

소감문

| | | | | | |
|---------|----------------------|-------|------------|------|------------|
| 교과목명 | 스타트업초청강연 | 담당교수명 | 박종용 | 강연일자 | 2018.09..화 |
| 강연제목 | 성공스타트를 위한 3가지 핵심 키워드 | | | 강연자 | 김재호 |
| 학과 및 학년 | 일본학과 1학년 | 학번 | 2018049807 | 성명 | 심유빈 |

이번 강연은 마케팅관련해 오래간 근무하신분이 와서 강연을해주셔서 마케팅에 대해 좀더 알 수있는 강연이었다. 강연의 주제는 마케팅중에서도 컨셉에 관련한 내용이었다. 흔히 알고있는 컨셉이라하면 캐릭터 또는 작품의 캐릭터성 작품성등을 이야기하는거로 알고있다. 마케팅에서의 컨셉도 크게 다르지않아보였다. 작품을 한줄로 줄이지 못하는 영화는 히트하지못한다라는 명언이 있듯이 죠스, 이티, 에일리언 등 각각 한줄로 영화에관해 표현할 수 있는 영화들은 성공을했다. 컨셉언어는 머릿속에 떠올라다니는 막연한 아이디어와는 다르며 컨셉언어는 이미 언어화되어있기 때문이고 언어화를 하는 이유는 언어는 사고의 집이다라는 말 처럼 우리는 언어가 우리에게 보여주는대로 현실을 인식하기때문이다. 창조라는것은 Neos와 Kaios로 나눌수가있는데, 네오스는 이미 있는것이 새롭게 되는것을 뜻하고 카이오스는 질적으로 존재적으로 완전히 새로운것 즉 없는것에서 생겨나는것을 뜻하며 사람은 무에서 유를 창조할 수 없으니 사람이 못하는것이라 했다. 네오스의 예로 통신사 Show의 광고가 있는데 이 광고가 히트를쳤다. 하지만 이 광고는 약 7년전 한 보청기 회사에서 내놓았던 광고와 컨셉이 유사하였는데 보청기와 핸드폰통신사는 다른 영역이라 기존에 있던것이지만 보청기가아닌 통신사광고에 쓰여 사람들이 새롭다고 느끼게 되었단것이다. 이처럼 에디슨은 다른사람이 성공시킨 아이디어를 가져와서 차용하라 하였고 세스고딘의 경우 배끼는데 내가 속한 산업이아니라 다른산업에서 배끼라 하였다. 이러한 명언들은 마치 쇼의 광고가 성공했던것 처럼 알맞다 생각이들었고 성공한 회사중 하나인 베스킨라빈스의 경우도 빵집에서 빵을 골라먹는 컨셉을 아이스크림에 적용시켜 성공한 케이스라 볼 수 있다. 이번 강의를 통해 나 또한 내 분야가 아닌 다른분야의 성공사례를 벤치마킹하면 좋을것이란 생각이들었으나, 모든 사람들이 벤치마킹으로만 성공한다면 창조성이나 독특성 다양성등이 현저히 떨어지는것이 아닐까 걱정도 든다.