

글 _ 임진권(마케팅전략연구소 소장)

Power Marketing

전략 세우기2



수 많은 사람들을 만나고 다녀도 늘 한결같은 건 사업적 시나리오의 부재이다. 시나리오 작성은 어떤 일을 하든지 너무나 당연한 작업임에도 불구하고 등한시하고 사는 것이 우리 기업들의 현실이다. 그래서 늘 조금의 문제만 발생해도 불안해한다. 미국은 정치든, 경제든 모든 것이 시나리오 전략(Scenario Strategy)에 의해 행해지고 있다고 한다. 시나리오 전략은 과거와 현재 환경을 바탕으로 미래를 예측하는 방법론적 전략이다. 다양한 환경변수에 따른 적절한 행동이야말로 뒤에서 웃을 수 있는 전략가들만이 시행하는 수법이기도 하다. 그만큼 다양한 환경변수와 대처전략이 뛰어나다고 할 수 있다.

마케팅 잘 하는 방법은 따로 있다

시나리오 전략에 입각한 마케팅 실행을 위해서는 먼저 소비자의 태도와 행동을 이해할 수 있는 자료가 있어야 하며, 소비자를 간파해야 한다. 그리고 마케터는 소비자의 행동을 예견할 수 있는 능력이 필요하다. 또한 시나리오를 산출시킬 수 있는 전산 시스템이 구축되어 있어야 한다. 요즘은 워낙 해당 기술과 서비스들이 많아 웬만한 기업이면 위 내용들을 모두 갖출 수 있을 것이다. 다만 그렇게 하지 않고 있을 뿐이고, 정보의 가치를 활용할 방법을 모르는 것이 가장 큰 문제이다. 마케팅에서 가장 중요한 것은 '왜(Why)' 라는 호기심 유발이다. 이 궁금증은 여러 가지 의미를 내포한다. 세상의 모든 일에 이유가 있듯이 행동에는 그 이유가 존재하기 마련이다. 고객이 물건을 구매할 때도, 구입한 물건을 반품할 때도 그 이유는 분명히 존재한다. 그러나 기업을 경영하는 이들은 가장 기본이 되는 이 사실을 잊은 채 마케팅을 하고 있다. 마케팅을 하려는 사람은 시나리오 전략에 선수가 되어야 한다. 인간의 심리, 개개인에 대한 특성파악, 연결된 사업 고리의 특성 분석 등 시나리오의 중요성은 비즈니스 맵(Business Map)을 그리는 데 있어 아주 탁월한 힘을 발휘한다. 프로세스를 통해 중요한 포인트

파악이 가능하므로 핵심을 놓치지 않는 것이다. 그만큼 상대방에 대한 입장과 생각을 읽어내고 이해해야만 비즈니스 맵을 효과적으로 그려낼 수 있다.

시나리오 전략이 해답이다

시나리오 전략을 통한 비즈니스 맵 작성은 몇 가지 장점을 가진다. 첫째, 전체 시장에 대한 사업특성을 한눈에 읽을 수 있다. 둘째, 경쟁사의 사업전략, 수익모델, 마케팅전략에 대해 쉽게 파악할 수 있다. 셋째, 시장에 있어 마케팅활동 맵을 쉽게 만들어 나갈 수 있다. 넷째, 사업정보망이나 유통채널의 가치사슬(Value Chain)을 만들기에 유용하다. 다섯째, 만들어진 마케팅 시스템은 약간의 노력으로 쉽게 관리된다.

시나리오 전략을 펼치기 위해서는 머릿속에 있는 생각을 글로 써보고 그림을 그려보는 것이 중요하다. 그 기본을 바탕으로 지식이나 경험이 업데이트될 때마다 비즈니스 맵을 계속 수정·보완해 나가면 되는 것이다. 어떻게 시작할 것이고, 무엇을 준비해야 하고, 어떻게 만들어 나가야 하는지, 어떤 일들이 일어날 것인지, 어떻게 운영관리 할 것인지, 어떻게 성공할 것인지, 어떻게 하면 망하는지 생각나는 대로 시나리오를 써보라. 그 글을 토대로 프로세스를 정리하고, 주변의 전문가에게 자문을 구한다면 자신이 놓치고 있는 부분들까지 잡아낼 수 있다. 이것이 바로 방법론적 시나리오 전략이다. 무슨 일을 하든지 일정 기간 감각적으로 움직여지기 전까지는 꾸준히 노력하고 발전해 나가는 자기개발이 필요한 것이다.

시장 환경에 맞는 적절한 전술이 나올 수 있도록 시장크기 점유율, 시장 트렌드, 법제, 유통 경로, 공급업체 파악, 소비자 구매패턴, 제품 선호도 등 각각의 시장형성 요소들을 이해하고 원칙을 세워야 비로소 힘 있는 마케팅 전략을 펼칠 수 있다. 지금부터라도 비즈니스에 시나리오 전략을 적용해 나가길 바란다.