

2022 국가서비스대상 수상 사례

2022. 09



I|P|S 산업정책연구원
The Institute of Economic Policy Issues

롯데칠성음료(주)_칠성물

차별화된 특화 서비스를 통해
새로운 고객 경험 창출하는 음료 시장 1등 기업



제조사 직영 플랫폼에서만 할 수 있는 특화 서비스 제공,
고객 데이터를 활용한 맞춤형 서비스 제공 등
디지털 환경 최적화와 이용 편의성 강화를 통한 경쟁력 확보

Background

칠성물은 롯데칠성음료(주)의 공식 직영물로 2013년 생수 홈 서비스를 제공하는 디지털 플랫폼으로 시작하였다. 현재는 칠성사이다, 아이시스와 같은 자사 대형 브랜드를 중심으로 디지털 환경에서 식음료 제품을 구매할 수 있도록 하는 서비스를 제공하고 있으며, 제조기업에서만 제공할 수 있는 단독 패키지 제품과 함께 특화된 서비스를 운영하며 '격이 다른 음료 전문물'로써 소비자에게 음료에 대한 새로운 경험을 제공하고 있다

Service Program

칠성물은 '격이 다른 음료 전문물'이라는 브랜드 콘셉트하에 롯데칠성음료 브랜드의 지향점이 담겨 있는 제품들을 중심으로 차별화된 서비스를 제공하고 있다. 칠성물의 가장 많은 유저들이 이용하고 있는 음료 정기 구독 서비스인 정기배송은 고객 생애주기와 라이프스타일을 고려하여 패키지 구성의 다양화도 추진 중에 있다. 1인 가구와 다인 가구의 소비 유형에 맞는 음료/생수 구성과 탄산음료 섭취를 자주 하는 가정을 대상으로 '제로 탄산 기획팩' 서비스를 제공하고 있으며, 어

린이 전용 유기농 워터를 보장하여 어린 자녀가 있는 가구에서도 편하게 이용할 수 있도록 서비스를 지속 강화하고 있다. 이 외에도 세븐일레븐과의 협업을 통해 칠성물에서 선별한 와인/위스키 등 주류 제품을 가까운 세븐일레븐 매장에서 픽업할 수 있는 '스마트오더' 등 다양한 서비스들을 제공하고 있다.

Subject(주체)

롯데칠성음료(주)는 '건강하고 행복한 삶에 기여합니다.'라는 기업의 비전 아래, '사람'과 '브랜드', '시스템'의 3가지 가치를 최우선으로 삼고 미래가치 창출을 위한 지속적인 투자를 통해 소비자의 풍요로운 삶에 기여하는 기업, 최고의 제품으로 신뢰받는 기업, 사회와 함께 더불어 성장하는 기업이 되기 위해 노력하고 있다.

칠성물은 이러한 기업 가치와 비전을 바탕으로 고객 니즈에 부합하는 서비스를 제공하고, 트렌드에 맞추어 빠르게 대응하여 칠성물만의 차별화된 서비스로 새로운 고객 경험을 창출하고자 한다. 이와 함께 미래 고객과의 긍정적 관계를 지속적으로 형성해 가는 것을 목표로 하고 있다.

제조사 직영 플랫폼에서만 할 수 있는 특화 서비스를 통해 브랜드와 제품을 소비하는 경험을 새롭게 디자인



공장에서
생산 후
다이렉트
직배송

기획 패키지
한정 수량
개발/판매

고객 데이터를
활용한 맞춤형
서비스 제공

Environment(환경)

국내 음료 시장의 경우 상대적으로 산업 진입장벽이 낮아 대형 유통 업체의 PB상품의 출시가 확대되는 등 경쟁이 심화된 상태이며, 많은 이커머스 플랫폼에서 다양한 제품 카테고리와의 함께 가격, 배송, 서비스 갖추면서도 풍부한 콘텐츠를 차별화 포인트로 가져가는 등 경쟁이 치열해지고 있다. 위와 같이 이커머스 플랫폼에서 경쟁력과 고객 확보가 치열해지고 있는 가운데, 칠성물 서비스 브랜드는 롯데칠성음료의 자사 브랜드 자산을 적극 활용하여 차별화된 제품을 제공하고, 디지털 경험에 특화된 서비스 혜택을 제공하는데 힘쓰고 있다. 또한, 최근 식음료 시장에서 소비자의 건강에 대한 관심도와 욕구가 증가되고 있고 섭취 선호도와 소비패턴이 변화되고 있어 칠성물 또한 다채로운 제품과 서비스 포트폴리오를 통해 대응하며 차별화를 꾀하고 있다.

Resource(자원)

롯데칠성음료(주)는 자사 브랜드 제품의 세일즈 활성화 및 마케팅 관점에서의 칠성물의 육성, 서비스 고도화를 위해 E커머스 부문을 새롭게 신설하고 외부 전문가를 영입하였다. 칠성물은 새로운 조직 하에 현재 제공하는 있는 서비스 환경 및 고객 니즈를 다시 점검하고, 고객 케어 프로그램의 고도화 및 개인화 추천에 대한 기능 고도화, 내부 대형 브랜드와의 콜라보 굿즈, 기획팩 출시 등 다양한 시도를 통해 고객에게는 새로운 경험을 제공하고, 내부적으로는 조직 역량 강화를 함께 진행하고 있다.

Mechanism(메커니즘)

칠성물은 충성 고객 확보를 위해 롯데칠성음료가 보유한 다양한 브랜드와 협업하여 칠성물만의 브랜드·제품 경험을 줄 수 있는 기획 패키지를 다수 운영하고 있으며, 고도화된 디지털 광고 기법을 활용 중이다. 이를 통해 칠성물의 가장 고객을 발굴·유입시키는 활동과 회원화를 유도하고, 구매까지 연결할 수 있는 마케팅 활동을 진행하고 있다. 또한, 고객과의 꾸준한 관계 형성을 위해, 기업의 지향점이 담긴 제품(ECO, 건강지향)의 콘텐츠로 공감대를 형성할 수 있도록 제공하고 있다. 앞으로 이용하고 있는 서비스의 편의성을 지속 개선할 예정이며, 칠성물의 이용 행태를 분석, 이용 단계에 맞는 혜택과 메시지를 발송하는 등 고객 케어 프로그램을 고도화하며 로열티를 형성하고자 노력하고 있다.

Performance(성과)

칠성물은 롯데칠성음료에서 지향하는 친환경(ECO), 제로탄산(건강지향) 등의 제품을 희망하는 주기에 맞춰서 구독할 수 있는 정기배송 서비스를 중심으로 지속적인 고객 트렌드 캐칭을 통해 음료를 가장 즐겁게, 건강하게 소비할 수 있는 라이프스타일을 제안하고 있다. 칠성물은 최근 3년간 연 평균 59.9% 씩 꾸준히 매출 상승을 기록하며, 음료 소비에 대한 즐거움을 계속해서 제공할 수 있도록 노력하고 있다. 칠성물은 향후 소비자 니즈에 맞춘 서비스 고도화와 차별화된 가치를 제공하며, 고객 라이프스타일에 맞는 맞춤형 서비스와 디지털 쇼핑 환경에서 특화된 서비스를 제공하여 서비스 경쟁력을 강화할 예정이다.