

IoT 수익창출: Show Me the Money



목차

- 3 도입
 - 3 새로운 것은 없지만 모든 것이 다른 환경
 - 4 컴퓨팅 메가트렌드에 의한 IoT 수익창출 기회 가속화
 - 4 더 큰 가치를 창출하는 에코시스템
 - 5 고객 결과에 맞게 수익모델을 조율
 - 5 에코시스템 전체에서 특유의 고객 가치를 식별
 - 6 에코시스템을 활용하고 IoT의 수익창출을 위한 6가지 주요 고려 사항
 - 6 하드웨어 제작사를 위한 새로운 비즈니스 모델
 - 6 성공을 위한 도구
- 7 IoT 수익창출 여정의 주요 고려 사항
- 8 결론



IoT는 전세계 모든 산업에 변화를 일으키고 있습니다. 비즈니스 수익을 늘리거나 줄어들게 할 수 있는 새로운 기회와 함께 장치, 소프트웨어, 서비스를 포함한 많은 '새로운' 것들이 쏟아지고 있습니다. 이 백서는 IoT를 이끄는 추진력, 영향을 받는 10개의 주요 시장 및 IoT 수익화에 있어 에코시스템과 파트너의 중요성에 대한 개략적인 정보를 제공합니다. 또한 단순히 제품만이 아니라 비즈니스 모델의 획기적인 개선이 반드시 필요한 이유를 설명하고 하드웨어 및 소프트웨어 제작사들이 자사의 IoT 투자로부터 최대한의 수익창출을 실현하는 새로운 방법을 집중조명합니다.

도입

IoT(Internet of Things: 사물인터넷)은 빠르게 성장하고 있는 분야로, Cisco에 따르면 2020년까지 500억 개의 장치가 연결될 것으로 예상됩니다. Gartner는 IoT 공급업체의 경우만 3,000억 달러 이상의 수익을 올릴 것으로 내다보고 있습니다. 그리고 5년 내에 매 시간 백만 개 이상의 장치가 온라인상에서 연결될 것으로 예상합니다.

IoT 혁신이 가속화되고 우리의 일상 생활에 스며들면서 비즈니스에 커다란 영향을 미칠 것입니다.

- 이러한 혁신으로 인해 고객 가치를 제공하고, 서비스를 개선하며, 매출을 증대하기 위한 새로운 방식이 빠르게 나타날 것입니다.
- 새로운 수익과 비용 절감 기회는 새로운 시장을 개척하고, 기존 시장에 새로운 활기를 불어 넣을 것입니다.
- 사물인터넷을 통한 경쟁력 있는 파괴적 변화는 많은 업종과 경제에 위협과 장점을 제공할 것입니다.
- 혁신적인 기업은 그렇지 못한 기업을 뛰어 넘고, '아마존' 방식을 채택할 무지한 업체들과 견주어 인접 시장에 진입할 것입니다.
- 점점 더 많은 하드웨어 제품이 소프트웨어 중심의 서비스로 변화함에 따라 산업과 비즈니스 모델이 변화할 것입니다.

소프트웨어 업체든, 하드웨어 장치 개발자이든 또는 서비스 비즈니스이든 지금은 기술, IP 및 IoT 혁신을 통해 지속 가능한 비즈니스를 구축하고 수익화하는 방법을 결정할 때입니다.

새로운 것은 없지만 모든 것이 다른 환경

대부분의 IoT 기술은 기존에 없던 새로운 것이 아닙니다. 센서, 스위치, 액추에이터, 칩, 통신 프로토콜, 스토리지 및 그 밖에 IoT의 핵심 부분은 수십년 동안 사용되어 온 것들입니다. 또한 대부분의 IoT는 최신 기술을 기반으로 하지 않습니다. 실제로 기존에 있던 많은 것들을 다시 조합하거나 혼합한 것입니다.

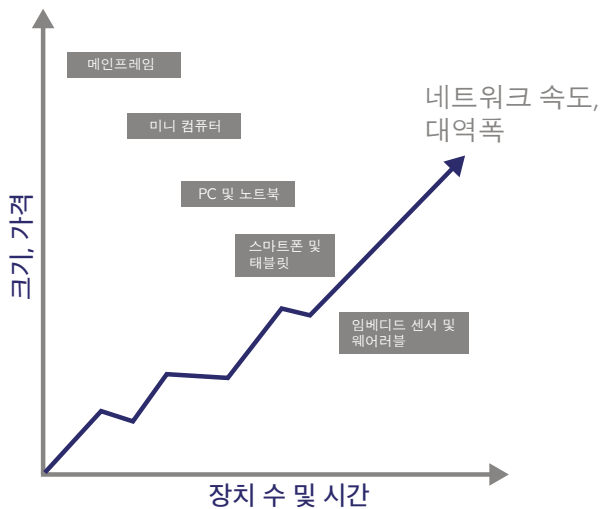
새로운 점이라면 저렴한 비용, 향상된 인텔리전스, 유비쿼터스 통신, 그리고 엄청난 양의 새로운 데이터 스트림을 꼽을 수 있습니다. 이러한 요인들이 모든 것을 바꿔 놓고 있습니다. 그리고 이러한 요인들을 완전히 새로운 가치 창출 기회, 비즈니스 모델 및 수익 흐름으로 결합할 수 있도록 혁신적인 기회를 선사합니다.

오늘날 성공적인 비결은 새로운 기기 또는 소프트웨어 앱을 만들어내는 것이 아닙니다. 즉, 독창적인 방식으로 이러한 모든 기술을 조합하여 비즈니스를 능률적으로 간소화하고, 고객에게 서비스를 제공하며, 일상 생활을 개선할 수 있는 새로운 방법을 찾아내는 데 있습니다. 이 같은 핵심 가치는 새롭고 획기적인 비즈니스 모델을 설계하는 데 있어 다양한 기회를 제시하며, 해당 비즈니스 모델을 통해 새로운 방식으로 문제를 해결하고 새로운 수익 흐름을 창출할 수 있습니다. 이에 따라 까다로운 비즈니스 문제의 해결이 특히 중요시됩니다. 예를 들어 어떻게 탁월한 가치를 제공하는지, 수익을 창출하는지, 현재 산업이나 인접 부문 내에서 경쟁사에 의한 분열, 이탈현상 또는 혁신을 벗어나게 되는 것을 어떻게 방지할지 등이 해당됩니다.

컴퓨팅 메가트렌드에 의한 IoT 수익창출 기회 가속화

50년 동안 컴퓨팅 비용은 급락했고, 무어의 법칙(Moore's law)에 따라 컴퓨팅 용량과 밀도는 18개월마다 두 배로 증가하였습니다. 동시에 멧칼프의 법칙(Metcalfe's law)은 네트워크의 가치는 연결 수의 제곱에 비례하여 증가한다고 제안합니다. 이러한 두 가지 원동력은 더욱 빠르고 다양한 유비쿼터스 네트워크로 연결된 작고, 빠르고, 전원 효율적이며, 저렴한 장치를 가져왔습니다.

각 단계에서 새로운 비즈니스 모델 생성



소프트웨어 및 하드웨어 업체에게 가장 중요한 것은 지난 50년 동안 각 기술의 새로운 물결로 생성된 새로운 비즈니스 모델과 수익 기회입니다. 메인프레임에서 미니컴퓨터로 업계가 확장되면서 전체 소프트웨어 산업이 탄생하였습니다. 개인용 컴퓨터와 클라이언트-서버 기술로 완전히 새로운 소매 유통망의 문이 열렸고 쉬링크랩 (shrinkwrap) 소프트웨어 산업이 태동하였습니다. 모바일 태블릿과 스마트폰이 등장하면서 가입 기반 가격 책정 모델과 다운로드 가능한 스트리밍 콘텐츠 시장이 만들어졌습니다. 각 시장은 수 천억 달러의 매출을 생성하고 있습니다.

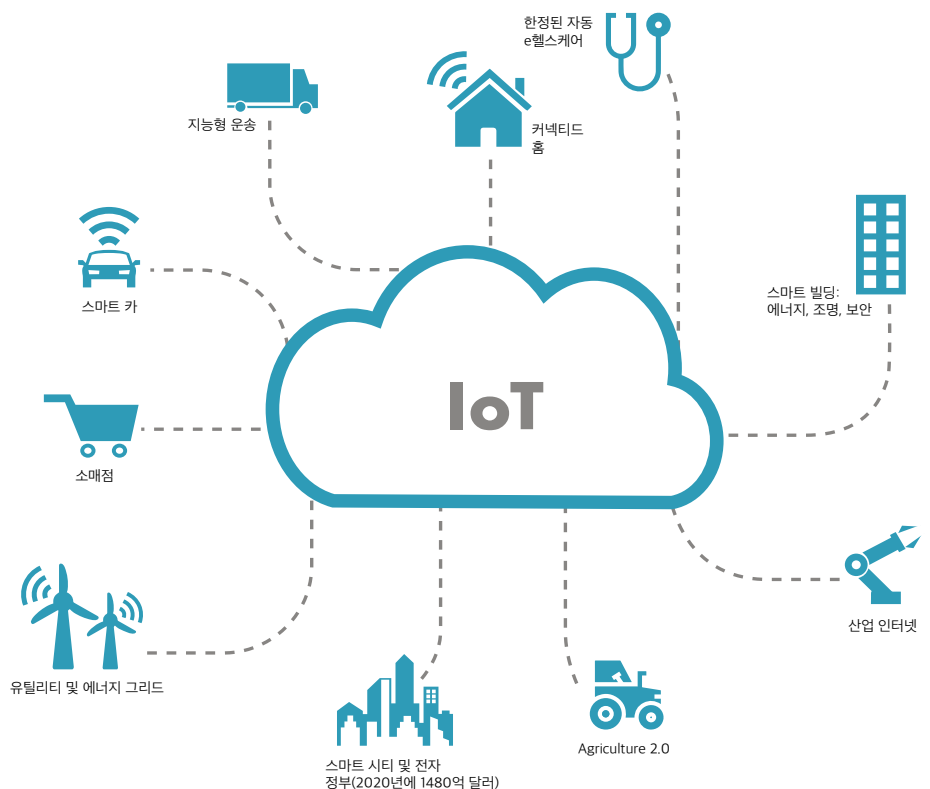
이제 더 작고 연결된 IoT 센서와 웨어러블 디바이스라는 새로운 현상 속에서 사용 건별 과금과 반복 수익 모델에 대한 전혀 새로운 기회를 맞고 있으며, 이를 바탕으로 다시 한 번 수 십억 달러의 비즈니스 기회를 창출할 수 있을 것으로 기대합니다. 이러한 기회를 놓치는 기업 또는 산업은 위험에 처하게 될 것입니다. 왜냐하면 비즈니스 모델, 가격 책정 및 라이선스 정책을 유연성 있게 구축하고 관리하는 것과 중요한 연관이 있기 때문입니다. 이에 대해서는 본 백서의 끝부분에서 다룹니다.

이제 점점 세부적인 "일"들을 비용 효과적으로 모니터링하고 분석하고 관리할 수 있습니다. 실제로, M2M(Machine-to-Machine, 사물통신) 기술에 인공지능, 기계 학습 및 예측 분석이 적용되기 시작하여 사람을 대신해 의사결정을 내리기 때문에 인간이 적극적으로 관여할 필요조차 없습니다. 그리고 이러한 스트림으로 축적된 데이터는 더 높은 통찰력, 더 나은 고객 결과, 새로운 비즈니스 모델을 비롯하여 더 큰 매출 흐름을 제공합니다.

예를 들어, 나의 스마트폰 GPS가 근처에 있는 커넥티드 홈을 알리면 보안 웹캠이 안면 인식 기능을 사용해 나를 식별합니다. 그런 다음 현관문 잠금 장치가 전화기의 Bluetooth 신호를 사용해 신원을 확인하고 현관문을 안전하게 열 수 있습니다. 오늘날에는 이러한 유형의 솔루션이 있습니다.

더 큰 가치를 창출하는 에코시스템

IoT가 많은 영역을 포함하지만 10개의 폭넓은 부문에서 채택이 확산되어 가고 있습니다. 아래와 같이 IoT 에코시스템을 촉진하는 핵심 영역은 스마트카, 커넥티드 홈, 웨어러블, e헬스케어, Agriculture 2.0, 산업 인터넷, 소매점, 스마트 빌딩, 유틸리티와 에너지 그리드, 지능형 운송 시스템 및 스마트 시티 등을 포함합니다.



이러한 부문 중 하나에서 성공을 거두기 위해서는 해당 에코시스템을 자세히 이해해야 합니다. 즉, 사용자 동작, 인식된 가치, 사용 사례, 근본 기술 및 시장 역학에 대한 이해가 필요합니다. 그리고 주요 활동업체와 파트너 관계를 맺는 것은 물론 대체 업체들과 경쟁할 수 있어야 합니다. 이러한 각 영역에는 서로 다른 비즈니스 모델, 가격 책정 및 수익창출 기회가 존재합니다. 해당 부문들은 뚜렷이 다르지만, 추가로 서로 겹쳐지는 공통된 산업이 존재하며 해당 산업은 커다란 영향을 미칩니다. 즉, 수익창출에 대한 신규 시장과 기회의 대상을 제공하게 됩니다. 또한 이 한 가지 예에서 볼 수 있듯이 경쟁력 있는 파괴적 변화와 비즈니스 모델 혁신에 적합한 때가 되었습니다.

보험. 스마트 홈은 보안 시스템, 연기 탐지기, 온도 조절 장치, 비디오캠, 사람들의 이동, 도어록 등에서 상세한 센서 데이터를 제공할 수 있습니다. 이 정보를 이용하는 보험 회사는 고객을 효과적으로 분류하여 완전히 새로운 유형의 재산 및 상해 보험을 개발할 수 있을 것입니다. 자동차 보험 부문에서 무인 차량은 실제 운전자보다 안전하다는 것을 보여주었습니다. 자율 주행 자동차는 보험료가 더 저렴할까요? 스마트 카에서 차량의 용도와 운전자 습관에 대한 우수한 데이터를 보유하고 있는 Ford, BMW, Tesla 및 기타 자동차 회사들이 자동 주행 차량에 보험을 패키지로 함께 제공하고 보험 회사와 경쟁하게 될까요?

고객 결과에 맞게 수익모델을 조율

수익창출 전략은 고객 가치와 밀접하게 연계되어야 합니다. 비용 절감 및 수익 향상과 관련해서 주요 이점과 결과를 식별하는 데 초점을 맞추십시오. 다음은 몇 가지 고려할 사항입니다.

비용 감소

- 비용 절감
- 운영의 간소화
- 효율성 개선
- 동일한 비용으로 서비스 수준 향상
- 사이클 시간 단축
- 안전 개선
- 공급 사슬 간소화
- 재고 비용 절감
- 낭비되는 시간, 자원 제거
- 인건비 절감
- '마찰' 제거
- 운영 재설계
- 고객 확보 비용(CAC) 감소

수익 개선

- 고객 만족도 향상
- 브랜드 이미지/충성도 개선
- 기존 제품의 판매량 증대
- 신제품/서비스 판매
- '고착성' 증대
- 대량 생산 감소 - 고객평생 가치 증가(LTV)
- 신규 시장 확보
- 경쟁력 증대
- 새로운 비즈니스 모델 생성
- 소개 장려
- 가격 차별화
- 마진 증대
- 새로운 매출 흐름 모색

위의 모든 이점은 매력적인 가치 제안, 커다란 브랜드 향상, 다수의 사용 사례 및 강력한 ROI로 해석될 수 있습니다. 중요한 점은 어떤 것이 IoT 솔루션을 수익화할 수 있는지 철저히 분석하고 식별하는 것입니다. 그런 다음 핵심 강점, 고유한 역량 및 고객에 대한 이해를 활용하는 데 중점을 두어야 합니다. 시장 출시 시간을 단축하고 격차를 빠르게 해소하기 위해서는, 자사보다 높은 전문 지식을 갖추고 있고 신속히 더욱 강력한 기능을 제공할 수 있는 다른 에코시스템 업체와 파트너 관계를 맺어야 합니다.

에코시스템 전체에서 특유의 고객 가치를 식별

한 회사 또는 하나의 제품이 '종합적인 솔루션'을 제공할 수 있는 경우는 매우 드뭅니다. 그렇기 때문에 다른 업체와 파트너 관계를 맺는 것이 IoT를 수익화하는 데 있어 중요합니다. 가치 체인에서 엄석된 파트너들과 협력할 경우 위험을 공유하고, 비용을 절감하고, 외부 개발, 신뢰 그리고 손쉬운 시장 접근이라는 이점을 얻을 수 있습니다. 경우에 따라 파트너는 시장에 진입하기 위한 유일한 방법이 될 수도 있습니다. 또 어떤 경우는 솔루션에서 비핵심 구성 요소를 아웃소싱하면 시장 출시 시간을 앞당길 수 있습니다.

예를 들어, 특정 수직 시장 또는 고객 유형에 서비스를 제공하고 있는 경우 해당 사용자/구매자/고객에게 가장 큰 가치를 전달하는 기능을 제공하는 데 집중해야 합니다. 핵심이 아닌 기능에 부족한 엔지니어링 리소스를 집중하는 것은 헛수고입니다. 에코시스템의 타사 파트너로부터 라이선스를 제공받을 수 있는데도, 왜 다른 설치 프로그램, 고유한 미터링이나 라이선싱 시스템 또는 새로운 대시보드 보고 시스템을 다시 만들려고 할까요? 그런 업체들은 아마도 해당 영역에서 여러분보다 더 많은 전문 지식을 갖고 있을 것입니다. 에코시스템에 존재하는 가치 체인에서 가능한 모든 파트너십을 생각해 보아야 합니다. 이들을 이용해 부족한 리소스를 채우고 시장 출시 시기를 앞당길 수 있습니다.

IOT 가치 사슬은 한쪽 끝의 고객에서 시작하여 반대편에서 채택된 기술로 연결됩니다. 개인 또는 회사에 제공하는 IoT 제품이나 서비스 종류에 관계 없이 가치 체인을 통해 가치를 추적하는 맵을 작성해야 합니다. 이렇게 하면 에코시스템에서 누구와 파트너 관계를 맺어야 하는지 분명하게 식별할 수 있을 것입니다. 에코시스템의 가치 체인을 통해 통합된 가치 전달 시스템을 보유하고 있어야만 성공을 거둘 수 있습니다. 즉, 견고한 파트너 프로그램, 통합 전문 지식(예: API 및 SDK), 공유 비전, 일관성 있는 공동 판매와 마케팅 프로그램 등의 개발이 필요합니다. 경우에 따라 통합 노력은 신제품의 기능보다 우선순위가 더 높을 수 있습니다.

예를 들어, 대부분의 고객이 사용하는 지배적인 플랫폼과의 통합으로 새로운 기능에 대해 계획했던 모든 작업을 쉽게 구현할 수도 있습니다. 엔지니어링 리소스는 이러한 현실을 반영하여 전환이 필요할 수 있습니다. 그렇지 않으면, 고객은 여러분의 제공 솔루션을 살펴보고 기존 시스템, 플랫폼 또는 중요한 소프트웨어 중 하나와 연동되지 않음을 발견하고 단순히 솔루션의 이용을 포기해 버릴 수 있습니다. 단독 기능 및 독립 실행형 제품은 받아들여지지 않을 수 있습니다.

에코시스템을 활용하고 IoT의 수익창출을 위한 6가지 주요 고려 사항

1. 에코시스템 파트너와 긴밀한 통합을 계획하여 마찰을 줄이고, 부족한 자원을 활용하고, 채택 속도를 높이고, 경쟁 우위를 확보합니다.
2. 고객/사용자/파트너를 대상으로 고안 중인 가치를 상세히 파악하고 수량화합니다.
3. 에코시스템 파트너를 활용하여 규모를 구축합니다. 이것은 대수의 법칙에 해당합니다.
4. 에코시스템 전체에서 데이터를 수집, 소유, 분석 및 수익화합니다.
5. 제품 대신 서비스와 같은 더 많은 가치를 전달하는 대체 방식을 파악합니다.
6. 내부 팀과 파트너를 정비하여 일관성 있고 통합된 IoT 솔루션을 전달합니다.

에코시스템 파트너십이 관건

기술	플랫폼	조직	사물	사람/활동
반도체	인터넷	소매점	어플라이언스	건강
칩 세트	IP 어드레싱	공장	홈	편의시설
컴퓨터	Cisco	농장	빌딩	여행
소프트웨어	Microsoft	운송	자동차	쇼핑
앱	Google	에너지 유틸리티	전화	보안
네트워크	Intel	병원	기계류	엔터테인먼트
클라우드 컴퓨팅	Qualcomm	군대	비행기	요리
빅 데이터	ARM	산업 협회	버스	수면
예측 분석	삼성	대학교	피트니스 트래커	운동
기계 학습	젠타토	정부	카메라	작업
컴퓨터 비전	Citrix/Octoblu	NGOs	풍력 발전용 터빈	계획
	Raspberry Pi		석유 시추 장치	운영
	Arduino		기관차	
	Alljoin			

← 비즈니스 모델 - 수익창출 →

하드웨어 제작사를 위한 새로운 비즈니스 모델

하드웨어 장치 환경에서 소프트웨어는 그 중요성이 더욱 커졌습니다. 가장 작은 센서부터 엄청난 크기의 기계류까지 모든 장치가 소프트웨어로 구동되며, 이러한 수십 억대의 "인텔리전트" 장치는 앞으로 몇 년 내에 이미 만연해 있는 IoT 에코시스템에 연결될 것으로 예상됩니다.

이러한 IoT 장치의 연결성은 하드웨어 제조업체에게 새로운 차원의 위험을 가져다 줍니다. 도난, 저작권 침해, 오용 및 리버스 엔지니어링으로부터 지적 재산(IP)의 보호(소프트웨어 수익모델의 기초)는 장치 제조업체에게 있어 중요한 우선순위로 자리잡았습니다. IoT는 새로운 위험을 야기했을 뿐 아니라 새로운 기회도 창출하였습니다. 연결성을 통해 제조업체는 새로운 비즈니스 모델을 포용하고, 고객 셀프서비스를 활성화할 수 있으며, 사용량 모니터링이 가능해집니다. 연결된 장치를 사용하면 디지털 방식으로 소프트웨어를 제공하고, 사용자 권한을 관리함으로써 라이선스와 관련된 수작업과 비용을 없앨 수 있습니다. 그리고 결국, 장치 제조업체가 신제품과 기능을 보다 빠르고 손쉽게 도입할 수 있게 도와줍니다.

인텔리전트 장치 제조업체는 범용의 단일 라이선스는 더 이상 경쟁력을 유지하지 못한다는 점을 확인하고, 새로운 수익 기회를 창출하는 동시에 풍부한 고객 경험을 제공할 수 있는 방법을 모색하기 시작했습니다. 이들은 소프트웨어 수익모델 모범 사례를 성공적으로 구현하여 자사의 IP를 안전하게 지키고 수익을 견인한 소프트웨어 제작사로부터 교훈을 배웠습니다.

하드웨어 제조사의 소프트웨어 도입은 많은 문제를 야기시키며, 일부 준비되지 않은 장비 제조사의 운영상의 변화를 강요하고 있습니다.



IoT 연결성은 이미 현장에서 사용되고 있는 소프트웨어와 하드웨어를 통해 새로운 경험을 전달하는 경로입니다. 기능 기반의 라이선스와 권한 관리를 통해 장치 제조업체는 다른 기능을 가진 동일한 제품을 다양한 가격대로 여러 고객에게 배송한 다음, 해당 제품을 원격으로 업그레이드할 수 있습니다.

또한 현장 업그레이드 기능은 과거의 일체형 사고 방식을 대체하고 노후화의 영향을 줄여줍니다. 유연성 있는 소프트웨어 기반 라이선스 솔루션을 통해 고객은 원하는 기능만 사용하고, 해당 기능이 자동으로 켜지고 꺼지게 설정할 수 있으며, 사용한 양만큼만 비용을 지불하면 됩니다.

새로운 고객에게 대체 모델을 제공함으로써 많은 지능형 하드웨어 제조업체는 새로운 시장에 접근할 수 있다는 점을 깨달았습니다. 연결된 지능형 장치의 확산으로 하드웨어 제조업체는 고객 프로비저닝과 온보딩을 개선하여 더 나은 사용자 경험을 전달하는 한편, 구독 및 사용 건별 과금을 포함한 새로운 비즈니스 모델을 구현할 수 있습니다.

이제 구독 경제가 관심을 얻으면서 대부분의 기업은 이러한 대체 비즈니스 모델을 활용하여 몇 개월 또는 몇 년에 걸쳐 대규모 일회성 기업비(CAPEX)에서 더 작은 운영비용(OPEX)으로 전환하고 있습니다. 동시에, 연결 기반의 사용량 추적은 고객과 제작사 모두에게 향상된 투명성과 비즈니스 인텔리전스를 제공합니다.

제조업체가 값비싼 하드웨어(예: MRI 장비)의 선행 비용을 부담하고 소프트웨어는 무료 제공하는 자본 지출 기반의 비즈니스 모델은 구식이 되었으며 제품의 시장성을 제한합니다.

성공을 위한 도구

하드웨어에서 소프트웨어로 전환한 많은 업체들이 이 '멋진 신세계'를 받아 들였고 IP에 대한 잠재력을 최대한 끌어낼 수 있는 도구를 수용하고 있습니다. 이에 따라 오늘날 고객이 요구하는 유연성 있는 패키징과 가격 책정 모델을 제공할 수 있습니다. 회사가 이러한 도구를 최대한 활용하는 방법을 모색할 때는 몇 가지 특정한 당면 과제를 염두에 두어야 합니다.

- **지적 재산의 수익 창출:** 코드 내의 전문 기술과 노하우 도난과 리버스 엔지니어링으로부터 보호하는 것은 성공적인 소프트웨어 수익모델에 매우 중요합니다.
- **제조 관리:** 좋은 의도라고 할지라도 제조업체는 타사가 자사의 제품을 구현했을 때 소스 코드에 대한 조정을 방지하여 자사 제품의 품질을 유지해야 합니다.
- **재고 관리:** 제작사는 장치 모델을 추적하고 재고 비용을 절감하며 제품 가용성을 보장할 수 있어야 합니다.
- **시스템 무결성:** 제작사는 장치가 추가 위험에 노출되는 IoT 에코시스템에 대한 준비를 완료해야 합니다. 또한 시스템을 해킹하거나 수정하지 못하게 해야 합니다.
- **저비용 복제품:** 복제품은 많은 제작사의 수익화에 있어 가장 큰 위협 요소 중 하나이며, 매출 흐름에 상당히 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다. 제작사는 이러한 위협을 효과적으로 억제하는 방법을 강구해야 합니다.
- **장치 연결성:** 제조업체는 현장의 하드웨어를 원격으로 업데이트하고 사용량 데이터 수집을 제공할 수 있도록 보장해야 합니다. 이러한 기능은 자동화 및 셀프 서비스를 통해 장치 제조업체에 대한 사용자 경험 개선과 비용 절감을 지속시켜 줍니다.

지능형 장치 제작사는 이제 소프트웨어가 하드웨어 솔루션을 차별화하는 중요한 요소임을 인정해야 합니다. 기존 수익 흐름을 보호하고, 신규 고객을 유치하며, 백엔드 비용을 절감함으로써 IP 수익모델을 개선해야 합니다. 전통적인 소프트웨어 업체들은 지능형 장비 제작사들이 현재 직면하고 있는 시장 문제를 해결하기 위해 라이선스와 권한 관리를 사용함으로써 성공을 거두었습니다.

하드웨어 제조업체는 산업의 발전과 IoT의 성장을 계속 목격하면서 시장이 전통적인 비즈니스 모델에서 벗어나고 움직이고 있음을 자각할 것입니다. 또한 경쟁력을 유지하기 위해서는 새로운 비즈니스 모델을 받아 들여야 합니다. 성공적인 IoT 수익모델은 높은 융통성을 갖춘 비즈니스 모델, 간편한 라이선스와 권한 관리, 하드웨어 제조, 테스트, 보관 비용 절감을 통해서 이루어집니다. 가장 성공적인 새 모델은 고객의 변화하는 요구에 부합하고, 탁월한 사용자 환경 제공을 토대로 구축되어야 합니다.

“ 2020년까지 LEM(라이선스 및 권한 관리) 시스템을 구축하지 못하면 IoT에 연결하는 장치 제조업체의 소프트웨어에서 생성되는 잠재 수익이 20% 하락할 것이다. ”

- Gartner

IoT 수익창출 여정의 주요 고려 사항

IoT가 매우 빠르게 성장하고는 있지만, IoT 솔루션 고객과 개발자 모두가 직면하게 될 잠재적 장애물과 당면 과제가 있습니다. 하드웨어, 소프트웨어, 플랫폼 또는 장치 회사들이 IoT 솔루션을 개발할 때 고려해야 할 4가지 주요 영역은 다음과 같습니다.

보안 및 프라이버시: IoT 장치와 관련된 작은 보안 위반 사고가 몇 건 있었지만, 커다란 영향을 미치는 광범위하고 심각한 장애는 발생하지 않았습니다. 미래에는 더 많은 장치들에서 '아주 나쁜 상황'이 발생할 수 있기 때문에 몇 가지 주요 위반에 대비해야 합니다. 즉, 가정, 공장, 자동차 등에서 외부로 중요한 데이터가 전달되어 노출되는 빈도가 증가하게 됩니다.

보안 및 프라이버시 정책이 발전함에 따라 확장 가능한 유연한 솔루션과 함께 시스템, 데이터 및 IP 보안에 있어 전문 기술을 갖춘 타사와의 협력을 고려하십시오. 건설한 파트너와 협력함으로써 '미래에도 경쟁력을 갖출' 수 있습니다.

빅 데이터: 앞으로 5년 내에 이러한 수십억 개 장치의 스트리밍에서 생성되는 데이터의 양은 엄청날 것입니다. 숫자만이 아니라 텍스트, 이미지, 비디오, 온도 데이터, 실시간 위치 데이터, 생물학적 데이터 등의 형태를 띠 것입니다. 이와 같이 풍부한 데이터는 데이터를 이용할 준비가 된 업체에 귀중한 통찰력을 제공할 것입니다.

신선한 통찰력은 새로운 고객 가치 생성 기회, 새 비즈니스 모델 및 새로운 수익 흐름을 창출하는 데 도움이 됩니다. 신규 구독, 반복 수익, 사용 건별 과금 및 기타 수익모델 접근 방식을 통해 모든 데이터의 가치를 수익화하는 방법을 고려하십시오.

유연하고 확장 가능한 제품 및 서비스 솔루션: 새로운 IoT 솔루션을 구축할 때 예상치 못한 시장 개발을 대비한 확장성을 고려하는 것이 필수적입니다. 새롭게 출현하는 요구 사항과 함께 시시각각 변화하는 구성의 수백만 개의 장치를 지원하도록 확장 가능한 시스템을 갖추어야 합니다.

IoT 장치에서 실행할 소프트웨어의 자동 프로비저닝, 업데이트, 계측 및 관리를 지원하고, 이 모든 작업을 감사 추적을 사용해 원격으로 수행하도록 IoT 인프라를 확장하기 위해서는 전문 파트너와 함께 시스템을 설계하거나 협업해야 합니다.

기존 에코시스템과 통합: 완벽하게 통합된 가치 전달 시스템을 갖추려면 IoT 솔루션을 에코시스템의 중요 부분에 연결시켜야 합니다. 가장 중요한 것은, 자산 추적, 주문, 프로비저닝, 청구 및 지원 인프라를 처리하는 핵심 백오피스 시스템에 통합할 수 있는지 확인해야 합니다. 많은 업체들이 IoT 기술 자체에 현혹되어 있지만, 이러한 기타 영역도 중요한 요소입니다. 그러면 완벽한 가치 전달 시스템을 통해 고객에게 최고의 가치를 제공할 수 있는 확장 가능한 시스템을 갖추게 됩니다.

이러한 대체 비즈니스 모델은 대량의 일회성 기업비(CAPEX)를 더 작은 운영비용(OPEX)으로 전환할 수 있습니다. 동시에, 연결 기반의 사용량 추적은 고객과 제작사 모두에게 향상된 투명성을 제공합니다.

결론

말할 것도 없이, IoT 솔루션을 위한 강력한 토대를 개발하는 열쇠는 '문제 발견의 해결책'이 될 수 있는 기술이 아닌 진정한 고객 가치에 초점을 맞추는 것으로 시작하는 것입니다.

또한 정말 중요한 것은 비즈니스 모델의 혁신입니다. 이는 제품과 기술 혁신보다는 고객의 습관, 선호도와 훨씬 긴밀히 관련될 수 있습니다. 그리고 시장 출시 시간을 단축하려면 파트너의 기술과 역량을 바탕으로 에코시스템 및 파트너의 강점을 충분히 활용해야 합니다. 써드파티 솔루션은 여러분의 IP를 보호하는 한편, 모든 것을 직접 구축할 필요 없이 보안, 라이선스 및 권한 관리를 관리할 수 있게 도와줍니다.

장치를 제작하는 소규모 업체라면 해당 제품이 다른 회사의 기반이 되도록 하는 시드 전략에 속하지 않게 하십시오. 대기업의 경우, 회사의 모든 기능 영역이 고객을 우선으로 하는 가치 전달 시스템에 초점을 맞추도록 몇몇 내부 '사일로 해체'를 수행해야 할 수 있음을 고려하십시오.

마지막으로, 도중에 많은 장애물을 만날 수 있으므로 "길고도 험한 길"에 대비하십시오. 여러분의 시장이 성숙하고 판매가 실현되기까지 더 오랜 시간이 걸리는 경우 충분한 자금과 관리 지원을 확보하도록 하십시오. 기술 예측가이자 미래학자인 Paul Saffo의 말처럼 "가까운 거리를 명확하게 보는 데 절대 실수하지 마십시오."

탈레스 소개

귀하의 데이터를 보호하는 기업들은 탈레스를 통해 자신들의 데이터를 보호합니다. 데이터 보안에 대해 중요한 결정을 내려야 하는 순간이 증가하고 있습니다. 암호화 전략을 수립하거나, 클라우드로 데이터를 이전하거나, 규제 준수 요구사항을 충족시켜야 하는 모든 순간에 탈레스를 믿고 찾아주십시오. 탈레스는 귀하의 안전한 디지털 트랜스포메이션을 지원합니다.

결단이 필요한 순간을 위한 결정적인 솔루션.



문의

사무소 위치 및 연락처 목록은
cpl.thalesgroup.com/ko/software-monetization/contact-us에서 확인하실 수 있습니다.

> cpl.thalesgroup.com/software-monetization <

