

## REWORK

다른 이도 아닌 세스 고딘의 강렬한 추천사와 오색 찬란한 많은 이들의 찬사를 읽을 때까지만 해도 대수롭지 않게 여기며 이 책 속으로의 탐험을 시작했다. 그런데 서문에 들어서자 늪다시피 의자에 기대어 앉아 책을 펼쳤던 내 자세부터 바로 잡게 되었다. 저자인 제이슨 프라이드와 데이비드 하이네마이어 한슨이 간결한 문장과 진중한 어조로 자꾸만 내게 ‘들렸다’고 외치는 게 아닌가!

시대의 빠른 변화에 적응했고, 무려 전통적인 관념 및 관점에서는 벗어난지 오래다, 라고 생각했던 건 나의 착각이자 오만이었다. 아니 무지함이라 해도 과언이 아니겠다. 새로운 세상이 왔다, 라고 외치며 흥분만 했었음을 실로 반성한다.

<REWORK>는 다분히 비즈니스의 방법론적인 내용을 담은 책이지만 비즈니스계의 카프카적 ‘도끼’같은 책이랄까. 각성되고, 반성되고, 흥미진진하다. 새로운 것이 없어 보이지만 무척 새롭다. 정답이 아닌 해답에 가깝겠지마는 시원하게 결과로 증명한 이들의 스토리는 어쩌면 근거 ‘과’충분으로 맹신하게 될까 되려 염려해야겠다. 기존 관념을 버리고, 깨뜨리고, 분해하여, 재조립해볼 수 있는 절호의 기회가 된 셈이었다. 실전은 늘 책을 읽고 씹어 먹은 직후의 첫 action에서부터 거론할 수 있는 것일 터. 세월을 아끼고, 체력을 보존키 위해 이 책은 바이블로 곁에 두기로 한다.

사실은 리뷰가 필요없다. 일독을 권하는 것으로 끝내도 내 할 일 다한 셈이다, 싶다. 하지만 우선은 다른 사람들을 위해서라기보다 시원찮았을 내 초독의 얄은 결말을 뒤엎고 남기기 위해서 재독하며 요약하고 기록해야겠다, 란 생각으로 정리해본다. 끄적여 덧붙인 Wendy's는 집중해서 보시지 않길 바란다(급신급신...). 실은 comment나 리뷰라기보단 짜질한 고백록에 가깝기 때문이다. 뭐, 어쨌든...책은 좋다! Shall we?

### [목차만으로 탄생한 REWORK 행동 강령 지침 리스트]

<p>제1장 모든 틀을 깨라</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현실 세계를 벗어나라</li> <li>- 과거의 실패는 잊어라</li> <li>- 장기 계획은 세우지 마라</li> <li>- 규모에 집착하지 마라</li> <li>- 일중독을 자랑하지 마라</li> <li>- 스타터가 되라</li> </ul>	<p>제2장 일, 이렇게 시작하라</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세상에 온 몸을 던져라</li> <li>- 가려운 곳은 스스로 긁어라</li> <li>- 미루지 말고 지금 하라</li> <li>- 시간이 없다는 변명은 이제 그만</li> <li>- 세상을 향해 소신을 펼쳐라</li> <li>- 공허한 사훈은 없는 게 낫다</li> <li>- 외부 자금은 마지막에 고려하라</li> <li>- 허리띠를 졸라매라</li> <li>- 벤처가 아니라 진짜 사업을 하라</li> <li>- 출구전략은 잊어라</li> <li>- 작고 가볍고 빠르게</li> </ul>
<p>제3장 주저 없이 나아가라</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제약을 받아들여라</li> </ul>	<p>제4장 작은 성공을 거듭하라</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 실물을 만들어라</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- 반쪽짜리를 만드느니 제품을 반만 만들어라</li> <li>- 핵심을 찾아라</li> <li>- 초기에는 세부사항을 무시하라</li> <li>- 결정을 내려야 일이 된다</li> <li>- 큐레이터가 되라</li> <li>- 일에도 가지치기가 필요하다</li> <li>- 변하지 않는 것에 집중하라</li> <li>- 실력은 손끝에서 나온다</li> <li>- 부산물까지 팔아라</li> <li>- <b>지금 당장 출시하라</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 손 떼야 할 때를 알라</li> <li>- 업무 방해는 생산성의 적이다</li> <li>- 회의는 독이다</li> <li>- <b>완성도보다 타이밍</b></li> <li>- 작은 성공을 거두라</li> <li>- 영웅이 되지 마라</li> <li>- 이제 그만, 자라</li> <li>- <b>예측은 불가능하다</b></li> <li>- 목록은 짧을수록 좋다</li> <li>- 작은 결정부터 실행하라</li> </ul>
<p>제5장 경쟁자에게 싸움을 걸어라</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 모방하지 마라</li> <li>- 제품을 차별화하라</li> <li>- 싸움을 걸어라</li> <li>- 경쟁자보다 적게 하라</li> <li>- 남들에게 신경 꺼라</li> </ul>	<p>제6장 고객에게 'No'라고 말하라</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자연스럽게 거절하라</li> <li>- 너무 커버린 고객은 떠나보내라</li> <li>- 열정을 진정한 가치와 혼동하지 마라</li> <li>- 집에서 쓸 만해야지</li> <li>- 기록하지 마라</li> </ul>
<p>제7장 사람들이 떠들게 하라</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 무명 시절을 즐겨라</li> <li>- 관객을 얻어라</li> <li>- <b>경쟁자보다 더 많이 가르쳐라</b></li> <li>- 요리사처럼 일하라</li> <li>- 무대 뒤를 공개하라</li> <li>- <b>아무도 가짜 꽃을 좋아하지 않는다</b></li> <li>- 언론 홍보는 스팸이다</li> <li>- &lt;월스트리트저널&gt;은 꿈도 꾸지 마라</li> <li>- 고객을 중독시켜라</li> <li>- <b>모두 함께 마케팅하라</b></li> <li>- 자고 일어나니 대박이더러?</li> </ul>	<p>제8장 언제, 누구를, 어떻게 쓸 것인가</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 초기에는 직접 하라</li> <li>- 어쩔 수 없을 때 인력을 고용하라</li> <li>- 인재를 포기하라</li> <li>- '별로'라고 말할 수 있는가?</li> <li>- 이력서는 무의미하다</li> <li>- 무의미한 경력</li> <li>- 학점 따지지 마라</li> <li>- 모두가 일해야 한다</li> <li>- 알아서 일할 사람을 고용하라</li> <li>- 뛰어난 작가를 고용하라</li> <li>- 인재는 어디에나 있다</li> <li>- 직원을 시운전하라</li> </ul>
<p>제9장 위기가 당신의 뒤통수를 치려 할 때</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 책임을 인정하라</li> <li>- 속도가 관건이다</li> <li>- 제대로 사과하라</li> <li>- 모든 사람을 전방으로 내보내라</li> <li>- 숨을 깊이 들이쉬어라</li> </ul>	<p>제10장 한 단계 더 성장하길 원할 때</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>문화는 창출하는 것이 아니다</b></li> <li>- 결정은 일시적이다</li> <li>- 록 스타는 잊어라</li> <li>- 직원은 초등학생이 아니다</li> <li>- 직원들을 5시에 퇴근시켜라</li> <li>- 작은 문제에 과민 반응하지 마라</li> <li>- 솔직히 말하라</li> <li>- <b>입에 담지 말아야 할 말들</b></li> <li>- '빨리빨리'는 독이다</li> </ul>

각 장에서 유독 밑줄을 힘주어 그은 내용들을 골라 옮겨보고자 한다(목록에서 bold). 이것은 단순한 노동 그이상도 이하도 아닐테지만 짧고 굵은 저자들의 한마디 한마디가 경험적 증거로 완벽히 증명되는 촌철이기에 실은 그 이상의 의미 있는 작업이 되리라 생각된다. 기록을 이어가다 몇몇 장에서는 소감내지는 깨달음 등등의 비슷한 그 무엇들을 소심하게나마 끄적여보기도 하련다.

**:: 1장 모든 틀을 깨라 ::**

**[과거의 실패는 잊어라]**

**“실패는 교훈이 아니고 그냥 실수다”**

비즈니스 세계에서는 실패를 당연한 통과의례로 여긴다. 실제로 그러한가?  
프라이드와 핸슨은 말한다. NO!! 그렇다면 결론은? ‘성공이야말로 가치있는 경험’이라는 것.

p.26

실패에서 배워야 한다는 말은 지극히 잘못된 생각이다. 실패에서 뭘 배우는가? 기껏해야 또다시 실패하지 ‘않는’ 법을 배울 뿐이다. 그게 전부다. 앞으로 뭘 ‘해야’ 할지는 여전히 모르는 상태다.

성공에서 배우는 것과 비교해보라. 성공은 당신에게 진짜 실탄을 제공한다. 어떤 일이 잘돼 가면, 무엇 때문에 그렇게 됐는지 알게 된다. 그렇게 한 번 성공하면 또다시 성공할 수 있다. 아니, 더 크게 성공할 수 있다. (중략) 한 번 성공한 기업가가 다시 성공할 확률 34%, 처음에 실패한 사업가가 다음번 사업에서 성공할 확률 불과 23%. 실패한 사람이나 한 번도 시도하지 않은 사람이나 성공 확률이 똑같다는 말이다. 성공이야말로 가치 있는 경험이다.

**Wendy's**

프로젝트 실패 경험도 ‘값지다’고 자위하며 동료와 상사들에게도 은근 위로를 구했던 찌질하고 구차한 내 모습이 기억 속에서 떠올랐다. 차라리 이를 갈며 울고 바로 다음의 성공을 위한 야망을 불태울 것을... 무엇을 잘못했는지만 복기했을 뿐 바로 써먹을 수 있는 전략으로 사용하지 못했음을 또한 반성하게됐다. 작은 성공 경험을 위한 작은 목표를 설정해서 그 작은 성공 경험을 쉽 없이 쌓아나가야겠다. 과연....OTL...

**[장기 계획은 세우지 마라]**

**“계획이란 추측이다”**

p.29

추측이 아닌 계획은 위험한 습관이다. 계획을 세우면 그 계획에 질질 끌려다닐 수밖에 없다. 계획이 있는 곳에 융통성이 설 자리는 없다. 하지만 인생살이에는 융통성이 필요하다. 도중에 나타나는 기회를 잡을 줄 알아야 한다.

정보는 주로 언제 얻는가? (일을 시작하기 전이 아니라) 일을 하는 ‘도중’이다.

먼 미래까지 추측하려고 애쓸 필요 없다. 올해가 아니라 이번 주에 할 일만 결정하면 된다. 당장 시급하게 해야 할 일을 찾아서 하면 그만이다. (한참 전부터 계획을 세우지 말고) 시작하기 바로 전에 결정을 내리면 된다.

## **:: 2장 일, 이렇게 시작하라 ::**

### **[가려운 곳은 스스로 긁어라]**

p.43

위대한 제품이나 서비스를 창출하고 싶은가?

가장 쉽고도 단순한 방법은 ‘자기 자신’이 사용하고 싶은 것을 만드는 것이다. 당신 자신이 사용해도 괜찮겠다 싶은 제품이나 서비스라면 보나 마나 잘 팔릴 것이다.

p.44

제품이나 서비스가 남이 사용할 것이라면 모든 결정을 암흑 속에서 내려야 한다. 하지만 자신을 위한 제품이나 서비스를 만들 때는 눈앞에 흰하다. 무엇이 옳은 답인지 정확히 안다.

- 먼지 봉투가 없는 사이클론 진공청소기 Dyson을 만든 제임스 다이슨
- 보스턴 심포니 오케스트라 팀파니 연주자가 문제점이 많은 복채에 불편을 느껴 자기 집 지하실에서 직접 만들어 판매한 복채는 시장 점유율 62% 달성
- 육상 코치 빌 바우어먼이 더 좋고 가벼운 운동화를 만들기 위해 가정용 와플기에 고무를 부어 만든 나이키 와플 밑창의 탄생

p.45

자기 자신에게 필요한 것을 만들면 그 결과물의 가치를 짐작하는 정도가 아니라 더없이 신속하고도 정확하게 판단할 수 있다. (중략) 자기 자신의 문제를 해결하라. 이 방식의 백미는 자기 일을 지극히 사랑할 수 있다는 점이다.

### **Wendy's**

아이폰 메모장에 새 메모장을 오픈하며 붙인 제목 ‘불편함을 발견하자, 은밀하게’. 기록은 규칙적일 수 없었고(지극히 나의 연약함이고요), 충동적이었으며 간헐적이었지만 일상의 루틴 속에서 ‘색다른’ 경험이 돼주었다. 불편함이야말로 생활밀착형 감정이자 생각일텐데 막상 이렇게 특별 대우를 해주며 기록을 해보려니 새롭지 아니하겠는가? ‘불편함’을 공유하고 사이드 프로젝트를 함께 할 이웃들을 모아 meet-up을 해볼까? 흠, 나쁘지 않다. 내향적인 ‘나’만 빼면...

### **[세상을 향해 소신을 펼쳐라]**

**“소신이 확실하면 방향이 보인다”**

p.52

일 할 때는 그 일을 하는 이유를 늘 잊지 말아야 한다. 위대한 기업에는 위대한 제품이나 서비스만이 아니라 위대한 가치관이 있다. 우리도 소신이 있어야 한다. 무엇을 위해 싸우려는지 알아야 한다. 그런 뒤에는 세상을 향해 그 소신을 펼쳐야 한다. (중략)

하지만 강한 소신에는 대가가 따른다. 적잖은 사람이 등을 돌릴 것이다. 오만하고 고집스럽다는 비난이 날아올 것이다. 이것이 인생이다.

p.53

소신이 없으면 매사에 이리저리 흔들린다. 반면, 소신이 있으면 매사에 나아갈 방향이 분명하므로 고민할 필요가 없다.

- 유기농 농산물만 고집하는 ‘홀푸드’에선 “인공 향이 첨가된 이 상품을 팔아야 할까?”라고 묻는 사람은 아무도 없다. 어떤 농산물이 적합한지 고민하는 일이 절대 없다는 것이다.
- 수제 샌드위치 숍. 폐점 시간은 ‘빵이 떨어질 때’라고 한다. Why? and Really? 아침마다 빵집에서 가장 신선한 빵을 가져오는데 그 빵이 떨어지면 가게 문을 닫는다. 오후 두 세시쯤. 아침만큼 빵이 신선하지가 않아서 돈 몇 폰 때문에 떳떳하지 못한 음식을 내놓을 수는 없다고 한다.

### **Wendy's**

소비자 입장에서 100% 동의하는 소신. 내가 메이커 입장이 된다면 이 소신이 흔들리지 않을 수 있을까, 란 물음에선 마음도 다리도 휘청거리는 게 현실, 또는 내 수준의 현주소. 힌트를 얻었다면 언제나 내가 소비자였던 때를 그리고 그 때의 마음을 기억해야겠다, 라는 것. 어쩌면 우선순위는 지금의 일에서 먼저 점검해보고 적용해보는 것이겠다. 은근슬쩍 내미는 고객사의 애매한 (무료 서비스) 요청에 소신있게 NO라고 말해야 겠다, 에서 머무는 게 내 깨달음의 수준이지만 ‘소신’을 분명히 세워 공유해야겠다, 까지로 한 발짝 나아지긴 했음...

**:: 3장 주저 없이 나아가라 ::**

**[반쪽짜리를 만드느니 제품을 반만 만들어라]**

**“열 개를 대충하느니 하나라도 제대로”**

p.77

하고 싶은 것을 한꺼번에 하면 하나도 제대로 할 수 없다. 우리의 시간과 자원, 능력, 집중력에는 한계가 있다. (중략) 대의를 위해 몇 가지 꿈은 접어야 한다. 야망을 반으로 줄여라. 반쪽짜리를 만드느니 반만 가지는 게 낫다.

p.79

세상만사의 대부분이 짧을수록 좋다. 영화감독들의 편집, 음악가들의 편집, 작가들의 문장 잘라내기 등등.

가지치기를 시작하라. 위대함으로 가는 여정은 그럭저럭 좋은 것을 쳐내는 일로 시작된다.

## [핵심을 찾아라]

p.80

핵심에서 시작하라.

“이것이 없어도 이 사업이 가능할까?” 이 질문을 던지면 핵심이 무엇인지 쉽게 판단할 수 있다.

핵심을 찾아내라.

절대 뺄 수 없는 것은 무엇인가? 없어도 되는 것은 핵심이 아니다.

그 핵심을 찾아 모든 정력을 쏟아부어라. 그 핵심의 수준을 최상으로 끌어올려라.

핵심이라는 기초가 어떤지에 따라 모든 게 달라진다.

## [결정을 내려야 일이 된다]

“결정이 곧 실행이다”

p.85

“생각해보자”란 말보다는 언제나 “결정을 내리자”가 낫다. 완벽한 해법을 기다리면 끝이 없다.

결정을 내리고 속히 진행해라.

이왕이면 결정의 흐름을 타는 게 좋다. 여러 가지 문제에 대해 일사천리로 결정을 내리면 일의 진행에 탄력이 붙고 사기가 올라간다.

p.86

“지금 당장은 뭘 할 수 있을까?”라는 질문을 던져야 상황이 정리될 수 있다. 한번 내린 결정을 영원히 지속할 필요는 없다. 문제가 생기면 그 때 바로잡아도 늦지 않다.

p.87

너무 긴 프로젝트는 사기를 떨어뜨린다. 개발하는 시간이 길수록 실제로 출시될 가능성은 적어진다. 아직 운동력이 살아 있을 때 빨리 결정을 내리고 일을 진행하는 편이 현명하다.

## [큐레이터가 되라]

p.88

박물관에는 벽에 붙어 있는 작품보다 붙어 있지 않은 작품이 훨씬 더 많다. 최고만 엄선한 것이기 때문.

우리는 중요한 것만 남겨놓아야 한다. 그래서 버리고 단순화하고 정리할 게 없는지 늘 살펴야 한다. 한마디로, 박물관 ‘큐레이터’가 되어야 한다. 핵심 중의 핵심에만 집중하라. 가장 중요한 것만 남을 때까지 버리고 또 버려라. 그러고 나서도 가지치기를 한 번 더 하라. 혹시 꼭 필요한 것을 버리게 되더라도 나중에 얼마든지 추가할 수 있으니 벌벌 떨 필요 없다.

### [변하지 않는 것에 집중하라]

p.95

사업의 핵심은 변하지 않는 것들이다. 사람들이 오늘도 원하고 앞으로 10년 후에도 변함없이 원할 것들, 바로 이런 것에 투자해야 한다.

- 아마존닷컴의 신속한 무료배송, 다채로운 품목, 친절한 환불정책, 적당한 가격. 이런 것은 언제나 귀하기 마련이다.
- 일본 자동차 업체들도 안정성, 적당한 가격, 실용성 같은 변치 않는 핵심 원칙들에 집중한다.
- 37signals(저자가 설립한 기업)도 속도, 단순성, 사용 편의, 명료함 같은 것에 주안점을 둔다. 유행을 타지 않는 요소들이다.

### Wendy's

몸 담고 있는 일에 대입시켜 생각해보았다. 계속해서 의지적으로 생각해보고자 노력해본 바 가장 처음에도 그리고 마지막으로도 떠오른 건 단 하나 '진정성'이다. 사람을 대하고, 사람들과 커뮤니케이션하고, 협의하고, 때로는 설득 또는 상담하며 나아가야 하는 길에 놓여있기에 방법론보다는 '진정성'에 최우선순위를 두게 된다. 이마저도 주니어때는 스킬에 더 치중했었던 터라 수 년이 지나면서 깨닫게 된 부분. 그렇다면, 변하지 않는 '가치'인 '진정성'을 변하지 않는 '것'으로 만들려면 어떻게 해야할까? 여기서부터 전략적 고민의 시작이다.

### [지금 당장 출시하라]

p.103

제품에 꼭 필요한 기능을 장착했으면 주저하지 말고 출시하라. (중략) 마감일을 정하면 눈앞에 흰해진다. 꼭 필요한 것만을 간추리기에 마감일 만한 방법도 없다.

p.105

제품 출시에 불필요한 것은 모두 걸러 내라. (중략) 일단 시작하고 나서 하나씩 바로잡아가는 게 좋다. 그러니 이리저리 재지만 말고 일단 시작하라.

### :: 4장 작은 성공을 거듭하라 ::

### [손 떼야 할 때를 알라]

p.10

고개를 꼭 숙이고 뭘 해야 할지 고민하는 사람은 많다. 하지만 머리를 쳐들고 그 일을 해야 하는 '이유'를 고민하는 사람은 찾아보기 힘들다. 시간 낭비하지 않으려면 다음과 같은 질문을 꼭 던져야 한다.

- 왜 이 일을 하고 있는가?
- 어떤 문제를 풀고 있는가?
- 이 일이 정말로 유익한가?

- 부가가치를 낳고 있는가?
- 이 일이 행동을 변화시킬까?
- 더 간단한 방법이 있을까?
- 달리 할 일이 있는가?
- 이 일이 정말로 가치가 있는가?

### [업무방해는 생산성의 적이다]

p.115

어떻게든 나만의 세계로 들어가야 한다. 그런 시간이 길어질수록 생산성이 높아진다. 이런저런 일로 정신을 빼앗기지 않으면 엄청난 양의 일을 해낼 수 있다.

나만의 세계로 들어가려면 시간이 걸리며 방해 요인들을 피해야 한다. 그것은 마치 렘수면으로 들어가는 것과 같다. (중략) 나만의 세계는 진정한 생산성의 마법이 일어나는 것이다.

How to?

- 하루에 절반은 나를 위한 시간으로 따로 떼놓는 것도 좋다.  
(오전 10시부터 오후 2시까지는 말을 걸지 말아달라고 부탁)
- 또는 금요일이나 목요일을 무언의 날로 삼아도 좋다.
- 세상과의 의사소통을 잠시 중단해야 한다.
- 혹시 협력이 필요할 때는 이메일처럼 되도록 즉각적인 답변을 하지 않아도 되는 수동적인 커뮤니케이션 도구를 사용하는 게 좋다.

### [완성도보다 타이밍]

p.121

장애물이 나타날 때마다 유도 해법을 찾으려고 노력해보라. 유도 해법이란 최소의 노력으로 최대의 효과를 거둘 수 있는 해법을 말한다.

- 목표를 적절히 수정하라.

예) 새의 시각에서 만물을 보고싶을 때? 에베레스트 산을 오르는 것이 방법 중 하나. 시간과 노력이 너무 많이 든다. 고층빌딩 꼭대기로 엘리베이터를 타고 올라가는 차선택이 바로 유도 해법이다.

- 단순한 해법을 쓰면 경탄을 자아내지는 못하겠지만 문제는 쉽게 해결할 수 있다.
- 완성도보다 '타이밍'이 더 중요하다. 해법이 완벽하지 않더라도 핵심적인 문제만 해결할 수 있으면 충분하다.

### [예측은 불가능하다]

“당신의 예측은 후졌다!”



우리는 예측하기를 참도 좋아한다. 하지만 현실이 예측대로 되는 경우는 거의 없다. 몇 시간도 제대로 예측하지 못하는데 어찌 6개월 프로젝트라고 단정 지어 말할 수 있는가.

예) 보스턴의 '빅딕' 고속도로 건설 프로젝트. 예상보다 5년 늦게 끝났고 수십억 달러 비용을 초과했다. 덴버 국제공항은 16개월 늦게 개장하면서 20억달러 초과 비용을 발생시켰다.

그렇다면, 어떻게?

- 큰 것을 작은 것들로 쪼개라. 작을 수록 예측이 수월하다. 틀릴 가능성 여전히 존재하지만 오차가 훨씬 적다.
- 시간 단위를 더 작게 쪼개라. 12주 프로젝트를 12개의 일주일 프로젝트로 나눠라. 30시간짜리 프로젝트를 6~10시간 프로젝트들로 나눠서 하는 게 훨씬 더 현실적이다.

결론: 큰 것을 작은 것들로 나눠서 '한 번에 하나씩' 완성해라!

## :: 5장 경쟁자에게 싸움을 걸어라 ::

### [제품을 차별화하라]

p.145

성공하면 모방하려는 사람들이 거머리처럼 들러붙는다. 인생이 다 그렇다. 하지만 모방자들을 확실히 막을 방법이 하나 있다. 제품이나 서비스에 자기 자신을 불어넣으면 된다. 당신만의 사고방식을 제품에 접목하라.

한마디로, 제품을 차별화하라. 당신 외에는 그 누구에게서도 구할 수 없는 것을 만들어라.

- 매출 10억 달러를 자랑하는 인터넷 신발 쇼핑몰 '자포스'. 자포스에서 파는 운동화는 다른 데서도 쉽게 구할 수 있다. 하지만 자포스는 CEO 토니 셰이의 철저한 고객 서비스 정신을 불어 넣음으로써 차별화를 이뤘다.
- 자포스의 고객 서비스 직원들은 원고대로 응대하는 대신 충분한 시간을 두고 대화를 나눈다. 자포스의 콜센터와 본사는 한 장소에 있다.

p.147

제품을 판매하고 홍보하고 설명하고 배송하는 모든 과정에서 당신만의 스타일이 묻어 나와야 한다. 경쟁사는 당신 자체를 베껴갈 수 없다.

### [경쟁자보다 적게하라]

p.151

경쟁제품의 기능이 4가지면 자사는 5가지로, 경쟁사가 2만달러를 쓴다면 자사는 3만달러로, 경쟁사 직원이 10명이라면 우리는 100명 고용으로... 이렇게 '하나 더!'를 외치는 전략은 냉전 시대의 유물이다. 돈과 시간과 노력이 끝없이 들어간다. 게다가 끝없이 방어적인 자세만 취할 수밖에 없다. 리드할 수 없고 늘 따라가기만 한다.

p.153 그렇다면 어떻게 해야 하나?

- 경쟁자를 이기려면 경쟁자보다 적게 해야 한다.  
: 간단한 문제를 풀고, 까다롭고 어렵고 위협한 문제는 경쟁자에게 넘겨라.  
: 하나를 더하지 말고 오히려 하나를 빼라.  
: 많이 하지 말고 오히려 적게하라.

p.154

경쟁자보다 적게 한다고 부끄러워할 필요가 없다. 오히려 그 점을 자랑스러워하고 부각해라. 비싼 기능은 경쟁자가 제공하라고 놔두고 당신은 싼 기능을 공격적으로 판매해라.

**:: 7장 사람들이 떠들게 하라 ::**

**[경쟁자보다 더 많이 가르쳐라]**

p.181

더 많이 쓰고 더 많이 팔고 더 많이 광고하는 것보다는 더 많이 가르치는 게 좋다. 아마 당신의 경쟁사들은 가르친다는 생각조차 해본 적이 없을 가능성이 크다.

- Hoefler Type Foundry는 Typography.com을 통해 디자이너들에게 활자에 관해 가르친다.
- Esty는 자기 사이트에서 판매하는 사람들에게 판매와 홍보기법을 가르쳐준다.
- 대형 와인 매장을 운영하는 게리 베이너척은 Wine Library TV라는 인터넷TV 쇼에서 사람들에게 와인에 관해 가르친다. 매일 수만 명이 시청한다.

p.183

가르쳐라. 그러면 낮은 마케팅 전술로는 얻을 수 없는 유대감을 형성할 수 있다. 사람들에게 중요한 것을 가르쳐주면 깊은 차원의 관계가 싹을 틔운다. 사람들의 깊은 신뢰와 존중을 얻을 수 있다. 혹시 그들이 당신의 제품을 사용하지 않더라도 여전히 당신의 열렬한 팬을 자처 할 것이다.

**[아무도 가짜꽃을 좋아하지 않는다]**

p.190

흠은 인간미를 드러내고, 사람들은 인간미 있는 사람을 좋아한다. 우리는 변함없이 완벽한 형태를 유지하는 조화보다는 때가 되면 시드는 생화를 좋아한다. 흠이 있으면 있는 대로 당신의 진짜 모습을 세상에 드러내며 살아라.

p.191

완전함보다는 불완전이 아름답다. 이것이 바로 일본 와비 사비 정신의 핵심이다. 와비 사비 정신에 따르면 번드르르한 외향보다 내면의 인격이 중요하며 우리는 사물의 흠을 있는 그대로 받아들여야 한다. 아울러 와비 사비 정신은 단순함을 지향한다. 우리는 허식을 벗고 꾸밈없이 살아가야 한다.

- 레너드 코런, 와비사비에 관한 책을 쓴 저자 : 핵심만 남기고 모두 벗겨내되 아름다움은 제거하지 말라고 말한다. 굳더더기 없이 깔끔하게 만들되 무미건조하게 만들지는 말라는 말이다.

### [모두 함께 마케팅하라]

p.200

- 당신이 응대하는 전화 통화 하나하나가 마케팅이다.
- 당신이 보내는 이메일 하나하나가 마케팅이다.
- 고객이 당신의 제품을 사용하는 순간 하나하나가 마케팅의 순간이다.
- 당신이 당신의 웹사이트에 쓰는 말 하나하나가 마케팅이다.
- 당신이 만든 소프트웨어의 오류 메시지 하나하나가 마케팅이다.
- 당신의 식당에서 나가는 고객에게 주는 박하사탕 하나하나가 마케팅이다.
- 당신 가게의 계산대에서 벌어지는 일 하나하나가 마케팅이다.
- 당신이 지킨 배송 약속 하나하나가 마케팅이다.

작은 일 하나하나가 홍보용 샘플을 결정하는 일보다 훨씬 더 중요하다. 당신이 평상시에 하는 모든 행동이 곧 마케팅이다.

**:: 10장 한 단계 더 성장하길 원할 때 ::**

### [문화는 창출하는 것이 아니다]

“문화는 자연스럽게 생겨난다”

p.252

순식간에 생긴 문화는 인위적인 문화다. (중략) 문화는 창출하는 것이 아니다. 그냥 생기는 것이다. 그래서 신생기업에는 문화가 없다. 문화는 꾸준한 행동의 부산물이다. 사람들에게 나눔을 권장하면 나눔의 문화가 자리를 잡는다.

신뢰가 있는 사람에게 상을 주면 신뢰의 문화가 싹튼다. 고객들을 제대로 대접하면 올바른 고객 서비스가 하나의 문화로 굳어진다.

### [입에 담지 말아야 할 말들]

p.268

비즈니스 세계에서 쓰지 말아야 할 말들이 있다.

‘꼭, 반드시, 할 수 없다, 쉽다, 단지, 오직, 빨리’

이런 말은 커뮤니케이션을 방해한다. 이런 말은 반감을 일으키고 대화를 깨뜨리며 일이 늦어지게 만든다. 이런 말의 이면에는 흑백논리가 깔렸다. 하지만 실제로 흑 아니면 백인 상황은 별로 없다.

### {에필로그 - 당신의 영감을 따르라}

- 뭔가를 하고 싶다면 당장 해야 한다. 두어 달 뒤로 미루지 마라. 나중에 하게 될지는 아무도 장담할 수 없다. 나중에는 하고 싶은 마음이 사라질지도 모른다.
- 금요일에 영감이 솟았다면 주말을 완전히 비워 그 일에 매진해라. 영감이 총만할 때는 두 주가 걸릴 일을 단 2시간만에 해낼 수도 있다. 그런 의미에서 영감은 타임머신과도 같다.

-- 요약과 comment는 여기까지로 the End --

REWORK는 군더더기 없습니다. 누구나 할 수 있는 말인 듯하지만, 다년 간의 생생한 경험에서 비롯된 리얼스토리이자 행동지침서이지요. 더불어, 방향을 잃었을 때 시간과 에너지 낭비를 최소화하면서 다시 길을 찾을 수 있는 내비게이션으로도 쓸 수 있습니다.

정독, 재독을 하고나서 우리에게 남아 있는 숙제는 각자의 비즈니스 현장, 업무 상황에 맞게 customizing하는 것이 아닐까 하는데요. 이 짧은 요약이나 다급한 누군가에게

핸드북이 되길 바라는 마음으로 12장 분량에 걸친 여정을 마쳐봅니다. 바라기는 제가 먼저 적용한 스토리를 공유해보는 것인데요. 장담하기 두렵지만 노력해보렵니다. 아무튼, 오늘도 rework 정신으로 무장해봅시다.