

이동통신 서비스, 별(★) 서비스가 다 있네?!

흔히 '20:80 이론'을 말한다. 이탈리아의 경제학자 빌프레도 파레토가 주창했다는 이 이론은 원래는 19세기 영국의 부(富)의 불균형을 말할 때 20%의 인구가 80%의 부를 차지한다는 것에서 나왔던 것이지만, 비단 이것뿐만 아니라 현재 주위에 있는 대부분의 것에 적용을 해봐도 통용될 수 있는 이론이라 할 수 있다. '20%의 기능이 80%의 쓰임으로 활용된다.' 휴대폰을 늘 끼고 살면서도, 가뜩이나 컨퍼런스 개념이 도입돼서 온갖 기능으로 중무장한 휴대폰일 지라도, 그 중 몇몇 기능에 불과한 통화 기능, 문자메시지 수·발신 기능, 모닝콜 기능, 달력 기능, 디지털 카메라 기능과 MP3 기능, 종종 VM 콘텐츠를 활용한 게임 기능 등을 제외하고는 그다지 많이 활용하고 있는 것 같지는 않다(물론 가장 중요한 시계 기능도 있다). 그게 전부일까? 우리가 아는 이동통신의 전부일까? 이번 호에서는 우리가 미처 알지 못해서 사용하지 못하고 있는 이동통신사 자체의 부가서비스에 대해서 알아보려 한다. 또 사업자를 위한 제안 요령에 대해서도 설명할 계획이다. 모르지기 아는 만큼 활용할 수 있다.

글 / 임영모 CT City 기획실장

이번 호 모바일콘텐츠 리뷰에서 다루는 내용은 사실 엄밀히 말해서 '콘텐츠'와는 성격이 다르다. 콘텐츠라는 것이 일정한 플랫폼이나 솔루션 위에서 활용되는 내용물들이라면, 이번에 설명할 것들은 내용물이라기보다는 그릇에 가깝고 이동통신이라는 원초적인 방식에 대한 방법론에 가깝다.

통화연결음 서비스를 예로 들어보면, 통화연결음에 활용되는 음원이나 멘트들의 영역은 콘텐츠이며, 통화연결음이라는 전반적인 서비스를 이루는 것은 솔루션이라 할 수 있다. 콘텐츠가 없으면 솔루션이 그저 빈 그릇에 불과할 수도 있지만, 솔루션 자체만으로도 충분히 활용 요소가 많은 부분이 있어 이번 호에서는 칼럼의 성격을 확대해 '이동통신사 자체에서 제공하는 서비스'들에 대해 다루고자 한다.

이동통신에 있어서 통화라는 것이 가장 기본적인 핵심 서비스라 한다면, 나머지 기능(소리샘에 접속하고, 통화연결음을 설정하고, 무선인터넷을 이용하는 대부분의 기능)들은 부가적인 서비스들이므로 이를 '부가서비스'라 부른다.

국내 이동통신 3사 중에서 SK텔레콤의 서비스 모델을 기준으로 설명하며, 이에 대한 자세한 내용이 필요하다면 웹사이트(www.e-station.com)에서 [Info 스테이션]-[부가서비스 안내] 부분을 참조하기 바란다.

부가 서비스, 얼마나 사용하나?

SK텔레콤 홍보팀의 협조를 얻어, 부가 서비스별 이용 현황을 파악해 봤다.

2004년 9월말 기준으로, SK텔레콤의 전체 가입자는 1,860만명 선에 이르며, 이 가운데 통화연결음 서비스인 '컬러링'에 가입한 사용자는 약 780만명(약 42%), 통화 음영지역에 있거나 휴대폰이 꺼진 상태에서 걸려온 전화에 대해서 통보해 주는 '콜키퍼' 서비스 가입자는 380만명으로 약 20.4% 정도이다. 또 발신자가 지정해 놓은 자신의 애칭을 상대방의 액정에 디스플레이할 수 있는 '레터링' 서비스의 경우 335만명으로 18% 정도의 사용자를 확보하고 있는 상태다. 이와 함께 수신자의 통화 가능 상태를 체크해 통화가 가능한 상태로 복귀되는 순간 발신시도자에게



▲ SK텔레콤의 고객센터사이트 e-스테이션(www.e-station.com)에서 다양한 부가서비스를 살펴볼 수 있다.

통화 가능한 상태임을 알려주는 '통화가능통보' 서비스도 약 60만명(3.2%) 가량이 이용하는 것으로 조사됐다. 최근에 서비스를 시작한 '메시지콜'의 경우 1일 평균 사용량이 약 3만콜 정도로 아직은 미미한 수준이지만 점점 더 증가되는 추세를 보이고 있다.

서비스에 따라 다를 수 있으나, 이러한 서비스의 다수는 유·무료 서비스로 사용자 신청 사항에 따라 휴대폰 요금에 별도 부가되는 부가서비스 영역이다.

컬러링의 경우, 유료 서비스임에도 불구하고 40%를 넘는 고객을 형성할 정도로 많은 사람의 호응을 얻는 서비스라 할 수 있다. 또 이는 월정액 서비스뿐만 아니라 컬러링 음원 콘텐츠 판매 서비스까지 함께 이루어지므로, 음원 CP 등이 포함된 큰 규모의 시장을 형성한 대표적인 사례라 할 수 있다. 이에 비해 레터링 서비스의 경우에는, 무료 서비스임에도 불구하고 이용자는 20%에도 미치지 못하는 현상을 보인다.

이유는 여러 가지일 수 있으나, 크게 이동통신을 즐기는 데 별로 필요 없는 기능이어서 내지는 그런 서비스가 있는지 모르고 있어서, 이렇게 두 가지 경우로 나눌 수 있을 것 같다.

<표 1> SK텔레콤의 부가서비스 가입자 현황

	컬러링	콜키퍼	레터링	통화가능통보
서비스 가입자(만명)	780	380	335	60
이용자 비율(%)	42	20.4	18	3.2
월 이용료(원)	900	1,000	무료	500
참조 사항	'컬러링 플러스' 라는 서비스가 추가 서비스 중임	단, 발신번호표시 서비스 이용고객은 500원		통화가능통보 플러스' 라는 서비스가 추가 서비스 중임

돈을 내면서도 사게 되는 물건이 있는 반면, 거저 줘도 내게는 필요 없는 물건이 있는 것과 같은 이치라 보면 될 듯하다.

알면 활용할 수 있는 유용한 부가 서비스들

매일 휴대폰과 생활을 함께 하는 현대인들이지만, 정작 이동통신사에서 제공하는 유용한 서비스에 대해서는 잘 모르는 경우가 많다. 어떻게 하면 좀더 효율적이고 편리하게 이동통신을 즐길 수 있을까 무수한 사람들이 아이디어를 내고 특허를 내면서 사업화까지 성공한 서비스들이 '사람들이 몰라서 사용하지 못하는' 경우가 종종 있다.

다음과 같은 기능들은 사용자의 입장에서, 사업 제안을 하거나 구상을 하는 업체의 입장에서 한 번 유심히 살펴볼 만한 서비스라 할 수 있다.

문자가 아니라 말로 보내는 메시지 '메시지콜'

지난 6월에 시범 서비스를 제공하기 시작해 8월부터 유료 서비스로 제공중인 이 메시지콜 서비스는 상당히 호응이 좋을 것으로 기대되는 서비스 중 하나다.

기존의 엄지족들처럼 일일이 문자를 입력해서 메시지를 보내는 것이 아니라, '말'로 음성 쪽지를 보낸다는 개념이다. 받는 사람은 그냥 일반 전화를 받듯 전화를 받으면 된다.

사용방법도 간단하다. 메시지를 받을 사람의 전화번호 앞에 단지 #만 하나 더 붙여서 전화를 걸면 된다. 연결이 되면 메시지를 녹음한 후 * 또는 #을 누르면 해당 내용이 저장되고, 상대방의 전화로 전화 신호를 보내서 수신이 이루어지는 경우 음성 메시지를 발송하는 구조로 돼 있다.

보내는 사람도 누구나 쉽게 메시지를 보낼 수 있고(문자 입력에 서툰 사람에게 장문의 SMS 입력은 고역이다), 받는 사람도 일일이 화면을 확인할 필요 없이 듣기만 하면 되는 깔끔한 시나리오가 그려진다. 더구나 메시지를 이동전화는 물론 유선전화에 까지 보낼 수 있고, 월정액 서비스가 아니라 건 단위 종량제 서비스로 크게 부담이 없는 장점을 가지고 있다.

메시지콜 서비스

용도 : 더듬더듬 문자 입력하지 말고 이제 그냥 말로 떠든다.

작동법 : # + 수신자 번호(이동전화/유선전화 모두 가능, 식별번호 포함) + 통화 음성 메모 */#

이용료 : 건당 30원(15초 이내), 50원(30초 이내)
-발신지만 과금되며, 수신자는 무료

전화를 못 받을 상황에는 '일시착신금지', '개별통화수신거부'

언제 어디서나 팡팡 잘 터지는 이동통신 세상에 살다보니, 전

화를 받을 수 없는 상황임에도 불구하고 벨소리 혹은 진동음은 끝없이 사용자를 따라다닌다. 사람과 사람의 전화 통화를 이야기를 나눌 수 있도록 하는 것이 통신사의 역할이랄 수 있지만, 전화를 받을 수 없는 상태에서 전화 연결을 해주지 않는 것도 어찌 보면 미덕 중 하나라 할 수 있다.

전화를 받을 수 없는 상황에서 전화를 받지 않는 방법으로 주요 애용하는 몇 가지 기술(?)이 있다. 우선 전원을 끄는 방법이다. 이는 가장 확실하고 가장 많이 쓰는 방법으로 전화를 건 사람에게 '고객의 전화기가 꺼져 있어서 음성사서함(소리샘)으로 연결됩니다'와 같은 류의 메시지가 송출된다. 하지만 이런 경우 일부러 전원을 껐다는 의심을 받기도 한다.

두 번째는 배터리를 빼는 방법이다. 많은 사람들이 사용하는 '겉멋 부리는' 방안으로, 전화를 건 사람에게는 통화연결음 혹은 일반 전화연결음이 계속 나오다가 음성사서함으로 넘어간다. 1번과 차이가 나는 것은, 1번의 경우 기지국에서 전원 Off를 감지하게 되지만, 2번의 경우에는 기지국에서 계속 해당 휴대폰을 찾아 헤매게 된다는 것이다. 때문에 전화를 건 사람은 수신자가 일부러 전화를 안 받는 것으로 오해할 수 있다.

세 번째는 폰 자체의 수신거부 기능을 활용하는 방법이다. 일부 단말기에 내장돼 있는 QCELP 톤을 이용한 수신거부 방법도 있다. 전화가 수신됐을 때 단말기 특정 버튼을 길게 누르면, QCELP라 불리는 음원 파일이 발신자에게 발송된다. QCELP 음원으로는 주로 '지금은 회의중이어서...', '지금은 운전중이어서...', '지금은 전화를 받을 수 없어서...' 등의 내용이 등록돼 있어서 발신자가 수신자의 상황을 이해하는 데 보탬이 된다.

이러한 것들은 주로 단말기 자체에서 해결하는 방안이라 하겠다. 하지만 1번이나 2번처럼 휴대폰 전원을 끄게 되는 경우 휴대폰으로 할 수 있는 나머지 기능(시간을 본다든지, 게임을 즐긴다든지 하는 다양한 용도)도 사용하지 못하게 되며, 3번처럼 휴대폰을 켜둔 상태에서는 아무리 진동으로 해 둔다고 해도 소음으로 인한 업무 방해는 각오해야 하므로, 수신 신호가 휴대폰까지 이르기 전에 차단할 수 있는 방법이 있어야 할 것이다.

이런 경우 사용하게 되는 것이 '일시착신금지' 기능이다. 일시착신금지 기능은 이동통신사에서 제공하는 무료 서비스로, 서비스 신청을 한 이후부터 간편한 방법으로 사용 가능하다.

일시적으로 착신을 금지하려면 '*+31+통화 버튼'을 누르면 신호음과 함께 일시착신금지 기능이 설정된다. 전화를 건 사람에게 '지금은 고객의 요청으로 연결이 되지 않습니다. 다음에 다시 걸어주십시오' 라는 메시지가 송출된다.

다시 착신 가능 상태로 돌려두기 위해서는 '*+310+통화 버튼'을 누른 후 신호음을 확인하면 된다. 수신은 제한되지만 발신

은 계속 사용할 수 있다. 다만 이 경우 누구에게 전화가 걸려왔는지 알 수 없으며, 심지어는 콜키퍼 기능(추후 설명)도 작동하지 않는다는 단점이 있다. 또한 종종 자신이 일시착신금지 기능을 사용하고 있다는 것을 기억하지 못하는 불상사가 생기기도 한다.

참고로 휴대폰 자체 메뉴에 보면 '수신 제한 기능'이 있는 휴대폰도 있다. 자신 휴대폰의 매뉴얼을 찾아보면 지원 여부가 나와 있으니 참조해 보기 바란다. 이 경우 전화가 걸려오면 액정 화면에 수신제한 상태로 설정돼 있다는 메시지가 나타나므로 이 방법도 유용하다. 하지만 발신자 번호(CID, Caller-ID Service)가 나타나지 않는다는 단점이 있다.

일시착신금지 서비스

용도 : 잠시나마 통화 대기의 압박에서 벗어나고자 할 때
작동법 : * + 31 + 통화 를 눌러 설정, * + 310 + 통화 를 눌러 해지
이용료 : 무료(서비스 신청 후 이용)

이와 유사하지만, 개별적인 전화번호에 대해 수신을 거부할 수 있는 '개별통화수신거부' 서비스도 사용자에게 따라서 상당히 유용한 서비스라 할 수 있다. 이는 고객이 사전에 등록해 둔 특정 발신전화번호만을 골라서 수신을 거부할 수 있는 기능으로, 사생활 보호 및 원치 않는 통화의 수신을 원천 차단할 수 있는 효과가 있다.

10개까지 통화수신 거부 번호를 지정할 수 있으며, 이 번호로 전화가 걸려온 경우 '죄송합니다. 지금은 고객의 요청으로 연결되지 않습니다.' 라는 메시지가 나오게 된다. 다만 발신번호 인식 기능과 관련돼 있으므로, 익명의 전화로 전화를 거는 경우에는

개별통화수신거부 서비스

용도 : 개별적인 발신번호에 대해서 수신을 거부하고자 할 때
작동법 : e-station 사이트나 WAP 메뉴 중
 '부가서비스-개별통화 수신거부' 서비스 신청 후 지정
이용료 : 월 2,000원

통화가 연결된다는 점을 유의.

누가 전화했는지 알 수 있는 '발신번호표시'와 '컬러콜'

발신번호표시 기능은 다수의 사용자가 애용하는 범용 서비스로 자리잡은 지 오래다. 도입 이전, 개인 정보유출 논란을 벌이긴 했으나, 현재 이 서비스는 이동통신 전화 가입자의 약 88% 이상이 사용하는 기본 서비스로 자리잡고 있다.

최근 정보통신부가 발표한 자료에 따르면, 이 CID 사업 초기인 2001년과 2002년에 SK텔레콤과 KTF, LG텔레콤은 각각 553억, 250억, 261억원의 제반 통신망 투자를 진행한 바 있으며, 이를 바탕으로 아래의 도표와 같은 획기적인 가입자를 확보한 것으로 나타났다. 이미 사용하는 서비스이므로 이에 대해 부연설명을 할 필요는 없지만, 전화를 거는 경우에 굳이 발신번호 표시를 하지 않고 싶은 경우를 위한 경우, 휴대폰을 통해 '*+23+#+수신자 전화번호'를 누르면 수신자의 휴대폰에 '발신자 정보 없음'으로 나타나는 우회 방법까지도 제공하고 있다.

심지어는 최근에 CID를 조작할 수 있는 기술이 속속 발표되면서, 발신번호 표시 기능의 효용성에 대한 논의도 끊이지 않고 있으며, 소비자단체들에서는 이동통신사 측이 이미 CID 기술 투자 비용 이상의 고수익을 고객들로부터 거두어들이고 있다며 발신 표시서비스 무료화 운동도 일고 있는 상태다.

발신번호표시 서비스와 함께 주로 사용되는 기능이 '콜키퍼' 서비스다. 통화가 연결되지 않는 상황(전원이 꺼졌다거나 통화음 영지역에 있었다거나 하는 경우)에 걸려온 전화에 대해, 통화 연결이 가능한 상황이 되는 것을 체크해 이를 수신자에게 문자메시지로 통보해 주는 기능으로, 업무상 중요한 전화 등을 놓치지 않고 확인할 수 있어서 상당히 편리한 기능이다. 휴대폰 문자 메시지는 물론, e-station 사이트나 ARS(15680)로도 발신내역을 조회할 수 있게 돼 있다.

발신번호표시 서비스

용도 : 누가 전화 걸었는지 알고 싶고, 전화 연락을 놓쳐서는 안 되는 경우

〈표 2〉 발신번호표시 서비스 가입자 현황

	2001년		2002년		2003년		2004년 상반기	
	가입자수(천명)	가입자율(%)	가입자수(천명)	가입자율(%)	가입자수(천명)	가입자율(%)	가입자수(천명)	가입자율(%)
SKT	2,651	17.5	5,633	32.7	16,306	89.0	17,187	91.1
KTF	1,931	22.9	4,182	46.9	7,362	82.8	8,378	90.0
LGT	730	10.0	994	20.8	2,943	60.8	4,274	75.5
전체	5,312	19.8	10,809	34.9	26,611	83.1	29,839	88.2

작동법 : 서비스 신청만 하면 특별한 키 작동 없이 바로 사용 가능
이용료 : 발신번호표시 월 1,000원, 콜키퍼 월 1,000원
 (단, 발신번호표시 기능을 함께 사용시 월 500원)

남다른 통화 방식을 추구하는 '멀티콜'

멀티콜 서비스는 통화중 대기, 회의통화, 호전환, 호보류 서비스를 동시에 사용할 수 있도록 하는 패키지 서비스다.

통화중 대기 기능은 통화 중에 다른 전화가 걸려오는 경우 통화 중이던 전화를 잠시 대기시키고 새로 온 전화를 받을 수 있는 서비스이며, 회의 통화는 통화 중에 다른 곳에 전화를 걸어 여러 명이 동시에 통화할 수 있는 서비스이다. 호전환은 현재 통화 중인 전화를 다른 사람에게 연결을 시켜줄 수 있는 서비스이며, 호보류는 통화 중인 상대방과의 통화를 잠시 보류하고 다른 사람과 통화를 한 후 다시 원래의 상대와 통화를 할 수 있는 서비스다.

생각해 보면 상당히 필요한 기능들이지만, 사용 방법을 몰라서 제대로 못 사용했던 기능들이라 할 수 있다. 이 역시 서비스 사용 신청을 한 후부터 사용할 수 있으며, 각 기능에 대한 사용 방법들을 정리하면 다음과 같다. 참고로 이 멀티콜 서비스는 무료 제공이니 필요한 사람들은 꼭 사용해 보자.

통화중 대기

용도 : 통화 중에 걸려온 다른 전화를 받아야 할 때
작동법 : 통화 중인 상태에서 다른 전화가 걸려오면 '뚜뚜' 하는 착신음이 들리며, 이 때 '통화' 버튼을 누르면 기존 전화통화가 대기 상태가 되면서 새로운 전화 통화를 연결해 준다. 다시 '통화'를 누르면 대기 중인 상대와 이어서 통화할 수 있다.
이용료 : 무료

회의 통화

용도 : 같은 주제의 내용을 한꺼번에 여러 사람과 논의해야 할 때
작동법 : A와 B가 통화 중인 상태에서 C를 참여시키는 경우라면, C의 전화번호를 눌러 통화 연결을 시도하고, 연결되면 다시 통화를 누르면 최대 6명까지 함께 통화가 가능
이용료 : 무료

호전환

용도 : 현재 통화 중인 전화를 다른 곳으로 돌리는 경우
작동법 : * + 78 + 새로 연결할 수신 전화번호 + 통화 버튼 누른 후 종료 버튼을 하면, 기존 통화가 새로 수신된 전화로 넘어가게 됨(즉, A가 B와 통화 중에 C의 전화 번호를 이 방식으로 연결하면 A는 전화를 끊고, B와 C가 연결되게 되는 것임)
이용료 : 무료

호보류

용도 : 현재 통화 중인 상태에서 다른 곳에 전화를 걸어 통화를 해야만 할 때
작동법 : * + 77 + 새로 연결할 수신 전화번호 + 통화 버튼을 누르면 새로 연결된 전화 통화를 할 수 있고, 다시 통화 버튼을 누르면 기존 통화로 복귀
이용료 : 무료

내가 쓸 테니 맘껏 전화하렴 '콜미프리'

'콜미프리(Call Me Free)' 번호로 등록해둔 발신번호에 대해서는 전화가 걸려왔을 때 내가 통화료를 기꺼이 지불하겠다는 의미의 서비스다. 부디 전화만 해달라는 다소 애원이 섞인 서비스처럼 보이기도 한다.

상대방의 전화번호는 최대 10명까지 등록할 수 있으며, 등록 기간을 설정하면, 등록된 당사자에게 멤버 등록 SMS가 발송돼 자신이 콜미프리의 대상자가 됐음을 알려주게 된다. 다만 상대방이 SK텔레콤 고객일 경우에만 활용할 수 있다.

콜미프리 서비스

용도 : 전화비 아까워서 전화 못 걸겠다고 투정 부리는 애인에게 선물용
작동법 : 멤버로 설정된 상대방이 콜미프리 가입자에게 전화를 걸면, '마음이 통하는 콜미프리입니다.' 라는 멘트가 나오고, 이후 발생하는 통화료에 대해서는 수신 당사자에게 청구되는 사업 모델
이용료 : 서비스 월 사용료 및 가입비 등 무료

휴대폰이 없는 날에 유용한 '자동연결'와 '착신전환'

가끔 나는 회사에 출근하는데 휴대폰이 출근을 하지 않는 경우가 있다. 굳기 빠진 휴대폰에 대해 남 탓할 것은 못된다. 하루 종일 휴대폰의 환청에 시달릴 수도 있다. 정작 매일 들고 다니던 휴대폰이 수중에 없다면 왠지 허전하다. 중요한 연락 올 곳이 있는데 어떻게 하나?

이런 경우를 대비해서 마련돼 있는 서비스가 바로 '자동연결'과 '착신전환' 서비스다. 두 서비스는 모두 자신의 휴대폰으로 걸려온 전화를 다른 번호의 전화로 연결해 준다는 공통점을 갖고 있다. 다른 점이 있다면, 착신전환은 걸려오는 모든 전화를 무조건 다른 전화번호로 연결을 하며, 자동연결은 사용자 휴대폰 상태를 체크해 봐서 전화를 받을 수 없는 상황(전원이 꺼져 있거나, 음영지역에 있거나, 전화를 받지 않거나, 통화중인 경우 등)일 때 다른 전화번호로 연결을 해준다는 것이다.

착신할 전화번호를 남기려면 자신의 휴대폰이 필요할 텐데, 자신의 휴대폰이 절근을 했고 집에 아무도 없다면 어떻게 하나요?

웹사이트에서 사이버리모콘이라는 기능을 이용해서 설정할 수도 있으니 안심해도 된다.

이 외에도 수신자 휴대폰 액정에 나타나는 발신번호에 자기 닉네임을 표시할 수 있는 레터링 서비스, 통화하고자 하는 상대방의 휴대폰이 통화가능 상태가 되면 이를 통보해 주는 통화가능통보 서비스, 문자 메시지를 입력해서 보내면 캐릭터 문자로 나타나는 캐릭터 문자 서비스, 아침마다 스타의 목소리로 잠을 깨워주는 스타 모닝콜 서비스 등도 있으니 한번쯤 훑어볼만 하다.

설명의 편의상 SK텔레콤의 서비스를 중심으로 예를 들었으나, 타 이동통신사에도 이와 유사하거나 차별화된 서비스들이 있으므로 관심을 갖고 찾아본다면 모바일 생활을 업그레이드할 수 있으리라 생각한다.

자동연결

용도 : 휴대폰 통화가 불가능하다고 생각되는 상황에서 다른 설정 번호로 자동 연결됨

작동법 : * + 72 + 연결 희망번호 + 통화 버튼을 누른 후 확인음이 나오면 설정됨, 해제할 때에는 * + 73 + 통화 버튼을 누른 후 확인음 확인 후 종료하면 끝.

이용료 : 월 900원 (착신전환 서비스와 동시 사용할 경우는 합해서 1,300원)

착신전환

용도 : 휴대폰으로 걸려오는 모든 전화를 다른 전화로 착신 전환할 때

작동법 : * + 71 + 연결 희망번호 + 통화 버튼을 누른 후 확인음이 나오면 설정됨, 해제할 때에는 자동연결 때와 마찬가지로 * + 73 + 통화 버튼을 누른 후 확인음 확인 후 종료하면 끝.

이용료 : 월 900원 (자동연결 서비스와 동시 사용할 경우는 합해서 1,300원)

부가 서비스 솔루션 개발에 관심 기울여야

이동통신사가 제공하는 부가서비스들을 살펴보면, 사용자의 입장에서는 서비스의 다양성에 있어 놀라고, 사업자의 입장에서는 사업의 수익성에 대해 놀라게 된다.

아주 단순한 계산이지만, 좋은 아이디어를 가지고 특허를 취득한 후 이를 이동통신 부가 서비스로 반영해 전국의 3,000만명 이상의 휴대폰 사용자들에 대해 매월 10원씩의 기술료를 거둘 수 있다면 월 단위 3억원 이상의 매출이 생긴다고 할 수 있다. 연봉으로 따지면 36억원이다.

이러한 계산은 허황된 게 아니다. 컬러링으로 대표되는 통화연결음 시장이 빠른 시간 안에 히트를 치면서 벨소리 시장과 어깨를 나란히 하는 시장을 이루어냈고, 한 건에 30원 하는 문자메시



지 시장이 2003년 한 해 7,669억원에 달하며, 이동통신 3사를 통틀어 약 1,000억원 정도의 개발비를 투여했던 발신번호 표시 서비스가 현재 3,000만명의 가입자로부터 개인별로 월 1,000원 가량의 비용(전체적으로 월 300억원 선)을 회수하고 있는 것을 본다면 충분히 가능한 일이다.

콘텐츠를 제공하는 것도 물론 중요한 부분이지만, 콘텐츠 사업 이상으로 계속 연구하고 도전해 봐야 하는 분야가 솔루션과 서비스 분야가 아닐까 싶기도 하다.

이동통신사 역시 새로운 서비스를 계속 발굴하고, 새로운 솔루션을 찾기에 바쁘다는 것을 이해한다면 망사업자와 콘텐츠공급자의 관계가 아니라 새로운 기술에 대한 실질적인 사업 파트너로서 발맞추어 나갈 수 있는 부분이 많을 것으로 보인다.

사업 제안에 있어 가장 중요한 것은 아이디어와 특허 부분으로, 사업성이 충분한 아이디어의 발제와 사업이 진행되는 경우 특허분쟁으로부터 보호받을 수 있는 지적재산권의 확보를 우선 염두에 두어야 한다. 여기에는 투자 대비 예상매출에 대한 기초적인 자료도 포함할 필요가 있다. 콘텐츠 개발 부분에서의 비용은 그리 크지 않지만, 이동통신 부가 서비스나 솔루션의 경우 통신 교환기를 조율해야 하거나 병렬 서버가 별도로 설치돼야 하는 등 막대한 초기 비용 부담이 예상되므로, 이에 대한 ROI를 산정해 보는 것이 제안에 도움이 될 것으로 생각한다.

사업 제안 과정은 일반적인 콘텐츠 제안과 프로세스가 동일한 편이며, 접수를 하고 이에 대한 피드백을 하고 발전시켜 나가는 각각의 담당자들을 통해 최종적으로 사업으로 채택되게 된다. 사업화 모델은 서비스나 솔루션마다 성격이 모두 다르므로, 계약 형태에 따라서 용역, 라이선스, 기술이전, 콘텐츠 사업권 등 다양하게 이루어지며, 매출에 대한 부분도 각기 다른 케이스로 적용된다고 하니, 담당자와의 충분한 협의를 통해 상호 윈-윈 할 수 있는 구조를 만드는 것이 바람직하겠다.

좋은 아이디어와 특허 하나가 소비자에게는 편리한 통신 생활을, 이동통신사에게는 새로운 시장을, 개발사에게는 막대한 이익을 가져다 줄 것이다. 