온라인

1. 외식 대신 집에서 끼니를 해결하는 일이 많아졌는데 시간이 없는 사회초년생들 혹은 매끼를 가족 구성원 모두에게 제공해야하는 주부들의 부담을 덜기 위해 매일 식단을 대신 짜서 배달을 해주는 서비스를 운영한다.

Ex) https://www.hellofresh.com/

1. 코로나로 인해 온라인몰에서 붐이 일어났지만 외출 빈도 및 마스크로 인해 화장품 소비가 줄었다. 따라서 색조 화장품보다는 마스크로 인해 건조하거나 약해진 피부를 보습할 수 있는 크림 및 재건 화장품을 특별 판매한다.

또한 피부과 방문이 어려워진 것에 대비하여 온라인 몰과 함께 피부과 같은 병원에서 파는 (준)전문 피부 약품을 판매한다면 화장품 부분에서의 부진을 개선할 수 있을 것이다.

1. 여행 및 교통서비스 거래액이 전년동월대비 60% 이상 감소했다. 해외로 출국하지 못하여 원하는 상품을 살 수 없는 것을 조금이라도 해소하기 위해, 그리고 현재 온라인 서비스가 발달하고 있다는 점을 적극 이용해서 해외 온라인몰과 가맹 서비스를 맺는다. 이를 통해 빠르고 간편한 직구 서비스를 제공하고 혹시 이 과정에서 여행 및 교통서비스를 포함시킬 수 있다면 더욱 좋다. (이는 또 오프라인에도 똑같이 적용될 수 있다. Ex: 우리나라 롯데백화점이 미국 유명 백화점과 협약을 맺어서 직수입을 해서 판다)

오프라인

1. 오프라인 백화점 및 대형마트에서는 전반적으로 품목들의 매출이 감소하였다. 이는 코로나 전염에 대한 두려움이라는 문제를 해결하기 위해 접근성을 높여야한다. 예를 들어 2주에 한번, 백화점에서 거리가 있는 동네에 팝업마켓을 연다(적당히 희망 신청자가 많은 동네로). 이때 사람들인 미리 자신이 구매 예정인 상품을 (선착순. 최대 1인당 3~5개..?. 품목 제한)를 예약을 할 수 있다.

🡪예를 들어 강남 신세계 백화점에만 있는 제품들을 미리 예약 받아 안양에서 하루동안 간이 마켓을 연다. 그러면 향수나 고가의 옷처럼 직접 봐야지만 살 수 있는 제품들을 판매할 수 있다.

1. 푸드코트 및 백화점 지하 푸드 아울렛에서 음식들을 배달하는 서비스를 시작한다/혹은 백화점 및 대형마트 자체에서 온라인 1번과 같이 밀키트를 제공하여 배달해준다.
2. 백화점에 대한 접근성이 떨어지므로 재고 관리 및 상태에 대한 정보를 공식홈페이지에서 적극적으로 관리를 해야한다. 어느 제품이 몇 개가 있는 상태인지를 기록한다. 3D 카메라를 이용해서 모든 방면에서 상품을 확인할 수 있도록 지원을 한다. 또한 쿠팡 및 다른 온라인 몰에 비해 사이트 접근이 불편하므로 이런 기능을 갖고 있는 앱을 상용화한다.