

"효과적 상품발주 및 판매를 통한 수익창출"

- 2001년 날씨 활용상 -

㈜ 코리아세븐

날씨정보를 본사 차원에서는 물론 각 점포에서도 적극적으로 활용하고 있다는 점이 두드러진 특징이다. 민간 업체로부터 제공받은 날씨 정보를 활용해 각각의 매장이 위치한 지역의 예상되는 날씨에 맞게 상품을 본사에 주문하고 편의점마다 날씨 변화에 따른 최적의 상품 구색을 갖추고 있다.



《 날씨 변화 따라 진열 상품 바뀌 》

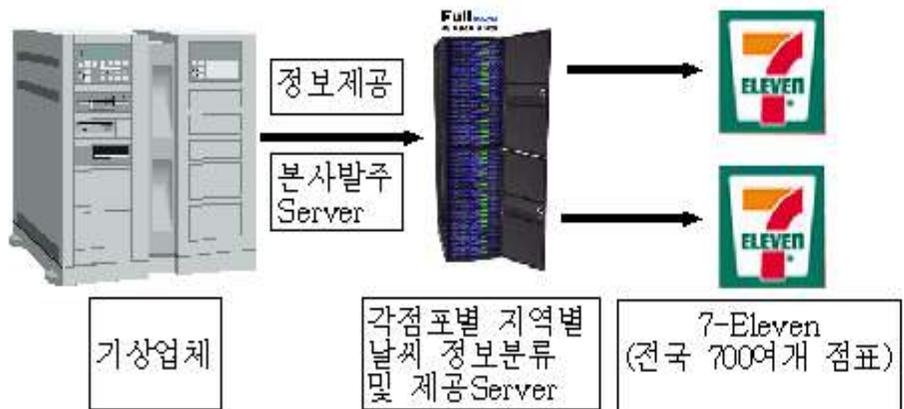
코리아세븐(www.korea7.co.kr 대표 신동빈)은 국내에서 세븐일레븐 편의점을 운영하고 있는 대표적인 유통회사로 전국에서 운영하고 있는 세븐일레븐 점포는 700여 개에 달한다. 이 회사는 날씨정보를 본사 차원에서는 물론 각 점포에서도 적극적으로 활용하고 있다는 점이 두드러진 특징이다. 예컨대 세븐일레븐 점포는 민간예보사업체에서 받은 날씨정보를 활용해 각 매장이 위치한 지역의 예상되는 날씨에 맞게 상품을 본사에 주문한다. 물론 편의점마다 날씨 변화에 따른 최적의 상품 구색을 갖추기 위해서다. 본사 차원에서 일괄적으로 제품을 공급하는 대다수의 유통업체와는 차원이 다른 날씨마케팅 전략을 펼치고 있는 것이다. 이 회사는 상품별 판매량 분석과 연관된 지수 분석을 할 때도 기상정보를 기초자료로 널리 활용한다. 세븐일레븐 점포를 첫 개점할 때는 날씨정보에 맞춰 개점일을 정할 정도로 날씨라는 변수를 폭넓게 활용하고 있다. 코리아세븐은 또 날씨정보를 활용해 매장의 상품 구색을 수시로 적절한 시기에 바꿔 판매량을 극대화하는 전략도 펼치고 있다.

1. 기상정보 경영활용도

가. 7-Eleven에서의 날씨정보 활용도

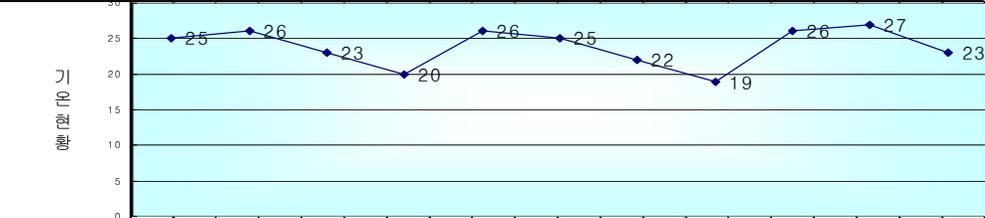
- (1) 점포에서 발주시 날씨정보를 통한 발주시스템 가동
 - 기상변화에 따른 발주량 변화
- (2) 대고객 제반서비스 변화
 - 기온 및 기상변화에 따른 서비스 변화
- (3) 상품구색 변화
 - 기온 및 기상변화에 따른 상품진열변화

나. 7-Eleven에서의 날씨정보 System 개요



- (1) 민간예보사업체로부터 급변하는 기상정보를 수집하여 신속히 제공
 - 가) 기상정보를 활용, 각종 지수분석시 기초자료로서 활용
 - 나) 점포 open시 날씨정보 활용, 공사, 상품입고, open일 택일등 활용
 - 다) 점포 발주, 판매 등 활용

- (5) 날씨정보를 수시로 분석하여 강수예보나 기온하강정보 입수시 온장고의 음료를 보충해 놓고, 충분한 양의 원두커피를 준비하여 역시 고객들에게 편의를 제공하여 매출효과 증대

 서울 중심지역의 예보										
2001년 6월 4일 11시 발표										
기상개황										
이번 예보기간에는 5,8일과 11,12일에 기압골의 영향으로 흐리겠고, 그 밖의 날은 고기압의 영향으로 맑겠습니다. 기온은 평년(평균 20.5도/최고 25.8도/최저 16.0도)에 비해 높은 분포를 보이겠습니다. 오늘은 고기압의 가장자리에 들면서 흐리겠습니다. 내일도 기압골의 영향으로 흐리겠고, 기온은 오늘보다 조금 낮겠습니다. 모레는 고기압의 영향으로 대체로 맑겠습니다. 기온은 내일보다 조금 높겠습니다.										
단기예보										
기 온 예 보										
	6월 4일			6월 5일				6월 6일		
시 간	18시	0시	6시	12시	18시	0시	6시	12시	18시	
날 씨										
강 수 정 도										
최고기온(℃)										
최저기온(℃)										
체 감										
주간예보										
날 씨										
최고기온(℃)										
최저기온(℃)										
체 감										
범례										
· : 강수없음			A : 시간당 1mm미만				B : 시간당 1-3mm			
D : 시간당 8-15mm			E : 시간당 16mm이상							

2. 기상정보 투자 대비 수익성

가. 기상정보 도입 : 1998년 8월 실시

나. 서울지역 주요 카테고리별 판매현황

APSD(Average Per Store Day) : 점당 일일 평균 판매량

	1998년		1999년		2000년	
	매출액	APSD	매출액	APSD	매출액	APSD
F.F	3,493	75.2	6,607	97.5	10,471	100.3
유음료	6,170	165.3	7,706	187.6	12,186	193.2
빵/베이커리	2,540	59.3	3,218	67.5	4,090	72.4
총매출액	85,641		102,501		179,653	

다. 기상정보 도입시기인 1998년을 기준으로 비교

라. 총매출액의 증가율보다 기상정보에 민감한 카테고리 상품의 매출액 증가율이 더욱 상승하였다.

마. 날씨에 가장 민감한 반응을 보이는 Fast Food가 매출액이 가장 증가된 것으로 나타났다.

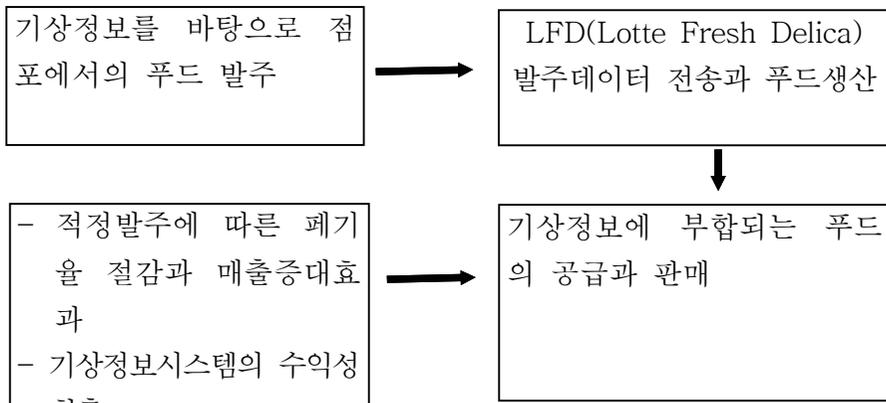
바. 서울지역 주요 단품별 증감을 비교

APSD : 점포당 일일 평균판매량

	1998년		1999년		2000년	
	매출액	APSD	매출액	APSD	매출액	APSD
김 밥	753	9.8	1,589	15.4	3,580	17.0
원두커피	428	14.1	543	16.2	593	18.2
어육	148	3.6	502	11.9	698	13.2
우산	290	0.7	400	0.9	855	1.1

사. 대표적인 상품에서 기상정보를 활용하여 상품을 관리한 결과 수익이 증대하였다.

아. 현재 날씨에 민감한 푸드에 있어서도 기상정보시스템 도입에 따라 그에 따른 즉각적인 대응이 가능해져 일평균 판매액이 180% 신장하였다.



3. 기상정보에 대한 기업 마인드

가. 7-Eleven에서의 기상정보의 중요성

- (1) 전국적인 점포망에 따른 날씨정보의 중요성 증대
- (2) 날씨에 따르는 고객의 수요변화 다양화
- (3) 정확한 기상정보를 활용함으로 고객 수요 파악
- (4) 날씨변화에 따른 고객의 구매 변화 파악
- (5) 고객의 욕구 충족 및 폐기 축소, 회전을 개선

나. 7-Eleven에서의 기상정보에 대한 마인드

- (1) 현대사회에서의 있어서 고객의 다양한 변화에 대한 대응
- (2) 미래예측에 있어서 기상정보의 중요성 인식 및 활용