코스피 -15.58 (2758.71) | 코스닥 +2.13 (814.25) | 원·달러 환율 -2.20 (1384.00) | 금리(국고채 3년) -0.038 (3.046)

2024년 7월25일 목요일 전남일보

기업들, 브랜드 이미지 제고 '향기 마케팅' 눈길

유통·출판업계 '오감마케팅' 활발
치유·힐링 소비자 관심·수요 증가
매장·호텔·서적에 활용 고객 유치
"MZ세대 경험소비 트렌드 반영"

유통업계 등 기업들이 향기를 통해 브랜드 이미지를 각인시키고 고객들의 발길을 붙잡기 위한 '향기 마케팅'에 열을 올리고 있다.

24일 유통업계 등에 따르면 코로나19 기간 실내에서 머무르는 시간이 길어지면서 '향'에 대한 관심과 수요가 늘었다. 향기 시장이 커지고 중요성이 부각됨에 따라 기업들은 시그니처 향을 개발해 브랜드 이미지를 표현하는 등 향기를 이용한 마케팅을 적극 시도하고 있다. 치유와 힐링을 비롯해 공간·제품 마케팅 수단까지 확대되며 이종 산업 간 융복합도 활발하게 이뤄지고 있다.

신세계면세점은 지난 4월 업계 최초로 자체 캐릭터 '폴 앤 바니(Paul & Bani)'의 시그니처 향을 담은 향수를 선보였다. 고객들이 신세계면세점에서 경험을 기억하고 재방문할 수 있도록 라이프스타일 브랜드 이스턴에디션과 협업을 통해 오감 중 기억과 가장 연계된 후각을 자극할 향기를 개발했다.

롯데호텔은 지난 2019년 6월 시그니엘 호텔의 서비스 스케이프 향상을 위해 시그니처 향 '워크 인 더 우드(A Walk in the wood)'를 개발했다. 시그니엘 고유 향으로 당초 호텔 내부의 조향을 위해 개발했지만 투숙객들의 구매 문의가 쇄도하자 디퓨저 제품으로 출시해 판매하고 있다. 안방에서 호텔의 향을 느낄 수 있다는 점이 고객들을 끌어들인 것으로 보인다.

출판업계에서도 시각뿐만 아니라 후각·촉각·청각 등을 활용한 '오감 마케팅'에 나서고 있다. 출판업계 불황이 이어지자 새로운 경험을 독자들에게 제공해 고객을 유치하고자 하는 것이다. 체험형·참여형 콘텐츠를 중시하는 MZ세대들의 '경험 소비' 트렌드를 적극 반영한 것이기도 하다. 실제로 나태주 시인은 지난해 말 향기가 나는 시집 '잠시향'(존경과행복)을 냈고 오는 9월에는 사랑, 소망, 감사, 행복 각각의 주제와 향을 결합한 향기 시집 시리즈를 낼 예정이다.

지역백화점들도 후각을 활용한 향기 마케팅에 뛰어 들었다.

광주신세계 신관 지하 1층으로 향하는 에스컬레이터에서 내려 오른쪽으로 돌아가면 은은한 향기를 느낄 수 있다. 향수나 방향제 매장이 없는데도 이국적인 느낌의 향이 코끝을 자극하는 것은 캐주얼 브랜드 '후아유'가 자리잡고 있기 때문이다.

지난 2월 광주신세계 신관 지하 1층에 오픈한 후아유 매장에서는 '캘리포니아 드림'이라는 이름의 방향제를 사용한다. 이는 '캘리포니아 드림'이라는 브랜드 슬로건을 담아 자체 제작한 향기로, 지난 2000년 후아유가 처음 런칭할 때부터 쓰기 시작했다.

후아유는 미국 서부 캘리포니아 감성에서 출발한 브랜드로 고객들에게 차별화된 만족감을 선사하고자 향기 마케팅을 시작했다. 이때부터 전국 후아유 매장 중 30여 곳에서 캘리포니아 드림 방향제를 사용 중이다. 20년 넘게 향기 마케팅을 지속하는 이유는 고객들의 호의적인 반응 덕분이다. 오감 중 시각 외에 후각 경험을 통해 브랜드를 각인시키려는 마케팅의 일환으로 시작됐으나 많은 고객이 '후아유=향기'라고 떠올릴 만큼 향기 마케팅은 성공적으로 자리 잡았다.

또 광주신세계 본관 7층에 자리한 라이프스타일 패션 브랜드 내셔널지오그래픽은 지난 2017년부터 특별 제작한 유칼립투스 방향제를 매장에서 사용하고 있다. 브랜드와 어울리는 향기를 제작해 소비자 감정을 자극하고 전국 어느 매장을 가든 동일한 내셔널지오그래픽 브랜드라는 느낌을 얻을 수 있도록 같은 향기를 활용 중이다.

이정일 광주신세계 신관 팀장은 "고객 발걸음을 붙잡는 것부터 브랜드를 기억시키는 것까지 향기 마케팅에 주목하는 업체들이 많다"며 "향기 마케팅을 하는 매장을 찾아 브랜드의 향기를 직접 느껴보는 것도 흥미로운 경험이 될 것이다"고 말했다.

나다운 기자 dawoon.na@jnilbo.com

"시원한 여름 침구 만나보세요" 롯데백화점 광주점 코지네스트&레노마 매장에서는 다양한 여름 침구를 특가로 제안하는 '썸머 블랙데이 상품전' 행사를 26일부터 8월1일까지 진행한다. 냉감패드, 홑이불, 차렵이불 등 여름밤 시원한 단잠에 도움이 되는 다양한 여름 침구를 최대 70%까지 할인된 가격에 제안한다. 행사기간 중 금액대별 5% 상당의 금액할인 혜택과 더불어 감사품도 증정하는 이벤트도 함께 진행된다.

롯데백화점 광주점 제공

광주상의, 인턴형 미래내일 일경험 본격 추진

국제커리어, 내달 5일부터 운영
15~34세 미취업 청년 대상 교육

광주상공회의소는 2024년 미래내일 일경험사업 인턴형 5기 사전직무교육을 시작했다고 24일 밝혔다.

이 사업은 일경험이 부족한 미취업 청년에게 다양한 양질의 일경험 기회를 제공해 원활한 노동시장 진입을 지원하는 것을 목적으로 하는 고용노동부 사업으로 지난 3월 광주상의가 미래내일 일경험 호남권 지원센터로 선정됐고, 국제커리어는 광주지역 운영기관으로 참여해 기업과 청년들을 연결해 주는 디딤돌 역할을 하고 있다.

광주상의에 따르면 국제커리어가 추진하는 인턴형 일경험은 15~34세 미취업 청년들이 기업에서 직접 과업을 수행하면서 직무역량을 강화하는 사업으로 광주교통공사, 광주관광공사, 광주연구원, 광주그린카진흥원, 한국에너지공단 광주전남지역본부 등 60여개 공공기관, 강소기업 등을 통해 다양한 인턴형 일경험을 제공하고 있다.

국제커리어는 사무행정, 광고·마케팅 분야에 지원한 참여청년에게 지난 22일부터 기초공통과정(비즈니스 매너, 커뮤니케이션 기법) 및 직무심화과정(OA 교육, 홍보·마케팅 실무교육) 등의 사전직무교육을 2주간 실시하고 있으며, 교육수료자에 한해 오는 8월5일부터 20주간 인턴형 일경험을 제공할 예정이다.

미래내일 일경험 사업에 참여하는 청년에게는 4주 기준(1일 5시간 일경험) 140만원의 지원금이 지급되며, 참여기업에는 4주 기준 1인당 20만원 기업지원금과, 15만원의 멘토수당이 각각 지급된다.

국제커리어는 인턴형 일경험 참여기업 및 참여청년을 상시로 모집하고 있으며, 미래내일 일경험 유형별 프로그램에 대한 자세한 사항은 미래내일 일경험 호남권지원센터(062-350-5896) 또는 국제커리어 미래사업팀(062-223-9225~7)으로 문의하면 된다.

최권범 기자

KT, 음식점 민속촌과 '가맹점 디지털 전환' 협력

테이블 오더·서빙 로봇 도입

KT전남전북광역본부는 광주 남구 소재 돼지갈비 냉면 전문점인 민속촌과 함께 가맹점 디지털 전환(DX) 분야 협력을 주된 내용으로 하는 업무협약을 체결했다고 24일 밝혔다.

이번 업무협약식에는 김종희 KT전남전북법인고객본부 컨설팅담당 상무와 김란다 민속촌 대표이사 등 관계자 5명이 참석했다.

업무협약을 통해 KT와 민속촌은 기존 가맹점과 더불어 오픈 예정 매장들을 대상으로 KT의 프리미엄 테이블 오더 서비스인 '하이오더'와 '서빙로봇' 도입을 적극 추진할 계획이다.

민속촌은 광주지역을 대표하는 전통 맛집으로 현재 7개의 가맹점이 운영 중이며 목포 남악을 포함해 4개의 매장을 추가 오픈할 예정이다.

민속촌은 올해 신규 매장에 서빙로봇 7대와 하이오더 35대를 도입한 결과, 매장 운영 효율성이 높아졌고 빠른 회전으로 예상보다 많은 매출을 올리고 있다.

또 벨 호출음이나 직원을 부르는 소리, 카트를 끄는 소리가 없어 조용한 매장에서 고급스러운 서비스 제공이 가능하다고 전했다.

김용남 KT 전남전북법인고객본부장 상무는 "민속촌의 프랜차이즈 사업 증진에 도움이 될 수 있도록 차별적인 상품·서비스 제공과 홍보를 지원하고 외식업계의 디지털 전환을 선도할 수 있도록 최선의 지원을 약속하겠다"고 말했다.

박소영 기자

진일보
@jnilbo
Kakao Talk : 진일보
E-Mail : jebo@jnilbo.com
진일보는 전남일보가 제공하는 뉴스서비스입니다.
한발 빠르고 정확한 소식을 전달하기 위해 노력하겠습니다.
많은 의견과 제보를 바랍니다.

광주은행-서구청, '맘스터치 지원사업' 협력

저소득 부녀가정에 4천만원 기부

광주은행은 지난 23일 본점에서 김이강 서구청장, 고병일 광주은행장 및 관계자가 참석한 가운데, 광주 서구청 민·관협력 '맘스터치 지원사업'을 위한 기부금 전달식을 개최했다고 밝혔다.

'맘스터치 지원사업'은 서구 내 저소득 부녀(父女)가정 자녀에게 엄마를 대신해 청소년 시기 가장 필요한 속옷과 화장품을 지원함으로써 건강한 양육 여건 조성을 돕는 사회공헌 사업이다.

전달식에서 광주은행은 4000만원 상당의 기부금을 전달했으며, 전달된 기부금은 서구 관내 부녀가정으로 등록된 여성 청소년(초4~고3) 120여명의 물품 구입을 지원할 예정이다. 청소년이 직접 지정된 매장을 방문해 1인당 2회차에 걸쳐 속옷과 화장품을 직접 고를 수 있게 해 심리적 안정감과 경제적 부담감이 해소될 것으로 기대된다.

고병일 광주은행장은 "한부모가정 중에서도 취약한 부녀가정에서 엄마의 부재로 고민하는 여성 청소년들에게 광주은행의 따뜻한 사랑이 전달됐으면 좋겠다"며 "앞으로도 광주·전남 대표은행의 사명감으로 다양한 사회공헌활동에 앞장서겠다"고 말했다.

최권범 기자

하이트진로, 광주 맥주 축제 공식 후원

25~27일 광주축구전용구장 주차장

하이트진로는 25일부터 27일까지 3일간 광주축구전용구장 제2주차장에서 열리는 '2024 광주 FC X 켈리 맥주 페스타(2024 Gwangju FC TERRA X KELLY BEER FESTA)'에 공식 후원사로 참여한다고 24일 밝혔다.

하이트진로는 2019년부터 4회째 공식 후원사로 참여하고 있다.

이번 축제는 '청년 다 비워라(청년 多 Beer 樂)'를 주제로 열린다. K-팝 공연, DJ EDM 파티, 댄스 공연 등과 지역대표 먹거리존, 타투 스티커존 등의 풍성한 즐길거리를 마련했다.

지역 프로축구단 광주FC와 함께 진행하는 축제에서 하이트진로 신제품 '테라 라이트'와 '켈리', '일품진로' 등의 제품과 이벤트를 즐길 수 있다.

일일 약 1만명 이상 참여할 것으로 예상되는 축제기간 동안 방문객들은 얼음으로 가득 찬 '맥주 연못'에서 시원하게 보관한 '테라 라이트'와 '켈리' 병맥주를 마실 수 있다.

하이트진로 관계자는 "하이트진로가 지역 상생에 기여하고자 꾸준히 함께 해오고 있는 광주맥주축제가 지역 대표 축제로 자리잡을 수 있도록 지원을 아끼지 않겠다"고 말했다.

최권범 기자