

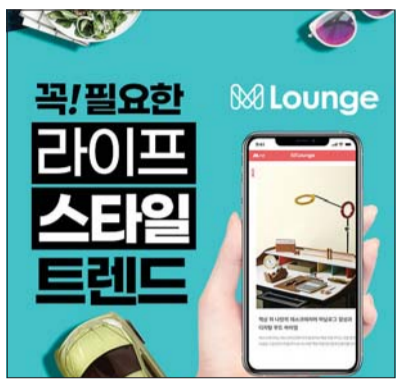
롯데마트, M쿠폰 앱 콘텐츠 강화 우먼센스 등 구독 M 라운지 운영

스타일, 출산·육아 콘텐츠 보유
서울미디어 그룹과 구독 제휴

롯데마트가 서울미디어그룹과 콘텐츠 제휴를 통해 자사 어플리케이션인 'M쿠폰'에 'M Lounge'를 운영한다. 'M Lounge'는 서울미디어그룹의 트렌드 콘텐츠를 구독할 수 있는 매거진 서비스이다.

'M쿠폰' 가입자의 75%가량은 여성이며, 전체 연령 중 30대가 31%, 40대가 37%로 3040이 70% 정도이다. 이러한 회원 분석을 통해 스타일, 출산과 육아 등의 분야에 콘텐츠를 보유한 서울미디어그룹과 제휴를 결정했다.

'MLounge'에서는 스타일, 라이프 스타일 정보지인 '우먼센스', 인테리어, 생활 정보지인 '리빙센스', 출산,



육아 정보지인 '베스트베이비' 등의 콘텐츠를 만날 수 있다.

롯데마트가 이처럼 콘텐츠 서비스를 제공하는 것은 콘텐츠 경쟁력 강화를 통한 성장동력의 발굴을 위해서이다. 또한, M쿠폰이 제공하는 서비스 영역의 확장이 더 많은 고객들을 유입시킬 것이라고 기대하고 있다.

'M쿠폰'은 2015년 4월 오픈채널 서

비스 확대의 일환으로 오프라인 매장에서 사용할 수 있는 다양한 할인 쿠폰을 담은 어플리케이션이다. 2020년 5월 현재 기준으로 M쿠폰 가입자 수는 300만 명으로 M쿠폰과 연결된 플랫폼은 낮은 비용으로 많은 트래픽을 활용할 수 있어, 향후에도 다양한 제휴 콘텐츠를 선보일 방침이다.

이후에도 푸드 데이터를 기반으로 레시피를 소개하는 플랫폼과의 콘텐츠 제휴를 준비하고 있다.

롯데마트이서아 디지털전략부 담당은 "M쿠폰에서 고객 맞춤형 라이프 스타일 콘텐츠를 제공하고자 서울미디어그룹과의 콘텐츠 제휴를 기획했다"며, "경쟁력 있는 플랫폼과 M쿠폰과의 연결을 통해 폭넓은 고객 중심의 서비스를 선보일 예정"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



AK플라자_그립_포스터

/AK플라자

모바일 라이브 방송 '온에어' AK플라자, 언택트 역량강화

그립과 MOU... 업계 첫 언택트 판매
누적고객 2만명, 하루 8~10회 방송

AK플라자가 최근 대세로 떠오른 '언택트' 판매 채널인 '모바일 라이브 방송'의 경쟁력을 확보하기 위해 방송 횟수 확대 등 강화에 나섰다.

AK플라자는 지난해 모바일 라이브 커머스 선두 업체인 '그립(GRIP)'과 전략적 업무 협약을 맺고 업계 최초로 '언택트' 판매 시장에 진출한 바 있다.

AK플라자 '신체널팀'의 최근 4개월간 라이브 방송 데이터에 따르면 현재까지 200회의 판매 방송을 진행했고, 누적 팔로우 고객은 약 2만 명에 달한다. 대표 상품으로는 크로플 1상자(5개입) 1만 5000원, 빅토리아베이커리의 시그니처 도넛 4500원, 베이커스 한판브라우니 1상자(9개입) 1만 6900원 등이 있다.

맛집 소개 프로그램에 나온 후 줄을 서야 먹을 수 있던 음식도 백화점에서 만나볼 수 있다. 부산 강동야시장의 '이가네떡볶이', 인천신포시장내 전국 3대 닭강정집인 '원조신포닭강정' 등이다.

청정 제주의 지역 특산물도 준비했다. 5월 22일부터 6월 4일까지 신세계백화점 전 점 식품관에서는 '제주 미식 여행' 행사를 연다. 제주산 블루베리, 갈치, 제동목장 한우 등을 만나볼 수 있다.

맛집 소개 프로그램에 나온 후 줄을 서야 먹을 수 있던 음식도 백화점에서 만나볼 수 있다. 부산 강동야시장의 '이가네떡볶이', 인천신포시장내 전국 3대 닭강정집인 '원조신포닭강정' 등이다.

동원F&B가 프리미엄 한식 브랜드 '양반'을 앞세워 국탕찌개 시장에 본격적으로 진출한다. 가정간편식(HMR) 사업도 강화한다.

동원F&B는 간편 파우치 형태의 HMR 제품 '양반 국탕찌개' 14종을 출시했다고 20일 밝혔다. '양반 국탕찌개'는 '재료가 살아야 맛이 산다'는 양반 브랜드 철학에 따라 엄선한 자연 재료를 가마솥 전통방식으로 끓여내 정통 한식의 깊은맛을 담았다. 재료 본연의 맛과 식감을 살리면서 동시에 각각의 재료가 조화를 이루는 것이 특징이다.

동원F&B는 '양반국탕찌개'의 생산을 위해 동원F&B 광주공장 3000평 부지에 400억 원 규모의 신규 첨단 특수 설비 투자를 진행했다. 이를 통해 기존 방식 대비 열처리 시간을 20% 이상 단축시켜 재료의 본연의 맛과 식감을 살렸다. 그간 시중의 국탕찌개는 생산 과정에서 열에 장기간 노출되면서 재료의 식감이 물러지고, 육수의 색이 탁해

르고 분당 객단가는 평균 4만원대로 추산했다. 지난 3월 유명 액세서리 방송의 경우 분당 판매 100만원대를 기록하며 50분 방송을 진행해 5500만원의 매출을 기록한 바 있다.

실제 라이브 방송 참여한 매니저는 "모바일 라이브 방송이 대면 판매보다 시간 효율면에서 월등해 매장 매출에 큰 도움이 됐다"고 말했다.

지난해 유통업계에서 다소 생소했던 '모바일 라이브 방송' 시장에서 경쟁력 선점을 위한 TFT를 구성하고, 상품 기획·연출 그리고 고객 분석을 위한 파일럿 테스트를 진행한 AK플라자는 올해 내부적으로 '모바일 라이브 방송'을 전담하는 '신체널팀'을 조직해 보다 전문적이고 체계적으로 사업을 본격화하고 있다.

AK플라자 모바일 라이브 방송의 강점은 참신함과 진솔함이다. 그런 이유로 고객과 소통이 원활하고 누구보다 상품에 대해 전문적인 매장 매니저를 중심으로 진행된다. 또 최근 밀레니얼 세대를 주축으로 한 '쇼포터즈'를 선발해 방송에 투입했다.

/신원선 기자

신세계百, 전국 SNS맛집 한곳에 모았다

'빵지순례&전국 이슈 맛집' 행사
이가네떡볶이·원조신포닭강정 등

직장인 A씨(37)는 최근 코로나19 확산 재개로 주말 간 지방 나들이 계획을 미뤘다. 황금 연휴를 맞아 계획했던 제주도 여행도 나중에 다시 준비할 예정이다.



A씨는 "지난해에는 주말마다 부산이나 제주 등 지역 맛집을 찾아 다니곤 했는데 그럴 수 없어서 많이 아쉽다"면서 "서울 내에서 즐길 수 있는 여러 유명 맛집 콘텐츠를 찾고 있다"고 말했다.

본격 나들이 철이 다가왔지만 코로나19 확산이 재개되며 집콕 트렌드는 여전히 이어지고 있다.

실제로 지난 주말(5월16~17일) 국내선 항공 및 고속도로 이용객은 지난해보다 줄어들며 생활 속 거리두기 현상을 보여주고 있다. 집에서 시간을 보내는 날이 계속되면서 다양한 콘텐츠에

대한 관심 역시 커지는 추세다. 이에 신세계백화점은 집에서 전국 유명 맛집과 특산물을 즐기고 싶은 고객들을 위해 특별한 팝업 행사를 준비했다. 자동차나 비행기를 타고 맛집 여행을 떠나지 않더라도 백화점 식품관을 통해 손쉽게 인기 메뉴를 맛볼 수 있는 것이다.

먼저 오는 5월 21일부터 27일까지 신세계백화점 강남점을 시작으로 28일 본점, 6월 5일 경기점 지하 식품관 행사장에서 '빵지순례&전국 이슈 맛집' 행사를 전개한다.

입냄새 줄여주는 '에세 체인지 프로즌'

KT&G '스멜 케어' 기술 적용

KT&G가 흡연 후 입에서 나는 담배냄새를 줄여주는 '에세 체인지 프로즌'을 선보인다고 20일 밝혔다.

'에세 체인지 프로즌'은 '에세 체인지 히말라야'와 '레종 프렌치 끌레오' 등에 이어 KT&G가 출시한 다섯 번째 냄새 저감 관련 제품이다. 최근 냄새 저감 담배에 대한 선호도가 증가함에 따라 기존 제품과 다른 담배 맛을 원하는 소비자들에게 다양한 선택지를 제공하기 위해 개발됐다.

이번 신제품은 '에세 체인지' 시리즈 특유의 깔끔한 맛에 흡연 후 입에서 나는 담배냄새를 줄여주는 '스멜 케어' 기술이 적용됐으며 손에서 나는 담배



KT&G '에세 체인지 프로즌'

냄새를 줄여주는 물질이 함유된 필터가 장착된 것이 특징이다. '에세 체인지 프로즌'의 타르와 니코틴 함량은 각각 1.0mg, 0.10mg이다.

/조효정 기자 princess@

롯데칠성음료 오'가닉 신제품 출시

롯데칠성음료가 어린이 과채주스 브랜드 오'가닉의 신제품 오'가닉 유기농 적포도&보라당근을 20일 선보였다. 이 제품은 오'가닉 브랜드로 선보이는 세 번째 제품으로, 3년 이상 농약과 화학비료를 사용하지 않은 토양에서 재배한 유기농 적포도와 보라당근을 담아냈다. 철저한 심사를 통해 친환경 인증 중에서 가장 높은 등급인 '유기농 식품 인증'을 받았다.

/조효정 기자



동원 F&B, 간편 국물요리 '양반 국탕찌개'

탕 6종, 찌개 5종, 국 3종 총 14종



동원F&B, 프리미엄 한식 브랜드 '양반' 국탕찌개 시장 본격 진출

저 맛이 텁텁해진다는 한계가 있었다. 하지만 동원F&B는 신규 설비를 통한 열처리 시간 단축에 성공하면서 이러한 한계를 극복할 수 있게 됐다.

'양반 국탕찌개'는 조리 과정이 번거로운 국물 요리를 간편하게 즐길 수 있는 제품으로, 전자레인지에 데우거나 냄비에 부어 5분만 끓이면 완성된다. 개별 재료를 따로 가열하지 않고 모든 재료를 한 번에 담아 끓여내는 '가마솥 전통 방식'으로 만들어, 국물 맛이 깊고 재료의 식감이 우수하다. 파우치 포장으로 보관 및 휴대도 간편하다.

/조효정 기자