

“까다로운 車 구매, ‘꼼꼼하게’ 대신 비교해드려요”

도전! 스타트업UP

갯차

새 차를 구매하는 일은 평생에 걸쳐 몇 번 일어나지 않는다. 한 번 차를 구매하면 오래 타기 때문에 사고 싶은 차를 결정하는 과정은 오래 걸리고, 차를 잘 사기 위해 학습해야 하는 정보량도 엄청나다.

하지만 이런 정보를 알 수 있는 곳은 마땅치 않다. 구매과정도 복잡하고 판매점마다 부르는 가격이 달라 혼란을 겪기도 한다.

갯차 정유철 대표는 이런 불편함을 직접 겪고 창업에 결심했다. 지난 4일 서울 강남구 갯차 사무실에서 정 대표를 만났다. 그는 “2014년 수입차 구매를 결심하고 가격을 알아보는데 처음 만난 딜러가 차량 가격에서 16%를 할인해준다고 해 생각보다 큰 할인율이라고 생각했다. 그런데 지인이 소개해준 또 다른 딜러는 17% 할인을 제시했다”며 “이곳저곳 계속 알아 보던 중 최종적으로 19%까지 할인해주는 딜러를 만났다”고 말했다.

그러면서 “가격이 들쭉날쭉하고 지인들 모두 제대로 된 정보 없이 비싼 가격에 샀다는 사실을 깨닫고, 요즘같이 정보가 많은 시대에 그 정보를 취합하고 확인할 만한 곳이 없다는 게 말이 안 되는 것 같



가장 저렴한 판매 딜러-소비자 연결
가장 좋은 금리 ‘금융상품’ 추천까지
구매 플랫폼을 넘어서 포털 서비스로

아 창업을 하게 됐다”고 설명했다.

이렇게 그는 다니던 삼성전자에서 나와 600여 명의 딜러를 만나면서 자동차 시장에 대한 이해를 했고 브랜드별 운영 방식, 딜러 인센티브, 유통과정, 소비자 과금 방식 등을 파악해 신차 구매 플랫폼 ‘갯차’를 선보이게 됐다.

이렇게 탄생한 갯차는 소비자가 어떤 차를 살지 결정하는 것과 어떻게 구매할지에 대한 두가지 고민을 해결해준다.

정 대표는 “마치 새우깡이 편의점과 대형 마트에서 다른 가격으로 팔리는 것처럼 차도 권장 소비자 가격과는 다르게 판

매되고 있는데, 갯차는 실시간으로 가격을 비교해 가장 저렴한 가격에 판매하는 딜러와 소비자를 연결해 구매를 돕는다”고 말했다.

갯차는 차량 구매 과정에서 자동차 금융상품도 추천한다. “그는 국내에 자동차 금융상품이 50개 정도 있는데, 심사하는 데 이틀 정도가 걸려 50개 금융상품의 심사를 받으려면 100일 정도가 걸리는 셈”이라며 “갯차는 개인의 신용상태와 재정 상태에 맞는 금융상품과 이달 가장 좋은 금리의 금융상품을 같이 비교, 추천해줘 소비자는 시간을 절약할 수 있다”고 설명

했다.

자동차의 판매 가격을 투명하게 공개하는 탓에 창업 초기엔 딜러들로부터 반발도 있었다. 딜러들에겐 할인율이 안 보이는 곳에서 마진을 챙길 수 있는 수단이 없기 때문이다.

그는 “국내에 3만명 정도인 딜러 집단을 두고 초기에 많은 고민을 했는데, 결국 비율이 훨씬 많은 소비자의 편의를 보장하는 쪽으로 결정했다”며 “법적으로도 문제가 없었기 때문에 지금은 딜러들도 이점을 받아들여 우리 플랫폼에 많이 참여하고 있다”고 말했다. 딜러에게 갯차는 소비자와 쉽게 만날 수 있는 공간이라는 이점이 있다.

차량 구매에 혁신을 가져왔다는 이유 때문에 갯차는 사업 초창기 주목을 크게 받았다. 하지만 정 대표는 이 순간을 가장 어려워했던 시기로 회상한다.

그는 “갯차는 상담을 통해 딜러와 연결해주는데 숙련된 상담사 한 명이 하루에 10명 정도의 고객을 응대할 수 있다”며 “당시 상담사가 3명에 불과해 하루에 상담을 30명 정도밖에 할 수 없었는데 하루에 1500명씩 상담이 들어왔고 이게 매일 누적돼 서버가 다운되는 등 사과의 공지를 계속 올려야 했다”고 말했다.

이어 “지금도 그 경험을 바탕으로 많은 부분에서 자동화를 구축했고 그간 쌓인

데이터를 통해 70여 가지 대화 패턴을 만들어 고객이 원하는 질문에 잘 대답할 수 있도록 하고 있다”고 말했다.

사업을 시작한 이후 갯차가 지금까지 거래한 차량은 지난 2월 말 기준 5154대에 이른다. 거래금액으로 환산하면 2028억원이다. 혼자서 회사를 차렸지만 지금은 19명이 됐고, 법인 설립 당시 5000만원의 엔젤투자로 시작했던 갯차는 지금까지 총 19억원의 투자를 받았다.

향후 그의 목표는 갯차를 기술 기반의 플랫폼으로 만들어가는 것이다. 그는 “갯차가 예전에는 고객이 들어오면 사람이 응대해야 한다는 점 때문에 영업 기반의 기업이었지만, 작년 하반기를 기점으로 기술 기반의 기업으로 가고 있다”고 말했다.

이어 “차량 구매 전 패턴 600만 건을 모아 머신러닝 분석을 통해 기술을 고도화하고 있고, 최종적으로는 사람 개입 없이 차를 구매할 수 있는 비대면 자동차 서비스를 구축하는 게 목표”라고 밝혔다.

또한 단순 구매 플랫폼을 넘어 차에 대한 정보를 얻을 수 있는 자동차 포털 서비스로 나아가길 예정이다. 갯차는 현재 차량 가격 외에도 차량별 고질병, 실제 차량 구매자에게 문의할 수 있는 공간, 관련 뉴스, 출고 후기 등을 제공하고 있다.

/구서윤 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr

KCC 창호, 전국 아파트 찾아간다

원바디카에 ‘이동형 전시장’

KCC가 흠씨인테리어를 앞세워 고객과 접점을 넓히기 위해 ‘이동형 창호 전시장’을 운영, 전국 아파트 방문에 나선다.

KCC는 이를 위해 적재함의 덮개를 들어올릴 수 있는 트럭인 일명 원바디카에 창호 및 유리 전시장을 설치한 이동형 창호 전시장을 마련했다고 10일 밝혔다. 이는 지난 2월 열린 국내 최대 규모 건축자재 및 인테리어 전문 전시회 ‘코리아빌드’에서 첫선을 보였다.

이동형 창호 전시장에는 ▲우수한 내풍압과 단열 성능으로 확장 발코니에 적합한 ‘흠씨이중창250’ ▲에너지효율등급 1등급 수준의 ‘흠씨프리타임242’ ▲과학적 에너지 설계를 통해 에너지 워너상을 수상한 ‘흠씨와이드빌 230’ ▲공률부에 다양한 칼라의 목부니 필름을 적용해 미려하고 세련된 실내 분위기를 연출할 수 있는 ‘흠씨공률일체형 중대형 미



KCC가 아파트 단지 내 이동형 창호 전시장을 마련해 고객에게 찾아가는 서비스를 선보이고 있다.

서기창 225’ ▲발코니 외장 적용이 가능한 ‘흠씨뉴프리타임 140’ 등 다양한 창호 제품들이 마련됐다.

실물 창호 제품은 물론 단면도를 볼 수 있는 샘플 제품과 KCC가 직접 생산하고 KS인증을 받은 에너지 절약형 유리인 ‘로이유리(Low-Eglass)’도 마련돼 있어 열차단 성능 테스트기를 통해 KCC만의 우수한 유리 기술을 손쉽게 확인할 수 있다.

/김승호 기자

코웨이, 3월 신규고객 렌탈료 ‘할인’

코웨이가 공기청정기 렌탈료를 할인해주는 이벤트를 연다. 코웨이는 소비자들이 봄철 미세먼지에 대비할 수 있도록 공기청정기 신규 렌탈 고객을 대상으로 3월 한 달 동안 ‘슈퍼그레이트 Air 프로모션’을 진행한다고 10일 밝혔다.

대상은 자사의 ‘멀티액션 공기청정기’를 비롯한 공기청정기 8종으로 고객이 새로 제품을 렌탈 계약하면 월 최대 4000원의 렌탈료를 깎아준다.

프로모션 대상 제품 중 멀티액션 공기청정기는 깨끗한 공기 흐름을 만드는 코웨이만의 차별화된 에어 다이내믹스(Air Dyn

amics) 테크놀로지가 적용된 혁신 제품이다. 실내공기질 상황 및 필요에 따라 네 가지 모드의 멀티 액션 기능을 적용해 가까운 곳은 물론 멀리 떨어진 공간까지 신속하고 강력하게 공기를 관리할 수 있다.

코웨이는 슈퍼그레이트 Air 프로모션의 예도 기존 사용하고 있는 노후 공기청정기를 신제품으로 교체할 때 렌탈 등록비 면제 및 월 렌탈료 10% 할인 혜택도 함께 진행한다. 해당 프로모션은 코웨이 공기청정기를 7년 이상 사용하고 있는 고객들을 대상으로 하며 오는 4월까지 진행할 계획이다.

/김승호 기자

“이스라엘 명문대서 ‘기업가 정신’ 배우세요”

중기부, 청년 글로벌 창업 지원

테크니온 공대와 협력 프로그램

창업을 계획하고 있는 대학생이나 청년 창업가가 이스라엘 명문대학에서 기업가정신을 배울 수 있는 기회가 마련된다.

중소벤처기업부는 창업 생태계를 갖춘 이스라엘 테크니온 공대와 대표 액셀러레이터(스타트업이 성장할 수 있도록 자금 등을 지원하는 곳)와 협력해 현지에서 기업가정신 프로그램을 추진한다고 10일

밝혔다.

테크니온 공대는 1924년 설립된 이스라엘 첫 근대식 대학으로 20여년간 재학생과 졸업생이 1천600여개의 기업을 창업해 10만여개의 일자리를 창출했다.

이 공대의 기업가정신 교육 프로그램은 트렌드 학습, 팀 단위의 사업 아이디어 발굴, 전문가 멘토링 등으로 구성된다. 교육에 참여한 전 세계 청년들과 네트워킹, 이스라엘 성공한 스타트업과 만날 기회도 마련된다.

테크포굿(Techforgood)사는 액셀러

레이팅 프로그램을 제공한다. 이 회사는 마이크로소프트, 휴렛팩커드(HP) 등 글로벌 기업과 동반관계를 맺고 있다. 중기부는 운영기관인 창업진흥원과 다양한 후속 프로그램을 마련해 실질적인 해외 진출 성과로 이어질 수 있게 할 계획이다.

중기부 김문환 해외시장정책관은 “청년과 창업가들이 실패 두려움 없이 도전하는 기업가정신을 함양하고 이스라엘 혁신 생태계를 경험해 글로벌 창업을 하도록 지원하겠다”고 밝혔다.

/김승호 기자 bada@

패턴·색상 100여종... 선택 폭 넓은 인테리어 필름 ‘베니프’

LG하우시스, Z:IN 신제품 출시

LG하우시스는 차별화된 디자인과 친환경성을 갖춘 지인(Z:IN) 인테리어필름 신제품 ‘베니프(BENIF)’를 출시했다고 10일 밝혔다.

인테리어필름은 간편하게 시공할 수 있도록 필름 뒷면에 점착처리가 되어 있어 호텔, 병원, 백화점 등 상업공간의 벽면뿐만 아니라 주방가구, 도어 등 주거공간까지 다양하게 쓰이는 표면마감재다.

LG하우시스가 새롭게 선보인 ‘베니프’는 클래식우드·펠라이트·레더 등 최신 인테리어 트렌드를 반영한 12종의 신규 패턴으로 구성됐다.

각 패턴에 포함된 세부 색상 제품까지 합하면 총 100여종에 달해 소비자들의 선택 폭이 넓다.

‘베니프’ 제품 가운데 상업 및 주거 공간 모두에 어울리는 ‘클래식우드’는 나무 무늬와 표면 엠보싱을 일치시키는 동조



LG하우시스의 인테리어필름 ‘베니프’ 클래식우드 패턴.

엠보 공법을 적용해 나무 소재 같은 사실감을 높였다. 카페, 호텔 등 상공간에 고급스러움을 더해주는 ‘펠라이트’는 기존 펄(Pearl) 디자인 제품 대비 20배 큰 펄 소재를 사용해 입체감을 더했다.

거실, 침실 등에 어울리는 가죽 컨셉의 ‘레더’와 패브릭 패턴의 ‘우븐’은 깊은 엠보와 쿠션감으로 실제 소재의 표면 질감

에 가깝게 구현해 따뜻하고 고급스러운 실내 공간을 연출하는데 효과적이다.

특히, 이번엔 출시된 ‘베니프’ 가운데 클래식우드 등 9개 패턴은 실내공기질 관리법에 따른 유해물질 방출 기준을 충족했고, 포름알데히드 등 유해물질을 최소화해 환경부의 환경마크 인증을 획득하며 친환경성을 인정받았다.

/김승호 기자