

소셜 미디어를 통한 새로운 브랜드 체험의 시작

인제현 | SK 마케팅컴퍼니 Social Platform 팀 플래너
play@sk.com

1) 소셜 미디어 열풍

스마트폰이란 것이 등장했고, 모든 것이 변할 만큼의 파괴력을 세상에 미치기 시작했다. 더불어 twitter, facebook 등 소셜 미디어에 대한 열풍이 뜨거워졌다. 뒤이어 소셜 미디어는 일시적 유행(Fad)이라는 의견부터 커뮤니케이션 방식의 근본적인 변화(Revolution)라는 의견까지 다양한 해석이 등장하고 있다.

이러한 다양한 해석과 논쟁이 등장하는 이유는 소셜 미디어의 급격한 성장세와 무관하지 않을 것이다. Facebook은 2억명의 사용자를 확보하는데 1년도 걸리지 않았고, 전세계 인터넷 유저의 2/3가 소셜 미디어를 활용하고 있으며, 인터넷 이용시간 대비 소셜 미디어 이용시간이 3배 이상 성장하고 있다는 조사 결과가 나온 바 있다. (Nielsen, Global Faces & Networked Places)

◁림 1> 트위터 등 SNS 유저 및 월간 방문자 추이



1) 소셜 미디어 활성화의 3가지 이유

과거에도 Daum 카페, Naver 블로그, Cyworld 미니홈피 등의 서비스 에에서 보듯이 우리는 이미 다양한 소셜 미디어 서비스를 경험해 오고 있었다. 그럼에도 불구하고 왜 지금 이 시점에 소셜 미디어가 새롭게 부각되고 있는 것인가?

첫째, web2.0의 개방, 참여, 공유 => 플랫폼을 통해 확대, 재생산의 생태계

아래 그림에서 보는 바와 같이 twitter의 개방형 API를 활용해 다양한 서비스가 확대, 재생산되면서 Twitterverse(트위터터를 통한 생태계)를 형성, 사용자의 개방, 참여가 다시 확장되는 선순환 구조를 보여주고 있다.

◁림 2> web2.0 및 TwitterVerse 구조도



둘째, Connecting의 용이성과 확장성

많은 사람들이 개인 관심사, 선호사항 등의 프로파일을 업데이트하면서 나와 비슷한 사람을 찾아내고 그들과 연결하는 게 용이해지고 확장 가능해지면서 Connecting의 의미에서 소셜 미디어가 성장하고 있다.

◁림 3> 페이스북/트위터 서비스 친구 활용 사례



셋째, 스마트폰에 기반한 시, 공간 제약의 극복 & Real World 외의 만남

무선인터넷, GPS, 디지털 콤팩트 등으로 무장한 스마트폰의 등장으로 언제, 어디서나 콘텐츠의 소비, 참여, 공유, 확산이 가능해졌고, 이를 통해 소셜 미디어는 실제 세상을 만났다. (Social Media meet Real World)

◁림 4> 스마트폰 활용 사례

