

거래액 1兆 지그재그 품은 카카오... '카카오스타일' 출범

kakaostyle

카카오가 패션 플랫폼 '지그재그'를 품고 글로벌 스타일 커머스 플랫폼으로 도약한다. 카카오의 기술력과 플랫폼에 지그재그의 사업 역량을 결합해 시너지를 극대화한다는 방침이다.

쇼핑 앱 '지그재그'를 운영하는 크로키닷컴과 카카오커머스로부터 인적 분할한 스타일사업부문이 합병 절차를 마치고 새로운 사명 '카카오스타일(Kakao Style)'로 1일 공식 출범했다.

카카오스타일의 대표는 크로키닷컴을 이끌었던 서정훈 대표가 그대로 맡는다. '지그재그'를 연 거래액 1조를 바라보는 국내 대표 패션 플랫폼으로 만드는 등 산업 전반의 혁신을 주도했던 사업 역량을 뷰티, 리빙 등 스타일 전영

카카오커머스 스타일부문과 지그재그 크로키닷컴 합병법인 크로키닷컴 서정훈 대표가 수상

자금 1000억 확보... 사업 확장 박차 "글로벌 스타일 커머스 플랫폼 도약"



서정훈 카카오스타일 대표

역으로 확장한다. 이를 통해 남녀노소 누구에게나 개인화된 스타일을 추천하는 국내 서비스 고도화는 물론 글로벌 사업까지 직접 이끌 계획이다.

카카오스타일은 카카오로부터 1000억원의 자금을 확보하며 공격적인 사업 확장에 나설 준비를 마쳤다.

서정훈 카카오스타일 대표는 "기존 카카오 계열사들이 카카오 플랫폼을 기반으로 놀라운 성장세를 기록했듯, 카카오스타일도 사업적 시너지는 물론 빠르고 공격적인 사업 전개를 위한 자금까지 갖추며 글로벌 1위 스타일 커머스로 나아가기 위한 모든 준비를 마쳤다"

며 "앞으로 카카오스타일은 개인화와 관계를 기반으로 하는 스타일 커머스 생태계를 만들고, 산업의 성장을 주도해 나가는 기업이 되겠다"고 말했다.

카카오는 패션 플랫폼 '지그재그' 인수로 패션업 1위 사업자로 올라섰다. 모바일 빅데이터 플랫폼 기업 아이지아이웍스는 '모바일인덱스' 분석 결과 지난 5월 카카오스타일과 지그재그 앱의 합산이용자수(MAU)는 355만2672명으로, 업계 1위인 에이블리(342만5858명)를 제쳤다고 23일 발표했다. 두 플랫폼 중복 이용자는 제외한 수치다.

지그재그는 4000곳 이상의 온라인 쇼핑몰과 패션 브랜드를 모아서 제공하는 모바일 서비스로, 이용자들이 자신의 스타일에 맞는 상품을 쉽게 찾을 수 있도록 인기순·연령별·스타일별로 여성 쇼핑몰을 분류해서 보여준다. 인공지능

(AI) 기술을 활용해 선호 쇼핑몰, 관심 상품, 구매 이력 등에 따른 개인 맞춤형 상품을 추천한다. 이에 1030대 층성 고객을 대거 확보하며 2021년 연 거래액 1조원을 바라보는 등 여성 패션 플랫폼 중 거래액 1위를 기록하고 있다.

지그재그는 서비스명을 그대로 이어가며, 패션 큐레이션 서비스 '카카오스타일'은 '패션 by Kakao'로 서비스명을 변경한다.

한편, 카카오는 오는 9월 카카오커머스와 3년만에 재결합해 쇼핑사업을 본격적으로 육성한다. 카카오커머스의 ▲선물하기 ▲쇼핑하기 ▲메이커스 ▲카카오쇼핑라이브 등 주요 서비스가 모두 카카오톡 플랫폼을 기반으로 운영되는 만큼 이번 합병으로 급성장하는 이커머스 시장에서 경쟁력을 강화한다는 방침이다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데마트 "앱 하나로 스마트쇼핑 준비 끝!" 레몬 품은 탄산주 '순하리 레몬진' 온에어

쿠폰 전용 앱 '롯데마트GO' 출시 6년 만에 가입자 300만명 리뉴얼 기념 먹거리 할인 '푸짐'

롯데마트가 오프라인 전용 애플리케이션 '롯데마트GO(고)'의 기능을 강화해 O4O(오프라인을 위한 온라인) 마케팅을 활발하게 펼친다고 1일 밝혔다.

롯데마트GO는 지난 2015년 할인 쿠폰 전용 앱 'M(엠)쿠폰'으로 처음 선보여 현재까지 약 300만명의 가입자를 보유 중이다. 올 1월에는 기존의 할인 및 엘포인트 추가 적립 혜택과 더불어 '롯데마트GO 전용 할인 상품'을 매주 새롭게 선보이고, 바코드 스캔 결제, 장보기메모, '클럽' 운영 등 새로운 기능

과 혜택을 추가해 '롯데마트GO'로 리뉴얼했다.

롯데마트는 O4O 기능이 강화된 '롯데마트GO'를 통해 오프라인 매장 쇼핑에 고객들이 재미와 편리함을 느끼고 더 큰 혜택도 챙길 수 있다는 고객 경험을 이끌어내 고객 스스로 매장을 찾아 오게끔 만든다는 복안이다.

이번 리뉴얼 출시를 기념해 오는 14일까지 전 점 대상으로 다양한 먹거리 및 주방용품 할인 행사를 진행한다. '지리산 순우 한우/강원 한우 등심(각 100g/냉동)', '무항생제 지리산 순우 한우 곱탕 3종', '대게(100g/냉장/러시아산)' 10%, '굴비(1.4kg/20마리/냉동/국산)' 40%의 할인된 가격에 선보인다.

또 11일 초복을 준비하는 이들을 위해 1일부터 7일까지 '백숙용 닭고기' 및 '동물복지 닭볶음탕/백숙용 닭고기'와 '레토르트 삼계탕' 기획 상품들이 롯데마트GO 할인 상품으로 선보인다.

롯데마트는 행사기간에 맞춰 건강 관련 상품에 관심이 많은 고객들을 위한 '건강반올림' 클럽을 신규 오픈하고, 31일까지 해당 클럽 가입자 전용 건강 상품들을 30% 할인 판매한다.

'클럽'은 고객별 라이프스타일이나 선호 취향에 맞춰서 롯데마트의 쇼핑 혜택을 제공하는 고객 맞춤형 혜택 제도로, '롯데마트GO'를 통한 가입과 혜택 이용이 가능하다.

/신원선 기자

롯데칠성음료 통레몬 생동감 표현



순하리 레몬진 광고 장면. /롯데칠성음료

롯데칠성음료가 1일 레몬탄산주 '순하리 레몬진' 광고를 시작으로 본격적인 여름마케팅을 전개한다.

이번 광고는 레몬을 통째로 침출한 '순하리 레몬진'의 제품속성을 직관적으로 전달하기 위해 통레몬과 얼음을 교차적으로 보여주며 생동감 있게 표현했다. 또한 옐로우와 블루의 톤앤매너로 시원한 느낌을 더했다.

TV광고 이외에 디지털 광고도 선보인다. 국물떡볶이, 수육보쌈, 치킨 등 다양한 음식과 '순하리 레몬진'의 청량함, 산뜻한 산미가 어우러져 더욱 맛있는 음식을 즐기는 모습은 담은 '푸드페어링' 편도 순차적으로 공개할 예정이다. 푸드페어링편에서는 얼음과 함께 더운 여름철 시원하게 즐길 수 있는 음용법도 보여준다.

'순하리 레몬진'은 지난 5월 롯데칠성음료가 캘리포니아산 통레몬을 사용해 과일 본연의 맛을 살려 선보인 과일 주로 알코올 도수 4.5도의 '순하리 레몬진 레귤러'와 알코올도수 7도의 '순하리 레몬진 스트롱' 2종으로 출시됐다.

/조효정 기자 princess@

롯데GRS '롯데잇츠' '오! 잇츠데이' 프로모션

롯데GRS 통합 외식 주문 앱인 롯데잇츠가 7월 한 달간 브랜드별 할인 혜택을 담은 '오! 잇츠데이' 프로모션을 운영한다.

오! 잇츠데이는 롯데GRS 통합 외식 주문 자사 앱인 롯데잇츠에서 매월 5일·15일·25일에 할인 모바일 쿠폰을 제공하는 모바일 할인 이벤트다. 7월에는 자사 앱 이용 고객을 위해 각 브랜드별 사용이 가능한 모바일 할인 쿠폰을 제공한다.

롯데리아에서는 버거와 디저트 등 매일 매일 다른 31종의 모바일 할인 쿠폰을 발급해 할인된 금액으로 즐길 수 있는 모바일 다운로드 쿠폰을 제공하는 '에브리데이 오! 잇츠데이' 이벤트를 운영한다.

또한 엔제리너스에서는 5월에는 디카페인 아메리카노와 디카페인 카페라떼를 할인된 금액으로 구매할 수 있는 모바일 구매 쿠폰을 운영한다. 15일에는 신제품 불닭 반미 샌드위치와 아메리카노를 7300원에 구매할 수 있는 모바일 쿠폰과 25일에는 신제품 과일차 3종과 아이스티 3종을 각각 3900원과 4300원으로 구매할 수 있는 다운로드 쿠폰을 운영한다. /조효정 기자

이마트24, 심야 셀프계산 매장 확대

23시~06시 외에는 일반매장과 동일 하이브리드 매장으로 매출 증대 도모

이마트24가 가맹점의 추가매출 증대를 위해 하이브리드 매장 확대에 나선다. 서로 다른 성질을 가진 요소를 둘 이상 섞는다는 뜻의 '하이브리드' 매장은 심야시간대(23~06시)는 셀프 계산 시스템으로 전환되고, 심야시간 외에는 일반매장과 동일하게 유인으로 운영된다.

이마트24가 이번에 가맹점에 적용하는 하이브리드 매장은 가맹점의 '운영 편의성'을 높이면서 '보안'에 힘을 기울였다.

가맹점은 해당 매장의 전용 모바일 앱에 접속해 버튼 하나만 누르면 유인에서 셀프, 셀프에서 유인 매장으로 간편하게 전환할 수 있다.

출입문, 장비 등에 부착돼 있는 센서가 모바일 앱에서 보낸 신호를 인식해 출입문, 백룸(편의점 내 창고 및 사무공간), 소주·맥주 등의 주류가 있는 냉장매대가 자동으로 잠기거나 열리게 된다. 유인/셀프 시스템으로 전환 시 경영



고객이 이마트24 하이브리드 매장에 입장하기 위해 인증 절차를 거치고 있다. /이마트24

주가 직접 창고와 장비 등을 잠그고 열어야 하는 번거로움을 없앴 것.

화재, 장비 오작동 등 예기치 못한 상황에도 즉각적인 대처가 가능하다. 매장 내 화재 감지기가 이상 징후 발생 시 경영주에게 모바일 앱 푸시 알림을 발송하며, 냉동장비에 센서를 부착해 일정 온도 이상이 될 경우 경영주에게 즉시 알림 문자가 발송되도록 했다.

이마트24는 스마트폰 하나로 출입부터 결제까지 해결할 수 있도록 모바일 인증 시스템도 구축했다. /신원선 기자

GS25, 스마트오더로 전통주 만난다

'우리술 담다' 전통주 캠페인 스마트오더 고객 할인·경품

농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT)는 국내산 원료로 만든 전통주의 판로를 지원하기 위해 7월부터 연말까지 '우리술 담다'라는 주제로 전통주 소비활성화 캠페인을 진행한다

이를 기념해 7월 한 달간 GS25의 모바일 스마트오더를 통해 전통주를 구매한 고객을 대상으로 10% 할인과 사은품을 증정하는 이벤트를 진행한다.

GS25는 지난해 9월부터 전국 46개 양조장의 100여 제품을 선보이고 있으며 오는 8월에는 약 40개 제품을 추가로 선보일 예정이다. 언택트 시대에 흡수, 혼술이 주류트렌드로 자리잡으며 스마트오더를 활용한 주류 매출은 작년 대비 200% 이상 증가했다.

구매 방법은 GS25 모바일 어플리케이션

이선 '더팝'을 다운로드 받아 '와인25플러스' 카테고리에 들어가면 전국 각지에서 생산한 우수하고 다양한 전통주를 주문하고 전국 1만3000여 곳의 GS25 편의점 중 본인이 원하는 점포에서 제품을 수령할 수 있다.

GS25스마트오더 시스템 '더팝'에서 만나볼 수 있는 전통주는 안동소주, 문배주, 전주이강주, 한산소곡주 등 식품명인이 빚은 술부터 서울의 밤, 만월, 아이엠더문 등 젊은층에게 인기 있는 술까지 100여가지에 달한다. 주종은 증류식소주, 약·청주, 과일주, 탁주, 리큐르 등으로 다양하다.

7월부터 냉장배송시스템을 적용하여 신선한 생막걸리 제품도 구매할 수 있다. GS25는 해장막걸리, 나루생막걸리를 시작으로 생막걸리 제품을 늘려나갈 계획이다. 또한 하반기 중에 서울·경기권은 당일배송 서비스 도입을 준비하고 있다. /신원선 기자