

백화점 이색 마케팅 2題

“멋쟁이 5060 모여라”

롯데백화점 잠실점

디자이너·엘레강스 상품군 강화
올 매출 10억... 3년간 ‘폭풍 성장’

롯데백화점이 디자이너·엘레강스 패션으로 중장년층 공략을 시작했다.

최근 5060세대들 사이에서는 ‘디자이너·엘레강스 의류’가 급부상하고 있다

5일 롯데백화점 빅데이터 분석 결과, 50대 이상이 가장 선호하는 패션 의류 상품군은 ‘디자이너·엘레강스’ 상품군이며 이 상품군을 찾는 고객들은 잠실점에 가장 많은 것으로 나타났다.

디자이너·엘레강스 상품군은 같은 상품군 안에서 드 브랜드별 디자인과 스타일이 확연하게 차이가 난다. 5060세대 개개인의 고유 취향에 따라 브랜드를 선택하기 때문에 매니아층이 확실한 상품군 중 하나이며, 이는 특정한 스타일이 전체 시장과 유행을 선도하는 1020세대의 패스트 패션과는 정반대이다.

잠실점은 올해 1월부터 11월까지 롯데백화점 31개 점포 중 디자이너·엘레강스 상품군 매출 1위 점포이며, 전체 상품군 내 해당 상품군의 매출 구성비 역시 7.4%를 차지하며 많은 고객들이 잠실점에서 디자이너 의류를 구입하는 것으로 분석됐다.

이는 직장을 다니는 젊은 고객들이 많은 상권이 주말에 매출 구성비가 높은 것과 대비해 평일 낮 시간을 활용하기 좋은 50~60대 고객들이 잠



롯데백화점에서 고객이 디자이너 의류를 살펴보고 있다.

실점을 많이 찾았기 때문이다. 특히 잠실점은 주변에 2만여 세대 대단지 아파트가 밀집해 있는 대표적인 주거 상권에 위치해 있기 때문에 전업 주부들의 방문이 상대적으로 많다.

실제로, 잠실점에 입점한 ‘르베이지’, ‘손정완’, ‘보티첼리’, ‘래트바이티’, ‘이새’ 등 다양한 디자이너 브랜드들은 올해 1월부터 11월까지 잠실점에서만 10억 규모의 실적을 내며 지속적으로 신장하고 있다. 또한 최근 3년간 전 점의 디자이너·엘레강스 상품군의 매출도 2017년 2.6%, 2018년 2.3%, 2019년(1월~11월) 2.4% 신장한 것으로 분석됐다.

잠실점은 6일부터 8일까지 ‘디자이너·엘레강스 의류 특가전’을 진행한다.

신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

나한테 맞는 놀거리, 문자로

신세계백화점

사진 명소·아카데미 강좌·먹거리 등
즐길거리 업선 ‘스마트 메시지’ 선택

#.직장을 다니는 30대 A씨는 다가오는 주말을 맞이해 여자친구와의 데이트 장소를 찾던 중 얼마 전 문자 메시지로 받아본 신세계백화점 쇼핑 메시지가 생각났다.쇼핑 뉴스만 전해주던 이전 메시지와는 달리 ‘크리스마스 추억을 만들 수 있는 명소’, ‘가족과 함께 신세계 즐기기’ 등과 같이 백화점에서 시간을 보낼 수 있는 내용이 가득했다.A씨는 “신세계백화점 문자 메시지 덕분에 주말 데이트 고민이 해결됐다”며 “본점에 가서 깜짝 선물을 전하며 인기 드라마에 나왔던 조영길에서 여자친구와 사진을 찍을 예정이다”라고 말했다.

신세계백화점이 차별화 된 서비스 콘텐츠로 고객 만족에 나선다.

상품 정보만을 가득 채워 전송하는 ‘스마트 메시지(문자를 통한 세일, 사은행사, 특가상품 제공)’에 백화점에서 즐길 수 있는 알짜 콘텐츠도 업선해 함께 소개하는 것.

6일부터 새롭게 개선된 신세계백화점 스마트 메시지는 신세계백화점 각 점포별로 고객들이 즐길 수 있는 사진 명소, 성탄절 홈파티 준비를 위한 케익 만들기 아카데미 강좌, 주말을 맞이한 백화점 추천 먹거리 등을 소개한다. 신세계는 한층 진화된 이번 스마트 메시지를



#2 연인들의 로맨틱 크리스마스

신세계백화점 스마트 메시지

/신세계백화점

통해 적게는 월 60만 건에서 많게는 100만 건까지 발송되는 고객 소통 방법에 차별화를 꾀한다는 계획이다.

신세계는 향후 ‘SHINSEGAE LOVES FAMILY’ 등과 같은 대형 테마행사 진행 시 발송되는 스마트 메시지도 각 시즌에 맞춰 백화점 내에서 즐길 수 있는 알짜 정보를 업선하여 제공할 계획이다.

신세계백화점 영업전략담당 이성환 상무는 “고객의 눈높이에 맞는 차별화 된 서비스로 오프라인 쇼핑의 만족도를 한 층 더 높일 것으로 기대한다”며 “복합화, 대형화 되고 있는 유통업계에 개인화·맞춤형 마케팅을 접목해 업계를 선도해 나갈 것”이라고 말했다.

/신원선 기자



롯데홈쇼핑은 지난 3일(화) 이틀간 미국 LA에서 ‘대한민국 브랜드 엑스포 in LA’ 한국상품 수출 상담회를 진행했다. /롯데홈쇼핑

롯데홈쇼핑 中企 북미진출 마중물

미국 LA서 수출상담회 진행
상담액 약7000만 달러 성과

롯데홈쇼핑은 지난 3일과 4일 양일간 미국 LA에서 국내 중소기업의 해외진출 지원을 위한 ‘대한민국 브랜드 엑스포’ 수출 상담회를 진행해 상담실적 약 7000만 달러(약 835억 원)를 기록했다고 5일 밝혔다.

미국은 롯데그룹이 호텔, 화학 사업 등을 시작으로 글로벌 사업에 속도를 내고 있는 곳 중 하나다. 4차 산업 관련 기술을 대거 보유하고 있으며, 최근 케이팝(K-POP) 등 한류 열풍으로 한국 제품과 문화에 대한 관심이 높은 지역이다. 국내 중소기업들의 진출은 물론 지속 성장 기회를 모색하고자 미국을 개척지로 선정하게 됐다.

미국 현지에서 국내 민간기업이 주관한 최대 규모의 한국상품 수출 상담회로, 롯데그룹이 주최하고 롯데홈쇼핑이 주관했다.

또한 중소벤처기업부, 산업통상자원

부, 대중소협력재단 등이 협력기관으로 나섰다.

3일 미국 LA 인터컨티넨탈 호텔에서 진행된 개막 선언에 이어 한류 메이 크업 시연회 등 다양한 문화 프로그램들이 진행됐다.

이어서 국내 중소기업 80개사, 미국 현지 바이어들이 참여해 1대 1 수출 상담, 제품 현지화 컨설팅 등 국내 기업들의 해외 유통 시장 진출을 모색하는 자리가 마련됐다.

미국 현지 사업의 특성을 고려해 생활리빙, 뷰티 제품 등 관심이 높은 상품군을 비롯해 롯데홈쇼핑 단독, 인기 상품들도 선보였다. 행사 첫 날 2000여 명이 넘는 현지인들이 방문했다. 또한, 롯데홈쇼핑 스타트업 엑셀러레이팅 프로그램을 통해 선정된 국내 유망 스타트업들도 참가해 상품 전시 및 현지 투자 설명회를 진행했다. 제주 발효 화장품을 생산하는 스타트업 ‘유니크미’는 현지인들의 높은 관심 속에 수출 계약을 성사시키기도 했다. /신원선 기자

“연말 홈파티 준비하세요”... 이마트, 20억 규모 ‘먹거리 특가’

초밥세트·로스트치킨 등 다양

홈파티 문화가 확산되면서 이마트가 12월 초부터 다양한 먹거리 행사를 선보인다. 이마트는 12월에도 홈파티 먹거리에 대한 소비자들의 수요가 크게 증가할 것으로 예상해 대규모 할인 행사를 기획했다.

이마트는 오는 11일까지 약 20억원 규모의 ‘연말 홈파티 먹거리’ 행사에 나선다. 연말을 맞아 여럿이서 같이 즐길 수 있는 먹거리에 대한 수요가 늘어날 것으로 예상, 기존 치킨 대비 크기가 50% 증가한 ‘어메이징 로스트치킨’을 1만3980원에 출시한다.



홈파티 초밥세트

일반적으로 치킨은 1~1.2kg 내외의 10~12호 닭을 사용하는데, 어메이징 로스트치킨은 시중에서 보기 어려운 1.8kg 내외 18호 닭을 튀기지 않고 구워 만든 것이 특징이다.

특히 협력사와 사전 기획을 통해 어메

이징 로스트치킨을 위한 18호 닭 8만수를 계약해 생산 단가를 낮췄으며, 이로 인해 크기는 50% 증가했지만 가격은 기존 치킨 수준으로 유지할 수 있었다.

온가족 및 친구들이 모여 푸짐하게 먹을 수 있는 ‘온가족·홈파티 초밥세트’도 새롭게 선보인다.

온가족·홈파티 초밥세트는 초밥이 각각 19개, 27개로 구성된 혼합 초밥 세트로 1만5980·1만9980원에 판매한다. 이는 시중가 대비 20~30% 가량 저렴한 수준이며 온 가족이 함께 즐길 수 있도록 연어·광어·한치 등 가장 수요가 높은 초밥들을 업선해 구성한 것이 특징이다. /신원선 기자

빵뜨락피자 단판단판 신제품 ‘콘츄리&비프츄리’

빵뜨락피자는 신메뉴 ‘콘츄리&비프츄리(사진)’ 출시한다고 5일 밝혔다

이번에 선보이는 제품은 알알이 톡톡 터지는 옥수수(콘)의 매력을 담은 콘츄리 메뉴는 프리미엄 치즈 5종의 조화로운 풍미와 이른바 ‘단판단판’ 콘치즈가 페스츄리에 덮여 달콤 바삭한 식감을 느끼기 좋다.

달콤한 스테이크소스에 불향이 가득한 스모키비프 비프츄리는 한국인이 사랑하는 불고기와 멕시코 퀘사디아가 만나 절묘한 ‘퓨전의 맛’을 선사할 것으로 기대된다. 빵뜨락피자는 신메뉴 2종의 출시를 기념해 오는 2월까지 다양한 이벤트를 실시한다. 먼저 요기요 및 배달의민족으로 주문 시 콘&비프츄리 + 2



콘츄리, 비프츄리

종(모모스테이키, 관자네온새우), L사이즈 세트(피자+왕큰후라이드)가 오는 2월까지 1만5000원 할인이 진행된다.

또한 카카오톡 주문하기의 경우에도 마찬가지로 위 내용과 동일하게 내년 2월까지 1만5000원 할인 혜택이 적용된다. 여기에 매일 러블리 9종 4000원 할인(피자 단품만) 혜택도 더해졌다. 아울러 방문포장 시 콘&비프츄리 L사이즈 세트(피자+왕큰후라이드) 1만6000원 할인도 준비됐다. /박인용 기자 parkiu7854@

롯데제과 원물 가득 뉴트리션 바 2종

롯데제과가 견과류 등 원물이 가득 들어간 뉴트리션 바, ‘초에너지바’와 ‘초단백질바(사진)’를 선보였다고 5일 밝혔다. ‘초에너지바’는 땅콩, 호박씨 등의 견과류에 크랜베리, 사과 등 말린 과일과 현미 등 곡물을 가득 담아 원물이 51% 이상 함유된 고농축 뉴트리션 바다. 각종 비타민과 칼슘 및 타우린이 들어 있어 영양가도 높다. 가격은 1200원(40g)이다. /박인용 기자

