

1. 소개

- a. 한다은:LA
- b. Roy Kim: 서울, (전시회 온라인 플랫폼) CEO, MyFair
- c. 김수진: 샌프란, 삼성전자, 마케팅
- d. 김경아: 디자이너, UIUX Fintech쪽, IT로 트랜지션중, 서울
- e. Suzy (이윤영): Idaho, 1년, 파이낸스, 프로젝트 매니징
- f. 이옥표: LA, 패션, 데님 디자이너
- g. YoungJae: LA, Uber Engineer, 물고기 스타트업
- h. 조대연: 서울, 투자사, 머신러닝/딥러닝 기업기관, 기술기반 창업 준비
- i. Ian Park: 베이에어리어, 사모펀드
- 2. 핫한 실리콘밸리 스타트업 한국에 성공적으로 수입하기 (feat. 노션)
 - a. Notion을 어떻게 알게 되었나요?
 - i. 노션이 뭐야?
 - 1. 웹기반의 생산성 툴 (올인원 툴)
 - 2. 다양한 생산성 툴의 기능을 한곳에 제공한다 (올인원 툴)
 - 3. 처음엔 코드 스크립트 툴을 만들려고 했다가 "프로그래밍을 모르는 사람도 자신 만의 무언가를 만들 수 있게"가 목표가 되었다.
 - 4. 꼭 생산성 툴이라고 하기 보다는 유저가 원하는대로 쓸 수 있다는 것이 장점 -> 노코드 툴의 주축을 담당하고 있다.
 - ii. 노션을 만나게된 이야기
 - 1. 넥슨에서 인수합병을 통해서 큰 회사
 - a. 메이플 스토리, 카트라이더 등은 인수 합병을 통해서 가지고 오게 된 게임이다.
 - b. 그렇다보니 각 팀에서 사용하는 툴들이 다 달랐다.
 - c. 공통된, 효율적인 협업툴을 찾는 과정을 격는데..
 - i. G Suite, Jira, Asana, Confluence. Slack, Trello 그리고 Notion
 - d. 2017년에 프로덕트 헌트에서 1위를 하고 있었다.
 - e. 당시 굉장히 단순한 툴이었다.
 - i. 20개의 블록 사용 가능
 - ii. 데이터베이스 없었음
 - iii. 노트를 이쁘게 만들 수 있는 툴 정도의 느낌
 - f. 2018년, Database가 추가되면서 써봐야겠다는 생각이 들었다.
 - g. 굉장히 자주 쓰고있는 나를 발견하게 되었다.
 - h. 에버노트와의 추억
 - i. 에버노트는 저장하긴 좋으나 정작 보지를 않고
 - ii. 태그 기능을 활용이 힘듦
 - i. 굉장히 마음에 들었지만 팀으로 사용하기에는 영어의 장벽이 컸다.
 - i. 그렇게 생각하게 된것이 오픈소스의 컨트리뷰션 문화
 - i. 오픈소스에 기여(contribute)하는 문화
 - ii. 버그수정부터 문서화, 오타 수정, 번역 등



- iii. 같이 만들어가고 참여하는데 큰 의의를 둠
- k. 그렇게 시작된 프로젝트가 40페이지 정도의 노션 가이드라인을 변역하게 됨
 - i. (노션 팀에 먼저 허락을 받았음)
 - ii. 추가적으로 꿀팁들을 모아서 가이드로 배포 (https://www.notion.so/Notion-Korea-Community-wiki-674b1f3 7f11f43f28ba3819eaaf5f86c)
 - iii. 이 과정에서 노션 개발팀과 첫 공식적인 접촉
- b. 어떻게 Notion과 같이 일하게 되었나요?
 - i. 노션 한국어 커뮤니티/번역을 하면서 연결이 되었음
 - ii. 2019년 3월 노션 프로
 - 1. 노션 앰베서더, 에반젤리스트 같은 개념
 - 2. Ben이 오면서 처음으로 노션 프로 커뮤니티를 만들게 됨
 - 3. 노션을 활발히 사용하고 의미있는 것을 시작한 유저
 - 4. 줌으로 개별 인터뷰를 진행한 후 선정
 - 5. 공식 노션 굿즈 지원
 - 6. 시진(노션 페이스북 그룹), 기영 (노션 유료강의), 슬기 (노션 유투브 강의)
 - iii. 2019년 5월, 노션 책 발간
 - 1. 2018년 만든 노션 가이드가 큰 사랑을 받고 실제로 여기저기 인용되고 공유가 되다보니 출판 제안을 몇몇곳에서 받게 되었다
 - 2. 지난 모임에서 만났던 전시진님께 제안해 함께 집필
 - 3. "인기있는 제품은 만들어지는거구나"를 느낌 -> 유저나 마켓 쉐어가 커짐을 느낌
- c. 우당탕탕 Notion 한국 런칭 이야기
 - i. 2019년 말. 한국이 전세계 2위의 유저수 달성
 - ii. 증가추세가 줄어드는 것이 아닌 더욱 증가
 - iii. 2020년 초. 한국 런칭을 결심
 - 1. 가장 많은 영어가 주력 언어가 아닌 사용자
 - a. 동남아시아만 가도 영어의 허들이 그렇게 크지 않다.
 - b. Fun Facts: 노션은 원래 한국은 전혀 관심이 없었고 일본에 런칭하고 싶어했다.
 - 2. 단일 언어, 단일 문화권 국가 중 유일
 - iv. AWS 처음 마케팅 방법은 B2C(학생, 학계)로 시작했다. 왜나면 B2B 전환을 하기 위해서는 초기 전환/투자 비용이 어마어마하게 들기 때문에 B2C 투자에 집중하였다. 학교 등에 크레딧을 엄청 뿌림. B2C 유저들이 AWS 생태계에 익숙해져 버린 상태여서 자연스럽게 B2B 유치가 가능했다. -> 비슷한 마케팅 전략을 노션에 제안
 - v. 해봄님은 마케터롤 일한 적이 있어 국내PR 회사를 잘 알았고 영어 소개서를 공식 홈페이지를 요청해서 받음 (KPR 대행사 선정)
 - vi. 노션에 제안을 요청하다
 - 1. 어느 순간부터 도움을 넘어선 업무가 생기게 되면서 제안을 했고 컨트랙터 오퍼를 받음
 - 2. 한국 런칭 프로젝트를 맡아 진행했으면 한다고 연락을 받음
 - 3. 추가로 한분 더 뽑음(책을 함께 쓴 시진님께 연락 드려서 함께 하기로 함)
 - vii. 회사에는 어느 정도 공유했는지?
 - 1. 이전부터 회사에서도 노션 관련 활동들은 공유를 했음



- 2. 겸업 금지에 관련해서 시급제로 10시간 이상 못 한다라고
- 3. 회사 일을 소홀히 하면서 하지 않았기 때문에 전혀 문제가 안되었다
- viii. 노션과 일하면서 배운 점
 - 1. 문제지적이 아니라 해결책을 줌으로써 더 잘 전달이 된다
 - 2. 부정적인 피드백, 기능을 개선하는 피드백을 blame으로 전달하지 말 것
 - a. 이미 그들도 알고 있거나 바꾸고 있는 것
 - b. 혹은 고객이 알 수 없는 레거시 때문에 바꾸지 못하는 상황일 수 있다.
 - 3. 의견을 냈다고 무조건적인 수용, 즉각적인 피드백을 바라지 말 것 -> 가르치는게 아니라 돕는다는 생각으로 어프로치 하는게 더 좋은 기회를 만드는 방법인 것 같다.
- ix. 한국 노션 런칭 이야기
 - 1. 국제화 작업
 - a. Language QA (LQA) 작업
 - 2. 노션 사용 사례 수집
 - a. 회사에서 사용하는 개인 노션 사용 사례 수집을 하는것이 힘들었다.
 - b. 한국 유저들 중에 영어를 못하는 분들이 많기 때문에 Zoom 인터뷰 통역 및 일정을 조율하는 이슈 대응이
 - c. 노션을 가장 많이 사용하는 사람의 기준을 잡고 순서대로 탭핑, 기업의 경우 가입
 - i. 페이지 가장 많은 사람 (초기)
 - ii. 자주 접속하는 사람 (web session)

순으로 어프로치 했다.

d. 인터뷰 진행

Nate Martin (pre-New York Times writer)가 팀에 조인, 인터뷰 작업을 했다.

- e. 우리는 전문가가 아니면 뽑지 않는다
- 3. 커뮤니티 활성화
 - a. 2020년 4월 전까지 커뮤니티가 활성화 되지 않았다
 - b. 게시물 주제 분류, 자동 승인 간소화 등을 통해 커뮤니티 사용 편의성을 늘리고 유입을 늘림
 - c. 파워유저 커뮤니티는 한두명한테 집중되기 시작하면 망한다. -> 다른 잘하는 분들의 게시글을 끌어올림
 - d. 페이지 생성 후, 페이스북 광고 집행
 - i. 굉장히 니치 마켓을 잡아서 광고 진행
 - ii. 유치는 잘 되었지만 광고비를 많이 쓰니 효과가 없어서 현재는 하지 않고 있다.
 - e. 런칭 이벤트 진행 (우당탕탕)
 - i. 원래는 오프라인으로 4~50명정도로 진행하려고 했었으나 코비드로 인해 2주전 급하게 온라인으로 변경
 - ii. 원래 오프라인 행사는 대행사를 통해 하려고 했어서 온라인 준비는 많이 안했는데 코로나로 인해서 갑자기 할 일이 많아짐...
 - iii. 전화로 영상 전문가를 통해서 자문을 구함
 - iv. 영상 프로덕션을 섭외하면서 배운 것들
 - 1. 촬영을 기획할때 어떤 것을 해야하는가?
 - a. '카메라 몇대 쓰실거에요?' 질문에 당함..



[Open Note] Session 24: 핫한 실리콘밸리 스타트업 한국에 성공적으로 수입하기 (feat. 노션)

* Read/ Comment Available

- b. 전문가에게 속성 과외를 받고 다른 프로덕션과 커뮤니케이션에 사용함
- c. 이 과정에서 태용과 컨택이 되서 기획 자체는 빨랐다.
- d. 태용과 노션 유투브 동시송출이어서 라이브에 몇천명 단위로 진행을 하다보니 technical difficulties 가 많았다
- 2. 방송 당일에 발생하는 다양한 이슈들 대처 (동시 송출)
- d. 한국 로컬 Point of Contact로 실리콘밸리 스타트업과 일하면서 느낀점 i.
- e. 방구석에서 실리콘밸리 기업과 일하기
- f. 노션 한국 런칭을 통해 배운 점

유저 커뮤니티 활성화

- 1. 커뮤니티는 유저가 자체 생성하게 만들기
- 2. 공식 계정, 직원은 공지 혹은 참여 정도만 하기
- 3. 파워 유저들을 관리하고 응원하기
 - a. 단순히 베네핏을 주는게 아니고 본인이 얼마나 도움이 되는 컨텐츠를 만들고 있는지 칭찬하는 방법을 사용
- 4. 노션을 이용한 생태계 조성 유도하기
 - a. 노션을 사용해서 무언가를 만드는 것을 두려워 하지 않도록
 - b. 잘 되는 회사는 시간과 비용을 노력을 들여서 만들지는 않는다.

사용 사례를 최대한 많이 모으자

- 5. 사용 사례보다 강한 미끼는 없다
- 6. 템플릿부터 활용 사례 같은 걸 적극저으로 수집
- 7. SaaS 서비스들은 더더욱이 고객 성공 사례 등이 중요
- 8. 앞서 나간 사람들의 지식 전승을 시키는게 핵심
 - a. 러닝코스트 줄임
 - b. 지식층 간의 (pro novice) 갭을 줄임

섣불리 지사를 만들거나 많은 지원을 쓰지 않기

- 지사를 만든다라는 말에 숨겨진 어마무시한 일들
 - Fixed cost 자원이 많이 들어감
 - 연락 사무소 형태의 무언가를 두는 것도 녹록치 않음. 연락사무소는 영리활동을 할 수 없음-> 외주 용역 비용 높음
- 대신 사용할 수 있는 것이 우리 서비스의 파워 유저들
 - 누구보다 적극적이고 충성도 높은 이들이기에 서로 win-win하는 관계 형성 가는
 - 국제화 같은 제품/서비스 및 브랜드에 직접적 연관이 없는 부분 이양
 - 충분한 이해도와 비전을 조정한 이후에는 개인 자체가 연락사무소화 가능



- 실리콘벨리 컴퍼니와 일하며 느낀 점은
 - SF-서울 타임존을 영리하게 쓸 수 있다.
 - 사람은 다 똑같다. 실리콘벨리라고 해서 특별한건 아니다.

3. 질문

- a. (다은) 다른 나라의 노션 반응/유저 그로스 수치가 어떻게 되는지? 우리나라만 이렇게 반응이 뜨거운건가요?
 - -> 한국이 압도적으로 높았다
 - -> 동남아 (싱가포르, 말레이시아, 인도네시아)
 - -> 유럽 (프랑스)

왜 한국인은 이렇게 열심히 노션을 쓸까?

HCI 교수님 말씀: "보여주기 좋아서" 문서화 + 뽐내기 좋다 (있어보인다 = 퍼블리싱이

가능하다.)

"내가 이걸 정리해서 보여줘야지"

트위터를 싸이버 '다꾸' / '노꾸(노션 꾸미기)' 형식으로 바꿈

- 한국 오타쿠 문화가 영향력이 있었던 것 같다.
- '자케'를 소개해달라는 포스팅을 올림
 - 공식계정이 '자케'를 소개해준다는
- b. 겸업금지?
 - i. 개인이 돈을 버는 것에 대해서 회사가 법적으로 알 수 있는 방법은 없다.
- c. (조대연) Offer 문의를 하시기 전에 홍보 대행을 아예 맡아버리시지 않았던 것은 본업이 있고 바쁘시기 때문이거나 전문 기업에 맡기기 위해서였다고 보면 될까요? 아예 홍보 대행까지도 처음부터 한국 지사 개념으로 시작해버릴 수 있지 않았을까 싶어서요! -> 대행사 업무(PR)가 혼자서 회사 다니면서 할 수 있는 양이 아니다. 언론사 미디어 프로포절 등이 많았다. 새로 한국버전으로 에셋을 다 만들어야 해서 스콥이 너무 크셨을것 같아요.
 - -> 노션이 한국에 지사를 만들 생각이 없었다. (리스크 & 비용 측면에서 비효율, 노션 HQ에서 하지 못하는 것들에 대한 전문적인 부분을 맡기고자 할 때 전문가를 쓰는 것을 우선시함)
- d. (대연)실제 페이스북 광고비 집행 시 대략적으로 월별 광고비를 어느 정도 집행했었는지 여쭤봐도 될까요?
 - -> 10만원 미만
 - i. 노션을 쓰지 않은 사람을 타게팅
 - ii. 생산성 툴 관심있는 사람 위주로 수백명 수준의 그룹에 대해 주당 n만원 내에서 지출
 - iii. 브로드하게 넓혔을 때에는 오히려 결과가 금액 대비 뽑히지는 않았었음
- e. (에릭) 내부 reporting은 어떻게?



- i. 목표 지표를 지정해줌
 - 1. 페북 가입자 2만명
 - 2. 트위터 1000명 팔로워
- ii. 생각보다 자율성을 주었다. 목표수가 ㅇㅇ 이었으면 좋겠다는 디테일만 있고 강한 푸쉬는 없었다. 아젠다를 주면 자율성을 가지고 진행.
 - 1. 예) 한국 트위터 팔로워는 '다꾸' 형식으로 하면 좋겠다고 새봄님께서 역으로 제안.
 - 2. Due date 에 관한 확실하게 진행하고 전략에 관한 부분은 자율성이 있었다.
- f. (대연) 현재 기준으로 처음 계획하셨던 주당 10시간 내외로 HQ 요청 작업이 소화되는지?
 - i. 10시간 시작 후 12~14시간 쓰면서 추이를 보고 재계약을 통해 14시간으로 확장 (노션 측에서 합리적인 비용 지출에 너무 쪼잔하지 않았음)
 - ii. 시간 측정은 따로 재는 것이 아니라 HQ에서 소요 시간을 계산하여 업무 요청을 하고 해당 시간 내 해봄님이 소화하는 방식으로 진행
- g. (대연) 노션과 같이 요새 활용 중이면서 지켜보고 계시는 SaaS Product가 있는지?
 - i. 자피어
 - ii. Typeform
 - iii. Google Suite
 - iv. Roman
- h. (에릭) 잃은게 무엇이 있는지?
 - i. 잠을 잃은것 같다
- i. (다은) 앞으로 노션 한국이 어떤 디렉션으로 갔으면 좋겠다는게 있으신가요?
 - i. 세일즈 매니저가 있으면 좋겠다



Reference

廖 Notion 페이지 (<u>https://bit.ly/SaaSStudyGroup</u>)

SaaS Toolbox (https://bit.ly/SaaSToolbox)

패号 페이지 (https://www.facebook.com/groups/SaasStudyGroupKR/)

■ 카카오톡방 (<u>https://bit.ly/SaaSStudyGroupKakaoTalk</u>)