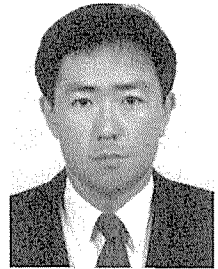


고객과 함께 만들어가는 현대정유 Oilbank



김성우
〈현대정유 홍보팀장〉



현대정유(주)는 다른 어느 사이트와는 달리 웹사이트를 대폭적으로 개방하여 고객들과 직접 communication을 나눌 수 있는 시스템을 지향한다. 오픈된 사이트를 통해 고객의 목소리를 생생하게 듣고 영업에 적극 반영함은 물론 현대정유 전 직원이 대 고객 상담원이라는 사명을 갖고 고객의 요구에 적극 대처하는 시스템으로 가동되고 있는 것이 가장 큰 특징이다.

1. 현대오일뱅크

회사의 업무 현황과 생산 제품, 사업장 안내, 회사 동정 등으로 채워져 있다. 이곳이 현대정유의 얼굴이라는 마음으로 담당자들은 꾸준한 Up-grade로 신경을 쓰고 있으며, 특히 Q&A란을 고객의 소리로 개편하여 현대정유를 찾으시는 고객들에게 24시간 개방하여 고객이 직접 글을 올릴 수 있게 꾸몄다. 복수폴사인제 등의 시장 여건 변화로 인해 나날이 치열해지는 영업환경 속에서 고객 만족이 무엇보다 중요해지는 시기이고 정유업계와 사업장에 대한 고객들과 자영 주유소의 needs에 적극적으로 대처하기 위해 고객의 complain과 궁금증, 질책 등을 공개하고 그에 대해 적극적인 해결책을 모색하고 있다. 영업현장에서 수시로 일어나는 고객의 어떠한 질책도 달갑게 받아들이며 현장의 당사자들로 하여금 직접 경위를 설명하게 함으로서 고객의 불만을 해소하는 한편, 일선 주유소의 서비스 질을 한차원 높이고 있다는 평가를 받고 있다.

2. 모터스포츠

국내 최강을 자랑하는 오일뱅크 카레이싱팀을 소개하는 마당으로 레이싱 경기의 대중화와 저변 확대에 크게 기여를 하고 있다. 윤세진, 장순호 선수 등 국내 최고의 레이서들의 환상적인 Driving Technique에 이은 우승 행진과 멋진 레이싱카와 레이싱 걸들의 모습, 한국모터챔피언십 시리즈인

KMRC등의 국내 레이싱 경주 등에 관한 뉴스와 사진들로 채워져 있으며, 월드컵, 올림픽과 함께 세계 3대 스포츠로 일컬어지는 F1 경기의 진행 과정 등을 소개하고 있다. 레이서와 카메라를 위하여 오일뱅크 레이싱팀이 지난 3월에 오픈한 레이싱 용품 전문 판매점인 [R51]에 대한 소개를 하고 있어 매니아들을 즐겁게 하고 있다. 추후 오일뱅크 레이싱팀은 점차 확대되어 가는 국내의 모터스포츠 팬들을 위한 팬클럽을 창설, 본격적인 세몰이를 해 나갈 계획이다.

3. 아이스하키

팬클럽 등록인원 1만5천명을 자랑하는 현대정유 아이스하키팀 [오일뱅크스]의 공식 사이트. 지난 97년도에 창단, 침체된 한국 아이스하키계의 활력을 불어넣고 있는 오일뱅크스는 지난 해 겨울을 뜨겁게 달구었던 [2000~2001 한국 아이스하키 리그전]에서 예상을 깨고 한라위니아를 한국시리즈에서 격파, 새로운 챔피언 자리에 올랐다. 이 사이트는 선수단 동정, 팬클럽 회원들을 위한 자유게시판, Photo Gallery, 아이스하키 강습 코너 등을 통해 침체된 아이스하키계의 활성화를 위해 크게 기여하고 있다는 평가를 받고 있다. 또한 동원그룹의 [동원 Dreamsl]를 비롯한 국내 타 팀의 사이트와 아이스하키연맹의 웹사이트 등에도 링크를 시켜 놓아 한번에 아이스하키에 대한 팬들의 욕구를 충족시켜 줄 수 있으며, [오일뱅크스] 팬클럽 회원에 한해서는 오일



뱅크스의 경기에 입장할 수 있는 무료입장권도 경기장에서 배포하고 있다.

4. 오일뱅크 이벤트

Dream Concert

지난 95년도에 첫발을 내디딘 이후 올해로 7회째를 맞이한 '청소년을 위한 드림 콘서트'는 매년 잠실 올림픽주경기장에서 펼쳐지는 명실공히 국내 최대의 문화 행사로 자리잡았다. 그러한 까닭에 국내 톱

가수들이 가장 오르고 싶어하는 무대가 되었으며, 올해는 15만명 이상의 접속과 글쓰기로 인해 수개월 간의 system traffic이 발생할 정도로 매년 봄이면 청소년들에게 가장 인기있는 사이트다. 7만명의 함성으로 어우러진 드림콘서트에 대한 생생한 소식, 공연 장면, 동영상 서비스 제공 등을 하고 있다.

Cinedream

매년 여름 피서철을 맞아 동해와 남해, 서해에서 펼쳐지는 '씨네드림 해변영화제'는 지난 94년부터

실시되고 있는 영화 행사이다. 국내 최대의 스크린과 생생한 돌비 음향, 블록버스터의 최신 영화만을 상영하여 여름철 바닷가를 찾는 피서객들에게 좋은 추억을 선사해 오고 있다. 올해로 8회째를 맞는 씨네 드림은 이제 해변영화제의 대명사로 자리매김하였으며, 본 사이트에서는 행사에 대한 소식과 사진, 푸집한 상품 등을 제공하고 있다.

Joy White

스키어의 급증과 더불어 현대정유 오일뱅크가 마련한 겨울 이벤트. 지금은 순수 아마추어를 대상으로 하는 국내 스키 대회중 가장 권위있는 대회로 자리 잡았다.

해마다 2천명 이상의 아마추어 스키어들이 참가하여 왕중왕을 가리는 이 대회의 챔피언을 목표로 겨울철 스키 시즌이 시작되면 일찌감치 연습에 돌입하는 선수들도 많을 정도이며 매년 1~2월에 강원도 횡성군 소재의 현대성우리조트에서 개최된다. 이 사이트에는 대회 정보, 전 대회 입상자, 경기 장면 등의 자료가 생생하게 올려져 있다.

5. 현대정유 카드 및

유의 사업 관련 웹사이트

현대정유는 유류 판매에만 영업을 국한시키지 않고 다양한 유의 사업을 전개하고 있다. 주유고객에게 포인트에 따라 푸집한 선물이 제공되는 [Bonus Card]는 타사에 비해 출발은 늦었지만 300만 고객

과 연중 이어지는 이벤트 참여 기회 제공 등의 혜택을 자랑한다. 또한 다양한 쓰임새의 [주유상품권], 현대해상화재와 연계한 [자동차보험서비스], 주유소 부지를 활용하여 주유고객에게 저렴한 가격에 최상의 정비 서비스를 제공하는 경정비 업체 [오일뱅크 플러스] 등등에 대한 각종 정보와 고객 서비스에 최선을 다하고 있으며 이 사이트는 www.oilbankcard.com을 통해서도 접속이 가능하다.

이제는 기업에 있어서는 웹을 통한 신속한 정보의 전달과 처리 등이 영업활동 이상으로 중요한 시대가 되었다. 이에 현대정유는 웹사이트의 고객 서비스를 대폭 강화키로하고 추후 여러채널을 통해 인터넷상의 고객들에게 더욱 다가가는 서비스를 계획하고 있다.

우선 메인 페이지의 Q&A 란을 강화하여 고객과의 거리를 더욱 좁히는 한편, view count 및 당사에 직접적인 조연의 정도에 따른 사은품 추가, 이메일 발송 회수 증대, 배너 광고의 공격적인 게재등을 통하여 현대정유의 인지도를 늘리고 친근한 기업으로 네티즌들에게 다가갈 계획이다.

현대정유는 석유소비시장 위축, 경쟁사간의 과도한 가격경쟁, 복수 폴사인 제도 시행 등 석유 시장 환경이 갈수록 치열해 지고 있는 상황에서 무엇보다도 고객이 만족할수 있는 다양한 마케팅을 통한 고정고객 확보가 중요하다고 생각하고 고객과의 1:1 대화 창구인 웹사이트의 운영에 오늘도 최선을 경주하고 있다. ♣