

주택업계 '랜드마크' 화 전략 확산

그동안 메이저급 건설사가 주택사업전략으로 활용해온 랜드마크 단지 형성을 통한 지역거점화 전략이 중견건설업체들에게까지 확산되고 있다.

일정 지역을 거점으로 삼아 사업을 집중시키는 거점 마케팅전략은 해당지역 소비자들에 대한 업체브랜드 이미지 제고로 주택 분양률을 높이는 효과는 물론, 재건축·재개발 등 향후 신규사업 수주에도 유리하다는게 업계의 시각이다. 점점 확산되는 '랜드마크', 그 현장을 가보았다.

〈취재 | 왕희삼 기자〉

지난 4월 주택건설업계에 따르면 쌍용건설, 풍림산업, 이수건설, 한일건설 등 중견업체들도 일부 지역을 거점으로 주택공급을 집중시키는 거점 마케팅전략을 구사하고 있는 것으로 나타났다.

최근 급격한 사업 호조로 워크아웃 졸업을 앞두고 있는 쌍용건설은 상반기중 부산지역에 분양물량을 집중시켜 부산지역에서 쌍용의 '스윗닷홈'과 '플레티넘' 브랜드를 확고히 자리매김한다는 계획



이다.

쌍용의 올해 부산지역 공급물량은 서면 오피스텔 432실과 해운대, 남포동 등 오피스텔 1천여실과 구서동, 만덕동 등지의 아파트 2천여가구 등 총 3,200여가구로 2002년 전체 분양물량 1만 2천여가구의 4분의 1에 달한다.

쌍용은 특히 부산지역에서 TV광고와 전광판 광고 등을 집중시키는 한편 견본주택에서도 지역주민들에 대한 마케팅활동을 강화함으로써, 지역친화적 기업이미지를 심는데 주력한다는 방침이다.

쌍용 관계자는 “그동안 부산지역에서 토목공사를 많이 수행해 부산지역에서의 회사 이미지는 어느 정도 확보된 상태지만 주택부문에서는 다소 미흡했다”며 “올 상반기 주택부문 물량을 집중시킴으로써 쌍용의 이미지와 주택브랜드를 확고히 자리매김시켜 향후 재개발과 주상복합, 오피스텔 등의 수주에 유리한 고지를 점령할 수 있을 것이다”고 기대했다.

한일건설 역시 김해 북부지역에서 1,308가구를 공급한데 이어 창원 외동 120가구, 부산 연제구 연산동 418가구, 사상구 주례동 988가구 해운대구 우동 오피스텔 689실 등의 사업을 집중 추진해 신규 브랜드인 '유엔아이'를 지역 소비자들에게 확실하게 각인시킬 계획이다.

한일건설은 “서울지역의 경우 규제가 집중될 뿐 아니라 메이저급 업체들이 사업성 있는 물량들을 독점하다시피 하고 있어 일단 최근 주택경기가 회복세를 타고 있는 부산지역에 주력케 됐다”며, “이를 위해 영도 아파트와 영동 주공 등 지역 재건축 물량 확보에 주력하는 등 기존 아파트단지들을 매개로 추가 사업을 지속적으로 확보, 부산·경남지역을 거점화할 계획”이라고 말했다.

풍림산업의 경우 인천지역에 올해 전체사업물량

1만 5천여가구의 절반가량을 쏟아내며 인천지역을 확고한 거점으로 삼는데 주력하고 있다.

풍림은 인천에서 당하 1·2·3차, 집암 2·3차, 원당 1·2차, 시흥 월곶 2·3차 등 이미 확정된 물량과 더불어 3, 4개 사업을 추가로 분양해 풍림 '아이원'을 인천지역 최고의 브랜드로 확고히 자리매김시킨다는 계획이다.

이와 함께 이수건설은 대형업체간의 각축지인 서초구 일대에서만 올해 4개 사업 600여 가구를 공급하며 거점화에 주력하는 한편 제기동, 이문동, 답십리동 등 강북지역의 재개발, 재건축사업에도 주력하며 강북지역 공략에 박차를 가하고 있다.

이 같은 흐름에 대해 풍림건설 관계자는 “일단 한 지역에서 브랜드파워를 확보하게 되면 수차에 걸쳐 이어지는 아파트단지의 분양률 제고가 수월해지며, 마케팅비용이나 수주비용도 절감돼 품질제고는 물론 분양가격 조절도 용이해진다”며, “특히 재건축·재개발 수주에서 지역주민들의 폭넓은 지지를 받을 수 있는 것은 물론 시행사나 지주들 역시 특정지역에서의 인지도가 높은 업체들의 브랜드를 선호하는 만큼 수익형 부동산이나 도급사업 수주에도 절대 유리하다”고 설명했다.

공격적마케팅 전략의 하나로 자리잡고 있는 '랜드마크' 전략.

앞으로 도심재개발은 시너지효과를 일으킬 수 있는 다양한 테마의 건물이 조화를 이뤄 부가가치의 극대화를 가져오도록 추진되어야 하며 우리나라 대도시의 도심재개발도 선진화를 위해 이러한 관점을 도입할 필요가 있다.

주택업계의 '랜드마크' 전략 앞으로 귀추가 주목된다. 