

“암호같은 브랜드 ‘긱츠’, 써보면 정말 괜찮네...”

MD에게 듣는다

⑥ 현대홈쇼핑 노란 MD

휴대용 진공포장기·에어프라이어 등 생활·주방으로 PB 상품 라인업 확대

‘최저가’, ‘빠른 배송’, ‘고품질’ 갈수록 치열해지는 유통업계 경쟁에서 살아남기 위해 유통채널들은 각자 대표 하는 자체브랜드(PB) 상품을 개발해 승부수를 걸고 있다. 품질이나 성능도 뛰어나면서 가격이 낮춰 고객의 마음을 사로잡기 위해서다.

현대홈쇼핑이 운영하는 인터넷 종합쇼핑몰 현대H몰도 지난 2003년 론칭 이후 처음으로 자체브랜드를 선보였다. 그 중심엔 현대홈쇼핑H몰 사업부 노란 책임(MD)이 자리잡고 있다.

그는 리빙 PB 브랜드 이름을 ‘긱츠(괜찮네)’로 정하고 첫 상품으로 ‘무선 물걸레 청소기’를 선택해 지난해 10월 출시했다.

브랜드 명인 ‘긱츠’는 고객들이 쇼핑할 때 품질·가격·디자인 등에 있어 긍정적인 감정 표현 “괜찮네”의 초성을 브랜드화했다. ‘가성비(가격 대비 성능)’를 핵심으



긱츠. /현대홈쇼핑

로 고객의 삶에 편리함을 한 단계 높여주자라는 의미를 담고 있다.

노란 책임은 “최근 집안 가전의 와이어리스가 트렌드로 자리잡음에 따라, 무선 청소기와 함께 편하게 사용할 수 있는 세컨드 가전으로 TV홈쇼핑 인기 상품이기도 한 무선 물걸레 청소기를 첫 상품으로 선정해 개발했다”고 무선 물걸레 청소기를 첫 상품으로 채택한 이유를 설명

했다. 이어 “이커머스 업계 내에서 동일상품에 대한 최저가 경쟁이 치열해지고 있는 상황에서 현대H몰만의 단독 콘텐츠가 필요하다”고 판단해 자체브랜드를 개발하게 됐다”며, “이커머스 업체들이 패션과 생활용품 등을 PB로 운영하는 것과 달리, 최근 급성장하고 있는 홈퍼니싱 시장에 적극 대응하기 위해 리빙 부문을 PB로 선택하게 됐다”고 덧붙였다.

‘긱츠 무선 물걸레 청소기’는 가성비를 강조한 게 특징이다. 판매 가격은 시중에 판매되는 제품과 비교해 20~30% 가량 저렴하며 10만원 초반대 가격으로 책정됐다.

3시간 충전시 최대 30분 연속 사용 가능하고, 좌우 90도에서 180도로 각도 조절이 가능해 다양한 공간에 사용할 수 있다. 청소기 헤드에 전면 LED 라이트를 넣어 어두운 곳도 청소가 가능하다.

노 책임은 “제조사와 함께 1년 간 시장 조사를 했다. 그리고 사전기획을 통해 현재 출시된 무선 물걸레 청소기와 거의 동일한 스펙에 가격은 낮출 수 있었다”고 설명했다.

현대홈쇼핑은 ‘긱츠 무선 물걸레 청소기’를 H몰뿐 아니라 자체 채널을 통해 판매망을 확대해 나갈 계획이다.

실제로 작년 말에 현대홈쇼핑 데이터방송 채널 ‘플러스샵’에서 판매했다. 해당 방송 중에만 약 500여 대를 판매해 예상보다 높은 실적을 기록해 확장 가능성을 확인했다.

또한 현대홈쇼핑은 ‘긱츠 휴대용 진공포장기’를 시작으로 ‘긱츠 대용량 에어프라이어’ 등을 연이어 선보이는 한편, PB 상품 라인업을 생활·주방용품으로 확대할 계획이다. 중장기적으로는 현대H몰뿐 아니라 타사 온라인몰과 오프라인 등을 비롯해 해외 수출 등을 통해 판로도 넓혀 나갈 것이라는 구상이다.

‘긱츠’ 이외에도 현대홈쇼핑은 TV 부문 라이프스타일 PB 브랜드 ‘알레보’를 통해 스텐 컷트리 패밀러 세트(수저·젓가락·스푼·포크), 폴더블 멀티 수납함(4가지 모델), 자석냄비받침 등 H몰 전용 PB 상품을 운영하고 있다.

노란 현대홈쇼핑 책임은 “실제 생활에서 필요한 아이디어 상품을 합리적인 가격으로 선보이는 것이 ‘긱츠’ 브랜드의 운영 방향”이라며 “기존 TV 부문 자체 브랜드인 ‘오로타’, ‘알레보’와 함께 시너지를 내 다양한 상품 라인업을 구축해 나갈 계획”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



▼현대홈쇼핑 H몰 사업부 노란 책임. /현대백화점그룹



이마트 안마의자. /이마트

이마트, 130억 규모 ‘포스트 설’ 마케팅

신학기 디지털 가전·집단장 가전 등 연중 최저가 수준... 제품 마련 기회

이마트와 트레이더스가 130억 원 규모의 대대적인 ‘포스트 설’ 마케팅을 벌인다. 신학기·봄맞이 가전과 주부 힐링 상품들이 주요 품목이다.

먼저 이마트는 7일부터 13일까지 일주일간 신학기와 봄맞이 세단장 관련 상품들을 저렴하게 판매한다.

매출액 월별 구성비 기준 2월이 14.3%로 가장 높은 수요를 나타내는 가운데 신학기 시즌을 맞아 세련된 디자인의 ‘삼성 노트북9 15형’과 ‘LG노트북 그램 14형’을 구매 금액대별 최대 10%에 해당하는 상품권 증정행사를 통해 연중 최저가 수준으로 구매할 수 있다.

글로벌 브랜드도 행사에 참여한다. 애플 ‘맥북 프로 13형’은 10만원 할인하며, 마이크로소프트의 ‘서피스 프로6’을 115만원~229만원에 판매한다. 학습에 꼭 필요한 캐논복합기 역시 3만9900원에 판매하며 가성비로 인기가 높은 ‘QCY T1 블루투스 이어폰’도 2만7900원에 구입할 수 있다.

공부에 지친 학생들이 스트레스를 풀 수 있도록 인기 게임기인 ‘닌텐도 스위

치’ 1만5000원 할인행사와 ‘플레이스테이션 4’ 및 ‘닌텐도 스위치’ 타이틀 2개 이상 구매시 할인행사도 함께 벌인다.

봄맞이 집단장 가전도 풍성하게 준비했다. 황사시즌을 앞두고 샤오미 입점 매장에서는 ‘미에어 2S’ 공기청정기를 19만9000원에 판매한다. 삼성 공기청정기 ‘블루스카이 5000’을 52만9000원에서 추가에누리 3만원과 필터 증정행사를 벌인다. LG 공기청정기 ‘퓨리케어 360’ 역시 131만9000원에 앱 쿠폰 에누리과 행사카드 구매시 추가 상품권을 증정한다.

의류관리 가전도 행사에 참여했다. 자주 세탁할 수 없는 교복, 양복 자켓 등을 최대 6벌 동시 관리가 가능한 대용량 ‘LG 스타일러’를 이마트 앱 할인쿠폰 증정과 행사카드 구매시 5만원 추가할인, SSG PAY 결제시 추가 할인 등 풍성한 혜택을 마련했다. 학생들 수요가 높은 삼성 펜S, LG 그램 17인치 노트북 등 최신 상품을 기획했으며, 1년에 단 한번 하는 ‘로드쇼’ 행사로 하만카돈 스피커를 다양하게 기획해 판매하고 사은품을 증정한다.

이마트 마케팅 담당 최훈학 상무는 “가격부담이 큰 대형가전과 디지털 가전을 저렴하게 마련할 수 있는 기회”라고 설명했다. /신원선 기자

트렌드 따라가는 명절... ‘건강’ 선물세트 인기

건강 상품군, 전체 매출 30% 가량 판매
고가 선물세트 판매 ↑... 소비 양극화

올해 설 명절에 소비자들이 가장 많이 구매한 선물은 홍삼 등 건강 상품군인 것으로 나타났다. ‘웰빙 트렌드’ 확산 덕분이다.

135만원짜리 한우세트가 ‘완판’되는 등 고가의 프리미엄 상품 판매가 호조를 보이는 소비 양극화 현상도 두드러졌다.

롯데백화점은 지난 11일부터 2월 4일까지 25일 간 진행한 설 선물세트 본 판매를 진행한 결과 지난해 보다 4.6% 신장했다.

가장 많이 판매된 상품군은 전체 매출의 29.3%를 차지한 건강 상품군으로 매출 비중이 전년 대비 1.17% 포인트 늘었다. 특히 홍삼 선물세트는 건강 상품군 매출 비중이 68%에 달할 정도로 인기가 높았다. 매출은 전년 대비 30% 급증했다. 휴대성과 편의성이 좋아 ‘2030세대’가 즐겨찾는 스틱형 홍삼은 23% 신장했다.

정육·갈비로 이뤄진 축산 상품군은 전체 매출 비중 24.8%로 2위를 기록했다. 이는 전년 대비 매출 비중이 0.5%포인트



/롯데백화점

트 감소한 수치다. 축산 상품군의 매출도 전년 대비 0.8% 감소했다. 하지만 평균 30만원이 넘는 갈비 선물세트는 10.5% 신장했다.

젓갈 상품군은 전년과 비교해 80.5% 신장해 가장 높은 신장률을 보였다. 젓갈·장 선물세트는 대부분의 상품들이 10만원대 이하로 실용적인 것에 관심이 많은 고객들이 많이 찾았다.

한편, 매년 큰 인기를 끌고 있는 롯데백화점 프리미엄(고가) 선물세트는 올해에도 판매 실적 호조를 보였다. 지난해 추석, 설 선물세트 기간 중 완판된 1++ 등급

한우 중 최상위 등급의 등심·안심·살치살 등으로 이뤄진 135만원에 판매되는 ‘L-No.9’ 세트는 올해도 완판됐다.

또한 90만원에 선보인 호주산 와인 선물세트 ‘LT 울프블라스 플래티넘 블랙’은 80세트, 250만원에 판매된 ‘영광 법성포 굴비세트 황제(굴비 10마, 2.7kg)’는 행사 기간 중 20세트가 판매됐다.

황금돼지해를 기념해 선보인 ‘황금돼지해 기념 상품’도 큰 인기를 끌었다. ‘동물복지 돈육세트’, ‘흑돼지 돈육합성세트’와 ‘특수부위 돈육세트’가 판매 호조를 보였다. /신원선 기자

‘봄맞이 인테리어’ SSG페이로 준비하자!

까사미아·이마트와 손잡고 혜택 마련

신세계 그룹의 간편결제 서비스 SSG페이가 결혼·이사·신학기 시즌에 맞춰 봄맞이 인테리어를 계획하는 고객들을 위한 맞춤형 프로모션을 진행한다.

매년 봄은 연간 인테리어 물량의 50% 가량이 집중되는 성수기다. 혼수를 준비하는 신혼부부, 이사를 앞둔 가족, 새 학기

를 맞아 아이들의 방을 꾸미고자 하는 수요가 증가하기 때문이다. 여기에 최근 ‘셀프 홈 스타일링’으로 계절과 기분에 따라 나만의 공간을 꾸미고자 하는 소비자가 늘어나며 인테리어 시장이 활기를 띠고 있다. 이에 SSG페이는 까사미아, 그리고 이마트와 손잡고 특별한 혜택을 준비했다. 오는 28일까지 까사미아에서 KB국민카드, 신세계 제휴 삼성카드(오프라인 매

장만 적용)를 SSG페이로 등록해 50/100/300/500만원 이상 결제 시, 2/4/8/10만원 캐시백 혜택을 제공한다. 또한, SSG카드를 발급받아 SSG페이로 생애 첫 결제를 까사미아에서 하면 결제 금액별 최대 13만원 캐시백 혜택을 받을 수 있다.

여기에 13일까지는 전국 이마트 매장에서 SSG페이로 가전제품을 50/100/200만원 결제 시, 1/2/3만원 즉시 할인 혜택을 제공한다. 이번 행사는 SSG페이로 등록된 신용, 체크카드의 기존 혜택 및 쿠폰과 중복 적용이 가능해 알찬 혜택이 될 예정이다. /신원선 기자