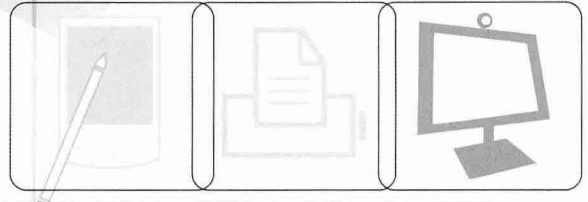


오피니언



## 디지털프린팅의 비즈니스 전략

오늘날 인쇄업계는 디지털 프린팅이라는 테크놀로지를 새로운 사업기회로 승화하기 위한 다양한 노력을 전개하고 있다. 그러나 아직 적당한 비즈니스 모델이 제시되지 못하고 있는 형편이다. 이는 디지털 프린팅을 통해 수익을 발생시킬 수 있는 방안에 대해 구체적인 전략이 도출되지 못하고 있기 때문이다. 이에 인터넷을 통해 자유롭게 이동할 수 있는 가변적인(variable) 데이터를 수용하는 디지털프린팅을 어떻게 구체화할 것인가 하는 과제가 대두되는데, 인쇄출판 전문가 그룹인 리트렐 협회(Littrell Associates)가 제안하는 7단계 전략은 우리나라 인쇄업계가 디지털 프린팅을 어떻게 수용할 것인지에 대한 청사진을 제공해준다.

### 디지털 프린팅, 7단계 도입 전략

디지털 프린팅을 완벽한 형태로 수행하기 위해서는 가장 쉬운 적용단계부터 시작하여 어느 정도 익숙하게 되면 다음 단계로 이동하는데, 이 과정에서 디지털 인프라와 전문성이 함께 성장한다.

현재 자사가 가지고 있는 지식과 숙련도가 어디에 놓여있으며 앞으로 어떤 단계를 밟아 올라가야 하는지를 가늠하기 위한 방법으로는 가장 간단한 것부터 가장 복잡한 단계까지의 적용과 업무진행을 개관하는 것으로 시작하는 방법이 타당하다. 그래야만 출발 포인트가 확실해진다.

많은 이들은 자신의 실수로부터 특별한 교훈을 얻지 못하는데, 이는 오퍼레이터 자신이 최초의 프로젝트를 어떻게 수행했는지를 살펴보는 대신에 기술 자체를 비난하는 경향이 있기 때문이다.

### 1단계 고정, 단납기 프린팅(static, short-run printing)

이는 수요가 발생하는 즉시 인쇄작업이 수반되는 단납기의 인쇄이다. 디지털 프린팅을 배우는 최초의 단계로, 아주 소량의 페이지만을 인쇄한다. 데이터베이스나 인터넷 통합은 아직 이루어지지 않은 상황이다. 필요한 양에 대한 측정과 고객이 요구한 품질을 충족시키는 방법을 이해시켜주며, 어떻게 가격을 매길 것인지, 하나의 작업을 수행하기 위해 필요한 시간이 얼마인지를 이해하는 등 디지털 프린팅에 있어 기초적인 것들을 이해할 수 있게 해준다. 이러한 작업들을 적용하는데 사용되는 대표적인 예들은 전단, 팜플

렛, 발표 자료 등이다.

2단계 버전 프린팅(version printing) 페이지 레이아웃 변형 등 여러 가지 버전으로 인쇄를 하는 단계이다. 즉 기본적으로 주어진 인쇄물에 여러 가지 변형을 가하는 방법을 배울 수 있다. 이러한 적용단계의 예는 이벤트 마케팅 팜플렛(하나의 이벤트가 다양한 시간과 장소에서 열릴 때, 여러 차례에 걸쳐 인쇄), 특정한 대표자나 판매업자를 대상으로 변형 가능한 세일즈 데이터 인쇄물, 동일한 제품 팜플렛의 다국적 언어 버전 등이 있다.

### 3단계 개인화된 프린팅(personalized printing)

동일한 디자인에 이름과 주소만 변경해주는 고객 개개인을 위한 인쇄이다. 변환이 가능한 데이터 프린팅에서 간단한 데이터베이스를 레이아웃과 통합하여 필요한 이름과 주소를 뽑아내면 된다. 나아가 이전처럼 10% 정도 초과하여 인쇄할 필요 없이 미리 발생 가능한 에러를 방지하고, 에러가 발생했을 경우 즉시 대응이 가능하다.

이러한 성능을 필요로 하는 제작물의 유형은 개인화 된 뉴스레터, 연말연시 카드, 명함, 다이렉트메일(소비자에게 직접 우송하는 광고인쇄물) 혹은 프로모션 인쇄물 등이다.

이러한 3단계를 지나게 되면 어느 정도 디지털 프린팅이라고 부를 수 있는 수준으로 접어든 것으로 인정된다. 이제 빠른 걸음을 시작할 수 있다. 그러나 달릴 준비가 되어 있지는 않다. 이제 스피드를

높이고 경주의 거리를 늘릴 때다.

### 4단계 맞춤 프린팅(customized printing)

좀더 복잡하고 보다 정교화된 데이터베이스에 따라 페이지 레이아웃이 차별화된다. 해당 페이지의 개별적인 요소들은 데이터베이스를 구성하는 요인들에 따라 제각각 달라진다. 예컨대, 소비자가 여자라면 여자 간부의 사진을 사용하는 방식이다. 이 단계부터는 나름대로의 프로그래밍 기술을 개발해야 한다. 이러한 종류의 프린팅의 예로는 다이렉트메일과 정교화된 뉴스레터 등이 있다.

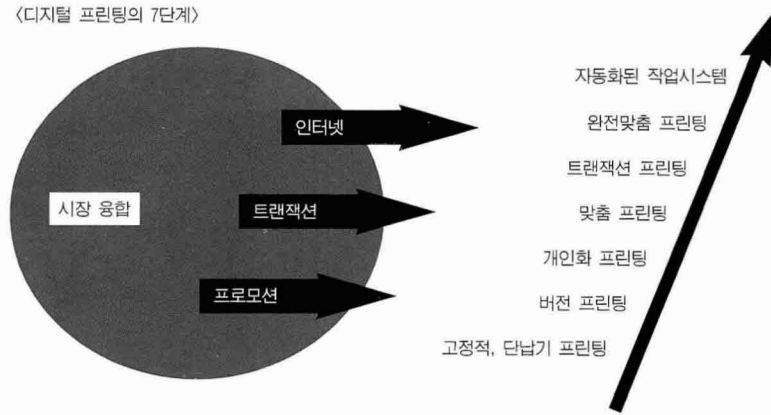
### 5단계 트랜잭션 프린팅(transactional printing)

이러한 적용방법은 본질적으로 재무와 관련된 것인데, 개인화 되고 특화된 콘텐츠를 재정, 데이터와 통합시킨다. 데이터베이스에 기반해 도표나 그림이 덧붙여진다. 이를 위해 자동화된 프로그램이 요구된다. 페이지 레이아웃 어플리케이션 자체가 데이터베이스로부터 직접 차트를 만들어내는 것도 가능하다. 이러한 기능성을 설명해 보일 수 있는 제작물은 상호부금 계산서(mutual fund statement), 보험 계획안, 지불증명서 등이다.

### 6단계 완전 맞춤 프린팅(fully customized printing)

대부분의 회사가 보유하고 있지 않은, 개인에 대한 구체적이고 디테일한 정보를 포함하고 있는 매우 정교화된 데이터베이스가 필요하다. 예컨대, 소매회사는

〈디지털 프린팅의 7단계〉



고객의 신용카드를 통해 이루어진 모든 구매에 대한 기록을 가지고 있다. 그들은 지속적으로 소비자의 구매습관을 평가하는데, 시간이 지남에 따라 데이터베이스의 내용이 달라지기 때문에 주기적으로 텍스트, 그래픽, 이미지, 디자인 등이 달라지게 되는 것이다. 이러한 종류의 다양한 디지털 프린팅을 지원하는 어플리케이션을 개발하는 데에는 수개월의 시간이 걸린다. 이는 매우 복잡한 과정이며 디지털 프린팅이 제공하는 기회를 정말로 이해할 수 있는 마케팅 부서와의 공동 작업이 요청된다. 이러한 제작물의 판매 주기는 6개월에서 12개월이다. 특화된 카탈로그, 잡지, 뉴스레터 등이 이에 속한다.

#### 7단계 자동화된 작업 시스템 (automated fulfillment system)

인터넷을 통해 모든 과정이 자동적으로 해결되는 최상의 단계이다. 페이지 레이아웃, 프린팅, 마무리작업, 그리고 제품 요구사항의 달성 등이 모두 자동화된다. 이는 최종 사용자로 하여금 자동적으로 마지막 서류를 자신들의 요구사항에 맞게 배열, 형성하는 것을 가능하게 한다. 고객이 직접 디자인하지 않더라도 각자의 요구에 맞게 조합될 수 있는 콘텐츠를 선택할 수 있게 된다. 이러한 기술을 이용한 대표적인 제품은 자동차 팜플렛과 같은 제품정보 의뢰서이다. 이러한 복잡한 인쇄물은 고객에게 최상의 만족을 제공하며 높은 투자를 보장해 줄 것이다.

그에 따라 높은 마진과 지속적인 이윤을 보장한다.

#### 디지털 프린팅의 기능성과 능력을 보여 줘야

이상의 7단계가 새로운 디지털 프린팅 비즈니스의 성장을 위한 절대적인 길은 아니지만, 우리에게 주는 전략적 시사점은 충분하다. 각각의 단계는 서로 다른 정도의 이해를 포함하고 있으며 몇몇 부차적인 기술 또한 성공적인 수행을 위해서는 익혀야만 하는 대상이다.

전략적 모델을 도출했다면, 이제는 소비자를 찾아 나설 차례이다. 새로운 능력을 가지고 누구에게 먼저 접근할지를 결정해야 하는 것이다.

첫 번째 선택이 가장 중요한데, 작업의 성공 혹은 실패가 향후 진로에 영향을 미치기 때문이다. 최초 고객의 리스트는 조금 적어도 무방하다. 소수에 집중해 충분한 경험을 쌓아야 한다. 물론 성공에 대한 높은 잠재력을 가진 고객이어야 하며, 디지털 프린팅 작업을 함께 배우려는 자세가 수반되어야 할 것이다. 이들을 실험 대상으로 하여, 동시에 평가심사원으로 활용하여 단계별 전략을 적용해 보는 것이다. 그리고 난 후 점차 대상을 넓혀 가면 된다.

인쇄업자는 고객과 오랜 시간동안 관계를 지속할 것이기 때문에, 좋은 고객을 만나 그의 비즈니스 요구를 배우는 것은 매우 중대한 일이다. 고객을 단지 프린트 바이어로만 생각해서는 곤란하다. 프린

트 바이어들은 전형적으로 가치가 아닌 가격에 기반해서 구매를 한다. 만약 고객의 요구조건이 제품의 가장 낮은 가격이라면, 가동 기간이 매우 낮지 않는 한, 디지털 프레스와의 싸움에서 이길 수 없다.

디지털 프린팅이 제공할 수 있는 가능성과 능력을 인정하도록 해야 할 것이다. 핵심 포인트는 적절하고 알맞은 디자인이 이윤을 높일 수 있고 우편물의 양에 반응할 수 있다는 것을 보여주어야 하는 것이다. 바로 여기가 가변적 데이터가 사용 가능한 디지털 프레스의 진가가 빛나는 지점이다.

이제 디지털 프레스를 어떻게 시작하고 활용할 것인지에 대한 좋은 아이디어를 얻었다. 성공은 그냥 주어지는 것이 아니다. 실패 또한 그냥 주어지는 것이 아니다. 현명하게 시작함으로써 오랜 기간을 두고 성공할 수 있는 능력을 갈고 닦을 수 있다.

될 수 있는 한 빨리 시작해서 기술적 능력을 성장시켜야 한다. 많은 장애물을 통한 배움의 기회가 주어질 것이며 당신은 항상 모든 것을 해결해야만 한다. 훌륭한 인쇄인은 하루아침에 이루어지지 않는다. 디지털 프린팅 환경은 동일한 도전에 직면해 있다. 이는 시간을 필요로 한다. 단계적인 실행전략과 그에 따른 조직적 학습을 요구한다. 이를 올바르게 해내기만 하면, 이윤과 마진이 늘어나면서 인쇄 비즈니스가 지속적으로 성장하는 것을 경험하게 될 것이다.

〈김원제 · 디지털컬러리스트〉