

편리하고 효율적인 S/W공급 최선



이호욱 한국어도비시스템즈 대표이사는 1968년생으로 한국외대 경영학과 대학원을 졸업하고 1997년 마케팅 매니저로 어도비에 입사, 2001년 총판영업 대표를 거쳐 올 6월 대표이사로 취임했다.

편집 프로그램 S/W 전문 개발업체인 어도비시스템즈(이하 어도비)는 1982년 척 게슈키(Chuck M. Geschke)와 존 워녹(John Warnock)에 의해 설립됐다. 어도비의 핵심 기술은 Postscript. 이를 바탕으로 인터넷 보급이 본격적으로 물꼬를 트던 1985년을 기점으로 편집

S/W를 출시하며 전 세계 전자 출판 산업의 확고한 기반을 마련하게 된다. 이듬해인 1986년, 어도비는 'ADBE'로 나스닥 국립 증권거래소에 상장되며 데스크탑 컴퓨터 S/W 분야에서 세계 2위(매출액기준)의 기업으로 도약하게 된다.

현재 3500명의 직원이 전 세계에 포진돼 있는 어도비의 연간 매출은 12억 달러. 미국 본사 외에 유럽·일본·아시아·태평양·중남미 등 총 25개국

에 지사를 보유하고 있다.

이처럼 전 세계에 짐 전산 툴 시장의 흐름을 이끌어 온 어도비는 8년 전인 1997년 10월, 국내에 첫 선을 보이게 된다. 이후 한국어도비시스템즈(대표 이호욱)는 국내 전자 출판 시장에서 Postscript 기술을 바탕으로 Adobe PDF(Portable Document Format)의 다양한 솔루션 개발에 박차를 가하며 연간 매출 500억을 바라보는 업체로 수직 상승을 이어가게 된다. 올해 6월 대표이사로 취임하며 한국어도비시스템즈호를 이끌고 있는 이호욱(37) 대표이사의 말을 들어봤다.

어도비시스템즈는 어떤 회사인가?

미국 산호세에 본사를 두고 있는 어도비시스템즈는 현재 유럽, 호주, 일본 등에 300여개의 지사를 거느리고 있는 다국적 기업이다. 그만큼 어도비의 기술력이 닿지 않는 곳이 없다.

어도비를 한마디로 표현하자면 그래





픽 전산 툴과 관련된 소프트웨어를 공급하는 회사다. 흔히들 알고 있는 Photoshop, Illustrator 등이 어도비의 제품군들이다. 어도비의 가장 큰 특징은 관련 제품이 출시되고 버전이 업그레이드 될 때마다 하나의 고유 브랜드로 자리 잡는다는 것에 있다. 그만큼 미개척된 분야를 기술력으로 뚫고 나간다는 것을 의미한다. 어도비의 기본적인 포석은 바로 세계 시장을 정확하게 파악하고 이를 따라가는데 있다. 기본적인 개발은 어도비 본사가 주축이 되고 사후관리 및 마케팅은 전 세계에 포진돼 있는 각 지사를 통해서 이뤄진다.

국내 PDF 시장의 규모를 어떻게 보는가?

한 마디로 요약하자면 그 끝을 가늠하기 힘이 들 정도로 크다. 이 말은 국내 시장이 충분한 발전 가능성을 내포하고 있지만 수요는 상당히 더디게 진행되고 있다는 것을 의미한다. 다시 말해 충분한 기술·영업력을 보유하고 전자 출판시장에 뛰어든다면 승산이 있다는 것이다. 현재 미주나 유럽, 일본은 PDF 시장이 이미 상용화 단계로 접어들었다. 인터넷을 활용한 웹뿐만 아니라 기본적인 인쇄·출판 시장에 깊숙이 뿌리내리고 있다. 편집 프로그램의 작업에 대한 소비자들의 욕구가 그만큼 선진화됐다는 것을 의미하는

것이다. 디지털 시대를 먼저 느끼고 받아들이는 것은 소비자들이다. 단순히 공급자만이 필요에 의해 제품을 출시하는 시대는 지났다. 전 세계적으로 활용되는 대세이기 때문이다. 최근 KT가 선보인 PIN PROJECT는 조금 늦은 감이 있지만 이러한 광 통신망을 통해 소비자 저변 확대에 만전을 기해야 한다고 본다. 국내 시장의 기술력 증진이 곧 세계 시장으로 나갈 수 있는 원천이 아닌가.

한국지사운영은 어떻게 이뤄지는가?
대표이사를 포함해 한국어도비시스템즈의 직원은 총 11명이다. 올 매출 500억을 바라보는 업체지만 개개인의 업무 능력을 그 이상의 가치척도로 생각한다. 운영의 핵심이 되는 바로미터는 바로 사람이다. 효율성의 극대화에 주안점을 두고 있다. 상하좌우에 걸쳐 인력 활용을 최우선적으로 배분하는 전략형 선진 모델을 그대로 활용하고 있다.

풀어내자면 상업·교육·행정·솔루션 등에 걸쳐 분야별로 조직을 세분화시킨 다음 이를 도식화 해 재정과 법률, 제조, 사후관리에 다시 배분한다. 따라서 개개인의 업무가 상호간에 의사소통이 가능한 체제로 언제든지 전환이 가능하다. 이 같은 철저한 내부 운영을 바탕으로 국내에만 어도비의 전국적인 유통망이 300여 개가 넘게 가동되고 있다. 현재 총괄 판매는 다우 데이터시스템과 인성디지털이 맡고 있으며 유통마진을 줄이기 위해 최소한의 단계만을 두고 있다. 결국 어도비를 바라보고 평가해 주는 것은 고객이기 때문이다.

특별한 마케팅 전략이 있는가?
전략의 초점은 소비자들에게 맞춰져 있다. 이것은 바로 '제품의 안정성을 얼마만큼 확보해 나가느냐'라는 선결

과제를 안고 있다. 국내 영업망을 활용해 출시되는 제품을 홍보하고 판매하는 것도 중요하지만 출시된 후 소비자들 이 얼마만큼 믿고 이용하느냐가 더 관건이다. 따라서 패키지로 제품을 묶어 무료로 이용할 수 있는 자체 시연회와 고객 지원센터를 통해 사후관리에 많은 역량을 쏟고 있다. 어도비의 힘은 바로 여기에서 나온다. 본사에서든 이러한 국내 시장을 철저하게 분석하고 이에 대한 지원을 아끼지 않고 있다. 이러한 일련의 과정들이 현재 시너지 효과로 이어지고 있다. '어도비의 아성'은 하루 아침에 이뤄진 것이 아니다. 우리의 치밀한 전략을 통해 얻어낸 성과는 곧 기술력의 선진화를 통해 소비자들에게 다시 돌아가기 때문이다.

향후 계획에 대해서 한마디 해 달라.
기술의 진보가 바탕이 된 솔루션 제품들의 안정성 확보에 주력할 방침이다. 현재 출시됐거나 개발중인 어도비의 제품군들을 크게 분류하면 애플로벳·서버·디지털 이미징·웹·인쇄출판으로 나뉘어져 있다.

한마디로 일정한 계보를 이어가고 있다. 일단 출시된 제품들에 대한 신뢰와 안정성을 얼마나 최단 기간에 확보해 나가는가에 모든 역량을 집중할 계획이다. 특히 하반기에 출시한 Indesign CS의 반응이 현재 소비자들의 호평속에서 자리를 잡아가고 있다.

Mac OS X에 바탕을 둔 어도비 최강의 제품이다. 단지 PDF 솔루션 시장에서 나타나는 액면상 점유율은 중요하지 않다. 앞서 말했듯이 제품을 출시하고 판매하는 것보다도 사후관리, 즉 소비자들의 반응이 어떤 귀결점을 찾아가느냐라는 것에 대한 면밀한 분석을 통해 끊임없는 기술 개발에 박차를 가할 것이다. 지켜봐 달라.

(장홍일 기자)