



[유통]
CJ제일제당
'The더건강한 햄'
메가브랜드로 키운다
니



Life

[라이프]
박원순 시장
옥탑방 한달살기
주민 고충 체험한다
L7



출범 9개월만에 61개 항공사-1400개 여행사와 파트너십 계약 단체항공권시장의 에어비앤비 “새벽잠 잊은 보상이죠”



새벽을 여는 사람들

올원에어
김수연 이사

소규모여행사·항공사 연결해주는
단체항공권 매칭 플랫폼 만들어

새벽잠 포기하고 시스템 개발 몰두
런칭 후 폭발적인 반응, 계약으로

수요자로 중심 바꾸는 것 목표
없어서는 안될 플랫폼 만들 것



10일 오전 메트로신문과 만난 김수연 이사는 올원에어의 최종 목표는 “공급자 중심의 단체항공권 시장을 수요자 중심으로 바꾸는 것”이라고 밝혔다.

“유레카(바로 이거야!)”

지난 2016년 숙박 공유 플랫폼 에어비앤비를 처음 접한 김수연(44) 이사는 깜짝인 숙이 뺨 뚫린 기분이 들었다.

20년 넘게 항공권 유통 업계에서 일해 온 투어 비즈니스 전문가인 김 이사는 좀처럼 개선되지 않는 비효율적인 업무 시스템에 답답함을 느끼고 있는 터였다.

그가 담당하던 단체항공권 발매 업무는 말 그대로 ‘노가다’ 작업이 주를 이뤘다. 누구나 스마트폰만 있으면 언제 어디서든 예약할 수 있는 개인항공권과 달리 단체항공권은 자동화된 발권 시스템이 존재하지 않았기 때문이다.

답보 능력이 없는 중소 여행사들은 항공사에 단체석을 요청하는 것 자체가 불가능했다. 소규모 여행사들은 발권 허가를 가진 대형 여행사에 일일이 전화를 돌리고 사정해야 겨우 단체 항공권을 받을 수 있었다. 부르는 게 값이라 가격 경쟁력이 떨어졌고, 물량 확보도 쉽지 않았다.

지난 10일 기자와 만난 김 이사는 당시를 회상하며 “에어비앤비처럼 소규모 여행사들이 항공사와 다이렉트로 소통할 수 있는 창구를 만들어야겠다는 생각을 그때 처음 했다”고 말했다.

◆잡스·워즈니악, 두 명의 스티브가 만나

“아이디어 넘치는 애플의 기 획자 스티브 잡스가 된 것 같았다. ‘이제 워즈니악에 플의개 발자’

만 찾으면 되겠군’이라고 생각했다”

간절히 원하면 이루어진다는 말처럼 그앞에 귀인이 나타났다. 단체항공권 시장의 특수성을 예의주시하고 있던 가격 결정 플랫폼 업체의 이정갑 대표였다.

이 대표를 만난 김 이사는 단체항공권 매칭 플랫폼의 시스템 구현 가능성을 발견하고는 올원에어 개발 프로젝트에 뛰어들었다.

프로젝트 합류 이후 김 이사에게 새벽은 잠자는 시간이 아닌 개발진과 함께 시스템 구축에 몰두하는 시간이 됐다.

개발 과정 중 어려웠던 점을 묻자 김 이사는 “현장에서 느낀 불편한 점에 대한 문제 인식, 그리고 이를 위한 솔루션의 필요성과 방향성에 대해 충분히 인지하고 있었지만, 세상에 없던 시스템을 만들어 내는 일하기에 그 과정이 결코 순탄치 않았다”고 털어놓았다.

이어 그는 “특히 항공권은 수 천 가지 경우의 수를 갖고 있어 이러한 변수를 모두 시스템에 반영하는 부분이 가장 어려웠다”면서 “하지만 답을 찾아야 할 이유가 분명했기에 지치지 않고 달려왔다”고 말하며 활짝 웃었다.

◆1일 업무 미팅 7회... 24시간이 모자라 플랫폼에 대한 시장의 반응은 폭발적이었다. 런칭 후 김 이사의 하루는 눈코 뜰 새 없이 바빠졌다.

새벽 6시 30분. 출근 직후 김 이사는 영업팀의 전날 여행사 업무 상황을 보고 받는다. 이어 사업본부 팀별 미팅을 하고, 개발실·디자인실·기획실과 현재 영업 상황 및 실적을 공유한다. 이후 서비스 품질 관련 특이사항, 파트 별 지원 요청사항 등을 확인하는 3건의 사내 미팅으로 오전을 마무리한다. 오후에는 항공사와 여행사 등 업계 담당자들과 3~4건의 미팅이 이어진다.

김 이사의 열정 덕분이었을까. 올원에어는



올원에어가 자랑하는 사내 문화 중 하나인 ‘수습해제 기념행사’는 수습을 마치고 정식으로 가족이 된 직원에게 축하의 의미로 사진이 들어간 포스터를 만들어 선물하는 행사다.



10일 오전 6시 50분. 김수연 이사가 영업팀으로부터 업무 진행 상황을 보고받고 있다.

런칭 9개월 만에 61개 항공사, 1400개의 여행사와 파트너십 계약을 맺었다.

한 통계 자료에 따르면, 스타트업이 창업 1년 후 살아남을 확률은 10%밖에 되지 않는다. 김 이사에게 올원에어의 성공 비결을 물었더니 그는 “일하는 사람이 즐거워야 성과가 높아진다”고 답했다.

김 이사는 “성장하는 회사다 보니 근속자보다 새로 합류한 직원의 비율이 높은 편”이라며 “그러다 보니 누구도 권위를 내세워 틀을 만들려 하지 않는다. 구성원 개인이 자발적으로 만든 소소한 이벤트들이 다수의 호응에 힘입어 자연스럽게 사내 문화로 정착한 경우가 많은 것이 특징이다”고 말했다.

올원에어가 자부심을 갖는 사내 문화 중 하나는 ‘수습해제 기념행사’다. 수습

을 마치고 정식으로 가족이 된 직원에게 디자이너들이 축하의 의미로 사진이 들어간 포스터를 만들어 선물한 것이 하나의 문화로 정착됐다.

김 이사는 “보통 회사에서는 장기 근속자를 기리는 행사는 많은데, 신입 직원을 위한 행사는 없다”며 “외부에서도 관심을 많이 갖는 자랑스러운 사내 문화 중 하나다”고 소개했다.

그의 최종 목표는 무엇일까. 김 이사는 “올원에어의 목표는 공급자 중심의 단체항공권 시장을 수요자 중심으로 바꾸는 것”이라며 “앞으로도 계속해서 항공권 시장의 각 주체를 긴밀히 연결해 모두에게 없어서는 안 될 서비스 플랫폼으로 자리매김하겠다”는 청사진을 밝혔다.

/김현정 기자 hjk1@metroseoul.co.kr

/사진=손진영 기자 son@

