

상품 팔기만 하면 이커머스 역할 끝?

# 11번가, 리뷰·반품보험 등 구매 전·후 고객만족 올인



작년 영업이익 14억 흑자전환 성공

캐롯손보와 업계 첫 '반품보험' '단순변심' 반품비 2500원 지원

동영상리뷰 한눈에 '꼭꼭 서비스' 예비구매자에 도움, 쇼핑 질 높여



'11번가 반품보험' 서비스

'꼭꼭' 서비스

/11번가

11번가가 검색기능 강화, 고객 참여 기반의 커머스 서비스 본격 출시 등 '커머스포털' 전략을 통해 외형적인 성장에 집중하기로 했다. 기존 쿠폰 중심의 가격 경쟁을 벗어나 쇼핑하는 재미, 정보 제공, 참여 등 쇼핑 가치를 고객에게 제공하는 것에 집중한다는 전략이다. 특히 최근에는 구매 후에도 고객이 만족할 수 있는 서비스를 마련했다. 11번가는 지난해 연간 기준 영업이익의 14억으로 흑자전환에 성공했다.

11번가는 업계 최초로 디지털 손해보

험사 캐롯손해보험과 협업해 '11번가 반품보험' 서비스를 도입했다.

반품보험은 고객이 물건 구매 후 단순 변심에 따른 반품시에 배송비용을 보험사가 대신 지급하는 상품이다. 색상, 사이즈 교환 등으로 발생하는 반품 배송 비용 때문에 선택 온라인 구매를 결정하지 못하는 패션, 잡화 등 대표 상품군을 대상으로 반품보험 서비스를 도입했다.

반품 비용을 최대 2500원 지원해주기 때문에 고민 없이 마음 편히 쇼핑할 수 있다. 단, 무료배송 상품을 반품할 경우, 판매자가 부담한 '초기 배송비'에

대해서는 구매자가 지불해야 한다.

구매자가 직접 생생한 리뷰를 올려 예비 구매자에게 도움을 주는 '꼭꼭' 서비스도 쇼핑의 질을 높였다는 평가를 받고 있다.

'꼭꼭' 서비스는 11번가에 올라온 생생한 동영상 리뷰 중 인기있는 리뷰들을 한눈에 볼 수 있는 서비스로 11번가 화면 상단 '꼭꼭' 탭을 통해 이용할 수 있다. '꼭꼭' 탭에서는 최신 동영상 리뷰부터 가장 많은 '꼭꼭(좋아요)'을 받은 인기 동영상 리뷰까지 한눈에 확인할 수 있다.

앞서 상품을 구매한 사람들의 후기를

동영상으로 보면서 바로 해당 상품 페이지로 이동해 구매할 수 있으며, 사람들이 '꼭꼭'을 누른 인기 리뷰들을 통해 미처 알지 못했던 최신 상품들의 정보도 알아갈 수 있다.

보는 사람뿐만 아니라 리뷰를 남기는 사람에게도 인기 순위와 '꼭꼭'으로 공감을 얻은 횟수 등을 종합해 다양한 형태의 보상을 지급한다.

11번가의 동영상리뷰는 모바일 환경에서 동영상 리뷰에 최적화된 화면과 구성을 적용했으며, 기존 사진이나 텍스트로 작성되는 후기에 비해 실제 크기와 사용방법, 착용 모습 등을 다양한

각도에서 볼 수 있다는 장점이 있다. 또 구매자가 직접 촬영 편집한 영상으로 상품 리뷰의 신뢰도가 한층 높아져 11번가를 찾는 고객들의 상품구매 결정에 큰 도움이 되고 있다.

한편, 11번가는 지난달 한국능률협회컨설팅 주관 '한국에서 가장 존경받는 기업' 조사에서 5년 연속 오픈마켓 부문 1위에 선정됐다.

오픈마켓 7개사를 대상으로 한 평가에서 11번가는 ▲고객만족을 위해 노력하는 기업 ▲시장 변화에 적응하기 위해 혁신활동을 잘하는 기업 ▲믿을 만한 기업 ▲제품(서비스)의 질이 우수한 기업 ▲경영자만의 활용도가 높은 기업 ▲재무건전성이 좋은 기업 등 12개 항목 전체에서 두루 높은 점수를 받았다.

고객은 물론이고 판매자까지 함께 만족할 수 있는 활동들도 지속해서 진행 중이다. 11번가 MD들이 전국의 판매자를 직접 찾아가는 지역 간담회를 통해 판매자와의 동반성장 방안을 꾸준히 모색하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## GS25, 1200곳서 '배달 서비스' 본격 돌입

GS리테일, 요기요·부릉과 맞손  
매월 1000개점 씩 지속 확대키로

편의점 GS25가 배달 서비스 전국 확대에 본격 돌입했다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25가 지난해 4월부터 배달 플랫폼 '요기요', '부릉'과 손잡고 10여곳의 직영점에서 테스트 운영했던 배달 서비스를 전국 GS25 가맹점 1200곳으로 확대한다.

지난 2일 서울, 경기, 강원, 제주 등 전국에 위치한 600여 가맹점에 배달 서비스를 1차 오픈한데 이어, 이달 23일 600여 가맹점에 배달 서비스를 추가 오픈하기로 한 것.

GS25는 이후 매월 1000여점 규모로 배달 서비스 운영 매장을 지속 확대해 갈 계획이다.

GS25는 배달 서비스를 전국으로 확대하기에 앞서 위치 기반 및 실시간 재고 연동 기술을 사용한 3세대 배달 서비스 시스템을 구축했다. 고객이 요기요 앱에 접속 시 고객 위치를 기반으로 배



GS25직원이 요기요로 주문된 배달 상품을 브릉 배달원에게 전달하고 있다. /GS리테일

달 가능한 GS25 매장을 확인하고, 주문하려는 상품 재고도 실시간으로 확인할 수 있게 한 것.

또, 전국 GS25 매장에 배달 서비스 운영 상품을 전용으로 관리할 수 있는 발주(상품 주문) 창을 신설해 가맹점 경영주의 운영 효율 및 편의성을 높였다.

배달 서비스가 본격화되면서 GS25는 테스트 당시 운영했던 식품과 생필품 360종 상품에 110종을 추가해

운영 상품을 총 470종으로 대폭 확대했다.

추가된 110종 상품은 테스트 운영 시 주요 구매 상품 분류로 확인된 ▲1위 도시락, ▲2위 행사 상품 (1+1 등), ▲3위 유제품 분류의 베스트 상품이다. 코로나19 여파로 생활 필수품이 된 마스크와 다가오는 화이트데이에 맞춰 화이트데이 기획 선물 세트 및 새로운 종류의 캔디, 젤리도 추가됐다. /신원선 기자

## 티몬 '생활필수템' 특별매장 진행

코로나19에 라면 등 매출 3배 ↑

티몬이 최근 신종 코로나바이러스감염증(코로나19)의 영향으로 라면과 세제 등 주요 생필품들이 3배 이상 판매되는 등 소비자들의 수요가 증가함에 따라 '생활필수템' 특별 매장을 이달 말까지 진행한다고 3일 밝혔다.

외출을 삼가는 사람이 늘어나며 생필품과 간편식 등을 모바일로 구매하는 추세가 확산되고 있다. 실제 티몬에서 지난 2월 한 달간 라면과 세제, 생수 등 소비자들이 많이 찾는 주요 생필품 매출을 살펴보니 전년 2월 한 달 대비 3배 이상 상승했다.

상품별로 살펴보면 생활용품 가운데 ▲세제와 섬유유연제 174%, ▲비누와 핸드워시 1242%, ▲화장지가 124% 늘



었고, 식품류 중에서도 ▲라면 575%, ▲즉석밥 151%, ▲생수 189% 등 각각 매출이 상승하며 주요 상품들을 대상으로 소비자들의 구매가 확대됐다.

이에 따라 티몬은 소비자들이 보다 편리하고 경쟁력 있는 가격에 구매할 수 있도록 '생활필수템' 특별 매장을 이달 말까지 진행하고 총 200여개 상품을 선정해 특가 판매한다. 또 하나만 구매해도 무료배송해 굳이 불필요한 제품까지 같이 구매해야 하는 고객 부담을 덜었다. /신원선 기자

### 유통단신

### 롯데제과 꼬깔콘 딸기파티 출시

롯데제과는 인기 제품 '꼬깔콘'에 딸기 맛을 활용한 '꼬깔콘 딸기파티(사진)'를 출시했다고 3일 밝혔다. 꼬깔콘 딸기파티는 꼬깔콘에 파티콘칩트를 적용해 재미 요소를 부여했다. 딸기 케이크맛으로 상큼, 달콤하고 부드러운 맛이 특징이다. 꼬깔콘 겉면에는 딸기시럽으로 코팅해 바삭하게 씹히는 식감을 살렸다. 여기에 딸기향과 요구르트향이 나는 스프링클을 토핑해 시각적인 재미와 딸기의 달콤함을 강조했다. /김민지 기자



### 오뚜기 칼슘풍부 '라망치즈' 6종

오뚜기는 고급 치즈를 간편하고 맛있게 즐길 수 있는 '라망 치즈' 6종(사진)을 출시했다고 3일 밝혔다. '라망'이란 오뚜기의 새로운 치즈 브랜드로, '연인'을 뜻하는 프랑스어다. 오뚜기 '라망 치즈'는 칼슘을 풍부하게 함유한 것이 특징이다. '라망 스트링치즈'는 치즈의 결이 살아있어 찢어먹는 재미가 있는 스트링치즈다. 와인, 맥주 등의 술안주나 간식으로 잘 어울린다. /김민지 기자



## CU "편의점서 '페이코인' 결제 하세요"

BGF리테일은 페이코인(Paycoin) 결제 서비스를 전국 CU에 도입한다고 3일 밝혔다.

페이코인 결제 서비스는 블록체인을 기반으로 하는 암호화폐 결제 서비스로, 동일 명칭의 암호화폐 페이코인(화폐 단위 PCI)을 사용한다. 암호화폐결제 전문 앱인 '페이 프로토콜 월렛'에 가입하면 누구나 사용할 수 있다.

결제 시에는 '페이 프로토콜 월렛'의 바코드를 스캔하기만 하면 결제 시점의 페이코인 환율에 따라 상품 가격이 페이코인으로 환산되어 차감된다.

이처럼 CU가 페이코인 결제 서비스를 도입한 것은 결제 수단의 다양화로 고객의 쇼핑 편의를 높이는 한편, 가맹점의 수수료 부담을 낮추기 위해서다. /신원선 기자



CU 페이코인 결제 서비스 /BGF리테일