

---

기술력이 좋아도 오래 못 버티는 스타트업을 많이 봐요.

비유하자면 비행기가 활주로를 달렸으나 기류를 타고 상승하지 못해 추락하는 거나 마찬가지야. 즉 수명주기 중 유아기에서 성장기로 올라타지 못하는 건데, 그사이에 죽음의 계곡이 기다리고 있거든. 이를 캐즘(chasm)이라고 하잖아. 원리만 잘 이해하면 건너갈 수 있을 텐데 안타까운 일이야.

캐즘은 제품과 소비자 그리고 포지셔닝이라는 세 가지 관점에서 극복할 수 있어. 그 원리를 하나씩 설명해볼게.

첫 번째, 제품 면에서 살펴볼까.

우선 볼링핀 전략을 고려해볼 수 있어. 볼링에서 1번과 3번 핀 사이로 공을 굴리면 10개가 다 쓰러져 스트라이크가 되잖아. 이처럼 특정 기능을 날카롭게 강조해서 신제품을 매력적으로 인식시키는 게 볼링핀 전략이야. 처음부터 제품의 모든 장점을 다 알릴 수는 없는 노릇이니, 강점 하나만 강하게 인식시키는 방법이지.

테슬라는 어떻게 했어? 자기네가 세계 최고의 스포츠카보다 0-60마일까지 도달하는 시간이 더 빠르다는 걸 보여줬지. 조용하다 뭐다 이런 장점들은 다 치우고, 스포츠카보다 빠르다는 한 가지를 알리는 데 집중했어. 테슬라 사례는 중요하니 나중에 자세히 얘기 나누자.

완성도를 꾸준히 높여가는 것도 방법이야. 처음부터 완벽을 기하느라 시간을 지체하는 게 아니라 일단 저지르고 부지런히 진화시켜 나가는 걸 잘하는 스타트업들이 살아남더라고.

한때는 아이리버 MP3가 세계 1등이었거든. 처음 나온 모델이 프리즘처럼 생겨 예쁘기도 하고 목에 걸면 아주 멋있었는데, 애플에서 아이팟이 나오자 그것과 비슷하게 만들다가 아이