

# 유통 대전환의 시작, 리테일 아포칼립스

## 리테일 아포칼립스 (Retail Apocalypse)

오프라인 소매업의 몰락, 종말을 의미하는 단어

미국 대형 오프라인 유통 기업들이 위기에 봉착한 상황을 대변하는 신종 용어

## 리테일 아포칼립스 현황

### 미국 유명 브랜드 파산 행렬

시어스(Sears), 유통 공룡의 몰락

토이저러스(ToysRus), 소비 트렌드 변화와 막대한 부채 부담으로 파산

美 백화점 줄도산, 니만마커스(Neiman Marcus), JC페니(JCPenney) 무너져...

'20년 파산 유통 기업 51개

## 생존한 유통 기업, 그들은 어떻게 살아남았나

가성비를 중시하는 소비자를 공략한 초저가스토어

가성비 PB상품과 간편한 매장 구성으로 초저가 전략 추진

전방위적 디지털 전략으로 온·오프라인 결합, 옴니채널 구축

디지털 투자로 온라인 플랫폼 사용자 환경을 개선하고 물류서비스 고도화로 옴니채널 구축

오프라인 매장에서의 차별적 경험 제공으로 고객 만족도 향상

매장 쇼룸화, 서비스형 매장 전략으로 소비자의 오프라인 경험 제고

## 리테일 아포칼립스, 유통 기업 대응 전략

### 오프라인 매장의 리포지션 Re-position

- 1 고객 경험 공간  
(Customer Experience)
- 2 데이터 수집 공간  
(Data Collection)
- 3 물류 공간  
(Distribution Center)

### 디지털 트랜스포메이션 기반 O4O Online for Offline, Offline for Online

- 1 오프라인과 융합한 온라인 플랫폼
- 2 소비자 구매여정관리  
(Customer Journey Mapping)
- 3 온·오프라인 통합 밸류체인 시스템 구축

