

탐. 방. | 피알아트(주)



홍보(PR)를 예술(ART)적으로

인쇄업계 메신저



인쇄업계 온라인 언론·홍보매체인 피알아트(주)(대표 이근순, www.PRART.com)가 지난 7월1일 유럽 회사로부터 투자를 유치해 법인으로 전환하는 한편, 지난 5월 말에는 회원 수 1만명을 돌파하는 등 인지도가 점차 높아지고 있다. 2001년 11월15일 사이트를 개설하고 3년6개월 만에 이룬 쾌거다. 비록 일반 포털 사이트와 비교한다면 미미한 숫자일 수 있겠지만 여러가지 여건상 회원 가입이 쉽지 않은 인쇄업계 환경에서 회원 1만명은 상당한 숫자라 아니할 수 없다. 이근순 사장을 만나 피알아트의 과거와 현재, 그리고 미래에 대해 들어본다.

작지만 큰 일하는 회사

피알아트(주)는 2001년 9월 '프린트피알'이라는 회사명으로 설립, 같은 해 11월 홍보(PR) 및 구인·구직 사이트(www.printpr.com)를 개설한다. 이후 취재기자를 선발하여 기존의 업무에 언론매체로서의 역할까지 확대하는 한편, 2002년 7월에는 홈페이지를 기획, 디자인, 제작을 전문으로 하는 사이트(www.homepibiz.com)를 개설한다. 2002년 10월1일 피알아트닷컴(www.prart.com)으로 사명과 사이트명을 변경하고, 지난 7월1일 다시 피알아트(주)로 법인전환하게 된다.

피알아트(주)가 하는 일은 간단히 말하면 인쇄업과 관련돼 있는

회사들을 홍보하는 것이다. 물론 자연스럽게 인쇄업계를 일반인들에게 홍보하는 역할도 한다. 인쇄업과 관련된 회사라면 기획·디자인에서부터 프리프레스, 프레스, 포스트프레스 업체들과 소프트웨어 및 하드웨어 공급업체에 이르기까지 상당히 많은 수의 회사들이 관계돼 있다. 이런 회사들의 홍보와 홍보에 필요한 인터넷 홈페이지를 기획 및 제작하는 일을 하고 있다. 여기에 지난해부터는 KT와 야심차게 추진하고 있는 PIN프로젝트 홍보 및 마케팅까지 담당하고 있다.

이밖에도 관련업체를 대상으로 전사적 자원 관리 소프트웨어(ERP S/W), CRM S/W 도입을 위한 사전 경영 컨설팅 및 교육 등도 추진하고 있다.

온·오프라인 활용하는 언론매체로 변신

피알아트의 장점 중 하나는 직원들 간 손발이 척척 잘 맞다는 것이다. 창립멤버들은 물론 이후에 입사한 직원들까지 잘 융화돼 물 흐르듯 자연스럽게 흘러간다. 사내 분위기는 쉽게 얘기해서 놀 때는 놀고, 일할 때는 일한다는 분위기다. 그리고 일을 즐긴다.

서로 일에 욕심을 내면서 사업영역을 넓혀가고 있는 피알아트는 막대한 양의 정보를 축적해 나가고 있고 시간이 흐를수록 인



회원수 1만명을 돌파한 prart.com

한.마.디. | 이근순 대표

“좋아하는 일 하는 것” 보람

“지금은 뭔가를 이뤘다는 것보다 다시 시작한다는 느낌입니다”

회원수 1만명 돌파와 해외 투자유치로 인한 법인전환을 축하하는 기자의 말에 이근순 피알아트(주) 대표이사는 이렇게 답변했다. 지난 3년 반 동안은 일부러 투자를 받지 않다가 최근 해외 업체로부터 투자제안이 들어와 법인전환을 한 피알아트의 이 사장은 다시 시작하는



마음으로 겸손하게, 그리고 자신감 있게 회사를 이끌어 나가고 있다. 이 사장은 지금까지 어려운 길을 같이 해온 창립 멤버들에 대한 고마움을 잊지 않고 있다. “창립 멤버인 이상화 이사, 최중우 과장, 박준영 과장과 조현오 기자에게 너무 감사하게 생각한다. 본인은 단지 하고 싶은 일을 즐기기에 한하지만 직원들은 그렇지 않음 텐데 끝까지 믿어주고 따라 준 직원들이 너무 고맙다.”

“원칙대로 분명한 비전을 가지고 간다” 는 이 사장은 업계를 위해 쓴 소리도 마다하지 않겠다고 한다. 최근 서울인쇄센터 이사직을 맡은 이 사장은 “업계 발전을 위해 아당 역할을 톡톡히 할 계획” 이라고 밝혔다.

이 사장은 서울공과 전자과와 한양대 전자공학과를 졸업하고 연세대 경영학석사 학위를 취득했으며, 카이스트, 엘지엔지니어링을 거쳐 EAC(현 하이델베르크)와 아그파에서 프리프레스 관련업무를 담당했다. 현재는 피알아트의 경영은 물론 신구대학 겸임교수로 후학을 양성하고 있다.

지도도 높아지고 있다. 그러면서 홍보를 원하는 회사들이 속속 가입하면서 홈페이지 기획 및 제작도 증가하고 있다. 여기에다 한국화상정보제관조합(이사장 이영환)에서 발행하던 프리프레스저널까지 맡아서 하고 있다. 당연히 업무량은 늘어났지만 직원들은 회사가 한 단계 더 도약할 수 있는 기회라고 생각하고 오프라인 홍보매체로서 활용하고 있다. 물론 기존의 프리프레스저널보다 더 발전된 모습을 보여주고 있다. 조합원사들의 소중한 얘기꺼리에서부터 시작해 관련회사들의 소식과 자체 취재기사까지 곁들여지면서 내용면에서 업그레이드가 되고 있다. 피알아트는 이제 온·오프라인을 이용한 매체로 거듭나려고 한다. 기존의 온라인 시스템과 오프라인 시스템이 적절히 조화되면서 좋은 사례를 남길 것으로 보인다.

주위에서도 이와 같은 활동에 힘입어 프리프레스저널의 업그레이드를 위한 여러 가지 안을 제안해 오고 있다. 내용면에서나 형식면에서나 어디에도 뒤지지 않는 한 단계 발전된 모습을 보여줄 것으로 기대된다.

온라인의 장점 최대한 활용한 서비스

피알아트닷컴에는 많은 정보들이 숨어있다. 일반 회사들의 제품처럼 한 눈에 볼 수가 없어서 꼼꼼히 뜯어 봐야 그 진가를 알 수 있다.

우선 쉽게 눈에 띄고 다른 인쇄언론매체들보다 우위에 있다고 하는 것은 관련업계의 뉴스와 행사안내의 속보성이다. 실시간으로 소식을 전달할 수 있는 인터넷의 장점을 살린 것으로 첫 화면부터 분야별로 나눠 보여주고 있다. 그리고 인터넷의 장점을 살린 것은 뉴스 외에도 구인·구직, 커뮤니티, 중고거래와 쇼핑몰 등이 있으며, 인터뷰도 동영상으로 하고 있어 이것 또한 온라인매체가 가진 큰 장점이다.

언론매체로서 인정받을만한 것이 있다면 자체 취재능력이다. 뉴스는 물론 각종 국내외의 전시회 및 세미나를 생생하게 취재하거나 정보를 취합, 분석하는 등 다양한 활동을 펼치고 있다.

무엇보다 중요한 것은 피알아트의 주 목적인 인쇄 관련 회사들의 피알(홍보)에 충실하고 있다는 점이다. 지속적으로 증가하는 회원수에 못지않게 자사 홍보를 위해 가입하는 회사들이 증가하고 있는 것으로 피알아트의 인지도가 높아지고 있다는 것을 알 수 있다. PR DB는 인쇄업체, 광고업체, 출판업체 등으로 나눠 세분류를 해 누구나 쉽게 찾아볼 수 있도록 구성해 왔다.

피알아트 홈페이지에서 눈에 띄는 것 중에 ‘피알아트(주) 발인’ 이라는 것이 있다. 이는 인쇄산업에 대해 올바른 인식을 갖자는 취지에서 만든 것으로 현재의 홈페이지에는 ‘인쇄산업은 3D산업이 아니라 첨단 디지털 산업이다.(2004.5.12)’ 와 ‘디자인, 출판, 인쇄인은 디지털 문화·산업을 선도하는 주역이다.(2005.6.17)’ 라는 문구가 실려 있다. 피알아트는 앞으로 이러한 인식이 확산돼 인쇄인으로서의 자부심과 긍지를 갖는 날이 하루빨리 도래하기를 바라고 있다.

(윤재호부장)