

제 135회 KMA LEADERS FORUM 강연 요약

일시 : 2019년 7월 12일 (금) 06:40~09:00 장소 : 인터컨티넨탈 서울 코엑스 호텔 (하모니볼룸)



SPEAKER 김 종 윤 야놀자 대표

- 현) 야놀자 온라인 부문 및 사업전략 부문 대표
- 전) McKinsey&Company 인게이지먼트 매니저
- 전) Google 온라인 세일즈 & 오퍼레이션 어카운트 매니저
- 전) 3M 마케터
- 다트머스대학교 터크 경영대학원 석사
- 서울대학교 화학공학과 학사

글로벌 여가(REST) 플랫폼, 야놀자의 진화!

1. 국내 여가 소비 상황

- 지난 10년간 지속적으로 근로시간이 줄어들어 따라 여가시간이 증가하고 있으며, 여가에 소비되는 평균 비용 또한 증가함. 이런 환경 변화 속에서 삶의 질 만족도는 OECD 국가 중 상대적으로 낮음.
- 여행 등 적극적 여가활동을 추구하지만 집에서 소극적 여가활동을 하는 괴리가 여가에 대한 불만족을 야기함. 적극적 여가활동을 즐기지 못하는 이유로 시간적, 경제적 이유가 꼽힘.
- 시간과 돈이 없이도 여가를 즐길 수 있는 정보를 Digital Transformation을 통해 지속적으로 제공해야함

2. Digital Transformation이 마케팅/브랜딩에 어떤 변화를 불러올 것인가?

- 다소 파괴적인 디지털화는 전통적 기업의 순위 변동을 야기해왔으며 기술적 허들이 없어지며 소품종 대량생산 → 다품종 소량생산 → 다품종 적량 생산으로 넘어옴. 이는 소비자 개개인의 니즈 중심의 마켓이 형성되고 맞춤형 제품과 서비스가 더욱 중요해질 것을 의미
- 기존에는 인지->관심->고려->의도->평가->구매로 이어지는 전통적 마케팅 단계(마케팅 퍼널)에 따라 고객의 구매가 이루어졌지만 디지털 시대에서는 이러한 전통적 단계가 부수지고 있음
- 이 변화에 따라 브랜드 중심 사고보다는 고객과 시장의 본질에 주목해야 할 필요가 있음

3. 디지털 시대, 야놀자의 마케팅

- **1) CSR을 브랜딩으로** : ex1. 소외계층 어린이들을 케리비안 베이에서 놀 수 있도록 하는 CSR 활동
ex2. 강원도 여가 부흥 목적으로 강원도 산불 이후 나무를 심는 CSR을 진행
- **2) 광고는 놀거리다** : 광고를 일방향적인 수단이 아닌 놀거리로 소비할 수 있도록 변환하여 디지털 상 많은 바이럴 장려
- **3) 전략적인 Digital Transformation** : 디지털화가 많이 진행되지 않은 숙박, 레저&액티비티 분야는 디지털화에 집중하고, 이미 디지털화가 많이 진행된 관광, 식사, 이동수단 등은 우수 업체와 협력하여 통합적인 REST 플랫폼 구축

제 135회 KMA LEADERS FORUM 현장스케치

일시 : 2019년 7월 12일 (금) 06:40~09:00 장소 : 인터컨티넨탈 서울 코엑스 호텔 (하모니볼룸)

