

CU, 즉시배송 '퀵커머스' 강화... 온라인쇼핑몰 잡는다

CU, 업계 첫 위메프오 배달서비스 서비스 운영점 업계최다 5700곳 네이버간편주문·심야배달 등 도입 이륜차보다 빠른 '도보배달 서비스'



CU X 위메프오 전용 상품



CU X 위메프오

/BGF리테일

배달 수요가 높아지면서 플랫폼이 다양해지고 있다. 새벽 배송과 당일 배송을 넘어 주문 즉시 배송하는 '퀵커머스'가 떠오르면서 편의점도 배달 인프라를 강화하고 있다.

BGF리테일이 운영하는 CU는 업계 최초로 2일부터 위메프오에서 배달 서비스를 개시한다고 밝혔다.

위메프오는 이달 1일 위메프에서 독립 출범한 배달 플랫폼으로 서비스 출시 약 1년 반만에 거래액 30배 성장, 이용고객 13배 증가 등 모든 지표에서 성장세를 이어나가고 있다. 10월 기준 4만 5000여곳의 업체들이 입점해있으며, 월간이용자수는 50만명을 넘어섰다.

편의점 중에서는 CU가 가장 먼저 위메프오에 입점함으로써 배달 서비스 점

점을 더욱 다양한 채널로 넓히게 됐다.

CU는 이번에 새롭게 위메프오에 입점하게 되면서 고객들에게 다양한 배달 플랫폼을 통해 서비스를 제공할 수 있게 됐으며 가맹점주들에게는 낮은 채널 수수료, 추가 광고 및 부대비용 제로 정책으로 운영 수익성을 높여 줄 수 있다고 보고 있다.

CU는 지난해 4월부터 요기요와 손잡고 배달 서비스를 시작한 이후 11월 현재 업계 최다인 5700여 점의 서비스 운영점을 보유하고 있으며 ▲네이버 간편주문 입점 ▲심야 배달 최초 도입

(3000점 운영 중) ▲중소도시로 서비스 확대 ▲도보 배달 서비스 도입 등 지속적으로 서비스 품질을 업그레이드 해왔다.

가장 최근에 도보 배달 전문업체 엠지플레이고 손잡고 도입한 근거리 도보 배달 서비스는 요기요 주문이 접수되면 인근 1km 이내에 있는 도보 배달원이 편의점에서 상품을 받아 배송하는 서비스다. 배달원 배정 범위를 점포 반경 1km 이내로 제한한 이유는 이륜차보다 빠른 배달을 위해서다. 실제로 엠지플레이고 데이터를 분석한 결과, 8월

기준 도보 배달 서비스의 평균 소요시간은 21분30초로 이륜차보다 2배 더 빨랐다.

'퀵커머스' 강화에 힘쓰는 이유는 오프라인 유통업체들이 온라인쇼핑에 대적할 수 있는 최후의 수단이기 때문이다. 최근 온라인쇼핑이 대세가 되면서 위기감을 느낀 오프라인 유통업체들이 '라스트 마일(고객에게 물품을 직접 전달하는 마지막 배송단계)' 배송에 사활을 걸고 있다.

CU는 이달 중으로 민관협력 상생네트워크제로배달 유니온에 참여한 배달

앱 평등을 비롯해 앱을 통해 사전에 주문한 상품을 드라이브 스루 방식으로 구매할 수 있는 오원 차량 픽업 서비스도 도입하는 등 모바일 쇼핑 채널을 지속적으로 추가할 예정이다.

BGF리테일 e-커머스티프 광동진 MD는 "CU는 배달 서비스 역량을 더욱 강화하기 위해 다양한 신규 채널로 제휴를 확대하며 고객 편의를 높이고 있다"며 "모바일을 활용한 근거리 쇼핑이 보편화됨에 따라 편의점 배달 수요는 물론 관련 사업과 인프라도 날로 진화하는 중"이라고 말했다.

한편, CU와 위메프오는 입점을 기념해 전용 상품도 출시한다. CU는 오는 11월 11일 '빠빠로데이'를 맞아 누드, 아몬드, 크런키 빠빠로 등과 함께 위메프오 할인 쿠폰으로 구성된 위메프오 에코백 세트와 위메프오 선물세트를 한정판으로 준비했다.

CU 멤버십 어플인 포켓CU에서는 위메프오 캐릭터인 오사장과 포미 인형도 판매한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

신세계그룹 '쓱데이' 매출 6400억 대성황

전체매출 지난해 대비 36% 늘어 SSG닷컴 등 온라인 평균 43% ↑



쓱데이 포스터

/신세계그룹

올해 두번째로 선보인 대한민국 쇼핑 축제 '쓱데이'가 총 매출 6000억원을 넘기며 성황리에 종료됐다.

신세계그룹은 올해 쓱데이 전체 매출이 지난해 첫 쓱데이 대비 36% 늘어난 6400억원을 기록했다고 밝혔다.

올해 쓱데이는 사회적 분위기에 발맞춰 비대면 방식의 온라인 행사를 더욱 확대해 진행한 결과 SSG닷컴, 에스아이빌리지(S.I.VILLAGE), 굿닷컴(Guud.com), 신세계TV쇼핑의 온라인 매출이 평균 43% 성장하는 등 온라인 채널을 앞세운 회사들의 실적이 크게 증가했다.

또한, 고객 안전을 위해 행사 기간을 이틀로 분산해 진행한 이마트는 지난해 대비 매출이 2배 가량 증가하며 높은 성장세를 기록했다.

신세계그룹은 올해 두번째로 선보인 쓱데이가 고객들이 열광하는 대표 쇼핑 축제로 자리잡은 만큼, 내년에도 더욱 다양한 혜택과 상품을 준비해 선보인다는 계획이다.

이마트가 10월 31일 단 하루 40% 저렴한 선보인 레드 킥크랩은 준비한 물량 15톤을 하루만에 모두 판매했다. 15톤은 작년 월평균 판매량의 4배에 달하는 물량으로, 저렴한 가격에 고객들의 발길이 이어진 것이다.

/신원선 기자



홈플러스, 온라인몰 '플러스데이'

2일 서울 홈플러스 강서점에서 모델이 '플러스데이' 행사를 알리고 있다. 홈플러스 온라인몰은 11월 한 달간 연중 최대 규모 쇼핑행사인 '플러스데이'를 전개하고, 대규모 '블랙버스터' 추가 할인은 물론, 나이키 40% 할인 등 파격 '타임딜', 유명 브랜드 최대 15% 할인, 쿠폰 증정, 마일리지 1+1 이벤트 등 온라인을 고객만을 위한 다양한 혜택을 제공한다. /홈플러스

GS25, 상생스토리 담은 PB과자 2종 출시

유어스햇팍콘·유어스햇감자칩



로 과자에 쓰이는 수입산 옥수수보다 고소한 맛이 월등히 좋은 것으로 유명하다.

유어스햇감자칩은 올해 7월에 수확된 강원도산 햇감자 20톤이 사용돼 20만개 한정 물량으로 생산됐다. 육질이 단단한 국산 감자에 히말라야 핑크슬롯으로 짭짤한 맛을 더했다.

/신원선 기자

동서식품 맥심카누 라떼 2종

커피전문기업 동서식품겨울을 맞아 인스턴트 원두커피 '맥심 카누'의 신제품 라떼 2종(사진)을 출시한다고 2일 밝혔다. 카누 돌체라떼는 연유 특유의 부드러운 달콤함이 인상적인 제품이다. 꽃향기와 과일향이 풍부한 에티오피아산 원두를 100% 사용했다. 카누 민트 초콜라떼는 기존 인스턴트 원두커피 시장에 없던 새로운 맛으로 달콤한 초콜릿과 청량하고 상쾌한 민트향이 어우러진 독특한 풍미가 특징이다. /조효정 기자



10월 매출 전년비 50% 늘어

날씨가 추워지며 따뜻한 국물을 찾는 소비자가 늘면서 겨울 성수기를 맞는 '국물 면(麵)' 제품의 소비 확대 조짐이 보이고 있다.

CJ제일제당은 가쓰오 우동, 비비고 칼국수 등 '국물 면' 제품의 10월 매출이 지난해 같은 기간 대비 약 50% 늘었다고 5일 밝혔다.

올해 10월은 지난해보다 평균기온이 낮아졌다. 최저 기온이 10℃ 이하를 기록한 날도 두 배 가량 많아 겨울철에 주로 소비되는 '국물 면'의 구매 시점이 예년보다 빨라진 것으로 보인다.

CJ제일제당은 겨울철 '국물 면' 소비 수요 확대 시기를 겨냥, 소비자 입맛을 사로잡기 위한 선제적인 준비를 마쳤다. 철저한 소비자 조사를 통해 소용량 제품에 대한 니즈를 파악, '비비고 칼국수'와 '고메 짬뽕'의 1인분 제품을 선보였다. 건더기 가득한 전문점 수준의 맛 품질을 합리적인 가격에 즐길 수 있다.



CJ제일제당 비비고 칼국수, 고메 짬뽕

'고메 짬뽕'의 맛 품질도 리뉴얼했다. 출시 이후 유입된 소비자 요구사항에 맞춰 면과 국물 맛을 개선했다. 면 조직이 훨씬 치밀해지도록 반죽의 진공도를 강화해 면의 식감을 더욱 쫄깃하게 했다. 국물에 해물 맛을 기존 제품보다 더해 전문점 짬뽕의 시원하고 깔끔한 맛을 구현했으며, 풍성한 야채와 큼직한 오징어를 더한 것도 이번 리뉴얼의 특징이다. CJ제일제당은 가쓰오 우동, 비비고 칼국수, 고메 짬뽕 등 주력 제품과 더불어 마라탕면, 쌀국수 등 다양한 제품을 앞세워 세분화된 소비자 입맛 사로잡기에 주력한다는 방침이다. /조효정 기자 princess@