

11 소셜 미디어

11 Social Media

차례

11.1 소셜 미디어와 SNS

- 11.1.1 소셜 미디어의 개념과 기능
- 11.1.2 소셜 네트워크 서비스 (SNS)

11.2 소셜 커머스

- 11.2.1 소셜 커머스의 개념
- 11.2.2 소셜 커머스의 실제

11.3 소셜 게임

- 11.3.1 소셜 게임의 특성
- 11.3.2 소셜 게임의 실제

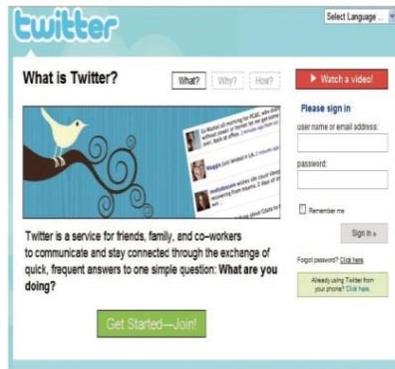
11.4 소셜 미디어의 활용과 동향

- 11.4.1 소셜 미디어의 사례
- 11.4.2 소셜 미디어의 동향

소셜 미디어의 개념과 기능 ①

■ 소셜 미디어의 개념

- 미디어 : 신문, 라디오, 텔레비전, 인터넷과 같은 정보전달 수단
 - 일방적으로(One-way street) 정보를 제공하는 수단
 - 예, 신문, 라디오, TV 등
- 소셜 미디어 : 상호작용성(Interaction)을 통해 쌍방향으로 이용자가 정보를 생성하고 정보를 제공하는 수단
 - 상호작용성을 통하여 양방향(Two-way street) 방식으로 정보 제공
 - 예, Facebook, Twitter, YouTube, Flixster 등



소셜 미디어의 개념과 기능 ②

■ 소셜 웹의 개념

- 이용자들의 참여를 통해 구축된 콘텐츠를 기반으로 이용자들이 상호 연결되고 정보를 공유, 교환하는 형태
- 이용자들의 자발적인 참여와 협업(Collaboration)을 통해 축적된 정보와 이 정보로부터 창출된 집단적 지능(Collective intelligence) 또는 지식이 소셜 웹의 막강한 힘으로 작용

링크를 통해
상호연결된 콘텐츠

참여, 교환, 협업



사용자들이 인터넷 환경에서
참여를 통해 생성된 콘텐츠와
상호연결 및 상호작용

소셜 미디어의 개념과 기능 ③

- 네트워크 효과(Network effect)
 - 소셜 미디어의 가치는 이용자 수의 제공에 비례
 - 소셜 미디어가 성공적으로 작동하기 위해서는 소셜 웹의 이용자 수의 크기가 가장 중요한 성공요인으로 작용
 - 2012년 후반기 현재 Facebook은 전 세계적으로 약 10억명의 이용자를 확보하고 있고 Twitter는 약 5억명의 이용자를 가지고 있음

소셜 미디어의 개념과 기능 ④

■ 소셜 미디어 웹 사이트의 구분

- 소셜 사진 및 비디오 공유(예, YouTube, Flickr)
 - 사진과 비디오를 서로 공유하며 이용자가 코멘트를 붙임
- 소셜 뉴스(예, Digg, Propeller, Reddit)
 - 이용자가 기사의 선호도를 투표하며 댓글을 붙임
- 소셜 네트워킹(예, Facebook, Hi5, Last.FM)
 - 친구를 만들고 프로파일에 댓글을 달고 그룹에 가입하며 토론을 함
- 소셜 북마킹(예, del.icio.us, Blinklist, Simpy)
 - 웹사이트에 태그를 붙이고 이용자가 웹사이트 태그를 통해 자료 검색
- 위키(예, Wikipedia, Wikia)
 - 새로운 기사를 첨부하거나 기존의 기사를 편집

소셜 미디어의 개념과 기능 ⑤

■ 소셜 미디어의 기능

- 글, 사진과 같은 디지털 미디어를 출판할 수 있는 공간
- 이용자들은 소셜 인터랙션(Social interaction)을 통해 사용자가 그룹을 구성하고 영향력 구사
- 각 사용자들이 자신들을 표현하고 친교하기 위한 장소, 도구 및 서비스 제공

소셜 미디어의 개념과 기능 ⑥

■ 소셜 미디어가 제공하는 도구

- 출판 도구: 블로그(Typepad, Blogger), 위키(Wikipedia, Wikia, Wetpaint), 출판 포털(Digg, Newsvine)
- 미디어 공유 도구: 비디오(YouTube), 사진(Flickr), 북마킹 서비스(del.icio.us, Ma.gnolia), 음악(Last.fm, iLike), 슬라이드쇼(Slideshare), 상품 리뷰(Crowdstorm, Stylehive), 상품 피드백(Feedback 2.0, GetSatisfaction)
- 토론 도구: 포럼(PHPbb, vBulletin, Phorum), 비디오 포럼(Seesmic), 인스턴트 메시징(Yahoo! Messenger, Windows Live Messenger, Meebo), VoIP(Skype, Google Talk)
- 소셜 네트워크 서비스(SNS): 범용 SNS (Facebook, MySpace, Bebo, Hi5, Orkut), 특화된 SNS (LinkedIn, Boomba), SNS 저작도구(Ning)

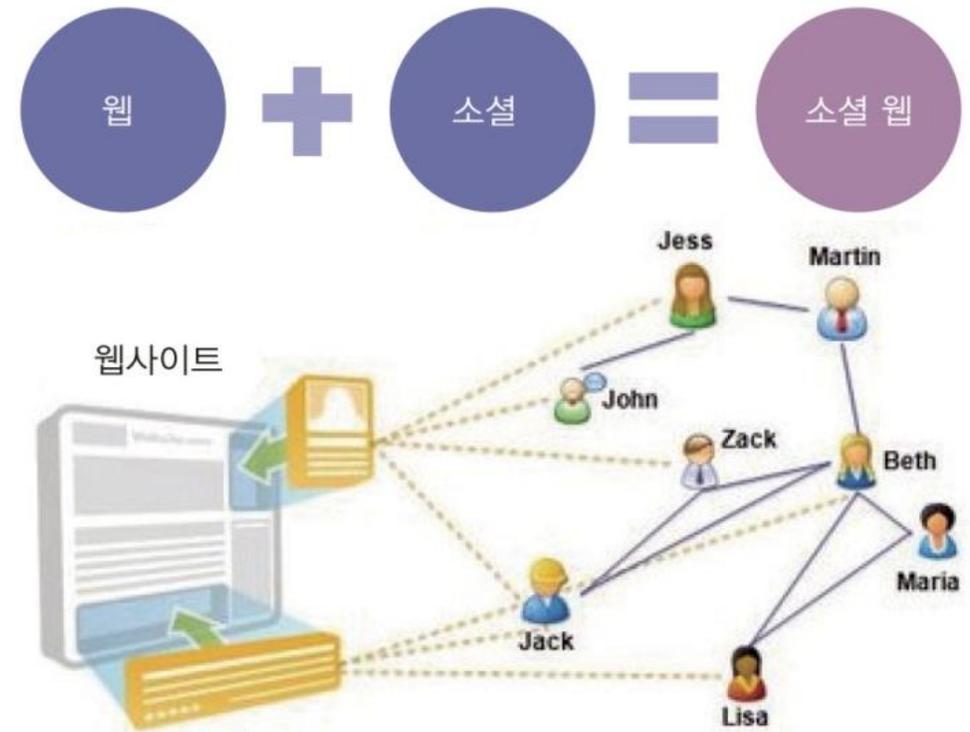
소셜 미디어의 개념과 기능 ⑦

- 마이크로 출판도구(Twitter, Pownce, Jaiku, Plurk, Adocu) 및 그 유형(twitxr, tweetpeek)
- 소셜 집합도구: 라이프 스트림(FriendFeed, Socializr, Socialthing!, lifestrea.ms, Profilactic)
- 라이브캐스트 호스팅 플랫폼(Justin.tv, BlogTV, Yahoo! Live, UStream), 모바일 플랫폼(Qik, Flixwagon, Kyte, LiveCastr)
- 가상 세계(Second Life, Entropia Universe, There), 3D 채팅 (Habbo, IMVU), 버추얼 유니버스 (Stardoll, Club Penguin)
- 소셜게임 플랫폼 (ImInLikeWithYou, Doof), 캐주얼게임 포털(Pogo, Cafe, Kongregate), 소셜 네트워크 게임(Three Rings, SGN)

소셜 미디어의 개념과 기능 ⑧

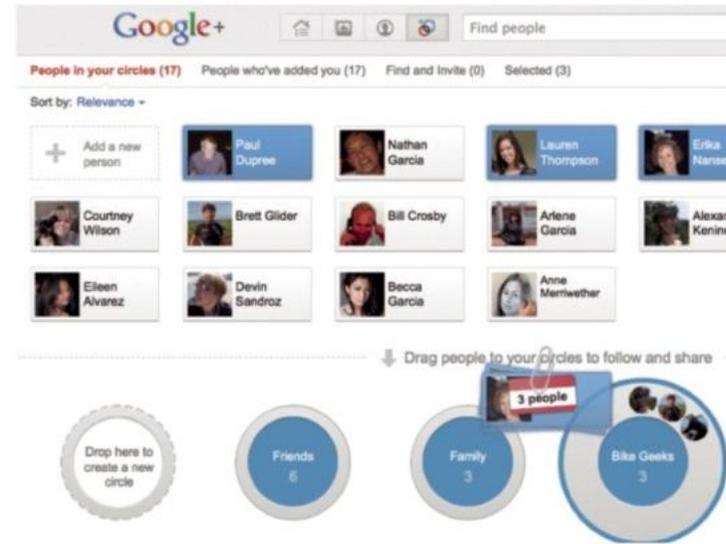
■ 소셜 웹과 소셜 인터랙션

- 소셜 웹은 WWW(World Wide Web)을 통하여 사람들 간의 관계를 형성해주는 일련의 사회적 관계도구 제공
- 소셜 웹은 소셜 인터랙션을 지원하고 증진시키기 위해서 설계되고 개발된 웹 사이트와 소프트웨어들을 포함하고 있음
- 소셜 웹에서 이용자들의 소통과 상호작용이 더 활발해질수록 사회적 관계가 더욱 증진 됨



소셜 네트워크 서비스(SNS) ①

- 소셜 네트워크 서비스(SNS : Social Network Service)
 - 웹상에서 친구, 동료 등 지인과의 인맥관계를 강화시켜 주고 새로운 사람들과 인맥관계를 쌓으며 폭 넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있는 환경 제공
 - 개인이 중심(Individual-centered service)이 되어 자신의 관심사와 정보를 공유하는 개념에 기반 (1인 미디어)



소셜 네트워크 서비스(SNS) ②

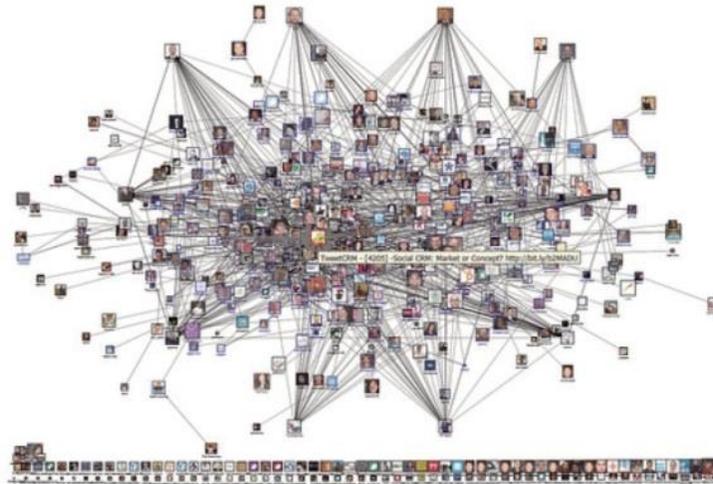
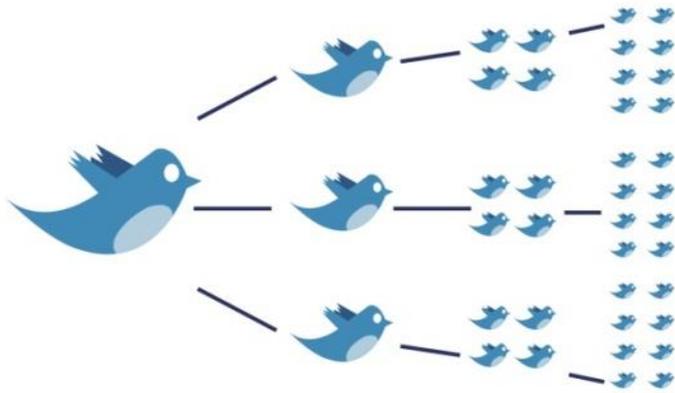
- Google+
 - 다양한 부류의 친구 형성을 위한 'Circle' 기능
 - Gmail 시스템과 융합하여 이용 가능
 - 'Google Hangouts'를 통하여 비디오 채팅 기능 지원
- Facebook
 - Skype를 이용하여 이용자 간의 비디오 채팅 기능 지원



소셜 네트워크 서비스(SNS) ③

■ Twitter

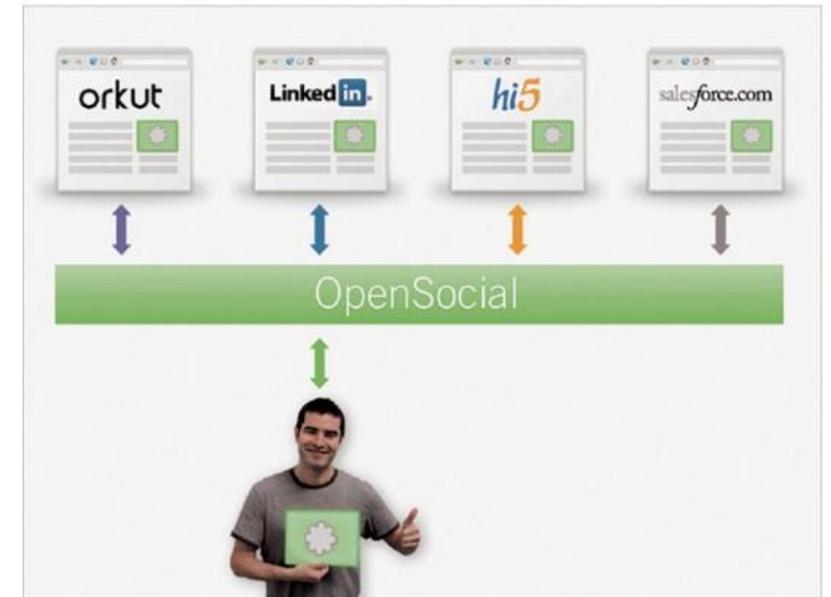
- 누구나 친구관계를 구축할 수 있음
- 최대 140자 이내의 짧은 글(Tweet)을 자신의 팔로워(follower)에게 실시간으로 전송
- 메시지를 수신 받은 이용자가 다시 자신의 팔로워들에게 재송신(Retweet)하는 방식으로 메시지가 퍼져 나감
- SNS에서 복잡한 인맥관계를 소셜 그래프(Social graph)라 부름



소셜 네트워크 서비스(SNS) ④

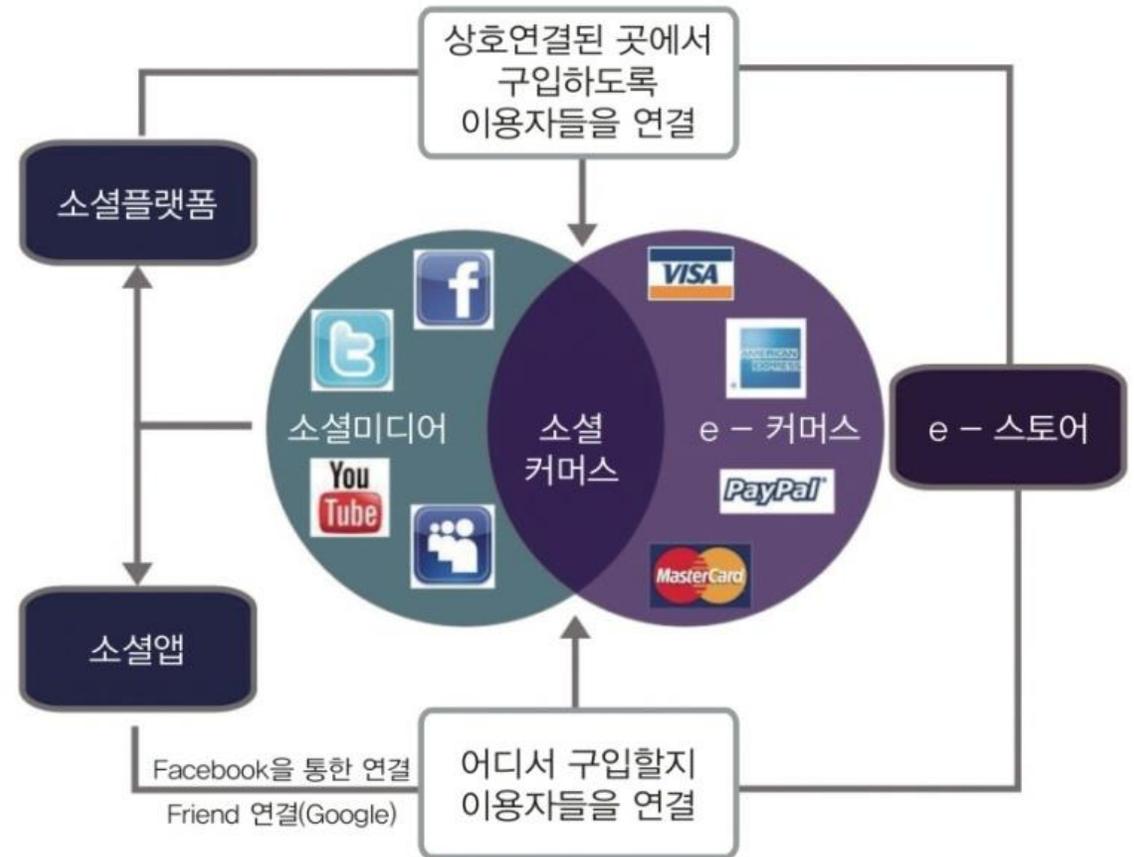
▪ SNS의 특징 및 활용

- 기업 홍보 및 이용자와 소통
- 비즈니스 및 인맥 네트워크 형성
- 이용자가 정보의 공급자(Producer)인 동시에 소비자(Consumer)의 역할을 하는 자율적 비즈니스 모델에 기반하여 작동
- 웹을 통한 정보에 비해서 더 신뢰도가 높음
 - 바이럴 효과(Viral effect)에 기반
- OpenSocial
 - Google이 2007년 발표한 SNS용 개방형 API
 - MySpace, 다음, Mixi, GREE, LinkedIn 등이 OpenSocial을 기반으로 개발 되었음



소셜 커머스의 개념 ①

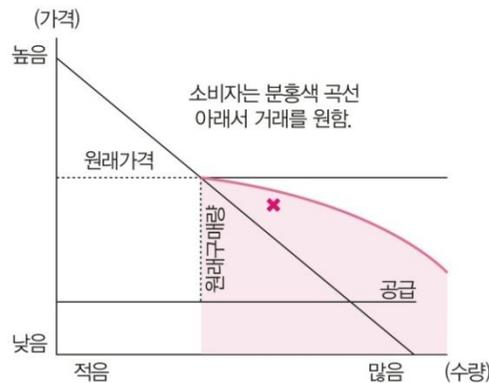
- 소셜 커머스(Social commerce)
 - 소셜 미디어 수단을 통해서 이루어지는 커머스
 - 특정 상품이나 서비스에 대해 일정 수 이상의 참가자들이 구매 신청을 하면 가격을 할인해주는 비즈니스 모델
 - 상품이나 서비스에 관한 정보를 SNS상에서 친구를 통하여 얻거나 추천 받음
 - 상품 홍보 및 많은 관심을 받을 수 있는 장점



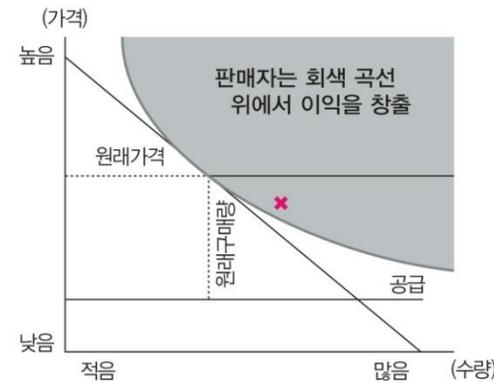
소셜 커머스의 개념 ②

■ 소셜 커머스 기업

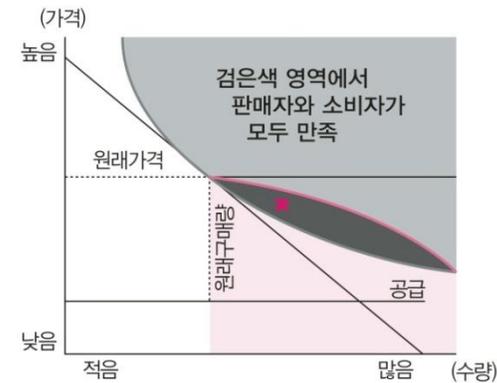
- “단체구매의 영향력(Collective buying power)” 개념에 기반
- 판매기업은 가격 결정자(Price setter)의 역할
- 일정 수 이상의 구매자를 확보하는 것이 관건
- 이용자 수를 증가시키기 위해 M&A에 적극적
- Golden Football - 구매자나 판매자 모두에게 바람직한 영역



(a) 소비자 곡선



(b) 판매자 곡선



(c) 'Golden football' 영역

소셜 커머스의 실제 ①

- 단체구매 방식(Collective buying)
 - Groupon과 같은 기업을 통해 진행
 - 참여 업체는 일정 수 이상의 판매가 발생할 경우 큰 할인의 상품이나 서비스 제공
- 추천 시스템(Recommendation)
 - 유사한 취향의 이용자나 친구의 추천에 의해서 제품이나 서비스에 관한 정보 제공하는 방식
 - 협력 필터링(Collaborative filtering) 방식
 - 이용자의 정보를 분석하여 가장 유사한 이용자들에게 상품을 제시하는 방식
 - Amazon, Netflix, iTunes, Last.fm 등에서 사용
 - 그래프기반 추천(Graph-based recommendation)
 - 이용자들 또는 제품들 간의 연관관계를 그래프를 통해서 표현
 - 노드(Node)는 사람 또는 사물
 - 링크(Link 또는 에지(Edge))는 이들 간의 연결 상태

소셜 커머스의 실제 ②

- 공동 브라우징 기법(Co-browsing technology)
 - 웹 상에서 온라인 방식으로 다수의 이용자가 같이 그룹으로 쇼핑하는 방식 지원
 - 실제 세계와 웹이라는 가상환경을 결합한 형태로 제시



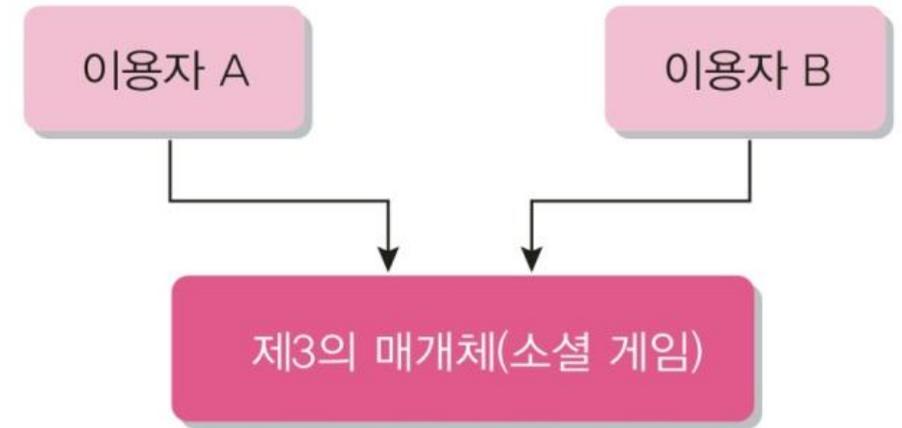
소셜 게임의 특성

▪ 소셜 게임

- 소셜 네트워크 게임(SNG: Social Network Game)
- 다수의 이용자가 SNS 환경에서 비동기식으로 플레이하는 온라인 게임

▪ 소셜 게임의 특성

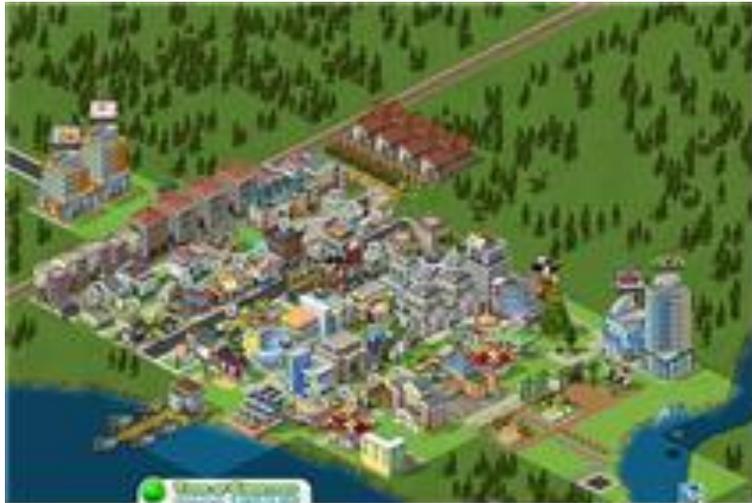
- 비동기식 플레이(Asynchronous gameplay) 방식
- SNS를 활용하여 새로운 친구나 동료로 찾아 같이 게임하면서 인간관계를 쌓을 수 있음
- 주어진 목적을 달성하거나 탐구하는 과정 중시
- 가상화폐(전자화폐)를 실세계의 화폐로 구입 가능



소셜 게임의 실제 ①

▪ Zynga사

- Facebook의 가입자 증가에 큰 역할
 - FarmVille, CityVille, Texas HoldEm Poker, Empires&Allies 등
- 무료 게임(Freemium game) 방식으로 게임 제공
 - 프리미엄 콘텐츠(Premium content)는 비용 지불
- 2013년 7월 현재 매월 3억명 이상이 이용하는 것으로 알려짐



소셜 게임의 실제 ②

- Playfish사
 - 애완동물 기르기, 집안 꾸미기, 보물 찾기 등의 소셜 게임 제공
 - 'Playfish cards'를 구입하여 가상 상품을 구입하기 위한 'Playfish cash'로 사용
- Ngmoco사
 - 'We Rule for iPad', 'We Farm for iPad'



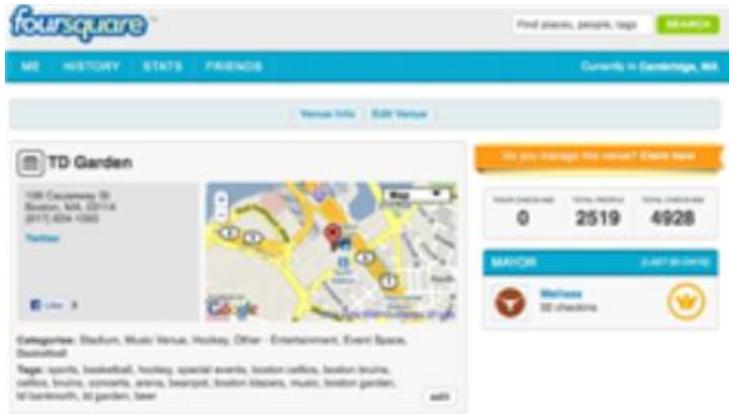
소셜 미디어의 사례 ①

- 정부 및 공공기관
 - 질병관리센터 - WhyVille
 - NASA - Second Life
- 교육 분야
 - Ning, Learn Central, TeachStreet
- 의료 분야
 - PatientLikeMe, SoberCircle, DailyStrength
- 정보 전파
 - Twitter, Facebook
- 데이팅, 제정, 제약 분야

소셜 미디어의 사례 ②

■ 위치기반 서비스

- 이용자가 어디에서 무엇을 하고 있는지 정보 제공
- GPS를 활용한 체크인(Check-ins)
- Foursquare(위치기반 SNS), Wimdu(글로벌 숙박 SNS) 등



■ 소셜 검색(Social search)

- Aardvark(질문에 대한 답변 제공자 검색)

소셜 미디어의 동향 ①

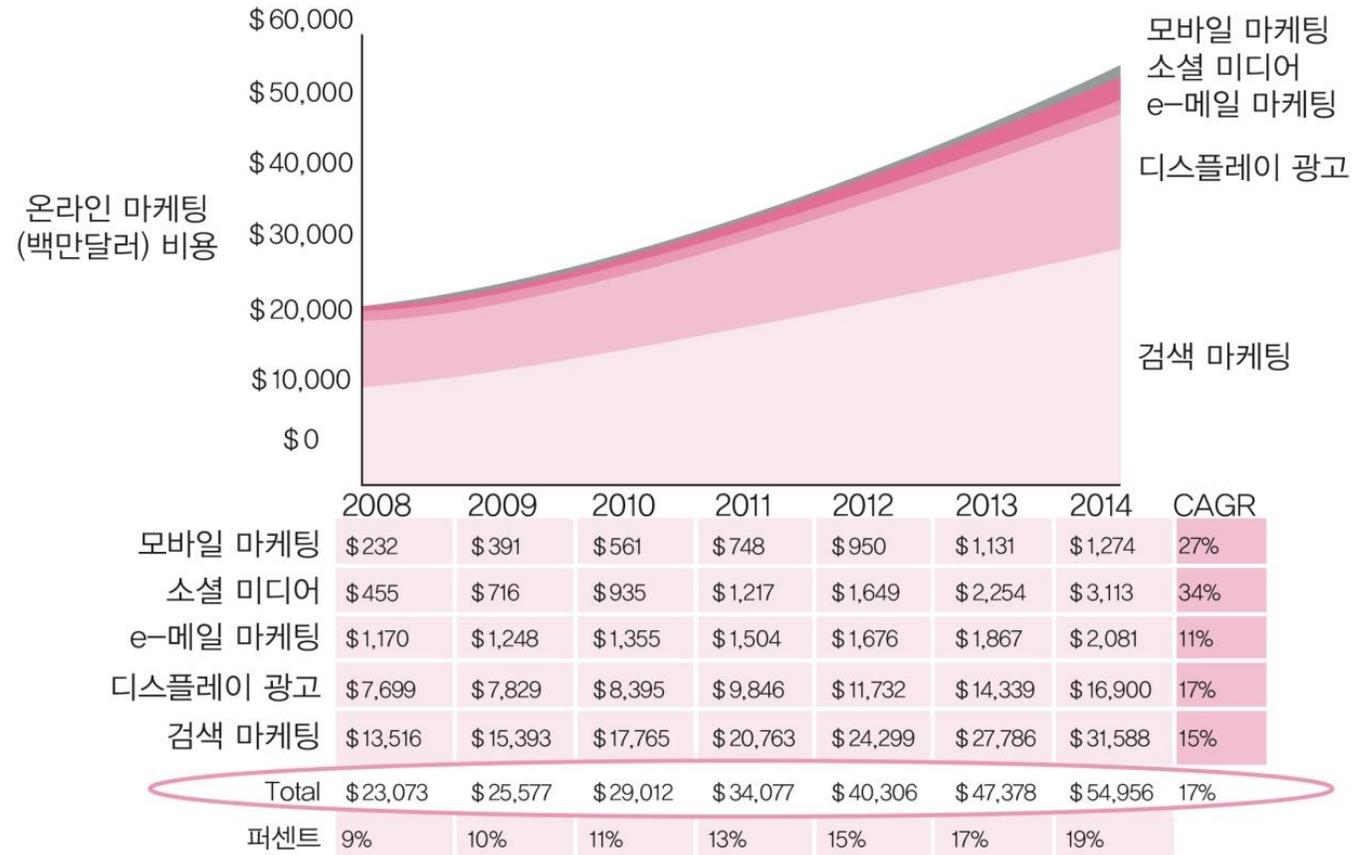
■ 광고 및 마케팅

- 소셜 광고(Social advertizing)
 - 소셜 네트워크 서비스(SNS)에서 지향하는 비즈니스 모델
 - 소셜 행위(Social action)의 한 형태
- 소셜 미디어 최적화(Social media optimization) 기법
 - 기업이 활용하는 소셜 미디어 상의 마케팅 전략



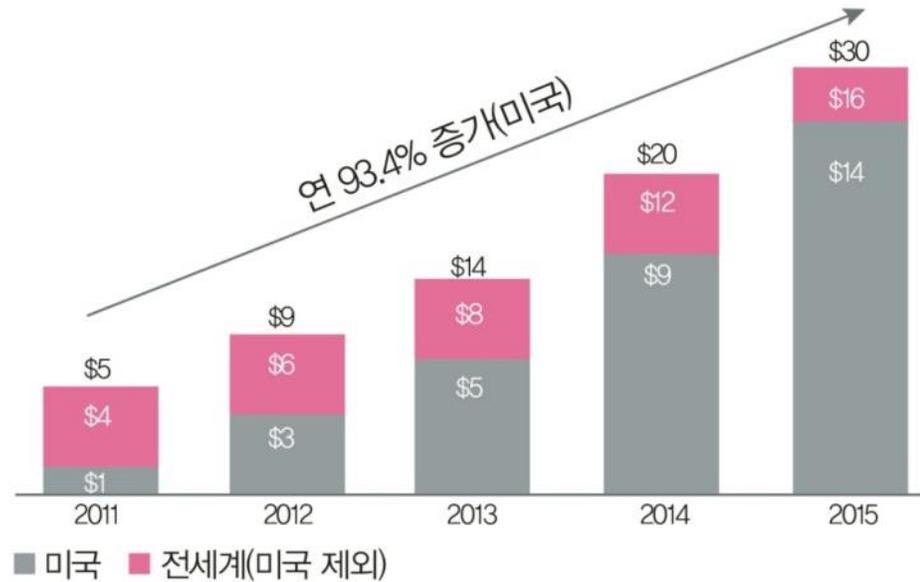
소셜 미디어의 동향 ②

■ 소셜 미디어 마케팅 예산의 증가 추이



소셜 미디어의 동향 ③

- 소셜 커머스와 모바일 커머스의 증가 추이



(a) 세계 소셜커머스 매출, 2011~2015
(단위 : 10억 달러)



(b) 미국 모바일 커머스 매출, 2010~2015
(단위 : 10억 달러)