

‘사이버먼데이’ 그림의 떡...한인업체엔 대부분 온라인 판매 안해

'블랙 프라이데이'에 이어 '사이버 먼데이'를 맞아 온라인 쇼핑 열기가 뜨거워지고 있지만 한인상권은 사이버 특수 재미를 별로 보지 못한 것으로 알려졌다.

온라인 판매업체들은 가라앉은 소비자 심리를 회복하기 위해 치열한 가격경쟁을 벌이고 있지만 한인상권은 온라인 판매에 무관심하기 때문이다. 일부 온라인 판매를 하는 한인 업체들도 있지만 전체 매출의 5% 안팎에 불과한 실정.

신발 전문업체 '슈빌리지'는 한글과 영문으로 온라인(www.shoevillage.com) 판매를 하고 있지만 전체 매출의 10%를 넘지 못하고 있다.

피터 송 슈빌리지 사장은 "블랙 프라이데이를 겨냥해 한 켤레를 사면 두번째는 50% 할인해주는 세일을 2일 동안 운영해 온라인과 오프라인에서 지난해보다 30% 이상의 매출을 올렸다"며 "그러나 사이버 먼데이를 대비한 온라인 세일은 하지 않는다"고 설명했다.

가정용품 전문점 '주부랜드'도 온라인(www.jubuland) 쇼핑 웹사이트를 운영하고 있지만 판매가 신통치 않다. 심용수 매니저는 "온라인 판매는 전체의 5~10% 정도에 불과하다"며 "온라인과 오프라인 매출이 지난해와 비슷하거나 오히려 줄어든 상황"이라고 말했다.

블랙 프라이데이 특수를 누린 한인업체들도 아직까지 온라인 판매 웹사이트를 운영하지 않고 있다. 가정용품 판매점 '홈앤홈'은 내년부터 온라인 판매를 준비하고 있으며, 플러싱의 '전자랜드'도 조만간 웹사이트 설립을 계획하고 있다.

한인업체들이 온라인 판매에 관심이 적은 것은 적은 투자로 높은 효과를 기대하기 때문이다.

웹사이트 전문 제작업체 '웨이비오' 이승원 사장은 "전체 1500여명의 고객 웹사이트를 운영하고 있는데 한인업체는 30%에서 10%로 줄었다"며 "한인업체는 온라인 판매에 대한 인식이 부족해 오프라인 투자에만 관심이 높은 편"이라고 설명했다.

한편 사이버 먼데이 온라인 매출은 지난해보다 16% 늘은 것으로 집계됐다.

30일 온라인 마케팅 분석회사인 코어메트릭스에 따르면 인터넷 매출은 '블랙프라이데이'와 같은 수준으로 16% 증가한 것으로 조사됐다.

코어메트릭스는 펫코애니멀서플라이스(PETCO Animal Supplies), 배스앤드바디웍스(Bath and Body Works), 오피스디포 등 미국 브랜드 500개 이상 소매업체들로부터 매출 데이터를 수집했다.

이같이 온라인 쇼핑이 증가한 것은 경기침체의 영향이 크다는 분석이다. 소비자들이 인터넷

을 통해 할인 정보를 쉽게 검색하고 비교할 수 있어 알뜰쇼핑이 가능하기 때문이다.

이중구 기자 jaylee2@koreadaily.com

<http://www.koreadaily.com>

POWERED BY **JOINS** AMERICA