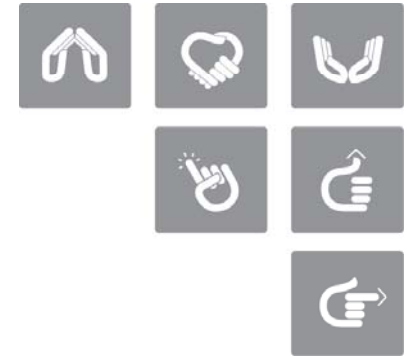


국내외 모바일마케팅 성공사례



KT경제경영연구소, 박연익(zeuspark@kt.com)
이형일(mkt@kt.com)
이재형(bluestone@kt.com)

들어가면서

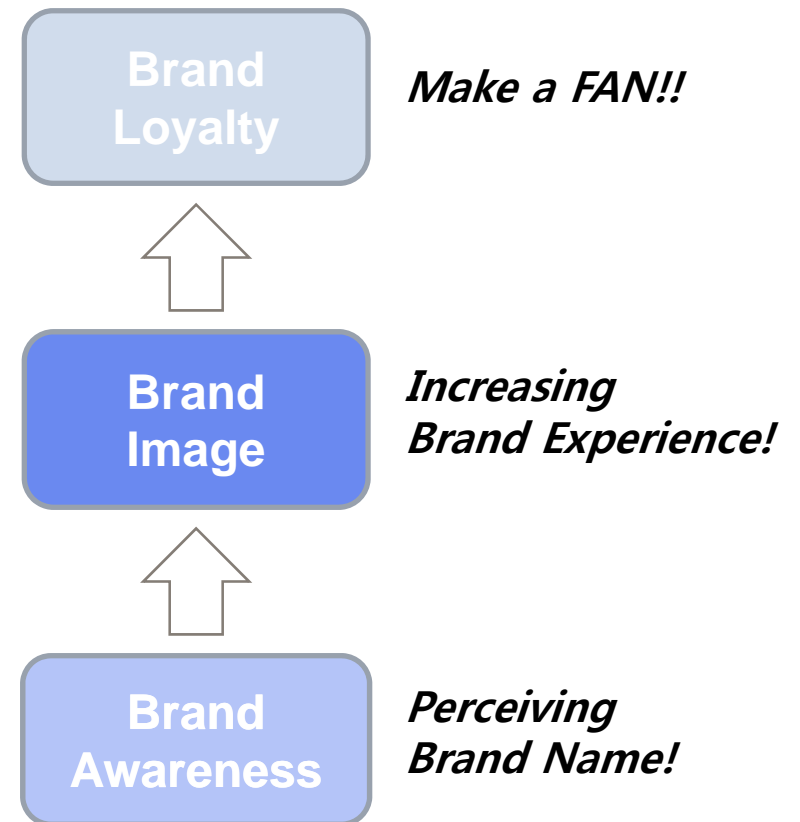
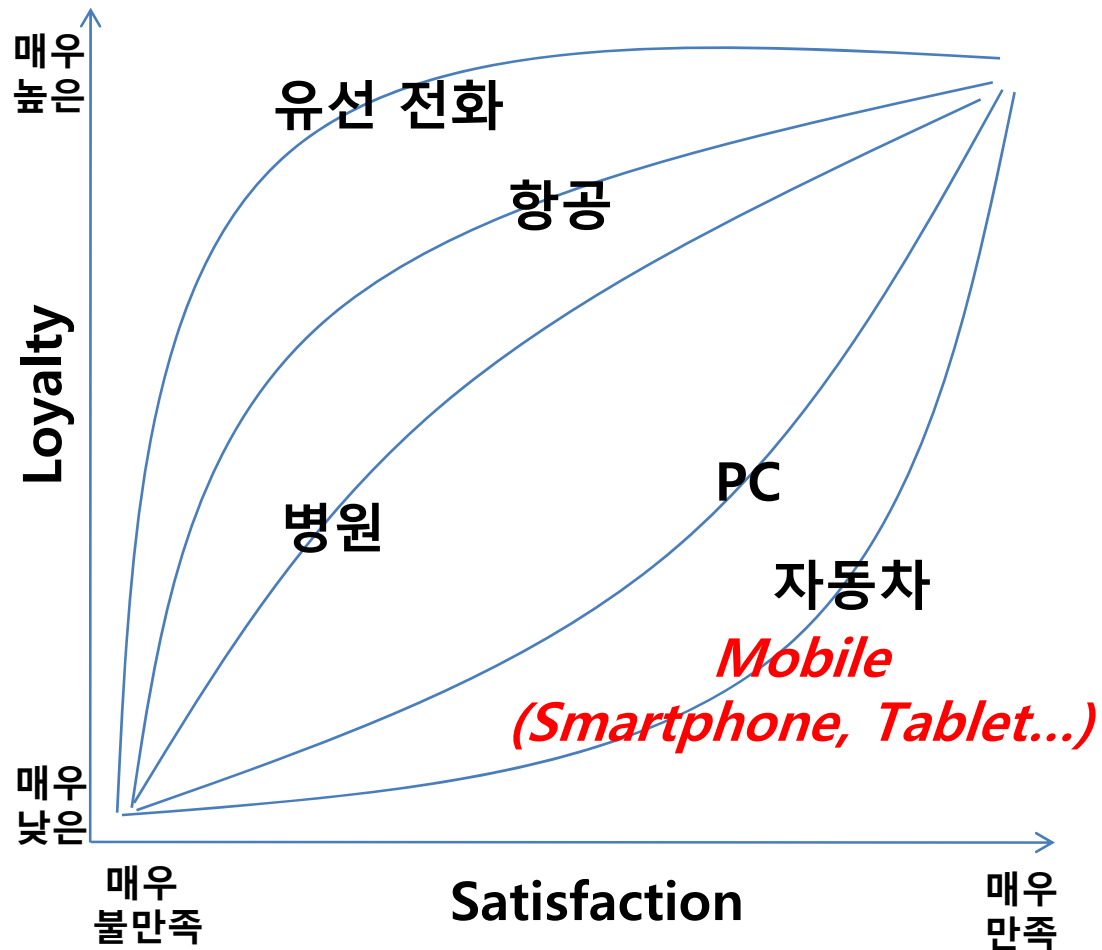
I . 모바일 시장 개관

II. Branded App

III. 모바일 마케팅 우수사례

III. Wrap-up

- 로열티를 얻기 힘든 모바일 마케팅, 서서히 달아오르는 특성이 있으나,
- 한번 폭발하면 급격한 성장을 이끌어낼 수 있음

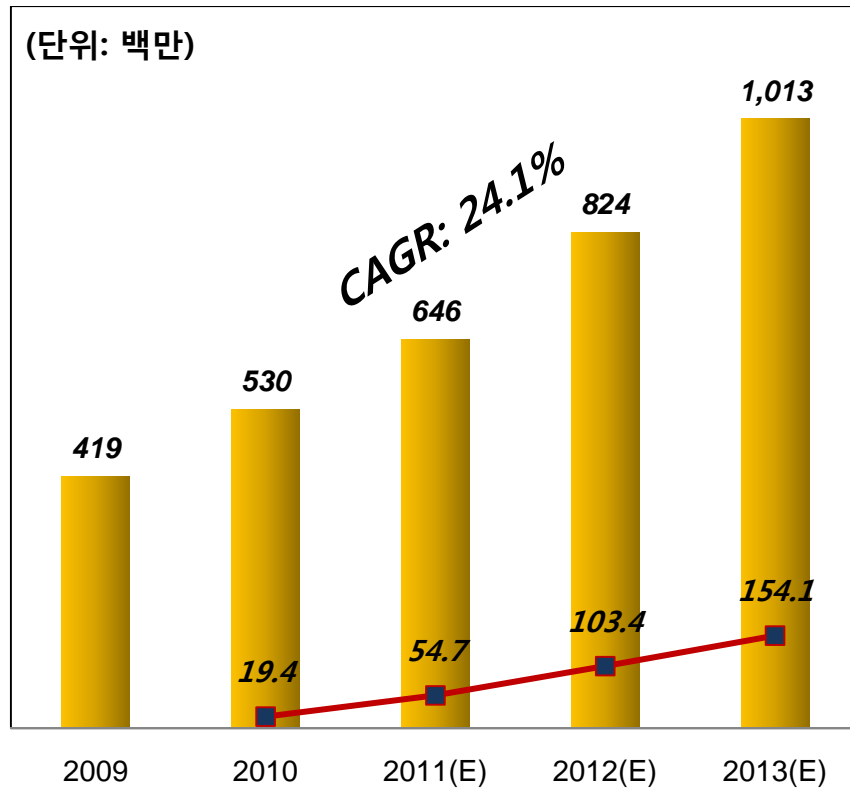


Smartphone & Tablet PC 가입자 전망

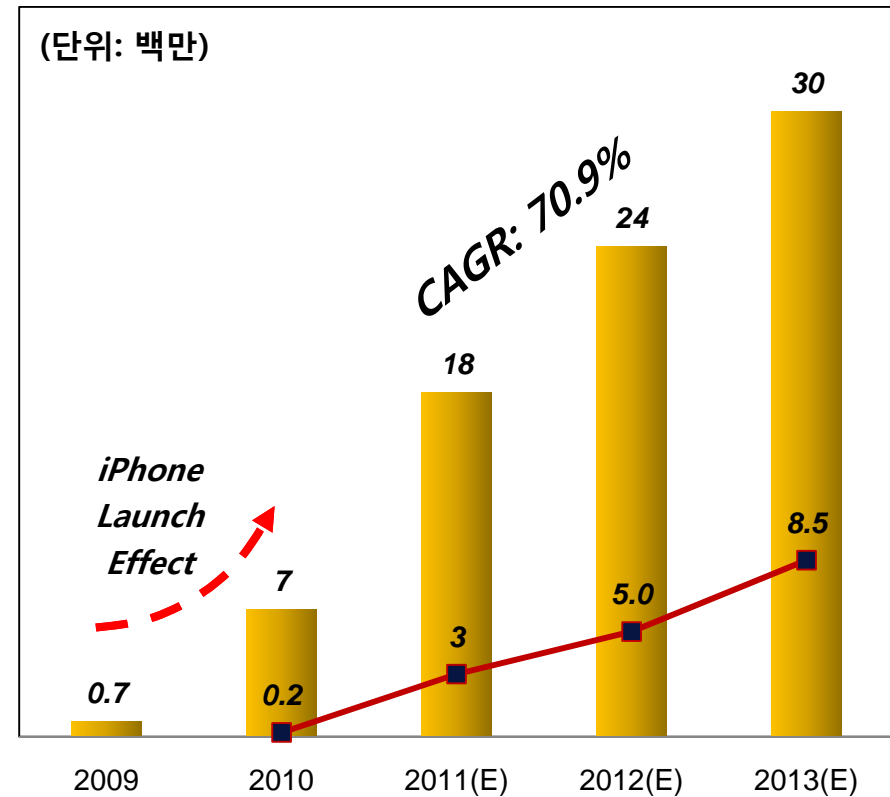
Global

Smartphone
Tablet

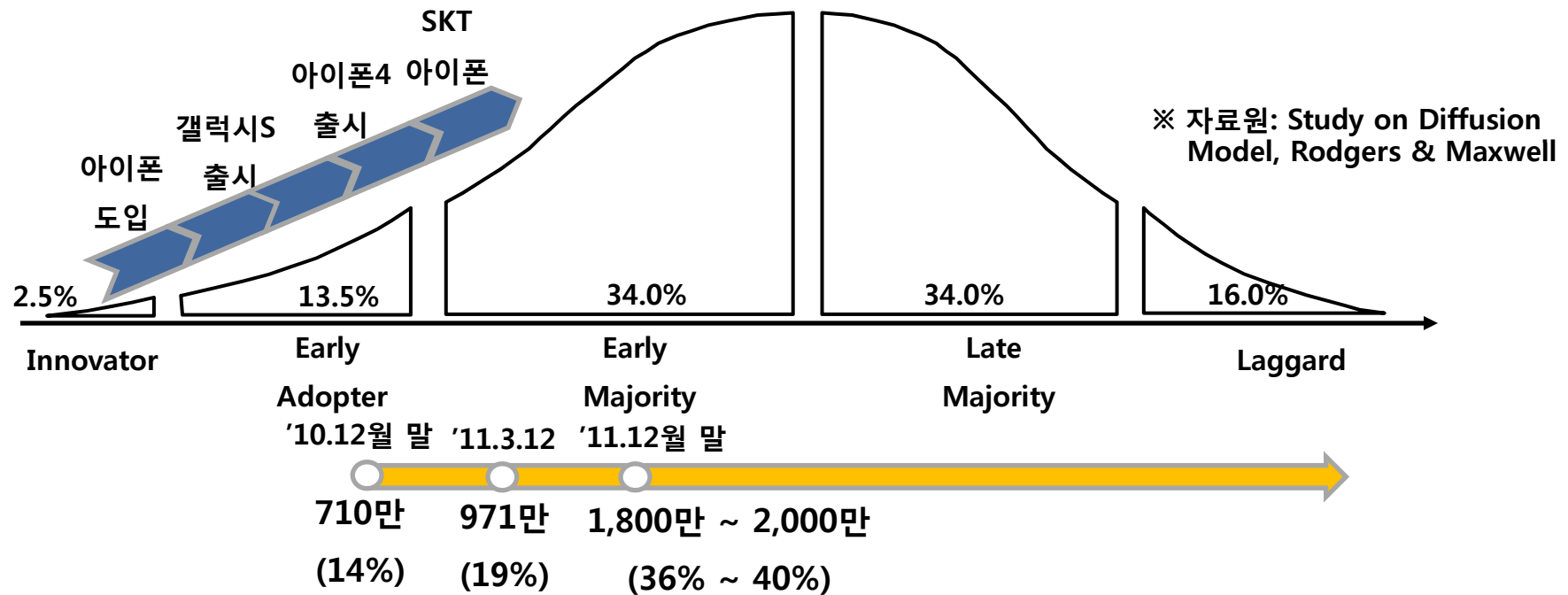
Korea



Source: OVUM, Atlas Research

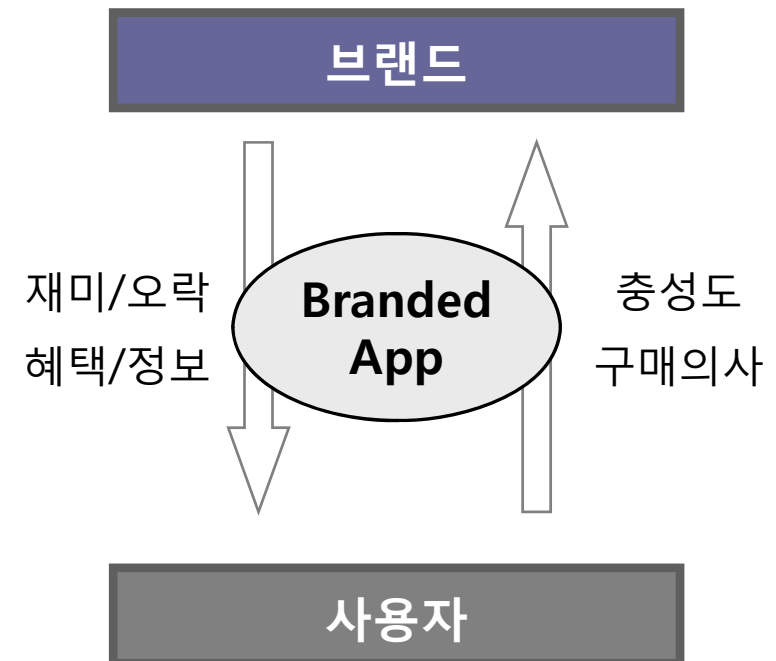


Source: OVUM, Atlas Research, kt자료 * Tablet PC CAGR: 68% ('11~'13)



- **현시점에서 국내 Smartphone 시장은 Early Adopter를 벗어나 본격 대중화 단계로 진입 직전**
 - iPhone 도입전 2009년말까지 1% 남짓한 보급률을 기록했던 국내 스마트폰 시장은,
 - iPhone과 갤럭시S의 출시에 힘입어 Early Adopter 시장을 넘어 대중화 단계로 진입
- **2011년 국내 Smartphone 시장은 대중화의 정점을 이룰 것으로 전망**
 - 현재 신규가입자의 절반은 Smartphone 가입자가 차지
 - 이통3사의 스마트폰 가입자 확보 의지: (2010년말) 710만 → (2011년말) 1,800만 ~ 2,000만

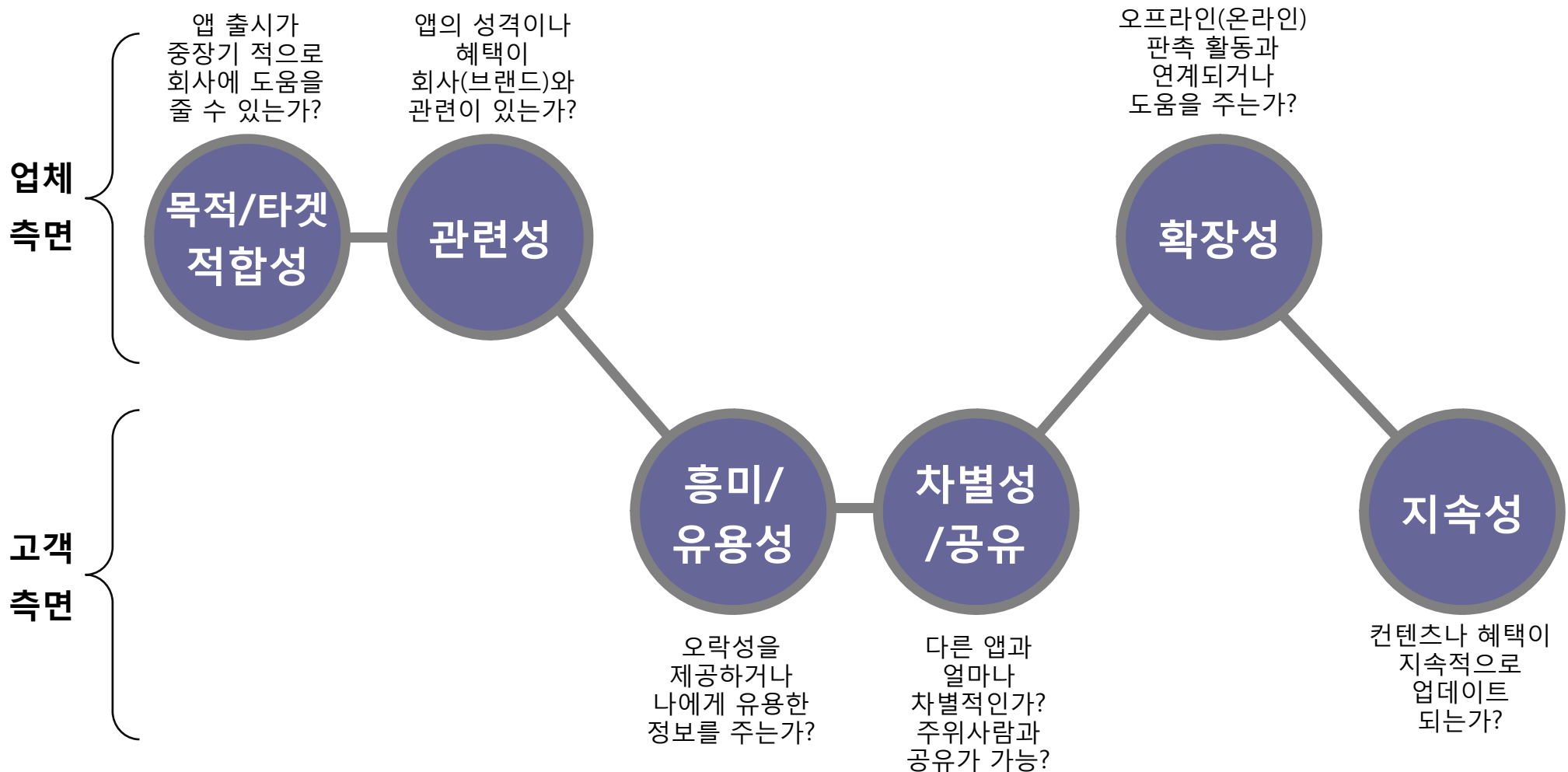
- 기업이 브랜드와 제품 홍보를 위해 제작, 배포하는 스마트폰용 어플리케이션
- 아이폰을 중심으로 한 스마트폰 초기 시장에서 홍보효과가 커 새로운 마케팅 기법으로 주목



- 세부 역할을 보게 되면 단순 홍보부터 별도 앱으로 판매하기 까지 목적이 다양함
- 명품의 경우, 직접적인 판매 목적보다 홍보를 통해 브랜드 가치를 증진시키고 구매욕구 증대목적

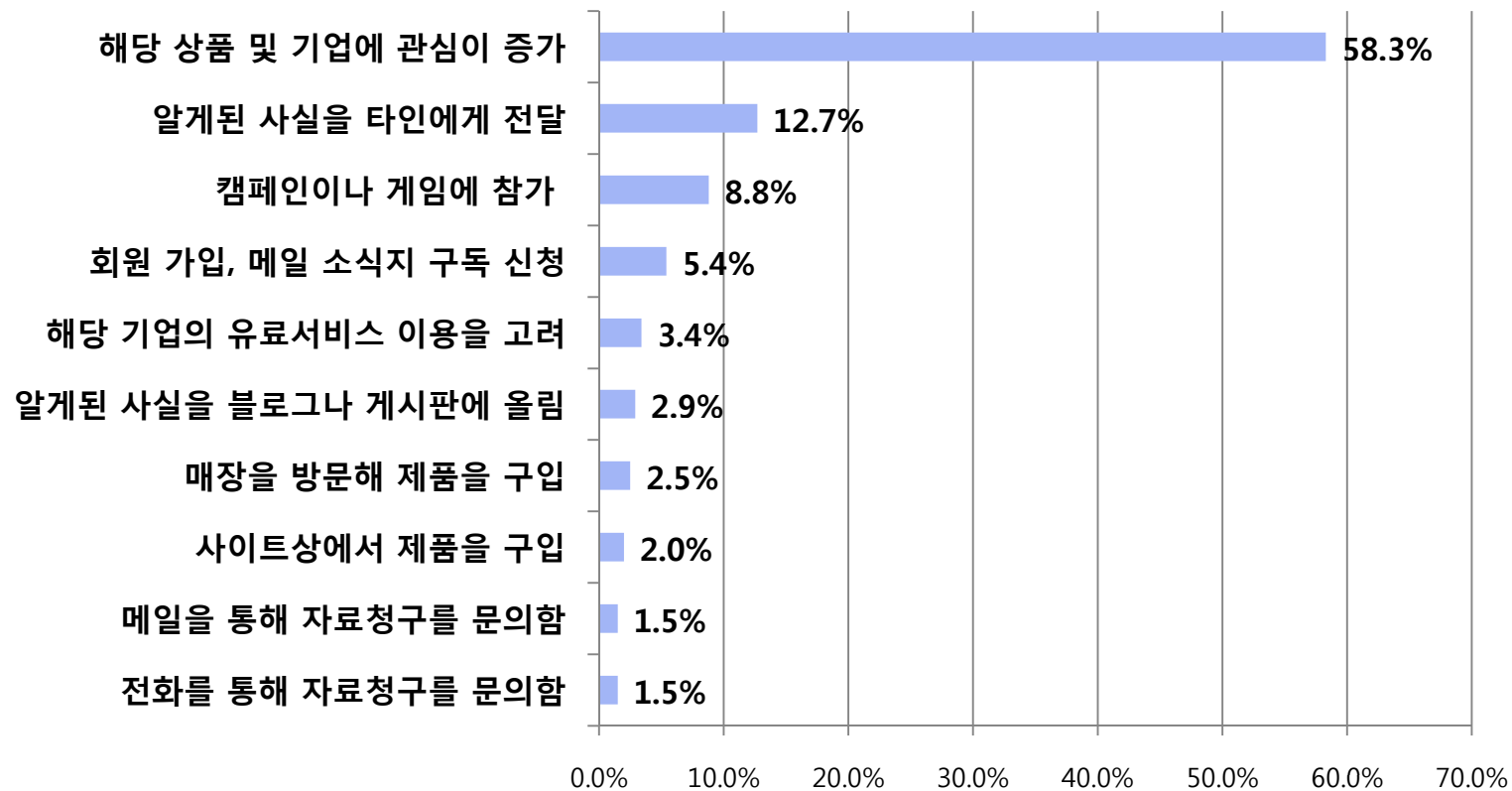


- 앱의 제작과 활용에 있어 업체와 고객 양쪽 측면을 충분히 고려해야 함
- 기업/판촉 활동에 중장기적 효과에 대한 고려와 함께 고객이 다운로드 받을 동인을 제공할 필요



- iPhone 이용자의 50.6%가 브랜드앱에 대해 인지하고 있으며, 20.4%는 실제 이용경험 있음
- 이용경험이 있는 사용자의 58.3%는 '해당 상품 및 기업에 관심이 증가'한 것으로 나타남

iPhone 브랜드앱 이용 후 행동 및 인식의 변화



* 日 BP Consulting. '09.12

- 코카콜라의 라이브 배경화면 Apps(Android Market), 배경화면이 움직이면서 생동감을 나타냄
- 실질적인 혜택 부여보다는, 브랜드 자체에 대한 홍보, 이미지 차원에서 접근



- TV Campaign과도 일치하여, 일반적인 Wallpaper보다 효과 극대화
- 브랜드 인지도 향상 및 Cross-media integration의 좋은 사례



- 1,000만 Zippo User들에 대한 브랜드 인지도 증가
- 점차 잊혀져 갈 썸에 App을 통한 브랜드 인지도, 이미지를 활성화 시킴



- 브랜드 Status를 지속적으로 유지하기 위한 홍보
- 오랫동안 소비해 왔던 소비자들의 로열티를 높이 위해 이미지 각인 작업의 일환

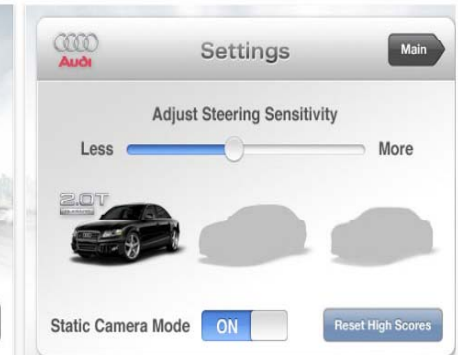
- 소비자의 경험을 통해 소비자들이 브랜드에 쉽게 다가갈 수 있는 기회를 제공,
- 흥미 유발, Entertainment 관련 App 들이 많음



- 탁월한 User Experience
- Like REAL!
- VW 배너광고



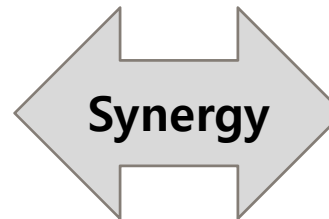
- 350만 다운로드
- Game을 통한 Website 방문 급증(50만 이상)
 - 일반 방문: 50만 이하



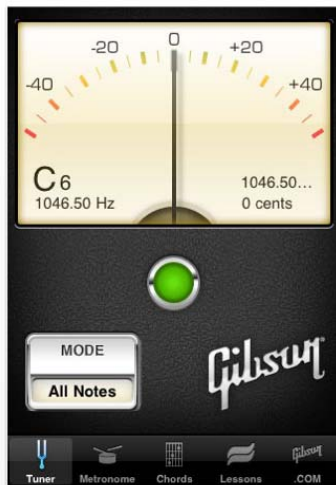
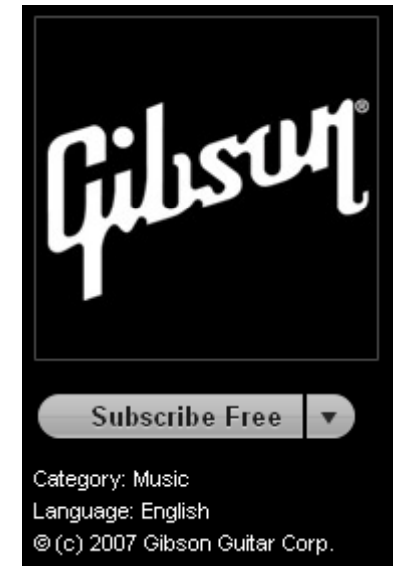
- App을 실행 할 때마다, 'Gibson' 브랜드 떠올리게 하고, 느끼고 애착을 느끼게 됨
- It's Free!!!!, 보통 조율을 받을 때 드는 비용이 20달러 이상임
- Podcast을 통한 Audio/Video 서비스는 이를 극대화 함



Branded
App



Podcast



Gibson.com Video Podcast Series

▲	Name		Time	Released
1	Elliot Easton Talks About His Early Exposure To ...	📺	4:23	12/2/09
2	Elliot Easton Talks About His Early Musical Expo...	📺	2:48	12/2/09
3	Elliot Easton Talks About His Early Influences	📺	2:59	12/2/09
4	Elliot Easton Talks About Growing Up A Left Han...	📺	5:20	12/2/09
5	Elliot Easton Talks About The Cars First Record ...	📺	3:34	12/2/09

- ABC 방송사는 iPad로 TV 쇼에 대한 특별한 Contents와 Interactivity를 제공하기 위해서, My Generation Sync를 개발,
- TV를 보면서 콘텐츠 검색, Community 참여 등 다양한 혜택으로, “TV 쇼=ABC” 를 떠올리게 함

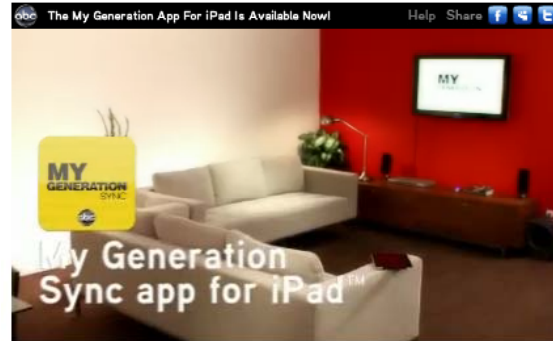
ABC's My Generation Sync App



- Reading Contents



- iPad & TV in the living room



- 필요한 정보 클릭



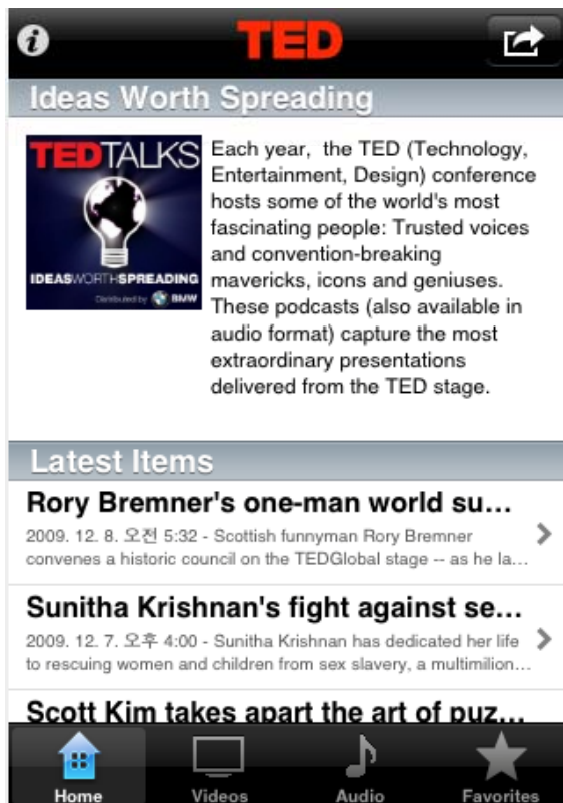
- iPad & TV Sync



- 출연자
정보검색



- Ted 컨퍼런스에서는 다양한 주제의 컨퍼런스 동영상을 무료로 배포,(Ted=Idea 공유) 이미지 홍보
- 900여 건의 컨퍼런스 동영상을 볼 수 있는 무료 어플
- * Ted는 Technology, Entertainment and Design을 주제로한 컨퍼런스, 애플 아이튠즈(iTunes)에서 지원하는 Audio/Video 서비스

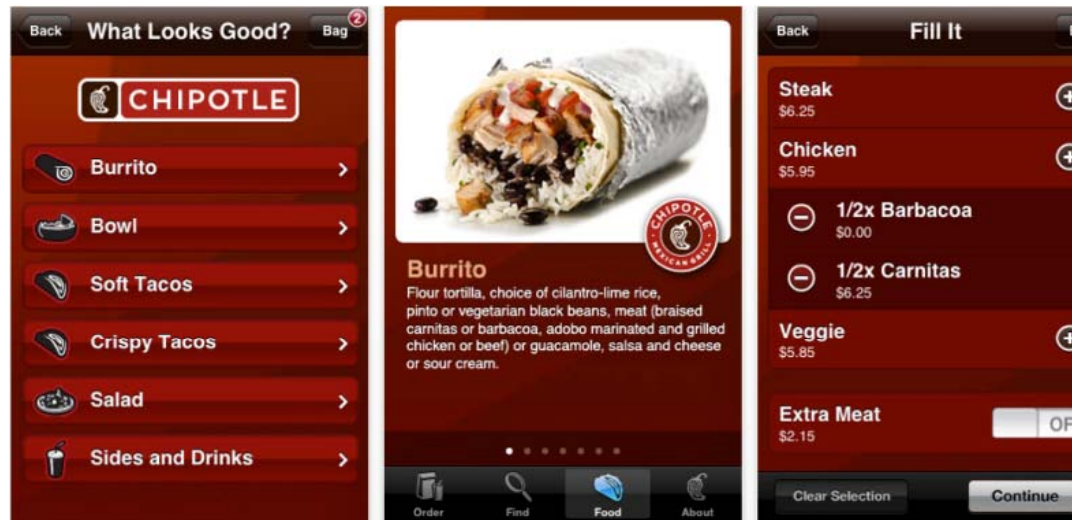


Themes	TED Conferences	TED Conversations NEW	About TED
Speakers	TEDx Events	TED Community	TED Blog
Talks	TED Prize		TED Initiatives

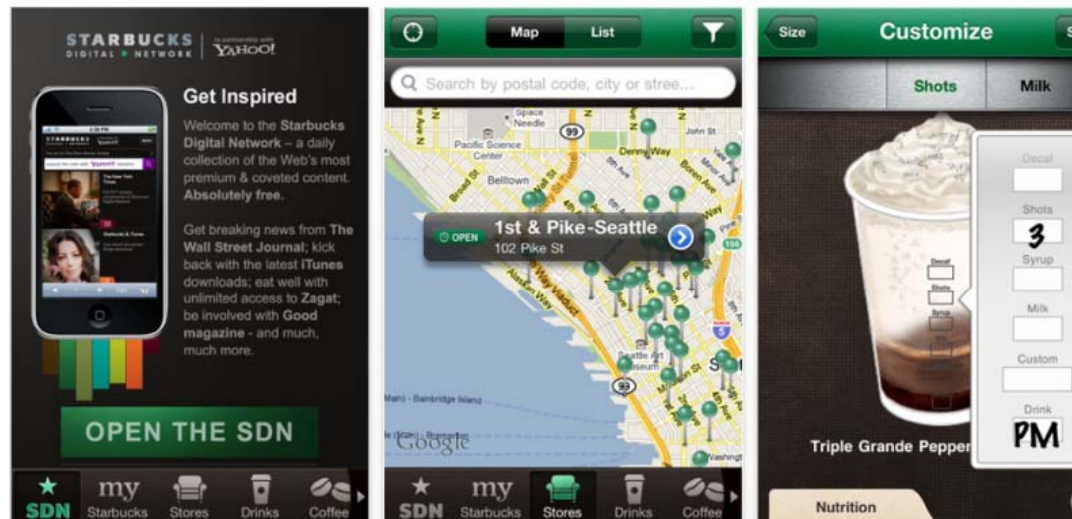


- 동영상 뉴스를 App 및 팟 캐스트를 통해 자사 홍보, 교육이미지와의 연계(CNN=유익한 교육)
- 학생들은 원하는 카테고리(콘텐츠)를 다운로드해서 플레이 가능
- * 팟캐스트(Podcast)는 애플 아이튠즈(iTunes)에서 지원하는 Audio/Video 서비스



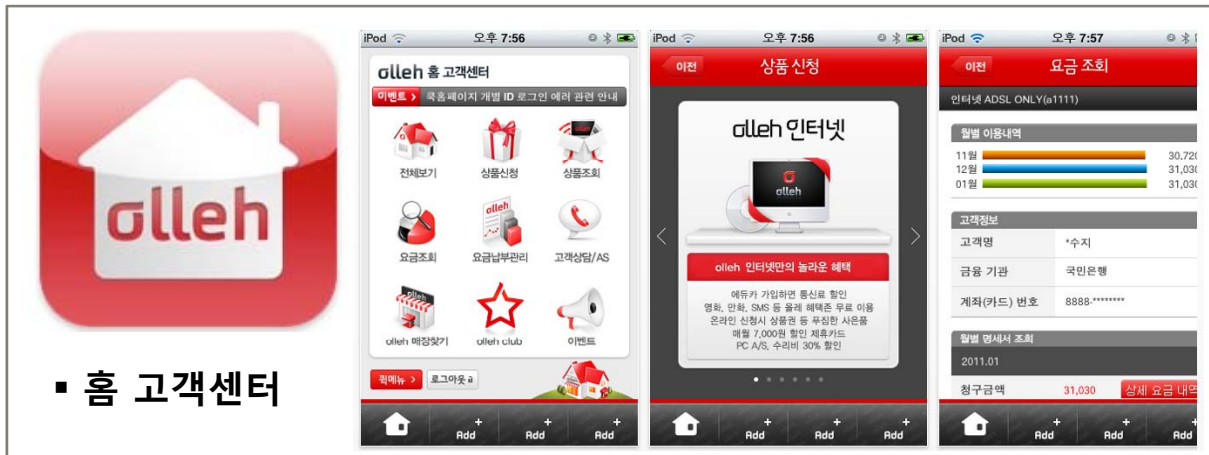


- 멕시코 음식 전문 'Chipotle Mexican Grill'
- App으로 메뉴 검색, 주문
- 가장 가까운 매장에서 주문한 음식 수령 & 결제



- App으로 open된 매장과 해당 매장 정보 검색
- 주문 & 지인 선물 제공 가능(SMS, email, SNS)

- 고객센터서비스/판매를 위한 MOT로 활용
- 특히 사용량 확인 및 요금결제, 신규/부가서비스 가입 등



▪ 홈 고객센터



▪ 모바일 고객센터



- Olleh 콕콕
- 네트워크 검색 및 관리

- LBS, 날씨 등 자사의 서비스의 이용률 향상을 목적으로 개발
- 또한 트렌디한 라이프 스타일을 추구하는 고객을 위한 통합 혜택 프로그램 App 개발



▪ Olleh navi



▪ Olleh 날씨



▪ olleh iTrend



- iPad를 활용한 업무 스타일이나 솔루션을 소개하는 기업 세미나 '소프트뱅크 데이'(SoftBank Days 2010) 개최('10년 7월과 10월)
- 전체직원에게 iPad 관련 업무혁신 사례를 의무적으로 발굴하도록 지시(32분 잔업감소, 4만 3천엔 만 큼의 종이비용 감소, 이외의 시간창출 등이 결과물로 제시)
- 이외에도 금융, 의료, 교육 분야의 파트너들과 함께 업무혁신사례를 공동으로 발굴
- 단말판매 외의 부가가치를 높이기 위한 솔루션을 개발하고 혁신사례에 근거한 사용처를 제시



1. 전략 : 어떻게 마케팅 할 것인가?

Ⅲ. 모바일 마케팅 우수사례

- 뭐든 갈 수 있다는 의미에서 누구나 가지고 싶어하는 최신 제품인 아이폰, iPad를 갈음
- 블렌드텍은 유튜브를 통해 이슈화 되었으며, 매출도 5배 이상 증가한 것으로 나타남



2. 고객니즈 파악 : 목적 없는 사람들을 위해

Ⅲ. 모바일 마케팅 우수사례

- 특별한 니즈가 없고 집중하지 않는 사람이나 상황이 있다는 것도 생각해야
- 현재는 뚜렷한 결과가 없으나,
- 목적 없이 시간을 때워야 하는 사람을 위한 기기와 앱 또한 인기를 끌 것으로 예상



뭘 봐야할지 모를 때!
시청률을 보고 결정!
IPTV 강국 프랑스에는
일반화된 서비스!

뭘 해야할지 모를 때!
생각없이 퀴즈풀기!

일주일치 모든
채널녹화!



iPad Tving



Spider Zero

3. SNS : 소셜커머스, 충분히 소셜인가?

Ⅲ. 모바일 마케팅 우수사례

- 남들이 하는대로 따라하단 '거지꼴'을 못 면한다
- 레드오션 시장에서 똑같은 BM, 똑같은 혜택으로 고객에 어필할 방법이 있을까?
- 왜 그루폰은 미국에서처럼 하지 못하는 것일까?



- 미국에선...
- '08년 11월에 서비스 개시
- '10년 8월 전국 확대 첫 상품 대박
- 1,100만달러, 44만건 판매



- but, 한국에선...
- '11년 3월 14일 그루폰코리아 오픈
- 첫날 마감시간에 매진
- 판매 부진 겪음
- SKT와 소싱계약(예상)

소셜커머스 주요 업체 판매 동향

(단위: 억원, 기간: 3월14~20일)

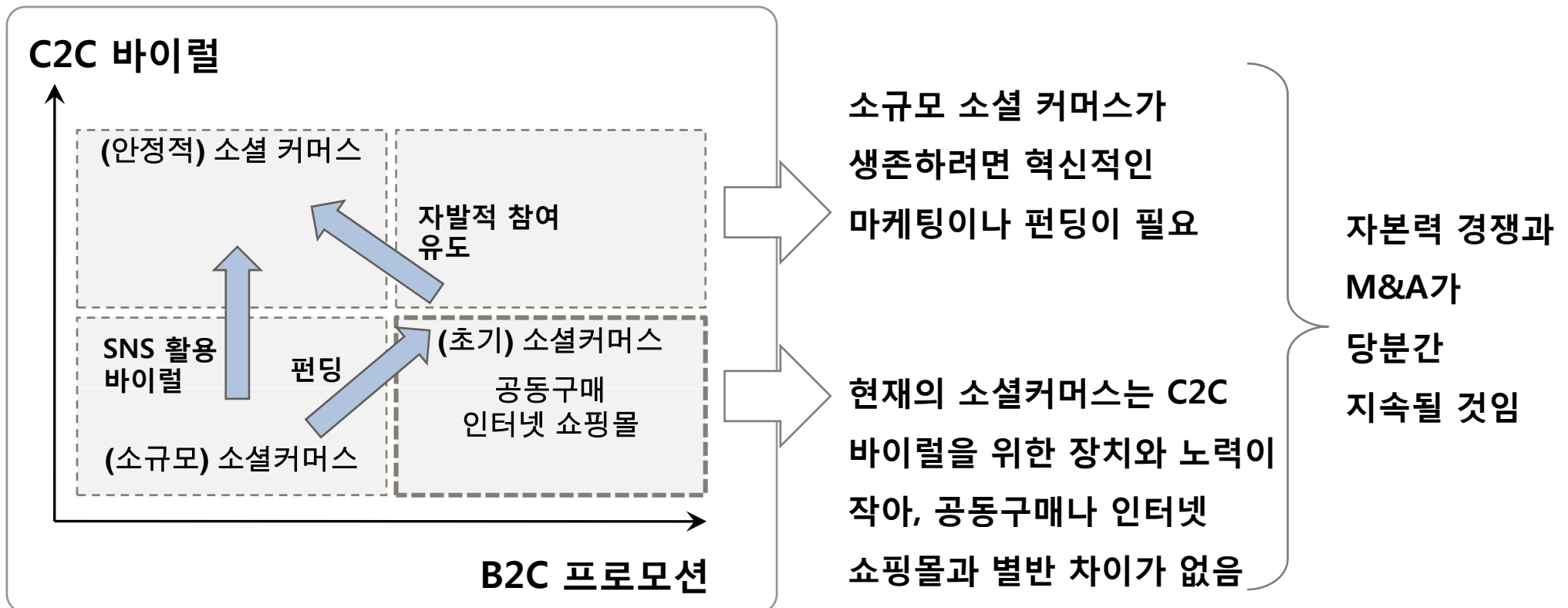


Source: 한국경제신문

3. SNS : 소셜커머스, 충분히 소셜한가?

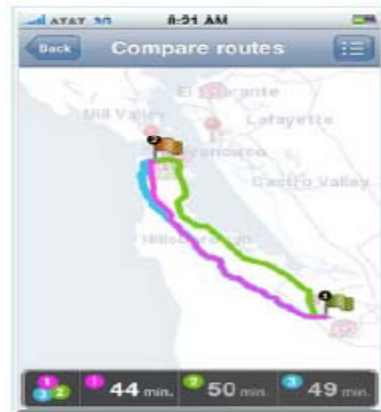
Ⅲ. 모바일 마케팅 우수사례

- 소셜커머스가 공동구매/인터넷 쇼핑몰과 차별화되는 것은 C2C 바이럴을 통한 프로모션 비용 절감과 홍보력 극대화이나, 아직까지는 바이럴 창구/장치를 확보하지 못해 B2C 프로모션에 의존
- 공동구매/인터넷 쇼핑몰과의 차별점을 못 찾게 될 경우, 비용절감 효과가 낮아, 참가업체 하향평준화로 인한 고객불만이 급증할 수 있음
- 현 상황이 지속될 경우, 자본력 경쟁과 M&A가 당분간 지속될 것으로 보여, 딜 참가업체와의 상생 방안을 고객 입장에서 생각해야 할 것임



- 소셜드라이빙 서비스는 운전자들의 경험과 정보를 전체 이용자가 공유하는 서비스
- 경로 검색은 물론이고, 같은 경로로 이동하는 다른 사용자들의 루트가 표시되어 최적경로를 추천
- 타 사용자들과 현재 교통 상황에 대한 내용들을 공유(Twitter, Facebook, Foursquare 연동)

기본
기능



최적루트 검색



운전경로 확인



실시간 도로정보



사고등록-포인트획득

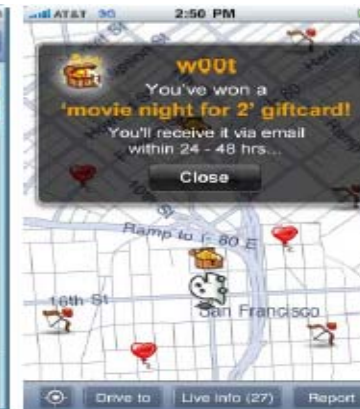
추가
기능



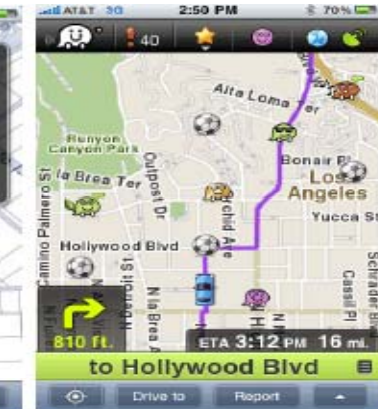
포인트 Geo Game



그룹 커뮤니티



발렌타인 영화이벤트



남아공 경품이벤트

* Source : ROA Consulting

3. SNS : SNS기반 뉴스 블로그, Mashable

Ⅲ. 모바일 마케팅 우수사례

- 트위터의 가장 큰 장점은 '긴밀한 관계를 가지는 팔로워'를 통한 네트워크 효과!
- 20대인 피트 캐시모어는 트위터와 페이스북을 통해 네이버에 육박하는 블로그 뉴스사이트 운영



피트 캐시모어

- **네트워킹 효과** : 팔로워가 많을 경우, 매체 못지 않은 영향력을 가질 수 있음

- 뉴스블로그 매셔블 창업자이자 대표인 피트 캐시모어(24)
- 캐시모어는 덩수룩한 구레나룻 때문에 30대나 40대로 보이지만 1985년 9월생 청년
- 스무살 때인 2005년 스코틀랜드에서 매셔블을 창업

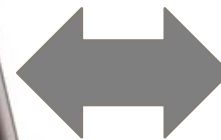
- 매셔블은 기자(블로거) 9명을 포함해 직원이 14명에 불과한 소셜 미디어 전문 뉴스 블로그
- 블로그 랭킹이 세계 5위(테크노라티 기준), 트래픽 랭킹(알렉사 기준)은 세계 400위권
- 지금과 같은 추세라면 올해 안에 한국 1위 사이트 네이버(현재 200위 안팎)도 제칠 수 있음

- 안드로이드는 단말 성능보다 최적화가 중요(최신 OS를 적용하기 위해서 2~3개월의 기간이 소요)
- 넥서스 시리즈가 인기를 끄는 이유는, 가장 먼저 최신의 OS를 먼저 쓸 수 있다는 것
- 최근 고객조사결과 사후지원의 범위가 단말 수리에서 OS업그레이드 및 최적화로 넓어지고 있음
- HTC는 안드로이드 단말의 차별화를 위해 센스UI를 '09년부터 자체 개발해 적용하고 있으며,
- 단말 성능이 받쳐주는 한 OS 업그레이드를 지원해 사후관리에 최선을 다함
- 작년말 JD파워 스마트폰 만족도 3위를 차지한 HTC가 기록한 시가총액 338억 최근 5년 새 30배 이상 성장한 수치로 노키아는 물론이고 RIM 까지도 앞지름(골드만삭스 자료)

[센스UI]



[넥서스원]



[넥서스S]



4. 단말 : 애플의 IOS 업그레이드는 누굴 위해?

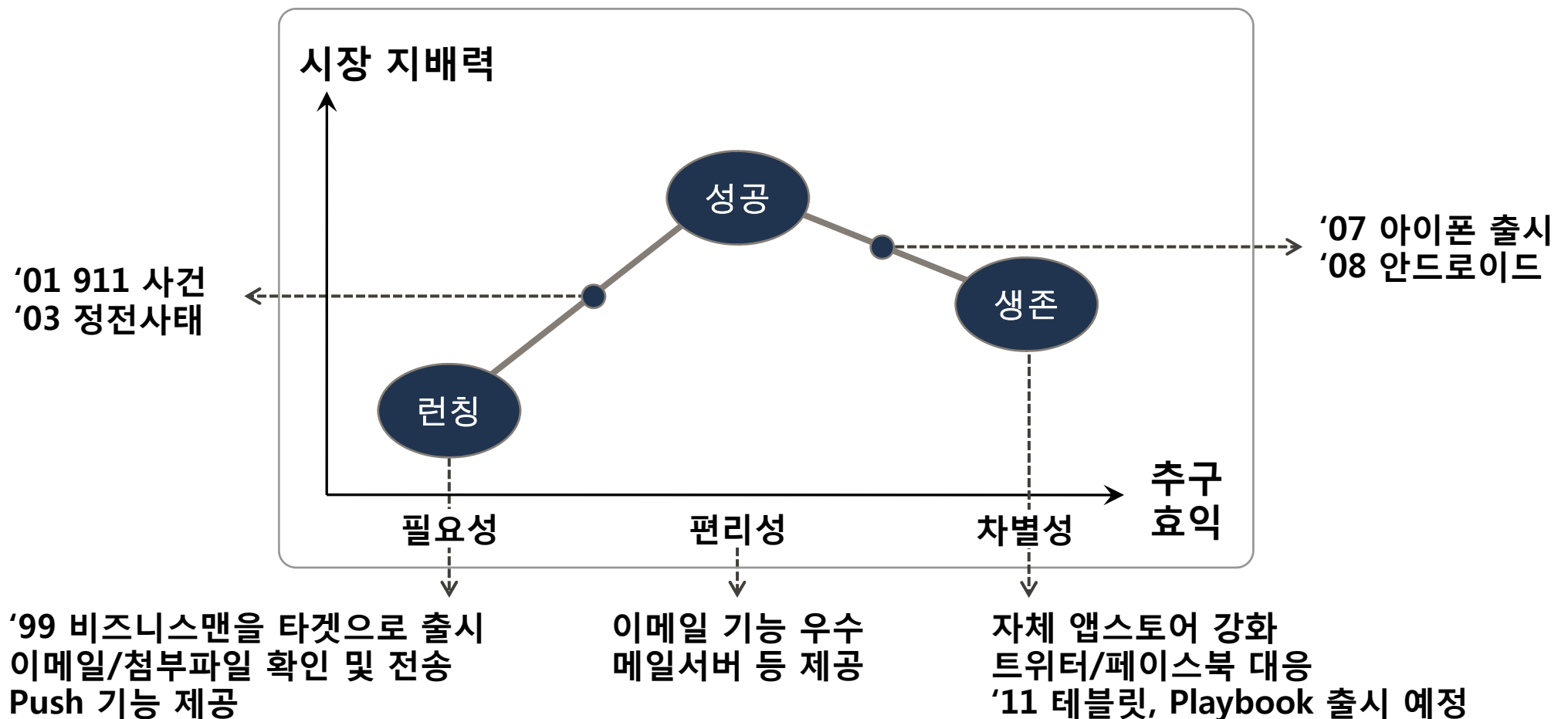
Ⅲ. 모바일 마케팅 우수사례

- 단말의 기능과 성능이 파편화되어 적극적인 OS업그레이드가 어려운 안드로이드 진영과 달리,
- 단말의 종류가 제한적인 아이폰/iPad를 통해 같은 날에 업그레이드를 동시에 지원
- 애플은 IOS 업그레이드와 함께 새로운 편의기능과 성능 개선을 꾀하며,
- 성능개선과 함께, 새로운 BM을 제시, 고객이 자발적으로 새로운 BM을 접하도록 유도
- 고객지원-BM시도가 동시에 이뤄지는 보기 힘든 사례
- 마찬가지로, NFC(Near Field Communication)에서의 전략이 어떻게 이뤄질지 기대됨

[IOS 버전 업그레이드에 따른 기능개선과 BM]

일시	07.06.29	07.09.14	07.08.15	08.07.11	08.11.21	09.07.17	09.09.09	09.06.21	10.09.08	10.11.08	11.03.10
버전	1.0	1.1	1.3	2.0	2.2	3.0	3.1	4.0	4.1	4.21	4.3
기능 개선	어플 탑재	조작기능 개선	SMS, POP3	앱스토어	앱추천	블루투스, 동영상 촬영	속도개선	폴더, 멀티 테스킹	HDR촬영, 버그개선	에어 플레 이/프린트	사파리속 도개선/핫 스팟
BM	2G출시	뮤직스토 어	기프트카 드 등록/ 영화다운	캡처기능 /익스체 인지	구글 기 능 개선	3GS 출시	리딤 기 프트카드 등록	아이북	TV쇼 렌탈	Find My iPhone	

- Research In Motion의 블랙베리는 이메일에 특화해 정부/비즈니스맨을 중심으로 확산
- 고객기반 연구결과를 기반으로 런칭하고 불필요와 싸웠으며, 편리성으로 확산했지만, 경쟁 단말인 아이폰과 안드로이드에 비해 차별적인 효익을 제공하지 못함 ⇒ 생존의 기로
- 속도 때문에 스트로베리에서 블랙베리로 이름을 바꾸었지만, 현재의 대응속도는 스트로? or 블랙?



- NASCAR(National Association for Stock Car Auto Racing)와 스프린트 넥스텔이 현장에서 실감나는 경험을 제공하기 위해 팬뷰(FanView) 서비스 제공
- WiMax 방식 단말기로 실시간 중계되는 다양한 내용을 모니터링 가능
- 자동차안 카메라, 중계 및 중계되지 않는 다양한 각도의 7개 채널의 카메라, 선수와 소속팀간의 교신내용을 포함한 4개 채널의 오디오를 자유롭게 선택하면서 즐길 수 있음
- 현재 기록, 선수 및 트랙 정보, 이벤트/경기일정 도 제공
 - 임대료 500달러, 주중 50달러, 주말 70달러에 임대



- 소량 수입된 Kodak V570이 품질되게 되자, 재수입되는 동안 대기수요를 유지할 수 있도록 함
- 블로거가 종이로 똑같이 만들어 구매 위로 받는 모습을 통해 기기의 우수성을 알림



- Dell은 공식 트위터 계정을 만들어 재고품/수선품 특판 채널로 활용
- 트위터로 인한 추가매출을 측정한 결과, 6개월간 350만 달러로 예측



- ✓ 2007년 공식 트위터 계정을 만든 델Dell은, 트위터를 통한 추가매출을 350만 달러 달성
- ✓ 트위터 팔로워에 특별할인 제공 (10명에게만 20% 할인쿠폰 제공)
- ✓ 나만 할인 받는다는 혜택으로 고객을 자극
- ✓ 현재는 소셜 미디어팀까지 만들



- 신촌의 양념 곱창집 라비린토스에서는 트위터 연계 이벤트 실시(팔로워 수에 따른 할인)
- 할인/기부 이벤트를 통해 빅블로거들이 자발적으로 입소문 내도록 유도!



- ✓ 서울 신촌에 있는 곱창집 라비린토스에서는 트위터 연계 이벤트 실시
- ✓ 팔로워 한명 당 10원 할인/기부 이벤트
- ✓ 입소문을 타고, 파워블로거=팔로워 많은 트위터가 자발적으로 홍보



- iPad, 일반 PC보다 **6배** 광고 효과
 - *Interaction rates up to **6 times** the benchmark for comparable click to expand ads on the desktop*

** Source: adMarvel.com*

- Interactive한 커뮤니케이션으로 진화 중,
PC, 스마트폰 보다는 **Tablet PC**

