

차원이 다른 VIP마케팅... 명품관 '메종 갤러리아' 오픈

대전 도룡동에 VIP 외부 플랫폼

파크제이드 화이트 등급이상 대상 19세 이상 이용... 예약중심 운영

갤러리아가 업계 최초로 VIP 외부 플랫폼을 오픈한다. VIP 마케팅 시장에서의 새로운 시도이기에 업계의 이목이 쏠리고 있다.

갤러리아백화점(이하 갤러리아)은 10일 대전시 유성구 도룡동에 VIP 신규 오프라인 플랫폼인 '메종 갤러리아'를 오픈한다고 9일 밝혔다. 갤러리아는 1990년 국내 최초로 업계에 명품관 개념을 도입하고, VIP 고객 관리에 특화된 강점을 보여왔다.

'메종 갤러리아'는 백화점 내에 마련된 VIP 전용 공간이 아닌 외부 주요 상권에 오픈하는 클럽 라운지다. 타임월드에는 대전·충청권에서 유일하게 루이비통, 구찌, 롤렉스 등 최다 명품 브랜드를 보유한 백화점으로 대전·충청지역 매출 1위 백화점이다.

◆오직 VIP만을 위한 클럽 라운지

'메종 갤러리아'의 규모는 연면적 1024㎡(약 310평)에 총 5개의 층(B1F~4F)으로 구성됐다. 타임월드 파크제이드



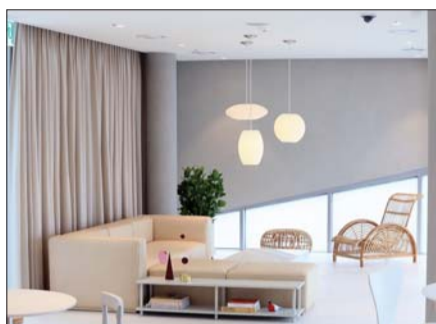
메종 갤러리아 '포레르빠쥬' 전시 공간(위부터 차례로)과 메종 갤러리아 전경, 메종 갤러리아 라운지. /갤러리아 백화점

드 화이트 등급 이상(연 약 4000만원 이상)의 구매고객의 VIP 고객들만이 주요 시설 이용이 가능하다. 1층 홀에서 고객 본인 카드 센싱을 통해 등급을 확인하고 입장하면 된다. 메종 갤러리아는 매주 일요일 휴무제를 선택하여 서비스의 질을 높인다. 또한 이용 가능 연령을 만 19세 이상으로 제한, VIP 고객들의 쾌적하고 여유로운 휴식을 보장한다. 1층 전시공간 및 지하 1층 가구쇼룸(비어인키노), 카페 등은 일반 고객도

이용이 가능하다. 이용은 예약 중심으로 운영된다. 잔여 좌석이 있을 시에는 현장방문으로도 이용 가능하다.

'메종 갤러리아'는 '아트 오브제'로 가득한 당신의 고결한 집(Your Noble Home with Artistic Object)이라는 콘셉트로 백화점에서 벗어나 집처럼 편안함과 휴식을 제공하고, 새로운 문화를 체험할 수 있게 한다.

일정 기간 동안 각기 다른 테마 형식으로 운영될 예정이다. 오픈 테마는



'여유'다.

◆팝업 전시부터 주얼리 감별 클래스까지

1층은 명품 브랜드 팝업 및 전시공간으로 갤러리아가 국내에서 단독으로 선보이고 있는 프랑스 가죽 브랜드 '포레르빠쥬'의 전시가 이뤄진다. 대전 지역 최초로 선보이는 '포레르빠쥬' 팝업은 12월까지 3개월간 진행될 예정이다.

2층 컨셉 스토어는 하나의 테마를 주제로 라이프스타일 전반에 걸친 다양한 상품을 큐레이션하여 선보인다. 이번

오픈을 기점으로 11월 중순까지는 일상의 '여유로움'을 지어내는 상품들을 테마로, '루이스폴센'의 조명, '추어로 디자인'의 나비 체어 등 유명 디자인 가구 및 조명과 '이솝', '조말론' 등 일상을 향기로 채울 수 있는 아이템들을 제안한다.

3층은 개인적 휴식 및 쇼핑으로 시간을 할애할 수 있도록 다른 층에 비해 프라이빗한 공간으로 구성되어 있다. 2개의 프라이빗룸에서는 예약 고객에게 1:1 또는 소규모 그룹 대상의 다양한 커스터마이징 이벤트와 프로모션을 제공한다.

4층은 바와 멀티스페이스로 고객들이 본인의 취향을 탐구할 수 있는 클래스가 이뤄진다. 와인 시음, 티 클래스 등을 일상적인 취향탐구 클래스를 비롯하여 아트, 주얼리 감별 등 지적 호기심을 자극하는 클래스들을 선보인다. 아트 클래스는 국내 유수의 작가 작품을 '가나아트' 갤러리아와의 협업으로 진행한다.

갤러리아 관계자는 "대전 외에도 타겟·콘텐츠·지역에 따라 추가적인 VIP 플랫폼 운영을 검토하는 등 업계 내 선도적인 VIP 마케팅을 확대 구현해나갈 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

쿠팡 이사회에 케빈위시 전 美연준 이사 합류

"혁신 최전방 기업... 비전실현 도움 것"

쿠팡은 저명한 경제학자이자 금융전문가인 케빈 위시 전 미국 연방준비위원회 이사가 쿠팡의 새 이사회 멤버로 합류했다고 9일 밝혔다.

위시 이사는 "쿠팡은 혁신의 최전방에 서 있는 기업"이라며 "쿠팡의 성장은 놀랍고, 쿠팡의 고객경험은 독보적이다. 이런 회사의 이사회 멤버로 참여할 수 있어 영광으로 생각한다. 쿠팡의 독창적인 창업자이자 CEO 김범석 대표가 그의 비전을 실현하는 과정을 돕고 싶다"고 말했다.

쿠팡은 자정까지 주문하면 다음날 전국 고객의 문 앞으로 수백만 개의 상품을 배송하는 로켓배송으로 유명하다. 특히 쿠팡은 직접 배송망을 갖춘 덕분에 최근에는 수백만 종류의 상품을 자정 전 주문해도 다음날 아침 7시 전까지



케빈위시 이사

단 몇 시간 만에 배송하는 새벽배송까지 제공한다. 또 쿠팡은 고객이 구입한 상품을 반쯤할 때 간단히 문 앞에 내놓기만 해도 상품이 완료되는 편리한 서비스도 갖췄다.

김범석 쿠팡 대표는 "쿠팡은 고객의 삶을 이전보다 100배 더 낫게 만들고자 하는 미션을 갖고 있다"며 "우리가 고객

에게 쇼핑이 이렇게 쉬울 수 있고, 배송도 이렇게 빠를 수 있다는 것을 계속 보여준다면 고객은 어느 순간 쿠팡 없는 세상을 상상하지 못할 것이다. 쿠팡이 성장하고 혁신하면서 이 미션을 이루는데 위시 이사의 전문성이 큰 도움이 될 것"이라고 말했다.

한편, 위시 이사는 경제 및 금융 분야의 연구 업적으로도 널리 알려져 있다.

현재 그는 국제 현안과 정치, 경제 문제를 심도 있게 분석하는 공공 정책 전문 싱크탱크인 미 스탠포드대 허버 연구소에서 저명 방문 석학으로 선정돼 같은 대학교 경영대학원에서 강의를 맡고 있다.

스탠포드대에 자리잡기 전 위시 이사는 미 연준 이사회 이사였으며 조지 부시, 버락 오바마 행정부에 걸쳐 주요 20개국(G20) 정상회담의 대표단으로 활약했다. /신원선 기자



초밥을 구매하는 고객. /이마트

이마트 초밥, 1초에 2.8개씩 팔려

연어·광어 등 냉동 아닌 '생 횡감' 작년 9천만개 넘어 올 1억개 눈앞

'마트 초밥'이 고객을 매장으로 이끄는 '키 아이템(Key Item)'으로 부상하고 있다.

이마트가 올해 1월부터 9월까지 9개월 동안 초밥 판매를 분석한 결과, 날개 환산 기준으로 6500만개 이상을 판매한 것으로 나타났다. 초당 약 3개씩(2.78개) 팔리는 셈이다. 이러한 추세대로라면 올 연말까지 지난해 판매량 9000만개를 넘어 1억개를 달성할 전망이다.

이처럼 이마트 초밥이 고객들로부터 인기를 끌고 있는 것은 프리미엄화를 통해 초밥 품질을 높였기 때문이다.

과거 기존 마트 초밥의 경우 8~10g 내외의 냉동 '네타(초밥용 횡감)'를 이용해 개당 500~800원에 판매하는 날개 판매가 주를 이뤘다. 저렴한 가격 위주로 초밥 대중화를 이끌기 위해 노력한 것이

다. 하지만 고객들의 미식 수준이 높아지고 프리미엄 초밥에 대한 수요가 크게 증가하자 고급화에 힘쓰기 시작했다.

이마트는 2015년도부터 날개 초밥을 없애고 연어, 광어 등 초밥을 냉동 횡감이 아닌 생 횡감을 쓰는 등 프리미엄 초밥 라인을 강화하는 작업을 진행했다.

이에 2015년도 전체 초밥 매출 중 약 10% 수준이었던 프리미엄 초밥 비중은 2019년 현재 약 45%를 차지할 정도로 크게 늘어났다.

특히 연어 초밥 같은 경우 15년도 전체 초밥 중에서 15~20% 비중을 차지했지만 현재 전체 초밥 중 34%를 넘을 정도로 늘었다.

이미 유튜브를 비롯한 SNS상에서는 초밥 상품들이 이마트에 가면 필히 구매해야 하는 아이템으로 입소문을 타고 있다. 3~4년 전부터 연어가 슈퍼푸드 인기로 불리는 동시에 이마트 초밥 품질 향상과 프리미엄화가 맞물려 고객들로부터 좋은 반응을 얻었기 때문이다. /신원선 기자

현대백, 현대미술 '순간을 조각에 담다'展

현대백화점이 대형 현대미술관으로 변신한다. 쇼핑 공간을 넘어 창의적 영감과 새로운 경험을 제공하는 이색적인 공간으로 거듭나겠다는 취지다.

현대백화점은 오는 11일부터 31일까지 21일간 무역센터점에서 국내 유명 현대미술 작가들과 함께 '순간을 조각에 담다' 전시회를 진행한다. 전시회 기간 백화점 곳곳에 조각·설치예술포인트아트 등 100여점의 현대미술 작품으로 꾸민다.

이번 전시회는 국내 유명 미술 작가

들과 협업을 통해 현대미술을 더 친숙하게 대할 수 있도록 진행하는 '아트 바이 더 현대(Art x The Hyundai)' 프로젝트의 첫번째 전시다.

이혁 현대백화점 영업전략담당(상무)은 "브랜드와 상품 경쟁만으로는 기존 백화점이나 다른 유통채널과 차별화하기 어렵다"며 "백화점을 콘텐츠 체험 공간으로 변화시켜 백화점을 찾는 방문객에게 색다른 경험을 제공하기 위해 이번 전시회를 마련하게 됐다"고 설명했다. /신원선 기자

무역센터점서 내일부터 3주간 조각·설치예술포인트아트 등 100여점 전시

