



미디어 기업의 Mobile 전략

발표자: 김환기 (조선일보 경영기획실)

TABLE OF CONTENTS



1

모바일, 새로운 기회

2

모바일 조선의 성과

3

미디어 기업의 과제

Mobile은 기존의 미디어에 다양한 형태의 위협이 되고 있습니다.

위협의 종류

미디어를 접하는 시간을 빼앗아감.

- 전체 성인이 하루 신문을 보는 시간 평균 10분. 공중파 TV시청 시간도 감소
- Mobile 부문이 미디어 접하는 시간을 더 많이 차지.

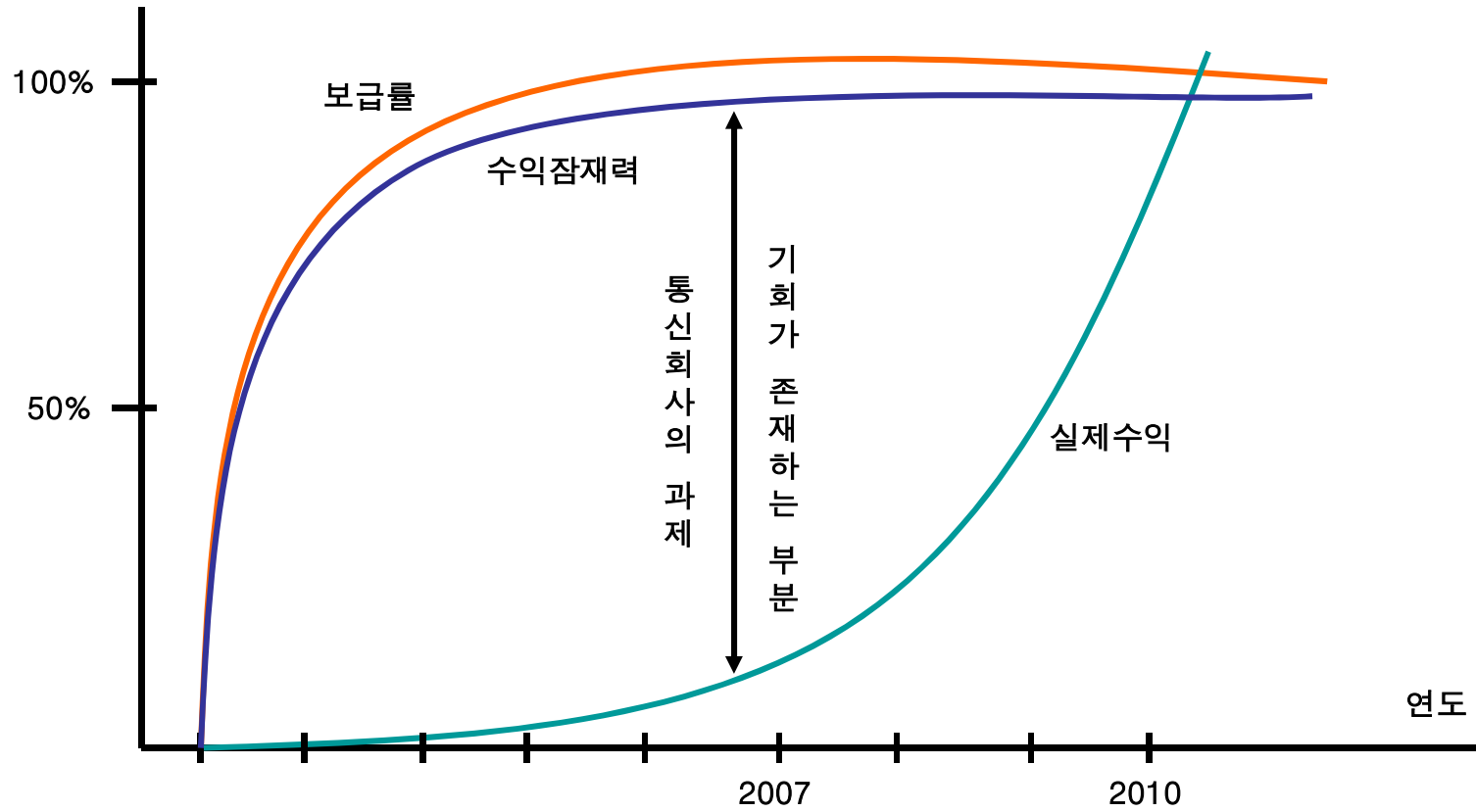
매체 별 인구학적 특징의 고착화

- 젊었을 때 익숙한 미디어 플랫폼을 나이가 들어서도 그대로 사용(해외 연구기관들의 조사-영국 신문들의 조사)
- 20대는 Mobile. 30대는 On-line, 40대는 off-line 신문 등.
- 이런 Trend가 고착화 될 경우 off-line 미디어의 앞날은 암울.

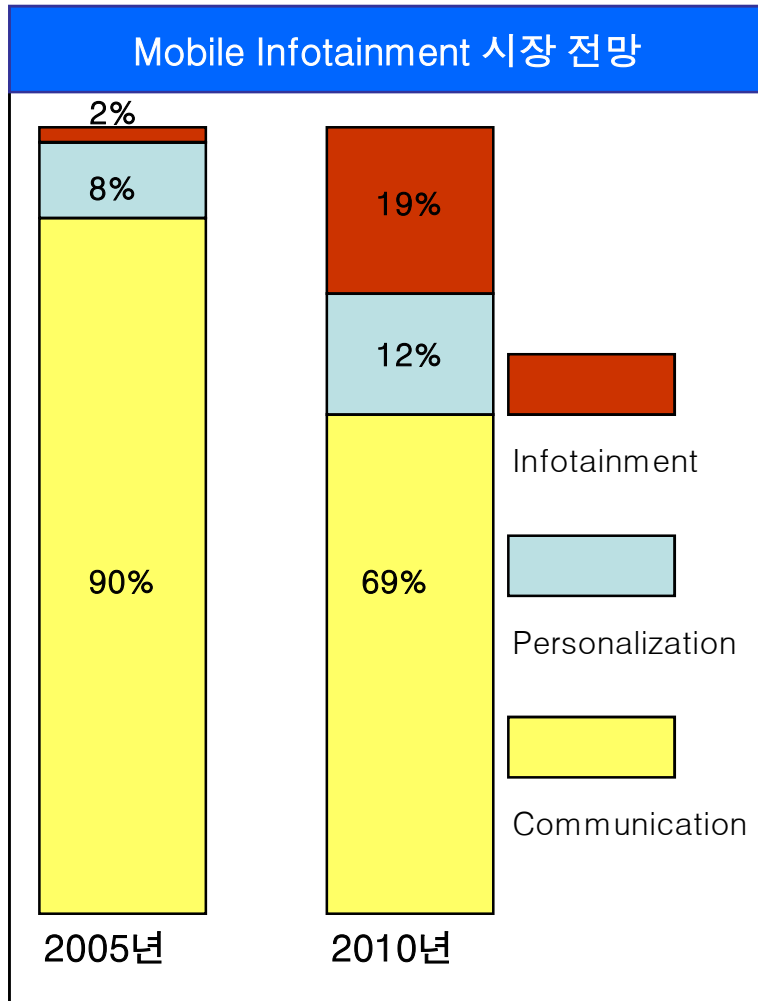
이미 세계 최대의 미디어 플랫폼으로 자리잡아

- 2007년 현재 25억대, 2010년 30억대 돌파 예상.
- 전세계 하루 신문 발행부수 6억 부, 모바일 Phone 소유자 25억 명으로 4배.

Mobile은 그러나 Media에 새로운 기회를 제공합니다.



기회를 채울 수 있는 곳은 바로 Infotainment 부문이며 이 부문은 미디어가 강점을 갖고 있습니다.



WAP 시장의 전망

“2010년 전세계 TELCO의 매출은 1260억 달러 규모가 될 것이며, 이 가운데 25%는 WAP 서비스에 나올 것이다”
 (ARC의 예측)

Mobile을 통해 미디어 Content에 접할 수 있는 시간을 획기적으로 늘릴 수 있습니다.

Mobile의 특성

시간: 시간에 제약을 거의 받지 않는다. (Time Connected to Media)
- 신문:아침, TV는 저녁 때라는 일반적인 Life Cycle을 극복한 24시간 미디어

장소: 장소에 구애를 받지 않는다. (Place Connected to Media)
-가정, 사무실 등 고정된 장소에 구애를 받지 않는다. 뛰어난 이동성...

사람: 개인화된 미디어의 전형(Typical Personalized Media)
-가구 중심의 미디어 소비에서 개인화된 미디어 소비.



Catch many eyeballs

A colorful illustration of a large, dense crowd of people with various facial expressions and ethnicities, representing a large audience.

Revenue

Mobile 광고시장은 급격하게 팽창할 전망이며 그 성장 속도는 기존 미디어의 수십 배에 이를 것으로 추정됩니다.

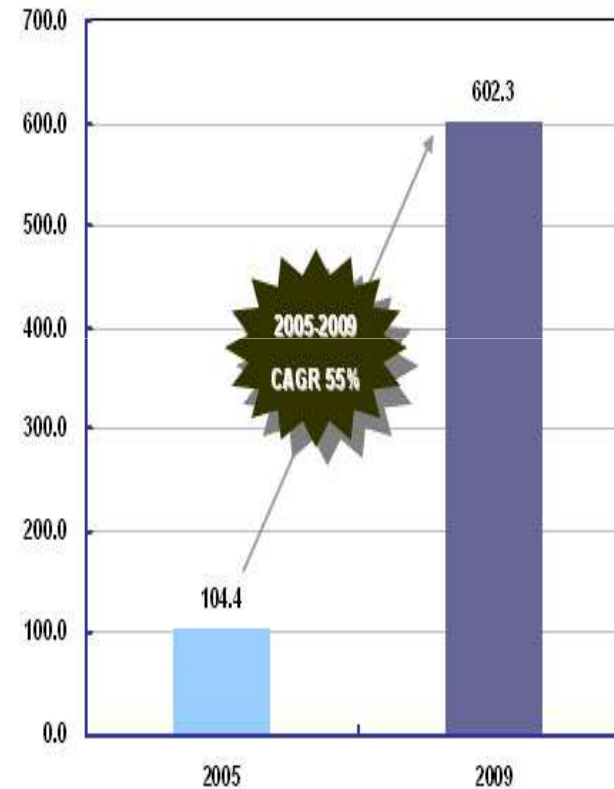
Mobile 광고시장의 성장 규모

“2011년 전세계 Mobile 광고 시장은 200억 달러 규모로 확대될 것이다.” (2007년 10월 이코노미스트)

“국내 Mobile 광고시장의 규모는 1,000억 원을 넘고 곧 3000 억 원대 시장에 이를 것입니다.”(최영균 동국대 광고홍보학과 교수)

신문, 지상파의 광고수익은 사실상 정체 상태.

미국 Mobile 시장의 성장 예측



자료:visiongain, 단위 백만달러

Mobile에 사용하는 가구당 지출은 기존 미디어 보다 월등히 높습니다.

매체별 지출

-신문 월 약 1만2000원이나 전체 가구의 40%만이 신문 구독.

-CATV는 기본형이 월 1만7000원이나 전체가구의 80% 수준. 실제 가구당 ARPU는 6000원 선.

-가구당 지출은 10만원 대. 3951만 보유. 최소 1가구에 2대꼴. (일본의 경우 월 간 Mobile 지출이 \$94)



“Mobile은 미디어 입장에서는 Green Grass”

국가별로 Mobile Device를 적극적으로 활용하는 정도에는 큰 차이가 존재합니다.

국가	평가
한국	망 개방이 늦게 되면서 자체 사이트 개발이 늦어짐. SMS 등은 M-net 등 일부 오락 프로그램에서 활성화. 미디어 기업들의 관심도도 상대적으로 낮은 편. 기존 Content의 재활용 정도.
유럽	스웨덴 노르웨이 등은 규제 강도가 강하지 않음. Telco와 Media기업이 혼합. 오스트리아 등지에서는 미디어 기업이 통신산업도 같이함. SMS서비스, UCC 발달. 스페인, 프랑스 등 남부유럽은 북유럽을 따라가고 있는 단계
일본	이동 통신을 기반으로 인터넷이 발달. i-mode이후 적극적으로 미디어들이 자사의 Mobile 사이트 개발. 朝日신문 등 mobile 회원 100만 명. 망 개방, 정액 요금제의 적절한 활용, Telco와 미디어 기업의 적극적인 협력구조.
미국	CNN등 일부 미디어에서 SMS 등 Push형 서비스 실시. 아울러 Mobile과 지역 광고(Local Ad)나 안내 광고(Classified Ad)등을 연계하는 비즈니스도 일부 미디어 기업에서 실시 중. 전체적으로 유럽, 일본에 비해 서비스 떨어짐.

국내 미디어는 제한적 비즈니스 모델을 넘어 서지 못하고 있습니다 .

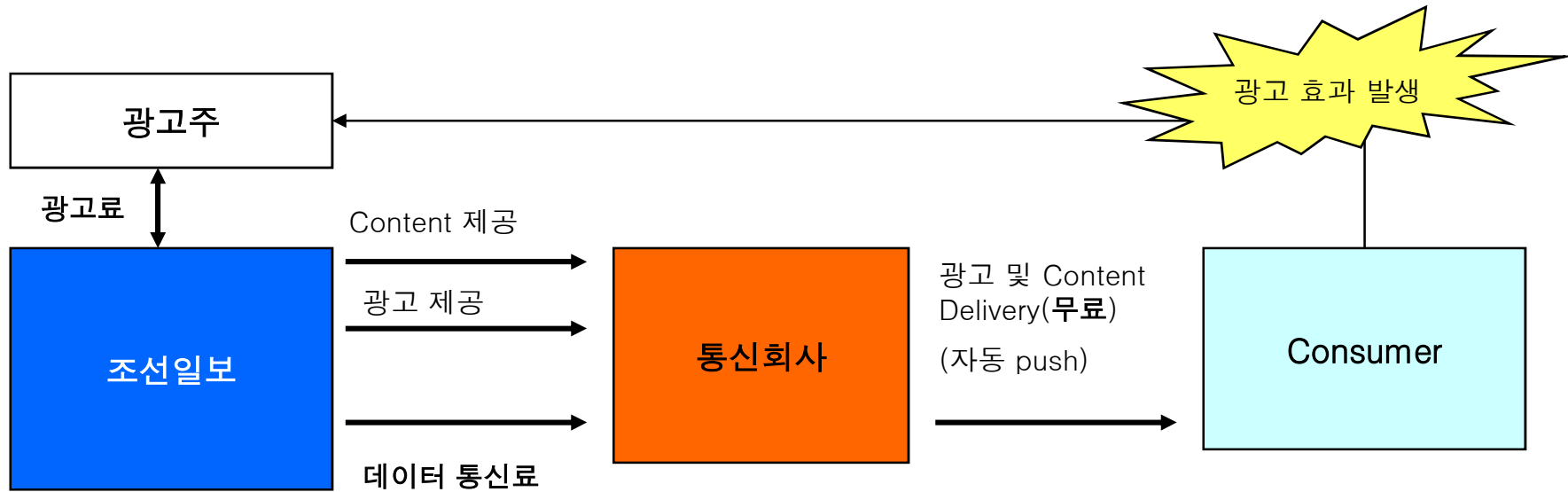


- 정보이용료가 미디어 회사의 주 수익.
- Content Delivery의 시간은 Consumer가 원하는 시간에 Content를 볼 수 있는 Pull 방식의 서비스
- 정보 이용료는 월 정액제 또는 기사건 별 비용을 지불하는 방식
- 정보 이용료 배분은 통상 9대1 정도로 미디어 회사가 가져감.

성공의 열쇠는 바로 이용자 편익입니다.

구 분	WAP	VM
장 점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 다양한 정보가 모여 있음 ▪ 검색을 통하여 원하는 정보를 얻을 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 서비스 사용을 위한 경로탐색을 하지 않음
단 점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 데이터 패킷에 대한 비용이 많음 ▪ 핫넘버를 알지 못할 경우, 원하는 정보를 얻기 위해 여러 경로를 거쳐야 함 ▪ 경로탐색에 대한 시간, 비용 등이 소요됨 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 한번에 전달할 수 있는 데이터 양의 한계

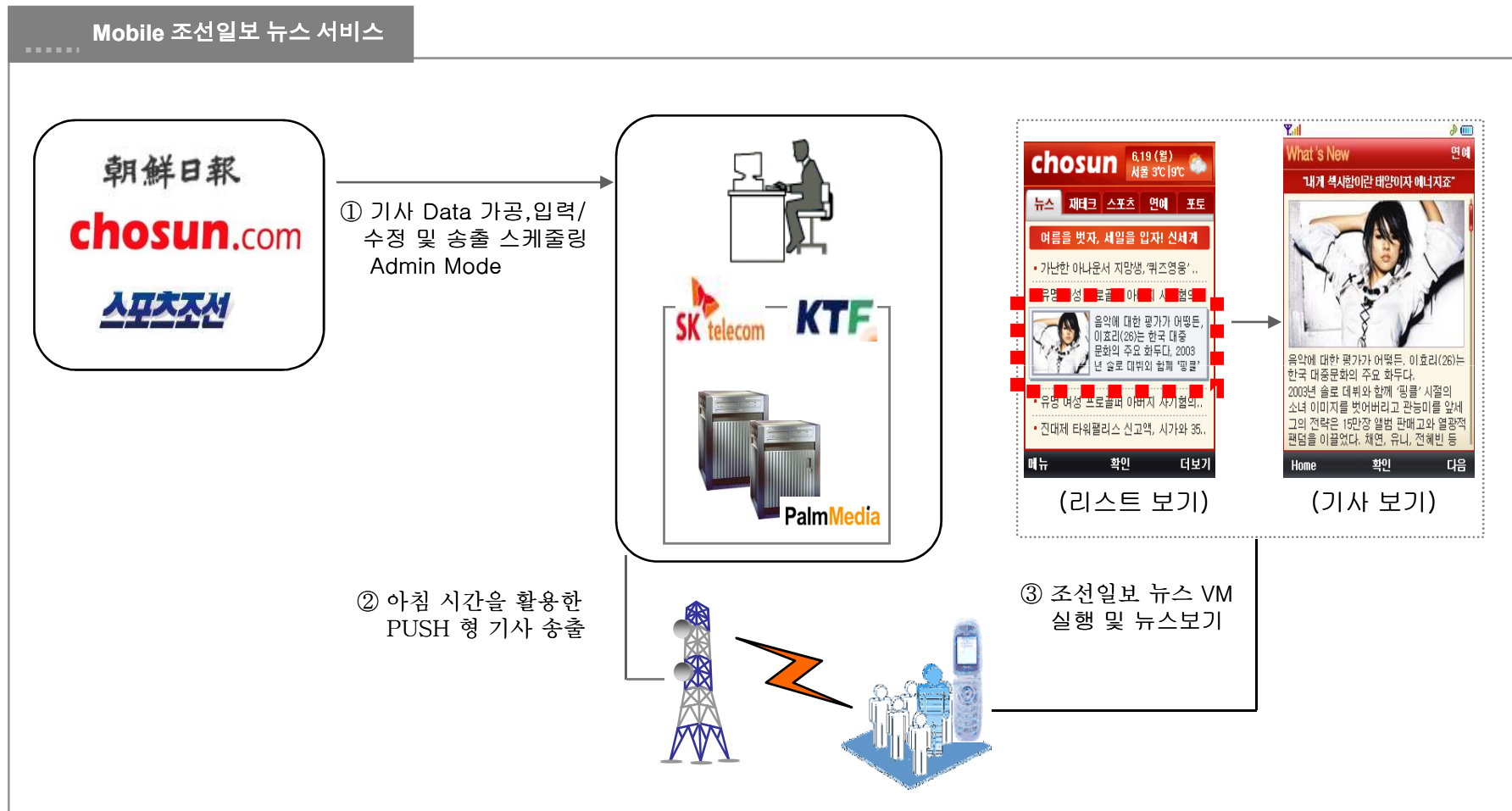
조선일보가 먼저 시작했습니다.



- ▶이용자에게 자동 push되는 VM 서비스.
- ▶조선일보는 contents를 consumer에게 무료로 제공.
- ▶조선일보는 이동통신사에 데이터 통신료를 지불하는 대신 광고 수익을 올림.
- ▶이용자 편익을 극대화해 미디어 기업이 스스로가 시장을 키우고자 하는 취지



조선일보는 매일 아침 35개의 Content를 Mobile User에게 Delivery하고 있습니다.



매일 아침 모바일 조선 가입자의 휴대폰 첫 화면은 조선일보입니다.

The image shows a screenshot of the Chosun mobile app interface. The top section features the 'chosun' logo, the date '02.05 (월)', and the weather for Seoul: '서울 4°C | 10°C'. Below this is a navigation bar with categories: '뉴스', '재테크', '스포츠', '연예', and 'FUN'. The main content area includes a headline '똥똥하게 살찐 '올드미디어'여, 이제 안녕!', a featured article titled '전셋집이 없다.. 전셋값 오르는까지' with a sub-headline '전세시장이 빠르게 '동맥경화'에 빠져들고 있다. 전셋집이 자취를 감추면서', and two bullet points: '아파트 값의 90%까지 대출' 속지 마세요 and '정원때문에 아파트 1층 샀는데 불법'. At the bottom, there is an advertisement for 'HAUZER' with the text '은나노가 답이다! Ag+ HAUZER'. The bottom navigation bar contains '메뉴', '확인', and '뉴스속보'. Brackets on the right side of the screen group these elements into five functional categories: Weather, Channel, News List, Event, and Function.

chosun | 02.05 (월) | 서울 4°C | 10°C

뉴스 재테크 스포츠 연예 FUN

- 똥똥하게 살찐 '올드미디어'여, 이제 안녕!

'전셋집이 없다'.. 전셋값 오르는까지

전세시장이 빠르게 '동맥경화'에 빠져들고 있다. 전셋집이 자취를 감추면서

- '아파트 값의 90%까지 대출' 속지 마세요
- "정원때문에 아파트 1층 샀는데 불법"

은나노가 답이다! Ag+ HAUZER

메뉴 확인 뉴스속보

Weather

Channel

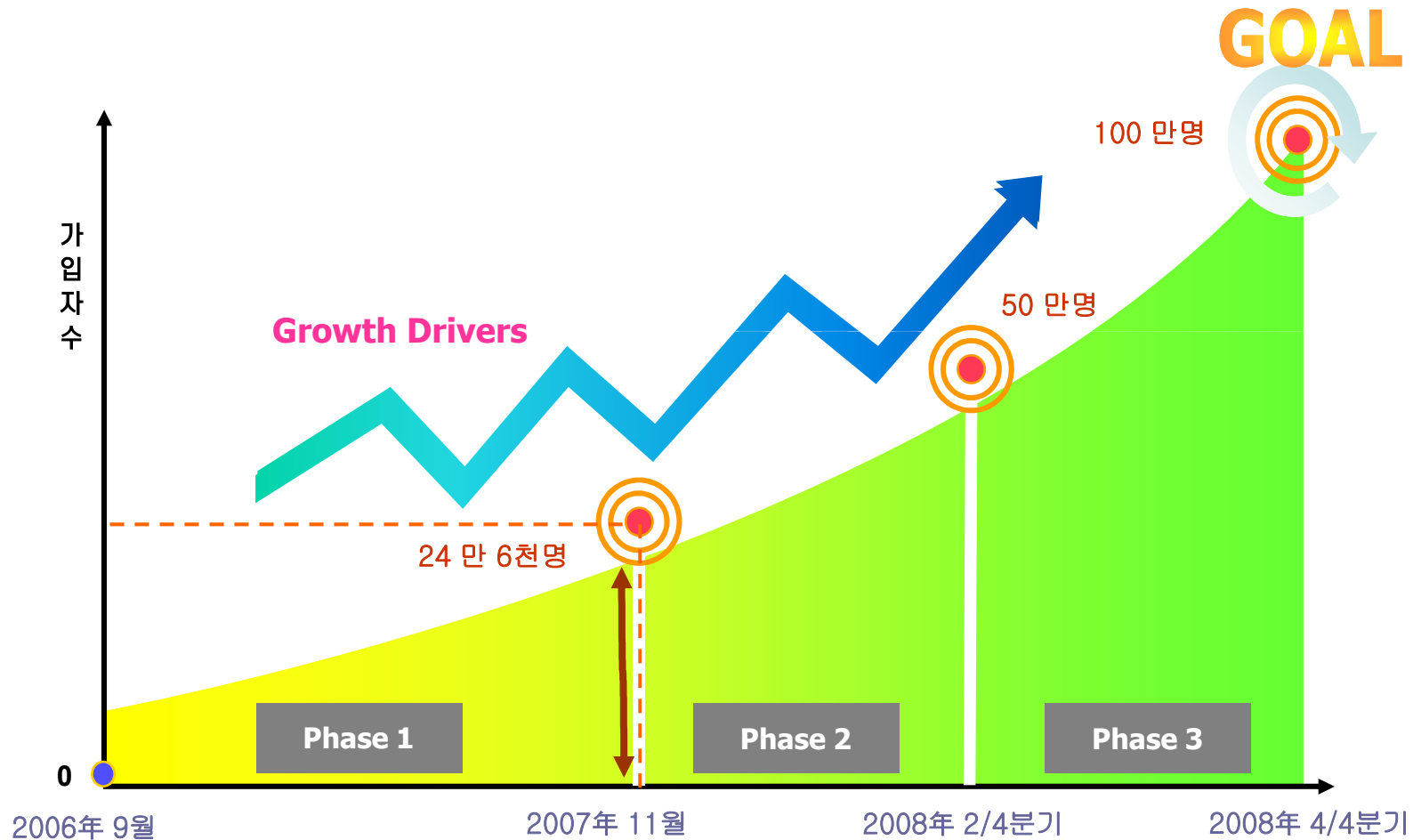
News List

Event

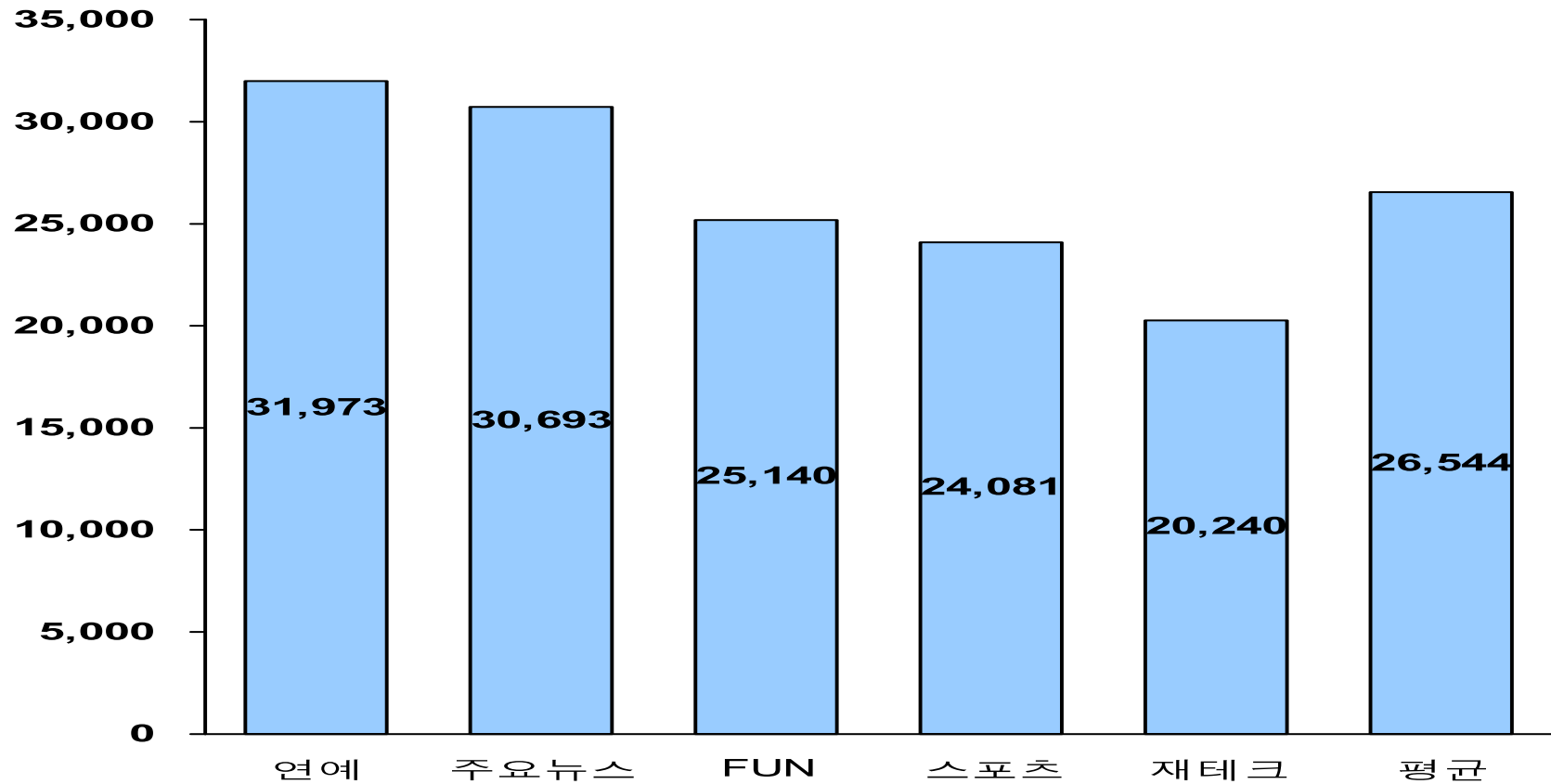
Function

모바일 조선 가입자는 25만 명에 육박하고 있습니다.

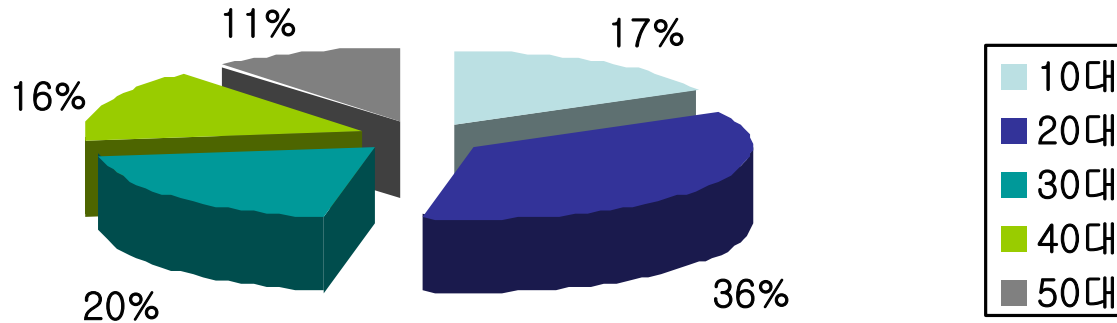
지금도 하루 1,000명의 신규 가입자가 모바일 조선과 만나고 있습니다.



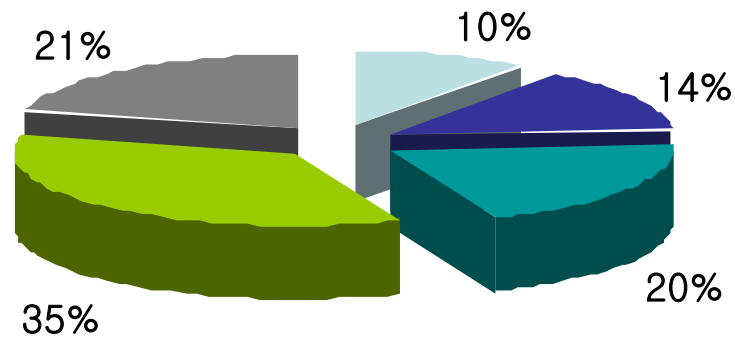
모바일 조선의 일 PV는 이미100만을 넘어 셧습니다 .



모바일 조선 이용자의 70% 이상이 30대 이하 젊은 층입니다.

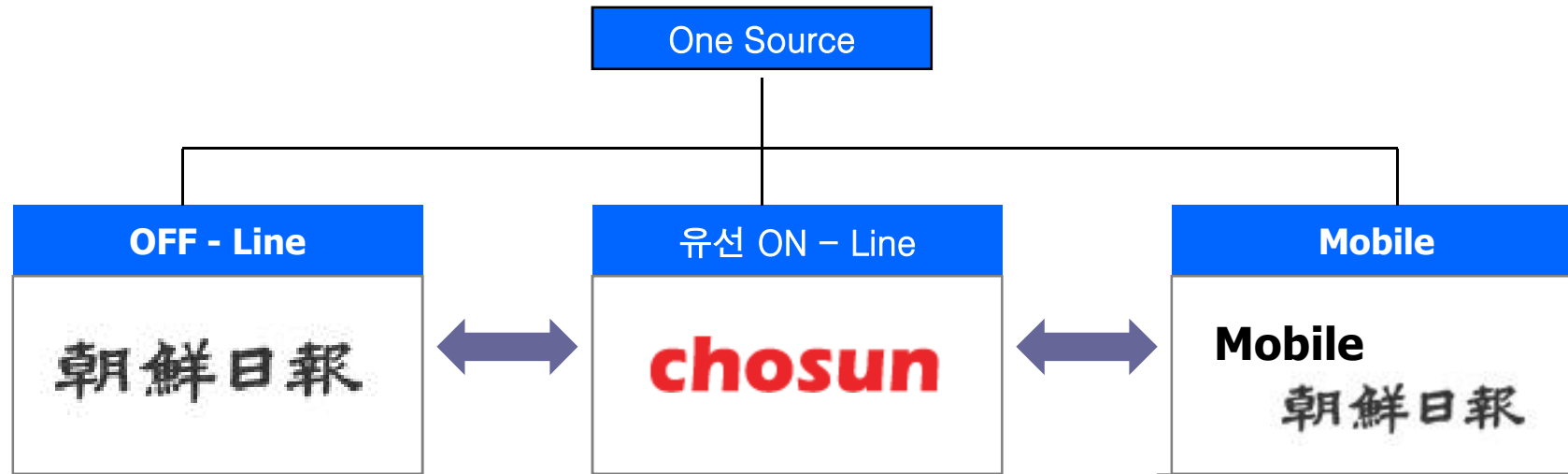


<모바일 조선>



<조선일보>

모바일 조선은 조선일보의 새로운 Content 전달 Platform으로 자리 잡았습니다.



모바일 조서는 기업들에게도 다양한 광고 마케팅 기회를 제공하고 있습니다 .



메인화면



상세기사

배너 광고

- 각 카테고리 별 하단부에 1개씩 노출
- 가입자 추가 부담이나 대기 시간 필요 없음
- 기사를 클릭하여 기사를 읽는 중에도 배너광고는 하단부에 지속적 노출
- 통화버튼 클릭으로 WAP 또는 전화 연결이 가능



메인화면



상세기사

인포머셜 광고

- 일반 기사 content처럼 정보를 제공하는 형식
- 각 카테고리 성격에 맞는 정보 노출
- 가입자 추가 부담이나 대기 시간 필요 없음
- 통화버튼 클릭으로 WAP 또는 전화 연결이 가능

모바일 조선은 탁월한 광고 효과를 자랑합니다 .


- 인포머셜 광고기간:
6/1~2, 5~6 (4일간)



구 분		SKT	KTF	소 계	비 고
행사기간 내 '모바일조선' 구독자수		116,355	21,811	138,166	평균값 적용
기사 / 배너	홍보기사 접속수	95,474	19,095	114,569	누계구독율: 95.0%
	배너광고 접속수	13,964	2,793	16,757	
	소 계	109,438	21,888	131,326	

- 일평균 28,000건의 기사클릭! 높은 광고효과!

<이벤트>'황진이' 그녀가 온다



2007년 6월 6일, 한국 영화의 모든 기록을 새로 쓴다. 어제가 발견한, 내일이 기억할, 오늘의 신화! <황진이>

2007년 최고의 기대작인 황진이를 가장 먼저 만나보실 수 있는 기회!

"친구추천"을 통하여 "모바일 조선"을 1일 2명이상, 많이 소개한 순으로 총 500분(1인 2매)께 무료 영화예매권을 드립니다.

"황진이"의 자세한 내용은 <http://www.hwangjiny-movie.com> 에서 확인하세요.

홍보

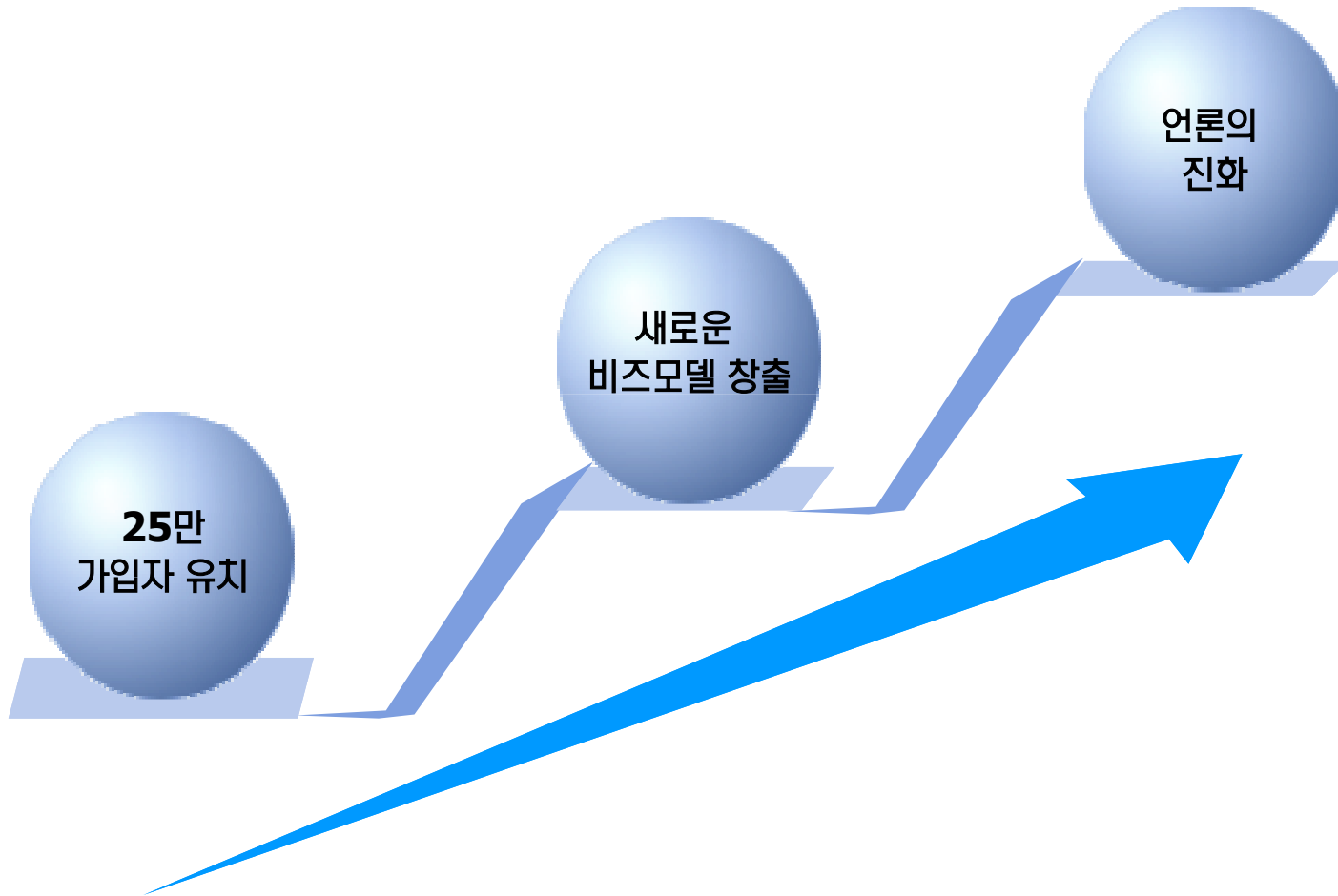
이벤트

연결

모바일 조선은 Mobile 비즈니스 성공을 위한 Gate way 입니다 .



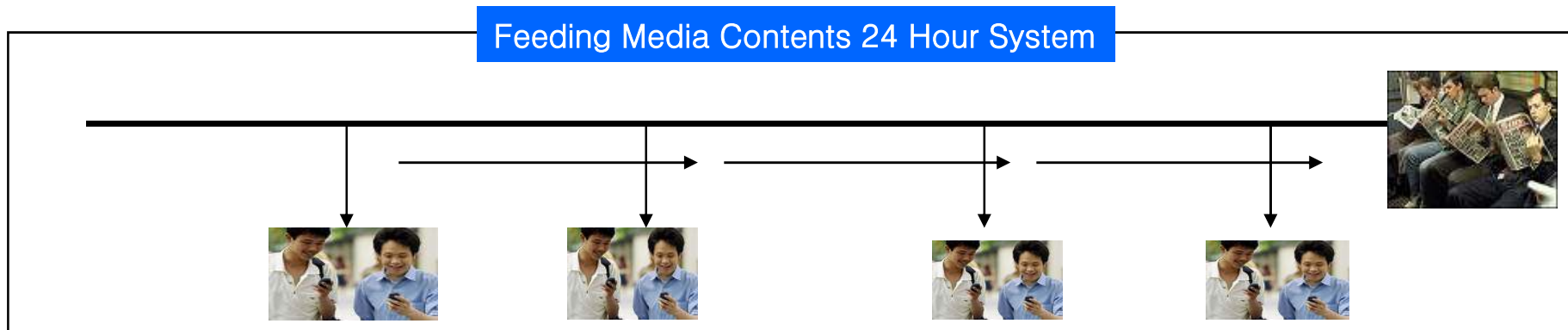
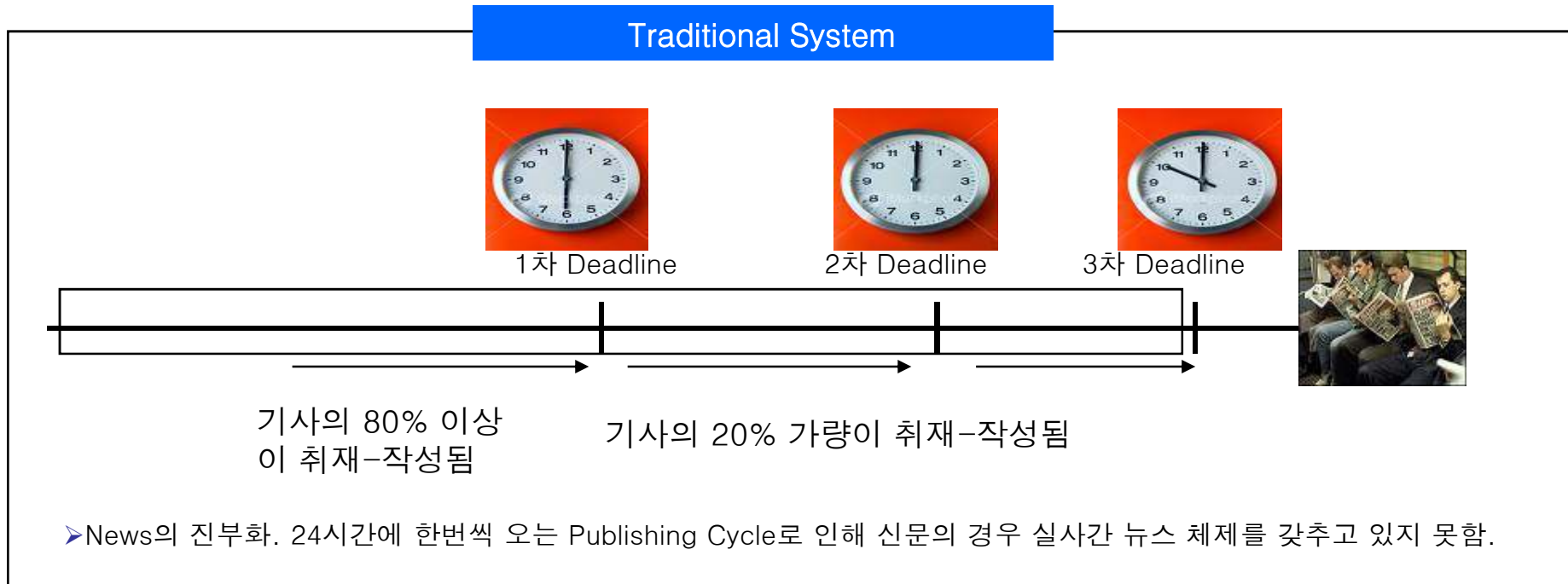
모바일 조선은 미디어 기업의 새로운 길을 제시하고 있습니다 .



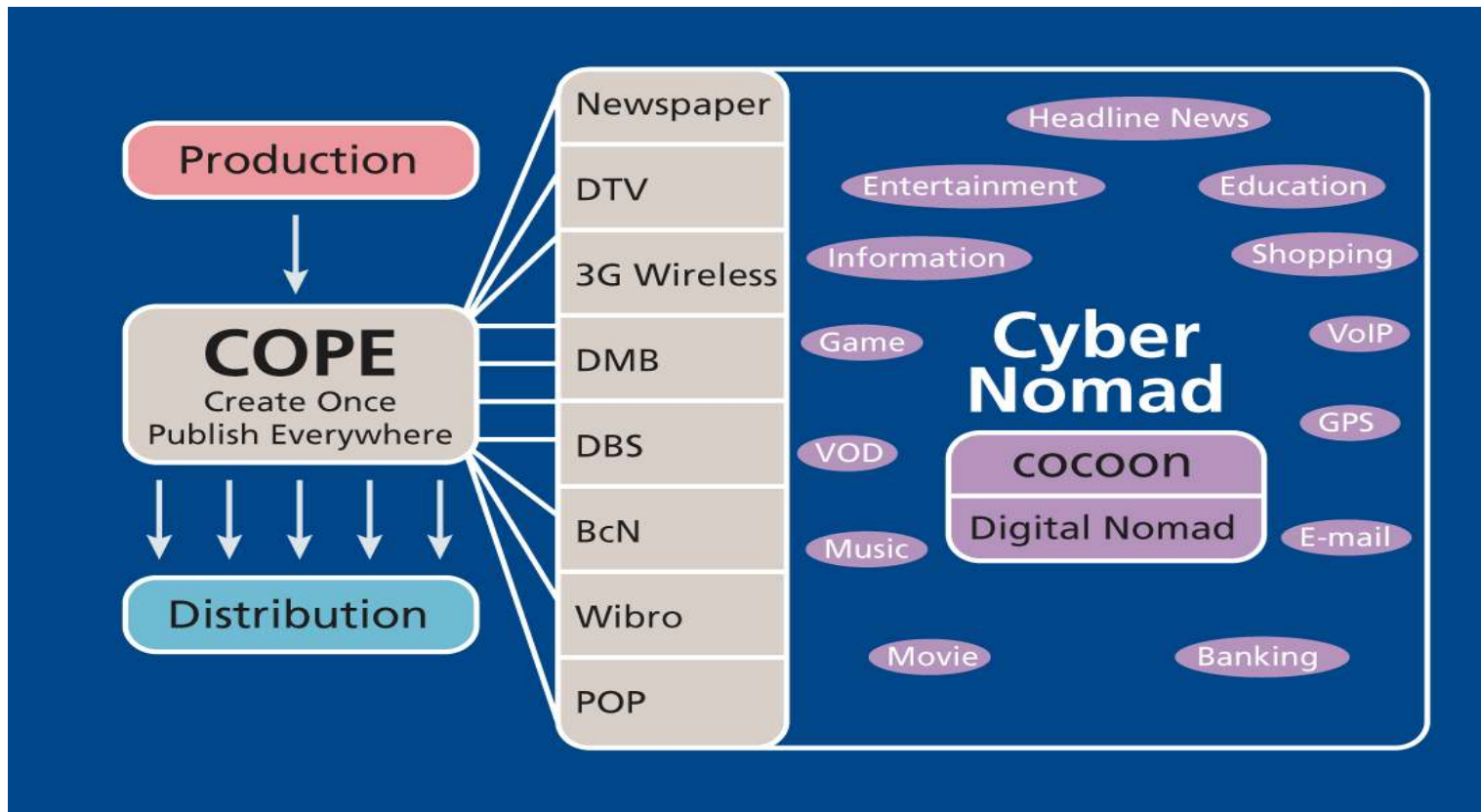
이제 미디어 기업은 Mobile 환경에 대응하기 위한 전략을 발전시켜 나가야 합니다.

1. 시간의 연속성-Publishing anytime
2. 다양한 채널-COPE전략(Create Once Publish Everywhere)
3. 상호작용 Interactivity의 확대
4. 통합적인 마케팅 전략

Deadline을 정하는 Content 생산방식에서 일단 Publish한 뒤 완성도를 높여가는 방식으로의 변화가 필요합니다.



한곳에서 만든 Content를 다양한 Platform을 통해 Delivery할 수 있는 Seamless 조직 및 시스템을 구축할 필요가 있습니다.



Mobile을 통해 미디어와의 interactivity를 늘려야 합니다.



UCC 동영상



Mobile Blog



아사히 신문의
모바일 사진 컨테스트



노르웨이 VG그룹 산하 신문의
스도쿠 퍼즐

Mobile이 Stand alone의 Platform이 되어서는 안되며 다른 미디어와의 시너지를 높일 수 있는 방안을 찾아야 합니다.





감사합니다.

김환기 hwanki@chosun.com