

# 성과와 가치를 모두 잡는 HRD 글로벌휴먼스의 'Store CXM'

글\_홍희지 기자

사진 제공\_㈜글로벌휴먼스 교육팀

## (주)글로벌휴먼스

체계적인 HR 프로세스에 기반하여 패션유통전문인력 'FSM(Fashion Shop Manager)'을 육성하는 LF의 자회사다. LF가 운영하는 30여 브랜드의 매장 직원교육과 영업·판매관리를 도맡고 있으며 온라인 유통사업과 라이브커머스 서비스, 교육 컨설팅, CS모니터링 등 다양한 매장들의 변화관리를 지원하며 브랜드 성장과 발전을 촉진하고 있다.



▲ 글로벌휴먼스는 'Store CXM' 교육을 새롭게 론칭해 현장의 직원들이 적시에 필요한 역량을 갖춰 경쟁력을 높이도록 지원하고 있다.

코로나19 팬데믹을 겪은 기업들은 고객과 구성원에게 차별화된 경험을 선사하고 실효성 높게 브랜드와 매장을 운영하고 관리하는 일이 더욱 중요해졌음을 인지했다. LF의 자회사 (주)글로벌휴먼스는 이러한 현안을 교육으로 풀어나가는 중이다. 현장의 패션유통전문인력을 일컫는 ‘FSM(Fashion Shop Manager)’를 하이브리드 교육으로 육성하는 프로그램 ‘Store CXM’이 그것이다. 특히 글로벌휴먼스는 ‘Store CXM’를 기업 외부에도 제공해서 국가 직업능력개발에 공헌할 구상을 하고 있는 만큼 HRD의 사회적 가치 측면에서도 주목할 만한 Practice였다.

(주)글로벌휴먼스는 유통산업 변화를 주시하며 FSM(Fashion Shop Manager)의 역량을 강화하기 위해 지난 6월 새로운 교육 프로그램 ‘Store CXM’을 론칭했다. 해당 교육은 고객경험관리(Customer eXperience Management)를 키워드로 잡았고, 코로나19 팬데믹 이후 변화된 온·오프라인 매장 수요에 대응하기 위한 고객응대전략을 담았다. ‘Store CXM’의 목적은 FSM들이 트렌드를 이해하고, 다양한 고객의 니즈와 매장의 이슈에 적시에 대응할 수 있도록 지원하는 것이다. 따라서 전국에 있는 LF의 브랜드 매장에서 일하는 FSM들이 agile하게 기존 업무수행능력을 변화시키도록 자체 사이버 아카데미를 통한 온라인 교육이 진행됐다. 글로벌휴먼스 직영점 직원들은 해당 교육을 필수로 받아야 하며, 그 외 누구든지 학습을 희망한다면 교육받을 수 있다. 온라인 교육은 비용과 속도에서 강점이

있지만 몰입과 효과 측면에서 오프라인 교육보다 나은 성과를 기대하긴 어려운 것이 현실이다. 따라서 글로벌휴먼스는 ‘하이브리드’ 방식을 채택했다. 학습자들이 사이버 아카데미에서 이론을 충분히 학습한 다음 오프라인 교육장에 모여 교육을 받고 학습한 내용을 토론하고 시사점을 얻도록 하는 것이다.

‘Store CXM’의 콘텐츠를 살펴보면 고객경험이 무엇이며 어떤 원리로 이뤄지는지 상세하게 짚어주는 이론부터 시작해서 다양한 매장운영 사례와 단계별 고객응대 프로세스 등 8차시의 강의를 마련되어 있다. 특히 세일즈 교육은 고객과 직접 소통하고 상황에 따라 다른 방식으로 응대하는 역량을 길러줘야 한다. 그런 차원에서 ‘Store CXM’은 현장에서 풍부한 경험을 갖추어 성과를 냈던 강사들이 다양한 사례들을 바탕으로 현업에 바로 적용할 수 있는 특화된 역량과 귀중한 노하우를 전수해주도록 하고 있



▲ 글로벌휴먼스의 'Store CXM'에서 고객 중심 공간 제안과 오프라인 매장 CXM의 중요성과 방법을 다루는 온라인 교육이 진행되고 있는 모습이다.

다. 관련해서 만나현 글로벌휴먼스 교육팀 부장은 “행동의 변화가 곧 교육의 성과로 연결되는 만큼 학습자들은 그들의 변화가 진정으로 유용하고, 노력을 통해 얻어낼 가치가 있다는 것에 공감하고 울림을 느낄 수 있어야 합니다.”라고 말했다. 이런 목적에 도달하기 위해 글로벌휴먼스 교육팀은 현장의 ACE FSM들로 구성된 사내강사들에게 학습자가 문의하는 문제에 공감하고, 그것을 해결해 본 경험을 바탕으로 강의하며 우수한 사례를 확장하고 연결해 나갈 수 있는 브릿지 역할을 당부했다. 여기에 더해 만나현 부장은 글로벌휴먼스 교육 체계와 방향성에 대한 설명을 추가로 전해줬다. “모든 교육, 특히 세일즈 교육에서는 교육과정 이수율만으로는 교육의 성과를 파악하기 부족하며, 팔로업과 현업 적용도 분석을 통한 성과평가가 필수입니다. 그에 맞춰 글로벌휴먼스 직영 매장에서는 교육이수 리스트를 영업팀에 전

달한 다음, 학습자 심층 면담과 분석을 통해 수행률을 평가합니다. 이런 체계는 세일즈 교육의 특성상 필수적인 요소로써, 우리는 매출과 교육량의 상관관계를 분석해서 성과에 반영하고 있습니다. 나아가 우리는 세일즈 교육의 효과성을 넓히기 위한 노력의 일환으로 매장의 매출과 교육량을 비교하여 상관관계를 분석하는 등 체계적인 성과분석을 실시하고 있습니다. 최근 연간 전체 사업계획에서는 교육량과 매출의 상관관계를 증명했고 그로써 긍정적인 변화를 만들어가고 있습니다.”

안나현 부장은 언급했던 체계적인 교육을 현장에서 구현할 수 있는 비결은 LF의 자회사로서 별도의 교육기능을 제공할 수 있는 인프라가 마련되어 있기 때문이라고 말했다. 그는 “기업에서 교육기능을 강화하는 것은 경영진의 의지에 따라 달라지는 어려운 과제.”라고 밝히면서도 앞으로 변화하는 시대에 적합한



▲ 글로벌휴먼스의 'Store CXM'은 현업 적용도 향상을 극대화하는 데 주력하고 있다.

기업교육과 구성원 역량강화 체계를 발전시키겠다는, 자신감과 책임감이 담긴 말을 건넸다.

글로벌휴먼스는 앞으로 교육에의 노하우, 소명감, 시스템을 바탕으로 직업능력개발 기능을 강화해서 향후 평생교육원으로 발돋움하고자 한다. 이에 따라 대외적으로 패션업계 전문가 육성에 더욱 노력할 예정이다. 이미 전국의 패션, 코스메틱, 유통 관련 40여 학과와 산학연계를 맺고 있고, 2018년에는 일학습병행 우수사례 경진대회에서 우수상을 수상했으며, 2019년에는 사업주 직업능력개발훈련 전국 경진대회에서 고용노동부 장관상인 금상을 수상하는 성과를 냈다. 같은 선상에서 이번 'Store CXM'의 온라인 과정도 패션업계에서의 성장을 꿈꾸는 더욱 많은 사람에게 공유함으로써 폭넓은 인재육성을 지원하고자 한

다. 안나현 부장은 "FSM은 누구나 도전할 수 있는 역할이지만, 그렇다고 해서 아무나 쉽게 성공을 거머쥐지는 못합니다."라고 강조하며 글로벌휴먼스가 패션 판매 전문가가 경쟁력을 인정받는 생태계를 만드는 데 큰 역할을 하도록 만들겠다고 밝혔다.

변화가 일상으로 자리한 시대에선 적시에 필요한 역량을 강화하고 새로운 분야에도 눈을 뜨으로써 꾸준히 경력개발을 이어가는 일이 모든 직장인의 필수과제다. 국가적으로 직업능력개발이 강조되는 배경이다. 관련해서 글로벌휴먼스의 'Store CXM'은 하나의 대안이다. 그런 만큼 글로벌휴먼스가 'Store CXM'을 비롯해 양질의 PRACTICE를 많이 개발해서 기업 내외부 학습자들이 성장과 발전을 위한 계기를 찾도록 큰 힘을 실어줄 예정이다.HRD