

# 채널아이 참여로 6사체제 돌입

—가입비 면제 · 기본료 할인 통한 고객 유치경쟁 치열—



“LG인터넷 채널아이의 특징은 기존의 미디어와 차별화된 새로운 개념의 인터넷 미디어를 추구, 사용자가 색다르게 즐길 수 있는 서비스를 제공한다는 것입니다. 향후 공격적인 마케팅과 차별화된 콘텐츠로 승부를 걸 계획입니다.”

채널아이의 박경식 서비스 기획팀장은 채널아이의 기본방향을 이렇게 설명하면서 기존의 PC통신과 차별화된 콘텐츠를 강조했다.

현재 채널아이는 인터넷 맞춤형뉴스 서비스인 ‘마이섹션신문’, 해외 현지 교민이 직접 생생한 정보를 제공하는 ‘해외리포트’, 인터넷 방송 프로그램 ‘아프사이’ Chat TV, 멀티미디어 게임 서비스 ‘Mplayer’ 등으로 콘텐츠 차별화 전략을 펼치고 있다. 이와함께 기업들이 저렴한 가격으로 서비스를 이용할 수 있는 인터넷 웹 호스팅/가설사설망(VPN)/팩스 서비스와 전세계 150여국에서 인터넷을 사용할 수 있는 로밍서비스 등을 제공한다.

또한, 채널아이는 98년말까지는 가입비가 없으며 온라인서비스와 인터넷 이용료까지 포함해 월 1만원의 정액제로 올년말까지 30만명의 가입자 확보를 목표로 다양한 마케팅 전략을 펼치고 있다. LG인터넷 마케팅팀은 “대학가, 시내중심가 등 젊은층이 모이는 장소에서 연중 프로모션을 통해 이미지 홍보에 주력할 예정이다.”고 밝혔다.

한편, LG인터넷의 채널아이가 상용서비스를 시작함에 따라 국내 온라인 서비스 시장의 구도가 6사 경쟁체제로 돌입했다. 온라인 서비스 시장은 지난해까지만 해도 천리안, 하이텔, 유니텔, 나우누리 등 PC통신 4사의 각축전 양상을 띠었으나 지난해 SK텔레콤의 넷츠고가 새롭게 시장에 진입한 데 이어 이번에 LG인터넷의 채널아이가 상용서비스를 개시함에 따라 온라인 서비스 6사의 가입자 유치전이 더욱 치열해질 전망이다.

온라인 서비스업체의 가입자 유치전은 넷츠고가 올해 초부터 대대적인 홍보와 동호회 확보 등 공격적인 마케팅을 전개하면서 시작되었다. 넷츠고와 채널아이 등 후발업체들이 가입비 면제와 기본료 할인 등의 가격 파고를 통해 신규 가입자 확대는 물론이고 기존 온라인업체로부터 가입자를 빼앗아 오려는 공격적인 전략을 내세우기 시작했다. 이들 후발업체는 기본료 1만원으로 기존 온라인업체가 기본료와 PPP 접속을 합쳐 2만원대인 것에 비해 파격적인 요금을 제시하고 있다.

후발업체들의 대대적인 가격 공세에 대해 기존 PC통신 4사는 서비스 시스템의 안정화와 풍부한 콘텐츠 및 동호회를 통한 가입자 이탈 방지와 신규 가입자 유치를 펼쳐 나간다는 계획이다. 데이콤 천리안은 ISDN과 56kbps 고속 회선을 포함해 전국 01421 접속노드를 연말까지 순차적으로 늘려나갈 예정이며, 나우콤의 나우누리 역시 최근 한국통신 코넷망과의 제휴를 통해 국제회선을 비롯한 부족한 전국 접속노드를 보완해 나가기로 했다. 하이텔은 우선 동호회에 가입해 있는 회원에게 추천받아 가입한 사용자에게는 가입비를 면제해주며 2명 이상을 추천한 가입자에게는 한 달간 기본이용료를 면제키로 했다.

온라인 6사의 가입자 유치 경쟁은 접속 노드의 고속화와 인터넷 접속 서비스의 기본 제공에서도 뚜렷이 나타나고 있다. 넷츠고와 채널아이는 기본 접속 노드를 56kbps로 옮겨 갔으며 기존 업체들도 56kbps 접속 포트와 ISDN 지원 고속 포트를 늘리고 있다.

LG인터넷 채널아이의 상용서비스로 심화된 온라인 서비스 6사의 경쟁은 당분간 가격 파고와 접속 포트의 고속화, 멀티미디어 서비스의 제공 등으로 계속될 전망이다. <박민식 기자>