



미국의 웹투프린트 활용 트렌드 고객 편의성 높이고 인쇄사 부담 줄여 수익성 제고

미국에서의 웹투프린트에 대한 관심이 고조되고 있다. 인쇄 프로세스의 일관되면서도 완전한 디지털 워크플로 측면에서 웹투프린트는 상당한 진보를 보여 왔을 뿐만 아니라 전자상거래 분야에서도 크게 주목을 받고 있다. 특히 2011년부터 2016년까지 5년간 인쇄물량의 약 11.3%가 전자상거래에 의해 이뤄질 정도로 성장할 것이라는 조사연구보고서는 웹투프린트에 대한 기대를 한껏 부추기고 있다.

글 | 조갑준 기자 kjcho@print.or.kr

웹투프린트란?

웹투프린트는 인쇄 프로세스가 웹을 통해 하나의 일관된 디지털 워크플로로 실현될 수 있는 솔루션을 의미한다. 다양한 고객이 원하는 수많은 콘텐츠를 인쇄공정의 디지털화를 통해 신속하게 처리할 수 있는 지능화된 인쇄 솔루션이다. 특히 가정용이나 일반 사무용 컴퓨터를 이용해 인쇄 작업을 실행할 수 있을 뿐만 아니라 클라우드 웹을 통해 시간과 공간의 벽을 허문 자유로운 인쇄를 실현할 수 있다.

대상에 따라 여러 의미로 해석할 수 있는데, 간단하게는 웹상에서 인쇄를 원하는 콘텐츠를 수발주하고 진행하는 시스템이라고 이해할 수 있다. 이 시스템을 통해 인쇄 관리자는 주문 받은 콘텐츠를

적절한 오프셋 인쇄기나 디지털 인쇄기로 전송해 인쇄를 진행할 수 있다. 동시에 인쇄 공정 관리, 인쇄 견적, 인쇄 수발주 관리, 작업 진행 관리, 납품 관리 등이 이뤄진다. 또한 웹상에서 레이아웃 디자인을 선택해 인쇄 데이터를 작성하는 것도 가능하다. 서버를 통해 조판 레이아웃을 작성함으로써 웹 출판이나 네트워크 조판, 온라인 DTP의 개념을 실현하는 것이다. 주로 명함, 엽서, 연하장, 포토앨범, 블로그 출판, 청첩장 인쇄 등의 주문시스템을 갖춘 웹 사이트에서 활용도가 높다. 예를 들어 디자인 템플릿을 선택해 사진 데이터를 업로드하고 글자를 입력하면 최종 이미지를 모니터에서 확인할 수 있으며, 이를 통해 레이아웃 디자인이 결정되면 제작 주문이 이뤄진다. 인쇄사의 관점에서 웹투프린트는 고객서비스 기

능과 생산관리 기능 등 2가지 측면에서 이해할 수 있다. 고객이 지정한 인쇄물의 규격과 부수, 배송지에 맞춰 자동견적이 가능하고, 고객이 발주한 인쇄물의 진행상황을 시스템으로 관리할 수 있기 때문이다. 이에 따라 고객관리 및 고객데이터 분석 기능을 용이하게 활용할 수 있다.

전자상거래 성장률 연간 11.3% 예상

PRIMIR(미국의 그래픽 커뮤니케이션 산업 시장조사 협회)의 2012년 보고서 '전자상거래와 인쇄 비즈니스 모델'에 따르면 인포트렌드에 의해 집계된 2011년의 전자상거래 매출액은 약 1500억 달러, 인쇄 수익의 약 12%에 이른 것으로 추정된다. 아울러 전자상거래에 의해 발생하는 거래량은 2011년부터 2016년까지 5년 동안 연간 11.3%의 성장률을 기록할 것으로 예상된다. 이는 북아메리카 지역 상업용 인쇄사의 50%가 웹투프린트 시스템을 갖추게 될 것을 의미하는 것으로, 데이비드 미닉 EFI의 프로덕트 매니저는 웹투프린트에 대해 "인쇄 공급업체의 입장에서 판단할 때 이 분야에 성장의 기회가 있으며, 당연히 이 분야로 관심을 돌릴 필요가 있다"면서 "만약 이에 잘 대응하지 못한다면 성공으로 가는 기차의 3등석을 차지하거나 아예 놓칠 수도 있다"고 말했다.

프린터프레젠프의 타우나 스타 사장은 "인쇄사가 더 이상 웹투프린트 서비스를 요청하는 고객들을 기다리게 할 수만을 없을 것이다"라고 밝혔다. 그는 "인쇄 서비스를 제공하는 업체가 이러한 서비스를 원하는 고객의 요구에 부응하지 않는다면 경쟁력을 잃어갈 것이다. 현재와 같은 호의적이지 않은 경제 환경에서 높은 수익을 올리는 인쇄 서비스 공급업체들을 살펴보면, 대규모 업체는 물론이고 소형업체에 이르기까지 차별화된 웹투프린트 판매 정책을 잘 활용하고 있는 것으로 나타났다"고 말했다.

클라우드 통합은 B2B 환경으로 점차 진화

최근에 부각되는 웹투프린트 전자상거래는 15년 전에 선을 보인 기초적인 온라인 주문 시스템과는 사뭇 다르다. 전통적인 온라인 거래 비즈니스 방법에서 상당히 진보한 대안 개념으로 볼 수 있다. 이에 대해 미닉 매니저는 EFI의 디지털 스토어프론트 솔루션을 예로 들며 자동화를 채용한 가능한 많은 부문의 워크플로를 간단한 터치로 처음부터 끝까지 마칠 수 있는 시스템이라고 밝혔다. 이는 온라인 신용카드 주문 및 결제 서비스에서부터 MIS 시스템, 디지털 작업공정, 인쇄후가공에 이르기까지의 통합을 비롯한 인쇄물 배송과 계산서 청구 정보 등의 고객 정보 자동 업데이트 시스템을 모두 포함한다.



최근에 부각되는 웹투프린트 전자상거래는 15년 전에 선을 보인 기초적인 온라인 주문 시스템과는 사뭇 다르다. 전통적인 온라인 거래 비즈니스 방법에서 상당히 진보한 대안 개념으로 볼 수 있다.

미닉 매니저는 "이를 위해서는 최대한 많은 자동화가 필요할 것이다. 만약 그렇지 않으면 관리할 사항이 너무 많게 될 것이다"고 말했다. 그는 "더욱 중요한 것은 웹투프린트 솔루션이 클라우드 기반이라는 것인데, 이는 단순한 데이터의 저장을 의미하는 것이 아니라 거래와 고객의 중심이 기존의 데스크톱 컴퓨터 환경에서 태블릿과 같은 스마트 미디어 장치로 이동하는 것을 의미한다"고 덧붙였다. 이러한 장치가 클라우드 기반의 전자상거래 워크플로 수행을 통한 거래와 고객의 이동을 확실히 촉진한다. 미닉 매니저는 "웹투프린트에서의 클라우드 통합은 B2B 환경으로 점차 진화할 것이라는 분명한 평가를 받고 있다"고 말했다.

킨 시스템의 바이탈리 M. 골룸 사장은 웹투프린트가 모든 인쇄사의 거래에 맞춰 하나의 온라인 시스템으로 파이프라인과 같은 일관된 서비스를 제공하는 것을 볼 수 있다고 밝혔다. 이러한 솔루션은 고객이 직접 공정의 단계를 선택하는 것도 가능케 한다. 골룸에 따르면 이러한 시스템이 고객의 만족도와 거래의 효율성을 증대시키면서도 종합적인 고객 서비스를 전달하는 한편 거래의 실수를 줄인다. 골룸 사장은 웹투프린트를 도입할 때 전자상거래에 대한 필요성도 강조했다. 그는 "전자상거래 서비스가 마지못해 추가하는 옵션이 되어서는 안된다"면서 "고객은 전자상거래 기능을 이미 온라인 소통의 핵심 기능의 하나로 간주한다. 더구나 앞으로는 거래수요가 점점 더 많이 온라인으로 이동할 것이다"라고 말했다.

고객 정보 회사 자산으로 고스란히 축적

다른 많은 솔루션 중에서 EFI, 킨시스템, HP하이플렉스, 프린터프레젠프 등과 같은 가장 기초적인 시스템은 인쇄사가 고객을 위



다른 많은 솔루션 중에서 EFI, 킨시스템, HP하이플렉스, 프린터프레스스 등과 같은 가장 기초적인 시스템은 인쇄사가 고객을 위한 개별 브랜드화된 스토어프론트를 창출할 수 있다는 공통된 특징이 있다.

한 개별 브랜드화된 스토어프론트를 창출할 수 있다는 공통된 특징이 있다. 이에 대해 골룸 사장은 “이러한 기능 때문에 영업사원은 생산 관리의 세세한 부분까지 참여하는 것 대신에 새로운 고객 관계를 구축하는 데 시간을 보낼 수 있게 됐다”고 말했다. 게다가 “인쇄사 사장에게도 장점이 있다. 회사가 보유하고 있는 이 시스템을 통해 영업사원이 고객과 직접 연결을 맺지 않고도 거래가 성사될 수 있으며, 이는 영업사원이 퇴사를 해도 고객에 대한 정보는 고스란히 회사의 자산으로 남을 수 있음을 의미한다”고 덧붙였다.

실제 보유한 장비에 근거한 견적 산출

HP하이플렉스의 웹투프린트 플랫폼은 ‘개방형 소스(Open Source)’에 근거한다. 다니엘 데보야스 HP하이플렉스 마케팅 매니저는 “드루팔(Drupal) 콘텐츠 관리 시스템은 인쇄사가 요구하는 특별주문 웹사이트도 쉽게 구축할 수 있도록 한다”고 말했다. 그는 “이 플랫폼은 주문 제작할 수 있는 견적시스템을 주요 특징으로 하기 때문에 일반적인 가격 리스트는 제공되지 않는다. 이 시스템은 인쇄사가 실제로 보유하고 있는 장비에 근거한 정보를 활용해 견적을 산출한다. 만약 온라인으로 들어오는 모든 주문에 일일이 대응한다면, 각각의 견적을 내는 데 시간을 허비하게 될 것이다. 이 시스템은 사전 견적서비스를 제공할 수 있으며, 이를 통해 고객들은 정확한 견적을 받을 수 있고 인쇄사도 시간을 허비할 필요가 없다”고 말했다.

골룸은 과거에 웹투프린트의 가장 큰 이슈의 하나는 매우 비싸다

는 것이었다고 말했다. 그래서 인쇄사는 이를 고객들에게 전가해야만 했다. 그러나 지금은 매우 적합한 솔루션이 있다. 그래서 인쇄사가 서비스 비용을 추가로 청구할 필요가 없어졌으며, 경쟁력을 확보할 수 있게 됐다. 웹투프린트의 전자상거래 기능을 보유한 인쇄사는 고객이 1년 365일 24시간 동안 작업 주문에 대한 견적을 매우 용이하게 처리할 수 있다는 뜻이다.

크로스미디어 마케팅 통합 역할

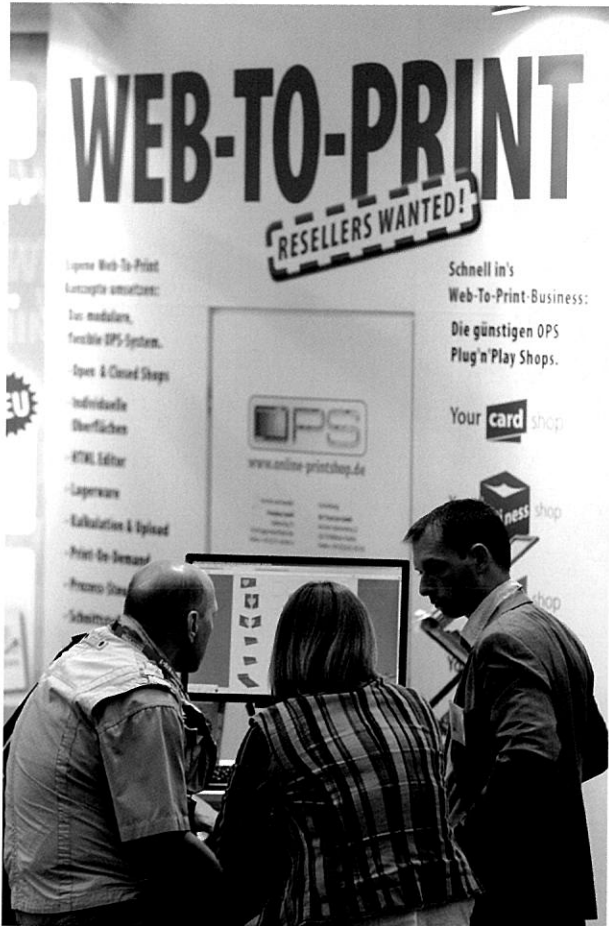
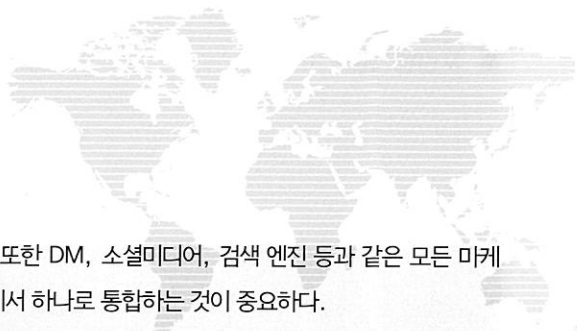
그래프엑스포2012에서 ‘킨 디자인 스튜디오, 킨 파일, 킨 부스트 마켓플레이스’라고 불리는 새로운 브랜드를 선보인 킨(Keen)은 고객의 주문을 직접 공장에서 생산하지 않고도 제품 재판매를 통해 처리할 수 있는 새로운 서비스를 발표했다. 발표와 함께 2013년 이후에는 공장에서 자체 생산하거나 외주 제작하는 것에 대한 차이가 발생하지 않는 방향으로 진화할 것이라는 기대를 전달했다. 이때 인쇄사는 주문의 특성과 방향, 고객과의 관계를 잘 유지하는 것에만 집중하면 된다.

골룸 사장은 “이러한 아이디어는 인쇄사가 인쇄산업의 진정한 허브의 역할을 할 수 있도록 돕는다”면서 “인쇄서비스공급업체가 의존할 수 있는 핵심 사업이 될 수 있다. 모든 벤더들과 고객이 함께 할 수 있는 모든 정돈된 좋은 환경을 구축할 수 있는 기회가 될 것이다”고 말했다.

복수의 사업동반자와 함께 비즈니스를 진행할 수 있는 이러한 기능은 HP하이플렉스의 핵심 웹투프린트 플랫폼 특성을 갖고 있다.



그래프엑스포2012에서 선보인 킨(Keen)은 2013년 이후에는 공장에서 자체 생산하거나 외주 제작하는 것에 대한 차이가 발생하지 않는 방향으로 진화할 것이라는 기대를 전달했다. 이때 인쇄사는 주문의 특성과 방향, 고객과의 관계를 잘 유지하는 것에만 집중하면 된다.



향후에도 웹투프린트는 크로스미디어 마케팅의 활성화 측면에서 추가 미디어 플랫폼 통합의 역할을 할 수 있을 것으로 예상된다.

데보야스 매니저는 “이 솔루션은 인쇄사가 제작 파트너로 활동하는 것을 도울 뿐만 아니라 보유한 장비의 능력을 벗어나는 작업 주문도 제한 없이 원스톱으로 대응할 수 있도록 하는 장점이 있다”고 말했다.

향후에도 웹투프린트는 크로스미디어 마케팅의 활성화 측면에서 추가 미디어 플랫폼 통합의 역할을 할 수 있을 것으로 예상된다. 예를 들어 지난 2012년 10월에 진행된 EFI의 온라인프린트솔루션의 인수는 EFI가 OPS 크로스 미디어와 다양한 데이터 솔루션을 디지털 스토어프론트 플랫폼과 MIS 소프트웨어로 통합하는 것을 자극하고 있다.

전자상거래 플랫폼 도입 전제 조건

웹투프린트 워크플로를 채용할 것을 고려한다면, 이와 관련 몇 가지 조건을 심사숙고해 볼 필요가 있다.

- 웹투프린트 플랫폼을 개발할 때는 완전 통합을 구현하는 것이 좋다. 잘 구축된 웹사이트가 핵심이다. 이는 파일이나 데이터의 접수, 작업이나 주문의 수주, 주문의 승인, 온라인 교정 등을 모두

포함한다. 또한 DM, 소셜미디어, 검색 엔진 등과 같은 모든 마케팅의 관점에서 하나로 통합하는 것이 중요하다.

- 투자를 단행하기 전에 웹투프린트 시스템이 활용될 수 있는 방법과 고객이 원하는 서비스에 맞게 전략적이면서도 명확하게 접근해야 한다. 또한 웹투프린트가 활용되는 방법에 대한 완전한 이해 없이 응용 플랫폼에 투자하는 것은 시스템의 활용 범위에도 미치지 못하는 결과를 도출할 수 있다. 성공과 훌륭한 ROI를 확실히 담보할 수 있도록 사전에 많은 연구조사를 해야 한다.

- 현재 상태와 장기적인 전망 두 가지 측면에서 예산을 결정해야 한다. 기술에 대한 과도한 투자와 기대 이하의 활용은 금전적인 손실을 불러올 뿐이다.

- 가능한 처음부터 끝까지 공정을 최소화하고, 고객이 접근할 수 있는 통로를 복잡하게 하지 않는 것이 좋다. 처음에는 필요한 부분만 포함된 한정된 기능으로 구축하고, 필요에 따라 옵션을 추가하는 것이 낫다. 특히 업로딩 리스트를 쉽게 만들어야 하며, 특별한 데이터 포맷을 요구하는 것이 솔루션을 간단하게 보이게 한다. 적어도 쌍방향에서 소통할 수 있는 공간을 만들어야 하며, 기초적인 몇 가지 노력을 투여함으로써 사용자의 불편을 최소화할 수 있다.

- 새로운 웹투프린트를 도입할 때는 어려운 고객들과 함께 시작하지 않는 것이 좋다. 대신에 관계가 매끄럽고 작업진행이 잘 이뤄지고 있는 고객을 선택해 작업을 진행하는 것이 훨씬 유리하다. 호의적인 고객은 불필요한 요구를 하지 않으며, 자동화에 대해서도 쉽게 대응할 수 있다. 또한 응용 플랫폼을 쉽게 이해하는 고객과 일하는 것이 부가 가치를 실현하는 데 도움이 되며, 보다 진화된 방향으로 발전시킬 수 있다.

- 웹투프린트 비즈니스를 업그레이드하기 위해서는 인쇄물의 활용법을 고민해 봐야 한다. 예를 들어 전시회에서 배포될 브로슈어를 인쇄한다면, 방문객들이 원할 수 있는 요구를 같이 고민해 볼 수 있다. 작업을 같이 고민하고 해결할 수 있는 파트너가 되는 것이 큰 도움이 된다.

- 웹투프린트의 장점을 활용해 다년 계약을 유도하고, 필요하다면 다년 계약 할인율을 도입하는 것도 좋다. 또한 고객에게 제안할 수 있는 장점을 특성화하고 이를 활용할 필요가 있다.

- 원하는 모든 사항을 포함하는 완전한 기술을 기다릴 필요는 없다. 만약 그런 기술을 원한다면 아직도 많은 시간을 더 기다려야 할 것이다. 그렇지만 지금도 웹투프린트 기술을 도입해 잠재 수익을 올릴 수 있으므로, 원하는 기능 70~80% 정도의 솔루션을 활용하는 것을 추천한다.

- 비즈니스 모델을 이해하고, 사업 모델에 적합한 웹투프린트 솔루션을 구축한다면 여타 시장의 개척도 가능하다. ☺