

# [얼리어답터]

## I. 얼리어답터(Early Adopter)?

제품이 출시될 때 가장 먼저 구입해 평가를 내린 뒤 주위에 제품의 정보를 알려주는 성향을 가진 소비자군(群)을 말한다.

2001년에 처음 등장한 신조어로, 원래는 남들보다 빨리 신제품을 사서 써 보아야만 직성이 풀리는 소비자군을 일컫는 말이었다. 그러다 이러한 소비자들이 늘어나면서 의미가 확대되어 제품이 출시될 때 남들보다 먼저 제품에 관한 정보를 접하고, 제품을 먼저 구입해 제품에 관한 평가를 내린 뒤 주변 사람들에게 제품의 특성을 알려주는 성향을 가진 일련의 소비자군을 일컫는 말로 쓰이게 되었다.

인터넷 사용이 일반화되면서 나타난 현상 가운데 하나로, 인터넷을 통해 미리 신제품의 출시 날짜를 확인하고, 출시와 동시에 제품을 구입해 꼼꼼히 성능을 확인한다. 이어 확인 결과를 게시판에 올리면, 네티즌 사이에 빠르게 전파되기 때문에 제조 회사들도 관심을 가지지 않을 수 없게 된다.

이들은 특정 제품군을 대상으로 하는 마니아들과는 달리 디지털토이·컨셉 제품·노트북·가전제품 등 다양한 범주의 제품에 관심을 가지고 있는데, 이런 점에서 소비자와 제조 회사 사이의 중간자 역할을 한다고도 할 수 있다. 소비자들에게는 더 나은 제품에 대한 소개와 함께 제품을 고르는 안목에 대해서도 자세히 알려줄 수 있고, 제조 회사에게는 더 좋은 제품을 만들 기회를 제공할 수도 있기 때문이다.[출처 : 네이버 백과사전]

이를 소개하는 사이트로는 <http://www.earlyadopter.co.kr> 가 있습니다.

## II. 미래를 준비하는 사람은 얼리어답터를 본다

Everette Rogers 의 Diffusion of innovation(1995)이라는 책에서 신제품을 채택하는 순서에 따라 다섯가지 유형의 사람을 나누었는데, Innovator, Early Adopters, Early Majority, Laggards 라고 이름을 붙였습니다. 가장 먼저 신제품을 구입하는 사람인 Innovators는 매우 소수(전체 잠재수요의 2.5%)의 모험심 강하고 가격에도 민감하지 않지만, 다소 사회 규범을 따르지 않는다고 간주되었습니다. 반면, Early Adopters(전체 잠재수요의 13.5%에 해당)는 Innovators 보다는 조금 늦게 신제품에 관심을 보이지만 Opinion Leaders로서 사회규범을 잘 따르며 다른 사람의 모범이 되어 소속 집단 내에서 존경받으며 큰 영향력을 행사하는 사람들로 불렸습니다. 특히 신중한 Early Majority(전체 잠재수요의 34%에 해당)에게 구전(Word-of-mouth)을 통해 신제품을 채택하도록 설득하는 역할을 담당한다고 했습니다.