

Social Media의 마케팅적 활용 방안

한영 | 태터앤미디어 대표

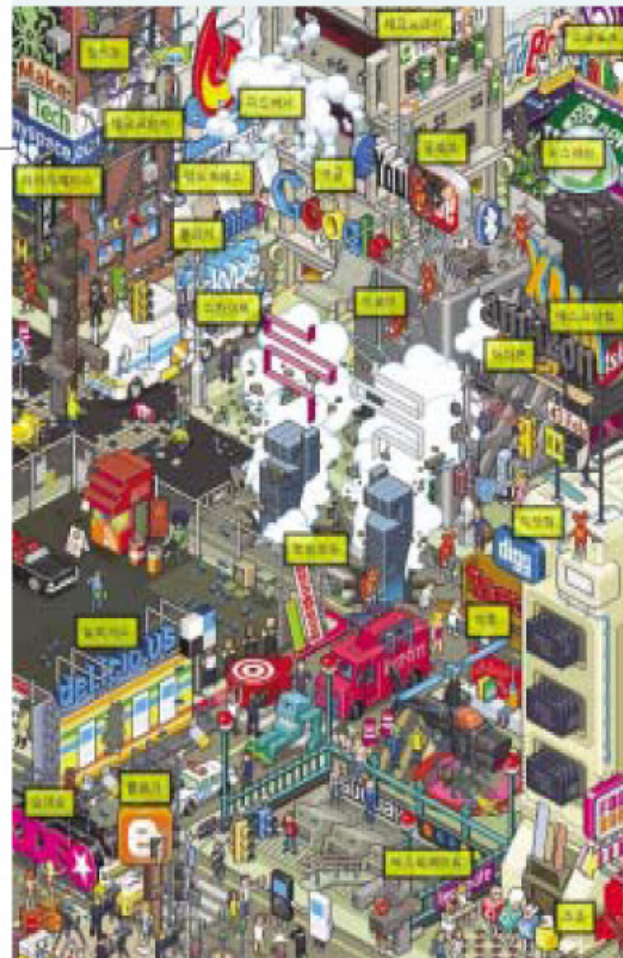


그림 1> 해외의 web2.0서비스와 소셜미디어들

소셜 미디어(Social Media)

소셜 미디어는 사람들의 의견, 생각, 경험, 관점 등을 서로 공유하기 위해 사용하는 온라인 도구나 플랫폼을 말한다. 소셜 미디어는 문자, 이미지, 오디오, 비디오 등의 다양한 형태를 취할 수 있다. 인기 있는 소셜 미디어 형식은 블로그, 인터넷 포럼, 팟캐스팅, 위키, 비디오 블로그(vlog) 등이 있다. (출처 : 위키백과)

소셜 미디어, 왜 주목받나?

먼저 소셜 미디어(Social Media)에 대한 정의를 살펴보면, 소셜 미디어는 위키백과의 설명처럼 사람들(네티즌)이 의견을 올리고 서로 공유하는 온라인(인터넷) 기반의 서비스 플랫폼을 통칭하는 말이며, 대표적인 서비스로 블로그, 트위터 등이 있다.

현재 블로그로 대표되는 소셜 미디어는 인터넷을 이야기 할 때 빼놓을 수 없는 화두가 되고 있으며, 어느새 파워블로거, '블로그 마케팅', '블로그기자'와 같은 용어가 생소하게 느껴지지 않게 되었고, LG, SKT, KT와 같은 국내 유수의 대기업이 운영하는 블로그도 등장했다.

이처럼 소셜 미디어가 각광받는 이유는 구체적인 자료를 통해서도 파악할 수 있다. 한국인터넷진흥원의 조사에 따르면 인터넷쇼핑 이용자의 41.2%는 다른 사람의 평가, 이용후기'에 영향을 받는 것으로 조사되었으며, 또 다른 조사에서는 제품구매시 조사자의 68%가 블로그, 카페, 검색을 통해 제품정보를 미리 습득한 후에 구매를 하고 있는 것으로

인터넷쇼핑 이용자의 41.2%가 '타인의 평가, 이용후기 등에 영향을 받음'

- 인터넷쇼핑 이용자의 절반에 가까운 47.3%가 가격비교사이트 등을 통해 가격을 비교한 후 구매' 하고 있으며 46.8%는 오프라인 매장에서 제품을 확인한 후 가격이 저렴한 인터넷 쇼핑몰에서 구매' 하는 것으로 조사됨
- 한편, 41.2%가 최종 구매결정시 다른 사람들의 평가, 이용후기 등에 영향을 받은 것'으로 나타난 가운데 구매 후 제품, 서비스에 대한 평가, 이용후기 등을 작성' 하는 경우는 23.4%임

인터넷쇼핑 이용 행동 및 인식(%)-인터넷쇼핑 이용자

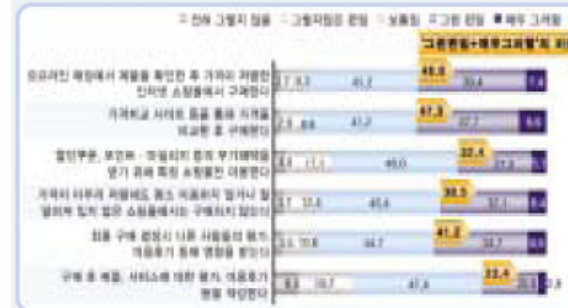


그림 2> 인터넷 쇼핑 이용행태 및 분석, 한국인터넷진흥원, 2008

조사되었다. 또한, 블로그, 카페의 정보 신뢰도는 최고 61%로 조사되어 블로그의 정보에 대한 신뢰도가 기존 신문에 비해 높게 나타나기도 하였다.

위와 같이 인터넷에 있는 사용자들의 정보들이 소비자의 주요 정보 취득 경로로 자리잡게 되면서 온라인을 통한 기업을 비롯한 정부, 공공기관의 활동들이 다양하게 진행되고 있다.

이런 다양한 실험들 중에 몇 가지 사례를 통해 소셜 미디어가 어떻게 활용되고 있는지 살펴보자.

소셜미디어 마케팅 활용 사례

1) 기업 블로그 운영 - 소비자화 직접 소통하기

올해 초 LG전자는 THE BLOG'라는 타이틀을 가진 기업 블로그를 개설했다. 이 블로그는 디자인'을 주제로 LG전자의 신제품과 사내 구성원들의 다양한 소식을 소개하고 있다. LG전자 이외에도 SKT, KT, 농심, 풀무원, Sony Korea 등 그 수를 헤아릴 수 없을 정도의 많은 기업 블로그들이 개설되어 운영중이다. 기존의 딱딱하고 일방향적인 홈페이지에서 벗어나 소비자와 직접 소통하는 블로그 운영

을 통해 기업의 메시지를 전달하고 소비자의 의견을 수렴하면서 성과를 내고 있다. 아직은 다수의 기업 블로그는 기존 보도자료를 다시 올리는 수준에 그치고 있어 방문자의 외면을 받는 등 온라인에서의 커뮤니케이션 활동이 활발하지 못한 실정이다.



2) 블로그 체험 마케팅 - 파워블로거와 협업하기

작년 삼성전자에서는 전략폰인 '햅틱폰'을 출시하면서 파워블로거 20여 명과 함께 햅틱피플' 체험단을 구성하고 공식 블로그를 운영하였다. 약 2개월 동안의 체험단 운영기간 동안 100여 개가 넘는 체험기가 작성되었고 20여 만 명 방문자가 100만회가 넘는 조회수를 기록하여 블로그 마케팅 성공사례로 이야기되고 있다. 이후 삼성전자에서는 햅틱폰' 체험단 이후 '소울폰', 'T-옴니아', '햅틱 아몰레드' 등 신규 핸드폰 출시에 맞춰 블로그 체험단을 운영하면서 온라인 마케팅에서는 빼놓을 수 없는 마케팅 방법으로 활용하고 있다.

삼성전자 이외에도 LG전자, 필립스, 농심, 동서식품 등 많은 기업에서 블로거를 활용한 체험 마케팅을 진행하고 있다.