

떠오르는 STARTUP (주)에드업



비대면 스포츠 시장 개척 스마트 기술이 이끈 변화

맞춤형 고객관리 'CSBYE' 기업 파트너 자리매김
헬스·골프 등 450여개 온라인 강좌 '에드핏' 출시
동구와 사회공헌 참여...“사회적 회복 허브 성장”

최근 산업 트렌드는 온라인 플랫폼을 빼놓고 얘기할 수 없다. IT를 접목한 차별화된 비대면 프로그램 개발에 주목하는 지역 스타트업이 있다.

고객관리, 보안 등 다양한 IT 솔루션을 온라인으로 제공하는 ㈜에드업(ADD-UP·강한 대표)은 비대면 스포츠 강좌 플랫폼을 만들며 사업 영역을 넓히고 있다.

에드업은 '고객관리'에 대한 해결책을 제공해(ADD) 기업의 가치를 높이는(UP) 최적의 사업 동반자'란 목표로 2018년 12월 설립, 온라인·모바일 게임 및 전자상거래의 중소 회사의 커뮤니티 관리와 통계 리포트 작성, 결제·환불, VIP 서비스 등 대 등을 맡고 있다.

특히 자체 기업연구소를 통해 2023년 3월 CRM(집중 공략형 영업 전략) 플랫폼 기술을 기반으로 한 고객관리 통합 서비스 'CSBYE'를 출시했다.

CSBYE는 에드업이 제공하는 고객 운영관리(CS), 질의응답, 모니터링, 마케팅 운영 등을 하나로 통합한 서비스다. 평소 CS에 부담을 느끼고 있던 기업의 고민을 떠나보낼 수 있는 솔루션이라는 의미를 담아 고객 운영관리에 이별을 뜻하는 'BYE'를 붙였다.

이 서비스는 다양한 채널의 문의를 한 곳에서 쉽고 빠르게 관리, 답변할 수 있는 기능을 보유하고 있으며, 기업 관리자가 고객관리에 필요한 기능만 설계해 맞춤형 고객센터 구축할 수 있도록 돕는다.

또 웹 기반 해법으로, 별도 설치가 필요하지 않고 회원가입 후 월 단위 제품 이용료만 부담하면 인터넷이 연결되는 곳에서 언제든지 자유롭게 사용할 수 있어 비용 절감이 가능하다.

2019년부터 현재까지 50여곳의 B2B 클라이언트

가 서비스를 이용하고 있는 가운데 재계약률 90% 이상을 유지하고 있다.

코로나19 확산기인 지난 2020~2022년을 기점으로 회사에 위기가 찾아왔다. 경기가 어려워지자 게임 이용자, 온라인 쇼핑물 고객이 지갑을 닫았고, 게임 회사와 기업 역시 매출이 줄었기 때문이다.

강한 대표(44)는 코로나19 이후 온라인 수요의 급증에 따라 비대면이라는 환경변화에 주목하며 비대면 콘텐츠 개발에 매진했다. 특히 코로나19로 각종 활동이 제한된 장애인, 취약계층에게 더 나은 삶을 제공하기 위해 고민을 거듭했다.

강 대표는 "외부활동이 어려운 장애인, 취약계층의 체육은 곧 생활이다"며 "IT를 활용해 장애인, 취약계층에게 평등한 스포츠문화의 기회를 제공하고 싶었다"고 말했다.

에드업은 문화체육관광부 사업에 참여하며 장애인·청소년·취약계층을 대상으로 한 맞춤형 온라인 스포츠강좌 플랫폼 '에드핏'(ADD-FIT)을 2023년 1월 출시했다.

에드핏은 국민체육진흥공단 스포츠강좌 이용권 또는 장애인 스포츠 강좌 이용권 사용자를 대상으로 공식 모바일 앱을 통해 자체 교정, 헬스부터 골프, 배드민턴, 탁구 등 스포츠까지 450여가지의 운동 강좌를 수강할 수 있고, 매일 다양한 운동 콘텐츠가 올라오며 사용자 접근성과 지속성이 강점으로 꼽힌다.

이러한 점을 눈여겨 본 광주 동구청은 지난 6월 '별별 동구 사회공헌 프로젝트'를 제안했고, 에드업은 장애인 재활 및 유·청소년의 건강한 성장 지원을 목표로 비대면 스포츠 공헌 프로젝트를 추진했다.



강한 대표

에드업은 동구 내 복지시설, 학교, 재활센터를 중심으로 '찾아가는 에드핏 스포츠 강좌'를 무료로 진행하고 있다.

에드업과 동구는 장애인·저소득층 청소년이 장애인 스포츠 강좌 이용권 등을 활용해 스포츠 활동에 참여할 수 있도록 안내하고, 건강 격차 해소를 위한 장기적 계획을 만들었다.

참여자들은 현장에서 직접 온라인 스포츠 강좌를 체험하며 '여러 강좌를 선택해 집에서 편하게 운동할 수 있어 좋아요', '시간 상관없이 운동이 가능하니 꾸준히 이용합니다' 등 높은 만족감을 드러냈다.

이외에도 회사는 지역 어린이집에 현물 기부, 지역 기업을 위한 재능 기부 등 사회공헌활동에 매진하고 있다. 역동적인 회사 분위기 만들기 위한 다양한 시도도 이어가고 있다.

회사는 지역 인재를 고용한 뒤 직원 장기근속을 유도하기 위해 유연근무제 활용, 정시퇴근제, 연차 사용 등을 장려한다.

그 결과 대한체육회 주관 2023 장애인스포츠 강좌 이용권 우수 가맹 시설 선정을 시작으로 지난해



㈜에드업은 최근 행복재활원에서 온라인 스포츠강좌 플랫폼 '에드핏'을 통해 스포츠 강좌를 진행했다.



㈜에드업 직원들이 워크숍에 참여하는 모습.

광주시 일자리 우수기업, 문화체육관광부 여가친화 기업에 이름을 올렸고, 창업 활성화 부문 중소벤처기업부 장관상 수상의 영예를 안았다.

강 대표는 기술과 따뜻한 마음이 결합된 장애 유형·연령별 맞춤형 스포츠 교육으로, 더 많은 이들이 세상과 다시 연결되는 경험을 만들고 싶다는 계획을 내놨다.

강한 (주)에드업 대표는 "지역에서 받은 걸 다시

지역에 돌려드리는 게 사회적기업의 책임이라고 생각한다"며 "향후 5년 이내 에드핏이 단순 스포츠강좌 플랫폼이 아닌 '운동을 통한 사회적 회복 허브'로 성장시키기 위해 노력하겠다"고 말했다.

이어 "고객에게는 정직한 서비스, 직원에게는 안정된 일자리, 지역에는 사람을 위한 복지 기업으로 기억되고 싶다"고 덧붙였다.

송태영 기자 sty1235@gwangnam.co.kr

보해양조 '여수바다' 리뉴얼...환경가치 담는다

멸종위기종 '상괘이' 캐릭터 차별화...지역 정체성 강화

주요 전문기업 보해양조는 3일 지역 소주 '여수바다'의 라벨 디자인을 '상괘이' 콘셉트로 전면 개편한다고 밝혔다.

새 라벨의 주인공인 '상괘이'는 여수 앞바다에 서식하는 멸종위기 해양보호생물이다. 보해양조는 관광객에게 내세웠던 여수의 야경 대신 여수바다의 생태 가치를 선보여 타 지역 소주와 차별화된 브랜드 이미지를 구축했다.

지난 2019년 출시된 기존 '여수밤바다'가 관광객 중심으로 인기를 얻었으나 지역민과 연결고리가 약했다는 점을 반영, 여수만의 차별화된 상징을 만들어 브랜드의 지역 정체성

을 강화하는 데 초점을 맞췄다고 회사 측은 설명했다.

상괘이는 동근 주둥이와 눈매를 가진 소형 돌고래류로 한반도의 서남해 연안 등 동아시아 연안에만 서식하는 희귀종이다. 국제자연보전연맹(IUCN)에서 취약종으로 지정했으며 우리나라에서는 2016년부터 해양보호생물로 지정, 보호하고 있다.

보해양조는 이번 리뉴얼을 계기로 해양환경단체와 협력해 환경보호 캠페인과 수익금 기부 등 상괘이 인지



도 확산에 나설 계획이다.

리뉴얼 제품은 16도로, 레시피나 용량이 기존 제품과 동일하다. 이달부터 편의점, 대형마트 등에 순차적으로 입고될 예정이다.

보해양조 관계자는 "기존 제품이 관광객의 낭만을 상징했다면 새롭게 단장한 여수바다는 여수시민들이 일상 속에서 즐길 수 있는 브랜드가 목적이다"며 "지역과 함께 성장하는 기업으로서 지역 소주의 가치를 키워가겠다"고 말했다.

정현아 기자 aura@

금호타이어, 타이어프로 컵 스크린 골프대회

30일까지 골프존 매장...할인 쿠폰·골프용품 등 경품

금호타이어(대표이사 정일택)가 오는 30일까지 한 달간 '타이어프로 컵(Tire Pro Cup) 스크린 골프 대회'를 개최한다.

골프존 회원(Gtour 프로 등 프로 골퍼는 제외)이면 누구나 참여 가능하며 골프존 비전, 투비전, 투비전 플러스, 투비전NX 기기가 설치된 전국 골프존 및 골프존 파크 매장에서 참여할 수 있다.

대회 코스는 '하모니 골프 파크'로, 베트남에서 가장 아름다운 파5 골프코스 선정된 바 있다. 금호타이어는 대회 기간 중 코스와 스코어보드 등 경기 곳곳에 공식 유통전문점 '타이어프로(Tire Pro)'와 겨울용 타이어 '윈터 크래프트(Winter Craft)' 브랜드 로고를 노출한다.

스트로크 및 최다 라운드 우승자에게는 미즈노 아이언 세트(1명), 2위 스릭스 드라이버(1명), 3위

스릭스 우드(1명) 등을 제공할 예정이며 등급별 시상, 홀인원 선착순, 롱기스트, 니어리스트 등 항목별 우승자에게도 경품을 지급한다. 대회에 참가한 모든 고객에게 금호타이어 제품 할인 쿠폰(1분당 1만원, 최대 4분)도 제공한다.

자세한 내용은 타이어프로 및 골프존 공식 홈페이지에서 확인할 수 있다.

윤민석 금호타이어 G.마케팅부문 상무는 "지난 해부터 국내 골프 대중화의 성공 사례로 평가되는 골프존과 함께 타이어프로 타이틀을 내건 스크린 골프 대회를 개최하고 있다"며 "골프존을 이용하는 고객들이 이번 스크린 골프 대회 참가를 통해 경기 뿐만 아니라 겨울용 타이어의 중요성도 함께 관심 갖길 바란다"고 말했다.

정현아 기자 aura@gwangnam.co.kr