

업계 1위서 6위 추락... 자존심 구긴 피자헛 '역대급 마케팅'

네고왕2 첫 화 주인공 선정
프리미엄 라지 피자 1+1 행사
선착순 4만명 콜라 1.25L 제공



피자헛 '네고왕2' 프로모션 포스터

업계 1위를 호령하다 6위로 전락한 한국피자헛(이하 피자헛)이 연초부터 공격적인 마케팅을 펼치면서 정상 탈환에 나섰다.

피자헛은 유튜브 채널 달라스튜디오의 '네고왕2' 첫 화 주인공으로 선정된 것을 기념해 다양한 할인 프로모션을 진행한다. 온라인 회원 대상, 하루 2만명 선착순으로 진행되는 이번 이벤트는 프리미엄 피자 라지 사이즈를 1+1로 제공한다. 배달 주문 시에도 1+1 혜택을 이용할 수 있으며, 한 판은 추후 받을 수 있는 키핑 서비스까지 제공한다. 피자헛은 1+1 혜택에 추가로 전 주문 고객에게 리치치즈파스타를 무료 제공하며, 이 밖에 선착순 4만명에게 콜라 1.25L도 함께 전달한다.

그동안 피자헛은 1+1 프로모션 및 50% 할인 행사를 꾸준히 해왔지만, 이번엔 분위기가 다르다. 일반적인 할인

프로모션만으로는 한계를 느낀 피자헛은 MZ세대에게 인기 있는 채널인 네고왕을 활용하고 나선 것.

이번에 피자헛이 공동프로모션에 나선 유튜브 웹 예능 네고왕은 출연 기업이 연달아 '대박'을 터트리며 유통업계 흥행 공식으로 자리 잡았다. 네고왕 속 진행자는 시민과 직원의 의견을 들은

뒤 기업 대표를 대면해 직접 할인 및 이벤트를 협상(네고)하는 웹 예능 프로그램이다. 사실상 일종의 광고지만, 예능 형식으로 진행하면서 소비자에게 거부감을 줄인다. 이벤트 비용은 가맹점이 아닌 본사가 부담하면서 갑질 이미지를 지울 수 있고, 고객과 소통한다는 인상을 주어 기업이미지 개선 효과까지 있다.

네고왕 시즌1에 출연한 BBQ는 방송 공개 첫 주말 매출이 전년 동기대비 88% 늘어난 65억원을 기록했다. 자사 앱 가입자도 30만 명에서 8배인 250만 명으로 늘었다. 특히 과거 가맹점주에게 폭언·욕설한 의혹을 받았던 윤홍근 제너시스BBQ 회장은 네고왕 출연을 통해 친근한 이미지도 얻게됐다.

2014년부터 적자에 시달리던 스킨푸드는 방송 출연 직후 홈페이지가 마비되고 배송지연을 겪을 정도로 인기를 얻었다. 출연하는 기업마다 홈페이지 마비 및 매출 급등을 겪었다.

네고왕 마법은 피자헛에도 통했다. 유튜브에서 공개된 네고왕2 피자헛 편은 조회수 146만 건을 돌파하며 인기를

끌고 있다. 지난 5일 방송 이후 7일까지 전주 주말 대비 온라인 판매 매출이 74% 상승하며 인기를 입증했다. 피자헛 자사 홈페이지 및 앱 회원수도 폭발적으로 늘었다. 방송 이후 전주 주말 대비 피자헛 신규 회원 가입자수는 1735% 증가했다.

연초부터 공격적인 마케팅 및 근본적인 체질개선 등 안팎으로 경영 정상화를 위한 분주한 노력을 하고 있지만, 피자헛이 과거 명성을 되찾을 수 있을지 일시적인 호재일지는 아직 미지수다.

지난 2015년 205억원의 영업손실을 기록하며 충격을 줬던 피자헛은 2016년 13억원, 2017년 12억원 영업손실을 기록했으며 이후 실적을 공개하지 않고 있다. 연이은 실적 부진 속에 피자헛을 직접 운영하던 미국 '옴'은 국내 투자사 케이에이치아이아가 설립한 '오차드원'에 2017년 9월 한국피자헛 지분 100%를 매각하고 한국을 떠났다.

오차드원은 '패스트 캐주얼 다이닝' 콘셉트의 매장을 오픈하는 등 소비자 친화 전략을 통해 피자헛의 영업 실적

을 개선하려는 조치를 진행 중이다. 최근 들어 가맹점을 계속 늘려 373개를 확보하고 온라인·모바일·배송을 강화하는 등 돌파구를 마련하고 있다. 매달 50%할인행사 및 1+1프로모션도 진행하고 있다.

하지만 이런 노력에도 불구하고 아직 과거의 위세를 되찾기에는 역부족인 모습이다. 업계는 과거 불거진 갑질 논란 등 크고 작은 사건들은 피자헛의 이미지에 전환에 걸림돌이 될 것으로 보고 있다.

피자헛은 가맹점주들로부터 수십억원의 부당이득을 챙겨 공정위로부터 시정명령과 과징금 제재를 받은 바 있으며, 피자헛의 갑질 사건은 국회 국정감사에서도 도마 위에도 올랐다.

업계 관계자는 "유튜브 출연 등 일시적인 반짝 프로모션으로는 '갑질 이미지'를 벗고 시장순위를 뒤집기엔 역부족으로 보인다. 과거의 위상을 조금이나마 회복하기 위해서는 메뉴 다변화, 사업부문 다변화, 배달 강화 등 적극적인 개선이 필요하다"고 말했다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

스타벅스, 선불카드 인기 절정... 리워드 회원 700만명 돌파

적립한 리워드 별 9억2000만개 이상
신규회원 가입 비중 30대 38% 차지



스타벅스커피코리아는 스타벅스 리워드 회원수가 700만명을 돌파했다고 밝혔다. /스타벅스코리아

스타벅스커피코리아는 스타벅스 리워드 회원수가 700만명을 돌파했다고 9일 밝혔다.

스타벅스 리워드는 스타벅스의 선불식 충전 카드인 스타벅스 카드 사용 고객들에게 다양한 혜택을 제공하는 로열티 프로그램으로 지난 2011년 9월 국내에 론칭했다.

회원수 700만명은 서비스 개시 이후 9년 4개월이라는 서비스 기간 동안 시간당 평균 85명이 회원으로 가입한 수치이며, 대한민국 인구(약 5000만명 기준) 100명당 14명에 해당된다.

700만명 회원들이 적립한 리워드 별의 개수는 누적으로 9억2000만개를 넘어섰다. 회원 전용 생일 음료 쿠폰을 비롯해 별 12개마다 제공하는 무료 음료

혜택은 8500만잔을 기록했다. 연령대별 신규 회원 가입 비중은 30대가 38%를 차지하면서 가장 높았으며, 20대 이하가 25%, 40대가 26%를 차지한 것으로 나타났다.

스타벅스 리워드 회원수는 지난해부터 이어지고 있는 언택트 소비 트렌드

의 영향을 받았다. 회원 가입 속도는 지속적으로 증가하고 있다. 2014년 5월에 처음 100만명을 넘어선 이래 100만명 증가 기간이 빨라졌다. 2019년 4월 500만명 돌파를 시작으로 100만명 단위 기간이 평균 11개월을 기록하고 있다. 올해 들어 1월 한 달 간 시간당 가입자

는 평균 160명을 넘었다.

이 같은 꾸준한 증가는 스타벅스 리워드 회원에게만 제공되는 전용 혜택과 함께, 지속적으로 선보이고 있는 스타벅스의 디지털 서비스와 모바일 앱에 대한 관심이 높아지고 있기 때문으로 스타벅스는 분석한다.

스타벅스코리아는 지난 2009년 업계 최초로 선불식 충전 카드인 '스타벅스 카드'를 선보인 이후 2012년에 애플리케이션 서비스로 확대했다. 또한 2014년 전 세계 스타벅스 최초로 혁신적인 언택트 서비스인 '사이렌 오더'를 선보였다. 사이렌 오더의 누적 주문 건수는 지난해 말 기준 1억8000만건을 돌파했다. 지난 1년간 전체 주문 건수 중 25%의 비중을 차지했으며, 지난해 12월 한 달 동안에는 전체 스타벅스 리워드 회원 주문 건수 중 사이렌 오더 주문이 50%를 넘어섰다.

/조효정 기자

세븐일레븐 경영주 세무관리 지원

이제 편의점 세무업무는 모바일을 통해 간편하고 빠르게 처리할 수 있게 됐다. 편의점 세븐일레븐은 세무회계 플랫폼 스타트업 '세친구', '성공하는 사람들' 등과 업무협약을 맺고 업계 최초로 '세무 모바일 서비스'를 도입한다고 9일 밝혔다.

이번 업무협약식은 최경호 세븐일레븐 대표, 한세욱 세친구 대표, 이항중 성공하는 사람들 대표 등 주요 관계자들이 참석한 가운데 세븐일레븐 본사(중구 수포동 소재)에서 진행됐다.

이번 업무협약을 맺은 '세친구'와 '성공하는 사람들'은 중소벤처기업부가 시행하는 'K-비대면 서비스 바우처 사업'의 공급 기업으로 선정된 우수 스타트업 업체다.

해당 서비스를 이용하는 세븐일레븐 경영주는 세금신고 각종 세무서비스를 모바일을 통해 신속하고 정확하게 관리할 수 있게 된다.

/신원선 기자

남양유업, 협력사 거래대금 112억 조기 지급 티몬, 시간별로 특가제공... 타임매장 '대박'

남양유업이 설 명절을 앞두고 동반 협력사에 거래대금 112억원을 조기 지급하고, 건전한 명절 문화를 위한 '클린 명절 캠페인'을 펼치며 상생경영 활동에 나선다고 9일 밝혔다.

코로나 영향 간 많은 업체들이 자금 운용의 어려움을 겪고 있는 가운데, 남양유업은 동반 협력사를 돕고자 거래대금을 예정 지급기한보다 앞당겨 명절 전 조기 지급을 시행했다. 또한 명절 연휴 간 금품과 선물 금지 등의 내용을 담은 '클린명절 캠페인'을 시행하며, 어려운 환경 속에서 협력사 간의 동반 성장

과 건전하고 따뜻한 명절 문화 조성에 나섰다.

남양유업은 상생 경영 문화에 앞장서기 위해 2013년 이후 업계에서 가장 먼저 밀어내기가 원천적으로 불가능하도록 주문 및 반송 시스템을 전면 개선하였으며, 대리점과의 동반 성장을 위한 상생 회의를 정기적으로 시행해오고 있다.

또한 대리점 단체의 교섭권 강화와 업계 최초로 시행하고 있는 '협력이익 공유제' 등 상생경영 활동에 앞장서고 있다.

/조효정 기자

타임매장 검색량 작년동기대비 4배 티몬의 타임커머스 매장(타임매장)이 매출을 견인하고 있는 것으로 나타났다.

티몬은 최근 1달간 쇼핑 검색어 순위를 분석한 결과 타임 매장 '10분어택'과 '100초어택'이 검색어 1, 2위에 올랐으며 관련 매출이 8배 이상 급증했다고 9일 밝혔다.

타임 매장은 1년 내내 고객들에게 매 시간마다 특가 상품을 선보이는 것으로 일정한 기간을 정해놓고 할인행사를 벌

이는 미국의 블랙프라이데이나 중국의 광군제와는 다르다.

매일 아침 9시 100초 동안 열리는 '100초어택', 매일 10시에 10분동안 진행되는 '10분어택', 모닝타임, 나이트타임, 심야타임 등 시간대별 매장이 24시간 이어진다.

티몬의 '타임매장' 관련한 검색량은 작년 동기대비 4배 이상 늘었다.

매장 검색을 통한 구매자는 7배 가량, 매출은 8배, 구매 단가도 2배이상 크게 올랐다.

/신원선 기자 tree6834@

오리온 '몽키나나' 젤리 출시

몽키나나(사진)는 부드럽고 폭신한 식감을 제공하는 '에어레이션' 젤리와 쫄깃한 일반 젤리의 두가지 식감을 동시에 즐길 수 있다. 몽키나나는 최근 젤리 시장 트렌드가 입체감 있는 리얼한 사물모양과 차별화된 식감의 제품들이 인기를 끌고 있는 것에 착안해 기획됐다. 아이들이 좋아하는 원숭이 모양에 이중 식감과 3가지 맛을 담아보는 재미와 먹는 재미를 동시에 잡은 것이 특징이다.



/조효정 기자