

개인 과제

1. 한때 큰 주목을 받았지만 성장하지 못하고 사라진 제품을 하나 선택합니다.
2. 이 제품을 처음 받아들인 고객과 확산되지 못한 대중 고객을 비교하며, 어떤과정을 거쳐 성장이 멈췄는지 정리합니다.
 - * 초기 고객은 왜 이 제품을 선택했나요?
 - * 대중 고객은 왜 이 제품을 선택하지 않았나요?
 - * 어떤 일들이 일어나면서 대중 확산이 막혔나요?
3. 정리한 내용에서 발견한 문제를 바탕으로, 이 제품이 대중에게 받아들여질 수 있었던 방법을 제안합니다.



MD 플레이어

- 초기 채택자의 특성
- 오디오파일 (고음질 추구 성향)
 - 음악 전문가, DJ, 방송 관계자
 - 기술 얼리어답터 (신기술 선호)
 - 높은 구매력 보유자 (\$500~700 지불 가능)

Innovators Early Adopters

Chasm

- 대중 확산을 막은 핵심 사건들
- 1998-1999: MP3 혁명의 시작
- 1998년: Diamond Rio (최초 대중 MP3 플레이어) 출시
 - 1999년: Napster P2P 파일공유 서비스 등장 → 무료 MP3 음원 생태계 폭발
- 2001: 게임 제인저의 등장
- iPod 출시: 직관적 UI, 대용량 저장, iTunes 생태계
 - MD의 물리적 미디어 한계 vs MP3의 무한 확장성
- 기술적 폐쇄성
- ATRAC 코덱 독점: 소니만의 폐쇄적 포맷
 - MP3 지원 거부: 소니가 자사 포맷 고집하며 시장 대체 외면
 - SCMS 복사 방지: 저작권 보호로 인한 사용 제약
- CD-R/RW의 가격 하락
- 2000년대 초반 CD 레코더 대중화
 - MD보다 범용적인 CD-R/D 더 경제적 선택지로 부상

Early Majority Late Majority Laggards

- | 초기 성공 요인 | 대중 실패 요인 |
|-----------------|-----------------------|
| 1. 기술적 우위 | 1. 높은 가격 장벽 |
| 2. 명확한 타겟 (전문가) | 2. 폐쇄적 생태계 |
| 3. 차별화된 가치 제안 | 3. 시장 타이밍 실패 (MP3 혁명) |
| | 4. 콘텐츠 생태계 부재 |
| | 5. 사용성 복잡도 |

- MD플레이어를 선택한 이유
- 제품의 핵심 가치
- 디지털 음질의 혁신: 카세트 테이프 대비 월등한 음질과 음질 열화 없는 재녹음
 - 편집 기능의 우수성: 트랙 이동, 제목 입력, 재생 순서 편집 등 디지털 편집 가능
 - 휴대성과 내구성: CD보다 충격에 강하고 카세트보다 작은 크기
 - 프로페셔널한 녹음: 디지털 방식의 고품질 녹음 기능

- 대중 고객이 선택하지 않은 이유
- 가격 장벽
- 플레이어 본체 고가 (초기 \$500~700, 일반 CD 플레이어의 3-5배)
 - MD 디스크 단가도 카세트 대비 비쌌
- 컨텐츠 생태계 부재
- 사전 녹음된 MD 앨범 극소수 (대부분 CD로만 출시)
 - 사용자가 직접 녹음해야 하는 번거로움
 - 음악 산업의 MD 지원 부족
- 사용성 문제
- 카세트보다 복잡한 조작법
 - 디지털 장비에 익숙하지 않은 사용자에게 높은 진입장벽
 - PC 연동 불편 (초기에는 실시간 녹음만 가능)
- 대체재 경쟁
- CD 플레이어가 이미 대중화된 상태
 - MP3 플레이어의 급속한 성장 (더 저렴하고 편리)

- 캐즘을 넘지 못한 이유
1. 가격 격차
 - 얼리어답터: \$700 지불 가능 → 주류 시장: \$200 이하 요구
 - 가격 하락 속도가 MP3 플레이어보다 느림
 2. 사용성 격차
 - 얼리어답터: 복잡한 조작 즐김 → 주류 시장: 플러그 앤 플레이 요구
 - MD: 녹음·편집 필수 vs MP3: 파일 복사만으로 충분
 3. 콘텐츠 격차
 - 얼리어답터: 직접 큐레이션 → 주류 시장: 즉시 사용 가능한 콘텐츠 요구
 - CD는 앨범 구매 가능, MP3는 다운로드 가능, MD는 녹음 필수
 4. 네트워크 효과 부재
 - 친구들과 음악 공유 불가 (물리적 미디어의 한계)
 - MP3는 복사 자유, CD는 대여 가능

- 고객에게 받아 들여지기 위한 방법
1. 코덱을 오픈소스로 전환
 2. MP3 지원을 통한 자율성 지원
 3. MD한정 음원 발매 지원