

아이컨 전략 PPT Day 2

Slide 구성 Principle & Storyline 그리고 만들어 보기

예시에 사용되는 모든 장표는 실전에서, 논리와 스토리만 따왔습니다. 교육 효과를 위해, 모든 장표는 실제 프로젝트인 것처럼 보이기 위해서 각색하여 제작했습니다. 회사의 이름 등은 예시적으로 포함시켰으며, 실제 회사명과 관련이 없고, 사용된 숫자 역시 실제 숫자와 다릅니다.

아이컨(인사이트베이)의 동의 없이 무단 배포 및 무단 사용을 금합니다.

Mini Project Review

잘못된 Slide

무엇이 잘못되었는가? 어떻게 고치면 좋을까
(아래 그래프는 SNS 분석을 통해 나온 것임)

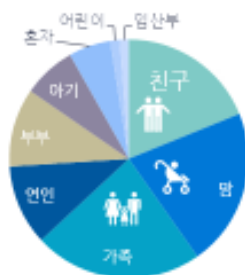
03

소비자
유형

젊고 어린층이 친구와 가족, 연인과 함께 소비

- 사용자의 주요 유형으로는 맘, 친구, 가족, 연인, 부부 순으로 해당 유형에 따라 다양한 니즈와 고려사항 발생
- 사용자의 주요 연령대로는 20대, 어린이, 30대, 초중학생, 10대 순으로 젊은층과 어린층의 소비가 절대적이므로 관련 연령대와 유형에 따른 세분화된 타겟팅과 4P전략 필요

사용자 주요 상태·연령에 따른 유형 구분



2-30대 젊은 층을 중심으로 '친구'와 함께 소비

- 친구들끼리의 간소한 선물로 e쿠폰에 대한 니즈 발생
- 주로 생일에 대한 수요가 많은 편으로 관련 프로모션 고려 필요

'맘'이 가족 혹은 다른 맘들과 함께 소비

- 아기나 가족이 먹을 수 있는 건강한 재료에 대한 니즈 발생
- 소비처의 아기 동반자를 위한 환경 조성 고려 필요

'연인', '신혼부부'들의 데이트 코스로 소비

- 체크 디자인과 소비처의 분위기 중요시 됨
- 숫자초, 토끼와 같은 데코레이션 제공에 대한 니즈 발생

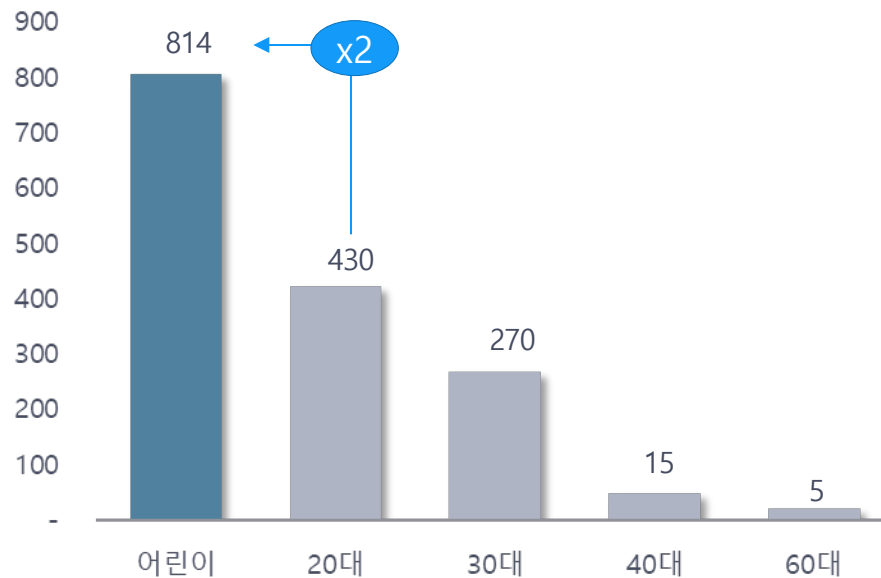
'어린이'와 '청소년'의 간식으로 소비

- 부모님에게는 어린이와 청소년의 건강을 고려한 니즈 발생
- 어린이와 청소년은 자극적이고 단맛에 대한 니즈 발생
- 부모님과 아이들의 니즈 상충에 대한 고려 필요



OO 케익에 대한 SNS 반응은 어린층이 가장 많음

OO 케익에 대한 연령대별 Social 반영 수



Big Data 분석 소스 : 2020년 4월 1달간, Instagram, Facebook 기준

시사점

- 10대의 반응은 20대의 2배 수준임
 <주요내용>
 - 친구간 Event
- 반면 40~50대는 1달간 반응이 거의 없음
 <주요내용>
 - 가족간 사진

1

전략 방법론 (신사업과 문제 해결)

2

전략 PPT의 스토리 라인의 구성

3

전략 PPT 작업하는 방법

4

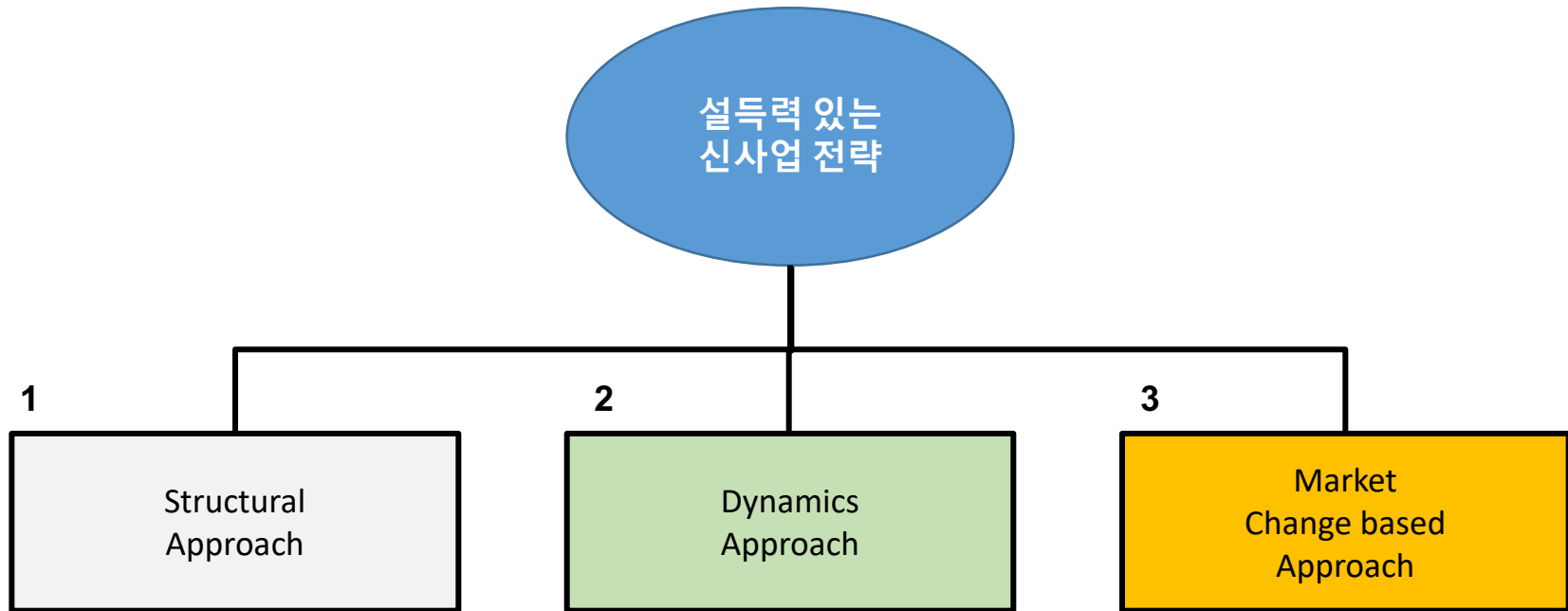
전략 PPT 그리는 방법

5

PPT 표현시 주의해야할 것

신사업을 전개하는 방법은 크게 3가지임

(신사업 이야기를 청자의 마음에 Penetrate 하는 것이 핵심)

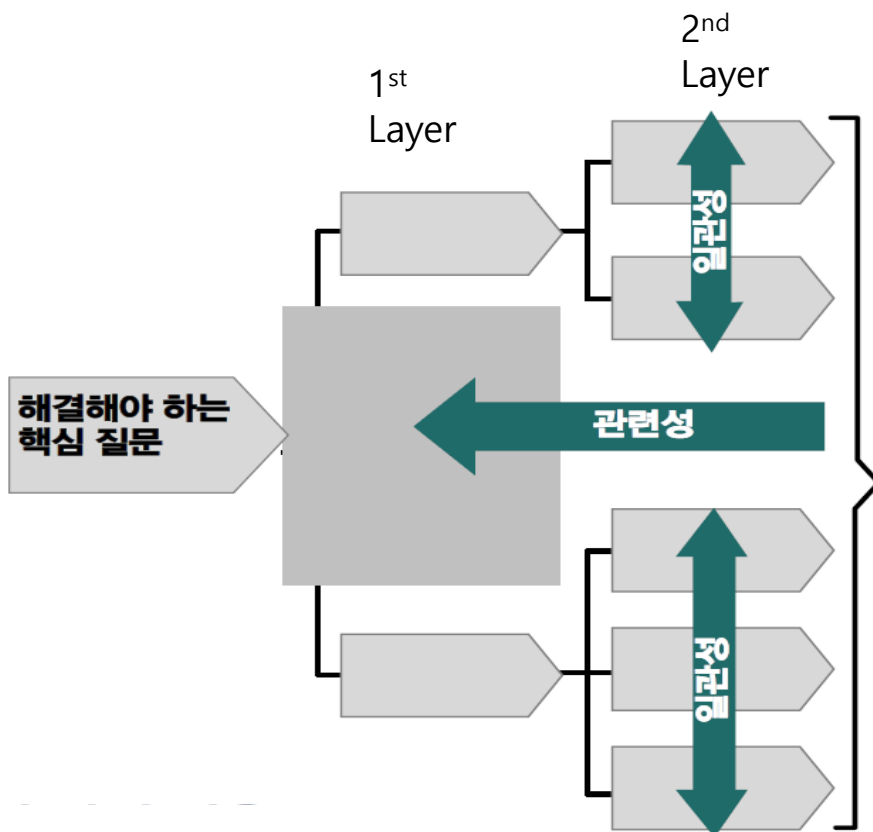


(질문) 기술 (Tech) 기반의 신사업은 없는가?

1 Structural Approach

어떻게 하는가? (Tech 기반도 여기에 포함됨)

- 가장 많이 사용되는 방법임, **전부다 보고**, 각각을 추려서 뽄뽄한 녀석을 찾아내는 기법
- 문제를 해결하는 방법을 찾는 데에도 유용하게 사용됨
- MECE 라고 하는 것은 여기에 적용되는 것임



어디에 사용되는가?

- ① 용산 미군기지 옮기는 방법의 제시
- ② 전기차 시대 새로운 사업은?
- ③ 비용을 최소화하는 방법은?

제대로 하려면...

- 일단 MECE라는 것을 이해해야 함
- 실전 예시로 한번 해봐야 함
- 강의 전체에 등장하는 내용 중 상당 부분은 MECE가 핵심임

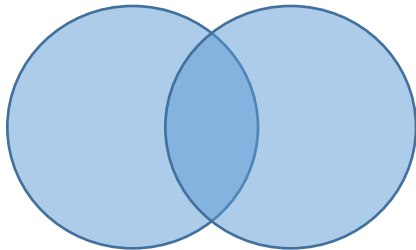
1 Structural Approach

MECE란

예를 들어서 ...

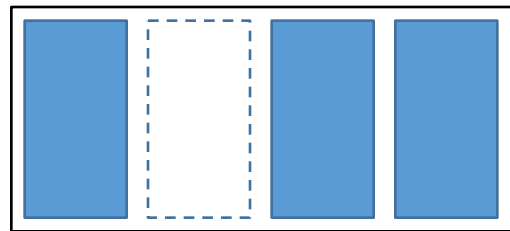
내가 나열한 것들이

Mutually Exclusive



겹치면 안됨

Collective Exhaustive



빠진 게 있어서 안됨

그리고 그것들은 같은 계위여야 함
쉽게 만들 수 있는 것이 Value Chain 같은 것들임

(인문학적으로 MECE) 너의 장점은 ?

- 똑똑하고
- 인내심이 있고
- 스트레스를 풀 줄 알아요

(일반적 MECE) 회사의 비용을 줄이려 한다 어떻게 접근할 것인가?

- 마케팅 비용
- 일반 판관비
- 인건비
- 생산비
- 운송비
- 기타 비용

혹은

- 변동비
- 고정비

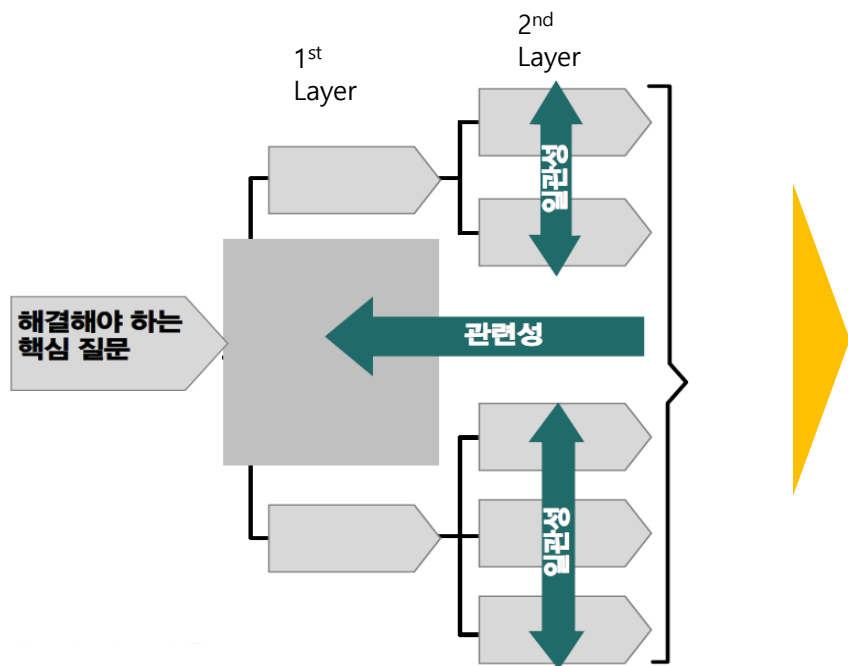
미세먼지 피해를 줄이려 한다, 어떻게?

- 미세먼지 발생 전
- 미세먼지 발생 후

1 Structural Approach

새로운 사업 영역을 찾아보자

전기차로의 패러다임 변화로 발생하는 변화, 그 안에서 새로운 사업 기회는?



1st Layer

2nd Layer

차 내외 생활

Entertainment

e-Commerce

Leisure

Healthcare

차 운행

Scheduled Routing

safety

차 유지보수

???

구매 및 판매

Community

중고

After Market

1 Structural Approach

문제를 해결 해보자

빚을 지지 않고 더 많은 돈을 월말에 남길 수 방법은 무엇인가?

What
Why

어떻게?

수입의 증대?

What
Why

어떻게?

예기치 않은 수입이 생김?

투자로부터 더 많은 수익을 얻어냄?

직장/일에서 더 많은 월급을 받음?

What
Why

합법적?

불법적?

근무 시간을 늘림?

시간당 더 많은 임금을 받음?

What
Why

유산?

복권?

초과 근무?

부업?

승진?

보수가 높은 업종으로 전환?

경비의 축소?

동일한 항목에 대해 지출을 줄임?

구매를 줄임?

품질이 낮은 제품 구입?

특별 할인 행사 기간 동안 구입?

- 식품
- 의류
- 가정용품
- 오락
- 여행
- 기타?

그냥 한번 읽어보세요. 뻔한 이야기 같지만, 똑똑한 사람들이 모이면 달라집니다.

Tip

- "독불장군(Lone wolf)" 접근방식이 아니라, 전체 팀과의 논의를 통해 개발해야 함

- 진행이 더딜 경우, Tree를 앞(줄기)에서부터 뿐만 아니라 뒤(가지)에서부터 역으로도 작성해볼

- 필요 시, 여러 개의 Tree를 작성하고 지속적으로 업데이트 및 수정함

- 한번에 완벽한 Tree를 작성하기 위해 시간을 허비하지 않음

왜 필요한가?

- 형식에 얽매이지 않는 가설 수립 과정은 모든 사람의 창의력 발휘를 촉진할 수 있고 보다 우수한 답안을 도출할 수 있음

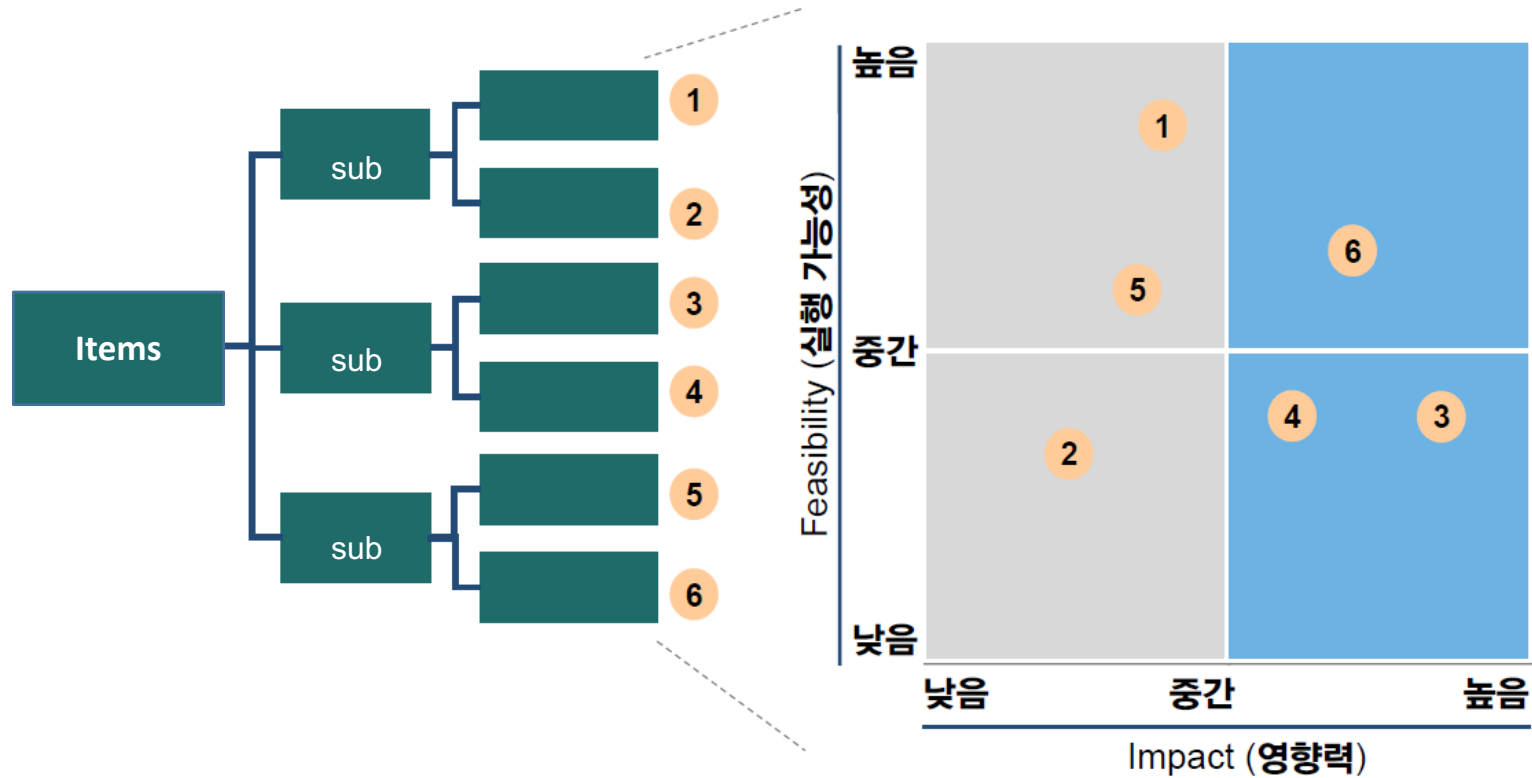
- 순차적으로 작업을 진행하는 것보다 하위이슈를 먼저 분석하여 그룹핑하는 것이 더 용이할 때도 있음

- 다양한 Tree는 문제에 대한 새로운 시각을 제공함

- 보다 많은 사실이 밝혀짐에 따라 Tree는 지속적으로 조정 가능함

Structural Approach

그 다음엔? : 구조화된 결과의 평가

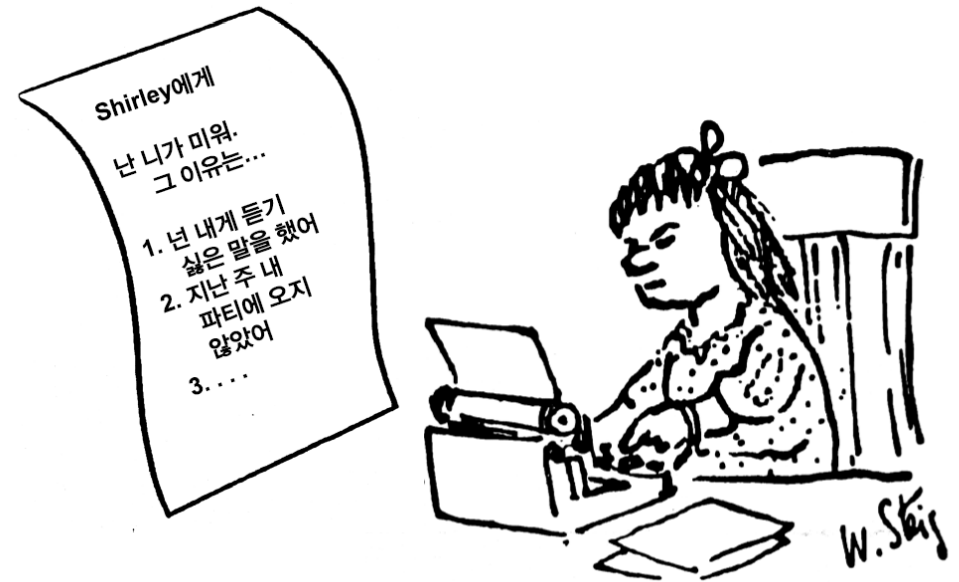
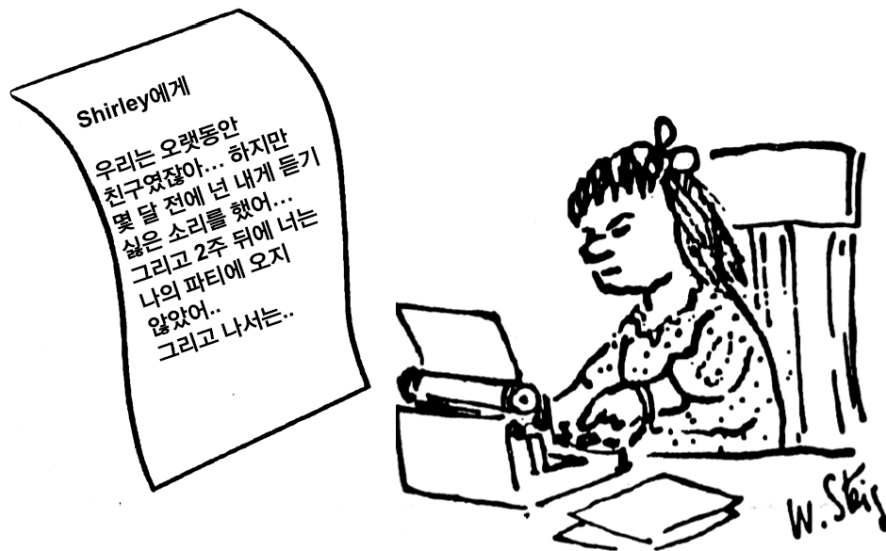


핵심 표현 그리고 구조화된 결과의 평가

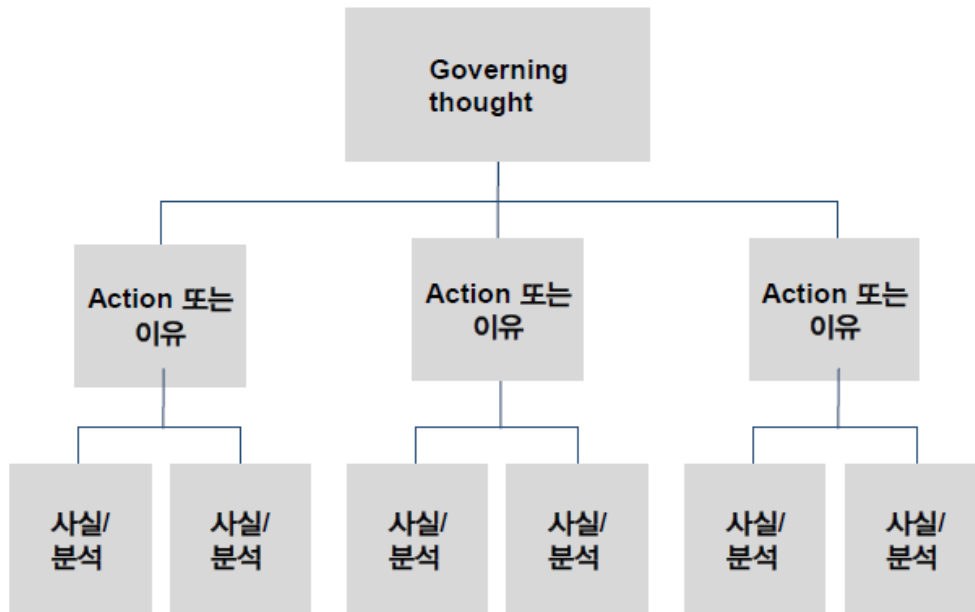
영역별 시장 규모, 필요 기술 정도, 자사 역량을 종합적으로 조망하여 판단

Items		Market Size	Impact / Feasibility Analysis							
		(Unit: Bill KRW)	Impact				Feasibility			
			1	2	3	4	1	2	3	4
Area 1	Biz 1	2								
	Biz 2	0.4								
Area 2	Biz 3	2								
	Biz 4	11								
Area 3	Biz 5	17								
	Biz 6	9								
	Biz	17								

그리고 설득...



Business World에서는 이것을 좀더 규모 + 심도 있게 수행함



언제 귀납적으로
언제 연역적으로

청자의 종류에 따라서 어떻게
구성할 것인가?

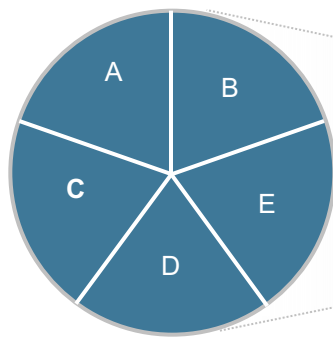
스토리라인의 구조화 고민...

현실은

토론회 에서는 연역적으로
PPT에서는 귀납적으로!!

기본 개념

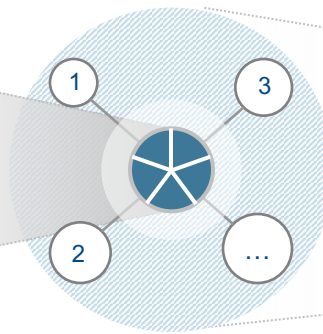
모든 산업은 그에 맞는 value chain과, eco system이 존재함 이를 중심으로 한 사업의 변화 고려



Core 서비스

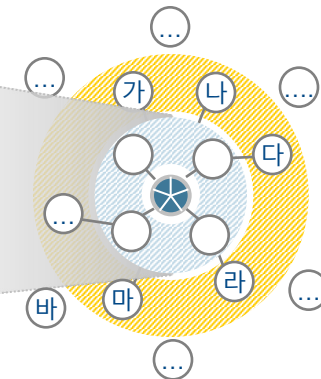
혹은 고객 세그먼트

혹은 고객의 페르소나



기본 서비스 영역

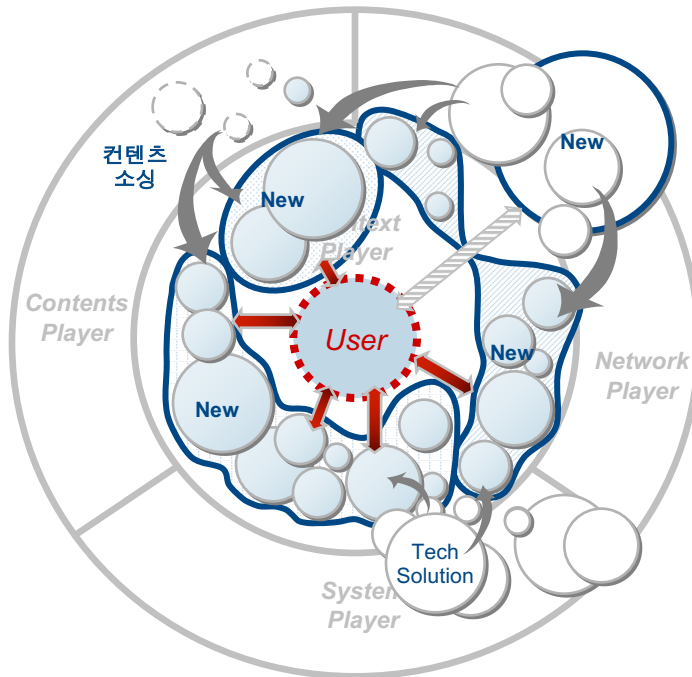
한가운데는 고객,
고객을 중심으로 Value chain을 나타냄
그리고 그를 주변으로 Ecosystem을 표현



확장 서비스 영역

기본 개념

산업 구조적 변화를 나타내고, 그 와중의 신사업을 표현하기 적합함



원의 크기는 해당 영역의 시장 규모

- 사용자를 중심으로 Value chain 표현
- Value chain의 Level을 사용자 중심으로 표현
- 급격히 성장하거나, 감소하는 영역을 식별하여



새로운 사업영역의 표시
그것과 Eco-system과의 관계 표현

자동차 시장

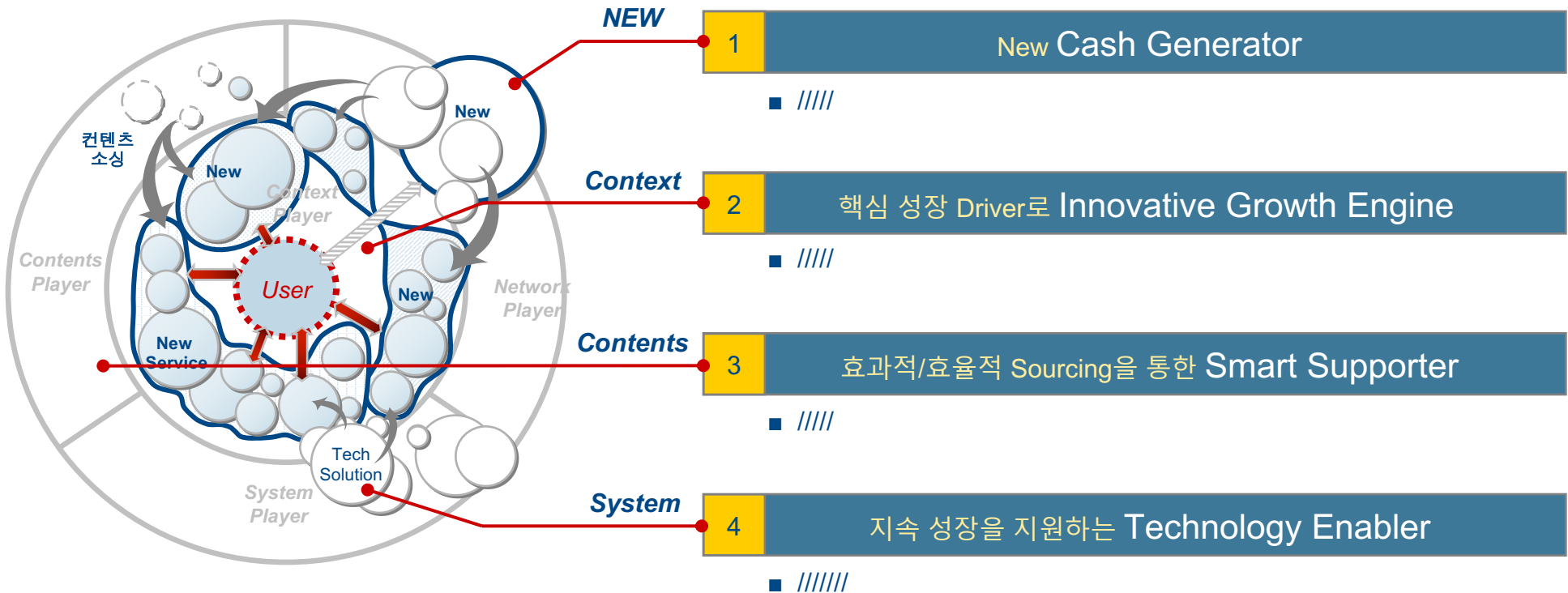
화폐 시장

금융시장 (P2P)

전력 시장

핵심 표현

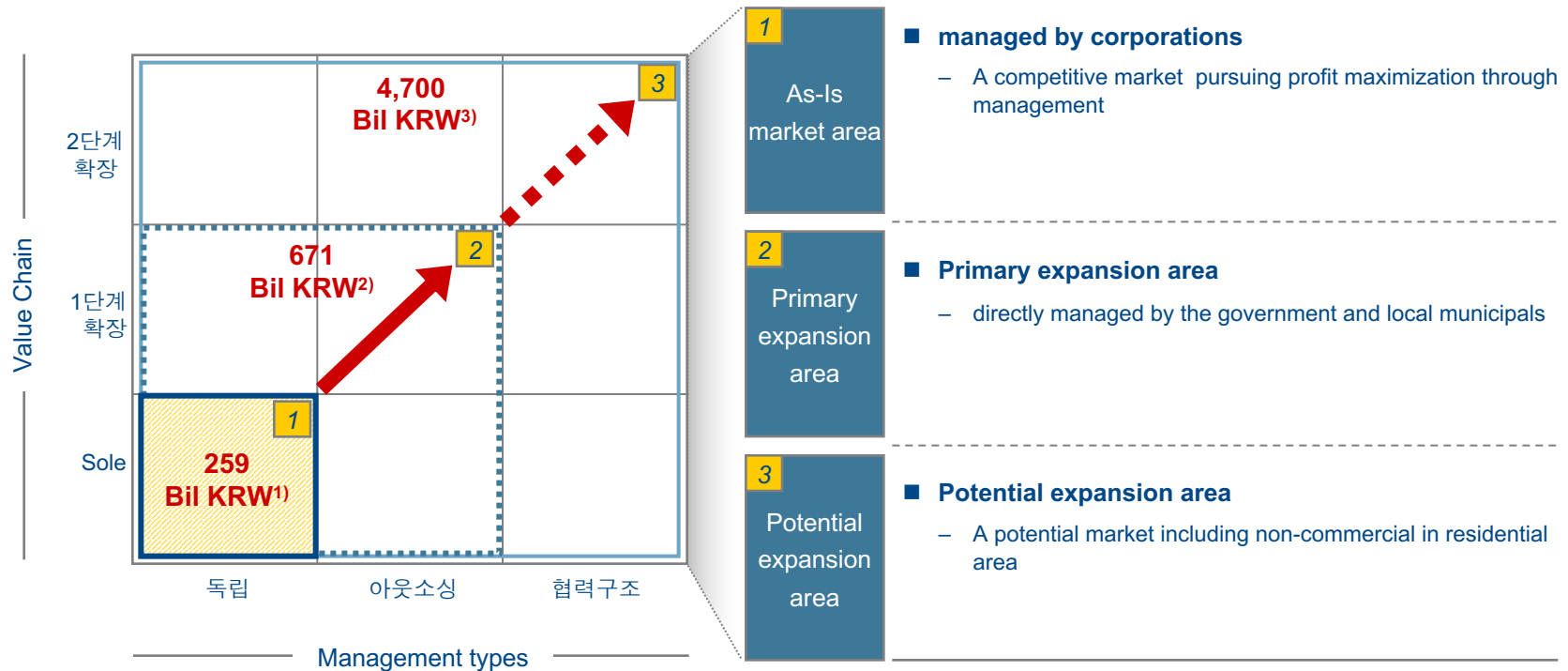
Layer별 Value chain의 변화를 나타내고, 그 와중의 신사업을 표현



핵심 표현

Value Chain 확장 혹은 영역 확장에 따른 기회 도출

Business Expansion



핵심 표현

Value Chain 별 중요도를 분석하고, 집중/육성/개선 해야할 사업 영역의 정의

신용카드
Value-Chain

내용

중요도

브랜드 관리	고객/가맹점/ 제휴처 분석	상품 개발	고객 및 가맹점 마케팅	고객 모집 및 심사/발급	대금청구 수집	지속적 고객관리	리스크 관리
<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 가치조사 • 광고 전략 수립 • 광고제작 • 언론 PR • 광고 대행사 관리 	<ul style="list-style-type: none"> • Data 수집 및 고객 DB관리 • 고객 가치 및 니즈 파악 • 고객 세분화 • 고객 Survey • 가맹점 DB관리 • 가맹점 Survey • 가맹점 가치 및 니즈 파악 • 가맹점 세분화 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장조사 • 상품 기획 • 가맹점/제휴처 협상 • 오퍼링 개발 • 전산 개발 • 카드 디자인 	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅 플랜 개발 • 캠페인 개발 • 제휴 마케팅 관리 • 캠페인 수행 	<ul style="list-style-type: none"> • 회원 모집/신청/접수 • Outbound call 관리 • 신용 조사 및 판정 • 가맹점 모집/접수/계약 • 카드 발급 및 배송 	<ul style="list-style-type: none"> • DM개발 • 이용대금 청구 • DM/E-Billing/SMS 발송 	<ul style="list-style-type: none"> • Inbound 콜 관리 • 포인트 관리 • 캠페인/상품 성과 분석 • 인터넷 채널 관리 • 불편사항 조치 및 통보 • 제휴처 성과분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객 신용 측정 및 관리
중	중	상	상	중	하	하	상

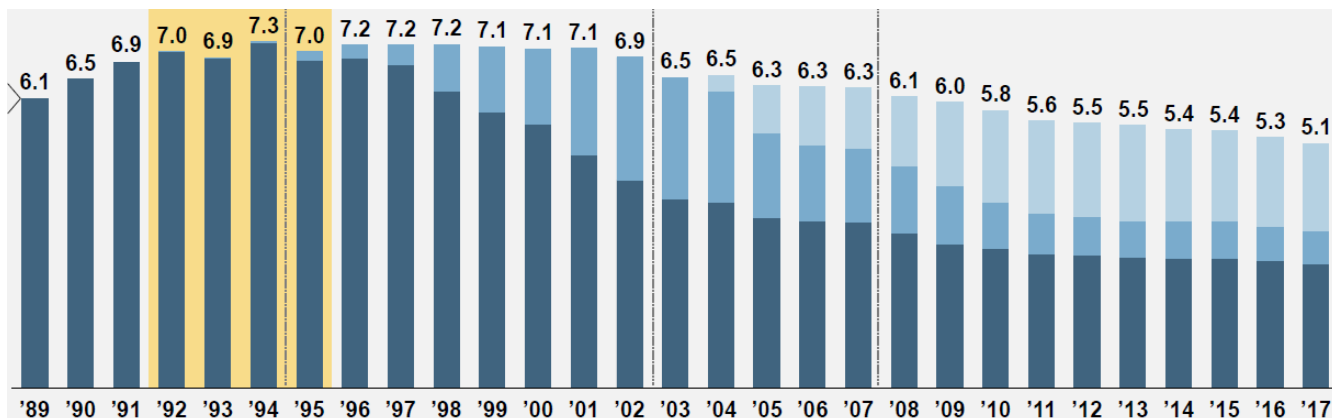
개념

시장의 변화와, 그를 촉발하는 유인을 분석하고, 그 와중에 신사업 기회를 찾음

< 시장의 변화 >

시장의 변화를 보면 대부분 아래 그림임

- 맥주시장
- 유통시장
- 자동차 시장 등



< 그 이면 >

규제의 변화

기술의 변화

고객의 변화

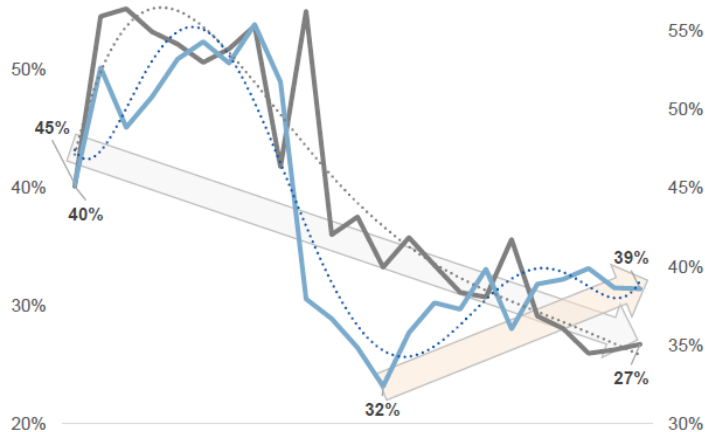
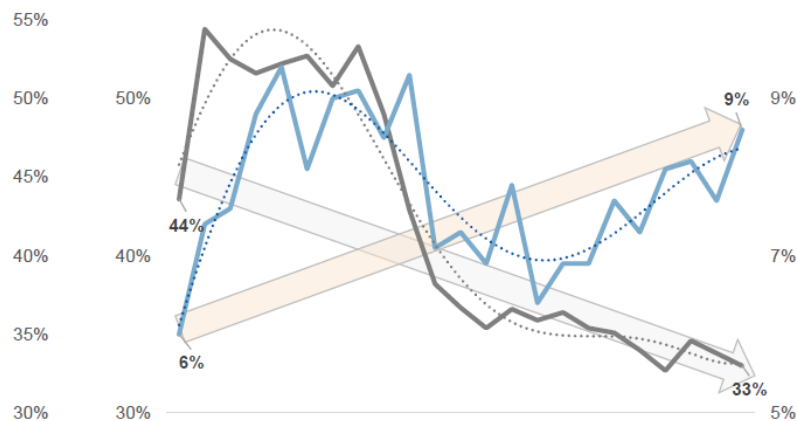
Chain의 융합

전략의 변화

그래서 앞으로 어떻게 될
것이다를 예측

개념

기장의 변화와, 그를 촉발하는 유인을 분석하고, 그 와중에 신사업 기회를 찾음

발포주가 전통 맥주를 앞지름퀵 커머스 시장이 일반 배송을 앞지름

< 그 이면 >

규제의 변화

기술의 변화

고객의 변화

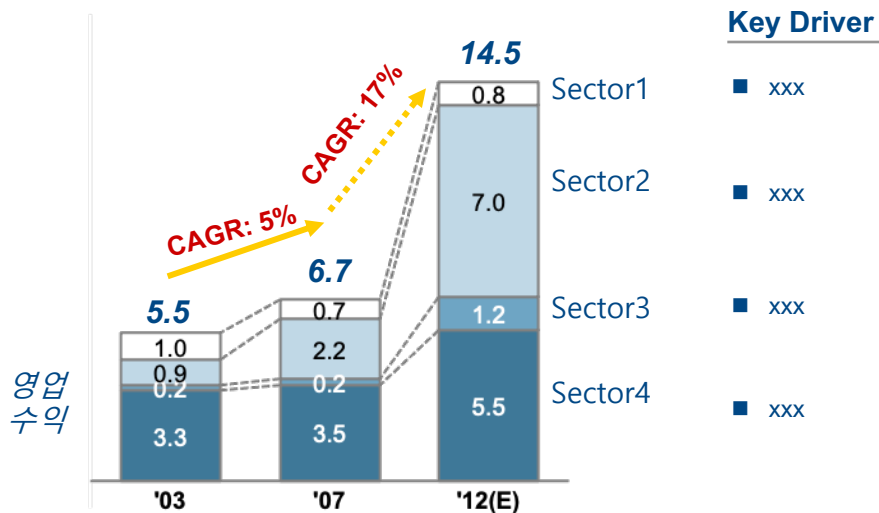
Chain의 융합

전략의 변화

핵심 표현

변화가 큰 섹터의 유인을 분석하여 신사업 기회를 도출함

시장의 변화



영역별 특징과 신사업 영역

권역	Market	Share 및 동인		비고
Sector1	7조원	71%	■ /// ■ //// ■ ////	■ ////
Sector1	2조원	47%	■ //// ■ //// ■ ////	■ ///
Sector1	2조원	79%	■ //// ■ //// ■ ////	■ ///
Sector1	5조원	54%	■ /// ■ ////	■ ///

요약하면...

설득력 있는 Approach

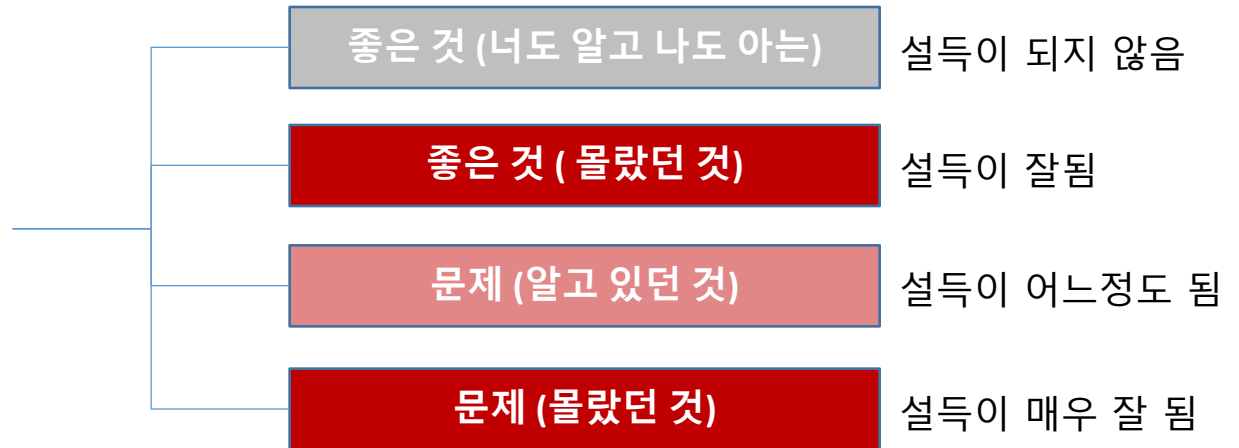
- 시장의 큰 변화를 그래프로 보여주거나
- 큰 Value Chain의 변화를 보여주거나
- 빠짐 없는 생각을 보여 주는 것

1	전략 방법론 (신사업과 문제 해결)
2	전략 PPT의 스토리 라인의 구성
3	전략 PPT 작업하는 방법
4	전략 PPT 그리는 방법
5	PPT 표현시 주의해야할 것

설득은 어떻게 하는 것인가? (기본적인 어프로치)

통상적으로 시도하는
설득의 논리는 4가지 임
(고객사를 설득하는 방법)

그중 3가지만 먹힘



그러나 이것을 말함에 있어
논리가 없으면 사기꾼 같으며,

논리만 있고, 이런 것이 없으면
단팔 없는 찌빵 같음

앞서 3가지 방법론의 적용
결과를 이런 관점에서 리뷰를
많이 함

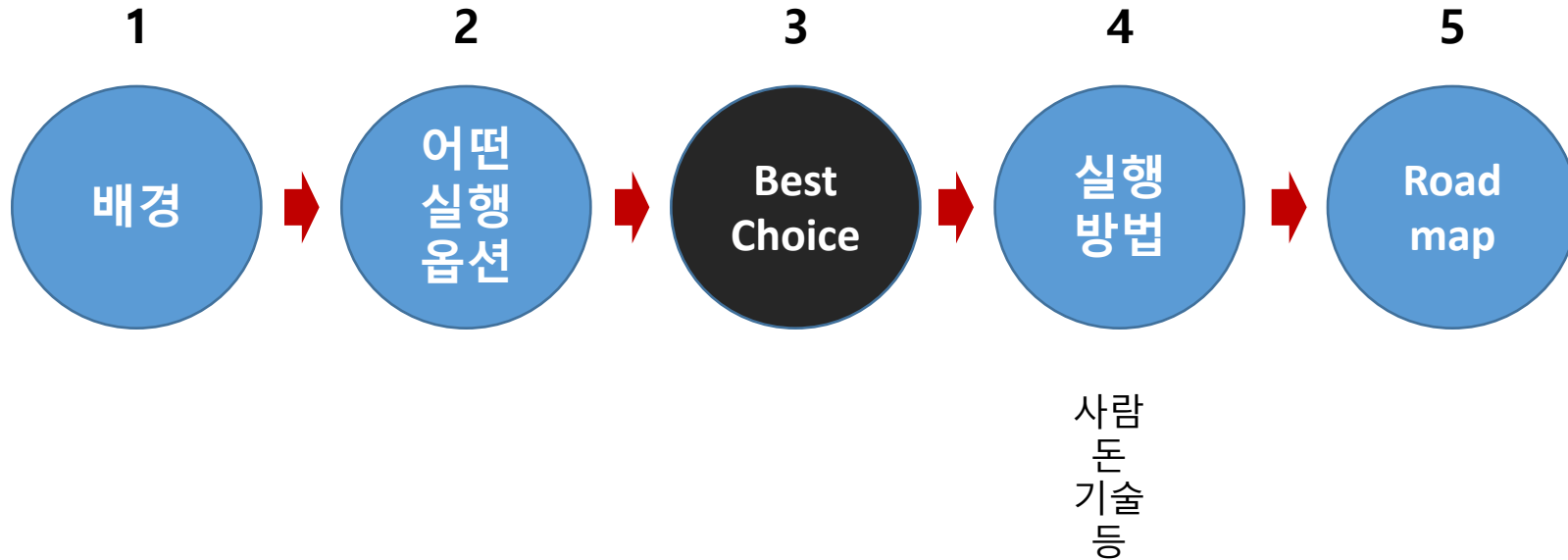
문제의 부각 (더 크게, 더 크게....아주 크게...)

목표는 문제를 부각시키는 것임

- 1) 현재 상황 (잘 되더라, 잘 안되더라)
- 2) 그 상황으로 인근 사업부, 매출 등의 파급효과
- 3) 향후 그 상황이 어떻게 커질지 시계열 분석

➔ 이중 가장 큰 것을 먼저 작성함

신사업, 협업, 기술의 도입, 신규 과제의 구성 등
5가지 단계를 벗어나지 않음



Story Line의
핵심은
무엇인가?

청자
(관심사, 지적수준, 현재 앎의 상태)

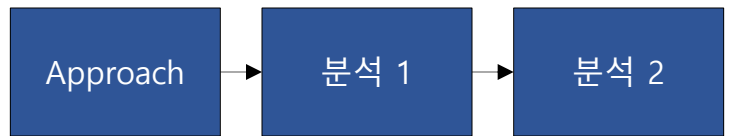


나의 가설, 하고자 하는말

- Director의 역할
- Senior의 역할
- Junior의 역할

가장 일반적인 전략 Story line

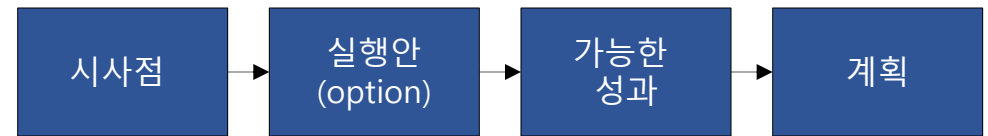
前



결론의 암시를 드러냄
보고서의 절반이 결정됨

....

後



고개사와 협상 영역

(어디까지 해달라라는
요청은 항상 있음)

- 시장 분석 등 ▪ 경쟁 분석
- **Something New**
- **하고 싶은 이야기로 돌아가기**

- M&A
- Marketing 전략
- Benchmarking
- Financial Forecast (예상 매출량)
- 추진로드맵
- 추진 조직
- 과제 리스트 (과제 정의 등)

가장 일반적인 전략 Story line

前

- 환경 분석
- 전문가 인터뷰
- 경쟁사 조사
- 벤치마킹
- 현황 파악

모르는 이야기

→ 그가 모르는 이야기란 무엇인가?

- Project 中, 통상 4~8회,
- 청자의 인식 제고를 위해 보고
- 공부를 시켜 주는 것
- 실행 방안에 대한 암시

後

- 방향 수립
- 대안 정의
- Option 선택
- 실행 방안 수립
- 계획 수립
- 조직 설계
- 재무적 이익 예측
- 규제 / Risk 분석

구체적인 이야기
(현실적인 이야기)

→ 현실적인 이야기란 무엇인가?
(현실적이지 않은 이야기란 무엇인가?)

- 실행을 위한 Tangible 계획 수립
- 고객사와 같이 준비

스토리 라인은 PPT의 꽃... 상황, 시점에 따라 항상 달라지지만 이런 느낌은 동일함

가

신사업

- 이런 게 있어요 (교육)
- 이 중에 이런 사업 기회가 있어요
- 실행은 어떻게 하겠어요.

다

벤치마킹

- 내가 보고 싶은 것이 17가지인데 ...

나

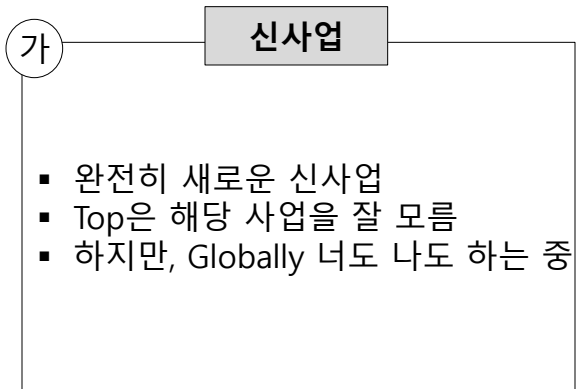
혁신

- 우리의 문제가 무엇인데
- 이것을 이런 방식으로 바꾸겠음
- 실행은 상세 과제로 구체화 하겠음

라

상황보고

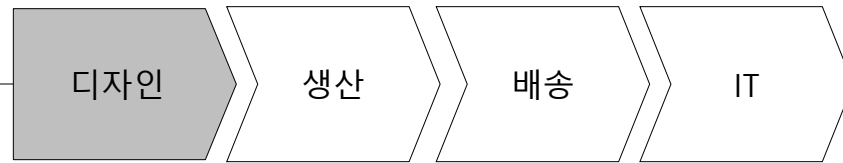
- 현재 과제의 문제점
- 현재 어디까지 왔으며 언제 끝날 예정



- 1) What 에 대한 설명
- 2) 다른 국가 / 회사는 이 What을 어찌하고 있는지 설명
(왜, 어떤 목적으로 하고 있는지, 상황은 어떤지)
- 3) 이 What은 무엇으로 구성되어 있는지 설명
- 4) 이 각각은 어떤 시장 규모와, 성장성이 있는지 설명
- 5) 어느 영역이 가장 매력적인지 설명
(제약사항, 선결사항, 자사 역량 관련도 등 포함)
- 6) 추진 사업 영역의 정의 (동의 구함)
- 7) 해당 사업을 추진 방법
 - ① 목적설정 (매출 목표 등)
 - ② 추진 방식 결정 (독자, 협력 모델)
 - ③ 추진체 정의
 - ④ Time line 정의

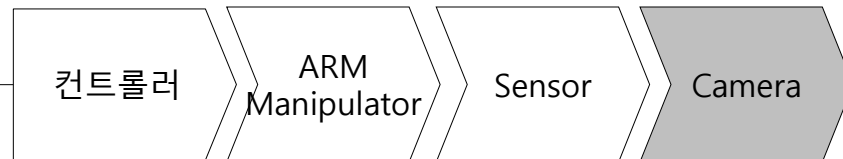
What을 둘러싼 사업의 정의

물류, 가치 흐름을 기초로 한 Value chain의 분석

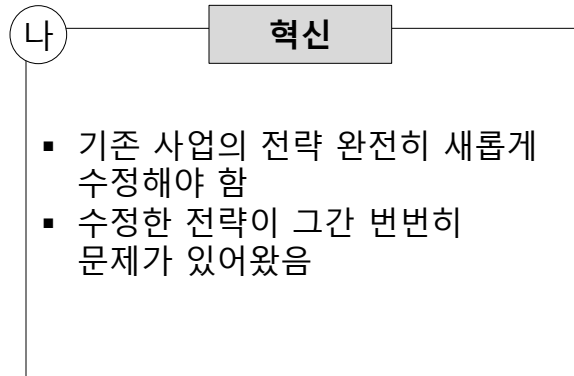


Value Chain 분석

원자재, 부품 등의 Break down을 통한 Value chain의 분석



스토리 라인은 PPT의 꽃... 상황에 따라 항상 달라짐



- 1) 현재 우리는 어떻게 하고 있는지 설명
- 2) 현재 우리 방식의 문제점
- 3) 그 문제로 인한 구체적 손실 규모, 기회비용 상실 규모
- 4) 논리적 대안
- 5) 다른 선진 사업자는 어떻게 하고 있는지 설명
(POSCO의 BoA의 방문)
- 6) 수정된 방향의 설정
- 7) 개선 (혁신) 이행을 위한 과제의 정의
- 8) 각 과제의 상세 정의
(과제의 오너, 과제의 예산, 과제별 추진 일정)
- 9) 추진 일정

과제를 정의하는 이유

사람이 쉽게 바뀌지 않듯
기업도 쉽게 바뀌지 않음

변화를 가려려고 할 때,
컨설팅 펌 등 외부 조직의 역할은
한계가 있음

따라서, 우리는 방향을 제시하고,
잘되는 지 점검하는 등의 사무국
역할을 하고,

실행은 현업이 하도록해야 함

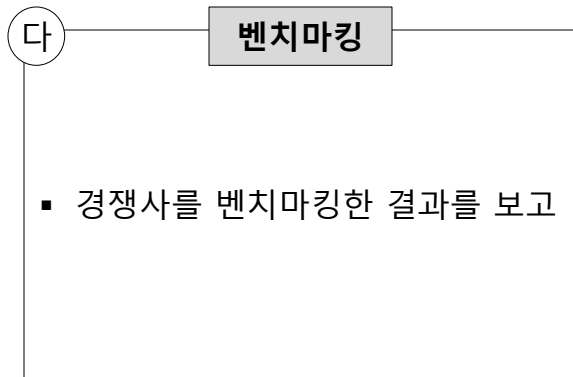
기업의 실질적인
변화를 꾀할 수 있음

장기 프로젝트를
만들어, 높은 매출을 확보할 수 있음

과제에 포함되어야 할 것들

- 오너
- 목표
- 추진 방법론
- 일정
- 비용
- 투입될 이력

컨설팅 펌은 이런 과제를 제일 좋아함



1) 벤치마킹의 배경, 목적, 달성코자 하는 바 7가지

2) 각각에 대한 답변

- ① 전략
- ② 조직
- ③ 지향하는 고객
- ④ 상품 특징
- ⑤ 시설, 규모, 방식
- ⑥ 고객으로 통하는 채널
- ⑦

3) 최종 시사점

- ① 어떻게 따라할 것인가?

벤치마킹은 가장 쉬우면서도, 가장 어려운 미션임

- 그 (현업을 포함) 가 무엇을 알고 싶어하는 가 먼저 명확히 정의 되어야 함
- 동시에, 그것을 어떻게 알아내 올 것인가가 대책이 있어야 함

벤치마킹의 대상

설비투자 규모의 추정

MI 인프라의 도입
Smart Phone 라인의 추가
Big Data 센터의 도입

새로운 기술의 적용

로봇의 생산라인 도입
검수 체계의 도입

혁신 Practice의 적용

지속 개선 체계의 도입
자발적 혁신 체계의 도입
실패를 성공으로 전환하는 제도의 도입

현지화

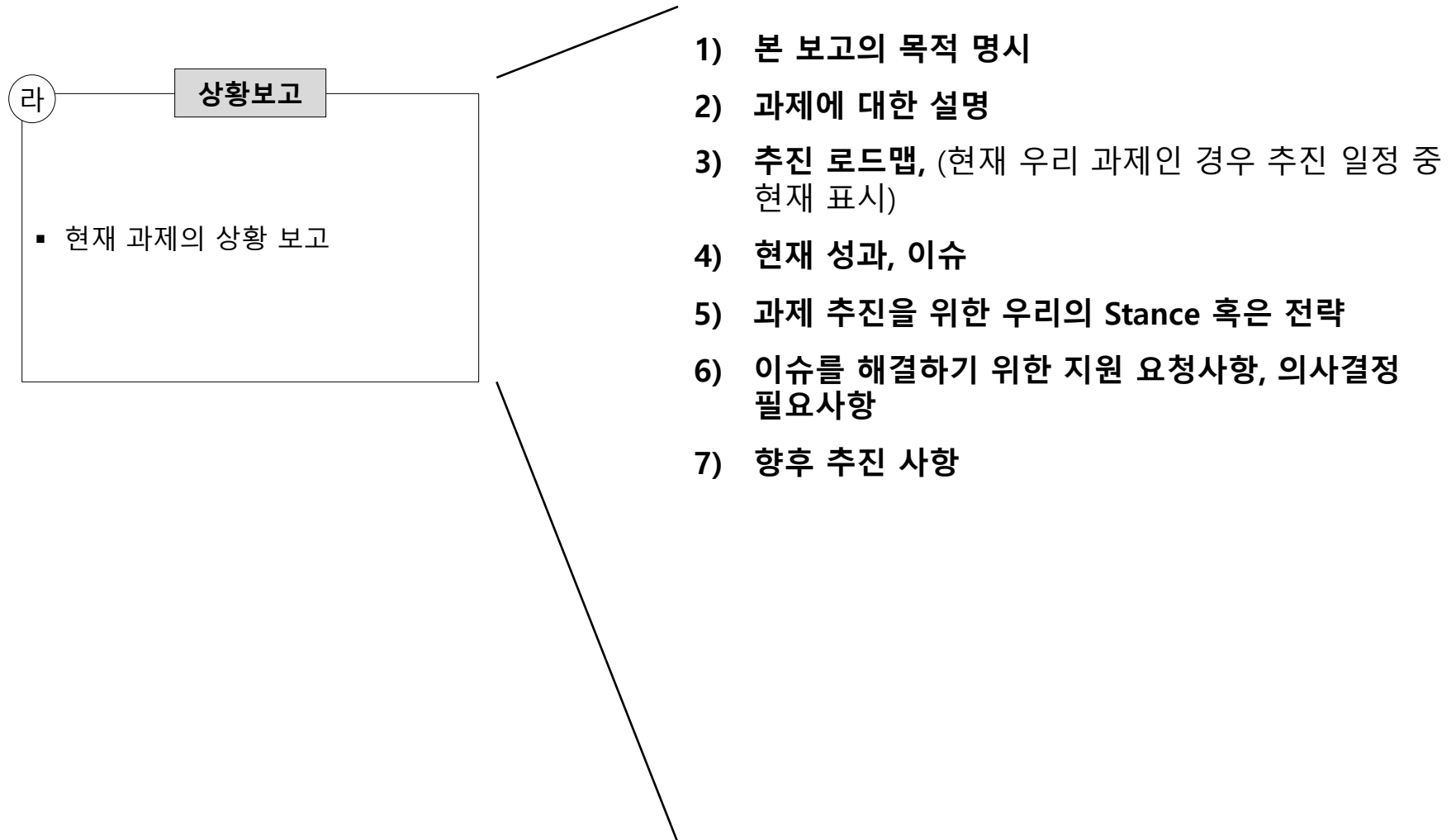
가전의 인도 아프리카 현지화

유통 채널의 수립 (해외에서)

중국의 물류 채널
원자재 도입 루트

완전히 새로운 비즈니스의 시작

원자력 발전
데이터 기반의 유통
물류 창고 비즈니스



분리의 원칙

절대로 두개의 관점이나 사안을 섞지 않는다.
분리할 수 있는 것은 다 분리하여 분석하는 것이 필요함

예) 기술과, 규제

Big View 원칙

나만의 스토리에 빠져서는 안된다.
반드시 더 큰 뷰를 고민해야 한다.

예) 재벌 기업의 국가/사회적 기여 등

1	전략 방법론 (신사업과 문제 해결)
2	전략 PPT의 스토리 라인의 구성
3	전략 PPT 작업하는 방법
4	전략 PPT 그리는 방법
5	PPT 표현시 주의해야할 것

**당신이 배를 만들고 싶다면, 사람들에게 목재를 가져오게 하고
일을 지시하고, 일감을 나눠주는 일을 하지 말라,**

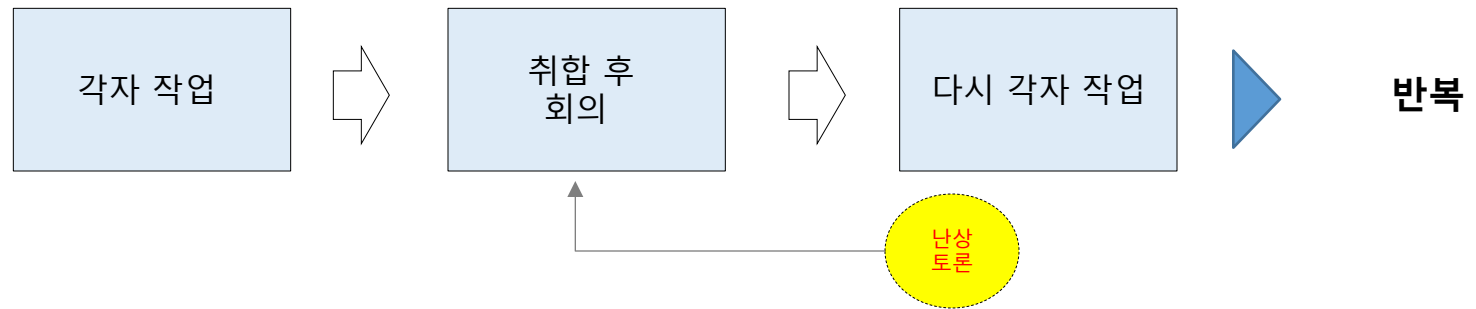
대신 그들에게 저 넓고 끝없는 바다에 대한 동경심을 키워주라

- 생텍쥐페리 -

Team Work 개념 : Which is better ?

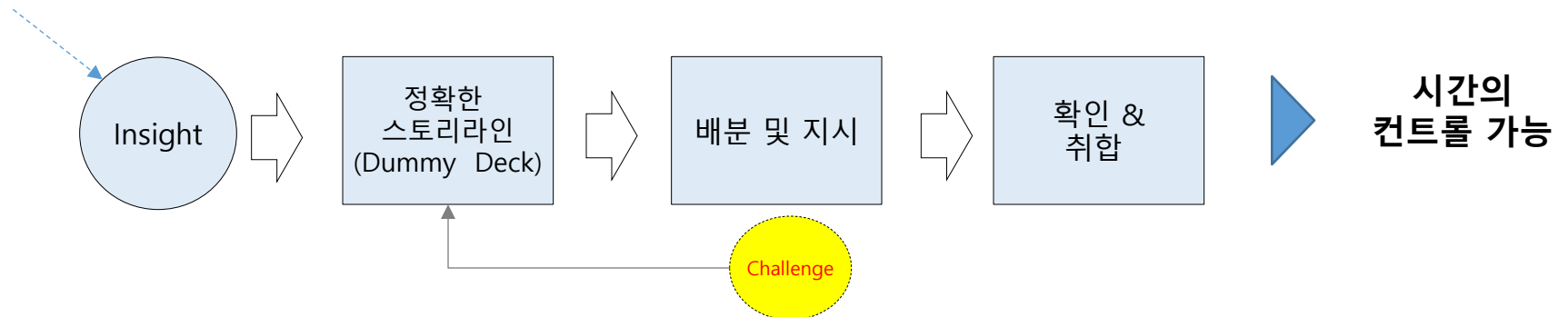
[인사이트 없이 인사이트를 찾는 과정]

방식 1



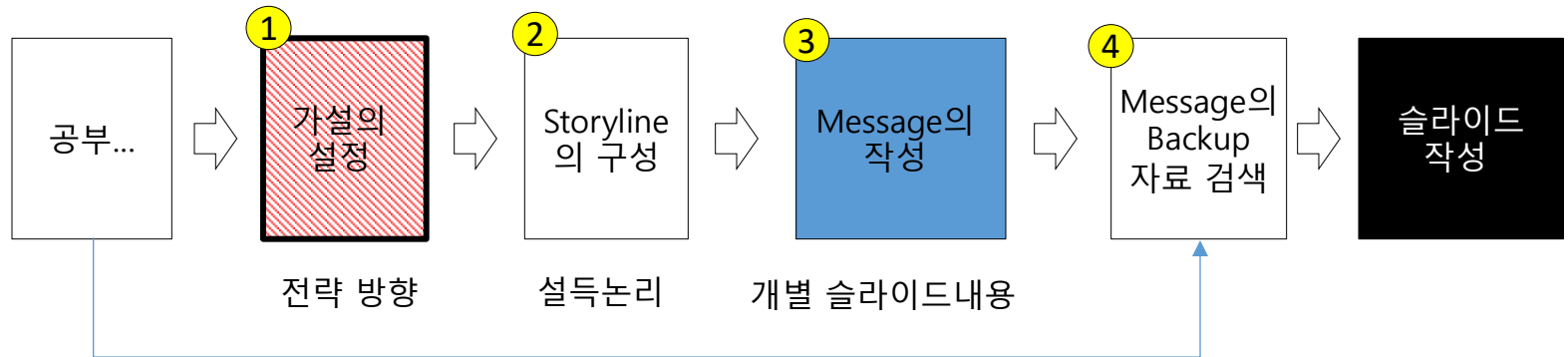
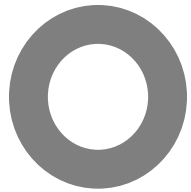
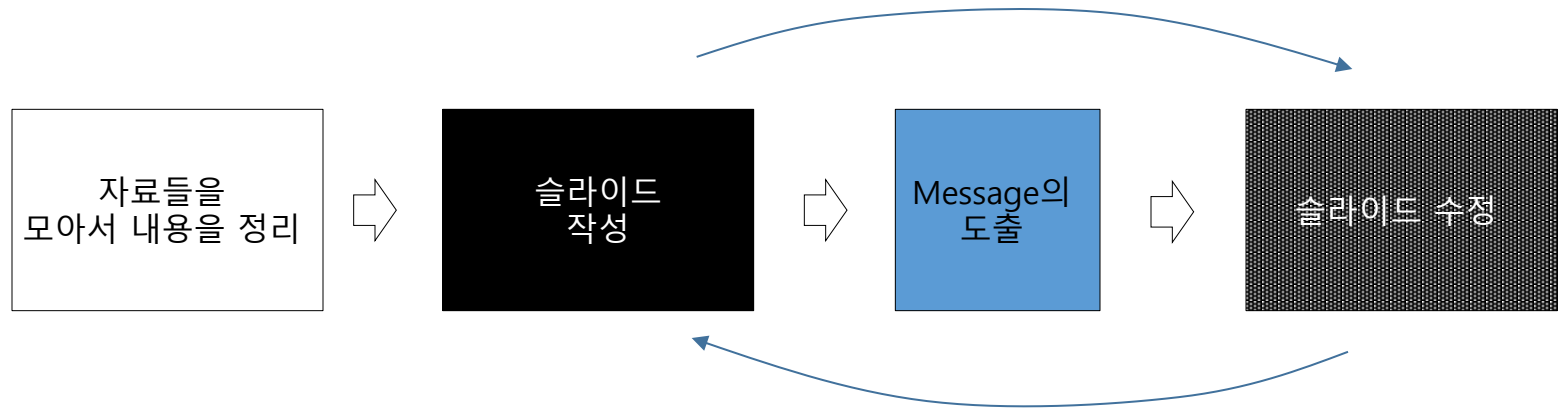
[인사이트를 가지고, 메시지를 어떻게 전달하는 지 고민하는 과정]

방식 2

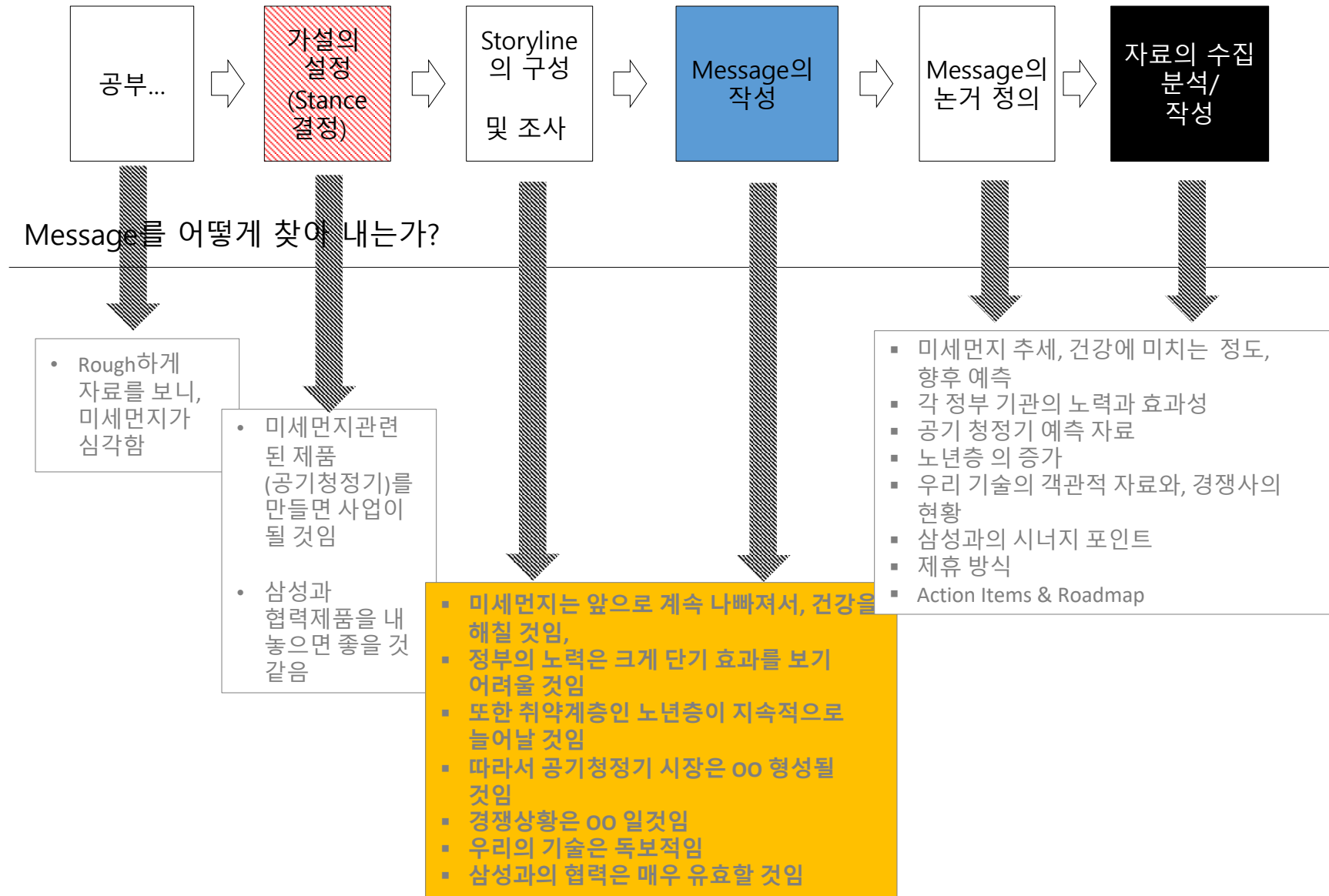


- 이 접근은 너무 일방통행 아닌가?
- 나의 성장은 어떻게 이루어지는가? (정확한 지시에 대한 Challenge)

개인의 Slide 작업의 순서

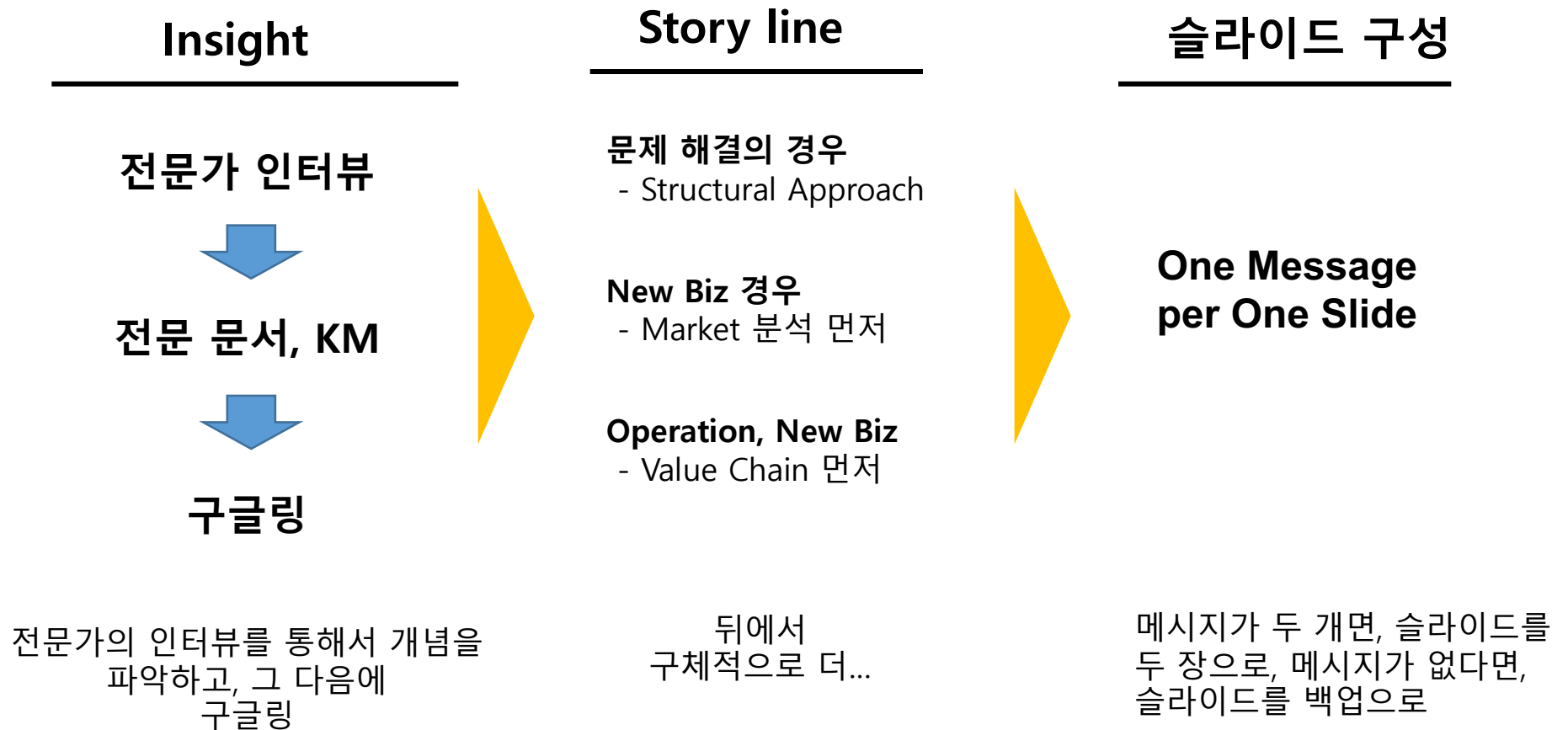


- ① 모든 발표(보고)에는, 내가 말하고자 하는 바, 혹은 내가 밀어야 하는 방향이 있으며 이를 가설이라 함
- ② 가설에 이에 맞게 스토리라인(설득논리)을 구성함
- ③ 해당 스토리라인에서 개별 슬라이드별 Message를 도출하고,
- ④ 개별 Message에서 이를 백업하는 데이터를 찾음



리더가 아니더라도 리더라고 생각하고 일해야 하며,
한 장을 만들더라도 리더라고 생각하고 일해야 함,
목적을 공유해야 함, 최상위 의사결정권자의 뇌 속을 이해하려고 노력해야 함

리더의 작업 방법



1

전략 방법론 (신사업과 문제 해결)

2

전략 PPT의 스토리 라인의 구성

3

전략 PPT 작업하는 방법

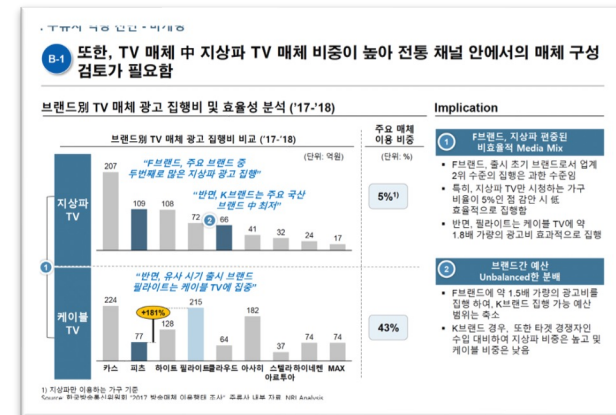
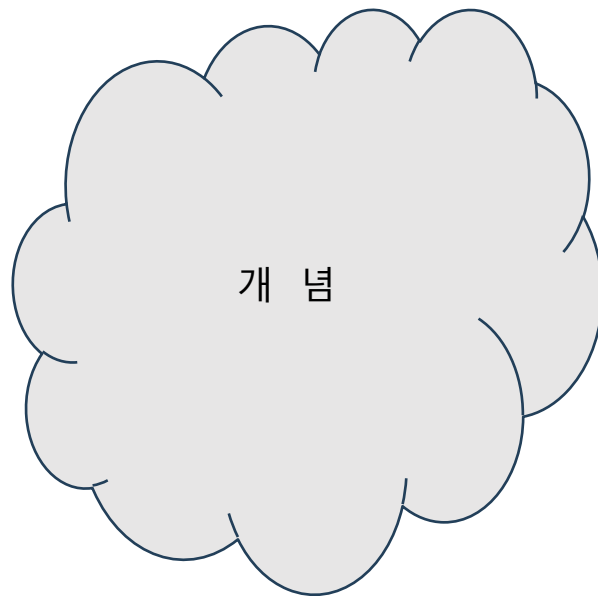
4

전략 PPT 그리는 방법

5

PPT 표현시 주의해야할 것

이러한 과정의 무한 반복



개념적인 연습

나는 공기청정기 제조사의
전략기획실 팀장임

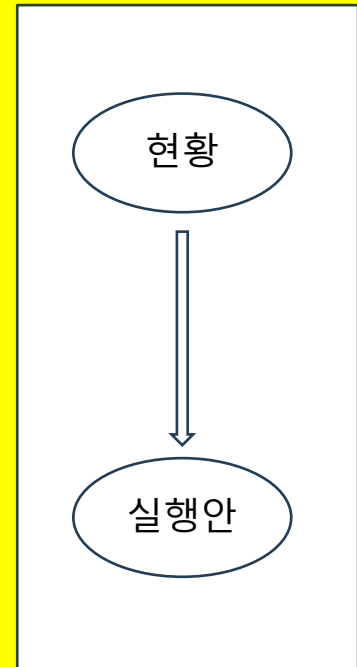
미세먼지 농도가 높아지는
상황에서 공기청정기 핵심
기술을 가지고 있는 우리회사가

앞으로 삼성과 협력하여
차별화된 공기 청정기를 만들면
큰 수익이 예상됨,

이에 자료 조사를 하고,
삼성에 협력 PPT를 만들고자 함

목차의 고민

- 슬라이드를 어떻게 만들 것인가?



큰 논리적인 흐름 + 매우매우 구체적인 Fact

목차의 고민

나는 공기청정기 제조사의
전략기획실 팀장임

미세먼지 농도가 높아지는
상황에서 공기청정기 핵심
기술을 가지고 있는 우리회사가

앞으로 삼성과 협력하여
차별화된 공기 청정기를 만들면
큰 수익이 예상됨,

이에 자료 조사를 하고,
삼성에 협력 PPT를 만들고자 함

- 미세먼지는 앞으로 계속 나빠져서, 건강을 해칠 것임,
- 정부의 노력은 크게 단기 효과를 보기 어려울 것임
- 또한 취약계층인 노년층이 지속적으로 늘어날 것임
- 따라서 공기청정기 시장은 oo 형성될 것임
- 시장은 중소기업 중심으로 공기 청정기 시장은 이루어져 있음
- 우리 회사의 공기 청정기 필터 기술은 독보적임
- 필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

헤드 메시지 Message의 실체

Message 유형

- (1) 정의
- (2) 일반적인 현상의 설명
- (3) 원리 (매커니즘) 설명
- (4) 시장의 모양
- (5) 시장의 추세
- (6) 문제의 발견
- (7) 방안의 제시
- (8) 대안의 평가와 선택
- (9) 특정 분석의 결과

가장 중요한 단계

메시지를 검토

과연 증명 가능한가?

Message의 예시

(청자가 모르는 이야기 + 나의 생각을 관철할 수 있는 내용)

OOO 이란 이런 건데요. 특징은 이겁니다.

언더라이팅은 인력부족으로 10% 미만의 항목만 검토

actuator가 독자적으로 동작합니다.

추가 언더라이팅으로 안정적으로 확보가능한 규모가..

시장이 줄어들고 있습니다.

3공장 운영에 2가지 핵심 문제가 있습니다.

45명을 투입하여, 9개월간, 120억으로 Pilot을 수행

3안이 OOO 이유로 가장 합리적임

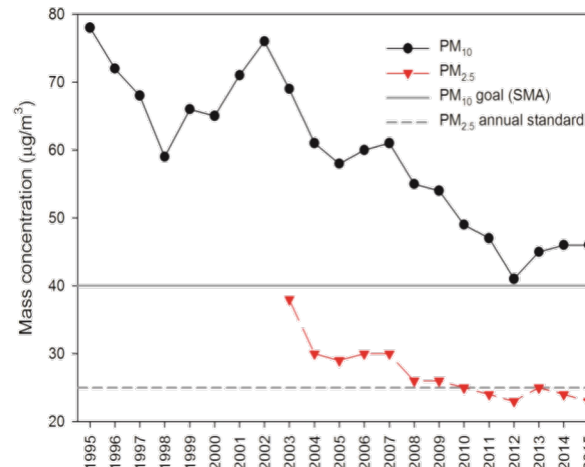
분석결과 대면 채널이 비용대비 효과가 높음

이 메시지를 어떻게 증명할 것인가?

- 미세먼지는 앞으로 계속 나빠져서, 건강을 해칠 것임,
- 정부의 노력은 크게 단기 효과를 보기 어려울 것임
- 또한 취약계층인 노년층이 지속적으로 늘어날 것임
- 따라서 공기청정기 시장은 oo 형성될 것임
- 시장은 중소기업 중심으로 공기 청정기 시장은 이루어져 있음
- 우리 회사의 공기 청정기 필터 기술은 독보적임
- 필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

조사 결과

- 미세먼지 농도는 연간 12%로 나빠지고 있음
- 미세먼지의 농도는 허용치의 3배를 넘고 있음
- 봄, 초여름에는 심각하나, 가을과 겨울은 상대적으로 괜찮음
- 중국이 석탄 발전을 줄인다고는 하나 아직 상당 비중이 석탄임
- 디젤자동차도 미세먼지 주범임
- 개인의 인식이 나날이 높아 지고 있음,
- 미세먼지 관련 기사는 2015년~2017년사이 3배 이상 급증하였음
- 하지만, 미세먼지의 농도는 1980년 대비 3배 이상으로 낮아진 상태임



참고

자료 조사 결과

- 미세먼지 농도는 날이 연간 12%로 나빠지고 있음
- 미세먼지의 농도는 허용치의 3배를 넘고 있음
- 봄, 초여름에는 심각하나, 가을과 겨울은 상대적으로 괜찮음
- 중국이 석탄 발전을 줄인다고는 하나 아직 상당 비중이 석탄임
- 디젤자동차도 미세먼지 주범임
- 개인의 인식이 나날이 높아 지고 있음,
- 미세먼지 관련 기사는 2015년~2017년사이 3배 이상 급증하였음
- 하지만, 미세먼지의 농도는 1980년 대비 3배 이상으로 낮아진 상태임

+

PM10의 농도가 16 PPM 이상이면 건강에 치명적임
PM 2.5의 농도가 6 PPM 이상이면 건강에 치명적임

우리는
환경부이다.

우리는
공기청정기
제조사이다.

(1) 어떤 Message로 만들 것인가?

????????????????????

(2) 어떤 Data를 Backup data로 사용할 것이며, 추가적으로 조사할 것은 무엇인가?

????????????????????

작성하기

미세먼지는 건강을 심각하게 해치는 수준이며, 앞으로도 계속 문제가 될 것임

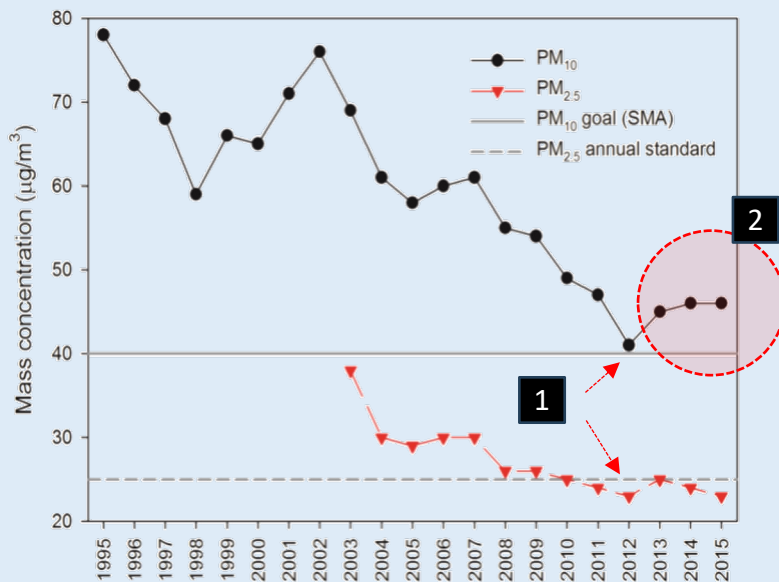
**어떻게 그릴지
생각해 봅시다.**

작성하기

- 1) Messages는 작성하면서 조정 가능
- 2) 그림은 간단하고, 강조할 포인트를 Decoration 해야함
- 3) 그림상의 번호를 매기고, 시사점 (분석) 결과를 작성함
- 4) 작성 이후, 메시지를 그림이 충분히 Prove 하는 지 점검
- 5) 끝으로, 발표하기에 메시지가 명확한지 점검

미세먼지는 건강을 심각하게 해치는 수준이며, 앞으로도 계속 문제가 될 것임

1995년 이후 미세먼지 농도 추이



Source : 통계청, 2020

분석

1 최저농도

PM₁₀ 및 PM_{2.5}의 최저 농도는 각각 40과 16으로 건강 허용치 최저 농도보다 두배 이상임

(Reference : National Healthcare Center, 2033)

2 향후 추세

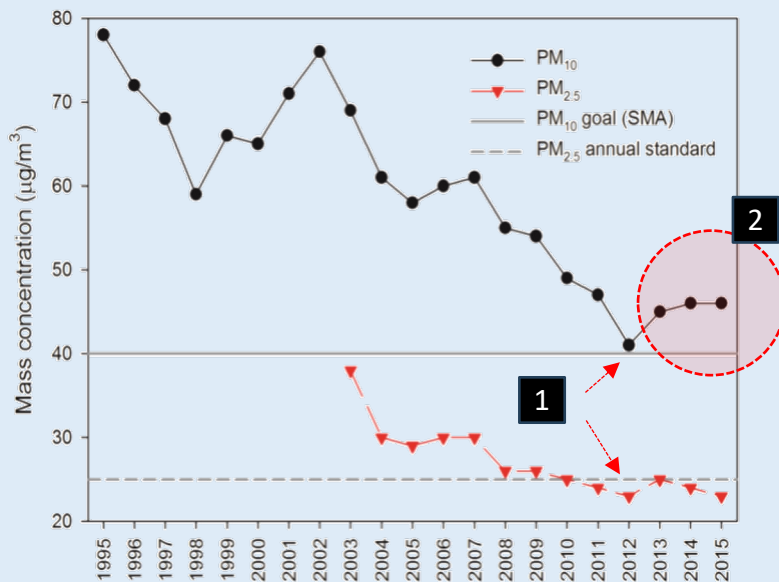
PM₁₀은 2012년 이후 지속적인 증가세로 PM 2.5 역시 2015년 이후 한파로 급격히 증가세임

작성하기

- 1) Messages는 작성하면서 조정 가능
- 2) 그림은 간단하고, 강조할 포인트를 Decoration 해야함
- 3) 그림상의 번호를 매기고, 시사점 (분석) 결과를 작성함
- 4) 작성 이후, 메시지를 그림이 충분히 Prove 하는 지 점검
- 5) 끝으로, 발표하기에 메시지가 명확한지 점검

미세먼지는 건강을 심각하게 해치는 수준이며, 앞으로도 계속 문제가 될 것임

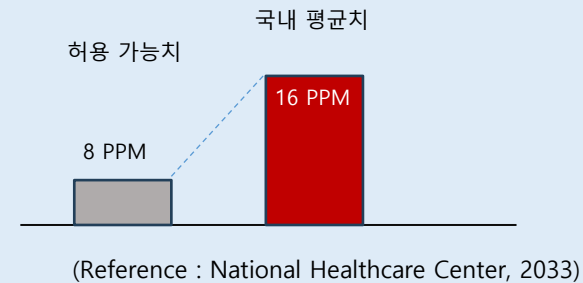
1995년 이후 미세먼지 농도 추이



Source : 통계청, 2020

분석

1



2

향후 추세

PM10은 2012년 이후 지속적인 증가세
PM 2.5 역시 2015년 한파로 급격히 증가세임

이 메시지를 어떻게 증명할 것인가?

- 미세먼지는 앞으로 계속 나빠져서, 건강을 해칠 것임,
- 정부의 노력은 크게 단기 효과를 보기 어려울 것임
- 또한 취약계층인 노년층이 지속적으로 늘어날 것임
- 따라서 공기청정기 시장은 oo 형성될 것임
- 시장은 중소기업 중심으로 공기 청정기 시장은 이루어져 있음
- 우리 회사의 공기 청정기 필터 기술은 독보적임
- 필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

조사 결과

- 정부의 노력은 크게, 대중국 외교
- 과기부에서의 미세먼지 알림 App
- 도로 청소차 운행 정도임

작성하기

현재 정부의 노력은 전체를 커버하고 있지 못하며, 단기적으로 큰 효과를 보기 어려울 것임

**어떻게 그릴지
생각해 봅시다.**

정부의 노력을 어떻게 표현?
이게 동작하지 않는 것을 어떻게 표현?

작성하기

- 1) Messages는 작성하면서 조정 가능
- 2) Toy Page 형태의 Framework 전개
- 3) Two Box 형태의 전개
(범위 x 효과성)
- 4) 메시지가 Prove 되는 지 점검
- 5) 발표할 때 명확하게 말이 마무리 되는지 점검

현재 정부의 노력은 전체를 커버하고 있지 못하며, 단기적으로 큰 효과를 보기 어려울 것임

가능한 Action Items과 정부의 노력

		현재 정부의 이행 영역	
발생 전	외교적 저감 노력		
	국내 저감 노력	✓	노후 발전소 Shut Down
발생 후	위험 알림	✓	행안부의 알림 서비스
	미세먼지 청소	✓	지자체의 470대 청소차 운영
	미세먼지 피해자 지원		

효과성

현 노력의 한계

- 부재
(초미세먼지 35% 가 중국발)
- 일부 효과 기대
- 알림 서비스 정확도 70% 이하
(사용자 비중 56%)
- 청소차의 Coverage 20% 미만
- 부재

효과는
제한적

이 메시지를 어떻게 증명할 것인가?

- 미세먼지는 앞으로 계속 나빠져서, 건강을 해칠 것임,
- 정부의 노력은 크게 단기 효과를 보기 어려울 것임
- 또한 취약계층인 노년층이 지속적으로 늘어날 것임
- 따라서 공기청정기 시장은 oo 형성될 것임
- 시장은 중소기업 중심으로 공기 청정기 시장은 이루어져 있음
- 우리 회사의 공기 청정기 필터 기술은 독보적임
- 필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

조사 결과

- 전체 인구의 증가
- 노령층의 증가
- 현재 인구의 구조

작성하기

미세먼지에 취약하다고 하는 65세 이상의 인구가 전체 인구의 17.5%가 넘고, 앞으로 지속적으로 늘어날 것임

**어떻게 그릴지
생각해 봅시다.**

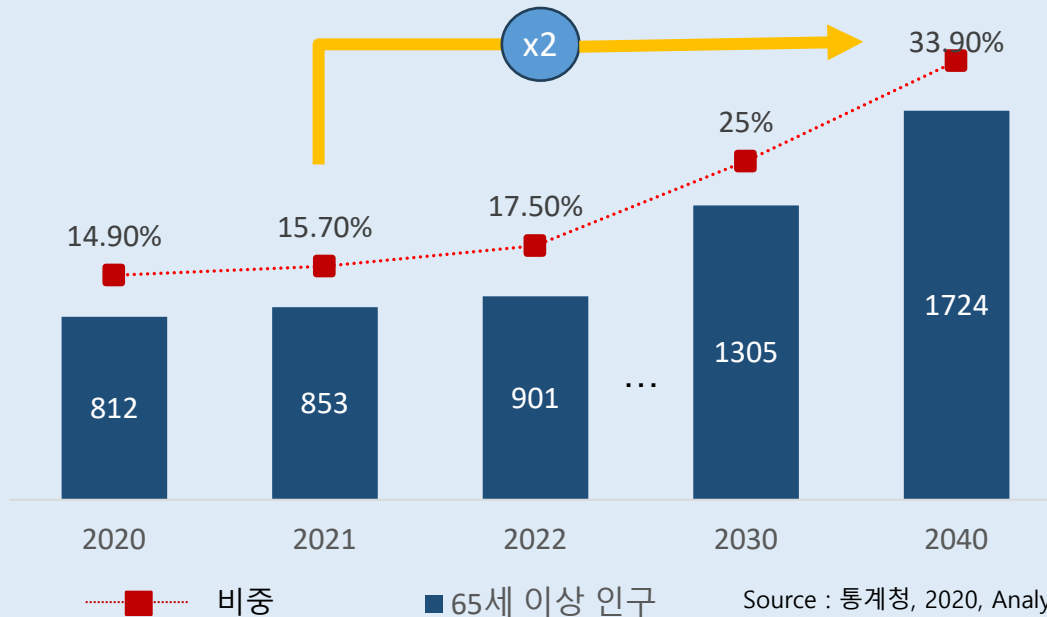
작성하기

- 1) Messages는 작성하면서 조정 가능
- 2) 어떤 그래프를 그릴지 결정, 중요한 부분은 Decoration
- 3) 그래프의 내용을 설명하는 내용 작성
- 4) Message가 에누리 없이 설명 되는지 확인
- 5) 발표에 문제가 없는 지 말해 보기

미세먼지에 취약하다고 하는 65세 이상의 인구가 전체 인구의 17.5%가 넘고, 앞으로 지속적으로 늘어날 것임

65세 이상 인구수와 비중

분석 내용



- 2022년 전체 인구의 17.5% 가 65세 이상으로 그 수는 900백만명에 달함
- 이는 지속적으로 증가하여 2030년에는 전체 인구의 ¼ 이 65세 이상이 됨

이 메시지를 어떻게 증명할 것인가?

- 미세먼지는 앞으로 계속 나빠져서, 건강을 해칠 것임,
- 정부의 노력은 크게 단기 효과를 보기 어려울 것임
- 또한 취약계층인 노년층이 지속적으로 늘어날 것임
- 따라서 공기청정기 시장은 oo 형성될 것임
- 시장은 중소기업 중심으로 공기 청정기 시장은 이루어져 있음
- 우리 회사의 공기 청정기 필터 기술은 독보적임
- 필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

조사 결과

- 시장의 형성은 어떻게 표현 ?

작성하기

취약계층의 숫자와 비례하여 공기청정기 시장이 형성되고 있으며 그 규모는 5천억원 이상임

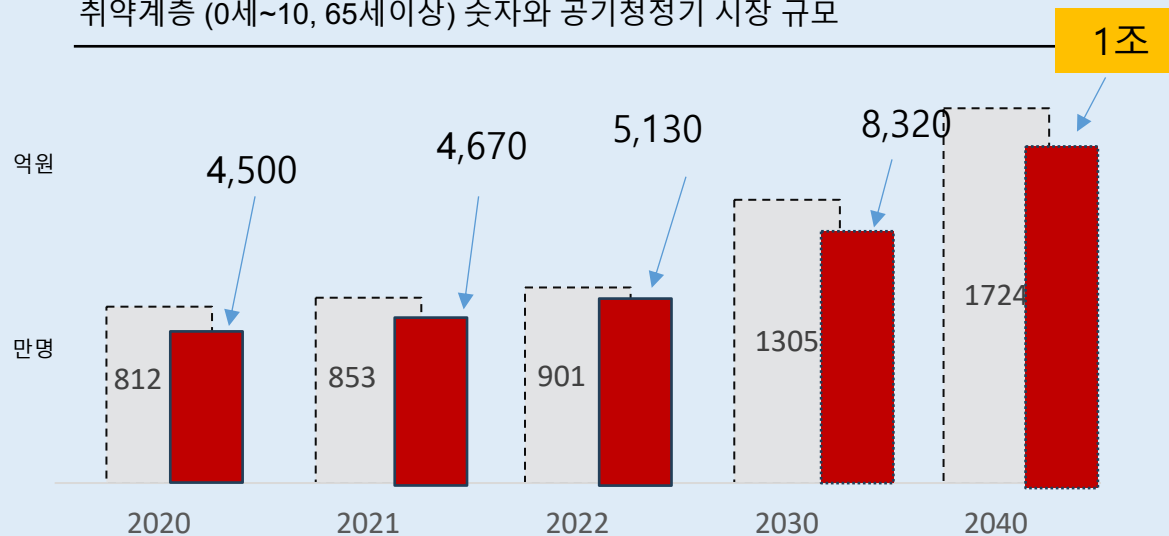
**어떻게 그럴지
생각해 봅시다.**

작성하기

- 앞으로 성장하고 있다는 것을 표현
- 메시지가 증명되고 있는가?

취약계층의 숫자와 비례하여 공기청정기 시장이 형성되고 있으며 그 규모는 5천억원 이상임

취약계층 (0세~10, 65세이상) 숫자와 공기청정기 시장 규모



분석 내용

- 공기청정기의 시장 규모는 취약계층의 규모에 비례하여 증가함
- 미세먼지의 악화에 따라서, 시장 규모는 더 커질 것으로 예상함
- 2030까지 약 8천억원 이상으로 형성될 것으로 예상함

Source : 통계청, 2022, Analysis : ICON (참고 : 공기청정기 시장 규모는 공기청정기협회에서 집계한 판매량에 근거함)

이 메시지를 어떻게 증명할 것인가?

- 미세먼지는 앞으로 계속 나빠져서, 건강을 해칠 것임,
- 정부의 노력은 크게 단기 효과를 보기 어려울 것임
- 또한 취약계층인 노년층이 지속적으로 늘어날 것임
- 따라서 공기청정기 시장은 oo 형성될 것임
- 시장은 중소기업 중심으로 공기 청정기 시장은 이루어져 있음
- 우리 회사의 공기 청정기 필터 기술은 독보적임
- 필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

조사 결과

- 사업자의 규모

작성하기

공기청정기 시장은 중소기업 중심이며, 기술력 보다는 영업력의 사업자가 시장을 리딩하고 있음

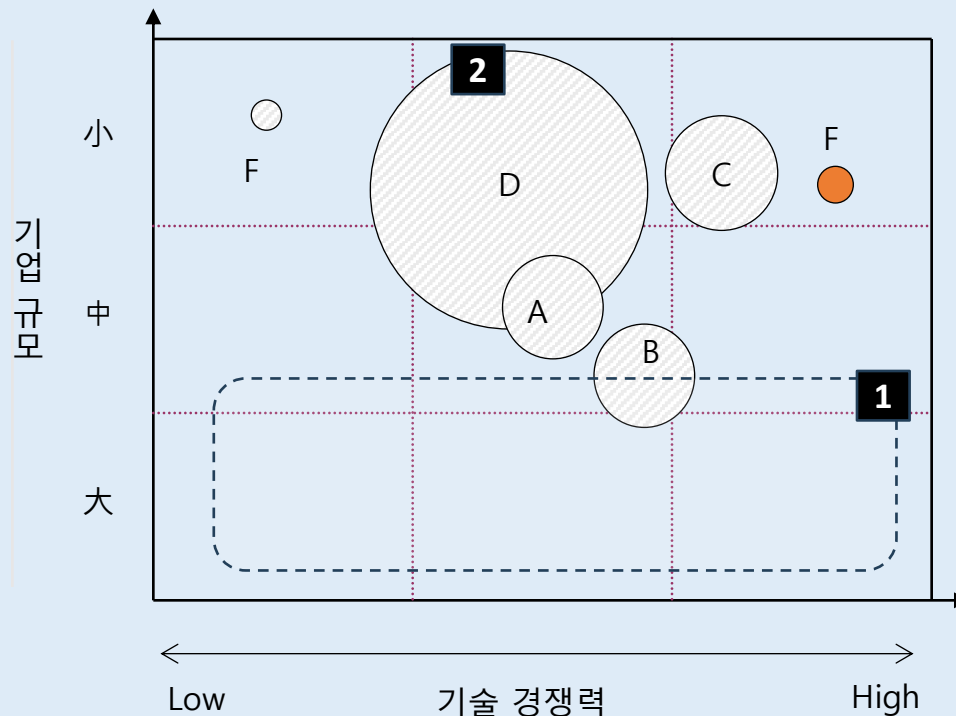
**어떻게 그럴지
생각해 봅시다.**

작성하기

- 그래프의 구성
- 그래프의 설명
- 메시지가 Prove 되고 있는지 확인
- 발표하듯 말로 설명하고 자연스러운지 확인

공기청정기 시장은 중소기업 중심이며, 기술력 보다는 영업력의 사업자가 시장을 리딩하고 있음

공기청정기 사업자 경쟁력과 기업 규모



Circle size : 매출

Source : 공기청정기 협회 자료, Analysis : ICON

시사점

1 사업자중 대기업 군은 거의 없고
유일하게 B회사가 공기 청정기 참여 중임]

※ B사는 사업 규모를 더 확장하려는 계획임

2 가장 큰 매출을 가진 회사는 큰 기술 경쟁력을
가지지 못하고 있음

이 메시지를 어떻게 증명할 것인가?

- 미세먼지는 앞으로 계속 나빠져서, 건강을 해칠 것임,
- 정부의 노력은 크게 단기 효과를 보기 어려울 것임
- 또한 취약계층인 노년층이 지속적으로 늘어날 것임
- 따라서 공기청정기 시장은 oo 형성될 것임
- 시장은 중소기업 중심으로 공기 청정기 시장은 이루어져 있음
- 우리 회사의 공기 청정기 필터 기술은 독보적임
- 필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

평가 결과

- 기술력의 표현

작성하기

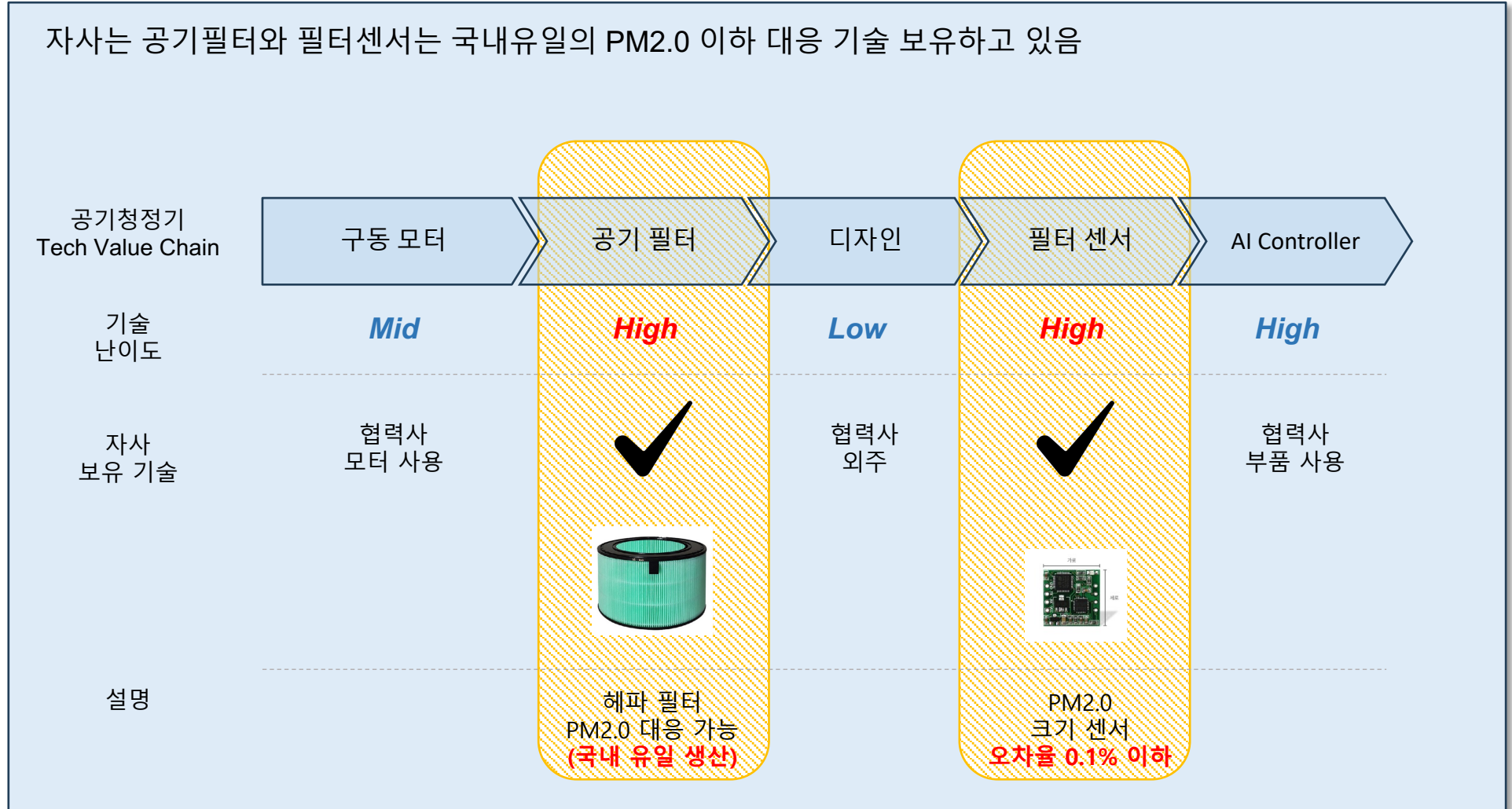
자사는 공기필터와 필터센서는 국내유일의 PM2.0 이하 대응 기술 보유하고 있음

**어떻게 그릴지
생각해 봅시다.**

작성하기

- 기준의 정의
- 자사의 경쟁력 표시
- 추가로 할 것? (사진)

자사는 공기필터와 필터센서는 국내유일의 PM2.0 이하 대응 기술 보유하고 있음



이 메시지를 어떻게 증명할 것인가?

- 미세먼지는 앞으로 계속 나빠져서, 건강을 해칠 것임,
- 정부의 노력은 크게 단기 효과를 보기 어려울 것임
- 또한 취약계층인 노년층이 지속적으로 늘어날 것임
- 따라서 공기청정기 시장은 oo 형성될 것임
- 시장은 중소기업 중심으로 공기 청정기 시장은 이루어져 있음
- 우리 회사의 공기 청정기 필터 기술은 독보적임
- 필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

Action

- 의지의 표현

작성하기

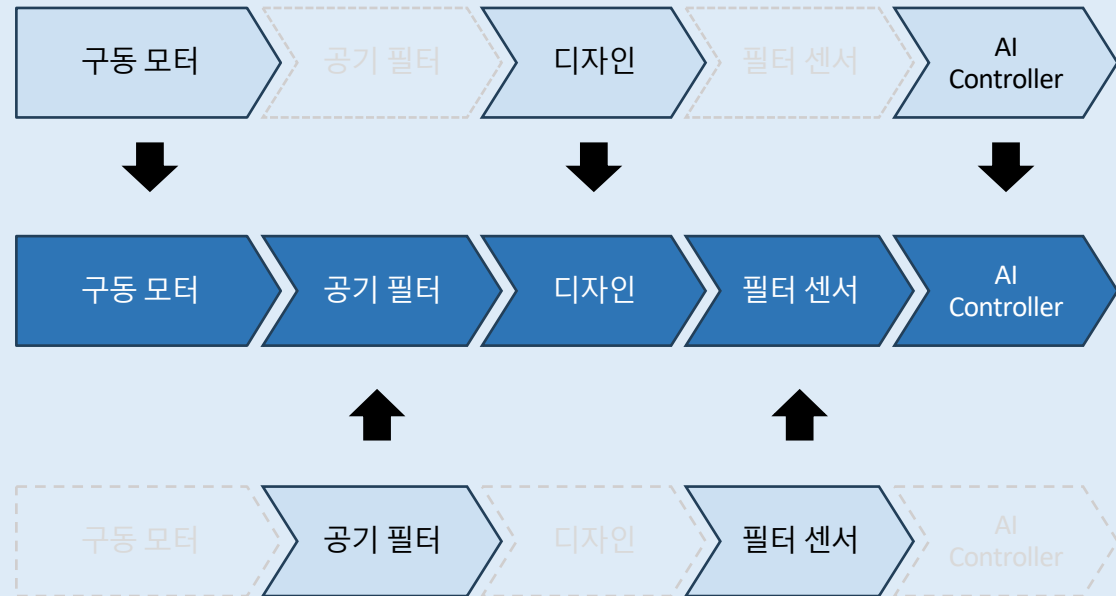
필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

**어떻게 그릴지
생각해 봅시다.**

작성하기

- 드라마틱한 표현

필터 기술과 가전 기술의 결합은 큰 시너지를 낼 것임

SAMSUNG

MECE하게 나누는 것을 항상 생각

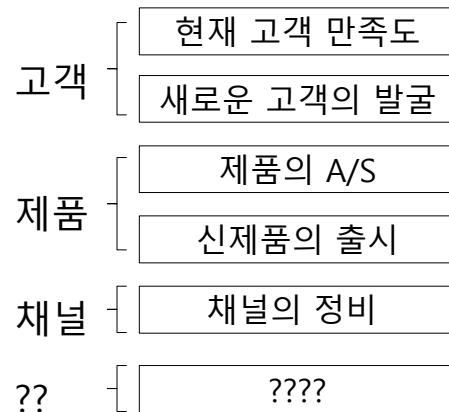
MECE

(검토할 항목

기준의 정의

다봤나요?)

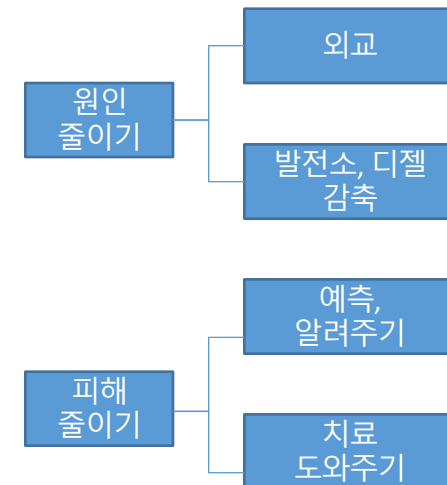
성장을 위해 고려할 사항



협력을 위해서 고려할 사항

- 이익 Share
- 영업 마케팅 A/S 방식
- Risk 대응
- 공동 개발시 IP

미세먼지 피해 방지를 위해 추진할 사항



예시 (작성하기)

MECE한 기준은 교과서 처럼 정해져 있지 않음, 그 한방은 상황에 따라 추가되기도 함

- 장미 칼 같은 제품이 있다. 당신이 듣도 보도 못한 이 물건에 대해 (보여주며) 설명 드리겠습니다. 하나 사 보세요.
- **Message : 장미칼은 식칼로 정말 우수합니다.**



장미칼의 개요 및 우수성

- 비슷한 성능의 제품 대비 가격이 50%
- 극한 상황에도 이가 잘 빠지지 않음
- 녹이 슬지 않음
- **What else?**

- 우리는 미백 화장품 판매사이다. 당사의 고객은 어떤 특징을 가지고 있는가 ?
- **Message : 우리 제품은 전 계층이 다 사용합니다. 압도적입니다.**



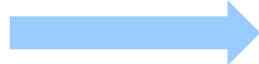
우리 회사 제품은 전 계층에서 가장 신뢰를 갖고 있음

- 20대에서 가장 많이 사용
- 30대에서 가장 많이 사용
- 40대에서 가장 많이 사용.
- **What else ?**

그리고 습관적으로 Message 내가 만든 메시지가 논리적으로 허점이 없나를 점검해야 함

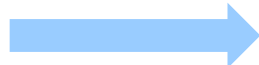
만약

미세먼지의 농도가
올라가고 있는데,



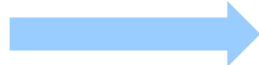
그것이
인체에 유해한 수준이
아니라면 ?

미세먼지의 농도가
매우 좋지 않은데,



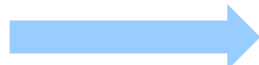
그것이
아주 일시적인 현상이라면 ? (혹은 단기적으로
나아질 확증이 있다면?)

미세먼지 질환이
증가하는데



미세먼지로 인한 병이
손쉽게 고칠수 있는 것이라면

미세먼지는
피할 수 없는 것이며,



국익을 생각할 때,
감내해야 하는 것이라면... ?

다양한 상황을 고려하고,
이러하지 않음을 데이터로 증명해야 함

Head Message의 정제 (국어 연습이 필요함)

조사된 것의 빠짐 없는 표현

정부의 세출 구조조정
이슈를 고려하여 최적
설계로 설치 비용을 최소화
해 해야 하는 동시에, 구축 후
효과를 극대화 하기 위해
효과가 큰 것부터 우선
추진하는 계획을 세워야 함



비용과 효과 중심으로 정리

정부의 상황을 고려할 때
비용의 최소화가 필요하며,
그러나, 국민의 안전을
고려할 때 효과도 간과할 수
없음



균형점이라는 Word의 발견

비용과 효과의 균형점을
찾아야 함

어떻게 이런 유려한 국어를 익히나?

1

전략 방법론 (신사업과 문제 해결)

2

전략 PPT의 스토리 라인의 구성

3

전략 PPT의 메시지와 논리

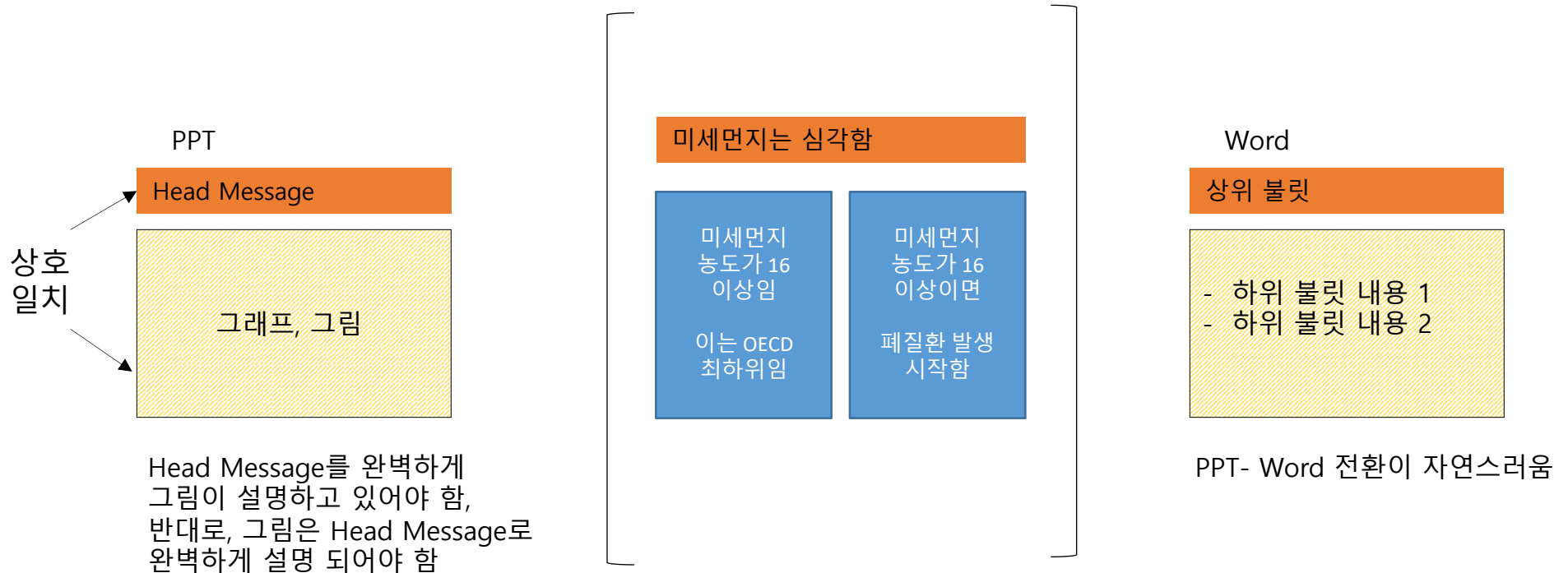
4

전략 PPT 작업하는 방법

5

PPT 표현시 주의해야할 것

그래프와 그림은 Head Message를 설명/증명하는 용도로만 구성되어야 함



■ **거리가 30m로 위험**

- 소방법 50m에 미치지 못함
- 건물 고도 40m보다 짧음

상위 불릿은 결론이며, 일종의 head message와 같은 것

하위 불릿은 상위 불릿을 (애누리 없이) 설명해야함
Two box가 각각의 불릿임

불필요한 내용은 과감히 삭제

연습 1

■ **사업 성과가 악화 되고 있음**

- 매출은 소폭증가 ????
- 이익율은 전년대비5% 악화
- 핵심 고객군이 이탈 시작
- 고객 불만 증가

연습 2

■ **고객의 불만이 커지고 있음**

- 3개월 계약해지율이 감소추세 ???
- 전월 대비 부정적 VOC 30% 증가
- SNS 분석결과 부정적 의견 증가
- 전체 VoC의 숫자는 감소

연습 3

■ **덴드라이트 수가 증가함**

- Claim 처리량이 증가함
- 고객의 Claim이 우려가 됨
- 품질 지표가 좋아지고 있음 ???
- 종단 검사 기기의 장애가 포착됨

번호의 표현

차이점이 뭘까요?

글로벌 진출의 방법

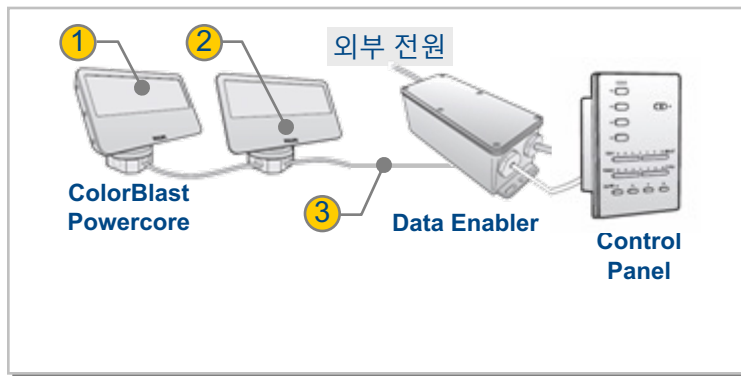
- 유럽 등 선진국으로의 진출
- 인도 등 대규모 시장으로의 진출
- 중동 등 특수 시장의 진출
- 아프리카 등 ROW 진출

글로벌 진출의 방법

- ① 유럽 등 선진국으로의 진출
- ② 인도 등 대규모 시장으로의 진출
- ③ 중동 등 특수 시장의 진출
- ④ 아프리카 등 ROW 진출

그림의 설명은 번호를 매겨서 ...

전형적인 패턴



- ① 광범위한 색온도 및 밝기, 색상 제어
 - 색온도(2700K~6500K) 및 밝기(0~100%) 동시 제어 가능
 - RGB 기반 색상 제어 (ColorBlast Model)
- ② Power Supply 및 Network 기반 제어 장치 내장형³⁾
 - 설치 필요 공간의 최소화, 설치 간소화
- ③ Single Wire Installation
 - 컨트롤 데이터와 전원 공급 단일 배선 구현

주의할 점

- 이유 없이 번호를 달지 말자
- 1, 2, 3 이 있다면, 가, 나, 다

번호를 매겨서 상세한 설명까지 가야함

1단계

우리 건물은 옆 건물이 무너지면 피해를 입을 위치에 있음



가벼운 표시,
강조점을
그림에 표시함

번호를 매겨서 상세한 설명까지 가야함

2단계

우리 건물은 옆 건물이 무너지면 피해를 입을 위치에 있음

그림



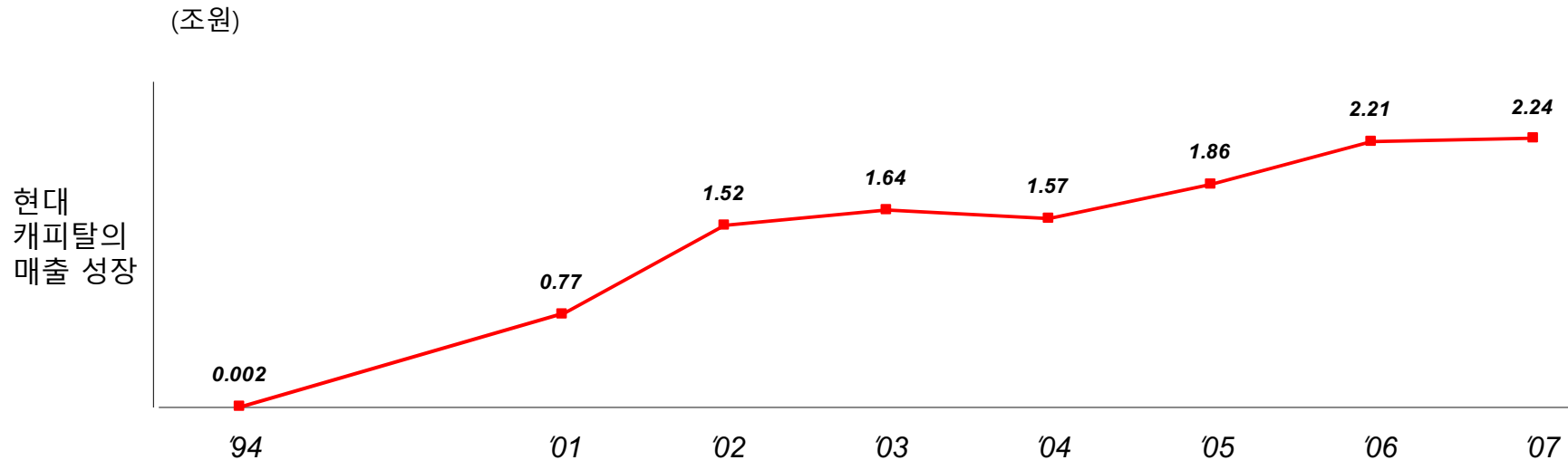
분석

- ① **거리가 30m**
 - 소방법 50m에 미치지 못함
 - 건물 고도 40m 보다 짧음
- ② **타 건물 과는 모두 50m 이상임**
 - 인근 5개의 건물과 최소 거리는 50m

그림은 정확히 전달하고자 하는 명시적으로 표현해야 함
(작성자의 의도대로 해석하도록 유도해야 함 / 알아서 해석해 주길 바라면 안됨)

이게 무엇을 의미하는 그림인가 ?

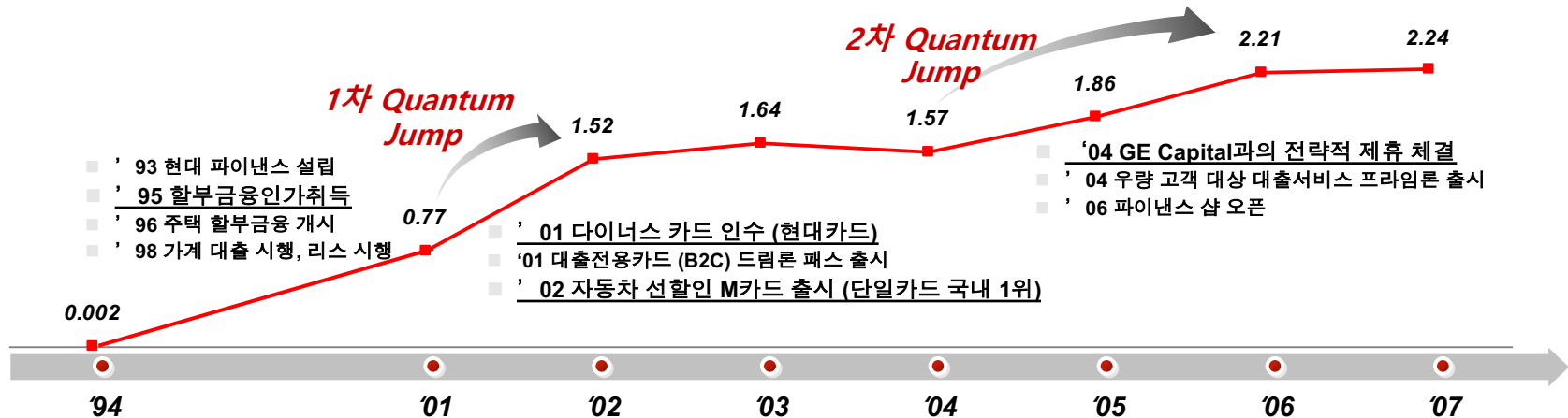
일반적인 그림



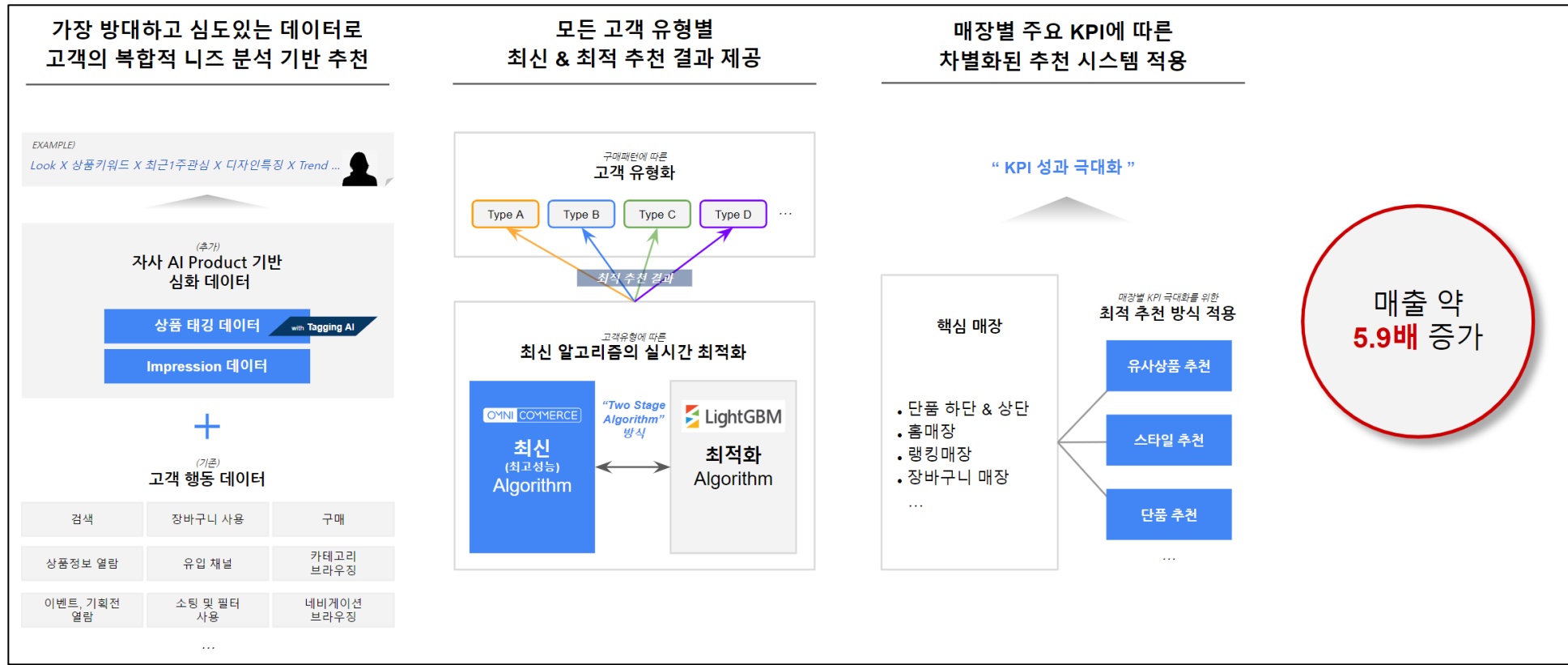
그림은 정확히 전달하고자 하는 바를 표현하고 있어야 함.

Pinpointing 그림

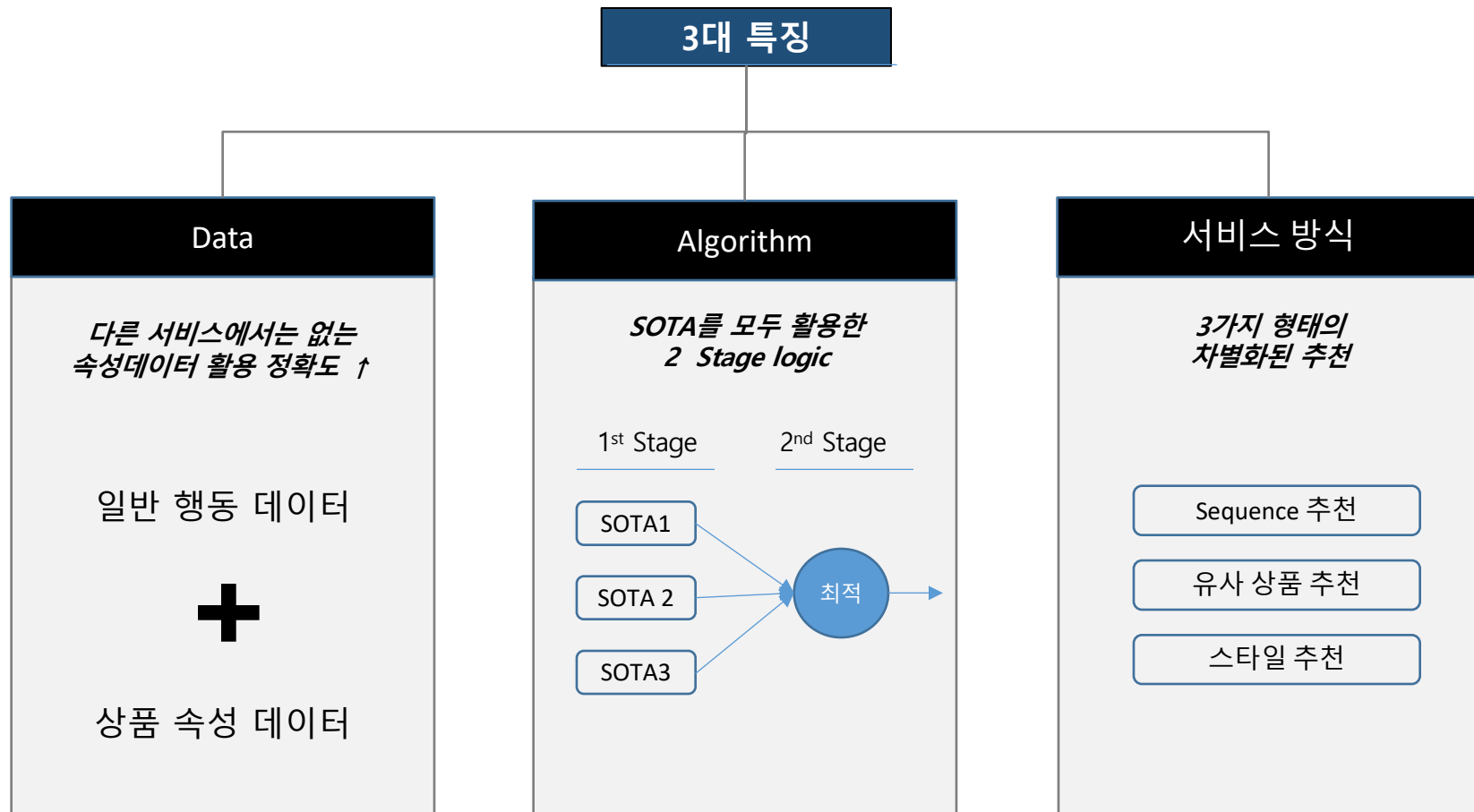
(조원)



초개인화 추천 (AI 활용) 서비스의 차별화 포인트를 강조 하려고 할 때,
이렇게 표현했음



초개인화 추천 (AI 활용) 서비스의 차별화 포인트를 강조 하려고 할 때,
이렇게 표현했음



Mini Project (2장짜리) 원하는 분만 참여

주제 1

전기차 시장의
영역별 규모와
성장 예상

주제 2

디지털
마케팅의
영역과 KSF

주제 3

영어 교육의
폐해 (국가 손실)와
개선 방안

주제 4

오메가 3 제품의
종류별 특징

기능성 샴푸의
종류별 특징

End Of LEC

아이컨 전략 PPT Day 2

예시에 사용되는 모든 장표는 실전에서, 논리와 스토리만 따왔습니다. 교육 효과를 위해, 모든 장표는 실제 프로젝트인 것처럼 보이기 위해서 각색하여 제작했습니다. 회사의 이름 등은 예시적으로 포함시켰으며, 실제 회사명과 관련이 없고, 사용된 숫자 역시 실제 숫자와 다릅니다.

아이컨(인사이트베이) 의 동의 없이 무단 배포 및 무단 사용을 금합니다.