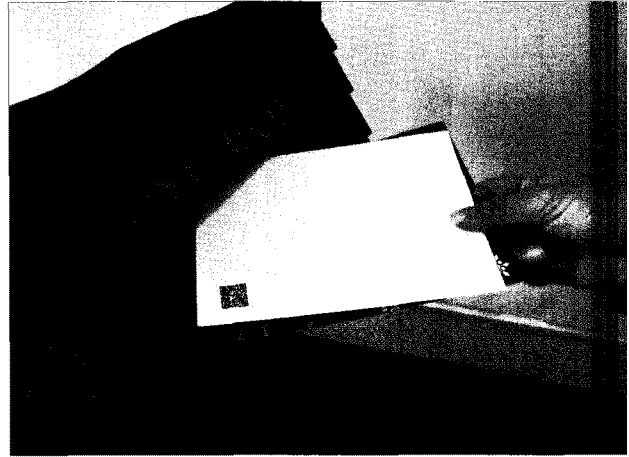


급성장하는 QR코드 인쇄업계 새 수익원 될까



잠자는 시간을 제외한 24시간의 대부분을 함께 하는 스마트폰의 급부상으로 소셜네트워크 발달이 다양한 정보들을 빠른 속도로 퍼트리고 있으며 특히 QR 코드를 통한 모바일 웹의 사용도는 놀라울 정도로 높아지고 있다. 때문에 시대흐름에 따라 국가 정책이나 기업의 브랜드 홍보 수단으로도 스마트폰의 QR 코드를 활용한 모바일 웹은 이미 널리 사용되고 있다. QR코드 서비스는 고객에게 전달하고 싶은 정보에 바로 접속이 가능해 기업의 브랜드 홍보에는 훌륭한 마케팅 수단이며 소비자에게는 정보 습득의 새로운 경로가 된다. 단순히 일방적이었던 전달이 아닌 동영상보기, 이벤트 참여, 상품검색 등의 전달을 통한 직접적인 참여를 유발하는 아이디어적 마케팅 상품이 등장한 것이다. 2011년 2월 현재 스마트폰 이용자가 700만 명 선으로 추정되고 있으며 올 연말에는 1,000만 돌파는 물론 최대 2,000만 까지 늘어날 것으로 예상되고 있다. 이에 따라 QR 코드의 활용은 인쇄업계에 또 다른 돌파구가 될 수 있을 것으로 기대를 모으고 있다.



QR코드? QR코드가 도대체 무엇 이길래?

QR코드는 Quick Response Code라는 의미로 지난 1994년 일본의 Denso Wave사가 발표한 이차원의 인식코드로, 숫자로 치면 7,089개를 저장할 수 있는 장점이 있어 기존에 많이 사용하던 1차원 바코드에 비해 더 많은 데이터를 저장 가능한 2차원의 바코드다.

QR 코드는 손상에도 강한 장점과 이차원형태라 크기도 적게 나타낼 수 있어 1차원의 긴 바코드에 비해 안정적이고 한 단계 발전된 형태이기 때문에 그 특성을 이용하여 디자인을 하는 등의 추가적인 활용을 할 수 있다.

최근에는 QR 코드를 읽을 수 있는 스마트폰 판매의 증가와 함께 QR 코드를 활용한 마케팅에도 관심을 가지고 있는 기업들이 늘고 있다. 이러한 QR 코드 마케팅은 잡지나 광고물 등의 인쇄매체를 활용하여 QR코드를 노출시키고 QR 코드에 모바일 웹 업체의 정보나 이벤트 정보 등을 올리는 방법으로 마케팅을 벌이는 것을 말한다. 더불어 스마트폰이 빠르게 보급되면서 이러한 QR 코드를 활용한 마케팅이 활성화되었고 그와 함께 모바일 웹페이지 또한 많은 관심을 받고 있다. 예를 들어 QR 코드에 홈페이지의 주소를 정보로 넣을 때 스마트폰일 경우 모바일최적화가 된 모바일 웹으로 들어가게 되는 연동시스템이 구현 되어야 마케팅의 효과가 높아진다고 볼 수 있기 때문이다. 모바일 웹 시대에 모바일 홈페이지와 QR 코드는 필수 불가결의 요소라고 할 수 있다. 스마트폰이 늘어나면 늘어날수록 QR 코드를 활용한 마케팅이 활발해 질 것이고 그와 가장 연관도가 높은 모바일 웹에서의 모바일 홈페이지의 역할은 더욱 커질 것으로 전망되고 있으며 현재도 많은 기업과 소규모사업장 까지 모바일 웹의 필요성과 QR 코드 마케팅의 중요성을 추가적으로 더 인식해 가고 있다.

QR코드 마케팅이 주목을 받는 이유

QR코드 마케팅은 잡지나 광고물 등의 인쇄매체를 활용하여 QR 코드를 노출시키고 QR 코드에 업체의 정보나 이벤트 정보 등을 올리는 방법으로 마케팅을 벌이는 것을 말한다. 스마트폰만 있으면 언제 어디서든 확인이 가능하기 때문에 크고 작은 기업은 물론이고 우리 주위에 흔히 보는 레스토랑, TV, 건물, 잡지 등 어디에서든 QR 코드를 만날 수 있다.

만드는 방법이 그리 어려운 것도 아니다. 최근에는 인터넷에서도 손쉽게 QR 코드를 생성해 주는 사이트가 속속 생겨나고 있는데 그 중 대표적인 곳이 M2어플(<http://m2appl.co.kr>) 등이다. 사이트에 가입 할 필요도 없이 사이트에 접속하여 QR 코드로 생성하고 싶은 자신의 Email, 연락처, 간단한 텍스트, 자신의 홈페이지나 UCC 등 정보

를 입력하고 'QR 코드 생성' 버튼만 누르면 자신만의 QR 코드가 완성된다. 이렇게 생성한 QR 코드의 이미지를 복사해 명함에 넣는 것도 가능하고, 자신이 판매하는 제품을 비롯해 어디라도 부착해 넣을 수 있다. 좀 더 자세하고 전문적인 디자인을 가미하려면 마케팅 업체에 의뢰하여 제작할 수도 있다.

QR 코드 무엇을, 어떻게 보여줄 것인가

실제 종합광고대행사 애드인플랜의 하루 문의건과 광고 진행 건을 살펴봐도 QR 코드 제작을 통한 모바일 서비스 구축이 주를 이루고 있다. 애드인플랜은 "QR 코드로 무엇을, 어떻게 보여줄 것인가를 기획해야 함을 알고 진행해야 한다"는 것을 강조한다. 하지만 문의건의 대부분이 QR 코드 제작만으로 큰 파급 효과를 불러온다는 잘못된 상식을 갖고 있는 사람들이 많다. 일반적으로 모바일 웹의 구축이나 뚜렷한 기획력 없이 기존 PC용 홈페이지를 활용하여 전달이 가능하다고 생각한다. PC용 웹 홈페이지는 스마트 폰이 아무리 좋아졌다 하더라도 공간의 제약과 긴 로딩시간의 불편함이 있고, 설령 모바일 웹을 제작하였더라도 그 안에 어느 정보를 전달할지 기획력이 함께 공존해야 함을 정확히 알아야 한다.

다수의 QR 코드와 모바일 웹을 활용한 마케팅을 기획, 운영하고 있는 종합광고 대행사 애드인플랜 문정모 대표는 "기업의 스마트 폰을 통한 마케팅 효과가 높은 것으로 판단되어 앞으로 스마트 폰을 활용한 마케팅이 훨씬 더 많아질 것이며, 이에 발맞춰 더욱 다양한 콘텐츠와 이벤트를 지속적으로 업데이트해서 이용자들의 만족도를 높이고 업체의 구매 활동에 도움이 되는 서비스를 계속 발전하는 것이 온라인마케팅이 앞으로 나아갈 방향"이라고 전했다.

QR 코드 마케팅 & 디자인 QR 코드

QR 코드는 일차원인 바코드에 비해 면적이 적고 훨씬 더 많은 정보를 담고 있기 때문에 많은 곳에서 응용할 수 있다. 특히 모바일 웹사이트로의 연결은 매우 편하고 간단하여 모바일 폰만 있으면 1초안에 찾아가게 된다. 디자인 QR 코드는 많은 정보량을 실을 수 있는 QR 코드의 특성 중 복원 기능을 활용하여 디자인을 입히는 것이다. 즉 QR 코드의 경우 30% 미만의 훼손으로는 기본적인 정보가 지워지지 않는다. 그 특성을 활용하여 디자인을 입힌 QR 코드가 디자인 QR 코드이다.

'QR 코드 시대' 디자인으로 앞선다

최근 'QR 코드 붐'이란 말이 나올 정도로 QR 코드에 대한 활용도가 높아지고 있다. 최근 일반 기업들 대부분이 자신만의 QR 코드를 제시해 온·오프라인을 연결한 마케팅을 적극 시도하고 있고, 이러한 추세는 여행업계에도 미치고 있다. 이미 타 기업들은 QR 코드를 디자인적으로 활용, 소비자들에게 인식시키고 있지만 아직 여행업계는 기초적인 수준에 머물 뿐 디자인이 가미된 것으로의 발전은 이루지 못하고 있다. 물론 홍보가 아닌 정보성으로 활용된 QR 코드엔 특별한 디자인이 필요한 것은 아니지만 신문 또는 잡지를 통해 노출되는 QR에는 디자인은 필수라는 의견이다. 하지만 일단 시도하는 것만으로도 여행업계에서는 주목을 받을 것으로 내다보고 있다.

최근 디자인으로 주목받고 있는 업체로는 방송 드라마를 QR 코드로 발전해 명함 뿐 아니라 각종 홍보에 썼던 성균관스캔들, 그리고 제일모직 역시 자신의 브랜드 홍보를 위해 QR 코드를 디자인화 해 선보였다. 이러한 QR 코드 활용 업체는 단순히 네모 모양을 넘어서 새로운 디자인 홍보물을 창조했다는 평가다. 실제로 위 두 업체만 하더라도 QR 코드의 효과를 톡톡히 보고 있다. QR 코드를 이용해 사람들은



‘성균관스캔들’의 예고편 뿐 아니라 현장사진, 드라마 후기 등 다양한 정보를 접할 수 있었고, 매니아 층을 만드는 효과까지 가져왔다. 제일모직 역시 디자인을 활용해 신상품 또는 브랜드를 독특하게 알리면서 주목을 받고 있다. QR 코드 자체는 복잡해 보이지만 최근 QR 코드를 쉽게 만들 수 있도록 각종 호스트 업체가 있어, 만드는 것도 쉬우며, 이를 디자인화 하는 데만 약간의 투자가 필요한 정도다.

정보성으로 QR 코드 활용도를 높이는 업체로 최근 아시아나항공이 주목을 받고 있다. 지난해 11월 아시아나 기내지에 탑승권을 통한 할인 프로그램인 ‘매직보딩패스’의 소개 QR 코드를 삽입하여 회원들에게 매직보딩패스 관련 안내를 한글/영문/일문으로 제공하고 있다.

또한 아시아나의 중국인 관광객 전용기인 제주쾌선(濟州快線) 리플렛 및 중국 관련 자료에도 QR 코드를 삽입하여 아시아나 중국노선 운항스케줄을 중문으로 제공함으로써 중국인 고객들의 편의를 돕고 있다. 두 서비스 모두 QR 코드인식 어플리케이션을 실행 후 코드를 스캔하면 자동으로 해당 모바일페이지로 이동함으로써 손쉽게 각종 정보를 확인할 수 있다. 이외에도 마일리지적립 인터넷 쇼핑 중개물인 ‘샵앤마일즈’ 관련 정보안내 등 다양한 서비스를 제공하고 있다. 전문가들은 비교적 적은 투자지만 최근 트렌드인 QR 코드를 활용한다면 스마트폰 시대에 보다 효과적인 마케팅을 진행할 수 있을 것이라고 전하고 있다.

QR 코드 효과적인 마케팅 전자 명함 e-전단지

2011년에 오프셋 인쇄기 공급사들은 본격적인 판매회복을 위해 노력하겠지만 만족할 성과를 거두는 것자신의 명함에 QR 코드를 인쇄해 놓을 경우 명함을 받은 사람이 스마트폰을 가지고 있다면 명함은 바로 휴지통으로 가게 된다. 명함의 QR 코드를 스캔하고 그 내용을 자동으로 스마트폰으로 옮길 수 있기 때문이다. 명함은 버렸더라도 그 명함의 내용은 실제 명함에 있는 내용보다 훨씬 더 많이 휴대폰 내에 고이 저장되는 것이다.

브로슈어는 특히 배달 업체에서는 얼마나 자주 찍어서 열심히 돌리느냐가 그 매장의 매출을 좌지우지 하게 된다. 그러나 문제점이 매우 많다. 한번 디자인해 놓고 수천부에서 수만 부씩 때번 찍는 것도 쉽지 않고 보관도 마찬가지이다. 인쇄가 잘못되면 그것 고치는 것 정말 돈이고 일일 것이다. 수만 부 찍어 놓으면 제품가격이 바뀌거나 물품이 바뀌면 다 버리거나 또는 가격이나 물품을 바꾸지 못한다.



스마트 폰이 QR 코드 리더기 역할

국내에서는 1990년대 중반 SK텔레콤(네이트 코드), KT(핫코드), 구 LG텔레콤(이지코드) 등 통신업체들이 QR 코드의 활용을 시도했지만 소비자들의 외면을 받았다. QR 코드를 읽으려면 이를 인식할 수 있는 장치가 필수적인데 당시에는 스마트폰과 무선 인터넷이 활성화되지 않았던 탓이다. 하지만 최근 스마트폰 이용자가 700만 명을 넘어서고 무선 인터넷 사용도 개방되면서 QR 코드를 손쉽게 이용할 수 있는 환경이 조성된 것이다.

원산지부터 가격비교까지 단칼에 OK

QR 코드는 선으로 구성돼 한 방향으로만 정보를 가지고 있는 바코드와 달리 사각형의 평면(2차원)으로 정보를 담을 수 있어 정보량이 폭발적으로 늘어났다.

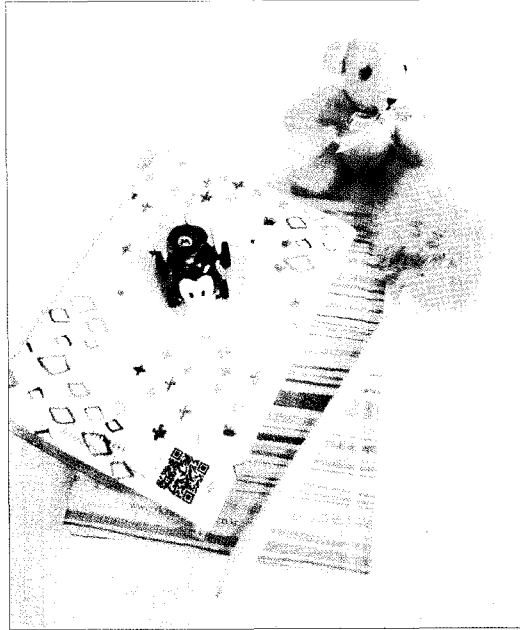
종전 바코드가 많아야 20자리 정도의 정보량 갖고 있었다면, QR 코드는 이 보다 적게는 수십 배에서 많게는 수백 배의 정보량을 취급할 수 있다. 여기서 한 발 더 나아가 용량이 큰 동영상이나 음성은 인터넷 홈페이지에 연결시

키는 방법을 이용한다. 담을 수 있는 정보량이 많다 보니 상품의 원산지부터 최종 가격비교까지 검색이 가능한 것이 특징이다. 최근 유통업체들이 QR 코드 도입에 팔을 걷어붙인 이유다.

업계의 관계자는 “예컨대 한우, 생선 등 신선식품의 경우 식품에 부착된 QR 코드를 읽어 생산, 유통이력을 볼 수 있기 때문에 상품에 대한 정보를 파악하기 쉽다”면서 “생산 농가, 농약사용, 경작방법, 요리방법 등과 같은 구체화된 정보도 QR 코드를 통해 볼 수 있다”고 설명했다.

온·오프라인 연결고리 역할도

이에 따라 QR 코드를 활용해 가격을 비교하고, 온라인 몰이나 오프라인매장에서 최저가로 상품을 구매하는 소비자가 늘고 있다. 신세계 이마트는 오프라인 매장과 온라인 이마트 몰에서 동시에 사용할 수 있는 통합 QR 코드를 신문 광고와 매장 안내문 등을 통해 선보인 결과, 도입 초기 일평균 200여건 수준이던 QR 코드 스캔 건수가 현재 1,000건으로 늘었으며 QR 코드를 이용한 모바일 이마트 몰 매출은 월 3,000만 원 가량으로 점차 증가하고 있다.



온라인에서도 사정은 비슷

11번가는 QR 코드를 도입한 후 모바일 쇼핑 매출이 30%가량 늘었고, 인터파크의 경우도 QR 코드를 통한 모바일 방문자가 37%, 주문건수는 57% 증가 하는 효과를 거뒀다. 업계는 QR 코드가 모바일커머스(휴대폰을 이용한 상거래) 활성화도 앞당겨 줄 것으로 기대하고 있다. 업계 관계자는 “모바일 커머스의 시대는 전통적인 할인점, 백화점, 온라인시장의 영역을 파괴할 준비를 끝냈다”며 “상품만 보고 QR 코드를 찍어 최저가를 검색하고 바로 결제한 후 당일 상품을 수령하는 날이 머지않았다”고 말했다.

QR 코드를 통해 또 다른 세상을 열다

QR 코드는 내년이면 유무선 및 모바일 통합서비스 실시로 고객과의 양방향 소통이 수월하여 대중매체로 성장할 것으로 보인다. 특히, 출판 인쇄에서 유비쿼터스 구현이 가능해졌기에 구독자들에게 새로운 세계와 다양한 정보를 보여줄 수 있게 되었다. 출판물에 임팩트 강한 시청각 콘텐츠(QR코드)를 배치함으로써 시간적 제한을 제거, 매체의 장점을 결합시킨 뉴미디어의 탄생이라고 볼 수 있는 것이다. 우리나라는 스마트 폰 보급이 상대적으로 늦어지는 바람에 일본과 문화적인 밀접성에도 불구하고 QR 코드의 대중적 보급이 늦어졌다. 종래에 많이 쓰이던 바코드의 용량 제한을 극복하고 형식과 내용을 확장한 2차원의 바코드로서 종횡의 정보를 갖고 있기에 숫자 외에 문자의 데이터를 저장할 수 있다. 그래서 인쇄된 광고만 보는 것이 아니라 숨겨진 다양한 정보를 볼 수 있다. 보통 디지털 카메라, 전용 스캐너, 스마트 폰으로 정보를 얻는다.

이미지형성에 효과적인 동영상은 지면에 배치, 고객의 접근성을 높여 홍보효과를 극대화 시킬 것이며, 고객과의 소통이 원활하게 한다. 스마트 QR은 URL만을 단순 링크하는 보통 QR 코드가 아니다. 스마트 QR은 지면과 인터넷을 스토리텔링 방식으로 전개하도록 알고리즘화 하여 스마트 엔진에서 사용하는 QR 코드이다. Smart Working이 가능하도록 설계할 경우 업무처리까지 가능하게 된다고 하니 QR 코드의 가치가 높아진다. 스마트 QR은 유효기간동안 콘텐츠와 연동을 보증해 주는 바인더 기능이 있어 지속적으로 정보를 보관할 수 있게 된다. 또한 콘텐츠 보증서비스를 통해 스마트 QR과 연동하는 동영상과 웹페이지의 변경, 수정뿐만 아니라 웹페이지 주소 변

경에도 인쇄된 스마트 QR은 약속된 콘텐츠와 연동할 수 있다.

스마트 폰과 QR 코드의 대중화로 QR 코드를 활용한 책도 서점에서 볼 수 있다. <우울한 코브 마을의 모두 괜찮은 결말>이라는 책은 작가의 사진과 정보, 책에 나오는 이야기를 영상으로 볼 수 있는 서비스를 제공받는다. 크고 작은 상품, 펀드운용, 기업과 개인의 명함, 심지어는 결혼예물도 QR 코드로 정보를 공급한다. 정보를 보다 쉽고 편리하게 얻기 위한 고객의 욕구가 늘어나고 있는 시점에서 QR 코드는 고객의 정보 수요를 만족시켜 주고 있다. QR 코드의 디자인 또한 다양하고 접근 방법도 쉽고 편리하니 누구나 이용할 수 있어 QR 코드의 활용도는 앞으로도 무궁무진할 것으로 보인다.

인쇄기술의 새로운 출발

스마트 폰과 스마트TV 등에서 사용하는 스마트(Smart)는 똑똑함이 아니라 사람의 마음을 읽어 감동과 만족을 줄 수 있는 능력을 의미한다. 이러한 스마트함이 인쇄 · 출판기술에 적용한다면 어떠한 감동과 만족의 스마트함을 제공할 수 있을까?

QR 코드나 AR태그 또는 먼지만큼 작아진 RFID칩은 이제 종이에 인쇄할 수 있게 되었다. 그래서 책이나 브로슈어 QR 코드나 AR태그 등을 인쇄하여 글과 함께 영상과 콘텐츠를 작동 시킨다. 벌써 대중화 되어 있는 스마트 폰으로 지금은 익숙하기까지 한 QR 코드에 갖다 대기만 해도 자동으로 QR 코드를 읽고 영상뿐만 아니라 쇼핑과 업무처리까지도 가능하다.

QR 코드를 활용한 다양한 인쇄물 마케팅

최근에는 모 건설사가 모바일 웹 사이트를 구축하고 아파트 분양 광고나 모델 하우스의 배너광고, 옥외 광고 등에 QR코드를 활용한 사례가 있다. 그래서 고객들이 스마트폰으로 QR 코드를 찍으면 모바일 홈페이지로 직접 링크되어 그 안에 수록된 분양정보를 실시간으로 확인할 수 있도록 했다. 그리고 지난해 8월 국내 자동차 회사도 신차발표를 앞두고 QR 코드를 활용한 마케팅을 펼쳐 사전 붐 조성에 나선바 있다. 시내 옥외건물과 영화관, 지하철스크린도어, 버스정류장 등에 QR 코드가 삽입된 이색 광고물을 설치해 소비자들의 눈길을 사로잡은 것이다. 더욱이 QR 코드는 유통 부분에서 그 활용도가 높은 것 같은데 기존에 백화점이나 마트의 할인쿠폰을 신문이나 전단지 등에서 가위로 오려내던 수고도 QR 코드가 대체하고 있다. 따라서 소비자들은 전단지와 홈페이지에 있는 QR코드를 통해 할인쿠폰을 내려 받아 활용할 수 있게 된 것이다. 그 뿐만 아니라, 백화점이나 마트의 쇼핑 정보도 QR 코드를 통해 함께 전달할 수 있기 때문에 기업의 입장에서는 광고, 마케팅 비용을 절감할 수 있는 효과와 더불어 소비자로서는 편리하게 쇼핑, 할인 정보를 얻을 기회가 되고 있다.

또한 QR 코드는 스타마케팅에도 활용되고 있다. 보아, 2NE1과 같은 국내 정상급 연예계 스타들의 앨범과 뮤직비디오, 인터뷰 영상 등이 QR 코드를 통해 확산되어 팬들로 부터 큰 호응을 받은바 있다. 또 가수 박효신은 콘서트에서 'QR 코드'를 도입한 이색 마케팅을 선보이기도 했다. 콘서트 포스터와 광고 등 인쇄물, 그리고 웹 사이트에 보이는 QR 코드를 스마트폰으로 검색하면 공연정보와 영상, 이벤트 내용을 확인할 수 있도록 했다. 이러한 사례에서 볼 수 있듯이, 기업 마케팅에 QR 코드는 거의 모든 분야에서 다양한 방법으로 활용되고 있다. 이러한 사실은 스마트오피스 열풍과 함께 QR 코드를 활용한 스마트마케팅의 영역까지 기업들의 스마트폰 활용의 범위가 점점 넓어지고 있다는 사실을 보여주는 것이 아닐까 생각된다. 따라서 인쇄업계도 스마트폰과 QR 코드를 활용한 스마트한 마케팅에 관심을 가져야 할 때가 왔다. ☞