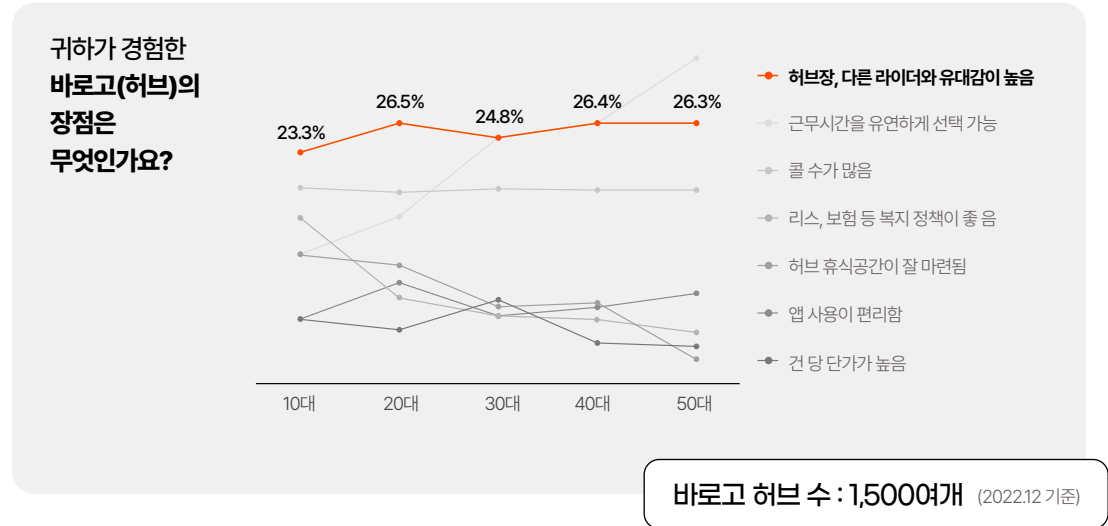
바로고는 배달이 존중받는 하나의 직업으로 자리잡기를 꿈꿉니다. 지난해 12월 기준, 주 36시간 이상 근무한 라이더(풀타임 라이더)의 66.6%가 300만원 이상의 소득을 올렸습니다. 이들 중 24.8%는 500만원 이상의 소득을 올렸습니다. 이들의 평균 소득은 371만원으로, 통계청에서 발표한 대한민국 월 평균 임금(333만원, 2021.12) 보다 약 11% 높습니다.



2022년 바로고 풀타임 라이더의 주당 평균 근무 일 수는 5.73일로, 2021년 (5.48일) 보다 늘었습니다. 바로고와 더 오래 함께 하는 라이더가 늘어나고 있습니다. 플랫폼의 기술 성숙도를 높이는 것 뿐만 아니라, 라이더의 평균 근속연수와 숙련도가 높은 좋은 직업을 만드는 것이 바로고가 추구하는 방향입니다.

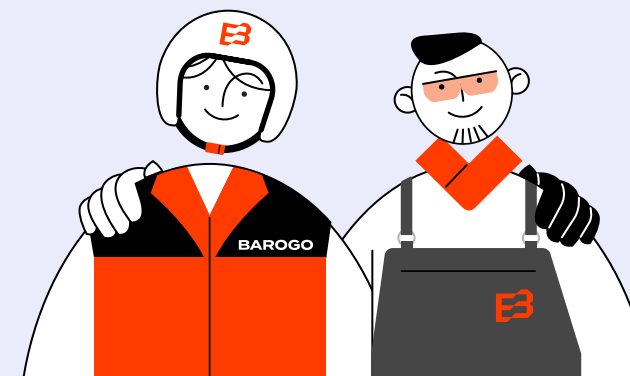


바로고가 배달에 진심인 라이더들을 모을 수 있는 이유는 전국에 거점으로 존재하는 1,500여개의 허브 덕분입니다. 바로고 플랫폼을 활용하는 라이더들은 이 곳을 거점으로 팀이 되어 인근 상점을 영업하고, 함께 배달을 수행합니다. 지난해 8월 800여명의 바로고 라이더를 대상으로 진행한 설문에서 라이더들은 바로고의 장점으로 **다른 라이더들과의 유대감**을 꼽았습니다. 이러한 바로고 인프라가 더 촘촘해질수록 배달 업계에 더 안전하고 더 친절한 문화를 빠르게 확산시킬 수 있을 것입니다.



바로고는 이러한 유대감이 또 다른 비즈니스로 전환될 수 있을 것이라고 믿습니다.

바로고는 인프라망을 활용해 다양한 비즈니스 접근을 시도하고 있습니다. 바로고의 자회사 무빙은 전기이륜차 공유 플랫폼으로써 허브를 거점으로 배달 업계의 전기차 전환을 노리고 있습니다. 바로고는 식자재 유통 플랫폼사 딜리버리랩(오더히어로)과도 함께 하고 있습니다. 허브 인근에 MFC를 오픈, 허브장이 직접 관리 주체가 되어 인근 상점들과 계약하고 식자재를 납품하고 있습니다.



가장 끈끈한 허브

라이더가 최우선이라는 마인드로 소속감을 키워간 허브의 비결

바로고에서 가장 단단한 결속을 자랑하는 허브로 손꼽힌 대전동구중앙허브. 전국에서 가장 많은 라이더를 보유한 허브 중 한 곳으로 선정된 이곳에선 무엇보다 라이더가 1순위라고 합니다. 대전동구중앙허브를 운영하면서 지역 부총판장직을 겸하고 있는 지용익 허브장님을 만나 라이더분들을 많이 모을 수 있었던 노하우에 대해 들어보았습니다.

대전동구중앙허브에 대해서 소개 부탁드립니다.

저희 허브는 대전역을 중심으로 대전 중구, 동구를 거점으로 운영하고 있는 허브입니다. 약 8년 넘게 유지해 오고 있는데, 현재 250~300명 정도의 소속 라이더가 활동하며 400여 곳의 상점을 관리하고 있습니다.

라이더분들을 많이 모을 수 있었던 허브장님의 노하우는 무엇인가요?

저희는 배달 권역이 워낙 넓다 보니 지역별로 담당을 나눈 팀 체제로 라이더들을 관리하고 있어요. 관리자급의 팀장님들만 40여 분 정도 계신데, 그중에는 허브를 운영해 본 분들이 여럿 계실 정도로 다들 베테랑이세요. 팀별로 저마다 특징이 있지만 공통적으로 저희 허브에서 추구하는 게 '라이더가 우선이다'예요.

허브를 운영하다 보면 상점의 주문을 많이 수행해서 수익을 창출하고, 소속 라이더들과 나누는 게 최우선이라고들 생각하시는 분들이 많은데, 저는 거꾸로 이 일을 지속할 수 있는 가장 큰 이유는 라이더분들에게 있다고 생각합니다. 라이더라는 직업 특성상 출퇴근을 꼼꼼히 관리하고 성과를 중요시하는 것보다 오히려 자율성을 보장해주는 게 오랫동안 같이 일할 라이더들을 만드는 방법이더라고요. 다행히 사람이 먼저라는 생각에 동의해주시는 분들이 많아서 저희 라이더분들은 평균 근속연수가 2~3년 정도로 긴 편이에요. 이렇게 운영하다 보니 따로 라이더 모집 광고를 하지 않아도 입소문이 나서 많은 분들이 오세요.

소속 라이더분들이 많은 만큼, 허브에서 서로 편하게 이야기를 나누는 분들이 많아 보여요.

허브나 지역 곳곳에 있는 사무실에서 삼삼오오 모여 커피 마시고 서로 사는 이야기를 나누는 거예요. 라이더라는 직업이 아무래도 길에서 혼자 일하는 외로운 직업이잖아요. 그럴수록 이렇게 같이 일하는 동료와 담소를 나누는 순간들이 생각보다 중요하게 작용해요. 그런 의미에서 라이더분들이 소속감을 느끼는 것도 중요해요. 길을 지나가다 바로고 조끼를 입거나

배달통을 장착한 라이더를 보면 별거 아닌 것 같아도 반갑거든요. 반가운 마음이 드는 것 자체가 소속감을 느끼고 이 일을 오래할 수 있는 원동력을 준다고 생각합니다.

허브를 운영하면서 가장 인상깊었던 순간은 언제였나요?

허브를 처음 운영했을 때는 하루 300건으로 시작했어요. 그러다 작년에 저희 허브에서 일 7,000건을 달성한 적이 있었는데, 그때 그동안 우리가 많이 성장했구나를 체감하면서 뿌듯함을 느꼈어요. 20배 넘게 성장한거니까요. 올해는 배달 수행 건 수를 확장해 월 20만 건을 달성하는 것을 목표로 삼고 있습니다.



대전동구중앙허브 지용익 허브장님

가장 열심히 일한 허브

체계적인 시스템으로 일도 사람도 모두 사로잡은 허브

작년 한 해 가장 많은 배달 수행을 기록한 허브 중 한 곳으로 선정된 경주황성허브는 체계적인 시스템을 갖춘 곳입니다. 라이더는 수행력을 더 끌어올릴 수 있도록, 관리자들은 영업과 라이더 관리에 집중할 수 있도록 하며 효율을 끌어올렸다고 하는데요. 경주황성허브를 담당하고 있는 최병운 총판장님을 만나 실제 허브 운영 시스템에 대해 더 많은 이야기를 나눴습니다.

총판장님 소개 부탁드립니다.

저는 경주황성허브 허브장 겸 경주 지역 총판장을 맡고 있는 최병운입니다. 처음에는 제약회사에 다니면서 취미로 바이크를 타다가 라이더 활동을 병행했는데, 7~8년 전부터는 본격적으로 배달 대행 업계에 들어와 일하기 시작했어요.

작년 한 해 라이더들과 함께 많은 수행 건을 기록할 수 있었던 비결은 무엇이었나요?

저희 허브는 네 명의 허브장이 함께 동업하고 있는데, 3년 전부터는 사무실에 별도의 상주 직원을 두고 수행 업무에 집중할 수 있는 구조를 만들기 시작했어요. 그렇게 업무를 분담했더니 관리자들은 상점 영업을 더 활발히 진행할 수 있었고, 라이더분들도 상주 직원이 콘트를 타워 역할을 수행하니 코스 배차 등 배달 수행을 좀더 효율적이고 체계적으로 관리할 수 있게 되었습니다.

평소 상점을 영업하는 노하우가 따로 있으신가요?

저희는 팀장, 부팀장, 일반 라이더 체제로 전체 라이더를 관리하고 있는데, 팀장님이나 부팀장님들을 대상으로 신규 상점 영업에 대한 인센티브 제도를 운영하고 있어요. 그래서 적극적으로 상점을 영업할 수 있었고 팬데믹을 겪으면서 배달을 병행하기 시작한 상점들을 많이 유입시킬 수 있었어요. 추가로 라이더 복지 혜택이자 상점주분들과 상생할 수 있는 방안으로, 라이더분들이 계약을 맺은 상점에 가서 음식을 먹거나 포장하면 음식값을 할인해드리는 혜택을 제공하고 있어요. 저희 등록 라이더분들만 해도 벌써 250명이 넘으니까 상점 매출 향상에 큰 도움을 드릴 수 있거든요.

좋은 복지 혜택이 있는 만큼 경주황성허브에 관심이 있는 라이더분들이 많을 것 같아요. 평소 어떻게 라이더분들을 모집하시나요?

저희는 현수막 광고나 잡 포털 사이트, 아파트 엘리베이터, 신문 등 다양한 영역에서 광고를 운영하면서 홍보비에는 돈을 아끼지 않고 있어요. 라이더 모집을 위한 것도 있지만, 경주 시민분들이 광고를 통해 바로고 라이더를 계속 인지할 수 있게끔 하려는 목적도 있어요. 라이더분들도 광고가 자주 눈에 띄수록 소속감이나 자부심을 가지게 되는 효과도 있고요. 제가 라이더 생활을 처음 시작할 때만 해도 사회적인 인식이 좋지 않았어서, 저희부터라도 광고나 여러 채널을 통해 바로고 라이더에 대한 열정적인 이미지를 심어주려고 노력을 많이 하고 있죠. 라이더 단톡방에도 종종 우리는 경주시에 큰 도움이 되는 일을 하고 있는 거라고 라이더분들을 격려하기도 하고요.

올해 경주황성허브의 목표는 무엇인가요?

저희 허브와 함께하는 상점주분들과 라이더분들이 지금보다 조금 더 많이 늘고, 같은 울타리 안에서 다 같이 행복해졌으면 좋겠습니다.



경주황성허브 최병운 총판장님

바로고 비즈니스

2023년, 바로고는 초연결을 이어 나갑니다.

바로고는 필요한 것을, 필요한 곳에, 필요한 순간 전하며 초연결의 의미를 확대해 나가고 있습니다. 끊임없이 연결하고자 하는 도전은 새로운 가치를 만들어냅니다.

주방플랫폼 도시주방



도시주방 — DOSI KITCHEN —

도시주방은 바로고의 주방 플랫폼으로 Food, Space, Tech를 기반으로 소비자에게는 전에 없던 편리함과 새로운 식음 단건 소비 문화를 제시하는 한편, 상점주에게는 단순 공간 임대 서비스를 넘어서 음식 조리에만 집중할 수 있는 환경을 제공하고 F&B사업 전반에 걸친 다양한 운영 서비스를 제공하여 KaaS (Kitchen as a Service) 플랫폼이라는 새로운 영역을 개척하고 있습니다.

현재 도시주방 1호 마포점, 2호 역삼점, 3호 고터점, 4호 서초점, 5호 정자점이 성황리에 운영 중이며 상점들의 매출 증진을 위해 기업 고객 대상의 정기식 도시락 서비스와 이벤트 케이터링 서비스도 제공 중입니다.

향후 도시주방은 데이터 기반의 디지털화, 자동화를 통해 시스템 connectivity를 강화할 예정입니다. 이를 통해 입점 상점의 편의성을 높이고 사업 성공을 이끌어 낼 계획입니다. 또한, MZ세대 소비자를 사로잡을 수 있도록 온·오프라인을 넘나드는 주방 플랫폼으로 진화시킬 예정입니다.



[도시주방 소개자료 다운](#)



상점주를 위한 종합 컨설팅 사이트 든든상점



[매출상승]
매장 매출을 늘리는 가장 확실한 방법



[비용감소]
저렴한 비용으로 고정지출 줄이는 법



[리스크관리]
매장 위험요소, 예방하는 비결

나에게 필요한 매장 서비스, 찾고 계셨나요?

든든상점은 매장에 꼭 필요한 서비스를 제공합니다!

든든상점은 오픈부터 폐점까지의 상점 라이프 사이클에 맞춰 필요한 서비스와 콘텐츠를 상점주에게 소개합니다. 상점 경영에 유용한 정보를 제공하고, 필요한 솔루션을 낮은 비용에 제안하면서 든든한 경영 파트너로서 발을 맞추고 있습니다. 바로고는 든든상점을 통해 다양한 외부 경영 솔루션을 보다 쉽고, 저렴하게 도입할 수 있도록 서비스 연계에 주력하고 있습니다.

카테고리별 제휴 서비스 운영

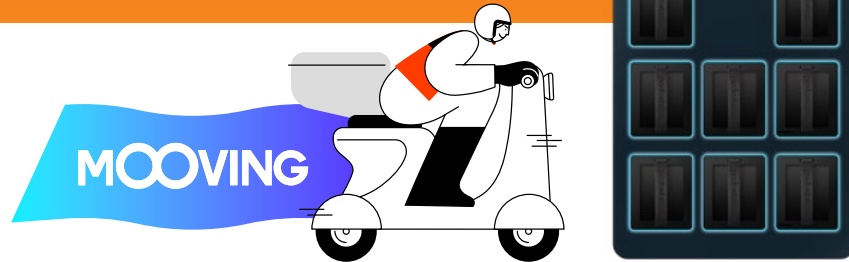
- 매출 상승** 매장 홍보, 상권 분석, 프랜차이즈 가맹 소개
- 비용 감소** 고객 호출 서비스, 주방집기 구매·렌탈, 창업 컨설팅
- 리스크 관리** 구제 방역, 매장 음악

상점주에 유익한 정보성 콘텐츠 제공

- 사장님 경영 노하우
- 정부 지원 사업 소식
- 업계 뉴스



친환경 모빌리티 플랫폼 무빙(MOOVING)



친환경 모빌리티 전문 기업 무빙(MOOVING)은 바로고와 핀테크 업체 아톤의 JV로 시작되었습니다. 앞선 기술의 전기 이륜차 생산 및 유통, 주행거리 걱정 없는 배터리 스테이션 보급을 통해 라이더 친화적인 친환경 모빌리티 생태계를 연결해 나가고 있습니다.

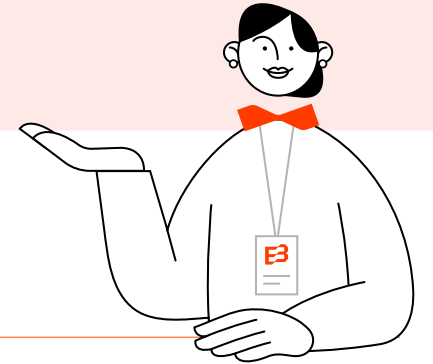
국내 최초 통합 바이크 리스 비교 플랫폼을 운영해 손쉽게 바이크를 이용하고 효율적인 관리가 가능할 수 있는 기틀을 다졌습니다. 배터리 잔존 가치를 활용한 선할인 리스 프로그램(BCS)을 운영해 전기바이크에 대한 부담을 낮춰 보다 많은 라이더가 경험할 수 있는 환경을 만들어 가고 있습니다.



무빙(MOOVING)의 운영 서비스

- 포도프렌즈** : 국내 최초 통합 바이크 커머스, 관리 및 운영 서비스
- 포도모빌리티** : 다양한 라인업의 전기이륜차 및 마이크로 모빌리티
- 포도스테이션** : 전기바이크 배터리 교체스테이션
- 포도 앱** : 포도스테이션 이용자를 위한 라이더용 앱
- 포도파트너스** : 포도모빌리티 사용자를 위한 A/S 네트워크

2023년, 바로고는 함께 그리고 바르게 나아갑니다 파트너사 소개



바로고는 배달이 일상이 된 오늘과 다가올 내일을 위해 움직입니다. 혼자서 빠르게 움직이기보다 함께, 그리고 바르게 나아가고자 합니다.



스마트 방역·방제 솔루션 제공 스타트업 세이클

바로고는 상점주가 느끼는 방역·방제 비용 부담을 덜어주고, 이들이 소비자에게 위생적인 음식을 제공하는 데에만 집중할 수 있도록 '세이클'과 함께하고 있습니다.



서빙 로봇 전문 개발 스타트업 알지티

바로고는 상점주가 서빙 로봇을 도입함으로써 인력난을 해소하고, 노동 강도를 줄여 조리과 배달 등의 서비스 품질을 높이는 데 도움을 드리하고자 합니다.



식자재 통합 유통 플랫폼 오더히어로 운영사 딜리버리랩

바로고는 외식 상점주가 보다 경제적으로 식자재를 주문하고, 관리할 수 있도록 딜리버리랩과 협력 중이며, 보다 효율적인 배송을 위해 바로고의 인프라와 물류거점을 활용하고 있습니다.



오피스푸드 정기 배달 플랫폼 푸딩 운영사 푸딩코퍼레이션

바로고는 푸딩코퍼레이션과 상점주의 안정적인 수익 창출과 상점 운영 효율화 제고를 위해 머리를 맞대고 있습니다. 바로고의 주방 플랫폼 도시주방 제휴 상점이 푸딩코퍼레이션 플랫폼에 입점해 시너지를 내고 있으며, 정확한 메뉴 수요 예측으로 식자재 폐기율을 줄이는 데에도 앞장섭니다

한 건의 배달 서비스가 실행되기 위해서는 거리, 무게, 부피 등과 같은 기준을 정해야 합니다. 하지만 바로고가 꿈꾸는 세상에선 어떠한 기준도, 한계도 없습니다. 수많은 파트너들의 꿈을 연결해 기회로 만들어내는 일, 바로고가 꿈꾸는 세상에서 이뤄냅니다.

발행일 2023년 03월 16일

발행처 바로고

만든이 Data Insight 그룹, 디자인팀, 마케팅팀, 바로소통팀



바로고 딜리버리 리포트에 대한 저작권은 (주)바로고가 소유하고 있습니다.
본 리포트에 대한 상업적 이용은 금지되어 있으며, 인용 시에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

