

01. 웹이란 무엇인가?

01. What is the Web?

월드 와이드 웹 (www, World Wide Web)

- 세계 규모의 거미집 또는 거미집 모양의 망
 - 하이퍼텍스트(hypertext) 기능을 통해 인터넷 상에 분산된 온갖 종류의 정보를 통일된 방법으로 찾아볼 수 있게 해주는 광역 정보 서비스 및 소프트웨어
- 웹 정보
 - 웹 서버(web server)라고 하는 컴퓨터 내에서 하이퍼텍스트 형식으로 작성되어 홈페이지(home page)단위로 관리
 - 링크(link) 정보에 의해 인터넷상에 분산되어 있는 세계 각지의 하이퍼텍스트와 연결
 - 하이퍼텍스트 생성 언어(HTML)를 사용하여 하이퍼텍스트를 작성
 - 클라이언트와 웹 서버 통신 프로토콜은 하이퍼텍스트 전송 규약(HTTP)을 사용

웹 사이트 (Web Site)

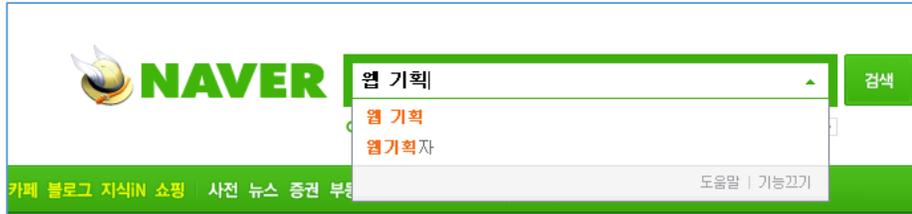
- 인터넷 사용자에게 필요한 정보를 언제든지 제공할 수 있도록 웹 서버에 정보를 저장해놓은 집합체
 - 웹 서버에 접속 후 특정 웹 사이트를 이용하여 정보 검색 및 쇼핑, 음악 듣기, 은행 업무 등 다양한 서비스를 이용
 - 스마트폰의 출시 이후, 모바일을 통한 웹 서핑 가능
 - 유비쿼터스(ubiquitous) 환경에서 모바일을 통해 언제(anytime), 어디서나(anywhere) 여러 가지 역할을 수행할 수 있는 매체로 진화

웹은 정보 전달 매체다 ①

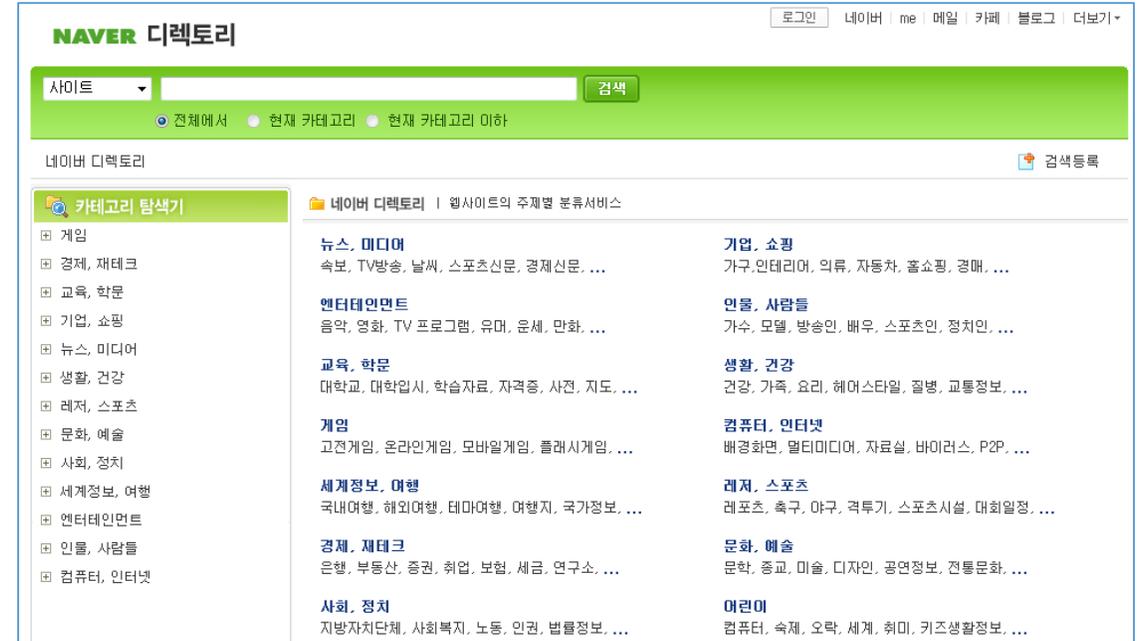
- 정보 전달 사이트의 분류
 - 종합 검색 포털 사이트
 - 뉴스/신문 사이트
 - 각 분야별 전문적인 정보를 제공하는 사이트
- 종합 검색 포털 사이트
 - 인터넷 확산에 기여한 가장 대표적인 웹 콘텐츠 유형
 - 키워드(keyword) 입력 검색 방식과 디렉토리(directory) 방식으로 나뉨
 - 디렉토리 검색 시스템 : 인터넷에 존재하는 무수히 많은 사이트를 사람들이 직접 일일이 분류, 평가하여 체계적으로 정리해놓은 검색 도구
 - 검색 기술의 발달에 따라 점점 사라지고 있는 추세
 - 스마트폰(SmartPhone) 출시 이후, 모바일 검색 시스템을 사용한 정보 검색이 늘고 있음

웹은 정보 전달 매체다 ②

■ 종합 검색 포털 사이트



[그림 1-1] 키워드 입력 검색 방식



[그림 1-2] 디렉토리 검색 방식

웹은 정보 전달 매체다 ③

■ 뉴스/신문 사이트

- 뉴미디어(New Media) 시대의 사업 전략으로 인터넷 서비스의 구축과 운용에 경영 역량을 집중
 - 웹의 특성인 상대적으로 저렴하고 간편한 제작, 정확성, 신속한 업데이트, 지속적인 인터넷 독자층의 확산, 독자들과의 쌍방향 커뮤니케이션 활성화 등의 다양한 이점 때문에 가속화되고 있음
- 인터넷 신문은 독자적인 기획과 전략으로 전문화되고 특화된 새로운 매체로 발전하고 있음
 - 각종 심층 분석 기사와 기획 보도로 틈새 시장 공략
 - 지면 제약이 없고 기사 제공의 과정이 간단하며 실시간으로 업데이트 할 수 있는 장점을 이용, 작성 기사를 출고와 동시에 여과 없이 공급하는 새로운 독자 영역으로 확장
 - 독자가 기사 콘텐츠를 만들어 공급할 수 있는 채널을 제공함으로써 독자의 참여를 이끌어내며 공급자와 수요자 간의 상호작용이 더욱 활발해질 수 있도록 도움
- 다양한 콘텐츠와 개인화된 맞춤 서비스를 통해 포털 사이트화 되고 있음
- 정보의 깊이와 차별성을 동시에 추구
 - 전문 정보 영역으로 자회사 및 각종 자매지와 연계

웹은 정보 전달 매체다 ④

■ 정보 전달을 목적으로 하는 포털 사이트



[그림 1-3] 대표적인 포털 사이트 네이버



[그림 1-4] 대표적인 종합 일간지 사이트 조선일보

웹은 정보 전달 매체다 ⑤

- 정보 전달을 목적으로 하는 모바일 웹 사이트



[그림 1-5] 네이버의 모바일 웹 사이트



[그림 1-6] 모바일 웹 사이트 조선닷컴

웹은 홍보, 광고 매체다 ①

- 홍보, 광고를 위한 웹사이트의 두 가지 유형
 - 기존 기업이나 브랜드 이미지를 온라인에서 통합된 이미지로 보여주는 경우
 - 오프라인 기업이나 학교, 기관, 기업의 상표, 제품 등을 멀티미디어 기반의 매체로 옮겨와서 소개 및 홍보용으로 활용
 - 삼성, LG, SK, 코카콜라 사이트 등의 대기업 사이트나 아이리버(Iriver), 트롬(Tromm), 지펠(zipel) 등의 기업 브랜드 사이트
 - 온라인을 기반으로 탄생한 신생 기업이나 기관의 사이트
 - 제공하는 콘텐츠나 서비스 유형에 따라 다른 성격의 사이트로 분류함
- 스마트폰 사용의 급증과 무선 인터넷의 발전으로 인해 인터넷 홍보, 광고에 큰 변화를 가져옴
 - 모바일 웹 사이트 제작 및 모바일을 활용한 광모 및 프로모션을 전개
 - 모바일의 특성인 이동성(Mobility), 위치 확인(Location), 개인화(Personalization), 적시성(Timeliness) 등을 비즈니스와 마케팅 전략에 활용
 - 기존 매스마케팅 전략에서 벗어나 개개인에게 차별화된 원투원 마케팅(One to One Marketing)으로 활용 가능
 - 휴대성과 이동성에 따른 고객의 상황을 고려하여 고객 접점을 통합적으로 관리 가능

웹은 홍보, 광고 매체다 ②

■ 홍보, 광고를 목적으로 하는 사이트



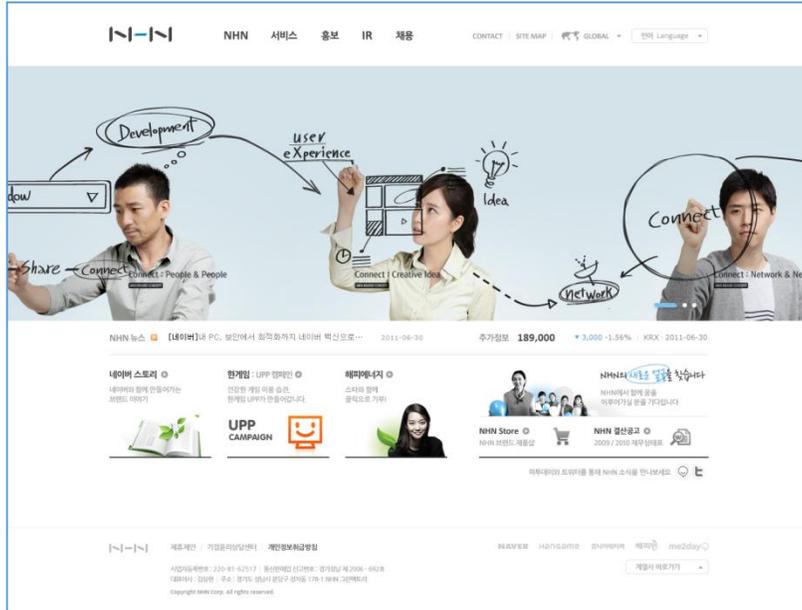
[그림 1-7] 삼성전자의 홍보 사이트



[그림 1-8] 삼성전자의 브랜드 SMART TV 마이크로 사이트

웹은 홍보, 광고 매체다 ③

■ 홍보, 광고를 목적으로 하는 사이트



[그림 1-9] 네이버를 탄생시킨 온라인 기업 NHN의 홍보 사이트



[그림 1-10] 온라인 기업 NHN의 서비스 제공 사이트인 네이버

웹은 홍보, 광고 매체다 ④

- 모바일을 활용한 광고 및 프로모션



[그림 1-11] 모바일의 특성을 적극 활용하여 모바일 웹 사이트의 런칭과 함께 오픈 이벤트를 진행한 르샵

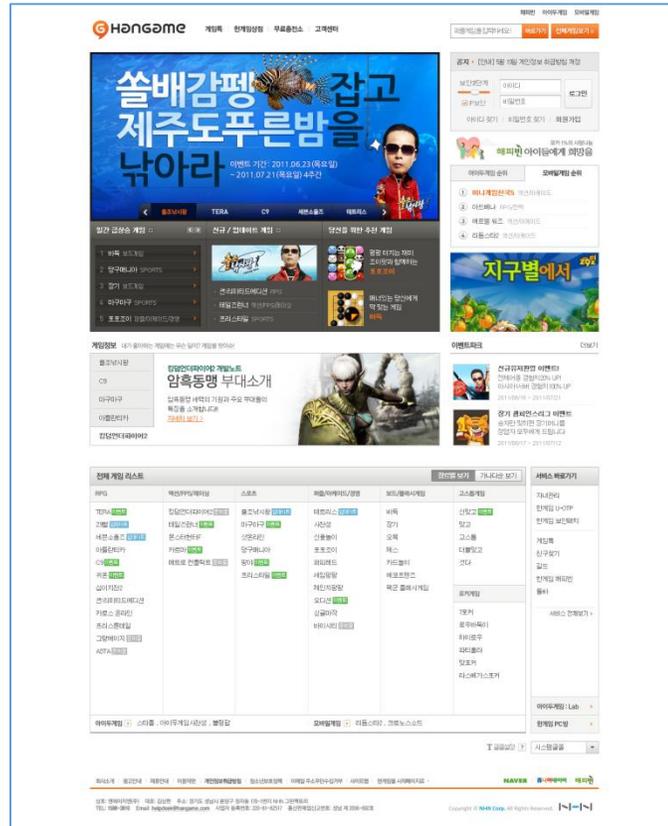
웹은 엔터테인먼트 콘텐츠다 ①

■ 엔터테인먼트(entertainment)

- 각종 오락, 연예, 게임, 스포츠, 영화, 패션, 레저, 취미, 음악 등의 정보를 다루는 사이트
- 사용자가 흥미를 가지고 계속 방문할 수 있도록 재미있고 다양한 콘텐츠를 제공
- 안정적인 시스템과 원활한 호환성, 충분한 메모리 등이 갖추어져야 함
 - 상상과 흥미를 불러일으킬 수 있는 언어적 표현, 그래픽 이미지, 동영상, 사운드 등의 멀티미디어 요소가 중요함
 - 다수의 사용자에게 대용량의 정보를 제공할 수 있는 호환성 있고 안정적인 시스템이 필요함

웹은 엔터테인먼트 콘텐츠다 ②

엔터테인먼트 콘텐츠 사이트



[그림 1-12] 게임 사이트 한게임



[그림 1-12] 영화 정보 제공 사이트 무비스트

웹은 온라인 학습 시스템이다 ①

■ 온라인 학습 사이트

■ 웹을 기반으로 온라인에서 학습할 수 있는 사이트

- 인터넷의 최대 장점인 개방성, 대중성, 실시간 쌍방향성을 이용하여 다양한 온라인 학습을 제공하는 사이트를 의미함
- 유비쿼터스(ubiquitous) 환경에서 학습할 수 있는 유러닝(u-Learning)의 발전이 예고됨

■ 접근 용이성, 상호 작용성, 자기주도적 학습 가능성, 비용 절감 효과 등의 장점을 가짐

- 접근 용이성 : 언제 어디서나 접근이 가능
- 상호 작용성 : 사용자와의 원활한 인터랙션(interaction)
- 자기주도적 학습 가능성 : 스스로의 학습이 가능
- 비용 절감 효과 : 오프라인 교육에 비해 절감되는 경제적 효과

웹은 온라인 학습 시스템이다 ②

■ 온라인 학습 사이트



[그림 1-14] 에듀넷



[그림 1-15] EBS

웹은 유통 시스템이다 ①

■ 유통 시스템

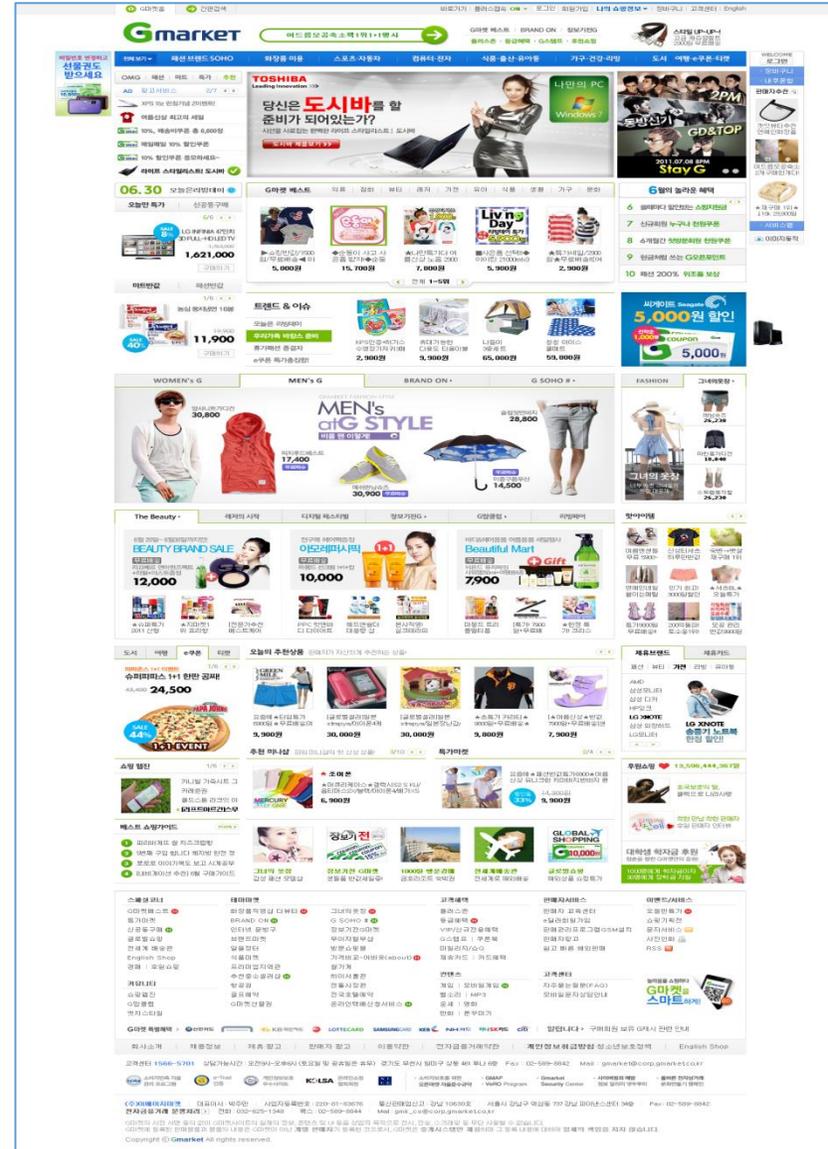
- 전자상거래가 이루어지는 사이트를 의미함
- 인터넷 비즈니스(Internet Business)를 의미함
 - 일반 소비자를 대상으로 전자적인 매체, 기술, 수단을 이용하여 마케팅과 판매 활동을 수행
 - 전통적인 유통 구조를 대체할 수 있는 획기적인 대안으로 평가 받으며 소비자 업종을 중심으로 점차 확산됨
- 인터넷 쇼핑몰
 - 물류 창고에서 물류 유통 방식을 통해 배송 시간과 유통 마진을 줄이고 온라인/오프라인 간의 겸용상품권 개발과 마일리지 통합, 게릴라식 세일 행사 및 각종 이벤트, 판촉 행사, 다양한 구매 기법(경매, 역경매, 공동구매)을 개발하는 등 매출 확대를 위한 다양한 수단 마련
 - 개인화된 상품 정보 제공 서비스와 쌍방향 인터넷 쇼핑 방송 등의 멀티미디어 기술을 이용, 소비자 참여 서비스를 활성화하는 등 고객의 재구매율을 높이기 위해 최신 인터넷 기술을 활용한 서비스 제공
- 모바일 쇼핑
 - 모바일 쇼핑에 대한 관심이 증가하면서 대부분의 인터넷 쇼핑몰에서 쇼핑 애플리케이션을 제공하는 모바일 쇼핑 활성화에 다방면의 노력을 펼침
 - 스마트폰을 사용하여 상품 정보 확인 및 최저가 확인, 가격 비교 등의 기능이 가능함

웹은 유통 시스템이다 ②

■ 온라인 상거래 사이트



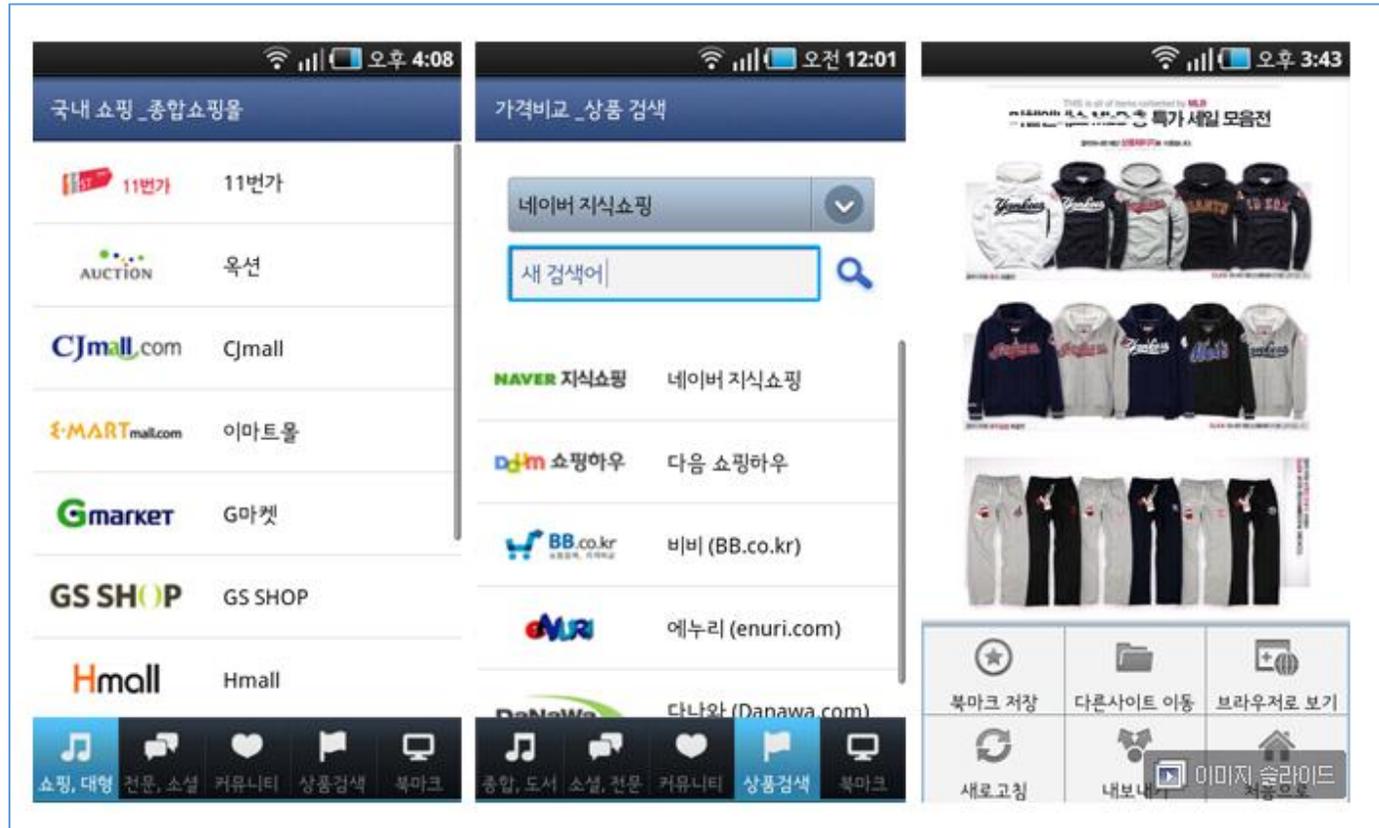
[그림 1-16] G마켓



[그림 1-17] 인터파크

웹은 유통 시스템이다 ③

■ 모바일 쇼핑



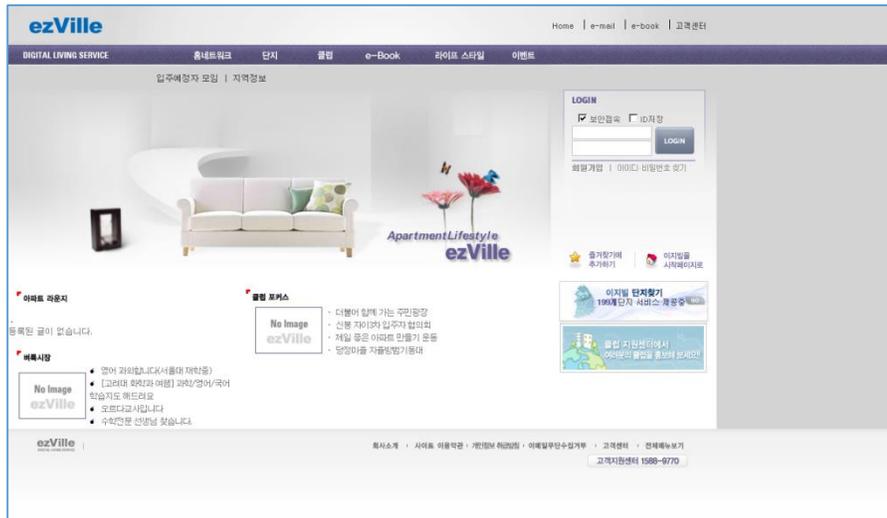
[그림 1-18] 모바일 쇼핑을 어플리케이션 하나로 끝낼 수 있는 서비스

웹은 가상 공간 속의 커뮤니티다 ①

- 커뮤니티(community)
 - 웹에서 형성되는 네티즌 간의 공동체나 소모임
- 커뮤니티의 분류
 - 지역 커뮤니티
 - 같은 생활권에서 소비와 생활 습관이 유사한 사람들이 형성한 커뮤니티 사이트
 - 비즈니스 커뮤니티
 - 유통 채널, 소비자 간의 '다대다 인터랙션'으로 정의
 - 브랜드 커뮤니티 : 기업이나 기업의 브랜드와 고객 간의 커뮤니티
 - 회사 커뮤니티 : 사내 직원끼리 사용하는 커뮤니티로 인트라넷(intranet)을 통해 직원 간의 연결 및 작업 효율성을 높임
 - 포털 커뮤니티
 - 포털 사이트의 커뮤니티를 이용하여 커뮤니티를 생성
 - 모바일 커뮤니티
 - 소셜 네트워크 서비스(SNS, Social Network Service) : 온라인 상에서 불특정 타인과 관계를 맺을 수 있는 서비스
 - 핸드폰과 결합하면서 모바일 접속이 가능해지며 통화, 회의, 쇼핑 등 다양한 기능이 부가

웹은 가상 공간 속의 커뮤니티다 ②

■ 지역 커뮤니티 사이트



[그림 1-19] 이지 빌



[그림 1-20] 유아시스

웹은 가상 공간 속의 커뮤니티다 ③

■ 비즈니스 커뮤니티 사이트



[그림 1-21] 웹 트렌드 전문지 '월간웹', 온라인 마케팅 전문지 '월간아이엠', 웹 전문가 포털 '월드웹' 커뮤니티 사이트



[그림 1-22] 회사 커뮤니티의 한 종류인 인트라넷

웹은 가상 공간 속의 커뮤니티이다 ④

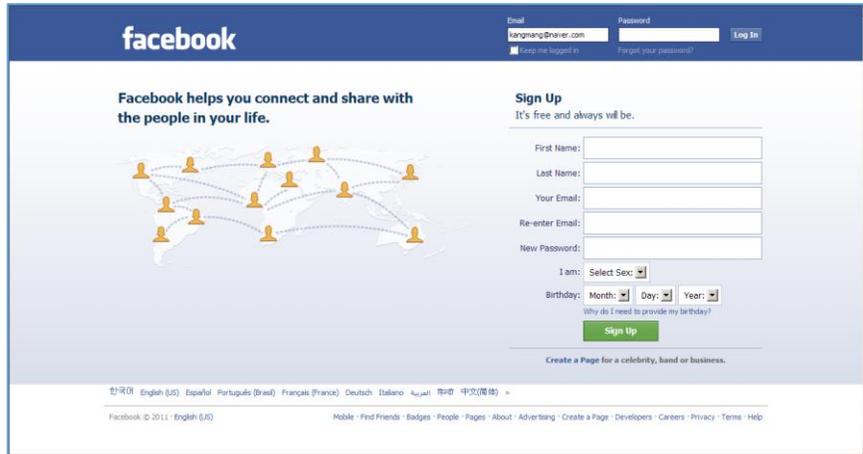
■ 포털 커뮤니티 사이트



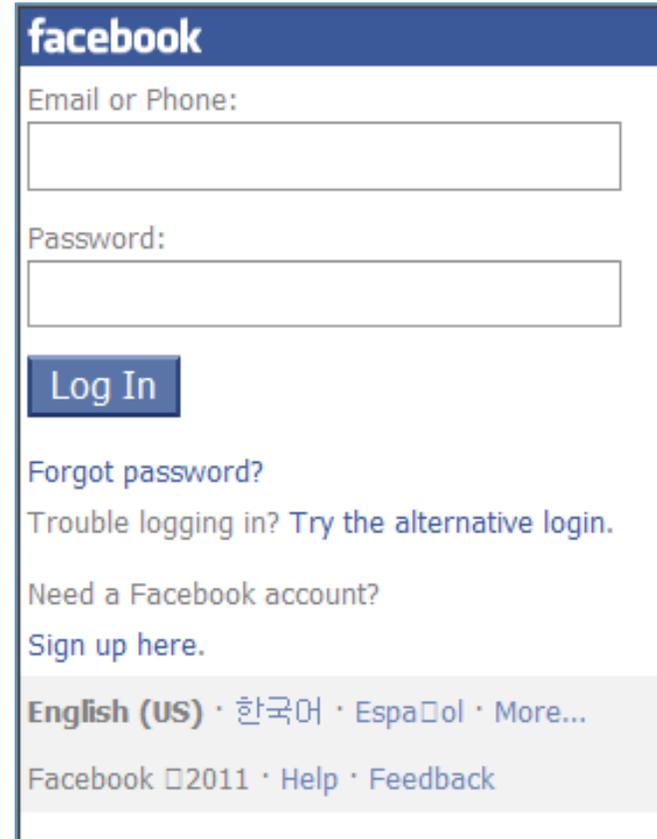
[그림 1-23] 네이버 카페를 사용하여 생성한 아이知心미술

웹은 가상 공간 속의 커뮤니티다 ⑤

■ 모바일 연동 커뮤니티 사이트



[그림 1-24] 소셜 네트워크 서비스 웹 사이트인 페이스북



[그림 1-25] 모바일 페이스북

웹은 가상 공간 속의 커뮤니티다 ⑥

■ 모바일 연동 커뮤니티 사이트



[그림 1-26] 소셜 네트워크 서비스 웹 사이트인 트위터



[그림 1-27] 모바일 트위터

웹은 표현과 감상의 매체다 ①

- 웹은 여러 가지 기능과 목적을 달성할 수 있는 무한한 매체다
 - 웹 사이트를 통하여 새로운 표현을 시도하고 감상하는 웹 등장
 - 표현과 새로운 시도를 적용한 사이트



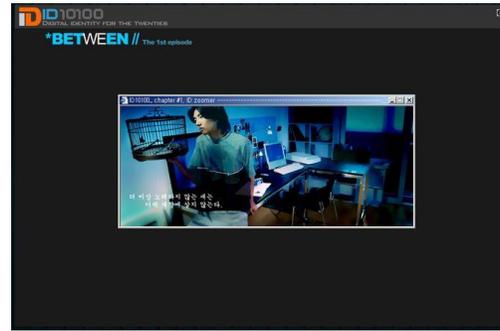
[그림 1-28] ID10100 Between

웹은 표현과 감상의 매체다 ②

- 웹은 여러 가지 기능과 목적을 달성할 수 있는 무한한 매체다
- 표현과 새로운 시도를 적용한 사이트



[그림 1-29] ID10100 Between ①



[그림 1-30] ID10100 Between ②



[그림 1-31] ID10100 Between ③



[그림 1-32] ID10100 Between ④



[그림 1-33] ID10100 Between ⑤

실습 과제

- 다음의 기능을 가진 사이트의 사례를 찾아보자
 - 정보 전달을 목적으로 하는 사이트
 - 홍보, 광고를 목적으로 하는 사이트
 - 엔터테인먼트 콘텐츠 사이트
 - 온라인 학습 사이트
 - 온라인 상거래 사이트
 - 커뮤니티 사이트
 - 표현과 새로운 시도를 적용한 웹 사이트
- 위에서 열거하지 않은 또 다른 웹의 기능과 역할을 알아보고, 그 사례를 찾아보자

양질의 콘텐츠

- 양질의 콘텐츠와 정기적인 업데이트
 - 사용자로부터 지속적인 방문을 약속하는 것은 사용자가 필요로 하는 콘텐츠를 의미함
 - 좋은 콘텐츠란 웹 사이트의 목적과 사용자를 정확하게 파악하고 그들의 요구에 부응하며, 나아가 그들을 리드할 수 있는 내용을 제시하는 것

- 양질의 콘텐츠로 네티즌에게 호응을 얻은 사이트



[그림 1-35] DC inside

사용의 편의성 ①

- 인터페이스와 네비게이션 시스템의 편의성
 - 수많은 페이지 사이에서 길을 잃지 않고 가장 빠르게 원하는 정보를 찾을 수 있도록 도와줌
 - 매체의 특성으로 인해 모바일 웹 사이트에서 더욱 중요함
 - 편의성을 높이기 위한 요소
 - 정교한 구조 설계
 - 다양한 경로로 접근할 수 있는 네비게이션 시스템과 검색 엔진
 - 직관적인 인터페이스
 - 한번에 알 수 있는 레이블링 시스템

사용의 편의성 ②

- 편의성을 중요하게 생각한 사이트



[그림 1-36] 패틱닷컴 쇼핑몰의 장바구니

사이트의 신뢰성

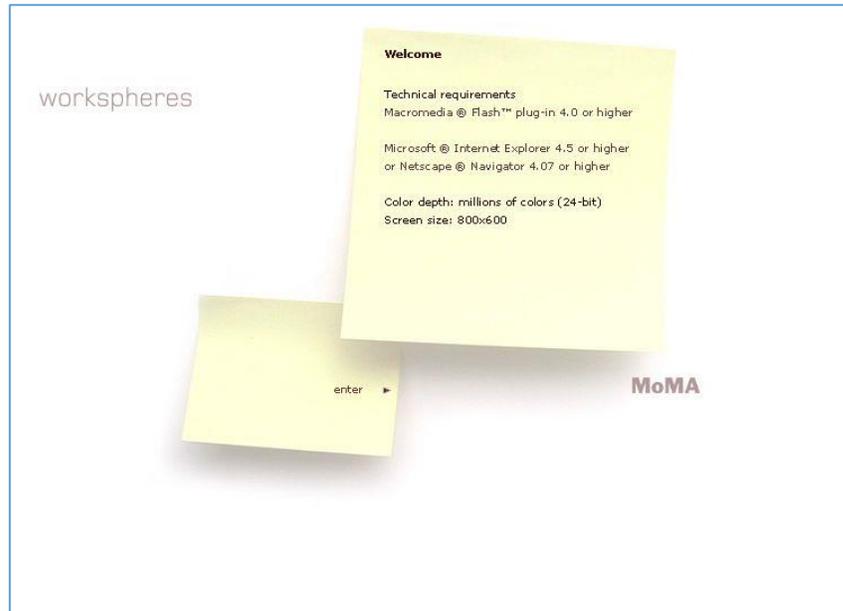
- 안정적인 시스템, 철저한 유지보수, 신속한 업데이트 및 개인 정보의 보호나 보안 등
- 신뢰성을 중요하게 생각한 사이트



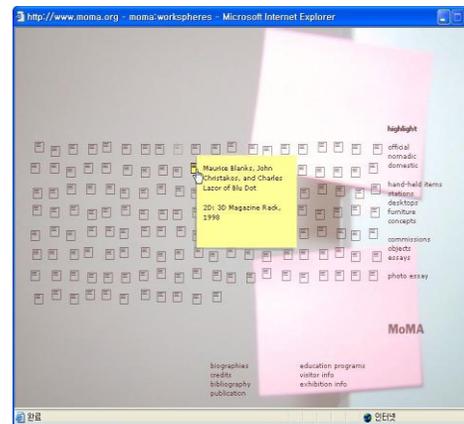
[그림 1-37] 국민은행

시각적 즐거움

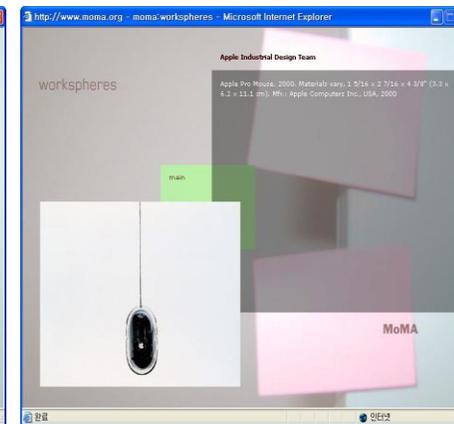
- 시각적 아이덴티티(identity)
 - 시각 디자인은 그 사이트의 인상을 결정짓는 중요한 요인
 - 감성적인 만족감뿐만 아니라 차별성, 기억도, 선호도 등을 제고함과 동시에 사이트에 강력한 시각적 아이덴티티를 부여함으로써 브랜드 이미지를 형성
- 감성적인 만족을 주어 브랜드 이미지를 형성한 사이트



[그림 1-38] MOMA



[그림 1-39] MOMA ①



[그림 1-40] MOMA ②

흥미성

- 사용자의 발길을 유도하고 붙잡아 둘 수 있는 중요한 요소
- 오락적인 요소를 접목시킨 학습 사이트



[그림 1-41] 게임팡팡, 재미채널 등의 오락 콘텐츠를 접목시킨 유아 학습 사이트

사용자의 참여 유도

- 게시판이나 커뮤니티의 활성화를 통하여 사용자의 참여 유도

[사례 1-20] 사용자의 참여를 유도하는 사이트



[그림 1-42] 사용자의 의견과 정보를 교환할 수 있는 콘텐츠 모음

개인화

- 개별 고객의 취향과 필요를 반영한 개인화된 서비스
 - 모든 서비스의 궁극적인 목표는 고객 만족으로 귀결되며, 전 영역에 걸쳐 웹 사이트를 활성화하는 주요 요인
- 개인화된 서비스를 제공하는 사이트



[그림 1-43] 빅스뮤직의 마이앨범 페이지