

미팅테크놀로지
가이드
MEETING TECHNOLOGY GUIDE

미팅테크놀로지
가이드

MEETING TECHNOLOGY GUIDE



미팅테크노로지 가이드

MEETING TECHNOLOGY GUIDE



제 1 장

미팅테크놀로지 가이드 발간 배경 010

제 2 장

미팅테크놀로지 등장과 개념 014

제1절 ... 미팅테크놀로지의 등장 014

1. 정보통신기술의 발전과 4차 산업혁명 014

2. 관광산업 생태계 변화와 스마트관광의 등장 015

3. MICE산업에서 미팅테크놀로지의 등장 016

4. 스마트시티와 MICE의 결합 018

제2절 ... 미팅테크놀로지의 개념과 동향 019

1. 미팅테크놀로지의 개념 019

2. 미팅테크놀로지 동향 024

3. 미팅테크놀로지 활용 기대효과 028

제 3 장

미팅테크놀로지 활용 가이드 032

제1절 ... 행사장과 데스티네이션 034

1. 개최지 및 행사장 선정 035

2. 행사장 최종 평가 043

3. 교통 네트워크 045

4. 호텔 테크놀로지 048

5. 행사장 테크놀로지 049

제2절 ... 행사 등록과 체크인 051

1. 온라인 등록과 티켓팅 052

2. 개인정보 보안 054

3. 예산관리 055

4. 현장등록과 체크인 056

5. 참가자 컨트롤 테크놀로지 057

제3절 ... 행사 관리 소프트웨어 059

1. 행사 관리 소프트웨어 활용 060

2. 현장 커뮤니케이션 도구 063

3. 현장 운영과 참가자 트래킹 064

4. 행사 마무리와 만족도 조사 067

제4절 ... 모바일 어플리케이션, 인공지능, 컨시어지 070

1. 모바일 어플리케이션 개발과 활용 071

2. 모바일 어플리케이션 기능 및 특징 074

3. 인공지능 테크놀로지 전망 079

제5절 ... 행사 마케팅과 소셜미디어 080

1. 온라인 마케팅 081

2. 온라인 네트워킹 플랫폼 085

3. 온라인 마케팅 성과분석 088

제6절 ... 참가자 참여와 실시간 상호작용 090

1. 상호교류와 행사 참여 091

2. 온라인 네트워킹, 스트리밍, 통역 094

3. 증강·가상현실 테크놀로지 097

제7절 ... 네트워킹과 매치메이킹 099

[부록] 국내 미팅테크놀로지 관련 회사 디렉토리 106

[표 2-1] 관광산업 생태계의 변화 요인 015

[표 2-2] 기존 도시와 스마트시티의 문제해결방식 차이 018

[표 2-3] 미팅테크놀로지 특징점 및 세부 내용 022

[표 2-4] MICE 행사 참여 주체에 따른 미팅테크놀로지 활용 기대효과 요약 029

[표 3-1] 행사기획 및 운영 업무에 따른 미팅테크놀로지 분류 032

[표 3-2] 행사장 선정 고려사항 내외부적 요인 035

[표 3-3] 국내 주요 행사장 비교 톨 036

[표 3-4] 국내 주요 유니크베뉴 비교 톨 037

[표 3-5] 가상현실투어 제공 국내 주요 컨벤션센터 039

[표 3-6] 전시회 가상현실 투어 사례 040

[표 3-7] 가상현실투어 서비스 제공 주요 호텔 041

[표 3-8] 실시간 교통정보 제공 주요 서비스 045

[표 3-9] 실시간 항공 정보 제공 주요 서비스 045

[표 3-10] 여행일정 플래너 주요 서비스 046

[표 3-11] 실시간 주차안내 제공 주요 컨벤션센터 047

[표 3-12] 챗봇을 도입한 주요 호텔예약 서비스 048

[표 3-13] 호텔 컨시어지 제공 주요 서비스 048

[표 3-14] 예약 어플리케이션 제공 주요 호텔 048

[표 3-15] 비콘 기반 어플리케이션 제공 주요 컨벤션센터 050

[표 3-16] 바이어 특징 파악 요소 052

[표 3-17] 참가자 특징 파악 요소 053

[표 3-18] 주요 티켓 마케팅 활용 도구 053

[표 3-19] 행사개최 전략 수립 5단계 055

[표 3-20] 행사 관리 소프트웨어 주요 기능 061

[표 3-21] 자료 공유 서비스 제공 주요 온라인 플랫폼 062

[표 3-22] 무전기 서비스 제공 주요 어플리케이션 063

[표 3-23] 노트필기 서비스 제공 주요 어플리케이션 064

[표 3-24] 빅데이터 관광객 분석 서비스 제공 사례 065

[표 3-25] 온라인 설문조사 및 분석 제공 주요 서비스 067

[표 3-26] 경제적 파급효과 분석 제공 수요 서비스 068

[표 3-27] 어플리케이션 개발 및 운영단계 071

[표 3-28] 어플리케이션 개발 고려사항 072

[표 3-29] 비콘의 주요 기능과 활용 예시 075

[표 3-30] 온라인 마케팅 방법 081

[표 3-31] 소셜미디어 채널의 특징 082

[표 3-32] 효과적인 온라인 마케팅 콘텐츠 제작 방법 084

[표 3-33] 발표자료 공유 주요 어플리케이션 091

[표 3-34] 웨비나 서비스 094

[표 3-35] 인공지능을 활용한 주요 통역 어플리케이션 096



[그림 2-1] 4차 산업혁명 발달과정 014

[그림 2-2] MICE산업에서 테크놀로지 트렌드 변화 016

[그림 2-3] 구글스칼라의 미팅테크놀로지 용어 관련 키워드 분석 결과 020

[그림 2-4] 미팅테크놀로지의 특징점 022

[그림 3-1] 행사기획 및 운영 단계에 따라 활용 가능한 미팅테크놀로지 033

[그림 3-2] 타깃 참가자 특징 파악 요소 035

[그림 3-3] 한국관광공사 K-MICE 베뉴파인더 036

[그림 3-4] K-MICE 유니크 베뉴 검색 037

[그림 3-5] 인천 Smart MICE - 맞춤형 관광 데이터 검색 및 다운로드 038

[그림 3-6] 송도컨벤시아 - 가상현실투어 시설가이드 039

[그림 3-7] 서울모터쇼 - 가상현실투어..... 040

[그림 3-8] 제주부영호텔&리조트 - 가상현실 투어..... 041

[그림 3-9] 구글지도 - 전시장 리뷰 043

[그림 3-10] 코엑스 웹사이트 - 임대료 자동 계산기 043

[그림 3-11] 서울공작기계대전(SIMTOS) - 디지털 맵 044

[그림 3-12] 투어플랜비 - 여행일정 플래너 서비스 046

[그림 3-13] 킨텍스 웹사이트 - 실시간 주차안내 047

[그림 3-14] 백스코 어플리케이션 - 실시간 주차안내 047

[그림 3-15] 2020년 오픈 예정인 뉴질랜드 컨벤션센터 행사장 도면 구상 플랫폼 049

[그림 3-16] 스마트백스코 - 비콘기반 어플리케이션 050

[그림 3-17] 붐셋(boomset) - 참가자 관리 온라인 통합시스템 057

[그림 3-18] 2018 평창 동계올림픽 - VISA카드 NFC 결제 장갑과 배지 058

[그림 3-19] 시벤트(Cvent)- 행사 관리 소프트웨어 060

[그림 3-20] 구글독스 - 스프레드시트 샘플 062

[그림 3-21] 광주광역시 빅데이터 분석 플랫폼 - 지역별 관광객 유동인구 분포 065

[그림 3-22] 시벤트(Cvent) - 행사 정보제공 어플리케이션 066

[그림 3-23] K-MICE - 경제적 파급효과 분석 시스템..... 069

[그림 3-24] 비콘을 활용한 CES 부스 체크인 게이미피케이션..... 076

[그림 3-25] IBTM World 어플리케이션 셀프촬영 077

[그림 3-26] CES 어플리케이션 - 챗봇 서비스 078

[그림 3-27] 모바일 월드 콩그레스(Mobile World Congress) - 소셜월 085

[그림 3-28] PHP - 실시간 소셜미디어 게시판 086

[그림 3-29] 제네바 모터쇼(Geneva Motor Show) - 라이브스트리밍 087

[그림 3-30] 알렉사(Alexa) - 웹사이트 방문객 분석 프로그램 088

[그림 3-31] 페이스북 픽셀 - 이용자 콘텐츠 도달률 분석 프로그램..... 089

[그림 3-32] 이벤트모비(EventMobi)의 실시간 투표 시스템 092

[그림 3-33] C2몬트리올(C2 Montreal)의 창의적 네트워킹 공간 디자인 093

[그림 3-34] 링귀리(LINGUALI)의 와이파이 기반 동시통역 시스템..... 096

[그림 3-35] 대한민국안전산업박람회 공사장 안전시설 및 사고유형 VR체험 097

[그림 3-36] 이벤티아(eventtia) - 매치메이킹 시스템 100

[그림 3-37] 이벤트파일럿(EventPilot) - 참가자 프로필 저장 시스템 101

[그림 출처] 108





제 1 장

미팅테크놀로지 가이드 발간 배경



제1장

미팅테크놀로지 가이드 발간 배경

- 4차 산업혁명 시대가 도래하면서 전 세계 산업 전반은 지능정보기술과 융합해 진화하는 새로운 패러다임으로 전환되고 있음. 디지털 혁신을 통한 IoT, 빅데이터, AI, 클라우드, 로봇 등의 융합기술은 의료, 보건, 교육, 국방 등 다양한 분야에 활용되면서 사회 전반의 고도화를 실현하고 경영 및 사업전략, 정책적 측면의 새로운 문제를 지능적으로 해결하는 역할을 함.
- 우리 정부도 4차 산업혁명 인프라를 구축하고 핵심 기술력을 확보하기 위해 ‘소프트웨어 강국, ICT 르네상스로 4차 산업혁명 선도 기반 구축’과 ‘고부가가치 창출 미래형 신산업 발굴·육성’ 등을 주요 국정과제로 선정하고 적극적으로 4차 산업혁명 시대를 선도하기 위한 정책을 수립하였음.
- 세계 MICE산업에서도 지능정보기술을 활용하는 방식으로 행사 개최환경이 변화하고 있으며, 특히 회의 기획 단계에서부터, 운영 단계, 사후관리 단계에 걸쳐 활용되는 기술이 다양한 목적/기능으로 도입되면서 참가자의 만족도와 편의성을 높이는 것을 넘어 회의 주최자와 기획자의 업무 생산성과 효율성 등 경영/관리적 측면에서도 매우 유용한 도구로 평가되고 있음.
- 한편, 국내의 경우 국내 주최자 및 기획자의 미팅테크놀로지(meeting technology) 인식 수준 및 활용도가 낮은 편이고, 실제 활용 사례도 불충분함. 현재 대부분의 국내 MICE 행사에서 활용되는 미팅테크놀로지는 예약 및 정보제공 시스템, 참가자 등록 시스템과 같이 기초 기술에 한정되어 IT강국이라는 명성에 걸맞지 않게 세계적인 MICE 개최환경 변화에 대해서는 전략적 대응이 미흡한 수준인 것으로 파악됨.

4차 산업혁명 시대의 도래와 더불어 세계 MICE산업에서도 지능정보기술을 활용하는 방식으로 행사 개최환경이 변화하고 있습니다. 국내의 경우 아직 미팅테크놀로지(meeting technology) 인식 수준 및 활용도가 낮은 편으로 이에 대한 중요성을 환기하고, 미팅테크놀로지를 적극 활용함으로써 행사의 효과 제고 및 효율화를 달성하도록 하기 위하여 MICE 행사 기획과 운영의 각 단계에 참고할 수 있도록 본 미팅테크놀로지 가이드를 작성하였습니다.

- 미팅테크놀로지는 주최자와 기획자의 업무 정확성을 높이고 간소화함으로써 스마트워크(Smart Work)의 실현이 가능하도록 함. 즉, 효율성과 효과성을 높일 수 있는 방식으로 행사 개최업무를 지원하고, 참가자 역시 미팅테크놀로지를 통해 새로운 경험과 편의를 도모할 수 있기 때문에 미팅테크놀로지의 전략적 활용은 행사 차별화와 경쟁력 강화를 위한 필수요소로 자리잡음.
- 이에 미팅테크놀로지에 대한 중요성을 환기하고 궁극적으로는 국내 행사 주최 및 운영기관이 미팅테크놀로지를 적극 활용함으로써 행사의 효과 제고 및 효율화를 달성하도록 하기 위하여 한국관광공사는 한국컨벤션전시산업연구원에 의뢰해 '미팅테크놀로지 보고서'를 발간하였음('18년 7월). 동 보고서의 주요 내용을 발췌하여 MICE 행사 기획과 운영의 각 단계에 참고할 수 있도록 본 미팅테크놀로지 가이드를 작성함.





II 제 2 장

미팅테크놀로지 등장과 개념

제1절 | 미팅테크놀로지의 등장 / 014

제2절 | 미팅테크놀로지의 개념과 동향 / 019

제2장 미팅테크놀로지 등장과 개념

제 1 절 ... 미팅테크놀로지의 등장

1 정보통신기술의 발전과 4차 산업혁명

- 전기 통신, 방송, 컴퓨팅, 통신망과 같이 사회 기반을 형성하는 정보기술(Information Technology, IT)이 정보통신기술(Information and Communications Technology, ICT)로 확장되었음.
 - ICT는 정보 기기를 운영 및 관리하는데 필요한 소프트웨어 기술과 정보를 수집·생산·가공·보존·전달·활용하며, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 빅데이터와 같은 융합기술 및 서비스가 대표적임.
- 4차 산업혁명은 ICT가 기존 산업과 서비스에 융합되어 모든 제품과 서비스를 네트워크로 연결하면서 지능화되어 컴퓨터와 인터넷으로 대표되는 3차 산업혁명(정보혁명)에서 한 단계 진화한 것을 일컫음.
 - 초연결(hyperconnective)과 초지능(superintelligence) 특징을 갖는 4차 산업혁명은 기존 산업혁명에 비해 더 넓은 범위에 큰 영향력을 끼침. 이에, 전 세계적으로 ICT에 대한 의존도가 높아지며 산업구조와 비즈니스 운영방식이 변화하고 있음.



[그림 2-1] 4차 산업혁명 발달과정

※자료원: 다보스포럼. 2016. 4차 산업혁명 발달과정

2 관광산업 생태계 변화와 스마트관광의 등장

- 3차 산업혁명으로 대표되는 eTourism의 등장과 함께 관광객이 숙박, 항공권, 관광지 등과 같은 관광정보를 직접 검색하고 호텔, 항공, 렌트카와 같은 서비스를 예약하는 고객예약시스템 CRS(Computer Reservation System)이 관광산업에서 활용되기 시작함.
 - 관광분야에서는 사용자 위치와 기호에 따라 주요 관광지를 안내하는 서비스를 한국관광공사, 지방정부, 지역관광공사, 호텔, 여행, 항공업체가 스마트폰 어플리케이션, 인터넷 서비스 등과 같은 채널을 통해 활발히 제공해왔음.
- 4차 산업혁명의 발달과 함께 ICT를 융합한 새로운 형태의 관광서비스로 ‘스마트관광’이 등장함. 스마트관광은 ICT를 관광분야에 적용하여 다양한 플랫폼 서비스를 강화하고 관광산업 전반을 통합하여 지능화하는 것을 의미함.
 - 한국문화관광연구원에서 발간한 한국관광정책에 따르면 지속가능한 관광산업 생태계 구축을 위해 중심이 되는 관광산업 환경 변화 요인으로 ‘공유경제와 스마트관광의 등장’, ‘관광산업 생태계의 플랫폼 비즈니스 개편’, ‘다양한 비즈니스 모델 발굴을 위한 빅데이터 중심의 의사결정’을 언급함.

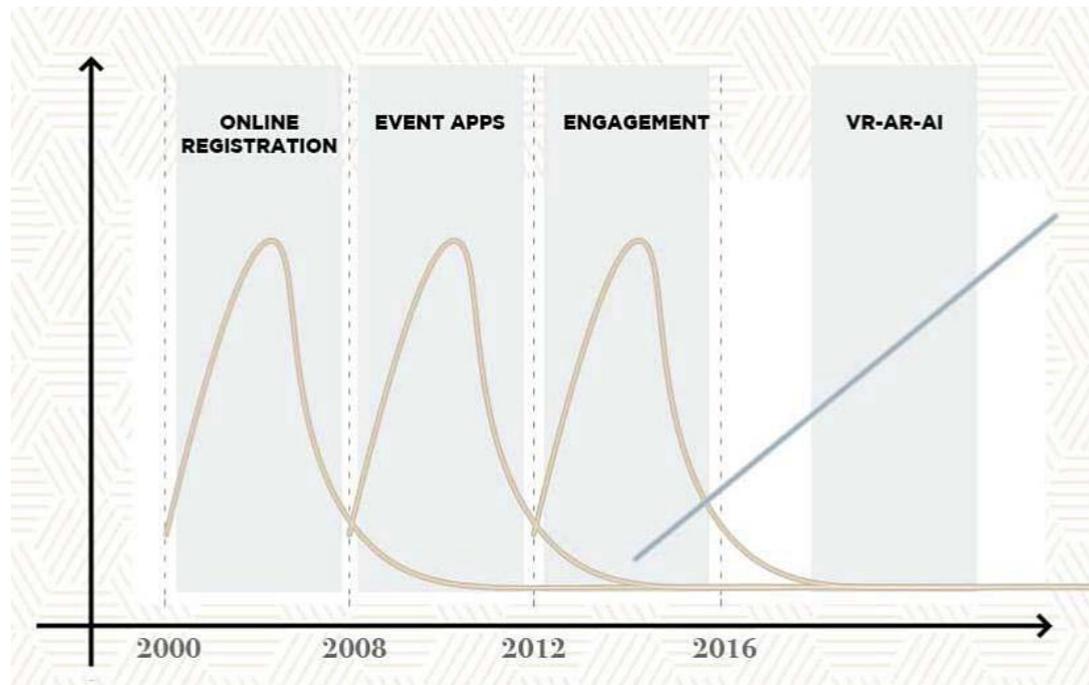
[표 2-1] 관광산업 생태계의 변화 요인

키워드	특징	세부 설명
공유경제 스마트 관광	공유경제 모델 및 스마트 관광의 등장	• 공유경제에 대한 제도적 대응 • 관광객 요구 다양화, 관광산업의 구조 변화
플랫폼 비즈니스	플랫폼 비즈니스를 기반으로 한 경제구조 개편	• 모바일 디지털 네트워크의 영향력 증대 • 생산의 4요소로 인식
빅데이터	데이터 중심의 의사결정 구조 확대	• 빅데이터 분석기법 개발 • 데이터 분석결과와 관광서비스 연계 수단 모색

※자료원: 한국문화관광연구원. 2016. 4차 산업혁명과 문화·관광 산업 정책방향

3 MICE산업에서 미팅테크놀로지의 등장

- 미팅테크놀로지 등장의 대표적 사례로 1980년대 초기 미국 애리조나대학교(University of Arizona)에서 컨퍼런스, 그룹미팅, 강연 진행을 돕기 위해 최초로 개발한 전자미팅시스템(Electronic Meeting System, EMS), 전자미팅테크놀로지(Electronic Meeting Technology, EMT)인 이미팅(E-Meeting)이 있음.
 - 전자미팅시스템은 행사 운영과정에서 주최자의 기획과 운영, 데이터 관리, 정보수집과 분석 등을 도와주는 컴퓨터화된 시스템(Computer Supported Meeting Environment)으로, 행사 주최자의 효율적인 업무처리를 목적으로 개발됨. 주요 기능은 토론과 피드백 제공, 투표, 데이터 저장 및 공유 등임.
- MICE산업의 테크놀로지는 제1~4의 물결로 변화하는 동안 온라인 행사 등록 → 모바일 어플리케이션 → 참가자 참여도 증진 → 가상현실(VR), 증강현실(AR), 인공지능(AI)을 활용하는 방식으로 발전함.



[그림 2-2] MICE산업에서 테크놀로지 트렌드 변화

※자료원: Eventmanagerblog. 2018. Event Technology: 133 Trends, Ideas and Tools That Work

- 미팅테크놀로지라는 용어는 2010년대에 들어 본격적으로 사용되기 시작하였으며, 스마트폰 대중화에 따른 온라인 기반의 어플리케이션, 소셜네트워킹 서비스, 인터넷 사용자의 증대와 연관성이 있음.
 - 전자미팅시스템과 달리 미팅테크놀로지는 ‘실시간 소통’, ‘데이터 수집’, ‘온라인 기반 정보 제공’과 같은 기능을 가지며, 사용자 또한 행사 주최자에서 참가자, 바이어, 시설 운영자로 범위가 확대됨.
 - 미팅테크놀로지 활용 증가는 행사 기획 및 운영에 소요되는 시간 단축, 참가자 데이터 수집 효율성 증진, 온라인 기반의 회의 콘텐츠 제공, 주최자와 참가자 커뮤니케이션 활성화 및 편의성 도모 등의 방식으로 MICE산업 발전에 지속적으로 기여할 것임.



4 스마트시티와 MICE의 결합

● 스마트시티란 국가의 경제수준과 도시정책에 따라 상이하지만, 일반적으로 ICT를 활용하여 도시 경쟁력 및 삶의 질을 향상시키고 지속가능성을 추구하는 도시를 말함.

- 스마트시티의 조성 목적은 에너지 효율화, 도시 경쟁력 향상, 혁신기술 개발, 데이터 개방, 도시 관리 효율화, 시민참여를 통한 혁신 등으로 다양하며, 보다 근본적으로는 ICT 기술을 활용함으로써 자원대비 투자효과를 극대화하는 방식으로 도시문제를 해결하는데 있음.

[표 2-2] 기존 도시와 스마트시티의 문제해결방식 차이

기존 도시	스마트시티
<ul style="list-style-type: none"> • 도시기반시설의 확대 • 교통체증 발생 → 도로 확대 • 범죄발생 증가 → 경찰력 확대 • 전기소비 급증 → 발전소 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트서비스 제공 • 교통체증 발생 → 우회도로 정보제공 • 범죄발생 증가 → 실시간 CCTV 모니터링 • 전기소비 급증 → 실시간 전기요금정보 제공

※자료원: 국토연구원. 2018. 스마트도시 해외동향 및 시사점

● 스마트시티의 모델은 각 국가의 도시문제에 따라 다양하며, 크게 유럽과 아시아 모델로 구분됨.

- 유럽은 기후변화와 도시문제에 대응하기 위해 스마트도시 도입 촉진 정책을 추진하고 있는 반면, 아시아는 새로운 인프라를 구축하여 도시 경쟁력 향상 및 경제 활성화를 도모하기 위하여 대규모 공공자본을 투입하는 형태로 진행함.

● 해외 주요 MICE 도시들은 스마트시티의 기반이 되는 ICT 기술을 활용하여 첨단 도시 인프라를 구축하고, 이를 통해 행사 참가자와 관광객에게 빠르고 정확한 행사·관광정보와 색다른 엔터테인먼트를 제공하고자 함.

- MICE산업과 스마트시티의 장기적 통합 발전을 추구한 대표 사례로는 싱가포르 스마트 MICE시티, 태국 스마트 MICE 4.0, 인천 송도국제도시가 있음.

제 2 절 ... 미팅테크놀로지의 개념과 동향

1 미팅테크놀로지의 개념

1) 용어의 사용 배경 및 현황

● 미팅테크놀로지는 이벤트 테크놀로지와 혼용되는 용어로, 국내에서는 유비쿼터스(Ubiquitous) 기술¹⁾, 스마트 마이스(Smart MICE)²⁾라는 용어로 사용되기도 함.

● 미국 이벤트산업위원회(Events Industry Council, EIC)가 정의한 MICE산업계 용어사전에서는 이벤트 테크놀로지를 미팅이나 이벤트와 같은 행사를 지원하는 컴퓨터, 소프트웨어, 네트워킹, 오디오 등과 같은 기술도구라고 정의하고 있음.

- 미팅테크놀로지의 개념은 누구나 동의하는 수준으로 구체화 되지는 않았으며, 주로 MICE 산업 내에서 트렌드와 전망을 분석하는 논의에서 언급되고 있음.

- 미팅테크놀로지는 대학교 강연, 컨퍼런스, 포럼에서 화상회의, 음향, 영상 등을 활용하는 수준에서, 신기술 발전에 따라 행사 개최 전, 중, 후에 걸쳐 활용할 수 있는 범위가 넓어지면서 그 의미가 확장됨.

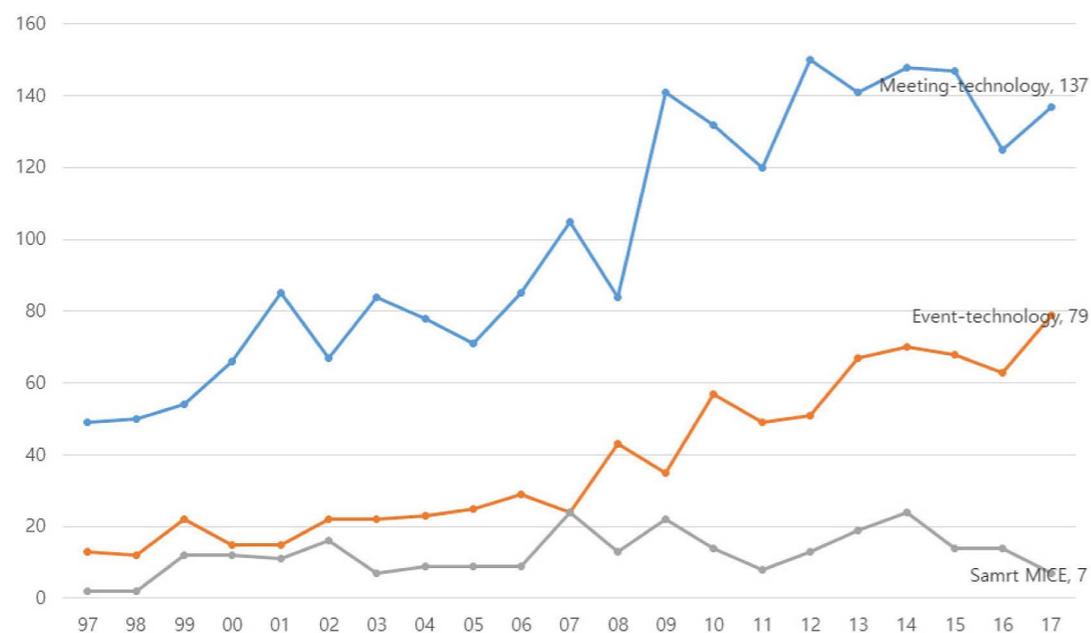
- 업계에서는 미팅테크놀로지와 이벤트 테크놀로지 모두 MICE 행사 전반에 사용되는 기술 서비스로 간주하고 있으며, 국가별로 MICE산업을 지칭하는 용어가 미팅, 이벤트, 컨벤션, 회의 등으로 상이하기 때문에 두 용어를 혼용하고 있는 것으로 파악됨.

1) 유비쿼터스 기술: 언제 어디서나 편리하게 컴퓨터 자원을 활용할 수 있도록 현실 세계와 가상 세계를 결합시킨 기술을 말함.

2) 스마트 마이스(Smart MICE): MICE산업과 관련해 참가자와 주최자, 참여업체 등이 편리하게 사용할 수 있는 전시·컨벤션 행사관리 시스템을 말한다. 인천경제자유구역청은 지난 2017년 9월 스마트 마이스 조성 2차 사업계획을 발표한바 있음.

- 구글스칼라(Google Scholar)를 통해 도서, 저널, 발표 자료 등 학술자료에 1997-2017년 사이 등장한 관련 용어의 키워드 분석 결과를 살펴보면 ‘이벤트 테크놀로지(Event-technology)’, ‘스마트 마이크(Smart MICE)’ 보다 “미팅테크놀로지”라는 용어를 더 빈번하게 사용하는 것으로 나타남.

- 미팅테크놀로지와 이벤트 테크놀로지 두 용어는 모두 꾸준히 사용되어 왔지만, 2009년 신기술 도입 등과 맞물려 “미팅테크놀로지” 용어 활용이 급격히 증가한 것으로 파악됨.



[그림 2-3] 구글스칼라의 미팅테크놀로지 용어 관련 키워드 분석 결과

2) 용어의 정의

- 본 연구에서는 미팅테크놀로지를 주최자와 기획자의 효율적 행사운영과 참가업체 및 참가자의 참가 목적 달성을 위해 행사 진행 전반에서 활용되는 기술로 정의함.
 - 미팅테크놀로지는 MICE 대표 용어인 미팅(Meeting)에 테크놀로지(Technology)라는 단어가 결합된 개념으로 MICE 행사 개최 전-중-후에 사용하는 기술임.
 - 나아가 미팅테크놀로지는 다수의 사람들이 특정 활동을 수행하거나 협의하기 위해 한 장소에 모이는 미팅(Meeting)에만 한정되지 않고 인센티브투어(Intentive Tour), 컨벤션(Convention), 전시회(Exhibition) 등 MICE산업 전반에 사용되는 기술을 의미하며, 이용 목적에 따라 제공하는 기술·서비스의 형태가 다양하기 때문에 활용 범위가 넓음.

3) 용어의 포괄범위

- 행사 운영에 활용 가능한 미팅테크놀로지의 범위는 컴퓨터 기반의 정보 제공, 처리, 이용을 돕는 시스템인 정보기술(IT)과 통신과 정보처리를 포함하여 변환, 저장 등이 추가된 형태의 정보통신기술(ICT) 등 크게 두 가지로 구분함.
 - 정보기술(IT)에 해당하는 대표적 미팅테크놀로지는 방송, 영상 및 음향, 동시통역, 행사운영시스템, 데이터 처리 및 보안, 네트워크, 어플리케이션, 3D 공간 데이터, 웹사이트 제작 및 운영 등이 대표적임.
 - 정보통신기술(ICT)은 정보기술(IT)과 통신(Telecommunication) 기술이 융합되어 초연결과 초지능화에 기반을 두고 있으며, 미팅테크놀로지에 활용가능한 정보통신기술은 컨시어지 서비스, 로봇 안내원, 비콘, 빅데이터 분석, 인공지능, 사물인터넷, 홀로그램, 가상현실, 증강현실, 실시간 네트워킹, 음성인식, QR코드, 위치인식, NFC 결제, 웨어러블 디바이스 등과 같이 다채로움.

4) 미팅테크놀로지의 특징점

- 미팅테크놀로지는 행사 개최와 관련하여 주최자 및 기획자가 행사의 효과성과 및 효율성을 증대시킬 수 있는 도구로서, 이용자의 편의를 도모하기 위한 목적으로 사용함.
- 미팅테크놀로지의 5대 특징점을 정리하면, 네트워킹 활성화 플랫폼(Networking Platform), 다목적 활용(Multi Purposes), 뛰어난 접근성(Accessibility), 데이터 보안(Security), 업무시간 단축(Time Saver)과 같으며 세부 내용은 [표 2-3]과 같음.



[그림 2-4] 미팅테크놀로지의 특징점

[표 2-3] 미팅테크놀로지 특징점 및 세부 내용

네트워킹 활성화 (Networking Platform)	온라인 플랫폼을 기반으로 실시간으로 소통이 가능하기 때문에 행사 운영을 위한 주최자의 업무 소통, 참가자의 네트워킹을 위한 행사장에서의 소통, 참가업체와 바이어의 수출상담회를 위한 비즈니스 매치메이킹을 도움
다목적 활용 (Multi Purpose)	미팅테크놀로지는 ICT를 기반으로 행사 정보제공, 숙박시설 예약, VR 콘텐츠 감상, 실시간 투표 및 스트리밍 서비스 등 다양한 기능으로 활용 가능함
뛰어난 접근성 (Accessibility)	행사 개최 장소에 구애받지 않고 온라인으로 실시간 행사 진행상황을 방송하는 스트리밍 서비스는 행사 참가자의 범위를 넓힘
데이터 보안 (Security)	온라인상으로 행사 참가자 데이터를 저장하기 때문에, 손쉽게 관리가 가능한 장점이 있지만 유출될 경우 사회적 문제를 일으키기 때문에 철저한 보안이 필요함
업무시간 단축 (Time Saver)	매뉴얼적인 업무를 컴퓨터에서 자동으로 처리가 가능하기 때문에 업무시간과 오차 범위를 줄일 수 있음

- 한편, 미팅테크놀로지 활용에 대해서는 긍정적인 시각뿐 아니라 부정적인 견해도 존재함.
 - 1998년 메리 먼터(Mary Munter)의 ‘미팅테크놀로지: 로테크에서 하이테크까지(Meeting Technology: From Low-Tech to High-Tech)’ 보고서에 따르면, 새로운 기술을 도입하는 것은 이용자에게 테크노스트레스³⁾를 유발하기 때문에 행사 운영에 미팅테크놀로지를 활용하는 것은 장단점이 있다고 주장함.
 - 미팅테크놀로지 활용을 통한 실시간 네트워크와 커뮤니케이션의 확대는 오히려 행사 주최자와 참가자간의 물리적 관계를 악화시킬 수 있음.
 - 또한 새로운 기술 도입 비용, 기술적 결함, 참가자 이용방법 숙지, 수집된 데이터 신뢰도, 정보보안 등과 같은 예기치 못한 문제들이 행사 운영에 오히려 지장을 주어 미팅테크놀로지 도입으로 인한 역효과가 발생할 수 있음.
 - 따라서 주최자나 기획자가 미팅테크놀로지를 활용할 때 무엇보다 중요한 것은 이벤트나 각종 행사를 기획 및 진행하는 과정에서 수요자의 니즈를 명확하게 파악하고, 기획하고자 하는 행사의 개최 목적 달성에 적합한 테크놀로지를 선정하는 데에 있음.

3) 테크노스트레스(technostress): 첨단기술사회에 적응하지 못했을 때 생기는 인간의 정신적 스트레스를 말한다. 컴퓨터 단말기나 OA(Office Automation)기기를 장시간 조작하는 사람에게 흔히 찾아오는 증상으로 컴퓨터를 잘 모르는 사람들은 모르는 데 따르는 심리적 중압감을, 컴퓨터를 잘 다루는 사람들은 과다한 정보량과 이를 소화하지 못하는 데서 오는 스트레스를 받음.

2) 미팅테크놀로지 동향

- MICE산업에 활용되고 있는 미팅테크놀로지 최신 동향은 MICE산업 동향 조사기관과 MICE 분야 미디어인 엑스포로지(EXPO LOGIC, 2018), 코빈볼(Corbinball, 2018), 인포테이너스(Infotainers, 2018), 콘그레스(Congrex, 2017), 케스톤(Kestone, 2018)와 미팅-컨벤션즈(Meetings-Conventions, 2018)매거진 등의 자료를 바탕으로 주목받는 주요 테크놀로지를 소개하고, 국내 MICE 행사 운영에 적용할 경우 기대되는 효과를 분석하였음.

1) 행사 참가자 정보의 데이터화를 통한 현장 컨트롤

● RFID⁴⁾ 등록 시스템

- RFID는 행사 참가자의 데이터를 디지털화하기 때문에 배지에 RFID 기능을 부착하여 등록, 입장, 결제 등과 같은 자동화 서비스가 가능함.
- RFID 기술은 MICE 행사 참가자의 인적사항을 데이터화하기 때문에 실시간으로 위치분석이 가능해 손쉽게 행사장 현장을 컨트롤 할 수 있음.

● 얼굴인식기술의 도입

- 사용자의 신분을 파악하는 기술은 PIN번호 → 지문 → 얼굴인식과 같은 방식으로 진화했음.
- MICE산업에서도 참가자의 행사장 입장을 위해 출입증을 스캔하고 줄서는 대신 얼굴을 인식해 등록절차를 간소화 할 수 있을 것으로 기대됨.

2) 온라인을 기반으로 한 실시간 행사 정보제공과 네트워킹

● 어플리케이션의 역할 확대

- 어플리케이션은 단순히 행사 참가자에게 실제로 정보를 제공하는 수준을 넘어 행사 참가자의 적극적인 참여를 유도함. 실제로, 게이미피케이션⁵⁾, 메시지 전송과 알람 서비스, 소셜미디어 기능이 추가되어 행사 참여 전-중-후에 정보수집, 네트워킹, 데이터 분석이 가능함.
- 인공지능 시스템을 기반으로 한 챗봇⁶⁾은 행사 참가를 위한 질문사항에 자동으로 응답할 수 있기 때문에 행사 참가자는 신속하게 답변을 얻을 수 있음. 반대로 주최자는 참가자의 고객센터지원을 위해 소요되는 인력과 시간낭비를 줄일 수 있음.

● 실시간 라이브스트리밍 서비스

- 온라인으로 컨퍼런스를 운영하는 라이브스트리밍, 웨비나(webinar)⁷⁾ 테크놀로지는 행사 참가자의 참가 범위를 넓힘. 주최자는 물리적 거리에 구애받지 않고 행사 운영이 가능함.
- 가상으로 진행되는 미팅은 온라인상에서 모든 정보교환이 이루어지기 때문에, 현장에 배치되는 브로슈어나 팜플렛 등의 제작 비용절감 및 재고 처리 업무를 줄여 친환경적 행사를 개최할 수 있음.

● 소셜미디어를 통한 네트워킹

- 스마트폰의 활용 범위가 확대되면서 모바일 컴퓨팅을 자유자재로 활용하는 C-제너레이션(connected-generation)이 등장하였음.
- 스마트폰 사용의 대중화로 소셜미디어 사용자 또한 증가함에 따라 소셜미디어는 마케팅을 위해 가장 영향력있는 도구로 성장함.
- 행사에 참여하는 모든 이해관계자의 소셜미디어는 행사장 밖에서나 안에서나 항상 로그인 되어있기 때문에 행사장에서 참가자의 참여를 유도하는 고객관계관리 도구로 활용됨.

5) 게이미피케이션(gamification): 게임이 아닌 분야에 대한 지식 전달, 행동 및 관심 유도 혹은 마케팅 등의 게임 매커니즘을 말함.

6) 챗봇(chatbot): 메신저에서 일상 언어로 대화할 수 있는 인공지능 채팅로봇 프로그램임.

7) 웨비나(webinar): 웹(web)과 세미나(seminar)의 합성어로서 인터넷상에서 열리는 회의임.

4) RFID(Radio Frequency Identification): 무선인식이라고도 하며, 반도체 칩이 내장된 태그, 라벨, 카드 등의 저장된 데이터를 무선주파수를 이용하여 비접촉으로 읽어내는 인식시스템임.

3) 다양한 콘텐츠를 활용한 마케팅 전략의 다변화

● VR·AR 마케팅 콘텐츠의 등장

- 영상콘텐츠가 진화한 형태인 VR과 AR은 행사 참가자의 관심을 끌기위해 관광지, 행사 개최지, 부스에서 참가기업의 제품 마케팅 콘텐츠로 활용됨.

● 마케팅 콘텐츠 제작 자동화

- 소셜미디어는 대표적인 온라인 구전 마케팅 도구임. 행사 주최자는 행사 참가자가 입력한 개인정보의 특징에 따라서 소셜미디어 페이지 자동제작 프로그램을 활용해 마케팅 콘텐츠를 생성할 수 있음.

● 마케팅 성과 분석 프로그램

- 마케팅 성과 자동 분석 프로그램은 행사 주최자가 마케팅 콘텐츠의 도달률 파악이 가능하기 때문에 마케팅 효과 확대를 위한 전략 수립 관점에서 활용이 필요함.

4) 참가자의 개인화된 행사 정보제공과 데이터 분석

● 데이터 기반의 행사 참가자 정보 제공

- 주최자는 과거 불특정 다수에게 행사정보를 제공했던 것과 달리 참가자의 특징에 따라서 정보제공이 가능함. RFID와 비콘⁸⁾은 행사장 위치를 기반으로, 인공지능은 참가자 특징에 맞는 개인화된 정보를 제공함.

- 이러한 근거리무선통신 기술은 공공 이벤트, 테마파크, 전시회, 컨퍼런스 등에서 팔찌, 목걸이 펜던트 등 웨어러블 형태로 제공되어 사용자의 신용카드 정보와 연동되어 입장료 지불 등에도 활용될 수 있음.

● 참가자와 참가업체 데이터 분석

- 주최자는 행사 참가자가 입력한 정보를 바탕으로 비즈니스 매치메이킹, 행사성과, 경제효과, 만족도, 재참가율을 분석할 수 있음.

8) 비콘(beacon): 블루투스(Bluetooth)를 사용하는 근거리 무선통신 기술로 일정 범위에 있는 사용자의 위치를 찾고, 사용자에게 필요한 다양한 정보를 전달함.

- 현장 데이터 수집은 주최자가 참가자의 방문 패턴을 이해할 수 있도록 돕는 매우 중요한 자료 조사 업무임.

- 주최자가 참가자 패턴과 관련한 더 많은 데이터를 수집할수록 행사장 배치와 진행되는 프로그램에 대한 이해도를 높일 수 있고, 이를 다음 행사에 반영해 양질의 브랜드를 만들어 나갈 수 있음.

● 개인정보보안의 문제

- 주최자는 수집된 참가업체 연락 정보, 재무 관련 정보, 참가자 연락 정보, 신용카드 기록 등은 철저한 보안을 요하는 정보이기 때문에, 강화된 데이터 보안 정책이 필요함.

5) 행사 진행과정 전체에서 사용되는 행사통합관리시스템

● 온라인 메뉴 예약 및 관리 시스템

- 행사장을 직접 방문하지 않고도 메뉴를 원하는 조건으로 검색할 수 있는 온라인 메뉴 예약 시스템은 행사 주최자의 현장답사 비용을 줄여주고 메뉴 운영기관의 온라인 마케팅 효과를 증진시킴.

● 매뉴얼화된 업무의 자동화와 생산성 향상

- 수많은 참가업체, 바이어, 참가자 관리를 위해 매뉴얼화된 업무를 반복해야했던 주최자는 자동으로 데이터를 입력하고 정리하는 행사통합관리 시스템을 통해 효율적으로 업무처리가 가능함.

● 실시간 네트워킹과 피드백

- 행사통합관리시스템을 통하여 미팅, 출장, 현장답사, 행사 실행 등으로 인한 외부 근무가 빈번한 MICE 행사 담당자는 신속한 커뮤니케이션과 업무 상황 공유를 통한 피드백을 주고 받을 수 있음.

● 다양한 미팅테크놀로지 기능의 통합

- 행사통합관리시스템은 행사가 개최되는 전-중-후 과정 전체에서 사용될 수 있으며, 온라인 웹사이트와 어플리케이션 제작, 행사 참가자 등록, 예산관리, 참가자 데이터 등과 같은 다양한 테크놀로지를 하나의 시스템에서 관리가 가능함.

3 미팅테크놀로지 활용 기대효과

1) 행사 주최자·서비스 제공자

- 행사 일정이나 정보가 변경될 경우 신속하게 수정 및 보완하여 참가자에게 공지하는 등 효율적인 현장 운영이 가능함.
- 어플리케이션을 활용하여 실시간으로 행사 정보를 전달하고 비디오, 게이미피케이션, 문자메시지 전송과 같은 다양한 기능과 연계 활용이 가능함.
- 소셜미디어를 활용하여 참가자와 적극적 상호교류와 피드백 함으로써 행사에 대한 수요를 사전에 파악하고 온라인 마케팅을 진행할 수 있으며, 행사가 종료된 이후에도 만족도 조사가 가능함.
- 설문조사, 어플리케이션 참가자 정보, 비콘 테크놀로지 등 다양한 방법으로 수집된 데이터를 바탕으로 행사 개최결과와 참가자 관련 데이터 분석이 용이함.
- 행사 참가자 만족도와 비즈니스 매치메이킹 결과분석을 토대로 행사 개선을 위한 실무적 아이디어 수립이 가능함.
- 인쇄물, 제작물 등의 사용 감소로 친환경적인 행사 운영이 가능하여 행사브랜드와 이미지 개선이 가능함.
- 매뉴얼적 업무의 처리 시간을 줄여주고 컴퓨터와 온라인 기반의 실시간 소통을 통해 업무의 오차 범위를 줄일 수 있음.

2) 컨벤션시설 운영 주체·CVB

- 온라인을 통해 도시 브랜드 마케팅을 위한 주요 관광지, 숙박시설, 교통, 레스토랑, 문화시설 등의 정보를 전 세계 관광객을 대상으로 제공할 수 있음.
- 가상현실 혹은 증감현실과 같은 새로운 미팅테크놀로지를 활용해 경험 마케팅 콘텐츠로 활용해 잠재 방문객의 흥미를 유발할 수 있음.

- 잠재 관광객에 대한 데이터 분석을 바탕으로 메뉴 운영전략을 세울 수 있음.
- 시설 내 비콘 설치로 전시주최기관, 참가자, 바이어가 요청하는 정확한 데이터를 제공할 수 있음.

3) 참가자·참가업체

- 다양한 행사, 행사장, 데스티네이션을 온라인, 어플리케이션을 통해 상호 비교하고, 편리하게 행사 정보를 습득할 수 있음.
- 소셜미디어 혹은 실시간 네트워킹 플랫폼을 활용하여 행사 참가자, 바이어와 실시간으로 교류하고 상호 네트워킹 기회를 확대할 수 있음.
- 비즈니스 매치메이킹 성과를 바탕으로 행사 참가를 통한 경제효과 분석이 가능함.

[표 2-4] MICE 행사 참여 주체에 따른 미팅테크놀로지 활용 기대효과 요약

분 류	주요 활용 미팅테크놀로지	기대효과
PEO · PCO · 행사 운영 서비스 제공자	<ul style="list-style-type: none"> • 행사장과 데스티네이션 선정 • 행사 등록과 체크인 • 행사 관리 소프트웨어 • 모바일 어플리케이션, 인공지능, 컨시어지 • 행사 마케팅과 소셜미디어 • 참가자 참여와 상호 네트워킹 • 네트워킹과 매치메이킹 	<ul style="list-style-type: none"> • 매뉴얼적인 업무 감소 • 업무 오차 범위 감소 • 신속한 수정 및 보완 가능 • 행사 기획 및 운영 예산 절감 • 실시간 상호교류와 피드백 • 행사 결과 데이터 분석 • 효율적인 현장 운영
컨벤션시설 운영 주체 · CVB	<ul style="list-style-type: none"> • 행사장과 데스티네이션 선정 • 모바일 어플리케이션, 인공지능, 컨시어지 • 행사 마케팅과 소셜미디어 	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 마케팅 용이 • 새로운 디지털 경험 제공 • 고객 데이터 분석
참가자 · 참가업체	<ul style="list-style-type: none"> • 행사장과 데스티네이션 선정 • 행사 등록과 체크인 • 모바일 어플리케이션, 인공지능, 컨시어지 • 행사 마케팅과 소셜미디어 • 참가자 참여와 상호 네트워킹 • 네트워킹과 매치메이킹 	<ul style="list-style-type: none"> • 행사 개최지 정보습득 용이 • 적극적 행사 참여와 상호 네트워킹 • 비즈니스 매치메이킹 성과 개선



III 제 3 장

미팅테크놀로지 활용 가이드

제1절 | 행사장과 데스티네이션 / 034

제2절 | 행사 등록과 체크인 / 051

제3절 | 행사 관리 소프트웨어 / 059

제4절 | 모바일 어플리케이션, 인공지능, 컨시어지 / 070

제5절 | 행사 마케팅과 소셜미디어 / 080

제6절 | 참가자 참여와 실시간 상호작용 / 090

제7절 | 네트워킹과 매치메이킹 / 099

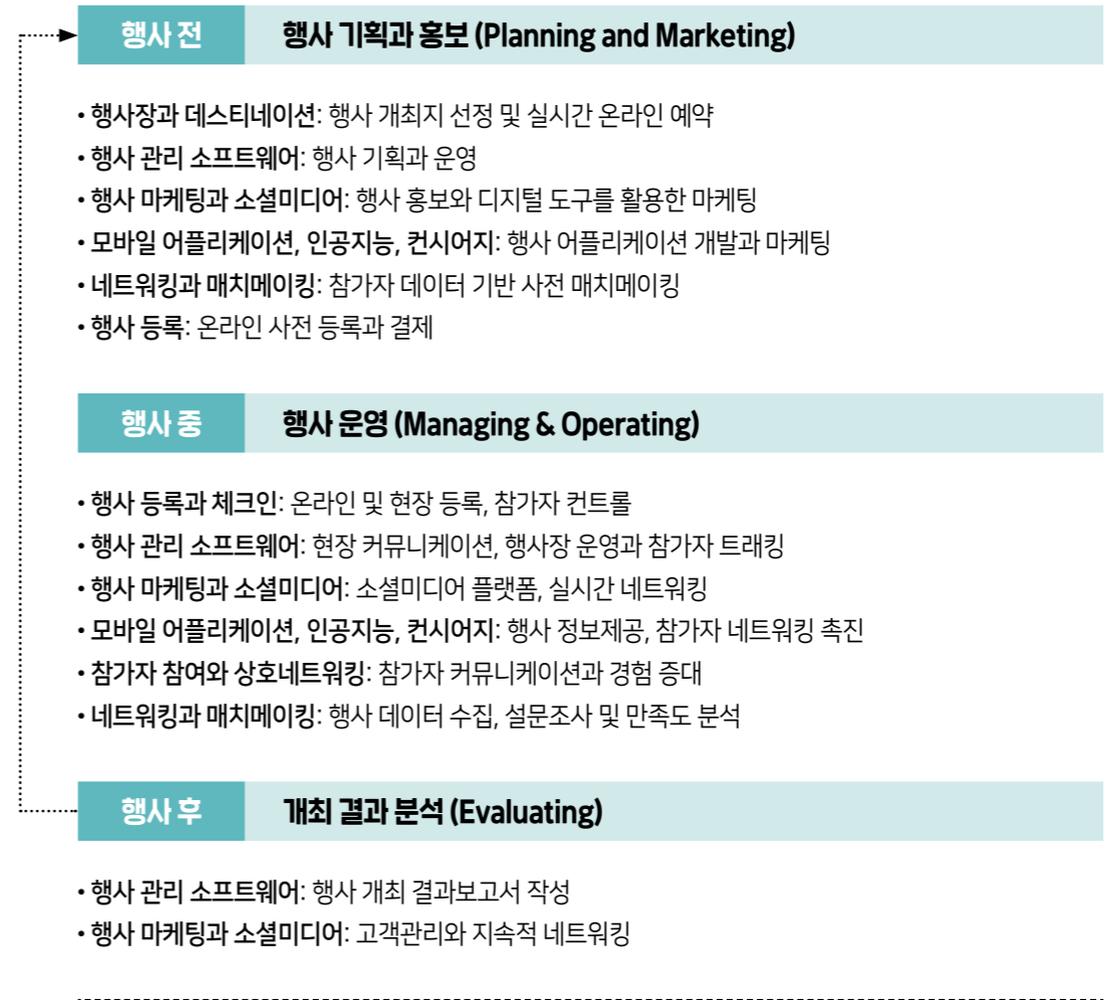
제3장 미팅테크놀로지 활용 가이드

- 본 장에서는 행사 주최자가 컨퍼런스, 컨벤션, 전시회 등을 효율적으로 기획하고 운영하는데 미팅테크놀로지를 활용할 수 있도록 미팅테크놀로지의 유형을 구분하고, 이를 바탕으로 각 테크놀로지의 기능과 역할, 그리고 활용방법을 제시하였음.
 - 행사기획 및 운영 업무에 따라 미팅테크놀로지 활용이 가능한 경우 'tech+'로 표시하였으며, 미팅테크놀로지 관련 업체 디렉토리를 함께 소개하였음.
 - 행사기획 및 운영 단계에 따라 표에서 제시한 미팅테크놀로지는 대부분 무료로 활용 가능하지만 유료일 경우에 별도 표기하였음.
- 미팅테크놀로지의 유형은 '행사장과 데스티네이션', '행사 등록과 체크인', '행사 관리 소프트웨어', '모바일 어플리케이션, 인공지능, 컨시어지', '행사 마케팅과 소셜미디어', '참가자 참여와 상호네트워킹', 그리고 '네트워킹과 매치메이킹'과 같은 7개의 대분류로 구분됨.

[표 3-1] 행사기획 및 운영 업무에 따른 미팅테크놀로지 분류

1. 행사장과 데스티네이션 Venue and Destination	행사 개최지 선정을 위한 관련정보 및 실시간 예약 서비스 제공 플랫폼
2. 행사 등록과 체크인 Event Registration and Check In	참가자 행사 등록과 자동 체크인 및 참가자 관리 서비스
3. 행사 관리 소프트웨어 Event Management Software	행사 기획 및 운영을 위한 주최자 맞춤형 업무지원 서비스
4. 모바일 어플리케이션, 인공지능, 컨시어지 Mobile Apps, AI and Concierge	정보 제공과 참가자 네트워킹 촉진을 위해 주최자가 운영하는 온라인 플랫폼
5. 행사 마케팅과 소셜미디어 Event Marketing and Social Media	행사 마케팅 영향력을 극대화하고 참가자 네트워킹을 유도하는 온라인 플랫폼
6. 참가자 참여와 상호네트워킹 Engagement and Interaction	참가자간 원활한 네트워킹과 참여를 촉진하는 다양한 프로그램과 서비스
7. 네트워킹과 매치메이킹 Networking and Matchmaking	참가업체와 바이어의 데이터를 바탕으로 한 비즈니스 매치메이킹 프로그램

- 행사 기획 및 운영단계는 '행사 전: 행사 기획과 홍보', '행사 중: 행사 운영', '행사 후: 개최 결과 분석'과 같이 3단계로 구분됨. 아래의 그림에 각 단계별로 활용할 수 있는 미팅테크놀로지의 종류와 주요 기능을 제시하였으며, 동일한 미팅테크놀로지가 할지라도 활용되는 업무 단계에 따라 세부적인 활용 기능 및 방안이 상이함.



[그림 3-1] 행사기획 및 운영 단계에 따라 활용 가능한 미팅테크놀로지

제 1 절 ... 행사장과 데스티네이션

행사장과 데스티네이션은 행사의 성공여부를 결정하는 중요한 요소 중 하나이며, 미팅테크놀로지를 활용하는 경우 보다 효과적으로 최적의 행사 개최지 및 행사장을 선정할 수 있음. 행사장 및 데스티네이션 선정을 위한 미팅테크놀로지에는 행사장 검색 및 비교 플랫폼, 가상현실 투어 기술, 참가자 네트워크 채널과 와이파이, 행사장 이동 동선 안내, 숙박 및 항공 예약 서비스 등이 포함됨.

1. 개최지 및 행사장 선정	<ul style="list-style-type: none"> ① 행사장 선정 고려사항 ② 타깃 참가자에 대한 이해 ③ 행사장 비교 툴 활용 (tech+) ④ 유니크베뉴와 행사 콘텐츠 구상 ⑤ 관광 및 숙박 정보 활용 ⑥ 컨벤션센터 가상현실 투어 (tech+) ⑦ 전시회 가상현실 투어 (tech+) ⑧ 호텔 가상현실 투어 (tech+) ⑨ 참가자 네트워크 채널과 와이파이
2. 행사장 최종 평가	<ul style="list-style-type: none"> ① 행사장 이용 만족도 및 가격비교 ② 행사장 도면 활용 ③ 최종 행사장 선정
3. 교통 네트워크	<ul style="list-style-type: none"> ① 대중교통 네트워크 활용 (tech+) ② 항공 스케줄 정보 실시간 제공 (tech+) ③ 참가자 여행일정 계획 (tech+) ④ 실시간 교통 및 주차정보 (tech+)
4. 호텔 테크놀로지	<ul style="list-style-type: none"> ① 객실 예약과 가격 비교 시스템 (tech+) ② 가상 안내원 서비스 (tech+) ③ 호텔 자동화 시스템 (tech+)
5. 행사장 테크놀로지	<ul style="list-style-type: none"> ① 행사 개최 특징에 따른 행사장 분리 (tech+) ② 친환경 행사 개최 ③ 참가자 소통 콘텐츠 개발 ④ 행사장 이동 동선안내 서비스 (tech+)

1 개최지 및 행사장 선정

① 행사장 선정 고려사항

- 행사 주최자가 행사장 선정에 있어서 고려해야할 주요 사항은 아래와 같으며, 주요 고려사항에 대해 체크리스트를 작성하여 보다 명확한 기준을 바탕으로 행사장 운영기관에 제안서를 요청할 수 있음.

[표 3-2] 행사장 선정 고려사항 내외부적 요인

내부적 요인	외부적 요인
<ul style="list-style-type: none"> · 행사 개최 날짜 선정가능 여부 · 행사장과 편의시설의 특징 · 최대 수용가능 인원의 규모 · 행사장 운영 기술 지원가능 여부 · 행사장 운영 인력 지원가능 규모 · 행사장 케이터링 서비스 · 과거 행사 개최 연혁 	<ul style="list-style-type: none"> · 지질 및 기후학적 특징 · 교통 접근가능성 · 인근 숙박시설 여부 · 주변 관광지의 접근성 · 행사 운영의 지속가능성 · 인근 행사장과 임대비용 비교 · 행사장 브랜드 이미지

② 타깃 참가자에 대한 이해

- 행사 주최자는 타깃 참가자가 어떤 유형의 미팅테크놀로지, 프로그램 콘텐츠, 행사 개최 형식을 선호하는지, 행사 참가의 주요 목적은 무엇인지 등과 같은 데이터를 수집하고, 이를 바탕으로 행사장 선정 기준을 수립할 수 있음.
- 이와 같은 과정을 거쳐 수립된 '명확한 행사장 선정 기준'은 행사장 운영기관과 계약금액을 결정하는 데에 있어 경쟁력을 갖출 수 있도록 도움.



[그림 3-2] 타깃 참가자 특징 파악 요소

③ 행사장 비교 툴 활용 (tech+)

- 행사장별 특성과 장단점을 파악하기 위하여 다양한 행사장 비교 툴을 활용하여 효율적인 의사결정을 해야 함.
- 특히, 선호하는 행사장의 우선순위를 정할 때에는 해당 행사장의 행사개최 이력, 주최자의 만족도 및 평가, 임대 요율 등을 조사하고 이해해야 함.

[표 3-3] 국내 주요 행사장 비교 툴

분 류	사 이 트
한국전시산업진흥회 국내 전시장 안내	www.akei.or.kr
한국관광공사 K-MICE 베뉴파인더	k-mice.visitkorea.or.kr
MICE 서울 컨벤션 시설 검색	kr.miceseoul.com/venue-finder/?center=1
인천 스마트 마이스 베뉴파인더	visitincheon.or.kr

지역선택

서울, 인천, 강원도, 충청남도, 충청북도, 세종, 대전, 경상북도, 전라북도, 대구, 울산, 광주, 경상남도, 부산, 전라남도, 제주도

시설구분 컨벤션센터 호텔 리조트
 유스호스텔 연수원 대학교
 기타시설

수용인원 200명 미만 201~500
 501~1,000 1,001명 이상

좌석배치 극장식 강의식
 연회식 리셉션

면적(m²) 1~1,000 1,001~15,000
 15,001~50,000 50,001~

시설명

선택해제 검색

(총 259 건)

서울 롯데호텔월드
 시설구분: 호텔 특급
 전체면적: 128,245㎡
 회의장수: 7

서울 메이필드호텔
 시설구분: 호텔 기타
 전체면적: 108,786㎡
 회의장수: 7

서울 코엑스
 시설구분: 컨벤션센터
 전체면적: 106,612㎡
 회의장수: 59

[그림 3-3] 한국관광공사 K-MICE 베뉴파인더

④ 유니크베뉴와 행사 콘텐츠 구상

- 행사 주최자는 회의나 전시회 주최가 주 목적으로 운영되지 않는 유니크베뉴를 행사장으로 선정하여 참가자의 기억에 남을 만한 색다른 경험을 제공할 수 있음. 이에 따라 주최자 사이에서 유니크베뉴에 대한 선호도가 급증하고 있음.
- 한국관광공사는 국내 유니크베뉴 홍보 및 활용 증진을 위해 현장을 직접 방문해 엄격한 심사 기준을 거쳐 선정된 <Korea Unique Venue>를 2018년 1월 발표했다.

[표 3-4] 국내 주요 유니크베뉴 비교 툴

분 류	사 이 트
서울관광재단 MICE 서울 유니크베뉴	kr.miceseoul.com/venue
한국관광공사 K-MICE 유니크베뉴	k-mice.visitkorea.or.kr

지역선택

서울, 인천, 강원도, 충청남도, 충청북도, 세종, 대전, 경상북도, 전라북도, 대구, 울산, 광주, 경상남도, 부산, 전라남도, 제주도

시설구분 전시 역사문화 스포츠
 레저 공연 기타

수용인원 200명 미만 201~500
 501~1,000 1,001명 이상

경치 시티뷰(City view) 리버뷰(River view)
 오션뷰(Ocean view) 마운틴뷰(Mountain view)
 기타(Etc) 없음(None)

면적(m²) 1~500 501~1,000
 1,001~1,500 1,501~

근교시설 숙박 변화가 쇼핑
 엔터테인먼트 역사문화유산 기타

시설명

선택해제 검색

(총 74 건)

서울 동대문 디자인 플라자 DDP
 시설구분: 전시, 기타
 경치유형: -
 회의실 규모: 2,992㎡ (알림1관)

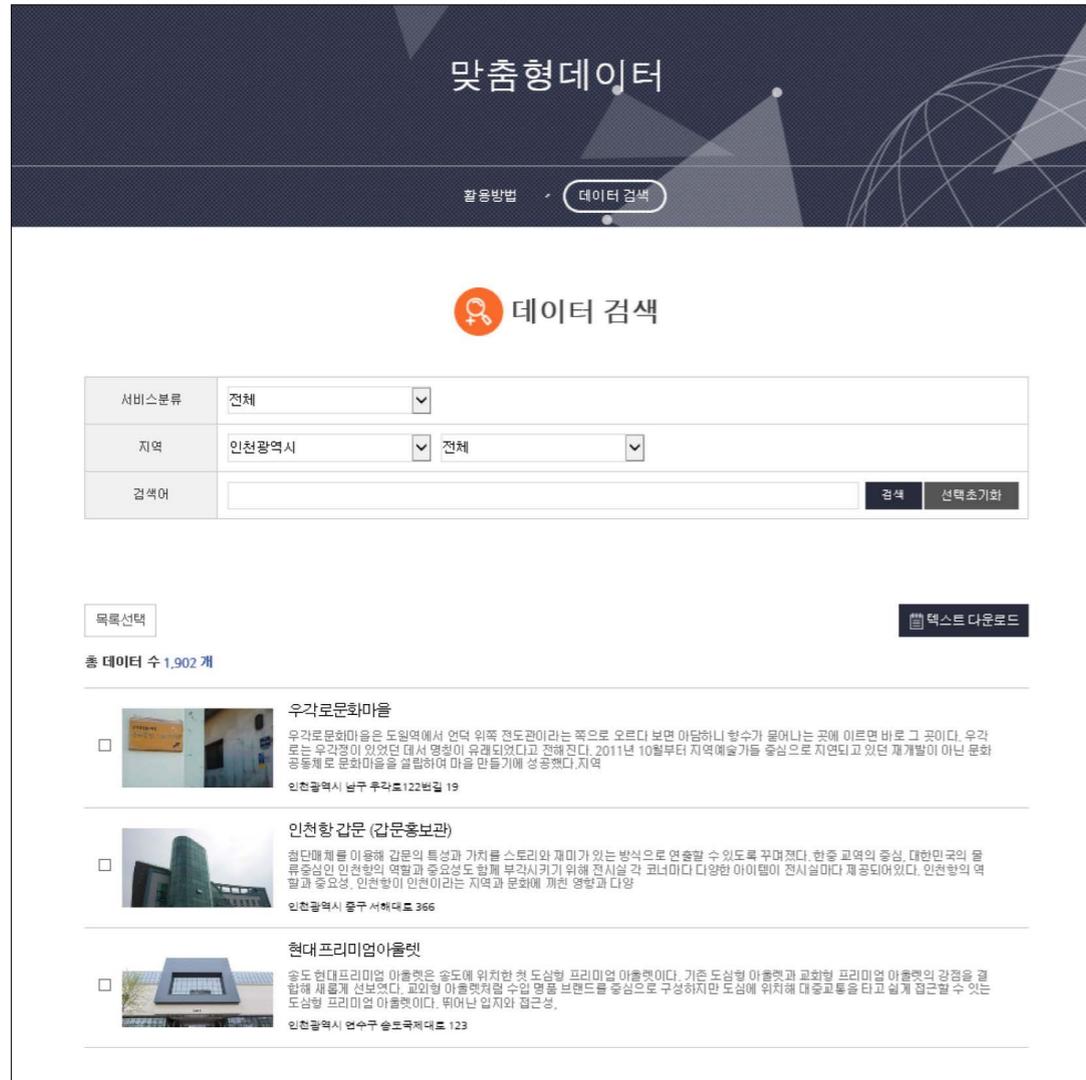
서울 프라디아 (주)
 시설구분: 기타
 경치유형: 리버뷰(River view)
 회의실 규모: 451㎡ (홀공)

서울 플로팅 아일랜드
 시설구분: 전시
 경치유형: 리버뷰(River view)
 회의실 규모: 762㎡ (컨벤션홀)

[그림 3-4] K-MICE 유니크 베뉴 검색

⑤ 관광 및 숙박 정보 활용

- 지자체 관광·컨벤션뷰로와 컨벤션센터는 웹사이트에 지역 주요 관광코스, 교통정보, 문화행사, 숙박시설과 관련된 구체적인 관광 정보를 공유하고 있음.
- 주최자는 이러한 지역 관광정보를 행사 웹사이트 및 어플리케이션에 공유해 참가자의 행사장 방문 및 주변지역 관광을 쉽게 계획할 수 있도록 도움.



[그림 3-5] 인천 Smart MICE - 맞춤형 관광 데이터 검색 및 다운로드

⑥ 컨벤션센터 가상현실 투어 (tech+)

- 가상현실 투어와 행사장 탐색 테크놀로지를 활용해 행사 주최자는 직접 행사장에 방문하지 않고도 현장조사를 시행할 수 있어, 행사장 사전답사와 선정 과정에 소요되는 추가 비용과 시간 절감이 가능함.

[표 3-5] 가상현실투어 제공 국내 주요 컨벤션센터

분 류	사 이 트
킨텍스	kintex.gigachances.com
송도컨벤시아	www.songdoconvensia.com
제주국제컨벤션센터	www.iccjeju.co.kr



[그림 3-6] 송도컨벤시아-가상현실투어 시설가이드

⑦ 전시회 가상현실 투어 (tech+)

- 가상현실 기술을 활용해 참가업체 부스에서 전시회 기술이나 서비스를 간접적으로 체험할 수 있는 공간을 마련해 참가자의 관심을 유도할 수 있음.
- 전시회 주최자가 가상현실 기술을 활용할 경우 온라인상에서 참가자가 간접적으로 전시장을 둘러볼 수 있으며, 이는 전시회와 참가업체 마케팅을 위한 콘텐츠로도 활용될 수 있음.

[표 3-6] 전시회 가상현실 투어 사례

분 류	사 이 트
서울모터쇼(Seoul Motor Show)	motorshowvr.com
캐논엑스포(Canon Expo)	www.eyerevolution.co.uk



[그림 3-7] 서울모터쇼 - 가상현실투어

⑧ 호텔 가상현실 투어 (tech+)

- 컨벤션센터뿐 아니라 몇 곳의 호텔은 호텔 시설과 객실 정보를 온라인 기반의 가상현실 비디오 서비스로 제공하고 있음.
- 호텔 가상현실 투어 서비스는 호텔 및 행사장에 대한 구체적이고 생생한 정보를 제공할 뿐만 아니라 온라인 마케팅 도구로 활용됨.

[표 3-7] 가상현실투어 서비스 제공 주요 호텔

분 류	사 이 트
제주부영호텔&리조트	www.booyoungjejuhotel.com
더 플라자 호텔	www.hoteltheplaza.com
부산 롯데호텔	vr2.dreamvr.net/lottehotel

분 류	사 이 트
VR 콘텐츠 제작 2. 기가찬 6. 레드로버 11. 모전스랩 13. 브이이코리아 16. 서커스컴퍼니 19. 씨큐브디자인스튜디오 27. 유니브이알 41. 포더비전	영상 솔루션 제공 7. 렌탈은행 42. 한국AV



[그림 3-8] 제주부영호텔&리조트 - 가상현실 투어

⑨ 참가자 네트워킹 채널과 와이파이

- 참가자간 네트워킹뿐만 아니라 라이브 스트리밍 이용, 행사 및 컨퍼런스 스케줄 확인 등 행사 참여에 있어서 와이파이 서비스가 필수적으로 활용됨.
- 때문에 주최자는 행사장에서 제공하는 와이파이의 속도, 광역 범위, 수용 규모 등과 같은 기술적인 사항을 사전에 테스트해야 함.
- 와이파이 ID는 행사명과 동일하게 설정할 것을 추천하며, 이는 참가자가 와이파이 ID를 찾기 위해 헤매지 않고 쉽게 온라인에 접속할 수 있도록 하기 위함임.
- 행사 개최시 온라인 결제 시스템을 사용하는 경우 인터넷 서비스가 상시 연결되어 있는지 지속적으로 확인해야 할 필요가 있음. 만약 인터넷에 문제가 발생할 경우를 대비해 오프라인으로 결제 가능한 대체 시스템을 사전에 구축해야 함.



2 행사장 최종 평가

① 행사장 이용 만족도 및 가격비교

- 과거에 행사장을 방문한 주최자와 참가자가 행사장의 시설, 케이터링 서비스, 접근성 등과 같이 행사 만족도에 영향을 끼치는 다양한 요소를 어떻게 평가했는지 확인할 필요가 있으며, 이를 바탕으로 주최자는 행사장 운영 기관에 추가 정보 및 질문에 대한 답변을 요청할 수 있음.
- 구글에서 제공하는 위치검색 기능을 통해 방문객이 직접 매긴 별점과 평가한 리뷰를 확인할 수 있음. 하지만 이는 불특정 다수의 견해이기 때문에 최종 의사결정보다는 참고 자료로만 활용할 것을 추천함.
- 주최자에게 행사장 임대료는 효율적 예산운형을 결정짓는 중요한 요소 중 하나이기 때문에, 행사 운영을 통한 예상 수익과 임대료를 사전에 계산할 필요가 있음. 코엑스 웹사이트에서는 전시장 사용면적에 따른 임대료를 자동으로 계산 가능함.



[그림 3-9] 구글지도 - 전시장 리뷰

$$\text{임대료} = \text{전시회요율단가} \times \text{사용면적(m}^2\text{)} \times \text{임대일수} \times \text{시기별등차율} \times \text{장소별등차율}$$

$$2,350\text{원} \times \text{[] m}^2 \times \text{[] 일} \times \text{[] 시기별} \times \text{[] 장소별} = \text{계산하기}$$

[그림 3-10] 코엑스 웹사이트 - 임대료 자동 계산기

② 행사장 도면 활용

- 대부분의 컨벤션센터와 호텔은 웹사이트를 통해 시설 규모 및 특징, 입구 및 출구, 제공서비스 등의 정보를 2D, 3D 카드(CAD), PDF, 이미지(JPEG) 등으로 제공함.
- 전시회 주최자는 참가업체가 많을 경우 PDF 대신 디지털 맵을 제공해 행사 참가자에게 참가업체와 부스위치 검색, 참가업체 정보 수집, 관심업체 등록 등이 가능함.
- 행사장 도면은 누구나 쉽게 사용가능하며 행사장에 대한 보다 더 정확한 이해를 도울 뿐만 아니라 행사 운영 과정을 사전에 가상으로 시뮬레이션이 가능함.



[그림 3-11] 서울공작기계대전(SIMTOS) - 디지털 맵

디렉토리	디지털맵 제작 37. 킨텍스
------	--------------------

③ 최종 행사장 선정

- 최종 행사장이 선정된 이후 주최자는 행사 공간 활용 계획이 행사장 운영기관에게 명확히 전달되었는지 계약 조항을 상세하게 재확인할 필요가 있음.
- 또한 안전, 보안, 최대 수용가능 인원 등을 사전에 파악하여 행사 개최 기간 동안 비상 문제가 발생했을 경우 신속하게 해결할 수 있도록 사전계획을 철저히 세워야 할 필요가 있음.

3 교통 네트워크

① 대중교통 네트워크 활용 (tech+)

- 대부분의 지자체는 디지털화된 교통 시스템을 구축해 실시간으로 버스와 지하철 도착정보 확인 서비스를 제공함.
- 주최자는 이러한 테크놀로지를 행사 어플리케이션과 연계해 교통정보를 제공하고 참가자 대중교통 이용의 편의를 도울 수 있음.
- 행사 운영기간에 교통체증과 같은 예기치 못한 문제가 발생하면, 어플리케이션 알람 기능을 사용해 다른 이동경로를 안내해 원활한 행사 참여를 도울 수 있음.

[표 3-8] 실시간 교통정보 제공 주요 서비스

분 류	사 이 트
서울특별시 교통정보센터	topis.seoul.go.kr
부산시 교통정보서비스센터	its.busan.go.kr
인천광역시 버스정보관리시스템	bus.incheon.go.kr
대구광역시 교통종합정보	car.daegu.go.kr
대전교통정보센터	traffic.daejeon.go.kr
광주광역시 버스운행정보	bus.gjcity.net
울산교통관리센터	www.its.ulsan.kr
킨텍스(KINTEX) 인근 교통정보	www.kintex.com

② 항공 스케줄 정보 실시간 제공 (tech+)

- 국제적 규모의 행사를 개최한다면, 주최자는 공항에서 제공하는 항공 스케줄 정보를 실시간으로 체크할 것을 추천함.
- VIP, 연사, 바이어를 대상으로 비행기 연착 정보를 이메일이나 어플리케이션 알람 서비스로 제공해 행사 참가자의 여행일정을 도울 수 있음.

[표 3-9] 실시간 항공 정보 제공 주요 서비스

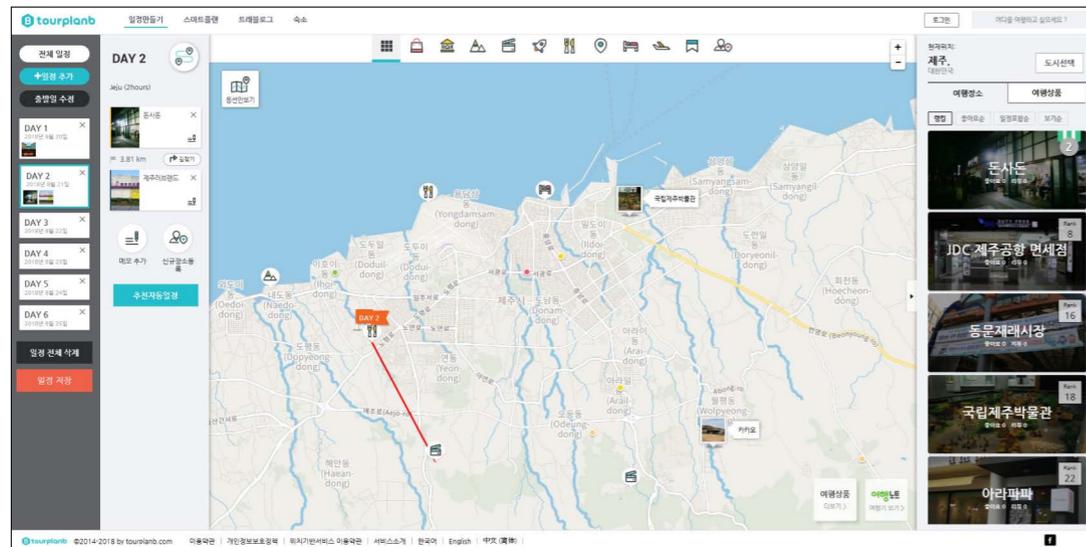
실시간 항공 서비스	사 이 트
항공정보포털시스템	www.airportal.co.kr
실시간 항공편 추적기	ko.flightaware.com
인천국제공항	www.airport.kr

③ 참가자 여행일정 계획 (tech+)

- 행사 주최자는 해외 참가자, 바이어, 참가업체의 여행일정을 통해 관련 어플리케이션이나 웹사이트를 소개해 손쉬운 여행계획을 도울 수 있음.
- 이때 주의할 사항은 사전등록과 동시에 행사 주최자는 도시 여행정보와 관련된 콘텐츠를 제공해 참가자가 비행기 예약과 동시에 여행일정을 계획할 수 있도록 신속한 정보 제공이 이루어져야 함.

[표 3-10] 여행일정 플래너 주요 서비스

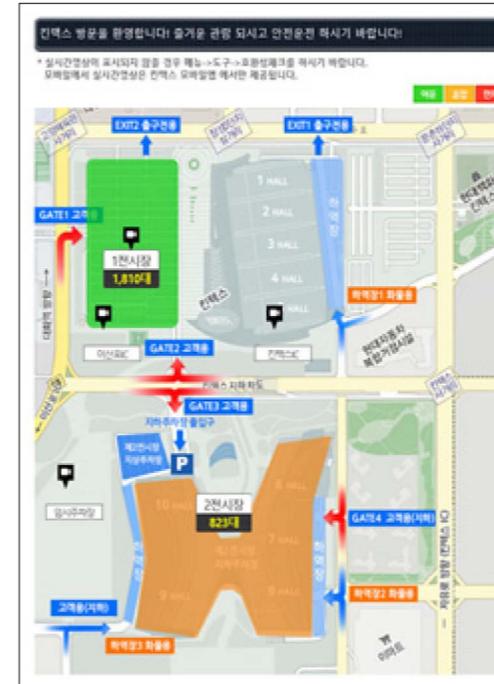
분 류	사 이 트
어스토리(earthory)	www.earthtory.com
위시빈(wishbeen)	www.wishbeen.co.kr
투어플랜비(tourplanb)	www.tourplanb.com



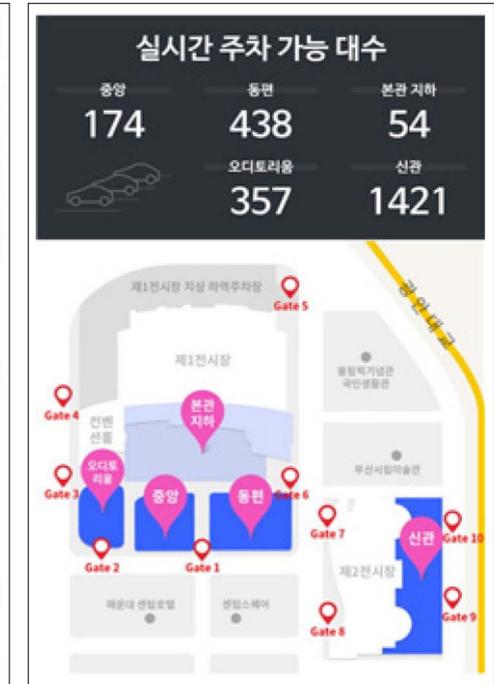
[그림 3-12] 투어플랜비 - 여행일정 플래너 서비스

④ 실시간 교통 및 주차정보 (tech+)

- 참가자의 주차 문제 해결을 위해 주차장 이용 현황, 대체 주차장소 안내 등을 웹사이트 혹은 어플리케이션으로 제공해 참가자 편의를 도울 수 있음.



[그림 3-13] 킨텍스 웹사이트 - 실시간 주차안내



[그림 3-14] 벅스코 어플리케이션 - 실시간 주차안내

[표 3-11] 실시간 주차안내 제공 주요 컨벤션센터

분 류	사 이 트
킨텍스(KINTEX)	www.kintex.com/client/c020501/c020501_00.jsp
벅스코(Bexco)	www.onestore.co.kr/userpoc/apps/view?pid=0000712277

4 호텔 테크놀로지

① 객실 예약과 가격 비교 시스템 (tech+)

- 과거에는 호텔 객실 예약을 위해 웹사이트에서 객실 정보를 확인하고 유선상으로 추가 문의를 하는 과정을 거친 것과 달리 오늘날에는 온라인상으로 모든 객실 예약이 가능함.
- 페이스북, 카카오톡과 같은 소셜미디어 채널과 연된된 챗봇(chat bot)은 메시지 전송만으로 실시간 자동 응답해 누구나 손쉽게 객실을 예약할 수 있음.

[표 3-12] 챗봇을 도입한 주요 호텔예약 서비스

분 류	사 이 트
호텔엔조이(hotelnjoy)	www.hotelnjoy.com
데일리호텔(daily hotel)	corp.dailyhotel.co.kr
호텔나우(hotel now)	www.hotelnow.co.kr

② 가상 안내원 서비스 (tech+)

- 참가자는 숙박하는 동안 프런트 데스크를 방문해 직접 문의하지 않더라도 유명 레스토랑, 주요 관광지, 행사 일정, 교통현황 등과 같은 도시 관광정보를 가상 안내원 서비스(Virtual Concierge Service)를 통해 확인할 수 있음.

[표 3-13] 호텔 컨시어지 제공 주요 서비스

분 류	사 이 트
레드타이버블러(redtiebutler)	www.redtiebutler.com

③ 호텔 자동화 시스템 (tech+)

- 모바일 어플리케이션은 객실 예약과 카드키 기능을 대신하며, 어플리케이션 상에서 호텔 서비스나 객실 예약, 주차장 위치 확인, 탄소 발자국 측정 등과 같은 호텔 자동화 시스템을 통해 고객의 호텔이용 편의를 돕고 커스터마이징(customize)화된 알림메시지 전송을 통해 고객관리가 가능함.

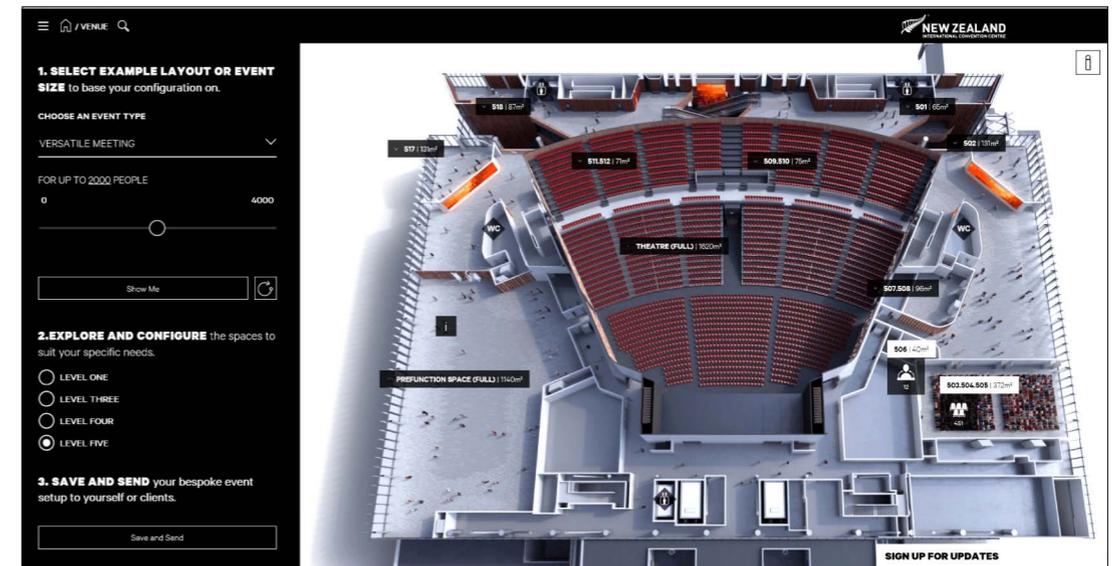
[표 3-14] 예약 어플리케이션 제공 주요 호텔

분 류	사 이 트
신라호텔	www.shillahotels.com
롯데호텔	www.lottehotel.com
워커힐호텔	www.walkerhill.com

5 행사장 테크놀로지

① 행사 개최 특징에 따른 행사장 분리 (tech+)

- 오늘날 대부분의 행사장은 자체 예약 및 운영 자동화 시스템을 갖추고 있으며, 행사 주최자가 요구하는 조건에 맞게 다양한 형태로 공간 재구성이 가능함.
- 예를 들어 행사 홀 분리, 자동 냉난방 시스템, 화재 및 안전 시스템, 디스플레이 변형 등과 같이 다양한 기능을 자동으로 설정 가능하며, 이러한 행사장 자동화 테크놀로지는 행사 주최자의 현장 운영을 돕는 어시스턴트와 같음.



[그림 3-15] 2020년 오픈 예정인 뉴질랜드 컨벤션센터 행사장 도면 구상 플랫폼

② 친환경 행사 개최

- 친환경 전시장 운영 테크놀로지에 해당하는 태양열, 지열, 수력, 자동 난방, 전기차단 시스템 등을 활용하여 행사 개최 기간 동안 불필요하게 사용되는 에너지를 절감할 수 있음.
- 행사 주최자는 단순히 이러한 테크놀로지를 이용하는 것을 넘어 참가자, 참가업체, 바이어와 함께 친환경 행사 실현이 가능함.
- 국제표준화기구(International Organization for Standardization, ISO)에서 개발한 ISO 20121 이벤트지속가능성경영시스템은 행사 개최를 통해 환경과 지역사회에 미치는 부정적 영향을 최소화해 사회 지속가능성에 기여하는 틀을 말함. 한국표준협회(Korea Standards Association, KSA)를 통해 행사 인증심사를 신청할 수 있음.

③ 참가자 소통 콘텐츠 개발

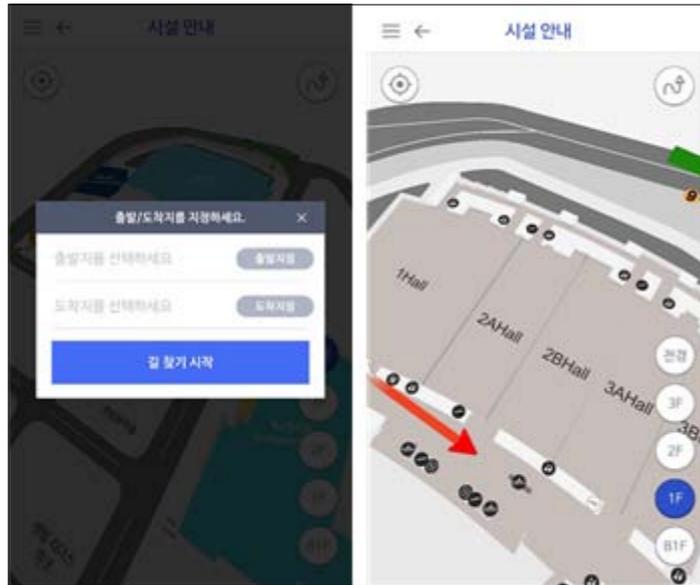
- 행사장 운영기관은 행사장의 설립과정, 역사, 운영 현황, 특징, 주요 개최행사 등과 같은 콘텐츠로 구성된 가상현실 비디오를 제작해 행사장 방문객 인상에 남을 만한 경험 마케팅을 선사할 수 있음.

④ 행사장 이동 동선안내 서비스 (tech+)

- 행사장 운영의 대표적인 테크놀로지는 무선인식 칩 RFID(Radio Frequency Identification), 비콘, 어플리케이션 등이 있음. 행사 주최자는 참가자 동선을 안내할 뿐만 아니라 수집된 참가자 이동경로에 대한 데이터 분석이 가능함.

[표 3-15] 비콘 기반 어플리케이션 제공 주요 컨벤션센터

분 류	사 이 트
코엑스마이스	www.coex.co.kr
스마트벙스코	www.bexco.co.kr



[그림 3-16] 스마트벙스코 - 비콘기반 어플리케이션

제 2 절 ... 행사 등록과 체크인

등록 및 체크인 단계는 참가자가 현장에서 처음으로 특정 행사에 대한 인상을 받게 되는 시점으로, 체계적이고 신속한 등록 및 체크인이 매우 중요함. 미팅테크놀로지를 활용하여 참가자의 행사 등록 과정을 효율적으로 돕는 한편, 주최자의 참가자 행사장 동선 컨트롤이 가능함.

1. 온라인 등록과 티켓팅	<ul style="list-style-type: none"> ① 참가자 온라인 등록 시스템 ② 행사 개최목적 달성을 위한 바이어 특징 파악 ③ 차기 행사 준비를 위한 참가자 정보 수집 ④ 티켓 할인 마케팅
2. 개인정보 보안	<ul style="list-style-type: none"> ① 사전 동의 및 참가 약관 수립 ② 참가자 데이터 보안 ③ 유럽연합 개인정보보호 규정(GDPR)의 시행
3. 예산관리	<ul style="list-style-type: none"> ① 행사 운영과 예산 관리 (tech+) ② 행사 운영 목표 설정
4. 현장등록과 체크인	<ul style="list-style-type: none"> ① 행사 현장 운영 테크놀로지 ② 참가자 입장과 동선 설정
5. 참가자 입장 컨트롤	<ul style="list-style-type: none"> ① 참가자 자동 컨트롤 시스템 (tech+) ② 참가자 관리와 NFC 시스템 (tech+) ③ 웨어러블 디바이스와 결제 서비스 (tech+)

1 온라인 등록과 티켓팅

① 참가자 온라인 등록 시스템

- 온라인 등록 시스템은 참가자가 행사 참가를 위해 가장 먼저 이용하는 서비스로 행사에 대한 첫인상을 심어주기 때문에 주최자는 참가자가 웹사이트나 모바일로 쉽고 빠르게 등록할 수 있는 단순한 형식의 질문지를 제작할 필요가 있음.
- 이전에 웹사이트를 방문한 참가자가 개인정보를 추가 입력할 필요 없이 과거 작성내역을 불러오는 자동화 시스템은 참가자 등록과정의 편의를 도움.
- 행사 기획자는 참가자 데이터를 온라인상에서 관리하고 행사 참가를 위한 지불, 할인, 세금 납부와 관련된 모든 금전적 거래가 가능함.
- 주최자는 이러한 온라인 등록 시스템이 오픈되기 전 문제점이 없는지 최종 점검 과정을 거쳐야 하며, 만약 문제가 생겼을 경우 빠르게 시스템 관리자에게 피드백을 줄 수 있도록 메시지 전송 기능을 갖춰야 함.

② 행사 개최목적 달성을 위한 바이어 특징 파악

- 무료로 개최되는 행사일지라도 효율적인 행사장 운영과 안전을 위해 몇 명의 참가자가 행사에 등록했는지 정확한 규모 파악이 필요함.
- 행사 주최자는 참가업체가 사전등록에 작성한 기본적인 정보를 바탕으로 비즈니스 매칭 프로그램 운영에 있어서 바이어 수요에 맞는 비즈니스 매치메이킹이 가능함.

[표 3-16] 바이어 특징 파악 요소

분 류	세부사항
회사 기본정보	회사명, 소재지, 담당자, 연락처
회사규모	연간수익, 종사자수, 설립연도, 수출규모 및 대상 국가
사업 분야	1순위, 2순위, 3순위
주요 제품 소개	제품 가격, 기능에 대한 상세 설명, 사진자료 등
바이어 관련 사항	관심 바이어 산업 분야 및 직종, 타깃 국가, 거래 예산, 비즈매칭 프로그램 참가 목적, 기타 기대사항 등

③ 차기 행사 준비를 위한 참가자 정보 수집

- 행사장에서 수집된 참가자 이메일 데이터를 통해 어떤 목적으로 행사에 참가하는지 그리고 어떤 그룹이 주를 이루는지 등과 같은 데이터 분석이 가능함.
- 주최자는 참가자의 데이터 분석을 바탕으로 차기 개최될 행사에 대한 현실적인 기획안수립이 가능함.

[표 3-17] 참가자 특징 파악 요소

분 류	세부사항
참가자 기본정보	회사명, 성명, 소속부서, 직책, 연락처
회사규모	연간수익, 종사자수, 설립연도
사업 분야	1순위, 2순위, 3순위
행사 관련 사항	행사 참가 목적, 행사 방문 기간, 행사 참여 프로그램, 행사 정보수집 경로, 행사 참가 성과, 행사 만족도 및 개선사항 등

④ 티켓 할인 마케팅

- 주최자는 티켓 마케팅을 위해 스텝, 스폰서, 연사, 참가업체에게 각기 다른 할인코드를 제공해 누가 가장 참가자 마케팅에 영향력이 있는지 파악하고, 이를 바탕으로 티켓 판매 전략을 세울 수 있음.
- 이외에 활용할 수 있는 티켓 할인 마케팅 전략은 VIP 서비스를 제공하는 프리미엄 티켓, 초기 티켓 구매자에게 할인된 가격으로 판매하는 얼리버드 티켓, 여러 장을 묶어서 판매하는 그룹 티켓 외에도 소셜커머스 티켓 판매 웹사이트 활용 등과 같은 다양한 방법이 있음.

[표 3-18] 주요 티켓 마케팅 활용 도구

분 류	사이트	비 고
네이버 QR코드 제작	qr.naver.com	
바코드 생성기	barcode.tec-it.com	
칸고루	www.cango.to	유료
온오프믹스	www.onoffmix.com	유료

2 개인정보 보안

① 사전 동의 및 참가 약관 수립

- 개인정보보호 및 노쇼와 같은 문제를 예방하기 위해 주최자는 참가자의 등록과 동시에 행사 참여 약관과 조항에 동의하는 과정을 수립해야 함.
- 하지만 조항 수립에도 불구하고 행사 특성상 노쇼 바이어가 행사 운영에 있어서 큰 차질을 끼친다면, 등록을 취소하는 바이어에게 일정 금액의 패널티를 부과할 필요가 있음.

② 참가자 데이터 보안

- 행사 주최자는 참가자 안전과 같은 물리적 보안 문제 외에도 스팸, 바이러스, 개인정보 유출 등과 같은 데이터 보안 문제에 대한 사전 예방이 필요함.
- 행사가 종료된 이후에도 주최자는 참가자가 등록한 온라인 결제 시스템에 개인정보가 삭제되었는지 재확인 과정을 거쳐 보안문제를 철저히 해야 함.

③ 유럽연합 개인정보보호 규정(GDPR)의 시행

- 개인정보 이동 문제 해결을 위해 유럽연합(EU)에서 설립한 개인정보보호 규정(General Data Protection Regulation, GDPR)이 2018년 5월 부로 시행되고 있음.
- GDPR에 따르면 행사 개최 지역에 상관없이 유럽국적의 참가자 데이터를 개인정보보호 통제국에 제출할 의무를 가지기 때문에 행사 주최자는 해당 규정 숙지가 필요함.

3 예산관리

① 행사 운영과 예산 관리 (tech+)

- 행사를 기획할 때 주로 사용되는 미팅테크놀로지 중 하나인 회계관리시스템은 예산안 작성부터 수입과 지출 관리까지 행사 운영에서 소요되는 모든 비용을 온라인상으로 확인 가능하도록 함.
- 행사 주최자는 과거에 예산을 다루었던 경험이나 회계에 대한 전문적인 지식이 없더라도 미팅테크놀로지 솔루션의 도움으로 손쉽게 행사 예산안을 기획해 관리할 수 있음.

② 행사 운영 목표 설정

- 행사 주최자는 티켓 판매를 통해 얼마 만큼의 수익을 달성하고 싶은지 목표를 먼저 세우고, 이에 따른 행사 마케팅 및 예산운영 전략을 설정해야 함.
- 효율적인 예산 운영을 위해 어떤 분야에 가장 많은 예산을 사용할 것인지, 실제로 어디에 많은 지출을 하였는지, 그리고 현재 남은 예산은 얼마인지 지속적으로 검토할 필요가 있음.

[표 3-19] 행사개최 전략 수립 5단계

단계	내용
1	행사 개최목적 설정
2	타겟 참가자·바이어·참가업체 선정
3	행사 개최 이점과 가치 평가
4	행사 마케팅 도구 선정
5	예상 지출과 수입에 따른 예산 산정

4 현장등록과 체크인

① 행사 현장 운영 테크놀로지

- 행사장 현장에서 참가자 등록을 위해 주로 사용되는 미팅테크놀로지는 비콘, QR 코드, 어플리케이션, 스캐너, 안면인식, NFC, RFID 등임. 이러한 미팅테크놀로지는 참가자의 행사장 체크인, 메시지 전송, 프로그램 일정표 확인, 행사 정보 검색 등을 간편하게 하는 효과가 있음.
- 하지만 어플리케이션의 경우 핸드폰 디바이스를 통해 추가적인 노력을 들여 다운받아야 하는 번거로움이 있음. 주최자는 사용방법을 설명해주는 안내요원을 행사장 입구에 별도로 배치해 참가자에게 어플리케이션 이용을 활성화시킬 수 있음.

② 참가자 입장과 동선 설정

- 주최자는 행사 등록 데스크를 운영하기 전 몇 명의 참가자가 방문할 것인지, 등록에 소요되는 시간과 인력 규모는 얼마나 되는지, 어떤 장비가 필요한지 등 현장에서 필요한 사항을 사전에 시뮬레이션하고 각 단계에 대한 체계적인 운영 계획을 수립해야 함.
- 이러한 시뮬레이션 과정을 통해 주최자는 참가자 입장 과정을 간소화하고 예기치 못한 비상상황이 빈번하게 발생할 여지가 있는 야외 행사를 안전하게 개최하기 위한 세부계획 수립이 가능함.



5 참가자 컨트롤 테크놀로지

① 참가자 자동 컨트롤 시스템 (tech+)

- 주최자는 실시간으로 몇 명의 참가자가 사전등록을 하였고 몇 개의 티켓이 판매되었는지 행사 개최 규모를 파악하여 유동적으로 행사장 현장 운영계획에 반영해 효과적인 참가자 관리가 가능함.
- 특히 참가자에 따라 자석배치가 시시때때로 변경되는 VIP 만찬과 같은 경우 참가자 소속 및 특징에 따라 자동으로 원형테이블 배석이 가능함.



[그림 3-17] 붐셋(boomset) - 참가자 관리 온라인 통합시스템

디렉토리

참가자 등록 시스템 제작과 운영

17. 시스포유
23. 아임스인터내셔널
28. 유비컴

② 참가자 관리와 NFC 시스템 (tech+)

- 동시에 여러 개의 프로그램이 진행되는 복잡한 행사일 경우 참가자 컨트롤을 위해 NFC 기능이 탑재된 배지 스캔만으로도 참가자 개인정보와 프로그램 등록 현황 파악이 가능함.
- 현금으로 결제하지 않고 스마트폰이나 NFC 리더기로 결제하는 온라인 결제 시스템은 참가자가 오랜 시간 줄서서 기다릴 필요가 없이 신속한 결제 서비스를 제공함.
- 행사 주최자는 NFC 시스템 도입에 예산문제가 있다면, 이는 모바일 어플리케이션으로 대체 가능함.

③ 웨어러블 디바이스와 결제 서비스 (tech+)

- 웨어러블 디바이스는 NFC 기능이 부착된 시계, 팔찌, 장갑, 목걸이, 안경 등과 같이 신체에 착용하여 사용하는 전자장치를 말하며, 스마트워치, 스마트 밴드, 가상현실 헤드셋이 가장 대중화되었음.
- 웨어러블 디바이스는 참가자의 신체적 활동이 많은 축제, 스포츠 행사 등과 같은 야외행사에서 입장배지, 어플리케이션, 결제 시스템 등을 대체해 행사 정보제공 및 참가자 컨트롤에 유용함.
- 모바일이나 웨어러블 디바이스를 활용해 결제하는 온라인 시스템은 가상의 데이터를 기반으로 하기 때문에 행사장에서 현금이나 신용카드가 분실되거나 도난당할 염려가 없음.
- 행사 주최자는 다양한 방법의 등록비 온라인 결제 시스템 중, 타깃 참가자가 어떤 방법을 선호하는지, 그리고 국제적 규모의 행사를 개최할 경우 국제법상에 어긋나지 않는 지 등의 여부를 파악해 미팅테크놀로지 사용을 결정해야 함.



[그림 3-18] 2018 평창 동계올림픽 - VISA카드 NFC 결제 장갑과 배지

제 3 절 ... 행사 관리 소프트웨어

행사 관리 소프트웨어는 행사 기획부터 운영 및 마케팅 활동까지 한번에 관리할 수 있는 올인원 솔루션(all-in-one solution)으로, 보다 효율적인 행사 기획과 운영에 도움을 주어 행사 주최자의 업무 부담이 경감될 수 있음.

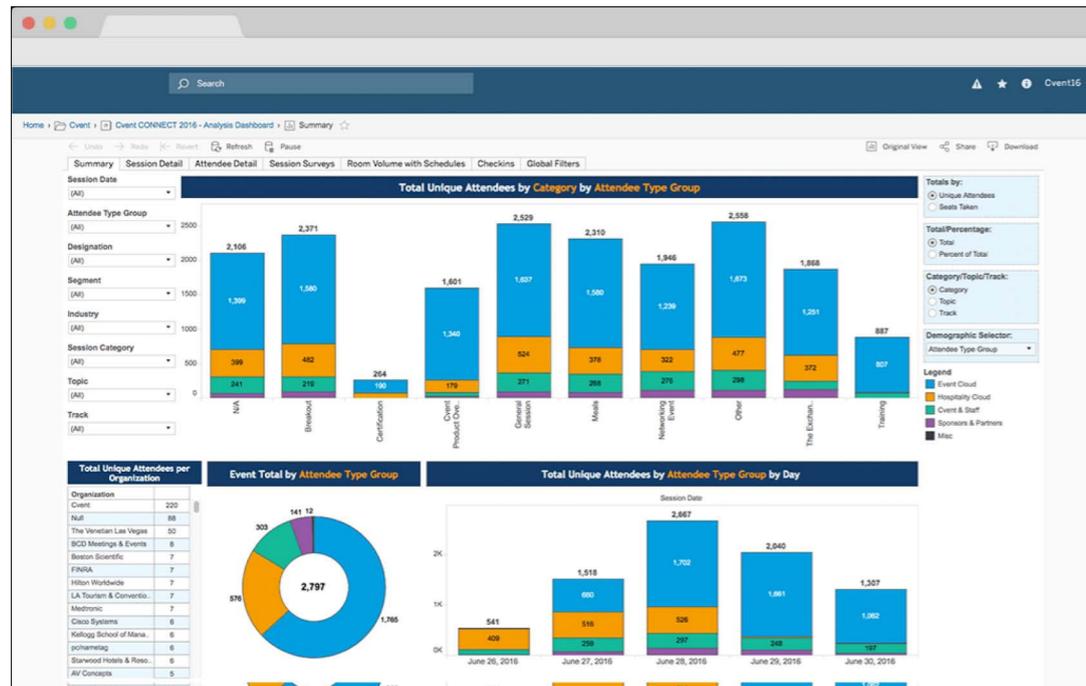
1. 행사 관리 소프트웨어 활용	<ul style="list-style-type: none"> ① 행사관리통합소프트웨어 (tech+) ② 행사관리통합소프트웨어의 활용 ③ 자료 공유 및 네트워킹 (tech+)
2. 현장 커뮤니케이션 도구	<ul style="list-style-type: none"> ① 무전기를 활용한 신속한 현장 네트워킹 (tech+) ② 실시간 네트워킹 플랫폼 (tech+) ③ 회의내용 기록 및 저장 (tech+)
3. 현장 운영과 참가자 트래킹	<ul style="list-style-type: none"> ① 참가자 동선 분석 (tech+) ② 참가자 행사 참가현황 분석 (tech+) ③ 빅데이터를 활용한 관광객 현황 분석 (tech+) ④ 실시간 행사 정보 제공 (tech+)
4. 행사 마무리와 만족도 조사	<ul style="list-style-type: none"> ① 행사 개최 마무리 ② 참가자 만족도 조사 ③ 비즈니스 매칭 데이터 분석 ④ 행사개최를 통한 경제적 파급효과 분석 (tech+)



1 행사 관리 소프트웨어 활용

① 행사관리통합소프트웨어 (tech+)

- 과거 주최자는 행사 개최를 위해 각기 다른 업체로부터 제공받은 테크놀로지를 여러 개의 플랫폼을 이동하며 사용해야 했음. 이와 달리 행사 관리 소프트웨어(Event Management Software)는 기획부터 운영까지 모든 단계에서 하나의 솔루션으로 해결할 수 있는 통합 플랫폼 서비스임.
- 행사 관리 소프트웨어의 장점은 인터넷만 연결되어 있다면 컴퓨터나 핸드폰으로 언제 어디서나 접속하여 정보 수정이 가능하고, 데이터가 자동으로 저장되기 때문에 고객관리 및 행사 개최결과 분석이 용이하다는 점임.
- 행사 관리 소프트웨어를 활용하면 각 팀원의 업무와 역할을 실시간으로 배분하고 진행 현황을 파악할 수 있기 때문에 회의를 정기적으로 개최하지 않고도 예기치 못한 상황에 따라 시시때때로 변경되는 행사 진행상황을 손쉽게 파악 가능함.



[그림 3-19] 시벤트(Cvent)- 행사 관리 소프트웨어

- 주최자는 팀원이 어떤 업무에 가장 많은 시간을 투자했는지 분석해 행사 운영의 문제점을 파악하기 때문에, 이러한 데이터를 바탕으로 차기 개최될 행사의 전략적인 기획과 운영 방안을 수립해 보다 효율적인 업무 처리가 가능하도록 함.
- 반면 행사 관리 소프트웨어는 여러 개의 디지털 디바이스에 데이터가 분산되어 공유되기 때문에 개인정보 보안 문제에 대해 철저히 주의해야 할 필요가 있음.

② 행사관리통합소프트웨어의 활용

- 행사관리통합소프트웨어는 주최자가 바이어와 VIP 참가자에게 행사 참가 안내를 위해 항공 일정표, 숙박일정, 여권 및 비자 정보와 같이 복잡한 데이터를 일일이 관리하지 않도록 메뉴얼 업무를 신속하게 처리함.
- 예를 들어 교육 행사와 같은 경우, 세부적인 프로그램 구성, 행사장 위치, 콘텐츠 공유, 강연 내용 기록 및 평가를 한 번에 처리할 수 있음. 전시회의 경우 참가업체는 부스를 온라인으로 신청하고 등록 비용 결제가 가능함.

[표 3-20] 행사 관리 소프트웨어 주요 기능

<ul style="list-style-type: none"> • 웹사이트 제작 및 관리 • 행사 어플리케이션 제작 • 프로그램 일정표 제작 • 행사 예산기획 및 운영 • 참가자 등록 및 관리 • 연사 및 바이어 관리 	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 결제 시스템 구축 • 행사장 디자인 • 참가업체 부스 배치 • 수출상담회 비즈매칭 • 이메일 뉴스레터 발송 • 전시회 개최결과 데이터 분석
---	--

디렉토리

행사운영시스템 개발

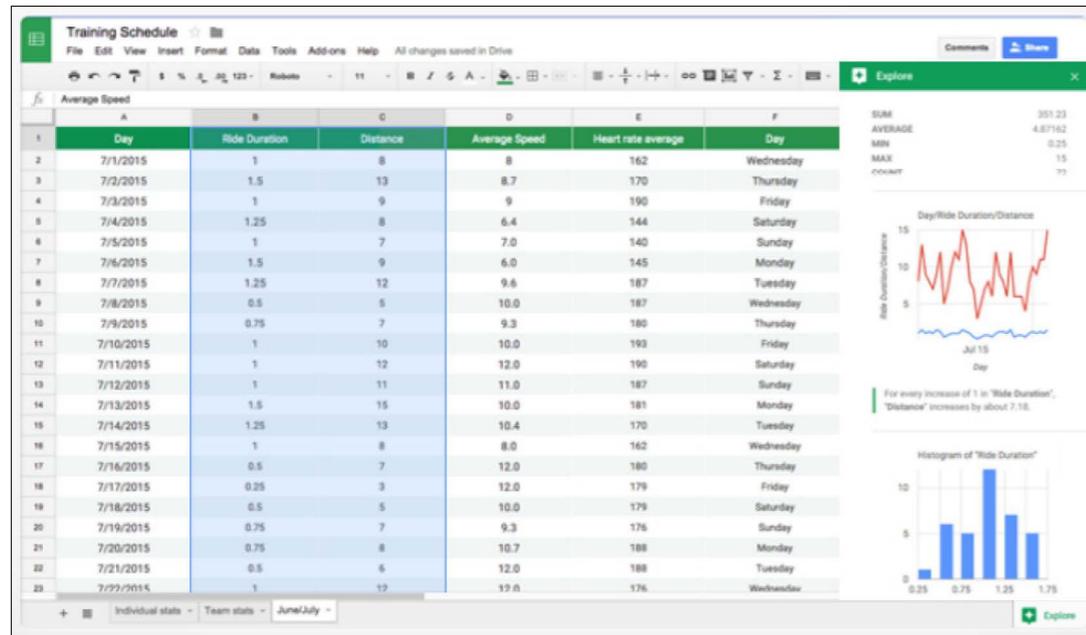
4. 다음소프트
9. 마이스허브
18. 씨에스
21. 아이크래프트
30. 이렌컴더마이스
31. 이벤터스
32. 이벤트뱅크
37. 킨터치
39. 티에스엠

③ 자료 공유 및 네트워킹 (tech+)

- 대용량의 파일을 전송할 때에는 로그인 없이도 손쉽게 다운로드할 수 있는 클라우드 서비스, 웹하드, FTP(File Transfer Protocol)를 활용할 것을 추천함. 이러한 서비스는 대용량 파일 전송이 가능하고 데이터 보안과 신속한 업무 처리를 도움.
- 구글 독스(Google Docs)는 대표적으로 활용되는 온라인 자료공유 플랫폼으로 실시간으로 문서를 편집하고 업데이트할 수 있기 때문에 여러 명의 팀원이 한꺼번에 접속해 피드백을 주고받을 수 있어 업무 효율성을 높여줌.

[표 3-21] 자료 공유 서비스 제공 주요 온라인 플랫폼

분 류	사 이 트	비 고
KT 클라우드 비즈	ucloudbiz.kt.com	유료
LG U+ 웹하드	www.webhard.co.kr	유료
구글독스(Google Docs)	www.google.com/docs/about	



[그림 3-20] 구글독스 - 스프레드시트 샘플

2 현장 커뮤니케이션 도구

① 무전기를 활용한 신속한 현장 네트워킹 (tech+)

- 행사 현장에서 가장 빠르고 손쉽게 소통하기 위해 오늘날 일반적으로 사용되는 도구는 무전기임. 무전기는 행사장 내에서 팀원 간의 의사소통 도구로 주로 사용될 뿐만 아니라, 응급상황이 발생했을 때 신속하게 대처할 수 있도록 도움.
- 때문에 주최자는 행사 개최 전 팀원과 자원봉사자에게 무전기를 배포하고 사용 방법을 교육할 필요가 있음. 만약 무전기를 사용할 만큼 행사 규모가 크지 않거나 예산이 부족하다면, 무전기 기능을 지원하는 스마트폰 어플리케이션으로 대체 가능함.

[표 3-22] 무전기 서비스 제공 주요 어플리케이션

분 류	세 부 기 능
오키도키(okidoki)	무전기, 워키토키, PTT, 아웃도어, 모임, 밴드
보비(Bobi)	무전기 영상통화 화상회의
스마트폰 무전기	무선 보조장치(B-Talk)

② 실시간 네트워킹 플랫폼 (tech+)

- 이메일로 대량의 자료를 전송하고 업무를 지시하기보다는 핸드폰 디바이스를 활용해 손쉽게 메시지를 보내고, 팀원 전체가 네트워킹 할 수 있는 카카오톡, 페이스북, 위챗 등과 같은 메신저를 사용할 것을 추천함.
- 온라인 메신저는 장소에 관계없이 실시간으로 소통이 가능하며, 국제행사를 개최하는 주최자일 경우 뛰어난 음질 서비스를 갖춘 인터넷 비디오 콜(video call) 기능을 활용해 전화요금에 구애받지 않고 해외 연사 혹은 바이어와 통화할 수 있는 장점이 있음.

③ 회의내용 기록 및 저장 (tech+)

- 행사 기획 과정에서 수많은 회의 과정을 거치게 되는데, 이 때 회의 내용을 직접 손으로 기록하거나 타이핑하는 것은 팀원의 업무 피로도를 높이는 요소 중 하나임.

- 주최자는 회의 내용을 녹음하고 기록해 컴퓨터로도 손쉽게 수정 가능한 노트테이킹 어플리케이션을 적극 활용하면 매뉴얼적인 업무에 소요되는 시간을 줄일 수 있음.

[표 3-23] 노트필기 서비스 제공 주요 어플리케이션

분류	세부 기능
MetaMoji Note Lite	메모 노트, PDF, 디지털 스크랩 북, 클라우드
Microsoft One Note	전자 필기장, 아이디어 캡처, 클라우드
국민 메모장 숨노트	메모 작성, 사진 첨부, 클라우드

3 현장 운영과 참가자 트래킹

① 참가자 동선 분석 (tech+)

- 전시회 부스 바닥에 설치하는 일반적인 매트가 아닌 스마트 매트(Smart Mat)는 적은 양의 에너지를 사용함에도 불구하고 전시장에서 참가업체의 부스 위치 파악, 참가자의 시간당 통행량 분석, 스폰서의 로고나 배너의 노출빈도 등 다양한 데이터 수집이 가능함.
- 이와 유사한 미팅테크놀로지로는 적외선 열지도 카메라, 드론, 360° 카메라 등이 있으며, 행사 주최자는 이처럼 데이터 수집이 가능한 미팅테크놀로지를 활용해 참가자 행동과 동선 분석이 가능함.
- 특히 실시간으로 행사장 진행 현황을 파악하는 미팅 테크놀로지는 예기치 못한 발생했을 때 즉각적으로 처리할 수 있다는 장점이 있음.

② 참가자 행사 참가현황 분석 (tech+)

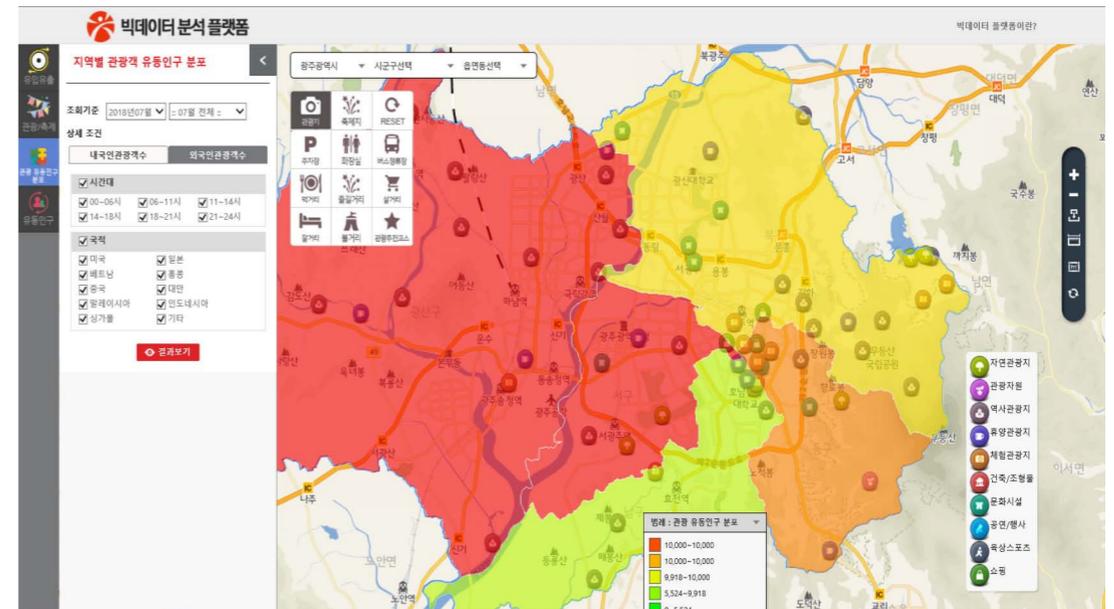
- 행사장에서 참가자의 위치를 추적하는 지오로케이션(Geo-location), RFID, 비콘(Beacon) 등과 같은 기술은 특정 참가자에 대한 데이터 수집 및 분석이 가능함.
- 예를 들어 타깃 참가자가 주로 어떤 컨퍼런스 프로그램에 참가하는지, 어느 참가업체의 부스에 관심을 보였는지, 얼마나 행사장에 머물렀는지 등과 같은 데이터를 수집해 주최자의 행사 개선을 위한 2차 자료로 활용할 수 있음.

③ 빅데이터를 활용한 관광객 현황 분석 (tech+)

- 빅데이터(Big Data)는 디지털 환경에서 생성되는 데이터로 규모가 방대하고 생성 주기가 짧으며, 수치 데이터뿐만 아니라 문자와 영상 데이터를 포함하는 대규모 데이터를 말함.
- 관광 빅데이터의 객관적이고 신뢰성 있는 생산이 가능해지면서 과거 데이터의 축적과 함께 미래에 대한 예측이 가능한 데이터로 활용될 수 있음. 대표적으로 관광객의 관광시설 이용성향, 소비성향, 이동 동선 등과 같은 데이터 분석이 가능함.

[표 3-24] 빅데이터 관광객 분석 서비스 제공 사례

분류	링크
광주광역시 빅데이터 분석 플랫폼	bigdata.gwangju.go.kr
빅데이터 맛집 검색 다이닝코드(Dinning Code)	www.dinningcode.com



[그림 3-21] 광주광역시 빅데이터 분석 플랫폼 - 지역별 관광객 유동인구 분포

④ 실시간 행사 정보 제공 (tech+)

- 주최자는 행사장 현장에서 참가자의 편의를 위해 행사 일정, 부스 도면, 실시간 날씨, 교통, 시설 등과 같은 다양한 정보를 실시간으로 제공할 수 있음.
- 실시간으로 행사 정보를 제공할 수 있는 방법은 컨시어지, 어플리케이션, 웹사이트 등과 같은 디지털 디바이스를 활용하는 것이며, 이러한 기능을 활용해 인쇄에 소요되는 비용 절감이 가능함.

디렉토리	행사 어플리케이션 제작
	1. 가이드북 24. 엑싱크 35. 징검다리커뮤니케이션 40. 티에스엠아이



[그림 3-22] 시벤트(Cvent) - 행사 정보제공 어플리케이션

4 행사 마무리와 만족도 조사

① 행사 개최 마무리

- 주최자는 행사가 종료된 이후에도 온라인 웹사이트나 어플리케이션 플랫폼을 통해 행사 산업과 관련된 교육 콘텐츠나 전문 자료를 주기적으로 업데이트하여 지식 확산과 네트워킹을 도움.
- 몇몇 참가자는 행사가 종료된 이후에도 추가적으로 행사 참가 증명서, 연사 발표 자료, 결과보고서, 사진자료 등을 요청하는 경우가 있기 때문에 주최자의 지속적인 고객관리와 대응이 필요함.

② 참가자 만족도 조사

- 주최자는 행사개최 전 타깃 참가자를 대상으로 어떤 행사 콘텐츠, 컨퍼런스 프로그램, 연사, 개최지, 부대행사 등을 선호하는지 사전조사를 통해 보다 성공적인 행사 기획안 작성이 가능함.
- 행사가 종료된 이후에도 소셜미디어, 이메일, 웹사이트 등과 같은 온라인 채널을 통해 참가자 설문조사, 인터뷰를 진행하고 행사에 대한 피드백을 얻을 수 있음.
- 이러한 사후 설문조사를 바탕으로 주최자는 참가자 만족도와 행사 참가 목적 달성을 돕기 위한 새로운 아이디어 및 개선방안 모색이 가능함.
- 사전·후 설문조사 진행을 위해 유·무료로 제공되는 설문조사 프로그램으로 설문조사지 제작, 이메일과 문자메시지 발송, 경품이벤트 추천, 조사결과 분석 등이 가능함.

[표 3-25] 온라인 설문조사 및 분석 제공 주요 서비스

분류	사이트	비고
서베이몽키(SurveyMonkey)	ko.surveymonkey.com	유료
나우앤서베이(Nownsurvey)	www.nownsurvey.com	유료
두잇서베이(doitsurvey)	dooit.co.kr	유료
구글 설문지(Google Survey)	www.google.com/intl/ko_kr/forms/about	

③ 비즈니스 매칭 데이터 분석

- 수출상담회에 참가한 참가업체들의 비즈니스 매치메이킹 성과 금액이 동일하다고 할지라도 어떤 바이어와 계약을 성사시켰는지, 몇 개의 제품을 판매했는지 등과 같은 구체적인 사항에 따라서 계약 성공여부가 달라짐.
- 행사 주최자는 단순히 계약 총금액을 기준으로 비즈니스 매치메이킹 성과를 측정하기 보다는 참가업체 구체적 계약 성과를 바탕으로 데이터를 분석할 필요가 있음.

④ 행사개최를 통한 경제적 파급효과 분석 (tech+)

- 행사 개최를 통한 지역사회 경제적 파급효과는 국내외 참가인원, 행사 기간, 개최비용 등 수집된 데이터를 기반으로 분석 가능함.

[표 3-26] 경제적 파급효과 분석 제공 수요 서비스

분류	사이트
K-MICE	k-mice.visitkorea.or.kr/ecoEffect.kto



경제적 파급효과 필수인력항목

행사명	<input type="text"/>		
행사개최 지역	전국		
행사 유형	Meeting	행사 유형 2	정부회의
행사시작일(예정)	<input type="text"/>	행사종료일(예정)	<input type="text"/>
행사주최기관	<input type="text"/>	행사 홈페이지 URL	<input type="text"/>
개최시설 유형	보기	전문기원사/대행사/사용(예정) 여부 (PCO, PEO) 등	사용안함
예상 참가국수(한국포함)	<input type="text"/>	행사개최 시설명	<input type="text"/>
예상 참가인원(국내)	<input type="text"/>	행사 총 개최비용(각종 지원 포함) - 행사 총 개최비용을 모르시면 0을 입력해주세요.	<input type="text"/>
예상 참가인원(국외)	<input type="text"/>		
총 참가인원 (국내+국외 자동계산)	<input type="text"/>		

계산하기 초기화하기

■ 계산결과 (단위: 원)

경제적 파급효과	생산유발효과	소득유발효과	수입유발효과	부가가치유발효과	간접세유발효과	취업유발효과(명)	고용유발효과(명)
주최기관 개최비용효과	직접효과						
	간접효과						
	총효과						
내국인 지출효과	직접효과						
	간접효과						
	총효과						
외국인 지출효과	직접효과						
	간접효과						
	총효과						
행사개최 총효과	직접효과						
	간접효과						
	총효과						

[그림 3-23] K-MICE - 경제적 파급효과 분석 시스템

제 4 절 ... 모바일 어플리케이션, 인공지능, 컨시어지

모바일 어플리케이션은 스마트폰의 대중화와 함께 2000년도 중반에 등장하여 현재 대부분의 행사에서 활용되고 있으며, 단순한 정보전달 기능을 넘어 실시간 비즈니스 네트워킹의 도구로 떠오르고 있음. 모바일 어플리케이션 테크놀로지는 행사 부가가치를 창출할 뿐 아니라 행사 개최결과와 대량의 참가자 데이터 수집이 가능하다는 점에서 활용가치가 큼.

1. 모바일 어플리케이션 개발과 활용	<ul style="list-style-type: none"> ① 어플리케이션 개발과 준비 ② 어플리케이션 개발 고려사항 ③ 어플리케이션과 행사 마케팅 ④ 어플리케이션을 통한 후원사 광고 ⑤ 행사에 대한 사전 정보 제공
2. 모바일 어플리케이션 기능 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ① 음성 및 정보검색 기능 (tech+) ② 알림 메시지 전송기능 (tech+) ③ 위치 기반의 비콘 테크놀로지 (tech+) ④ 게이미피케이션을 통한 행사 참여 유도 (tech+) ⑤ 사진 촬영과 공유기능 (tech+) ⑥ 문자메시지와 챗봇 (tech+)
3. 인공지능 테크놀로지 전망	<ul style="list-style-type: none"> ① 인공지능과 비즈니스 매치메이킹 ② 인공지능을 활용한 최대 성과 창출 ③ 인공지능 통역 서비스



1 모바일 어플리케이션 개발과 활용

① 어플리케이션 개발과 준비

- 어플리케이션 개발 및 운영을 위해선 타깃 고객의 요구사항에 대한 조사 및 분석을 통한 시장조사가 선행되어야 함. 이를 바탕으로 행사 주최자는 어플리케이션의 콘텐츠 제작과 차별화된 브랜드 전략을 세울 수 있음.
- 어플리케이션 개발에 있어 행사 주최자가 가장 주의할 점은 어플리케이션 제작 및 구축이 완료된 것(2단계)이 최종적인 완성을 의미하지 않다는 것임.
- 타깃 고객에게 행사에 대한 신뢰도와 전문성을 전달하기 위해선 주기적으로 어플리케이션의 콘텐츠 업데이트, 이용률 분석, 시스템 유지보수, 차별화를 위한 리뉴얼 전략이 수반되어야 함.

[표 3-27] 어플리케이션 개발 및 운영단계

1단계 전략수립	
<ul style="list-style-type: none"> • 타깃 고객 요구사항 조사 및 분석 • 개발 계획 수립 • 커뮤니케이션 전략 	<ul style="list-style-type: none"> • 시스템 전략 • 브랜드 차별화 전략 • 마케팅 전략
2단계 구축	
<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램 제작 • 콘텐츠 제작 • 요건 정의 	<ul style="list-style-type: none"> • 시스템 설계 • 디자인, 코딩 • 품질관리
3단계 운영	
<ul style="list-style-type: none"> • 가이드라인 수립 • 업무 설계 및 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 주기적 업데이트 • 시스템 유지보수
4단계 품질관리	
<ul style="list-style-type: none"> • 품질 분석 • 로그 분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 리뉴얼 전략 • 업무 및 일정 수립

② 어플리케이션 개발 고려사항

- 기업 입장에서 어플리케이션은 고객을 위한 서비스 상품과도 같음. 때문에 행사 주최자는 단순히 정보를 제공하기보다 어떻게 차별화된 어플리케이션을 개발할 것인지 전략수립을 통하여 상품 이용률을 높일 수 있음.
- 가장 실용적인 어플리케이션은 뛰어난 최신 기술을 사용하기보다 언제 어디에서나 편리하게 사용할 수 있도록 이용자 입장에서 개발되어야 함.
- 행사 주최자는 제작된 어플리케이션을 최초로 공개하기 전 타깃 참가자를 대상으로 시물레이션 테스트를 진행해 개선사항에 대한 피드백을 반영해 완성도를 높일 수 있음.

[표 3-28] 어플리케이션 개발 고려사항

단순화 (Simplicity)	어플리케이션은 이용자 편의를 도와주는 도구이기 때문에 기능을 단순화하여 사용이 편리하도록 제작해야 함
스피드 (Good Performance)	너무 많은 콘텐츠를 한 번에 어플리케이션에 담으려하면 속도가 느려지기 때문에 사용자가 불편함을 느끼기 쉬움
보안 (Security)	보안문제는 이용자의 개인적인 데이터 유출을 막기 위해 우선적으로 고려되어야 하며 온라인 결제시스템을 추가로 구축할 경우 보안에 대한 이슈가 더욱 중요해짐
오프라인 모드 (Offline Mode)	네트워크문제로 인터넷에 연결할 수 없을 경우 오프라인에서도 어플리케이션을 이용할 수 있는 시스템을 사전에 구축하여 예기치 못한 상황에 대비할 수 있도록 해야 함
연동 (Integration)	어플리케이션과 소셜미디어 플랫폼을 연동하는 것은 보다 광범위한 이용자와 네트워킹이 가능함
개인화 (Personalization)	이용자 기호에 맞게 어플리케이션 메뉴를 직접 조정하거나 흥미있는 콘텐츠를 저장하는 기능은 참가자의 어플리케이션 이용에 대한 친밀도를 높여줌
공유 (Sharing)	어플리케이션에 저장된 콘텐츠는 소셜미디어, 이메일, 문자메시지 등과 같은 외부 플랫폼에 공유할 수 있도록 하여 어플리케이션 활용도와 행사 마케팅효과를 높일 수 있음
차별화 (Branding)	어플리케이션의 색상, 이미지, 스타일을 행사 특징에 맞게 차별화하는 것은 타깃 고객이 행사 브랜드 이미지 가질 수 있도록 해야 함

③ 어플리케이션과 행사 마케팅

- 어플리케이션은 행사 마케팅을 위한 또 다른 수단 중 하나이기 때문에 상품(Product), 가격(Price), 촉진(Promotion), 유통(Place)으로 구성된 4P 전략을 기반으로 어플리케이션 마케팅 전략을 세워야 함.
- 어플리케이션 이용 활성화(Promotion)를 위해 행사 주최자는 어플리케이션 다운로드 QR 코드를 인쇄해 행사장과 온라인 웹사이트에 게재하거나 고객 경품추첨 캠페인과 같은 마케팅 활동을 진행할 수 있음.

④ 어플리케이션을 통한 후원사 광고

- 주최자는 제작된 어플리케이션에 후원사의 배너 및 로고를 삽입하거나 공식 웹사이트 사이트를 연동시켜 참가자를 대상으로 후원사 노출 빈도를 높일 수 있으며, 이는 행사 주최자의 광고수익 기반이 됨.

⑤ 행사에 대한 사전 정보 제공

- 참가자 혹은 바이어가 행사장을 방문하기 전 어플리케이션을 통해 전시회나 컨퍼런스에 대한 사전 정보를 제공하는 것은 비즈니스 목표를 미리 세울 수 있도록 돕기 때문에 참가자의 행사 참가 성과를 높여줌.



2 모바일 어플리케이션 기능 및 특징

① 음성 및 정보검색 기능 (tech+)

- 어플리케이션상에서 문자 대신 음성으로 검색하는 기능은 ‘다음 컨퍼런스 세션은?’, ‘전시장 셔틀버스 시간은?’, ‘행사 종료시간은?’ 등과 같은 정보를 참가자가 행사장 현장에서 길을 걸으면서도 쉽게 얻도록 하는 장점이 있음.

② 알림 메시지 전송기능 (tech+)

- 행사 프로그램 시작 시간, 응급상황, 설문조사 참여, 바이어 미팅 일정 등과 같은 정보를 어플리케이션 알림 메시지로 전송하는 것은 참가자의 행사 참여율을 높임.
- 하지만 과도하게 어플리케이션 메시지를 전송하면 참가자가 스팸으로 간주해 알림기능을 차단할 수 있기 때문에, 메시지 전달 효과를 높이기 위해서는 참가자가 입력한 개인정보를 바탕으로 필요한 정보만을 제공할 필요가 있음.

③ 위치 기반의 비콘 테크놀로지 (tech+)

- 블루투스 기반의 근거리 무선통신 장치인 비콘은 어플리케이션과 연계하여 행사장에서 참가자 위치 파악이 가능하도록 함. 따라서 행사 주최자는 참가자 위치를 기반으로 행사 자동등록, 스마트 네트워킹, 부스위치, 행사장 시설안내, 식음료 가이드 등과 같은 방법에 비콘 테크놀로지를 창의적으로 활용할 수 있음.
- 행사 주최자는 비콘 테크놀로지를 활용해 참가자가 행사장에 머문 시간이나 동선을 파악할 수 있어 행사 개선을 위한 2차 정보 획득이 가능함.

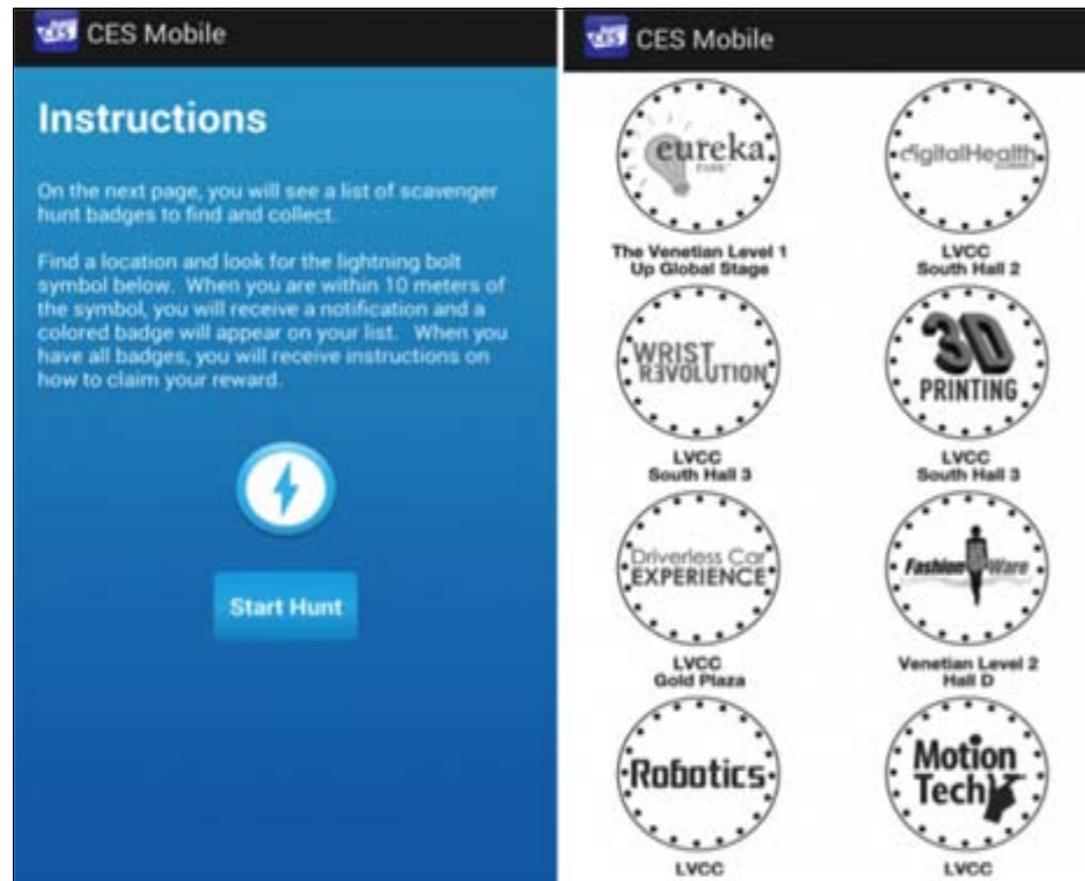
디렉토리	비콘 서비스 운영
	14. 블루투스 15. 비코닉스

[표 3-29] 비콘의 주요 기능과 활용 예시

유형	내용	활용 예시
이벤트 자동등록	참가자가 직접 기계에 어플리케이션 속 QR코드를 찍거나 어플리케이션을 통해 직접 등록하고 체크인을 완료	SXSW 2014: 오스틴컨벤션센터 내에 비콘을 설치하여 참가자가 행사장에 도착한 것이 감지되면 등록코드를 발송
스마트 네트워킹	네트워킹을 촉진하기 위해 모바일로 네트워킹 대상들에 대한 정보를 사전에 습득 가능하며, 특히 주변에 위치한 사람들에 대한 정보를 제공	2014 칸느 라이온필름 영화제: 내 주변에 위치한 사람들의 사진과 소개를 띄움
히트맵	비콘을 장착한 참가자들이 어디에 많이 위치해있는지 실시간으로 파악하여 이에 따른 홍보 및 광고를 진행하거나 통로가 붐비는 것을 완화	전시이벤트마케터협회(E2MA)의 레드다이아몬드 총회: 실시간 히트맵을 제공하고 위치에 기반한 푸쉬 알림을 발송함
네비게이션	비콘을 활용한 플로어맵은 현재 위치와 목표 위치를 동시에 제시하여 효과적으로 길을 안내하고, 이용자 근처에 위치한 부스들은 광고 알림을 발송 가능	본나루: 의료용 텐트의 위치와 길안내를 제시하도록 함. 25% 이상의 사용자가 활용하는 주요 기능으로 나타남
게이미피케이션	위치에 기반한 게임을 제공하거나 설문조사를 진행하여 효과적인 마케팅 수단으로써 활용 가능	CES 2014: 보물찾기 게임을 통해 참가자들을 전시장 내 주요 장소들을 방문하도록 함
식음료 가이드	식음료 서비스가 제공되는 곳의 위치를 나타낼뿐 아니라, 음식물에 대한 식품영양학적 정보, 다양한 선택지 등을 제시하고 선택 가능	코첼라 페스티벌: 개수대가 위치한 곳을 보여주고 안내함
리드 교환	참가자가 어느 시간 이상을 특정 부스에서 보낸 경우, 해당 업체와 팔로업을 원하는지 자동으로 안내를 발송	테이베카 영화제: 참가자들에게 푸쉬 알림을 발송하여 상영 영화에 대한 피드백을 입력할 수 있도록 안내함

④ 게이미피케이션을 통한 행사 참여 유도 (tech+)

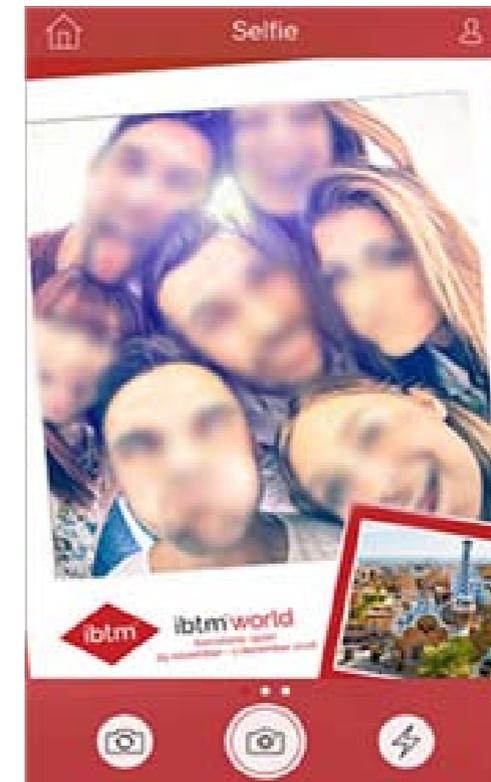
- 게임을 위한 목적으로 제작되지 않은 서비스에 게임적 요소를 넣는 기능을 의미하는 ‘게이미피케이션(Gamification)’은 참가자의 적극적인 행사 참여를 유도함.
- 주최자는 행사 참여 활성화를 위해 어플리케이션에 단순한 게임을 추가할 수 있음. 예를 들어 증강현실 보물찾기 게임과 같은 경우 참가자가 보물을 찾기 위해 행사장 곳곳을 이동해야 하기 때문에 사각지대로 자연스러운 동선 유도가 가능함.
- 게이미피케이션 외에도 활발한 행사 참여를 유도하기 위해 참가자가 세션 참가, 설문지 응답, 소셜미디어 활동, 사진 공유, 메시지나 연락처 전송 등과 같은 네트워킹 활동을 할 때마다 어플리케이션을 통해 가점을 제공해 가장 많은 점수를 얻은 참가자에게 경품을 증정하는 방법을 활용할 수 있음.



[그림 3-24] 비콘을 활용한 CES 부스 체크인 게이미피케이션

⑤ 사진 촬영과 공유기능 (tech+)

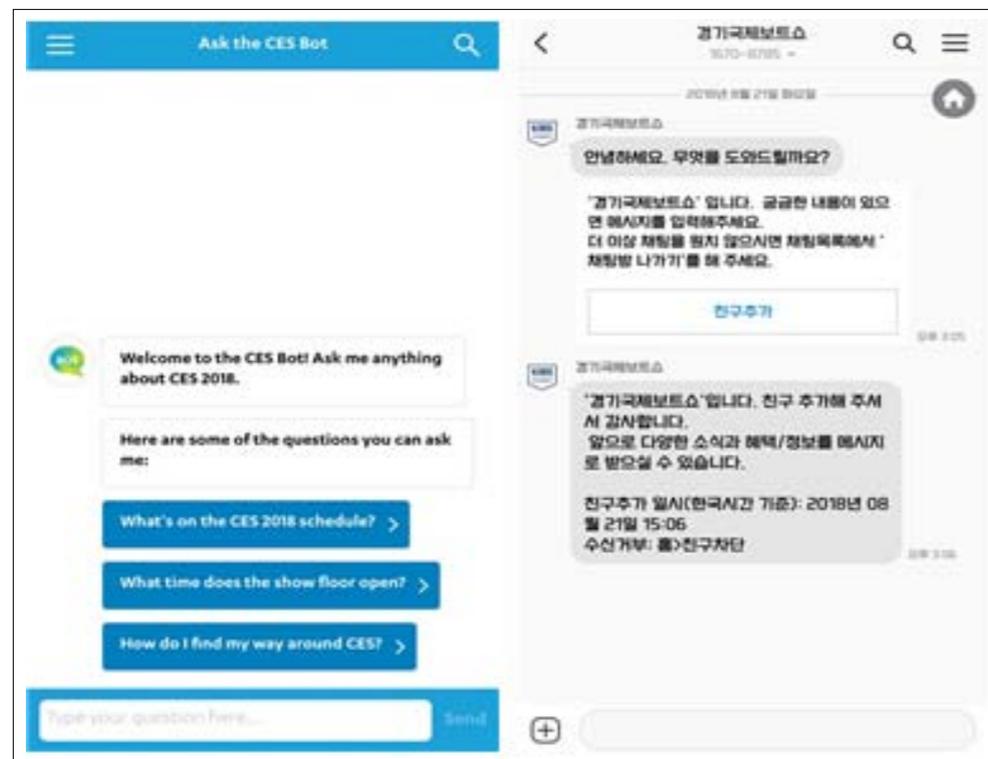
- 행사 어플리케이션 내부에 구축된 사진 촬영 기능은 행사 로고, 엠블럼, 캐릭터, 이모티콘, 해시태그, 장소 및 날짜, 액자 등을 스스로 추가할 수 있도록 하여 참가자의 흥미를 유도할 수 있음.
- 어플리케이션을 통해 제작된 행사 사진을 소셜미디어, 이메일, 메시지 등 외부 온라인 플랫폼으로 공유하도록 하여, 이를 마케팅 콘텐츠로도 사용 가능함.



[그림 3-25] IBTM World 어플리케이션 셀프촬영

⑥ 문자메시지와 챗봇 (tech+)

- 챗봇(chatter bot)은 채팅창에 질문을 입력하면 인공지능(Artificial Intelligence, AI)이 빅데이터 분석을 바탕으로 일상언어로 사람과 대화를 하며 해답을 주는 대화형 메시지를 의미하며, 이를 통해 신속한 고객 응답 서비스 제공이 가능함.
- 참가자는 행사 어플리케이션에 구축된 챗봇 기능을 통해 단순한 메시지 전송만으로도 원하는 정보에 대한 해답을 신속하게 얻을 수 있음.
- 주최자는 챗봇에서 빈번하게 등장하는 참가자의 질문사항을 바탕으로 행사 개선을 위한 2차 자료로 활용할 수 있을 뿐만 아니라 고객관리 인력에 대한 인건비 절감이 가능함.
- 문자메시지는 행사 주최자를 포함하여 다양한 기업에서 오랫동안 사용해온 대표적인 고객 마케팅 수단임. 과거엔 단순히 문자메시지를 전송해 일방적으로 정보를 제공하는 정도에 그쳤지만 챗봇은 참가자의 질문사항에 실시간으로 응답해 행사 주최자의 추가 업무를 덜어줌.



[그림 3-26] CES 어플리케이션 - 챗봇 서비스
경기국제보트쇼 - 카카오톡 메시지 응답 서비스

3 인공지능 테크놀로지 전망

① 인공지능과 비즈니스 매치메이킹

- 알파고를 통해 잘 알려진 인공지능(AI)은 방대한 데이터를 수집하고 동시에 기계학습을 통한 분석이 가능하기 때문에 컴퓨터가 인간의 지능적인 행동을 모방할 수 있는 테크놀로지를 말함.
- 수출상담회에서 인공지능이 활용된다면 수집된 참가업체와 바이어 데이터에 대한 정교한 분석을 기반으로 효과적인 비즈니스 매치메이킹이 가능할 것으로 기대됨.

② 인공지능을 활용한 최대 성과 창출

- 전시회 참가자는 배지에 인쇄된 정보만으로 바이어를 구분했던 과거 참가 방법과 달리 인공지능 테크놀로지를 활용해 바이어의 전시장 부스 방문과 동시에 행사 참가 목적, 관심 품목, 계약 예상 금액 등 구체적인 정보 파악이 가능함.
- 행사에서 인공지능 테크놀로지를 활용하는 것은 단순히 바이어 정보를 제공하는 것 이상으로 참가업체가 최대의 성과를 창출할 수 있도록 도울 것임.

③ 인공지능 통역 서비스

- 인공지능 테크놀로지가 대중들에게 점차 노출됨에 따라서 자동번역의 시대가 다가올 것이라는 예견과 함께 제2의 언어 학습에 대한 중요성이 줄어들고 있음.
- 미래에는 인공지능 서비스가 통역 서비스를 대체할 것으로 전망되며, 이는 행사 참가자의 더욱 원활한 비즈니스 네트워킹을 도울 것으로 기대됨.

제 5 절 ... 행사 마케팅과 소셜미디어

행사의 성공적인 개최를 위해 마케팅 활동은 필수적이며, 여기에는 행사와 참가자 등에 대한 풍부한 데이터와 이를 분석하는 과정이 필요함. 미팅테크놀로지를 활용하면 체계적인 정보 수집 및 분석이 가능하기 때문에, 행사 주최자는 불필요한 업무에 소요되는 자원을 절약하고 마케팅 목표 달성을 위한 시간을 효율적으로 사용할 수 있음.

1. 온라인 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> ① 효과적인 온라인 마케팅 ② 소셜미디어 채널 선정 ③ 웹사이트 제작과 참가자 네트워킹 ④ 웹사이트 자체제작 시스템 (tech+) ⑤ 온라인 마케팅 콘텐츠 제작
2. 온라인 네트워킹 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> ① 적극적인 온라인 네트워킹 참여 (tech+) ② 소셜미디어를 통한 실시간 정보제공 (tech+) ③ 행사장 라이브 스트리밍 (tech+)
3. 온라인 마케팅 성과분석	<ul style="list-style-type: none"> ① 마케팅 성과 분석 (tech+) ② 소셜미디어 픽셀 서비스 (tech+)



1 온라인 마케팅

① 효과적인 온라인 마케팅

- 주최자가 활용할 수 있는 온라인 마케팅 채널의 종류에는 ‘검색엔진최적화(SEO, Search Engine Optimization)’, ‘소셜미디어최적화(SMO, Social Media Optimization)’, 이메일 뉴스레터 및 문자메시지 발송, 공신력 높은 검색엔진 및 모바일 활용 등과 같은 방법이 있으며, 각 기능별 특징은 다음과 같음.

[표 3-30] 온라인 마케팅 방법

검색엔진최적화(SEO)	웹 페이지와 관련된 검색어로 검색한 검색 결과 상위에 오르게 하여 웹 방문객 수를 늘리고 콘텐츠를 알릴 수 있음
소셜미디어최적화(SMO)	검색엔진최적화와 마찬가지로 소셜미디어를 통해 검색 결과 상위에 오르게 하여 이용률을 높일 수 있기 때문에 바이럴 마케팅으로 활용됨
이메일 뉴스레터	비용이 저렴하고 다수를 대상으로 마케팅 콘텐츠 전달이 가능한 장점이 있지만 상업적으로 활용되는 경우가 많기 때문에 수신자가 스팸으로 차단할 수 있음
문자메시지	비용이 저렴하고 실시간으로 소통이 가능하지만 상업적으로 활용되는 경우가 빈번해 영향력이 적음
검색엔진	네이버, 구글, 네이버 등 마케팅 콘텐츠를 게재하는 것으로 비용이 비싸지만 효과가 큼
모바일	모바일 이용자가 증가함에 따라 PC마케팅보다 효과적이며 어플리케이션이나 모바일 인터넷 창에 배너광고 혹은 콘텐츠를 게재하는 방법이 있음

② 소셜미디어 채널 선정

- 모바일 디바이스 사용이 증가하며 소셜미디어는 인플루언서 마케팅의 일종이자 행사 참가자에게 고객서비스를 제공하는 도구로 활용됨. 2004년 페이스북 등장을 시작으로 이용자 취향에 따라 다양한 형태의 소셜미디어가 등장하였으며, 주최자는 효과적인 온라인 마케팅을 위해 타깃이 선호하는 적합한 소셜미디어 채널을 선정해야 함.
- 소셜미디어 채널 선정에 어려움이 있다면 행사 주최자는 사전 테스트와 피드백 과정을 거치거나 경쟁사에서 운영하는 소셜미디어 채널과 비교해 마케팅에 가장 효과적인 채널을 고려할 수 있음.

[표 3-31] 소셜미디어 채널의 특징

소셜미디어	개요	주요사용자	특징	키워드
페이스북 (facebook)	개인 인맥에 기반을 둔 오픈형 SNS	10-20대 남자 56% 여자 44%	<ul style="list-style-type: none"> • 검색 기능이 있으나 활용빈도가 적음 • 카드뉴스, 스낵 영상 등의 콘텐츠가 주를 이룸 • 네이티브 광고를 지향했으나 상업성이 점차 짙어짐 	친구, 소통, 사진, 동영상, 타깃 광고, 이슈, 카드 뉴스
인스타그램 (Instagram)	반오픈형 SNS	20-30대 남자 47% 여자 53%	<ul style="list-style-type: none"> • 감성적이거나 임팩트있는 사진 및 짧은 영상이 주요 콘텐츠를 이룸 • 페이스북이 인수하여 페이스북 특징을 띄고 있음 • 네이티브 광고형태 	사진, 동영상, 해시태그, 검색, 감성
트위터 (twitter)	실시간 소통 SNS	10-30대 남자 44% 여자 56%	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅 목적으로 주로 활용되지 않으나 텍스트를 이용하기 때문에 실시간 이슈 확산에 영향력이 큼 • 국내에서는 활발히 사용되지 않음 	텍스트, 실시간 소통, 이슈
카카오톡 스토리 채널 (Story Channel)	어른용 페이스북	10대 30-50대 남자 49% 여자 50%	<ul style="list-style-type: none"> • 페이스북과 비슷한 스폰광고가 있음 • 카드뉴스, 영상, 텍스트 등 다양한 콘텐츠로 구성 • 폐쇄형 SNS로 카카오톡 이용자에게만 제공됨 	사진, 영상, 소식 받아보기
네이버 밴드 (BAND)	폐쇄형 SNS	30-50대 남자 51% 여자 49%	<ul style="list-style-type: none"> • 스폰광고의 광고형태를 띄고 있음 	공동구매, 동호회

③ 웹사이트 제작과 참가자 네트워킹

- 웹사이트는 참가자가 행사에 대한 정보를 파악하고 관련 산업 종사자와 네트워킹을 활성화할 수 있도록 하는 가장 기본적인 온라인 플랫폼임.
- 행사 주최자는 웹사이트에 과거 행사 개최 연혁, 산업과 관련된 주요 이슈와 전문자료, 교육 콘텐츠 등을 주기적으로 업데이트하여 참가자에게 행사에 대한 신뢰도를 높일 수 있음.
- 특히 일방적으로 이러한 콘텐츠를 제공하기보다는 참가자가 얻고 싶은 정보를 선택할 수 있도록 상호 소통을 위한 목적으로 웹사이트가 운영되어야 함.

디렉토리	웹사이트 구축 및 운영 10. 메드소프트 33. 인포랑
------	--------------------------------------

④ 웹사이트 자체제작 시스템 (tech+)

- 웹사이트 제작을 돕는 DIY 콘텐츠 관리 시스템 (DIY Content Management Systems, CMS)은 특별한 기술과 지식 없이도 직접 웹사이트를 제작할 수 있기 때문에 디자인 업체와 같은 제3자를 거치지 않고도 손쉽고 빠르게 제작할 수 있도록 도움.
- DIY 콘텐츠 관리 시스템은 행사 주최자가 디자인 업체에 추가적인 지시를 내리고 수정하는 것과 같은 매뉴얼적인 업무에 소요되는 시간을 덜어줌.

⑤ 온라인 마케팅 콘텐츠 제작

- 행사 주최자는 온라인 마케팅 채널과 타깃을 설정한 후 콘텐츠를 효과적으로 전달하기 위해 아래와 같은 사항을 주의할 필요가 있으며, 얼마나 자주 콘텐츠를 제작할 것인지 주기를 설정해 정기적으로 업데이트해야 함.
- 직접 콘텐츠를 제작하는 데에 어려움이 있다면 컨퍼런스 연사의 발표자료, 인터뷰, 이슈화 되는 기사를 활용해 업무 부담을 줄일 수 있음.

- 제작된 콘텐츠는 소셜미디어, 어플리케이션, 이메일 뉴스레터, 보도자료 작성 등과 같이 다양한 마케팅 채널에 활용될 수 있으며, 공유 기능을 추가해 온라인상에서 넓게 확산 가능함.

[표 3-32] 효과적인 온라인 마케팅 콘텐츠 제작 방법

최신정보 전달	시각화	비디오 콘텐츠 활용	정기적 업데이트
최신 정보를 제공해 구독자의 관심을 집중시킬 수 있음	단순한 텍스트가 아닌 이미지와 같은 인포그래픽을 통해 가독성을 높일 수 있음	이미지와 소리가 결합된 비디오 콘텐츠나 라이브 스트리밍을 활용해 흥미 유도가 가능함	온라인 마케팅 채널을 구축했지만 콘텐츠가 업데이트 되지 않는다면 고객의 신뢰를 잃기 쉽기 때문에 정기적 업데이트가 필요함



2 온라인 네트워킹 플랫폼

① 적극적인 온라인 네트워킹 참여 (tech+)

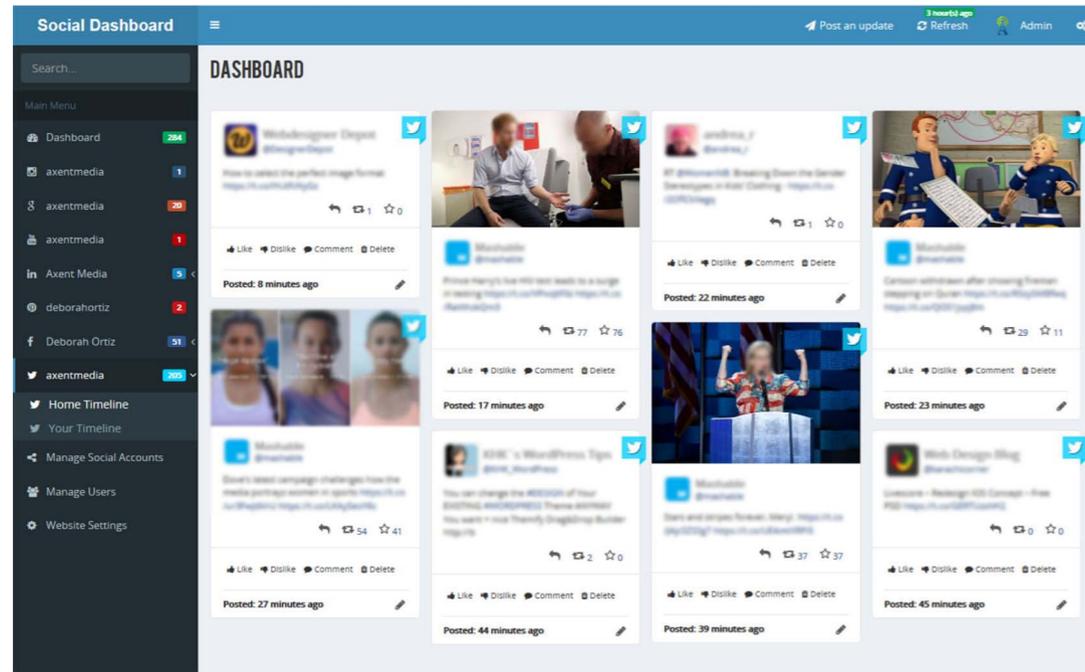
- ‘소셜월(Social Wall)’은 소셜미디어 상에서 행사와 관련된 콘텐츠와 참가자가 직접 업로드한 피드(feed)가 실시간으로 업데이트되는 대형 스크린으로, 보는 이의 흥미를 유도해 온라인 네트워킹 참여를 활성화함.
- 만약 소셜미디어 네트워킹 참여율이 저조하다면 주최자는 ‘오늘 행사장에서 몇 번의 미팅을 가졌나요?’, ‘어느 국가에서 왔나요?’ 등과 같이 누구나 쉽게 대답할 수 있는 아이스 브레이킹 질문을 던질 수 있음.



[그림 3-27] 모바일 월드 콘그레스(Mobile World Congress) - 소셜월

② 소셜미디어를 통한 실시간 정보제공 (tech+)

- 소셜미디어의 장점은 실시간으로 다수의 참가자에게 정보를 제공할 수 있다는 점임.
- 예기치 못한 상황이 발생하는 행사장에서 연사 발표 취소나 프로그램의 변동, 비행기 지연 상황, 날씨, 대중교통 등과 같은 실시간 정보를 소셜미디어로 빠르게 공유하는 것은 참가자의 행사 참가 편의를 도움.



[그림 3-28] PHP - 실시간 소셜미디어 게시판

③ 행사장 라이브 스트리밍 (tech+)

- 라이브 스트리밍 서비스는 행사에 참가하지 못한 참가자에게 실시간으로 행사 진행현황을 보여줄 뿐만 아니라 마케팅 콘텐츠로도 활용이 가능함.
- 라이브 스트리밍을 활용해 전시장이나 컨퍼런스 상황을 실시간으로 방송할 계획이라면 20~30분가량이 가장 적당하며, 그 이상 진행되는 장시간의 방송은 참가자의 집중도를 떨어뜨림.
- 최근에는 테크놀로지와 관련된 행사에서 드론을 사용해 참가자가 접근하기 어려운 다양한 시각에서 행사장을 촬영해 실시간 스트리밍 서비스를 제공함.

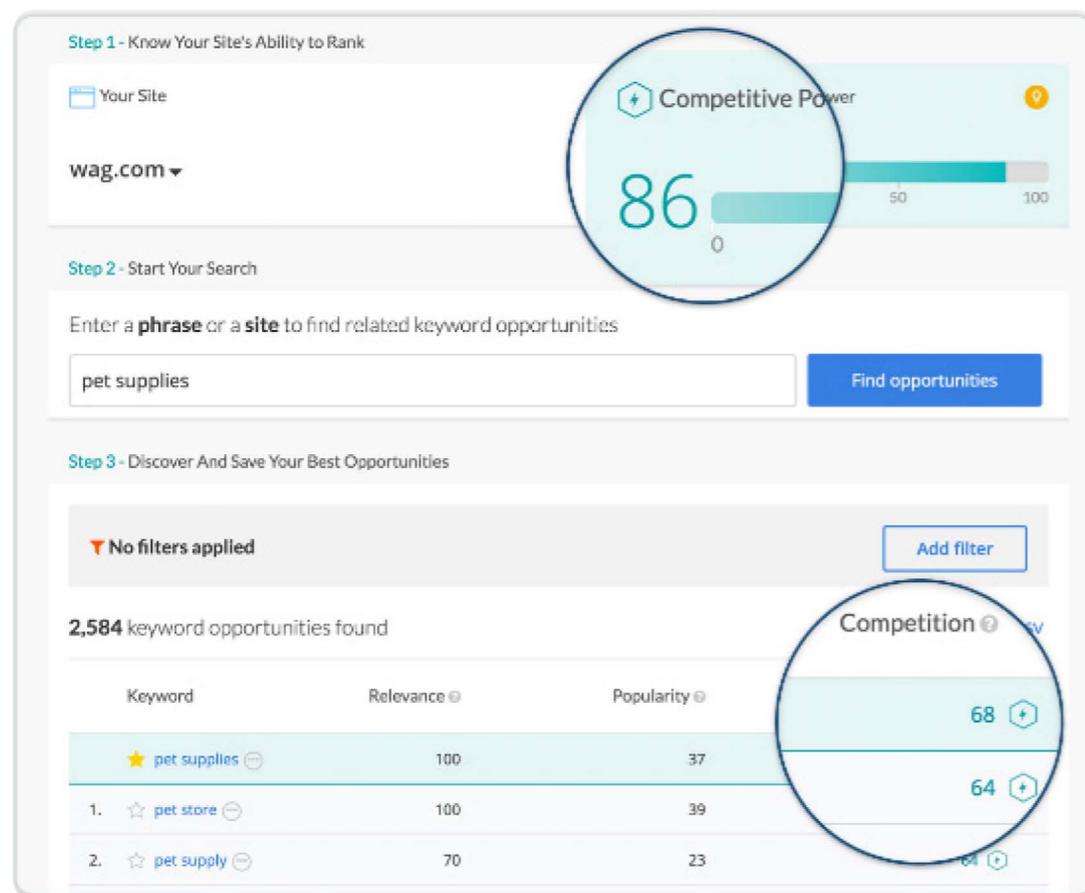


[그림 3-29] 제네바 모터쇼(Geneva Motor Show) - 라이브스트리밍

3 온라인 마케팅 성과분석

① 마케팅 성과 분석 (tech+)

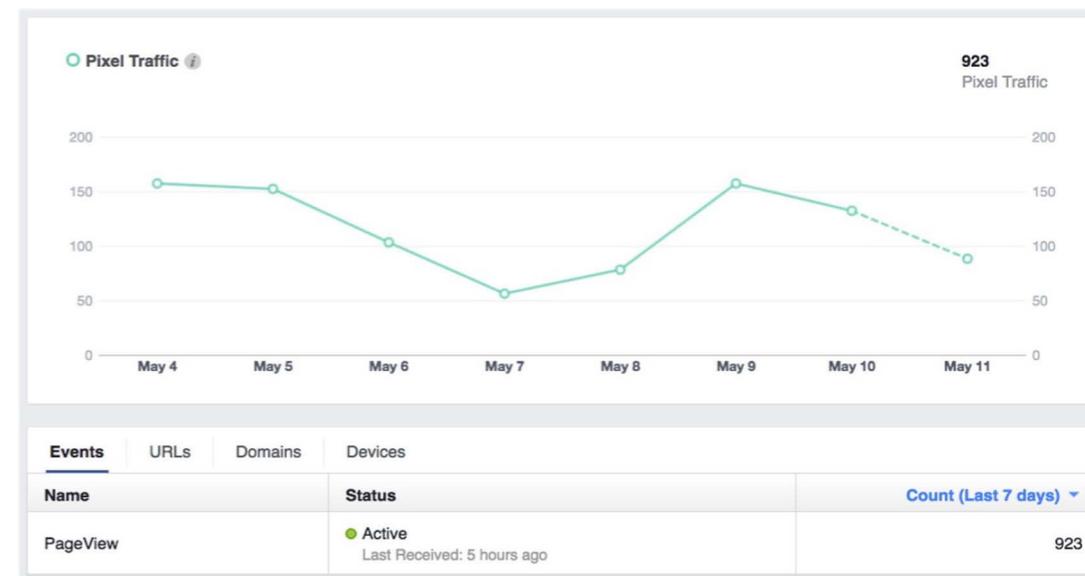
- 주최자가 제작한 온라인 채널을 활용해 참가자 행동을 분석함으로써 온라인 마케팅 성과에 대한 평가와 개선방안 수립이 가능함.
- 예를 들어 타깃 참가자의 온라인 채널 방문경로, 방문빈도와 시간, 이용만족도, 주요 사용메뉴, 콘텐츠 다운로드 및 감상 횟수 등과 같이 구체적인 온라인 채널 이용자의 행동을 분석해 마케팅 성과를 높일 수 있음.



[그림 3-30] 알렉사(Alexa) - 웹사이트 방문객 분석 프로그램

② 소셜미디어 픽셀 서비스 (tech+)

- 페이스북이 제공하는 픽셀(pixel)⁹⁾ 테크놀로지는 타깃 참가자의 특징과 위치를 기반으로 광고 메시지를 전달하기 때문에 소셜미디어 마케팅 효과를 높임.
- 또한 픽셀은 페이스북 마케팅 콘텐츠의 이용자 도달률 및 응답률 데이터를 제공하기 때문에 행사 주최자가 소셜미디어 마케팅 성과 분석에 소요하는 시간을 줄여줌.



[그림 3-31] 페이스북 픽셀 - 이용자 콘텐츠 도달률 분석 프로그램

9) 픽셀(pixel): 사진(picture)과 요소(element)의 합성어로 디지털 화상을 구성하는 최소 단위 요소를 말한다. 페이스북이 개발한 픽셀 테크놀로지는 고객의 특징을 세분화한다는 의미로 활용되고 있다.

제 6 절 ... 참가자 참여와 실시간 상호작용

네트워킹은 행사주최 및 행사참여의 주요 목적 중 하나로, 지식의 교류와 비즈니스 기회 확대에 기본이 되는 활동임. 미팅테크놀로지 활용을 통해 행사장에서 단순히 명함을 교환하는 것을 넘어 실시간 메시지 전송 등 실시간 온라인 네트워킹, 업체 정보 및 특징 파악, 참가자의 경험 증대 등이 가능함.

1. 상호교류와 행사 참여	<ul style="list-style-type: none"> ① 참가자 중심의 컨퍼런스 콘텐츠 제작 ② 컨퍼런스 및 부대 행사 무대운영 ③ 종이를 대신하는 디지털 콘텐츠 (tech+) ④ 실시간 투표와 질의응답 시스템 (tech+) ⑤ 독특한 컨퍼런스 무대 디자인
2. 온라인 네트워킹, 스트리밍, 통역	<ul style="list-style-type: none"> ① 글로벌 네트워킹 활성화와 웨비나 (tech+) ② 라이브 스트리밍의 2차 콘텐츠 활용 ③ 물리적 공간을 뛰어넘은 오디오 스트리밍 (tech+) ④ 와이파이 기반의 동시통역 시스템 (tech+)
3. 증강·가상현실 테크놀로지	<ul style="list-style-type: none"> ① 증강·가상현실 테크놀로지를 활용한 제품시연 (tech+) ② 증강·가상현실 기반의 경험 마케팅 콘텐츠 (tech+) ③ 미래의 증강·가상현실 테크놀로지와 홀로그램 (tech+)



1 상호교류와 행사 참여

① 참가자 중심의 컨퍼런스 콘텐츠 제작

- 대부분의 컨퍼런스 연사가 사용하는 발표도구는 파워포인트임. 이때 행사 주최자는 참가자의 가독성을 높이기 위해 연사에게 텍스트보다 이미지 중심의 자료를 제작하고 시청각 자료 활용하며 발표자료를 제공하도록 제안할 수 있음.
- 또한 행사 주최자는 참가자의 활발한 네트워킹을 위해 실시간 투표 및 질문 시스템, 비디오, 라이브 스트리밍, 화상통화 등과 같은 다양한 미팅테크놀로지를 컨퍼런스 발표에 활용할 것을 제안할 수 있음.

② 컨퍼런스 및 부대 행사 무대운영

- 컨퍼런스나 부대 행사에서 사회자가 큐카드(Q card)를 필요로 한다면 종이대신 아이패드나 태블릿 PC와 같은 디지털 디바이스를 활용하여 참가자에게 전문화된 행사 이미지를 보여줄 수 있음.
- 연사가 참가자를 바라보며 발표할 때 어떤 내용의 발표 자료가 화면에 띄워지고 있는지 무대 뒤를 돌아보지 않더라도 확인할 수 있는 세컨드 스크린을 설치하면 청중과의 원활할 소통이 가능함.

③ 종이를 대신하는 디지털 콘텐츠 (tech+)

- 과거 컨퍼런스 발표 자료는 대부분 종이에 인쇄해 배포했지만 최근에는 모바일 어플리케이션이나 웹사이트를 통해 다운받을 수 있는 디지털 형태로 제공하고 있음.
- 디지털 형태의 발표자료는 주최자의 종이인쇄 비용을 줄여주어 경제적이며, 폐지 낭비를 줄여주기 때문에 친환경적임.

[표 3-33] 발표자료 공유 주요 어플리케이션

분류	세부 기능	비고
트릴(Trill)	행사장 및 프로그램 정보안내, 발표자료 공유	유료

④ 실시간 투표와 질의응답 시스템 (tech+)

- 실시간 투표와 질의응답 시스템은 모바일 어플리케이션 혹은 인터넷 접속을 통해 누구나 손쉽게 참여 가능하다는 장점이 있음. 특히 연사와 상호작용할 수 있기 때문에 참가자는 개인적인 의견을 직간접적으로 연사에게 전달할 수 있음.
- 특히 손을 들고 발표 혹은 질문을 하는 문화가 상대적으로 약한 아시아 국가에서 참가자의 적극적인 참여를 유도하는 데에 효과적임.



[그림 3-32] 이벤트모비(EventMobi)의 실시간 투표 시스템

디렉토리	네트워킹 플랫폼 개발
	5. 댓츠잇
	8. 리바이벌랩스
	22. 아이티앤베이직
	36. 퀴즈올

⑤ 독특한 컨퍼런스 무대 디자인

- 컨퍼런스 주최자는 일반적으로 알려진 극장 형식의 무대 디자인을 고수하기보다 참가자 참여를 끌어내기 위한 색다른 무대 디자인 방법을 활용할 수 있음.
- 예를 들어 참가자 좌석 중앙에 무대를 배치해 360°로 연사를 바라볼 수 있도록 한 ‘4면 무대’는 참가자가 좌석 위치에 구애받지 않고 연사와 가까이 소통할 수 있다는 장점이 있으며, 독특한 행사장 디자인을 통해 색다른 경험을 선사함.



[그림 3-33] C2몬트리올(C2 Montreal)의 창의적 네트워킹 공간 디자인

디렉토리	디지털 전시 디자인
	34. 지스마트글로벌

2 온라인 네트워킹, 스트리밍, 통역

① 글로벌 네트워킹 활성화와 웨비나 (tech+)

- 실시간으로 진행되는 온라인 컨퍼런스인 웨비나(Webinar)¹⁰⁾는 참가자가 물리적 거리에 상관 없이 어디에서나 시청하고 네트워킹할 수 있다는 장점이 있음.
- 라이브 스트리밍 서비스와 함께 네트워킹 활성화를 위해 실시간 통역 시스템, 연사 인터뷰, 투표, Q&A, 메시지 전송 등과 같은 추가적인 미팅테크놀로지 적용이 가능함.
- 행사 주최자는 인스타그램, 페이스북과 같은 소셜미디어 채널을 활용해 라이브 웨비나 서비스를 운영하기보다 촬영업체를 고용해 고품질의 영상 서비스를 제공해 전문성을 높일 것을 추천함.

[표 3-34] 웨비나 서비스

분류	사이트	비고
나우앤나우(nowknow)	www.nowknow.com/now2016/index.php	유료
줌(zoom)	zoom.us	유료
올쇼티브이(allshowtv)	www.allshowtv.com	유료

디렉토리

- 화상회의 솔루션
- 3. 다림
 - 25. NDS솔루션
 - 29. 유프리즘
 - 38. 통합정보통신

10) 웨비나(Webinar): 웹(Web)과 세미나(seminar)의 합성어로 웹 사이트에서 행해지는 실시간 혹은 녹화의 양방향 멀티미디어 프레젠테이션을 말한다.

② 라이브 스트리밍의 2차 콘텐츠 활용

- 라이브 스트리밍을 통해 녹화된 콘텐츠는 행사가 종료된 이후에도 웹사이트, 유튜브, 소셜미디어 등을 통해 행사에 참석하지 못한 참가자에게 행사 내용 전달이 가능함.
- 행사 주최자는 온라인상에 연사 발표 자료와 영상을 업로드하기 전 컨퍼런스 연사에 자료 공유에 대해 동의하는지 등에 대한 의견을 수렴할 필요가 있음.

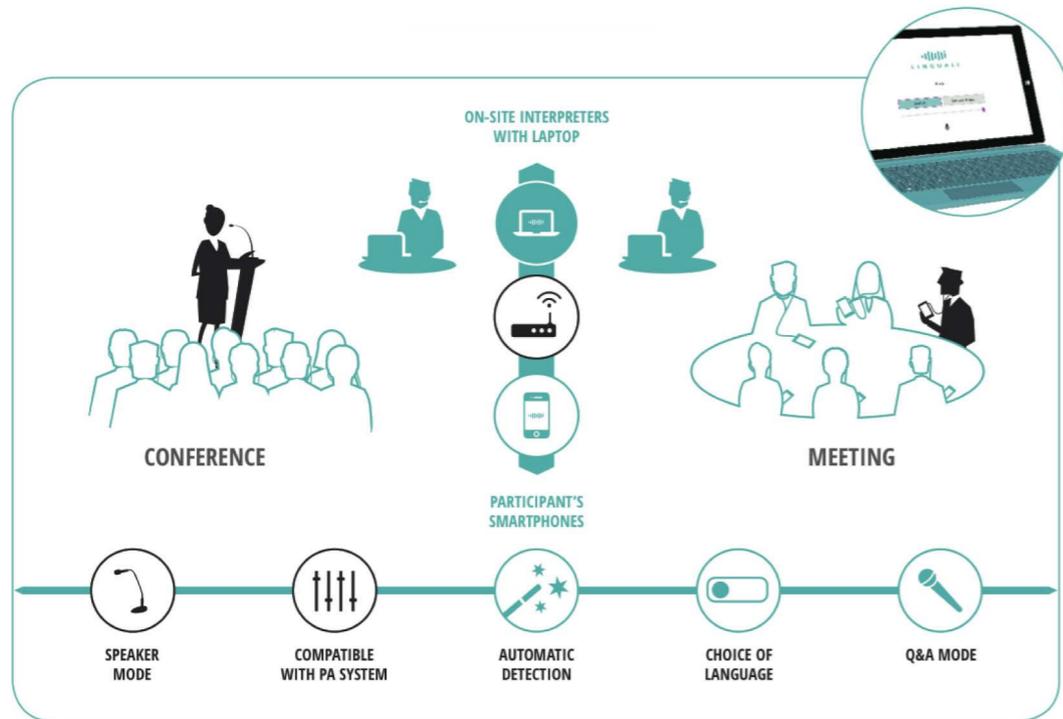
③ 물리적 공간을 뛰어넘은 오디오 스트리밍 (tech+)

- 모바일 오디오 어플리케이션을 활용한 스트리밍 서비스는 참가자가 시간과 장소에 관계없이 컨퍼런스 세션을 직접 선택 가능하도록 함.
- 참가자가 어떠한 세션에 참석해야 할지 고민되는 경우, 오디오 스트리밍 서비스를 활용한 세션 비교를 통해 선택이 가능하며, 동시간대에 레스토랑에서 식사를 하거나 전시장 부스에 있더라도 청강이 가능함.



④ 와이파이 기반의 동시통역 시스템 (tech+)

- 동시통역은 해외 참가자가 참석하는 국제행사에 빼놓을 수 없는 서비스로, 통역사가 헤드셋을 통해 동시통역을 하는 전통적인 방식에서 스마트폰을 와이파이기에 연결해 언어를 선택할 수 있는 새로운 방식으로 발전하고 있음.
- 행사 참가자가 지역을 관광할 때 활용할 수 있는 통역서비스는 어플리케이션, 챗봇이 대표적이며, 이를 활용해 간단한 소통이 가능함.



[그림 3-34] 링귀리(LINGUALI)의 와이파이 기반 동시통역 시스템

[표 3-35] 인공지능을 활용한 주요 통역 어플리케이션

분류	세부 기능
한국관광공사 저스트 터치 잇(Just Touch It)	안전 여행 팁, 여행준비물, 통역 서비스
ETRI 말랑말랑 지니톡	8개 언어 실시간 통역 서비스
제주관광통역비서	음성인식 및 출력, 자동번역, 기본회화정보

3 증강·가상현실 테크놀로지

① 증강·가상현실 테크놀로지를 활용한 제품시연 (tech+)

- 참가업체는 증강현실(AR) 혹은 가상현실(VR) 테크놀로지를 활용해 참가자와 바이어에게 제품시연 및 체험 서비스를 제공하기 때문에 비즈니스 협력을 위한 상호 신뢰도를 높일 수 있음.
- 예를 들어 물리적 거리나 예산상의 문제로 전시장에 들여오지 못한 제품이나 공장 운영모습을 가상현실 영상 콘텐츠로 선보여 행사 참가자에 유효한 정보를 제공할 수 있음.



[그림 3-35] 대한민국안전산업박람회 공사장 안전시설 및 사고유형 VR체험

② 증강·가상현실 기반의 경험 마케팅 콘텐츠 (tech+)

- 증강·가상현실 테크놀로지는 여전히 대중들에게 생소한 영상 체험 콘텐츠로 알려져 있으며, 몰입감 있는 온라인 환경을 조성하여 경험 마케팅의 콘텐츠로써 주로 활용됨.
- 행사 주최자나 메뉴 운영자는 가상현실 콘텐츠 제작을 위해 막대한 예산을 들이지 않고도 VR 장비를 활용해 유명 관광지, 연예인, 실제 행사 장면 등을 촬영해 온라인으로 제공할 수 있으며, 참가자는 장소에 직접 방문하는 것 같은 생동감 있는 느낌을 선사받음.

③ 미래의 증강·가상현실 테크놀로지와 홀로그램 (tech+)

- 맞춤형 제작 과정을 거쳐 탄생하는 홀로그램은 제작비용의 문제로 아직 대중화되지 않았음. 미래에는 스포츠 행사나 콘서트장 무대에 증강·가상현실 테크놀로지가 활용되어 헤드셋을 착용하지 않고도 영상 콘텐츠 감상이 가능할 것으로 보임.
- MICE산업에서 홀로그램이 활용된다면 장소에 구애받지 않고 유명 연사를 간접적으로 초청한 컨퍼런스 개최가 가능함.

디렉토리	홀로그램 콘텐츠 제작
	20. 아트미디어
	43. 홀로티브글로벌
	44. 홀로홀릭



제 7 절 ... 네트워킹과 매치메이킹

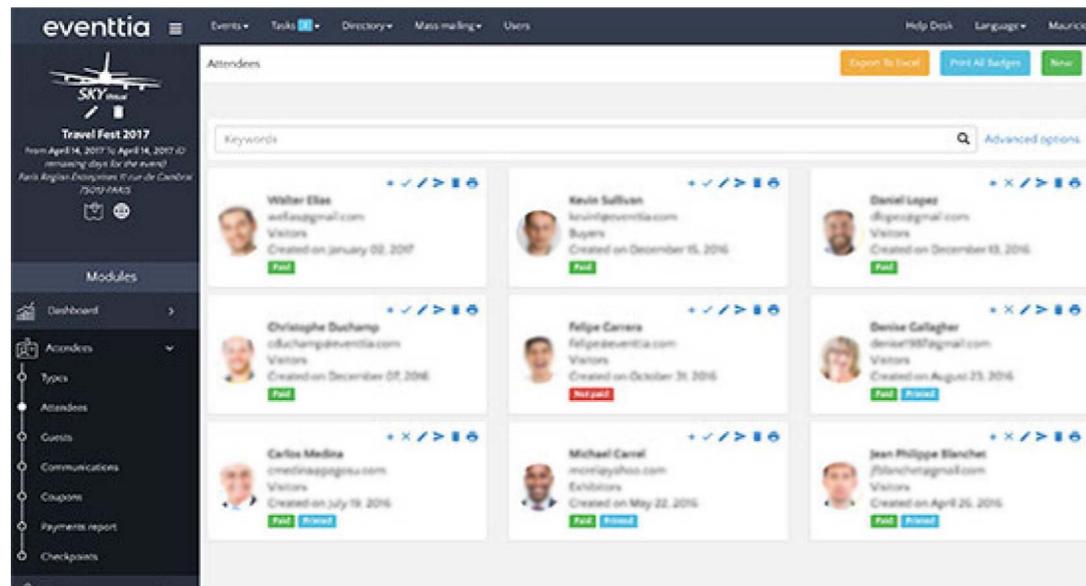
행사에 참가하는 가장 큰 동인 중 하나는 같은 생각을 공유하는 사람들과 교류하고 지식과 정보를 얻기 위함임. B2B, B2C 등 행사의 종류에 관계 없이 특정 행사에 대한 인식은 참가자가 다른 사람들과 얼마만큼의 교류가 가능했는가의 정도에 따라 영향을 받을 수 있음. 따라서 행사 주최자는 참가자간 네트워킹 활성화를 위해 이를 지원하는 비즈니스 매치메이킹 플랫폼을 마련해야 할 필요성이 있음.

- ① 매치메이킹 프로필 작성 (tech+)
- ② 매치메이킹 참여 활성화
- ③ 어플리케이션과 매치메이킹 (tech+)
- ④ 프로필 저장 시스템 (tech+)
- ⑤ 비즈니스 매치메이킹 규정 수립
- ⑥ 행사 결과보고서 데이터 수집
- ⑦ 매치메이킹 만족도 분석



① 매치메이킹 프로필 작성 (tech+)

- 비즈니스 매치메이킹 프로그램 운영을 위해 가장 먼저 바이어와 참가업체의 기업 정보, 행사 참가목적, 관심분야 등과 같은 정보 작성이 이루어져야 함.
- 매치메이킹은 비즈니스 성과 달성률을 높이고 현장 미팅을 위해 대기해야 하는 불필요한 시간을 줄임.
- 바이어와 참가업체가 비즈니스 매치메이킹을 위해 입력한 정보는 구체적인수록 성공적인 미팅 성과와 행사 참가자의 만족도 제고 및 재참가율에 도움이 됨.



[그림 3-36] 이벤티아(eventtia) - 매치메이킹 시스템

디렉토리	비즈니스 매칭
	9. 마이스허브
	17. 시스포유
	39. 티에스엠

② 매치메이킹 참여 활성화

- 행사가 개최되기 전 매치메이킹이 완료된 비즈니스 미팅 스케줄을 바이어와 참가업체에게 제공해 미팅 사전 준비를 도울 수 있음.
- 만약 바이어와 참가업체의 매치메이킹 프로그램 등록률이 낮을 경우 프로그램 효과에 대한 사전홍보를 진행하거나 등록방법을 안내할 필요가 있음.

③ 어플리케이션과 매치메이킹 (tech+)

- 행사 어플리케이션의 바이어 및 참가업체 검색, 미팅 스케줄 확인, 메시지 전송 기능은 현장에서 활발한 네트워킹이 가능하도록 함.
- 특히 회사명, 산업분야, 소재지, 주요제품 등과 같은 키워드를 검색해 원하는 바이어와 참가업체 정보가 저장된 어플리케이션 검색엔진을 통해 현장 매칭이 용이하도록 할 수 있음.
- 비즈니스 매치메이킹에 참가하는 바이어와 참가업체의 일정관리를 위해 행사 주최자는 어플리케이션 알림 서비스를 활용할 수 있음.

④ 프로필 저장 시스템 (tech+)

- 행사장에서 별도의 명함이나 회사 브로슈어 교환 없이 행사 배지에 인쇄된 QR코드를 스캐닝하고 필요한 정보를 저장할 수 있도록 하는 비즈니스미팅 어플리케이션은 바이어나 참가업체 정보를 저장함으로써 행사가 종료된 이후에도 편리한 네트워킹이 가능하도록 함.



[그림 3-37] 이벤트파일럿(EventPilot) - 참가자 프로필 저장 시스템

⑤ 비즈니스 매치메이킹 규정 수립

- 행사 주최자는 매치메이킹 시스템 구축이 완료된 이후 이에 대한 구체적인 사용 규정을 수립해야 함.
- 예를 들어 '참가업체가 바이어를 먼저 선정한다', '미팅 스케줄은 행사 개최 10일 전부터 취소 및 변경이 불가능하다', '노쇼일 경우 벌금을 부과할 수 있다' 등과 같은 규정을 통해 비즈니스미팅 참석률과 성과 달성률을 높일 수 있음.

⑥ 행사 결과보고서 데이터 수집

- 어플리케이션 비즈니스 매치메이킹 시스템은 사전매칭과 메시지 전송을 통해 현장매칭된 참가업체와 바이어의 정보를 모두 저장함.
- 주최자는 수집된 비즈니스 매치메이킹 데이터를 바탕으로 행사 성과분석을 할 수 있으며, 행사 개선을 위한 실무적인 아이디어를 얻을 수 있음.

⑦ 매치메이킹 만족도 분석

- 행사가 종료된 이후 참가자, 참가업체, 바이어의 행사 각자의 행사 참가목적 달성했는지, 비즈니스 매치메이킹 만족도에 대한 설문조사가 필요함.
- 만약 참가업체가 희망했던 바이어와의 비즈니스 미팅을 진행하지 못한 사례가 잦을 경우, 바이어 선정 방법을 개선해 미스매칭을 최소화할 수 있음.





IV 부록

국내 미팅테크놀로지 관련 회사 디렉토리



[부록] 국내 미팅테크놀로지 관련 회사 디렉토리

NO	상 호	주요사업	웹사이트
1	가이드북	어플리케이션 개발, 데이터 분석	www.guidebook.com
2	기가찬	VR 콘텐츠 제작, 레이아웃 배치 시스템 제공	www.gigachances.com
3	다림	화상회의 솔루션, 스튜디오 제작	www.darim.com
4	다음소프트	행사운영시스템 개발, 데이터 분석	www.daumsoft.com
5	댓츠잇	네트워킹 플랫폼 개발, 어플리케이션 개발	thatzit.co.kr
6	레드로버	VR 콘텐츠 제작	www.redrover.co.kr
7	렌탈은행	영상 솔루션 제공, 주변기기 대여	www.rentalbank.co.kr
8	리바이벌랩스	어플리케이션 개발, 네트워킹 플랫폼 개발	congkong.net
9	마이스허브	행사운영시스템 개발	www.micshub.com
10	메드소프트	웹사이트 구축 및 운영, 등록 시스템 운영	www.medsoft.co.kr
11	모전스랩	VR 콘텐츠 제작, 문화기술(CT) 콘텐츠 개발, 어플리케이션 개발	www.mogencelab.com
12	벅시	소셜 렌터카 셰어링 서비스	www.buxikorea.com
13	브이이이코리아	VR 콘텐츠 제작, 전시 기획	www.veecompany.com
14	블루토스	비콘 서비스, 네트워킹 플랫폼 개발, 고객 모니터링	www.bluetos.com
15	비코닉스	비콘 서비스, 데이터 분석	www.beaconyx.com
16	서커스컴퍼니	VR 콘텐츠 제작, 어플리케이션 개발	www.circusar.com
17	시스포유	참가자 등록 시스템 운영, 데이터 관리, 비즈매칭, 웹사이트 제작	www.sysforu.co.kr
18	씨에스	행사운영시스템 개발, 회계 관리 솔루션	www.ucsit.co.kr
19	씨큐브디자인스튜디오	VR 콘텐츠 제작, 전시 기획, 어플리케이션 개발	www.ccube3.com
20	아트미디어	홀로그램 콘텐츠 제작	www.arhtmedia.com
21	아이크래프트	행사운영시스템 개발	www.icraft21.com
22	아이티앤베이직	네트워킹 플랫폼 운영, 질의응답 시스템 제작, 어플리케이션 개발	www.itnbasic.com
23	아임스인터내셔널	참가자 등록 시스템 운영, 데이터 관리	www.eims.kr
24	엑싱크	어플리케이션 개발, 데이터 분석	www.xsync.co
25	NDS솔루션	화상회의 솔루션, 어플리케이션 개발, 키오스크 제작, 위치안내 솔루션 제공	www.netds.net

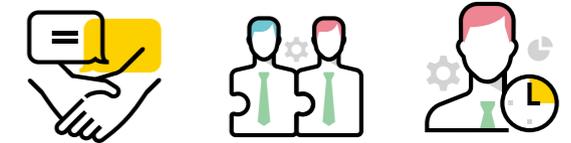
NO	상 호	주요사업	웹사이트
26	원투스엠	스마트 스탬프 및 핀테크 서비스 제공, 데이터 수집	www.12cm.co.kr
27	유니브이알	VR 콘텐츠 제작	www.univrworld.com
28	유비컴	참가자 등록 시스템 운영, 웹사이트 개발	www.ubcomm.kr
29	유프리즘	화상회의 솔루션, 어플리케이션 개발	www.uprism.com
30	이렌컴더마이스	행사운영시스템 개발, 데이터 관리, 영상 솔루션 제공, 주변기기 대여	www.erencomtm.co.kr
31	이벤터스	행사운영시스템 개발, 데이터 관리, 어플리케이션 개발	www.event-us.kr
32	이벤트뱅크	행사운영시스템 개발, 어플리케이션 개발	www.eventbank.com
33	인포랑	웹사이트 구축 및 운영, 등록 시스템 운영	www.medrang.co.kr
34	지스마트글로벌	디지털 전시 부스 디자인	www.g-smattglobal.com
35	징검다리커뮤니케이션	어플리케이션 개발	www.fondueapp.io
36	퀴즈올	네트워킹 플랫폼 개발, 온라인 투표 시스템 제작, 어플리케이션 개발	www.quizall.co.kr
37	킨터치	행사운영시스템 개발, 디지털 맵 제작, 데이터 관리	kr.kinterch.com
38	통합정보통신	화상회의 솔루션, 어플리케이션 개발	www.wxw.co.kr
39	티에스엠	행사운영시스템 개발, 전시회 부스 제작	www.tsm.asia
40	티에스엠아이	어플리케이션 개발	www.tsmi.kr
41	포더비전	VR 콘텐츠 제작, 어플리케이션 개발	www.4thevision.com
42	한국AV	영상 솔루션 제공, 주변기기 대여	www.avkorean.com
43	홀로티브글로벌	홀로그램 콘텐츠 제작	www.holotive.co.kr
44	홀로홀릭	홀로그램 콘텐츠 제작, 주변기기 대여	www.holoholik.com

상기 디렉토리는 한국컨벤션전시산업연구원에서 미팅테크놀로지 보고서 작성 시 조사한 관련 서비스 제공 회사를 바탕으로 정리한 것이며, 전수 조사가 아닌 관계로 관련 회사가 추가될 수 있음

그림 출처

- [그림 3-1] 행사기획 및 운영 단계에 따라 활용 가능한 미팅테크놀로지 www.eventmanagerblog.com
- [그림 3-2] 타깃 참가자 특징 파악 요소 www.eventmanagerblog.com
- [그림 3-3] 한국관광공사 K-MICE 베뉴파인더 k-mice.visitkorea.or.kr
- [그림 3-4] K-MICE 유니크 베뉴 검색 k-mice.visitkorea.or.kr
- [그림 3-5] 인천 Smart MICE - 맞춤형 관광 데이터 검색 및 다운로드 visitincheon.or.kr
- [그림 3-6] 송도컨벤시아 - 가상현실투어 시설가이드 www.songdoconvensia.com
- [그림 3-7] 서울모터쇼 - 가상현실투어 www.motorshow.or.kr
- [그림 3-8] 제주부영호텔&리조트 - 가상현실 투어 www.booyoungjejuhotel.com
- [그림 3-9] 구글지도 - 전시장 리뷰 www.google.co.kr/maps
- [그림 3-10] 코엑스 웹사이트 - 임대료 자동 계산기 www.coex.co.kr
- [그림 3-11] 서울공작기계대전(SIMTOS) - 디지털 맵 www.simtos.org
- [그림 3-12] 투어플랜비 - 여행일정 플래너 서비스 www.tourplanb.com
- [그림 3-13] 킨텍스 웹사이트 - 실시간 주차안내 www.kintex.com
- [그림 3-14] 벅스코 어플리케이션 - 실시간 주차안내 www.bexco.co.kr
- [그림 3-15] 2020년 오픈 예정인 뉴질랜드 컨벤션센터 행사장 도면 구상 플랫폼 www.nzicc.co.nz
- [그림 3-16] 스마트벅스코 - 비콘기반 어플리케이션 www.bexco.co.kr
- [그림 3-17] 붐셋(boomset) - 참가자 관리 온라인 통합시스템 www.boomset.com
- [그림 3-18] 2018 평창 동계올림픽 - VISA카드 NFC 결제 장갑과 배지 www.sporttechie.com, www.businesswire.com
- [그림 3-19] 시벤트(Cvent)- 행사 관리 소프트웨어 www.cvent.com
- [그림 3-20] 구글독스 - 스프레드시트 샘플 www.google.com/docs/about
- [그림 3-21] 광주광역시 빅데이터 분석 플랫폼 - 지역별 관광객 유동인구 분포 bigdata.gwangju.go.kr
- [그림 3-22] 시벤트(Cvent) - 행사 정보제공 어플리케이션 www.cvent.com
- [그림 3-23] K-MICE - 경제적 파급효과 분석 시스템 k-mice.visitkorea.or.kr
- [그림 3-24] 비콘을 활용한 CES 부스 체크인 게이미피케이션 www.ces.tech
- [그림 3-25] IBTM World 어플리케이션 샘플촬영 www.ibtmevents.com
- [그림 3-26] CES 어플리케이션 - 챗봇 서비스 www.ces.tech, koreaboatshow.or.kr
- [그림 3-27] 모바일 월드 콩그레스(Mobile World Congress) - 소셜월 www.mwcbarcelona.com

- [그림 3-28] PHP - 실시간 소셜미디어 게시판 www.pluginsoid.com
- [그림 3-29] 제네바 모터쇼(Geneva Motor Show) - 라이브스트리밍 www.gims.swiss
- [그림 3-30] 알렉사(Alexa) - 웹사이트 방문객 분석 프로그램 www.alexa.com
- [그림 3-31] 페이스북 픽셀 - 이용자 콘텐츠 도달률 분석 프로그램 www.facebook.com/business
- [그림 3-32] 이벤트모비(EventMobi)의 실시간 투표 시스템 www.eventmobi.com
- [그림 3-33] C2몬트리올(C2 Montreal)의 창의적 네트워킹 공간 디자인 www.c2montreal.com
- [그림 3-34] 링귀리(LINGUAL)의 와이파이 기반 동시통역 시스템 www.purple.ai
- [그림 3-35] 대한민국안전산업박람회 공시장 안전시설 및 사고유형 VR체험 www.k-safetyexpo.com
- [그림 3-36] 이벤티아(eventtia) - 매치메이킹 시스템 www.eventtia.com
- [그림 3-37] 이벤트파일럿(EventPilot) - 참가자 프로필 저장 시스템 www.ativsoftware.com



미팅테크놀로지 가이드

발행기관 | 한국관광공사

발행부서 | 한국관광공사 MICE기획팀

발행일 | 2019년 06월



한국관광공사 K-MICE 홈페이지 | <http://k-mice.visitkorea.or.kr>

본 책자는 저작권법에 의해 보호를 받는 저작물이므로 사전 허가없이 무단전재 및 복제를 금합니다.

<비매품>