



# 정보마인드 확산과 정보이용을 위한 마케팅 전략

The Marketing Strategies for Diffusing Information Mind and Utilization



노순석  
데이콤 부가통신 사업본부  
사업부장

## I. 들어가는 말

최근 우리들은 첨단 정보화의 물결에 휩싸여 있다. 사회 전반에 걸쳐 멀티미디어를 기반으로 한 정보화가 숨가쁘게 전개되고 있으며, 사회·문화적으로도 정보화를 향한 급격한 변화의 조짐이 나타나고 있다. 이같은 정보사회를 살아가는 우리들에게 요구되는 중요한 능력 중의 하나가 바로 유용한 정보를 신속·정확하게 습득하고, 이를 효과적으로 활용할 줄 아는 능력일 것이다. 과거에 중시되었던 'Know-How'는 이제 더이상 의미가 없어지고 'Know-Where'가 중요시되는 사회가

도래한 것이다. 이에 따라 원하는 정보를 보다 빠르고 손쉽게 찾을 수 있도록 대량의 정보를 저장·관리하고 유통시키는 데이터베이스 서비스야말로 정보사회에서 빼놓을 수 없는 중요한 산업으로 대두되고 있다.

## II. 국내 데이터베이스 서비스 현황

우리나라에 데이터베이스의 개념이 처음 도입된 것은 지난 '85년 데이콤이 '천리안'이란 이름의 생활정보 데이터베이스를 구축, 제공하면서 부터이다. 우리의 데이터베이스 역사는 비록 10년 남짓에 불과하지만 짧은

기간동안 비약적인 발전을 거듭해왔다. 국내에서 구축되어 상용으로 유통 중인 데이터베이스의 수는 지난 '94년 말을 기준으로 총 907개로서 전년의 714개 보다 26.8%가 증가하는 등 급성장을 보여 왔다. 이용자 역시 급속히 증가해 데이콤의 '천리안 Magical'의 경우, '95년 7월말 현재 30만명을 돌파하기도 했다. 그러나 데이터베이스와 이용자의 급격한 증가에도 불구하고 아직까지 국내 데이터베이스 서비스는 참여업체의 영세성, 데이터베이스 이용 마인드의 저조 등으로 질적·양적인 면에서 취약한 것이 현실이다. 이같은 현실 속에서 정보사회를 보다 성

속시키고 데이터베이스서비스의 발전을 위해서는 일반인의 정보화에 대한 마인드가 확산됨과 동시에 데이터베이스의 이용이 확대되어야 할 것이며, 이를 실현시키기 위한 범국가적 차원의 노력과 사업자 개개인의 노력이 시급하다 하겠다. 그럼 지금부터 데이터베이스서비스의 이용확대를 위한 정보화 마인드의 조성 과 이에 대한 우리 데이콤을 비롯한 사업자들의 마케팅 전략에 대해 검토해 본다.

### Ⅲ. 정보화를 위한 마케팅 전략

정보사회에서 정보화를 위한 기반이 완비되어 있다해도 정보의 활용을 위한 마인드나 자세가 갖추어져 있지 않다면 정보화는 그 의미가 없을 것이다. 데이터베이스서비스 역시 마찬가지이다. 데이터베이스가 아무리 수적(數的)으로나 질적(質的)으로 발전한다 해도 이를 직접 검색해보고 활용 할 만한 사회적 분위기와 정보마인드가 확립되어 있지 않다면 데이터베이스의 존재가치는 없어질 것이기 때문이다. 앞서 말한 바와 같이 데이터베이스서비스의 주요 유통로인 정보통신서비스(천리안 Magicall과 같은)의 이용자가 급속한 증가추세에 있어 데이터베이스의 이용은 꾸준히 확대될 것으로 여겨

진다. 그러나, 아직까지도 정보이용자층이 특정 계층에 국한되어 있기 때문에 데이터베이스서비스를 사회전반으로 확대시키는 것은 결코 쉬운 일은 아닐 것이다. 이같은 환경 속에서 정보마인드의 확산을 기반으로 데이터베이스서비스 산업을 더욱 발전시키기 위해서는 데이터베이스 사업자들의 전략적이고 획기적인 마케팅은 매우 중요하다 할 수 있다.

#### ① 정보마인드 확산을 위한 교육 및 홍보

아무리 다양하고 유용한 데이터베이스가 구축되어 있어도 이를 이용하는 이용자가 정보화에 대한 인식이 낮아 충분히 활용하지 못한다면 더이상의 서비스 발전을 기대 하기는 어려울 것이다. 그러므로 데이터베이스산업을 발전시키기 위해서는 무엇보다도 정보마인드의 확산을 위한 교육과 홍보가 선행되어야 한다. 데이터베이스의 유용성, 활용방안, 부가가치성에 대한 교육을 현 교육체제에 적절히 수용시키거나 사업자 별로 기존고객과 잠재고객에 대한 정보통신교육을 강화해야 하며 이에 맞는 적절한 교육 프로그램을 만들어야 한다. 아울러 홍보 역시 매우 중요하므로 신문, 잡지, TV 등 각종 매체를 통한 광고/홍보활

동에도 노력을 기울여야 할 것이다. 서비스에 대한 인지도를 높여 일반인들의 관심을 유도하고 데이터베이스의 실제 이용까지 이들을 리드하기 위해서 홍보와 교육은 반드시 필요한 필수요소라 하겠다.

이러한 전략적 차원에서 우리 데이콤은 지난 '88년부터 천리안 서비스를 포함한 데이터베이스 등 정보통신서비스에 대한 마인드 확산과 이들 서비스의 확충을 유발·촉진시키기 위한 홍보관(데이콤플라자)을 설치 수년간 운영해온 바 있다. 또한 고객에 대한 서비스 차원이기는 하지만 보다 고도화 된 정보이용환경 조성을 위해 우리 회사에서 제공하는 각종 서비스에 대한 교육을 지속적으로 실시해오고 있다.

#### ② 다양한 생활정보의 강화로 잠재 이용자 공략

현재 데이터베이스의 이용자 분포를 살펴보면 전체의 90% 이상을 남성이 점하고 있다. 여성들의 데이터베이스 이용을 높이기 위한 마케팅 전략을 마련하는 것 또한 서비스의 확대 차원에서 풀어가야 할 과제 중 하나이다. 이에 대한 한가지 방법으로 생활과 밀접한 정보들의 강화를 꼽을 수 있는데, 누구나 쉽게 접할 수 있고 실제 생활에





도 직접 활용이 가능한 정보들을 신속하고 정확하게 얻을 수 있다는 것만으로도 큰 매력으로 작용할 수 있기 때문이다. 아울러 타 매체와의 연계방안도 데이터베이스서비스의 확산을 위한 전략이 될 수 있다. 최근 활발히 진행되고 있는 방송사와의 연계가 그 예다. 드라마를 비롯한 각종 방송물 제작에 '천리안 Magicall' 과 같은 서비스를 통해 이용자들의 의견을 적극 반영하는 것이다. 이밖에도 앓은 자리에서 은행업무를 처리하고 쇼핑도 할 수 있는 '홈뱅킹' 과 '홈쇼핑' 의 강화, 각종 예약, 예매서비스의 확대 등도 매우 중요한 과제이다.

국내에서 유통되고 있는 일천여개의 데이터베이스서비스 가운데는 전문정보로부터 시작한 데이터베이스서비스(가령 대표적인 예로 산업기술정보원의 산업기술정보등)도 다수 있지만, 정보화의 최종 수혜자인 일반 국민의 정보생활을 폭넓게 형성하기 위한 기반 구축 차원에서 우리 데이콤은 천리안 서비스의 초기 제공부터 국민의 일상생활과 친근하고 밀접한 정보를 발굴하여 데이터베이스를 통한 국민정보생활을 선도해 오고 있는 것이다.

사실 국민생활정보의 보급은 정보화 촉진의 가장 영향력 있는 요인으로서 정보선진국으로

의 자리매김을 하고 있는 국가들의 예에서도 쉽게 찾아볼 수 있다. 일본의 경우, '95년 일본 데이터베이스백서에서도 데이터베이스산업 발전과 정보화 추진에 있어 국민생활정보의 보급과 개인·가정 레벨의 정보이용이 시급하다고 진단하고 있는 것은 이같은 전략과 맥을 같이 한다고 본다.

### ③ 전문정보의 강화

데이터베이스의 큰 장점 중 하나가 바로 주변에서 쉽게 구하기 어려운 국내외의 전문 정보를 빠르게 입수할 수 있다는 점이다. 지금까지의 국내 이용자들의 데이터베이스서비스 이용도를 조사해보면 주로 증권·금융 및 각종 기업정보 등의 전문정보의 이용이 비교적 활발한 것으로 나타나고 있다. 증권, 상품, 외국환을 포함한 금융정보, 기업기본정보, 각종 경제정보, 뉴스 및 마케팅 정보, 과학·기술·의학정보 등 국내의 관련 전문정보 뿐만 아니라 해외의 우수한 전문 정보를 빠르게 전달해 주는 것도 데이터베이스의 이용확산을 위해 수행되어야 하는 것이다.

데이터베이스 등 정보통신서비스는 고객과 고객요구의 글로벌화, 공급자와 공급서비스의 글로벌화 특성을 가지고 있다. 이

러한 특성을 적극 수렴하는 서비스 전략이 펼쳐질 때 무한 경쟁의 시대에서 정보선진국으로 자리할 수 있는 것이다.

이러한 차원에서 데이콤은 국내는 물론 해외 유수의 전문 데이터뱅크를 천리안에 게이트웨이로 연결하는 서비스를 제공하고 있다. 그래서 해외 주요 데이터베이스서비스의 가입자가 보다 많이 증가한 것도 사실이다.

### ④ GUI를 바탕으로 한 편리한 검색환경의 확립

데이터베이스서비스의 이용확대를 위해 추진해야할 과제 중 하나는 데이터베이스의 검색을 보다 효율적으로 할 수 있도록 하는 것이다. 현재 국내의 데이터베이스 검색환경은 대부분 크게 메뉴선택방식과 명령어 입력방식 등으로 제공되고 있으나, 초보자나 전문가 모두에게 그다지 만족을 주고 있지 못하다. 특히, 데이터베이스의 검색에 익숙치 못한 사람에게는 검색에 앞서 검색명령어의 습득 자체가 부담스러운 것이다. 이러한 문제점을 극복하기 위해 현재 각 사업체에서는 보다 손쉬운 데이터베이스 검색환경 제공의 일환으로 GUI(Graphic User Interface, 그래픽 사용자 환경)를 제공하기 위한 노력과 투자를 계속하고 있다. 특히 지난 7월 1일



부터 시범서비스 되고 있는 데 이콤의 '천리안 Magicall'은 국내에서는 최초로 GUI 환경을 기반으로 다양한 멀티미디어 서비스를 제공하고 있는데, 이는 국내 데이터베이스 검색환경의 큰 분기점을 마련했다 하겠다. 이처럼 국내의 데이터베이스 검색서비스가 GUI 환경으로 변화된다면 일반 이용자들은 보다 손쉽게 데이터베이스를 검색할 수 있게 될 것이다.

#### ⑤ 정보제공자의 발굴, 육성

정보사회로의 전환에 따라 정보산업의 규모가 날로 증대되어 가고 있는 것은 사실이며, 산업구조상 정보산업의 위치와 역할이 중요해지고 있다.

따라서 관련산업이 동반 발전하기 위해서는 데이터베이스 유통기관의 외로운 노력보다는 정보제공자·데이터베이스 제작자들이 함께 최선을 다해야 할 것이다. 현상태에서 여러 특성상 영세한 규모를 가지고 있는 우수한 정보제공자(IP)의 적극적이고 지속적인 발굴·육성이 정부는 물론 데이터베이스 유통기관에 의해서도 이루어질때 관련산업의 동반 발전은 틀림없이 실현 될 것이다.

데이콤이 천리안 서비스 제공 초기에 IP육성자금을 지원하여 IP발굴·육성을 추진하였던 것

은 바로 이러한 정책적 배려에 서였던 것이다.

#### IV. 글을 마치며

데이터베이스가 정보화 사회를 이끌어갈 원동력이며, 정보화 사회가 성숙될수록 데이터베이스에 대한 중요성은 높아갈 것임은 자명한 사실이다. 필요로 하는 다양한 정보를 보다 빠르고 쉽게 데이터베이스를 통해 검색할 수 있고 지금보다 더욱 편리한 생활을 영위할 수 있다면 누구나 데이터베이스를 이용하려고 할 것이다. 지금 우리는 이같은 사회적 분위기 속에서 보다 많은 사람들이 데이터베이스를 활용할 수 있도록 정보 마인드를 확산시키고, 사람들의 다양한 욕구와 흥미를 유발시킬 수 있는 정보의 제공을 위해 노력해야할 시점에 서있다. 최근 정부에서도 지난 '93년부터 '정보화 촉진을 위해 데이터베이스 산업육성 대책'을 마련해 정부 및 공공기관이 보유하고 있던 정보들의 공개를 유도하고 있으며, 민간 사업자에 의한 공공데이터베이스의 개발과 보급에 힘쓰고 있다. 결국 정보마인드의 확산과 데이터베이스 이용의 확산을 위해서는 데이터베이스 사업자의 다각적 마케팅 전략과 범국가적 차원의 데이터베이스 육성 지원이 한데 어우러져,



産·學·官 등 공공부문과 민간 부문, 중앙과 지역이 함께 참여하는 풍토가 조성되어야 하는 것이다. 데이터베이스의 질적·양적의 확대는 물론 이를 다양하게 활용할 수 있는 사회적 분위기와 마인드의 확산을 위해 사업자들은 체계적인 마케팅 및 홍보전략을 세우고 보다 나은 이용 환경의 구축을 위해 최선을 다해야 하며, 정부 또한 이에 대한 적극적인 지원을 아끼지 말아야 할 것이다. DC