

SKT, ‘T deal’ 선물하기 서비스 개시

**- ‘티딜’ 이용자, 수취인의 이름과 휴대전화 번호만으로 ‘티딜’ 내 전 품목 선물 가능**

**- AI와 빅데이터로 온라인 최저가 ‘바로 사는 공동구매’ 모델 제공… 재구매율 74% 달해**

|  |
| --- |
| **※ 엠바고: 배포 즉시 사용해 주시기 바랍니다** |

**[2021. 9. 3]**

SK텔레콤(대표이사 박정호, www.sktelecom.com)은 빅데이터 기반 문자 커머스 '티딜(T deal)'에서 ‘선물하기’ 서비스를 추가했다고 3일 밝혔다.

이에 따라 ‘티딜’ 이용자는 누군가에게 선물을 주고 싶을 때 ‘선물하기’ 서비스를 통해 쉽고 편하게 선물을 보낼 수 있게 됐다.

해당 서비스는 ‘선물하기’로 상품을 결제한 다음 수취인의 이름과 휴대전화만 입력하면 이용할 수 있다. 수취인은 문자로 전달된 메시지 링크를 통해 배송 받을 주소를 입력하면 된다.

‘선물하기’ 서비스는 ‘티딜’에서 판매되는 모든 상품에 적용됐으며, 선물 목적에 따라 다양한 메시지 템플릿을 선택해 선물과 함께 보낼 수 있다.

특히 ‘티딜’은 SKT 고객 전용 서비스지만, ‘선물하기’는 수취인의 가입 통신사와 무관하게 이용 가능하다.

한편, ‘티딜’은 SKT의 빅데이터와 AI 기술을 활용한 ‘바로 사는 공동구매’라는 새로운 컨셉의 구매 모델을 통해 온라인 최저가로 상품을 판매한다.

‘바로 사는 공동구매’는 여러 사람이 모여 구매 성사를 기다려야 하는 기존 공동구매와 달리, 소비자 빅데이터 분석을 통해 선호도가 높은 상품을 선정 후 해당 상품 구매 확률이 높은 고객들에게 해당 상품과 쿠폰 링크를 문자로 보내 사실상 공동 구매가 이뤄지도록 하는 방식이다.

또한 상품이 온라인 최저가가 아닌 경우에는 자동 모니터링 시스템으로 판매 대상에서 제외해 고객은 모든 상품을 최저가로 구매할 수 있다.

‘티딜’은 빅데이터 분석을 활용한 ‘바로 사는 공동구매’ 형태로 74%에 달하는 높은 재구매율과 함께 8월 기준 전년 동기간 대비 신규 고객수 7배 이상 증가라는 높은 성장세를 보이고 있다.

장홍성 SKT 광고/Data CO장은 “이번 ‘티딜’ 선물하기 서비스 오픈으로 더 많은 소비자들이 SKT가 엄선한 제품을 합리적인 가격에 구매할 수 있을 것으로 기대한다” 고 밝혔다.

|  |
| --- |
| **※ 사진설명**SK텔레콤은 빅데이터 기반 문자 커머스 '티딜(T deal)'에서 ‘선물하기’ 서비스를 시작한다고 3일 밝혔다.  |

**▶ 관련 문의 : SK텔레콤 PR실 이태훈 매니저 (02-6100-3368)**

**<끝>**