

“빅데이터 키오스크로 유통 프로세스 바꿨어요”

(터치스크린 방식의 무인단말기)

반려동물 인구 1000만 명 시대에 접어들었다. ‘놀이용 동물’이라는 뜻의 애완동물 호칭을 버리고, 이제는 ‘가족과 같은 존재’라는 의미로 반려동물이라고 부른다. 반려동물 시장도 정보통신기술(ICT)의 융합으로 이뤄지는 4차 산업혁명으로 많은 변화를 겪고 있다. 빅데이터와 IoT(사물인터넷) 기술을 기반으로 동물병원 마케팅 디지털 플랫폼을 제공하는 PL그룹(Pet & Life Group)도 그 중심에 있다. 동물병원 전용 키오스크(터치스크린 방식의 정보전달 시스템인 무인단말기) 사업을 중심으로 일반 양의·한의 병원까지 확대하며 성공적인 길을 걷고 있는 스타트업이다. ‘ARASER(아라서)’ 플랫폼을 통해 언어적 메디컬 빅데이터를 기반으로 비즈니스 영역을 확장하고 있는 임지현 PL그룹 대표이사를 만났다.



임지현 대표는 PL그룹을 창업한 계기에 대해 “10년은 모바일, 10년은 커머스 쪽에서 일했다. 아날로그적인 병원업계에 디지털을 접목하고 싶었다. 무엇을 할 수 있을지 고민하다가 지금 이 사업을 기획했고 시작까지 1년 반 정도 됐다”고 밝혔다. 사진제공 | PL그룹

‘아라서 플랫폼’에 빅데이터 활용 키오스크 설치 병원, 고객 전환율 ↑ 동물병원에서 피부과 등으로 확대

-비즈니스 분야는.

“플랫폼을 직접 개발, 운영, 공급하는 일이 주력사업이다. 현재는 크리티컬 매스(Critical Mass, 변화를 일으키기 위한 최소한의 규모)를 모으기 위해 투자하는 시기라고 판단한다. 플랫폼을 통한 데이터를 기반으로 필요한 상품에 대해 소싱하거나 전략적 파트너십을 맺어 직접 공급하는 방법 등으로 수익화할 수 있는 모델에 집중하고 있다.”

-‘아라서 플랫폼’은 무엇인가.

“비급여 항목인 보조제, 건강기능식품, 기능성 뷰티제품 등을 전문적이고 체계적으로 처방, 관리, 판매, 리마케팅할 수 있는 자율형 의료 플랫폼이다.”

-‘아라서 키오스크’를 개발한 이유는.

“스마트폰 애플리케이션(이하 앱)의 사용으로 대면보다 비대면 형태의 구매활동이 일반화되고 있다. 이로 인해 ‘앱이 있는데 키오스크가 웬말이냐’, ‘IT업계에서 20년을 일했는데 웬 키오스크냐’라는 이야기가 많이 들었다. 오히려 IT쪽에서 20년 동안 일했던 앱에 대한 허상을 깨달았다. 지난해 전 세계적으로 250만개의 앱이 개발됐다. 하지만 핸드

폰에 다운받아 쓰는 앱이 1인당 5개 정도라고 한다. 할인쿠폰을 받기위해 다운받았다가 지우기를 반복하고, 3일 안에 지우는 앱이 70%다. 자율형 커머스가 완벽하게 진행되기 전까지는 현장의 즉시성과 목적성에 부합되는 플랫폼이 필요하다고 고민했다.”

-어떤 효과가 있는지.

“키오스크를 통해 유통 프로세스를 새롭게 구축하는 것이다. 병원의 인플루언서인 의사나 코디네이터들이 추천하고, 고객은 정보를 받고 키오스크에서 자율적으로 선택해 구매할 수 있도록 하면 구매전환율이 더 높아진다. 햄버거 가게에 키오스크를 놓았을 때 인건비 절감을 위해 설치했을 것이라고 예상하지만 매출 상승 효과가 더 컸다는 보고가 있다. 키오스크를 통하면 줄서서 얼굴 보며 주문하는 것보다 신제품이나 사이드 메뉴를 주문하는 경우가 많아져 선택에 대한 다양성이 확보되고 이것이 매출 상승을 견인했다고 분석했다. 이러한 경향은 병원에서도 마찬가지다.”

-키오스크가 병원이나 소비자에게 매력적인 이유는.

“키오스크를 통해 성분, 효과 등에서 일반제품과 차별화를 둔 병원전용상품을 구매할 수 있다. 온라인과 상품이 겹치면 매력이 떨어진다. 병원은 경영적 측

면에서 건강기능식품 판매나 고객성향에 대한 데이터를 확보하고 한번 구매한 고객들을 손쉽게 재유치할 수 있다. 소비자는 강요를 최소화한 마케팅 프로세스를 통해 디지털화된 상품 내용을 확인하고 선택할 수 있다. 키오스크를 설치한 병원에서는 구매전환율이 두 배 이상 늘었다고 한다.”

-빅데이터 수집은 어떻게 이뤄지나.

“동물병원의 경우 대시질환, 관절염 등 방문 목적 등을 기록하는 수준이다. 앞으로는 키오스크를 통한 성별연령 파악, 광고판 활용, 비문 인식 등을 통해 곧바로 진료와 연결할 수 있는 구조까지 고도화된 데이터를 수집할 예정이다. 현재 동물병원 100여 곳에 설치했고 사람병원은 파일럿 개념으로 12곳에 설치해 피부과, 산부인과 등 진료과별로 올해 말까지 테스트 중이다.”

-빅데이터 역할과 영향력에 대한 생각은.

“빅데이터가 데이터로만 모여 있으면 가치가 없다. AI(인공지능)나 블록체인 등과 엮었을 때 밸류체인이 생겨날 수 있다. 정확한 통계학적 데이터가 필요하다. 강아지 배설물 검사로 비만 여부를 알 수 있고, 나이가 반려인의 비만까지 예측 가능하다는 데이터가 있다. 데이터와 산업의 연관성까지 바라볼 수 있어야 한다. 검진 시장 진출을 위해 관련 빅데

이터도 주의깊게 바라보고 있다. 빅데이터로 할 수 있는 일은 무궁무진하다.”

-벧넛닷컴, 펫넛닷컴을 운영하고 있다.

“동물병원에 필요한 A부터 Z까지를 공급하는 수의사 전용사이트가 ‘벧넛닷컴’이다. ‘펫넛닷컴’은 고객과 수의사·병원을 연결해 주는 접점이다. 소비자가 정보를 얻고 소포를 할 수 있는 인포커머스 형태로 반려동물계의 네이버 같이 만들고 싶다.”

-앞으로의 비즈니스 전략은.

“동물병원을 대상으로 시작했기 때문에 이에 집중할 것이다. 사람병원에서의 니즈도 분명히 있고 관련 비즈니스도 개발할 예정이다. 거래가 있고 디지털 환경이 필요한 곳이라면 카페, 도서관이든, 야구장이든 갈 수 있다. 내년에는 아쿠아 매장과 대형 애견카페 등에도 진출한다.”

정용운 기자 sadzoo@donga.com

임지현 PL그룹 대표이사

▲한국외국어대학교 경영정보대학원(소프트웨어공학) ▲인프라웨어 전략기획 팀장 ▲네오옴텔 통합사업본부 팀장 ▲이베이코리아 CBT 사업팀장/부장 ▲N CMG INC. 대표이사

한 눈으로 보는 경제

14일

코스피지수	2139.23	▲	+16.78
코스닥지수	663.31	▲	+1.46
日 닷케이 지수	2만3141.55	▼	-178.32
中 상하이 종합	2909.87	▲	+4.63
국고채 금리 (3년물, 연%)	1.510	▼	-0.05
환율 (원·달러)	1169.7	▲	+1.9
국내금값 (원/그램)	5만5268.20	▲	+442.63

경제 단신

파라다이스호텔 최대 40% 할인

파라다이스 호텔&리조트 계열의 호텔을 최대 40%의 할인가로 이용할 수 있는 ‘2019 파라다이스 슈퍼워크’가 12일 시작했다. 예약기간은 12일부터 21일 목요일까지이고, 투숙기간은 2020년 1월 31일까지다. 파라다이스호텔 부산, 파라다이스시티, 아트파라다이스 등 세 호텔이 참여한다. 파라다이스호텔 부산은 부산 해운대의 럭셔리 오션 라이프 스타일의 리조트형 호텔이다. 파라다이스시티는 다양한 엔터테인먼트를 즐길 수 있는 영종도의 복합리조트이며, 아트파라다이스는 유럽 감성을 모티브한 전 객실이 스위트인 부티크 호텔이다. 가격은 23만 5000원부터(세금 봉사료 별도) 시작하며, 자세한 내용은 홈페이지를 참조하면 된다.

롯데면세점·신한카드, 도서관 개관

롯데면세점(대표이사 이갑)은 신한카드와 함께 13일 ‘인천자모빌’과 ‘갈산 종합사회복지관’에 ‘아름인 도서관’을 개관했다. 신한카드가 2010년부터 실시하는 사회공헌 프로젝트로 롯데면세점은 2014년부터 협약을 맺고 롯데면세점 전 지점에서 사용할 마이신한포인트 금액의 5%를 기부금으로 적립해 사업을 지원하고 있다. 이번 ‘아름인 도서관’은 7, 8번째로 인천에서는 첫 개관이다. 특히, 7호점인 ‘인천자모빌 아름인 도서관’은 프로젝트 최초의 한부모시설 지원이다.

관광협회중앙회, 전주서 강연회 개최

한국관광협회중앙회(회장 윤영호)는 전라북도, 전주시와 함께 20일 오후 2시부터 전주시평생학습관 공연장에서 ‘열심히 살아온 시니어 떠나라’는 주제로 열린 강연회를 진행한다. 기업인 윤상구, 여행가 태원준, 시조시인·여행작가 신양란, 시니어 꿈꾸는 여행자 과정을 이수한 한경표 등이 시니어세대에게 여행의 동기를 불어넣고, 즐거움을 선사할 예정이다. 강연 외에 오카리니스트 조은주와 성악가 조병주의 공연도 열린다. 누구나 신청이 가능하며, 현장에서 등록할 수 있다. 자세한 내용과 신청방법은 중앙회 홈페이지(www.ekta.kr)에서 확인하면 된다. 김재범 기자

BMW 그룹 코리아, 미래 드라이빙 청사진 제시

넥스트 하이브리드 전략·로드맵 발표 전기차 배터리 재활용 ESS 시연 눈길

BMW 그룹 코리아가 12일부터 15일까지 전라남도 진도군 솔비치에서 ‘다음을 향한 드라이빙(Driving To the Next)’이란 주제로 미디어 대상 시승행사를 개최했다. 하이브리드 시스템에서 한 단계 더 진화해 순수 전기모드를 통해 연비 효율성과 드라이빙의 즐거움을 높이는 넥스트 하이브리드 시스템과 에너지 저장 시스템(ESS) 등을 선보이며 미래를 향한 드라이빙 청사진을 제시했다.

BMW 그룹 코리아는 기존 모델에 플러그인 하이브리드 기술을 접목해 PHEV(Plug-in Hybrid Electric Vehicle) 라인업을 지속적으로 확장해 나갈 예정이라고 밝혔다.

BMW PHEV 라인업은 기존 i8에 적용됐던 병렬식과 달리 직렬식 하이브리드 구조를 채택하고 있다. 직렬식 구조는 전기모터가 변속기 내부에 위치해, 공간 확보



BMW 뉴 530e i퍼포먼스

에 보다 용이하다. 또한 내연기관 모델에 비해 경제성도 뛰어나다. 가솔린 차량인 740Li와 PHEV 차량인 745Le 모델이 같은 주행 환경에서 같은 거리(30.7km)로 주행할 유지비용이 1만6400원에서 1만 400원으로 약 37% 가량 절감되는 것으로 나타났다.

신재생 에너지를 주고 전기차 배터리에 저장해 또 다른 에너지 공급원으로 활용하는 에너지 저장 시스템도 선보여 눈길을 끌었다. BMW 그룹 코리아는 전기차 배터리 재활용 문제를 해결하기 위해 8월, 국내 최초로 전기차의 배터리를 재사용하는 친환경 충전소 ‘e-고광’을 제주도에 설립한 바 있다. 원성열 기자 sereno@donga.com

“나만의 여행영상을 공개해 주세요”

관광공사 ‘국내여행 영상 공모전’ 열려 수상 팀엔 액션캠·짐벌 등 상품 증정

스마트폰 등 다양한 디지털 디바이스를 이용한 여행영상 촬영은 이제 특별한 전문가들의 영역이 아니다. 누구나 디지털 기기로 간편하게 촬영할 수 있고, 그런 영상들을 SNS나 유튜브 같은 동영상 플랫폼에 올려 다른 사람과 경험을 공유하는 것도 일반화됐다.

한국관광공사는 국내여행의 참신하고 영상 발굴을 위해 13일부터 12월 8일까지 ‘대한민국 여행 영상’ 공모전(사진)을 실시한다. 국내여행(음식, 명소, 액티비티 등)을 주제로 제작한 10분 이내의 영상이 대상이다. 최우수상 1팀(200만 원, 액션캠 수여), 우수상 2팀(100만 원, 촬영용 짐벌 수여) 등 7팀을 선정해 12월 16일에 발표한다. 수상작은 한국관광공사의 국내여행 정보 유튜브 채널 ‘대한민국 구석구석’에 공개한다. 만 14세 이상의 내·외국인 누구나 참여 가능하다. 영상을 제작해 개인 또는



팀 유튜브 채널에 업로드한 후 참가신청서에 영상 유튜브 링크를 제출하면 된다.

김경수 한국관광공사 국내디지털마케팅 팀장은 “공모전을 통해 재밌고, 다양한 국내여행 콘텐츠를 발굴하고, 해외여행에 비해 활성화되지 못했던 국내여행 분야의 유튜버를 발굴하는 좋은 기회가 될 것으로 기대한다”고 밝혔다. 김재범 기자 oldfield@donga.com