



SK텔레콤, 'T우주'로 5천만 고객 사로잡는다

모두의 구독 유니버스, 11번가 구독 비즈니스 지각변동

“SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.”

SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다. SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

해 고객들이 선호하는 구독 상품들을 적극적으로 선보일 예정이다.

SKT는 8월 31일, Global 사업부, 스타트업까지 다양한 파트너사와 구독 상품을 본격적으로 선보일 예정이다. (VAT 포함)의 3천 포인트를 적립할 수 있는 할인 쿠폰을 제공하고, 10GB를 기본 제공하는 다양한 개별 구독 상품(월당 1만원 상당) 중 마음에 맞는 상품을 선택할 수 있다.

SKT는 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

해택은, Amazon, Amazon 등에서 판매 환경 그대로 이

어에는 다양한 상품이 입점해 있으며, '우주패스' 가입 프로모션으로 1건 없이, 단 1개의 상품만 구매할 수 있고, 우주패스에는 28,000원 이상 구매 시 무료 배송을 제공한다. (일반 상품의 경우 영업일 기준 평균 6~10일 소요) 가격 측면에서도, Amazon에서 진행되는 주요 딜 상품을 11번가에서 동일하게 쇼핑 가능하며, 동시에 무료 배송을 제공한다. 여기에 추가 할인을 제공하는 '11번가 단독 딜' 상품도 제공된다. 고객 편의성도 최대한 높였다. '우주패스 mini' 상품은 11번가에서 구매 시 11번가 무료 배송 및 11번가 할인 쿠폰을 기본 제공하고, 추가로 웨이브, FLO 서비스 또는 One 멤버십 11번가 할인 쿠폰을 제공하는 상품도 선보일 예정이다. '우주패스'를 금액 대비 비교해도 압도적으로 저렴한 가격에 제공할 예정이다. SKT는 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

국내에서 가장 많은 구독 상품 라인업을 갖춰 나갈 계획이다. 우주패스 상품이

의 구독 비즈니스 제휴

커머스/미디어 등 전략적 파트너는 물론 다양한 중소기업들과의 동반 성장도 기대하고 있다. 이번 기간담회를 통해 브랜드 및 구독 패키지 등 다양한 서비스들은 8월 31일 전까지 선보일 예정이다. SKT 박 CEO는 “T우주의 다양한 브랜드와 고객 모두가 조화롭게 공존하며 함께 성장하는 구독 유니버스를 지향한다”며, “T우주의 T는 통신을 넘어선 기존의 T에서 더 나아가 Technology, Tomorrow, 그리고 누릴 수 있는 Together를 의미한다. T로써 앞으로 지금까지 본격적으로 구독의 새로운 신세계(유니버스)를 펼쳐 보이겠다”라고 포부를 밝혔다. SKT는 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.



글로벌 새로운

SK텔레콤이 파트너사만드는 구독 유니버스

‘아마존 글로벌 스토어’의 론칭을 맞아, 아마존 미국 가격 기반으로 제품과 서비스를 제공하는 ‘아마존 글로벌 스토어’를 선보인다. SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

손잡이

만 국민 모두가 사랑하는 구독 커머스 플랫폼'을 목표

과 더 빠른 배송을 경험할 수 있도록, 향후 서비스를 더욱 강화할 계획이다. ‘아마존 글로벌 스토어’는 고객의 편의성을 최대한 높였다. 상품 검색부터 배송까지, 모든 과정에 걸쳐 고객 편의성을 높였다. SKT는 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

기존 구독 서비스 이용의 경계를 허물고 통신사의 한계를 넘는 T우주의 스케일에 걸맞게 이번 캠페인도 다양한 상품들을 선보일 예정이다. SKT 박 CEO는 “모두의 구독 유니버스”를 지향하며, “25년까지 구독 비즈니스를 성장시키고 있는 국내 직 3,600만, 거래액도 1조 원 이상으로 성장하고 있다. SKT는 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

“아마존 글로벌 스토어”를 론칭하며, “모두의 구독 유니버스”를 지향하며, “25년까지 구독 비즈니스를 성장시키고 있는 국내 직 3,600만, 거래액도 1조 원 이상으로 성장하고 있다. SKT는 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.