경희궁의 아침 분양 성공! 그 뒤에 해외마케팅이 있었다

"모델하우스오픈당일계약률80% 달성";"경희궁의아침북새통…방문인파하루3천명"
지난5월 18일분양을시작한'경희궁의아침'과관련해언론에보도된기사들이다. 분양전부터각종 외래어와 국적없는 조합어가 주류를 이루던 국내 부동산 시장에 순수 한글 브랜드를 도입한 것으로 화제가 됐던'경희궁의아침'은 브랜드외에도 독특한 분양전략과 초단시간 분양 성공 등으로 분양기간내내세인과언론의주목을받았다.

최세영 | 기획부과장| 02)3433-7117 | chltpdud@mail.ssyenc.co.kr

종잡을 수 없는 국내경제, 해외에서 해법을 찾아라

분양을 성공적으로 완료한 후에는 프로젝트 기획부터 분양시기 선정, 홍보, 영업력 등 모든 것이 훌륭했다는평가를받았지만분양직전만하더라도누구도성공을장담할수없는상황이었다.

특히 상반기에 많은 화제속에 분양한 분당'파크뷰'의 성공 이후 모건설사에서 야심작으로 내놓은 서초동'아크로비스타'의 실패는 조금씩 회복 기미를 보이던 분양시장에찬물을끼얹고있었던것이다. 이때관계자들이머리를맞대고생각해낸것이바로'해외마케팅'.

당시 국내는 IMF이후 전반적인 경기침체 속에 빠져 있었지만 해외, 특히 미국의 상황은 달랐다. 몇 년째 지속되는 경기호황과우리민족만의 성실과 근면함으로 미주지역 교포들은 상당한수준의 '경제력'을 보유하고 있었고, 외자유치 붐을 타고 높은 수익을 기대할 수 있는 고국의부동산에대한관심이고조되고있었던것이다.

목표는 있다, 그러나 길은 멀다

미주지역 교민을 대상으로 마케팅을 하기로 결정하고먼저선발대를파견했다.'경희궁의아침'분양팀은 LA 한인타운내에분양 사무실을얻고 현지언론매체를이용해광고를시작하면서현지의반응을살피는데 모든촉각을곤두세웠다.

하지만 당초 기대와는 달리 현지의 반응은 그다지 폭발적이지 못했다. 그것은 바로 1 2년 전부터 국내 건설사와 분양대행사들이 현지 교민들을 대상으로 분양하면서여러가지문제점들을보여줬기때문이었다.

분양에 급급한 나머지 누구도 장담할 수 없는 과장된 수익률을 제시하거나 계약서에 도장만 찍고 나면 그 다음부터는 전에 했던 말에 대해 책임을 회피하는 등교민들에게믿음을주지못했던것이다.

이에 김석준 회장 이하 관계자들은 분양 실패는 있어도교민들을우롱하는 일이없어야한다는'신뢰우선전략'으로나서기로했다.

첫번째도 신뢰, 두번째도 신뢰,'믿음'으로 승부한다

일단 광고를 통해 기존 타사와는 달리 누구나 납득할 수있는 수준의 투자수익률을 제시하고 그 동안 우리회사가 매리어트 호텔과 LA 근교고급주택단지프로젝트 등을 통해 성실하고 열심히 일해왔다는 점을 부각시켰으며, 누구보다도 교민을 잘 알고 있는 기업이라는점을강조했다.

현지 사업설명회 3일전부터는 김석준 회장이 직접 현지언론과인터뷰등을통해"우리는단순히집을팔러온것이아니라신뢰와믿음을가지고왔다"는것을 집중적으로 알렸고 현지 지인을 활용한'경희궁의 아침'홍보전에주력했다.

설명회 장소는 교민들의 이동 거리 등을 감안해서 한인타운한복판에위치한래디슨윌셔프라자호텔로 정하고, 기존에 분양한 타사와의 차별화를 위해'궁중의상패션쇼'와'한식부페'등을마련했다.

진인사대천명…잠시도쉴틈이없었던홍보전과전략 수립등에모든심혈을기울이고 마침내 D-1일, 밤을꼬박세워가며사업설명회와패션쇼를위한무대와 조명 설치작업을 하면서 서서히 결전의 아침은 밝아오고있었다.

갔노라! 싸웠노라! 이겼노라!

전날부터 호텔 관계자와 행사를 위한 의자 배치와 음식 준비 등을 협의하면서 현지 준비팀의 우려는 점점늘어만갔다. 지금까지몇몇업체가교민대상사업설명회를 개최한 일은 있었지만 참석인원은 처음에만 약 3백명 정도 참석했고 그 나마도 시작 10분을 지나서는 50% 이상이자리를떴다는것이었다. 게다가그 후에 다른 회사가 사업설명회를 개최했을 때는 고작 100 150명 정도만 참석했다는 말은 점점 성공에 대한확신을앗아가고있었다.

D-1시간, 설명회와패션쇼등현장리허설을끝마친 우리앞에믿을수없는일이일어나고있었다. 삼삼오오 행사장을 방문하는 교민들이 1백명을 넘어 2백명, 3백명으로 급속하게 늘고 있었던 것이다. 행사장에 250석만준비했던 호텔 관계자들을 불러 최대한 좌석수를늘리기에바빴고마침내4백명이넘었을때는행사장 주변에 서서 설명회를 듣고 있는 교민들을 그저 감사한마음으로바라볼수밖에없었다.

교민들의 관심과 열기는 매우 뜨거웠다. 예정보다 훨씬길었던1시간 30분이경과한뒤에도자리를뜨는 교민은거의없었고, 부랴부랴준비한 380인분의한식이모두동이나양식으로식사를준비해야만했다.

'경희궁의아침'에대해세심하게묻는교민들을한명씩 상대할 수 없었던 상담팀은 사업설명회 이후 개별 상담일정을 잡기에 바빴고마침내 150건에 달하는 계약을이끌어낼수있었다.

제2, 제3의'경희궁의 아침'을 위해

미주지역 마케팅의 성공은 국내분양으로 이어져 우리에게할수있다는자심감과함께"무엇이진정고객과 회사를 위한 방법인가?"에 대해 다시 한번 되새길 수있는계기가됐다.

어떤 상황에서도 신뢰를 줄 수 있는 기업이 되어야 하며 특히 어려움을 극복할 수 있는 여러가지 노력과 전략그리고믿음이있는한'성공'이란단어는우리의 것이될수밖에없다.

소음과공해가심한도심속에들어서는아파트라는 단점을 오히려 전통왕궁과 가깝다는 컨셉으로 승화시키고 철저한 시장 조사를 통해 매우 보수적이지만 누구나 공감할 수 있는 수익률을 제시하고, 국내시장의 침체를해외에서의성공을발판으로삼아극복하는등 '경희궁의아침'분양팀의노력은매우적절한시간에 매우 효율적으로 추진됐었다는 점을 간과해서는 안될 것이다. 그리고 무엇보다도 최고 경영자 이하 모든 임직원이 성공적인 분양을 위해 몸을 사리지 않고 보여주었던그'열정과노력'이 있었기에모두를놀라게하고 감동시킬 수 있었던 분양 대성공이란 성과를 거둘 수있었던것이다.

이제 또다른 경희궁의 아침이빨리 우리 곁으로찾아오기를 기대하며 이 시간에도 이를 위해 노력하고 있을관계자들에게격려와용기를전한다.