

밥 왈터/인포믹스 DW사업부 부사장

DW시장의 최강자로 부상할 것



“레드브릭과의 합병으로 데이터 웨어하우스(DW)와 관련된 시장에서 인포믹스의 위상이 사뭇 틀려질 것입니다. 올해 DW분야에서는 기존 인포믹스의 제품을, 데이터 마트(DM) 시장에서는 레드브릭 제품을 공급할 계획입니다.”

최근 방한한 인포믹스의 DW사업부 비즈니스 개발 담당 부사장인 밥 왈터(Bob Walter)는 올해 DW전략을 이같이 피력했다. 밥 왈터는 레드브릭에서 근무한 경력을 바탕으로 이번 합병을 추진한 인물로 현재 인포믹스의 DW분야를 지휘하고 있는 야전 사령관이다.

밥 왈터 부사장은 “이번 합병을 통해 인포믹스는 10년이 넘는 레드브릭의 컨설팅 능력을 비롯해 축적된 기술, 강력한 비즈니스 파트너를 동시에 얻을 수 있었습니다. 두 기업의 시너지 효과는 주가가 단기간에 2배로 올랐다는 사실만으로도 쉽게 알 수 있습니다”라고 합병의 효과에 대해 설명했다.

그는 구체적으로 레드브릭은 의사 결정 지원 비즈니스 및 DW/DM 기술에 정통한 전문 인력 160명과 하이테크 기술력을 가진 기업으로 미국과 일본 시장 등에서 상당한 고객을 보유하고 있다고 소개했다. “만약 레드브릭 수준의 컨설팅 인력을 배출하려면 미국 실리콘벨리에서도 3년 넘는 훈련기간이 필요하죠. 이번 합병으로 인포믹스는 최상의 제품뿐만 아니라 최고의 컨설팅을 제공하는 컨설팅업체로의 변신도 가능할 것”이라고 덧붙였다.

아울러 그는 “웹 사이트에서 수집한 데이터를 병합하여 활용하려는 기업들이 기하 급수적으로 증가하고 있으며,

전자 상거래와 이로 인한 기회 창출이 폭발적으로 늘어나고 있다”면서 “레드브릭의 제품은 인터넷 데이터와 기업 정보를 통합하고 서비스할 수 있는 최초의 기능을 포함하고 있어 인터넷 시장에서의 좋은 활동이 예상됩니다”라며 웃음을 지어 보였다.

또한 레드브릭의 제품과 인포믹스 제품의 믹싱 전략에 대해 레드브릭은 DM시장에서, 인포믹스는 엔터프라이즈 DW시장에서 그 나름대로의 특징을 갖고 있다. 우리는 서로 우수한 기능을 추가하는 것이지 코드를 변형할 의사는 없다. 과거 일러스트라를 인수해 코드를 변형해 유니버설 서버를 만들 것과는 상황이 틀리다고 밝혔다.

한편 그는 아직까지도 업계에서는 DM과 DW의 정의에 대해 논란이 많다고 하면서 “데이터 마트는 데이터 웨어하우스의 축소된 형태가 아닙니다. DM은 일정한 부서 또는 업무에 대한 주제지향적인 데이터베이스라 할 수 있죠. 때로는 DM이 DW보다 규모가 클 수도 있으며 그 예로써 일부 기업에서는 DM은 5년간의 자료를, DW는 1년 정도의 자료를 필요로 하는 경우도 있습니다.”라고 설명했다.

마지막으로 그는 “일례로 제가 인포믹스 제품을 인스톨 하는데는 30시간이 걸린다면 레드브릭 제품의 경우 불과 30분 밖에 걸리지 않습니다. 따라서 한국에서도 사용이 용이한 레드브릭 제품은 곧 돌풍을 몰고 올 것입니다.”라며 강한 자신감을 내보였다.

한편 한국인포믹스는 이번 달부터 영업망을 비롯한 제반 여건을 정비하여 하반기부터 본격적인 영업 활동을 펼칠 계획이다. <박민식 기자>