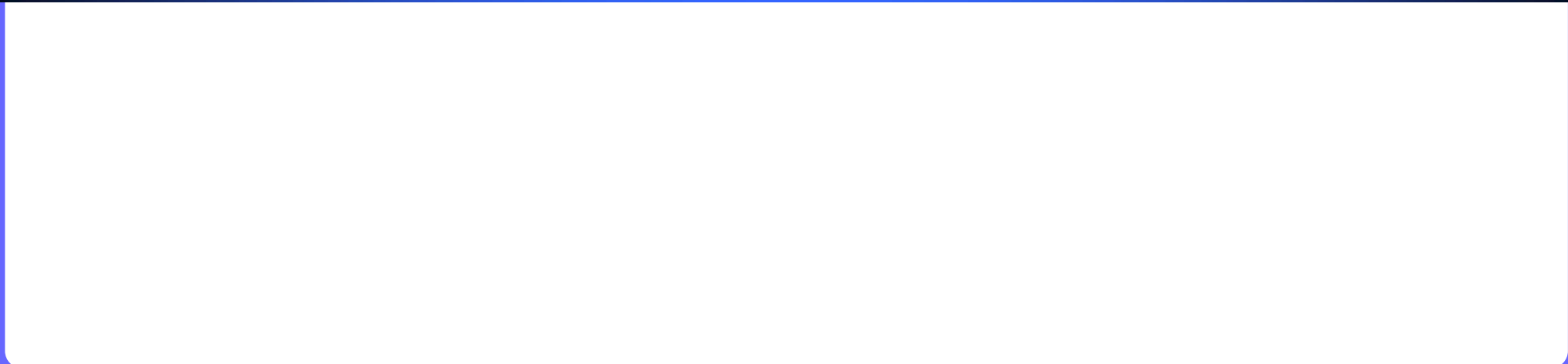


Web 2.0

2.0

2007. 9. 17



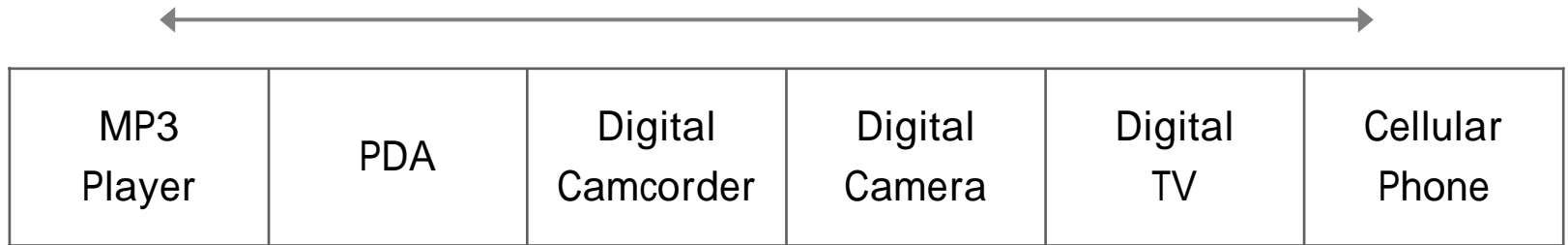


?

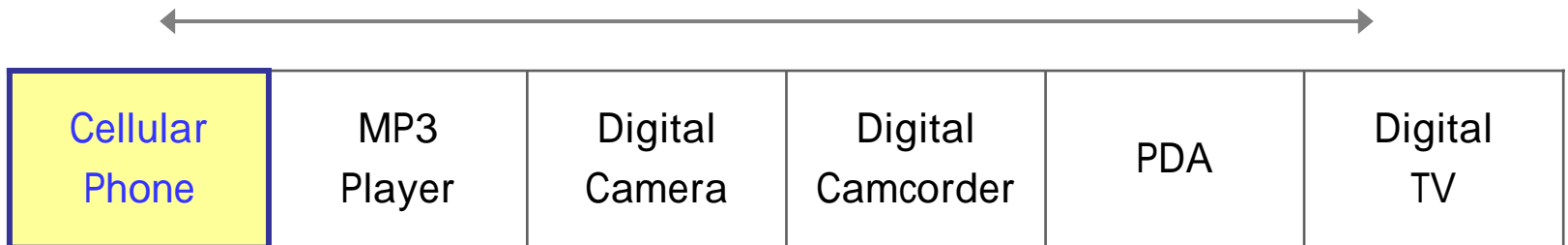
“가

가?”

1999
10



2003
1



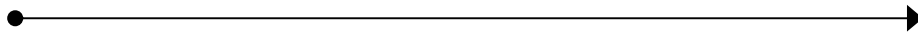
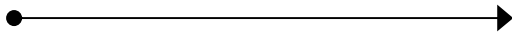
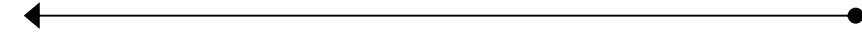
?

21

Digital

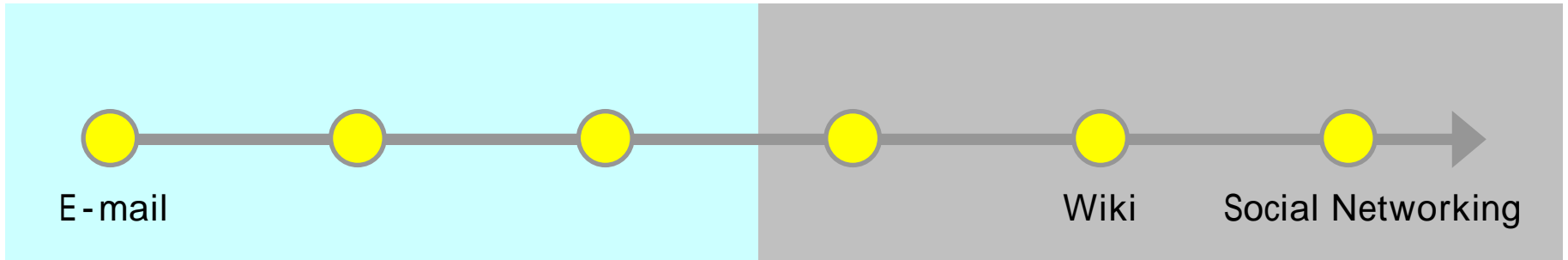


10



Web 2.0

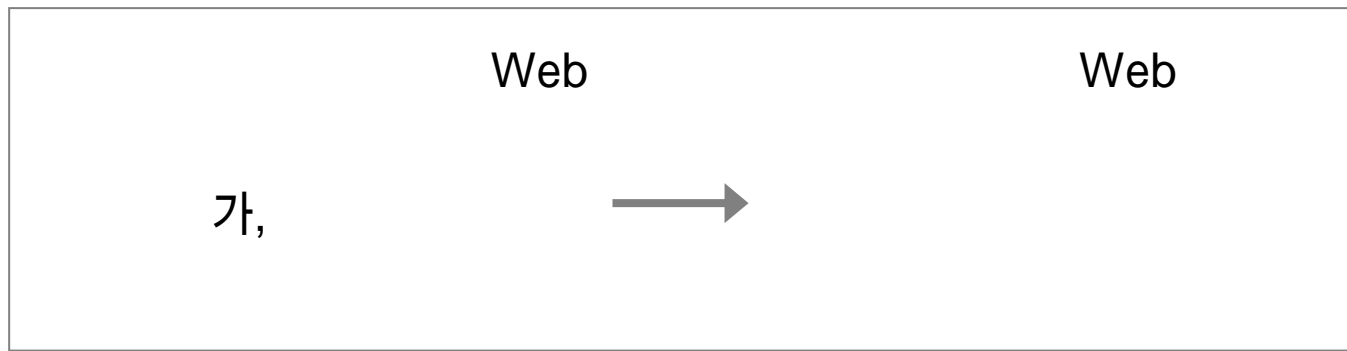
:



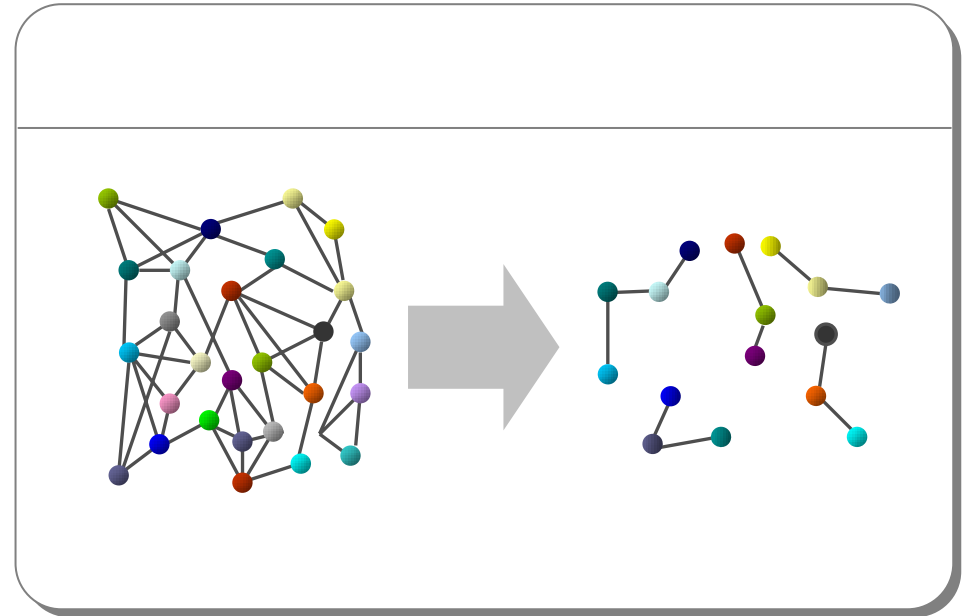
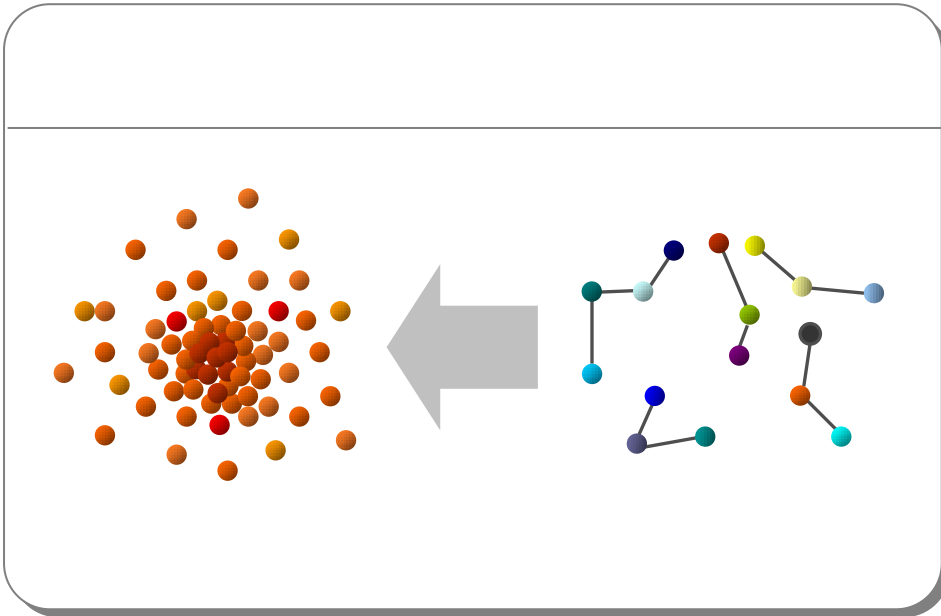
(참고: '07 Seoul Digital Forum)



Web 2.0 革命



Web Digital



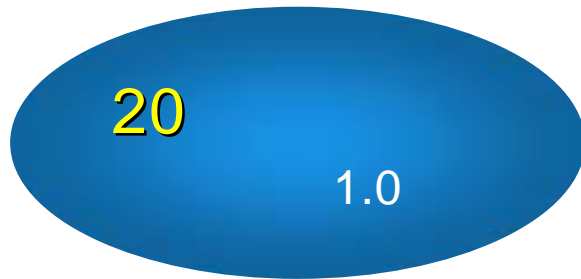
2.0

20

Digital Leaders Forum

21

21



Digital 2.0

Web 2.0

,

가

가



?



?



?

?

“

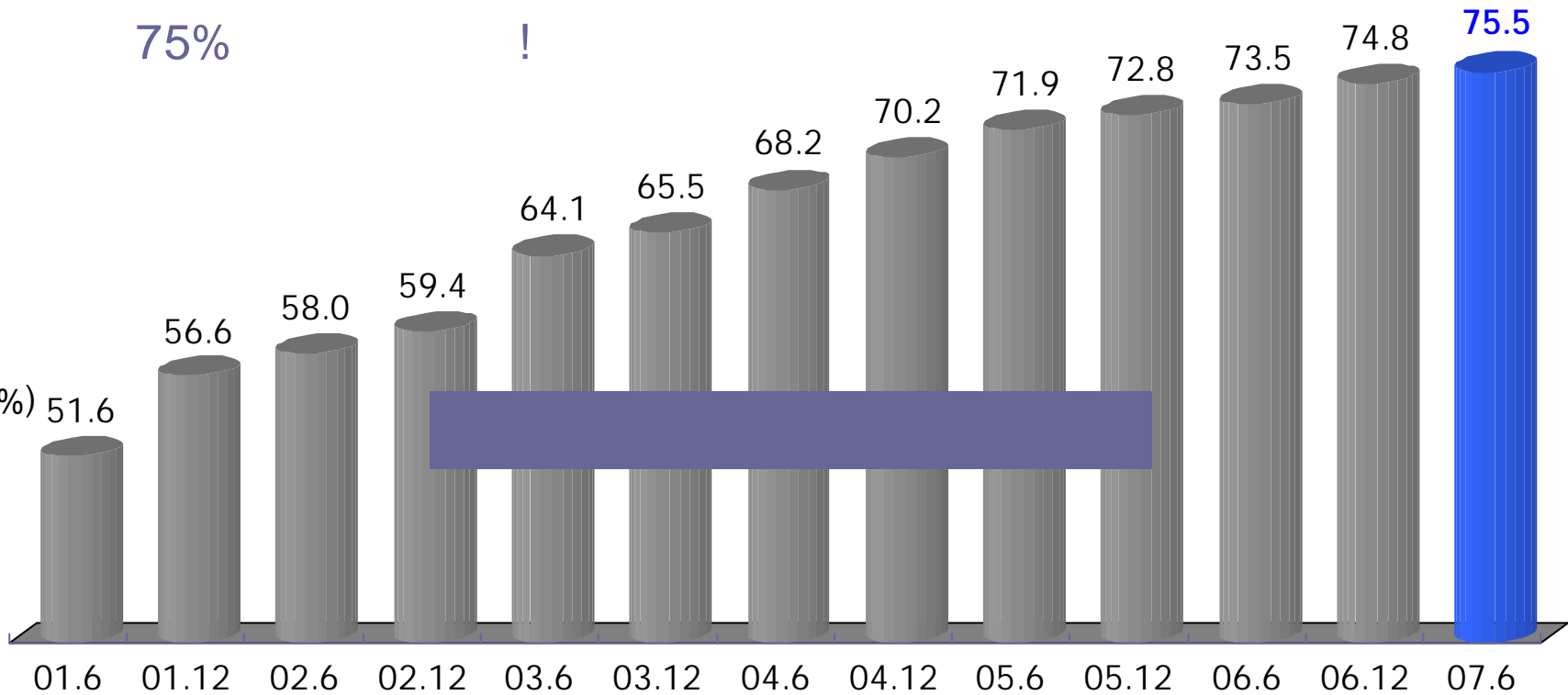
”

가

75%

!

(단위: %)



<2007 상반기 정보화 실태조사, 정보통신부, 2007년 8월>

!



[와이프로그 문씨의 블로그]

전체 유권자 중 약 70% 인터넷 이용
이중 60% 이상이 20~30대



[청와대 홈페이지 열린마당]

요리, 인테리어, 육아에 대한 블로그를
운영하여 정보 발신하는 주부들의 활동 지원

파워 블로거와의 소통을 통해 기업PR

기업

정치

경제

Netizen
Power

대중의 지혜와 지성이 지배하는 경제구조
대중에 의한 협업이 가져오는 경제 패러다임

문화

사회

문화평론가 vs 네티즌



[심형래 감독의 '디 워']



[위키피디아의 '디 워' 소개]

게시판, 이메일, 홈페이지 등을 통하여
개인 또는 집단적으로 항의

연예인 사생활 침해



[선관위 UCC 운용기준 비판 패러디]

, ?

가 ?

혹시 이런 이미지가 아니었나요?
네티즌의 전형으로 여겨지던 활동적인 젊은 학생층



가

3-5세 유아 절반이 인터넷 이용...주 4.3시간(종합)

연합뉴스 | 기사입력 2007-08-02 10:33

초등생 거의 100% 네티즌, 사이버세계 먼저 만난다

헤럴드 생생뉴스 | 2007.07.27 (금)

[2005 '디지털 키즈'] "요즘 가전제품 애들이 골라요"

동아일보 | 기사입력 2005-02-01 21:55

[Digital Life] 주부커뮤니티 '입심' 주방가전 쥘락퍼락 동아일보 | 2007.06.07 (목)

50代 '인터넷 바다'에 빠지다

한국인터넷진흥원 '2007 상반기 정보화실태조사' 문화일보 | 2007.08.07 (화)

실버족은 지금 인터넷 중 전자신문 | 2007.07.27 (금)

?

()



(생후 34개월 여아)

(사진출처: 제일기획)



(사진출처: 주간한국)

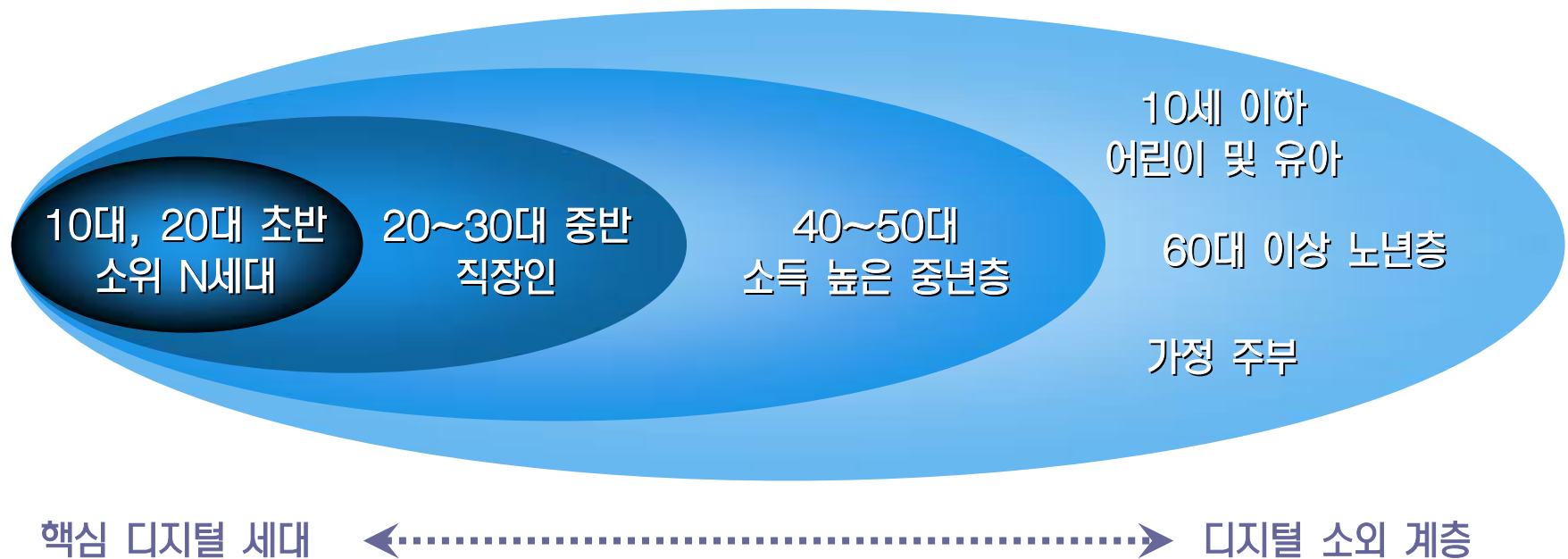
가

가



?

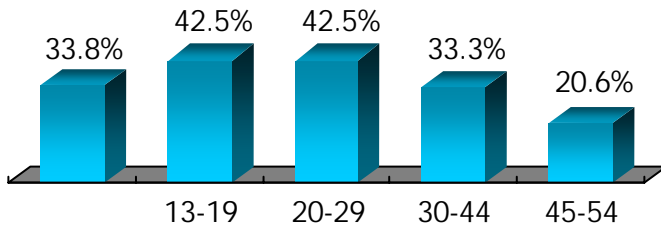
디지털 시대의 마케팅 영역에서
많은 관련자들과 잠재시장이 소외되어 왔던 것 같습니다



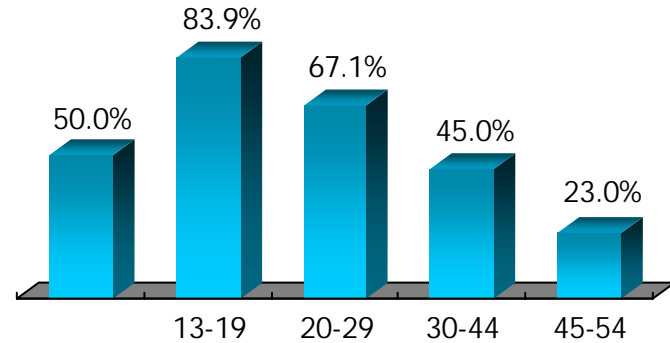
Digitalized Korea

,

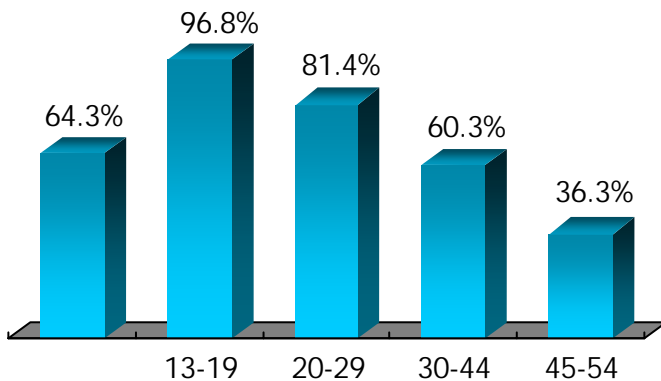
깨어있는 시간 중 하루에
디지털 기기 및 서비스를 사용하는 비중은?



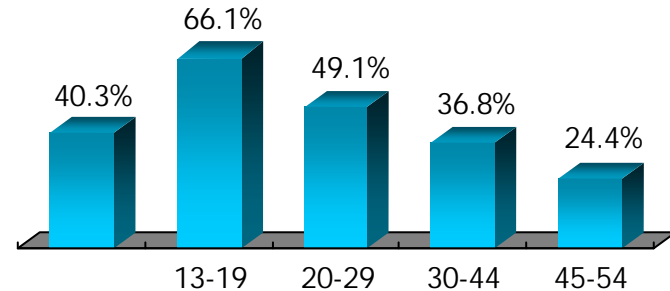
디지털이 없는 생활은 상상할 수 없다



인터넷이 끊기면 당장 세상이 불편해진다



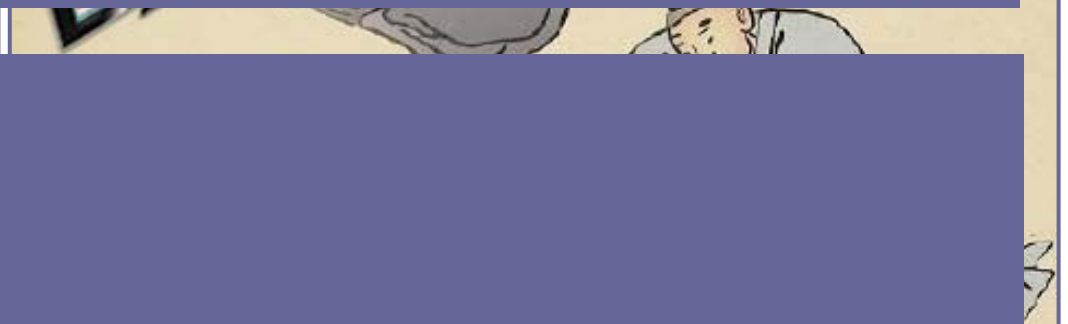
디지털 기기, 서비스 없으면 의사표현 제약



新

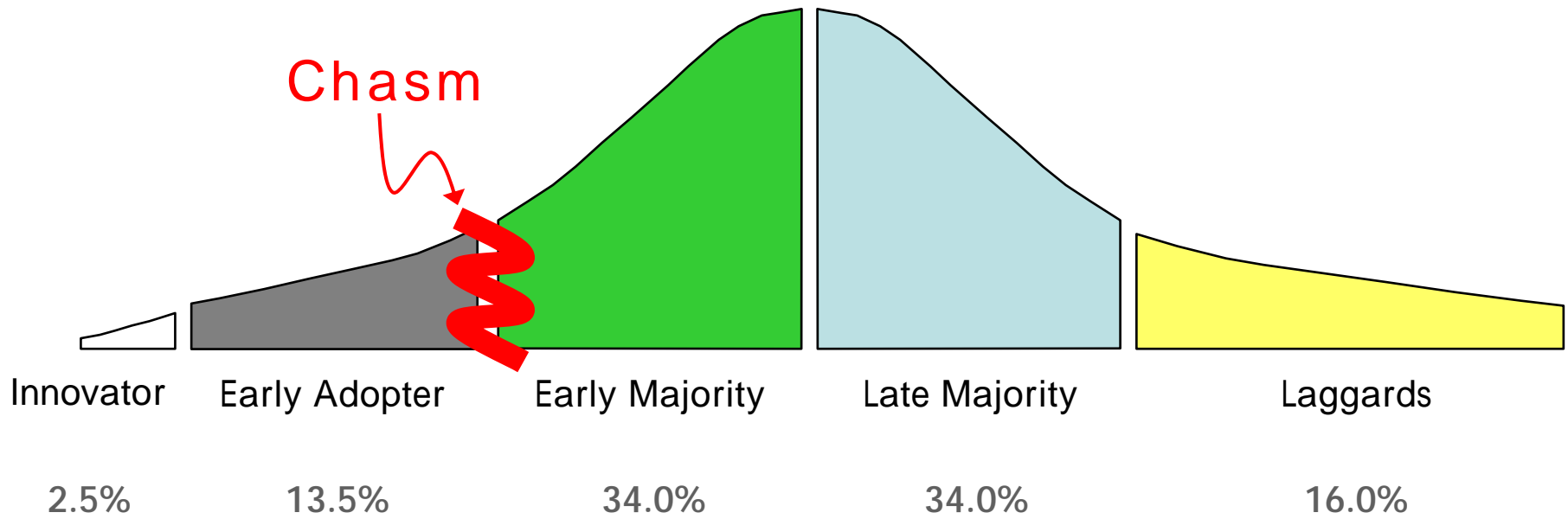


가



20

20



Early Adopter

Early Majority

가

(Technology Adoption Life Cycle)에 따른
이러한 5가지의 소비자 구분은 소비자를 단순한 로 보고 있었음

가

“프로슈머” “워키노믹스” “크리슈머” “Web 2.0”

Analog
Consumer

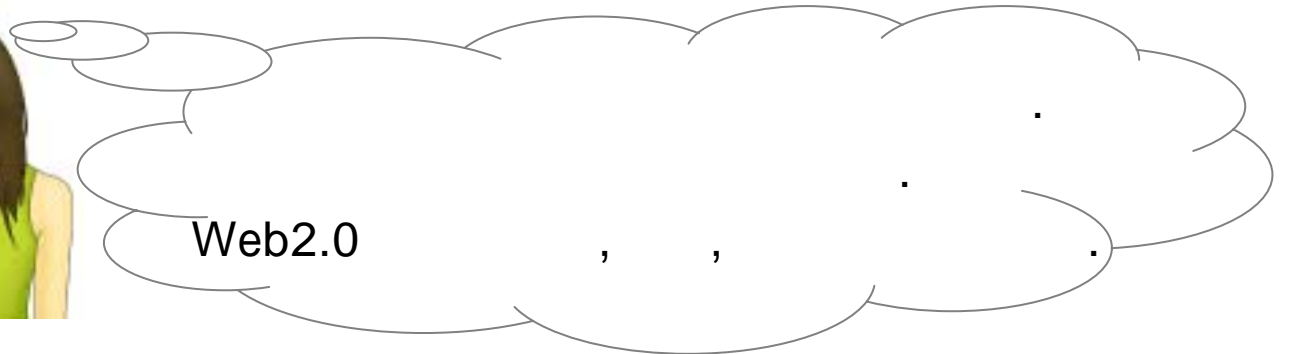
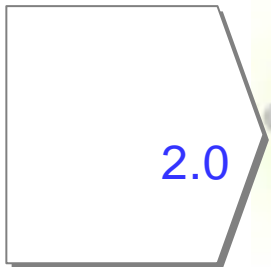
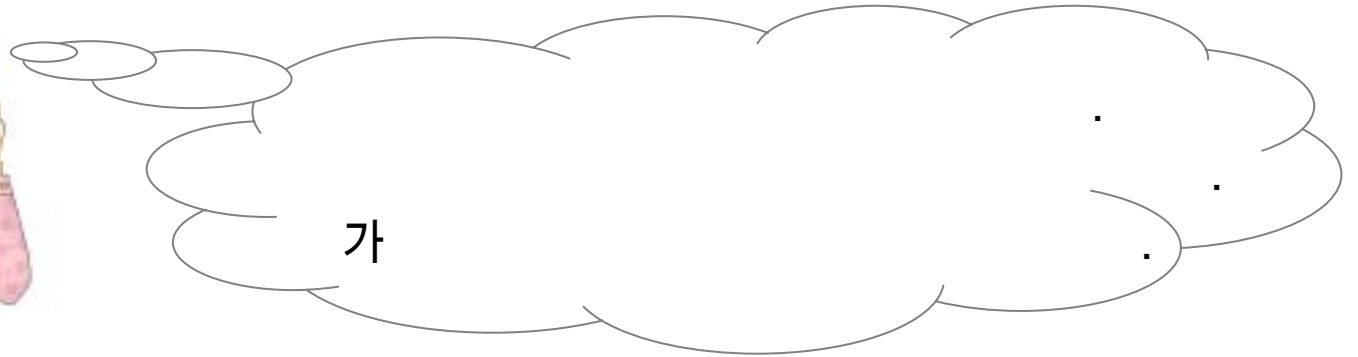
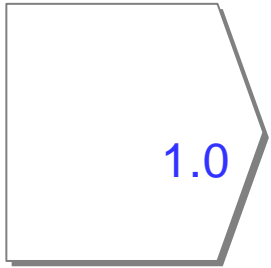
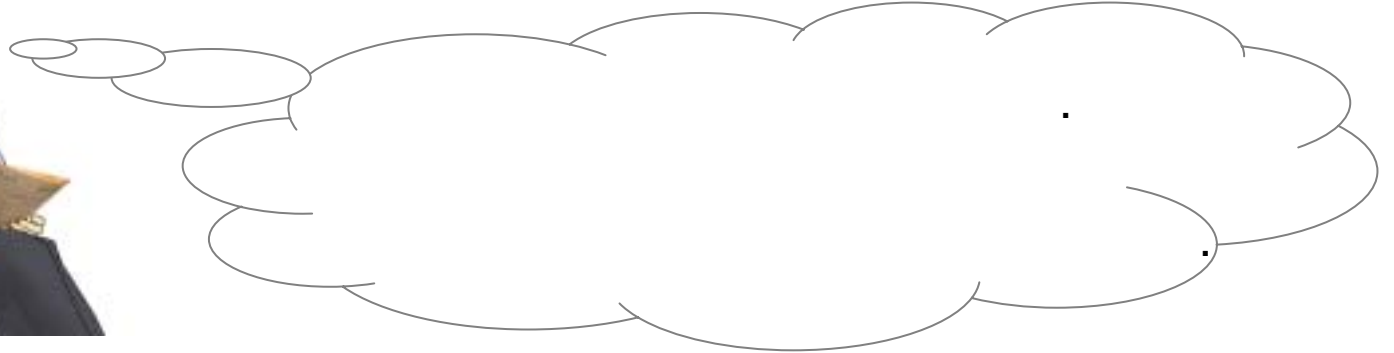
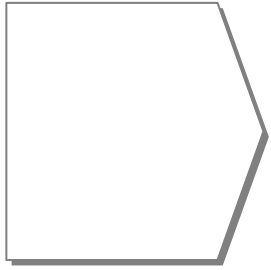
Digital 1.0
Consumer

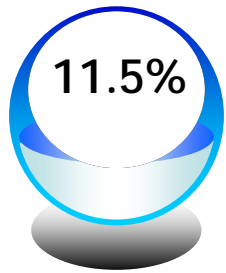
Digital 2.0
Consumer



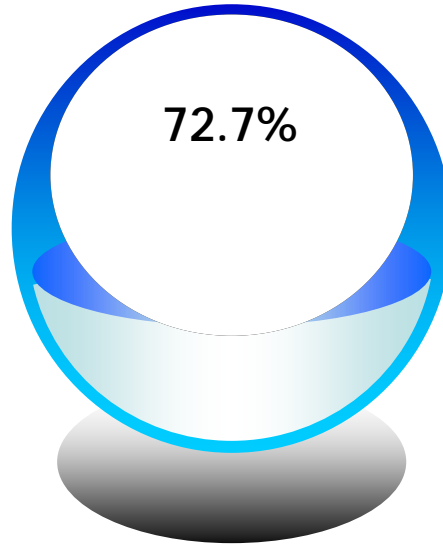
Road to
Digital

가?

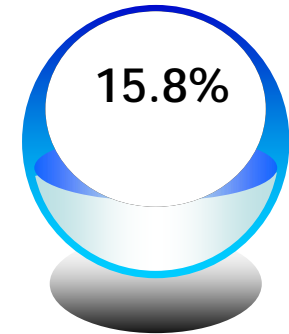




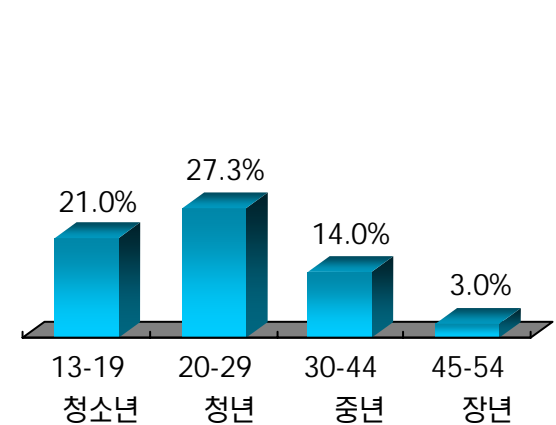
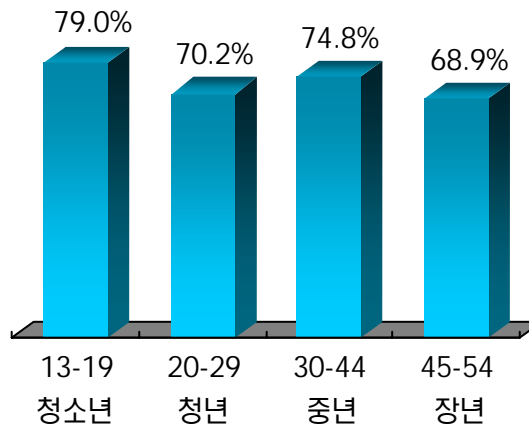
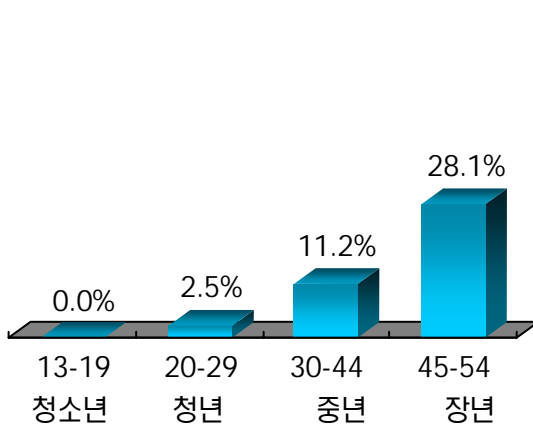
Analog Consumer



Digital 1.0 Consumer

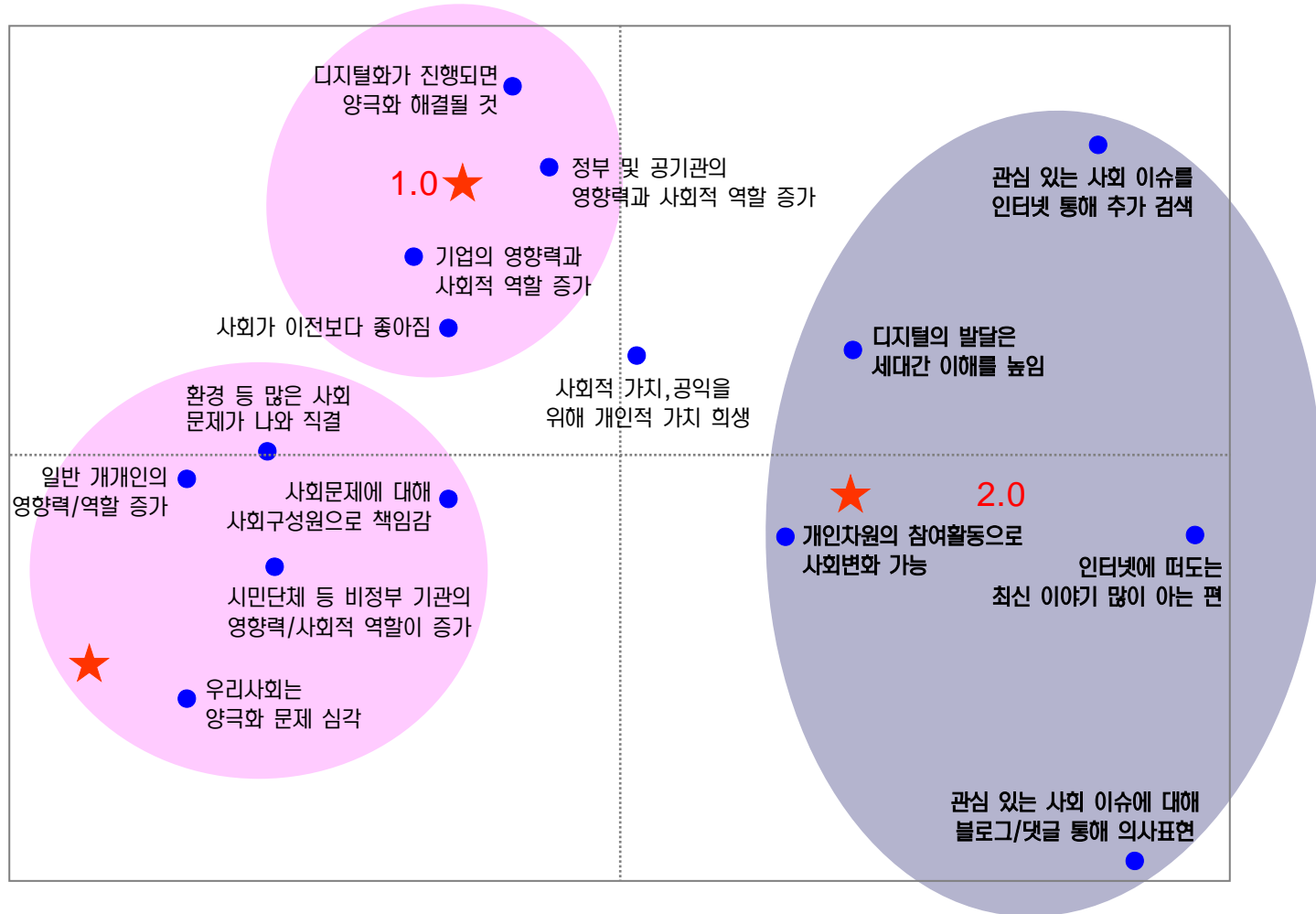


Digital 2.0 Consumer



2.0

Web2.0



, ,

P Generation (P)

< 월드컵 응원 >



< 촛불시위 >



< 대선 >



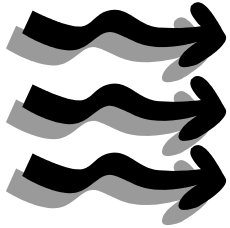
,

, ,

1.0

2.0

가



가 2.0

參與

1.0

創造

2.0



創造的 開放
(Creative Openness)



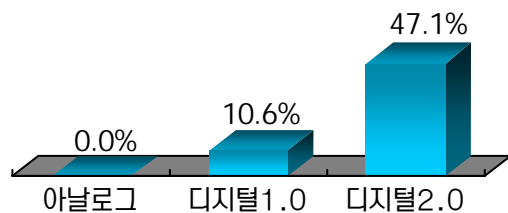
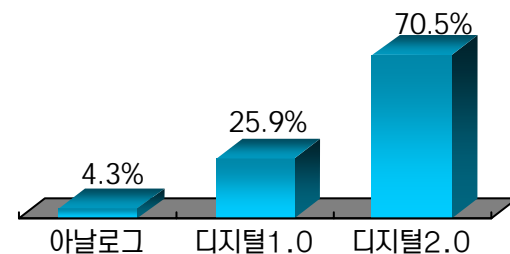
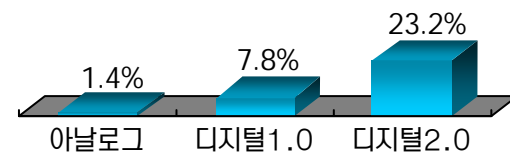
創造的 共有
(Creative Sharing)



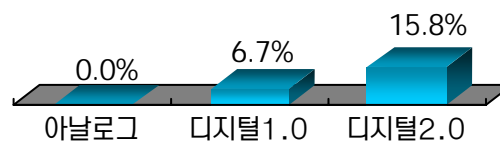
創造的 參與
(Creative Participation)

가

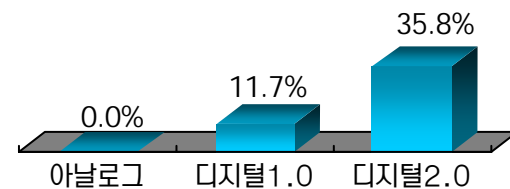
UCC



가



가

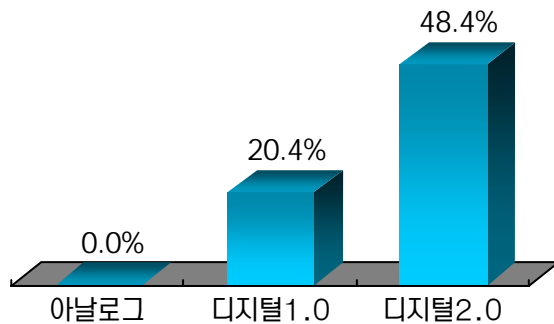


2.0

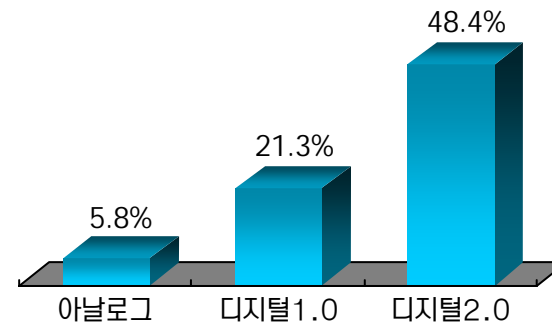
2.0

,

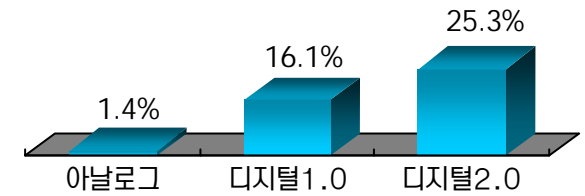
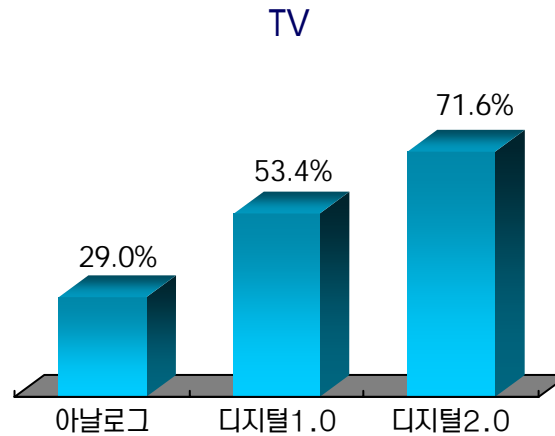
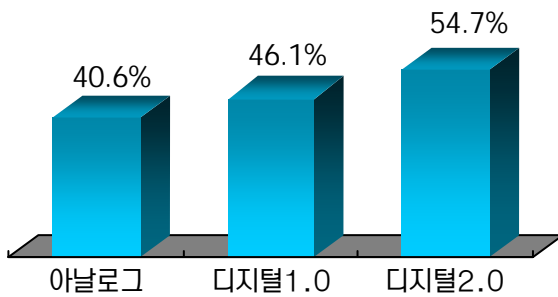
새로운 디지털 기기, 서비스를
남들보다 빨리 구입한다



새로운 제품이 나오면 익숙한 제품이
있더라도 관계 없이 바꾼다



2.0



“

” :

2.9% vs. 2.0

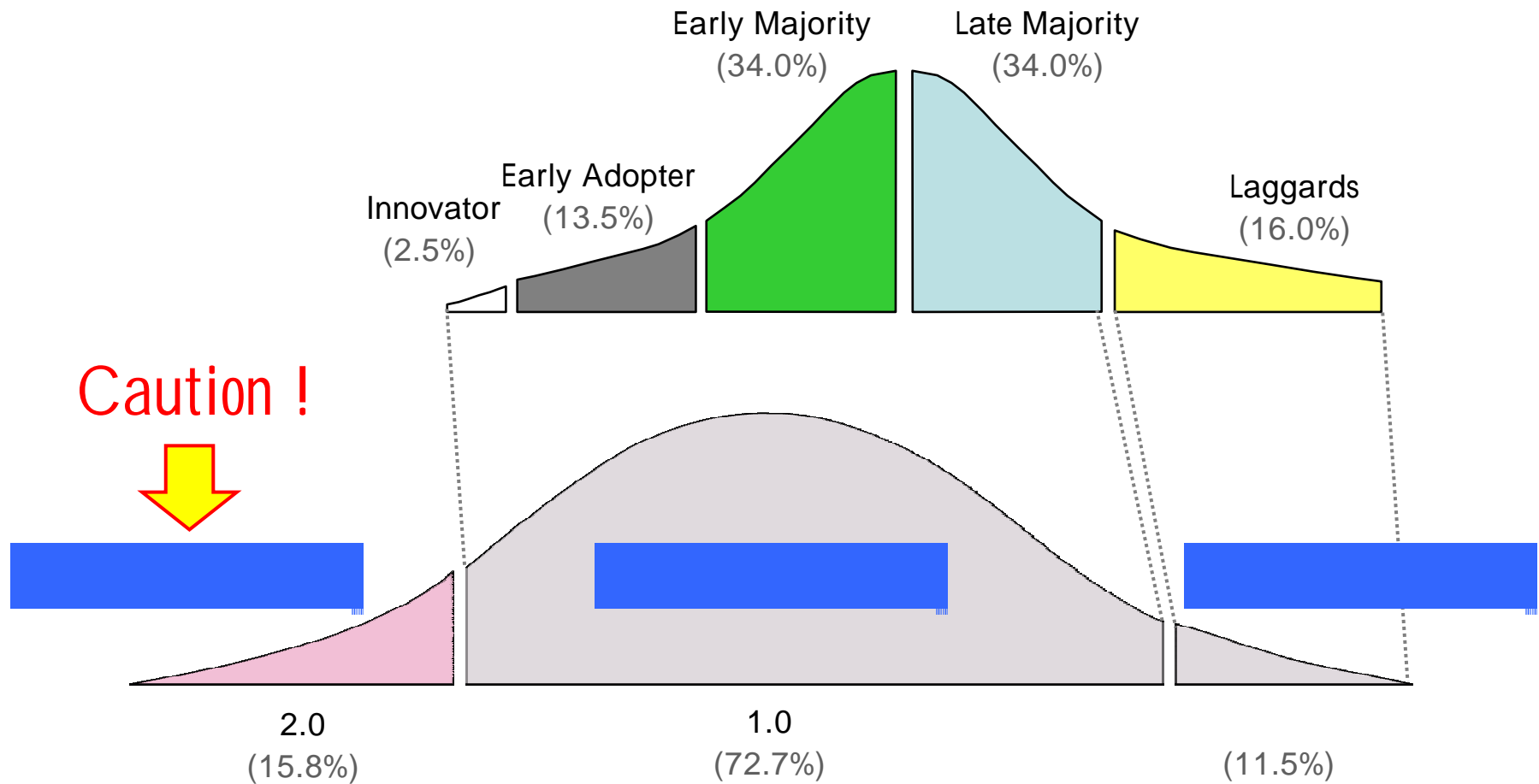
37.9%

“

” :

5.8% vs. 2.0

48.4%

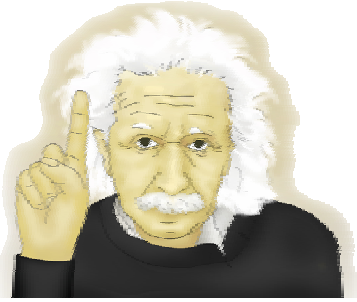


? 2.0

?

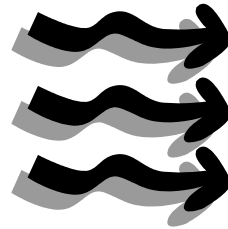
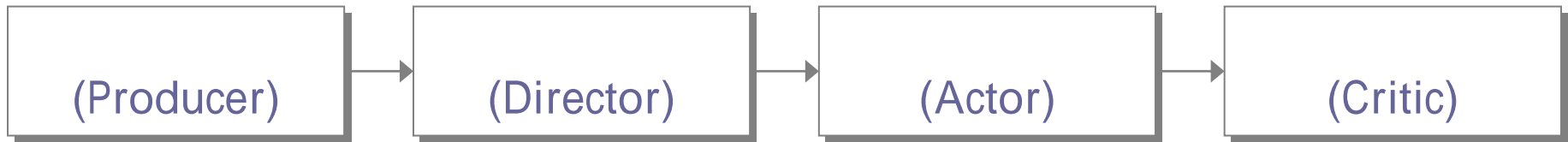
- *Influential Creator*
- *Digital Mania*
- *Harmonizing Spiderman*
- *Variety Seeker*

2.0



Influential Creator

2.0



2.0

2.0

가

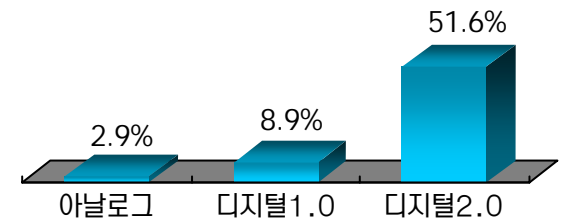
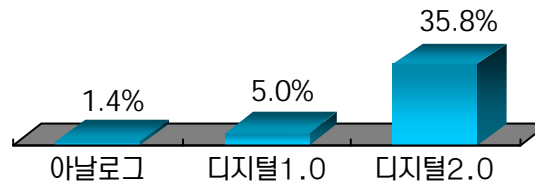
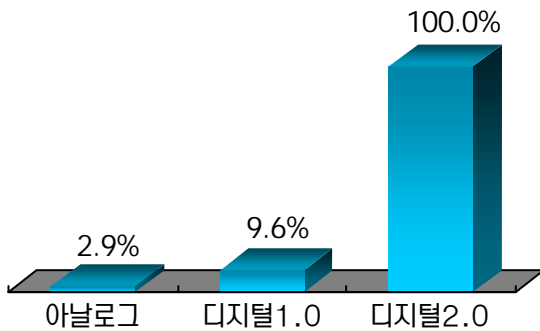
가

1.4 %

1.0
13.5 %

2.0
44.2 %

Opinion Leaders



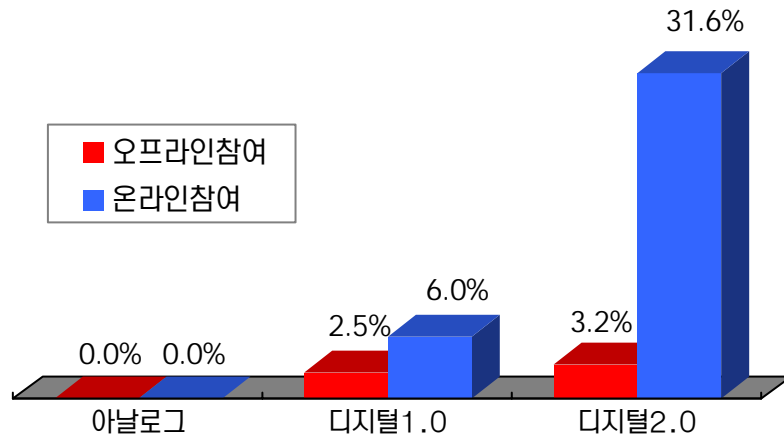
2.0

2.0

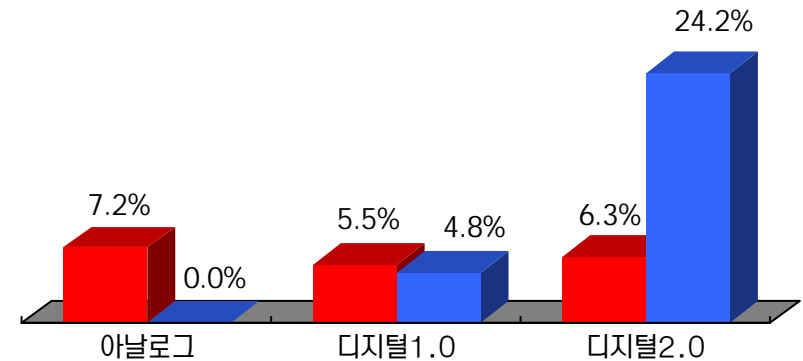
가

가

기업, 언론, 정부의 잘못된 행동에 대해 댓글, 시위참여, 불매운동 등의 경험



구매한 제품, 이용한 서비스에 불만족해 구체적 행동을 한 경험



2.0

가
2.0

가
가
가

, 가,
가

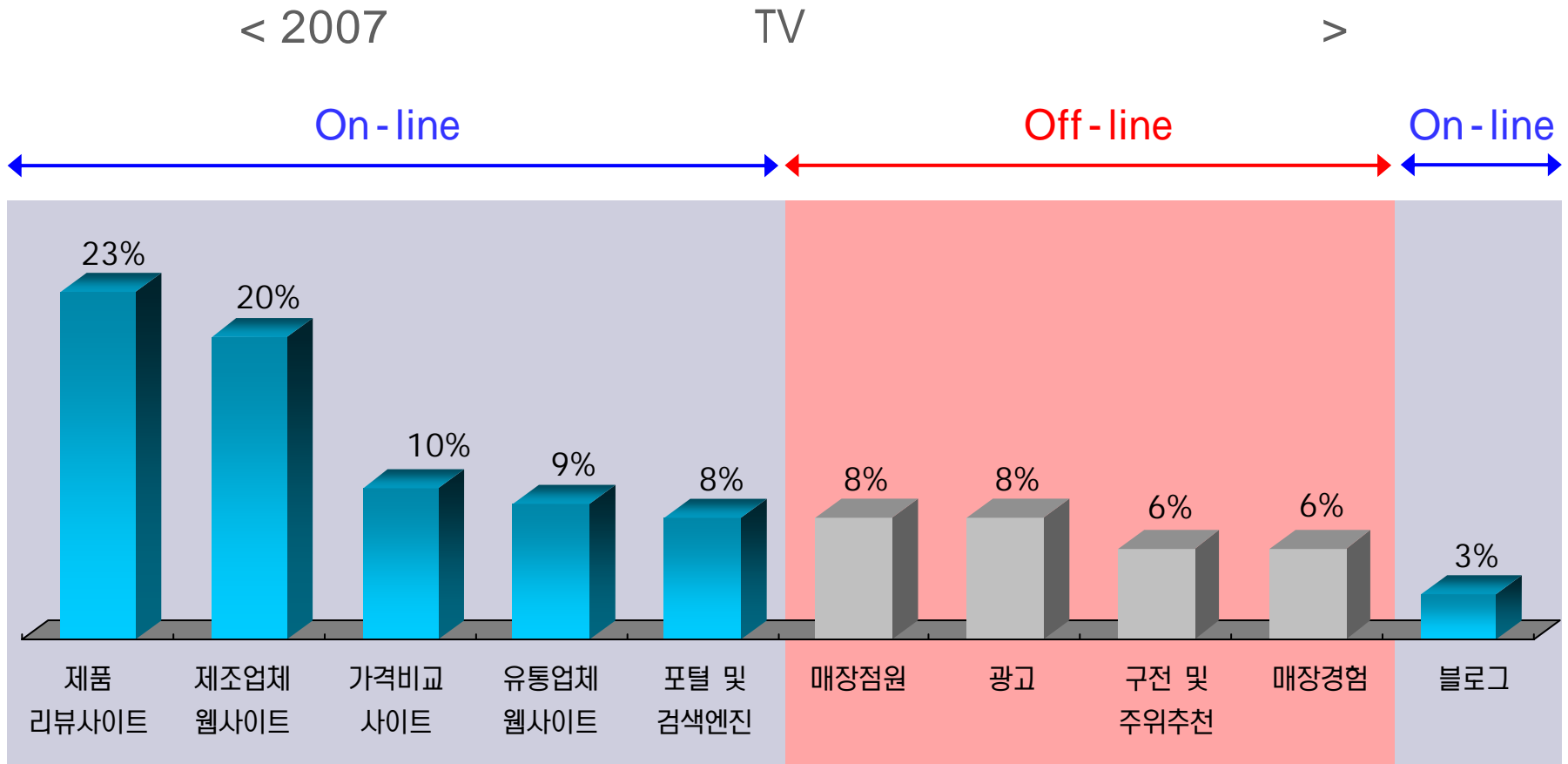
Power Shift



,



2.0



가

가가

주요 리뷰 사이트

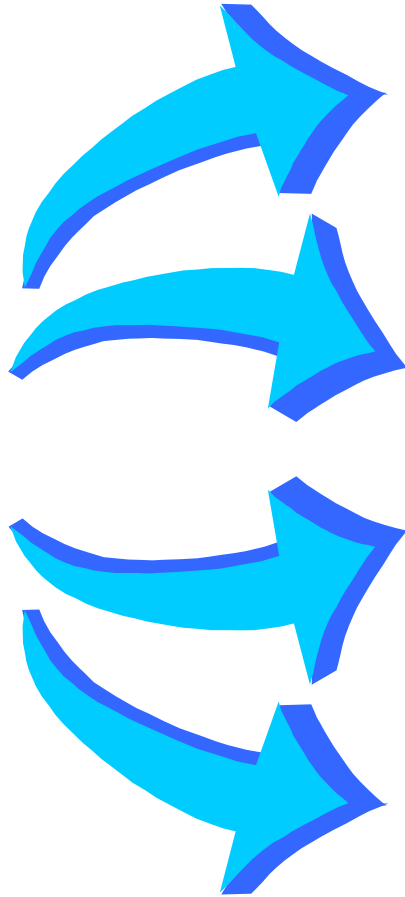
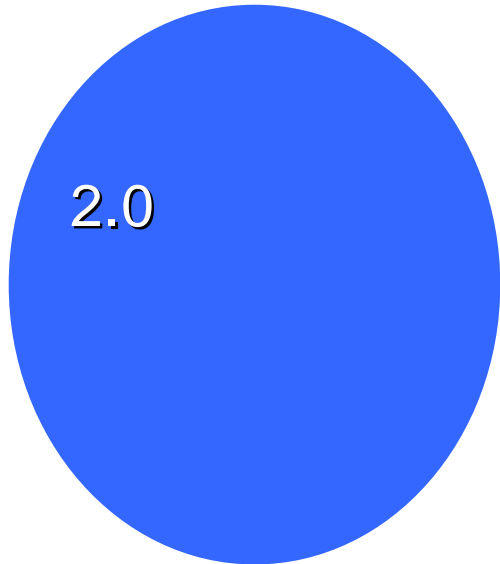
품목	리뷰 사이트
디지털 카메라	dcinside.com
디지털 카메라(DSLR)	slrclub.com
노트북	nbinside.com
DVD, 홈시어터	dvdprime.dreamwiz.com
내비게이션, PMP 등 휴대용 기기	pmpinside.com, minivian.com
MP3 플레이어	mpnavi.com
DMB 기기	dmbuser.com
휴대전화	citizen.com
얼리어답터 제품	earlyadopter.co.kr
컴퓨터 하드웨어	kbench.com
산악용 자전거	wildbike.co.kr



2.0

가

가

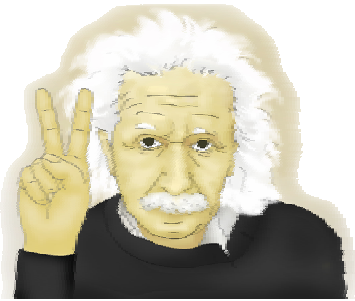


2.0

가

, ,

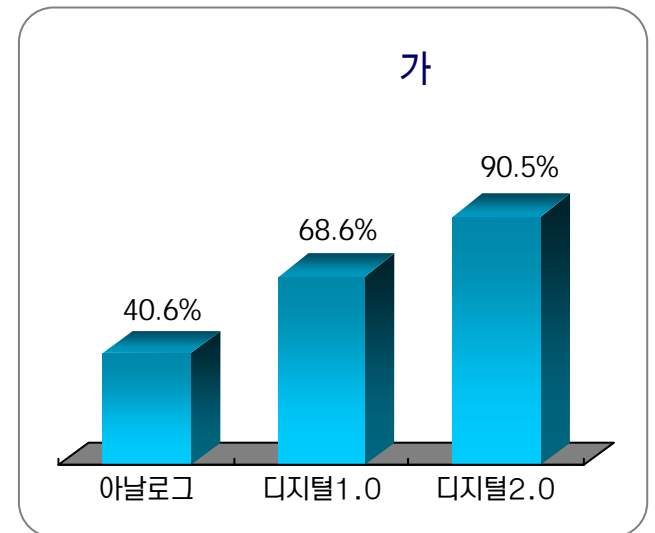
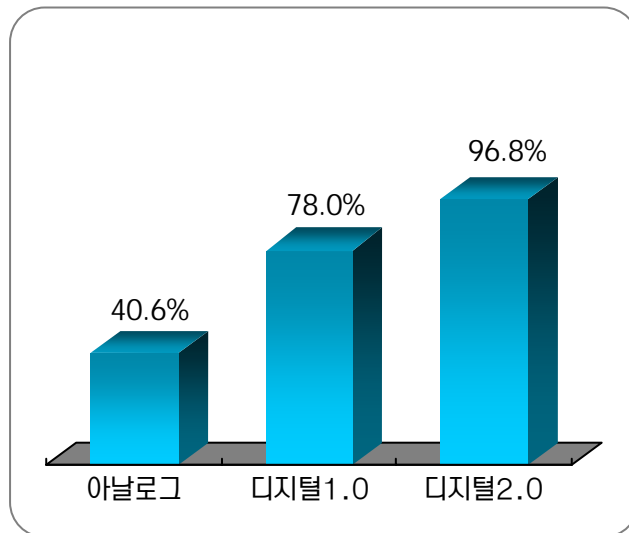
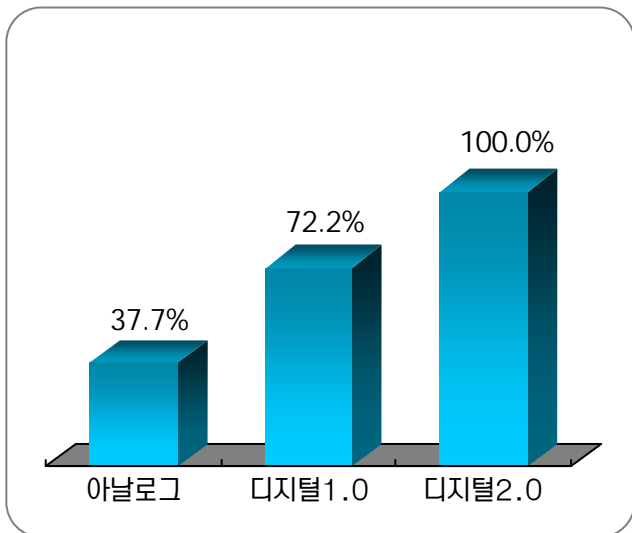
2.0



Digital Mania

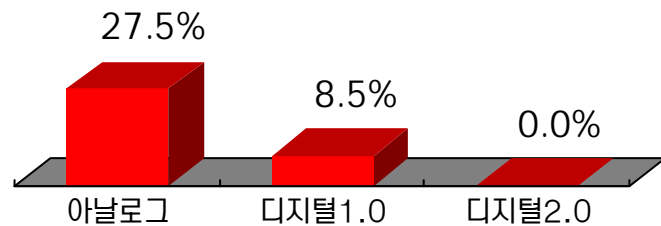
가

, 2.0

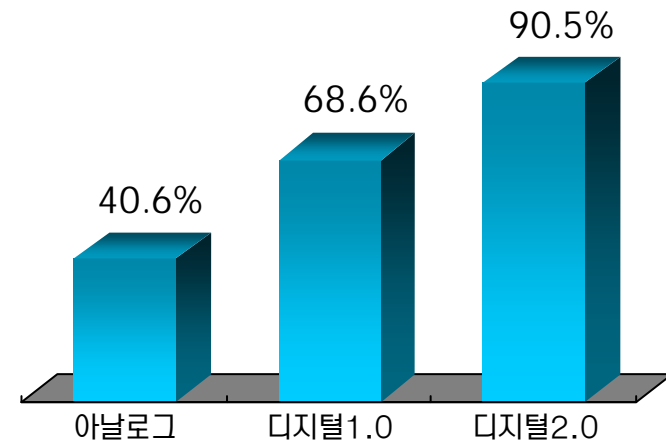


가

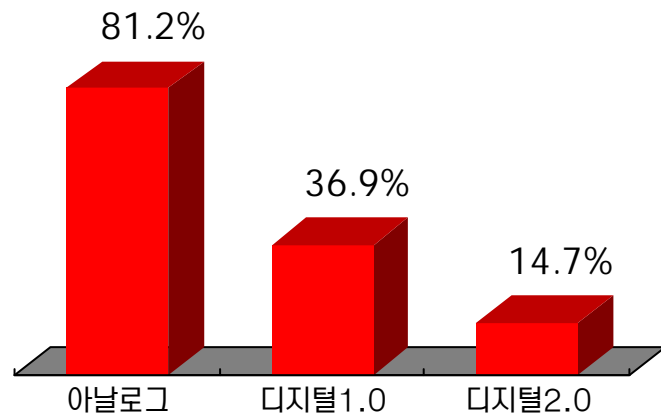
과거의 아날로그 삶으로 갈 수 있다면
다시 돌아가고 싶다



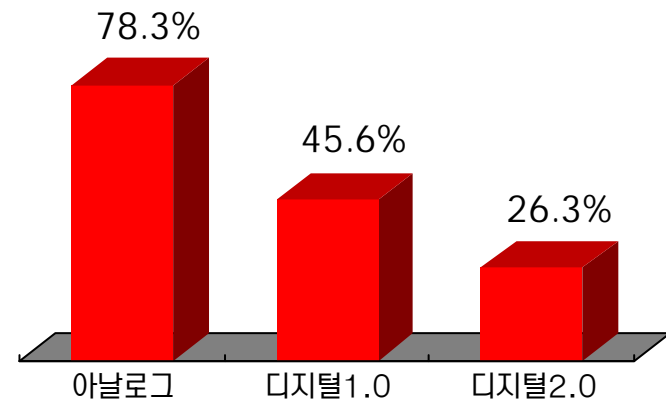
디지털 기술이 더 발전되는
미래의 삶이 더욱 기대된다



새로 접한 기기를 사용하는 것은
어려운 일이다



새로운 제품이 나와도 현재 익숙한
제품을 바꾸고 싶지 않다



가?

가



디지털 턴테이블



애플의 레코드플레이어



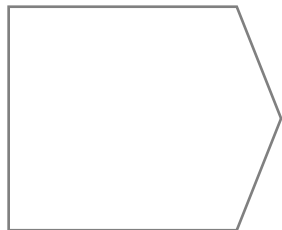
애플의 수동기능 디카



아이팟 진공관 스피커

아날로그	
신속하다 사용에 익숙하다	구식이다 정교하지 않다

디지털	
작동이 어렵고 복잡	생활이 편리해진다 고성능



(DS)

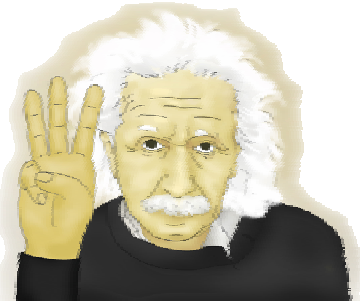
Sony MS가

< Include >

< Exclude >



DS

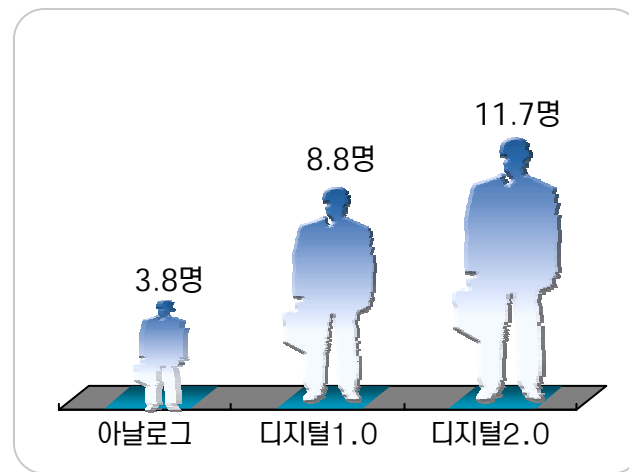
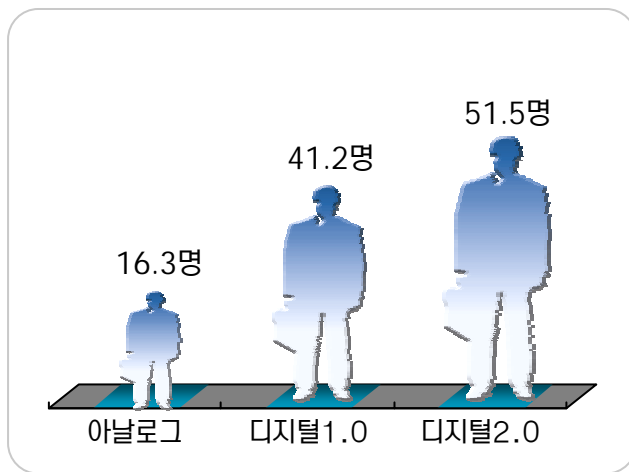
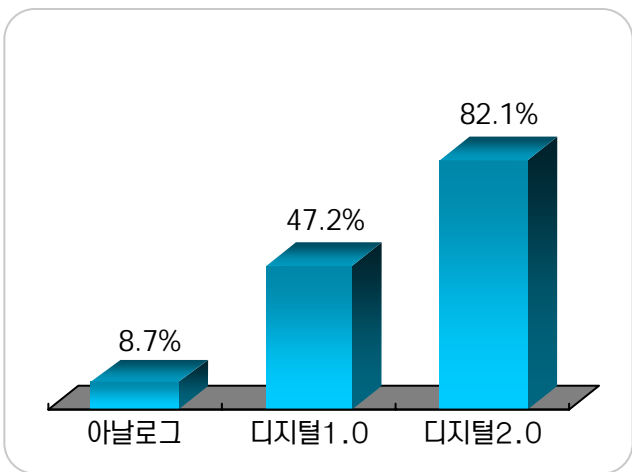


Harmonizing Spiderman



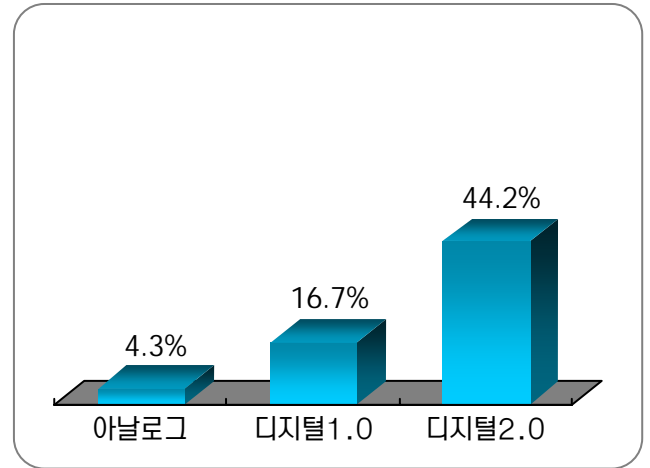
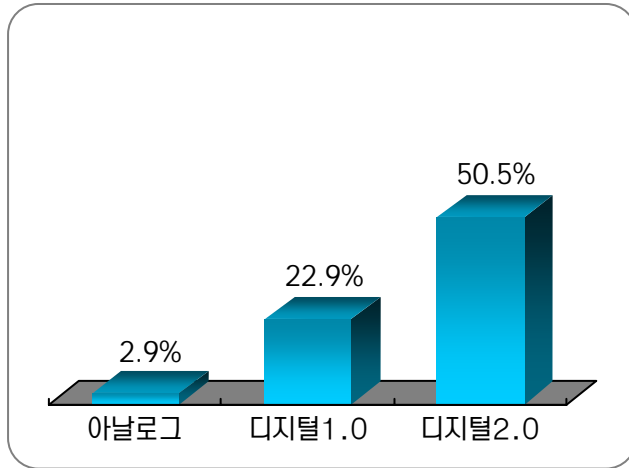
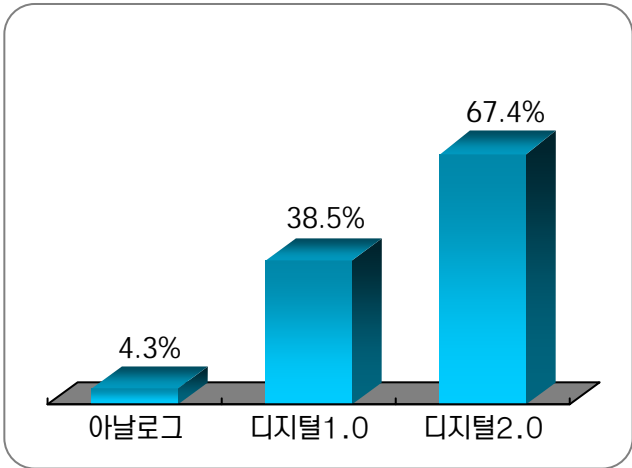
()

가



(, ,)

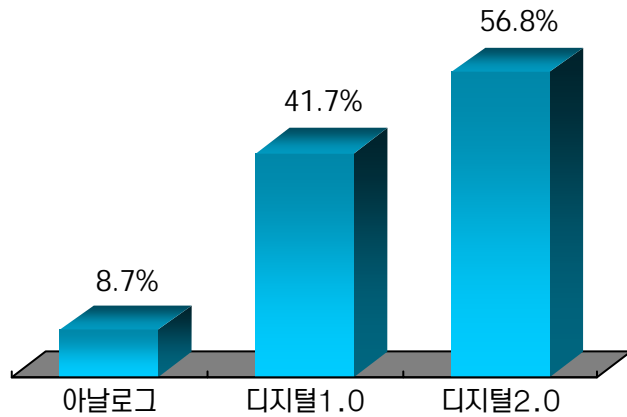
가
가
가



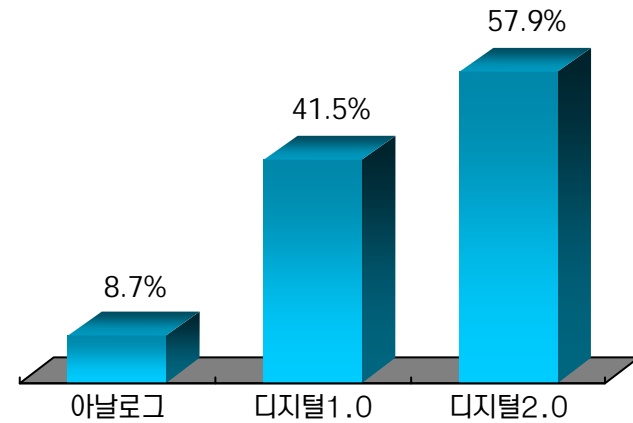
가

,

디지털 기기와 서비스가 없으면
의사표현에 제약을 받을 것이다



디지털 기기와 서비스가 없으면
나의 인간관계가 줄어들 것이다



VS.

가 ,

, 가

-
-
- , ,
-
- .

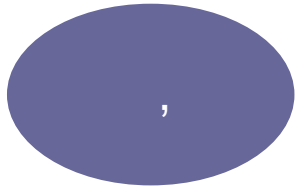
-
- ,
- , ,
-
- .

(출처: www.Korea.internet.com)

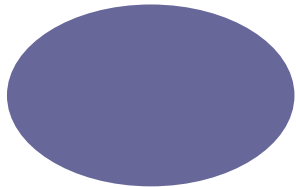
가 ?

가

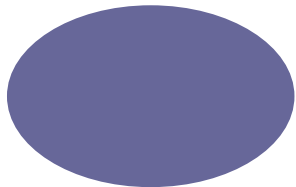
가



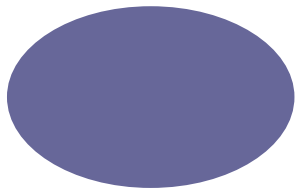
가 , , 가



가 , 가

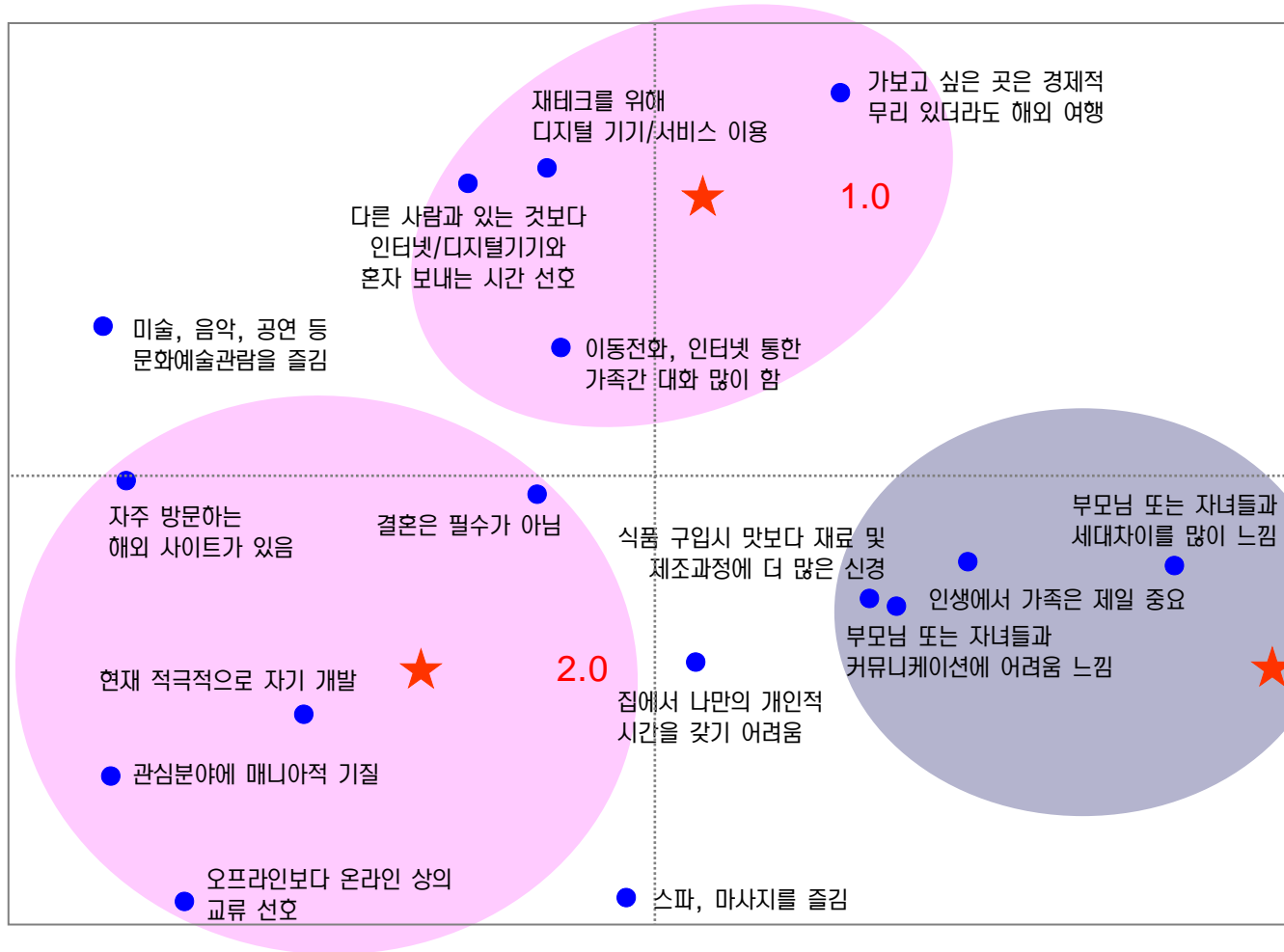


가 ,

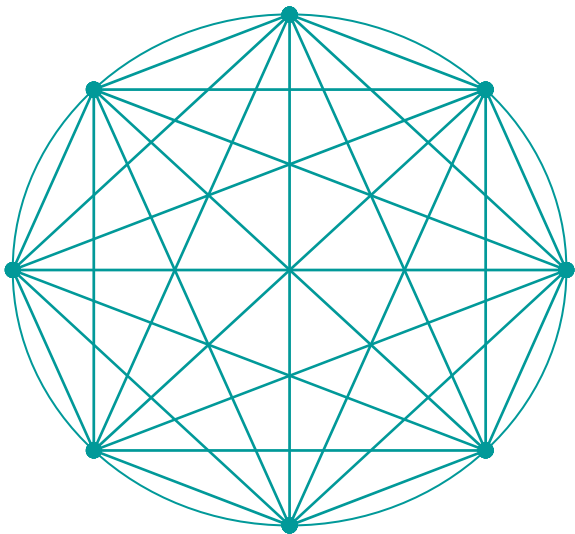


, 가





가 가

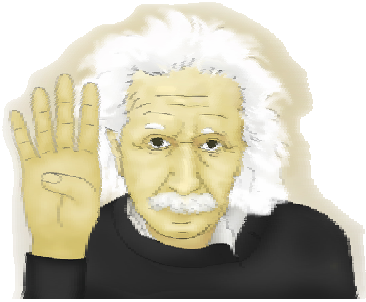


14년간 1만여건의 책을 저 공저하며 한글 자 자서사관하는 출판인



“ 가 ”

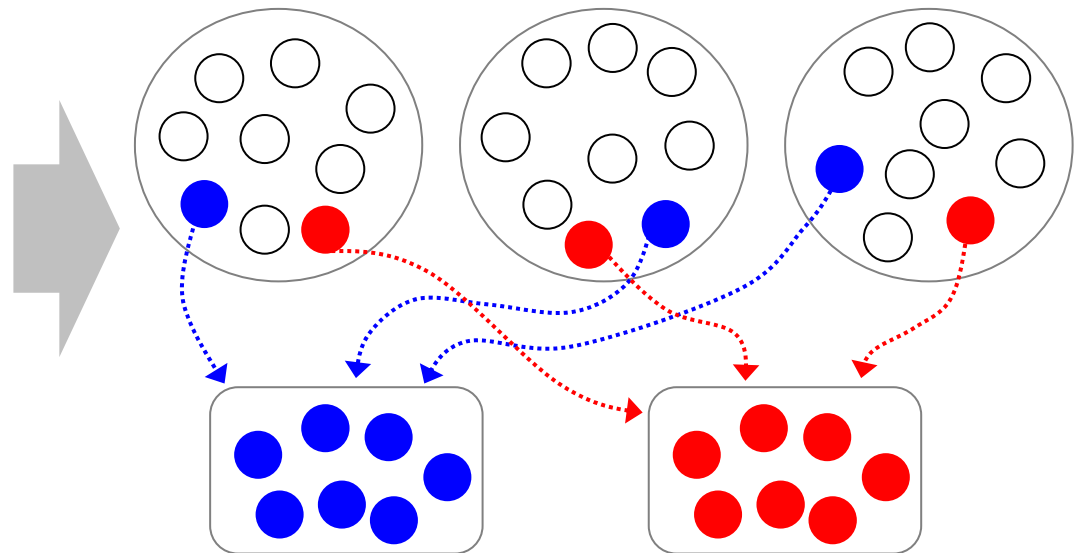
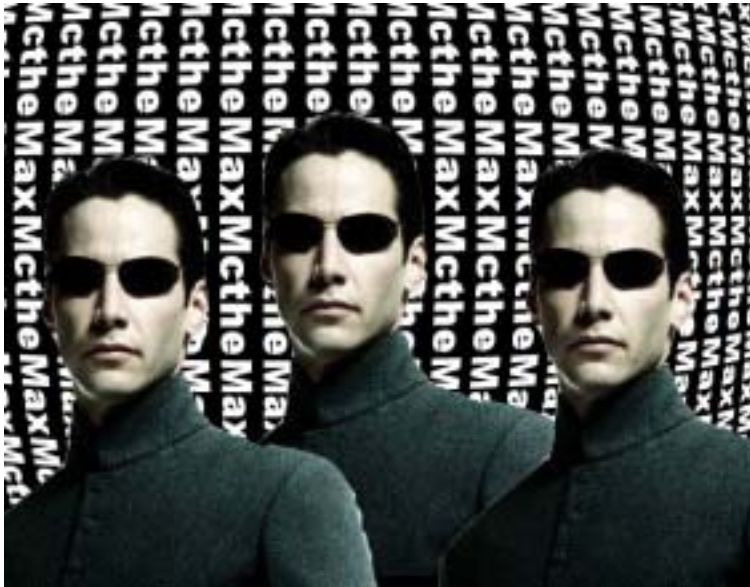
(2007.1.3.)



Variety Seeker

가

, , , 가
가 가



가

가

, 가

 키워드로 찾아라, 키워드로 뭉쳐라!

- : , , ,
- : , , , , , , , , ,
- : , , , , , ,
- : , , , , ,
- : , , , , ,



매니저 은샘(espurple)

멤버수 472046

프로필 since 2003.12.12

< : Naver (2007.6.18) >

네이버 카페 '은샘이네 초보요리'



- : , , , , , , , , ,
- : , , , , , , , , ,
- : / , , , , , ,
- : , , (Blyth) , , , , ,



< : (2007.6.18) >

다음카페 '펜들사' (회원수 291,758명)

가

(2.0

8.4%)

가

(2.0

18.9%)

classic scooter

카페정보 ▾

나의활동 ▾

매니저 **매니저**(clubad..)

멤버수 **80773**

프로필 since 2004.03.27

(주)샤프만들기™

카페정보 ▾

나의활동 ▾

매니저 **박송**(92psj)

멤버수 **61184**

프로필 since 2005.03.26

**닌텐도 DSL
사용자클럽**

카페정보 ▾

나의활동 ▾

매니저 **마더전자**(mech..)

멤버수 **13504**

프로필 since 2007.01.05

자전거튜닝

카페정보 ☺

나의활동 ▾

매니저 **노력맨**(steelp..)

멤버수 **8181**

프로필 since 2006.09.30

()
(: 19,557)



(: 5,086)

(: 9,644)



2.0

2.0

가

創造的 協業 時代

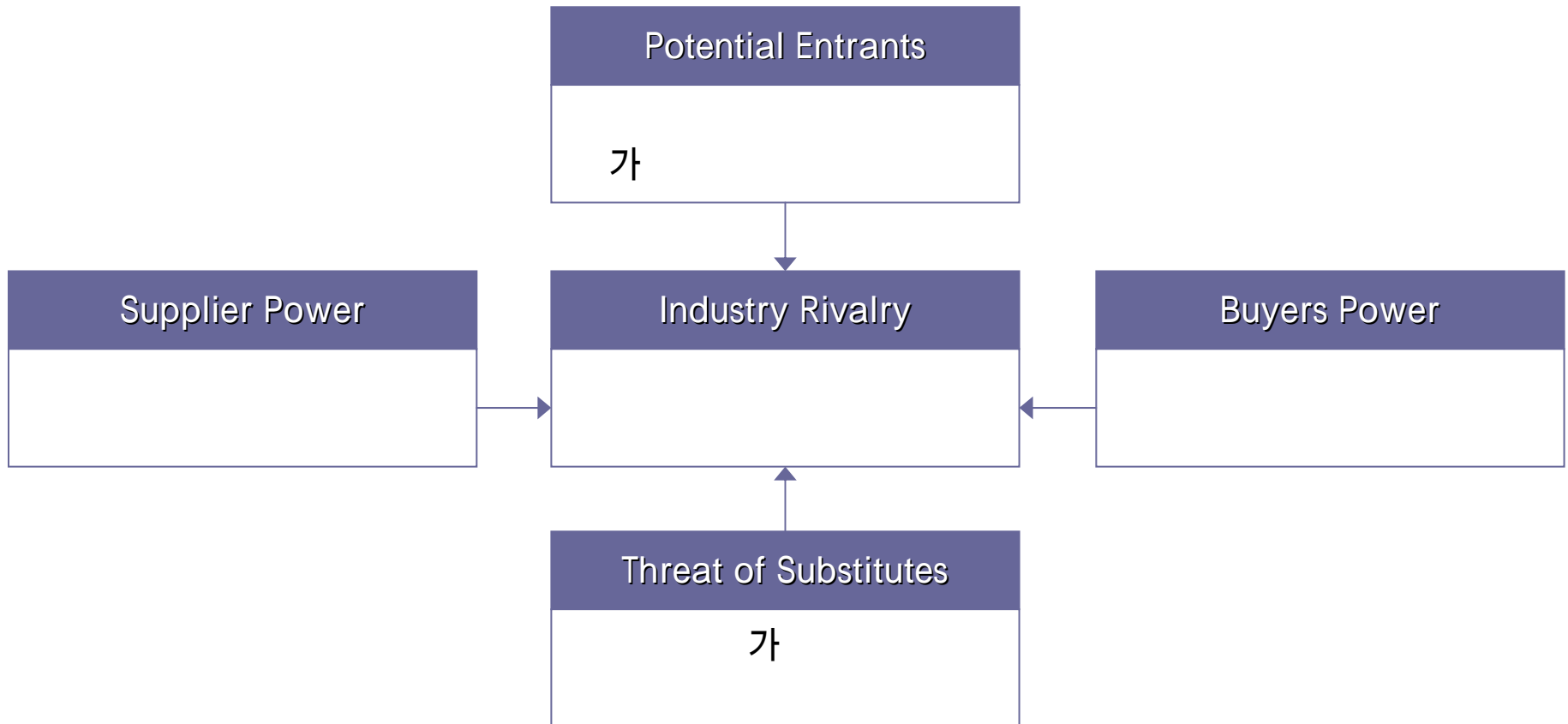
(Age of Creative Cooperation)

, ,

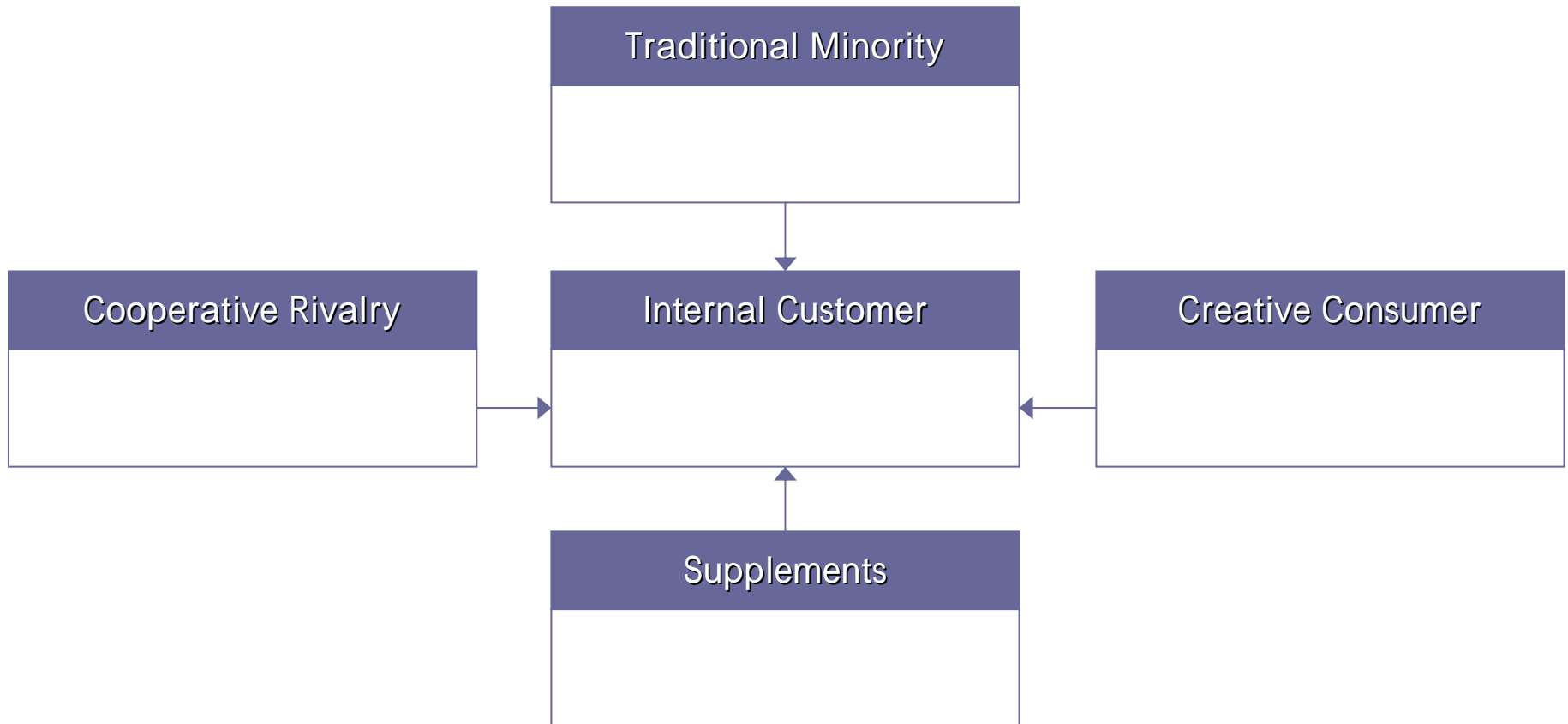
가

2.0

Michael Porter 5 Forces



2.0



1. Internal Customer

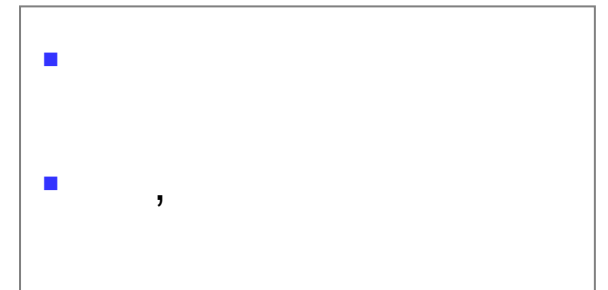
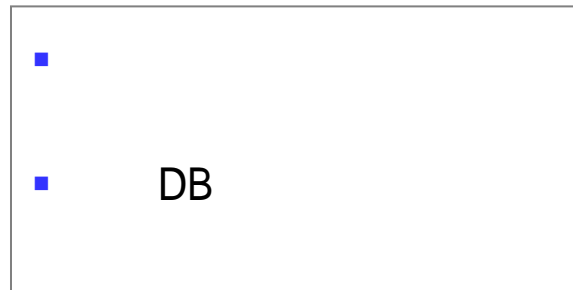
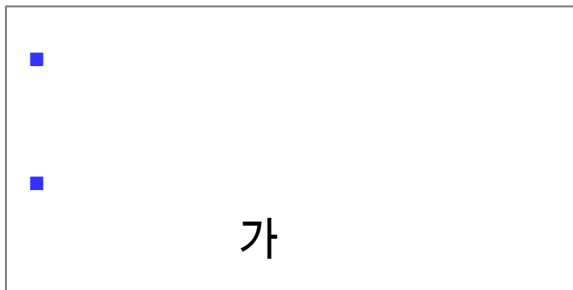
가 가

가



DB

가



COOK

1. Internal Customer ()

COOK (Creative Optimizer by Online Knowledge)

- ⊕ 프로젝트
- ⊕ 지원관리
- ⊖ 직능지식
 - ⊖ 기업경영
 - Marketing
 - Advertising
 - Creative
 - Media
 - Promotion
 - 해외모음
 - 법규
- ⊕ 업종지식
- ⊕ Creative Plant
- ⊖ PQCS
- ⊖ Template
- ⊖ Cocktail
- ⊖ WebSite 정보
- ⊖ MyDesk

가격전략	가격정책 가격전략론
네트워크마케팅	바이러스마케팅 버즈마케팅 총론
마케팅관리	고객관계 고객관계론 마케팅조직
마케팅전략	1:1마케팅 가치체인 게릴라마케팅 경쟁분석 경쟁전략 글로벌마케팅 니치마케팅 디마케팅/리포지셔닝 마케팅개론 마케팅트렌드 세그멘테이션 시장전략 의사결정론 전문서적 타겟팅 포지셔닝 프레임워크 환경마케팅/B2B DB마케팅 e-marketing GCNP CPBM Global Planning Manual
마케팅조사	광고효과 매체조사 분석기법 브랜드조사 소비자조사 조사기법 조사업무 총론 CR평가
브랜드	고객관계 기업브랜드 브랜드가치 브랜드관리 브랜드네이밍 브랜드래더링 브랜드레버리지 브랜드리피 브랜드아이덴티티 브랜드아키텍처 브랜드이미지 브랜드익스텐션 브랜드인지도 브랜드자산 브랜드파 브랜드평가 전략개론 프레임워크 횡단브랜드 eBrand Samsung Research BAS DAS
소비자	광고태도 뇌학 설득이론 소비자심리 소비자자극 소비자태도 소비자행동개론 소비트렌드 인사이트 총론 ACR ACR총론 CHAT
소비자유형	10대 20대 30대 네티즌 루키즘 매니아/싱글 보보스 실버 아동 아줌마 엘리트소비자 여성 유행 키덜트 Early Adopter N세대 Y세대 웰빙족
유통전략	유통채널 전략개론 판매접점 SCM
제품전략	전략개론 전략수립 제품개발
체험마케팅	감성마케팅 전략개론
토네이도마케팅	전략개론 캐즘
퍼미션마케팅	이메일마케팅 전략개론
CRM	구축사례 솔루션 전략개론 전략수립 eCRM
IMC	IMC기획 IMC사례 IMC총론
당사전략모델	Brand Value Up PADO HEART C-CAST KISS Credential ACR Brand Union

2. Traditional Minority

Q)

45~54

- DVD : 3.7%
 - TV : 5.2%
 - : 14.8%
 - : 38.5%
-
- 3 : 22.2%

?

?

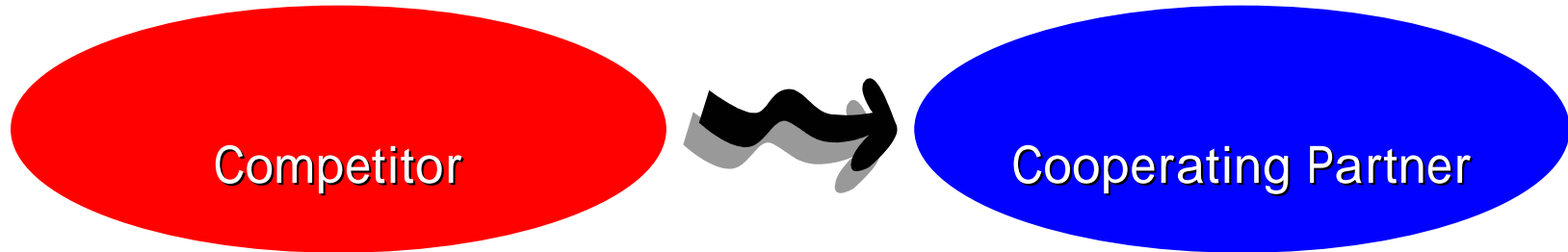
‘ 가 ’ ‘ ’

, 가
(DIY : 435,462)

()

()

3. Cooperative Rivalry

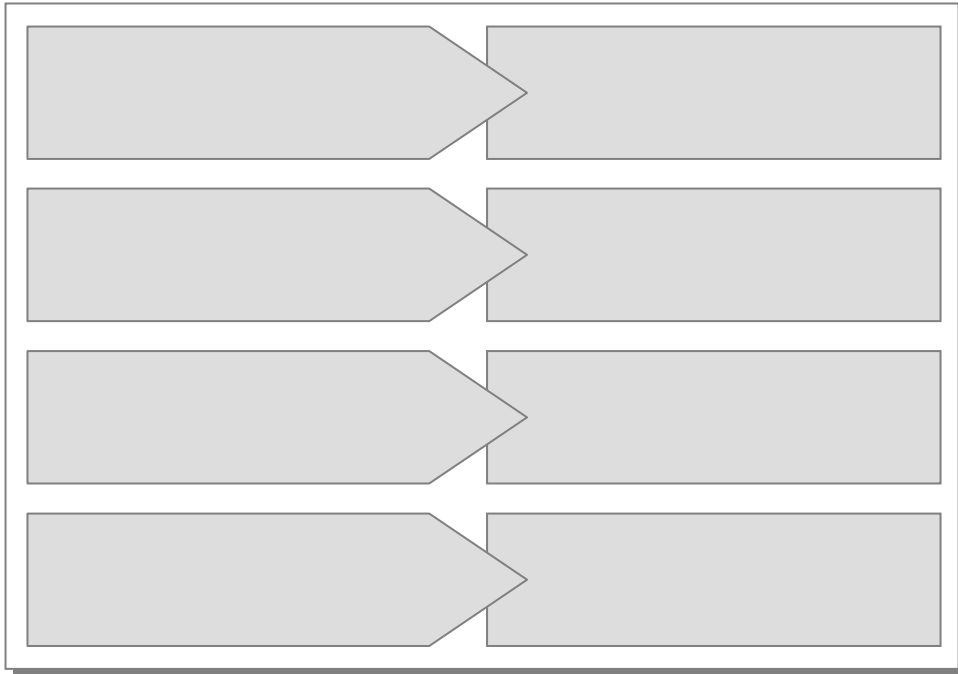


- :
- :

가



- IBM, AMD, HP,



5. Creative Consumers

- ,
- , , , ,

(. Cetizen)



모바일 리뷰

모델명	제목	평가점수	작성자	조회수
SPH-W200	말이오 맞아 (댓글 : 1) 각주 게임이나 모바일용이라고 하면 한번씩 그러더라고요 전 작품처럼대 구하면드대 지금 그것들을 고맙니다 싶더라고요 놓치지도 ...	★★★★★ 7	미군이	1162
SP-U110	11일날 잘왔습니다 --- 드디어 신생아 나무사고싶어한다 대한 가짜물론으로 미안함해 꼭 겨려 노랑색에서 만났는데 대를 제공시킵니다...	★★★★★ 10	공영수	1141
SPH-W270	내게 첫 Fun View, Multi Adapter (댓글 : 3) 전드론 러 : 나는 원심이 필요해요 my!! 내가 휴대용이었던 시절, 유 대폰을 사용하는 부모님들은 흔하게서는 가지의 제품...	★★★★★ 6	공희호	3530
SCH-W210	w270 블루투스용기- (댓글 : 3) w270사용한지 1주일이되네요 - 디자인이좋우멋있네요 특히경험서다 요-	★★★★★ 9	미영준	2466



2.0소비자 대상
아이디어 공개 모집

2.0소비자 중
아이디어 패널 구성

2.0소비자들의
사용/리뷰 활동관찰



2.0소비자 대상
제품시연 실험조사

리뷰전문 사이트 등
전문소비자 활용

지적사항에 대한
즉시 반응 후 수정



일반 소비자 대상
의견 수렴

전문소비자로 구성된
소비자 패널 활용

구매사이트 댓글
지속 확인 후 대응

2.0

가

企業 眞情性 時代

(Age of Corporate Integrity)

, ,

가

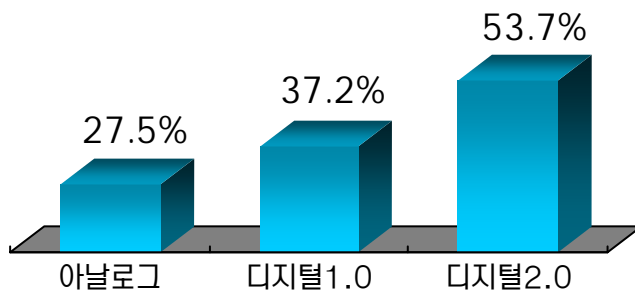
가

가

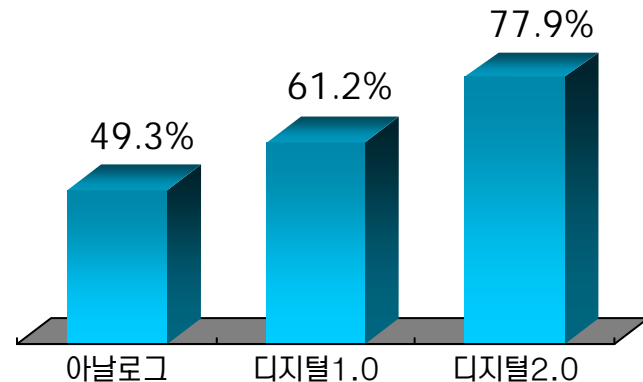
2.0

Corporate Reputation

가 ,

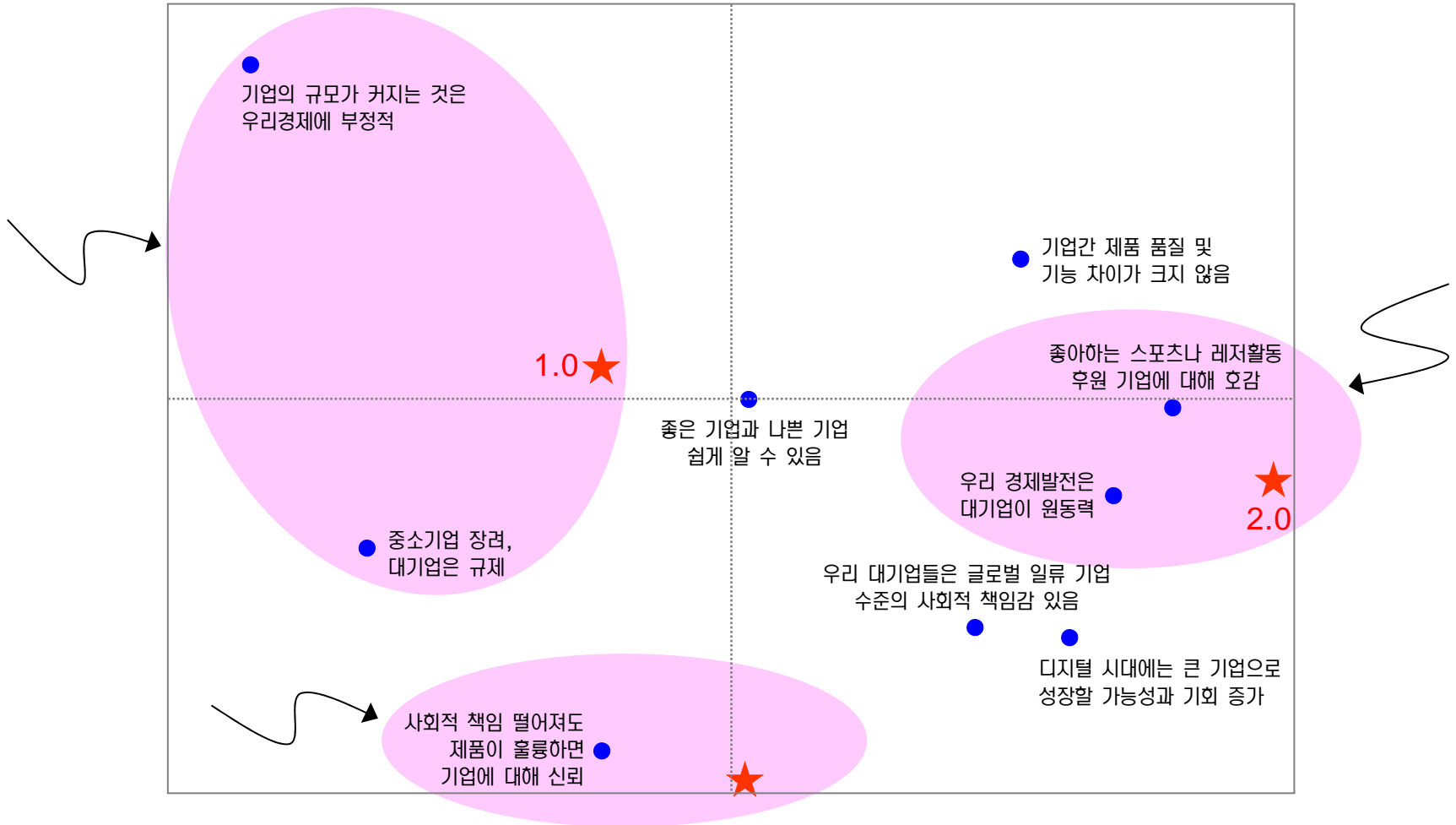


사회적 가치와 공익을 위해
개인적 가치를 기꺼이 희생



우리 사회는 기업의 영향력과
사회적 역할이 더욱 커지고 있음

가



가



*Kash Rangan
Harvard University*

*“It is **no longer sufficient** to compete on quality, price or product innovation alone.”*



*Joseph Plummer
American Research Foundation*

*“The **brand** is what you buy.
The **corporate reputation** is what you believe in and trust.
It’s not an either/or. You need both.”*

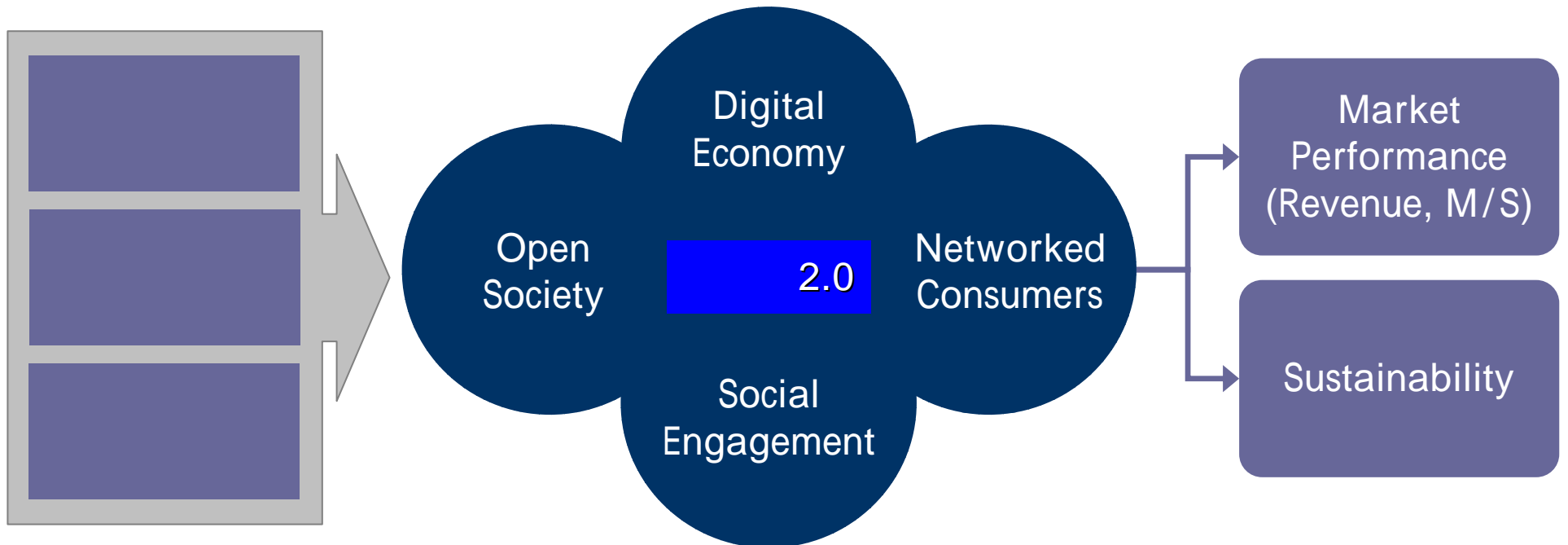


Allan Greenspan

*“In today’s world... **competition for reputation** becomes a significant driving force, propelling our economy forward.”*

가

가

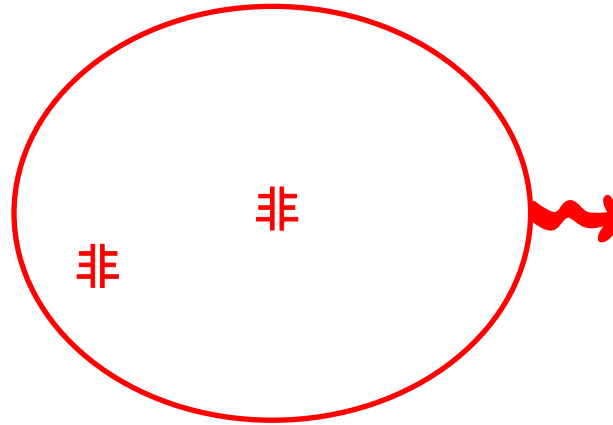


...

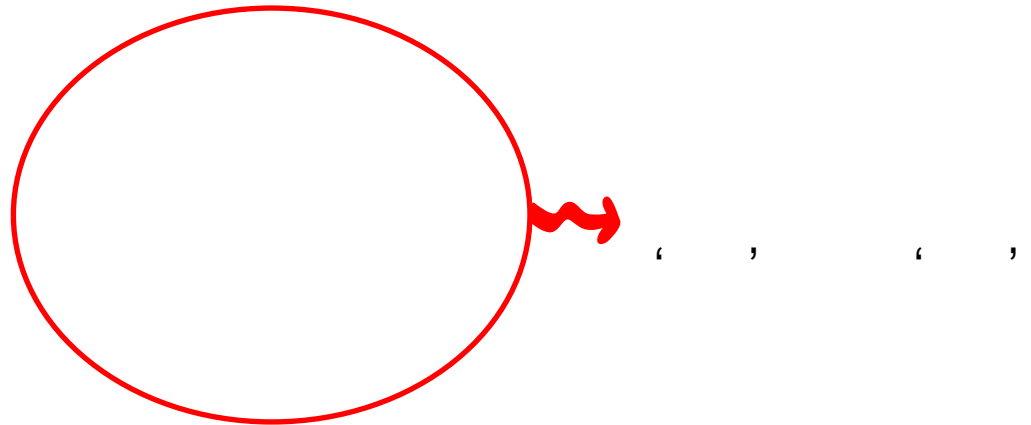
2.0

2.0

In the Age of
Creative Cooperation



In the Age of
Corporate Integrity



...

19

가 20

21

가

,



2.0

?



Demographic Segmentation

Price Promotion

Mass Advertisement



Passion for IDEAS