



## 한국후지제록스 SNS를 활용한 디지털인쇄사업 세미나

한국후지제록스(대표 정광은)는 지난 6월 1일 서울 중구 정동에 위치한 한국후지제록스 본사 소름에서 고객들을 대상으로 '소셜네트워크서비스(SNS)를 활용한 디지털 인쇄사업' 세미나를 개최했다.

이번 세미나는 소셜미디어 PR전문업체인 소셜링크 이종대 대표가 '소셜 미디어 커뮤니케이션에 대한 이해'라는 주제로 소셜 미디어의 의미, 출판업계 등 기업의 소셜 미디어 활용 현황, 소셜 미디어를 기반으로 개인 브랜딩을 구축하기 위한 방법을 발표했다. 이어 SNS를 사업에 활용하고 있는 인쇄업체의 실제 사례로 박진만 마음커뮤니케이션 대표가 뉴미디어 환경에서 소비자들과 소통하는 방법, 마케팅 접근법 등을 소개했다.

신상헌 마케팅실장은 “단순히 제품의 특징점을 소개하는 것이 아니라 제품을 통해 어떻게 하면 디지털 인쇄 사업을 성공적으로 전개하고 수익을 창출할 수 있을 자에 대해 새로운 방법을 제시하는 자리를 앞으로 지속적으로 마련할 것”이라고 말했다. 한국후지제록스는 이번 세미나를 시작으로 올 한 해 동안 고

객 맞춤형 1대1 마케팅, 비즈카드 솔루션, W2P(Web to Print, Graphic art), 애플리케이션의 효율적인 운용 등 디지털 인쇄 사업을 보다 활성화시킬 수 있는 다양한 주제로 세미나를 진행할 계획이다. 한편 이날 세미나에서는 한국후지제록스의 엔트리급 디지털인쇄기 신제품인 color 550/560 설명회도 가졌다.



# 소셜 미디어 커뮤니케이션에 대한 이해

이종대 소셜링크 대표



## 소셜 미디어의 개념

소셜 미디어는 사람들이 의견, 인사이트, 경험, 견해를 공유하기 위해 사용하는 온라인테크놀로지와 프랙티스를 의미한다. 현재 위키피디아(온라인 백과사전), 싸이월드·페이스북(소셜 네트워킹 사이트), 미투데이·트위터(마이크로 블로그), 판도라tv·유튜브(비디오 공유 사이트), 세컨드·라이프(버추얼 리얼리티), 다음뷰·디그(뉴스 공유사이트), 플리커(사진공유사이트), 미니클럽(게임공유사이트) 등 많은 소셜 미디어가 있다. 이 중에서 최근 이슈가 되고 있는 것이 '페이스북'이다. 페이스북은 현재 전세계에서 7억명이 사용하고 있는데, 이 수치는 가입자수가 아니라 지난 한달간 로그인을 해서 30분이상 사용한 사람이다.

소셜 미디어의 변화 키워드는 첫째 사용자 생산 콘텐츠이다. 사진<1>은 오바마가 독일을 방문한 도중 연설을 하고 있는 모습이다. 많은 사람들이 운집해있는 모습인데 이 사진을 가까이에서 들여다보면 모두 카메라를 들고 있다. 이는 연설을 보는 사람들이 직접 생산자가 되어 오바마의 연설내용을 자신의 블로그나 페이스북에 올리게 된다. 특히 <사진2>에서 모자를 쓰고 노트북을 들고 있는 사람의 경우 오바마의 연설장면을 실시간으로 인터넷 방송으로 내보내고 있다. 이처럼 많은 사람들이 실시간으로 뉴스를 전송하고 있다.

두 번째는 다양한 대화법이다. 현재 블로그에서는 댓글과 트랙백이, 트위터에서는 RT와 DM이, 페이스북에서는 좋아요와 공유하기 등이 있다. 이중 트위터에서 트윗을 했던 내용이 회자가 되어 사회적 문제가 된 사건도 있었다. 바로 신라호텔 뷔페에서 한복을 입은 사람을 출입금지시켰던 내용이다. 트위터에서 시작했던 이 내용은 일간지, 방송 심지어는 국회에서도 논란이 되었다.

세 번째는 그룹협업이다. 온라인 백과사전인 '위키페디아'는 협업을 통한 백과사전이며, 사내 마이크로 블로그인 '야머'는 동일

한 회사 이메일을 쓰는 사람들의 트위터로 그룹설정이 가능하다. 네 번째는 집단지성이다. '모두가 광장에 모이다'라는 책은 기획에서 출판까지 구글독스를 사용해 인터넷상에 공개된 채 이루어졌다. 177명의 소셜미디어 사용자가 참여했으며, 별도의 마케팅비용 없이 그들에 의한 바이럴마케팅을 진행했다.

다섯 번째는 디지털 네이티브다. 지금은 정보의 홍수시대에 살고 있다. 기존에는 일간지나 방송을 통해 일방적으로 전달받는 정보만이 있었다면 지금은 정보의 증가로 기존 언론의 힘이 줄어들고 있다. 또한 사람들은 자신의 시간을 간섭받고 싶지 않기 때문에 더 이상 광고 메시지를 신뢰하지도 않고 듣고 싶어 하지도 않는다. 소셜 미디어 사용자들은 서로 연결되어 있고, 서로의 의견을 경청하여 서로에게 새로운 사실을 적극적으로 알리고 있다.

## 이건희 삼성회장 복귀메시지를 트위터로

2010년 3월 24일 삼성그룹 이건희 회장이 복귀를 하면서 트위터로 멘트를 해 화제가 되었다. "지금이야 진짜 위기다. 글로벌 기업들이 무너지고 있다. 삼성도 언제 어떻게 될지 모른다. 앞으로 10년 내에 삼성을 대표하는 사업과 제품은 대부분 사라질 것이다. 다시 시작해야 된다. 머뭇거릴 시간이 없다. 앞만 보고 가자"라고 메시지를 남겼다. 이를 계기로 국내에서 기업소셜 미디어 운영에 대한 관심이 증폭되는 계기가 되었다.

## 출판업계의 소셜 미디어 활용현황

국내 출판업계의 경우 블로그, 트위터, 페이스북 등 다양한 소셜 미디어를 활용하고 있다. 우선 블로그를 주로 사용하는 출판사 중 그린비, 보리출판사 등은 자사 출판성격에 맞춘 콘텐츠를 제공하고 있으며, 다산북스 등은 인기키워드 활용을 통한 신간홍보를 두산동아는 블로그 체합단 허브로 활용하고 있다.

트위터는 종합출판사부터 1인출판사까지 250여개 기업이 트위터 활동을 하고 있다. 트위터의 경우 기업의 규모와 상관없이 활동역량을 보이고 있다. 페이스북은 현재 출판기업중 소수의 기업만이 진출해 있으며, 신간소개 및 기존 채널 내용전달중심으로 최적화 활동은 미미한 상황이다.

### 기업의 소셜 미디어 커뮤니케이션 접근법

왜 비즈니스 활동을 하는데 소셜 미디어를 접목해야 하는가? 라는 질문을 할 수 있다. 그 답으로는 기업에 대한 믿음과 신뢰를 얻는 방식이 변화되고 있기 때문이라고 설명할 수 있다. 이제는 페이스북에서 논란이 된 것을 기존 언론매체에 기사형태로 반영되는 등 영향력을 끼치고 있기 때문이다. 또한 오프라인의 비즈니스 규모와는 상관없이 소셜 미디어를 기반으로 비즈니스 기회를 모색하거나 확대할 수 있다.

### 소셜 미디어 기반 개인 브랜딩 강화를 위한 팁

1. 자신의 전문성을 보여줄 수 있는 블로그와 네트워크 강화를 위해 트위터, 페이스북 프로필을 개설하라
2. 비즈니스 타겟 오디언스들이 어느 소셜 미디어 대화공간에서 주로 활동하는지 파악하라
3. 기존의 오프라인 비즈니스 인간관계를 소셜 네트워크 기반으로 소셜라이징하라
4. 비즈니스 키워드에 대해 먼저 이야기하고 있는 사용자들을 파악하고, 그들과 우호적 관계를 구축하라
5. 자신이 가장 자신 있고 전문성을 보여줄 수 있는 주제로 블로그와 소셜 네트워킹을 통해 키워드를 장악하라
6. 업계의 최신정보, 자신만의 노하우와 팁 등 소셜 네트워크들에게 도움이 될 정보를 주기적으로 공유하라
7. 짧은 시간에 성과를 얻겠다는 생각을 버리고, 꾸준히 성실하게 소셜 미디어 대화공간에서 활동하라

### 기업 소셜 미디어 커뮤니케이션 로드맵

#### 1단계 : 목표정의

- ▶도입타당성 분석
- ▶소셜 미디어 대화 진단
- ▶내부 역량 진단

#### 2단계: 인프라 구축

- ▶소셜 미디어 채널 확보
- ▶콘텐츠 기획
- ▶내부 역량 강화

#### 3단계: 고객 의견 경청

- ▶대화 모니터링
- ▶운영지침 개발
- ▶온라인 커뮤니티 규명

#### 4단계: 대화촉진 기여

- ▶커뮤니티에 혜택 제공
- ▶대화참여 등 콘텐츠 공유
- ▶질문에 답하기/클레임해결

#### 5단계: 관계 구축/유지

- ▶소셜 네트워킹 강화
- ▶오프라인 연계행사
- ▶캠페인 이벤트

## 뉴미디어 환경에서 소비자들과 소통하는 방법

박진만 마음커뮤니케이션 대표

제 이름은 박진만입니다. 제 이름을 인터넷에서 치면 야구선수 박진만과 기업인 박진만 이렇게 두 사람이 뜹니다. 기업인 박진만을 클릭하면 제 이력을 볼 수 있는데, 이 이력은 포털 사이트에서 입력하는 것이 아니라 자신이 등록을 하는 것입니다. 포털사이트에서 대표자의 이력을 제공하는 부분도 홍보에서는 중요한 사항이라고 생각합니다.

제 이력을 보면 제가 운영하는 회사인 마음커뮤니케이션이 프리보드 시장에 상장한다는 기사가 나옵니다. 우리나라 주식시장에는 코스닥, 코스피, 그리고 프리보드가 있는데, 우리 회사가 최근 프리보드 시장에 상장을 했습니다. 이전에는 프리보드에 상장할 경우 매일경제 등 전문지에 게재하는 것이 일반적이었던, 우리 회사는 페이스북, 다음블로그, 트위터 등의 소셜 미디어를 활용해 2억2천여만 원을 펀딩, 프리보드에 상장했습니다. 지금은 기업의 경영자들이 소셜 웹을 모르고, 모바일 스마트 디바이스를 제대로 활용할 줄 모른다면 브랜드 마케팅을 하기 힘든 시대에 와 있습니다. 이러한 변화의 흐름 속에서 저 역시 어떻게 살아남을 수 있을까 많은 고민을 하게 됩니다. 지금 우리가 겪고 있는 비즈니스 변화는 20년 전만 해도 생각할 수 없는 일입니다. 하지만 작년부터 시장에서는 파격적인 변화의 바람이 일고 있는데, 그것이 바로 페이스북의 등장입니다. 미래를 예측할 때 모바일은 비즈니스에 커다란 영향을 미칠 것이라고 생각합니다. 지금 많은 사람들이 소셜의 시대라고 얘기를 하지만 아직까지 그것에 대비하는 사람들은 아직까지는 일부일 뿐입니다.

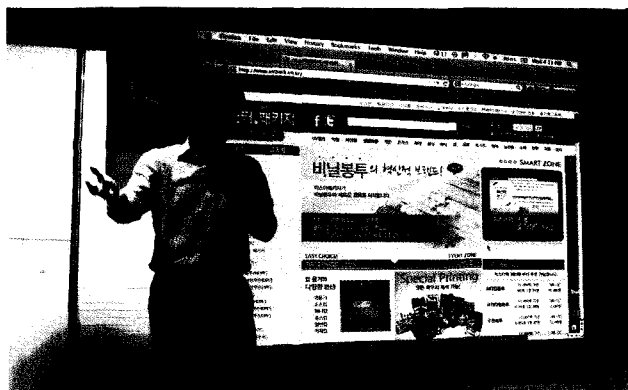
### 페이스 북으로 인쇄영업도 가능

어떤 사람들은 페이스 북을 친구를 만드는 소셜 네트워크로 인식하는데, 저는 이것을 다른 방향으로 인식하고 있습니다.



하나의 사례를 보면 미국 애틀란타에서 인쇄업을 하는 김태현이라는 분과 페이스북에서 친구가 되었습니다. 이 분이 100만부를 인쇄할 것이라며 저에게 자동차 카탈로그 인쇄에 대한 견적을 의뢰했습니다. 그랬더니 저희 회사로 샘플을 보내겠다고 했습니다. 이렇게 하기까지 김태현씨와 저는 전화한통도 하지 않았습니다. 오로지 페이스북으로만 대화를 했습니다. 이렇게 시대가 바뀌고 있습니다. 페이스북 이전에는 이런 일들은 상상할 수가 없었습니다. 현재 우리나라에서는 400만명 정도가 페이스북 계정을 갖고 있습니다. 하지만 페이스북을 기회라고 생각하고 그것에 대응하는 사람과 하지 않는 사람이 있습니다. 결국 비즈니스에서 누가 우위를 차지할 것인가? 라는 질문을 던져보면 답은 뻔할 수 밖에 없습니다.

### 홈페이지에 페이스북과 트위터 연결



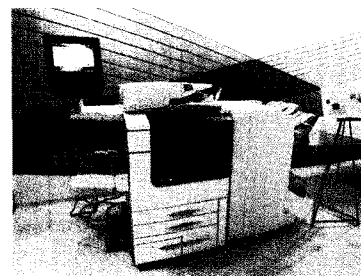
우리 회사는 비닐봉투를 제작하는 미스터 패키지라는 홈페이지를 운영하고 있습니다. 이 홈페이지에 접속할 때 소셜 로그인이라고 해서 페이스북이나 트위터 아이디로 접속이 가능하도록 했습니다. 또한 홈페이지에는 트위터를 연동시켜, 홈페이지에 들어와서 물어볼 것이나 질문할 것이 있으면 트위터로 바로바로 질문을 할 수 있게 해 놨습니다. 이렇게 페이스북을 활용한 결과 페이스북 메인 페이지에서 비닐봉투를 치면 미스터 패키지가 맨 위에 올라가 있습니다. 페이스북에서 제 친구가 3000명이 좀 넘는데, 제가 글을 올리면

자동적으로 3천여명의 친구들은 뉴스피드를 통해 제 글을 읽습니다. 페이스북에는 인기글이라는 것이 있는데, 친구들이 쓴 글 중에서 반응이 좋은 글만 올라가는 곳입니다. 제가 쓰는 글들은 친구들이 많아서 금방 인기 글이 됩니다. 그런데 제 글이 인기 글이 되는 경우가 많다보니 주위에서는 제가 일은 안하고 하루 종일 트위터, 페이스북만 하는 줄 아는 분도 계십니다. 하지만 저는 하루에 1개정도의 글만 올리지만 이것이 인기 글이 되기 때문에 많이 사람들이 제 글을 보게 되는 것입니다.

이제 스마트폰이 점점 진화하면서 일반인들도 모바일에 대한 욕구가 점점 더 거세질 것이라고 생각합니다. 스마트폰이 진화할수록 소셜 네트워크도 더욱 발전할 것이라고 생각합니다.

이제 인쇄사들도 좋은 장비를 사서 경쟁력을 향상시키는 것도 중요하지만 이제는 그 이상의 것도 고민해야 할 때라고 생각합니다. 우리 회사와 같이 인쇄 봉투 명함 등의 작업을 하는 업체가 4만여 개 정도가 있습니다. 이들은 영세하기 때문에 내수시장밖에 할 수가 없습니다. 하지만 우리 회사처럼 인터넷과 인쇄를 넘어 소셜과 인쇄를 연결시키지 않는다면 점점 더 열악해질 수밖에 없습니다. 이제 인쇄사 경영자들은 시장에 정확하게 대응해 상황을 판단해야 합니다. 그렇지 않으면 이 험난하고 변화무쌍한 시장에서 살아남을 수 없을 것입니다. ☺

### 엔트리급 디지털인쇄기 신제품인 color 550/560



color 550/560 프린터는 2400×2400dpi의 선명한 이미지 품질, 향상된 후처리 기능, 강력한 워크플로 통합기능을 제공한다. 컬러 출력 속도가 각각 분당 50매와 60매(흑백 55

매, 65매)로 color 550/560 프린터는 문서 출력이 많은 기업, 킥프린트숍, 소규모 인쇄업체, 광고대행사, 디자인업체 등에 적합하다. EA로 우멜트 토너를 사용해 뛰어난 선명도와 일관성, 생생한 텍스트와 밝은 하이라이트를 실현해 오프셋 느낌의 출력물을 생산한다. 또한 사용가능한 용지의 범위가 넓고, 코팅/비코팅용지를 최대 300gsm까지 처리할 수 있어 업서에서 포스터에 이르기까지 다양하게 작업할 수 있다. 또한 스테이플링, 출판칭, 접지 등의 전문적인 인라인 후처리 옵션을 제공해 마케팅 자료에서 팸플릿, 브로슈어에 이르기까지 다양한 종류의 문서를 제작할 수 있다.

한국후지제록스는 color 550/560 프린터 및 700DSP과 같은 엔트리급 제품들을 통해 디지털 인쇄시장의 진입장벽을 낮추고 있다.