

# 이륜차 배송 효과 '톡톡'... 편의성 높였더니 고객 24배 ↑

## Homeplus express

‘신선·간편식 전문매장’으로 리뉴얼 ‘부릉 프라이م’ 짧은 배달시간 강점

슈퍼마켓 이용객들 사이에서 ‘편의성’이 중요한 구매 결정 요인이 됐다. 가정과 가까운 거리에 위치한 슈퍼마켓에서도 배송 서비스를 이용하는 사람이 많아지고, 인기 품목 위주로 구성해 쇼핑 시간을 줄일 수 있는 매장의 선호 고객이 늘어나고 있는 것이다.

홈플러스 익스프레스는 고객의 쇼핑 편의성을 높이기 위해 도입한 이륜차 배송 서비스와 신선·간편식 전문 매장이 지속적인 성장세를 기록하고 있다고 8일 밝혔다.

홈플러스에 따르면, 고객이 구매한 상품들을 이륜차로 가정까지 배달해주는 ‘부릉 프라이م’ 서비스의 4월 이용 고객은 정식 서비스를 처음 시작했던 2월 대비 약 2360% 증가했다.



/홈플러스

기존의 홈플러스 익스프레스는 2004년 6월부터 사륜차 배송을 진행해왔다. 지난해 12월부터는 배송 효율과 고객 만족도를 높이기 위해 ‘부릉 프라이م’ 서비스를 도입해 이륜차 배송까지 병행하고 있다.

전국 349개 매장 중 130개 매장에서 운영하고 있는 이 서비스는 단 한 명의 고객의 물건이라도 빠르면 20분 내에 배송하기 때문에 짧은 배송 시간과 높은 정확도를 자랑한다. 또한 소량의 상품을 구매하더라도 배송이 가능하고 생

수, 쌀 등의 무거운 상품도 빠르게 받을 수 있다는 장점이 있다.

특히 이륜차 배송을 병행하고 있는 130개 매장의 2~4월 신선식품 판매량은 전년 동기 대비 약 10% 증가했다.

뿐만 아니라 홈플러스 익스프레스는 기존의 점포들을 지난해 8월부터 ‘신선·간편식 전문 매장’으로 리뉴얼해 선보이고 있다. 쇼핑 편의성을 높이기 위해 신선식품, 간편식 등 식품 구색을 크게 늘리고 상대적으로 구매가 적은 비식품은 줄인 것이 특징이다.

지난해 8월 옥수점을 시작으로 고양행신2점, 분당 정자점, 용인 죽전점 등 4개 점포를 전환했다. 이 점포들은 전환 이후 주 평균 매출이 이전에 비해 약 30% 늘어나는 등 긍정적인 고객 반응이 이어지고 있다.

또한 4월 11일에는 동탄점, 풍납점, 신길3점, 25일에는 목동2점과 산본점을 신선·간편식 전문 매장으로 새로 구성한 데 이어 지난 2일 오산 세교점, 송인점, 대전 유천점까지 총 12개의

점포를 리뉴얼 오픈했다. 올 연말까지 40여 개의 매장을 추가로 전환할 예정이다.

총 1630여 가지의 신선 및 간편식 상품을 판매하고 있는 이 매장에서는 휘귀, 타이소가 쌀국수 등의 상품도 추가하며 최근 트렌드에 맞춘 구색을 갖추고 있다. 이로 인해 최근 오픈한 동탄점, 풍납점, 신길3점의 간편식 매출은 오픈 이후 현재까지 전년 동기 대비 140% 신장했으며 대전 유천점은 오픈 첫날 매출이 전년 일 평균 매출의 4배에 달하는 등 준수한 성적표를 받아들었다.

임기수 홈플러스 익스프레스 기획본부장은 “그동안 배송 서비스와 신선·간편식 전문 매장 확대 등 고객의 쇼핑 편의성을 높이는 방향으로 체질개선을 진행한 결과 지속적인 성장세를 기록할 수 있었다”며 “앞으로도 기존 점포들의 내실을 다지는 정책과 함께 신규점 오픈 등으로 외형 확장을 도모할 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

# “트렌디 아이템 한 자리에” 신세계百 ‘청춘마켓’ ‘K-맥주’ 열풍... GS리테일, 수출길 열었다

플리마켓 컨셉으로 다양한 상품 모아 2030 젊은층 취향 브랜드 대거 선배

5월을 맞아 신세계백화점이 2030 청춘들을 위한 ‘패션 장터’로 변신한다.

신세계 강남점은 오는 10일부터 4일간 8층 이벤트홀에서 ‘청춘마켓’을 열고 트렌디한 아이템을 선보인다고 8일 밝혔다. 센텀시티점은 오는 16일부터 4일간, 대구신세계도 17일부터 7일간 청춘마켓을 이어갈 예정이다.

마치 뉴욕 브룩클린 한복판에서 펼쳐지는 ‘플리마켓’ 같은 형식으로 열리는 이번 ‘장터’에선 의류는 물론 액세서리, 라이프스타일 소품, 반려동물 간식까지 아가자기하고 다양한 제품들을 만날 수 있다. 플리마켓이 이번 행사의 컨셉인 만큼 축제처럼 즐길 수 있도록 다양한 상품을 한 곳에 모았다.

신세계백화점 바이어가 직접 기획한 이번 행사는 화려한 네온사인을 연상시키는 로고부터 여느 외국 광장에 온 듯



/신세계백화점

한 디스플레이까지 눈길을 끈다.

젊은 세대를 공략하기 위해 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등 다양한 소셜네트워크 서비스를 통해 이벤트를 알릴 예정이다. 백화점 입장에서 고객들에게 새로운 제품을 소개하는 동시에, 참여 업체는 백화점 고객을 만나는 기회를 얻어 윈윈인 셈이다.

기존에 백화점에서 쉽게 만날 수 없었던 SNS 파워 인플루언서들의 제품도 가득하다. 합리적인 소비를 하는 밀

레니얼 세대들의 입맛에 맞춰 최신 유행 아이템과 브랜드를 40여개 배치해 고객들의 만족도를 높였다.

실제로 신세계백화점은 지난해 9월 여성 캐주얼 매장 한가운데 ‘스타일바자’라는 이름으로 SNS 인기 브랜드를 한자리에 모아 인기몰이를 하고 있다.

스타일바자는 현재 목표 매출 대비 20%를 초과 달성하고 있다. 3개월마다 새로운 MD를 소개하며 젊은 층을 백화점으로 끌어오는 효과 노릇을 톡톡히 하는 중이다.

최근 백화점은 식품이나 생활 부문에서 높은 신장률을 보인 반면 패션 장르의 매출은 부진을 겪었다. 특히 20~30대를 주요 타겟으로 한 영캐주얼 브랜드는 자체 제조·직매형 의류(SPA) 브랜드와 온라인에 밀리는 추세였다.

신세계는 이번 ‘청춘마켓’을 통해 2030 젊은 층의 취향에 맞는 브랜드를 소개하며 그동안 백화점을 찾지 않던 고객들까지 사로잡는다는 계획이다.

/신원선 기자

대만 수출한 맥주 ‘광화문’ 2만켤 판매

수입 맥주가 대세로 자리 잡은 시대에 국산 수제 맥주가 해외 수출 길을 열었다.

8일 GS리테일은 지난 4월 27일 대만 세븐일레븐으로 수출한 수제 맥주 ‘광화문’이 판매 10일 만에 2만켤 넘게 팔렸다고 밝혔다. 수출 물량은 총 3만8400켤으로, 현지 판매 첫날에만 2500켤 이상 팔리며 조기 완판 조짐을 보였다.

‘광화문’은 GS리테일과 코리아크래프트브루어리가 함께 제휴해 GS25와 GS수퍼마켓에서 지난해 6월 첫 선을 보인 수제 맥주다.

이번 수출은 코리아크래프트브루어리를 통해 이루어졌으며, 모든 실무는 GS리테일이 담당했다. GS리테일은 우수한 상품을 보유하고 있지만 규모나 공급 물량이 작아서 해외 수출에 어려움을 겪고 있는 중소 협력업체들을 위한 수출 지원 활동을 하고 있다.

광화문은 4주간 상면 발효를 거친 엠버에일(짙은 호박색을 띠는 상면 발효 맥주)에 속하며 한방 약재인 맥문동이 함유된 수제 맥주다. 캔 표면에는 서울의 관광 중심지인 광화문이 감성적인



대만 세븐일레븐에서 현지 고객이 광화문을 들고 포즈를 취하고 있다. /GS리테일

디자인으로 표현됐다. GS리테일은 광화문의 독특한 맛과 디자인에서 얻을 수 있는 한국적 정서가 대만 현지인들에게 크게 어필하고 있는 것으로 풀이하고 있다.

GS리테일은 광화문의 현지 인기에 힘입어 또 다른 수제 맥주인 ‘백록담’을 추가로 선적할 예정이다. 백록담은 제주 특산물 한라봉이 함유돼 상큼한 시트러스 향이 나는 밀맥주로 제주도의 맑은 물로 14일간 발효됐다. 기온이 높아지기 시작하는 하절기에 잘 어울리는 화이트 에일 맥주로 깔끔하고 청량한 맛을 자랑한다.

/김민서 기자 min0812@

## 롯데GRS ‘2019 롯데리아 유소년 야구교실’ 개막

‘찾아가는 야구교실’ 진행 예정

롯데GRS가 지난 7일 고양시에 위치한 특수교육기관 ‘홀트학교’에서 ‘2019 롯데리아 유소년 야구교실’을 개막했다고 8일 밝혔다.

이날 홀트학교에서 진행된 유소년 야구교실에는 전(前) 프로야구선수이자현(現) KBSN야구해설위원인 장성호 위원을 일일 감독으로 초빙해 선수 및 코치 시절의 경험을 전달했으며, 티볼 장비와 롯데리아 제품을 간식으로 제공했다.

본격적인 개막을 알린 ‘2019 롯데리아 유소년 야구교실’은 2009년부터 전



롯데GRS가 지난 7일 ‘2019년 롯데리아 유소년 야구교실’을 개막했다. /롯데GRS

국 25만여명이 넘는 유소년이 참가하고 있는 대표 스포츠 사회공헌 프로그램으로 올해는 150여개 초등학교를 방문해 ‘롯데리아 찾아가는 야구교실’을 진행할 예정이다. 또한 소외계층 유소년을

위한 ‘롯데리아 야구교실 ONE 클래스’와 서울시교육청과의 MOU를 통한 ‘서울시 교육감배 학교스포츠클럽 야구 리그 후원’ 등으로 진행된다.

/박인용 기자 parkiu7854@

## 이마트, 모바일 영수증 확대... 환경보호 실천

이마트가 모바일 영수증 확대를 통해 친환경 경영에 앞장선다.

이마트는 무심코 받아들이고 금방 버려지는 종이 영수증 절감을 위해 9월부터 6월 30일까지 ‘모바일 영수증 응모 이벤트’를 열고 공기청정기 경품과 장바구니, 할인쿠폰 등을 제공한다고 8일 밝혔다. 이 기간동안 ‘이마트앱’ 메인화면 하단 ‘영수증’ 메뉴에서 ‘모바일 영수증만 받기’ 설정을 하면 자동으로 이벤트에 응모된다. 경품은 삼성 ‘블루스



이마트 모바일영수증 캠페인.

카이 공기청정기’ 총 100대이며 7월 12일에 당첨자를 발표할 후 7월 19일부터 순차적으로 발송된다.

/신원선 기자