

디지털 트랜스포메이션의 첫 단계는 IT 기업화이다



김순덕 상무
한국오라클 ODP 세일즈 컨설팅



디지털 트랜스포메이션의 사전적 정의는 ‘디지털 기술을 사회 전반에 적용하여 전통적인 사회 구조를 혁신시키는 것’으로 정의되어 있다. (출처: IT 용어사전)

시장조사 전문기관인 IDC는 이렇게 정의 내렸다. ‘기업이 새로운 비즈니스 모델, 제품, 서비스를 창출하기 위해 디지털 역량을 활용함으로써 고객 및 시장의 파괴적인 변화에 적응하거나 이를 추진하는 지속적인 프로세스’ 음... 이해는 되지만 뭔가 딱 와 닿지 않는 용어이다.

다른 정의를 볼까요?

로아 컨설팅에서는 디지털 트랜스포메이션을 이렇게 정의하기도 했다. ‘기존의 전통적 제조기업의 비즈니스 방식에서 실시간 데이터 수집-분석 기술 역량을 바탕으로 양면-다면의 다양한 생산자-소비자가 새로운 가치 획득이 가능한 생태계 중심 플랫폼 비즈니스로 전환되는 현상을 통칭한다.’

그래서 쉽게 ‘**모든 기업이 IT 기업화 되어가는**’이라고 정의할 수 있다.

“아니, 우리 기업은 제조기업인데요? 그럼 지금부터 IT기업이 되라는 말입니까?”라고 반박하실 수 있다.

‘디지털 트랜스포메이션’의 저자 조지 웨스터먼은 디지털 역량이 높고 리더십이 뛰어난 기업들을 분석했다.

약 5개 기업, 150여명의 임원 인터뷰를 진행한 저자는 성공적으로 디지털 트랜스포메이션을 수행하기 위한 요소를 뽑아내고 디지털 역량과 리더십 역량을 높이는 과정을 설명했다. 기업들의 성공사례를 지켜보았더니 이들이 모두 IT 기업으로의 변화를 추구했다는 점을 밝혀낸다. 전통적인 IT기업이 된다는 것은 아니지만 적어도 IT를 통해 변화를 꾀하고 그것이 성공에 이르렀다는 것이다.

쉬운 예로, 아마존은 몇 년 전만 하더라도 미국의 G마켓 정도로 인식되던 기업이었다. GE 제네럴 일렉트릭도 마찬가지로 냉장고를 만드는 가전 기업이었다. 아직도 이 두 기업을 이렇게 떠올리는 사람은 드물 것입니다. 그래도 이 두 회사는 온라인, 그리고 전자기술 등 ‘기술’이 전제된 기업이었다고 친다면, 이제 아주 관련이 없을 것 같은 기업을 한번 살펴보도록 하자.

글로벌 스포츠 브랜드인 나이키의 경우도 2010년부터 나이키 디지털 스포츠 팀을 신설하여 디지털을 통한 고객 관계 강화를 위한 새로운 방법을 모색했다.

필자도 스마트폰이 한창 보급되던 시기에 나이키 운동화를 샀더니 스마트폰과 연동이 되어서 내가 운동한 시간을 체크하는 기능이 탑재되어 있는 것을 보고 ‘어머, 세상 좋아졌다’ 라며 운동화를 구입했던 기억이 난다. 그게 성공하는 기업들이 준비한 결과임을 지금 느끼게 된다.

스타벅스의 경우는 어떨까요?

스타벅스는 지난 2008년 맥도날드의 가성비 좋은 커피와 던킨도너츠의 강세로 매출이 급감했다. 이런 위기 상황에 CEO 자리에 복귀한 하워드 쉘츠는 스타벅스의 핵심가치 집중을 위한 혁신 어젠다를 발표한다. 그중 눈에 띄는 것이 바로 기술혁신이었고, 이때 실리콘밸리의 IT 기업들과 제휴하여 최신의 디지털 기술을 적극적으로 도입한다. 고객 주문, 결제, 리워드, 개인화의 디지털 씨름을 중심으로 모바일 주문, 다양한 혜택을 통해

고객 경험을 강화한 대표적 케이스이다. 또한 스타벅스 선불카드의 도입으로 고객에게는 신선한 고객 경험을 제공하고 기업의 입장에서는 수수료를 절감하며 ‘충성고객 확보 + 이윤창출’ 두가지에 모두 성공하게 된다.

이제 왜 우리가 IT에 관심을 가져야 하는지 감이 조금 오시나요?

우리 기업은 제조업이니까, 우리 기업은 출판기업이니까, 우리 기업은 서비스 기업이니까.....

이제 그 장벽을 허물고 IT를 중심으로 리더에서부터 전 직원이 뚝뚝 뚫쳐야 한다.

IT에 관심을 갖고 이 변신을 얼마나 빠르게 그리고 잘 해내느냐 앞으로 여러분 기업들이 생존할 수 있느냐 없느냐의 기준이 될 것이다. 그러기 위해서는 우선 시스템을 갖추라는 제안을 드리고 싶다.

디지털 트랜스포메이션이 어떤 것인지 얼마나 중요한 것인지를 알았는데 무엇을 어떻게 해야 할지 모르겠다면 우선 기업 내부의 시스템을 살펴보세요.

과연 우리 기업은 직원들과 리더가 IT로 뚝뚝 뚫칠 수 있는 환경이 마련되어 있는지 살펴봐야 한다. 우리 기업은 이미 몇 년 전부터 ERP, CRM, HR 등을 통해 준비를 했다고 안주해서도 안된다. 그 시스템이 과연 지금 트렌드에 적합한지, 그 시스템으로 앞으로의 이윤창출이 가능할지, 또 인재를 관리할 수 있는지, 통찰력을 가지고 기업을 진두지휘 할 수 있는지 체크가 필요하다.

결론적으로, 이제 어떤 기업인지 그 종류를 불문하고 IT를 업고, IT를 타고 갈 수 있는 방법을 찾아야 한다. 리더를 중심으로 관리자에서 실무자까지 기술로 뚝뚝 뚫쳐야 한다. 단순히 새로운 기술을 따라가는 ‘척’ 만 해서 는 살아남을 수 없다.

그렇다면 시스템을 점검해 보세요. 과연 우리 기업은 어떤 시스템으로 무장했는지 말이지요.

하루가 멀다하고 쏟아지는 새로운 IT 용어를 흡수하고, 급변하는 트렌드에 발맞추어 나가기 위해 준비하는 기업만이 디지털 트랜스포메이션을 성공적으로 이끌 수 있다.