

2008 자료집

블로거파티 브이코아



블로거파티 vcore.kr
브이코아



블로거파티 vcore.kr
브이코아

Contents

브이코아 인사

- 김중춘 설집자 및 후견인 4
- 유영진 대표지기 5

브이코아 소개

- 브이코아는 이렇게 시작했어요 6
- 브이코아의 콘텐츠와 함께 하시려면? 7

브이코아 강의

01. 파워블로거가 되기 위한 10가지 조건 8
02. 웹2.0 시대의 인터넷 마케팅전략 10
03. 블로거 브랜드 가치향상을 위한 운영법 12
04. 맛있는 블로그 마케팅 이야기 14
05. 웹2.0과 UCC의 개념과 미래 16
06. 효과적인 인터넷쇼핑몰 마케팅 18
07. 인터넷 게릴라마케팅 20
08. 웹2.0과 비즈니스 모델 22
09. 세컨드라이프 수익모델전략 24
10. 성공하는 직장인의 블로그 습관 10가지 26
11. 유비쿼터스 시대의 미디어와 마케팅 28
12. 국내외 워젯 시장 총정리 30
13. 촛불집회와 블로고스피어 32
14. 블로그이야기 34
15. 바이럴마케팅 36
16. 1인미디어와 현장 생방송 38
17. 블로그 히어로즈 40
18. 메타블로그와 커뮤니케이션 42
19. 왜 블로그에 열광하는가? 44
20. 1인미디어 뉴스 “공동체를 위한 꿈” 46
21. 내 블로그의 가치는 얼마인가? 48
22. 파란 서비스 및 블로그 추진 전략 50
24. 블로그의 가치와 마케팅 52
25. 한국의 블로그 산업 54
27. 메타블로그를 넘어 메타미디어를 꿈꾼다 56
28. 티스토리 신규 서비스 중심 58
29. 기업을 위한 블로그, 개인을 위한 블로그 60
30. 블로깅의 즐거움과 성장 62
31. 비즈니스블로그 운영방법 64
32. 싸이월드와 블로그 66
33. 블로그와 SNS 68
34. 블로그와 바이럴마케팅 70
35. 블로그와 입소문 마케팅 72
36. 블로그와 블로고스피어 74
37. 왜 오프라인 모임이 필요한가? 76

편집후기

- 강사 후기 79
- 운영진 소개 및 편집후기 80

브이코아 2009년 비전 및 계획 83



서로에게 지분으로 발전하는 브이코아



“브이코아에서의 만남과 경험은 창조적인 미래로 가는 친구와 빛입니다. 브이코아에서 우리는 서로를 필요로 하기에 교만하지 않으며 겸손합니다. 우리는 서로의 V(Vision, Value, Victory)를 위해 협력합니다. 이미 우리는 서로의 삶과 비즈니스의 일부입니다. 우리는 서로에게 지분이 되어갑니다.”

함께 브이코아를 세우고 키우며, 많은 회원들을 만나고 사랑하며, 무엇보다 유영진 대표를 비롯한 지금의 스태프와 함께 호흡을 맞추고 팀플레이를 할 수 있어서, 참으로 행복했던 2008년이었습니다.

지난 4월에 출범한 브이코아는 9개월 만에 많은 성과를 거두었습니다. 회원 숫자가 300명을 넘어서고 35회의 특강을 통해 대외 인지도가 생겼다는 외형성장보다 더 대단한 것은 스태프를 중심으로 하는 내부 단결력입니다. 독립선언의 자유로운 블로거 노마드들이 브이코아라는 웹2.0 캠프에서 함께 어울리고 아우르며 단결할 수 있었다는 것은 기적 그 자체입니다.

아무리 강자라도 혼자면 반드시 망하고, 아무리 약자라도 함께면 반드시 흥합니다. 우리 브이코아에는 각자의 디지털 기동력과 집단의 아날로그 단결력이 공존합니다. 브이코아는 집단지성뿐만 아니라 집단노력과 집단행동까지 다 갖추었기에 웹2.0시대의 명실상부한 최강자로 부상할 것입니다.

우리 브이코아의 첫째 목표는 스태프를 비롯한 각자의 비즈니스를 성장시키는 것입니다. 둘째 목표는 브이코아 자체의 성장입니다. 셋째 목표는 사회 곳곳의 성장입니다. 우리 각자는 독립과 자유의 독특하고 창조적인 meCEO, 또 통합과 더 큰 창조의 서로 어울리고 돕는 weCEO, 더 나아가 사회적 약자들도 함께 아우르고 돕는 upCEO로 진화해야 하겠습니다.

2009년에는 경제위기에도 불구하고 브이코아의 회원 상호간에, 또 브이코아와 여타 단체들 사이에 다양한 매시업이 일어날 것이며, 이러한 중에 브이코아만의 독특한 원천기술과 명쾌한 프로세스도 구축될 것입니다. 브이코아의 집단 응집력은 2009년에 더 힘을 내며, 강하고 분명한 실체를 만들어낼 것입니다.

2009년에 경제위기의 바람이 불면 매주 토요일 아침마다 브이코아에서 창조와 협력의 연을 날립니다. 바람이 폭풍으로 변하면 그 폭풍을 타고 우리 모두 다 독수리처럼 더 높이 치솟아 오릅니다.

한 해 동안 여러분의 팍방울이 브이코아에 날개가 되었고 이제 그 날개는 여러분 자신을 날게 만들 것입니다. 지금껏 수고하신 여러분을 진심으로 칭찬하고 사랑하며 또한 축복합니다. 여러분은 저의 소중한 지분입니다.

개방, 참여, 공유의 2008년을 보내고 더 큰 협력, 상생의 2009년을 맞으면서..

브이코아 2008 그리고 2009



우리 브이코아와 2008년을 함께 해주신 분들께 진심으로 감사 드립니다. 올해 초에 시작해서 35회차를 충실하고 멋진 프로그램으로 완성하신 모든 코아멤버들을 존경하고 사랑합니다. 우리 브이코아는 강남을 중심으로 블로거파티라는 테마로 2008년을 장식했습니다. 온라인에서의 강력한 역할에도 불구하고 항상 실제적인 블로거운영에는 어려움도 뒤따랐고 만남과 관계에는 갈증이 있었으며 가치생산의 고리는 쉽게 완성되지 않았습니다. 또한 보다 더 깊은 연구와 발표에는 극히 일부 소수만이 참여했을 뿐입니다. 브이코아는 이러한 블로거들에게 개설, 운영, 활용에 대한 지식과 정보를 전달하고 심도 깊은 토론을 유도하며 그 가치를 증폭시키는 역할을 맡고자 시작되었습니다.

참여하시는 분들 한분 한분의 참여로 운영되는 브이코아에 많은 좋은 분들이 참여해주셔서 이제는 블로거스피어에서 하나의 브랜드로 자리잡았습니다. 많은 블로거들에게 좋은 기술과 정보로 네트워크로 되돌릴 수 있는 장이 되었습니다. 이제 한 해의 끝에 서서 아쉬운 가운데에도 자족해봅니다.

블로거들의 정기적인 오프라인 파티는 현재 저희 밖에 없습니다. 물론 다양한 현장에서 그리고 이벤트 속에서는 수없이 많은 만남이 이루어지고 있지만 파워블로거에서 이제 막 티스토리를 시작한 새내기 블로거까지 함께 어울릴 수 있는 마당은 브이코아가 처음이라고 생각합니다. 참여해보신 분들은 아십니다. 규격화된 단순한 세미나가 아니라 한 분 한 분이 참여하는 분들의 성장과 함께 적절한 분야의 강의를 맡아주시고 질의응답에 임해주시고 그 한번 한번의 파티가 어떠했는지 말입니다.

많은 분들이 추천해주시는 더 좋은 실전 프로그램들을 본격적으로 개발하겠습니다. 그리고 그것을 바탕으로 다양한 블로거간의 교류의 장으로 부족함이 없도록 함께 만들어 갈 것입니다. 블로거스피어에서 부족한 부분들을 채우는 오프라인과 온라인의 연계플랫폼으로서의 브이코아... 기대되시죠^^

2009년을 준비하면서 우리의 계획과는 어떤 것이 달라졌고 실행에서 배운 것은 무엇이 있는지 점검해서 일찬 한 해를 약속할 수 있는 브이코아가 되었으면 합니다. 1인 기업을 위한 플랫폼으로 블로그 만큼은 가장 기본적인 것이라고 생각합니다. 블로거스피어라는 주제를 통해 웹2.0을 연구하고 나누는 산실이 되고자 합니다.

새해에 새로 만나게 되실 분들을 환영합니다. ^^

우리 브이코아를 통해서 블로거스피어에서 만나서 함께 살아가기를 원합니다. 이미 올해부터 동영상 기록과 함께 다양한 온라인생중계도 시도되었습니다. 도전365 심현용님을 통한 아프리카 중계에서 엔유를 통한 인터넷방송까지 많은 준비가 되었습니다. 세컨드라이프로 대표되는 3D웹에서의 블로거파티도 내년에는 실행에 옮길 것입니다.

브이코아 대표지기 유영진

브이코아는 이렇게 시작했어요.

“사실 몇몇분이 우연을 가장한 필연으로 만나게 되었습니다. 모두 가슴속에 뜨거운 에너지와 열정이 가득한데 뭘 어떻게 해야 할지 알 수 없었지요. 그들이 바라보고 꿈꾸는 세상은 돈이라는 것 이상의 가치를 창조하는 그릇의 역할을 갈망하고 있었습니다. 서로 혼란스러운 생각이 어지러이 교차하는 와중에 한 걸음을 먼저 내딛고 생각하는 것이 중요하다고 생각하게 되었습니다.

거창하지는 않습니다만 작으면서도 힘찬 발걸음을 내딛었습니다. ^^

이 모임은 "블로그아카데미 블로거파티 브이코아" 입니다.

"브이코아"는 나눔과 배움의 가치를 정보와 사업에 적용시켜 보다 인터넷 및 IT에 관심이 많은 분에게 항상 열린 공간과 네트워크를 지원하려 합니다. 인터넷 정보에서도 점점 더 권력화를 추구하고 있으며 특히 특정한 카르텔로 굳어지고 있습니다. "브이코아"는 이러한 인터넷 정보와 노하우에 대한 나눔과 배움을 교감과 소통을 본질적인 가치로 추구할 예정입니다. 아이디어와 정보들에 대한 습득을 "브이코아"에서 맛보시기 바랍니다.^^

"브이코아"는 블로거와 아카데미, 비즈니스 그리고 네트워크의 4대 모토를 핵심으로 운영될 예정입니다. 특히 국내의 파워블로거 분들을 강사로 모시고 그들의 노하우를 함께 교감하고 함께 토론하여 이론적인 접근이 아닌 현재 한국 블로고스피어의 생생한 트렌드를 접하실 수 있게 될 것입니다. 블로거가 블로거와 집단지성을 통해 상호 커뮤니케이션을 하고

그러한 공간에 인터넷 비즈니스에 관심이 많은 분이 오셔서 비즈니스 네트워크를 통한 팀빌딩까지의 확대가 저희가 바라는 진정한 미래 목표라고 생각합니다.

"브이코아"는 비영리, 비상업적인 모임이며 이는 참여하는 블로거나 일반인들의 인프라입니다. 현재의 운영위원들이 존재하는 동안은 지켜나갈 우리의 소중한 가치이기도 합니다. 단, "브이코아" 회원 간의 비즈니스나 협업은 적극적으로 주선 및 연결을 해 드리며 이를 통해 부가가치를 창출해 나가시는 것을 적극 지원해 드릴 예정입니다. "브이코아"에 참석하실 수 있는 좌석은 40석 정도이며 함께 식사도 하면서 토론도 하고 격의 없는 대화를 나누는 시간을 가지게 될 것입니다. 작은 모임의 가치를 '브이코아'가 만들어 가겠습니다.

"브이코아"는 이익을 주는 열린 공간입니다. 이익이란 것은 참여하시는 분께 구체적인 이익(정보, 노하우, 인맥, 네트워크, 연대감, 기타)을 주고자 하는 것이며 열린 공간이란 것은 어떠한 자격과 차별도 없는 공간임을 의미합니다. 누구든지 "브이코아"의 운영에 적극적으로 참여 하실수 있으며 "브이코아"의 회원이 되실 수 있습니다. 화려하게 돋보이지 않지만 반드시 필요한 공기와 같은 그런 가치를 창조 해 보려 합니다.

작지만 강한 모임 "브이코아" 입니다.

브이코아 콘텐츠와 함께 하시려면..?

브이코아의 콘텐츠는 강의를 한 블로거의 콘텐츠를 최대한 부각 시키고 검색엔진에 노출이 될수 있도록 다음과 같이 구성됩니다.

1. **블로거 강의 자료** : 파워포인트 자료를 첨부파일로 블로그에 첨부합니다.
2. **블로거 강의 자료 슬라이드쇼** : 웹상에서 이미지로 바로 볼수 있습니다.
3. **블로거 인물사진** : 고해상도 블로거의 인물사진을 촬영하여 a것을 파일로 업로드 합니다.
4. **블로거 강의 녹취** : 글로서 강의 전체를 녹취를 하여 객관적으로 정보를 전달해 드립니다.
5. **블로그 동영상 클립** : 강의의 특정한 부분을 동영상으로 만들어 블로그에 업로드 합니다.
6. **블로거 개인 프로필 공지** : 강의 블로거의 프로필과 경력을 공지하여 포스팅 합니다.
7. **블로거 개인 블로그 및 홈페이지 링크**
8. **강의후기** : 강의를 수강한 사람들의 강의 후기를 포스팅하거나 트랙백을 걸게 됩니다.
9. **마인드맵** : 강의 내용을 압축한 마인드맵을 포스팅 합니다.
10. **인터넷 생방송** : 강의 내용을 인터넷으로 생중계 합니다.

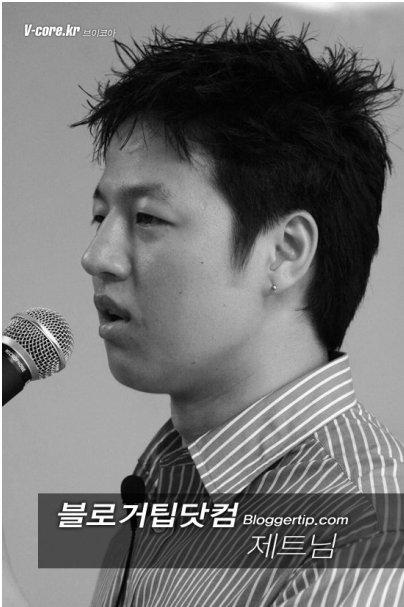
[브이코아](#)의 콘텐츠는 강의하시는 블로거를 중심으로 최대한 콘텐츠를 만들어 효과적으로 강조하는 구조로 되어 있습니다. 한번 강의로 다른 어디에서도 볼수 없는 높은 수준의 콘텐츠를 맛 보실수 있으며 [브이코아](#) 강의에 직접 참여를 하실수 없더라도 [브이코아](#) 블로그에 접속만 하시면 실제로 강의에 참여 하신 것과 동일한 메시지를 전달 받으실 수 있습니다. 대형 컨퍼런스나 기타 강의에서 못다한 내용의 이야기나 시간에 쫓겨 넘어 갔던 이야기들을 [브이코아](#) 모임에서 충분히 전달 하실 수 있으며 무엇보다 강의하시는 블로거의 모든 가치를 최대한 전달해 드리는 것이 [브이코아](#) 콘텐츠 개발의 핵심이기도 합니다. 이렇게 블로거에 집중해서 콘텐츠를 만드는 이유는 [브이코아](#) 모임을 홍보하기 위함이 아니라 [브이코아](#)에 서 강의한 블로거분들의 가치를 더 높여 드리려고 하는 것입니다. 일회용 휘발성 강의에 대한 콘텐츠는 사실 아무도 신경쓰지 않습니다. 왜냐하면 콘텐츠를 만들지 않아야 컨퍼런스나 기타 강의를 유료로 모집할 수 있기 때문이기도 합니다. 또한 무료로 다른 사람의 콘텐츠를 만든다는 것은 결코 쉽지 않습니다. ([브이코아](#) 콘텐츠 개발은 [브이코아](#) 참여자들과 함께 개발하는 콘텐츠 입니다) 사실 [브이코아](#)의 욕심은 블로거를 담은 큰 그릇이 되고 싶습니다. 가치있는 블로거의 강의와, 유저에게 의미있는 콘텐츠라는 다양한 요리를 담은 크고 넓은 대접이 되고자 합니다. [브이코아](#)는 빛나는 블로거의 진한 그림자의 역할에 충실할 뿐 입니다. 이렇게 보면 [브이코아](#)도 꽤 독특한 모임인것 같습니다. 그쵸? 브이코아에 참여하시는 방법은 매우 간단합니다.^^

- **일시** : 매주 토요일 오전 9시 30분 (연중무휴)
- **장소** : 강남역 3번 출구에 내리셔서 오시다 보면 별다방(스타벅스)가 보이는데 그것을 끼고 우회전, 앞쪽에 카페 파스쿠치가 있는 그 건물 602호! 인터폰을 누르시면 바로 문open . 약 2분 거리
- **준비물** : 명함과 회비 오천원(학생 무료)
- **문의사항** : 대표지기 유영진 019-324-0111 / cityhnr@gmail.com

이 모임은 사실 **과열**되기 일쑤라서 좀처럼 자리를 뜨지 않아 점심을 나가서 먹지 않고 **샌드위치로 간단한 식사**를 하게 됩니다. 물론 식사하는 과정에서도 많은 **토론과 이야기**를 나올 수 있습니다. ^^

브이코아 01. 파워블로거가 되기 위한 10가지 조건 - 블로거팁닷컴의 제트님(04/12)

포스트주소 : <http://v-core.kr/10>



『Zet/젯, 제트라는 닉네임으로 활동 중인 전업블로거 블로거 기자, 블로그 칼럼니스트, 얼리어답터(리뷰어)로 활동 중』

*시간과 열정

1. 시간 : 블로그 개설 후 초반에는 많은 시간을 투자하는 것이 중요하다. 3~6 시간정도 투자 하는 것이 좋다. 블로그 개설 후 최소 3개월은 성실하고 열정적인 모습이 필요하다.
2. 열정 : 열정이 중요하다. 무언가를 이루고자 하는 그 열정이 자기의 블로그를 만들고 방문객에게 감동을 유발한다.
3. 열정을 지속하는 노력 : 열정을 지속하는 노력이 필요하다. 자신이 관심있는 분야의 책을 많이 읽어야 한다. 책을 보는것을 통해 노하우를 많이 얻을 수 있다.

*댓글의 기능

1. 댓글이 가지는 가치 : 댓글을 통해 블로그의 커뮤니케이션정도를 측정한다.
2. 댓글을 작성하는 요령 : 댓글을 작성하는 요령은 내가 다루고 있는 같은 주제의 블로그 방문해서 댓글을 달자. 공통 주제로 대화를 할 수 있고 자신의 동료로 만들 수 있다. 성의있게 댓글을 남기고 부정적인 댓글(악플)은 삼가. 한번 더 생각해보고 댓글을 남기는 것! 블로그는 만인에 오픈 되어있는 상태이다.

*링크의 활용

1. 블로그 파워의 원천,링크 : 다른 블로거에게 많이 링크되어 질수록 검색엔진에서 내 글은 상위에 위치하게 되며 많은 영향을 미친다.
2. 링크라는 기술을 사용하는 요령 : 자신이 정보성 글, 남들에게 도움이 되는글을 올린다. 다른 블로그의 좋은 글을 포스트 본문에 링크하는 습관을 들이자. 링크에 고마움을 느끼게 되며 블로그 친구를 만들어 주고 링크를 통해 친밀감이 형성될 수 있다. 남의 블로그의 글 뿐만 아니라 예전 글을 사람들에게 다시 노출시켜 활용하는 방법이 있다.

*주제의 선정

1. 블로그의 주제를 정해야 하는 이유 : 블로그의 주제가 있어야 자신의 고정 독자가 생기게 되고 해당 블로그의 전문성을 갖게 한다. 나만의 브랜드를 만들고 전문성을 갖는데에 큰 도움을 주게 된다. 자신이 자신있고 흥미를 느끼는 분야로 주제를 정하는 것이 좋다.
2. 주제 선정시의 유의점 : 자신이 관심있고 흥미를 느끼는 분야의 주제를 정하는 것이 좋다. 자신만의 독창적인 콘텐츠 만들기. 주제가 중복된다고 해서 미리 염려 하지 말것! 같은 주제의 블로그가 운영중이라고 해도 자신만의 독창적인 콘텐츠를 만들도록 노력하자.
3. 내가 선택한 주제에서 만큼은 1인자가 되겠다는 마음가짐 : 이런 마음가짐이 블로거의 활력소가 되고 에너지가

되어준다.

*정보성 포스트의 작성

1. 도움이 되는 포스트의 효과 : 정보성 글을 하나만 올려도 구독자가 늘어난다. 상호 이익이 되는 효과를 얻을 수 있다.
2. 정보성 포스트의 작성요령 : 평소에 방문자에게 도움이 될만한 글을 고민하고 찾아내면서 정보를 제공한다. 블로그에 글을 올릴 때에 방문자라는 생각으로 도움이 될만한 글을 올린다.

*파워블로거와의 유대관계

1. 파워블로거와 친하게 지내야하는이유 : 배울것도 많고 홍보효과도 얻을 수 있다.
2. 파워블로거와 친하게 지내는 방법 : 자주찾아서 댓글을 남기고 얼굴을 비춘다. 내 블로그에 방문해 주지 않는다고 노여워하지 말자. 좋은 소식이나 유용한 정보가 있으면 댓글을 남겨준다. 어려운 일이나 힘들어 할때 격려해 주고 직접 전화하는 방법도 있다. 친해지고자 하는 블로거를 링크를 통해 자주 언급한다. 고마움을 느낄것이다. 어려움이 있을때에는 찾아가서 조언을 구한다.

*셀프 브랜딩

1. 블로그로 나 자신을 브랜드화 하는 요령 : 설치형 블로그를 사용하는 것이 도움이 된다. 블로그의 주제를 선정하고 독립 도메인 사용 (타이틀이 중요) 해당 주제에 대한 지속적인 관심과 연구가 필요하다.
2. 블로그를 통한 브랜드화의 필요성 : 블로그에 작성된 글은 검색엔진에 영구적으로 노출되어 온라인 상에 "나"라는 사람의 전문성을 각인 시킬수 있는 특별한 도구가 될수있다.

*독립 도메인

1. 왜 독립 도메인인가? : 간결하고 맞아 떨어지는 느낌을 주게 되어 더 많은 효과를 볼 수 있다.
2. 좋은 도메인 이름에 대하여 : 블로그 이름과 맞아 떨어지는 이름이 가장 좋으며 닷컴 도메인이 좋다.
3. 독립도메인 사용 방법 : 도메인 호스팅 사이트에 가입한 후 사용료 지불 (1년 1만원)

*포스트 작성방법

1. 리스트 사용하기 : 숫자를 넣어서 리스트화 하는 작업을 통해 좀더 간결하고 보기 좋은 포스트를 만들 수 있다. 숫자나 기호가 들어가면 읽기에도 좋고 타이틀에 집중 되는 효과를 볼수있다. 리스트를 사용하는 습관을 들이자.
2. 잡지를 보고 디자인을 연구 : 패션잡지를 통해 다양한 구성을 엿볼수 있다. 다양한 잡지들을 보면서 좋은 디자인을 참고하는 방법이 있다.
3. 리제너레이션 : 내가 선택한 주제의 외국 블로그를 찾는다. 그 글을 그대로 가져와 번역하거나 베끼면 저작권법

<댓글>

1. 현웅재2008/04/15 14:41 강의 너무 좋았습니다. 파워 블로그에 대해 잘 알 수 있었습니다. 질문도 잘 받아주시고 이제 블로그 하나 만들어서 운영해볼 참인데 많은 도움이 되었습니다. ^^

2. 위크리에이션2008/04/26 16:47 어찌 젊은 감사님이 그토록 미남이신 데다 강의까지 잘 하시니 젊은 처자들이 다 밤잠을 설치다는 통신~ 먼 곳에서 기꺼이 와주셔서 첫 강의 테이프를 끊어주시는 제트님을 사랑하고 축복합니다. 힘내세요. 블로그의 제왕이 되세요. 블로그팁닷컴 만세~

<트랙백>

1. V-core 블로거팁닷컴 ZET님의 강연을 다녀왔습니다. from 기차니스트의 너와 내가 원하는 무엇 2008/04/14 01:54

<http://iu1.kr/entry/V-core-blogertip-com-ZET-conference>

2. 브이 코아 강남모임 "블로거팁 닷컴"제트님의 강의를 다녀오다!!! from Hip Hop Supply Ship 2008/04/14 21:27

<http://hiphopcriss.tistory.com/entry/브이-코아-강남모임-블로거팁-닷컴제트님의-강의>

브이코아 02. 웹2.0시대의 인터넷 마케팅전략 - 마켓캐스트 김형택 대표(04/19)

포스트주소 : <http://v-core.kr/14>



『닉네임:무한마루치/아호:月下氷人/E-mail:webpro@webpro.co.kr
관심있는 분야:인터넷마케팅,유비쿼터스 ,New Tech,고대문자,답사여행 /직
업: 마케팅전략컨설턴트/좌우명: 靜中有動, 動中有靜』 /홈페이지:<http://www.marketcast.co.kr> <http://my.dreamwiz.com/webpro>
<http://www.cyworld.com/maruchi>

포탈시각에서 바라본 것들

외부활동을 하면서 블로거 입장에서 본 것을 말씀드리겠습니다. 마켓캐스터란 코리아인터넷마케팅센터에서 지금이야 넘쳐나는 것이 마케팅정보지만 그 때는 드물었습니다. 한번 인터넷마케팅정보를 제공하면 어떻게 해서 서비스를 시작했습니다. 이어 오다가 2000년 부터 어쩔 수 없는 기획자가 되더라구요 최대 고민은 기획서를 쓰다보면 통계가 부족해요. 한페이지에 20대 이상의 성향을 넣어야 하는데 기획서 쓸려면 통계가 없어요. 그래서 그것을 모아놓은 것이 마켓캐스트예요. 통계DB를 모아놓는 것부터 시작했어요. 지금은 제 컬럼과 전반적인 트렌드를 묶는 사이트가 되었습니다.

제가 강의할 때 많이 쓰는 부분인데제가 직업으로 이쪽을 하게 될지 몰랐어요. 제가 역사전공이거든요.역사관련 동아리 시삽이었구요. 제가 과란 들어가기 전까지는 모바일과 유비쿼터스를 4년정도 했어요.앞으로는 그쪽으로 가겠죠? 지금은 블로거라는 것이 있지만 특이한 것이 아니고 게시판 클럽 등등의 것의 불편함을 개선한 것이 블로그구요. 그 전까지는 그룹들이 있었고 1to1 마케팅을 해왔는데 그 전까지는 클럽이나 동호회가 존재했고 글을 쓰고 공유했는데 나와 다른데 내가 왜 그 안에서 활동해야돼? 왜 제공해주는 것만 써야해? 개인 아이덴티티를 나타내며 활동할까? 해서 블로깅을 하게 되죠. 패러다임이 변화하면 모르거나 놓친다는 것...패러다임이 변화하는 것을 놓치면 사업기회를 놓치게 됩니다.

저희가 옛날 하이텔이예요. 전략적 변화를 놓치니까 기회를 상실했죠. 케이스바이케이스로 참 많죠.. 다음도 1위였지만 개인정보가 늘어나는데... 그 기회를 놓치게 되는 것이죠. 카페의 1위는 다음이지만 1to1 마케팅 측면으로 보면 네이버가 1위겠죠. 변한다는 사실을 우리가 모르고 있지만 변화현상이 일어나는데 기회로 볼 것인가.. 순응할 것인가.. 포탈로 바라보면 사이월드 이후에는 신규로 나온 서비스가 없어요.작년에 나온 티스토리 이후에 신규서비스가 없어요. 많지는 않았다는거죠.

마케팅기법이 새로운 것은 없어요. 마케팅이라는 것은 구성하는 대상에 따라 변화하게 되요. ing 라는거죠. 고정되어 있지 않아서 힘들다는거죠 끊임없이 소비자도 기업도 시장도 변화하고 있다는거죠. 전에는 검색엔진이 중요했는데 변화되었어요. 바이럴 자체가 유통이다... 그 통로가 블로거라는거죠. 피딩이 가능하고 네트워크에서 확산되어 간다는거죠.

자기가 소속되기를 원하지 않아요. 기술적인 패러다임도 바뀌어져가고 있어요. 배너광고 형태가 있었는데 지금은 고정배너는 거의 안하죠. 인터랙티브하게 하죠 플래시와 스크립트 기술을 기반으로 하는거죠. 그 전까지는 보여주

는대로 보는... 그대로 반응하라는 메시지 중심이었죠. 기술이 변하고 사용자가 변하므로 그에 맞춰 변화하게 됩니다. 넣으세요... 해서 넣으면 커지거나... 그런 것들로 상호작용을 통해 브랜드를 각인시킨다는거죠. 기억만 남기는 것 보다는 액션을 하면 기억에 각인되겠죠. 기업이 브랜드블로그를 하는 것은 우리 회사가 이런 것을 하고 있으니깐 알아 뒤... 라는 거죠. 그 전까지는 고객보다 직원으로서 채널이 필요하다는 것인데 그것이 블로그죠. 고객과 직원이 코멘트하겠죠? 좋다... 나쁘다. 이것이 마케팅 패러다임의 중심이 된다는 거죠. 웹2.0의 참여.공유.개방을 지원하기 위한 툴이기도 합니다. 블로그를 전략으로 보려면 좀 무리가 있지만 기반기술이나 툴로 보면 좋습니다. 맹신하거나 빠져들면 큰 것이 안보입니다. 블로그는 플랫폼이지 하고자 하는 것은 참여.공유.개방 입니다. 블로그마케팅을 한다고 하면 툴로서 접근하는데 고객과의 참여.공유.개방을 인식하고 접근해야죠. 저희는 신규서비스를 오픈을 많이 해요. 돈을 써서 하는 바이럴마케팅을 하는데요. 돈만 주면 블로그에 좌악 올려주는...블로그에 툴이 있으면 네이버에 올려주고 트래픽은 늘죠.

2007년 부터는 이게 안되요. 2006년까지는 블로그를 사용한다는 것 자체로 되었는데 이제는 정책이 생긴거죠. 블로그에 마구 올리면 스팸으로 규정되는거죠. 사람들이 기사와 펄들이 구분되어지죠. 그 전까지는 엽기... 등등을 그냥 좋아했는데 이제는 광고목적인지 의심합니다. 고객이 스마트해진거죠. 기업들이 블로그 마케팅을 하는데 기업이 생각하는 것보다 스마트합니다. 그러다보니 저희 회사도 정성을 다해서 100개를 올리는 것보다 타겟그룹 자체를 정의하고 리스팅해서 상업적메시지보다 참여할 수 있는 메타포를 줘서 유도합니다. 고객이 스마트해지는데 무시하는 경우들이 있죠.

그리고 전반적으로 현재 인터넷 마케팅 또는 마케팅상황이라고 볼 수 있어요. 버티컬 서비스 시장도 고정화되어 있어요. 선두권은 유지를 위한 전략을 쓰고 있고요.파란도 시장 정복을 위한 전략을 씁니다.갈수록 인터넷인구는 감소하고 노령화되고 있어요.저번주 코리아 클릭에서 분기별로 인터넷인구 동향조사를 해요.특이한 것은 4-50대가 인터넷인구의 40%를 차지해요. 우리가 알고 있는 야후와 다음을 썼던 인구들이 늙어가고 있다는거죠. 야후/다음/파란등의 고객DB가 노후화되어 있어요.어떤 신규서비스를 내놔도 반응이 없다는거죠.목적성이 있어야죠. 40대 대부분이 메일만 쓰고 나가버려요.그 외에는 관심이 없다는 것이 딜레마예요. 고객이 웹2.0에 맞게 참여하도록 유도해야는데 쉬운 마케팅은 아니죠. 불박이로 있는 고객을 깨워서 쓰게 만들어야한다는 점이 있는 거죠.작년에 분석을 많이 했어요. 저희는 주축이 되는게 메일이니까저희가 가지고 있는 웹2.0 중에 푸딩이니까요. 기존 메일서비스를 그쪽으로 연결하는게 어렵더라고요. 6개월 후 DB를 열어봤는데 그대로더라고요. 40대의 관심사가 가장 효과적... 아기와 가족에 대해서 테마를 잡으면 참여도가 높아요. 쉽게 구할 수 있고 많이 있는 고민이잖아요.

UCC, 블로그에 의한 이벤트에 호응도가 높아요.UCC 컨테스트하면 많이 참여할까요?

동영상... ^^? 50건해도 많이 하는거예요. 대부분 20건 이내고 참여도가 낮아요. 정말 어렵더라고요. 그럼 대안<후략>

<댓글>

1. catchkin2008/04/24 00:38 드디어 올라왔군요^^. 기다리고 있었습니다. 강의를 듣지 못하여 많이 아쉬워하고 있었는데 이렇게 정리된 콘텐츠로 접하게 되니 너무 좋습니다. 수고해 주신 모든 분들에게 감사드립니다.^^
2. 위크리에이션2008/04/26 16:44 넓고 깊게 인터넷 마케팅을 풀어주셨습니다. 그 해박한 지식을 다 제 머리통으로 옮겨놓고 싶습니다. 무엇보다 젊은 대학생들을 기르는 열정에 박수를 보냅니다. 다음에 또 모시고 싶군요~사랑하고 축복합니다.

<트랙백>

1. 퍼즐 - 파워블로거초대석 제2회 - 무한마루치 김형택님 from 온라인커뮤니티문화연구소 -로드러너- 2008/04/25 21:26
<http://0111.tistory.com/entry/퍼즐-파워블로거초대석-제2회-무한마루치-김형택님>
2. 20080419 마켓캐스트 김형택 대표님 from VMCN: Vcore Multimedia Contents Network 2008/06/10 03:07
<http://wp.catchkin.net/?p=26>

브이코아 03. 블로거 브랜드가치 향상을 위한 효율적인 운영법 - 디자인로그의 마루(김현욱님)(04/26)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/15>



『블로그스피어에서 '마루[maru]'라는 필명을 사용. 현재 부산에서 프리랜서 디자이너로 활동하고 있으며, Web Agency 및 광고디자인 컨설팅 업무를 진행하는 signvalley.com의 대표로 근무하고 있다.』

오늘 부주제로 열가지 항목에 대해서 이야기를 드릴건데요 첫번째는 블로그 입문기 불혹의 인생을 바꾸다. 입문하게된 동기는 다른 것이 아닙니다. 인터넷쪽 일을 하고 있었지만 블로그에 관심이 없었습니다. 홈페이지도 있었고 웨이전시를 하고 있었습니다. 네이버블로그가 운영되고 있었을 때 왜 내가 해야하는지 버튼 한번 누르면 되는데 왜 해야하지? 마음껏 꾸밀 수도 없는 테터툴즈를 보고 나니까 가능성이 있다고 생각되었습니다. 15일 쯤 지나니 티스토리를 후배가 제안하더라구요. 2년전에 티스토리 하는게 아파트 당첨 받는 것처럼 어려웠습니다. 다니면서 조르기도 해보고 이틀정도 지나니까 초대장이 날아와서 개설했습니다. 개설하고 하다보니 일반 웹쪽 분들이 좋아하는 무제한 용량이 입맛을 다실 조건이었죠. 본격적으로 동지를 틀면서 블로그 라이프가 시작되었습니다. 나만의 노하우를 담아놓는 웹다이어리로 시작한것이지 스타 되자고 시작한 것이 아닙니다. 평범한 가족들과의 이야기, 비밀공간으로 쓰려고 한 것인데 왜 저도 이자리에 와 있는지 모르겠습니다. 처음에 그런 개념으로 시작한거구요.

제가 디자이너잖아요. 한 분야가 아니고 투잡도 아니고 8잡이거든요. 다른 블로거들과 유대관계를 하다보니까 10여년 프리랜서로 가슴아팠던 부분을 반복하고 있었으니까요. 마흔이라 젊은 신입을 보면 그때 과정을 반복하고 있으니 안타깝더라고요. 선배들이 오픈해서 공유해주면 될 것을 아까운 시간을 낭비하고 있더라고요. 작품이 아니라 아쉬운 부분을 오픈하다 보니 초기방문자가 100명이 안되었습니다. 석달이 넘고 나니 1000명이 넘어서면서 대외적으로 조명을 받기 시작한겁니다. 누가 와서 보고 가는지 저는 모릅니다. 어떤 콘텐츠를 오픈시키고 나니 방문자가 늘어요. 아래로 떨어진 적은 없었습니다. 시간을 언급하는데 저 같은 경우는 ... 글 하나 쓰는데 얼마나 걸립니까? 2-30분이면 하나 씁니다라는데 저는 글 하나 쓰는데 이틀이 걸립니다. 정보 수집하는데 하루 반이 걸립니다. 제가 보기에는 가장 중요한 부분이 정보수집입니다. 블로거들도 자기 입맛에 맞는 부분은 보는데 전체를 보려고는 안합니다. 그렇게 오픈하고 나서부터 사람이 정이 그림잖아요. 저는 막내라서 사람 만나는 것을 좋아합니다. 뭔가 인연을 만들어보자. 카페는 제한된 곳이어서 쉬운데 블로그는 내가 대장이고 꼴병이잖아요. 그러면 이웃을 만들어야 하는데 블로그는 링크 달아준다고 친구가 되는게 아니죠. 그래서 블로그하트링이라는 것을 시작했습니다.

이게 제가 손을 놓는 바람에 줄었습니다. 오해하는게 블로그하트링을 하면 방문자가 늘거라고 생각합니다. 이건 방문자 개념이 아니고 나랑 인연을 맺는 사람은 파워블로거가 될 수 있다는거죠. 왜 이사람은 링크를 걸었을까? 파워블로거와 함께 있는 사람들을 알고 싶어하는 거죠. 일반적으로 초기에 링크만 교환하는 것으로 하다보니 기대한만큼 안들어와요. 원래 목적은 서로 걸어놓고 왕래하려고 만든 것이지 방문자를 빨리 늘리자는 것은 아니니까요. 방문자를 몇명을 밀어주겠다는 개념이 아니어서 고민을 해보고 기술적인 부분도 있습니다. 참여하는 부분이 자동으로

업데이트 되어야는데 몇군데 의뢰해놓았습니다. 그렇게 함으로써 제 자신의 블로그가 나만 가지고 놀자는 단방향에서 쌍방향으로 넘어가는거죠 안주하지 않고 외부블로거들과 소통을 하는거죠. 그 와중에 내 가족은 뭐냐 이거죠 아빠는 하루종일 블로그만 한다 이거죠. 제 가족이 5인가족인데 제가 집에 들어오면 제 아내와 대화가 없었습니다. 새벽 두시에 들어오고 네시반에 나가야하니 아내는 가정부가 되죠. 밥챙겨주고 옷챙겨주고 생활비 이야기... 휴일이 아니면 아빠 얼굴 보기 힘들죠. 못본다는거죠 나는 나가는데 가족들은 뒤로 쳐지드라 이거죠. 아내는 컴맹입니다. 메일과 쇼핑물 외에는...블로그에 글은 제가 씁니다. 독수리타법이라 제가 이야기 듣고 사진 편집해주고 합니다. 그렇게 가족 블로그를 만들어주다 보니까 공통관심사가 생깁니다. 아빠는 몇명... 나는 몇명... 싸움을 하게 됩니다. 상대가 안되니까 아빠는 열외. 엄마랑 아이들 넷이서 내기도 합니다. 내일 아침에 누가 뭐사기 가족 공감대가 형성되니 화목해지더라구요. 제 가장 큰 수익이 가족을 화목하게 만든 것입니다. 가족이 화목하니 바깥일도 잘되고 전 가족이 하는 것에서 대외적으로 가족블로그라는 주제로 미디어에 노출됩니다. 저 사람은 가족블로그야..

저는 제 색깔이 없어져서 블로그의 위기상황이 됩니다. 그때가 1년 정도됩니다. 악플러가 생깁니다. 절대 공개 안해요. 비밀댓글로 진짜 감정 팍팍 상하게 글을 써놓고 갑니다. 그거 읽으면 블로그 하기 싫죠. 저는 그걸 삭제 안합니다. 그걸 그대로 가져갑니다. 내칠게 아니라는거죠. 실제 잘못된 것일 수도 있어요. 제가 저를 돌아보는 거죠. 예를 들어 디자이너라면서 연애가 이야기를 쓰거나 채널을 벗어난 글을 쓰면 안되는거겠죠. 나도 모르게 다른 쪽으로 쓴 글들이 많더라구요. 디자인블로그에 왔는데 다른 방향의 글이 많으니 잘못된거죠. 내 블로그니 상관은 없을 수 있지만 비율을 지키는게 맞겠죠. 찾는 사람이 실망하게 된다는거죠. 자기는 목적이 있는데 사생활 이야기 보러 온게 아니니... 정체성에 대한 압박감을 갖게 됩니다. 어느 정도 알려지기 시작하니 의무적인 포스팅이 압박이 됩니다. 나도 떠나고 싶고 바람 쏘이러 가야되는데... 내가 신문기자도 아니고 왜 써야되나요. 그래서 운영까지 포기하려고 했습니다. 이거 안해도 되는데... 초반에는 5-8시간이 가는데... 생각을 하다가 바뀌됩니다.

나 자신을 돌아보니까 독불장군이었구나.남의 입장을 배려하지 못했구나...내 주제에 맞는 것... 포토샵, 일러스트, 내 영역의 콘텐츠를 개발해보자내가 와달라고 한다고 해서 방문자가 늘어나는게 아니거든요내가 찾는게 아니면 안온다 이것이죠.내 색깔을 맞추기 위해서 조금씩 주제에 맞춰 글을 쓰다보니 초반에는 방문자가 안움직여요.꾸준히 상승세를 탑니다.색깔있는 블로그로 성장하다보니 간단하게 설명했는데 미디어에서 인터뷰가 들어옵니다.궁금하죠..어느날 갑자기 TV, 라디오, 잡지에 나온다... 미디어 기자와 어떻게 연결될까요?아시는 분 계세요?간단합니다. 메일로 연락 다 옵니다.처음에는 갓 성장한 블로그는 감사합니다 하고 합니다.조금 성장하다 보면 선별해야합니다.해달라고 다 해줄 수 없습니다.기업에서 제휴요청이 들어옵니다.각종 제휴가 부담스러울 때가 있어요.선별해야할 상황이 옵니다.도장을 다 찍어주면 안됩니다.연예인 기획이랑 비슷합니다.잃는게 무엇인지 고민해야합니다.블로그가 가치를 가지면 다 알아서 잘찾아옵니다.그렇게 해서 말씀 드리다 보니 위기도 극복하고 이 자리까지 오게 됩니다.제 나이가 마흔 갓 넘었는데요저 부산의 디자이너가 어느날 갑자기 블로그를 통해서 가정도 화목해지고 이름 <후략>

<댓글>

1. catchkin2008/04/24 00:38 드디어 올라왔군요^^. 기다리고 있었습니다. 강의를 듣지 못하여 많이 아쉬워하고 있었는데 이렇게 정리된 콘텐츠로 접하게 되니 너무 좋습니다. 수고해 주신 모든 분들에게 감사드립니다.^^
2. 위크리에이션2008/04/26 16:44 넓고 깊게 인터넷 마케팅을 해주셨습니다. 그 해박한 지식을 다 제 머리통으로 옮겨놓고 싶습니다. 무엇보다 젊은 대학생들을 기르는 열정에 박수를 보냅니다. 다음에 또 모시고 싶군요~사랑하고 축복합니다.

<트랙백>

1. 퍼즐 - 파워블로거초대석 제2회 - 무한마루치 김형택님 from 온라인커뮤니티문화연구소 -로드러너- 2008/04/25 21:26
<http://0111.tistory.com/entry/퍼즐-파워블로거초대석-제2회-무한마루치-김형택님>
2. 20080419 마켓캐스트 김형택 대표님 from VMCN: Vcore Multimedia Contents Network 2008/06/10 03:07
<http://wp.catchkin.net/?p=26>

브이코아 04. 맛있는 Blog 마케팅이야기 - Planspace 대표 장종희(5/3)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/16>



『성명 : 장종희 /이메일 : zabarai@hanmail.net /페이지 : www.planspace.co.kr
인터넷마케팅, 출판마케팅, 교육컨설팅.』

우선 블로그에 들어가기 전에 **인터넷마케팅**에 대해서 설명드리겠습니다. 이 페이지는 제가 하고 있는 일입니다. 현재 온라인마케팅과 제조업 쪽 일을 하고 있구요. 보통 인터넷마케터로서 갖춰야할 역량이구요. 우선 인터넷마케팅기획자는 무엇을 하나 궁금해 하시는데 회사의 정보와 콘텐츠 이뤄지는 많은 내용을 대중들에게 노출시키기 위해서 기획과 전략을 짜는 겁니다. 물론 광고 시스템을 이해해야 합니다. 기타 밑에 깔려있는 포털에 대한 이해도 필요합니다. SEM과 SEO 도 설명드리도록 하겠습니다. 운영전략, 비용, 많은 분들이 관심을 두시는 쪽이 커뮤니티 쪽이겠죠.

대행사가 이렇게 달라 돈이 없으면 광고를 못하게 됩니다. 성형외과를 만나면 인터넷 광고를 폼하고 있습니다. 어느날 효과가 안오면 중단하

는 사례가 많습니다. 너무 부정적이죠. 제가 욕을 먹는데 만나면 이야기하죠. 제대로 담당만 있으면 큰 돈 안들이고 진행할 수 있습니다. 물론 돈을 들이면 효과를 더 볼 수 있겠지요. 요즘 네이버에서 제일 비싼 키워드가 지방흡입이라고 하더군요. 원래 꽃집이 제일 비쌌는데... 오늘 비중을 두고 있는 것이 설치형블로그인데요. 티스토리 계신가요? 일반 포털에서 걸려서 오신 분도 계시고 부수입... 100만원 받으시는 분은 폐인이 되셨드라고요. 세스고딘... 한국사회가 관계지향적 사회여서 그런 현상자체가 특이한 나라라고 하더군요. 어제도 좇볼시위인가요? 1000명 울줄 알았는데 만명이 되서 놀랐다는데... 파워블로거들이 설치형으로 옮겨가고 있습니다. 저는 티스토리 1년이 되었는데 초기에 회사에 기여를 많이 시켰는데요 지금은 설치형블로그의 전도사 역할을 하고 있습니다. 설치형블로그 소스가 오픈이기 때문에 홈페이지처럼 운영할 수 있습니다. 요즘 입소문이되고 확장되는 블로그 형식입니다. 원래 카페를 뒤로 미룬 것은 요즘은 너무 어려워졌습니다. 저는 70-80% 정도 회원 정보에 대해 회의적입니다.

경쟁자가 없는 곳으로 가라. 제가 사진을 하나 걸어놨는데 다윗이 골리앗과 같은 무기를 썼다면? 허점을 노려서 자신의 무기로... 블로그가 많이 뜨는 것은 새롭기 때문입니다. 최근 흥대와인바를 블로그마케팅을 통해서 매출이 1억 까지 올라갔습니다. 흥대에서 와인바가 1000개가 넘어가는데 저는 돈을 안받고 평생 얻어 먹는 조건으로... 서울맛집, 흥대맛집, 흥대2번출구, 등등의 키워드를 썼습니다. 검색을 통해서 찾아온다는거죠. 블로그의 영향력을 느껴볼 수 있는 건입니다.

최우선 선점의 효과라는 것은 검색시 상위에 놓이는 것 만으로도 잇점이 많은거죠. 저는 블로그 네이버 쪽으로 공략을 하다보 패턴이 나옵니다. 전문업종이 생길겁니다. 블로그 운영관리자. 사회초년병에게 한달에 몇번씩 강의를 해주고 있습니다. 우직지계 새가 수직하강하면서 속도를 올리고 우회해서 오히려 효율을 높이는거죠. G마켓을 봤을

때 많은 우회전략을 짠습니다. 인터넷마케팅에서 우회전략을 쓴겁니다. 인터넷마케팅에서 타겟팅을 한거죠. 오프라인광고를 안하구요. 밖으로 나온겁니다. 옥션과 맞먹는 파워를 가진거죠. 돈을 적게 들인다는 것이 초기에는 인터넷 마케팅 뒤에 광고...

컬리베스효과 키워드 공략만으로 성공요소를 확보할 수 있습니다. 빨간색 치마, 우체통, 인터넷도 같습니다. 지방흡입도 키워드가 많습니다. 그것만 공략하는거죠. 그러다보면 좋은 것이 많습니다. 제가 지식인을 많이 쓰죠. 키워드 하나가 제게는 특별합니다. 응용범위도 넓고 접근 방안도 광범위 합니다. 여기 보시면 브리트니스피어서가 한 순간에 나타난 것 같지만 13살에 브리트니를 보고 멋진 매니저를 만나 2년간 준비를 한겁니다. 한순간에 유명스타가 되었죠. 2초안에 인맥관리를 입력했을 때 상위에 올라가야 합니다. 13초 안에 글을 남기거나 살 수도 있게 하는 타이밍이 중요합니다. 통계죠. 그 안에 모든 것이 결정된다는 것이죠.

SEM은 실제로 돈을 쓰는 광고구요. SEO는 쓸 수도 안쓸 수도 있는 것입니다. 블로그, 커뮤니티까지 공략해서 SEO를 짠다고 합니다. (검색엔진 최적화) 지금 자료는 네이버의 인재들이 연구한 자료입니다. 사람의 시선이 지나가는 것을 분석하고 있습니다. 현재 직원이 5000명 디자인 인력만 200 명이라고 합니다. 진화하고 있습니다. 제가 인터넷 마케팅을 좋아하는 것은 그 변화입니다. 될 수가 없어요. 여기 역삼각형이 있는데 골든트라이앵글이라고 해서 70% 효과 밑에서 30% 정도 SEM 설명을 드리고 있습니다. 이제는 10명중 8명이 광고를 인식하고 있습니다. 보통 광고가 상위에 있는 것만으로 업체를 평가한다는거죠. 혹시 드림소사이어티를 읽으셨나요? 내가 이 색깔을 좋아하는데 스토리가 있는 것만으로 참고가 된다는거죠.

블로그를 만들면 다섯가지 과정을 거칩니다. 메타블로그와 RSS 리더기가 있습니다. 자동으로 그 사람에게 업데이트 되는거구요. 포털사이트 등록을 하고 야후와 구글에 등록을 합니다. 통합검색이 되니까요. 요즘 네이버에서 외부가 검색이 안됩니다. 상대 아이디를 차단하고 있어요. 구글에서 네이버 검색을 보신 적 있습니까? 차단? 네이버가 하는 것 아닌가요? 저는 구글을 많이 씁니다. 설치형블로그 말씀드렸을 때 콘텐츠 한두개만 올려도 2-300 명씩 옵니다. 1주일에 500-1000 명 옵니다. 콘텐츠도 좋아야 합니다. 원래는 야후와 구글 등록하는 것을 보여드려야하는데 토론시간에 알려드릴게요. 혹시 네이버 사용자 중에서 복사원본판독시스템 검색엔진이 읽으면 다른 사람이 복제하면 원 저작자만 노출됩니다. 어찌 보면 파워블로거들에게는 귀찮을 경우도 있습니다. 네이버가 재미 있습니다. 실험하도록 자극을 주니까요. 설치형 대표가 티스토리입니다. RSS 기반이구요. 트랙백 사용하시나요? 앞은 감각이 없고 뒷쪽만... 잘하는 분들은 뒤에 계시나봅니다. 자꾸 바뀌다 보니 파워블로거에게 배우고 있어요. 트랙백 활용도 보여드리겠습니다. 메타블로그는 올블로그를 보시죠. 이곳을 통해서 확산이 됩니다.

그리고 **블로그, 지식인, 카페노출 순위** 네이버에서 블로그 상위에 올라가려면 신규콘텐츠가 작업이 되어야합니다. 3개월가다가 2개월 라이프사이클이 바뀌는거예요. 네이버에서 편법을 썼더니 논쟁이 됩니다. 오버추어가 같은 아이디, 다른 IP 막을 수 있는데 안붙입니다. 수익이 주니까요. 이미지 추가가 강력해졌습니다. 이미지가 추가되어야 합니다. 최소한 15개 이상 작업합니다. 최근에 출판사 쪽에 하면서 숙제를 냈죠. 책을 보고 어떻게 할까... 어린이 게임이 있더라고요. 아빠와 나 키워드를 공략했습니다. 하루에 삼백명씩 들어옵니다. 제가 세개해서 1000명씩 들어왔습니다. 항상 들어오는 키워드인데 삭제 안되는 키워드입니다. 원래는 400명까지 올라갔는데 아빠와나 게임도 1위구<후략>

<댓글>

1. 리토2008/05/03 22:50

네이버 키워드에 관한 이야기들 흥대맛집에 관한 이야기들 재밌었습니다. 아직은 네이버의 힘이 막강한가 보군요...네이버 보다 똑똑해져야 인터넷 마케팅을 잘할 수 있구나 라는 생각도 해봤습니다

브이코아 05. 웹2.0과 UCC의 개념과 미래 - 씨네모 대표 정의장님(5/10)

포스트주소: <http://v-core.kr/19>



『이름 : 정의장 /닉네임: 이노 /이메일: wenzi@hanmail.net
블로그 : http://blog.daum.net/t-innovation?t_nil_loginbox=blog1
씨네모 블로그 : <http://cinemo.kr/> 비즈니스 블로그 e-kosmos : <http://ekosmo.com/>』

지식은 어디에나 널려있습니다. 지식공유가 엄청나게 확장되었기 때문에 의식이 상승됩니다. 누적되다보면 사람들이 높은 수준의 의식을 가지게 된다는 것이죠 그리고 그 의식도 또 공유하는 시대가 되었습니다.

프리허그 : 무료로 안아드립니다. 의식 공유사례로 볼수 있는 것을 보여드리겠습니다. 만마리의 양 그리기 :웹2.0의 개념을 잡기 위해 예를 하나 들어보겠습니다.만마리의 양 그리기 프로젝트인데요자 하나를 클릭해볼게요.개인들이 그린 양들이 모두 다르구요.이 점들이 모여서 만개의 양이 되었구요.웹1.0이라면 모두 그려서 서비스 했겠죠. 웹2.0에서는 장소와 도구만 제공이 되었죠. 플랫폼이라고 하죠. 자기네들이 모두 만들어서 서비스한 것이 아니고 플랫폼만 제공하고 준비만 해준 것이죠. 각자 다른 양을 그린겁니다. 그래서 2.0 시대의 핵심은 플랫폼이라고 하는데요. 수월하게

참여할 수 있는 기반과 도구를 제공하는 것을 말합니다. 아마존 미케니컬터그라는 직원이 만든 것인데요. 총비용이 250 달러가 들었구요.개당 2센트 정도의 비용이 지불되었습니다.개개인이 그린 양들이 모두 다릅니다.우리는 세상을 인식할 때 자기만의 공간을 인식하고 살아가는 것입니다.그것이 UCC 이고 자기만의 가치관이나 스타일이 묻어 나와서 이런 결과물을 만들어 냅니다.같은 것은 있을 수 없고 개개인의 양이 UCC 가 됩니다.그래서 웹2.0의 핵심가치는 참여 공유 개방이라는 것입니다.서로의 작품에 대해서 공유를 한 것입니다 만약에 이 작품에 대해서 광고를 붙인다면 웹2.0에서의 수익모델이라고 할 수도 있겠지요. 웹2.0의 특징 중의 하나가 불특정 다수의 참여로 만들어지기 때문에 수익배분 모델을 잘 만들어낸 사람이 2.0시대의 주력이 되리라고 생각합니다.간단하게 웹2.0을 짚어봤구요.

UCC란 무엇인가? 개인이 만들어낸 콘텐츠의 통칭입니다. 처음엔 동영상 위주로 지칭되었습니다만 개인이 쓴 텍스트나 사진까지 의미가 확대되었다고 보시면 되구요. 웹2.0 서비스가 아무리 뛰어나도 개인의 제작과 참여 없이는 서비스가 불가능합니다. 참여하지 않으면 무용지물이 된다는 것입니다. 참여할 메리트가 있는 서비스를 만들어야 한다는 점입니다.

핵심이 플랫폼이라고 했는데 UCC 는 팔래야 팔 수 없게 되는겁니다. 국제적으로는 UGC 라고 부르고 있습니다. 우리나라에서 UCC 라고 부릅니다.

각 분야별 웹2.0 비즈니스 현황과 예측

언론 미디어 산업 뉴스는 생중계서비스와 전문가들의 UCC와 경쟁해야 하는 시대가 올 것입니다. 기존미디어는 5분 내에 짧게 정리한 소식 위주 입니다. 예를들어 광우병 뉴스가 나오면 2-3개는 보겠지만 자세히 알기는 힘듭니다. 한

명의 열정 있는 사람이 광우병 시위 현장 생중계 한다고 생각해보세요. 카메라 들고 생중계 가능한 시대가 왔습니다. 노트북과 약간의 장비만 있으면 동네백수도 가슴이 끓어오르면 나가서 방송하는 겁니다. 뉴스는 저녁까지 기다려서 조금 보여주고 CC는 이렇게 하고... 초기에는 브랜드 가치가 약하겠지만 결국 1인미디어의 결합체에 밀리게 됩니다. 저도 카메라를 들고 뛰어나가고 싶었는데 한계가 있습니다. 태안 기름유출이나 송례문 화재사건... 생활하면서 중계 하는 겁니다. 화재? 실시간으로 궁금한데 어떻게 하겠습니까? 경쟁하는 시대가 온다는 겁니다.

1인 미디어라고 부르려고 하는데요. 감시 당하고 일부는 권력을 넘겨주게 될 것입니다. 아직까지는 1인 미디어들이 기득미디어를 넘어서기 힘듭니다. 생계유지가 안된다는 거죠. 이 친구는 특이한 친구가 있는데 미디어 몽구라는 친구가 있습니다. 2006년에 다음 1위한 분입니다. 기자와 똑 같습니다. 열정으로 뛰는 분입니다. 이 분은 돈이 안되도 자기가 좋으니까 네티즌의 제보에 의해서 인맥을 찾아서 취재하러 다닌다는 거죠. 특징은 전문적인 쪽 보다는 아웃사이드의 시각으로...

깔끔하게 정리되어 있지 않지만 텍스트와 조합해서 진행합니다.

언론 미디어 산업-3 지금 오마이뉴스는 모든 시민이 기자다라는 모토로 출발했는데 지금은 기자업을 하시는 분들이 많이 와 계십니다. 기존의 언론시스템과 많이 절충이 되었고 시민에게 조금 내주는 면도 있었습니다. 완전한 편집권을 넘긴 것은 아니었습니다. 실제 해외에서는 비슷한 사례가 진행되는 것이 있는데 설명을 드리겠습니다. 온전한 2.0 언론이라는 것은 모든 뉴스가 허브사이트에서 모여서 소비자에게 평가를 받아야 된다고 생각합니다. 미국에 DIGG.COM 이라는 곳이 있습니다. 이미 기사에 대해서 평가하기 시작했습니다. 좋은 기사는 상단에 노출됩니다. 지금은 포탈이 험값에 언론사 기사를 모아서 하고 있지만 포탈도 대기업에 종속되어 있기 때문에 2.0 언론이 되기 힘듭니다. 기자들은 삼진아웃제도가 있어야 합니다. 소비자가 평가했을 때 경고를 주는 거예요. 세번까지 경고를 받으면 등록하지 못하도록... 일정부분 쓰는 사람들의 사정도 있겠지만 한가지 해결해야 될 것은 기자와 미디어몽구같은 미디어들이 동일선상에서 경쟁할 수 있도록 하고 생계가 유지되는 시스템도 있어야 하고 짤렸을 때 넘어갈 수 있도록 하면 2.0 언론에 가까워질 수 있다는 것입니다. 생각한 시스템도 있지만 다음에 기회가 되면 말씀 드리겠습니다. 차라리 편집권까지 개방하는 것도 필요하다고 봅니다. 앞으로는 모든 신문이 전자신문화 될 거라는 것입니다. 이미 많이 있습니다. 사람들은 더 이상 웹세대는 신문보다 단말기로 보는 것에 익숙하기 때문에 전자신문으로 봐도 어색하지 않을 수 있습니다. 전자신문은 웹2.0 언론의 오프라인 플랫폼이 될 것입니다. 잡지도 들어오고 책도 동영상도 들어올 수 있습니다. 무선인터넷까지 발전해서 그쪽으로 갈 것입니다.

방송통신사업 앞으로 IT 기술이 발전하면서 치열한 각축장이 될 곳인데요. 유통매체는 홍수상태입니다. 공중파방송 있죠? 케이블... 인터넷...휴대폰에서도 모든 것이 보여질 수 있게 됩니다. 중요한 것은 콘텐츠가 됩니다. 도움이 되고 지식이 될만한 콘텐츠가 핵심이 될 것입니다. 이거 구글폰인데요... PDA로 보일 수 있죠? 폰이 무선인터넷으로 귀결되고 전화서비스가 부가서비스 중의 하나가 되는 것입니다. 스카이프도 아시죠? 수익모델을 연구하고 있다고 보시면 됩니다. 휴대폰도 무선인터넷으로 귀결될 것이다. 앞으로 점점 개인화되어 갑니다. 개인주의와는 좀 다 <후략>

<댓글>

1. catchkin2008/05/12 08:47 웹2.0에 관한 의장님의 깊은 통찰력에 큰 감명을 받았습니다. 너무 행복한 시간이었습니다. 의장님 파이팅!!!
2. zhenyu32008/05/12 11:25 의장님의 다양한 아이디어와 깊이 있는 말씀을 들으니 대한민국의 미래가 그려지네요^^ 웹 2.0을 통하여 빠른 성장의 대한민국으로 거듭나기를 기원하면서.....의장님의 그 열정과 에너지가 큰 기여를 할것이라고 믿어 의심치 않습니다. 파이팅!!!
3. 리토2008/05/15 22:41 웹2.0은 철학이라는 의장님의 말이 귀에 납니다.~ 좋은 강의 너무 잘 들었구요 각 산업별로 정리해 주셔서 잘 이해가 되었습니다~

브이코아 06. 효과적인 인터넷쇼핑몰마케팅 - MD KOREA 대표 최재용님(05/17)

포스트주소: <http://v-core.kr/23>



『MD 아카데미 부원장 / 국제패션연구진흥원 패션MD과정 교수 / 서울시 하이창업스쿨 교수 / 광운대 경영대학원 경영학과 외래교수 / 안양과학대학 패션스타일리스트 전공 외래교수 / 열린 사이버대 온라인창업학과 초빙교수 MD KOREA 대표』

개인에 대한 질문들 (무슨일들 하시는지) 4년 전에 교육을 받으신 분이예요. 엄마야빠 뭐하시나 경동시장에서 된장 고추장을 하십니다. 김희선님이 집의 된장 고추장을 어떻게 팔았나하면 옹기에 복주머니에 한지박스에 해서 미션이예요. 미션이 된장이라고 했습니다. 잘팔리는 이유가 있어요. 아파트 이름이 어려워요. 영어로 되어 있습니다. 그 이유가 뭘까요? 아파트 이름이 어려운 것은 시어머니 못찾아오게 하는 것입니다. ㅎㅎ

지금 사먹어요. 옥선의 식품판매량이 매달 100% 신장합니다. 도정도 바로 어제 한거예요. 마트에서는 보름 한달일 수도 있겠지요. 밥맛이 좋은거죠. 밥맛이 없으면 반품도 잘되는거죠. 마트에서 사면 무거워서 반품을 못하겠죠? 그렇게 요즘은 잘 팔리고 있습니다. 두 번째 스토리는요. **충북괴산에서 찰옥수수를** 발견하셨어요. 은행에서 백만원을 현금으로 찾아서 장안면에서 김을 매고 계시는 할머니께 옥수수 백만원어치 사세요. 밭떼기로 옥수수를 샀어요. 30개에 만오천원 대박이 났어요. 신문에도 나고 저분 괴산에 가면 맨발로 나오세요. 택배비도 보전해주고 할머니들이 원가 개념이 없으세요. 농산물은 반품이 별로 없어요. 재구매가 많이 일어납니다. 저 분은 옥수수만 일년내내 파십니다. 농산물은 좋은 점... 패션은 사진 찍다가 세월이 갑니다. 근데 저 분은 한번만 찍으시면 됩니다. 그래서 판매하기 좋다고 생각합니다. 우렁이는 제가 판매하는 상품이예요. 우렁농장 찍고 무쳐서 찍고... 하루 20개 정도 팔립니다. 직원 인건비는 빠집니다. 충남 금산에서 만든 아이템입니다. **인삼호떡**이예요. 호떡 누르는 것까지 팝니다. 아이있는 집, 교회에서 수련회 갔을 때 어느 날 미국에서 전화가 왔어요. 운송비만 내시면 보냈더니 100 박스를 수출한 적이 있습니다. 인터넷 쇼핑은 국내에 한정되지 않는다는 점입니다. 이베이를 통해서 전세계에 팔 수도 있습니다. 간호사님이 신발을 미국과 유럽에 파시는데 월급보다 낫다고 합니다. 한 가수 준비생은 언어가 되서 명품을 이베이에서 사서 티스토리등의 블로그에 올려서 팝니다. 내가 잠자는 시간에도 삽니다. 내가 월요일에 출근하면 주문서가 쌓여있어요. 밤이나 주말에도 팔리는 거죠. 지방에서도 외국에서도 사는거구요. **손잡이닷컴**은 철물을 팝니다. 한달 매출액이 9억입니다. 레몬테라스는 주부님이 많이 들어오는 카페를 만들었는데 64만명 회원이 있습니다. 이태원에서 회원 식사도 하고 카페지기랑 나머지 사람이랑 언니동생처럼 지냅니다. 카페에서 사면 불편하잖아요. 그래서 같은 이름으로 쇼핑몰을 만들었어요. 카페나 블로그를 먼저 만드는 것이 그래서 중요합니다. 그 회원을 기반으로 하는 것이 성공하는 것입니다. 원래 아이티 회사에 다녔는데 지금은 부인과 함께 포장하고 있습니다. **살림이스트**는 사이에 있는데 홍보를 대신해줍니다. 광고비를 받으며 하다가 싸이 눈치가 보이잖아요. 나와서 쇼핑몰을 만들었습니다. 회원들과 나와서 광고비 받으며 하고 있습니다. 티스토리 잘하시면 그게 수입이 됩니다. 직업이 카페지기인데 900만원 수입이 됩니다. 어떻게 했는지 가

보겠습니다. (다음에 들어가서... 검색창에 옷잘입는 연예인 따라잡기) 회원수가 자그마치 130만명입니다. 웬만한 도시인구입니다. 광고비 많이 받습니다. 콘텐츠가 풍부합니다. 제가 여러곳에 가보면 열에 다섯은 가입되어 있습니다. 코너마다 맡기고 카페지기에 월세를 냅니다. 예전에는 건물지어서 월세를 받는데 이제는 이렇게 합니다. 만약에 원장님이 월세를 밀리면 줄서 있습니다. 나머지는 공동구매로 갑니다. 나이키 자켓이 300벌이 남았다면... 연락이 오겠죠? 전체메일이면 바로 해결이 되겠죠? 하루평균 20명 정도의 제안이 온다고 합니다. 블로그 잘만들어 놓으시면 남편 직장 없어도 됩니다. ㅎㅎㅎ 결혼하려면 블로그 잘하는 분을 찾으시면 됩니다....

창업10단계 DVD 팔아보니까 어떠셨어요? 잘팔리죠? 나도 팔아보자 방법이 있습니다. 옥션에서 일단 팔아보십시오. 중고라든지 본인 입을만한 것 세벌을 사서 찍으세요. 뽀샵이 안되면 얼굴 자르세요. 올리면 자주 드니들게 됩니다. 밤12시 반에 전화왔어요. 5000원 남았지만 무척 신기했어요. 며칠 지나서 옷을 빨았는데 줄었어요. 교환 반품 해드려야죠. 안되면 그 아이디어로는 못팔겠죠? 안팔리면 자기 입고 친구들에게 선물하시면 되죠. 교육만 받으러 다니는데요. 5만원이면 해볼 수 있어요. 실행이 중요합니다. 자신감은 해봐야 생기는거예요. 팔아보면 자신감이 생깁니다. 안양대학교에서 강의하는데 밤12시반에 팔렸답니다. 500만원어치 팔았는데 100만원 남았어요. 사업자등록 해야죠. 성공율보다 만족도가 중요합니다. 잘 파는 분들을 벤치마킹하시고 하루 50개씩 팔리면 쇼핑몰을 만드시면 됩니다. 저는 메이크샵을 많이 추천하는데요. 무료로 만들어 줍니다. 많은 연예인이 메이크샵을 이용하는 것은 광고를 많이 합니다. 들어가보면요. 사역소녀도 여기서 합니다. 돈이 없어서 하는게 아니고 여긴 쉽습니다. 중학생도 가능하게요. 좋은 점은 중국/미국/일본에도 팔 수 있는 것입니다. 55000원 프리미엄 서비스를 하면 모바일쇼핑이 가능하게 해주고 동영상 100개를 지원해주고 하나은행으로 하면 5만원 DC를 해줍니다. 저는 메이크샵과 아무 관계가 없습니다.

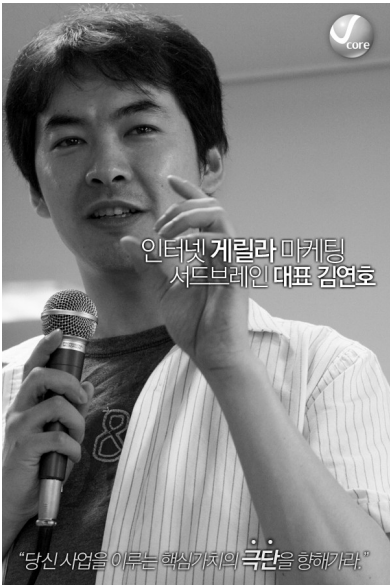
꼭 해야 할 과제 10가지 1. 자신의 브랜드를 만드는 것이 가장 중요합니다. 블로그/카페/오픈마켓/이메일 모든 아이덴티티를 통일합니다. 네이버에서 한국특허정보원에 가서 내가 생각한 브랜드가 상표등록이 되어있는지 검색하셔야 합니다. 상표등록을 안하고 하다가 남이 하면 공문날아갑니다. 브랜드를 뺏기거나 사야합니다. 그래서 상표등록부터 해야합니다. 나중에 그 상표를 팔 수도 있습니다. 500만원 주겠다. 1000 만원 주겠다. 안팔았어요. 수익으로 할 수도 있는겁니다. 70만원 들고 10만원 듭니다. 유능한 변리사를 쓰면 되기도 합니다. 나이키는 공장이 없답니다. **오픈마켓, 인터넷쇼핑몰 창업자의 업무** 1. 판매상품 찾기 - 인맥을 통해 경영자가 직접 2. 동호회 카페운영 및 동호회 가입 활동 3. 배송과 포장 - 파타타이머 활용 4. 상품 사진 촬영 및 웹 디자인 제작 경리와 재무는 대표자가 직접 35세 넘으면 남에게 맡기세요. 페이지, 사진 찍어줍니다. 직원 뽑지 마시구요. 2월달에 많이 망합니다. 외부에 맡기면 그렇게 편할 수가 없어요. 본인이 못하면 남의 머리를 쓰세요. **판매상품찾기 Know-How** 제 카페에 가입하시면 무료로 다운 받으실 수 있습니다. 제 카페에 오세요. 첫번째는요 신문을 많이 보세요. 여러분들 관심없어 하지 마시고 노하우를 가지시고 신문의 단어를 듣고 트렌드를 읽고 10년 후를 보세요. 빨리 늘어나는 분야를 보시고 아이템을 개발해서 가세요. 젊은 사람이 하면 신문사에서 취재하러 옵니다. 남들 안하는 것을 해야 VJ특공대 나옵니다. ^^ 신문을 보실 때 인터넷으로 보지 마세요. 옆으로 새서 시간만 버립니다. 집에서 만들어 먹는 두부 홈쇼핑에 나갔어요. 대박이 나서 전세계에 수출하고 있습니다. 신문속의 정보를 모아서 나가면 됩니다. 2.잡지들을 보세요. 3.박람회 가세요 4. 국내의 시장조사 5.유명 인터넷 쇼핑몰 및 TV 홈쇼핑 방송시청 **일본을 알면 대박이 보인다.** 트렌드가 6개월만에 들어옵니다. 1. 여성들 살빠지는 아이템을 하세요. 2. 여성을 아름답게 하는 아이템 3. 여성들을 편하게 하는 모든 아이템

<댓글>

1. Lil'Criss2008/05/19 03:06 멋지십니다. ㅎㅎ
2. catchkin2008/05/19 22:33 재용 형님. 앞으로 형님으로 모시겠습니다^^
3. 해라2008/05/23 17:52 다른 곳에서 강의를 들었죠~ 너무 인상적이었습니다. 여기서도 또 뵈네요. 그날의 기억이 새록새록~

브이코아 07. 인터넷 게릴라 마케팅 - (주)써드브레인 대표 컨설턴트 김연호님(05/24)

포스트 주소: <http://v-core.kr/25>



『1972년생, 벤처사업가, 인터넷 마케팅 컨설턴트/강사 (주)써드브레인 대표컨설턴트 (주)마케팅전략연구소 수석컨설턴트 (주)슈퍼보드 테크놀로지 대표이사(2007년 2월 8일 재취임) 네이버 인터넷마케팅 카페 운영자 (사)한국공인전자상거래관리사협회 교육위원 영진대학 전자상거래지원센터(ECRC) 쇼핑몰활성화사업단 자문위원 / 중소기업청 소상공인지원센터 서울본부 컨설턴트』

게릴라 마케팅은 제가 만든 단어예요. 이벤트를 진행한 다음에 주위를 환기시키고 사라지죠. 입소문 효과를 내기 위해서요. 인터넷게릴라마케팅은 약간 다릅니다. 모택동 전술이죠 소규모 전력이 대규모 전력과 싸울 수 있는가. 작은 팀이 정규화된 큰 곳에 대항해서 어떻게 싸울 것인가를 인터넷에 있는 기법을 모두 모아서 하는 것입니다. 돈도 인력도 별로 안드는 방법입니다. 취지는 좋았는데 책이 잘 안팔립니다. 제목은 거창하지만...

인터넷 마케팅이란? 크게 세개의 시기로 나눕니다. 제가 나누거라 이견이 있을 수도 있어요. 한메일이나 네띠앙 슈퍼보드도 그런 곳이지요.

목적은 사용자를 많이 확보해서 배너광고를 하거나 DB마케팅을 하려고 한것이죠 도메인 김선달이나 코리아닷컴이 50억에 거래가 되었죠? 비싼 도메인은 보통명사 도메인은 옥션 말고 없습니다. 원래 키워드 광고가 중요하지 않았어요. 타겟팅해서 광고하니 효과가 있더라해서 유래되었습니다.2000년 부터 포털, 검색사이트는 상품화하기 시작했습니다.검색엔진이 수익모델이 좋아졌습니다. 인터넷에서 할 수 있는 것이 광고와 전자상거래만 있는게 아니고 아바타도 할 수 있더라 해서 많은 웃입히는 것들이 생겨났죠게임도 활성화 되었구요.

제3기는 블로그를 비롯해서 개인공간이 약진하는 시기입니다. 2003년 부터이죠? 개인미디어의 등장이 획기적인 선을 긋는 이유는 인터넷의 본질적인 의미를 찾았다는 것입니다. 인터넷이 원래 하나의 미디어인데 가장 중요한 것은 개인과 개인을 묶는다는거죠. 그 전에는 커뮤니티에서 동호회나 홈페이지. 물론 방법들은 있었는데 블로그 같은 것은 존재하지 않았거든요. 블로그와 미니홈피는 개인정보를 나누는데 최적화 되어있죠. 톨의 발전에 말미암아 발전한 것입니다.

오픈마켓도 개인미디어의 성장과 관련이 있어요. 초창기에 쇼핑몰을 만들어 봤는데 끔찍했어요. 카트 수준의 쇼핑몰을 만드는데 고생을 많이 했습니다. 오픈마켓은 굉장한 톨입니다. 상거래 톨 뿐만 아니라 미디어 역할을 함께 하고 있는 것이죠. 엄청난 트래픽을 가지고 있으니깐요. 개인이 상품만 있으면 노력없이 판매할 수 있느니까요. 오픈마켓 자체가 미디어의 성격을 갖습니다. 메인에 한번 뜨면 거래실적에 상관없이 확~ 다 아시는 개념이겠지만 비즈니스 모델이다 수익모델이다 정리를 해봤어요. 벤처버블이 꺼지면서 비즈모델은 좋은데 수익모델이 나쁘다 해서요. 유행과 메가트렌드를 나눠봤는데 학술적으로는 의미가 없습니다. 트렌드는 2-3년을 끄는 유행과 10-20년은 경향

을 유지하면 메가트렌드라고 하는데 정리를 해봤구요.

시장을 잘게 쪼개자! 싸워서 이길만한 놈하고만 싸우자! 한 놈만 죽을 때까지 패면 이긴다!

마
케

팅의 기본 STP (Segmentation, Targeting, Positioning)

(+-3살 차이 연령대)의 (어떤 직업군)의 (어느 정도 소득수준)의 (어떤 스타일)을 추구하는 사람들이 (어떤 가격대)로 구매할 수 있는 (어떤 상품)을 팔려고 합니다. 기업이나 그렇지 소호들은 힘들다. 직업군은 구체적인 직업군을 해야죠. 소득수준도 월얼마라고 구체적으로 적어야 전략이 나옵니다. 어떤 스타일이 가장 중요한데 예를 들어볼게요. 제가 37살 쥐띠예요. 흠애비예요. 애가 하나 있는데 이혼했어요. 소득은 1억은 안되도 7-8000은 된다고 해요. 어떤 라이프스타일을 가지고 있을까요? 보수적이 아니고 꼰통노사모예요. 라이프스타일이 일관성있게 적용이 안되는 시대가 되었어요. 보보스 잘 버는데 보헤미안 적인 특성을 가진다는거죠. 과거의 성향들과는 대별되거나 다른 스타일을 보이는 사람들을 지칭하는 단어들도 많이 나옵니다. 가격대는 2-3만원짜리 상품 등등으로 쓰면 됩니다. 자신있게 채운 사람은 전체강의에서 2명 밖에 못봤어요. 채워보실래요? 아이템에 대해서 공유하고 있으면 해보시자구요. 패션관련 상품 없습니까? 25-35, 어떤 직업군? 명품을 좋아하는 직업군, 소득수준은 중간 제가 해볼게요. 나쁘게 정의한 것은 아니지만 구체화 해볼게요. 명품선그라스라면 결혼 안한 사람들을 이야기하면 좋을거구요 25-30대, 어떤 직업군, '가질 수 있다'에서 찾아보자고 하면 적어도 중간 이상이 되어야하는데 연봉 3000 정도면 될거 같고 어떤 스타일을 추구하느냐 자유분방하고 멋내기 좋아하는 사람들이겠죠 10만원 중반에서 20만원 중반대 이렇게 좁히는게 왜 의미가 있나하면 실제 시장에서는 더 넓어집니다만 지오다노 광고를 하고 있는데 실제 입는 것은 중고등학생이 입죠? 핵심 고객이 될 것 같은 모델링을 해야 색깔을 낼 수 있죠. 문장을 매끄럽게 구성할 수 있을 때까지 10-20번 해보야죠. 모순이 없게끔 했다면 된겁니다.

T : 월간조회수 x 예상클릭율(8%) - 예상클릭율에 따른 월간 잠재수요고객

P : 당신이 고른 목표시장에서 한 놈만 골라 패 그 분야의 확고한 자리를 굳히는 것

오프라인에서는 우리 동네에서만 잘하면 되요. 하지만 인터넷은 안그래요. 같은 키워드 안에서는 경쟁상대가 노출되어 있어요. 아예 좁혀서 가야죠. 쇼핑물 8개를 만들었는데 한달안에 1등 사이트를 만들었는데 딱 하나 만들어서 1위 될 것 아니면 안한다는거죠. 하지를 말아야해요. 그런 것들은 사업전에 끝나있는거예요. 시작해서보다도 이길만한 것을 골라내야 해요.

포지셔닝

주요소속사건에서... 아시죠^^? 포지셔닝은 어려운 용어예요. 책 보셨겠지만 안보셨어도 개념은 아시겠지만 제대로 된 이해를 가진 분들은 없어요. 이 부분 때문에 어디에 포지셔닝하는건가요? 머리 속이죠? 인식에 포지셔닝하는 겁니다. 이런거예요. 남자는 튼튼해야 된다. 섹시해야 된다. 얌전해야 된다. 돈이 많아야 된다. 대상에 대해서 오래가지고 있는 인식에 포지셔닝 하는거예요. 사람들의 뇌리에 자리잡히지 않은 것은 어려워요. 남자도 화장한다더라...가 인식 속에 안잡혔으면 포지셔닝이 불가능해지죠. 기존에 존재하고 있는 관념에 포지셔닝 해야 합니다. 이상한 포지

<댓글>

1. 리토2008/05/26 09:35 강의 너무 좋았어요~~ 마케팅에 대한 기본 지식이 많이 부족했었는데 인터넷에서 마케팅에 대한 부분을 쉽게 이해할 수 있었던 자리였습니다.~ 타겟팅을 더욱 세분화 시킨 '마이크로세그먼트전략' 이 너무 좋았습니다. 감사합니다~
2. catchkin2008/05/26 19:52 와, 엄청난 내공에 감동~~~ 행복한 시간이었습니다. 감사합니다.^^
3. 유영진2008/05/31 07:32 좋은 강의 감사합니다. 덕분에 알찬 주말을 보낼 수 있었습니다. 강의도 많은 도움이 되었고 끝나고 나눈 이야기들도 정말 좋았습니다.

브이코아 08 Web2.0&Business Model - 세상을 보는 또다른 시선의 5throck님(05/31)

포스트주소: <http://v-core.kr/27>



『"세상을 보는 시선(<http://mbastory.tistory.com>)"이라는 비즈니스 관련 블로그를 운영하고 있으며, CCL(Creative Commons Licence) 확산을 위한 활동을 하고 있습니다. 5throck (다섯번째 돌) 세상을 보는 또 다른 시선 <http://mbastory.tistory.com>』

비즈니스 모델

일단 비즈니스 모델이라는 이야기는 많이 들으셨을텐데요. 수익을 창출하는 기업의 설계도라고 할 수 있겠습니다. 물론 치면 [청사진](#) 정도로 볼 수 있을 것 같습니다. 그래서 다른 말로는 상품이나 서비스를 어떤 식으로 판매할 것인지 우리가 고객에게 어떤 가치를 제공해서 이익을 창출할 것인지 어떤 사업방식을 가지고 있느냐 하는 것도 비즈니스 모델이라고 할 수 있을 것 같습니다. 일반적인 기업의 목적은 수익을 내는 것이라고 할 수 있겠는데요. 기본적으로 해마다 물가가 오르고요. 임금도 오릅니다. 수익이 [물가](#)와 [임금](#)을 이기지 못하면 살아남지 못하는 것이죠. 기

업의 **영속성이 가장 중요합니다.** 그 백그라운드에는 지속가능한 성장이라는 키워드가 있습니다. 추구할 수 있는 여러가지 방법이 있는데요. 비용측면이 있습니다. 경쟁자보다 낮은 가격으로 [서비스](#)를 제공해야하구요 매출을 일으켜야 하구요. 제품이나 [서비스](#)를 사주려고 하면 남들과 뭔가 달라야 합니다. 이게 경쟁우위인데요. 비용적인 측면에서 저렴하면 시장에서 이길 수 있다고 볼 수 있습니다. 우리가 다른 회사보다 비용을 적게 들인다면 유리할 것이구요. 같은 비용구조라면 다른 가치를 창조하는 것이 중요하다고 볼 수 있습니다. 그런 것들을 가능하게 하는 것이 **비즈니스모델**입니다. 잘 보시면 지속가능한 성장이 중요하다고 했는데요. 기업수명이 30년이라고 하죠. 결국 한계에 부딪히는데 새로운 성장동력을 위한 모색을 하게 되는데요. 사업다각화를 시도하게 됩니다. 이렇게 해서 성공하는 것이 10%가 안됩니다. 사업 다각화를 하는데 문어발식 확장을 하려며 규모의 경제를 누려야 합니다. 사업다각화를 잘하는 국내 기업이 [웅진](#)이 잘했다고 생각하는데요 비난도 받기는 하는데요. 웅진은 모기업이 출판입니다. 지금은 아동도서 시장이 커지지 않을때는 가장 먼저 시도한게 [웅진코웨이](#)로 시장을 잘진입했구요. 그 다음이 [웅진식품](#)입니다. 식료품 업계에서 200개가 넘습니다. 가을대추, 아침햇살, 초록매실 이렇게 세가지 [브랜드](#)를 가지고 시장 4-5위까지 진입합니다. 인테리어에 진입했습니다. 성공을 잘한 케이스라고 볼 수 있습니다.

존속적 혁신과 파괴적 혁신

두가지 혁신이 있다고 보는데요. 존속적 혁신과 파괴적 혁신을 들 수 있는데요. 현재 잘하고 있는 것을 더 잘해보자고 하는 것과 기존 대상고객에 맞추어서 가는 것입니다.우리가 상용하는 제품의 사용량을 늘이거나 자주 구매를 하게 하는 것입니다. [베이킹파우더](#)의 경우 냉장고 냄새 제거에 효과가 있더라는거죠.용량을 늘이는 경우도 있습니다. 파괴적 혁신의 경우 전혀 새로운 가치를 제안하는 것입니다.충성도가 낮은 고객에 집중하는 것입니다. 우리 것이든 남의 것이든 좋은 경우죠.최저의 비용으로 이런 목표를 이뤄야하는 것입니다. [말보로](#) 프라이데이라는 케이스가 있

는데요. 하이 미들 브랜드가 있는데 카멜이라는 회사가 하이엔드의 품질에 중간 가격으로 합니다. 2년 뒤 하이 로우로 결판이 나게 됩니다. [태평양](#)의 경우 공격을 받았는데요. 상대의 경우 시자에서 고민을 많이 하게 됩니다. 소비를 안 하는 분들에게 소비를 하게 하는 경우도 있습니다. 그렇게 해서 성공하는 케이스가 [스킨푸드](#) 아시죠? 어느 회사인지 아십니까? 지금은 아드님이 운영하고 있는데 [피어리스](#) 방문판매 회사였죠. 실제 사례들을 보시면 이해가 쉬우실 것 같습니다. 산업의 진화에 따른 핵심역량의 변화를 보는데요. 생명주기에 관련해서 설명이 되는데요. 대표적인 경우가 LCD TV를 들 수 있을 것 같습니다. 기술이 나와서 제품화가 되어서 시장을 대체하고 있습니다. 혁신이 되다보면 한계에 부딪게 됩니다. 아무리 기술이 좋아도 안산다는거죠. 고객에게 통하는 키워드는 얇은 TV입니다.

프로세스 이노베이션

프로세스 [이노베이션](#)의 단계가 되면 [코스트다운](#)이 의미가 생겨납니다. 원가를 줄이는데 한계가 있습니다. 고객과 소통해서 충성고객을 만드는데 의미가 생깁니다. 공급이 수요보다 많아지면 이렇게 되는거죠. 산업이 더 이상 변화가 없다고 하면 사업영역을 바꿔야 되는거죠. 순환에서 점프하는 사이클로 가야죠. [M&A](#)를 하거나 매각, 철수를 하게 되는 겁니다.

혁신은 동전의 양면 같이 됩니다. 이런 맥락을 알고 있는 상태에서 웹2.0을 말씀드리도록 하겠습니다. 이전까지는 아날로그적인 세계에서 살았습니다. 우리가 디지털이라고 하는 것은 사실은 가상적인 모델입니다. 모든 것은 아날로그로 움직입니다. 0.1을 나타낼 때 0v, 2.5v 를 씁니다. 실제 저장장소에서 아날로그로 저장됩니다. 현상을 설명하기 쉽습니다. 컴퓨터가 환경에 도입된 것은 50년이 안됩니다. 1908년 [라이트형제가](#) 비행한 것... 100년이구요. 인터넷은 15년 밖에 안되는 기술인데 환경이 변했기 때문에 기술이 바뀝니다. 월마트와 델을 보면 매장도 늘어나고 매출도 늘어나고 있죠. 월마트는 IT중심적입니다. 델은 인터넷 전에 전화주문을 받았던 회사구요. 인터넷이 나와서 고민을 해서 적용한 경우입니다. 동영상으로 보여드리겠습니다. 컴퓨터나 자동차 등은 오더가 중요합니다. 옵션에 따라 충돌을 막아줘야 하구요. 패키지라고 해서 함께 사면 깎아주는 부분이 있구요. 자동차는 인테리어에 따라 차색이 영향을 받습니다. 보험 상품도 그렇습니다. 실시간으로 계산해서 보여줘야 하지요. 델이 재미있는게 아시아에서는 성공하지 못했습니다. 왜 그랬을까요? 환경을 많이 고려하지 않았다고 생각합니다. 미국은 소득수준이 4만불 정도 되겠지요. 금은 싸졌지만 비싼 물건을 전화로 주문하는 것이 좀 그렇죠? 내 3달치 월급을 넣어서 사는데 전화나 인터넷 주문을 할까요? 매장이 없으니 쉽지 않았겠지요. 그리고 배송체계를 가지고 있습니다. 책은 택배로 많이 받으시죠? 주소지 체계가 정립되어 있어야겠지요? 산골은 그 지역 집배원이 아니면 접근이 곤란하겠지요? 델이 가진 특성을 아시아에 맞추지 않은 점이 문제겠지요. 기업은 환경 측면을 봐야하고 그렇지 않으면 국가와 지역에 따라 적응하기 어려울 것입니다. 이제 인터넷이 발달하고 디지털 경제가 발달되니까 내 것에 맞는 것이 중요해집니다. 어떻게든 편하게 살려고 합니다. 내가 서비스를 받는 쪽으로 갈 수 밖에 없습니다. 기존 상품이 바뀌어야 한다는거죠. 과거에는 매장에 한계가 있었습니다. 가상공간에서 이제는 물리적 한계가 없습니다. 자동차보험 요즘 온라인으로 많이 드시죠? 옛날의 7-80%로 줄었습니다. 보험설계사를 거치지 않고 고객이 바로 찾아옵니다. 사용기록도 모듈 컬렉팅합니다. 정말 좋아하는게 무엇인지에 따라 맞춰줄 수 있습니다.

고객의 패턴을 파악

광고의 경우 고객의 패턴을 파악하는게 의미가 있습니다. 카드회사가 어떻게 운영이 될까... 고객의 정보를 팔 수 있다는 문구가 있지요? 현대카드는 몇군데나 팔까요? 인터넷에서는 수집하고 맞춰주는게 쉽게 됩니다. [마이내리트 리포트](#) 기억하시죠? [홍채인식](#)을 해서... 결국은 정말 많이 듣던 [론테일 경제학](#)이 시작한 것이죠. 한국에서 론테일 경제학은 없다고 하기도 하는데요. 내수경제는 1억이라고 했는데요. 논란이 있습니다. 일본은 1억2천이 되고 한국은 5천만 정도 됩니다. 많이 생각하시는게 남북통일되면이라고 하시는데 한/일간은 자동화율이 번역이 90% 가까이 됩니다. 한

브이코아 09 "세컨드라이프 수익모델전략" - VPR 세컨드라이프 사업부 본부장님(06/7)

포스트주소: <http://v-core.kr/23>



『(현) VPR 세컨드라이프 사업부 본부장/노동부 기업교육전문평가위원/현) 열린사이버대학교 온라인창업학과 출강/대한민국 명강사 816호/KT & G 상상마당 마케팅 심사위원/현) 서울특별시 자원봉사센터 홍보자문위원/현) 인터넷 쇼핑물 협회 유통마케팅 분과위원장/현) 한국기업교육 협회 e-비즈니스컨설팅 분과위원장 /현) America Gerson Lehman Group Marketing Consultant/현) 한국사보협회, 한국 PR협회 한국 홍보학회 한국평생교육협회 (사)한국강사협회/(사)한국창업교육협회 한국 사이버커뮤니케이션학회 회원/현) 한국 웹마스터 클럽 회원』

1. 자기소개

① 요즘은 창업과 마케팅컨설팅을 주로 하고 있습니다.

2. 세컨드라이프 소개동영상

① 또 다른 소개동영상

3. 15는 모바일로 연결됩니다.

① 일본에서는 반경 1km 내부에서 찾아줍니다. ② 지하철 모니터를 이용해서 우리도 하면? ③ 작년에 그런 이야기를 영진님과 한 적이 있습니다.

4. 세라의 이해

① 세라에는 어떤 직업이? ② 땅을 무한히 늘릴 수 있을 것 아닙니까? ③ 직업은 더 늘어났습니다. - 직업소개소가 있습니다. - 구인구직 사이트도 운영가능 - 웹과 연동이 가능하니까요

5. 세라의 당면과제

① 재산권 ② 도덕적 미풍양속 ③ 최근에는 보안문제도 거론되기 시작

6. 세라의 비즈모델 유형

① V2V - 브랜딩 - 콘텐츠 판매를 위해 ② V2W - 상세정보, 상거래 연동을 위해 ③ W2V ④ 객체 - 플랫폼 - 활용 기업/개인 - 인프라 ⑤ 홈페이지에 필요한 모든 것이 이곳에도 필요합니다. ⑥ 린든의 수익모델 - 프리미엄멤버십 - 환전수수료 - 토지사용 유지관리비 - 검색등록 ⑦ 웹에이전시 = 디벨로퍼 ⑧ 마케팅모델2

7. 2세대 SNS

① 즐거움과 놀이 - 공감대 중심 - 가상공간 중심 - 뽀대 - 크로스플랫폼 ② 가상현실에서 몸매도 구매가 가능합니다.

8. 세컨드라이프 소개

① 원하면 가입만 하면 되요. 이메일만 넣으면 됩니다. - 모두에게 개방되어 있죠 ② 전세계 서비스 시작은 2006년 인데 1800만 회원입니다. ③ 이베이는 게임아이템 거래가 안되는데 세라만 예외입니다. ④ 로즈데일 소개

9. 메모

1. FinalCity - 세컨드라이프 - 구글어스 - 컴티
2. 2. 교회도 건설이 가능할 것 같습니다. - 지금 있습니까? - 어떻게 만들니까? - 어떻게 알입니까? - 현실과 연동전략은 어떻게 해야합니까?
3. 3. 3D 블로그 - 내 서재나 사업장 ...
4. 4. 3D PT와 세라PT는 어떻게 다를까요? - 동영상 삽입
5. 기타 객체들... - 아바타들의 초대 - 웹사이트 링크 글로벌 기업도 꼭 국내유저수를 따지더라고요왜 그러는지...

CNN과 로이터통신에는 세라 안에 전용특파원도 들어가 있습니다. 세라 관련 잡지도 많습니다. 사건사고 뉴스, 이벤트 매거진도 있구요. 직접 강사와 쌍방향 대화도 가능합니다.매주 특정일 특정시간에 강의를 하는 경우도 있습니다. 그 안에서 비즈모델을 만들고 점수를 주는 것도 가능합니다. 노르웨이등 몇몇 대사관은 들어와 있습니다. 이 사람이 접속했는지 확인하고 메시지를 보낼 수 있습니다. 메일로 메세지도 오게 할 수 있구요. 현실과 세컨드라이프를 연결하는 메신저도 있습니다. 현실의 비즈니스가 대부분 여기서 가능하다고 보시면 됩니다. 삼성은 발빨리 움직이고 있습니다. 회원가입이 늘고 있습니다만. 국내는 주춤합니다. 파크를 만들었어요. 에버랜드처럼요

세컨드라이프와 언론사

세계 우수 언론사는 이미 들어와 있습니다.

세라와 PR회사

세라와 정부

PR 기사화

사례 스위스가 먼저 한다고 했는데... 몰디브가 먼저 했습니다.힐러리 여사도 선거캠프를 안에다 만들었습니다. 지금도 있나 모르겠네 ^^ 원불교도 만들었구요.IBM이 추진을 강하게 하고 있습니다.전략적입니다. 소니는 냉장고를 팔까요? 안파는데 소비자는 파는 줄 압니다.IBM도 컴 제조분야는 모두 팔았습니다

<댓글>

가상세계와 세컨드라이프 from 김나위가 드리는 서비스 라떼 한잔 2008/06/08 00:51

v-core 6월7일vpr 세컨드라이프 사업부 정윤석 본부장님이 [가상세계와 세컨드라이프]라는 주제로 발표 하셨습니다. <http://www.v-core.kr> 에서관련 내용 참조 하시기 바랍니다.. 매주 토요일 9시부터 파워 블로거를 처칭하여 그들의 운영 노하우,,,생각등을 들을수 잇는 자리를 마련 하였습니다. 많은 참여 부탁드립니다.

브이코아 10. 성공하는 직장인의 블로그 습관 10가지 - 강호석 님(06/14)

포스트주소: <http://v-core.kr/31>



『"現 삼성에버랜드 환경개발사업부 신사업추진팀 대리
 신사업추진팀 대리 (Jan. 2004 to present) - 실내환경개선사업(실내공기질) 발굴 및 사업
 기획(사업아이디어 제안, 시장조사 수행, 사업계획서 작성 등)
 - 장식아스팔트포장기술 사업화 제안 및 해외라이선스 도입
 2006. 4 TBS교통방송(FM95.1) "정연주의 상쾌한 아침" 출연('06.4.21)
 2006. 5 Yahoo 피플링 블로그 랭킹 2위('06.5.31 기준)
 2007.12 "직장인의 성공에너지 배움"(국일미디어) 저서 출간
 2008.12 동아비즈니스리뷰(www.dongabiz.com) "강대리 팀장만들기" 기고 中』

호주의 유명블로거 다렌로즈의 PRO-BLOGGER.NET가 한 달에 벌어들
이는 금액이 월 16,000달러

와이프로서는 말도 있죠? 이런 파워블로거가 되기 위해서는 "주경야
불"을 해야한다고 합니다.

신문에서 나온 표현인데 딱 들어맞는 것 같습니다. 이런 쟁쟁한 파워블
로거와 비교하면 저는 파워블로거가 아니어서 쑥스럽습니다. 다만

2003년부터 6년간 블로그를 꾸준히 운영했다는 것은 자랑할만 하지 않을까... 합니다. 블로그를 하면 무슨 도움이 되
냐고 물어옵니다. 시간이 많이 남나? 일 더 시켜야겠다. 하지만 요즘은 달라졌습니다. 삼성에서도 사내블로그가 운
영중이고요. 많은 기업에서도 관심을 가지고 있습니다.

왜 지금 블로그를 직장인이 해야하느냐..

제가 2003년에 대리로 승진하면서, 과장이 될 때 존경받는 과장이 되어야겠다 생각했습니다. 제 전공은 조경인데요.
예전부터 '기획'을 하고 싶어 연구개발부서에 있다가 4년만에 부서를 옮겼습니다. 당시 의사 검사 판사 변호사 변리
사... 사자가 들어가는 직업이 잘 나가고 있었는데요. 저는 그냥 사자와 관련없는 그냥 평범한 직장인이어서 대한민
국 대표 대리 대한민국 대표 직장인이 되어보자 제 나름의 비전을 정했습니다. 어느덧 그렇게 여겨지는 행운도 가지
게 되었는데요. 누적 방문자 백만, 인용회수 6만, 일일 천명 정도 방문 합니다. 그래도 네자리다... 라고 주장하고 다닙
니다.^^ 신문 방송에도 출연해 보고, 블로그를 일찍 시작해서 혜택을 받은 사례입니다. 현재 삼성에버랜드 환경개발
사업부 대리이구요. 2006년 가을부터 지금까지 SKK GSB(성균관-MIT MBA)에서 경영학석사(MBA)과정을 공부(교
육과견)하고 있습니다. MIT에서 1학기 동안 공부한 후 지난 주에 귀국했구요. 곧 회사 복귀입니다. 이 기회를 통해
제 블로그 라이프를 정리해보는 계기로 삼고 있습니다. 제가 경험하고 느낀 것인데 읽고 보면 뻔하지만 동기유발이
되고 다짐을 하게 되지 않습니까 ^^?

블로그를 왜 해야할까요?

1. 남들이 하니까 : 현재 국내 블로그 수가 3천만입니다. 미니홈피를 합친 숫자죠.
2. 남들이 안하니까 : 그 중에 순수 블로그를 운영하는 사람은 30%, 그 중 비공개가 60%입니다.

아직 늦지 않았다... 라는 거죠. 아직까지 우리나라 블로거들은 미니홈피 수준을 벗어나지 못하고 있어서 아직 늦지 않

있다는 겁니다. 이런 블로그를 어떻게 해야할까? 이것을 습관이라는 표현을 붙여서 적어봤습니다.

1. 하루 30분 블로그에 투자하라.

올블로그와 같은 메타블로그를 방문해 보면 정말 많은 블로거들이 다양한 글을 생산하고 있죠? 델의 미니노트북이 최초로 공개된 것도 블로그에서였습니다. 기성매체에서 공개된 것이 아니라 블로그에서 먼저 공개된 것이지요. [블로그코리아](#) 같은 경우는 다양한 취미, 이슈를 생산해냅니다. 최신 트렌드, 사회변화 등을 바로바로 읽어낼 수 있는 공간이 바로 블로그입니다. 일반 직장인에게 블로그는 다양한 공부를 할 수 있는 곳이기도 합니다. 스포츠, 오락, 음악도 함께 할 수 있는 취미공간이기도 하고 가장 중요한 것은 글쓰기 연습을 할 수 있는 공간입니다. 30분만 투자하다 보면 블로그가 재밌구나 하는 것을 느낄 수 있습니다.

2. 자신의 관심분야, 업무, 사업내용이 아이템이 될 수 있다.

저는 기획이라는 단어만 들으면 가슴이 벌렁벌렁합니다. 예전부터 기획이라는 단어에 관심이 많았고, 드라마에 보면 잘나가는 사람은 모두 기획실장이잖아요. 열심히 기획으로 가고 싶다고 말했죠. 그렇게 가슴이 뛰어야 적성입니다. 내가 관심 있는 것을 직업으로 삼는 것이 가장 행복하잖아요. 작은 단어이지만 그런 키워드가 어떤 것인지 잘 생각해보시구요. 2003년 당시에는 '기획'에 관련한 책들이 거의 없었습니다. 제가 기획에 대한 자료를 많이 모았더니 기획 타이틀이 붙는 직업을 가진 분들이 블로그에 많이 방문해오고 덕분에 소개도 많이 되었습니다. 제가 전문가나 교수도 박사도 아니고 저만의 지식을 나누겠다는 것 보다는 제가 배우는 것들을 나누고 싶다고 생각했습니다.

소개 : [안도류](#)님의 THEMEPARK to be LOVED (blog.naver.com/ahkims)

제가 미국에서 [테마파크](#)들을 다니면서 포스트를 올렸는데, 그 글이 계기가 되어 알게 된 분입니다. 이 분은 직접 현장에서 테마파크 기획을 하시는데, 일본 최신 기사를 스스로 번역해서 올리구요. 직접 다니면서 어트랙션에 대한 감상도 올리구요. 세계의 유명한 테마파크에 대한 정보도 꾸준히 올립니다. 블로그스피어에서 보면 누가 보아도 테마파크 전문가이지요.

소개 : [따뜻한 행복을 전하는 오코디](#)의 웃음주사 (blog.naver.com/csstylist)

간호사이면서 재활을 위한 웃음치료를 블로거입니다. 국내에서는 최초로 화상환자를 대상으로 웃음치료를 하시는 분이기도 합니다. 3년 동안 꾸준히 웃음치료에 대한 자료를 모으고, 실제 강의 후기도 올리고 하다보니 이젠 전문가가 <후략>기서 연락이 옵니다. 나름 짧은 시간에 유명해져서 라디오도 나가고 큰 강의에도 나갑니다.

이처럼 제 주변에서 볼 수 있는 것과 같이 자신이 관심있는 분야에 도전하면 관심을 받을 수 있다고 봅니다. 개인사업하시는 분들은 블로그를 사업에 어떻게 연결할까 고민이지요? 제가 네이버에서 처음 만난 사업가분은 [캐리커처 사업을 하시는 분이었는데, 저와 블로그 이웃](#)이 된 것이 인연이 되어 제 캐리커처를 만들어 주셨지요.

이 분의 경우는 블로그를 이용한 사업 초기 모델이었지만, 지금은 더 잘하는 분들이 많고, 블로그를 통한 개인사업화가 충분히 가능하다고 봅니다.

3. 눈에 띄는 블로그 제목을 가져라. <후략>

<댓글>

1. 김지훈2008/06/14 16:41 금일 처음 참여했던, 김지훈입니다. 와- 이렇게 깔끔한 정리를... 오늘 많이 배우고 도움도 많이 되는 자리였습니다. 감사합니다^^
2. 리토2008/06/15 15:52 지훈씨 반가웠어요~ 다음주에도 꼭 뵈면 좋겠습니다. 강호석님 강의도 너무 인상적이었고 좋았어요~
3. 이노2008/06/16 12:45 좋은 강의 많은 도움 됐습니다 앞으로 발전하는 v-core 되시길 응원할게요 ^^*
4. Lil'Criss2008/06/18 15:22 강호석님 강의 너무 좋았습니다. 특히 NABC 툴을 이용하여 해보니 사업컨셉이 쉽게 잡히는것 같습니다

브이코아 11. 유비쿼터스 시대의 미디어와 마케팅

- 한세대 안종배 교수(06/21)

포스트 주소: <http://v-core.kr/33>



『서울대와 연세대 언론홍보대학원, 경기대 대학원 및 미시건주립대 대학원에서 국제광고와 디지털마케팅을 전공하여 국내 최초로 디지털마케팅 박사학위를 취득하였다. 현재 한세대 미디어영상학부 교수로 재직 중 /디지털미디어 광고와 디지털미디어 콘텐츠 교육과정을 국내 최초로 개설 운영하기도 했다. (사)유비쿼터스미디어콘텐츠연합 공동대표, 디지털뉴미디어 국회포럼 운영위원장, 문화체육관광부 자문위원, 한국문화콘텐츠진흥원 심사위원, 서울시 디지털문화 자문위원, 중소벤처 특별위원회 위원, 대한적십자사 자문위원, 국회 과학기술정보통신위원회 자문위원으로도 활동 중이다.』

예전에는 피해야 할 업종을 3D라고 한다면 앞으로 세상을 움직이는 원동력은 3D가 될 것이다. 5년 내지 10년 후에 엄청난 변화의 시대 도래하게 되는데 이 세상을 움직이는 변화의 힘과 흐름을 정확히 캐치해서 리더해 나가야 할 필요가 있다 88년부터 새로운 변화에 관심을 가져 오면서 미디어, 콘텐츠, 광고, 마케팅의 분야에 관심을 가져 왔다. 오늘 이야기 하고 싶은 것은 세상이 어떻게 흘러가는지 그 속에서 미디어의 변화와 마케팅 insight, 그리고 무엇을 어떻게 준비해야 하는지를 전체적인 흐름속에서 전

달하는 것에 초점을 두겠습니다.

1. 유비쿼터스 시대 메가트렌드

(1) 유비쿼터스 시대의 도래

원시사회 -> 농경사회 -> 산업사회 -> 정보화(인터넷)사회 (유비쿼터스 사회) 왜 중요한가?

각 변화를 이끈 동인이 우연일까 아니면 필연일까 우연에 의해서 전혀 새로운 것이 발견되어 각 시대 흐름이 이루어왔는지 아니면 필연적인 것인지. 필연적이라고 한다면 과연 이 동인은 무엇인가? 즉, 동인은 누구나 인정할 만한 것, 바로 니즈(욕구)라고 할 수 있다.

1) 농업혁명 (수렵사회->농업사회) 생리적 욕구 의식주 해결+ 그 다음의 욕구

2) 산업혁명 (농업사회->산업사회) 편리 욕구

3) 인터넷 혁명 (산업사회->정보화 사회) 참여욕구 / 지금은 인터넷 기반하에 블로그를 통해 참여 할아버지 할머니 까지도 인터넷을 통해 참여하는 세상 / 지금 사회는 무엇인가를 표현하고 싶은데 표현하고 싶은 도구가 없어 참여하지 못하지는 않는 세상이다

4) 유비쿼터스 혁명 (정보화사회->유비쿼터스 사회) 자아실현욕구

성취 욕구를 위해 필요한 것은 무엇인가 최근에 촛불시위에서 인기를 끈 건 개인방송 그 내용을 인터넷을 통해 개인 욕구충족 유비쿼터스 혁명이 우연에 의한 것이 아닌 필요와 전반적인 흐름에 의해 발전된 것으로 볼 수 있다. 유비쿼터스 의미 자체가 하나님의 것과 일맥상통 유비쿼터스 라이어 어원: "God is always with us in anyplace"

루터: Ubiquitarianism 주장

언제 (anytime), 어디서나 (anywhere), 어떤 기기 (anydevice), 어떤 것 (anything), 어떤 네트워크 (anynetwork)로도 필요한 서비스가 편리하게 구현되는 것: 마크 와이저

2) 유비쿼터스 동인 3가지: 3D

1) Digital: IT+NT

디지털은 0과 1의 조합 On & Off, 빛과 어둠을 조합해서 세상의 모든 것에 에너지를 불어 넣어준다.

창세기 1:3-4) 하나님이 빛이 있으라 하시매 빛이 있었고 하나님이

2) DNA: BT+ET

모든 종은 DNA가 다르며, 종류별로 다른 DNA가 부여되어 있다. 창세기 1:22, 26) 하나님이 생물에게 복을 주어 생육하고 번성하여 충만하라 모든 것을 그 종류대로 만드시나 보시기에 좋았더라

3) Design: CT+ST

그리는 디자인이 아니라 전체를 보는 설계 관점 몇년전에 한국에서 인터넷이 다운된 적이 있었는데, 엄청난 공황 상태가 된 적이 있었음. 지금은 전 산업이 마비 지경일 될만큼 큰 영향을 줄 것임. 세상이 복잡해지면 질수록 전체적인 설계 중요 우주공학 이소연씨 우주에 갔을 때 조그만 하나의 실수에 의해 전체가 타격을 입을 수 있었던 적이 있었는데, 그 만큼 치밀하면서 상세한 설계 필요 창세기 1:31) 하나님이 그 지은신 모든 것을 보시니 보시기에 심히 좋았더라 갈수록 각자의 탈란드와 개인의 역할이 중요해질 것이며, 나아가 개인의 업무와 활동에 비중이 커질 것이다.

(3) 유비쿼터스 시대 미디어의 지형

예전에는 디지털 미디어 전문가들이 아니면 접하기 힘들었던 것이 지금은 누구나 쉽게 구현이 가능해 지고 있다.

유비쿼터스시대 미디어의 핵심 특징

1) 디지털화

2) TPS 컨버전스화 / 인터넷+방송 등

3) 퍼스널미디어화 / 매스 미디어= 한명이 만들고 다수가 보는 것 참여, 놓고, 보는 것으로 만족하지 않고 직접 만드는 시대 = ucc, 블로그

4) 이동성강화 & 상호작용 강화 / 같이 공유하는 상호작용

5) Cross 미디어화 / 방송, 인터넷, 모바일 등 크로스 미디어화 / 방송도 개인화 방송 / iptv에 자신의 채널 확보해서 방송 가능 / 사랑의 교회도 공중파에서 방송

(4) 크로스미디어 디스플레이 네트워크

it, bt, ct가 결합되어 옷도 미디어 이미 구현 <후략>

<댓글>

1. 위크리에이션2008/06/23 23:31

정말 대단했습니다. 참여의 웹2.0을 넘어 이제 자기실현의 유비쿼터스시대라~ 세스코의 바퀴벌레와 병무청의 친절송...중간중간 흘러나오는 팁들도 행복도를 더해주는 강의였습니다. 다음에 또 와주세요. 감사합니다.

2. 유명진2008/06/24 20:39

좋은 강의 감사합니다. 다양한 질문에 해주시는 답변도 정말 좋았습니다.

브이코아 12. 국내외 위젯 시장 총정리 - 위자드웍스 표철민 대표(06/28)

포스트 주소: <http://v-core.kr/36>



『"24 살 (연세대학교 신문방송학과) 위자드닷컴(2007년 설립) 표철민 사장 중 3때 다드림 창업(국내 최연소 창업자) 위자드웍스의 설립부터 지금까지 2년간 사장이자 위젯 이반젤리스트로 활동하고 있으며, 2년여간 각고의 노력 끝에 국내 위젯 시장을 만들어 냈다는 평가를 받아 2008년 1월, 헤럴드경제가 수여하는 <2008 '미래를 여는 인물> 자랑스러운 경영자 부문상을 받았다. 위자드웍스를 창업하기 전 세계적 경영컨설팅펌인 액센츄어 마케터와 (주)다드림커뮤니케이션 대표를 역임했으며 2001년 청소년/대학생 경제교육 전문단체인 한국청소년벤처포럼을 설립, 현재 문화부와 산자부가 후원하는 국내 최대 경제교육 단체로 키워냈다. 올해 24세로 현재 연세대학교 신문방송학과에 재학중이며, 중학교 3학년이던 2000년 다드림을 창업해 현재까지 깨지지 않는 국내 최연소 창업자 타이틀을 가지고 있다.』

1. 위젯이란

- ① 전혀 새롭지 않은 것 그러나 완전히 새로운
- ② 84년부터 위젯과 비슷한 1세대프로그램 등장
- ③ 현재 위젯이 3세대

- ④ 위젯의 성과 미국 86% 사용
- ⑤ 앞으로 모바일 대기화면 설정 TV 한켠에 다음날 나눔
- ⑥ 모바일, 웹, 데스크 탑으로 구분
- ⑦ 데스크탑 위젯: 위젯엔진을 따로 설치, 직접제어 가능, 국내는 MS가 독실한 것으로 예정
- ⑧ 웹 위젯
 - 직접제어 불가능 / 그래픽이 떨어짐 / DB가 웹에 있음 /
 - 쌍방향 배너 2.0 / 모든 브라우저 지원 /
 - 위자드닷컴 / 싸이월드 홈2 / 컨슈머 급증 / 더블유 위젯
- ⑨ 모바일 위젯
 - 광의의 위젯 / 과금체제가 매우 간편 /
 - widsets-위젯에 띄우면 창에 한 칸에 띄워줌
 - 인트로모바일 -multipe 창 / 콘텐츠로 승부
- ⑩ 해외 위젯 시장
 - mY Yahoo(2002sus 9월) / Google(2005년) / Clearspring-미디어 위젯
- ⑪ IPTV위젯
 - 웹 콘텐츠의 수요증가 / 어떻게 표현하는가에 승부

2. 위젯이 왜 필요한가?

① 사용자 측면

개성있는 자기표현, 정보 접근 효율성, 날씨등을 바로 갖다가 붙임

② 사업자측면유통/판매의 새로운 채널 잠재고객을 확보

③ 플랫폼 사업자 측면

3. 위젯 시장 발전

① 앞으로는 언어를 다룰 줄 몰라도 위젯 만들수 있음.

② 모바일,웹,데스크탑이 하나가 되는 유비쿼터스 시장개발(2009년도예정)

4. 위젯 데이터

① 검색엔진을 위해 정리

5. 국내 마케팅

① 파란 태안 살리기 위젯

② 위젯 1차 2차 3차 현 8000여개의 블로그에 배포-블로그에 다녀가는 수십만의 사람들에게 노출

6. 국내 마케팅

① 파란 태안 살리기 위젯

② 위젯 1차 2차 3차 현 8000여개의 블로그에 배포-블로그에 다녀가는 수십만의 사람들에게 노출

7. 위젯을 쓰면 방송,음악 모든 것을 할 수 있다.

<댓글>

1. vcore2008/06/28 13:07 아주 대단했습니다. 포 사장님의 어깨에 우리나라 벤처의 미래가 달려 있습니다. 축복합니다.

2. 이노2008/06/29 21:57 위젯 관련된 부분에 대해서 관심이 많았었는데 정말 유용한 시간이 되었던것 같습니다 앞으로 좋은 관계로 발전 했으면 좋겠네요.

<트랙백>

1. 생산성본부 [웹2.0 비즈니스 전문가 과정] 7월7일~9일 21시간 from Web 2.0 마케팅 연구소 - 블로그,동영상,ucc,마케팅 2008/06/29 13:15 <http://blog.naver.com/cyber125/50032773949>

2. 인터넷 긴급조치 발동하는가 from Virtual World and secondlife Story 2008/06/29 19:36 <http://vwstory.tistory.com/60>

브이코아 13. 촛불집회와 블로고스피어 - 미디어다음 블로거뉴스 이성규(07/5)

포스트 주소: <http://v-core.kr/37>



미디어다음 블로거뉴스의 이성규

『미디어다음 블로거뉴스 편집장』

1년 반 가까이 일을 하고 있습니다. 처음에 미디어다음 들어갔을 때는 블로거 뉴스라고 들어보신 적 있으시죠^^? 시작을 하게 되면... 최근에 그 소속 들으셨나요 의도하지 않았는데 촛불집회에서 많은 사용자가 저희를 찾아왔고 대선 때 네이버가 일부 닫아버린 적이 있는데요. 다음이 이야기하기 좋은 곳... 광고 불매운동의 진지 역할이 되어 버렸습니다. 이런 저런 이야기를 나누는 집중 화제가 그렇게 되었습니다. 일부 언론이 뉴스를 공급하지 않겠다고 내부에서 당황스러워하는 분위기인데요. 블로거들이 이런 목소리를 내기 시작하더라구요.

블로거뉴스의 콘텐츠가 풍부하지 않느냐 신뢰할만하고 네이버는 없지만 다음은 블로거뉴스가 있지 않느냐 메타블로그 사이트... 올블로그등이 있는데요. 왜 이 공간이 소중한가 아실 것입니다. 이게 단순하게 내 글을 돌려본다는 의미를 떠나서 한국의 언론... 저널리즘에 지대한 영향을 미치고 있고 대안으로 인정 받을만한 지위로 나가는 것을 확인할 수 있습니다. 오늘 여기에서 촛불집회는 하나의 소재일 뿐입니다. 재미가 없을 수도 있습니다. 저널리즘의 대안이 블로거로 부터 나온다는 것은 전세계적인 추세입니다. 이것은 민주주의로서도 중대한 전환점이 될 것 같습니다. 속보는 CNN? '트위터'가 더 빠르다. 미국에 트위터라는 사이트가 있습니다. 이게 갑자기 뉴스를 전달할 수 있는 매체로 주목받기 시작하면서 언론 전문가들은 속보를 발견하는 곳으로 인식했습니다. 다양한 사람을 만나는 곳이 되어 갔습니다. 세계적인 사이트가 되어버린거죠.

블로거뉴스의 활약상에 대해서 소개 드리겠습니다. 다음에 들어있는 블로거뉴스를 이야기하고 있습니다. 촛불보도와 블로거뉴스의 특종은 이런 것들이 있었습니다. 송례문 화재 현장보도 기억하시죠? 소방차가 뜨기 전에 불이 타면서 연기가 치솟고 있는 것을 저희 쪽에 글을 보내주셨습니다. 집이 근처라서 그런지 몰라도 바로 올려주셨더라구요. 노출이 많이 되는 곳으로 저희가 위치를 바꿨습니다. 그랬더니 지나는 분들이 계속 찍어서 올려주시더라고요. 지금 상태가 어떨다. 안타깝다는 다양한 표현도 올라왔구요. 지금 저는 '다음 블로거뉴스'의 편집 강의를 중계하고 있습니다. 태풍 때도 기억하시죠? 그 상황을 가장 먼저 알리는 것... 제주에 지진났을 때도 1신, 2신 보냈던 것을 기억하실 겁니다. 촛불집회... 하면 떠오르는 것이 '다음 아고라'입니다. 거긴 두명이고 저희는 네명인데... 아고라에 쫓습니다. 게시판이라는 플랫폼과 블로거라는 플랫폼이 좀 다릅니다. 그래서 속보경쟁에서 뒤쳐졌던 것 아닐까. 싶습니다. 그런데 특성이 약간 다르게 갑니다. 아고라에서는 의견이 많이 들어가요. 최근의 촛불집회에서 다양한 가치실현이 일어나는 것을 확인할 수 있습니다. 이걸 보시면 아시겠지만 촛불... 5월이 되면서 저희 활동이 상승하는 것을 보실 수 있습니다. 전에는 스포츠뉴스와 게임이 안되었거든요. [다음 블로거뉴스] 의 편집 담당하시는 분의 세미나를 중계하는

중입니다. 콘텐츠 퀄리티가 높아지고 있어서 블로거 뿐만 아니라 독자가 몰려와서 어떤 면에서는 [다음 블로거뉴스]가 기존 언론을 뛰어넘는 것도 있습니다. 전에는 기존 언론의 사이트가 매우 뚝뚝... 감히 범접할 수 없었죠. 매체 조인스닷컴, 한국아이닷컴, 동아닷컴 등등이 있죠...전에는 [다음 블로거뉴스]가 이런 곳들을 넘어선다는 생각을 해보지 못했습니다. 작년 말부터 블로거의 인식이 높아지고 전문가가 많이 유입되면서 높은 수준의 기사가 나왔습니다. 작년 12월을 기점으로 어깨를 나란히 하는 모습이 생겨나고 있습니다. 친구대결에서 이제 역전되어가는 추세다라고 볼 수 있습니다.

* 블로그는 뉴스미디어인가?

기존 신문은 정말 편집과 내용... 훈련받은 기자들이 쓰다보니까 빈틈이 거의 없습니다. 반해서 [다음 블로거뉴스]의 글들은 조각도 있고 다듬어지지 않은 것들이 올라오지만 모여서 뭔가가 됩니다. 그래도 블로그는 뉴스미디어인가? 라는 질문은 남습니다. 1700년대만 하더라도 뉴스는 내 이야기를 써나가는 형태였습니다. 친구가 서로 떨어져 있으면 친구에게 서간문으로 여기저기 보내고 받은 것을 모아서 지역의 친구에게 보여준 것이 시작이라고 합니다. 이리다가 인쇄술이 발달하기 시작하면서 찍어낼 수 있는게 되었겠죠? 로컬차원에서 사교적 문체에서 출판형태로 변해가고 범죄등의 사건이야기가 많이 유통되기 시작하구요. 1800 대부터 기자들은 경찰서를 돌면서... 인턴을 했다고 합니다. 범죄보도를 하다보니 예전까지도 이런 범죄가 우리 사회를 좀먹고 있다... 윤리의식의 부재를 보여준다... 라는 코멘트가 달리고 있었습니다. 사실과 의견의 분리가 생겨나기 시작하고 현재는 대부분 원칙으로 삼고 있습니다. 원래 신문기사는 그렇지 않았었다는 이야기를 하는거구요... 전신을 통해 뉴스를 알리자니 돈을 아껴야해서 길어지면 안되거든요. 끊기는 수가 있으니까 중요한게 빠리가야하는거예요. 길어지면 끊기고... 신문의 첫부분은 야마라고 하죠? 상업적으로 신문으로 돈을 벌려다보니 시작된 것입니다. 지금의 기사형태가 뉴스의 형태와 함께 가고 있는 것 아닌가? 그런 2000년대 이후에 오면서 사실만 전달하다 보니까... 객관주의 저널리즘이 시작되었습니다. 원래는 돈을 벌기 위해서 시작된 객관성이지만... 사실 객관적이지 않습니다. 그런 기사는 없습니다. 제가 건교부, 정치부를 출입하면서 느끼는 딜레마는 보수쪽 기사는 절대로 진보쪽에 전화 안합니다. 자기가 함께 어울리는 인맥들에 연락하는거죠. 다른 쪽도 마찬가지겠죠. 마감 전에 코멘트를 따내야 하는데 사실 개개인 기자의 한계일 수도 있는거죠. 심지어는 미리 코멘트를 써놓고 전화해서 승낙을 받는 경우도 있다고 합니다. 진보도 똑같다는 이야기입니다. ^^~ 방법론이 비슷하다는거죠. 공정한 보도의 뒤에는 이런 것들이 있습니다. 객관저널리즘이 아니라 객관포장저널리즘이라고 할까요... ^^? 그런데 뉴스가 정말 객관적이어야할까요? 일단 뉴스의 생산 방식이 엄청나게 차이 납니다. 프로페셔널 기사는 여러 취재원들이 있구요. 기사 하나는 객관성/공정성/정확해야 합니다. 그런데 블로그스피어에 가면 사람들은 객관적이지 않습니다. 이런 사건에서 이런 팩트를 경험했다. 나는 이렇게 생각한다... 이런식이 되는거죠. 그런데 댓글과 트랙백이 있죠? 그런데 블로그스피어에서는 서로 부딪히며 정제되어가는 완성되어가(후략)는 뉴스입니다. 기존 미디어는 완성된 뉴스를 지향하겠지요. 왜 내 기사가 1면까지 올라갔지? 라는 분들이 계십니다. 왜 1면까지 가서 이슈가 되어 하지?라는 분들은 기존 언론에 익숙해지신 분들입니다. 독자.<후략>

<댓글>

1. 블로그피알2008/07/15 09:23 댓글 등록하는곳이 다시 생겼네요~ 좋은 강의를 듣고 댓글한마디 못남겨서 아쉬웠는데.. ㅎㅎ 편집장님 덕분에 조금이나마 뉴스에 대한 새로운 시각을 갖게되었습니다. 블로거뉴스는 완성된형태가 아니라 완성되는 형태라고 말씀하신게 기억에 많이남네요. 말씀대로 블로거들을 위한 많은 노력들이 결실을 맺어 블로거와 블로거뉴스가 더욱 발전하는 계기가 되었으면 합니다.^^

<트랙백>

1. 조중동, 다음 뉴스 공급 중단을 환영한다 from ■■■■■ 바실리카 (BASILICA) - 열린 공론장 ■■■■■ 2008/07/07 21:20
<http://basilica.co.kr/entry/조중동-다음-뉴스-공급-중단을-환영한다>

브이코아14. 블로그이야기 - 올블로그 대표 박영욱(07/12)

포스트주소: <http://v-core.kr/40>



『광운대 컴퓨터 공학과 졸업/올블로그 운영/블로그칵테일 대표 박영욱(25)
올블로그 www.allblog.net / <http://ceo.blogcocktail.com>.』

1. 회사소개

① 블로그를 하다보니 불편한 점을 해소하기 위해 고민하다 올블로그를 만들게 됨. 창업경진대회 나가 입상하게 되고 자신감을 얻게 됨. 블로그 칵테일 창업

2. 블로그

① 인터넷이 시작부터 지금까지 누구나 자신의 콘텐츠를 생산해내고 올릴 수 있는 플랫폼이 있었습니다

□ 홈페이지 > 싸이월드 > 블로그

개인의 콘텐츠를 올릴 수 있는 플랫폼의 변화였고 블로그는 완성의 단계에 와있는 플랫폼 인것 같다

② 검색 순 방문자가 블로그의 정보를 검색해서 방문하는 확률이 90%

③ 인터넷의 발견이 불을 발견한 것이라면 지금 우리는 그 불을 활용하는 방법을 알아가고 있는 중이라 생각합니다

3. 블로그 마케팅

① 왜 우리 기업은 블로그 마케팅에 대해서 이야기해야 하는가?

□ 인터넷 배너 광고보다 저렴한가요? / 키워드 검색 광고보다 저렴한가요? /

전문 리뷰 사이트들 보다 저렴한가요? / 예전 tv광고도 소비자들 다 볼 수 밖에 없었다.

② 기업은 고객에게 어떻게 다가갈수 있습니까?

□ 현재의 매체 광고들은 소비자들에게 다가가지 못하고 있다 /

소비자들은 광고는 이미 머리속에서 분류를 해버린다 / 직접광고는 광고로 밖에 다가갈 수 없다

③ 아이폰 리뷰

□ 주관적이면서 비 전문적인글 / 이것이 오히려 강점이다 주관적인 글이 소비자들의 마음을 열고 들어갈 수 있다는 점입니다. 감성적인 글로써 블로거들에게 다가갈 수 있다. 따라서 블로거들은 제품이나 서비스에 대한 최고의 소비자이자 소비자에게 가장 영향력 있는 스토리 텔러 입니다

4. 블로그 메타사이트로써 올블로그가 처음인가?

① 처음은 아니고 웹로그 코리아라는 것이 시초이고 블로그코리아가 먼저 시작한 걸로 알고 있다

□ 올블로그는 현재 그나마 가장 장수 하고 있는 메타사이트임 우리는 인터넷의 허브가 되고싶다 이제는 인터넷이 블로거나 할 수 있다 블로거 중심의 인터넷 세상을 꿈꾸고 있다

5. 블로거들끼리의 오프라인 모임은 어떻게 이루어지고 있나?

① 블로거들 끼리 자발적인 모임이 많이 생겨나고 있다

② 올블로그에서는 블로거 포럼등을 운영하고 있다

6. 폐쇄적인 커뮤니티에 대한 생각은

① 폐쇄적인 커뮤니티들도 필요하다 그 나름의 영역이 있기 때문에

7. 블로그 시장에 대한 성장전망이 본인의 전망과 일치했는가?

① 동영상에 엄청나게 성장할것 같았지만 오히려 텍스트기반의 블로그는 지속적으로 성장하고 있다

□ 양적으로는 이미 어느정도 많이 성장 했지만 질적으로는 지속적으로 성장하고 있다

8. 각 주제별로 블로그 포탈을 만드는건 어떤가 이 주제에 관해서는 사람들의 추천에 의해 각 키워드별로

① 올블로그 탑100이 오히려 문제였던거 같다

② 그동안에는 이슈중심의 태그를 위주로 바꾸려고 하고 있다

9. 매출이나 수익부분은?

① 투자받으면서 있었던 에피소드 : 3억원의 투자를 받음

② 매출부분은 말씀드리기 부끄러워용

10. 블로그 시장에 대한 성장전망이 본인의 전망과 일치했는가?

① 동영상에 엄청나게 성장할것 같았지만 오히려 텍스트기반의 블로그는 지속적으로 성장하고 있다

□ 양적으로는 이미 어느정도 많이 성장 했지만 질적으로는 지속적으로 성장하고 있다

11. 블로그의 참여자를 확장시킬 수 있는 방안 내지는 어떤방식으로 사람들을 모으는지?

① 정답은 아직 못찾고 있다

12. 각 주제별로 블로그 포탈을 만드는건 어떤가 이 주제에 관해서는 사람들의 추천에 의해 각 키워드별로

① 올블로그 탑100이 오히려 문제였던거 같다

② 그동안에는 이슈중심의 태그를 위주로 바꾸려고 하고 있다

13. 가내수공업을 부활할 수 있는 블로그 상점 서비스는 어떠한지요?

① 기본적인 수익모델 고민중의 하나

② 아직은 상품을 직접 팔 수 있는 시스템까지는 고려하지 않고 있다.

14. 어떻게든 방문자 수를 늘려야 되는데 아고라 시스템고민하는게 있는지?

① 그리고 추천은 누가 추천했는지를 알 수 있었음 좋겠다

□ 처음 만들때는 로그인 개념 없었다. 추천하는 사람은 공개하지 않으려는 성향이 강하다. 스팸성향이 많이 있기 때문 차츰 공개하는 쪽으로 바뀌 나가고 있다

<댓글>

1. 이노2008/07/13 15:40 좋은 강의 잘 들었습니다. 끊임없이 발전하는 올블로그가 되시길 기원할게요

2. 위크리에이션2008/07/14 12:27 올블로그의 성장은 대한민국의 자존심입니다. 성공한 벤처기업인으로 미래 벤처기업인들의 좋은 모델이 되실 겁니다. 올블로그에 집중하겠다는 말씀에 신뢰가 갑니다. 열심히 합니다.

3. 블로그피알2008/07/15 09:18 강의 정말 잘 들었습니다. 특히 블로그 마케팅에 관한 사례와 생각에 대한 내용들이 좋았구요. 올블로그 같은 업체들이 많이 생겨나고 발전해서 국내 블로그 비즈니스가 더욱 풍성해졌으면 하는 바램입니다. 저도 얼렁뚱땅 벤처붐을 거처왔지만 요즘 국내의 투자환경은 정말 쉽지않은것 같습니다. 박영욱 대표님의 이야기처럼 벤처에 꼭맞는 착한투자자들이 많이 나왔으면 합니다. 어리숙한 착함이 아닌 통찰력있는 착한분들이.. ㅎㅎ<

트랙백>

1. (정윤석 칼럼) 파워블로그로 가는 10계명 from Virtual World and Secondlife Story <http://wwstory.tistory.com/97>

브이코아 15. 바이럴 마케팅

- 바이럴큐브 김형우 대표(07/19)

포스트주소: <http://v-core.kr/43>



『(주) 바이럴큐브 대표이사.』

1. 애드거 닷컴 adgger.com

① ad 광고+blogger 의 합성어

2. 원래 영상제작자 출신이어서 영상위주의 콘텐츠를 많이 생산한다.

3. 블로그를 시작하게 된 계기

① 자료 저장용으로 시작, 이후에 강의 문의가 들어와서 블로그의 위력을 인지하게됨 현재3개의 블로그를 운영중

4. 현재의 블로그

① 블로거들에게 돌아오는건 아무것도 없다 웹2.0시대 도래 하면서 분배가 중요해짐

5. 판도라tv 엠군

① 유저가 올린 동영상에 광고수익을 얻고 있지만 유저들에게 돌아가는건 거의 없다

□ 동영상은 시간과 노력이 많이 투자된 콘텐츠임. 그래서 '이래선 안되겠다 동영상콘텐츠를 생산하는자들에게도 812251018수익이 돌아가야 된다'는 생각에 애드거(adgger.com)을 만들게 되었다.

6. 콘텐츠 provider

① 항상배고프다 그래서 애드거 닷컴에서는 제작사로 참여할 수 있다

7. 애드거 광고 시스템

① 광고주

□ 광고주의 광고를 애드거 닷컴의 제작사 회원들이 제작한 동영상 콘텐츠에 올려 함께 유통시킨다

8. 제작자의 수익

① 헤어왁스를 잘 바르는 방법 이라는 콘텐츠가 있다면 헤어관련 광고주가 이 콘텐츠에 광고를 실을 수 있다

9. 애드거닷컴의 수익배분 시스템

① 광고주가 선충전을 한다 충전된 광고가 노출될때마다 충전금액이 줄어든다

10. 경쟁사

① 판도라tv

② 엠군

③ 구글 동영상 애드센스

11. 현재 다른 동영상 서비스 업체들은 중복 클릭 허용됨

① 애드거닷컴은 부정클릭이 불가능함

12. 동영상이 어디서 재생되는지 알 수 있도록 시스템을 만들었다

① 소스를 공개하지 않는 경우 재생위치를 알 수 없음

13. cpm 포털의 배너광고

① 애드거닷컴은 플레이버튼을 눌러야 클릭수가 올라감

14. ctp 클릭투플레이

① 동영상 재생하기 버튼을 클릭하면 과금되는 방식

15. cpc

① 동영상을 보고 광고주의 사이트로 이동했을 때 과금되는 방식

16. 중요포인트

① 단순하고 심플해야 한다 복잡하면 피가지 않는다

② 엔터테인먼트 적인 요소가 높을 수록 좋다

□ 해외에서는 마케팅용 콘텐츠를 개발해서 성공한 사례가 많이 있다

□ 애드버테인먼트 (애드+엔터테인먼트의 합성어)

17. 애드거닷컴은

① 빠른확산력을 가지고 있다

□ 롱테일은 일반 ucc 사이트를 이용하는 게 낮고 단기간에 효과를 보기에는 애드거닷컴이 좋다

② 브랜드인지도 강화

③ 높은도달률

④ 사이트방문으로 인한 브랜딩 및 구매유도 ctr 광고를 보고 광고주의 사이트로 방문하는 률이 0.5% 정도로 상당히 높다

⑤ 허수노출 방지

⑥ 비용의 효율성 10만원 부터 있음

⑦ 시간과 공간의 제약이 없음

18. 현재 다수의 매체사 보유

① 자신의 블로그나 커뮤니티의 주제와 부합하는 광고를 가지고 간다 클로버필드 영화 홍보 최대 150만원의 수익을 거뒀던 매체사 회원도 있었다

19. 기아차의 카렌스

<댓글>

1. 이노2008/07/20 03:28

오늘 강의 너무 잘 들었습니다. 앞으로 동영상 바이럴 마케팅의 선두주자가 되시길 바랄게요.

2. 블로그피알2008/07/21 19:46

강의 잘 들었습니다. 애드거닷컴 같은 업체들이 많이 생겨서 국내의 인터넷 바이럴과 블로그 관련 비즈니스들이 더욱 풍성해지길 바랍니다. 더욱 발전하셔서 동영상광고 비즈니스의 대표모델이 되시길 바라구요~ ^^

3. 니콜라스김2008/07/22 18:22

정말 고맙습니다....^^ 꼭 대표모델이 되겠습니다... 감사합니다.

<트랙백>

1. [투데이웹들이]브이코아.한과박소프트의 한경희 대리님 www.projectware.co.kr from 컴티

<http://paper.cyworld.com/comty/2397373>

2. [투데이웹]브이코아.황성재과장님의 아주모터스.신규사업부 from 컴티 2008/07/20 12:41

<http://paper.cyworld.com/comty/2397385>

브이코아 16. 1인미디어와 현장 생방송 - 도전365 심현용(07/26)

포스트주소: <http://v-core.kr/45>



『아산시 e-아산 정보대사/사)JCI KOREA 인터넷 홍보대사/KT 네스팟 홍보대사
산업연수 레크리에이션 전문지도자(한마음/팀웍)/야외활동 및 이벤트 컨설팅 및 플래너
/도전365 현장생방송 사이버자키로 인터넷 실시간 생방송 전국순회중

1. 바둑판에서 1급은 살 자리에 돌을 두는 것이고 7급은 죽을 자리에 돌을 둔다

① 7급은 자기가 죽어봐야 안다

□ 내가 바둑7급의 길을 가고 있는지도 모른다

2. 온라인에서 내가 가장 자신있게 할 수 있는 것

① 온라인공간을 별도로 생각해 본 적이 없다

□ 오프라인의 삶이 90%라면 온라인 상의 삶은 10% 정도이다

사람들은 온라인의 삶이 90%이상인 것처럼 착각하며 사는것 같다

□ 온라인은 내가 부족한 부분을 채워 나가는 곳이라고 생각한다

3. 2000년 8월 5일 방송을 시작해서 지금 여기 까지 왔다.

① 인생이라는 닉네임을 가지고 10년을 방송을 하겠다고 약속했다

□ 어떻게 보면 건방져 보였을 수도 있다. 무엇이든지 간에 10년은 해라. 난 지금 온라인 나이로 37이다

4. 온라인에 오니까 콘텐츠라는 말을 많이 듣게 된다

① 좋은콘텐츠란

□ 돈되는 콘텐츠가 아니더라. 본인이 가장 자신있게 할 수 있는게 가장 좋은 콘텐츠더라. 본인이 잘할 수 없으면 서도 돈이 되는 콘텐츠 쪽으로 기웃거리면 될 턱이 없다

5. 레크리에이션 지도자들은 6개월내에 무대에 서야 한다

① 무대에 많이 서는 사람이 유리하다

6. 앞으로는 미디어의 시대가 온다

7. 인터넷은 사라지는건 1분도 안걸리더라

① 끼리끼리 라는 사이트 들어보신적 있나?

□ 2000년도에 굉장히 유명했던 사이트다 지금은 흔적조차 없다

② 제 사이트는 없어 질 수가 없다

□ 제가 그만두지 않는한 없어질 수가 없는 분야이기 때문이다

8. 가장자신 있게 할 수 있는 것을 인터넷에 구현할 생각을 해야지 돈을 쫓아 가지 마라

9. 캠프지도자로 살아왔던 시간들에서...

① 캠프지도자는 캠프장 주인이 되면 잘할거 같지만 밥장사가 되버린다. 내가 방송을 한다고 해서 방송국 사장이 될 필요는 없다

10. 인생 80

- ① 해야할 일 30년
- ② 하고 싶은일 30년
- ③ 난 60부터 80까지 즐길 재밌는 일을 찾고 있는 중이다
- ④ 나도 이 방송을 왜 하는지 나도 모른다 그러니 물어보는 사람이 어찌 알겠는가
- ⑤ 해야할 일을 하면서 하고 싶은 일을 할 수 있도록 만들어야 한다
- ⑥ 오프라인에서 별어서 온라인에서 즐겨라

11. 졸라디오

- ① 저랑 해결해야될 부분이 있었던 사이트입니다.

12. 끼리끼리

- ① 최초 cj 사이버자키 모집해서 방송
- ② 방송국을 운영

13. 채팅은 온라인 상에서 쌍방향성이 매우 좋은 솔루션 중의 하나다

- ① 채팅창을 5개 열고 방송하기...
- ② 줄인 말이 많이 나오는 문화는 채팅에서 연유되었다.

14. 현재가장 잘 나가는 방송사이트 아프리카 이다

- ① 작년에 판도라tv가 얼마나 많이 뺏었나? 다음으로 대부분 넘어갔다
- ② 예전에는 끼리끼리 졸라디오 등이 유명했지만 지금은 흔적조차 없이 사라졌다

15. 방송형태

- ① 24시간 릴레이 방송
- ② 게릴라 방송
- ③ 세이클럽에서의 길고 긴 이야기들...

16. 지금 아프리카로도 생방송을 보러 가는가?

- ① 많은 사람들이 포털로 방송을 보러간다

17. 인라이브

- ① 방송서버 제공 사이트
- ② 끼리끼리와 졸라디오는 방송 콘텐츠를 만들려다 어려움을 당했다.
- ③ 인라이브는 아직 건재하다 요즘엔 고스톱에서도 방송이 걸린다

18. 벅스뮤직과 함께 했던 시간들...

- ① 벅스뮤직을 도와 주려고 했지만 벅스뮤직은 저작권 문제에 힘을 집중할 수 밖에 없었다.

<댓글>

1. 유영진2008/07/26 21:41 선배님 빛 속에 캠핑카 몰고오셔서 해주신 좋은 말씀 많이 들었습니다. 종종 뵈기야 했지만 이렇게 정리해서 해주시는 이야기 듣는 것도 매우 좋은 시간이었습니다. 오전에 너무 공들여주셔서 오후 진행하시는 프로그램에서 힘드시진 않으셨는지요...항상 감사합니다 ^^

2. Lil'Criss2008/07/28 19:19 저도 98~99년때 인터넷라디오방송을했었는데요.저는 영상방송으로 넘어오면서 망하게되었어요. 마스크가되어야 되기에...ㅋㅋㅋ 근데 강의를 들으면서 저도 다시 영상방송을 하고싶다라는 생각이 많이들었습니다.

<트랙백>

1. [투데이웹]개인인터넷현장생방송 심현웅님 <http://wing365.com> from 컴티 2008/07/26 21:42 <http://paper.cyworld.com/comty/2399240~>

브이코아 17. 블로그 히어로즈 역자 최윤석님(08/2)

포스트주소: <http://v-core.kr/48>



『KTH, 검색서비스팀 과장(2008.06~현재)/통합 검색과 일부 버티컬 검색 서비스, 검색/지역 TF 담당./서울대학교(1998~2000, 석사, 불어불문학과)수료. 음악, 사회학, 자연과학 분야 번역 활동.역서: "블로그 히어로즈(Blogging Heroes)", 저자 마이클 뱅크스(Michael A. Banks),/에이콘(2008). "엘비스, 끝나지 않은 전설 (Down at the End of Lonely Street: The Life/and Death of Elvis Presley)", 저자 피터 해리 브라운(Peter Harry Brown), 팻 H./브로스키(Pat H. Broeske), 공역 성기완, 이마고(2006). "우주의 거품", "히피의 사회학"(가제),/"Actionable Web Analytics", "Search Engine Visibility", "Connect" 출간예정./』

1. 현재 지역검색 TF장을 하고 있음
2. 블로그 책을 번역했지만 최근에는 한달간 블로그를 못

했다

3. 주로 북마크 톨을 이용해서 블로그를 함
4. 블로그히어로즈에서 핵심이 되는 얘기를 하고자 한다
5. 블로그는 가장 세련된 게릴라 마케팅이다
 - ① 세련됐다는 말이 한편으론 미묘하다
 - ② 한사람이 정보를 전파하는 허브 역할을 함
 - ③ 사람들의 사고방식을 점유할 수 있는 톨이다
 - ④ 순식간에 평판이 나빠질 수도 있음
 - ⑤ 온라인에서 평판관리
6. 해외 사례 위주여서 번역에 고민도 했지만 국내사례와 비교를 했다
7. 블로그 활용법
 - ① 규칙1: 열정을 보여라

1년정도 한 분야에 대해서 꾸준히 할 수 있는 열정이 있어야 한다

- ② 규칙2: 다른 블로그와 교류해라
- 우리나라 블로그는 미디어의 성격보다 커뮤니티 성격을 강하게 가지고 있음.

티스토리과 함께 편집하는 시대는 가고 있는거 같다

- ③ 규칙3: 블로그 스피어를 최대한 활용하라
- 검색과 메타블로그와의 관계도 상당히 중요하다. 작년까진 올블로그의 영향력이 컸음. 메타블로그 시장은 앞으로도 커질 것 같다. 포털들이 시장에 메타블로그 플랫폼을 많이 내 놓았음

- ④ 규칙4: 뉴스를 새로운 관점으로 보라

어떤 뉴스를 발견하고 그 뉴스에 대해 자기 의견을 달고 링크를 주고받는 행위를 해야 한다는 것이다. 블로그는 뉴스에서 함부로 말할 수 없는 부분을 개인들이 얘기할 수 있다. 동영상도 유통되는 구조도 다른곳에서 블로그로 퍼온

동영상이 확산된다

⑤ 규칙5 : 검색엔진을 이용해라

키워드를 잘 선택해서 명확하게 밝혀주면 검색엔진에서 노출되는데 유리하다

⑥ 규칙6 : 비판에 대한 긍정적인 태도

자기주장에 대해 상당히 비판적인 글이 달렸을때 예의를 갖추면서 자신의 이득만을 취하는 것이 좋다

⑦ 규칙7 : 광고는 중요하지 않다 : 애드센스를 통해 돈을 벌고자 블로그를 하는 유저들도 상당수가 있다. 이러한 플랫폼은 대단한 수익을 낼 수 없다.

⑧ 규칙8 : 독자의 피드백에 귀기울여라 : 독자가 어떤생각을 하고 내 블로그가 어떻게 비쳐지는지 끊임없이

모니터링 해야 한다. 시간이 지날수록 점점더 중시해야 한다

⑨ 위에선 언급한 8가지 규칙이 블로그 히어로즈가 되는 길이다

⑩ 제목이나 설명을 어떤방식으로 사용하는지에대한 팁도 있지만 큰 줄기는 위에서 언급한 8가지가 핵심이다.

⑪ 블로그를 시작함에 있어 정말 어떠한 목적으로 시작하는지 이 주제에 대해 열정이 있는지를 체크해 봐야 한다 자기가 관심이 없는 주제에 대해서 열정을 가질 순 없을 것이다. 그걸 1년이고 2년이고 지속되어야 한다.

** 질문

① 외국에서는 블로그로 비즈니스 모델이 된게 있는데 우리나라에서도 그런 블로그 비즈니스 수익모델이 나올 거 같은지? - 메타블로그들이 시도 했지만 사업적으로 성공한건 없는거 같다. 블로그들이 스폰서에 의지하다 보니 그런것 같다. 우리나라 블로그 서비스 자체가 포털이 만든 성향이 강하기 때문에 그런것 같다. 블로그 자체가 전업이 되기에는 상당히 힘들것 같다

② sns 와 검색쪽의 경력이 있으신데 잘못된 경우 수습하는 방안이 혹시 있나요? - 블로그 자체가 rss로 공개 되는 유통방식이기 때문이 rss자체에 공개하지 않는 것이 가장 원칙적인 방법이다 블로그 히어로즈에서는 자신의 블로그에 그 사실에 대해 투명하게 밝히고 솔직하고 잘못을 인정하고 수용하는것이 가장 바람직한 방법으로 추천하고 있다. 이러한 방식으로 대처하면 평판이 그렇게 나빠지지 않는다. 미국의 파워블로거들은 잘못입력한 정보에 대해서는 거기에 대해 줄을 긋고 주석을 다는 방식으로 대처하고 있다

③ 지금 검색 엔진의 수준이 어느정도 와 있는지? - rss 자체가 과거의 자료들은 빨리 날라가기 때문에 단기적으로 전파하는데 효과가 있지만 장기적으로는 한계가 있다. -시간을 들이고 공을 들인 콘텐츠가 검색엔진에 오래 노출될 수밖에 없다

④ 검색엔진에서 클릭했는데 내용이 없었다 어떻게 된건지? - 검색은 색인만 가지고 있다 짧게는 10분전의 데이터와 일주일전의 데이터와 연결될 수 있다

⑤ 블로그 전문검색 나무와 포털의 블로그 검색이 차이가 있는지? - 초기에는 블로그를 중심으로 분석한 나무

<댓글>

1. 바실리카2008/08/03 23:56

해외 파워블로거들의 사례와 국내 블로그와 포털의 실상을 충분히 설명해 주었던 유익한 강의였던 것 같습니다. '블로그히어로즈'가 많은 사람들로 부터 사랑받고 블로거들에게 큰 길잡이가 되기를 바랍니다.

2. 블로그피알2008/08/05 02:01

국내에도 다양한 분야에서 블로그히어로즈들이 탄생했으면 좋겠네요~ 좋은책 번역해주셔서 감사하구요. 강의 잘 들었습니다 ^^

3. 리크리에이션2008/08/05 13:07

간략하면서도 깊이 있는 강의~ 잘 들었습니다. 직업의 현장에서 갈고 닦은 실력을 다시 한 번 더 강의해 주시길 부탁드립니다. 더 큰 활약이

브이코아 18. 메타블로그와 커뮤니케이션 - 라지엘 스튜디오 국장 김지한님(08/9)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/51>



『학력: 성균관대학교 전자전기공학과 4학년 재학중/ 2006년 3월 ~ 2006년 6월 : 블로그 서비스 이노리(innori.com) 개발 및 운영/ 2006년 6월 ~ 2007년 7월 : (주)테터앤컴퍼니, 플랫폼연구소 연구원/ 2007년 7월 ~ 현재 : 라지엘 스튜디오 국장/블로그 포장이사 서비스 프리덤(<http://freedomz.co.kr>) 개발 및 운영 (2006년 11월 ~ 현재)/ 최초의 설치형 메타블로그 날개(<http://wingz.kr>) 개발 및 배포 (2007년 3월 ~ 현재)/ 국내 첫 블로그 오픈마켓 블로켓(<http://bloket.kr/>) 오픈 (2008년 7월 ~ 현재) /아키라토 <http://blog.laziel.com/> (개인블로그)/ 유니크제로 <http://laziel.textcube.com/> (경영/기획 관련 연재 블로그)』

라지엘 스튜디오는 인터넷을 좀 더 재미있는 공간으로 만들기 위한 실험을 하는 프로젝트 그룹입니다. 포털 블로그 사용자를 위한 블로그 포장이사 서비스 프리덤에서, 우리나라 최초의 설치형 블로그포털 도구인 날개에 이르기까지, 사람이 사람과 어울릴 수 있는 가장 쉽고 편한 방법을 제공합니다. 고인 물 처럼 정체되어있는 한국의 인터넷 문화속에서 작지만 강렬한 변혁을 추구합니다. 모두가 한번쯤 생각하면서도 실행에 옮기지

못했던 새로운 시도, 라지엘 스튜디오가 실험하겠습니다.

인터넷을 이용하는 우리 모두가 행복할 수 있도록, 단순히 콘텐츠와 서비스의 공급자와 소비자라는 관계에 구속되지 않는 인간본위 웹서비스의 개발 및 퍼블리싱을 통해 그저 전자 데이터의 교환이 아닌 진정한 의미에서 사람과 사람이 온기넘치는 관계를 만들어 나갈 수 있도록 하는 것이 우리의 목표입니다.

블로그 포장이사 "프리덤" <http://www.freedomz.co.kr/>

포털사이트 블로그 서비스에서 작성한 자신의 글을 저장할 수 있습니다. 진정한 의미에서의 저작권 행사 수단 마련과 정보이주권의 보장을 주장합니다.

설치형 블로그 포털 "날개" <http://www.wingz.kr/>

블로그 포털도 자유롭게 만들 수 있어야 합니다. 커뮤니티든 미디어든, 당신이 원하는 새로움을 현실로 만드세요!

서브컬처 블로그 커뮤니티 "애니블" <http://ani.blogz.kr/>

날개를 기반으로 실험되고 있는 테마 포털 프로젝트 블로켓(blogz). 그 첫번째 실험인 서브컬처 블로그 커뮤니티입니다.

블로그 오픈마켓 "블로켓" <http://www.bloket.kr/>

날개를 기반으로 실험되고 있는 블로그 오픈마켓 프로젝트 블로켓(blog+market) 블로그에 올라오는 각종 판매글을 한 자리에 모아서 봅니다

1.communication

1) 블로그는 사회적 네트워크 형성에 기여

- 대화
- 관심사에 대한 의견을 나누고 일적으로 확장되는 네트워크..
- 블로그는 블로거 인맥형성의 기반 ('타운'처럼 가상의 인격체의 네트워크 확장)

2) 의문? Why 메타블로그에 관심을 가져야하나?

- 누구에게든, 누구든간에 하고 싶은 말을 전하고 싶은 상대에게.. 말하는 것.

3) paradigm

- stage --> square(민중화, 대중화시키자)

4) 문제점

- 블로그의 정체성 (사회적영역? 공적영역?) : 대중을 고려해야 하는가?
- 신뢰성의 문제
- 메타블로그로 어떻게 묶는지..
- 저작권
- 명예훼손

<질의응답>

1. 메타블로그?

개인이 원하는..것을 자유롭게 옮기기 위한 서비스

2.프리덤으로 옮긴 후 시스템을 만들어 블로그 이사를 편리하게 하는 방법이 있다면?

프리덤, 블로그캣, 아이디와 비밀번호를 받아야 하는.. 포털 사이트로 밀어 넣는 방법..이 안되고, 블로그 백업을 시켜 테더개념만 할 수 있게 됨

3. 각 사이트의 이의제기는 없나?

개설 2년이 되거나, 그런 것은 없다. 비슷한 프로그램도 있으므로.. 이상은 없음.

4. 라지엘스튜디오는 비즈니스그룹?

실험쪽, (동아리와 같음..) : 목적이 없는 비영리... ^^

<댓글>

1. wecreation2008/08/09 14:57 꼭 성공적인 인터넷 벤처기업을 일구시고 많은 청년들의 희망이 되시길 바랍니다. 오늘 강의가 너무 좋았고 참 단이였습니다. 더 영향력 있는 벤처 기업인이 되세요. 고맙습니다.

2. 블로그피알2008/08/12 23:24 강의 잘들었어요~ 나이답지않게 폭넓은 시각으로 침착하게 강의해주시는 모습이 너무 부럽더라고요~ㅎㅎ 라지엘프로젝트가 지향하는 기본방향을 잘 지켜나가시길 바라며, 결과물들이 웹2.0비즈니스를 더욱 풍성하게 만들어주시길 바랍니다. 화이팅이요~~!

3. 꼬날2008/08/18 17:38 와~ 라지엘님.. 너무 반가와요. 군인 아저씨 되시더니 아주 건강해 보이는걸요? 파이팅~~

<트랙백>

1. 창조경영 김종춘 "문제가 창조다" from 창조코리아 2008/08/12 15:31

<http://weceo.tistory.com/28^^>

2. 대표님의 비즈니스진행 모습과 마인드가 그것을 더욱 현실화하실것 같구요! 특히 블로그암의 목표가 '인기업가'에 대한 지원에 있다는 말을 듣고 많은 신뢰와 호감이 가더군요.

3. [IT/BLOG] 블로거, 정말 바쁘다 바빠...<http://detailbox.tistory.com/249>

브이코아19. 왜 블로그에 열광하는가 - 바실리카 황의홍님(08/16)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/54>



『(사)언론인권센터 정책위원, 1인미디어특별위원회 위원
<http://www.presswatch.or.kr/1인미디어> 법률지원, 저작권상담, 교육, 조사연구, 제도 개선 <http://press119.or.kr/열린공론장> 바실리카 운영자 <http://basilica.co.kr/사회> 각 계 전문가가 참여하는 팀블로그/시사, 경제, IT, 문화, 여행, 미디어 등前 (사)한국인터넷

1. 우리의 문화적 특징

- 창조성, 인터넷과 블로그 적합도

우리는 뛰어난 창조성을 갖고 있다. 대륙문명과 해양문명이 충돌하면서 융합을 만들어내며, 사계절이 뚜렷한 것도 한 요인이다. 이러한 창조성을 바탕으로 IT와 CT가 결합하여 부가가치를 창출하고 있다. 미래학자 짐데이터에 따르면 이미 경제의 성장 축이 정보가 아니라 이미지를 중시하는 감성 사회로 넘어갔으며 한국이 이를 주도할 것이라고 전망한다. 이미지의 중요성을 깨닫고 국가차원에서 이를 지원하는 유일한 나라는 지적이다. 블로그가 이러한 창조성을 구현하는 통로가 될 것이다. 논쟁을 즐기는 국민적 특성 때문에 신문의 종류와 숫자가 다른 나라에 비해 월등히 많다.

2. 블로그와 홈페이지 비교

블로그의 확장성이 홈페이지보다 뛰어나서 빠르게 홈페이지 기능을 대체하게 될 것이다

3. 블로그의 특성

- 휴먼, 대화, SNS : 가장 인간적인 공간이며 그 사람의 인간미가 그대로 드러난다.
 - 유니캡님 결혼 청첩장, 문성실님 가족담화 소개
 - 관심있는 주제에 대해 댓글과 트래백으로 다른 블로거와 많은 대화를 나누기 때문에 블로그에서 알게된 사람을 오프라인에서 만나면 오래된 친구를 만나는 것처럼 반갑다.
 - 다양한 SNS 서비스가 있지만 블로그 중심으로 갈 수 밖에 없으며 새로 개발된 텍스트큐브닷컴의 경우 대폭 SNS 기능이 강화되어 있다.
 - 블로그카페가 활성화되면 유사한 주제끼리 블로거들이 모여서 자연스럽게 미디어파워가 커질 것이다. 블로그카페의 유용한 툴이 빨리 개발되어야 한다.
- 미디어적 속성
 - 시사인 기자인 고재열님이 운영하는 독설닷컴은 개설한지 100여일 밖에 안되는데 방문자가 210만명이 넘는다. 오프라인 시사인이 매주 25,000부 정도 발행되는 것과 비교하면 영향력의 규모를 가늠할 수 있다. 혼자서 운영하기 힘들어 개인적으로 인턴 기사를 뽑고 있다. 1인미디어의 가능성을 보여주는 단적인 예다.
 - 올해 최대의 히트어 “고소영 S라인”이라는 조어를 만들어낸 MP4/13님은 이를 기반으로 “블로거 명박을 쏘다”라는 책을 출간했다.
- 콘텐츠적 속성
 - 블로그가 콘텐츠 산업의 촉매제 역할을 할 것이다.

- 소설가 황석영, 박범신 씨가 네이버와 계약을 맺고 소설 연재를 마쳤으며 두 소설 모두 독자의 사랑을 받고 있다.
- 앞으로는 블로그용 동영상 시리즈로 제작하는 사람들이 나올 것이며 만화와 애니메이션 등 모든 콘텐츠의 유용한 유통 통로가 될 것이다.
- 대학 교수들의 강의안이 공개되면 인터넷에서 더 유용한 콘텐츠를 찾을 수 있을 것이다.

4. 블로그 마케팅

- “멀리있는 전문가 보다 가까이 있는 이웃의 말을 신뢰”하기 때문에 마케팅 효과가 크다.
- 삼성전자 애니콜 햅틱폰, 소울폰
 - 파워블로그 30명을 모아 자신의 전문분야에 맞게 사진을 찍고 글을 블로그에 올려서 두달간 블로그스피어를 뜨겁게 달구었다. 다른 매체에 비해 광고효과가 커서 광고대행사도 만족했고 소울폰으로 이어지고 있다.
 - 소울폰은 아예 여행과 인테리어 등을 다루는 블로거 4명을 유럽으로 보내서 이벤트를 벌이고 인터뷰 하고 있다.
- 소니, 엘지전자 등 대기업의 블로그에 대한 관심이 일반화되어 가고 있다.

5. 블로그 발전 추이와 전망

- 오픈플랫폼 가속화
 - 다음블로거뉴스, 티스토리 개방정책이 블로그 활성화에 크게 기여. 특히 다음블로거뉴스는 전현직 언론인이 2년 연속 최고의 웹사이트로 평가
 - 네이버 오픈정책으로 전환 : 예상보다 빨리 타회사 블로그 노출을 확대하고, 독립도메인과 광고를 허용했다. 검색광고를 통해 2,000명의 블로거들과 수익을 나눌 것이라고 발표했다. 6~70% 블로그 시장을 차지하고 있는 네이버의 개방정책은 큰 의미가 있다.
- * 다음블로거뉴스, 티스토리, 네이버블로그 페이지뷰 화일 참조
- 눈부신 플랫폼 변화
- 햅틱, 오스폰 같은 핸드폰, IP TV를 통해 인터넷을 편리하게 사용할 수 있게 되었다. 나노기술이 발달함에 따라 대형 모니터를 접거나 둘둘 말아서 가지고 다니면서 사용할 수 있는 시대가 조만간 열릴 것이다. 미래학자들은 2025년경 신문을 보듯이 식탁에서 종이 한 장 짜리 컴퓨터를 올려놓고 사용할 수 있게 되리라 전망하고 있는데 그보다 훨씬 앞당겨질 것이다.
- 언어 장벽도 완화될 것이다. 일본어의 경우 현재도 실시간 번역이 95% 정도 가능한데 조만간 100% 가능할 것으로 여지며 두 나라를 합쳐서 1억8천명의 시장이 형성됨을 의미한다.
- 콘텐츠의 중요성이 더 커지고 있다.

<댓글>

1. 블로그피알2008/08/18 23:33

블로그와 블로거의 발전방향과 전체, 통합에 관한 이야기들을 실례를 들어서 체계적이고 폭넓게 설명해주셔서 강의내내 무척 흥미있게 잘들었습니다~ 강의를 듣는동안 나름 개인적으로 생각했던 방향이 어느정도는 맞는 것 같아 '왠지 다행이다'라는 생각과 함께, 조금은 느슨해져버린 마음을 다지는 계기가 되었구요! 빨리 집에가서 정리된 생각들을 클릭질 하고싶었습니다~~ ㅎㅎ

<트랙백>

1. 왜 블로그에 열광하는가? from I Love Contents & 세상읽기 2008/08/19 12:41

<http://ilovecontents.com/entry/왜-블로그에-열광하는가>

2. (정윤석 칼럼) 지금 필요 한 것은 '마케팅 전략'이다 from Virtual World and Secondlife Story 2008/08/20 16:22

브이코아 20. 1인미디어뉴스 "공동체를 위한 꿈" - 블로터닷넷 김상범님(08/23)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/57>



『1995년 4월 ~ 2000년 5월 : 전자신문 기자/2000년 5월 ~ 2002년 6월 : IT 주간지 <닷21> 기자/2002년 7월 ~ 2006년 3월 : 아이뉴스24 기자/2006년 6월 ~ 현재 : 블로터닷넷 대표블로터/저서 <대한민국 웹2.0 트렌드>(공저)』

1. 강의제목: 1인미디어뉴스 "공동체를 위한 꿈"
2. 블로터닷넷을 시작할때 블로그를 미디어의 중요한 툴이라고 생각했다
3. 블로그

① 블로그가 가지고 있는 미디어 속성에 주목을 했다

- ② 블로그가 1인미디어라고 생각했는데 지난 대선에 후보자들이 블로거들과 간담회를 하는걸 보고 많은걸 느꼈다
- ③ 블로그 자체는 완벽한 언론사의 하나의 툴이고 서비스라는데 주목했다

4. 팀블로그

- ① 여러사람이 같이 운영하는 블로그다.
- ② 팀블로그는 더욱 미디어지향적인 툴이다 라고 생각한다
- ③ 특정주제에 대해 여러사람이 하면 더욱 전문적이고 세분화 될 수 있다
- ④ 많은 사람들이 블로그에 대해 지속적인 콘텐츠를 업로드하는게 중요하다고 얘기하는데 팀블로그는 이런 부담을 나눠 가질 수 있다 그래서 팀블로그를 많이 주목했다
- ⑤ 현재 전세계에서 가장 인지도 높은 블로그들의 순위를 살펴보니 팀블로그 형식의 뉴스블로그 들이었다.
- ⑥ 국내에서도 작년부터 팀블로그가 많이 두각을 나타내고 있다.

□ 3m휴업,바실리카,안철수 연구소 기업들이 운영하는 블로그는 대부분 팀블로그다

⑦ 미디어로서 블로그를 봤을때 좀더 블로그를 미디어지향적으로 활용하는 방법이 팀블로그가 아닌가 싶다

⑧ 블로터닷넷

□ 블로그 + 리포터의 합성어

다음에 이미 쓰고 계신분이 있던데 일부러 모방한건 아니다. 블로그지만 저널리스트에 가깝고 리포터 역할을 할 수 있는 사람에 대해 생각하다 보니 블로터 닷넷이라는 말이 나오게 되었다. 누구든 참여할 수 있는 열린미디어를 꿈꾸며 출발한지 2주년이 됐다. 인터넷 신문으로 블로터닷넷은 등록을 하고 시작했다. 2006년 9월 5일 창간 4명이 상근 중 + 90명의 블로터들이 있다 2008년 8월 팀블로그로 전면개편 초기에는 회원들이 3000명이 있었는데 이제는 회원 정리를 해서 많이 줄었지만 제대로 활동하실 수 있는 분들 위주로 남아있다. 블로그 들이 불만이 많았다. 블로그가 있는 사람들은 블로터닷넷의 활동을 하기 위해서는 블로터닷넷에 블로그를 또만들어야 되니 불편하다 라는 불만이 많았다. 그래서 블로터닷넷을 통째로 팀블로그로 개편했다. 전통언론과 틀린점은 광고사업영역이 빠져있다. 상근하는 블로터닷넷의 블로거들은 전직기자 출신이지만 언론사의 한계에 실망해서 무모하게 이걸 시작하게 됐다. 그래서 비즈니스 적인 접근을 미쳐 생각질 못했다. 그래서 비즈니스 적인 문제가 가장 큰 과제이다

아직까지 블로그에 대한 인식이 낮다. 블로그의 글을 신뢰할 수 있느냐? 천박하다는 얘기도 나온다. 기자들은 애들이 사진이나 올려놓고 그런거야. 그걸로 뭘 미디어를 해 이런 얘기도 나왔다. 동료 기자들이 굉장히 우려하고 위험하다는 생각을 많이 한다. 외부요인중 중요한것이 정책적인 부분이다. 신문법 포털에 대한 정책. 블로그들도 제제를 받는 날이 올까봐 걱정이다. 항상 생각하는 경구이다.

"나는 더 이상 tv를 뉴스에 난무하는 그 거짓말을 보고 들을 수가 없습니다. 어디를 둘러봐도 희망적인 뉴스는 하나도 없습니다" - 이라크전쟁을 다룬 이라크인 살랑퍽스의 평화를 위한 블로그 (2006년 3월)
 "개발자들과 접촉하기 위해 리눅스 월드에 광고해야 할까요? 제 블로그를 읽는 사람들이 리눅스월드 독자 수보다 많은데..." - 조나단 슈월츠 썬마이크로 씨스템즈 ceo □

아직도 같길이 멀고 하고 싶은 일이 많다. 그 동안에 좌충우돌했고 조금 빨랐던 것 같다. 블로그의 생명은 전문성이라고 생각한다. 그래서 IT테크놀로지를 다룬다. IT기술이 사회에 전반적으로 어떻게 영향을 끼치는지 다루고 있다. 블로그가 요즘은 블로그 마케팅 하시는 분들로 많이 가고 있는 것 같다. 저는 미디어적인 저널리즘적인 블로거들이 많이 나왔으면 좋겠다.

5. 질문

- ① 블로터 닷넷의 비전은? - 블로거 라는 저널리스트들이 활동하시면서 먹고 사실 수 있는 공간
- ② 내블로그에 많은 사람들이 오는데 굳이 블로터 닷넷에 가입할 필요성이 있나? - 굳이 그렇지 않다. 강요는 없다. 다만 참여를 원하는 분들은 언제든지 뭉쳐서 더욱 큰힘을 발휘하자는 거다.
- ③ 다음블로거 뉴스기자단 처럼 자신의 블로그에 배너를 걸면 되지 않나? - 여러가지 많이 생각을 해봤는데 굳이 현재 블로터의 브랜드 인지도가 그렇게 높지는 않은 것 같다.
- ④ 블로그의 특성이 자율과 순수한 글들 생명력있는 글들이 핵심인걸로 알고 있는 만약에 블로터같은 또 하나의 매체 기자들이 다시 이 시장을 어지럽히는게 아닌가? - 우리는 박쥐 같다고도 생각한다. 가끔 다음뉴스에 언론사로 다른 한쪽으로는 블로그 역할을 하고 있다. 그래서 우리 스스로도 늘 숙제이다. 우리는 미디어를 만들고 싶다. 그런 틀을 찾다보니 최적화 된게 블로그였고 우리는 또다른 형태의 매체를 만들어 나간다고 생각한다. 우리는 전통적인 미디어를 블로그를 가지고 만들려고 하는 것이다. 사실 이해가 필요한 부분이다.
- ⑤ 제가 수여자라면 파워블로거들을 블로그에서도 볼 수 있고 블로터닷넷에서도 볼 수 있을 것이다. 어떤 경쟁력으로 뚫고 나갈 것인가? - 결국엔 콘텐츠 같다. 결국 콘텐츠를 만드는 것은 사람이기 때문에 사람이 문제다. 상근하는 블로터들이 굉장히 열심히 해 줘야 된다고 생각한다. 블로터에게 가장 중요한 것은 현장 취재력이다. 이런부분은 기자들이 더욱 뛰어나다. 기자들은 블로거에 비해 전문성이 약하다. 구글만 분석하는 블로거와 인터넷만 취재하는 기자의 차이라고나 할까. 매일 블로거들의 전문성과 기자들의 취재력이 결합된 콘텐츠에 대해 고민중이다. <후략>

<댓글>

1. 위크리에이션 2008/08/23 18:52 블로터, 그리고 IT집중... 반드시 성공합니다. 블로터 양성소, 그리고 블로터 허브가 되십시오. 내년에 또 모셨으면 좋겠습니다. 많이 배웠습니다^^ 감사합니다...
2. 나우리 2008/08/24 00:24 블로그가 물고 온 기제를 누구보다 빨리 알고 1인미디어시대를 개척한 진정성이 강의내내 그대로 전달된 시간이었습니다. 그 진정성을 바탕으로 블로터닷넷은 좋은 결실을 맺으리라 생각합니다. 귀한 시간 감사드립니다.

<트랙백>

1. 1인 미디어에 의해 진행되는 웹 2.0 언론혁명 from 지속적인 사고의 혁신을 꿈꾸며~2008/08/25 19:37 <http://blog.daum.net/t-innovation/15206135>

브이코아 21. 내 블로그의 가치는 얼마일까? - 블로그암 이준호님(08/30)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/60>



『연세대학교 의류환경 졸업/미니게이트(주) 유무선 통합 플랫폼 전략/마케팅 벅스(주) 전략기획실 음악 포털 전략기획/랭키닷컴(미디어채널(주)) 웹사이트 측정 분석/현재 넷다이버(주) 대표』

1. 블로그 세상을 바꾼다
2. 블로그 세계관
 - 스타크래프트 게임에는 세계관이 있다
 - 스타크래프트는 블러드워가 있다
 - 그래서 블로그 워 를 얘기하고자 한다
3. 블로그암은 블로그의 가치를 측정하는 툴이다
4. 국내는 싸이월드가 강세였는데 이제 블로그가 강세다.
5. 블로그가 활성화 되기 위해서는 rss가 활성화 되어야 한다
6. 블로그는 1인미디어 시대의 절대군주로 패권을 차지하고 있다.

7. 블로그 스타크래프트와 비교하면

- ① 네이버 저그라고 할 수 있다
- ② 티스토리 테란이라고 할 수 있으며 자유자재로 조립하고 뭉치는 특성이 있다
- ③ 이글루스 프로토스 한명 한명 강력한 힘을 가지고 있다

8. 패러다임 : 블로그암의 모토□

"블로그 1인기업되다."

9. 미국에서 살아남은 서비스들을 분석해 봤더니 웹2.0 기업이 살아남았더라

10. 위코노미

- ① 새로운 자본주의의 등장, 새로운경제 집단이 등장(개인주의)

개인미디어가 창출해낸 ucc를 바탕으로 산업화를 시키고 가치교환을 할 수 있는 웹서비스를 만들어 보자라는 취지로 블로그암을 시작하게 되었다.

- ② we+이코노미

11. 블로그암 소개 : 3개의 플랫폼

- 블로그 파인더 : 우수한 블로거 양질의 콘텐츠를 찾자
- 블로그 미디어 : 우수한 콘텐츠를 알리기 위한 미디어가 필요하다
- 마켓 플레이스 : 부가가치를 교환할 수 있는 플랫폼으로 발전해 나가고자 한다

12. 블로그 가치측정 기준이 뭔가?

① 한 50가지 된다

□ 자체개발한 로봇이 가치를 측정할 블로그로 가서 모든요소들을 수집해서 가치를 측정해 낸다

② 블로그 운영자와 구독자 사이의 행위들이 있다

□ 블로그에 글을 쓴다든지 댓글을 단다든지 트랙백을 남긴다든지 이런 모든 요소들을 반영해서 측정한다

13. 네비게이션 서비스

① 각가의 카테고리를 클릭하면 그 키워드에 맞는 콘텐츠나 블로그를 연결시켜 주는 링크암을 운영중이다

14. 랭킹쇼

① 올블로그의 top 100 이나 야후의 블로그 순위 측정하는것과 비슷하다

15. 블로그 산업통계 데이터 분석

① 블로그암에 블로그 인사이트

□ 지난달에는 정부블로그를 다뤘고, 정부기관의 어느부서가 가장 블로그를 잘하는지

그리고 언제 만들어졌고 이런 모든 수치들을 분석해 낸다

□ 예를들어 파워블로그는 한달에 글을 얼마나 쓸까 이런 통계자료를 분석해서 결과물을 낸다

② 1318 세대는 블로그를 얼마나 하는지, 어떤 이야기를 하는지 이런 모든것이 분석 가능하다

③ 3040 세대는 블로그를 얼마나 하는지

④ 블로그암에서 다운받을 수 있다

⑤ 여기 까지 파인드 단계이다

16. 검색도 오픈했지만 아직 많이 부족하다

17. 블로그 가치를 측정해서 나오는 가격 에 팔렸으면 좋겠다는 생각을 많이 하더라

① 블로그암의 최종목표가 블로그 매매 시장을 형성시키는 것이다

② 미국에는 230억에 팔린 블로그가 있다

18. 1인기업 지원 플랫폼

19. 콘텐츠의 소유권은 블로그에 있다 이전에는 포털이 쥐고 있었음

20. 현재 가장 파워있는 블로그는 요리블로그 들인거 같다

① 와이프로그

□ 블로그 가치가 높고 블로그를 아주 잘 이용하는 것 같다

□ 원인을 분석해 보니 여성들은 애기를 낳고 집에서 살림을 하게 되지만 워낙 요즘에는 다들

고학력이다 보니 이런 현상이 생기는것 같다. <후략>

<댓글>

1. 위크리에이션: 단순히 블로그 가치를 평가하는 회사인 줄 알고, '쓸데없는 짓 하는 회사가 또 하나 생겼네' 했다가 오늘 이준호 대표님의 시원시원한 강의를 듣고는~ '어, 아니잖아...우리나라 블로그산업의 확장과 젊은 세대의 꿈을 위해 만들어진 회사이구나' 하는 감탄을 하게 됐습니다...파이팅 하시구요, 모든 블로거들이 파워블로거가 되도록, 그리고 그들이 유력한 1인 블로거 기업가가 되는 그날까지 열정을 쉬지 마세요...축복합니다. 잘 되십니다^^

2. 대표님의 비즈니스진행 모습과 마인드가 그것을 더욱 현실화하실것 같구요! 특히 블로그암의 목표가 '1인기업가'에 대한 지원에 있다는 말을 듣고 많은 신뢰와 호감이 가더군요.

<트랙백>

1. [IT/BLOG] 블로거, 정말 바쁘다 바빠... <http://detailbox.tistory.com/249>

브이코아 22. 파란 서비스 및 블로그 추진전략

- 심철민 파란본부장(09/06)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/65>



파란서비스 및 블로그 추진전략

파란서비스 본부장 심철민님

『부산대학교 박사 수료(1998)/한국전자통신연구원 지식처리연구팀 연구원 (1996~2000)/ 트론에이지 정보검색사업부 부장(2000~2003)/ CJ인터넷 마이 엠사업본부 부장(2003~2005)/5. KTH 파란서비스본부 본부장(2005~현재)』

1. 심철민 본부장 소개

개인블로그 <http://blog.paran.com/ailove1>

2 "파란"

- 사내 공모를 통해 이름을 지음, 파란, paran, 破卵
- 색깔이 있는 사이트를 만들고자 했으며 실제 의미는 "알을 깨는" 파란을 뜻한다.

- 2004년 KT통합포털 파란닷컴 론칭 : 한미르와 하이텔 통합
- 선두 포털과의 경쟁은 무모하다는 판단하에 선두 포털이 하지 않는 부문과 2~3년 내에 올 것 같은 서비스로 차별화 하고 있다. 지역검색은 2위이다.

3. 파란 블로그

- 파란이 국내 포털 중 블로그 최초로 시작했으며 네이버 보다 빠르다.(2004.4)
- 시작한지 4년이 되었으며 이는 월드컵 주기와 같이 새로운 도약을 위한 적절한 시기라고 생각한다.
- 파란 블로그 개설자 100만명, 사용자는 1000만명 수준이다
- 2007년도 부터 개방형 오픈플랫폼에 대해서 많은 고민을 했으며
- 모기업인 KT의 망 인프라 장점을 살려 개인퍼블리싱 공간으로 콘텐츠유통 플랫폼을 추구했다.

파란블로그의 장점 — 멀티한 서비스에 강점, 대용량지원(2003년 부터 지속 지원), 높은자율성, 자바스크립트 허용, 타사위젯 적용, 메타사이트(파란스페이스) 연동 : 2007년 부터지속, 개방형 이웃 블로그, 일종의 웹rss reader

파란블로그 차별성 — □KT 다수의 윈도우 보유, 포털이지만 자율성을 갖춘, 돈되는 블로그, 다양한 광고모델 지원 : 구글애드센스 다음애드클릭스등

5. 블로그의 성공요인

- 생산 : 알파블로거 확보/육성.브랜딩
- 소비 : 내부의 소비채널 제휴 검색
- 유통 : 파란닷컴 내외부의 유통채널

6. 스타미디어 육성프로그램 300

- 블로거에도 생산자와 소비자가 있다
- 생산자는 상위1%로 보고 있다
- 게시물을 읽거나 스크랩하는 층 상위20%

- 대부분은 글을 읽거나 방문하는 소비자들이다

7. 2010 로드맵

- 2009 : 개방성강화, 온오프라인 제휴강화
- 2010 : 크로스미디어 플랫폼구현

8. 새로운 시도로 웹2.0벤처 인큐베이팅

- 소프트뱅크 미디어랩과 공조 : 리트머스2 프로그램 참여
- 루키 rukie.com, 티워 t-war.co.kr 파란 사옥에 근무 공간을 제공
- 포털과 상생모델 실험

9. 국내포털 사이트의 역사

- 네이버는 검색, 다음은 미디어 야고라 ucc 카페, sk는 싸이월드
- 2004년 이전에는 활발한 서비스 개발이 있었다
- 2005년도 2006년도 부터는 시장이 급격하게 고착화됨
- 시장이 커져서 성장이 정체되고 100만명이 들어와도 수익에는 도움이 되지않음
- 저작권과 사회적책임이 커져서 외국처럼 혁신적인 서비스 개발이 어려워지고 있다.
- 인터넷 이용인구는 늘고 있고, 인터넷 광고 시장 규모도 확대되고 있지만 성공한 사이트는 더 이상 나오지 않고 있다. 최근 티스토리 정도 뿐이다.
- 포털 사업자도 생존 쉽지 않다. 시작페이지 점유율의 집중화는 더욱 가속화 되고 있으며, market share 집중화 가속화 되고 있다.
- 네이버 시작페이지 점유율 66.4%(나스 기준)

10. 파란의 새로운 시도

오픈플랫폼

11. 파란서비스 소개

- 메일 서비스 업계최고라고 자부한다. 대용량 지원하며, 메일을 많이 사용하면 sms를 지원하며 팀메일 서비스와 오픈메일 서비스가 있다. 개인도메인으로 메일 서비스를 이용할 수 있다. 메일 호스팅 서비스로 계정당 1G 제공 중이다.
- 검색 : 주제집중검색, 협력사와 제휴 : 게임(287),취업(180),재테크(170), 다른 포털의 지식인, 카페, 싸이월드 사진 같은 콘텐츠가 없으니 다른 업체와 제휴할 수 밖에 없다.
- 푸딩 : 한국의 플리커 지향, 사진 원본사이즈 그대로 업로드 지원해 드림, 안면인식 기능 제공, 전문 작가분들이 많이 사용하고 있음
- 푸딩TV : 메가패스TV와 연동 목적이며 기존의 IP TV와 차별화할 생각임
- 엠박스 : 모바일에서는 트래픽 1위 동영상 솔루션이다

<댓글>

1. presike: 심철민본부장님의 강의 너무 좋았습니다. 조만간 또 보았으면 하는 바램이 있네요~
2. 와이즈앤트: 심철민 본부장님의 의도대로 파란에 대한 세일즈는 이번 강의에서는 성공했다고 생각합니다. 제 자신부터 파란에 대한 생각이 많이 바뀌었고, 약간의 기대어린 마음도 생겼으니깐요.
3. 미스터손: 좋은 강의 해주셔서 감사드립니다~ 검색과 블로그 시장의 성장과정을 직접격어오신 경험들로 생생하게 들려주셔서 더욱 이해와 정리가 잘되는 시간이었습니다.

브이코아 24. 블로그의 가치와 마케팅

- 블로그코리아 이지선님(09/20)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/69>



『미디어유 설립 및 대표이사 / 프레인 사장/ 엠투고(Mtogo, Inc.) 설립, LA 홍보대행사(주) 드림커뮤니케이션즈 설립 및 대표이사 / 한국일보, 조선일보, 전자신문 기자』

- ◇ 메타서비스는 블로그들이 차려낸 음식으로 맛깔스런 상을 차리는 것과 같다고 생각한다.
- ◇ 메타서비스와 블로그들의 관계는 기자와 편집장의 관계와도 비슷하지 않나 싶다. 이러한 부분에 대해 의견 주시면 감사하겠다.
- ◇ 미디어 적인 측면에서 환경이 많이 변했는데 기업의 홍보는 별로 달라진 게 없는데 굉장히 놀라웠다.
- ◇ 이전에는 기업체나 언론에서 하는 얘기를 신뢰를 많이 했다면 최근에는 옆에 블로거 들이 하는 말을 더 신뢰 하는 것 같다
- ◇ 블로그는 미디어로서의 가치가 있다고 생각한다. 지금은 블로그가 소셜 미디어로 자리를 잡아가는 시기라고 생각한다.
- ◇ 블로그의 가치

- 서비스형블로그

블로그가 내 소유라는 인식이 덜 했고 포털서비스에 종속된 개념으로 받아들였던것 같다. 일부 파워유저가 설치형 블로그를 하기 시작했다.

- 설치형블로그

. 초창기에는 이글루스가 아이팟 처럼 매력이 있었다

. 티스토리가 혁신적 이었던 것은 내 블로그에 방문하는 사람들이 어디서 접속했는지 이러한 경로들을 알려주는 것이었다.

◇ 블로그스피어

- 최근 트렌드는 무게중심이 기술에서 콘텐츠로 이동되고 있으며, 내 블로그에 담긴 글은 내 것이라는 인식

- 최근 포털서비스가 블로그를 강화했으며, 블로그 서비스간 영역이 파괴되고 연결이 되고 있다.

◇ 블로그에서 뭐가 중요하냐?

- 웹에다 로고를 남기는 것으로 일상사 트렌드 등을 종합 정리해서 쓴다

. 사회에 이슈가 있으면 나의 생각이나 주장을 펼친다

. 한 이슈에 대해서 기자들의 글을 읽으면 어느 정도 틀에 박혀 있는데 블로거 들의 글은 정말 다양한 글 올라온다

. 정보 기록장의 의미를 가진다

. 개발자들은 블로그에 다양한 기록을 남긴다

- 친구들과 수다떠는 느낌이다

- . 낯선 블로그가 방명록을 남기면 그사람의 블로그를 들어가 보게 되고 소통을 하는 즐거움이 있다.
- . 커뮤니티가 형성된다
- . 굉장히 느슨하지만 길게 연결되는 느낌이다
 - 정체성과 브랜딩
- . 개인들은 다 틀리다 자기만의 차별성을 나타내려고 한다
 - 커뮤니티기능
- . 블로그스피어에서 친구를 만들고 오프라인에서 만남을 이어간다
- . 한번 만나면 훨씬 더 정감이 생기는 것 같다. 10년지기 대학동창 보다 블로거 친구가 내 생활을 훨씬 많이 안다.
 - 닉네임이 재밌는 분들이 많더라
- . 1인미디어들의 신뢰도 확보도 이 커뮤니티 속에서 나온다
 - 보상
- . 내가 뭔가 얘기를 했을 때 그걸 귀담아 들어주는 사람들이 있다는 기쁨
- . 최근 들어서는 물질적인 보상에 대한 관심이 많아지고 있다. 금전적인 보상까지 이뤄진다면 나쁠 것 없다
- . 블로그의 광고모델 또한 한계가 있다고 본다.
- . 인지도나 명성 : 서명덕 기자, 문성실 등 스타블로거

◇ 블로그 코리아

- 생각보다 굉장히 복잡한 서비스
- 핫포스트 : 사용자들의 추천시스템에 의해서 뽑아지는 글들
- 카테고리 분류를 언론사 처럼 세분화 시켰다
- 랭킹 서비스
- . 자기가 로그인하면 자기 순위가 나온다(인기도 생산력 등의 지수별로)
- 탑130 : 각 13개 카테고리별로 매달 탑10을 뽑기 때문에 탑130이 되었다
- 블로그업 : 누가 자신에 업을 쫓는지 다 기록이 나온다
- 블로그뉴스룸
언론기사를 블로그들이 스크랩해 오면 불법이기 때문에 블로그들에게 기업들이 언론사에 제공하는 보도자료를 제공하자 라는 취지로 만든 서비스
- 리뷰룸
리뷰라는 콘텐츠가 블로그에 담기좋은 콘텐츠고 기업들과 연결시켜 주기 위해 서비스를 만들었다
- 앞으로 나아가야 할 방향
 - . 랭킹이나 영향력지수 불업등을 정교하게 가다듬는 부분과 블로그뉴스룸과 리뷰룸을 어떻게 발전시킬지<후략>

<덧글>

1. 위크리에이션: 차분히, 그리고 여유있게 블로그 전반과 ब्ल코에 대해 강의해 주셔서 큰 도움이 됐습니다. 강사님의 섬세하고 부드러운 강의 덕분에 ब्ल코를 더욱 사랑할 수 있게 됐구요, 자주 애용할 수 있겠습니다. 건승을 빕니다. 함께 블로그산업의 영광을 만들어 갑시다~^^

<트랙백>

1. 토요일 아침의 열기 - 브이코아 블로그 아카데미 <http://www.sunblogged.com/230>
2. 블로그코리아 이지선 대표님 세미나 참석 <http://yamyong.tistory.com/15>

브이코아 25. 한국의 블로그 산업 - 한국블로그산업현회 TNC 노정석님(09/26)

포스트주소 : <http://v-core.kr/71>



『제1대 한국블로그산업협회 회장 ('08.3 ~ 현재)/TNC 대표이사('05.09 ~ 현재)/SK텔레콤 C사업본부, 개인화플랫폼 개발 참여. (주)인젠 창업, CTO/한국과학기술원 경영공학 학사』

1. 저희 회사가 사용자들과 어떠한 가치관을 가지고 공유해 왔는지 이야기 하려고 한다.

2. the story of us

① 블로그 사업 왜 시작했나? 그것도 오픈소스?

□ 오픈소스 비즈니스 모델에 대해서 말들이 많았다. 자선사업을 하냐고? "Everything looks different in the side's" 모든것들은 다른측면에서 보면 다르게 보인다.

② 도대체 그걸 왜 하는데?

많은 개발자들과 함께 토론하고 집단지성을 통해 텍스트큐브라는 브랜드를 결국 만들어 냈다. 도메인 선정과 디자인도 오픈소스 커뮤니티에서 만들어졌다. 2006년 5월 14일이다.

③ 티스토리를 다음에 넘기고 나서는 텍스트큐브 닷컴을 운영 하고 있다.

⑤ "The future of competition"

□ 이 책이 가장 와 닿았다. 우리 말로 번역된 것은 "경쟁의 미래" 이다. 닷컴기업이 붕괴 되었을 때 한번의 거품으로 끝나는게 아니다. 여기에 어떤 시그널 신호가 있다라고 역설하고 있다. 시장의 컨셉이 바뀌었다. 누가 생산자이고 누가 소비자인지 모르겠다. 어떤서비스가 경쟁력을 가지느냐 하면 이제는 소비자와 생산자가 합쳐져서 유니크한 경험과 가치를 나누는 것이 중요하다. 변한 세계에서 지켜야할 원칙은 D.A.R.T로 지속적으로 회사의 방향성이 되었다.

D : dialogue 대화

A : access 접근

R : risk assessment 위험평가 / 위험에 대해서 공유할줄 알아야 한다. 더이상 고객을 속이지 말라는 것이다

T : transparency 투명성 /과거에는 독점적인 톨을 가지고 있으면 마진 폭을 마음대로 설정할 수 있었지만 이제는 고객에게 인정받는 마진 폭만이 허용가능하다

⑥ 회사의 설립 근거

"개인들이 점점더 중요해지고 개인과 관련이 있는 사업이라면 무조건 시작해라" - 로저 맥나미- 품질 서비스 우위보다는 같이 노는 기반이 되어야 한다. 미래의 경제권에서는 개인의 힘이 점점 더 거세어 질 것

⑦ 그래서 찾은 것이 blog 라는 톨이다.

□ 오픈된 소스코드 기반으로 코드의 수정과 템플릿 추가 등이 자유롭고 다양한 형태의 콘텐츠 수용이 가능하고

□ 범용성을 가지는 브랜드로 접점을 찾았다.

⑧ 블로그를 알기 위해서 해외 사례를 찾아보니 "six apart"가 있었다. 트래백을 처음 만든 회사로 블로그 선구자 같은 업체였다. 도움을 받으려고 열심히 메일을 쓰고 있는데 한국에도 그런게 있다 라고 해서 찾아보니 "테터툴즈"라는 툴이 있더라 이미 대형 포털들에서 테터툴즈에 많은 제안이 있었지만 철학적으로 공감을 이루게 되어 우리와 같이 하게 되었다. (힘들었던 꼬실라제이션 으로 표현함) 본격적으로 오픈소스를 준비했고 여러사람들을 협업모델로 끌고 가야되므로 상용모델 보다도 힘들 수도 있다

⑨ 성공적인 오픈소스의 조건 : 반드시 필요한 소프트웨어 이어야 하며 상용수준의 완성도가 필요하다.

오픈소스라고 대중만든다고 쓰여 지지 않는다. 협업을 위한 완벽한 기반을 마련하고 확실한 관리 역량을 보유해야

⑩ 2006.01 tatterstory.net 알파테스트 : 내놓고 보니 버그가 너무 많았다. 3명으로 시작한 것이다. 하지만 세상이 아름답다고 느끼는 것은 미국아리조나에서 민재 아빠님 한테서 이멜을 한통 받았다. 자기가 15명정도 테터툴즈를 좋아하는 사람을 모았다. 그래서 난 이걸 계속쓰고 싶는데 너네가 하는꼴을 보니 망할거 같으니 도와주겠다면서 너네는 개발에 집중하고 우리가 고객을 위한 매뉴얼 등을 만들어 내겠다. 그분들이 이때부터는 엄청난 지원을 해주기 시작했다.

⑪ 2006년 2월 10일 테터툴즈 1.0런칭을 했는데 지금의 신정규리더로 부터 "도대체 뭐하는 거냐?"라는 메일을 받았다. 솔직하게 얘기했다. "잘 모르겠다" 라고. 신정규리더가 "그럼 내가 한번 해 보겠다"고 나섰다.

⑫ needworks는 세가지 뜻이 있다. 비늘처럼 날카롭게 하겠다. 너희들이 못하는 일을 해보겠다. 개발자들만 아는 의미가 또 있다.

⑬ 처음 부터 국내설치형 블로그 시장 점유율 1위라고 자랑하고 자신감을 갖었다.

⑭ tistory 마케팅 성공사례다. 지속적 고성장을 통한 오픈소스 성공사례가 될 것이다.

⑮ 포탈/벤처 협업성공사례 : TNF에 2200명의 열정적 참여자와 함께 하는 성공적 오픈소스 모델 사례 가장 활발한 mash-up 사례를 통한 생태계 지원. 열려있는 지식생태계를 위한 또 한 걸음. 참여와 개방 차원에서

오픈소스의 실익은? 뭐하든 똑같은 것은 있다. 뭐하더라도 차별화 시키는 것이 포인트라고 생각한다. 수많은 자동차들 처럼 비슷한 자동차가 아니라 동경할 수 있는 차가 되고 싶다. 페라리처럼 ..무엇이 페라리를 그렇게 차별화 시켰나? 더 활짝/ 많이 열수록 생기는 social value. 대기업에 계신 분들이 이글루스랑 뭐가 다르냐고 자주 물어본다. 티스토리도 굉장히 빨리 변했으며 그로 인해 창출되는 기회가 있었다. 무엇이 되려 하는가? TNC 페라리를 만들어야 한다. TNF(우리의 커뮤니티) 우리의 커뮤니티는 F1 레이싱 팀이다. 함께 만드는 더 나은 미래를 원한다.

CEO란? 큐박스 사장이 "ceo는 광대"라고 정의 했다. 먼저 다가서려는 노력을 하지 않으면 이루어지지 않는다.

ceo는 고집쟁이가 되어야 한다. 많은 이야기를 듣지만 판단을 자신이 해야하며 고집을 부리면 사람들이 알아서 해주더라 <후략>

<댓글>

1. 이노: 오늘 좋은 강의 잘 들었습니다 많은 것을 배울 수 있었던것 같습니다

2. 웹앤비저: 강의 정말 잘들었습니다. 어제 집에 가자마자 후기 아닌 후기를 올렸는데 많은 분들이 방문해서 읽어주셔서 참 기분이 좋았습니다.

<트랙백>

1. V-Core 초청강연 노성석, 정윤호 초청 강연... - 페이퍼온넷 2008/09/29 20:40 <http://www.paperon.net/319>

2. 복잡한 단계를 과감하게 줄이는 창조 from 창조코리아 2008/09/30 16:39 <http://weceo.tistory.com/48>

브이코아 27. 메타블로그를 넘어 메타미디어를 꿈꾼다 - 믹시 왕호근님(10/11)

포스트주소 : <http://v-core.kr/75>



『Endless9 대표 (현)/ ALTICAST ic Group (현)/ KTF뮤직(구 블루코드) 서비스기획 팀장』

1. 블로그 스피어

① 메타블로그

블로거에 의한 블로거를 위한 공간이지만 전체네트워크 안에서는 너무나 작다

② 블로거에 의한 대중을 위한 서비스가 필요하지 않을까?

2. 콘텐츠 믹싱 (contents mixing)

① 누적콘텐츠 640만건 일간 13만건

3. 콘텐츠 그룹핑(contents grouping)

4. contents selection

① issue tracker : 믹스업 위젯, 인기글 추적버튼

840만건의 데이터 분석을 통한 실시간 리얼 인기 콘텐츠 선정

5. 오픈한지 278일

① 방문자 130만명

② 페이지뷰 1100만 정도

6. recommend

① 대부분의 추천서비스는 특정한 목적성이 없는 것 같다. 불특정 다수를 향한 메아리 없는 외침인 것 처럼 느껴진다.

② mixup

공통의 관심사를 가진 친구들을 만날 수 있도록 할 생각이다

공통 관심사를 가진 사람들의 소셜 네트워크 형성

추천을 하면 해당글에 추천을 한 사람들이 다 기록으로 남는다

추천한 사람 입장에서는 자신이 추천한 글을 위젯으로 모니터 할 수 있다.

7. 묻고 답하기

본인이 이전에 하시던 일은? 뮤즈라는 서비스를 했었다 이후 블로그관련 회사 다니면서 사이드잡으로 한건데 호응이 좋은거 같다.

다른서비스와 차이점은? 단순한 추천만으로 실시간 인기글을 선정하는게 아니고 트래픽도 고려한다

수익모델은? 기본적으로 광고 이고 캠페인 광고도 가져갈 생각이다 믹스업이 상품정보도 가능할 거 같다상품을 가지고 개인간 추천이 일어날거라고 생각한다

믹시는 글들이 자동분류 된다는데 어떻게 가능한가요? 태그분석을 통해 확률엔진이 돌아가서 분류를 한다. 하루 13만건의 글이 올라오는데 그 중에 53%가 자동으로 분류가 성공하더라

컨텐츠를 새로운것을 많이 찾고 있는데 국가적인 정책적으로 어떤 진행이 가능할 수 있는지요? 아직 특별히 생각한 건 없다.

기존의 메타블로그와 차별성이 없다고 생각하는데 진짜 믹시만의 특성을 얘기해 주신다면? 기본적으로 메타블로그를 지향하는게 아니고 메타미디어 서비스를 지향한다. 메타미디어는 블로그의 글은 물론이고 다른미디어도 같이 서비스 한다. 뉴스와 블로그가 믹스업 되는 것이다

기존 미디어들도 블로그와 많이 제휴를 하는데요? 기존 미디어들과는 어떠한 차별성을 두시는지? 찾아가야 한다고 생각한다. 하나씩 차별화 포인트를 만들어 가는 것이 중요하다.

회사를 다니면서 개발하기까지 개발기간은? 어떤 문제점이 있으셨는지? 구축하는건 3개월 정도 걸렸습니다.

처음에는 대중적인 서비스 만을 목적으로 하신건지요? 넵 처음에는 그랬습니다. 지금은 법인화를 추진하고 있으며 체계적인 회사로 시스템을 잡아하려고 준비 중 입니다. 지금은 사람찾는데 집중을 하고 있습니다.

카테고리를 좀더 세분화 했으면 좋겠는데 힘든가요? 믹시같은 경우는 30개 정도 되는데요 더욱 세분화 하는걸 어떻게 해야될지 고민하고 있는데요 기술적인 부분은 문제가 없습니다

블로그 자체가 1인미디어라고 얘기하는데 글에 대한 신뢰도는요? 일단은 집단 필터링을 가져가는 수 밖에 없다.

카테고리가 서비스 제공자 입장에서 나눠져 있는데 나는 내가 카테고리를 만들고 싶다 어떠세요?

굉장히 좋은 아이디어 인거 같습니다

믹시에서 베스트글에 가려면 팁좀 가르쳐 주세요? 추천을 많이 받는게 가장 낫다

인기글 추적버튼이 영향을 미치나요? 많이 미칩니다 그날그날 실시간 인기글을 중앙으로 보내고 분류한다

개인화 서비스도 고려하고 있는지요? 지금은 현재 고민하고 있고요 블로그 서비스의 기본에 당분간은 충실하려고

<댓글>

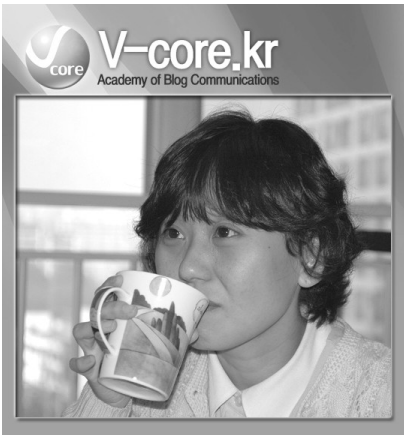
1. 고니: 아. 그날의 감동이 밀려오네요. 자주 올라가서 왕대표님 같은 멋진 분들의 강의 좀 들어야겠습니다. 그 덕분에 주말 늦잠이 없어지겠군요. ㅎㅎ

<트랙백>

1. 믹시 _ 왕효근 대표 브이코아 후기 - 즐거운 금요일!! from MY's kitchen ** 2008/10/18 08:33

브이코아 28. 티스토리 신규 서비스 중심 - 다음 전략서비스 기획팀장 김유진(10/18)

포스트주소: <http://v-core.kr/78>



『다음 전략서비스 기획팀장』

□ TISTORY 소개 : 프리미엄 블로그 서비스

○ 소개

- 설치형 블로그인 테터툴즈 기반의 가입형 프리미엄 블로그
- 초대를 통한 가입
- 2차 도메인 사용가능 (개인 도메인)
- 데이터 백업/복원 가능
- 설치형 블로그의 높은 자유도
- 플러그인 개발 및 설치가 가능

○ 특징

- 소개 동영상 홈페이지 참고

○ 성장

'07.6 '08.8

- UV/월 : 500만 -> 1,750만
- 블로그 : 7만개 -> 20만개
- 포스팅 : 11,000 -> 2500만

⇒ 개설 블로그 숫자에 비해 Posts, UV가 매우 높다. 생산성 및 소비성이 타 서비스에 월등하게 높은 서비스 특징을 보이고 있음

□ TISTORY 성공 요인

○ 웹 트렌드 : Blog is HOT (개인, 기업, 포털 등)

- 07년 포털 평균 성장률 0.03%, 블로그 성장률 270%

○ 프리미엄블로그 시장 영역 개척

※ 포털블로그 : 기업형+보급형,

티스토리 : 전문형+가입형+설치형

- 설치형 블로그의 자유로움 & 포털 블로그의 편리함
- Identity & Professional ⇒ 기존 타 서비스를 이용하던 고객 흡수, 성장

○ 블로거들을 위한 유통 라인 제공 - 타인에게 자신을 표현할 수 있는 기회

※ Daum 블로거뉴스 일 70만명 이상 이용

검색 연동에 신경을 많이 씀 : 다음 검색 일 40만명 이상, 메타블로그 사이트, 타검색 사이트 지원

- ① 블로그 : 공개를 위한 콘텐츠 생산자, 정보성 콘텐츠 생산
- ② 블로거 뉴스 : 미디어성 블로그의 발굴 및 집중 소비 구조, 개별 블로그의 브랜드화
- ③ 검색 : 롱테일 소비, 불특정 다수의 다량 유입 제공

○ 수익모델 : 애드센스

- 개인 블로그 활동을 통해 수익을 창출하는 기회 -블로거가 생산한 콘텐츠의 오프라인 도서출판(실용서중심)

○ 높은 자유도

- 개인의 취향에 맞는 자유로운 설정 - 다음으로서는 브랜드, UV를 포기하고 고객의 Needs 충족에 주력

□ 남은 이슈들

○ 개방성 강화 (진입장벽 철폐)

- 전문 프로그래머 뿐 아니라 누구나 플러그인을 만드는... - 위젯 제작이 가능한 API 공개 (위젯뱅크)

- Daum announced plans to support OpenSocial

○ 규제 강화 (블로거 활동 위축)

- 사이버 모욕죄 신설 논의 - 음제협, NHN. 다음 '음악 불법유통' 손배소 - 촛불집회 주동 포털 아고라 회원 수사

- 방통위 정보통신망법 개정, 표현의 자유 침해 우려

○ 수익모델 발굴

- 블로그 UCC의 퀄리티, 블로거 브랜드 파워

social AD (Facebook) 블로거뉴스 AD, TNM, Federate Media
 adsense, adclix Daum cafe-Auction 안전결제, 알라딘 thanks to blog

○ New device에 대한 대응

- Mobile Phone, IPTv, UMpc 등

□ 묻고 답하기

○ 저작권 관련 문제

- 기본적으로는 법 개정과 관련한 문제이므로 기업입장에서는 법을 따라야 할 것이지만,

기업과 유저 모두가 함께 노력해야 할 문제임

- 저작권 보호로 얻는 이익과 공개로 인하여 얻는 이익의 비교형량

○ 저작권 관련 시스템상의 구현은 어떻게 되는가

- CCL 적용 및 확대

○ 향후 1~2년 사이 웹2.0 시장의 트렌드는

- 수익 모델은 업계 공통으로 만들어내지 않으면 불가능한 부분, 생산된 콘텐츠 자체가 수익성 지원

- New Device에 대한 대응 <후략>

<댓글>

1. 브이코아: 김유진 팀장님의 강의는 블로그에 대한 해박한 지식과 티스토리 운영을 담당하면서 느낀 점을 차분하게 설명했지만 청중들의 열기는 매우 뜨거웠던 것 같습니다.

2. 아베아: 저도 개발자들을 다독여서 티스토리 개방성을 위한 위젯을 만들어야겠습니다. 좋은 강의, 명강의였습니다.^^

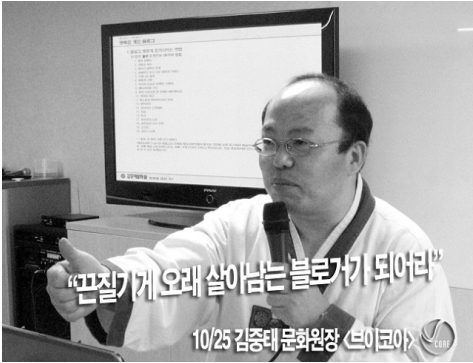
<트랙백>

1. 한국 블로그 시장 현황과 블로그 서비스 트렌드강의 참석 from 아베아 - AVEA 2008/10/20 01:38 <http://avea.co.kr/219>

2. 블로그에서 수익은 기대하지 마십시오! from IT, 모바일, 엔터테인먼트... 2008/10/21 09:02 <http://asrai21c.tistory.com/206>

브이코아 29. 기업을 위한 블로그, 개인을 위한 블로그 - 김중태 문화원장(10/25)

포스트주소 : <http://v-core.kr/82>



『현, 김중태문화원 원장. IT컬럼니스트, 강사/ 홈페이지: 김중태문화원(<http://www.dal.co.kr>) / 최초의 한글운동 BBS '멋' 운영, 하이텔 한글사랑 동아리지기/ 서강대 국문학과 졸업』

1. 우리나라가 웹을 언제부터 사용했나?

① 2,000년도에만 해도 메가패스 가입자는 15,000명 이었으며 이전에는 모뎀을 썼다.

2. 행복한 개인 블로그

- 개인블로그 목적: 일기, 홍보용, 연애용 등 각자 목적이 다르다.

① 하루라도 포스팅을 하지 않으면 손에 가시가 돋는다 ->너무 무리해서 하다 보면 일찍 죽는다

블로깅은 명성이 목적이 아니라 내가 행복해야 한다. 블로그에 종속되어서는 안 된다. 최근에 나타난 파워블로그들은 평범한 사람들이다. 문성실, 베비로즈, 블로거팁닷컴, 디지로그 등

② 문성실님 : 요리를 특출 나게 잘해서 유명해 진 것이 아니다. 작년에 수익이 1억원을 넘어섰다. 남들보다 먼저 요리에 대한 블로그를 시작했을 뿐이다.

③ 블로깅을 하는 목적 : 유명해 지고 싶어서 하거나, 공유하고 싶어서 하거나, 명성을 쌓고 싶어서 하거나, 여자친구를 사귀고 싶어서 하거나, 다양한 목적이 있지만 **최종 목적이 행복해지기 위함**임을 기억하라. 블로그가 행복하게 만들어 줄 수는 있지만 스타를 만들어 주지는 않는다. 스타가 되는 사람은 사실 적다. (스타는 운과 개인의 능력이 밝혀져야 한다.)

④ 끈질기게 오래 살아남는 블로그가 되어라 : 남의 평판에 귀 기울이지 말고 직장을 다니는 사람이라면 블로그에 너무 매진해서 올인하지는 마라.

3. 블로그 방문자 증가시키는 방법

① 좋은 콘텐츠 생산방법 : 목표를 정확하게 정할 것, 목표에 맞는 콘텐츠 주제에 대해 집중할 것, 여자친구 사귀는 게 목표이면 여자에게 잘 보이기 위한 글을 써야 하고, IT가 주제이면 IT에 관련된 주제에 집중해야 한다

② 파워 블로거들은 확실히 하루에 쓰는 글의 양이 4~5개로 일반사람들보다 많다 : 꾸준하게 쓰는 것이 중요, 하루에 글을 5개씩 쓰면 방문자수는 폭발적으로 증가한다

③ 철저하게 남의 시각에서 글을 써야 한다

④ 기본적으로 주제를 선택할 때 시장범위가 넓은 글을 쓰는 것이 좋다. : 예를들면 요리 연예 영화와 같은 주제들에 대해 관심이 많다.

⑤ 이슈가 될만한 주제를 정하고, 조금 비판과 칭찬을 반복하면 블로거 뉴스를 통해 인기 블로그는 금방 된다

4. 블로그로 돈벌기

① 애드센스 : 만 명 방문하면 만 원 정도 수준이다

- ② 클릭률이 좋은 광고 주제를 선택하라 ex) 여행 학원 등의 정보
- ③ 단가가 높은 정보는 산부인과 처럼 특수한 주제(낙태, 임신, 중절)로 독자에게 반드시 필요한 정보다.
- ④ 하지만 가장 중요한건 돈버는 것 보다는 자신의 정체성을 적절히 지키는 수준에서 타협해야 한다
- ⑤ 블로그에서 물건 팔기 : 자체쇼핑몰 개설을 하거나 광고에 내 물건을 내고 클릭해서 들어오면 내 물건을 파는 것이 가장 좋은 수익을 낼 수 있다.
- ⑥ 자기몸값을 높여라 : 직장인들이 블로깅을 통해 몸값이 올라가고, 구체적으로 연봉이 1,000만원이 올라갔다면 광고를 통해 벌어드린 수입과 비교할 수 없다.

5. 블로그로 매출 10배 올린 사장님들

- ① 현채방 : 주인이 할머니인데 딸이 IT전문가여서 네이버 블로그를 만들어 주었다. 할머니가 올린 책 정보들은 실 수요자들에게 검색이 된다. 만약 조정래의 태백산맥 초판을 찾는 이가 있다면 검색을 통해서 당장 구매의사를 타진 할 것이다
- ② 강원도 팬션 : 강원도의 팬션 주인 아줌마는 광고를 할 여력은 없다. 하지만 블로그에 팬션에 대한 글을 올린 것만으로 매출이 급상승했다.
- ③ 기업 블로그 : 공짜이고 검색에 노출되기 때문에 매출을 올리기 위해서는 반드시 해야 한다

6. 기업의 블로그 마케팅 방법

- ① 세스코의 사례로 봤을 땐 틀이 중요한 것이 아니다 : 커뮤니티가 일어나게 만드는 것이 중요한 것이다. 게시판이지만 성실하고 유머러스한 답변을 통해 방문자가 폭증했다. 다시 말해 소통이 있어야 한다는 것이다
- ② 기업의 블로그 마케팅에 대해 오해하는 부분이 블로그 마케팅의 평가지수는 페이지 뷰가 아니다 : 검색의 상위에 우리회사의 우호적인 글이 올라가게 하는것이 가장 중요한 가치이다. 중소기업 모니터 회사에 대한 불만 글이 네이버 메인에 뜨는 순간 그 회사는 망한다. '삼성모니터'를 검색했는데 블로그 검색결과 웹 문서 글에 삼성모니터에 대한 불만의 글이 검색되어지는 것이 가장 큰 위협이다
- ③ 기업의 블로그 마케팅의 첫번째 가치는 자사브랜드나 상품을 검색했을 때 우호적인 글이 맨 위에 검색되어 지는 것이 최대목표이고 이것이 기업의 블로그 마케팅이다

7. 묻고 답하기

- ① **블로그가 앞으로 어떤 모양새로 바뀌어갈까요?** 안 바뀔 것 같아요. 2003년 네이버 페이퍼 모양이 아직도 똑같다. □ 현재의 상태가 적절하면서도 최대한 줄어든 상태이며, 쓰는 계층은 틀려 질 것이라고 생각한다. 블로그의 양은 늘어날 것이나 생산성은 여전히 1%가 될 것이다.
- ② **휴대폰으로 걸어 다니면서 인터넷을 하는 시대가 되었는데요. 블로그가 이러한 모바일 시대에 대한 준비가 되어 있는지?** 잘 안되어 있습니다. 일본은 인터넷 이메일 보다 모바일 이메일이 일반화 되어있다. 블로그도 모바일 블로

<댓글>

1. 김춘식: IT분야의 다양하고 폭 넓은 강의 잘 들었습니다.. 실제로 도움되는 말씀도 많이 해주시구요..
2. 작은인장: 정말 좋은 글 잘 봤습니다. 블로그마케팅의 앞으로 나아갈 길에 대한 내용이 너무 적절한 것 같습니다. PV 확보도 어느정도 중요한 것이겠지만, 검색엔진 메인에 미치는 영향이 중요한 것이겠죠.

<트랙백>

1. 네이버가 저작권을? from 도아의 세상사는 이야기 2008/10/29 05:44 <http://offree.net/2098>
2. 블로그란 무엇인가? from 지속적인 사고의 혁신을 꿈꾸며~~ 2008/10/29 22:38 <http://blog.daum.net/t-innovation/15774801>

브이코아 30. 블로깅의 즐거움과 성장 - 호박툰 전위숙님 (11-01)

포스트주소 : <http://v-core.kr/89>



『호박툰 운영자 /닉네임:호박/9월 한달 방문자만 2,861,800명, 전체 방문자 6백여만명 블로거』

호박툰 1년, 파워블로거 되기까지 <http://hobaktoon.com>

1. 호박툰의 성장 과정

11월18일이면 호박툰이 일년이 되는 날

처음 블로그를 시작한 것은 다음 블로그 <호박이 넝쿨째>를 시작하면서 블로그의 재미에 빠져들었다. 다음 우수블로그 모임에 참석하여 블로그 스타를 만나면서 블로그가 직업이 될 수 있다는 것을 알게 되었다. 회사를 그만두면서 전업블로거로 전향하였고 웹디자인과 일러스트레이션을 배우면서 '호박툰'을 창작하게 되었다. 26년 동안 쓴 가계부에 대한 글이 포털 메인에 오르면서 각종 매스컴에 알

려져 호박툰의 방문자 수가 늘게 되었다. 이어서 태안 앞바다의 절임배추 관련 글이 포털 메인에 뜨게 되었다. 카툰 작가로 거듭나고 싶었는데 첫 카툰 연재 의뢰가 들어오고 꾸준히 5개월 정도하니 오마이뉴스에 호박툰 연재란이 생겨 방문자 수가 급증하게 되었다. 티스토리리를 포함해서 싸이월드와 다음, 네이버, 오마이뉴스 다섯군데 호박툰을 운영하고 있다.

2. 호박은 어떻게 콘텐츠를 만드는가.

사람마다 특성이 각각 다르기 때문에 노하우나 정답은 없다. 호박툰에는 호박만의 냄새가 난다. 호박툰을 꾸준히 구독하시다 보면 정답을 찾을 수 있을 것이다.

텍스트와 사진을 적절히 배치하여 구성하라. 보기 좋은 떡이 맛도 있을 것이다. 그래서 보기 좋고 편하게 구성을 하는 블로그를 자주 찾는 것이 당연하다. 호박툰의 콘텐츠는 텍스트위주의 콘텐츠가 아니라 사진과 카툰이 적절히 배합된 호박툰만의 냄새가 나는 콘텐츠를 올리고 있다.

검색에서 잘 노출될 수 있는 제목을 정하라. 제목을 정확한 단어의 키워드로 하는 것이 중요하다. (단 낚시성이 되어서는 안된다)

다양한 카테고리를 만들어라. 다양한 정보를 원하는 블로거들의 성향을 맞출 수 있다. 요리전문 블로그 이지만 요리 외에 정보를 원하는 블로거들을 끌어당길 수 있다. 다만, 낚시성 글과 방문자 수만을 늘리기 위한 정보는 오히려 블로거들의 외면을 받을 것이다.

송고용 콘텐츠를 구분하라. 호박툰은 자체 편집력을 가지고 있다. 블로그뉴스로 송고할 수 있는 내용과 지인들과만 공유하는 내용을 구분한다. 블로그뉴스에 올릴만한 기사만 송고하라. (너무 사소한 콘텐츠도 송고할 경우 블로거들이 아이디만 보고 글을 읽지 않게 된다.) 블로그를 신나게 하려면 포털 메인에 자주 오르는 편이 좋다. 그러기 위해서는 나만의 콘텐츠의 특성이 두드러지게 만들어야 한다.

블로그는 소통이다. 몇 번 메인에 올라왔다고 해서 그 블로그의 글이 항상 좋은 것은 아니고 계속 많이 배워야 한다.

3. 호박툰 블로그 1년동안 얻은 것과 잃은 것

얻은 것 : 자신감, 즐거움, 나도 뭔가 할 수 있구나 하는 자신감이다. 카툰작가로 성장할 수 있을 것이라고는 상상도 하지 못했다. 블로깅을 하는 즐거움 또한 매우 크다. 블로그를 하는 자체가 너무 즐겁고 미래도 얻을 수 있었다. 잃은 것 : 없다. 잃지 않기 위해 조심하고 노력하고 있고, 생각을 많이 하는 블로거가 되고자 한다.

4. 블로그 유지관리는 정말 어려워요

블로그 관리 운영은 부지런하지 않으면 안 된다. 즐기지 않고 돈벌이를 위해서, 방문자 수를 올리기 위해서 하기에 힘들다. 가족의 이해가 없으면 불가능하다. 남편에게 정말 감사한다. 그리고 내가 즐기지 않으면 힘든 일이 된다.

묻고 답하기

Q1. 블로그의 수익은 얼마인가?

☞ 카툰 연재하는 수입도 블로그로 얻고 있기 때문에 모두 포함한다면 굳이 취직을 하지 않아도 될 정도의 수익은 된다. 블로그수익, 카툰연재비, 신문사나 방송국에서 가져가는 경우 원고료, 구글 애드센스 수입, 제품을 의뢰해서 리뷰를 써달라고 할 때 선택적으로 받아 들여서 리뷰를 적어주고 받는 수익이 있다.

Q2. 사교육에 대한 문제를 블로그와 접목을 시키려면 어떻게 해야 할까요?

☞ 처음에 블로그는 제 마음대로 하면 되는 줄 알았다. 그런데 발행을 하는 순간 공유를 생각해야 되고 자기의 생각을 좀 빼고 객관적인 입장에서 글을 쓰는게 도움이 될 것이다.

Q3. 블로그가 1인미디어로서 역할을 많이 할 것이라고 애길 하셨는데요. 향후에 블로그 운영 계획과 비전을 밝혀달라?

☞ 블로그를 본격적으로 시작하게 된 계기는 나중에 유명한 블로거가 되면 책을 좀 기증받아야겠다는 생각이 있었는데 아직은 여건이 안되었고, 5년후쯤 수도권에서 그리 멀지 않은 곳에 무료도서관을 운영하면서 시는게 꿈이다. 요리, 블로깅 방법, 지식 등을 전파하는 것이 목표이다.

앞으로 좀 더 유명해지고 공감하는 사람들이 늘어난다면 많은 블로거들과 함께 꿈을 이루어 나가고 싶다.

Q4. 블로그 한지 한 3개월 정도 되었는데 분기점이 있을 것이라고 본다. 분기점을 기준으로 했을 때 하루에 포스팅 하는 양과 블로깅하는 시간을 알고 싶다.

☞ 쓰고 싶은 날, 쓸 이야기가 있는 날만 블로깅을 하다가 7월부터 의도적으로 하루에 한번 포스팅을 하였고, 이것이 방문자 수 증가에 도움이 되었다. 그리고 방문자수가 줄어들든 말든 신경을 쓰지 않게 되었다. 이제는 꺼리를 일부러 찾지 않는 경지에도 이르렀다. 그러니까 편안한 블로깅이 되더라. 단순히 블로깅 하는 시간은 하루에 두 세시간 정도지만, 카툰을 그리면 3시간정도 걸리고, 취재를 나가면 하루 종일 걸린다. 내용에 따라서 준비 과정은 하루 걸리는 것도 있고, 한달 정도 계획을 가지고 준비하는 것도 있다.

Q5. 강박관념은 아니어도 어느 정도 방문자 수에 신경을 써야 하지 않을까?

☞ 방문자 수에 연연하지 않는 편이 도움이 된다. 이슈(연예기사 등)를 따라가지 말고 계절을 따라가라. 호박탕, 가

<댓글>

1. 나우리: 그동안 강의가 진행되는 동안 강사 부부가 함께 온 경우가 없었는데 호박툰부부가 함께 와서 "아내가 좋아하는 일을 찾게 제일 기쁘다" "남편이 가장 큰 힘이 된다" 아름다운 모습을...
2. 인생: 현장에는 가지 못하고 인터넷 방송으로 잘 듣고 보았습니다,,, 부부가 함께 하시는 모습이 너무 좋았고,,저는 글쓰는 재주도 없고 그림을 그리는 재주도 없고...

<트랙백>

1. "호박툰1년 파워블로거되기까지"강의~ from Hip Hop Supply Ship 2008/11/02 17:50 <http://crissj.com/60>
2. 호박툰1년, 블로깅으로 강의까지 [브이코아 강연] from 호박툰 2008/11/07 11:18 <http://hobaktoon.com/305>

브이코아 31. 비즈니스블로그 운영방법 - 에델만코리아 이중대님 (11-08)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/95>



『現 에델만 코리아 이사, 에델만 아시아-태평양 지역 에델만 디지털 분야 한국 오피스 대표/에델만 코리아 이슈/위기관리 프랙티스(practice) 멤버/ IT 분야 커뮤니케이션, 위기, 이 슈관리 커뮤니케이션 담당/블로그 기반의 IT 전문 매거진 블로터닷넷(www.bloter.net)에서 데스크 블로터로, 블로그연합네트워크 태터앤미디어(www.tattermedia.com)에서 파트너 블로거로 활동/다수의 위기관리 및 미디어 코칭 프로젝트 수행/코바코, 전경련 국제경영 원, 한겨레 PR 아카데미, 흑자경영연구소, 연세대학교 이즈스쿨, 이화여자대학교, 고려대 학교, 서강대학교 홍보아카데미 및 영상대학원 등 출강/ 대우자동차 폴란드지역 판매법인, 드림 커뮤니케이션즈 근무』

- 1. 비즈니스블로그 운영 a부터 z까지
- 2. 온라인상의 위기관리가 주된 관심사다
- 3. 블로그 운영 체크리스트

- ① 정기적으로 포스팅 하시는지요?
- ② 블로그를 통해 블로그 방문자와 대화를 진행하시는지요?
- ③ 방문 블로그와 대화시 자신의 입장만 고집하며 전달하시는지요?
- ④ 기자들에게 제공했던 보도자료를 그냥 복사해서 포스팅 하시는지요?
- ⑤ 철저히 마케팅 목적으로 용비어천가식 글만 올리는지요?
- ⑥ 기관 및 조직 대표의 포스트를 대필하시는지요?
- ⑦ 외부 블로거 및 자료에 대해 링크를 거시는지요?
- ⑧ 업계 내에서 통용되는 어려운 단어만 사용하고 있는지요?
- ⑨ 스팸 코멘트를 방치해 두는지요?
- ⑩ 블로그 운영을 외부 대행사에 일임하시는지요?

④ 기자들에게 제공했던 보도자료를 그냥 복사해서 포스팅 하시는지요?

너무나 구태의연한 형식이다. 조금 더 쉽게 풀어서 설명해 줄 필요성이 있다. 보도자료만 반복되는 블로그는 고객들 을 확보할 수 없다

⑤ 철저히 마케팅 목적으로 용비어천가식 글만 올리는지요?

⑥ 기관 및 조직 대표의 포스트를 대필하시는지요?

ceo들이 이런 경우가 많은데 절대 대필을 해서는 안 된다. 블로거들은 생각보다 영악하다

⑦ 외부 블로거 및 자료에 대해 링크를 거시는지요? 오고 가는 링크 속에 싹트는 정

⑧ 업계 내에서 통용되는 어려운 단어만 사용하고 있는지요?

⑨ 스팸 코멘트를 방치해 두는지요? 너무나 많다 이런건 즉각 삭제 해줘야한다

⑩ 블로그 운영을 외부 대행사에 일임하시는지요? 모든 콘텐츠를 외부에서 조달하는건 절대 안된다. 블로그 운영에서 가장 중요한건 대화이다

4. 웹2.0으로 인한 커뮤니케이션 환경의 변화

① 웹2.0에 대한 이해 : 공유, 개방, 참여, 이것이 가능해 졌기 때문에 웹2.0 이라고 한다. 보다 인간중심적인 철학이 반영된 것이다. 위 아더 웹, 링크를 많이 활용해야 한다

② 단방향에서 쌍방향으로 넘어가고 있다

5. 쌍방향 커뮤니케이션 -pr2.0

6. 소셜미디어 우주

① 웹이라는 우주에 폭발이 있었다 빅뱅이 이 폭발은 기술의 진보에 의해서 가능하게 되었다.

① 정보독점 및 권력의 분산

② 2002년 이전에는 기업이 웹을 구축하던 시대

③ 2002년 이후 개인들이 웹을 구축

④ 커뮤니티 사이트들이 우주의 중력을 조절하는 새로운 중심으로서 역할

⑤ 모든 미디어가 나를 중심으로 공전

⑥ 우리가 생활하고 있는 실제 우주와 마찬가지로 소셜미디어 공간 또한 다양한 유형의 미디어로 구성

7. 소셜미디어

① 사람들의 의견 인사이트 경험등을 공유하는 것이다.

8. 새로운 온라인 커뮤니케이션의 개념

① 새로운 커뮤니케이션 접근법

기존 접근법 / 푸시모델 / 엄격하게 통제된 메시지 / 위기상황에서 유일한 권위적 목소리 / 엘리트 우선 전달
일방적 메시지 전달 / 회사 중심 접근법 / 새로운 접근법 / 풀 모델 / 통제에서 대화로 / 다양한 레벨의 목소리
직원 및 소비자 참여 유도 / 투명성의 역설 / 군중의 지혜모델

② 새롭게 전개해야 하는 커뮤니케이션은 광고가 아닙니다

새로운 커뮤니케이션은 블로거들과의 대화를 의미합니다

9. 디지털 인플루언서(영향력 행사자)

① 우리는 이제 모든 사람들이 새로운 방법으로 영향력을 행사할 수 있고 누구나 영향력 행사자가 될 수 있는 세계에 살고 있습니다

② 시간이 경과될 수록 디지털 인플루언서들 간의 관계는 더욱 강화될 것이며 이는 기업이나 조직에게 새로운 위협 요소가 될 수 있습니다

10. 델컴퓨터

① 제트서비스가 1600달러짜리 노트북을 샀는데 고장이 났다. 고장을 수리하기 위해서 a/s서비스를 신청하는 과정에서 너무 짜증이 나서 델에 대한 단점을 블로깅 하기 시작했다. 첫번째글이 올라가고 나서 수많은 사람들이<후략>

<댓글>

1. catchkin2008/04/24 00:38 드디어 올라왔군요^^. 기다리고 있었습니다. 강의를 듣지 못하여 많이 아쉬워하고 있었는데 이렇게 정리된 콘텐츠로 접하게 되니 너무 좋습니다. 수고해 주신 모든 분들께 감사드립니다.^^

2. 위크리에이션2008/04/26 16:44 넓고 깊게 인터넷 마케팅을 해주셨습니다. 그 해박한 지식을 다 제 머리통으로 옮겨놓고 싶습니다. 무엇보다 젊은 대학생들을 기르는 열정에 박수를 보냅니다. 다음에 또 모시고 싶군요~사랑하고 축복합니다.

<트랙백>

1. 퍼즐 - 파워블로거초대석 제2회 - 무한마루치 김형택님 from 온라인커뮤니티문화연구소 -로드러너- 2008/04/25 21:26

<http://0111.tistory.com/entry/퍼즐-파워블로거초대석-제2회-무한마루치-김형택님>

2. 20080419 마켓캐스트 김형택 대표님 from VMCN: Vcore Multimedia Contents Network 2008/06/10 03:07 <http://wp.catchkin.net/?p=26>

브이코아 32. 싸이월드와 블로그

- 싸이월드 블로그팀장 신성철님(11-15)

포스트주소 : <http://v-core.kr/94>



『2003 SK컴즈 입사/ 2006 싸이월드 그룹&페이퍼 팀장/ 2008 싸이월드 블로그 팀장』

[1] 왜 블로그를 쓸까?

1. 기록과 표현: 소통과 호응에 대한 욕구
2. 좋은 글쓰기가 가능하다.
3. 홈페이지보다는 블로그: 네트워크, 콘텐츠 구조화, 멀티미디어의 문제
3. 미니홈피보다는 블로그: 지인보다는 불특정 다수, 책임
4. 검색데이터의 가치

[2] 싸이월드 블로그 서비스

1. 싸이월드 블로그의 역사: 다양한 블로그 서비스를 제공
2. 싸이월드 홈2:
 - 초기 수준있는 작품으로 포지셔닝
 - '일촌의 네트워크'로서는 어려움이 있음을 느껴 차세대 서비스로 계획을 하고 만들어짐.
 - asset(일촌, 데이터, 음악 등)의 승계
 - 비통합 데이터 구조로는 개방성이 어렵다고 느껴 플랫폼에 독립적 데이터 asset 축적
 - 개방성, 자유
 - 싸이월드 사이트는 검색엔진으로는 검색이 안 된다.
3. 싸이월드 블로그
 - 싸이월드의 블로그 시작은 늦지만(2008년) 변화가능성이 있음. 홈페이지 구조에서 블로그 구조로 변화
 - 싸이월드 asset의 승계는 유지하되 단일 identity가짐
 - 제휴를 통한 검색 문제 해결, 메타블로그와 연계.

[3] 네트워크

1. 네트워크 문제에 대한 고찰 : 지인 네트워크와 비지인 네트워크는 서로를 밀어내는가. 블로그는 불특정다수가 본다. 하지만 지인들이 편하게 볼 수 있는 게 더 좋은 것 아닌가. SNS와 Blog는 분리되어야 하는가.

[4] 위젯

외부위젯을 받아들이는 형태로 개방

[5] Contents for Cast

사이의 추천글 (텍스트 정보를 추출하여 기존 글과 비슷한 글 추천) 정보성강화, 유사 콘텐츠간의 연상적 이동 가능하게 함.

[6] It travel

1. 여행 전문 메타블로그가 목적

초기 연예인을 기용하여 기고 (여행을 통한 블로그), 모든 블로거가 참여 가능한 행사. 문화를 만들어내 가치창출 체험을 바탕으로 한 블로거 정보, 콘텐츠의 가치향상

2. 블로그-방송-출판의 연계

3. 향후 요리, 맛집, 사진 등으로 확장

[7] Photo N

1. 사진 포스팅

2. 검색 제휴만 가지고는 성장 어려움

[8] 콘텐츠의 유통

1. 유통수단 : 검색제휴, 일촌 네트워크, 즐겨찾기, 메타블로그와 연계, 싸이월드 메인, 네이트온, Contents for Cast

[9] 싸이월드 블로그의 미래

1. 가장 쉽고 편리한 블로그

2. 지인과 비지인 네트워크의 효과적 지원

3. 미디어파워를 활용한 콘텐츠 유통 채널 구축

4. 메타블로그: 문화, 라이프스타일 콘텐츠를 가치 있게 만드는 메타사이트

5. 다양한 블로그가 참여할 수 있는 열린 구조

[10]질문

Q1. 싸이월드 블로그를 클럽과 연동시켜서 콘텐츠의 이동성에 대해 향후 발전 계획은?

A. 현재 계획은 없다. 좋은 아이디어 적극 고민해보겠다.

Q2. 외국에도 싸이월드가 있다. 일본에서 스크랩에 따른 저작권문제를 어떻게 다루었나? 싸이월드가 미국에 진출해서 어떤 결과를 가져왔는가? 현재 싸이월드는 국내용 앞으로 외국과 연결시킬 수 있는 시스템을 계획하는가?

A. -전체적인 글로벌 시장 진출 문제는 타이밍이 관건이었다. 현재 일본은 서비스를 깊이 관여하고 있지 않다. (일본에 진출한 싸이월드 직원은 없음) -미국, 중국, 베트남, 유럽 등 다양한 국가에 진출하였으나 역시 타이밍이 문제다. -미국 마이스페이스와는 유사점을 가지고 있다.

Q3. 싸이월드는 대표적인 SNS시스템이다. 싸이월드가 자체적으로 블로그화 될 것인가?

A. -앞으로 미니홈피는 계속 존재할 것이다. -싸이월드 미니홈피에서 구조적으로 확장해나갈 것이다.

Q4. 블로그에서 도토리 사용 계획이 있는가?

A. 과거 미니홈피에서의 사용한 도토리로 블로그에 활용 가능하다. 결국에는 무료로 갈 것이다. (음악 등의 콘텐츠 정도만 유료화)

Q5. 데이터백업 등의 계획이 있는가? 수익모델에 관해서는 새로운 계획이 없는가? 수익형 블로그에 대해 어떻게 생각하는가?

A. -단기간에 네이버, 다음 등에 대응할만한 트래픽을 끌어올리는 무리를 하지는 않을 것. 현재 서비스가 개선될 부

<트랙백>

1. 30th 브이코아강연 "신성철 싸이월드 블로그팀장" from StoryLounge 2008/11/11 10:27 <http://crissj.com/60>
2. 잡혈이 순혈을 이긴다 from 창조코리아 2008/11/14 20:51 <http://weceo.tistory.com/52>

브이코아 33. 블로그와 SNS - 링크나우(Linknow) 신동호 대표 (11월22일)

포스트주소: <http://v-core.kr/97>



『링크나우, 대표이사 비즈니스용 인맥 구축 서비스인 링크나우를 서비스하는 회사인 (주) 위키넷을 설립했다/ 뉴스와이어, 편집장 :인터넷 기반의 보도자료 서비스 회사인 뉴스와이어의 설립에 참여해 편집장으로 일/ 동아사이언스, 과학동아 편집장, 신문팀장 : 과학전문 월간지인 과학동아의 편집장으로 일하면서 과학동아의 수준을 업그레이드 했고, 독자의 숫자도 크게 늘렸다. / 동아일보, 차장 : 동아일보 차장으로, 과학동아를 모체로 동아일보의 과학보도, 과학교육과 이벤트 사업을 통합해 만든 과학종합미디어회사인 동아사이언스의 설립 작업을 맡았다. / 한겨레신문, 기자, 팀장 : 한겨레신문의 창간에 참여했다. 정보통신과 과학기술, 환경 분야 담당기자, 사회부 환경팀장으로 일 / 전자신문, 정보산업부 기자 : 전자신문 정보산업부 기자로 일하면서 컴퓨터와 정보통신, 공장 자동화 분야를 취재 / 현대건설, 해외건축사업본부 : CAD를 이용한 건축설계를 담당』

[1]. 실명의 블로그를 사용하자.

1. 실명을 사용할 경우 자기 홍보에 더 효과적이다. 많은 선진국들이 비즈니스 소셜 네트워킹을 가지고 있으며 해외에는 자신의 홍보 수단으로서 실명의 블로그를 사용한다. (왜 익명의 블로그 질문에 대한 참가자들의 답변: 닉네임이 자신의 정체성 대변, 수평적 관계 설정, 오프라인 상에서는 말하지

못하는 것을 말할 수 있음)

[2]. 인맥의 중요성

1. 대부분 인맥을 중요하게 생각하나 인맥관계를 잘 하지 못하고 있다. -인맥맺기의 어려움, 인맥의 부정적인 인식 (학연, 지연, 아부)도 이러한 영향.
2. degree of separation 6단계 이론 (세상 사람들은 6단계만 거치면 모두 연결 된다.)

[3]. Social Networking Site

1. 범용 SNS와 비즈니스 SNS의 성격이 각각 다르다.
2. 범용 SNS: 영상, 소리, 놀이가 발전한 형태, 많은 페이지뷰 발생 (마이스페이스, 페이스북, Orcut,)
3. 비즈니스 SNS: 철저한 프로필, 이력서의 형태로 발전 됨. 부분적 유료화 비즈니스 모델 가짐.(Linked in 등)

[4]. 소셜 네트워킹의 장점

1. 약한 연결의 강한 힘 (취업, 영업, 중매 등의 인간사가 친한 지인이 아닌 약한 인맥을 통해 이루어짐), 취미, 비즈니스, 정보 등의 약한 인맥이 지배적이다.
2. 쉽게 기억할 수 있고, 사람을 빨리 파악 가능
3. 인맥을 지인과 공유할 수 있음-인맥을 서로 공유하고 소개 받을 수 있다.
4. 한번 일촌을 맺으면 평생 일촌 (오프라인처럼 쉽게 단절되지 않는다)
5. 시간과 지역의 제약 없이 원하는 사람을 찾음.
6. 늘 연결되어 있고 컴퓨터와 인터넷이 홍보를 대행해준다.
7. 수평적, 능동적, 자발적
8. 열린 인맥으로 공유를 지향 (인터넷이 지식, 인맥의 격차를 줄여주었다.)

[5]. 소셜 네트워킹의 이용

1. 전문가다운 블로그를 만들어라
2. 프로필버튼을 웹사이트에 붙여 사용. (명함에도 프로필 주소를 넣어라)
3. T자형 인간이 되어라. (능력과 인맥이 균형 잡혀 함께 성장하는 사람)
4. 신뢰성 높은 프로필이 명함보다 효과적이다. - 사업제안을 이메일만 활용하는 것보다 SNS를 이용하면 더 효과가 높다. (신뢰성을 더 얻을 수 있음)

[6].질문

⑩해외버전도 서비스 할 생각이 있으신가?

현재 해외에 계신 분들이 많이 사용하고 있지만 주로 한국 분들이고 이미 해외에는 저희와 비슷한 sns 서비스가 자리를 잡고 있어서 쉽지는 않은 길이며 해외에 있는 사이트들과 연계가 되어서 돌아갈 수 있는 방안을 모색 중입니다
현재sns 서비스업자간의 글로벌 협회가 구성 중에 있다 sns 사이트들끼리 연구와 표준화가 된다면 시너지 효과가 클 것이라고 본다.

⑩저는 헤드헌터일을 하고 있어서 제 인맥이 굉장히 중요한데 저는 경쟁사에서 제 인맥을 가져가게 되면 굉장히 힘들어지는데 이런 부분은 어떻게 생각하시는지요?

헤드헌터시라면 1촌을 공개하지 않으시는 게 낫지 않으실까 직업이 직업이신 관계로 다른 분들이 이해 해주지 않으실까 싶습니다.

⑩링크나우 게시판에 플래시가 등록이 안 되던데 혹시 플래시 서비스를 계획하고 있으신지요?

동영상이나 플래시가 올라가면 광고들이 범람할 것 같아서 좀 더 차분한 사이트를 만들기 위해서 아직까지는 자제 중입니다

⑩프로필 같은 경우에는 동영상이 더 확실하다고 생각하는데 고려해 보실 생각 없으신지요?

오픈소셜을 통해서 다른 동영상 업체를 이용해서 올릴 수 있도록 할 생각이다

⑩소셜네트워크 서비스에 대해 국내시장에서의 포지셔닝적인 부분과 나쁜 점 범죄같은 곳에 도용되는 부분에 대해서 어떻게 대처하실 필터링 방법이 있으신지? 이런 부분에 대해서 어떤 의견을 가지고 계신지?

1촌이 되기 전에는 서로 간에 연락처를 알 수 없다 하지만 1촌이 되었는데 처음에는 몰랐지만 나중에 알고 보니 그런 사람이었다면 신고기능을 도입해서 대처해 나갈 방안이다1촌 연결을 하실 때 신중하게 하시라고 권해 드리고 싶다

⑩수익모델은 어떤 부분이 있으신지요?

손가락 짹짹 빨고 있습니다소셜네트워크 서비스들은 전 세계적으로 대부분 유료서비스와 무료서비스를차별화를 하고 있는데요 저도 그런 방향으로 나가려고 하고 있습니다.

⑩링크나우도 개인화 서비스의 일종이라고 할 수 있는데요 개인화서비스를 하는 관점에서 향후 인터넷 산업의 전망은 어떻게 되리라 보시는지?

두개의 중요한 화두가 sns 와 블로그 라고 생각합니다야후가 시작됐을 때 디렉토리로 시작되었고두 번째로<후략>

<댓글>

1. 유영진: 신동호 대표님 감사드립니다. SNS는 향후 인터넷의 핵심서비스가 될 것입니다. 링크나우로 멋진 시기를 함께 겪으셨으면 합니다.
^ _____ ^
2. 정희경: 신동호 대표님 강의 잘 들었습니다. 좋은 시간 감사했습니다. 링크나우의 성장을 믿습니다!!
3. 이노: 강의 너무 좋았습니다 링크나우가 하루 빨리 성장하시길 바랍니다
4. 나그네: 그러게요.. 훌륭한 강의 감사 드립니다. ^^ 다음에도..기대갠..ㅋㅋ

브이코아 34. 블로그와 바이럴마케팅 - 퍼니온 김두환 대표 (11월29일)

포스트주소: <http://v-core.kr/101>



『퍼니온대표 블로그 : <http://blog.naver.com/funnyonkorea>
홈 페이지 : <http://www.funnyon.co.kr>』

1. 대학교 2학년 때부터 광고회사를 시작했다

2. 25살 때 싸이월드를 만드는 게 꿈이었다

① 개발을 실제로 1년 반정도 했지만 자금의 압박으로 그만두게 됐다

3. 바이럴마케팅의 특징은 제재가 없다

① 법적으로 확실한 제재가 아직까진 없다

4. 네이버 블로그는 연동성이 많다 지식인이나 네이버 동영상과의 연동성의 매력 때문에 네이버 쪽에서 일을 많이 진행시키는 편이다

5. 이제는 제품은 물론이고 이념 또한 마케팅하는 시대가 왔다

6. 불과 몇 년전만 해도 구매자들은 상품에 대해 미리 알지 못했다

① 이제는 소비자들이 물건을 사기전에 미리 물건에 대해 학습을 하고 구매를 하게 된다. 대부분의 소비자들이 전문가 수준이 되어가고 있다 한 명의

얼리어답터에 의해서 물건의 장단점이 공개된 상태에서 구매한다.

7. 포털사이트와 바이럴 마케팅 업자들 사이에는 미묘한 줄다리가 있다

① 포털사이트들은 돈을 내고 광고를 하길 원하기 때문이다

8. 제품이 안 좋더라도 인위적으로 좋다는 댓글을 많이 달게 되면 진짜 그 제품을 잘 아는 전문가가 오히려도 군중심리 때문에 함부로 댓글을 달지 못한다

9. 인터넷을 하는 이유가 뭐라고 생각하시나요?

① 자극적인걸 하기 위해서입니다

② 음란물-재미있는것

③ 정보습득

④ 커뮤니티

10. 중학생들이 요즘 글을 너무 잘 쓴다

① 디시인사이드 같은데 글을 올리면 30대 아저씨들이 열광을 한다

② 요즘 중학생들이 후기를 적는 것을 연구까지 하면서 마니아가 되어 있더라

11. 바이럴 마케팅을 할 때 10대들이 좋아하는 단어가 있고 20대가 좋아하는 단어가 있다

① 10대가 적어준 글을 저는 도저히 이해할 순 없지만 이글을 10대들이 보는 블로그에 올려놓으면 10대들의 반응이 좋다

② 30대에게 10대가 적어준 글을 보여주면 별로 신뢰를 하지 못한다

③ 30대는 마우스를 구매할때 일단 그림감을 본다면 10대들은 마우스를 선택할때 게임을 기준으로 판단한다

12. 시사적인 내용의 블로그에 시사적인 사람만 들어온다고 생각하면 큰 오산이다

① 블로그 마케팅과 바이럴 마케팅의 큰 핵심 하나는 시간차 이다. 평일 오전 10시에 인터넷을 하는 사람들은 대부분 직장인이다. 고등학생들은 그 시간에 인터넷을 하고 싶어도 할 수가 없다. 따라서 평일 오전 10시에 고등학생들을 타겟으로 한 홍보글을 올리면 누가 볼 수 있겠는가 따라서 시간에 대한 타겟팅이 필요하다

13. 오후 4시가 되면 네이버에 게임관련 키워드가 검색순위에 올라온다

① 그 시간이 되면 초등학생 중학생이 학원 가기 직전에 모두 피시방으로 달려가는 시간이기 때문이다

14. 대조영이 하는 시간이 되면 대조영이 실시간 검색순위로 올라온다

① 무릎팍 도사에서 어떤 스타의 연애 얘기가 나오면 1분 만에 네이버같은 포털 사이트에는 그 내용이 실시간 검색 순위로 올라온다. 이러한 현상 자체가 마케터들이 움직이기 때문에 가능한 일이라고 본다

15. 왜블로그를 좋아하시는지 블로깅을 하시는지 질문을 하고 싶다

① 이상욱-생각이 정리를 잘 안 해냈는데요 앞으로 안 하면 안 되겠다는 생각에

② 이군상- 첫째 개인적인 브랜드를 위해서, 개인적인 참고 역할 동영상을 보관하고 다른사람에게 보여주는데 너 무나 좋다

③ 유영진-비교적 자유로운 거 같아서

④ 블로그로 바이럴 마케팅을 하는이유는? 자신의 생각을 전달하는 거, 개인을 브랜딩하는거 이것도 상업적인 거 다 누군가가 내 글을 많이 봐주길 위해서,

2. 16. 커뮤니티

① 커뮤니티의 핵심 첫번째는 대화다 : 필요에 의해서 가입을 하게 되는게 커뮤니티다. 내가 먼저 다른 사람에게 질문을 던진다 그리고 나중에 그 사람이 나에게 질문을 던지는 순간 그 사람은 나의 회원이 되어 있다

17. 장점과 단점 찬성과 반대 의 두 가지 논리만 있는게 아니라 중간층이 많아지게 만들어 내는게 가장 좋은 마케팅 방안이다**18. 바이럴 마케팅 전략**

① 좁게 보라 세분화 전략 : 키워드 전략이 필요하다. 박지성이 골을 넣었다면 박지성 골 키워드가 유리하다

근데 박지성 골 키워드를 공략하면 이 키워드를 검색한 사람들에게 나의 콘텐츠는 100% 노출되게 되어있다

② 네상대를 네가 골라라 : 모든 고객들의 스타일에 맞추려 하지 말고 너의 스타일에 고객을 맞추도록 하라

③ 빈자리를 찾아라 : 남들이 이미 선점하고 있는데 가서 뺏으려 하지마라 새로운 자리를 찾는 것이 훨씬 효율적이다

19. 사람들은 관심을 한번 받게 되면 이를 유지하려고 한다

① 관심을 계속 유지하기 위해 뜻하지 않게 어떤 제품의 마케터가 되어버리기도 한다

20. 숫자녀(를 보고 느끼는 세대별 다른 반응)

① 초등학생-이쁘다

② 20대-치마가 짧다

<댓글>

1. 이노2008/12/02 02:47 경험에서 우러나오는 실질적인 노하우를 들을 수 있는 시간이어서 너무 좋았습니다 강사님께 감사드립니다^^*

2. 김춘식2008/12/02 05:03 철저한 시장분석과/통계 그리고, 업계의 흐름을 한눈에 꿰뚫어 보시는 안목이..

부럽습니다. 광고계의 대목으로 성장 하시길.. ^^*

브이코아 35. 블로그와 입소문마케팅 - 입소문마케팅 저자 구자룡님 (12-06)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/104>



『마케팅 2.0 iWOM 구자룡 대표/온라인 PR & 바이럴 버즈 입소문 마케팅 그룹 지아이지오 커뮤니케이션즈(주)/t 02-3443-9603 m 010-8639-gigo e goo@gigocom.co.kr./개인 블로그 <http://na9004im.tistory.com>』

1. 여러 가지 책들이 나왔지만 일반 대중들이 보기에는 너무나 어려워서 쉬운 마케팅 책을 써야겠다는 생각에 이번 책을 쓰게 되었다

2. 1. 사람은 미디어다

① 많은 사람이 1인 미디어다

3. 미디어의 효과

① 미디어가 사람들의 태도를 바뀌게 하는 효과가 있다 그러나 나중에 이론이 뒤집히는 결과가 나온다 실제로 미디어를 보고 주변 사람들에게 태

도를 바꾸게 주도적으로 행동하는 층이 따로 있다 실제로 태도를 바꾸게 만든 건 미디어가 아니라 주변가족 지인 마을이장 등이라는 결론이 나온

4. 어떤 사상이나 새로운 제품이 확산하는 데는 실제로 일정한 주기를 거치더라

① 병충해에 강한 옥수수 품종이 조그마한 마을에 완전히 퍼지기까지 실제로 10년이 걸렸다

5. 사람들의 태도를 바꾸게 하는 확산의 주체들은 오피니언 리더들이 많더라

① 이들의 특성은 여행을 좋아하고 목소리가 크고 미디어에 쉽게 접근할 수 있는 환경을 가지고 있다

6. 고대에는 글을 알고 모르고가 권력의 차이였다

① 근대에 와서는 공공의 글쓰기를 할 수 있는 사람들이 권력자였다 대표적인 예가 기자들이다 지금은 누구나 공공의 글쓰기를 할 수 있는 1인 미디어 시대가 온 것이다 즉 권력이 이동한 것이다

7. 일기는 진정한 사적인 글쓰기다

① 요즘에는 일기조차도 공공글쓰기화 돼버렸다 싸이월드나 블로그 포스팅이 대표적이라고 할 수 있다 그래서 결론적으로 앞으로의 마케팅은 개인 마케팅이 핵심이 된다

8. 2. 예수님은 사람이다

① 커뮤니케이션 이론

□ 동질성 : 공원에 가족들이 산책을 나가면 아버지는 아버지들끼리 어머니는 어머니들끼리 강아지는 강아지들끼리 얘기하고 교감한다 어떠한 메시지도 동질적인 집단 내에서는 확산이 잘된다. 하지만 사회적으로는 약한 연결밖에 없더라

□ 이질성 : 메시지 확산이 잘 되지 않는다. 6단계 이론에 의해 몇 사람만 거치면 모두 연결된다는 걸 바탕으로 한국에서도 메시지를 전달하는 실험을 했다 3.3단계 만에 전달됐다. 이 메시지가 제대로 전달 안 되는 층은 학생들이었다. 자신들 내에서는 잘 전달되지만 학생층을 벗어나진 못하더라.

□ 약한 연결이 강하더라

직장을 구할 때 결정적인 도움을 준 사람들이 자신과 아주 가까운 사람들이 아니고 그냥 우연히 명함 한번 주고 받은 약한 인맥관계가 50% 이상이었다는 것이다

□ 그래서 약한 연결이 오히려 더 큰 도움을 줄 수도 있다

파워블로거 들이 약한 연결의 표본이라 할 수 있다

□ 마케터와 시장의 사람들은 기본적으로 이질적인 관계다 따라서

마케터가 직접 사람들에게 얘기를 하면 거부감이 강하게 일어난다

내가 공략하는 집단의 일원을 이용해서 그 사람이 나의 마케팅 메시지를 전달할 때

실제 마케팅 효과가 일어난다는 것이다

9.3. 기도를 슬기롭게 듣자

① 기본적으로 사람들은 남의 이야기를 잘 듣지 않는다

② 길을 혼자 걸을 때 보이는 것과 다른 사람과 걸을 때 틀리다. 애인과 같이 길을 걸어가면 이상하게 모델들이 눈에 띈다 **사람들은 선택적으로 보고 듣는다**

③ 사람은 실제로 평생에 남의 이야기를 듣는 경우가 딱 한 번 있다 사랑을 할 때 실제로 6개월 정도가 전부이다

④ 하나님이 모든 사람들의 기도를 들어주진 않는다. 그런데도 왜 사람들은 기도를 하는 걸까? 하나님께서 자신의 기도를 듣고 있다고 생각하고 느끼기 때문에 기도를 하는 것이다. 소비자도 마찬가지로 소비자들이 얘기하면 기업이 다 들어줬다간 기업이 망한다. 그럼에도 끊임없이 소비자들과 이야기 해야 되므로 모든 것을 들어줄 순 없지만 소비자들에게 우리기업이 소비자들의 모든 얘기를 듣고 있다는 인상을 심어 주면 되는 것이다. 즉 사람들에게 듣고 있다는 것을 느끼게 만들어 줘야 한다

10.4. 교회는 커뮤니티다

① 웹0.0 : 매스 마케팅 시대, 4p 로 정의, / 만들고, product/ 가격을 매기고 price / 잘 유통시키고 promotion / 계획을 잘 짜고 plan

② 웹1.0 : 4p가 4c로 바뀐다, 소비자 소비자의 니즈를 알아서 제품을 만들어야 한다. 코스트(cost) 가격 어디서 사느냐에 따라 틀리다 똑같은 제품이라도, 편의위주, 커뮤니케이션, 소비자의 욕구를 반영한다

③ 웹2.0 : 에반젤리스트, 고객 전도사들이자 고객 전사들이자 우리제품을 위해 싸워줄 수 있는 사람들, 열광적인 제품, 가격을 뛰어넘는 제품이다, 할리데이비슨이 대표적이다. 할리데이비슨은 2000년에 엔진 소리에 대해 특허신청을 한다. 할리데이비슨 처럼 열광적인 포인트가 있어야 한다. 경험영역 안에 있어야 한다. crm에서 cem(고객경험에 대한 인 사이트)고객경험으로 넘어왔다. 커피는 스타벅스나 일반다방이나 호텔이나 물적속성은 별로 바뀌지 않았지만 어디에서 마시느냐에 따라서 틀리다. 어떤 경험을 하느냐에 따라 커피 맛이 달라진다고 느낀다 고객들은 고객은 경험하고 싶은 데로 체험한다는 것이다. 고객 경험을 교환할 수 있는 커뮤니케이션이 있어야 한다. 고객 경험을 상호간에 공유하는 것이다 <후략>

<댓글>

호련2008/12/24 13:36

사람들의 태도를 바꾸게 하는 확산의 주체들은 오피니언 리더. 이 말 참 와닿습니다. 그러므로 오피니언 리더들이 먼저 좋은 태도를 가지고 대중들에게 다가가야 한다고 생각해요. *^^*

브이코아 36. 블로그와 블로고스피어

- 브이코아 대표지기 유영진님 (12월13일)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/108>



『e커뮤니티문화연구소 미래도시 대표/(주)대일전자 정보기술연구소, 수석연구원 /(주)한국테크노밸리, 기획실장/(주)네트이십일, 기술이사/(주)아시아나항공, 전략기획팀 정보서비스전략과장』

1. 블로고스피어란?
2. 커뮤니티아카데미 <http://city.cyworld.com>
커뮤니티 연구분석 데이터베이스가 축적된 곳입니다.
3. 블로그와 블로고스피어
 - ① 블로고스피어란?

② 스피어(구)의 특성

블로고스피어의 표면과 평등 : 보통 둥근 구체를 스피어라고 얘기합니다. 구체의 특징을 통해 블로고스피어의 특징을 이야기해봤으면 합니다. 구체의 표면은 중심으로부터의 거리가 일정합니다. 이는 그 중심에 대해서 평등하다는 의미가 됩니다. 모든 블로그가 평평하다는 것이 아니라 블로거로 참여할 수 있는 기회의 균등을 얘기하는 것입니다. 그 블로고스피어가 크면 평평해 보이겠지요^^?

블로고스피어의 중심과 주인 : 블로고스피어에는 중심이 있습니다. 그 중심에는 무엇이 있는 것일까요? 그것은 지금 여기 계시는 그대 자신입니다.

블로고스피어의 내부공간과 관계 : 그럼 블로고스피어의 내부공간은 무엇으로 채워져 있을까요? 처음에는 매우 약한 인력만이 작용하는 빈 공간이겠지요? 그것은 각각의 블로그에 대해 자신과의 인력이 만들어낸 것으로 실제화 되어갑니다. 관심과 욕망에 의해 각각의 블로그 들을 끌어당기게 됩니다. 검색을 통해... 미디어를 통해... 방문하기와... 링크와 트랙백... 유추된 주소...각자가 관심 있는 주제나 취향에 따라 끌어당기는 것이 모두 다르므로 모두가 다르게 채워져가게 됩니다.

블로고스피어의 회전과 시간의 흐름 : 시간의 흐름에 따라 이 모든 것은 당신을 중심으로 회전합니다. 그대의 변화에 따라 역량에 따라 그대를 중심으로 블로고스피어가 회전하는 것입니다. 블로고스피어의 우주 안에서는 그대를 중심으로 그 안의 삶에 대한 실행만큼 회전규모가 커지게 됩니다. 크게 활동하면 그 대기권과 인력권으로 인해 그대가 커지고 적게 활동하면 그대도 작아집니다.

블로고스피어 우주와 생명력의 충만 : 블로고스피어의 중심에 그대가 있고 대다수의 블로그가 생명있는 존재에 의해 직접 쓰여집니다. 따라서 블로고스피어는 생명충만한 공간이 됩니다. 얼마 후에는 사람이 직접 기록하지 않고 사람이 만든 매커니즘이 기록하는 블로그가 많이 생길 것입니다. 기록하는 많은 부분이 귀찮을 수도 있으니까요. 외적인 움직임과 변화는 매커니즘이 기록하는 것이 가능합니다. 후에는 검출될 수 있는 감성과 내면에 대한 변화도 매커니즘이 기록할 수 있을 것입니다. 우리는 항상 그 너머로 즐겁게 쫓겨날(^^?) 것이구요.

블로그스피어 우주의 갯수(?) : 블로그스피어 우주는 인식자의 수만큼의 존재합니다. 이 때의 인식이란 블로그스피어에 대한 인식이 아니라 자아인식을 말합니다. 그 이상의 갯수도 그려지겠지만 그것은 파문 같은 것입니다. 그럼 인터넷에 접할 수 없고 기술을 모르는 오지에 계신 분들은 블로그스피어가 있을까요? 있습니다. 그 스피어의 크기는 매우 작을 수 있지만 존재합니다. 직접 블로그를 운영하지는 않지만 모든 블로그스피어는 상호작용하기 때문입니다.

4. 블로그의 탄생원리에서 보는 기획방법론

그 전에도 웹에 기록이 가능했습니다. 웹+로그=블로그라고 할 수도 있겠지요. 그럼 HTML에 의한 기록과 게시판 등을 활용한 기록, 메일 속의 기록과 블로그의 기록은 어떻게 다를까요? HTML에 의해 기록을 하려면 코드를 알거나 워지워틀을 알고 업로딩을 할 줄 알아야했습니다. 그리고 기록의 기본요소들을 제대로 갖추고 있기가 힘들었습니다. 게시판은 기록에 매우 좋은 틀이었지만 상위 구조에 의해 글을 구속하게 되어 있었습니다. 검색엔진에 제대로 걸리지도 않고 고유주소체계 또한 엉망이며 해당 게시판과 사이트를 벗어나기 힘들었습니다. 블로그는 콘텐츠의 기본요소에 충실하며 게시판이나 사이트를 넘어서게 됩니다. 웹이 제자리로 뒤집힌 것입니다. 트랙백을 통해 내가 쓴 글이 남의 콘텐츠의 소유물이 아니게 되었습니다. 나의 소유이면서 관련된 다른 여러 곳에 걸어들 수 있게된 것입니다. 기존에는 해당사이트에 가입하거나 번거로운 절차를 거쳐 게시판에 글을 남겼어야 했습니다. 게시판이 사라지면 내가 만들어 놓은 글들도 어디론가 가버렸습니다. 여기에서 블로그의 탄생에서 우리가 열볼 수 있는 웹의 변화를 읽을 수 있을 것입니다. 서비스 기획의 원리로 사용할 수도 있으니 함께 보시죠.

① 존재하던 것들을 단순한 단위로 **분해**해줍니다. 태그는 검색엔진에만 잘 걸리려고 만들어진게 아닙니다. 블로그가 웹에서 제대로 분해된 기본단위이기 때문입니다. 모든 게 잘게 쪼개져갑니다. 이제는 개인에게조차도 다중인식과 다중처리 다중표현을 요구하고 부응하는 시대입니다.

② **개체확립** : 구매받음 없이 조립분해가 자유롭도록 기본단위를 다듬습니다.

③ **자유연결** : 자유롭게 필요한 분야와 시점에 조립할 수 있도록 플랫폼을 제공합니다. 이것이 블로그스피어 안에서 제 모습을 갖춘 유비쿼터스를 만들어 냅니다. 모든 곳에 편재한다는 용어는 인식과 표현을 확장하여 자신이 속하는 계에 자신이 충만한다는 뜻입니다. 기본단위로 정의된 이 세상 모든 것이 다시 내 안으로 들어오는 것이 유비쿼터스의 본 의미입니다. **다음 단계로의 진화** 블로그스피어를 통해 분해되어 정의되고 유비쿼터스의 상태에 이르면 다음 단계로의 진화가 일어납니다. 이 과정에서 가장 중요한 것은 블로그스피어의 중심... 그대의 진화입니다. 그대를 눈뜨게 하지 않는다면 블로그스피어는 무용... 합니다. 태그조차도 지능형 태그로 진화해갈... 블로그스피어에서 말입니다.

5. 블로그스피어의 가치

<댓글>

1. 현웅재: 오늘 인상깊은 강의 잘 들었습니다. 끝까지 함께 했으면 더 좋았을 것들...^^;;
2. 손수레: 강의 너무나 잘들었습니다. 지금까지 주로 블로그 활용이나 마케팅에 대한 이야기만 듣다가 모처럼 블로그의 본질과 블로그를 둘러싼 문화와 생태계에 대한 폭넓은 이야기들을 들을수 있어서 진심으로 많은걸 생각하게 되었습니다! 너무 값진 시간이었습니다~~ ^^

<트랙백>

1. 2%부터 시도하는 2009년 경험주의 from 창조코리아 2008/12/16 18:12 <http://weceo.tistory.com/56>

브이코아 37. 왜 오프라인 모임이 필요한가? - 토즈 김윤환님 (12월20일)

포스트 주소 : <http://v-core.kr/111>



『 한국외국어대 무역학과 졸/미국공인회계사/
(주) 피투피시스템즈 대표이사』

1. 오프라인에 갈곳이 없더라

① 그래서 신촌에서 제일먼저 시작했다② 처음에 시작할땐 좀 확신을 가지지 못했지만 프리챌이 그때 당시 유명해서 프리챌에 그때 당시 커뮤니티에서 400분과 인터뷰를 한결과 이러한 공간이 필요하다는걸 확신하게 되었다

③ 단순히 토즈는 공간이 아니라 모이는 사람들이 목적을 이룰 수 있도록 서비스 하는 곳이라고 생각 했다

■ 다른곳은 몰라도 적어도 토즈에 왔을땐 커뮤니티 회원들과 운영진들이 존중받는 공간이 되도록 노력했다

토즈가 어떻게 해 드리느냐에 따라 이렇게 모이는 분들의 꿈이 실현되느냐 마느냐도 결정될 수 있다는 사명감을 가지고 사업에 임했다

2. 실제로 오픈하고 굉장히 어려웠다

① 오픈하자마자 처음에 1분이 딱 오셨는데 직원들이 그 고객에게 방해가 될까봐 까치발을 들고 화장실을 갈정도였다

② 한달정도 지나니까 하루에 4팀 5팀정도 오시더라

■ 하루에 4만원 5만원 정도의 매출 밖에 안나오더라 그래서 다시 주변사람들에게 물어보니 필요하다 하더라 혼란스러웠다 → 근데 이것이 알고 보니 오프라인 모임의 속성이더라 보통 커뮤니티의 모임이나 정모들은 한달에 한번 씩의 정기적 이더라는 것이다 하루에 70개의 모임을 유치해야 되는데 어떻게 해야 될지 몰라 전단지도 뿌려 보았지만 효과가 없었다 그래서 지금의 토즈의 마케팅에 대해서 많은 사람들이 어떻게 이렇게 모임을 유치했느냐고 궁금해 한다

3. 토즈의 마케팅

① 한분한분이 왜 토즈에 오시는가? 그분들의 꿈이 무엇인가? 과연 토즈가 이분들의 꿈을 실현시키는데 도움을 줄 수 있는가 이거 하나에 집중하기 시작했다

■ 이러한 철학이나 마인드가 없었다면 오늘의 토즈는 없었을 것이다.

② 기존의 영어 토익 900점 모임이 처음에는 커피숍에서 시작하지만 대부분 3주 정도 후면 사라진다 커피숍은 산만하기 때문이다 하지만 토즈는 이러한 분들이 스터디 하기에 적합한 공간이었고 이런분들이 지금 토즈를 이용하는데 아주 흡족해 하고 있다

③ 온라인에서 대규모 커뮤니티를 운영하시는 분들이 오프라인 모임을 시작할때 굉장히 당황해 한다 온라인 커뮤

네티 모임과 오프라인 커뮤니티 모임의 성장 프로세스는 완전히 다르기 때문이다.

④ 오프라인은 온라인보다 훨씬 강한 결속력을 가질 수 있는 공감대나 콘텐츠 그리고 관계구속력이 있어야 한다

■ 오프라인 모임은 온라인 모임보다 자신의 성공과 직접적인 관계나 영향력을 미칠 수 있는 사람들을 만날 수 있기 때문에 중요하다 그래서 토즈는 이러한 모임에 가치를 두고 이러한 모임을 성장시키는데 초점을 맞췄고

→ 이런분들이 함께 성장하면 얼마나 좋을까 이런 생각을 항상 합니다.

→ 토즈는 이러한 모임 하나하나가 성공할 수 있도록 도와주는 것이 토즈의 핵심 가치입니다.

Q&A

① 제가 알기로 토즈가 안정권에 든거 같은데요 글로벌로 진출할 의향이 있으신지요?

■ 미국에 대해서는 시장조사를 2년째 하고 있고요 다른 나라에서도 제안들이 들어오고 있습니다 좀더 지속적인 조사가 선행되어야 할 필요성이 있을듯 싶습니다. 뉴욕 맨허튼을 위주로 계속 지켜 보고 있습니다

→ 한국분들이 많은데 갈곳이 없더라구요 그리고 한국에서 진출하시는 분이 성공하는데 토즈가 발판이 되는게 토즈의 철학이다

② 혹시 토즈 모델을 다른나라에서 벤치 마킹하신건 아닌지요?

■ 그냥 제가 순수하게 만들었습니다.

③ 온라인쪽 전략은 어떻게 가져가셨는지요?

■ 토즈 고객님들의 기반은 온라인에 있습니다

■ 1차적으로 생각한 것은 온라인 커뮤니티의 온라인에서 해결하지 못한 부분을 토즈가 오프라인에서 해결해 줄 수 있다는 확신을 가졌다

■ 온라인 커뮤니티 운영자들은 보통 자신의 커뮤니티에서만 운영하는데 토즈에서는 온라인 커뮤니티 운영자들의 만남을 지속적으로 추진해 왔습니다.

■ 모임을 한번 할때 공간과 참여자 모집에 굉장한 에너지 소모를 하는데 이러한 두가치 측면 공간과 참여자들 부분을 도와드리는데 집중했다 이러한 기능을 토즈는 온라인화 했다

→ 함께해요 스터디 → 세미나 홍보할 수 있는 공간도 있다 → 자신의 커뮤니티에서 풀지 못하는 문제를 도와준 것이다 → 이때 당시 가장 큰 문제점은 토즈 온라인의 홍보 문제 였다

얼마전 모든 지점의 부스를 온라인 공간에서 바로 예약할 수 있도록 했다 이걸 전세계에 토즈 밖에 없다 토즈의 고객님들이 온라인에 있기 때문에 토즈의 접근을 쉽게 하기위해 이러한 부분에 집중하게 되었다 토즈는 웹진과 관련해 공을 많이 들였다 수신률이 20%정도 된다 토즈 온라인이 가지고 있는 콘텐츠 때문이다 대부분의 콘텐츠가 오프라인에서의 모임에 대한 정보 콘텐츠 이기 때문이다.

④수익창출구조가 단순하다고 여겨지는데 다른 수익창출 계획이 있으신지요?

■ 저는 매출 물어보면 어떡하나 했네요 ㅎㅎ 궁극적인 토즈의 가치는 고객을 성공시키는 토즈가 되자 저는 가장

<댓글>

1. 손수레: 정말 소중한 시간이 되었습니다. 대표님만의 경영철학이 돋보이는 시간이었습니다.

2. 고팀장: 저도 넘넘 좋았어요^^ 토즈 애용하던 사람으로써 정말 반갑고 좋았다는~~

<트랙백>

1. 2008.12.20 브이코어강연 "토즈 김윤환 대표" from StoryLounge - 2008/12/22 09:48

<http://storylounge.tistory.com/115>

2. 토즈TOZ 모임공간에 대한 경영과 운영노하우를... from 고팀장의 오픈북 2008/12/22 19:08

브이코아 강사 후기

심철민 강사님

브이코아에 대해서 생소하기도 했고 또 블로거 여러분을 가까이서 뵈는다는 것이 부담되기도 했습니다만, 우리 과란을 알리고 블로거 여러분의 생각을 가감없이 들어보는 시간이 될 것이라는 기대로 강의에 임하게 되었습니다. 블로거 여러분의 열띤 질문과 예리한 지적으로, 저희 포털 사업자들이 더욱 여러분들과 가까이서 소통해야 하겠다는 생각을 하게 되었습니다. 또한 많은 책임을 새삼 느끼는 시간이었습니다.

"블로그란 무엇이라고 생각하는가?"라는 질문에 "블로그는 매체다"라고 답변했던 기억이 있습니다. 이제 블로그는 새로운 매체로서 성장했고 블로거 여러분의 포스트 하나하나가 사회적 이슈가 되고 있는 시대에 접어들었습니다. 더욱 풍요로운 인터넷을 만드는데 함께 노력했으면 합니다.

정의장 강사님

2008년 년초 유영진 대표님과 함께 새로운 IT 비즈니스를 구상하고 구체적인 실행 단계에 접근하기 위해 많은 전문 서적들도 접했지만 무언가 허전했던때에 브이코아가 저에게 나타났습니다. 다른 강사분들과는 틀리게 브이코아 초기부터 꾸준히 브이코아의 학생으로 강의를 듣게 되었고 아직은 미흡하지만 강의를 해보고 싶은 욕심에 운영진들과의 친분을 무기로 감사 신청을 한 결과 흔쾌히 응해 주셨고 2주 간의 준비를 거쳐 브이코아 강단에 섰을때 웬지모를 설레임과 떨림이 교차 되었습니다.

준비해온 강의자료대로 강의를 시작했지만 혹시나 강의를 들으시는 분들이 지루해 하거나 재미없어 하시면 어쩌나라는 불안감은 가슴한구석에서 계속 저를 다그쳤고 용기를 내서 제가 알고 있던 모든 정보와 지식을 쏟아내서 전달하려고 진심으로 노력했고 결과는 대 만족이었습니다.

강의를 끝마치고 우리와 같은 박수와 함성소리는 IT업계에서 새롭게 출발하는 저에게는 더없이 소중한 자신감이라는 연료를 만땅 채운것이나 다름없었습니다.

아직도 그때의 흥분을 떠올리며 많은 사람들에게 내가 조금이라도 나눠줄 수 있는 정보와 지식이 있다면 아낌없이 나눠 주리라는 마음가짐을 하게 되었고 그 결과 이제는 오히려 받아가는게 더 많은 입장이 된것 같습니다.

브이코아는 IT 업계에서 새롭게 출발하는 저에게는 학교이자 선생님이였고 친구이자 연인 같은 존재가 되어 버린 것 같네요.

비록 아직까지도 운영진에는 참여하고 있지 않지만 운영진 못지 않게 대우해 주시는 브이코아 운영진 분들에게 다시 한번 감사드리고 브이코아는 앞으로도 대한민국의 1인 지식 기업가들의 든든한 버팀목이라는 브랜드로 확고한 위치에 자리잡게 될 것이라 믿어 의심치 않으며 1인 기업가들 사이에 벤처 신화로 기억되리라고 장담합니다.

두서 없는 글 끝까지 읽어 주셔서 감사합니다 ^^*

장종희 강사님

앞으로의 세상은 기존 일방향적인 미디어를 대체하는 가치창출형(쌍방향) 미디어로서의 발전이 급물살을 탈 것입니다. 이미 현실세계와 사이버 공간의 경계는 무너지고 있으며 시장의 질서도 변화하고 있습니다. 이런 환경 속에서 브이코아는 거센 사이버 외풍을 이겨낼 수 있는 유전인자를 제공하고 있습니다.

다양한 전문가들간의 만남과 토론은 미지의 세계를 탐험하는 것과 같은 지혜의 날개를 달아주었습니다.

무엇보다 2008년은 브이코아와 함께 해서 유익한 한 해였습니다.

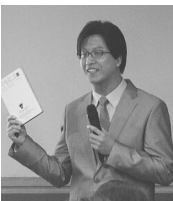
내년에도 미지의 세계를 탐험할 수 있는 등대와 같은 역할을 담당해 주었으면 합니다.

브이코아 운영진 소개 및 편집후기



1. 이름: 강영미 2. 닉네임: 빠빠 3. 메일: ppappi@gmail.com 4. 소속 : 사교육걱정없는세상
 5. 블로그 소개와 주소 : 아이셋을 키우면서 엄마로서의 교육의 이야기를 일상적인 언어로 담았습니다. 블로그를 통하여 평생 맞춤 학습이 가능한 배움의 장을 열기 위한 고민들을 함께하며 그리고 NGO 활동의 온라인 사업 전략에 대한 이야기도 함께 풀고자 하는 소통의 장입니다. 그와 관련하여 미디어영상학의 정보도 공유하고 있는 블로그.
 <빠빠의 사교육걱정없는세상> <http://ppappi.net>

올해 가장 뜻깊고 보람된 일은 제겐 브이코아였습니다. 이곳에서 새로운 분들 너무 많이 만났고 오픈된 공간에 오픈된 네트워크를 모두가 수평적인 관계로 소통할 수 있다는 것 만으로도 참 가슴 벅찼고 한주 한주 토요일 오전이 보람되었습니다. 강사님의 강의를 통하여 또 다른 인생과 배움을 알게 되고 오셨던 분들 명함들 정리하면서 관계도 넓어졌고 샌드위치 서로 나누어 먹으면는 나눔의 즐거움이 있었습니다. 무엇보다 이곳에서 이름없이 빛없이 봉사하셨던 운영진 모두가 있었기에 가능하지 않았나 싶습니다. 운영진 여러분 그리고 브이코아 모두들에게 올해가 최고의



1. 이름: 손정일 2. 닉네임: 손수레 3. 메일주소: umok@daum.net 4. 소속: 블로그PR <블로그PR> <http://blogpr.co.kr> 5. 블로그: <손수레닷컴(손수레와 함께한 사람들)> <http://sonsoore.com>

지인의 소개로 브이코아를 알게 되고 참여하게 되면서 그 동안 정말 원했던 모임이 이곳이라는 것을 알 수 있었습니다. 처음 좋았던 느낌 그대로 변함 없이 브이코아 모임을 소중히 생각하고, 브이코아와 함께할 수 있도록 하겠습니다.



1. 이름: 권지연 2. 닉네임: Yeon 3. 메일: dream-ae@hanmail.net 4. 소속 : e-kosmos
 5. 블로그 소개와 주소: '힘든 일을 쉽고 세련되게'하는 '천재의 방식' 「스프레차투라」를 꿈꾸는 블로거 <Yeon2's blog> <http://Yeon2.com> - 국내외 온/오프라인 CSR (Coperate Social Responsibility) 기업의 사회적 책임에 관한 뉴스/연구논문/자료 등을 모아놓은 메타블로그 <onCSR> <http://onCSR.com>

'가치 있는' 일을 '같이' 브이코아 블로거 파티가 벌써... 계절을 돌아 시작한 그 계절이 되어가네요. 지나고 나니 모든 것이 그저, 감사합니다.



1. 이름: 김춘식 2. 닉네임: kkojipjima 3. 메일: kkojipjima@gmail.com 4. 소속: (주)피디스타
 5. 블로그 소개와 주소: -경제/경영/취미/ 관심사 모음 블로그 <아름다운 풍경><http://blog.joins.com/kkojipjima>
 -온라인 자료수록/트랜드 모음 <지각변동><http://chworld.tistory.com/>
 6. 홈페이지 주소 : <http://www.pdstar.co.kr>

꿈은 이루어 진다. 꿈꾸는 사람들의 모임 '브이코아'; 토요일 오전 9시 한주를 마감하는 달콤한 휴식에 빠져있을 그 시간에 부산스레 움직이는 그들이 있습니다. 모두, 마음 한켠에 각자가 지닌 열정을 간직하고.. 모두가 꿈을 이루는 활기찬 2009년을 맞이 했으면 합니다.



1. 이름: 김효신 2. 닉네임: 마리 3. 메일: hsmari@naver.com 4. 소속 : 비즈플로우
 5. 블로그 소개와 주소 : -외환투자 FX트레이드를 초보자에게 쉬운 스토리로 전문적인 투자전략 블로그 <곰아줌마 FX마진 배우기> <http://fxmargin.tistory.com/admin>
 -곰돌이와 함께 하는 "아름다운 삶을 만들기" 30년 프로젝트를 위한 다이어리블로그 <피쉬앤 칩스 마리라이프> <http://hsmari.tistory.com/admin>
 6. 홈페이지 주소: www.bizflow.co.kr

함께 만들어 가는 브이코아 좋은 사람들을 만날 수 있는 공간 브이코아 그 자체만으로 힘이 되고 행복합니다.



1. 이름: 박데레사 2. 닉네임: 호련 3. 메일: resa24@hanmail.net 4. 소속: 블로그PR
 5. 블로그 소개와 주소: -성공과 열정의 자기계발 블로그 <호련의 빨강 토마토 메일> <http://tomatomail.co.kr> -사랑/여행/요리/취미를 주제로 운영되는 TeamLog <감성미디어 Blue To Sky> <http://blue2sky.com> -연애와 패션의 낙서장 블로그 <호련의 가방사랑> <http://gabang.tistory.com>

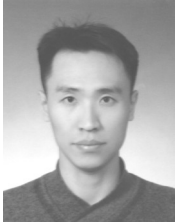
한국 제일이 곧 세계 제일이다. 토요일 오전 9시 30분, 이때의 강남역은 평소의 익히 알던 그 강남역이 아니다. 평소 처럼 북적임 없이 한산하고, 바빠 걷는 사람도 없고, 버스를 기다리던 긴 줄의 인파도 없다. 어떤 이가 5일간의 업무를 마치고 집에서 느긋한 여유를 부릴 시간이다. 혹은 놀러갈 준비를 하던지, 달콤한 꿈에 젖어있던지. 그런 토요일 오전에 브이코아 강의실의 열기는 무척 뜨거워서 노정석 대표의 강의를 들으러 왔던 첫날에는 그런 모습이 무척 생경했다. 이런 곳도 있구나. 평소의 내가 느긋하게 즐기던 시간에 이 많은 사람들이 열정을 가지고 이 곳에 모여있었구나. 내가 토요일 오전에 이런 열의를 느낀적이 언제였던가. 그리고, 이 토요일 오전에 한국 어디에서 블로그와 인터넷의 미래에 대해 열띤 토론을 벌일 곳이 또 있을까. 아니, 전세계에 이런 블로그와 인터넷비즈니스와 관련된 강의를 듣는 모임이 대체 몇이나 될까. 인터넷 강국 대한민국에서, 브이코아는 웹2.0의 최고의 모임이라고 생각한다. '나는 전 세계 어디에서도 들을 수 없는 강의를 듣고 있는지도 몰라.' 브이코아 모임은 대한민국을 웹 2.0의 세계와 블로그에서 세계최고 수준으로 만들어 갈 것이다. 그리고 그런 모임에 운영위원으로 참여한다는 것은 정말 멋진 일이다.



1. 이름 : 윤대일 2. 닉네임 : 포리코 3. 메일: 33event@paran.com 4. 소속 : 한국화합문화연구소 소장 5. 블로그 소개와 주소
 -한국응원문화와 거리응원문화에대한 생생한 현장소개 <거리응원문화> <http://stsupporters.tistory.com/>
 -한국의 화합 및 레크리에이션 문화<윤대일레크리에이션><http://recreation.tistory.com/>

여하간 한일도 없는데 글을 쓰라고 하시니까, 겸연쩍습니다. 그동안 브이코아를 위해 물심양면으로 수고하신 많은 분들에게 감사 드리구요 여러분들이 있기 때문에 오늘에 **저 같은 사람이 많은 혜택을** 입는 거 같습니다. 노고에 다시 한번 감사드리고, 성공하는 포럼 되길 진심으로 바랍니다.^^

브이코아 운영진 소개 및 편집후기



1. 이름 : 전진용 2. 닉네임 : 준짱 3. 메일: junzzangcom@naver.com 4. 소속 : COPANEA
5. 블로그 소개와 주소:
-일본의 문화, 경제이야기, 한일교류와 글로벌리더를 주제로 한 일본전문 1인 방송국 <준짱닷컴>
Junzzang.com
6. 홈페이지 주소: www.copanea.com

언제나 새로운 역사는 소수의 사람으로부터 시작됩니다. 각자 길을 가다 우연히 만난 분들이지만 우연은 필연의 씨앗을 갖고 있기에 앞으로가 더 기대되는 것 같습니다. 브이코아.. 만나서 정말 반갑습니다.



1. 이름: 정기수 2. 닉네임: Criss.J 3. 메일: crissj@live.co.kr 4. 소속 : 블로그코디
5. 블로그 소개와 주소
합합이란 테마와 개인일상 그리고 일등을 담은 개인형 엔터테인먼트 블로그<크리스제이닷컴
(CrissJ.COM)><http://crissj.com>



1. 이름 : 이상욱 2. 닉네임 : 오렌지 3. 메일주소 : swlee4545@gmail.com 4. 소속 : 114할인항공
5. 블로그 소개와 주소 : 블로그 <http://tourmarketing.kr> 여행업의 다양한 마케팅을 시도하고, 공부하며, 포스팅하고 있습니다.

앞으로 블로거파티 브이코아의 성장에 작은 힘이 되도록 함께 하겠습니다

브이코아 2009년 비전 및 계획

브이코아 설립자 겸 후견인 김종춘 목사님의 브이코아 소개글로 2009년 브이코아 계획의 의미를 대신하려 합니다.

“우리 브이코아의
첫째 목표는 스태프를 비롯한 각자의 비즈니스를 성장시키는 것입니다.
둘째 목표는 브이코아 자체의 성장입니다.
셋째 목표는 사회 곳곳의 성장입니다.”

위의 목표에 맞추어서 브이코아 2009년 계획은 아래와 같습니다.

첫째, 브이코아 블로거파티 브랜드를 더욱 견고히 합니다.
둘째, 브이코아 블로그 아카데미를 진행합니다.
셋째, 브이코아 브랜드를 활용한 비즈니스를 진행합니다.

1. 브이코아 블로거파티

- 1인기업 강사 (작가, 블로거, 커뮤니티운영자)
- 자기계발 리더 강사 (기획, 마케팅, 인맥)
- 업계리더 강사 (블로그, 바이럴, IT 포탈)

2. 브이코아 블로그 아카데미

- 1인기업가 양성 아카데미 운영
- 블로그 기초교육
- 블로그 마케팅 교육
- 웹 2.0과 트렌드 교육

3. 브이코아 브랜드 비즈니스

- 유료 아카데미와 세미나 개최
- 1인기업가 지원 인큐베이트 사업
- 강사진과 협업 비즈니스
- 참여업체, 후원업체와 협업 비즈니스

브이코아에서는 자원봉사해줄 운영위원을 모집합니다

파워블로거가 되고 싶은 분,
전문 블로그 강사를 원하시는 분,
블로그마케팅을 배우고자 하는 분

운영위원으로 참여하시면 아카데미를 진행하면서
전문적인 지식을 습득할 수 있고 관련 전문가와 관련 업계 분들과 자연스럽게 네트워킹 형성이 가능할 것 입니다.

기획, 홍보, 콘텐츠제작, 방송, 사진, 웹디자인, 진행 등 분야별로 많은 분들이 참여하여
작지만 의미있는 "블로그아카데미 브이코아"를 만드는데 동참해 주시면 감사하겠습니다.
특히 학생과 블로거 여러분의 많은 참여를 기다립니다.
참여를 원하시는 분들은 자유게시판에 비밀 댓글로 연락처와 간단한 소개를 남겨주시기 바랍니다.

브이코아 오시는 길 / 019-324-0111 cityhnr@gmail.com



브이코아 후원업체

**창조코리아 WEceo www.weceo.kr
예수코아 예수코리아 www.yescore.net**

아무리 강한 노마드라도 외톨이는 반드시 맹수의 집단공격으로 살해된다! 그러나 약한 노마드라도 함께 집단으로 움직이면 생존을 넘어 번식한다!!

우리 함께 만드는 WEconomy,
함께 누리는 WEcorea~

**블로그피알
www.blogpr.co.kr**

블로그, 카페, 바이럴 마케팅 무료교육 아카데미를 운영중입니다. 블로그, UCC, 카페, 지식인을 활용한 커뮤니티 마케팅을 대행하고 이슈형성, 바이럴, 온라인 여론형성과 여론관리 업무를 진행합니다.

**비전스쿨 www.ivischool.co.kr
다음카페 cafe.daum.net/kcsca**

온라인 영재 교육의 명문, 초,중,고 대표 교육 포털

1. 학점은행 전문기관
 2. 글로벌 인재 양성을 위한 인터넷 학교
 3. 비전스쿨 IT 사업부
- : 웹2.0시대의 사이버교회 카페제작

**도전 365 라이브 방송
www.wing365.com**

VJ 인생님의 라이브 방송국.라이브앤유, 와우서울 방송 채널, 아프리카 도전 365를 통한 실시간 생방송 소식들을 전하고 있습니다.

**명가아침
www.mgmorning.com**

(주)명가아침은 2000년 5월 국내 최초로 "아침밥배달"이라는 새로운 문화코드를 개척하였으며, 현재 서울, 수도권지역 및 전국 가맹점을 통하여 선한 제품을 매일 소비자에게 서비스하고 있습니다.

**옥토끼우주센터
www.oktokki.com**

우주 테마파크 옥토끼 우주센터는..어린이에게 우주항공에 대한 신지식의 장이 되고자 합니다. 아름다운 자연공간을 연출하고 감동의 공간이 되고자 합니다.

블로거파티 브이코아의 신화는
2009년에도 이어집니다.



2008 브이코아 자료집

