

“사진 한 장으로 500만개 상품 검색한다”

SSG닷컴, ‘스마트 쇼핑 플랫폼’ 구축 박차

‘썬렌즈’+‘OCR’ 적용... 기술 향상
반려용품 등 2700개 카테고리 추가

SSG닷컴이 ‘스마트 쇼핑 플랫폼’ 속도를 강화하기 위해 이미지 상품 검색 서비스를 강화한다.

SSG닷컴이 이미지 상품 검색 서비스인 ‘썬렌즈’에 ‘OCR (Optical Character Recognition)’ 기술을 적용해 더욱 향상된 검색 서비스를 선보인다고 11일 밝혔다.

OCR이란 직접 촬영한 사진과 같은 ‘이미지’에서 글자로 쓰인 부분을 추출해 이를 문자로 식별하는 인식 기술을 의미한다.

즉, 기존 옷, 신발, 가방 등 사진을 분

석해 상품 검색이 가능한 ‘썬렌즈’에 OCR 기술을 적용해 상품에 적힌 문자까지 검색의 범위를 넓혔다. 직접 일일이 손으로 입력하기 까다로운 상품의 모델 번호나 브랜드명도 사진만 찍으면 텍스트로 추출해 검색할 수 있다.

국내 고객뿐 아니라 한국어에 서툰 외국인 고객까지도 사진만 찍으면 원하는 상품을 더욱 쉽게 검색할 수 있게 돼 고객 편의성을 높였다.

OCR 기술은 품질관리에도 이 달부터 적용돼, 효율적으로 활용된다. 이 기술은 상품설명에 게재된 이미지를 분석해 잘못된 정보로 판매중인 상품들을 걸러내는 역할을 한다.

‘피부재생’, ‘해독’ 등 소비자 오인이 우려되는 단어를 비롯해 상품등록 원산

지와 이미지에 표시된 원산지 일치 여부, 각종 품질인증 번호의 정확성 등을 OCR시스템이 자동으로 검색한다. 이를 통해 일일이 수기로 검증했던 것에 비해, 정확도와 업무처리 속도 측면에서 효율이 크게 향상될 것으로 기대하고 있다.

썬렌즈로 검색할 수 있는 상품의 카테고리도 대폭 늘렸다.

기존에는 적용되지 않았던 가구, 주방, 생활, 유아동, 스포츠, 반려용품 등 2700개에 달하는 카테고리에서 썬렌즈를 사용해 원하는 상품을 찾을 수 있게 됐다. 상품 가짓수로 환산하면 무려 500만개에 육박한다.

한편, 지난해 4월부터 시작한 챗봇 서비스 ‘고객센터톡’도 ‘인택트’에 익숙한

요즘 고객에게 좋은 반응을 얻고 있다.

고객센터톡이 서비스를 시작한 2018년 4월부터 12월까지 전화나 채팅, 이메일로 상담사에게 문의한 고객은 오픈 전 같은 기간에 비해 약 10% 줄어든 것으로 집계됐다.

이에 SSG닷컴은 연말까지 메신저 플랫폼 기반의 상품 검색과 프로모션 조회 등이 가능한 ‘쇼핑봇’ 서비스도 시작할 계획이다.

한동훈 SSG닷컴 플랫폼담당 상무는 “SSG닷컴의 자체 기술력으로 딥러닝 기반의 상품이미지 분석을 통해 이커머스에서 맞는 맞춤형 서비스를 제공하고 있다”며, “고객 편의를 높이는 것 외에도 물류 효율화 측면에서 상품 유통기



한이나 바코드 등을 단순히 카메라 촬영만으로 입력할 수 있도록 이미지 처리기술을 고도화시켜 나갈 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

3일 만에 양파 500톤 판매... 농가 돕기 결심

롯데슈퍼-전라남도 ‘판로확대 MOU’
가격 폭락에 농가 돕는 소비촉진 행사

롯데슈퍼가 전라남도와 맺은 ‘농축수산물 판로확대 업무협약’의 결실이 한 달 만에 나타났다.

양파의 주 생육철인 지난해 겨울 날씨가 상대적으로 따뜻했고, 지난 4월 이후 기온과 강수량이 양파 성장에 최적의 환경이 형성됨으로 인해 대한민국에는 말 그대로 양파 폭탄이 떨어졌다. 이는 그대로 가격 폭락으로 이어져 재배 농가들은 많은 피해를 볼 수밖에 없는 상황에 놓였다.

하지만, 지난달 5일 진행된 ‘전라남도-롯데슈퍼 농축수산물 판로확대 업무협약’ 덕분에 농민들이 웃을 수 있었다.

업무협약식에서 롯데슈퍼와 전라남도는 ①농수축산물의 수급 안정 및 적정가격 구매 협력과 함께 ②신선하고 안전한 농수축산물의 생산과 공급체계 구축 ③로컬푸드 직매장 운영 및 홍보와 마케팅 사업 확대 ④청년 농부와 어부 육성 및 지원을 중심으로 상호 유기적인 협력 약속과 함께 1년간 약 1000억원의 구매약정을 체결했다.

롯데슈퍼와 전라남도는 즉각 행사를 준비해 지난 3일부터 5일까지 전국



롯데슈퍼에서 고객이 양파를 고르고 있다.

/롯데쇼핑

400여개의 롯데슈퍼와 온라인 몰에서 전라남도에서 생산되는 양파를 판매하는 ‘양파 농가 돕기’ 행사를 전개해 3일동안 총 500톤의 양파를 판매했다. 전년 동기간 전국 롯데슈퍼에서 한 달간 판매했던 양파량에 버금가는 물량이다.

7월말부터는 완도와 영광, 신안에서 수확한 전라남도 대표 수산물인 전복과 굴비, 새우를 판매하는 ‘전라남도 수산물 기획전’을 준비하고 있다. 또한, 장성과 담양에서 재배된 토마토(대추, 칼라) 20톤 물량과 함께 여름철 전라남도 특화 작물인 머스크메론 5톤을 사전 확

보하는 등 본격적인 농가 돕기에 나설 계획이다.

롯데슈퍼 강종현 대표는 “이번 양파 대란은 수시로 변화하는 자연환경과 농작물의 생육 상황에 따라 농민들이 일년간 준비해온 결실들이 하루아침에 물거품이 될 수도 있었던 상황이었다”며 “롯데슈퍼는 이와 같은 소비촉진 행사를 적극적으로 전개하여 작황이 좋아 생산량이 많아도, 여러 상황으로 생산량이 적어지더라도 안정적인 판매처 역할을 수행해 농민들이 안심하고 농사에 집중할 수 있는 토대를 마련하기 위해 노력하겠다”고 말했다.

/신원선 기자

방학맞아 ‘홈스쿨링’ 뜬다... 기획전 진행

CJ ENM 오쇼핑부문

이달 말까지 ‘여름방학 페스티벌’
500여가지 상품을 합리적 가격에

CJ ENM 오쇼핑부문이 7월 한달간 다양한 홈스쿨링 상품을 선별해 합리적인 가격에 선보이는 ‘여름방학 페스티벌’ 기획전을 31일까지 진행한다.

여름방학을 맞아 집에서 쉽고 재미있게 공부할 수 있는 ‘홈스쿨링’이 뜨고 있다. CJ ENM 오쇼핑부문은 이달 말까지 ‘여름방학 페스티벌’ 통합 기획전을 열고, TV홈쇼핑 및 CJmall에서 도서, 어학 콘텐츠 등 500여가지 상품을 합리적인 가격에 선보이고 적립금 이벤트도 진행한다.

CJ ENM 오쇼핑부문에 따르면, 최근 2주간(6월26일~7월9일) 유아동 도서와 교재 및 콘텐츠를 기반으로 한 어학 상품 등 교육 상품의 주문량이 전월 동기(5월26일~6월9일) 대비 97%, 주문금액은 65% 증가한 것으로 나타났다. 특히 영어동화 애니메이션 콘텐츠로 재미있게 공부하는 ‘리틀팍스 영어 애니메이션 12개월권’은 지난 8일 하루 동안에만 CJmall에서 약 2억5000만원의 주문금액을 기록하는 등 고객들의 뜨거운 관심이 이어지고 있다.



이러한 니즈에 맞춰 오쇼핑부문은 ‘여름방학 페스티벌’ 통합 기획전을 31일까지 열고 유아동 도서, 어학 콘텐츠, 취미/놀이 교구 등을 선별해 고객들에게 선보인다. 먼저 CJmall에서는 최대 54% 할인가로 다양한 홈스쿨링 상품을 선보인다. ‘리딩게이트 영어독서프로그램 24개월 이용권’, ‘비룡소 월간배송 독서프로그램’ 등 어학 및 독서습관을 길러줄 상품부터, ‘큐비코 코딩 교구’, ‘스웨덴 매트매터 샌드클레이 풀세트’ 등 다양하게 선보인다.

송미정 CJ ENM 오쇼핑부문 유아동 팀장은 “합리적인 가격과 최신 교육 트렌드를 반영한 상품을 기획·소싱하여 고객들의 니즈에 빠르게 대응하겠다”고 말했다.

/신원선 기자

유통 단신

빙그레-오션월드 체험공간 조성... 협업마케팅 시작

패밀리풀에 대형조형물·포토존 마련

빙그레가 지난해에 이어 오션월드와 콜라베이션 마케팅 활동을 실시한다고 11일 밝혔다.

빙그레는 오션월드 패밀리풀에 빙그레 아이스크림 체험공간을 조성한다. 아이스크림 냉동고 모양의 대형 조형물과 슈퍼관 광고모델인 손흥민 선수의 포토존을 설치해 인증샷을 남길 수 있다. 또 패밀리풀 곳곳에 메로나, 비비빅, 투게더 등 빙그레 아이스크림 조형

물도 설치한다. 패밀리풀 내에는 손흥민 선수의 얼굴이 새겨진 비치볼을 방문객에게 제공할 예정이다. 오는 7월 20일부터 8월 11일까지 빙그레 아이스크림 제품을 제공할 예정이다. 빙그레는 오션월드에서 퇴장하는 방문객에게 1일 1만개 한정으로 1인당 1개씩 제품을 무료로 제공한다.

빙그레는 오션페스타 행사에 플레도르 부스를 마련해 다양한 이벤트와 제품을 증정할 계획이다.



빙그레가 오션월드와 콜라베이션 마케팅을 실시한다.

/빙그레

타 초대권을 증정할 예정이다.

빙그레는 오션페스타 행사에 플레도르 부스를 마련해 다양한 이벤트와 제품을 증정할 계획이다.

/박인용 기자 parkiu7854@

동원F&B

‘개성 얇은피 만두’ 3종 선보

동원F&B가 만두피 두께를 20% 줄여 더욱 맛있는 ‘개성 얇은피 만두’ 3종을 출시했다. ‘개성 얇은피 만두’는 진공 반죽 공법으로 만두피를 빚어 기존 자사 제품 대비 만두피 두께가 20% 가량 얇으면서도 탄력이 있다. 얇은 만두피 덕분에, 식감이 부드러우면서도 만두소 본연의 맛을 더욱 풍부하게 즐길 수 있다.



롯데제과

‘마가렛트’ 품질 고급화

롯데제과가 최근 대표 소프트 비스킷 ‘마가렛트’ 품질을 향상시켰다고 11일 밝혔다. 마가렛트는 1987년 출시돼 30여년간 꾸준한 사랑을 받고 있는 인기 제품이다. 롯데제과는 제품의 맛과 품질을 중요하게 생각하는 소비자의 취향을 고려해 가격은 기존과 동일하게 유지하고 품질은 고급화 시켰다. ‘마가렛트 초코칩’은 초콜릿칩의 함량을 기존보다 20% 향상시켰다.

/박인용 기자