

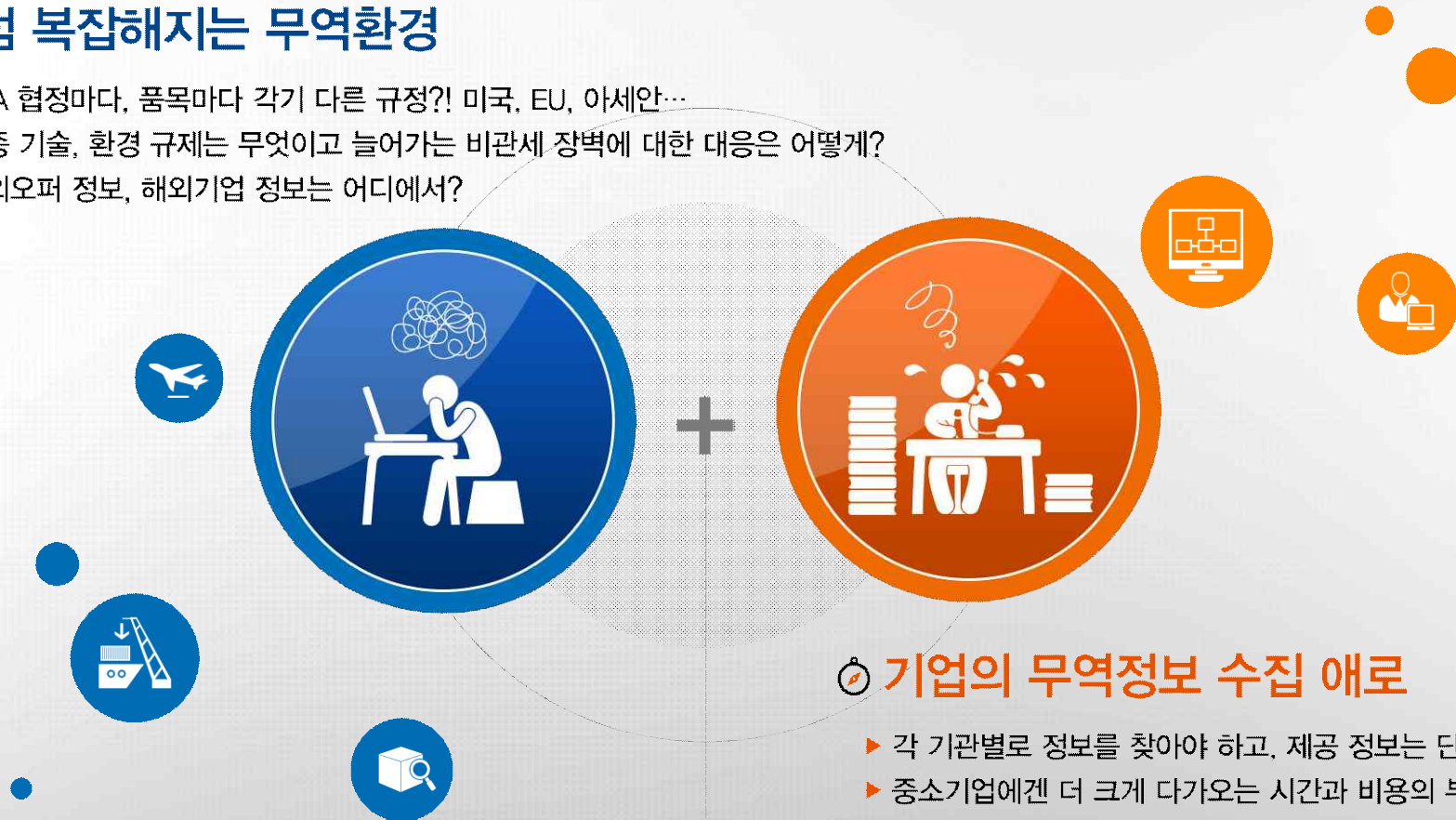




# “무역회사 업무, 왜 힘든 걸까요?”

## 📍 점점 복잡해지는 무역환경

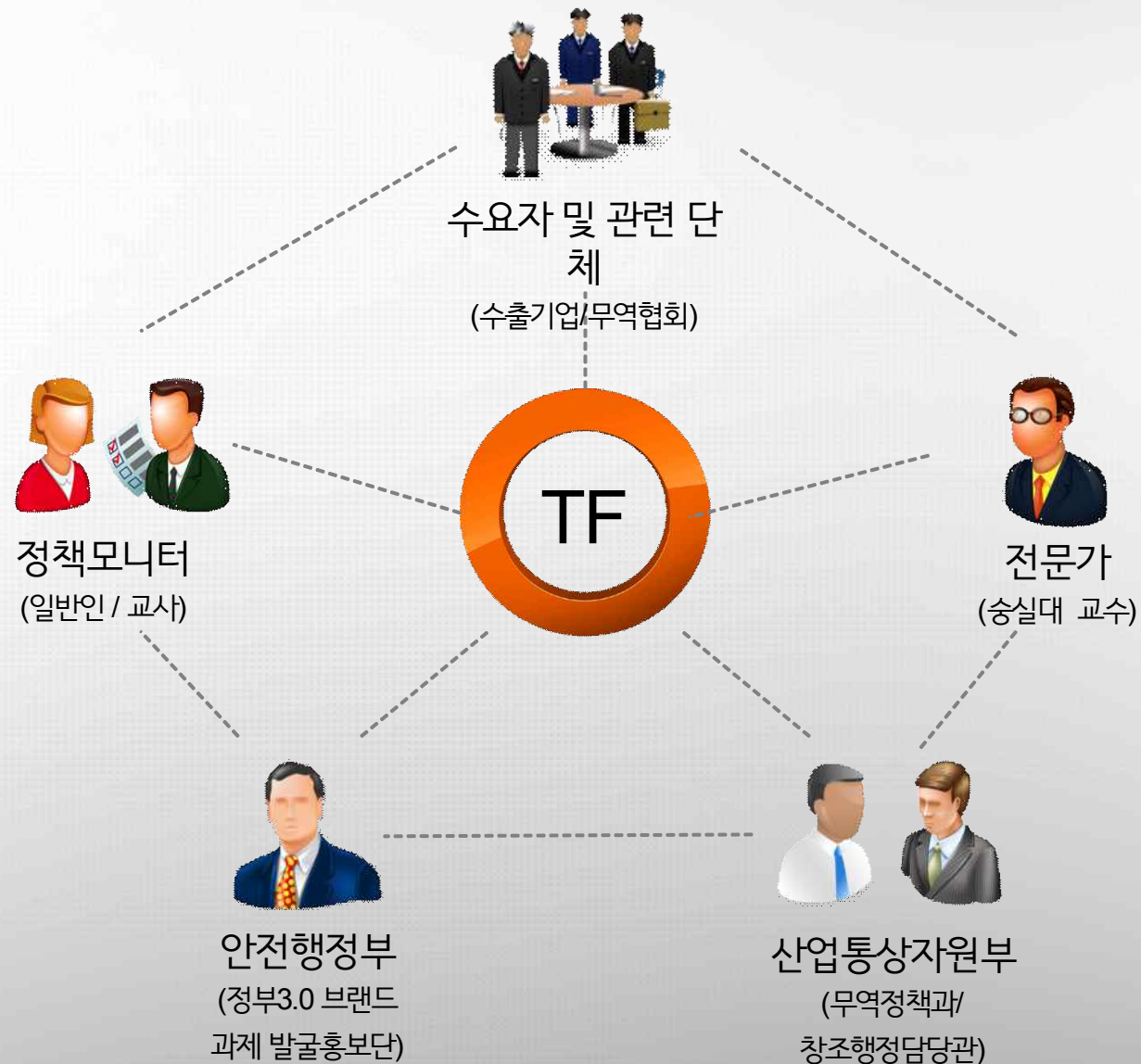
- ▶ FTA 협정마다, 품목마다 각기 다른 규정?! 미국, EU, 아세안...
- ▶ 각종 기술, 환경 규제는 무엇이고 늘어가는 비관세 장벽에 대한 대응은 어떻게?
- ▶ 해외오피 정보, 해외기업 정보는 어디에서?



## 📍 기업의 무역정보 수집 애로

- ▶ 각 기관별로 정보를 찾아야 하고, 제공 정보는 단편적
- ▶ 중소기업에겐 더 크게 다가오는 시간과 비용의 부담
- ▶ 다양한 기업의 수준과 상황에 따른 맞춤형 정보제공 채널 부재

# 무역정보 통합포털 구축을 위한 TF가 꾸려졌습니다.



# 듣고, 토론하고, 또 들었습니다.



1단계: 현장 의견수렴



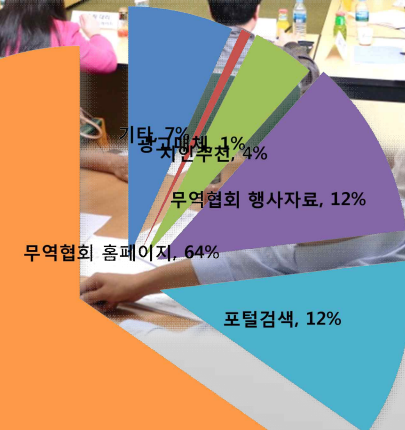
2단계: 고객 자문회의



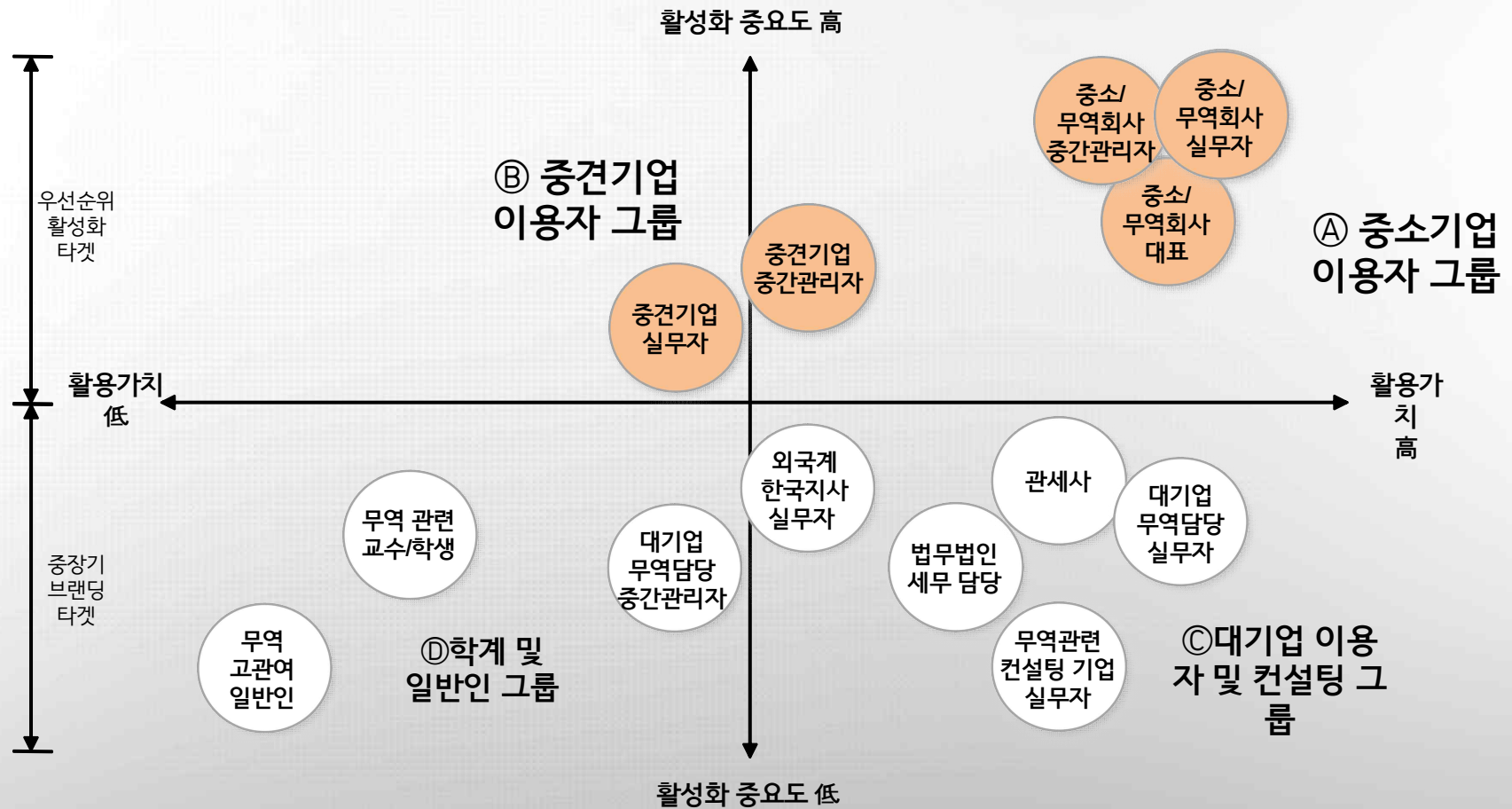
3단계: TF 워크숍



4단계: 고객 설문조사



# 고객의 우선순위부터 정했습니다.



# 고객의 대표 Persona로 중소기업 실무자를 설정...



| 1순위 고객 |

중소기업 실무자

스파크산업, <김초보> 대리

| 신상 |

- 이름: 정규직(男, 32세, 미혼)
- 직업: 케이블 제조, 스파크산업 대리

| 특징 |

- 직장/거주지: 종로/성북
- 취미: 야구, 축구, 골프

| 캐릭터 |

- 새롭게 시작한 프로젝트 성공을 위해 성실하게 일만 하지만, 해외무역 관련 경험/지식 부족의 <불안불안 스타일>

| 업무 니즈 |

- 무역 전반에서 남보다 열심히 일하고 조직성과를 중시하지만 업무진행에서 보다 효율적으로 처리하고 싶은 욕심

| 2순위 고객 |

중소기업 대표

완구물산, <미스김> 사장

| 신상 |

- 이름: 미스김(女, 45세, 기혼)
- 직업: 완구물산, 글로벌사업팀 사장

| 특징 |

- 직장/거주지: 강남/역삼
- 취미: 쇼핑, 해외여행

| 캐릭터 |

- 기획-실행력과 평가가 매우 우수하나 개인적으로는 더 나은 성과와 성장을 위해 노력하는 <야심가 스타일>

| 업무 니즈 |

- 경쟁사와의 치열한 경쟁에서 이기기 위한 해외 주요 시장에 대한 정보수집/분석을 위한 솔루션을 찾고 싶은 욕심

| 3순위 고객 |

중견기업 실무자



스타금속, <나혼자> 과장

| 신상 |

- 이름: 나혼자(女, 33세, 미혼)
- 직업: 스타금속, 해외마케팅팀 대리

| 특징 |

- 직장/거주지: 구로디지털단지/신림
- 취미: 음주가무

| 캐릭터 |

- 일과 업무는 명확하고 깔끔하게 정리하되, 퇴근 후와 주말은 철저하게 자신에게 투자하는 <화끈 20대 스타일>

| 업무 니즈 |

- 해외마케팅에 대해 최고로 인정받고 싶은 욕심과, 귀찮게 남의 도움은 받지 않고서도 혼자 잘 해내고 싶은 욕심

| 4순위 고객 |

중견기업 중간관리자



모발상사, <허전해> 부장

| 신상 |

- 이름: 허전해(男, 48세, 기혼)
- 직업: 모발상사, 해외사업부 부장

| 특징 |

- 직장/거주지: 가산디지털단지/광명
- 취미: 맛집 탐방, 테니스, 독서

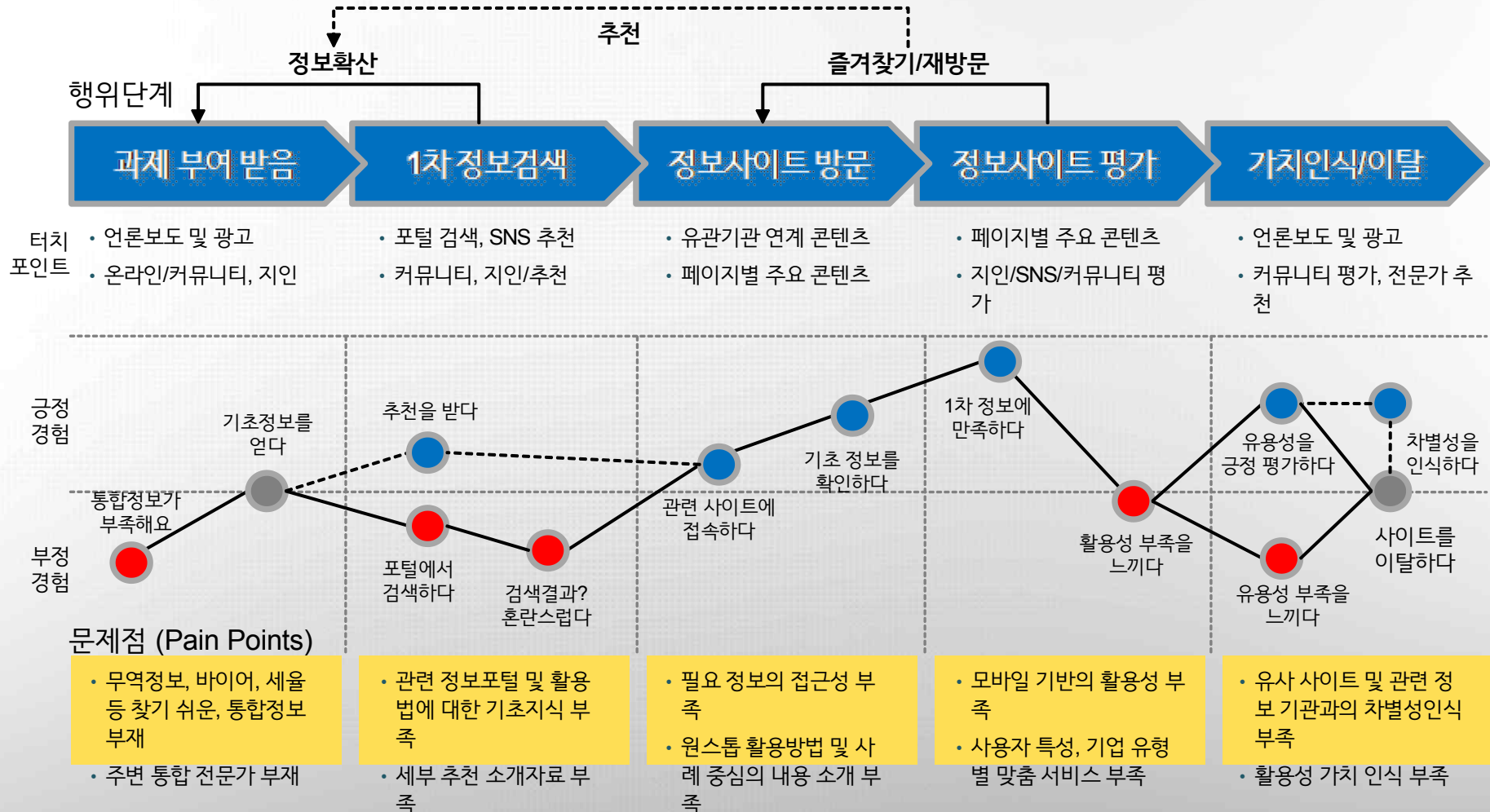
| 캐릭터 |

- 무역회사에서의 오랜 직장경력으로 업무에는 능통하지만, 적극적인 업무 추진은 회피하는 <가늘고 길게 스타일>

| 업무 니즈 |

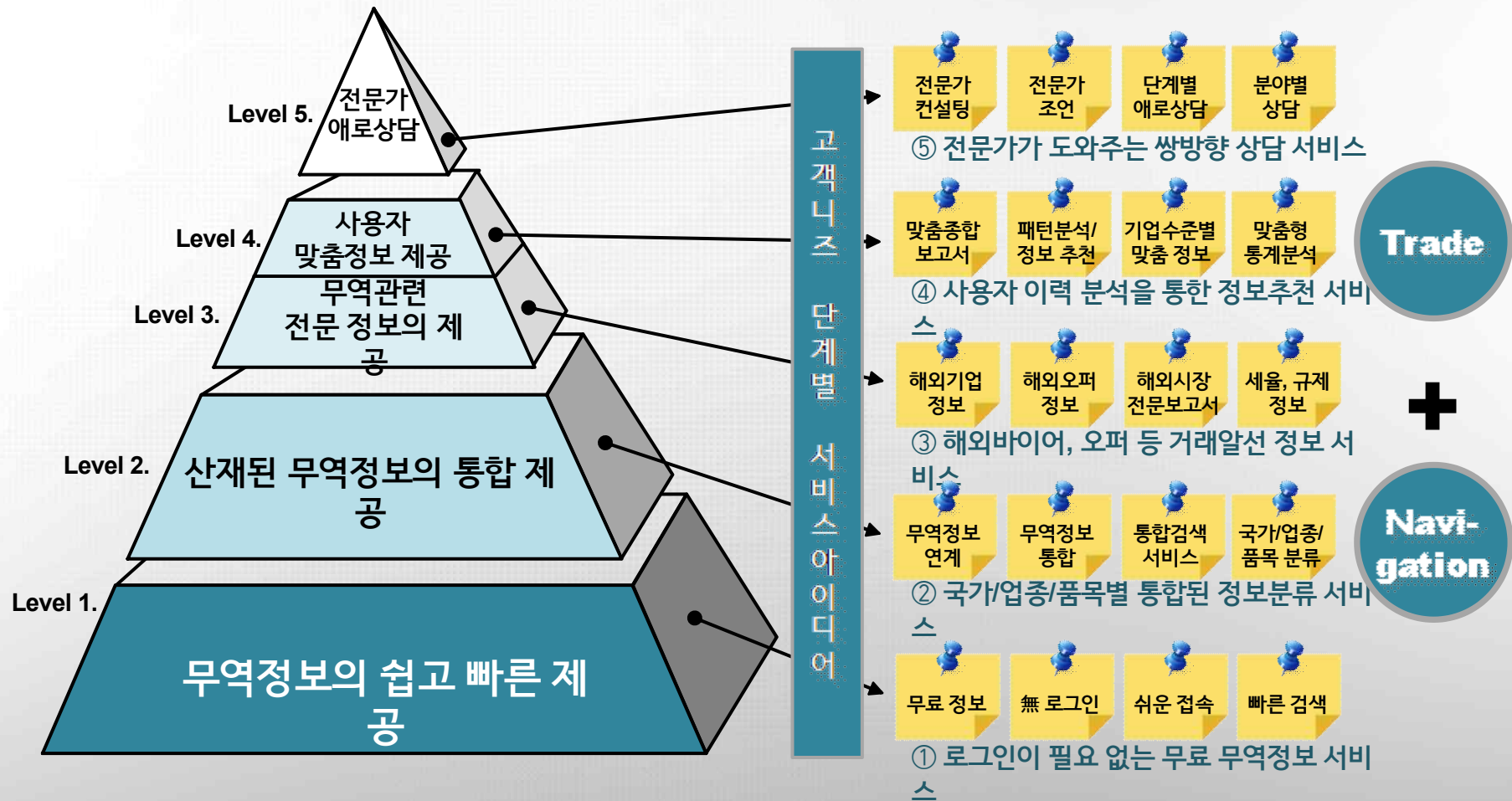
- 적극적인 영업과 사업 추진 보다는 모든 프로젝트가 안정적으로 진행되기 위한 기초자료가 필요하다는 욕심

# ...대표 고객의 여정 Map을 통해 문제점을 체크!





# 그렇게 도출된, 서비스 아이디어 5가지!



# 서비스 아이디어가 실현되었을 때의 가상 시나리오

문제 인식 단계



스파크 산업, 불안불안 김대리



해외 무역정보 검색하는 김대리



검색... 검색... 검색... 검색...



“내가 찾는 무역정보는 도대체 어디에?”

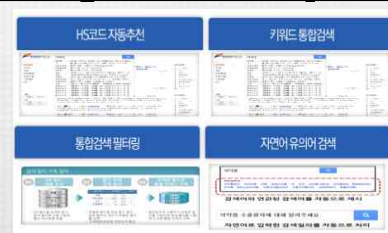
경험 단계



“김대리는 아직도 무역정보포털 물라?”



“전 세계 최신 무역정보를 한번에”



“HS코드 없이도 손쉬운 검색!!!”



“국가, 업종, 품목별 통합서비스”

심화 경험 만족 단계



“해외 오피/해외기업 정보 제공”



“맞춤 서비스와 전문가 상담까지~”

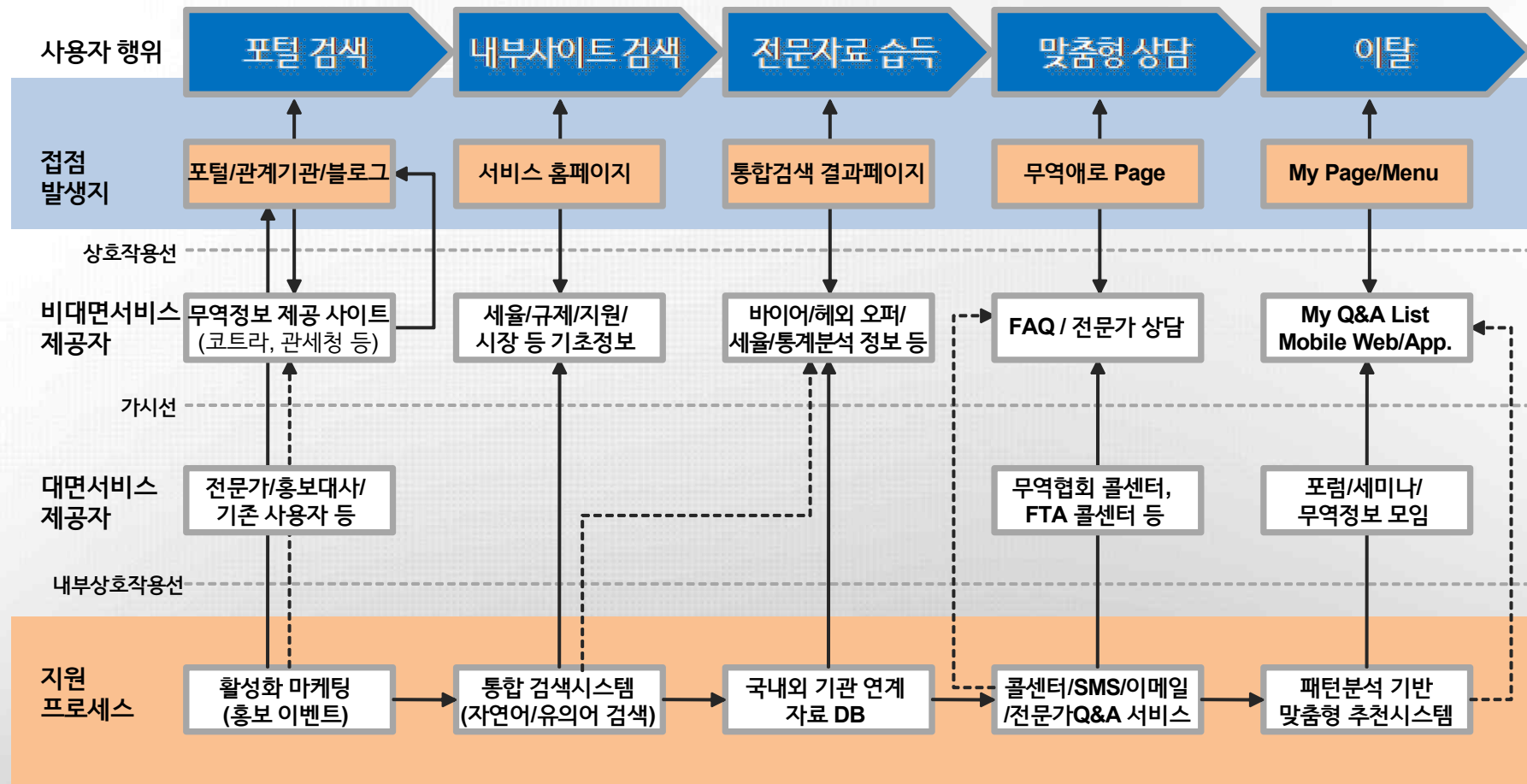


김대리 덕분에 새로운 계약에 성공

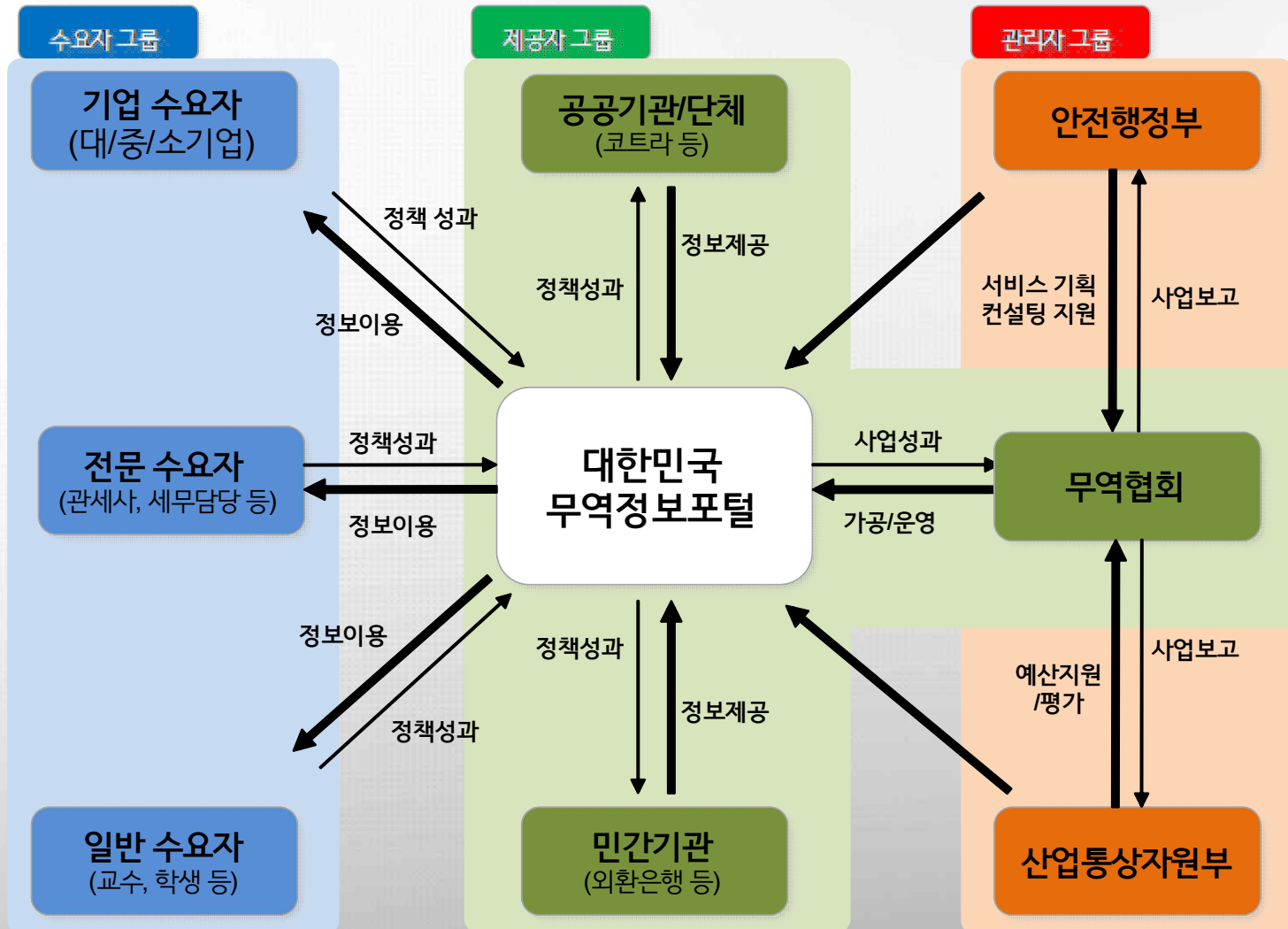


“김대리 멋져~”

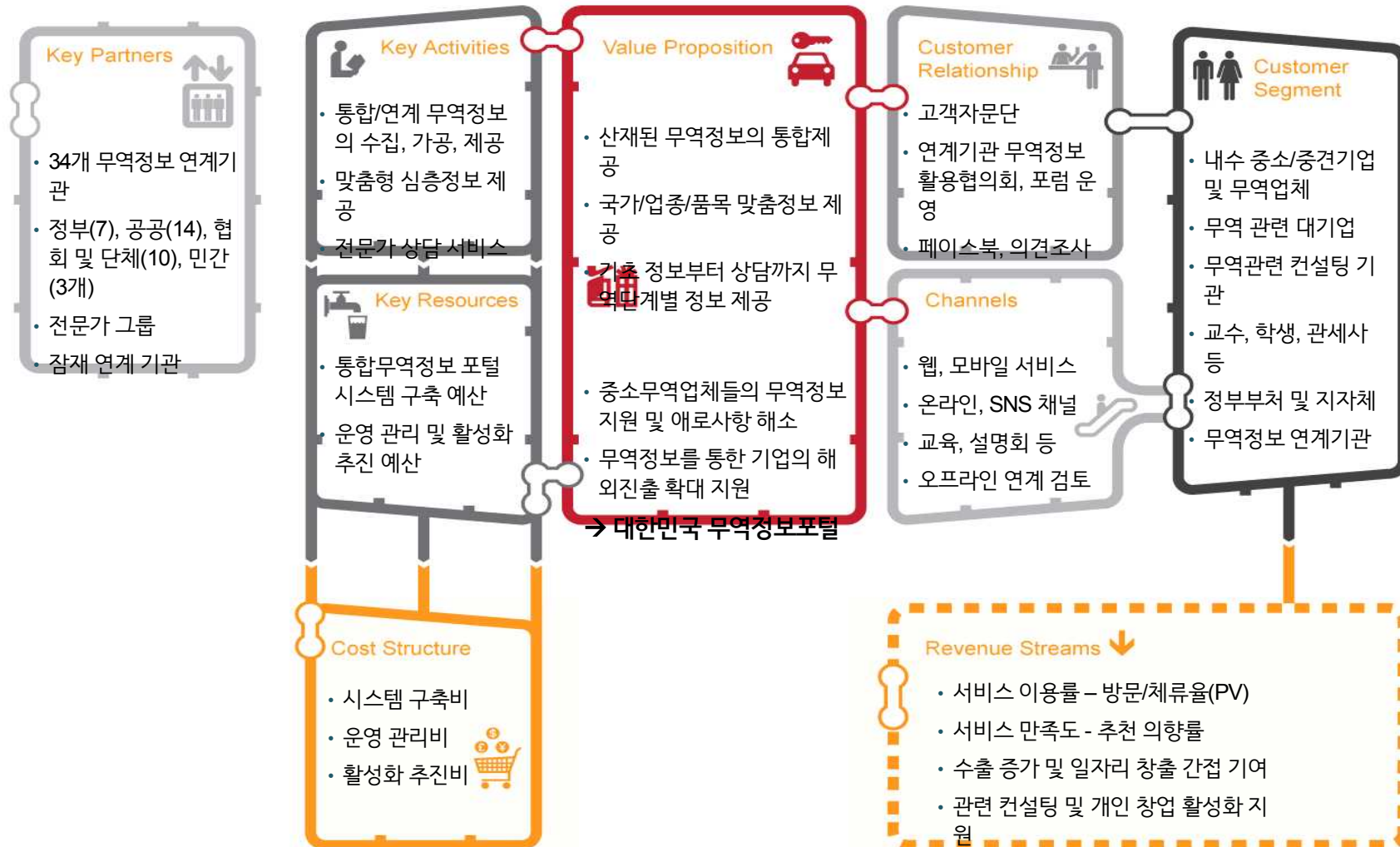
# 가상의 시나리오를 기반으로, 서비스 청사진을 구체화했습니다.



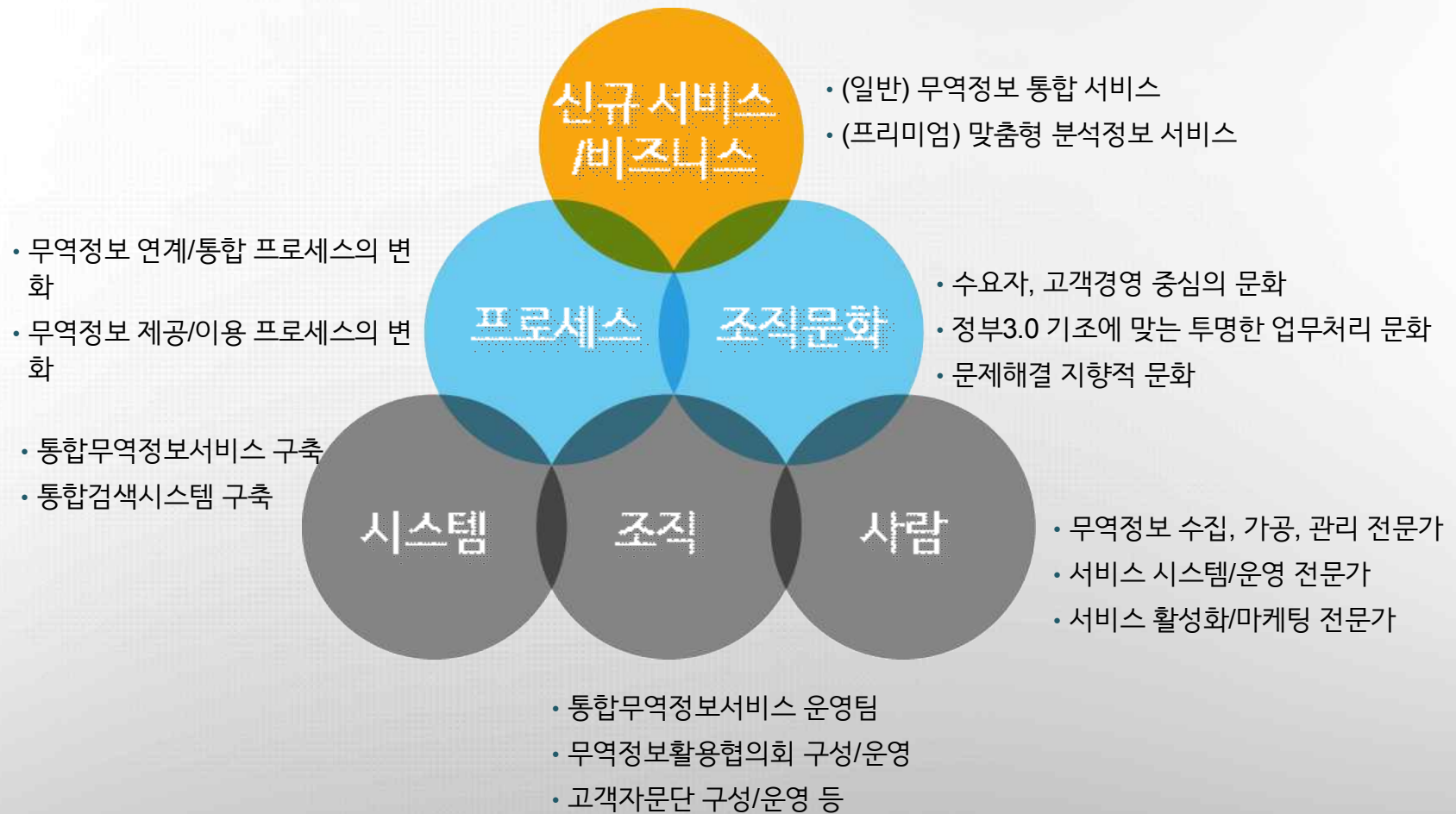
# 이해관계자의 역할을 명확하게 규정했습니다.



# 비즈니스 모델을 종합화, 체계화했습니다.



## 사업화를 위한 구체적인 운영모델을 마련하여...



# 무역정보 통합포털을 구축했습니다.

🕒 **한번의 검색으로 쉽게, 모든 정보를 한곳에서 확인**

글로벌 무역정보 One-Stop 서비스를 통한  
**중소·중견기업의 해외진출 확대**



국내외 모든 무역기관을  
 연계한 **통합정보 제공**



관심국가, 취급품목에 따른  
**맞춤형 정보 제공**



# 무역정보 통합포털만의 차별화 서비스①

## 🕒 수출에 필요한 모든정보를 한번에

- ▶ 통합 DB를 활용하여 **패역간 차별화**한 **한번에** 모든 정보를 제공!
- ▶ 전세계 최신 무역정보를 한번에!
- ▶ 한번의 검색으로 수출 절차 별 필요한 모든 정보를 획득!

### 1 기본정보

관세, 비관세장벽(인증, 규제 등), 무역통계, FTA 정보, 최신 뉴스

### 2 지원정보

해외전시회정보, 해외조달정보, 기관별 지원사업, 무역정보 안내정보

### 3 해외기업정보

바이어, 바잉오퍼, 신용정보

### 4 무역애로 해소

무역실무 상담, FTA 상담, 전문가 상담, 애로사례 공유



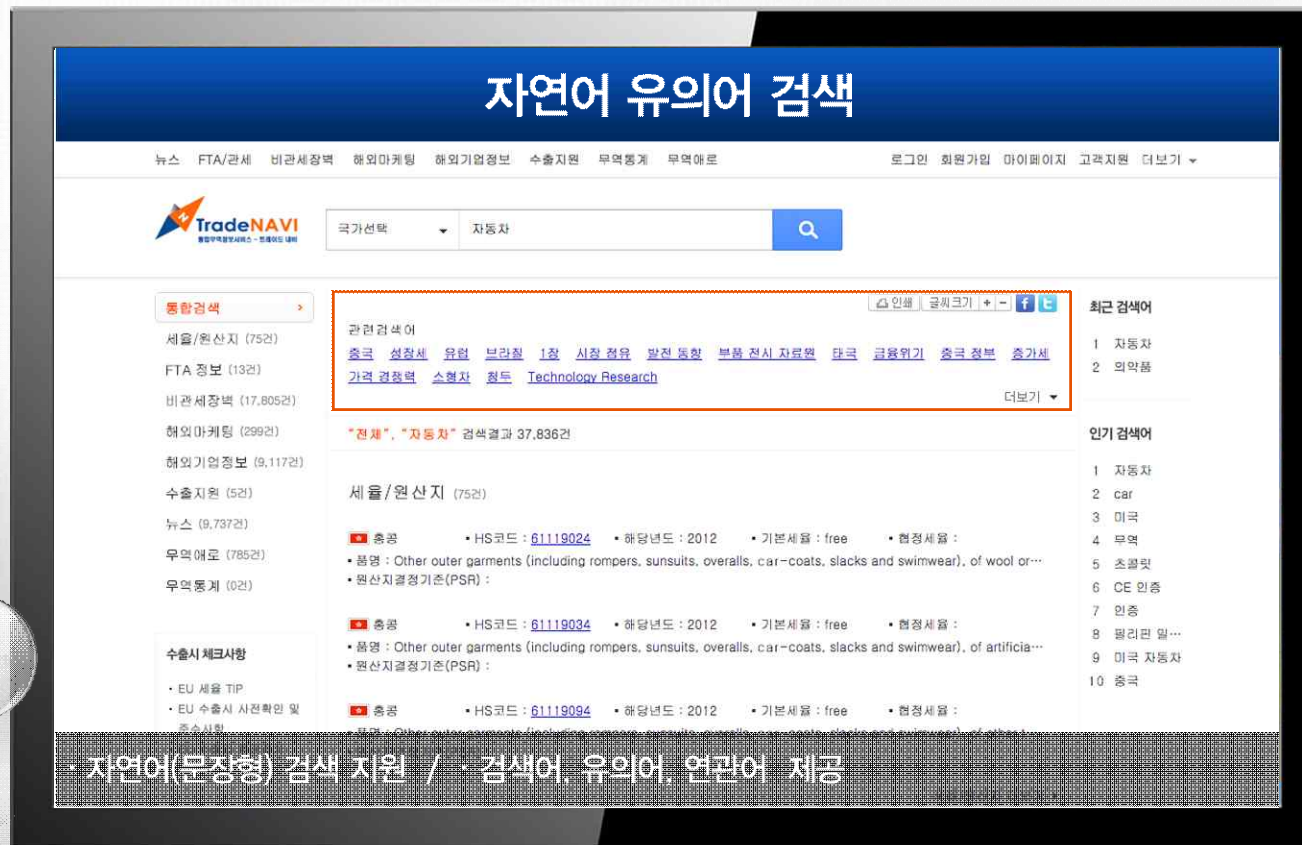
19년  
 Policy



# 무역정보 통합포털만의 차별화 서비스②

## 🕒 누구나 쉽게 무역정보를 검색

- ▶ 로그인이나 개인정보 제공 없이 자유롭게 이용
- ▶ 상품 분류 코드인 HS 코드가 필요 없는 편리한 검색



The screenshot displays the TradeNAVI website's search interface. At the top, there's a navigation bar with links like '뉴스', 'FTA/관세', '비관세장벽', etc. Below that is a search bar with '국가선택' and '자동차' entered. A sidebar on the left lists various categories like '세울/원산지', 'FTA 정보', etc. The main content area shows search results for '자동차', including a list of related terms and a detailed result for '세울/원산지' with HS codes and descriptions. A magnifying glass icon is overlaid on the bottom left of the screenshot.

· 자연어(문장형) 검색 지원 / · 검색어, 유의어, 연관어 제공

# 무역정보 통합포털만의 차별화 서비스③

## 🕒 사용자 맞춤형 정보까지



### 사용자 수준별 맞춤정보의 제공

- ▶ 초보자와 숙련자 모두가 쉽게 이용할 수 있는 맞춤형 정보의 제공



### 이용자의 정보 활용 패턴 분석을 통한 최적화된 맞춤형 서비스 제공

- ▶ 특정 국가와 품목을 선택하여 고객용 해외시장 종합보고서 자동 생성



### 이용자 별 관심지역, 관심품목 정보를 자동 추출하여 이용자에게 제공

- ▶ 이메일, SMS 등을 통한 Push 서비스

## 김대리의 TradeNAVI 사용 스토리

서울, 비관세 장벽?  
해외 전시회 정보?  
해외 오피어 정보?



Before TradeNAVI

# 향후, 서비스 피드백과 업그레이드를 지속 추진하겠습니다.



## 지속적인 고객 피드백 반영

▶ 오프라인 현장 모니터링 및 고객 자문단 회의 지속 개최

▶ 온라인 설문조사 및 만족도 조사를 통한 의견 반영



## 지속적인 서비스 업그레이드

▶ 정보제공 연계기관 확대(국내 34개 → 해외기관으로 확대)

▶ 서비스 대상국 확대 (주요 45개국 → 전세계 국가로 확대)



## 맞춤형 서비스의 지속 강화

▶ 맞춤형 정보 품질 강화 및 Push 서비스



# 대 내외 홍보활동도 다양하게 추진하겠습니다.

구분	매체 유형	주요 업무	2014년			2015년				2016년			
			2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q		
對外 홍보	광고/지불 매체 (Paid Media)	▪ 이벤트 프로모션		→									
		▪ 온라인/모바일 광고/바이럴 홍보(WOM)		→									
		▪ 무역관련 전문지 기사식 광고		→									
		▪ Paid 검색/컨텐츠 프로그램			→								
	기존 소유 매체 (Owned Media)	▪ 웹사이트 업그레이드(SEO 포함)		→									
		▪ 고객자문단 구성, 운영		→									
		▪ 연계기관 무역정보활용협의회 운영		→									
		▪ 리플릿 제작 및 배포		→									
		▪ EDM, DM 발송		→									
		▪ 브랜드드 포럼/세미나									▶		▶
	고개관계 기반 획득 매체 (Earned Media)	▪ 소셜 네트워크	▪ Facebook (설정/운영)		→								
			▪ Blog (코엑스 연계 등)		→								
			▪ YouTube (개설/운영)		→								
▪ SlideShare (개설/운영)					→								
▪ LinkedIn (개설)								→					
▪ 언론 홍보		▪ 신문/보도 자료		→									
		▪ TV 방송 기획 피칭		→									
對內 변화관리	역량강화 프로그램	▪ 벤치마킹 회의, 변화리더와의 1:1 대화		→									
	소통강화 프로그램	▪ TF 타운 미팅 프로그램		→									
	고객경영 프로그램	▪ 현장 고객자문 프로그램 운영		→									

# 무역정보 통합포털은 정부3.0 패러다임을 충실히 반영했습니다.

34개 연계기관 무역정보 공유



· 조회만 가능하던 정보  
 ▶ DB개방 : 해외 기업정보 53만 건...

자문단, 설문조사를 통한 기업의 의견수렴  
 ▶ 누구나 손쉽게 사용 가능한 통합검색 시스템

· 정보제공 기관간 협력을 통한  
 홍보 및 기업지원 강화

## 무역정보 통합포털 프로젝트를 하면서 느낀 점은...



### 프로젝트에 대한 소회

- 국민디자인단 프로젝트 방식이 초기에는 매우 생소했지만, 결과적으로는 다양한 수요자 의견을 수렴할 수 있었다.
- 많은 예산이 투입된 공공 부문 정보망과 DB의 활용도를 높일 필요성을 느꼈다.
- 34개의 관련 기관간 협력을 이끌어내는 것이 너무도 어려웠다.



### 프로젝트를 통해 배운 점

- 프로젝트는 기획 단계부터 피드백까지 수요자와 함께 이루어져야 하며, 전문가의 적절한 지원도 필요하다.
- 정보 공개와 협력을 위해서는 끊임 없는 설득과 적절한 인센티브가 필요하다.
- 정보망의 구축보다는, 꾸준한 관리와 서비스 품질향상 노력이 더욱 중요하다.



THANK YOU

감사합니다