



인터넷 마케팅 2.0 과 2009년 전망



마켓캐스트 대표 김형택
(webpro@webpro.co.kr)

모든 것은 변화한다
그러나 우리의 변뇌는
존재가 변하기 때문에 생기는 것이 아니라
존재가 변한다는 사실을 모르는 데서 일어난다

출처 : 불교경전 「아함경」 발췌인용

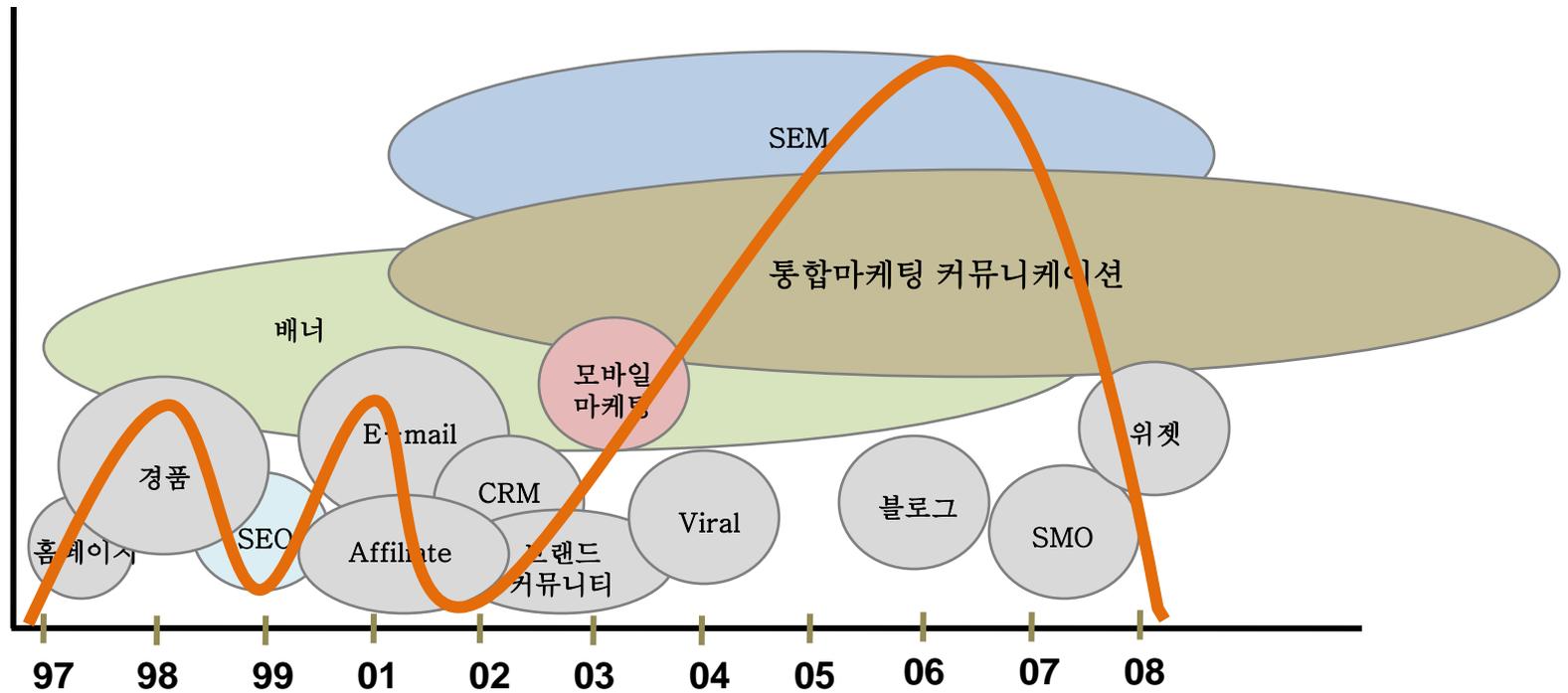
그대 충분히 인터넷 마케팅을 알고 있는가?

“

Internet Marketing

”

국내 인터넷 마케팅은 이렇게 발전했다.



인터넷의 변화

Web1.0



Read

Web2.0



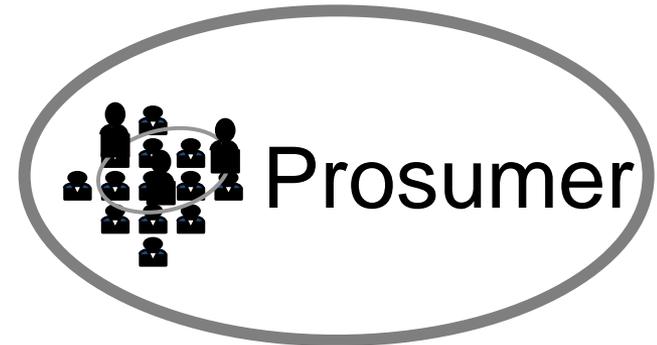
Write

인터넷 고객의 변화

군집화된 집단
(하나의 Pattern)



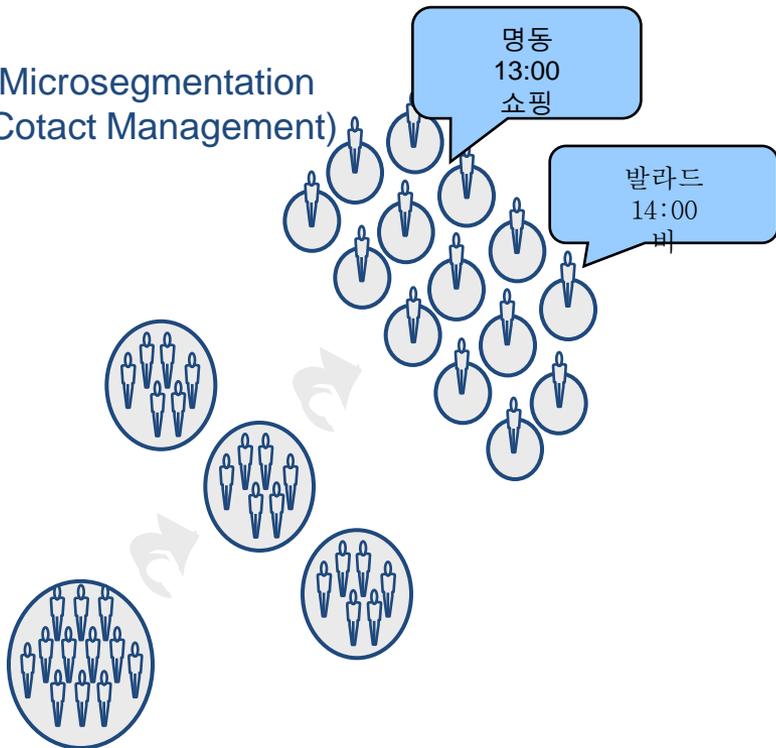
주체성을 가지고 연결된 집단
(다양한 Pattern)



고객과의 관계형성의 변화

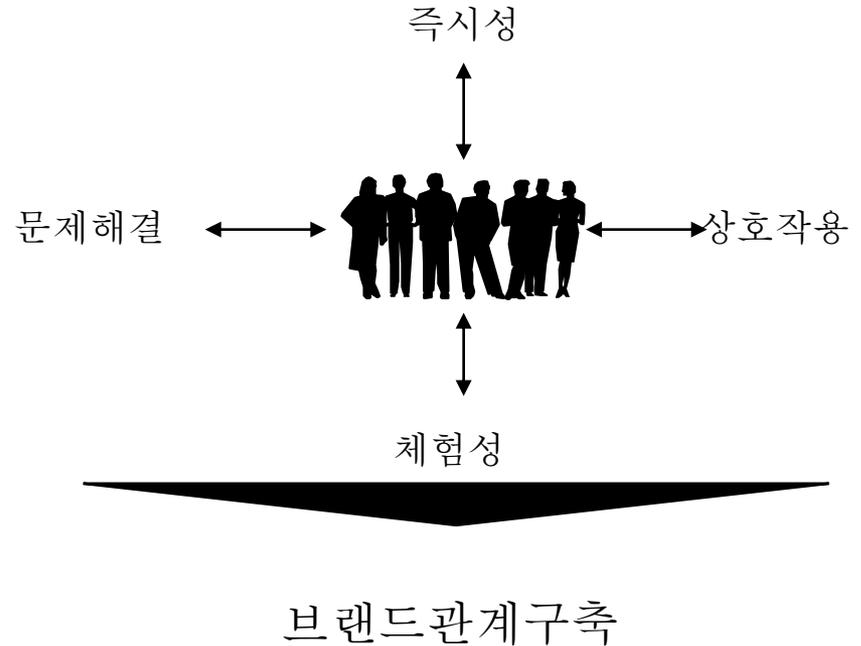
Relevance

Microsegmentation
(Contact Management)



TPO의 결합된 Concierge

Reliability



마케팅 커뮤니케이션의 변화

인터넷 마케팅 2.0에서 4P변화

Marketing 4P

Product

Promotion

Place

Price

UCC

WOM(Viral)

Social Networking

Identity(Value)



Prosumer



Evangelist

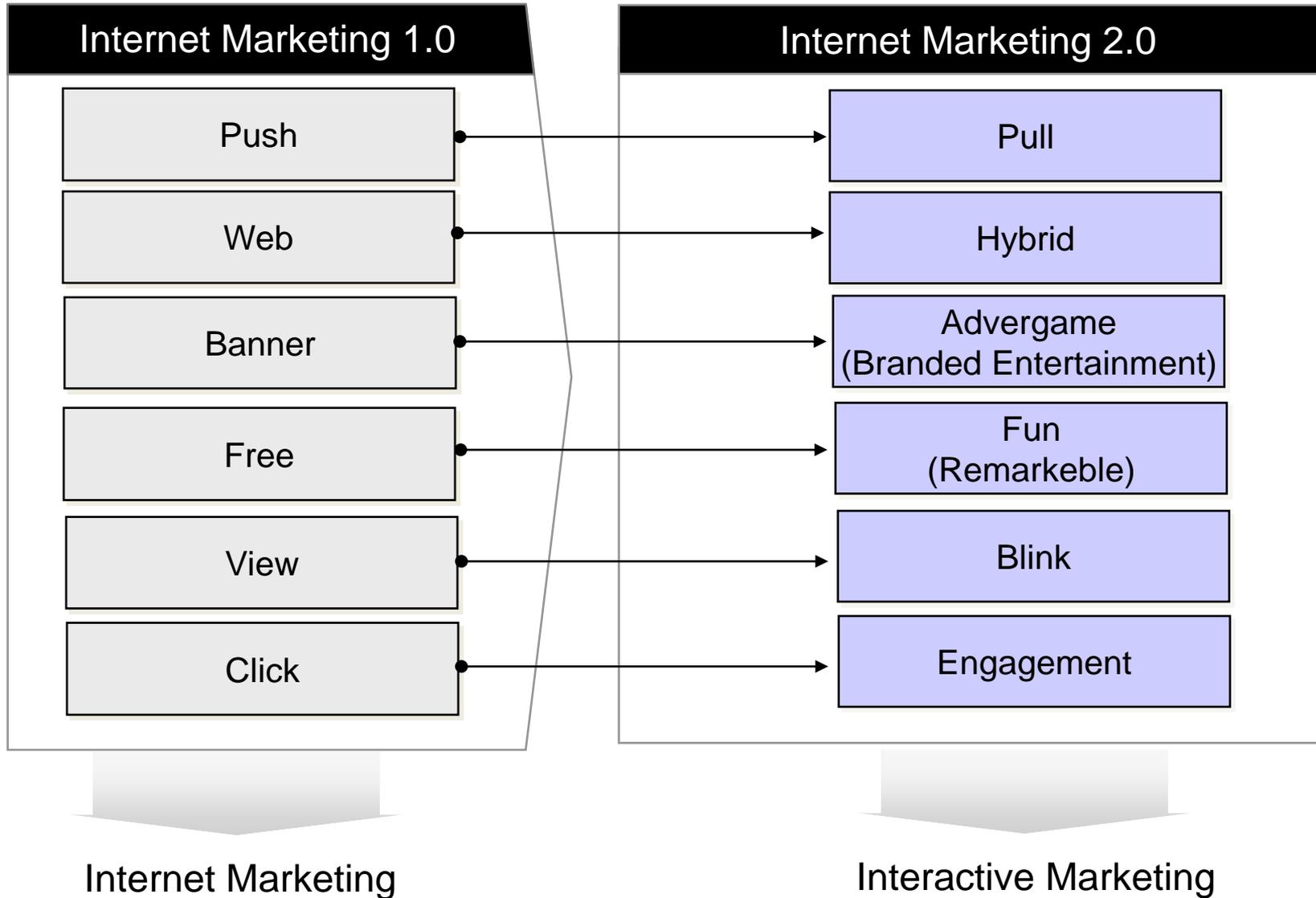


Swarmer



Trendsetter

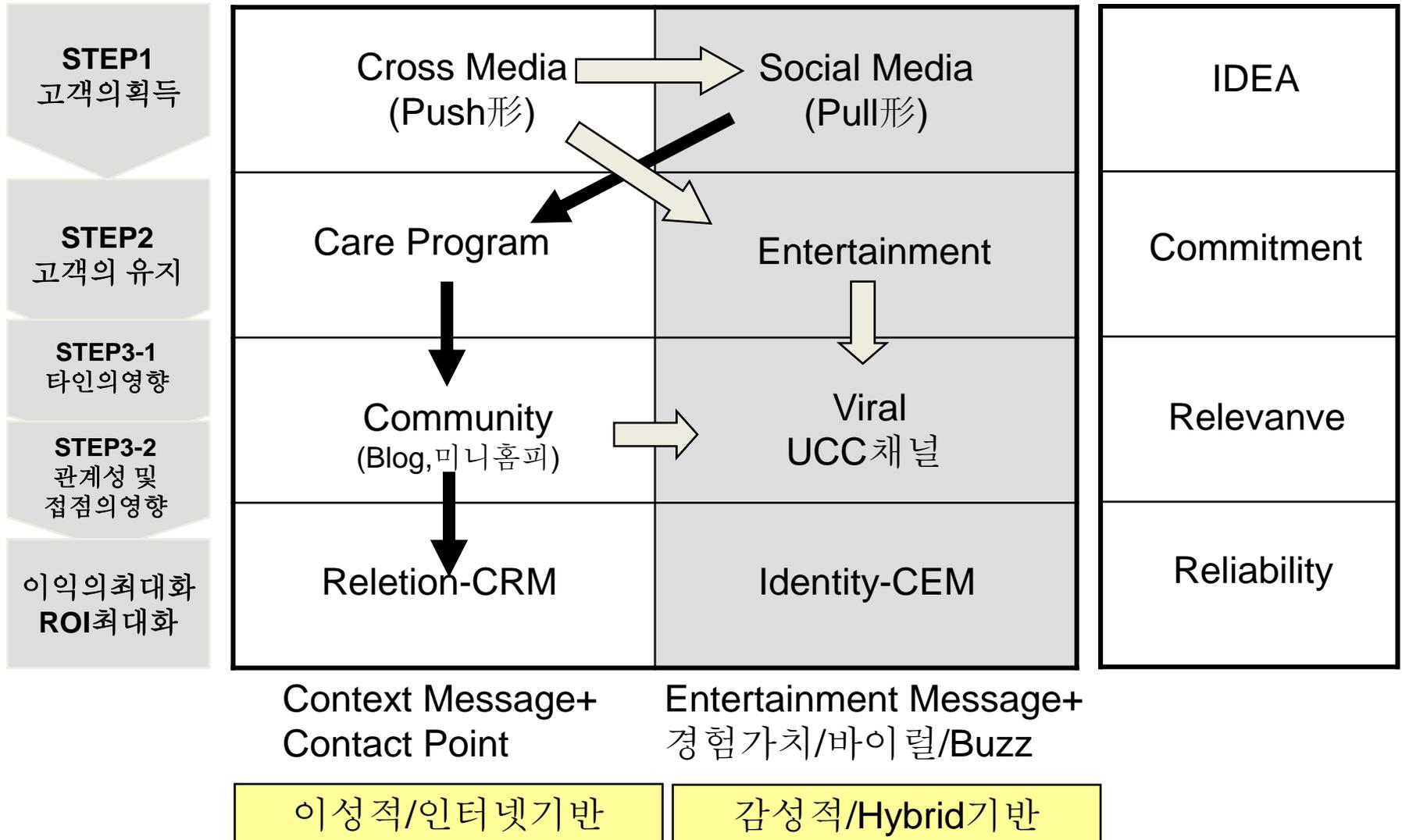
인터넷 마케팅 2.0



인터넷 마케팅 캠페인 2.0

캠페인 프로세스

중요요소



출처:일본선전회의 자료인용 수정(김형택)

2009년

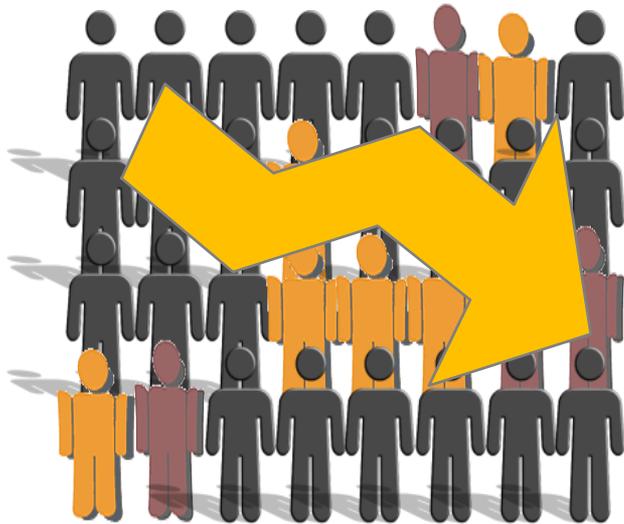
성장산업 같은 것은 없다. 단지 소비자의 욕구 만이
있을 뿐이고 그것이 변해갈 뿐이다

출처: Theodore Levitt 'Marketing Myopia'

2009년

인터넷 고객은?

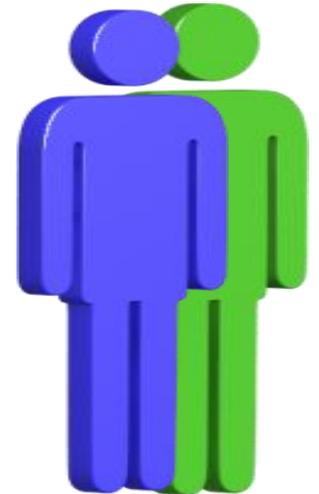
인터넷 이용률
0.3% 증가 성장정체



인터넷 사용시기
3세부터 조기화



40~50대 연령층
사용자 확대

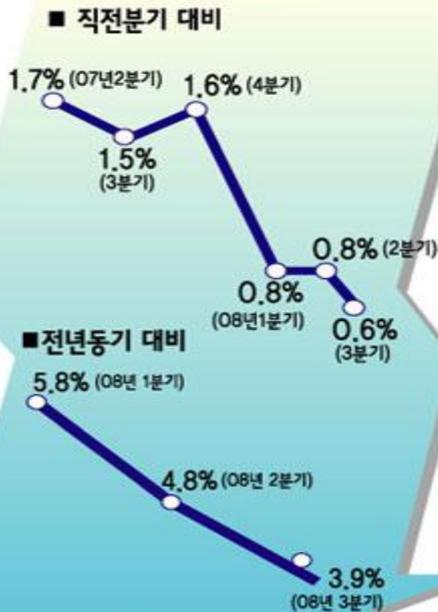


2009년

경제상황은?

-3% 경제성장률

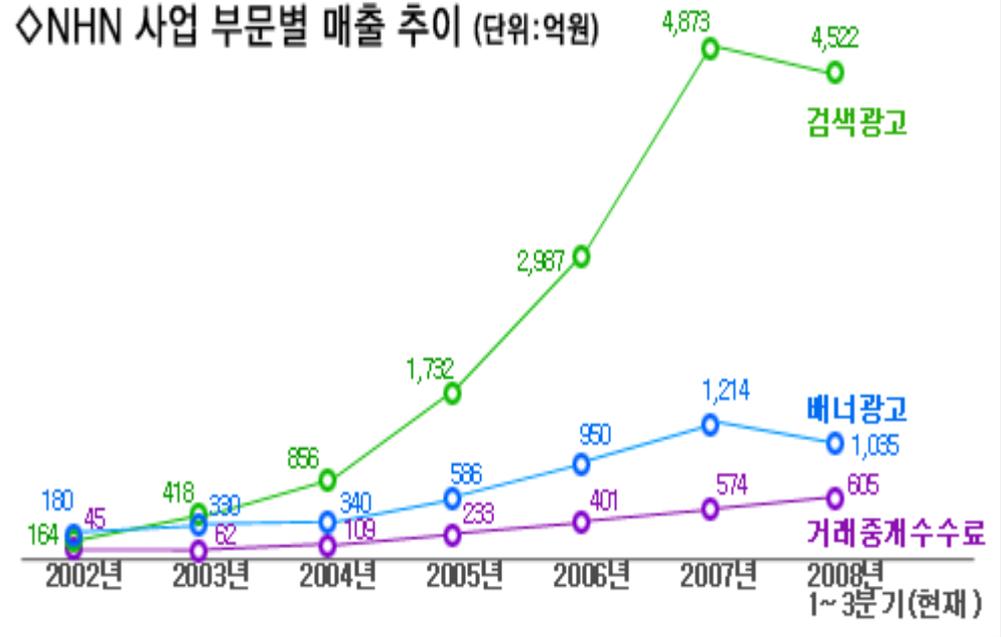
경제성장률 추이 (단위 %)



자료 : 한국은행

인터넷 광고 매출감소

◇NHN 사업 부문별 매출 추이 (단위:억원)



아이뉴스24

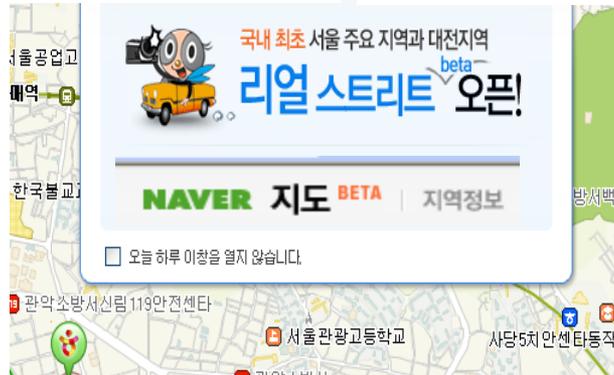
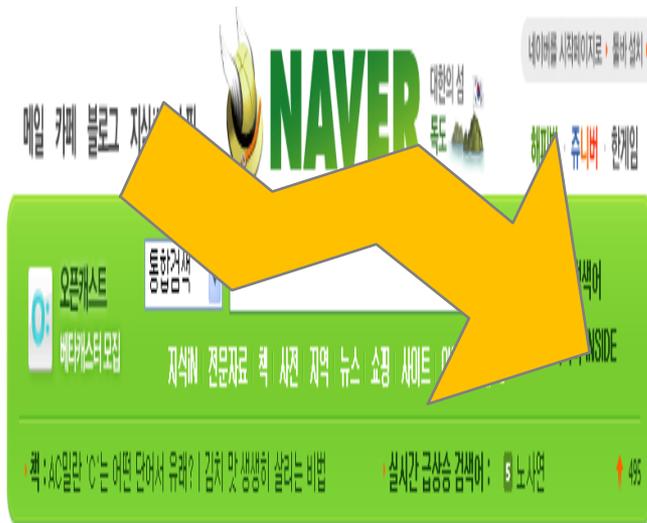
2009년

인터넷 매체의 변화

네이버 추락

Local 서비스 확장

매체의 카테고리화



2009년

기술의 발전은?

Widget



RIA



Next-Generation Internet
Application Environment
&
Interactive Environment
&
Dynamic UI

Next-Generation Internet
Application Environment
&
Interactive Environment
&
Dynamic UI
&
Multi-Media

Open API
platform



OPEN API

오픈API는 네이버가 가진 각종 데이터와 콘텐츠, 그리고 서비스를 네이버 바깥에서도
사용하실 수 있도록 공개한 인터페이스입니다. 다양한 콘텐츠 생산과 참신한
서비스 개발을 위해 네이버 오픈API를 활용해 보세요!

2009년

정책적 규제는?

주민번호 대체법

검색서비스 사업자법

개인정보보호법



NAVER

마케팅

검색

통합검색 사이트 웹문서 지식인 블로그 카페 이미지 동영상 사진 뉴스 더보기

스폰서링크

- [나들이콜백 저렴한요금](http://www.nadicalvan.com) - 인천공항 원룸이사 학생이사 고시원 오피스텔 이사 지방이사 전국은행 카드결제.
- [이메일마케팅 애드클릭](http://www.ADclick.co.kr) - 정확한 타겟팅, 높은 광고효과 이메일마케팅, 솔루션을 통한 세분화된 효과측정.
- [서강대 경영대학원 SHAPE](http://sogang.dherald.com) - 국내 대학원 온라인 단기 MBA, 현직경영자를 위한 전문교육 프로그램.
- [마케팅 KMAC](http://www.kmac.co.kr) - 종합적 마케팅 전략 컨설팅.
- [EBS-MS MBA 마케팅](http://www.ebsmba.co.kr) - 세계수준의 교수진이 강의하는 EBS-MS MBA, 직장인 29만원 교육비 환급.



2009년 인터넷 마케팅 Trend

2009년 인터넷 마케팅 기상도

분야	전개방향	기상도
검색광고	<ul style="list-style-type: none"> - CPA,CPS방식의 성과중심의 광고집행 증가 - <u>로컬중심의 타겟 광고 확대 예상</u> - 검색광고 표시제를 통한 광고효과 하락 예상 - 마케팅 비용절감을 위한 Soho시장의 수요증가 	
인터넷 광고	<ul style="list-style-type: none"> - <u>체험 및 Engagement 형태의 Adver Game 광고 매체기획 확대</u> - <u>금융,자동차등의 불황업계 광고집행 감소</u> - 브랜드 인지 강화를 위한 통합 마케팅 커뮤니케이션 광고집행 	
e-Branding	<ul style="list-style-type: none"> - IMC를 통한 브랜드 커뮤니케이션 강화 - <u>브랜드드 엔터테인먼트 중심의 브랜드 마케팅 전개</u> - 위젯 등을 활용한 브랜드 채널 강화 	
E-mail마케팅	<ul style="list-style-type: none"> - <u>쿠폰,할인 등의 e-SP와 연계된 다이렉트 마케팅 전개</u> - Opt-In 및 인바운딩 메일 활용증가 	
블로그 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> - 파워 블로거의 매체 파워 증대 - 블로그 마케팅 전문 대행사 증가 - <u>Viral 마케팅 Hub로서의 역할 증대</u> - 광고비용 절감을 위한 블로그 마케팅 확대 	
Viral 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> - 인터랙티브 브랜드드 엔터테인먼트 기법의 확대(유니클로) - <u>Big Mouse 중심 및 Channel Category 마케팅 확대</u> - <u>Viral 마케팅 효과측정에 관한 이슈</u> - 리스크 관리에 관한 관심 증대 	
Affiliate마케팅	<ul style="list-style-type: none"> - 중계형 쇼핑몰 중심으로 Affiliate 프로그램 확대 - <u>블로그 및 Social 네트워크를 기반한 Affiliate 프로그램 활성화</u> - 소규모 사이트 중심으로 공동마케팅을 통한 마케팅 집행 확대 	

2009년 인터넷 마케팅 Trend Keyword

OutSide in

- Freenomic를 통한 고객참여
- 위젯을 통한 채널 접점 확대
- 오픈 API를 통한 브랜드 강화 및 외부 유입 강화



열린 장터, 열린 기술, 열린 미래

Auction Open API

Auction Open API란?

옥션의 상품, 주문, 배송 정보 조회, 판매/구매 참여 행위를 옥션사이트가 아닌 다른 프로그램에서도 제공가능 하도록 기능을 열어둔 것입니다.

itc Blog Lounge Version 0.1 Beta

- 주소보기
- 주소추가
- 주소록 가져오기 **NEW**
- 주소록 내보내기 **NEW**
- 주소록 관리

핸드폰 전화번호 가져오기 **NEW**

외부 주소록 가져오기 **NEW**

SHINSEGAE MALL 표가기



시인품



[BON][특별구성]BRW7...
최적가 **190,000원**

← 좋아
난별로. →

wizard works

2009년 인터넷 마케팅 Trend Keyword

Performance Drive

- 서비스이용 및 구매유도 프로모션전개
- 할인,덤,공짜 등의 가격 민감형 프로모션
- 쿠폰,마일리지를 통한 타겟 고객공략

2009년 인터넷 마케팅 Trend Keyword

Micro Segmentation

- 볼링핀 공략(Bowling Alley)
- 고객가치 등급화(Quintile Marketing)
- 촘촘한 고객 세분화(Micro Segmentation)
- 참여중심의 성과측정(Engagement)

2009년 인터넷 마케팅 Trend Keyword

Platform Collaboration

- 플랫폼을 통한 서비스 및 채널연계
- 공동 및 제휴마케팅을 통한 비용절감
- Hybrid 채널 연계를 통한 영향력 확대



최신위젯 주간인기위젯 위젯카테고리

아트올리 미술작품	이들의 형사 목록	이론 날씨	등골이 날씨	전망판 날씨	전망판 위젯	오늘만 특가(일행)
오늘만 특가(베니)	서울시 문화행사	Daum 사전	오늘형님 위젯	본두수익률 위젯	볼링 클럽	(주원수식품)
서커스볼	개걸 핵사	OK 주유소	공리 공리	스티 큐	샘플 미트	Quiz Quiz

웹문서 이미지 뉴스 쇼핑 동영상 Gmail 더보기

Google [광고](#) [정보](#) [도움말](#)

상품 [적자보기](#)

Wii/해피 댄스 컬렉션(Wii) 한국Wii불가능/일본정품,새제품/10.23출시 92,150원
 Interpark.com
 게임/취미-닌텐도DS-게임타이틀-액션/대전 wii 일본.

[2%할인쿠폰]닌텐도 Wii [당일발송/빠른배송/착불] Wii 마리오와 소닉 베이징 올림픽 / 마리오&소닉과 함께 2008 베이징 올림픽에 도전 ... 43,120원
 Shinsegae.com
 닌텐도 컴퓨터/게임>닌텐도/게임/소프트웨어>닌텐도Wii>게임타이틀.

Wii F1/40종 이상의 트레이닝을 게임 감각으로/매일 간편하게 가족 모두 즐기자/예약 피트/일본새제품/한국 위젯 사용 불가능합니다. 196,050원
 Auction.co.kr
 닌텐도 게임기/타이틀-닌텐도Wii.

★Wii/위 스포츠/Wii sports(위 스포츠)(Wii) 일판정품 새제품/일본 온오프 최저가 73,240원
 Interpark.com
 게임/취미-PC게임-PC게임 다운로드-액션/슈팅 wii 일본.

2009년 인터넷 마케팅 Trend Keyword

Human Touch

- 사람에게 감동과 웃음을 줄 수 있는 마케팅
 - Storytelling Marketing
- 고객들이 참여하고 대화를 통해 목소리가 담긴 마케팅
 - Participation Marketing
 - Conversation Marketing

RESEARCH ENTERTAINMENT.

UNIQLO TRY #2 HEATTECH

RESEARCH ENTERTAINMENT PRESENTS

UNIQLO TRY #2 HEATTECH

N#428 LAST UPDATED: NOV 28, 2008 17:00

ABOUT THIS SITE [JAPANESE](#) [ENGLISH](#)

PRESENT: JAPAN TECHNOLOGY TOUR

AFTER
GILLES
4pt BRUSSELS

BEFORE
PORTNOVE
9pt YEKATERINBURG

AFTER
DEAN
4pt BIRMINGHAM

▶ ENTRY ▶ HEATTECH ▶ RESEARCH RESULTS ▶ TV-CM ▶ RANKING ▶ ONLINE STORE ▶ UNIQLO.COM

© 2008 RESEARCH ENTERTAINMENT. ALL RIGHTS RESERVED.

마케팅종류	마케팅 방법	마케팅활용전략
고객세분화 마케팅	연령,취미,구매성향, 구매빈도에 따른 타겟 마케팅 전개 쿠폰마케팅, 할인, 타임마케팅, 덤마케팅 등에 적용	- 회원관리 - 구매를 직접적 유도
프로슈머 마케팅	미니홈피 및 블로그, 동호회 등을 통한 고객들의 자발적인 참여를 통한 인터랙티브 마케팅 전개 블로그 마케팅, 브랜드커뮤니티, 공모전, 평가단, 제품리뷰, 체험마케팅	- e-브랜드 효과 증대 - 충성고객 확보 - 바이러스 구전효과 유도 - 장기적인 고객관계유도
네트워크기반마케팅	인맥 및 개인관계를 기반한 추천하기 등을 통한 다단계형태 및 거점을 기반한 Viral 마케팅 전개 블로그 마케팅, 미니홈피 마케팅, 입소문마케팅, 위젯, API	- 바이러스 구전효과 유도 - 신규고객확보 - 제품인지도 확산
감성/경험마케팅	트렌드, 스타, 문화등을 통한 고객의 감성이나 경험을 자극 체험마케팅, 스타마케팅, 문화마케팅, 감성마케팅, 추억마케팅 아바타마케팅, 브랜드드엔터테인먼트, 공익마케팅	- 신규고객확보 - 장기적인 고객관계유도 - 브랜드 충성도 및 연대감
제휴 및 공동마케팅	온/오프라인 협력기업과 제휴를 통한 공동이벤트 전개 공동마케팅, Affiliate 마케팅, 아바타마케팅, Hybride마케팅	- 상호지원 및 협력 - 마케팅 비용 절감
게릴라형마케팅	고객접점을 중심으로 기습적으로 깜짝 이벤트를 전개 길거리마케팅, 타임마케팅, 메신저 마케팅	- 마케팅 비용절감 - 고객환기 작용 - 구전효과 유도
유무선연동마케팅	유선과 무선을 연동한 채널및 고객접점 마케팅 전개 모바일마케팅, 메신저마케팅	- 통합마케팅 전개 - 이동성 및 상황성
LSM(Life Style Management) 마케팅	고객개개인의 라이프스타일을 측정하여 고객의 상황(TPO)에 맞는 마케팅 전개 타임마케팅, 트렌드마케팅(웰빙,매스티지,문화,파티)	- 고객관리 및 세분화 - 고객상호작용 유도

기업이 미래를 창조하는데 실패하는 이유는
그들이 미래를 예측하지 못하기 때문이 아니라
상상하지 못하기 때문이다.

출처 : 게리하멜 “Leading The Revolution”



URL: www.marketcast.co.kr

**Blog: www.webpro.co.kr/blog
market.webpro.co.kr**

E-mail: webpro@webpro.co.kr

Mobile: 010-2354-6865