학습자료 (비즈니스 명견만리_에어비앤비가 말한다! 4차 산업혁명과 공유경제의 미래)

1차시. 집단지능이 눈을 뜨다. 공유경제의 등장

*성장의 모멘텀을 마련한 계기
- 2008년경부터 공유 경제라는 용어의 개념도 정립되고 공유사업 모델도 본격 성장하기 시작
- 금융위기의 발발
- 에너지 및 환경문제의 사회적 이슈화
- 스마트폰과 모바일 시대 개막

*위키피디아
- 위키피디아는 주식회사 형태가 아니라 비영리 재단으로 운영된다.
- 위키피디아는 누구나 콘텐츠를 올릴 수 있다.
- 2001년 금융선물 전문가였던 지미 웨일스에 의해 설립되었다.

*에어비앤비 세 명의 창업자
- 조 게비아
- 브라이언 체스키
- 네이건 블레차르지크

*공유경제사업모델
- 위키피디아
- 프라이스 라인
- 이베이

*에어비앤비
- 사회적 통념 때문에 사업 초기에 많은 어려움이 있었다.
- 호텔 등 기존 숙박 산업의 가치 사슬과 충돌했다.
- 기존 산업 문명과 충돌하는 현상이라 할 수 있다.

*4차 산업혁며오가 관련된 기술
- 사물인터넷
- 인공지능
- 가상현실

*과잉 사회
- 공장의 설비가동률이 떨어지고 재고 비율이 높아지고 있다.
- 많은 업종들의 수명 주기가 포화기를 넘어 쇠퇴기에 접어들었다.
- 부가가치는 갈수록 하락하고, 상품의 가치도 떨어지고 있다.

*공유 경제의 특성
- 연결과 융합
- 노마드
- 집단지성

*4차 산업혁명
- 디지털과 인터넷이 일으킨 3차 산업혁명이 오프라인을 온라인으로 이동시킨 것이라 한다
- 4차 산업혁명은 산업문명에서 정보문명으로의 이동 현상이라 할 수 있다.

*위키노믹스의 개념
- 돈 탭스콧과 앤서니 윌리엄스는 위키와 이코노믹스의 합성어인 <위키노믹스(Wikinomics)>라는 책을 썼는데, 기업이 독점적으로 생산하고 유통했던 산업시대의 방식이 아니라 모든 개인들이 집단지성을 활용해서 협업 방식으로 부가 창출되는 새로운 경제 패러다임을 의미한다.

2차시. 소비자와 협업하다.

*가치
- 오늘날의 고객들이 구매하는 것은 상품이 아니라 가치이다
- 앨드리히는 <디지털 시장의 지배>에서 “오늘날의 고객은 의사결정을 하며, 새로운 전문용어에 기초하여 의사결정을 한다. 그것은 바로 가치이다”라고 했다.

*새로운 시대에 맞는 마케팅의 관념
- 소비자를 마케팅의 대상으로 인식하지 말고 마케팅 과정에 참여시켜야 한다.
- 쌍방향적, 동시간적으로 융합하는 방식으로 바꾸어야 한다.
- 소비자들이 가치를 만들어낼 수 있는 플랫폼을 제공해 주어야 한다.

*200여 년 전의 산업혁명 시대 초기에 일어났던 변화
- 생산자와 소비자를 분리시켰다.
- 시장을 발달시켜 산업을 형성시켰다.
- 도시화가 촉진되었다.

*공유경제
- 공유경제는 생산자로부터 소비자에게로의 권력이동 현상이라 할 수 있다.
- 정보의 비대칭 문제를 해소하면서 권력이동을 일으킨 요인(인터넷, SNS, 모바일)

*산업혁명의 결과
- 제조에서 생산으로, 교환에서 유통으로 바뀌었다.
- 유통채널이 생겨났다.
- 기업이라는 전문생산조직이 만들어졌다.

*저널리즘
- 블로거들의 롤 모델인 댄 길모어 - 세계신문협회 연설에서 “지난 수십 년 혹은 수백 년 동안 저널리즘은 독자들에게 사실을 알려주는 ‘설교’에 가까웠지만 기술의 충돌 등으로 인해 대화로 바뀌고 있다.”

*새로운 시대에 맞는 CRM의 개념
- 민주적이고 수평적 구조가 되어야 한다.
- 개인맞춤화해야 한다.
- 모든 정보를 오픈하고 솔직하게 대화해야 한다.

*4차 산업혁명과 일자리
- 인공지능이 사람을 대신해 많은 업무를 소화한다면 인류에겐 자신의 역량을 보다 가치가 높은 일에 집중할 수 있는 새로운 기회로 삼을 수 있다.

*변화를 받아들이는 올바른 자세
- 위기도 기회라고 생각한다.
- 미래 역량을 키우기 위해 노력한다.
- 변화를 적극적으로 받아들인다.

3차시. 대중에게 구하다.

*경험경제와 공유경제
- <경험경제>의 저자인 조셉 파인과 제임스 길모어는 “경험경제에서 상품/서비스는 고객의 경험이라는 무대 위에 존재하는 소품에 불과하고 직원은 배우일 뿐이다.”라는 말을 했다

4차시. 커뮤니티를 형성하다.

*커뮤니티의 형성을 촉진시킨 요인
- 블로그
- SNS
- 스마트폰

*가치사슬과 가치고리의 차이점
- 공유경제와 4차 산업혁명은 산업시대 가치사슬을 해체하면서 가치고리로 변화시키고 있다.
- 가치 부가 - 가치 융합
- 시장 – 플랫폼
- 선형적 - 순환적

5차시. 순환되는 가치고리를 구성하다.

*에어비앤비가 호텔업체들을 추월하게 된 요인
- 2008년 금융위기로 저렴한 숙소에 대한 관심증가
- 세테리오타입 대량생산품에 대한 피로감 누적
- 본질적이고, 진정성 있는 여행 문화에 대한 욕구 증가

*자동차산업
- 메르세데스 벤츠의 디터 제체 회장은 2011년 CES 기조연설에서 “이제 자동차는 가솔린이 아니라 소프트웨어로 움직인다”라는 화두를 던졌다.
- 자율주행차가 궁극적인 모습이다.

*에어비앤비 공유경제
- 에어비앤비는 기존 호텔산업의 가치사슬 안으로 들어가서 차별화하고 포지셔닝 하려는 것이 아니라 밖에서 소비자들과 함께 커뮤니티를 형성하고 그곳을 플랫폼으로 만드는 것을 추구하고 있다.

*2008년 금융위기의 결과
- 정부나 대기업에 대한 신뢰가 무너지는 계기가 만들어졌다.
- 개인들이 스스로 자구책을 마련해야 한다는 각성이 일어났다.
- 불황으로 인해 가격이 저렴한 대안을 탐색하기 시작했다.

*플랫폼
- <블루오션 전략>의 저자 김위찬 교수는 “블루오션으로 가려면 시장 경계선 내에서만 보지 말고 경계선 너머에 있는 새 수요를 볼 수 있어야 한다.”고 했다.
- 경계선 너머가 의미하는 것 = 플랫폼

*경쟁과 협업의 차이
- 승패(win-lose) - 승승(win-win)
- 시장 논리 - 플랫폼 논리
- 제로섬 게임 - 포지티브섬 게임

*공유경제에 대응하는 전략 패러다임
- 공유경제의 큰 흐름을 인정하고 그 원리를 사업에 적용해야 한다.
- 제휴를 통해 순환하는 가치의 고리를 만들어야 한다.
- 공유경제 스타트업에 투자하는 전략도 고려해야 한다.

*가치사슬
- 가치사슬이란 가치의 주체들이 서로 가치를 주고받으며 가치를 창출하는 관계를 의미하는데, 체인 형태와 닮아 붙여진 이름이다. 제조업체는 원재료, 부품, 기술 등을 납품받아 거기에 가치를 부가해서 상품과 서비스를 만들고, 유통업체를 통해 최종소비자에게 판매하는 것이 지금까지의 일반적인 프로세스이다.

6차시. 고객과 함께 스토리를 만들다.

*브랜드 저널리즘
- 독립적인 잡지사와 같은 객관적인 입장에서 정보 제공 역할을 한다.
- 일방적으로 설교하려하지 말고 쌍방향적으로 대화해야 한다.
- 고객과의 커뮤니티를 형성하는 작업이다.

*상품과 가치의 융합-> 새로운 가치의 요소
- 문화
- 커뮤니티
- 스토리

*에어비앤비의 성장
- 에어비앤비는 광고로 성장한 것이 아니라 스토리를 계속 확대재생산 시키면서 지금의 위치에 오를 수 있었다.

*전통적인 마케팅에서의 프로모션 믹스
- 광고
- PR
- SP

*MCN
- 1인 방송사업자의 기획사로 콘텐츠 기획부터, 제작, 결제, 프로모션, 파트너 관리, 저작권 관리, 수익 창출·판매 및 잠재고객 개발, 방송 송출 등의 영역을 지원하는 사업을 통칭하는 명칭

*매스미디어와 소셜 미디어의 차이점
- tell - talk
- 일방향 - 쌍방향
- 순차적 - 동시간적

7차시. 생각을 제거하다.

*3개의 원
- 1981년 GE의 CEO가 된 잭 웰치는 식사 도중 갑자기 떠오른 자신의 아이디어를 냅킨에 도표로 그렸다.
- 그것이 GE를 바꾼 모멘텀이 된 도표 3개의 원이다.

*애플의 제품

- <옵저버> 지는 “애플은 모든 제품을 특정한 방식으로 생각하고 연구하고 개선하고 디자인 한다. 여기서 특정한 방식이란 제품을 최대한 쉽고 단순하게 만드는 것이다.”라고 평가했다.

*유니클로
- 유니클로의 창업자 야나이 타다시 회장은 “옷을 바꾸고, 상식을 바꾸고, 세상을 바꾼다.”라는 말을 했다.

*이케아
- 이케아의 창업자 잉그바르 캄프라드는 “우리의 규칙은 대단히 낮은 가격을 유지하는 것이지만 그 낮은 가격에는 반드시 의미가 함께 따라야 한다”는 말을 했다.

*디자인(design)
- 디자인(design)의 어원에서 de는 ‘소멸되다’, sein은 존재라는 뜻이다.
- 기존의 존재를 해체하고 단순하게 재구조화하는 것이 디자인의 본질이다.

*프레젠테이션의 법칙 ‘10-20-30 룰
- 애플의 마케터 출신으로 실리콘밸리의 벤처투자가로 활동하고 있는 가이 가와사키가 성공적인 프레젠테이션의 법칙으로 ‘10-20-30 룰’을 주창했다.
- 슬라이드 수 10장 이내, 시간 20분, 글자의 크기가 30 포인트

8차시. 블록체인 혁명, 공유경제의 완성

*블록체인과 비트코인의 관계
- 블록체인은 비트코인을 만드는 알고리즘이다.
- 블록체인과 비트코인은 사카시 나카모토라는 가명의 개발자가 고안했다.
- 블록체인은 원천기술, 비트코인은 결과물이다.

*공유경제
- 공유경제는 소비자를 생산자로 참여시켜 협업함으로써 커뮤니티를 형성하는 것이다.

*블록체인
- 4차 산업혁명의 근저에 흐르는 원리가 블록체인이다.
- 하이퍼텍스트가 거미줄이라면 블록체인은 지능을 가진 거미인간이라 할 수 있다.
- 블록체인의 원리는 중앙에 컨트롤타워가 없는 분산화와 P2P 개인주권화이다.

*가상암호화폐
- 비트코인
- 리플
- 이더리움

*비트코인과 블록체인의 차이

- 비트코인과 블록체인은 다르다. 비트코인은 암호 화폐(또는 암호 화폐 시스템)이고, 블록체인은 비트코인을 만드는 알고리즘을 지칭한다. 다른 말로 하면, 블록체인은 원천기술, 비트코인은 결과물이다.