

정용진의 승부수... '365일 초저가' 국민가격 선배

이마트 '에브리데이 국민가격' 출시
향후 500여개까지 상품 확대 계획
대량 매입으로 30~60% 저렴하게

이마트의 물가안정 프로젝트 '국민가격'이 업그레이드됐다. 올 초 정용진 부회장이 신년사에서 밝힌 스마트한 초저가 상품인 '에브리데이 국민가격'을 오는 8월 1일 선보이는 것.

'에브리데이 국민가격'은 철저한 원가분석을 바탕으로 근본적인 유통구조 혁신을 통해 상시적 초저가 구조를 확립한 상품으로 동일 또는 유사한 품질 상품에 비해 가격은 30~60% 가량 저렴하며, 한번 가격이 정해지면 가격을 바꾸지 않는다.

이마트는 이번에 1차로 와인, 다이얼 비누 등 30여개 상품을 선보인 후 올해 200여개를 시작으로 순차적으로 상품을 늘려 향후 500여개까지 초저가 상품을 확대할 계획이다.

이마트가 상시적 초저가 상품을 선보이는 이유는 과거와는 차원이 다른 효율적 소비를 하는 '스마트 컨슈머'가 등장하고 국내 유통시장에 온/오프라인을 막론한 치열한 가격경쟁력이 벌어지고 있는 상황에서 업의 본질인 '가격경쟁력'을 강화하기 위해서다.

이를 위해 이마트는 상품군별 고객의



모델들이 이마트의 초저가 상품을 들고 미소 짓고 있다.

구매빈도가 높은 상품을 선정한 후 해당 상품에 대해 고객이 확실히 저렴하다고 느끼는 '상식 이하의 가격'을 '목표가격'으로 설정했다.

목표가격 설정 후 이마트는 상품 원가 분석을 통해 기존과는 전혀 다른 원가구조를 만들기 위한 유통구조 혁신을 진행했으며, 이를 바탕으로 지속적이고 상시적 운영이 가능한 초저가로 '에브리데이 국민가격' 상품을 론칭했다.

이마트가 이번에 선보인 초저가 상품의 원가구조 혁신 방법은 크게 다섯 가지이다.

먼저, ▲압도적인 대량매입이다. 유통업체들은 원가를 낮추기 위해 협력업

체로부터 평소와 비해 5~10배 가량의 물량을 추가로 매입했다. 그러나 이번에는 수십에서 수백배의 대량매입을 통해 가격을 획기적으로 낮출 수 있었다.

대표적인 예로 이마트가 이번에 스페인과 칠레 와이너리로부터 수입해 초저가 와인으로 선보이는 '도스코파스 레드블렌드'와 '도스코파스 까버네쇼비농' 2종의 가격은 각각 4900원으로 시세 대비 약 60% 저렴하다.

기존에 이마트가 해외 와이너리로부터 와인을 수입하는 경우 단일 품목 와인의 평균수입 개런티 수량은 평균 3000명 가량이었던데 반해 이번에는 평소 대비 약 300배가 넘는 100만명 와인



이마트 국민가격 상품. /이마트

을 개런티해 가격을 크게 내렸다.

다이얼 비누도 압도적인 대량매입을 통해 약 35% 가격을 낮춘 3900원(113g×8)에 판매한다.

기존에 이마트에서 다이얼 비누는 연 3만개 가량 판매되었지만 이번에 아시아 지역 단일 유통사 최대 물량인 연간 50만개 물량 개런티를 통해 가격을 획기적으로 낮췄다.

두번째는 ▲프로세스 최적화다. 기존 제품의 생산에서 판매까지의 프로세스를 세분화한 후 각 단계에서 원가를 절감할 수 있는 다양한 방법을 통해 원가 구조를 혁신했다. 오는 8월 10일 '에브리데이 국민가격'으로 식품건조

기(FDA-1901)를 국내 유명 브랜드 대비 약 55% 저렴하게 판매하는 게 대표적이다.

이를 위해 담당 바이어는 올 초부터 식품건조기의 상품기획/생산 프로세스 분석 후 신규 상품을 해외에서 생산하는 것에 비해 세계적인 '초저가 할인점' 알디에서 판매하고 있는 기존에 검증된 상품을 직접 구매하는 것이 개발비 등 각종 비용을 줄이고 가격을 낮출 수 있을 것으로 판단, 이번에 상품을 선보인다.

세번째는 ▲신규 해외 소싱처 발굴이다. 해외 생산을 위한 소싱처 발굴 시 기존에 거래하던 소싱처 뿐만 아니라 전 세계의 숨어있는 원가 경쟁력 있는 신규 소싱처를 발굴하여 상품 품질 및 원가 등을 비교해 초저가 상품을 선보인다.

이마트 이갑수 사장은 "이번에 선보이는 상시적 초저가 상품은 지난 26년간 이마트의 상품 개발 역량을 총 집결한 유통구조 혁신을 통해 탄생한 상품으로 국내 유통시장에 초저가 상품에 대한 새로운 기준을 제시한 측면에서 큰 의미가 있다"라며 "향후에도 보다 철저한 원가 분석을 통한 원가구조 혁신을 통해 다양한 상시적 초저가 상품을 지속적으로 출시할 것이다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

공간까지 쇼핑한다... 개인창고 서비스 '더 스토리지' 오픈

홈플러스 일산점

효율적 생활공간 관심 높아져
신비즈니스 모델 창출에 의미

홈플러스의 사업 다각화 방안 중 하나인 도심형 개인 창고 서비스 '더 스토리지' 위드 홈플러스 (이하 더 스토리지) 일산점이 오픈했다.

'더 스토리지'는 홈플러스가 새롭게 선보이는 셀프스토리지 사업으로 수도권 및 대도시 내 위치한 점포의 유휴 공간을 활용해 개인 물품을 보관, 관리해주는 서비스다. 도심에 위치한 대형마트 내부에 있어 타 스토리지 서비스 대비 접근성이 뛰어나다는 장점이 있다.

서비스를 통해 고객들은 계절가전이나 의류, 이불을 비롯해 레포즈 용품인 낚시, 스키, 캠핑 용품 등 당장 필요하지 않은 물건을 기간별로 보관할 수 있



31일 고양시 장항동 홈플러스 일산점에서 모델들이 '더 스토리지' 서비스를 이용하고 있다. /홈플러스

다. 취미용품과 계절의류, 가전제품 등의 수납공간을 필요로 하는 개인은 물론, 이사나 전근으로 거주지를 옮기는 가정, 쾌적한 업무환경을 위해 각종 서류와 비품 등의 보관 공간이 필요한 소규모 사무실도 유용하게 쓸 수 있다.

홈플러스 더 스토리지 1호점은 일산점 점포 내 50평 규모로 들어섰다. 창고 크기에 따라 스몰, 미디엄, 라지의 세 가지 형태로 운영되며 라지 사이즈의 경우 매트리스나 1인용 소파도 보관할 수 있는 크기로 이사 가구 보관 시 유

용하다.

이용 방법은 일산점 4층 가전 계산대에서 서비스예약 및 결제 후 직접 방문해 물건을 맡기면 된다. 금액은 창고 크기와 이용 기간에 따라 상이하며, 장기 이용 고객 대상으로는 3·6·12개월 단위로 약정 할인이 제공되고, 운영시간은 오전 10시부터 자정까지 이용 가능하다. (점포의 무휴업일인 2,4째주 수요일은 제외)

조수현 홈플러스 서비스사업 이노베이션팀장은 "1인 가구 증가, 미니멀 라이프 트렌드 확산 등에 힘입어 생활 공간을 효율적으로 활용하는 방안에 대한 관심이 높아지고 있다"며 "이번에 새롭게 선보인 '더 스토리지'는 오프라인 매장의 유휴 공간을 고객에게 빌려주는 개념으로 고객 편의를 높이는 서비스를 제공함과 동시에 공간 활용을 통한 새로운 비즈니스 모델을 선보였다는 점에서 의미를 갖는다"고 말했다. /신원선 기자



CJ제일제당이 31일 서울 중구 CJ제일제당센터빌딩에서 '햇반 밥술교환 캠페인'을 진행하고 있다. /손진영 기자 son@

CJ제일제당

"햇반 줄게 밥술 다오"

CJ제일제당은 오는 8월 11일까지 '햇반 밥술교환 캠페인'을 진행한다

31일 밝혔다. 이번 캠페인은 햇반으로 식사를 대신하는 가정이 늘어나고 있는 최근 식문화 트렌드를 널리 알리기 위해 기획됐다.

햇반 밥술교환 캠페인은 '햇반 줄게 밥술 다오'라는 타이틀로, 온라인과 오프라인에서 전방위적으로 펼쳐진다. 오프라인 행사는 오는 8월 11일까지 주말마다 진행되는 데, 사전 고지된 날 햇반 밥술교환 행사장으로 밥술을 가져오면 당일 선착순 15명에게 햇반 1년치를 증정한다. 지난 20일 서울상암월드컵경기장에서 행사를 연 데 이어, 오는 8월 4일 이마트 평택점, 8월 10일 이마트 죽전점 등지에서 진행할 예정이다.

햇반 밥술교환 이벤트 참여를 위해 행사를 찾은 고객을 위한 다양한 이벤트도 마련돼 있다. /박민용 기자 parku7854@

롯데백 "백캉스에 호캉스까지 동시에 즐기자"

백캉스 고객 맞춤 집객형 마케팅

할인 행사만 진행하던 백화점의 행사가 달라졌다. 예술 작품을 고객 통로에 전시해 고객들이 즐길 수 있게 만드는 감성 마케팅을 비롯해 빅데이터 분석과 기업 간의 협업을 통해 시즌에 맞는 서비스와 혜택을 제공하는 집객형 마케팅이 등장한 것.

롯데백화점은 오는 8월 2일부터 9일

까지 '맛있는 여름, 시원한 여름' 행사를 열고 '백캉스(백화점+바캉스)', '호캉스(호텔+바캉스)' 고객들을 타겟으로 하는 마케팅을 진행한다.

우선, '백캉스'를 즐기고자 하는 고객에게 빅데이터를 통해 실시간으로 금액 할인권을 제공한다. 8월 2일부터 8일까지 점포 인근 계열사를 이용한 고객을 대상으로 백화점에서 사용 가능한 식품/패션 금액할인권을 문자메세지로 발

송한다. 수신 후, 백화점을 방문한 고객은 결제 시 문자메세지를 보여주면 식품관에서 3만원 이상 구매 시 5000원 할인, 10만원 이상 패션 상품을 구매 시 1만원 할인을 받을 수 있다.

'호캉스'를 노리는 고객을 위한 혜택도 준비했다. 롯데백화점은 종합 숙박 어플리케이션 '여기어때'와 제휴를 맺고 1만원 할인 쿠폰을 제공한다.

롯데백화점 어플리케이션에서 로그



인 후 노출되는 쿠폰 코드를 '여기어때' 어플리케이션에서 당일 등록 후에 사용수 있다. /신원선 기자