단오절 특수로 중국 온라인몰 매출 급상승

청뚜지사

618 기간, 특집판매 성공

- 6월 1일부터 6월 18일까지 중국 온라인 몰들의 단오절 특집판매전 기간은 통상 '618 기간'이라 불리며, 단오절 관련 상품이나 선물세트가 불티나게 팔리는 대목기간이다.
- 중국의 유명 온라인몰 징동(京东)의 618 기간 누계 판매액은 1,592억 위안으로 전년 동기 대비 37% 증가율을 보였다. 징동은 50만개의 온·오프라인 매장들과 함께 판매를 진행했으며, 618 당일 징동따오지아(京东到家)에서 판매한 월마트 제품은 전년 동기 대비 판매액 4배 상승이라는 대기록을 세웠다. 이밖에도 용휘마트(永辉超市) 판매액은 전년 동기 대비 5배, 부부가오(步步高)는 2.6배, 세기연화(世纪联华)는 무려 7배나 증가했다.
- 618 기간 동안 징동은 물류 준비 및 소비예측 시스템으로 24시간 총알배송 서비스를 제공했다. 또한 27개의 무인 시스템 창고 및 화북지역의 자동화 냉장냉동 물류시스템 센터를 통해 물류 처리능력이 전년 동기 대비 1,415% 상승했다.
- 단오절 특수를 노린 중국 온라인몰들은 편리한 결제 및 반품, 신속한 배송에 더불어 신선식품까지 배송해 줌으로써 마케팅에 성공할 수 있었다.
- 특히 알리페이, 위챗페이 등을 통한 QR코드 스캔지불방식은 핸드폰터치 단 몇번으로 구매가 가능하도록 해 매출상승에 기여했다.

징동618 온라인몰 배너광고

SNS연동 · 편의성 전략 효과 만점

- 대형 유명 온라인 몰들의 신속 배송 및 반품수거 시스템, 7일 이내 무조건 환불 시스템, 24시간 언제든지 가능한 1:1 고객 채팅 문의 및 피드백 대응 등의 소비자 중심 서비스는 이미 한국을 훨씬 앞선 것으로 분석된다.
- 베이커리의 빵 등 음식배달은 물론이고 신선 과일·채소, 마트·편의점 제품까지 바로 배달되는 시스템은 바쁜 현대인들의 명절준비에 톡톡히 한몫을 했다.
- 여기에 SNS를 통한 소비자들의 자발적 제품홍보와 온라인 몰로 연동되는 구매시스템이 더해지며 618 기간의 판매신화를 이루어냈다.
- 해마다 진행되는 중국의 618 기간처럼 한국기업들도 중국 온라인 몰의 특수성에 기댄 마케팅을 기획한다면 새로운 매출기록을 세울 수 있으리라 예상된다.

출처 : www.abi.com.cn, JD.com