

IBM · MS · 구글의 이메일 혁신, 사람 중심의 소셜 이메일

- 이메일은 여전히 가장 강력한 비즈니스 도구이지만, 너무 많은 메일 속에서 정작 중요 메일을 놓치는 등 문제점이 불거짐에 따라, IBM · 구글 · MS 등은 메일 시스템을 시계열이 아닌 사람 중심으로 재편하고 소셜 이메일로 혁신시키기 위한 경쟁에 돌입
- 이메일 소프트웨어의 생산성과 사용편의성 향상을 위해 IBM, 구글, 마이크로소프트가 일제히 개편 움직임을 시작
 - 이메일은 이제 비즈니스에 필수불가결한 도구가 되었으나, 송수신 메일 건수의 폭증에 따라 메일에 대한 불만 요인도 증가
 - “중요한 이메일을 간과했다”, “메일로 요구사항을 보냈는데, 상대방이 응대하지 않는다”, “모바일 환경에서 작업 편의성이 낮다” 등이 대표적인 사용자 불만 사항
 - 그러나 인터넷 보급 초기부터 사용해 왔으며, 가장 기본적인 통신 수단인 이메일을 배제하고 새로운 커뮤니케이션 수단들로 대체하려는 것은 아직 비현실적인 시도
 - 이런 와중에 메일의 사용성을 향상시키기 위해 IT 대기업들이 행보를 시작했으며, 이메일 소프트웨어의 프런티엔드, 즉 이메일에 접근하기 위한 인터페이스를 쇄신하여 업무 생산성을 높이려는 것이 공통된 사안
 - 또한 메일 내용과 밀접한 업무를 하나로 묶어 관리하고, 메일의 중요성 여부 판단을 IT 기반 분석 기술이 지원한다는 것이 공통점
- 기업용 메일 시스템인 ‘노츠/도미노(Notes/Domino)’를 보유하고 있는 IBM 은 2014년 11월 ‘IBM Verse(버스)’라는 새로운 소프트웨어를 발표
 - IBM 버스는 메일, 일정, 채팅 등의 업무용 도구를 하나의 환경에 통합하는 것으로, 그 구상은 ‘IBM Mail Next(차세대 메일)’라는 이름으로 2014년 1월에 발표된 바 있으며, 정식 제품은 2015년 1분기에 출시될 예정
 - 받은 편지함에서 이메일을 ‘시계열’로 보는 스타일이 수십 년 동안 변하지 않고 있으

* 본 내용과 관련된 사항은 산업분석팀(☎ 042-612-3158)과 최신 ICT 동향 컬럼리스트 박종훈 집필위원(soma0722@naver.com ☎ 02-739-6301)에게 문의하시기 바랍니다.

** 본 내용은 필자의 주관적인 의견이며 IITP의 공식적인 입장이 아님을 밝힙니다.



<자료>: IBM

(그림 1) 사람 중심 메일 시스템 IBM Verse 의 데스크탑 화면(左) 모바일앱(右)

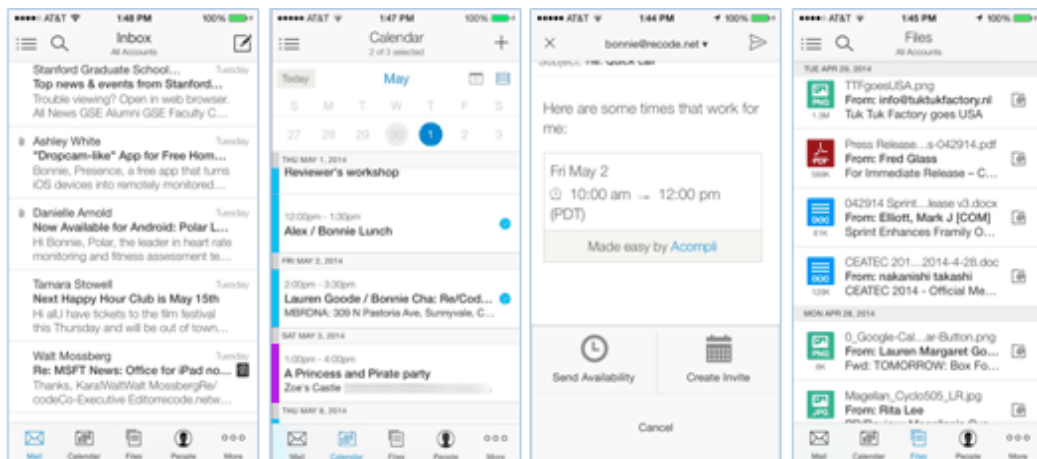
- 나, 우선 순위를 ‘사람’ 중심으로 생각하고 관리하자는 것이 IBM의 출발점
- 즉, 시계열 순이 아니라, 중요하다고 판단한 메일, 이 메일의 내용이 대응을 요청하고 있는 태스크, 컨택 가능성이 높은 사용자, 관련 정보와 추천 검색어 등을 커뮤니케이션 이력을 토대로 자동 추출하여 화면에 표시하는 것이 IBM 버스의 특징
- IBM 버스는 작업의 중요성을 판단하여 제시하므로, 사용자가 중요한 작업을 간과할 가능성을 없애고, 메일과 관련한 작업을 효율적으로 수행하는 것이 목표
 - IBM은 버스를 소셜 이메일이자, 클라우드, 애널리틱스, 보안까지 결합된 이메일 서비스로 규정하는데, 1억 달러 이상의 개발비 투자와 전세계 50개 이상의 고객사 및 파트너들이 IBM 버스 개발에 협력
 - 모바일 기기에서의 이용도 감안하여 클라이언트 소프트웨어는 웹 브라우저에서 사용할 HTML5 앱과 모바일 기기용 네이티브앱의 두 가지 형태로 제공
 - 2015년 1분기에 SaaS 형태로 제공을 시작하고, 하반기에는 온프레미스 방식도 제공할 예정이며, 서비스 이용 요금과 상세한 기능 등은 2015년 1월 25일에 개최되는 ‘IBM ConnectED 2015’ 행사에서 공개될 계획
 - 또한 IBM 버스는 메일과 관련된 일련의 커뮤니케이션 작업을 원활하게 하기 위해 다수의 연구 성과물을 담고 있으며, 향후 인공지능 왓슨(Watson)과도 연계할 예정
 - IBM 버스는 메일 서비스인 ‘IBM SmarterCloud Notes(스마트클라우드 노트)’와 분석 서비스인 ‘IBM Digital Analytics(디지털 애널리틱스)’ 등을 이용



- 고객의 요구, IBM 디자인 랩 소속 전문 디자이너의 의견, IBM 검색 및 분석 기술 등을 바탕으로 오피스의 업무 생산성을 근본적으로 향상시킬 도구로 개발한 것
- IBM 버스 클라이언트 소프트웨어를 시작하면, 그 시점에서 연락해야 할 가능성이 높은 사람, 다른 사용자에게 의뢰중인 태스크, 자신에게 의뢰된 태스크 등의 정보를 요약해 화면에 표시
- 가령 화면에 표시된 사용자 중 한 명을 선택하면, 그 사람과 주고받은 이메일 목록을 표시하거나, 메일 쓰기 화면, 채팅 시작 화면, 연락처 정보 표시 화면 등으로 이동
- 메일 본문과 첨부파일을 대상으로 한 검색 기능에서는 검색 결과를 압축한 단어를 자동으로 추천하고, 검색한 첨부파일을 앱의 전환 없이 열어 볼 수 있음
- 현 시점에서 표시하고 싶지 않은 메일 스레드를 감추는 기능도 있어서 중요 메일로 표시되지는 않지만, 전체 메일 건수로는 표시되는 기능도 구비
- 향후 IBM은 왓슨의 자연어 처리 능력을 살린 작업의 효율화, 연계되어 있는 SNS에서의 활동 내역과 통합 등의 개선작업을 진행할 예정이며, 노츠 이외 메일 서비스의 프런트 엔드로서 IBM 버스를 이용하게 할 가능성도 있다고 함

○ MS 역시 12월 1일 이메일 스타트업인 어컴플리(Acompl)를 인수함에 따라 기존 메일 시스템인 ‘Microsoft Exchange(익스체인지)’에 변화가 예상됨

- 어컴플리는 서비스를 시작한 지 18개월 밖에 안된 새로운 기업으로, 비즈니스 사용



<자료>: re/code

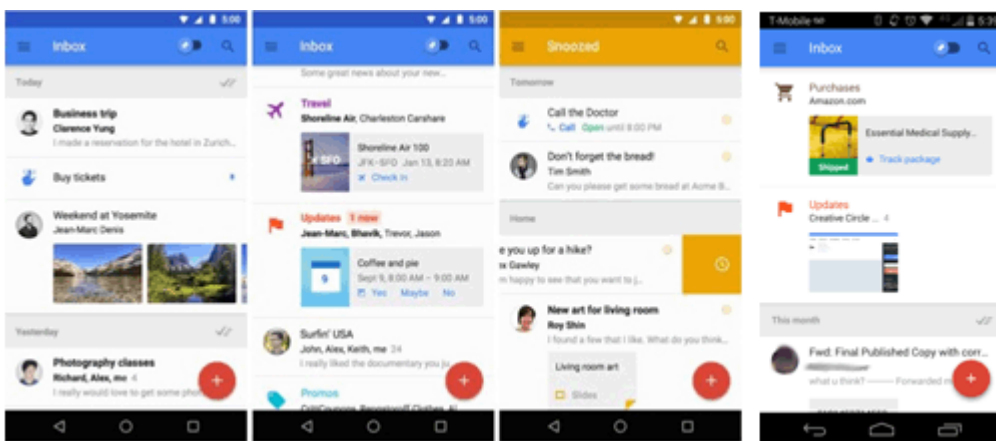
(그림 2) Acompl 메일 앱의 인박스, 캘린더, 예약, 파일관리 기능 화면

자를 겨냥한 클라우드 기반의 모바일 이메일 앱을 개발

- 또한 MS 의 원드라이브, 익스체인지, 오피스 365, 아웃룩닷컴 등을 지원하는 외에 드롭박스, 구글 드라이브, 아이클라우드 등의 클라우드 서비스와 연계되며, iOS 버전과 안드로이드 버전의 앱을 제공
- 어컴플리의 인수 금액 및 세부 조건은 정확히 공개되지 않았지만, 뉴욕타임스는 MS 가 약 2억 달러를 지불했다고 보도
- 어컴플리 역시 우선 순위가 높은 이메일 여부를 판정하는 기능과 메일을 일정에 반영하는 기능 등을 특징으로 하는 앱 모바일 환경에서 메일 업무 생산성 향상을 목표로 한다는 점에서 IBM 버스와 궤를 같이 함
- MS 의 아웃룩 및 오피스 365 담당 Rajesh Jha 부사장은 이번 인수에 대해 기존의 각종 메일 서비스를 지원하고 더 많은 것을 달성할 수 있도록 뛰어난 크로스 플랫폼 응용 프로그램을 제공하는 것이 목표라고 설명

○ IBM 과 MS 에 앞서 구글이 10 월에 새롭게 발표한 메일 앱 ‘Inbox(인박스)’ 역시 IBM 버스나 MS 의 어컴플리와 동일한 목적을 가진 것으로 볼 수 있음

- 인박스는 메일을 자동으로 분류해서 그룹별로 묶어 표시하는 화면을 기본으로 하는데, 가령 ‘Bundles(번들)’ 기능은 인터넷 쇼핑물의 주문 확인 및 배송 상황, 은행 명세서 등 유사한 내용의 메일을 자동으로 그룹화
- ‘Highlights(하이라이트)’ 기능은 당일의 비행 스케줄, 이벤트 정보, 친구와 가족의 사



<자료>: Phone Arena

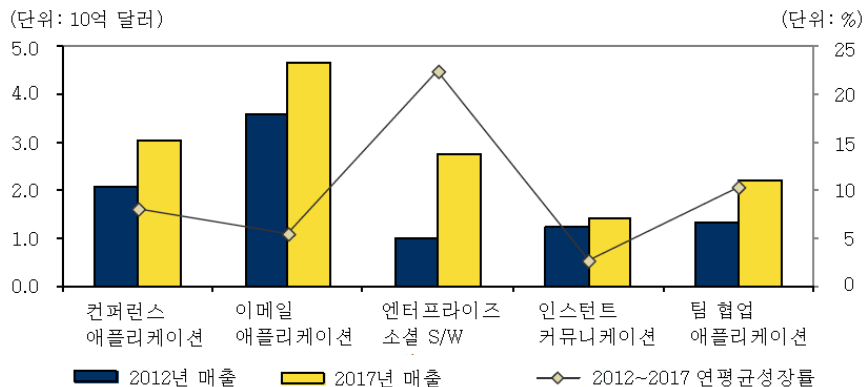
(그림 3) 구글 인박스의 주요 기능 및 모바일앱의 인터페이스

진이나 문서 등 중요 메시지를 한눈에 볼 수 있도록 표시

- ‘Reminders(리마인더)’ 기능은 해야 할 일(to-do)을 자유롭게 추가할 수 있으며, ‘Assists(어시스트)’ 기능은 to-do 리스트와 메일 내용에 따라 웹에서 획득한 관련 정보를 보완
- 한편, ‘Snooze(스누즈)’ 기능을 통해 당장 바빠서 즉시 확인하거나 응답하지 않는 메일일 경우 나중에 메시지를 다시 표시하도록 시간을 설정할 수 있음
- 구글은 인박스에 접속할 때 사용자들이 중요한 메일이나 작업 정보를 놓치지 않게 하는 것을 중요하게 생각
- 인박스는 구글 지메일을 개발한 팀이 개발하였으며, 현재 초대받은 사용자에게 한해 베타 테스트를 진행중이고, 사용을 희망하는 사람은 구글(inbox@google.com)에 초대를 신청하는 이메일을 직접 보낼 수도 있음
- 인박스는 안드로이드 버전, iOS 버전, 웹 버전으로 준비되고 있으며, 웹 버전은 구글의 크롬 브라우저에서만 이용 가능

○ IBM, 구글, MS 등이 모두 메일 애플리케이션을 혁신하기 위해 노력하는 배경에는 기업고객 확보를 위한 경쟁이 치열해지고 있기 때문

- 비즈니스 활동에 있어 여전히 많은 시간을 이메일에 할애하고 있는 것은 의심할 여지가 없는 사실이나, 수많은 메일들 속에 중요 정보가 묻히는 일이 빈번하게 발생
- IBM 에 따르면, 전세계적으로 매일 1,080 억 건의 업무 메일이 발송되고, 직원들은 받은 메일함을 시간당 평균 36 번 확인하며, 받은 메일 중 14 퍼센트만 중요도를 지



<자료>: IDC, 2014

(그림 4) 2012~2017 전세계 협업 애플리케이션 분야별 매출 성장 추이 전망

닌 것으로 추정됨

- 따라서 현재 메일 시스템에 존재하는 86%의 비효율을 제거하여 업무 생산성을 크게 높일 수 있는 메일의 프런트 엔드를 제공함으로써 노츠/ 도미노, 익스체인지, 지메일 등의 기업 사용자 확대를 도모하려는 것
- IDC 에 따르면 이메일은 단일 협업 툴로서는 여전히 가장 널리 사용되고 있으며, 엔터프라이즈 이메일 시장 규모는 2017 년 47 억 달러에 이를 것으로 전망
- 유용성이 점차 의심받고 있던 이메일을 커뮤니케이션 수단으로 활용하면서, 메일 관련 업무를 근본적으로 혁신하기 위한 도전과 더불어 47 억 달러 시장을 향한 IT 대기업들 사이의 새로운 경쟁이 진행되기 시작

<참 고 자 료>

- [1] Gina Narcisi, "Global firm beta tests social enterprise email with IBM Verse," TechTarget, 2014. 12. 5.
- [2] Alyssa Newcomb, "The Future of Email: Google's 'Inbox' Team Reveals What's Next," abc news, 2014. 12. 4.
- [3] Matt Asay, "What Microsoft's Acompli Acquisition Says About CEO Satya Nadella," readwrite, 2014. 12. 2.
- [4] Chris Ciaccia, "How IBM Intends to Reinvent Work E-Mail for the 21st Century," TheStreet, 2014. 11. 18.
- [5] IDC Technology Spotlight, "Improving Collaboration by Adding Social Capabilities to Email," IDC, 2014. 1.