

서비스 품질 강화... 7일 내 쿠폰 전액 환불



소셜커머스 업체 그루폰코리아가 지난달 국내 파트너사 500개 업체를 대상으로 실시한 설문조사 결과를 공개했다. 서비스 만족도를 경쟁사와 비교한 설문조사였다.

이 조사에서 파트너사의 55%가 그루폰의 파트너 매니저(PM)가 경쟁사보다 만족스러웠다고 답했다.

PM은 파트너사 컨설팅과 관리 등을 해주는 그루폰의 독자적인 시스템이다. 파트너사와 계약을 체결한 이후에도 꾸준히 관리를 하면서 파트너사의 성장과 이용자의 만족도를 모두 높여주기 위한 제도다. PM이 제공하는 소비자 분석 자료가 마케팅이나 영업에 도움이 되는지라는 질문에는 73.9%의 파트너사가 '만족한다'고 답했다.

황희승 그루폰코리아 대표는 "파트너사의 영업에 도움이 되는 마케팅 플랫폼을 지향한다는 점에서 그루폰 파트너 매니저 시스템이 긍정적인 평가를 받은 것은 매우 고무적인 일"이라고 말했다.

그루폰코리아가 2012년 한국의 가장 사랑받는 브랜드대상 소셜커머스 부문 대상을 받으면서 그동안 진행한 다양한 고객만족 시스템을 빛을 보고 있다.

그루폰코리아는 세계 1위 소셜커머스 업체인 그루폰이 지난해 3월 한국에 세운 지사다.

그루폰코리아는 최근 1주년을 기념해 '만든 사람의 책임'이라는 주제 아래 서비스와 품질을 더욱 강화하겠다는 의지를 밝혔다. 또 강화된 소비자보호정책인 '그루폰 프로미스 2.0'을 발표해 구입 7일 이내 미사용 쿠폰은 전액 환불이 가



그루폰코리아 제공 그루폰코리아는 창립 1주년을 맞아 소비자 보호 정책을 강화하고, 파트너에 대한 고객 서비스를 평가하는 등 내실을 강화하는 데 초점을 맞추고 있다.

능하도록 했다. 그루폰에서 쿠폰을 산 고객이 일반 고객과 비교해 차별을 받거나 재고 부족 등으로 공급이 불가능한 상황이 생기면 100% 환불을 보장했다. 이외에도 그루폰코리아는 지난달부터 익일배송 서비스를 시작했고, 더 나은 고객 서비스를 위해 고객센터 개편 등도 함께 진행하고 있다.

그루폰코리아는 파트너사의 검증과 거래 이후 고객서비스 평가를 위한 '미스터리 쇼퍼 제도'도 운영 중이다. 한국의류산업협회와 업무협약을 체결하고 소셜커머스에 올라오는 상품의 진위를 평가하는 품질보증 작업도 함께하고 있다.

그루폰코리아는 온라인을 기반으로 고객과 소통도 강화하고 있다. 공식 블로그와 함께 트위터, 페이스북에도 공식 계정을 만들어 운영 중이다. 이종현 조선비즈 기자 vitmania@chosunbiz.com

'모유 같은 분유'로 40여년간 국민건강 지켜



일동후디스는 일동제약의 자회사로 한국 최초의 종합유아식 아기밀을 비롯해 유아식, 건강식, 영양보충식, 유제품 등 지난 40여년간 끊임없는 품질개선을 통해 국민건강 증진에 힘써 온 대표적인 친환경 식품 전문기업이다.

세계적인 청정지역 뉴질랜드·호주의 사계절 청정원유로 만든 신개념 프리미엄급 분유 '트루맘' '뉴클래스' '산양분유'는 업계 최초로 로하스 인증과 로하스 어워드 최우수상, 한국농림협회 선정 유아식 부문 식품안전경영대상 수상했다. 또 여성이 뽑은 최고명품대상 9회 연속 수상, 한국 소비자 웰빙지수 3년 연속 1위 등도 수상했다. 특히 유아식업계에서 유일하게 식품의약품안전청의 '우수수입업소등록'과 한국경영인 협회로부터 대한민국 '2011 가장 신뢰받는 기업'으로 선정되기도 했다.

후디스 산양분유는 뉴질랜드에서 농약, 항생제, 인공사료, 성장호르몬 등을 일절 사용하지 않고 사계절 자연방목한 산양유로 직접 만들었다. 모유처럼 A1-β 카제인이 없는 천연 A2 우유로 단백질과 지방 구성이 모유에 가깝다. 유아에게 유산균 알레르기나 소화 장애의 염려가 그만큼 적은 것이다.

또 우유와 달리 모유와 동일한 유증분비방식으로 분비되는 산양원유로 만들어져 산양유 자체의 기능성 모유성분이 천연으로 함유되어 있다. 특히 아이의 골격과 근육을 발달시켜 주고 성장을 도와주는 초유 성장인자는 물론 면역시스템을 조절하고 장 건강에 도움을 주는 TGF-β



일동후디스 제공 뉴질랜드에서 농약, 항생제, 인공사료 등을 일절 사용하지 않고 산양유로 만든 일동후디스의 '후디스 산양유아식'.

와 신진대사를 활성화시키고 저항력을 길러주는 뉴클레오타이드, 뇌신경 세포를 구성하는 스피핑고마이엘린, 지방대사와 에너지 대사에 필수적인 생리활성물질인 L-카르니틴 등이 천연성분이 다양하게 함유되어 있습니다.

후디스 프리미엄 산양유아식은 산양유의 주산지인 뉴질랜드, 호주는 물론 프랑스, 독일, 스위스와 일본, 중국, 대만, 싱가포르 등 전세계 엄마들이 함께 먹는 제품이다.

한편 일동후디스는 '친환경 식품으로 평생건강에 기여한다'는 기업이념으로 명품유제품, 임산부용 식품, 다양한 유기농 식품, 음료와 차류 등의 신제품을 적극 개발하여 유아는 물론 성인 과 노인까지 아우를 수 있는 '종합식품기업'으로도 도약을 목표로 하고 있다. 김주현 조선비즈 기자 amicus@chosunbiz.com

소비자 마음 딱 읽어내는 '브랜드 박사' 박홍수 교수



'2012 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'에서 학술 공헌상을 수상한 박홍수 연세대 경영학과 교수는 연세대 경영학과를 졸업한 후, 미국 워싱턴대학교(University of Washington)에서 경영학 석사(MBA), 피츠버그대학교(University of Pittsburgh)에서 마케팅 전공으로 경영학 박사 학위를 취득했다.

박 교수는 '매니지먼트 사이언스' '사이콜로지 앤드 마케팅' 등 해외 유명 저널과 '마케팅연구' '소비자학연구' 등 국내 저널에 다수의 논문을 게재했다. 특히 '마케팅 활동, 브랜드자산 및 고객자산 간의 관계 형성과 전략' (2006), '광고모델 선호도가 광고태도, 브랜드 태도 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구' (2006) 등 브랜드 관련 연구를 지속적으로 수행해 왔다. 또 신제품 설계 부분의 최적화 프로세스 수립에 관한 연구와 국내기업의 글로벌 전략을 위한 비교 연구 분야에서도 명성을 쌓았다.

주요 저서로는 신제품 마케팅(학현사), 마케팅 원론(학현사), 크로스 마케팅 경영전략 I·II (라이트북닷컴), 기업을 위한 신제품 개발(중소기업진흥공단) 등이 있다.

박홍수 교수는 한국 마케팅 학회 부회장(2006~2007), 한국 소비자 학회 부회장(2007~2008), 한국 소비자 학회 회장(2009~2010)을 역임하였다. 2011년 여름에는 한국 경영학회 회장(2013)으로 선출됐다. 안석현 조선비즈 기자 ahngjia@chosunbiz.com

매트리스 체험 확장... 고객 맞춤 수면 진단



홈 인테리어 전문기업 '한샘'은 최근 침대 매트리스 신제품인 '컴포트아이(comfort.i)'를 출시하며, 소비자가 직접 사용하고 타제품과 비교해볼 수 있는 '수면존(zone)'을 확장·개선했다.

한샘이 이번에 내놓은 침대 매트리스 컴포트 아이는 지지력이 다른 7개의 스프링을 사용한 것이 특징이다. 이 매트리스는 어깨 부분에는 넓은 직경의 스프링을 사용해 부드러운 느낌을 주었으며, 허리 부분에는 좁은 직경의 스프링으로 탄력성을, 엉덩이 부분에는 중간 직경의 스프링으로 유연함을 제공한다.

한샘은 또 체형과 수면 습관이 다른 두 사람이 같은 침대에서도 편안한 수면을 취할 수 있도록 매트리스의 좌우를 나누어 경도를 선택할 수 있는 '컴포트아이 듀얼시리즈'도 개발했다. 이 매트리스는 스위스 레멕스(Remex)사와 공동으로 설계한 세계 최고 수준의 매트리스 제조기계로 생산됐다.

또 컴포트아이에는 침대 매트리스에 흡수된 땀과 노폐물로 인한 세균·집진·진드기·곰팡이 등을 차단할 수 있는 스위스 '세니타이즈드(Sanitized)'의 항균처리 기술을 이용했다.

한샘이 운영 중인 전국 5개 주요매장의 수면



한샘 제공 한샘은 주요매장의 수면존(매트리스 체험)을 확장·개선하고, 타 제품과 직접 비교·체험 해볼 수 있도록 했다.

존은 확장·개선됐다. 이곳은 소재별, 경도별, 브랜드별로 매트리스를 비교해 체험해볼 수 있도록 꾸며졌다. 지금까지 국내에서는 미국·유럽과 같이 다양한 브랜드와 소재를 비교 체험해 볼 수 있는 전문 매장이 없었다.

한샘의 수면존에서는 전문 영업사원이 고객 체형과 수면 습관에 대해 진단해주고, 고객이 직접 매트리스에 누워보며 느낀 것을 토대로 상담하는 프로그램도 진행된다. 일부 플래그십에는 체압분포기가 설치되어 신체 각 부분의 압력과 지지면적을 측정해 개별 소비자마다 신체조건에 맞는 매트리스를 고를 수 있도록 도와준다. 허성준 조선비즈 기자 huh@chosunbiz.com

상품명 쉽게 바뀌 국내 소비자에 '눈도장'



아영FBC가 수입·유통하는 '빌라 엠(villa M)'과 '빌라 엠 로소(villa M rosso)'는 이탈리아 북서부 지방의 최고급 와인 생산지인 피에몬테(Piemonte) 지역의 와인이다. 이 지역의 와인은 맛이 달콤한데 특히 발포성 와인(sparkling wine)이 유명하다.

빌라 엠과 빌라 엠 로소는 1974년 피에몬테 지역에서 화이트 와인을 생산하는 지아니 갈리아르도(Gianni Gagliardo)가 '누구나 마시기 쉬운 와인'이라는 콘셉트로 만든 와인 시리즈다.

빌라 엠이 국내에 첫선을 보인 것은 1995년이지만 원래 상품명은 '빌라 모스카텔(Villa Moscatel)'이었다. 아영FBC는 빌라 모스카텔이라는 이름이 국내 소비자가 기억하기 어렵다고 판단, 이탈리아 본사와 협의해 상품명을 빌라 엠으로 바꿨다.

아영FBC 관계자는 "와인의 상품명을 바꿔 수입·판매 하는 것은 흔치 않은 일"이라며 "소비자가 좀 더 기억하기 쉽도록 본사에 적극적으로 의견을 냈다"고 말했다.

빌라 엠 시리즈는 병 디자인도 파격적이다. 보통 여타 와인병은 종이 재질의 라벨이 붙어 있지만, 빌라 엠은 'nud bottle design'을 도입해 세련되고 깔끔하다는 평을 받

았다. 아영FBC 관계자는 "기본적으로 누드 보틀 디자인을 적용했고, 특별 에디션을 출시할 때만 별도의 라벨을 부착한다"며 "와인업계에서 빌라 엠과 같은 방식의 마케팅 전략을 사용한 곳은 없었다"고 말했다.

빌라 엠은 밝은 황금 색상의 스파클링 와인으로 이탈리아 최고급 와인으로 유명한 '바롤로(Barolo)'가 생산되는 피에몬테의 고급 포도 품종인 '모스카토(Moscato)'로 만들어진다.

아영FBC 관계자는 "빌라 엠은 식사 전 샐러드와 함께 마시거나, 식사 후 단맛의 디저트류와 어울린다"고 말했다.

빌라 엠 로소는 핑크 색상에 과일 향을 지닌 스파클링 와인으로 달콤한 과일 향을 느낄 수 있는 '브라케토(Brachetto)' 품종으로 만들어진다. 식사 전 샐러드 또는 디저트 와인으로 인기가 높다. 아영FBC 관계자는 "빌라 엠 시리즈는 14년 동안 대중적인 인기를 끌고 있으며, 특히 20~30대의 여성층에 인기가 많다"고 말했다. 허성준 조선비즈 기자



아영FBC 제공 이탈리아 최고급 와인 생산지인 피에몬테 지역에서 만든 '빌라 엠'



Your best way to nature™

