'통큰'상품 이어 '손큰'상품 히트… 이젠 세계로

LOTTE Mart

올해 4월 창립 16주년을 맞이하는 롯데마트는 차별화된 상품과 서비스의 개발, 협력사와의 동반 성장 활동 등을 통해 고객에게 사랑받는 브랜드로 자리매김했다.

2010년 4월 가치혁신상품을 선보인 것을 시작으로 우수한 품질의 상품을 합리적 가격에 제공하는 '통큰' 상품, 우수 중소기업과 공동 기획을 통해 동반 성장에 기여하는 '손큰' 상품을 100개 이상 출시했다.

또 현장 우선 경영을 통해 고객의 요구에 귀를 기울이기 위한 다양한 노력도 펼쳤다. 기존 대표이사가 조직도의 최상단에 위치해 하향식으로 업무를 지시하는 피라미드 구조의 조직형태를 과감히 탈피한 것이다.

이런 시도는 협력사로도 이어졌다. 노병용 롯데마트 사장은 '우리는 항상 을(乙)입니다' 라는 슬로건 아래 협력사에 대한 행동지침을 골자로 하는 바른 경영을 선포했다. 이 경영 방침은 해외 매장으로도 이어지고 있다.

유윤정 조선비즈 기자

국산차 가격의 수입차 QM3, 7분만에 1000대 팔려

르노삼성자동차

2000년 9월 1일 출범한 르노삼성자동차는 글로벌 자동차 그룹인 르노-닛산의 일원이지만 토종기업 못지 않게 한국 경제에 이바지하고 있다. 부산에 생산 공장, 경기도 기흥에 중앙연구소, 서울에 본사를 두고 차량을 개발·생산해 세계 80개국에 수출하고 있다.

르노삼성자동차는 특히 차별화된 품질과 서비스로 정평이 나있다. 대표 모델인 중형 세단 SM5는 90만대 가까이 팔리며 국내 시장에서 꾸준한 사랑을 받았다. 2007년부터 부산 공장에서 생산하는 QM5는 '꼴레오스' 라는 이름으로 유럽 시장에 수출되고 있다. 최근에는 스페인에서 생산한 QM3를 수입차임에도 국산차 수준의 합리적인 가격에 출시해 사전 예약을 받은지 7분만에 1000대가 팔리는 기염을 토하기도 했다.

르노삼성자동차는 전기차 분야에서도 시장을 선도하고 있다. 지난해부터 부산 공장에서 전기차인 SM3 Z.E를 양산해 국내 친환경차 분야 발전에 이바지하고 있다. 이재원 조선비즈 기자

대우차 금융사 경험 살려 자동차금융 부문 대상

JB우리캐피탈

JB금융지주 계열의 여신전문금융회사 JB우리캐피탈이 2014년 한국의 가장 사랑 받는 브랜드 자동차금융 부문 대상을 수상했다. 2011년 대우자동차 판매에서 전북은행으로 주인이 바뀐 후 대우차 전속 금융사에서 자동차금융 전문회사로 성공적으로 변신했다는 평가를 받았다. 신차 중심의 할부금융에서 탈피해 사업영역을 중고차, 렌터카 분야로 넓히고 있다. JB금융지주 계열 편입 초기 월 5억원 미만이던 중고승용차 부문 여신(취급액)은 올 들어 월 200억원 이상으로 성장했다. 렌터카 부문도 월 60억원 이상 매출을 올리고 있다. 그 결과 2010년 157억원 적자에서 이듬해인 2011년에는 81억원 흑자로 전환했고 지난해에는 순이익 211억원을 달성했다. 올해에는 자산 4조원, 순이익 300억원을 목표로 할부·시설대여 업계 5위에 이름을 올릴 계획이다.

JB우리캐피탈 관계자는 "지난해까지 회사의 주요 목표가 영업의 확대, 이익의 증가였다면 올해에는 업무의 효율성을 높이기 위한 각종 경영효율화 관리시스템을 확충해 내실을 다지는 것이다"라고 말했다.

변기성 조선비즈 기자

내가 찾던 상품만 보이네?… 맞춤 쇼핑 서비스 인기

AUCTION

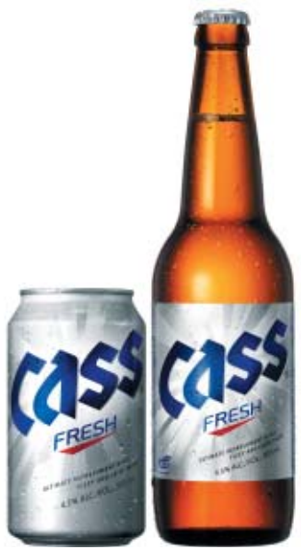
최근 모바일을 통해 쇼핑을 즐기는 이들이 급속히 늘어난 가운데 오픈마켓 '옥션(이베이코리아)' 이 사업 환경 변화에 발맞춰 진화하고 있다. 2000만 명의 회원을 보유 중인 옥션은 15년 간의 상품 데이터 운영 노하우를 살려 맞춤형 상품 추천 서비스를 인터넷뿐 아니라 모바일에 적용했다. 또 결제 서비스도 한층 간편하게 바꿔 업계를 선도하고 있다. 옥션은 오픈마켓 최초로 모바일에 가격비교 기능을 탑재했고, 회원의 구매 데이터 축적에 기반한 맞춤 상품 추천 기능을 도입했다. 현재 옥션 이용자는 아웃도어·카메라·패션 등 취미나 라이프스타일에 따라 관심 상품군을 설정하면 그에 맞는 인기 상품을 매일 추천받을 수 있다.

옥션 관계자는 "과거 다수의 물품을 늘어놓는 수준의 오픈마켓은 경쟁력을 잃었다고 판단한다"며 "고객 맞춤형 서비스를 도입한 결과 전체 거래액 대비 모바일 쇼핑 비중이 2012년 5%에서 2013년 20%로 크게 늘었다"고 말했다.

옥션은 고객의 소리를 직접 들을 수 있는 고객서비스센터를 구축해 고객들의 쇼핑 편의성을 높이고 있다. 허성준 조선비즈 기자

갓 뽑아낸 생맥주 느낌, 소비자 사로잡았다

cass



오비맥주는 신선도를 앞세워 대한민국 넘버원(No.1)으로 등극한 맥주 '카스' 로 브랜드 대상을 받았다.

카스는 1994년 출시 이후 끝없는 혁신과 도전으로 변화의 바람을 불러 일으키며 거침없이 성장하고 있다. 신선함과 짜릿함은 2030 젊은 세대를 넘어 전 세대에 걸쳐 사랑받을 수 있는 무기다. 최근 단행한 6번째 BI(브랜드 이미지) 리뉴얼 작업으로 더욱 젊고 역동적인 콘셉트로 재탄생했다.

카스는 생기 넘치는 역동적인 맥주 브랜드를 표방해 왔다. 광고 역시 동시대의 가장 에너지 넘치는 스타들을 모델로 기용해 젊고 역동적인 브랜드 이미지를 효과적으로 전달했다.

카스는 신선함을 전면에 내세우며 소비자들의 입맛을 사로잡았다. 특히 카스 특유의 '신선하고 톡! 쏘는 상쾌함' 을 마케팅 전면에 내세우고 있다. 카스는 판매 속도가 워낙 빨라 소비자들은 항상 갓 뽑아낸 생맥주나 다름없는 카스 병맥주를 즐길 수 있다는 것이 강점이다. 카스는 매년 대학축제를 지원하며 젊음과 함께 호흡해 오고 있다. 올해로 3년째가 되는 프로야구 통합 포인트제도인 '카스 포인트' 도 운영 중이다. 또 '카스 포인트 어워즈' 역시 대한민국 최고의 프로야구 시상식으로 자리매김했다. 박지환 조선비즈 기자

2배 진한 세제… 출시 8개월만에 시장점유율 1위

LiQ 2배 진한 겔 리큐

애경의 액체세탁세제 '리큐' 가 세탁세제 시장을 재편하고 있다. 2010년 5월 출시된 리큐는 출시 7개월 만에 누적 매출 100억원을 돌파했고, 8개월만에 시장점유율 1위를 달성했다. 지난해 1월까지 누적매출만 500억원이 넘는다.

애경은 '리큐 2배 진한 겔' 의 성공이 철저한 소비자 분석에서 비롯됐다고 보고 있다. 제품 출시 전 주부를 대상으로 수 차례 설문을 진행하며, 기존 세제 용기의 불편함과 정량 계량의 어려움을 파악했기 때문이다.

애경 관계자는 "세제를 눈대중으로 넣는 주부가 많은 것을 감안해 '세탁볼 겸용 계량 뚜껑' 을 만들어 소비자가 자연스럽게 정량을 사용하도록 유도했다"며 "소비자가 경제적으로 세제를 사용 수 있도록 유도한 것이 제품에 대한 신뢰도를 높인 것 같다"고 말했다.

정량 사용을 컨셉트로 한 캠페인 활동도 활발한 편이다. 애경은 '세탁세제 정량만 쓰세요' 캠페인을 진행하며 리큐가 친환경세제인 것을 알리고 있다.

허성준 조선비즈 기자

2014 기자가 본 100大 뉴스

월별로 엄선한 국내외 주요기사와 화보로 구성

「2014 기자가 본 100大뉴스」에는 2013년도 한 해동안 일어난 주요 뉴스를 편집기자들이 월별로 엄선, 집필하여 게재하였습니다. 모두 800여 페이지에 이르는 100大뉴스는 국내외 주요 사건들과 정치, 경제, 사회, 문화 등 각 분야의 이슈를 다루었으며 화보와 심층기사로 알차게 정리했습니다.

●발행처 : 한국편집기자협회 ●구입문의 : 02)3775-1960,1911