

스무살 된 CJ ENM 오쇼핑 '편샵'의 변신

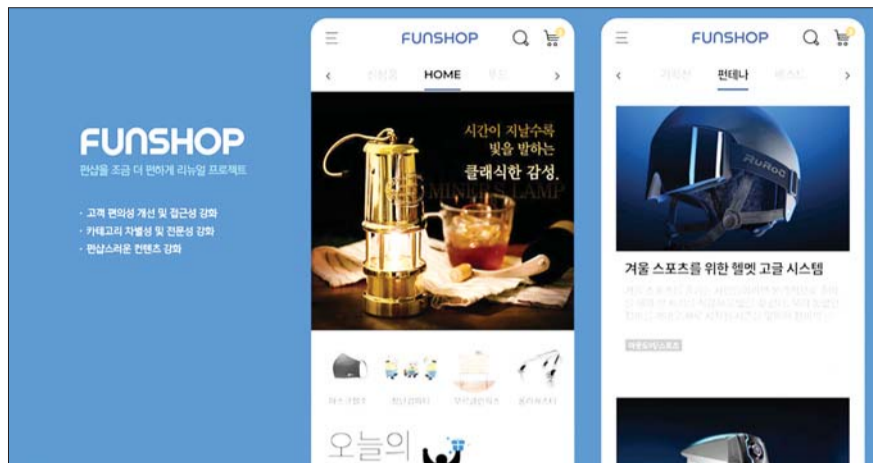
쇼핑몰 넘어 '재미 큐레이션' 거듭

UI 대대적인 리뉴얼 진행
쇼핑 카테고리 재편으로
상품 큐레이션 역량 강화
최신 트렌드, 상품 등 소개

'편샵'이 창립 20주년을 맞아 UI(User Interface)를 리뉴얼하며 고객 쇼핑 편의성을 강화한다. 이번 UI 개편의 핵심은 고객 중심 커머스 플랫폼으로의 변화다. 상품 카테고리 재편은 물론 스토리텔링형 콘텐츠를 늘려 쇼핑을 하나의 놀이처럼 즐길 수 있는 '재미 큐레이션' 온라인몰로 거듭난다는 계획이다.

편샵은 지난 2002년 11월 이색 상품 전문 쇼핑몰로 오픈한 이후 피규어를 비롯한 아이디어 상품들을 선보이며 성장해왔다. 특히 3040 라이프스타일을 반영한 덕심 자극 상품을 발굴·판매하면서 '어른이(어른과 어린이의 합성어)' 고객 마음을 사로잡고 있다. 지난 20년간 편샵 누적 방문자 수는 3600만 명에 달하고 누적 페이지 조회 수 약 13억 건, 판매 상품 수 10만 개, 트렌드 큐레이션 매거진 서비스 '편테나' 콘텐츠 수는 1만7000여 건을 훌쩍 넘어섰다.

이번 UI 개편 화두는 쇼핑 카테고리 재편을 통한 상품 큐레이션 역량 강화다. B1 푸드부터, 10F 버라이어티/취미까지 백화점을 연상하게 하는 기존 11가지 카테고리를 5가지로 통합한다. 편샵 대표 상품인 장난감·피규어 카테고리의 '플레이', 스포츠·자동차 공구를 포함하는 '테크', 생활 아이디어 상품을 모은 '라이프', 산지 직송 농·수산



편샵 /CJ ENM 오쇼핑부문

및 먹거리의 '푸드', 가성비 높은 의류 브랜드 중심의 '패션'이다. 대중적인 카테고리 구성을 통해 고객이 원하는 상품을 바로 확인할 수 있는 검색 용이성을 높였다.

지난 3월 정식 출시한 편샵 모바일 어플리케이션에도 다채로운 기능을 신설한다. 원하는 카테고리의 상품을 좌우로 넘기며 확인할 수 있는 '쇼핑 스와이프'를 추가해 검색 내비게이션 기능과 쇼핑의 재미를 더한다. 또한 어플리케이션 하단에 '볼바'를 만들어 고객들이 자주 사용하는 검색, 카테고리 메뉴, 이벤트, 정보 조회 기능을 한 데 모았다.

마지막으로 편샵의 가장 큰 경쟁력인 정보성 콘텐츠를 강화한다. 최신 쇼핑 트렌드 및 전 세계 이색 상품 등을 소개하는 '편테나 매거진'과 편샵 입점 상품을 상품기획자 시선에서 소개하는 '#스토리' 채널을 개편한다. 각 콘텐츠를 목차 형식이 아닌 이미지 배너 형

식으로 바뀌 가독성을 높인다는 계획이다. 더불어, 편샵 에디터들이 고객이 원하는 상품을 직접 리뷰해주는 '편샵 에디터 리뷰'도 새롭게 만나볼 수 있다.

지난 20년간 편샵을 지지해준 고객들을 위해 프로모션도 진행한다. 2일 편샵 유튜브 채널에서 진행될 '편샵 라이브'에서는 고객들과의 실시간 질의응답, 편샵 리뉴얼 소개, 사은품 퀴즈 등 고객 소통 중심의 방송이 꾸며진다.

이번 UI 개편을 총괄한 편샵 김종칠 디자인팀장은 "편샵은 지난 20년간 장난감·전자제품·취미용품 등 3040 취향을 반영한 라이프스타일 상품을 제안하는 독자적인 콘셉트의 커머스 플랫폼으로 성장했다"며 "이번 UI 개편을 통해 보다 많은 고객들이 편리한 쇼핑 서비스를 제공 받는 것은 물론 트렌드를 빠르게 반영한 상품을 지속 선보이면서 편샵을 '어른이들의 원더랜드'로 꾸며나갈 계획"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

쿠팡 "아우터 겨울 패션템 최대 80% 할인"

7일까지 '11월 패션위크' 진행

쿠팡이 겨울 패션 아이템을 할인하는 '11월 패션위크'를 오는 7일까지 일주일간 진행한다. 패션위크는 쿠팡이 매달 첫 주 테마를 선정해 패션 트렌드 및 할인 상품을 제안하는 패션 주간 할인 이벤트다.

이달의 테마는 '겨울 아우터'다. 쿠팡은 다가오는 겨울을 맞아 고객이 많이 찾는 겨울 아우터인 플리스, 가디건, 후드 집업, 경량 패딩, 패딩, 코트 등을 한 데 모았다. 각 아이템은 여성, 남성, 유아 등으로 구분해 고객은 원하는 상품을 쉽고 편리하게 구매할 수 있다.

이달 패션위크에서는 휠라, 헤지스, 지컷, 마인드브릿지 등 브랜드의 겨울 패션 아이템 1,000여 종을 최대 80% 할인된 가격에 만나볼 수 있다. 패션위크

페이지내 '브랜드 세일' 탭에서 브랜드 별 행사 상품을 한눈에 볼 수 있다. 대표 상품으로 '조이너스 글렌체크 싱글 버튼 테일러드 코트', '앤드지 프리미엄 푸퍼 숏다운 점퍼', '윌튼키즈 후리스 포켓 기모 상하복 세트'가 있다.

이처럼 쿠팡 패션 디렉터는 "갑자기 추워진 날씨에 겨울 아이템을 미리 준비하는 고객이 많아졌다"며 "C.에비뉴 상품, 로켓배송 상품, 마켓플레이스 상품이 다양하게 참여하는 이번 행사에서 겨울 아이템을 합리적인 가격에 마련하시길 바란다"라고 말했다.

한편, 쿠팡이 지난 4월 선보인 패션 편집숍 C.에비뉴의 입점 브랜드 수가 4월 초 대비 6배 이상 늘어났다. 현재 C.에비뉴 입점 브랜드 수는 660개다. 이 중 580개 브랜드는 쿠팡 내 브랜드숍 페이지도 마련돼 있다. /신원선 기자

'1년에 단 한 번'... 미샤, 블프 1+1 실시

미샤가 연중 최대 규모의 할인 행사를 진행한다.

에이블씨엔씨 화장품 브랜드숍 미샤는 1일부터 11일까지 '블랙프라이데이 1+1'을 실시한다고 2일 밝혔다.

이번 행사는 베스트셀러인 '보랏빛 앰플'과 '개풍쑥 에센스', '수퍼아쿠아 울트라 히알론 크림' 등 미샤의 1,300여 가지 인기 품목을 원 플러스 원(1+1) 증정한다. '데어틴트 매트타투', '래디언스 퍼펙트핏 파운데이션' 등 강력

한 밀착력이 특징인 메이크업 제품들도 포함됐다. 'M퍼펙트 커버 비비크림', '매직쿠션' 등은 20% 할인된 가격에 판매한다.

행사 품목 중 가격만 같다면 종류에 관계없이 다른 제품을 증정품으로 선택할 수 있다. 2만 8000원인 '비타씨 플러스 잡티씨 탄력앰플'을 구입하면, 같은 제품 또는 동일 가격인 '수퍼아쿠아 울트라 히알론 세럼'을 받을 수도 있다. /조효정 기자

에스트라, 대용량 크림·로션 선보여

아모레퍼시픽의 메디뷰티 에스트라가 올리브영의 '국민보습생활' 파워팩에 참여한다. 11월 1일부터 29일까지 전국 올리브영 매장 및 공식몰에서 전개되는 '국민보습생활'은 피부 장벽 강화와 보습 수요가 늘어난 소비자 수요를 충족시키기 위해 마련됐다.

에스트라는 베스트셀러 '아토베리어365 크림·로션(사진)'을 대용량으로 올리브영 파워팩 기간에 최초·단독·한정 출시한다.

'아토베리어365 크림·로션'은 피부 장벽을 구성하는 지질 성분을 함유한 조성물 원천 특허 획득과 더불어 국내외 저널에 게재된 피부 연구 결과를 브랜드에 적용한 제품으로, 손상된 피부



장벽의 기능 강화 효과를 임상으로 검증했다. 특히, 실제 피부 장벽 성분뿐 아니라 구성형태까지 유사하게 구현한 독자적인 기술 더마온(DermaON, 이하 더마온)을 '아토베리어365 크림' 제품에서는 하얀색 캡슐에 의해 육안으로 확인할 수 있다. /조효정 기자

"MZ세대 카톡 라방 모여라"... 밀레 등 판매

카카오쇼핑라이브

키르시·밀레 등 라이브커머스 진행
인플루언서가 스타일링 팁 소개도

카카오커머스가 운영하는 카카오쇼핑라이브는 11월 첫째 주 스트리트 패션 브랜드 '키르시'와 프랑스 정통 아웃도어 브랜드 '밀레', '밀레 클래식'과 라이브커머스를 진행한다.

카카오쇼핑라이브는 라이브 커머스의 주 고객층으로 급부상 중인 MZ세대 소비자들을 위해 MZ세대로부터 사랑받고 있는 대표 브랜드 '키르시', '밀레'와 함께 이번 라이브 방송을 기획하게 됐다. 앞으로도 카카오쇼핑라이브는 이용자들에게 다양한 패션 브랜드를 제안하고 MZ세대들을 위한 상품들을 지속 선보이겠다는 계획이다.

11월 2일 오후 7시 30분에 진행되는 '키르시' 기획전은 양면 착용이 가능한 리버시블 패딩과 키르시의 시그니처 상품인 체리 맨투맨 등 인기상품 17종을 최대 50% 할인된 가격에 선보이며, 구매자 대상으로 추첨을 통해 30만원 상당의 랜덤박스도 증정한다. 또한 라이브 방송 중간에 깜짝 공개하는 '히든아이템' 상품도 있어, 방송을 시청하는 고객들에게 재미를 선사할 뿐 아니라



밀레

주목도도 높일 계획이다.

밀레와의 라이브 커머스는 11월 5일 오후 7시 30분에 방송된다. 가수 임영웅이 착용해 화제가 된 패딩/플리스 재킷 등 밀레의 메인 아우터 제품들과 레트로 감성을 그대로 재현해 MZ세대들의 취향을 저격하고 있는 '밀레 클래식' 라인의 패딩/맨투맨 티셔츠/스니커즈 등 13가지의 다양한 패션 아이템들을 선보인다. 더욱이, 최대 60% 할인 등 라이브 단독 특가로 선보이는 제품도 있어 카카오쇼핑라이브만의 특별한 혜택도 제공할 계획이다.



키르시

한편, 이번 두 브랜드의 라이브 방송에는 유명 패션 인플루언서 울립, 젤라비, 강스타일리스트가 출연해 정보와 재미를 동시에 제공할 예정이다. 키르시 방송에는 울립과 젤라비, 밀레와 밀레 클래식 방송에는 강스타일리스트가 출연해 유용한 스타일링 팁(tip)도 공개한다.

카카오쇼핑라이브 관계자는 "독특하면서도 트렌디한 상품을 선호하는 MZ세대의 니즈에 맞춰 앞으로도 MZ세대의 시선을 사로잡을 수 있는 브랜드들과 지속 협업할 계획이다"라고 말했다. /신원선 기자

코리아나 라비다 '클린 솔루션 라인' 신제품 2종 출시

코리아나화장품의 대표 브랜드 '라비다'가 '클린 솔루션 콤피트 필링젤'과 '클린 솔루션 포인트 리무버(사진)'를 출시했다고 2일 밝혔다.

'라비다 클린 솔루션 라인'은 브랜드 핵심 성분인 '파워셀'과 식물 유래 성분으로 구성된 '라비다더스트오프'를 공통적으로 함유해 메이크업과 노폐물을 효과적으로 제거하고 매끈한 피부결로 가꿔주는 클렌징 라인이다.

먼저 '라비다 클린 솔루션 콤피트 필링젤'은 제형 내의 음이온과 양이온간



의 이온리액션 작용으로 피부의 각종 노폐물과 노화각질을 물리적으로 흡착해 제거해주는 신개념 필링 제품이다. /조효정 기자