유통가 파고든 인공지능… 고객응대·과일선별도 '척척'

AI 챗봇 상담·통역 서비스 도입 고객 편의성 제고
광고 이미지·문구 생성…시간 단축 업무 효율 향상

국내 백화점 등 유통업계가 인공지능(AI) 기술을 적극적으로 활용해 업무 효율과 소비자 편의를 극대화하고 있다.

18일 시장조사업체 IDC에 따르면 국내 AI 시장 규모는 지난해부터 매년 연평균 14.9%씩 성장해 2027년에는 4조4천636억원에 이를 것으로 전망된다.

이에 유통가는 챗봇을 통한 경영과 고객 응대부터 소비 동향을 분석해 제품을 추천하고 과일을 선별하는 등 AI 기술을 다양한 분야에 도입 중이다.

먼저 롯데백화점은 '생성형 AI'를 통해 업무 혁신에 나선다. 롯데그룹 AI 플랫폼을 기반으로 운영하는 챗봇에 사용자가 질문하면 복지 제도, 상품진열 등의 카테고리에서 스스로 답을 찾아 정보를 제공한다. 기존 게시판 형태로 운영되던 업무 매뉴얼의 단점을 개선해 검색 시간이 90% 이상 단축됐다.

또한 올해 사내 업무용 협업툴에 '챗GPT'를 탑재하면서 업무 능률이 대폭 향상됐고 '롯데웨딩멤버스'의 비주얼 제작에 생성형 AI를 활용해 기존 웨딩이미지 제작에 소요되는 비용과 시간을 최소화했다.

하반기에는 차별화 'AI 솔루션' 도입을 추진한다. 백화점, 쇼핑몰, 아울렛 등 총 18개 점포에 AI 기반의 청소 로봇을 투입하고, 자율주행 기능을 가진 AI 사족 보행 순찰 로봇도 연내 시범 운영을 검토하고 있다.

고객 편의도 개선했다. 지난 4월부터 롯데백화점 잠실점에서는 유통업계 최초로 AI 통역 서비스를 제공하고 있다. 영어와 일본어, 중국어, 베트남어 등 13개 국어의 실시간 통역이 가능하다.

롯데마트와 슈퍼는 올해부터 인공지능이 당도 높은 수박을 선별하고 있다. 기존의 '비파괴 당도 선별기'에서 한 단계 더 진화한 기술로 육안으로 확인 할 수 없는 속 상태까지 판별할 수 있다. 딥러닝 기반의 첨단 AI를 활용해 객관성과 정확도도 한층 높였다.

신세계 백화점은 지난 2019년 AI 챗봇 고객 상담사 '신세계 S봇'을 도입해 365일 24시간 고객 응대가 가능하도록 했다.

2017년에는 AI 시스템 'S마인드'를 통해 고객의 쇼핑 패턴을 분석하고 빅데이터를 구축했다. 매장 고객 500만명을 대상으로 성별, 연령, 지역 등 기본 정보와 구매 기록 등을 데이터화 하고 모바일 앱에 적용해 개인별 취향에 맞춘 최적의 정보가 우선 노출 되도록 해 고객 편의를 높였다.

1. 롯데백화점 위생관리 직원이 롯데그룹 AI 플랫폼인 '아이멤버'를 활용해 식품 위생을 점검.
2.생성형 AI를 활용해 제작한 '롯데웨딩멤버스'의 비주얼 이미지. 〈롯데쇼핑 커뮤니케이션실 제공〉

현대백화점은 지난 1일 인공지능을 활용한 광고 디자이너 '원스텝'을 도입했다. AI가 생성한 광고 이미지에 대한 고객 반응도 긍정적이었다. '더현대닷컴'에서 원스텝이 생성한 광고 이미지를 시범 도입한 결과 클릭 빈도가 이전보다 두 배 가량 높았다.

올해부터는 고객과 대화를 나누며 반응하는 소통형 AI 로봇 '스텔라V'를 일부 지점에서 시범 운영 중으로 눈에 띄는 로비에 설치해 고객들에게 새로운 경험과 볼거리를 제공하고 있다. 지난해에는 마케팅 광고 문구를 제작하는 AI 카피라이터 '루이스'를 활용 중이다. /정은솔 기자

"지금이 패딩 살때"

롯데아울렛, 최대 70%↓역시즌 행사

롯데아울렛은 18일 "'Ready 4 Seasons(레디포시즌즈)'를 테마로 역시즌 상품 할인 행사를 19일부터 28일까지 진행한다"고 밝혔다.

해당 행사는 지난해 처음 선보인 역시즌 상품 할인 행사로, 20%의 매출 신장세를 기록하며, 고객들의 큰 호응을 얻었다.

올해는 해외패션부터 아웃도어, 스포츠, 키즈 등 전 상품군에서 참여 브랜드를 10% 더 늘려, 한층 더 폭 넓은 할인 혜택을 제공한다.

우선 10개 브랜드의 패딩 14종을 최대 70% 할인한 가격으로 선보인다.

최근 '구스' 가격이 두 배 가까이 오르며 올해 겨울 패딩의 급격한 가격 상승이 예측되는 가운데, 이번 행사를 통해 사전에 겨울 상품을 합리적으로 준비할 수 있다.

대표 상품으로는 노스페이스의 '에어히트 다운재킷(23만9천원)', 코오롱스포츠의 '에그라이트 다운재킷(17만8천원)', 내셔널지오그래픽의 '리버서블 숏다운(12만원)' 등이다. /정은솔 기자

물놀이 촬영 필수템 광각·방수 '액션캠'

롯데백화점 광주점은 18일 "9층 카메라 매장에서 여름 휴가철을 앞두고 다양한 방수 액션 캠 상품을 선보인다"고 밝혔다.

휴가철 물놀이를 즐기는 고객들이 물속에서도 유용하게 사용할 수 있도록 방수 기능을 갖춘 액션캠은 여름철 필수 아이템으로 인기를 끌고 있다. 특히 광각 앵글을 사용해 넓은 공간 촬영이 가능하고 고화질의 보정 센서가 내장돼 있어 안정적인 영상 촬영이 가능하다.

매장에서는 방수 액션캠을 비롯해 방수가 가능한 블루투스 스피커 등 여름 휴가철을 맞아 다양한 상품들을 판매하고 있다. /정은솔 기자

광주신세계 "캐리어 준비하고 바캉스 떠나세요"

쌤소나이트·피콰드로·내셔널지오그래픽 등 다양한 제품 판매

"여행의 시작은 짐꾸리기부터"라는 말이 있을 정도로 짐을 챙기는 일은 휴가에서 중요한 부분을 차지한다. 특히 해외여행을 떠날 때는 많은 짐을 안전하게 보관해야 하기에 어떤 캐리어를 선택하느냐에 따라 여행 결과가 달라지기도 한다.

㈜광주신세계는 18일 "다가오는 여름 휴가를 앞두고 여행에 적합한 캐리어 제품을 소개한다"고 밝혔다.

해외 여행을 위한 캐리어를 처음으로 구입하는 고객에게는 캐리어의 스테디셀러인 '쌤소나이트'가 제격이다. 쌤소나이트는 디자인과 가격 등 구매 시 고려해야 할 여러 요소 중 아쉬움이 없는 브랜드로 손꼽힌다. 본관 3층에서 만날 수 있는 쌤소나이트에서 추천하는 제품은 블랙라벨 라인이다.

쌤소나이트 블랙라벨은 가죽 손잡이를 추가해 고급스러움을 더했다. 모서리에는 안전 장치를 보강해 내구성을 한층 더 끌어 올렸다. 컬러는 블랙, 화이트, 그린 중 선택할 수 있다.

가성비를 추구하는 소비자나 캐리어를 추가로 구매하는 고객에게는 '내셔널지오그래픽'을 추천한다. 내셔널지오그래픽이 추천하는 캐리어는 부다페스트 모델이다. 블랙과 퍼플, 아이보리 등 세 가지 컬러로 만날 수 있으며 24인치 25만9천원, 20인치 22만9천원으로 가성비를 추구하는 스마트한 소비자들에게 어울리는 제품이다.

차별화 된 나만의 캐리어를 찾는 고객들을 위해서는 '피콰드로'에서 만든 제품을 추천한다. 〈사진〉

본관 2층에서 만날 수 있는 피콰드로는 이탈리아에서 출발해 전 세계 745개의 매장을 갖춘 세계적인 브랜드다. 이탈리아 가죽 장인들이 3개월 미만의 송아지 가죽을 선별해서 제작해 뛰어난 품질을 보증한다. 피콰드로는 최근 이탈리아 럭셔리 자동차 브랜드 마세라티와 협업한 콜라보 제품을 출시했다.

피콰드로에서 올 여름 바캉스에 추천하는 캐리어는 29인치 폴리카보네이트 캐리어다. 레드와 옐로우 등 다채로운 컬러와 가벼운 무게로 공항에서 수하물을 찾을 때 만족도가 높다. /정은솔 기자

에너지 절약 및 청렴문화 확산 캠페인
지구를 살리는 에너지절약 실천요령
하나! 실내 적정온도 유지하기(여름철 26도, 겨울철 20도)
둘! 사용하지 않는 조명 소등하기
셋! 사용하지 않는 전자제품 플러그 뽑기
한국에너지공단 광주전남지역본부