

공짜가 몰려온다 프리코노믹스(Freeconomics)

글 / 김민주 (리드앤리더 컨설팅 대표 겸 emars.co.kr 운영자)



1976년 노벨경제학상을 수상했고 2006년에 타계한 유명한 경제학자 밀턴 프리드먼(Milton Friedman)이 매우 즐겨 사용한 말이 있었다. “세상에 공짜 점심은 없다(There ain't no such thing as a free lunch.)”라는 말이다.

얼핏 보기에는 공짜인 것 같지만 사실 알고 보면 공짜가 아니라는 말이다. 공짜 뒤에는 몰래 숨어있는 미끼가 있다는 말로 해석될 수도 있고, 어떤 대가없는 공짜로 무엇을 기대해서는 안 된다는 말이다. “공짜 치즈는 쥐뿔에만 놓여 있다”는 러시아 속담이 있듯이, 공짜를 조심해야 한다는 것은 만고불변의 진리이다.

이 공짜 마케팅으로 고객 사로잡기

그런데 최근 들어와 대가없는 진짜 공짜가 있다는 주장이 거세지고 있다. 악화가 양화를 구축하듯, 무료가 유료로 구축하는 추세가 강화되고 있다. 영국의 격주간지 이코노미스트는 2008년을 전망하면서 이러한 추세를 프리코노믹스(Freeconomics)라고 명명했다. 공짜(free)와 경제학(Economics)을 합성한 말이다.

2007년에 음반업계에서 큰 일이 벌어졌다. 인기 가수 프린스(Prince)가 영국 데일리메일 구독자에게 신곡을 담은 새 앨범 ‘플래닛 어스(Planet Earth)’ 증정판을 CD에 담아 무료로 제공했기 때문이다. 증정판 수는 무려 300만 장이나 되었다. 물론 이렇게 음악을 들은 사람들은 프린스의 콘서트에 올 가능성은 크지만 반드시 그렇다고 보장할 수는 없다.

이 음악 CD를 무료로 뿌리지 않아도 사람들이 불법 복제하여 유포할 것이라고 음반회사들이 미리 알았기 때문에 이렇게 음반을 무료로 배포했을 수도 있다. 하여튼 놀라운 결정이 아닐수 없다.

우리나라에도 작년에 비슷한 경우가 있다. LG전자가 사이언 휴대폰 ‘랩소디 인 뮤직 폰’이라는 고급 휴대폰을 출시했는데 MP3 기능이 강화된 휴대폰이었다. 세계적인 음질 전문가인 마크 레빈슨은 이퀄라이저 보정 손가락으로 마음대로 돌릴 수 있는 전면의 터치 휠 키(Wheel key), 전용 이어폰 등 생생한 음악이 나오도록 MP3 플레이 기능을 강화하는 튜닝을 했다. 이 휴대폰에는 가수 성시경, 손호영 등 정상급 가수 7명의 음반, ‘랩소디, 더 소울 오브 사운드’가 기본으로 탑재되어 있었다.

노키아도 비슷한 무료 콘텐츠 전략을 구사할 전망이다. 2008년에 노키아 휴대폰을 구입한 소비자는 1년 동안 유니버설뮤직이 제공한 음악을 곡수에 제한 없이 무료로 다운로드 받을 수 있도록 한다는 것이다.



휴대폰 회사가 이런 무료 전략을 구사하기 전에 구글은 대용량 저장 공간을 제공하는 G메일 서비스를 일찍이 제공했고, UCC 사이트인 유튜브도 동영상을 위한 대용량의 저장공간을 제공했다. 또 인터넷 전화 서비스인 스키피(Skype)도 소비자가 장거리 전화, 국제 전화를 무료로 사용할 수 있도록 했다.

02 공짜 뒤에는 미끼가 숨어있다

예전부터 술집은 서비스 차원에서 안주를 공짜로 주는 경우가 많다. 왜 그런 전략이 주효할까. 손님이 땅콩 같은 견과류를 안주 삼아 먹으면 그렇지 않은 경우에 비해 술을 더 마실 가능성이 커지기 때문이다. 하지만 이런 술집에서 물은 돈을 받고 파는데, 손님이 물을 많이 마시면 비싼 술을 마실 가능성이 줄어들기 때문이다. 다시 말하면 술과 안주는 보완재인 반면, 술과 물은 경쟁재인 것이다. 술집 주인들은 과거의 풍부한 경험을 통해 이런 전략을 아직까지 구사하고 있다.

사실 우리 주위를 보면 공짜 마케팅은 눈에 많이 띈다. 지하철역 앞에 놓여있는 무가지 신문이 바로 그런 경우다. 일간 신문과 스포츠 신문을 크게 위협했던 무가지는 많은 사람들이 집어가기 때문에 광고 수익을 많이 낼 수 있다.

그리고 상대적으로 인기가 없는 하위 무가지가 광고주를 많이 얻지 못하면 경쟁에서 탈락하는데 살아남은 무가지는 상대적으로 유리한 위치에서 사업을 전개할 수 있다. 따라서 자본금이 많은 기업들이 이런 무료 경쟁에서 살아남을 가능성이 크다. 그리고 잘못하면 독과점의 폐해를 소비자가 입을 가능성도 커진다.

프리코노믹스 시장의 또 다른 큰 약점은 자원의 낭비다. 무가지 경우를 예로 들면 무가지는 많은 사람들에게 공짜로 주기 때문에 그만큼 신문용지가 낭비될 수밖에 없는 것이다. 대량 생산, 대량 소비 체제는 화석연료의 과잉 사용으로 이어져 지구온난화를 가속화시키게 된다.

03 공짜 점심은 없다

경영 전문가 중에 톰 피터스를 모르는 사람은 거의 없을 것이다. 그가 이렇게 유명해지게 되는데 결정적인 사건은 그가 로버트 H. 워터만과 함께 썼던 책 '초우량 기업의 조건'의 1982년 발간이었다. 그런데 흥미로운 사실은 이 책이 출간되기 전에 그들이 원고를 가져본으로 만들어 복사판 1만 5,000부를 자신의 책에 관심을 가질 만한 사람에게 배포했던 것이다.

물론 출판사는 기겁을 했다. 그리 많이 팔릴 책도 아닌 것 같은데 가져본을 그렇게 많은 사람에게 나누어주었기 때문이다. 그런데 이 책이 초유의 베스트셀러가 된 것은 바로 무료 가져본 덕분이었다. 가져본을 읽어보고 감명을 받은 사람들이 정식 책이 출간되자마자 책을 대거 구입했기 때문이다. 이처럼 무료 배포 전략 덕분에 톰 피터스는 메가셀러 작가가 되었고 최고의 강연자가 되었고, 최고의 컨설턴트가 되었다.

우리나라는 공무원이나 기업인들의 비리로 항상 시끄럽다. 그래서 예전에는 업체로부터 술 향응이나 식사 대접을 받는 것을 당연시했으나 이제는 금지하는 경우가 많아졌다. 사실 이러한 대접은 반대 대가를 바라고 이루어지는 경우가 많기 때문이다. 그런데 포스트잇과 스키테이프를 유명한 3M은 윤리경영을 철저히 하기로 유명하다.

이 회사의 기업윤리 규정집을 보면 선물 증여 항목에 이러한 글이 있다. "사업과 관련해 상대방에게 연간 50달러 이상의 금품이나 향응은 제공할 수 없다. 여기에 커피와 도넛은 제외된다." 따라서 상대방으로부터 커피와 도넛 정도는 무료로 제공받아 먹는 것까지 죄책감에 시달릴 필요는 없을 것 같다. 따라서 우리는 이렇게 결론을 내리자. "공짜 점심은 없어도 공짜 커피는 있다"고 말이다.