

Mobidays Young Marketers

Championship 과제 - (주)이마트

1. 공모 부문 / 공모 주제

- 공모 부문 : 서비스/마케팅 기획
- 공모 주제 : 이마트앱 내 신규 서비스 제안과, 이를 활용하여 매장 방문을 유도 할 수 있는 마케팅 전략

2. 과제 필수 요건

- 이마트 고객의 매장 방문 유도 및 편의성 강화를 지원하는 앱 내 신규 서비스 아이디어
- 이를 활성화시킬 수 있는 디지털 마케팅 전략

3. 시장 상황

- 국내 유통업계는 전통적으로 이마트, 롯데쇼핑 등의 강자들이 대형마트를 중심으로 다양한 상품군과 가격 경쟁력을 통해서 높은 시장 점유율을 보이고 있었음
- 최근 몇 년간 국내 유통 시장은 온라인으로의 전환 속도가 가속화되며 특히 코로나 19 팬데믹 이후 소비자들의 온라인 쇼핑 선호도가 크게 증가함에 따라 국내에서는 쿠팡, 국외로부터는 알리익스프레스, 테무 등의 진입 등 국내 유통업계에 새로운 플레이어들이 점유율을 높여가고 있음
- 이마트 또한 변화에 발맞추어 이커머스 서비스를 강화하면서도 오프라인 유통사업군의 개편 등, 급변하는 유통 시장에서의 생존을 위해 온·오프라인을 아우르는 차별화 전략을 고민하고 있는 상황

4. 후원사 소개

- 이마트는 국내 최초의 할인점으로서, 언제 어디서나 고객이 원하는 가치를 누릴 수 있도록 역량을 집중하고 있음
- 국내 최대 규모의 물류센터와 신선식품 전용 후레쉬센터, 미트센터 등을 운영하며 늘 새로움을 이끄는 유통기업으로 자리매김했으며, 최근에는 혜택, 적립, 결제를 한 번에 제공하는 이마트페이와 매장픽업 서비스 오더픽을 도입하여 고객 편의 중심의 다양한 앱서비스를 제공하고 있음

- 이마트는 2024 년 이마트와 이마트에브리데이를 통합할 예정이며, 둘이 하나가 된 '통합 이마트'는 통합 매입과 물류 등을 통해 수익성을 개선하고 고객 혜택을 증대하는 시너지 창출을 가속화하고자 함

5. 희망 타겟

- 타겟 고객 : 이마트앱 및 이마트 매장을 이용해본 기존 고객층과, 이용 경험이 없는 잠재 고객층

6. 해결 과제

- 타 경쟁사와 확실한 경쟁우위에 있는 오프라인의 매력을 극대화할 수 있는 신규 서비스에 대한 아이디어와 경쟁사와의 차별화 전략을 통한 성장
- 앱 서비스와 연계하여, 이마트의 오프라인 매장에 대한 고객의 방문률을 높이고, 쇼핑편의를 제공할 수 있는 마케팅 전략 제시

7. 전략 제안 시 고려하지 않았으면 하는 부분(don't want)

- 다양한 카테고리에 대한 단발적이고 산발적인 아이디어 모음
- 과도한 할인에 의존하는 전략은 배제
- 실행 가능성이 낮거나 기술적으로 과도한 투자가 필요한 아이디어

8. 과제에 사용할 공식적인 CI/BI (투명한 배경의 PNG or 일러스트 파일)

- 홈페이지의 [공모전 과제] 탭에서 CI/BI 다운로드 후 활용

emart

