

11차시. 대중에게 구하다.

01. P&G의 오픈 이노베이션

- ▶ 1990년대 들어 깊은 침체에 빠져든 P&G를 다시 날아오르게 한 것은 **오픈 이노베이션(Open Innovation)**임
- ▶ **오픈 이노베이션:**
기업 내부의 힘으로 이노베이션을 하는 것이 아니라 **기업의 문을 열고 외부로부터 혁신을 끌고 들어오는 방식**임
- ▶ 지식공유 회사인 **이노센티브**는 풀어야 할 문제가 있는 ‘찾습니다’(Seeker)와 그에 대한 해법을 가지고 있는 ‘풀어 드립니다’(Solver)를 **연결해 주는 플랫폼**임
- ▶ **P&G의 르네상스:**
상품에 오픈 이노베이션이라는 소셜 날개를 달았기 때문에 R&D 생산성이 60% 이상 높아졌고 신제품 성공률이 80%에 이르게 되어 **10년 사이에 약 2배의 성장**을 구가하면서 또 다시 날아오르고 있었음

02. 뜻밖의 수확

- ▶ **레고(Lego)의 마인드 스톰:**
고객니즈의 적극적인 반영이란 관점에서 해커들의 해킹을 용인하기로 하고, **사용자집단 커뮤니티의 적극적인 참여**를 통해 제품 디자인, 프로그래밍 등을 발전시켜 레고 회사가 예상했던 것보다 큰 성공을 거두게 됨
- ▶ **Apple의 앱 스토어:**
자신들이 쓰고 싶은 프로그램을 아이폰에서 구동하기 위해 애플 매니아들이 **아이튠즈를 해킹한 데서 시작**. API(Application Programming Interface)를 오픈했고, 그 결과 앱 스토어가 만들어졌고 아이폰의 성공을 이끄는 견인차가 됨
- ▶ **비벡 쿤드라(Vivek Kundra):**
피터 코벳이라는 직원 3명의 벤처기업 CEO에게 **오픈 데이터를 제공하면서 자문을 구함**. 워싱턴 DC 도시데이터 콘테스트 플랫폼인 ‘**민주주의를 위한 앱**’ 탄생함
- ▶ **IBM과 GE:**
기업의 데이터를 오픈 하고 일반인들을 회사 안으로 끌어들여, **새로운 아이디어를 집단지성으로부터 구함**

03. 클라우드 소싱의 힘

- ▶ **클라우드 소싱:**
기업 활동의 전 과정에 소비자 또는 대중이 참여할 수 있도록 **일부를 개방**하고 참여자의 기여로 기업 활동 능력이 향상되면 그 **수익을 참여자와 공유**하는 방식
- ▶ 클라우드 소싱이 새로운 경영 패러다임으로 주목 받는 것은 고객들이 소셜 네트워크로 연결되고 스마트기기들로 무장되면서 **생산자로부터 소비자에게로의 권력이동(Power Shift)**이 일어나고 있기 때문
- ▶ **로컬 모터스:**
세계 최초의 **오픈소스 자동차회사**. 온라인 사이트를 통해 디자이너, 엔지니어, 그리고 고객들의 협업에 의해 고객의 유전자가 담겨있는 자동차를 만드는 사업모델
- ▶ **GM 쉐보레:**
쉐비 타호(Chevy Tahoe)를 런칭하여 소비자들이 직접 만든 TV광고를 온라인경합으로 발굴하는 프로젝트 진행했음

04. 공유경제의 본질

- ▶ **공유경제의 본질:** 오픈 이노베이션, 클라우드 소싱, 협업
- ▶ **공유경제:**
우리경제(We-economy), 협업경제(Collaborative Economy), 개인경제(Peer Economy), 개인 간 경제(Peer-to-peer Economy) 등으로 부르기도 함
- ▶ **실행경제(Performance Economy):**
스위스의 발터 슈타헬이 쓴 용어. 실행경제의 기반은 제품이 아니라 **서비스**에 있고, 기업은 재고를 활용하는 데서 더 큰 이익 발생
- ▶ **순환경제(Circular Economy):** 수명을 다한 제품의 폐기물을 재활용해서 선순환을 지원
- ▶ **기업들이 생존할 수 있는 선택은 두 가지:**
공유경제 모델을 채택하든가 아니면 **대중과 제휴하고 협업**
- ▶ **대중에게 구하는 것이** 공유경제가 우리에게 주는 지혜