

홈플러스 '메가푸드마켓', 非수도권 첫 상륙... 리뉴얼 속도

대전유성점 리뉴얼 오픈 간편식·델리 전면 배치 상권 특성 반영 상품구색 매장 추가 리뉴얼 박차

홈플러스가 대전에 기존 점포를 미래형으로 리뉴얼해 초대형 식품전문 매장 '홈플러스 메가푸드마켓'으로 선보인다. 수도권 외 지역에서 최초로.

홈플러스가 23일 대전 봉명동 소재 홈플러스 대전유성점을 9번째 '홈플러스 메가푸드마켓'으로 리뉴얼 오픈한다고 밝혔다.

2003년 처음 문을 열고 영업을 시작한 홈플러스 대전유성점은 현재 전국 매출 순위 10위권에 근접한 고매출 매장 중 하나로 대전 지역 고객들의 사랑을 받는 매출 상위 매장 중 하나다.

연면적이 6만5583㎡(약 2만평)에 달해 전국 홈플러스 중 3번째로 넓으며, 영업면적은 약 2만3000㎡(약 6950평) 규모로 전국 홈플러스 매장 평균의 2배에 육박할 정도의 초대형 매장이다.

특히 지금까지 오픈한 8곳의 '홈플러스 메가푸드마켓'들의 성공사례를



홈플러스가 새롭게 단장해 메가푸드마켓으로 선보인 대전유성점의 다이닝스트리트. /홈플러스

더 정교화해 고객 체험을 극대화하고, 지역 고객의 니즈에 맞춘 완성도를 높였다.

홈플러스 대전유성점은 주변에 구청과 대학교, 터미널, 관광지 등 상업 시설이 밀집돼 있어 20대 젊은층과 1인 가구 거주민 비중이 높은 편이다.

홈플러스 자체 분석에 따르면 상권 내 1인 가구 비중은 전국 홈플러스 평균 대비 6.4%p 더 높으며, 상권 내 20대 연령 비중도 타 매장 대비 4%p 많

은 것으로 파악된다.

이러한 점을 고려해 지역 상권 특성에 맞춰 간편식과 델리(즉석식품) 등 1~2인 가구에 특화된 상품 구색을 강화했다. 베이커리와 델리, 샐러드 바 등을 매장 전면에 배치시켜 입구에서부터 '홈플러스 메가푸드마켓'의 이미지를 고객들에게 각인시킬 수 있도록 조성했다.

아울러 전 세계의 인기 소스들을 한 데 모아 좋은 반응을 보였던 '월드

소스' 코너와 상온·냉장·냉동 간편식을 총망라해 한 곳에 모은 '다이닝 스트리트'의 구색을 보다 확대해 젊은 1~2인 가구 고객들의 먹거리를 키웠다.

또 도시형 스마트팜인 '시티팜'에서는 매장 내에서 직접 재배 중인 샐러드 채소를 뿌리째 가져가 각 가정에서도 직접 키울 수 있도록 판매한다.

이밖에도 온라인쇼핑이 익숙한 젊은 층의 수요를 붙잡기 위해 온라인 배송역량도 보다 강화했다. 실제 올해 초부터 현재까지 홈플러스 대전유성점의 온라인 실적은 전년 대비 59% 신장했으며, 2년 전과 비교하면 무려 306%나 급성장했다.

한편 홈플러스가 지난 2월 인천간석점을 시작으로 지속 리뉴얼해 선보이고 있는 '홈플러스 메가푸드마켓'은 새롭게 변화하는 고객 트렌드에 맞춘 콘셉트와 매장구성 변화로 고객들로부터 연일 호평을 받고 있다. 홈플러스는 올해 서울, 경기, 호남, 영남권 등 전국 주요 매장들을 선정해 '홈플러스 메가푸드마켓'으로 추가 리뉴얼한다는 계획이다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

동원디어푸드 자체 라방서 여름보양식 판매

동원디어푸드가 식품 전문 온라인몰 '동원몰'에 구축한 자체 라이브 커머스 채널 'D Live(디 라이브)'를 통해 23일 저녁 8시부터 여름 보양식을 최대 30% 할인 판매한다.

이번에 판매하는 상품은 집밥 전문 브랜드 '더반찬'이 여름 재철재료를 엄선해 직접 조리한 HMR 제품으로 삼계탕, 초계국수, 명태회냉면, 열무비빔밥 등 대표 보양식 메뉴들로 구성됐다. 이외에도 콩국수, 비빔국수 등 더반찬의 인기 여름 메뉴도 함께 마련했다.

대표 제품인 '잡쌀누룽지삼계탕'은 직접 끓인 진한 육수에 국내산 닭과 구수한 누룽지, 잡쌀, 수삼, 대추, 통마늘 등 각종 신선 식재료를 함께 넣고 고아 든든하게 즐기기에 좋다. '초계국수'는 단백질 닭 육수와 새콤한 동치미 국물에 닭가슴살과 소면 등을 넣은 여름철 대표 별미 제품이다. '명태회냉면'은 새콤한 명태회무침과 비빔 양념으로 감칠맛을 내 입맛을 돋우는데 제격이다.

동원디어푸드는 라이브 방송 중 4만원 이상 행사 상품 구매 시 실 결제금액의 5%를 동원몰 포인트로 지급하며, '더반찬'으로 삼행시를 지어 댓글을 남긴 고객 3명을 선정해 동원몰 포인트 5000원을 지급한다. /신원선 기자

“오늘 아이폰 주문하면, 내일부터 쓴다”

11번가, '슈팅배송' 서비스 오픈 자정까지 주문하면 익일 배송

11번가가 자정 전 주문 상품의 익일배송으로 직매입 경쟁력 강화에 집중한다.

11번가는 23일 '슈팅배송' 탭을 새롭게 오픈했다고 밝혔다. 슈팅배송은 평일 자정까지 주문한 상품을 다음날 바로 받아볼 수 있는 익일배송 서비스다. 기존 '쇼킹배송'을 리뉴얼하면서

이름을 바꿨다.

슈팅배송 탭에서는 매일 새로운 상품을 할인된 가격으로 판매하는 '데일리 특가' 상품과 11번가 MD가 추천하는 할인 상품 그리고 각 브랜드와 카테고리별 인기 상품들을 볼 수 있다.

SK텔레콤의 구독 상품 '우주패스' 가입 고객은 '슈팅배송' 상품 구매 시 무료반품 혜택이 적용된다.

11번가는 누적된 고객 구매데이터

를 분석해 빠른 배송에 대한 고객 수요를 충족시킬 수 있는 엄선된 상품을 직매입으로 확보했다.

1인 가구를 위한 화장지, 물티슈 등 생활용품부터 간편하게 혼합할 수 있는 다양한 간편식 제품들은 물론, 소형 선풍기, 공기청정기, 제습기, 청소기 등 소형 계절가전과 생활가전, 무선 이어폰, 블루투스 스피커 등 음향가전 및 다양한 디지털 제품을 슈팅배송으로 판매한다.

/김서현 기자

여기에 가성비 높은 11번가 공동기 획브랜드 '올스탠다드(All Standard)' 일부 상품과 최근 오픈한 애플 브랜드관에서 판매하는 애플 정품까지 슈팅배송 상품으로 마련했다.

11번가는 올해 새롭게 확보한 인천과 대전 지역 물류센터와 함께 판매자 물류센터를 활용하는 방식을 통해 '슈팅배송' 가능 상품과 물량을 계속해서 늘려가고 있다. 11번가가 올해 중점 사업으로 직매입 중심의 리테일 사업을 확대하고 있는 만큼 슈팅배송의 경쟁력은 앞으로 계속 강화될 것으로 기대하고 있다.

일동후디스 '아이얌' TV CF 공개... SNS 이벤트

일동후디스는 프리미엄 영·유아식 브랜드 '아이얌'이 TVCF를 공개하며 SNS 이벤트를 진행한다고 23일 밝혔다.

공개된 영상에는 '사랑스런 아이와 현실 육아, 그 사이 어디쯤에 있는 우리네 육아일기'를 콘셉트로 힘들어도 마냥 귀여운 아이들과 육아맘·육아대디의 웃픈 육아 모습이 담겼다.

또한, 웃기고 귀여운 아이들의 개성과 지치고 힘들어도 아이를 보며 힘내는 부모, 그 곁을 함께하는 '아이얌'을 그렸고, "아이들이 맛있게 얌얌 먹는다"는 의미를 담은 '아이얌'의 브랜드명처럼 아이들이 맛있게 먹는 모습과 소리를 강조했다.

일동후디스는 '아이얌' TVCF 온에어를 기념해 인스타그램 공식 계정을 통해 23일부터 3주 동안 매주 목요일부터 일요일까지 총 3차례에 걸쳐 영상 퀴즈 이벤트를 진행한다. 참여 방법은 '아이얌' 공식 인스타그램 계정을 팔로우 및 이벤트 게시글에 '좋아요'를 누르고, 영상을 시청한 후 댓글에 퀴즈 정답과 함께 친구를 태그하면 된다. /신원선 기자

이마트24, 반려동물 등록대행 서비스

펫 등록 플랫폼 '페오핏'과 협력 정보 담긴 폐공칩 외장칩 증명

이마트24가 23일부터 반려견 등록 서비스 플랫폼 '페오핏'과 손잡고 동물등록 대행 서비스를 시작한다. 동물등록제는 반려동물의 보호와 유실·유기 방지를 위해 행정기관에 월령 2개월 이상 개를 등록하는 제도로 전국적으로 의무 시행 중이다.

이번에 시작하는 반려견 등록 서비스는 전국 이마트24 POS(판매시점정보관리)기를 통해 고객이 직접 남긴 연락처로 동물등록 전용 링크(URL 주소)가 전송되고, 해당 링크로 연결되는 사이트에서 고객이 반려견 사진 등 정보와 배송지만 입력하면 등록이 완료되는 서비스다.

고객이 입력한 반려견 정보는 매일 자정 '페오핏'을 통해 관할구청 동물등록시스템에 정식 등록되며, 등록된 반려동물의 정보가 담긴 폐공칩 외장



반려동물등록을 마치면 받을 수 있는 폐공칩 패키지. /이마트24

칩(외장형 무선식별장치)은 고객이 희망하는 장소로 배송된다.

반려견 정보 입력 시점에 폐공칩 18개 디자인 중 하나를 선택할 수 있으며, 배송된 외장칩은 반려동물 외출 시 목줄이나 가슴줄 등에 걸어 사용할 수 있다.

폐공칩가격은 단품 23400원, 패키지 34800원이다. 단품은 외장칩만 배송되며, 패키지는 외장칩과 함께 일명 개민증이라 불리는 반려동물등록증과 액자형 인증서가 포함된다. /김서현 기자

롯데리아, '불고기버거 30주년' 신제품

'더블 한우불고기버거' 등 2종

롯데GRS가 운영하는 버거 프랜차이즈 롯데리아가 대표 메뉴 불고기버거 출시 30주년을 맞아 K-푸드 메뉴 '불고기'를 활용한 지난 2월 '불고기 4DX' 출시에 이어 업계 유일 국내산 한우를 패티 주원료로 한 한우불고기 버거 라인업 강화와 한국적 K-버거 신제품 2종을 출시했다.

롯데리아가 출시하는 신제품 2종은 기존 한우불고기버거를 더 푸짐하게 즐길 수 있도록 한우 패티 2장으로 구성된 '더블 한우불고기버거'와 양송이 버섯 원물 약 40%와 트러플 오일을 함유한 크림소스를 가미한 '한우 트러플머쉬룸버거'이다.

한우 신제품 2종은 기존 한우불고기버거와 클래식치즈버거 메뉴에 적용되는 저온 12시간 발효통밀 효모를 사용한 브리오쉬 번을 기본 번을 사용하고 국내산 한우를 패티 원료로



롯데리아가 23일 서울 마포구 롯데리아 홀 대점에서 불고기버거 출시 30주년 기념해 출시한 신제품 '더블 한우불고기 버거'와 한우 트러플머쉬룸 버거'를 선보이고 있다. /손진영 기자 son@

한 제품 특성을 위해 한우협회 인증 마크인 '한우 불 도장'을 번에 각인해 특별함을 더 했다. /신원선 기자 tree6834@

피자알블로 1인 피자 '퍼스널피자' 출시

피자 브랜드 피자알블로가 혼자 즐기기에 좋은 1인 피자, '퍼스널피자'를 출시했다.

'퍼스널피자'는 피자 한 판이 부담스러운 1인 소비자들을 위한 메뉴로, 깔끔하게 한 끼 식사로 활용하기 좋다.

'슈림프&핫치킨골드피자', '대새피자', '육수수피자', '목동피자' 등 피자알블로의 주요 메뉴 17종을 혼자 먹기 좋은 사이즈로 구성했다. 피자알블로 측은 1인 가구 및 '혼밥족'이 증가하고 있는 만큼 퍼스널피자가 이들 고객에게 어필할 수 있는 메뉴가 될 것으로 기대하고 있다. /신원선 기자