



새로운 인쇄 기회를 가져다주는 QR Quick Response 코드

모바일 마케팅은 인터넷을 사용하는 고객들에게 다가가는 최근의 트렌드이며, 또한 실질적으로 인쇄 작업을 창출하는 시발점 중 하나다. 인쇄물에 '즉석응답 코드' 혹은 QR코드를 추가함으로써, 스마트폰 사용자들은 코드를 스캔하여 즉석에서 인터넷 링크로 연결할 수 있다. 이러한 신기술은 신속하게 이목을 집중시키고 있으며 모든 마케팅 프로그램에서 조만간 표준 실무가 될 것이다.

모바일 마케팅 및 QR코드는 수년 동안 아시아와 유럽에서 있어 왔다. 웹 브라우저와 카메라를 갖춘 모든 휴대폰은 새로운 정보로 연결하는 매체가 될 수 있다. 스마트폰 사용자들은 QR코드를 스캔 및 리드할 수 있는 특별한 어플리케이션이 필요하다. 대부분의 스마트폰 제조사들은 현재 QR코드 리더를 기본설치 어플리케이션으로 포함시키고 있다.

모바일 마케팅은 기업체들이 휴대용 기기들을 통해 쌍방향으로 자기의 고객들과 연락 및 교류할 수 있도록 한다. 스마트폰은 의사소통 세계에서

의 정보출처인 텔레비전과 컴퓨터 스크린에 이어, 급속히 '세 번째 스크린'의 자리를 차지하기 시작했다.

연구에 따르면, 현재 미국에는 4천5백만 명 이상의 스마트폰 사용자가 있다. 이는 휴대폰 사용인구의 약 20%에 해당한다. 2011년 말까지, 이 수치는 계속 증가되어, 스마트폰 사용자 수가 휴대폰 사용인구의 50%에 달할 것으로 예상된다. 그 사용자 중 상당수의 경우, 휴대폰 스크린은 인터넷 연결을 위한 주된 통로가 될 것이다.

마케팅 전문가들은 인쇄물과 인터넷 상

QR코드

의 정보를 통합하고 있다. 예를 들어, 당신은 브로슈어에 QR코드를 추가할 수 있다. QR코드가 스캔되면, 사용자는 인터넷상에 올라와 있는 추가정보로 이끌어 질 수 있다. 인터넷 정보는 문자, 비디오 혹은 오디오일 수 있다. 예컨대, 제품 브로슈어는 해당 제품이 작동되는 방법이 들어 있는 '유튜브' 비디오를 포함하고 있는 웹사이트로 독자들을 이끌 수 있다. 일부 QR코드는 당신이 실제로 제품을 주문하거나, 기부를 하거나, 혹은 특정 정보의 다운로드를 요청할 수 있는 사이트로 당신을 이끌 수 있다.

쌍방향 인쇄 기회

웹사이트를 가진 사람은 누구든 QR코드 및 모바일 마케팅 후보가 된다. 웹사이트를 보유한 대부분의 기업체들은 자기 사이트에 더욱 많은 방문자가 오도록 노력하고 있으며, 또한 매우 다양한 방식으로 판촉을 한다. 인쇄물에 QR코드를 추가하는 것은 그 독자들을 웹사이트로 안내하는 저렴한 수단이다. 더욱 중요한 것은, 독자로 하여금 해당 인쇄물이 더욱 영향력을 갖도록 돕는다는 것이다.

인쇄업자들은, 그들의 고객들이 낡은 마케팅 자료를 버리고 QR 코드가 들어 있는 새로운 자료를 재인쇄하도록 제안해야 한다. 또한 특정 페이지로 독자들을 끌어들이기 위한 유인책이 인쇄됐다는 것을 고객이 확인할 수 있도록, 고객이 자기 웹사이트를 점검하도록 권고하라.

인쇄업자들은 고객들을 자기 웹사이트로 유도하기 위해 자체 인쇄물 정보에 이미 QR코드를 사용하고 있어야 한다. 기본적인 QR코드는 온라인 QR코드 생성기를 사용해 쉽게 만들 수 있다. 만약 당신이 QR코드에 대한 모든 세련된 마케팅 지원을 제공하길 원한다면, QR코드 지원을 제공하며 또한 개인 URL(PURL)에 대한 기술을 접목시켜주는 다수의 인쇄 제공업자를 활용하면 된다. Mindfire, EasyPurl, Printable 및 interlinkOne 솔루션은 인쇄업자들에게 QR코드 생성 및 추적을 위한 지원을 제공한다.

당신은 이미 QR코드를 보아 왔을 것이다. 다수의 잡지들은, 독자가 신속하게 추가 정보를 얻을 수 있도록 자기 광고에 QR코드를 포함시키고 있다. 'USA 투데이'는 NFL 광고 및 그 로고상품 웹사이트에서 QR코드를 사용했다. '로스트' 마지막 에피소드 동안, HBO는 TV 상의 첫 번째 QR코드로 '루 블러드' 뉴 시즌을 홍보했다. HBO는 DVR을 사용하는 시청자들이 그 화면을 정지시켜놓고 화면으로부터 QR코드를 스캔하길 원했다. 그 코드는 시청자들을 '트루 블러드' 방영예정 시즌의 예고편으로 안내했다. 많은 박물관들은 전시품에 관한 더 많은 정보를 위해 방문객들을 해당 웹사이트로 이끄는 QR코드를 사용하고 있다. 항공사들은 보딩 패스로서 QR코드를 사용하고 있다. '타깃' 백화점은 세일 쿠폰 판촉을 위해 QR코드를 사용하고 있다.

인쇄라는 것을 물리적인 세계로부터 인터넷 상에 저장된 어느 정보로 연결시킬 수 있는 가능성에는 끝이 없다. URL에 추가하여, QR 코드 역시 문자 메

시지를 포함할 수 있으며, 또한 연락처 관리 소프트웨어로 연락처가 자동적으로 업로드 될 수도 있다. 명함을 받은 사람이 자기의 PDA(개인 디지털 정보기기)를 통해 그 사람의 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 명함 상에 QR코드가 인쇄되길 원하는 고객을 예상할 수 있다.

인터넷은 과거 몇 년 동안 일부 형태의 인쇄물 수요를 잠식해왔지만, 모바일 마케팅 및 QR코드는 더욱 많은 인쇄 작업 수요를 창출할 것이다. 인쇄는 아직까지 메시지를 확산하기 위한 가장 경제적인 수단이며, 모바일 마케팅을 이끄는 견인차가 될 것이다. 만약 당신이 미래를 대비하고자 한다면, 당신은 고객들이 웹상에서 무엇을 하고 있는지 또한 그들의 활동지원을 위해 필요하게 될 인쇄 자료를 어떻게 통합할 것인지를 알아야 한다.



PIA 발간 문제해결 서적

'미국 인쇄업 협회'는 인쇄업자들의 인쇄 생산문제 해결을 돕기 위해 '인쇄업 생산관리, 세컨드 에디션'을 발간했다. '게리 필드'가 집필한 이 책은 생산관리 문제 해결에 대한 체계적인 처리방법을 제공한다. 내용에는 플랜트 생산량 계획, 장비 투자 분석, 디지털 프레스 일정수립 전략, 레이아웃 계획 기술, 그리고 생산 일정수립 역학이 포함된다.

새로운 질의·응답을 도입한 업무흐름

‘엔포커스’는 ‘스위치 09’를 위한 새로운 몇 개의 컨피규레이터(Configurators, 이용자들에게 필요한 항목을 선택하도록 하는 일련의 질문과 응답)를 발표했다. ‘스위치’는 업무를 표준화하고 오류를 줄여 줌으로써, 사용자가 반복 작업을 자동화할 수 있도록 한다. 컨피규레이터는 사용자가 기존에 사용하고 있던 응용 프로그램들을 통합하고 또한 제3자 소프트웨어 응용 프로그램 작업을 수동으로 가동할 필요 없이 해당 작업을 자동화할 수 있도록 해줌으로써, 해당 공정을 더욱 간단하게 만들어 준다.

새로운 컨피규레이터 중 하나는 ‘마이크로소프트 워드’ 파일을 위한 것이다. 이것을 사용하면, 모든 ‘워드’ 문서들이 ‘스위치’ 안에서 직접 자동으로 열리고 또한 ‘윈도우’의 PDF, XPS 혹은 PDF/A 포맷이나(애드-온 기능을 사용하여) 일부 다른 대중적인 포맷으로 저장되도록 해 준다. 파일을 doc, docx, txt 및 rtf를 포함한 가장 일반적인 문서 포맷으로부터 인쇄-가능 PDF 파일로 자동적으로 전환하는 기능을 제공한다.

새로운 ‘스위치 09’ 컨피규레이터는 ‘풀 스위치’ 및 ‘파워 스위치 09’에서 지원된다. 만약 ‘스위치 09’ 사용자가 아니라면, 모든 기능이 가능한 한정기간 평가판이 ‘엔포커스’ 웹사이트에서 무료로 다운로드 가능하다.

인쇄 입문자를 위한 온라인 비디오 교육

‘어도비’는 자기의 인쇄관리 프로그램을 제거했는지는 몰라도, 본사 웹사이트는 사용자들이 해당 소프트웨어를 완전히 익힐 수 있도록 해주는 교육용 비디오로 꽉 차있다.

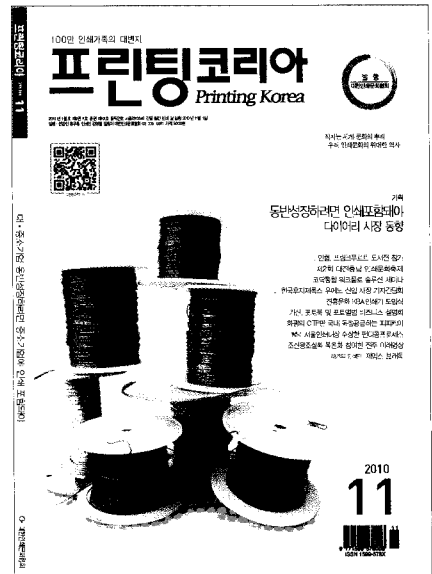
인쇄업에 입문하는 모든 사람들은 <http://www.adobe.com/designcenter/cs4/articles/videoindex.html>을 즐겨찾기에 담아 놓아야 한다. 그 비디오들은 ‘어도비’가 판매한 프로그램의 거의 모든 것들에 대한 핵심적인 기능들을 시연하고 있다. 그 내용에는, ‘액로벳’을 사용하여 어떻게 PDF 파일을 프리플라이트 하는지, ‘어도브 브릿지’를 어떻게 사용하는지, ‘일리스트레이터’에 있는 다양한 도구들을 어떻게 사용하는지, ‘인디자인’을 시작하는 방법, 그리고 그 외에 많은 것들이 포함된다.

인쇄업자들의 ROI 측정을 돕는 제록스

개인화된 마케팅 캠페인은 강력할 수 있지만, 그것들을 선택할지 여부는 당신이 예상 투자수익률(ROI)을 얼마나 잘 추정할 수 있는가에 달려 있다. ‘제록스’의 새로운 소프트웨어는, 아무것도 인쇄되지 않은 상태에서, 트랜스프로모, DM 캠페인의 효율성을 측정하는데 도움을 줄 수 있다.

‘제록스’의 ‘프로핏액셀러레이터’ 포트폴리오에 최근 추가된 프로그램 중 하나인 ‘프로핏릭 다이렉트 마케팅 ROI 플래너’는 DM 캠페인의 효율성을 예측하며, 또한 ROI 평가치를 제공한다. 메일의 갯수, 1통당 비용 그리고 판매

QR코드



QR코드를 적용시킨 프린팅코리아와 코코펀 잡지

되는 품목이나 서비스 1단위당 수익과 같은 정보가 온라인 계산기로 입력된다. 그 후, 인쇄 제공업자 및 마케팅 업자는, 새로운 사업을 추진하거나 또는 기존 고객의 정적인 캠페인을 더욱 집중되고 개인화된 접근법으로 전환할 수 있도록 하는 재무적인 데이터를 받게 된다. 현재, 두 가지의 새로운 도구 - ‘프로핏릭 이지비즈니스 플래너’ 및 ‘와이드 포맷 에센셜 키트’ - 역시 가용하다. ☺

출처 www.quickprinting.com (미국)
번역 박성권 기자 vovsys@print.or.kr