

■ 클릭! 인터넷

인터랙티브 마켓의 리서치 선두주자 - NFO Interactive

황태원 / LG애드 멀티미디어팀 대리

NFO 인터랙티브는 고객들에게 쌍방향의 상호작용을 하는 사용자들을 더 잘 이해시키고, 인터넷 기반의 리서치 결과를 고객들에게 전달하는 데에 도움을 주는 것에 주안점을 두고 있다. 현재 시장은 급격히 발전하는 인터넷 기술과 자생적으로 만들어지는 온라인 커뮤니티에 의해 중대한 변화에 직면해 있다.

폭발하는 인터넷 리서치

인터넷은 새로운 유통방법, 제품·서비스 판매, 소비자 대중의 행동양식, 의견, 필요를 파악하고 검증하는 새로운 방법들에 의해 기존에 존재하지 않았던 시장을 생성하고 있다. 향후 5년 이내에 시장조사의 많은 부분이 네트워크를 통해 이루어질 것이다. 인터넷이 가지는 속도, 제품 설명, 응답자에 대한 친근감 등의 이점이 점차 확산됨에 따라 편지와 전화가 조사 미디어로 선택되기는 점차 어려울 것이다. 인터넷이 리서치의 주요 매체로 이용되면 시장조사 사이클은 현재의 8주에서 10일 이내로 줄어들 것이며, 고객들은 조사 결과를 실시간으로 모니터할 수 있고, 인터넷 기반의 리서치 수요는 폭발할 것이다.

NFO 인터랙티브는 이러한 새로운 신천지가 될 수 있는 시장조사 업계의 선두임을 자부하고 있다. 소비자의 마인드에 높은 수준의 식견을 즉시로 전달하기 위해 기술, 프로세스, 방법론, 조직에 지속적인 투자를 계속 하고 있다. 현재 20만 미국 가정에 45만의 개인 사용자들로 구성된 가장 많은 인터넷 패널을 보유하고 있고, 그들이 속해 있는 시장의 속성에 대해 빠르고 효과적으로 고객들에게 전달하고 있다.

NFO 인터랙티브가 제공하는 서비스를 살펴보면, 먼저 NFO//net.query 서비스가 있다. 매주 4,000가구 이상을 대상으로 10개 정도의 질문으로 구성되어 주간 단위로 이메일을 기반으로 마켓 리서치 서베이를 실시하고 있다. 고객들은 수요일에 질문지를 제출하면 다음 화요일까지는 결과를 받아 볼 수 있다. 일반적으로 3일 이내의 응답률은 50%를 상회한다.



급변하는 시장환경에서 제품개발에 드는 제반 소요자원을 줄이기 위해서는 어떤 제품이나 마케팅 아이디어가 적절한지 판단할 필요가 있다. NFO//net.concept는 현재의 치열한 소비자시장에서 어떤 개념의 제품이 성공할 수 있는지 정확히 예측할 수 있는 효율적인 방법을 제공한다.

인터랙티브와 함께 고객에 더 빨리

NFO//net.focus는 전통적인 방법인 포커스 그룹의 온라인 버전으로 볼 수 있지만, 인터넷이라는 매체의 장점을 충분히 살릴 수 있다. 지역적인 제한이나 교통비용이 발생하지 않고, 단지 필요한 것은 인터넷에 연결되어 있기만 하면 된다는 것이다. 특히 전통적인 방법에서는 도달하기 힘든 변호사, 의사, 경영자, 자영업자 같은 오디언스를 대상으로 할 때는 더 없이 좋은 방법이다.

NFO//net.discussion은 타깃 고객들의 마인드를 정밀하게 조사할 수 있는 새롭고, 효율적인 리서치서비스를 제공한다. 25만명의 인터넷사용자 패널 가운데 타깃 오디언스를 선정하고, 온라인 회의 게시판에 패스워드를 부여하여 참여케 한다.

현재 150여 이상의 고객들이 인터랙티브 시장을 더욱 잘 이해하고, 리서치 활동을 수행하기 위해 NFO 인터랙티브의 패널, 리서치, 서비스를 이용하고 있다. 피앤지, 유에스 로보틱스, 월스트리트저널, 비참, 코닥, 아이비엠 등이 대표적으로 NFO 인터랙티브와 함께 그들의 고객들에게 더 빨리, 가까이 다가가고 있다.

현재까지 15만명 이상의 개인 사용자들을 인터넷을 통해 조사한 결과 많은 노하우와 함께 믿음과 신뢰를 쌓아 가고 있다. 미래의 시장조사는 단연 인터랙티브 방식이며 NFO 인터랙티브는 그 업계의 선두에 서 있다.