

B4: SI 사업전략 및 마케팅

**'대기업 + 중소기업 협업 모델' 에 의한 IT 기업
해외 진출 방안 - SKY Team 사례를 통해**

SK C&C
전략사업본부
본부장 오태형
2003. 11.

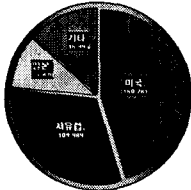
SK C&C

Contents

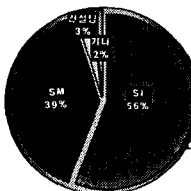
- 국내 기업 해외 SI 시장 진출 현황
- 해외 진출시 애로사항
- 중소기업 / 대기업 협업모델
- SKY Team 사례분석
- 맺는말

국내 기업 해외 SI 시장 진출 현황

개도국 전자정부 시장 대형 SI 프로젝트 위주(전체 시장의 약 1.5% Pie)로 해외사업이 진행되면서 과당 경쟁에 따른 저수의 사업 진출 모델로 가고 있음



전세계 SI 시장 규모 (\$Mill)
(Data Source : IDC 2002.12)



국내 업체 수출액 구성비
\$ 284,689,000
(Data Source : KIPA 2002.12)

- 세계 SI시장은 2002년 기준으로 3,530억불에서 미국, 서유럽, 일본 등 선진국 시장이 85.9% 차지
- 저수의 모델인 단순 애플리케이션 및 패키지 통합형 사업이 56%임
- 국내 IT 시장 규모(\$10B) 대비 수출비중이 \$284,689,000으로 2.8% 수준임
- 그룹사 해외법인 SM(System Management)이 38.9%를 차지하여 수출 활성화가 매우 낮은 수준
- 대부분 SI 매출도 한국 관계사 해외법인인 물량임
- 저개발 국가 및 개발 도상국(동남아, 구소련권, 중국 등) 위주의 시장 공략
- 전자정부 수요에 대부분 치중 (국세청, 관세청, 전자주민증, 등기업무 등)
- 입찰 베이스의 저수의 구조형, 장기프로젝트 진행시 Change Management 실패에 따른 악성채권 발생



저수의 구조 탈피를 위한 고부가가치 사업 모델 개발 필요
중 · 선진국 시장에 대한 과감한 개혁 전략 필요

Copyright 2003 SK C&C All right reserved

- 2 -

SKC&C

해외 진출시 애로사항

선진화된 시장일수록 Niche Market 공략을 위한 전문 Marketing 이 필요하며 Reference 구축, 현지화 노력에 많은 시간과 자본이 요구됨

대기업 Case

- Cost 기반의 경쟁력 취약
 - 인도, 동아시아 등 저임금, 영어권 나라들이 대부분 선진국 수요 충족
- 현지화 노력 미미
 - 상사 등 현지 네트워크의 SI Marketing/Sales 전문성 결여
 - 현지 구축/유지보수 네트워크 부족
- Commercial Sector 진출 부진
 - 해외 Reference 부재
 - 경쟁력 있는 솔루션 부재

중소기업 Case

- 자금부족
 - 코스닥시장의 침체
 - 금융대출의 어려움
- 인력부족
 - 전문기술인력 부족
 - 전문인력 양성의 어려움
- 마케팅 부재
 - 해외 판매망 확보 취약
 - 해외 수출시장 개척의 어려움



Global 경쟁력을 갖춘 신규 솔루션 확보 필요
솔루션별 전문분야 Sales/Marketing Channel 확보 필요

Copyright 2003 SK C&C All right reserved

- 3 -

SKC&C

중소기업 / 대기업 협업모델

대기업과 중소기업의 역량결합을 통한 성공확율을 증폭시키기위한 다양한 협업 모델 수행 가능

Joint Venture	<ul style="list-style-type: none"> - 해외 진출시 공동 JV 설립 - 대기업 · 중소기업간 공동 기술 개발 체제 구축 - 상호 인력 파견 기업경영 노하우 전수 및 대기업 해외 판매망 활용 - 개발 비용 절감, 리스크 분산, 기술 혁신 등의 성과 기대
Project 및 Turnkey base	<ul style="list-style-type: none"> - 대기업이 프로젝트 finance 담당 및 주계약자 역할 - 중소기업은 기술력 담당 - 중소기업의 금융적 부담 덜어 기술력에 집중 - 주문 외 프로젝트 적용
Outsourcing	<ul style="list-style-type: none"> - 대기업이 프로젝트 수주 시 유능한 중소기업을 outsourcing 함 - 중소기업이 단순 하청업체가 아닌 협력업체라는 인식 필요 - Localized 와 친 현지 업체 설립 - 중소기업 서비스 및 OS 프로젝트 중요
대기업의 Agent 와	<ul style="list-style-type: none"> - 대기업의 해외 영업력 및 market channel 이용 - 중소기업은 설치 및 교육 담당 - 중소기업과 대기업의 협력아래 유기적으로 A/S 제공

SKY Team

Copyright 2003 SK C&C All right reserved

- 4 -

SKC&C

SK C&C SKY Team 도입 배경 및 설명

· SKY Team은 사내,외 우수솔루션 등을 발굴, SK Brand화하여 해외시장에서 수주기회를 창출하기 위해 2003년 6월 신설되어, 현재 일본, 미국을 Marketing Target 국가로 우선 지정하여 Marketing, Sales를 위한 제반 준비사항을 진행하고 있음

· 향후, SI 해외 시장 진출만으로는 해외 사업 목표를 만족할 만한 수준으로 끌어 올리는 어려운 상황임 따라서, 해외 시장 진출에 있어서 우수 솔루션 발굴로 영업자산 확대를 통한 매출 증대가 절실한 상황임

· 이러한 인식을 바탕으로,

SKY Team은 해외 솔루션 사업의 전방위 조직으로서

사내,외 우수 솔루션을 발굴하여 영업자산을 확보하고,

해외 Marketing 역량을 활용하여, 치열한 경쟁 속의 해외 IT Service Market의 틈새시장을 공략하여,

적은 Risk를 통해 안정적인 매출구조를 만들어

한국 SI업체 가운데 최초로 Solution 해외 사업의 성공 Model을 제시할 것임

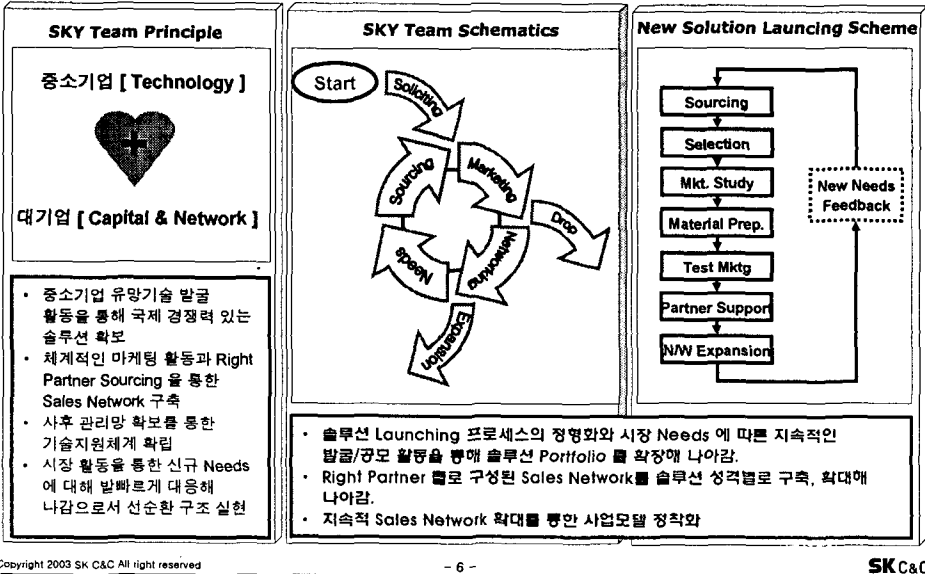
Copyright 2003 SK C&C All right reserved

- 5 -

SKC&C

SKY Team Business Model

정기적인 국내 기술 발굴 프로세스를 통한 유망 솔루션 선정과 체계적인 해외 판매망 구축을 통해 사업 프로세스를 정확화 하여 지속적인 사업 모델로서 성숙시켜 나갈



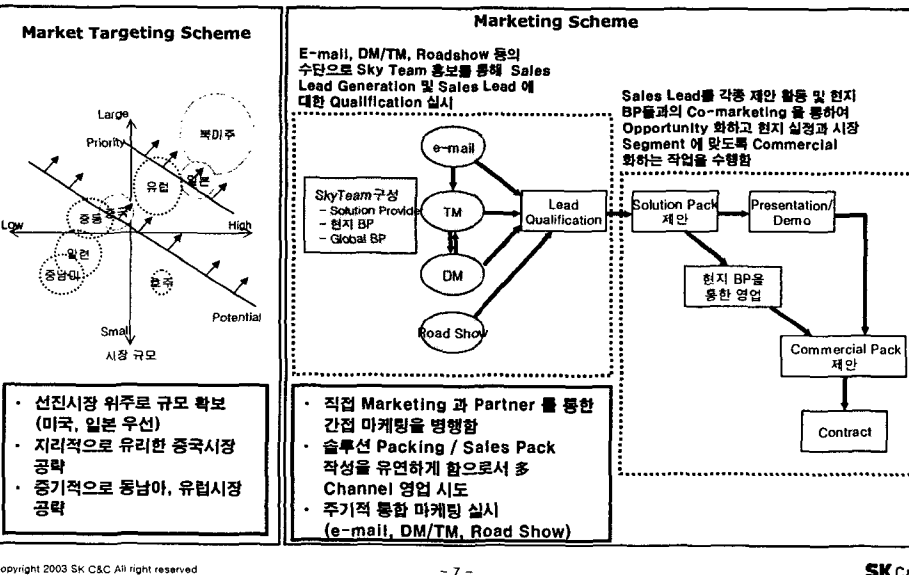
Copyright 2003 SK C&C All right reserved

- 6 -

SKC&C

SKY Team Marketing Scheme

일본, 미국 등 규모와 선진성을 충족시킬 수 있는 지역을 우선 타겟팅 하며, 솔루션별 성격에 따라 직간접 영업 Channel 을 통해 다양한 마케팅 기법으로 시장 진출



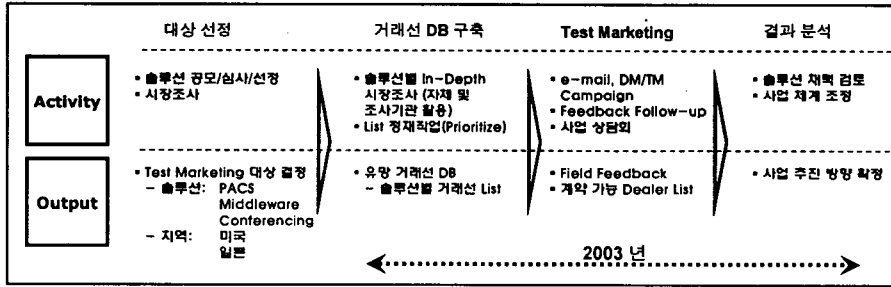
Copyright 2003 SK C&C All right reserved

- 7 -

SKC&C

SKY Team 추진 경과

- 중소기업과 대기업의 협업모델 형태로 중소기업 유망솔루션을 대기업의 자본력과 해외 Sales Network 를 통해 마케팅하는 사업모델임. 국내 대기업의 추진 사례를 분석해 볼때 솔루션별 마케팅의 Depth 깊어와 국내의 파트너관리의 체계적인 관리부재로 인해 실패하였음.
- C&C 에서는 소수의 솔루션으로 한정된 지역에 Test Marketing 형식을 통해 구체적인 접근을 함으로서 Risk 를 최소화하고 향후 다수개의 솔루션과 파트너를 관리할 수 있는 역량을 서서히 갖추어 나가도록 함.
- 시장 Tapping 을 위해 우선 일본과 미국시장을 대상으로 3개 솔루션을 마케팅 함. 유망 거래선 DB를 시장조사 기관과 자체조사 활동을 통해 구축하고 e-mail 과 DM/TM 을 통해 사업제안 Campaign 을 실시함. Feedback 응대에 따라 현지 상담 거래선 선정후 2~3 차례 타겟 지역 시장을 방문하여 사업상담회를 실시하고 적어도 2개 이상의 거래선 구체화를 단기 실행목표로 삼는다.
- 시장 Tapping 결과에 따라 사업체계 정립, 중장기 사업계획 수립 및 사업 확대를 꾀하고 부정적인 결과를 얻은 경우 대한 및 사업방향 수정을 고려함.



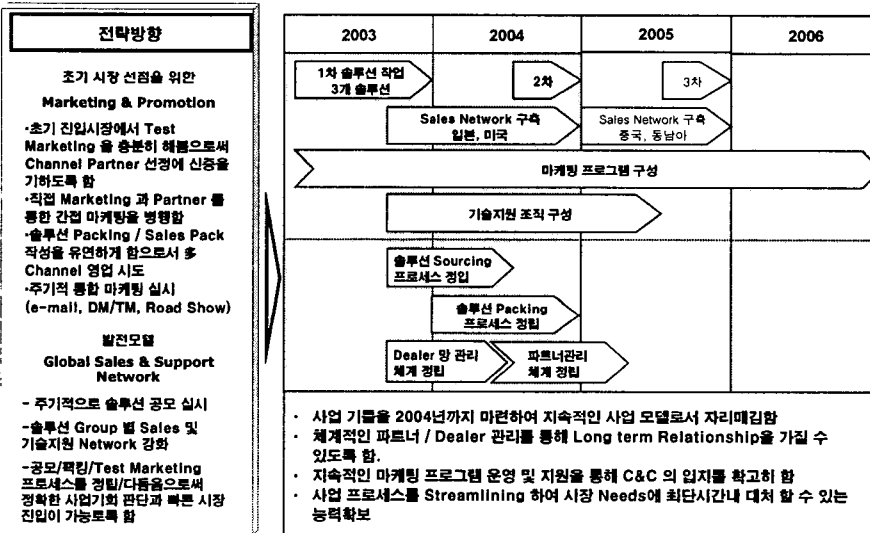
Copyright 2003 SK C&C All right reserved

- 8 -

SKC&C

SKY Team Road Map

정기적인 공모행사와 시장 Needs에 따른 지속적인 솔루션 발굴, 신속한 Launching 을 위한 Sales 및 기술체계 확립, 사업수행에 필요한 각종 작업의 정형화를 수행하도록 함.



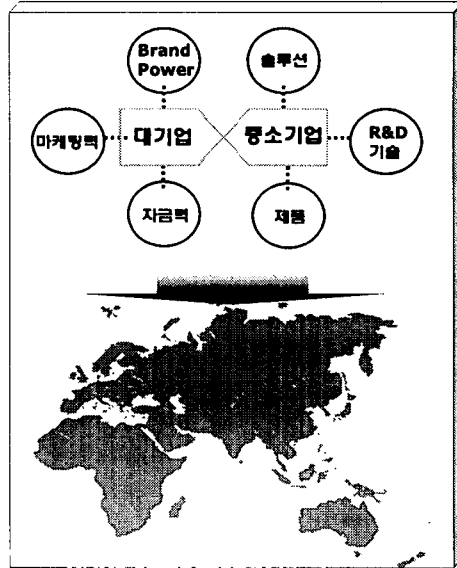
Copyright 2003 SK C&C All right reserved

- 9 -

SKC&C

맞는말 - 선진 SI 시장으로 진입하기 위해서는 ...

- Niche 마켓을 위주로 한 시장 진입
 - 국제 경쟁력이 있는 솔루션을 위주로 시장 진입
- Cost 경쟁력 Base 는 지양
 - 기술성은 높고 SI 성이 낮은 경쟁력 있는 Niche 제품 위주로 진출
- Global Standard에 맞는 완성도 높은 제품 Packaging
 - Packaging - 제품 및 Sales/Marketing Packing 완성도
 - Component 화 - 전문성 있는 단위 솔루션으로 분할, 재구성
 - Standard - 국제 업계 표준 준수를 통한 범용성 확보
- 대기업과의 강력한 동반 진출 네트워크 형성 필요
 - 선진국 시장은 초기 현지거점 및 구축경험 확보가 중요
 - 지속적인 시장 Needs 발굴 및 신속적인 시장 대응 필요
 - 제품군별 전문성을 보유한 통합 마케팅 전략 구사 필요



Q & A