

동아일보 미래전략연구소

2025 DBR이 제안하는 경영교육 서비스 ABCD

DBR은 철저히

Skill(직무 스킬), **Case**(현업 기반 실제 케이스), **Customized-solution**(맞춤형 솔루션) 기반의
귀사에 꼭 필요한 교육만 진행합니다.

DBR 경영교육 서비스 ABCD



Contents

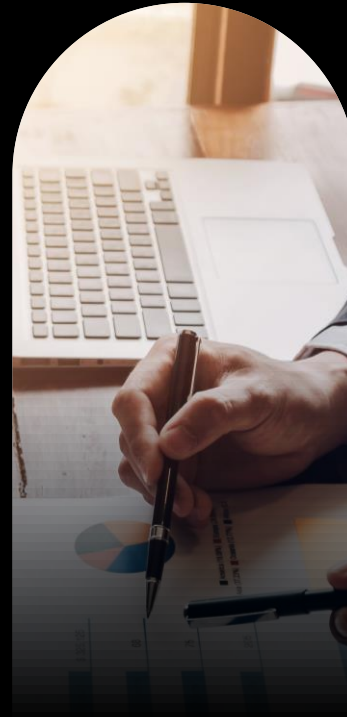
01
AI Academy



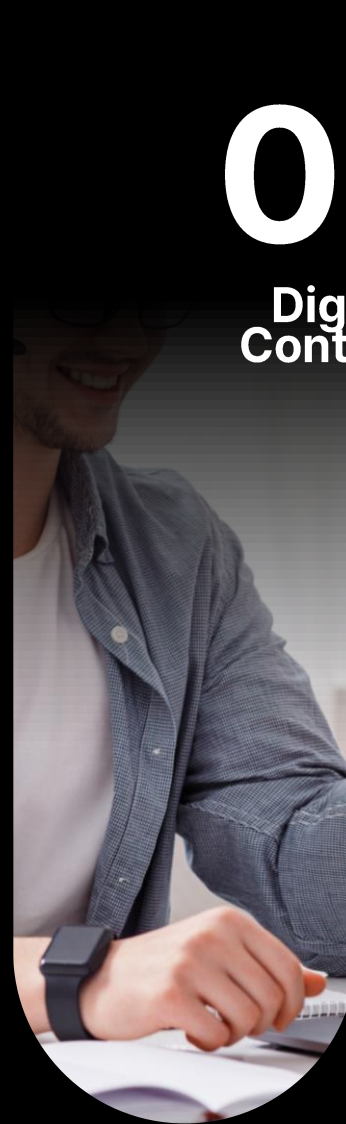
02
Business
Essential



03
Customer
Statements



04
Digital
Contents





AI Academy

실무에 바로 적용할 수 있는 문제해결 중심의
인공지능/데이터 분석 역량 강화 교육



DBR AX 교육만의 특징점

Point 1

높은 퀄리티의 교육 자체 개발

검증된 내부 강사진과 레퍼런스, 꾸준한 워크숍과 RnD를 통한 자체 교육개발 진행
-> 알고리즘 전문가의 코칭을 통해 ChatGPT를 활용한 문제해결력 향상 가능

Point 2

초보 친화적인 교육 커리큘럼

강사의 학습자 중심 퍼실리테이팅을 통한 편안한 학습 분위기 조성
-> 1:1 코칭을 통한 즉각적인 오류 검토 및 스스로 오류를 해결할 수 있는 노하우 제공

Point 3

현업의 Pain point를 해결할 수 있는 우수한 현업 유용성

기업 value 체인 전체를 커버할 수 있는 직무별 실습 주제와 맞춤 실습 제공
-> 다양한 현업의 Pain Point를 해결하고, 시간 및 비용 절감 효과 제공

Point 4

DBR Edu만의 교육 노하우

교육 사전 역량 진단-교육 후 역량 진단 등 교육 효과의 정밀한 측정 진행
-> 학습자 특성에 맞춰 ChatGPT를 길들일 수 있는 기초 파운데이션 학습 제공

AX 교육 주요 성과

국내 주요 대기업에게 검증 받은
인공지능 · ChatGPT 교육

국내 주요 대기업/기관 임직원 교육을 수행함으로써
교육 수강자의 니즈에 맞는 맞춤형 교육 개발 및
교육 몰입도 향상을 위한 교육 운영 역량 보유

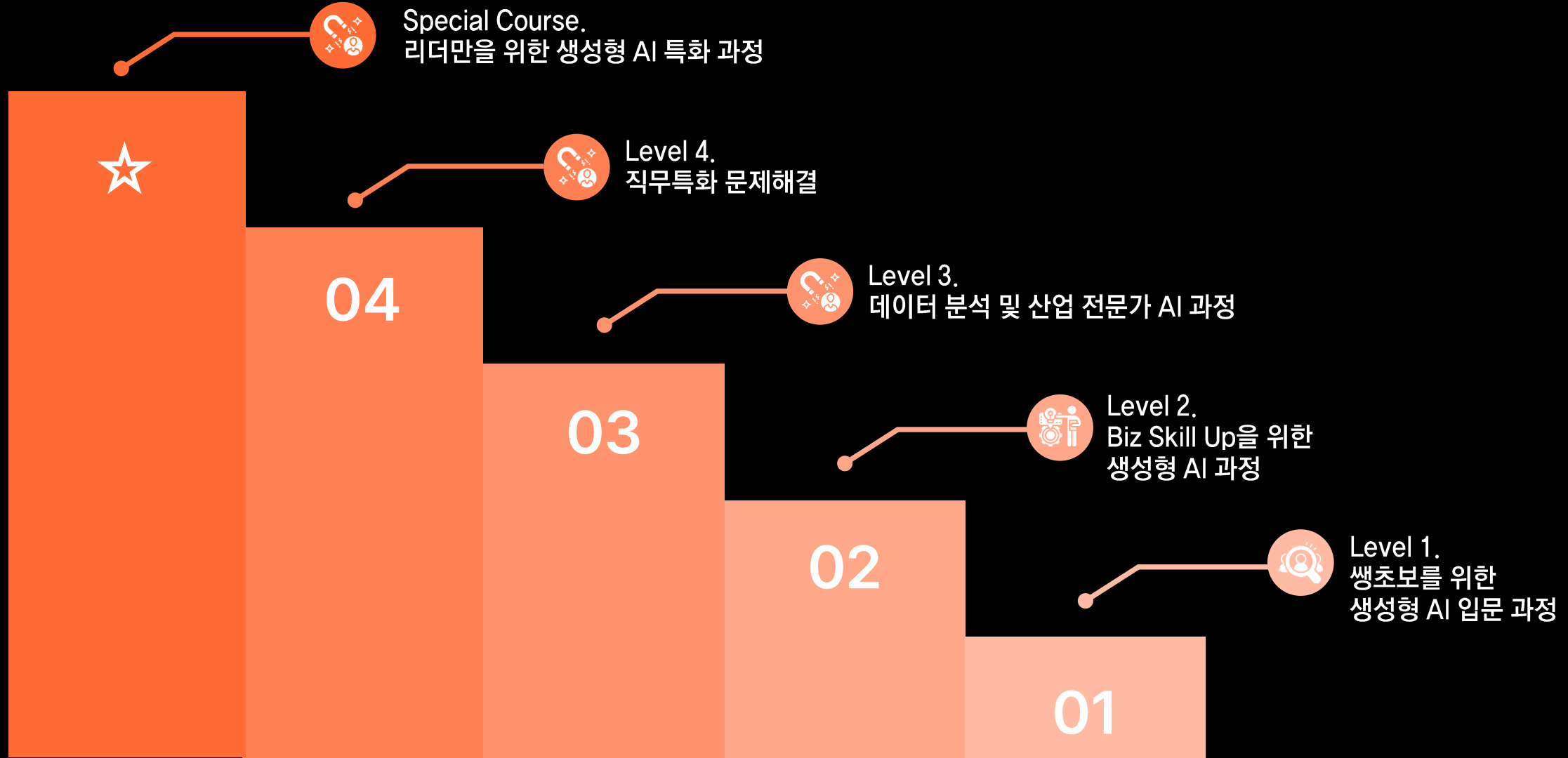
국내 주요 기업 맞춤형
ChatGPT 교육 진행 (2023년 - 현재)

- 국내 주요 10여개 기업 임직원 1400여명 수강
- 해당 기업의 산업 / 직무에 특화한 커리큘럼 구성
- 현업 적용 컨설팅을 통해 현장 문제 상황 개선





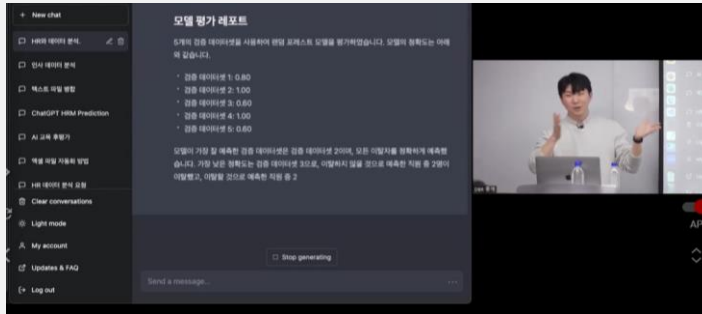
단계별로 구성된 DBR AX 교육





최근 주목받는 생성형 AI를 활용하여 누구나
코딩 없이 업무 생산성을 높일 수 있는 교육 프로그램

ChatGPT 업무자동화 마스터 과정



교육 목표

복잡한 사업 환경에서 ChatGPT를 활용해 쉽고 효율적으로
업무를 처리하는 훈련을 통해 비즈니스 실전 역량 강화

교육 특징

- ChatGPT와 업무 영역별 활용 방안 소개
- AI 분야에서 괄목할만한 실적을 보유한 전문가 직강
- 직접 개발한 ChatGPT Design Canvas 프레임워크 활용
 - ChatGPT Design Canvas 작성 및 컨설팅 진행

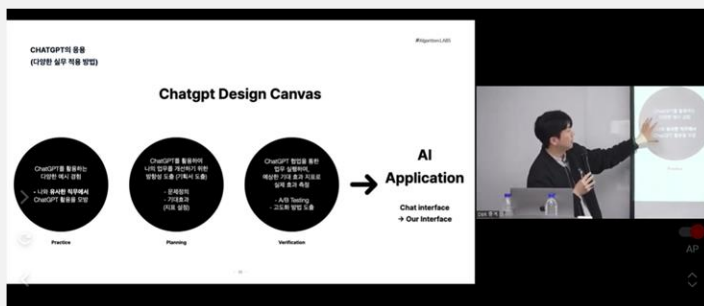
2일 커리큘럼 * 하루 7시간 기준 / 실습(기업 맞춤)에 따라 2~5일차로 설계 가능

구분	교육내용
Part1	Chat GPT는 어떤 업무까지 할 수 있을까? 1. Chat GPT vs Human 2. Chat GPT 업무자동화의 범위 3. 반드시 알아야 할 Chat CPT skill 3가지
Part2	Ms Office를 중심으로 한 업무자동화 1. Chat GPT를 토대로 엑셀 마스터 수준의 작업 수행 2. Powershell을 활용한 PPT파일 제어 및 요약 보고서 도출
Part3	외부 플러그인 서비스를 활용한 업무자동화 실습 with Chat GPT 1. Chat GPT와 연계되는 수많은 플러그인 서비스 2. Prompt 입력 없이 API 연결을 통한 Chat CPT 활용 극대화



최근 주목받는 생성형 AI를 활용하여 누구나
코딩 없이 업무 생산성을 높일 수 있는 교육 프로그램

ChatGPT + Excel 데이터 분석 마스터 과정



교육 목표

ChatGPT와 Excel을 연계하여 데이터 분석 툴로 활용,
누구나 손쉽게 데이터를 다루고 업무 효율을 높일 수 있음

교육 특징

- 누구나 현업에 바로 적용가능한 Skill 들로 구성
 - 기업 맞춤형 데이터로 실습 구성 가능
 - 이론은 적게, 실습으로만 80% 진행
- 전문 코치진의 1:1 피드백을 통해 학습자 역량 향상
- 최신 생성형 AI 기술 동향을 반영한 국내 유일 커리큘럼

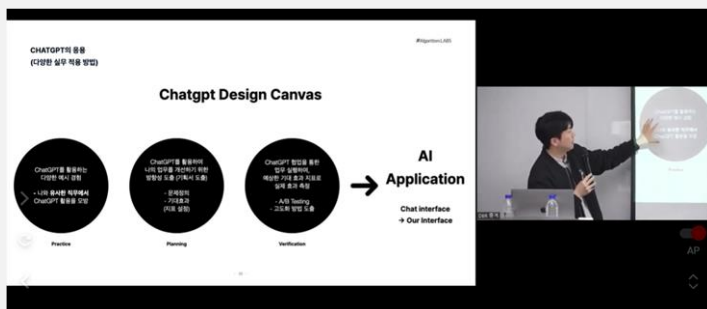
3일 커리큘럼 * 하루 7시간 기준 / 실습(기업 맞춤)에 따라 2~5일차로 설계 가능

구분	교육내용
Part1	1. 데이터 이해하기 - 문제 정의, 데이터 유형 이해, 수집 방법 2. 데이터 분석하기 - 데이터 탐색, 전처리, 엑셀 분석도구 활용 3. Chat GPT를 활용한 Excel이용하기 (기초)
Part2	1. Chat GPT기술 이해하기 - Chat GPT 업무 활용 범위 2. 반드시 알아야 할 Chat GPT Skill 13가지 3. Chat GPT 기본과 프롬프트 엔지니어링 15가지 공식 4. 말로 하는 데이터 분석 1 - Chat GPT를 이용한 고객 데이터 분석 5. 말로 하는 데이터 분석 2 - 엑셀 VBA 코드 이해하기
Part3	1. Chat GPT 와 MS Office 연동하기 2. Chat GPT 여러가지 협업 툴 사용하기 3. 말로 하는 데이터 분석 3 - VBA 기본 개념과 문법 익히기 4. 말로 하는 데이터 분석 4 - VBA를 활용한 Dashboard 구현
Part3	1. HA(Human AI Interaction) 관점 이해하기 2. Chat GPT를 활용한 Excel 이용하기 (심화) - 실제 데이터 분석 프로젝트 실습 3. 말로 하는 데이터 분석 5 - Dashboard 기획 및 설계하기 4. 프로젝트 사례 발표 및 Feedback



최근 주목받는 생성형 AI를 활용하여 누구나
코딩 없이 업무 생산성을 높일 수 있는 교육 프로그램

ChatGPT + Python 데이터 분석 마스터 과정



교육 목표

ChatGPT와 Python을 연계하여 데이터 분석 툴로 활용,
코딩없이 누구나 손쉽게 데이터를 다루고 업무 효율을 높일 수 있음

교육 특징

- 비전공자도 현업에 바로 적용가능한 Skill 들로 구성
- 기업 맞춤형 대량데이터로 실습 구성 가능 (비식별 데이터 가공)
- 이론은 적게, 실습으로만 80% 진행
- 전문 코치진의 1:1 피드백을 통해 학습자 역량 향상
- 최신 생성형 AI 기술 동향을 반영한 국내 유일 커리큘럼

4일 커리큘럼 * 하루 7시간 기준 / 실습(기업 맞춤)에 따라 2~5일차로 설계 가능

구분	교육내용	주요 활동(실습)
Part1	데이터 분석 및 Python 소개 1. 데이터 분석이란? 2. Python 및 Chat GPT 개발환경 세팅	
Part2	Chat GPT를 활용한 데이터 분석 기초 (1) - 연간 독서량 시각화	1. 데이터 분석을 위한 Chat GPT 활용 2. Data Frame 을 활용한 데이터 읽기 3. 시각화 그리기
Part3	Chat GPT를 활용한 데이터 분석 기초 (2) - 연간 독서량 분석	1. 통계적 기법 이해 및 수행
Part4	Chat GPT를 활용한 데이터 분석 기초 (3) - 연간 독서량 시각화	1. 데이터 설명 2. 데이터 시각화 및 정제
Part5	Chat GPT를 활용한 데이터 분석 중급 (1) - 연간 평균기온 분석	1. 데이터 분석을 위한 Chat GPT 활용 2. 가설을 통한 데이터 시각화 / 데이터 추가 및 시각화 3. 통계적 기법의 적용
Part6	Chat GPT를 활용한 데이터 분석 중급 (2) - 자동차 시세 시각화 - 자동차 시세 예측 모델링	1. Data Frame을 활용한 데이터 읽기 2. 시각화 그리기 및 해석 3. 통계적 기법 이해 및 수행 4. 데이터 정제 및 탐색적 데이터 분석
Part7	Chat GPT를 활용한 데이터 분석 중급 (3) - 소비자 데이터 분석	1. 탐색적 데이터 분석 2. 클러스터링 및 최적 클러스터 개수 찾기 3. 모델 평가
Part8	Chat GPT를 활용한 데이터 분석 고급 - 리뷰 데이터 분석	1. 비정형 데이터 이해 2. 탐색적 데이터 분석 3. 시각화 해석 4. 기계학습 모델링 / 모델 평가 / 모델 분석

코딩 지식이 없는 실무자를 위한 데이터/인공지능 활용 전략 및 분석 역량 강화 프로그램

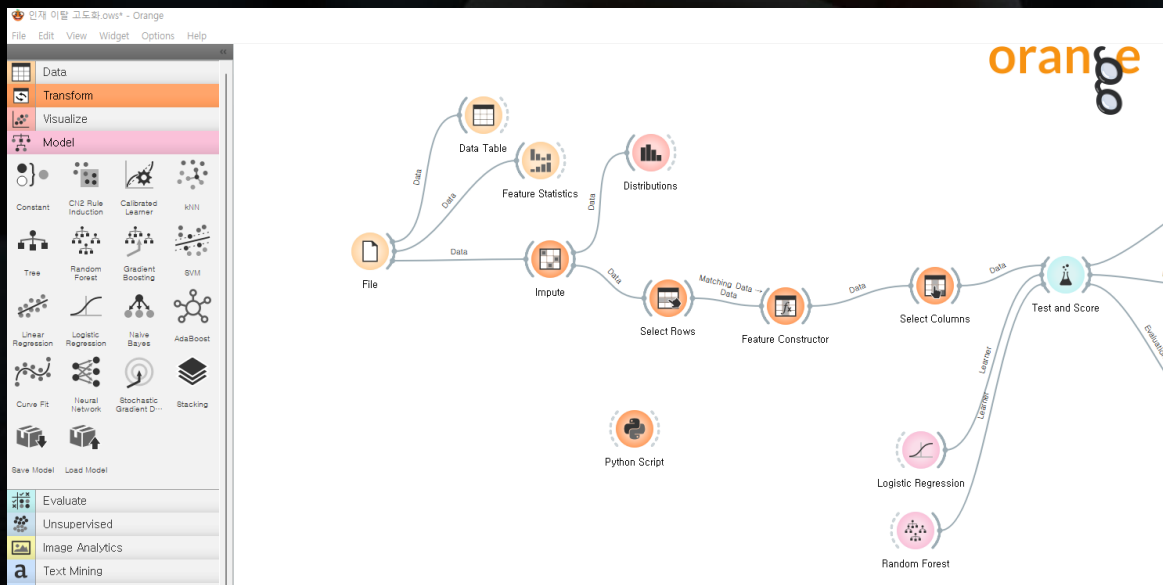
교육 목표

실무자를 위한 데이터 분석 및 AI 개념 이해와 더불어 실제 현업에서 필요한 분석 스킬 및 노하우 습득

교육 특징

- 데이터 분석 및 AI기술이 현업에 구체적으로 어떤 도움을 줄 수 있는지 사례를 통해 학습
- 기업 활동의 많은 영역에서 데이터 분석 기술을 활용해 생산성을 개선할 수 있음을 이해
- 직접 인공지능 기본 모델을 개발하는 경험을 통하여 인공지능 워크 플로우 및 실무 적용 시 필요한 데이터에 대한 전반적인 인사이트를 확보
- 데이터 분석 및 AI 관련 프로젝트를 수행하는 전문가와 원활한 소통이 가능하도록 기본적인 개념과 메커니즘을 이해

레퍼런스



노코딩 툴 '오렌지'

Drag & Drop 방식으로 코딩 없이 AI를 설계할 수 있는 대표적인 노코딩 툴. 신뢰성과 안정성, 다양한 기능 등 여러 측면에서 업계의 인정을 받고 있음

툴 '오렌지'의 장점

PC에 다운로드 언제 어디서나 사용 가능
데이터 분석도 개인 컴퓨터를 통해 가능하여 보안 이슈에서 자유로움
시각화/그래픽 구현 수준이 높아 IT비전공 교육생들이 직관적으로 배울 수 있음

AI 시대 변화를 주도할 차세대 리더의 리더십 실행 역량 강화 프로그램

교육 개요

AI 시대 차세대 리더의 리더십 역할을 이해시키고 리더십 실행 방법론을 알려드립니다.

커리큘럼

- AI 시대 리더십 역할 이해(Understanding), 리더십 요구 인식(Awareness), 실천에 대한 마음가짐(Attitude), 행동과 실천(Action) 등 리더십 실천이 단계적으로 이뤄지도록 준비기간을 두고 진행
- AI시대 비즈니스를 주도할 차세대 리더들의 자연스럽게 자발적인 리더십 실행을 유도합니다.

교육특징

- AI 시대의 비즈니스 환경에 맞는 리더의 역할을 명확히 이해할 수 있습니다.
- 현업의 리더십 이슈를 공유한 후 팀워크를 통해 해결책을 도모하여 실제 현장에서 활용할 수 있습니다.

01

UNDERSTANDING

AI 시대 리더십 역할

AI 트랜스포메이션과
리더십의 이해

1. AI 시대 비즈니스 변화
2. AI시대 달라진 리더십 역할의 이해

02

AWARENESS

리더십 돌아보기

리더십 실행 정도
SELF-CHECK

1. 리더십 체크 질문지 제공
2. 각자의 리더십 실행 정도 점검 및 반성

03

ATTITUDE

변화주도 리더십 교육

리더십 교육&워크숍

1. 주요 리더십 이슈 및 리더십 요구에 대한 해결 방안 도출
2. 실행 계획 작성

04

ACTION

현업 실행 및 피드백

현업 실행 및
피드백



Business Essential

교육국내외 최신 비즈니스 트렌드를
가장 빠르게 접할 수 있는 교육 서비스



DBR의 엄선된 필진과 최신 트렌드를 반영한 콘텐츠로 국내 기업에 적합한 **케이스 스터디, 실전 경영 솔루션, 현업 적용 워크숍** 교육 제공

The screenshot displays the DBRedu.com website interface. At the top, there's a navigation bar with the DBRedu logo and a search bar. Below the navigation bar, a grid of 10 event cards is shown, each representing a different educational offering. The cards are organized into two rows of five. Each card includes the event title, date and time, a brief description, and the names of the speakers or organizers. The events cover a range of topics including business strategy, AI (ChatGPT), financial management, ESG, and legal matters. The website's design is clean and professional, with a focus on providing high-quality educational content to domestic companies.


Event Title	Date & Time	Speakers / Organizers
지정학 in Business 국제 정세 판도를 읽는 지정학 리스크 관리 전략	2023년 11월 23일 13:30~17:30	김정준 CEO스코어 대표, 문정빈 고려대학교 경영대학 교수, 조은교 산업연구원 산업통산연구본부 부연구위원, 김이재 지리직상상학연구소 연구소장 겸 경인교대 교수
ChatGPT Master Class 5기	2024년 10월 10일, 11일 10:00~17:00	손진호 알고리즘랩스 대표, DBR Algorithm LABS
경기 침체 맞설 '6가지 방패' 준비하라	2022년 11월 3일, 14:00 ~ 17:00	김도균 베인앤드컴퍼니 파트너, 조기연 베인앤드컴퍼니 파트너, BAIN & COMPANY
비용절감 세미나 2023 고금리 시대 비용절감의 전략	2023년 3월 16일 14:00~17:00	딜로이트 안진회계법인, Deloitte
2025 ESG 의무 시대, 미래 대응 전략 워크숍	2023년 8월 31일 ~ 9월 1일 10:00~17:30	류종기 EY한영 금융컨설팅본부 ESG 담당 상무, 진세현 EY한영 부장 (ESG 전문), 이혜나 EY한영 컨설턴트 (ESG 전문), EY
중대재해처벌법, 우리 사업장은 안전할까?	2022/3/29 오후 2시 ~ 5시 10분	KIM & CHANG 김·장 법률사무소
DBR Mini Conference - 콘텐츠편 K 콘텐츠, OTT, 메타버스, IP	2022/06/24 오후 2시~5시	노기영 <콘텐츠가 전부다> 저자, 김동은 메타버스제작사 대표, 전 빅히트 세계관 라이브러리 파트너
경영 위기 상시화 시대 기업 리스크 매니지먼트 전략 워크숍	2024년 6월 20일 9:30~17:30	류종기 EY한영 기업리스크 컨설팅 담당 상무, 서용석 KAIST 문술미래전략대학원 교수, DBR
DBR Mini Conference - 고객을 만나는 비즈니스	2022/07/08 오후 2시~5시	<1부> 온라인편: '고객 경험' 구축 및 플랫폼 이승훈 가천대학교 경영학과 교수, <2부> 오프라인편: '맛플레이스' 공간 디벨로퍼 심영규 글로벌우서울 이사
우리 조직의 OKR 컨설팅으로 거듭나는 OKR 심화 과정	2022년 11월 21일, 22일 9:30 ~ 17:30	김현정 숭실대 겸임교수, Executive Coach Society 대표

최신 트렌드와 실용적인 리더십 스킬을 제공하여 조직의 성과를 극대화하는 **맞춤형 리더십 교육 프로그램**

DBRedu.com

신임 임원 리더십 3-Core

5년차 미만의 초임 임원을 위한 맞춤형 리더십 교육



김현정 aSSIST 글로벌 리더십 센터장
Executive Coach Society 대표


임원이라면 반드시 알아야 할 리더십 3 Core (성과관리, 인재관리, 혁신관리)를 사례 중심으로 학습하고 적용해보는 임원 역량 향상 교육

DBR SCHOOL

2024년 9월 2~3일 10:00~17:30

신임팀장 리더십 Le-skilling 3기

처음 팀장이 된 당신을 위한 리더십 A to Z




윤수환 인사이드리더십 대표

DBR

신임팀장에게 필요한 사람관리 Skill, 조직관리 Skill, 동기부여 Skill에 관해 구체적인 방법론을 실습을 통해 A부터 Z까지 학습하는 프로그램

협력과 성과를 높이는 팀 리더십

팀(Team) 시너지 창출을 위한 팀 문화 구축 워크숍



함병우 리더십 퍼실리레이터

기존의 권위적 리더십에서 벗어난 팀 리더십을 발휘하는 방법과 팀 구성원들과 연결되어 팀 차원의 문제를 해결해 나가는 방법을 학습

그룹(사내) 핵심 인재의 자기주도학습 및 계열사(부서)간 지식 공유를 통한 시너지 창출(관계 속 경쟁과 성장 지향)

DBR, HBR Korea 케이스, 아티클 콘텐츠 사전 학습 및 큐레이터 발제 이후 큐레이터와 참석자 각자의 경험 공유 및 토의
학습 큐레이터는 DBR, HBR 에디터(기자) 및 주요 저자로 구성하여 교육 참가자 몰입도를 높임

01

사전학습
콘텐츠 학습

Pre-work

큐레이터가 추천한 아티클,
읽기 또는 영상보기
(DBR, HDB korea 아티클
/ 영상 중 최소 2개)

02

큐레이터 발제 및 토의
(2.5시간 - 4시간 진행)

15분

큐레이터 발제

120 - 150분

참석자 토의
(각자 생각 공유)
큐레이터와 참석자
각자 경험 공유

15분

큐레이터 Wrap-up
다음 세션 공지

오프라인 또는 온라인 실시간 진행

03

사후학습
성찰 과제 제출

Feed back

회차 별 성찰 과제 제시 (배운 것,
적용할 것, 좋았던 것, 부족한 것)

- 참석자 : 개별 작성 후 게시
- 큐레이터 : 개별 피드백 댓글 /
회차 별 주요 논의 내용업로드

운영 형태

- 주제 별 대상자 모집 (주제별 6-8명)
- 동일 계열사 최대 2-3명
- 격주 운영 (총 4회 모임)

레퍼런스



그룹(사내) 핵심 인재의 자기주도학습 및 계열사(부서)간 지식 공유를 통한 시너지 창출 (관계 속 경쟁과 성장 지향)

Illustrative

경영전략

잘 나가는 기업과 상품, 서비스의 케이스를 기반으로 토론하면서 비즈니스 모델 수립이나 사업 운영 및 확장과 관련한 새로운 인사이트를 스스로 발굴하는 기회를 가집니다.

- 목표는 확실하게, 다만 경로는 언제든지 수정이 가능
- 린 스타트업은 얼마나 강력할까
- 무조건적인 확장은 독약이 될 수 있다
- 스타트업과의 협업 모델 구축

리더십 조직문화

저성장시대에 리더가 생각해 봐야 할 리더십, 조직문화, 성과관리, 구성원과의 관계, 애자일 경영 등 지금 시대가 요구하는 리더십 이슈/변화/전략 대해 허심탄회하게 이야기하는 리더십 전문 모임입니다.

- 저성장 시대의 목표설정과 성과관리
- 저성장 시대의 피버팅<사업전략>
- 구성원의 행복, 성장과 역량 개발
- 리더의 영향력, 권력에 대해서 생각해보기

마케팅 고객경험

마케팅과 브랜딩은 이제 경영의 일부분이 아니라 전체를 이야기할 정도로 범주가 넓어졌습니다. 기존의 마케팅 법칙이 통하지 않는 시대에 대응하는 마케팅 모임입니다.

- 콘텐츠 시대 마케팅이 길을 묻다
- 온라인과 오프라인은 어떻게 진화할 것인가?
- 고객경험에서 답을 찾다
- 팬덤과 커뮤니케이션

디지털

디지털의 핵심은 오랜 기간 쌓아온 '도메인 지식'입니다. 디지털전환의 이해를 통해 디지털 기술이 어떻게 도메인 지식과 결부되어 기업 전체의 가치를 높여줄 수 있을지 고민해봅니다.

- 혁신은 파괴되어야 가능한 스타트업의 전유물인가
- 디지털 전환은 기술의 문제? 성장의 문제
- 플랫폼 전략의 변화, 제품판매에서 서비스판매로
- 인코딩의 시대? 디코딩의 시대!(feat. 도메인 지식)

그룹(사내) 및 계열사(부서) 의 전략적 의사결정 워크숍을 통한 지식 습득 (토의를 통한 스스로 고민, 인사이트 도출)

DBR, HBR Korea 케이스, 아티클 콘텐츠 사전 학습 이후 퍼실리테이터와 참석자 토의
학습 퍼실리테이터는 DBR, HBR 에디터(기자) 및 주요 저자, 교수진으로 구성하여 참가자 몰입도를 높임

01

사전준비

Proposal

기업 상황/관심사에 맞는
최신 트렌드, 주제,
기업 사례 제안

Meeting

섭외된 기업 사전 방문해
취지 설명, 질문 전달

02

큐레이터 발제 및 토의
(2.5시간 - 4시간 진행)

15분

모더레이터 :
주제 및 참여
기업 소개

120 - 150분

연사 발표 :
기업 담당자의 BM,
비즈니스 스토리 소개

15분

연사와의 대담/Q&A
(모더레이터 진행)

사전 질문 내용 중심,
현장 질의응답

오프라인, 온라인, 온/오프라인 하이브리드로 진행

운영 형태

- 세미나 / 포럼 방식

레퍼런스

03

사후 자료

Materials

녹취록 바탕 Reflection
자료 제작, 배포

기업과 조직의 필요를 반영한 어젠다 추천/컨설팅 어젠다 선정 후 DBR의 글로벌 인사 네트워크 풀을 더해 기업 맞춤형 포럼 설계 및 운영

관련업무

Proposal

기업 상황/관심사에 맞는
어젠다/글로벌 연사 추천

Speaker

연사 섭외 및 콘텐츠 매니징

Etc.

포럼 운영에 필요한 업무
전반을 준비

DBR초정연사



Amy C. Edmondson
하버드경영대학원(HBS) 교수



Rebecca M. Henderson
하버드경영대학원(HBS)교수



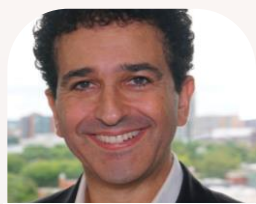
Ranjay Gulati
하버드경영대학원(HBS) 교수



Aswath Damodaran
스턴경영대학원(NYU Stern) 교수



Teresa Amabile
하버드경영대학원(HBS) 교수



Safi Bahcall
'룬샷' 저자



Ben Bernanke
전 美 연방준비제도 의장



Richard Thaler
시카고대 부스경영대학원 교수

세계 최대 IT·가전 박람회 CES 2025 참관 및 현지 혁신 기업 네트워킹을 통해 글로벌 최신 기술/비즈니스 트렌드를 경험하는 해외 연수프로그램

관련업무

연수기간

매년 1월 초

주요 일정

미국 샌프란시스코 ->
라스베이거스 -> 샌프란시스코

연수비용

별도 문의

CES 2025



글로벌 혁신 기술을 가장 빠르고 생생하게 경험하는 한편 전문가의 디브리핑을 통해 글로벌 신기술의 현주소와 미래 방향성을 가늠할 수 있습니다.

혁신 기업 네트워킹



비즈니스 트렌드를 선도하는 미국 현지 혁신 기업 방문 및 네트워킹을 통해 신사업 비즈니스 인사이트를 얻을 수 있습니다.

세계 최대 IT·가전 박람회 CES 2025 참관 및 현지 혁신 기업 네트워킹을 통해 글로벌 최신 기술/비즈니스 트렌드를 경험하는 해외 연수프로그램

하노버 메세 (4월)



스마트 제조로 풀이되는 인더스트리 4.0 개념의 출발
점이었던 하노버 메세에서 인공지능의 결합, 방대한
산업 데이터를 통해 새로운 스마트 제조를 구현하는 전
략과 솔루션을 학습

두바이 GITEX (10월)



두바이에서 열리는 중동 최대 규모의 ICT 전시회로,
AI, 로봇, 빅데이터, DX 등 최신 트렌드 학습하고 현지
기관 및 기업 네트워킹을 통해 중동 비즈니스 진출의
기회 탐색

싱가포르 비즈니스 트립 (상시)



글로벌(아시아) 혁신 국가로 주목받고 있는 싱가포르
의 비즈니스 생태계 조망 및 현지 혁신 기업 벤치마킹
및 투자 관련 미팅



Customer Statements

(고객제표 서비스)

고객 중심의 전사 경영평가 시스템





우리는 우리의 고객을 얼마나 잘 알고 있을까? 이제 '고객 문맹'을 해소해야 할 때 ...

재무제표를 넘어 고객제표로

현대 경영 환경에서 재무제표만으로 기업의 성과를 평가하는 것은 한계가 있습니다. 제품 중심의 경제에서 벗어나 고객 중심의 경제가 중요해지고 있는 상황에서, 재무제표는 고객이라는 핵심 요소를 담지 못하는 문제가 있습니다. 이로 인해 기업이 고객에 대한 이해를 잃고, 경영 전략과 재무 성과 간의 연결고리를 놓치게 됩니다. 이를 극복하기 위해 고객 중심 경영을 실현할 수 있는 새로운 평가 시스템인 '고객제표'가 필요합니다.

고객제표란?

고객제표는 기업의 경영 성과를 고객 관점에서 측정하는 새로운 개념의 경영 성과평가 시스템입니다. 재무제표의 한계를 보완하고, 디지털 경영 환경에 적합한 평가 도구로서 기능합니다. 고객을 자산으로 간주하여 그 가치를 평가하는 고객제표는 고객상태표, 고객손익계산서, 고객흐름표, 고객변동표 등 네 가지 하위 제표로 구성됩니다.

고객제표 구성

- 재무제표와 고객제표 비교를 통해 고객중 심의 기업 경영활동을 평가할 수 있습니다.
- 고객과 관련된 전략을 수립하는데 유용한 자료로 사용할 수 있으며, 사내 교육으로 연계 가능합니다.

Customer Balance Sheet

현재 기업이 보유하고 있는 고객상태를
자산고객, 자본고객, 부채고객의 관점으로 요약

Statement of Customer Flow

일정기간 기업의 고객흐름을
일반영업, 특별영업,제휴/ 파트너십 등에 의한
고객흐름으로 요약



Customer Income Statement

영업활동에 의한 재무적 경영성과를
자본/ 부채고객에 의한 수익과 비용으로 설명

Statement of Changes in Customer

일정기간 고객의 획득, 유지, 상승, 하락, 이탈,
추이로 고객의 변동 내역을 요약

고객제표 서비스 유형

01

클라우드 기반
고객제표 서비스

구글 클라우드를 이용하여
컨설팅 방식으로
고객사만을 위한 고객제표 모델 개발

02

사내 구축형
고객제표 서비스

컨설팅 방식으로 고객사 내부
인트라넷 방식의 웹서비스를 구축하여
고객사만을 위한 고객제표 모델 개발

03

업종별 표준
고객제표 온라인 서비스

업종 별 표준화된
고객제표 웹사이트를 통해
고객제표 생성



Digital Contents

DBR, HBR Korea의 최신 경영 인사이트를
고객의 필요에 따라 가장 적합한 형태로 제공하는 디지털 서비스



DBR /HBR 프리미엄 서비스는 최신 경영 지식과 솔루션을 엄선하여 고객에게 가장 적합한 형태로 제공합니다



01

프리미엄 동영상

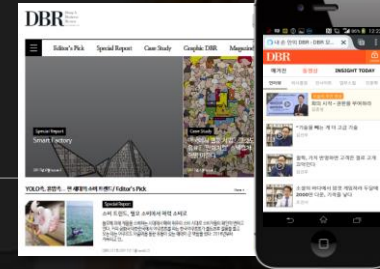
DBR, HBR Korea 아티클을 약 5분
내외의 동영상으로 제작하여 제공
(주 DBR 2편, HBR Korea 2편
신규 제작)



02

아티클 큐레이션 서비스

국내외 최신 경영지식을 담은 DBR,
HBR Korea의 디지털 아티클을
큐레이션
(DBR 월 2회 발행, HBR Korea
격월 발행)



03

온라인·모바일 서비스 : 사이버 연수원 SSO 구현

사내 LMS에서 별도 로그인 없이
접속하여 콘텐츠 이용이 가능



04

기업 맞춤형 뉴스레터 서비스

DBR·HBR Korea의 경영지식을
뉴스레터 형태로 제공



"AI 요약으로 핵심만빠르게" 스낵러닝(Snack Learning)' 시대의 DBR아티클요약서비스

TEXT COPY 지원

보고서, 이메일, 메모장 작성, 메신저 공유 등
원하는 방식으로 활용

월 무제한 이용

DBR의 인기 아티클 4000여 건의 요약본 2종
(서술형/핵심노트)을 무제한 이용

맞춤형 큐레이션 서비스

전략, 리더십, 마케팅 등 원하는 주제의 아티클을
선별한 요약 큐레이션 서비스

DBRedu.com

"이렇게 혁신적인데 인간미도 있네" 소비자 심리 파고들어야 시장에 정착록

서술형

핵심노트

기사원문보기

혁신 기술과 비즈니스의 등장은 역사적으로 강력한 사회적, 심리적 저항을 받아왔다. 소크라테스부터 라디오 운동, 최근의 디지털 미디어에 이르기까지, 새로운 기술은 항상 두려움과 거부감을 동반해왔다. 그러나 이러한 저항은 대부분 과도한 불안에서 비롯된 것으로, 실제로 현실화된 증가는 찾아보기 어렵다. 혁신 기술이나 제품을 시장에 안착시키기 위해서는 인간의 심리를 이해하고 이를 전략적으로 활용해야 한다.

공포관리이론에 따르면, 문화적 세계관과 자존감은 불안에 대처하기 위한 인류 문명의 문화적 기술이다. 이를 비즈니스에 적용하면, 혁신 기술이나 제품이 시장에 빠르게 안착하기 위해서는 기존의 문화적 세계관에 편입될 수 있어야 하며, 소비자의 자존감을 높여줄 수 있는 경험을 제공해야 한다.

혁신 기술이나 제품을 시장에 안착시키는 구체적인 전략으로는 첫째, 중간 대상을 찾는 것이다. 어린이들이 세상을 배우고 사회의 일원으로 성장하는 과정에서 사용하는 애착 이행이나 공갈 철회와 같은 중간 대상은 불안한 내면세계와 두려운 외부 세계를 연결시키는 역할을 한다. 이와 유사하게 혁신 기술이나 제품도 사람들에게 익숙한 중간 대상으로 접근하면 심리적 저항을 완화할 수 있다. 이케아 효과는 고객이 직접 만든 물건에서 완제품보다 더 큰 가치를 느끼는 현상을 말한다. 이는 고객이 고객이 직접 조립하는 과정을 통해 제품에 대한 애착을 느끼게 하고 가치를 높인다. 또한, 인스턴트 팬케이크 믹스가 개인과 우유를 추가하는 레시피로 변경되어 판매량이 증가한 사례는 소비자가 제품에 개인적인 노력을 기울임으로써 더 큰 만족감을 얻는다는 것을 보여준다.

두 번째 전략은 첨단 기술이나 혁신 제품을 의인화하거나 사용자가 중요한 결정을 내릴 수 있게 하는 것이다. 이 방법은 기술에 인간적인 면모를 부여해 소비자가 더 친근하게 느끼게 하고, 기술에 대한 두려움을 줄이는 데 도움이 된다.

세 번째 전략은 불만족과 번거로움이 만족감을 낳을 수 있다는 점을 이용하는 것이다. 예컨대, 레고는 어른을 대상으로 한 제품을 출시하며 위기를 극복했다. 어른용 레고는 조립 난이도가 높고 시간이 많이 걸리지만, 완성품은 장식용이나 SNS 콘텐츠로 활용되어 큰 만족감을 준다.

마지막으로, 인간 심리에 집중하는 것이 중요하다. '가성비보다 가심비'라는 트렌드 변화는 고객 경험의 심리적 층위가 있음을 보여준다. 기능 중심의 가성비와 달리 '가심비'는 가치와 의미 같은 좀 더 상위 차원의 동기화 관련이 있다. 필요와 구매는 별 상관 없이, 구매 욕망은 인간의 심리와 무의식적 본능과 밀접한 연관이 있다. 기업과 비즈니스는 기술의 발전에도 불구하고 감성을 바탕으로 하는 심리 전략으로 접근해야 한다.

이러한 전략들은 혁신 기술이나 제품이 시장에 안착하는 데 있어 중요한 역할을 한다. 인간의 심리를 이해하고 이를 활용하여 저항을 최소화하고 수용을 증진시키는 것이 혁신을 성공적으로 시장에 안착시키는 열쇠라 할 수 있다.

※ 요약본은 Text copy 기능을 지원합니다. 복사하고 싶은 문장을 드래그한 후 Ctrl+C 버튼을 눌러보세요.

DBR × Solur

"이렇게 혁신적인데 인간미도 있네" 소비자 심리 파고들어야 시장에 정착록

서술형

핵심노트

기사원문보기

혁신 기술과 사회적 저항

- 역사적으로 새로운 기술과 미디어에 대한 인간의 불안과 저항
- 소크라테스의 글쓰기 우려부터 라디오, TV, 인터넷, 스마트폰에 이르기까지
- 혁신이 사고력이나 사회성을 저하시킨다는 명확한 증거 부재
- 개인과 사회 성장에 중요한 역할을 하는 혁신

시장 정착을 위한 인간 심리 이해

- 공포관리이론과 비즈니스 적용
- 혁신 기술이나 제품은 기존 문화적 세계관에 편입되어야 하며 소비자 자존감을 높여야 함

중간 대상의 활용

- 혁신 기술과 제품의 심리적 저항 완화
- 애착 이행이나 공갈 철회처럼 중간 대상을 통해 내면세계와 외부 세계 연결
- 혁신 기술이나 제품도 중간 대상으로 접근하여 심리적 저항 완화 가능
- 이케아 효과와 인스턴트 팬케이크 믹스 사례 : 고객의 시간과 노력이 투입된 제품에 대한 자긍심과 심리적 가치 상승

혁신 기술의 의인화와 사용자 결정 유지

- 기술에 인간미 부여와 친숙함 증가
- 소비자의 기술에 대한 두려움 감소

레고 사례를 통한 소비자 만족도 향상

- 어른용 제품 출시로 위기 극복
- 불만족과 번거로움이 제공하는 의미와 경험
- 완성품은 장식용이나 SNS 콘텐츠로 활용되어 소비자 만족도 향상

인간 심리에 집중하는 비즈니스 전략

- '가심비'보다 '가심비' 트렌드의 중요성
- 고객 경험의 심리적 층위와 상위 차원의 동기화 관련된 가심비
- 감성 기반 심리 전략으로 고객 구매 욕망과 만족도 자극

혁신 기술과 제품의 시장 안착

- 심리적 원리의 이해와 적용의 필수성
- 저항 최소화 및 수용 증진을 통한 혁신 기술의 성공적 시장 안착


※ 요약본은 Text copy 기능을 지원합니다. 복사하고 싶은 문장을 드래그한 후 Ctrl+C 버튼을 눌러보세요.

DBR × Solur

"Best Case"를 AI 영문으로 DEEP하게! 지식의국경을넘나드는영어번역서비스

DBR의 인기 아티클 '케이스 스터디'를 영어로 !

- 국내 기업들이 다양한 영역에서 새로운 시도로 성과를 낸 사례를 모아 전달하는 '케이스 스터디' 코너의 영어 번역 서비스
- 국내 기업에서 근무하는 외국인 임직원 또는 한국 기업 사례에 관심이 많은 해외 독자를 위해 주요 DBR케이스 스터디를 선별해 번역 서비스를 선보입니다




NEW

CASE STUDY October 2023 Issue 1

CJ ENM's IP Ecosystem Expansion Strategy

Excellent planning, interactive platforms, and top management Building a 'global IP powerhouse' value chain

#CJ ENM #IP 생태계 확장 시스템 #글로벌 IP 파워하우스 밸류체인



BEST

CASE STUDY September 2023 Issue 2

Everland's 'YouTube Theme Park' Strategy

"FuBao, Titanam... I want to go see it."

How did an amusement park become a killer content online?

#에버랜드 테마파크 #SNS 마케팅 전략

Luxury branding strategy for "Genesis"


Not 'Dad's car', My first Premium Car Increase 'Get-off feeling ' with youthful, playful marketing

Lee Myounggi | Vol.383 (December 2023 Issue 2)

[Article at a Glance](#)

In September 2023, Genesis surpassed the 1 million sales mark. Its domestic sales have surpassed those of Benz, and overseas sales account for 40%. This is a sign that Genesis is beginning to be recognized as a luxury brand. Genesis has been able to position itself as a "trendiest, young luxury car" beyond "cost-effective luxury car" in the following ways.

- 1) The brand's lack of heritage was compensated for by actively borrowing Korean elements from the car design, flagship store, and every experience the customer has from purchase to use.
- 2) Sports marketing and media exposure strategies with "first" or "best" titles were implemented, balancing mass and segmented marketing.
- 3) Recruited external talent with extensive experience in running luxury brands and trained existing internal talent to embody the luxury experience through training and experience programs.



LG U+ <Meta's 'Why Not' BoostUs' Fostering Strategy

Creating a playground for creators It became a 'True Fan community' loved by MZ generation

Bank Sang-hyung | Vol.380 (November 2023 Issue 1)

[Article at a Glance](#)

In the digital age, consumers never follow what they are told. It's important to put aside the message you want to convey and start with a comfortable relationship. You need to be natural, subtly point them in the right direction, and let them do the work. The same goes for connecting people to each other and weaving them into a community. The sense of connection in a gathering is an implicit driver. In this regard, LG U+'s 'Why Not BoostUs' campaign in collaboration with Meta is a good example of what marketing should be in the digital age. It's all about "putting down" and building a community of the brand's "True Fan creators" while supporting the growth of nano-micro-creators. With the help of LG U+ and Meta, these influencers will naturally create brand-friendly content and deliver positive value to other consumers. Knowing this and "letting go" is the key to success. Collaborating with Meta helped them gain expertise in short-form content in a short amount of time.

"717 videos, 14.94 million cumulative views, 206,000 likes, comments, and shares."

These are the marketing results that LG U+ has achieved on its online video platform in just over three months from May this year. Not only did the company produce and distribute a large number of video contents in a short period of time, but it also generated nearly 15 million views and more than 200,000 direct responses (engagement). Considering the relatively slow decision making structure and conservative nature of almost all large enterprises, this is a groundbreaking achievement in terms of content volume and speed.

“최신 아티클을 AI 보이스로 편하게!” 귀로 익히는 지식 ‘Audio DBR’

눈과 손이 자유로워지는 음성 서비스!

- 독보적인 성과를 낸 국내외 기업들의 성공 전략을 깊이 있게 다룬 인기 콘텐츠 '케이스 스터디'
- 직장 내 다양한 문제로 고민하는 직장인들의 실제 사례에 대한 전문가들의 진정성 있는 공감과 조언을 담은 '직장인 금쪽이' 등
- 버스나 지하철에서, 운전할 때, 운동할 때,
- 잠자기 전 등 언제 어디서나 쉽고 편하게 접할 수 있도록 구현한 음성 서비스 출시

보이스 DBR

최신 업데이트
아티클을 귀로 편하게
들어보세요

오디오북은 특정 아티클 한정
전체 듣기와 요약 버전을 제공합니다

NEW

케이스스터디 2024 3월 Issue 1
빛에 집중한 마지막 백열전구 제
조사 '업의 본질' 지킨 헤리티지
전략 빛나다

script

00:00:47 / 00:04:09

5분 요약 DBR 필진이 직접 쓴 아티클 요약본으로 부담 없이 시작해 보세요!

케이스스터디 2024 3월 Issue 1
빛에 집중한 마지막 백열전구 제
조사 '업의 본질' 지킨 헤리티지 전략 빛나다

04:01

케이스스터디 2024 3월 Issue 1
빛에 집중한 마지막 백열전구 제
조사 '업의 본질' 지킨 헤리티지 전략 빛나다

전작 대
역시 생

DBR Case Study: 에버랜드의 '유튜브 테마파크' 전략

“푸바오, 티타남... 꼭 가서 보고 싶네” 온라인 속 놀이공원, 킬링 콘텐츠 된 비결은?

이규영 | 377호 (2023 9월 Issue 2) | 전체 듣기 17분 28초

▶ 오디오 듣기

script

에버랜드는 유튜브 콘텐츠를 통해 판다 신드롬을 이끈 '푸바오' 영상, 2022년 유튜브가 뽑은 대한민국 최고 인기 동영상 1위
에 등극한 '소울리스츠' 영상 등을 만들어냈다. 2011년 처음 가짜 뉴스 수정 등 정보 모니터링 목적으로 출발한 유튜브, 페이
스북, 트위터 등 온드 미디어가 점차 주요 마케팅 채널로 인식되기 시작하며 자체적인 콘텐츠를 제작했다. 유튜브 알고리즘을
공략하기 위해 호응을 얻은 영상을 토대로 코너를 기획하고 스킴오프 영상을 제작했다. 현장 프로그램 진행, 안내 등으로 말씀
씨가 다져진 사육사, 캐스트 등 임플로이언서(직영+인플루언서)들이 적극 출연하며 동물과의 재미, 화려한 퍼포먼스를 펼친
다. 에버랜드에서 동물 영상을 촬영하는 개인 창작자들에게 공식적인 촬영 권한을 부여해 더욱 다양한 동물들의 모습을 콘텐
트로 소개하게끔 했다.

... 더보기

00:03:17 / 00:17:28 X 1.0

“경제·경영 질문은 AI 비서에게” DBR 전문 생성형 AI 챗봇 ‘Ask Biz’

검색하지 말고 물어보는 생성형 AI 서비스

- DBR의 프리미엄 콘텐츠와 경영학 경제학
- 교과서를 학습한 경영 경제 전문 챗봇
- 국내 언론 최초의 인공지능 챗봇 Ask Biz를 통해
새로운 차원의 지식 서비스를 경험해 보세요
(* 2024년 연말 정식 서비스 오픈 예정)

DBR



안녕하세요! **비즈니스 파트너 AskBiz**입니다.
AskBiz는 경영·경제 관련 질문에 가장 잘 답변할 수 있습니다.
답변에 참조한 정보는 아래 링크 기사에서 확인하실 수 있어요.
AskBiz는 더 많은 지식을 학습 중입니다.

본 서비스는 한국언론진흥재단의 지원을 받아 개발되었습니다.

디자인이 마케팅에 미치는 영향을 알려줘



디자인은 마케팅에서 중요한 역할을 합니다. 제품이나 서비스의 디자인이 소비자들에게 어필하는데 큰 비중을 차지합니다. 예를 들어, 기능적인 면만 강조하면 딱딱하고 불편할 수 있지만, 디자인을 더해 부드럽고 세련된 이미지로 다가설 수 있습니다. 또한, 브랜드 로고나 캐릭터 등도 디자인 요소 중 하나입니다. 이러한 것들이 함께 조화되어 기업 또는 상품의 아이덴티티를 형성하고, 고객들에게 인식됩니다. 따라서, 디자인이 좋을수록 고객들에게 더욱 호감을 얻을 가능성이 높아집니다.

위 답변은 다음의 자료를 기반으로 했습니다. click하여 아티클을 확인해보세요! (오픈베타 서비스에서는 기사 링크만 작동합니다.)

[DBR 100호](#) “소비자가 공감하는 이야기를 만들어라”

[DBR 11호](#) 디자인을 기업 가치사슬에 녹여라

[DBR 88호](#) 창의와 혁신을 디자인하라

[DBR 121호](#) 인지 디자인: 사용자 경험을 혁신하다

[DBR 129호](#) 혁신적 타이머 디자인 아이디어 신발 밑창에서 나왔죠

질문을 입력해주세요



고객이 관심있는 비즈니스 이슈를 다양한 형태로 제작하는 맞춤형 서비스

모바일 웹진 형태의 콘텐츠 개발

100% + - 28:53

Innovation & Design for Executive

AI 헬스케어 혁신 ①

AI 헬스케어 시대가 온다

AI 헬스케어, CES 2024 주요 화두로 등극

세계 최대 가전·IT 전시회 CES(Consumer Electronics Show)에서 헬스케어는 그동안 주요하게 다뤄지던 산업이 아니었다. 전자, 자동차 등에 비해 헬스케어 산업은 IT에 기반한 혁신 기술을 내세울 게 상대적으로 부족한 탓이었다.

하지만 올해는 달랐다. CES를 주관하는 전미소비자기술협회(CTA, Consumer Technology Association)는 CES 개막에 앞서 '주목해야 할 기술 트렌드(Tech Trend to Watch)'를 발표하는데, 올해는 그 하나로 디지털 헬스(Digital Health)를 꼽았다.



출처: www.ces.tech

맞춤형 매거진 제작

MAY 2024 SPRING

ECON⁺

News & Issues

'K FINCO' 新 C와 함께 새로운 도약	6
차세대 시스템 구축, IT혁신으로 서비스 개선	9

Business Insight

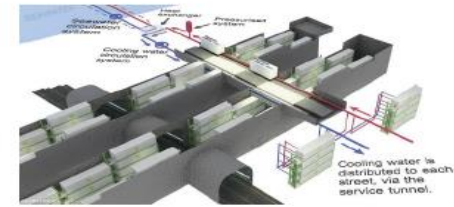
핵심 역량 개발은 미래의 시장 예측, 시 업과 일치한다. 순발력 먼저 키워라	22
후계자를 일찌감치 선정하고 육성, 투명한 지배구조로 리스크 줄였다	50



KFINCO 전문컨설팅그룹

비즈니스 이슈 리서치/콘텐츠 개발

Innovation & Design



구축해 만들었는데 이곳 역시 복벽의 한 바닷물 데이커 센터를 냉각에 에너지 소비를 크게 줄이고 운영 비용을 절감한다. 데이커 센터 운영에 필요한 전력은 수력 에너지를 활용한다. 바닷물 주입을 통한 냉각은 막대한 토지 사용을 최소화하고 환경에 미치는 영향을 줄였다. 이곳의 혁신은 여기서 끝나지 않는다. 데이커 센터에서 냉각수로 사용된 바닷물은 온도가 5~7℃로 올라가는데 이곳은 후공 안에 바닷물을 배출하는 수로를 통해서 연안양식장으로 방류하게 만들어져 있다. 데이커 바닷물이 연어 양식에 활용돼 연어 성장과 사육기간 단축을 돕는다. 에너지 소비는 25% 이상 줄었고 연어 성장 속도는 20% 높아졌으며 사육기간은 3~4개월 단축됐다. 데이커 센터의 연어 양식 양쪽 모두에 큰 부가가치를 더하고 있는 셈이다. 나아가 두 산업 모두 지역 주민들에게 일자리를 창출하고 세금 수입을 늘려주며 기술 습득 기회를 제공하는 등 창출하는 경제적 가치를 생각 기조가 어땠다. 무엇보다 지속가능한 방식으로 운영되는 덕분에 AI 서비스나 디지털 경제가 가져올 위험 중 하나를 해결할 수 있는 최상의 단초를 제공한다. 데이커 센터들은 지열로 에너지를 공급하는 한편 수온 기류를 데이커 센터 냉각에 활용한다. 수도 데이커바크에 위치한 데이커 센터 컴퍼스의 히트파운 데이커 센터는 지열 에너지를 지국 활용해 100MW 이상의 전력을 공급하면서 동시에 데이커 센터 냉각에 유리한 기후가 에너지 절약에 유리하다는 점을 적극 홍보해 영감을 중심으로 하는 서유럽 디지털 서비스 기업들을 유치하고 있다.

이처럼 수력이나 지열 등 친환경 에너지를 활용하는 데이커 센터 운영에 필요한 전력을 공급하고 탄소배출량 감소와 지속가능한 운영을 가능하게 한다는 점은 전 세계 고객들을 끌어들이고 있는 좋은 유인이다. 이런 전략은 공공성과 수익을 동시에 갖춰 국가적 협력을 얻는 데도 유리하다. 단순히 DEX 전략만 추진하지 않고 아날로그 인프라를 고도화하는데 고민과 역량을 아끼지 않은 결과다.

Contact

02-361-1523
dbredu@donga.com

