

모바일비즈니스 벤처전략 사례 : mClickPlus를 중심으로

A Case Study of mClickPlus on the Mobile Business Benture Strategies

오 재 인*

目	次
I. 서 론	IV. 모바일 영업지원시스템
II. 모피스21	IV. 결 론

I. 서 론

최근들어 SK Telecom, KTF, LG Telecom 등 이동통신 업체와 모바일 솔루션 전문업체 및 시스템통합(SI)업체들은 상호제휴를 통해, 모바일 인터넷과 PDA를 이용한 모바일 솔루션 시장의 수요발굴에 적극 나서고 있다.¹⁾ 관련 업계에서는 모바일 서비스 시장이 1500억원, 솔루션 및 SI 시장이 2000억원 등 PDA 단말기 수요를 제외하고도 3500억원에 이를 것으로 추산하고 있다.²⁾ 본 연구에서는 모바일 솔루션 시장의 대표주자 중 하나인 엠클릭플러스(mClickplus)의 벤처전략을 분석 연구한다.

1.1 모바일솔루션 벤처

엠클릭플러스는 모바일 인터넷 솔루션 개발 업체로서 모바일 오피스솔루션, SMS솔루션,

* 단국대학교 상경학부 교수

1) 오재인, 2003

2) Venkatesand Brown, 2001

産 業 研 究

모바일 스트리밍 솔루션, 모바일 영업지원시스템, SI구축 솔루션, 무선전광판 솔루션 등 기업이 모바일 환경에서 효과적으로 대처할 수 있는 솔루션을 판매하고 있다.3) 2000년 4월 법인 설립 후 대만 ASP업체인 퀴텍(QITEK)과 기업용 모바일 그룹웨어 '모피스21(MOoffice21)'에 대한 수출계약을 체결했다. 동년 9월 LG텔레콤과 사업 협력 관계를 맺고, 이스라엘 GEO사와 공동 사업을 수행했다. 2002년 5월 모바일 영업지원시스템 솔루션을 개발하여 토탈 모바일 솔루션 지원 업체로서의 위치를 다지고 있다. <표-1>은 엠클릭플러스의 간단한 연혁을 보여 준다.

<표-1> 회사 연혁

2002년	2002년 7월 2002년 4월 2002년 4월 2002년 2월 2002년 1월	- VideoCamp 서비스 개시 - 우리은행과 SMS 전송계약 체결 - 매직아이와 사업협력계약 체결 - 연합캐피탈과 SMS 전송계약 체결 - SMS 마케팅 솔루션 제품군 출시
2001년	2001년 12월 2001년 11월 2001년 9월 2001년 6월 2001년 6월 2001년 4월 2001년 3월 2001년 3월	- MCLICK MESSENGER 프로그램 등록 - 기업부설연구소 등록(한국산업기술진흥협회) - 평화은행과 SMS 전송계약 체결 - SMSCLICK 프로그램 등록 - 텔리젠과 사업협력계약 체결 - Dell Computer Asia 본사와 LSP 계약 체결 - 모비스와 사업협력 계약 - Emblaze Research사와 MPEG4 ASIC Agent 계약
2000년	2000년 12월 2000년 11월 2000년 10월 2000년 9월 2000년 9월 2000년 9월 2000년 8월 2000년 8월 2000년 8월 2000년 8월 2000년 7월 2000년 7월 2000년 7월 2000년 7월 2000년 4월	- 산업자원부 음성인식 브라우저 개발과제 선정 - 삼성전자와 사업협력 계약 - 소프트웨어 사업자 인증 - 이스라엘 GEO사와 공동사업수행 계약 - 한국통신프리텔 n-Biz사업 회원사 인증 - LG텔레콤과 사업협력 계약 - 대만 QITEK Technology사와 사업협력 계약 - 벤처기업인증 획득 - MOoffice21 프로그램 등록 - MOoffice21 상표등록 - 인포뱅크로부터 투자 유치 - 텔 컴퓨터 Service Partner 계약 - Click TV와 사업협력 계약 - 법인설립

3) www.mclickplus.co

1.2 주요 사업

엠클릭플러스의 주요 사업은 모바일 오피스솔루션인 모피스21과 모바일 영업지원시스템이다.

모피스21은 21세기형 인터넷 그룹웨어로서 시간과 장소에 제한 없이 기업내의 업무 수행을 지원하는 솔루션이다. PC 및 모바일 인터넷폰을 이용하여 접속할 수 있으며, 주요기능으로는 주소록, 전자메일, 게시판, 전자결재, 일정관리, 채팅, SMS 연계, FAX를 이용한 원격 프린팅, FAX 재전송, 영업지원 연계 기능이 있다.

모바일 영업지원시스템은 기존의 수동형 영업 자동화 시스템(SFA : Sales Force Automation)과는 달리 시간과 장소에 제한이 없고, 고객이 위치한 현장에서 직접 수행되는 영업자동화 시스템이다. 또한 고객 영업정보 데이터베이스 처리가 신속하게 검색, 처리되는 실시간 영업자동화 시스템이다. 또한 고객을 상대로 하는 모든 영업활동이 중앙에서 전사적으로 관리되어, 데이터마이닝을 통한 전사적 고객관리가 가능하다.

1.3 협력업체 현황

모바일 인터넷 서비스 및 인터넷, 모바일 관련 전반에 관하여 엠클릭플러스는 <표-2>과 같이 국내 유수의 기업과 서비스 및 판매에 관련된 사업 협약을 맺고 신규 사업 솔루션을 공동개발하고 있다.

<표-2> 협력업체 현황

협력업체	내 용
ClickTV	상호 사업에 대한 시너지 효과를 누리고 신규 사업을 공동으로 개발해 나가는 파트너
Dell	Dell 서비스 공식 업체로서 Dell System 구축과 관리를 담당
AIDII.COM	모피스21 번들 제품으로 PDA를 공급
Infobank	엠클릭플러스의 솔루션 판매를 대행하고 있으며, 현재 일부 지분을 소유한 주주
EMBLAZESystems	멀티미디어 동영상 솔루션을 아시아 퍼시픽 파트너로서 판매와 서비스 지원
삼성전자	MOU, 모피스21 패키지 판매 영업
N016	N-Biz 인증 업체로서 n016 기업용 솔루션을 공동으로 마케팅 하고 있음
ACS Technology	상호간의 솔루션을 영업 마케팅을 하고 있다. MOU 체결
LG TeleCom	LG B2B에 모피스21 납품

II. 모피스21

모피스21은 21세기형 인터넷 그룹웨어로서 시간과 장소에 제한 없이 기업내의 업무 수행을 지원하는 솔루션이다. 모피스21은 모바일 인트라넷 제품으로 모든 커뮤니케이션 서비스를 하나로 통합한 단일 어플리케이션으로 기업용, 학교용, 종교용 등 다양한 용도로 개발되어 있다. 본 장에서는 모피스21의 주요기능과 서비스 내용, 시스템의 구성에 대해서 살펴보고도록 하자.

2.1 주요 기능

모바일 인트라넷인 모피스21은 <표-3>과 같이 임직원 관리, 전자메일, 일정관리, 주소록, 현황판, 게시판, 전자결제, 문서변환 등의 기능으로 구성되어 있다. 특히 회사의 임직원 각자가 직접 자신의 일정을 원하는 그룹 및 개인과 공유함으로써 업무 회의와 같은 주요 일정을 빠르고 효율적으로 결정할 수 있다. 무선 인터넷에 접속만 할 수 있다면 전자 결제를 처리할 수 있는 전자 결제 시스템도 실시간 업데이트되어 함께 지원된다.

<표-3> 주요 기능 (www.mclickplus.com)

주요 기능	세 부 내 용
임 직원 관 리	인트라넷 이용자 등록 및 관리
개 인 설 정	개인 정보 공개 등급 및 수신 설정
전 자 우 편	웹 메일 기반으로 MS-Outlook(Express)와 100% 호환
게 시 판	각 유저 & 그룹별 게시판 공유 권한 부여
주 소 록	개인 및 공유 주소록 관리
일 정 관 리	개인 및 공유 일정 관리 기능
전 자 결 제	사내 워크 플로우에 따라 유동적인 결제 흐름 등록
자 료 실	각 유저 & 그룹별 자료실 공유 권한 부여
관 리 자 모 드	웹 기반으로 이용자, 게시판, 전자 결제 워크 플로우 관리
WAP 접속모듈	011, 016, 017, 018, 019 Mobile Phone들 통한 인트라넷 이용
PDA 접속모듈	IPAQ, PC-Ephone 등의 PDA를 통한 인트라넷 이용
문 서 변 환	게시판 혹은 메일의 첨부된 워드 문서(약 20가지)르르 모바일 환경에서 읽을 수 있도록 TXT 변환 가능
팩 스 프 린 팅	팩스를 통하여 게시판 혹은 메일의 첨부된 워드 문서의 원본을 원격으로 프린팅

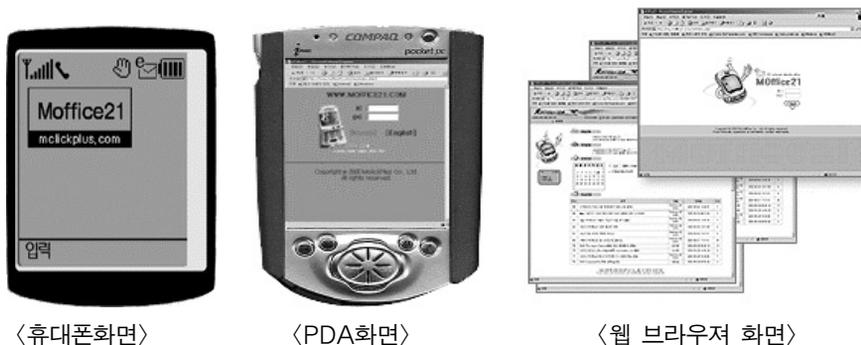
2.2 서비스내용

전자 우편의 경우 외부 근무중인 영업 사원이 중요한 견적서를 이메일로 받고 이를 원격으로 확인한 후 대면하고 있는 고객에게 직접 전달해야 하는 상황을 가정해 보자. 이메일로 전달된 첨부 견적서를 휴대폰으로 모바일 인트라넷에 즉시 접속하여 해당 견적서 워드 문서를 실시간으로 일반 텍스트 문서로 변환, 그 내용을 무선 PDA나 화면이 작은 휴대폰으로도 확인할 수가 있다. 만일 견적서를 현장에서 프린트하여 고객에게 전달해야 하는 상황이라면, PDA나 휴대폰으로 모바일 인트라넷에 접속하여 근처의 팩스 수신 번호로 e-mail로 첨부된 견적서 원본을 그 자리에서 즉시 원격 프린팅까지 지원한다. 이는 기존의 인트라넷에서는 상상할 수 없는 편리성과 실시간 업무 처리를 지원하므로 강력한 경쟁력을 확보할 수 있게 해준다.

가령, 사내 인트라넷에 금일 오후 1시로 영업팀 전략 회의가 예정되어 있었는데, 갑자기 그 일정을 2시간 늦추어야 하는 상황이 발생했다고 하자. 기존의 인트라넷은 내부 근무자만이 변경된 내용을 사내에서 직접 온라인으로 확인해야만 일정 변경 정보가 공유되었는데, 모바일 인트라넷의 구조에서는 휴대폰으로 모바일 인트라넷에 접속하여 일정 변경 즉시 자동으로 SMS를 통해 관련 임직원들에게 문자 메시지로 발송된다. 즉, 실시간 정보 업데이트와 이에 대한 실시간 변경 정보가 SMS문자 메시지를 통해 가능하게 된 것이다. 이러한 스케줄 변경 사항을 수신한 임직원들은 다시 모바일 휴대폰이나 무선 인터넷이 지원되는 PDA를 이용하여 외부에서 손쉽게 자신의 세부 일정을 확인하거나 관련된 스케줄을 변경할 수도 있다.

모피스21은 유선 인터넷으로 서비스 될 뿐만 아니라 휴대폰, PDA, 노트북을 이용하여 무선으로도 서비스 된다. <그림-1>은 휴대폰, PDA, 웹브라우저에서의 모피스21의 화면을 보여 주고 있다.

<그림-1> 모피스 21의 화면4)



<휴대폰화면>

<PDA화면>

<웹 브라우저 화면>

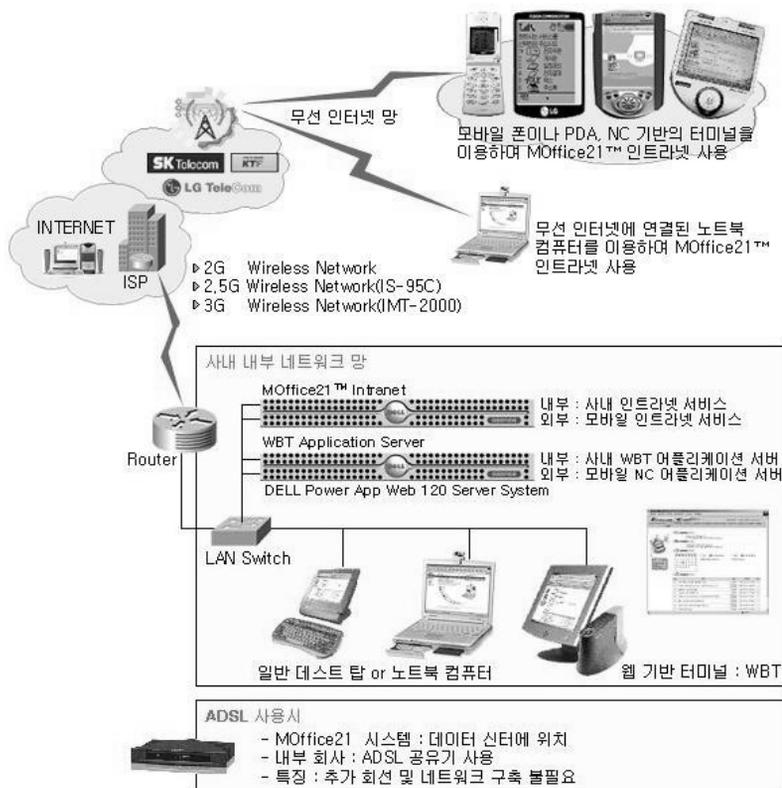
4) www.mclickplus.c

모피스21은 기존의 모바일 오피스 패키지가 주로 텍스트 위주로 기업의 기본적인 업무에만 사용되고 있는 한계를 극복하고 있다. 예컨대 멀티미디어 메신저, 화상회의, 단문서비스, 사내 교육 문서 관리를 이용한 고객 관리 기능을 패키지로 통합, 기업 사무 환경에 적합하게 구현되었다.

2.3 시스템 구성

모피스21은 사내외 인트라넷 서비스를 담당할 네트워크 망을 보유하고 있고, 무선 인터넷 서비스를 위한 이동통신 업체와의 연계를 통해 서비스를 시행하고 있다. 모바일 오피스는 휴대폰이나 PDA를 통하여 서비스 될 수 있고, 웹 브라우저를 통해 유선 상태에서도 서비스를 이용할 수 있다. <그림-2>는 모피스21의 시스템 구성을 보여주고 있다.

<그림-2> 시스템 구성



Ⅲ. 모바일 영업지원시스템

엠클릭 플러스의 모바일 영업지원시스템은 기존의 수동형 영업자동화시스템과 달리 시간과 장소에 제한이 없고, 고객이 위치한 현장에서 직접 수행되는 모바일 영업자동화시스템이다. 본 장에서는 모바일 영업시스템의 서비스내용, 시스템구조 및 기대효과에 대해서 알아보도록 하자.

3.1 서비스내용

모바일 영업지원시스템은 모든 영업 사원이 최고의 경쟁력을 갖출 수 있도록 모바일 인터넷을 이용하여 영업 지원을 한다. 고객 환경에서 선진 영업 방식을 기준으로 하여 모바일 인터넷으로 지원하는 영업 프로그램을 제작하므로 영업 사원의 경쟁력이 제고된다.

본사에서 하위 실무진까지 일방적인 단일 업무 적용이 아닌, 하위에서부터 중앙에 이르기까지의 부서 및 팀 조직에 따른 상호 유기적인 업무 흐름이 만들어진다.

모바일 인터넷을 이용함으로써 시간과 장소의 제한이 없는 전사적 영업 환경의 제공은 사원의 출퇴근과 기본 인터넷 메일 사용과 같은 일일 업무 스케줄 관리가 전사적으로 함께 관리가 되어 실시간으로 처리가 된다. 회사 및 제품 소개 자료에서부터 고객 계층과 특징에 대한 정보를 PDA를 통해 사진과 동영상으로 함께 조회와 처리가 가능하다.

모바일 영업 지원 시스템은 고객이 원하는 정보를 실시간으로 처리해 줄 수 있고, 직원별 스케줄 관리를 실시간 관리할 수 있다. 향후 IMT2000 서비스가 활성화 될 경우, 기존의 유선 형태의 영업 지원보다 영업 활동의 효율성을 극대화시킬 수 있다. <표-4>는 영업지원시스템을 유선 형태와 무선 형태로 비교한 것이다.

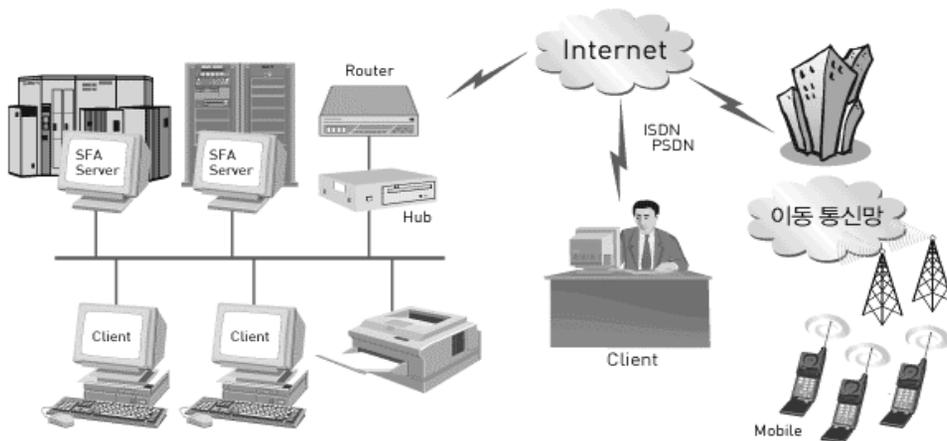
<표-4> 영업 지원 시스템의 유/무선 비교

비교 항목	세 부 내 용	유 선	모바일
영업지원방식	고객 앞 현장에서 능동형 영업지원 능력	수동적	능동적
신속한 영업 처리	고객 영업 정보의 실시간 처리 능력	접속 한계	한계초월
전사적 영업 관리	모든 영업 활동에 대한 데이터 마이닝 능력	입력 불편	이용 편리
영업 이력 관리	고객별 영업 이력 관리에 의한 자별적 응대	수동적	능동적
영업 일정 관리	영업 직원별 스케줄 실시간 관리 및 알람 기능	불가능	SMS 활용
CDMA2000 지원	국내 무선 이동 통신 데이터 전송 특성 지원	지원 불가	안정적 지원
기술 방향 관리성	국내 IT 발전 흐름을 따르는 최신 기술 적용	재 구축 필	흐름 부합

3.2 시스템 구성

모바일 영업지원시스템은 실시간 제품 정보, 재고 정보, 주문 정보 조회/입력, 고객 정보 등의 영업 활동 전반에 필요한 정보를 유·무선 네트워크를 통하여 빠르게 활용할 수 있게 한다. 나아가 영업사원 개개인에 따라 맞춤 설정을 하여, 영업력의 극대화 및 효율성을 제고할 수 있다. <그림-3>는 모바일 영업지원시스템의 구성도를 보여주고 있다.

<그림-3> 시스템의 구성⁵⁾



5) www.vikingsoft.co.kr

3.3 기대효과

모바일 영업지원 시스템을 도입하면 영업시간의 단절이 없어지고 영업, 사무, 고객과의 정보공유가 가능해질 뿐만 아니라 판매 점포의 재고를 일괄적으로 관리 할 수 있다. 따라서 담당자 없이도 개별 판단으로 견적작성이 가능하다. 물품의 실시간 판매정보를 확인 할 수가 있어서 본사의 영업관련 계획 수립을 위한 데이터로 활용이 가능하고, 본사의 ERP시스템과 연동 또는 분리 관리하여 실시간 판매정보를 확인하며 마케팅 계획을 수립 할 수가 있다.

또한 상담진척관리, 행동지원, 일정관리, 방문 계획입안, 실적관리, 영업총괄관리 등 다양한 기능을 구비하여 매일매일의 영업활동을 지원 할 수가 있다. 그리고 모바일 인트라넷인 모피스21과 연동한 모바일 영업지원시스템은 매출확대, 영업력 강화, 고객만족도 향상, 비용절감, 업무개선효과 증대 등의 효과가 있다.

속도와 정확성이 생명인 21세기 지식정보화 사회에서 모바일 영업지원시스템은 기업들이 추구하는 고객의 정보 욕구를 언제 어디서나 만족 시킬 수 있게 된다.

IV. 결 론

향후 기업용 시장은 PDA를 이용한 기업 모바일 비즈니스 프로젝트가 많아져 본격 케도에 이를 것으로 예상하고 있다.⁶⁾ 단순 업무 환경 이전뿐만 아니라 모바일 SCM, 모바일 영업자동화 시스템(SFA), 모바일 현장업무 자동화(FFA) 등 PDA를 기반으로 한 모바일 업무가 기업 경쟁력을 높이는 척도로 자리매김할 것이다.⁷⁾

오늘날 기업은 내부적으로는 시스템 및 어플리케이션에 대한 효율성을 높이고, 외부적으로는 언제, 어디서나 업무를 수행할 수 있는 모바일 환경으로 바뀌어 가고 있다. 그러므로 외근하더라도 언제, 어디서나 내근자와 똑같이 업무를 처리할 수 있게 된 것이다. 구체적으로 모바일 인트라넷의 도입으로 기업은 시간과 공간의 제약 없이 업무를 수행할 수 있는 모바일 오피스 환경을 구축할 수 있게 된다. 이를 통해 기업은 시간과 장소에 제한 없이 실시간으로 업무를 처리할 수 있게 되었다. 또한 중소기업에는 손쉽고도 효과적인 모바일 비즈

6) Skok and Ian, 2001.

7) 시사컴퓨터, 2003.

니스 환경을 제공하여 생산성 효율을 극대화 시킬 수 있다. 특히 고객 점점 부분인 마케팅, 영업, 물류 분야에 대한 획기적인 업무 향상을 가지도록 하여 경쟁력을 높일 수 있다.

모바일 인터넷을 통한 비즈니스 환경은 최근까지 변화해 오던 것보다 향후에 더 많은 변화를 가져올 것이다. 모바일 비즈니스 환경이 성숙하기 위해서는 콘텐츠의 다양화 뿐만 아니라 기술적 한계를 극복해야 한다. 아울러 솔루션 제공업체들이 콘텐츠를 원활하게 제공할 수 있도록 유기적인 개발이 필요하다.

무선 인터넷 솔루션을 제공하는 업체는 시간이 지날수록 증가하고 업체간 경쟁도 치열해질 것이다. 따라서 솔루션 제공업체들은 기술 변화에 신속하게 대응해야 할 뿐만 아니라 고객에게 편리하고 효율성이 높은 서비스를 개발하기 위한 전략을 수립해야 할 것이다.

참고문헌

- 김국진, M-Commerce와 T-Commerce의 동향과 전망, 정보통신정책연구원, 2002.
- 김원익, iSeries 환경하의 SFA/Mobile 시스템 구축, (주)이지시스템, 2001.
- 김재윤, 무선인터넷 비즈니스의 이해, 삼성경제연구소, 2001.
- 서동현, 안인성, Wireless Internet Market Trend & Mobile Multimedia 3D On-line Games, N2Play.Inc, 2000
- 서승균, 무선인터넷 비즈니스 도입 전략, 한국인터넷 정보학회 무선인터넷연구회, 2001
- 시사컴퓨터, '모바일 컴퓨팅/PDA, 통신시장과 기업시장만 남아', 2003. 01
- 이정환, '모바일 오피스 시장 확대'전자신문, 2002.8.6
- 오재연, Mobile IT for Enterprise, A Virtual Society The Consortium for Economic & Management Studies, 2002 (www.dure.net/SIG.htm)
- 오재인, "Mobile Business Models and Strategies," 한국정보처리학회, 단국대학교, 2003년 5월 16일-17일.
- 오재인, 최재화, 김홍기, 권순범, 손승희, 인터넷비즈니스, 박영사, 2002. 전자신문, 2002.
- 정보통신부 부가통신과 무선 인터넷 담당자, 모바일 정부 구축으로' M-커머스 강국' 건설, 2002 (www.comjournal.co.kr/tm/mt2002_02_90.htm)
- 주식회사 이즈엠, PDA와 무선데이터통신을 이용한 (제약사)영업 관리 시스템, 2001

INAP, 모바일과 트렌드, 2002.

- Agarwal, Ritu, Elena Karahanna, "Time Flies When You're Having Fun : Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage," MIS Quarterly, Vol. 24, No. 4, 2000, pp.665-694.
- Chau, Patrick Y.K and Paul Jen-Hwa Hu, "Investigating Healthcare Professionals' Decisions to Accept Telemedicine Technology : Empirical Test of Competing Theories," Information & Management , Vol. 39, 2002, pp.297-311.
- Hong, W., James Y.L. Thong, Wai-Man Wong, and Kar-Yan Tam, "Determinants of User Acceptance of Digital Libraries : An Empirical Examination of Individual Differences and System Characteristics," Journal of Management Information Systems, Vol. 18, No. 3, 2001 ~ 2002, pp.97-124.
- Intermarket Group, Mobile Wireless Internet Briefing : a guide to the marketplace, technologies & solutions, Intermarket Group, August 2001.
- Lai, Arun, Sandra S. Lang, and Robert B. Welker, "Assessing the Validity of IS Success Models : An Empirical Test and Theoretical Analysis," Information Systems Research, Vol. 13, No. 1, 2002, pp.50-69.
- Lederer, Albert I. and Donna J. Maupin, Mark P. Sena, Young Zhuang, "The Technology Acceptance Model and the World Wide Web," Decision Support Systems, vol.29, No.3, 2000, pp.269-282.
- Liu, C., and K.P. Arnett, "Exploring the Factors Associated with Web Site Success in the Context of Electronic Commerce," Information & Management, Vol. 38, 2000, pp.23-33.
- Rai, Arun, Sandra S. Lang, and Robert B. Welker, "Assessing the Validity of IS Success Models : An Empirical Test and Theoretical Analysis," Information Systems Research, Vol. 13, No. 1, 2002, pp.50-69.
- Skok, W., Andrew K., and Ian R., "Diagnosing Information Systems Success : Importance-Performance Maps in the Health Club Industry," Information and Management, Vol.38, 2001, pp 409-419.
- Teo, Thompson S. H., and Wing Yee Choo, "Assessing the Impact of Using the Internet for Competitive Intelligence," Information and Management, Vol. 39, 2001, pp.67-83.
- Venkatesh., V. and F. Davis, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field," Management Science, Vol. 46, No. 2, 2000, pp.172.

産業研究

Venkatesh, V. and Michael G. Morris, "Why don't men ever stop to ask for directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior," MIS Quarterly, Vol. 24, No. 21, 2000, pp.115-139.

Venkatesh, V. and Susan A. Brown, "A Longitudinal Investigation of Personal Computer in Homes : Adoption Determinants and Emerging Challenges," MIS Quarterly, Vol. 25, No. 1, 2001, pp.71-103

Zhang, P. and Gisela M. Von Dran, "User Expectations and Rankings of Quality Factors in Different Web Site Domains," International Journal of Electronic Commerce, Vol. 6, No. 2., 2001-2002, pp.9-33.

www.mclickplus.com

www.smsclick.co.kr

www.vikingsoft.co.kr

<ABSTRACT>

A Case Study of mClickPlus on the Mobile Business Benture Strategies

Jay-In OH

Since the number of mobile Internet users has been increasing rapidly around the world, the mobile business ventures that provide a variety of applications of mobile Internet has gained great attention among the related industry and academics. The purpose of this research is to analyze the strategies of mobile business ventures, focusing on the two services of mClickPlus : Moffice21 as an Internet groupware and the mobile sales support system as a tool for sales automation.