

VIP 문턱 다시 높아진다... 3高에 혜택 줄이고 기준 상향

(고금리·고환율·고물가)

유통업체, 멤버십 등 서비스 개편

롯데백 등급 7개→5개로 줄여
신세계백 일부 포터서비스 중단
호텔업계 멤버십 등급 기준 개편
수영장 유료 전환, 연회비 올려



서울 중구 롯데백화점 본점 앞에 백화점에 들어가기 위한 차량들이 줄지어 대기하고 있다. 백화점 업계는 보복소비가 크게 일었던 팬데믹 기간 중 VIP 등급 산정 기준을 낮췄지만 이달 내년도 멤버십 산정 기준을 대폭 높인다고 알렸다. /뉴스1

엔데믹(풍토화)과 함께 닦친 경기침체에 유통업계가 잇따라 멤버십 혜택을 축소하고 있다. 팬데믹 사태 중 보복소비를 잡기 위해 멤버십 서비스를 강화하거나 문턱을 대폭 낮춘 것과는 정반대다. 원자재값 및 인건비 등 부대비용 상승에 줄어드는 마진을 개선에 나섰다.

16일 업계에 따르면 주요 유통업체들이 이달부터 멤버십 등급 산정 기준을 변경하고 혜택을 줄이는 등 서비스 개편에 나서고 있다. 특히 VIP 멤버십을 중심으로 각 업계에서 등급 조정과 서비스 혜택 축소가 이루어지고 있다.

VIP 등급 조정이 가장 크게 이루어진 곳은 백화점 업계다. 백화점 업계는 지난해 5대 백화점(신세계·롯데·현대·갤러리아·AK) 70개 점포가 38조9515

억원에 달하는 매출을 올려 전년도 대비 14% 성장했다. 1조 클럽 백화점은 11개에 달하지만 VIP 멤버십 산정 기준은 도리어 뚝뚝해졌다.

롯데백화점은 내년도 VIP 멤버십 서비스를 대대적으로 개편해 기존 7개 VIP 등급을 5개(에비뉴엘 블랙/에메랄드/퍼플/오렌지/그린 순)로 축소하고 산정 기준도 크게 높였다. 내년부터는 가장 낮은 등급인 에비뉴엘 그린 등급 산정 기준이 연간 1000만원으로 변경되며 혜택도 대폭 줄어든다.

기존 멤버십에서는 최저 등급인 VIP 고객 또한 발렛파킹과 VIP 라운지 이용이 가능했지만 내년부터는 에비뉴엘 오렌지(최저 2000만원 구매 고객)부터 제공한다. 에비뉴엘 그린은 VIP 라운지 이용이 중단되며 대신 에비뉴엘 데이크아웃 바에서 음료를 제공한다.

롯데백화점은 지난해 3월 롯데백화점은 롯데백화점은 우수 회원 고객의 등급을 MVG(초우량고객)와 VIP로 나누고 최저 등급인 VIP 등급의 기준을 400만원, VIP+ 등급은 800만원으로 책정했다.

신세계백화점도 이달 13일부터 멤버십 바에서 제공하던 우유를 매실차로 바꾸고 다음달 1일부터는 대전점 등 일부 지점에서 VIP 등급 고객에게 제공하던 포터 서비스를 중단한다. 포터 서비스란 백화점 쇼핑 후 짐이 많을 때 직원이 차량으로 짐 옮기기를 도와주는 서비스다.

신세계백화점 관계자는 “포터 서비스는 점포 사정에 따라 잠시 중단했다가 재개할 수 있는 부분이며 대전점은 전면 중단이 아닌 것으로 안다”고 밝혔으나, 앞서 포터 서비스가 중단된 사례는 없다고 밝혔다.

VIP 혜택 변경에 나선 것은 호텔업계도 마찬가지다. 롯데호텔은 지난 1월부터 리워즈 멤버십 등급 기준을 개편해 기준을 줄였다. 이전에는 투숙횟수와 숙박일수, 결제금 등 3가지 중 한 가지만 충족해도 멤버십 등급을 부여했으나 올해부터는 숙박일수만을 기준으로 한다.

JW메리어트 동대문은 지난 3일부터 실내 수영장을 유료로 전환해 투숙객들도 성인 5만원, 어린이 2만5000원을 지불하도록 했다. 워커히 호텔은 멤버십 ‘프레스티지 클럽’ 연회비를 올렸다.

CJ올리브영도 강력한 멤버십 서비스를 바탕으로 온·오프라인 채널이 동시에 성장했지만 멤버십 포인트 적립률을 줄이고 있다. CJ올리브영은 3일부터 멤버십 제도인 ‘씨제이원(CJ ONE)’ 적립률을 베이비 올리브, 핑크 올리브 등급은 1.0%에서 0.5%로, 그린 올리브 등급은 1.5%에서 1.0%로, 블랙 올리브와 골드 올리브 등급은 2.0%에서 1.0%로 각각 축소했다.

유통업계 관계자들은 물가 상승률에 따른 자연스러운 조정으로 설명하지만 고객들의 반응은 부정적이다. 특히 백화점 플래그십 스토어가 위치한 지역 카페를 중심으로 멤버십 등급 기준 및 혜택 변경 소식이 빠르게 퍼지며 주이용 백화점 변경에 관한 상담도 나오고 있다.

익명을 요구한 유통업계 관계자는 “VIP 멤버십 기준을 낮췄던 일부 기업들에서 차별화 혜택에 관한 논란이 있었다”며 “기준을 올리면 턱걸이 고객들이 VIP에서 대거 탈락하기는 해도 매출을 이끌어가는 최상위 고객들의 구매력에 변화가 나타나진 않는다. 기준을 올려도 별다른 매출 변화는 없을 것”이라고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

“정관장 제품, 당일신청·배송 받으세요”

KGC인삼공사, 실시간 배송 서비스 정관장물서 ‘매장픽업’ 서비스 진행

KGC인삼공사가 설명절을 앞두고 정관장 제품을 실시간 배송하는 ‘당일신청·당일배송’ 서비스를 진행한다. 오는 19일 정오까지 서비스를 신청하면 일반택배 마감 후에도 선물을 받아 볼 수 있다.

결제 즉시 배송지에서 가장 가까운 매장에서 원하는 곳까지 직접 배송한다. 전국 800여개의 정관장 로드샵에 방문하거나 유선으로 제품과 지역을 확인하고 신청할 수 있으며 20만원 이상 구

매한 고객에게는 무료로 제공된다.

정관장 직영 온라인몰인 정관장물서에서는 ‘매장픽업’ 서비스도 진행한다. 매장픽업 서비스는 정관장물서에서 온라인으로 결제하고 알뜰톡 또는 SMS 제품교환권을 수령하여 원하는 시간대 원하는 정관장 매장에서 제품 픽업이 가능한 서비스다.

선물을 직접 들고 다니기 힘들거나 배송처의 정확한 주소를 모를 때 활용이 가능한 뿐만 아니라 구매금액대별 혜택과 매장픽업 쿠폰 등의 다양한 프로모션 혜택도 누릴 수 있다.

‘카카오톡 선물하기’를 통해 정관장

홍삼을 전할 수도 있다. 2016년 카카오톡 선물하기에 본격적으로 진입해 매년 연평균 61%의 성장률은 기록하고 있는 정관장은 작년 한해에만 775억원의 매출을 올리는 등 선풍적인 인기를 끌고 있다.

한편, KGC인삼공사는 설을 맞아 ‘새해엔 건강을 선물하세요’ 프로모션을 25일까지 진행한다. ‘활기력’ ‘홍삼지분’ ‘여유랑’ ‘진심편정성’ ‘알파프로젝트’ ‘굿베이스’ 등 실속제품부터 최상의 SA T등급농을 사용한 ‘천복’ 등 프리미엄 제품까지 구매 금액대별 다양한 혜택을 받을 수 있다.

/이세경 기자 seilee@

이마트24, 올 ‘디지털 혁신’ 원년 선언

점포·고객에 모바일 등 ICT 접목 전화 한 통으로 심야 무인매장 출입을 ‘스마트 출입인증기’ 도입키로

신규점포에 안드로이드 OS 탑재 최고사양 ‘차세대 PDA’ 이달 도입

이마트24가 올해를 디지털 혁신 원년으로 삼는다고 16일 밝혔다. 모바일, 3D, 빅데이터 등 ICT기술을 본사에서 점포와 고객에게까지 접목한다는 방침이다.

이마트24는 올해 전화 한 통으로 심야 시간 무인 매장 출입이 가능한 ‘스마트 출입인증기’를 도입한다. 스마트 출입인증기는 낮에는 유인, 밤에는 무인으로 운영하는 하이브리드 매장에 적용된다.

이번에 선보이는 스마트 출입인증기는 코로나19 기간 동안 익숙해진 ‘안심콜’을 도입한 것이 특징이다. 출입인증기에 안내되는 안심콜 번호로 전화 한 통이면 본인인증이 완료된다.

경영주들을 위해 기존 PDA(휴대용 단말기)도 고도화해 사용자의 편의성을 강화한 차세대 PDA도 선보인다. 차세대 PDA는 처리 속도를 기존 대비 2배 향상시켜, 상품검수·발주·상품조회 등 매장 운영에 필요한 주요기능을 1초 이내로 빠르게 처리할 수 있다. 일반 스마트폰과 비슷한 안드로이드 OS(운영체제)를 장착하고, 기능성과 가독성을 높인 UI·UX 디자인을 적용해 경영주들이 PDA를 스마트폰 처럼 익숙하게 사용할 수 있도록 했다.

1월 신규점에는 안드로이드 OS를 탑재한 5.5인치 화면의 동업계 최고 사양 차세대 PDA 단말기가 도입되며, 기존 점에는 처리속도 개선과 사용자 편의성



차세대 PDA(위), 스마트 담배자판기. /이마트24

을 강화한 새로운 버전의 PDA 프로그램이 순차적으로 적용된다.

가맹점 매출 증대에 도움 줄 수 있는 ‘스마트 담배자판기’도 하이브리드 신규점에 순차적으로 도입한다. 이번에 선보이는 스마트 담배자판기는 셀프 계산이 가능한 키오스크를 담배자판기와 결합해 일반 상품을 결제하는 것처럼 담배를 구입할 수 있도록 개발했다.

구입은 모바일PASS(주민등록증·운전면허증)로 성인인증 후 가능하다. 앞서 이마트24는 무인매장에서 본인인증 후 주류를 꺼내고 문을 닫으면 자동결제 되는 AI기반 주류판매자판기 ‘요술술장’을 30여개 매장에서 테스트 중이다.

‘3D 디지털 창업안내서’도 예비경영주에게 몰입감 있는 시각 정보를 전달하기 위해 도입한다.

3D 디지털 창업안내서는 예비경영주들에게 실제 점포모습을 3D 가상공간으로 구축해, 다양한 점포를 간접 경험할 수 있도록 했다. /김서현 기자

올리브영, 연매출 100억 브랜드 38% 꺾춤

작년 21개 브랜드서 매출 127% ↑

올리브영이 지난 3년간 입점 브랜드 매출을 분석한 결과, 지난해 올리브영에서의 연 매출이 100억원을 넘어선 브랜드 수가 2021년 대비 38% 증가했다고 16일 밝혔다.

지난해 입점 후 처음 매출 100억원을 넘긴 브랜드 수는 21개로, 올리브영에서 이들 브랜드의 매출은 2021년과 비교해 127% 증가했다. 이 중 19개 브랜드는 중소기업 브랜드였다.

이들 브랜드를 살펴보면 기초화장품과 색조화장품, 헤어용품, 건강식품 순이었다. 닥터지, 클리오, 라운드랩, 룸앤 등 국내 브랜드들이 해외·대기업 브랜드를 제치고 상위권에 오른 가운데 넘버즈인, 어뮤즈, 데이지크, 어노브 등



지난해 12월 14일부터 18일까지 성황리 진행된 2022 올리브영 어워즈 앤 페스타에서 국내 클린뷰티 브랜드 ‘라운드랩’이 고객들에게 제품을 설명하고 있다. /CJ올리브영

신진 브랜드 또한 1년 만에 100억 클럽에 들었다.

올리브영은 이번 쾌거가 판로지원과 함께 신진 브랜드와 동반성장 하기 위해 새로운 트렌드를 만들고 인큐베이팅한 전략이 주효했다고 평가했다. /김서현 기자

스타벅스, 2023 설 맞이 바리스타 추천 선물세트

스타벅스가 2023년 계묘년 설명절을 맞아 티와 함께 편안한 휴식을 즐길 수 있는 ‘릴랙싱 시트러스 티 세트’와 바리스타가 추천하는 ‘스타벅스 설 선물 세트’ 등 다양한 상품을 전국 스타벅스 매장에서 판매한다고 16일 밝혔다.

20일에 출시되는 ‘릴랙싱 시트러스 티 세트’의 구성품으로는 작년 30~40여 성에게 큰 인기를 끌었던 ‘뉴이어 시트러스 티’를 만들 수 있는 ▲시트러스 시럽 600ml ▲건조 오렌지 ▲레몬그라스 ▲티바나 유스베리 티와 추천 레시피 카드이며 취향에 맞게 물, 티백, 토핑의 양을 조절해 나만의 시트러스 티를 즐길 수 있다.

12일에 출시한 ‘스타벅스 홈카페라떼 세트’도 커피와 함께 하는 특별한 명절 선물로 눈길을 끈다. /이세경 기자