1st 아이디어 컨설팅 회사의 대표

박성연에 대해 알아본다!!

창의적으로 혁신하라

Team 9. 진주를 캐는 법을 아는조

KAIST 문화기술대학원 석사과정

김재인, 김희선, 문명진, 박정선, 유주현

I. CREVATE + 박성연 대표

1. 박성연 대표에 관해

서울대학교 소비자학과 전공

인터파크 2년, 삼성전자 5년 근무

UX 분야 특허 25개

2007년 CREVATE 창업!!

박성연 CREAVATE대표는 인간에 대한 깊은 이해로부터 소비자 내면의 잠재된 욕구를 찾아내고, 그것을 의미 있는 가치로 전환시키는 일을 하고 있다. 눈에 보이지 않는 잠재적 가능성을 현실화하는 것이 혁신이라고 믿는 그녀는 창의, 혁신 전도사이다. 국내에 'idea consulting'라는 새로운 개념을 처음으로 제시하였으며, 창의적 생각을 도와주는 툴인 'idea card' 와 혁신의 툴인 '7type innovation' 등 창의와 혁신에 대한 새로운 방법론을 자체적으로 개발하였다.

현재 유수 기업과 학교, 단체들의 창의적 역량을 끌어내는 창의력 training program과, 새로운 제품과 service의 컨셉을 도출하는 consulting service를 제공하고 있으며, 이를 통해 모든 사람들이 CREVATE(Create + Innovate) 해지기를 기대하고 있다.

2. CREVATE 소개

CREVATE는 CREATE + INNOVATE의 합성어로 창의적 혁신을 전문으로 하는 기업이다.

아이디어 컨설팅은 새로운 사업모델, 상품 서비스에 대한 아이디어를 만들고 이를 제품 컨셉화하는 것을 전문으로 하는 회사로, 현재에 존재하지 않는 미래형 상품과 서비스를 설계하는 데 중점을 두고 있다.[1)] 청년 기업가 정신 (2010.05.14, 김현정 저, 토네이도)

크리베이트는 기업의 창의적 혁신을 위해 다음의 서비스를 제공한다.

- Trend Watching

크리베이트는 현재의 주요한 산업 트렌드를 고객사의 요구에 맞게 재분석하고 트렌드의 흐름을 추적해 방향을 파악하여 리포트로 제공한다.

- Consulting

크리베이트는 7단계 Process를 통해 고객사의 새로운 비지니스 기회를 발굴하고, 이를 비즈니스

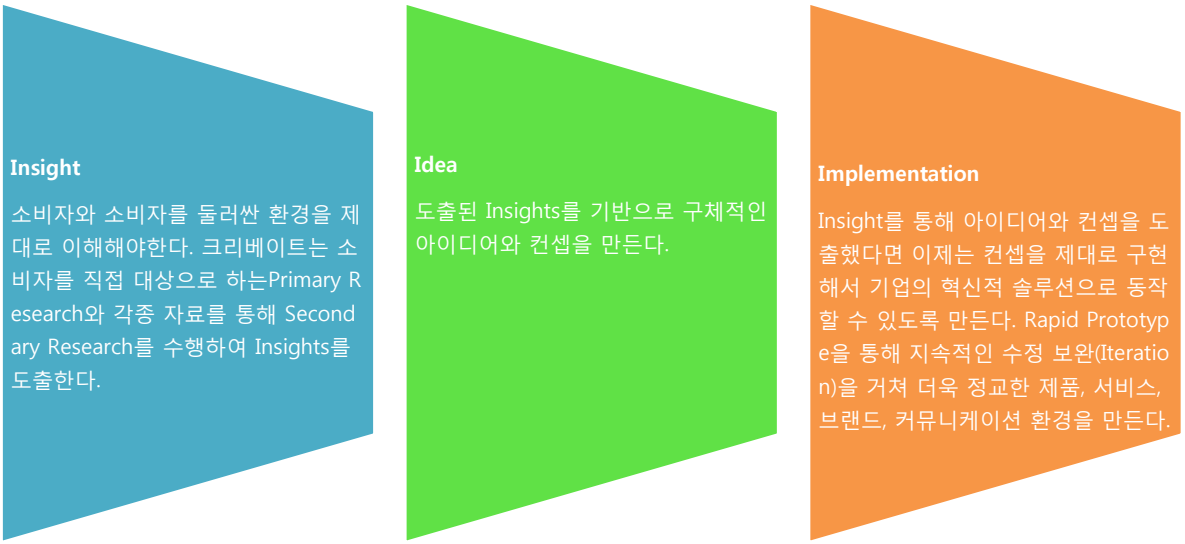
로 실현 가능하도록 구체화하는 Consulting을 제공한다.

- Edu*ation

크리베이트는 새로운 아이디어 발산, 창조적 마인드로의 전환, 창의적 문제해결을 통해 조직문화 혁신을 가능하게 하는 크리베이트 고유의 Idea Generation 교육을 제공한다.

3. CREVATE 의 목표

크리베이트는 다음의 세가지 도전적 목표를 성취하기 위해 인문학적인 이해와 과학적인 방법론을 접목하여 차별화된 서비스를 전달한다.



4. CREVATE의 컨설팅 방법론, 7 Steps Process

크리베이트는 7단계 process를 통해 고객사의 새로운 비즈니스 기회를 실현 가능하도록 구체화하는 컨설팅을 제공한다.

- Opportunity

소비자 내부에서 일어나는 일들을 파악하는 Consumer Research와 소비자의 외부에서 일어나는 변화를 발견하는 Trend Research를 통해 기회를 포착한다.

- Possibility

기회를 발견했다면 기회를 우리 것으로 만드는 것이 필요하다. 크리베이트의 Ideation Workshop Program을 통해 다양한 아이디어를 도출하고 컨셉으로 만든다

- Direction

기회를 포착하고, 이를 만들 수 있는 다양한 가능성을 타진 해 보았다면 이제는 실제로 컨셉을 구체화하고 방향을 잡는 과정이 필요하다. 그래서 Concept Strategy를 포함한 Concept Redefining 과정과 Business Modeling 과정을 통해 Concept을 구체화한다.

- Prototype

Rapid Prototyping과 지속적인 수정 보완(Iteration)을 거쳐 더욱 정교한 제품, 서비스, 브랜드, 커뮤니케이션 환경을 만든다.

- Validation

만들어진 컨셉에 대한 소비자의 반응을 파악한다.

- Commercialization

Concept Acceptability를 통해 컨셉 수용도를 살펴 본 이후에는 실제로 시장에 런칭하기 이전에 상품화 과정을 거친다.

- Launching

실제로 Launching에 필요한 Integrated Communication Strategy, VChannel Mix Strategy 등 다양한 전략을 제공한다.

5. 크리베이트의 Project Experience

크리베이트는 SK텔레콤(토론, 차트, 입체분석, 관심등록), 삼성전자(토론, 차트, 입체분석, 관심등록), 현대자동차, KT 등 대기업에 '아이디어'를 제공하는 프로젝트를 진행하였다. 기업들은 1억원 이상의 비용을 기꺼이 내고 크리베이트의 '새로운 생각'을 원한다.

소비자 위한다는 기업들이 정작 소비자를 위한 배려가 없어 크리베이트는 상품 개발, 기존의 서비스 개선, UX(User Experience, 사용자 경험), 미래 계획 등 다양한 분야에서 기업 혁신을 돕는다.

- Product/UX Innovation 사례 1 : Persona for T map

사용자 조사를 통한 T map 이용행태 분석 및 Persona 도출

Client : SK Planet

Project Date : 2011.11

- Product/UX Innovation 사례 2 : Design Research for Pantech

팬택의 BI도출을 위한 소비자 조사 및 디자인 전략 제안

Client : Pantech

Project Date : 2011.10

- Future Scenario 사례 : Future Car-life for LG Electronics

Car-life에 있어서의 Future scenario 도출

Client : LG Electronics

Project Date : 2011.06

- Service Innovation 사례 : Service Design for Konjiam Resort II

Mystery Shopping을 통한 리조트 서비스 개선 방향 제안

Client : LG 곤지암 리조트

Project Date : 2011.02

Ⅱ. 창의전도사로써 박성연 대표

1. CREVATE의 창의 기법과 박성연 대표가 말하는 창의성

- 크리베이트에서 활용하고 있는 아이디어 회의 기법:

1) 'Yes, But' 스티커는 그 중 하나로, 누군가 회의 중 'yes, but' 반응을 보이면 스티커 한 개

를 붙이고, 스티커 3개를 받게 되면 말을 하지 못하도록 마스크를 씌우고, 아이디어를 독려하기 위한 긍정의 눈맞춤을 사용한다

2) 평소의 고정관념을 뒤집어 생각해 볼 수도 있고, 서로 어울리지 않는 것들을 연결시킨다 (예를 들어 맥도날드와 병원을 연결시켜보는 방법)

3) 창의적인 아이디어를 구상할 때, 가장 중요한 것은 눈을 크게 뜨고, 귀와 마음을 여는 것이 중요하다 → 그냥 보는 것이 아니라, 관찰하면서 끊임없이 '왜?'라는 질문을 던져서 관찰을 '내 것'으로 소화시킨다 : 핵심을 찌르는 아이디어 안에는 끝없는 통찰과 질문이 숨어 있다.

- 새롭기만 하면 장땡? 창의적이라는 것은 무엇일까?

1) 창의적인 아이디어는 새로움 뿐 아니라 적절성과 유용성도 고려돼야 한다.

2) 창의성도 노력의 결과이다: 바다 속 진주를 캐기 위해서는 일단 바다 속에 들어가 수 많은 조개를 배 위로 건져 올린 뒤, 진주를 찾아내듯, 창의적인 아이디어를 발굴해 내는 과정도 일단 수 많은 아이디어를 펼쳐내는 노력이 필요하다.

2.기업에서 적용되는 창의력 워크샵 사례:

<u>창의적 인재, 창의적으로 키워라! - 삼성전자가 선택한 '아이데이션 워크샵'</u>

-'아이데이션 워크샵'이란?:

혁신 컨설팅 기업 <크리베이트>가 개발한 국내 최초의 기업대상 창의력혁신 교육 프로그램이다. 워크샵은 창조적 아이디어 발산을 막는 장애물 제거하기, 보다 쉽게 아이디어를 도출하는 방법 등을 직접 체험해 볼 수 있게 구성되어 있다.

워크샵에서는 **창의적 환경을 조성하기 위해 이름이나 직급 대신 별명으로 서로를 부른다.** 또한

음악을 그림으로 표현하는 등의 오감을 깨우는 활동을 펼친다.

본격적인 아이디어 발산 세션에서는 **Yes,but 룰(비판하지 않기), Feature Match-up(대상의 속성 확장하기), Assumption Reverse(뒤집어 생각하기) 등 다양한 아이디어 발산 기법을 활용해 창조적 아이디어를 무한히 발산한다.** 아이디어 발산 후에는 실질적인 비즈니스 모델로 발전시켜본다.

-국내기업에 도입된 아이데이션 워크샵:
'아이데이션 워크샵'은 혁신적이며 동시에 실용적인 아이디어에 목말라있던 많은 기업 및기획자들에게 큰 호응을 얻고 있다. **<SKT>, <KTF>등의 기업들은 <크리베이트>의 아이데이션 프로세스를 신 사업 개발과 기존 사업 개선에 도입했다**. <삼성전자>에서 진행한 '아이데이션 워크샵'은 100점 만점에 평균 93점의 높은 교육 만족도를 기록했다. 단순한 연수 이상의 실제 업무로 이 프로세스가 도입되길 원한다는 코멘트도 압도적으로 많았다.

-창의력 교육에 대한 방향: 향후 창의적인 문화가 기업 및 사회 전반에 스며들 수 있도록 아이데이션 프로세스를 다양한 분야에 접목 하고, 신설된 크리베이트의 '창의력 공작소'를 통해 기업뿐만 아니라 일반인에게도 창의력 교육을 제공할 계획이다.

아이데이션 워크샵에 참여했던 삼성 직원들의 코멘트

"상품기획 분야에 들어오면서 창의적인 일을 하게 될 거라는 기대가 많았어요. 그런데 아이디어를 내는 회의를 하자고 하면서도 쭉 회의실에 앉아서 일상적으로 하던 이야기 하고 끝나더라고요. 오늘 크리베이트와 함께 진정한 브레인스토밍을 해봐서 좋았고 우리 개발자 분들도 모두 다 함께 참여해서 이러한 프로그램을 실무에서도 활용할 수 있었으면 좋겠습니다."

"이런 구체적인 툴을 사용한다는 건 생각을 못해봤고요. 상품기획을 하면서 뭔가 아이디어를 내야 하는데 하면서 아무 생각이 없는 거예요. 도저히 모르겠고 책을 읽어봐도 뻔한 이야기만 적혀 있고, 몇 가지가 있긴 했지만 실행에 옮기는 게 쉽지 않았어요. 그런데 오늘 아이데이션으로 감을 잡게 된 것 같아요. 기획, 아이디어 발산에. 힘들어하셨던 분들에게 감을 잡게 해주는 좋은 기회인 것 같습니다. 평소에 필요할 때 마다 끄집어 내서 사용하면 좋을 것 같아요."

3. 아이디어 카드와 창의성 도출:

- **'아이디어 뚫어뻥!' 아이디어 카드:**

흡사 트럼프를 연상케하는 60여 장의 아이디어 카드는 각각 다른 주제말을 담고 있다. '확대하라', '가까이 보라', '아이처럼 보라' 와 같이 생각의 환기를 돕는 멘트들이다. 이 멘트들은 크리베이트가 지금까지 연구하고, 실제 워크샵에서 창의 개발을 위해 썼던 것들이다.무료로 배포되어 일반인들도 손쉽게 창의성 도출을 위한 다양한 방법을 접할 수 있다.

III. 개인의 삶의 가치에 관하여

1. 도전하는 삶의 방식에 대하여

1) 자신의 소질과 직업

"어릴 적부터 호기심과 모험을 즐기는 편이었어요. 떡볶이를 만들다가도 남들이 넣지 않는 바나나를 넣어보기도 하고, 새로운 전자제품이 나오면 호기심을 참지 못하고 재빠르게 구입해 이용해보기도 했지요. 새로운 분야를 창조하고, 즐기는 것이 곧 제 생활이랄까요."

대학에 진학하기 전까지 박 대표는 그저 꿈 많은 소녀였다. 의사선생님을 보면 의사가 되고 싶었고, 과학자를 보면 과학자가 되고 싶었다. 대학을 졸업하고 직장을 다니면서도 그가 이루고 싶은 꿈의 종류는 더 다양해졌고, 알고 싶은 분야의 폭도 더 넓어졌다.

2) 서울대학교 소비자학과를 졸업하고 대기업 '삼성전자' 연구원에서 다소 생소한 직업인 '아이디어 컨설턴트' 로의 변신.

"시간이 지날수록 회사는 한 분야를 깊이 파고드는 스페셜리스트를 요구하더라고요. 하지만 호기심이 많은 저는 제 장점을 살리고 싶었어요. 그래서 역발상으로 새로운 분야에 도전하게

된 거지요."

3) 1인 기업의 창업

결국 회사를 박차고 나온 박 씨는 회사를 다니면서 외국계 아이디어 컨설팅 업체와 함께 프로젝트를 했던 경험을 토대로 창업을 준비하게 된다.

"분야별로 아이디어 컨설턴트를 갖추고 있는 선진국과는 달리 한국에는 아직도 아이디어를 전문적으로 컨설팅해주는 회사가 거의 없어요. 그래서 아이디어를 필요로 하는 많은 국내 기업들이 외국계 컨설팅 업체에 의지하고 있는 것이 현실입니다."

이런 현실을 꿰뚫어본 그는 국내 시장을 잘 아는 아이디어 컨설팅 회사가 있다면 좋겠다는 생각을 했고, 그것을 곧바로 자신의 도전 과제로 삼았다.

창업 초반에는 지인 사무실에 책상 하나 달랑 두고 직원 한 명 없이 시작했다는 그이지만 그 의지만은 남달랐다.

"제가 창업을 한다고 하니 주변에서는 저를 만류하는 사람들이 많았어요. 한국에서는 아직 생소한 분야였고, 필요성을 느끼지도 못하는 상황이었으니까요. 하지만 저는 '길 위에 길이 있다'는 신념으로 그 모든 걸 헤쳐왔지요."
무언가를 창조하고 도전하는 일은 처음부터 완벽한 준비를 통해 시작할 수만은 없다는 것이 그의 지론. '길은 만들면서 가는 것'이라는 그만의 소신이 있었기에 새로운 도전이 두렵지만은 않았다고 한다.

(2011/04/18 공감코리아 정책기자마당 다정다감)

2. 기업가로서의 가치관

1) 좋은 회사란 월급 받는 게 미안한 마음이 드는 회사 (이렇게 재밌게 일을 하는데 월급도 받고 있다니 미안한 생각이 들도록)

(2010/03/22 희망제작소 SDS6기 마인드 세팅 강의 중)

2) 아이디어 카드 오픈 - 사회적 기업 / 재능 기부 / 프로보노 실천.

IV. 질문

크리베이트와 박성연 대표에 대한 조사를 통해 뽑아낸 '창의성, 혁신, 아이디어 컨설팅, 여성 CEO, 1인 창조 기업, Edu*ation(ideation, education)'이라는 키워드를 통해 다음과 같은 질문을 도출 하였다.

Q1 : 창의성에 관하여 진주를 캐는 법을 말씀하신 게 상당히 인상적이었습니다. 하나의 진주를 캐내기 위해 무수히 많은 조개를 캐내야 한다는 것, 창의성도 노력의 산물이라는 말씀으로 이해했습니다. 천재적인 과학자나 예술가들이 가지고 있는 것이 창의성이라고 막연하게 생각하던 것에서 창의성이라는 것도 개발 가능하고 노력여하에 따라 발휘될 수 있다는 생각을 하게 되었습니다. 질문은, 창의성에 대한 본인의 철학과 어떤 계기를 통해서 창의성에 대한 그런 철학과 개념을 가지게 되셨는지 궁금합니다.

Q2 : 기업에서는 항상 '창의적인 인재'를 찾는다고 광고를 냅니다. 어떤 대기업 CEO는 '인재는 많은데 쓸만한 인재는 없다'고 말하기도 합니다. 하지만 정작, 대학시절에는 열정적이고 자유롭고 창의적인 생각과 작업을 하던 청년들도 크고 작은 기업이나 회사에 취업을 하게 되면 기업내의 권위주의와 상하수직 관계, 고위인사에게 집중된 결정권 등의 기업 분위기 속에서 창의력 발휘는 커녕 눈치보고 몸사리며 열정을 잃어가는 것을 많이 봅니다. 대기업에도 여러 해 동안 근무하셨던 것으로 아는데, 개개인의 창의성을 적극적으로 수용하지 못하는 기업문화, 기업 분위기에 대해서는 어떻게 생각하시는지 궁금합니다.

Q3 : 1인 창조기업, 여성 CEO, 지금은 여러 직원들을 두고 일하고 계신 것으로 알고 있습니다. 대기업을 대상으로 많을 일을 하고 계신 것으로 알고 있는데, 의뢰를 받고 기획하고 진행하고 결과물을 만들어내기까지 직원분들과 어떤 방법으로 어떤 과정을 거쳐 작업을 하는지, 결과를 만들어내는데 가장 주력하는 부분은 무엇인지 궁금합니다. 또 그런 과정과 결과물 중에서 가장 효과적이고 만족스러웠던 프로젝트 사례가 있으면 소개해 주시기 바랍니다.

Q4 : 창의적인 아이디어를 필요로 하는 많은 기업들의 가장 큰 목표는 수익창출과 상업적 이익입니다. 하지만 창의적이고 좋은 아이디어가 항상 많은 돈을 벌어주지는 않을 것 같습니다. 그럴 때 많은 도전도 필요하고 많은 직관도 필요할 것 같은데, 어느 부분에 가장 가치를 두시는지 궁금합니다. 창의성이 인간 삶에 가지는 가치는 무엇이라고 생각하시는지 궁금합니다.

Q5 : 젊은 여성 기업인으로서, 새로운 분야를 개척해가는 기업인으로서 5년여 간의 기업운영에서 가장 어려운 점이 있다면 무엇인지 말씀해 주세요

Q6 : 크리베이트에서 진행하고 있는 다양한 프로젝트의 근간에는 트렌드 조사가 있는데요. 여기서 가장 중요한 것이 소비자의 니즈를 파악하는 것이라고 생각합니다. 그 니즈를 정확히 파악하기 위해 어떠한 방법을 사용하게 계시는지 궁금합니다.

Q7 : 만들어진 제품이나 기술력 같은 것은 가격을 책정하고 사고 파는 것을 당연하다고 생각하면서 아직은 생각이나 아이디어, 창의성 노하우 같은 것을 사고 판다는 것에 대해서는 인식확립이 안돼 있다는 생각을 합니다. 특히 그 아이디어나 생각을 정보(information) 차원으로 접근하여, 디지털과 인터넷 시대에 있어서 정보공유냐 지적재산권의 보장이냐의 문제로 보게 된다면 좀더 복잡해 진다고 생각합니다. 아이디어를 사고 파는, 상업적 이익을 목적으로 하는 기업인으로서 정보공유와 지적재산권 문제 등에 관해서 어떤 생각을 갖고 계신지 궁금합니다.

Q8 : 에듀에이션에 대해 좀더 구체적인 계획을 듣고 싶습니다. 일회적이고 단발적인 강의나 교육에 의해 창의성이 향상되지는 않으리라 생각됩니다. 학교 공교육에서의 창의성 교육의 문제, 창의성의 밑거름이 되는 풍부한 독서와 문화적 체험의 기회 등 특히 어린이와 청소년을 위한 지속가능한 창의교육 시스템에 대한 계획이나 견해가 있으시면 듣고 싶습니다.

Q9 : 창의와 혁신의 전도사로서, 한국의 여성 CEO로서 그 외에도 한 개인으로서 삶을 살아가는데 행복이란 무엇이라고 생각하시는지, 이상도 있고 꿈도 있지만 계속해서 현실적인 문제에 봉착하게 되는 학생들에게 해주고 싶은 말씀이 있다면 부탁 드립니다.

Q10 : 창의적 생각을 도와주는 '아이디어 카드'나 '7type innovation' 등 창의와 혁신에 대한 새로운 방법론 등 크리베이트만의 창의적인 이야기들 많이 들려 주십시요.

V. Reference

1) 청년 기업가 정신 (2010.05.14, 김현정 저, 토네이도)
2) "길은 만들면서 가는 것... 도전 자체를 즐겨요" (2011.04.18 공감코리아 정책기자마당 다정다감)
3) 톡톡 튀는 '아이디어' 컨설팅해 드릴까요? (2010.11.01 CNEWS)
4) 대기업에 억대 아이디어 파는 CEO (2011.06.11 매일경제)