

KT, 쇼핑O2O 진출...중국인 관광객 타깃

등록 2015.10.25 09:00:00 | 수정 2016.12.28 15:47:51



【서울=뉴스시스】KT가 동대문 패션전문점 두타, 중국 디지털마케팅 전문회사인 핑타이와 함께 중국 관광객 대상 쇼핑안내, 할인쿠폰 등을 실시간으로 제공해주는 모바일 광고 서비스를 시작한다고 25일 밝혔다.

【서울=뉴스시스】장윤희 기자 = KT가 중국인이 많이 찾는 관광지에서 쇼핑 O2O(온오프라인 연계 마케팅)를 시작한다.

KT는 동대문 패션전문점 두타, 중국 디지털마케팅 전문회사 핑타이와 함께 중국 관광객 대상 쇼핑안내, 할인쿠폰 등을 실시간으로 제공하는 모바일 광고를 서비스한다고 25일 밝혔다.

이 서비스는 KT의 '기가 비콘 존'과 핑타이의 애플리케이션 '한국지하철(囟囟地囟)'을 결합해 중국 관광객에게 두타에서 사용할 수 있는 할인쿠폰과 쇼핑정보 등을 실시간으로 알려준다.

두타는 12월 22일까지 해당 앱을 설치한 외국인 고객 모두에게 두타 패션상품권, 한류 디자이너 곽현주 파우치, 두타 인기매장 할인 쿠폰북, 동대문디자인프라자 전시 할인쿠폰을 증정한다.

전창수 두타 마케팅 부장은 "동대문 쇼핑타운을 쇼핑명소로 만들기 위해서는 첨단 IT기술을 활용한 마케팅 전략이 필요하다"며 "동대문 관광자원과 IT기술 연계로 동대문 지역을 명실상부한 스마트 관광의 메카로 만들 것"이라고 말했다.

우창성 KT 미래융합사업추진실 팀장은 "급격히 증가하는 중국 관광객들을 겨냥한 다양한 서비스 모델을 발굴해 관련 시장을 선도해가겠다"고 말했다.

ego@newsis.com