

“싸우지 않고 이기는 게임 할 것”

한때 국내 PC통신의 지평을 열며 절대강자로 군림했던 ‘천리안’ 데이콤멀티미디어인터넷이 데이콤과 분사하며 뼈아픈 고통을 겪은 후 변신을 통한 부활을 꿈꾸고 있다. ‘종합콘텐츠 유통사업자’로 메가 포털을 만들겠다는 데이콤MI의 박봉춘 사장은 다양한 사업을 선보이며 올해부터 공격적 마케팅을 통해 선두진입을 위해 본격적으로 나서겠다고 밝혔다.

글 권경희 기자 / 사진 이혜성 기자

“우리의 최종 목표는 메가 포털을 만드는 것입니다. 하지만 아직은 그것을 위한 첫 단계를 내딛은 것 뿐입니다.”

박봉춘 데이콤MI 사장이 오랜만에 언론과의 인터뷰에 응하며 자사의 포부를 내비쳤다. 지난해 데이콤과 분사해 뼈를 깎는 고통을 겪은 데이콤MI가 그동안의 어려움을 벗어 던지고 새로운 성장할로를 모색했다는 반증으로 해석된다.

정면 대응 무리수 두지 않아

“올해는 천리안의 분명한 색깔을 보여줄 계획입니다. 이에 군더더기는 제거할 생각입니다. 선두권에 들지 못해 네티즌에게 가치를 주지 못한다면 과감하게 없애고 경쟁력 있는 것을 키우는 것이 효율적이라고 봅니다.” 박봉춘 사장은 이미 시장지배 질서가 어느 정도 굳어진 상황에서 거대 포털과 정면 대응하는 등의 무리수를 두지 않겠다는 전략을 밝혔다.

“데이콤에서 분사해 ‘AOL’을 사업모델로 삼고 달려가다 보니 실패를 맛보았습니다. 그 동안 뼈아픈 고통을 직원들과 분담하며 광야의 시간을 보냈습니다. 계속되는 가입자수 감소 등 뼈아픈 시련 속에서 데이콤MI가 나아갈 방향과 비전을 세웠습니다. 올해부터 그 동안 낮 밤 없이 조용히 준비해 놓은 사업들을 네티즌에게 선보이며 공격적으로 사업을 선보일 계획입니다. 이와 함께 철저한 전문화, 특성화 전략으로 안정적 포털구조를 갖추는데 총력을 기울일 방침입니다. 종합 포털시장 선두권 경쟁에 뛰어들기보다는 자기만의 특성을 찾고 다지는 게 우선 과제라고 생각합니다. 현실적으로 어려운 목표보다는 재도약을 위해 강력한 무기를 만드는데 충실할 것입니다. 올해부터 공격적인 마케팅도 펼칠 계획입니다.”



“올해는 천리안의 분명한 색깔을 보여줄 계획입니다. 이에 군더더기는 제거할 생각입니다. 선두권에 들지 못해 네티즌에게 가치를 주지 못한다면 과감하게 없애고 경쟁력 있는 것을 키우는 것이 효율적이라고 봅니다.” 박봉춘 사장은 이미 시장지배 질서가 어느 정도 굳어진 상황에서 거대 포털과 정면 대응하는 등의 무리수를 두지 않겠다는 전략을 밝혔다.

“올해부터 그 동안 낮 밤 없이 조용히 준비해 놓은 사업들을 네티즌에게 선보이며 공격적으로 사업을 선보일 계획입니다. 이와 함께 철저한 전문화, 특성화 전략으로 안정적 포털구조를 갖추는데 총력을 기울일 방침입니다. 종합 포털시장 선두권 경쟁에 뛰어들기보다는 자기만의 특성을 찾고 다지는 게 우선 과제라고 생각합니다. 현실적으로 어려운 목표보다는 재도약을 위해 강력한 무기를 만드는데 충실할 것입니다. 올해부터 공격적인 마케팅도 펼칠 계획입니다.”

갖고 미리 시장을 포진해 기다릴 계획입니다. 시장이 원하는 시점이 되면 자연스럽게 싸우지 않고 이기게 될 것이라고 봅니다. 그때가 되면 NHN과 다음커뮤니케이션 등과도 본격적인 싸움을 할 수 있지 않을까 싶습니다.”

방송콘텐츠 제공사와 제휴 계획

박봉춘 사장은 NHN과 다음커뮤니케이션과 본격적으로 싸울 수 있는 시점을 DMB사업이 본격적으로 이뤄지고 각각의 포털업체들이 메가포털로 변모했을 때로 내다봤다. “방송콘텐츠든 모바일 폰에 본격 적용되는 MCP(Multi Chip Package) 든 복수 방송채널사용사업자(MPP)인 옴미디어, CJ든 강력한 제휴를 맺으려고 합니다. 이를 통해 DMB사업시 콘텐츠를 직접 제공하거나 유통할 계획입니다. 데이콤과 LG텔레콤, 하나로통신 등 데이콤MI와 연계된 네트워크를 통해 시너지 효과를 극대화할 수 있고 방송콘텐츠 유통시 가격경쟁력 등 훨씬 유리한 고지에 설 수 있다고 봅니다.”

이와 함께 데이콤MI는 ‘천리안’의 브랜드 인지도를 강점으로 살려 메일서비스 강화에 큰 공을 들이고 있다. 포털 전체 주이용자층이 20대 후반인 점과 업무용 메일이용이 빈번하다는 점을 감안, 업무용 메일서비스 기능 강화를 상반기 역점사업으로 추진중이다. 특히 천리안을 바탕으로 유지되고 있는 50만명 규모의 유료 정액제회원에 큰 의미를 두고 있다. 종합포털과 직접 견줄만한 수치는 아니더라도 신규사업을 위한 ‘젓줄’로서는 적잖은 효력을 갖고 있다는 분석이다. 이를 바탕으로 데이콤MI는 연내에 유동 이용자수를 1,000만명 수준으로 끌어올린다는 계획이다.

원디스크 내세워 유동자수 1,000만명 유치

“커뮤니티 성격에 맞게 저장 공간과 각종 기능을 커스터마이징할 수 있는 커뮤니티 서비스를 선보이고 있습니다. 이와 함께 네티즌들이 원하는 서비스에 원하는 만큼의 저장 공간을 할당할 수 있는 ‘천리안 원디스크’ 서비스를 내놓았습니다. 원디스크는 월 1만원에 1.5GB의 저장 공간을 제공하면서 이용자가 원하는 서비스에 원하는 만큼의 용량을 자유롭게 조절할 수 있다는 점이 특징입니다. 이와 함께 가입기간이 1년이 넘어갈 때마다 50메가씩 용량을 늘려주고 있습니다. 대부분의 포털은 메일이나 카페, 홈페이지 등 서비스별로 일정한 용량을 미리 정해둬 부족한 용량을 이용자가 추가 구매하는 불편함을 겪어야 했지만 원디스크는 저장 공간을 추가 구매하는 불편함을 해소할 수 있으며 파일공유클럽 등의 다양한 서비스를 이용자들이 쉽고 원하는 대로 사용할 수 있습니다. 무엇보다 맞춤형 서비스로 네티즌들이 원하는 서비스에 맞춰 이용할 수 있기 때문

에 호응이 좋아 올해 초부터 가입자수가 늘어나고 있어 매우 고무적인 일입니다.”

데이콤MI가 ‘천리안 원디스크’ 서비스와 함께 최근부터 펼치고 있는 서비스는 음악과 바둑 서비스다.

고음질 음악 스트리밍 서비스와 음악 카드 등 디지털 음악 서비스를 제공하는 ‘팝앰프’를 최근 오픈했다. 팝앰프는 저작권 및 저작권접권 계약 체결을 통한 합법적인 음악 서비스로서 50만 곡에 달하는 음악 데이터베이스를 확보하고 이를 기반으로 다양한 부가 서비스를 선보일 예정이다. 팝앰프는 음악 방송 및 음악정보검색, 미리 듣기는 무료로, 스트리밍 서비스는 월 3,000원에 유료로 제공하고 있다. 데이콤MI는 3월말까지는 방문한 모든 고객에게 1주일 무료 이용권을 제공할 방침이다. 이와 함께 데이콤MI는 천리안 바둑 서비스를 인터넷 기반으로 개발한 ‘슈퍼스톤’을 최근부터 선보이고 있다. 이 서비스는 그동안 유료로 운영됐던 천리안바둑 서비스를 개편한 것으로 바둑 애호가면 누구나 쉽게 이용할 수 있도록 무료로 제공하고 있다. 박봉춘 사장은 “고수와 초급자들 모두에게 실질적인 혜택을 제공할 수 있는 운영체계를 마련, 최고의 인터넷 바둑기원을 만들 계획”이라고 포부를 밝혔다.

‘종합콘텐츠 유통사업자’로 거듭날 계획

데이콤MI는 최근 개시한 음악서비스와 함께 P2P, 스토리지 서비스 등을 순차적으로 강화해 궁극적으로는 ‘종합콘텐츠 유통사업자’로 커나가겠다는 전략을 구체화하고 있다. 이와 함께 LG그룹 내에 엮어진 다양한 벨류 체인과 강력한 인프라를 기반으로 유무선통합, 양방향TV, T커머스 등 향후 전략분야에서 온라인부문의 한 축을 담당할 수 있도록 역량강화에 총력을 기울일 계획이다. 박봉춘 사장은 “이러한 목표를 이루기 위해서는 고객의 요구를 잘 알고 고객에 맞춰 나가는 기업이 되어야 한다고 생각했습니다. 이에 지난해 온라인 설문과 고객 참여 이벤트를 통해 자사에 바라는 점이나 개선점 등 고객의견을 받았습니다. 총 900여건의 의견을 고객들로부터 접수받아 이를 바탕으로 가장 많이 개진된 고객 의견 100가지를 선정해 약속 캠페인을 펼치고 있습니다. 선정된 100가지 의견은 메일, 홈페이지 등 기본서비스에 대한 의견부터 콘텐츠, 요금, 고객센터에 대한 내용까지 다양했습니다. 고객들과 세운 100가지 약속에 대해 올해에 평가를 받는 자리도 가질 예정입니다. 고객들의 의견에 따라 소프트웨어 다운로드 사이트인 심파일(simfile.com)을 완전 무료로 전환해 고객들의 호응을 얻기도 했습니다. 앞으로도 이번 캠페인을 계기로 철땀을 철저하게 고객 중심으로 움직이는 인터넷 사이트로 자리매김할 계획입니다.”