

Old Needs, New Ideas

일반적인 사고 와 새로운 사고(예)

(일반적인 생각과 새로운 혁신을 통한 아이디어)



Old Needs, New Ideas

패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

디자인의 힘과 혁신은 그것이 존재하는 시장이나 전체 브랜드를 다시금 형성할 수 있다. 과거에는 디자이너는 하나의 새로운 제품만을 만들기 위해 노력하였지만, 오늘날 그들은 더 넓은 이야기와 소비자에게 아래로부터의 훨씬 더 큰 충격을 기억시키는 경험을 창조한다.

창조 경제에서의 전문어로서 이러한 과정은 '패러다임 쉬프팅'이라고 불린다. 서비스와 제품에 관련된 오래된 생각들은 프레쉬 센서빌리티(fresh sensibility)라는 새로운 컨셉으로 재구성된다. 그리하여 60년대의 버켄스탁(Birkenstock) 샌들은 버키스(birkies)로 다시 태어나며, 역시 인간공학적이고 친환경적인 느낌을 주며 다음 세대를 유혹한다. 좀 더 생각한다면 오래된 것으로부터 새로운 것으로의 패러다임 쉬프팅의 여러 사례들을 따라잡을 수 있을 것이다. 다음에서 몇 가지 사례들을 제시하겠다.



Old Needs, New Ideas

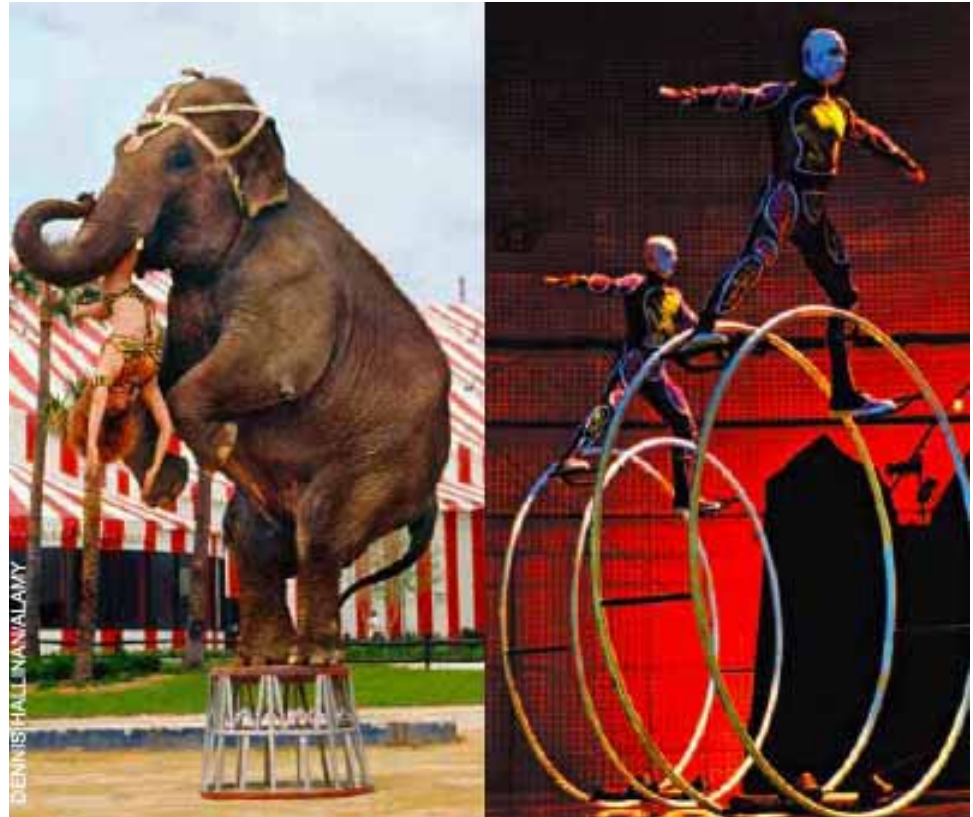
패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

OLD

서커스- 전통적인 동물 공연, 페인트를 칠한 광대들, 그리고 높은 곳에서의 와이어 스텐트는 아주 식상한 오락의 형태로 나아간다.

NEW

Cirque du Soleil은 서커스가 보여줄 수 있는 극적인 재구성이다. 멋진 옷차림과, 움직이는 음향, 그리고 멋진 체조는 자연스럽게 감탄사를 내뿜을 수 있는 경험을 제공한다.



Old Needs, New Ideas

패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

OLD

면걸레(Cotton Mop)- P&G는 먼지를 훑는 대로 거의 다 털어버리는 물걸레보다 개선된 무언가를 찾는 중 청소에서의 새로운 개념에 대해 연구하였다.

NEW

스위퍼(Swiffer)- P&G는 전기장의 흡입력을 이용한 새로운 청소 방법을 도입하였다. 혁신적인 마른 걸레가 탄생한 것이다.



Old Needs, New Ideas

패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

OLD

60년대의 인간공학적이고 환경 친화적인 라이프스타일의 아이콘에서 버켄스탁(Birkenstock)은 현대적인 업데이트가 필요했다.

NEW

버키스(Birkis)와 함께 디자이너는 컬러풀한 슬리퍼를 포함해 핵심 가치와 새롭게 부가된 모델을 유지한다.



Old Needs, New Ideas

패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

OLD

베스트 바이(Best Buy)는 혼잡한 선반들, 압도적인 선택, 보통의 판매 위치를 가지고 있다.

NEW

애플 스토어(Apple Store)는 토요일 밤에 시간을 보낼만한 여유롭고 우아하며 매력적으로 상호 작용하는 장소로 자리매김 한다.



Old Needs, New Ideas

패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

OLD

라디오- 여전히 오래되고, 여전히 오래된 광고로 숨을 막히게 하는, 그리고 미리 프로그램된 음악과 이야기들.

NEW

시리어스(Sirius)- 가입자에게는 위성을 통해 다양한 종류의 콘텐츠를 차안이나 핸드헬드 기기에 제공한다.



Old Needs, New Ideas

패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

OLD

필로팩스(Filofax)는 많은 양의 종이 조각들로부터 당신을 조직화시킨다. 게다가 아주 예쁜 종이도 제공한다.

NEW

PDAs- 이 손안에 잡힐 수 있는 기기는 디지털로 당신을 조직화시키고, 전화를 하거나 사진을 찍는 등의 여러 가지 다른 일들을 가능케 한다.



Old Needs, New Ideas

패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

OLD

식품점은 크고 혼잡한 장소이다. 여기서 우리는 랩에 싸여진, 그리고 온실에서 재배된 과일이나 채소를 살수 있다.

NEW

홀 푸드(Whole Foods)는 자연 식품 그리고 여러 가지 건강 식품을 살 수 있는 곳이다. 게다가 피츠 커피(Peet's coffee)의 구입도 가능하다.



Old Needs, New Ideas

패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

OLD

그래놀라(Granola): 어렸을 적 먹었던 달콤한 시리얼보다 더 영양가가 있으나, 이것을 먹기 위해선 아직까지 그릇, 스푼, 우유가 필요하다.

NEW

파워바(Power bars): 어디서나, 언제나 먹을 수 있고, 다양한 건강에 대한 관심을 충족시킨다. 지방이 적고 탄수화물이 적어 다이어트 하는 여성에게는 그만이다.



Old Needs, New Ideas

패러다임 쉬프트(Paradigm shifts)는 단지 제품들을 대체하지 않고, 그 제품들이 팔리는 시장을 개선하였다. 이러한 변화들의 예시를 살펴보자.

OLD

골든 너겟 카지노(Golden Nugget Casino): 초기 라스베가스 도박에서의 주안점은 쾌적함, 엔터테인먼트, 그리고 환경을 그늘지게 했다.

NEW

럭소 호텔 & 카지노(Luxor Hotel and Casino): 하나 더 부가된 라스베가스의 매력으로 정교한 장식의 이국풍의 테마 호텔과 최고급 레스토랑을 들 수 있다.

