

## 돈 되는 정보 콘텐츠를 판다 국내 최초, 화상상담자판기 등장

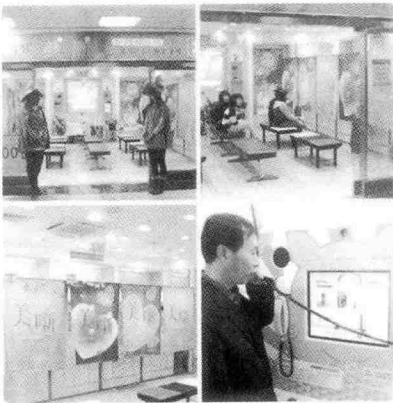


"대학졸업반인 24살인 S양. 때가 때인 만큼 고민이 많다. 머리도 식힐 겸 친구들과 영화한편 보러 극장에 갔다가, 운세도 보고 여러 정보 콘텐츠를 판다는 한 이상한 자판기(?)를 발견했다. 호기심에 돈을 넣고 운세를 접속을 하니 화상으로 한 역술인과 연결이 되었다. S양은 현재 고민 중인 진로상담부터 언제 좋은 남자를 만날 수 있을지 까지 자신의 관심사를 속 시원하게 운세상담을 했다. 또 더 메뉴 중에 있는 성형상담 콘텐츠도 접속을 해 한 유명 성형외과 상담의와 '외모 업그레이드' 방안에 대해서도 상담을 했다."

세상에 이런 자판기도 존재 하나요? 가상의 시나리오가 아니다. 이런 상황은 앞으로 화상상담자판기에 의해 흔하게 구현될 전망이다. 이미 화상운세 콘텐츠는 일부 설치된 자판기를 통해 서비스가 되고 있다. 이런 화제의 자판기를 선보인 곳은 예언이란 업체이다. 예언은 운세는 물론 다양한 상담 콘텐츠를 제공하는 정보

콘텐츠 자판기 분야로 '아심만만'한 꿈을 꾸고 있다.

### 운세상담 콘텐츠부터 사업화 진행



를 개발하려고 하는 시점에 화상으로 점술을 보는 제품

원래 예언社(대표:김장민)의 제품 개발 방향은 점술 관련 상품 중 부적이었다. 부적을 판매하는 자판기

에 대한 아이디어가 나왔다. 사업성에 있어서나 소비자 관심도에 있어 화상운세자판기가 더 낫다는 판단 하에 개발 방향을 급선회했다. 그리고 6개월여 걸친 시스템 개발 과정에서 좀더 폭넓은 시장성 확보를 위해 상담 콘텐츠를 다양화하는 사업모형을 접목하게 되었다. 한 가지 상담 콘텐츠로는 유행을 탈 위험성이 크다고 판단했기 때문에 현재 컨셉의 화상상담자판기가 개발되게 될 것이다.

화상상담자판기는 이용자가 자판기에 돈을 넣고 화상을 통하여 카운슬러와 직접 마주하며 맞춤 상담을 할 수 있게 한 제품이다. 예언은 1차적으로는 운세상담 콘텐츠를 중심으로 사업을 진행하고, 대중성 높은 기타



상담서비스를 추가해 나가게 된다. 예원은 1차 개발된 옥외형 화상상담자판기를 가지고 필드 테스트를 진행하며 시장반응을 살폈다. 대구 반월당역 만남의 광장 앞 시범 운영 매장을 운영하기도 했으며, 지난 3월 개최된 프란차이즈 서울 스프링 전시회에 참가하기도 했다.

소비자들은 이 이색자판기에 크게 신기해했고, 일부 마스크들에서도 관심을 가지고 취재 보도를 진행했다. 오프라인에서 볼 수 있는 역술인 운세를 화상으로 연계하여 볼 수 있다는 점이 두된 관심 포인트였다.

현재 운세상담자판기는 대전엑스포 과학공원, 부산대학교 앞, 대구서문시장 등에 제품이 설치 운영되고 있다. 아직 제품에 대한 홍보가 부족해 안내자가 있어야 제품 이용률이 높아지는 상황이라 한다. 그러나 한번 제품을 접한 사람들은 무척 신기해하며 반복사용을 하는 경우가 많다고 한다. 이용자들은 보통 3000원에 4분정도 화상운세를 볼 수 있게 세팅되어 있다. 10,000원을 넣으면 13분 정도 시간이 부여 된다.

최근에 전개되는 제품들은 실내 설치에 적합하게 설계된 신형제품이다. 이 제품은 초기모델과는 달리 콤팩트한 디자인의 제품으로 좁은 공간에도 설치가 가능하게 공간 효율을 극대화한 제품이다.

또한 열전사 방식의 인쇄기능을 추가해 영화무료예매

권, 국제전화1개월 통화권 등 할인티켓을 고객에게서 비스할 수 있게 했다. 이 할인티켓 제공기능을 통해 경품응모도 할 수 있게 했다.

### 다양한 상담콘텐츠 접목으로 사업성 강화

시작은 운세상담으로 했지만 다양한 상담 서비스를 접목해 사업성을 강화하게 된다. 앞으로 서비스가 제공할 상담콘텐츠로 우선 유학 및 진학상담 콘텐츠를 들 수 있다. 학원 및 관련기관과의 제휴를 통해 입시정보, 진학 및 학업 문제, 장단기 유학 및 교환학생 상담을 진행할 수 있게 할 계획이다.

또한 가정상담기관과 제휴를 통해 이성문제, 학교생활, 성폭력, 부부문제, 자녀문제, 직장문제 등에 대한 상담 콘텐츠도 추가가 된다.

여기에 의료 및 신앙상담도 추가가 된다. 의료상담으로는 뷰티성형, 정신과, 비뇨기관 상담 등을 주로 포함하게 된다. 그 외 법률자문, 각종 세무상담, 인생설계, 주식펀드, 부동산 등 광범위한 법률세무 및 재테크 상담도 추가할 계획이다.

다양한 정보 콘텐츠 제공이외에도 부가 수익을 창출할 수 있는 지역 주문형 광고도 접목할 계획이다. 이 시스템이 도입이 되면 음식 배달 주문서비스 시스템, 택배 주문, 특산물 주문, 학원 상담형 광고 등이 가능하다.

이처럼 화상상담자판기는 광범위한 정보 콘텐츠 제공을 지향



다양한 정보 콘텐츠의 도입을 계획하고 있는 시점에서 중요한 점은 과연 얼마만큼 제품을 많이 전개 하느냐 여부이다. 제품이 많이 깔려야 계획된 많은 정보 콘텐츠의 도입이 가능하다.

하고 있다. 시스템 도입에 따라서는 얼마든지 경쟁력 있는 양질의 정보 콘텐츠 구축이 가능하다. 소비자들이 선호할만한 다양한 정보콘텐츠를 얼마나 많이 구비 하느냐가 사업 성패를 가름하게 될 것으로 보인다. 다양한 정보 콘텐츠의 도입을 계획하고 있는 시점에서 중요한 점은 과연 얼마만큼 제품을 많이 전개 하느냐 여부이다. 제품이 많이 깔려야 계획된 많은 정보 콘텐츠의 도입이 가능하다.

예언의 김종민 사장은 "적어도 운세콘텐츠를 기본으로 하는 제품이 100대 정도는 깔려야 다양한 콘텐츠를 도입할 수 있는 시점이 된다" 며, "앞으로 제품을 집중적으로 전개하며 콘텐츠 접목을 강화해 나가는 것이 과제"라고 밝혔다.

최근 예언은 신제품 출시와 더불어 발 빠르게 시장 확대 전략을 시도하고 있다. 현재 멀티플렉스 CGV를 대상으로도 제품 설치가 유력하게 논의되고 있으며, 전국의 총판 및 대리점 구축작업에도 박차를 기하고 있다. 또 연관성 있는 상담콘텐츠를 묶어 전문 샵을 구성하는 사업도 구상하고 있다.

**양질의 경쟁력 있는 정보 콘텐츠 강화에 심혈을 기울여**

사업상의 애로점은 예언이 대구지역에 위치한 업체이다 보니 홍보 마케팅에 애로점을 겪는 다는 점이다. 제품에 대한 홍보가 제대로 되어 사업가능성을 높이 평가받아야 원활한 전개가 되는 아이템이니 만큼 아쉬움이 큰 부분이 아닐 수 없다.



그렇다고 중소기업으로서 물량작전으로 이 약점을 커버할 수도 없다. 예언은 홍보 마케팅 부분이 좀 더디더라도 핵심은 사업 경쟁력을 얼마나 강화할 수 있느냐에 달려 있다고 보고 있다. 그래서 양질의 경쟁력 있는 정보 콘텐츠 강화에 심혈을 기울이고 있다. 더디 가더라도 언젠가는 시장이 폭발할 수 있을 것이라는 확신을 가지고 있다.

"올 연말에서부터 입학시즌인 내년 3월까지가 운세시장이 성수기입니다. 화상운세를 제공하는 우리 자판기도 이 시점에는 크게 활성화되리라 예상됩니다. 이 때를 겨냥해 올 9월부터 집중적인 판매를 진행할 계획입니다."

김장민 사장의 말대로 올 연말 시장은 화상상담자판기가 얼마만큼 파급력 있는 시장 확대가 가능할지 여부를 가늠하는 1차 시험대가 될 것이다. 과연 어떻게 시장 결과가 나타날지 화상운세로 미리 점쳐 보는 것은 어떨까. (예언:053-522-6300)

## [ View Point ]

### 뉴트랜드 제품으로서의 발전 방안



화상상담 같은 정보 콘텐츠 제공 자판기가 얼마만큼 시장 활성화를 가능할까 여부는 결국 해당 콘텐츠가 얼마만큼 경쟁력 있고 차별화되었느냐에 달려 있다. 쉽게 말해 자판기로 제공되는 정보 콘텐츠의 질이 정말 특별해야 한다는 얘기이다. 제값 이상을 하는 양질의 정보를 제공하는 보고(寶庫) 역할을 할 때 소비자는 몰려들 수 있다.

세상은 이미 정보의 홍수의 시대이다. 인터넷을 통해 정보가 넘쳐나는 시대에 정보는 이제 'know how'가 아니라 'know where' 라는 말이 횡횡하고 있는 지경이다.

이런 시대에 있어 어느 곳에서나 접하기 쉬운 정보의 질을 가지고는 소비자를 끌어들이기에 한계가 있다. 유상 콘텐츠를 제공하느니 만큼 고급정보, 차별화된 정보 아니면 살아남기 힘들다. 이런 점에서 본다면 정보의 특화는 결국 해당 분야의 전문가를 얼마나 구비할 수 있느냐에 달려 있다. 운세 콘텐츠를 제공한다고 하면 진짜 지명도 높은 역술인 몇몇이 라인업에 포함될 수 있어야 하며, 재테크, 투자 상담에 있어서도 진짜 실력이 검증된 전문가가 포함되어야 한다. 다른 상담콘텐츠 분야도 두말할 나위가 없다. 정보 콘텐츠 자판기가 어디에서나 쉽게 확인 할 수 있는 정보를 제공

하는 수준이 아니라 자판기 아니면 얻기 힘든 수준이 되어야 한다.

물론 이는 쉽지 않은 일이다. 그만큼 인프라를 구축한다는 일이 쉬운 일이 아니다. 그 막대한 비용이며, 또 최고의 전문가가 자판기 콘텐츠의 상담가가 되어 줄지도 미지수이다.

그럼에도 불구하고 화상상담 자판기는 최고의 콘텐츠를 지향해야 하는 것은 숙명이다. 최고가 현실적으로 불가능하다고 지레 포기할 때, 시장파이는 초라해 질 수밖에 없음을 명심해야 한다.

정보 콘텐츠 자판기를 또 다른 관점에서 보아야 할 부분은 그 무한한 응용분야이다. 온라인과 오프라인을 연계할 수 있는 이 시스템은 수익성이 문제이지 사업화할 수 있는 방향으로만 본다면 무궁무진하다. 예를 들면 교육시장의 활성화와 더불어 유명 강사를 통해 과외까지도 할 수 있게 하는 시스템도 생각해 볼 수 있다. 또 유명 연예인과 화상통화가 가능한 시스템만 구축할 수 있다면 사업대박이 날 수도 있지 않을까.

이처럼 무궁무진한 응용분야를 주목해야 한다. 정보 콘텐츠 자판기로서의 영역은 쉽게 열릴 수 있을지는 미지수이지만 한번 시장이 터지면 엄청난 파급력을 형성할 수 있는 분야이기도 하다.

미래는 도전을 하는 자의 몫이다. 이런 점에서 볼 때 예언의 첫 정보콘텐츠 자판기로서의 시도가 좋은 결실을 맺어 당당히 자판기 산업의 유망분야로 각광받을 수 있기를 기대해 본다.