

KEARNEY

# 현실적인 리더를 위한 메타버스 활용 가이드 : 통신 및 소비재 기업 중심으로

May 2023



## Executive Summary

### 메타버스, 더 큰 미래로 가는 '골든 티켓'이 될 수 있을까?

최근 몇 년간 메타버스는 크게 주목받고 있습니다. 페이스북은 2021년에 이름을 'Meta'로 바꾸고 수십억 달러를 투자하여 메타버스에 진출하며 많은 관심을 보이고 있습니다. 마이크로소프트는 'Activision Blizzard'를 인수 중에 있으며, 인수가 완료되면 마이크로소프트 자체적으로 메타버스를 만들 수 있게 될 것입니다. 이처럼 다양한 기업들과 투자자들이 메타버스 관련 M&A에 900억 달러를 투자하고 있습니다.

Kearney의 새로운 연구에 따르면, 글로벌 기업 리더들은 메타버스에 대해 긍정적 인식을 갖고 있으며, 통신 및 소비재 분야의 리더 중 60%가 메타버스가 자신들의 비즈니스에 큰 영향을 미칠 수 있다고 말하고 있습니다. 하지만, 일부 회의론자들도 있습니다. 구글 전 CEO인 에릭 슈미트는 메타버스가 정확히 무엇인지에 대해 합의가 이루어지지 않아 의심스럽다고 생각하고 있습니다. 또한, 애플 CEO인 팀 쿡도 메타버스의 미래에 대한 의구심이 있으며, 사람들이 메타버스를 제대로 이해하지 못한다고 언급했습니다. 최근 몇 달 동안 기업들은 메타버스에 대한 계획의 우선순위를 낮추고 있는 것으로 보입니다. 예를 들어, 메타(Meta)는 현재 AI에 집중하는 것으로 방향을 변경하고 있습니다.

또한, 다양한 메타버스와 관련된 문제들로 인해 리더들은 조심스러워하고 있습니다. 시장 진출 시기와 불확실한 시장 규모, 이 두 가지가 가장 큰 문제입니다. 일부 투자 은행은 2030년까지 메타버스 수익이 13조 달러에 이를 것으로 예측하고 있지만, 기술 미래 전문가 캐시 해클은 2030년까지 메타버스 수익이 겨우 1조 달러에 이를 것으로 추산하고 있습니다. 마찬가지로 메타(Meta)도 다음 7년 내에 2조 달러로 성장할 것으로 전망하고 있습니다.

이렇게 서로 다른 견해들로 인해 기업들은 메타버스 시장으로의 진출 여부를 평가하는 것을 어려워하고 있습니다. 그러나 가장 큰 위험은 그저 기다리기만 하는 것입니다. 메타버스 전쟁이 시작되기 전인 지금과 같은 단계에서는 메타버스에 대한 우리 회사의 합리적인 계획을 균형있게 고려할 수 있는 좋은 시기입니다.

Kearney가 테크와 소비재 분야의 리더들을 대상으로 연구한 결과, 기업들은 메타버스의 기술, 능력, 그리고 영향력에 대한 이해가 중요하다고 했으며, 기업들은 자신들의 팀/조직에 적합한 방식을 바탕으로 비즈니스에 가장 잘 맞는 방향을 선택해야 할 것입니다.

본 리포트에서는 거대하면서도 추상적인 '메타버스'의 진정한 의미와 다양한 산업에서 리더들은 메타버스를 어떻게 인식하고, 접근하고 있는지를 살펴보겠습니다.

## 01 현실을 뛰어넘는 환상적인 여정, '메타버스'

### 메타버스의 진정한 의미

#### 디지털 경험과 상호작용하는 방식의 진화

- 메타버스는 엄청난 규모로 확장 가능한 3D 가상 세계들의 네트워크로, 메타버스에서는 수많은 사람들과 동시에 경험을 나눌 수 있으며 각 사용자는 자신이 실제로 그 곳에 있는 것처럼 느낄 수 있습니다.
- 또한, 사용자들은 자신의 신원, 권한, 의사소통, 결제 등과 같은 데이터는 지속적으로 유지되어 그 데이터를 바탕으로 사용자는 언제든지 메타버스에서 활동할 수 있습니다.

### 메타버스의 4가지 구성요소

#### 인프라 및 인에이블러, 플랫폼과 도구, 콘텐츠와 경험, 사용자 생성 콘텐츠

- Kearney는 메타버스를 네 가지 구성 요소로 이루어진 시스템으로 보고 있습니다. 첫 세 가지 구성 요소는 사용자가 만든 콘텐츠가 포함된 네 번째 구성 요소를 지원하는 역할을 합니다.

#### 메타버스의 4가지 구성 요소

##### ④ 사용자 생성 콘텐츠

- 가상 서비스, 콘텐츠, 자산 등

##### ② 플랫폼과 도구(dev)

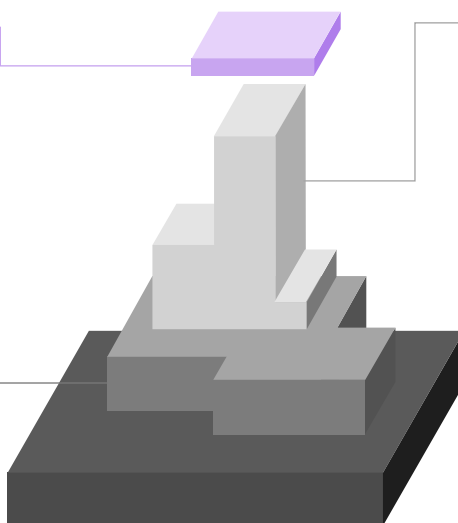
- 메타버스 게이트웨이  
(메타버스와 실제 세계 사이의 접점)
- 가상 세계를 생성 및 구성하게 하는 플랫폼
- 3D 모델링 도구
- 아바타 생성 도구

##### ③ 콘텐츠와 경험

- 가상 세계(NFT, 가상 자산 등)
- 메타버스 여정, 고객 경험(CX), 사용자 경험(UX)

##### ① 인프라 및 인에이블러

- 강력한 연결성
- 클라우드
- 사이버 보안
- 사용자 신원 관리
- 블록체인과 탈중앙화 기술
- 결제, 암호화폐, 토큰
- 디바이스 (예: 가상현실 헤드셋, 햅틱 기술 등)



## 01 현실을 뛰어넘는 환상적인 여정, '메타버스'

### 메타버스의 4가지 구성요소

#### 다양한 기술로 구체화되는 메타버스 구성요소

- 메타버스구현에 필요한 기술 및 기기  
: 인공지능, 블록체인, NFT, 가상현실(VR), 증강현실(AR), 확장현실(XR)  
: 헤드셋, 햅틱 센서, 오디오 센서, 게임 엔진 등
- 메타버스기반 거래는 일반적으로 암호화폐를 사용하지만, 전통적인 결제 방법을 사용할 수도 있습니다. 또한, 사물인터넷(IoT)을 통해 물리적 세계와 가상 세계의 요소를 연결합니다.

### 메타버스의 다양한 기술 소비자예시



#### 콘텐츠와 경험

##### 메타버스 End-user 경험

Nike, Adidas, Spotify, Gucci, Burberry, Carrefour, J.P. Morgan, HSBC, Qatar Airways, Emirates

##### 일관된 경험 제공

Meta  
Google  
Roblox  
Nemesis  
Upland  
Xbox  
PlayStation  
Decentraland  
Sandbox

##### 메타버스 게이트웨이

**Centralized :** Altspace VR, Sansar, dot big bang, Fall Guys, Minecraft, Habbo, Second Life, Dotbigbank, Sensorium Galaxy, Fortnite, Playable Words

**Decentralized :** PolkaCity, Somnium Space, Bloktopia



#### 플랫폼과 도구(dev)

##### 개발 플랫폼 및 인프라

**Centralized :** Google Cloud Platform, Salesforce, Microsoft Azure, AWS, IBM

**Decentralized :** Cardano, Dfinity, Polygon, Consensus, Polkadot, Ethereum, Tezos, Filecoin, IPFS, Algorand, Sia

##### 몰입

Unify, Apple, Logitech, Telasuit, Microsoft HoloLens, Neuralink, Haptx, Unreal Engine

##### 아바타 및 상호운용성

Didimo, Avatar SDK, CryptoAvatars, Avatoon, Ready Player Me, Union Avatars, Animaze, RTFKT

##### 시각화 및 디지털 트윈

Unreal Engine, echo3D, Blender, Niantic, Reblika, Condense Reality, VNTANA, Nvidia Omniverse



#### 인프라 및 인에이블러

##### 연결성

**Operations:** Verizon, Docomo, Netcracker, SK Telecom

**Network OEM:** Ericsson, Nokia, Huawei

##### 디지털 결제

**Centralized :** Mastercard, Visa, American Express, JCB

**Digital natives :** Stripe, PayPal, WeChat Pay

**Crypto wallets :** Metamask, Ledger, Flint

**Marketplaces :** Binance, Coinbar, Coinbase, Uniswap

## 01 현실을 뛰어넘는 환상적인 여정, '메타버스'

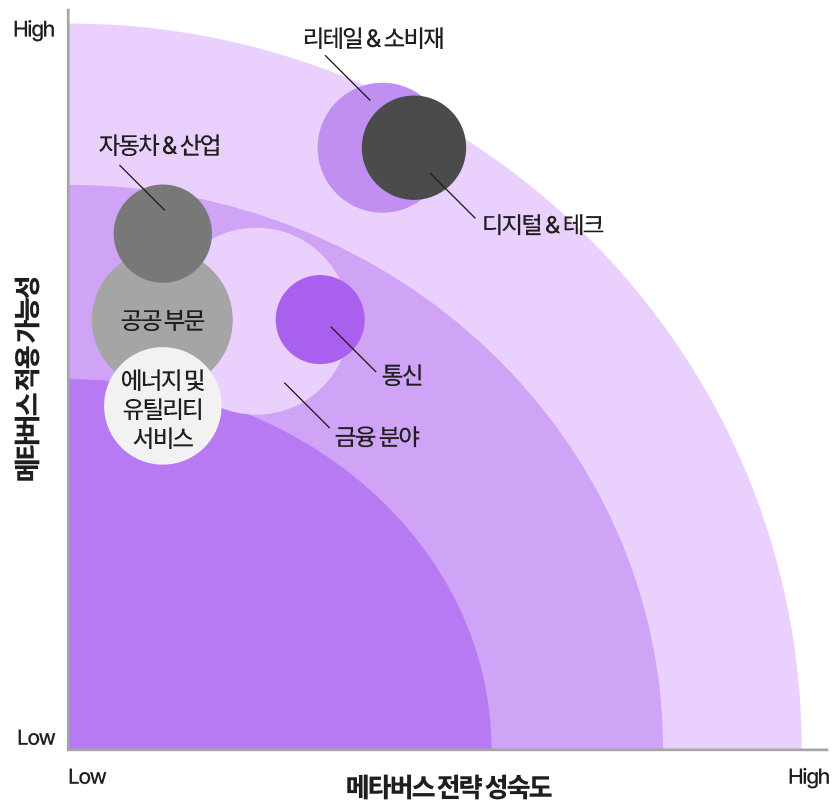
### 산업별 메타버스 적용 가능성 및 성숙도

#### 메타버스 생태계를 구축하고 있는 디지털, 테크, 리테일, 소비재 분야

- 2020년부터 2030년까지 빠르게 성장할 것으로 기대되는 영역은 콘텐츠 제작(소셜 미디어를 포함한)과 게임 분야입니다. 각각 약 3,800억 달러의 시장 규모가 될 것으로 예측됩니다.
- 마찬가지로, 메타버스가 다양한 산업에 적용되는 가능성과 그들의 비전/전략의 성숙도는 메타버스의 실현 가능성에 영향을 미칩니다. 이미 테크, 리테일, 소비재 산업들은 메타버스를 지원하기 위해 준비중입니다.

#### 메타버스 생태계를 구축하고 있는 디지털, 테크, 리테일, 소비재 분야

메타버스의 적용 가능성과 비전 완성도



Note: 산업의 상대적 시장 규모는 GDP 데이터에서 각 산업의 비율을 활용하여 계산함.  
Sources: Bloomberg, Organisation for Economic Co-operation and Development; Kearney analysis

## 02 메타버스에 대한 통신 및 소비재 기업 리더들의 인식

### 통신 및 소비재 분야 리더들이 생각하는 메타버스 미래 전망

#### 60% 이상은 긍정적으로 전망, 미래에는 더 큰 영향력을 기대

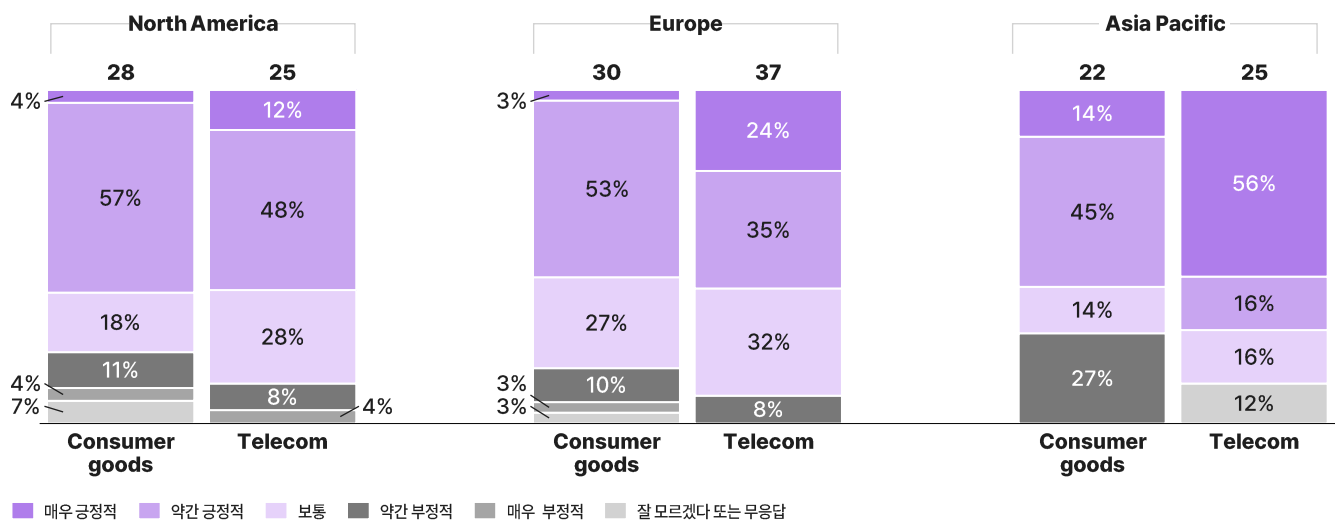
- 통신 분야의 리더 중 63%가 메타버스에 대해 긍정적인 견해를 가지고 있으며, 소비재 분야의 리더 중 59%가 긍정적으로 생각하고 있습니다.
- 통신 분야의 리더들 중 69%가 2030년까지 회사의 운영 방식과 고객들에 대한 경험에 메타버스가 극도로 높은 영향을 미칠 것이라고 견해를 갖고 있습니다. 소비재 분야의 리더들 중 60%는 향후 7년 내에 높은 영향을 미칠 것으로 예측하고 있습니다. 영향이 거의 없거나 전혀 없다고 보는 리더들은 단 몇 퍼센트에 불과했습니다.

#### 지역별로도 매우 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상

- 비즈니스에 영향을 미치는 정도에 대해 지역별로 조사한 결과, APAC 지역의 통신 기업 리더들은 72%가 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상하고 있으며, 이는 지역별로 볼 때 가장 높은 비율입니다.
- 소비재 기업의 경우, 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상한 비율은 북미 지역에서 가장 높게 나타났으며, 그 비율은 61%입니다.

### 메타버스로 인한 가장 큰 영향을 예상하는 APAC과 유럽의 통신 분야 리더

메타버스에 대한 전반적인 인식



Source: Kearney analysis

## 02 메타버스에 대한 통신 및 소비재 기업 리더들의 인식

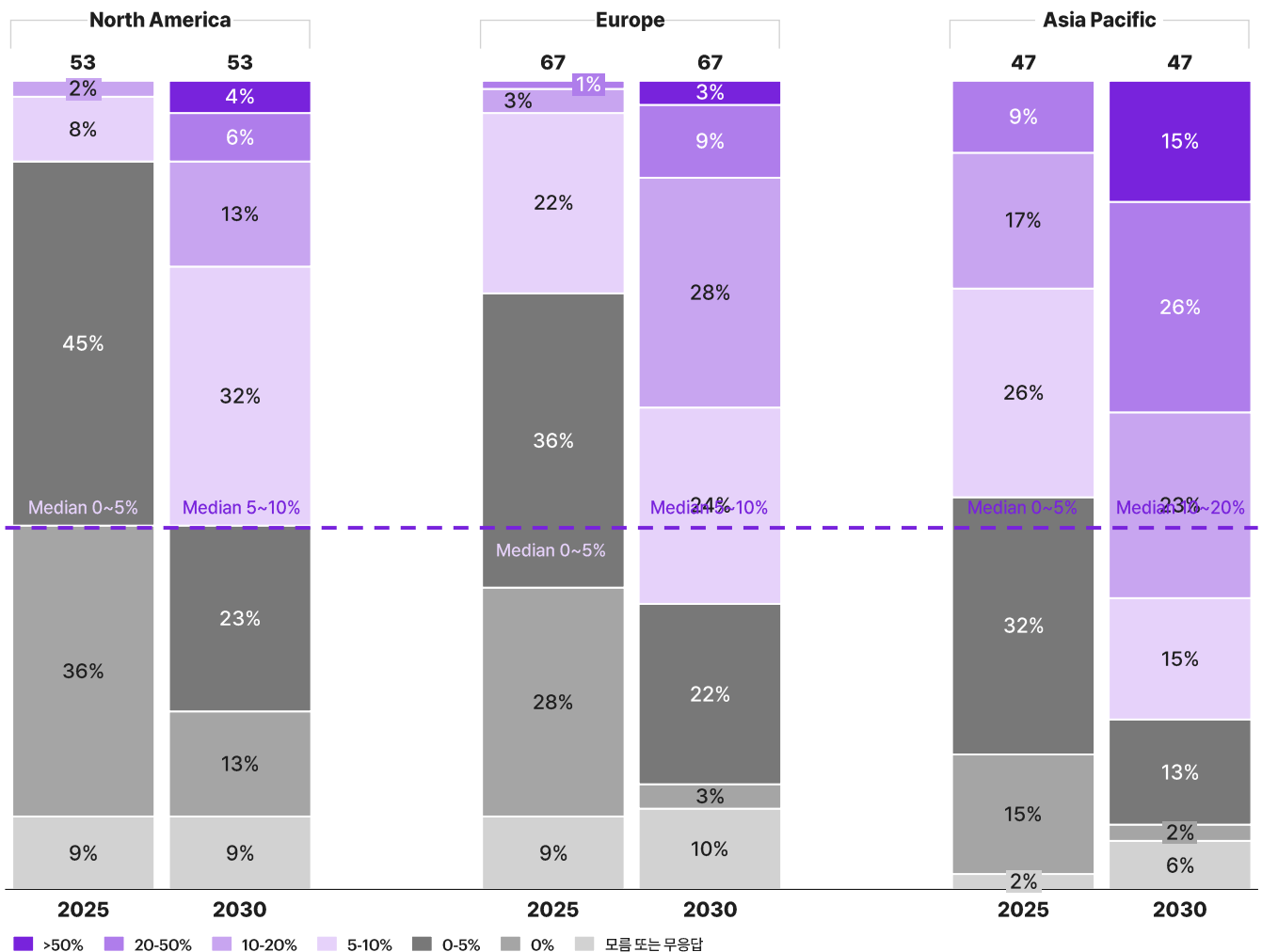
### 통신 및 소비재 분야 리더들이 생각하는 메타버스 미래 전망

#### APAC 지역 리더들은 수익 창출 측면에서도 긍정적으로 전망

- 메타버스 관련 수익 측면에서 APAC 리더들은 북미와 유럽의 리더들보다 더 빨리 수익을 창출할 것으로 기대하고 있습니다.
- APAC 지역은 2030년까지 평균 10~20%의 수익을 창출할 것으로 내다봤으며, 북미와 유럽 지역은 평균 5~10%의 수익을 창출할 것으로 기대하고 있습니다.

#### APAC 리더들의 2025년 메타버스 수익 기대치는 북미와 유럽의 2030년 기대치와 일치

메타버스로부터 예상되는 수익



Source: Kearney analysis

## 02 메타버스에 대한 통신 및 소비재 기업 리더들의 인식

### 메타버스를 바라보는 리더들의 3가지 관점

#### 비전주의

메타버스를 하나의 큰 상호 연결된 세계로 보며, 미래에는 우리 삶의 대부분이 메타버스에서 진행될 것으로 보고 있습니다. (디지털 공간적 차원, 미래 가능성, 살아 움직이는 인터넷).

#### 현실주의

이미 메타버스의 구성요소들이 존재하며, 이에 대한 사례들이 진화하고 있다고 말합니다. 또한, 사용자들이 원활하게 상호작용하고, 다양한 메타버스 환경에서 자유롭게 활동하고 편리하게 경험을 즐길 수 있는 '상호 운용성'이 있다고 보고 있습니다. (확장 가능한 가상 세계, 공존/상호작용/거래할 수 있는 공간)

#### 비관주의

메타버스가 과대평가되고 있다고 말하며, 메타버스의 개념이 경우에 따라 다르게 적용될 것이라고 생각합니다. (단순히 3D 가상 공간으로만 여김)

대부분의 리더는 자신을 현실주의자로 여기지만, 소비재 리더의 최대 35%와 통신 리더의 20%는 비전가라고 밝혔습니다.

## 03 메타버스가 주는 새로운 기회를 거머쥔 소비재 기업

### 소비재 기업의 기회

#### 메타버스가 가진 특징과 메타버스에 대한 고객들의 니즈

- 메타버스는 다양한 상호작용과 소셜 활동이 가능한 흥미로운 공간이며, 가상 세계 내에서 상품과 자산을 거래할 수 있다는 특징이 있습니다. 이와 더불어 메타버스를 이용하는 고객들은 삶의 만족도 향상과 몰입형 경험을 즐기고 싶어하는 니즈를 갖고 있습니다. 이러한 메타버스 특징과 이를 이용하는 고객들의 니즈가 소비재 기업들에게는 새로운 비즈니스 기회가 됩니다.
- 소비재 기업들은 브랜드 인지도를 강화하고 고객 경험을 개선하는데 메타버스를 활용하고 있습니다. 그러나 아직은 실험 단계이며 품질과 규모를 향상시키기 위해서는 시간이 더 필요한 상황입니다.

## 소비재 기업의 메타버스 사례

### 나이키, 'Nikeland'

Nikeland는 로블록스 플랫폼을 이용하여 만든 어린이와 성인들을 위한 3D 가상 놀이터입니다. Nikeland에서는 나이키 제품을 구매하여 아바타에 착용할 수 있으며, 사용자들은 스마트폰으로 연결된 가상 세계에서 비디오 게임을 즐길 수 있습니다. 또한, NFT를 발행하고 거래할 수 있는데, 한 명의 고객이 가상 NFT 운동화 한 켤레에 13만 달러를 지불할 것으로 알려져 있습니다. Nikeland의 방문자는 이미 2,100만 명을 넘어서며, 고객들의 큰 관심을 받고 있습니다.

### JP모건 체이스, 'Onyx Lounge'

가상 플랫폼 '디센트럴랜드'에서 운영하는 은행으로, Onyx Lounge는 실제 은행처럼 운영됩니다. 국경을 넘어서 결제와 외환 거래, 금융 자산 생성, 거래 및 예금 유치 등의 서비스를 제공할 예정입니다. 메타버스 내에서 실제 은행의 서비스를 제공하는 첫 번째 은행으로 주목받고 있습니다.

### 돌체앤가바나, NFT 컬렉션

고급 패션 의류와 보석으로 이루어진 첫 번째 NFT 컬렉션을 경매에 내놓았습니다. 이 컬렉션은 지금까지 만들어진 창작물 가운데 가장 복잡한 디지털 창작물로 일컬어지고 있습니다. 이 NFT 컬렉션의 수익 금액은 5,600달러에 불과하지만, 의미 있는 점은 사이트 방문자와 입찰자들이 전 세계에서 접속했다는 것입니다.

### 지멘스, 디지털 트윈

NVIDIA와 협력하여 제품 전체 수명 주기를 가상으로 디자인하고, 자동화 및 최적화할 수 있게 했습니다. 이를 통해 문제를 빠르게 식별하고 해결할 수 있으며, 미래 발생 가능한 문제를 미리 예측하여 에너지 소비를 줄이고 공장의 지속 가능성을 향상시키는 방법을 찾도록 도와줍니다.

## 04 메타버스 세계를 더욱 확장시키는 통신 기업

### 메타버스로 인해 통신 기업에 미치는 긍정적 영향

데이터 사용량은 더욱 많아지고, 연결성에 대한 요구는 더욱 커질 것

- 통신 기업들이 메타버스의 기회에 올라타려면, 아래와 같은 새로운 기술들을 이해하고, 이 가운데 우리 기업이 선택, 적용해야 할 기술들을 파악해야 할 것입니다.

### 기술의 발전에 따라 달라지는 메타버스 시나리오

Non-Exhaustive

	메타버스에서의 중요도	2022년 기술 현황	메타버스에서 요구되는 사항	극복해야 할 점 (gap)
AR, VR and MR	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관련된 다수 참여자</li> <li>- 비싸고 불편한 하드웨어</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 하드웨어와 소프트웨어 생태계가 함께 구축된 몰입형 경험</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 비용대비 효과적인 하드웨어</li> <li>- 가벼운 하드웨어</li> </ul>
Haptic tech	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 조끼, 핸드 컨트롤러, 장갑에 기술 적용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 광범위한 촉감을 느낄 수 있는 바디 슈트</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 내장된 컴퓨팅 능력으로 다른 요소들을 방해하지 않는 수준의 햅틱 장치</li> </ul>
Software engines and 3D rendering	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가상 공간을 생성하기 위한 고급 렌더링 엔진</li> <li>- 제한된 수준에서 실시간 데이터 스트리밍</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영화와 현실에서 보는 것과 동등한 렌더링</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 컴퓨팅 효율을 높인 렌더링 엔진</li> </ul>
AI and ML	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대규모 알고리즘 시각화 및 상호 작용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 무인(자율적인) 세계를 만들고, 행동하고 상호 작용하는 것을 동적으로 보여주는 기술</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가상 세계에서 실제 세계의 행동을 모방하는 요소들</li> </ul>
Cloud and edge computing	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상호작용하는데 사용자 수의 제한</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 실제 생활과 비슷한 환경을 만들어내고 상호작용하는데 빠른 컴퓨팅 기술</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 엣지 컴퓨팅과 분산 컴퓨팅</li> <li>- 기술 아키텍처</li> </ul>
Distributed network, 5G, and 6G	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대도시엔 한정되어 있는 5G 기술</li> <li>- 적은 대기시간</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대역폭 및 신뢰성이 높은 클라우드 데이터 스트리밍</li> <li>- 적은 대기시간</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 확장된 5G/6G 이용 가능성</li> <li>- 적은 지연시간을 가진 데이터 센터 간 연결</li> </ul>
Blockchain-enabled NFTs	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 복잡한 기술, NFT 플랫폼 대부분은 사용자 데이터를 중앙에 저장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 완전히 분산된 결제 시스템과 화폐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 에너지 효율적인 블록체인</li> <li>- 암호화폐의 수용</li> </ul>
IoT	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 실제 물체와 환경을 매핑하는 센서</li> <li>- 모바일 및 IoT 무선 네트워크가 구축된 상태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 통신 네트워크에 연결된 센서 망</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 더 많은 데이터를 수집하기 위한 고급 센서</li> </ul>
Platforms	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이미 많은 사용자들 확보한 플랫폼: Roblox, Minecraft</li> <li>- 사용자 유치 계획 중인 플랫폼: MSFT Mesh, Activision</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대규모 사용자 커뮤니티</li> <li>- 상호 운용성과 메타버스 간의 전환</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 메타버스 간의 이동성과 연결성을 위한 표준 규칙</li> </ul>

● High    ● Medium    ● Low

Notes: AR (Augmented Reality); VR (Virtual Reality); MR (Mixed Reality); AI (Artificial Intelligence); ML (Machine Learning); NFT(Non-Fungible Tokens); IoT (Internet of Things)  
Source: Kearney analysis

## 05 메타버스 성장에 영향을 미치는 5가지 요인

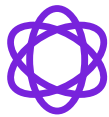
1



### 콘텐츠와 경험

콘텐츠와 경험은 시대에 따라 발전해야 합니다. 이를 위해서는 세대를 아우르는 새로운 개념을 수용하는 능력이 필요하며, 사용자들이 살고 있는 현실과도 통합되어야 합니다. 또한, 기업들은 우리 기업의 고객 규모와 메타버스를 적용했을 때, 얼마나 성공할 수 있을지 고려해야 합니다.

2



### B2B2X Model

5G와 마찬가지로, 메타버스의 전체 잠재력이 발휘되려면, B2B2X 모델이 필요합니다. 이 둘이 상호 보완적으로 작동하면, 메타버스를 더욱 효과적으로 활용할 수 있습니다.

3



### 네트워크와 모바일 엣지

네트워크는 가상화 및 분산화가 더욱 활발히 진행되고 있으며, 모바일 엣지 기술은 메타버스 컨셉의 분산 구조를 지원하기 시작했습니다. 이로 인해 데이터 처리 속도는 높아지고, 광섬유와 클라우드 컴퓨팅 기술은 날로 발전하고 있습니다. 또한, 6G 개발에 대한 논의가 시작되어, 기술 발전에 대한 기대가 더욱 커지고 있습니다.

4



### 표준화

메타버스에 대한 기술 표준화가 아직 이루어지지 않았지만, 'Metaverse Standards Forum'은 표준화 기관과 산업 간의 협조를 위한 장의 역할을 하며 메타버스를 지원하고 있습니다. 하지만, 메타버스의 확장과 발전을 위해서는 기술 표준화를 감독할 담당자가 반드시 필요할 것입니다.

5



### 상호 운용성

상호 운용성이란, 서로 다른 플랫폼 또는 기술이 함께 작동하고 상호 작용할 수 있는 능력을 말하며, 메타버스에서 이를 가능하게 하려면 앞서 소개한 기술 표준화 작업이 필요합니다. 다만, 상호 운용성과 그 기능은 메타버스의 목적 및 미션에 따라 다양할 수 있습니다. 비전주의 리더라면, 이상적인 메타버스를 위해 최고 수준의 상호 운용성이 필요하다고 생각할 수 있습니다.

## 06 메타버스에 존재하는 위험 요소

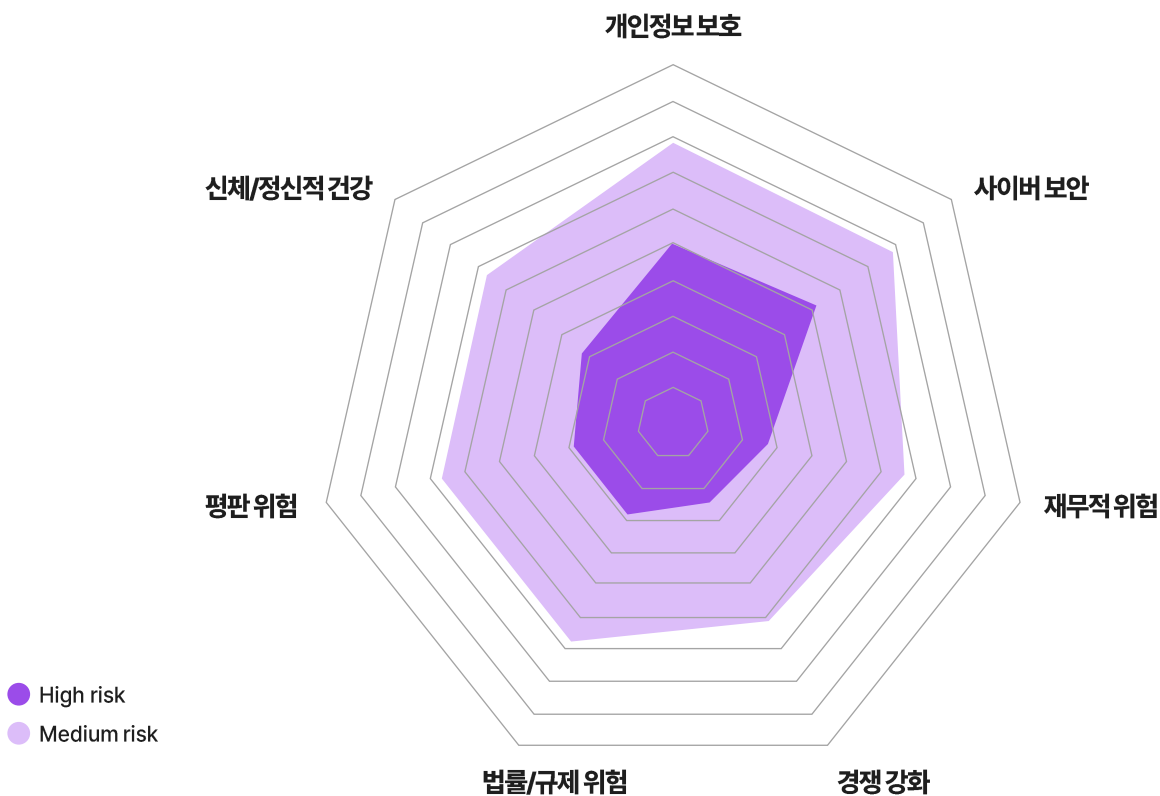
### 6가지 리스크

개인정보 보호, 사이버 보안, 재무적 위험, 경쟁 강화, 법률/규제 위험  
평판 위험, 신체적/정신적 건강

- Kearney의 조사 결과, 응답자 대다수가 개인정보 보호 및 사이버 보안 위험에 대해 우려하고 있으며, 소비재 분야 리더보다 통신 분야 리더의 우려가 더 컸습니다.

대부분의 경영진은 메타버스와 관련된 가장 큰 위험으로 '개인정보 보호'와 '사이버 보안'을 꼽음

High risk 또는 Medium risk로 응답한 비율



## 마치며

### 현명한 리더가 메타버스에 접근하는 방식

어떤 리더들은 메타버스가 미래를 주도하는데 중요한 역할을 할 것이므로 대규모 투자를 감행해야 한다고 보고 있으며, 또 어떤 리더들은 아직은 시기상조라고 생각하기도 합니다. 그러나 지금까지의 메타버스는 여러 분야에서 막대한 잠재력을 보여준 것은 사실입니다. 그러므로 리더들은 최소한 메타버스가 우리의 비즈니스에 어떤 영향을 미칠 수 있는지 이해하고, 그 발전을 지켜볼 필요가 있습니다. 또한, 우리 회사에 적합한 메타버스 적용 방식 및 계획을 고민하고 진화시킬 수 있는 로드맵을 만드는 것도 중요합니다.

먼저, 우리 회사의 브랜드나 서비스가 메타버스에 진출하는 것이 어떤 가치가 있는지 고민해야 합니다. 어떤 기업들에게는 인터넷과 같이 엄청난 가치를 전달할 수 있는 채널이 되기 때문입니다. 그리고, 비즈니스 성숙도, 수익성, 자본 등과 같은 요소를 기반으로 플랜을 계획해보는 것입니다. 블록체인, NFT, 인공지능, 머신러닝 등과 같은 새로운 디지털 기술을 사용하는 것이 합리적이라면 적극적으로 도입할 필요가 있습니다. 그런 다음 '타이밍'을 고려해야 합니다. 메타버스의 First Runner가 되는 것이 더 의미가 있는지, 다른 기업들이 메타버스를 구축한 다음 진출하는 것이 나은지 그 타이밍을 체크해야 합니다.

메타버스에 대한 강한 확신 없이 큰 베팅을 하는 것은 권장하지 않지만, 메타버스가 구현되는 과정에 우리 비즈니스가 적기에 참여할 수 있도록 최소한의 준비는 해야 할 것입니다.

이것이 메타버스를 받아들이는 현명한 리더의 방식입니다.



KEARNEY

Copyright©2023 A.T. Kearney Korea LLC. All rights reserved.