

[CEO & CEO] 獨 주방가전 밀레 한국법인 안규문 사장

취임후 만든 인터넷몰, 독일 본사에서 벤치마킹

‘꼬리가 몸통을 흔들었다.’

독일의 고급 주방가전업체인 밀레의 한국 법인장 안규문 사장(57)에게 딱 들어맞는 표현이다.

안 사장은 2005년 8월 당시 35번째 현지법인 법인장으로 스카웃됐다. 독일인이 아닌 현지인 법인장은 안 사장이 처음이었다. 그런 그가 한국 법인장에 취임한 이후 109년 역사를 가진 밀레의 본사 시스템을 하나 둘씩 바꿨다.

안 사장은 취임 후 곧바로 인터넷 쇼핑몰(밀레코리아 사이트)을 차렸다. 브랜드 인지도가 높지 않고 전국에 제품 판매장을 갖지 못한 약점을 보완하기 위한 고육책이었다. 밀레 본사 경영층은 처음에는 의아해했다. 인터넷 쇼핑몰이 중저가품이나 일용품을 파는 곳이라는 고정관념을 가졌기 때문이다. 그렇지만 본사 경영진은 2005년 12월부터 1년간 인터넷으로 팔린 청소기가 6000대(전년도 2000대)에 달하자 태도가 바뀌었다.



안 사장은 "해외 법인장 모임 때 본사 회장이 나를 불러 '왜 이런 사람이 독일에서는 안 나오느냐'고 칭찬했다"고 회상했다. 그 후 밀레는 본사를 비롯한 전 세계 모든 지사 홈페이지에 인터넷 쇼핑몰 코너가 신설됐다.

안 사장의 활약은 여기에서 그치지 않았다. 그동안 주방가전을 소비자에게 직접 팔아온 밀레 본사의 사업 모델 자체를 바꿔놓았다.

안 사장은 밀레코리아가 건설회사와 직접 계약을 맺어 한꺼번에 수백 가구분의 가전제품을 빌트인 방식으로 제공한 사실을 본사에 보고했다. 그러자 본사 회장이 직접 방한해 밀레의 최고급 가전제품만을 넣은 아파트 모델하우스 현장을 둘러봤다.

안 사장은 "유럽은 대부분 단독주택인 데 비해 좁은 땅에 많은 사람이 사는 아시아 지역은 아파트나 주상복합이 발달해 이 같은 B2B 방식 사업이 가능하다고 알려주자 그제서야 회장이 이해했다"고 설명했다. 밀레 본사에서는 '각 법인은 총력을 기울여 B2B 프로젝트를 개발하라'는 지시를 각 현지법인에 내렸으며 현재 싱가포르 홍콩 중국 등지에서는 B2B 부문에서 급속한 매출 신장을 보이고 있다. 밀레 본사는 아예 한국법인 회계 분류법도 채택했다. 그동안 밀레 본사 회계는 매출을 크게 △가정용 주방가전 △호텔·병원용 가전 △애프터서비스와 부품 제공 등 세 가지로 나눴다.

그런데 밀레코리아는 '가정용 주방가전' 부문을 유통 채널에 따라 세 가지로 세분화(백화점·대리점 등 점포 공급용, 인터넷 등 온라인용, 아파트 건설현장 등에 제공하는 B2B용)해 각 부문에 맞는 영업전략이나 마케팅 활동을 펼쳤고, 이 시스템을 본사와 전 세계 현지법인이 채택하도록 했다.

He is...

△1951년 출생 △1977년 국민대 경제학과 졸업 △1977년 (주)쌍용 입사 △1982~91년 쿠웨이트, 미국 근무 △1997~2000년 (주)쌍용 방콕 지사장 △2003~2005 (주)코미상사 대표이사 △2005년 8월~현재 밀레코리아 대표

[김대영 기자]

[© 매일경제 & mk.co.kr, 무단전재 및 재배포 금지]