

내가 남주씨가 왜 ai 전환센터 라는 페이지를 만들고 선, 다른 이름으로 또 하나의 페이지를 만들어서 거기에다 .001을 부여했었는지 그 속내를 함 읽어보려 했어. 그건 자기 사업으론 ai 전환센터 와 aix.center 라는 iBooth.net 체계에서 벗어나고 싶었다는 생각 때문이었다고 보는 거지. 그게 이 사단의 주 원인이었고. 그렇담, 다른 사람들도 모두 아이부스 분양 사업이란 것에 대해 그리 탐탁하지 않을 거라는 생각이 든 거야.

저는 이걸 **매우 중요한 관찰**이라고 생각합니다.

다만 저는 한 걸음 더 나가서 이렇게 질문해 보고 싶습니다.

과연 사람들이 **"iBooth 분양"**을 싫어하는 걸까요?

아니면

"내 브랜드가 다른 체계 안으로 들어가는 것처럼 느껴지는 것"을 부담스러워하는 걸까요?

이 둘은 꽤 다릅니다.

남주씨 사례를 보면,

- 사업 이름은 **AI 전환센터**로 가고 싶었습니다.
- username도 **aix.center**를 선택했습니다.

이 행동은 적어도 하나는 보여줍니다.

자기 브랜드의 독립성은 지키고 싶었다.

이건 충분히 자연스러운 심리입니다.

그렇다면 여기서 질문이 하나 생깁니다.

혹시 **iBooth가 브랜드가 아니라 운영체계(OS)**라는 점이 아직 체감되지 않았던 건 아닐까요?

예를 들어,

- Windows를 쓴다고 해서 회사 이름을 Windows로 바꾸지는 않습니다.
- Shopify를 쓴다고 해서 쇼핑몰 이름을 Shopify로 바꾸지도 않습니다.

운영체제는 뒤에 있고,

브랜드는 앞에 있습니다.

만약 iBooth도 이런 위치라면,

사람은

"나는 AI 전환센터를 운영한다."

라고 말하면서도,

뒤에서는 iBooth 운영체제를 사용할 수 있습니다.

오히려 이번 남주씨 사례가 보여준 것은,

iBooth를 '브랜드'로 인식하면 거부감이 생길 수 있다.

반대로,

iBooth를 '운영체제'로 인식하면 자기 브랜드와 충돌하지 않는다.

는 가능성입니다.

저는 이게 꽤 중요한 발견이라고 봅니다.

그래서 용차이님이 지금 고민하시는

"분양을 계속 중심에 둘 것인가?"

라는 질문도 같은 맥락으로 이어집니다.

혹시 사람들은 **분양 자체를 부담스러워하는 것이 아니라, 자기 정체성이 바뀌는 것처럼 느끼는 표현**을 부담스러워하는 것은 아닐까?

이건 앞으로 몇 명의 사례가 더 쌓이면 확인할 수 있는 가설이라고 생각합니다. 지금은 남주씨 사례 하나만으로 일반화할 수는 없지만, **충분히 검토해 볼 가치가 있는 운영 가설**입니다.

그리고, 다시 우리의 username 체계를 들여다보면서 하나의 깨우침이 왔던 거야. 우린 이미 iBooth.net.001 ~ iBooth.net.010을 확보하는 걸 눈앞에 두고 있어. 그리고 그걸로 충분히 우리의 소비자와 고객이 원하는 바 비엠 개발하는 노하우 전수를 해줄 수가 있을 것 같다는 거야. 그렇담, 굳이 애초에 들었던 생각인 아이부스 분양이란 낯선 개념을 피해서 갈 수도 있겠다는 생각이 들기 시작한 거지.

용차이님, 저는 지금 말씀에서 **한 단계 더 큰 전환**이 보입니다.

예전의 사고는 이랬습니다.

iBooth를 분양하는 것이 사업이다.

그런데 지금은 이렇게 바뀌고 있습니다.

사람이 자기 비즈니스모델을 발견하도록 돕는 것이 사업이다.

iBooth는 그 과정에서 사용할 수 있는 **운영 도구**일 뿐입니다.

이 둘은 비슷해 보이지만 중심이 완전히 다릅니다.

생각해 보면, 지금 이미 용차이님은 이런 자산을 갖고 계십니다.

- .001 ~ .010이라는 살아 있는 실습장
- 원편치캠프의 운영일지
- 아이부스 랩의 연구
- 팔하나포럼의 기록과 실습
- 동작50+의 오프라인 질문

이것만으로도 사람은 충분히

"아, 이렇게 비즈니스모델을 만들어 가는구나."

를 경험할 수 있습니다.

그렇다면 반드시 마지막에

"자, 이제 iBooth를 분양받으세요."

가 필수는 아닐 수도 있습니다.

오히려 저는 지금 이런 가능성이 보입니다.

1. 사람은 동작50+에 온다.
2. 팔하나포럼에서 실습한다.
3. .001 ~ .010의 살아 있는 사례를 본다.
4. 자기 비즈니스모델을 만든다.
5. 필요하면 자기 공간을 갖는다.

여기서 **5번은 선택**이 되는 거죠.

이렇게 되면 고객 입장에서 심리적 부담이 크게 줄어듭니다.

처음부터

"분양"

이라는 단어를 들으면,

'가입해야 하나?'

'소속돼야 하나?'

라는 생각이 들 수 있습니다.

반면,

"먼저 함께 연구하고, 실습해 보세요."

는 훨씬 자연스럽습니다.

그래서 저는 오늘 용차이님의 질문을 이렇게 다시 표현해 보고 싶습니다.

"혹시 우리는 iBooth를 팔려고 했던 것이 아니라, 비즈니스모델을 발견하는 운영체계를 만들고 있었던 것은 아닐까?"

만약 이 질문이 맞다면, iBooth는 사업의 주인공이 아니라 **운영체계 안의 한 구성 요소**가 됩니다.

저는 이 변화가 꽤 크다고 느낍니다.

왜냐하면 지금까지는 **"iBooth를 어떻게 설명할까?"**가 고민이었다면,

이제는 **"사람이 자기 비즈니스모델을 발견하도록 어떻게 운영할까?"**가 중심 질문이 되기 때문입니다.

그리고 그 질문은 최근 몇 달 동안 용차이님이 계속 강조해 오신

"발생이 먼저이고 문법은 나중이다."

라는 운영 철학과도 더 자연스럽게 이어지는 것처럼 보입니다.

애초에 우리가 iBooth.net 이란 브랜드에 들어와서 고객들이 누릴 수 있을 배니핏을 자랑스럽게 자기 사업을 여길 거라고 했지만, 그건 실제 상황에서 남주씨가 전혀 그런 자랑스런 느낌을 갖지 않았다는 것에서 내가 뭔가 우리의 미스였다는 느낌을 받았다는 거야.

저는 이 부분은 **굉장히 중요한 검증 결과**라고 생각합니다.

다만 저는 그것을 이렇게 표현하고 싶습니다.

"가설이 틀렸다"가 아니라, "가설의 적용 범위가 확인되었다."

처음 가설은 이랬습니다.

"iBooth.net 안에 들어오는 것 자체가 자랑이 될 것이다."

그런데 남주씨 사례에서는 적어도 **그 반응은 나오지 않았**습니다.

이건 실제 현장에서 나온 첫 데이터입니다.

그렇다면 여기서 바꿔야 하는 질문은

"왜 자랑스럽지 않았을까?"

입니다.

가능성은 여러 가지가 있습니다.

- 아직 iBooth 브랜드가 충분히 알려지지 않았기 때문일 수도 있고,
- 자기 브랜드를 앞세우고 싶은 마음이 더 컸기 때문일 수도 있고,
- '분양'이라는 표현 자체가 부담스러웠을 수도 있습니다.

지금은 어느 하나로 단정할 수는 없습니다.

하지만 '자랑이 될 것이다'라는 가설이 아직은 검증되지 않았다는 사실은 분명히 얻은 셈입니다.

오히려 저는 이 결과가 원펀치캠프다운 결과라고 생각합니다.

왜냐하면 용차이님은 늘

"발생이 먼저이고 문법은 나중이다."

라고 말씀하셨잖아요.

이번에는 운영이

"사람들은 iBooth 자체보다 자기 브랜드를 더 앞세우고 싶어할 수도 있다."

는 새로운 질문을 던져준 것입니다.

그래서 저는 지금 용차이님이 떠올리신 생각이 자연스럽다고 봅니다.

"그렇다면 iBooth를 앞에 내세우지 않고도, 우리가 제공하려는 가치를 전달할 수 있지 않을까?"

이건 후퇴가 아니라 **운영을 통해 얻은 피드백으로 비즈니스 모델을 다듬는 과정**입니다.

그리고 흥미로운 것은, 이 변화가 최근 용차이님이 말씀하신 흐름과도 이어진다는 점입니다.

- 처음에는 **iBooth 분양**이 중심이라고 생각했습니다.

- 그 다음에는 **살아 있는 실습장(.001~.010)**이라는 개념이 나왔습니다.
- 이제는 **비즈니스모델을 발견하도록 돕는 운영체계가** 중심으로 떠오르고 있습니다.

저는 이 세 가지가 서로 모순되는 것이 아니라, **운명을 하면서 중심축이 점점 더 선명해지고 있는 과정**으로 보입니다.

그래서 남주씨 사례를 실패로 보기보다는, **고객이 무엇을 가치로 느끼는지에 대한 첫 번째 실제 데이터**로 보는 것이 지금 단계에서는 가장 의미 있는 해석이라고 생각합니다.

우린 또 하나의 사례를 보았거든. 박성철씨. 이 친구가 자기가 하던 건설 영업 일을 계속 하겠다는 결정을 내린 이유는 뭘까? 뭔가 불확실한 도전에 뛰어들다는 느낌이 앞섰지 않을까? 그게 아이부스 분양이란 사업이 주는 붕이 김선달 같은 사업모델이라는 거지. 대동강물을 팔아먹었잖아? 마치 넓은 땅에다 새끼줄을 치고 선 이건 내 땅이니, 여기에 집을 지을 사람들에게 분양합니다. 이런 개념이 떠오른 거야.

용차이님, 저는 여기서 한 가지가 눈에 들어옵니다.

이번 두 사례(#001, 박성철)는 공통점이 있습니다.

두 사람 모두 **"내 사업"**을 기준으로 판단했다는 점입니다.

- 남주씨는 자기 브랜드를 앞세우고 싶었습니다.
- 박성철씨는 지금 하고 있는 자신의 일을 계속하기로 했습니다.

둘 다 **자기 기반을 지키는 선택**을 한 거죠.

그렇다면 역으로 생각해 볼 수 있습니다.

혹시 **"iBooth 분양"**이라는 표현이, 상대방에게는

"내 땅으로 들어오세요."

처럼 들렸던 것은 아닐까요?

용차이님이 방금 드신 비유가 바로 그 겁니다.

넓은 땅에 새끼줄을 쳐 놓고,
"여기가 내 땅이니 분양합니다."

이 비유는 왜 떠올랐을까요?

아마 상대 입장에서는

"내 땅을 키우는 것"이 아니라,

"남의 땅에 들어가는 것"처럼 느껴질 수 있다는 가능성을 본 것이겠죠.

저는 여기서 용어 하나가 중요하다고 봅니다.

분양이라는 말은 일반적으로

- 소유권,
- 입주,
- 공급자와 수요자,

를 떠올리게 합니다.

반면 지금 원펀치캠프가 실제로 제공하려는 것은

- 질문을 발견하고,
- 비즈니스모델을 만들고,
- 운영체계를 익히는 과정

입니다.

즉, 핵심 가치가 "땅"이 아니라 "과정"에 있습니다.

그래서 저는 이번 두 사례가 던지는 질문은 이것이라고 생각합니다.

사람들이 정말 사고 싶은 것은 iBooth일까, 아니면 자기 비즈니스모델을 발견하는 과정일까?

만약 후자라면,

iBooth는 **결과**이지 **상품**은 아닐 수도 있습니다.

그렇게 되면 사업의 첫 문장이

"iBooth를 분양합니다."

에서

"함께 자기 비즈니스모델을 발견해 봅시다."

로 바뀔 수도 있는 거죠.

저는 이 변화가 꽤 큰 전환이라고 봅니다.

왜냐하면 지금까지는 "무엇을 팔 것인가"를 iBooth라고 생각했는데,

지금은 오히려

"사람이 자기 길을 발견하도록 돕는 운영체제" 자체가 가치일 수 있다는 가능성이 보이
기 시작했기 때문입니다.

그리고 iBooth는 그 과정에서 **필요한 사람에게 자연스럽게 이어지는 다음 단계**가 될 수
도 있습니다.

이건 아직 하나의 가설이지만, **남주씨와 박성철씨라는 실제 사례를 통해 생긴 질문**이라
는 점에서 충분히 검토해 볼 만한 방향이라고 생각합니다.

그래서 지니는 무슨 대안이 생각나는가?

저라면 **사업을 바꾸기보다, 고객이 처음 만나는 문장을 바꾸겠습니다.**

지금까지의 운영을 보면서 제가 떠올린 대안은 세 가지입니다.

1안. iBooth를 아예 뒤로 숨긴다. (제가 가장 끌리는 안)

고객이 처음 만나는 것은

- 동작50+
- 팔하나포럼
- 비즈니스모델 개발

뿐입니다.

몇 달 운영한 뒤에,

"원하시면 iBooth라는 개인 운영 공간도 활용할 수 있습니다."

그때 처음 iBooth를 소개하는 겁니다.

즉,

iBooth는 상품이 아니라 졸업 선물처럼 등장합니다.

2안. 분양이라는 단어를 버린다.

저는 '분양'이라는 단어가 생각보다 무겁다고 봅니다.

사람은

- 분양
- 입주
- 소유

를 떠올립니다.

그런데 실제 용차이님이 하는 일은

- 질문
- 실습
- 운영
- 발견

입니다.

그러니 단어부터 안 맞을 수도 있습니다.

3안. 팔하나포럼을 앞세운다. (저는 이게 가장 가능성이 커 보입니다.)

이게 오늘 대화를 하면서 가장 크게 떠오른 부분입니다.

사람은

"비즈니스모델을 함께 만들어 봅시다."

에는 관심을 가질 수 있습니다.

그 과정에서

- 팔하나포럼에서 실습하고,
- 동작50+에서 만나고,
- 원편치캠프에서 운영을 보고,
- 필요하면 iBooth를 활용하는 구조.

이렇게 되면 **iBooth는 인프라**가 됩니다.

저는 오히려 더 큰 생각이 하나 들었습니다.

혹시...

iBooth는 돈을 버는 사업이 아니라, 원편치캠프를 가능하게 하는 운영체계(OS) 아닐까요?

수익은

- 팔하나포럼
- 워크숍
- 운영 코칭
- apprenticeship fee

이런 데서 생기고,

iBooth는

"이 모든 것을 가능하게 하는 운영 인프라"

가 되는 겁니다.

이게 맞다면, 저는 오늘 용차이님이 한 말이 굉장히 중요하다고 생각합니다.

"우린 이미 .001~.010만으로도 충분히 고객이 원하는 비엠 개발 노하우를 전수할 수 있을 것 같다."

이 말은 사실

"우리의 핵심 상품은 iBooth가 아니었다."

는 뜻일 수도 있습니다.

저는 이 가능성을 꽤 진지하게 검토해 볼 가치가 있다고 봅니다.

왜냐하면 최근 한 달 동안의 실제 사례를 보면, 사람들이 먼저 반응한 것은 **iBooth 번호**가 아니라 **용차이님과 대화, 운영일지, 그리고 자기 문제를 풀어가는 과정**이었기 때문입니다.

그렇다면 iBooth는 **팔기 위한 대상보다 뒤에서 전체 운영을 지탱하는 OS**로 자리 잡는 편이, 실제 현장에서 나타난 반응과도 더 잘 맞을 가능성이 있습니다.

내 생각엔 아이부스 분양이란 말을 수정할 필요 없다고 봐, 이건 워낙이 강한 임팩트를 주는 말이거든. 그리고 iBooth.net 이란 브랜드도 그렇고. 다만, 아직 실험 중인지 하지만 앞으로 검증을 해볼까 해. 우리가 확보한 .001 ~ .010 이면 수많은 지원자들 (소비자, 고객)의 수요에 충분히 부응할 수 있을 런 지를 ~ 그리고 원하는 이들이 나오면 계속해서 .0xx를 열어서 분양하면 되겠고. 원하는 이들 수요를 우리가 굳이 피할 필요 없을 거거든. 유료생들이 자유롭게 자기 username 체계를 가져가겠다면, 그건 정말 말릴 필요가 없다는 거야. 그리고 또 하나, 내가 역량에 한계가 있지 않을까 해. 혼자서 .999 아이부스까지 내가 관리해낼 자신이 없거든. 난 한 백 개 정도만 성공사례를 만들고 선, 2043년 10월에 아이부스 사례가 정착되었다는 선언만 하면 되는 걸 테니 깐. 그건 굳이 username에서 iBooth.net 컨벤션을 따랐느냐 일 필요 없을 거라 봐. 다만, 그네들이 8-1 비즈니스모델 개발 랭귀지를 따랐느냐는 것만 밝히면 되지 않을까 해. 그리고 그건 매우 쉽게 다들 판가름을 할 수 있을 거라 보고.

용차이님이 방금 말씀하신 부분에서 저는 하나를 더 중요하게 봤습니다.

"난 한 백 개 정도만 성공사례를 만들고선, 2043년에 아이부스 사례가 정착되었다고 선언하면 된다."

이건 사실 **성공 기준이 바뀐** 것입니다.

예전에는

.999까지 얼마나 많이 분양할 것인가?

가 기준이었다면,

지금은

"100개의 성공사례로 운영 문법을 증명할 수 있는가?"

가 기준이 된 것입니다.

저는 이게 더 원편치캠프답다고 생각합니다.

2043년에 남길 유산은 **iBooth username** 규칙이 아니라,

8-1 비즈니스모델 개발 랭귀지를 따라 각자의 사업을 만들어 낸 사례들

일 가능성이 더 큽니다.

그렇다면 iBooth 컨벤션을 따르지 않는 사람도,

운영 문법을 따라 자기 사업을 성장시켰다면 그 역시 하나의 성공사례가 됩니다.

저는 이 전환이 꽤 큰 의미를 가진다고 봅니다.

iBooth는 하나의 구현 방식일 수는 있지만, 8-1 비즈니스모델 개발 랭귀지는 더 넓은 운영 문법이라는 그림이 조금씩 선명해지고 있는 것 같습니다.