

이제는 대세는 소셜(Social)
소셜 커머스

Index

- ✓ 소셜 커머스란 ?
- ✓ 소셜 커머스가 주목받는 이유
- ✓ 소셜커머스 국내적용 사례
- ✓ 소셜커머스_국내 사례
- ✓ 국내 소셜커머스 향후 행보
- ✓ 소셜커머스_마케팅 전망
- ✓ Appendix

소셜 커머스란 ?

▪ 소셜 커머스(Social Commerce) 란?

단어 그대로 'Social Network Service' + 'Commerce' 가 합쳐진 합성어으로써
기존의 온라인상의 소셜네트워크서비스(SNS) 와 On_Off Line상의 상행위(Commerce)가 합쳐진 개념으로
기존 커머스가 판매자와 소비자간의 1:1 커뮤니케이션 관계에서
판매자와 다수의 소비자가 동시에 만나는 1:多 커뮤니케이션으로 확대됨을 의미한다.



[미국의 푸드트럭 'KOGI'
고객과 트위터 소통으로 유명세]



[네이트 쇼핑의 사이월드 연동
서비스]



[사이트내 각종 SNS서비스 연동
버튼 삽입]

소셜 커머스가 주목 받는 이유

▪ 진정한 바이럴 마케팅의 활성화 및 신규 유입통로의 확대

기존 바이럴 마케팅이 몇몇 파워블로거를 통한 게시글 전파 형태가 기본이었다면 진정한 의미의 바이럴(구전) 마케팅이 가능하게 됩니다.

즉 이용자 및 사용자가 바로 구전 마케터로서의 역할을 하게 되며

기존 사이트 유입을 위한 DA, SEM 광고 외에 새로운 유입통로의 역할 수행



▪ 중소형 업체의 새로운 마케팅의 활성화

중소형 업체 특히 쇼핑몰 및 음식점등 DA 광고로 홍보하기에 버거워 했던 광고주들의 경우
 소액으로 키워드 광고를 통해 키워드 광고를 통해 사이트 방문을 유도하던 방식에서
 새로운 유입창구로써 소셜 커머스를 활용 → 키워드 검색 통한 방문자 대비 구매 확률 높아짐
 (아는 사람의 추천 및 동일 지역권의 경우 구매 확률이 높아지며 유명인이나 연예인의 경우
 파급력이 폭발적임)

신세계 부회장
'발선편기' 화제

정용진, 트위터 통해 아이폰 수확기 발선편기
 공개해 가지 신세계 정용진 부회장이 아이폰 수
 실 3일 자신의 트위터를 통해 '발 선편기'와 '이
 관련기사 보기

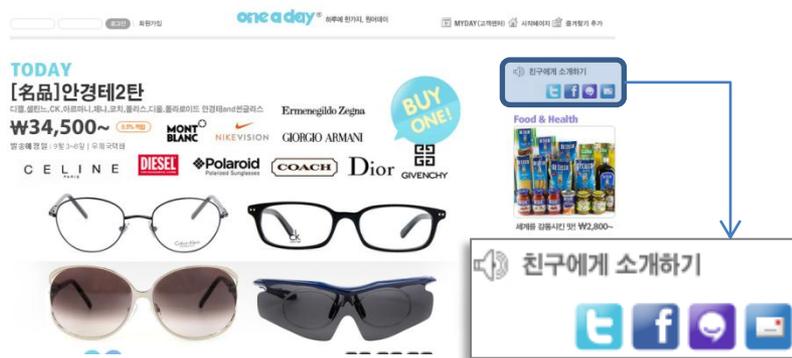
정용진 부회장, 이번엔 이브 발선편기 소개
 정말 시원하네요. 발 선편기하면 뭐라고 내겐 호
 열 '발선편기'를 소개했다. 발 부회장에 직접 한
 내이버트 관련기사 보기

정용진 부회장, 알고보면 '선편기' 왜냐?
 /정용진 트위터 사진 신세계 정용진 부회장이 트
 부회장은 '발 선편기'를 올려두면 저절로 '작품이 되고'
 관련기사 보기

정용진 부회장, 알고보면 '선편기' 왜냐?
 (1) 오경 10:12
 /정용진 트위터 사진 신세계 정용진 부회장이 트
 부회장은 '발 선편기'를 올려두면 저절로 '작품이 되고'
 내이버트 관련기사 보기

소셜 커머스_국내 적용 사례

원어데이



원어데이 “친구에게 소개하기” 버튼을 통해 SNS 사이트로 이동할 수 있는 버튼 형식 링크 적용

위즈워드



위즈워드, 페이스북 소셜 플러그인 서비스 오픈
 → 위즈워드 사이트에서 이뤄지는 소비자의 구매/평가/리뷰 등의 활동이 소비자의 SNS에 자동으로 공유됨

소셜 커머스_국내 사례(공동구매 및 쿠폰 제공형)

▪ 기존 공동구매 모델이 SNS 와 결합한 형태 → 초기의 '원어데이몰' 에서 발전

현재 국내에서 가장 활발하게 진행되고 있는 소셜커머스 분야로서 기존의 메뉴판 닷컴, 코코편의 초기 인기와 유사한 형태로 진행되고 있음 단순 할인 제공하는 기능에서 좀더 마케팅과의 유기적 결합이 필요한 서비스

▪ 국내 소셜커머스 사이트



▪ 제2의 그루폰을 향해서...

2008년 11월 오픈한 그루폰의 올해 예상 매출 → 약 6천억

국내의 경우 2010년 3월 위폰에서 국내 최초 서비스 시작한 이후 2010년 5월 티켓몬스토 오픈

티켓몬스터 : 영업2개월만에 회원수 4만명/ 월매출 7억 달성_국내 소셜커머스 시장의 약70% 점유

미국인사이트 벤처파트너스와 국내 스톤브릿지 캐피탈로부터 총 33억 투자 유치

국내 소셜 커머스 향후 행보

▪ 포털 사이트들도 준비중 ?

네이버/다음/네이트등 기존 포털사이트의 경우

기존의 많은 회원수와 지역정보 및 지도서비스를 활용하여서 소셜커머스의 강력한 사업자로 등장할 가능성 높아
특히 각 포털 사이트들의 기존 지도서비스를 앞세워 자사의 SNS와 LBS(location based services)의 결합을
이끌어 낸다면 언제든지 강력한 힘을 발휘할 수 있는 구조임

또한 각 포털사이트들이 보유하고 있는 지방센터 광고영업 조직들을 활용한다면 단기간내 강력한 사업자로
등장할 개연성이 높아 보임



국내 소셜 커머스 향후 행보

■ 기존 쿠폰 전문 업체들도 준비?

오프라인 상점들과 탄탄한 네트워크를 형성해 놓고 있는 외식 정보 업체 '메뉴판닷컴' 이나 쿠폰 업체 '코코펀'도 진출 가능성이 높다

_ 기존 회원들이 오랫동안 구축한 고객 평가 데이터 베이스 무시 못함

_ 다만 회원들이 타 업체로 이동하는 가장 큰 이유인 업체평가의 정확도와 진실성에 대한 보완이 이뤄져야 할듯



■ 온라인 티켓 업체들도 호시탐탐?

기존 온라인 티켓 관련 메이저 업체인 '티켓링크', '맥스무비' 역시 기존 회원들의 충성도 및 사이트 연관성을 들어 충분히 소셜커머스 시장으로 확대할 가능성 보임



소셜 커머스 마케팅 전망

▪ SNS 사이트와의 연동 여부가 성패를 가른다

소셜 커머스란 기존 '커머스' 부분에 'SNS'를 가미한 경우라고 볼때

고객 혹은 유저들과의 커뮤니케이션 접점을 어떻게 잡고 활성화 시키느냐에 따라서 그 성패가 갈릴 것은 분명하다.

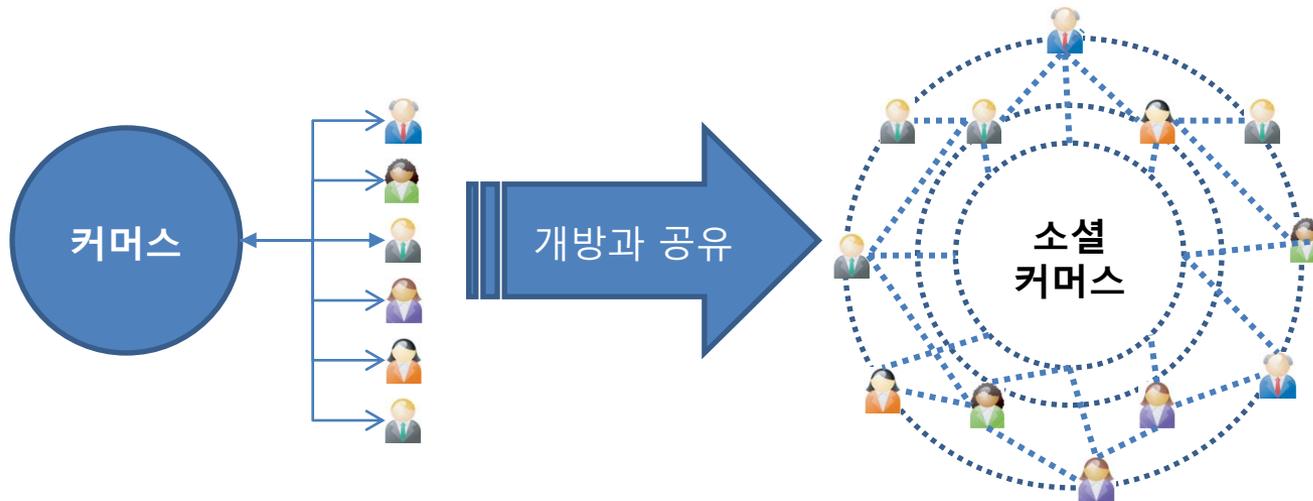
소셜 커머스는 기존에 없는 부분이 아니라 예전부터 주변에 존재하던 개념이 여러 SNS사이트의 활성화와

'그루폰'의 성공으로 좀더 부각이 되었는데

국내 역시 예전 싸이월드의 브랜드홈피 혹은 기업 블로그나 카페 역시 소셜 커머스의 개념이었지만

그때의 소셜 커머스는 고객과의 커뮤니케이션에 치중한 반면 지금은 고객과의 커뮤니케이션뿐만 아니라

'개방' 과 '공유'의 개념이 한층 더한 의미로 진행되고 있다.



1: 1 커뮤니케이션

1: 多 커뮤니케이션

***MezzoMedia,
With your goal!***