



자유주의 정보 18-50

스타벅스의 보상 체계는 블록체인 방식의 전자화폐를 위한 더 큰 계획의 일부이다.

점점 증가하고 있는 스타벅스 모바일 거래의 수는 블록체인 기술이 어떻게 곧 "가상화폐의 기반을 다지고 실제 소비자의 사용을 이끌 수" 있는지, 그리고 그 사용을 가능케 하는 미래를 계획하는 브랜드의 모습을 보여준다.

스타벅스의 미래 대비 계획의 중심은 바로 스타벅스의 보상 체계이다.

2016년에 출시된 스타벅스의 모바일 앱은 지난 분기에 기존에 있던 1400만명의 주 고객층에 140만명의 새로운 소비자들을 끌어드렸다. 이러한 11%의 급증은 커피 체인점에서 볼 수 있는 모바일 거래 건수의 30% 증가와 일맥상통한다. 이 회원들은 주문당 더 많은 돈을 쓰고 있고, 이 앱은 "완전히 새롭고 직접적인 마케팅 기능"을 수많은 고객들에게 제공하고 있다

수요가 이러하기에, 스타벅스는 일부 미국 가게들을 "현금 없는" 체계로 변환을 고려하고 있다. 또한 이번 분기에 금융 대기업인 체이스, 비자와 함께 최초의 공동 브랜드 신용카드를 출시할 것이다.

대체 화폐의 인식과 그 미래가 더 많은 대중들 사이로 퍼져가고 있고, 이것은 스타벅스의 금융 기술 기입의 시작일 뿐이다.

커피 체인점의 사장들은 이것을 "무기 경쟁"이라 부른다. 이는 세계의 기업들이 암호화폐를 뒷받침하는 기술에 대한 이해도와, 이 기술이 미래에 사람들의 구매방식에 어떠한 영향력인지 알기 위해 경쟁하기 때문이다.

스타벅스는 다른 브랜드들과는 달리, 자신들만의 비트코인을 만들지 않을 것이라고 강조했다. 사실, 회장인 하워드 쉘츠(Howard Shultz)는 기본적으로 비트코인이 "오늘날이나 미래에 화폐가 될 것"이라고 믿지 않는다.

하지만 솔츠는 비트코인의 기반이 되는 블록체인 기술과 “가까운 시일내에는 아니지만 몇년안에 생길 사람들의 가상화폐에 대한 신뢰와 가능성”에 관심이 있다. 블록체인은 본질적으로 연속적으로 거래내역을 업데이트는 디지털 장부의 역할을 갖는다. The Drum의 평론가인 Samuel Scott은 블록체인을 이렇게 평가한다: “기본적으로 블록체인은 클라우드 안에 있는 구글의 거대한 스프레드시트와 같다. 네트워크안에 속한 사람이 언제든 지 거래를 만들고, 장부를 “수정”한다면, 나머지 모든 사람들이 변화를 확인하고 업데이트된 장부를 볼수있다. 다른 어떠한 집단도 - 예를 들면 정부, 은행, 또는 금융 기업들이 - 필요하지 않다.”

스타벅스의 경우, 이것을 통해 소비자의 행동을 이해하는데에 있어 이점을 가지고 있다. 솔츠는 이 기술의 잠재력을 전자 상권이 가져온 “엄청나게 큰 변화”에 비교한다. 전자 결제와 스타벅스 보상 계획에 대한 실험에 대한 초기 투자는 스타벅스를 미래에 블록체인의 이점을 가져갈 수 있는 독보적인 위치에 올려 놓았다.

솔츠는 이렇게 말한다 “우리가 미래의 회사와 소비자행동에 대하여 생각해보면, 미래에는 블록체인 기술로부터 한개, 또는 소수의 합법적이고 신뢰되는 가상 화폐들이 생길것이다. 그리고 소비자 응용의 측면에서 그 정당성과 신뢰성은 소비자가 거래를 제공하는 회사에 대한 확신과 믿음을 주는 실체를 가진 브랜드에 의해 정당화 될것이다.”

“글쎄요, 만약 그게 사실이라면, 만약 당신이 그것이 가능하다고 믿는다면, 얼마나 많은 회사들이 국가적이고 세계적인 입지와 디지털 모바일 계산에 대한 믿음과 확신을 현존하는 사업에 통합 시키고 있나요? 한 발자국 더 나아가, 당신은 이 기술에 국내적으로 그리고 세계적으로 투자되고있는 수억 달러가 있고, 누군가 이기게 될 “무기 전쟁”이 있기에, 그 상황이 올 것이라고 믿는것입니다.”

그저 따라가려 하는 것이 아니다. 체이스, 텐센트, 알리바바와 같은 회사들과 제휴된 파트너쉽은 (블록체인의) 전체적인 구조를 모니터하고 탐구하는데 도움이 된다.

디지털 에이전시 Possible의 전략가 Lara Ferris 는 스타벅스가 스스로 미래의 신뢰할 수 있는 다른 가상화폐를 받아드리겠다고 선언한 것에 대하여 현명한 선택이었다고 말한다. “스타벅스는 가상화폐에 대한 뜨거운 관심과 관계 없이, 우리가 곧 앞으로 현금이 아닌 다른 수많은 방식들을 사용할거라는걸 알고 있다는 걸 보여주고 있다.”

하지만, 오직 잠재적인 블록체인의 전자 결제에만 집중한다면, 블록체인 기술이 제공하는

다른 수많은 기회들을 놓칠수도 있다.

또 다른 디지털 에이전시인 Zone-최근 IT 대기업인 Cognizant에 인수되었다-의 최고 거래처 담당자인 Jon Davie는, Maersk와 IBM이 투명성과 신뢰성을 세계 공급망에 더하기 위해 블록체인을 탐구하고 있는 것이 훌륭한 또 다른 블록체인 기술의 활용 방법이라고 예를 들었다.

그는 이렇게 말했다 "만약 스타벅스가 모든 커피의 원산지를 특정 농부에게서 확인할 수 있어서, 그들의 공정 무역과 지속적인 개발에 대한 헌신을 강화한다면 어떨까?"

"우리는 현재 가짜와 위조품으로 얼룩진 시장에서 자사 제품의 진실성을 입증하는 데 도움을 주기 위해 소매 업체와 협력하고 있습니다. 분산 원장 기술*과 스마트 컨트랙트*에 주어진 기회는 가상화폐를 훨씬 넘어섰고, 우리는 이제 기업들과 소비자들의 반응을 살펴보는 시작점에 있습니다."

본 내용은 http://www.thedrum.com/news/2018/01/31/starbucks-rewards-scheme-part-its-much-bigger-vision-blockchain-backed-digital?utm_campaign=Newsletter_Daily_EuropePM&utm_source=pardot&utm_medium=email를 번역한 내용입니다.

번역 : 안지현

이 글은 FEN 경제지식 네트워크 해외 정보 번역 코너 <http://fen.or.kr/?p=1873> 에서도 보실 수 있습니다.