

# partners

Volume  
**08**  
2018. 07

partners with kakao



08

파트너의 꿈과 땀, 카카오가 있다

# with kakao

#헤세드미용실 #국토지리정보원  
#나나살롱 #속마음산책  
#카카오T #제주창조경제혁신센터  
#카카오헤어샵

kakao

kakao

# partners



#### COVER STORY

카카오와 파트너가 함께 만들어가는 이야기.  
8호 표지 주인공은 고객의 머리를 손질하고 있는 헤세드미용실  
구월동본점 헤어 디자이너. 시장 골목에 위치한 미용실이  
카카오헤어샵을 만나 고객들의 마음을 사로잡은 비결을 들어본다.

# with kakao



카카오 덕분에 강점에 자신감을 더했고

기술과 함께하는 내일을 설계하며





HESED

난관을 기회로 바꿀 수 있었어요

HESED

# Mason's talk

어느덧 초복이네요. '삼복더위'라는 말처럼 더위가 기승을 부리는 걸 보니 옛사람들이 이름 붙인 절기는 지금도 기막히게 들어맞는다는 생각이 듭니다. 절기를 기준 삼아 미묘하게 변하는 날씨를 보면서 카카오와 파트너의 관계를 떠올렸습니다. 카카오는 서로에게 기준점이 되어주는 여러 파트너들 덕분에 겨울도 여름도 든든하게 날 수 있으니까요. 그래서 이번 호에는 카카오와 함께 의미 있는 전환(轉換)을 이뤄가는 파트너 세 분을 소개합니다.

'헤세드미용실 구월동본점'은 2017년 하반기 카카오헤어샵 베스트 살롱으로 뽑힌 파트너입니다. 그 이후 지금까지 인천 지역 인기 순위 1위를 달리고 있죠. 재래시장의 외진 골목에 자리 잡았다는 약점을 극복하는 데 그치지 않고 강점으로 만들어낸 겁니다. 카카오헤어샵의 다양한 기능과 데이터, 카카오헤어샵에 누적된 고객 반응을 노련하게 활용한 덕분이라고 하네요. 이런 노하우는 다른 카카오헤어샵 파트너들에게 전해져 선순환을 만들고 있습니다. 방영주 원장, 정환준 이사, 이성희 실장의 경험담에 귀를 기울여보세요.

'국토지리정보원'은 카카오에 공간 정보를 제공하는 공공기관입니다. 국토지리정보원과의 협업으로 가공된 정보가 사용자들의 손바닥 위에서 카카오맵으로 구현되지요. 유기윤 원장님은 공간 정보를 4차 산업혁명 시대에 걸맞게 발전시키고 활용하기 위해 앞으로 카카오와 더욱 긴밀하게 동행하고 싶다고 하셨습니다. 유 원장님의 인터뷰를 읽으면서 미래의 지도를 상상해보는 건 어떨까요.

대구에 위치한 여성 의류 온라인 쇼핑몰 '나나살롱'은 치열한 경쟁 속에서 살아남기 위해 자신만의 강점에 집중하는 전략을 택했습니다. 명확한 콘셉트로 단골을 모으는 과정에 카카오타일이 속도를 붙여줬다고 합니다. 박혜진 이사는 브랜드나 가격보다 오직 상품의 이미지만으로 고객을 끌어모으는 카카오타일과 나나살롱의 성격이 잘 맞았기 때문이라고 설명합니다.

카카오 T 택시로 한결 편해진 일상을 누리는 청각장애인 이용자들을 '모두를 위한 연결' 시리즈의 네 번째 주인공으로 만나봤습니다. 마음이 지친 분들을 위해 첫선을 보인 '속마음산책' 프로젝트, 제주 지역사회의 발전을 위해 카카오와 협업 중인 제주창조경제혁신센터도 이번 호에 소개합니다. 지역아동센터 아이들의 친구가 된 카카오톡 미니 이야기도 만나보세요.

저희가 준비한 카카오 파트너들의 신선한 이야기가 무더위를 해소하는 데 조금이나마 도움이 되었으면 좋겠습니다.

**발행인 여민수**

# partners

spotlight	<b>미용실, 재래시장에서 승승장구하다</b> 헤세드미용실 구월동본점	14
dialogue	<b>함께 그리는 4차 산업혁명 시대의 지도</b> 국토지리정보원	36
story	<b>매일 입고 싶은 옷</b> 나나살롱	42
party	<b>내 마음속 침포 하나</b> 속마음산책	58

# with kakao

series	<b>카카오 T가 만든 뜻밖의 변화</b> 모두를 위한 연결	62
record	<b>새로운 연결로 꿈꾸는 창조의 섬</b> 제주 with Kakao	72
	<b>지역아동센터에 찾아온 특별한 친구</b> 카카오같이가치	76
info	<b>미용실, No-Show와 작별하다</b> 카카오헤어샵	80

# partners

카카오는 사람과 사람, 사람과 정보, 사람과 세상을 연결하는 플랫폼 역할을 통해 더 나은 세상을 만들어갈 수 있다고 믿습니다. 이번 호에는 카카오를 통해 한계를 극복한 파트너와 새로운 미래를 고민하는 파트너, 장점을 극대화한 파트너의 이야기를 담았습니다.

미용실, 재래시장에서 승승장구하다  
함께 그리는 4차 산업혁명 시대의 지도  
매일 입고 싶은 옷  
내 마음속 침포 하나

spotlight

# 미용실, 재래시장에서 승승장구하다



늘 봄비는 인천 모래내시장 안에서도 유독 한적한 골목이 있다. 헤세드미용실 구월동본점은 그 조용한 골목에 자리를 잡았다. 바깥 분위기와 달리 이곳은 카카오페이샵 인천 지역 1위의 인기 매장이다. 처음부터 손님이 많았던 것은 아니다. 시장을 가득 메운 인파가 그대로 유입되리라 기대했지만 현실은 그렇지 않았다. 그때 돌파구로 찾은 것이 카카오페이샵이었다.

**헤세드미용실 구월동본점**  
인천 남동구 모래내시장에 위치한  
염색/복구편 전문 미용실. 2017년 5월  
20일 설립됐다. 2018년 6월 현재 방영주  
원장을 포함한 디자이너 4명과 스태프  
2명, 총괄이사, 마케팅실장까지 총 8명이  
헤세드미용실에서 일하고 있다.

(왼쪽부터) 스태프 민경, 이성희 실장,  
디자이너 베티, 정환준 이사, 방영주 원장,  
스태프 한결, 디자이너 예림, 디자이너 원빈

# 헤어샵 운영의 완벽한 삼박자

방영주 원장님이 대표 헤어 디자이너를 맡고 계시고 정 이사님과 이 실장님의 전공 분야가 따로 있다고 들었습니다.

**정환준 이사** 10년간 화장품 회사에서 중국 지역 마케팅을 담당하다 반영구 화장 아카데미로 이직을 하면서 이성희 실장을 만났어요. 그곳에서 제가 기획 업무를, 이 실장이 마케팅을 했죠. 강남 지역의 메이크업 아카데미는 경쟁이 치열해서 전쟁터를 방불케 했어요. 그때 쌓은 노하우가 헤어샵 운영에 많은 도움이 되는 것 같아요.

**이성희 실장** 이사님께서 헤어샵을 운영하신다는 소식을 듣고 저도 도와드리겠다고 발 벗고 나섰어요. 인테리어 공사를 때부터 주말마다 와서 같이 포대 나르고 시멘트도 발랐어요. 작년 5월에 한창 공사를 했는데 정말 더웠던 기억이 나네요. 여긴 모두의 땀으로 이뤄낸 공간이에요.

**인천의 재래시장 골목을 선택한 이유가 있나요?**

**방영주 원장** 친정아버지와 오빠가 지금 인천에 살고 계신다는 것 말고는 사실 연고가 없어요. 서울 목동, 신림동에서 매장을 운영하다 중국으로 옮겨가 사업을 10년 넘게 했고, 다시 한국으로 돌아와 미용 교육 분야에서 일했어요. 중국 출장이 잦아 아침 비행기를 탈 때면 공항과 가까운 친정에 머물곤 했죠. 그런데 여기 모래내시장을 보니 항상 사람이 많더라고요. 주말이면 유동인구가 2만 명이래요. 명절이면 그야말로 발 디딜 틈 없이 사람들로 빼곡하고요. 저 많은 사람들을 우리 손님으로 끌어모을 수 있을 것 같았어요. 막상 오픈을 하고 나서야 잘못된 계산이라는 걸 알았지만요.

**이사님께서 반대는 안 하셨어요?**

**정환준 이사** 저도 잘될 줄 알았는걸요. 하지만 실제로는 그 많은 사람들이 시장만 왔다 가더라고요. 안쪽 골목의 미용실까지는 올 일이 없었던 거예요. 오픈 후 첫 일주일 동안 안 해본 게 없어요. 포스터랑 배너를 만들어 골목 입구에 세우고 플래카드 걸고, 직원들이랑 시장에 나가 쿠폰이랑 전단지도 열심히 배포했어요. 그런데 100장 뿌리면 2, 3명 정도 오더라고요. 뭔가 색다른 대책이 필요하다 싶었을 때 이 실장이 카카오토크어샵이라는 것이 있다고 알려줬어요.

손님의 고민을 해결하는 정확한 기술과 마음을 움직이는 세심한 서비스는 헤세드미용실이 오픈 1년 만에 카카오토크어샵 인천 지역 1위를 차지할 수 있었던 비결이다. 남다른 기획력과 서비스 마인드를 지닌 정환준 이사, 27년 경력의 헤어 디자이너 방영주 원장, 온라인 마케팅 실무에 능한 이성희 실장이 각자의 분야에서 치열하게 고민한 카카오토크어샵 100% 활용법을 들어본다.



**정환준 이사**  
화장품 회사에서 중국 지역 마케팅을 담당했고, 반영구 화장 아카데미에서 수년을 일했다. 방영주 원장의 남편.



**방영주 원장**  
27년 경력의 헤어 디자이너. '그레이스'라는 이름으로 고객들을 만나다. 정환준 이사의 아내.



**이성희 실장**  
정 이사와의 인연으로 헤세드미용실에 합류해 온라인 마케팅을 전문적으로 맡고 있다.

## 카카오헤어샵에 입점하게 된 계기가 있나요?

**이성희 실장** 카카오헤어샵을 보여드리니까 이사님 눈이 반짝 빛나던 걸 지금도 기억해요. 저희에게 꼭 필요한 플랫폼이었거든요. 무엇보다 손님이 예약을 하고 결제를 미리 할 수 있다는 것이 매력적이었어요. 돈을 냈으니 매장을 실제로 방문할 확률이 훨씬 높아질 거라고 생각했죠.

**정환준 이사** 오픈을 준비하면서 포털사이트 업체 등록을 비롯해 페이스북, 인스타그램, 블로그 개설 등 온라인 마케팅을 위한 기본적인 준비는 마친 상태였어요. 하지만 이왕이면 손님들이 예약을 하고 미리 결제까지 할 수 있는 체계적인 플랫폼이 필요하다고 생각했죠. 저희처럼 규모가 작은 사업자가 결제까지 가능한 홈페이지를 구축하려면 비용도 많이 들고 운영도 어설픈 거 마련이잖아요. 카카오헤어샵은 이 모든 고민을 해결해주는 서비스였어요.



## 카카오헤어샵 입점 후 손님이 바로 모이기 시작했나요?

**정환준 이사** 바로 반응이 있었던 것은 아니에요. 자리를 잡으려면 3개월 정도 시간이 필요하다고 생각하고 있었어요. 리뷰와 시술 사진 등 여러 데이터가 쌓이니까 사람들이 그걸 보고 오더라고요. 카카오헤어샵에 등록할 시술 메뉴도 공부해야 했죠. 서울 지역의 인기 매장 메뉴와 가격을 분석하면서 사람들이 어떤 스타일을 원하는지 감을 익혔어요. 마침 카카오헤어샵에서 파트너를 대상으로 매달 교육을 진행하고 있어서 이 실장이 열심히 참석했죠. 교육 내용을 저희 매장에 맞게 적용시키고, 반응이 있는 메뉴는 세분화하기도 하고요.

## 교육은 어떤 내용으로 진행되나요?

**이성희 실장** 카카오헤어샵이라는 플랫폼을 어떻게 활용해야 매장을 알리고 손님을 끌어모아 고객당 결제액을 늘리고, 매출을 올릴 수 있는지 실용적인 방법을 알려주세요. 손님들이 요즘 어떤 시술을 선호하는지, 카카오헤어샵에 어떤 기능이 추가됐는지도 설명해주시고요. 초기에는 매달 진행하다 지금은 매주 진행하는 것으로 알고 있어요. 일이 바빠져서 예전만큼 자주 참석하진 못하지만 한 달에 한 번은 꼭 가려고 해요. 교육을 처음 들었을 때는 이 많은 내용을 어떻게 매장에 적용해야 할지 다소 막막했는데, 매번 참석해서 새로운 사례들을 접하다 보니 서서히 감이 생기고 트렌드가 보이기 시작하더라고요. 카카오헤어샵에 입점했다면 이 교육 프로그램을 최대한 활용할 것을 적극 추천해요.

## 어떤 시술 메뉴가 인기를 끌었나요?

**정환준 이사** '애시 컬러(ash color·원래 색에 잿빛을 섞은 듯 채도를 떨어뜨려 자연스럽게 연출되는 색)' 염색이요. 작년 여름 시즌에 이 메뉴를 출시한 뒤 저희 매장이 카카오헤어샵에서 주목받기 시작했어요. 애시 컬러 염색이 서울에서는 한창 유행하고 있었는데 인천에는 주력으로 하는 매장이 없었거든요. 처음에는 지인 세 명을 섭외해서 시술을 하고 사진을 찍었어요. 그걸 카카오헤어샵에 올리고 '픽메뉴'로 론칭했죠. 그랬더니 손님들의 반응이 서서히 오기 시작했습니다.

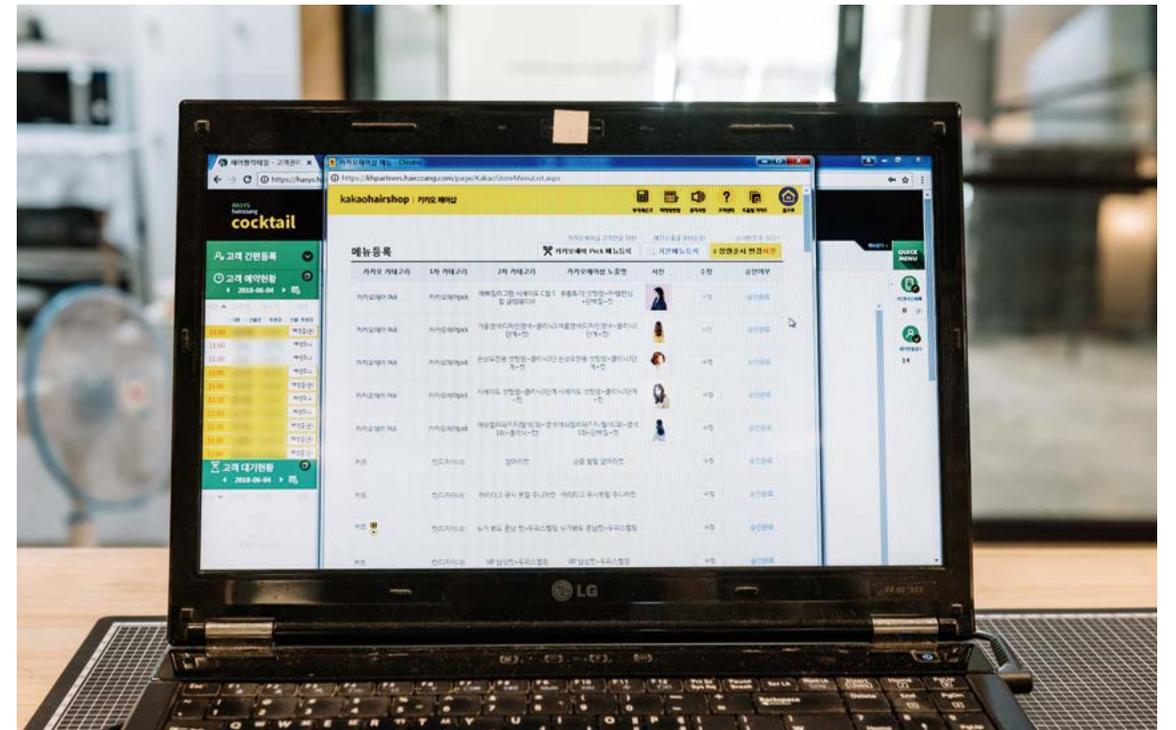
## 메뉴 기획 단계에서 의견 충돌은 없었나요?

**방영주 원장** 사실 처음에는 이 동네에서 애시 컬러가 유행할지 반신반의했어요. 카카오헤어샵을 비롯한 온라인 마케팅도 저에게는 낯선 분야였고요. 그런데 매장을 오픈하고 전단지 배포해보니 기존 방식으로는 더 이상 효과가 없겠더라고요. 그때 확실히 체감한 거죠. 이사님과 실장님의 제안을 받아들이고 기술적으로 잘 실현할 방법을 고민하는 것이 제가 할 일이라고 판단했습니다. 이렇게 각자 맡은 분야에 충실한 덕분에 매장이 1년 사이에 이만큼 성장할 수 있었다고 생각해요. 마침 염색은 제가 제일 좋아하는 분야이기도 하고, 새로운 색을 만드는 일을 무척 좋아하거든요. '조색사'라는 별명이 있을 만큼요. 그런데 저희 직원이 제가 쓰는 염색약은 사용하기가 너무 어렵다고 하는 거예요. 제가 오랫동안 사용해온 제품은 색상이 다양하지 않기 때문에 직접 섞어서 원하는 색을 만들어야 하는데, 요새 많이 쓰는 브랜드 제품은 애시 컬러뿐 아니라 다른 색의 종류도 무척 다양해서 그대로 쓰면 된다고 하더라고요. 고민을

해보니 이 역시 기존 방식을 고집하기보다는 새로운 것을 받아들일 필요가 있겠다는 생각이 들었습니다. 그래서 제품 사용법을 정확하게 배우기 위해 4주 동안 교육을 다녀오기도 했어요.

## 헤세드미용실이 주력하는 시술 분야가 있나요?

**정환준 이사** 염색이나 펌을 하더라도 모발이 상하지 않게 하는 노하우는 저희 원장님이 최고라고 자부해요. 얼룩진 모발의 색상을 깨끗하게 맞추고, 뿌리염색을 할 때 기존 컬러와 자연스럽게 이어지도록 하는 기술 등의 작지만 큰 차이가 상당히 중요해요. 그런데 이런 디테일까지 신경 쓰는 곳이 생각보다 많지 않은 것 같아요. 우리 원장님의 도전 정신도 한몫을 톡톡히 하고 있습니다. 다른 미용실에서는 시술이 안 된다고 하는 손상 모발도 일단 예약을 받는 편이거든요. 환불을 해주는 한이 있어도 고객의 고민을 해결해보겠다는 의지가 있는 거죠. 저희 상담 차트를 보면 손님의 모발 상태가 어떤지, 무엇이 문제인지, 어떤 시술이 필요한지 빠르게 적혀 있어요.





손님이 카카오톡에 리뷰를 남기면 댓글을 통해 상담 내용과 함께 어떤 시술을 했는지 다시 한번 설명해드리고 있어요. 이런 사례들이 쌓여 헤세드에 오면 손상 모발에 대한 고민을 해결할 수 있다는 신뢰가 형성된 게 아닐까 싶어요. 그래서 많이들 찾아주시는 것 같고요. “리뷰 보고 예약했는데, 정말 리뷰가 맞네요”라고 말씀해주시는 손님들이 많아요.

#### 주로 어떤 손님이 찾아오세요?

**이성희 실장** 전체 손님의 95% 이상이 예약 방문이에요. 그 예약 대부분이 카카오톡에서 이뤄지고 있고요. 카카오톡이 저희 마케팅의 거점 역할을 하기 때문에 손님들에게도 적극적으로 이용을 권유하고 있어요. 그래서인지 카카오톡의 주 이용자인 24~35세 여성 손님이 가장 많아요. 찾아오기 힘든 재래시장 골목 안쪽에 있는데도 모바일 지도를 보고 잘 찾아오시더라고요. 리뷰도 많이 남겨주시고요.

**정환준 이사** 최근에는 점차 연령대가 다양해지고 있어요. 40~50대 고객도 많이 늘어났고요. 방문하신 손님이 지인이나 어머니에게 저희 매장을 소개하는 경우도 많아요. 의외로 남성 고객 비율도 30% 정도로 높습니다. 카카오톡은 매장에 대한 리뷰나 평점 등 정확한 데이터를 확인할 수 있고, 전화할 필요 없이 간편하게 모바일로 예약할 수 있어서 남자 손님의 선호도도 높은 것 같아요.

#### 시술 후에 사진 촬영도 직접 하신다고 들었어요.

**정환준 이사** 처음에는 배경이나 조명 없이 휴대폰으로 찍었어요. 어떤 사진이 손님들의 시선을 끌고 카카오톡 내에서도 노출이 잘될 수 있는지 요령이 부족했던 거죠. 이 실장이 사진을 예쁘게 찍는 법을 배워온 다음에는 미용실 한쪽에 촬영 공간을 마련했어요. 시술이 끝나고 자연스럽게 사진 촬영을 권하면 의외로 대부분의 손님들이 좋아하시더라고요.

**이성희 실장** 홍대 지역의 한 미용실 원장님이 카카오톡에 최적화된 사진을 잘 찍으시는 걸로 유명했어요. 마침 카카오톡에서 그분이 촬영

노하우를 알려주는 교육을 진행한다는 안내를 받고 신청했죠. 깔끔한 흰 배경에서 촬영하고 예쁘게 보정한 사진을 카카오톡으로 보내드리면, 사진이 마음에 드셨는지 프로필 사진으로 설정하는 분들도 계세요. 그러면서 자연스럽게 고객 관리로 이어지는 거죠.

#### 얼마 전 카카오톡에서 주최한 ‘초고속 성장 매장 노하우 공개 컨퍼런스’에서 ‘관리자로서의 노하우’라는 주제로 발표하셨죠.

**이성희 실장** 발표를 준비하면서 고민이 많았어요. 오랜 경력의 헤어 디자이너들과 대규모 프랜차이즈 미용실의 경영진이 참석한 가운데 제가 어떤 내용을 설명하면 좋을까 싶어요. 헤어 디자이너가 아닌 마케팅 실무자가 활용하는 카카오톡은 또 다른 느낌일 테니까요. 지난 1년을 돌아켜보면 다양한 온라인 마케팅 전략을 세워 적용한 것도 유효했지만, 카카오톡에서 알려주는 플랫폼 활용법을 그대로 실천한 것이 무엇보다 효과적이었던 것 같아요. 그래서 교육에서 배운 내용을







실제 매장 운영에 적용한 경험을 들려드렸어요. 그 결과 카카오휘어샵에 처음 입점한 2017년 6월 예약 건수 3건으로 시작해 현재 매달 400건에 가까운 예약이 꾸준히 발생하고 있어요. 경험뿐만 아니라 데이터로도 보여드린 거죠. 누군가에게 노하우를 공유할 만큼 1년 사이에 많이 성장했다고 생각하니 감회가 남달랐어요.

#### 올해 27년 차 경력의 헤어 디자이너인 원장님께서 카카오휘어샵이 가져온 변화에 대해 어떻게 생각하세요?

**방영주 원장** 카카오휘어샵 인천 지역 헤어 디자이너 매출 1위, 리뷰가 많이 달린 디자이너 3위에 제 이름이 올랐다고 하더라고요. 아마 제가 이런 순위에 이름을 올린 헤어 디자이너 중 가장 연장자가 아닐까 싶어요. 저희 세대에는 이렇게 온라인 마케팅에 열정을 다하는 경우가 거의 없으니까요. 특히 제 시술 경험이 데이터로 차곡차곡 쌓인다는 것은 여태까지 경험해보지 못한 성취감이기도 해요. 이전에는 정성껏 시술을 해도 손님이 가고 나면

딱히 기록으로 남길 것이 없었거든요. 이제는 리뷰와 사진이 쌓이니까 이걸 보고 멀리서 손님이 찾아오기도 해요. 참 신기하죠. 손님들께서 말로 전하지 못했던 솔직한 마음을 글로 남겨주시니까 리뷰를 확인할 때마다 더욱 보람을 느끼게 되고요.

#### 오픈 1년 만에 카카오휘어샵 인천 지역 1위를 차지했어요. 앞으로의 목표는 무엇인가요?

**이성희 실장** 저희가 중요하게 관리하는 수치 중 하나가 재방문율이에요. 손님 열 명 중 다섯 명 이상이 저희 매장을 다시 찾아주세요. 재방문율 50%도 충분히 높은 수치지만, 앞으로 고객 관리 더 신경 쓰려고 해요. 카카오휘어샵 인천 지역 미용실 중에서 재방문율이 50%를 넘고 리뷰 역시 1000건이 넘는 매장은 저희가 유일하다고 하더라고요. 다르게 말하면 인천 지역에서 카카오휘어샵이 아직 덜 활성화되었다는 뜻이기도 해요. 가끔 다른 미용실 원장님으로부터 저희 매장을

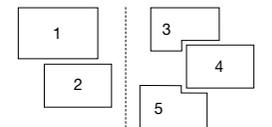


견학하고 싶다는 문의를 받기도 하는데, 이사님이 기꺼이 맞이해주세요. 더 나은 서비스를 제공하기 위해 서로 선의의 경쟁을 하는 거죠. 인천 지역 미용실들도 서울 못지않게 뛰어난 실력을 가지고 있다는 것을 많은 사람들이 알아주셨으면 좋겠어요.

**정환준 이사** 개인 미용실에서 헤어 디자이너가 아닌 기획과 마케팅 담당자를 따로 두는 것이 흔한 일은 아니죠. 저희는 사실 처음부터 다음 단계를 염두에 두고 시작했어요. 지난 1년 동안 각자의 분야에서 열심히 노력한 덕분에 매출을 늘릴 수 있는 방법에 대해선 어느 정도 감을 잡은 것 같아요. 하지만 매출이 자리 잡았다고 해서 2호점, 3호점으로 성급하게 확장하고 싶지는 않아요. 헤세드미용실만의 서비스와 품질, 고객 관리에 필요한 데이터를 좀 더 체계적으로 정리하고, 손님들에게 이곳에 오면 헤어스타일 고민을 해결할 수 있다는 확신을 더 심어주고 싶어요. 남은 한 해는 헤세드미용실의 내실을 좀 더 다지는 시간이 될 것 같습니다. 🍀

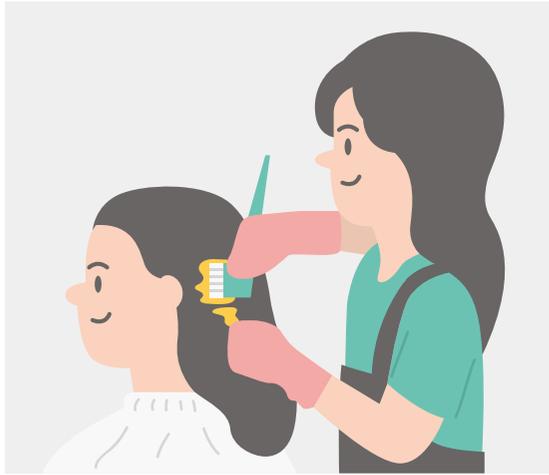


헤세드미용실 구월동본점에 대해 더 알고 싶다면 QR 코드를 찍어보세요



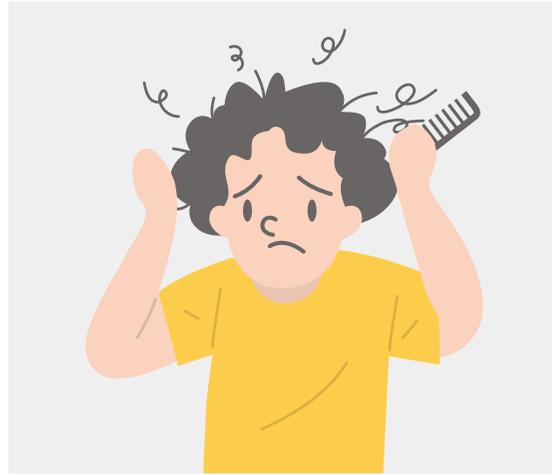
1. 모래내시장에 위치한 헤세드미용실 입구
2. 헤세드미용실 내부 전경
3. 고객과 상담 중인 방영주 원장
4. 정확한 시술을 위한 고객 상담 차트
5. 고객에게 선물할 석고 방향제를 만드는 방영주 원장

## 헤어 고민, 헤세드가 날려드려요



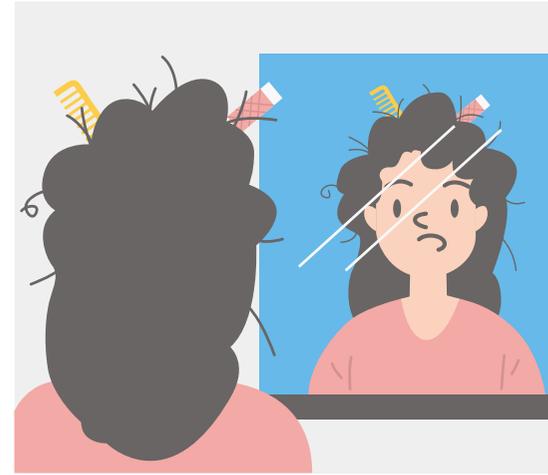
**Q.** 밝은 색으로 염색하고 싶은데 머리가 상할까봐 걱정돼요. 어떤 시술이 필요한가요?

**A.** 밝은 컬러의 경우 2~3회까지 탈색을 하기도 합니다. 이렇게 여러 번 탈색을 진행할 때는 염색약을 도포하는 테크닉이나 도포량이 관건이죠. 무엇보다 빠른 타이밍으로 색을 빼내는 것이 중요하고요. 시술자와 충분히 상담을 하고 진행해주세요. 염색 후에는 따뜻한 물보다 찬물로 머리를 감는 게 색을 더 오래 유지할 수 있습니다. 산성 샴푸를 쓰는 것도 추천드려요.



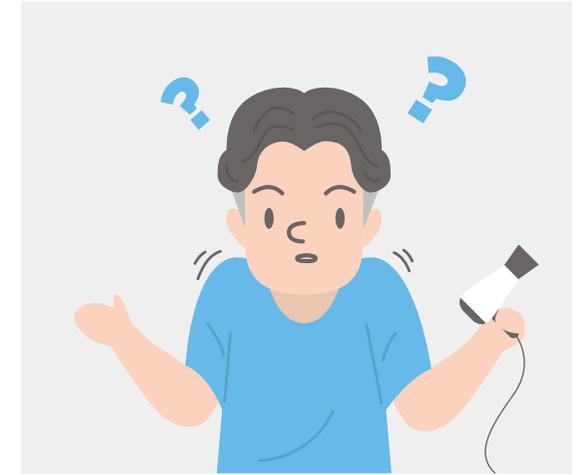
**Q.** 머리가 너무 많이 상했어요. 손상된 모발을 복구하는 법을 알려주세요.

**A.** 손상모의 경우 모발 속까지 케어되는 관리를 받아야 한다고 항상 추천해드려요. 이미 손상된 모발은 완벽하게 복구하기가 어려워요. 더 이상 손상되지 않게 예방하기 위해서는 실리콘 성분이 들어간 일회성 클리닉이 아니라 큐티클 속까지 지속적으로 단백질을 채워줄 수 있는 클리닉 제품을 사용하는 것이 좋아요. 꼭 미용실에서 시술받지 않더라도 홈케어 제품이 많으니 꾸준한 관리가 중요해요.



**Q.** 미용실에서 열펌 시술을 받았어요. 시술 직후에는 컬이 너무 예뻐서 집에서 혼자 손질하려니 잘 안 돼요. 어떻게 하면 쉽게 손질할 수 있나요?

**A.** 머리를 반으로 나눈 뒤 다시 한번 반으로 나누세요. S컬을 만들고 싶다면 네 가닥 중 앞쪽에 있는 두 가닥을 뒤쪽으로 보내어 뒷머리와 함께 새끼줄 꼬듯이 꼬아서 드라이어로 말려주세요. 찬바람과 더운 바람을 번갈아가며 말려주면 머리가 부스스해지는 것을 방지할 수 있어요. C컬은 S컬의 반대예요. 뒤에 있는 머리 두 가닥을 앞으로 보내어 꼬아주세요. 풍성한 C컬을 연출할 수 있습니다.



**Q.** 가르마펌을 했어요. 손질을 어떻게 해야 샵에서 받은 것처럼 될까요?

**A.** 가르마 부분에 다섯 손가락을 거꾸로 세워놓고 드라이어로 바람을 5초 정도 넣어주세요. 파마한 경계선에 볼륨이 생길 거예요. 그 후 머리 오른쪽과 왼쪽도 한 번씩 움켜쥐고 바람을 쐬어주면 머리 전체적으로 볼륨이 살아요. ④

# 숫자로 들여다보는 헤세드미용실 구월동본점

헤세드미용실 구월동본점은 카카오톡헤어샵  
베스트 살롱에 걸맞은 카카오톡헤어샵  
활용법을 보여준다. 예약부터 고객 후기까지  
화면마다 고객을 향한 정성이 묻어나  
있다. 카카오톡헤어샵과 함께 훌쩍 성장한  
헤세드미용실의 오늘을 숫자로 들여다본다.

## 고를 맛 나는 헤어샵

헤세드미용실에 마련된 좌석은 총 17개. 네 명의 헤어  
디자이너와 두 명의 스태프들이 손님을 맞는다. 손님들은  
카카오톡헤어샵에 제시된 73개 스타일 중에서 원하는  
스타일을 고를 수 있다.



### 붐비는 헤어샵

헤세드미용실은 2017년 6월 카카오휄어샵 입점 이후 폭발적으로 성장했다. 입점 초 3명이던 카카오휄어샵 고객은 한 달에 400여 명까지 늘었다. 지금까지 2500여 명이 헤세드미용실을 찾았다. 한 달에 사용하는 수건만 6000장이다.

월 방문 고객

400여 명

매달 방문하는 신규 고객

200여 명

누적 고객

2500여 명

한 달에 사용하는 수건 평균

6000장



### 잘되는 헤어샵

매출 역시 수직 상승했다. 첫 달 28만원으로 시작한 헤세드미용실의 카카오휄어샵 매출은 입점 6개월 만에 1400여만원이 됐다. 요즘은 월평균 2500만~3000만원의 매출이 카카오휄어샵에서 발생한다.

카카오휄어샵 월 매출

약 3000만원

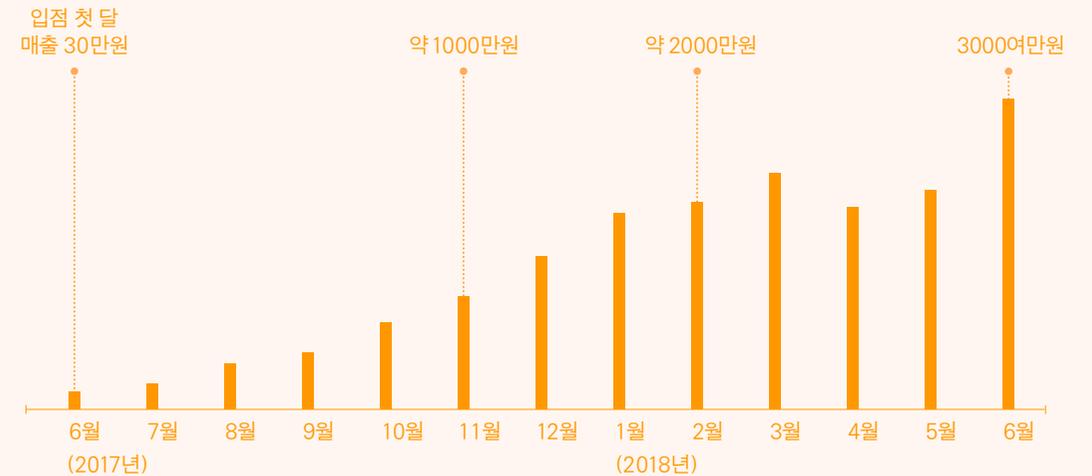
카카오휄어샵 입점 1년째 월 매출 성장률

첫 달 대비 83배



카카오휄어샵 내 헤세드미용실 매출 성장 추이

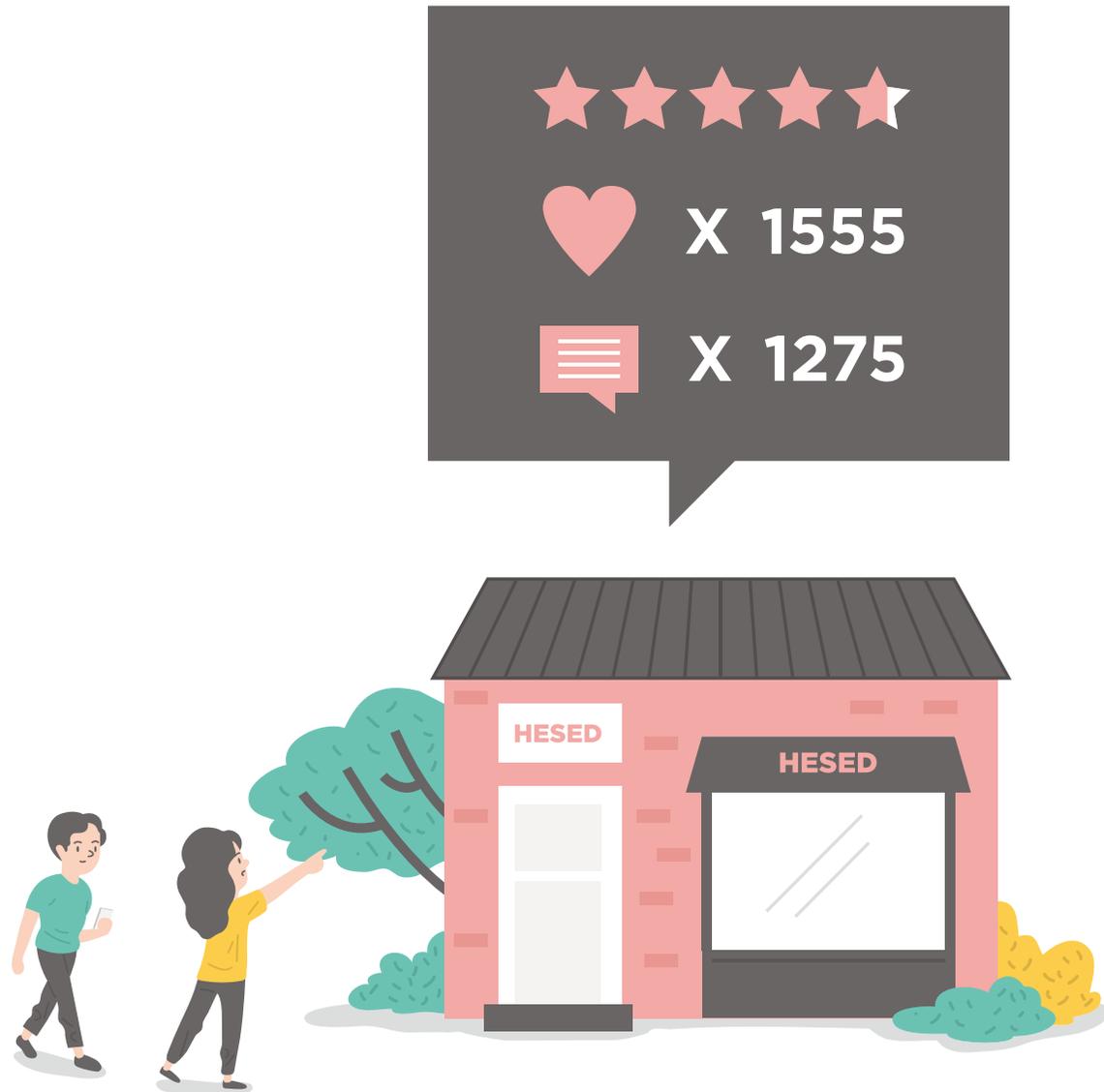
\*방영주 원장 시술 건에 한정



## 사랑받는 헤어샵

헤세드미용실에 대한 고객들의 만족도는 5.0점 만점에 4.9점에 달한다. 특히 기술, 친절, 분위기 면에서 만점을 기록했다. 그동안 받은 리뷰만 1275건에 달한다. 2017년 하반기에는 카카오헤어샵 베스트 살롱에 선정됐고, 그 이후 지금까지 줄곧 카카오헤어샵 인천 지역 인기 순위 1위를 기록하고 있다.

\* 2018년 7월 기준



## 모범 파트너와 함께 승승장구하는 카카오헤어샵



정문주  
카카오헤어샵  
마케팅파트 매니저

안녕하세요, 카카오헤어샵 마케팅파트 정문주 매니저입니다. 헤세드미용실 구월동본점은 카카오헤어샵 입장에서 볼 때 가장 바람직한 성공 케이스를 만들어내고 있는 미용실입니다. 사실 인천 모래내시장이 입지 면에서 좋은 편은 아니지요. ‘전통시장 안에 미용실이 있어?’ 하고 의아해할 만큼요.

그런데 카카오헤어샵과 함께하면서부터 신규 고객을 많이 유치하고, 한번 유치한 고객들이 재방문할 수 있도록 꾸준히 관리하셨어요. 또한 헤어 트렌드를 끊임없이 연구하면서 메인 홍보 채널로 카카오헤어샵을 톡톡히 활용하셨고요. 지금은 카카오헤어샵 베스트 살롱으로 선정될 만큼 고객도 많고 매출도 높은 미용실이 됐답니다. 저희가 헤세드미용실의 성공 노하우를 입점 미용실 교육에 활용할 정도로요.

카카오헤어샵은 애플리케이션 기반 연결 서비스이기 때문에, 저희 플랫폼을 이용하는 미용실들이 성장해야만 저희도 성장할 수 있어요. 보다 많은 미용실들이 성공가도에 오를 수 있도록 ‘카카오헤어샵 활성화 교육’을 매주 진행하고 있는 이유입니다. 가장 강조하는 부분은 세 가지예요. 1) 트렌드에 맞춘 메뉴 관리 2) 매력적인 시술 사진 관리 3) 고객 리뷰 관리. 헤세드미용실은 이 세 가지를 가장 잘 지킨 케이스라고 할 수 있죠. 저희 플랫폼 입점 초반에 활성화 교육을 매주 반복해 들으면서 이 원칙을 그대로 서비스에 활용하고, 이에 더해 헤세드미용실만의 특별한 점을 만들어냈다고 하니깐요.

카카오헤어샵에는 현재 전국 2700여 개의 미용실이 입점해 있어요. 브랜드 미용실도 많지만, 그렇지 않은 미용실도 많습니다. 실력은 뛰어나지만 자본이 부족해서 불리한 입지에 자리를 잡았거나, 창업 후 어떻게 고객을 유치해야 할지 모르는 미용실들도 있죠. 이런 곳들을 발굴해 고객들에게 알리고 이용하게 함으로써 성장시켜나가는 것이 저희 플랫폼이 할 일인 것 같아요. 헤세드미용실은 그런 면에서 정말 좋은 사례죠. 이렇게 저희와 함께 성공하는 미용실을 전국에 1만 개 이상 만드는 것이 카카오헤어샵의 목표입니다.

올해 7월이면 카카오헤어샵이 출시된 지 2주년이 됩니다. 앞으로도 고객에게는 정확한 뷰티 케어 정보와 혜택을 제공하는 서비스가, 입점한 미용실에는 개성과 특징을 고객들에게 알릴 수 있는 좋은 플랫폼이 되고자 합니다. 지켜봐주세요! 📌



카카오헤어샵에 대해  
더 알고 싶다면  
QR 코드를 찍어보세요

## 함께 그리는 4차 산업혁명 시대의 지도

언제 어디서나 빠르고 정확한 길 안내를 돕는 카카오맵. 그 밑그림에는 국토지리정보원이 제공하는 '공간 정보'가 필요하다. 5월 31일 취임한 유기운 국토지리정보원 원장은 4차 산업혁명을 이해하는 중요한 키워드로 '공간 정보'를 꼽았다. 이번 인터뷰에는 이보규 카카오 맵데이터셀 셀장이 함께 참석해 더욱 심도 있는 대화를 나눴다.

**국토지리정보원은 국민들에게 다소 낯선 이름이에요. 어떤 일을 하는 곳인가요?**

**유기운 국토지리정보원 원장** 국토지리정보원은 1974년 건설부 국립지리원으로 출발해 국토 개발의 근간이 되는 지도를 제작하는 일을 하고 있어요. 구체적으로 저희가 하는 일을 4단계로 나누어 설명해드릴게요. 기반이 되는 첫 번째 단계에서는 우리 국토의 위치를 기록하는 기준을 설정합니다. 이른바 국가위치기준 체계를 만드는 일이지요. 이렇게 전국에 설치된 국가기준점은 모든 측량 활동의 기초가 됩니다. 두 번째 단계에서는 이 기준점을 바탕으로 국토에 대한 정보를 수집합니다. 고해상도 항공 사진이나 위성 영상뿐 아니라 최근에는 MMS(Mobile Mapping System·차량 기반 멀티센서 측량 시스템), 드론 같은 기기까지 이용해 정보를 수집하고 있어요. 그 다음 단계에서는 이러한 정보를 실제로 활용할 수 있게끔 지도를 만들죠. 대한민국전도와 같은 2차원 지도는 물론 3차원 지도, 실내 지형도도 포함해서요. 이렇게 두 번째, 세 번째 단계에서 수집, 가공한 데이터가 바로 '공간 정보'입니다. 공간 정보는 효율적인 국토 관리에 활용되고

다양한 산업의 핵심 인프라로서도 중요한 역할을 수행합니다. 마지막 단계에서는 공간 정보를 바탕으로 국토 조사, 지명 관리, 국제 기술 협력이나 연구 개발 등 다양한 지원 사업을 수행해요.

**국민들의 삶에서 공간 정보가 어떻게 활용되나요?**

**유기운 원장** 우리가 살고 있는 주변 환경의 형상과 그 안의 속성 정보를 합쳐서 공간 정보라고 부릅니다. 산·하천 같은 자연과 건물·도로 등의 인공지물이 모두 포함되죠. 건물의 내부 형태, 재질, 계단 같은 시설물 등 실내 정보도 여기에 해당합니다. 이렇게 도형 데이터와 속성 데이터로 나누어 자세히 수집한 공간 정보를 수치 지도, 항공 사진, 국가기준점 등으로 가공해서 국민에게 무료로 개방합니다. 저희 건물 1층의 고객지원센터를 방문해서 직접 신청할 수 있고, 국토정보 플랫폼(map.ngii.go.kr)에서도 다운로드받을 수 있어요. 하지만 이런 공간 정보는 매우 기본적인 틀의 형태로 제공되기 때문에 일반인이 편리하게 사용하기에는 부족한 점이 많습니다. 우리에게 친숙한 카카오맵 같은

### 국토지리정보원

국토교통부 소속의 국가기관. 모든 지도의 기초가 되는 국가기준점을 제공하며 국토 지리와 지형의 측량 활동, 국토 개발의 근간이 되는 공간 정보 기술에 관한 연구를 수행한다.

지도 서비스는 국토지리정보원의 공간 정보를 여러 단계 가공해 만든 것입니다.

**공간 정보는 어떤 과정을 거쳐 카카오맵으로 탄생하나요?**

**이보규 카카오 맵데이터셀 셀장** 국토지리정보원과 같은 정부기관, 지방자치체 및 여러 제공처에서 획득한 데이터들을 사용자에 맞게 가공해서 구축합니다. 이해하기 쉽게 아파트를 예로 들어볼게요. 국토지리정보원에서 제공하는 공간 정보에는 아파트의 위치, 형상, 높이 등의 기초 정보가 포함됩니다. 그럼 저희는 거기에 행정안전부, 지자체 등 다양한 기관에서 매물 정보나 세대수, 주차장 등 실용적인 정보를 받아 추가하죠. 여기에 정보를 시각적으로도 전달하면서 카카오맵 서비스에 걸맞도록 데이터를 상세하게 가공하는 과정을 거친다고 보시면 됩니다. 녹지는 초록색으로 표현하거나 아파트 단지 입구를 표시하는 식으로요.



**카카오맵의 특별한 기능으로 3D 스카이블루도 빼놓을 수 없어요. 여기에는 어떤 공간 정보가 활용되나요?**

**유기운 원장** 지도상의 장소를 실제 하늘 위에서 내려다보는 듯한 3D 스카이블루는 항공 사진 등의 공간 정보를 바탕으로 카카오에서 자체 제작한 것입니다. 여러 장의 항공 사진을 확보해 3차원의 형상을 뽑은 뒤, 그 위아래 사진 속 실제 이미지를 합성해서 만들어요. 국토지리정보원에서도 3차원 공간 정보를 만들어 제공하기도 합니다. 하지만 저희는 전국을 대상으로 하니까 아무래도 시간이 오래 걸리고 최신성도 떨어지기 마련이에요. 카카오는 몇 개월 만에 서울, 경기 성남시 지역에서 전국 주요 도시로 서비스를 확대한 것으로 알고 있어요.

**이보규 셀장** 국토지리정보원은 국내에서 항공 사진을 가장 많이 보유하고 있는 국토교통부 산하 정부기관입니다. 3D 스카이블루 제작을 위해선 최신 항공 영상 데이터가 필요한데요. 이 때문에 국토지리정보원은 저희 서비스를 위해선 아주 중요한 기관이기도 합니다. 또한 항공 사진 데이터의 수급을 위해 국토교통부에서 운영하는 3차원 지도 서비스인 브이월드, 각 지자체들과도 협업을 지속적으로 맺어오고 있습니다. 민간에서 전국 모든 지역에 서비스하고 싶지만, 항공 사진을 찍는 데 드는 비용과 시간이 만만치 않아 부담스럽거든요. 감사하게도 국토지리정보원 같은 정부기관 및 지자체에서 데이터를 제공해주신 덕분에 카카오맵 3D 스카이블루 서비스가 점점 발전하고 있습니다.

**비싼 비용을 들여 제작한 공간 정보는 민간에 무료로 제공합니다. 어떤 취지에서 데이터를 무상으로 개방하고 있나요?**

**유기운 원장** 공간 정보는 현재 국가 발전에 꼭 필요한 사회적 생산 기반이기 때문입니다. 고속도로나 철도, 전기, 가스 등의 사회간접자본처럼 공간 정보 역시 국민들의 삶에 직·간접적으로 꼭 필요한 요소예요. 최근 그 활용 범위도 점점 확대되고 있고요. 교통, 환경, 도시계획은 물론이고, IT 기술과 결합한 새로운 서비스들이 등장하고 있죠. 그래서 저희 원에서도 지자체 및 공공기관에만 무상 제공하던 수치 지형도 등의 공간 정보를 2016년 3월부터 무료로 제공하고 있습니다. 특히

자본력이 취약한 스타트업이나 중소기업이 공간 정보를 활용해 새로운 산업 기반을 다지고 일자리를 창출하는 데 기여하고 있어요.

**카카오맵은 민간이 운영하는 국내 지도 서비스 중에서 무료로 제공하는 서비스 양이 가장 많은 것으로 알고 있어요.**

**이보규 셀장** 구글맵 등의 지도 서비스는 웹사이트나 애플리케이션에 지도 서비스를 내장할 때 필요한 기술 표준인 API(Application Programming Interface·응용 프로그램 인터페이스)를 유료로 제공하는 것으로 알고 있습니다. 반면 카카오는 지도 API를 정부기관, 공공기관, 일반기업, 스타트업은 물론 개인 개발자들까지 무료로 사용할 수 있도록 제공하고 있어요. 무료 제공량도 가장 많습니다. 이용한도가 부족할 경우에는 다양한 제휴를 통해 사용량을 확대할 수 있도록 협의를 진행하기도 하고요. 지도 API를 이용하는 기관·회사와 카카오 양쪽이 윈윈(win-win)하는 것을 지향하고 있거든요. 자세한 내용은 Kakao Developers(developers.kakao.com)를 참고해주세요. 지도 API는 위치 기반 서비스를 하는 많은 스타트업과 중소기업 파트너들이 활용하고 있어요. 파트너들이 API를 활용하는 데 불편함이 없도록 많은 노력을 기울이고 있습니다.

**원장님이 생각하는 이상적인 지도 서비스는 어떤 모습인가요?**

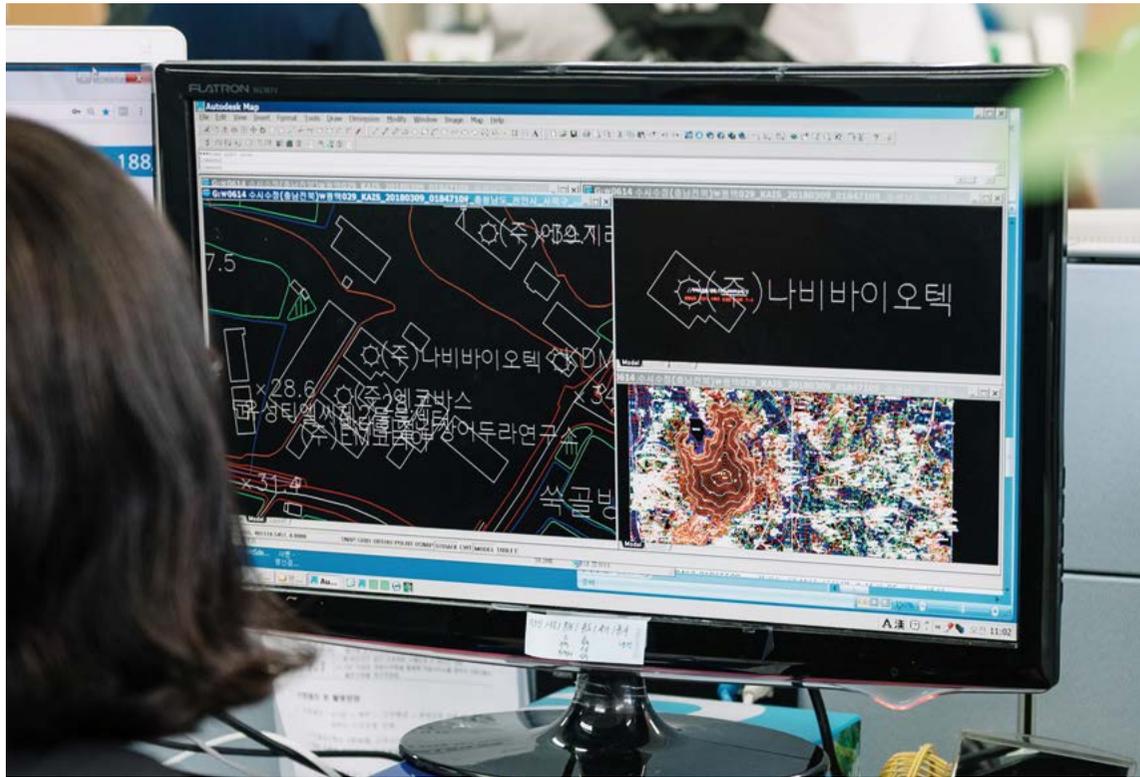
**유기운 원장** 종이 지도부터 3차원 공간 정보에 이르기까지 지도는 실제 모습을 최대한 그대로 반영하기 위해 동시대의 기술을 활용, 발전을 거듭해왔다는 생각이 들어요. 5년, 10년 후를 내다본다면 현실과 가상이 중첩된 증강현실이 지도 서비스에서도 구현되리라고 봅니다. 실제 모습을 고스란히 옮겨온 디스플레이와 생활에 밀접한 다양한 정보를 제공하는 지도 서비스가 국민들의 일상을 더욱 운택하게 만들어줄 거라고 기대해요.

**4차 산업혁명 시대에는 더 자세한 공간 정보가 요구되고 있어요. 정보를 수집하는 비용도 상당히 늘어날 텐데요.**

**유기운 원장** 사물인터넷, 자율주행차, 인공지능과 같은 로봇 기술의 발달로 사물들도 상황을 인지하고 스스로 서비스를 창출할 수 있게 됐어요. 그 중심에서



“지자체 및 공공기관에만 무상 제공하던 수치 지형도 등의 공간 정보를 2016년 3월부터 무료로 제공하고 있습니다. 특히 자본력이 취약한 스타트업이나 중소기업이 공간 정보를 활용해 새로운 산업 기반을 다지고 일자리를 창출하는 데 기여하고 있어요.”



공간 정보가 인프라로서 중요한 역할을 합니다. 이때 필요한 초정밀 공간 정보의 정확도는 기존 2차원 평면 지도보다 5배에서 10배 이상이어야 해요. 단순히 축척이 세밀해지는 개념이 아니라 수집하는 정보의 양이 훨씬 더 방대해지는 거죠. 기존에는 2차원 공간에서의 벡터 데이터만 수집했다면, 초정밀 공간 정보는 3차원의 점군 데이터까지 가공해야 합니다. 이때 고가의 장비가 필요하고 수집한 정보를 가공하는 과정도 복잡하기 때문에 비용이 기하급수적으로 늘어날 수밖에 없습니다.

**국토지리정보원에서는 어떻게 대비하고 계신가요?**

**유기운 원장** 자율주행차 상용화를 위한 정밀 도로 지도는 이미 2015년부터 작업에 착수해 2020년까지 5000km에 해당하는 도로의 정보를 수집할 계획입니다. 도로 규제선, 시설물, 표지 정보 등을 3차원으로 표현한 지도를 만들고 있어요. 하지만 국토지리정보원의 예산만으로는 전국 10만 km의 도로망을 모두 작업하는 것은 사실상 불가능하죠. 그래서 고속도로와 주요 간선 국도, 무인 자동차가 우선 투입될 특화 도시 위주로

진행하고 있습니다. 초정밀 공간 정보에 대한 수요는 점점 더 늘어나겠지만 정부에서 세금으로 확보한 예산만으로 이에 대비하는 데는 분명히 한계가 있습니다. 그렇기 때문에 공간 정보에도 민자 사업을 도입하는 것이 불가피한 흐름이라고 생각해요. 도로나 철도와 같은 사회기반시설이 그랬던 것처럼, 민간 자본을 투입해 초정밀 공간 정보를 제작하고 국가에서 일정 기간 사업 운영권을 부여하는 식으로요. 저희 원에서도 앞으로 정기적인 협의처를 활성화해 어느 지역을 어떤 자본으로 언제까지 구축할지 긴밀하게 논의하고, 공간 정보 표준화와 기타 법적적인 편리를 적극적으로 지원할 계획입니다.

**5월 31일 국토지리정보원 원장으로 새로이 취임하셨어요. 재임 기간 중 어떤 비전을 가지고 계신지요?**

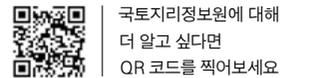
**유기운 원장** 국토지리정보원은 앞으로도 우리나라 공간 정보의 허브로서 관련 산업을 부흥시키고 일자리를 창출하며, 국민들의 일상을 더욱 윤택하게 만들어줄 가치 있는 공간 정보를 만들기 위해 제 역할을 다할 것입니다.

나아가 4차 산업혁명과 급격한 기술 변화가 가져올 미래 도시의 모습에 대비하는 것도 국토지리정보원이 해야 할 일이라고 생각해요. 현실의 모든 속성을 수집한 공간 정보가 점점 더 중요해진다면, 가까운 미래에 현실 세계를 그대로 복제한 디지털 세계, 이른바 '디지털 트윈(Digital Twin)'이 중요한 키워드가 될 것이라고 봅니다. 제가 지속적으로 관심을 갖고 연구해온 분야인 만큼 여러 파트너들과 더욱 많은 분야에서 협력할 계획입니다.

**앞으로 국토지리정보원과 카카오가 어떤 파트너십을 만들어갈 수 있을까요?**

**유기운 원장** 지금까지 국토지리정보원은 공간 정보를 구축하는 데 많은 기여를 해왔습니다. 하지만 앞으로 산업 현장의 변화한 기술에 맞는 공간 정보를 만들기 위해서는 국가기관의 역량만으로는 분명히 한계가 있을 거예요. 카카오를 비롯한 기업과 활발하게 의견을 교류하고, 새로운 시장을 함께 개척하면서 파트너십을 공고히 했으면 하는 바람입니다. 저희 원에서도 민간 협력 부서를 활성화하고 제도적인 지원을 아끼지 않을 계획이고요.

**이보규 셀장** 공간 정보가 민간에 무상으로 개방되기까지 오랜 시간이 걸렸다고 생각합니다. 데이터 민간 개방에 국토지리정보원이 적극적으로 협조해주셔서 안정적으로 자리 잡을 수 있었죠. 공간 정보 산업은 또 다른 도약을 앞두고 중요한 변화의 시기를 맞이하고 있습니다. 과거엔 공간 정보의 제작과 활용 범위가 국가 사업에만 맞춰져 있었어요. 앞으로는 국민들이 공간 정보를 더욱 편리하게 활용할 수 있도록 차츰 바뀌어나가야 한다고 생각합니다. 국토지리정보원은 이에 맞춰 민간 기업의 참여를 장려하고 의견을 적극적으로 경청해주시는 파트너예요. 여러 가지 새로운 시도에도 앞장서주시고요. 국토지리정보원과 카카오가 중장기적으로 호흡을 맞추다 보면 앞으로도 가치 있는 일들을 많이 해나갈 수 있을 거라고 확신합니다. 잘 부탁드립니다.



국토지리정보원에 대해 더 알고 싶다면 QR 코드를 찍어보세요

**카카오맵이 불러온 나비효과**



kakaomap

카카오맵이 가공하는 공간 정보는 대한민국 IT 생태계에도 활기를 불어넣고 있다. 카카오맵 서비스의 API가 별도 비용 없이 스타트업 등의 국내 기업들에 제공되기 때문이다.

카카오는 개발자를 대상으로 서비스 API 플랫폼 '카카오 디벨로퍼스(Kakao Developers)'를 운영하고 있다. 카카오맵은 이 플랫폼을 통해 지형, 도로 등의 시각화된 정보를 바탕으로 지도 형상을 제공하는 지도 API와, 주소나 장소를 검색하거나 지도의 좌표를 변환하는 기능이 담긴 로컬 API를 무료로 제공한다.

최근 한 외국 기업의 맵 API가 유료로 전환돼 1000건당 2~40달러(약 2200~4만4600원)를 부과하는 실정이라, 유료화에 부담을 느끼는 스타트업이나 기업들이 늘어나는 상황이다. 카카오에서 이들 기업에 무료로 제공 중인 맵 API는 국내 위치 기반 서비스를 성장시킬 수 있는 새로운 기회로 인식되고 있다.

# 매일 입고 싶은 옷

옷장에 아무리 옷이 많아도 결국 나만의 취향에 맞는 아이템에 자주 손이 가기 마련이다. '나나살롱'도 기본에 충실하면서도 땀이 있는 옷을 자연스러운 스타일링으로 소개하며 카카오택스타일이라는 옷장 속에서 더욱 빛날 수 있었다. 나나살롱의 상품과 비주얼을 책임지는 박혜진 이사의 바쁜 하루를 쫓아가보았다.



**나나살롱**  
2012년 오픈한 여성 의류 온라인 쇼핑몰. 유행을 따르기보다는 기본에 충실한 패션 아이템을 선보인다. 카카오택스타일 인기 쇼핑몰 순위 상위권에 이름을 올리고 있다.

## 쇼핑몰 CEO의 하루

영화 <인턴>의 주인공 '줄스(앤 해서웨이)'는 열정 가득한 서른 살의 온라인 패션 쇼핑몰 CEO다. 장면마다 바뀌는 주인공의 패션 센스를 구경하는 것도 묘미지만, 영화가 호평을 받을 수 있었던 것은 겉보기에 화려한 쇼핑몰 CEO의 치열한 일상과 고민을 현실감 있게 그려낸 덕분이다.

실제 온라인 쇼핑몰 CEO의 하루는 어떨까. 나나살롱의 박혜진 이사는 이 영화를 보면서 크게 공감했다고 말한다. "영화 속 주인공도 정말 바쁘게 살지만 현실은 그보다 더 치열해요. 솔직히 영화를 보면서 온라인 쇼핑몰의 현실을 너무 단편적으로 다룬 것 아닌가 싶기도 했어요. 남들이 보기에는 쇼핑몰을 운영하면서 예쁜 옷 입고, 여유롭게 좋은 곳만 다니는 것처럼 비칠 수도 있어요. 그렇지만 한 장의 상품 사진 뒤에는 정말 많은 고민과 수고가 담겨 있거든요."

대구에 위치한 나나살롱 사무실에서 박 이사를 만난 날은 그가 태국 방콕 출장에서 돌아온 지 채 하루가 되지 않은 날이었다. 나나살롱의 모델이기도 한 그는 빡빡한 스케줄에 휴식은커녕 감기 몸살까지 얻어온 상태였다. 그러나 밀린 업무를 처리하기 위해 출근을 미룰 수는 없었다고 한다.

쇼핑몰을 운영한 지도 어느덧 7년. 혼자 모든 업무를 해결하던 7년 전이나 30명의 직원을 둔 지금이나, 나나살롱의 이름을 걸고 선보이는 모든 상품과 이미지는 박 이사의 손길을 거친다는 사실에는 변함이 없다. "2주일에 한 번씩 신상품 사업을 위해 퇴근 후 밤기차를 타고 서울 동대문시장에 갔다가 첫차를 타고 다시 출근해요." 꼬박 24시간을 일하는 셈이다. 그래도 지금은 든든한 직원들이 있고 업무 체계가 많이 잡혔다. "처음 1,2년간은 하루에 두세 시간밖에 못 자고 눈만 뜨면 사무실로 출근하기 바빴어요. 지금의 나나살롱이 있기까지 시행착오를 정말 많이 겪었죠."

## 서른 살의 도전

박 이사는 대학에서 서양화를, 대학원에서 미술 교육을 전공한 미술 학도다. 그녀의 미적 감각은 옷을 고를 때도 유감없이 발휘됐다. 정해진 스타일을 고집하지 않고 다양한 스타일링을 즐기면서 백화점과 편집숍, 온·오프라인을 가리지 않고 좋은 옷을 고르는 안목을 키웠다.

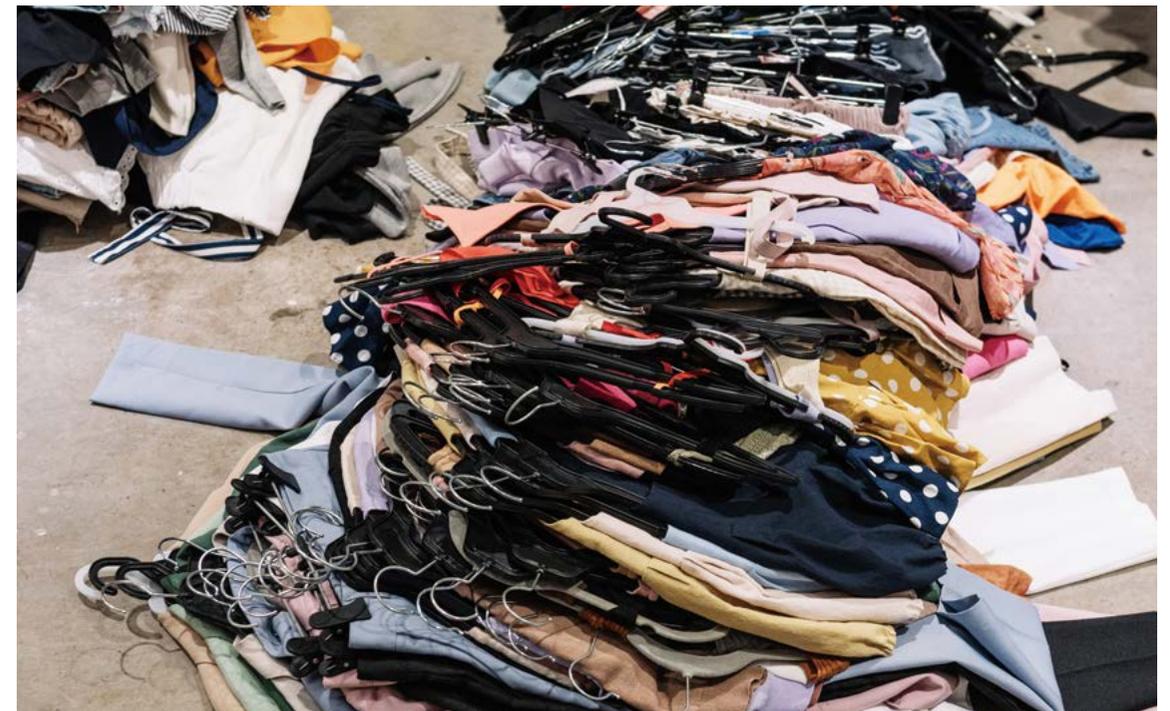
대학원 졸업 후에는 중학교 기간제 교사로 근무하며 진로를 고민했다. 그는 임용고시 준비 대신 쇼핑몰 창업이라는 뜻밖의 선택을 했다. 안정적인 직업을 바라는 부모님의 반대도 있었다. “좋아하는 일에 몰두할 때 생기는 긍정적인 에너지를 믿었어요. 지금 나나살롱 대표로 함께하고 있는 남편의 응원도 큰 힘이 됐고요.”

나나살롱은 2012년 2월 문을 열었다. 박 이사가 만으로 서른 살이 되던 해였다. 옷을 고르는 안목을 쇼핑몰 형태로 구현하는 것은 또 다른 문제였다.

박 이사는 쇼핑몰 운영에 대해 아무것도 몰랐기 때문에 오히려 용감하게 시작할 수 있었다고 말한다. “이렇게 경쟁이 치열한 줄 알았다면 시작조차 하지 않았을 거예요. 다시 임용고시 공부를 시작해야 하나 고민한 적도 있었어요. 그런데 신기하게도 그만두고 싶은 순간마다 상품에 대한 고객들의 반응이 조금씩 보였어요. ‘그래, 조금만 더 해보자’ 하고 버티다 지금까지 오게 됐네요.”

상품을 고르는 것부터 촬영, 소개글 작성, 주문 접수, 배송까지 쇼핑몰 운영의 모든 것을 몸을 부딪치며 배웠다. 재무나 마케팅 등 낯선 분야는 남동생과 남편의 도움을 받아 하나씩 공부해나갔다.

홀로 새벽 늦게까지 30개의 택배 상자를 포장하던 어느 날, 박 이사는 이제 직원을 뽑아서 회사를 더 키워야겠다는 확신이 들었다. 그렇게 직원을 한 명씩 늘려나갔다. 창업 3년 차 되던 2015년에는 MD, 사이트 운영, 고객센터, 물류 등을 분담하는 제대로 된 팀이 갖추어졌다.



## 광고비라는 수업료



수만 개의 의류 쇼핑몰이 경쟁하는 상황에서 온라인 광고는 선택이 아닌 필수 요소가 됐다. 특히 나나살롱이 오픈한 2012년에는 페이스북이나 인스타그램 등의 SNS 채널이 지금처럼 활발하지 않았기 때문에 검색 광고가 거의 유일한 홍보 수단이었다.

나나살롱도 여느 쇼핑몰처럼 창업 초기 단계부터 꽤 많은 금액을 포털사이트 키워드 검색 광고에 투자했다. ‘여성의류’ 같은 포괄적인 검색어부터 ‘편칭 블라우스’ 등 세부적인 아이템까지 다양한 키워드로 광고를 집행했다. “광고비를 많이 쓰면 쓸수록 효과가 좋을 것이라고 단편적으로만 예측했죠. 그런데 더 중요한 것은 고객이 저희 사이트로 유입된 다음 단계더라고요.”

박 대표는 검색어를 다양하게 변주해서 최대한 노출을 많이 시키는 것보다, 쇼핑몰의 콘셉트를 명확하게 잡고 그에 맞는 상품에 집중해야 실질적인 구매로 이어진다는 사실을 확인했다. “비싼 광고비를 통해 배운 교훈이었어요.”

구매 고객들의 반응을 자세히 들여다보니 그 시기에 반짝 유행하는 옷보다는 티셔츠나 슬랙스 등 오래 두고 입을 수 있는 기본 아이템이 인기가 좋았다. 모두 박 이사가 실제로 즐겨 입는 스타일이기도 했다. “편하게 입을 수 있으면서 적당히 몸의 라인을 살려주는 옷을 좋아해요. 저한테 잘 어울리는 옷을 입고 촬영을 해서 올리면 반응이 좋더라고요. 그래서 비슷해 보이는 티셔츠라 하더라도 색상이나 소재, 핏을 세분화해서 다양한 분위기로 연출할 수 있다는 점을 소개하려고 해요.”

나나살롱에서 몇 년째 부동의 판매 순위 1위를 차지하고 있는 ‘바비 티셔츠’ 시리즈, ‘리얼 마크 슬랙스’ 시리즈는 나나살롱 자체 제작 상품이다. 편안하면서도 핏이 살아 있는 옷을 찾는 고객들을 위한 박 이사의 스타일링 노하우가 담겨 있다.

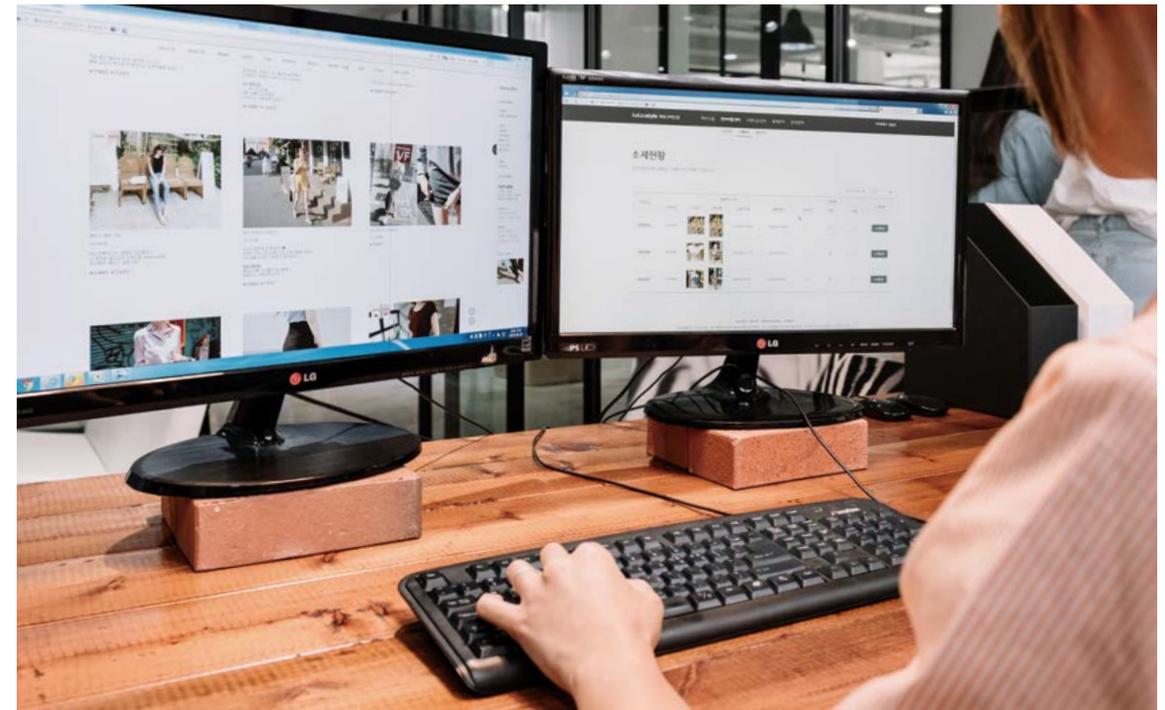
## 카카오스타일 속 나나살롱

매출이 안정세에 접어들고 단골 고객도 꾸준히 늘어나던 2017년 6월, 나나살롱은 카카오스타일에 입점했다. 카카오톡에서도 연동되는 카카오스타일의 높은 접근성과 파급력을 이용해 새로운 고객을 유입시키겠다는 의도도 있었지만, 무엇보다 박 이사는 오로지 사진만으로 상품에 대한 첫인상이 결정되는 독특한 광고 방식에 주목했다. “고객은 쇼핑몰의 이름도, 상품명도, 가격도 확인할 수 없어요. 그게 구매 방식에 어떤 영향을 미칠지 궁금했어요. 상품 이미지에 자신이 있다면 판매자 입장에서는 오히려 좋은 기회가 될 것 같았어요.”

박 이사의 예상은 적중했다. 카카오스타일 이용자들은 나나살롱으로 자꾸만 모여들었다. 특히 ‘#출근룩’, ‘#페스티벌룩’ 등 구체적인 상황에 맞게 상품을 추천해주는 카카오스타일만의 큐레이션과 나나살롱의 궁합이 좋았다. 나나살롱은 스튜디오에서 촬영한 사진보다 일상의 자연스러운 코디를 담은 사진으로 승부했기 때문이다.

덕분에 나나살롱은 매일 업데이트되는 카카오스타일 인기 쏘 순위에 꾸준히 이름을 올리는 중이다. 특히 실용적인 패션을 선호하는 20~30대에게 높은 지지를 받고 있다. 카카오스타일을 통해 발생하는 매출은 꾸준히 증가해 현재 전체 매출의 10% 이상을 차지한다. 카카오스타일을 통해 거두는 성과가 눈에 보이기 시작하자 박 이사는 카카오스타일에 집행하는 광고비를 1년 사이 300% 가까이 늘렸다.

나나살롱 자체 홈페이지에서는 기본 아이템의 구매율이 높은 반면, 카카오스타일에서는 재킷이나 원피스 등의 클릭률이 높은 것도 특징이다. 카카오스타일 관리자 페이지 ‘핫아이템’ 탭의 소재 CTR(Click Through Ratio·클릭률)과 ‘상품’ 탭의 상세보기 클릭 수, 좋아요 수를 통해 이런 데이터를 도출한다. 신상품에 대한 고객 반응을 알아볼 수 있는 중요한 지표다. “이 지표와 저희 자체 페이지에서 반응이 좋은 상품들을 믹스매치해서 카카오스타일에도 우선적으로 노출하고 있어요.”







## 힘을 빼는 기술

현재 박 이사는 남편인 이명재 대표와 나나살롱을 공동으로 운영하고 있다. 회사의 규모가 커지면서 박 이사는 상품 구성과 촬영, 콘텐츠 제작 등 나나살롱의 이미지를 구축하는 일에 좀 더 집중하고, 이명재 대표가 재무, 회계, 인사 등 전반적인 운영 관리를 맡는다.

나나살롱은 지난 7년간 사무실을 네 번 옮겼다. 네 단계에 걸쳐 회사가 성장했다는 의미이기도 하다. 나나살롱은 지난 6월 초 대구 수성구 동원로에 감각적인 인테리어를 자랑하는 신사옥을 세웠다. 1층에선 고객센터 팀원들이 문의 사항에 친절하게 답변하고 있었다. 꼼꼼한 제품 검수를 거쳐 포장된 나나살롱 옷들도 고객들을 만나러 가기 위해 1층에 잠시 대기한다.

2층은 MD팀과 웹 운영팀, 그리고 두 대표의 공간이다. 수많은 옷들 가운데 나나살롱의 색깔에 맞는 상품을 박 이사가 엄선해 직접 만져보고, 입어보고, 비교해보는 과정이 여기서 이뤄진다. 상품에 대한 보다 정확하고 생생한 정보를 고객들에게 전달하기 위해 수시로 아이디어 회의를 하는 것도 이곳에서다.

옷에 대한 남다른 애정과 관심으로 나나살롱을 열심히 가꾸는 직원들을 보면서 박 이사는 쇼핑몰을 시작했던 7년 전 자신의 모습을 떠올리기도 한다.

“지금 생각해보면 그때는 초심자의 패기가 사이트 곳곳에서 느껴질 정도였어요. 지금은 어디에 힘을 주고 빼야 할지 강약을 조절을 하는 노하우가 생긴 것 같아요.”

박 이사는 촬영과 스타일링에서 힘을 덜어냈다. “유행에 편승하지 않고 계절마다 다시 꺼내 입을 수 있는 옷, 고객들이 쉽게 따라 할 수 있는 스타일링 노하우를 소개하려고 해요. 대신 상품을 소개하는 글에는 더 많은 정성과 시간을 투자하죠.” 옷을 직접 입어보지 않아도 만족스러운 구매가 가능하도록 옷이 피부에 닿는 촉감과 착용감까지 세세하게 적는다.

나나살롱과 카카오택스타일이 파트너로 호흡을 맞춘 지난 1년은 구매력 있는



20~30대 신규 고객을 확보하고 나나살롱만의 브랜드 이미지를 단단하게 다지는 시간이었다. 박 이사에게 다음 목표에 대해 물었다. “올해는 나나살롱 자체 제작 상품을 꾸준히 늘려가려고 해요. 그 외에 거창한 계획은 없어요. 지금처럼 하루하루 열심히 일하는 것을 목표로 삼고 있어요. 고객들과 함께 세월을 보내면서 나나살롱의 열 살, 스무 살을 같이 맞이하고 싶습니다.”



카카오스타일에서 나나살롱을 만나보고 싶다면 QR 코드를 찍어보세요

## 카카오스타일 파헤치기

카카오스타일과 함께라면 옷 한 벌을 사기 위해 마음에 드는 쇼핑물을 찾아 한참을 헤매지 않아도 된다. 다른 사람들이 자주 찾는 쇼핑물, 요즘 인기 많은 스타일을 한눈에 볼 수 있는 것은 물론, 각 쇼핑물의 세일 현황과 이벤트도 한꺼번에 모아 볼 수 있다.



### HOT

쇼핑물을 하나씩 방문하지 않아도 요즘 제일 핫한 스타일을 한 눈에 확인할 수 있습니다.



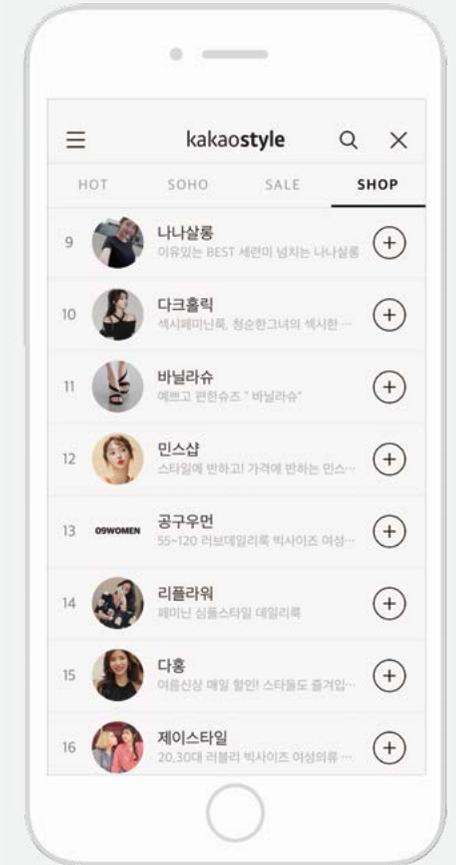
### SOHO

카카오스타일에 입점한 모든 쇼핑물을 볼 수 있고, 그중 내 취향에 맞는 쇼핑물들을 먼저 추천해줍니다.



### SALE

타임 세일, 오 마이 세일, 브랜드 세일 등 다양한 세일이 진행되고, 모든 쇼핑물의 세일 상품을 한눈에 볼 수 있습니다.



### BEST

연령별·성별·카테고리별 인기 쇼핑물 및 상품 순위가 매일 업데이트됩니다.

# 내 마음속 심포 하나

기술의 발달이 소통을 그 어느 때보다 쉽고 편하게 만든 시대다. 하지만 사람들은 여전히 속마음을 편히 털어놓을 곳이 없어 힘들어한다. 해소되지 않고 속으로만 쌓이는 고민이 모여 더 큰 마음의 병을 불러오기도 한다. 카카오가 꼭꼭 담아뒀던 내 진솔한 마음을 이야기할 수 있는 특별한 기회로 '속마음산책' 프로그램을 마련했다.

속마음산책은 카카오와 사단법인 공감인이 함께하는 속마음 프로젝트의 하나다. 5월 29일부터 7월 7일까지 시즌1이 진행됐다. 매회 40명이 '공감자'와 '화자'로 나눠 참여하며, 사전 신청을 통해 참가자를 모집한다.

6월 9일 서울 성동구 성수동 헤이그라운드에서 속마음산책 세 번째 프로그램이 진행됐다. 행사장에는 20대부터 50대까지 다양한 연령대의 공감자와 화자가 모였다. 이미 몇 팀은 격의 없이 대화를 나누고 있었다. 분위기가 딱딱해지지 않도록 먹을거리를 준비해 편하게 나누며 대화를 이어갈 수 있게 한 덕분이다.

가볍게 서로를 알아가는 대화를 마치고 본격적으로 '속마음산책'을 진행할 시간. 각 팀이 자유롭게 헤이그라운드를 떠나 서울숲으로 향했다. 공감자와 화자들은 주말 오후 서울숲을 즐기기 위해 나온 시민들 사이로 들어가 더 속 깊은 이야기를 나누는 시간을 가졌다. 밝고 트인 공간에서 약간의 착한 소음, 살랑이는 바람이 함께하는 대화는 그 자체로 위안이 된다. 참가자들은 오랜만에 도심 속 숲길을 걸으며 편하게 마음을 나눴다.

참가자들은 1시간 30분~2시간에 걸친 산책을 마치고 다시 헤이그라운드로 돌아왔다. 공감자와 화자는 처음 만났을 때보다 밝은 표정으로 대화를 이어갔다. 마무리 시간에는 공감자와 화자로 나눠 소감을 나눴다. 4시간이 채 되지 않는 짧은 일정이었지만 마음의 위안을 얻은 참여자들의 목소리를 들을 수 있었다.

“목 끝까지 차 있던 답답함이 한결 가라앉는 느낌이네요. 발걸음도 가벼워지고 기쁘요. 공통점이 많은 공감자 덕분에, 저 역시 이해와 공감의 풍요로움을 다시 채운 기분입니다.”

“아무에게도 쉽게 하지 못했던 이야기를 속 시원하게 다 이야기하니 편해졌어요. 잘못을 평가받는 것이 아니라, 공감받을 수 있어서 감사했습니다.”

“혼자 쌓아놓았던 감정들이 조금은 후련해졌습니다. 아직 더 고민하고 생각해야 하지만, 그래도 다른 선택지가 생긴 것 같아 기분이 조금 나아졌어요.”

한 번의 대화가 가져다주는 변화는 크지 않을 수 있다. 하지만 속마음을 편하게 이야기하는 과정을 통해 화자는 차츰 자기 스스로에 대한 이해와 애정을 기르고, 이를 통해 나뿐만 아니라 타인을 더 깊이 이해하는 효과를 얻을 수 있다. 또 공감자는 온전히 다른 사람의 이야기를 듣고 공감하는 훈련을 통해 관계에서 오는 불필요한 에너지를 줄이고 주변 사람들을 치유할 수 있는 존재로 거듭날 수 있다. 속마음산책 시즌2는 무더위가 끝나고 산책의 계절 가을이 다가올 때 돌아올 예정이다. ▣

“혼자 쌓아놓았던 감정들이  
조금은 후련해졌습니다.  
아직 더 고민하고 생각해야 하지만,  
그래도 다른 선택지가 생긴 것 같아  
기분이 조금 나아졌어요.”

“잘못을 평가받는 것이 아니라,  
공감받을 수 있어서 감사했습니다.”



속마음산책에 대해  
더 알고 싶다면  
QR 코드를 찍어보세요



카카오 T가 만든 뜻밖의 변화

새로운 연결로 꿈꾸는 창조의 섬

지역아동센터에 찾아온 특별한 친구

미용실, No-Show와 작별하다

카카오는 더 나은 세상을 위해 모두 함께 행동해야 한다고 믿습니다. 편리한 생활을 돕는 기술의 힘과 지역사회의 발전, 보다 풍요로운 아이들의 일상을 위한 노력이 모여 더욱 건강한 내일을 만들어가고 있습니다.

with  
kakao

모두를 위한 연결, 네 번째: 카카오 T

## 카카오 T가 만든 뜻밖의 변화



수화를 제1언어로 사용하는 농민들에게 카카오의 모빌리티 플랫폼, 카카오 T는 새로운 세계를 열어줬다. 택시 기사와 필담으로 소통하던 수고를 몇 번의 클릭이 대신했기 때문이다.

‘모두를 위한 연결’ 네 번째 이야기로 만난 청각장애 2급 현영옥, 김진옥 씨는 카카오 T 덕분에 사람과 사람을 연결하는 카카오의 다른 서비스에도 믿음이 생겼다고 말한다. 더 나아가 농민의 일상 속 불편함을 덜어줄 새로운 서비스 출시에 대한 기대를 내비치기도 했다. 수화로 진행된 대화는 김상화 농아사회정보원 원장의 통역을 거쳤다.

(왼쪽부터)

**김진옥**

청각장애 2급으로 서울 독산동의 CNC 가공 회사에서 근무하고 있다. 현영옥 씨의 남편.

**김강민**

김진옥 씨와 현영옥 씨의 아들.

**현영옥**

청각장애 2급 수화 강사. 나사렛대학교 일반 재활학 박사 과정에서 수화 언어를 공부한다.

**김상화 농아사회정보원 원장**

인터넷과 통신 기술의 발달에 따른 농민들의 정보 격차를 줄이기 위해 1997년 농아사회정보원을 설립, 지금까지 농민들의 정보화에 힘쓰고 있다.

## - 연결을 위한 만남 -

## 반갑습니다. 두 분 자기소개 부탁드립니다.

**현영옥** 저는 수화 강사로 일하면서 재활복지대학원에서 수화 언어를 공부하고 있어요. 김상화 농아사회정보원 원장님과는 2004년 서울농아인협회에서 만났어요. 그 후에 서대문농아인복지관에서도 함께 일했구요. 벌써 원장님과의 14년째 인연을 이어오고 있네요.

**김진욱** 저는 서울 독산동에 있는 CNC(Computer Numerical Control·컴퓨터 수치 제어) 회사에서 공구 만드는 일을 하고 있어요. 마침 오늘 쉬는 날이라 막내아들을 데리고 아내와 인터뷰하러 왔어요. 원래 활발한 녀석인데 오늘 감기 기운이 있어서 그런지 무척 조용하네요.

## 오늘 인터뷰 장소인 카카오 판교오피스까지 어떻게 오셨어요?

**김진욱** 집이 경기 시흥시인데요, 오늘은 아이 유모차도 있고 해서 직접 운전해서 왔어요.

**현영옥** 오늘 남편 차가 없었다면 카카오택시를 이용했을 거예요. 평소에는 정말 자주 이용하거든요. 농인 사회 구성원들이 페이스북만큼 자주 이용하는 서비스예요. 예전에는 다른 사람에게 택시 좀 불러달라고 부탁하는 일이 많았거든요. 이제는 누군가의 도움 없이 제 문제를 스스로 해결할 수 있어서 좋아요.

## - 당연했던 불편 -

## 이전에는 택시를 어떻게 이용하셨나요?

**현영옥** 저희도 빈 택시가 지나가면 손 들어서 잡죠. 그런데 의사소통이 편하지 않으니 불편한 부분이

많았습니다. 전화를 할 수 없으니까 일반 콜택시는 다른 사람의 도움 없이는 한 번도 이용해본 적이 없어요. 장애인 콜택시는 시각장애인이나 지체장애인, 몸이 불편한 사람들을 위한 서비스여서 저희는 이용할 일이 없었고요.

**김진욱** 친구들과 저녁에 술 한잔하고 택시를 타려고 하면 가까운 거리는 택시 잡기가 정말 힘들어요. 더군다나 종이를 꺼내서 필담으로 목적지를 말하려고 하면 더 안 가려고 하시구요. 그나마 저희처럼 젊은 농인들은 필담으로라도 목적지를 얘기하고 택시를 이용하는데, 연세가 있는 분들은 오히려 그게 더 불편해서 웬만한 거리는 그냥 걸어 다니신다고 하더라고요.

**현영옥** 어떤 기사님은 제가 가방에서 종이랑 펜을 꺼내려고 하니가 흥기 같은 걸 꺼내려는 줄 알고 깜짝 놀라신 적도 있었어요. 무척 당황스러웠죠. 그 이후로는 한동안 목적지를 종이에 미리 적어서 갖고 다녔어요.

## 카카오택시(현 카카오 T)가 처음 나왔을 때 어떠셨어요?

**현영옥** 당시 카카오택시 서비스가 나왔다는 소식을 듣고도 바로 사용해보진 않았어요. 농인을 위해 만들어진 서비스가 아니니까 우리가 이용해도 관찮을지 불안하기도 했구요. 어느 날 친구가 한번 사용해보더니 굉장히 편하다고 이야기해주더라고요. 택시를 부르고 목적지에 도착할 때까지 아무 말도 하지 않아도 된다고요.

**김진욱** 부모님 택이 제주도여서 김포공항에 자주 가는데, 공항에서 카카오택시를 처음 이용해보고 서비스를 완전히 신뢰하게 됐어요. 요즘엔 차 없을 때 늘 카카오택시만 이용해요.

## 카카오택시를 처음 이용했을 때 불편한 점은 없었나요?

**현영옥** 지금도 여전한 문제이긴 한데 택시 기사님으로부터 전화가 오면 곤란해요. 전화를 안 받는다고 그냥 가버리는 기사님도 계시고요. 통화를 할 수 없는 저희 사정을 모르니 승객 평가 점수를 나쁘게 줬을지도 모르죠.

**김진욱** 이미 약속한 장소에서 기다리고 있는데 왜 전화가 오는지 모르겠어요. 채팅 기능이 있지만 기사님이 운전 중에 귀찮아서 잘 안 쓰시는 것 같아요.

**김상화** 저도 자가용이 없어서 카카오택시를 자주 이용하는데요, 농인이 탑승한 적 있는지 여쭙보곤 해요. 기사님 말씀을 들어보니까 외국인이나 카카오택시를 부르면 영어로 주소가 뜬다고 하더라고요. 기사님이 영어를 잘 몰라도 주소와 내비게이션이 있으니까 별다른 대화 없이 가면 된다고 하셨어요. 기사님이 영어를 잘 모르는 것처럼 농인들도 수어가 아닌



구어로 소통하는 것이 힘들 뿐이라고 설명해드렸죠. 그런데도 기사님은 전화를 안 받으면 그냥 갈 수밖에 없다고 하셔서 안타까웠어요. 카카오톡 앱 내의 채팅 기능이 좀 더 강화되어 기사님이 승객이랑 간편하게 연락을 주고받을 수 있으면 좋겠어요.

#### - 서서히 자리 잡는 편리함 -

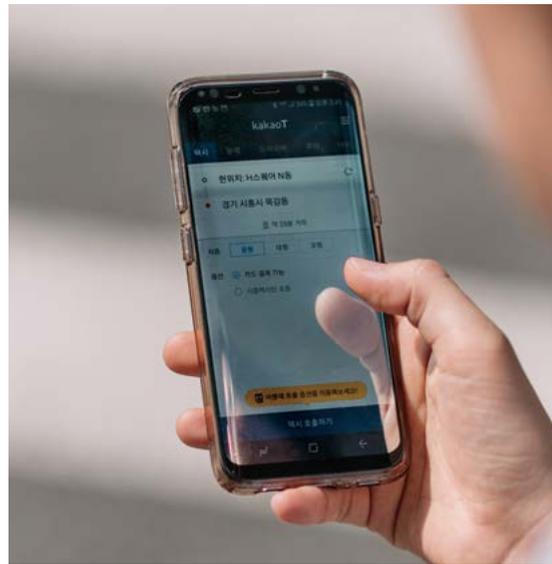
#### 기사님과의 소통 방식은 어떻게 달라졌나요?

**현영옥** 보통은 목적지를 알고 계시니까 딱히 대화가 필요가 없어요. 목적지에 다다라서 손짓으로 이쪽에 내려달라고 가리키면 그제야 저희가 들리지 않는다는 걸 알기도 하고요. 가끔은 저희가 대답을 못 하면 외국인인 줄 알고 영어로 말을 거시는 분도 있어요. 그게 아니라 들리지 않는다고 하면 당황하시는 기사님도 간혹 있고요. 그래도 예전보다는 기사님이 농민들을 덜 낯설어하시는 것 같아요. 카카오톡 덕분에만 아니겠지만, 장애가 있는 사람을 바라보는 시선이 조금씩 변하고 있다는 것을 느끼곤 해요.

**김진옥** 맞아요. 어떤 분은 저희가 알아들을 수 있도록 일부러 입 모양을 크게 하거나 제스처로 친절하게 설명해주시기도 해요.

#### 카카오톡에 카카오페이를 연동하면 택시 스마트호출이나 블랙 등의 요금을 자동으로 결제할 수 있어요. 이용해보신 적 있으신가요?

**현영옥** 이용해 본 적은 없지만 정말 편리하겠네요. 택시 안에서 기사님이랑 신용카드를 주고받을 필요도 없고요. 다만 아까도 말씀드렸듯이 농민들은 새로운 서비스를 이용하는 데 굉장히 신중한 편이에요. 문제가 발생하면



그걸 해결하기 위한 절차가 청인이 체감하는 것보다 저희들에게는 훨씬 복잡하거든요. 카카오페이로 결제가 잘못된 경험은 없지만, 예전 경험 때문에 망설이게 되더라고요. 차라리 그냥 카드로 결제하는 편이 낫다고 여기는 거죠.

**김상화** 농민들은 특히 금융 서비스를 이용할 때 불편했던 경험이 누적되어 있어요. 이를테면 신용카드를 분실했을 경우 보통은 고객센터에 전화해서 본인 인증하고 재발급을 받으면 되지만, 농민은 ARS 서비스를 이용하는 것 자체가 불가능하니 수화 통역사와 함께 영업점을 방문해야 하는 등 훨씬 번거롭죠.

**김진옥** 이런 이유들로 새로운 서비스나 제품이 농민 사회에서 자리 잡는 시점은 청인 사회에 비해 늦긴 해요. 하지만 서비스가 이용하기 편하다는 이야기가 돌기 시작하면 입소문이 퍼지는 속도는 훨씬 빠른 것 같아요. 그런 과정을 거쳐 카카오톡과 페이스톡은 농민들에게



없어서는 안 될 서비스로 자리 잡았고요. 농민 사회에서 카카오가 만드는 서비스는 안심하고 쓸 수 있다는 인식이 점점 확산되는 것 같아요.

#### 카카오톡으로 리뉴얼 후에는 드라이버, 주차 등 새로운 서비스가 추가됐어요. 이용해보신 적 있나요?

**김진옥** 아니요. 카카오톡에 대리운전 기사 호출 서비스가 있는지는 처음 알았어요. 기회가 되면 한번 이용해보고 싶어요.

**현영옥** 남편이 이용해보고 친구들에게 알려주면 택시 서비스처럼 금방 유행할 것 같아요. 저도 택시 말고 다른 서비스는 이용해본 적이 없지만 카카오톡 내비게이션 기능이 좋다는 이야기는 많이 들었어요.

#### - 모두를 연결하는 아이디어 -

#### 카카오에서 농민들을 위해 만들었으면 하는 서비스가 있나요?

**현영옥** 지금 이용하고 있는 서비스에도 무척 만족하기 때문에 딱히 더 바라는 것은 없어요. 어떻게 보면 일상생활에서의 불편함에 많이 익숙해졌기 때문인 것 같아요. 새로운 아이디어를 내서 무언가를 바꾸려 하기보다는 그냥 농민이기 때문에 불편한 상황을 받아들이는 거죠.

**김상화** 저도 여러 농민들을 만나 이야기를 듣다 보면, 대부분의 농민들은 불편한 것을 참고 견디는 데 익숙하다는 것을 많이 느껴요. 하지만 불편한 것을 당연하게 여기면 사회는 변하지 않을 테니, 이런 인터뷰 자리야말로 정말 의미 있다고 생각해요. 오늘 이렇게 함께 이야기를 하다 보니 좋은 아이디어가 몇 가지 떠올랐어요.



“예전에는 다른 사람에게 택시  
좀 불러달라고 부탁하는 일이  
많았거든요. 이제는 누군가의 도움  
없이 제 문제를 스스로 해결할 수  
있어서 좋아요.”



#### 어떤 아이디어인가요?

**김상화** 카카오 T에 ‘데프 드라이버(deaf driver)’ 서비스가 추가되면 좋을 것 같아요. 농인 중에 운전을 잘하는 사람이 정말 많거든요. 이런 분들이 드라이버로 등록하면 농인 승객이 호출했을 때 우선적으로 배차해주는 거죠. 더 나아가 수화 통역사와 농인을 연결시켜주는 중개 서비스도 만들어볼 수 있을 것 같아요. 카카오 T에서 택시 기사님 얼굴과 연락처를 확인하고 서비스 이용 후 평가까지 하는 것처럼, 카카오 플랫폼을 통해 수화 통역사의 서비스를 이용할 수 있으면 좋겠어요.

**현영옥** 정말 좋은 생각인 것 같아요. 각 지자체별로 수화통역센터가 있지만 통역사 수가 턱없이 부족해요. 그럼에도 별다른 불만 사항을 말할 수 없는 것은 그 서비스가 무료로 제공되기 때문이에요. 하지만 농인들도 좋은 서비스가 있으면 적당한 비용을 지불할 능력과 의지가 충분히 있어요. 카카오에서 그런 서비스를 만들어준다면 자주 이용할 것 같아요.

**김상화** 카카오 T나 페이스톡은 처음부터 농인들을 위해 만들어진 것은 아니지만 일종의 파급 효과로 농인 사회에서 없어서는 안 될 서비스로 자리 잡은 것만큼, 사람과 사람을 연결하는 카카오의 서비스 기획력은 탁월하다고 생각해요. 농인에게 시각적으로 표현하는 것이 정말 중요하거든요. 카카오는 감정을 표현하는 이모티콘, 얼굴을 보고 이야기하는 영상 통화, 그리고 택시를 이용하는 과정까지 하나의 서비스로 표현을 해냈잖아요. 이런 역량을 잘 활용해 처음부터 농인들을 고려한 서비스를 기획한다면 농인 사회에도 긍정적인 변화가 많이 일어나지 않을까 싶어요. 앞으로도 모두를 위한 연결, 카카오의 노력을 기대하겠습니다. ▣

## 카카오 T 100% 활용법



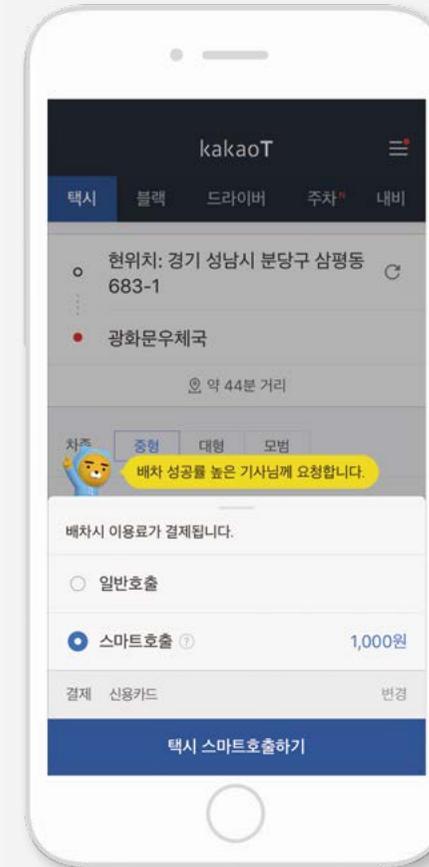
**Q. 택시 기사님의 전화를 받을 수 없는 상황이에요. 간단하게 문자로 연락할 수 있는 방법은 없나요?**

**A.** 네, 기사님께 문자로 연락할 수 있어요. 기사님이 배차된 후 화면에서 상단 문자 아이콘을 누르면 기사님에게 문자를 보낼 수 있습니다. 메시지 보내기 화면에서 간편 버튼을 누르면, 많은 승객들이 자주 사용하는 문구 내용을 선택해 보내실 수도 있고요. 직접 메시지 입력도 가능합니다. 최대 50자까지 전송할 수 있으며, 기사님의 안전한 운전을 위해 꼭 필요한 메시지만 보내주시길 부탁드립니다.



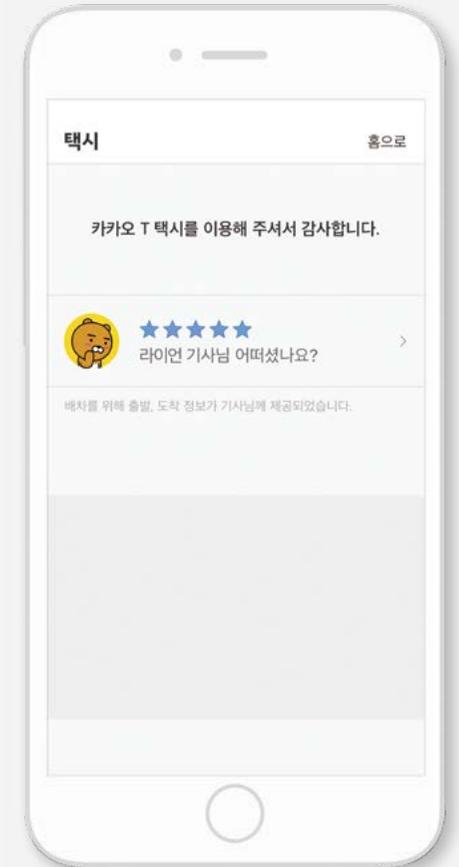
**Q. 택시에 물건을 놓고 내렸어요. 어떻게 해야 하죠?**

**A.** 카카오 T 택시를 이용하셨다면, T 앱 이용 기록을 통해 해당 기사님에게 직접 전화해 분실물을 찾을 수 있습니다. 탑승 후 3일 지나면 기사님과의 직접 통화는 어렵습니다. 이때는 불편하시더라도 지역별 유실물센터에 탑승하신 차량 번호로 문의해주세요. 지역별 유실물센터는 <http://www.taxi.or.kr/02/04.php> 에서 확인하실 수 있습니다.



**Q. 스마트 호출 기능에 대해 알려주세요.**

**A.** 스마트 호출은 카카오 T 택시만의 방대한 시공간 정보와 사용자, 기사 운행 정보를 분석해 구축된 인공지능 기반 서비스입니다. 승객이 스마트 호출을 실행했을 때 배차 성공 확률이 높은 최적의 기사님에게 빠르게 연결해드리는 기능이에요. 운행을 마치면 이용료가 부과되므로 급한 사정이 있거나 시간에 맞춰 가야 하는 꼭 필요한 상황일 때 요긴하게 이용해보세요.



**Q. 기사 평가, 승객 평가 점수는 어디에 어떻게 반영되나요?**

**A.** 인공지능(AI) 기술, 빅데이터 분석을 곁들여 배차 등에 활용하는 방식으로 서비스 품질을 높여가고 있습니다. 더욱 편리하고 똑똑한 서비스를 제공하기 위해 노력하는 카카오 T의 내일을 기대해주세요!



## 새로운 연결로 꿈꾸는 창조의 섬

화창한 6월의 어느 오후. 책으로 빼곡히 둘러싸인 공간, 테이블에서는 6명의 청년들이 머리를 맞대고 토론한다. 그 앞 창가 벤치에는 파란 눈의 외국인과 20대 여성이 노트북을 들여다보고 있다. 공방에서는 3D 프린터가 쉼 없이 돌아가고, 원스톱상담센터 안에서는 법률·세무 전문가와 30대 창업자가 머리를 맞대고 앉았다. 강의실 형태의 트랙틀에서는 20~30대 청년 20여 명이 코딩 관련 강의를 집중하고 있다.

## 제주창조경제혁신센터 3년, 제주의 변화

서울에 위치한 코워킹 스페이스(Co-working Space)가 아닌 제주창조경제혁신센터(이하 제주혁신센터)의 일상이다. 제주벤처마루 3층에 위치한 J-SPACE는 제주형 코워킹 스페이스이자, 제주에서 창업을 고려하는 청년과 기업가, 창작자, 디지털 노마드의 허브로 자리매김한 지 오래다.

2015년 6월 문을 연 제주혁신센터는 지난 3년간 '새로운 연결을 통한 창조의 섬, 제주'라는 비전을 달성하기 위해 달려왔다. 카카오는 제주혁신센터의 파트너 기업으로서 인재를 발굴하고, 자생적 커뮤니티와 개방형 생태계를 구축하며, 제주를 동아시아 창조 허브로 만들기 위해 다양한 협업 프로그램을 운영하고 있다. 한때 전국의 창조경제혁신센터는 존폐의 위기에 몰렸지만 제주혁신센터만큼은 제주도와 관련 기관에서 운영 성과에 대한 긍정적 평가를 받았다. 어떻게 이러한 평가가 가능했을까?

제주는 많은 변화를 겪고 있다. '사람이 나면 서울로 보내고 말이 나면 제주로 보내라'는 옛말처럼 제주는 젊은이들이 떠나는 섬이었으나, 최근 중국과 동남아를 연결하는 교두보로 주목받으며 이주민이 끊이지 않는 섬이 됐다. 새로운 사람들의 유입으로 새로운 바람이 불고, 그들이 연결됨에 따라 제주 곳곳에서 긍정적인 변화가 감지된다. 이 변화의 중심에 제주혁신센터가 있다.

제주혁신센터는 전국의 혁신센터들처럼 거점 기업과 지역이 힘을 합쳐 지역 문제를 해결하고 새로운 창업 모델을 만들자는 취지에서 설립됐다. 제주혁신센터의 전담 기업은 제주에 본사를 둔 카카오다. 2004년 16명의 선발대로 시작된 카카오의

제주 본사 이전은 2012년 4월 마무리됐고, 이후 10여 년간 카카오는 지역의 IT 산업 발전과 일자리 창출에 기여해왔다.

제주혁신센터가 문을 열면서 카카오는 본격적으로 제주 지역 창업 생태계 구축의 한 축을 담당하게 됐다. 카카오는 제주혁신센터 설립 당시 전담 지원 조직을 신설하고 창조경제혁신펀드 20억원을 1차로 결성했다. 펀드는 제주도 창조경제 활성화와 전략 산업 육성을 위해 제주에 본사와 지사, 공장, 연구소를 둔 기업에 집중 투자했다. 3년 사이 제주혁신센터가 지원한 스타트업은 무려 101개사. 지금까지 투자 유치 금액도 554억원에 달한다.

제주혁신센터는 길러낸 기업 수보다 비즈니스 내실화에 역량을 집중했다. 그 결과 제주혁신센터 보육 기업들은 졸업 이후에도 크라우드펀딩을 통해 사업성을 인정받고 있다. '다자오'는 제주 지역 빈집을 리모델링해 숙박 시설로 활용하는 '빈집 프로젝트'로 2억원 펀딩에 성공했고, 지난해 '2017년 와디즈 베스트 펀딩'으로 선정됐다. 이후 지난 4월 첫 번째 빈집 프로젝트인 '도순돌담집' 숙박 프로젝트를 시작해 최단기간 내 목표 금액을 달성하고, 최종적으로 목표액의 390%를 펀딩했다.

우리 동네 학원 찾기 O2O 서비스 '파인듀(FINDEW)'를 운영하는 '(주)태인교육' 역시 지난 4월 펀딩을 진행해 목표 금액 1억원을 달성했다. 덕분에 태인교육은 강사와 학원을 매칭하는 서비스를 본격적으로 개발할 수 있게 됐다.

제주혁신센터 관계자는 "크라우드펀딩을 통해 최근 센터의 보육 기업이 펀딩에 연속 성공하는 것은

매우 고무적인 일”이라며 “이는 기업의 프로젝트가 투자자들에게 매력적으로 다가간다는 것을 보여주는 사례”라고 전했다.

창업 아이디어를 다듬을 수 있는 아이디어 피칭 데이는 매달 새로운 아이디어를 가진 예비 창업자들을 한자리로 모은다. 창업에 필요한 법률·금융(회계)·특허 윈스톱 전문 컨설팅도 570건이나 진행했다. 윈스톱상담센터를 방문한 한 예비 창업자는 제주에서 관광 관련 스타트업을 창업하고 싶다고 밝혔다. “혼자 창업을 고민하다 아이디어 피칭 데이를 통해 사업 아이디어를 구체화했어요. 창업에 필요한 세무·법률 관련 상담을 받기 위해 윈스톱 지원 컨설팅을 신청했어요.”

이 창업자에게는 ‘제주다움’ 프로그램도 도움이 된다. 제주로의 이전 확장을 시도하는 기업, 제주와의 시너지를 창출할 수 있는 기업이나 예비 창업자, 제주 관련 콘텐츠를 발굴하려는 문화 창작자 또는 연구자들에게 제주에서의 비즈니스 실험을 위한 업무 공간과 숙소를 지원하는 프로그램이다. 이미 체류 지원 프로그램을 통해 제주도 밖에서 온 인재 160명이 머무르고 있다. 동남아에 거점을 마련하던 디지털 노마드들도 제주혁신센터를 통해 제주에 자리를 잡았다.

제주혁신센터는 4차 산업혁명 시대의 도래에 걸맞은 전문인력을 양성하기 위해 제주도 내 청년 대상 개발자 양성 과정, 코딩 강사 양성 과정, 머신 러닝 캠프를 운영하고 있다. 특히 코딩 강사 양성 과정과 머신 러닝 캠프는 카카오가 프로그램 운영을 돕는다. 이외에도 제주도 내 예비·초기 창업자, 소상공인, 개인 창작자와 단체들에게 카카오의 다양한 서비스 플랫폼

활용 노하우를 교육하는 ‘Kakao 클래스’를 2016년부터 운영하고 있다.

제주혁신센터는 지역 투자 생태계의 기반을 만들고 제주형 혁신 사업을 발굴함으로써 또 한 번의 새로운 도약을 꾀한다. 지난 5월에는 제주 지역 스타트업 생태계 활성화를 위해 민간 액셀러레이터사인 (주)크립톤과 업무협약을 맺고 20억원 규모의 ‘제주 액셀러레이팅 펀드’ 조성에 적극 협력하기로 했다. 직접 투자 기능을 강화하기 위해 시드머니(Seed Money) 투자 사업도 시작한다. 대상 기업은 심의위원회를 거쳐 최대 3000만원의 투자 지원을 받을 수 있다. 사업 진행을 위해 제주혁신센터는 한국엔젤투자협회를 통해 엔젤 투자자(기관투자자) 자격도 취득했다.

제주형 혁신 사업도 속속 발굴하고 있다. 제주혁신센터와 제주도시재생지원센터는 ‘도시재생스타트업TF팀’을 조성했다. 이들은 지난 2월 스타트업을 지역 혁신 주체로 성장시키기 위한 과제로 도시재생과의 연계를 도출했다. 지난 4월 100여 명이 참여하는 ‘혁신 창업 생태계 조성’과 도시재생 제주 콜로키움’을 열고, 스타트업과 도시재생 연결 협력 방안을 공유했다. 7월에는 이 자리에서 나온 방안을 바탕으로 제주 원도심 지역 유휴 공간의 비즈니스 모델을 발굴하기 위한 ‘리노베이션 스쿨 in Jeju’를 진행한다.

제주혁신센터는 지역 스타트업 생태계가 활성화되고 일자리가 늘어난 만큼 스타트업 인재 매칭을 더욱 강화할 예정이다. 제주도 외 인재 채용은 물론, 도내 인재 양성도 지속적으로 추진할 계획이다. ■

## 함께 만드는 제주 스타트업 생태계



전정환  
제주창조경제혁신센터 센터장

제주도에서 창업을 꿈꾸는 사람이라면 가장 먼저 찾는 혁신의 허브로 자리매김했어요. 제주만의 가치를 스타트업을 통해 발휘하려는 사람들에게 제주혁신센터는 없어서는 안 될 곳이 됐습니다. 또 현 정부에서 창조경제혁신센터의 방향으로 설정한 다양성, 개방성, 자율성에 기반한 지역 혁신 허브 기능을 가장 잘 실천하고 있는 지역센터로 입지를 다지고 있기도 해요.

돌이켜보니 안팎으로 어떤 어려움이 있더라도 지역 생태계의 본질적인 문제를 풀고 말겠다는 3년 전의 각오가 있었기에 가능한 결과입니다. 카카오는 지역의 창업 생태계에 동참함으로써 제주의 발전에 효과적으로 기여하는 훌륭한 파트너고요. 덕분에 지속적인 파트너십을 이어가고 있고, 민간과 공공의 협력을 통해 오픈 이노베이션을 만들어갈 수 있다는 점에서도 큰 보람을 느껴요.

제주혁신센터의 본질적인 역할은 제주 혁신 창업 생태계 조성자로서 생태계에 필요한 문제들을 발견하고, 그것을 파트너들과 함께 해결해가는 거예요. 앞으로도 지역 혁신 주체들의 매개자이자, 스스로 실천하는 지역 컨설턴트가 되기 위해 계속 노력하겠습니다.



오선미  
공유한국 대표

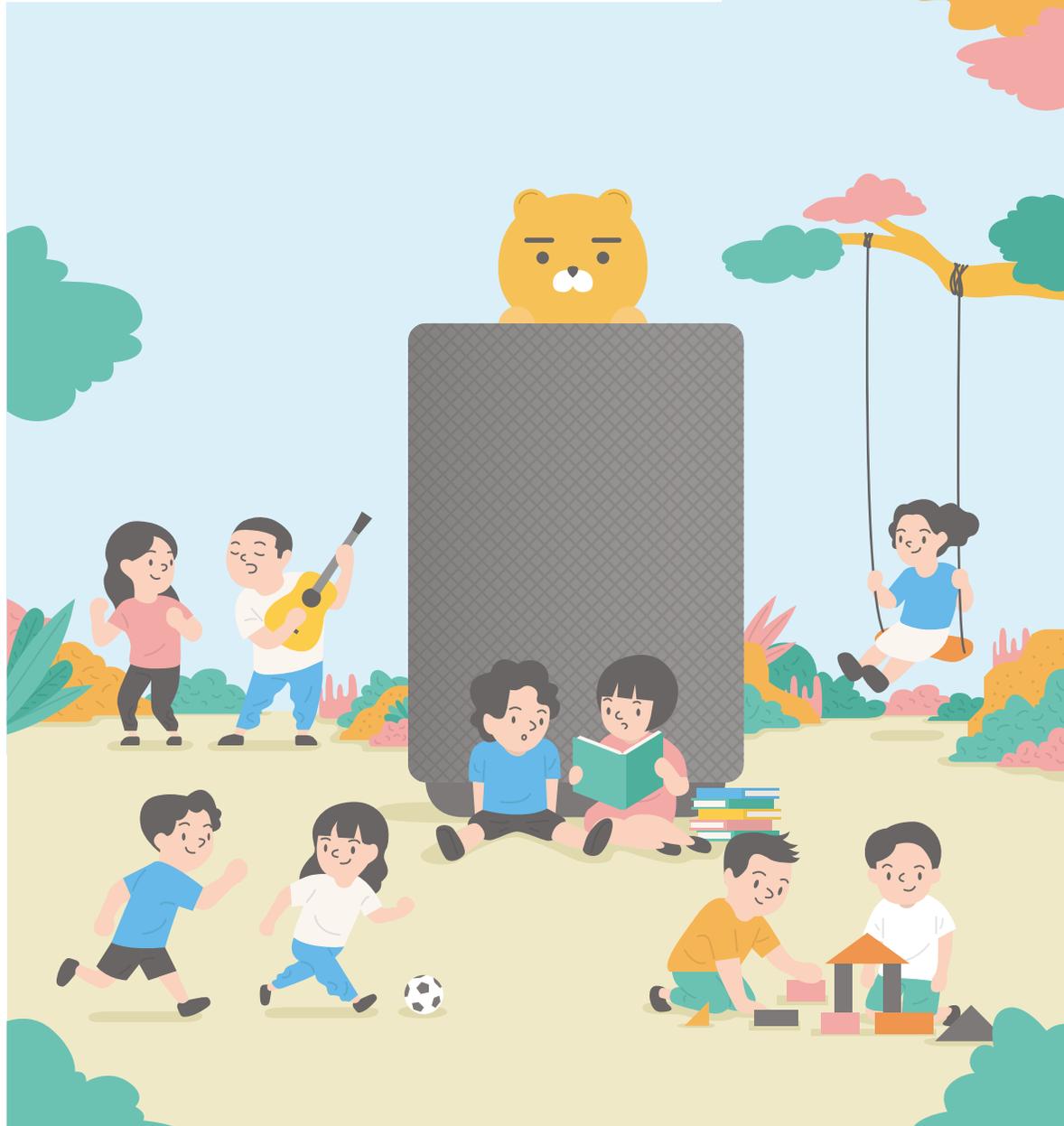
우리 회사는 중국 온라인 미디어 콘텐츠 마케팅을 하고 있어요. ‘제주다움’ 프로그램을 통해 제주에 머무르며 일을 할 수 있었죠. 제주창조경제혁신센터가 서울에서 가진 ‘스마트 관광 사업 설명회’에 우연히 참석했어요. 한창 한국 여행 동영상을 제작해 이제 막 중국 온라인 마케팅을 시작했던 시기라 당연히 제주 여행에도 관심이 많았지만, 무작정 제주에 내려가는 것은 여러 측면에서 위험 부담이 있었습니다. 그런데 설명회를 듣고는 ‘이거다!’ 싶어서 신청했어요.

제주에서 한 달 동안 살면서 제주 여행 관련 영상을 제작해 중국 온라인 채널에 올렸어요. 제주 여행 콘텐츠 조회 수가 서울 여행보다 2~3배 많더라고요. 제주는 중국인들이 무비자로 여행할 수 있고 요즘 가장 핫한 곳인데 중국 온라인상에서 정보가 많이 부족했나봐요. 제주가 중국 여행객 대상으로 테스트하기에 최적이었던 거죠.

한 달 동안 테스트를 거치면서 제주에서의 사업 추진에 대한 확신을 얻었어요. 바로 입주 기업에 지원했습니다. 이렇게 입주 기업 6기로 제주에 터전을 잡았답니다. 제주다움 프로그램은 다양한 사람들을 만날 수 있는 아주 훌륭한 기회였어요. 한 달 동안 사업 추진에 필요한 많은 사람들을 만났고, 함께 참여하는 분들과의 네트워크가 형성되면서 서로의 사업에 인사이트를 주고받을 수 있게 됐거든요. 제주에서 사업을 하고 싶지만 망설이는 분들은 저처럼 체류 지원 프로그램으로 가능성을 찾으면 좋겠어요.

# 지역아동센터에 찾아온 특별한 친구

공부를 도와주고 음악과 동화를 들려주는 친구, 어떤 질문에도 척척 대답해주는 친구. 카카오의 스마트 스피커 카카오미니는 많은 어린이들에게 특별한 친구 역할을 하고 있다. 전국 지역아동센터 65곳의 어린이들에게도 지난 5월부터 새 친구가 생겼다. 카카오가 어린이날을 맞아 지역아동센터에 카카오미니를 선물했기 때문이다.



## 헤이카카오, 우리랑 놀자!

지난 4월 카카오갈이가치와 카카오(아이)는 5월 가정의 달을 맞아 카카오의 스마트 스피커 카카오미니를 지역아동센터 아이들에게 지원하는 사업을 기획했다. 카카오갈이가치 홈페이지를 통해 지역아동센터 담당자들을 대상으로 신청을 받아 65개 지역아동센터에 카카오미니를 선물했다. 카카오미니를 선물받은 지역아동센터 가운데 세 곳의 이야기를 들어봤다.

“선생님, 이거 저 주는 거예요?”

- 영재지역아동센터 아이들의 첫 반응 -

“아~ 되게 조그만데요?  
너무 귀여워요!”

- 화원지역아동센터 아이들의 첫 반응 -

“우와 카카오미니다!”

- 해성지역아동센터 아이들의 첫 반응 -

“헤이카카오, 사랑해.”

- 화원지역아동센터 아이들의 반응 -

### 영재지역아동센터

충북 음성군 대소면

공장이 많은 면 소재지에 위치한 영재지역아동센터에서는 초등학교 1학년부터 중학교 1학년까지 29명이 함께 오후를 보낸다. 대부분 차상위 계층이거나 한부모·다문화 가정 아이들이라 돌봄의 손길이 절실하다.

영화라도 보려면 청주나 진천으로 차를 타고 가야 하는데, 부모님이 대부분 저녁 늦게까지 야근을 하는 저소득 근로자라 쉽지 않다.

도시 아이들과 달리 학교와 센터만 오가다 주말에는 집 안에서 TV를 보며 시간을 보내는 게 유일한 낙인 아이들. 강유숙 센터장은 이런 아이들에게 카카오미니가 삶의 기쁨과 원동력이 돼줄 거라고 생각했다.

아이들이 가장 많이 사용하는 것은 멜론을 통한 음악 재생 기능이다. 영재지역아동센터는 방학마다 요양원과 양로원으로 재능기부 공연을 다닌다. 벌써 3년째다. 아이들은 방송댄스, 우쿨렐레 연주, 합창 등을 선보이곤 한다. 카카오미니가 도착한 뒤로는 공연 연습이 한결 편해졌다. 자유 시간 역시 음악과 함께라 더욱 즐거워졌다. 서로 카카오미니에게 명령을 하려고 다투던 아이들도 이제는 차례를 지켜 카카오미니를 사용한다.

영재지역아동센터는 향후 카카오갈이가치에 모금함을 개설해 음악 교육에 활용할 수 있는 ‘틴플루트’를 구입하고 공연 연습도 할 계획이다. 오늘도 아이들은 연습을 위해 애타게 카카오미니를 부른다. “카카오야 ‘노란 풍선’ 틀어줘.”

## 화원지역아동센터

대구 달성군 화원읍

대구 화원초등학교 바로 옆에는 5일장이 선다. 그 시장 안에 화원지역아동센터가 자리를 잡고 있다. 초등학교 27명, 중학생 2명에게 오후의 터전이 돼주는 화원지역아동센터에는 유독 다문화 가정 아이들이 많다. 심인선 센터장은 카카오미니가 아이들에게 꼭 필요한 친구라는 걸 직감적으로 알았다.

“아~ 되게 조그만데요? 너무 귀여워요!”

카카오미니가 처음 도착한 날, 아이들 입이 귀에 걸렸다. 앱을 설치하고 카카오미니를 세팅하는 작업에는 아이들이 직접 나서서 선생님을 돕기도 했다. 얼마 지나지 않아 카카오미니는 방송댄스 수업의 일등공신이 됐다. 수업 시간 외의 쉬는 시간에도 아이들이 직접 카카오미니를 통해 음악을 재생하고 연습을 할 수 있게 됐기 때문이다.

동화 읽어주기 기능은 한글을 잘 모르는 저학년 아이들과 다문화 가정 아이들에게 큰 도움이 됐다. 특히 <신데렐라>에 대한 1학년 아이들의 반응이 뜨거웠다.

요즘은 학교에 다녀온 아이들이 가장 먼저 카카오미니에게 인사를 건넌다. 한번은 한 아이가 “헤이카카오, 사랑해” 하고 말했다가 의외의 대답이 돌아오는 바람에 모두 깜짝 놀랐다고 한다. “제가 아직 사랑이란 감정을 잘 몰라요. 알게 되면 이야기해드릴게요.” 아이들은 지금도 카카오미니와 함께 매일매일 놀라운 하루를 경험하는 중이다.

## 해성지역아동센터

서울 관악구 봉천동

해성지역아동센터는 초등학교 1학년부터 고등학교 3학년까지 39명 아이들의 터전이다. 특히 초등학교 25명으로 가장 많다. 대부분 부모님이 맞벌이를 하거나 한부모, 조부모 가정에서 자라고 있어 다른 아이들에 비해 문화적으로 소외된 환경에 놓여 있다. 해성지역아동센터가 지난해 12월 사회성 발달 프로그램을 위한 카카오같이가치 모금함을 진행했던 이유다.

해성지역아동센터는 아이들의 발달을 돕기 위해 영어, 수학 등의 기초 학습뿐 아니라 미술, 과학, 음악 등의 특기 적성 프로그램을 병행하고 있다. 이때 카카오미니가 아이들의 훌륭한 학습 도우미가 돼준다. 영어 시간에는 아이들이 카카오미니를 통해 모르는 영어 단어를 바로바로 찾아보면서 공부하는 습관을 들이고 있다. 독서, 글쓰기, 수학 문제집 풀기 등의 기초 학습이 진행될 때는 카카오미니가 타이머 역할을 한다. 산만하던 아이들도 카카오미니로 타이머를 맞추니 정해진 시간 내에 집중해서 문제를 풀 수 있게 됐다. 힐링사운드 기능도 집중력을 기르는 데 도움을 주고 있다.

카카오미니 덕분에 해성지역아동센터에는 웃음꽃 피는 날이 이어지고 있다. 카카오미니 지원 사업에 신청한 김태광 사회복지사도 보람찬 시간을 보내고 있다. “아이들이 카카오미니를 통해 후원자에 대한 소중함과 감사함을 느끼고, 항상 즐겁고 행복한 분위기 속에서 학습했으면 합니다.”

## 카카오미니와 함께 쑥쑥 자라다오



송나혜

카카오 시서비스기획파트 기획자

### 카카오미니 기부를 진행하게 된 계기가 무엇인가요?

당시 고석원 콘텐츠부문 부문장님이 제안을 하셨어요. 고 부문장님은 평소에도 어린이들을 대상으로 하는 기부를 많이 하시는 분이거든요. 카카오미니를 비롯한 스마트 스피커라는 아이템 자체를 IT에 관심 많은 부모를 둔 아이들이 먼저 접하게 될 가능성이 높죠. 아이들에게 정보 격차를 가져올 수 있겠다는 생각이 들어 기부 프로젝트를 제안하게 된 거예요. 또 카카오미니를 가장 잘 사용하는 연령층이 영유아 및 어린이라는 점도 고려했습니다. 어른들은 아직 터치 인터페이스에 익숙하지만 아이들은 기계에 대한 고정관념이 없어서 음성 인터페이스도 능숙하게 잘 사용하거든요. 더 많은 아이들이 카카오미니의 이용자가 되었으면 하는 마음도 있었습니다.

### 지역아동센터의 신청서를 읽고 팀원들과 어떤 이야기를 나누셨나요?

사실 카카오미니를 지원하기로 하면서 걱정한 부분이 있었어요. 아무래도 스피커는 1인 기기인데 센터당 한 대를 지원하면 다 함께 잘 활용할 수 있을까, 아이들이 한꺼번에 말하려고 하지는 않을까 싶었던 거죠. 그런데 신청서를 보니 음악 관련 기능과 학습 도우미 기능처럼 많은 대화를 필요로 하지 않는 기능을 더 기대하시는 것 같아서 불안을 덜어낼 수 있었어요.

### 지역아동센터 아이들에게 카카오미니가 어떻게 활용됐으면 하시나요?

카카오미니가 아이들이 자유롭게 말을 걸 수 있는, 센터에 있는 친구가 됐으면 좋겠어요. 멜론의 음악 추천 기능을 기반으로 음악을 통한 다양한 활동을 할 수도 있을 거예요. 카카오미니는 완성형 기기가 아니라 아이들과 함께 성장하는 기기예요. 더 많은 서비스가 추가되어 아이들의 궁금증을 해결해주는 학습 도우미 역할을 잘 해낼 수 있었으면 좋겠어요. 2018년 6월 7일부터 카카오미니에 키즈 맞춤형 콘텐츠가 추가됐어요. 아이의 이름을 넣어서 칭찬해주는 기능, 아이들이 좋아하는 인기 크리에이터의 목소리가 들어간 칭찬 멘트와 생활 습관 가이드, 동화 내용 안에 아이의 이름을 넣어주는 기능, 이렇게 크게 세 가지입니다. 지역아동센터에서 아이들 한명 한명의 이름을 불러주는 건 어렵겠지만 센터마다 아이들을 부르는 고유 명칭이 있더라고요. 지역아동센터에서 새로운 기능을 잘 활용하시면 좋겠습니다.



지역아동센터를 위한  
카카오같이가치 모금함이  
궁금하다면 QR 코드를 찍어보세요

# 미용실, No-Show와 작별하다

지도로 보고 맛집을 고르고 메뉴판을 보고 음식을 고르듯, 가고 싶은 미용실을 골라 원하는 헤어스타일을 미리 예약한다. 카카오테어샵이 고객과 매장을 보다 가까이, 긴밀하게 연결한 덕분에 가능해진 일이다. 지난 7월로 서비스 출시 2년을 맞은 카카오테어샵의 발자취를 돌아본다.



카카오테어샵에 대해  
더 알고 싶다면  
QR 코드를 찍어보세요

## 카카오테어샵, 이렇게 성장했어요

카카오테어샵은 출시 첫 달 6만4286명의 가입자로 첫발을 뒀다. 이후 가입자는 월평균 23%씩 꾸준히 늘었다. 2018년 6월 기준으로 누적 가입자가 250만 명에 달한다.

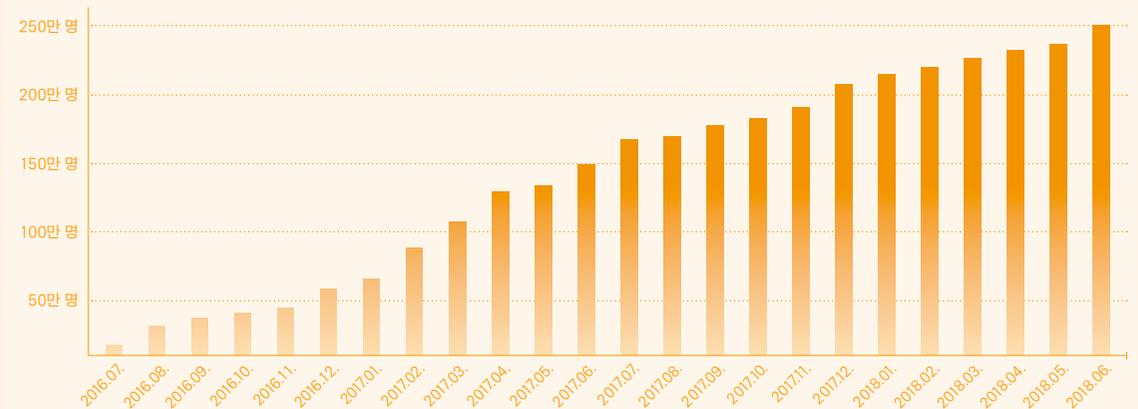
카카오테어샵 누적 가입자

250만 명

카카오테어샵 가입자 월평균 증가율

23%

카카오테어샵 누적 가입자 수



## 카카오테어샵, 이만큼 할 수 있어요

2016년 7월 출시된 카카오테어샵은 이용자와 매장의 고민을 한 번에 해결했다. 이용자는 손쉽게 원하는 미용실과 스타일을 찾아 예약한 뒤 투명하게 공개된 가격에 따라 미리 결제할 수 있고, 매장은 카카오테어샵의 데이터를 통해 마케팅 전략을 세우는 게 가능해졌다. 전국에 걸쳐 2700개 매장, 1만여 명의 헤어 디자이너들이 카카오테어샵에서 고객을 기다리는 중이다. 카카오테어샵을 통해 예약한 고객들의 노쇼 비율은 0.1%에 불과하다.

입점 매장 수

2700 개 매장



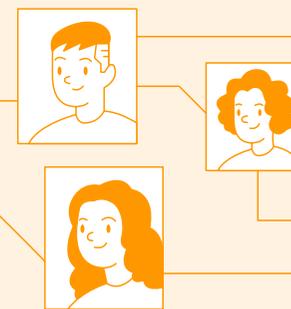
헤어스타일 포토

20 만 장



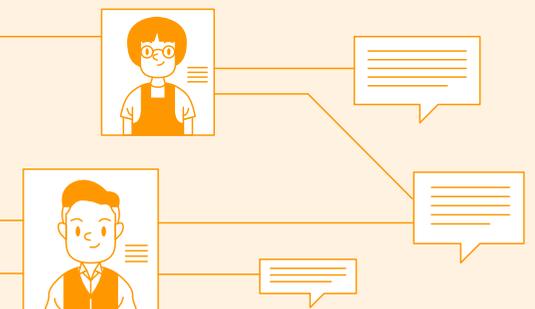
헤어 디자이너

1 만 명



헤어샵 리뷰

150 만 건



### 카카오헤어샵, 이런 분들이 이용합니다

카카오헤어샵을 통해 예약을 진행한 고객 분포를 살펴보면 여성 이용자가 60%로 남성 이용자보다 많았다. 연령별로는 20~30대 비중이 90%로 압도적이었다. \*결제완료 고객 기준

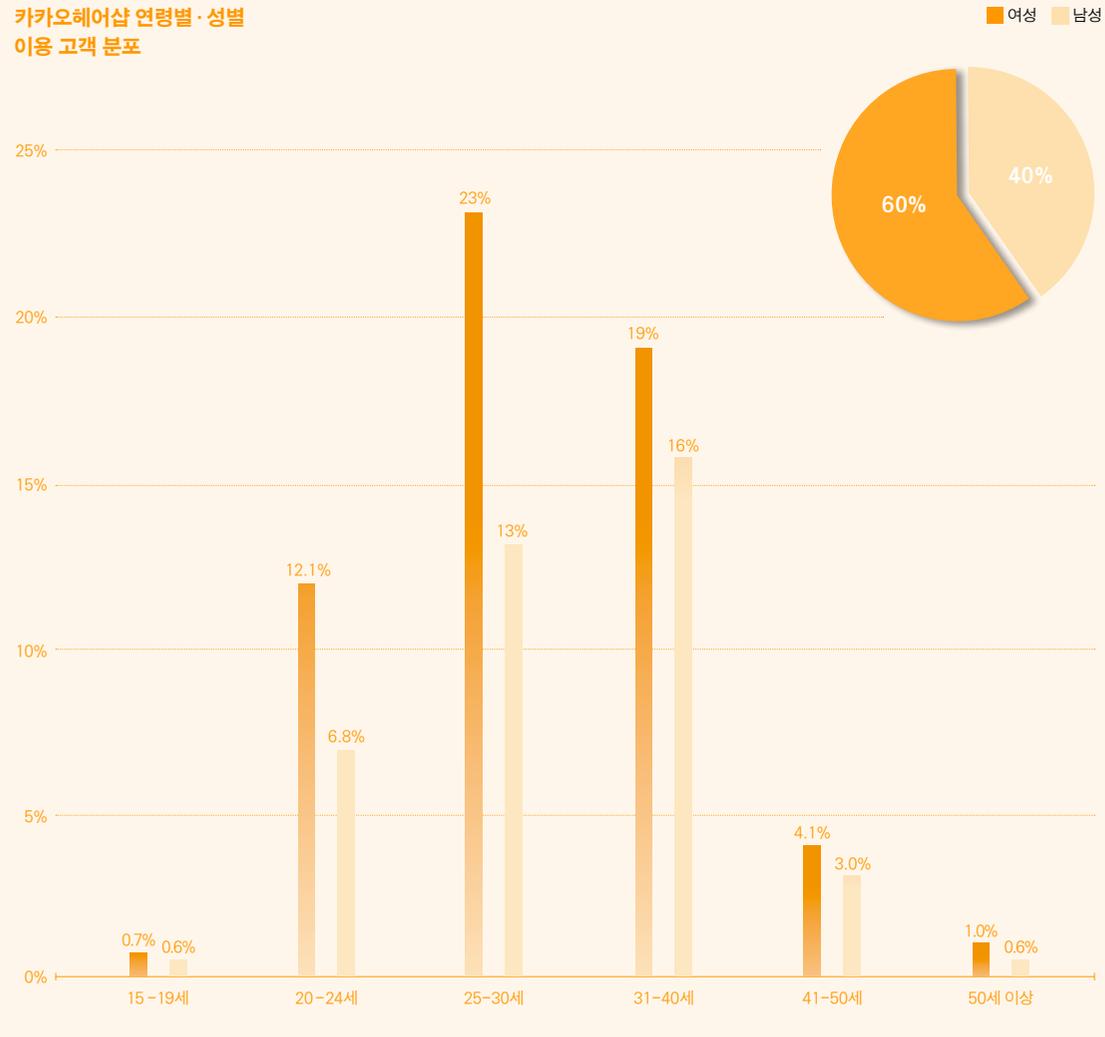
가장 많이 구매하는 연령층

25-30<sup>여성</sup>

2530 여성의 구매율

23%

카카오헤어샵 연령별·성별 이용 고객 분포



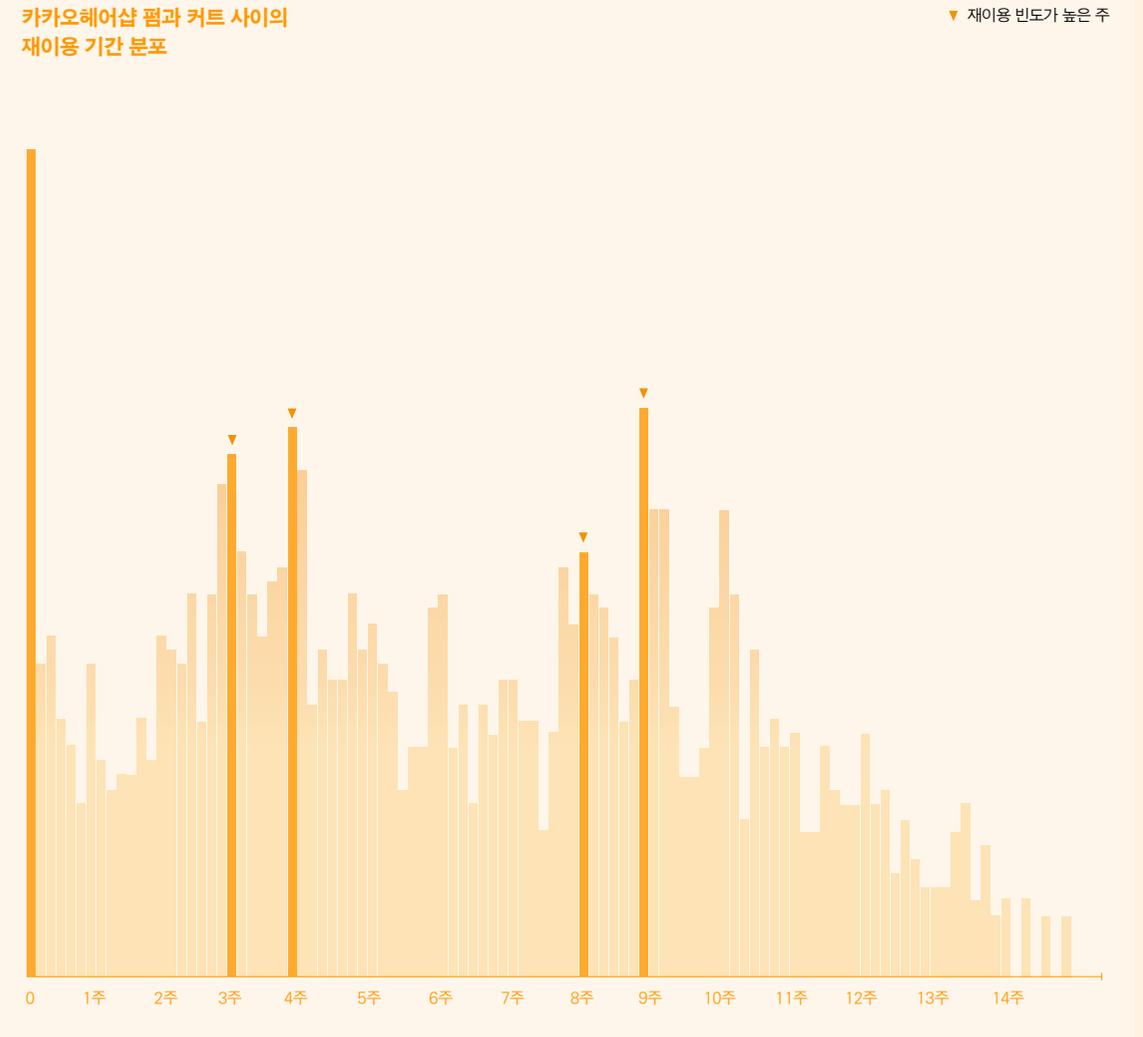
### 카카오헤어샵, 이렇게 자주 이용합니다

카카오헤어샵을 이용한 고객 둘 중 한 명은 다시 카카오헤어샵을 찾는다. 일주일 단위로 활발한 재구매가 일어났으며, 특히 첫 방문 이후 두 달이 지난 시기인 9주째 되는 날의 재구매가 가장 빈번했다. 이어 4주(28일), 3주(21일), 8주(56일) 순이었다. 펌 등의 시술을 받은 뒤 머리를 다시 다듬는 주기, 남성의 경우 커트를 하는 주기와 비슷한 패턴이다.

카카오헤어샵 재이용 비율

50.7%

카카오헤어샵 펌과 커트 사이의 재이용 기간 분포

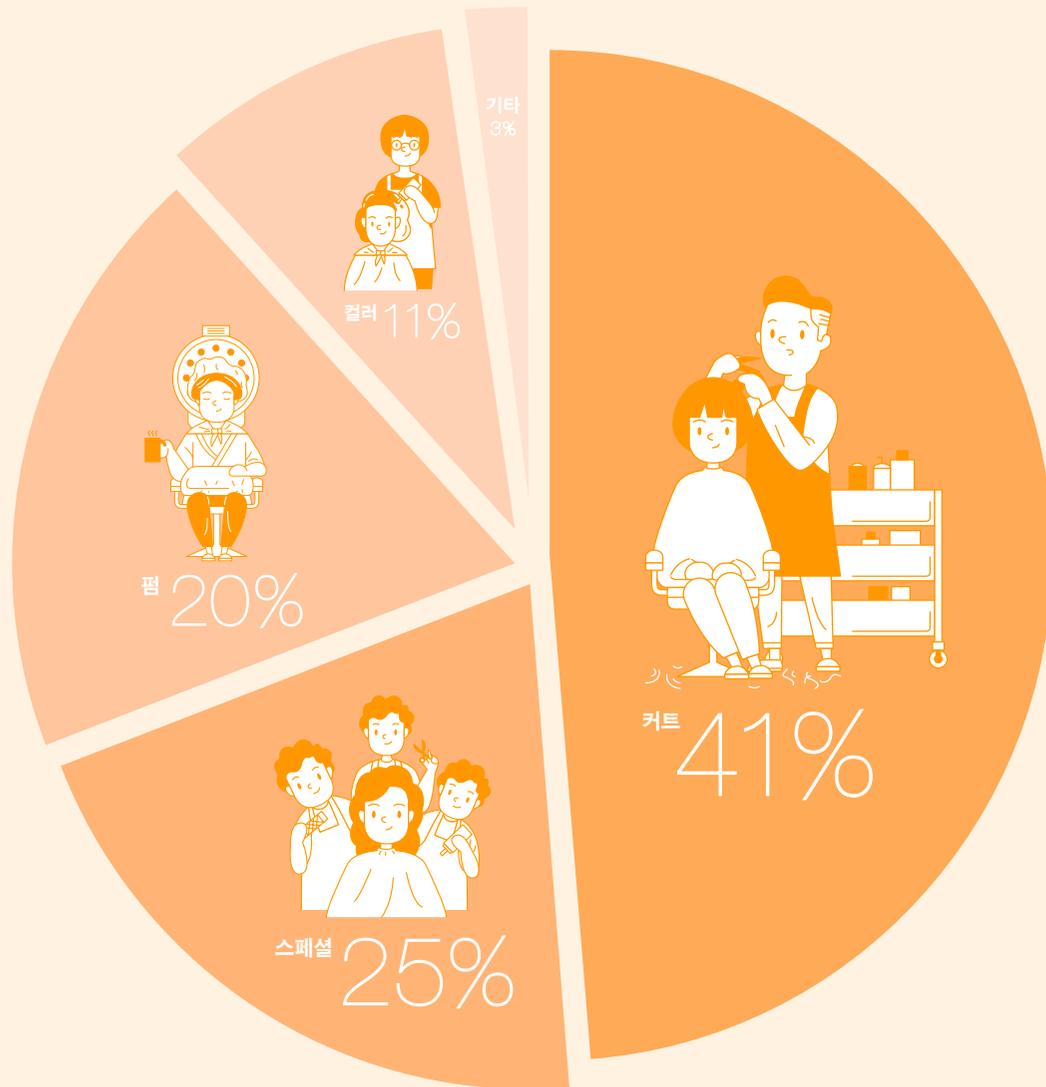


### 카카오헤어샵, 이런 메뉴가 인기 많아요

카카오헤어샵 고객 2/3는 커트 서비스를 이용했다. 여성 고객들도 처음에는 커트로 서비스를 경험한 뒤 다른 메뉴까지 추가로 이용하는 패턴을 보였다. 특히 펌+커트 세트 등을 비롯한 스페셜 메뉴나 펌은 가성비가 높아 반응이 뜨거웠다. 스페셜 메뉴의 할인율은 최대 40%다. 오프라인 매장보다 훨씬 합리적인 가격에 스타일 변신을 할 수 있는 셈이다.

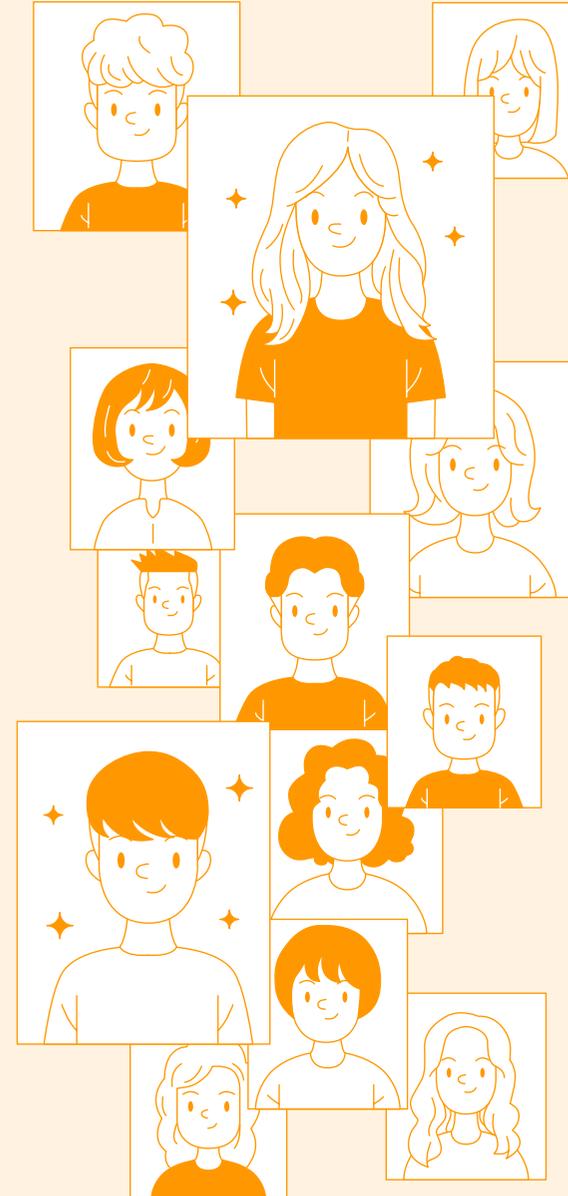
카카오헤어샵 메뉴별 이용률

이름	제품 판매량
커트	41%
스페셜	25%
펌	20%
컬러	11%
기타	3%



### 카카오헤어샵, 이런 스타일에 관심이 많아요

카카오헤어샵에서는 데이터를 통해 최신 인기 스타일도 확인해볼 수 있다. 2018년 여성 고객들이 가장 관심을 가진 헤어스타일은 레이어드컷. 자연스러운 컬을 살려주는 C컬과 S컬도 2017년부터 꾸준히 인기를 끌었다. 남성 고객들의 경우 댄디컷, 가르마펌, 새도펌을 많이 선택했다. 투블록컷은 스테디셀러로 꼽혔다.



카카오헤어샵 인기 스타일

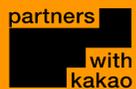
순위	스타일
1위	레이어드컷
2위	C컬펌
3위	S컬펌
4위	댄디컷
5위	가르마펌
6위	보브컷
7위	원랭스컷
8위	내추럴펌
9위	새도펌
10위	러블리펌

카카오헤어샵 여성 스타일

순위	스타일
1위	레이어드컷
2위	C컬펌
3위	S컬펌
4위	보브컷
5위	원랭스컷
6위	러블리펌
7위	루스펌
8위	히피펌
9위	글램펌
10위	애시브라운 염색

카카오헤어샵 남성 스타일

순위	스타일
1위	댄디컷
2위	가르마펌
3위	새도펌
4위	투블록컷
5위	내추럴펌
6위	리젠트컷
7위	댄디펌
8위	포마드컷
9위	레이어드컷
10위	애시그레이 염색



**Partners with Kakao**

2018년 7월호 (vol.8)

발행일 2018년 7월 16일

발행처 (주)카카오

발행인 여민수 조수용

편집인 양현서

편집장 전수민

편집 강연주 김대원 김태완 박진석 박지혜

임마숙 육심나 이경은 이재승 최승찬

디자인 디렉션 카카오 브랜드랩

디자인 김재현 한재국

외주 글 이해승

외주 사진 김진솔

외주 일러스트레이션 민지홍

2017년 12월 15일 창간

브런치 주소 [brunch.co.kr/@partnerswkakao](http://brunch.co.kr/@partnerswkakao)

메일 [partners.with@kakaocorp.com](mailto:partners.with@kakaocorp.com)

본 Partners with Kakao의 판권은 주식회사 카카오가 소유하고 있으며, 카카오는 Partners with Kakao를 상업적 목적으로 이용하는 것을 금지합니다. 또한 저작권법에 따른 정당한 범위 내에서 Partners with Kakao를 이용·가공·인용을 하시는 경우라도 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

# 스페이스닷원 갤러리로 초대합니다

카카오 크루들의 업무 공간인 Kakao 스페이스는 화려한 경관과 독특한 구조로 찬사를 받은 제주 명소이기도 합니다. 카카오는 다양한 행사를 통해 제주도민과 지속적인 교류를 나누고 있어, 열림과 닫힘, 낮음과 높음, 수평과 수직이 조화롭게 어우러진 소통과 개방의 공간입니다. 스페이스닷원 갤러리에서는 지역 아티스트들의 작품을 감상할 수 있습니다.

7월 1일부터 8월 31일까지는 김소라 작가의 개인전

〈무성하게, 자라는 마음〉을 만나볼 수 있습니다. 김 작가는 식물과 사람, 사람과 사람이 얽혀 표현해내는 복잡한 관계와 감정을 그립니다.

꽃피지 않는 사람 사이, 꽃이 아닌 화환으로 표현된 마음, 무성한 앞에 가리거나 덩굴 줄기로 복잡하게 얽힌 관계들을 무심히 건네는 작품들을 만나보세요.

개인 및 30명 이하의 소규모 그룹은 별도 신청 없이

스페이스닷원 로비 및 외부 공간을 방문하실 수 있습니다. 단체는

카카오 홈페이지를 통해 투어 프로그램을 접수 후 이용해주세요.

전시는 오전 9시부터 오후 7시까지 관람하실 수 있습니다.

일요일은 휴관입니다.



스페이스닷원 갤러리 전시가 궁금하다면 QR 코드를 찍어보세요