

“아마 제가 트렌드의 물을 탈 줄 아는 것 같아요. 제가 막 쫓아가려는 게 아니라 그 흐름 속에 있으면 자연스럽게 생각이 비슷해지잖아요.”

이 오래전 얘기를 왜 하나면, 트렌드는 물처럼 탈 줄 알아야 하는 것이지 책 읽고 공부하는 게 아니라는 말을 하고 싶어서야. 연말 되면 쏟아져 나오는 트렌드 관련 책들도 물론 읽어야 해, 세상 돌아가는 흐름을 놓치지 않으려면. 하지만 그것만 읽고 사업하려고 하지는 마. 책 내용을 이해하고 쫓아가면서 사업하려면 이미 늦어.

스타일쉐어 이야기는 앞에서 들려줬지? 윤자영 대표가 옷 잘 입은 젊은 여성들의 SNS 사진을 모아 포털사이트를 만든 것에서 비즈니스가 시작됐다고 했잖아. 그런데 윤 대표도 나이 서른이 넘으니까 그러더라. “교수님, 제가 이 트렌드 속에 있었는데도 이제는 10대나 20대 초반 친구들 감성 쫓아가기가 버거워요.”

그럼 어떡하지? 그래서 29CM를 인수했지. 29CM는 타깃이 윤 대표 나이대인 30대거든.

내가 무슨 말 하려는 건지 알겠지? 홍선표 대표도 3~5년 동안은 자기도 모르게 트렌드의 물을 타고 있었다가 물에서 빠져 나오면서 사업을 떠났고, 윤 대표는 아주 슬기롭게 29CM로 옮겨 탔어. 한번 내리고 나면 같은 기차에 다시 올라타기 어렵듯이, 트렌드를 한번 놓치면 같이 가기 쉽지 않아.

그렇다면 트렌드를 어렵사리 쫓아가며 어설프게 출렁거릴 게 아니라, 트렌드의 맥락을 자네 사업과 어떻게 자연스럽게 연결하느냐가 과제겠지.

자네 셀프사진관 가봤나? 휴대폰 카메라로 셀카 찍으면 충분한데 왜 돈 내고 기다렸다가 박스에 들어가 사진을 찍지? 셀프사진관이 눈에 많이 띄지만, 그중에도 ‘인생네컷’의 인기가 좋더라. 이호익 대표가 <롱블랙>과 대담한 인터뷰 글이 있는데 같이 읽어보자.

“전 지금도 고객 마음을 다 이해하지는 못합니다. 저도 ‘아재’잖아요. 그런데 자판기를 운영해보니 보이더군요. 친구들과 함께 와서 사진을 찍기 전에 다양한 의상과 소품으로 치장하면서, 그리고 찍으면서 얼마나 즐거워들 하는지. 자판기가 아니라