

고객접점 마케팅으로 새로운 패러다임 구축한다

디지털 인쇄의 적용범위가 확대되고 기존 오프셋 인쇄와의 간극에서 발생하는 틈새시장을 겨냥한 여러 활용사례들이 속속 구체화되고 있다. 이러한 디지털 환경 변화를 관통하며 새로운 트렌드를 발굴, 인쇄산업의 새로운 패러다임을 구축하겠다는 당찬 포부를 밝힌 기업이 있다. 새로운 디지털 패러다임이란 모토 아래 2005년 9월에 설립, 5개월 남짓의 준비과정을 거쳐 2006년 2월28일에 실질적인 창업을 선언한 비전인스페이스다. 이 업체는 고객접점 마케팅을 핵심으로 서비스개선 및 품질향상을 통해 디지털 인쇄를 활용한 무궁무진한 신규 사업을 개척한다는 계획이다.

한국후지제록스 첫 공식협력사

비전인스페이스가 주목되는 또 다른 이유는 한국후지제록스의 첫 공식협력사라는 점이다. 국내 인쇄산업의 메카가 서울시 중구 일대라는 것에는 이의를 제기할 수 없지만 강남권인 신사동 주변도 무시할 수 없는 기획사 밀집지대다. 오히려 중대형 기획사들은 이곳에 더 많이 분포해 있다고 할 수 있다. 이러한 강남권 디지털 인쇄 분야의 전초기지 역할을 천명한 비전인스페이스의 사업계획과 성장하는 디지털 인쇄시장의 새로운 거점이 필요했던 후지제록스의 영업 전략이 맞아떨어진 결과다. 이러한 제반 조건들을 발판삼아 비전인스페이스는 디지털 인쇄업계의 리더가 되었다는 원대한 목표를 담금질하고 있다.

3개 고객 특화 웹사이트 운영 계획

비전인스페이스는 고객들이 데이터와 출력물을 직접 가져 오고 또 수령해야 하는 기존 디지털 출력소들의 거래관

행에서 탈피, 직원이 직접 방문하여 상담하는 것은 물론 출력물 배송까지 담당하는 고객접점 마케팅을 기반으로 고객 만족을 극대화한다는 방침이다. 이는 오프라인은 물론, 온라인에서도 가능하다. 이를 위해 특화된 고객과 소통할 수 있는 3개의 전문 웹사이트를 운영할 계획이다.

www.printwork.co.kr은 광고·디자인기획사 및 인쇄와 디자인에 대한 전반적인 지식이 있는 고객을 대상으로 하며 시안제작, 본인쇄물의 주문만이 아닌 광고·기획 분야의 동향, 구인·구직 등의 서비스도 제공하게 된다. 이와 같은 다양한 콘텐츠를 제공함으로써 고객과의 관계가 주문과 배송 작업에만 국한되지 않고 지속적으로 이뤄질 수 있도록 할 생각이다.

www.myscv.co.kr은 SI사, 건설사, 일반기업 등을 대상으로 하며 제안서, 회사소개서, 일반 인쇄물 등 가장 광범위한 인쇄물 주문에 부응하게 된다. 이와 함께 협력사인 (주)케이씨엔알에서 제공되는 35만여개의 최신 기업정보(영업자료로 활용이 가능하도록 가공이 가능한 데이터)의 제공, ERP 소프트웨어의 제공, ISO 등 각종 해외 인증 컨설팅, 정책자금 컨설팅, 일반자금 컨설팅, 사업계획서의 작성요령과 모범안, 파워포인트 템플릿의 유·무료 제공, 전문 프리젠테이션 컨설팅, 프리젠테이션 대행, 서류작성 요령 등 대기업이 아닌 일반 기업이 요구하는 전반적인 정보를 제공하는 기업 포털 형태의 사이트로 구성할 계획이다. 웹사이트에서 정보를 얻고자 접속하는 사례를 인쇄물 수요로 연결하는 전략이다. www.inswork.co.kr은 보험설계사를 대상으로 하고 있으며 정형화된 템플릿 기반의 보험사의 명함과 스티커 등 소량 인쇄물에 대한 수요를 충족시키는 것이 목표다. 다른 웹사이트와 마찬가지로 여러 형태의 정보를 제공할 예정이다. 위 사이트들의 공통점은 단순히 인쇄



비전인스페이스는 반자동재단기 무선철제본기, 라미네이팅기, 2단계 와이어제본기 등의 후가공 장비를 두루 갖추고 있다.

서비스만을 제공하는 것이 아니라 다양한 서비스를 부가적으로 제공함으로써 사이트의 방문 빈도를 높여 매출상승을 유도한다는 것이다. 이를 통해 진정으로 소비자가 원하는 것이 무엇인지를 알고 알맞은 서비스를 제공, 고객과 더불어 발전하는 회사를 만든다는 복안이다. 아파트고지서, 신용카드 고지서, 백화점이나 항공사 등의 고객을 위한 맞춤 DM과 고객별 맞춤형 포토북 제작, 유아·웨딩·여행·전시회 등에 활용되는 1:1 맞춤형 포토북 등도 무시할 수 없는 사업분야다. 또한 고급 광고·디자인, 기획·제작, 고급 인쇄물, 인쇄·영상·멀티미디어 프로덕션 사업도 높은 부가가치를 기대해 볼 수 있는 분야로 진출을 고려하고 있다.

데이터 직접 제작 EQ-1 립서버 도입

비전인스페이스는 일본을 제외하고는 아시아 최초로 EQ-1 립서버를 도입했다. 이는 사진분야에서 특히 강점을 보이는 후지필름에서 제작한 립으로, 디지털 오프셋기계와 연동할 수 있는 데이터를 직접 제작할 수 있다는 것과 다량의 색보정, 명암 조정 등의 사진처리에 매우 용이하다는 두 가지 특징을 가지고 있다. 또한 기존에는 다루지 못했던 다량의 데이터를 단기간에 처리할 수 있는 장점도 있다. EQ-1 립서버의 도입으로 비전인스페이스는 '디지털 포토북' 사

업을 첫 목표로 선택했다.

디지털인쇄기 · 각종 후가공기기 보유

비전인스페이스가 보유하고 있는 후지제록스 다큐컬러 6060은 60~300g의 용지를 지원하며 아트지, 스노우아트지, 수입지, OHP, 코팅용지, 인화지 등의 용지를 선택할 수 있고 고해상도의 이미지와 문서를 출력할 수 있다. 또한 EQ-1 립서버는 Celebrant 서버와 호환되며 CTP로 바로 출력할 수 있는 유일한 립이다. RGB를 CMYK로 변환하는 장치로

서 인쇄업계 국제 표준을 적용하며 컬러 보정 기능이 뛰어나다. 또한 방화벽, 안티 바이러스, 정보 자산 보안정비를 담당하는 Beat-Box를 설치함으로써 고객들의 정보를 안전하게 보호하고 있다. 이외에도 최대 국4절까지 재단이 가능한 CHANEL 480/610 반자동 재단기, 전과정이 원터치 버튼 작업으로 이뤄지는 고속 회전 칼날로 깔끔하고 튼튼한 접착이 가능한 GS-4205D 무선철제본기, 2단계의 와이어 제본으로 두꺼운 32mm까지 가능한 GS-420D 제본기, SUPELAMPRO-380D 라미네이팅기 등을 갖추고 있다.

조갑준 차장 kjcho@print.or.kr



차한준 | 최기봉 대표

“과감한 행동력으로 최대 이익 실현”

다. 이에 기존 방식과는 다른 찾아가는 고객 서비스를 실현한 인쇄업체의 필요성을 절감했고 이에 부합하는 디지털 인쇄업체를 설립하게 됐다.

도 데이터베이스 관리를 통해 타깃마케팅으로 활용할 수 있을 것이다. 이러한 데이터 관리를 통한 고객접점 마케팅을 이루겠다는 것이 핵심이다.

◎ 비전인스페이스 설립배경은?

◎ 선진국의 경우, 소량 다품종 디지털 인쇄로의 전환이 빠르게 이뤄지는 가운데 소비패턴이 다양해지고 시장의 변화도 숨가쁘다. 우리나라도 이러한 추세에 맞추어 디지털 인쇄 수요가 갈수록 높아가고 있다. 하지만 이러한 신규 수요에 적합한 새로운 영업 형태나 서비스가 소비자에게 적시에 제공되지 못하고 있다. 디지털 출력소들은 거의 독과점 형태로 기업에게 복사, 출력, 제본, 택배 등의 서비스를 제공하지만 가격이 매우 비싸고 10년전과 다를 바 없는 영업형태로 시대적 변화를 따라가지 못한다. 기타 군소 출력소들이 개별적으로 영업활동을 하고 있지만 시장을 리드하지 못하고 따라가는 데 급급하

◎ 인쇄 관련 경력이 많은가?

◎ 인쇄 관련 경험이 그리 많은 편은 아니다. 영등포 지역의 M인쇄업체에서 경영컨설팅으로 3년간 같이 일을 했다. 컨설팅을 하며 기존 오프셋 인쇄업계의 단점을 극복하려고 시도했지만 여러 가지 문제로 잘 이룰 수 없었다. 그러던 중 새로운 가능성을 발견, 인쇄 산업 전선에 직접 뛰어들게 됐다. 그전에는 주방기구를 생산하는 제조회사를 직접운영한 적이 있으며 한국벤처자문에서 전문적인 회계공부를 해 기업경영컨설팅 분야의 경력을 쌓았다.

◎ 앞으로의 계획은?

◎ 현재 인원이 많이 부족한 편이다. 빠른 시일에 인원을 충원할 계획이다. 우선 인터넷을 통한 고객과의 접점마케팅으로 디지털 인쇄물 수요를 확보하고 시장을 개척할 것이며 장기적으로는 기업에 필요한 모든 정보와 서비스를 총괄적으로 지원하고 콘텐츠를 제공할 수 있는 전문업체로 성장하도록 노력할 것이다. 인쇄시장에 오래 몸담지 않았기 때문에 고정거래처가 부족하다는 약점이 있지만 반면에 기존 인쇄시장의 고정관념에는 자유로울 수 있다는 강점이 있다. 사고의 전환은 커다란 이익을 줄 수 있지만 많은 위험요소도 내포하고 있다. 과감한 행동력과 마케팅을 통해 최대 이익과 최소 위험을 실현하여 토종 디지털 인쇄 전문업체로 도약하기 위해 최선을 다하겠다.

◎ 마케팅 전략은?

◎ 각 고객의 데이터베이스를 만들어주는 작업에서 시작될 것이다. 모든 부분에 적용될 수는 없지만 가변데이터를 활용하는 업체에게는 절실히 필요한 사항이다. 다른 업체들