



성공 사례 분석(2)-아이비즈넷

1	아이비즈넷	1
2	항목별 성공 요인 분석	1
3	성공 사례 특징 분석	6

1. 아이비즈넷



아이비즈넷의 소개문

인터넷 세계에서 벌어지고 있는 이러한 변화를 비즈니스적인 관점으로 바라보면서, 도대체 그 속에서 구체적으로 어떠한 일이 벌어지고 있는지를 살펴 보는 것은 상당히 흥미로운 발견일 것이다. 아이비즈넷은 바로 혼돈속에 숨어 있는 나름대로의 비즈니스적 질서를 발견하여 체계화하고자 한다. 인터넷이라고 하는 흥미롭고 경이로운 매체를 이해하여 보다 가치있는 비즈니스를 전개하도록 도와주는 것이 우리의 목표이다.

탄식을 자아낼 정도로 정교하게 잘 만들어진 미국 인터넷을 부러움으로 물끄러미 바라보면서 우리나라의 인터넷 비즈니스를 보다 발전시킬 수 있는 계기를 만들어 보고자 하는 것이 아이비즈넷의 "당돌한" 꿈이자 "애절한" 기원이기도 하다.

아이비즈넷은 인터넷의 철학과 문화, 기술적 배경에 대한 이해를 바탕으로 어떻게 인터넷에서 비즈니스를 할 것인가에 대한 문제에 깊이 있게 접근해보고자 한다. 아이비즈넷은 한국 인터넷 비즈니스의 발전을 기원하며 모든 정보를 공유할 것을 약속한다.

2. 분야별 성공 웹 사이트

1 도메인

www.i-biznet.com

뜻: Internet Business Network

일반적으로 봤을 때 좋은 도메인은 아니다. 도메인 선정 원칙에 맞지 않는 부분이 있다. 우선 한단어가 아니다. 그리고 합성어이다. 그리고 " - " (dash) 기호가 들어가 있다. 아이비즈넷이라는 명확한 뜻은 없다. 인터넷 비즈니스 네트워크(Internet Business Network)의 합성어를 도메인으로 표시한 것이다.

아이비즈넷이라는 도메인은 발음상 괜찮고 외우기도 어렵지 않다. 그리고 홈페이지 자체 서비스가 좋기 때문에 서비스에 충실하여 새로운 브랜드 네임을 창출한 경우이다.

2 네비게이션

① 상단 네비게이션



상단 네비게이션은 상당히 간단히 구성되어 있어서 깔끔한 인상을 준다.
사이트 성격상 빨리 정보를 전달해야 하므로 네비게이션은 이미지로 가지 않고 테이블을 이용하여 텍스트로 처리했다. 레이블링(Labeling)도 괜찮은 편이다. 사랑방이라는 단어는 직관적이지 못하나 대체로 무슨 뜻인지는 인지하고 있으며 한번만이라도 들어가 본다면 커뮤니티라는 것을 알 수 있다.

```
onmouseover="this.style.background='#9999cc' " onmouseout="this.style.background='#5F6090' "
```

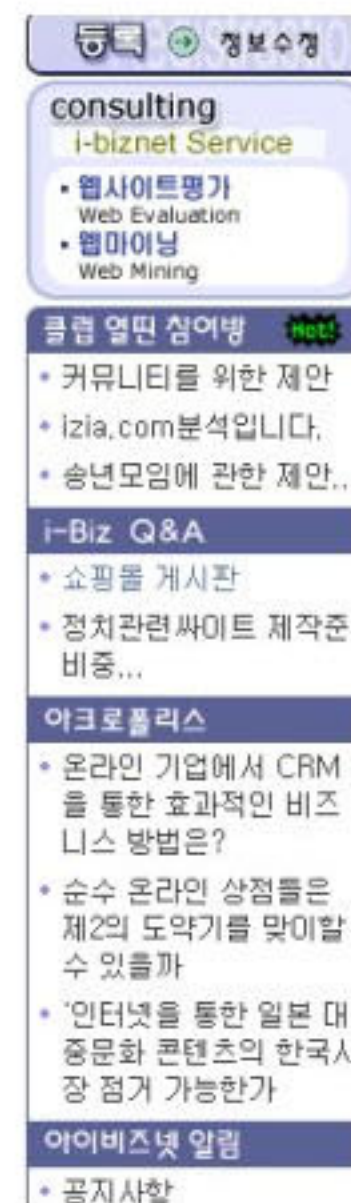
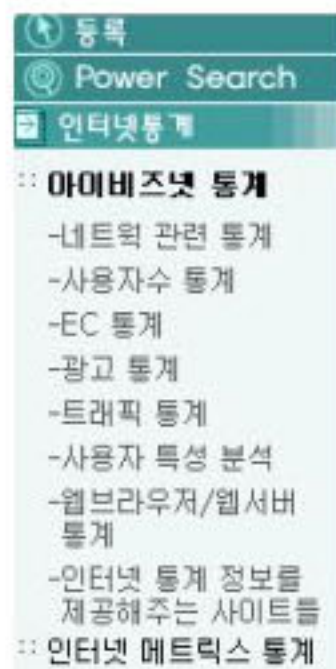
→ 이미지 마우스 롤 오버 효과를 스타일을 사용하여 구현하였다.



각 주요 카테고리 별로 상단 네비게이션 색깔 및 전체 색 톤을 차별화하여 서로 다른 카테고리에 있다는 것을 인식 시킨다. 일종의 색깔 네비게이션(Color Navigation)이다. 이런 경우 전체 사이트에 혼동을 주지 않도록 색을 잘 배합하는 것이 중요하다. 각각의 색이 너무 많이 차이가 나면 사이트 전체의 방향성을 상실할 수 있기 때문이다.

② 좌측 네비게이션

좌측 네비게이션은 첫 메인 페이지를 제외한 나머지 카테고리별로 각 서브 첫 메인 페이지에서는 전체적인 요약 소식을 전하고 있다.
그리고 회원 가입(등록)과 검색(Power Search)은 항상 좌측 상단에 위치하고 있어서 언제든지 회원 가입과 검색이 가능하다.





대부분의 좌측 메뉴에 [main menu]라는 이름으로 상단 네비게이션과 중복되는 내용이 따라간다. 네비게이션 측면에서 보면 상단과 좌측 두 부분에서 제공하여 편리한 네비게이션을 제공한다는 측면이 있지만 중복으로 인하여 불필요한 자리를 차지하고 있다는 느낌도 있다. 이 부분은 좀더 네티즌들이 필요로 하는 정보로 채우거나 각 서브에서 중요하게 뽑아낼 내용들을 정리해 주는 것이 더 좋을 듯 하다.

③ 하단 네비게이션

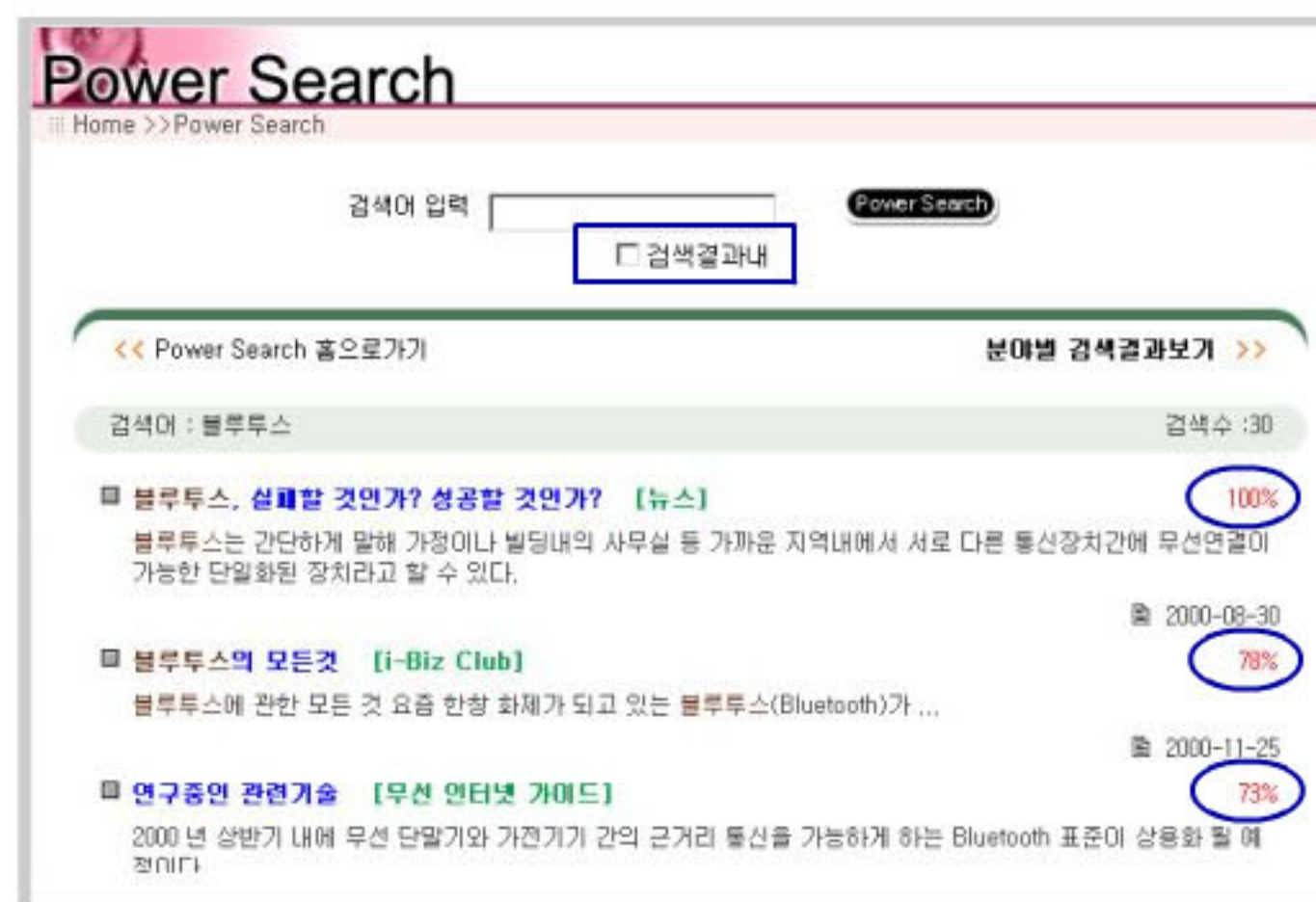


하단 네비게이션은 항상 모든 페이지에 따라가고 있으면서 간단하게 구성되어 있다. 작은 부분이지만 때로는 매우 유용하게 쓰이는 부분이다.

3 검색



검색은 빠른 검색(Quick search)과 파워 검색(Power search) 두 가지 방법을 제공한다. 간단히 검색할 경우와 상세하게 검색할 경우로 나누어 편리한 검색 환경을 제공하고 있다. 정보 사이트의 경우 상세 검색 항목이 따로 있는 것이 검색의 용이성을 가져온다.





기본적으로 검색을 하면 적중률 순으로 보여주고 다시 분야별 검색 결과를 보여준다. 다양하고 상당히 편리한 검색 결과를 보여준다.

4 디자인



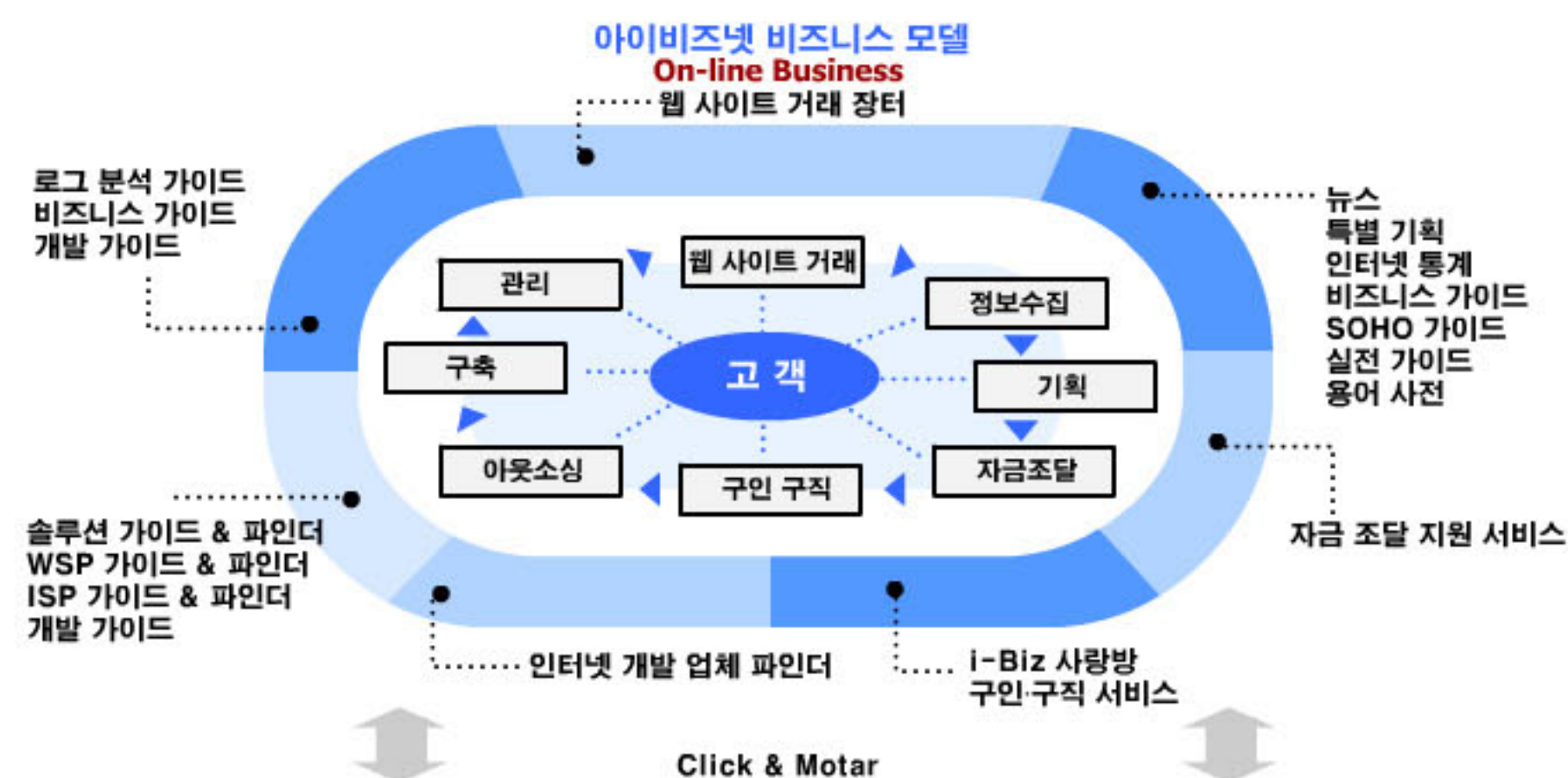
아이비즈넷의 경우 사이트 특성상 다양한 인터넷 관련 콘텐츠를 빨리, 쉽게 보여주어야 한다. 이런 성격의 사이트에서는 디자인이 필요 없다고 생각할 수도 있지만 그렇지 않다. 다양한 콘텐츠를 분류해주고 돋보이게 하여 사이트의 콘텐츠를 지원해야 한다. 그런 면에 있어서 아이비즈넷의 디자인은 좋은 편이다. 너무 화려하지도 않고 그렇다고 너무 묻혀 있지도 않다. 적절한 균형을 유지하고 있다.

테이블 디자인도 잘 되어있다. 사용자 환경을 고려하여 저해상도에서 화면이 잘리지 않도록 %로 조절하여 고 해상도와 저 해상도 사용자 층을 모두 고려하였다.

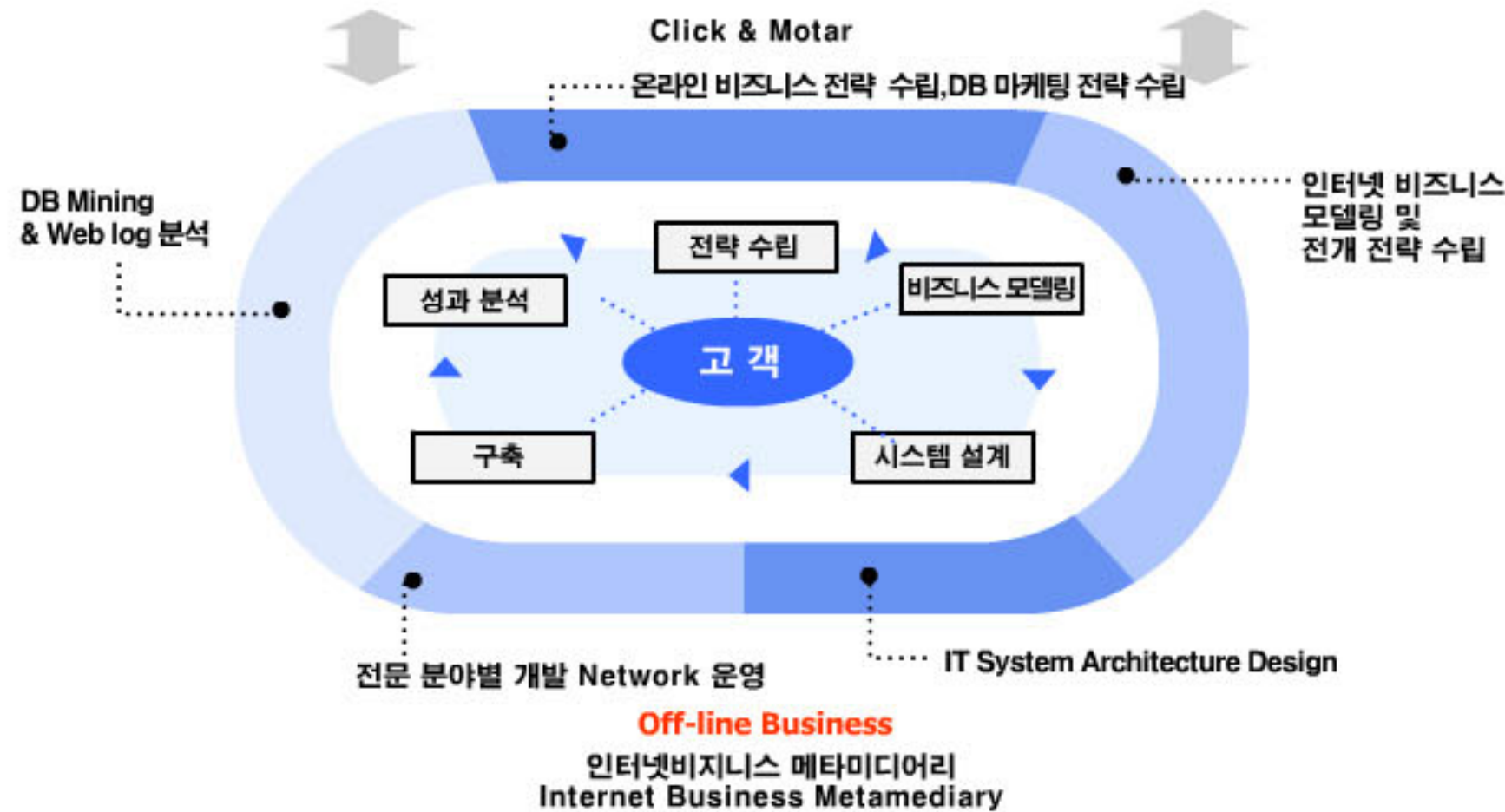
대부분의 정보 사이트가 이런 테이블 형식을 띄고 있는데 많은 정보를 체계적으로 보여주기에는 테이블 레이아웃을 효과적으로 이용하는 것이 가장 좋은 방법이라고 본다.

5 비즈니스 모델(BM)

① 온라인 비즈니스



② 오프라인 비즈니스



6 대상 (Target User)

아이비즈넷의 경우 사이트 특성상 어느 정도 타깃층이 형성되어 있다. 주요 콘텐츠가 인터넷 비즈니스와 관련된 콘텐츠라서 특정한 사용자 그룹을 형성하고 있을 것이다. 자세한 회원 통계는 공개가 안되어 있어서 정확한 통계는 볼 수 없었다. 인터넷 비즈니스 콘텐츠가 대부분이므로 사용자 층은 20대 초반에서 40대 초반 정도라고 생각된다. 그 중에서 20대 후반에서 30대 초반이 가장 많으리라 본다. 이 연령대는 현재 가장 활발하게 인터넷 관련 분야에서 일하고 있는 사람층이다. 시간이 흐를수록 타깃층은 점점 넓어질 것이다. 타깃층이 정확하다는 것은 비즈니스 관점에서 볼 때 유리하다. 사업 전략이나 마케팅, 프로모션 등에도 효과적으로 적용할 수 있을 것이다.

7 특징

따라서 본 필자는 e-marketing의 출발점인 e-customer의 특징을 최근의 연구들을 종합해서 분석하려고 한다. 한편 마케팅 이론에 따르면 e-customer 역시 이질적인 집단으로 세분화될 수 있기 때문에 세분 집단들이 어떠한 특징을 가지고 있는지를 알아보려고 한다. 그리고 세분 집단에 맞는 마케팅 프로그램을 어떻게 개발해야 할 것인지도 분석해 보려고 한다.

허원우는 연세대학교 [대학원(경영학과)]을 졸업하였으며, 현재는 LG경제연구원 경영 컨설턴트로 활동중이다. 인터넷, 정보통신, 브랜드, 엔터테인먼트 마케팅 분야에 특별한 관심을 갖고 있다.

print Talk Back (기사에 대한 의견을주세요.) << 되돌아가기 | 다음쪽 >>

콘텐츠 사이트는 웹에서만 보는 경우보다 저장하거나 프린트하여 보는 경우가 꽤 많다. 그런 사용자들을 위하여 프린트 기능을 제공하여 편리성을 가하였다. 하지만 웹 사이트 분석 같은 곳에는 프린트 기능이 없다. 중요한 콘텐츠에 대해서도 프린트 기능을 제공하면 좋을 것이다. 그리고 응답(Talk Back)기능이 있어서 사용자들간의 간단한 커뮤니케이션을 가능하게 하였다.



가이드&파인더에서는 e-비즈니스에 필요한 여러 가지 좋은 정보들로 구성되어 있다. 사실 이러한 정보들을 다른 곳에서 구하기 쉽지 않다. 이러한 정보들을 공유함으로써 인해서 사용자들을 더욱 끌어 들일 수 있는 장점이 될 수 있다. 이러한 양질의 콘텐츠를 많이 보유할 수록 사이트의 가치는 높아질 것이다.

8 유사 콘텐츠 사이트

<http://www.ibiztoday.com/kor/>
<http://www.itchosun.com/web/>
<http://www.inews24.com>
<http://www.zdnet.co.kr/>
<http://korea.cnet.com/>
<http://www.dt.co.kr/>

9 총평

전체적으로 볼 때 네비게이션과 사용자 인터페이스는 편리함

양질의 콘텐츠를 무료로 제공함으로써 사이트 인지도가 높음

다양한 검색 방법으로 콘텐츠 사이트에서 정보 찾기가 용이함

콘텐츠를 위한 디자인으로 전체적으로 분위기가 잡혀 있음

프린트 기능은 가능하면 다른 부분까지 확대하면 좋음

아이비즈넷은 e-비즈니스에 관련된 콘텐츠를 서비스 하면서 다양한 온라인과 오프라인 사업을 하고 있다. 인터넷 관련 콘텐츠를 하는 ZDNet, iNTERNET KOREA, cnet, iBiztoday, iTChosun, inews24 등 많은 유사 콘텐츠 사이트와 어떻게 차별화 하고 사업 방향을 전개해 나갈지 주목해 볼 일이다.

3. 성공 사례 특징 분석

첫째, 목표 고객을 정확히 겨냥하라

- 아메리카 항공(항공사): 멤버원 골드 회원 등 확실한 고객을 공략
- 내셔널 세미컨덕터(반도체 칩): 구매 대리인이 목표 고객

둘째, 총체적 고객 경험을 소유하라

- 허츠(렌트카): 고객은 어떤 경우에 감동 받는가
- 아마존(온라인 서점): 충실한 고객 프로필이 관건

셋째, 고객 관련 업무를 개선하라

- 밥슨 컬리지(대학): 최종 고객(학생, 교직원 등)들의 참여로 업무개선 추진
- 전미 과학 재단(기관 단체): 웹의 장점을 최대한 활용한 업무개선

넷째, 완벽한 고객 관계를 형성하라

- 벨 어틀랜틱(전화회사): 고객과의 쌍방향 소통이 가능할 정도로 고객을 파악
- 웰즈 파고(은행): 업무 세부 분석을 통해 고객의 접근 방법을 개선

다섯째, 고객 주도형 거래를 도입하라

- 델 컴퓨터(컴퓨터 조립 판매): 고객 스스로 모든 일을 해결할 수 있도록 지원
- 아이프린트(즉석 인쇄): 웹 사이트를 기업 고객 인트라넷과 연동

여섯째, 고객의 업무 처리를 도와라

- 보잉(항공기 제조): 항공사의 업무를 파악하여 이에 도움이 되도록 개선
- 포토디스크(이미지 판매): 디자이너의 업무에 맞춰 거래 혁신

일곱째, 고객 맞춤형 서비스를 제공하라

- 월스트리트저널(신문;인터넷판): 인터넷을 이용한 고객 맞춤형 신문 서비스
- 제너럴 모터스(자동차): 자동차 판매에서 서비스 판매까지, 원스탑 서비스

여덟째, 고객 공동체를 육성하라

- 시스코 시스템즈(네트워크 장비): 고객이 고객 서비스를 한다.
- 트라이포트(홈페이지 제공 서비스): 회사의 모든 의사결정에 회원들이 참여

참고 서적: 인터넷 시대의 기업 전략 CUSTOMERS.COM