

무형의 상품에서, 돈되는 유형의 IP상품으로 변신하기

IP사업의 매력을 무엇이라고 묻는다면 기존의 IP사업을 벌이고 있는 분들이 무엇이라고 대답할까? 소자본으로 꼭해 봐도 괜찮은 사업이라고 추천하는 분들이 많이는 없을 것이다. 왜냐하면 IP사업은 결코 쉬운 일이 아니며 IP사업을 성공사업으로 이끌고가는 분들은 나름대로 IP철학을 가지고 일을 하기 때문이다. 쉽게 돈버는 일로 알다가 어려운 일 에 봉착하면 이런 일을 꼭 해야하나 고민도 될 것이다. 이번호에서는 무형의 상품에서 유형의 IP상품으로 변신하는 방법에 대해 알아보자.

김철규/ 삼성SDS 유니텔사업부 과장

IP 사업분야는 다른사업과 틀리 게 아이디어, 트렌드, 언어 구사력 등을 총동원한 종합 엔터테인먼트사업이다. 쉽게 만들어진 IP 사업자를 보면 몇달은 운영을 잘하다가 여러 가지 환경여건과 아이디어가 부족해 스스로 포기하는 사례도 있기 때문에 무턱대고, 시작했다가는 낭패

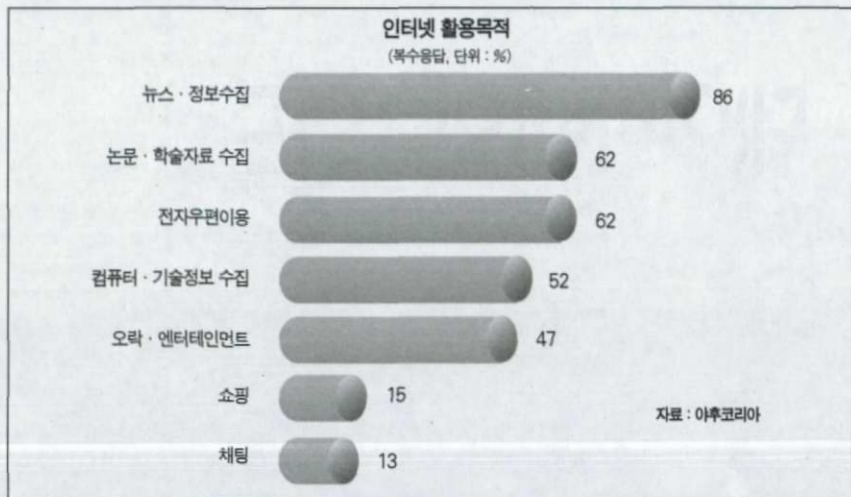
를 보기 싫상이다. 현재 서비스정보상품으로 올려져 이용자에게 선을 뵈고있는 IP가 줄잡아 80%에 달하고 있지만 그중에서도 잘 되는 서비스보다 이용자에게 따돌림받는 IP가 의외로 많이 있다. 슈퍼마켓에 가면 모든 생필품이 눈에 보이는 제품으로 진열되어 있기 때문에 소

비지는 여러종류의 제품을 비교한후 선택할 권리가 있는 것처럼, IP상품도 PC통신이용자에게 잘 포장하여 양질의 정보를 알려줘야할 의무가 있는 것이다.

PC통신이용자들은 이러한 양질의 정보를 찾는데 도사라고 할 수 있다. 한 두번 정보서비스를 사용하면 어떤 정보가 자신에게 맞는지 감지를 할 수 있기 때문에 PC통신 이용자를 가볍게 봐서는 안되는 것이다. 성의없이 만들어진 정보서비스는 오래 갈 수도 없지만 PC통신회사로부터 시정명령을 받고 급기야는 퇴출명령을 받기 때문에 IP사업을 하는 사업자에게는 중요한 문제가 아닐 수 없다.

그러면 어떻게 해야 이용자에게 인기있고, 대접받는 IP가 될 수 있을까? 문제는 알고보면 간단히 5가지로 요약할 수 있다.

첫째, 자신이 만든 정보에 대해서



<그림 1> 인터넷에서 네티즌이 즐겨찾는 분야별 이용건수

애착을 갖고 움직여야 한다.

평소에 정보를 만든데로 운영을 하다가, 매출이 떨어진다거나, 여러환경에 의해 데이터 갱신주기를 놓쳐 부정기적으로 데이터 전송을 할 때 이런 현상이 나타난다.

둘째, 평범한 문구보다는 이용자에게 어필할 수 있는 강조어를 구사해야 한다.

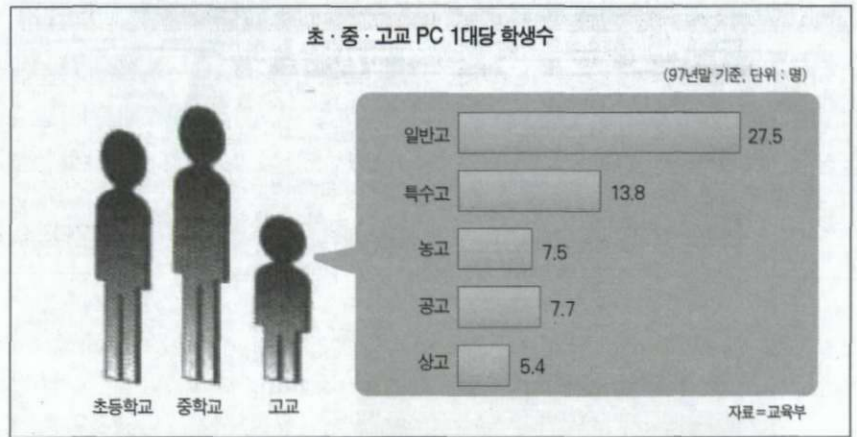
우리가 평소에 사용하는 회화체보다는 문장을 줄이면서 함축된 강조체로 표현하는 것이 이용자에게 친근감을 주기 때문에 정보이용 구매력이 강하다고 할 수 있다

셋째, 한번 만들어진 메뉴구성은 앞을 생각해서 꼼꼼히 따져보고 결정한다

보통 서비스를 하는데만 급급한 나머지 생각하는데로 메뉴구성을 하다 보면 일정기간은 이런 형태로 서비스가 가능하나, 새로운 아이디어가 떠오를 때마다 재구성해야하는 불편함이 있을 뿐만아니라 IP사업자가 의도하는데로 빠른 시간안에 메뉴구성이 어려워므로 신중히 생각해서 결정해야 한다.

넷째, PC통신 이용자를 너무 의식한 나머지 돈되는 정보만을 골라 올리는 IP가 의외로 많은데 한시적으로 운영할 것이 아니라면 정도를 걷는 서비스 자세가 필요하다. 정보서비스는 특정인만을 위해 서비스하는 것이 아니므로 누가봐도 인정이 되는 IP가 지속성을 갖고 이사업을 할 수 있으므로 윤리에 맞지 않거나, 부도덕적인 글을 올려 매출을 올리는 것은 IP사업의 지속성을 단축하는 것이다.

다섯째, PC통신 이용자의 소비성



<그림 2> 초·중·고교 PC 1대당 학생수 분석

향을 정보에따라 분석하는 능력을 게을리 하지 말아야 한다. 하루에도 수없이 많은 정보들이 탄생되고 네티즌들에게 심판을 받기위해 꾸준히 새로운 정보를 가공하고 트렌드를 읽을 줄 아는 IP가 있는가 하면, 기존에 있는 정보니까 적당히 가공해서 데이터를 올려 이 사업을 해보자하는 마인드를 가지고 있는 IP는 정보가공 능력에서 차이가 나기 때문에 당장 비교는 안되지만 2-3개월후에는 매출에서 현격히 차이가 나므로 이용자의 성향분석을 게을리 하지 말아야 할 것이다.

인터넷에서도 무형의 상품에서, 돈되는 유형의 광고정보로 마케팅하는 사례들이 많이 있다.

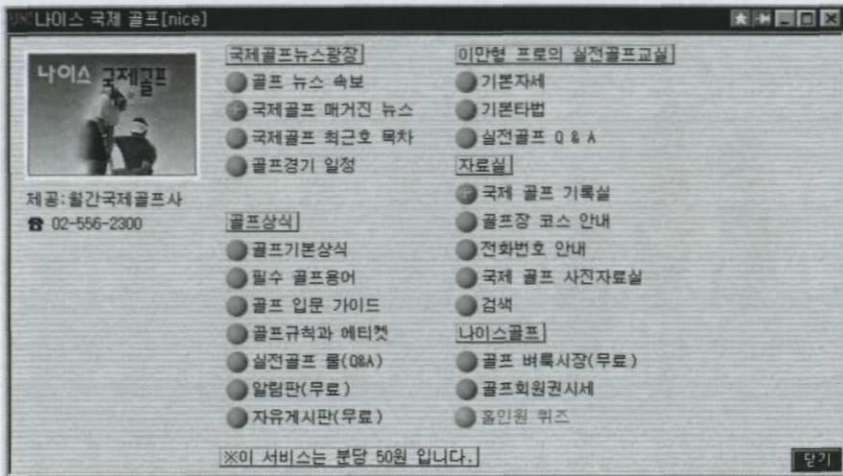
얼마전 칸 광고축제에서 인터넷 마케팅의 선구자들이 광고계의 웹 판매력에 대한 의심과 비판을 극복했다. 인터넷 광고가 처음으로 참가한 칸 광고축제는 대화식 브랜드 홍보와 배너 광고에 사상 첫 사이버 사자(cyber lion)상을 수상하면서 인터넷 광고업계에 자신감을 부여해 준 예가 있기 때문에 더욱 눈에 보이지 않은 정보를 고부가가치의 상품으로 만들 수 있다

는 확신을 심어 주었기때문이다.

이미 미국을 중심으로한 웹 전문가들은 마케팅, 데이터, 소프트웨어의 인터넷 광고,정보서비스에 대비해 수백만 달러를 투자하고 있다고 한다.

그러나 ISP, CP, IP 광고 전문가들은 통신사업자와 고객들은 여전히 인터넷의 브랜드형성과 고객전달 효과에 대해 확신을 가지고 있지 않다고 말하면서도 인터넷광고와 정보서비스에 관심을 가지고있다. 이것은 아직까지 돈되는 정보보다는 소비자의 정보 구매력이 일정수준에 오르면 자연스럽게 형성된다는 관점이 강하기 때문이다.

인포시크 쇼핑 서비스 배너 (<http://www.usinteractive.com/adbanners/index.htm>)로 사이버 사자상을 받은 Bronson Smith씨는 5천만명의 고객을 확보하는데 라디오는 35년, 텔레비전은 13년이 걸렸지만, 인터넷은 단지 3년이 걸렸을 뿐이라며 인터넷 시장의 성장을 강조했고, IP, CP 시장이 더욱더 확대될 것이라고 대답해 21세기에 대한 전망이 밝은 편이다.



(그림 3) 박세리골프정보를 겨냥한 나이스 골프정보

미국의 인터넷 광고사업 조사기관에 따르면 올해 1분기 인터넷 광고액은 3억5천만달러로 작년에 비해 3배에 가까운 성장을 이루었으며, 이는 1년에 수십억 달러의 광고비를 지출하는 규모이다.

생활속에서 본 돈되는 IP 아이디어 (공짜선전 동원참치...모델로 번 마티즈)

121m 크기의 거대한 파충류가 세계인에 낮익은 엠파이어 스테이트빌딩(102층)과 세계무역센터빌딩(110층) 등 맨하튼의 고층건물을 종이장처럼 짓이기는 괴수(怪獸). 이구나와 티라노사우루스, 용(龍) 등이 뒤섞인 영화속의 주인공 고질라가 마침내 우리의 광고시장에도 등장했기 때문이다. IP사업에서는 이런기법도 눈여겨 볼만한 정보꺼리다. 남들이 쉽게 지나치기 쉬운것을 유형의정보로 만들 수있는 능력이 IP의 뒀이라고도 말할 수 있다.

고질라가 등장한 광고는 동원산업의 '동원IQ 참치' 인쇄광고와 대우사

동차의 '마티즈' CF가 바로 그것인데 여기서 보이지 않은 니치광고 동원산업의 고질라 광고는 그야말로 가만히 앉아 있다가 뜻밖의 행운을 얻게돼 급조한 작품이다.

영화 속에는 고질라가 갈갈이 찢어놓은 일본어선을 조사하는 과정에서 한 과학자가 동원 IQ참치캔이란 상표가 뚜렷하게 보이는 통조림을 집어드는 모습이 무려 15초간 이어진다. 물론 업체측이 의도적으로 등장시킨 게 아니라 한글과 일본글자를 분별하지 못하는 헐리우드 제작진이 우연히 동원참치캔을 들고 나왔고, 동원산업은 돈 한푼 들이지 않고 광고하는 행운을 얻게 된 것이다. 여기서 광고IP를 하는 사업자라면 눈여겨 볼만하기 때문에 이런 설명을 하는 것이다.

월드컵이 특수라고 말을 많이 하지만 모든 정보에는 그때마다 특수를 노릴 수 있는 잠재정보가 있기 때문에 머리만 잘 쓰면 여러정보를 손쉽게 얻고, 1석 5조의 성과를 누릴 수있기 때문에 트렌드를 잘 읽는 IP만이 돈을 벌 수 있다고 감히 말할 수 있다.

이처럼 영화장면에 자사 제품이 나오게 하는 광고기법을 PPL(Product Placement)이라고 부르는데 미국의 경우 대형 흥행작에 이런 광고를 하려면 보통 5천달러 이상 들어간다고 한다. 동원산업은 이에따라 지난 6월부터 고질라를 등장시킨 국내 광고를 하는 한편 1천만원의 상품권을 지급하는 쿼즈행사 등 본격적인 프로모션에 들어갔으며, 뜻밖의 행운을 최대한 활용하기 위한 것으로 생각된다.

대우자동차는 엄청난 크기의 고질라가 도심에 출현하고 공룡의 발에 밟혀 모든 차가 부숴지지만 마티즈만은 멀쩡하다는 내용의 새로운 마티즈 광고를 만들어 최대의 효과를 누렸다고 한다. 경차지만 성능이 대형차 못지 않다는 기존 캠페인의 연장선에서 만들어진 이작품은 영화 속의 장면을 그대로 사용한 채 필요한 장면만을 따로 찍어 컴퓨터그래픽으로 합성하는 방식을 선보였으며 개봉하지 않은 영화를 인용해 CF로 제작한 경우는 이번이 처음이다.

이같은 공동 마케팅은 이른바 협동 프로모션전략(Tie-in)으로 불리는데 서로의 비용을 줄이면서 더욱 큰 효과를 볼 수 있는 기법으로 선진국에서 많이 사용한다고 한다. IP관점에서 이런 공동마케팅을 할 수 있는 부분이, 아직 찾지를 못할뿐 많이 산재해 있다고 말할 수 있다.

아마겟돈의 유머 한마디를 예로 들어보기로 하자

영구와 맹구가 밤늦게 집에 갔다... 근데 우편함에 10만원이라는 거금이 들어있는 것이었다..

영구 알..

"이게 무슨 돈이지?"

맹구 알..

"아마 갯돈 일꼴?" 이런 유머가 우리 IP생활에 커다란 활력소가 되는 것이다.

책은담긴 네티즌들의 생활공동체를 IP의 정보로 활용한다면.....

사이버공간이 살아 숨쉬는 네티즌들의 생활공동체로 바뀌고 있다. 공개자료실을 이벤트사업에 활용하고, 다양한 공동체문화를 만들어내고 있는가 하면 이동통신과 연결해 메시지를 주고 받고 인터넷서비스에 PC통신기능을 첨가하는 등 활동영역을 크게 넓혀가고 있다.

특히 IMF불황에도 불구하고 넷츠고, 채널아이 등 인터넷을 기반으로 한 새로운 PC통신업체들이 속속 생겨나 기발한 아이디어로 고객유치경쟁을 벌임에 따라 가상공간의 서비스 수준은 하루가 다르게 발전하고 있다.

인터넷 서비스업체(ISP)들은 인터넷 서비스에 PC통신의 장점을 도입,

나름대로의 독특한 공동체를 만들어가고 있다. PC통신처럼 동호회를 만들고 채팅도 즐기며 각종 정보를 활용할 수 있는 환경을 만들어 주고 있는 것이다.

신비로는 인터넷으로 채팅 또는 메일서비스를 받을 수 있게 하고 게시판 동호회 공개자료실 서비스도 쉽게 이용할 수 있도록 개편했다. 아이네트의 아이월드(www.iworld.net)는 기업 현황과 시장정보, 게임 등 다양한 콘텐츠를 제공하고 있다.

통신공간을 벗어난 서비스를 하는 것도 업체들 사이에 유행처럼 번지고 있다. 하이텔은 PC통신에 친구 생일이나 중요한 약속 등 개인일정을 등록해 놓으면 해당일에 무선호출기·휴대전화·전화 등으로 알려주는 하이텔레포니(go HIPHONY)서비스를 개시했으며, 현대정보기술은 인터넷 서비스 신비로를 통해 뼈때를 치고 이동전화에 메시지를 전달할 수 있는 팡팡메신저 서비스(http://www.shinbiro.com/@pager)를 일반 이용자에게 손쉽게 접근하도록 했다.

케이블TV망을 이용, 3Mbps의 고속서비스를 제공하는 두루넷의 레인보우 서비스도 유니텔과 나우누리와의 전략적 제휴관계를 맺고 네티즌 모으기에 전력을 다하고 있다.

이용자들을 대상으로 광고메일을 보내 제품구매를 유도하는 E메일 마케팅은 업체들이 큰 관심을 두고 있는 사업이다. 분명한 타겟을 설정해 높은 효과를 볼 수 있기 때문에 중소기업들도 눈여겨 보고 있다.

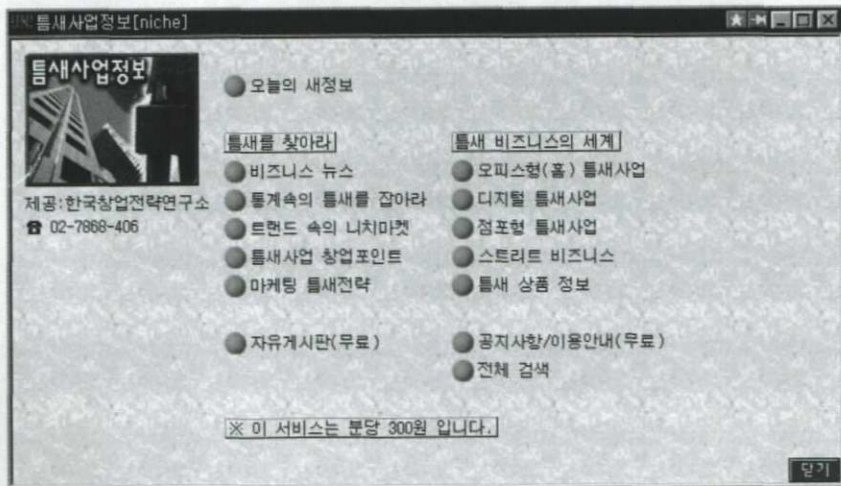
오락사업에서 본 IP정보를 얻을 수 있는 유형의 정보 상품

외국영화를 보면 전투를 하다가도 틈만나면 포카판을 만드는 외국의 사례에 비추어보면 우리나라는 명절이나 모임등에게 쉽게 볼 수 있는 것이 화투판일 것이다. 인터넷상에서 등장할 정도로 그 열기는 대단하다.

모 사이트에 개설된 화투카지노는 처음에는 무료로 개설하다가 어느정도 이용자들의 마인드가 무르익을 무렵 자연스럽게 회원제 서비스로 둔갑한 경우도 있어 썩개념을 좋아하는 사람들에게는 이것이 크게 작용한 서비스라 할 수 있다.

얼마전 인디언 게임의 주요 컨설턴트인 인랜드 엔터테인먼트사는 케니 로저스 카지노와 카지노 오스트레일리아 등 2개의 온라인 카지노에대한 디스트리뷰터 컨설턴트로서 인터넷 카지노 사업에 진출했다는 기사가 난적이 있다.

인랜드 엔터테인먼트의 최고경영자이자 사장인 돈 스피어씨는 "우리는 상호작용하는 오락의 장래가 인터넷에 있음을 인식하고 있다"고 강조



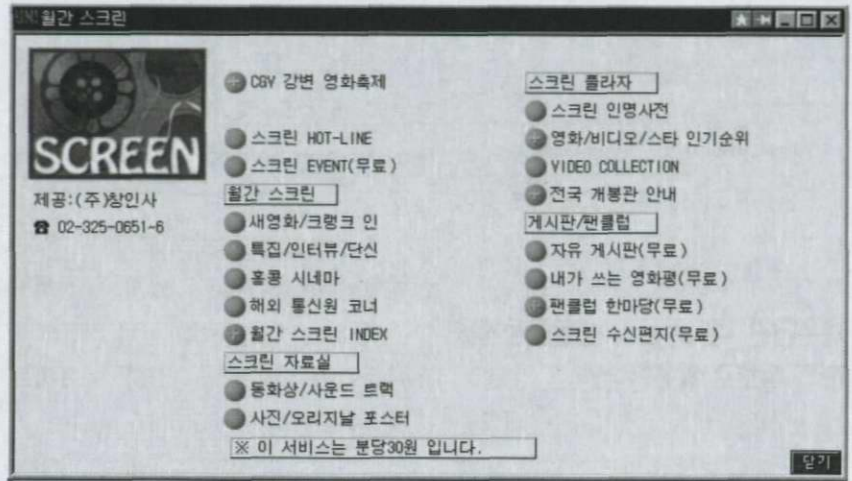
〈그림 4〉 IMF특수를 노린 틈새사업정보

하고 지난 수십년 동안 우리가 도박 업계에서 얻은 지식을 토대로 케니 로저스 카지노와 카지노 오스트레일리아를 미래의 선도적 가상 공간 카지노로 만들 계획이라고 한다.

이처럼 카지노의 깊은 사업계획을 온라인으로 실현시키려는 의지를 우리는 배워야 할 것 이다. 지금현재 앞 된다고하는 서비스를 잘포장해 누구 든지 이용할 수 있는 장래성정보로 발전시킬때 더욱 빛나는 서비스는 탄생 될 것이다.

또 위에서 설명한 두 인터넷 카지노들은 카리비안 포커, 룰렛, 크레 프스, 바카라트, 슬롯머신을 포함한 라스베가스식 도박을 전세계 성인들 이 진짜내기를 걸도록 제공한다는데 귀를 더 기울이게 한다.

온라인 카지노의 모든 거래는 캐나다에 기반을 둔 크립토로직사에 의해 개발된 전자현금 시스템으로 이루어




(그림 5) 영화팬을 위해 만들어진 월간 스크린정보

진다. 개인 정보는 방화벽 뒤에 보관 되고 크립토로직의 재산 보안 알고리즘을 사용하여 암호화되어 있다

이 두 온라인 카지노는 또한 무료로 전문가의 전략적인 훈수를 제공하고 있는데 이것은 베스트셀러 저자이며 라스베가스의 도박전문가인 막스 루빈이 경기자들에게 도박에서 이길

확률을 높이도록 돕기 위한 것이라고 한다.

참고적으로 두 인터넷 카지노는 www.kennyrogerscasino.com과 www.casinoaustralia.com에서 찾을 수 있다. 현재 이런유형의 서비스는 국내에는 없으나 포카게임을 돕는 이론정보는 서비스되고 있다. 

(표) 국내 4대 통신사별 유형의 IP로 성장가능성이 보이는 정보서비스

통신사	서비스명	index	IP명	요금
유 니 텔 (UNITEL)	와우! 동대문패션	wowd	와우인터넷내셔널	50원
	소 중 한 탄 생	birth	opennet	50원
	문화센터 가이드	ccguide	태승정보시스템	-
	사 랑 의 전 화	counsel	사랑의전화복지재단	-
	경 루 위 너 스	wins	이일정보산업	300원
천 리 안 (CHOLIAN)	pc 만 화 방	pcman	골든칩	30원
	pc 장 터	pcjt	테크노	30원
	광 고 세 상	advt	민미디어	50원
	맛 있는 집	gourmet	한승정보시스템	-
하 이 텔 (HITEL)	음 식 점 안 내	food	차 림	30원
	퀴즈의 천국	qp	한국데이터하우스	30원
	경 품 / 현 상 금 공 모 정 보	ein	아인산업경영연구원	30원
	스 포 츠 연 예 신 문	sem	밝은누리정보	50원
	pc 경 마	pcm	은하정보통신	300원
나 우 누 리 (NOWNURI)	경 제 사 기 정 보	sagi	미디어콤	50원
	부 동 산 뱅 크	iic	네오넷	200원
	경 품 대 잔 처	giftsw	062-514-0001	30원
	교 차 로	k21c1	042-832-0021	0원
그 림 찾 기	imgfind	303-7859	50원	
	자 격 중 / 수 험 정 보	lcs	488-1256	0원