
최근 On-line업계의 동향과 신규진출 및 수익률 제고방안

이서령*

목 차

I. 서론

II. 본론

III. 결론

Key Words :

Abstract

* 열린우리당 정책위원회 전문위원

I. 서론

바쁜 현대인들의 생활과 의식변화를 주목해 본다. 언젠가 도래할 소득 20,000불 시대를 향해가는 지금, 소득이 높아질수록 돈을 사용해야만 하는 생활요소들은 지금보다 훨씬 세분화되고 복잡할 것이지만 급속하게 발전하는 정보통신이 촉매 역할을 하면서 돈을 사용하는 편리성은 강조된다. 더욱더 발달할 정보화에 따른 생활 패턴은 같은 값을 지불하더라도 좀더 쉽고, 좀더 편리한 쪽으로 변모 하리라 본다.

상품만을 위한 마케팅이 아닌 소비자들의 심리를 인지하여 On-Line 상에서 고객과 이익을 공유할 수 있는 마케팅으로의 전환이 필요할 것이다. 철저한 소비자심리에서 온-라인 마케팅을 확장 발전시킬 수 있다고 본다. 생활 수준의 지표가 되는 재화를 가장 효과적으로 사용하도록 각종 서비스를 제공하면서 소비자와 같이 수익을 창출한다. 개인, 가정 그리고 사회생활을 영위하기 위한 온갖 요소들 - 스포츠, 레저, 여행, 주식, 법률, 세무, 자동차, 보험, 문화, 교육, 부동산, 특히 먹고 입는 것과 생필품의 구매 등 - 을 이용할 때마다 사용하는 재화를 저비용으로 쉽고 간편하게 해주는 개인 재정비서와 생활비서 역할이다.

불특정 일반인을 소속된 특정인으로 회원화하여 생활의 편의성과 회원과 이익을 공유하는 토털 서

비스를 제공함으로써, 회원만이 누릴 수 있는 특권으로 가입비용보다 수배의 이익을 발생토록 한다.

소비자의 경우 사용할 재화에 해당되는 물품을 구입하려면 On-Line 혹은 Off-Line 중 하나를 선택해야 한다. 이 중에서 가장 확실한 방법은 Off-Line 이지만 시간과 거리가 문제될 것이다. 매장에서의 마진 확보로 도매가격보다 물품에 따라 최소 40%-100%이상을 더 지불하고 있다. On-Line은 위치, 시간, 그리고 거리를 초월하지만 물품을 눈으로 확인하지 못하는 것에 대한 불안감이 구입 결정을 망설이게 된다. 만약, 소비자가 원하는 물품의 질이 보장되고 가격은 도매가격 수준이라면 구입하지 못해서 안타까워 할 것이며, 충동구매 현상마저 나타날 것이다.

이러한 마케팅시장은 다양한 유형의 시장으로 구성되어 있다. 카탈로그 쇼핑, TV쇼핑, T-commerce쇼핑, 인터넷 쇼핑(B2C), M-commerce쇼핑 등으로 대별해 볼 수 있지만, 이 논문에서는 인터넷 쇼핑시장으로 한정해서 On-Line업계의 시장동향을 분석하고, 수익률 제고방안을 모색해 보기로 한다.

II. 본론

1. 온-라인 사이트업계의 동향

1) 동향

주요 포털사이트들이 방문자수를 늘리기 위해 서비스를 확장하는 것 뿐 만 아니라 M&A와 제휴를 통하여 업계를 주도하려고 경쟁적으로 투자를 하고 있다. 검색, 게임, 음악사이트 등 전문사이트들이 서로의 영역을 넘나드는 것은 물론이고 포털 사이트와 같은 종합서비스를 제공하려 한다. 방문자수와 회원 확보수가 업계 순위를 결정하며, 나아가 존재의 기로일 수밖에 없는 온-라인업계의 현실은 콘텐츠의 확대와 서비스의 내실로 승부를 걸고자 하는 자구책일 것이다. 따라서 네티즌들의 방문 충성도를 높이기 위해 M&A 와 업무제휴는 계속될 것으로 예상 된다.

2) 주요업체 분석

가. NHN

1999년 6월 naver.com 으로 출발, 2000년 7월 한게임과 합병하여 2001년 NHN으로 사명을 변경하면서 고속 성장, 2002년 코스닥에 등 록하는 과정을 통하여 국내 1, 2위를 다투는 인터넷 전문 기업으로 발 전하였으며 2003년 중국과 일본에 진출, 한국의 우수한 수익모델과 콘텐츠로 글로벌기업으로 약진중에 있다.

- 최근 일일 방문자 수 : 약 7백만명
- 2003년 상반기 매출 : 765억원
(광고 : 154.8억, 검색 : 181.9억, 게임 : 368억,

전자상거래 : 29,8억, 기타 : 30.5억)

- 영업이익: 341억
- 2003년도 목표 : 수익모델 강화
: 중, 일등 글로벌 비즈니스 확장
: 매출 1,700억
: 600억 영업이익

나. daum communications

1995년 2월 설립하여 97년 5월 한메일넷을 오픈하여 무료서비스 제공을 시작으로 1999년 7월 포털 사이트 daum으로 새단장, 1999년에 코스닥에 등록하면서 고속 성장하며, 2000년 10월 포브스 지 세계 200대 유망 중소기업으로 선정될 정도로 발전하여 포털 서비스업체 1, 2위를 NHN과 다투고 있다.

- 최근 월 순 방문자수 : 1,815만명 (업계 1위)
- 2003년 상반기 매출 : 1,191억원
- 영업이익 : 179억원

다. yahoo korea

1997년 9월 세계 7번째 yahoo korea가 탄생하여 초창기 검색사이트의 최강자를 유지 하였으나 2000년 후반부터 다양한 서비스로 무장한 국내의 포털사이트에 밀리기 시작하였다. 작년부터 야후 본사의 자금 지원하에 콘텐츠를 보강하고 서비스를 강화하면서 업계 최강자를 다시 노리고 있는 중이다.

2. 신규진출 및 수익률 제고방안

현재 10대에서 30대가 주도하는 온-라인 사용자는 결국 실질 소비자가 될 것이고, 온-라인의 사용은 전 세계가 일상생활의 당연한 일부가 될 것이다. 따라서 운영회사들은 콘텐츠의 확대와 서비스의 내실로 충성도 높은 사용자를 잡기위해 경쟁의 길에 접어들었다.

가장 핵심적인 전략은 네티즌 즉 소비자는 같은 조건이라면 아주 작은 이익에 동요될 수밖에 없는 심리가 작용한다. 소비자를 이용하여 얻은 수익을 소비자에게 나누어 줄 수 있는 방안을 강구하는 것이다.

온-라인 상에서 볼 특정한일 수밖에 없는 소비자들과 이익을 공유하며 함께 가는 방법이다.

일상생활에서 필요할 수밖에 없는 물품구매 시에 재화를 효율적으로 사용 하도록 방법을 제공하고, 생활에서 필요한 각종 서비스를 무료로 제공하면서 수익을 공유하는 새로운 개념의 온-라인 마케팅으로의 전환이다. 미래를 주도할 온-라인의 마케팅은 소비자 중심의 소비 성향으로 변모할 것이다. 오프라인 마케팅이 온-라인의 정보 홍수로 상품의 가격파괴가 이루어지는 시기에 대비하여 기존의 포털사이트의 수익모델과 다른, 물품을 근간으로 한 소비자중심의 온-라인 마케팅으로 포털사이트의 기틀을 세울 수 있다

1) 수익모델

- 회원가입비
- 생필품판매 : 공동구매와 마진 고정시스템 (도매가격보다 저렴)

- 농산물판매 : 농가 현지구매와 마진 고정시스템 (우수 농산물 공급)
- 이벤트판매 : 우수 생필품, 우수 의류 공동구매 또는 덤핑구매 (마진 고정)
- 레저, 여행사와의 전략적 제휴
- 사이트 광고 수입

2) 회원 특혜

- 필요 물품 구매시 도매가격 수준과 이익공유
- 주식, 재정, 보험, 법률, 세무, 부동산 등에 관련하여 전문가와 무료 상담
- 각종 정보 무료공유
- 회사에서 주최하는 각종 이벤트 참가 자격 부여
- 자동차 수리시 일정금액 수혜 (옵션)
- 각종 유료사이트(게임, 영화, 만화 등) 무료공유 (옵션)
- 광고수입
- 주식증자시 최 우선권 부여

3) 서비스 콘텐츠

- 농 수산물 : 산지구매 공급
- 생활 필수품 : 공장도가격 구매 또는 Case by Case 구매 공급
- 유명 의류 : 공장도가격 구매 또는 Case by Case 구매 공급
- 특정 물품 : 식생활에 없어서는 안되는 물품은 정기 배달 서비스 구축
- 자동차 수리 : Option
- 전문가 상담 : 법률, 주식, 세무, 재정, 건강, 교육, 부동산 등 상담 무료
- 업무제휴 : 영화, 만화, 게임사이트 업체와의 업무제휴로 무료제공

- 회원 상호 : 교환물품, 판매물품 중개와 각종 편의 제공
- 레저, 여행 : 정보제공, 이벤트기획
- 공동구매 : 회원요청

4) 회원확보 방법

새로운 서비스라고 하더라도 선점하고 있는 사이트업체와 경쟁하여 사업을 전개하는 것은 결코 쉬운 일이 아니므로 본 사업 시스템의 강점을 이용하여 일차적으로 오프-라인에서 업무제휴를 통하여 자연스럽게 회원을 확보하는 방법으로 진행하면서 이차적으로 기존 사이트업체와의 M&A 혹은 제휴로 사업 확장을 모색할 필요가 있다.

오프-라인에서 많은 회원을 확보하고 있는 회사들의 입장을 고려하면 회원을 계속 유지하고 확보하기 위해 서비스개발 혹은 상품개발에 연구에 연구를 하고 있다. 본 사업계획은 업무제휴를 하므로서 공동의 이익을 추구하기에 적합하다고 할 수 있다.

여기에서 우리는 미국의 한 예를 벤치마킹할 필요가 있다. 미국의 메일 오더 회사와 대형백화점들의 회원서비스의 일환으로 신용카드를 발급하여 일정한 금액의 크레딧 라인을 부여, 회사전용 카드로만 사용토록 한다. 사용량과 신용도에 따라 크레딧 라인 한도액을 높여준다. 회원으로 가입하면 100만원에 해당하는 카드를 발급하면서 크레딧 라인에서 회원비를 확보할 수 있는 것이다. 이 때 은행과의 업무제휴는 필수적이다.

5) 회원을 위한 신뢰 확보

- 업무제휴한 회사의 지명도 이용

- 보증증권 이용 연구
- 연간 회원의 합계 이익이 회원의 연간 회원비보다 작을 경우 차년도 이월 또는 정산하여 돌려줌.

6) 회원모집 목표

상상의 속도를 넘어서는 정보통신 분야의 발전을 기반으로 온-라인사이트 업계의 성장속도가 피라미트 형태로 발전하는 양상에서, 사업화 하려하는 수익모델은 네티즌들의 의식을 충분히 사로잡을 수 있다고 확신하며, 사이트업체는 서로의 이익을 위해 M&A와 제휴를 경쟁적으로 확대할 수밖에 없는 입장에서 일정 규모의 회원 확보는 필수불가결이다.

이러한 입장에서 온-라인시장을 전략적으로 접근하려면 첫째, 대형회사와의 공동사업을 시작으로 안정적 회원을 확보한 뒤 포털사이트 업계로 진출하는 방법, 둘째 많은 회원을 확보하고 있는 다단계업체와의 업무제휴 또는 공동사업으로 시장진출, 셋째 사업영역을 확대하고자 경쟁적으로 M&A와 제휴를 하고 있는 포털업체로의 접근 방법 등을 들 수 있을 것이다.

7) 회원확보가 가능한 업체들과의 비교

가. 포털 사이트, 전문 사이트와 쇼핑몰 사이트
고객이 불 특정인으로 소비자 심리는 작은 이익에 돌아설 수 있으며, 사이트별로 광고수입, 상품 판매수수료, 이용수수료 이외에 다른 수익모델이 없음으로 인하여 고객의 의사에 맡길 수밖에 없다.

나. 다단계 업체

회원들로 구성된 특정인들이며, 회사의 수익모델이 회원등록의 구조상, 일정한 마진을 회원들이 나누워 분배하므로 제품의 가격이 저렴하지 못하다. 이는 유통마진을 회원들이 공유한다는 차원에서 바람직한 재화의 사용이 될 수 있으나 제한될

수밖에 없는 제품의 구속력과 다단계의 속성 - 일정한 회원이 확보되면 리쿠르트가 안되는 현상 - 으로 인하여 회원등록이 한계점에 이른다.

따라서, 회사는 회원확보와 기존회원을 유지시키기 위해 상품개발을 계속 해야만 하는 긴장 속에서 사업을 하고 있다.

Ⅲ. 결론

광고수입, 유료서비스 그리고 전자상거래에 의존하는 포털사이트 업체들간의 경쟁은 새로운 콘텐츠개발과 내용의 충실을 촉진케 한다. 접속이 많을수록 수익이 많아지기 때문이다. 정보화 시대의 수익모델이며, 빠르게 발전해온 ON-LINE의 덕택이었다. 더불어 사람들의 생활 의식변화가 편의성을 우선으로 변모되어 가고 있으며 시간이 지날수록 ON-LINE 이용은 늘어날 것이다. 그리고 모든 사람들에게 인터넷 사용은 지극히 당연한 생활의 일부가 될 것이다.

따라서, 혁신적인 콘텐츠로 무장한 신규 포털사이트와 ON-LINE을 이용한 새로운 개념의 전자상거래 마케팅의 등장 또한 성공이 기대되는 사업이라 할 수 있다. 그러나 수익모델이 같다면 이 또한 결코 쉬운 문제가 아니다. 선점하고 있는 몇개의 업체와 같이 가기에는 엄청난 출혈이 예상되기 때문이다.

대부분 소비자들의 가장 기본적인 구매 심리는 싸고 좋은 것이며 구매의 편의성이 추가되면 더 할 나위 없을 것이며, 기초 생필품을 항상 도매가격 수준으로 구입이 불가능한 현실이지만 On-Line 상에서는 가능할 수가 있다. 또한, 필요물품은 역구매요청 프로그램을 이용하여 항상 도매가격 수준으로 구입이 가능하다.

기존의 포털사이트 업체와 쇼핑사이트업체의 수익모델과 전혀 다르면서도 고객과 이익을 공유하는 사이트의 운영이다.

어떤 On-Line 업체보다도 고객의 충성도가 완벽하다는 것이 강점이며, 회원수가 많아지면 포털사이트 서비스로 확대 가능하다.

또한 주식공모시 회원을 최우선으로 주주화 하여, 회사의 수익이 많아질 수록 이익을 공유하는 회원들의 수익이 증대되므로 영원한 회원이 될 것이다. 미래 On-Line 마케팅을 주도할 수 있다고 본다.