

“VOC 시스템 활용등 소비자와의 소통이 고객만족도 1위로 이어져”

한국후지제록스(주) 우에노 야스아키 사장

10년 연속 고객만족도 1위가 말해주듯 철저한 고객서비스를 지향하는 한국후지제록스(대표 · 정광은, www.fujixerox.co.kr). 우에노 야스아키 사장은 여기에 만족하지 않고 제품에서 서비스로 기업이미지를 새롭게 변화시키겠다고 말한다. 올해 후지제록스 사장으로 부임한 그는 일본과 미국 등 제록스에서 30여년을 근무한 전형적인 제록스맨이다. 지난 6월 한국후지제록스에 정식 취임 후 언론과는 처음 만나는 그에게서 취임 후 공격적으로 진행 중인 디지털 인쇄기 사업에 관한 이야기를 들어보았다.

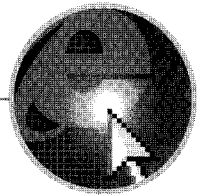
취재 | 박지연 기자

한국후지제록스가 상반기 국내 매출과 영업이익 모두 당초 목표를 달성하며 상승세를 이어가고 있다. 최근 중점 추진한 컬러 판매 대수에서 전년 대비 72% 성장을 끌어낸데 이어, 특히 적극적인 고객 서비스 관리로 10년 연속 고객만족도 1위를 달성하며 저력을 유감없이 발휘하고 있다.

최근에는 대형 디지털 인쇄기 부문사업을 강화하며 이 분야에서 내년도 ‘두 자리’ 성장을 예고하고 나섰다. 이미 국내 복합기 시장은 포화상태로 성장세도 주춤하고 있지만 새로운 블루오션으로 떠오른 대형 인쇄기 분야의 호조로 전체 매출 면에서 두 자리 성장이 무난할 것으로 내다보고 있다.

우에노 야스아키 사장은 “‘디지털’을 통해 신규 비즈니스의 기회를 찾는 고객이 늘어나면서 시장은 그 어느 때보다 다양한 사업의 특성에 맞는 기기와 솔루션을 원하고 있다”며 “한국후지제록스는 고객의 다양한 니즈에 부응할 수 있는 완벽한 포트폴리오를 보유하고 있다는 강점을 살려 대형 인쇄기 분야에서 전년 대비 약 30~40%의 성장이 무난할 것으로 예상하고 있다”고 자신감을 드러냈다.

한국후지제록스는 디지털 인쇄 시장 공략을 위해 지난 9월에는 가격을 낮추고 상대적으로 품질은 높은 ‘Color 1000 Press’를 출시하며 그동안 활동이 미약했던 하이엔드 시장 공략을 위해 충무로, 을지로 등 인쇄시설이 밀집한 지



역을 대상으로 타깃 영업도 활발히 전개해 나가고 있다. 아울러 높은 생산성과 고품질, 다양한 옵션들로 구성되어 맞춤형 구성이 가능한 후처리 장비들과, Clear Dry Ink를 통한 다양한 애플리케이션 및 비즈니스 개발 가능성을 제공하여 디지털 Color 인쇄 시장을 리드해 나간다는 전략이다.

“완벽한 포트폴리오 강점 통해 디지털 인쇄기 시장 선점할 터”

Q 업계 최초 10년 연속 고객만족도 1위 달성 소감은?

A 한국후지제록스는 고객 서비스 향상을 위한 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 고객의 의견을 수렴해 서비스를 개선하고 발전시키는 ‘VOC(Voice of Customer)’ 시스템을 전사적으로 적극 활용하고 있으며, 특히 기업이 타깃이지만 트위터, 블로그 등의 소셜 미디어를 활발히 운영하며 최종 소비자와의 소통에 적극 나선 것도 큰 도움이 된 것 같습니다. 앞으로도 고객 만족도 향상을 위해 이러한 ‘소통’을 통해 ‘개선’ 작업을 지속적으로 실천할 계획입니다.

Q 고객 서비스와 마케팅 측면에서 한국후지제록스만의 강점과, 특히 주안점을 두는 것은?

A 한국후지제록스의 최대 강점은 고객의 어떠한 요구에도 대응할 수 있는 다양한 제품 라인업과 솔루션을 기반으로 현재 고객이 전개하고 있는 디지털 인쇄 사업의 형태와 규모에 맞는 최적의 비즈니스 모델을 제공한다는 것입니다. 한국후지제록스는 흑백에서 Color, 낱장지에서 연속지, light급에서 high end급까지 풀 라인업의 상품은 물론이고, 다양한 후처리기와 XMPie, PrintShop Mail 등 가변 소프트웨어, CMS와 관련된 다양한 3rd벤더를 보유하고 있습니다. SA(System Analyst)라는 조직도 한국후지제록스만의 차별점입니다. SA부서는 고객에게 수익성을 가져다 줄 수 있는 비즈니스 모델 발굴을 위해 애플리케이션 개발에서부터 presales 단계에서의 테스트 및 워크플로우 구축 등 전반을 지원합니다. 또한 프로젝트 시장만을 전담하는 영업사원과 C/E가 본사 직판 조직으로 갖춰져 있습니

다. 대리점이나 딜러 체제가 아닌 직판 조직의 신속한 대응력과 신뢰성 있는 서비스 제공 능력은 고객의 든든한 파트너로서 자리매김 할 수 있는 근원이 되고 있습니다.

Q 디지털 인쇄 분야와 관련하여 하반기 운영 계획은?

A 디지털 인쇄 시장은 성장하고 있는 시장으로 가능성이 무궁무진하지만, 남들과 동일한 기기와 애플리케이션으로는 성공을 장담할 수 없습니다. 디지털만의 강점인 다품종 소량 생산 및 가변 콘텐츠 활용을 통해 부가 가치를 향상시키고자 하는 지속적인 노력이 이루어져야 할 것입니다. 디지털 인쇄를 통해 고부가가치를 창출하기 위해서는 양질의 콘텐츠, 디자인 등의 소프트웨어를 개발함으로써 기존 전통 인쇄와 차별화해야 할 것입니다. 따라서 한국후지제록스는 하반기에는 신제품 Color 1000 Press와 Light Production 시장에서 인기 제품인 700 DCP(700 디지털 Color Press)를 필두로 Color 시장을 보다 공략할 계획입니다. 또한 수익성 있는 비즈니스 모델과 애플리케이션 개발에 힘쓸 계획입니다. 9월 신제품 출시를 기점으로 상대적으로 활동이 미약했던 하이엔드 시장 공략에 적극 나설 것이며, 신제품의 성공적 고객 사례를 ‘reference’로 발굴하는데 집중해 신제품 판매에 박차를 가할 계획입니다.



▶ 올해 후지제록스 사장으로 부임한 그는 일본과 미국 등 제록스에서 30여년을 근무한 전형적인 제록스맨이다.