

“택배를 자주 이용하는 전하영 주부님은 ‘배달된 물건이 현관 앞에서 없어지면 정말 기분 나쁘죠. 이제 스마트박스에 안전하고 신선하게 보관하니 당연히 좋지 않겠어요?’라고 말합니다.”

이렇게 보도자료를 배포하면 기자들이 많은 질문을 쏟아내겠지. 가령 “누가 실질 고객이 될까요?”, “모델이 몇 종류나 있나요?”, “수요가 충분할까요?”, “앞으로 더 보완해야 할 점은 무엇이라고 생각하십니까?”, “고객에게 이 제품을 어떻게 알릴 예정입니까?”, “기존의 제품 기능과 통합될 수 있을까요?” 등등.

예상 질문은 구성원들과 함께 만들어. 실제로 해보면 금세 100개도 더 나올 거야. 그것들을 모두 나열한 다음, 이에 대한 답을 찾아가며 신제품/서비스를 개발하는 거야. 본인이 제안한 것이고 본인의 로드맵 일정에 따라 진행해야 하니 구성원들도 책임감을 가지고 임하게 되더라고.

처음에는 1~2년짜리 프로젝트에서 시작해봐도 좋아. 나도 여러 기업에서 이 방식을 적용해봤는데, 해보면 꽤 재밌어하며 적극 참여하니 팀워크도 좋아지더라.