

“혜택 더 드려요”... 유통가, PLCC로 고객 붙잡기 ‘총력’

〈상업자 표시 신용카드〉

이베이코리아, ‘뉴 스마일카드’ 넷플릭스 구독료 5개월간 지원 스마일클럽 연회비 등 파격 혜택

위메프·아모레 등도 혜택 강화 이달 막고 고객 복인효과 기대

유통업체가 카드사와 손잡고 ‘상업자 표시 신용카드(PLCC) 출시에 박차를 가하고 있다. PLCC카드사가 1개 특정 기업 브랜드를 신용카드에 노출하고 해당 기업에 집중된 혜택과 서비스를 제공하는 것이 특징이다. 스마일카드, 페이코 신용카드 등이 대표적이다. 제휴카드와 다른 점은 한 기업의 혜택과 서비스만 제공한다는 것이다.

20일 유통업체에 따르면 PLCC 흥행을 선도한 이베이코리아는 최근 현대카드와 다시 한 번 손잡고 파격 혜택과 트렌디한 디자인으로 무장한 ‘뉴 스마일카드’를 선보였다.

스마일카드는 2018년 6월 이베이코리아가 현대카드와 손잡고 업계 최초로 선보인 PLCC로 올해 4월 기준 발급자 110만 명을 돌파하며 이례적 성공을 거두었다. 온라인 쇼핑에 최적화된 직관



이베이코리아가 뉴 스마일카드를 선보였다. /이베이코리아

적인 적립 혜택과 30초 내외의 빠른 카드 발급 프로세스 등이 큰 호응을 얻은 결과다.

새롭게 선보이는 뉴 스마일카드는 최초 가입 시 넷플릭스 구독료 5개월 지원 등 업그레이드된 혜택과 6가지의 감각적인 카드 디자인으로 유통업체 대표 PLCC 성공 사례로서의 아성을 이어 나간다는 각오다.

뉴 스마일카드는 이베이코리아의 연중 최대 할인행사인 ‘빅스마일데이’를 맞아 연회비 1만원의 ‘스마일카드 에디션 2’와 연회비 5만원의 ‘스마일카드 더

클럽’ 두 가지 버전으로 공개됐다.

‘스마일카드 에디션 2’는 연회비 1만원으로 전월 실적, 적립한도 없이 스마일캐시 적립이 가능한 알짜 카드다.

연회비 5만원의 ‘스마일카드 더 클럽’은 프리미엄 카드답게 보다 다양한 혜택을 제공한다. 우선 카드 발급 즉시 이베이코리아 멤버십제 ‘스마일클럽’에 자동 가입돼 매년 3만원의 스마일클럽 연회비와 스마일캐시 3만5000원을 지원한다. 뉴 스마일카드의 혜택 및 출시 이벤트에 대한 자세한 내용은 G마켓, 옥션 ‘스마일카드’ 탭에서 확인할 수 있다.

위메프는 KB국민카드와 손잡고 ‘위메프페이 KB국민카드’를 출시했다. 위메프와 위메프를 이용한 소비자는 전월 실적과 무관하게 결제 금액의 일부를 위메프 포인트로 돌려받는다. 적립 포인트는 위메프 쇼핑 시 현금처럼 1포인트당 1원으로 사용 가능하다.

위메프 무료 멤버십 ‘VIP클럽’ 회원은 기본 적립 2%와 추가 3% 적립을 더해, 쇼핑 금액의 5%를 포인트로 적립 받는다. 일반 이용자는 2%를 적립 받을 수 있다. 위메프 오에서 배달·픽업, O2O 서비스를 이용하면 결제 금액의 1%를 적립한다.

전월 실적 50만원 이상 시 위메프 서비스 외에 넷플릭스, 웨이브 구독과 커피, 편의점, 미용실, 패스트푸드, 패밀리레스토랑 등 생활 서비스를 이용해도 결제액의 5% 적립 혜택을 제공한다.

위메프 운영본부 김지훈 본부장은 “위메프페이 KB국민카드는 특가를 구매해도 포인트 적립이 가능한 막강한 쇼핑 혜택의 카드”라며 “쇼핑과 배달을 비롯한 생활 영역 전반에 밀접한 혜택으로 이용자가 체감할 수 있는 PLCC 서비스를 만들어 나가겠다”고 말했다.

뷰티업계에서는 아모레퍼시픽이 신

한카드와 함께 ‘뷰티포인트’ 적립 혜택을 담은 ‘아모레퍼시픽 신한카드’를 내놨다.

아모레퍼시픽의 설화수, 헤라, 프리메라, 이니스프리, 에뛰드 등 화장품, 건강식품 그리고 생활용품의 모든 브랜드 이용 시 통합 멤버십 서비스인 ‘뷰티포인트’를 이용금액의 15%만큼 추가로 적립 받을 수 있다. 방문판매, 오프라인 매장 및 온라인몰 등 아모레퍼시픽 가맹점에서 이용하는 금액의 15%를 뷰티포인트로 적립해준다.

카드 업계는 새 고객 유치와 함께 장기적으로는 데이터 플랫폼 공동 사업 창출 등을 기대할 수 있다. 고객 데이터를 활용해 다양한 서비스와 상품 설계에 시너지를 낼 수 있다.

업계 관계자는 “PLCC로 유통회사는 고객 ‘복인효과’를 거둘 수 있고 카드사는 발급 건수 확대와 이종사업간 빅데이터 확보 효과를 누릴 수 있다”며 “비대면 소비 시대에 전용 카드로 고객에게 더 많은 혜택을 제공하기 위해 노력하고 있다”고 설명했다. 유통 채널 다양화로 고객 확보 만큼이나 이달 방지 전략이 중요해졌기 때문으로 풀이된다.

/신원성 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

글로벌 매운맛 ‘고스트페퍼’ 노브랜드 상륙

해외서 먼저 출시 후 대박 청양고추보다 250배 매운 한 달 동안 980원에 선보여

세계적으로 인기를 끌고 있는 고스트페퍼 컵라면이 노브랜드에 상륙했다.

이마트 노브랜드는 7월 14일까지 한 달간 ‘대박라면 고스트페퍼 스파이시 치킨 컵라면’을 (이하 대박라면 고스트페퍼) 신세계포인트 적립 시 23% 할인한 980원에 선보인다고 20일 밝혔다.

‘대박라면 고스트페퍼’는 신세계푸드와 말레이시아 식품업체 ‘마미더블데커’가 함께 설립한 ‘신세계마미’에서 2019년에 선보인 컵라면이다. 세계에서 가장 매운 고추 2위를 차지하고 있는 ‘부트졸로키아’를 주재료로 사용해 매운맛을 극대화한 것이 특징이다.

부트졸로키아의 스코빌 지수(매운맛을 측정하는 데 사용되는 척도로 고추



고객이 노브랜드 전문점에서 대박라면 고스트페퍼 컵라면을 구매하고 있다. /이마트

의 매운 정도를 나타낸다)는 청양고추보다 최대 250배 매운 정도로 매운맛을 좋아하는 많은 고객들의 입맛을 사로잡았다. 실제로 ‘대박라면 고스트페퍼’는 2019년 말레이시아를 시작으로 중국, 미국, 뉴질랜드, 남아프리카공화국 등 16개 국가에 진출, 2020년에만 700만

개가량이 판매되며 성공적으로 시장에 안착했다.

글로벌 시장에서 성공한 ‘대박라면 고스트페퍼’는 올해 6월 초 노브랜드 전문점을 통해 판매되고 있다. 출시 열흘 만에 5000개가 넘는 판매고를 올리고 있다.

/신원성 기자

‘클린 점포’ 박차... CU, 세스코와 협력

무료 위생점검 ‘클린 CU 캠페인’

CU가 고객이 안심하고 이용할 수 있는 환경 조성에 두팔을 걷었다.

CU는 종합환경위생기업 세스코와 손잡고 가맹점에 무료로 위생 점검 서비스를 제공하는 ‘클린CU 캠페인’을 진행한다고 20일 밝혔다.

진단을 신청한 점포에는 세스코 서비스 디자이너가 방문해 점포별 맞춤 방역 솔루션을 제공한다. 또한, 여름철 해충이 유입될 수 있는 경로에는 무상으

로 트랩도 설치해준다.

클린CU 캠페인에 참여한 점포는 공기를 소독하는 UV파워 공기 살균기와 공기방향 탈취기 에어제니, 해충을 효과적으로 차단할 수 있는 실내외 포충 등 설치 및 방역 서비스를 특별 할인된 가격에 이용할 수 있다. 이처럼 CU는 고객, 가맹점주 및 스태프 모두가 안심하고 이용할 수 있는 편의점을 만들기 위해 노력하고 있다.

CU는 바이러스 감염에 대한 경각심이 최고조에 달했던 지난해 안전한 쇼



종합환경위생기업 세스코 직원이 CU매장을 점검하고 있다. /BGF리테일

핑 환경을 제공하기 위해 신소재 항균 필름이 부착된 셀프 계산대를 선제적으로 도입하고 전국 모든 점포의 카운터에 비말 차단막 설치 및 손세정제를 비치한 바 있다.

/신원성 기자

인터파크, 수입명품 등 최대 70% 할인

오늘부터 사흘간 ‘패션 바겐세일’

인터파크가 21일부터 23일까지 3일 동안 6월 패션 바겐세일을 진행한다. 20일 밝혔다.

이번 행사는 매월 단 3일간 진행되는 패션 대표 할인행사로, 행사 기간 동안 여성·남성 패션, 잡화, 수입명품 등 전 상품 군에 걸쳐 인기 상품을 최대 70% 할인 판매한다.

행사에는 명품브랜드를 비롯해 나이키, 아이다스, 크록스, 노스페이스, 비비안, 타미힐피거, 스와로브스키, 판도라, 미소 등 국내외 인기 브랜드가 대거 참여한다. ▲여성의류 ▲남성의류 ▲인더웨어 ▲시계/주얼리 ▲유아동의류 ▲패션잡화 ▲수입명품 ▲슈즈 ▲스프

츠의류/잡화 등 구매 목적별로 페이지를 구분했다.

구매혜택도 풍성하다. 매일 오전 0시부터 브랜드별 20% 할인쿠폰을 제공한다. 또한, 카카오페이로 삼성카드 결제 시, 최대 7%로 즉시할인 혜택도 준다.

또한, 1일 8개 각 카테고리별 인기 상품을 엄선해 초특가로 판매하는 ‘원데이 특가’ 코너도 운영한다. 대표 상품으로 ▲21일 페이퍼플레인 레인부츠(2만2400원) ▲21일 나이키SB 드라이핏 외퓨츄라 반팔티셔츠(2만900원) ▲22일 파타고니아 오가닉 P-6 로고 반팔티셔츠(3만3750원), ▲23일 1+1 크로커다일 감탄브라(3만1500원) ▲21일 비비안 여자속옷세트(2만7900원) 등이 있다.

/신원성 기자

GS샵, 유럽여행 패키지 ‘49만9000원’

‘트래블 버블’ 기대에 특별 판매 항공권 제외 숙박·관광 등 포함

GS샵은 방역우수국가에 대한 단체 여행을 허용하는 ‘트래블버블’(여행안전권역)에 대한 기대감이 커짐에 따라 유럽여행 패키지 상품을 선보인다.

GS샵은 20일 오후 5시 15분부터 종합여행사 인터파크투어의 ▲‘스페인 일주’(6박7일) ▲‘스위스 이탈리아’(7박8일) ▲‘크로아티아 슬로베니아’(6박7일) 패키지 여행 상품을 판매한다.

코로나19 발생 직전 TV 예능프로그램 등에 소개된 인기가 높았던 여행지, 또는 물가가 비싸 합리적인 가격대로 가기 힘들었던 여행지들을 엄선했다.

전 일정에는 항공권을 제외한 숙박, 관광, 식사(특식 포함)가 포함돼 있다. 판매가는 모두 49만9000원으로 동일하며, 환율이 인상돼도 추가요금은 없다. 다른 패키지 여행과는 달리 전 일정 4성급 호텔(스위스 1박 제외)에서 숙박한다는 차별점이 있다. 최대 1억원 여행자보험도 포함돼 있다.

우선 1인당 예약금 20만원만 결제하면 되며, 차액은 출발일 지정 후 지불하면 된다. 패키지 여행은 양국 간 자가격리가 해제(외교부 공지)된 후 1년 안에 갈 수 있다.

GS샵은 생방송 중 예약 고객을 대상으로 한 풍성한 프로모션도 마련했다.

/신원성 기자