

# 왜 지금, 위젯 마케팅인가?

@ Widget & Viral Marketing Conference 2008

2008 / 05 / 28

위자드웍스 대표이사 / Widget Evangelist

표 철 민 (pyo@wzd.com)

# 01 새로운 마케팅 채널, 위젯이 몰려온다.

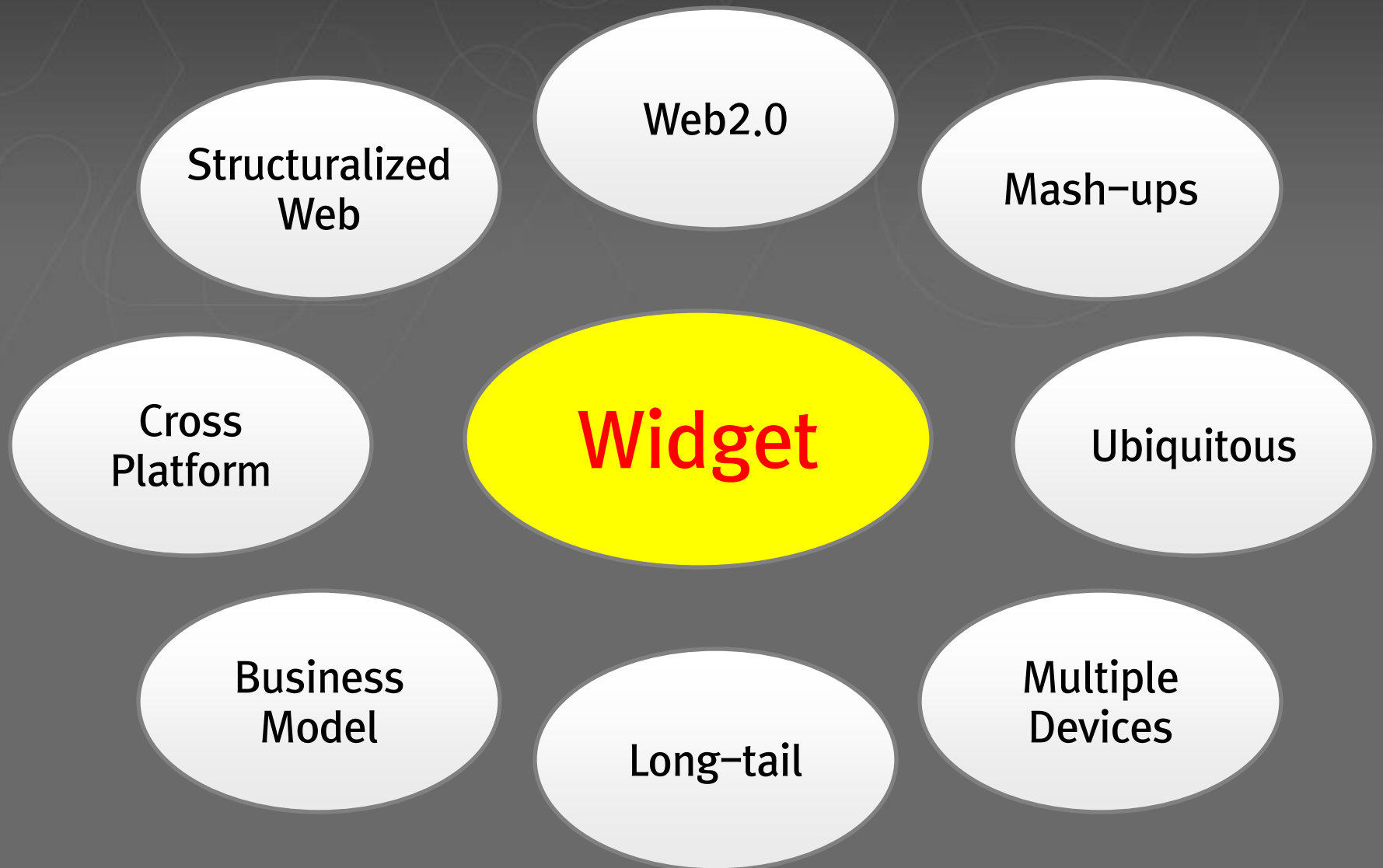
# 1.1. 위젯의 정의와 기원 – 새로운 거짓말



- **Portable application component** that can be executed **across multiple platforms** without requiring additional compilation



# 1.1. 위젯의 정의와 기원 – 새로운 거짓말



# 1.1. 위젯의 정의와 기원 – 새로운 거짓말

- 2006. 12. 30 Newsweek

Newsweek Home » Technology

## Newsweek Technology & Science

Subscribe Now | Make Newsweek Your Homepage | Newsletters | RSS

### The Year of the Widget?

...a fair bet 2007 will be all about further customizing your online life.

**WEB EXCLUSIVE**

By Brian Braiker  
Newsweek  
Updated: 9:26 p.m. ET Dec. 30, 2006

Dec. 22, 2006 - Sean Stroupe has a fairly typical MySpace page in that it's fairly atypical. His profile is tricked out with a song that plays whenever his page is reloaded, two slideshows from recent parties, a couple of YouTube videos that caught his fancy and an audio message from his mother, posted with just a twinge of irony. "You want to make it as interesting as possible. Or as fun," he says of customizing one's profile. Millions of MySpace members dress up their pages with videos, music, photos and more. And the technology that makes it all possible is so easy to use that, like Stroupe, many MySpacers didn't even know they were using it. But each movable part of Stroupe's profile is there thanks to a widget. Get used to that word.

[Story continues below ↓](#)

Courtesy Apple

Leaping 'Leopard': Some of the widgets that will come with Apple's new operating system this year include a clock, weather updates, stock tickers and the ability to build your own widgets

**NEWSWEEK AUDIO AND VIDEO** 1/5

**Audio: MySpace v. Facebook**  
May 20, 2007: NEWSWEEK's Steven Levy and his son, Andrew Levy, as guests on NEWSWEEK On **continued...**

...If 2006 was all about social networks, user-generated content and YouTube, then it's a fair bet that **2007 will be about further personalizing life online...**

... "The Google personal homepage is the fastest-growing Google product," says Marissa Mayer, the company's vice president of 'search products and user experience', **"This market is going to be very large."** ...

# 1.1. 위젯의 정의와 기원 – 새로운 거짓말

- 2007. 7. 23 / 2008. 2. 29 BusinessWeek



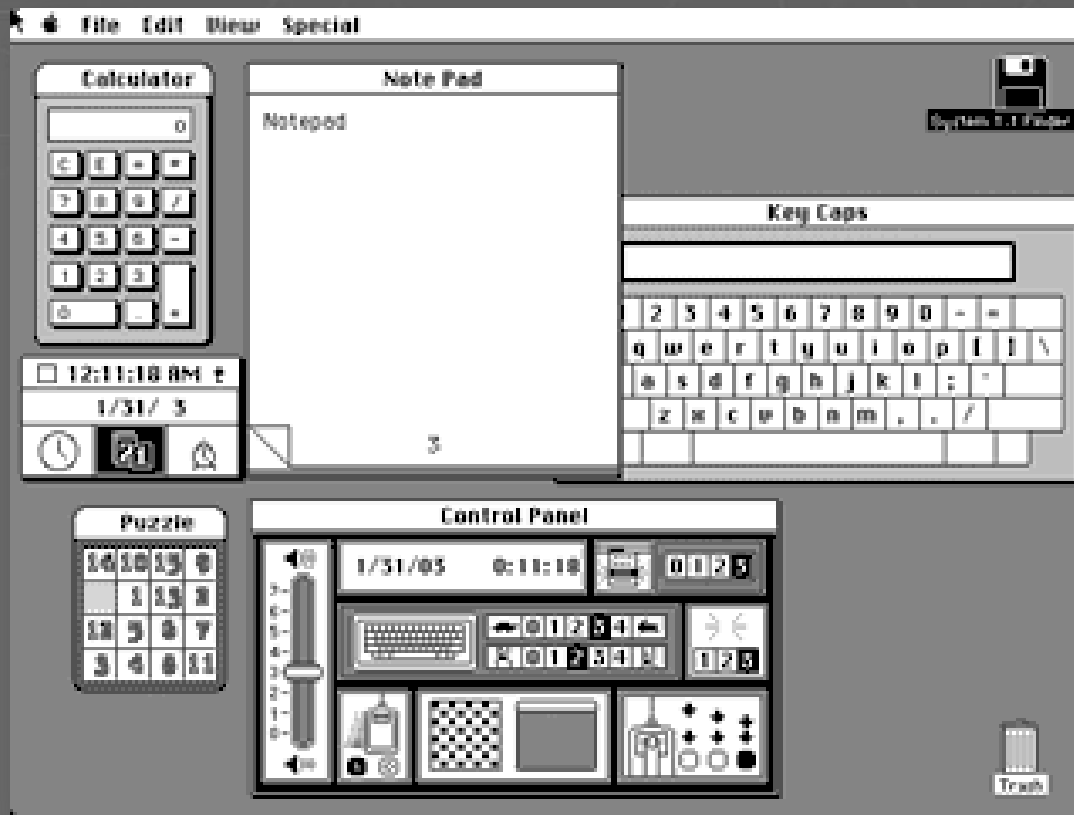
... Marc Andreessen has seen one Web epoch. He co-founded Netscape Communications Corp. (TWX),... Now he's convinced something similar is happening. "I think the Internet is going through **a major, major shift**," says Andreessen....

... "Widgets are **a fundamentally important idea**," says Vinod Khosla, one of the Valley's most respected venture capitalists, who has invested in two widget makers, Slide and iLike. "I believe it has the potential to create **big billion-dollar winners**."

# 1.1. 위젯의 정의와 기원 – 오래된 진실



# 1.1. 위젯의 정의와 기원 – 오래된 진실

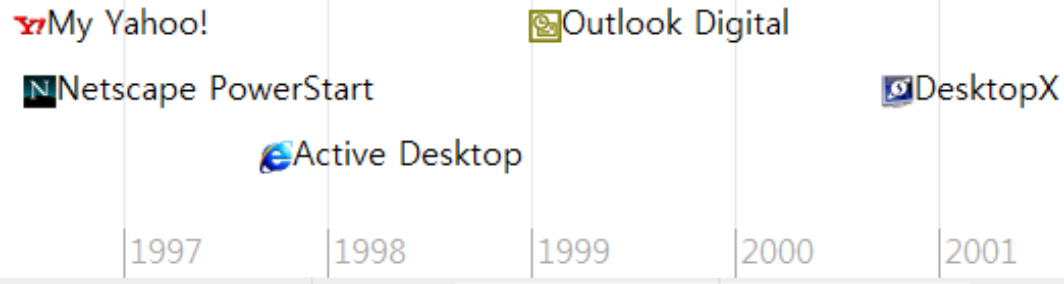




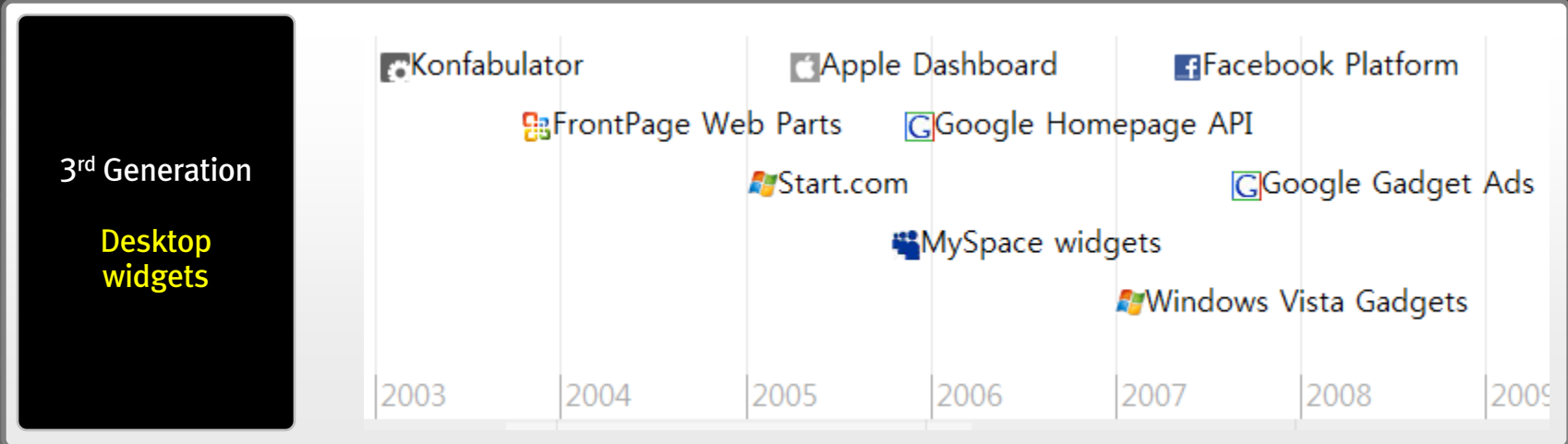
# 1.1. 위젯의 정의와 기원 – 오래된 진실

2<sup>nd</sup> Generation

Personalized  
homepage



# 1.1. 위젯의 정의와 기원 – 오래된 진실



[Source] Niall Kennedy's Weblog (<http://www.niallkennedy.com/blog>)



[Source] <http://cooing.kr/694>

## 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everything



모든 종류의 인터넷 콘텐츠를 담을 수 있는 무한한 확장 가능성

# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everything



날씨, 시간, 뉴스 등 생활 정보

Information  
Widget

# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everything



게임, UCC 등 Entertainment



Entertainment  
**Widget**

# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everything

Mash-up 어플리케이션

# Mash-up Widget

# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everything

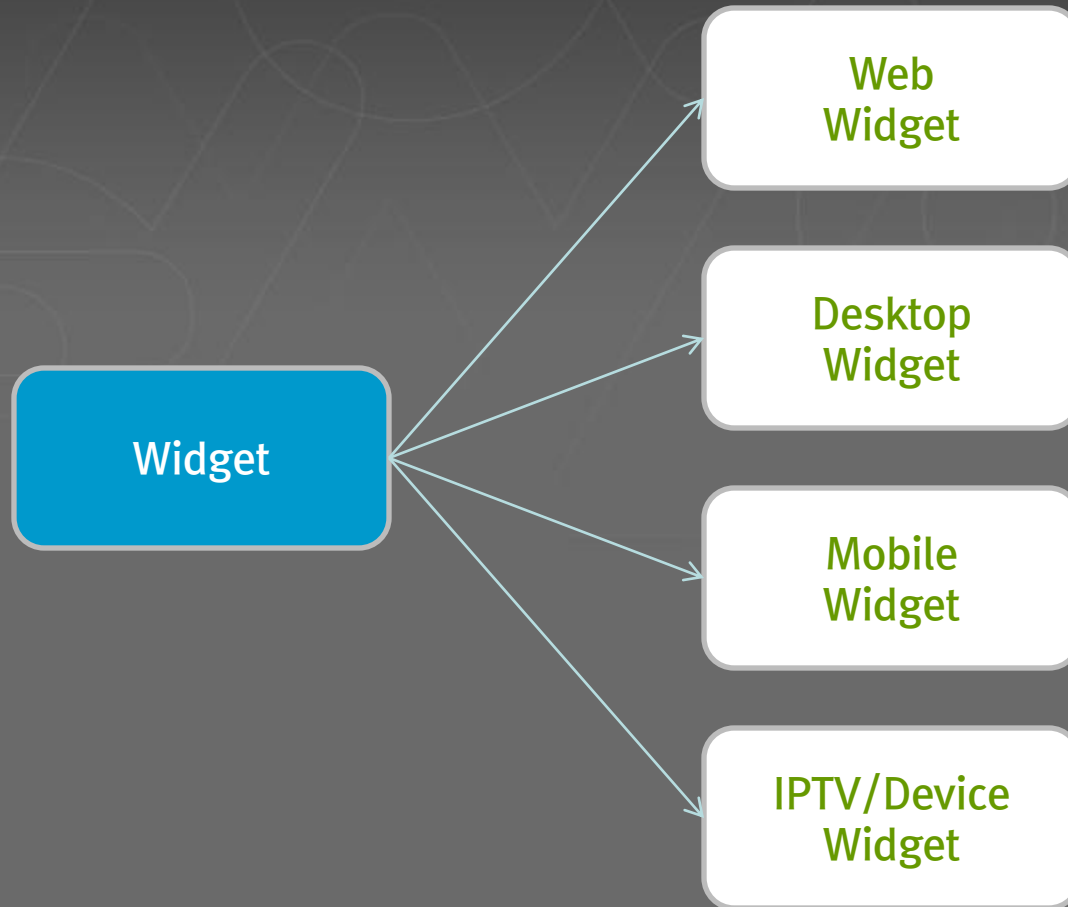
The collage features several widgets: a 'UNILOCK' widget with a woman's face; a 'LOTTE DEPARTMENT WIDGET' advertisement for a '01 롯데백화점 위젯 패키지' (01 Lotte Department Widget Package) with Korean text and images of various widgets; a weather widget showing '22° INCHEON' with a cloud icon; a time widget showing '12:57 PM INCHEON' with a clock icon; and a 'Wall Street INSTITUTE' logo at the bottom.

광고 / 캠페인



Ad/Marketing  
**Widget**

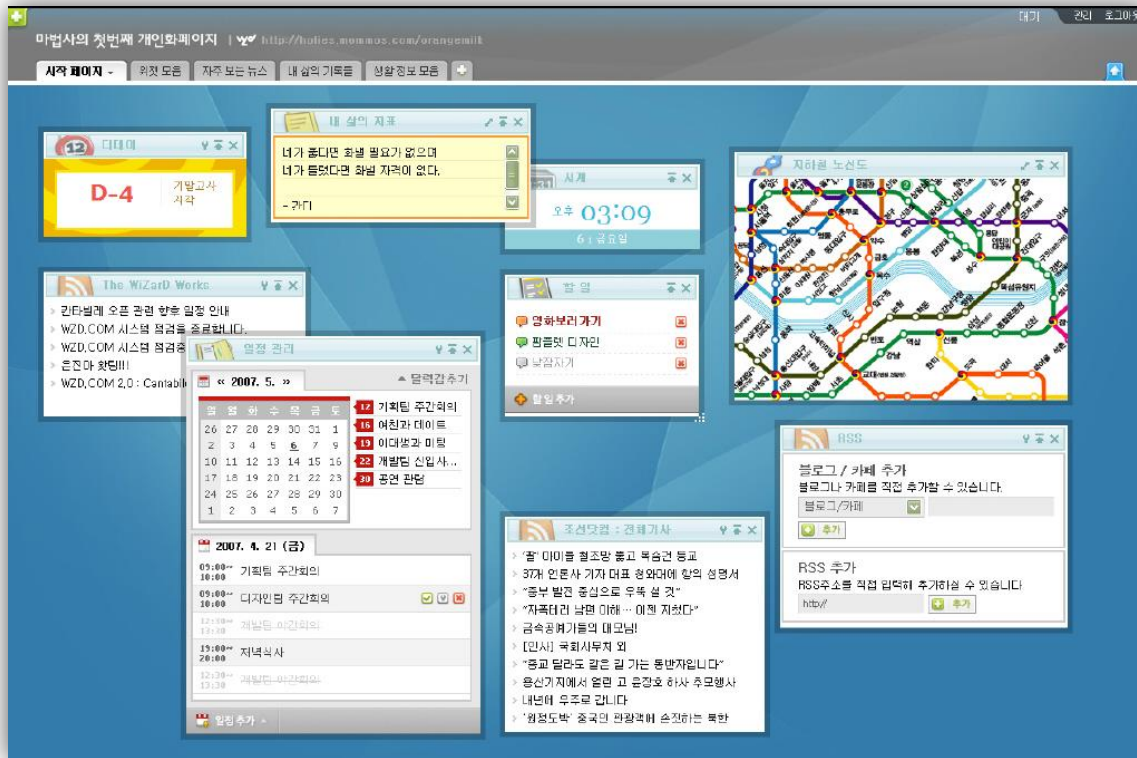
## 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everywhere



다양한 기기 환경에서 구동 가능한 진정한 유비쿼터스 광고 플랫폼



# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everywhere



## 웹 위젯

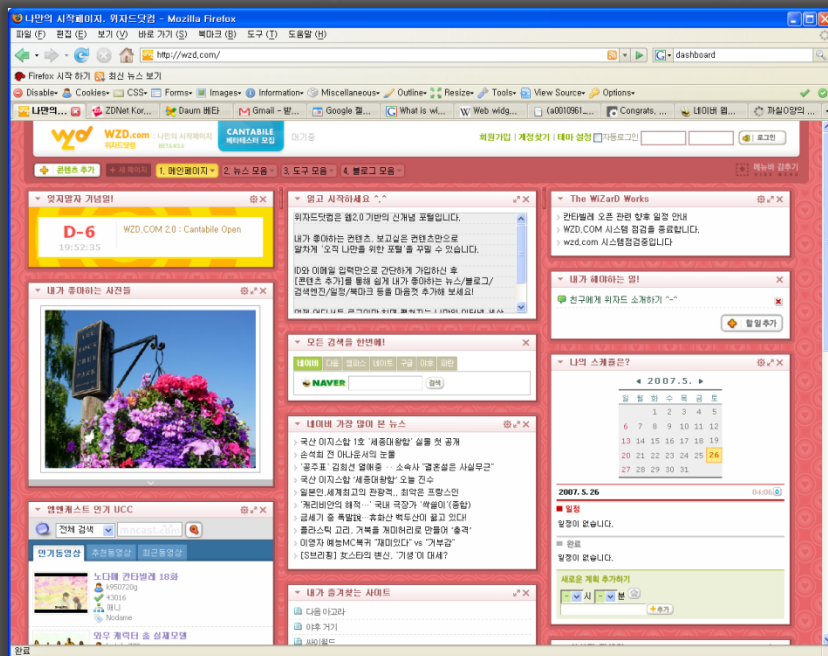
HTML 기반의 웹페이지  
내에서 단일 기능을 수행  
하는, 삽입과 삭제가 가능  
한 한 단위의 코드 묶음

- Wikipedia

# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everywhere

- 웹 위젯

- 초기 광고, 마케팅, 이미지, 동영상 등 콘텐츠 배포 매체 형태로 등장하여 진화
- 웹서비스로의 연결 통로 및 콘텐츠 소비 채널 역할 (Flickr 위젯 성공 사례)
- 데스크탑 위젯에 비해 시각적 요소가 부족하나 설치가 필요 없고 Cross-platform, DB가 웹에 있어 데이터 동기화가 필요 없는 최대의 강점



# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everywhere



## 데스크탑 위젯

호스트 소프트웨어 시스템(위젯 엔진) 내에서 작동하는 작은 크기의 어플리케이션

- Wikipedia

# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everywhere

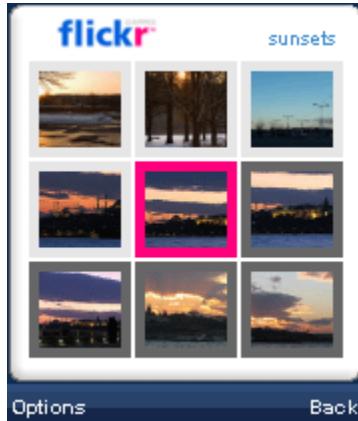
## • 데스크탑 위젯

- 자주 사용하는 서비스로의 접근 경로 또는 **Application의 Lite 버전 기능 수행**
- 웹 위젯에 비해 시각적 요소 뛰어나나 **설치 기반, 플랫폼 종속적, 동기화 한계 문제**



- 일정관리
- 검색
- 메모장
- CPU 사용량
- 증권정보
- RSS 리더
- 액자
- 운세
- .....

# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everywhere



## 모바일 위젯

이동통신 기기 상에서 구동되는 작은 크기의 어플리케이션으로 하나의 위젯 엔진 위에서 동작하는 다수의 어플리케이션 묶음

# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everywhere

## • 모바일 위젯

- 이동통신 단말기 대기화면에서 상시적으로 동작하는 위젯
- LBS, MMS 연동 등 무선 환경에서만 접근 가능한 인프라 및 서비스를 Mash-up 할 수 있어 기존의 웹/데스크탑 위젯이 보여주지 못하던 기능을 수행할 수 있음
- 특히 위젯 이용에 대한 과금 체계가 매우 간편해 유료화에 있어서도 큰 가능성
- 웹-데스크탑-모바일 간 DB를 연동하는 위젯 등장 가능 / 플랫폼, 디바이스 한계 존재



# 1.2. 위젯의 종류와 특징 – Everywhere



## IPTV/Device 위젯

**IPTV, 혹은 위젯 전용 단말기**를 통해 구동되는 작은 크기의 어플리케이션으로 하나의 위젯 엔진 위에서 동작하는 다수의 어플리케이션 묶음

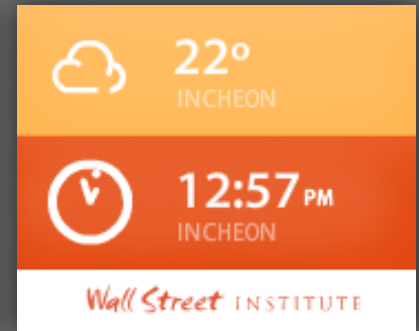




# 1.3. 위젯 마케팅이란 무엇인가? – 정의



- 위젯을 매체로 활용하는 온라인 광고 방식**으로 광고만이 위젯의 고유한 기능이 되는 **직접 위젯 마케팅**과 별도의 고유 기능을 갖는 위젯에 기업 광고를 부가적으로 삽입하는 **간접 위젯 마케팅**이 있음.



# 1.3. 위젯 마케팅이란 무엇인가? – 캠페인 구조

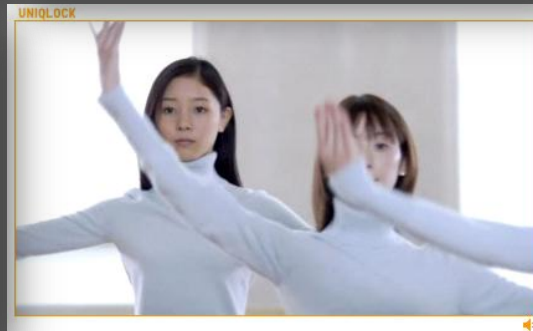
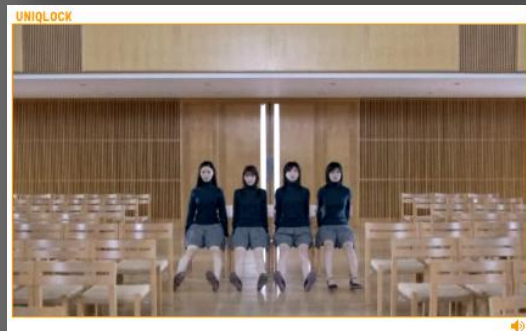
“Make Once, Run Everywhere!”



## 02 위젯 마케팅이 보여준 놀라운 성과들

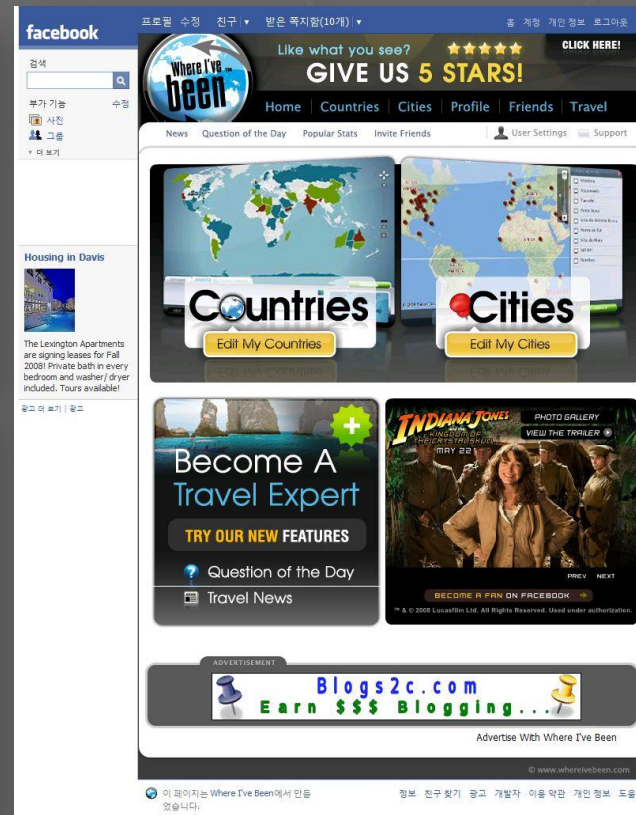
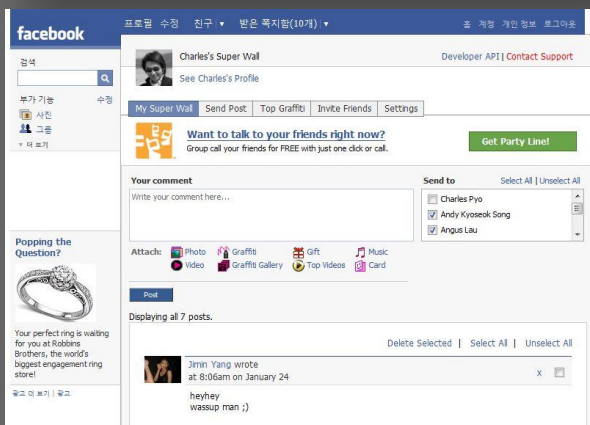
## 2.1. 해외 위젯 마케팅 성공사례 – Uniqlock

- Uniqlo의 Uniqlock 위젯 (<http://www.uniqlo.jp/uniqlock>)
  - 모델의 율동이 자동으로 로테이션 되는 블로그용 플래시 시계 위젯
  - 세계 3대 광고제 <One Show> 인터랙티브 부문 **그랑프리**
  - 2007년 6월 런칭 이후 **8개월 만에 73개국 34,000여 블로그에 설치**
  - 2008년 4월 기준 **월 1억 P/V 발생 중**



# 2.1. 해외 위젯 마케팅 성공사례 – Facebook Widgets

- Facebook 3rd Party Widgets (<http://www.facebook.com/apps>)
  - Slide.com, RockYou! 등 인기 위젯 업체 중심 광고 네트워크 운영
  - Facebook Apps. 사용시 Landing Page에서 스폰서 광고 노출
  - 완벽한 선별적 광고 노출이 가능해 클릭율, 광고 효과 면에서 대성공



## 2.1. 해외 위젯 마케팅 성공사례 - 파라마운트/랜덤하우스

- 영화/도서 등 엔터테인먼트 콘텐츠 위젯 마케팅
  - Paramount Vantage Studio - **A Mighty Heart Widget**
  - Random House Inc. - **The Random House Book Widget**
  - 미디어사가 **컨텐츠의 일부를 위젯에 담아 배포**해 실 구매로 유도



위젯 광고가 다른 리치 미디어 광고와 다른 점은 작은 공간을 최대한 활용해 소형 사이트처럼 꾸밀 수 있다는 점입니다.

- Bladimir Norman / Viral Marketing Manager  
Paramount Vantage Studio



[Source] <http://www.readwriteweb.com>

## 2.2. 국내 위젯 마케팅 성공사례 – 위자드웍스 W위젯

- 위자드웍스-WSI W위젯 (<http://event.wzd.com/wabout>)
  - 국내 최초의 웹 위젯 마케팅 사례
  - 블로그 방문자수/설치일수에 따라 아기가 자라 숙녀가 되는 성장형 위젯
  - 50일간 3,429개 블로그 설치 / 1,770만 PV / 27,189 클릭 달성
  - WSI 2,198 계단 사이트 순위 상승 / 50% 이상의 순방문자 증가 효과



## 2.2. 국내 위젯 마케팅 성공사례 – 롯데백화점

- 롯데백화점 위젯
  - 국내 첫 데스크탑 위젯 마케팅 사례
  - PC 설치용으로 시계, 날씨, 달력 등 5종의 위젯 개발/배포
  - 위젯 이용 후 구매 고객 9% / 총 매출 31% / 객단가 20% 향상



[Source] 이상구, <롯데백화점 위젯 사례발표> (2008.03.28 위젯코리아컨퍼런스 2008)



## 2.2. 국내 위젯 마케팅 성공사례 – 파란 태안살리기 위젯

### • 파란 태안살리기 위젯

- KTH-위자드웍스가 공동으로 진행한 위젯을 통한 자선 모금 캠페인
- 위젯 하나로 태안 사고 관련 뉴스 / 봉사활동 정보 / 관련 사진 / 모금 기능 제공
- 200여 블로거들의 자발적인 참여, 2만여 개의 댓글 유도 성과

태안 살리기

모금현황

댓글로 태안을 살립니다  
참여자 이름으로 댓글당 100원이 후원됩니다.

컵라면 Level 4 컵라면

장화 (Lv5)까지 2단계 남았습니다!

이 사이트에서 11,800원 모였습니다.  
● 전체 모금액 : 2,173,340원

댓글 힘내세요! 기도 할게요 ^^

참여하기

태안 살리기

뉴스

분주한 태안 어부들의 손길  
오후 2시 45분 | 연합뉴스 |

한서대, 중국 동방항공 17명 하반기 취업  
오후 1시 53분 | 뉴시스 |

"봉하마을 '가짜 초청장' 조심하세요"  
오후 1시 52분 | 오마이뉴스 |

강서구청 앞마당에 펼쳐진 태안군 홍보  
오후 1시 50분 | 뉴시스 |

만리포서 청소년 자원봉사축제 열려  
오후 1시 46분 | 연합뉴스 |

SK, 상품권 구입해 태안 경제살리기 나섰  
오후 1시 40분 | 연합뉴스보도자료 |

SK그룹 태안경제 살리기 나서  
오전 11시 49분 | 연합뉴스 |

인천 자원봉사활동백서, '태안사랑 인천손'  
오전 11시 38분 | 뉴스와이어 |

1 | 2 | 3

태안 살리기

동참하기

태안을 돕는 다양한 방법

온라인 모금

- Paran 태안을 파란 바다로 ...
- Daum 희망모금
- NAVER 해피빈
- G마켓 100원의 가치
- 유희블로그 유희릿

ARS(060-700-1004)

자원봉사자 모집

- 태안군청
- 서울시 자원봉사센터
- 환경연합

태안 살리기

사진

태안앞바다 082

2008-2-18 오후 6시 23분

이전 다음

## 2.3. 숫자로 보는 위젯 마케팅 효과 – 시장 통계

### Web Widget Internet Audience Penetration by Worldwide

April 2007 / comScore Widget Metrix

Region	Unique Viewers (000)	Widget Penetration by Region
Worldwide	177,777	21.0%
North America	81,011	40.3%
Western Europe	43,792	24.3%
Asia Pacific	33,514	10.9%
Latin America	10,074	17.5%
Middle East-Africa	4,805	12.6%
Eastern Europe	4,581	7.6%

### Top Web Widgets Worldwide

April 2007 / comScore Widget Metrix

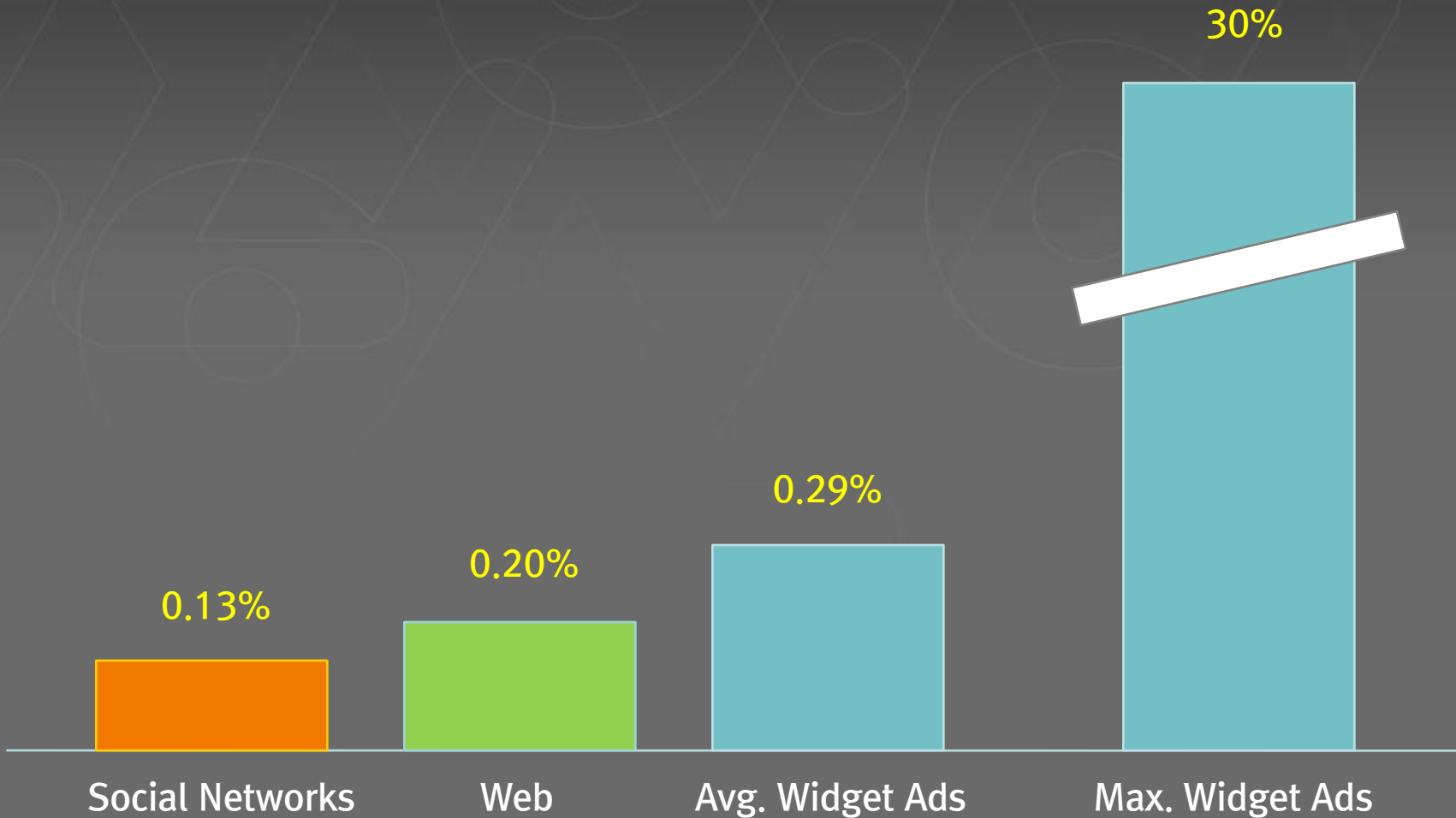
Widget	Unique Viewers (000)	Percent of Worldwide Online Audience
All Widgets	177,777	21.0%
Slide	117,072	13.8%
RockYou	82,045	9.7%
PictureTrail	30,647	3.6%
Photobucket	28,189	3.3%
BunnyHeroLabs	24,984	3.0%
BlingyBlob	21,614	2.6%
Poqbum	18,697	2.2%
Brightcove	16,866	2.0%
Layoutstar	15,348	1.8%
Musicplaylist.us	15,089	1.8%

### Top Web Widget Viewing Audiences

November 2007 / Total U.S. / comScore Widget Metrix

Widget	Unique Viewers (000)	Penetration of U.S. Internet Audience
Total U.S. Widget Viewers	147,904	81.1%
MySpace.com – Widget	57,747	31.7%
Slide.com – Widget	39,213	21.5%
Clearspring.com – Widget	39,159	21.5%
RockYou.com – Widget	32,557	17.9%
Photobucket.com – Widget	26,434	14.5%
Google.com – Widget	19,436	10.7%
BunnyHeroLabs.com – Widget	16,123	8.8%
MusicPlaylist.us – Widget	15,844	8.7%
MyPlaylist.org – Widget	15,586	8.5%
BlingyBlob.com – Widget	14,967	8.2%

## 2.3.숫자로 보는 위젯 마케팅 효과 – 해외 CTR



[Source] RockYou, <Web 2.0 Expo San Francisco>, 2008.04.25.

## 2.3. 숫자로 보는 위젯 마케팅 효과 – Viral

- Facebook RockYou Ad Network 사례
  - 평균 하루 1,000개에서 20,000개 사이의 광고 위젯 설치
  - 클릭당(CPC) \$0.10~\$0.30 / 설치당(CPI) \$0.15~\$0.60 정도 소요
  - Viral Tuning에 따라 평균 2배에서 10배 정도의 설치율 차이 존재
  - Acuvue 위젯의 경우 런칭 한 달만에 15만 명 설치
  - 2개월간 25만 명 이상의 유저가 2백만 회 이상의 Branded Poke 사용
  - Application Cross-promotion : CPI = \$0.30-\$0.50
  - Agency-sourced Branded Advertising : CPM = \$2.00-\$10.00
  - ABA : MS/CBS/eBay/Coca-cola/Sony 등 30여 개 광고주
  - 평균 \$30K에서 \$150K 지출

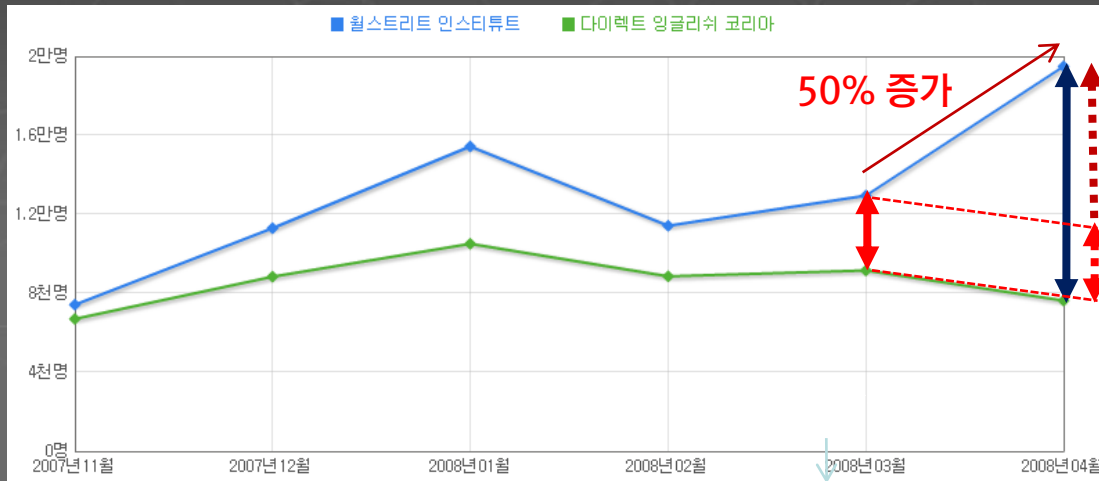
[Source] RockYou, <Web 2.0 Expo San Francisco>, 2008.04.25.

## 2.3.숫자로 보는 위젯 마케팅 효과 - Viral

- 위자드웍스 애드젯(W위젯) 사례
  - 3/24-5/27까지 64일간 일 평균 36만 P/V, 20만 U/V
  - 하루 116개 블로그, 현재 7,411개 블로그에 자발적인 설치
  - 평균 클릭율 0.14%
  - 캠페인 규모에 따라 기획/개발비 500만원-1,000만원 소요
  - 월간 유지/운영비 200만원-600만원 소요
  - CPM/CPC/CPI 방식 정산
  - 광고 단가는 일반 배너광고 대비 1/3 수준

## 2.3. 숫자로 보는 위젯 마케팅 효과 - Viral

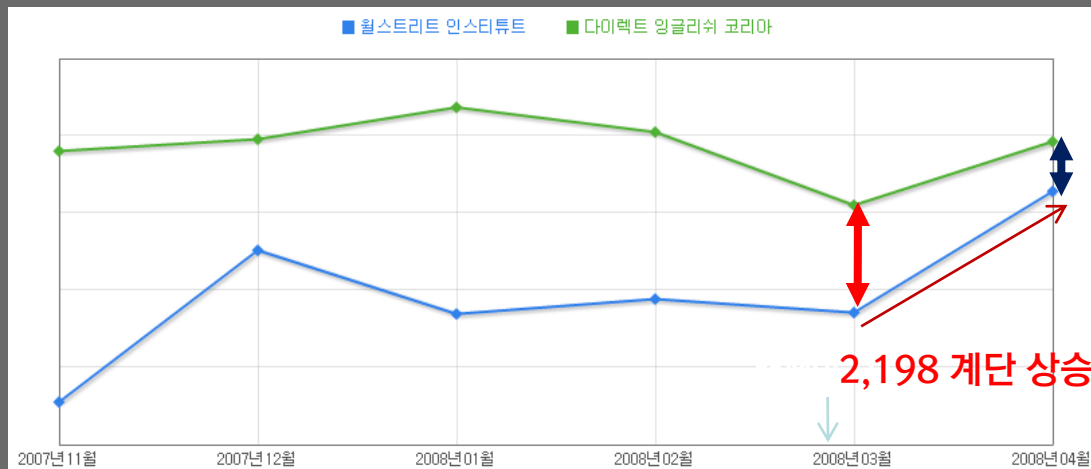
- 순방문자수 : 50% 증가, 경쟁사 대비 주간방문자 8,810명 증가



경쟁사 대비  
8,810명 증가

출처 : 다음(Daum) 리서치

- 온라인 순위 : 캠페인 후 경쟁사 대비 2,198계단 상승



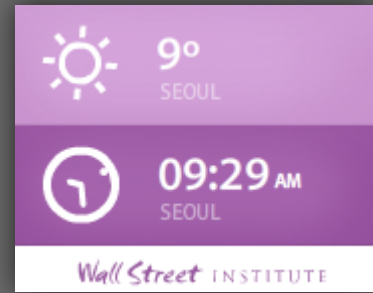
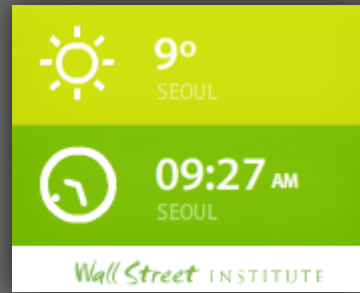
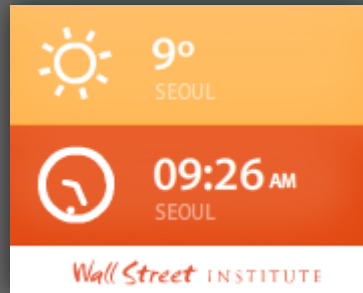
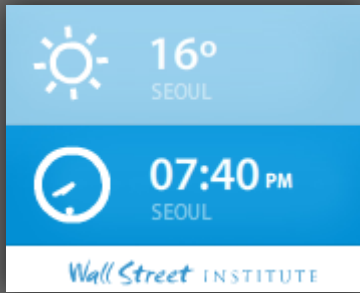
경쟁사 대비  
2,198계단 상승

출처 : 다음(Daum) 리서치

## 2.3.숫자로 보는 위젯 마케팅 효과 - Viral

- 진행 비용 대비 600% 이상의 광고효과 달성
  - 일반 배너광고와의 비용 대비 효과 분석

캠페인	참여블로그	브랜드 노출	클릭수	집행비용	광고가치 (단위 : 원)
W위젯	3,429	17,748,936	27,189	18,000,000	노출기준: 25,504,358
					클릭기준: 52,228,507
					참여기준: 61,722,000
온라인배너 (**캠페인)	N/A	62,632,600	46,852	90,000,000	90,000,000



# 2.3.숫자로 보는 위젯 마케팅 효과 - Viral

〈W위젯 런칭 첫 날, 올블로그 인기랩 등재〉



〈주간한국 기사 소개 (2008. 4.29)〉



〈위젯코리아 컨퍼런스 사례발표(2008. 3. 28)〉





# 2.3. 숫자로 보는 위젯 마케팅 효과 - Viral

〈네이버 리뷰 검색 결과: 151건〉

〈블로거들이 자발적으로 포스팅한 다양한 W위젯 리뷰들〉

**블로그 위젯을 다시 말한다. W 위젯**  
Posted 2008/04/18 at 11:11, Filed under: 디자인, 0033/Writing

위젯의 핵심에서부터는 **블로그에 위젯을 소개**해줍니다. 위젯의 핵심은 다들 아실만한 간단한 목차를 지칭하는 **web.com**의 개발사입니다. 여기서 회사명을 소개해 보게 된 이유중에 하나는, 현재 한국에서 서비스되고 있는, 혹은 만들어지고 있는 웹 2.0 관련 기업들 중 디자인을 잘 소개하는 회사라고 생각하기 때문이었습니다. 물론, copernica 역시 디자인에 많은 역량을 투입하고 있다고 알려져 있는데도 그렇고요. 위젯의 핵심은 기업용 위젯이 좀 많이 다르고, 디자인을 잘 소개하는 부분에서 사용 목적까지도 생각해 직접적인 보기는 불가능하지만요. 근데, 위젯의 핵심은 웹 2.0의 발달하면서 시장화 되었던 Flash 기술을 다소 적극적으로 각 서비스의 도입하고 있는 회사라는 점에 계속적으로 소개해 보고 있었습니

**블로그와 같이 성장하는 언플은 W위젯** 2008.03.25  
오소까지 포함하고 있습니다. 복합적인 기능이 하나의 위젯으로 이루어져 있다는것이 W위젯의 매력 아닐까 생각합니다.  
- W위젯의 기능 - 현재시간을 알려줍니다. 2. 날씨기능 - 설정...

**W위젯이란 무엇일까요?** 2008.04.01  
그래도 시간은 정확하게...12시간 오차가 있을뿐...+\* 그리고 타임라인은 라는 문제가 있었음. 제 W위젯 이남이 저렇게 크지 않았었는데 엄청 커버렸습니. P5 누르면 다시 원래대로...

**블로그 위젯을 다시 말한다. W 위젯**  
Posted 2008/04/18 at 11:11, Filed under: 디자인, 0033/Writing

위젯의 핵심에서부터는 **블로그에 위젯을 소개**해줍니다. 위젯의 핵심은 다들 아실만한 간단한 목차를 지칭하는 **web.com**의 개발사입니다. 여기서 회사명을 소개해 보게 된 이유중에 하나는, 현재 한국에서 서비스되고 있는, 혹은 만들어지고 있는 웹 2.0 관련 기업들 중 디자인을 잘 소개하는 회사라고 생각하기 때문이었습니다. 물론, copernica 역시 디자인에 많은 역량을 투입하고 있다고 알려져 있는데도 그렇고요. 위젯의 핵심은 기업용 위젯이 좀 많이 다르고, 디자인을 잘 소개하는 부분에서 사용 목적까지도 생각해 직접적인 보기는 불가능하지만요. 근데, 위젯의 핵심은 웹 2.0의 발달하면서 시장화 되었던 Flash 기술을 다소 적극적으로 각 서비스의 도입하고 있는 회사라는 점에 계속적으로 소개해 보고 있었습니

**주식마켓 위젯**  
W 위젯의 기본은 블로그에 설치하는 주식마켓 위젯이었습니다. 주식 시장의 동향은 정말로 사용자들에게 보다 중요하게 될 수 있는 부분이 아닐까 싶습니다. 정보를 일목요연하게 보여줄 수 있는 것인데, 특히 주식 시장의 동향이라는 항목도 있는 것인데, Dashboard 뷰를 만드는 시기에 정말로 필요하다고 생각해서 만들었습니다. (이제 보면, 주식 시장의 동향이라는 항목이 있는데, Dashboard 뷰를 만드는 시기에 정말로 필요하다고 생각해서 만들었습니다.)

**10° SEUL**  
**10:13 PM SEUL**

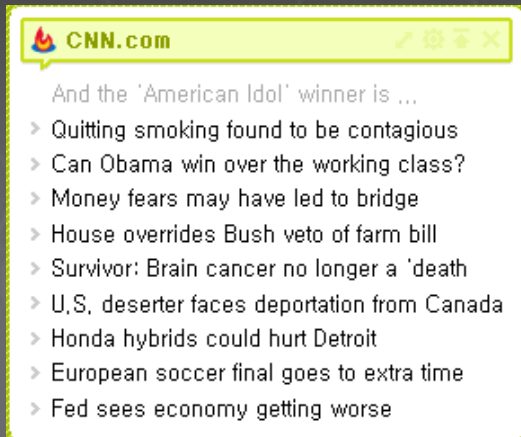
**학습 기능을 동시?**  
**체험해 보세요.**  
**W PRESENTS**  
**10° SEUL**  
**10:13 PM SEUL**

03

## 위젯 마케팅 성공전략 실무

# 3.1. 위젯 마케팅 캠페인 설계 – W위젯 기획

## Ideation



<위자드웍스 CNN 위젯>

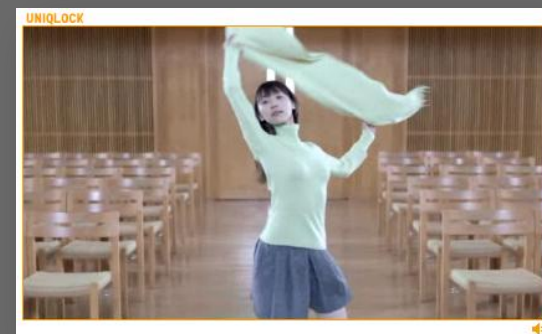
## 블로그와 함께 성장



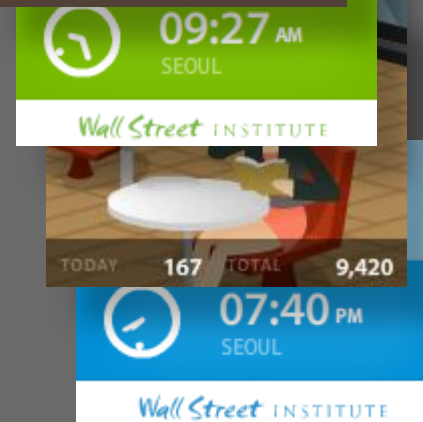
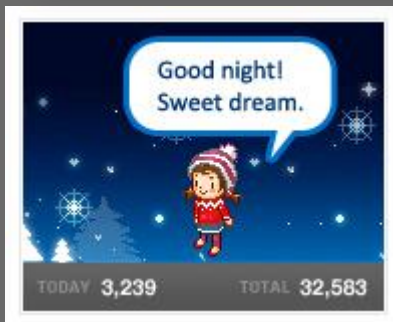
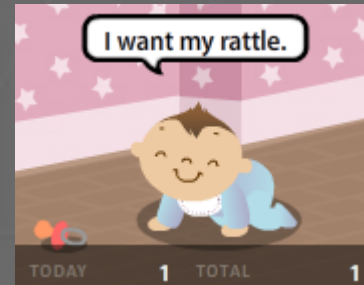
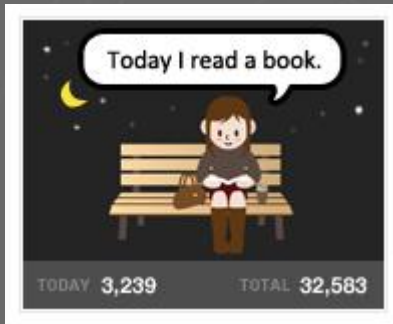
## 광고주 contact



## Uniqlock 컨셉



# 3.1. 위젯 마케팅 캠페인 설계 – W위젯 개발



**W BETA**

- ?** W위젯 소개  
W위젯이란 어떤 서비스인지 소개합니다.
- ↓** 블로그로 퍼가기  
W위젯을 블로그에 설치합니다.
- 😊** 의견 나누기 **NEW**  
서비스에대한 의견을 자유롭게 남깁니다.
- 🎁** 일정 및 수상자 안내 **NEW**  
향후 일정과 우수활동자 수상을 안내합니다.

Wall Street INSTITUTE

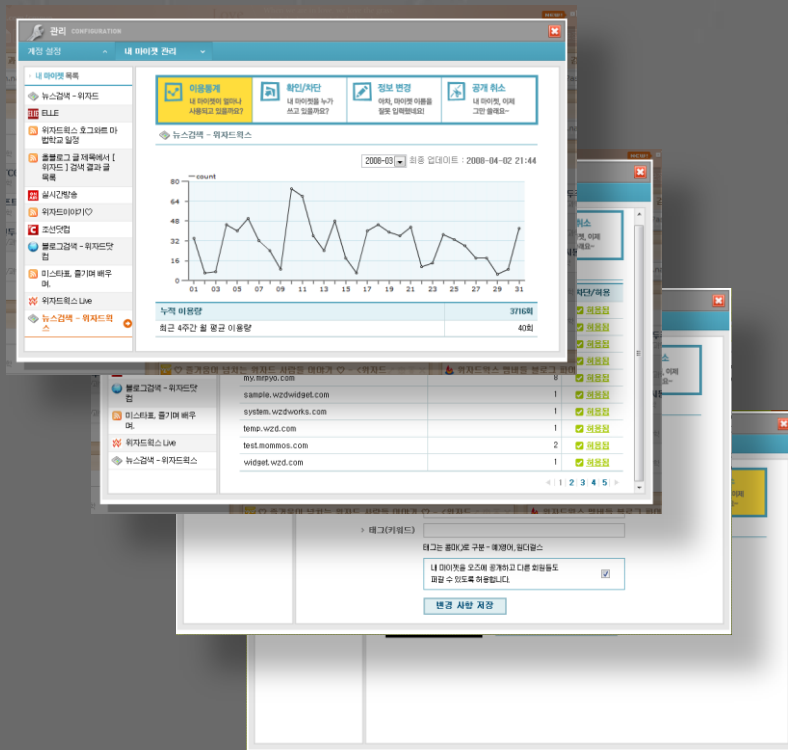
# 3.1. 위젯 마케팅 캠페인 설계 – W위젯 배포



# 3.1. 위젯 마케팅 캠페인 설계 – W위젯 성과측정/리포트

## • 실시간 위젯 관리 툴

- 실시간 UV, PV, Click Rate
- 일일 성과 Report
- 참여 블로그 목록



## • 성과 리포트

- 캠페인 결과 요약
- 온라인 리서치/광고 가치 환산
- 언론노출/블로거 리뷰 사례



## 3.2. 위젯 마케팅 캠페인 단계별 Tip & Tech.

- 기획 단계 – “위젯은 하나의 독립된 제품이다.”
  - **청중**(나이/성별 등), **목표**(단기 홍보/수익모델 발굴/브랜딩 등)
- 디자인 단계 – “불완전한 기획은 디자인에서 승부가 난다.”
  - **사이즈**(시작페이지/블로그/SNS 등), **개발언어**(Flash/JavaScript), **기능**(단순 링크, 직접 정보 제공 등)
- 개발 단계 – “너무 많은 자유는 거부감을 준다.”
  - **설정창 설계**(단순하게, 편리하게), **낮은 리소스**(AJAX 사용 등), **명료한 기능**

## 3.2. 위젯 마케팅 캠페인 단계별 Tip & Tech.

- 홍보 단계 – “그들이 내게 위젯이 있다는 사실을 알게 하라”
  - 위젯 쓰면 뭘 준다는 이벤트는 안 통해.
  - 위젯의 기능 자체에 열광하게 하라. (W위젯)
  - 설치 전에 위젯을 사이트에서 충분히 써보게 하라.
  - 유저가 떠나길 원할 때 언제든지 쉽게 접근할 수 있도록 하라.
  - 위젯이 끊임없이 ‘살아있다’ 는 느낌이 들도록 하라.



## 3.2. 위젯 마케팅 캠페인 단계별 Tip & Tech.

- 배포 단계 – “적극적인 배포가 없으면 아무리 잘 만들어도 쓸 데가 없다.”
  - 홈페이지 / 자회사, 제휴사를 통한 공식적인 배포
  - 블로그 / SNS를 통한 유저 개인간의 배포
  - 위젯 갤러리를 통한 배포
  - 이메일 / 쪽지 / SMS 등 다양한 입소문 채널 개척 ( $x*y > 1 = \text{viral}$ )
  - 위자드웍스를 통한 일괄 배포

## 3.2. 위젯 마케팅 캠페인 단계별 Tip & Tech.

- 측정 단계 – “정확한 분석만이 성공을 좌우한다.”
  - 유저 분석 (Views, Domains, Geographic, Configuration)
  - 행동 분석 (주요 소비 정보, 클릭, 사용 패턴 등)
  - A-B Test
- 업그레이드 단계 – “비록 나만 안다 해도, 업데이트는 계속 되어야 한다!”
  - RockYou의 SuperWall의 경우 이틀만에 발표 후 2주간 업데이트
  - 쉽고 간단하게 만들어 내놓고 ‘지속적으로’ 업그레이드하라.
  - 새 정보를 제공하지 못하는 위젯은 가차없이 삭제된다.
  - 위젯 개발엔 Agile 개발 방법론을 활용할 것

### 3.3.언제나 그렇듯 나 하기에 달렸다. - 엄마친구아들

- 실제로 해 본 사람과 말만 하는 사람의 차이
  - 위젯의 기획/개발/배포를 모두 집행해 본 경험이 있는지 꼼꼼히 따져볼 것
  - 반드시 위젯 소비처를 확보하고 있는 파트너를 찾을 것 - 장난감이 될 수 있음
  - 소비자 요구에 빠르게 대처할 위젯 전문인력을 보유하고 있는지?



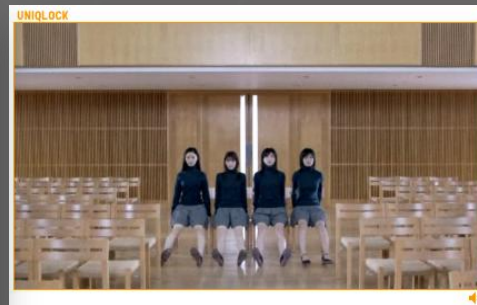
- 엄마친구, 위 모씨의 아들  
모 자드웍스군은 다 갖췄다.

### 3.3.언제나 그렇듯 나 하기에 달렸다. - 유부초밥

- 똑같은걸 위젯에 태운다고 위젯 마케팅은 아니다.
  - 유저들이 ‘자발적으로’ 퍼가는 광고라는 사실을 언제나 염두에 둘 것
  - 유니크하고 부티크하고 초이스 가능한, 밥 먹듯이 바뀌는 콘텐츠 = 유부초밥!!
  - 미끼로 잔챙이가 아닌 통새우를 꺼내 놓을 각오가 되어 있는가?



컨텐츠를 과감히 내놓던가



그 노력이 가상하던가



아니면 아싸리 새로운 것

### 3.3.언제나 그렇듯 나 하기에 달렸다. – 마케터 나 자신

- 이걸 정말이지 왕대박이거나 아무 것도 아니다.
  - 세계적인 광고제에서 그랑프리를 탈 수 있을만큼 완전히 새로운 매체
  - 성공하는 광고 형식이나 형태가 따로 정해져 있지 않다는 장점이자 단점
  - 결국 위젯 마케팅의 성공여부는 마케터가 얼마나 참신한 생각을 하느냐에 달렸다.
  - 그럼 엄마친구아들 위자드웍스는?

헛, 그 그럼  
위자드웍스는?



우리?  
헛... 왼손은 거들 뿐.

# 감사합니다!

COPYRIGHT(C) THE WIZARD WORKS,  
ALL RIGHTS RESERVED.

 THE WIZARD WORKS

※ 위자드웍스 위젯 마케팅 관련 문의 ※

[adjet@wzd.com](mailto:adjet@wzd.com) / [kbb@wzd.com](mailto:kbb@wzd.com)

02-6265-3500