

유통업계의 공룡이 되려는 TESCO의 선택

방콕사무소

유통의 경계를 허무는 옴니채널 전략

- 지난 4월 23일, 태국의 거대 유통기업인 Tesco Lotus는 태국 정부의 'Thailand 4.0'* 정책에 발맞춰 '옴니채널' 개발에 지속적으로 투자하겠다고 밝혔다.
- 옴니채널은 소비자가 온·오프라인, 모바일 등의 다양한 경로를 넘나들며 상품을 검색·구매할 수 있도록 한 서비스로, 다양한 구매 채널을 통해 언제 어디서든 자신이 원하는 제품을 합리적인 방식으로 구매하고자 하는 고객의 니즈를 반영한 것이다.
- Tesco Lotus는 옴니채널 투자 계획에 따라 작년보다 높은 예산을 편성하고, 자금의 상당 부분을 옴니채널 확대를 위한 온라인 사업의 역량 강화와 매장 신설에 사용할 계획이다. 이를 위해 올해 약 120개 매장을 현대 라이프스타일에 맞는 구조로 변경(신선식품 매대 확대 및 재배치)하고 외관적인 부분을 개선하여 소비자들에게 더 나은 서비스를 제공할 것이라 밝혔다.

* Thailand 4.0 : 경제·사회 전반에 ICT기술을 적용해 스마트 산업, 스마트 시티, 스마트 피플을 구현하고자 하는 태국의 중장기적 국가발전 계획



Tesco Lotus의 최고경영자, Sompong Rungnirattisai

태국의 경제성장에 따른 거대 유통기업의 변화

- Tesco Lotus의 이러한 선택은 수년간 이어져온 태국의 급격한 경제성장에 기인한 것이다. 자국의 경제성장은 소비자 니즈의 변화로 이어졌고, Tesco Lotus 역시 이에 맞춰 기존 소매 방식을 개선해야 했다. 따라서 Tesco Lotus의 옴니채널 확대는 변화하는 시장 상황에 적응해 도약의 기회를 마련하려는 필연적 움직임이라고 할 수 있다.
- 앞으로 더욱 본격화될 거대 유통기업의 옴니채널에 대한 투자는 태국 내 소매유통 업계에 큰 변화를 몰고 올 것으로 예상된다. 특히, 옴니채널을 통한 온·오프라인 판매 창구의 유기적 결합은 고급 수입식품 판매 증가에도 긍정적인 영향을 미칠 전망이다.