

“체험에 프리미엄을 엮다” 달라진 가전양판장 新풍속도

롯데하이마트

온오프 결합 매장 ‘옵니스토어’

전자랜드프라이싱

체험·휴식 초점 맞춘 ‘파워센터’

1300여 권의 서적과 브랜드별 커피머신 그리고 안락한 휴식 공간까지. 가전 양판장이 달라지고 있다. 단순히 제품을 판매하던 공간을 넘어, 고객의 발길을 사로잡는 맞춤형 공간으로 변화하고 있다.

최근롯데하이마트, 전자랜드프라이싱 등 가전 양판장은 체험존을 늘리고, 프리미엄 매장을 확장하는 데 주력하고 있다. 지점별 특색에 맞춘 리뉴얼과 전문성 강화를 통해 단순 판매 그 이상의 가치를 실현하는 데 목적을 둔다.

롯데하이마트는 지난달 28일 수원시 권선구에 있는 하이마트 수원롯데몰점을 온·오프라인 결합형 매장인 ‘옵니스토어’로 새단장해 선보였다. 앞서 개점한 구리점, 주안점에 이은 3번째 옵니스토어이자, 첫 번째 ‘숍인숍’ 옵니스토어다.

‘라이프 스타일 매장’을 표방하는 옵니스토어는 제품 진열과 공간 활용 등에서 기존 매장 차별점을 둔다. 제품이 뽀뽀



롯데하이마트의 온오프라인 결합형 매장 ‘옵니스토어’ 수원롯데몰점 매장. /롯데하이마트



전자랜드프라이싱 ‘일산 파워센터점’의 계절가전·건강가전 코너. /전자랜드프라이싱

이 늘어서 있던 기존 매장과 달리, 옵니스토어는 프리미엄 가전 중심의 진열로 한층 쾌적한 분위기를 제공한다.

전시관을 방불케 하는 매장을 뒷받침하는 것은 ‘옵니존’이다. 옵니존에 마련된 태블릿 PC에서는 중저가 제품을 포함한 11만 여개에 이르는 제품을 조회할 수 있으며, 구매까지 한번에 가능하다. 눈에 보이지 않는 상품까지 오프라인 매장에서 구매가 가능하도록 해, 매출 증대와 함께 오프라인 매장의 트래픽 문제까지 해소했다. 매장에 마련된 휴게 공간과 제품

체험이 가능한 프리미엄 전시 공간은 기존 가전 매장에 대한 고정관념을 바꾸는데 일조한다.

2호점인 주안점의 경우, 1층 전체를 커피숍으로 꾸며 매장을 방문한 고객들이 편하게 이용할 수 있도록 했다. 2층에 마련된 45평 규모의 휴게 공간에는 인문·여행 등 다양한 분야의 서적 3000여 권이 비치돼 있으며, 독서와 간단한 세미나를 할 수 있는 공간도 마련됐다.

프리미엄 전문관을 체험형으로 설치해 각종 가전 제품을 고객이 직접 시연할 수

있도록 한 것도 특징이다. 건강기기와 미용기기 전문관인 ‘헬스앤뷰티존’을 비롯해 영국 다이슨사(DYSON)의 제품을 모은 ‘다이슨관’, 가전업계의 새 트렌드 ‘빌트인존’, ‘사물인터넷존’ 등이 있다. 또 공기청정기 제품의 경우, 브랜드별로 모아 별도의 전문관으로 구성했다.

전자랜드는 고객 체험·휴식 공간 조성에 초점을 맞춘 ‘파워센터’ 개점에 가속도를 내고 있다. 지난 6일에는 전라북도 남원시 동충동에 ‘파워센터 남원점’을 개점했다. 이는 올해 6번째 선보이는 파워센터다.

서울 용산 본점을 시작으로 지역 거점 매장을 파워센터로 새롭게 선보이고 있는 전자랜드는 올해 30개 매장을 파워센터로 전환한다는 계획이다. 전자랜드 파워센터는 고객의 체험·휴식 공간 조성에 초점을 맞추고 있다.

지난해 11월 개점한 4번째 프리미엄 매장인 파워센터 원주점의 경우, 매장 곳곳에 테이블과 소파를 배치해 고객이 휴식을 취할 수 있도록 했으며, 타 지점 역시 고객 편의를 최우선으로 했다.

프리미엄을 강조한 파워센터인 만큼 브랜드관 구성에도 힘을 썼다. 2층에는 삼성전자 브랜드숍이 들어섰고, 4층에는 가전 양판점 최초로 SK매직 브랜드관이 마련됐다.

고객이 쉽고 빠르게 제품을 구매할 수 있도록 매장 구성을 세분화하고, 다양한 브랜드를 입점해 고객의 선택 폭을 넓히는 점도 특징이다. 모바일존, 건강가전존, TV존, 계절가전존, 주방가전존, IT존, 음향가전존 등으로 구성돼 있으며, 건강가전존에서는 전자랜드 PB 브랜드인 아나 안마의자, 마사지기뿐만 아니라 각종 브랜드를 만나볼 수 있다.

/김민서 기자 min0812@metroseoul.co.kr

롯데마트, 베트남 고밥점에 中企제품 매장 오픈

(호치민 소재)

부산 中企 13개사 제품으로 구성
현지 바이어 서류심사 통해 선정

롯데마트가 베트남 현지에 중소기업 제품 전용매장을 열고 베트남 진출 지원에 앞장선다.

롯데마트는 지난 6일 부산창조경제혁신센터-부산시와 손잡고 베트남 호치민 롯데마트 고밥점(Go Vap)에 부산 중소기업제품 전용매장인 ‘BE GOODS by busan’을 오픈했다고 8일 밝혔다.

이번 사업은 아세안지역의 고성장 국가인 베트남에서 부산 중소기업 소비재의 우수성을 알리고 수출을 활성화하기 위한 목적으로 추진하게 되었다.

‘BE GOODS by busan’은 과채음료와 어묵을 비롯, 프라이팬, 탈모방지 샴푸 등 가공냉동식품부터 주방생활용품, 화장품까지 베트남 현지 가격경쟁력과 시장적합도, 제품성 등을 기준으로 롯데마트 MD(상품개발자)와 베트남 현지 바이어의 서류심사-실물평가를 통해 선정한 부산 우수 중소기업 13개사 70여개 제품으로 구성된 전용매장이다.

롯데마트는 매장 활성화를 위해 온·



롯데마트 고밥점. /롯데마트

오프라인 마케팅을 통해 제품 홍보를 강화할 예정이며, 3~6개월간 기업 및 상품군별 매출 등 성과를 기반으로 상품 In-out을 진행하고, 상품 품평회와 인터뷰를 상시 실시하여 중소기업 우수 제품을 추가로 선발해 현지 소비자들의 관심을 지속적으로 유도할 계획이다.

여기에 부산창조경제혁신센터는 현지 매장 운영 지원 및 제반 비용을 지원해 중소기업들의 부담을 덜어주고, 지원업체들에게 베트남 현지 대형 유통망에 대한 자생력을 키울 수 있도록 지원할 예정이다.

롯데마트가 베트남에서 국내 중소기업 제품 전용매장을 오픈 한 것은 이번이 처음이 아니다. 지난해 10월부터 롯데마트 호치민 남사이공점에서는 전국 중소기업제품 전용매장인 ‘BE GOODS’를 오픈 한 것.

베트남 현지에서 7개월간 전용매장을 운영한 결과, 전국 중소기업 23개사의 196개 우수 상품이 판매되었으며 총 2억 4000만원을 달성하는 성과를 나타냈다.

이는 베트남 현지에 진출하고자 하는 국내 중소기업들에게 실질적으로 안정적인 상품 입점 기회제공과 해외 판로개척지원을 실시한 것으로 평가 받고 있다.

정원환 롯데마트 대외협력부문장은 “현지 맞춤형 전략으로 베트남 대표 대형마트로 자리잡은 롯데마트는 새롭게 오픈한 ‘BE GOODS by busan’을 통해 국내 중소기업제품이 ‘값 싸고 질 좋은 제품’이라는 인식을 심을 수 있는 좋은 계기가 될 수 있도록 노력하겠다.”고 말했다.

한편, 롯데마트는 베트남 현지에서 1300여개의 PB제품을 직접 생산해 판매하고 있으며, 편의점과 중·소형슈퍼 등을 포함해 2020년까지 매장 수를 87개로 늘릴 계획이다. /신원선 기자 tree6834@

이마트, 계산대 의자 10년 만에 전면교체

현장근무 임직원 목소리 적극 반영

이마트 계산대 의자가 전면 교체된다. 이마트는 오는 16일부터 의정부점을 시작으로 8월 24일까지 전국 이마트와 트레이더스 점포의 계산대 의자를 신형으로 교체한다. 개선된 계산대 의자는 높이가 77cm로 기존 65cm에 비해 20% 가량 높아졌으며, 등받이 높이는 23cm에서 37cm로 약 60% 높아졌다.

이번 개선은 임직원 건의함 ‘사원의 소리’를 통해 현장 근무 직원들의 목소리를 적극 반영했다.

기존 허리 높이의 등받이를 대폭 상향해 휴게시 편안하게 쉴 수 있도록 했으며, 고객들이 카트에 싣고 지나가는 상품이 계산대 직원들 등에 치이는 일도 없도록 등받이 크기를 확대했다.

이마트 계산대 의자는 2008년 처음 도입됐다. 2008년 8월 노동부에서 ‘서서 일하는 근로자 건강보호대책’을 발표하는 등 서서 일하는 근로자들 근무환경 개선에 대한 사회적 분위기가 형성되었으며, 이에 대형마트에 계산대 의자가 도입되기 시작했다.



이마트 계산대 의자 개선. /이마트

이후 부분적인 변화는 있었으나 큰 변화 없이 10년간 기존 의자의 형태가 유지되었고, 직원들의 의견을 반영해 대대적인 개선이 이뤄진 것은 이번이 처음이다. 이마트는 이 외에도 점포 직원들의 근무환경 개선을 위해 다방면으로 노력하고 있다.

이마트는 임직원 보호를 위해 ‘이케어’ 제도를 2014년부터 시행했으며, 2017년에는 ‘이케어 2.0’으로 제도를 강화했다.

이케어 2.0은 직원이 정당한 권리를 행사할 수 있도록 이마트가 시행한 제도로 악성 컴플레인 사전 차단 및 사후 관리에 관한 제도다. /신원선 기자

롯데백 인플루언서 플랫폼 ‘네온’ 오픈

SNS 인플루언서들 한 곳에서 만나

롯데백화점이 9일 유명 SNS 인플루언서들을 한 곳에서 만날 수 있는 ‘인플루언서 플랫폼’인 ‘네온(NEON)’을 오픈한다. ‘네온’은 롯데백화점이 유통업계 최초로 인플루언서의 일상과 컨텐츠를 고객들이 공유할 수 있도록 제작한 쇼핑 플랫폼이다.

‘네온’은 ‘뉴원(NEWONE)’의 줄임말이자 그리스어로 ‘새롭다’라는 뜻을 내포한 단어로 롯데백화점이 지난해 12월 인플루언서를 활용하여 새로운 유통 패러다임을 제시하기 위해 구축한 ‘인플루언



‘네온’ 모바일 웹사이트 사진. /롯데백화점

서커머스 프로젝트’에서 제작했다.

‘네온’에서는 인플루언서들의 배송, 서비스 등의 문제를 롯데백화점의 다양한 유통 노하우 및 인프라를 통해 해결하여 서로 ‘윈윈(Win-Win)’할 수 있는 플랫폼 구축을 계획했다. /신원선 기자

갤러리아백 ‘고메이494’ 유기농 목초우유 출시

프리미엄 식재료 콘텐츠 확대 예정

갤러리아백화점이 식품 자체 브랜드(PB)인 ‘고메이494’에서 유기농 목초우유 신제품을 출시, 프리미엄 식재료 콘텐츠를 한층 강화한다고 8일 밝혔다. 고메이494는 동물복지 인증 목장에서 유기농 목초 사료만을 먹여 키운 소의 원유를 최적의 방식으로 살균한 제품으로, 단백질

고진한 맛이 특징이다.

원유가 생산되는 목장은 경기도 안성의 ‘송영신목장’으로, 국내에서 동물복지 제1호 인증을 받은 농장이다. 또 가공업체는 제조 공장, 설비, 개인위생 관리가 철저한 식품안전관리인증기준(HACCP) 인증을 획득한 공장이다. 이곳에서는 원유를 72~75℃에서 15초 내외로 살균해 영양소 파괴를 최소화 하고 있다.



증가하고 있으며 향후 천연 발효 식초, 조미료류, 반찬류 등 다양한 품목으로 확대해 나갈 예정”이라고 말했다.

/김민서 기자 min0812@