

# 포장산업과 인터넷 마케팅

이재영 / 코스모팩 솔루션 대표 · 포장기술사

## 1. 포장산업과 세계화

IMF 한파로 인한 국내경제의 위기와 그로 인한 기업의 경영환경은 그야말로 최악이라고 말하지 않을 수 없다.

이에 따라 대부분 중소기업으로 구성되어 있는 포장산업의 현재상황은 내수부진 및 연이은 부도여파로 몸살을 앓고 있고 그저 축소되는 시장을 바라만 보고 있는 형편이 되고 말았다.

급변했고 또 지금도 급변하고 있는 국내의 경제상황에 대해 그나마 극복을 잘 하고 있는 기업은 애초부터 균형과 개발, 그리고 세계화를 꾸준히 지켜왔던 기업들이라 말할 수 있고, 그렇지 못한 기업들은 지금 이순간 쉽게 해결책을 찾지 못하고 있는 듯하다.

IMF의 매서운 추위가 쉽사리 짧은 시간내에 풀리기를 바라는 것은 이웃 일본이나 멕시코의 예를 바라볼 때 선부르고 조급한 추측이라 생각할 수 밖에 없고 그 여파는 길면 5년 이상이 걸릴 수도 있다는 장기적 관점의 대안으로서의 두터운 옷을 준비해야 할 때임이 틀림없다.

퐁퐁 얼어붙은 시장을 보고 한숨을 내쉴 것이 아니라 이런 위기를 전환의 계기로 삼아 그동안 수출시장에 적극적으로 대처하지 못했던 과거를 반성하고 지금이라도 재빨리 세계시장으로 눈을

돌려야 할 때이다.

개구리가 독안에서 올려다 본 하늘은 항상 그 크기의 둥그런 하늘일 수 밖에 없다. 그러나 독을 뛰어 나오면 하늘은 눈에 전부 담을 수 없을 정도로 넓다는 사실을 지금 새삼 다시 생각해 봐야 한다.

## 2. 수출마케팅과 인터넷

그러면 현재 이렇게 어려운 상황하에서 우리는 가장 효율적인 방법으로 세계시장에 접근하지 않으면 안된다.

해외에 공장을 세우거나 지사를 설립할 수 있는 여력이 있는 업체가 그리 많지 않고 설령 그런 여력이 있다하더라도 지금 이 시점은 쉽사리 움직일 수 없는 위험요소가 많기 때문이다. 그렇다면 가장 효율적으로 세계시장에 우리의 능력과 제품을 소개하고 마케팅 할 수 있는 방법은 무엇인가? 그것은 단연코 인터넷을 적극적으로 활용하는 것이라고 말할 수 있다.

한국경제의 실상이 세계에 알려지면서 좋은 품질의 제품을 저렴하게 구매하고자 하는 바이어들의 한국에 대한 관심은 대단히 높아졌다. 그러나 이들이 정작 국내업체를 찾아보려고 인터넷에 접속하여 검색을 해보면 정보의 바다라는

이름이 무색할 정도로 포장관련 정보는 전무한 상태라는 것을 종종 이야기 해온다.

세계적으로 가장 손쉽고 풍부하게 세계정보를 검색하는 도구는 인터넷인데 우리는 이러한 도구를 전혀 우리것으로 만들어가지 못하고 있다는 결론이다. 이 글을 읽고 있는 포장인들 가운데 인터넷에 접속하여 정보를 찾고 홍보 및 마케팅을 펼칠 수 있는 여건을 갖춘 분들이 얼마나 계실지 의문이다.

단지, 수출을 해야 하고 그것만이 살 길이라고 생각만을 반복해 오고 있지는 않은지 한번 되돌아보아야 한다. 아직까지도 인터넷 접속환경을 갖추지 못한 업체나 포장인이 있다면 지금 즉시 행동하시길 바란다.

### 3. 인터넷의 향후 전개와 가능성

인터넷은 전세계 130개국 700만대이상의 정보제공용 컴퓨터들이 하나로 연결되어 있는 세계최대의 정보통신네트워크이고 전자우편이 연결되어 있는 국가는 186개국에 달한다.

2001년에는 전세계 모든 국가들이 인터넷을 사용할 것이라는 게 전문가들의 예측이다. 우리가 늘상 입버릇처럼 이야기하는 세계화의 실체와 주축은 인터넷을 통한 정보교류이고 이를 이용하지 않고는 절대 세계화에 동참할 수 없다고 단언할 수 있다.

한국의 인터넷망은 1994년말부터 상업적으로 개방되어 연평균 10%이상의 성장속도로 연결망이 확대되고 있고 세계각국에서는 전자상거래 시스템의 도입 및 그 핵심기술을 개발하는데 국가적 차원에서 적극적으로 추진하고 있다. 국제전화 및 팩스 송수신도 인터넷망을 통해 저렴하

게 할 수 있게 되었으며 이 새로운 방식의 통신사업을 개발하지 않는 통신사업자는 앞으로 살아남기 어려울 것으로 예측된다.

아울러 가정용 TV를 이용한 유선 및 무선위성 접속을 통한 인터넷 서비스가 개봉박두의 시점에 와 있어 인터넷이용자의 폭발적 증가를 예상하고 있다. 이러한 인터넷 세계시장의 주인이 되느냐 마느냐는 지금 이 글을 읽고 있는 분들의 행동여하에 달려 있다 하겠다.

## 4. 제언

지금까지 간단히 살펴본 것만으로도 세계화의 주축인 인터넷을 멀리해서는 도움이 되지않는다는 것을 알 수 있고 더우기 수출환경을 적극적으로 조성해나가기 위해서라도 인터넷에 적극적으로 개입해야 한다.

포장산업의 내부를 들여다 보면 이러한 정보마인드가 빈약하기 이를 데 없고 어떻게 하여야 하는지 방법을 모르는 분들이 많아 실천하기 가장 쉬운 몇가지만 제안하고 싶다.

### 4-1. 전자우편(E-mail)을 갖자.

전자우편은 앞으로 가장 핵심적인 우편방법으로 등장할 것이다. 왜냐하면 가장 저렴하고 빠르기 때문이다. 보내면 수분내에 도착이 가능하고 도면이나 그래픽, 사진 등도 쉽게 보낼 수 있으며 DM을 대체할 수 있을 것으로 보기 때문이다.

고객을 위해서라도 전자우편을 갖추어 놓고 카탈로그나 명함 등에 반드시 새겨넣어 고객의 손쉬운 접근을 유도하는 것이 마케팅의 기본이다.

#### 4-2. 도메인(Domain)을 확보하자.

현재 인터넷에서 어떤 회사를 방문하기 위해서는 실제의 회사명을 입력하는 것이 아니라 통신상의 방법인 도메인 이름을 입력해야 한다. (이해를 돕기 위해 필자의 경우 회사명은 CosmoPack Solution Co. 이지만 인터넷에서는 http://www.cosmopack.com을 입력하여야 한다) 따라서 cosmopack.com이라는 도메인을 남보다 먼저 등록하여 소유하지 않으면 누구나 먼저 등록하는 사람에게 소유권이 인정되기 때문에 하루 빨리 확보하지 않으면 고객들에게 큰 혼동을 줄 수 있을 뿐만 아니라 영업 및 마케팅 활동에 절대적인 타격을 줄 수도 있다. 참고로 우리나라 기업들 중에는 제 이름을 쓰지 못하거나 부분적인 것만을 이용하고 있는 예가 있다는 것을 염두에 두기 바란다. 지금 바로 자기 회사와 같은 이름의 도메인을 확보하기 바란다.

#### 4-3. 홈페이지를 갖자.

지금까지는 회사 및 제품소개를 인쇄물에 의존하여 왔다. 이는 평면적이고 공간이동상의 불편함을 가지고 있으나 앞으로는 인터넷 홈페이지가 회사와 제품 등을 효과적으로 소개하고 구매를 유발하는데 훨씬 유리한 매체가 될 것이다.

인터넷상의 멀티미디어 지원의 발달로 움직이는 동화상, 비디오, 소리 등을 쉽게 홈페이지에 넣어 실제로 기계의 동작이나 TV광고 등도 같이 볼 수 있도록 곧 진행될 것으로 보인다. 내용의 변경이나 관리의 유연성도 함께 가지고 있는 광고, 홍보매체로서 또는 실시간으로 상담할 수 있는 원격 화상상담코너로서도 가능성을 지니고 있으므로 급변하는 상황에 대처하는데 큰 몫을 할 수 있는 중요한 마케팅 수단으로 자리매김되

리라 판단된다.

이상과 같은 세가지를 지금 시급히 실천할 것을 제안하고 싶다. 포장산업의 특수성을 잘 이해하는 전문인을 통해 상담한다면 적은 비용으로 더 많은 효과를 얻을 수 있으리라 확신한다.

이 시대가 아무리 어렵다 할지라도 지금 이순간 한그루의 사과나무를 심는 자세로 현명하고 미래적인 사고와 실천을 한다면 밝은 미래는 우리에게 보장되어 있다고 생각한다.

아무쪼록 작은 글이지만 현재의 난국을 타개하고 새로운 도약을 위한 조그만 보탬이 되었으면 하는 바램이다. ☞

### IMF의 양면

요즘 가장 흔한 이야기의 하나가 IMF와 실직일 것이다. 실직자가 몇 백만명이 될 것이라는 것과 그들을 구제하기 위한 대책이 분주하지만 특별한 묘안은 없는 듯 하다. 실직자의 옆에는 실아(?)남아 있는 사람들, 행운을 잡은 사람들이 있다. 그렇다고 그들이 편안함만 갖고 생활하는 것도 아닐 것이다. 그들은 자리를 지키면서도 동료들에 대한 안쓰러움과 자신의 갈등을 숨기고 있는지 모른다. 보이지 않는 노력과 이윽기 그들을 존재하게 했고 그렇기 때문에 더욱 열심히 일해 경제회생을 앞당긴다면 새로운 고용창출 효과를 가져올 것이다. 시기와 질투가 아닌 격려로 힘을 준다면 동료를 잃어버린 그들이 동료를 위한 자리를 만들고 국가경제를 소생시키지 않을까?