

# 디지털 전환에 왜 주목해야 하는가



디지털 전환은 비즈니스의 모든 영역에 디지털 기술을 통한 디지털화를 거쳐 비즈니스 운영 전반에서의 운영 혁신을 통해 효율성을 높이고, 고객에게 보다 높은 가치를 실시간으로 제공하는 솔루션으로 제공한다. 오늘날과 같이 빠르게 변화하는 기술 중심의 세계에서 디지털 전환은 우리의 비즈니스에서 중요한 과제가 되었다.[편집자 주]



# 디지털 전환과 새로운 비즈니스 전략

(Digital Transformation)

디지털 전환은 비즈니스의 모든 영역에 디지털 기술을 통합하여 비즈니스 운영 방식을 근본적으로 변화시킨다

● 오늘날 급변하는 비즈니스 환경에서 기업은 경쟁력과 관련성을 유지하기 위해 지속적으로 적응해야 합니다. 앞서 나가고자 하는 기업이 관심 있게 받아들여야 할 가장 중요한 것은 디지털 전환(Digital Transformation)입니다. 과거에는 디지털 전환을 대기업만이 감당할 수 있는 사치품으로 여겼습니다. 그러나 오늘날과 같은 디지털 시대에서는 모든 규모의 기업이 살아남기 위해 디지털 기술을 수용하고 디지털 전환을 통해 새로운 비즈니스 전략을 마련해야 합니다. 그렇게 하지 못하는 기업은 경쟁사에 뒤처지고 도태될 위험이 있습니다.

디지털 시대는 우리가 생활하고 일하고 상호 작용하는 방식을 완전히 변화시켰습니다. 기술의 급속한 발전으로 기업과 조직은 이제 경쟁력을 유지하고 고객과 이해 관계자의 진화하는 요구를 충족하기 위해 비즈니스와 직원들의 업무 환경을 디지털 방식으로 혁신해야 합니다. 지난 3년간 우리들의 생명까지 위협하면서 업무환경과 생활방식을 바꾸도록 했던 코로나19(COVID-19) 팬데믹도 이러한 디지털 전환을 더욱 가속화하는데 기여했습니다.

디지털 전환(Digital Transformation)은 비즈니스의 모든 영역에 디지털 기술을 통합하여 비즈니스 운영 방식과 고객에게 가치를 제공하는 방식을 근본적으로 변화시키는 것을 말합니다. 여기에는 최신의 디지털 및 IT 기술을 사용하여 프로세스를 자동화하고 능률화하고 고객 경험을 개선하며 새로운 통찰력과 기회를 얻는 것이 포함됩니다. 기업들은 디지털 전환을 수용함으로써 효율성을 개선하고 수익을 늘리며 빠르게 변화하는 비즈니스 환경에서 협업을 강화하고 지속가능성을 유지할 수 있습니다.

디지털 전환은 세일즈, 마케팅, 고객 서비스 등 각 부문의 전통적인 역할에 얽매이지 않는다는 것을 명심해야 합니다. 디지털 전환은 고객을 이해하고 소통하는 방법과 모두 연결되어 있기 때문입니다. 비즈니스 관리 수단이 종이에서 스프레



(image. B&R)

오늘날 고객들은 디지털로 연결되고 디지털 기술에 의존한다

드시트나 스마트 애플리케이션으로 바뀌면서 디지털 기술을 사용해 비즈니스 수행과 고객 참여 방식을 재구성할 기회가 생겼습니다.

이제 막 시작하는 소규모 비즈니스의 경우 한 번 설정한 비즈니스 프로세스를 나중에 다시 바꿀 필요가 없고, 처음부터 조직의 미래를 대비할 수 있습니다. 포스트잇과 수기로 작성한 장부로 이루어졌던 21세기 비즈니스는 이제 지속 가능성이 없습니다. 사고, 계획, 구축이 디지털 방식으로 이루어지면 민첩성과 유연성을 갖춘 새로운 비즈니스를 마련하고, 이를 통해 성장할 수 있습니다.

디지털 전환에서 기대할 수 있는 이점 중 하나는 바로 효율성 향상입니다. 수동 프로세스를 자동화하고 디지털 도구를 활용하여 운영을 간소화함으로써 기업은 운영 비용을 크게 줄이고 생산성을 높일 수 있습니다. 또한 디지털 전환은 향상된 고객 참여 및 더 나은 고객 경험으로 이어져 기업이 고객과 더 강력한 관계를 구축하고 충성도 높은 고객들을 늘리는데 도움이 될 수 있습니다.

특히 오늘날 고객들은 디지털로 연결되고 디지털 기술에 의존합니다. 고객은 항상 연결되어 있으며, 그들이 거래하는 기업에도 똑같이 하루 24시간 액세스할 수 있기를 점점 더 많이 바라고 기대합니다. 모바일 디바이스와 SNS를 통해서 고객과 소비자들은 이러한 연결과 접근이 가능한 것입니다.

세일즈포스 보고서 ‘State of the Connected Customer (Connected Customer의 현황)’ 제1판에서 조사에 응한 고객의 절반 이상이 기술이 발달함

에 따라 고객과의 상호작용 방식에 대해 기업에 거는 기대치가 매우 높아졌다고 답했습니다. 좀 더 구체적으로 Harvard Business Review에서는 73%의 고객이 쇼핑에서 개인화된 경험을 제공하는 브랜드와 거래하기를 선호한다고 답했습니다.

또 세일즈포스 연구 보고서에서 57%의 소비자가 제품을 구매하는 기업의 혁신성 여부가 절대적으로 중요하거나 매우 중요하다고 답했습니다. 혁신성을 갖추지 못할 경우, 소비자는 새로운 구매처를 찾게 될 것입니다. 응답자의 70%는 새로운 기술 덕분에 다른 거래처를 찾기가 훨씬 쉬워졌다고 답했습니다.

### 디지털 전환을 위한 디지털 혁신의 3가지 측면

디지털 혁신 이니셔티브의 주요 목표는 비즈니스 리더와 팀의 운영 합리화 및 경쟁력을 지원하는 것

SAP는 '무엇이 디지털 전환인가'라는 리포트를 통해 비즈니스 혁신과 디지털 혁신을 결합하고 추진해 나가야 하는지를 진단했습니다. 리포트는 "오늘날의 비즈니스에서는 현재와 같은 비즈니스 환경에서 경쟁하기 위해 디지털화가 필요할지 여부는 더이상 중요하지 않다"고 강조하고, 무엇보다 중요한 것은 "얼마나 빠르게 디지털 전환이라는 디지털 혁신 여정을 시작할 수 있는가"가 중요하다고 밝혔습니다.

오늘날의 비즈니스는 경쟁과 고객 수요가 빠르게 증가하는 시기입니다. 디지털 혁신 이니셔티브의 주요 목표는 비즈니스 리더와 팀의 운영 합리화 및 경쟁력을 지원하는 것입니다. AI, IoT, RPA등과 같은 디지털 전환을 위한 새로운 기술은 혁신을 추진하는데 있어 중심적인 역할을 하지만 비즈니스 프로세스, 비즈니스 모델, 조직 문화, 변화에 대한 수용성을 중시합니다.

SAP는 모든 혁신 계획은 다음과 같은 3가지 측면에서 살펴보아야 한다고 분석합니다.

**1. 비즈니스 프로세스 혁신:** 여기에는 프로세스 자동화를 통해 변화하는 비즈니스 목표, 경쟁 및 고객 요구사항을 충족하기 위해 핵심 프로세스(종종 오래 걸리는 프로세스 및 워크플로우)를 변경하고 조정하는 작업이 포함됩니다. 종종 상호 교환적으로 사용되는 용어에도 불구하고, 디지털 전환은 비즈니스 혁신의 하위 집합입니다. 디지털 전환은 프로세스 변화를 뒷받침하고 지원하는 연결된 기술 프레임워크를 구축합니다.

워크플로우 관리의 개선으로 인해 비즈니스 운영 내에서 비즈니스 프로세스 혁신에 대한 증거를 처음부터 끝까지 확인할 수 있습니다. 예를 들어, 기업은 디지털화된 클라우드 기반 공급망 관리 시스템을 구현하여 다운타임을 줄이고 생산을 간소화하며 수익성을 높일 수 있습니다.

**2. 비즈니스 모델 혁신:** 비즈니스 프로세스 혁신은 비즈니스의 워크플로우 및 태스크 관련 영역에 초점을 맞추는 반면, 비즈니스 모델 혁신은 특정 산업에

서 가치를 제공하는 기본 구성 요소에 초점을 맞춥니다. 본질적으로 기업들은 디지털 변환을 사용하여 기존의 비즈니스 모델을 바꾸고 있습니다.

자동차 산업에서 디지털 기술은 구독 기반 비즈니스 모델과 청구 프로세스를 중앙 집중화하고 자동화할 수 있는 능력을 제공합니다. 급변하는 고객 수요와 일반적인 문화적 변화에 결합되어 기존의 자동차 구매는 구독 기반 모델을 통해 변화하고 있습니다.

**3. 조직적 및 문화적 혁신:** 성공적인 디지털 혁신은 조직의 문화와 가치에 부합해야 합니다. 기업 문화에 대한 기업 내부의 신뢰 하락은 인력의 생산성, 진취성 및 복지에 영향을 미칠 수 있기 때문입니다. 새로운 디지털 기술을 너무 느리거나 부정적인 방식으로 채택하게 되면 목표를 놓치고 경쟁력, 수익, 브랜드 가치를 잃을 수 있습니다.

조직적 혁신은 디지털 혁신이 직무와 워크플로에 미칠 영향과 리더십이 장기적으로 이러한 리스크와 노력을 감수할만한 가치가 있다고 느끼는 이유는 무엇인지에 관해 하향식 협업과 개방적인 논의를 통해 가장 잘 달성될 수 있습니다.

## 디지털 전환을 앞당기는 혁신 기술

### 사물 인터넷

IoT 네트워크의 기기와 머신은 디지털 데이터를 송수신할 수 있습니다. 기계의 로그와 유지보수 리포트를 분석해 성능과 효율을 최적화합니다. AI 기반의 비즈니스 시스템은 이러한 정보의 패턴과 트렌드, 상관관계를 지속적으로 분석합니다. 여기서 얻은 통찰로 예지 정비와 자동화된 워크플로를 지원합니다. 머신러닝 애플리케이션이 IoT 데이터를 통한 학습을 계속하면서 시간이 흐를수록 효율성과 생산성이 향상됩니다.

### 로봇 공학과 로봇 프로세스 자동화(RPA)

로봇 공학과 RPA는 자동화된 프로세스를 통해 반복 작업 또는 사전 프로그래밍된 작업을 수행합니다. 로봇 장치는 특정 물리적 작업을 실행하도록 설정되어 움직이는 기계 부품으로 구성됩니다. RPA 프로세스도 마찬가지로 프로그래밍되고 자동화되어 있지만, 실제 장치가 아닌 소프트웨어 프로세스로서 존재하며 기본적으로 행정 업무를 수행합니다.

### 빅데이터

빅데이터란 엄청나게 많은 양의 다양한 데이터에서 가치 있는 의미를 찾아내고 활용하여 결과를 분석하는 데이터 기술입니다. 빅데이터는 숫자와 같이 정형화된 데이터 뿐만 아니라 음성 같은 비정형 데이터도 포함하여 의사 결정에 도움이 되는 결과를 도출합니다.

빅데이터 기술은 DX 기술에서 아주 중요한 역할을 담당하고 있는데요. 고객의

머신러닝 애플리케이션이 IoT 데이터를 통한 학습을 계속하면서 시간이 흐를수록 효율성과 생산성이 향상된다

AI와 머신러닝으로 정확하고 의미 있는 결과를 얻으려면 우수한 학습 및 분석을 지원할 수 있을 정도로 충분한 크기의 데이터세트가 필요하다

행동과 심리를 데이터를 통해 분석하고 파악하여 회사의 방향성과 비즈니스 모델을 찾을 수 있기 때문입니다. 빅데이터를 통해 찾아낸 가치들은 회사의 수익 창출을 직접적으로 발생시키므로 앞으로도 빅데이터의 역할은 더욱더 커질 것으로 예상됩니다.

### 인공지능(AI)과 머신러닝(ML)

인공지능은 컴퓨터가 인간이 지니고 있는 학습, 기억, 지각, 추론 능력을 컴퓨터를 통해 모방하고 구현하는 것을 의미합니다. 컴퓨터는 인공지능 (AI)으로 스스로 학습하고 판단하며 기업의 업무 자동화를 구현하고 있습니다.

빅데이터도 AI 및 머신러닝과 함께 성장해 왔습니다. 빅데이터를 처리하고 이해하려면 AI와 머신러닝을 활용해야 합니다. AI와 머신러닝으로 정확하고 의미 있는 결과를 얻으려면 우수한 학습 및 분석을 지원할 수 있을 정도로 충분한 크기의 데이터세트가 필요합니다. 빅데이터와 AI, 분석 등의 병행은 비즈니스와 디지털 혁신의 기반인 동시에 예측 계획과 반응형 자동화의 원동력입니다.

### 현대식 ERP와 데이터베이스 기술

최고의 클라우드 ERP 솔루션은 인메모리 데이터베이스 기술을 적용해 고도의 확장성과 적응력을 제공합니다. 이 솔루션은 기본적으로 디지털 비즈니스 전환을 좌우하는 '두뇌' 역할을 하기 때문에 중요합니다. ERP는 회사 운영에 필요한 모든 핵심 프로세스(재무, HR, 제조, 공급망 등)를 단일 시스템에 통합합니다. AI 기술로 지원되는 현대식 ERP를 사용한다면 빅데이터를 관리하고 처리할 뿐 아니라 분석하고 학습할 수 있습니다.

### 클라우드

클라우드는 인터넷 상의 서버 저장 공간으로 각각의 컴퓨터나 데이터 저장소가 아닌 웹 상에 데이터를 저장하는 DX 기술입니다. 클라우드는 크게 세 가지 종류로 분류하는데요. 인프라를 가상 환경에서 사용할 수 있는 IaaS, 플랫폼을 클라우드에서 사용하는 PaaS, 그리고 클라우드 기반의 소프트웨어 개념인 SaaS가 있습니다.

클라우드의 가장 좋은 점은 저장 공간의 물리적인 제약이 없어 어디서든 인터넷 접속과 로그인만으로 필요한 서비스를 활용할 수 있다는 점입니다. 또한 기업들은 직접 데이터 센터를 만들 필요 없이 클라우드에 이미 구축된 서버 인프라를 상대적으로 저렴한 비용으로 활용할 수 있습니다. 클라우드는 복잡하고 방대한 빅데이터 기술과 인공지능을 사용하기 위해 필수적인 기술입니다. 여러 DX 기술을 원활하게 활용하기 위해서 앞으로도 클라우드의 중요성은 더욱 커질 것으로 보입니다.

### 블록체인

블록체인은 데이터를 한 곳에 모아 두는 것이 아니라 데이터를 여러 곳에 분산하여 처리하는 기술입니다. 블록체인 기술은 거래 내역을 무수히 많은 다른 기기에 저장하여 놓기 때문에 해킹에서 안전하고 개인 정보를 보호할 수 있다는 장점이



(image. amazon)

있습니다.

암호 화폐에만 국한되어 있던 블록체인 기술은 점차 영역이 확대되어 각종 거래와 결제 시스템에 활용되고 있습니다. 블록체인 기술로 인해 절차의 투명성을 높이고 중앙기관 없이 직접 거래를 통해 수수료를 절감할 수 있습니다. 블록체인은 신뢰성과 투명성 보장이라는 장점을 활용해 앞으로도 각종 비즈니스 프로세스에 도입되어 업무의 신뢰성을 제고하는 역할을 할 것으로 기대됩니다.

### 디지털 전환을 통한 새로운 비즈니스 전략으로 살아가는 기업들

디지털 시대는 전통적인  
비즈니스 모델을 파괴하고  
성장과 혁신을 위한 새로운  
기회를 제공

디지털 전환은 곧 비즈니스 전환입니다. 이는 직원부터 고객까지 모든 사람에게 더 나은 근무 환경을 제공하기 위한 기본적인 열망이 이끄는 변화입니다. 경쟁업체가 디지털 전환을 통해 생산 간소화, 유통 확대, 더 나은 작업 공간 조성, 전반적인 고객 경험 개선을 성공적으로 추진하고 있다면, 우리 회사는 어떻게 해야 할까요?

디지털 시대는 전통적인 비즈니스 모델을 파괴하고 성장과 혁신을 위한 새로운 기회를 열었습니다. 많은 기업이 경쟁력을 유지하고 고객과 이해관계자의 늘어나는 요구를 충족하기 위한 중요한 전략으로 디지털 전환을 수용하고 있습니다. 우리에게 많이 익숙한 기업들과 새로운 비즈니스들이 이러한 디지털 전환과 이를 바탕으로 한 새로운 비즈니스 전략을 통해 성장하고 있습니다.

온라인 e커머스의 새로운 역사를 쓰고 있는 **아마존(Amazon)**이 대표적인 기업입니다. 아마존은 혁신적인 기술 사용을 통해 소매 산업을 변화시켜 고객에게 원활하고 개인화된 쇼핑 경험을 제공합니다. 이 회사는 공급망 관리에서 고객 서비

# 세일즈포스가 제시하는

## “우리회사 비즈니스에서 디지털 전환이 필요하다는 신호들”

비즈니스 혁신의 모습과 방법을 살펴보기 전에 다음과 같은 근본적인 부분을 생각해 봐야 한다. 우리는 어떤 과정을 거쳐 종이와 연필로 기록하던 비즈니스 환경에서 디지털 기술로 세계를 바꾸는 수준에 이르렀을까?

### 비즈니스에 디지털 전환이 필요함을 알리는 신호

비즈니스에 디지털 전환이 필요함을 알리는 신호는 조직의 다양한 부분에서 나타날 수 있다. ‘진작에 디지털화 해야 했다’는 한탄이나, ‘왜 인스타그램을 하지 않느냐’는 질문보다 더 다양한 비즈니스 문제들로 나타날 수 있다. 여러분의 비즈니스가 다음 중 하나 이상의 항목에 해당한다면 디지털 전환 전략 개발을 진지하게 고려해야 할 때이다.

- 1. 회사가 이전에 받았던 의뢰를 받지 못하고 있다:** 오늘날 의뢰는 점점 더 소셜 미디어, 앱, 이메일 및 메시징을 통해 온라인으로 공유되고 있다. 공유하기 쉽고 강력한 디지털 기능을 갖추고 있지 않다면 고객의 의뢰를 놓칠 수 있다.
- 2. 반복 거래가 예전 같지 않다:** 고객이 다시 돌아오지 않는다고 해서 반드시 제품과 서비스가 적절하지 않다는 신호는 아니다. 반복 거래가 줄어드는 데는 경쟁업체의 판촉, 후속 커뮤니케이션 부족 및 기타 여러 가지 이유가 있을 수 있다. 메시징 전략에 디지털 전환을 도입하면 반복 거래가 감소한 이유를 밝힐 수 있을 것이다.
- 3. 검증된 프로모션이 더 이상 잠재고객을 발굴하지 않는다:** 좋은 성과를 보였던 프로모션이 더 이상 효과가 없는 이유는 무엇일까? 프로모션의 효과를 측정하고 있는가? 인쇄 홍보의 영향은 정확한 파악이 어렵고, 작년에 성공했던 디지털 전략도 올해는 효과적이지 않을 수 있다. 프로모션이 잠재고객을 발굴하지 못한다면 마케팅에 대한 새로운 상향식 접근 방식이 필요할 수 있다.
- 4. 원활하지 못한 협업, 정보 공유 부족, 독단적으로 운영되는 팀 등에 대한 부서 간 불만이 증가하고 있다:** 세일즈 팀과 마케팅 팀이 어울릴 수 없다는 것은 이제 구시대적 발상이다. 협업은 오늘날의 진보적인 비즈니스 문화에서 매우 중요한 용어이며, 사일로에 있는 데이터를 필요한 사람에게 전달하는 것이 핵심이다. 모든 디지털 기반의 핵심은 부서 간 비즈니스 데이터에 액세스하고 활용하는 것에 있다.
- 5. 기술 시스템이 오래된 것 같고, 직원들이 소비자 앱에서 익숙하게 사용하는 기능을 회사에 요구한다:** 스프레드시트는 훌륭한 기능이지만, 모든 일에 사용해서는 안 된다. 특정 요구사항을 충족하고, 데이터 공유를 위해 통합되어야 하며, 데스크톱과 모바일 전반에서 사용자 친화적인 경험을 제공하는 최신 비즈니스 앱을 갖춰야 한다. 현재 회사가 보유한 기술로 전부는 아니더라도 대부분의 기능을 제공하지 못한다면 그런 기능을 갖춘 기술 플랫폼을 살펴봐야 할 때인 것이다.

이러한 문제의 근본 원인을 알아보기 위해 깊이 파고들면, 올바른 의사 결정에 필요한 비즈니스 데이터에 대한 적절한 가시성이 부족하다는 것을 깨닫기도 한다. 소규모 기업은 서로 소통되지 않는 여러 애플리케이션에 기반하여 구축되는 경우가 많다. 기술 인프라를 개선하여 비즈니스 전반에 걸쳐 데이터 공유 및 분석을 쉽게 만드는 일은 정보에 기반하여 더 나은 의사 결정을 도출하기 위한 핵심 과정이다.

스에 이르기까지 운영의 모든 단계에서 디지털 전환을 수용하고 데이터 및 분석을 사용하여 즉각적인 의사 결정을 알리고 성장을 주도했습니다.

디지털 콘텐츠 부문에서는 단연 넷플릭스(Netflix)가 있습니다. 최근에는 K콘텐츠의 부상으로 우리의 일상 생활이 되었다고 해도 과언이 아닐 것입니다. 넷플릭스는 구독 기반 비디오 스트리밍 서비스를 제공하고 기술을 활용하여 고객에게 개인화되고 매력적인 경험을 제공함으로써 엔터테인먼트와 콘텐츠 산업을 완전 재편했습니다. 이 회사는 데이터 및 분석을 사용하여 디지털 전환을 수용하고 제품을 지속적으로 개선하며, 참신한 새로운 콘텐츠를 창조하고 전파하는데 까지도 새롭고 혁신적인 방식으로 고객을 참여시킵니다.

우버(Uber)와 에어비앤비(Airbnb)도 디지털 전환의 대표적인 비즈니스 플랫폼입니다. 승차 공유 플랫폼인 우버는 기술의 혁신적 사용을 통해 운송 산업에 혁명을 일으켰으며 원활하고 사용자 친화적인 앱을 통해 승객과 운전자를 연결했습니다. 숙박 공유 플랫폼은 에어비앤비는 개인이 여행자에게 집이나 아파트를 임대할 수 있는 플랫폼을 제공함으로써 세계 시장에서 여행 및 숙박 산업은 물론 여행 방식에 대한 문화까지 변화시켰습니다.

국내에서도 카카오 모빌리티를 포함해 배달의민족, 쿠팡, SSG, 마켓컬리/뷰티컬리, 여기어때, 직방을 비롯한 많은 새로운 기업과 플랫폼들이 성공적인 비즈니스를 성장시켜 나가고 있습니다. 특히 **카카오 모빌리티**는 카카오 모바일 플랫폼을 기반으로 “카카오T”라는 공동 브랜드를 통해 택시, 여행, 대리기사, 퀵/도보배송, 세차/정비, 중고차매매, 주차관리에 이르기까지 이동성(모빌리티) 관련 모든 서비스를 모바일을 통한 디지털 환경에서 구현해 나가고 있어 주목됩니다.

전통적인 제조업체에서 서비스업체로 비즈니스 전환에 성공적으로 나가고 있는 대표적인 업체는 에디슨이 1878년 설립한 **GE(General Electronics)**입니다. GE는 산업인터넷(IIoT) 플랫폼 프레딕스(Predix)를 기반으로 디지털 트윈을 적극적으로 산업 현장에서 활용하고 있습니다. 항공기 엔진, 병원의 자기공명영상(MRI)장치, 발전소 가스터빈 등 산업 현장에서 사용하는 장비들은 방대하고 중요하며 복잡한 데이터들을 끊임없이 생성합니다. 하지만 이 데이터들은 대부분 적재적소에 사용되지 못하고 낭비되고 있었죠.

GE는 날이 복잡해지는 기계와 시스템 속에서 이와 같은 비효율성 문제를 ‘산업인터넷(IIoT)’ 솔루션으로 해결하고자 했습니다. 실제로 미국 항공사들은 GE의 산업인터넷 기반 항공기 지능형 유지보수 예측 시스템을 이용해 연간 6만 회의 항공편 지연 및 취소를 방지했고, 미국 동부 최대 철도 운영회사인 노퍽서던(Norfolk Southern)도 GE의 운행 최적화 시스템을 도입해 열차 속도를 10~20% 높이고 연료 사용을 약 6.3% 절감할 수 있었다고 합니다.

이러한 디지털 전환을 통한 새로운 비즈니스 전략을 성공적으로 실현하고 있는 기업과 플랫폼들은 남보다 빠르고 혁신적으로 디지털 전환을 강력하게 추진하는 과정에서 새로운 기회를 맞이하고 있는 것입니다. 무엇보다도 이들은 명확한 전략으로부터 시작했습니다. 목표, 일정 및 주요 이니셔티브를 요약하여 디지털 전

디지털 전환을 통한 새로운  
비즈니스 전략을 성공적으로  
실현하고 있는 기업과  
플랫폼들은 남보다 빠르고  
혁신적으로 디지털 전환을  
강력하게 추진하는 과정에서  
새로운 기회를 찾았다

환을 위한 명확한 전략을 개발하고, 그 전략이 전반적인 비즈니스 목표와 일치하고 고위 경영진의 적극적인 지원으로 이어진 결과입니다.

여기에 조직내에 혁신 문화를 장려하고 직원들이 새로운 기술과 아이디어를 수용할 수 있도록 지원하는 것이 중요합니다. 기술 전문가, 데이터 과학자 및 변경 관리 전문가를 포함하여 디지털 변환을 추진할 강력한 전문가 집단을 양성하고 구성하는 것도 빠뜨릴 수 없는 과정입니다. 그리고 변화된 업무와 비즈니스 환경에서 부서와 이해 관계자 및 파트너 간의 활발한 협업을 확대하고 시스템을 마련하는 것도 필요합니다. 무엇보다 열린 커뮤니케이션 도구를 일상화해 직원과 파트너, 고객과의 정보 공유와 피드백을 비즈니스 의사 결정과 평가에 적극 활용해 나가야 합니다.

카카오 모빌리티는 카카오 모바일 플랫폼을 기반으로 “카카오T”라는 공동 브랜드로 이동성(모빌리티) 관련 모든 서비스를 모바일 환경에서 구현해 나가고 있어 주목

국내에서도 카카오 모빌리티를 포함해 배달의민족, 쿠팡, SSG, 마켓컬리/부티컬리, 여기어때, 직방을 비롯한 많은 새로운 기업과 플랫폼들이 성공적인 비즈니스를 성장시켜 나가고 있습니다. 특히 카카오 모빌리티는 카카오 모바일 플랫폼을 기반으로 “카카오T”라는 공동 브랜드를 통해 택시, 여행, 대리기사, 퀵/도보 배송, 세차/정비, 중고차매매, 주차관리에 이르기까지 이동성(모빌리티) 관련 모든 서비스를 모바일을 통한 디지털 환경에서 구현해 나가고 있어 주목됩니다.

이러한 디지털 전환을 통한 새로운 비즈니스 전략을 성공적으로 실현하고 있는 기업과 플랫폼들은 남보다 빠르고 혁신적으로 디지털 전환을 강력하게 추진하는 과정에서 새로운 기회를 맞이하고 있는 것입니다. 무엇보다도 이들은 명확한 전략으로부터 시작했습니다. 목표, 일정 및 주요 이니셔티브를 요약하여 디지털 전환을 위한 명확한 전략을 개발하고, 그 전략이 전반적인 비즈니스 목표와 일치하고 고위 경영진의 적극적인 지원으로 이어진 결과입니다.

여기에 조직내에 혁신 문화를 장려하고 직원들이 새로운 기술과 아이디어를 수용할 수 있도록 지원하는 것이 중요합니다. 기술 전문가, 데이터 과학자 및 변경 관리 전문가를 포함하여 디지털 변환을 추진할 강력한 전문가 집단을 양성하고 구성하는 것도 빠뜨릴 수 없는 과정입니다. 그리고 변화된 업무와 비즈니스 환경에서 부서와 이해 관계자 및 파트너 간의 활발한 협업을 확대하고 시스템을 마련하는 것도 필요합니다. 무엇보다 열린 커뮤니케이션 도구를 일상화해 직원과 파트너, 고객과의 정보 공유와 피드백을 비즈니스 의사 결정과 평가에 적극 활용해 나가야 합니다.

### 업무 환경에서의 디지털 전환

우리의 업무 환경에서 디지털 전환을 수용하는 중요한 측면은 비즈니스 전반에서 디지털 기술의 사용이 증가하고 있다는 것입니다. 스마트폰과 노트북에서 인터넷과 클라우드 컴퓨팅을 넘어 인공지능(AI)과 머신러닝(ML)에 이르기까지의 다양한 기술들은 우리가 정보를 전달하고 접근하는 방식을 혁신적으로 변화시켰습니다. 또한 온라인 화상회의 및 스마트한 회의실 솔루션을 위한 새로운 기술을 도입

직원들이 디지털 전환에 대한 가능성에 대한 의지를 가져야 하며, 새로운 기술을 효과적으로 사용할 수 있도록 교육받고 장비를 갖추도록 지원하는 것이 필요

한 환경 구축도 한 몫하고 있습니다. 업무 환경에서의 디지털 전환은 이러한 도구를 최대한 활용해 효율성과 생산성을 높이고 고객 경험을 개선하는 것입니다.

업무 환경에서 디지털 전환은 효율성 향상을 제공합니다. 예를 들어 디지털 도구는 많은 수작업 프로세스를 자동화하여 직원들이 보다 중요한 작업에 집중할 수 있도록 합니다. 이를 통해 더 빠르고 정확한 의사 결정을 내릴 수 있을 뿐만 아니라 오류와 실수를 줄일 수 있습니다. 또한 디지털 도구를 사용하면 직원이 더 쉽게 협업하고 정보를 공유할 수 있으므로 수동 통신의 필요성이 줄어들고 정보 흐름 속도가 빨라집니다.

특히 디지털 전환은 향상된 고객 경험을 제공합니다. 디지털 기술을 사용하여 기업은 이제 고객과 실시간으로 상호 작용하여 고객이 필요할 때 필요한 정보와 서비스를 제공할 수 있습니다. 이를 통해 고객 충성도를 높이고 고객 불만을 줄이며 전반적인 고객 만족도를 높일 수 있습니다. 또한 디지털 전환은 기업이 고객 상호 작용을 개인화해 고객을 더 잘 이해하고 필요한 서비스와 제품을 맞춤형으로 제공할 수 있도록 지원합니다.

업무 환경에서의 디지털 전환은 직원 몰입도와 사기에도 상당한 영향을 줍니다. 직원에게 업무 효율성을 높이는데 필요한 디지털 도구와 기술을 제공함으로써 직원들은 더 가치 있고 의욕을 느낄 수 있습니다. 또한 새로운 기술을 배우고 새로운 경험을 얻음에 따라 전문성 개발을 위한 새로운 기회를 창출할 수도 있습니다.

그러나 업무 환경에서의 디지털 전환이 아무 문제가 없는 것은 아닙니다. 가장 큰 도전 과제 중 하나는 직원들이 디지털 전환에 대한 가능성에 대한 의지를 가져야 하며, 새로운 기술을 효과적으로 사용할 수 있도록 교육을 받고 장비를 갖추도록 하는 것이 필요합니다. 또한 코로나19와 함께 우리는 이미 재택근무와 협업 프로젝트를 경험하면서, 스마트한 온/오프라인 회의 시스템이 업무 집중도에 얼마나 큰 영향을 미치는지 경험했습니다. 이를 위해서는 솔루션 구축과 교육 및 지원에 상당한 투자가 필요합니다.

## 결론

디지털 전환(Digital Transformation)을 통해 새로운 비즈니스 전략을 성공적으로 추진하고 있는 기업들은 디지털 전환의 가능성에 대한 강력한 의지와 추진력을 통해 조직을 재정비하고 개인화된 서비스를 통해 충성도 높은 고객을 확보하는 선순환 구조를 구축해 나가고 있습니다. 여기에 함께 하지 못하고 있다고 해서, 아직 늦은 것은 아닙니다. 업무 환경 뿐만 아니라, 우리의 생활 방식에 대한 대부분을 바꾸고 혁신하는 디지털 전환을 통한 새로운 비즈니스 전략은 멀리 있지 않습니다. 그리고 이를 위해 마련해야 하는 업무 환경에서 다양한 혁신기술을 가까이해야 할 것입니다.©

# powerelectronics

파워일렉트로닉스 매거진



전력전자 엔지니어를 위한 국내외 최신 기술정보를 제공합니다.

**파워일렉트로닉스 매거진**은 국내 전력전자 엔지니어와 함께  
지속가능한 공유 에너지 사회를 추구합니다.



아이씨엔 [icn@icnweb.co.kr](mailto:icn@icnweb.co.kr)

파워일렉트로닉스 매거진 [www.powerelectronics.co.kr](http://www.powerelectronics.co.kr)

**ICN**