

엔터프라이즈 모빌리티: 새로운 기회의 세계





엔터프라이즈 모빌리티: 새로운 기회의 세계

엔터프라이즈 모빌리티는 비즈니스 세계에는 기회를, CIO에게는 해결해야 할 과제를 의미합니다. 비즈니스 모델을 재편하고 작업자에게 보다 효율적인 작업 환경을 제공하고 협업 능력을 개선하고 고객 관계를 보다 나은 방식으로 관리하며 고객 충성도를 높여 주는 애플리케이션과 새로운 기능에서 기회를 찾을 수 있습니다. CIO의 해결 과제로는 이런 장치의 제공, 보안 및 지속적인 관리 등을 꼽을 수 있습니다.

엔터프라이즈 모빌리티 추세

오늘날의 모빌리티 추세를 결정짓는 주 요인은 각종 신기술, Y 세대(15~30세 연령대)의 폭 넓은 이동 통신 서비스 이용 그리고 사회 경제적 피라미드의 기초 계층에서 형성된 시장에 대한 인식 제고와 변화하는 비즈니스 요구사항입니다. 기술 분야에서는 모바일 장치가 점점 정교해지면서 기업 및 일반 소비자를 모두 포함한 사용자들에게 음성, 인터넷, 전자 우편, 채팅, 게임, 텔레비전, 공과금 지불 및 바코드 판독 기능을 제공합니다.

이러한 상황과 더불어 가격도 하락하면서 스마트 폰은 개인용 컴퓨터에 대한 진정한 대안이 되고 있습니다. 스마트 폰의 네트워크 기능은 스마트 폰 그 자체만큼이나 중요하며, 특히 저렴한 비용으로 TCP/IP에 대한 고대역폭 무선 액세스 기능을 폭 넓게 사용할 수 있다는 점이 그렇습니다.

엔터프라이즈 모빌리티의 이점

엔터프라이즈 모빌리티의 이점은 B2E(Business-To-Employee), B2B(Business-To-Business) 및 B2C(Business-To-Consumer) 분야에 폭 넓게 적용됩니다. 엔터프라이즈 모빌리티는 조직의 생산성을 개선하고 물류 작업을 최적화하고 고객 관계를 강화하며 공급망 관리를 간소화할 수 있습니다. 새로운 모바일 애플리케이션은 영

업 직원에게 고객에 관해 업데이트된 정보와 현장 인력이 보다 효과적으로 일할 수 있는 새로운 방법을 제공합니다. 기업에서는 직원이 어디서든 일할 수 있게 함으로써 불필요한 교통 수단 이용을 줄여 개인의 탄소 배출량을 줄이는 효과를 거둘 수도 있습니다.

B2C 부문의 일부 영역에서는 기업이 휴대폰을 통해 직접 상품을 판매할 수 있습니다. 다른 영역에서는 현재 상태를 보여주는 정보를 통해 기업이 고객과 보다 강하고 끈끈한 관계를 맺을 수 있습니다. 기업은 휴대폰 사용자의 위치와 사용자가 무엇을 하고 있는지에 관한 정보를 통해 그 소비자에게 제품과 서비스를 제공하는 방법을 정하는 데 중요한 단서를 찾을 수 있습니다.

모빌리티의 해결 과제

모빌리티는 기업에게 새로운 가능성을 열어주지만, 모빌리티에 이르기 위해 해결해야 할 과제들이 아직 많이 남아 있습니다. 엔터프라이즈 모빌리티 전략을 개발하는 것이 첫 번째 과제입니다. 두 번째 과제는 다양한 장치와 통신 회사에서 신기술을 관리, 구현 및 보호하는 방법을 결정하는 데 있습니다. 마지막으로, 회사에서는 어떤 직원이나 직원 그룹에게 어떤 모바일 장치가 가장 적당할지 결정해야 합니다. 이때 통신 제품에 비용이 과다하게 지출되지 않으면서 각 직원들의 직무 수행에 필요한 모바일 장치를 제공하는 것이 과제입니다.

앞으로 다가올 일

모바일 기술 성장의 원동력은 개방성과 새로운 애플리케이션이 될 것입니다. 모바일 플랫폼, 인터넷 서비스 공급자 및 IT 서비스 공급자의 거대한 성장 기회에 자극을 받아 모바일 기술의 개방성이 더욱 촉진되고 있습니다. 이들 공급자는 개방형 애플리케이션, 개방형 장치, 개방형 서비스 및 개방형 네트워크를 원합니다.

IBM의 지원

IBM은 모빌리티 솔루션 개발에 있어 차별화된 통합 커뮤니케이션 제품 및 협업 리더십을 제공하는 차세대 기술 및 기능으로 엔터프라이즈 모빌리티 시장을 주도하고 있습니다. IBM 엔터프라이즈 모빌리티 솔루션은 중요한 애플리케이션과 데이터에 언제, 어디서, 어떤 장치로든 액세스할 수 있는 기능을 제공하여 최종 사용자의 생산성을 향상 시킴으로써 고객 가치를 높입니다. 모든 IBM 연구소가 모바일 웹 연구에 참여하여 모바일 웹을 위한 새로운 플랫폼과 서비스를 개발하고 있습니다. 그리고 IBM은 상업적 경쟁력이 있는 모바일 기술 솔루션을 개발하여 전 세계 빈민들의 생활 수준을 개선하기 위해 World Development Initiative (세계 개발 프로그램)를 시작했습니다.

추가 정보

IBM이 전 세계 수많은 고객 조직과 협력하여 고객의 엔터프라이즈 모빌리티 프로그램 개발 및 구현에 어떤 도움을 주고 있는지 알아보려면 IBM 영업 담당자나 IBM 비즈니스 파트너에게 문의하십시오.

최고 정보통신 책임자에게 가장 중요한 무선 및 모빌리티 문제에 관한 IBM의 통찰력과 전망에 대한 자세한 내용을 보려면 다음 사이트를 참조하십시오.

ibm.com/cio

그 밖에도, IBM Global Financing이 고객의 구체적인 IT 요구에 적합한 융자 솔루션을 제공할 수 있습니다. 고객에게 유리한 이율, 융통성 있는 대출 및 상환 계획, 자산 환매 및 처분에 관한 자세한 내용을 보려면 다음 사이트를 방문하십시오.

ibm.com/financing



목차

- 4 모바일 혁명
- 5 엔터프라이즈 모빌리티 추세
- 8 엔터프라이즈 모빌리티의 이점
- 9 모빌리티의 해결 과제
- 11 앞으로 다가올 일
- 13 선도사례를 통한 변화 주도
- 15 추가 정보

모바일 혁명

지금 이 순간에도 세계 어딘가에서는 쇼핑객이 휴대폰으로 신용카드 잔고를 확인합니다. 또 어떤 회사 임원은 PDA를 사용해 제안 요청에 답합니다. 모바일 TV에서는 침대를 겨냥한 새로운 상업 광고를 내보내고, 순찰 중인 경찰관은 전자 사건 보고서를 전송합니다.

사람은 완전히 홀로 살아갈 수는 없는 법입니다. John Donne은 거의 400년 전에 그 점을 강조한 바 있습니다. 하지만 옛 시대 그 어떤 시인이나 현명한 조상도 지금처럼 사람과 사람, 정부와 시민, 기업과 직원, 고객 또는 파트너 등, 온 세계를 연결하고 그 연결성을 더욱 강화시키고 있는 모바일 기술을 상상조차 못했습니다.

지금은 많은 이들이 매일같이 휴대용 장치, 네트워크 및 데이터 간의 완벽한 통합으로 기업, 정부, 소비자가 언제 어디서든 필요한 업무를 처리할 수 있는 것을 당연시합니다. IBM은 머지않아 스마트 폰이 비즈니스 사용자를 위한 유비쿼터스 휴대용 통신 장치가 되어 엔터프라이즈 모빌리티를 구현하는 애플리케이션을 실행할 것으로 예측합니다. 스마트 폰의 상승 추세는 CIO에게 기회인 동시에 해결 과제이기도 합니다. 비즈니스 모델을 재편하고 작업자에게 보다 효율적인 작업 환경을 제공하고 협업 능력을 개선하고 고객 관계를 보다 나은 방식으로 관리하고 고객 충성도를 높여주는 애플리케이션과 새로운 기능 등이 기회에 해당합니다. 반면, 이런 장치의 제공 및 지속적인 관리 등이 해결 과제에 해당합니다. 모바일 장치 보안은 또 다른 주요 관심사입니다.

이는 모두 모바일 혁명의 일환입니다. 현재 기업들은 전자 부문(전자상거래 및 전자구매)에서 모바일 부문(모바일 상거래 및 모바일 구매)으로 무게 중심을 이동하고 있습니다. 넓은 장소에 분산되어 근무하는 직원들을 관리하고 상거래를 촉진시켜야 한다는 기업의 요구사항을 충족시키기 위한 새로운 모바일 애플리케이션들이 개발되고 있습니다. 뿐만 아니라, 기업에서는 통신 비용을 낮추고 통신 효율은 높이며, 직원 생산성을 향상시키고 미래 가치를 추구하려 노력합니다. 인력, 프로세스 및 기술을 비용 효율적으로 관리하여 우수한 운영 능력을 발휘함으로써 이런 목표들을 모두 달성하기 위해 모빌리티가 사용되고 있습니다. 엔터프라이즈 모빌리티는 기업이 기회 포착을 위한 프로세스와 인프라를 빠르게 수정하는 데도 도움이 될 수 있습니다.

피라미드의 기초 계층에 서비스 제공

모바일 기술은 정부 및 소비자 상품과 서비스에 액세스하려는 피라미드의 기초 계층에 있는 사람들을 위한 새롭고 유망한 기술입니다. 문맹률이 높은 인도에서 진행되는 한 프로젝트에서는 정부와 서비스 공급자가 음성 기반 정보 검색 기술을 사용해 주민들과 정보를 공유할 수 있는 모바일 플랫폼을 제공합니다. 케냐에서는 휴대폰끼리의 현금 이체 서비스를 지원하기 위한 프로젝트가 진행되었습니다. 이 프로젝트를 진행하기 전에는 시골 지역에 개설된 은행 지점이 부족해 사람들이 돈을 송금할 마땅한 수단이 거의 없었습니다.

엔터프라이즈 모빌리티 추세

각종 신기술, Y 세대의 기호, 사회 경제적 피라미드의 기초 계층에서 형성된 시장 세그먼트에 대한 인식 제고가 비즈니스 요구와 합쳐져 오늘날과 같은 모빌리티 추세를 이끌고 있습니다. 기술 분야에서는 모바일 장치가 점점 정교해지면서 기업 및 일반 소비자를 모두 포함한 사용자들에게 음성, 인터넷, 전자 우편, 채팅, 게임, 텔레비전, 공과금 지불 및 바코드 판독 기능을 제공합니다.

이러한 사항과 더불어 가격이 하락하면서 스마트 폰은 개인용 컴퓨터에 대한 진정한 대안이 되고 있습니다. 스마트 폰 자체가 중요한 만큼, 그 이면의 네트워크 기능도 중요합니다. 인터넷과 회사 인트라넷을 모두 포함한 TCP/IP 네트워크에 대한 저렴한 비용의 고대역폭 무선 액세스가 점점 보편화되고 있습니다.

대체로 1979년부터 1994년 사이에 출생한 사람으로 정의되는 Y 세대만큼 이런 진보된 기술을 잘 알고 활용하는 연령 계층은 아마 없을 것입니다. Y 세대의 젊은이들은 소비자이자 직원으로서 모두 독특한 특징을 지니고 있습니다. 이 세대는 주로 무선 휴대용 장치를 통해 통신하고 이런 장치를 엔터테인먼트 수단으로 여깁니다. 그들은 자신의 고용주가 모바일 기술을 폭 넓게 채택해 줄 것을 기대합니다.¹

엔터프라이즈 모빌리티: 새로운 기회의 세계



Y 세대와는 다른 의미에서 모바일 기술이 급속도로 퍼지고 있는 곳이 바로 피라미드의 기초 계층입니다. 하루 수입이 4달러 미만인 사람들로 구성된 사회 경제적 피라미드의 기초 계층은 전 세계 최대 인구가 포함된 사회 경제학적 집단입니다. 아프리카, 인도 및 아시아 대다수 지역이 포함된 피라미드의 기초 계층에 해당하는 지역에서는 무선 모바일 장치가 단 한 번도 유선 통신망 혜택을 입지 못한 지역에 상업, 의료 및 전반적인 사회 연계의 기회를 제공합니다. 여기서는 무선 기술이 기초 통신 인프라로 자리잡아 가고 있습니다. 그 어느 곳도 이런 지역 만큼 상업 활동 증가의 잠재력이 중요한 곳이 없습니다. 세계자원연구소(World Resources Institute)에 따르면 피라미드의 기초 계층은 미화 5조 달러 규모의 모바일 상거래 시장에 해당한다고 합니다.²

이런 기술 및 사회적 문제로 말미암아 더욱 뚜렷해지고 있는 무선 기술의 발전 추세는 B2E(Business-To-Employee), B2B(Business-To-Business) 및 B2C(Business-To-Consumer)의 세 가지 범주로 폭 넓게 구분됩니다. 이동 환경에서 근무하는 직원 수가 빠르게 늘고 있으며, 특히 이러한 추세는 전문적인 서비스, 의료, 공공 설비 및 물류 영역에서 더욱 두드러집니다. 스마트 폰이 이런 분야와 다른 분야 직장인들을 위한 모바일 업무용 단말기가 되어가고 있고, 이들은 스마트 폰을 이용해 업무 생산성을 높이고 고객과 더욱 밀접한 관계를 유지하는 동시에 마치 PC 앞에 앉아 있는 것과 동일한 기능을 사용할 수 있습니다.

모바일 기술 사용으로 기업에서는 이동하며 근무하는 직원과 전반적인 업무 운영을 모두 효율적으로 관리할 수 있습니다. Datamonitor에서 최근에 실시한 연구에 의하면, 모바일 엔터프라이즈 솔루션의 수요가 2012년까지 꾸준히 늘고 서유럽과 아시아 태평양 지역에서 가장 큰 증가세를 보일 것으로 나타났습니다.³ 영업 인력 자동화 및 고객 관계 관리 소프트웨어 도구도 모바일 버전으로 제공되기 시작하고 있습니다. 현장 작업자와 영업사원은 이런 애플리케이션을 사용해 사실상 어디서든 고객 정보를 관리하고 고객과의 연락을 유지할 수 있습니다. 이런 애플리케이션에서 강조되는 점으로는 주문 입력과 고객 문의 관리 기능뿐 아니라, 입찰 및 권한 관리 기능도 있습니다.

모바일 프로그램으로 환자 치료 개선

이탈리아의 한 비영리 병원에서는 병원의 의사와 다른 직원들 사이의 통신과 협업을 개선하기 위한 최첨단 건강 관리 모빌리티 서비스를 도입을 원했습니다. 중요한 정보에 보다 빨리 액세스하고 궁극적으로는 환자 치료를 개선하는 것이 그 목표였습니다.

IBM은 무선 병원 네트워크, IP 전화 통신 및 스마트 폰을 포함하는 완전 IP 기반의 새로운 네트워크 인프라를 설계하고 구현했습니다. 결과적으로 그 병원의 업무 환경은 사실상 페이퍼리스 환경이 되었습니다. 병원 직원과 백 엔드 시스템 사이의 정보 교환이 동기화됩니다. 또한 병원 전문가들은 태블릿 PC와 의료 장비를 포함한 다양한 장치에 대해 무선 인프라를 통해 데이터와 애플리케이션에 빠르게 액세스할 수 있습니다.

인력 관리, 자산 관리, 모바일 구매, 회사 차량 관리, 작업 발송, 재고 목록 관리 및 원격 재고 모니터링과 같은 작업을 처리하기 위해 유사한 모바일 기술들이 다양하게 개발되었습니다. 공급망 관리 모바일 애플리케이션은 특히 대량의 실시간 트랜잭션을 처리하는 산업에서 모바일 구매 기술의 이용에 중점을 둡니다. 컴퓨터 간 상호 작용 증대로 물류 운영이 최적화되고 값비싼 장비에 대한 예방적 유지보수를 원활히 수행할 수 있습니다. 마지막으로, 모바일 클라우드 컴퓨팅은 기업에게 CoD(Capacity on Demand)와 탄력적인 인프라를 제공합니다.

소비자에게 직접 제품과 서비스를 판매하는 회사도 모바일 기술 이용에서 상당한 기회를 맞이하고 있습니다. 소비자 모바일 서비스 시장은 검색, 뉴스, 지도, 전자 우편, 인스턴트 메시징 및 기타 애플리케이션을 제공하는 인터넷 서비스 공급자와 함께 시작되었습니다. 소매, 모바일 티켓 발행 및 모바일 요금 지불 부문에서 새롭게 등장하는 애플리케이션들이 이런 성장을 더욱 촉진시키고 있습니다. 오늘날, 은행과 소매 영업점에서는 모바일 기술이 특히 비즈니스 운영에 장점이 많다는 사실을 절감하고 있습니다. 은행과 신용카드 회사는 “잔고 확인”에서 송금과 요금 지불까지 다양한 모바일 서비스를 제공합니다. 일본, 한국 및 일부 북유럽 국가에서는 고객들이 공인 판매점에서 전화기에 돈을 충전한 다음 그 전화기를 이용해 저금, 인출 또는 이체하거나 가상 화폐를 이용해 상점과 식당에서 대금 결제를 할 수 있습니다.

소매업체에서는 모바일 기술(특히 스마트 센서 장치와 RFID)을 이용해 쇼핑객과 보다 효율적으로 연결하고 고객 충성도를 높이고 있습니다. 사업장에서 현재 운용 중인 시범 프로그램에서는 고객 휴대폰으로 직접 전달되는 디지털 쿠폰 및 프로모션과 같은 모바일 서비스로 고객의 쇼핑 환경을 개선하고 변화시키기 위해 노력합니다. 모바일 제품 위치 추적 서비스도 인기를 끌고 있는 것으로 확인되고 있습니다. 모바일 바텀리스 셀프 솔루션은 품질된 상품에 대한 관리를 해줌

엔터프라이즈 모빌리티: 새로운 기회의 세계



모바일 쇼퍼

영국의 한 슈퍼마켓 체인이 IBM과 제휴하여 쇼핑객들에게 IBM의 모바일 서비스를 선보였습니다. 이 서비스 덕분에, 고객들은 자택에서 휴대용 장치를 사용해 다 쓴 상품을 검사하여 해당 품목을 자동으로 사이버 쇼핑 목록에 추가할 수 있습니다. 매장에서는 현재 재고 목록과 구매자의 기호에 따라 알맞은 쿠폰을 고객의 휴대폰으로 전달합니다. 쿠폰을 계산대에서 회수할 수 있으므로, 즉시 보상받고자 하는 고객의 욕구를 채워줍니다. 이 프로그램은 고객의 시간 절약과 인쇄 쿠폰 양의 감소로 고객 충성도를 높이는 데 도움이 되고 있고, 회사의 친환경 정책을 뒷받침합니다.

니다. 이 솔루션 덕분에 상점에서 사고 싶은 물건이 품절된 것을 발견한 소비자는 해당 상품의 재고 관리 코드(SKU) 번호를 휴대폰에 입력해 두었다가 특별 주문을 낼 수 있습니다.

엔터프라이즈 모빌리티의 이점

엔터프라이즈 모빌리티의 이점은 B2E, B2B 및 B2C 분야에 폭 넓게 적용됩니다. 기업에서는 새로운 모바일 애플리케이션을 사용해 직원, 파트너 및 소비자와의 업무 수행 방식을 바꿀 수 있을 것입니다.

엔터프라이즈 모빌리티는 조직의 생산성을 개선하고 물류 작업을 최적화하고 고객 관계를 관리하고 공급망 관리를 간소화할 수 있습니다. 새로운 모바일 애플리케이션과 기능은 정보의 가용성을 높여줍니다. 따라서 보다 나은 의사 결정에 필요한 통찰력을 얻을 수 있습니다. 또한 기업은 보다 빠르게 기회를 잡고 위험에 대응할 수 있습니다.

새로운 모바일 애플리케이션은 영업 직원에게 고객에 관해 업데이트된 정보와 현장 인력이 보다 효과적으로 일할 수 있는 새로운 방법을 제공합니다. 기업에서는 직원이 어디서든 일할 수 있게 함으로써 불필요한 교통 수단 이용을 줄여 개인의 탄소 배출량을 줄이고 직원 생산성을 향상시키는 효과를 거둘 수도 있습니다. 이런 애플리케이션은 수많은 노동자들의 삶에 모빌리티를 확연한 현실로 심어 놓았습니다. 미국에서만 100대 기업 중 89개 기업이 어떤 형태로든 재택 근무 제도를 도입하고 있고 전체 기업 중 58퍼센트의 기업이 직원들에게 일종의 가상 근무 환경을 제공한다고 답했습니다.⁴

B2C 부문의 일부 영역에서는 기업이 휴대폰을 통해 직접 상품을 판매할 수 있습니다. 다른 영역에서는 현재 상태를 보여주는 정보를 통해 기업이 고객과 보다 강하고 끈끈한 관계를 맺을 수 있습니다. 기업은 휴대폰 사용자의 위치와 사용자가 무엇을 하고 있는지에 관한 정보를 통해 그 소비자에게 제품과 서비스를 제공하는 방법을 정하는 데 중요한 단서를 찾을 수 있습니다. 마지막으로, 엔터프라이즈 모빌리티 프로그램은 고객 만족도와 고객 유지 수준을 높일 수 있습니다.

모빌리티의 해결 과제

모빌리티는 기업에게 새로운 가능성을 열어주지만, 모빌리티에 이르는 길은 만만치 않은 과제들로 가득 차 있습니다. 엔터프라이즈 모빌리티 전략을 개발하는 것이 첫 번째 과제입니다. 기업에서는 모바일 기술이 회사의 비즈니스 모델에 어떤 영향을 주는지 파악해야 합니다. 그래서 (B2E, B2B 또는 B2C 활동에서) 가장 먼저 중점을 둘 곳을 결정해야 합니다. 그런 다음 구현으로 옮길 일련의 전략적 계획을 세워야 합니다. 이때 기업은 m-business가 단순히 e-business를 확장한 데 불과한 것이 아니라는 사실을 잘 깨달아야 합니다. 결론적으로, m-business 전략이 단순히 e-business 전략을 확장한 것이 되어서는 안 됩니다.

전화 회사의 확장을 돕는 IBM

인도 최대의 민간 부문 통신 회사가 1년에 100퍼센트의 성장률을 기록하는 호황을 누리며 그 성장을 적절히 관리할 필요가 있었습니다. 이 회사는 그 자신과 고객 모두를 위해 유연하고 적응력이 뛰어난 기술을 제공할 수 있는 파트너가 필요했습니다. IBM은 이 회사의 휴대폰 사업을 지원하는 IT 인프라를 제공하여 2004년 6백만이던 가입자 수를 현재 8천만 이상으로 늘리고 원활한 서비스를 제공할 수 있도록 돕고 있습니다. 또한 이 인프라는 2014년 경 2억 5천만까지 늘어날 것으로 예상되는 가입자를 위한 서비스를 지원할 수 있는 확장성을 갖추고 있습니다.

최종 사용자에게 모빌리티를 제공하려면 세 가지 영역을 포괄하는 솔루션을 만들어야 합니다. 첫 번째 영역은 애플리케이션과 미들웨어가 있는 데이터 센터와 함께 LAN 및 구내 네트워크와 같이 기업에서 통제권을 가진 영역으로 구성됩니다. 두 번째 영역은 통신 회사에서 관리하는 영역입니다. 세 번째 영역은 네트워크, 기술 또는 소프트웨어와 관련된 제한이 있을 수 있는 장치 그 자체입니다.

새로운 기술을 관리, 구현 및 보호한다는 것은 기업들에게 있어서는 상당한 노력과 투자를 요하는 과제입니다. 여기에는 ID 확인, 소프트웨어 배포, 장치 비품 목록 및 보고 절차, 절도 및 분실 예방, 데이터 동기화 및 장치 구성이 포함됩니다. 기업에서는 IT 서비스 관리 활동을 전개하고 확대하여 다양한 유형의 무선 네트워크, 통신 회사 및 휴대폰에 의해 조성된 상이한 여러 환경에 걸쳐 모바일 장치 및 시스템 관리 기능을 자동화할 필요가 있습니다.

엔터프라이즈 모빌리티: 새로운 기회의 세계



이런 폭 넓은 장치 및 통신 회사 환경에 엔터프라이즈 모빌리티 애플리케이션을 배포하려면 자체적인 관리 인프라가 있어야 합니다. 현재 기업들은 반드시 제공하고 관리해야 하는 장치와 애플리케이션의 수와 종류가 급증하는 상황을 겪고 있습니다. 회사에서 다양한 벤더의 모바일 장치 관리 도구를 구입할 수 있겠지만, 시스템 관리자는 대체로 이런 도구들이 단 하나의 사용자 그룹을 위해 구현하기에도 불편하고 복잡하다는 사실을 깨닫습니다. 매우 다양한 종류의 장치와 사용 프로파일을 가진 다수의 사용자들에게로 관리 도구를 수평적으로 확장하는 작업은 엄청난 노동력이 요구되고 비용도 많이 드는 일이 될 수 있습니다.

모바일 기술 사용과 관련된 보안 문제는 CIO 입장에서 또 다른 중요 관심사입니다. 휴대폰이 점차 풀 사이즈 컴퓨터의 보안 취약점을 드러내고 있습니다. 현존하는 대부분의 PC 및 웹 관련 보안 문제는 모바일 플랫폼에도 영향을 미칩니다. 어떤 네트워크상의 어떤 장치에서 어떤 애플리케이션이라도 사용할 수 있는 애플리케이션 개방성을 지향하다 보니, 점점 더 많은 모바일 멀웨어가 퍼짐에 따라 이 문제가 악화되고 있습니다. 이런 문제를 해결하려면 소프트웨어 무결성 및 워크로드 격리 영역에서 개선이 필요합니다. CIO와 시스템 관리자는 여러 가지 다른 수준의 보안도 고려할 필요가 있습니다. 즉, 장치 자체, 네트워크 및 회사 데이터의 보안을 수준별로 관리할 수 있을 것입니다. 생체 인식 보안(성문, 지문, 홍채 인식 등)이 유력한 보안 솔루션 중 하나입니다.

마지막으로, 회사에서는 어떤 직원이나 직원 그룹에게 어떤 모바일 장치가 가장 적당할지 결정해야 합니다. 이때 통신 제품에 비용이 과다하게 지출되지 않으면서 각 직원들의 직무 수행에 필요한 모바일 장치를 제공하는 것이 과제입니다.

앞으로 다가올 일

모바일 기술 성장의 원동력은 개방성과 새로운 애플리케이션이 될 것입니다. 지금까지의 모바일 환경에서는 전화 사업자, 서비스 공급자 및 전화기 생산자가 새로운 애플리케이션의 등장을 막는 역할을 했습니다. 대부분의 경우, 네트워크 소유자, 서비스 공급자 및 휴대폰 생산자의 공동 허가 없이는 휴대폰에서 새 애플리케이션을 사용할 수 없기 때문입니다. 이 때문에 기술 혁신과 시중에 유통되는 모바일 애플리케이션 수가 제한되었습니다.

하지만 모바일 플랫폼, 인터넷 서비스 공급자 및 IT 서비스 공급자의 거대한 성장 기회에 자극을 받아 모바일 기술의 개방성이 더욱 촉진되고 있습니다. 이들 공급자는 개방형 애플리케이션, 개방형 장치, 개방형 서비스 및 개방형 네트워크를 원합니다.

따라서 혁신적이고 새로운 모바일 애플리케이션이 시장에 선보일 것입니다. 그리고 점점 더 많은 사용자를 대상으로 모바일 광고가 방영될 것입니다. 또한 이런 광고 노력은 기업에서 사용자에게 관한 데이터를 수집하고 고객의 온라인 소셜 네트워크에 접속하는 데 도움이 될 것입니다.

개방성과 새로운 애플리케이션은 기업, 소비자 시장 및 피라미드의 기초 계층에 영향을 미칠 것입니다. 회사 직원들 사이에서 모빌리티 기술은 과거에는 컴퓨터를 통해서만 사용할 수 있었던 데이터, 애플리케이션 및 서비스를 사실상 전부 제공할 수 있는 플랫폼으로 발전할 것입니다. 기업에서는 모바일 애플리케이션을 활용해 직원, 비즈니스 파트너 및 소비자와 보다 효율적으로 상호 작용할 수 있을 것입니다.

엔터프라이즈 모빌리티: 새로운 기회의 세계



모바일 클라우드 컴퓨팅 기술 사용으로 기업이 시장 변화에 재빠르게 대응하는데 도움이 될 것입니다. 이런 모바일 IT 인프라는 계산 작업, 데이터 저장 및 네트워킹을 위한 유연하고 민첩한 서비스를 제공합니다. 새로운 애플리케이션은 보안, 위험 완화, 최종 사용자 서비스 및 서비스 지향적 아키텍처를 위한 모바일 솔루션을 지원할 것입니다. 뿐만 아니라, 모바일 컴퓨팅 클라우드는 기업이 피라미드의 기초 계층에 있는 사람들과 연결할 수 있는 능력을 강화시켜 줄 것입니다.

소매, 은행 및 의료 관련 조직에서 모바일 제품을 늘려나감에 따라 소비자 부문에서의 모빌리티는 앞으로도 계속 증가할 것입니다. 신기술 덕분에 쇼핑 환경이 바뀌고(쇼핑객을 좋아하는 상점으로 보다 편리하게 연결) 모바일 뱅킹 기능이 확장될 것입니다.

특히 유럽과 아시아 태평양 지역에서 모바일 비즈니스 트랜잭션이 늘어날 것입니다. 고객은 모바일 애플리케이션을 사용해 콜 센터와 자동화된 채널을 통해 기업에 액세스할 수 있습니다. 또한 모바일 주문 및 과금도 실현될 것입니다. 소비자가 본인의 의료 기록, 정부 기관의 열람 정보 및 거래 기업의 우수 고객 관리 프로그램에 액세스할 수 있게 해주는 다른 애플리케이션도 속속 등장할 것입니다.

피라미드의 기초 계층에서는 PC를 이용해 정보에 액세스할 수 없는 사람들을 위한 서비스 플랫폼으로서 모바일 기술이 활용될 것입니다. 모빌리티는 점점 많이 원격 의료 서비스 제공에 이용될 것입니다. 휴대용 장치는 교통편 티켓 구입 및 송금과 같은 금융 거래를 위한 플랫폼 역할을 할 것입니다. 기업들은 피라미드의 기초 계층에 이런 유형의 서비스를 제공함으로써 지속적인 수익 창출의 기회를 누릴 것입니다.

선도사례를 통한 변화 주도

모바일 기술 사용 전략을 구현하려는 기업은 모바일 분야에서 입증된 실적을 보유한 회사와 제휴를 맺으려 합니다. IBM이 모바일 기술 분야에서 축적한 경험은 내부적인 노력뿐 아니라 고객이 모바일 기술 사용 전략을 개발하고 구현하는 데 도움을 주는 과정에서 얻은 것이기도 합니다.

지금까지 전 세계 곳곳에서 근무하는 IBM 직원 중 48퍼센트 이상이 IBM의 모바일 기술을 활용합니다. 그들 중에는 IBM에서 무선 연결 장치를 제공하는 현장 기술 엔지니어가 있습니다. IBM은 시스템 수리 또는 업그레이드 작업을 위해 고객 회사를 방문하는 6,500명의 현장 서비스 엔지니어에게 PDA를 보급하기 시작했습니다. 이 직원들은 현재 여러 애플리케이션에 “언제든지” 액세스할 수 있습니다. 현장 서비스 엔지니어는 정보를 순식간에 교환하고 통화 관리, 부품 주문, 상태 확인 및 P2P 채팅 등과 같은 활동을 수행할 수 있습니다. 따라서 직원 생산성과 고객 만족도를 모두 높일 수 있습니다.

또한 IBM에서는 IBM 사용자에게 전자 우편, 일정 및 연락처 목록 액세스 기능을 제공하는 Lotus® Notes® 협업 플랫폼에 대한 무선 액세스 기능도 지원합니다. Sametime® 인스턴트 메시징과 IBM의 기업 명부에 대한 무선 액세스 서비스를 통해 IBM 직원은 30만 명의 직원을 원격으로 검색할 수 있습니다. 버튼을 누르면 장치에서 자동으로 연락처에 기록된 전화 번호로 전화를 걸어 줍니다.

모바일 비즈니스는 이동하는 데이터로 이루어집니다. IBM은 75년간 고객이 편리하고 안전하게 데이터를 옮길 수 있도록 도움을 드렸습니다. IBM의 모빌리티 기술에 대한 투자는 1990년대 중반에 진행된 퍼베이시브 컴퓨팅 이시셔티브와 함께 시작되었습니다. IBM은 현재 모빌리티 솔루션 개발에 있어 차별화된 통합 커뮤니케이션 제품 및 협업 리더십을 제공하는 차세대 기술 및 기능으로 엔터프라이즈 모빌리티 시장을 주도하고 있습니다.

엔터프라이즈 모빌리티: 새로운 기회의 세계



IBM은 모빌리티 서비스 제품을 지원하고 포괄적인 통합 모빌리티 솔루션을 제공하기 위한 공동 아키텍처를 만드는 데 주력하고 있습니다. IBM 엔터프라이즈 모빌리티 솔루션은 중요한 애플리케이션과 데이터에 언제, 어디서, 어떤 장치로든 액세스할 수 있는 기능을 사용하여 최종 사용자의 생산성을 향상시키기 위해 그동안 축적한 경험을 활용함으로써 고객 가치를 높입니다. 모든 IBM 리서치 연구소가 모바일 웹 연구에 참여하여 새로운 플랫폼과 서비스를 개발하고 있습니다. 여기에는 상황에 맞게 제공되는 서비스와 장치 관리 제품 및 서비스가 포함됩니다. 그외에도 다양한 오픈링들이 특정 산업과 특정 작업에 초점을 맞추고 있습니다.

구체적인 이니셔티브들은 다음과 같습니다.

영역 기반 서비스를 위한 IBM 프레임워크. 영역 기반 서비스를 위한 IBM 프레임워크는 공공 부문의 모바일 사용자에게 비즈니스 서비스, 특히 정보 및 트랜잭션 서비스를 제공합니다. 이 프레임워크는 모바일 사용자와 기업 소유주 모두의 요구사항을 충족시키는 전체적 환경을 조성하기 위해 설계되었습니다. 이는 장치 및 컨텍스트 관리 구성요소를 통해 모바일 사용자를 지원하는 확장 가능한 아키텍처를 통해 이루어집니다. 기업 소유주는 분류 및 추론, 비즈니스 프로세스 관리 및 상호 작용 관리를 통한 지원을 받습니다.

World Development Initiative(세계 개발 프로그램). 피라미드의 기초 계층이 IBM의 역량 및 가치를 통해 대규모의 매력적인 시장이 될 수 있음을 인식한 IBM은 World Development Initiative를 시작했습니다. 이것은 혁신적이고 상업적 경쟁력이 있는 모바일 기술 솔루션을 개발하여 전 세계 빈민들의 생활 수준을 개선하기 위한 노력입니다. IBM은 금융, 교육, 의료, 일자리 증가 및 부의 창출 영역에서 신흥 시장에 대한 고객의 목표 달성에 적합한 IT 및 비즈니스 제품/서비스를 제공하고 있습니다.

최종 사용자를 위한 IBM 모빌리티 서비스. IBM은 3계층 모델을 채용하는 모빌리티 기술 사용에 대해 반복 가능한 접근 방식을 마련했습니다. 첫 번째 계층에서는 가장 큰 영향을 받는 영역에 모빌리티 솔루션을 전개하여 생산성과 성능을 높이는 데 집중합니다. 모빌리티를 사업 목표 및 기업의 전반적 기술 운영과 완벽히 통합함으로써 비용 관리 능력을 개선하는 작업이 뒤따릅니다. 스마트폰에서 작업 지향적인 장치인 랩탑 및 데스크탑에 이르는 모든 장치의 관리를 통일하여 비용 관리 능력을 더욱 개선할 수 있습니다. 마지막으로, IBM 고객은 모빌리티 기술을 이용해 비즈니스 운영을 개선하고 고객 서비스를 향상시키기 위해 모빌리티 성능 분석을 활용함으로써 미래의 비즈니스 성장을 이끌 수 있습니다.

추가 정보

IBM이 전 세계 수많은 고객 조직과 협력하여 고객의 엔터프라이즈 모빌리티 프로그램 개발 및 구현에 어떤 도움을 주고 있는지 알아보려면 IBM 영업 담당자나 IBM 비즈니스 파트너에게 문의하십시오.

최고 정보통신 책임자에게 가장 중요한 무선 및 모빌리티 문제에 관한 IBM의 통찰력과 전망에 대한 자세한 내용을 보려면 다음 사이트를 참조하십시오.

ibm.com/cio

그 밖에도, IBM Global Financing이 고객의 구체적인 IT 요구에 적합한 융자 솔루션을 제공할 수 있습니다. 고객에게 유리한 이율, 융통성 있는 대출 및 상환 계획, 자산 환매 및 처분에 관한 자세한 내용을 보려면 다음 사이트를 방문하십시오.

ibm.com/financing



© Copyright IBM Corporation 2009

IBM Corporation
New Orchard Road
Armonk, NY 10589
U.S.A.

Produced in the United States of America
2009년 3월
All Rights Reserved

IBM, IBM 로고, Lotus Notes, Sametime 및 ibm.com은 미국 또는 기타 국가에서 사용되는 International Business Machines Corporation의 상표 또는 등록 상표입니다. 이와 함께 기타 IBM 상표가 기재된 용어가 상표 기호(® 또는 ™)와 함께 이 정보에 처음 표시된 경우, 해당 기호는 이 정보를 발행할 때 미국에서 IBM이 소유한 등록 상표 또는 일반 법적 상표입니다. 또한 이러한 상표는 기타 국가에서 등록상표 또는 일반 법적 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보" (ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

기타 제품, 회사 또는 서비스 이름은 타사의 상표 또는 서비스표입니다.

¹ Forrester Research. "Y 세대 디자인 가이드 (The Generation Y Design Guide)." 2007.

² 세계자원연구소 (World Resources Institute). "40억의 다음 고객: 피라미드의 기초 계층에 형성된 시장 규모와 비즈니스 전략 (The Next 4 Billion: Market Size and Business Strategy at the Base of the Pyramid)." 2007.

³ Datamonitor. "엔터프라이즈 모빌리티: 2012년 까지의 추세 분석 (전략적 포커스) (Enterprise Mobility: Trend Analysis to 2012 (Strategic Focus))." 2008.

⁴ Insight Research Corporation. "모바일 인력 및 엔터프라이즈 애플리케이션: 2007-2012 (The Mobile Workforce and Enterprise Applications: 2007-2012)." 2007.

