
차별화가 중요한 건 알지만,
차별점 잡기가 너무 어려워요.

요즘 어린이들이 요요 다루는 솜씨나 루빅스큐브 맞추는 실력이 대단하다더라. 왜 그런지 알아? 유튜브를 보면서 한편으론 기법을 배우고 한편으론 경쟁심이 자극되어 날로 실력이 는다는 거야.

소셜미디어가 발달하고 정보교류가 활발하니 모든 분야, 예를 들어 베이커리의 빵맛 수준도 얼마나 높아졌는지 몰라. 뭔가 차별화된 제품을 만들면 남들도 곧 흉내 내어 점점 상향평준화되고 있어.

화장품만 하더라도 출원된 상표가 30만 건이 넘지만, 몇 군데 대기업을 빼고는 대부분 한국콜마와 코스맥스 두 곳에서 OEM/ODM 형태로 생산하잖아. 이런 마당에 브랜드의 성공과 실패가 차별화된 품질로 판가름 날까?

미국 스미소니언 박물관 연구팀의 자료를 보니 인간과 오랑우탄과의 게놈genome 차이는 3.1%, 고릴라와는 1.6%, 침팬지와는 1.2%밖에 안 된다더군. 그리고 인간이라는 동물 중에 남성과 여성의 게놈 차이는 겨우 0.1%라네. 뼈의 구조나 근육 형태, 내장기관 등에 근본적인 차이가 거의 없다는 거지. 하지만 우리가 보면 남자와 여자가 크게 다르잖아.

제품도 마찬가지 아닐까? 아주 조그만 차이를 각(edge)으로 만들어 커 보이게 함으로써 차별화를 이루는 것, 이게 마케터의 역할이야. 하수 마케터들은 제품의 차별성이 없어 못 팔겠다고 말하지만, 고수 마케터들은 0.1%의 작은 차이를 어떻게든 사람들에게 각인시켜 팔아내고야 말아.