

# KTH, '파란' 으로 새로운 지평 연다

글 / 송영한 케이티하이텔 사장



파란의 성공적인 시장 진입에는 물론 초기 스포츠 신문 콘텐츠 독점과 공격적인 마케팅이 주효했지만, 이보다는 '강력한 기본 서비스'에 있다는 평가를 받았다. 파란은 포털 사업의 승부는 기본 서비스에서 판가름난다는 판단 하에 검증

되지 않은 새로운 서비스를 내세우기보다는 뉴스, 검색, 메일, 커뮤니티, 게임 등 기본 서비스의 핵심 역량을 강화한다는 전략을 세웠다. 파란이 오픈 준비과정에서 실시한 결과에 따르면 이용자들이 원하는 것은 실시간 뉴스 조회, 정확한 정보 검색, 대용량 메일 등 기본서비스에 대한 욕구로 집중돼 있었다. 이에 따라 파란은 사용빈도가 높은 기본 서비스에 이용자 중심의 편의기능을 대폭 강화하기로 초기 전략을 세웠고, 이것을 바탕으로 치열한 포털 시장에 성공적으로 진입할 수 있었다.

## 유무선 · 방송 아우르는 디지털 미디어 게이트웨이 지향

지난 4월, KTH는 파란의 오픈을 준비하면서 '장기적으로 KTF의 매직엔과 스카이라이프 콘텐츠의 통합 서비스를 통해 유무선, 통신방송 융합을 아우르는 디지털 미디어 게이트웨이(Digital Media Gateway)로 나아가겠다'는 비전을 설정한 바 있다. 'Digital Media Gateway'란 다양한 디지털콘텐츠를 다양한 플랫폼과 네트워크를 통해 다양한 방법으로 전달하는 'One Source Multi-use'로, 양질의 미디어 콘텐츠를 고객의 가치 실현을 위해 효과적으로 수집 · 융합하고 전달하는 공급자와 수용자간 상호 매개체를 뜻한다. 이는 소비자들이 언제 어디서 어떤 기기로나 디지털 콘텐츠를 접할 수 있는 통합 포털로, 궁극적으로는 포털의 미래라고도 볼 수 있는 개념이다. 파란 역시 유선 포털로 사이트를 오픈

했지만, 앞으로 KT의 역량을 한 곳으로 모아, IP(인터넷프로토콜) TV를 중심으로 한 TV 포털과, KTF의 무선망을 바탕으로 한 무선 포털로 계속적으로 진화해 나갈 것이다. 이를 위해 KTH는 KT 그룹(KT, KTF, 스카이 라이프등) 내에 흩어져 있는 디지털 콘텐츠를 하나로 모아, 유무선과 방송을 아우르는 통합서비스 제공자로 거듭나기 위해 노력할 것이다.

물론 파란이 KTH 사업의 전부는 아니다. 현재 KTH는 포털 서비스 이외에도, 위치기반서비스(LBS)를 비롯한 다양한 네트워크 기반 서비스를 활용하여 KT 그룹 차원에서 진행되는 홈네트워크 사업에도 진출하는 등 KT 그룹의 전사적인 네트워크 사업을 지원하는 마스터 콘텐츠 프로바이더(MCP) 역할을 담당하고 있다. 또한 KTH는 통합 포털을 기반으로 캐릭터 판권사업, 동영상 솔루션 사업, 아바타 게임 포탈 사업, 통화연결음 사업, ARS 등 하이텔만의 노하우를 살린 콘텐츠 사업을 이끌어 나갈 것이며, 향후에는 콘텐츠 패키지 사업과 함께 지역 서비스 사업, 커머스 사업까지 확장하여 NO1. 브로드밴드 유무선 통합 포털로 정착하겠다는 계획이다.

## UV기준 5위권 내 진입, 2006년 시장 1위

파란은 올해 안에 UV기준 5위권 내 진입, 2006년 시장 1위라는 목표를 세우고 있다. KTH는 이를 위해 조직의 역량 강화와 더불어 내부적인 체질 개선을 가장 우선 과제로 꼽고, 인터넷 기업의 조직 문화를 갖추는데 총력을 기울이고 있다. 빠른 속도로 변화하는 고객의 요구에 부응하고 현재 경쟁업체인 인터넷 포털 업계와의 속도전에서 승리하려면 이것이 필수라는 내부적 자성의 결과이다. 유연하고 창의적인 조직을 만들어 나가겠다는 목표 하에, 지난 4월부터 다양한 제도 개선 및 문화 변혁을 꾀한 결과 현재는 발 빠른 의사결정과 자유로운 조직 문화가 어느 정도 정착되어 가고 있다.

이와 같이 KTH는 멀티미디어, 멀티엑세스라는 다변화된 디지털 환경을 맞아 포털의 정의를 단순 'Internet Gateway'가 아닌 'Digital Media Gateway'로 새롭게 정립하고 이를 위해 힘차게 나아가고 있다. KTH가 포털의 새로운 지평을 열어 보일 날이 멀지 않은 것이다. 