

## SPEAKER



## 김용섭

날카로운상상력 연구소 소장

- 주간동아 컬럼니스트
- 환경닷컴 컬럼니스트
- 다음 열린사용자위원회 부위원장
- 숙명여자대학교 원격대학원 강사

## 2017 라이프 트렌드! 숨겨진 욕망을 찾으면 기회가 보인다!

## 1. 뉴노말 시대의 도래

- 1) IT 기술의 발달 : 산업을 뛰어넘어 모든 분야에서 IT 기술이 적용, 발달하고 있음. 이에 따라 산업은 정교화 되고, 노동력에 대한 가치는 점차 감소함.
- 2) 뉴노말 시대 : 경제, 정치, 산업, 사회, 라이프스타일까지 변화하는 뉴노말 시대가 도래함. 이제껏 알던 것이 abnormal인 시대, 기업은 새로운 비즈니스 전략을 고민해야 함.

## 2. 라이프 트렌드 2017!

- 1) 액티브 시니어 시대 : 노령 인구의 소비가 점점 증가하고 있음. 현재의 노령 인구는 풍부한 경제력을 바탕으로 소비를 할 수 있는 계층임. 과거의 관점인 은퇴, 가난으로 노년층을 바라보아서는 안됨. 노년층 사이의 트렌드를 어떻게 생성하고 확산시킬지 고민해야 함.
- 2) 사회적 소비 : 자연을 보호하기 위한 소비라기 보다 내가 속해있는 사회, 즉 나를 위한 소비자를 점에서 기존의 관점과 차이가 있음. 소비자는 이러한 가치를 위해 적당한 불편을 감내할 준비가 되어있음. SNS의 등장으로 사회적 기업의 영향력이 점점 커져가고 있음.
- 3) 경험의 경제 : 얼마나 매력적으로 소비자에게 상품을 보여줄 것인가가 핵심이 됨. Market share, tie share의 시대를 넘어 life share의 시대가 도래하였음. 더 이상 물건 자체의 특징으로 고객의 시선을 끌기 어려움. 따라서 물건으로 인한 편익을 강조하기 보다는 어떤 경험을 줄 수 있을 것인가를 고민해야 함.

## 3. 기업 전략에 대한 제언

- 1) 경험을 팔아라 : 소비자에게 만족스럽고, 색다른 사용 경험을 제공해야 함. 경험할 때 소비자들은 열성적인 팬이 되고 이들은 스스로 상품을 홍보 함. 소비자들이 상품을 구매함에 있어서 다른 사용자의 경험이 절대적인 기준으로 작용하고 있는 바 기업들은 소비자들의 경험을 고려하여 전략을 세워야 함.
- 2) 가치를 팔아라 : 기업은 어떤 가치를 팔 것인가 고민해야 함. 소비자들은 더 이상 물건 자체에만 집중하지 않음. 기업과 관련 된 지속 가능한, 사회적 가치를 찾고 이를 홍보해야 함.
- 3) 문화와 경쟁하라 : 상품을 소비하기 위한 문화, 즉 트렌드 형성에 주력해야 함. 경쟁 상품이 기하급수적으로 증가함에 따라 더 이상 가격, 성능 등 상품 자체의 특징을 강조하는 것으로는 시장을 확대하기가 어려움. 관련 된 사회적 맥락을 강화하고 확산시켜야 함.





