
소셜 네트워크 서비스 Review

황 현 수

August, 2007



Table of Contents

1. SNS Definition

- 2. SNS Planning Tip
- 3. SNS Trendwatching
- 4. SNS Strategy



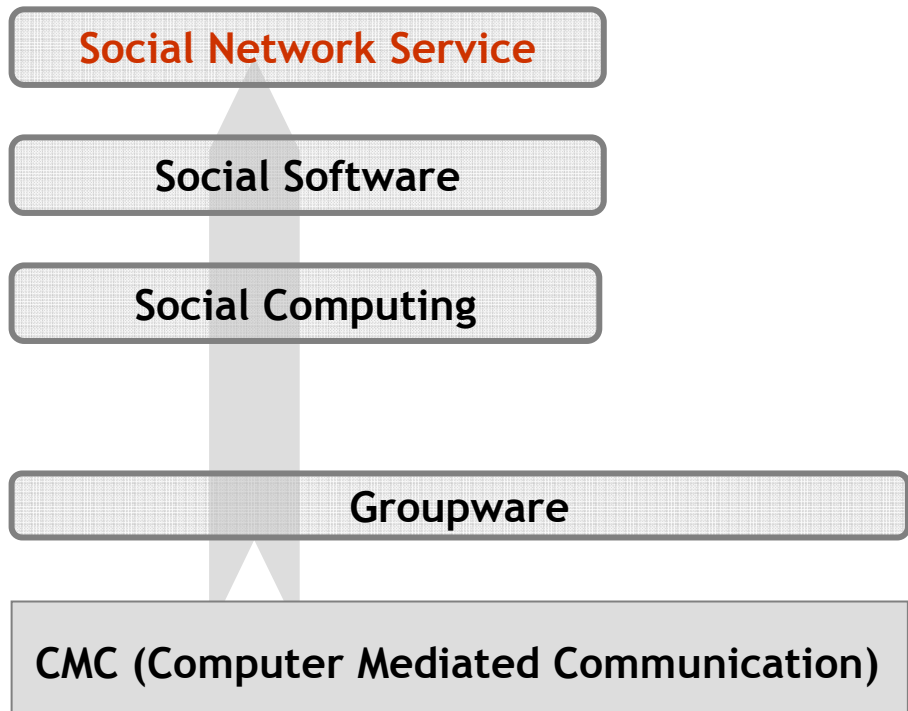
SNS 정의

- Social Network Service focuses on the building and verifying of online social networks for communities of people who share **interests** and **activities** (from Wikipedia)
- Services that create unique personal **profiles**, map out **relationships**, and leverage those **connections** to accomplish a task. (from Forrester)
- SNS란, 사회적 관계 개념을 인터넷 공간으로 가져온 것으로, 사람과 사람 간의 관계 맺기를 통해 네트워크 형성을 지원하는 서비스



그냥 단어만 직역하면 인맥 구축 서비스, 서비스적으로 풀어서 얘기하면 개인의 일상사나 관심사를 공유/소통시켜주는 서비스라 정의할 수 있음.

SNS 유래(1/2)



- SNS란 단어가 있기 전 그와 유사한 단어, 의미가 있었다.
CMC, GroupWare가 그것이다.
- 소셜 네트워킹은 인간의 본성.기본행위로, 인터넷에서는 Arpanet에서 연구원끼리 네트워킹했을까다.
- 그것이 기업에 들어와서 Groupware가 되었고,
- 인터넷이 대중화되면서 Usenet/메일링 리스트/MUD/메일/메신저/게시판/카페/미니홈피/블로그/미니블로그 등으로 확장된 것이다.

SNS 유래(2/2)



- 앞서 정의에서 보았듯이 SNS를 굳이 미니홈피, MySpace, Facebook에 국한 시킬 필요는 없다. 시키기도 힘들다.
- 지속적으로 새로운 서비스, BBS의 변종/진화 플랫폼들이 나타나고 있다. 어떻게 진화하고 있는지 살펴보는 것이 오히려 중요하다.

SNS의 핵심

“일단 Meetup(만남)하는게 목적,
그 다음은 Topic을 가지고 소통해야한다.
아이러브스쿨은 Meetup시켜주었다는데
큰 가치가 있었지만, 이후 지속적으로 들어올
기제를 제공하지 못했다.

...

이때 **싸이월드**는 지인의 집(미니홈피)에 가서
앨범(사진첩)을 보며, 간단한 수다(덧글)를 떨고,
방문기록(방명록)을 남기는
라이프로그 서비스로 어필하였다.”



초등학교 입학식때 찍은 사진입니다.
당시 사진사분 뒤로 어머니가 웃으라고 손짓했던 모습이
아직도 기억이 생생합니다.^^
사진찍는게 어색했던지라, 살짝 미소만,
아참..많은 분들이 묻더군요.
진달래를 등에다 붙이고 찍은거냐고.ㅋㅋㅋ

공개설정 : 전체공개

수정 | 삭제 | 스크랩

신병휘 : 꽃다발과 진달래가 연결되어 웃는얼굴을 돋보이게~(05.30 09:20)
임우영 : 몸에서 꽃이 자라나게로군요 (05.30 16:37)
류난희 : 어릴때 얼굴이 그대로..(수술은 안하신게 확실하군요.)(05.30 16:50)
조준형 : ㅋㅋㅋ KB카드 광고 냄새가 나는 건양(05.30 19:31)
황현수 : 류팀장님..진..얼굴이 그냥 그모양인가봐요.ㅋㅋㅋ(05.31 23:21)
신동하 : 이 사진을 보고 비의 KB카드 광고가 만들어졌군요~(06.04 12:58)

SNS의 Asset: 라이프로그, 소셜네트워크 – 이게 Lock-in !

Table of Contents

1. SNS Definition
- 2. SNS Planning Tip**
3. SNS Trendwatching
4. SNS Strategy



네트워크로 바라보기

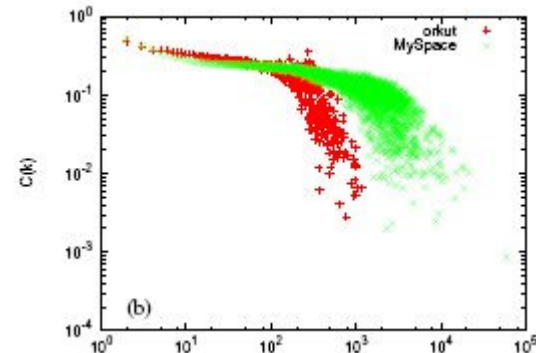
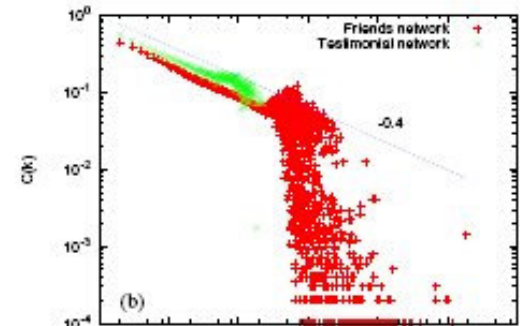
관계기반 친밀 네트워크

- Strong tie, Affinity network
- Example: 미니홈피
- 학연,지연 동창회

관심기반 공유 네트워크

- Weak tie, Interest-based network
- Example: 블로그
- 콘텐츠 기반 정보공유 그룹

출처: Analysis of Topological Characteristics of Huge Online Social Networking Services(kaist)



- CC(Clustering Coefficient)
 - 개인 네트워크의 조밀도
- Degree Distribution
 - 개인에 연결되어 있는 노드 수

SNS 서비스 기획시, Node에 대한 기획만큼이나 Link에 대한 기획이 중요함

미니홈피 vs 블로그

구분	블로그	미니홈피	비고
개방성	오픈	폐쇄, 준개방	SEO, 공유설정기능
주목적	Publishing	Networking	뉴스, 방명록
컨텐츠속성	미디어향	라이프로그향	떡복기집 갔을 경우 행동이 다르다 (부분 중첩화되고 있음)
타게팅	Early Mover + A	Everyone - B	초등학교 3학년 김나래양은 미니홈피를 쓴다
소통	덧글, 트랙백, 하드링크, RSS	방명록, 덧글	덧글의 가치 재발견(미니블로그)
주연결		이름UI	네트워킹 주채널
챙겨보기	즐거찾기, RSS	일촌맺기	네트워킹 보조채널
BM	검색광고(검색DB) 문맥광고(Adsense)	디지털아이템, 브랜드미니홈피	SNS의 과제
네트워킹 기반	온라인	오프라인	주 버디, 관계 재현 기본바탕

방명록 vs 메일

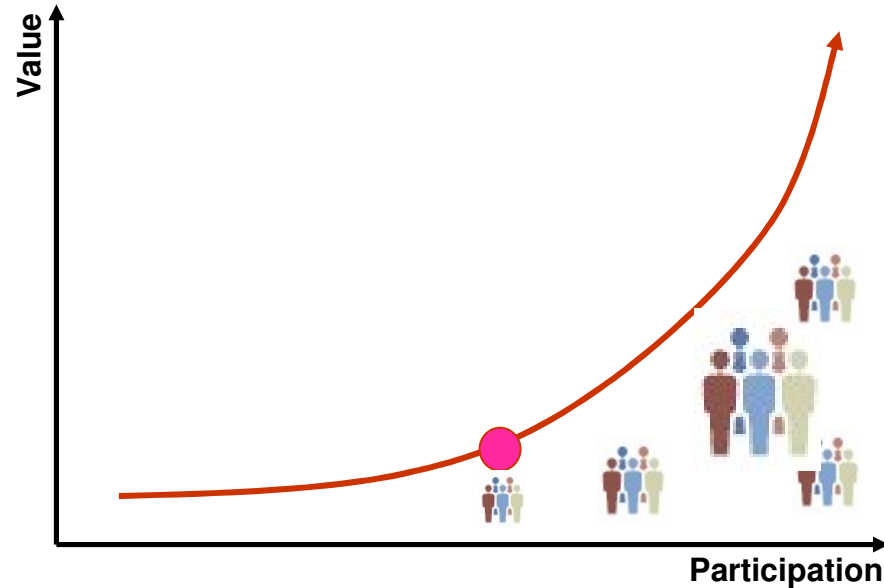


남이 보는 나의 공간이냐.. 나만 보는 나의 공간이냐..
글을 남기는 자세가 틀려지고 그것이 습관이 되고 그것이 문화가 된다.

SNS 서비스 Tip(1/3)

1. 네트워크 이펙트를 노려라

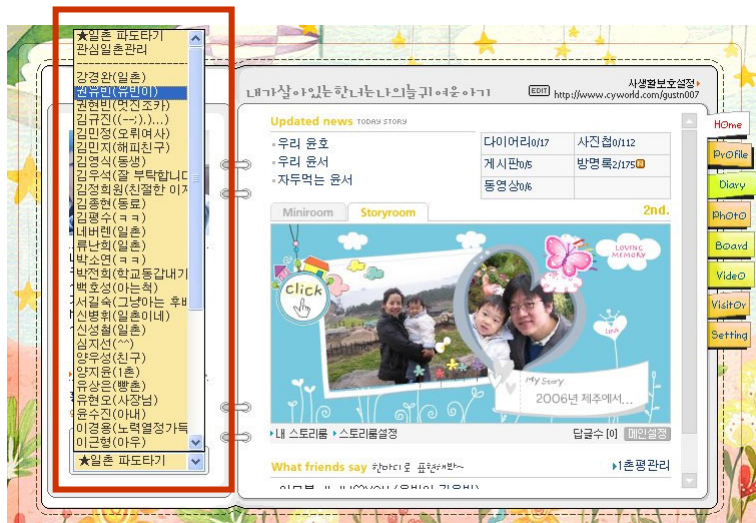
네트워크 서비스의 특징상 노드 하나 하나가 매우 중요하다..
노드 1개 잃는 것은 노드 N개를 잃는 효과를 불러일으킨다. 그 반대도 마찬가지로
링크를 많이 물고 있는 노드는 특히 잘해줘야한다.



SNS 서비스 Tip(2/3)

2. 노출되면 될수록 사용자 활동성을 증가한다

일촌파도타기, 이름UI, 사진이미지노출
노출되면 될수록 Attention 받는건 자연의 섭리..
관계 링크를 노출하면 좋다



SNS 서비스 Tip(3/3)

3. 당장의 피드백에 사용자는 어쩔줄 몰라한다

방명록 SMS 서비스, 플북페인, 미투데이
반응없는 인터넷에선 자랑질하는 것도 싫증나기 마련..
즉각적인 반응과 자극을 제공하면 좋다.

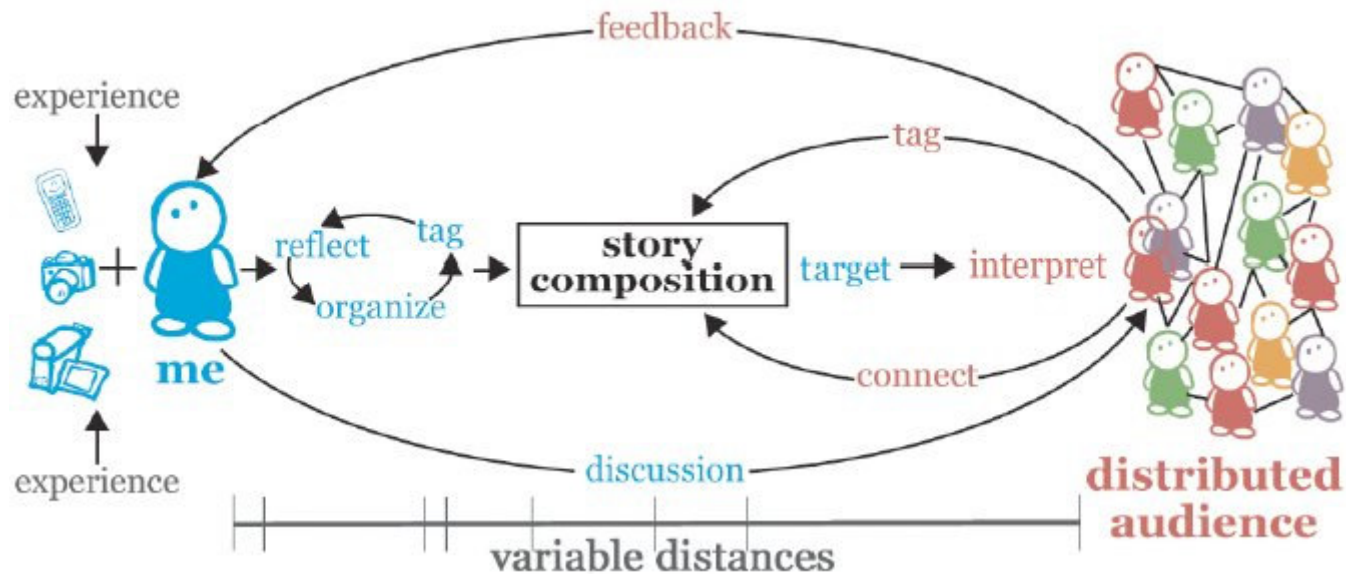


Table of Contents

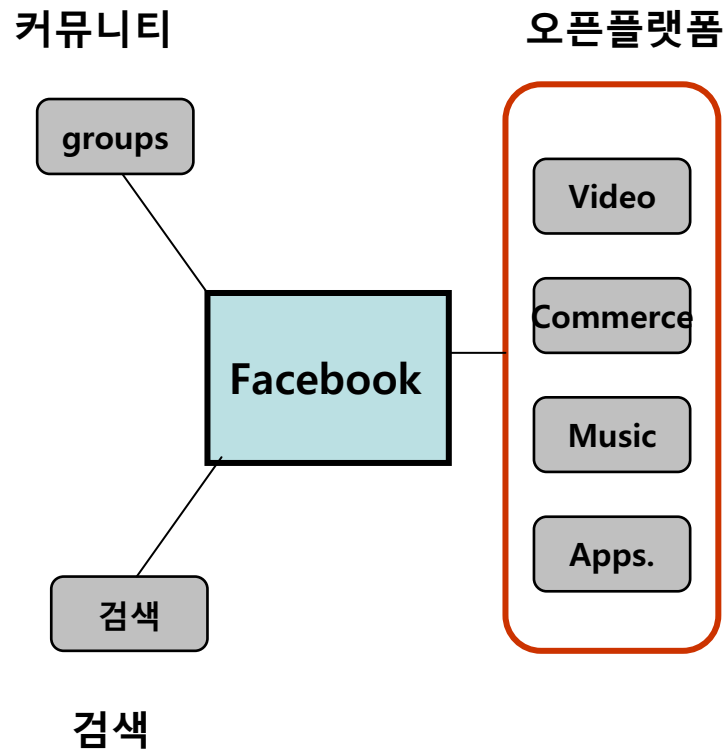
1. SNS Definition
2. SNS Planning Tip
- 3. SNS Trendwatching**
4. SNS Strategy



Facebook 오픈 플랫폼 전략

미국 SNS 서비스 성장세의 변화

- 2007년 들어 미국내의 SNS의 최강자 Myspace의 성장세가 둔화되는 반면 2인자였던 FaceBook이 매우 가파르게 성장중 (PV 증가율 : 121.91%)



FaceBook Platform

- 2007.5.24에 발표된 FaceBook의 New Platform으로 Open API를 통해 어플리케이션이 개발되고 구동되는 "Social OS"를 표방.

시사점

- 다양한 서드파티들을 통해 많은 서비스의 내재화 및 신규 서비스의 신속한 적용
- 플랫폼 자체의 기능을 강화를 통한 서비스 매력도 상승

구글 Socialstream



- 소셜 네트워킹 서비스의 Aggregator (구글 다운 접근)
- Multi Posting: OpenAPI
- Timeline: 관계/친밀도의 시간 Presentation
- Recent Update
- Easy Management
- 비디오감상:

<http://video.google.com/videoplay?docid=-6610704975433050156>

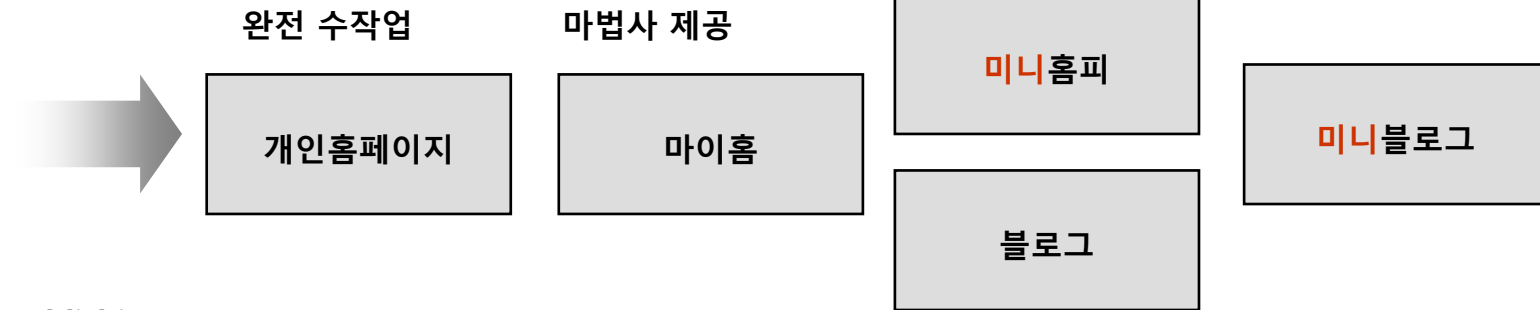
- 사용자 니즈는 알겠는데, Management로 접근한다? Orkut 2.0 ?
- 소셜 네트워크 서비스들의 메타 서비스가 실현가능한가?
- 과거의 히스토리, 사례가 우리에게 제시하는 바는 무엇인가.

개인홈피 트렌드

가볍고 자기자기한 소통

keyword: 소통, 가벼움, 자기자기함

미니로의 Transformation

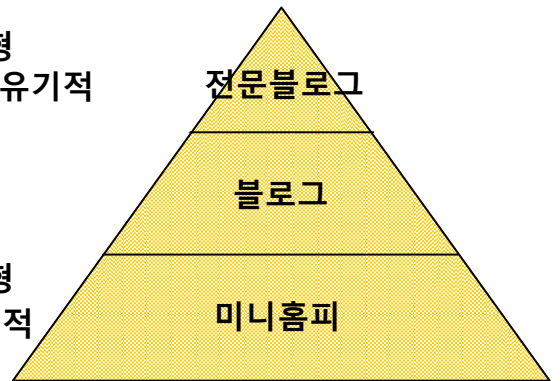


Publishing

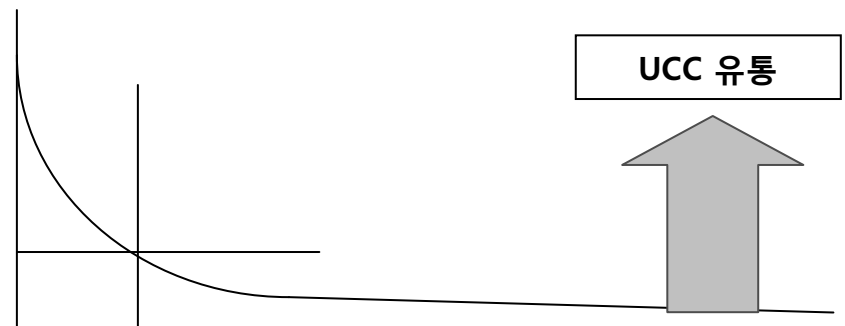
↑ 정보추구형
Search와 유기적
연계

↓ 관계추구형
IM과 유기적
연계

Relationship



* Triangle : Market Size



개인화 트렌드

(사용목적 자체가 다를 경우가 있지만)

- 음성통화 보다는 SMS로 소통하는 걸 좋아하고,
- 이메일보다는 미니홈피 방명록이 좋고,
- 뉴스그룹보다는 플톡, 미투데이와 같은 마이크로 블로그가 어필하는 이유는...
- **가볍고, 비동기적이고, 자기공간화** 트렌드를 주목할 필요가 있다

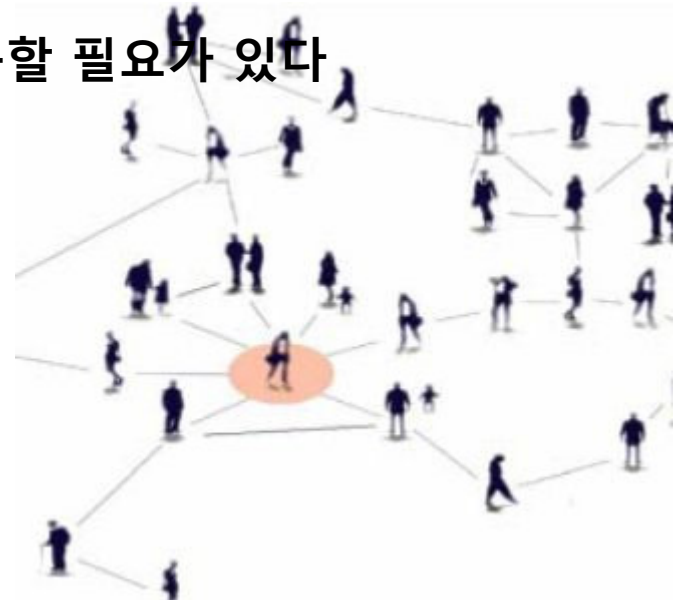


Table of Contents

1. SNS Definition
2. SNS Planning Tip
3. SNS Trendwatching
- 4. SNS Strategy**



SNS의 위치

인터넷 서비스의 양대 축: 검색 & SNS

- 정보를 찾고자 하는 기본 욕구
- 오프라인에서 무언가를 하기 위해 온라인에서 검색을 한다
- 어떤 영화를 볼까?
- 어디 놀러 갈까?

- 누군가와 소통하고자 하는 기본 욕구
- 인터넷이란 온라인 공간에서도 오프라인과 같이 대화를 하고 싶다
- 영화 '디워' 어때?
- '안면도' 여행 후기

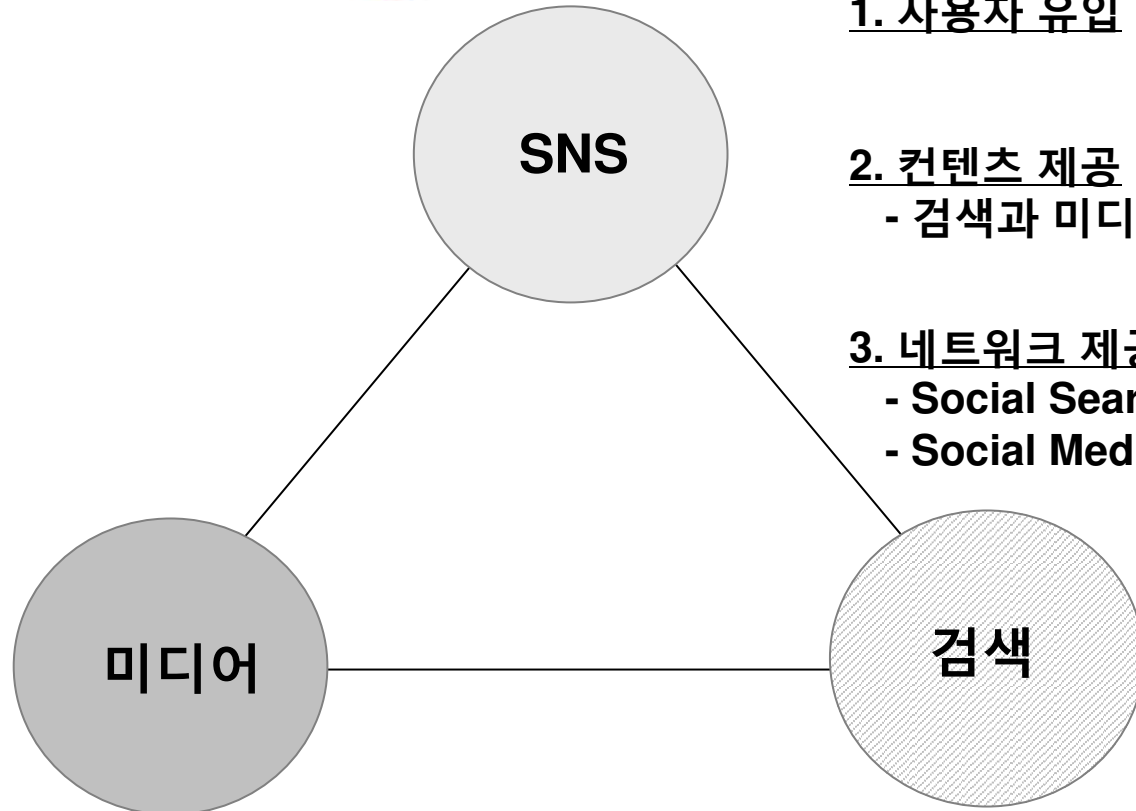
검색

+

SNS

[Case] 이번 여름에 가족과 함께 어디가야할지 고민이다.
어떤 방법, Flow로 의사결정단계에 이르는가?
SNS는 발품 파는데 지름길을 제공해주는 역할을 한다

SNS의 역할



1. 사용자 유입

2. 콘텐츠 제공

- 검색과 미디어 DB로 활용

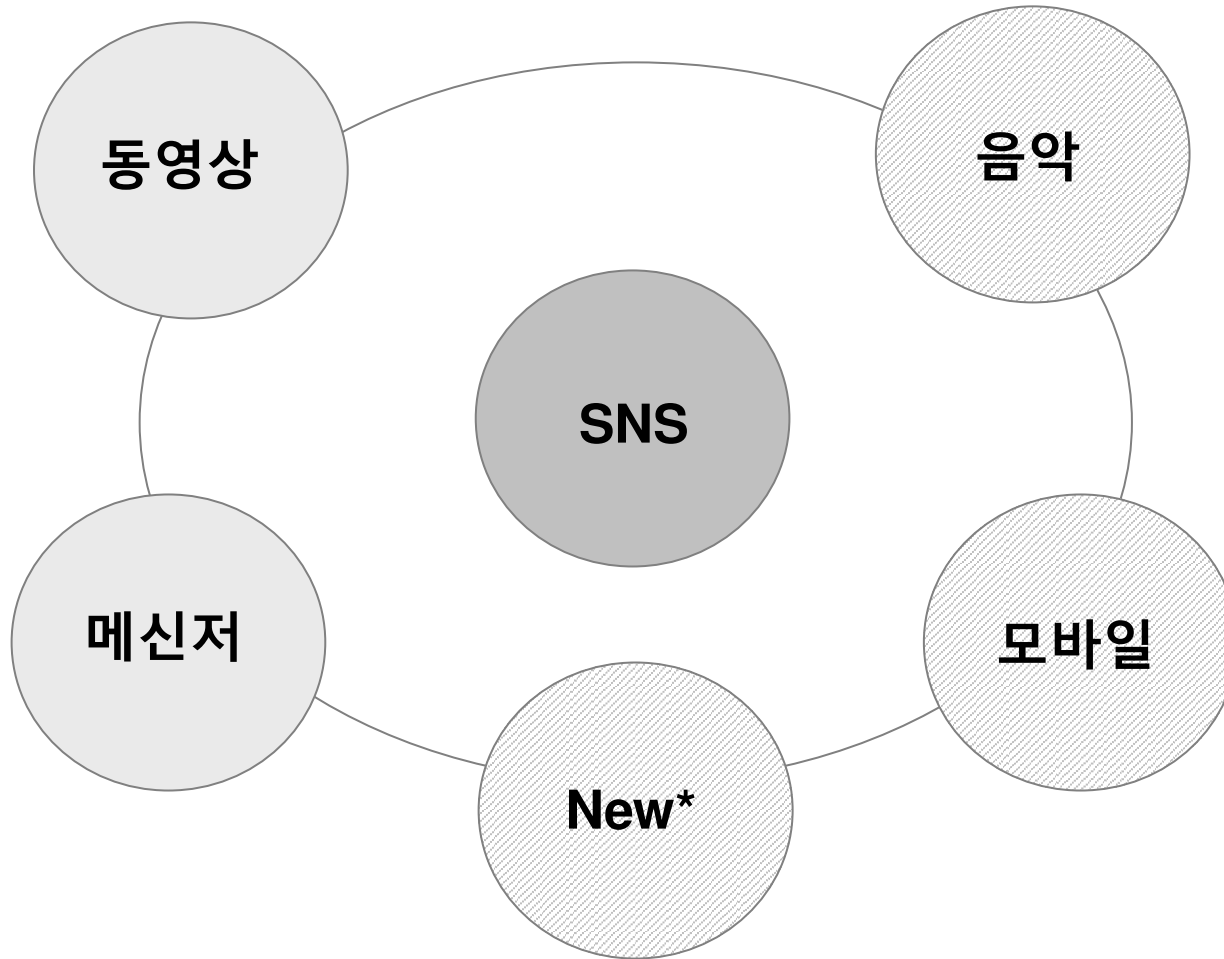
3. 네트워크 제공

- Social Search

- Social Media



SNS 시너지효과



- **동영상** 유통채널 No.1은 SNS다
- YouTube의 성공은 SNS와의 결합
- **메신저**는 SNS와 찰떡궁합
- 미니홈피는 네이트온 파워 Up 일등공신
- **모바일** 서비스 중 활동성이 높은 서비스: 모바일싸이월드
- **음악**은 SNS에 가장 보편적이고 콘텐츠
- 싸이월드 BGM: 온라인 음악 매출 1위

SNS의 가치(1/2)

SNS에 대한 Valuation?

2005년 7월 MySpace 인수가 5.8억 달러 (by News Corp.)

2006년 8월 MySpace 광고계약 9억 달러 (by Google)

2006년 9월 Facebook 인수제안가 10억 달러 (by Yahoo) - rejected

2006년 10월 YouTube 인수가 16.5억 달러 (by Google)

...

2007년 8월 현재 Facebook 인수예상가 30억 달러

- Facebook의 고민, Google이 될 것이냐, MySpace가 될 것이냐

SNS의 가치(2/2)

SNS에 왜 그리 관심이 많은가? Eyeball, Marketing Platform

Eyeball

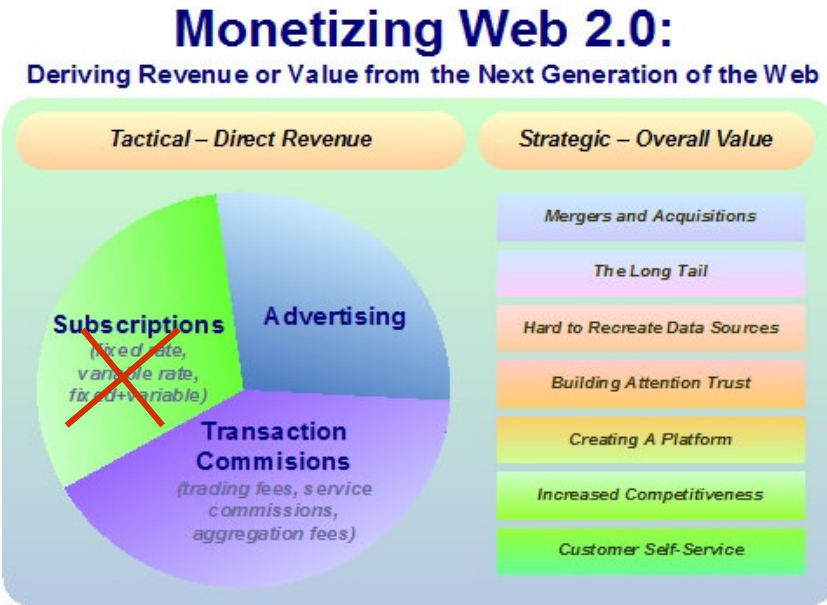
- SNS는 낚시하기(^^) 좋은 플랫폼
- 체류시간이 길면 길수록 유리
- 이마트에 가서 찬 거리 사다보니 어느덧 TV를 사고 있더라
- 이마트는 먹거리 시장에서 종합 쇼핑몰이자 지역 광고몰로...

Marketing

- Marketing의 발전: 1:N -> 1:1
Direct & Interactive MKT
- 소규모 네트워크는 대규모의 집단보다 역동적이고 충성도가 높은 타겟
- 뭔가 사더라도 지인(SN)을 통해서
- 특히, 고관여 일수록 소셜 네트워크(SN)의 가치는 높다

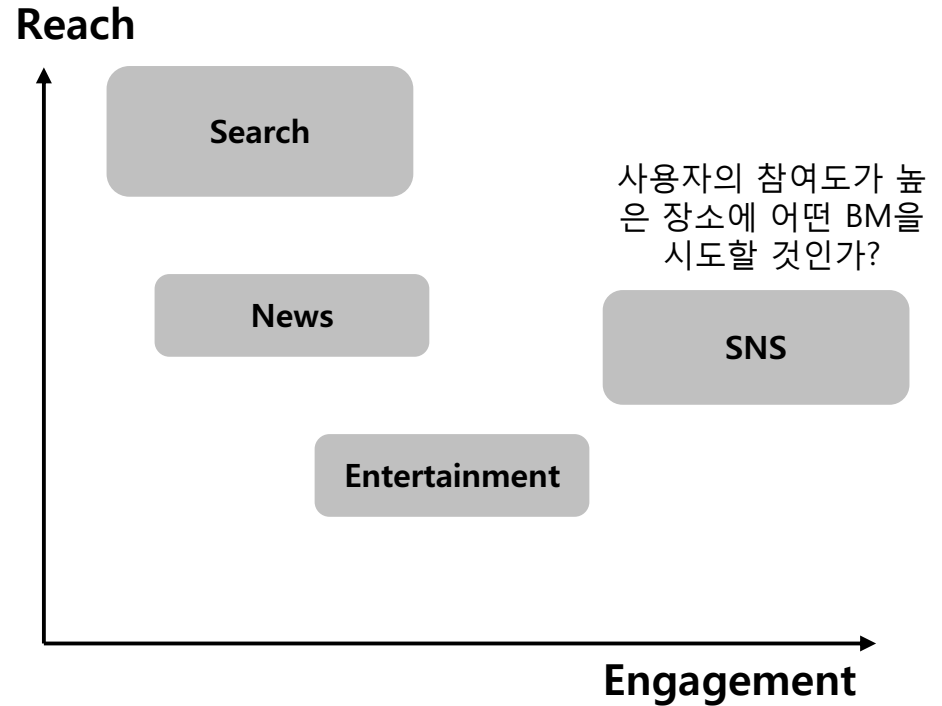
인터넷에서 Monetization으로 한방 보여준 검색처럼 SNS 또한 Monetization에 대한 기대감이 있는게 사실이다.

SNS의 BM



Source: <http://web2.wsj2.com>

광고(검색, 디스플레이)와 중계료(커머스, 콘텐츠) 외 새로운 BM은 무엇이 있을까?



디지털 아이템, 수익쉐어형 문맥광고 외 SNS에서의 다른 BM은 뭐가 있을까?

Ex. Brand 마케팅

- 사용자의 참여도를 브랜딩으로 적극 활용한다



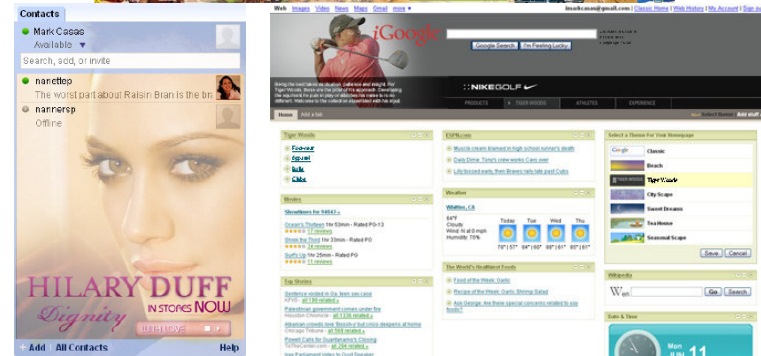
옷을 입고



를 마시는 그대가 바로 브랜드 마케터

- 브랜드 커뮤니티 → 브랜드 미니홈피, 브랜드 블로그 → 브랜드 마케팅
- 프로모션, 단순정보 제공을 넘어 브랜드 로열티를 Social Network로 유통시킨다
- Tool: Scrap, Embedded Badge & Skin
- ROI: Reach, Trust

왜 SNS를 활용한 브랜드 마케팅이 필요한가?
 -정보 제공(안하면 손해?)
 -브랜드에 대한 애정(러브마크!)



SNS 서비스 확장

SNS에 LBS가 합쳐지면 ...



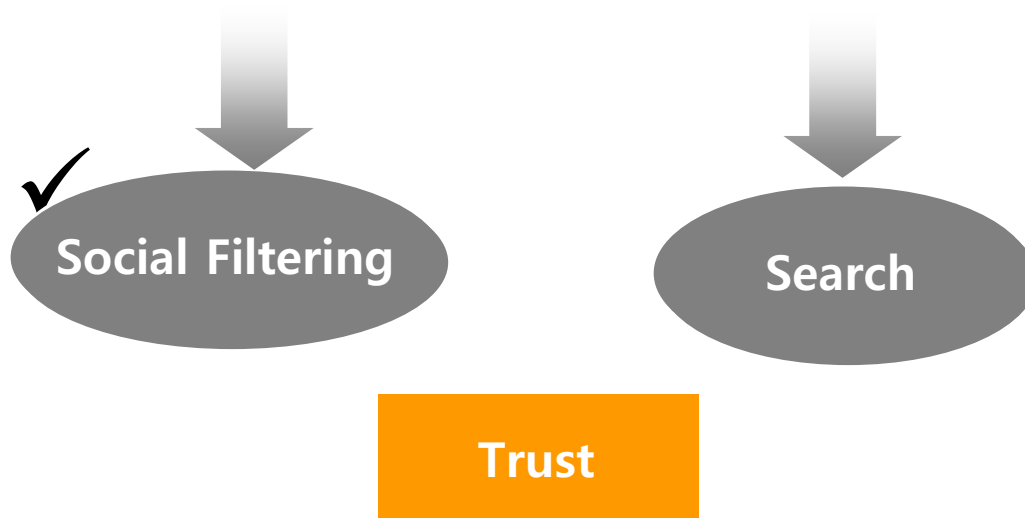
- 기본구성요소: Map + 미니블로그
- Benchmarking: twittervision, 지하철블로그
- SNS는 많은데, 지역기반이 없다. Why Not?

- 사용자 시나리오
 - 오리역 근처 중국집 소개해주세요?
지식in, 업체들의 진입으로 신뢰도 하락
 - 00 중국집 어때요?
좀더 SNS에 가까운 Q&A

오프라인을 거점으로 가벼운 소통을 제공한다
지역 정보가 아니라 지역 이야기로 접근한다

SNS Scope 확장

관계 Network	정보 Network
높은 사적 신뢰(오프라인 인간관계 반영도가 높음)	개방성과 tolerance
강한 동조(conformity) 압력	약한 동조(conformity) 압력
High network externality	Weak network externality
High lock-in effect	Weak lock-in effect



- Social Shopping
- Advertising on SNS
- Infotainment



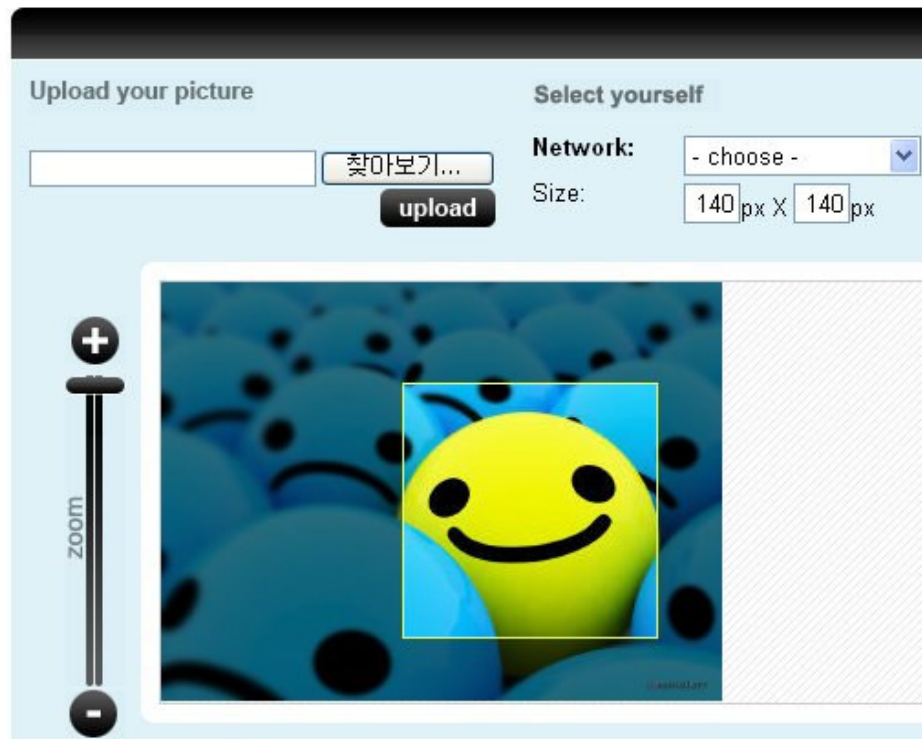
Table of Contents

1. SNS Definition
2. SNS Planning Tip
3. SNS Trendwatching
4. SNS Strategy
- 5. 쉬어가는코너**



프로필 사진 Maker

사이트 주소: <http://mypictr.com/>

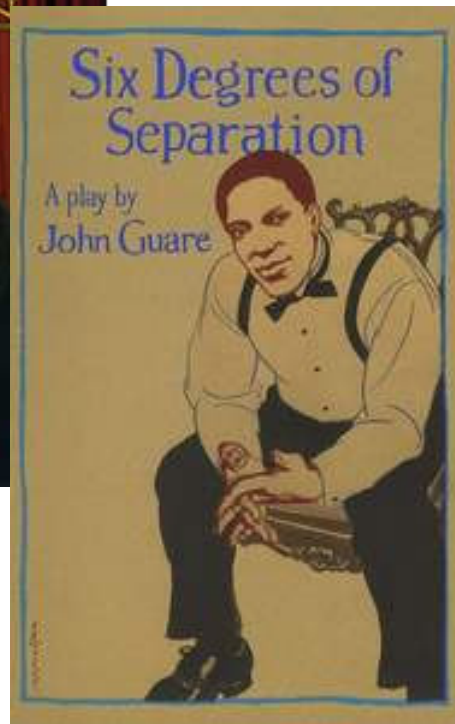
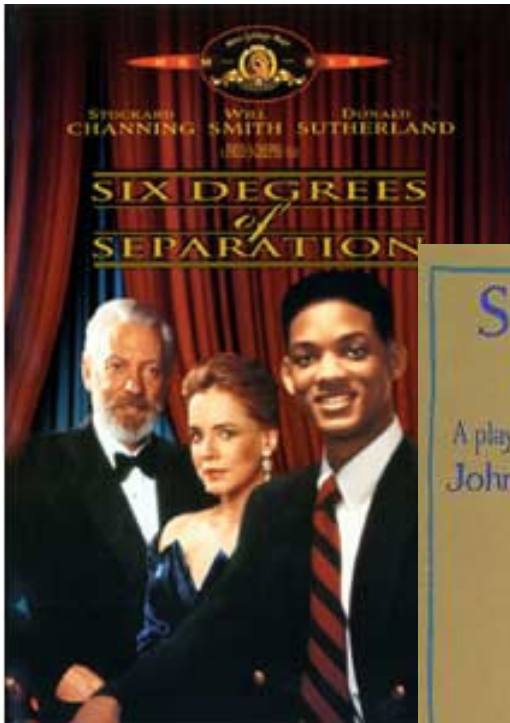


좋은 사이트를 발견하면 공유하고 싶다. 😊



소셜 네트워크 연구(1/4)

Milgram은 미국에서 Small World에 대한 실험을 실시하여 미국인들의 네트워크 구조를 분석



1967년 하버드대학 심리학자 Milgram은 미국 내 임의의 두 사람 간 거리를 알고자 무작위로 선택된 두 개인 사이에 편지 전달 실험 실시

네브라스카 주의 오마하에서 시작하여 보스턴에 살고 있는 주식 중계에게 연결

160개의 편지 가운데 42개가 최종적으로 도달하였으며 평균 5.5단계를 거쳐 전달

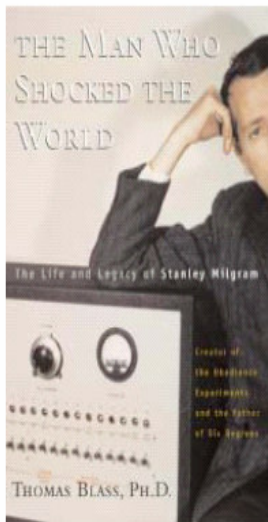
6 Degrees of Separation

소셜 네트워크 연구(2/4)

(Q) 싸이월드에서는 몇 명만 거치면 서로 아는 사이일까요?

(Q) **4.54**명만 거치면 서로 아는 사이입니다.

Milgram의 Small World



1967년 하버드대학 심리학자 **Milgram**은 미국 내 임의의 두 사람 간 거리를 알고자 무작위로 선택된 두 개인 사이에 편지 전달 실험 실시.

160개의 편지 가운데 42개가 최종적으로 도착. 평균 5.5단계를 거쳐 전달.

6 degrees of separation

한편 싸이월드에서는??

• 활동중인 회원간에는

→ **3.7명**

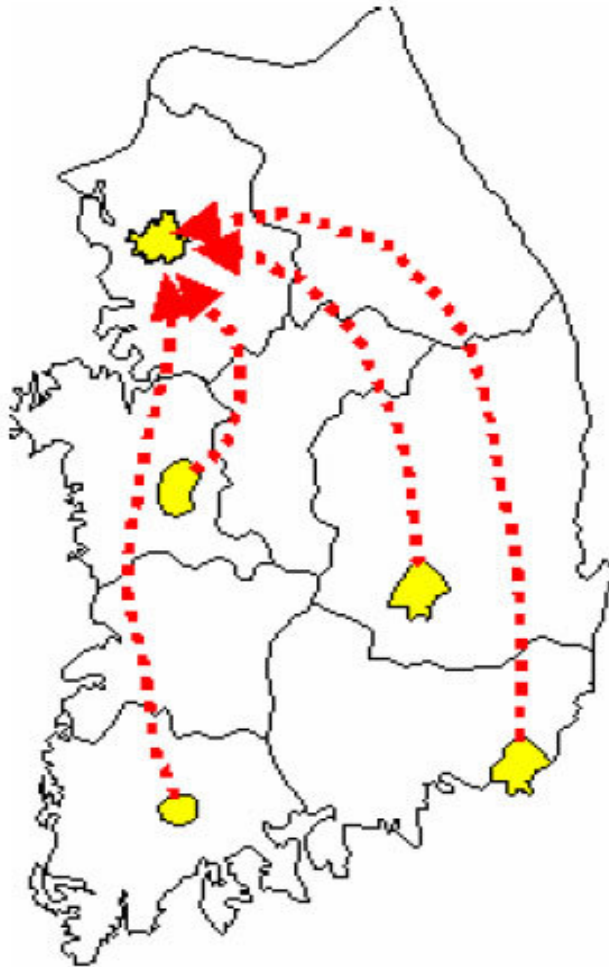
• 비 활동중인 회원까지 포함하면

→ **4.54명**

을 거치면 아는 사이가 됩니다.

소셜 네트워크 연구(3/4)

연세대 사회발전연구소 김용학 교수의 주관아래 우리나라의 Small World에 관한 실험 실시



2003년 5대 도시 거주하는 사람 중 무작위 추출한 108명에서 출발

17개가 최종 도달하여 도달율이 15.7%으로 미국보다 낮음

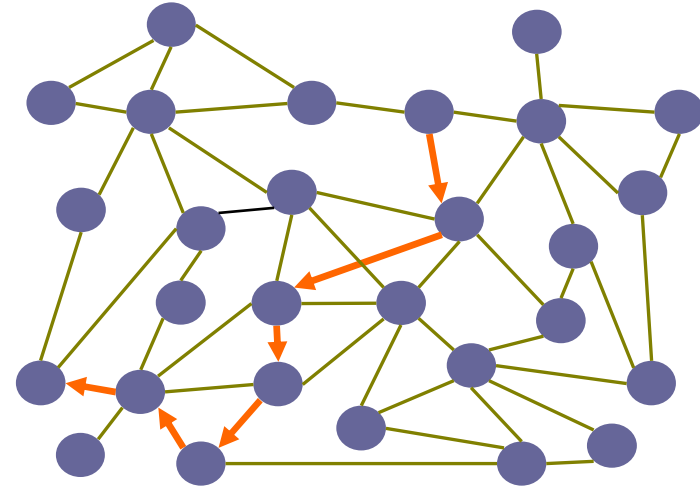
한국인은 평균 **4.6**인의 단계를 거쳐서 연결됨

미국(**5.5**)인보다 1인정도가 적음

연세대학교 사회발전연구소(소장 김용학 교수)

소셜 네트워크 연구(4/4)

- 초대 관계
- 즐겨찾기 관계
- 스크랩 관계
- 커멘트 관계
- 북마크 관계
- 거래 관계
- 구매 관계
- 선물 관계
- 태그, RSS구독, 메일 송수신 등 ...



“ 어떤 링크를 소셜 네트워크로 볼 것인가?
소셜 네트워크를 가지고 무엇을 할 수 있을까?
네트워크에 대한 가치 재발견.. ”

감사합니다 ☺

황 현 수
사이월드 사업본부
SK 커뮤니케이션즈

메일/네이트온:

gustn009@nate.com

블로그:

<http://ittrend.egloos.com>

미니홈피:

<http://cyworld.com/gustn007>

개인홈피:

<http://happy2be.net/ori>

