

“맛집 메뉴 즐기고 명품뷰티 체험… ‘쓱닷컴’ 상품 한자리에”

프로

SSG닷컴 ‘美지엄’ 가보니

SSG닷컴의 첫 오프라인 페스타 ‘미지엄(美지엄)’이 15일 서울 성수동에서 문을 열었다. 이달 19일까지 열리는 이번 행사는 ‘셀렉티드 뮤지엄(Selected Museum)’ 콘셉트로 쓱닷컴이 엄선한 100여 개의 그로서리·뷰티 브랜드를 한자리에서 직접 경험할 수 있도록 기획됐다. 단순한 체험 행사를 넘어 SSG닷컴이 추구하는 상품 운영 전략과 플랫폼의 신뢰도를 고객과 파트너사에게 입증하는 자리라는 점에서 의미가 크다.

현장에서 만난 SSG닷컴의 핵심 상품 전략은 독자적으로 개발한 ‘단독’ 상품과 이마트의 막강한 소싱 역량에 기반을 둔 ‘신선식품’으로 압축된다. 행사장 1층 고메 스트리트에서는 유명 셰프와 협업해 출시한 단독 간편식이 방문객을 맞는다. SSG닷컴은 올해 줄서는 맛집 메뉴를 집에서 즐길 수 있도록 관련 상품을 꾸준히 선보여 왔으며 현장에서는 셰프가 직접 요리 철학을 나누는 쿂�&토크쇼를 통해 그 의미를 더했다.

2층에 마련된 이마트몰 신선 라운지는 이마트와의 시너지를 극대화하는 SSG닷컴의 사업 전략을 명확히 보여준다. 30여년 업력의 이마트와 동일한 고품질 신선식품을 온라인으로 편리하게 받을 수 있다는 점을 강조한 것이다. 이는 전국 100여 개 PP(Picking&Packi



1층에 위치한 딜라이트 존. CJ제일제당이 연 체험 부스. (원 사진)입장하자마자 시식할 수 있는 셰프컬렉션 제품.

19일까지 ‘셀렉티드 뮤지엄’ 콘셉트 엄선 그로서리·뷰티 브랜드 참가 100여곳 중 49곳 첫 오프라인 팝업

1층 고메 스트리트서 간편식 시식 BEAUTY OF SSG관 57팀 대기

ng)센터 기반의 즉배송과 1시간 내 배송 바로퀼 등 이마트 점포를 활용해 배송 경쟁력을 강화해 온 SSG닷컴의 전략과 궤를 같이한다.

이번 행사는 고객에게는 새로운 경험을, 파트너사에게는 새로운 소비자 접점을 제공하는 상생의 장이기도 하다. 실제로 현장 참여 파트너사 100여곳 중 절반에 가까운 49곳이 이번 ‘미지엄’을 통해 처음으로 플랫폼 연계 오프라인 팝업에 진출했다.

행사장 입장 직후 3층에 위치한 ‘BEAUTY OF SSG’관에 입장하려 했지만 대기 팀만 57팀, 대기시간만 40분 이상 잡혀 있었다. 백화점이 아니고서는 만나보기 힘든 프리미엄 뷰티 브랜드

가 대거 참여해 눈길을 끌었기 때문이다. 현장에선 친구추가를 통해 간단한 샘플을 제공하거나 내 피부 톤을 직접 알아보는 체험형 콘텐츠가 준비돼 있었다. ‘겔랑’, ‘SK-II’, ‘바이레도’, ‘돌체앤가바나’ 등 럭셔리 브랜드의 참여는 SSG닷컴의 플랫폼 신뢰도가 작용한 결과로 풀이된다.

미지엄은 4개 층, 6개 테마 공간에서 다채로운 경험을 선사한다. 1층 딜라이트 존에서는 CJ제일제당, 농심 등 대표 식품 기업과 유명 맛집 부스가 운영된다. 3층 스위트 존에서는 스타벅스, 하겐다즈 등 인기 디저트를 맛볼 수 있다. 시식으로 끝나지 않고 직접 참여하는 체험 공간들은 눈길을 끌었다. CJ제일제당은 직접 체력 테스트와 건강 확인을 하며 참여하는 ‘GYM해봐’로 고객들의 참여를 유도했다. 벤스 체험 공간은 아이스크림 제품을 직접 맛보며 평가하는 설문조사를 진행했다.

4층 미지엄 스테이지에서는 유망 인

디 뮤지션들의 버스킹 공연이 열려 축제 분위기를 더한다. 16일 박소은·거니·프롬, 17일 연정·전진희·시소, 18일 서자영·다린·정수민, 19일 이지카이트·소이에·태종 등이 참여한다.

SSG닷컴은 고객 점점 확대를 위해 온·오프라인 행사를 동시에 진행한다. 현장 곳곳의 QR코드를 스캔하면 할인쿠폰 등 온라인 혜택을 즉시 받을 수 있으며, 오프라인 행사가 종료되는 19일까지 온라인에서는 참여 브랜드 상품을 최대 50% 할인하는 그로서리 미지엄 기획전도 함께 열린다.

이명근 SSG닷컴 영업본부장은 “이번 행사는 플랫폼 신뢰도와 상품 경쟁력을 입증하는 자리이자, 브랜드사와 고객이 직접 만나는 무대”라며 “앞으로도 고객 접점을 계속 확대해 신뢰도 기반 플랫폼으로서의 차별화된 가치를 제공하겠다”고 말했다.

/손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr



SSG닷컴이 선보이는 오프라인 페스타 ‘미지엄’.

/손종욱 기자

이마트

나주배·제주감귤 등 가을 햅과일 대축제

이마트가 이달 16일부터 22일까지 가을 햅과일 대축제를 열고 다양한 제철 과일을 할인된 가격에 선보인다고 15일 밝혔다.

이번 행사에서는 추석 이후 수확해 당도가 높은 나주 신고배를 신세계포인트 적립 시 할인 혜택으로 제공한다. 또한, 소비 활성화를 위해 단감은 신세계포인트 적립 시 50% 할인하며, 홍시는 2팩 이상 구매 시 팩당 추가 할인을 적용한다.

본격 출하되는 노지 사인머스켓은 행사 카드 결제 시 30% 할인하며, 노지 타이벡 감귤과 제주감귤도 함께 선보인다. 밤은 이달 16일부터 나흘간 봉지에 직접 가득 담아가는 무한담기 행사를 진행한다.

이 외에도 스테비아 대추방울 토마토는 2개 이상 구매 시 50% 할인하고, 사과대추와 영암무화과는 신세계포인트 적립 시 할인된 가격에 구매할 수 있다.

이마트 확대한 농산담당은 “저렴하게 제철 과일들을 즐기고, 장바구니 물가 부담을 낮추기 위해 대대적인 과일 행사를 준비했다”며, “과일의 경우 수확에서 소비까지 리드타임이 짧아 명절 전 후 풀린 물량들을 저렴하게 구매할 수 있는 기회”라고 말했다.

/손종욱 기자

롯데칠성음료

간송미술관 협업 위스키 글렌고인 코리아 에디션

롯데칠성음료가 간송미술관과 협업한 싱글 몰트 위스키 ‘글렌고인 코리아 에디션’을 한정 출시한다.

‘글렌고인 코리아 에디션’은 스코틀랜드의 고유어인 ‘게일어(Gaelic語)’로 ‘기러기의 계곡’을 의미하는 ‘글렌고인’에서 착안해 ‘기러기, 두 문화의 하늘을 잇다’라는 콘셉트로 기획됐다. 영화 ‘취화선’으로 잘 알려진 조선 후기의 대표적 화가 ‘오연 장승업’이 필묵으로 기러기를 그린 화조와 ‘노저래인’을 제품 라벨과 케이스에 적용된 점이 특징이다.

285병 한정 판매 예정인 ‘글렌고인 코리아 에디션’은 흑스헤드(Hogshead) 크기의 유럽산 ‘퍼스트필 올로로소 셰리 오크(First Fill Oloroso Sherry Oak)’에서 17년간 숙성된 싱글 몰트 위스키로 라즈베리와 바닐라, 서양배와 같은 다양한 향과 바나나, 시나몬, 베리류의 맛과 코코아, 건과일 등의 여운이 복합적으로 느껴지는 특징을 갖고 있다.

롯데칠성음료 관계자는 “‘글렌고인 코리아 에디션’은 술과 기러기라는 공통점으로 이어지며 한국 소비자를 위해 최초로 선보이는 한국 한정판 위스키”라며, “퍼스트필 올로로소 셰리 오크에서 17년간 숙성해 진한 향과 깊은 풍미가 인상적이다.”

/신원선 기자 tree6834@

“촉촉하고 탄력있게… 집에서든 꿀피부 관리해요”

K-뷰티, 홈 디바이스 신제품

에이피알 ‘하이 포커스 샷 플러스’ 스킨부스팅 기능으로 ‘이중관리’

LG프라엘 ‘수퍼폼 써마샷 얼티밋’ 아모레퍼시픽 ‘온페이스’ 출시

국내 뷰티 시장에서 홈 뷰티 디바이스 시장을 정조준한 신제품이 연달아 등장해 경쟁을 예고하고 있다.

에이피알은 15일 뷰티 디바이스 신제품으로 ‘하이 포커스 샷 플러스’를 공개했다. 지난해 9월 선보인 ‘하이 포커스 샷’을 출시 1년여 만에 재단장한 것으로 스킨부스팅 기능을 더했다. 피부 겉부터 속까지 이중으로 관리하는 데 중점을 뒀다.

구체적으로 살펴보면, 기존 적용해

온 고강도 집속 초음파(HIFU) 기술에 전기 에너지를 활용한 스킨부스팅 기술을 결합했다. 고강도 집속 초음파(HIFU) 기술은 피부 4.5mm 근막층을 자극해 열 발생과 피부 조직의 응고 현상을 유도한다. 이 과정에서 열에 의해 피부 조직이 수축하며 피부 탄력을 강화하는 효과가 나타난다.

이와 함께 1.8mm 진피층을 자극하는 스킨부스팅 기술이 피부 콜라겐, 히알루론산, 엘라스틴 등의 생성을 촉진한다. 피부 탄력은 물론, 윤기, 보습, 모공 등 전반적인 피부 상태를 개선해 준다.

에이피알 관계자는 “하이 포커스 샷 플러스는 초음파가 바탕이 된 고가의 피부관리 기술을 가정용 디바이스에 구현하면서도 합리적인 가격 경쟁력까지 확보했다”고 밝혔다.

LG생활건강도 올해 들어 새로운 홈 뷰티 디바이스 ‘LG프라엘’을 통해 뷰티기기 사업을 본격 전개하고 있다.

지난 6월 ‘수퍼폼 갈바니 부스터’를 내놓은 데 이어 이 날 두 번째 신제품 ‘수퍼폼 써마샷 얼티밋’을 출시했다. 새로 나온 수퍼폼 써마샷 얼티밋은 강력한 고주파를 기반으로 일렉트로포레이션(EP), 미세 전류(MC), 저주파 전기자극(EMS) 등 다양한 기능을 집약한 만능 제품이다. 피부 광채 개선, 탄력 생성, 이중 턱 전용, 모공 수축 등 총 5가지 모드를 선택할 수 있다.

인체공학기술도 돋보인다. 디바이스 헤드가 피부에 밀착했을 때만 작동하며 기기의 실시간 움직임과 피부 온도를 측정하는 정밀한 센서를 탑재했다. LG 프라엘 브랜드 관계자는 “수퍼폼 써마샷 얼

톤을 원료로 사용했다. 여기에 강원 찰옥수수 시즈닝을 더했으며, 포장지에는 강원도 공식 캐릭터 ‘강원이’와 ‘특별이’를 넣어 지역 상징성을 강조했다.

해당 상품은 롯데마트와 슈퍼 전점에서 판매를 시작하며, 편의점 세븐일레븐에서도 순차적으로 선보여 롯데유통망을 통한 지역 홍보에 나선다.

롯데마트·슈퍼는 상품 출시를 기념해 이달 29일까지 2주간 할인 행사를 진행한다. 신제품을 포함한 4종의 과자를 균일가에 판매하며, 2개 이상 구매 시 10% 추가 할인 혜택을 제공한다. 또한, 행사 상품을 5000원 이상 구매하고 고객을 대상으로 추첨을 통해 롯데리조트 속초 숙박권 등 강원도와 연계된 경품을 증정한다.

/손종욱 기자

롯데마트·슈퍼 ‘생생감자칩 강원옥수수맛’

강원특별자치도 협업 단독출시

롯데마트·슈퍼가 강원특별자치도와 협업한 ‘해태 생생감자칩 강원옥수수맛’을 이달 16일 단독으로 선보인다고 15일 밝혔다. 이번 상품은 지난 7월 부

산광역시와 협업한 ‘농심 자갈치×부기’에 이은 두 번째 지역 상생 프로젝트다.

강원특별자치도 출범 2주년을 기념해 기획된 이번 한정판 스낵은 강원 지역 농가에서 수매한 햅감자 75