


“기업에 있어 체계적 콘텐츠 구매 관리가 요구된다”

미래 사회 대비한 정보 자산 인식 필요

닉 마놀리스



인터넷 기업에 있어서 콘텐츠는 회사의 자산이며 제조업의 생산물에 비유된다. 또한 모든 회사는 콘텐츠의 소비자이기도 하다. 회사 차원의 콘텐츠 구매는 비용에 해당한다. 따라서 콘텐츠의 구매는 회사차원에서 체계적인 관리와 투자가 필요한 부분이다. 나아가 미래 사회는 정보가 회사의 운명을 결정하는 사회가 될 것이기 때문에 콘텐츠 자산관리는 기업들이 지금부터 준비해야 할 것이다.

-편집자주-

기관들이 외부 콘텐츠(EC)를 구입하는데 연간 수십억 달러를 지출하고 있다. 오늘날 사실상 모든 기업들이 중요한 비즈니스 절차를 수행하고 근거 있는 판단을 내리는데 이런 구매된 지식을 이용한다.

외부 콘텐츠에는 구입된 데이터베이스, 서적, 잡지, 디렉토리, 보고서, 예약구독, 기사, 그리고 기관들이 시장에서 경쟁력을 갖추는데 이용할 수 있는 전자적으로 전달되는 다른 모든 정보들이 포함될 수 있다. 이러한 콘텐츠는 인위적 조작을 가함으로써 사업상 옳은 결정을 내리도록 지혜를 주는 정보를 제공한다.

인터넷과 같은 전자 유통 채널들이 대중화됨에 따라 콘텐츠를 판매하는 판매업체들의 수도 폭발적으로 증가해왔다. 게다가 콘텐츠 판매업체들은 시스템 분석자 및 컨설턴트에서부터 위로는 부사장 및 고위 정보 관리들에 이르기까지 한 기업 내 다수의 개인들에게 콘텐츠를 판매하는 것이 일반적이다.

이로써 상당량의 자원이 낭비되고 콘텐츠 과부하 및 판매업체들간의 정보 중복과 같은 문제들이 발생한다. 대부분의 콘텐츠 구매자들은 경쟁력을 비교할 시간적 여유가 없기 때문에 일반적으로 필요할 때 그때 그때 충동적으로 콘텐츠를 구매한다.

이런 식의 분산된 구매행태로 인해 조직은 대량 할인판매나 기타 유리한 조건들을 제대로 활용하지 못하고 있으며 더욱이 기업 인트라넷과 포털과 같은 폭넓은 전달 메커니즘을 효과적으로 활용하지 못하고 있다. 이러한 상황은 개선되지 않고 있으며 상당한 금전적 낭비를 초래하고 있다.

콘텐츠 산업가지는 특성은 문제를 한층 복잡하게 만들고 있다. 콘텐츠 산업은 급격히 변화하고 있으며 판매업체들은 눈앞의 이익에 근거하고 콘텐츠를 판매한다.

이러한 이익은 쉽사리 사라지거나 다른 경쟁 소스들로 대체되는 경우가 잦기 때문에 기관은 계속적으로 콘텐츠에 돈을 지불하게 된다. 게다가 직원이 바뀌게 되면 전 직원들이 구입했던 콘텐츠를 다시 구입하게 되는 경우가 있을 수도 있다.

콘텐츠 자산 관리의 구성요소

그렇다면 기관들이 콘텐츠의 구입 및 관리 문제를 해결할

수 있는 방법은 무엇인가? 콘텐츠 자산 소유 관련 경비를 효과적으로 통제 절감시키기 위해서는 콘텐츠가 요청되는 시점에서부터 계약 또는 가입이 만료되는 시점까지 콘텐츠의 수명주기전체를 통해 그것을 관리할 수 있는 방법이 필요하다. 그러기 위해서 기관들은 다음의 4가지 구성요소들이 포함되는 콘텐츠 관리 시스템을 구축해야만 한다:

1. 콘텐츠 구매 조정
2. 재정 관리
3. 테크놀로지
4. 배치

이 구성요소들을 지원하는 절차와 시스템을 갖추어야만 기관들은 회사의 전략적 비전을 지원하는 효과적인 콘텐츠 자산 관리 프로그램을 실행할 수 있다. 대부분의 기관들이 이미 이러한 프로그램 요소들 중 일부를 적소에 배치시키고 있음은 고무적인 현상이다.

또한 기관들이 콘텐츠 관리 절차를 잘 이해하고 콘텐츠 자산 관리를 둘러싼 함정들을 바로 인식하게 되면 생각보다 빨리 콘텐츠 포트폴리오를 성공적으로 관리할 수 있게 될 것이다. 이 절차를 효과적으로 관리할 수 있게 되면 상당한 경비를 절감할 수 있을 것이며 그것을 새롭고 경쟁력 있는 정보원에 투자할 수 있게 될 것이다.

정보구매 관리

기관들이 외부 콘텐츠에 과지출하게 되는 주요 원인 중 하나는 구매 결정이 기관내의 분산된 업무 부서들에 의해 이루어지는 경우가 허다하다는 점이다. 이러한 결정들은 동일한 정보를 필요로 할 수도 있는 기관 내 다른 부서들과 교환되지 못하는 것이 일반적이다.

콘텐츠 판매업체들이 여러 다른 각도에서 그리고 계층별로 따로따로 기관에 접근하기 때문에 콘텐츠 구매 결정이 구매와 비용 양 측면에서 타 업무 부서들과 연계하지 않은 상태에서 개별적으로 이루어진다.

구매 절차가 중앙 집중화될 때에만 비로소 기관은 경쟁력 있는 대량 할인가격 및 효과적인 판매업체 관리 그리고 콘텐츠

츠 과부화를 최소화하면서 효과적인 콘텐츠 분배를 이룰 수 있다.

구매 절차에 대한 정보를 중앙 집중화한다는 것은 콘텐츠 판매업체 조정자 또는 팀을 마련함을 의미한다. 콘텐츠 판매업체 조정자는 다음과 같은 사항들을 담당하게 된다:

1. 콘텐츠 요청 접수
2. 콘텐츠 요청 평가
3. 판매업체 비교
4. 콘텐츠의 유일성 판단 - 이미 다른 업체가 제공한 것일 수도 있으므로.
5. 기관의 내부 하부기반을 이용하여 콘텐츠를 전달할 수 있는 방법 평가
6. 콘텐츠가 전자문서인 경우 기술적인 세부사항, 리소스 필요성, 배치 필요성 등 결정
7. 예산 필요성 및 할당 방법론 결정
8. 재배치할 것인지 또는 구매할 것인지 여부 결정
9. 기관의 콘텐츠 자산 관리 내용을 하나의 정보 저장소로 완벽하게 문서화

콘텐츠 구매 및 관리 절차를 중앙 집중화해야 하는 반면 그러한 프로그램에서 어떤 콘텐츠가 필요한지를 결정할 수 있는 개개의 업무 부서들의 능력이 무시되어서는 안된다는 점을 명심해야 하는데 각 부서의 전문가들은 자신들이 업무를 수행하는데 필요한 정보가 어떤 것인지를 가장 잘 판단할 수 있기 때문이다.

재정 관리

재정 관리는 구매면에서나 장기적인 비용 절감면에서나 콘텐츠 자산 관리의 성공여부를 결정하는 매우 중요한 요소이다. 기관들은 계약 협상에는 능하지만 후에 계약서의 세부사항들이 오랜 기간 잊혀졌을 경우 협상된 조건들을 주장하는데는 서툰 것이 일반적이다. 전달일자, 기간 및 조건, 계약서상의 의무사항, 가격, 유지보수, 대량 가격할인, 사용법, 차환일자, 인가 등은 계약 기간 내내 협상, 주장되어야 할 중요한 사항들이다.

판매업체들과 서명 날인된 계약서를 관리하고 판매업체들

이 계약서의 조건들을 준수하도록 하는 일은 복잡하고 시간 소모가 많았다.

그러나 그런 계약서들이 사전에 관리되지 않는다면 기관은 그토록 열심히 협상해 얻어낸 유리한 계약 조건들을 상실하게 될 수도 있다.

다음과 같은 구체적인 계약 세목들을 꾸준히 추적한다면 기관들은 계약 조건을 협상하는데 더 유리한 위치를 점하게 된다:

1. 회계년도에 한 판매업체와 그와 관련된 회사들에 지출되는 총 액수
2. 총 계약액
3. 과거에 통상적으로 협상할 수 있었던 기간 및 조건 그리고 향후 계속적으로 협상해 얻어낼 수 있는 조건들
4. 과거에 구매했으나 더 이상 업무에 필요치 않은 콘텐츠
5. 과거에 평가되었으나 여타의 이유로 구매되지 않았던 콘텐츠
6. 이전 계약 협상 담당자와 현재 계약 협상 담당자
7. 임의의 모든 계약서의 상태
8. 어떤 콘텐츠가 어떤 계약서하에 관할되고 있는지 여부
9. 구체적인 형태의 콘텐츠들과 물리적 하드웨어사이의 상호 의존성
10. 계약하에 있는 콘텐츠 사용법

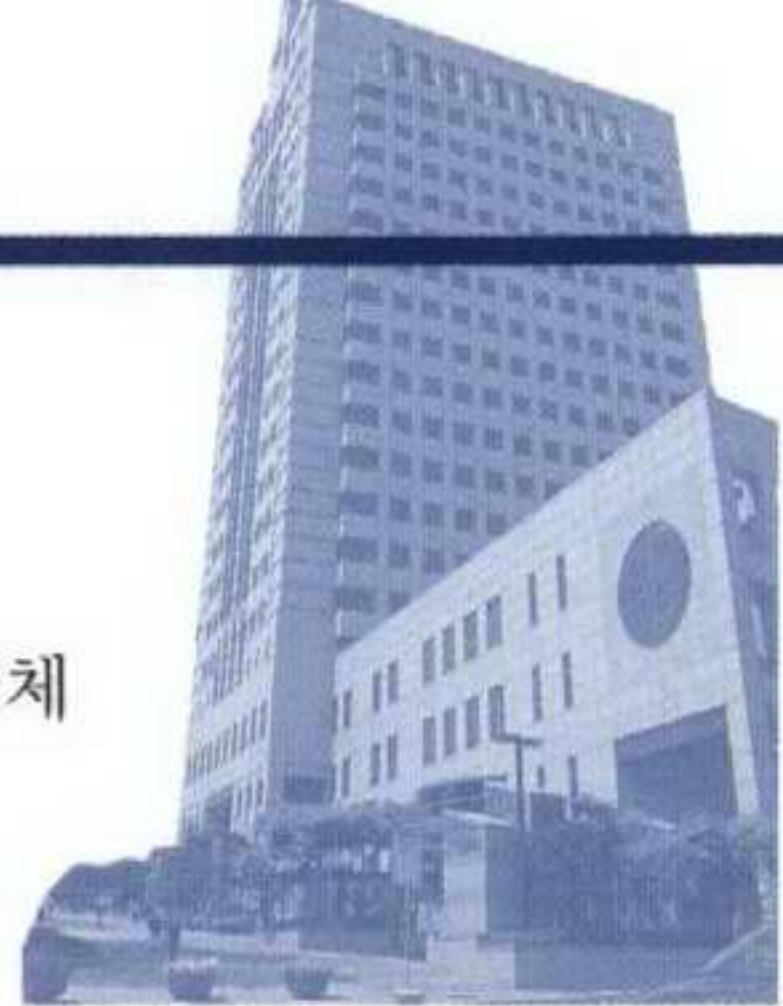
더욱이 재정 정보를 중앙 집중화하면 기관들은 다음과 같은 것들을 확보할 수 있다:

1. 효율 곡선
2. 계약 기간 및 조건의 일관성
3. 계약 조건들의 관리 및 실행을 가능하도록 중앙 집중화된 저장소에 저장된 정보

적합한 테크놀로지 사용

콘텐츠 구매 정보의 중앙 집중화와 재정면에서의 콘텐츠 자산 관리가 중요하긴 하지만 적절한 도구와 절차가 없으면 그러한 작업의 성공적인 수행은 거의 불가능하다는 것이다.

콘텐츠에 대한 모든 정보를 중앙 집중화하고 문서화하여



쉽게 이용할 수 있게 하는 것이 관건이다. 지적 자산에 대한 중요한 재정적 및 계약상의 결정을 내리기 위해 기관이 필요로 하는 모든 업무상의 정보를 관리하는 저장소에는 다음과 같은 정보들이 포함되어야 한다:

1. 콘텐츠에 대한 원래 지불 금액
2. 콘텐츠 구매 방법
3. 콘텐츠의 재활용 비용
4. 콘텐츠 구매시 받은 훈련 및 컨설팅
5. 콘텐츠 사용 기간 및 조건
6. 이용 정보

저장소는 1회성 및 반복적인 요금을 포함하여 콘텐츠 하나 하나에 대한 모든 계약서와 관련된 모든 비용을 추적해야 한다. 반복적인 요금의 경우 저장소는 송장 조정, 예산, 예산을 목적으로 지불기간 동안의 지불 흐름을 자동적으로 생성해야 한다.

저장소 비용 및 지불 기능은 모든 콘텐츠에 대한 완벽한 재정 데이터를 추적해야 하며 그래야만 향후 예산을 계산하고 구체적인 비용 센터들에 대한 지불을 할당하고 또 실제 또는 추정 도착일을 기록할 수 있게 된다.

송장 및 구매 주문서는 조정 및 확인을 용이하게 하기 위해 자산 기록의 일부로서 이미지 스캐닝하여 저장소에 저장되어야 한다. 저장소는 지불기일, 유지보수 및 가입이 자동적으로 갱신되는 시점, 가입 또는 임대기한이 만료되는 시점을 자동적으로 알려주는 기능을 갖추어야 한다.

저장소는 사용자로 하여금 스캐닝된 법적 계약서를 온라인으로 볼 수 있게 해야 하며, 그들 자신이나 타인을 위한 자동 신호를 설정할 수 있게 하며 계약서, 개인, 회사, 자산에 대한 각주를 추가할 수 있게 하며 또한 계약서 관리 절차의 모든 영역에 대한 보고서를 생성할 수 있어야 한다. 추가로 저장소는 기관의 특정 절차 및 요건에 적응할 수 있는 융통성을 갖추어야만 한다.

이러한 저장소는 다음을 포함하여 특정 계약서와 관련된 풍부한 정보를 저장할 수 있게 해준다:

1. 계약서 유형

2. 계약서에 서명한 외부 회사 또는 판매업체
3. 내부 회사 또는 부서
4. 계약서 번호
5. 문서의 간략한 설명
6. 계약서 상태(예를 들어 판매업체 서명 보류, 법률 검토중)
7. 유효일
8. 만료일
9. 문서의 물리적 위치
10. 협상자
11. 실행되지 않는 계약서 상태
12. 제삼자 정보(예를 들어 계약에 관련된 제삼자)
13. 시스템 내에 보관되지 않은 정보를 추적하도록 사용자가 규정한 부분

테크놀로지는 기관들이 기간 및 조건에 대한 전체적인 목록을 확인하고 그 기간 및 조건이 기일과 무관한지 아니면 특정 기일에 해당하는 것인지를 확인할 수 있게 해주어야 한다.

특정 기일에 해당하는 기간 및 조건들은 기관들로 하여금 앞으로 다가올 중요한 행사들에 대한 신호를 설정할 수 있게 해준다.

예를 들어 계약서에 매년 제한된 말소 기간을 포함되어 있다면 여러분은 기한연기 결정을 내릴 수 있는 시간적 여유가 충분히 남아있는 지를 통지받을 수 있도록 자동 신호를 설정할 수 있다.

도구는 또한 새로운 콘텐츠 요청에 대한 처리 절차를 자동화, 능률화하는데 도움이 되어야 한다. 요청 기능들과 같은 추가 기능은 새로운 콘텐츠의 요청을 단순화시켜 최종사용자들이 보다 용이하게 새로운 콘텐츠를 요청하고 또 콘텐츠 관리자들이 이러한 요청들을 보다 용이하게 처리하게 해 줄 것이다. 요청 도구는 콘텐츠 구매 관리자들이 다음과 같은 내용들을 수행할 수 있게 해준다:

1. 사용자들 편에서 요청 절차 단순화
2. 승인 절차 단순화
3. 사용자의 요청을 처리함에 있어서 보다 나은 소싱 결정
4. 사용자 요청의 용이한 추적 및 관리

가장 중요한 것은 기관들은 콘텐츠 자산 관리, 비용 절감, 콘텐츠 투자에 대한 실질적 수익 확인을 중점적으로 다루는 테크놀로지를 필요로 한다는 점이다.

시스템 배치 관리

신중히 구매한 후에는 콘텐츠 배치 관리가 중요한데, 기관이 그 콘텐츠를 이용할 수 있도록 해 주는 장비와 자원이 없다면 그토록 힘들게 구입한 정보가 아무 소용도 없게 되기 때문이다.

이를 위해서 배치 절차 관리에는 다음과 같은 광범위한 영역들에서의 작업이 포함되어야 한다:

1. 셋업 및 설치. 필요한 하드웨어, 소프트웨어, 기타 장비의 구입 및 설치, 기타 필요한 모든 하부기반 변경.
2. 훈련. 내부 훈련 기간 마련 또는 판매업체가 지원하는 훈련 통합
3. 통보. 새로운 콘텐츠에 대한 요청이 처리되었음을 사용자들에게 통보하고 기관에 갱신정보 제공.
4. 협상 조건 실행. 판매업체들은 계약 협상 시 종종 무료 훈련 또는 기타 자료를 약속한다. 이러한 협상 조건들을 지키게 하는 것은 배치 그룹의 책임이다.

계약서와 관련된 모든 정보를 하나의 일반 저장소에 보관시키면 배치 팀의 업무가 단순화되고 기관 내 콘텐츠 배치 절차가 능률화된다.

이러한 도구들은 또한 콘텐츠 관련 소프트웨어 및 하드웨어가 기관 여기저기를 옮겨다닐 때 이들을 추적하는데 도움이 된다. 웹에 기반한 갱신 기능과 같은 부가적인 요소들은 직원들로 하여금 말소, 새로운 콘텐츠 이용도, 서비스 변경, 기관의 콘텐츠에 대한 기타 정보를 기록할 수 있게 해준다.

반대로 웹을 통하여 데이터 변경내용을

관리하는 기능은 저장소를 현재의 정보로 자동 갱신될 수 있게 해주며 그 수명주기 내내 콘텐츠 자산을 추적할 수 있게 해준다.

콘텐츠 자산 관리의 혜택

콘텐츠 자산을 성공적으로 관리한다 함은 기관이 콘텐츠 구매, 재정 관리, 추적 및 배치를 위한 적절한 도구 및 테크놀로지를 구축 지원한다는 의미이다. 성공적인 외부 콘텐츠 관리를 수행하는 기관들은 다음과 같은 것들이 가능하다:

1. 송장을 조회하여 계약된 기간 동안에만 계산되어진다는 것을 확인할 수 있다
2. 협상을 통해 판매업체들로부터 일관된 가격책정을 얻어낼 수 있다
3. 보다 유리한 구매 결정을 하고 보다 유리한 조건의 계약을 협상할 수 있도록 판매업체들과의 계약서 및 거래내역을 추적할 수 있다
4. 콘텐츠를 확인하고 계약서의 기간 및 조건을 협상하여 콘텐츠를 구매할 수 있도록 절차 모델, 지원 도구, 저장소를 적소에 갖출 수 있다
5. 필요시 콘텐츠 사용을 감시, 규제 및 종료할 수 있다
6. 원활한 커뮤니케이션을 통해 우수한 구매 절차를 갖출 수 있다
7. 개선된 내부 커뮤니케이션 및 조정을 이룩할 수 있다
8. 저장소를 이용하여 계약상의 조건이행을 추적 사용자들에게 통지할 수 있다
9. 비용을 정확하게 계획, 예산, 예상할 수 있다

올바른 절차 및 도구를 이용하여 콘텐츠 구매 및 관리 절차를 신중히 실행하면 기관들은 다음과 같은 것들이 가능하다.

1. 정보 자산의 수명주기 내내 그 정보 자산의 소유권을 관리할 수 있다
2. 변화가 일어났을 때 그에 대처하기보다는 사전에 대비하는 콘텐츠 관리를 수행할 수 있다
3. 습득된 정보에 대한 투자를 최대화할 수 있다.

이러한 수단들을 채택하는 기관들은 콘텐츠 자산을 소유함에 따른 업무 세부사항들을 추적하는 능력을 개선시킴으로써 상당한 비용절감을 이룰 수 있다.

미래

일단 적절한 절차 및 도구를 이용하는 콘텐츠 구매 및 관리 절차를 실행하면 기관은 저장소에서 얻어지는 정보를 이용하여 기관의 전략 방향에 영향을 미칠 수 있다. 비전략 상품 및 업무 부서들에 대한 습득 콘텐츠의 양과 비용을 줄이는데 이러한 정보를 사용하고 전술 방향에 맞는 콘텐츠를 사전대비적으로 구매하는 목적이 실현될 수 있다.

콘텐츠 구매 및 관리 절차를 담당하는 관리자의 역할은 구입되어 이용이 가능한 콘텐츠에 기관의 전략 방침을 반영하는 중요한 전술 집단으로 발전될 것이다.

정확한 정보 저장소 및 콘텐츠에 대한 가치있는 지식을 갖추면 관리자들은 전략 방침에 일치하게 콘텐츠를 구입함으로써 기관을 선도할 수 있게 된다. 전략 방침에 맞게 콘텐츠를 구매 제공하면 사용자들은 기관의 전략적 목표 위에 효과적으로 전달될 수 있는 콘텐츠를 갖추게 된다.

정보 담당 직원이 읽는 모든 것은 결정에 영향을 미친다. 올바른 전략 콘텐츠를 이용할 수 있게 되면 직원들은 그 콘텐츠로부터 얻어지는 정보를 취하여 그것을 보다 나은 결정을 내리는데 도움이 되는 지혜로 발전시킬 수 있을 것이다. 