

웹마인드를 가진자만이 비즈니스 찬스를 잡는다

불과 얼마전까지만해도 인터넷 거품, 정보 쓰레기장이라는 오명까지 뒤집어썬 인터넷이 국가의 운명마저 들먹이는 가장 중요한 핵심 산업 분야로 떠오르고 있다. 인터넷을 못하면 2000년엔 기업을 못한다는 단정적인 목소리마저 들린다. 인터넷비즈니스의 실제 분석과 함께 성공 비즈니스 A to Z를 알아본다.

주정한 / 삼성SDS 유니텔 사업부 책임

연재 순서

1. 지금이 바로 적기 골드러시 인터넷비즈니스(이번호)
2. 인터넷에서 알 수 있는 비즈니스 종류 총정리
3. 소모 인터넷비즈니스 노하우
4. 인터넷 비즈니스를 돕는 50개 사이트
5. 벤치마킹으로 배우는 인터넷 비즈니스(섹스사이트 등)
6. 작은 개인을 글로벌 기업으로 만드는 웹사이트 홍보 & 이벤트 전략
7. 인터넷 비즈니스 성공사례 & 실패사례(국내외)
8. 성공 인터넷 비즈니스 50문 50답

IMF 이후 온라인 비즈니스를 바라보는 눈들이 예사롭지 않다. 유니텔의 경우 목요 IP창업교실 개설 공지를 낸 지 불과 이틀만에 300여명의 교육신청자가 쇄도, 8차 교육까지 마감되는 등 폭발적인 관심을 보이고 있다. 이런 현상은 인터넷에서도 그대로 이어진다.

인터넷으로 사업을 시작해야 하는 이유

인터넷비즈니스가 이처럼 급부상을 하는 이유는

무엇일까? 현재 인터넷을 둘러싸고 진행되고 있는 정보 인프라의 확산 추세를 보면 그 중요도를 실감할 수 있다.

정보화시대의 기초 단말기인 전화가 2천만대를 돌파한 지는 이미 오래되었고 뼈빠가 1,300만대, 휴대폰이 현재 500만대선이지만 금년말이나 내년 중 1천만대 돌파가 확실시 되며, 개인용컴퓨터도 이미 1천만대 시대를 바라보고 있다.

신용카드회사에서 발급한 각종 신용카드와 백화점을 중심으로한 전문카드를 합하면 신용사회의 상징물이기도한 전자카드가 이미 4천만개 이상을 돌파하고 있다. 여기에 더하여 최근에 급격히 확산되고 있는 인터넷 ID가 또한 전세계적으로는 7천만 ID에 육박하고 있으며 금세기말까지 약 2억 ID에 이를 예정이다.

더욱 놀라운 것은 인터넷에 구축된 웹사이트가 1천만개가 넘어가고 있고 약 1년마다 도메인의 수가 배로 증가하고 있다. 이러한 인터넷을 통한 급격한

정보환경 변화는 현재의 사업방식을 180도 바꿔놓을 것이다. 사업기획에서부터 이미지 창조 그리고 모든 종류의 판매에 이르기까지 모든 것이 달라질 것이다.

지금 인터넷 비즈니스를 시작하는 많은 개척자들은 단순히 먼저 시작했다는 이유 하나만으로도 큰 이익을 얻을 가능성이 매우 크다.

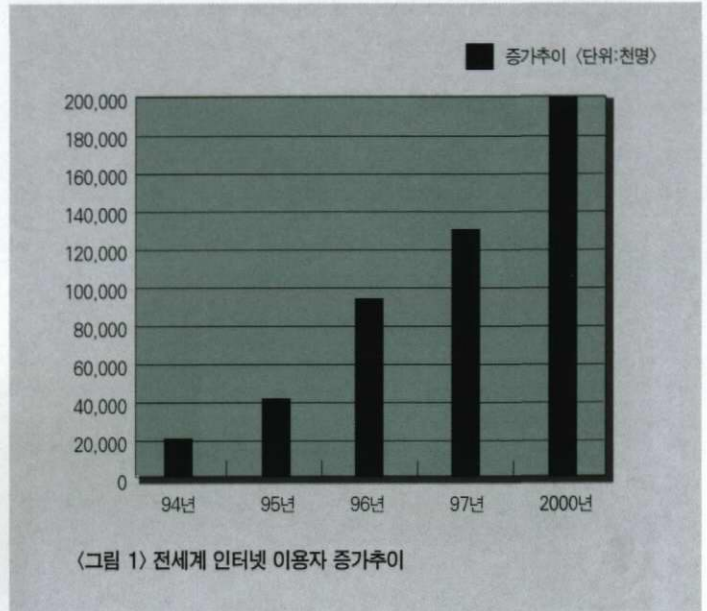
인터넷비즈니스 왜 지금이 적기인가?

아직 정확한 데이터 및 통계를 제시하기에는 시장이 유동적이긴 하지만 한가지 분명한 것은 지금보다 많은 사용자들과 국가, 기업들이 인터넷에 뛰어들어서 인터넷이 놀라운 속도로 성장을 계속할 것이라는 점이다.

이제 인터넷은 새로운 일자리 창조 그리고 소프트웨어와 광고, 금융, 광섬유, 출판, 방송, 컴퓨터통신, 상품판매, 조사분야의 성장에 엄청난 영향을 미치는 방대한 시장으로 끊임없이 성장하고 있다. 아울러 인터넷은 초등학교의 학생에서부터 기업의 최고 경영자에 이르기까지 세상 모든 계층의 사람들을 변화시키고 그들이 인터넷을 받아들이지 않을 수 없는 현대생활의 필수적 요소로 발전하고 있다. 인터넷의 규모와 영향력은 앞으로도 성장을 계속해갈 것이며 그것은 어느누구도 부정할 수 없는 분명한 현실이다.

최근 인터넷의 맹목적인 활용에 대한 거품 제거 움직임과 함께 인터넷비즈니스는 더욱 강력하게 부상하고 있다. 기업들 또한 사업목적이 무엇이든 관계없이 인터넷의 전략적 중요성을 인식하고 있다. 심지어 인터넷을 통해 즉각적인 이익을 얻어내기 위해 아이디어를 쥐어 짜고(?) 있다.

기업들은 온라인 연구개발, 정보수집, 국제통신, 상업거래, 광고까지 실속을 챙기고 있는 것이다. 그리고 최근 각광을 받고 있는 EC 즉 전자상거래의 개념을 홈페이지에 접목하기 위해 안간힘을 쏟고 있다. 이러한 인터넷비즈니스에 대한 집중은 바로



(그림 1) 전세계 인터넷 이용자 증가추이

투자비에 비해 인터넷을 통해 얻어지는 이익은 실로 대단하기 때문이다.

인터넷비즈니스 성공 노하우

인터넷비즈니스가 각광받는 이유는 과연 어디에 있을까? 바로 그 이유는 인터넷만이 가지고 있는 특징 때문이다. 이러한 특징은 과거 다른 매체의 비즈니스 접근법이 불특정 다수에 대한 산탄총에 불과했다면 인터넷비즈니스는 정확한 타겟을 겨냥한 저격수에 비유할 수 있다.

1. 중소기업, 대기업 차이가 없다.

사이버 공간에서는 매우 작은 기업도 크게, 경우에 따라서는 큰 기업도 매우 초라하게 보일 수 있다. 또한 여러나라에 네트워크를 구축해 판매하는 유연한 중소기업이 변화하는 국제무역 환경에 기동성있게 대처할 수 있다.

2. 가격경쟁력을 획기적으로 강화시킨다.

기존 유통에서 필요로 했던 상품의 전시, 보관, 영업, 고객대응을 위한 판매공간과 거점, 설비의 많



〈그림 2〉 세계 최대의 온라인 서점인 아마존은 전자상거래의 성공 사례 표본으로 부상하고 있다.

은 부분이 불필요해 진다. 또 유통경로가 짧아지므로 공급자와 구매자가 직접 연결가능하여 중간단계를 생략하므로 불필요한 마진이 줄고 재고부담 비용이 줄어들어 전체비용이 낮아지고 거래시간도 단축된다.

3. 무궁무진한 시장이 있다.

구매력 높은 인터넷 이용자가 2000년까지 약 2억명에 달할 것으로 예상되고 있다.

4. 거래 효율성이 높아진다.

고객 데이터베이스에 근거한 개별대응으로 고객이 원하는 내용에 대해 보다 쌍방향적이고 즉각적인 대응이 가능하며 서비스 수준도 향상된다. 이처럼 고객정보에 근거함으로써 마케팅의 효율이 높아지고 그 성과를 신속하게 피드백 받을 수 있다.

5. 시간을 뛰어넘는 새로운 판로가 개척된다

기존의 상거래 벽인 시간과 공간의 벽이 사라져서 24시간 지구촌 어디서나 거래가 가능하며 인터넷이라는 새로운 환경을 통해 전혀 생각지 못한 고객층이 형성된다.

6. 전세계 고객을 안방에서 맞는다

인터넷 전자상거래는 국내, 국제간 상거래 행위가 모두 포함된다. 전세계 7천만명의 인터넷 고객에게 빠르고 쉽게 접근할 수 있다.

7. 인터넷만을 타겟으로 한 마케팅

정보브로커, DB마케팅 대행 등 인터넷에서만 운영하는 전문회사를 경영할 수 있다.

8. 하루 24시간 연중무휴로 운영할 수 있다.

사무실 운영 부담없이 고객이 원하는 때면 언제 어디서든 대응이 가능하다.

9. 경쟁에 필요한 정보를 얻을 수 있다.

사업에 필요한 다양하고 정확한 정보를 인터넷을 통해 신속하게 얻을 수 있다

10. 인터넷에 경쟁자가 없다면 시장을 선점할 수 있다

현재 인터넷에 같은 분야가 없다면 새로운 시장을 선점할 수 있으며 중소기업이 대기업을 능가할 수도 있다.

11. 손쉽게 대량 판매할 수 있다

한번 찾은 고객은 지속적인 관리를 통해 단골 확보가 가능하며 다른 상품으로 연계하기 쉽다.

12. 다양하고 효과적인 카탈로그 및 판매자료를 값싸게 제작, 배포할 수 있다.

수많은 불특정 다수에게 남발하는 카탈로그 비용 및 판매자료 제작비용을 절감할 수 있으며 더욱 효과적으로 고객에게 정보를 배포할 수 있다.

13. 영업사원에 대한 거부감을 불식시킨다

얼굴을 직접 마주하지 않고서도 더욱 적극적인 1:1 마케팅을 시도할 수 있다.

14. 고객과 상호작용할 수 있다.

인터넷비즈니스는 사업주체와 소비자가 직접 의 사교환을 할 수 있으며 지속적인 관계 유지는 물론 상품구매를 유도할 수 있다.

15. 초기비용과 사업비용이 저렴하다

재고비용, 창고비용, 인건비, 점포세 등이 없거나 낮으며 초기비용 투자가 적다.

16. 멀티미디어 기능을 활용한 다양한 마케팅

동영상, 음성, 푸시기술 등을 활용한 고객과의 직접적이고 감각적인 마케팅 활동 통한 판매 촉진.

17. 온라인으로 시장조사를 할 수 있다.

고객들이 어떤 정보를 선호하고 선택하는가를 분석해 다른 광고 및 마케팅에 활용할 수 있다.

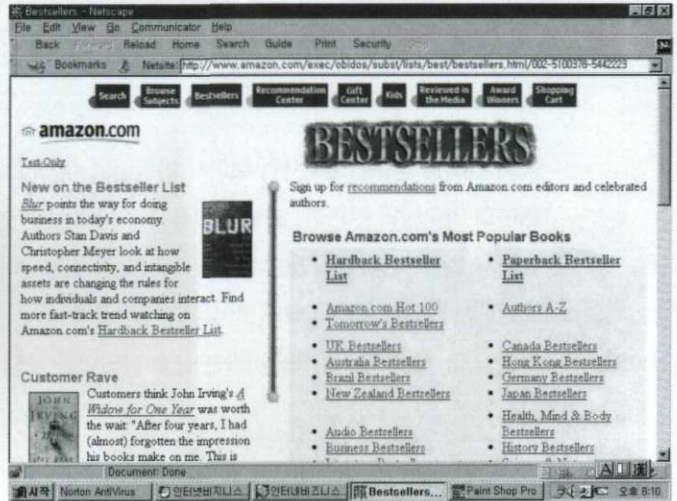
18. 고객지원센터를 운영할 수 있다.

모든 문의 사항에 대한 해답을 담은 FAQ를 진행함으로써 교환수 없이도 고객의 불편사항 및 요청 사항에 응할 수 있으며 DB화 할 수 있다.

'웹마인드를 가진자만이 살아남는다'

하지만 인터넷비즈니스를 진행하면서 부딪히는 문제점도 만만치 않다. 특히 우리나라의 경우 외국의 사례를 똑같이 적용하면 실패하는 경우도 많다. 대표적인 사례가 홈쇼핑이다. 우리나라 홈쇼핑의 주고객은 미국과는 달리 주부이다. 우리나라 주부는 컴맹이 많은데다 문화적으로 자신의 노출을 꺼려한다. 게다가 사기에 대한 두려움은 물론 온라인 개념도 채 안잡혀 있다. 바로 이러한 국민정서를 배제한 단순한 형태만의 도입은 곧바로 시장진입 실패라는 큰 시행착오를 범하게 되는 것이다.

과거는 제공자나 이용자나 수준의 차이가 별로 나지 않았다. 단순한 아이디어와 약간의 감각과 디자인만 있어도 인터넷 공간에서 행세를 할 수 있었



〈그림 3〉 세계 최초의 은행 웹사이트/ 인터넷에서만 활동하는 은행

다. 하지만 이제 눈에 떨 정도로 달라지고 있다. 종합적인 인터넷비즈니스에 대한 기획, 개념, 마케팅, 운영노하우, 디자인, 이벤트, 기술, 전략적 제휴 등 등 개념과 컨셉없는 인터넷비즈니스는 곧 망한다. 정확히 사이버 적자생존의 규칙이 적용되는 것이다. 강자만이 살아남는다.

비즈니스 찬스를 잡아라

정보고속도로에서는 무엇이든 팔 수 있다. 인터넷비즈니스를 가로막는 것이 있다면 그것은 독자 여러분의 상상력 뿐이다. 특히 새로운 매체이기 때문에 기존의 영업 방식이 송두리째 뒤집어 질 수도 있는 이런 초기단계에서는 얼마나 개척자 정신으로 사업에 임하느냐가 사업 성공의 관건이다.

아직 인터넷에는 신화를 창조할 비즈니스 기회가 많다. 하지만 가장 유리한 자리를 차지할 수 있는 기회가 그렇게 오랫동안 보장되지는 않을 것이다. 인터넷비즈니스의 성공관건은 바로 인터넷에 대한 문화 이해다. 웹의 독특한 문화를 읽는 사람만이 기회를 창출할 수 있으며 웹마인드를 가진자만이 비즈니스 기회를 잡을 것이다. 