

오프라인의 품목구성 방식이 온라인 사업에도 적용되나요?

자네, PC를 ‘Personal Computer’의 약자로 알고 있지? 그런데 PC를 계산(compute)하는 용도로 쓰는 경우가 얼마나 될 것 같아? 내 주장인데, PC는 ‘Personal Communicator’의 준말이라고 봐야 해. PC로 커뮤니케이션함으로써 세상이 크게 바뀌었으니까.

1대 1로 커뮤니케이션을 시작해 1대 다수로, 그리고 다수 대 다수로 하게 되면 커뮤니티(community)가 형성되겠지. 이렇게 사람들이 모이면 커머스(commerce) 기회가 생기지 않겠어? 그리고 비즈니스는 B2C도 중요하지만, 진짜 큰 기회는 B2B, 즉 커넥션(connection)에 있어.

우리 주위에 다양한 온라인 비즈니스가 있지만, 결국 이 네 가지 C(community, commerce, connection, communi-cation)에 해당하는 영역을 벗어나지 않아. 그럼 이 네 가지로 포트폴리오를 한번 짜볼까?

우선 홍보용에 해당하는 건 뭘까? 수익성은 낮는데 전시성은 좋은 것 말이야. 바로 ‘커뮤니티’지. 포털, 카페, 웹진, 무료 온라인 게임 등. 이건 돈 벌려고 하는 게 아니고, 일단 사람들을 모으는 게 목적이야. 카카오톡은 등록자 수가 4,500만 명이 넘는데 무료로 서비스하잖아.

사람들이 모이면 뭘 하겠어? 물건 판매하는 ‘e-커머스’로 넘어가지. 물건 판매는 물론 배너 광고도 하고, 정보 검색료, 클럽 가입비를 받거나 중개도 해서 돈을 벌어. 카카오톡에서는 ‘선물하기’가 판매용 품목이야. 매출이 2021년에만 4조 원에 육박하더라고.