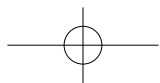


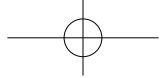
2026 프리미엄브랜드지수 12년 연속 1위
자이



일상이 특별해지는 경험을 설계하다 GS건설 자이

GS건설의 아파트 브랜드 '자이(XI)'는 리브랜딩을 통해 고객 일상에 특별함을 더하는 전방위적 브랜드 전환을 시작했다. 브랜드명에 담긴 'eXtra Intelligent'는 'eXperience Inspiration'으로 바뀌었고, 공급자 중심의 관점에서 벗어나 고객의 삶을 중심에 둔 새로운 자이의 시대가 열린 것이다. '일상이 특별해지는 경험'이라는 브랜드 철학을 바탕으로 단순한 주거 공간을 넘어 고객의 라이프스타일을 반영한 차별화된 주거경험을 제공하고 있다.





‘My 자이’ 통해 계약부터 입주까지 고객 경험 혁신

GS건설 자이는 분양 시점부터 계약 고객의 편의를 극대화하기 위해 전용 온라인 서비스인 ‘My 자이’를 운영하고 있다. ‘My 자이’는 계약 체결 후 입주까지 필요한 주요 정보를 한 곳에서 확인하고 처리할 수 있는 고객 중심 온라인 서비스다. 고객은 계약 조회, 납부내역 조회, 미납원금 계산, 입주 전 증빙서류 등록, 입주 관련 신청 및 조회 등 다양한 업무를 편리하게 이용할 수 있다. 특히 과거 오프라인 중심의 복잡한 절차를 모바일 기반의 원스톱 서비스로 전환해, 고객이 언제 어디서나 계약 정보와 입주 관련 내용을 확인할 수 있도록 사용자 중심의 UI를 대폭 개선했다. 또한 환불 신청 등 기존 종이 중심의 복잡한 승인 절차를 디지털화하여 업무 효율성을 증대하고, 사전 온라인 업무 처리를 통해 계약 기간 동안의 응대뿐만 아니라, 기존 지연이 잦던 잔금 정산 처리 과정을 디지털로 전환해 고객 편의를 개선했다. ‘My 자이’는 ‘고객 중심 주거 브랜드’ 전략의 연장선으로, 고객의 실제 불편을 청취해 개선한 서비스이다.

생성형 AI로 입주 이후의 삶을 구현하다

자이 공식 유튜브 채널 ‘자이TV’는 약 72만 명의 구독자를 보유한 업계 내 대표적인 콘텐츠 플랫폼으로 최근 생성형 AI와 디지털 콘텐츠를 결합한 분양 마케팅 전략을 선보이고 있다. 신규 분양 홍보영상에서 생성형 AI를 활용해 입주 이후 단지 내에서 누릴 수 있는 삶과 라이프스타일을 가상으로 구현하며, 기존 분양 홍보영상에서 한 단계 진화한 시도로 평가된다. 보통의 분양 홍보영상이 제3자의 입장에서 세대 내부를 단순히 보여주는 수준에 머물러 실제 입주 이후의 생활을 구체적으로 체험하거나 상상하기 어려웠다면, 최근 홍보영상은 ‘정보 전달’이 아닌 ‘고객 경험’에 초점을 두고 사전 기획됐다. 생성형 AI 기술을 적극 활용해 입주민의 시점에서 세대 내부부터 단지 내 커뮤니티 시설 등 ‘입주 이후의 삶’을 간접적으로 체험해볼 수 있도록 구현했다. 실제 세대 내부에서 바라본 외부 조망, 커뮤니티 시설을 이용하는 모습 등 고객들이 실생활에서 누릴 수 있는 소소한 일상부터 다채로운 라이프스타일을 미리 경험해볼 수 있다.

INTERVIEW



허윤홍 GS건설 대표이사 사장

GS건설 자이(Xi)가 프리미엄브랜드지수 아파트 부문에서 12년 연속 1위로 선정될 수 있었던 것은 고객들의 꾸준한 관심과 사랑 덕분입니다. 주거 공간에 대한 고객의 기대가 다양해지는 만큼 자이는 고객의 삶을 더 깊이 이해하고자 노력하고 있습니다. 특히 새로운 주거 경험을 제안하기 위해 고객과의 접점을 확대하며, 브랜드 가치를 전달할 수 있는 활동을 이어갈 계획입니다. 앞으로도 자이는 고객의 일상에 새로운 가치를 더하는 프리미엄 주거 경험을 만들어 가겠습니다. 감사합니다.