

# “시간을 쪼개라”... 타임 마케팅 통해 구매욕 자극

티몬·위메프·11번가 등 프로모션 커져가는 온라인 시장 경쟁력 확보 초특가·반값특가 등 파격적 할인

이커머스 업체가 '타임 마케팅'에 집중하고 있다. 빠른 배송과 가격경쟁력 덕분에 온라인 쇼핑 시장이 확대되고 있어서다.

타임 마케팅은 말그대로 일정한 시간 동안 초특가에 인기 상품을 판매하는 것으로 소비자의 구매욕을 자극한다. 티몬과 위메프, 11번가 등 많은 업체가 타임 마케팅을 도입해 고객 확보에 나섰다.

티몬은 지난해 말부터 하루 24시간을 시간대별로 세분화해 프로모션을 진행하는 타임 마케팅을 전개하고 있다.

오전 6시~10시와 오후 10시~새벽 6시대에 열리는 '모닝타임'과 '심야타임', 정오를 기준으로 매 12시간마다 바뀌는 '1212타임', 오전9시부터 3시간 단위로 저녁 6시까지 진행되는 '타임어택'까지, 매일 24시간 내내 다양한 상품들이 돌아가면서 타임마케팅을 통해 노출되고 있다.

티몬의 타임마케팅은 노출회수가 적은 중소파트너들의 매출을 20배 성장시키는 등 큰 성과를 보이고 있다.

실제로 정오(12시)와 심야(12시)로 하루를 구분해 각각 12시간동안 프로모션이 진행되는 '1212타임'의 경우 최근 3주 동안 500여개 파트너들 중 30% 가량인 152개 달의 12시간 매출이 1000만원을 넘겼다. 상품가를 온라인 최저가 이하로 맞추며 마진을 낮추는 대신, 판매량은 이전



11번가의 '월간 십일절'(위)과 티몬의 '1212타임'.

11번가-티몬

대비 20배 이상 늘린 결과다. 중소파트너사에게 하루 매출 1000만원은 큰 성과다.

티몬이 올해 들어 본격화하고 있는 '타임 마케팅'은 '데이마케팅'처럼 특정일이나 기간을 정해놓고 프로모션을 진행하는 것이 아닌 하루 24시간을 시간대별로 세분화해 해당 시간 동안 다양한 상품을 파격가에 판매하는 방식이다. 흡소핑과

유사한 방식이라고 볼 수 있으나, 시간당 한 방송에서 하나의 상품만을 소개하는 흡소핑과는 달리 모바일플랫폼을 통해 다수의 상품이 동시에 노출 된다는 점이 크게 다르다.

타임마케팅은 기존 데이 마케팅과도 큰 차별점을 가지고 있다. 특정일에만 한정되고 금방 물량이 소진되는 데이마케

팅 방식과 달리 매일 언제든지 앱을 켜면 온라인 검색가격 최저가 대비 많게는 90%까지도 할인된 특가로 다양한 상품을 구매할 수 있기 때문이다.

타임마케팅을 통해 구매한 고객의 교차구매 비중은 평균 60%로 티몬 전체 고객의 교차구매 비중이 평균 23% 수준인 것에 비해 3배 가까이 높은 것으로 나타났다. 티몬의 타임마케팅은 객단가를 높이고 매출을 확대하는데도 효과가 있었다는 회사측 설명이다.

위메프는 지난해 11월부터 파격적인 가격 할인을 제공, 소비자들의 관심을 한 몸에 받고 있다.

위메프는 매월 숫자가 겹치는 날짜에 특가 상품을 쏟아낸다. 지난해 11월 블랙 프라이데이를 앞두고 11일간 실시했던 '블랙 1111데이'가 인기를 끌자 12월에는 1212데이, 1월 리프레시특가를 진행했다. 특히 위메프에서 '에어팟'을 초특가에 판매했을 당시 하루종일 온라인 포털 사이트 실시간 검색어를 장악할 정도로 화제를 모은 바 있다.

그 결과 위메프의 지난해 4분기 거래액은 전년 동기 대비 43.0% 증가했다. 지난 달 거래액 역시 지난해 1월보다 43.3% 늘어났다.

월거래액 역시 지난해 11월부터 올해 1월까지 3개월 연속 5000억원을 넘어섰다. 올 1월 거래액은 3개월 전인 지난해 10월보다 18.4% 늘었다. 특히 거래액 규모도 매달 증가하면서 월거래액 6000억원 돌파를 눈앞에 두고 있다.

11번가는 '십일절(11월 11일)'의 혜택

을 매달 고객들에게 전하기 위해 매월 11일 특가 세일을 하는 '월간 십일절'을 론칭했다. 월간 십일절에는 오전 11시부터 오후 11시까지 매 시간마다 총 31개의 세일 상품을 선보인다.

지난 11일 하루에만 거래액 600억원을 기록했다. 이날 하루 거래액은 지난해 십일절(11월11일, 1020억원), 2017년 십일절(11월11일, 640억원)에 이어 역대 세 번째로 큰 규모로 지난해 2월 11일 '11번가 데이' 행사 거래액 보다 무려 210%나 뛰어들었다.

업계 관계자는 "시간대별로 반짝 아이템을 내놓는 것은 충성고객을 확보하기 위한 전략"이라며 "기존 데이 마케팅의 경우 그날 하루만 이용하고 빠져나가는 고객이 많았지만, 타임 마케팅은 이러한 단점을 보완했다"고 설명했다.

고객의 많은 관심을 끄는 것은 사실이지만, 불만도 적지 않다.

한 소비자는 "포털사이트 상위 검색어를 장식할 정도로 떠들썩하길래 구매에 뛰어들었지만, 이미 품절이었다"며 "준비한 수량이 적어도 너무 적은 것이 문제다. 초 단위 전장이 따로없다"고 지적했다. 이어 "해당 업체를 알리려는 홍보 수단으로 타임 마케팅이 전략까지는 않을까 우려된다"고 덧붙였다.

이에 업체 관계자는 "미리 '한정수량'이라고 고지하기 때문에 크게 문제될 건 없다고 본다"며 "파트너사의 입장에 고려해야 하기 때문에 수량을 제한하는 것은 어쩔 수 없다"고 입장을 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

# 이마트 '신학기 할인대전'... 소형 책상 첫 선

이마트가 신학기 할인 대전과 함께 다용도 소형 책상 신제품 2종을 첫 선보인다고 18일 밝혔다. 좁은 공간을 효율적으로 활용할 수 있는 다용도 책상 2종 에어/윈드책상을 판매한다.

에어/윈드책상은 유해물질 방출량이 적은 E0 등급의 친환경 보드와 독일의 샷트데코(Schattdecor)사의 마감재를 사용한 길이 84cm의 다용도 책상으로, 공부용도는 물론 컴퓨터 책상 혹은 화장대에도 적합한 상품이다.

이마트가 다용도 소형 책상을 신학기 메인 상품으로 내세우는 이유는 최근 책상 구매 트렌드가 길이 100cm 이하의 작은 책상으로 소형화되고 있기 때문이다.

혼자 사는 대학생, 직장인들이 원룸 인테리어에 대한 관심이 높아지면서 작고 심플한 디자인의 책상이 관심을 끌고 있는 것. 공간적 특성상 커다란 책상 세트보다는 필요에 따라 식탁, 노트북책상, 화장대 등으로 다양하게 활용 가능한 다용도 소형 책상을 선호하는 추세다.



에어책상.



윈드책상.

/이마트

초·중·고등학생 자녀를 둔 가구에서도 작은 사이즈의 다용도 책상이 인기다.

일반적으로 큰 책상 세트는 한 번 구매하면 10년이 넘게 바꾸지 않고 쓰는 가구가 많은 반면, 작은 사이즈의 다용도 책상은 보조 책상으로 구매해 쓰는 가구가 증가하면서 판매량이 크게 늘고 있다.

이러한 소형 책상 인기에 작년 이마트 판매량 기준 소형 책상이 대형 책상을 앞지르기도 했다.

2017년 전체 책상 판매량의 14%에 불과했던 소형 책상 판매량 비중은 2018년 50%까지 급격히 증가했으며, 올해(1월 1일~2월 14일) 들어서는 58%까지 치솟았다.

소형 책상 매출 역시 2년 연속 두 자릿수 증가했다. 2018년 전년 대비 62% 증가했던 소형 책상 매출은, 2019년에도 37%로 높은 신장세를 이어갔다.

소형 책상 인기에 이마트는 신제품 2종을 출시하고, 고객 수요에 호응해 기존 인

원룸 인테리어 관심... 소형가구 인기 다양하게 활용가능한 다용도 책상 선호

기 상품을 10~20% 할인하는 등 다양한 행사를 준비했다.

한편, 이마트는 오는 27일까지 신학기 할인 대전을 열고 책상, 신학기 가방, 아동 의류 등 다양한 신학기 상품 할인에 나선다. 최대 20% 할인가에 책상을 구입할 수 있으며, 신학기에 수요가 높은 가방 및 의류 등도 다양한 할인 혜택이 적용된다.

알뜰 소비자들을 위해 신학기 균일가 전도 선보인다.

어린이 칫솔/치약은 각 990원 균일가에, 식판 가방세트/알찬 교정 젓가락세트는 각 9900원에, 스테인리스 사각가방도 시락(라이언/어퍼치/헬로키티)은 각 1만 4900원 균일가에 준비했다.

최후학 이마트 마케팅 담당은 "인테리어 효과는 물론 좁은 공간에 활용도가 높은 소형 다용도 책상이 1인 가구 및 중·고등학생에게 큰 인기를 끌고 있다"며 "이마트는 앞으로도 트렌드를 반영한 심플한 디자인에 활용도 높은 가구들을 다양하게 선보일 계획"이라고 말했다. /신원선 기자



G마켓·옥션

## '디지털빅세일' 오픈

G마켓과 옥션이 오는 24일까지 일주일간 '디지털빅세일' 프로모션을 열고, 약 300만여 개의 디지털가전제품을 최대 38% 할인가에 판매한다.

이베이코리아는 이번 대규모 할인 행사 '디지털빅세일'은 신학과 결혼, 이사철 시즌을 맞아 기획하게 됐다고 18일 밝혔다.

우선, 총 2종의 할인쿠폰을 선보인다. G마켓, 옥션 전체 회원을 대상으로 '15% 할인쿠폰'을 제공한다. 해당 쿠폰은 사이트 별 ID당 1장씩 다운로드 받을 수 있으며, 1만원 이상 구매시 최대 15만 원까지 할인된다. 전체 디지털가전 제품 중 행사 로고가 부착된 모든 상품에 적용할 수 있어 혜택의 폭이 크다. 이베이코리아의 멤버십 서비스 '스마일클럽' 회원이라면 여기에 '15% 할인쿠폰'이 한 장 더 제공된다. 클럽 전용 쿠폰은 1만원 이상 구매 시 최대 20만원까지 할인 가능하다.

인기 브랜드 가전은 매일 자정 새롭게 공개되며 '스마일클럽' 회원을 위한 전용 '클럽딜'도 선보인다.

/신원선 기자

## G9, 블루 버금가는 '블루프라이스 워크'

(블랙프라이데이)

이베이코리아가 운영하는 쇼핑사이트 G9(지구)가 새해 첫 세일로 블루에 버금가는 '블루프라이스 워크' 프로모션을 진행한다"고 18일 밝혔다.

역대급 할인 찬스가 있는 이번 프로모션은 2월 18일부터 3월 4일 오전 8시 59분까지 단 2주간만 진행하며, 금액 제한 없이 이용할 수 있는 무제한 15%, 10% 할인

쿠폰을 각각 제공한다.

지난해 G9에서 사랑받았던 프리미엄 브랜드, 편집샵, 해외직구 상품 등을 총망라해서 대표 28개 브랜드를 엄선해 선보인다. LG전자, 삼성전자, 밀레(가전), 다이슨, 몰테일, 29CM, 집꾸미기, 오픈, AHC 등이 참여한다. 신학기, 혼수, 이사 등 이 시즌에 꼭 필요한 전자, 가전, 패션, 인테리어, 뷰티 등

인기 상품을 모두 만날 수 있다.

먼저 디지털, 가전 주요 상품으로 'LG 전자 32LK562BENA LED HD TV'는 무제한 15% 쿠폰 적용 시 30만원이 안되는 가격에 구입할 수 있다. 독일 프리미엄 가전브랜드 '밀레 식기세척기 G6620SC'도 할인가에 구매가능하다.

물테일 해외 직구 인기 상품도 10% 할인 판매했다. 글로벌 멀티비타민 브랜드 '센트룸 멀티비타민 츄어블 1+1 모음'은 15% 할인가에 만날 수 있다. /신원선 기자

