



KMAC

경영혁신 연구논문 및 사례연구

테마파크의 디지털 트랜스포메이션 성공전략: 디즈니랜드 사례를 중심으로

Theme Park's Digital Transformation success strategy:
Focusing on the case of Disneyland

이노피아 (충북대학교 대학원)

- 이상훈, 김형석

CONTENTS

1. 서론

2. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션

- 1) 고객을 위한 기술과 서비스
- 2) 콘텐츠와 제품 연계
- 3) 조직문화 변화

3. 디즈니랜드 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점

- 1) 캐릭터 마케팅과 원 소스 멀티 유즈
- 2) 스토리텔링이 있는 테마파크
- 3) 맞춤형 큐레이션 서비스

4. 국내 테마파크에 대한 제언



1. 서론



디지털 트랜스포메이션 (Digital Transformation)

: 디지털 기술을 이용하여 형태를 바꾸는 것.

But!

70%의 기업이 디지털 트랜스포메이션에 실패

WHY?

1. 서론

Digital transformation = 비즈니스 혁신
기술의 혁신

1. 서론



〈화성 국제테마파크〉

But!

첨단기술만
잘 활용하면
세계적 테마파크가
될 수 있을까?

1. 서론

2018 테마파크 방문객

1st Walt Disney Attractions (157M 명)

2nd Merlin Ent. Group (67M 명)

(출처: THEME INDEX MUSEUM INDEX 2017, 2018)



1. 서론

01

특정 산업 분야에 맞는 프레임워크를 개발하여 분석하는 연구

- 1) 이완형. (2019). 비즈니스 전략으로서 디지털 트랜스포메이션에 관한 연구: 유통의 '토탈 디지털 . 비즈니스 프레임워크'구축 전략
- 2) 김소영 & 마진주. (2019). 패션 브랜드의 디지털 트랜스포메이션 전략에 관한 연구 -버버리 사례를 중심으로
- 3) 권종원 & 송태승. (2019). 제조 혁신 위한 플랫폼 기반의 디지털 트랜스포메이션 추진 동향

02

비즈니스 전 분야에 걸친 전략과 프레임워크를 제시한 연구

- 1) Sebastian, I., Ross, J., Beath, C., Mocker, M., Moloney, K., & Fonstad, N. (2017). How big old companies navigate digital transformation.
- 2) Gurbaxani, V. & Dunkle, D. (2019). Gearing Up For Successful Digital Transformation.
- 3) Singh, A. & Hess, T. (2017). How Chief Digital Officers promote the digital transformation of their companies.

03

디지털 기술을 적용한 비즈니스 전략을 제시한 연구

- 1) 황윤민 & 홍성원. (2019). 디지털 트랜스포메이션을 위한 인공지능 비즈니스 생태계 연구: 다행위자 네트워크 관점에서.
- 2) 이진수. (2017). 데이터 사이언스 기반의 디지털 트랜스포메이션.

2. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션

1) 고객을 위한 기술과 서비스



매직밴드



모바일 앱

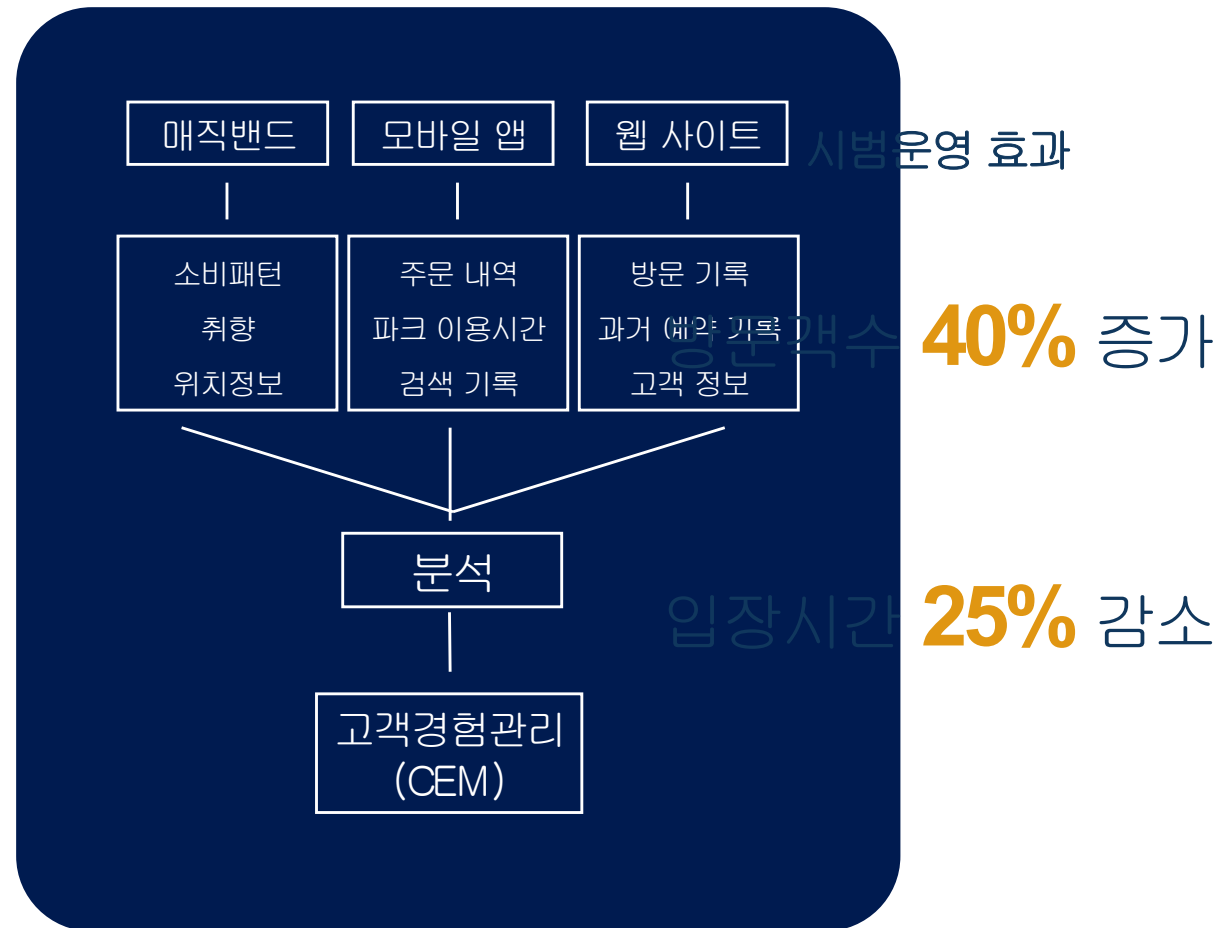


웹 사이트

2. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션

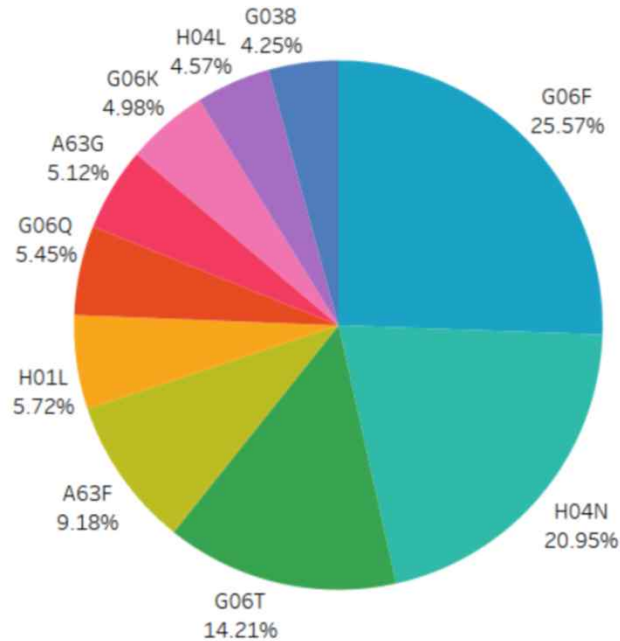
1) 고객을 위한 기술과 서비스

MyMagic+를 활용한 CEM



2. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션

1) 고객을 위한 기술과 서비스



<디즈니 보유 기술특허>

| 지적 재산권은 전체 특허의 **4.6%**

G06F(전기에 의한 디지털 데이터처리): 25.57%

H04N(화상통신) : 20.95%

G06T(이미지 데이터 처리 또는 발생) : 14.21%

| 데이터 처리 및 시스템 관련 특허

전체의 **60%** 이상을 차지

2. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션

2) 콘텐츠와 제품의 연계



- 2. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션
- 3) 조직문화의 변화



‘디즈니 유니버시티’ 신입 구성원 직업 훈련

분야: 리더십, 경영, 고객서비스,
기초 심리학, 유아교육, 커뮤니케이션 등

- 2. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션
- 3) 조직문화의 변화



Robert Iger

창의성 배양을 위한
권위적 기업문화 쇄신

수직적/보수적 조직문화



수평적/창의적 조직문화

3. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점
1) 캐릭터 마케팅과 원소스 멀티유즈(One Source Multi Use) 전략

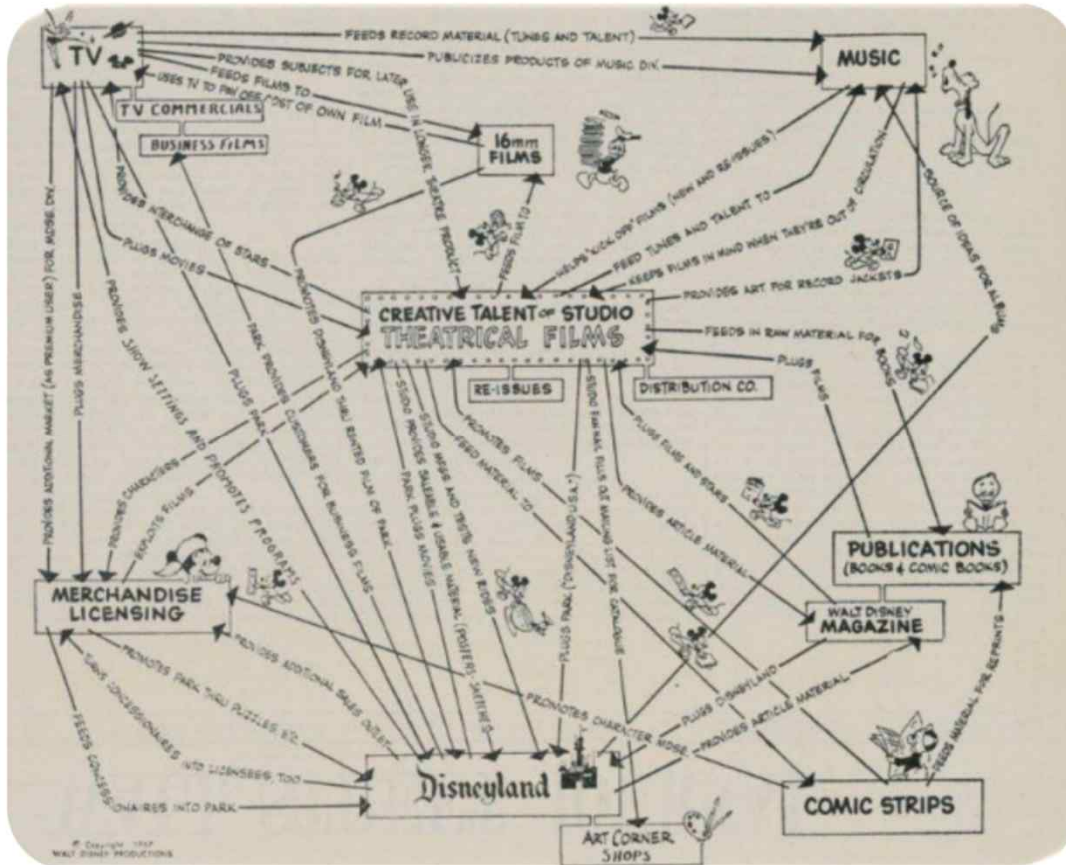
테마파크 내 캐릭터의 역할

- 01 아이덴티티 기능
- 02 홍보 및 광고 기능
- 03 수익으로서의 기능
- 04 심리적 기능



3. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점

1) 캐릭터 마케팅과 원소스 멀티유즈(One Source Multi Use) 전략



<월트 디즈니 컴퍼니 전략지도 (1957)>

디즈니 랜드는 Comic Strips를 제외한 모든 사업부와 연결

사업 초기부터 각 사업간 연결성을 고려 및 설계

하나의 경영자원을 다양한 경로로 노출시켜 시너지 획득 (One Source Multi Use)

3. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점

1) 캐릭터 마케팅과 원소스 멀티유즈(One Source Multi Use) 전략

롯데월드

에버랜드

현재 테마파크 외의 경로로 유통되지 않음

롯데제과 ‘칸초’ 광고모델
1990년 장편영화 ‘로티의 모험’

1997년 캐릭터 전문 숍 “에버랜드 스토어”
국내 최초 합작 캐릭터 ‘꾸러기 더키’

3. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점
2) 스토리텔링이 있는 테마파크

Theme + Park

:작품의 중심이 되는 사상

:오락과 휴식을 위해

조성되는 넓은 장소



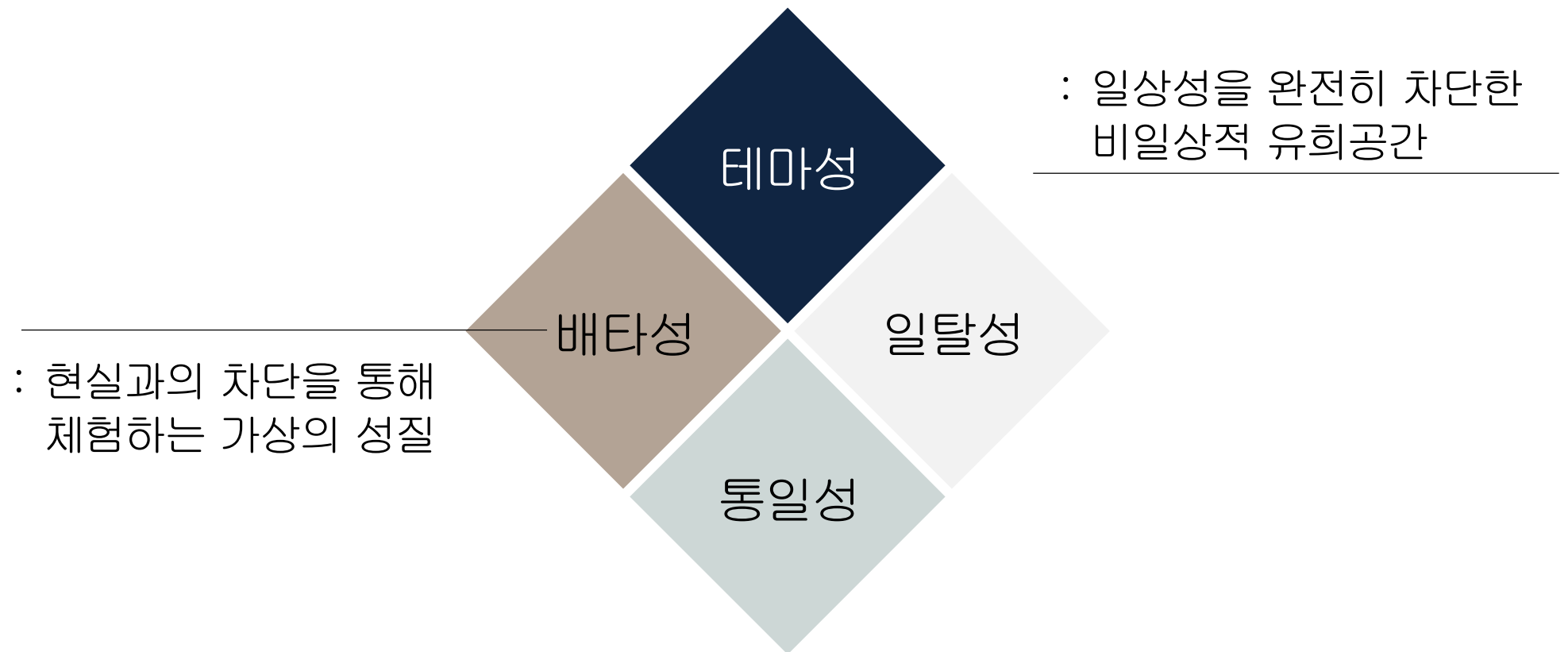
3. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점
2) 스토리텔링이 있는 테마파크

스토리텔링 = 테마파크의 이미지를 전달하는 도구



3. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점
2) 스토리텔링이 있는 테마파크

테마파크의 본질적 특성



- 3. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점
- 2) 스토리텔링이 있는 테마파크

국내 테마파크의 스토리텔링 문제점

1. 테마파크와 방문객 간 향유할 콘텐츠의 부재

2. 서사적 내용 없이 물리적 환경에 의존한 스토리텔링



3. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점
3) 맞춤형 큐레이션 서비스 제공

디즈니 랜드의 큐레이션 서비스

1. 디즈니 파크 앤 리조트의 Business Intelligence

BI를 활용한 고객 맞춤 객실 추천으로

재방문율 **10배** 증가

2. 매직밴드를 활용한 큐레이션 서비스

-데이터 기반 맞춤형 상품, 서비스 추천-

-대기시간이 적은 놀이기구 추천-

-지속적 고객관계관리 실천-

3. 디즈니랜드의 디지털 트랜스포메이션이 국내 테마파크에 주는 시사점
3) 맞춤형 큐레이션 서비스 제공

국내 테마파크의 큐레이션 서비스

롯데월드



모바일 앱: 롯데월드 어드벤처

티켓 사전 예매, 예약,
대기시간 확인 등

에버랜드



모바일 앱: 에버랜드

카카오 엔터프라이즈와의 협력을 통한
더 높은 수준의 큐레이션 서비스 개발

4. 국내 테마파크에 대한 제언

1. 방문객과 테마파크가 함께 향유할 수 있는 콘텐츠의 개발

물리적 환경에 의존한 차별화가 아닌,
다양한 유통 경로를 통한 콘텐츠 중심의 차별화 필요



4. 국내 테마파크에 대한 제언

2. 방문객 경험 극대화를 위한 도구 또는 플랫폼을 개발

한정된 기능의 고객편의 서비스에서 리조트 전반에 걸쳐
활용할 수 있는 서비스 및 시스템의 개발로 고객 경험 극대화 필요





감사합니다.