



모바일게임 업계 최초 미국법인 설립

이규창

게임빌 미국법인 대표

“미국시장서 큰 일 한번 내야죠!”

게임빌이 미국시장에 출사표를 던졌다. 국내 모바일게임 업체로는 처음으로 미국법을 설립하고 시장 개척에 본격적으로 나선 것. 현재 미국에서는 대기업들의 모바일게임 시장 진출이 이어지고 있지만 유럽과는 달리 거대한 단일시장을 형성하고 있어서 승산이 있다는 것이 회사 측의 판단이다.

따라서 일과성 미국행이 아니다. 지난 3월 미국 LA에 100% 자회사 형태인 현지 법인을 설립한 가운데 미국법인 대표로 게임빌 창립 멤버이자 해외 마케팅을 총괄하고 있는 이규창 글로벌 마케팅 실장을 선임하는 등 큰 틀의 정지작업도 마무리했다.

이규창 게임빌 미국법인 대표는 미국 모바일게임 시장을 “여러 가지 변화가 있는 격동기 시장”이라고 표현했다. 미국 모바일게임 시장이 최근 몇 년간 성장기에 돌입하면서 이동통신사와 퍼블리셔들의 통폐합이 이뤄지며 새로운 구도가 형성되고 있다는 것. 현재 미국 이동통신시장에서는 Cingular와 AT&T의 통합, Sprint와 Nextel의 통합이 이뤄지며 Verizon · Cingular · Sprint의 3강 구도가 자리를 잡아가고 있고, 퍼블리셔로는 EA가 시장의 30% 이상을 점유하고 있는 Jamdat를 인수하며 지각변동이 예약되어 있는 상황. 여기에도 Helio · ESPN · Disney · Amp'd Mobile 등 가상이동통신망사업자(MVNO)들도 사용자들을 끌어 모으기 위한 전략 마련에 한창이다.

이규창 대표는 “EA · THQ와 같은 전통적인 콘솔게임 업체들뿐만 아니라 Disney · NBC Universal 등 대형 미디어업체들도 모바일게임 시장에 진입하고 있다”며 “이는 한국에서 벤처기업들을 중심으로 창의력과 독창성을 바탕으로 게임들을 출시하고 있는 것과 비교된다”고 설명했다.

따라서 게임빌은 ‘공룡’ 기업들이 즐비한 미국시장에서 자사만의 창의적인 게임을 통해 입지를 다져나갈 계획이다. 유럽형 이동통신 전시회인 3GSM World Congress에서 주관하는 GSMA Awards를 수상한 〈물가에 돌 튀기기〉 게임을 비롯해 여섯 개에 이르는 모바일게임 분야의 수상 경력을 밀천으로 삼겠다는 전략. 그렇다고 첫술에 배부를 수는 없는 법. 아직까지 미국 퍼블리셔들을 대상으로 게임을 공급하는데 그치고 있지만 세일즈 조직을 확대하고 관련 프로덕션 부서들도 조직해 나가면서 궁극적으로 직접 퍼블리싱 사업을 추진하겠다는 것이 이 대표가 그린 밑그림이다.

그는 “우리나라의 문화 콘텐츠는 이미 전세계를 대상으로 영향력을 확대해 나가고 있다”며 “게임빌이 미주 사업을 본격화하면서 한국의 우수한 콘텐츠를 전세계에 두루 알릴 수 있도록 큰 일 한번 낼 것”이라고 포부를 밝혔다.

글 양기석 기자

평판 정보 검색 서비스 선보인

한상기 오피니티에이피 사장

“리뷰 검색을 아시나요?”

어떤 상품을 사기에 앞서 인터넷에서의 정보 수집은 필수 코스가 된 지 오래다. 가격 비교 사이트에서 최저 가격으로 판매하는 쇼핑몰을 알아보고, 사용자들의 리뷰 검색을 통해 상품에 대한 나름대로의 판단을 내린 후 제품을 구입하는 것이 이제는 일상적인 일이다. 그러나 여기에도 문제는 발생한다. 바로 자신에게 필요한 정보를 골라내는 것이 너무 어렵다는 것. 너무 많은 정보가 오히려 판단을 흐리게 하고, 결정하는데 방해가 되는 것이다.

누구나 한번쯤은 겪어 봤을 이러한 고민을 덜어 줄 사이트가 최근 오픈했다. 리뷰 검색 서비스를 지향하고 있는 ‘레뷰(www.revu.co.kr)’ 가 바로 그것이다. “우리 사업의 본질은 온라인상에서 사용자들의 평판 정보를 기반으로 인터넷 사용자들이 신뢰할 수 있는 정보 교류·거래·활동을 지원하는데 있습니다.” 레뷰를 오픈한 오피니티에이피의 한상기 사장은 레뷰의 기획 배경을 이 같이 설명했다.

한 사장은 “수차례의 고객 인터뷰와 설문조사를 통해 사용자들이 평판 정보에 가장 민감한 것이 상품 평이나 사용기, 문화비평 등에서 많이 활용되는 리뷰 콘텐츠임을 알게 되었다”며 “여러 사이트에 흩어져 있는 고품격 리뷰를 전문적인 검색을 통해서 제공하게 되면 소비자들인 상품 구매 과정에서 아주 유용하게 사용할 수 있고, 우리도 평판 정보를 다각적으로 수집할 수 있을 것으로 생각해 사이트를 열게 됐다”고 밝혔다.

레뷰는 웹 2.0을 기반으로 만들어진 리뷰 전문 검색 사이트로 검색결과를 리뷰 작성자의 온라인 활동분석과 사용자들의 평가를 기반으로 도출된 평판 지수(RepScore)에 따라 보여줌으로써 양질의 리뷰가 가능하다. 레뷰는 현재 디지털기기·컴퓨터·일반가전·영화·웰빙/뷰티·여행·스포츠용품·자동차의 8개 카테고리에 대한 검색이 가능하며, 올해 상반기내에 음악·공연·서적·오프라인 생활정보에 대한 리뷰까지 검색에 추가하여 일상생활에 필요한 모든 리뷰를 사용자들이 찾을 수 있도록 할 계획이다.

한 사장은 “레뷰는 슬로건이 ‘참여하는 리뷰검색’ 인 것처럼 사용자들이 평가에 직·간접적으로 참여하여 중요한 평판 정보를 구축하는 집단 지능의 중요한 예”라고 설명하며 “API를 개방하여 누구든지 우리의 검색 결과와 렉스코어 등 모든 지적 자산을 공유할 수 있는 환경을 제공하여 웹 2.0 시대에 걸맞는 서비스로 키워나갈 방침”이라고 강조했다.

올해는 우선 포털, 쇼핑 사이트 등과 적극적인 제휴를 추진하여 레뷰 서비스가 사용자들에게 충분히 인식될 수 있도록 할 계획이다.

한 사장은 “다양한 사용자의 접근 통로를 만들어서 보다 많은 사용자들이 들어오게 할 계획”이라며 “이를 위해 이미 4~5개의 주요 사이트와 협력을 논의하고 있다”고 밝혔다.

글 박현수 기자



신임 사령탑

손부한 머큐리인터랙티브 코리아 지사장

“전방위 시장 공략에 나서겠다”

“이젠 M&A를 할 때에도 해당기업의 IT부문에 대한 평가가 빠지지 않는 등 기업 내에서 IT는 핵심 자산이 되고 있습니다. 그러나 여전히 기업들의 큰 고민 중 하나는 비즈니스와 IT의 갭을 어떻게 줄일 수 있을 것인가에 모아지고 있지요. 머큐리의 비즈니스 기술 최적화(BTO) 전략이 그 해답을 제시해 줄 수 있습니다.”

머큐리인터랙티브코리아의 손부한 지사장은 최근 취임 간담회에서 “올해 안으로 ‘머큐리 BTO 엔터프라이즈’에 대한 안정적인 영업 체계를 구축해 내년에는 올해 대비 25~35% 성장률을 올릴 수 있도록 하겠다”고 포부를 밝혔다.

특히 손부한 지사장은 기존에 머큐리가 강세를 보여 왔던 금융 및 통신, 인터넷, 제조 등은 물론 공공기관 및 유통 분야에서도 공격적인 영업에 나선다는 방침이다. 이를 위해 우선 파트너십 강화에 주력할 계획이다. 삼성 SDS, LG CNS 등 SI업체, 엑센추어 등 컨설팅 업체들과 긴밀한 협력 관계를 구축해 (BTO 엔터프라이즈) 솔루션을 공급한다는 것. 제품군을 갖춘 만큼 컨설팅 분야에 더욱 집중하겠다는 복안이다.

아울러 영업력 확대를 위해 인력을 충원하는 것은 물론 협력사에 대한 교육 및 지원도 강화할 예정이다.

손 지사장은 “이미 여러 시장조사기관에서도 입증되었듯이 머큐리는 통합 솔루션인 BTO 엔터프라이즈를 통해 시장에서 리더십을 확고히 하고 있다”며 “한층 강화된 제품 라인업을 통해 금융 및 통신, 공공 등 전방위 비즈니스에 나설 것”이라고 말했다.

이를 위해 상반기에는 기존 고객사를 중심으로 BTO 엔터프라이즈의 핵심 구성요소인 <퀄리티 센터 9.0(Quality Center 9.0)> 공급에 주력하고, 하반기에는 시장이 확대될 것으로 예상되는 IT 거버넌스 솔루션에도 역량을 집중키로 했다.

그는 “IT 거버넌스 시장을 전략적으로 강화하기 위해 기존 제품군의 한글 지원 문제를 해결해 고객들의 만족도를 높이는데 주력하겠다”고 말했다.

한편 손 지사장은 최근 아이티플러스의 <체인지마이너> 등을 OEM 방식으로 해외에 공급하는 문제에 대해서 긍정적인 검토하고 있으며 조만간 가시적인 성과가 있을 것이라고 말했다.

글 양기석 기자