

글로벌 온라인 유통 회사

“CJ오쇼핑” 국내를 넘어 세계로!



이해선 대표이사

고객에게 최고의 신뢰와 특별한 가치를 제공하는 세계 최고의 온라인 마케팅 & Merchandising Company CJ오쇼핑! 한번 찾은 고객은 늘 다시 찾는 탁월한 쇼핑서비스를 제공하기 위하여 노력하고 있는 CJ오쇼핑의 이해선 대표이사를 찾아가 인터뷰해 보았다.

◎ 글로벌 유통회사로의 성장

지난해 CJ오쇼핑은 중국 상해의 동방CJ가 24시간 전용채널을 확보하여 중국 내 1위 홈쇼핑으로서의 지위를 굳건히 유지하게 되었습니다. 이어 인도 합작법인인 스타CJ역시 24시간 방송을 시작하여 본격적인 영업에 돌입하였으며, 올해 1월 1일부로 중국 천진의 천천CJ까지 24시간 전용채널을 확보했습니다.

중국과 인도에서의 안정적인 사업권 확보, 매출성장으로 인해, CJ오쇼핑은 세계시장에서 제휴 1순위로 손꼽히는 탄탄한 글로벌 유통 기업으로 자리매김하였습니다.

◎ 국내 고객만족을 위한 다양한 서비스제공

해외뿐만 아니라 국내 시장에서도 많은 사랑을 받았습니다. 새롭게 선보인 단독 브랜드들이 연속 매진 사례를 기록하며 매출을 견인한 한편, 국가 고객만족도(NCSI) TV홈쇼핑 부문 9년 연속 1위, 인터넷쇼핑몰 부문 7년연속 1위를 휩쓰는 쾌거를 거두며, CJ오쇼핑의 차별화된 고객 서비스를 다시 한번 인정받게 되었습니다.

또한, 업계 최초로 스마트폰 어플리케이션을 선보이고 갤럭시탭, 아이패드 등 태블릿 PC에 최적

화된 콘텐츠형 어플리케이션을 내놓는 등 모바일 스마트 쇼핑 시장에서도 시장을 선도하며 화제를 불러일으킨 바 있습니다.

◎ 도전적인 경영 전략

타사에서 시도하지 않는 도전적 신상품 런칭, 새로운 시간대와 새로운 형식을 개척하는 방송 전략으로 홈쇼핑 성장은 한계에 이르렀다는 고정관념을 깨뜨렸으며, 다양한 제휴 입점을 통한 상품 풀 확장과 마케팅, 고객 서비스 차별화로 인터넷 부문의 매출도 큰 폭으로 성장하였습니다. CJ오쇼핑은 이러한 성과에 안주하지 않고,

2011년 전 채널 M/S 1위 달성이라는

원대한 포부를 이루기 위해 모든 영역에서 노력을 지속할 것입니다.

목표 달성을 위해 가장 기본이 되는 실력은 상품 경쟁력입니다. CJ오쇼핑만의 온리원(OnlyOne) 상품을 획기적으로 확대시키겠다는 전략입니다. PB와 NPB, 직소싱 비율을 크게 높여 남들과는 다른 가치를 제공하고, 상해CJ IMC를 통한 글로벌 소싱에도 박차를 가할 것입니다. 또한 글로벌 1위의 자리를 더욱 탄탄히 하기 위해 기존 운영하고 있는 중국 동방CJ와 천천CJ, 인도 Star CJ의



사업 범위를 확장하고, 새로운 지역에도 추가 진출을 적극 추진할 것입니다. 미래 시장에 대비하기 위한 신 매체에 대한 투자도 아끼지 않을 것입니다. Mobile Innovator로서 모바일 커머스 시장 선도자의 입지를 굳건히 할 것이며, 이 외에도 새로운 플랫폼을 적극 개발해 나갈 계획입니다.

◎ CJ오쇼핑의 다양한 사업영역

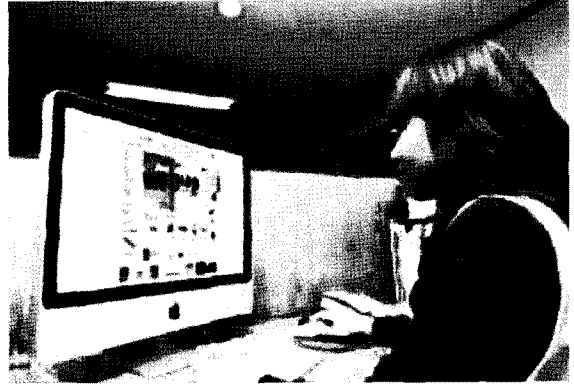
* TV Home Shopping



CJ오쇼핑은 단순히 상품을 판매하는 유통회사가 아니라 고객이 미처 깨닫지 못했던 니즈(Needs)를 먼저 발굴하고, 스스로가 트렌드를 만들어 나가는 라이프스타일 쇼퍼(Shopper)를 위한 제안자가 되고자 합니다.

끊임없는 고객 분석을 바탕으로 신뢰할 수 있는 브랜드, 경쟁력 있는 상품을 남보다 앞서 개발/도입하고 남들과 차별화된 시간과 상품 편성으로 프로그램을 운영하는 등 경쟁력을 강화해 나가고 있습니다. 또한 2002년부터 9년 연속 국가 고객만족도 조사에서 TV홈쇼핑 부문 1위 자리를 지키고 있습니다.

* Internet Shopping Mall



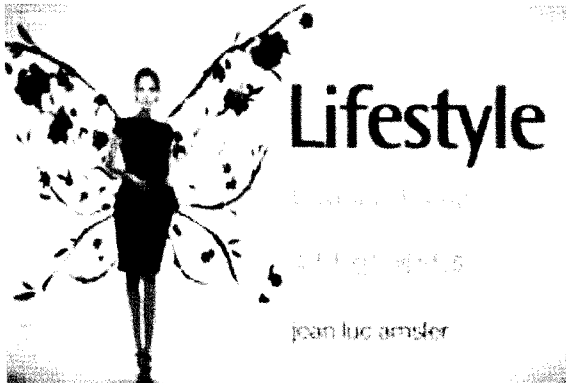
CJmall은 TV홈쇼핑을 통해 축적해온 CJ오쇼핑의 풍부한 경험과 남다른 노하우가 집약된 인터넷 쇼핑몰로 150만개의 다양한 상품이 등록되어 있으며, 생활 밀착형 서비스를 자랑하고 있습니다. 2008년에는 쇼핑방송국을 개국, 최신 트렌드를 반영한 동영상 쇼핑이 가능하도록 하고, 철저한 품질관리, 합리적인 가격, 믿을 수 있는 서비스를 통해 까다로운 20대, 30대 여성고객들이 가장 선호하는 쇼핑몰로 자리매김 했으며 2004년부터 7년 연속 국가고객만족도 조사에서 인터넷쇼핑몰 부문 1위 자리를 지키고 있습니다.

* Catalog



1997년 창간 이래 매월 150만명 이상의 고객들에게 발송되는 CJ오쇼핑 카달로그는 언더웨어, 패션, 생활용품, 식품 등 3,000여종 이상의 제품을 선보이며 쇼핑의 또 다른 즐거움으로 지속적인 호응을 얻고 있습니다. 사진과 설명을 꼼꼼히 비교하여 제품을 선택할 수 있고 공간이나 시간의 제약 없이 편안하게 쇼핑할 수 있는 카달로그는 매달 특색 있는 기획을 마련, 선별된 제품을 보다 저렴하게 구매할 수 있도록 하였으며, 2002년부터는 인터넷을 통한 'e-Catalog' 서비스까지 그 영역을 확대했습니다.

* New Channel



환경변화에 따른 신규 사업영역을 개척하는 데 많은 노력을 기울이고 있습니다. 2005년 12월 국내 최초로 홈쇼핑 실시간 생방송과 상품 정보 화면을 동시에 시청할 수 있는 연동형 서비스인 CJTmall을 개국함으로써 T-Commerce 시대의 개막을 알렸습니다. 또한 2005년 업계 최초로 모바일 쇼핑몰인 'CJMmall'을 오픈하였고, 2010년 4월, 아이폰용 어플리케이션을 출시하였습니다.

2010년 '모바일 커머스'를 차세대 성장동력으로 삼고, 급속도로 성장하고 있는 모바일 쇼핑시

장에서의 주도권을 선점하기 위해 총력을 기울이고 있습니다.

* 인도 Star CJ 얼라이브 24시간 방송 시작



인도 미디어그룹인 스타TV(Star TV)와 제휴한 홈쇼핑 채널 'Star CJ 얼라이브'가 2010년 8월 1일부터 전용 채널에서 24시간 방송을 시작했습니다. 이는 약 10개월 만에 정식 채널 허가를 받은 것으로 CJ오쇼핑은 지난 2009년 3월 인도 진출, 같은 해 9월부터 하루 6시간씩 홈쇼핑 방송을 송출해 왔습니다.

방송 송출 지역은 델리와 뭄바이 등 인도 양대 도시를 비롯해 찬다가르, 편잡·하리아나주 등 인도 북·서부 도시로 총 시청 가구수는 약 1,000만 가 구입니다. 주 타깃 고객은 25~45세의 중산층 이상으로 경쟁 채널과는 달리, 삼성·LG·코렐 등 글로벌 브랜드 제품과 인도산 고급 제품을 주로 판매한다는 전략입니다. 앞으로 24시간 채널 운영이 안정화 된 이후 한국의 무망 중소기업 제품도 적극 발굴해 소개할 계획입니다.