제 555회 KMA 최고경영자조찬회 1강연 요약

일시 : 2019년 10월 25일 (금) 06:40~09:00 장소 : 서울 그랜드 하얏트 호텔 (1층 / 그랜드볼룸)

SPEAKER 민 은 정 CCO / 인터브랜드

- ■ 현) Interbrand Seoul CCO(Chief Content Officer)
- ■ 전) Brand&Company Verbal Director
- ■ 인하대학교 영어영문학과 졸업
- ■ 주요 프로젝트 : 평창동계올림픽 슬로건, 동서식품 KANU, KB국민은행 LIIV, 신한은행 SOL, 한솔그룹 뮤지엄산 등
- ■ 저서 : 브랜드;짓다

기업의 운명을 가르는 브랜드 네이밍 전략!

1. Iconic brand & naming

모든 브랜드들의 목표는 삶의 방식의 변화, 생각의 전환 등 **변화**에 그 목적을 두고 있음. 변화를 일으키는 브랜드는 iconic brand라고 칭하며, 그 브랜드를 한 마디의 매혹적인 언어로 규정하고, 변화를 촉발하는 이름을 iconic name이라고 함.

2. Iconic naming의 4가지 단계

1) 세계관을 재정의하라 : 브랜더는 브랜드가 탄생될 시점의 세계를 각자의 관점에서 재해석하는 것이 필요함. 경쟁 브랜드와 같은 관점에서 세계를 바라본다면 차별화되지 않기 때문. 닌텐도 wii는 중독적이고 현란한 기술로 무장한 경쟁사와 달리, 게임의 세계를 '쉽게 함께하는 놀이'로 정의함으로써 함께 하는 가치를 반영한 'we'의 음을 따 wii로 네이밍함.

2) 존재 이유를 찾아라 : 브랜드에게 존재의 이유란 브랜드의 철학으로, 브랜드의 존재를 이유를 반영할 때 가장 좋은 이름이 탄생함. KB국민은행은 '생활의 파트너'라는 존재의 이유를 담아 Liiv를 론칭함.

3) 감각을 규정하라 : 우리는 언어로 사물을 인식하기 때문에, 감각적인 언어로 브랜드를 규정하는 것이 매우 중요함. KANU는 커피의 쓴맛을 표현한 강한 음 'KA ' 와 커피의 아련한 맛을 담은 부드러운 음 'NU'를 결합하여 ' 커피다움 ' 을 청각적 요소로 구현함.

4) 서사로 완성하라 : 우리는 만물을 사람처럼 생각하는 본능을 가지고 있음. 그렇기 때문에 브랜드의 서사는 공감과 애정, 지지를 받음. 결국 브랜드 네이밍은 성장하는 유기체의 이름을 붙이는 과정이라고 생각할 필요가 있음.

제 555회 KMA 최고경영자조찬회 2강연 요약

일시 : 2019년 10월 25일 (금) 06:40~09:00 장소 : 서울 그랜드 하얏트 호텔 (1층 / 그랜드볼룸)

SPEAKER 임 영 익 대표(변호사) / 인텔리콘 메타연구소

- ■ 현) 인텔리콘 메타연구소 대표이사
- ■ 현) 대통령직속 4차산업혁명위원회 혁신위원
- ■ 현) 건국대학교 언론홍보대학원 겸임교수
- ■ 현) 대한민국 국회도서관 자문위원
- ■ 현) 한국 인공지능법률학회 부회장
- ■ 전) 대한변호사협회 제48대 부협회장
- ■ 서울대학교 생명과학 졸업
- ■ 저서 : 메타생각, 프레디쿠스

인공지능 판사와 프레디쿠스!

1. 인간의 인지 편향과 인공지능 판사의 등장

하루 동안 이루어지는 수많은 판결을 분석한 결과, 가석방 등의 관대한 판결이 판사의 식사 시간 이후에 많이 이루어지는 것으로 밝혀짐. 결국, 인간은 신체 컨디션에 따라 인지 편향에 빠질 수 있다는 것. 이는 인간의 본질적인 성향으로, 보다 공정한 판결을 위해 인공지능 판사의 필요성이 대두됨. 현재 중국, 에스토니아에서는 이미 인공지능의 판결을 참고하고 있음.

2. 인공지능의 학습법

최근 화제가 되고 있는 인공지능은 인간의 뇌를 본따 만들어짐. 인간이 스스로 학습을 할 수 있는 원리에 따라 만들어진 것이 '머신 러닝'으로, 컴퓨터가 데이터를 분류하며 스스로 패턴을 인식하는 능력을 갖춤. 이에 더 나아가 딥 러닝은 인간이 가르치지 않아도 학습 자체를 스스로하며 발전함.

3. 리걸테크의 발전과 미래

인공지능 발전에 말미암아 최근 5년간 미국 내 리걸테크 기업들이 크게 부상하고 있음. 리걸테크 기업은 인공지능을 이용해 법률 분석, 판결 조회, 판결 예측 등의 서비스를 제공함. 인공지능 2.0은 미래 예측에 그 무게를 두고 있으며, 많은 인공지능 기업들은 예측율을 높이기 위한 작업에 심혈을 기울임. 리걸테크 분야 또한 다를 바 없으며, 곧 예측지능의 상징인 프레디쿠스가 출몰할 것으로 보여짐.

제 555회 KMA 최고경영자조찬회 현장 스케치

일시 : 2019년 10월 25일 (금) 06:40~09:00 장소 : 서울 그랜드 하얏트 호텔 (1층 / 그랜드볼룸)