



마케팅 담당자들의 고민

'수익 모델을 창출하라'

글 백승오

벤처기업이라고 해서 모두가 민주적 의사와 자유로운 업무 환경이 있는 것만은 아니다. 젊고 개성이 있는 사람들이 모여 단체를 만들다보니 부서간 업무에 있어서 조율이 그리 쉬운 것만은 아니다라는 것이 벤처기업을 운영하는 경영자들의 지적이다. 개성이 강한 사람들이 모여 있기 때문에 서로 간의 충돌이 잦은 곳이 바로 벤처기업의 또 다른 이면이다.

비교적 조직의 규모가 작고 효율적인 조직구조를 가진 인터넷 벤처기업들도 최근 콘텐츠 유료화를 두고 부서간의 업무 마찰이 적잖이 생기고 있다. 마케팅부와 기획부서 시스템개발부서 등이 마찰을 빚고 있다는 것이다.

마케터에 떨어진 지상 명령

지난해부터 불어닥친 벤처위기의 파장은 거셌다. 무엇보다 자금줄이 끊어진 것이 가장 뼈아픈 고통이었다. 개발을 마치지 못했거나 개발은 끝났으나 뚜렷한 수익원을 확보하지 못한 콘텐츠 업체의 경우 당장 수익을 실현하지 못하면 더 이상 사이트운영이 어려운 업체도 많이 생겼다.

사정이 이러하다보니 마케팅 부서에는 '수익을 창출하라'는 지상 명령이 떨어졌다.

마케팅 담당자들의 입장에서 보면 그동안 수익화에 노력을 덜 기울인 것도 아니고 어차피 업무가 수익 창출을 위한 마케팅이 아니었던가? 라고 변명의 여지가 있지만 어쨌든 수익 창출에 대한 부담은 마케터들에게 일종의 고통으로 다가왔다.

그 동안 운영하던 사이트를 유료화를 위한 전체적인 리모델링에 착수하는가 하면 무작정 유료화를 선언함으로써 사용자들로부터 비난을 받는 경우 등 갖가지 난관에 부딪혔다. 더욱이 초기투자자금이 바닥난 업체들은 당장 수익

을 실현하지 못하면 더 이상 회사운영이 어렵게 된 업체가 생기기도 했다.

사정이 이러하다보니 마케팅부와 기획부서, 시스템개발을 담당하는 전산부서 간에 불협화음이 생기는 경우가 빈번하다는 것이 업계의 전언이다. 감당하기 어려운 요구 사항들이 생기게 되고 담당업무 부서는 기술적으로 불가능하다든가 시간과 인력에서 부족하다는 등 서로가 사정을 알고는 있지만 유료화라는 지상과제 때문에 어쩔 수 없었다.

편법, 단기간 승부 위험

일부 사이트는 초기 사업 목적에서 벗어나 새로운 콘텐츠에 도전하는가 하면 편법 등 무리수를 두기도 해서 수익화와는 더욱 떨어진 경우도 있다. 때로는 비도덕적인 방법을 동원하기도 했다.(물론 판단하기에 따라서 다르겠지만)

그래도 정공법이 낫다는 말을 제삼자는 쉽게 할 수 있다. 필자도 그러한 생각에 일부 동조한다. 확신만 있다면 정공법으로 승부하라는 것에. 하지만 사이트를 운영해본 경험이 있는 사람이라면 말보다 쉬운 것이 어디 있겠느냐며 비웃을 지도 모른다. 물론 그 비웃음도 인정할만하다. 아주 가까이서 사이트운영을 지켜본 사람 중의 하나로써, 그들의 고민을 이해할 수 있다는 말이다.

어찌됐던, 웹마케터들의 수난시대다.

때로는 사이트 실패를 책임지기도 한다. 그래도 아직 벤처업계에서 개발자와 마케터들의 '몸값'은 가라앉지는 않고 있다. 그만큼 그들의 자리가 소중하다는 사실의 반증이다. 힘들지만, 웹마케터들이 그동안 일궈 놓은 성과도 크다. 좀더 성숙된 시장 분위기가 만들어지면 그들의 수고도 헛되지 않는 터. ☞