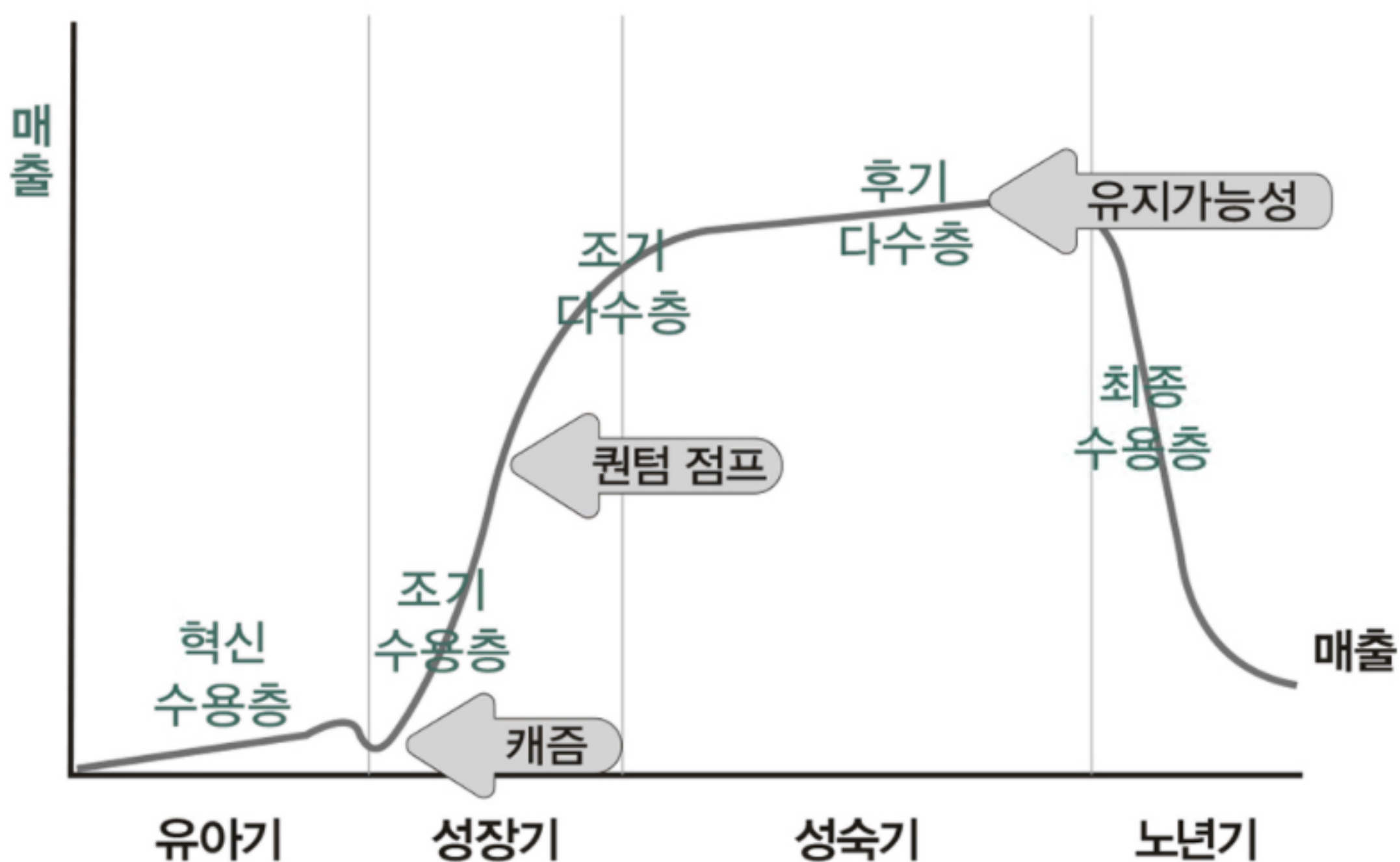


어떤 소비자층이 신제품의 성패를 좌우하나요?

시장이 유아기일 때의 소비자는? 당연히 혁신수용층(Innovator)이겠지. 성장기의 소비자는 조기수용층(Early Adopter), 성숙기 초반의 소비자는 조기다수층(Early Majority)이고, 절반 이상의 사람들이 수용한 성숙기 중반 이후에는 후기다수층(Late Majority)이 주요 소비자야. 제품이 한물갔을 때의 소비자들은 최종수용층(Laggard)이라 볼 수 있겠고.

이렇게 제품수명주기로 볼 때 성패를 좌우하는 핵심 소비자층은 누구일까? 혁신수용층? 아냐, 조기수용층이야. 이들이 사주느냐가 성패를 결정해.

〈그림7〉 소비자의 제품수용



왜냐고? 혁신수용층이 주된 구매자인 유아기에서 성장기로 넘어갈 때 캐즘(chasm)이 버티고 있다고 했지? 이 죽음의 계곡을 건너는 데 조기수용층이 굉장히 중요한 역할을 하거든. 일단