



비대면 눈높이 맞추는 완성차업계... 신차 '원클릭' 간편구매

전시장 등 비대면 영업 방식 강화
현대차 '클릭 투 바이' 서비스 확장
한국지엠 온라인 전용판매채널 운영
르노삼성 앱 통해 상품견적 확인

국내 자동차 업계가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 장기화로 비대면 영업 방식을 강화하고 있다. 최근 변이 코로나19 바이러스 확산에 따른 대면 영업의 부담을 줄여주기 위한 것으로 보인다.

19일 업계에 따르면 완성차 업계는 비대면 영업을 통한 소비자 소통을 강화하고 있다. 코로나19 감염 확산으로 소비자들이 매장을 직접 방문하는 등 대면 접촉에 대한 부담감을 나타내면서 비대면 매장 운영과 온라인 판매를 통한 영업에 힘을 쏟고 있다.

현대자동차는 지난해 8월부터 비대면 매장으로 운영하고 있는 송파대로 전시장에 소비자들 사이에서 인기다. 지난달까지 매장 방문객이 1만9006명에 달할 정도다.

특히 방문객 중 80%가 주간 자율 체력(86%)과 야간 언택트 관람(12%) 등 비대면 형태로 차량을 경험했다. 매장 방문시 매장 직원에 대한 부담도 덜어



현대차 송파대로지점에 배치된 인공지능 서비스 로봇 달이 /현대차그룹

줄 수 있으며 개인의 자유를 중요하게 생각하는 MZ 세대를 공략하기 위한 것으로 보인다.

현대차는 글로벌 시장에서는 온라인 판매를 강화하고 있다.

현대차는 글로벌 시장 공략을 위해 내놓은 온라인 판매 플랫폼 '클릭 투 바이(Click to Buy)' 서비스도 확장하고 있다. 현대차는 코로나19 발생 이전부터 시범 사업으로 영국, 호주, 캐나다 등의 일부 국가에서 2017년부터 운영하던 서비스를 대면 서비스가 어려워진 미국과 인도 전역으로 전면 확대했다. 클릭 투 바이는 주문부터 상담, 결제,

배송까지 완전히 비대면으로 진행되는 구매 서비스다. 다만 국내에서는 영업 직원들의 이해관계 등을 이유로 아직 서비스하지 못하고 있다.

한국지엠은 국내에서 코로나19 장기화에 따라 지난 5월부터 100% 온라인을 통해 차량을 판매할 수 있는 '쉐보레 온라인샵'을 운영하고 있다. 그동안 흡소프이나 이커머스 업체를 통해 자동차를 판매한 사례는 있었지만 차량 계약부터 결제까지 자체 비대면 시스템을 구축한 것은 국내 완성차 중에선 한국지엠이 사실상 처음이다.

'쉐보레 온라인샵'은 차량 견적, 상담



르노 조에.

부터 결제, 탁송까지 100% 비대면 환경에서 진행할 수 있다. 다만 한국지엠은 온라인 판매를 시작하는 대신 대상 차종을 쉐보레 카마로SS 1종으로 제한했다. 한국지엠 역시 영업직원들의 반발을 의식해 적극적으로 운영하지 않는 것으로 보인다.

르노삼성자동차는 코로나19 확산에 따라 비대면 판매 확대에 나선다. 르노삼성은 지난 18일 GS마이샵에서 전기차 '르노 조에'의 판매를 진행했다. 앞서 르노삼성은 지난 2016년부터 소비자들이 영업점을 방문하지 않아도 앱을 통해 상품견적을 확인하고 청약금을 결제할

수 있는 e-커머스를 운영하고 있다.

수입차 업체도 비대면 영업에 힘을 쏟고 있다. BMW코리아는 2019년 12월 오픈한 'BMW 샵'을 통해 한정판 모델을 판매하며 온라인 판매에 효과를 보고 있다. BMW 샵은 현재까지 800대 이상의 한정판 모델을 매월 선보이면서 '완판' 행진을 이어가고 있다.

메르세데스-벤츠 코리아는 올해 하반기 온라인 판매 플랫폼을 구축해 운영할 예정이다. 벤츠는 이미 2016년 독일에서 신차 판매를 위한 온라인 스토어를 론칭한 바 있다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

URL 문서공유 vs 템플릿 무료제공... 웹 오피스, 기능·서비스 대전

Google

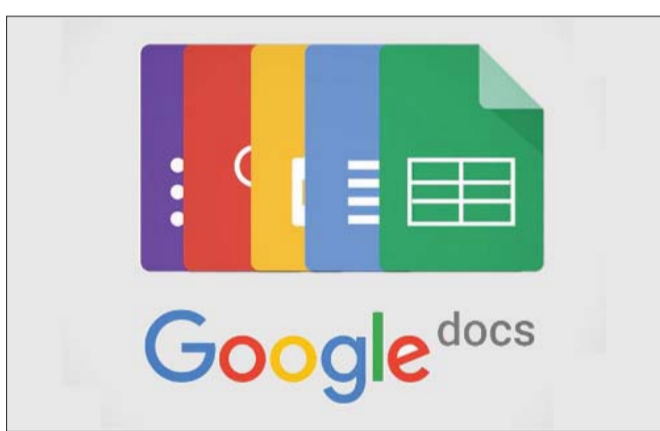
구글 독스 공유 통한 실시간 협업
 웹 기술 바탕 다양한 함수식 지원
네이버 오피스 한컴오피스 협업
 개인사용자 위한 편의 기능 강화

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 인해 비대면 업무와 수업이 확대되면서 웹 오피스 시장이 성장하고 있다. 국내에서는 구글 클라우드를 기반으로 한 '구글 독스'와 네이버 클라우드를 기반으로 한 '네이버 오피스'가 웹 오피스 시장을 놓고 경쟁 중이다.

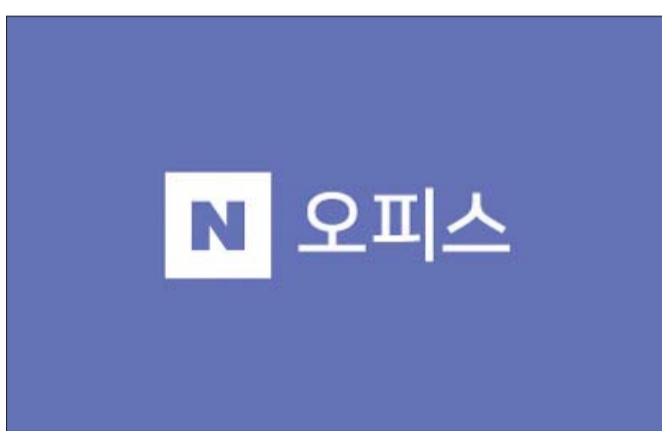
웹 오피스는 협업에 특화된 인터넷에 접속해 쓰는 문서 도구다. 웹에서 작동하는 '마이크로소프트(MS)오피스', '한컴오피스'를 생각하면 된다. 웹 오피스를 쓰려고 문서 저작도구를 컴퓨터에 깔 필요도 없다. 웹으로 만들어져 설치가 필요 없으며 관계자의 간섭을 받지 않고 정해진 사람에게만 공유할 수도 있고 URL을 통해 제한 없이 공유할 수도 있다.

◆**구글 독스, 데이터베이스 구축에 장점**
 구글은 비대면 시대에 맞춰 구글 독스의 업무 협업 기능을 강화하고 있다. 구글은 지난 5월 열린 연례 개발자 행사에서 협업 도구 '스마트 캔버스'를 발표했다. 구글 독스에서 화상회의 기능인 구글 미트(meet)를 바로 이용할 수 있게 만든 통합 서비스다.
 협업 기능은 구글 독스의 가장 큰 특

NAVER



구글 독스



네이버 오피스

징이다. 이용자는 문서를 동료에게 보여주려고 인쇄할 필요가 없다. 문서마다 있는 고유 주소를 알려주기만 하면 된다. URL 링크를 통해서나 지메일(Gmail)을 통해 공유할 수 있다. 상대방도 지메일 계정을 통해 들어온다면 문서를 보는 것은 물론 같이 협업 작업을 진행하는 것도 가능하다.

이용자는 지메일에 첨부된 문서 파일, DOC, DOCX, XLS, XLSX, PPT, PPTX 등을 곧바로 구글 문서 도구로 열고 편집할 수 있다. 스프레드시트의 함수 기능을 MS 엑셀(EXCEL)에 비해 다양하게 지원하는 것도 큰 장점이다. 같은 스프레드시트 중 행과 열의 개수 제한, 속도를 제한한다면 데이터베이스를 구축하는데 적합한 프로그램은 MS 엑셀이 아닌 구글 스프레드시트라는 말이 나올 정도로 웹 기술을 바탕

으로 다양한 함수식을 지원한다.

2010년대 중반 이후로 강력한 실시간 협업 기능을 바탕으로 스타트업이나 IT기업 등에서 적극 활용되는 추세다. 인터넷만 되면 언제든 사용할 수 있고 MS 엑셀과 비슷한 인터페이스를 가지고 있기 때문에 진입 장벽도 낮은 편이다. 그리고 URL 공유만으로 여러 사용자 간 실시간 편집 등이 가능하므로 공용 데이터베이스처럼 구축해 활용할 수 있다.

◆**네이버 오피스, 기업보다는 개인 친화적인 서비스**

네이버 오피스는 한국 이용자들에게 필요한 기능들을 더 강화하고 있다. 지난 2일에는 한컴과 계약을 맺고 한컴오피스를 통한 협업 기능을 강화한다고 발표했다. 앞으로는 네이버 오피스에서 작업한 사람 및 시간, 문서 버전 등에 관

서비스하는 구글 독스에서는 한컴오피스를 이용할 수 없다.

또 네이버 오피스는 구글 독스에 비해 기업보다는 개인 이용자에게 더욱 편리한 오피스다. 네이버 오피스는 구글 독스처럼 기업에 필요한 화상회의 기능을 지원하지도 않고 많은 함수식 계산 기능도 지원하지 않는다. 다만, 네이버 오피스는 개인 이용자들이 쓰기 편하도록 다양한 디자인의 문서 템플릿을 제공하고 있다. 이력서, 회의록, 기획서 등 각 형식별로 30~40개의 템플릿을 무료로 제공하고 있다.

네이버클라우드 관계자는 "네이버 오피스와 구글 독스가 기능적 측면에서 어디가 우위라고는 할 수 없을 것 같다"면서도, "네이버 오피스는 개인 이용자 서비스에 집중하고 있고 구글 독스는 개인과 기업 두 가지 서비스를 모두 하고 있다는 게 차이"라고 설명했다.

/강준혁 기자 junhyuk@



/유도이미지