

고객 경험을 디자인하는 GS건설 자이(Xi)

2002년 런칭한 이후 20여 년간 약 30만 세대를 공급하며 명실상부 주택 강자로 부상한 GS건설의 주택 브랜드 자이(Xi).
소프트웨어 혁신으로 미래 아파트의 새로운 기준을 제시하며 주거 문화를 이끌고 있다.
업계 1위 팬덤을 가지고 있는 자이는 고객과 브랜드 가치를 공유하고 정보를 나누는 소통 활동에도 적극적이다.
'진심'을 담은 고객 소통으로 오래도록 사랑받는 프리미엄 브랜드로 자리하고 있다.



미래 아파트의 새로운 기준 제시

자이(Xi)는 '소프트웨어 혁신'을 통해 입주민의 라이프 스타일에 맞춤형 서비스를 제공하면서 차세대 아파트의 기준을 제시하고 있다. 입주민 개인의 취향을 고려한 큐레이팅 서비스를 기획하고, 다양한 라이프 스타일 기업과의 협업을 통해 입주 이후 커뮤니티가 자생적으로 운영될 수 있도록 기틀을 마련한 것이다. 단순 공간 조성에 머무르던 아파트 커뮤니티를 활성화한 셈이다. 교보문고의 큐레이션 도서관, (주)파리크라상의 카페&라운지, 아워홈의 중·석식 다이닝 서비스 등 다양한 라이프 스타일에 맞는 공간과 서비스를 적용 중이다. 외부 공간 혁신도 지속한다. 입주민의 라이프 스타일과 거주 경험을 살려 외부 공간과 시설물을 맞춤 디자인하는 '자이 스케이프'를 기획했다. 자이 단지의 외부 시설물과 티하우스에 해당 개념이 적용됐다. 그 결과 과천자이의 티하우스 '스톤클라우드'와 '자이스케이프-파고라'는 2022년 세계적인 권위의 독일 iF 디자인 어워드와 미국 IDEA 디자인 어워드에서 주요 상을 수상했다.

“진심은 통한다” 업계 1위 팬덤 확보

오랜 기간 고객에게 사랑받은 비결로 '진심'을 담은 고객과의 소통을 꼽는 자이. 국내 건설사 중 압도적인 규모의 팬덤까지 확보했다. 유튜브 채널 '자이TV'의 구독자는 68.5만 명, 전체 콘텐츠 누적 조회수는 3,040만 회를 돌파했다. 자이의 웹 매거진 '비욘드 에이'는 구독자 17만 명을 돌파했다. 고객 만족을 위한 다양한 활동도 팬덤 확보의 동력 중 하나다. 올해 2월 사내 직무교육으로 입주자 사전 방문 행사를 진행했다. 당시 신입사원들이 직접 준공을 앞둔 현장을 둘러보며 고객의 니즈를 청취했다. 신입사원만의 새로운 시각에서 개선점이나 기발한 아이디어를 내어 좋은 반응을 얻었다. 올 4월, 개포자이 프레지던스 입주민을 대상으로 이케아와 협업해 홈스타일링 컨설팅을 진행해 큰 호응을 받았으며, 서초그랑자이는 온 가족이 함께 즐길 수 있는 다양한 체험 이벤트를 선보였다. 자이는 앞으로도 고객에게 영감을 불러일으키는 특별한 경험을 디자인해 주거 문화를 선도할 계획이다.

INTERVIEW



허윤홍 GS건설 대표이사 사장

GS건설 자이(Xi)가 프리미엄브랜드지수 아파트 부문에서 10년 연속 1위로 선정될 수 있었던 것은 고객의 꾸준한 관심과 사랑 덕분입니다. 자이는 고유의 미학과 앞선 기술을 바탕으로 업의 본질인 공간의 가치를 재해석함으로써 대한민국 주거 문화를 이끌어 왔습니다. 앞으로도 시대에 앞선 특별한 경험을 완성하기 위해 고객의 삶을 깊이 있게 들여다보고, 고객의 삶에 '영감'을 불어넣을 수 있는 브랜드로 나아가겠습니다. 감사합니다.