E커머스에서 M커머스 까지

Nov 2007

㈜옥션 사업개발실 모바일 팀

옥션 모바일 사업 전개의 의의

eBay는 전세계 약 24개국에서 Marketplace 및 통신사업을 전개하고 있음

• **eBay : 전자상거래**
- 2006 전체 거래액: USD 52,473Million
  전체 회원수: 약 2억2천만 명

PayPal : 지불대행 서비스
- 2006 전체 거래액: USD 37,752 Million
  전체 회원수: 약 1억3천만 명

SkyPE : 커뮤니케이션/VoIP 서비스
- 2006 전체 회원수: 약 1억7천만 명

옥션 : 한국 최대 Marketplace
- 2006 전체 회원수: 약 1천8백만 명
  거래량 : 하루 약 70억원

• 전세계 eBay country 중 최대의 모바일 강국인 한국에 대해 지대한 관심을 가지고 있음

모바일 커머스는 향후 2년 내 큰 성장을 이룰 것으로 판단함

• 국내 모바일커머스 시장은 시장형성 초기단계임
- 전체적인 거래규모나 traffic은 미미한 수준
- 데이터통신료 부담, 불편한UI 등이 barrier

• 옥션모바일은 2006년 8월 SKT 사용자 대상으로 최초 런칭 한 이후, 2007년 4월에는 KTF, 7월에는 LGT 사용자를 대상으로 서비스를 확장하고 있음

• 2007년 12월 1차 유무선 연동서비스 오픈을 시작으로 2008년 1Q 내 본격적인 유무선 연동 서비스를 제공할 계획임

• 모바일 상에서 다양한 결제 수단을 제공하기 위해 P/G사와 다각도로 협의 중

옥션 모바일 판/구매 프로세스는 인터넷 옥션과 거의 유사함

결제수단: 카드결제(결제수수료 2.95%), 핸드폰 소액결제(결제수수료 2.5%) 두가지를 제공하고 있음. 추후 계좌이체 등 결제수단 추가 예정

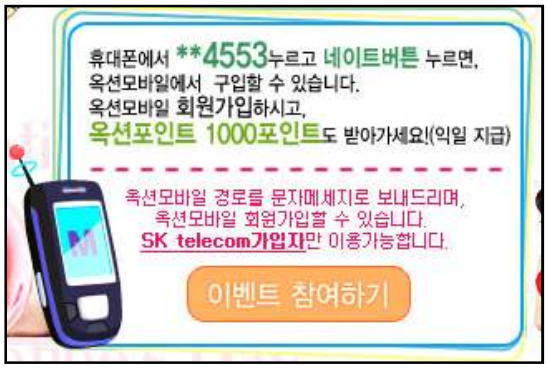
옥션모바일에 접근할 수 있는 다양한 경로를 제공하고 있음

Push SMS

Callback URL

**4553/4553

Page+ / Hot Number/WINC



Online Promotion

이벤트페이지에서 상품/이벤트 click

Callback URL

칼라코드

옥션모바일 인지도 향상 및 **Site** 활성화를 목적으로 다양한 채널을 활용한 마케팅 활동을 진행하고 있음

온라인(유선인터넷)

- On-Site
- ODM
- Viral Marketing

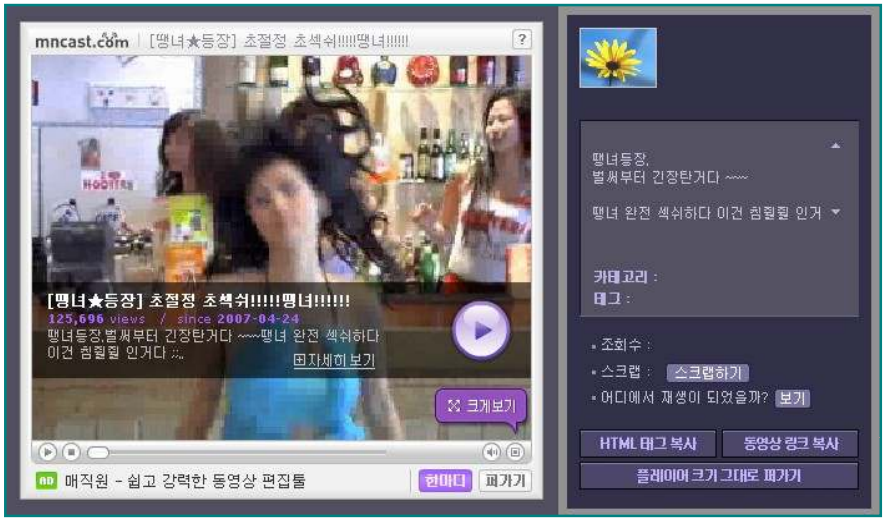
모바일

- Push SMS, MMS
- 제휴 마케팅
- 컨텐츠 서비스

오프라인

- 무가지
- 패션잡지

UCC를 기반으로 한 **Viral Marketing** 소개



[UCC 영상제작, 땡남/땡녀]

[UCC Site에 영상 등록]

일여 년간의 운영 결과, M커머스의 가능성과 함께 여러 가지 장벽을 경험하였음

향후 M커머스 성장의 잠재력을 확인

- 이용자 층
- 마케팅/프로모션
- 상품 카테고리
- 모바일 특성

그러나, 활성화에 아직 장애가 많음 또한 확인할 수 있었음

- 이용자 층/사용자 인식
- SMS의 스팸화
- 인프라
- UI
- 결제

옥션모바일의 관점에서 본 마케팅 채널 별 특성 비교

온라인(유선인터넷)

- 신규채널 구축

모바일

- 기존고객 Royalty 제고 및 activity 유지

오프라인

- 신규고객 확보

2008 옥션모바일 마케팅 방향

기 확보 고객의 **Activity** 유지

모바일 채널 마케팅**Tool**의 적극적 활용

타겟 연령층 확대 실험

모바일 서비스 업체 간 사업 제휴 확대

모바일 마케팅 활성화를 위한 제언

오프라인 기반 **vs.** 온라인 기반

SMS vs. MMS

정보 **vs.** 광고

개방 **vs.** 폐쇄

Push vs. Pull