

와우비즈 박종민 대표

wowbiz.co.kr

## 작은 아이디어로 세상의 새로운 가치를 창조하는 벤처성공모델을 위하여

2007년은 처음으로 우리의 서비스를 시도한 의미 있는 한 해였다. 인터넷을 활용한 새로운 비즈니스 모델을 만들어 보겠다고 사업을 해 온 지 7년 만이었다. 그 동안 벤처 열풍이 불었고, 거품이 붕괴되는 시간이 흘렀다.

웹에이전시를 통해 인터넷 비즈니스 경험을 쌓으며 창의력과 기술력을 키워나가면, 비즈니스 모델은 앞으로도 무궁무진할 것이므로 기회는 빨리 잡는 것이 중요한 것이 아니라 준비된 상태에서 잡는 것이 중요하다고 생각한 우리는 여전히 기회는 노리고 있었다.

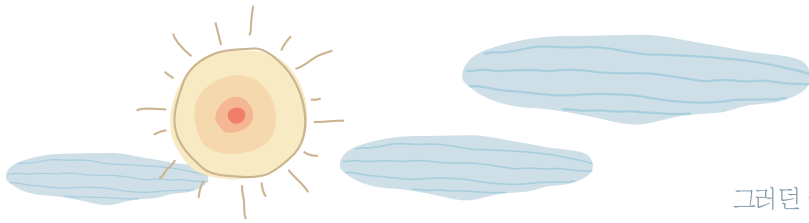
물론 그 동안 좋은 아이디어도 많이 나왔지만 수익모델이 문제이거나 우리가 가진 자본이나 기술능력에 걸맞지 않았다. 아이템을 시장에 지속적으로 끌고 갈 수 없다면 아무리 좋은 아이디어라도 의미 없고, 앞으로 있을 기회마저 잃어버릴 수 있기 때문이다.

그러던 중, 2007년 초 작은 아이디어 하나를 특허 등록 받았다. '전화번호를 이용한 정보제공 방법'에 관한 것이다. 발상은 사소한 일상에서 왔다.

가족들과 같이 외식을 하려고 봐둔 식당 전화번호와 위치를 적어둔 메모지를 찾을 수가 없었다. 그 전에도 이용하려다 위치가 생각나지 않아 메모지에 전화번호까지 적어둔 것이었는데 이번에는 메모지 자체를 잃어버린 것이다.

불편을 느끼면 항상 개선할 방법을 생각하는 습관을 가지고 있던 나는 항상 휴대하는 핸드폰을 통해 쉽게 저장할 수 있는 방법이 없을까 고민하던 중, 전화발신만으로 자신의 핸드폰에 정보가 전해질 수 있는 아이디어를 착안하게 되었다.

우리가 흔히 주변에서 볼 수 있는 노출형 광고포스터에 변



호를 표시하고, 전화발신만 하면 발신자 핸드폰으로 자동으로 그 광고의 상세정보를 메시지로 보내 준다면 사용자는 비용 부담 없이 아주 간단한 방법으로 정보를 메모할 수 있고, 사업자는 관심을 보여준 잠재고객의 정보를 수집하여 쿠폰을 제공하는 등 관심 마케팅을 지속시켜나갈 수 있겠다는 생각으로 이어졌다. 생활의 불편이 아이디어가 되는 순간이었다.

하지만, 진입장벽이 너무 낮아 사업으로 추진하기에는 위험이 너무 많았다. 그렇다고 포기하기에는 편리성이 높아 아쉬운 가치였기에 특허를 검토하고 구체적 기술 구현을 통해 특허를 등록 받았다. 2007년을 웹2.0과 협업에 관련된 자체 서비스를 기획하고 있던 우리는 수익모델이 불분명한 웹2.0 관련 아이템을 뒤로 미루고 오프라인과 연계된 구체적이고 실질적인 서비스이면서, 특허권까지 획득한 아이디어를 사업화하기로 결심했다. 이것이 내 꿈의 이어줄 첫 번째 단초가 될 수 있다는 기대에 한껏 부풀어 우선 주변사람들의 조언을 경청하면서 조금씩 사업을 추진해 나갔다.

‘간단해서 되겠다’, ‘나도 같은 불편을 느껴봤다’, ‘매우 편리하고 쉬울 것 같다’, 어떤 사람은 ‘이제 돈 버는 일만 남았다’는 등 반응이 매우 좋았다. 80%정도의 사람들이 긍정적인 반응을 보였다.

강력한 스팸 규제로 위축된 모바일 마케팅 시장에 스팸이 아니면서 자연스럽게 타겟팅이 가능한 방법을 제공할 수 있기 때문이다.

BMS(Back Message Service) 상표와 추가 특허출원을 통해 권리를 강화하고, “세상 모든 간판과 광고에 BMS번호를!!”이라는 슬로건으로 시범 서비스 제작에 들어갔다.

조직의 역량을 집중하기 위해 부족한 자금은 어떻게든 조달하기로 마음 먹고 기존 수익모델인 웨이전시의 신규영업을 모두 중지했다. 하지만, 어려움은 다른 곳에서 나타났다. 세상에 없는 서비스이다 보니 레퍼런스 확보가 어려웠다. 한두 군데의 영업을 스스로 추진해서 제휴를 거쳐 시장을 형성할 계획이었지만, 우리가 잘하는 기획과 시범서비스 개발은 속도 있게 진행되었음에도 불구하고, 영업과 제휴가 되지 않았다. 아무도 먼저 서비스를 해보려 하지 않았다. 큰 조직은 의사결정권을 가진 사람을 만나기조차 어려웠던 것이다.

뚜렷한 성과없이 흘러간 10개월은 짙은 안개 속을 걷는 것과 마찬가지로였지만, 우리는 한 번도 절망하지 않았다. 어려움이 발생할 때마다 주변의 조언을 구하고 고민을 거듭하다보니 여러 가지 오류가 발견되었고 그런 것을 개선 시켜나가다 보니 시장에 점점 가까이 가고 있는 것을 느낄 수 있었기 때문이다.

그러던 중, 지난 해 11월부터 우리와 유사한 모바일 마케팅에 관한 상품이 출시되기 시작했다. 정말 반가운 소식이었다. 이제 시장에 대해서는 어느 정도 인정될 것이기 때문이다. 또한 같이 시장을 만드는 사업자가 나타나 한결 쉬워질 것이라는 자신감도 생겨났다.

지난 12월에는 언론에서 우리 상품이 소개되자, 지역에서 총판을 해보겠다고 연락이 왔고, 어떻게 알았는지 “서비스를 빨리 이용하겠다”고도 연락이 왔다. 나는 대형 레퍼런스 고객을 한두군데 계약하고 나서 대량 상품을 만들어 팔겠다는 전략을 수정해야 했다. 유사상품이 년 단위 상품으로 팔리기 시작했고, 그것을 팔려는 영업조직에서 우리상품이 더 좋다고 역으로 제안도 들어왔기 때문이다. 요즘은 대량 서비스 상품을 세팅하기 위해 지역번호가 관계없는 인터넷 전화번호를 이용한 서비스를 준비하고 있고, 4월쯤이면 영입이 가능해질 것 같다.

아직 BMS서비스가 시장에 진입하지 못했지만 우리는 꼭 해낼 수 있을 거라는 확신을 가지고 있다.

아이디어가 나왔을 때, 난 1%를 이루었다고 생각했고 특허가 나왔을 때는 20%를, 이제는 반환점을 돌았다고 생각하지만 앞으로 가야 할 길이 한참이나 더 남은 침침산중일지도 모른다. 하지만 우리는 자신 있다. 열정을 갖고 끊임없이 창의적으로 접근한다면 벤처는 이미 시작이 성공이니까.

단순하고 작은 아이디어라도 세상에 새로운 가치를 창조할 수 있다면 좋은 사업모델이 되어 벤처 성공모델이 될 수 있다는 것을 증명해 보이고 싶다.

