



총 정리 (1)

1	웹마스터 정의와 역할	1
2	웹마스터, 왕도가 있다?	1
3	웹마스터와의 만남	2
4	웹마스터와 e-Biz	2
5	인터넷 비즈니스 성공 사례 분석 (1)- ebay	3
6	인터넷 비즈니스 성공사례 분석 (2)i-biznet	3
7	클라이언트와 만남	4
8	웹 사이트 기획	4
9	웹 사이트 분류별 설계	5
10	제안서 작성법	5
11	도메인-브랜드의 중요성	6
12	벤치마킹	6
13	계약서, 견적서 작성법	7
14	개발 환경 및 개발 구축 일정	7
15	스토리보드	8
16	TF구성과 함께 런칭!	8
17	메인 시안 작업	9
18	유저 인터페이스	9
19	CI & WEB SI	10

1. 웹마스터 정의와 역할

- 웹마스터는 초기 웹과 관련된 일을 모두 맡아서 하다가 점차 인터넷 환경이 변함에 따라 직군도 세분화되었다.
- 특정 분야(전산) 뿐만 아니라 다양한 분야의 전공을 한 사람들도 웹과 관련된 일을 하고 있다.
- 향후 웹과 관련된 직종은 매우 많이 늘어날 것이다.
- 웹과 관련된 일을 하는 사람의 기본은 우선 웹을 이해하고 트렌드 파악을 잘하며 같이 일하는 팀원과의 조화, 클라이언트에 대한 마인드(B2B, B2C) 등이 필요하다.
- 웹과 관련된 일은 결코 재미있거나 쉽지 않다. 일을 즐기기 위해서는 기본적으로 웹과 적성이 맞아야 할 것이다.

2. 웹마스터, 왕도가 있다?

- 웹마스터가 되기 위한 조건은 많다.(전문 지식, 시간 관리 능력, 체력 등)
- 체계적인 과정을 통하여 단계별로 기초부터 시작하는 것이 바람직하다.
- 웹 사이트를 구성하는 기본적인 요소들에 대해 기초 이상의 지식을 가져야 한다.
 - [웹 디자인]
 - 2D, 3D, 애니메이션을 다루는 툴에 대한 기초 지식
 - 디자인에 대한 기초 지식
 - [웹 프로그래밍]
 - 각종 개발 언어의 특징과 기초
 - DB의 종류와 특성 및 연동 방법
 - [시스템]
 - 네트워크 기초 및 시스템 구성의 기본 이론
- 그밖에 프레젠테이션 프로그램과 각종 에디터 하드웨어, 소프트웨어, 전문 용어, 업계 현황, 통계 등 다양한 분야에 대한 지식도 필요하다.



3. 웹마스터와의 만남

- 웹마스터는 초기 웹에 대해 총 책임을 지는 사람이었다.
- 지금은 많이 세분화되었다.
- 현재도 웹의 전체적인 방향을 이끄는 마스터는 필요하다.
- 이제 웹마스터라는 이름은 웹과 관련된 일을 하는 사람들을 총칭하는 개념적인 말이 되었다.
- 웹마스터 의미는 개발/관리의 의미로 쓰이기도 한다.
- 진정한 웹 전문가가 되기 위해서는 수년간 업계에서 기초부터 시작하여 스스로의 스킬을 높이고 노하우 축적이 필요하다.
- 스스로 최고가 되기 위해서는 보이지 않는 땀과 피나는 노력이 필요하다.

4. 웹마스터와 e-Biz

- 비즈니스는 모든 것의 시작이며 가장 중요한 구심점이다.
- e-비즈니스를 성공적으로 수행하기 위해서는 인터넷의 특징을 파악하여야 한다.
- 독자적으로 성공하는 경우, 전략적 제휴로 같이 성공할 수 있는 경우 등 다양한 비즈니스를 수행하여 성공적인 사례를 만들어야 한다.
- 웹의 매체가 가지고 있는 양방향성, 다양한 방법으로 콘텐츠 제공, 시간/공간 제약이 없는 점, 타 매체에 비해 뛰어난 점들을 파악하여 비즈니스의 요소로 도입한다.
- 수입 창출형, 비용 절감형, 브랜드 구축형이 있다.
- 체계적인 프로세스에 의해 사업 계획부터 웹 사이트 구축 및 운영까지 끊임없는 전략의 설정과 노력이 필요할 것이다.

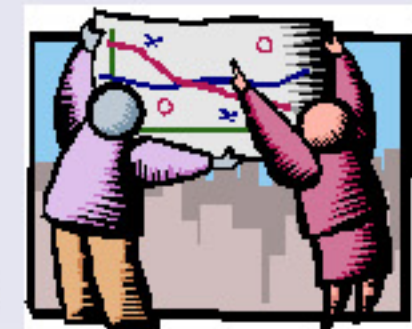
5. 인터넷 비즈니스 성공 사례 분석 (1) - ebay

- 성공한 웹 사이트 기준을 무엇을 잡을 것인가? (회원 수, 수익, 브랜드 등)
- 인터넷의 특성을 잘 살린 모델
- 선점 효과
- 확실한 수입
- 수백만개의 경매 물품
- 잘 구축된 경매 프로세스 및 웹 사이트
- 경매 사기, 불법거래, 시스템의 안정성 등이 문제



6. 인터넷 비즈니스 성공사례 분석 (2) i-biznet

- 평범하지 않은 도메인을 사용하고 있다.
- 심플하면서 편리한 네비게이션으로 되어 있다.
- 상단은 킬러로 카테고리의 변화를 주고, 좌측은 서브 메뉴를 보여준다.
- 콘텐츠 사이트에서 검색은 상당히 중요한 부분이다. 검색은 Quick search와 Power Search 두 가지 방법을 제공한다.
- 클릭 & 모타르(click & motar)의 비즈니스 모델을 가지고 있다.
- 각 사이트가 가지고 있는 특징에 따라 다양한 비즈니스 모델을 성공시킬 수 있을 것이다. 성공하기 위하여 타 경쟁사와의 우위 전략은 있는지 확인해야 한다.



7. 클라이언트와 만남

- 다양한 경로를 통해 클라이언트와 만나게 된다.
- 클라이언트를 만나기 전에 준비된 자세를 갖춘다.
- 다양한 분류의 클라이언트가 있지만 대하기 쉬운 클라이언트는 없다.
상황에 따른 대처 능력이 필요하다.
- 웹 사이트 구축에 관해서 사전 조사 항목을 정리해 놓는 것도 도움이 된다.
(사업 계획, 기획, 운영, 예산, 시스템 등)
- 100%기획이라는 것은 없다. 10%, 60%, 80% 등의 기획안을 100%로 만들기 위한 방법은?

8. 웹 사이트 기획

- 기획은 하나의 건축물을 세우기 위한 설계 도면과 같이 상세하게 작성되어야 한다.
- 다양한 콘텐츠를 어떻게 보기 좋고 먹기 좋게 만들 것인가?
- 사이트 기획에는 관련된 사람 모두 참여한다.
- 사전 요구 분석의 과정을 반드시 진행한다.
- 환경 분석 및 벤치마킹도 필요하다.
- 사이트 기획에 관련된 프로세스를 정립하고 프로젝트에 따라 유연하게 대처해야 한다.
- 웹 기획자는 편중되지 않고 객관적이며 리더쉽이 있어야 한다.

9. 웹 사이트 분류별 설계

- 네티즌의 입장에서 생각하고 행동한다.(End user)
- 콘텐츠 설계, 텍스트 설계, 그래픽 설계, 구조 설계 등 중점을 두어야 할 설계 요소 등에 대해 체계적으로 분리하고 장점을 모아 좋은 결과(output)를 만들어야 한다.
- 인터넷 이용자의 대부분은 멋진 사이트 보다 빠른 사이트를 원한다.
- 웹 사이트 이용 중 빠져나가는 가장 큰 이유는 아래와 같다.
1위-느리거나 링크가 깨져서
2위-필요한 정보를 찾을 수 없어서
- 사이트의 분류, 특성, 유저 환경 등을 철저히 파악하여 설계에 들어간다.

10. 제안서 작성법

- 제안서는 프로젝트 시작 전 사이트에 대한 내용(전략, 컨셉, 내용, 수익기반 등)을 체계적으로 정리하여 보고 형식으로 만든 문서이다.
- 들어가는 항목은 다음과 같다.
 - 제안 개요
 - 벤치마킹
 - 시스템 구성도
 - 네트워크 구성도
 - 프로젝트 일정
 - 프로젝트 비용
- 그 외 사업 비전이나 수익 기반 등도 구성을 하는데 이때는 체계적인 근거 자료 이용이 필요하다.
- 제안서 작성 완료 후 프레젠테이션도 중요하다.



11. 도메인-브랜드의 중요성

- 선정 원칙
 - 간결해야 한다. 외우기 쉬워야 한다. 상징적이어야 한다.
- 다양한 방법으로 도메인을 홍보한다.
- 도메인 자체가 브랜드이므로 도메인 선정이나 관리에도 신경을 써야 한다.
- 브랜드를 선정하는 일도 체계적인 work process에 따라 진행한다.
- 전문 회사에 의뢰를 하는 방법도 있다.
- 평생 사용할 이름과도 같으므로 신중히 결정한다.

12. 벤치마킹

- 웹에서 벤치마크라 함은 주로 다른 웹 사이트를 보고 장 단점을 파악하여 분석, 결과를 도출하여 웹 사이트 개발에 도움이 되는 결론을 얻어내는 과정
- 지피지기면 백전 백승?
- 트렌드 파악(시장, 기술)에 도움이 된다.
- 평소 서핑을 많이 할 수록 도움이 된다.
- 벤치마킹을 시작하기 전 목표 설정을 정확히 한다.
- 체계적인 벤치마킹을 하기 위해서는 리소스의 확보와 사전 조사가 필수이다.

13. 계약서, 견적서 작성법

- 계약서란 양사간의 합의서이다.
- 계약서에 들어가는 주요 내용
 - 갑,을 정의
 - 계약 금액
 - 구축 조건 및 기간
 - 결제 조건
 - 웹 사이트 개발 범위
- 견적서는 가능한 상세하게 작성한다.
- 견적서의 주요 내용
 - 프로젝트 기간
 - 구체적인 필요 인력 및 투입 기간
 - 직접 경비
 - 개발비에 대한 구체적인 근거 자료



14. 개발 환경 및 개발 구축 일정

- 자체 서버 운영시와 IDC 이용시 장 단점을 파악하고 환경에 맞게 선택하여 운영한다.
- IDC서비스
 - co-location
 - 서버 호스팅
- 소규모의 경우 웹 호스팅도 상관 없다.
- 개발 구축 일정은 가능하면 상세하게 계획한다.
- 역순으로 짜면 일정 맞추기가 좋다.
- 개발 구축 일정에 디자인 일정, 프로그램 일정, 기획 일정, 테스트 일정, 오픈 일정 등을 상세하게 정리한다.
- 프로젝트를 시작하게 된다면 프로젝트 게시판을 열어 프로젝트에 관련된 자료, 일정, 내용 등을 공유한다.

15. 스토리보드

- 스토리보드는 사이트의 작업 지시서나 최종 설계도의 역할을 하는 것으로, 사이트의 제작 과정 중 발생 가능한 많은 문제점을 줄여 나갈 수 있을 것이다.
- 현실적이고 구체적으로 작성한다.
- 스토리보드 작성은 기획자, 디자이너, 프로그래머 모두 참여한다.
- 스토리보드에 들어가는 요소
 - 콘텐츠
 - 프로그램 로직
 - 링크
 - 부가 설명
 - 파일 네이밍

16. TF구성과 함께 런칭!

- PM은 다양한 경험이 필요하고 팀을 이끌 수 있는 리더쉽도 필요하다.
- 디자이너는 웹 사이트의 visual 부분을 총 책임하는 사람이다. 색의 선택, 폰트의 종류와 사이즈, 네비게이션, 전체적인 디자인 컨셉 등 웹 사이트의 큰 비중을 차지하고 있다.
- 프로그래머는 웹 사이트가 원활하게 돌아가도록 웹과 관련된 프로그램을 지원한다. 편리하고 효율적인 웹 사이트를 구성하는 중요한 역할이다.
- 사전 준비 작업
 - 네이밍, 폴더 구조, 사이트맵, 메타 태그, 인클루드 등
- 공유 작업시 서로의 효율적인 업무를 위해 공유 작업 지침을 마련하고 시작하면 좋다.
- 프로젝트가 완료될 때까지 좋은 팀워크를 이루도록 한다.

17. 메인 시안 작업

- 메인 페이지 시안 작업은 프로젝트 시작 전 사이트 전체의 디자인 컨셉과 네비게이션을 잡는 중요한 작업이다.
- 시안에 포함되는 요소들을 사전에 리스트 업(list up)하고 그에 맞추어 작업을 한다.
- 시안에 필요한 자료들은 미리 확보를 하도록 한다.
- 시안이 확정되면 약간의 요구 반영이 있다.
- 시안작업을 반복하다 보면 스스로의 딜레마에 빠질 수 있다.
- 독창적이고 사이트 컨셉에 맞는 디자인을 뽑아내기 위해서는 웹 서핑도 열심히 하고 관련 세미나 참석, 관련 지식 공부, 실험적인 디자인 시도 등 많은 노력이 필요하다.

18. 유저 인터페이스

- 웹에서 유저 인터페이스는 가장 효율적으로 네비게이션과 정보 검색을 할 수 있도록 웹사이트를 구축하는 일련의 과정을 말한다.
- 사전에 잘 설계된 유저 인터페이스는 향후 기회 비용 손실을 줄여준다.
- 체계적인 이론의 뒷받침 없이는 좋은 유저 인터페이스를 구성하기 어렵다.
- 사용성 테스트(Usability test)는 결국 효과적인 웹 사이트 구축을 위한 방법이다.
- 반드시 결과를 정리하여 웹 사이트 구축에 피드백을 적용한다.
- 지금까지 정리된 웹 사이트나 관련 도서를 참고하여 스스로의 기준을 만들어 본다.
- 타 사이트들을 보면서 모니터링 하여 기존의 성공적인 방법을 적용해 보거나 새로운 유저 인터페이스를 개발하는 노력도 필요하다.

19. CI & WEB SI

- Corporate Identity는 오프라인 기업이 회사의 이미지를 높이고 관련 제품의 신뢰도 향상을 위한 여러 가지 일련 과정을 얘기한다.
- Corporate Identity를 효과적으로 운영하기 위한 다양한 방법을 실행하고 있다.
- 인터넷 활동이 활발해지면서 CI뿐만 아니라 SI도 중요하게 되었다.
- 기존은 SI를 그대로 CI로 전향하는 경우도 있고 새로 SI를 만드는 곳도 있다.
- 중요한 것은 CI가 웹 사이트 구축 운영을 위한 체계적인 통합 가이드라인이 되어야 할 것이다.
- CI구축을 위해서는 여러 요소들을 분석하고 그에 맞는 데이터를 추출해야 할 것이다.