2019.05.14 멘토 회의록

B to B

B to C

B to G

\* 사업은 긍정적인 관점에서 부정적인걸 없애는 포인트로 잡아야한다.

\* 그렇지 않다면 브랜드 가치가 떨어진다.

1. 고발성으로 가지 말라.

이 가게에 카메라가 있어요 는 절대 안된다. 이 가게엔 카메라가 없어요 로 가야한다.  
(안심 스티커 부착, 안심존 인증 제도를 도입)  
고발성은 two track 으로 경찰과 연계해서 하여라. 업주와 관련되어선 안된다.

마크가 없는 가게는 카메라 있는지 없는지 몰라요~ 가 되어야하고.

마크가 있는 가게는 안심할 수 있는 가게다! 가 되어야한다.

세스코는 여기에 벌레가 있었어요!! 를 포인트를 주지 않고

우리가 벌레를 없앴어요. 벌레 청정구역의 + 이미지 마케팅을 한다. 사업은 그런 것 이다.

소비자를 분류한다. / 단순히 서비스를 이용하는 서비자와, 서비스에 적극적으로 참여하는 소비자

서비스에 적극적으로 참여하는 소비자 -> 검사를 진행하여 + 효과를 꾸준히 피드백 해주는 소비자들. 기프티콘을 준다거나 해당 가게에서 서비스를 준다.

검사를 우리가 하는게 아니라, 소비자에게 책임을 분담한다.

플래쉬 작동은 도히려 의심 받을 수 있다. ->

화장실에 마그네틱 센서를 구비하는건 어떻겠느냐? (마그네틱 센서가 들어있는 변기솔)

속도. 마케팅 광고는 한번에 알아볼 수 있게 해야한다. 설명이 들어가는순간 끝이다.

아이디어 접근 방식 -> 예방?

교수님 의견:  
몰카는 유포 보다 사회 전반의 신뢰성 프로세스가 무너지는 측면에서 큰 사회적 문제이다.

>신뢰 프로세스 구축에 브랜드 이미지를 설정하라.

>사회에서 신뢰가 무너진 것이 문제다. 그중 하나로 언어폭력도 들 수 있다.

>언어 습관을 체크해주는 어플리케이션도 추가적인 사업으로 어떠한가?

탑다운 방식은 불가능하다. 사각지대는 끊임없이 만들어진다.

아무리 좋은 법을 만들어도 제도를 바꾸려 들면 안된다.

소비자가 참여해서 검사하고.

의외의 적을 만들지 말라. 부정적인 마케팅은 처음 잠깐만 반짝 할 뿐 오래가지 못한다.

부정적인 브랜드 이미지는 절대 안된다.

기업 신용평가. -> 돈을 빌린 실적이 있어야한다.

정부가 서민과 기업을 장악할 수 있는 체계가 깨져버린다.

정부의 입장에서 사업을 하면 안된다. 우리는 정보의 통제와 관리라는 고발성으로 들어가는데, 그것은 정부의 입장에서 들어가는 Top -> Down 방식의 접근이다.

통제의 측면으로 접근해선 안된다.

시민들이 스스로 만들어나갈수 있는 힘을 보태주고 플랫폼화 한다. Down -> Up

그래야 변화가 되는 것이다.

사회적 기업, 경영의 핵. 많은 사람과 함께 하는 기업

사회적기업. SK 나 포털 기업 그런거도 찾아보아라.

벌레 퇴치. 사람들이 전문분야라고 생각하지 않았던것이다. 그걸 발상의 전환을 이룬것이지

세스코는 나아가 안전주방 시스템을 구축해가고있다.

기술로 PT, 어필하려고 하지마라. 너희보다 뛰어난 기술자들은 어마어마하게 많다.

기술은 받아내면 된다. 요구하면된다. 브랜드를 이끌어가는 철학이 중요하다.

(여기까지 기술이 있는데 도와달라. )