



적극적 마케팅 통한 신규 시장 창출

모든 산업이 마찬가지지만 인쇄업계에서도 새로운 기술과 솔루션이 끊임없이 출시되고 있다. 이러한 신기술 및 신제품은 어제까지의 '최신'을 오늘의 '구식'으로 만들며, 인쇄인의 관심과 선택을 갈구하고 있다. 현재의 시스템이 충분하다는 생각이 들 때도 많지만, 새로운 것에 특히 민감한 우리나라 소비자들을 접할 때면, 쉽게 외면하기도 쉽지 않다. 모든 생명이 다 그렇듯이 변화에 적응하는 것이 생존의 제1법칙이기 때문이다.

고객 요구 부응하는 서비스로 화답

현재 인쇄사들은 저마다 고객과 소통하는 창구를 갖고 있다. 영업사원은 가장 전통적이면서도 영향력이 큰 창구다. 하지만 이외에도 특화된 고객창구나 온라인 웹사이트 등을 구축하는 등 다양한 각도에서 고객과의 소통 공간을 넓히고 있다. 이를 통해 접할 수 있는 고객의 요구는 여러 가지가 있다. 가격, 품질, 작업일정, 배송 등에 대한 문의가 주류를 이루지만, 새로운 시장과 아이템의 발굴 같은 마케팅적 관심도 심심치 않게 찾아볼 수 있다. 고객의 요구가 여전히 오프셋인쇄에 집중되고 있지만, 또 다른 미디어를 통해 전혀 다른 효과를 창출할 수 있는 제안을 기대하는 고객도 늘고 있다. 현재의 트렌드와 미래의 비전을 선도하는 인쇄사라면, 사업의 성장을 고민하는 고객의 요구에 완벽히 부응할 수 있는 참신하면서도 우수한 서비스로 답할 수 있어야 한다.

가변데이터·개인화 트렌드 변화의 핵심

오프셋인쇄가 장점이 매우 많고 지금도 절대적인 인쇄물량을 소화하고 있음에도, 디지털인쇄에게 인쇄산업 미래비전에 대한 주도권을 뺏긴 이유는 소량다품종 및 개인화로 대변되는 인쇄 패

러다임의 변화일 것이다. 특히 소량다품종화 및 개인화는 오프셋 인쇄가 향후 기술개발을 통해 어느 정도 경제성을 확보하고 경쟁력을 담보할 수 있을 것이라고 예상할 수 있지만, 아직까지는 디지털인쇄의 가장 큰 장점이라고 보아야 할 것이다.

디지털인쇄의 꽃인 가변데이터 인쇄는 이미 많은 업체가 관련 장비와 소프트웨어를 도입해 실제로 적용하고 있다. 특히 소프트웨어를 간단히 변경함으로써 보유한 데이터를 활용한 다양한 메일링 서비스를 실현하기도 한다. 하지만 보유 메일링 리스트를 통해 얼마나 많은 응용 서비스를 할 수 있는지에 대해 정확히 모르고 있는 고객사도 아직 많다. 이런 경우에는 인쇄사가 고객사와 윈윈할 수 있는 가변데이터 응용 솔루션을 개발해 선제적으로 제안할 필요가 있다. 이러한 솔루션을 구축하면, 가변데이터 인쇄기술을 통해 각종 데이터를 활용하는 업체나 메일링 서비스 업체와 기술적인 파트너 관계도 맺을 수 있다.

온라인 마케팅과 오프라인 인쇄물의 혼합

많은 업체들이 마케팅 활동에 웹사이트를 활용하고 있으며, 이 가운데 신규 수요 창출의 기회가 존재한다. 그렇다고 인쇄사가 웹사이트 구축과 같은 기본적인 IT서비스를 제공할 수는

었다. 하지만 웹사이트에서 제공하는 콘텐츠나 디자인과 관련한 부가적인 서비스는 충분히 고려해 볼만하다. 또한 회사의 마케팅 활동 중에는 웹사이트에서 온라인으로 전달하는 것에 그치지 않고 고객에게 직접 인쇄물을 발송해야 하는 경우도 있다. 고객사가 웹페이지를 운영하고 있다면, 이를 자세히 분석해 인쇄사에서 처리할 수 있는 작업, 인쇄물 제작이 꼭 필요한 작업, 마케팅 효과를 극대화하기 위한 메일 발송 등에 대한 구체적인 제안을 할 수 있을 것이다. 기업들이 온라인을 통한 영업에 주력하더라도, 현실에서는 많은 곳에서 인쇄물이 필요하고, 실제로도 유용하게 활용되고 있음을 간과해서는 안 된다는 뜻이다.

인쇄사는 마케팅 활동에도 충분히 참여할 여지가 있다. 홍보 마케팅은 항상 인쇄물과 깊이 관련돼 있기 때문이다. 실제로 미국에서는 인쇄사가 채용박람회를 개최하는 고객사와 홍보 마케팅을 함께 진행한 예가 있다. 이 인쇄사는 채용박람회 웹페이지의 구직회사용 랜딩페이지를 구축하고, 지원자의 이력서 업로드 서비스 등을 포함하는 취업지원자 데이터 통합 서비스를 담당했다. 또한 전시회 부스의 와이드포맷 프린팅 작업을 담당했으며, 구인업체가 박람회 기간 동안 배포할 인쇄물을 작업했다. 채용박람회가 끝난 후에는 개인화 메일링 서비스까지 맡았다. 이러한 모든 프로젝트는 인쇄사가 처음부터 랜딩페이지 구축에 합류했기 때문에 가능했으며, 이를 토대로 서비스 영역을 확대한 것이다.

스마트미디어에 대한 보다 유연한 대응

어도비는 최근 들어 태블릿, 웹사이트, 스마트폰에서 직접 출판할 수 있는 새로운 기술을 집중적으로 공개하고 있다. 이미 많은 인쇄사가 인디자인을 활용하고 있고, 어도비의 크리에이티브 스위트는 새로운 미디어에 쉽게 접근할 수 있는 다양한 시도를 선보이고 있다. 디지털 퍼블리싱 스위트는 인디자인으로 레이아웃하고, 암호 입력 없이도 아이패드 애플리케이션을 디자인할 수 있도록 했으며, 미리보기 기능을 통해 즉각적인 피드백을 실현했다. 이처럼 태블릿은 한계를 모를 정도로 활용 범위를 넓혀가고 있다. 같은 맥락에서 많은 업체들도 카탈로그나 뉴스레터와 같은 일반적인 서비스는 물론이고, 새로운 형태의 전자출판에 대한 관심을 키우고 있다. 스마트미디어가 인쇄사의 위협이라고만 생각했던 그동안의 인식에서 탈피해 새로운 시장을 발굴하기 위해선 좀 더 적극적인 입장에서 긍정적인 사고로 접근해야 함을 보여주는 것이라고 할 수 있다.

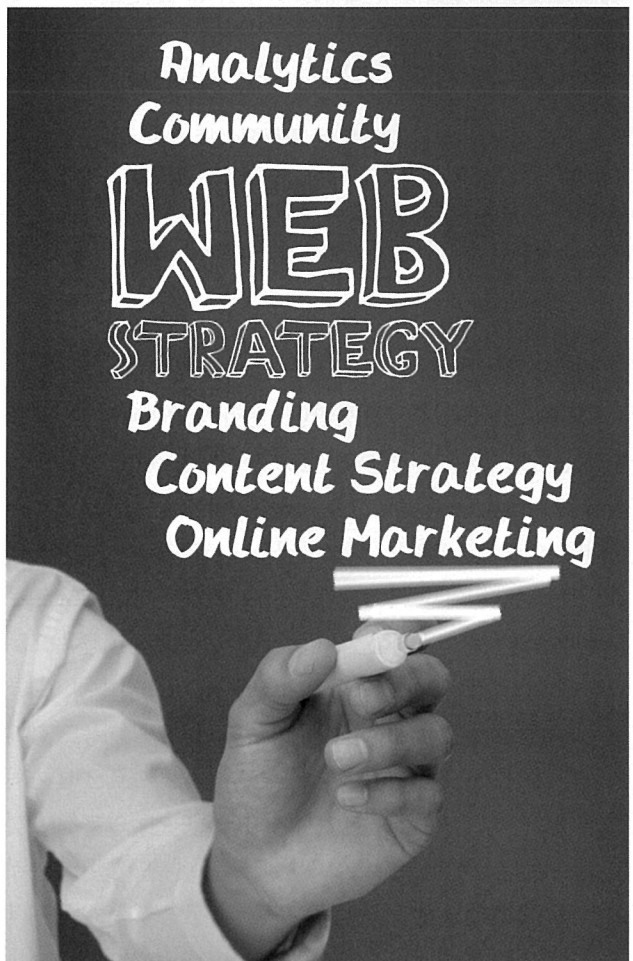
모바일 환경에서 빛을 발하는 QR코드

스마트폰이 일반 휴대폰의 보급률을 압도하며, 스마트기기의

침범으로 확실한 자리매김을 했다. 스마트기기는 언제 어디서나 필요한 정보를 소통할 수 있는 완벽한 유비쿼터스의 세상을 실현했으며, QR코드를 통해 인쇄물의 한정된 지면을 무한대로 확장하고, 전달하는 콘텐츠의 한계도 허물었다.

일반적인 온라인 랜딩페이지는 스마트폰의 작은 화면에 맞게 최적화하기 어려우며, 한 번에 많은 정보를 전달하는 것에도 많은 제약이 따른다. 그렇기 때문에 인쇄사는 온라인 웹사이트가 갖고 있는 모든 서비스를 다루는 것이 아니라 모바일 사이트에서 강조하는 몇 가지 주요 서비스에 집중할 필요가 있다. 특히 스마트기기 및 QR코드와 연관된 특정 마케팅 프로모션 아이디어를 발굴함으로써 사업 기회를 넓힐 수 있을 것이다.

일반적으로 고객들은 마케팅커뮤니케이션 프로젝트를 원스톱으로 처리하기 원한다. 업체와 브랜드의 일관성을 유지하기 쉽고, 작업도 일관적으로 진행할 수 있기 때문이다. 특히 인쇄사는 이러한 능력을 완벽히 갖추지 못한 소형 브랜드와 좋은 사업 파트너가 될 수 있는 유리한 위치에 있다. 새로운 기술을 배우고 활용하는 데 남과 다른 시간과 노력을 투자한다면, 좋은 사업파트너를 구하고, 새로운 시장도 창출할 수 있는 커다란 기회를 잡을 수 있을 것이다.



인쇄사는 마케팅 활동에도 충분히 참여할 여지가 있다. 홍보마케팅은 항상 인쇄물과 깊이 관련돼 있기 때문이다.