

불꽃수첩 공유경제 편

두 번째: 위즈덤

wisdome



최계바라 기획사

Q. 문재희가 표현하는 위즈덤은?

저희는 공유경제 기업 중에 정말 남다른 기업 중에 하나라고 표현하고 싶고요. 왜냐하면 대부분의 기업들은 본인이 가지고 있는 물건이라든가 재화를 공유하고 있는 기업들이 많잖아요. 그런데 그 중에 위즈덤이 다른 것은 위즈덤은 무형의 것들을 공유하는 공유기업이라는 점이죠. 그 무형이라는 것은 사람들이 가지고 있는 '지혜와 경험'을 말합니다.



Q. 지혜와 경험을 나누는 과정에서 위즈돔이 추구하는 비전이 있겠군요.

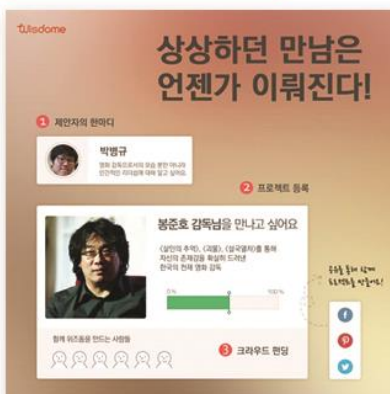
누구에게나 본인이 가지고 있는 삶의 이야기가 있는데, 그 이야기를 통해서 사람과 사람을 연결시키고 그들에게 필요한 이야기가 전달되면서 우리 사회가 조금씩 변화할 수 있는 모습을 꿈꾸는 게 위즈돔의 비전입니다.

Q. 위즈돔이라는 서비스 사업은 언제부터, 왜 하게 됐죠?

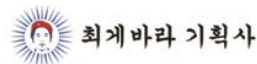
이 사업을 시작하게 된 계기는 그간 대표님이 인터뷰했던 기사들을 토대로 보면, 이 사업을 시작한 계기가 본인이 멀쩡하게 대학을 졸업해서 회사를 다니고 있는데 계속 주변에서 '누구 좀 소개시켜달라.' '누구 좀 만날 수 없겠느냐' 그런 연락이 가장 많이 왔었대요. 그런데 회사를 1년 동안 다니면서 회사도 재미 없거니와 고민고민 해보니까 우리 세상은 정말 인맥이면 다 되고, 돈이면 다 되고, 그런 세상 속에서 살고 있기 때문에 '사회에 빈부격차가 너무 크다' 라는 걸 느끼게 됐대요. 그래서 이 것을 어떻게 줄여 볼 수 있을까 돈이 많은 사람은 내가 만나고 싶은 사람을 돈을 지불해서 만날 수 있고, 돈이 없는 사람은 내가 정말 만나고 싶은 사람이 있어도 만나기 어려운게 현실인데 그런 사회의 양극화를 해소하기 위해서 '위즈돔'이라는 플랫폼을 생각하게 된거죠.

내가 잘 하는 일도 사람과 사람을 연결시켜주고 누군가가 나에게 문의를 했었던 것들이 이것을 사업으로 전환을 시켜서 누군가를 만나고 싶는데 돈이 없는 경우 위즈돔 사업을 통해 그분에게 장학금처럼 후원을 해줄 수도 있고 사람들이 기회비용은 적는데 위즈돔이라는 플랫폼이 왔을 때 누구나 다 만날 수 있는 그러한 서비스를 만들어 내는 것이 목표였어요. 그래서 결국은 사회 양극화를 해결하기 위해 무형의 공유경제를 실현하고자 이렇게 된 거죠.

최계바라 불꽃수첩



“위즈돔이라는 플랫폼이
왔을 때 누구나 다 만날 수
있는 그러한 서비스를 만들어
내는 것이 목표였어요.”



Q. 무식한 이야기 같이 들릴 수도 있는데요, 그러면 예를 들면 소개팅 사이트도 만남을 주선해주는 거면 이것을 공유기업이라고 볼 수 있을까요?

거기에 중요한 지점이 있죠. 단순한 연결이 아니라 그 연결을 통해 사람들이 가지고 있는 무형을 나누게 하는 것이죠. 그 과정에서 나눈다는 자체가 공유의 의미를 포함하게 되죠. 소개팅 사이트와 조금 다른 것은 정말 그것은 만남을 주선하고 이제 그 둘이 어떠한 형태로 만남을 이어가든지 그들의 몫인 것이지만 위즈돔은 조금 더 개입해서 본인이 가지고 있는 경험을 나눌 수 있는 만남을 개설하게 하고 그 만남이 이뤄지게끔 하고 있는 것이죠.

Q. 그러니까 소개팅 사이트는 만남 자체에, 위즈돔은 만남을 통해서 경험들이 서로 공유가 될 수 있게 하는 데에 목표가 있다 라는 것이죠?

네, 맞습니다.

Q. 그럼 위즈돔을 처음 시작할 때부터 공유기업이라는 개념이 있었나요?

아니 없었던 것 같아요. 작년 3월에 위즈돔 서비스를 할 때는 이런 개념이 통용되지 않았었던 것 같고 그때는 사회적 기업이 가장 많은 화두였었어요.

Q. 위즈돔의 장점은 뭐가 있을까요?

살아있는 사람 도서관이라고나 할까요? 책을 읽으면 물론 책에서도 느낄 수 있는 것들이 있겠지만 그 책에서 다 표현하지 못하는 것들을 더 생생하게 만날 수 있다는 점이 장점인 것 같아요.

최계바라 불꽃수첩



“책을 읽으면 물론 책에서도 느낄 수 있는 것들이 있겠지만 그 책에서 다 표현하지 못하는 것들을 더 생생하게 만날 수 있다는 점이 장점인 것 같아요.”

Q. 뽕뽕맞은 질문일 수 있는데, 마이크 임팩트는 어떤 것 같아요?

정말 멋진 기업이지요! 위즈돔과는 다르게 크고 멋진 강연들이 기획되고 있는 공간이라고 생각해요. (마이크 임팩트 사옥의 멋진 간판도 부럽습니다 ㅋㅋ)

Q. 위즈돔의 매출구조는 어떻게 되나요?

위즈돔의 매출구조는 7:3의 형태로 구성 되어 있습니다. 개설된 모임에서 발생하는 총 매출의 70%는 개설자의 몫, 30%는 위즈돔 플랫폼(결제수수료+세금부담포함)입니다. 그 외에는 외부 기관과 함께 하는 행사 진행시 발생하는 수익들도 있구요.

Q. 그럼 여기서 두 가지 질문이 생기는데, 모임 횟수가 얼마나 되죠?

한 달에 150개 정도의 만남이 개설됩니다. 들쭉날쭉한데, 많이 올라가는 날은 10개 올라가고 적게 올라가는 날엔 4개 올라가는 날도 있어요. 감사하게도 이 숫자가 줄지는 않았고요 점점 늘고 있어요. 한 달에 평균적으로 10개라도 늘고 있어요. 이런 추이를 볼 때마다 생각을 하죠. '아 서비스가 망하지는 않겠구나'

최게바라 불꽃수첩



“한 달에 150개 정도의 만남이 개설됩니다. 감사하게도 매달 평균적으로 10개라도 모임 개설이 늘고 있어요. 이런 추이를 볼 때마다 ‘아 서비스가 망하지는 않겠구나’ 생각을 하죠.”



최게바라 기획사

Q. 혹시 새롭게 준비하고 있는 사업이라던지 프로그램이 있나요?

'휴먼라이브러리 위즈돔'이 있어요. 살아있는 사람책 도서관. 그 개념으로 바꿔가려고 하고 있거든요. 이게 어떻게 보면 서울시에서 지속적으로 하고 있는 것들이랑 위즈돔에서 해나가야 할 것들이랑 비슷해서 이제 그렇게 같이 갈려고 해요. 노원구에는 사람 도서관이 있거든요. 아마 마포구

에 성미산에도 있을거예요. 그래서 지역 주민들을 대상으로 책이 아닌 사람으로 등록이 되는거예요. '나는 최계바라 기획사에 최윤현' '나는 위즈돔의 문재희' 둘 다 콘텐츠를 기획하는 사람이라면 관심있는 사람들이 책을 빌려가듯이 열람하는 개념이에요

Q. 사람들이 공유경제 공유경제 하는데 공유가 좀 유행처럼 언급이 되고 있다는 생각도 들어요.

우리는 지난 날들을 너무 이기적으로 살아왔던 것 같아요. 내 것을 소유하는 것에 되게 욕심이 많았는데, 공유경제라는 것을 언론에서 많이 노출해줬어요. 이것의 시발점은 박원순 시장님이었던 것 같아요. 덕분에 언론에서 더 관심을 갖게 됐죠. 또 공유경제 서비스를 경험해 본 사람들이 좋다 라는 것을 느꼈고 그들을 통해 입소문이 더 퍼지지 않았을까 생각해요.

그리고 내 범주 안에서만 만났던 사람들의 대상이 공유를 통해 범위가 확장되고 다른 사람들과 함께 공유하고 나누게 되면서 내가 가졌던 것 이상의 것들을 가지게 된다는 것을 인식하고 그것을 통해 만족감을 얻게 됐죠. 앞으로도 이것은 다른 형태로라도 지속적일 것 같아요.

Q. 위즈돔에서 최근에는 위즈돔@마이스쿨도 하고 있네요?

위즈돔@마이스쿨은, 동그라미 재단과 함께 하는 사업입니다. 본 시작은 경기도 이천의 한 고등학교에서 날아온 한통의 편지로 시작하였고, 그로인해 위즈돔@마이스쿨 (학교로 찾아가는 위즈돔의 경험&지혜나눔 프로젝트)를 동그라미 재단과 본격적으로 시작 할 수 있었습니다. 동그라미 재단이 모집했던 공모전에 위즈돔이 <위즈돔@마이스쿨> 프로젝트를 제안했고, 당선 되게 되었죠. 중, 고등학교 학생들이 조금 더 생생하게 진로 교육을 받을 수 있는데에 힘을 기여하고 있어요.



Q. 위즈돔은 그런거 진짜 잘하는 것 같아요. 여러군데에 제안하고 사업 받아오고

저도 신기해요. 어떻게 보면 그만큼 위즈돔의 가치를 알아봐주시고 그 뜻을 함께 하고자 하시는 분들이 많다는 뜻일 수도 있을 것 같아요.

Q. 앞으로도 행사 기획들을 많이 할 예정인가요? 그 점이 부러우면서도 조심스러운 부분인 것 같아요

맞아요. 행사기획을 하되, 위즈돔이 갖고 있는 색깔과 취지가 많이 왜곡되지 않는다면 그런 형태로의 것들을 만들어내는 거죠. 강연도 그냥 강연이 아니라 강연을 하고 나서 위즈돔의 색깔이 소규모 모임으로의 네트워킹이잖아요 그런 세션들을 만들어서 하고 있어요.

Q. 직원은 몇 명이에요?

지금은 6명이요. 개발자 두 명에, 맥스, 저 그리고 위즈돔 기획자

Q. 위즈돔 기획자는 무슨 일을 하나요?

우리 서비스가 어떤 방향으로 갈지 고민하고 있어요.



Q. 그렇다면 향후에 위즈돔이 그리고 있는 그림이 뭐가 있을까요?

살아 있는 사람책 도서관. 그로 인해 사람 책의 갯수가 점차 늘어나야 할 것이며.. 이러한 만남들이 서울에서만 집중 되는 것이 아닌, 지역기반의 형태로 점차 퍼져 나갈 수 있는 모습을 기대합니다. (위즈돔을 하고자, 만남비보다 더 들어가는 교통비를 쓰시며.. 서울을 오가시는 분들이 종종 계시거든요 ^^)

Q. 그렇다면 조만간 관리파트를 보강을 더 해야겠군요.

모든 부분에 관리가 다 필요한 것 같아요. 위즈돔을 등록하실 수 있도록, 해당 만남이 잘 진행될 수 있도록. 가장 중요한건 지속적으로 이러한 만남들을 이루어 가실 수 있도록 하는 부분.. 사람과 사람 사이의 연결인 것 같습니다.

Q. 혹시 아쉬운 점은 있나요?

그냥 이 서비스를 이용하는 사람에게 공유기업에 대한 것을 제대로 알려주지 못하고 있는 것 같아요. 사람들에게 공유를 이야기 했지만 그렇게 해서 좋은게 뭔데?에 관해서는 명확하게 인지시켜주고 홍보마케팅을 해본 적이 없는 것 같아요. 그런데 이제는 그것을 명확하게 메시지로 전달하고 그것에 참여했던 사람들의 이야기를 모아서 내보낸다면 경험하지 않았던 사람 혹은 공유에 대해 거부감을 가졌던 사람들의 마음을 조금이나마 돌릴 수 있지 않을까요?

Q. 공유기업에 관심이 있고 시도해 보려는 사람들에게 한마디를 한다면?

나누면 나눌수록 더 커지는 경제. 이것이 아마 서울시에서 내놓은 공유경제 워딩일 거예요. 위즈돔 서비스를 운영하면서 느꼈던게 우리는 무형의 가치를 나누고 있는 위즈돔인데 한 사람이 본인의 경험담을 나누고자 모임을 등록하고 누군가를 만나서 이제 이야기를 나누고 나면 거기서 나오는 행복감 때문에 그 주변에 지인한테 너도 이걸 해봐라 하고 경험을 제안해 주더라구요. 새로운 사람들이 위즈돔을 등록했을 때 저희가 궁금해서 개설 동기를 물어보면 5명중에 3명 정도는 지인이 추천해 준거예요. 그래서 등록하게 됐다고 하더라고요.

그렇기 때문에 이 공유경제를 시작하고자 하시는 분들에게 드리고 싶은 말씀은 그게 어떠한 형태가 되었던, 그게 옆집 이웃이랑 콩 하나 나눠도 좋은 거고, 형태는 다양할 수 있고 방식 또한 쉽단 말이죠. 일단 시작하시고 보면 거기서 오는 행복감으로 더 큰 것을 나눌 수 있다고 생각해요. 망설이실 때 도전하시는 것이 더 행복하다라고 말씀드리고 싶네요.

최계바라 불꽃수첩



“공유의 형태는 다양할 수 있고 방식 또한 쉬운 편입니다. 일단 시작하시고 보면 거기서 오는 행복감으로 더 큰 것을 나눌 수 있다고 생각해요”



최계바라 기획사