



톡톡 튀는 아이디어로
새로운 디지털 물결을 몰고온

Reigncom

양덕준 대표

출

최근길 대중교통을 이용하다 보면 MP3를 들고 다니는 사람들을 심심찮게 볼 수 있다. 디지털 붐이 확산되면서 젊은 사람들의 전유물로만 여겨지던 MP3의 사용자층이 크게 확대되었기 때문이다. 자신이 원하는 음악을 컴퓨터를 이용해 손쉽게 저장하고 삭제할 수 있다는 점과 변하지 않는 음질, 작은 크기 등의 장점 때문에 MP3를 사용하는 사람 10명 중 6명은 레인콤(대표 양덕준)의 아이리버(iRiver)를 이용하고 있다. 아이리버의 독특한 디자인과 뛰어난 성능은 국내뿐만 아니라 해외에서도 인정받아 2001년 도부터 줄곧 세계시장 점유율 1위를 기록하고 있다.

‘Sorry, sony’ 를 실현하라!

’99년 반도체 제조업체로 출발한 레인콤은 주력사업을 MP3로 전환하면서 창립 4년만에 매출 2300억원의 기업으로 성장했다.

“창업은 대한민국 월급쟁이들의 꿈이지요. IMF를 겪을 무렵 불안한 경제 상황속에서 미래에 대해 설계하면서 디지털 쪽으로 새 물결이 몰려올 것이라고 확신했습니다.”

양덕준 대표의 예상은 적중했다. 레인콤은 ‘Sorry, sony’ 를 외치며 차세대 오디오기기 선두를 달리며 승승장구했다. 하지만 그러한 결과 뒤에는 철저히 준비된 양 대표의 계산이 있었다. 해외 진출시 뒤따를 인프라 구축과 글로벌라이제이션을 감안한 현지인 중심의 채용 등이 그것이다.

그가 창업 초기 미국의 세계적인 디자인회사인 이노디자인을 직접 방문해 MP3 디자인을 부탁했던 것도 한국에서 디자인된 제품은 유럽이나 미국 등 해외 유저들의 취향을 반영하기 어렵다는 판단 때문이었다. 이름도 알려지지 않은 회사가 일류 디자인회사에 디자인을 의뢰하며, “지금은 못 드리지만, 제품이 판매되는 만큼 돈을 드리겠다”고 배짱을 부렸으니 얼마나 황당했을까... 프리젠테이션을 통해 레인콤의 가능성을 엿본 이노디자인은 그의 배짱제안을 흔쾌히 받아들였다.

“아무리 큰 디자인회사라도 디자인 의뢰가 들어오면 디자인을 의뢰한 클라이언트 앞에서 어떤 디자인을 하겠노라고 프리젠테이션을 하는 것이 정상이잖아요. 훗날 이노디자인 대표가 그러더군요. 클라이언트가 프리젠테이션하는 경우는 정말 처음이라고...”

결제해 줄 자금도 없이 그리 유명한 디자인회사를 설득해 낸 것을 보면 그는 분명 뛰어난 PR비법을 가지고 있는 것임에 틀림없다. 이노디자인 대표는 양덕준 대표와의 만남에 대한 술회록에서 미국까지 한 걸음에 달려온 양 대표가 첫인사를 끝내기 무섭게 레인콤이라는 회사의 가능성과 제품을 설명할 때, 이미 그 자리에서 파트너가 되겠다고 결정하고 있었다고 고백했다.

세계를 향한 디지털신화

’78년 삼성전자에 입사한 그는 ’98년 반도체 비메모리 수출담당 이사까지 꼭 20년간의 직장생활을 했다. 새로운 것을 향해 그가 뛰어

들고 싶었던 욕구를 실행한지 올해로 5년째. ‘벤처’란 말 그대로의 새로운 세계로 뛰어든 것이다. 하지만 ‘벤처’라는 용어가 너무 과장되어 황금알이라도 숨겨놓은 것처럼 오해하는 세태를 걱정스러워 하는 눈치다. 벤처를 미화시켜 사업 본질 자체를 잃어버리는 경우가 종종 있기 때문이다.

“브랜딩, 글로벌, 서비스의 3박자가 이뤄져야 합니다. 제품의 질은 물론이거니와 이미지와 서비스도 함께 향상되어야 한다는 것이지요. 누구나 알고 있는 사실이지만 비용 때문에 겁이 나서 투자하지 못한다면 벤처정신에 어긋나는 행동 아닐까요?”

그래서 레인콤은 상품에 대한 무료택배서비스와 애프터서비스제품에는 양 대표가 쓴 친필 편지를 동봉하고 있으며, 점심시간에 방문한 고객에게는 식권까지 제공한다. 제품 고장 때문에 고객을 재방문토록 했다는 사실만으로도 충분히 미안한 일이라고 생각하기 때문이다.

밖에서 볼 때는 레인콤이 별다른 굴곡 없이 평탄하게 성장해왔다고 생각하는데, 속을 들여다보면 그렇지만도 않다. 오히려 위기를 몰고 왔던 것은 양 대표였다. 엔지니어링으로 출발한 기업을 제품제조업체로 변화시킬 때도 그랬고, 독자 브랜드로 키우기 위해 소니블루와의 ODM 거래를 중단했던 것도 그의 선택이었다. 회사가 문을 닫을 수도 있는 위험하고도 과감한 선택이었다. 하지만 그의 벤처정신은 성공적이었다. 그리고 오늘날 주목받는 한국의 간판벤처가 되었다.

레인콤은 앞으로 진출분야를 넓혀 YBM과 손잡고 카시오와 샤프가 양분하고 있는 전자사전 시장과 음악파일 다운로드 등 콘텐츠 사업도 진행할 예정이다. 이쪽저쪽 너무 많은 가지를 치는 것이 아니냐는 일부 우려에 대해 양 대표는 이러한 계획들도 현재 진행하고 있는 일들의 확장권일 뿐이라고 일축한다.

이처럼 다양한 사업 아이템을 기반으로 레인콤은 올해 매출목표를 지난해보다 60% 늘어난 4100억으로 책정했다. 아이리버를 일본의 소니, 미국의 애플을 능가하는 브랜드로 만들겠다는 양덕준 대표의 세계를 향한 디지털신화를 기대해본다.

