

독일의 공인훈련직업(Anerkannte Ausbildungsberufe) – 미래의 직업 ‘E-Commerce 판매원’ 양성훈련

정미경 단국대학교 초빙교수

I. 들어가는 글

4차 산업혁명의 핵심 기제는 ‘디지털-피지컬 융합(Digital-physical Fusion)’이다(Rigby, 2014). 이를 반영하듯 전 세계적으로 대기업, 무역업, 소매업, 관광업, 제조업 또한 서비스업에서도 온라인 거래가 양적 성장을 거듭하고 있다. 독일의 경우에도 2016년 온라인 거래의 연 매출은 520억 유로에 달했으며, 온라인 거래는 수년간 두 자릿수 성장률을 보이고 있다. 이러한 상황을 정책적으로 반영하여 독일에서는 2012년 이래 온라인 판매와 관련한 훈련직업이 필요하다는 논의가 이어졌다. 이에 연방직업훈련협회(Bundesinstitut für Berufsbildung, BIBB)는 산업현장의 전문가, 노사로 구성된 사회적 파트너와 함께 새로운 훈련직업을 구상하였고, 훈련의 내용을 준비하고 훈련을 도입하는 작업을 꾸준히 전개했다(BIBB, 2018). 그 결과 E-Commerce 판매원이라는 새로운 이원화 훈련직업이 2018년 8월 1일부터 독일에 도입되게 되었다.

E-Commerce는 소매업의 일반적인 판매를 보조하거나 특별한 방식으로 여행을 예약하거나 국내외에서 물건을 사고파는 거래의 보조축이 아니다. 인터넷을 통한 소통시스템이나 거래시스템은 기존의 상업 분야와 전혀 다른 비즈니스모델이며 전혀 다른 직업능력을 요구한다. 연방직업훈련협회는 E-Commerce 판매직을 기존의 판매직 업무에 IT 전문성과 물류 전문성을 결합한 새로운 직업으로 규정하고 있다.

이 직업은 꾸준히 변화하는 E-Commerce의 판매경로와 판매구조에 대처할 능력을 필요로 한다. E-Commerce 판매원은 온라인 판매채널을 선택하고, 상품을 온라인 스푼에 배치하며, 온라인

상에서 상품 및 서비스 공급품을 구성하고 관리한다. 온라인 판매의 계약을 준비하고, 처리하며, 조달업무를 지원한다. 온라인으로 고객과 소통하고, 온라인 마케팅 방법을 개발하며, 마케팅을 수행한다. 또 일반적인 판매직에서 필요한 조정과 관리 업무도 수행한다.

E-Commerce 판매원 직업훈련은 단기실업중학교(Hauptschule)와 일반실업계 졸업자 이상의 학력 소지자에게 제공된다. 지속적으로 변화·발전하는 온라인 거래와 판매망에서 발생하는 문제들을 해결하는 것, 그리고 미디어에 대한 친근감과 관심이 높은 경우 추천할 만한 직업이다 (BIBB, 2018).

독일상업협회(Handelsverband Deutschland, HDE)는 2018년 8월에 E-Commerce 판매직이 도입되면 훈련생을 모집하는 첫해에 약 1,000개 이상의 양성훈련계약이 체결될 것으로 예측하고 있다(boersenblatt.net, 2018).

II. E-Commerce 판매직 훈련의 도입과정

2012년 독일연방 온라인 및 우편 판매협회(Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland, BEVH)는 ‘온라인 판매원’ 또는 ‘E-Commerce 판매원’이라는 명칭의 새로운 훈련 직업을 도입할 필요성이 있음을 제기하였다. 이후 2014년 가을 독일연방 온라인 및 우편 판매협회는 워킹그룹을 구성하고 ‘온라인 판매원’ 또는 ‘E-Commerce 판매원’으로 불리게 될 새로운 훈련직업을 정의하기 시작했다(Groß-Albenhausen, 2015).

한편, 2015년 5월에는 E-Commerce 판매원을 새로운 판매직 훈련직업으로 도입하기 위한 계획안이 제출되었고, 기업전문가 그룹과 함께 훈련내용을 만드는 작업이 진행되었다. 새로운 직업훈련이 신입훈련생에게 체계적인 양질의 훈련을 제공하여 온라인 거래 분야에서 직업생활을 준비할 수 있도록 업무를 디자인했다. 2016년 8월 연방경제부는 사용자, 그리고 노동조합과 함께 E-Commerce 판매원을 훈련직업으로 공식적으로 제안하는 회의를 개최하였다. 그리고 해당 직업에 대한 규정을 도입하고 규정을 완성하기까지 계획을 수립했다. E-Commerce 판매원 직업훈련은 소매업, 우편판매업, 온라인판매업, 도매업, 대외무역, 관광업을 이끄는 협회가

함께 모여 정의하였다. 그 후 12개월 동안 사용자 측 전문가와 노동조합, 연방직업훈련협회는 해당 직업의 직업훈련규정(Ausbildungsverordnung)을 작성했고, 2017년 하반기 연방법률관보에 E-Commerce 판매원 훈련규정을 공포했다. 그리고 2018년 여름까지 훈련에 사용할 교재와 훈련 지침을 제작할 예정이다(Handelsverband Deutschland, 2016).

이와 동시에 해당 직업의 직업학교 교사를 양성하고, 직업상담사에게 해당 직업훈련이 어떠한 훈련을 제공하는지 등의 직업훈련정보를 제공하여 8월 이후 직업상담을 수행할 수 있도록 할 계획이다(Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland, 2016).

이상의 과정 및 조치를 통해서 독일의 판매업체들은 E-Commerce 판매직의 훈련생을 2018년 8월 1일부터 양성할 수 있다. 판매업은 점점 더 디지털화되어 가고 있고 그에 따라 새로운 기술인력이 필요해지고 있는 바, E-Commerce와 다중채널 판매를 추구하는 기업은 곧 기술인력난을 해소할 수 있을 것이다. 또한, 고객은 인터넷을 활용하여 온라인상에서 상품을 찾고 가격을 비교하며, 직접 시장에 가서 구매를 할 것인지 인터넷을 통해 구매할 것인지도 결정한다. 따라서 전체 판매 매출 중 온라인 매출이 10%를 넘어서고 있는 상황 하에서 E-Commerce 판매직의 직업 전망은 더 이상 좋을 수가 없다(Handelsverband Deutschland, 2016).

Ⅲ. E-Commerce 판매원의 과제와 업무

E-Commerce 판매원이 되는 데 특별한 학력의 제한은 없지만 보통 일반실업계중학교(Realschule) 학생의 평균 수준 능력이 필요하다. E-Commerce 판매원의 업무는 다양하다. 무엇보다 네트워크화된 사고방식이 요구된다. 그리고 수학적 능력, 기술적 능력과 더불어 판매원으로서 수완이 필요하다. 또 자신이 운영하는 온라인 스텝의 경쟁력을 유지하기 위한 창의성과 그에 걸맞은 지능이 필요하다(Ausbildung.de, 2018).

E-Commerce 판매원은 다음과 같은 업무를 수행한다. 먼저, 다수의 온라인 판매채널 중 해당 기업에 적절한 판매채널을 선택하고, 운영할 수 있어야 한다. 그리고 온라인 스텝 사용자의 행동 방식을 분석하고, 스텝 운영을 위해 내·외부의 서비스업자들과 협력해야 한다. 또 E-Commerce

판매원은 상거래에 필요한 경쟁법 뿐만 아니라 저작권법과 정보보호법과 같은 법적 규정에 대해서도 잘 알아야 한다. 해당 판매원은 작업과정에서 민첩하게 작업방법을 정하고 프로젝트의 계획·실행·평가 방안을 제시해야 한다. 영어로 된 문건이나 안내서를 읽고 구매를 하거나 제품을 평가하는 것도 당연히 업무에 포함된다.

E-Commerce 판매원은 고객친화적인 형태로 제품과 관련된 자료를 조달하고 온라인상에 제공해야 한다. 또 제품 공급에 대한 규정을 정하고, 온라인 거래의 지불시스템을 선택하고 평가해야 한다. 더 나아가 다양한 판매채널을 통해 고객 커뮤니케이션정책과 온라인 마케팅정책을 마련해야 한다. 고객이 온라인 스텝에서 어떠한 경로로 구매에 접근하게 될지 클릭하는 방법과 순서와 관련된 사용경로를 계획하고 최적화해야 한다. 반송을 포함하여 온라인 상품 및 서비스 구매계약의 준비 및 처리 업무도 중요하다. 이를 위해 E-Commerce 판매원은 3년간 훈련을 받는다. 또 훈련기간에 판매를 관리하고 고객의 가치를 분석하기 위해 핵심데이터를 사용하는 방법과 노하우를 익힌다(IHK Aachen, 2018).

구체적인 업무와 과제는 다음과 같다.

- 온라인 스텝의 구축: 온라인 스텝을 구축하기 위해서는 많은 결정을 내려야 한다. 즉 어떠한 스텝-소프트웨어를 사용해야 하는가, 어디에 어떻게 상품을 제공해야 하는가, 어떻게 발송업무를 수행해야 하는가 등이다. 또 E-Commerce 판매원은 온라인 스텝에 기술적인 문제가 생겨 판매 중단과 반송 사태가 일어나는 것을 최소화해야 하고 그에 대응하는 솔루션을 개발해야 한다. E-Commerce 판매원은 온라인과 오프라인에서 발생할 수 있는 모든 문제를 고려할 수 있어야 한다.
- 핵심데이터 분석: 클래식한 상점이 어떻게 쇼윈도를 단장해야 하는지 고려하는 것과 마찬가지로 온라인 스텝에서도 디스플레이정책을 수립해야 한다. 그림이나 사진을 바꾸기도 하고, 웹사이트의 홍보전략을 수립하고 또 변경하여야 한다. 이를 위해 데이터를 분석할 필요가 있다. 물론 E-Commerce 판매원이 애널리스트는 아니지만 그래도 온라인 마케팅의 중요한 핵심데이터를 잘 알아야 한다.

- 송장의 처리: E-Commerce 판매원은 부기와 같이 전통적인 판매원들이 했던 과제도 수행해야 한다. 입출고 송장의 처리, 제안서 작성, 또는 비즈니스 계정 확인 등의 작업도 그의 업무이다.
- 상품의 관리: 전통적인 상점에서 진열장을 정리하듯이 E-Commerce 판매원도 새로운 상품을 온라인 스톡에 진열해야 한다. 또 새로운 상품의 사진과 설명을 업로드하고 가격을 결정해야 한다.
- 광고정책 수립: E-Commerce 판매원은 온라인 마케팅의 일환으로 광고를 디스플레이하고, 스톡의 목표가 되는 고객층을 찾아 그들이 온라인 스톡에 용이하게 접근할 수 있도록 클릭하는 위치와 방법을 찾아 배치해야 한다.
- 상품의 선택: 상품을 제대로 공급하는 것은 E-Commerce 판매원의 중요한 과제이다. 이를 위해 판매원은 어떤 상품이 고객에게 다가가는 상품인지 알아야 한다. 또 목표고객 그룹을 잘 이해하고 새로운 트렌드를 정확하게 파악해야 한다.
- 고객관리: 전통적인 상점과 같이 직접 고객을 대면하지 않지만 온라인 거래도 고객과의 직접적인 접촉을 배제할 수 없다. E-Commerce 판매원은 주로 온라인상에서, 또는 전화를 통해 고객과 접촉한다. 주문과정에서 발생하는 문제나, 반송이나 고객의 불평에 대해 상담을 제공해야 한다(Ausbildung.de, 2018).

IV. E-Commerce 판매직 양성훈련-법과 제도

E-Commerce 판매직 훈련은 이원화제도하에서 36개월간 기술훈련과 이론교육을 받는 방식으로 진행된다. 모든 종류의 중학교과정을 졸업한 학생이면 참여할 수 있으나 수학, 독일어, 영어

에서 좋은 점수를 얻은 학생이 훈련에 유리하다(boersenblatt.net, 2018).

E-Commerce 판매직 양성훈련의 내용은 2017년에 제정된 「E-Commerce 판매원 직업훈련 원칙에 대한 규정(Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann im E-Commerce und zur Kauffrau im E-Commerce)」에 명시되어 있다. 직업학교에서 받는 이론교육의 내용은 2017년에 제정된 「E-Commerce 판매원 교육원칙에 대한 규정(Rahmenplan für den Ausbildungsberuf Kaufmann im E-Commerce und Kauffrau im E-Commerce)」에 명시되어 있다.

1. E-Commerce 판매원 직업훈련에 대한 규정과 양성훈련

3년에 걸쳐 진행되는 E-Commerce 판매원 훈련 프로그램은 직업프로필에 따르는 능력, 지식, 숙련을 향상하는 과정교육과 전 기간에 나누어 실시되는 「직업훈련법」, 「노동법」, 「단체협약법」, 훈련기업의 조직과 구조, 산업안전, 환경보호에 대한 것으로 구성된다.

표 1. E-Commerce 판매원의 직업프로필에 따르는 양성훈련 프로그램

구분	교육주제	주당 배정시간	
		1~15개월	16~36개월
1	온라인 판매채널의 선택과 사용		16
2	상품 및 서비스 공급품의 디자인과 온라인 경영	16	8
3	조달 지원	10	
4	온라인 판매계약의 준비와 구상	17	
5	온라인 판매계약의 처리	4	8
6	고객 소통을 촉진하는 웹 디자인		13
7	온라인 마케팅의 개발과 실행		18
8	판매의 관리와 감독		16

출처: Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz(2017).

먼저, 처음 15개월의 훈련기간 중 훈련생은 <표 1>에서 제시된 교육주제에 따라 주당 16시간씩 상품 및 서비스 공급품의 디자인과 온라인 경영 훈련을 받는다. 그리고 10주에 걸쳐 공급품 조달을 지원하는 것을 훈련한다. 주당 17시간씩 온라인 판매계약을 준비하고 구상하는 방법을 배우고, 4시간에 걸쳐 온라인 판매계약을 처리하는 방법을 배운다. 또 아래 <표 2>의 6번의 교육주제에 따라 4시간에 걸쳐 커뮤니케이션과 협력에 대해 훈련을 받고, 14시간 동안 E-Commerce와 프로젝트 지향적 작업방법에 대해 훈련을 받는다.

훈련 시작 후 16개월부터 36개월까지는 주당 16시간씩 온라인 판매채널의 선택과 사용, 주당 8시간씩 상품 및 서비스 공급품의 디자인과 온라인 경영, 주당 8시간씩 온라인 판매계약의 처리, 주당 13시간씩 고객 소통을 위한 디자인, 주당 18시간씩 온라인 마케팅의 개발과 실행, 주당 16시간씩 판매의 관리와 감독에 대해 훈련을 받는다. 또 E-Commerce의 의미와 구조 및 커뮤니케이션과 협력에 대해서도 각각 주당 4시간과 8시간씩 배운다.

표 2. E-Commerce 판매원의 직업일반 분야 양성훈련 영역

구분	교육주제	주당 배정 시간	
		1~15개월	16~36개월
1	직업훈련, 노동 및 사회법	훈련 전 기간 중 실시	
2	훈련기업의 조직과 구조		
3	산업안전		
4	환경보호		
5	E-Commerce의 의미와 구조		4
6	커뮤니케이션과 협력	4	8
7	E-Commerce와 프로젝트 지향적 작업방법	14	

출처: Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz(2017).

그리고 전체 3년의 훈련기간 중 직업훈련법, 노동법, 사회법, 훈련기업의 조직과 구조, 산업안전, 환경보호에 대해 훈련을 받는다.

2. 직업학교의 교육원칙에 대한 규정과 직업교육

E-Commerce 판매원 훈련생에게 이론을 전달하는 직업학교의 교육내용은 2017년에 제정된 「E-Commerce 판매원 훈련생 교육원칙에 대한 규정(Rahmenplan für den Ausbildungsberuf Kaufmann im E-Commerce und Kauffrau im E-Commerce)」에 명시되어 있다. 직업학교의 교육은 1년 차, 2년 차, 3년 차 교육과정으로 구분되어 있다.

표 3. E-Commerce 판매원의 직업학교 학습영역

(단위: 시간)

학습영역	수업시간 기준치		
	1년 차	2년 차	3년 차
기업에 대한 프레젠테이션, 기업 디자인에서 자신의 역할	80		
온라인 판매 공급품의 디자인과 조달 지원	80		
온라인 판매계약의 준비와 처리	120		
가치 흐름의 파악 · 평가 · 판정	40		
거래 번복과정과 의무 이행 저해요소의 처리		40	
서비스 커뮤니케이션의 고객지향적 디자인		60	
온라인 마케팅정책의 실행과 평가		120	
가치 창출과정의 가치지향적 관리		60	
온라인 판매채널의 선택			100
핵심데이터에 기반을 둔 온라인 판매 최적화			80
기업의 결정에 경제 전체 상황이 미치는 영향에 대한 고려			40
직업 관련 프로젝트의 수행과 평가			60
합계: 전체 880시간	320	280	280

출처: Kultusministerkonferenz(2017).

E-Commerce 판매원은 1년 차에 기업에 대한 프레젠테이션, 기업의 디자인에서 자신의 역할, 온라인 판매 공급품의 디자인과 조달 지원, 온라인 판매계약의 준비와 처리, 가치 흐름의 파악 · 평가 · 판정에 대해 320시간에 걸쳐 학습한다.

2년 차에는 거래 번복과정과 의무 이행 저해요소의 처리, 서비스 커뮤니케이션의 고객지향적

디자인, 온라인 마케팅정책의 실행과 평가, 가치 창출과정의 가치지향적 관리에 대해 280시간에 걸쳐 학습한다. 3년 차에는 온라인 판매채널의 선택, 핵심데이터에 기반을 둔 온라인 판매 최적화, 기업의 결정에 경제 전체 상황이 미치는 영향에 대한 고려, 직업 관련 프로젝트의 수행과 평가에 대해 280시간 동안 이론학습을 한다(Kultusministerkonferenz, 2017).

3. 훈련 시 재정 지원

E-Commerce 판매원의 훈련을 받는 학생은 훈련 1년 차에 760~850유로, 2년 차에 800~900유로, 3년 차에 850~1,000유로의 세전 월급을 받게 된다(Ausbildung.de, 2018). 다른 양성훈련과 마찬가지로 기업에서 실시하는 양성훈련은 훈련생에게 무료로 제공된다. 다른 직업훈련과 마찬가지로 교재, 작업복, 통근비, 학업 관련 여행에서 발생하는 교통비와 같은 비용이 훈련생에게 부과될 수 있다. 훈련생이 받는 월급으로 이러한 비용을 감당할 수 없는 경우에는 연방 고용 에이전시가 직업훈련지원비(Berufsausbildungsbeihilfe, BAB)를 지급한다.

V. E-Commerce 판매원 직업훈련의 종료와 직업 전망

1. 졸업시험

위에서 설명한 훈련을 성공적으로 종료하기 위해 훈련생은 두 차례에 걸쳐 국가시험에 합격해야 한다. 1차 시험은 훈련 시작 15개월 후 훈련 2년째 중반에 치르고, 2차 시험은 직업훈련 종료 후에 치르게 된다. 1차 시험과목은 공급품의 관리와 계약의 준비이다. 1차 시험의 결과는 전체 훈련평가에 25% 산입된다. 2차 시험은 업무 과정, 고객 소통, 경제와 사회 과목에 대한 필기시험과 E-Commerce 프로젝트 관련 업무과정에 대해 전문가 면담을 통한 구두시험으로 진행된다(Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz, 2017).

2. 월급

E-Commerce 판매원의 월급은 다른 판매직의 월급과 비슷한 수준이 될 것으로 예측된다. 따라서 업무 분야와 지역에 따라 세전 초임은 1,700유로(약 225만 원)에서 2,400유로(약 318만 원)를 받고, 경력이 향상되면 2,500~3,500유로(약 331만 원~463만 원) 수준의 월급을 받게 될 것이다(ausbildung.de, 2018).

3. 향상훈련, 고등교육의 기회 및 취업 전망

E-Commerce를 구축하거나 확장하려고 하는 판매업자나 판매망을 다층화하려는 판매업자가 많아지는 최근의 추세에 따라 E-Commerce 판매원의 수요도 높아 E-Commerce 판매원의 직업 전망은 최상이라고 할 수 있다. 도·소매업뿐 아니라 관광업, 호텔업, 제조업, 신문사, 파이낸스 서비스업에서 디지털화된 E-Commerce 판매를 위해 훈련된 기술인력이 필요하다. E-Commerce 판매원으로 경력을 쌓은 사람은 판매전문가로 향상훈련을 받을 수 있다. 판매전문가는 구매와 판매, 인사관리, 도매 구매자와의 매매 협상, 도·소매업의 관리 업무를 담당한다. 또 E-Commerce 판매원 경력자는 국가공인 경영전문가로 경력을 개발할 수도 있는데, 판매전문가와 달리 경영전문가는 기업의 경영전략을 수립하고 인사관리, 회계, 컨트롤링과 같은 업무를 수행한다. 미래지향적이고 안정된 직업을 찾는 사람이라면 E-Commerce 판매직을 선택하면 된다 (Ausbildung.de, 2018). 

참고문헌

- Ausbildung.de(2018). Ausbildung als Kaufmann/-frau im E-Commerce. <https://www.ausbildung.de/berufe/kaufmann-im-e-commerce/karriere/> (검색일: 2018.02.07.)
- BIBB(2018). Neu: Kaufmann und Kauffrau im E-Commerce-Branchenübergreifender Ausbildungsberuf für boomenden Onlinehandel, Pressemitteilungen, 2018.1.9. https://www.bibb.de/de/pressemitteilung_73772.php (검색일: 2018.02.23.)
- boersenblatt.net(2018). Ausbildung zu E-Commerce-Kaufleuten Spezialisten fürs Digitale, 2018.1.4. https://www.boersenblatt.net/artikel-ausbildung_zu_e-commerce-kaufleuten.1417304.html (검색일: 2018.02.26.)
- Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz(2017). Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann im E-Commerce und zur Kauffrau im E-Commerce, Bundesgesetzblatt Jahrgang 2017 Teil I Nr. 78, ausgegeben zu Bonn am 18. Dezember 2017.
- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland(2016). E-Commerce Kaufleute: Neuer Beruf erhält grünes Licht im Bundeswirtschaftsministerium, 2016.8.24. <https://www.bevh.org/presse/pressemitteilungen/details/datum/2016/august/artikel/e-commerce-kaufleute-neuer-beruf-erhaelt-gruenes-licht-im-bundeswirtschaftsministerium/> (검색일: 2018.02.04.)
- Groß-Albenhausen, M.(2015). E-Commerce-Kaufleute: Die bevh-Vision nimmt Gestalt an (1), Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. <https://www.bevh.org/blog/blog-post/2015/06/23/e-commerce-kaufleute-die-bevh-vision-nimmt-gestalt-an-1/> (검색일: 2018.02.01.)
- Handelsverband Deutschland(2016). Der neue Ausbildungsberuf: Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce. <https://www.einzelhandel.de/ecommercekaufmann> (검색일: 2018.02.03.)
- IHK Aachen(2018). Neuer IHK-Beruf kommt: Kaufmann/-frau im E-Commerce. https://www.aachen.ihk.de/bildung/Berufsstart/Berufe_stellen_sich_vor/kaufleute-im-e-commerce/3846332 (검색일: 2018.03.01.)
- Kultusministerkonferenz(2017). Rahmenplan für den Ausbildungsberuf Kaufmann im E-Commerce und Kauffrau im E-Commerce(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 24.11.2017). http://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/pdf/Bildung/BeruflicheBildung/rlp/Kaufmann_im_E-Commerce_17-11-24-E.pdf (검색일: 2018.02.05.)
- Rigby, Darrell K.(2014). Digital-physical mashups, Harvard Business Review, September 2014 Issue. <https://hbr.org/2014/09/digital-physical-mashups.%20havard%20Business%20Review> (검색일: 2018.03.05.)

사람이 희망입니다.