

경/영/전/략

네트워크 효과의 함정

카카오톡은 왜 성공했는가?

스마트폰의 폭발적인 증가는 '모바일 메신저' 라는 새로운 개념의 플랫폼이 보편화 되도록 만들었다. 2010년 처음 선보인 '카카오톡'은 가입자 수가 현재 7천만명을 돌파했으며, 일일 최대 메시지 이용건수는 약 42억건에 달한다고 한다. 많은 후발업체들이 카카오톡을 넘어서기 위해 시도했지만 대부분 실패로 돌아섰다. 이는 **네트워크 효과(Network effect)** 때문이다. 내 주변의 많은 사람들이 카카오톡을 사용하기 때문에 서비스에 대한 만족 여부와 상관없이 그 서비스를 수용하게 되어 후발업체들이 좀처럼 고객을 유인하기 어렵다.

고객은 기다리지 않는다

네트워크 경제학(Network economics)이란 네트워크의 가치는 사용자 숫자의 제곱 배로 급격하게 증가한다는 이론이다. 그러나 폭발적인 가입자 증가에도 불구하고 만성 적자라는 꼬리표를 떼지 못했던 카카오톡의 사례에서 보듯이 단순히 네트워크의 크기만으로 가치를 생산할 수는 없다. 그렇다면 네트워크 경제학은 허상일까?

■ ■ ■

카카오톡은 '애니팡' 게임, '카카오 앨범' 등의 다양한 부가서비스를 제공하면서 아이템 판매 및 선물하기, 게임업체 제휴를 통한 수익 배분 등으로 이제 흑자 달성에 청신호를 보이기 시작했다. 고객들이 함께 재미와 만족을 공유할 수 있는 서비스를 신속히 제공하여 수익을 창출할 때 네트워크 경제학이 실현되는 것이다. 고객의 충성도가 생각만큼 오래가지 않는다는 것을 우리는 수없이 경험해 왔다.

■ 김진완 수석연구원

[아리스토텔레스의 설득 3요소]



성공적인 설득은 호감을 사고 긍정적인 평가를 받는다(이토스 단계). 그 다음에는 상대방의 감정에 호소한다(파토스 단계). 그리고 행동 변화의 필요성에 대한 논리적 근거를 제공한다(로고스 단계). 그런 다음 상대방이 마음을 바꾸지 않도록 다시 이토스를 사용한다.

금/융/외/환

재테크와 커피

카페라떼 효과

직장인들이 가장 즐겨 먹는 기호식품은 무엇일까? 남녀 공통적으로 즐겨 찾는 것은 아마도 커피가 아닐까 생각한다. 이제는 식사 후 밥값보다 더 비싼 테이크아웃 커피를 들고 다니는 모습도 그다지 낯설어 보이지 않는다. 이러한 세태를 반영한 것인지 작년 한때 ‘카페라떼 효과’라는 신조어가 크게 유행했다. 매일 카페라떼 한 잔 값만 아껴도 생각보다 큰 목돈을 만들 수 있다는 것을 가리키는 말이다.

■ ■ ■

30년간 매일 4천원씩 저금하면 총 원금은 4,380만원(=4천원×365일×30년)이지만 매년 모이게 되는 146만원을 연간 수익률 5% 복리로 꼬박꼬박 투자하면 10년 후 1,890만원, 20년 후 4,950만원, 30년 후에는 약 1억원이 된다는 것이다.

재테크와 힐링의 교환

사실 이러한 이야기는 과거에도 수없이 들어왔고 한번쯤 실천하고자 했던 사람들도 많을 것이다. 하지만 커피수입량이 매년 최대치를 경신하고 프리미엄 커피전문점이 기하급수적으로 증가하고 있다는 언론보도는 커피소비에 무엇인가 담겨 있음을 짐작하게 한다.

■ ■ ■

커피소비에서 얻는 하루하루의 만족감과 힐링(healing)이 1억원 이상의 효용을 가져다 준다고 믿는가 보다.

| 염지연 책임연구원



[솔로 이코노미(Solo economy)]

솔로 이코노미는 1인 가구가 늘어나면서 기업들이 이를 겨냥한 제품을 집중적으로 판매하는 현상을 뜻하며 우리말로로는 ‘1인 가구 경제’로 불린다.

경/제/일/반

창조도시 부산

신정부의 경제정책 키워드

박근혜 정부가 공식 출범한다. 미래창조과학부를 신설하여 창의력과 상상력에 과학기술을 접목한 창조경제 정책을 추진할 계획이다. 창조경제를 통해 일자리를 창출하고 제2의 도약을 실현하겠다는 구상이다.

창조경영은 변치 않는 화두

소니의 창업자 모리타 아키오 회장은 “시장은 존재하지 않는다. 창조될 뿐이다 (Markets do not exist, they are created)”는 명언을 남기며 시장을 주도했다. 애플의 스티브 잡스도 “다르게 생각하라(Think different)”고 강조하며 스마트폰 하나로 세상을 완전히 바꾸어 놓았다. 그러나 현재 소니와 애플의 모습은 예전만 같지 않다. 창조적 발상을 가진 경영자의 빈자리가 너무 커 보인다.

창조도시 부산을 꿈꾼다

도시경영에도 창조적 사고가 강조되고 있다. 창조도시의 세계적인 권위자 찰스 랜드리(Charles Landry)는 “많은 도시들이 같은 모습과 같은 느낌을 가지고 있다. 많은 도시들이 추하고, 영혼이 없고, 그곳에 사는 사람들에게 영감을 주지 못한다”고 지적하고 있다. 창조도시를 여러 사람들이 교감하고 어울리고 교류할 수 있는 공간으로서 천편일률적인 하드웨어 중심보다는 소프트웨어적 개발을 강조하고 있다. 또 카네기 멜론 대학의 리처드 플로리다(Richard Florida) 교수는 도시의 경쟁력이 창조계급(과학자, 기술자, 건축가, 디자이너, 작가, 예술가 등 창조성을 중요한 업무로 하는 계층)을 끌어당기는 매력적인 힘에서 나온다고 한다.

| 김성주 부소장

[공짜와 관련된 세계 속담, 금언]



- 공짜 치즈는 쥐뿔 위에만 있다. - 러시아 속담
- 세상에 공짜 점심은 없다. - 밀튼 프리드먼
- 공짜로 처방전을 써 주는 의사의 충고는 듣지 마라. - 탈무드