



개인적 기업(Individual Enterprise)

모빌리티를 통한 비즈니스 재정의

Executive Report

전략 및 분석

변화하는 세상에 걸맞은 파트너

IBM은 고객과의 긴밀한 협력을 통해 비즈니스 정보, 첨단 연구 및 기술을 통합함으로써 오늘날의 급변하는 환경에서 확실한 경쟁력을 선사합니다.

IBM 기업가치연구소

IBM 글로벌 비즈니스 서비스 산하의 IBM 기업가치연구소는 고위 경영진을 위해 중요한 공공 부문 및 민간 부문 이슈를 위주로 한 사실 기반의 전략적 통찰력을 개발합니다.

그림 1
우리 주변에서 확인할 수 있는 모바일 혁신



개요

과거에 인터넷이 그랬던 것처럼 모바일 네트워크와 이를 이용하는 기기로 인해 사람들이 세상과 소통하는 방식이 급격히 변화하고 있습니다. 소비자가 판매원과 소통하는 방식부터 학생을 교육하는 방식과 여가를 즐기는 방식에 이르기까지 모든 분야에서 모바일 플랫폼에 대한 의존도가 놀랄울 정도로 급격히 높아지고 있습니다. 그런데 과거에 인터넷에 대한 평가가 그랬던 것처럼 많은 기업들은 아직 초기 단계에 있는 이와 같은 혁신의 총체적이고 지속적인 영향을 지나치게 과소평가하고 있습니다.

모바일 혁신의 증거는 우리 주변에서 얼마든지 찾아볼 수 있습니다. 하루 동안 태어나는 아기의 수보다 스마트폰과 태블릿의 판매량이 10배 정도 더 많습니다.⁵ 한 사람이 스마트폰을 확인하는 횟수는 하루 평균 150회, 다시 말해서 6분당 1회쯤 됩니다.⁶ 웨어러블 디바이스(Wearable Device) 시장은 향후 4년간 5배 이상 성장할 것으로 전망됩니다.⁷

이런 모바일 기기는 총체적인 정보 소비에 중요한 역할을 합니다. 뿐만 아니라 모바일 기기로 인해 생성되는 새로운 정보의 비율도 꾸준히 늘고 있습니다. 동영상, 이미지, 위치 기반 정보, 소셜 미디어에 업데이트되는 일상적인 데이터를 포함해서 매일 250 쿼틸리언 바이트의 데이터가 생성되는데 그 발원지가 모바일 기기인 경우가 지속적으로 증가하면서 모바일 데이터 트래픽은 해마다 80% 가량 늘고 있습니다.⁸ 이미 많은 기업들이 정교한 데이터 분석 기술을 이용하여 이처럼 늘어나는 디지털 정보 속에서 미래지향적 고급 정보를 추출하고 있습니다. 이와 같은 고급 정보는 주변 세상에 대한 이해를 돕고 개인, 기업, 정부가 소통하는 방식을 변화시키고 있습니다.

기업들은 발 빠르게 분석 기술을 차별화된 경쟁력의 원동력으로 삼는 한편 모바일 기술을 적극 수용하고 있지만, 그 잠재력을 제대로 활용하는 데는 어려움을 겪고 있습니다. 모바일에 관한 전략을 개발해온 기업들은 모바일을 이룰때면 고객과 거래할 수 있는 새로운 채널이나 전사적 커뮤니케이션 도구로 활용하는 1세대 사고 방식에서 아직 탈피하지 못하고 있습니다. 아울러 다른 기업들은 공식적으로 모바일 기기를 아예 지원하지 않고 있습니다.

업종과 규모에 관계 없이 모든 기업은 소비자 애플리케이션에만 얽매이지 말고 모바일 기술을 통한 전사적 혁신의 잠재력을 모색할 때가 되었다는 게 IBM의 판단입니다. 기업은 분석 기술의 장점과 모바일의 보편성을 겸비함으로써 사용자의 선호도와 행동을 토대로 적소에 리치 데이터(Rich Data)를 제공할 수 있습니다. 앞으로 이와 같은 '모빌리티' 솔루션을 활용함으로써 인지 능력이 확대되면 직원과 조직이 새로운 기술을 더욱 빠르게 습득하고 업무 생산성, 협업 효과, 그리고 의사결정 능력을 개선할 수 있을 것입니다. 또한 각 직원의 특정한 필요사항이 반영된 맞춤형 정보 플랫폼은 탄력적으로 워크플로우를 재구성함으로써 적절한 사람, 적절한 시간, 적절한 장소에 적절한 정보를(더 나아가 오직 적절한 정보만) 제공할 수 있습니다.

IBM은 이를 개인적 기업(Individual Enterprise)이라 칭하고 있습니다. 개인적 기업은 분석 기술을 활용하는 모바일 기기로 구현되며 새로운 유형의 권한을 부여받은 직원들에 의해 명확해집니다. 이런 모델을 염두에 두고 자사의 비즈니스 및 정보 시스템을 설계한 기업은 직원들이 잠재력을 최대한 발휘하게 만들고, 비즈니스 모델을 꾸준히 강화하거나 심지어 완전히 새로운 모델을 개발하며, 모빌리티의 혁신 효과를 극대화할 수 있을 것입니다. 그로 말미암아 최종 고객은 때와 장소에 구매 받지 않고 정확히 필요로 하는 것을 저렴한 비용으로 얻게 되며 그 어느 때보다 깊은 관심을 갖게 되고 한 발 더 나아가 만족감을 느끼게 될 것입니다.

이중 혁명

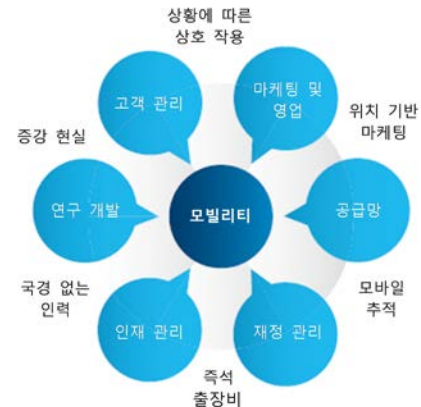
모바일이 사적, 공적 생활의 모든 양상에 영향을 미친다는 사실에는 논란의 여지가 없습니다. 운전 습관을 모니터링해서 적합한 보험 상품을 추천하는 GPS 장치, 아프리카의 모바일 결제 시스템, 도시의 위치 기반 콜택시 앱 등 혁신적인 기술 응용 사례는 이미 많이 존재합니다. 이런 것들은 모바일 기기의 독보적인 특성인 휴대성, 연결성, 개인화, 지능형으로 실현할 수 있는 가능성 중 특히 일부에 지나지 않습니다. 실제로 고객 경험은 끊임없이 변하게 될 것입니다.

업계는 이런 변화를 잘 알고 있습니다. IBM이 최고 경영진을 대상으로 가장 최근 실시한 설문조사에 따르면 84%의 CIO는 고객과 더 가까워지기 위한 중대한 투자 대상으로 모바일 솔루션을 손꼽았으며⁹, 94%의 CMO는 디지털 마케팅 계획의 필수 요소로 모바일 앱을 손꼽았습니다¹⁰. 그러나 그들이 고려하고 있는 모바일 애플리케이션은 대부분 고객용 애플리케이션입니다. 이는 아직도 갈 길이 멀다는 것을 보여줍니다.

몇 년 전부터 빅데이터와 분석 기술 덕분에 사람들의 협업 방식이 바뀌고 이전에는 보이지 않았던 통찰력이 표면에 드러날 뿐더러 직원들의 의사결정 능력이 강화되고 고객 정보부터 운영 효율성에 이르기까지 모든 분야가 개선되었습니다. 이 기간 동안 기업의 관심은 (고도로 체계화된 정보를 주로 중앙 집중 방식의 복잡한 대용량 컴퓨터 시스템에 저장 및 편성하는) "기록 시스템"에서 (더욱 많은 사용자가 정형/비정형 데이터를 검색하고 게시할 수 있는) "참여 시스템"과 (이런 모든 이질적 데이터를 빠르고 지능적으로 미리 이해할 수 있는) "고급 정보 시스템"으로 바뀌었습니다.

그림 2

기업의 비즈니스 방식에 영향을 미치는 모빌리티의 예



업무 방식에 변화를 가져올 모바일의 잠재력은 누가 봐도 분명합니다. 그러나 모바일의 완전한 가치는 분석 기술이 함께 할 경우에만 실현됩니다. 모바일 기술과 분석 기술이 함께 했을 때 우리의 업무 방식은 완벽하게 재정립될 것입니다.

그림 3

개인적 기업의 기록제가 되는 모바일과 분석 기술의 이중 혁명



모바일 기술의 정확한 위치 및 상황 정보는 정교한 데이터 분석으로 얻은 고급 정보에 이상적인 필터링 메커니즘입니다. 고객, 비즈니스 파트너 또는 회사 동료와 소통하는 시점에 이런 고급 정보를 제공하면 직원과 그들이 필요로 하는 정보 사이의 장벽은 사라집니다.

개인적 기업 정의

개인적 기업이란 개념이 초현대적이고 추상적으로 느껴질지도 모르겠습니다. 그러나 그와 관련한 기술과 가능성은 지금도 존재합니다. 그 파급 효과는 *어떤* 정보를 *누구에게 언제 어디서* 제공하느냐에 달려 있습니다. 모바일 기술과 분석 기술을 적절히 응용하면 상황을 파악하여 적절한 조치를 취하거나, 생산성 증대를 급진적으로 촉진하거나 혹은 워크플로우 재설계에 걸리는 시간을 원천적으로 크게 줄일 수 있습니다. 또한 기업 내외부의 크고 작은 의사결정의 성과를 개선할 수 있습니다.

예를 들어, 지난 몇 년 동안 자동차 제조업체는 비즈니스 파트너 네트워크를 크게 확장하여 위성 서비스 제공업체, GPS 기반 교통 서비스, 모바일 기기 제조업체, 안내 서비스를 추가했습니다. 이와 같은 새로운 파트너들은 원활하게 소통하면서 위치 기반의 상황 인식 정보를 서로 혹은 최종 사용자와 주고 받아야 합니다. 모빌리티는 이런 변화의 중추적인 원동력이며, 기업이 이를 바탕으로 경제 통합과 새로운 비즈니스 가치를 실현할 수 있습니다.

이와 동일한 변화는 기업 내부에서도 이뤄질 수 있습니다. 순차적 업무 절차를 반영하여 특정 업무 위주로 구조화된 앱이 개발되고 이 앱에는 여러 출처에서부터 최신 정보가 꾸준히 추가될 것입니다. 직원들은 더 이상 융통성 없는 절차나 불완전한 지식 혹은 본인의 기술, 위치나 상황의 제약을 받지 않게 될 것입니다. 대신, 탄력적으로 구성할 수 있는 플랫폼과 앱이 직원들의 제약을 해소하고 적시적소에 조직의 전문 인력을 배치할 수 있을 뿐더러 직원들이 더욱 신속하고 더욱 확실한 정보에 근거한 의사결정을 내리는 데 도움이 되는 인지 능력 확장 솔루션 역할을 하게 됩니다.

매장 내 정보 경쟁에서 우위 확보

매장 내 영업 직원이 모바일 기술을 활용하면 가격 비교에 능숙한 고객보다 한발 앞서가는 데 필요한 분석력과 분석 도구로 무장할 수 있습니다. 매장 내 영업 직원은 제품 가격 비교 및 재고 위치와 같은 정보 확보 능력을 기반으로 실시간 의사결정을 내리고 구매 조건을 제안하는 데 필요한 데이터와 자율권을 겸비함으로써 매장 내 판매 실적 저하 문제를 해소할 수 있습니다. 이들은 고객이 온라인으로 얻는 것과 *동일*하거나 *훨씬 더 우수한* 수준의 정보로 무장한 채 기존 판매 방식의 장점(예: 고객과 직접 대화 및 조언 제공, 제품을 직접 만져보고 체험할 수 있는 여건, 그리고 경쟁력 있는 가격에 즉시 제품 제공)을 십분 활용할 수 있습니다.

그림 4

개인적 기업의 특징

새로운 비즈니스 가치 창출

- 모빌리티는 상황을 파악하고 조치를 취하는 데 걸리는 시간을 단축하는 데 효과적입니다.
- 모빌리티는 대대적 변화를 통해 생산성을 증대하는 데 효과적입니다.
- 모빌리티는 원천적으로 기업 구조를 개편하는 데 효과적입니다.

직원의 자율권 강화

- 모빌리티는 모든 개인을 중심으로 워크플로우를 탄력적으로 재구성하는 데 효과적입니다.
- 모빌리티는 기술 습득 시간을 단축하고 전문성을 강화하는 데 효과적입니다.
- 모빌리티는 개인이 자신만의 업무 환경을 구현하는 데 효과적입니다.



분석 기술 지원

- 모빌리티는 실시간 상황 파악을 통해 분석 가치를 배가하는 데 효과적입니다.
- 모바일 분석은 즉시 조치를 취하는 데 유용한 고급 정보를 확보하는 데 효과적입니다.
- 모바일 분석은 정보에 대한 투자수익을 촉진하는 데 효과적입니다.

모바일에 적합한 근본적 설계 구조

- 모빌리티는 운영 모델을 재정립하는 데 효과적입니다.
- 모빌리티는 새로운 소통 모델의 토대가 됩니다.
- 모빌리티는 최종 사용자에 가장 적합하게 설계 구조를 혁신하는 데 효과적입니다.

진정으로 개개인을 염두에 둔 기업은 다음 네 가지 특징을 보이기 마련입니다.

새로운 비즈니스 가치 창출

개인적 기업은 모빌리티로 대응 시간이 감소한 덕분에 과거보다 훨씬 더 민첩합니다. 인력의 효율성이 향상되고 절차에 따른 낭비가 감소한 덕분에 개인과 기업 모두 더 적은 투자로 더 많은 성과를 거둘 수 있습니다. 또한 적시의 의사결정으로 성과가 향상됩니다. 예를 들어, 마지막 순간의 가격 결정으로 이윤을 극대화할 수 있습니다.

이와 같은 생산성 증대 효과는 적시적소에 중요한 역량과 전문 인력을 배치하여 기업 자산 활용도를 극대화하고 역량 공백을 파악할 수 있는 모빌리티의 장점에 의해 배가됩니다. 모빌리티는 가장 소비자 지향적인 비즈니스와 유사하게 더욱 우수한 투명성과 메커니즘을 통해 완전히 새로운 비즈니스 모델을 창출하는 한편, 혁명적이고 획기적인 비즈니스 혁신을 촉진합니다.

분석 기술 지원

분석 기술의 가치는 모바일 기술로 배가됩니다. 다시 말해서, 적시적소에 더욱 정확한 정보를 얻을 수 있을 뿐더러 원하는 결과에 중점을 두고 거시적 결정을 더욱 정밀하게 가다듬은 일련의 미시적 결정으로 세분화할 수 있습니다. 또한 더욱 정확한 입력 정보 덕분에 분석 정보의 품질에 대한 신뢰성도 향상됩니다. 한편 즉석 분석 정보는 실시간 상황 파악을 통해 대응 능력을 개선하는 데 도움이 됩니다. 궁극적으로 제품 및 서비스 개발 단계부터 모든 고객 접점에 이르기까지 모든 단계에 고급 분석 기술을 활용할 수 있습니다. 간단히 말해서, 모바일 분석 기술은 정보에 대한 투자수익을 촉진하는 데 효과적입니다.

모바일에 적합한 근본적 설계 구조

모빌리티는 최종 사용자 경험에 중점을 둔 채 기업 시스템의 설계 구조를 혁신하고 운영 및 소통 모델을 재정립하는 데 효과적입니다. 시간, 위치, 속도, 기온, 그리고 훨씬 더 다양한 상황 정보를 반영하여 해당 사양(스마트폰, 태블릿, 웨어러블 디바이스)에 가장 적절하게 구축된 앱이 고도로 직관적인 시각적 인터페이스와 함께 때와 장소에 구애 받지 않는 환경을 지원합니다. 모빌리티는 추가적인 고려 대상이 아니라 출발점 그 자체가 되어야 합니다.

직원의 자율권 강화

개인적 기업은 직원 관리에서 업무 환경 최적화로, '프로세스에 적합한 인력' 배치에서 '개인에게 적합한 프로세스' 창출로 진화합니다. 분석 기술과 결합한 모바일 기술은 개개인을 중심으로 워크플로우를 탄력적으로 재구성함으로써 직원들이 상황 인식을 토대로 보다 현명한 의사결정을 내릴 수 있는 여건을 조성합니다. 강화된 몰입형 맞춤형 교육과 사실상 무제한적인 협업 가능성을 토대로 모든 직원의 기술 역량을 다각화 및 확대할 수 있습니다. 자신만의 작업 환경을 구현할 수 있는 유연성 덕분에 직원들이 업무 환경에 더욱 효과적인 업무 수행 방식을 찾아내기가 용이합니다.

기내에서 승객 지원

모빌리티는 승객과 항공사 간의 관계 강화에도 효과적입니다. 승무원이 완벽한 기내 서비스를 제공하는 데 도움이 되기 때문입니다. 기기를 갖춘 승무원은 실시간 정보를 제공하고 비행 중 항공편 예약을 변경하는 등 고객의 여행 일정을 조율할 수 있습니다. 또한 항공편 문제가 발생하더라도 시간과 장소에 구애 받지 않고 해결할 수 있습니다. 승무원이 실시간으로 일정 편성 및 직원 전용 도구에 접속할 수 있으므로 인력의 효율성도 향상됩니다. 모빌리티는 여행객의 불안감을 줄이고 승객의 만족도를 높이는 데 효과적입니다.

개인적 기업의 5가지 구성 요소

진정한 개인적 기업 구현은 지도층이 뚜렷한 모빌리티 혁신 여정을 정하고 작전을 진두지휘하는 일에서 시작됩니다. 기업 지도층은 고객 정보를 이용하여 외부로부터 시작될 변화를 구상하고 개별 고객의 관점을 개별 직원의 관점에 투영해야 합니다.

이와 같은 심층적인 변화에는 바위처럼 단단한 토대가 필요합니다. 개인적 그룹의 기본적인 구성 요소는 다음과 같습니다.

보안

안전한 시스템은 기업과 개인이 모빌리티를 수용하는 데 필요한 신뢰감과 자신감을 제공합니다.

연결성

'완벽한 가용성'을 갖춘 모바일 네트워크는 기업 전체의 정보 및 서비스의 연속성을 보장합니다.

복구력

커뮤니케이션, 데이터 및 서비스의 지속적인 가용성은 비즈니스 연속성 유지에 필수적입니다.

조율

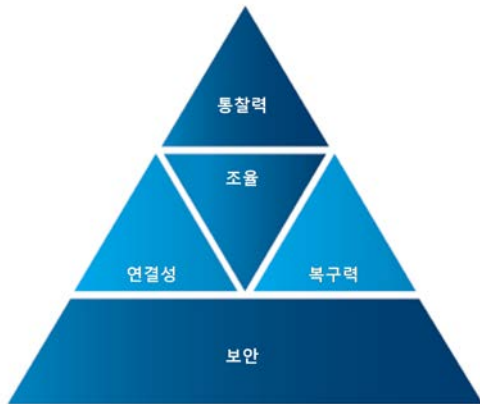
워크플로우와 상황을 중심으로 프로세스와 업무 방식을 실시간으로 재구성할 수 있게 됩니다.

통찰력과 학습 효과

모빌리티는 상황에 맞게 즉각 대응할 수 있는 통찰력을 창출합니다.

그림 5

개인적 그룹의 기본적인 구성 요소



보안

오늘날의 비즈니스에 관한 기사를 얼핏 보기만 해도 데이터 보안의 중추적 역할을 쉽게 알 수 있습니다. 대규모 보안 침입 사고가 발생한 기업은 수십 억 달러의 비용 손실, 무수한 고객 이탈, 평판 하락, 심지어 최고 경영진의 실직 등의 손해를 입기 마련입니다. 모빌리티로 기업 데이터의 흐름이 가속화됨에 따라 폭발적으로 증가하는 데이터를 보호하는 일이 무엇보다 중요해졌습니다.

개인적 기업은 심지어 엔드포인트가 24시간 가동되더라도 사전 예방 차원에서 기업 데이터를 처음부터 끝까지 모니터링, 통제 및 보호합니다. 보안 통제는 필수 정보의 신뢰성과 가용성을 개선할 뿐 아니라 해당 데이터를 공유하는 네트워크 전체의 관계망을 보호하는 데도 도움이 됩니다. 보안 통제가 전제되어야만 직원, 파트너, 고객, 그리고 기타 이해관계자가 위치나 기기에 구매 받지 않고 미션 크리티컬 애플리케이션과 데이터를 이용할 수 있습니다.

개인적 기업의 보안을 유지하는 일은 결코 사소한 과제가 아닙니다. 기업은 중앙 집중식 장치의 보안 관리 전략을 수립하고 요즘 트렌드인 BYOD(Bring Your Own Device) 현상으로 인해 발생한 장치 플랫폼의 다양화 문제에 대응해야 합니다. 결과적으로, 포괄적인 규정 준수, 관리 정책 및 프로세스로 다양한 플랫폼을 구축, 지원, 모니터링, 보호하는 일이 무엇보다 중요합니다.

필요한 곳에 금융 상담 서비스 제공

모빌리티를 활용하는 금융 상담원은 물리적 장벽을 허물고 때와 장소에 관계없이 고객과 소통할 수 있습니다. 빅데이터, 인지적 분석, 권고안을 지원하는 모바일 기기를 이용하는 금융 상담원은 본인의 역할을 고객의 동반자 관계와 협업자로 재정립할 수 있게 됩니다. '신뢰할 수 있는 상담원'을 쉽게 접할 수 있게 되면서 고객 만족도도 향상될 것입니다. 기술 발전에 힘입어 금융 상담원이 최신 기술과 능력을 갖추게 되면 상담의 질 역시 개선될 것입니다.

연결성

기업의 자산을 시간과 장소에 구애 받지 않고 이용할 수 있게 만드는 것이 미래의 기업이 갖추게 될 특징입니다. 이를 위해서는 기업 시스템과 플랫폼 전체의 정보를 원활하게 통합하고 데이터를 수집 및 조율하며 기기의 종류에 구애 받지 않고 정보를 공유할 수 있어야 합니다. 공공 및 사설 무선 유비쿼터스 네트워크는 필수입니다. 연결과 데이터 공유에 IP 주소가 필요 없는 데이터 전송 방식을 지원하는 전파 표준이나 근거리 통신과 같은 최신 기술도 마찬가지입니다.

IoT(Internet of Things)의 폭발적 성장으로 모바일 기기(2020년 무렵이면 300억 대에 이를 것으로 전망¹¹)의 보편화는 필연적입니다. 한 연구에 따르면 2013년부터 2022년까지 사람, 프로세스, 데이터 및 사물에서 약 14.4조 달러의 가치(매출 증가와 비용 감소 영향 포함)가 창출될 것으로 예상됩니다.¹² 그와 같은 연결성 덕분에 기업 데이터에 즉각적으로 접속할 수 있게 되면서 협업, 새로운 조율 방식, 그리고 전례 없는 수준의 그룹 활동 및 동기화가 실현될 것입니다. 그와 더불어 기록 시스템에 대한 맞춤형 접속, 더욱 빨라진 응답 시간, 보다 나은 자산 최적화도 기대할 수 있습니다.

오늘날의 IoT에 이미 100억 대의 장치가 연결되어 있지만 무제한적인 연결성에 어려움이 없는 건 아닙니다. 플랫폼의 복잡성을 극복해야 하고 변화하는 컴포넌트를 손쉽게 통합할 수 있는 유연한 아키텍처도 구현해야 합니다. 필요한 수준의 확장성과 내구성을 갖춘 모바일 네트워크를 개발하는 일 역시 필수적입니다.

복구력

네트워크 이중화와 복구력이 무엇보다 중요합니다. 장치나 시스템에 문제가 생기더라도 리소스의 안정성과 가용성은 영향을 받지 않아야 합니다. 리소스를 보호해야 하는 일 못지않게 접점에서 데이터와 애플리케이션의 가용성과 가능성을 유지해야 하는 것도 중요합니다.

기업은 다양한 접점을 제공하고 느슨한 결합 방식의 컴포넌트를 이용하여 시스템 전반의 이중화를 구현하는 한편, 네트워크 설계 구조의 탄력성을 확보해야 합니다. 또한 기업은 적절한 재난 복구 및 연속성 유지 계획과 함께 발생할 수 있는 모든 문제를 염두에 둔 채 네트워크를 설계하고 비즈니스 가치 및 필요사항에 맞춰 정책을 조율해야 합니다.

조율

모빌리티를 구축해서 복잡한 워크플로우를 자동으로 배치, 조율 및 관리할 수 있습니다. 그와 같은 지능형 시스템은 현재 상황을 이해하고 즉각 대응할 수 있는 해법을 제시하므로 직원의 역량이 강화되고 기업이 더 적은 투자로 더 많은 성과를 거둘 수 있습니다. 워크플로우 세분화로 효율성이 향상될 뿐더러 조직과 개인이 다양한 응용 방식을 신속하게 조합 및 재조합하고 현재 상황을 토대로 구체적인 해법을 신속하게 파악해서 이행할 수 있습니다.

통찰력과 학습 효과

개인적 기업을 실현하는 것이 모바일 기술의 역할이라면 고급 분석 기술은 개인적 기업을 강화하는 역할을 합니다. 훨씬 더 정밀하고 다양한 장치를 통해 제공되는 위치 및 상황 기반의 정형/비정형 데이터를 수집, 분석, 관리하는 신종 애플리케이션은 응용 가능한 정보 산출과 더욱 확실한 정보에 근거한 의사결정을 지원할 수 있습니다. 이와 같은 애플리케이션은 시간이 흐를수록 용도 측면에서 더욱 생산적이고 강력해질 것입니다. 기업은 데이터와 트랜잭션을 지속적이고 반복적으로 탐구 및 조사함으로써 이런 애플리케이션에 대입되는 지능을 보완하게 됩니다. 인간의 뇌와 마찬가지로 이런 지능은 갈수록 대응력이 향상되며 즉석에서 학습할 수 있어서, 궁극적으로 정보에 근거한 의사결정에 도움이 되는 예측적, 규범적 권고안을 제시할 수 있게 됩니다.

통신 분야 현장 엔지니어의 복잡한 업무 간소화

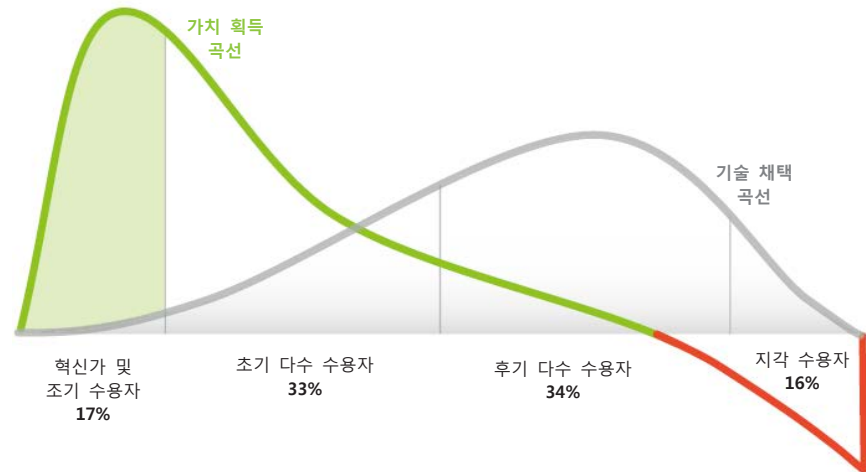
분석 기술의 지원을 받은 모바일 기기는 통신 분야 현장 엔지니어에게 이상적인 협업 플랫폼과 영업 지원 도구를 제공합니다. 따라서 현장 엔지니어는 실시간 협업을 통해 현장에서 복잡한 문제를 해결할 수 있습니다. 전문 지식을 즉석에서 이용할 수 있으므로 수리 및 서비스 시간이 대폭 단축되는 동시에 효율성은 향상됩니다. 일정 편성 및 기타 기능은 유연한 일정 조정을 통해 긴급 상황을 해결하고 비어 있는 업무 시간을 채우는 데 효과적입니다. 또한 분석을 바탕으로 추가 서비스에 대한 추천이나 권고안을 제시할 수 있어 고객 응대 시간을 늘릴 수 있습니다.

개인적 기업의 행동 양상

지금까지의 정의에서 짐작할 수 있듯이 개인적 기업은 고도로 세부화된 맞춤화를 가능하게 할 것입니다. 모빌리티와 고급 분석 기술이 보편화된 새로운 시대에서 모든 기업은 저마다 독특한 특징을 띄게 됩니다. 미래의 목표를 달성하기 위해 기업을 포함한 업계 전체에서 공통적으로 거치게 마련인 몇 단계의 통과이레가 있습니다. 그리고 인터넷이 처음 등장했을 때와 마찬가지로 가장 먼저 도입한 기업이 지속적 혁신 가치 중 가장 좋은 몫을 차지하게 될 것입니다.

그림 6(예시)

혁신가와 초기 수용자가 가장 많은 가치를 획득하는 반면, 지각 수용자는 가치파괴(value destruction)를 경험할 가능성이 큽니다.



개인적 기업으로 발전해나가는 과정은 크게 다음과 같은 5단계로 나뉘집니다.

- 1. 페르소나(Persona) 여정 지도를 통해 직원/사용자 경험 묘사:** 사용자의 필요사항에 대한 철저한 이해를 토대로 일상 생활을 구상한 후, 앱과 관련된 데모, 템플릿, 기능 정보를 공유합니다.
- 2. 앱 시범 테스트 및 구체적인 비용과 이득 산정:** 조직의 필요사항에 부합하는 모바일 앱을 파악한 후 직접 경험과 성능 평가의 일환으로 시험 사용 테스트를 실시합니다.
- 3. 개인적 기업을 실현하는 데 필요한 역량 구축:** 전략을 수립하고 기술 혁신 로드맵을 개발한 후, 기업용 소프트웨어와 애플리케이션 프로그래밍 인터페이스(API) 카탈로그와 개발 환경을 활용합니다.
- 4. 기존의 앱과 솔루션 활용:** 기존의 타사 솔루션과 앱을 활용해서 출시 시기를 단축하고 개발 비용을 절감할 기회를 파악합니다. 표준 개발자 키트를 이용하여 기존의 앱을 기반으로 솔루션을 구현하는 한편, 앱 시장과 대외구매 전략을 개발합니다.
- 5. 가치 및 이득 규모 증진:** 개인적 기업에 대해 내부에서 반대하는 의견으로 인해 직면하게 될 가장 까다로운 과제 중 하나는 더욱 긴밀한 협업과 데이터 중심의 의사결정에 따르는 간헐적인 무형의 이득을 입증하는 것입니다. 그럼에도 불구하고 기업은 모빌리티를 기업 내부뿐 아니라 비즈니스 생태계에 속한 파트너 간의 주요 소통 방식으로 통합해야 합니다. 새로운 업무 방식을 구축하고 조직 정책과 지배 구조를 새로운 모빌리티 환경에 맞게 조율하는 일이 필수입니다. 모빌리티 전략이 지속적으로 진화하는 과정에서 성과 변수와 성공 기준을 정하고 비용 대비 이득을 분석하는 일 역시 중요합니다.

시급한 문제를 즉시 해결하는 사회복지사

모빌리티는 사회복지 사업의 괄목할만한 생산성 증대와 고객의 대폭적인 성과 개선이라는 두 가지 장점을 동시에 선사하기도 합니다. 모바일 기술을 활용하는 사회복지사는 "사례기록, 권장사항, 우선순위의 변경, 자료 및 전문가"와 실시간으로 연결됨으로써 제도적 맹점을 해소하고 보다 적절하고 신속한 의사결정을 내릴 수 있습니다. 모빌리티가 실시간 협업과 정보에 근거한 의사결정을 지원하므로 기관 간의 조율 문제가 최소화됩니다. 또한 사회복지 대상자에게 보다 나은 결과를 제공하는 한편, 부족한 인력으로 인해 살펴보지 못했던 분야까지 시야가 넓어져서 어려움에 처한 사람들에 대한 지원 범위도 확대할 수 있습니다.

더욱 스마트하고 더욱 생산적이며 더욱 빨라지게 만드는 모빌리티

모바일 기술과 분석 기술, 동시대에 발생한 이 두 가지 현상을 결합하면 직원들이 손끝 하나만으로 실시간 상황 정보 외에도 보다 나은 의사결정을 내리는 데 유용한 예측 중심의 권고안과 고급 정보를 얻을 수 있으므로 업무 수행 방식이 근본적으로 바뀌게 됩니다. 이 두 가지 기술을 기반으로 직원들은 필요하면 언제 어디서든 협업 환경에 접속해서 조직의 전문 지식을 배가할 수 있습니다. 따라서 직원들이 기업 전체의 지식을 더욱 효과적으로 활용하고 시간과 자원을 보다 효율적으로 이용하며 보다 신속하게 결과를 얻을 수 있습니다.

궁극적으로 기업은 고객이 새롭게 원하고 필요로 하는 바를 찾아내서 분석하고 재정립한 후, 전혀 없이 흥미로운 경험을 창출할 수 있습니다.

IBM 기업가치연구소의 본 연구에 대한 자세한 내용은 iibv@us.ibm.com에 문의하십시오.
IBM 기업가치연구소의 연구 목록 전문은 ibm.com/iibv에서 확인하실 수 있습니다.

저자 소개

Fred Balboni는 IBM 글로벌 서비스의 전략 및 분석 기술 담당 글로벌 대표 파트너입니다. 그는 IBM 경영 컨설팅을 수직 산업, 빅데이터, 분석 기술, 수리과학, 정보 관리에 관한 전문 지식과 통합하여 고객이 비즈니스 정보를 토대로 한 분석, 예측 및 조치를 통해 지속 가능한 경쟁력을 창출할 수 있도록 돕고 있습니다. 그는 Consulting Magazine에 2011년 최고의 컨설턴트 25인으로 선정되면서 빅데이터와 분석 기술 분야에 관한 전문성을 인정 받은 바 있습니다. 궁금한 점이 있으시면 fbalboni@us.ibm.com으로 연락하십시오.

Saul J. Berman 박사는 IBM 글로벌 서비스의 파트너 겸 부사장이자 수석 전략가입니다. 그는 전 세계 굴지의 기업들과 전략적 비즈니스 문제에 관해 긴밀히 협력하고 있습니다. 그는 25년 넘게 대기업과 신생 기업의 고위 경영진에게 컨설팅 서비스를 제공해왔으며 Consulting Magazine에 2005년 최고의 컨설턴트 25인으로 선정되기도 했습니다. 그는 '낫 포 프리: 새로운 시대의 수익 창출 전략(Not For Free: Revenue Strategies for a New World)'을 비롯한 수많은 서적과 간행물을 집필했습니다. 궁금한 점이 있으시면 saul.berman@us.ibm.com으로 연락하십시오.

Peter J. Korsten은 IBM 글로벌 서비스의 파트너 겸 부사장이자 사고의 리더십 및 명성 구축 담당 글로벌 리더입니다. 그는 IBM 기업가치연구소, IBM 벤치마킹 컨설팅 사업, 그리고 GBS 글로벌 명성 프로그램을 이끌고 있습니다. 그는 현대 전략 및 최고 경영진 성과 분야의 전문가로 정평이 나 있으며, 4천명 이상의 이사진이 참여한 IBM의 최고 경영진 대상 설문조사 시리즈를 지휘하고 있습니다. 그는 2008년에 Consulting Magazine이 선정한 최고의 컨설턴트 25인에 들기도 했습니다. 궁금한 점이 있으시면 peter.korsten@nl.ibm.com으로 연락하십시오.

연구 책임자 소개

Anthony Marshall은 IBM 기업가치연구소에서 전략 및 분석 기술 책임자로 일하고 있습니다. 그는 컨설팅 및 분석 분야에 20년간 몸담으면서 다수의 글로벌 1,200 기업과 일해왔습니다. 심층적인 민간 부문 노하우, 특히 민영화 및 규제 철폐에 관한 노하우를 보유한 그는 IBM 전략 및 혁신 금융 서비스 사업(IBM Strategy and Innovation Financial Services Practice)에서 다양한 고객과의 계약 성사를 주도했습니다. 뉴욕의 바나드 대학교 호주의 여러 우수 대학에서 경제학을 강의하기도 했습니다. 궁금한 점이 있으시면 anthony2@us.ibm.com으로 연락하십시오.

도움 주신 분들

Kevin Custis, David Lubowe, Katharyn White

감사의 말

Sachi Desai, Rachna Handa, Christine Kinser, Kristin Meadows, Aniruddha Ray, Rajrohit Teer에게도 감사의 말을 전합니다.

참고 및 출처

- 1 EMC Digital Universe(IDC의 조사 및 분석 협조). "The Digital Universe of Opportunities: Rich Data and the Increasing Value of the Internet of Things." 2014년 4월.
<http://www.emc.com/leadership/digital-universe/2014iview/internet-of-things.htm>
- 2 Machina Research. "Machine-to-Machine connections to hit 12 billion in 2020, generating EUR714 billion revenue." Media Release. 2011년 10월 10일. https://machinaresearch.com/static/media/uploads/machina_research_press_release_m2m_global_forecast_analysis_2010_20.pdf
- 3 EMC Digital Universe 2010~2020(IDC의 조사 및 분석 협조). "The Digital Universe in 2020, Big, Bigger, Biggest." 2012년 12월. <http://www.emc.com/infographics/digital-universe-consumer-infographic.htm>
- 4 Phillips, Judah. Building a Digital Analytics Organization: Create Value by Integrating Analytical Processes, Technology, and People into Business Operations. FT Press Analytics. 2013년 8월

-
- 5 매년 약 1억 3천만 명의 아기가 태어납니다. http://www.unicef.org/immunization/index_25339.html, 2013년에 약 10억 대의 스마트폰이 판매됐습니다. <http://www.informationweek.com/mobile/mobile-business/1-billion-smartphones-shipped-in-2013/d/d-id/1113603>, 2013년에 약 1억 9천 5백만 대의 태블릿이 판매됐습니다. <http://techcrunch.com/2014/03/03/gartner-195m-tablets-sold-in-2013-android-grabs-top-spot-from-ipad-with-62-share/>, 미국에서 매년 약 4백만 명의 아기가 태어납니다. <http://www.cdc.gov/nchs/births.htm>, 2013년에 미국에서 약 1억 2천 대의 스마트폰이 판매됐습니다. <http://appleinsider.com/articles/14/02/20/apples-iphone-led-2013-us-consumer-smartphone-sales-with-45-share---npd>, 2013년에 미국에서 약 7천만 대의 태블릿이 판매됐습니다. <http://tabtimes.com/resources/the-state-of-the-tablet-market>
 - 6 Ahonen, Tomi. "The Annual Mobile Industry Numbers and Stats Blog—Yep, this year we will hit the Mobile Moment." *Communities Dominate Brands: Business and Marketing Challenges of the 21st Century* blog of the book. 2013년 3월 6일. <http://communities-dominate.blogs.com/brands/2013/03/the-annual-mobile-industry-numbers-and-stats-blog-yep-this-year-we-will-hit-the-mobile-moment.html>. 2014년 8월 13일에 열람한 내용 기준
 - 7 "Worldwide Wearable Computing Market Gains Momentum with Shipments Reaching 19.2 Million in 2014 and Climbing to Nearly 112 Million in 2018, Says IDC." IDC. 2014년 4월 10일. <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS24794914>. 2014년 8월 13일에 열람한 내용 기준
 - 8 Meeker, Mary. "Internet Trends 2014 - Code Conference." Kleiner, Perkins, Caulfield, Byers (KPCB). 2014년 5월 28일. <http://www.kpcb.com/internet-trends>. 2014년 8월 13일에 열람한 내용 기준
 - 9 IBM 기업가치연구소. "Moving from the back office to the front lines: CIO Insights from the Global C-Suite Study." 2013년 11월. <http://www-935.ibm.com/services/us/en/c-suite/csuitestudy2013/>
 - 10 IBM 기업가치연구소. "Stepping up to the challenge: CMO Insights." 2014년 3월. <http://www-935.ibm.com/services/us/en/c-suite/csuitestudy2013/>
 - 11 EMC Digital Universe(IDC의 조사 및 분석 협조). "The Digital Universe of Opportunities: Rich Data and the Increasing Value of the Internet of Things." 2014년 4월. <http://www.emc.com/leadership/digital-universe/2014iview/internet-of-things.htm>
 - 12 Barbier, Joel, Joseph Bradley, Doug Handler. "Embracing the Internet of Everything To Capture Your Share of \$14.4 Trillion." Cisco. 2013년. http://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/innov/IoE_Economy.pdf



© Copyright IBM Corporation 2014

IBM Corporation
IBM Global Business Services
Route 100
Somers, NY 10589

Produced in the United States of America
July 2014

IBM, IBM 로고 및 ibm.com은 전세계 여러 국가에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 타사의 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보"(www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

본 문서는 발행일 기준으로 최신이고 IBM은 이를 통지없이 변경할 수 있습니다. 본 문서에서 언급된 모든 오퍼링이 IBM이 영업하고 있는 모든 국가에서 제공된다는 것을 의미하지는 않습니다.

본 문서의 모든 정보는 타인의 권리 비침해, 상품성 및 특정 목적에의 적합성에 대한 묵시적 보증을 포함하여 묵시적이든 명시적이든 어떠한 종류의 보증 없이 "현상태대로" 제공됩니다. IBM 제품은 제공된 제품에 적용된 계약의 이용 약관에 따라 보증됩니다.



Please Recycle