

### 3. 사례연구2, 웹 마케팅 - SK의 통합 웹마케팅 전략

윤 철 / SK주식회사 홍보팀 대리



국내 정유사로는 최초로 99년 1월, 엔크린 보너스카드 회원들을 위한 커뮤니티 사이트, 엔크린 닷컴을 오픈한 바 있는 SK주식회사는 지난 1월 상업용 사이트인 OK캐쉬백 닷컴을 오픈, 본격적으로 인터넷 사업에 뛰어 들었다.

현재 SK주식회사가 상업 서비스하고 있는 사이트 중 대표적인 것들을 예로 들자면 엔크린보너스카드 회원들을 위한 엔크린 닷컴과 중고차 중계사이트인 엔카 닷컴, 그리고 일반 네티즌을 대상으로 한 OK캐쉬백 닷컴을 들 수 있다.

#### 사례1. 엔크린 닷컴

엔크린 닷컴의([www.enclean.com](http://www.enclean.com)) 경우 99년 1월, 정유업계 최초로 엔크린 보너스 카드 회원들에게 실시간으로 마일리지 포인트를 체크하고, 사은품을 신청할 수 있도록 회사 내 기간 시스템과 인터넷을 연동시킨 점을 인정받아 조선일보에서 기업 우수사이트로 선정되기도 했다.

엔크린 닷컴은 현재 운전자 회원 105만명을 확보하고 있으며, 일 평균 방문자수가 2만명을 상회하는 등 운전자 Community 사이트로 성공적인 자리매김을 해나가고 있다.

엔크린 닷컴은 99년 1월 오픈한 이래 꾸준한 온라인 광고와 이벤트로 운전자 네티즌들을 유인하고 있으며, 운전자 사이트로서의 가치를 인정받아 이메일 광고를 일반 배너 광고료의 3배 이상을 받고 있다. 지난 9월초, 솔루션 광고를 엔크린 닷컴 회원들에게 보내는 이메일에 담았으며, 평균 클릭률이 일반 이메일광고 클릭률보다 3배 이상 높은 40%를 상회하여 광고주의 높은 호응을 얻고 있다. 향후에도 엔크린 닷컴은 운전자들을 보다 segment하여 2000cc 이상 운전자들을 대상으로는 보다 고급화된 상품을 광고하는 식의 방법으로 온라인 광고만의 차별화된 DB 마케팅을 할 예정이다.

---

■ 100만 이상의 운전자 고객 DB 확보로 대형, 소형 등 차종별로 차별화된 마케팅이 가능해 이메일 광고로 수익 창출

■ 오프라인에서 적립된 OK캐쉬백 포인트의 온라인에서의 사용으로 온라인상에서의 소액결제 용이

■ 엔크린 닷컴, OK캐쉬백 닷컴, 스피드메이트 닷컴 등의 사이트 회원 DB 통합으로 운전자 고객들에게 주유에서 정비, 중고차 매도까지 One Stop Service 가능해져 온라인에서 정보를 제공받고, 오프라인에서 서비스를 제공받는 온, 오프라인 연동 서비스

---

## 사례2. OK캐쉬백 닷컴



국내 최대 규모의 메가 허브사이트를 자임하는 OK캐쉬백 사이트는 오픈한 지 8개월 여만에 회원수 150만명을 상회하고, 일 페이지 뷰 200만을 자랑하는 수준에 이르렀다. OK캐쉬백 닷컴은([www.okcashbag.com](http://www.okcashbag.com)) 단순히 다수의 포털사이트를 묶어놓은 허브사이트가 아니라, 오프라인에 콘텐츠를 확보하고 있는 제휴사들을 통해 정보를 제공하고, 또 고객을 오프라인의 제휴사들에게 유도해 매출을

일으키는 Informediary Site를 표방하고 있다.

무엇보다도 OK캐쉬백 닷컴의 가장 큰 무기는 OK캐쉬백 포인트이다. 지난 6월부터 서비스에 들어간 OK캐쉬백 포인트는 오프라인의 KFC, T.G.I.F., 신세계, 종로서적 등 4만여 개 가맹점들을 통해 적립된 포인트를 온, 오프라인에서 자유로이 사용이 가능하여, 온라인 사이트에서의 소액결제 수단으로 각광을 받고 있다. 현재 오프라인을 통해 적립된 OK캐쉬백 포인트는 연말이 되면 1,000억원에 달할 전망이다. 이를 통한 온라인에서의 상품 및 콘텐츠 구매가 가능하여 OK캐쉬백 내의 복권 사이트인 LotteryOK 사이트의 경우는 월 7만매 규모의 복권 판매 중 70% 이상을 OK캐쉬백 포인트로 매출을 기록하고 있다.

더욱이 OK캐쉬백 포인트가 현재와 같은 속도로 적립이 가속화 될 경우, 2001년에는 4천억, 2002년에는 1조원 이상이 될 것으로 보여 OK캐쉬백 포인트를 활용한 OK캐쉬백 닷컴의 매출 상승곡선은 더욱 가파를 것으로 예상된다.

## 사례3. 엔카 닷컴

지난 5월, 중고차의 품질 보장제도 도입으로 엄청난 반향을 일으키고 있는 중고차 중계 사이트, 엔카 닷컴은([www.encar.com](http://www.encar.com)) 오픈한지 4개월 여만에 차량 등록대수 1만대를 넘기는 등 대기업의 신뢰도와 인터넷의 틈새시장을 결합한 성공적인 사례로 기록되고 있다.

누구나 자유로이 매물을 올리고, 사고팔 수 있는 엔카 닷컴은 오프라인에 준비된 엔카센터를 이용하여 차의 상태를 평가 받을 경우 매수자가 원할시 차량 무상수리 보증을 해주고 있다.

이는 국내 중고차 시장에서 팽배해있는 중고차량 품질에 대한 불신을 대기업이 중간에서 보증해주어 중고차 시장을 활성화시킬 수 있는 계기가 될 것으로 기대를 모으고 있다.

엔카 닷컴은 기초적인 이메일 발송을 통한 마케팅에서 올 연말에 전사적으로 고객 ID 통합을 이루게 되면, 150만이 넘는 회원들을 보유 차량의 종류와 년식에 따라 나눠 관리하고, 차별적인 이메일 발송을 통해 Mass 마케팅에서 보다 Segment한 마케팅으로 변화해 나갈 계획이다.

SK주식회사는 올 연말까지 엔크린 닷컴과 OK캐쉬백 닷컴, 스피드메이트 닷컴의 고객 ID를 통합하여 고객들의 정보를 DB화하고 차별화된 내용과 서비스를 제공할 예정이다. 특히 운전자회원 사이트인 엔크린 닷컴과 자동차 경정비 업체인 스피드메이트의 사이트간 고객 DB 통합은 고객들의 자동차 관리를 온라인 상에서 가능하게 되어 고객들에게 윤활유, 타이어 교환시기 등을 이메일을 통해 알려주고, 이를 체인점인 스피드메이트와 SK주유소를 통해 서비스를 제공받을 경우 할인혜택을 주는 방식으로 고객에게 온, 오프라인 연동 서비스를 제공할 예정이다.