

# SUMMARY

## INTRO\_손쉬운 명함관리에 대한 니즈 발견

### ‘리멤버’ 시작의 계기

- 사회생활 속에서 다량의 명함을 주고 받아 더욱 어려워지는 명함관리
- ‘누군가 내가 받은 명함들을 깔끔하게 정리해준다면 얼마나 좋을까’

### 어려움에 봉착

- 종이 명함의 유명무실화를 위한 ‘프로필미’ 서비스
- 네트워킹을 할 매개체로 모바일 명함을 활용
- 모바일 시대로 넘어가도 종이 명함을 주고받는 행위 자체는 여전히 중요한 부분

## BODY\_ 종이명함의 성격과 모바일성을 동시에 살려 만든 ‘리멤버’

### 특징

#### 명함 입력의 편의성

: 받은 명함들을 사진으로 촬영 → 별도의 스캔 과정 없이 자동으로 정보를 인식 → 모바일에서 편리하게 명함 정리

#### 명함 정리의 신속성

: 스마트폰으로 단순히 촬영만 하면 되기 때문에 1분에 10장 이상의 명함 정리 가능

### ‘리멤버’의 성공요인 및 경쟁우위

#### (1) 오픈형 서비스가 아닌 폐쇄성을 갖는 서비스로 제작

- 비즈니스적 만남의 공개를 꺼리는 한국인
- ‘이력서’를 온라인에 올리면 당사자에 대한 상황 노출 → ‘명함’으로 매개체 교체

#### (2) 명함을 수기입력 하는 서비스를 도입해 차별화

- 1000여 명의 직원이 재택근무로 명함을 수기 입력
- 경쟁사가 쉽게 따라 하지 못하여 진입장벽 형성
- 수기입력덕분에 오타 발생 빈도를 획기적으로 감소

#### (3) 명함을 분리해 수기입력 하는 방식으로 보안문제 해결

- 명함 한장을 여러 명에게 분리해 타이핑하는 방식
- 유명 인사의 명함 정보도 보안 가능

## OUTRO\_ ‘리멤버’를 지탱한 가치

“풀고 싶은 문제가 있었고, 내가 생각하는 솔루션으로 문제를 해결할 수 있다는 믿음이 있었다”

- 돈 문제 등 여러 난관을 해쳐나간 근본적인 힘

“행복한 회사를 만들면 좋은 서비스로 연결되고, 고객들이 행복해지고 만족을 느끼면 자연스럽게 돈도 벌릴 것”

- 이윤이 아닌 ‘사회적 기업’이 되는 것을 목표로 삼는 최재호 대표의 신념

# WORD

## 광학 문자 입력 방식

종이에 인쇄되거나 손으로 쓴 문자를 광 문자 인식으로 읽어서 컴퓨터 텍스트로 변환하는 입력 장치. 은행 장표 등에 기록된 정보를 컴퓨터에 고속으로 입력하는 데 사용된다.

## 키(Key)

키(Key)는 주어진 릴레이션에서 모든 인스턴스 가운데 유일함(Unique)을 보장해 주는 하나 이상의 속성(attribute)의 집합이다. 식별자(Identifier)라고도 한다.

# ISSUE

“소비자 지향의 2.0 시장과 유사하게 ‘3.0 시장’ 역시 고객 만족을 목표로 삼는다. 그렇지만 3.0 시장이 2.0 시장과 확연히 다른 점은, 3.0 시장을 리드하는 기업들은 단순히 고객 만족과 이익 실현을 넘어서, 좀 더 큰 미션과 비전, 가치를 통해 세상에 기여하고자 한다는 점이다. 그들은 기업 활동을 통해 ‘산적한 사회적 문제들’을 해결하겠다는 궁극의 목적을 안고 있다.” - 필립코틀러

“창의적인 사람들처럼 기업 역시 ‘물질적 목적을 넘어서는 자기실현’에 대해 숙고해야 한다. 자신들이 무엇을 하는 조직인지, 그리고 왜 그 비즈니스에 종사하는지 반드시 이해해야 한다. 뿐만 아니라 스스로 ‘되고자 하는 바’가 무엇인지도 알아야 한다. 그리고 이 모든 것을 기업의 ‘미션’과 ‘비전’, ‘가치’에 담아야 한다. 소비자들이 이러한 기업들이 자신의 가치실현에 기여했다는 것을 인정해줄 때, 수익은 절로 따라올 것이다.” - 필립코틀러

## 1. 기업의 목적은 무엇인가?

“돈은 자연스럽게 따라와야 하는 것 같다. 나 역시 동료들이 행복한 회사를 만들면 좋은 서비스로 연결되고, 고객들이 행복해지고 만족을 느끼면 자연스럽게 돈도 벌릴 것이라고 생각했다. 오히려 돈이 최우선이라면 다른 것들이 흔들릴 수 있다. 항상 사업에는 굴곡이 있는데 그 굴곡의 순간에 돈이 목적이면 흔들릴 수 있다. 지탱할 수 있는 구심점이 없으니까.”

- 기존에 통용되어왔던 기업의 목적인 ‘이윤추구’와 다른 성격의 목적인 ‘사회적 가치 추구’에 대해서 생각해봅시다.
- 기업의 목적은 무엇이 되어야 하는가? 토론해봅시다. (현대사회에서 가장 보편적이고 합리적으로 통용될 수 있는 가치 중심으로)

## 2. ‘사회적 가치’를 추구했던 스타트업의 성공 사례

- 사람들의 편의와 행복을 위해서 기업을 만들어 성공한 사례
- 대규모가 아니라 소규모로 시작된 스타트업 사례
- 수익이 아닌 다른 목적으로 인해 자신이 만들고 싶은 스타트업