울산 현대, 4번째 '우승별' 거머쥔 원동력은 '소통·리더십'

창단 첫 2년 연속 K리그1 우승 달성
홍명보 감독·소속 구성원 '팀워크'
강력한 리더십 등 바탕으로 '성과'
정기선 사장, 리더덕목 존중·소통 강조

29일 오후 울산시 문수축구경기장에서 열린 프로축구 하나원큐 K리그1 울산 현대와 대구FC의 경기에서 2-0으로 승리를 거두며 2023 시즌 우승을 확정지은 울산현대 선수들이 기념촬영을 하고 있다.

프로축구 하나원큐 K리그1 울산 현대와 대구FC의 경기에서 홍명보 울산 현대 감독이 기뻐하고 있다. /한국프로축구연맹

지난해 '만년 2인자'라는 오명을 벗은 울산 현대가 2년 연속 K리그1 우승을 달성하며 4번째 '우승별'을 가슴에 새겼다.

울산 현대는 모기업인 HD현대의 든든한 지원을 바탕으로 전북현대의 아성을 무너뜨리며 승승장구하고 있다. 특히 아산 정주영 현대 창업자에 이어 정몽준 아산재단 이사장으로 이어온 남다른 스포츠 사랑은 현재의 울산 현대를 완성할 수 있는 밑거름이 됐다. 이같은 현대가의 정신은 정몽준 이사장의 장남이자 현대가 3세인 정기선 HD현대 사장으로 이어지고 있다.

◆2년 연속 K리그1 우승… '소통 리더십'

해를 거듭할 수록 더욱 견고해지고 있는 홍명보 감독의 울산현대와 정기선 사장의 HD현대는 닮은 점이 있다. 바로 리더들이 소속 구성원들과의 적극적인 소통을 이어나가며 강력한 리더십이 공존하고 있다는 점이다.

우선 올해 K리그1에서 2년 연속 우승을 차지한 울산현대는 올 시즌을 앞두고 전력누수로 인한 부담감을 안고 시작했다. 지난 시즌 팀 내 득점 2위이자 공격포인트 2위 레오나르도가 원소속팀 산둥 타이산(중국)으로 복귀으며 공격수 아마노 준은 라이벌팀인 전북현대로 이적했다. 이 때문에 전문가들은 울산 현대가 2연패를 달성하기 어려울 것이라는 분석을 내놨다.

그러나 홍명보 감독은 최악의 상황을 돌파할 수 있는 리더십을 발휘했다. 홍 감독은 상대팀을 완벽하게 분석한 뒤 기막힌 용병술로 팀의 상승세를 이끌었다. 공격수 주민규는 올해 15골을 터뜨리며 득점 2위에 이름을 올렸고 수비수 김민혁은 29경기에 출전하면서 상대 공격을 완벽하게 차단했다.

또 홍명보 감독은 팀 분위기 반등을 위해 선수들과 적극적인 소통을 이어갔다. 평소에도 격의 없는 대화로 분위기를 이끌어온 그는 "경기에서 질 경우 다음 경기를 어떻게 준비할지 선수들과 함께 방법을 찾는다"며 "팀이 졌다고 개인적인 감정으로 화를 낸 적이 없다. 다음을 어떻게 준비할지 이야기하는게 중요하다"고 강조했다. 팀이 흔들려도 빠르게 회복할 수 있는 건 감독과 선수들이 문제와 해결방안을 완벽하게 이해하고 있다는 뜻이다.

정기선 사장은 소속 구성원과 적극적인 소통을 통해 과거 노동집약적이었던 조선업계의 첨단기술에 속도를 높이며 체질개선을 이끌어 내고 있다.

정 사장은 기업 문화 변화에도 적극 나서고 있다. HD현대의 경영 이념인 창조적 예시, 적극 의지, 강인한 추진력을 계승하면서 기업 문화 지향점으로는 세상을 이끄는 혁신, 두려움 없는 도전, 서로에 대한 존중, 모두를 위한 안전을 강조했다. 정 사장은 지난 2월 10일 그룹 계열사 최고 경영진들이 참석한 가운데 열린 '탑팀 워크숍'에서 HD현대 리더의 덕목으로 '존중'과 '소통'을 강조한 바 있다.

정 사장은 지난 2월에는 최근 입사한 HD한국조선해양 신입사원 10명과 함께 식사와 티타임을 갖고 'CEO와 MBTI토크'를 진행하기도 했다. 또 정 사장은 사내 복지 확대에도 힘을 싣고 있다. 최근 HD현대는 경기도 판교의 신사옥에서 사내 어린이집을 개원했는데 만 0세부터 5세까지의 자녀를 둔 임직원이라면 누구나 무료로 이용할 수 있게 했다.

직원들이 유연근무제를 채택하거나 귀가가 늦어진 경우에도 등하원 시간을 조정할 수 있게 했고, 아침, 점심, 간식은 물론 저녁까지 친환경 식재료로 만든 하루 네끼 식사를 무상 제공하는 등 세심한 복지에 나서고 있다.

또 정사장은 강력한 리더십으로 기업의 경쟁력 확보에도 집중하고 있다.

정 사장은 HD현대가 최근 글로벌 친환경 선박 시장은 물론 향후 수소, 메탄올, 암모니아 등 친환경 선박 포트폴리오를 다변화하면서 미래 원천기술 확보에 집중할수 있도록 전면에서 이끌고 있다.

HD현대는 미래선박, 수소연료전지, 디지털, 헬스케어 등 4대 미래사업 분야와 청정수소, 화이트바이오 등 자회사의 신사업을 적극 지원하고 있다. HD현대는 '퓨처빌더(미래 개척자)'로서 재생 에너지와 더 스마트한 인프라로의 전환을 주도하고 있다. 그 중심에는 정 사장이 있다.

리더의 소통과 강력한 리더십을 바탕으로 HD현대와 울산 현대의 미래에 대한 기대감은 높아지고 있다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

"디지털 광고 솔루션으로 최적화 앞장"

인터뷰
제이슨 반스 퍼브매틱 CRO

SSP·오픈랩 등 다양한 솔루션 갖춰
韓서 공급 경로 최적화 '액티베이트'

제이슨 반스(Jason Barnes) 퍼브매틱 아시아 태평양 지역 최고 수익책임자(CRO). /퍼브매틱

과거 광고는 텔레비전에서, 신문에서 또는 길거리에서 불특정 다수를 향해 일방적으로 전달됐다. 노인 의료기 광고가 어린이 소비자에게 수신되고, 고급 냉장고 광고가 10대 청소년에 닿았다. 시대가 변했다. 초개인화 한 휴대전화는 물론 IPTV까지 보급되며 프로그래매틱 광고(Programmatic Ad)로 불리는 기술은 이용자의 특성과 관심사를 면밀히 분석한 인공지능(AI)으로 그에 가장 필요한 광고와 정보를 전달한다. 이러한 기술의 중심에 독립형 애드테크 기업 퍼브매틱(PubMatic)이 있다.

지난 25일 메트로경제가 제이슨 반스(Jason Barnes) 퍼브매틱 아시아 태평양 지역 최고 수익 책임자(CRO)를 만났다. 제이슨 반스는 25년 이상 디지털 광고·제품 분야에서 근무한 전문가로 2014년 퍼브매틱에 합류했고 전세계 18개 지사 12개 데이터 센터 중 아시아 태평양 지역인 호주, 중국, 인도, 일본, 한국 및 싱가폴 등에서 팀을 관리하고 있다.

반스 CRO는 퍼브매틱을 "독립적인 기술 회사"라며 "미래를 위한 디지털 광고의 공급망을 제공하고 있다"고 설명했다. 그는 "최근 우리는 SSP(Sub-Side Platform)기업이라고 소개하는 대신 기술 회사라고 기술회사라고 이야기 하고 있다"며 "지난 2년 동안 우리는 더 이상 SSP와 퍼블리셔들만 다루는 데에서 벗어나 에이전시, 브랜드, 데이터 회사 전반을 관리하는 기업으로 거듭났다"고 설명했다.

퍼브매틱은 디지털 광고를 둘러싼 여러 주체에 대한 최적의 솔루션을 제공하고자 한다. ▲퍼블리셔 ▲앱 개발자 ▲CTV/OTT 퍼블리셔 ▲바이어 총 4개 주체에 각각 필요한 최적의 솔루션을 갖고 있다.

특히 지난 16일 한국 시장에 공개한 공급 경로 최적화(SPO) 솔루션 '액티베이트(Activate)'는 가장 자랑하고픈 솔루션이다. 액티베이트는 광고 구매자가 퍼브매틱 프로그래매틱 플랫폼 상에서 프리미엄 동영상 및 CTV 인벤토리에 직접 액세스 할 수 있도록 공급 경로를 최적화한 솔루션으로 단일 플랫폼 상에서 거래할 수 있는 데다 직접 프로그래매틱 프라이빗 마켓플레이스(PMP) 또는 프로그래매틱 보장형(PG)으로 비즈니스를 전환할 수 있도록 지원해 효율성을 높였다. 이밖에 퍼브매틱은 SSP, 오픈랩, 커넥트, 컨버트 등 다양한 솔루션을 갖고 있다.

/김서현 기자 seoh@

바쁜 셀러위해… 결제·배송 위탁서비스 활발

블랙프라이데이·광군제 소비자 대응
빠른배송·간편결제 등 해외직구 준비
초보셀러들 이용 쉽게 전담CS팀 갖춰

블랙프라이데이에 미국인들이 오픈런을하고있다. /게티이미지코리아

11월이면 열리는 해외 직구 최대 성수기인 '블랙프라이데이'와 중국 '광군제'를 앞두고 직구 소비자를 응대해야 하는 셀러들의 준비가 분주하다. 미국 최대 쇼핑 행사인 블랙프라이데이는 1년 중 가장 큰 폭의 세일이 이뤄지는 만큼 다양한 품목의 직구 수요가 급증하는 대목이기 때문이다.

어도비의 마케팅 분석 솔루션 '어도비 애널리틱스(Adobe Analytics)'에 따르면 지난 해 블랙프라이데이 기간 동안 전자상거래 매출은 전년 대비 2.3% 증가한 91억2000만 달러(약 12조 2025억원)로 집계됐다.

유통업계는 고물가·고금리 여파로 소비심리가 위축된 만큼 합리적인 가격과 혜택을 강조한 제품들에 더 많은 직구 수요가 몰릴 것으로 보고 관련 제품들을 다양하게 소개할 수 있게 준비중이다. 셀러들도 차별화된 제품 소싱, 빠른 배송 시스템, 편리한 결제 및 정산 시스템 등을 갖춰 안정적으로 해외 직구 최대 성수기를 맞을 준비에 나서고 있다.

이에 소규모로 운영되는 셀러 특성상 내부에서 모든 업무를 진행하기 보다 간편한 해외 송금 및 결제를 돕는 핀테크 기업과 글로벌 물류를 제공하는 스타트업 서비스 등을 이용하는 것이 운영 효율화를 높이는 대안이 되고 있다.

31일 업계에 따르면 글로벌 외환 토털 솔루션 기업 센트비가 제공하는 법인 대상 해외 결제 서비스 '센트비즈'도 도움이 된다. 센트비즈는 은행 대비 최대 70%가량 낮은 수수료와 최대 1일 이내의 빠른 결제, 간편하고 안전한 거래 방식을 통해 모든 사업자의 외환 거래를 지원하는 서비스다.

언제 어디서나 24시간 결제가 가능하고, 최초 1회 기업 등록과 엑셀파일을 활용한 단체 수취인 정보 등록으로 반복되는 대량 결제 업무도 빠르게 처리 가능해 인적·물적 리소스가 부족한 중소·영세 기업이나 개인 셀러들이 효율적인 업무를 위해 센트비즈를 찾고 있다.

또한 고객 전담 CS팀을 갖추고 있어 처음 거래를 시작하는 셀러들도 즉각적인 피드백을 통해 어려움 없이 결제할 수 있다. 실제로, 올해 상반기 개인 셀러를 포함한 센트비즈의 신규 고객사 수는 전년 동기 대비 약 10배 증가했다.

윤규현 센트비 B2B 그로스실장은 "은행을 통한 대금 결제 시에는, 셀러들이 직접 정산 금액과 수취은행 및 계좌 정보 등의 자료를 모두 챙겨 은행에 방문해야 한다. 하루에도 몇 번씩 은행에 방문하던 한 셀러는 센트비즈를 통해 업무 부담을 줄일 수 있었다고 고마운 마음을 전하기도 했다"며 "특히 최근 셀러들 사이에서 해외 무역 대금 결제 시 센트비즈 이용 편리성이 입소문 나면서 문의가 늘고 있다"고 말했다.

글로벌 종합 물류파트너 콜로세움을 이용하는 고객들의 만족도도 높다. 올해 초 콜로세움이 공개한 '2023년 정기 고객만족도 조사' 결과에 따르면 지난해에 이어 80% 이상이 만족한 것으로 나타났다.

콜로세움은 국내·외 36개소로 구성된 물류센터 네트워크를 통해 지역과 물성에 제한 없는 온디맨드 물류 서비스를 제공하고 있는 종합 물류 기업이다. 급변하는 이커머스 환경에 맞춰 새로운 물류 서비스를 개발하고 자체 통합 물류솔루션 'COLO'의 기능을 고도화하며 물류 업계를 선도하고 있다.

/최빛나 기자 vitna@