



인쇄업계에 손짓하는 소셜미디어 비즈니스 활성화 위한 장기적 투자

소셜미디어의 폭발적인 증대는 마케팅 분야에서 가장 뜨거운 이슈의 하나가 됐다. 미디어 환경의 변화를 이끄는 한편, 호기심과 도전, 두려움과 방어라는 숙제를 인쇄업체에게 안겨줬다. 하루가 다르게 진화하는 수많은 사용자 편의 프로그램을 선보이는 페이스북, 트위터, 링크드인 등의 수많은 소셜미디어가 인쇄업계에 '이래도 보고만 있을 텐가'라며 화두를 던지고 있다.

글 | 조갑준 기자 kjcho@print.or.kr

전통적인 인쇄사들도 기존의 마케팅 투자에 대한 확신이 줄어들며 따라 소셜미디어에 대한 관심을 키우며, 하나둘 대안으로 선택하기 시작했다.

소셜미디어가 청소년들의 놀이터나 채팅만을 위한 공간으로 치부되는 경우가 있다. 좋게 봐서 B2C의 도구로 활용될 수 있다는 가능성을 인정받고 있지만, 아직까지 B2B에는 어울리지 않는다는 게 대체적인 평가다. 하지만 단순히 결론내릴 수 있는 문제는 아니다. 이러한 논쟁은 이미 몇 년 전이나 가치 있는 주제였다. 지금은 축소되는 비즈니스 기회를 새롭게 창출할 수 있는 또 다른 기회로 여겨지고 있다. 실제로 많은 사람들이 트위터와 같은 소셜미디어의 유용성 때문에 준비했던 인쇄 주문을 철회하는 사례가 발생하고 있다. 또한 B2B 인쇄사들도 스마트 소셜미디어의 연관성이 비즈니스 향상에 얼마나 강력한 플랫폼으로 활용될 수 있는지를 타진하고 있다.

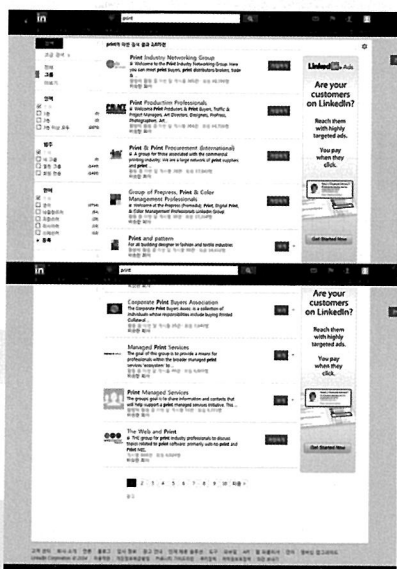
B2B 고객 가능성의 공간 링크드인

페이스북에 B2B 툴을 만들려는 시도는 많은 곳에서 감지된다. 그렇지만 페이스북이 구글 다음으로 유력한 글로벌 소셜미디어라 하더라도 첫 번째이자 최우선의 마케팅 투자 공간이 되기는 쉽지 않다. 오히려 비즈니스 고객에 집중한다면 최근 떠오르고 있는 온라인 링크드인을 활용하는 것이 유리하다. 링크드인과 같은 비즈니스 목적의 소셜 네트워킹 사이트는 미국에서 7500만 트래픽(6위), 세계에서 2억2500만 트래픽(9위) 이상으로 빠르게 성장했다. 대체로 링크드인 사용자들은 해당 사이트에서 일일 평균 7분을 체류하며, 8.6페이지 이상을 방문한다. 특히 이 사이트는 미국에서 방문자 수가 많은 다른 어떤 웹 사이트보다 같은 직업과 관련된 사람들의 방문이 제일 많다.

그룹 회원 간 정확한 정보 교류

많은 사람들이 비즈니스 관계를 형성하고 전문 기술과 경험을 쌓기 위해 링크드인을 활용한다. 이 사이트 그룹은 디지털 인쇄사에게도 작지 않은 이익을 줄 수 있을 것으로 보인다. 링크드인 그룹은 동일한 목적을 가진 사람들의 모임이라는 특징이 있다. 어떻게 보면 특별한 주제에 대해 관심을 공유하는 동호회 같은 역할을 한다. 사람들은 온라인 링크드인 그룹 안에서 의견을 개진하거나 질문하고, 토론하거나 정보를 나눈다. 더욱이 링크드인에는 상상할 수 있는 거의 모든 주제를 다루는 그룹이 활동하고 있다. 링크드인 그룹에 주제어로 '프린팅'을 입력하면 전 세계 2000개 이상의 소그룹을 확인할 수 있다. 특정화해서 보면, '책자 인쇄' 관련 그룹 36개, '라벨 인쇄' 관련 그룹 38개, '사인 인쇄' 관련 그룹 36개 정도가 지금도 활발히 활동하고 있다.

링크드인 내에서 실제 거래 성사



링크드인의 'Print'를 주제로 한 그룹들

링크드인의 'Print'를 주제로 한 그룹들 참여할 기회를 부여한다. 그렇지만 상업적 욕심에 사로잡혀 토론에 집중하지 않고 자신의 욕구만 채우려는 토론자는 그룹에서 퇴출될 수 있으므로 주의해야 한다. 그룹 내에서 가장 중요한 것은 상호 조화와 믿음이다. 그렇기 때문에 그룹과 조화를 이루는 가운데 교육적이면서도 남들을 지원하고, 그룹의 가치를 높일 수 있는 신뢰 구축이 필요하다. 실제로 이를 위해 일부 링크드인 그룹은 각각의 회원 자격을 50명으로 엄격히 제한해 운영하기도 한다. 그룹 내 수십 명의 회원들은 특정 정보를 확인하기 위해 서로의 의견과 경험을 공유하면서 사안을 빠르게 검토해 나간다. 최근에는 자격을 나중에 부여하는 그룹도 출현했다. 회원의 자질과 성향을 좀 더 면밀히 판단하기 위한 조치다.

'세계의 인쇄'라는 주제 아래 150명 미만의 적은 회원을 보유한 소규모 그룹도 있지만 '프린트 프로덕션 프로페셔널스'라는 그룹은 6만1000명 이상의 회원을 보유하고 있으며, 방대하게 운영되기도 한다. 이러한 그룹은 대체로 몇 차례 방문한 후에야 토론에

실제로 링크드인 그룹을 통해 '18포인트 코팅 인쇄물에 코드 포일을 입힐 수 있는 공급업체를 찾았다'는 사례가 보고되고 있다. 해당 업체는 링크드인 그룹을 통해 단 2일 만에 5개 디지털 인쇄사의 관심을 받았으며, 그중 한 업체와 계약했다고 밝혔다. 그런데 소속 그룹에 가끔 방문하거나 사안이 제기된 1주일 후에 코멘트를 전달한다면 거래 기회를 잡을 수 없을 것이다. 그래서 링크드인은 새로운 코멘트나 토론 주제가 올라올 때마다 회원들이 이메일 공지를 받을 수 있도록 옵션을 선택할 수 있도록 했다. 때문에 사안에 적합하고 필요한 가치를 창출할 수 있는 능력을 보유하고 있는 회원은 제시되는 많은 비즈니스 기회를 잡을 가능성이 크다. 이를 위해서는 링크드인 내에 업체나 개인의 전문 분야와 서비스 범위에 대해 정확히 설명한 프로필을 올려놓고 변동이 있을 때마다 업데이트하는 것이 유리하다.

소셜미디어 투자는 현실적인가

링크드인이나 다른 소셜미디어 사이트에 가입하는 것이 비즈니스 기회가 되는 것은 아니다. 새로운 비즈니스를 통해 매출을 올리는 것은 더욱더 아니다. 이런 이유에서 소셜미디어 투자에 대해 ROI를 측정하는 것은 쉬운 일이 아니며, 이를 관리하는 직원을 고용하는 것도 현실적이지 않다. 인내심을 갖고 기회를 기다려야 한다. 소셜 마케팅은 광고와 PR을 포함한 브랜드강화 전략이 될 수 있다. 아울러 지속적이면서도 신뢰감 있는 활동을 요구하는 장기간의 투자라고 할 수 있다. 사람과의 관계와 관련한 이슈인 소셜미디어는 잠재 고객과 적극적으로 소통하거나 잠재 공급업체의 접근을 소극적으로 허락하는 수백 개의 온라인 플랫폼이라고 할 수 있다. 이를 통해 정보와 콘텐츠에 대한 상호 컨설팅과 전문적인 분석을 기대할 수 있다. 이처럼 현재는 물론이고 앞으로도 비즈니스 기회 창출로 분명히 성장하고 있는 분야에 인쇄 산업도 관심을 두지 않을 이유는 하나도 없다. 단기적인 효과를 기대하기보다는 장기적인 투자 관점으로 시간과 노력을 기울일 필요가 있다. ↻

