

IV. 웹 경제학(Webonomics)

Evan I. Schwartz 著
고주미, 강병태 譯, 1999.

1. 서

'80년대 중반부터 일반인에게 보급되기 시작한 인터넷은 역사상 그 어떤 미디어보다 빠르게 확산되고 있으며, 인간 생활 전반에 커다란 영향을 미치고 있다. 인터넷은 단순한 미디어의 수준을 넘어서 기존 패러다임을 완전히 변화시킴으로써 새로운 차원의 세계를 여는 수단으로 작용하고 있다.

웹 경제에서는 전통적인 경제와는 정반대의 현상이 일어난다. 전통적인 경제에서는 자원의 공급이 수요보다 부족하다는 희소성의 개념을 근거로 하고 있다. 그러나 웹 경제학은 무한대로 다운받고 복사할 수 있는 지적 재산이 항상 수요보다 초과해서 지속적으로 늘어난다. 이 책은 웹의 기본적인 상식과 속성을 제공함으로써 성공적인 웹 비즈니스를 위한 길을 제시하고 있다.

2. 책의 구성

<그림> 책의 구성



3. 본서의 주요 내용

제1법칙 : 양질의 서비스로 웹 방문자들의 관심을 지속시켜라

웹 비즈니스는 자사의 웹 사이트를 많은 사람들에게 알리는 것에서부터 시작된다. 웹을 방문하는 사람들이 많아야만 웹 비즈니스를 장기적으로 유지할 수 있기 때문이다. 단순한 방문자보다는 웹 사이트에 대해 지속적인 관심을 보여주는 방문자를 만

들기 위해서는 가치 있는 정보의 제공, 독특한 콘텐츠의 개발 등이 필요하다.

많은 사람들이 웹을 다른 사람들과 만나는 교류의 장소로 인식하고 있다. 따라서 사람들이 끊임없이 찾아오도록 하기 위해서는 동일한 관심사를 지닌 사람들이 모여서 교류할 수 있는 온라인 공동체를 만들어야 한다.

제2법칙 : 구매 가능성이 높은 고객에게 집중하라

수많은 사람들이 이용한다고 해서 웹을 매스 미디어로 생각해서는 안된다. 웹은 쌍방향 미디어이면서 틈새 미디어이고, 사용자마다 경험이 다른 개인 미디어이다. 수백만 명을 상대로 특정 브랜드의 이미지를 강화하겠다는 매스 마케팅적 사고는 웹의 속성을 제대로 이해하지 못한 데서 비롯된다.

웹은 소비자가 원하는 정보를 직접 찾아다니는 환경이다. 소비자들은 기업의 일방적인 광고 앞에 결코 무방비 상태로 앉아 있지도 않고 그럴 필요도 없다. 웹에서 소비자들은 벗어나는 것(채널을 돌리는 것)이 아니라 선택한다(해당 웹 사이트에 들어가기로 결정하는 것). 따라서 웹 광고는 소비자로 하여금 제품에 대한 심층 정보에 '링크'하고 실제로 구매할 '생각'을 갖도록 독려해야 한다.

제3법칙 : 신상 정보를 제공하는 소비자에게 보상하라

거래를 통해 이득을 볼 수 있다고 판단되는 경우 소비자들은 자신에 관한 정보를 기꺼이 제공하고 있다. 소비자들에게 자신의 이름과 그 밖의 각종 정보를 기입하도록 요구하기 위해서는 의미 있는 보상이 제시되어야 한다. 맞춤형 뉴스, 오락, 조언 등 도저히 끼지 않고는 못 배길 온라인 공동체 회원권과 같은 보답이 있어야 한다.

고객 정보를 수집하고 활용하는 데 가장 중요한 것은 고객의 프라이버시 보호이다. 소비자들의 동의 없이 수집한 고객 정보를 판매해서는 안되며, 어린이를 대상으로 한 정보 수집은 절대 삼가야 한다. 아울러 개인 정보를 수집한다는 목적에만 연연하고 있다는 인상을 주어서도 안된다.

제4법칙 : 소비자를 유인할 수 있는 값진 정보를 제공하라

웹에서 구매력을 창출하는 것은 정보이다. 마케팅 담당자와 온라인 소매업자는 소비자가 원하는 상품을 구매할 수 있도록 정보, 뉴스, 지식, 지혜, 조언 등으로 웹 사이트를 채워야 한다.

웹은 유통업계 중에서도 소규모 점포들이 성장할 수 있는 기회를 많이 제공해 준다. 이러한 환경에서 소매업자들이 성공하기 위해서는 고객에게 선택의 폭을 넓혀 주거나 상품에 대해 한 단계 높은 전문적인 정보를 제공해 주어야 한다. 또한 슈퍼

마켓에서 팔리는 소매가보다 낮은 가격을 제시해야 성공할 수 있다.

제5법칙 : 셀프 서비스를 활용하여 고객 만족도를 제고하라

많은 사업 분야에서 셀프 서비스는 필수 조건이 되고 있다. 은행의 ATM, 셀프 주유소 등은 산업의 기본 틀에 대한 변화를 중용해 왔다. 이제 이러한 현상은 웹을 통해 더욱 가속화되고 있다. 하루 24시간, 주 7일 내내 개방되어 있는 웹은 소비자들의 요구를 적절히 채워줄 수 있는 다양한 셀프 서비스를 제공하고 있다.

셀프 서비스의 확산은 향후 자동화로 대체될 수 있는 직종을 계속해서 사라지게 할 것이다. 그러나 고객 서비스와 관련된 인력은 폐기되는 것이 아니라 더욱 높은 수준의 업무로 재배치된다. 이들은 컴퓨터가 답할 수 없는 고도의 노하우가 요구되는 까다로운 상담을 담당하게 될 것이다.

제6법칙 : 가치 기반 통화를 이용한 독자적인 화폐시스템을 개발하라

전자상거래에 관한 가장 큰 문제는 구입한 물건에 대한 지불 방법에 관한 것이다. 현재 디지털 캐시로 알려진 몇 가지 전자 통화 시스템들이 시장에 나와 있지만 이들 지불 시스템의 대부분은 실패로 끝날 것이다. 대신에 '가치 기반 통화'라는 새로운 형태의 화폐 시스템이 각광받고 있다. 이는 기업들이 고객의 구매에 대한 보상으로 향후 실제 상품이나 서비스와 맞바꿀 수 있는 점수를 제공하는 화폐 시스템이다.

웹은 여러 가지 가치 기반 통화 계좌들을 새로운 방식으로 관리할 수 있도록 도와주는 최상의 도구이다. 소비자들은 자기 계좌의 잔고를 확인하거나 모아놓은 점수를 사용하기 위해 온라인으로 들어오며, 그 과정에서 기업들은 이들의 관심을 끌고 그들과의 관계를 더욱 돈독히 하게 된다. 소비자들과 강력한 신뢰감을 구축하는 기업이 가장 성공적으로 가치 기반 통화를 발행하고 운영하게 될 것이다.

제7법칙 : 새로운 브랜드명을 신속하게 정착시켜라

웹 경제에서 브랜드 이미지의 구축은 실물 경제에서와 같은 원리로 작용하다. 다만 실물 경제에서 우수한 브랜드 이미지를 구축하는 데에 몇 년씩 걸린다면, 웹에서는 몇 주, 몇 달밖에 소요되지 않는다는 점이 다르다. 따라서 남들보다 먼저 새로운 상품이나 서비스를 개발하는 것이 중요하다.

브랜드는 원하는 상품을 골라내는 데에 드는 시간과 노력을 덜어줄 수 있기 때문에 신뢰도 높은 브랜드들은 그만큼 믿고 고를 만한 값어치가 있다. 웹은 신뢰도 높은 브랜드명을 단순한 상품 이상의 존재로 한 단계 뛰어오르게 해주는 공간을 제공한다. 뛰어난 브랜드명들은 웹에서 거의 모든 상품의 판매 수단으로 활용될 수 있다.

제8법칙 : 웹 경제를 세계화 실현의 무대로 적극 활용하라

웹 경제에서 소비자와 기업은 시장(marketplace)이 아닌 공간(marketspace)에서 거래를 한다. 국경없는 매대 공간에서는 어떤 기업일지라도 극히 적은 비용만으로 쉽게 세계화 목표를 달성할 수 있다. 지리적 위치는 더 이상 무역 장벽이 될 수 없으며, 웹 경제에서 중요한 것은 인간의 창의성과 지적 능력, 기술 등이다.

잘 설계된 웹 사이트는 작은 기업이 마치 큰 기업처럼 활동할 수 있게 해주고, 반대로 거대 기업을 신생업체처럼 유연하고 기민하게 움직이도록 만들어준다.

제9법칙 : 시장 변화에 기민하게 대응하라

웹 경제에서는 한 번의 경쟁 우위는 기껏해야 몇 주, 길어야 한 두 달 정도밖에 유지되지 않는다. 웹 관련 벤처기업의 경영자라면 신속한 판단력과 함께 경쟁자보다 앞서 신기술을 활용하려는 적극적인 자세를 갖춰야 지속적인 경쟁 우위를 유지할 수 있다. 기술 위주의 사회에서는 수동적인 자세보다 능동적인 자세가 필요하다.

시장 변화에 기민하게 대응하는 가장 좋은 방법은 고객들이 무엇을 원하고 있는지 면밀히 파악하는 것이다. 전자우편을 통해 들어오는 고객들의 피드백과 제안을 진지하게 받아들이고, 그들의 질문과 불만을 바로바로 처리해 줄 수 있어야 한다. 민첩한 기업만이 웹 경제에서 성공할 수 있다.

4. 시사점

기업들은 인터넷을 새로운 거래의 수단으로, 판매의 장으로 활용하고 있으며, 일반 개인들은 정보 수집, 제품 구매, 예약, 게임 등 다양한 목적으로 인터넷을 활용하고 있다. 웹은 상거래를 위한 인프라이며, 전세계로 뻗어있는 아이디어의 통로이며, 막대한 규모의 정보가 교환되는 곳이다.

이렇듯 웹 경제가 무한한 가능성을 가지고 있는 세계인 것만은 틀림없다. 그러나 무턱대고 웹에 진출하다가는 많은 비용과 노력만 허비하고 실패할 수 있다. 성공적인 웹 비즈니스를 위해서는 웹의 속성을 정확히 이해하고, 자사의 상품이 웹상에서 성공할 수 있는지 판단해야 한다. 이러한 이해와 분석이 있어야 치열한 웹 경제의 경쟁에서 살아남을 수 있을 것이다.

(윤운락 : wryoon@hri.co.kr ☎ 724-4106)