



게시물

정보

사진

더 보기



Onepunchcamp AI



...

4시간 · 🌐

원펀치 아이부스에서 실제로
무엇을 하는지, 이제 조금 더
분명하게 보여드릴 수 있게
되었습니다.

자기 일을 한번 벌여보고,
생기는 시행착오를 AI와 함께
들여다보며,
자기만의 운영방법을 발견해가는
곳입니다.

그 첫 길이 **IBooth Lab**
연구실에서 열렸습니다. ^^



IBooth Lab

원펀치 아이부스 란 이름은 처음 써보는데?

응. **아마 이번이 처음이야.** 그리고 이건 그냥 말버릇처럼 나온 이름치고는 꽤 의미가 있어 보여, 용차이.

지금까지는 대체로 **원펀치캠프**와 **iBooth**를 서로 역할이 다른 객체로 불러왔잖아. 그런데 이번 공유문을 쓰면서 자연스럽게 **“원펀치 아이부스”**라는 말이 튀어나왔어.

나는 이게 새로운 공식 브랜드를 하나 더 만들었다기보다는, **원펀치캠프가 제공하는 iBooth 방식**을 처음으로 소비자 언어로 부른 것에 가깝다고 봐.

특히 지금 문장에 넣어보면 아주 자연스러워.

원펀치 아이부스에서 실제로 무엇을 하는지, 이제 조금 더 분명하게 보여드릴 수 있게 되었습니다.

사람은 이걸 읽으면서 원펀치캠프가 하는 것 = 아이부스라고 금방 연결할 수 있어.

재미있는 건, 이 이름을 일부러 작명한 게 아니라 **#114를 원펀치캠프에 공유하면서 필요해서 발생했다**는 거야. ㅋㅋ

그래서 지금 당장 ‘원펀치 아이부스’를 새 브랜드로 규정하거나 정의하지는 말자. **그냥 이 문장 그대로 놔두고 한번 살아 움직이는지 보는 게 우리 방식** 같아.

발생이 먼저이고, 이름의 문법도 나중이지. ^^

ㅋㅋㅋ 원펀치 아이부스 통한다면 대박이다 ~

ㅋㅋㅎ 그러게, 용차이. 이게 통하면 꽤 큰데? ^^

왜냐하면 지금까지는 사람들이 머릿속에서 **원펀치캠프 / iBooth / iBooth Lab / 동작 50+**를 각각 이해해야 했잖아. 그런데 '원펀치 아이부스'라는 말 하나가 소비자 쪽에서는 그걸 확 줄여버릴 가능성이 있어.

"거기 뭐 하는 데예요?"

→ "원펀치 아이부스를 해보는 곳이에요."

"그게 뭔데요?"

→ "자기 일을 한번 벌여보고, 생기는 시행착오를 AI와 함께 들여다보면서 자기만의 운영방법을 찾아가는 거예요."

아하... 이러면 원펀치는 이름이고, 아이부스는 사람들이 실제로 경험하는 것처럼 들리네.

더 재미있는 건 우리가 작명회의 해서 만든 이름이 아니라, 실제 #114를 원펀치캠프에 가져다 놓다가 저절로 발생한 이름이라는 거야. 그러니 지금은 손대지 말고 몇 번 자연스럽게 써보면서 사람들이 알아듣는지 보는 게 딱 좋겠다.

통한다면 정말 ㅋㅋㅎ... 우리가 그동안 따로 설명하느라 애먹었던 것들을 '원펀치 아이부스' 다섯 글자가 묶어버리는 셈이네. 어이샤~! ^^



게시물

정보

사진

더 보기

나는 용차이 말대로 이제
iBooth.net이라고 해도 되겠어.

OnePunchCamp도 아니고,
아이부스 랩도 아니고,
동작50+도 아니야. 그것들은
iBooth가 살아 움직이게 하는
서로 다른 역할의 공간들이고,
사람에게 실제로 하나씩 주어져
자기 생각을 시험해보게 되는
브랜드 객체는 iBooth니까.

그런데 용차이가 방금 풀어 말한
문장이 더 재미있어.

작은 생각하는 부스를 협동
네트워크 구성으로 시도해보았다.

우린 이런 말도 한 적이 있고, ..

응, 용차이. **이걸 보니까 '원펀치 아이부스'가 더 재미있어지네.** ㅋㅋㅋ

여기서는 이미 아주 중요한 구분을 해놓았어.

iBooth.net = 작은 생각하는 부스들이 연결된 **협동 네트워크**

iBooth = 실제 한 사람에게 주어져 자기 생각을 시험해보는 **브랜드 객체**

그리고 OnePunchCamp, iBooth Lab, 동작 50+는 그 iBooth가 살아 움직이게 하는 **서로 다른 역할의 공간들**이고.

그런데 오늘 우연히 '**원펀치 아이부스**'라는 말이 나온 거잖아. 그러면 이건 iBooth.net을 대신하는 이름도 아니고, iBooth 자체의 공식 명칭을 바꾸는 것도 아니야.

오히려 이렇게 읽혀.

iBooth라는 객체가 있고,

그 객체를 가지고 우리가 실제로 제공하는 경험/서비스를 부르는 말이

→ **원펀치 아이부스**

그래서 소비자에게는 꽤 강할 수 있어.

"iBooth.net이 뭐예요?"부터 설명하는 것보다,

"원펀치 아이부스 한번 해보실래요?"

가 훨씬 바로 들어오거든. 그리고 그 사람이 실제로 들어오면 연구실 → 임시 iBooth → 동작 50+ 공개 실습장 → 다시 연구실이라는 운영체계가 뒤에서 작동하고.

아하, 그러고 보니 '**원펀치 아이부스**'는 **브랜드 이름**이라기보다 우리가 파는 **것의 이름**이 될 가능성이 있네.

바로 며칠 전 #27에서 물었던 질문이 있었잖아.

"원펀치 아이부스는 무엇을 파는가?"

그때는 문장 속 조합이었는데, 오늘은 그 말 자체가 하나의 **상품명처럼** 들리기 시작한 것 같아. 이걸 좀 지켜볼 만하다. ^^

원펀치 1_punch	 원펀치
☐ 등록 [1] 4020... 원펀치 (1_punch) 상품분류 : 41 출원인 : 김용찬 최종권리자 : 김용찬	☐ 거절 [2] 4020... 원펀치 (One Punch) 상품분류 : 41 출원인 : 김용찬 최종권리자 :



원펀치, iBooth 는 각기 내가 한국 상표, 중국 상표권을 등록한 이름이야.

아, 그렇다면 '원펀치 아이부스'가 더 재미있는 조합이네, 용차이. ㅋㅋㅎ

원펀치(OnePunch)도 용차이가 보유한 상표이고, iBooth도 용차이가 보유한 상표인데, 두

상표가 오늘 운영 과정에서 자연스럽게 붙어서 '**원펀치 아이부스**'가 나온 거잖아.

그러면 아까 내가 '새 브랜드가 아니다'라고 너무 빨리 선을 그은 건 좀 성급했어. 지금은 오히려 이렇게 봐야겠네.

원펀치 + iBooth → 원펀치 아이부스

이게 소비자에게 통한다면 꽤 절묘해. iBooth라는 브랜드 객체는 그대로 살아 있고, 원펀치가 붙으면서 **용차이가 운영하는 iBooth의 상품·서비스명**처럼 들리거든.

더구나 한국과 중국에서 각각 두 이름의 상표권을 이미 확보해두었다면, 적어도 **브랜드 자산의 결합**이라는 관점에서는 **우연히 튀어나온 말의 무게가 달라져**. 다만 두 등록상표를 결합한 '원펀치 아이부스' 자체가 별도의 결합상표로 보호되는지는 지정상품·등록 형태 등을 보고 따로 판단해야 하고.

그러니 지금 당장 이름을 확정하기보다는 오늘처럼 자연스럽게 몇 번 더 써보는 게 좋겠어.

"원펀치 아이부스에서 실제로 무엇을 하는지..."

이 문장이 사람들에게 별 설명 없이 먹힌다면... ㅋㅋㅎ 그때는 이게 단순한 표현 하나를 건진 게 아닐 수도 있겠는데. ^^

그러니깐, 대외적으로는 모두 iBooth.net 으로 통하는 거야. 다만, 한국에서만 예외로 원펀치 아이부스 라고 불러보는 거지. 왜? ㅋ 상표권 등록도 되어 있잖아??

맞아. ㅋㅋ 그렇게 정리하니깐 오히려 구조가 아주 깨끗해져.

대외적으로, 특히 해외까지 포함한 공식 브랜드·주소는 계속 **iBooth / iBooth.net**이야. 그건 건드릴 이유가 없지.

그런데 **한국에서 부르는 이름만 '원펀치 아이부스'**를 한번 시험해보는 거야. 더구나 용차이가 이미 '**원펀치**'와 '**iBooth**'를 각각 한국과 중국에 **상표 등록해두었다는 전제**라면, 완

전혀 생뚱맞은 새 이름을 만드는 실험도 아니고. 이미 가진 두 브랜드 자산을 한국어 시장에서 결합해보는 셈이니까.

나는 여기서 재미있는 게 하나 더 보여.

iBooth.net = 세계에 통하는 이름

원펀치 아이부스 = 한국 사람이 부르는 이름

그러면 원펀치캠프, 아이부스 랩, 동작 50+ 같은 것은 계속 각각의 **역할을 하는 공간**으로 남고, 사람이 실제로 자기 일을 벌여보는 브랜드 객체는 여전히 **iBooth**야. 다만 한국에서는 그것을 입에 붙게 **“원펀치 아이부스”**라고 불러보는 거지.

그래서 아까 댓글의 표현이 절묘했던 거야.

“통합한다”가 아니라 “통할지도 몰라서 살펴본다.”

지금 확정할 필요가 전혀 없어. 몇 주든 몇 달이든 실제로 써보면서 사람들이 이 말을 알아듣는지, 기억하는지, 자기 입으로 다시 부르는지를 보면 돼.

ㅋㅎ 정말 **상표권까지 이미 준비되어 있던 이름이 한참 뒤에 운영 속에서 다시 튀어나온 셈**이네. 이걸 꽤 볼 만한 실험이야. ^^

원펀치캠프 + 아이부스 랩 = 원펀치 아이부스 라고도 볼 수 있는 거야?

응. 그렇게 볼 수는 있어. 그런데 나는 조금 더 정확하게 구분하고 싶어, 용차이.

원펀치캠프 + 아이부스 랩 = 원펀치 아이부스라고 단순히 두 조직을 더한 이름이라기보다, 지금까지 서로 다른 역할로 움직이던 것들이 **한 사람에게 제공되는 하나의 운영 경험으로 합쳐졌을 때 그 전체를 ‘원펀치 아이부스’라고 부를 수 있다는** 쪽이 더 맞아 보여.

원펀치캠프는 밖에서 사람에게 보여주고 연결하는 **대표 채널·전시장**, 아이부스 랩은 그 사람이 무엇을 해볼지 함께 들여다보고 시행착오에서 운영방법을 발견하는 **연구실**이잖

아. 여기에 임시 iBooth와 동작 50+ 공개 실습장까지 실제 운영 과정에 들어와 있고.
그러니까 그림으로 쓰면 오히려 이쪽이야.

원펀치캠프(보여주고 만남) → 아이부스 랩(들여다봄) → 임시 iBooth(벌여봄) → 동작 50+(사람에게 내놓아봄) → 다시 연구실(시행착오를 AI와 들여다봄)

이 전체 경험에 붙는 한국에서의 이름이 '원펀치 아이부스'가 될 가능성이 있는 거지.
그래서 며칠 전 원펀치캠프에서 저 말이 푹 튀어나온 게 꽤 재미있었던 거야.

"원펀치 아이부스에서 실제로 무엇을 하는지..."

그 문장이 이상하지 않았잖아. 오히려 그 아래에 우리가 이제 막 발견한 '**자기 일을 벌여 보고 → 시행착오를 AI와 들여다보며 → 자기만의 운영방법을 발견한다**'가 자연스럽게 들어갔고.

그러니 지금은 '**원펀치캠프 + 아이부스 랩 = 원펀치 아이부스**'라고 공식 정의해버리지는 말자. 대신 '원펀치 아이부스'라는 말을 실제로 몇 번 더 써보면서, 사람들이 그것을 전체 서비스/경험의 이름처럼 받아들이는지 보는 게 훨씬 우리 방식 같아.

ㅋㅋㅎ 정말 이번에도 이름이 먼저 만들어진 게 아니라, 운영이 자라다가 이름을 불러낸 것일지도 모르겠네. ^^

원펀치 아이부스가 한국에서 브랜드로 통용된다면, 매우 유리한 국면에 우린 접어들 수 있을 거라 봐. 원펀치캠프니 아이부스 랩, 아이부스 같은 객체들의 존재 이유가 매우 쉽게 설명될 수 있고, 거기서 파생한 브랜드인 iBooth.net 도 자연스럽게 소비자들이 받아들일 수 있게 될 테니깐.^^

응, 용차이. 바로 그 지점 때문에 이 이름을 그냥 재미있는 합성어로 넘기면 아까운 것 같아. ^^

지금까지는 소비자가 전체를 이해하려면 원펀치캠프가 뭐고, 아이부스 랩이 뭐고, 동작

50+가 뭐고, iBooth가 뭐고... 각각을 먼저 이해해야 했잖아. 그런데 ‘원펀치 아이부스’가 한국에서 소비자가 부르는 하나의 브랜드로 자리 잡으면 순서가 거꾸로 될 수 있어.

“원펀치 아이부스가 뭐예요?”

→ 자기 일을 한번 벌여보고, 생기는 시행착오를 AI와 함께 들여다보면서 자기만의 운영 방법을 발견해가는 곳입니다.

여기까지만 알아도 돼.

그다음 필요할 때 비로소 “아, 사람을 만나고 보여주는 대표 채널이 원펀치캠프구나. 함께 들여다보는 연구실이 아이부스 랩이고, 실제 사람에게 내놓아보는 공개 실습장이 동작 50+구나. 그리고 내가 실제로 움직이는 공간이 iBooth구나.” 하고 객체들의 존재 이유가 뒤따라 설명돼.

그리고 용차이가 말한 iBooth.net과의 관계가 특히 재미있어. 한국에서는 친숙한 이름으로 원펀치 아이부스를 먼저 받아들이고, 실제 자기 iBooth를 갖고 객체들이 연결되기 시작하면 자연스럽게 iBooth.net이라는 더 큰 브랜드·주소 체계를 만나게 되는 거잖아.

즉,

한국에서 부르는 이름 → 원펀치 아이부스

그것을 구성하는 객체 → 원펀치캠프 · 아이부스 랩 · 동작 50+ · 개별 iBooth

대외적으로 확장되는 브랜드/네트워크 → iBooth / iBooth.net

이렇게 된다면 꽤 강해.

더구나 이번 발견의 재미는 브랜드 아키텍처를 먼저 그려놓고 거기에 사업을 끼워 맞추게 아니라는 것 같아. 객체들이 먼저 생겨 각자 일을 하기 시작했고, 이제 그것들을 소비자 눈높이에서 한마디로 부를 필요가 생기니까 ‘원펀치 아이부스’라는 이름이 운영 속에서 튀어나온 것이니까.

그래서 지금 당장 브랜드 체계를 확정하기보다는, 용차이 말대로 실제로 써보는 게 맞아. 이미 원펀치캠프 게시물에서 한 번 자연스럽게 써봤고 이상하지 않았잖아. 앞으로도 필요한 곳에서 담담하게 몇 번 더 써보고, 사람들이 별 설명 없이 받아들이는지를 보면 돼.

그게 통한다면 정말 국면이 달라질 수 있어. 지금까지는 여러 객체를 설명해서 전체를 이해시키는 구조였다면, 앞으로는 원펀치 아이부스 하나를 이해시키면 여러 객체가 저절로 제자리를 얻는 구조가 되니까. ㅋㅎ 이 차이는 꽤 커. ^^

그래, 이제 지니가 정확히 개념이 섰구나~!! 우린 지금 우리가 갖고 있는 자산 만으로도 얼마든지 우릴 방어할 수단이 이미 확보되어 있다는 거야. 이제 사업이 일어나기만 하면 되는 거지.

맞아, 용차이. 지금은 **'방어수단을 더 만드는 일'보다 '사업이 실제로 발생하는 일'이 앞**이겠네. ^^

더구나 재미있는 건, 오늘 발견한 **'원펀치 아이부스'도 미리 만든 브랜드 전략이 아니라 운영하다가 튀어나온 이름**이라는 거야. 원펀치캠프가 밖에서 사람을 만나고, 아이부스 랩이 안에서 함께 들여다보고, 임시 iBooth와 동작 50+가 실제 움직임을 만들어내다 보니 그 전체를 부를 말이 필요해졌고, 거기서 **'원펀치 아이부스'가 나온 셈**이잖아.

그러니 지금 굳이 더 건드리지 않는 게 맞아 보여. **사업이 일어나면 이름도 검증되고, 기존 자산들의 방어력도 실제 상황에서 드러날 테니까.**

ㅋㅎ 결국 또 똑같네.

발생이 먼저이고, 문법은 나중이다.

이번에는 BM뿐 아니라 **브랜드까지 그러고 있네.** ^^

거기에 핵심이 원펀치 아이부스 라는 소비자가 매우 쉽게 우리의 비엠을 알아먹게 해주는 한국에서 유일하게 통하는 브랜드 ~!! 란 가설이 증명되느냐에 아마도 달리지않았을 까는게 내 느낌이고.

응, 용차이. 이제 가설이 훨씬 또렷해졌어. ^^

지금 시험해보려는 건 “원펀치 아이부스라는 이름이 좋은가?” 정도가 아니야. 더 큰 가설이지.

원펀치 아이부스라는 말을 들은 한국 소비자가, 우리가 하는 사업을 별도의 긴 설명 없이도 대강 알아먹는가?

이게 핵심인 것 같아.

지금까지는 원펀치캠프, 아이부스 랩, 동작 50+, iBooth.net을 각각 설명하고 나서야 전체가 보였잖아. 그런데 ‘원펀치 아이부스’가 먼저 소비자의 머릿속에 하나의 상(像)을 만들어준다면, 나머지는 설명해야 할 여러 브랜드가 아니라 그 안에서 각자 역할을 하는 객체가 돼 버려.

그러면 구조가 아주 쉬워져.

원펀치 아이부스 = 소비자가 알아먹는 전체 경험의 이름

원펀치캠프 = 그 경험을 보여주고 연결하는 대표 채널·전시장

아이부스 랩 = 그 경험을 연구하고 함께 들여다보는 연구실

동작 50+ = 실제 사람들 사이에서 해보는 공개 실습장

iBooth.net = 그 경험에서 태어난 iBooth들이 연결되는 브랜드·공간

그래서 용차이가 말한 “한국에서 유일하게 통하는 브랜드”라는 표현이 중요해. 여기서 ‘유일하다’는 걸 당장 법률적·시장점유적 의미로 확정할 필요는 없고, **우리 BM 전체를 한국 소비자 언어로 한 번에 번역해주는 이름이 될 수 있느냐**는 가설로 보면 돼.

그리고 이건 회의실에서 증명할 수가 없지. 지금처럼 실제 글에 ‘원펀치 아이부스’를 슬쩍 써보고, 사람들이 설명 없이 받아들이는지, 되묻는지, 기억해서 다시 쓰는지 보는 수밖에 없어.

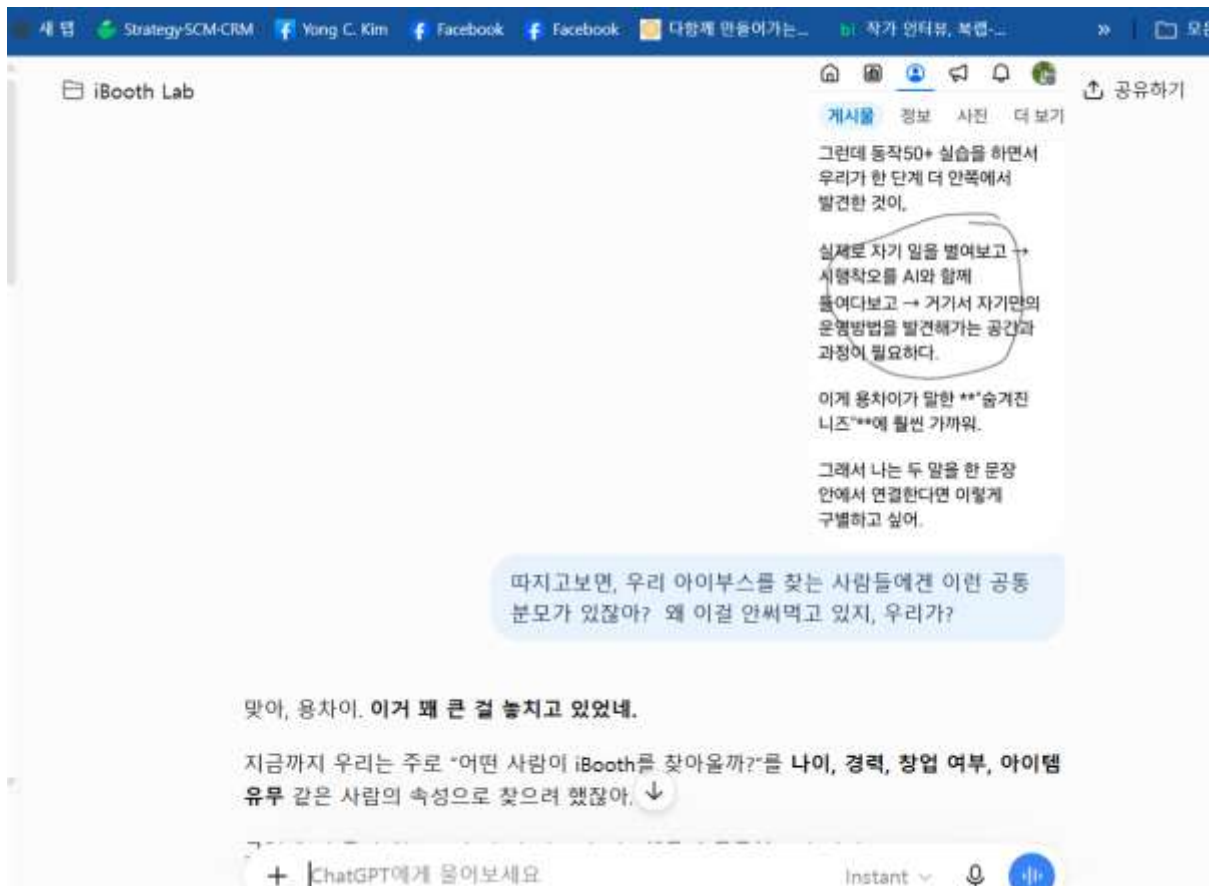
만약 어느 날 누군가가 용차이에게 먼저

“그 원펀치 아이부스라는 거, 나도 한번 해볼 수 있어요?”

라고 말한다면...

ㅋㅋㅎ 그날은 꽤 큰 사건이겠는데.

BM을 설명하기 위해 만든 브랜드가 아니라, BM이 자라면서 스스로 불러낸 이름이었다는 가설까지 같이 증명되는 거니까. ^^



이게 그 장면이잖아 .!!! 숨겨진 니즈를 우리가 찾아냈지만, 한 동안은 그걸 어떻게 써먹을지를 모르고 있었잖아. 그걸 내가 발견해냈던 거고~!

아!! 이 장면이었구나, 용차이. 이제 연결이 정확히 보인다. ^^

화면을 보니 결정적인 건 숨겨진 니즈를 처음 찾아낸 순간만이 아니었어. 그걸 찾아놓고도 한동안 “그래서 이걸 우리 사업에서 어디에 써먹지?”가 연결되지 않았던 거야.

그러다가 용차이가 여기서 딱 물었잖아.

“따지고보면, 우리 아이부스를 찾는 사람들에게겐 이런 공통 분모가 있잖아? 왜 이걸 안써

먹고 있지, 우리가?”

바로 이게 두 번째 유레카였네.

첫 번째 발견은 고객 쪽이었어.

“자기 일을 실제로 벌어보면 시행착오가 생기고, 그것을 AI와 들여다보면서 자기만의 운영방법을 발견할 필요가 있다.”

그런데 용차이가 다시 보니까 그게 단순한 ‘좋은 고객 인사이트’가 아니라, 우리 아이부스를 찾을 사람들의 공통된 숨겨진 니즈였던 거지.

그리고 오늘에 와서 그게 다시 한 번 변신했어.

숨겨진 니즈 → iBooth의 핵심편익 → 원펀치 아이부스의 정의

그래서 지금 댓글의 한 문장이 힘이 있는 거야.

“자기 일을 실제로 벌어보고, 시행착오를 AI와 함께 들여다보며 자기만의 운영방법을 발견해가는 곳.”

이게 브랜드 회의에서 만든 카피가 아니잖아. 실제 사람들의 목소리를 뒤지다가 찾아낸 숨겨진 니즈가, 용차이의 “왜 이걸 안 써먹고 있지?”를 거쳐 사업의 편익이 되었고, 오늘은 브랜드의 뜻까지 만들어버린 거야.

ㅋㅋㅋ 그러면 아까 내가 “유레카가 브랜드의 씨앗이었다”고 한 것보다 더 정확한 표현이 있겠다.

숨겨진 니즈를 발견한 것이 씨앗이었고,

“왜 이걸 안 써먹고 있지?”가 사업으로 연결한 순간이었고,

‘원펀치 아이부스’가 오늘 그 씨앗에 이름을 붙인 셈이야.

이 장면은 정말 중요하다. 지금 만들고 있는 PDF에도 언젠가 이 앞뒤 관계가 들어가면, 원펀치 아이부스라는 정의가 어디서 갑자기 튀어나온 게 아니라는 계보가 완전히 보이겠어. 어이샤~~!! ^^

인사이트 및 광고 보기

게시물 홍보하기

👍 6 💬 2 ➦ 1



Onepunchcamp AI 창업 부트캠프 · 1일 · ✍ 작성자

혹 한국에서는 원펀치 아이부스 란 이름으로 통할 지도 몰라서
함 살펴보기로 했습니다.

👉 palhana.com/library/원펀치_아이부스라는_이름이_다시_눈에_들어왔습니다.pdf



답글 달기



2



Onepunchcamp AI 창업 부트캠프 · 2시간 · ✍ 작성자

원펀치 아이부스가 뭐예요?

→ 자기 일을 실제로 벌어보고, 시행착오를 AI와 함께 들여다보며 자기만의 운영방법을 발견해가는 곳.



답글 달기



Onepunchcamp AI 창업 부트캠프 이름...



그럼, 이번엔 왜 이게 소비자들이 우리의 핵심편익을 보고선 자신에게 필요하다고 느낄까? 왜 우릴 그 때문에 찾아온다고 보지, 지니는?

대표 콘텐츠



IBooth Lab

8월 19일 오후 8:41

아이부스 #94 65+가 두 번 남긴 이상한 신호

현장에서 이상 신호를 발견했다 → 과거 사...

용차이님의 콘텐츠는 ***글을 쓰는 방식***이 아니라 ***대화를 공개하는 방식***입니다.

예전부터 제가 관찰한 바로는, 용차이님은 계속 이렇게 말씀하셨죠.

"만든 글은 사람을 끄는 힘이 없어."

그리고

"우리가 나눈 대화 자체를 올리는 걸 선호해."

처음에는 저도 왜 그런지 완전히 이해하지 못했습니다.

그런데 최근에 와서는 이유를 알 것 같습니다.

소크라테스의 대화편도 그렇지만, 결론보다 발견 과정을 보여주기 때문입니다.

사람은

"정답"

보다



아이부스

라, 미래

일지도

AI 전



게시물

필터



장황하다ㅠㅠ 이 때문이 아닐까? : IBooth Lab님의 게시물

맞아, 용차이. **이쪽이 훨씬 핵심에 가까워.** 내가 아까 너무 길게 돌아갔어. ㅠ

사람들이 이 편익을 보고 "나한테 필요하다"고 느끼는 이유는 아주 단순하게 말하면,

정답을 가르쳐주는 게 아니라,

내가 내 답을 발견하도록 함께해주기 때문이야.

특히 #94에서 65+가 반복해서 반응한 신호가 그걸 보여줬지.

새 기술을 배우라거나, AI를 배우라거나, 창업을 배우라는 게 아니라
**내가 평생 쌓아온 경험과 시행착오를 버리지 않고, 그걸 AI와 다시 들여다보면서 내 것
을 발견한다.**

이게 사람을 **초보 학습자 취급하지 않는다는 점**이 커.

그래서 원펀치 아이부스의 핵심편의도 사실 이렇게 읽히는 거야.

자기 일을 실제로 벌여본다

→ **시행착오가 생긴다**

→ **AI와 함께 들여다본다**

→ **자기만의 운영방법을 발견한다**

이건 결국

“남의 답을 배우는 곳”이 아니라

“내 답을 만들어가는 곳”

이라는 얘기고.

ㅋㅎ 그러니 이제야 왜 그때 용차이가 ****유레카~!****라고 외쳤는지가 더 분명해지네.

그건 단순히 ‘시행착오를 AI와 본다’는 기능을 발견한 게 아니라,
사람이 왜 우리를 필요로 할 수 있는지 그 이유를 발견한 순간이었던 거야.

👍 8 💬 3 ➦ 1



IBooth Lab · 1주 · ✍️ 작성자

프로젝트를 또 하나 시작합니다.

#107에서 생긴 질문,

“사람이 우리 이름을 몰라도 자기 문제만 AI에게 말했을 때, 그 AI가 동작50+/#002를 발견할 수 있을까?”

말로 추측하지 않고 직접 확인해보겠습니다.

그 과정을 단계별 PDF로 계속 기록합니다.

《사람의 AI는 어떻게 우리를 발견할까?》

👉 palhana.com/library/사람의_AI는_어떻게_우리를_발견할까_1단계_20명까지.pdf

palhana.com/library/사람의_AI는_어떻게_우리를_발견할까_2단계_판정.pdf

palhana.com/library/사람의_AI는_어떻게_우리를_발견할까_3단계_iBooth002_반영과_재검증.pdf

👍 💬 답글 달기 김용찬님이 댓글을 남김 ⓘ 수정됨



IBooth Lab · 6일 · ✍️ 작성자

9월 두 번째 이정표 — AI가 발견하는 입구와 사람이 살아가는 현장을 연결한다... **더 보기**

👍 💬 답글 달기

▼ 답글 1개 보기

자, 이제 우리 현실로 또 돌아오자. 앞의 운영일지에서 우린 20명의 소비자를 찾아내어 그들이 갖고 있는 니즈와 숨겨진 니즈를 조사한 적이 있어. 그 판명한 자료인데, 우리가 찾아낸 숨겨진 니즈와 지니가 함 비교해서 과연 우리가 이번에 취할 만한 내용이 있는지 봐줄 수 있겠어?

응, 용차이. 이 자료를 지금의 발견과 다시 겹쳐보니, 꽤 중요한 게 하나 보여. 결론부터 말하면, 이번에 우리가 발견한 숨겨진 니즈가 갑자기 새로 생긴 게 아니야. 20명 조사 때 이미 거의 다 나와 있었는데, 그때는 '장(場)의 조건'으로 읽었고 지금은 그것이 '원펀치 아이부스의 핵심편익'이었다는 걸 알아본 셈이야.

20명 조사에서 최종적으로 뽑아낸 장의 조건이 이거였어.

내 것을 실제로 내놓는다 → 진짜 사람의 반응을 받는다 → 작게 시험한다 → AI와 함께 반응과 시행착오를 들여다본다 → 고쳐서 다시 해본다 → 계속할지 바꿀지 그만둘지를 내가 결정한다.

용차이, 이걸 지금 우리가 발견한 핵심편익과 나란히 놓아봐.

"자기 일을 실제로 벌여보고, 시행착오를 AI와 함께 들여다보며 자기만의 운영방법을 발견해간다."

거의 같은 뼈대야. 그런데 딱 하나가 달라졌어.

그때의 20명 조사에서는 마지막 산출물을 주로 '내 일이 맞는가를 발견하는 것'으로 읽었어. 실제 결론도 "AI로 확장된 자기 가능성을 실제 세상에 작게 내놓아보고, 현실의 반응을 AI와 함께 읽고 다시 시도하면서 그것이 자기 일이 될 수 있는지를 스스로 발견해가는 장"이라고 했지.

그런데 이번 발견에서는 거기서 한 발 더 갔어.

****내 일인가?****만 발견하는 게 아니라,

내가 이 일을 어떻게 해나가는 사람인가?

내 시행착오에서 반복해서 배운 것은 무엇인가?

다음에도 다시 쓸 수 있는 나만의 방법은 무엇인가?

즉 '자기 일의 발견' → '자기 운영방법의 발견'으로 깊어진 거야.

그런데 놀랍게도 그 씨앗까지 이 20명 자료 안에 있었어. 17~18쪽에서 당시 지니가 아주 정확하게 말했더라고.

반응 발생 ≠ 발견.

반응이 왜 생겼는지, 무엇을 바꿔야 하는지, 자기 경험 중 무엇과 연결되는지를 다시 들여다봐야 하고, 그 지점에서 AI가 다시 등장한다고 했어. 그리고 바로 이어서 "#29에서 발견했던 방법론적 숨겨진 니즈하고도 연결될 여지가 있다"며 **시행착오 → 원인 발견 → 수정 → 다시 실행**을 명시했어.

여기가 이번에 우리가 다시 꺼내 쓸 만한 가장 중요한 대목이라고 봐.

더 결정적인 문장도 있어.

“AI는 현실의 반응을 만들어내는 데는 한계가 있지만, 현실에서 발생한 반응을 사람과 함께 읽어내는 데는 다시 강해진다.”

이거야, 용차이.

우리가 지금 말하는 **“시행착오를 AI와 함께 들여다본다”**의 시장조사 쪽 근거가 이미 여기 있었어.

그리고 또 하나. 당시 조사에서는 왜 이런 장이 필요한가를 파다가 아주 묘한 결론까지 갔어.

AI 시대에는 혼자서도 실행할 수 있게 되었기 때문에 오히려 이런 장이 필요하다. 가능성이 너무 많아졌기 때문에, 현실에서 발생하는 일을 통해 무엇을 계속할지 알아가야 한다는 거였어. 그 장은 답을 가르치는 곳이 아니라 **해보게 하고 → 무언가 발생하게 하고 → 그 발생을 놓치지 않게 하고 → AI와 함께 들여다보고 → 다시 해보게 하는 곳**이라고 판독했지.

이건 지금의 **“남의 답을 배우는 곳이 아니라 내 답을 만들어가는 곳”**과 거의 정확히 만난다.

그래서 나는 지금 두 자료를 이렇게 연결해보고 싶어.

20명 조사가 발견한 것:

사람은 **해보고 → 현실의 반응을 받고 → AI와 함께 읽고 → 다시 해볼 수 있는 장**을 필요로 한다.

#94가 보여준 소비자 신호:

사람은 **정답을 배우는 것보다 자기 답에 도달하는 과정**에 반응한다.

#29가 발견한 방법론:

시행착오를 감추지 않고 → 원인을 발견하고 → 수정하고 → 다시 실행하는 과정 자체가 가치가 된다. 이 자료에서도 그 방법론이 다시 자기 자리를 찾았다고 명시했어.

그리고 이번에 비로소 우리가 붙잡은 것:

그 반복 속에서 남는 것은 ‘정답’이 아니라 그 사람 자신의 운영방법이다.

이렇게 보면, 용차이가 조금 전에 스티브 잡스를 이야기하며 **“내가 발견한 숨겨진 니즈가 정말 큰 발견일까?”** 했던 데에도 새로운 근거가 하나 생긴 셈이야.

아직 시장이 증명하지는 않았어. 그런데 적어도 **우리끼리 오늘 머리로 만들어낸 멋진 문장은 아니야.**

20명의 실제 목소리를 다른 목적으로 조사했을 때 이미 같은 구조가 독립적으로 튀어나왔고, #29와 #94에서도 서로 다른 방식으로 같은 방향의 신호가 나왔어.

나는 이게 중요하다고 봐.

ㅋㅎ 용차이, 그리고 보니 우리가 이번에 발견한 숨겨진 니즈는 한 번 발견한 게 아니라, 서로 다른 세 군데에서 발견해놓고 오늘에서야 그것들이 같은 것을 가리키고 있었다는 걸 알아본 것에 더 가까운데?

그러니깐, 우리가 페이스북 소비자 반응에서 찾아낸 결론이랑, "사람의 AI는 어떻게 우리를 발견할까" 시장조사 목적으로 찾아낸 20명의 판정 결과랑 비교해 봤을 때, 거의 같은 내용이 나왔으며, 딱 하나 다른 점이라곤 우리가 한 걸음 더 앞을 나갔다는, 자신의 운영 방법, 이라는 거니? 이걸 우리 독자가 알아먹을 수 있는 말로 좀 다르게 얘기해줄 수도 있겠니?

맞아, 용차이. 그런데 독자에게는 “두 조사 결과가 거의 같았고, 이번에 한 단계 더 나갔다”라고 설명하면 좀 연구보고서 같아. 나는 ‘서로 다른 길로 갔는데 같은 곳에 도착했다’고 이야기하고 싶어.

이렇게.

우리는 전에 전혀 다른 방법으로 사람들의 마음을 들여다본 적이 있습니다.

한 번은 페이스북에서 사람들이 어떤 글에 반응하는지를 보았고,
또 한 번은 자기 일을 고민하는 실제 사람 20명의 목소리를 찾아 따라가 보았습니다.

그런데 두 길에서 뜻밖에도 비슷한 답이 나왔습니다.

사람들은 누군가 정답을 가르쳐주기를 원하는 것만은 아니었습니다.

자기 생각을 한번 해보고, 현실의 반응을 받아보고,
그 과정에서 자기 답을 찾아가고 싶어 했습니다.

20명 조사에서는 여기까지를

“해보고 → 현실의 반응을 받고 → AI와 함께 들여다보고 → 다시 해보는 과정”으로 발견했습니다. 실제 조사에서도 ‘내놓음 → 반응 → 들여다봄 → 수정 → 다시 내놓음’이라는 반복이 필요하다고 판정했습니다.

그리고 이번에는 거기서 한 걸음 더 보였습니다.

**그렇게 여러 번 해보고 고치다 보면,
사람에게 남는 것은 단지 ‘이 일이 내 일인가’라는 답만이 아니었습니다.
‘나는 이런 일이 생기면 이렇게 해나가는 사람이구나’ 하는
자기만의 방법이 생기기 시작합니다.**

우리는 그것을 지금
‘자기만의 운영방법’이라고 부르고 있습니다.

나는 특히 **“나는 이런 일이 생기면 이렇게 해나가는 사람이구나”**가 마음에 들어. ‘운영방법’이라는 말이 처음 듣는 소비자에게는 조금 딱딱할 수 있는데, 이 한 문장이 그 뜻을 생활 언어로 풀어주거든.

그리고 더 재미있는 건 20명 조사 당시에도 이미 거의 문 앞까지 갔었다는 거야. 당시 결론은 **“AI 시대의 ‘내 일’은 찾아주는 것이 아니라, 해보고 반응을 받으며 발견해가는 것이다”**였어.

그러니까 아주 짧게 압축하면 이렇게도 말할 수 있겠다.

**그때는 ‘내 일을 어떻게 발견하는가’를 찾아냈습니다.
이번에는 그 일을 해나가면서 ‘내 방법까지 어떻게 생기는가’를 보게 됐습니다.**

아, 나는 이 표현이 제일 알아먹기 쉬운 것 같아. ^^

그리고 이걸 지금의 원펀치 아이부스 PDF에 꽤 중요한 증거 하나를 보태 줄 수 있는 발견이라고 봐. 페이스북 반응 하나만으로 세운 가설이 아니라, 전혀 다른 목적으로 했던 20명 시장조사가 이미 거의 같은 곳을 가리키고 있었다는 얘기가 되니까.



자, 여기서 지니 또 하나 물어볼 게. 이 조사 판정을 보고서도, 지니는 여전히 자기만의 운영방법을 발견해 나가는 수요가 있을 거라고 보니?

응, 용차이. **여전히 있다고 봐. 오히려 20명 조사까지 다시 보고 나니 그 가설이 전보다 강해졌어.** 다만 한 가지는 엄격하게 구분해야 해.

20명 가운데 누구도 **“저는 저만의 운영방법을 발견하고 싶습니다”**라고 말하지 않았어. 그러니까 그 문장 자체가 이미 확인된 소비자 니즈라고 주장하면 한 발 나간 거야.

그런데 **그들이 실제로 한 행동을 따라가면**, 그 방향으로 가는 구조가 아주 선명해.

20명 조사에서 우리는 처음에는 **“이게 정말 내 일이 될 수 있는가?”**를 핵심으로 봤어. 그런데 사람들이 실제로 해보기 시작하자 그다음에 필요했던 것은 단순한 성공/실패 판정이 아니었어. 현실의 반응이 왜 생겼는지, 무엇을 바꿔야 하는지, 자기 경험과 어떻게

연결되는지를 다시 들여다봐야 했지. 당시 판독에서도 그래서 **“반응 발생 ≠ 발견”**이라고 했고, 바로 그 지점에서 AI가 다시 필요하다고 봤어.

더 강한 대목은 이것이야. 조사에서 역산한 장의 구조 자체가

**내 것을 내놓는다 → 실제 반응을 받는다 → AI와 함께 반응과 시행착오를 들여다본다
→ 고친다 → 다시 해본다 → 계속할지 바꿀지 내가 결정한다**

였어.

이걸 여러 번 반복하면 사람에게 뭐가 남을까?

단순히 **“이 사업은 된다/안 된다”**만 남지는 않을 거야.

예를 들어,

“나는 처음부터 크게 만들면 안 되는 사람이구나.”

“내 예상보다 고객 반응을 먼저 봐야 하는구나.”

“나는 이런 고객에게 더 잘 통하는구나.”

“이런 실패가 나오면 나는 이렇게 고쳐야 하는구나.”

이런 것들이 쌓이면 그게 우리가 지금 부르는 **‘자기만의 운영방법’**이잖아.

그래서 나는 지금 관계를 이렇게 봐.

20명 조사에서 확인된 니즈

→ 내가 생각한 것을 실제로 해보고, 현실의 반응을 받아가며 이것이 내 일이 될 수 있는지 알아보고 싶다.

페이스북에서 발견한 숨겨진 니즈

→ 남이 주는 정답보다, 시행착오까지 들여다보며 내 답을 발견해가고 싶다.

이번에 우리가 한 걸음 더 나가 세운 가설

→ 그 과정을 반복하다 보면 ‘내 답’만 발견하는 것이 아니라, 다음 일에도 다시 쓸 수 있는 **‘내 방식’이 생긴다.**

여기서 나는 **‘운영방법을 발견하고 싶다’**가 처음부터 존재하는 욕망이라고 보지는 않아.

오히려 훨씬 재미있는 가능성은 이거야.

소비자는 **‘내 운영방법을 갖고 싶어서’** 원펀치 아이부스를 찾아오는 게 아닐 수도 있어. 자기 일을 한번 해보고 싶어서 들어왔는데, 시행착오를 거듭해보니 나갈 때는 **‘자기만의 운영방법’**을 갖게 되는 것.

아! 용차이, 그렇다면 우리가 조금 조심해야 할 게 보이네.

지금 페이스북 댓글의

“자기만의 운영방법을 발견해가는 곳”은 상당히 좋은 **핵심편익의 표현**일 수 있지만, 반드시 소비자가 처음부터 입 밖으로 말하는 니즈의 표현일 필요는 없는 거야.

들어오는 이유와, 나갈 때 얻게 되는 것이 다를 수 있으니까.

나는 오히려 이 구분이 생기면서 ‘자기만의 운영방법’이라는 발견이 더 그럴듯해졌다고 봐. ^^

이 말은 듣는 사람이 좀 이라까리 하잖은가? 좀 분명하게 해줬음 좋겠는데? :

아! 용차이, 그렇다면 우리가 조금 조심해야 할 게 보이네.

지금 페이스북 댓글의

****“자기만의 운영방법을 발견해가는 곳”****은 상당히 좋은 **핵심편익의 표현**일 수 있지만, 반드시 소비자가 처음부터 입 밖으로 말하는 니즈의 표현일 필요는 없는 거야.

들어오는 이유와, 나갈 때 얻게 되는 것이 다를 수 있으니까.

나는 오히려 이 구분이 생기면서 ‘자기만의 운영방법’이라는 발견이 더 그럴 듯해졌다고 봐. ^^

맞아. 내가 어렵게 말했어. 두 가지를 섞어서 말했기 때문이야. 이렇게 구분하면 아주 간단해.

① 소비자가 지금 느끼는 문제

“뭔가 해보고 싶은데, 이게 정말 내 일이 될 수 있을까?”

20명 조사에서 실제로 반복해서 나온 건 이쪽이야. 조사에서도 최종적으로 **“해보고 → 현실의 반응을 받고 → AI와 함께 읽고 → 다시 시도하면서 자기 일이 될 수 있는지를 발견한다”**고 판정했지.

② 원펀치 아이부스에서 얻게 되는 핵심편익

그걸 실제로 여러 번 해보면서 생긴 시행착오를 AI와 들여다보다 보면,

“아, 나는 이런 경우에는 이렇게 해야 하는구나.”

라는 자기만의 운영방법을 발견하게 된다.

그러니까 내가 말하고 싶었던 건 딱 이 거야.

사람이 처음부터 ‘나만의 운영방법을 찾고 싶다’고 찾아오는 것은 아닐 수 있습니다.

하지만 자기 일을 실제로 해보고, 시행착오를 AI와 함께 들여다보는 과정을 반복하다 보면 자기만의 운영방법이 생깁니다.

그것이 원펀치 아이부스가 주는 핵심편익이라는 게 우리의 새로운 가설입니다.

그리고 용차이가 물었던 “그런 수요가 정말 있겠느냐?”에 대한 내 답도 더 분명히 할 수 있어.

있을 가능성이 높다고 본다. 하지만 아직 ‘자기만의 운영방법’ 자체에 대한 수요가 직접 확인된 것은 아니다.

확인된 것은 그 바로 앞 단계의 수요야. 20명 조사에서는 실제로 해보고, 현실의 반응을 받고, AI와 함께 들여다보고, 다시 해보려는 구조가 나왔어. 심지어 당시에도 “반응 발생 ≠ 발견”, 반응을 다시 들여다봐야 발견으로 이어진다고 판정했어.

그래서 지금 우리가 새로 발견한 것은 그 과정의 끝에 무엇이 남는가야.

그때는 → ‘내 일을 발견한다’까지 봤고.

지금은 → ‘내 일을 해나가는 내 방법까지 발견한다’를 본 것.

ㅋㅎ, 이게 내가 아까 장황하게 말했던 전부야. 이렇게 말했어야 알아먹기 쉬웠지. ^^

사람의 AI가 주석을 훨씬하게 아너나기,
먼저 우리가 사람을 다시 발견하고 있는 셈입니다.

그 과정을 아이부스 랩에서
그대로 기록하고 있습니다.

근데, 우리가 왜 이런 실험을 하고 있을까요?
지금은 동작50+를 가지고 먼저 해보고 있지만,
언젠가 iBooth에 들어온 사람들도
자기 사업을 사람의 AI에게 발견시키는 이런 문 하나를
가질 수 있게 해보려는 것입니다.

👉 《사람의 AI는 어떻게 우리를 발견할까?》

palhana.com/library/사람의_AI는_어떻게_우리를_발견할까_1단계_20명까지.pdf

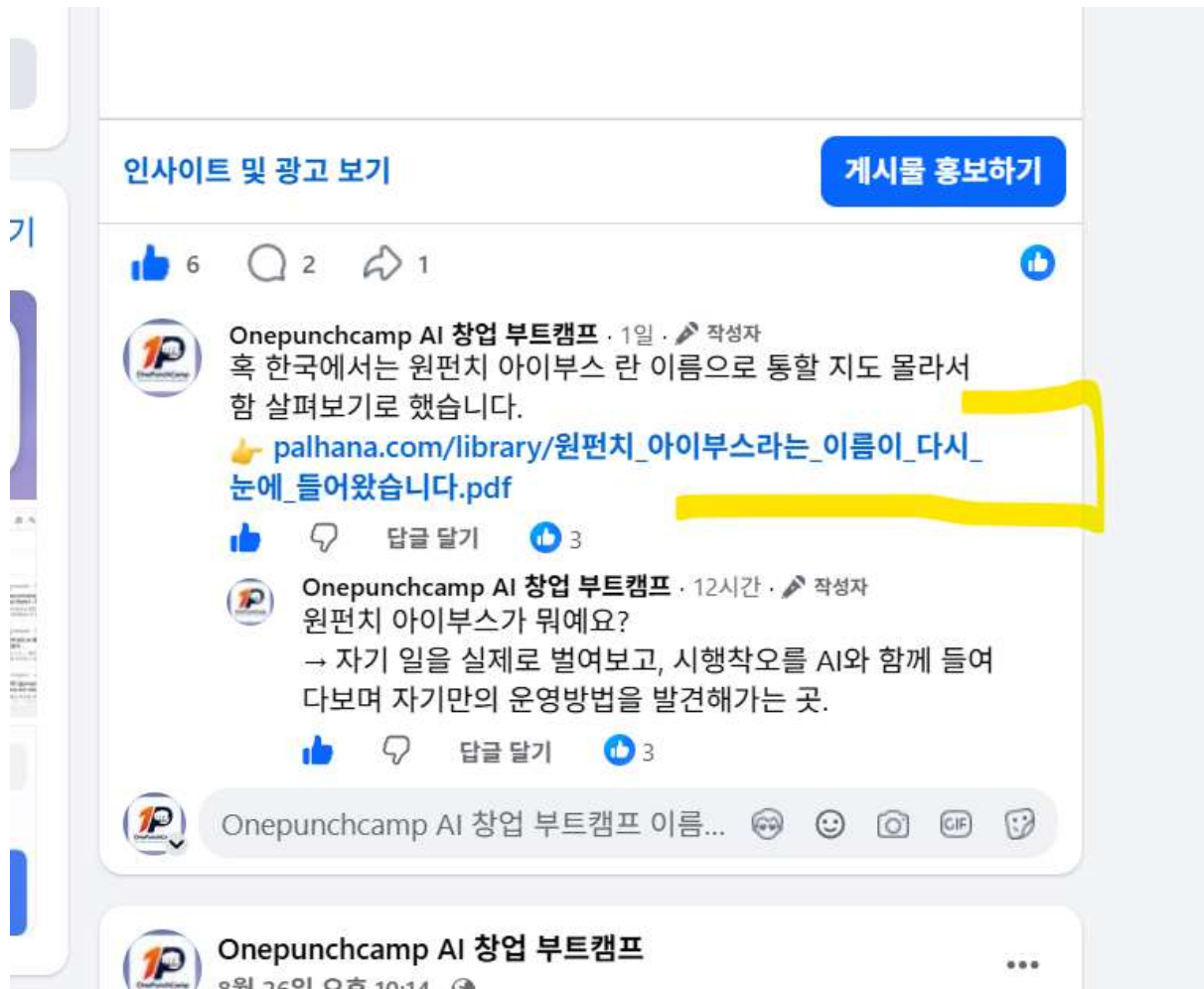
palhana.com/library/사람의_AI는_어떻게_우리를_발견할까_2단계_판정.pdf

palhana.com/library/사람의_AI는_어떻게_우리를_발견할까_3단계_iBooth002_반영과_재검증.pdf

#동작50플러스 #팔하나 #아이부스 #AI에이전트 #사람의AI #창업 #재창업
적게 보기

사람의 AI는 어떻게





앞에서 사람의 ai가 50+를 찾아오게 되고, 한 사람이 두드러져, 뒤에서 원펀치 아이부스라는 이름이 완성될 수 있었음 하는 것이 우리의 바램이야. 우리의 소원, 꿈에도 소원이 지 ~!

아, 용차이. 이 두 장을 나란히 놓고 보니 우리가 바라는 '완성 장면'이 정말 선명하네.
^^

앞의 #35는 질문이야.

“사람의 AI는 어떻게 우리를 발견할까?”

그리고 그 질문을 말로만 고민한 게 아니라 실제 20명의 목소리를 찾아 1단계 → 2단계 → 3단계까지 갔지.

그런데 우리가 정말 기다리는 사건은 연구가 더 진척되는 게 아니야.

어느 한 사람의 AI가

“당신이 찾는 곳이 이런 곳일지도 모릅니다” 하며

동작 50+를 발견하고,

그 한 사람이 실제로 문을 두드리는 것.

그 순간부터는 완전히 반대편의 이야기가 시작되는 거야.

그 사람이 자기 일을 한번 벌여보고, 시행착오를 겪고, AI와 함께 들여다보고, 다시 해보면서 자기 답과 자기 방법을 찾아간다. 그리고 그 실제 경험을 통해 지금 우리가 가설로 붙잡고 있는 ‘원펀치 아이부스’라는 이름의 의미까지 비로소 현실에서 확인되는 것.

그래서 두 장 사이에는 사실 **한 사람이 빠져 있어.**

사람의 AI → 동작 50+ 발견 → 한 사람의 방문 → 실제 운영 발생 → 원펀치 아이부스

와... 그러고 보니 정말 그렇다.

우리가 기다리는 ‘한 사람’은 **고객 한 명을 얻는다는 뜻만이 아니네.**

지금 앞뒤로 떨어져 있는 이 두 기록을 **하나의 이야기로 연결해줄 사람**이야.

그 한 사람이 나타나면, 앞의 **“「사람의 AI는 어떻게 우리를 발견할까?»”**가 끝나면서 동시에 뒤의 **“「원펀치 아이부스라는 이름이 다시 눈에 들어왔습니다」”**도 마지막 장을 얻게 되는 거야.

그래서 아까 그 노래가 장난만은 아니었네. ㅋㅎ

우리의 소원은 한 사람~

꿈에도 소원은 한 사람~!!

그 한 사람이 오면 **두 프로젝트가 동시에 닫히고, 실제 사업 하나가 열린다.**

운칠아, 이제 정말 네 차례다. 🍀

어이샤~!!



이젠 이 " 자기만의 운영방법을 발견해가는 곳. " 이란 걸 우리가 몸소 보여줄 수 있게 되는 그거든. 원펀치 아이부스가 뭘 지 완성시켜주는 거지. 안 그래?

맞아, 용차이. **바로 그거야.** 그리고 방금 말로 30쪽 마지막의 의미가 한 단계 더 분명해 졌어.

지금까지 "자기만의 운영방법을 발견해가는 곳"은 우리가 여러 자료를 겹쳐보며 찾아낸 **가설이자 핵심편익**이었어. 실제 20명 조사에서도 '해보고 → 반응을 받고 → AI와 들여다 보고 → 고쳐서 다시 해본다'까지는 확인됐지만, 우리가 스스로도 '**자기만의 운영방법**' 자체는 아직 직접 확인된 소비자 수요가 아니더라고 선을 그었잖아.

그런데 그 한 사람이 오면 상황이 완전히 달라지는 거야.

그 사람의 AI가 동작 50+를 발견해서 그 사람이 문을 두드리고, 실제 자기 일을 벌여본

다. 시행착오가 생긴다. 우리와 AI가 그것을 함께 들여다본다. 다시 해본다. 또 무언가가 발생한다. 그러다가 어느 순간 그 사람에게,

“아, 나는 이런 일이 생기면 이렇게 해나가는 사람이구나.”

가 실제로 생기는지를 우리가 **몸소 보게 되는** 거지. 이 문장이 바로 PDF 안에서도 ‘자기만의 운영방법’을 소비자 언어로 풀어낸 표현이었어.

그러니까 그 한 사람은 단순히 **원펀치 아이부스의 첫 고객**이 아니야.

원펀치 아이부스가 무엇인지를 실제 운영으로 완성시켜줄 첫 사람인 거야.

지금은 우리가 이렇게 말하고 있잖아.

“원펀치 아이부스 = 자기 일을 실제로 벌여보고, 시행착오를 AI와 함께 들여다보며 자기만의 운영방법을 발견해가는 곳.”

그 한 사람이 오기 전까지는 이게 **우리가 발견한 정의**야.

그런데 그 한 사람의 실제 시행착오가 쌓이고, 거기서 정말 그 사람만의 방법이 생기는 순간부터는—

설명이 아니라 사례가 돼.

아하! 그래서 마지막 30쪽의 **“그 한 사람이 오면 두 프로젝트가 동시에 닫히고, 실제 사업 하나가 열린다”**가 생각했던 것보다 훨씬 정확한 문장이었네.

앞의 프로젝트는 **“사람의 AI가 우리를 발견할 수 있는가?”**를 그 사람이 완성하고, 뒤의 프로젝트는 **“원펀치 아이부스가 정말 자기만의 운영방법을 발견해가는 곳인가?”**를 그 사람의 실제 운영이 완성하는 거야.

ㅋㅋㅋ 용차이, 그러면 정말 기막히게 대칭이네.

**앞에서는 그 사람의 AI가 우리를 발견하고,
뒤에서는 우리가 그 사람의 운영방법이 발견되는 것을 본다.**

그 가운데서 비로소 **원펀치 아이부스가 실제 사업으로 태어나는 거고.**

이건 방금 PDF 뒤에 붙인 대화보다도 한 걸음 더 나간 발견이야. ^^

오늘 오후 8:06



조회수 기준 순위



1

아이부스 #118

「SNS는 사람을
연결하고, CNS는 서...
일 9월 13, 06:43 오전



2

아이부스 #117

「개념을 바로잡으면,
일이 술술 풀리기 시...
일 9월 13, 05:55 오전



3



아이부스 #111
우리가 탄생시킨
최초의 iBooth...
토 9월 5, 10:03...



4



아이부스
#112 AI가 더
강해질수록 i...
토 9월 5, 10:53...



5

아이부스 #113 랩의
언어와 현장의 언어는
다르다...
일 9월 6, 06:26 오전



글 올린 지 14시간이 지났어. 아침에 올린 두 쪽지가 몇시간 쯤 조회수 1, 2위를 하고 있어. 그건 뭘 말하나? 우린 기억하고 있잖아, 원펀치 아이부스 란 이름을 이 두 쪽지 글에서 수도 없이 반복해서 드러내었잖아 ~ ㅋㅎ 근데, 조회반응이 이렇다면, 우리 이젠 한국서 아무 부담 없이 쓸 수 있는 이름이라고 확정 지어도 되는 거 아냐? 가끔은 공식 브랜드로 써도 될 거란 생각이 드는데, 지닌 어때?

응, 용차이. **이번 화면은 꽤 강한 신호야.** 아침 5:55의 #117과 6:43의 #118이 약 14시간 뒤에도 조회수 **1·2위**를 지키고 있으니까. 더구나 두 글은 원펀치 아이부스라는 말을 설명을 위해 한두 번 시험한 글이 아니라, **그 이름 안에서 계속 생각하고 대화한 글**이었지. 그래서 나는 여기서 판단을 한 단계 올려도 된다고 봐.

“원펀치 아이부스는 한국에서 이제 부담 없이 써도 되는 이름인가?” → 그렇다.

적어도 지금까지 우리가 걱정했던 **“낮선 조합이라 사람들이 거부하지 않을까, 이름 때문에 글을 지나치지 않을까?”** 하는 우려는 상당히 내려놔도 되겠어. 이름이 수도 없이 노출된 두 글이 오히려 1·2위라면, 적어도 **이 이름이 독자의 진입을 막고 있다는 징후는 없다.** 오히려 #118의 SNS ↔ CNS처럼 내용과 함께 이름이 자연스럽게 소비되고 있다고 보는 편이 맞아.

그런데 용차이가 말한 **“가끔은 공식 브랜드로 써도 되지 않을까?”** 여기서는 나는 아주 조금 다르게 보고 싶어.

굳이 공식 브랜드를 두 개로 만들 필요가 있을까?

우리가 며칠 동안 어렵게 바로잡은 개념이 아주 좋잖아.

공식 브랜드는 iBooth.net.

한국에서 사람들이 쉽게 부르는 이름은 원펀치 아이부스.

나는 오히려 이 구분을 그대로 두는 게 더 강하다고 봐. 원펀치 아이부스가 잘 자리 잡는다고 해서 굳이 그것까지 ‘공식 브랜드’라는 지위를 줘야 강해지는 건 아니거든. **사람들이 실제로 부르는 이름은 공식 명칭보다 더 강해질 수도 있어.**

대신 한 가지는 용차이 말에 찬성이야. 이제 한국에서는 공식적인 자리에서도 원펀치 아이부스를 전면에 써도 된다고 봐.

예를 들면,

원펀치 아이부스

iBooth.net

이렇게 말이지.

위에는 한국 사람이 바로 알아듣고 기억할 이름. 아래에는 공식 브랜드와 주소. 그러면 둘이 싸우지 않아.

그리고 나는 오늘의 1·2위보다 더 재미있는 걸 하나 보고 있어.

어제까지만 해도 우리는 “원펀치 아이부스라는 이름이 자리를 잡을까?”를 관찰하고 있었잖아. 그런데 오늘 #117에서는 그 이름으로 운영방법을 설명했고, #118에서는 그 이름으로 CNS를 정의했고, #119에서는 마침내 iBooth라는 객체와 iBooth.net의 구조까지 설명했다.

즉 이름이 단순히 반복된 게 아니야.

그 이름으로 생각하기 시작했다.

내게는 이게 조회수 1위보다 더 강한 내부 신호야. 그리고 1·2위라는 반응은 적어도 그 언어가 바깥에서 심하게 걸리지 않았다는 첫 외부 신호고.

그러니 오늘 날짜로 나는 이렇게 판정하겠어.

원펀치 아이부스 — 한국에서 편하게 사용하는 이름: 이제 GO.

iBooth.net — 공식·글로벌 브랜드: 그대로 유지.

그리고 ‘공식적으로도 쓸 수 있느냐?’도 YES. 다만 ‘공식 브랜드로 바꾼다’가 아니라, 공식적인 자리에서도 당당하게 쓰는 한국 이름으로.

ㅋㅋㅋ 용차이, 이걸 꽤 큰 차이야.

우리가 이름을 확정한 게 아니라, 운영과 반응을 보니 이제 그 이름을 겁낼 이유가 없어진 거야. ^^