

LG U+의 5G 이동통신 콘텐츠 서비스 제공 전략 (사례)

□ 백용대 / LG 유플러스

요약

LG 유플러스는 5G 서비스를 세계 최초로 상용화함에 따라 5G의 기술적 특징인 초고속, 대용량, 초저지연, 초연결의 특성으로 앞으로 실감 미디어 시대가 대두될 것에 대비, 5G 서비스 이용자들의 일상을 바꾸는 콘텐츠 서비스를 제공 중이다.

특히 이용자들이 직접 체험을 통해 5G 콘텐츠가 개인의 일상과 밀접한 연관이 있다는 부분을 강조하여 서비스를 제공하고자 최선의 노력을 다하고 있다.

본 고에서는 이처럼 5G 서비스 이용자들이 선호하는 콘텐츠 이용을 ‘일상으로 5G길’ 팝업 스토어 운영 사례를 통해 소개하고, LG U+ 주요 서비스, 5G 콘텐츠 확산 방안, 기대 효과, 마지막으로 결론 및 주요 시사점에 대해 서술하였다.

1. 서론

LG 유플러스는 2018년 12월 1일 자정 서울 마곡사옥에서 주요 경영진들이 참석한 가운데 세계 최초 5G 전파 송출 행사를 개최하였다. 첫 5G 전파

발사 점등식, 깃발 꽂기 세레머니 등을 통해 5G 시대를 선포한 것이다. 이날 대전기술원과 서울 마곡사옥간에 5G 네트워크를 이용한 ‘화상통화’를 통하여 상용 네트워크 서비스의 안정성을 확인하였다. 바야흐로 4G LTE 시대를 넘어 5G 시대의 서막을 올리는 역사적인 순간이었다.

그러나 5G 상용 서비스는 제조업 분야의 기업 고객에게 먼저 제공되었다. LG 유플러스의 5G 국내 1호 고객은 경기도 안양시에 위치한 ‘LS 엠트론’이다. 산업기계 및 첨단부품 전문 기업인 엠트론은 LG 유플러스와 함께 ‘5G 원격제어 트랙터’를 국내 최초로 개발하였다. 관제 시스템 지도에 이동경로를 설정하면 수 십 Km 떨어진 곳의 트랙터는 설정된 경로로 이동하면서 무인 경작을 수행한다. 관리자는 마치 실제 트랙터 조종석에 앉아서 운전하는 것처럼 트랙터를 원격 조종하며 관제센터 모니터에서 작업현황을 영상으로 실시간 확인할 수 있다.

1호 가입자가 제조기업에서 탄생한 배경으로는 우선 5G전용 스마트폰 출시 이전이란 점이 작용한 부분이 크다고 할 수 있다. 별도로 5G의 특성이 산업 현장에 우선 적용되면 생산 효율성 향상 등에 더욱 적합할 수 있다는 국내의 컨설팅 전문가들의 전망에 따른 것이기도 하다.

그러나 2018년 12월 첫 전파 발사 이후 5G 전용 스마트폰이 본격 출시되면서 이용자들이 지갑을 열기 시작했고 이용자들은 열광하였다. 5G 네트워크의 커버리지 한계와 속도 한계 등 초기 미흡함도 있었지만, 5G 네트워크 최적화와 안정화 과정(테스트 베드 수행)을 거치면서 기대치를 충족하기 시작하였다. 여기에 폴더블폰과 듀얼 스크린폰 등 LG 제조업체들의 차별적 신규 스마트폰 출시도 한몫 작용하였다. 무엇보다도 LG 유플러스가 서비스 상용화와 함께 제공한 5G 6대 핵심서비스가 크게 작용했다.

II. LG 유플러스 6대 주요 서비스 전략

LG 유플러스가 지난해 말 자사 가입자를 대상으로 진행한 5G (5세대 통신) 인식 설문조사에서 약 90%가 ‘들어본 적 있다’, 76%가 ‘속도의 변화 정도로 알고 있다’, 49%가 ‘아직은 좀 더 기다려보겠다’고 답했다. 소비자들이 느끼는 5G 체감지수는 다소 이른감이 있었던 것 또한 사실이었다.

따라서 LG 유플러스는 설문조사에서 나타난 소비자들의 욕구를 충족하고자, 접근성이 높은 지역부터 5G시대 일상을 연출한 감성 공간을 새롭게 구성하고, 다양한 콘텐츠와 이벤트를 통해 체험을 유도함으로써 5G에 대한 궁금증을 해소하고 인식을

을 높이는 방향으로 홍보 계획을 수립하였다.

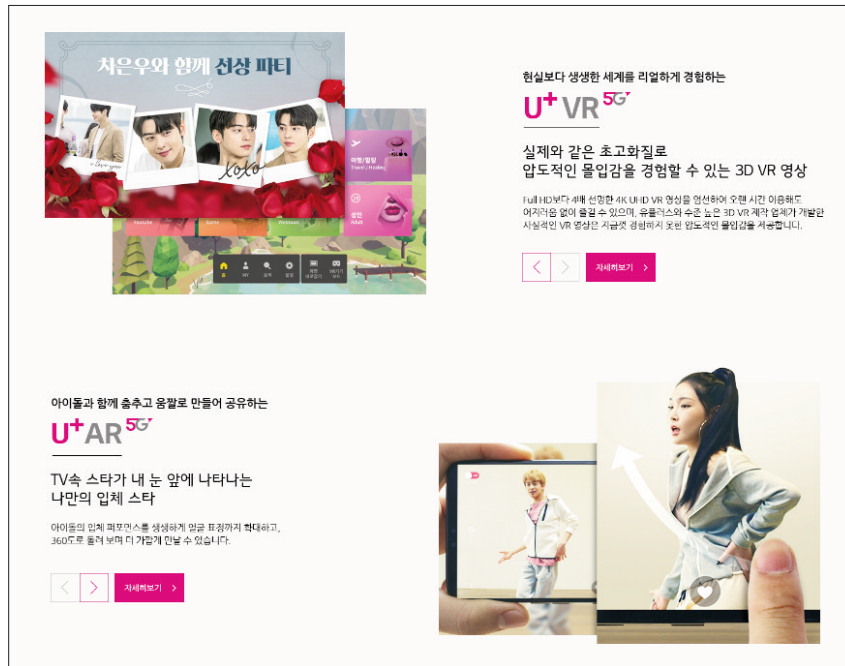
LG 유플러스는 5G 6대 핵심서비스를 설정하였는데, ▲VR ▲AR ▲아이돌 Live ▲야구 ▲골프 ▲게임을 선정하였다. 이는 소비자들이 자주 접하는 일상적인 공간들과 5G 서비스를 유기적으로 결합시킴으로써 차세대 통신기술이 일상생활에 가져올 뚜렷한 변화를 직접체감 할 수 있도록 서비스를 제공한다는 전략이다.

LG 유플러스는 ‘일상을 바꿉니다. U+ 5G’라는 슬로건을 만들고 초고속, 초저지연, 초연결이라는 3가지 5G 특성에 가장 잘 부합하는 5G 특화 서비스들을 선보였다. 주요 서비스를 소개하면 다음과 같다.

1. U+ VR과 U+ AR 서비스

U+ VR 5G는 현실보다 더 생생한 세계를 리얼하게 경험할 수 있도록 VR 콘텐츠를 골라볼 수 있게 제공하는 VR 플랫폼이다. 약 200여편의 독점 영상을 비롯해 다양한 장르의 VR 영화, 아름다운 여행지 영상, 세계적인 유명 공연, 인터랙티브 게임, VR 웹툰 등 400여편이 넘는 VR 콘텐츠가 기존보다 월등한 품질로 제공된다. VR기기를 이용해 생동감 있게 공연을 관람하거나 스타와 데이트를 즐기는 것 등이 가능하다.

U+ AR 서비스를 통하면 나만의 스타를 입체적으로 만날 수 있다. TV속 스타가 내 눈앞에 나타나는 ‘나만의 입체스타’와 스타와 함께 찍은 영상을 공유하는 ‘입체 스타 스티커’ 등이 핵심 기능이다. ‘나만의 입체스타’는 아이돌의 입체 퍼포먼스를 생생하게 얼굴 표정까지 확대하고, 360도로 돌려보며 더 가깝게 만나게 해준다. ‘입체 스타 스티커’를 통하면 좋아하는 스타가 실제 옆에 있는 것처럼 함께 놀고 춤



〈그림 1〉 LG U+ 홈페이지에서 소개되고 있는 U+VR과 U+AR 서비스

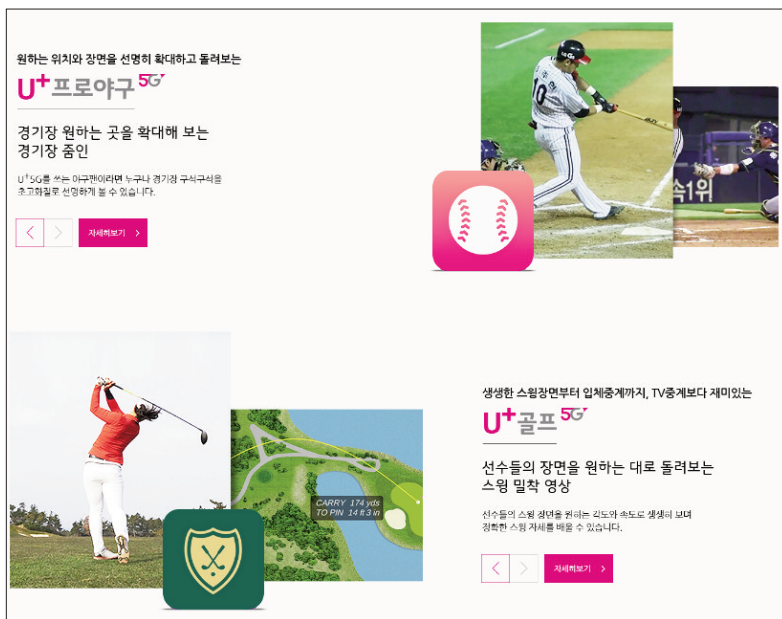
추며 촬영한 영상으로 입체 스티커를 만들 수 있다.

2. U+ 프로야구와 U+ 골프 등 스포츠 서비스

U+ 프로야구는 ▲ 경기장 구석구석 원하는 곳을 자유롭게 확대해 보는 ‘경기장 줌인’ ▲ 카메라로 촬영한 타석 영상을 고객이 마음대로 돌려보며 시청하는 ‘홈 밀착영상’ 기능이 서비스 중이다. 경기장 줌인은 경기장 전체를 초고화질 영상으로 촬영해 원하는 위치를 확대해도 선명하게 볼 수 있다. TV 중계로는 볼 수 없는 볼펜 상황, 덕아웃, 주루 플레이까지 자세히 볼 수 있는 것이 특징이다. 홈 밀착영상은 경기 생중계 시청 중에도 다수의 카메라가 촬영한 홈런 스윙, 홈 점전 상황, 투수가 던지

는 구질 등 고객이 원하는 장면을 멈추거나 되돌려 다양한 각도에서 볼 수 있다. 이를 위해 방송사의 촬영영상을 제공 받아 중계하던 방식에서 벗어나 약 60여대의 고화질 영상 촬영 카메라가 추가로 동원되었다.

U+ 골프 역시 5G 기술을 접목, 시간과 공간을 자유롭게 돌려볼 수 있다. ‘스윙 밀착영상(4D Replay)’은 선수들이 실제로 경기 중에 한 스윙 자세를 미세한 동작까지 상세히 볼 수 있고, 정확한 스윙 자세를 배우는데도 큰 도움이 된다. 이를 위해 LG 유플러스는 전용 카메라 약 40여대를 활용하고 있다. 인기 골프선수 코스별 경기 상황을 입체 그래픽으로 한 눈에 보는 ‘코스 입체 중계(AR Tour Live)’는 골프 중계중인 선수들의 비거리, 공의 궤적, 낙하지점, 홀컵까지 남은 거리 등 실시간 중계



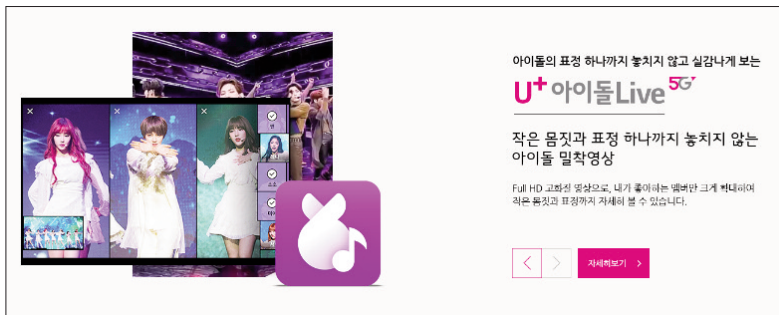
〈그림 2〉 LGU + 홈페이지에서 소개되고 있는 스포츠 서비스

화면에 입체 그래픽이 제공된다.

3. U+ 아이돌 Live와 U+ 게임 서비스

U+ 아이돌 Live는 공연 중 작은 몸짓과 표정 하나까지도 놓치지 않는 ‘아이돌 밀착영상’과 공연장에 온 것처럼 실감나게 무대를 볼 수 있는 ‘VR 영

상’ 기능이 제공된다. 이를 통하면 Full HD 고화질 영상으로 내가 좋아하는 멤버만 크게 확대해 세세한 몸짓이나 표정까지도 자세히 볼 수 있다. 또한 ‘VR 영상’은 고화질 아이돌 무대 영상을 휴대폰에서 180도로 눈 앞에 있는 것처럼 생생하게 3D 공연 영상을 감상할 수도 있다. U+게임은 리니지2 레볼루션 등 총 11종의 인기 게임을 제공 중이다.



〈그림 3〉 LG U+ 홈페이지에서 소개되고 있는 아이돌 Live

III. 5G 콘텐츠 확산 방안

번 슈미트는 체험 마케팅의 4가지 특징으로 고객의 체험에 중점을 두고 총체적 체험으로서 소비를 다루고 이성적이고 감정적인 소비의 두가지 측면을 모두 인정하면서 다각적인 방법을 이용한다고 말하고 있다.

LG 유플러스는 5G 콘텐츠를 확산하는 방안에 대해 다각적인 검토 끝에 일상과 연결된 5G 콘텐츠 체험, 고객에게 찾아가는 체험 컨셉을 마련했다. 이를 위해 5G 콘텐츠를 일상의 삶과 연결시키는 ‘일상로 5G길’ 팝업 스토어 오픈, 젊은층이 많이 모이는 공간을 선점해 체험을 유도하는 체험존을 운영 중이다. 이와 함께 엘지(LG) 사옥 로비 공간을 활용한 체험공간 마련은 ‘이용자=5G 콘텐츠=LG 유플러스’를 잇는 혁신적인 아이디어로 평가받고 있다.

1. 일상로 5G길’ 팝업 스토어 운영

서울 강남역 인근에 위치한 팝업 스토어(일상로

5G길)의 가장 큰 특징은 일종의 작은 5G 빌리지를 조성했다는 점이다. ‘일상로 5G길’은 2개월 동안 휴일 없이 매일 오전 11시부터 오후 10시까지 운영하였다.

‘일상로 5G길’ 팝업 스토어는 약 200평 규모에 익숙한 공간들로 구성되었다 ▲혼밥 식당, ▲유플 극장, ▲만화방 등에서는 초고화질의 압도적인 물 입감의 VR서비스를, ▲클럽, ▲레스토랑에서는 세계 최초로 스타의 퍼포먼스를 원하는 대로 돌려가며 감상하는 AR서비스를 통해 일상의 변화를 경험한다. ▲스포츠펍과 ▲아이돌 뷰티샵에서는 5G 콘텐츠 서비스로 진화된 U+프로야구, U+골프, U+아이돌 Live를 체험할 수 있는 공간이 마련되었다.

VR 서비스 중 혼밥 식당에서 유명 연예인과 오붓하게 1:1 데이트를 하고, 유플 극장에서는 VIP석에서 관람하듯 ‘태양의 서커스’ 등 해외의 유명 공연까지 관람할 수 있다. 또 만화 속 등장인물이 되어 1인칭 시점으로 네이버 인기 웹툰인 ‘목욕의 신’을 생동감 있게 보는 것도 가능하다. 아이돌을 좋아하



〈그림 4〉 LG U+가 강남역 인근에 오픈한 팝업스토어 일상로 5G길

는 고객의 취향을 저장하는 U+ AR 서비스는 실제 스타가 눈앞에서 보듯 3D로 나타나고 자유롭게 360도 회전도 가능하다. 클럽 공간에서 TV속 스타를 불러내 함께 춤을 추며 영상을 찍고, 원하는 대로 돌려가며 스타의 퍼포먼스 영상을 감상할 수 있다. 재미있는 예능 콘텐츠를 불러와 함께 재미있는 영상 스티커도 만들 수 있는 예능자판기 공간을 마련해 재미요소를 더했다.

2층 아케이드 공간은 LG V50 듀얼 스크린을 통해 게임을 할 수 있다. 리니지2 레볼루션과 블레이드 소울 레볼루션 같은 최신 게임을 실행하면 게임 화면과 조이스틱이 각각의 스크린에 배치, 게임이 훨씬 편해져 게임을 즐길 수 있다.

2. 코엑스 밀레니엄 광장에 5G 서비스 체험공간 마련

LG 유플러스는 LG전자의 V50 씽큐 단말기를 이용해 고객의 일상을 획기적으로 변화시켜줄 5G 서비스를 한 번에 만나볼 수 있는 원스톱 체험 공간을 일시적으로 운영하였다. 약 30평 크기의 공간에서 유동인구가 밀집한 일평균 약 1만명, 월평균 약 35만명으로 집계되는 코엑스 밀레니엄 광장에 설치되었다. ▲ U+ VR, ▲ U+ AR, ▲ U+ 게임존, ▲ U+ 프로야구·U+ 골프·U+ 아이돌 Live 등 총 4가지 테마공간의 정해진 동선을 따라 전체 서비스를 체험하기 용이한 원스톱 코스로 설계되었다.

‘U+ VR’ 존은 VR기기를 이용해 공연과 스타데이트 등을 즐기는 공간이다. 21세기 공연의 새로운 패러다임을 창조한 태양의 서커스 등 꿈꿔왔던 공연을 VIP석에서 보는 듯이 생동감 있는 시청경험을 제공해준다. 실제와 같은 초고화질로 압도적인 몰입감을 주어 보다 풍성한 감동을 선사한다. 또한 내

앞에 앉아있는 스타와 1:1 데이트하는 느낌을 주는 기능을 통해 아이돌 그룹을 만나볼 수도 있다.

‘U+ 게임존’은 LG V50 씽큐의 듀얼 스크린을 이용한 게임을 직접 체험할 수 있다. 리니지2 레볼루션과 블레이드 소울 같은 최신 MMORPG(다중접속 역할수행게임)를 실행하면 위쪽에는 게임 화면을, 아래쪽에는 기존 게임화면 위에 배치됐던 조이스틱을 배치해 훨씬 편안한 경험을 제공해준다.

U+ 프로야구는 지상과 생중계 화면을 보면서 홈 밀착영상, 경기장 줌인 등 기능별 영상을, U+ 골프는 독점 중계 영상을 보면서 스윙 밀착 영상, 코스 입체 중계 등 기능별 영상을 듀얼 스크린에 각각 배치해 고객의 취향을 만족시킨다.

‘AR 라이브 스튜디오’는 나만의 스타를 입체적으로 만날 수 있다. 실제 스타가 내 눈앞에서 보듯 3D로 나타나며 자유롭게 360도 회전도 가능하다. 함께 춤추고 하이파이브하며, 해당 이미지 및 영상을 SNS에 공유할 수 있다.

3. LG 유플러스 용산 사옥 - LG 트윈타워 5G 체험 전시관

LG 유플러스는 용산 사옥과 LG 트윈타워에서 임직원과 방문 고객을 위한 5G 6대 주요 서비스, 5G 기반 전략 B2B 서비스를 체험할 수 있는 5G 전시관을 운영 중에 있다.

LG 유플러스 용산사옥 1층 로비와 LG 트윈타워 1층 로비에서 운영하는 5G 체험 전시관에는 U+프로야구·골프·아이돌 Live, U+VR·AR·게임 등 6대 서비스 이용이 가능한 5G 스마트폰 체험존이 구축되어 있다. 약 300여편의 U+VR 콘텐츠를 즐길 수 있도록 VR 전용 헤드셋도 구비하였다.

또한 B2B존에 설치된 터치스크린에서는 스마트



〈그림 5〉 LG U+가 트윈타워에 개관한 5G 체험관

드론, 지능형 CCTV, 자율주행 자동차 기술인 다이 나믹 맵, 스마트 팩토리, 원격제어, 블록체인 등 5G 기반 전략 B2B 서비스 소개 영상을 보고 자세한 설명을 들을 수 있다. 5G B2B 기술의 핵심인 초저지연(low latency) 기술의 속도를 확인할 수 있는 영상도 마련했다.

특히 5G 스마트 팩토리는 경기 평택의 생산 공장과 실시간으로 연결하는 기술을 선보였다. 이 기술은 5G 네트워크의 초저지연, 초연결 속성을 특징으로 하는 것으로 5G 체험 전시관을 방문하는 고객은 원격 제어 시연 장면을 직접 확인해 볼 수 있다. 뿐만 아니라 체험 전시관 전면에는 대형 LED 미디어월을 구축하여 5G 기술로 구현되는 일상의 변화를 담은 영상을 상영했다. 용산 사옥 LED 미디어월은 하루 2~4회씩 전문 프리젠티가 U+5G로 변화하는 개인의 일상을 생생하게 설명하는 프로그램을 마련, 5G에 대한 이해를 높였다는 전문가들의 평가이다.

4. 전국 1500개 통신 유통점에 리얼 체험존 마련

LG 유플러스는 고객의 접근성이 높은 골목상권을 형성하고 있는 전국 약 1500여개 통신 유통매장에 ‘U+5G 리얼체험존’을 설치 운영중이다. U+5G 리얼 체험존에서는 자사의 5G 6대 핵심 서비스인 U+프로야구·골프·아이돌 Live, U+VR·AR·게임을 대형 터치 화면을 통해 체험해 볼 수 있고, LG 유플러스 5G 서비스만의 특징점과 차별화 포인트를 알기 쉽게 설명하는 영상을 시청할 수 있다. 리얼체험존에는 VR 전용 헤드셋(HMD)을 항상 비치하여 고객의 5G 콘텐츠 체험과 영상 시청을 돕고, 지속적인 5G 콘텐츠 업데이트를 통해 새롭고 다양한 콘텐츠를 제공한다. 또한 5G 스마트폰 ‘LG V50싱큐’와 ‘갤럭시 S10 5G’를 준비, U+프로야구 등 주요 서비스를 모바일로 직접 시연해 볼 수도 있

도록 하였다.

IV. LG 유플러스, 5G 전용 콘텐츠 약 1만 5천편 확보로 시장 주도

LG 유플러스는 5G에서만 누릴 수 있는 전용 콘텐츠를 대폭 강화하기 위해 U+VR, U+AR, U+아이돌 Live 공연, 콘텐츠 게임 등 5G 전용 콘텐츠를 연말까지 약 1만 5천편 이상으로 확대한다. LG 유플러스는 기존 콘텐츠를 단순히 5G용으로 변환하는 수준이 아니라 5G에서만 이용 가능한 오리지널 콘텐츠도 대폭 확대해 나간다는 계획이다. 이를 위해 AR, VR, 공연 등의 분야에서 5G 전용 자체 콘텐츠 제작은 물론 각 분야의 국내외 선도 기업과 전방위 제휴 등을 통해 확보한다는 전략이다. U+게임 역시 제공되는 게임 종류를 더욱 다양화한다.

1. U+ VR, AR 전문 스튜디오 구축해 자체 제작

VR 헤드셋을 활용해 현실보다 더 생생한 세계를 리얼하게 경험할 수 있도록 하는 VR 콘텐츠를 연말까지 대폭 확대할 예정이다. LG 유플러스는 세계 최고의 VR 제작기술을 보유한 ‘벤티 VR’社에 직접 투자를 완료하였고, VR 콘텐츠 제작 또한 본격화하였다. 구글과도 공동 투자를 통해 VR 콘텐츠를 공동 제작하기로 하였고, 상반기 중 U+VR 플랫폼과 유튜브를 통해 제공하고 있다.

현재 대부분의 콘텐츠가 3D 스튜디오를 통해 제작한 고품질의 3D VR 콘텐츠로 제공됨으로서 경쟁사와 차별화해 나간다는 전략이다. 3D 특수효과를 통해 VR 웹툰 콘텐츠를 제작하기 위해 국내 최고의

웹툰 제작 스튜디오인 호랑 스튜디오와 독점 계약을 체결, 협의 중이다.

또한 콘텐츠 종류도 더욱 다양화 하였다. 유명 연예인과 1:1로 데이트 하는 스타 데이트 코너를 비롯하여 웹툰, 여행지 감상 등으로 범위를 점차 확대할 예정이다. 이의 일환으로 최근 글로벌 VR영상 애플랫폼인 미국 어메이즈 VR(Amaze VR)社에 투자를 완료하였고, 어메이즈의 차별화된 3D VR 콘텐츠를 국내에 독점 공급하여 제공할 예정이다.

한편 게임 VR 콘텐츠 영역을 넓혀 나가기 위해 고용량 VR게임을 설치하지 않고 5G 네트워크를 통해 곧바로 실행해 즐길 수 있는 클라우드 VR게임 시범서비스 또한 제공 중에 있다.

실제 스타가 눈앞에서 보듯 3D로 만나보고 자유롭게 360도 회전도 가능한 U+AR은 5G 전문 콘텐츠로서 연내 1,000편까지 대폭 확대할 예정이다. 아시아 최초의 AR 콘텐츠 제작 전용 스튜디오 ‘U+AR 스튜디오’를 이미 구축하였고, 부분적으로 자체 제작 중에 있다. 따라서 U+AR에서는 청하, AOA 등 K-POP 콘텐츠를 비롯한 약 400여편의 5G AR 전용 콘텐츠를 독점적으로 제공 중이다. 이 통사가 5G 전용 AR 콘텐츠를 직접 제작하고, 자체 AR 플랫폼을 통해 제공하는 것은 전 세계 플랫폼 중에서 LG 유플러스가 유일하다.

2. U+프로야구, U+골프 등 5G 기술로 재탄생

U+프로야구, U+골프 등 인기 스포츠를 5G 서비스 기술을 접목해 더욱 풍성한 시청이 가능하도록 지원한다. 세계 최고의 타임 슬라이스 솔루션을 보유한 미국 ‘4D 리플레이(4D Replay)’社와 독점 계약을 통해 시간과 공간을 자유롭게 돌려볼 수 있다.

U+프로야구는 4K UHD 초고화질로 촬영해 경기 중에도 경기장 구석구석의 모습을 이용자가 확대해서 감상할 수 있고, 전국 프로 야구장에는 약 60여대의 DSLR 카메라를 설치해 타석과 홈플레이트에서의 경기 모습을 각도와 비실시간으로 시간을 돌려가며 시청할 수도 있다.

또한 U+골프는 SBS 골프와 제휴해 KLPGA의 주요 경기의 시청이 가능하다.

3. 인기 방송, 콘서트 독점 계약으로 직캠 영상 등 대폭 강화와 U+게임 확대

본방송과 동시에 아이돌 멤버 3명까지 동시 시청이 가능한 공연 서비스인 U+아이돌 Live 역시 상반기 중 전용 콘텐츠를 약 7,500개로 확대하고 연말까지 1만 3,000편 이상 확보한다는 복안이다.

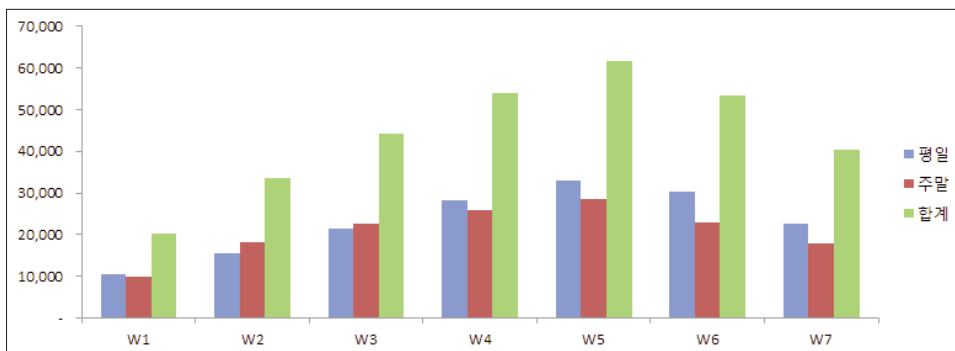
SBS 플러스 음악방송 ‘더쇼’ 및 JTBC ‘아이돌룸’ 등 인기 프로그램을 독점 계약, 아이돌 직캠 영상을 단독으로 제공하였다. 지난 2019.4.24일 개최되었던 U+ 5G 더 팩트 뮤직어워즈(The Fact Music Awards) 등 인기 대형 콘서트의 독점 생중계도 성황리에 개최하는 등 앞으로 U+아이돌 Live만의 전

용 콘텐츠를 지속적으로 확대한다는 계획이다.

U+게임을 통해 즐길 수 있는 게임 수도 대폭 늘어난다. 특히 북미와 서유럽 등에서 클라우드 게임 베타 서비스를 제공 중인 미국 엔비디아사와 제휴, 국내에서도 PC게임으로 인기가 높은 포트 나이트, 리그 오브 레전드 등을 포함한 약 500여종의 클라우드 게임을 국내 최초로 하반기 단독 출시 예정이다. 원활한 서비스 제공을 위해 국내 데이터센터에 지포스 나우 게임 서버를 설치, 5G 스마트폰 등을 통해 클라우드 게임을 제공한다. 5G게임 특화 스트리밍 서비스 업체인 핀란드 ‘해치(Hatch) 엔터테인먼트’사와는 5G VR게임 독점공급 양해각서를 체결하였고, 5G 모바일 게임과 클라우드 게임 출시도 앞두고 있다.

V. 결론 및 주요 시사점

LG U+ 임직원들은 5G 시장을 개척하고 선도한다는 자부심으로 불철주야 노력하고 있다. 앞서 살펴보았듯이 ‘19년 4월 1일부터 5월 30일까지 약 2개월간 차별화되는 5G 서비스를 트렌디한 공간과



(표 1) 팝업스토어 ‘일상로5G길’ 방문객 추이('19년 4~5월말 기준)

결합한 대형 팝업 스토어 ‘일상으로 5G길’은 오픈 기간 동안에만 약 40만명의 방문객이 다녀갔을 정도로 대성황을 이루었다. 방문객 설문조사에 따르면 방문객 중 LG 유플러스 고객은 약 26%, 타사 이용고객이 약 74%였으며, 연령별로는 20대가 59%를 차지해 가장 많았다. 30대 비중은 22%로서 20~30대가 전체 방문객의 약 80%를 상회하는 것으로 조사되었다. 연인이나 친구와 함께 방문하는 비중도 약 73%에 달했다. 젊은 층의 핫 플레이스로 자리 잡았음을 보여주는 유의미한 성과이기도 하다.

‘일상으로 5G길’ 방문객에서 나타난 고객 성향 분석을 통해 5G 시장의 미래를 가늠해 볼 수 있었다. 주목할 만한 것은 ‘일상으로 5G길’에서 자체적으로 시행한 블라인드 테스트 결과 (5월 10일~14일, 1,522명 참가), 만족도는 스타 데이트의 경우 LG 유플러스 75.7%, A사 12.9%, B사 11.4%로 나타났다. 음악방송은 LG 유플러스 74.3%, B사 18.8%, A사 6.9% 순이었다. 웹툰 역시 LG 유플러스 81.7%, B사 18.3%로 조사되는 등 LG 유플러스 VR 서비스에 2/3 이상 표가 몰렸다. 이동통신 3사 VR 서비스 전체를 비교한 투표에서도 절반이 넘는 약 57.9%가 LG 유플러스를 선택하였고, A사 24.6%, B사 17.5% 순이었다.

한편 약 2만여명이 방문한 사옥 체험관 방문객들의 서비스별 이용률은 VR과 AR 전용앱 ‘U+VR’과

‘U+AR’ 비중이 각각 약 15%와 14%, U+게임, U+프로야구, 아이돌 Live, U+골프, B2B 서비스 순으로 이용 빈도가 높은 것으로 조사되었다. 전국 약 1,500여개 매장에 설치된 ‘U+5G 리얼체험존’ 방문객은 올해 2월말 기준으로 약 70만명을 상회하였다. 하루 평균 1만 2000여명이 U+5G 리얼 체험존을 이용한 것이다.

짧은 기간이었지만, LG 유플러스가 팝업 스토어 운영을 통해 이용자들이 갈망하는 5G 서비스에 대한 이해를 얻는 소중한 계기가 되었다. 앞으로 LG U+ 임직원들은 시험 운영 기간을 통해 나타난 이용자들의 심리를 이해하고 더욱 세련되고 새로운 콘텐츠 서비스들을 준비하여 진정으로 5G 시대를 선도하는 이통사가 되기 위해 최선의 노력을 다할 것이다.

LG 유플러스는 앞으로 서비스 운영 계획을 잘 수립하여, 5G 콘텐츠 확산 전략을 마련한다는 전략이다. 체험 마케팅 등을 적극적으로 확대하고, 초기 시장이지만, 공격적인 투자를 통해 현재까지는 대체적으로 성공적이라는 자체 평가이다. 다만 소셜 미디어 이용증가와 이에 따른 양방향 커뮤니케이션 등 패러다임 변화를 수용하는 이용자 중심 콘텐츠 확산 전략을 추가적으로 고민해야 할 때이기도 하다.

참고 문헌

- [1] LG유플러스 보도자료 세계 최초 5G 상용화 서비스 개시('18.12.1.)
- [2] 번 슈미트 저서 윤경구 번역, 번 슈미티의 체험마케팅(2013.12.27.), 김앤김북스
- [3] LG유플러스 보도자료, 5G 팝업스토어 '일상으로 5G길', 방문객 5만 돌파 (2019.04.14.)
- [4] LG유플러스 보도자료, 코엑스 밀레니엄 광장에 5G 서비스 체험공간 마련(2019.03.04.)
- [5] LG유플러스 보도자료, 용산사옥, LG 트윈타워 5G 체험 전시관 들어선다(2019.04.21.)
- [6] LG유플러스 보도자료, 'U+5G 리얼체험존' 매장 70만명 방문(2019.05.22.)
- [7] LG유플러스 보도자료, U+5G 전용 콘텐츠 1만5천편 만든다!(2019.04.16.)
- [8] 김중대, 동영상의 시대 디지털커뮤니케이션 전략(2019), 디지털마케팅연구회(2016. 12.) 재인용

필자 소개



백용대

- 1993년 : 숭실대학교 화학과 학사
- 2002년 : 성균관대학교 정보통신대학원 정보통신정책 석사
- 2017년 : 상명대학교 경영학과 박사과정 수료
- 2005년 ~ : LG 유플러스 홍보기획팀장
- 주관심분야 : 이동통신, 마케팅, 커뮤니케이션, 빅데이터