

롯데ON, 롯데리아 거점삼아 '400개 상품 1시간 무료배송'

잠실역 주변 2km 반경 범위 대상 GRS상품 시범운영, 8월부터 확대 1만2000원 이상 주문시 무료배송

롯데가 마트와 백화점의 '바로배송'에 이어 식품사까지 '1시간 배송'을 선보인다

통합 온라인몰인 롯데ON은 오는 7일부터 잠실지역에서 '한시간배송 잠실' 서비스를 시작하고 5일 밝혔다.

롯데ON의 '한시간배송 잠실' 서비스는 롯데리아의 배달을 활용해 상품을 배송한다. 먼저 잠실역 주변 2km 반경 범위에서 롯데GRS의 상품을 대상으로 시범적으로 운영한 뒤 롯데백화점, 롯데마트, 롭스의 상품까지 확대할 예정이다.

'한시간배송 잠실' 서비스는 롯데 유통사와 식품사가 협업해 처음으로 선보이는 통합 배송 서비스다. 단순히 식품



롯데ON, GRS와 손잡고 배송 강화.

/롯데쇼핑

사의 상품을 롯데ON에서 판매하는 단계를 넘어 배송 서비스를 공유하는데 의미가 있다.

롯데ON은 이번 잠실지역 시범 운영을 통해 식품 계열사의 매장을 롯데ON 배송 거점센터로 활용할 수 있는 지역 부를 실험한다.

먼저 롯데ON은 '한시간배송 잠실' 서비스의 통합 배송을 위해 롯데리아 롯데백화점잠실점(잠실역 지하에 위치)을 거점센터로 활용한다. 고객이 주문한 여러 상품은 거점센터인 롯데리아 롯데백화점잠실점에 모이고, 거점센터에서 상품을 하나로 포장해 라이더를

통해 고객에게 배송한다. 시범적으로 롯데리아, 엔제리너스, 크리스피크림 도넛, 빌라드살룻 등 4개 브랜드의 110여 가지 상품을 구매할 수 있다. 롯데GRS의 여러 개 브랜드 상품을 구입해도 한번에 결제하고 배송 받을 수 있다.

7월 한 달 간은 롯데GRS상품에 한해 서비스를 제공하지만 8월부터는 '한시간배송 잠실' 서비스 대상 품목을 롯데백화점, 롯데마트, 롭스 등 유통사의 400여 개 상품까지 확대 운영할 계획이다.

'한시간배송 잠실' 서비스는 오전 11시부터 오후 7시 30분까지 이용 가능하며, 1만 2000원 이상 주문 시 무료 배송 혜택을 받을 수 있다. 직접 수령을 원하는 고객은 주문 후 30분 내 픽업이 가능한 지정 매장에서 픽업할 수도 있다.

이번 '한시간배송 잠실' 서비스는 롯데쇼핑의 '옴니협업체'에서 나온 아이디어가 실제 모델로 발전한 케이스다. 지난 3월 강희태 대표이사 지시로 롯데

쇼핑 내 각 사업부의 디지털 마케팅 업무를 담당하는 직원 9명을 선발해 '옴니협업체'를 꾸렸다.

한 달간의 연구 끝에 옴니협업체는 '롯데 상품을 한번에 구매해서 배송 받을 수 있는 서비스'가 필요하다는 결론을 도출했다. 대표이사는 옴니협업체 의견에 대해 '빠르게 시도하고 결과를 알려달라'고 답했고, 롯데e커머스가 과제를 즉시 추진했다. 이번에 롯데 GRS와 함께 선보이는 '한시간배송 잠실' 서비스가 그 결과물이다.

롯데e커머스 최희관 O40 부부장은 "이번에 선보이는 '한시간배송 잠실' 서비스는 테스트를 거쳐, 향후 다양한 형태로 활용 가능한 개방형 플랫폼으로 발전시킬 계획"이라며, "앞으로도 고객 관점에서 고객이 필요로 하는 다양한 서비스를 기획하고 선보일 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



갤러리아백화점

기내트롤리 재해석 '서랍장' "가정서 여행분위기 느껴요"

갤러리아 명품관, 5층에 편집샵 '트롤리 스위스 에어 에디션' 준비

갤러리아 명품관은 가정에서 여행 분위기를 느낄 수 있는 이색 상품을 선보이고 있다.

갤러리아가 선보이는 상품은 명품관 웨스트 5층 라이프스타일 편집샵 루밍에서 전개하는 아비아티크 샵(Aviatik Shop)의 트롤리(바퀴달린 수납 가구)로, 이 브랜드는 지난 12년간 기내 트롤리를 제작해 왔다.

해당 상품은 기내에서 사용하는 트롤리를 재해석한 상품으로 독특한 디자인이 가정 또는 사무실에서 재미와 감각적인 분위기를 낼 수 있는 인테리어 상품이다. 제품명은 '트롤리 스위스 에어 에디션'으로 정밀 가공된 스위스 제품이며 표면이 산화 처리 되어있는 특징을 갖는다. 제품 내부는 3개의 서랍장과 2개의 선반으로 구성되어 있고 가격은 192만원이다. /신원선 기자

던킨 커피블렌드 '센트럴파크'

SPC그룹이 운영하는 던킨이 새로운 커피 블렌드 '센트럴파크'를 출시한다고 5일 밝혔다. 던킨의 '센트럴파크'는 도심 속 오아시스처럼 커피 한잔의 진한 휴식을 즐긴다는 콘셉트로 출시한 새로운 커피 블렌드다. 세 가지 원두(우간다·파푸아뉴기니·콜롬비아)를 풍

부한 맛의 비율로 조합하여 미디엄로스팅으로 볶아냈다. 풍성한 커피향과 부드러운 산뜻한 산미와 기분 좋은 단맛을 즐길 수 있다. /조효정 기자 princess@



/조효정 기자 princess@

"집콕·여행 대표상품 한곳서 만나요"

현대백 무역센터점 지하 1층서 바캉스 테마 '슬기로운 휴가생활'

현대백화점이 다가오는 여름 휴가 시즌을 겨냥해 '바캉스'를 테마로 한 행사를 연다.

현대백화점은 오는 6일부터 9일까지 무역센터점 지하 1층 대행사장에서 '슬기로운 휴가생활'을 진행한다고 5일 밝혔다.

이번 행사에는 패션·잡화·리빙 등 SNS상에서 인기 있는 20여 개 브랜드 등이 대거 참여해 휴가 시즌 '집콕'과 '여행'에 어울리는 상품들을 선보인다. 대표적인 브랜드는 20대 여성에게 인기가 높은 '윤서울', 니트 전문 브랜드 '리나펑', 장소영 디자이너 브랜드 '가즈드랑', 여행용 가방 브랜드 '럭키 플래닛', 유럽 인기 캠핑용품 브랜드 '에고이 캠핑박스', 독일 친환경 도자기 '에센바흐' 등이다. /신원선 기자

현대백화점은 행사 기간 동안 이들 브랜드의 대표 상품을 최초 판매가 대비 최대 50% 저렴하게 선보이고, 브랜드별로 '1+1 증정', '샘플 세일' 등 다양한 프로모션도 진행한다. 대표 상품은 윤서울 알라딘 바지, 리나펑 원피스, 가즈드랑 린넨 드레스 등이다.

현대백화점 관계자는 "이번 행사는 여름 휴가 시즌을 맞아 홈캉스를 즐기는 '집콕족'들과 여행을 계획하는 '여행족'들을 동시에 겨냥해 기획했다"며 "온라인에서 유명한 패션·리빙 브랜드를 한자리에 모아 한 곳에서 쇼핑할 수 있는 기회가 될 것"이라고 말했다.

아울러 현대아울렛도 점포별로 여름 휴가 시즌을 겨냥한 다양한 행사를 진행한다. 먼저 현대프리미엄아울렛 김포점은 오는 12일까지 2층 나이키 팩토리 스토어에서 나이키 신발 전 제품을 아울렛 가격에서 추가 15% 할인 판매한다. /신원선 기자



고객이 이마트에서 숙성초밥을 구매하고 있다. /이마트

이마트, 숙성초밥 2종 12개 한팩 1만2980원

고급 일식집에서나 맛보던 '숙성 초밥'이마트에 등장했다.

이마트가 어종별로 숙성 방식을 달리한 숙성 초밥 2종을 출시한다. '다시마 숙성 생연어초밥', '저온 숙성 광어초밥' 2종이며 초밥이 12개 들어있는 한 팩을 각각 1만2980원에 판매한다.

이마트는 초밥 시장이 확대되면서 프리미엄 초밥에 대한 소비자들의 수요를 충족시키기 위해 타 유통업체와 차별화된 숙성 초밥 상품을 개발했다. 국내 소비자들이 가장 선호하는 초밥 어종인 연어와 광어 숙성 초밥은 상시적으로 판매하고, 제철 어종 숙성 초밥도 추가 개발해 시즌별로 운영할 방침이다.

숙성 과정을 거쳤음에도 가격은 기존 생연어초밥 상품 대비 1입당 가격이 약 20% 더 저렴하다.

일반적으로 숙성 초밥은 일반 초밥에 비해 생산 단가가 10% 가량 높지만 이마트는 생산 효율성을 강화해 오히려 상품 가격을 낮췄다.

일례로 기존 연어 초밥을 만들 때에는 껍질과 지느러미 등이 제거되지 않은 연어 순살을 매장에서 직접 손질 후 초밥을 만들어 손질 작업이 많이 필요했다. /신원선 기자

이마트24, 와인 단독브랜드 '꼬모' 론칭

이마트24가 유명 산지의 대표적인 와인을 부담 없는 가격으로 제공하기 위해, 와인 단독브랜드인 '꼬모(COMO)'를 새롭게 론칭하고, 와인 라인업을 확대한다.

이마트24는 와인 소비가 일상화, 대중화 되고, 근거리 편의점에서 와인을 구입하는 고객이 늘어남에 따라, 누구나 부담 없이 즐길 수 있는 퀄리티 높은 와인을 시리즈로 기획하게 됐다.

꼬모 와인은 와인을 처음 시작하는 초심자부터 와인 애호가까지, 누구나 즐길 수 있는 세계 각국의 다양한 와인을 합리적인 가격으로 선보이는 것을 콘셉트로 한다. 이를 통해 고객들은 칠

레, 이태리, 아르헨티나, 프랑스 등 유명 와인 산지별로 기분이 되는 대표적인 와인을 만원 이하의 가격대로 즐길 수 있다. 꼬모(COMO)라는 이름은 'Convenient Moment'의 줄임말로, 와인을 즐기는 가장 편안하고 적당한 순간을 의미한다. 이 브랜드는 7개의 네이밍 후보군 중 임직원의 투표를 통해 선정됐다.

꼬모 와인 2종은 각 9900원이 라는 합리적인 가격으로 고급스러운 맛과 품질의 와인을 즐길 수 있어, 고객들의 큰 호응이 기대된다. /신원선 기자



꼬모 까르베네쇼비농(왼쪽), 꼬모 모스카토 /이마트24