

[문항1. 웨어러블 디바이스 서비스 기획에 대한 기준을 3가지로 나누고, 각 설명을 구체화 하시오.]

1. 웨어러블 디바이스 정의

웨어러블 디바이스(Wearable device)란, 직역하면 '입을 수 있는 기기'이다. 즉, 갤럭시 워치, 애플워치 등 몸에 부착시켜 손에 따로 들고 다닐 필요가 없는 스마트 기기이다. 대표적으로 손목시계, 안경 등에 스마트 기술을 접목시켜 웨어러블 디바이스가 개발되고 있다.

2. 웨어러블 디바이스 서비스 기획

생활의 편리성을 증진시킬 수 있는 것을 목표로 웨어러블 디바이스 개발과 더불어 서비스를 기획하여 비즈니스 단계로 나아가고 있다. 소비자들의 니즈를 충족시키고 웨어러블 디바이스의 사용성과 확장 가능성을 고려하여 사업 성공률을 높이기 위하여 다음과 같이 3가지 조건을 고려하여 서비스를 기획하여야 한다.

- 1) 인터넷 사용이 필수적인가?
- 2) 스마트폰과 연동이 필요한가?
- 3) 웨어러블 디바이스가 독립적인가? 보조수단인가?

2-1. 인터넷 사용이 필수적인가?

웨어러블 디바이스가 주목받는 이유 중 하나는 스마트폰과 같이 인터넷을 필요로 하는 앱 기반의 서비스를 이용할 수 있다는 점이다. 그러나, 현재까지 시판되고 있는 제품들 중에는 스마트폰이나 다른 기기와 연결없이 기기 자체로 이동 통신망(ex, KT, SKT, U+)을 통해 인터넷을 사용하는 제품이 많지 않다는 점이다. 대부분의 제품들은 핸드폰과 블루투스로 연결하여서 필요한 서비스를 이용한다. 앱에는 여러가지가 있지만, 인터넷을 항상 필요로 하는 앱 서비스도 있다. 이 앱 서비스를 웨어러블 기기에 장착하기 위해서는 인터넷 연결에 대한 부분이 중요한 관점으로 작용할 것이다. 예를 들어 카카오톡과 같은 인터넷이 필수인 커뮤니케이션 메신저 앱을 웨어러블 디바이스 전용으로 개발한다고 한다면, 기기 내부에서 와이파이로 연결하여 데이터를 가져올지 아니면 핸드폰과 블루투스로 연결하는 방식으로 데이터를 가져올지 선택을 해야 한다. 다시말해, 웨어러블 디바이스를 사용하는 서비스를 기획할 때에는 인터넷 사용이 필요한지를 고려해야 한다.

2-2. 스마트폰과 연동이 필요한가?

현재까지 다수의 웨어러블 디바이스 서비스 중에는 스마트폰과 연동하여서 제공되는 서비스가 많다. 그런 점에 있어서 소비자가 웨어러블 디바이스 기기만을 가지고 서비스를 이용할 수 있는지, 스마트폰과 연동이 필요한 서비스인지 선택하는 부분은 서비스 기획 단계에 있어서 중요한 요인 중 하나라고 볼 수 있다. 우선 웨어러블 디바이스에 포함되어 있는 하드웨어 모듈의 특징을 잘 파악하는 점이 중요하며, 서비스의 목적에 따라 웨어러블 디바이스와 스마트폰 이용을 비교했을 때 어느 부분이 더 효율적으로 서비스를 제공할 수 있을지를 선택해야한다. 마지막으로 외부와 연결할 수 있는 서비스를 파악하여서 기획을 하는 것이 필요하다.

2-3. 웨어러블 디바이스가 독립적인가? 보조수단인가?

예를 들어, 기획하고자 하는 서비스를 이용하는 목적이 오로지 스마트폰에 오는 알림을 확인하는 것이 목적이라면, 웨어러블 디바이스 전용 앱을 기획하는 것이 아니라 그저 스마트폰에 제공하던 서비스의 간편한 버전으로 만들어서 웨어러블 디바이스의 디스플레이 공간만을 사용하는 것이 되게 된다. 그래서 기획하고자 하는 서비스는 웨어러블 디바이스를 보조수단으로 사용할 것인지, 독립적으로 사용하는 것인지를 명확하게 짚고 기획해야 한다. 인터넷 사용과 스마트폰 연결이 필수적인지 아니면 웨어러블 기기 독립적으로 실행, 제어 등이 가능한지를 정해야 하며, 만일 웨어러블 디바이스를 이용하는 서비스를 기획하고자 한다면 반드시 웨어러블 디바이스 독립적으로 서비스할 수 있게 만드는 것이 좋다.

[문항2. 웨어러블 디바이스 서비스 기획의 앞으로의 향방에 대해 설명하시오.]

AI와 빅데이터 시대가 도래함에 따라 4차 산업혁명의 시대에서 가장 중요한 것은 많은 양의 데이터 수집, 처리, 가공일 것이다. 이에 따라 앞으로는 자료를 수집하고 분석하고 이를 가공하여 더욱 가치있고 소비자들에게 각광받는 서비스로 발전시키는 일이 중요해질 전망으로 보고되고 있다. 단순히 많은 양의 데이터만을 수집하는 것이 아니라, 올바른 방향으로 분석으로 하고 적절한 방식으로 서비스를 구현하여 향후 서비스 업그레이드나 매출 증가에 기여를 할 수 있을 것이다. 그 예시로 나이키를 들 수 있다. 나이키 퓨얼밴드 서비스를 통해 사용자의 운동량, 걸음 수 데이터를 수집하는 것이 단순히 하루용으로 한 번 확인하고 끝나는 것이 아니라 장기적으로 매달, 매년 데이터를 축적하고 관리할 수 있어야 헬스케어 목적으로써 사용자가 지속적으로 혹은 강도를 조절해가며 운동할 수 있게 될 것이다. 또한, 삼성 헬스케어 서비스와 같이 여러 사람들과 함께 이 결과들을 공유하여서 혼자만이 아니라 심리적으로 다른 사람들과 함께한다는 느낌을 받게 하여 동기부여와 자극을 줄 수도 있다. 예를 들어, 낚시가 취미인 사람들이라면 스마트 장갑으로 낚싯대를 잡은 압력을 측정해 잡은 어류의 무게와 물리적인 특성을 파악할 수 있고, 구글 글래스로

잡은 어류를 인식하여 해당 어류에 대한 정보를 찾아볼 수 있으며, 이에 대한 정보들을 추가하여 SNS에 공유를 할 수도 있다.