

# e-비즈니스 전략수립을 위한 시나리오 구축 방법 교육에 관한 연구

## A Study on Making and Applying Design Scenario in e-Business Strategy Education

김혜숙

한국과학기술원 디지털미디어디자인혁신센터

Kim, Hye-Sook

Design Innovation Center for Digital Media, KAIST

• Key words: Design Scenario, e-Business, Design Education

### 1. 서론

최근 인터넷 보급의 확대로 현실 공간과 다른 사이버 공간에서 이루어지는 e-비즈니스에 대한 관심이 늘고 있다. 많은 디자이너들이 인터넷 비즈니스의 효과적 수행을 위해 일하고 있으며, 기업에서는 이를 각 기업의 상황에 알맞게 활용하기 위해 고민하고 있다. 이로 인해 디자이너의 역할은 웹 프로그래밍과 그래픽 디자인 영역에서 사이트 구조와 인터페이스 설계를 거쳐 기획과 매니지먼트 영역까지 확장되고 있다. 디자인 전략 부분에서는 여러 가지 상황 분석을 통한 미래지향적 계획을 세우기 위해, 또는 효과적 커뮤니케이션 수단으로서 디자인 시나리오가 활용되고 있다. 따라서 전문적인 디자인 교육에 있어서도 디자인 시나리오에 대한 부분이 필수적이다. 본 연구에서는 e-비즈니스의 기본적 개념을 토대로, 일반대학 컴퓨터디자인학부 3학년 학생들을 대상으로 비즈니스 전략을 어떻게 수립하였는가에 대한 구체적인 과정을 소개하고자 한다. 한 학기동안 팀 프로젝트 형식을 통해 학생들이 제시하고자 하는 전략적 측면을 디자인 시나리오로 구성하도록 지도한 과정을 고찰하면서 효과적인 교육 방법을 살펴보고자 한다.

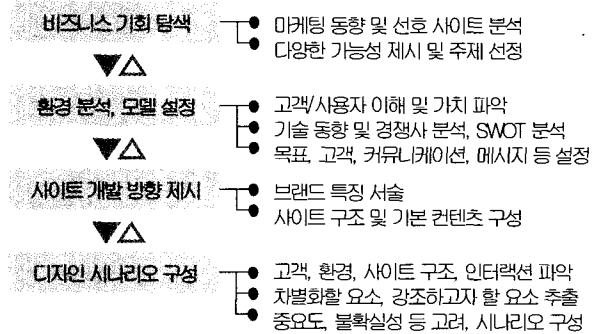
### 2. e-비즈니스 전략수립 단계 설정

비즈니스에 대해서는 비전문가인 학생들을 대상으로 e-비즈니스 전략을 수립하자는 이야기는 비현실적으로 들릴 수 있다. 그러나 조나스(Jonas)<sup>1)</sup>가 제시한 디자인 프로세스와 시나리오 개념을 살펴보면 학생들은 구체적이며 체계적인 '종합' 단계보다 문제를 정의하는 '분석' 단계와 미래의 상황을 예측하는 '투영' 단계를 거치면서 나름대로의 비즈니스 모델과 전략을 제시할 수 있고, 이에 대한 디자인 시나리오를 작성할 수 있다.

일반대학 컴퓨터디자인학부 3학년을 대상으로 비즈니스 전략 수립 프로세스를 제시하고자 한다. 그들은 기본적인 그래픽 표현 능력과 컴퓨터 이용 디자인 능력을 보유하고 있으며 마케팅 원론 수업을 거친 상태였다. 한 클래스 인원은 25명 정도, 총 세 클래스 학생들이 프로젝트에 참여했으며, 4-5명씩 팀을 구성하고 'e-비즈니스 전략수립'이라는 제목으로 각기 다

1) 조나스는 디자인 프로세스를 불만에 대한 막연한 느낌으로 문제의 견해를 파악하는 '분석(analysis)' 단계, 가능한 미래의 불확실성을 다루는 '투영(perspective)' 단계, 그리고 다소 명확하고 체계적인 해결안을 다루는 '종합(synthesis)' 단계로 소개하고, 시나리오는 디자인의 모든 단계에서 다루어질 수 있는 디자인의 주된 개념이라고 주장하였다.

른 주제와 목표의 프로젝트를 진행하였다. 각 팀들은 어떤 주제가 사업의 가능성이 있는지, 기존의 off-line 사업들과 on-line 사업에서 문제점과 특성은 어떠한지, 그리고 팀원들이 선호하는 사업에는 어떤 것들이 있고, 만약 그들이 졸업 후 e-비즈니스를 운영한다면 어떤 주제와 범위에서 어떤 전략으로 성공할 수 있는지에 대한 막연하지만 예측 가능한 주제를 찾기 시작했다. 각 팀들은 [그림1]과 같이, '비즈니스 기획 탐색', '환경 분석을 통한 모델 설정', '사이트 개발 방향 제시', 그리고 전략적 시사점을 중심으로 한 '디자인 시나리오 구성'이라는 네 가지 단계를 거치도록 하였다.



[그림 1] e-비즈니스 전략수립 프로세스

### 3. 단계별 세부 내용과 고찰

#### [1] 비즈니스 기획 탐색

학생들은 초점이 되는 주제를 찾기 위해 고민을 많이 하였다. 특정 문제로부터 시작하여 새로운 트렌드 및 선호하는 비즈니스 가능성을 나름대로 정리하여, 1차 컨셉으로서 목표와 고객을 설정하였다. 이때 학생들은 아이디어를 내기 위해 관련 사이트 조사, 브레인스토밍, 간단한 설문조사, 관련자 인터뷰, 문헌 조사 등을 실시하였고, 그 아이디어 결과는 매 주 수업 시간에 팀 별 프레젠테이션을 통해 제시되었다. 각 팀들은 다른 팀들의 아이디어에 대해 새로운 의견이나 문제점 등을 자유로운 분위기에서 토론 할 수 있도록 하였다.

#### [2] 환경 분석을 통한 모델 설정

각 팀별 주제와 목표가 설정되면 그 목표가 성공과 실패에 영향을 줄 수 있는 고객, 공급자, 경쟁자 등 핵심 요인을 찾도록 하였다. 고객의 특성은 어떠한지, 그들의 일상적 라이프스타일과 니즈에는 어떤 것들이 있는지를 설문조사를 통해 파악하도록 하였다. 각 팀들은 마케팅 환경과 관련된 SWOT를 분석할 수 있었으며, 필요한 경우 기술 동향을 파악하기도 하였

다. 그들은 1차 컨셉보다 좀 더 명확해진 목표와, 고객의 특성, 그리고 경쟁사와 마케팅 분석을 통한 전략적 측면을 정리하여 2차 컨셉으로 제시하였다.

### [3] 사이트 개발 방향 제시

이 단계에서는 목표에 적합한 브랜드 특징을 서술하도록 하였다. 학생들은 주제와 전략에 부합되는 브랜드 네임과 특성을 설정하여 사이트 구조와 기본적인 콘텐츠를 구성한 후, 차별화 되는 부분, 강조하고 싶은 전략적 부분을 명확히 기술하도록 하였다. on-line과 off-line의 사업이 병행되는 팀은 각 사업의 영역을 구분하여 개념적 다이어그램을 제시하였으며, 가능한 팀은 사이트의 기본적 프로토타입을 구성하기도 하였다.

### [4] 디자인 시나리오 구성

이 단계에서는 사이트를 사용할 고객을 대상으로 환경, 사이트의 특성, 인터랙션 부분을 중심으로 세 가지 정도의 디자인 시나리오를 구성하도록 하였다. 학생들은 주로 전략적 시시점, 차별화 되는 부분, 커뮤니케이션 하고자 하는 내용에 초점을 두어 핸드 드로잉, 일러스트, 기존 이미지의 조합 등 자유로운 형식으로 시나리오를 구성하였다. 학생들은 목표나 전략 성격에 따라 사이트의 이벤트를 경험하는 사용자 시나리오를 구성하거나, 기술적 측면을 토대로 미래의 가능성을 보여주는 문맥 시나리오를 구성하기도 하였다. 어떤 팀은 구성된 시나리오를 검토하면서 제시하고자 했던 전략적 시시점의 방향을 수정하기도 하였으며, 어떤 팀은 한 학기동안 수행한 모든 과정을 플로우차트로 함께 제시하여 나름대로의 전략수립 과정을 강조하기도 했다.

학생들은 각 프로세스 단계를 거치면서도 여러 번의 피드백을 필요로 하였으며, 최종적 시나리오 구성까지 다양한 리서치 방법들을 경험해야만 했다. 그들은 각기 다른 주제로 진행되는 과정을 직접·간접적으로도 경험하면서 팀원들간의 협동에 대한 중요성과 다양한 주제의 e-비즈니스 개념을 이해할 수 있었다. 대부분의 학생들은 자신들이 수행한 프로세스 결과에 만족스럽고 자랑스러워했으며, 몇몇 팀은 사이트 프로그래밍을 실제로 해보고 싶어했다.

## 4. e-비즈니스 전략수립 사례

애견 건강 사이트 Puppymoa.com, 3D 바디 스캐너를 활용하여 쇼핑물의 옷들을 자신의 아바타로 보여주는 i-dress.com, 할머니가 아기를 돌봐주는 lookbebe, 여행정보서비스관련 e-tourssupport 등 다양한 비즈니스 전략들이 수립되었다. 이 중 커플들의 무한행복 사이트를 추구하는 ecoupleebest.com을 간단히 소개한다. 회사명은 발음할 때 의미전달이 쉽다는 이유로 선정되었다.

[1] 주제: 커플들의 무한행복 사이트

[2] 사용자 분석: 채팅을 통한 이성간의 만남, 연상녀·연하남 커플 선호도 조사, N세대 이별 실태조사, 변심한 애인 돌아온다면?, 첫눈이 올 때 애인과 가보고 싶은 곳은? 캠퍼스 커플의 관심도 조사

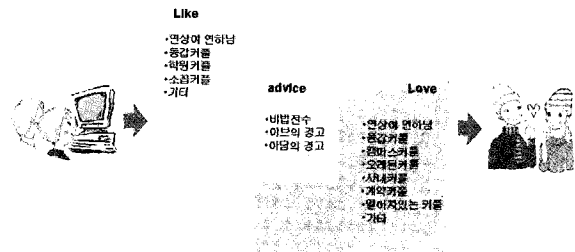
[3] 경쟁사 분석: (a)coupleclub, (b)ncouple 등

[4] 차별적 운영전략: 커플들간의 원만한 관계를 지속시켜주는 매개체 역할

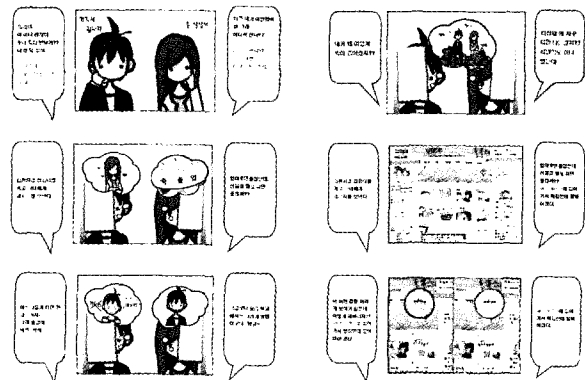
[5] 고객 및 콘텐츠: Like1318 세대와 Love2030 세대의 차별성과

공통점을 파악하여 커뮤니티, 쇼핑물, 커플뱅크, 커플공간, 어드바이스 등으로 구성

[6] 시나리오: 연상연하 커플과 권태기 커플의 상황을 설정하고 사이트 이벤트나 어드바이스 내용을 통해 좋은 관계를 유지하게 된다는 두 가지 유형의 시나리오 구성



[그림 2] 전략적 커뮤니케이션 공간 이미지 사례



[그림 3] 시나리오 구축 이미지 사례

## 5. 결론

학생들이 대상 프로젝트의 니즈와 기회를 파악하여 목적을 정의하고, 다양한 환경 분석을 통해 타당성과 문제의 해결안을 지속적으로 찾아가고 발견하는 과정은 디자인 교육의 일반적인 프로세스이다. 마케팅과 경영에 대한 실질적인 교육을 받지 않은 학생들이 비즈니스 기회 탐색, 환경분석과 모델설정, 사이트 개발 방향 제시, 디자인 시나리오 구성의 네 단계를 거쳐 아이디어의 수렴과 확산을 반복하며 나름대로 비즈니스 전략과 시나리오를 구축하는 과정을 통해 e-비즈니스와 디자인 시나리오에 대한 효율적인 교육이 가능하였다. 본 연구에서 수립된 전략과 시나리오는 구체적인 사이트 개발과 사용성 평가를 필요로 하며, 이와 연계되는 교육의 좀 더 구체적인 방법을 모색할 필요가 있다.

## 참고문헌

- Charles Burnette, Design-Based Education: k-12, 미간행, Univ. of the Art, 1996
- Wolfgang Jonas, A Scenario for Design, Design Issues, Vol. 17, No. 2, Spring 2001, pp. 64-80
- 김영형 외, e-비즈니스 성공과 전략, 정보문화사, 2001
- 이현진, How About An e-Business Race?, Design: special report, pp. 16-32
- 유승현, 디자인 아이디어 발상을 위한 디자인 시나리오 작성 지원도구 개발에 관한 연구, KAIST 산업디자인학과 미간행 석사학위논문, 2000