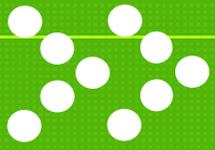




# 모바일 매체 전략과 미래전망

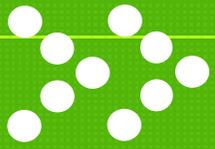
남서울대학교 광고홍보학과

교수 김재영



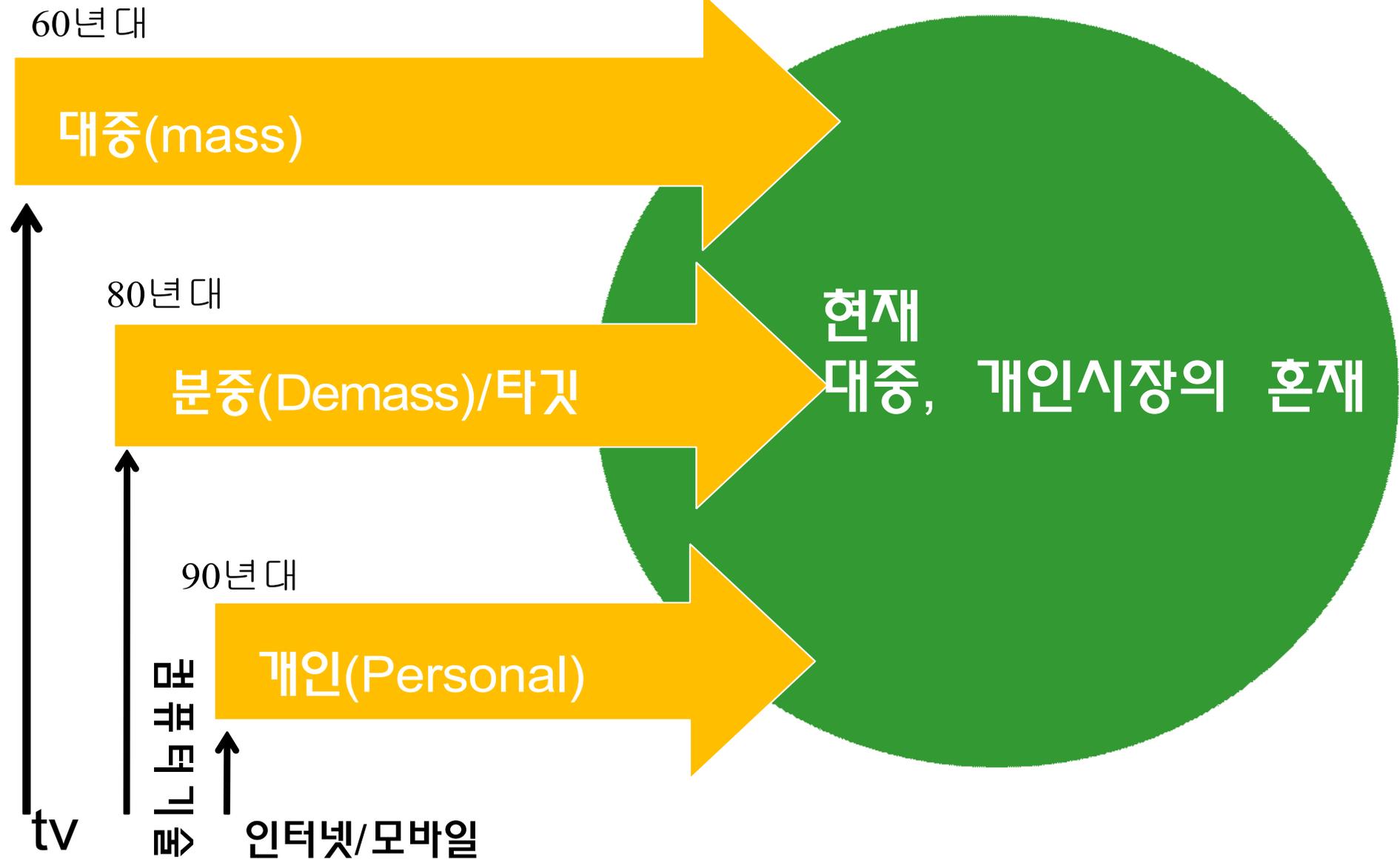
# 목 차

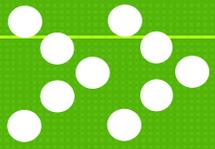
- I. 매체변화와 시장 그리고 커뮤니케이션
- II. 매체 이용시간
- III. 모바일 광고 전망
- IV. 통합과 융합 매체 모바일
- V. 지배적 미래매체 모바일



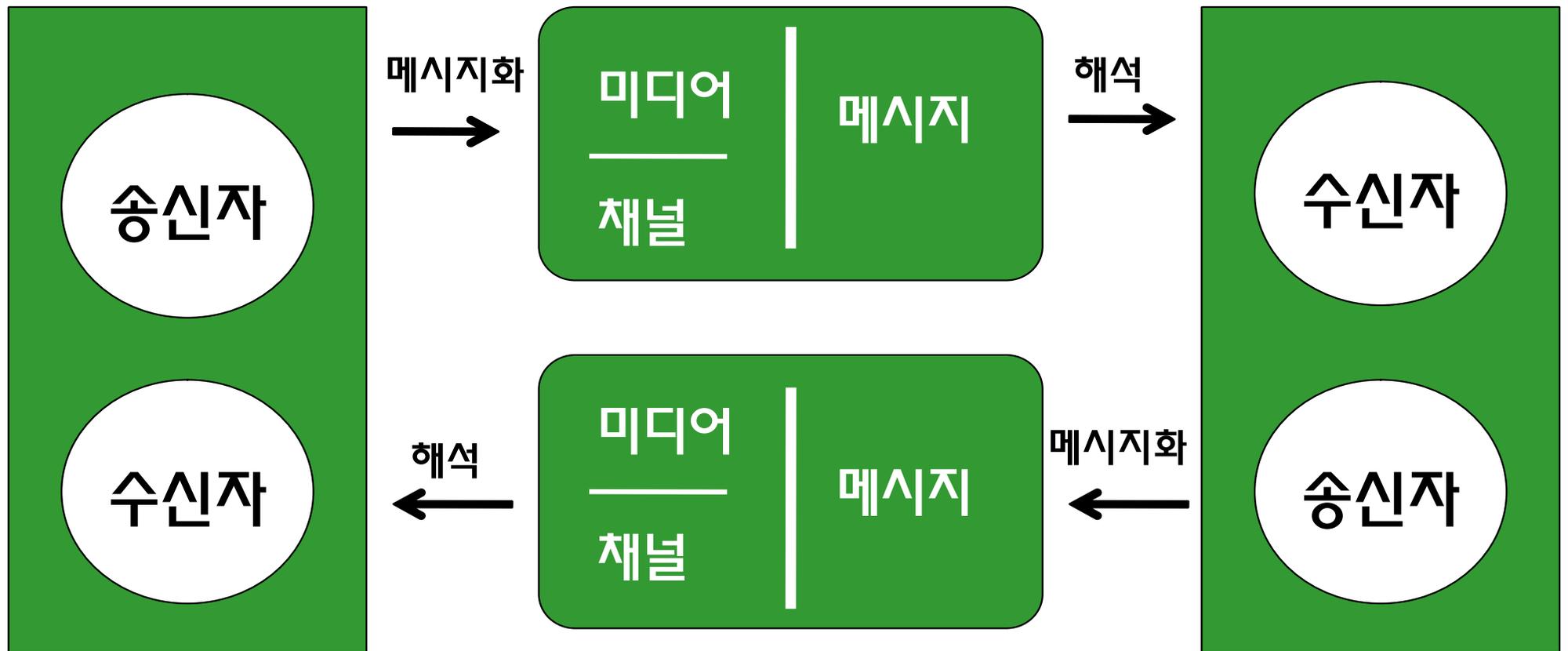
# I. 매체변화와 시장 그리고 커뮤니케이션

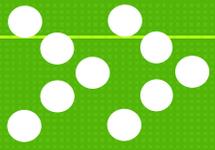
# 1.매체 변화와 시장 변화



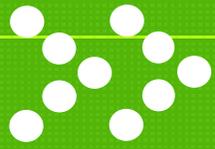


## 2. 매체 변화와 커뮤니케이션의 구조

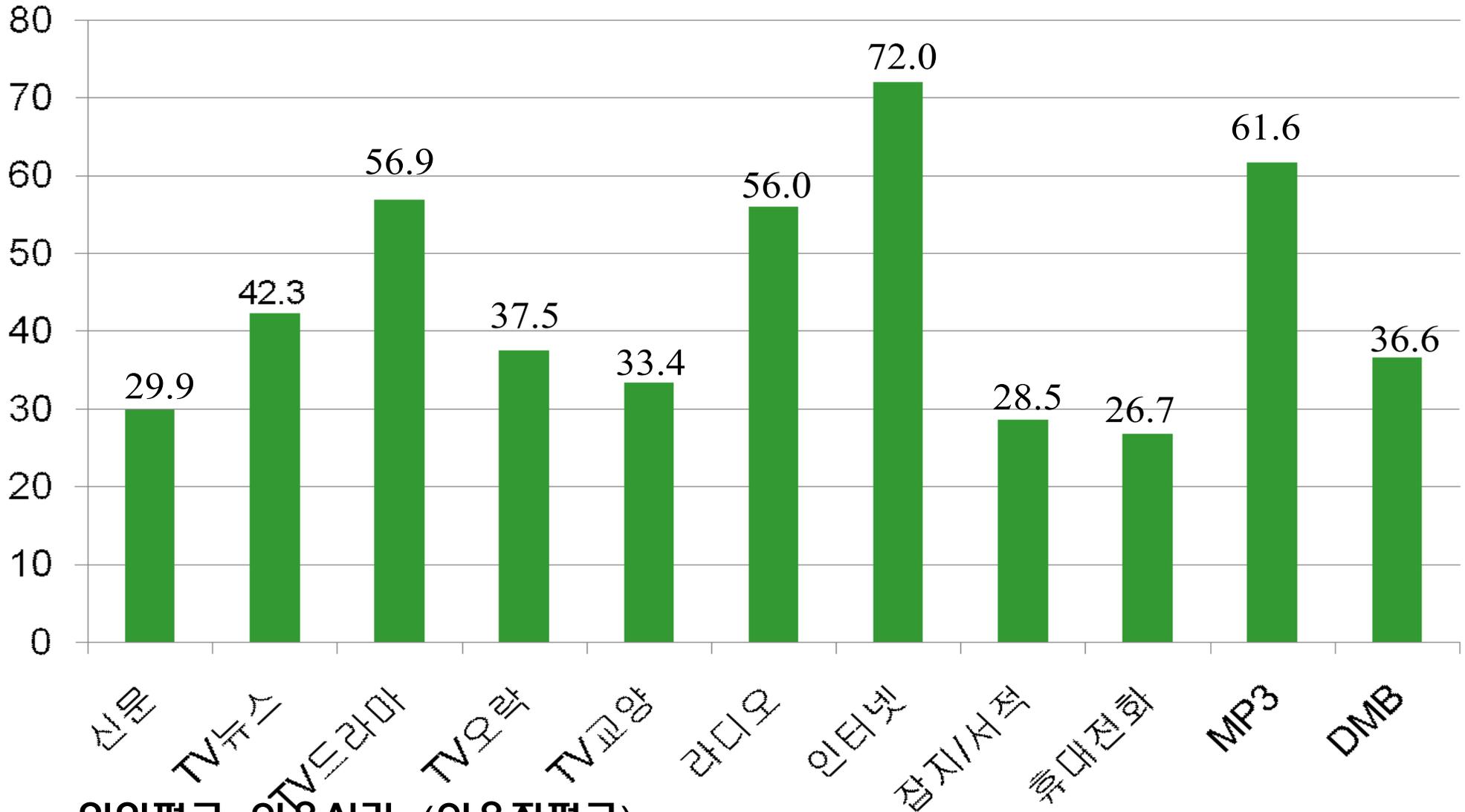




## II. 매체 이용시간

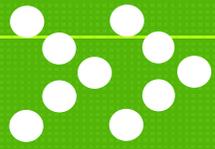


# 1. 매체별 일일 평균 이용시간 (이용자평균)

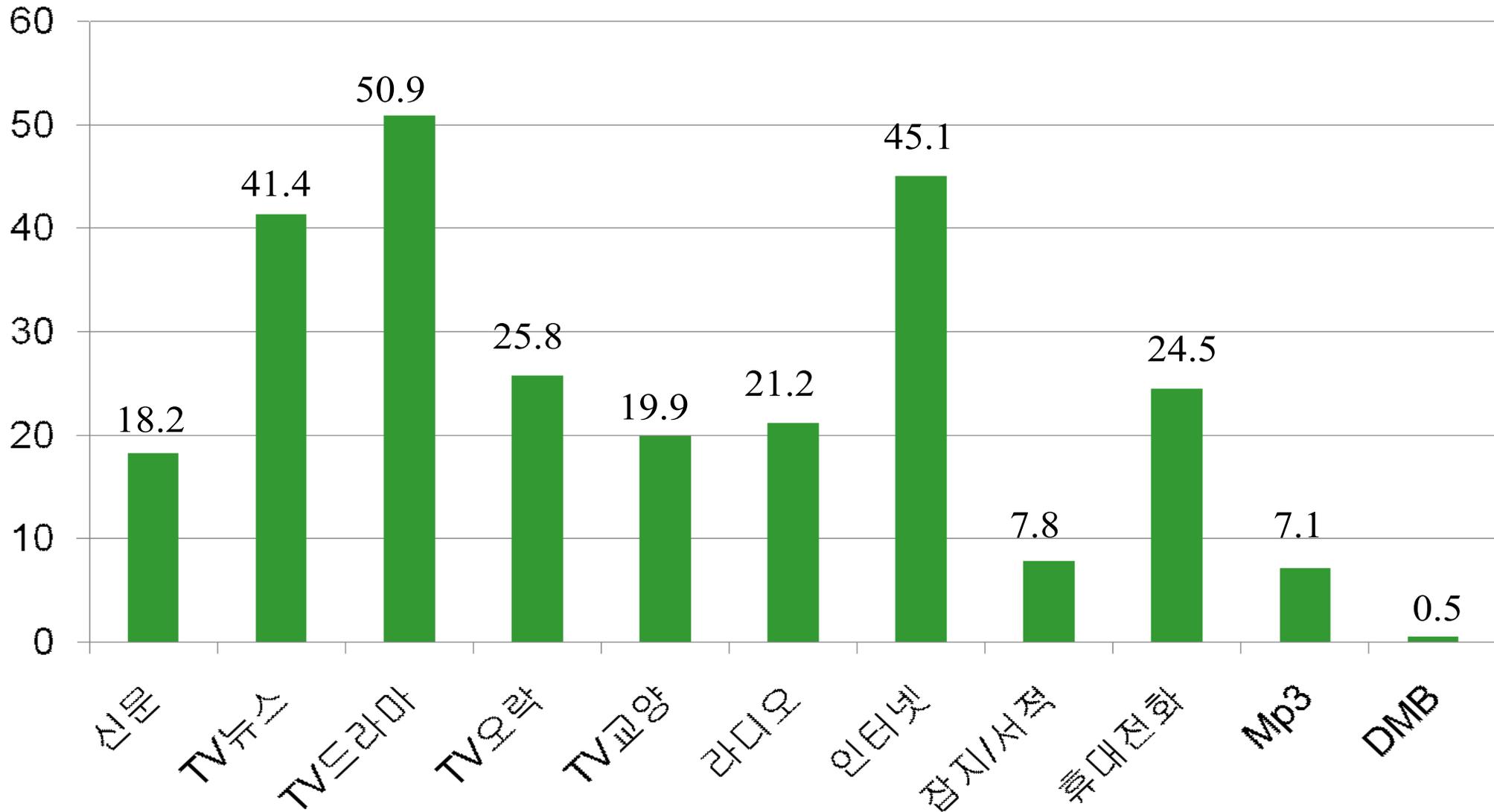


• 일일평균 이용시간 (이용자평균) :

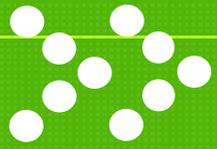
• 각 매체별 이용시간을 해당매체이용자수를 기준으로 나눈값



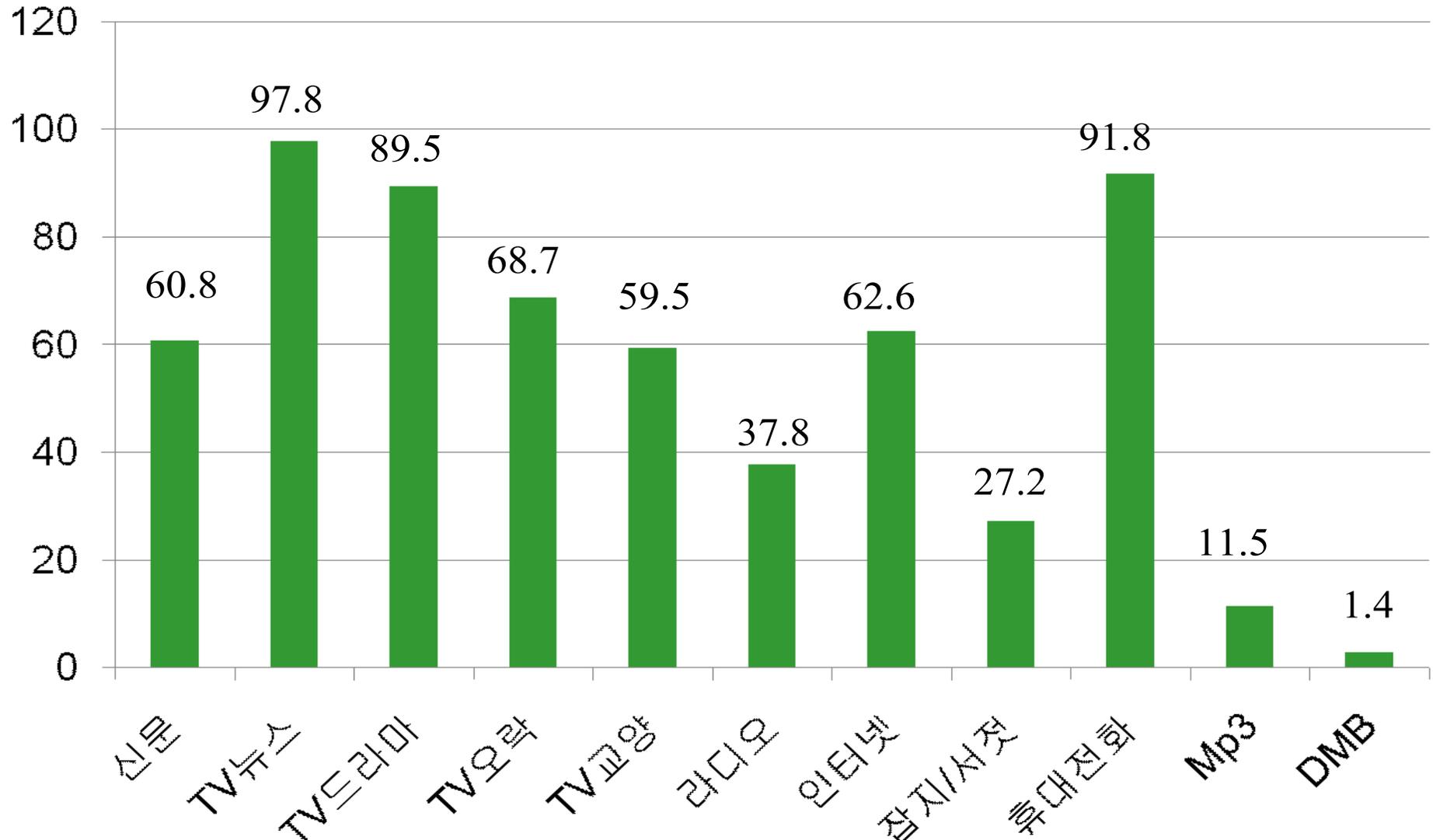
## 2.매체별 일일 평균 이용시간(전체평균)



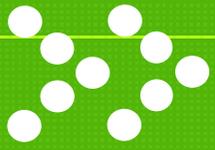
\* 일일평균시간(전체평균) : 각 매체별 이용시간을 전 국민을 기준으로 나눈 값



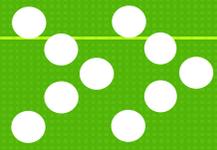
### 3.매체별 주간 평균 이용시간



\* 일일평균시간(전체평균) : 각 매체별 이용시간을 전 국민을 기준으로 나눈 값

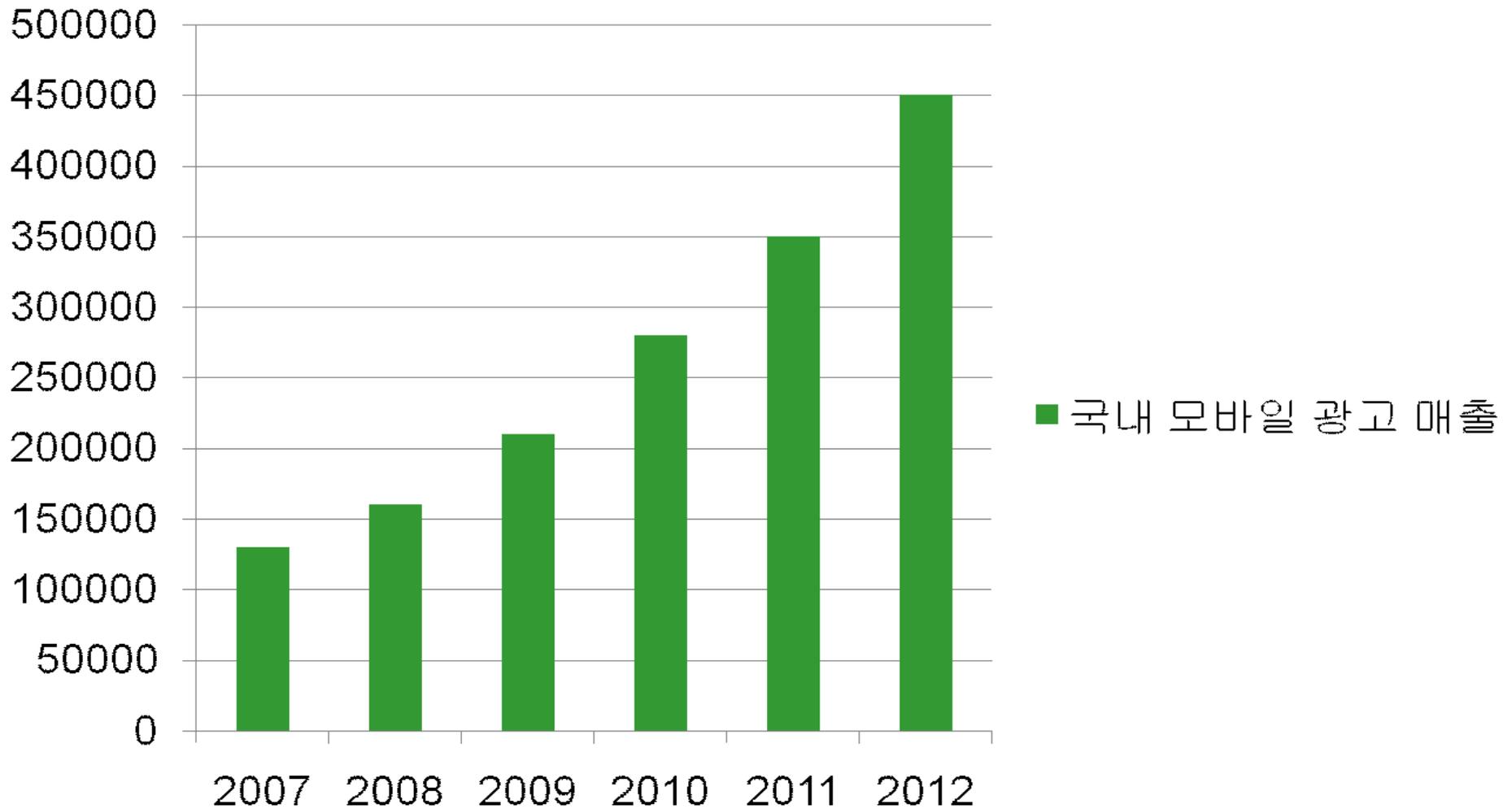


### III. 모바일 광고 전망

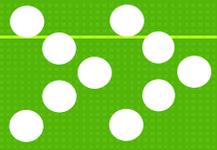


# 1. 국내 모바일 광고 매출 전망 (2007~ 2012)

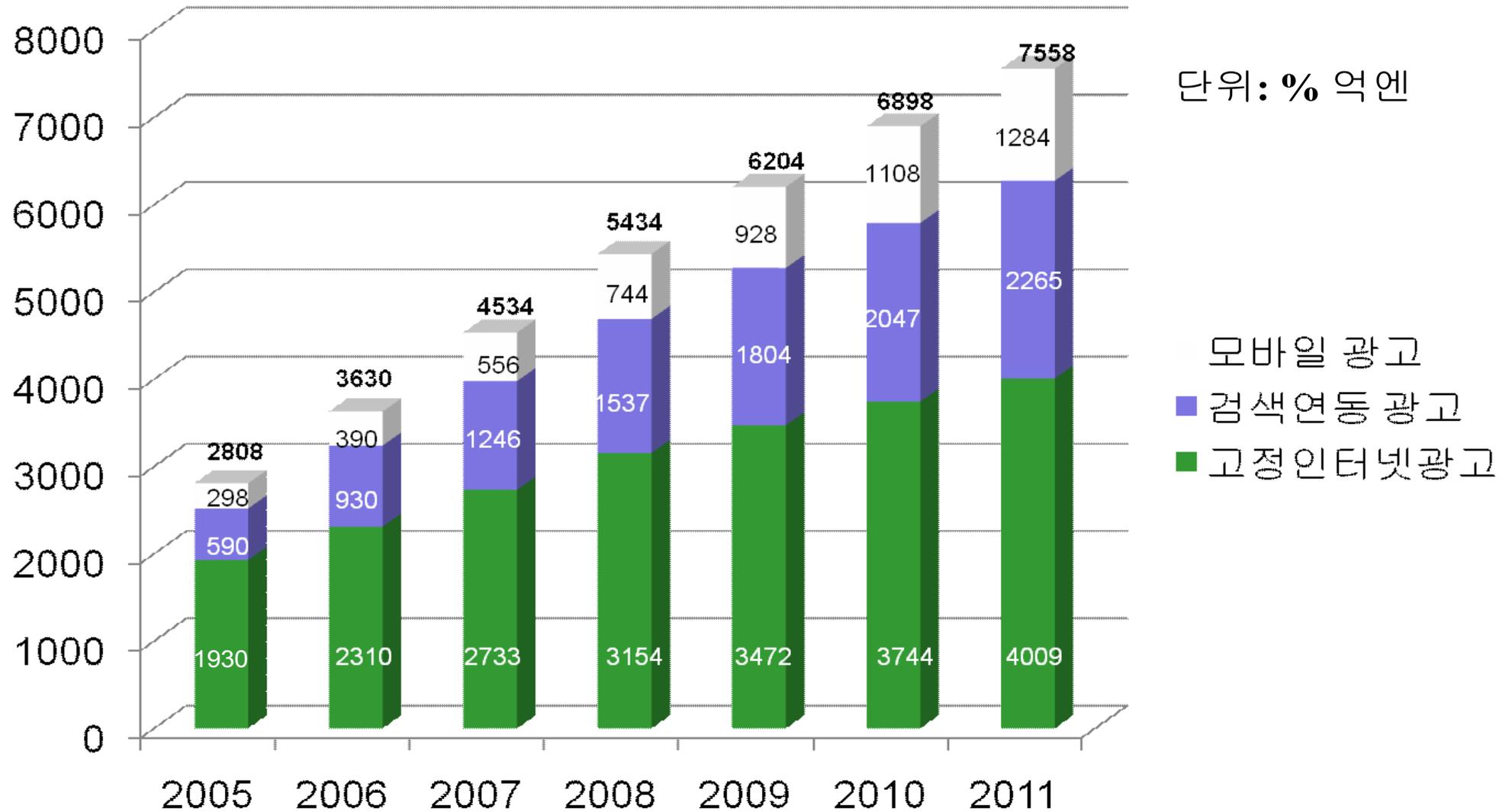
## 국내 모바일 광고 매출

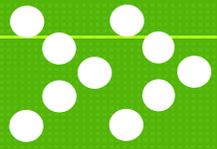


단위:천

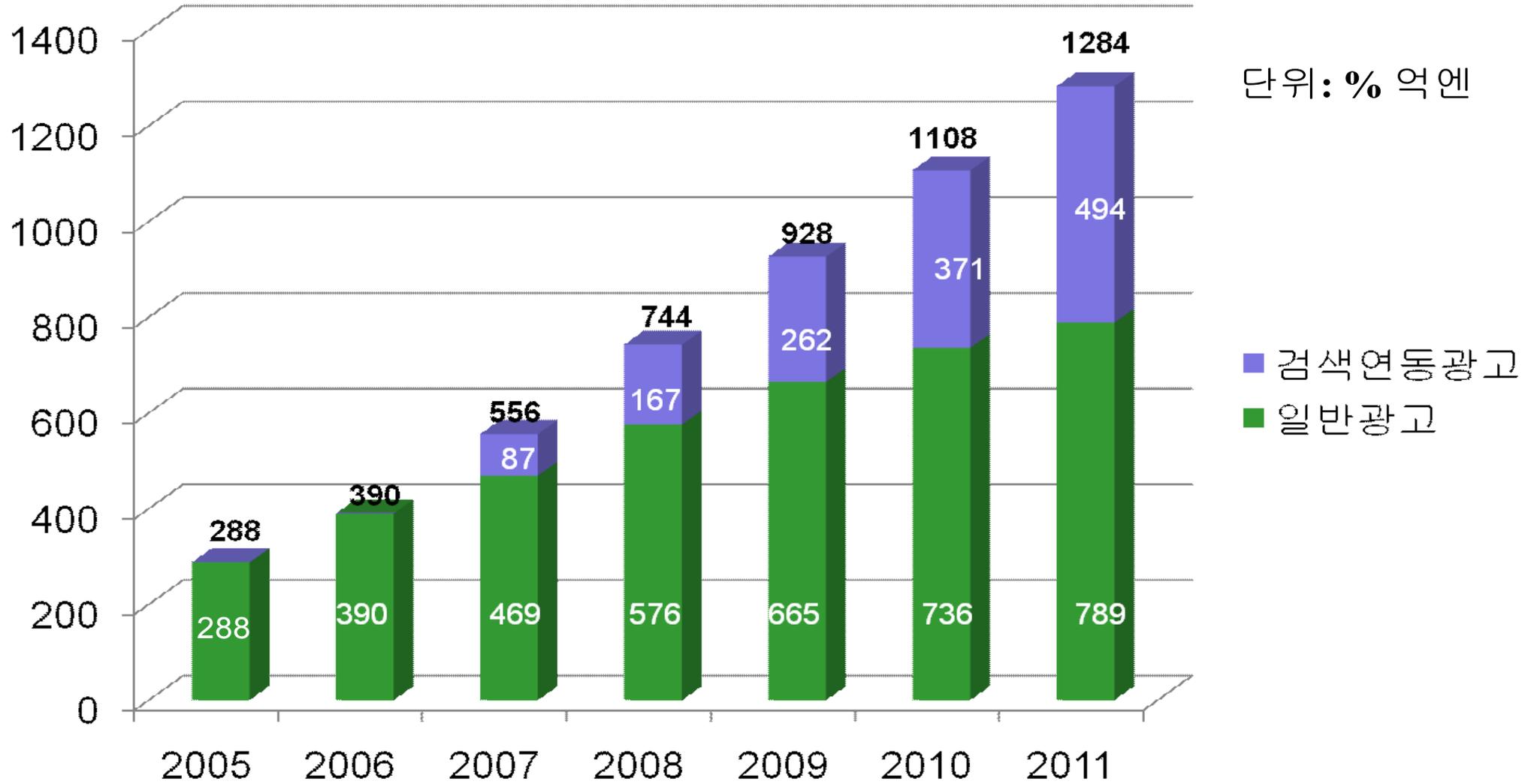


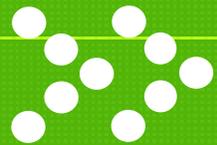
## 2. 2007~2011 인터넷 광고비전망(일본)





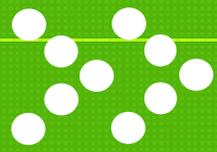
### 3. 2007~2011 모바일 광고비전망 (일본)



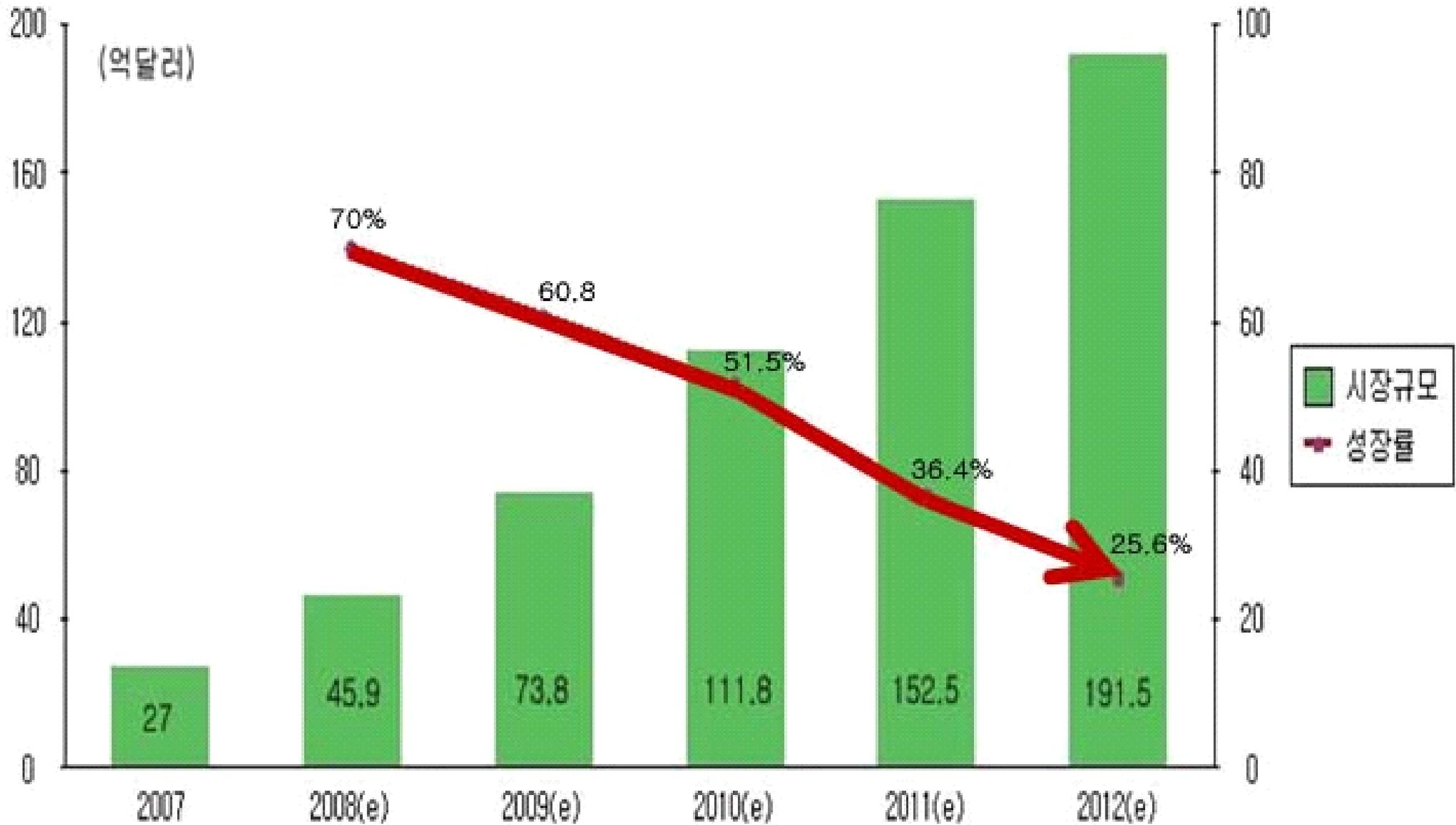


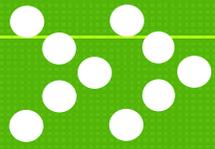
## 4. 미국 모바일 광고투자 지출 추이 전망(2006~2011)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
일반 모바일 광고 지출	410	878	1,547	2,285	3,202	4,356
모바일 멀티미디어 광고 지출	11	26	55	110	213	402
전 체	421	904	1,602	2,395	3,415	4,758

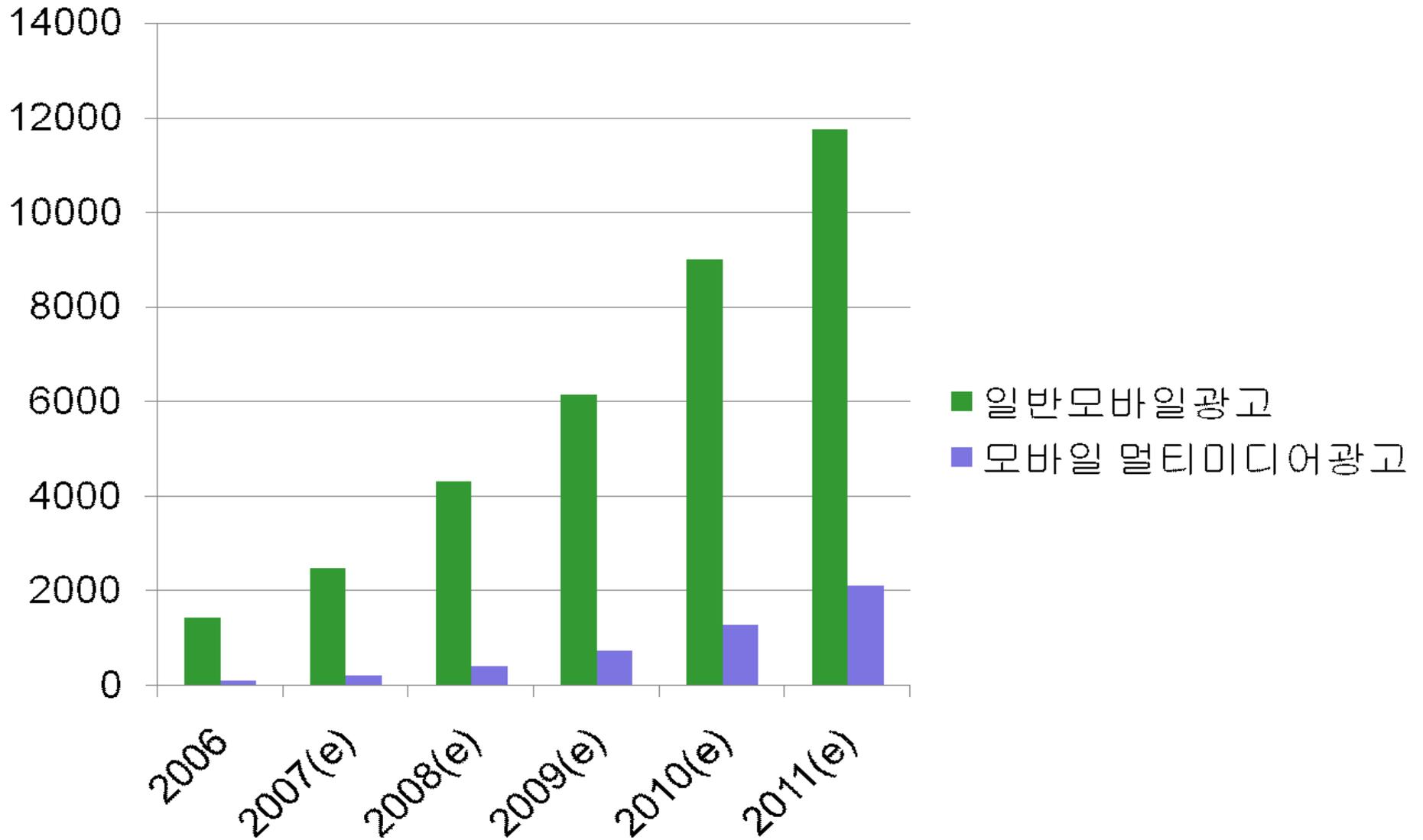


# 5. 세계 모바일 광고 시장규모전망 (2007~2012)

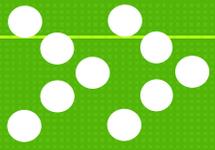




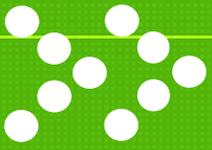
# 6. 세계 모바일 멀티미디어광고 시장규모전망(2006~2011)



(백만달러)

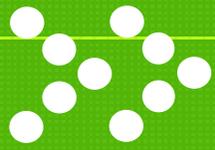


## IV. 통합과 융합 매체 모바일



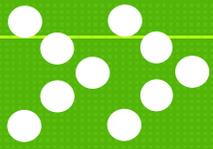
# 1. 모바일의 확장



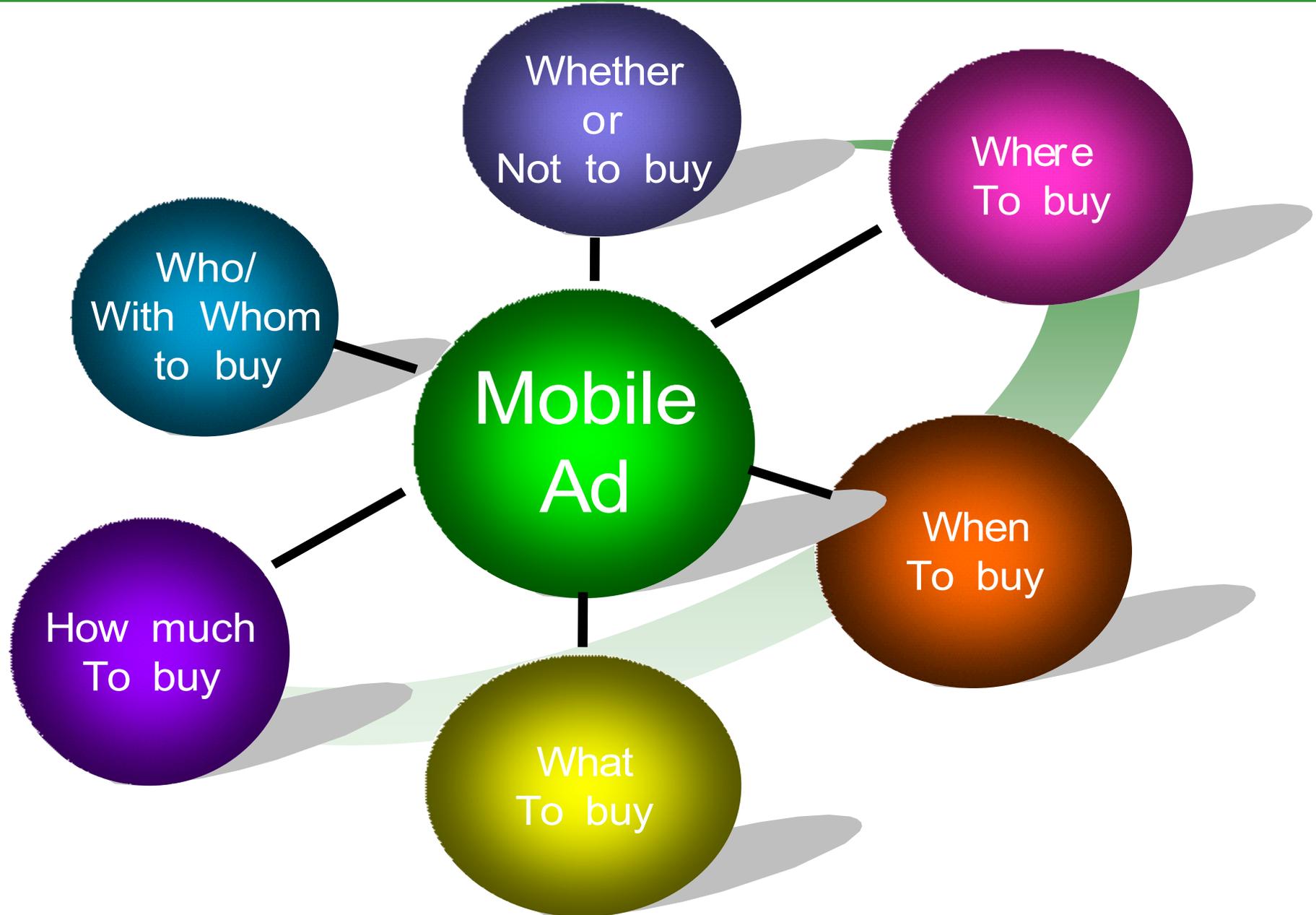


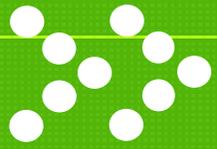
## 2. 모바일 매체에 대한 SWOT 분석





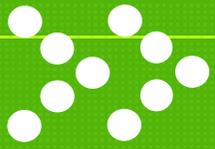
### 3. 모바일 광고 효과의 종합적인 도식



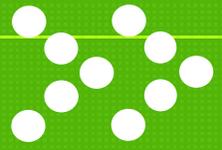


## 4. 평일 자유시간에 무엇을 하는가?

순위	10대 남성	10대 여성	20-30세 남성	20-30세 여성	35-49세 남성	35-49세 여성
1	TV	TV	TV	TV	TV	TV
2	게임	음악	모바일 인터넷	모바일 인터넷	신문	신문
3	음악	모바일 인터넷	PC 인터넷	음악	PC 인터넷	모바일 인터넷
4	공부한다	공부한다	잡지	PC 인터넷	음주	쇼핑
5	모바일 인터넷	독서	DVD본다	PC 인터넷	DVD본다	DVD본다
9	PC 인터넷	:	:	:	:	:
14	:	:	:	:	모바일 인터넷	:

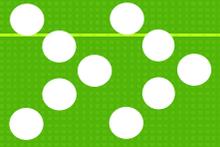


## V. 지배적 미래 매체 모바일

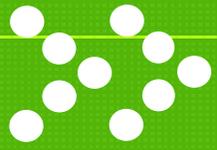


Pareto Principle < Anderson Principle

# Pareto Principle



# Features & Benefits

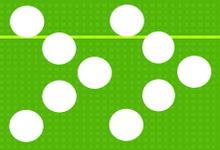


제품을 위한 리모콘

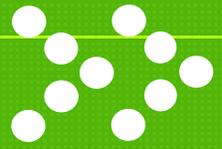


삶을 위한 리모콘

제품을 위한 리모콘

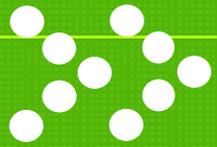


# 기술적 발전



Believe me < Marry me

Believe me



일방적, 폐쇄적 < 다중적, 참여, 공유, 개방적

일방적, 폐쇄적

변화를 통제할 수는 없다.  
할 수 있는 일은 오직 그 선두에 서는 것 뿐이다.



감사합니다.

