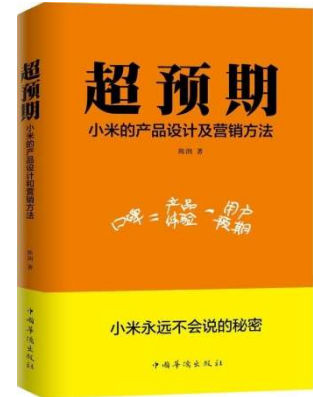


CHINESE TITLES

제목 : 超预期：小米的产品设计及营销方法
가제 : 기대를 뛰어넘다 - 샤오미의 디자인 경영
저자 : 陈润 천룬
발행일: 2015년 2월 1일
분량 : 240
장르 : 마케팅



<내용소개>

IT업계에 새로운 바람을 일으킨 샤오미의 경영이념을 담은 <참여감>에 이어 <기대를 뛰어넘다> 샤오미의 실제 경영비법을 소개한다. 인터넷시대엔 디자인, 마케팅, 비즈니스를 완전히 뒤바뀌고 있다!

샤오미의 CEO 레이첸이 핸드폰을 선택한 이유는 핸드폰이야 말로 모바일시대에 가장 중요한 단말기이며 순수통신장비에서 인터넷플랫폼으로 탈변하는 과정에서 새로운 기회가 있다는 것이었다. 경쟁업체들이 무서운 속도로 발전함에 따라 샤오미에 대한 기대도 점점 높아지고 있지만 핸드폰 산업에서 지속적으로 기대를 뛰어넘는 결과를 만들어내기란 현실적으로 어려운 과제가 되었다.

샤오미가 TV, 라우터와 같은 전통적인 사업분야에서 더 많은 ‘기대를 뛰어넘을’ 기회를 노리고 있지만 이를 놓고 많은 기업이 치열하게 경쟁하고 있다. 하드웨어의 표준화는 이미 피할 수 없는 추세이며 CPU, 메모리 용량, 메모리 카드, 가공 시스템도 비슷한 운명에 처해있다. 음악, 사진, 화면 등의 품질이 일정한 수준에 도달하면 사용자들이 느끼는 기술 업데이트는 그다지 크지 않기 때문에 고품질 제품에 익숙해진 사용자에게서 또 다시 환호성을 일으키기란 쉽지 않다.

레이첸에게 샤오미란 단순한 핸드폰제조업체가 아니라 ‘기대를 뛰어넘는’ 가치를 생산하는 기업이다. 어떤 제품이든 기대를 뛰어넘는 가치를 기대할 수 있다면 모두 레이첸의 시야 속에 있다. 레이첸은 모바일 단말기 시장에서 기반을 잡은 샤오미시리즈를 바탕으로 끊임 없이 기대를 초월하는 콘텐츠를 구상하고 있다.

<저자소개>

천룬

경영전문가이자 비즈니스 작가이다. 여러 경제지에 기고하고 있으며 중앙인민방송국 ‘경제의 소리’에서 평론가로 활동했다. 주로 경제사, 기업역사를 연구하면서 모바일인터넷 분야와 특히 샤오미와 레이첼의 연구에 몰두하고 있다. 저서로는 <레이첼 전기 : 칼바람 위에서>(한국sold) <생활은 더욱 아름다워질 수 있다> <돈을 버는 것은 일종의 신앙이다> <이상은 실현하라고 있는 것이다> 등이 있고 <전세계 경제 100년> <대역전 : 패배 후 부활의 성공열쇠>의 저자로 잘 알려져 있다.

<목차>

프롤로그

제1장 인력 : 팀은 샤오미의 핵심적가치이다

- 레이첼, ”샤오미를 작업하는 것은 인생의 마지막 남은 일이다”
- 가장 우수하고 합리적인 사람을 쓴다
- 최소 70%의 시간을 들여 사람을 찾는다

.....

제2장 상품 : 사용자들로 하여금 비명을 지르게 하라

- 레이첼의 제1직책 : 샤오미 수석 세일즈맨
- 사용자들로 하여금 비명을 지르게 하는 상품을 제공하라
- 좋은 상품은 “진실한 재료”가 필요하다

.....

제3장 혁신 : 다른 사람들이 못 해봤던 일을 하라

- 혁신의 본질은 실패를 받아들이는 것이다
- 칼바람 위는 성공과의 거리가 더욱 가깝다
- 작은 혁신, 작은 일부터 착수하라

.....

제4장 조정 : 가치사슬의 조직자가 되라

- 전술에도 부지런하되 전략에도 게으르지 말라
- 전공(专业)으로 하는 일에 몰두하라
- 매출로 생산하고 수익로 작업하라

.....

제5장 공식 : 샤오미=애플+구글+아마존

- 모든 사람마다 자신만의 핸드폰을 만들 수 있다
- 샤오미의 공식은 “강철 3조”이다
- 인터넷사로무기하의 상업모식

.....

제6장 조직관리 : 권리를 부여하여 일에 동참하게 하라

- 납죽편평함(扁平化)을 끝까지 진행
- KPI 는 없다
- 유쾌히 일하고 목숨걸고 생활하라

.....

제7장 마케팅 : 참여감은 새로운 마케팅의 영혼이다

- 상품을 경영하는것이 아니라 소비자를 경영한다, 사회교제시스템을 작성하라
- 상호 작용(互动)하는것은 수단에 불과하다
- “기아마케팅”의 옳고 그름

.....

제8장 서비스 : 소비자체험에 주목하는것은 기업의 경쟁력을 유지하는 관건이다

- 체험이 왕이다
- 디테일이 소비자의 마음을 움직인다
- 콜센터는 샤오미와 소비자를 연결해주는 핵심이다

.....

제9장 경쟁 : 분야의 발전을 추진하는 인터넷화

- 산중에 호랑이가 없으면 나선 대왕도 용도가 없다
- 차별화의 가감법
- “활화석”과 “숫돌”

.....

가제 : 3D 슈퍼무기 시리즈 (4권)

저자 : 한위장, 순밍, 쉬보

발행일: 2014.12

분량 : 160

장르 : 아동 논픽션



- 3D 입체 증강현실 북 (AR)으로 스마트폰을 이용하여 입체영상 구현가능
- 중국 고등교육기관, 무기전문가등이 참여한 중국 최초 3D 과학읽기물

<내용소개>

<3D 슈퍼무기 시리즈> 는 중국 국내외 과학전문가들의 정교하고 우수한 자원을 바탕으로 국제 시장에 맞추어 독창적 으로 구상하고 다듬었으며 독특한 과학기술 의 시각적 효과와 개념을 분석 하여 현재에 맞는 개념및 내용을 생동적으로 표현하였습니다. 이 시리즈는 중국의 고등교육 기관, 유명 무기전문가와 중국의 뛰어난 제작팀이 합작하여 만든 중국의 최초 3D 과학 읽기물로 총기, 탱크, 헬기, 해양 무기를 중심으로 권당 80여종의 무기류에 대해서 소개하고 있습니다. 각 무기에 대해 설명할 뿐만 아니라 발전과정에 대해서도 함께 설명하여 주고 있어서 아이들로 하여 금 무기에 대한 지식뿐 아니라 역사적 지식도 함께 얻을 수 있습니다. 스마트폰에서 앱을 다운 받아 실행하여 도서에 비추기만하면 도서에 미리 심어진 신호를 읽어 스마트폰 화면에 3D로 만 든 입체영상이 구현되는 증강현실 (AR) 기술을 이용하여 시각적인 학습효과를 높였습니다.

<저자 소개>

한위장, 동북사범대학 박사출신으로 현재 동북사범대학미술대학 교수를 맡고 있으며 길림애니메이션 게임협회 부서기장, 상무이사를 겸하고 있고 길림성문화산업협회상무이사,IDD국제 CG 애니메이션 고급교육 전문가등으로 역임중이며 3D도서 출간경험이 있습니다.

순밍, 출판계에서 오랜시간 일하면서 다양한 3D도서를 접하여왔고 청소년도서 분야에 풍부한 경험 이 있습니다.

<본문이미지>

