



현대백화점, 페페트빙 가져오면 상품권 증정

현대백화점이 3~5일 전국 16개 점포에서 플라스틱 업사이클 캠페인 '수달과 함께 그린 행복'(사진)을 진행한다. 각 점포 사은데스크에서 고객에게 투명 페페트빙(7개 이상)을 기부하는 프로그램이다. 참여 고객에게 선착순으로 현대백화점상품권 5000원 권을 증정한다. 수거한 투명 페페트빙은 세척과 선별을 거쳐 업사이클 굿즈 출시에 활용할 계획이다. 캠페인에 참여한 고객 한 명당 2000원씩 적립해 기부금을 조성하고, 이를 1급 멸종위기종인 수달의 서식지 보전 활동에 지원한다. 양명성 현대백화점 영업전략담당 상무는 "향후 고객과 함께 생활속 친환경을 실천하기 위해 고객들이 쉽게 참여할 수 있는 다양한 친환경 캠페인을 전개할 것"이라고 했다.

맥도날드 '트리플 리치 포테이토 버거' 출시



맥도날드가 '트리플 리치 포테이토 버거'(사진)를 출시하고, 26일까지 한정 판매한다. 트리플은 강하면서도 독특한 향을 가지고 있어 소량으로도 음식 전체의 맛과 풍미를 살려준다. 여기에 순 쇠고기 패티 2장, 통째로 튀긴 큐브 감자, 토마토, 치즈, 양상추가 어우러져 풍성한 식감을 느낄 수 있다. 연말 파티 다이닝 음식으로 즐기기에 제격이라는 게 회사 측 설명이다. 또 크리스마스 디자인으로 특별히 제작한 겹과 쇼핑백 등 패키지도 함께 선보인다.



삼성물산 패션부문 '2021 동반성장데이' 행사

삼성물산 패션부문이 최근 서울 강남구 소재 본사에서 '2021년 동반성장데이'(사진)를 개최했다. 협력사와 상생협력을 바탕으로 공정거래에 앞장서고, 함께 성장하는 문화를 정착시키기 위한 행사다. 최우수·우수 협력사로 선정된 12개 업체에 상금과 현판 및 자녀 장학금 등을 증정하면서 소통의 시간을 갖고 동반성장 의지를 다졌다. 이준서 삼성물산 패션부문장은 "코로나19의 어려운 상황 속에서 협력사들과 깊은 신뢰, 긴밀한 소통을 바탕으로 위기를 지혜롭게 극복해왔다"며 "향후 '고객만족'의 공동 목표 아래 협력사와 든든한 동반자로서 함께 고민하고 성장해 나가겠다"고 했다.

“온라인 경험 확장”...이랜드 패션 브랜드의 변신

뉴발란스, 콘텐츠 통해 상품 노출
미쏘, 빅데이터 기반 사이즈 제안
스파오, 온라인몰 단독 상품 확대
폴더스타일닷컴, 상품 추천 강화

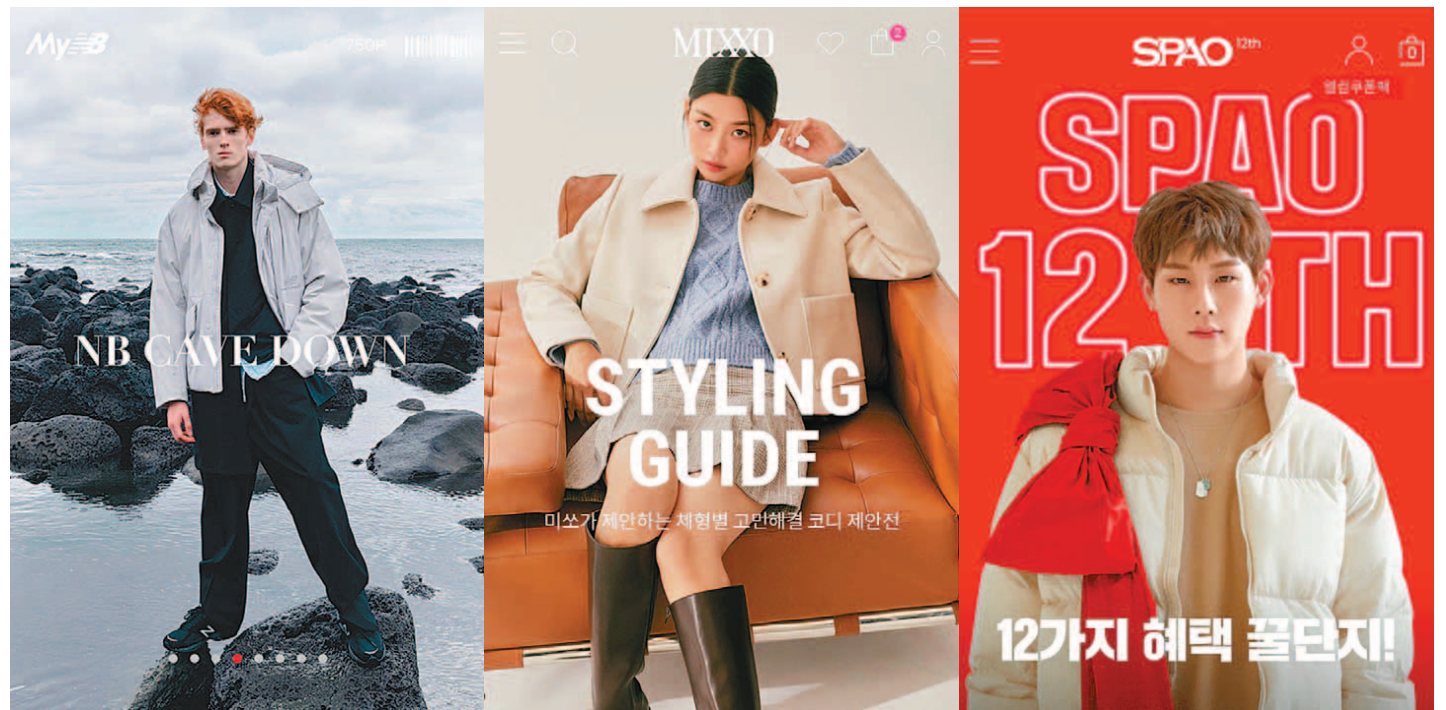
이랜드의 패션 브랜드들이 단독 온라인몰을 연이어 오픈하며 온라인에서 빠른 성장세를 보이고 있다. 단순한 판매 중심의 온라인 플랫폼이 아니라 자발적으로 자주 방문하게 해 데이터를 확보하고, 동시에 상품도 판매할 수 있는 디지털 고객 경험을 만들고 있다. 각 브랜드의 핵심 고객이 선호하는 콘텐츠를 선보이며 브랜드 팬심 모으기에 나선 것이다.

●놀이 콘텐츠 강화한 뉴발란스 'MY NB'

뉴발란스는 멤버십형 공식 온라인몰인 'MY NB(마이엔비)'를 선보였다. 판매 상품이 바로 보이지 않고 이벤트와 퀴즈 등 재미있는 놀이 콘텐츠 위주의 'NB PLAY' 탭을 만날 수 있다. 건강한 라이프스타일을 지향하는 브랜드 성격에 맞게 러닝 클럽과 여성 피트니스 클래스 등을 모집하고, 스트라바 앱을 연동해 일상 속에서도 러닝을 이어갈 수 있는 'SPORT' 탭도 신설했다.

고객은 브랜드가 제안한 콘텐츠를 즐기며 앱 체류 시간이 길어지고 자연스럽게 브랜드가 추구하는 가치와 신상품을 접하게 된다. 브랜드 입장에서는 뉴발란스 마니아를 위한 마케팅을 진행하면서 고객 충성도를 높일 수 있다.

여성복 미쏘와 로옴은 미쏘닷컴과 로옴닷컴에서 '큐레이션 서비스'를 운영 중이다. 빅데이터를 활용해 체형별 맞춤 사이즈를 제안하는 '마이 핏 사이즈' 서비스와 '고객 사이즈별 맞춤 리부 필터링' 등 강화된 큐레이션 서비스를 통해



이랜드의 패션 브랜드들이 브랜드 정체성이 담긴 단독 온라인몰을 잇달아 선보이며 차별화를 꾀하고 있다. 뉴발란스의 MY NB, 큐레이션 서비스를 내세운 미쏘닷컴, 스타일 콘텐츠를 강화한 스파오닷컴(왼쪽부터). 사진제공 | 이랜드

편리한 온라인 쇼핑 환경을 구축했다.

마이 핏 사이즈 서비스는 자신의 키와 몸무게를 입력하면 기존 구매 고객의 빅데이터와 본인이 예전에 구매했던 내역을 바탕으로 비교해 적정 사이즈를 추천해준다. 사이즈뿐 아니라 함께 매치하면 좋은 상품도 제시한다.

SPA(제조직매입) 브랜드 스파오는 스파오닷컴을 리뉴얼했다. 콘텐츠를 즐길 수 있는 '스냅' 탭을 신설한 게 특징이다. 스파오가 보유한 인플루언서 300명이 자신만의 스타일로 스파오의 의류를 소화한 콘텐츠를 볼 수 있다. 트렌드에 민감한 다양한 스타일을 소개함으로써 브랜드 정체성을 잘 보여준다는 평을 듣고 있다.

스파오는 온라인 전용 상품의 비중을 늘림과 동시에 스파오닷컴에서 단독 출시하는 상품도 늘렸다. 대표적 콘텐츠인 협업 상품을 온라인에서 선출시켜 반응을 살피고 이어 오프라인으로 출시하고

있다.

회사 측은 "예전에는 다양한 온라인 채널에 입점해 고객과의 접점을 늘리는 게 트렌드였다면 이제는 브랜드 정체성을 집중해서 보여줄 수 있는 단독 온라인몰을 만드는 게 추세"라며 "단순히 판매 중심의 온라인몰이 아니라 고객이 자발적으로 자주 방문할만한 '온리 콘텐츠'를 선보여 온라인으로 빠르게 옮겨가고 있는 고객을 사로잡을 계획"이라고 했다.

●라이프스타일 플랫폼 '폴더스타일닷컴'

11월 8일 론칭한 폴더스타일닷컴(FOOLDERSTYLE.COM)도 인기다. 브랜드 가치를 높이는 다양한 콘텐츠와 최적화된 개인화 인공지능(AI) 솔루션을 도입한 취향 기반 온라인 패션 플랫폼이다. 신발 편집숍 브랜드 '폴더'의 이름을 활용했다. 기존 폴더 오프라인 매장의 신발 브랜드를 기반으로 의류와 잡화까지 원스톱 쇼핑이 가능하다.

'by FOR U'라는 추천 서비스를 통해 큐레이션 서비스를 강화했다. 성별, 연령대, 관심 있는 스타일을 선택하면 기존 고객 구매 데이터를 기준으로 상품 및 브랜드를 추천해준다. 또 폴더크루 400명을 기반으로 브랜드 핵심 상품을 구매와 연결시킬 수 있는 '크루 갤러리'를 운영한다. 폴더크루가 직접 스타일링한 사진을 갤러리 형식으로 볼 수 있는 콘텐츠다.

전국 풀더 매장에서 근무하고 있는 직원을 포함한 폴더크루 약 400명은 각자의 스타일을 통해 폴더 상품을 홍보하는 마케터 역할을 동시에 하고 있다.

회사 측은 "폴더의 주요 고객층은 25~34세의 젊은 연령층으로 새롭고 가치 있는 브랜드와 상품을 찾고 트렌드를 리딩하는 특성을 가진다"며 "이런 점을 반영해 새로운 브랜드 발굴과 큐레이션 기능을 대폭 강화한 플랫폼을 만드는 데 집중했다"고 했다. 정정욱 기자 jay@donga.com

소중한 반려동물 간식으로 '지오하임' 어때?

유당 제거한 '몽블랑치즈바' 인기
100% 유기농 영양오일 건강 도움

반려동물 헬스케어 솔루션을 개발하는 스타트업 지오하임의 신제품이 주목받고 있다.

먼저 반려견 천연 영양간식 '몽블랑치즈바'를 내놓았다. 우유(99.99%)와 0.01%의 바다소금으로 만들었다. 인공첨가물이 들어가지 않았고, 유제품의 유당 성분을 제거한 락토스프리 제품이라서 안심하고 먹일

수 있다. 고단백, 저지방에 칼슘과 비타민 성분까지 함유했다.

치즈를 3~7개월간 숙성과 건조시간을 통해 단단한 제형으로 만들어 오랫동안 씹아 먹을 수 있게 했다. 반려견의 몸무게와 성격에 맞게 먹일 수 있도록 4가지(S, M, L, XL) 크기로 구성했다. 소형견용인 스킨(S)사이즈(스틱 3개입, 9900원)를 구매하면 2~4주 간 먹일 수 있다. 영양 많은 건강한 간식을 오랫동안 먹을 수 있다는 점에서 일 반 개껌과 비교해 가성비도 좋다는 게 회사 측 설명이다.



지오하임의 몽블랑치즈바. 사진제공 | 지오하임

'에킬리브르 영양오일'도 인기다. 프랑스 트뤼프무스타슈사와 독점 계약을 맺은 제품으로, 개와 고양이를 위한 프리미엄 영양오일이다. 천연식물성 원료만을 사용

한 100% 유기농 영양오일로 피부와 모질 개선, 관절 강화, 심장질환 예방, 스트레스 완화, 면역력 강화에 도움을 준다.

상품명 '에킬리브르(균형)'에 드러나듯 반려동물에게 꼭 필요한 오메가3,6와 무기질, 비타민 등이 균형 있게 함유돼 있다. 반려동물이 평소 먹는 사료에 하루에 한번 작은 한 스푼 정도 뿌려주면 된다. 1병을 구매하면 몸무게 10kg 이하 반려견 기준 약 3개월가량 먹일 수 있다. 반려묘에게는 약 1개월 분량이다. 두 제품 모두 지오하임 브랜드샵 'PETBOON(펫본)'에서 구입할 수 있다. 정정욱 기자

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com

뇌가 색시해지는 하루 두뇌게임

강주현의 퍼즐월드

위 정사각형 안에는 1~9까지의 숫자가 나열되어 있습니다. 이 숫자들을 사용해 가로, 세로, 대각선 방향은 물론 작은 정사각형 안에도 1~9까지의 숫자가 골고루 들어가도록 해 보세요.

■ 스도쿠문제

		9	5	2				
	5		4	1		9		
4			8		2			5
	2	3			4	5		
5								3
	1	6			8	2		
6			2	5				7
	7		9		8		4	
		2		7	5			

■ 스도쿠정답

9	8	5	7	1	8	9	2	6	1
2	7	1	8	9	6	5	4	3	8
1	6	9	5	1	2	8	7	9	4
6	2	8	6	7	9	1	5	4	3
8	9	7	6	2	1	7	8	9	5
1	5	7	9	8	4	2	6	3	7
5	4	3	2	6	8	1	9	7	5
8	6	9	1	5	7	4	2	3	8
7	1	2	4	3	9	6	5	8	7
4	3	2	1	8	9	7	6	5	4

■ 낱말문제

1	2	다	3	4	5
15	16		17	18	
14		가		19	
13			21	20	
12			10	나	9

■ 열쇠

01. 큰세고 기개가 있는 여자. 02. 잘게 부스리진 물건. 03. 무거운 물건을 들어 올려 아래위로 수평으로 이동시키는 기계. 04. 고려·조선 시대에 비 오기를 빌던 제사. 05. 광석을

녹여 금속을 뽑아내어 정제하는 곳. 06. 어떤 일의 내막을 잘 아는 사람. 07. 공기가 통하도록 낸 구멍. 08. 조합에서 생활용품 등을 공동으로 사들여 조합원에게 싸게 파는 곳. 09. 신분을 알 수 없는 평범한 사람들. '오삼오사' 10. 모임에서 진행을 맡아보는 사람. 11. 육아 매거진이나 육아 데스크는 짚으로 만든 굵은 줄. 12. 법의 새끼. 13. 종이를 사고파는 일을 업으로 하는 사람. '오물오' 14. 위와 가운데와 아래. 15. 억울한 일이나 딱한 사정 따위를 호소함. 16. 남자의 서양식 보통 예복의 하나. 17. 가옥 같은 부동산을 매매하는 일이나 임대차를 증가하여 주는 곳. 18. 불을 끄도록 마련한 물. 19. 물 위에서나 땅 위에서나 두루 쓸 수 있는 것.

플레이 스토어 - 경품광고퀴즈, 날마다운세, 매직스도쿠

■ 낱말정답

단어 이어가기: 낱말을 모두 풀 다음 가~다란을 이어놓으면 개요 제목이 됩니다.

교	류	류	10	11	12	13	14
술							
용	용	공	복	15			
불				16			
학				17			
관				18			
19							
10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25