

국내 모바일서비스의 성공요인에 관한 연구

A Study on the Success Factors of Mobile Services in Korea

오 재 인 *

目	次
I. 서론	IV. LGT의 ez-i
II. SKT의 Nate	V. 성공요인의 비교 분석
III. KTF의 MagicN	VI. 결론

I. 서론

국내에서 모바일서비스를 제공하는 회사로는 SKT, KTF, LGT 등을 들 수 있다. 이들은 각 사별로 독특한 전략을 추진하고 있으므로, 성공요인도 서로 다를 수 밖에 없다.(Oh, 2003). 예컨대 SKT는 국내 이동 전화 시장에서 1998년 업계 최초로 보증 보험 서비스를 도입하였고, 1999년에는 TTL 브랜드를 도입하여 단순 통화 기능만을 제공하던 이동전화를 생활의 중심이 되는 종합문화상품으로 확장하였다 (www.sktelecom.com). 이후 SKT는 고객 세그먼트에 기반한 타겟 마케팅을 시행함으로써 경쟁 우위를 점유할 수 있었으며, 상대적으로 열세에 있던 20대 초반 시장에서 점유율을 높일 수 있었다.

최근에는 새로운 성장의 원천이 될 것으로 기대되는 모바일인터넷 분야에서 국내 최초로 WAP(Wireless Application Protocol) 방식을 도입하여 다양하고 새로운 콘텐츠를 지속적으로 제공하고 있다. 이를 통해 2001년 모바일인터넷 브랜드 이미지 1위, 2002년 3월말 모바일인터넷 가입자 수 1104만 명으로 업계 1위라는 성과를 보이고 있다. 특히 2001년 10월에 기존의 이동 전화 단말기 기반의 모바일인터넷 서비스 브랜드인 n.TOP을 유무선 멀티 인터넷 브랜드인

* 단국대학교 상경학부 경영정보학 전공 교수

Nate로 변경하고 서비스의 수준을 더욱 고도화하고 그 영역을 확장해 가고 있다.

또한 KTF는 한국통신 그룹 특유의 기술력과 선도적 마케팅, 국민 기업의 신뢰감을 바탕으로 매 6개월마다 1백만 명씩 가입자가 늘어나는 초고속 성장을 거듭하여 2000년 초 세계 최단 기간 최다 무선 통신 가입자 확보의 기록으로 기네스북에 등재된 세계 이동통신업체이다 (www.ktf.com). KTF는 모바일인터넷 분야에서도 두드러진 성장을 거듭하며 새로운 강자로 떠오르고 있다.

KFT는 2001년 5월 한통엠닷컴과 합병하여 사명을 변경한 후 네트워크를 통해 고객에게 유익한 정보 통신 서비스를 언제, 어디서나, 원하는 모든 형태로 제공함으로써 인류의 삶을 자유롭게 하는 'Mobile Life Partner'라는 기업 비전과 5년내 가입자 1500만, 세계 10위 내의 이동통신 기업, 글로벌 Top 10 이 되겠다는 전략 목표를 설정, 공격적인 경영을 펼치고 있다.

마지막으로 LGT는 세계 최초로 CDMA 기술 상용화에 성공한 LG의 기술력을 바탕으로 모바일인터넷의 분야에서 앞서 나갔지만 현재 다른 경쟁사들을 추격하고 있는 실정이다 (www.lg019.com). LGT는 1996년 7월에 설립되어 1997년 10월 전국 PCS 상용서비스를 개시한 이래 지난 1999년 5월 국내 최초로 모바일인터넷 서비스를 시작하였다.

모바일인터넷 분야에서는 CDMA 폰에서 구현되는 Java 기술인 자바스테이션을 개발하여 상용화에 성공함으로써 국내 모바일인터넷 기술을 주도하고 있는 기업 중의 하나이다. PCS 폰만 있으면 지하철, 버스 등 대중교통을 이용할 수 있는 이지패스 서비스와 PCS 폰으로 모든 신용카드 결제를 할 수 있는 적외선 지불 서비스를 제공하고 있다.

본 연구의 목적은 국내 이동통신 회사들이 모바일서비스를 제공할 때 그 성공요인이 무엇인지를 비교 분석하는 것이다. 이러한 연구목적을 효과적으로 달성하기 위해 제II장에서는 SKT의 성공요인을 기술하고, 제III장에서는 KTF의 성공전략을 서술하며, 제IV장에서는 LGT의 성공요인을 기술한다. 그런다음 제V장에서 이들 회사들의 성공요인을 비교 분석하고, 제VI장에서 본 연구의 결론을 요약한다.

II. SKT의 Nate

국내 최대의 이동통신 서비스 사업자이면서 모바일인터넷 콘텐츠 분야에서도 성공적인 상용화를 이룬 것으로 우리나라 모바일인터넷의 중추적 역할을 수행하고 있는 SKT는 유료 콘텐츠를 중심으로 하는 전략을 구사하고 있다. 또한 서비스 전략에서는 EV-DO 서비스 조기

도입, 멀티미디어 콘텐츠 집중 육성, 그리고 신규 플랫폼의 도입을 통한 차별화 등을 세우고 있다.

SKT의 모바일 서비스는 “Nate”라는 브랜드로 서비스 되고 있다. 최근 개편에서는 Nate의 주제별 분류체계는 유지하면서, 전략/핵심 콘텐츠들을 대거 상위 메뉴로 옮겼으며(게임, 그림친구/마이벨, e-Book, 학습, Adult Club 등), 고객 선호도에 따른(Hit Based) 메뉴 순서조정, GVM/JAVA 응용 다운로드 서비스를 위해 별도로 “Nate 마법사” 메뉴 구성 등 더욱 편리해지고 강력해진 서비스들로 구성되었다. 이상 Nate Basic, Nate TTL, Nate ing이 제공하는 주요 서비스를 영역별로 분류하면 폰꾸미기, 커뮤니티, 엔터테인먼트, 경제/정보, 뉴스/생활 등이 있다.

2.1 폰꾸미기

폰꾸미기 서비스는 마이벨, 컬러링, 그림친구, Nate Air, 라이브벨, 라이브스크린 등이 있다.

(1) 마이벨

우리가 가지고 있는 휴대폰에 전화가 왔을 때 들리는 벨소리 다운로드 서비스이다. 현재 Nate에서는 단음, 4화음(Poly), 16화음 그리고 40화음 등 단말기 성능에 따라 다운로드 가능한 벨소리를 제공하고 있다.

(2) 컬러링

다른 사람이 휴대폰으로 전화를 걸 때 들리던 기계음 대신 사용자가 지정한 사운드를 들려주는 서비스이다. 단말기 종류와 관계없이 서비스가 가능하며, 현재 제공중인 사운드 종류는 가요, 효과음, 드라마, 팝 등으로 다양하다

(3) 그림친구

휴대폰을 열어보면 스크린에 나타난 화면, 즉 대기화면이라 불리는 그림을 서비스하는 다운로드형 콘텐츠이다. 캐릭터, 점술, 스타 등 다양한 종류로 사용자 취향에 따라 선택할 수 있도록 구성되어 있다.

(4) NATE Air

NATE Air는 모바일인터넷 접속없이 사용자가 선택한 채널을 통해 연예, 오락, 영화, 음악 등 다양한 정보를 실시간으로 제공받을 수 있는 모바일 멀티미디어 방송(Mobile Multimedia Broadcasting) 서비스이다.

(5) 라이브벨

라이브벨은 마이벨과 같은 다운로드형 벨소리 서비스이나 제공되는 음원이 MPEG 형식으로 되어있기 때문에 원음과 가까운 벨소리라는 것이 차이점이다.

(6) 라이브스크린

라이브스크린은 그림친구의 기능을 수행하는 형태 서비스이나 제공되는 동영상 형식이 MPEG이기 때문에 부드러운 동영상을 구현할 수 있다는 것이 차이점이라 할 수 있다.

2.2 커뮤니티

커뮤니티 서비스는 메시징 Plus, 동영상 메일, 킷메일, Nate 폰피 등이 있다.

(1) 메시징 Plus

문자, 음악, 그림, 설문, 경조, 플랜, 메일 등의 다양한 매체를 발송할 수 있는 서비스이다. 이 기능은 기존 모바일인터넷 서비스 기술 중 WAP Push를 이용한 것이다.

(2) 동영상 메일

동영상 메일은 MPEG4 형태 파일을 휴대폰과 이메일로 전송하는 멀티미디어 메시징 서비스이다. 무엇보다 PC 캠이나 캠코더를 이용하여 사용자가 직접 참여한 동영상을 대상으로 서비스할 수 있다는 것이 장점이라 할 수 있다. 이 외에도 CF, TV, 애니 등의 일반 동영상 콘텐츠도 포함할 수 있다.

(3) 킷 메일

기존 유선포털의 메일을 휴대폰에서 확인할 수 있는 메일 부가 서비스이다. 또한 메일 수

신에 대한 알람을 휴대폰으로 알려주는 서비스가 포함되어 있다.

(4) Nate 폰피

Nate 사용자의 개인용 폰 페이지를 서비스하는 공간이다. 다만 구축의 편의상 휴대폰이 아닌 웹에서 직접 관리할 수 있으며, 아바타 기능을 이용할 수 있는 양증맞은 서비스라 할 수 있다.

2.3 엔터테인먼트

엔터테인먼트 서비스는 모바일 가수, 모바일 노래방, 포토 미팅, 스피드 부킹, 폰 메일 채팅, 모바일 게임 등이 있다.

(1) 모바일 가수

실제 가수의 노래를 핸드폰에서 다운로드 받아 이동 중 청취할 수 있는 서비스이다. 또한 자신의 노래를 직접 등록하여 모바일 오디오션에 참여할 수 있는 서비스를 제공한다.

(2) 모바일 노래방

Nate 마법사를 이용하여 원하는 음악을 다운로드 한 후 실제 노래방처럼 가사를 보며 즐길 수 있는 서비스이다. 4화음으로 음원으로 서비스한다.

(3) 포토 미팅

휴대폰을 이용하여 언제든지 이동 중 원하는 이성과 미팅을 할 수 있도록 제공하는 서비스이다. 회원이 직접 올린 사진을 직접 확인할 수 있다.

(4) 스피드 부킹

미팅과 다르게 즉석 미팅을 주선하는 번개서비스를 제공한다

(5) 폰 메일 채팅

기존 SMS가 발신자의 번호확인이 가능하도록 만들어진 것과 다르게 폰 메일 채팅은 익명

의 SMS를 보낼 수 있는 서비스이다. 젊은 층에서 오직 즐기기 위한 문자메시지 전송을 지원 하는 재미있는 서비스라 할 수 있다.

(6) 모바일 게임

모바일인터넷으로 즐길 수 있는 게임은 WAP을 기반으로 하는 텍스트, 이미지 기반의 온라인 게임과 VM을 기반으로 한 다운로드형 게임이 있다.

현재 Nate에서는 이 모두를 지원하고 있는데, 현재는 다운로드형 게임이 네트워크 지원까지 포함한 게임출시가 눈에 띄게 늘어감에 따라 WAP 게임에 비한 점유율이 증가하고 있는 상태이다.

2.4 경제/정보

경제/정보 서비스는 Nemo, 돈버는 모바일, 복권 등이 있다.

(1) Nemo

타인에게 송금을 하고자 할 경우 은행방문이나 인터넷 뱅킹을 이용한 송금이 아닌 휴대폰 전화번호를 계좌번호 대신 사용하여 휴대폰으로 직접 송금하자는 모델로 만들어진 서비스이다. 현재 1:1 송금, 일대다수 송금, 1:1 청구, 그리고 일대다수 청구 등이 서비스 중이다.

(2) 돈버는 모바일

휴대폰을 보유하고 있는 사용자가 늘어감에 따라 여론조사 등의 서비스 가능성을 현실로 이끈 서비스이다. 이를 SKT에서는 모바일리서치라는 이름으로 리서치패널에 가입한 회원을 대상으로 설문조사와 실시간 결과산출을 기업이나 단체에게 제공하는 방식으로 운영하고 있다. 이러한 설문에 응한 리서치패널 가입회원은 추천 혹은 모든 참여자에게 Nemo 포인트를 지급하는 형태로 보상을 하고 있다.

(3) 복권

개인 휴대폰을 이용하여 실물 복권을 쉽게 구입할 수 있도록 제공하는 서비스이다. 또한 즉석복권의 경우 실시간으로 복권당첨 결과를 확인할 수 있도록 구성되어 있다. 당첨금은 1

만원 이하의 경우 복권을 재구매할 수 있는 포인트로 제공하고 이를 초과하는 경우 계좌이체 등으로 현금지급을 하고 있다.

2.5 뉴스/생활

뉴스/생활 서비스는 위치정보, 모바일 영어, **114, My PC, CNN News 등이 있다.

(1) 위치정보

위치정보는 휴대폰이 위치한 인접 기지국간 각도를 이용하여 계산한 결과로 위치예측을 하는 응용기술 서비스이다. 이러한 위치정보를 이용하여 친구찾기, 위치검색, 경로탐색, 약도 보내기 등 개인서비스와 집단위치추적 등의 기업형 서비스, 그리고 GPS가 내장된 휴대폰을 이용하여 위성을 이용한 응용 위치정보 서비스도 함께 제공되고 있다.

(2) 모바일 영어

휴대폰으로 미리 선택한 영어강사의 음성강의를 제공하는 보조 영어학습 서비스이다.

(3) **114

기존 전화안내 서비스가 제공하던 단순 전화번호 안내의 개념을 벗어나 해당 업소에 대한 자세한 소개, 위치안내까지 제공하는 음성서비스이다. 위치안내의 경우 사용자 위치를 중심으로 설명하기 때문에 비교적 유용한 서비스가 될 수 있을 것으로 보인다.

(4) MY PC

2휴대폰, PC, 그리고 PDA 등을 이용하여 자신의 PC에 접속하여 파일관리, 개인정보관리, 메일관리 등을 수행할 수 있도록 지원하는 서비스이다.

(5) CNN News

휴대폰을 이용하여 음성이나 WAP으로 CNN 뉴스를 한글과 영문으로 제공하는 서비스이다.

III. KTF의 MagicN

KTF는 국내 3개 이동통신 사업자 중 플랫폼 업그레이드를 통한 콘텐츠 차별화 및 강화가 가장 두드러진 서비스를 제공하고 있다. 특히, 쉐컴에서 제공하는 Brew를 이용한 멀티팩 서비스는 휴대폰을 이용한 모바일인터넷 환경을 GUI(Graphic User Interface) 수준으로 끌어올리며 문자만으로 구성되던 기존 휴대폰 모바일인터넷 서비스 환경을 과감하게 그래픽 기반으로 바꾼 대표적인 기업이라 할 수 있다.

KTF는 “MagicN”이라는 브랜드로 서비스를 하고 있다. 먼저 KTF의 모바일인터넷 서비스는 MagicN 서비스와 멀티팩 서비스로 나누어 볼 수 있다..

3.1 MagicN 서비스

MagicN 서비스는 마이 MagicN, 메시지, 매직나라, 커뮤니티, 멀티미디어 등이 있다.

(1) 마이 MagicN

마이 MagicN은 개인 사용자가 활용할 수 있는 서비스를 중심으로 콘텐츠를 구성하였다. 제공되는 서비스는 메일, 통화연결 음을 바꾸주는 서비스인 2Ring, 사진명함, 모바일아바타, 아바타댄스, 캐릭터와 이벤트를 포함하여 축하/경조 등의 메시지를 보낼 수 있는 씨앗메일, 주소록, 그리고 수많은 콘텐츠 중에서 자주 사용하는 것을 등록하여 관리할 수 있는 마이메뉴설정 등이 있다.

(2) 메시지

메시지는 서비스 사용자가 휴대폰을 이용한 문자메시지, 혹은 이 기능을 확장한 서비스를 중심으로 구성되어 있다. 제공되는 서비스는 모바일인터넷 사이트가 구축되어 있는 사용자를 위해 콜백(Callback) URL이라 불리는 사이트 직접이동 기능이 추가된 메시지를 발송할 수 있는 메시지매니저, 기존 문자메시지에 이미지, 동영상, 사운드 등의 멀티미디어 요소를 포함하여 휴대폰이나 메일로 전송할 수 있는 기능을 제공하는 멀티메시지, 원하는 상대를 설정하여 이를 문자메시지로 알려주는 M-ting메시지, 기존 메일에서 사용하던 e카드 서비스를 모바일에서 구현한 테마카드, 그리고 해외 휴대폰 사용자에게 문자메시지를 전송할 수 있는 해외문자전송 등이 있다.

(3) 매직나라

매직나라는 부가적인 서비스 중 개인이용자 중심으로 활용도가 높은 것을 중심으로 구성되어 있다. 제공되는 서비스는 미리 인증을 거친 사용자가 이동 중 안전여부를 확인할 수 있도록 추적기능이 제공되는 수호천사, PC나 휴대폰에서 촬영한 사진을 자신의 휴대폰이나 타인의 휴대폰에 전송하여 액정 대기화면으로 사용할 수 있도록 도와주는 사진나라, 액정 대기화면 서비스를 제공하는 그림나라, 액정 대기화면을 부적형태 이미지로 제공하는 부적천지, 사용자 휴대폰의 벨소리를 바꿔주는 소리나라, 문자메시지를 여러 개로 나누어 예약전송 기능이 제공되는 쪽지나라, 그리고 문자메시지에 아이콘을 포함하여 전송할 수 있는 기능을 제공하는 아이콘나라 등이 있다.

(4) 커뮤니티

커뮤니티는 흔히 표현하기를 동호회라 부르며 기존 MagicN 웹사이트와 모든 내용을 공유하도록 구성되어 있다. 제공되는 서비스는 자유롭게 주제별 게시물을 공유할 수 있는 게시판, 동호회, 채팅, 폰팅, 미팅, 그리고 휴대폰을 이용하여 자유롭게 개인 홈페이지를 만들어 줄 수 있도록 다양한 기능을 제공하는 폰피 등이 있다.

(5) 멀티미디어

멀티미디어는 추후 KTF가 집중적으로 시장주도형 콘텐츠를 구성하기 위한 목적으로 육성 중이기 때문에 점차 사용자의 점유율이 높아지고 있다. 제공중인 서비스는 개인 라이프스타일에 맞춰 원하는 정보를 휴대폰으로 자유롭게 받아볼 수 있는 멀티미디어 방송인 MagicN 멀티큐, 멀티팩 기반으로 전문 동영상 프로그램을 통해 다양한 동영상 감상이 가능하도록 제공하는 MagicN 멀티비전, 미리 설정한 관심분야에 대해 음성으로 방송을 제공하는 매직엔조이, 자신이 좋아하는 음악을 다른 사람의 휴대폰으로 전송할 수 있는 기능을 제공하는 음악편지, 그리고 내가 좋아하는 스타가 현재 있는 위치를 파악할 수 있도록 도와주는 스타위치 찾기 등이 있다.

3.2 멀티팩 서비스

멀티팩 서비스는 유명 PC/오락실 게임, 포탈/커뮤니티, K-merce, 성인, 판타지액션게임, 퀴즈/퍼즐/레저게임, 슈팅/아케이드 게임, 정보와 생활, Drama, 교육, 잉글리쉬 멀티팩 등이 있다.

(1) 유명 PC/오락실 게임

이미 이름만 들어도 잘 알려져 있는 게임들을 모바일 게임으로 다시 제작한 것으로 게임을 즐기기 위한 방법이 기존 게임과 유사하여 사용자들의 환영을 받는 콘텐츠 서비스이다.

현재 제공중인 콘텐츠는 KTF 대물뉘시광, 갤러그, 토막, 왕머리 복싱, 핸드폰 BnB, 핸드폰 포트리스, 온라인 삼국지, 방구차 등이 있다.

(2) 포탈/커뮤니티

기존에 사용하던 웹메일이나 자주 방문하는 커뮤니티 사이트를 휴대폰으로 기존 모바일 인터넷 형태보다 편리한 방법으로 이용할 수 있다. 이러한 방법은 결국 멀티팩을 기반으로 한 전용 브라우저 개념이라 할 수 있는데, 현재 제공중인 콘텐츠를 보면 다음 한메일넷, 다음카페, 세이클럽, 스칼럽 채팅, 통합메일, 짬뽕짬너미팅, 프리첼, 통합메신저, 드림위즈 지니, 러브러브팅, 라이코스 채팅 등이 있다.

(3) K-merce

K-merce는 휴대폰을 이용하여 활용이 가능한 증권, 금융정보, बैं킹 등의 서비스를 이용할 수 있도록 구성되어 있다.

현재 제공중인 서비스는 매직증권, 교보증권, 머니투데이, 대우증권Q-Sign, 동양모보스, 삼성증권, 엘지엠트레이딩, 키움 영웅문, 한투TAMS, 한화증권이지머스, 케이머스 बैं크 등이 있다.

(4) 성인

성인은 휴대폰에서 각종 성인정보와 게임을 멀티미디어 환경으로 구현될 수 있도록 지원하는 서비스이다.

현재 제공중인 서비스는 바나나 비디오방, 벗겨봐알라뷰키스, 플레이보이, 아색기가, redbook, 스트립헝사, 모바일비아그라, 용주골황제포커, 누들누드, 에로팩 엑시터시 등이 있다.

(5) 판타지액션게임

게임 장르 중 판타지 액션게임과 퀴즈게임들을 모아서 제공하는 서비스이다. 현재 제공중인 서비스는 마법소녀스피넬, 은하전사 마이저, 가이드 헬, 조폭키드, 멀티팩 파이터즈, 뛰어

야 산대, 복수혈전, 러브플러스, 노리, 둘리의 모험, 루나퀘스트 등이 있다.

(6) 퀴즈/퍼즐/레저게임

게임 장르 중 퀴즈, 퍼즐, 레저게임을 모아서 제공하는 서비스이다. 현재 제공되고 있는 서비스는 떴다! 부킹클럽, 오리지널헝서, 배틀홀라, 다크호스경품경마, 조폭축구, 넷퀴즈펀치 광광, 내기게임 등이 있다.

(7) 슈팅/아케이드 게임

게임 장르 중 슈팅, 아케이드 게임을 모아서 제공하는 서비스이다. 전체적인 게임 장르 중 휴대폰을 이용한 게임을 즐길 경우 가장 이용률이 높기 때문에 다양한 종류의 게임이 준비 되어 있다.

현재 제공중인 게임은 날라리369, 가리봉 딱지왕, 그녀의 뽀뿌, 조폭혈침전, 쇼코쇼코, 미스터크레인, 무인도 탈출, 라이온포병구하기, 도전! 가수왕, 갈갈이게임 등이 있다.

(8) DRAMA

주로 여성중심의 정보서비스와 각종 놀거리를 제공하는 것이 DRAMA이다. 현재 제공중인 콘텐츠는 마이클럽, 아바타 Stylist, 멤버십 DRAMA, 멀티헤어, 빼자의 다이어트, 사주닷컴, 나 홀로뿌셔뿌셔, 팩맨, 떴다! 부킹클럽, 핑크러브, 오늘의 요리 등이 있다.

(9) 정보와 생활

정보 및 생활 서비스는 기존 모바일인터넷 환경을 기준으로 생각한다면 매우 이용률이 낮을 수 밖에 없었다. 그러나 멀티팩 기반으로 정보 서비스를 시작하면서 비주얼 한 서비스가 가능해 지자 다양한 표현형태로 정보서비스가 만들어 지기 시작하였다.

현재 제공중인 콘텐츠는 아이핸디고, 튜나 애니웨어, 이제마 사상체질, 금전관리, 스포츠 투데이, 유아나라, 쌍쌍바이오, 멀티쿠폰팩, 행운의 적토마, 그리스로마신화, 동아 뉴스브리핑, 포켓명함 등이 있다.

(10) 교육

KTF의 모바일인터넷 교육서비스는 어학중심의 교육정보를 제공하고 있다.

제공중인 콘텐츠는 민병철사이버어학, 파워 잉글리쉬, 기적의 영단어6000, 골든벨영단어,

시사엘리트사전, 1:1전화영어, 영단어 퀴즈왕, 헬로우생활영어, 캠퍼영어 등이 있다.

(11) 잉글리쉬 멀티팩

잉글리쉬 멀티팩은 아마도 외국인을 대상으로 국내 콘텐츠를 소개하는 목적인지 정확치는 않지만 전체적인 구성을 보면 어떤 목적인지 확실하지 않은 단점이 있다.

현재 서비스중인 콘텐츠는 코리아팀 파이팅, E_스노우보드 레이싱, Eng_아이큐 포커, Eng_63빌딩 테러, Worldcup English, Worldcup Japanese, 그라운드외 승부사, 슈팅사커, 스트라이커 2002, 조폭축구, 콤비네이션 사커 등이 있다.

IV. LGT의 ez-i

LGT의 모바일인터넷 정책은 혼합 콘텐츠 개발과 서비스에 주력한다는 것이다. 이동통신 업계에서 보았을 때는 후발주자의 역할을 하고 있지만, 모바일인터넷 콘텐츠 분야에서는 나름대로 선두업체의 역할을 차지하고 있었으나 지금은 이마저도 후발업체의 입장에 놓이고 있는 상태이다. 그러나 아직 모바일인터넷 망개방이라는 또 하나의 이슈가 남아있는 상황에서 적극적인 참여로 콘텐츠 개발자들의 개발 활성화를 위한 인프라 보급에 힘쓰겠다는 전략이 KTF와 비슷하다.

LGT는 “ez-i”라는 브랜드로 서비스를 하고 있다. LGT의 모바일인터넷서비스는 휴대폰 모바일인터넷과 비즈니스 서비스로 나누어 볼 수 있다(서승균, 2003).

4.1 휴대폰 모바일 인터넷

휴대폰을 이용한 모바일인터넷 서비스는 메일/문자/포탈, 캐릭터/멜로디/포토, 게임/퀴즈, 성인클럽, 채팅/미팅/클럽, 증권/은행/복권, 친구찾기/교통/생활, 스포츠/운세/연예, 자바 멀티동영상, 예매/쇼핑/경매, FeelRing 등이 있다.

(1) 메일/문자/포털

모바일인터넷 서비스 중 가장 기본서비스가 집중적으로 모아 사용자의 편의를 제공한다. WAP 방식으로 제공되며, 이미지는 단순한 형태의 이미지를 제공하여 서비스 한계는 있으나 적은 용량을 차지하는 WAP이 중심으로 제작되어 속도가 비교적 빠른 편이다.

현재 제공중인 서비스는 휴대폰 상에서 자체 모바일인터넷 포털인 ez-i에서 제공하는 메일을 볼 수 있도록 구성된 이메일, 휴대폰간 문자메시지 교환 기능을 제공하는 문자, 다음이나 프리챌과 같은 기존 유선 포털서비스에서 제공하는 무선 포털을 접속할 수 있는 포털, 그리고 My PC 등이 있다.

(2) 캐릭터/멜로디/포토

모바일인터넷 서비스를 이용하는 사용자 중 가장 이용빈도가 높은 서비스이다. 현재 서비스중인 콘텐츠는 휴대폰 대기화면을 꾸며주는 기능이 제공되는 캐릭터물, 휴대폰 벨소리를 변경시켜 줄 수 있는 멜로디물, 휴대폰에 내장된 디지털 카메라로 찍은 사진과 연예인 등 각종 사진을 자유롭게 업로드 및 다운로드를 할 수 있는 포토포탈, 경축이나 경조 등의 기념일 관련 연락을 음악과 함께 송신해 주는 음악앨범, 그리고 PC에서 즐기던 플래쉬 애니메이션 서비스를 제공할 수 있는 모바일 플래쉬 등이 있다.

(3) 게임/퀴즈

다양한 자바로 만들어진 다양한 게임들을 다운로드하여 즐길 수 있도록 구성된 서비스이다.

(4) 성인클럽

성인들만이 즐길 수 있는 콘텐츠를 제공한다. 현재 사용이 가능한 서비스는 성인게임, 포토, 성인소설, 그리고 성인용 만화를 서비스하는 성인카툰 등이 있다.

(5) 채팅/미팅/클럽

휴대폰을 이용하여 즐길 수 있는 커뮤니티형 서비스를 제공하며, 비교적 사용자의 접속률이 짧은 층을 중심으로 높은 편이다. 현재 서비스 중인 콘텐츠는 휴대폰으로 즐길 수 있는 채팅, 미팅, 폰팅, 그리고 게시판 등이 있다.

(6) 증권/은행/복권

휴대폰을 이용한 전자상거래 중 금융서비스를 모아서 제공하고 있다. 현재 이용이 가능한 서비스는 증권 시세조회, 은행 계좌조회 및 계좌이체, 복권구매, 신용카드 조회, 대출조회 및 신청, 부동산정보, 그리고 세금정보 등이 있다.

(7) 친구찾기/교통/생활

생활에서 필요한 관련정보와 함께 휴대폰의 특징인 이동성을 살린 위치정보를 중심으로 한 서비스를 제공한다. 현재 제공중인 서비스는 미리 등록된 친구나 동료의 휴대폰 위치정보를 이용하여 현재 어디에 있는지 확인할 수 있는 친구찾기, 애인 안심서비스, 자신의 현재 위치 및 주변 교통정보, 사용자의 위치를 중심으로 한 주변 지역정보, 취업정보, 그리고 여행정보 등이 있다.

(8) 스포츠/운세/연예

최근 들어 휴대폰을 이용하여 간단한 게임을 즐기면서 무료한 시간을 보내는 사용자가 늘어감에 따라 게임만이 유일한 일명 시간 죽이기 콘텐츠라 생각하는 사용자가 많이 있다. 그러나 이보다 더 많은 이용자가 오랜 시간을 투자하지 않아도 되는 간단한 정보를 선호하는데 이러한 정보 서비스를 모아 스포츠/운세/연예에서 사용자에게 다양한 정보를 제공하고 있다. 현재 제공중인 콘텐츠는 뉴스, 날씨정보, 스포츠 실시간 중계, 운세정보, 만화, 소설, 노래방, 연예정보, 유머, 그리고 방송정보 등이 있다.

(9) 자바 멀티동영상

LGT은 WAP보다 역동적인 콘텐츠 제공을 위해 ez-Java라는 플랫폼을 채택하여 서비스하고 있다. 이러한 ez-Java로 서비스를 제공하고 있는 콘텐츠는 컬러동영상 게임, 멀티미디어 기능을 강화한 노래방, 전용 프로그램으로 보다 편리한 서비스 환경을 제공하는 자바메일과 커뮤니티, 자바만화, e-Book 기능을 가지고 있는 자바소설, 그리고 마치 자동차용 네비게이션과 비슷한 주변 지역정보를 제공하고 있는 자바 생활지도 등이 있다.

(10) 예매/쇼핑/경매

전자상거래 서비스 중 가장 많은 이용자가 포진되어 있다는 티켓팅 서비스를 휴대폰으로 이용이 가능하도록 제공하고 있다. 현재 서비스 중인 전자상거래는 영화와 연극 같은 공연

물에 대한 각종 예매, 쇼핑, 쿠폰정보, 그리고 경마정보 등이 있다.

(11) feelRing

feelRing은 휴대폰으로 전화를 거는 사용자가 상대방이 전화를 받는동안 듣는 기계음 대신 음악이나 각종 음원을 들을 수 있는 부가서비스로 통화연결음 서비스라고도 부른다.

4.2 비즈니스 서비스

LGT는 국내 서비스중인 3개 이동통신 사업자 중 가장 법인영업이 활발한 사업자였다. 물론 모바일인터넷 분야에서 앞섰다가 보다는 음성통화를 위한 가입자가 개인이 아닌 법인(LGT는 법인가입자를 위한 서비스를 btob라고 부른다)이라는 차이만 있을 뿐, 모바일인터넷 서비스에서의 큰 차이를 보이는 것은 아니었다.

하지만 법인가입자 입장에서는 음성통화 이외에도 모바일인터넷을 이용하여 업무상 지원을 받을 수 있는 각종 서비스에 대해 요구사항이 나타날 수 있다.

LGT의 비즈니스 서비스로는 모바일 그룹웨어, SFA(Sales Force Automation), FFM(Field Force Automation), FM(Fleet Management), 텔레매틱스(Telematics), 원격검침(Telemetry) 등이 있다.

(1) 모바일 그룹웨어

그룹웨어는 기업이 구축할 수 있는 업무 전산화 중 가장 기본적인 서비스라 할 수 있다. 특히, 외부 이동이 잦은 사원을 보유한 기업은 사내에서는 물론 외부 이동 중 사용이 가능하도록 구성해야 업무효율이 올라간다는 일반적인 생각을 충분히 가지고 있으며, 이러한 생각을 현실로 구성한 서비스가 모바일 그룹웨어라 할 수 있다. 현재 LGT에서 제공하는 모바일 그룹웨어 서비스는 기업메일, 게시판, 일정관리, 주소록 관리, 그리고 전자결재 등이 있으며, 이러한 모든 서비스를 PC와 휴대폰은 물론 PDA에서도 사용이 가능하다.

(2) SFA(Sales Force Automation)

SFA는 영업을 중심으로 한 기업에서 영업능률 향상을 위해 도입하는 경우가 점차 늘어나고 있다. 이러한 주류에 맞추어 각 이동통신 사업자에서도 그룹웨어와 함께 주력 모바일 비즈니스 지원 솔루션으로 채택하고 있는데, LGT에서도 SFA 서비스를 법인가입자 중심으로 중점 서비스 지원을 하고 있다. 현재 LGT에서 서비스하는 SFA 솔루션은 PC와 휴대폰, 그리

고 PDA를 단말기로 사용할 수 있으며, 고객정보, 상담내역, 그리고 계약상황 등 모든 자료를 별도 전산입력 없이 현장에서 자유롭게 입력과 조회가 가능하도록 구성되어 있다.

(3) FFM(Field Force Automation)

모바일 비즈니스를 적극적으로 활용하기 위해서는 앞에서 설명한 바와 같이 이동 중에 활용할 수 있는 기능을 중심으로 제공하는 서비스이어야 한다. 그런 면에서 LGT의 FFM은 외근직 사원이 현장에서 무선통신이 가능한 휴대폰이나 PDA를 사용하여 본사 서버에 접근하고, 당일 고객지원 대상자료나 유지보수 고객정보 등을 수신받아 이를 처리하도록 지원한다. 그리고 그 결과를 다시 단말기로 전송하면 본사 서버에 기록되는 기능적 업무흐름을 가지고 있다.

(4) FM(Fleet Management)

앞에서 설명한 내용 중 휴대폰 기능이 가지고 있는 위치정보에 대해 언급한 것을 기억할 것이다. 이러한 위치정보는 위성을 이용한 위치정보인 GPS에 비해 정확도는 떨어지지만, 별도의 추가 장비없이 이동전화에서 기지국간 위치추정 정보로 비즈니스를 지원할 수 있는데 그것이 바로 물류업체나 운송업체에서 관제나 배차정보에 활용하는 방법이다. 이러한 서비스를 법인가입자를 중심으로 제공 중에 있다.

(5) 텔레매틱스(Telematics)

텔레매틱스는 무선통신이 가능한 휴대폰이나 PDA를 이용하여 이동중인 차량 내에서 교통정보, 생활정보, 사고통보, 차량진단, 엔터테인먼트, 모바일 오피스, 전자상거래, 금융거래 등을 이용하는 기능으로 LGT 이외에 자동차 부품을 전문적으로 생산하는 기업에서 자동차 메이커에 이르기까지 다양한 분야에서 진출을 할 정도의 큰 시장을 형성해 가고 있는 새로운 서비스 주류라 생각할 수 있다.

(6) 원격검침(Telemetry)

휴대폰이나 PDA를 이용하는 비즈니스 솔루션이라 할 수 없지만 산업용으로는 이미 오래 전부터 사용되기 시작한 서비스라 할 수 있다. 원격검침 서비스는 이동통신망이 없었다면 서비스가 불가능한 영역이라 할 수 있는데, 현재 LGT에서 서비스하는 방식은 다른 이동통신 서비스 사업자와 같이 관리, 검침, 제어를 필요로 하는 장비에 휴대폰 기능이 내장된 장치(이를 국내에서는 CDMA 모듈이라 부른다.)를 통해 통신하는 방법이 사용된다.

V. 성공요인의 비교 분석

본 연구에서는 국내 이동통신 3사의 성공 요인을 분석하기 위하여 오재인(2004)의 성공요인 모형에 따라 분석하기로 한다. 그는 Contents, Technical Aspects, Cost, Convenience의 네가지로 분류하고 있다. 이러한 성공요인은 e-Business와 M-Business의 적시성과 인터페이스의 차이에 기인한다.

5.1 평가 기준

본 사례에서는 Oh(2002)의 분류에서 현실적으로 자료 수집이 어려운 부분과 몇가지 부분을 추가하여 다시 <표 1>와 같은 평가 기준을 만들었다. Speed 부분에서 전송 속도 뿐만 아니라, CDMA-2000 1x 이상 단말기 가입자 수를 추가했으며, Success in Access도 단절률을 추가하였으며, Contents Fee에서도 기본료와 통화료를 추가하였다.

<표 1> 수정된 평가 기준

Constructs	평가기준
Character	• Accuracy, Variety, Updatedness, Utility
Management	• Exclusivity, Panache, Localization, Compulsive
Speed	• 전송속도, CDMA2000 1x 이상 단말기 가입자 수
Security	• 보안정책
Success in Access	• 접속성공률, 단절률
Contents Fee	• 기본료, 콘텐츠 이용료
Packet Transmission Charge	• 패킷전송료
Mobile Device Price	• 단말기 가격
Input	• 입력 편리성
Screen Interface	• 사용자 인터페이스의 편리성
Person alization	• 사용자 요구에 맞게 커스터마이징하거나 개인욕구에 맞게 디자인 된 정도

5.2 성공요인

평가기준을 바탕으로 국내 이동통신 3사의 성공요인을 비교해 보았다.

5.2.1 Contents - Characteristics

Contents 중에서 Characteristics의 경우는 국내에서는 SKT와 KTF가 경쟁력이 있는 것으로 나타났다.

5.2.2 Contents - Management

Contents중에서 management의 경우는 SKT가 비교적 신기술을 상용하는데 적극적이며, KTF는 콘텐츠의 차별화 및 강화가 두드러진 것으로 나타났다. LGT의 경우는 기업회원을 대상으로 한 법인영업이 가장 활발한 것으로 나타났다.

5.2.3 Technical Aspects - Speed

Technical Aspects에서 Speed의 경우는 KTF와 SKT는 2002년 5월과 8월부터 CDMA-2000 1x - EV/DO 서비스를 시작하였으며, CDMA-2000 1x 단말기 가입 고객은 SKT가 가장 많은 것으로 나타났다.

5.2.4 Technical Aspects - Security

Technical Aspects에서 Security의 경우 SKT는 모바일 커머스와 모바일 결제 서비스에 막대한 비용을 투자하고 있으며, KTF는 멀티팩에 걸맞은 WPKI 시스템을 개발하여 단말기에서 다운로드 가능한 형태로 제작되어 업그레이드와 유지보수가 용이하다.

5.2.5 Technical Aspects - Success in Access

Technical Aspects에서 Success in Access는 모바일인터넷의 접속률을 측정한 결과가 없기 때문에 이동통신 수신사의 접속성공률과 단절률을 비교하였다. SKT와 KTF는 접속성공률에서 모두 '최우수(Aa)' 등급을 받았으며, LGT는 '우수(A)'의 등급을 받았다.

단절률에서는 KTF가 4개 지역을 제외하고 모든 지역, SKT가 6개 지역을 제외하고 모든 지역에서 최우수를 받았으며, LGT는 전체 중 48개 지점에서만 최우수를 받았다.

5.2.6 Cost - Contents Fee

Cost에서 Contents Fee는 기본료와 통화료를 가지고 비교하였다. 그 결과 LGT가 가장 저렴하였으며, SKT와 KTF는 비슷한 것으로 나타났다.

5.2.7 Cost - Packet transmission Charge

Cost에서 Packet transmission Charge는 역시 LGT가 가장 저렴하였으며, SKT와 KTF는 비슷한 것으로 나타났다.

5.2.8 Cost - Mobile Device Price

Cost에서 Mobile Device Price는 동일한 기능을 가진 단말기의 가격을 조사해 보았는데 역시 LGT가 가장 저렴하였으며, SKT와 KTF는 비슷한 것으로 나타났다.

5.2.9 Convenience - Input

Convenience 측면에서 Input은 각 이동통신사의 입력편리성이 아니라 단말기의 선택에 따라 달라지므로 비교가 힘들었다.

단말기의 선택은 고객의 취향에 따라 달라지기 때문에 이동통신사별로 전용단말기를 내놓지 않으면 비교가 힘들다.

5.2.10 Convenience - Screen Interface

Convenience 측면에서 Screen Interface는 KTF가 퀵컴에서 제공하는 Brew를 이용한 멀티팩서 서비스를 제공하여 모바일인터넷 환경을 GUI 수준으로 끌어올려 서비스 환경을 그래픽 기반을 바꾸었다. SKT와 LGT는 Text 기반의 메뉴만을 운영하고 있다.

5.2.11 Convenience - Personalization

Convenience 측면에서 Personalization은 SKT가 온라인과 오프라인의 통합사이트를 개발하여 운영하고 있으며, 여기에서 휴대폰의 메뉴를 마음대로 조정할 수 있다. KTF도 개인 사용자가 활용할 수 있는 서비스를 제공하고 있다. LGT는 가장 기본적인 서비스를 집중적으로 모아 사용자의 편의를 제공하고 있다.

VI. 결 론

모바일 비즈니스 분야는 모바일인터넷 기술의 발달, 유비쿼터스 기술의 진전 등으로 더욱 활성화될 것으로 예상되는바 모바일서비스의 성공요인을 비교 분석한 결과를 효과적으로 활용해야 할 것이다. 즉 SKT, KTF, LGT 등 국내 이동통신 회사들은 이러한 정보기술의 발전을 미연에 대비할 필요가 있다.

먼저 모바일인터넷 기술의 발달은 무선 LAN 기술, IMT-2000 및 WIPI의 발전으로 나누어볼 수 있다. 최근 한국통신의 NESPOT 서비스가 실내의 컴퓨터 간 고속 데이터 전송서비스를 저렴한 가격에 사용할 수 있음을 자랑하면서 적극적인 시장 확보에 나서고 있다. 과거의 적외선 통신 방식보다는 저전력 방식의 전파를 사용하고 있는 NESPOT은 노트북에 어댑터를 부착하여 서비스를 제공하는데, 그 동안 국내 무선 LAN 기술은 지난 1999년 10월 국내 이동통신 회사들을 중심으로 시작된 WAP (Wireless Application Protocol)과 MME(Microsoft Mobile Explorer)를 중심으로 발전해 왔다.

모바일 플랫폼의 중심에 있을 IMT-2000 시스템을 보면, 국내 이동통신사들을 중심으로 본격적인 서비스 준비를 끝내고 도약을 위한 준비가 한창이다. IMT-2000의 모바일 플랫폼은 이미 J2ME·GVM·MAP 등 기존 방식에서 기술적인 검증이 끝난 상태다. 최근 SKT은 자바 기반의 새로운 모바일 플랫폼인 SK-VM 서비스를 오는 7월부터 시작한다고 공표한 바 있다. 이 서비스는 XVM(extended Virtual Machine)이라는 자바 가상 머신을 통해 표준스펙인 'CLDC'와 'MIDP'를 구현한 M프로파일을 탑재했으며 이동통신 사업자별로 차별화된 서비스를 제공한다.

둘째, 유비쿼터스는 이동통신과 휴대컴퓨팅의 발달, 유비쿼터스 정부, 유비쿼터스 기간통신망 등을 들 수 있다. 세계 시장에서 CDMA와 GSM의 대결로 양상이 격화되고 있는 이동통신 사업은 2.5G 이동통신의 다양한 서비스들로서 칼라링, 최신 음악다운로드 서비스, 발신자 전화번호확인, 동영상카메라 폰, 디지털 방송 TV수신, 모바일 게임 콘텐츠, 학교 교육용 콘텐츠, 발신자와 수신자의 상호 위치 확인, 등이 사용자들의 인기를 구가하고 있다.

이제는 3G 이동통신인 IMT-2000과 유비쿼터스 모바일 컴퓨팅으로 이어지는 모바일 기술과 인프라의 발전은 이러한 변화를 주도하는 핵심요소로 21세기의 시작점인 지금까지 그 위력과 파급효과를 짐작하기 어려울 만큼 빠른 발전 속도를 보여주고 있다. 유비쿼터스는 과거 20세기나 19세기에 그랬던 것처럼 엄청난 발명이나 획기적인 사고의 전환을 통해 새롭게 등장하는 기술패러다임이 아니다.

유비쿼터스 컴퓨팅은 통신, 정보, 방송, 건강, 안전, 보호의 패러다임 융합의 추세에 맞추

어 나타났으나 이에 상응하는 컴퓨팅시장은 전문가들조차도 2005년 이후에나 본격적으로 활성화될 것으로 예상한 바가 있다.

참고문헌

- 김태완, The Evolutionary Directions of Mobile Business Models, 단국대학교, 석사논문, 2003.
- 동아일보, “10년앞을 준비하는 NTT도코모,” 2003. 1. 30.
- 디지털타임즈, “휴대폰 시군지역 통화품질 향상,” 2003. 1. 23.
- 박승창, 유비쿼터스 IT 시장과 산업의 최근 동향 분석, 전자부품연구원, 2003.
- 주간기술동향, “국내외 3G 이동통신 시장 현황 및 전망,” ITFIND, 2003. 5. 13.
- 전자신문, 브랜드 성공사례 - NTT도코모 '포마', 2003.05.29
- 정보통신부, 유·무선 통신서비스 가입자 현황(2003. 3), 2003. 4. 16.
- 오재인 외, 인터넷비즈니스, 박영사, 2001.
- 오재인, “The Evolution and CSFs of Mobile Business,” 단국대학교 산업연구, 제24집, 단국대학교 부설 산업연구소, 2003년 8월 30일, 117-144.
- 오재인, 모바일 비즈니스 : The 2x2 Matrix와 사례, 삼영사, 2004년 2월.
- 이재호, NTT DoCoMo의 모바일 비즈니스 진화과정과 성공전략 분석, 단국대학교 석사논문, 2002.
- 한국일보, 이통3사 멤버십 제도 대폭 개편, 2003. 5. 12.
- 한국전산원, 무선/모바일 전자정부 서비스 촉진, 2002. 12.
- Oh, Jay In, “The Evolution and CSFs of Mobile Business,” APORS 2003, *Sixth International Conference of the Association of Asia-Pacific Operational Research Societies within IFORS, On Operational Research : Emerging Paradigms for Information Technology*, Hotel Grand Inter-Continental New Delhi, India, December 8-11, 2003.
- Oh, Jay In, “The Roadmap and Implementation of Ubiquitous Space,” *3rd ACIS International Conference on Computer and Information Science (ICIS '04)*, In Cooperation with Software Engineering & Information Technology Institute (SEITI), Central Michigan University, Sponsored by the International Association for Computer and Information Science (ACIS)

産業研究

and Korea Information Processing Society (KIPS), Omni hotel, Los Angeles, August 18-19, 2004.

www.etnews.co.kr

www.ez-i.co.kr

www.interpark.com

www.krnic.or.kr

www.ktf.com

www.lg019.com

www.lgeshop.com

www.magicN.com

www.nate.com

www.nttdocomo.com

www.sktelecom.com

<ABSTRACT>

A Study on the Success Factors of Mobile Services in Korea

Jay In Oh *

There are three major companies in Korea that provide mobile services. Each of these companies has deployed different mobile strategies from the others. The purpose of this research is to delve into the mobile strategies of the companies and suggest desirable mobile strategies in the Korean environment Korea. The result of this research develops a model on mobile strategies including the four factors : contents, technical aspects, cost, and convience. The contents factor consists of characteristics and management, and the factor of technical aspects includes speed, security, and success in access. The cost factor is composed of contents fee, packet transmission charge, and mobile device cost, and the factor of convenience consists of input, screen interface, and personalization.

* Professor, Department of MIS, Dankook University