twitter

"광주 신세계백화점에도 ○○매장 만들어주세요." (트위터 이용자 e2denamy)

"○○ 브랜드 신규 입점 계획은 아직 잡혀있지 않으나 고객님의 소중한 의견 반영할 수 있도록 노력하겠습니다."
(광주신세계 백화점 트위터 관리자 SSG-GJ)

20일 광주신세계백화점 직원들이 매장에서 스마트폰을 이용해 트위터 관리를 하고 있다.
/김진수기자 jeans@kwangju.co.kr

이젠 트위터로 소비자와 소통

유통업계 '실시간 마케팅' 뜬다

광주신세계백화점의 트위터(http : //twtkr.com/SSG-GJ)에 올라온 한 팔로워(follower·친구 개념)의 문의에 대한 운영자의 실시간 답변 내용이다.

실시간 소통이 가능한 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)인 트위터가 유통업계의 새로운 홍보수단으로 각광받고 있다. 트위터가 고객과의 소통창구로 자리매김하면서 소비자와 교감하기 위해 트위터를 적극 활용하는 업체들이 늘고 있다.

스마트폰 이용자 연내 500만명 예상
소통매체 '소셜 미디어' 앞다퉈 개설
쇼핑 노하우 제공 등 이벤트 활발

광주신세계백화점은 지난 6월 지방에서는 백화점업계 최초로 트위터를 개설했다. 트위터 전담직원인 '미스터 G와 J'가 고객들의 질문에 실시간으로 응답을 하고 이벤트, 쇼핑정보 등 백화점과 관련된 다양한 정보를 제공하고 있다.

특히 일상적인 대화는 물론 지인과 대화를 나누는 듯한 느낌으로 고객들과 소통을 하면서 1759명의 팔로워(친구)가 활발하게 활동하는 '인기 트위터'가 됐다.

롯데백화점 광주점도 본점과 함께 지난 12일부터 트위터(http : //twtkr.com/LOTTEstory)를 운영중이다.

트위터 전담직원이 고객들의 의문사항을 실시간으로 해결해주고 있으며 고객의 질문은 내용에 따라 카테고리를 세분화한 뒤 이에 해당하는 현업 부서에서 직접 정보를 제공하는 '핫라인'도 구축했다.

대형마트 업계 최초로 지난 1월 트위터 페이지를 오픈한 이마트를 비롯해 롯데마트 등 대형마트업계들도 트위터를 통해 금주의 할인 행사 내용을 전달하거나 와인과 같은 상품의 쇼핑 노하우를 알려주는 등의 활동으로 소비자들의 사랑을 받고 있다.

홈쇼핑업계에서는 MD(상품기획자)들의 절대 권한이었던 상품 선정을 소비자들과 함께 하고 있다.

소비자들이 CJ몰 트위터(http : //twitter.com/shoppingstark)를 통해 의견을 내면 상품심사단이 상품을 발굴하는 '쇼핑스타 K'를 지난달 11일부터 시작했다.

외식업체들은 예상치 못한 게릴라성 이벤트로 고객들의 시선을 사로잡고 있다.

피자헛은 퀴즈에 돌발성을 가미해 재미를 배가시켰다. 트위터에서 제품 관련 퀴즈나 게임을 통해 스마트런치 시식권을 증정하는 깜짝 게릴라 이벤트를 전개하고 있다.

이벤트는 게릴라성으로 "2시간 후 오후 2시부터 스마트런치 시식권을 드리는 퀴즈이벤트 진행할게요"라는 짧은 트위터 메시지로 당일 공지된다.

도미노피자, BBQ치킨 등도 트위터를 통해 깜짝 선물을 내세워 팔로워들에게 예상치 못한 즐거움과 재미를 주고 있다.

광주신세계백화점 관계자는 "국내 스마트폰 사용자는 이미 200만명을 넘어섰고 올해 안에 500만명에 육박할 것으로 예상되는 상황에서 새로운 백화점 고객과의 커뮤니케이션, 소통 창구로 트위터의 역할이 더욱 중요해질 것"이라며 "팔로워들에게 유익한 정보를 제공하고 의견을 공유하는 대고객 '소통 매체'로 키워 나갈 것" 이라고 말했다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr

■ 장터 소식

개점 15주년 축하 이벤트

광주신세계백화점은 개점 15주년을 맞아 25일 특별 이벤트를 진행한다. 오전 11시 1층 광장에서는 '개점 15주년 기념! 축하 생일떡을 드립니다' 행사를 진행하며 오후 1~6시까지 '삐에로가 함께하는 미니서커스 공연'도 열린다.

22일까지 1층 이벤트홀에서는 '금강·유명 수제화 균일가전'이 진행, 랜드로바 남성화(8만5000원), 소다 숙녀화(10만5000원), 금강 핸드백(10만원) 등을 선보인다.

다자녀가정돕기 대바자

롯데백화점 광주점은 백화점 31주년 기념 축하상품전일환으로 '다자녀가정돕기 사랑의 대바자'를 진행한다. 22일까지 6층 유·아동복 매장에서 '바자축하 출산 용품 특별 브랜드데이'를 열어 아이다스 키즈, 파코라반베이비, 압소바에서는 20%, 엘르뿌뽕, BB하우스에서는 30% 할인행사를 진행한다.

26일까지 8층 웨딩센터에서는 '웨딩박람회 축하 경품대축제'를 연다. 웨딩센터 가입고객 중 추첨을 통해 리마인드 웨딩 촬영권, 가족사진 촬영권 등을 증정한다. 추첨은 26일 오후 7시에 한다.

우수협력사 대박상품전

현대백화점 광주점은 22일까지 1층 정문행사장에서 '제2회 우수협력업체 줄서기 대박상품전'을 연다. 로제르 쉬폰 블라우스(1만원), 실리 바지(2만원), 카디건(2만9000원) 등을 판매하며 특별이벤트로 5000원 특가 상품전도 진행한다.

또 8층 대행사장에서는 '벤호건&골프웨어 대전'이 진행된다. 면티·바지(3만원 부터), 점퍼(5만원 부터), 니트(4만9000원) 등 사계절 상품을 다양하게 선보인다.

신학기용품 50% 할인

홈플러스는 내달 12일까지 가을 신학기를 앞둔 아이들을 위한 '신학기용품 대방출 기획전'을 실시한다. 이번 기획전은 캐릭터 문구, 잡화 등을 비롯해 자전거, 가을의류 등 가을 신학기 상품을 최대 50% 싸게 판매한다.

우선 가을 신학기 필수 아이템으로 스케치북 10만권을 마련해 3권당 1500원에 판매하고, 노트는 200원 균일가, 색연필(24색)과 싸인펜(12색)은 각 2000원 등에 판매한다. 학습지도 최대 20% 할인 판매한다.

'나만의 컬렉션…' 출시

한국닌텐도는 9월 16일 DS전용 소프트웨어 '나만의 컬렉션 걸스 스타일(Girls Style)'을 출시한다.

'나만의 컬렉션 Girls Style'은 손님의 취향에 맞게 옷을 판매해 옷가게의 인기를 높여가는 패션 코디네이트 게임이다. 게임 내에는 스커트, 바지, 모자, 구두 등 1만가지 이상의 패션 액세서리들이 있어 다양한 스타일링을 구현할 수 있다.

신남성 트렌드족 '다이아 미스터'를 잡아라

온라인 쇼핑몰 마케팅 한창

온라인 쇼핑몰들이 중요한 고객층으로 떠오른 '다이아 미스터' 잡기에 한창이다.

'다이아 미스터'는 능력있는 독신 남성인 '골드 미스터'에 외모 꾸미는 데 관심이 많은 '그루밍족'의 특성을 더한 남성들로, 이들이 온라인몰에서 올려주는 매출이 갈수록 늘고 있기 때문이다.

롯데닷컴은 최근 남성 전용관인 '롯데맨즈'를 의류, 화장품부터 스포츠용품, 전자제품, 고급 레스토랑 식사권까지 한데 모아 판매하고 패션 코디법도 조언해 주는 공간으로 새로 단장했다.

남성 회원 비중이 2006년 42.3%에서 올해 43%로 점점 느는 추세인데다. '롯데맨즈' 이용 고객 가운데 60% 이상이 30~40대 직장인인 점을 노려 고급 서비스를 늘린 것이다.

G마켓은 올 2월 남성 전용 청결제와 몸 관리 제품 등을 따로 분류해 놓은 '남성용 보디케어 카테고리'를 개설했는데, 이 카테고리 매출은 개설 이후 6개월 만에 8배로 뛰어올랐다.

디앤샵 역시 최근 2년간 남성 고객들이 올려주는 매출이 지속적으로 늘어남에 따라 남성 전용 멀티숍 '디옴므'를 트렌드를 소개하는 패션 웹진 형식으로 재구성해 운영 중이다.

/연합뉴스