온라인 구매 늘고 종업원들이 마스크 착용한 매점 선호… 디지털 판매전략 세워야

코참, 포스트 코로나19 대응 온라인 세미나

미한국상공회의소(KOCHAM, 회장 김광수)는 5일 '포스트 코로나 대응 미 소비자 심리 변화와 비즈니스의 디지털 활용' 이라는 주제로 온라인 줌(Zoom) 화상대화 세미나를 개최했다.

이날 세미나에는 50여명의 회원사 및 동포 업체들이 참여했다.

이날 맥킨지(Mckinsey)의 한인 시니어 파트너 에이미 김, 마이클 박 씨가 발표를 맡았다.

◆ **소비자 심리 변화** = 소비자 심리 변화에 대해 발표한 에이미 김 씨는 "코로나19 사태에서 소비 행태가 큰 변화를 겪고 있다. 의료 보건, 위생쪽에 대한 소비자들의 관심이 높으며 오가닉 식품과 신선 음식 소비가 늘고 있다"고 지적하고 "최근 설문조사에소 미국인들 대부부분은 경제 회복에 앞으로 4개월 이상 소요되며 미국인 3분의 1 이상이 지난 최근 수입이 감소했지만 지출은 늘고 있다고 답했다. 지난 6월 이래로 소비자들의 지출 회복은 둔화현상을 보이고 있다. 수입을 잃은 미국 소비자들의 저축 활동이 강해지고 있지만 수입이 많은 미국인들도 저축을 많이하는 경향으로 나타났다"고 말했다.

에이미 김 씨는 이어 "코로나19 사태 이후 온라인 구매 비율이 늘고 있으며 종업원이 차에 까지 갖다주는 이른바 커브사이드 픽업이나 그로서리 딜리버리 행태가 늘어나고 있다. 특히, 미국 소비자들 70% 이상은 마스크 착용 의무화 등을 준수하는 곳에서 상품을 구입하기 원하면 소비자 25%는 회사들이 종업원들을 더 잘 대하는 곳에서 쇼핑하는 경향이 있는 것으로 나타났다"고 소개했다.

그는 "현재 업종별로는 집에서 저녁들과 부모가 함께 있는 시간이 많아 장난감 품목이 26% 매출이 늘었으며, 아동 책들도 최근 66% 늘어났다. 코로나19 사태에 건강에 대한 관심이 높아 건강 관련 상품에 대한 구매가 늘어나고 있는 가운데 온라인 개인 건강 트레이닝 프로그램 유튜브 건강 채널 시청이 크게 늘어났다. 해외여행보다는 미 국내 여행의 회복세가 빨라질 것으로 본다"고 말하고 "이에 따라 비즈니스 업체들은 디지털을 통한 판매 전략이 중요하다. 특히 디지털 채널을 통해 로칼 소비자들을 대상으로 하는 마케팅 전략이 필요하다" 고 강조했다.

미한국상공회의소(KOCHAM)는 5일 '포스트 코로나 대응 미 소비자 심리 변화와 비즈니스의 디지털 활용' 이라는 주제로 온라인 줌(Zoom) 화상대화 세미나를 개최했다. 이날 맥킨지(Mckinsey)의 한인 시니어 파트너 에이미 김(왼쪽), 마이클 박 씨(오른쪽)가 발표를 맡았다.

◆ **변화된 비즈니스 지형에 맞춘 경영 전략** = 마이클 박 파트너는 "맥킨지가 예전의 비즈니스 위기 상황을 분석한 결과를 보면 위기에 과감한 혁신을 추구한 회사들(위기 상황에서 치고 나가는 회사들)이 향후 장기간 비즈니스에서 뚜렷한 성과를 보였다"고 전제하고 "이번 코로나19 사태에서는 웹사이트 개선 정도 등의 단지 기술적인 보완 정도의 'Technology Lipsticks' 으로는 성과를 얻을 수 없다. 예컨데, 기존의 상품을 조금 더 디지털화하는 방식보다는 이번 위기를 통해 새로운 상품과 서비스를 생각해 볼 수 있다. 코로나 사태를 맞아 물론 매일 매일의 일상적인 operation는 기민하게 할 필요가 있지만, 더 큰 그림으로 보았을 때 즉, 전략적인 측면에서 과감한 기술 활용이나 비즈니스 상의 포트폴리오의 큰 변화가 필요하다"고 강조했다.

마이클 박 씨는 "변화된 비즈니스 지형에 맞추어 경영 전략을 재설계해야 한다. 비즈니스 포트폴리오에서 사업 추가나 사업 다각화 등 큰 그림에서의 변화가 필요한지 충분히 검토할 필요가 있다. 우선 고객 서비스 측면에서 소비자들과 어떻게 소통할 것인가를 재고해야 한다. 예컨데 고객의 옵션과 취향, 최근 IT 사용 행태 등을 다각적인 정보를 통해 파악할 필요가 있다. 파트너와의 관계에서는 그들의 필요와 능력을 파악하고 대응해야 한다"고 말했다.

마이클 박 씨는 이어 "종업원과의 관계에서는 회사가 어떤 새로운 기대를 갖고 있는지 그들에게 정확하고 일관성 있게 전달할 필요가 있다. 회사가 그들에게 제공하는 가이드라인이나 툴을 정확하게, 제대로 사용하도록 질적인 업무 개선이 필요하다. 특히 근로 인력의 효율적인 재편성이 필요하다. 직원들을 정보 기술을 통한 비즈니스나 마케팅 기술 쪽으로 활용하는 것도 검토할 필요가 있다"고 발표했다.