

제철 먹거리·해외직소싱 강화... “한달 내내 싸다 싸!”



창립 25주년 ‘블랙이오’ 흥행
오늘부터 대대적 3차 행사 시작

이마트가 11월 창립 25주년을 맞이해 준비한 ‘블랙이오’ 행사가 고객들의 큰 호응을 얻고 있는 가운데 제철 먹거리와 해외직소싱 상품이 매출을 견인하고 있는 것으로 나타났다.

14일 이마트에 따르면 지난 1일부터 11일까지 전년 대비 방문객수는 5%, 매출은 11% 가량 증가했다.

같은기간 한우 180톤, 삼겹살 150톤, 굴비 100만마리, 계란 45만판, 과일(바나나, 토마토, 키위, 배) 18만개(팩/박스), 랍스터 11만개 가량이 판매됐다.

‘한달 내내 블랙프라이데이’를 표방한 이번 개점 25주년 ‘블랙이오’ 3차 행사는 15일부터 일주일간 신선 제철 먹거리, 시



/이마트

즌 상품 및 해외 직소싱 상품을 중심으로 대대적인 할인 행사에 나선다.

11월부터 본격적인 출하가 시작되는 ‘딸기’와 ‘밀감’ ‘아보카도’ ‘자몽’ 등 제철 과일을 저렴하게 선보인다. 또 한우, 삼겹

살에 이어 ‘블랙이오’ 3차 행사에서는 ‘호주산 달링다운외규’ 전품목 40% 할인 행사를 진행한다.

가공·생활·패션·가전도 11월 한달 내내 할인가에 구매할 수 있다.

생활용품으로는 이마트 단독 기획상품인 ‘블랙이오 핫팩 대용량 기획세트(40매)’가 9900원에, ‘블랙이오 위생장갑(100매)’을 2480원에 1+1 판매한다.

추위를 준비하기 위해서 의류에서도 다양한 할인 행사를 기획했다. ‘데이즈 성인·아동 부츠, 방한 슬리퍼 전품목’, ‘데이즈 방한양말·타이즈’와 ‘데이즈 아동·성인 내복’은 2개 구매시 30% 할인된 가격으로 판매한다.

이외에도 가전에서는 삼성전자·LG전자 브랜드를 행사카드로 결제시 상품별 최대 60만원 상품권 증정행사를 진행하며, 행사카드로 결제시 금액대별 최대 50만원 상품권 증정행사를 진행한다.

이마트는 2007년부터 20개국에서 400여개 품목의 상품을 직소싱하고, 2013년 47개국으로부터 1만2000여개 품목을, 현재는 60개국의 1000여개 업체로부터 1만5000여개 품목(5만여개 상품)의 상품들을 직소싱 하고 있다.

15일부터 28일까지 2주간 ‘가성비와 품질’로 무장한 다양한 ‘블랙이오 해외직소싱 상품’을 선보인다.

기존의 이마트 해외직소싱 상품 중 가장 기념비적인 상품은 ‘일렉트로맨 5.5L 에어프라이어’를 꼽을 수 있다.

‘품질과 가격’ 두 마리 토끼를 모두 잡은 ‘일렉트로맨 5.5L 에어프라이어(중국 직소싱)’은 완판 행진을 벌이며 출시보름 만에 1만대를 판매하는 기록을 세웠다. 지난 6월 출시 후 현재까지 주방소형가전에서 매출 1위에 굳건히 자리잡고 있다

이마트 이갑수 사장은 “블랙이오 행사를 통해 11월 한달 내내 소비자들에게 더 싸게, 더 많은 혜택을 줄 수 있도록 기획했다”며 “블랙이오가 명실상부한 대한민국 대표 블랙프라이데이로 행사로 거듭날 수 있도록 소비자들이 열광하는 다양한 상품들을 개발하는데 최선을 다하겠다”고 했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

SSG페이, ATM 출금 서비스 접근성 확대

한국전자금융과 제휴 맺고 편의 강화
은행계좌 등록하면 계좌로 인출 가능

신세계 그룹의 간편결제 서비스 SSG페이가 ATM(금융자동화기기) 사업자인 ‘한국전자금융’과 제휴해 ATM 출금 서비스를 확대, 접근성을 향상하며 고객 편의성을 한층 강화한다.

이번 제휴를 통해 편의점 CU 등 유동 인구가 많은 곳에 설치된 8000여 개의 한국전자금융 ATM에서도 출금이 가능해진다. SSG페이 회원들은 기존 칭호이지캐쉬 ATM 3000여 대를 포함, 앞으로 총 1만 1000여 개의 ATM에서 출금 서비스를 자유롭게 이용할 수 있게 된다.

SSG페이의 SSG머니 ATM 출금 서비스는 은행 통장이나 카드 없이도 무통장



SSG페이, ATM 출금 서비스 확대. /신세계

입금, 신용카드 및 카드?멤버십 포인트 전환 등으로 충전한 SSG머니를 ATM에서 현금으로 바로 출금할 수 있어 고객들에게 큰 사랑을 받아왔다.

이번에 선보이는 ATM 출금 서비스에서는 SSG머니 출금 외에도 은행 계좌 출금도 가능해 보유한 SSG머니가 없더라도, SSG페이에 은행 계좌를 등록하면 해

당 계좌를 통해 현금 인출이 가능하다.

이용 방법은 SSG페이 앱 내 ‘ATM 출금’ 메뉴에서 은행 계좌와 SSG머니 중 출금 대상과 이용할 ATM을 선택한 후, 보유 금액 한도 내에 1만 원 단위로 원하는 금액을 선택, SSG페이에 노출된 인증번호를 입력하면 된다. SSG머니와 은행 계좌를 통해 각 월 30만 원까지 출금할 수 있으며, 이용 가능한 ATM의 위치는 SSG페이 앱 내에서 위치 기반으로 간편하게 검색할 수 있다.

문준석 신세계아이앤씨(신세계I&C) 플랫폼사업부장은 “고객들이 SSG페이의 출금 서비스를 보다 편리하게 사용할 수 있도록 한국전자금융 ATM과 SSG머니 외 계좌 기반 출금 방식을 추가했다”면서 고객들의 편리한 금융 생활을 위해 기존 서비스도 끊임없이 개선해 나갈 것”이라고 덧붙였다.

/신원선 기자

미샤, 中 광군제 ‘64억’ 매출... 전년비 2배

비비크림 24만개 ·매직쿠션 11만개

에이블씨엔씨는 화장품 브랜드 미샤가 지난 11일 개최된 중국 최대 쇼핑축제 광군제(光棍節)에서 64억 원(4000만 위안)의 매출을 기록했다고 14일 밝혔다. 이는 지난해 매출 32억 5000만 원에 비해 2배 가량 늘어난 수치다.

미샤 제품 중 가장 많이 팔린 제품은 비비크림이었다. 중국에서 ‘홍비비’로 통하는 미샤 ‘M 퍼펙트 커버 비비크림’은 총 24만 개가 판매됐다. 전년 9만 5000개 판매보다 2.5배 이상 더 팔렸다. 2시간 만에 15만 개가 팔릴 정도로 큰 호응을 얻었다.

‘M 매직쿠션’은 총 11만 개가 판매됐다. 지난해 4만 3000개 대비 156% 증가했다. 이 밖에 ‘M 비비부머’, ‘트리플 새도우’ 등이 인기를 얻었다. 특히 ‘보랏빛앰플’, ‘더 퍼스트 트리트먼트 에센스’, ‘이모탈 유스 크림’ 등으로 구성된 ‘미샤 타임레볼루션 베스트 비기닝 스페셜 세트’는 판매 2분 만에 준비된 4500세트 초도 물량이 완판됐다.

사이트 방문 후 구매로 이어지는 구매 전환율은 11.4%로 지난해 6% 대비 2배



중국 남자 아이돌 그룹 9퍼센트(9PERCENT) 멤버 린앤진을 모델로 기용한 광군제 미샤 제품 판매 온라인 페이지. /미샤

가량 늘었다.

에이블씨엔씨 중화사업본부 운영진 상무는 “중국 유명 남자 아이돌 9퍼센트(9PERCENT) 멤버 린앤진을 모델로 팝업 스토어 행사와 티몰 라이브를 진행하는 등 철저한 사전 준비가 있었다”며 “그 결과 행사 시작 2시간 만에 지난 해 매출을 초과하는 등 좋은 성과를 올릴 수 있었다”고 말했다.

/김민서 기자 min0812@

‘쿠팡 땡큐 위크’ 놓칠 수 없는 찬스

연중 최대 규모 쇼핑 대축제 시작

쿠팡은 고객들의 성원에 보답하기 위해 연중 최대 규모의 쇼핑 대축제 ‘쿠팡 땡큐 위크(Coupage Thank You Week)’를 시작한다고 14일 밝혔다.

이번 행사에는 가전, 주방, 출산유아동, 뷰티, 생활용품 등 카테고리별 인기상품 4000여개를 대폭 할인된 가격에 판매한다. 삼성, LG, 다이슨 등 인기 가전 브랜드부터 스토케, 페도라 등 프리미엄 출산유아동 브랜드, 로레알 등 글로벌 뷰티 브랜드, 포트메리온, 쉐켈 등 생활용품 브랜드까지 200여개 국내외 유명 브랜드의 베스트 상품을 한 곳에서 모두 만나 볼 수 있다. 모든 제품이 한정 수량 선착순으로 제공되는 만큼 소진 시 조기 종료될 수 있다.

과격적인 할인 혜택과 함께 특별한 이벤트도 준비했다. 행사 기간 동안 매일 오전 7시에 올해 고객들에게 가장 사랑받은 제품 8개를 선정해 최대 50~65% 할인된 가격으로 선보인다. 이 밖에 주제를로 제품을 분류한 ‘카테고리관’, 브랜드별 인기상품을 모두 모은 ‘브랜드관’도 준비해



고객들이 원하는 것을 쉽고 빠르게 찾아볼 수 있다.

작년에 이어 2회째를 맞이한 ‘쿠팡 땡큐 위크’는 올 한 해 쿠팡이 놀라운 성장을 이루는데 함께한 고객들의 사랑에 보답하기 위해 마련하게 됐다.

실제로 쿠팡은 올해도 빠른 성장세를 보이며 신기록 행진을 이어가고 있다. 지난 9월에는 직매입 서비스인 ‘로켓배송’ 누적 배송 상품이 10억 개를 돌파했고, 하루 150만 개 이상의 상품을 차질없이 익일배송 하고 있다.

최근에는 자정까지 주문한 제품을 오전 7시 전까지 배송해 주는 새벽배송과 함께 기존에 온라인으로 구입하기 힘들었던 채소, 계란, 유제품 등을 배송하는 신선식품 배송도 시작했다.

/신원선 기자

CU 간편하게 마시는 한끼 고소함 가득한 ‘어른우유’

밤을 제 때 먹지 못해서 걱정되는 어른들을 위한 우유가 나왔다.



편의점CU는 건강에 관심이 많은 성인들을 타겟으로 프리미엄 가공유 ‘어른우유(250ml)’를 선보인다고 14일 밝혔다.

어른우유는 믹스넛츠, 미숫가루 2종으로 기존의 가공유와 달리 자극적이지 않은 맛과 가벼운 한 끼를 찾는 성인들을 겨냥해서 만든 식사 대용 우유다. 두 제품 모두 원유 함량을 높여 부드러움과 포만감을 배로 느낄 수 있다.

어른우유 믹스넛츠는 견과류 특유의 진한 고소함을 부드러운 우유에 녹였고 어른우유 미숫가루는 식사 대용식에 걸맞게 미숫가루와 함께 최근 블랙푸드 인기와 엮고 있는 검은콩까지 더해 곡물의 건강함을 담았다.

/김민서 기자

‘새벽배송 서비스’ 인기... 실적 300%↑

GS fresh, 저렴한 배송비 등 큰 호응

온라인 쇼핑몰 GS fresh가 마트몰 최초로 선보인 새벽배송 서비스가 고객들에게 큰 호응을 얻고 있다.

14일 GS fresh에 따르면 새벽배송 서비스의 10월 실적이 1월 주문 건수 대비 300% 신장했다. 특히, ‘새벽 베이커리’ 배송 서비스의 경우, 새벽 배송 주문에서 약 40% 비중을 차지했다. 1월 대비 매출은 530% 신장했다.

새벽배송 서비스는 GS fresh내의 새벽 배송물 상품을 오후 11시까지 주문하면 다음날 새벽 1시부터 7시까지 문 앞에서 상품을 수령 할 수 있는 방식으로 운영된다. 배송 완료시에는 원하는 시간에 도착 모습 사진이 동봉된 문자가 고객에게 전송된다. 경쟁사 대비 저렴한 배송 비용으로 고객들의 좋은 반응을 이끌고 있다.



새벽 베이커리는 제조 시간과 원재료로 차별화를 뒀다. 새벽 베이커리라는 이름에 걸맞게 새벽 배송만 담당하는 배송센터에 베이킹 시설까지 따로 구비하는 차별화 전략을 세웠다. 주문을 받으면 배송하기 전에 센터에서 직접 구워 바로 배송을 진행한다. 또한, 맛있는 빵을 제공하기 위해 크로와상은 프랑스, 빵도요쇼콜라네 네덜란드, 쿠키는 미국 판매량 1위인 오티스 스펙크 마이어사의 생지를 수입해 구워 배송을 하고 있다.

/김민서 기자