

“온라인 주문하고 매장이서 받아요”... 픽업 서비스 강화

CU, 1년새 예약픽업 24배 급증 등 배송비 절약 등에 편의점픽업 인기
 마트업계, 와인그랩·보틀빙커 등 주류 스마트 오더 서비스 ‘관심’
 올리브영 ‘오늘드림 픽업’ 서비스 투썸플레이스 ‘홀케이크24’ 론칭



고객이 GS25에서 주문한 상품을 픽업하고 있다. /GS리테일

팬데믹 기간 동안 비대면 소비가 증가함에 따라 빠른 배송에 집중하던 유통업계가 오프라인 픽업 및 서비스 강화에 눈을 돌리고 있다. 엔데믹 이후 오프라인에서 직접 눈으로 확인하고 물건을 구매하는 이들이 늘어난 데다, 고물가에 배달비까지 오르자 지출을 줄이려는 알뜰족이 늘면서 픽업 서비스 강화에 나선 것이다.

유통업계는 소비자의 편리한 구매 및 오프라인 매장 접근성 확대를 위해 온라인 서비스를 개편하고 오프라인 픽업 시 다양한 혜택을 제공하는 등 고객 서비스 향상 및 고객 경험 확대에 주력하고 있다.

유통 채널 중 접근성이 가장 뛰어난 편의점은 최근 예약 픽업 주문이 높은 증가세를 보이고 있다. 온라인으로 구매 예약한 뒤 원하는 날에 점포로 직접 상품을 찾으러 가는 서비스로 배송비 없이 다양한 할인 혜택까지 챙길 수 있어 젊은 층을 중심으로 인기가 높다.

15일 업계에 따르면 CU는 지난해 4월 예약 픽업 주문 서비스를 출시한 이래 1년간 매출이 24배나 증가했다. 매출 비중을 기준으로 보면 음료(28.1%), 과자(23.4%), 가정간편식(15.6%), 빵·떡·디저트(8.4%) 등이 픽업 주문 아이템으로 특히 인기가 높았다.

세븐일레븐은 4월 매출이 지난해 동기과 비교해 3배 이상 늘었고 GS25도 지난해 10월 도입 이래 245%의 매출 신장세를 보였다. 이마트24는 지난달 예약 픽업 주문 건수가 지난해 동기과 비교해 47% 증가한 것으로 집계됐다.

이용 연령층은 20~40대 비중이 전체 80%를 넘는다.

업계 관계자는 “픽업 주문이 인기를

끄는 이유는 인기 상품을 미리 확보할 수 있는 데다 배송비를 아낄 수 있기 때문”이라며 “기업 입장에서 고객 충성도를 확보할 수 있다는 장점이 있고, 점주 입장에서는 재고 부담을 줄일 수 있다”고 설명했다.

마트업계도 온라인으로 원하는 주류를 주문하고 지정한 점포에서 수령할 수 있는 주류 픽업 서비스 강화로 소비자들의 많은 관심을 받고 있다.

이마트는 스마트오더 서비스를 업그레이드해 이마트앱 내 서비스인 ‘와인그랩’을 통해 소비자들의 편의를 높였다. ‘와인그랩’은 이마트에서 와인, 위스키, 리큐어(Liquor) 등을 주문한 후 이마트 매장에서 당일 픽업하는 스마트

오더 기능과 함께 빅데이터 기반의 개인화 맞춤 와인 추천 서비스, 바코드 스캔 등 유용한 쇼핑 기능을 탑재하고 있다.

‘와인그랩’을 활용하면 모바일로 상품을 쇼핑한 후 주문-결제까지 간편하게 할 수 있으며, 결제한 당일부터 전국 130개 이마트 매장에서 이를 수령할 수 있다.

지난해 롯데마트가 출시한 보틀빙커 모바일 앱 역시 예약 후 매장에서 즉시 수령할 수 있는 스마트픽업 서비스를 제공한다. 구매 와인 기록 및 검색 기능을 바탕으로 한 개인 맞춤 기능을 제공하고, 음식, 시즌, 상황별로 어울리는 와인 큐레이션 콘텐츠도 함께 발행하고 있다.

H&B스토어 올리브영은 올해 상반기 기준 전국 약 1300개 매장과 자체 온라인몰을 운영한다. 올리브영은 2018년 당일배송 서비스인 ‘오늘드림’과 2021년 온라인몰 주문상품을 매장에서 수령하는 ‘오늘드림 픽업’을 선보인 데 이어, 2022년 ‘모바일선물 픽업’ 등을 선보이며 오프라인 매장 과 온라인몰을 연결하는 옴니채널 전략으로 고객에게 ‘끊김 없는(심리스)’ 쇼핑 환경을 제공하고 있다.

커피·디저트 전문점도 픽업 서비스 강화와 모바일 앱 개편을 통해 소비자의 편의를 돕고 있다.

프리미엄 디저트 카페 투썸플레이스

는 최근 홀케이크 예약 서비스를 ‘홀케이크24’로 새로이 론칭했다. ‘홀케이크24’는 기존 모바일 앱인 투썸하트에서 제공되는 ‘홀케이크 예약’ 서비스를 리뉴얼한 것으로 기존의 예약 서비스는 예약 가능 시간과 매장별 예약 가능한 홀케이크매수가 제한적이었던 반면, 이번 리뉴얼을 통해 언제 어디서든 3일 전 예약하면 16종 이상의 보다 다양한 케이크를 원하는 매장에서 픽업이 가능하다.

SPC그룹은 해피오더 앱을 운영하고 있다. 17일까지 SPC 브랜드 제품을 해피오더에서 매장 픽업 서비스로 이용하는 고객에게 최대 7000원 혜택을 제공한다. 18일부터 21일까지는 특정 시간에 해피오더 픽업 서비스를 통해 SPC 브랜드 제품을 구매하면 구매금액의 10%를 해피포인트로 적립할 수 있다.

해피오더는 차별화된 기능으로 픽업 서비스 시장에서 급성장 중이다. 해피오더 거래액 중 약 50%는 픽업 서비스가 차지하고 있으며, 이는 타 배달 플랫폼 평균 대비 3배에 달하는 수치다.

업계 관계자는 “기업들이 주로 모바일 앱을 통해 픽업 서비스를 운영하고 있기 때문에 각종 할인 혜택과 프로모션도 빠르게 접할 수 있다”며 “젊은 세대의 이용률이 높은 만큼 앱 서비스 개편에 주력할 것으로 보인다”고 말했다.

/신선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

쿠광로지스틱스, 3인 각자대표체제 전환

운영부문에 강현오 대표이사 등



강현오 운영부문

홍용준 경영지원부문

이선승 신사업부문

쿠광이 15일 쿠광로지스틱스서비스(CLS)를 3인 각자대표이사 체제로 전환했다. 강현오 운영부문 대표이사, 이선승 신사업부문 대표이사, 홍용준 경영지원부문 대표이사 3인이 수장을 맡는다.

이번 인사를 통해 CLS는 견고한 리더십을 구축하고, 전문분야에 대한 책임경영을 강화해 나간다는 방침이다.

강현오 대표이사는 회계, 재무, 물류 오퍼레이션 등 다양한 분야에서 경험을 쌓은 전문가로서 2016년 쿠광에 합류해 2023년 3월부터 CLS 운영부문 대표를 맡았다. 강 대표는 CLS의 오퍼레이션과 재무 등을 담당하며 비즈니스 운영 관리 전반을 지원한다.

이선승 대표이사는 로켓배송 초창기인 2014년 쿠광에 합류한 물류 전문가다. 2021년 CLS 대표이사로 선임돼 기존 택배사와 차별화하는데 기여했다. 이 대표는 그동안의 경험을 토대로 앞으로 신사업 부문에 집중한다.

홍용준 전 김앤장 법률사무소 변호사는 경영지원총괄 대표이사로 신규 선임

했다. 홍 대표이사는 CLS의 기업법무 전반을 담당하는 것은 물론 컴플라이언스, 안전보건, 인사 등 ESG 경영 강화를 위한 업무에 집중할 예정이다. 홍 대표는 김앤장 법률사무소에서 컴플라이언스, 공정거래, 인사노무, 지식재산권 등 다양한 분야에서 법률자문 경험을 쌓았다.

/김서현 기자

지그재그, 여성의 삶 응원 브랜드 캠페인

백예린 등 여성 6인 메시지 전달

여성 6인을 선정했다.

카카오스타일은 ‘지그재그’가 여성의 다양한 라이프스타일을 응원하는 ‘2023년 브랜드 캠페인’을 진행한다. 이번 캠페인은 각각의 삶을 살아가는 2030 여성들과 함께 타인의 시선에 개의치 말고 스타일을 포함한 삶의 모든 방면에서 ‘나다움’을 찾길 바란다는 브랜드 메시지를 전한다.

이번 캠페인에는 가수 백예린, 유튜브 원지, 모델 배유진, 배우 신예은, 유튜브 해주, 그룹 아이브 리즈 등이 참여한다. 각 분야에서 독보적인 캐릭터를 뽐내며 소신있게 자신만의 길을 가는

영상에는 남들의 시선에 아랑곳하지 않고 자신을 표현하는 여성들의 모습이 담겼다. 6인의 여성은 “제가 알아서 살게요”라고 말하며, 다양한 인생에 대한 존중없이 평가하고 참견하는 사람들에게 일침을 가한다. 캠페인 영상은 15일부터 순차적으로 지그재그 유튜브 및 소셜미디어 채널을 통해 공개한다.

캠페인 모델들의 패션 스타일과 평소 즐겨찾는 아이템도 소개한다. 첫 시리즈로 백예린과 리즈 편을 두 편으로 나누어 15일과 17일에 선보이며, 원지, 해유진 편을 각각 24일과 31일에 업로드 할 예정이다.

/김서현 기자

BBQ, 미국 성공 DNA로 ‘캐나다’ 공략

알버타주 등서 100여개 매장 운영

으며 미국의 성공 신화를 접목해 시장 확대에 전력을 기울일 예정이다.

치킨 프랜차이즈인 제너시스BBQ그룹이 캐나다 시장 공략에 적극 나선다.

제너시스BBQ그룹은 윤홍근 회장이 코로나 엔데믹을 맞아 그룹 내 확대 글로벌 회의를 개최하고 “글로벌 시장 확대와 함께 미국에 이어 캐나다에도 어떤 상황에서도 기회를 만들어 내는 ‘BBQ DNA’를 접목해 성공 신화를 이어갈 수 있도록 준비하라”고 지시했다고 15일 밝혔다.

BBQ는 현재 캐나다에 브리티시컬럼비아주, 알버타주, 온타리오주 등 주요 지역에서 100여개 매장을 운영하고 있

윤홍근 회장은 2003년부터 20년 동안 치킨 세계화에 힘썼다.

실제로 BBQ는 캐나다를 비롯한 미국, 독일, 대만, 일본, 필리핀, 피지, 파나마 등 세계 57개국에서 700여개 매장을 운영하는 글로벌 기업으로 성장했으며 향후 2030년까지 전 세계에 5만개 점포를 개설해 나갈 예정이다.



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

11번가, 1분기 매출 2163억 54.5% 증가

당기순손실 248억 전년비 6% 줄어

했다. 영업손실은 318억원으로 직전 분기(455억원) 대비 약 137억원 감소했다.

11번가는 “지난해부터 추진해온 성장동력 사업의 성과가 가시적으로 나타나고 있으며, 특히 3월 영업손실을 전년 대비 축소시키는데 성공하는 등 사업계획에 맞춰 영업손실률을 개선하면서 성장을 위해 필요한 투자를 계속해서 이어가고 있다”고 설명했다.

/김서현 기자

티몬 ‘패션 대전’ 50여개 브랜드 참여

티몬이 21일까지 패션 상품을 특가로 판매하는 ‘패션 대전’을 진행한다.

15일 ‘폴햄&지오지아 올인데이’와 16일 ‘세정글로벌 S/S 할인대전’을 시작으로 21일까지 주말에는 총 50여개 브랜드가 참여한다. 핵심 아이템은 반팔 상품이다. 총 1500여개의 패션 아이템을 최대 45% 쿠폰 할인율로 선보인다. 기본 아이템인 반팔티셔츠를 포함해 반바지, 여름 팬츠 등 다양한 아이템을 준비했다.

/김서현 기자

11번가가 엔데믹(풍토화) 이후 e커머스 업계 전반의 침체에도 준수한 실적을 냈다.

SK스퀘어가 15일 공시한 분기보고서에 따르면 11번가의 1분기 매출액은 2163억원으로 지난해 1분기(1400억원) 대비 54.5%(약 763억원) 증가했다.

당기순손실은 248억원으로 전년(265억원) 대비 6%(약 -17억원) 감소