



지난해 인도 뉴델리에서 진행된 '갤럭시 S8'·'갤럭시 S8+' 미디어 행사 사진. /삼성전자

## 고품질·소비자 신뢰 바탕 인사 공격적 마케팅 시동

>> 1면 '삼성전자, 인도...'서 계속

7만여명 고용창출 효과 긍정 영향  
등한시했던 온라인 판매도 확대

삼성전자는 인도의 유력 경제일간지인 더이코노미타임스와 시장조사업체 닐슨이 선정 발표한 '2017년 가장 신뢰받은 브랜드' 리스트에서 2년 연속 가전과 휴대폰·태블릿 부문에서 1위를 차지했다.

삼성전자는 인도에서 7만여명의 고용을 창출해내며 국가 경제에도 긍정적인 영향을 미치고 있다.

MWC 2018에서 주목받은 갤럭시 S9도 고 사장의 또 다른 자신감이다. 갤럭시 S9은 '인피니티 디스플레이' 디자인과 초당 960프레임을 촬영해 찰나의 순간을 포착할 수 있는 '슈퍼 슬로' 카메라 기능, 증강 현실(AR) 이모지(그림문자) 등 한 단계 진화한 성능으로 국내외 주목을 받았다.

삼성전자는 이러한 갤럭시 S9를 등에 업고, 이날 인도 뉴델리에서 기자와 유통 선을 대상으로 한 행사를 시작으로 공격적인 마케팅에 나섰다. 특히 그간 오프라인에 비해 상대적으로 등한시했던 온라인 판매도 확대한다. 온라인을 통해 갤럭시 S9을 판매기로 한 것이다.

여기에 지난 20여년 신뢰를 쌓아온 현지 통신사 및 유통업체와 협업체 소비자가 직접 스마트폰을 체험할 수 있는 공간을 다수 확보하고, 마케팅을 강화한다.

업계 관계자는 "인도는 지난해 중국에 이어 두번째로 큰 스마트폰 시장으로 성장할 정도로 최근 급성장하고 있다"며 "삼성전자는 그간의 제품 판매를 넘어 다양한 혁신 노력과 사회봉사 활동 등을 통해 현지 소비자들의 신뢰를 유지했고, 올해 이러한 신뢰를 바탕으로 적극적으로 인도 시장 수성에 나설 것으로 보인다"고 말했다.



에이브릴 위즈에이아이. /SK이노베이션

## 국내 최초로 AI서비스 종합방법론 개발

SK C&C '에이브릴 위즈에이아이' 컨설팅부터 운영까지 한번에 지원

SK C&C는 국내 최초로 인공지능 서비스 발굴 및 시스템 개발·운영을 위한 종합 방법론인 'Aibril(에이브릴) WizAI(위즈에이아이)'를 개발했다고 6일 밝혔다.

SK C&C는 인공지능 서비스를 빠르고 쉽게 도입할 수 있는 종합방법론인 에이브릴 위즈에이아이를 모든 산업에서 인공지능 서비스 모델을 더욱 활발히 구현할 수 있도록 지원한다는 계획이다.

에이브릴 기반의 '인공지능을 만들어 주는 마법사'라는 의미를 담고 있는 에이브릴 위즈에이아이는 언제든지 고객의 해결 과제에 대해 최적의 인공지능 서비스 도입 컨설팅부터 서비스 설계·구축·운영까지 한번에 지원 받을 수 있도록 설계 됐다.

고객에 맞는 인공지능 서비스 사업 모델 발굴부터 ▲자연어 기반 AI 지식 데이터베이스 구축 ▲AI 비즈니스 및 서비스 모델 구현 ▲에이브릴 기반의 시스템 구

축 및 운영 등 AI 서비스 구현과 관련된 모든 내용을 담고 있다.

SK C&C는 에이브릴 위즈에이아이를 통해 고객의 AI서비스 도입 신뢰도가 크게 높아질 것으로 기대하고 있다.

AI서비스 도입의 컨설팅 단계인 에이브릴 위즈에이아이의 고객가치측정(CVA)은 산업별 다양한 AI 활용 유스 케이스 모델을 참조해 ▲고객 맞춤형 인공지능 신사업 기회 발굴 ▲인공지능 도입 평가 KPI(핵심성과지표) 수립 ▲중장기 로드맵 도출 등을 빠르게 지원해 준다.

에이브릴 위즈에이아이는 특히 AI시스템의 가장 어려운 부분으로 꼽히는 데이터의 AI분석 체계 구현에서 강점을 발휘한다.

정형 데이터뿐만 아니라 고객들이 그동안 보지 못했던 워드·텍스트·이메일·게시판 등의 방대한 비정형 데이터를 빠르게 변환시키며 머신러닝·딥러닝을 활용 고객 맞춤형 분석 모델을 도출해 낸다.

【구서준 기자 yuni2514@

# “경쟁력의 원천, 시장·고객에 있다”

구본준 LG부회장

변화에 맞춰 단위사업 경쟁력 강화  
사업별 기회·위협 정확 파악 필요

구본준 LG 부회장이 LG그룹 임원들에게 “경영환경의 위기가 고조될수록 사업 경쟁력의 원천은 시장과 고객에 있음을 상기해달라”고 당부했다.

LG는 6일 오전 여의도 LG트윈타워에서 최고경영진 및 임원 400여명이 모인 가운데 3월 임원세미나를 개최했다.

이 자리에서 구 부회장은 “연초부터 보호무역주의 확산 등 대내외 사업 여건이 크게 악화되고 글로벌 경기의 불확실성이 높아지면서 계열사들의 1분기 실적에 영향이 있을 것으로 예상된다”고 전망했다.

이어 “이 같은 환경에서 단위 사업의 경쟁력을 강화하고 지속 성장을 이루기 위해서는 환경변화에 따른 사업별 기회와 위협요인을 정확히 파악하고 기존 사업계획과 중장기 전략에 대한 유효성 점검이 필



구본준 LG 부회장. /LG그룹

요하다”고 말했다.

구 부회장은 이에 “시장을 선도하는 경쟁우위 사업의 경우 기존 성공체험을 기반으로 제 2의 ‘시그니처 가전’ 또는 제 2의 ‘후’, ‘숨’과 같은 LG만의 성공방식을 확대해 확고한 시장 지위를 유지해 나가

야 한다”고 강조했다.

반면 부진한 사업에 대해 구 부회장은 “시장과 고객의 요구에 맞춰 사업 방식을 철저하게 바꾸고 신속한 전략적 변화와 제도 수정을 통해 사업의 체질을 개선하는 동시에, 활로를 모색해달라”고 당부했다.

이와 함께 LG 경영진은 이날 대전 선병원 의원장 의료원장을 초청해 ‘다테일 경영’을 주제로 강연을 들었다.

선병원장은 의료 서비스의 다테일 혁신에 승부를 걸어 해외 환자 유치와 병원 시스템 수출에 성공해 주목받고 있다.

선원장은 이날 강연에서 환자에게 최선의 진료를 제공하기 위해 아무리 작은 것이라도 하더라도 고객의 불편 요소를 찾아 개선하고, 이를 매뉴얼화해 시스템으로 발전시키는 다테일 경영 노하우를 소개했다.

그 결과 선병원은 지난 5년간 2만여명 이상의 해외 환자를 유치하고, 국내 최초로 유럽에 병원 의료 시스템을 수출해 국내외 의료기관이 벤치마킹하고 있다.

【정은미 기자 21cindiun@metroseoul.co.kr

## LG전자, 인도서 ‘카르살람’ 보훈 캠페인

〈‘경례하다’는 뜻의 힌디어〉

군인·보훈가족에 감사 마음 전해  
응원메시지 영상으로 기네스 도전  
69가구 선정 냉장고 등 제품 전달

LG전자가 인도에서 군인과 보훈가족에게 감사의 마음을 전하는 ‘카르살람’(‘경례하다’는 뜻의 힌디어) 캠페인을 실시한다고 6일 밝혔다.

이번 이벤트는 지난 1월부터 50여 유통매장을 비롯해 학교, 관광지 등 다양한 곳에서 “군인들이 있기에 인도 시민들이 365일 안전하게 지낼 수 있어요!”라고 외치는 시민들의 모습으로 진행되고 있다. 현재까지 8만5000여 명의 시민들이 영상 메시지를 남겼다.

LG전자는 세상에서 가장 긴 응원 영상을 제작해 기네스에도 도전할 계획이다.

이와 함께 LG전자는 올해가 인도 헌법이 제정된 지 69주년이 되는 해인 단



인도 시민들이 군인들에게 보낼 영상 메시지를 녹화하고 있다. /LG전자

크인도 국경수비대(BSF)와 함께 국가 유공자, 유족 등 69가구를 선정해 냉장고, 세탁기, 정수기, 오디오, 스마트폰 등 5개 제품을 내달 전달할 예정이다.

LG전자 인도법인의 매출은 지난해 약 20억 달러 규모로 1997년 진출 첫 해

와 비교하면 60배 가까이 성장했다. 임직원 수는 같은 기간 동안 400여 명에서 현재 3400여 명으로 8배 이상 늘었으며, 임직원 99% 이상이 현지인일 정도로 인도 현지의 일자리 창출에 크게 기여하고 있다.

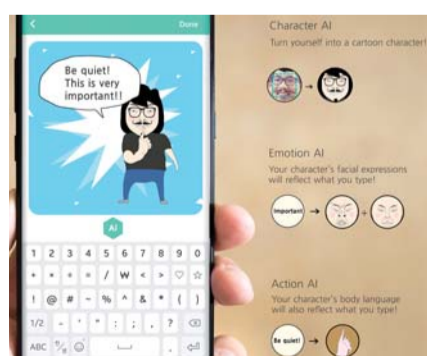
## 삼성전자, 美 SXSW서 우수 C랩 과제 공개

세계 최대 IT·엔터테인먼트 페스티벌  
투스퀘어 등 AI 활용한 과제 선보여

삼성전자가 오는 11~14일 미국 텍사스 오스틴의 오스틴 컨벤션센터에서 개최되는 ‘사우스바이사우스웨스트(SXSW) 트레이드쇼’에서 인공지능(AI) 관련 C랩 우수 과제 3개를 선보인다고 6일 밝혔다.

세계 최대 IT·엔터테인먼트 페스티벌인 SXSW는 음악, 영화, 인터랙티브를 주제로 오스틴 곳곳에서 전시, 컨퍼런스, 페스티벌을 여는 행사다. 이 중 트레이드쇼는 전 세계 스타트업과 벤처 기업들이 최신 기술을 선보이는 전시 행사다.

이번에 전시되는 C랩 과제는 ▲글을 쓰면 자동으로 그에 맞는 만화(카툰)를 만들



글을 쓰면 자동으로 그에 맞는 만화(카툰)를 만들어주는 SNS인 ‘투스퀘어’. /삼성전자

어주는 SNS인 ‘투스퀘어(Toonsquare)’ ▲유사 홀로그램 기술이 적용된 캐릭터가 등장하여 보이는 음성 비서인 ‘오로라(Aurora)’ ▲게임 속 사물을 활용한 실시간 광고 중개 플랫폼인 ‘가젯(GADGET)’ 등

이다.

투스퀘어는 글을 쓰면 자동으로 만화를 만들어 주는 인공지능 SNS 서비스로, 그림을 전혀 못 그리는 사람도 서비스를 이용해 만화를 만들 수 있다.

애플리케이션에서 제공하는 캐릭터 또는 본인하고 닮은 꼴 캐릭터를 선택한 후 문장을 입력하면, 인공지능이 문맥을 파악해 캐릭터의 표정과 동작을 추천해 주고 만화 형태로 보여준다.

오로라는 보이는 음성 비서로, 해당 디바이스에 스마트폰을 거치하면 유사 홀로그램 형태의 귀여운 캐릭터인 오로라가 나타나 사용자와 대화하듯이 표정과 동작을 지으며 음성 비서 기능을 수행한다.

기존 음성 비서가 음성만으로 대화했다면, 오로라는 사용자와 눈을 맞추며 감정적인 교감이 느껴지게 해 준다는 게 특징이다.

【정은미 기자