

밀레 "철저한 고객관리로 명품가전 자리매김"

유통 및 서비스 인프라 확대통해 시장 공략

임혜정기자 heather@inews24.com



[사진=밀레코리아]

밀레코리아는 2009년 철저한 고객관리를 통해 경기를 타지 않는 '명품가전'의 입지를 굳힐 계획이다.

안규문 밀레코리아 대표는 지난 9일 서울 역삼동 밀레코리아 본사에서 기자간담회를 갖고 "내년 철저한 고객관리와 유통채널 강화 등 기본에 충실함으로써 명품가전으로 확고히 자리매김하겠다"고 밝혔다.

밀레코리아는 이를 위해 ▲대고객 서비스 및 CRM(고객관계관리) 강화 ▲병원, 호텔 등 틈새시장 공략 ▲유통 및 서비스인프라 확대 ▲고객수요에 맞는 다양한 제품출시 등에 주력할 방침이다.

특히 올해 매출의 절반 이상을 차지하는 일반유통업의 성장을 이끈 소비자 대상 빌트인 제품 영업을 내년에도 지속적으로 강화하겠다는 설명이다. 올해 밀레코리아는 작년대비 약 36.5% 성장할 것으로 예상하고, 이 중 일반유통 영업부문은 15% 성장할 것으로 추정했다.

안 대표는 "작년 이후 백화점마다 밀레 단독매장을 개설하고, 밀레 빌트인 제품 전시공간을 별도 마련하는 등 대리점과 백화점에 빌트인 제품이 적극적으로 설치했다"며 "백화점 매장 및 대리점 수가 2005년 70개에서 올해 87개로 늘어났다"고 설명했다.

이날 밀레코리아는 전기 및 콤비오븐, 커피메이커, 푸드워머 등 4종 총 10개 모델의 빌트인 주방가전 제너레이션 5000시리즈를 출시했다.

제너레이션 5000시리즈는 표면 디자인을 푸른 빛 광택을 내는 크롬스틸과 알루미늄, 티타늄 소재로 만들어 인테리어적 요소를 강화한 게 특징.

푸드워머는 그릇데우기와 음식데우기가 하나로 돼 있으며, 커피메이커는 커피추출과 우유거품 제조를 동시에 함으로써 손쉽게 다양한 종류의 커피를 만든다.

밀레코리아는 내년 친환경 주방조리기구인 세라믹호브와 인덕션호브, 데판야끼 등 쿡탑류와 심퍼텍스 등 고기능성 의류 세탁이 가능한 세탁기도 추가 출시할 예정이다.

또 다량의 동일품목, 섬유나 기구 등을 세탁·세척하는 사업장용 제품인 프로페셔널 제품을 통해 병원, 제약회사, 실험실, 호텔 등 틈새시장도 공략할 계획이다.

최근 대형살균세척기 8대 포함 의료기기 12대를 가톨릭대 서울성모병원에 공급하는 데 이어 현재 5곳의 대형병원과 추가공급을 협의중이다. 이밖에도 마린프로젝트를 통해 대형선박에 프로페셔널 제품을, 고급요트에 오븐, 쿡탑류 등 주방가전 제품을 공급할 계획이다.

판매네트워크 확대와 서비스 업그레이드 강화에도 나선다.

안규문 대표는 "서울, 수도권 뿐 아니라 지방 매장을 지속적으로 늘리고, 다양한 유통채널의 특성을 감안, 커피메이커 및 와인냉장고, 쿡탑 전문 딜러 등을 활용한 새로운 제품 판매망을 구축하겠다"며 "업그레이드된 서비스로 고객에게 보다 나은 삶의 질을 제공할 계획"이라고 밝혔다.

IT는 아이뉴스24, 연예·스포츠는 조이뉴스24
메일로 보는 뉴스 클리핑 아이뉴스24 뉴스레터
(Copyright © 아이뉴스24. 무단전재 및 재배포 금지)>