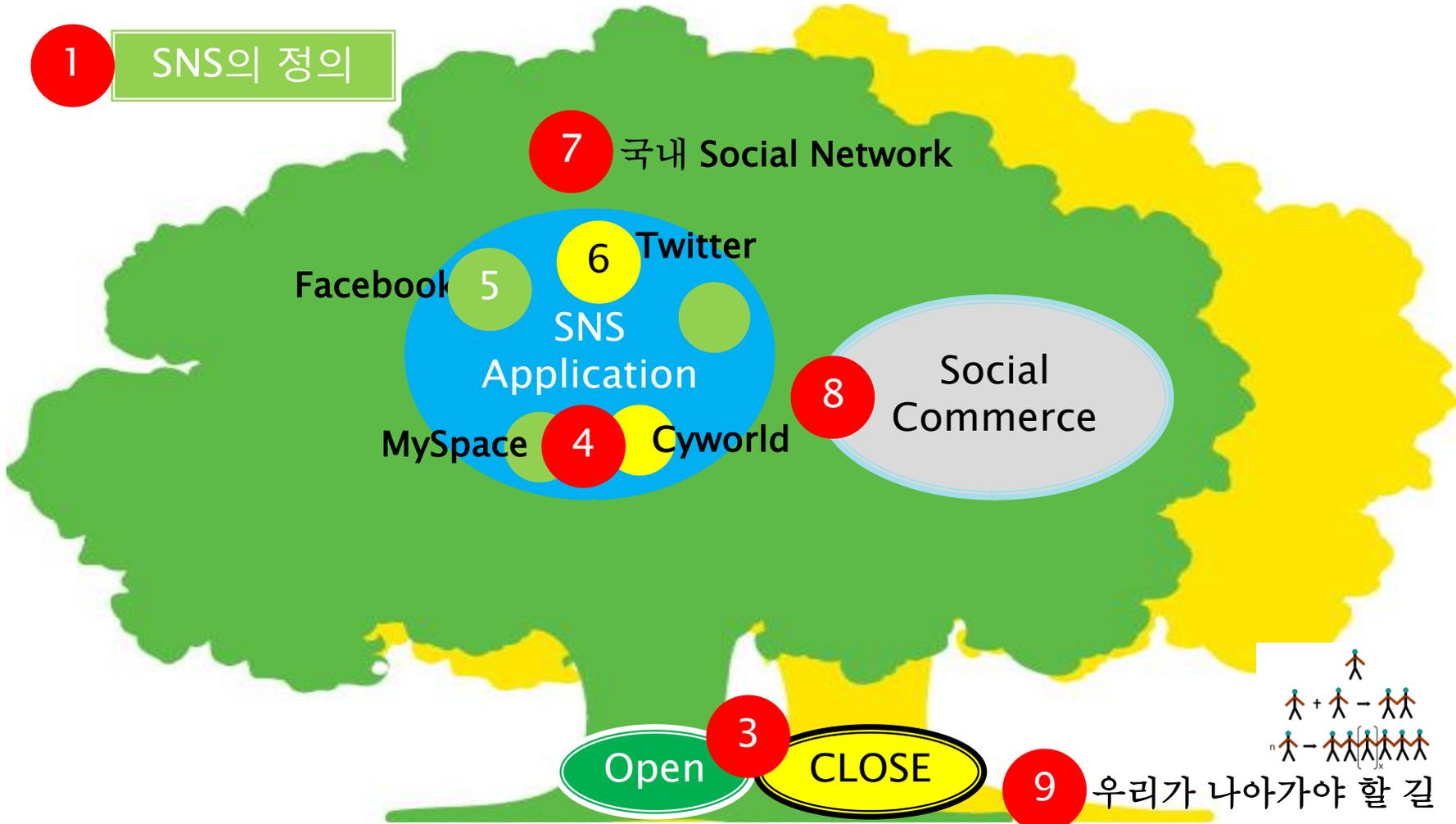


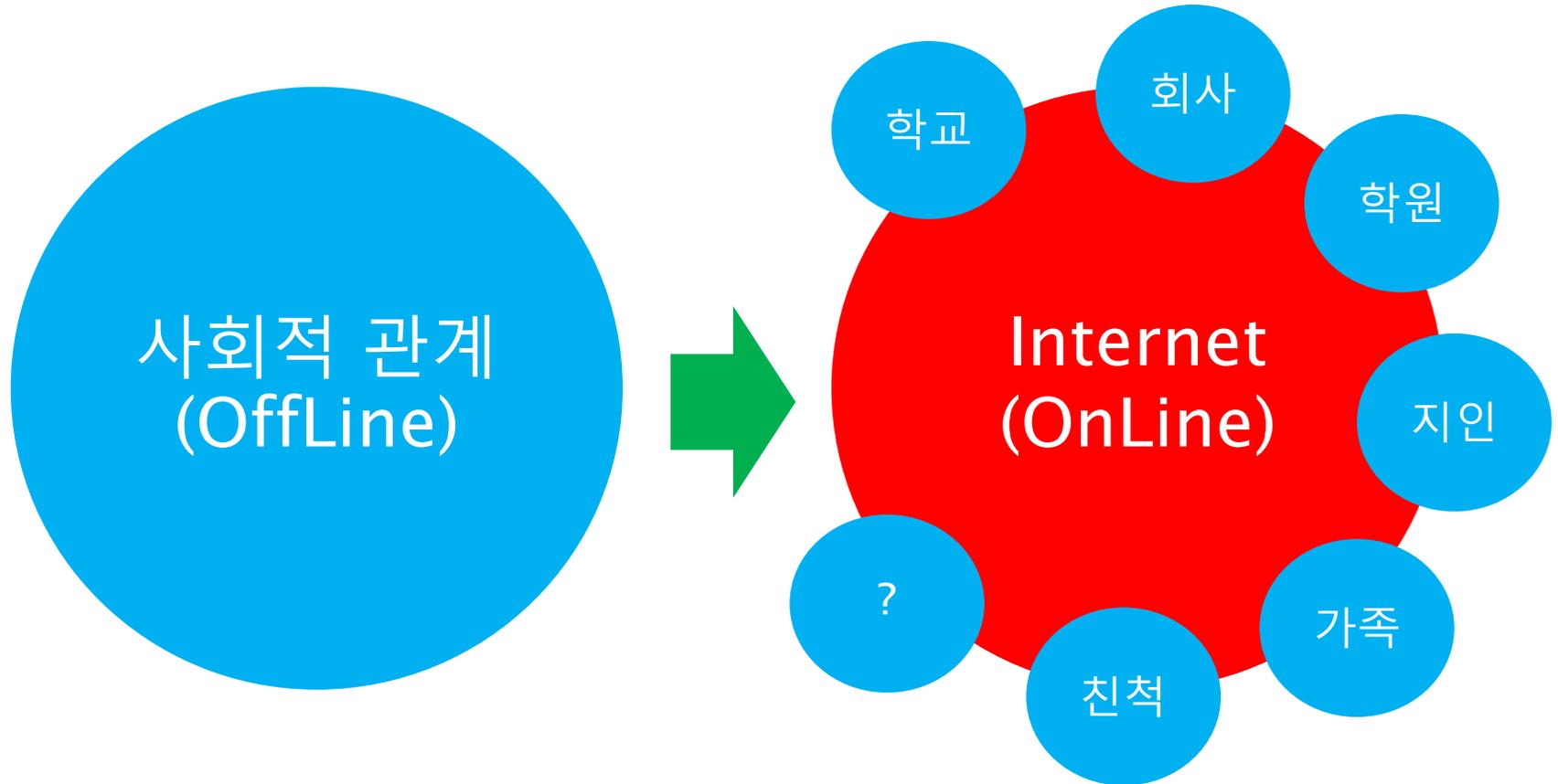
SNS 흥망성쇠를 통해 본 보이지 않는 길

이 태영

목차

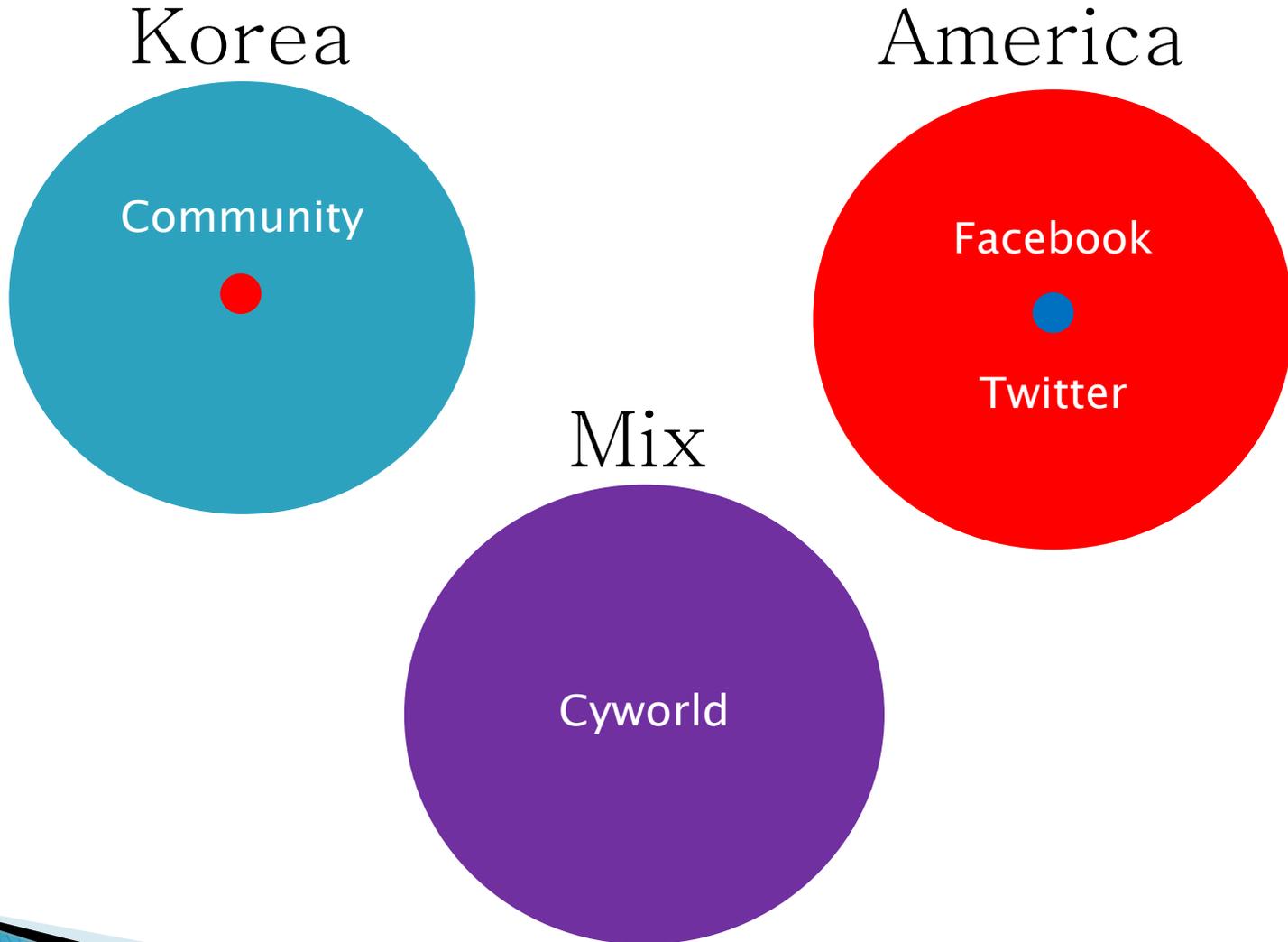


SNS



사회적 관계 개념을 인터넷 공간으로 가져온 것을 통해
네트워크 형성을 지원하는 서비스

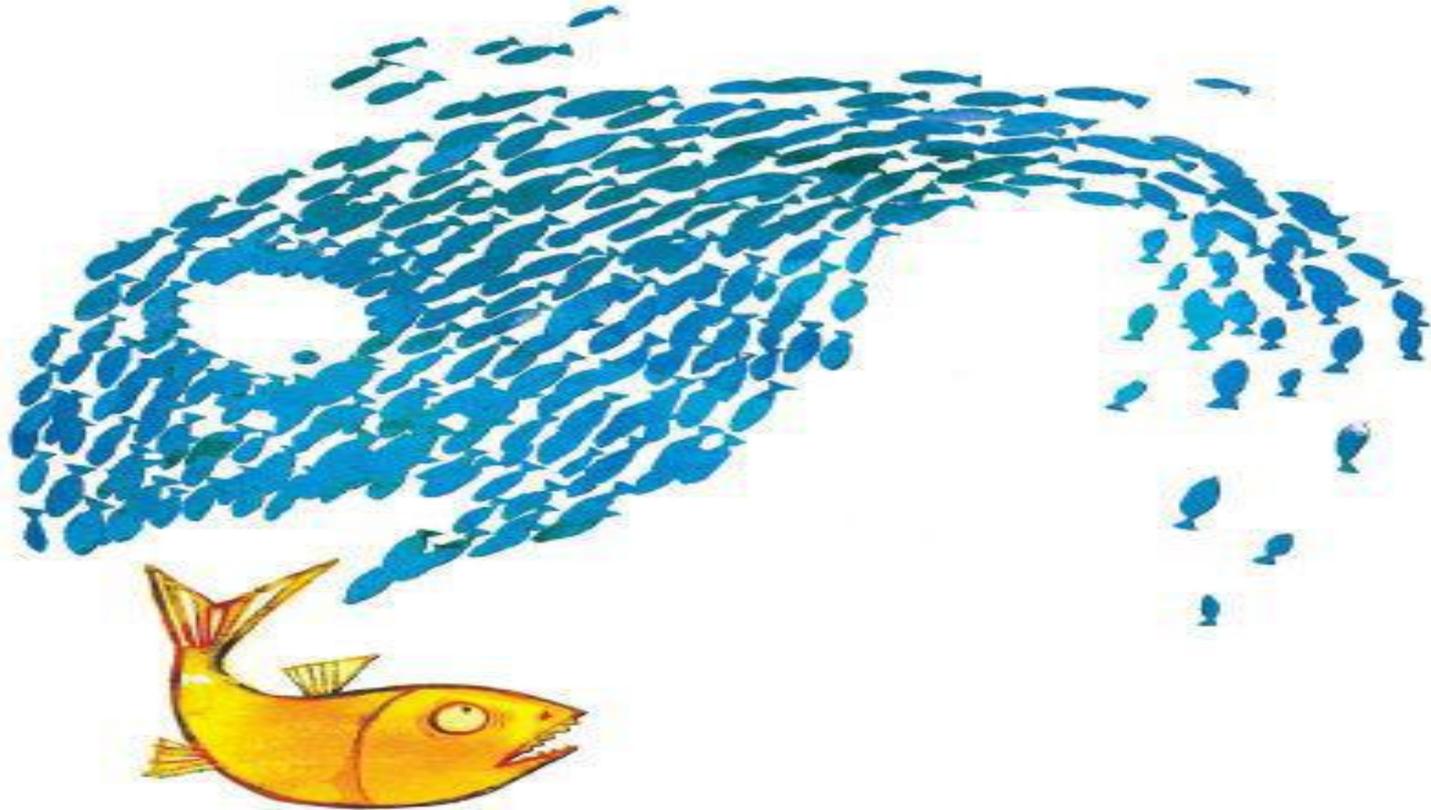
Social Network



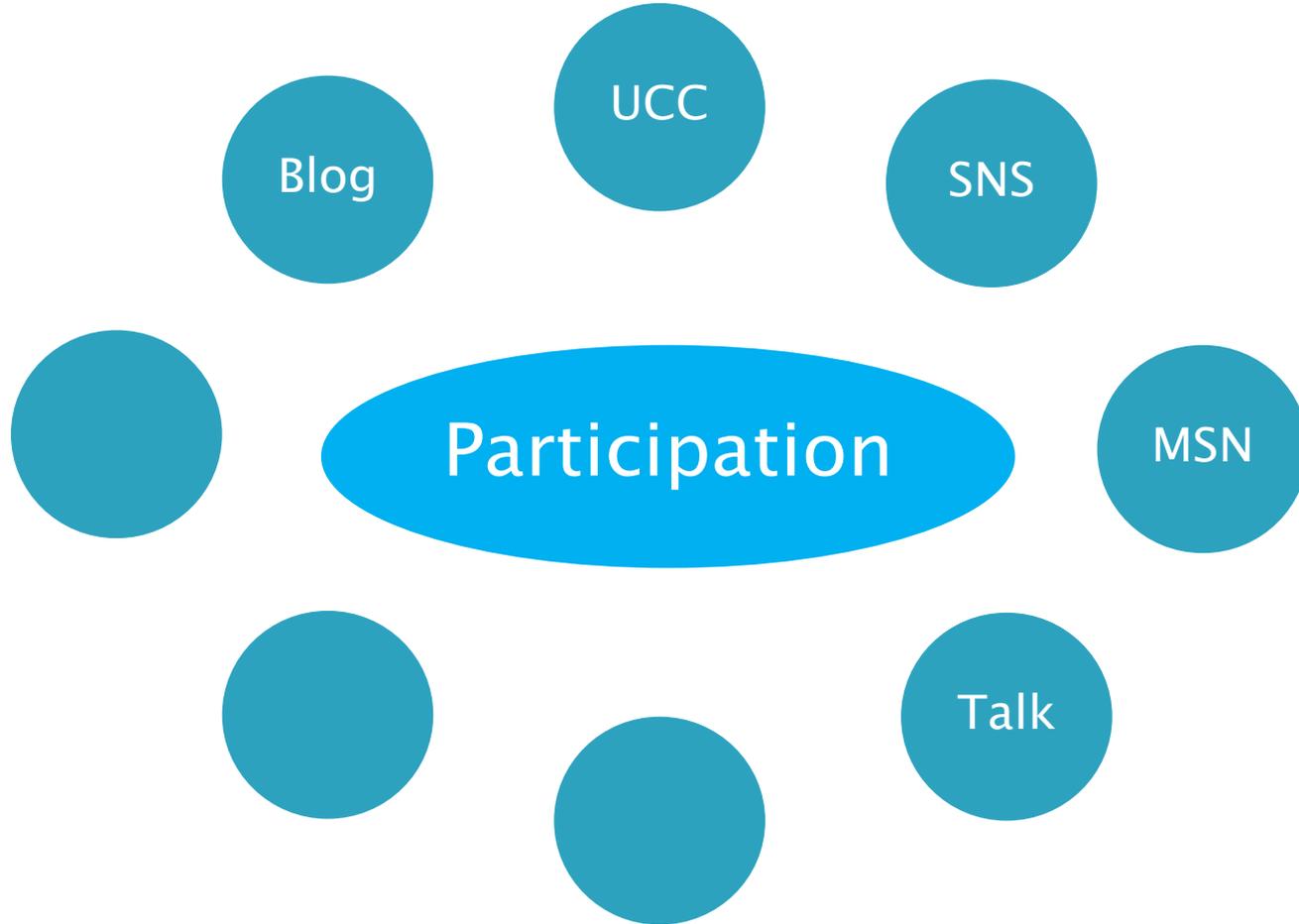
Network 형성



Participation



Services by Participation



Why Participation?

Contents Explosion

Collective Intelligence

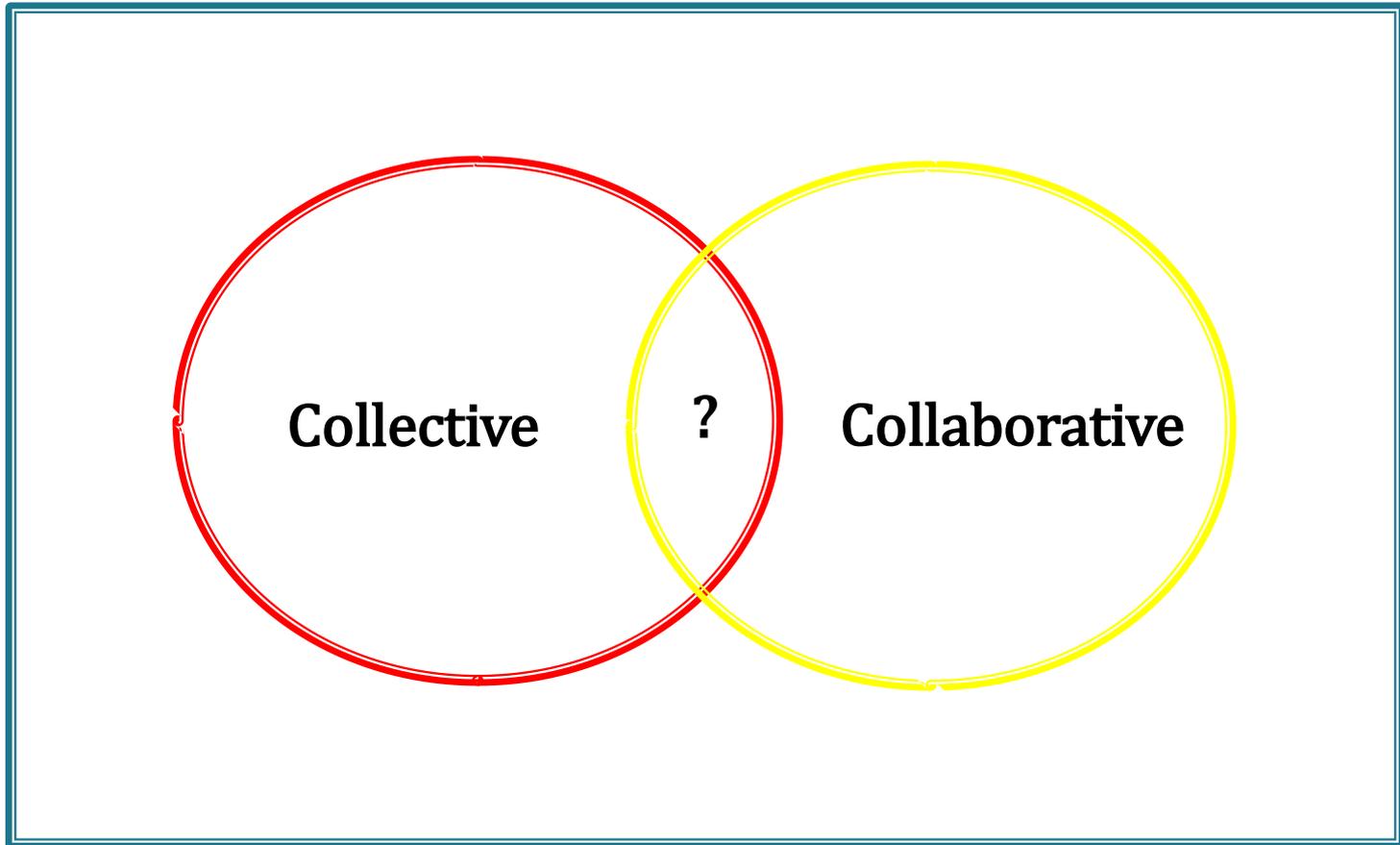
Low cost of Making Service

User Lock-In

Data Portability

Collective vs Collaborative

Collective Intelligence



Type of Participation System

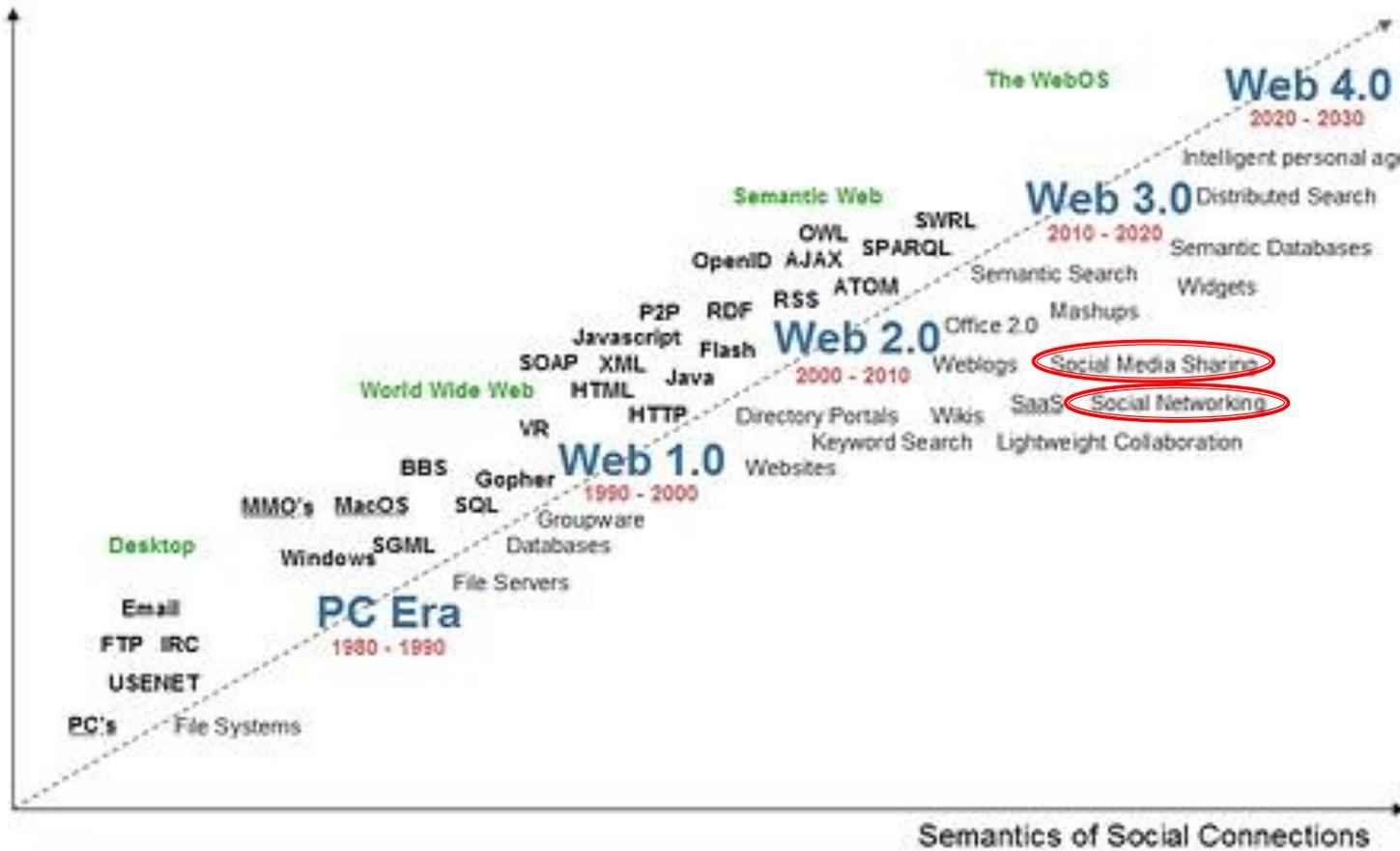
Wikipedia
Naver 지식인

Participation
System

Blog UCC
(Explicit)

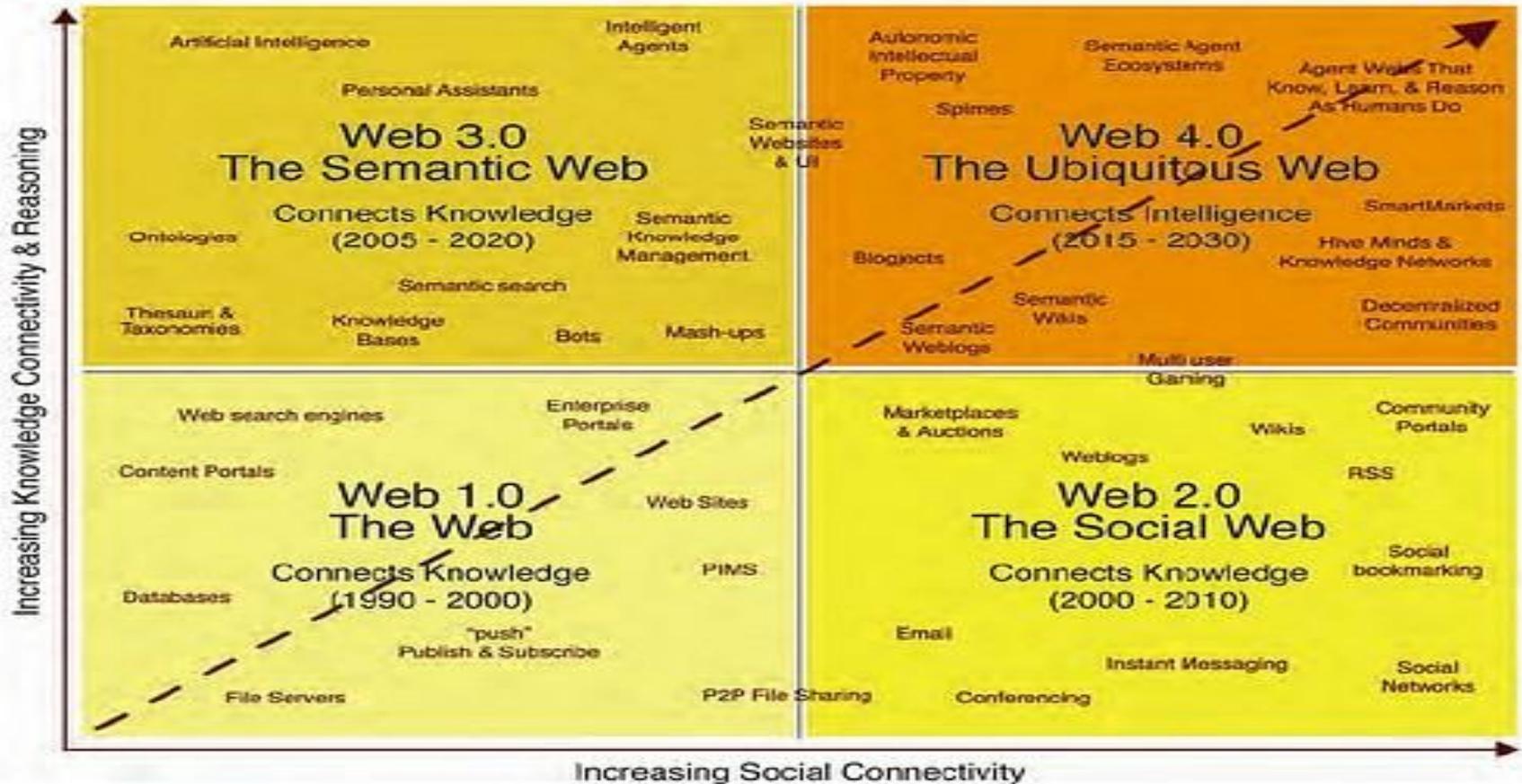
PageRank
Recommendation
Folksonomy
SpamFilter
(Implicit)

Semantics of Information Connections



Source: Radar Networks & Nova Spivack, 2007 - www.radarnetworks.com

Internet Evolution

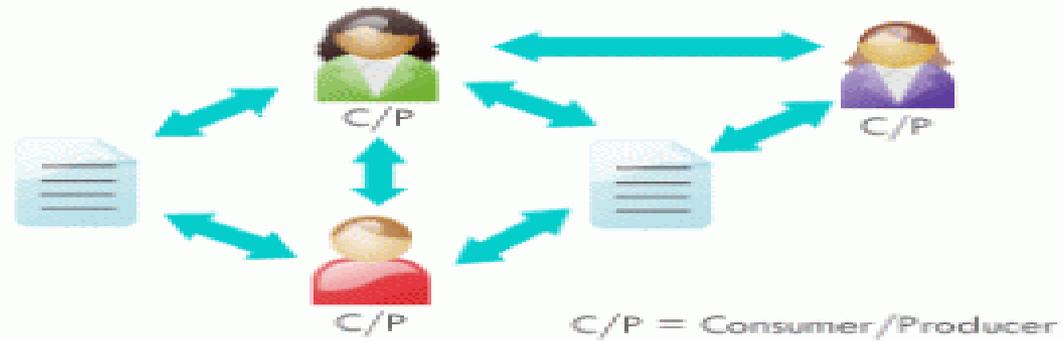


Source: Nova Spivak, Radar Networks & Mills Davis, Project10x

Web 1.0

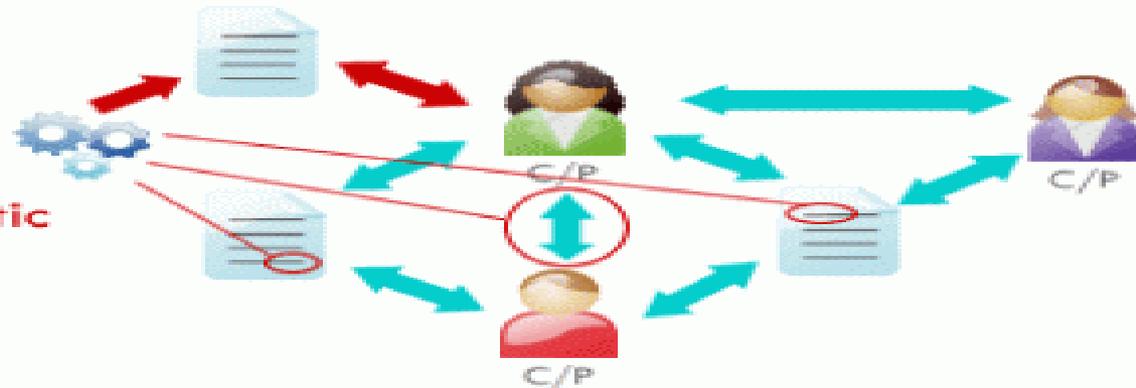


Web 2.0



C/P = Consumer/Producer

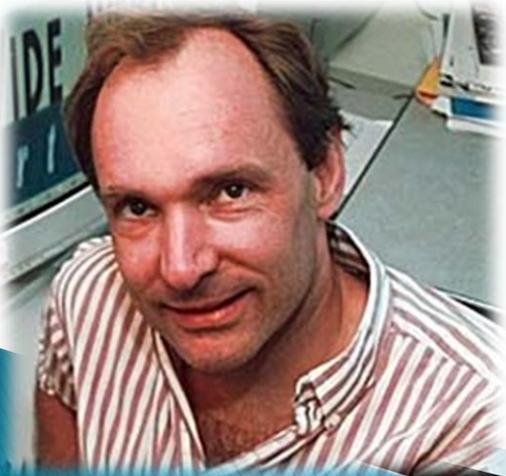
The Semantic Web



The Semantic Web

기계들이 자연스럽게 이해할 수 있는 형태로 된 데이터를 웹에 두든지 아니면 데이터를 그러한 형태로 변환시키는 것이다.

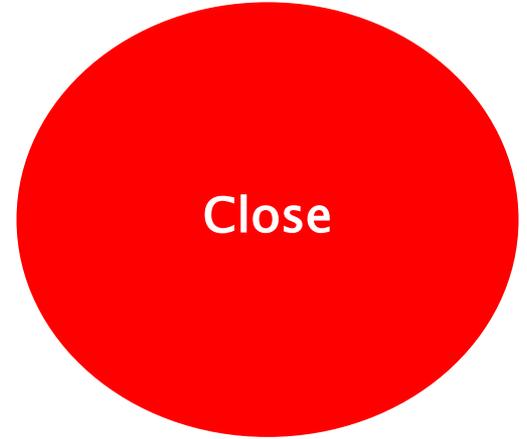
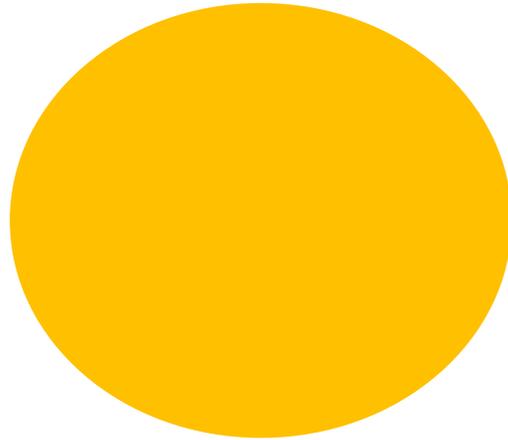
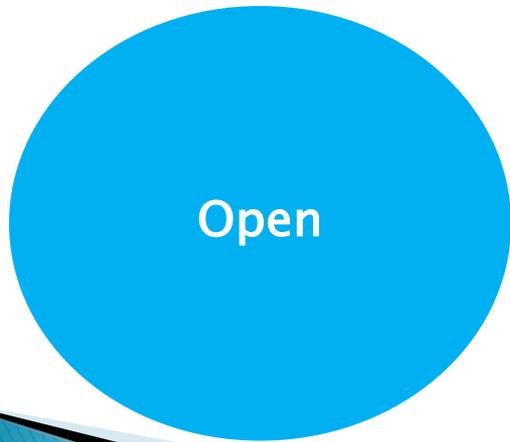
이것이 바로 소위 내가 말하는 **시맨틱 웹** - 기계들에 의해 직접 또는 간접적으로 처리하는 컴퓨터 프로그램을 지칭한다.



시맨틱 웹이란? Tim Berners Lee의 제안

- 컴퓨터가 이해 할 수 있는 형태로 자료를 저장
- 컴퓨터가 자료를 이해하고 처리 하는 것

개방이 왜 필요한가?



Platform Battle

Open Platform

Closed Platform

Closed

Apple Mac

Windows

MS Office

Netspot

iTune Store

MS Passport

IIS Web Server

Platform LSF HPC

Client Side

Device

Middleware

Application

Network

Contents

Service

Middleware

Server

Server Side

Open

IBM PC

Linux

Firefox

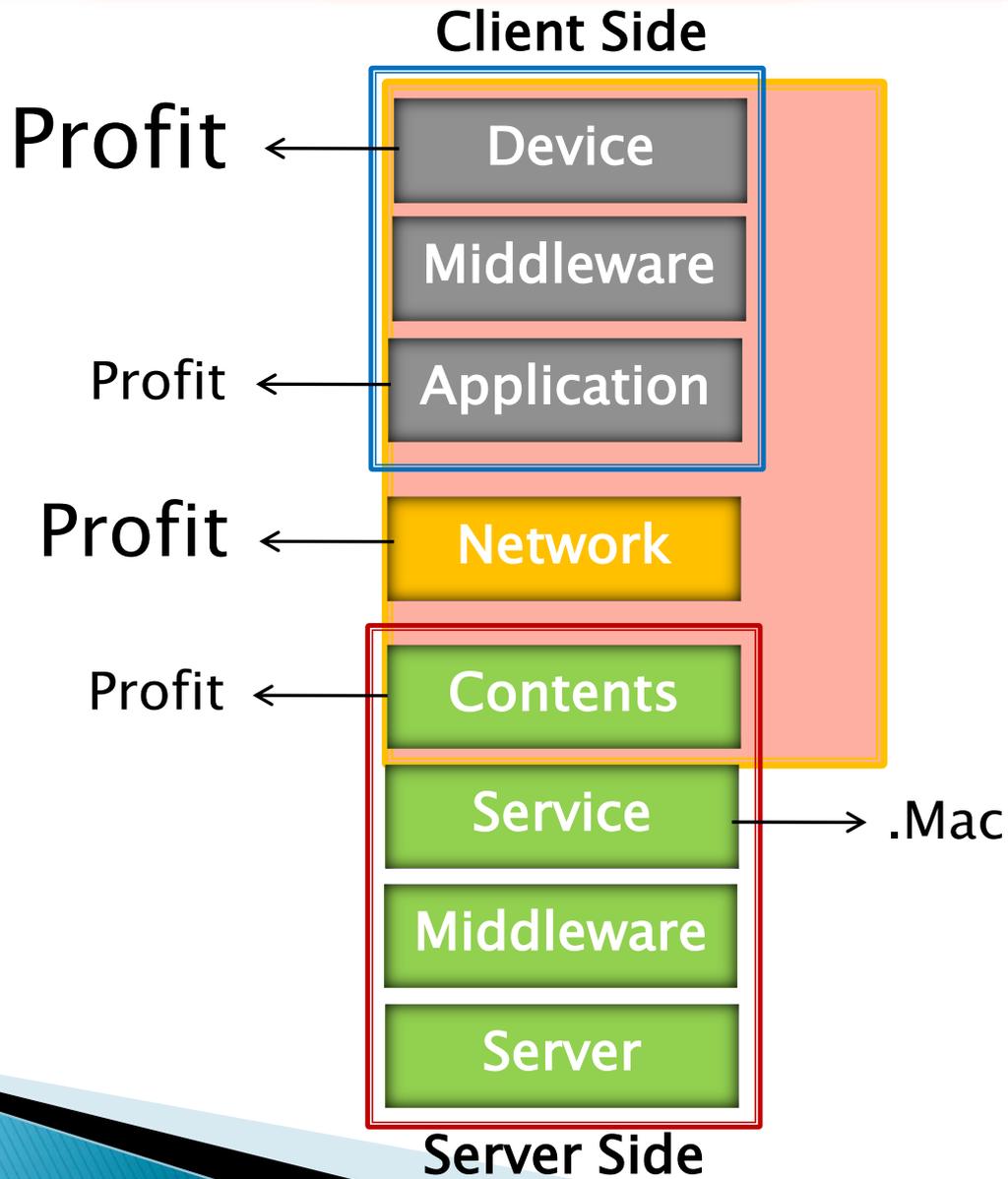
FON

Internet

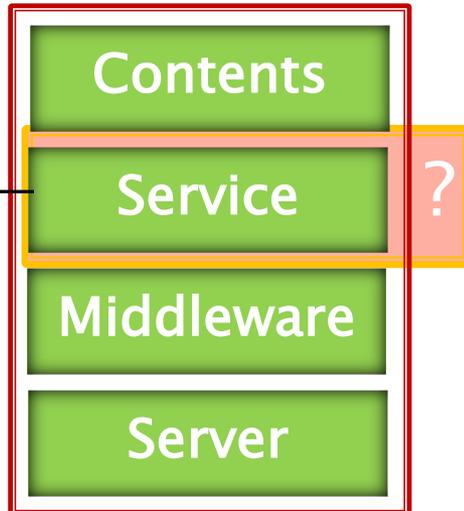
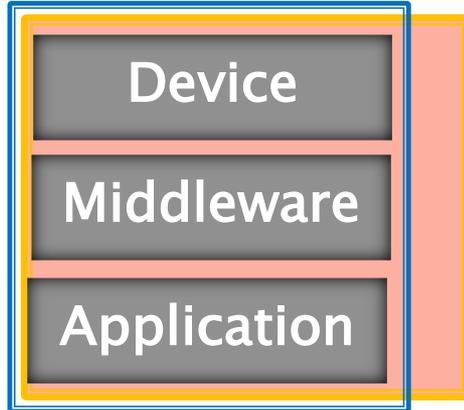
OpenID

Apache Web Server

Beowolf Cluster



Client Side



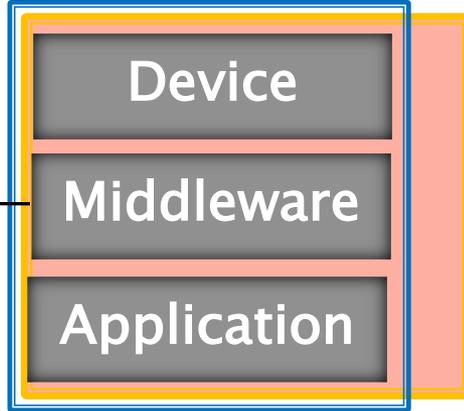
Profit ←

Server Side



Client Side

Profit ←



Network



Server Side



Windows
Mobile

Platform Battle

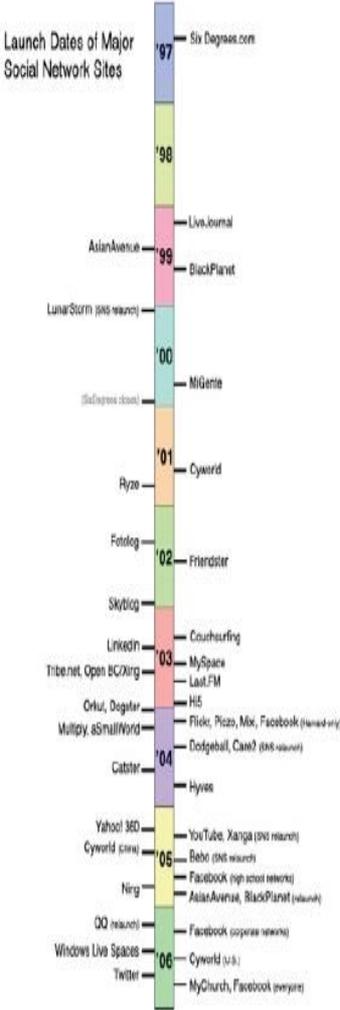
미래

**Closed Platform
vs.
Open Platform**

현재

**Windows Platform
vs.
Web Platform**

History of SNS



소셜 네트워크의 활용 Device

소셜네트워킹은 데스크톱 사용자보다
모바일 사용자가 더 활용하고 있음

- 91%의 모바일 사용자가 모바일웹에서 사회화 기능을 사용함 (데스크톱 사용자는 79%)
- 미국의 경우, 모바일 웹에서 하루 평균 2.7시간을 사용하는데 그 가운데서, 45%는 소셜네트워킹에 코멘트 달기에, 43%는 친구 맺기에, 40%는 다른 사람들과 콘텐츠 공유, 38%는 사진 공유를 하고 있음
 - Ruder Finn



스마트폰의 폭발적 보급으로 모바일 사용자들에게 SNS 앱 사용이 가장 급성장 하는 영역이 되었음

- 콥스코어의 2010년 6월 조사에 의하면 미국에서 모바일 앱을 사용한 약 7천만 명 중에 SNS 앱을 사용한 사람은 천4백5십만명에 이르며 전년 대비 240% 성장을 했음
- 모바일 브라우저를 사용한 경우에도 가장 성장 하는 (90%) 카테고리는 SNS임

Fastest-Growing Content Categories via Application Access
3 Month Avg. Ending Apr. 2010 vs. 3 Month Avg. Ending Apr. 2009
Total U.S. Age 13+
Source: comScore MobiLens

Application Access Category	Total Audience (000)		
	Apr-2009	Apr-2010	% Change
Total Audience: 13+ yrs old	232,000	234,000	1
Used application (except native games)	54,414	69,639	28
Social Networking	4,270	14,618	240
News	4,148	9,292	124
Sports Information	3,598	7,672	113
Bank Accounts	2,340	4,974	113
Weather	8,557	18,063	111
Movie Information	3,296	6,359	93
Maps	6,708	16,773	93
Online Retail	1,416	2,701	91
Photo or Video Sharing Service	3,131	6,960	90
Search	6,434	10,315	90

Fastest-Growing Content Categories via Browser Access
3 Month Avg. Ending Apr. 2010 vs. 3 Month Avg. Ending Apr. 2009
Total U.S. Age 13+
Source: comScore MobiLens

Browser Access Category	Total Audience (000)		
	Apr-2009	Apr-2010	% Change
Total Audience: 13+ yrs old	232,000	234,000	1
Used browser	55,503	72,872	31
Social Networking	15,708	29,835	90
Bank Accounts	7,801	13,154	69
General Reference	7,246	12,084	67
Sports Information	14,033	21,549	54
Search	23,266	34,912	50
Stock Trading	3,214	4,817	50
Online Retail	4,968	7,326	47
News	17,957	26,003	45
Movie Information	10,295	14,895	45
Classifieds	7,039	10,181	45

Cyworld vs MySpace



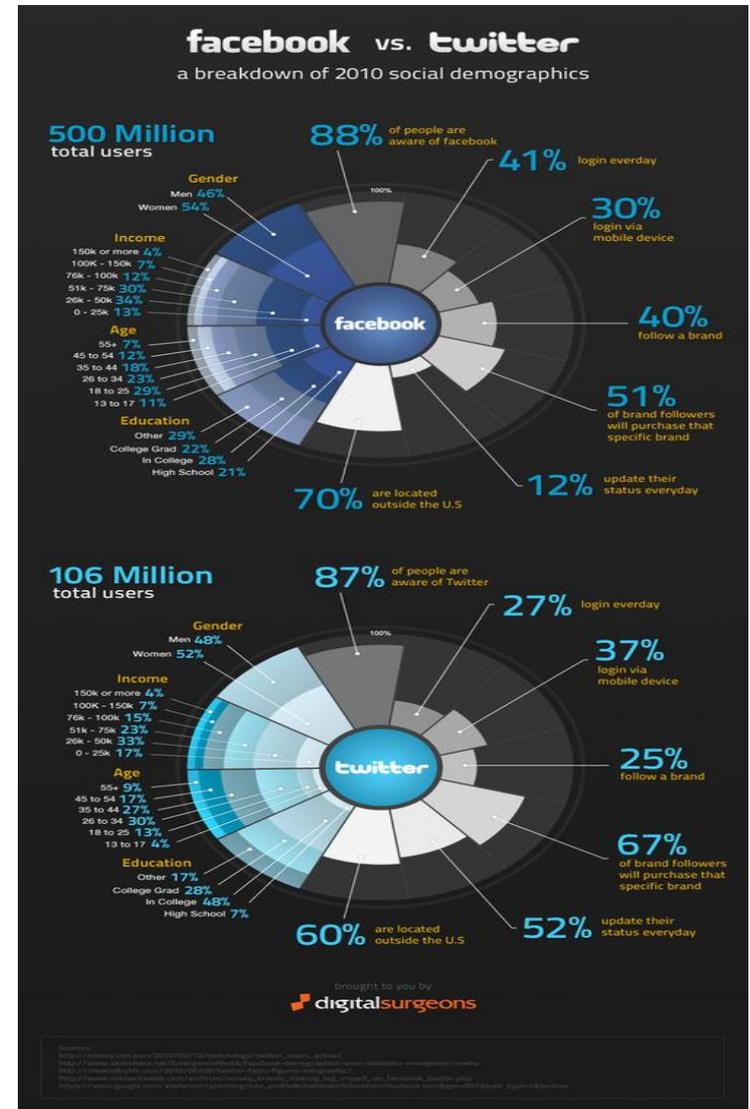
Facebook vs Twitter

남성 보다 여성이 더 참여율이 높고, 참여율도 트위터보다 페이스북이 높은 편

연령대 - 청소년에서 20대일 수록 페이스북에 더 많이 참여하고 있고, 고연령대일 수록 트위터를 더 많이 사용함

소득 분포 - 미성년 학생층 사용자가 페이스북에 비해 3배나 적은 편인 트위터가 마지막의 0-25,000 저소득 계층이 더 많은 이야기는 아무래도 **젊은 층**의 취업이 쉽지 않다는 점도 보여준다

brand follow를 보면 페이스북 쪽 이용자층이 더 관심을 보이는 것으로 조사가 되는데, **실제 구매**로 이어지는 데엔 트위터의 이용자층이 더 높습니다.



Facebook 성장요인과 강점

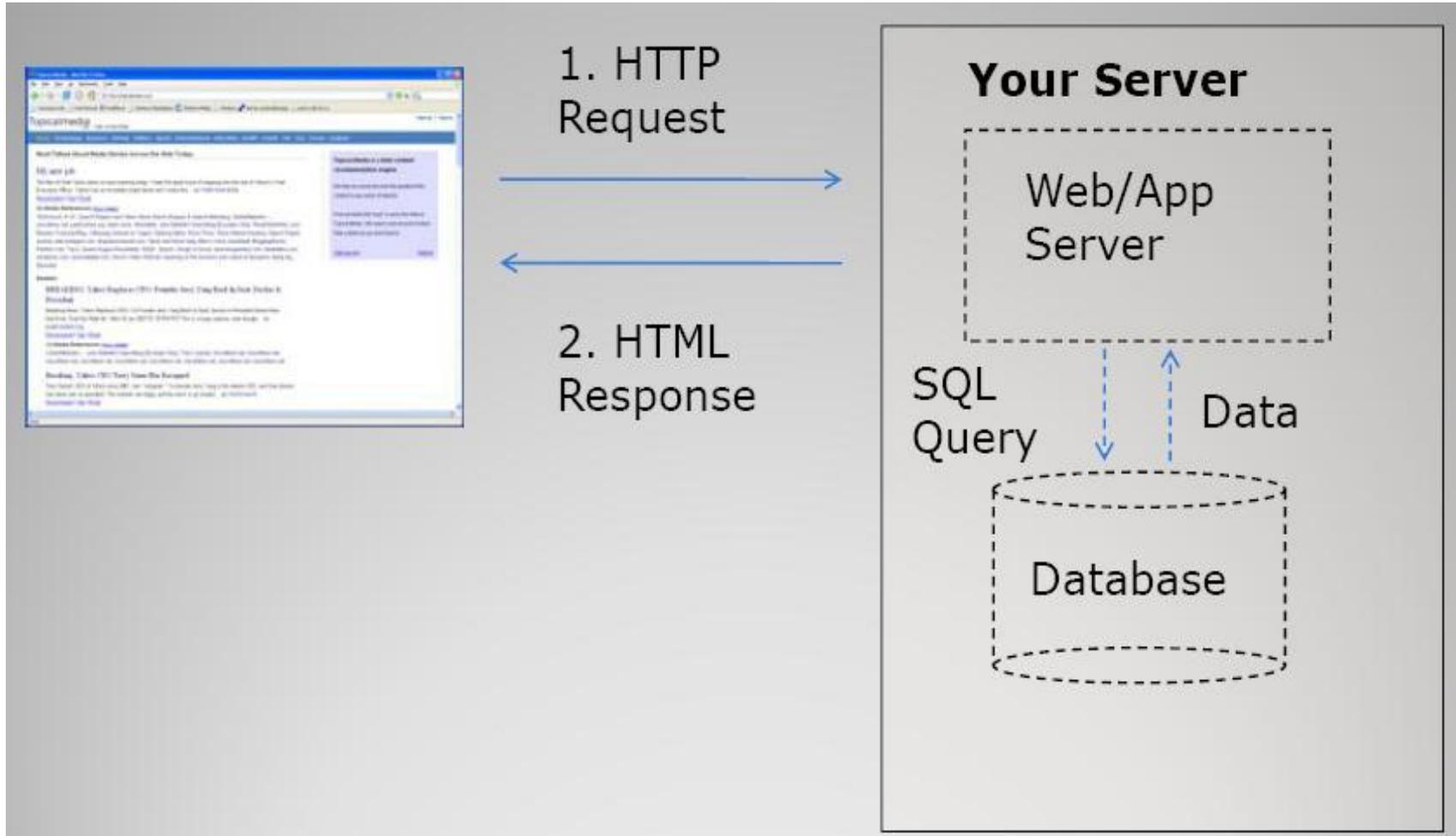
Social Feed

Platform (Graph API)

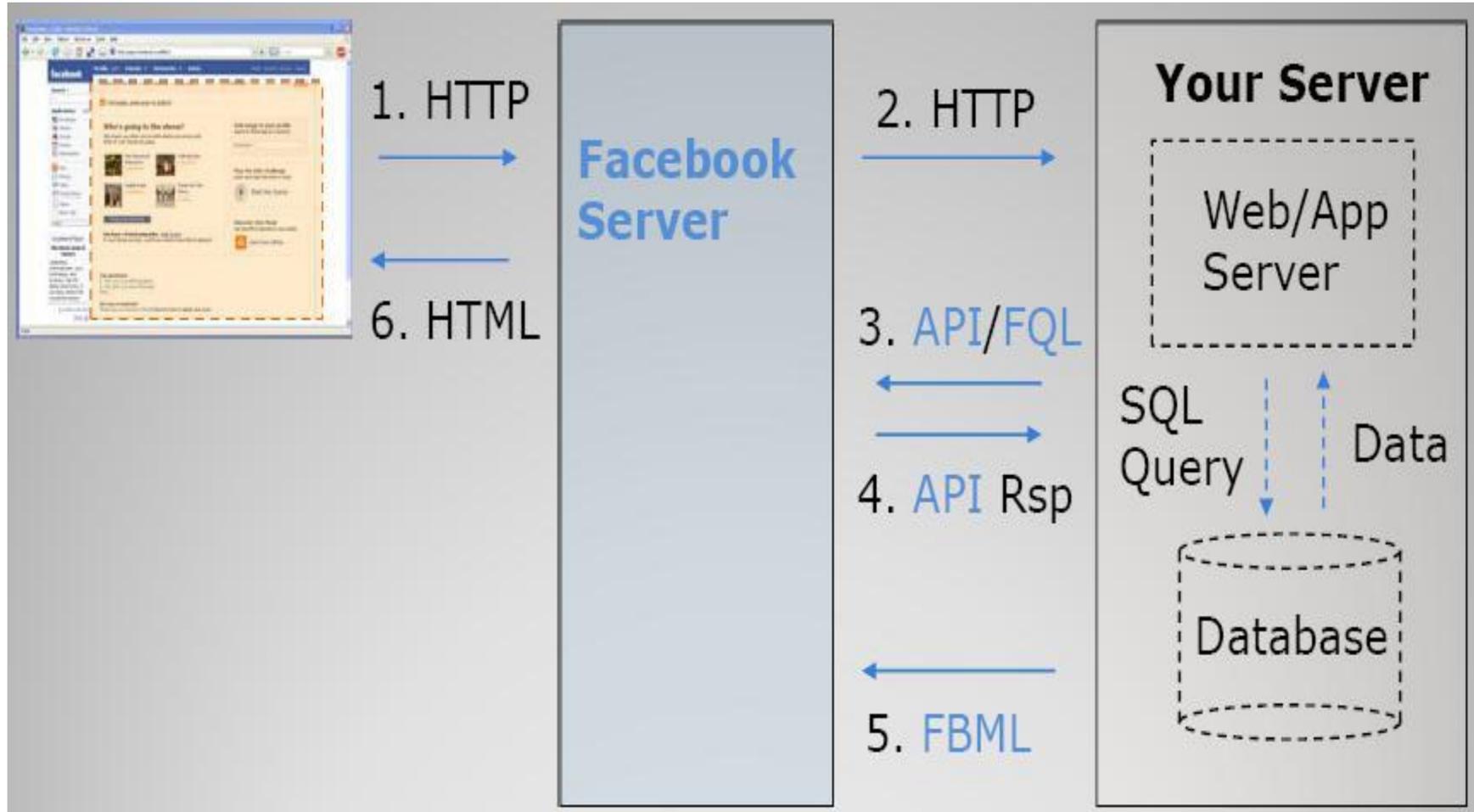
Open Graph(Facebook Connect)

Social Plugins

Traditional Web Application Arch



Facebook Web Application Arch



Platform Components

● API

- Web Service API
- Client Library
 - Official: PHP, Java
 - Unofficial: Perl, Python, Ruby, VB.NET, and others

● FQL (Facebook Query Language)

- Similar to SQL
- Access to user profile, friend, group, event, and photo

Example of FQL & API

```
$query = "SELECT name FROM group WHERE gid IN  
        (SELECT gid FROM group_member WHERE uid= u1)";  
$array = $facebook->api_client->fql_query($query);
```

Platform Components

- **FBML (Facebook Markup Language)**
 - Similar to HTML
 - Subset of HTML + Proprietary Extensions

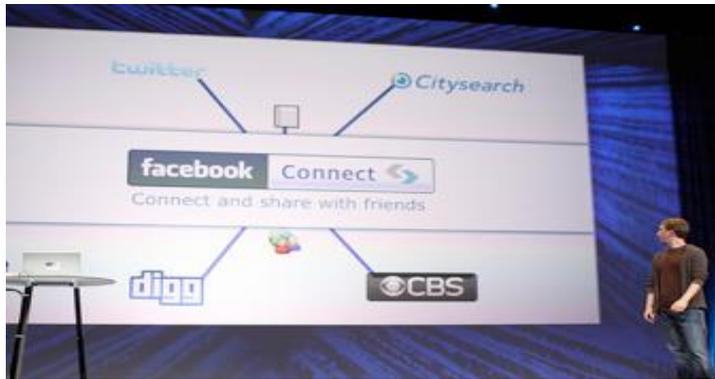
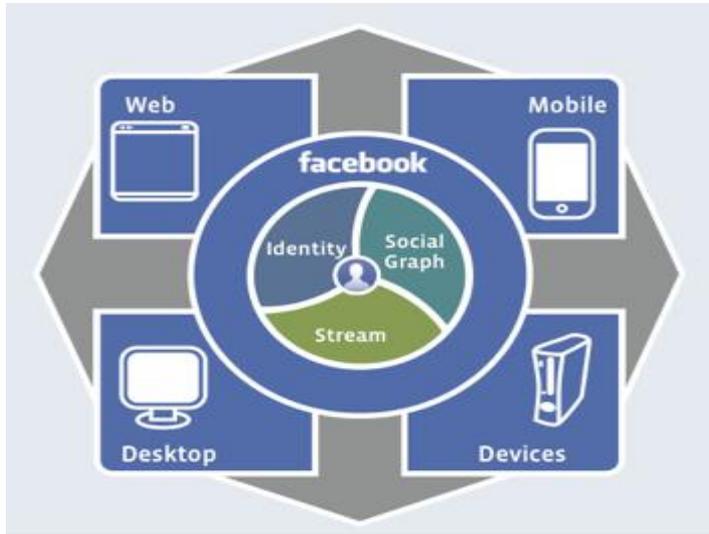
Example of FBML

Preview



```
<fb:dashboard>  
  <fb:action href="new.php">Create a new photo album</fb:action>  
  <fb:action href="you.php">Photos of You</fb:action>  
</fb:dashboard>
```

Open Graph (Facebook Connect)



다른 사이트에 페이스북 아이덴티티 연동하여 다음과 같은 정보를 제공

- Identity : 이름, 사진, 이벤트 등
- Social Graph : 친구들과 친구 연결성
- Social Stream : 페이스북 내에서의 뉴스피드

친구들의 스트림 등
활동 내용

Social Plugins

소셜 플러그인 (**Social Plugins**)을 발표한 일주일 뒤에 **5만** 개의 사이트가 새로운 소셜 플러그인을 채택

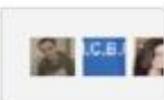
Social plugins

홈 > Documentation > Social plugins



The easiest way to add Facebook to your site.

Social plugins enable you to provide engaging social experiences to your users with just a line of HTML. Because they are hosted by Facebook, the plugins are personalized for all users who are logged into Facebook — even if the users haven't yet signed up for your site.

	Like Button The Like button lets users share pages from your site back to their Facebook profile with one click.		Activity Feed The Activity Feed plugin shows users what their friends are doing on your site through likes and comments.
	Recommendations The Recommendations plugin gives users personalized suggestions for pages on your site they might like.		Like Box The Like box enables users to like your Facebook Page and view its stream directly from your website.
	Login with Faces The Login with Faces plugin shows profile pictures of the user's friends who have already signed up for your site in addition to a login button.		Facepile The Facepile plugin shows profile pictures of the user's friends who have already signed up for your site.
	Comments The Comments plugin lets users comment on any piece of content on your site.		Live Stream The Live Stream plugin lets your users share activity and comments in real-time as they interact during a live event.

Facebook Ad Models

Pages



Social Ads



Beacon



Insights



 **Meagan Marks gave a 4-star rating to the movie Top Gun.**
Sponsored

 **Blockbuster Total Access Online**
Do you feel the need? The need for speed.
Rent online, exchange in-store today!

Meagan  ★★★★★

SNS is Everywhere

- 이미 XBox 360, PS3와 같은 게임기와 버라이즌의 FiOS TV와 같은 IPTV, 삼성전자의 앱스 TV에는 페이스북과 트위터를 접속할 수 있는 앱이 설치되어 있음
- 2010년 5월 기준으로 이미 천5백만 건의 페이스북 세션이 FiOS TV에서 이루어졌으며, 5백만 건의 트윗이 생성되었음

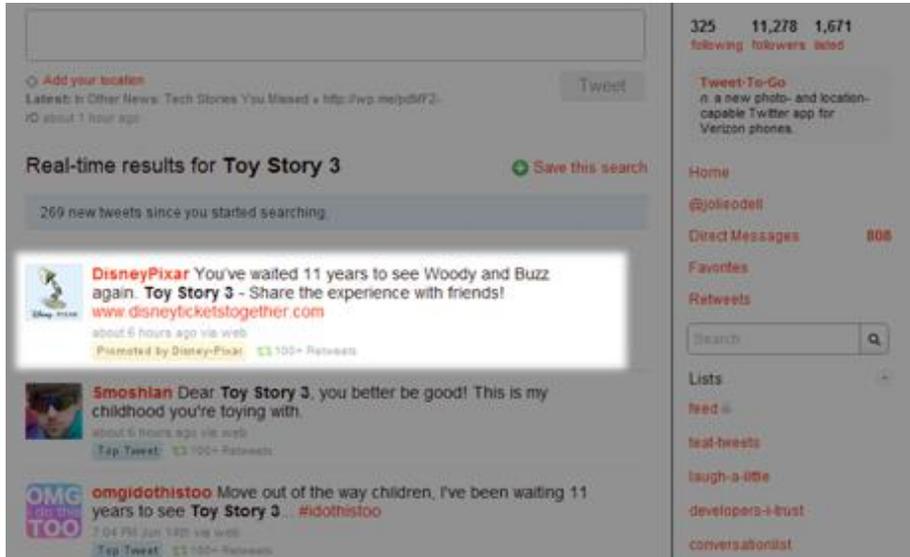


Twitter

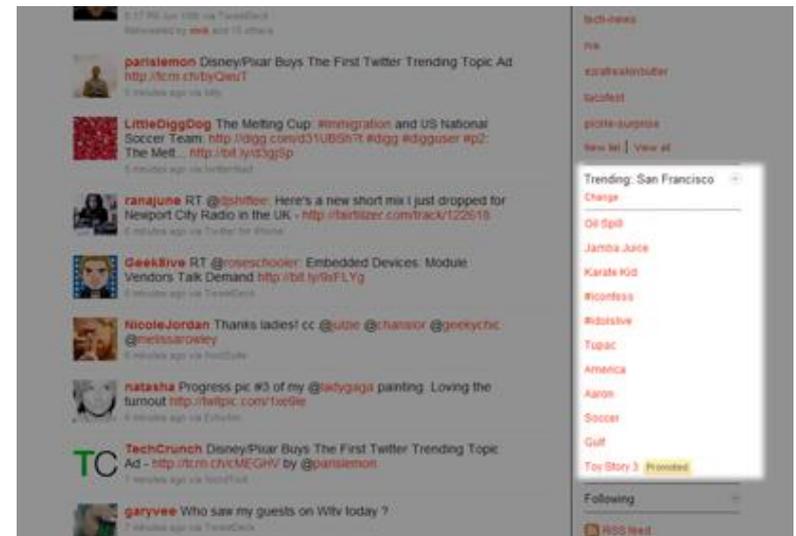


Twitter's Business Model

Promoted Tweets



Promoted Trends



Promoted Accounts

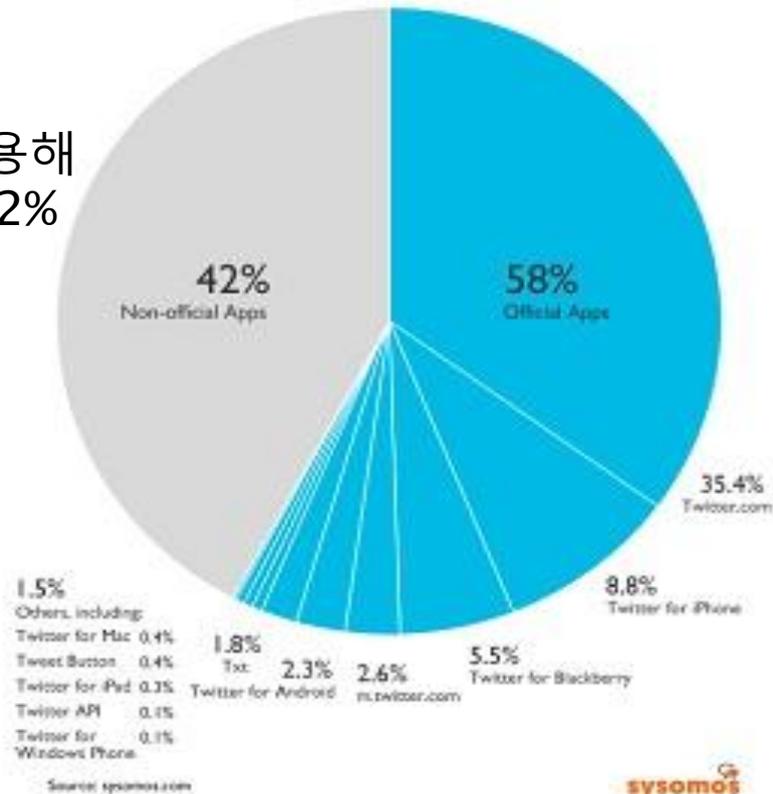
마케팅 회사 **시소모스**는 3월11일에
 작성된 2500만개 트윗을 수집
 트위터 공식 앱 사용자와 클라이언트
 사용자 비율을 분석

비공식 앱인 클라이언트를 이용해
 작성된 트윗이 전체 트윗 중 42%

Twitter Client Usage

Analyzing 25 Million tweets
 posted on March 11, 2011

Official vs Others

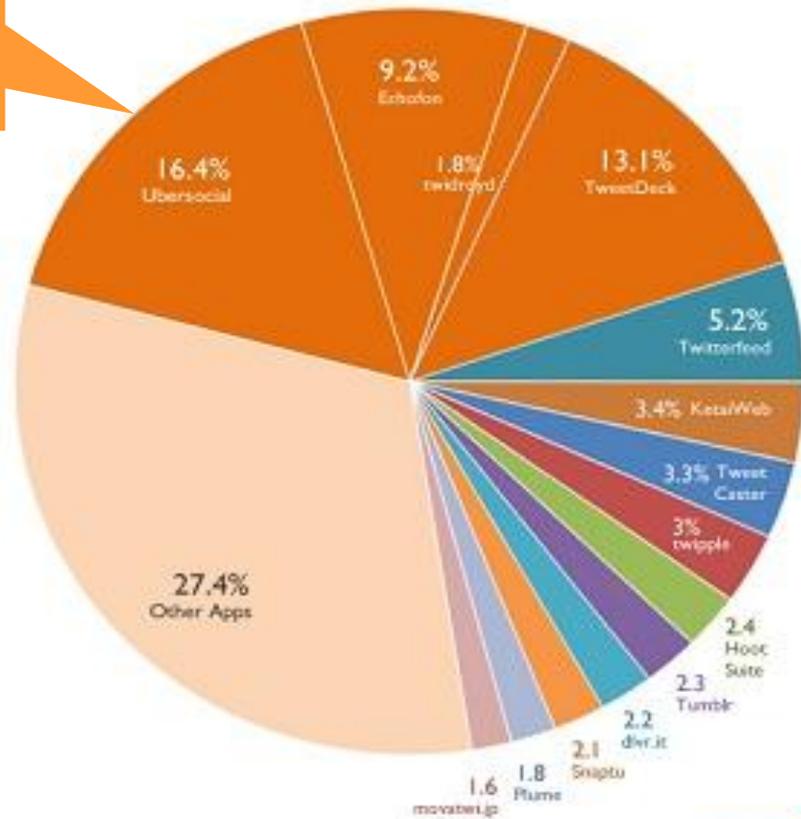


시소모스가 비공식 앱인 클라이언트 이용 비중을 살펴보니 위버미디어에서 만든 앱이 40%를 차지

위버미디어는 위버소셜, 트윗덱, 에코폰, 트위드로이드, 위버커런트 등 트위터 클라이언트를 제공하는 회사

비공식 트위터 앱 중에 가장 인기 있는 위버소셜과 트윗덱은 지난 2월18일 약관을 어겼다고 하며 트위터가 API접근을 차단

Among Non-official Apps



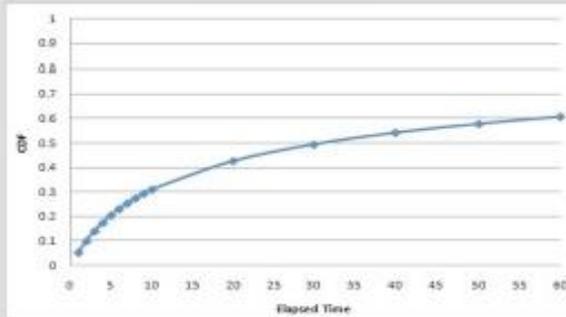
Source: sysomos.com



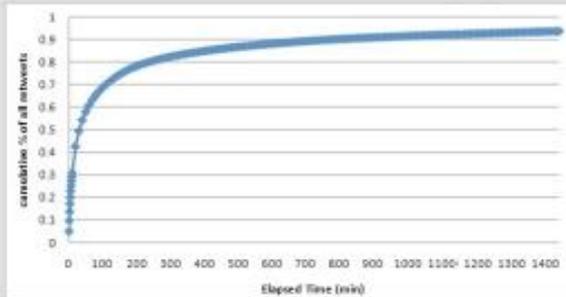
국내 Twitter의 정보 확산 특성

국내 트위터 환경에서 정보 유통은 50%가 30분 안에, 93%가 24시간 안에 확산될과 같이 해외에 비해 매우 빠른 확산 특성을 보이고 있음

정보확산에 걸리는 시간

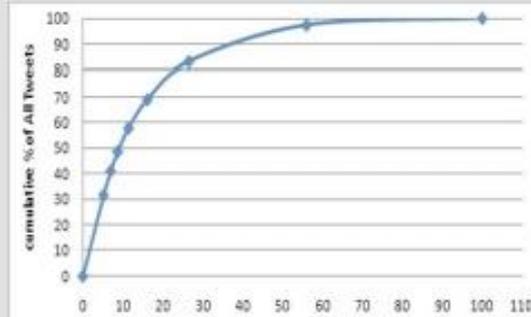


-1시간 이내에 일어나는 정보 확산 (60%)-



-1주 이내에 일어나는 정보 확산 (24시간 안에 93%)-

한국인 트위터 사용자 활동 누적 그래프



전체 트윗의
80%는
17%의 사람들에게
의해 생성

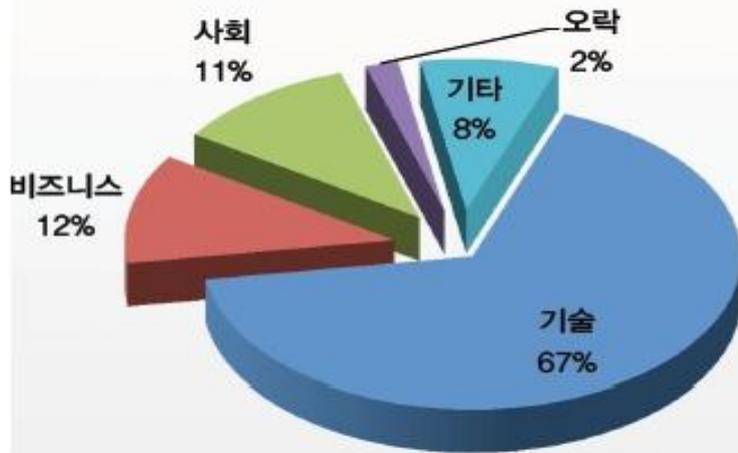
트윗 내용 분석

	URL 포함	해시태그	리트윗	댓글
2010	21.43%	9.8%	14.8%	59.18%
2009	16.5%	2.5%	15.8%	52%

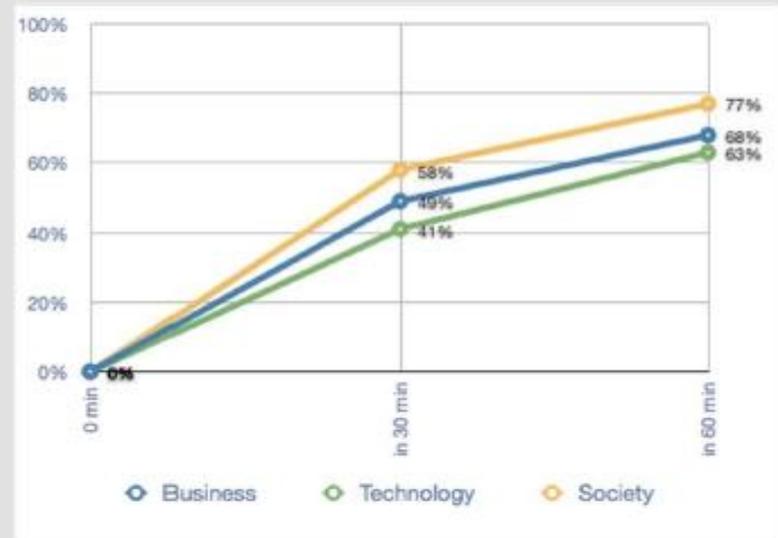
국내 Twitter의 정보 확산 특성

13개의 토픽 중 기술 관련 트윗이 가장 많은 비중을 차지하나, 확산 속도 측면에서는 사회적 이슈를 포함한 트윗들이 비교적 빠른 속도로 확산되고 있음

■ 국내 트위터 URL의 토픽 분포



■ 토픽 별 정보 전달 속도



Brizzly (Facebook)

brizzly! 

Home
Recent Activity

Home Wall Info

Facebook - Taehyun Kim

What's on your mind?

Yuno Jung Why Email and Phones Still Rule - The Steve Rubel Lifestream <http://www.steverubel.com/why-email-and-phones-still-rule>
about 2 hours ago · Comment · Like

Cancel Comment

Seokwon Yang First snow in #Seoul. Coming Soon! : (
about 3 hours ago · Comment · Like

1 comment

Stephanie Parker Ah...reminds me of when I visited Seoul! Coldest Winter Ever!! >.<

Add a comment

Hyunwook Kim 스마트폰 트윗을 dabr에 list메뉴 보니 한눈에 파악이 되네요^^
about 4 hours ago · Comment · Like

Hyunwook Kim 부스침과 관내교 심계함으로 언 올 녹인 뒤 귀가하는 중입니다 내일날씨가 좀 더 맑아진 거 같습니다

Trends and news 

Halloween search
People are talking about what they did on Halloween, which was on Saturday, Oct. 31. [explore this trend](#)

#theworst why?
This is it why?
#MusicMonday why?
#MM why?
#4YourEntertainment why?
Paranormal Activity why?
Twitter Lists why?
Kai Wayne Rooney why?
Google Wave why?

Do you like Brizzly? Tell your friends, and include an invitation code good for 10 people.
[Post about Brizzly](#)

Brizzly (Twitter)

brizzly | mushman1970 | help | settings | contact | logout
Tip: typing 'j' and 'k' scrolls tweets up and down.

Home | Profile | @mushman1970 | Favorites | Drafts | Pictures | Add another Twitter acct

Direct messages
Inbox | Sent | Create a direct message

그룹 | TNM | Add a new group

Saved searches
스카이프 | "Google Wave" | Add a saved search

What are you doing?
Save draft | Update

Home

chanjin 이희수 선생님의 트위터서 S_A RT @oisoo: 제 말로우의 기준은 '이희수의 소설을 읽었다'와 '이희수의 소설을 읽고 얼굴이든 마음이든 어찌졌다'는 판단을 가지게 만드는 사람입니다. 특히 권력거래는 사람은 무조건 불복을 때려 드립니다.
about 3 minutes ago via Twitter | Reply | Retweet

tattermedia 스티워즈 얼혈현의 코스프레 결혼식 <http://segyewa.com/534>
about 8 minutes ago via twitterfeed | Reply | Retweet

fainlov 오늘뿐 영어가 눈에 안 들어온다. 읽을 기사도 마땅찮다. ... 여러분 많이 갑니다. 그래도 밤새전 마세오. 전 먼저 실천들어갑니다. @!!!!!!!!!!!!!! 이걸 그래도 밤새시는 분들을 위한 야참입니다.
about 11 minutes ago via web | Reply | Retweet

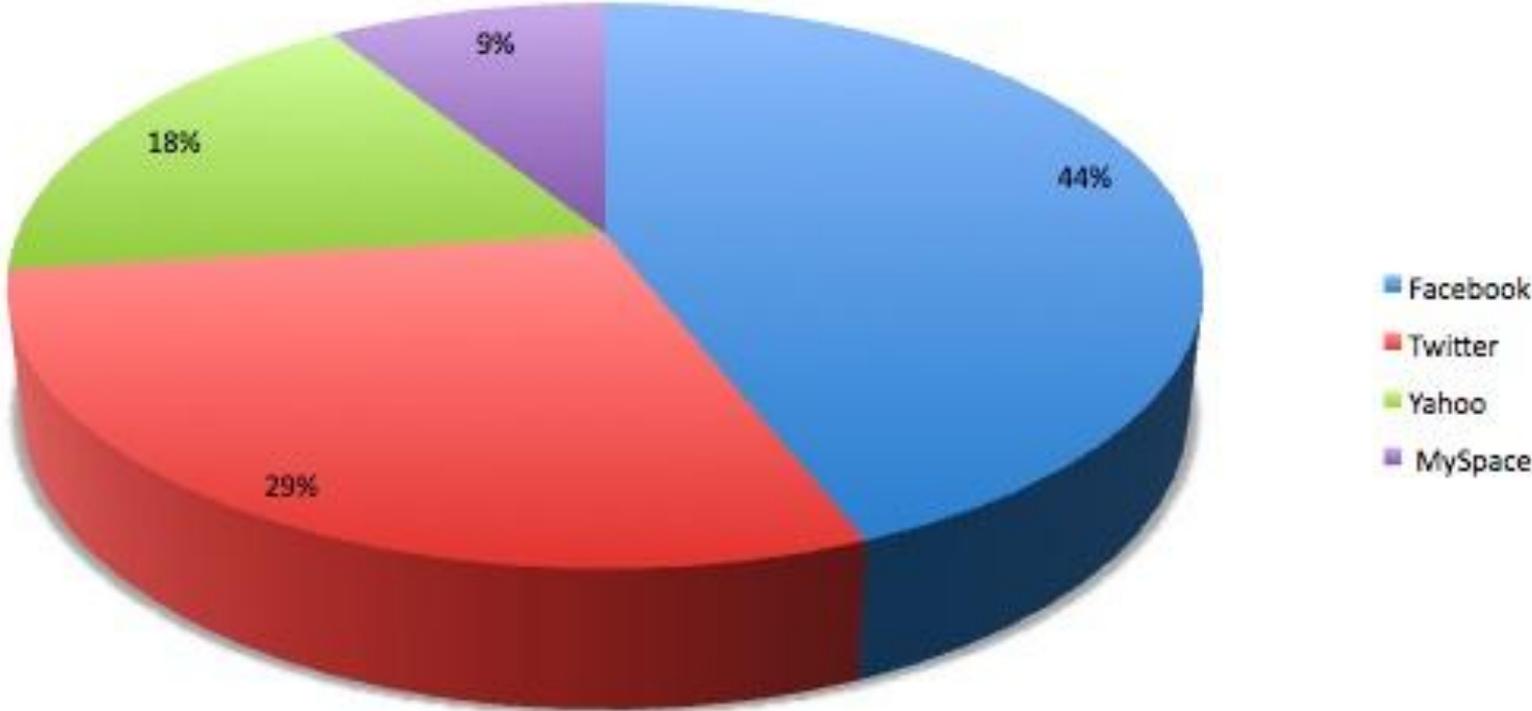
mashable Johnny Damon Double Steal Video: Another YouTube Classic - <http://mashable.com/2009/11/02/johnny-damon-double-steal/>
about 12 minutes ago via bit.ly | Reply | Retweet

Direct messages
DM with hur | 1 new message from oilehkt | View | Shhh...
1 new message from challenger | View | Shhh...

DM with chitsol
140 | Send

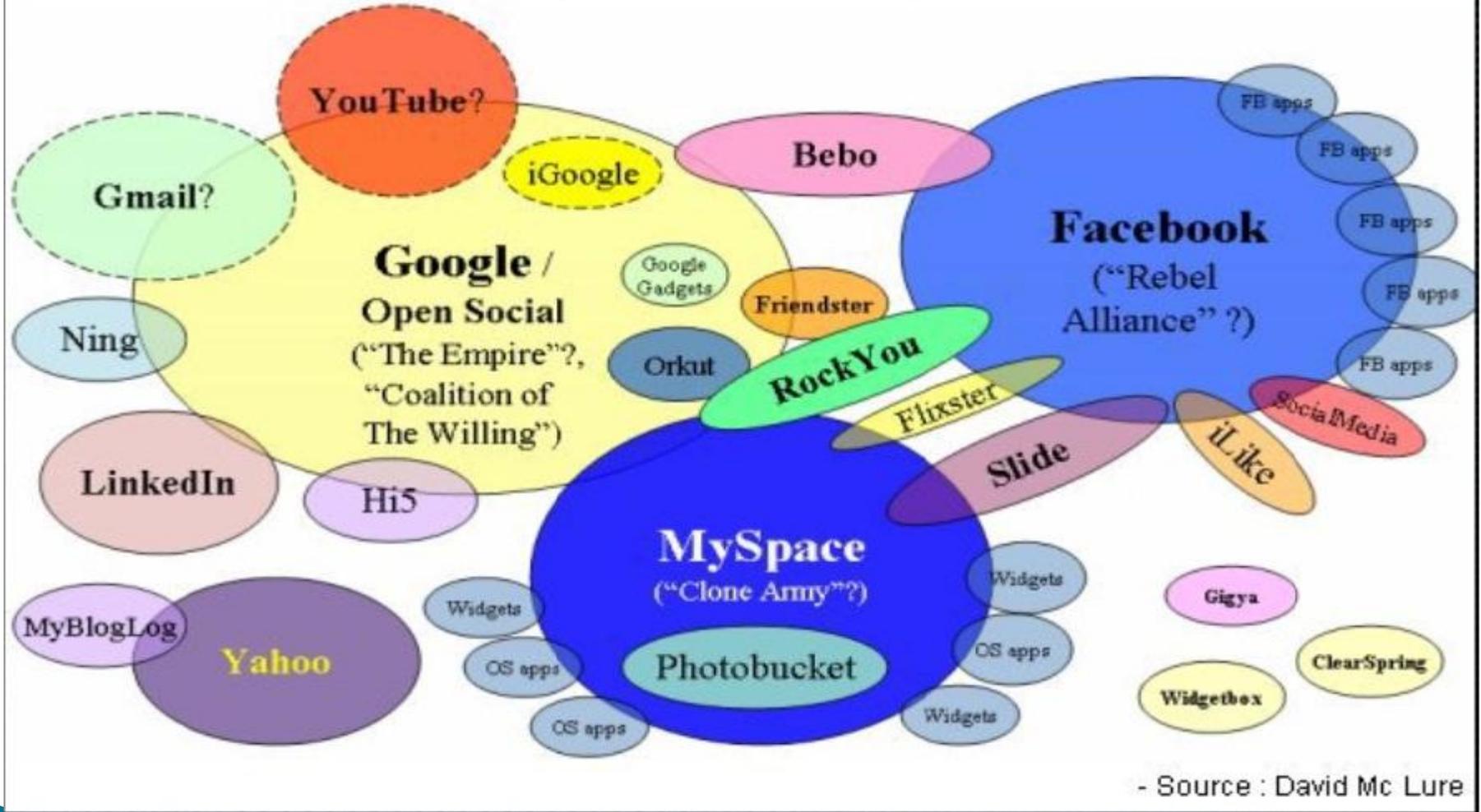
Trends and news

Share Of Social Sharing On The Web



개방 vs 폐쇄

[Social Platform Wars]



- Source : David Mc Lure

국내 Social Network

국내 스마트폰 사용자 수



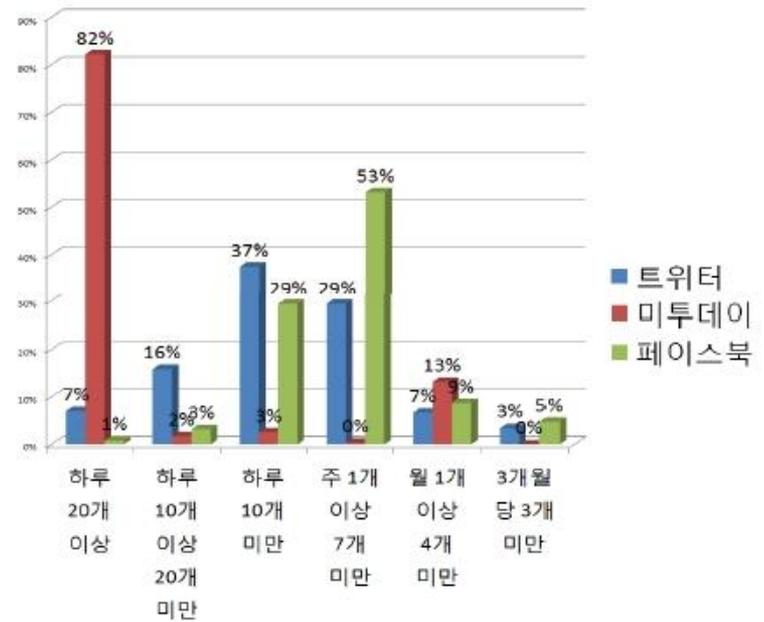
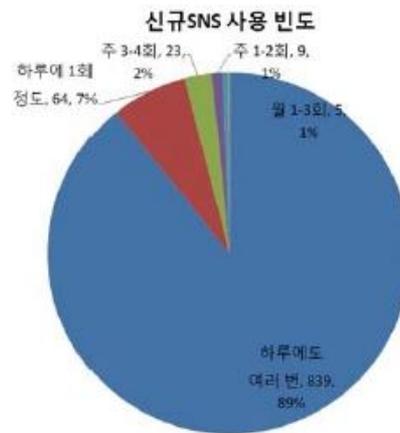
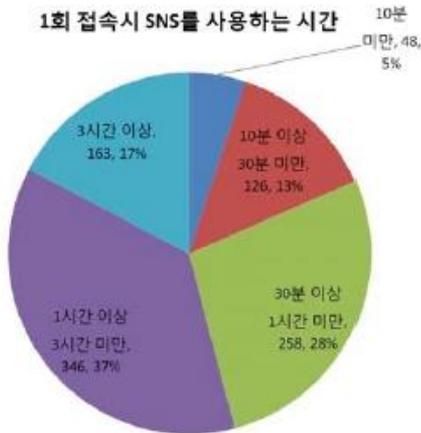
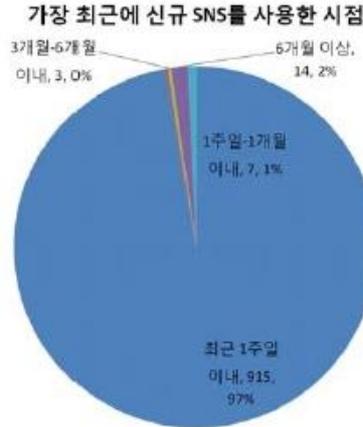
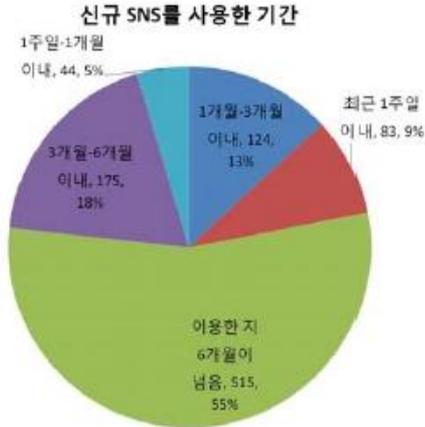
출처: 디지털타임즈, 파이낸셜 뉴스 기사 재구성

서비스별 국내 사용자 수 증감 추이

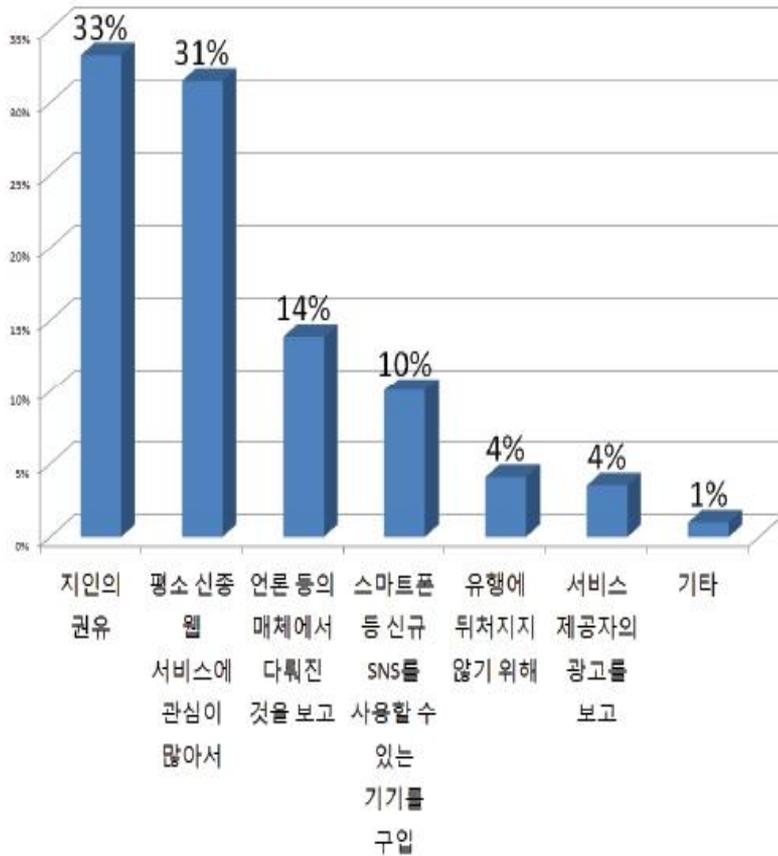


출처: 트렌드시크, 오이코랩, SocialBakers 자료 재구성

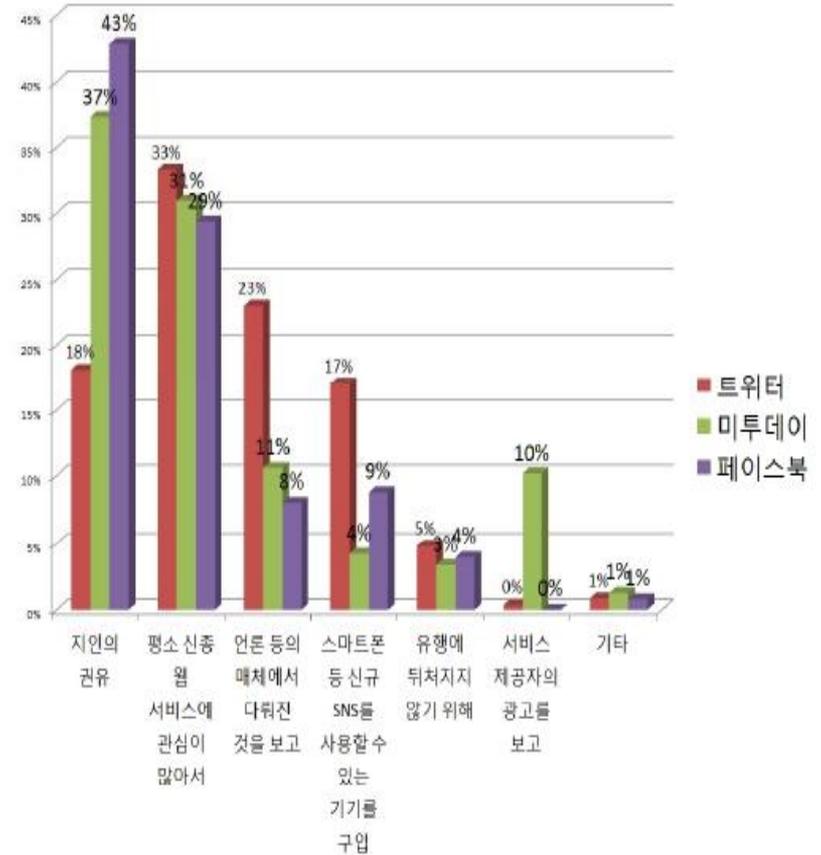
신규 SNS 사용 시간 및 게시 빈도



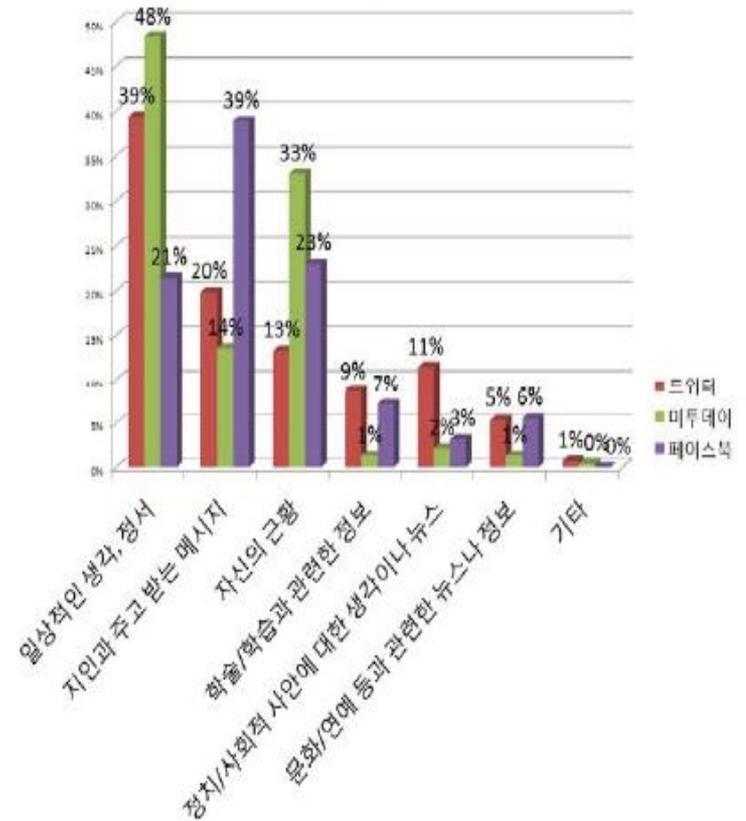
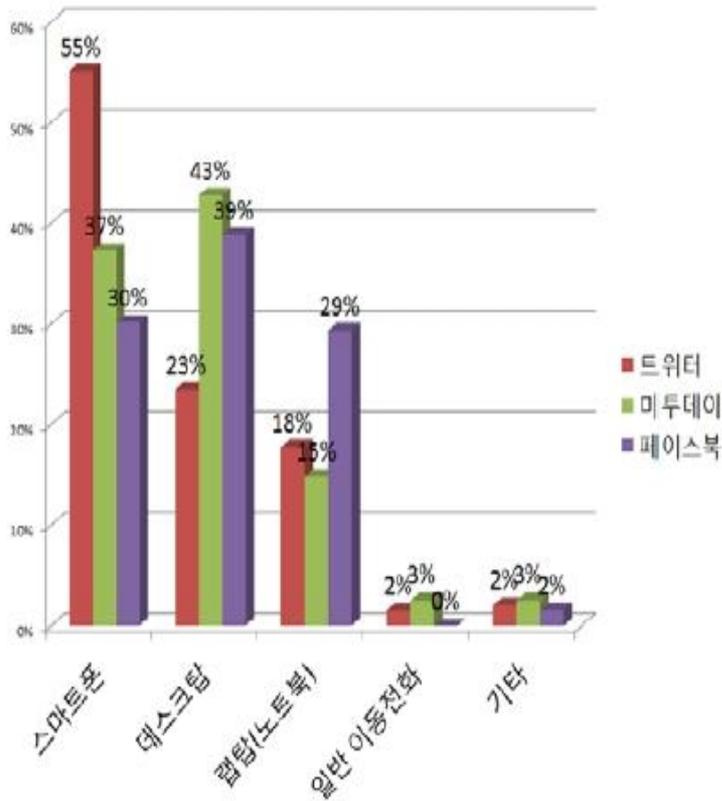
신규 SNS 가입 계기



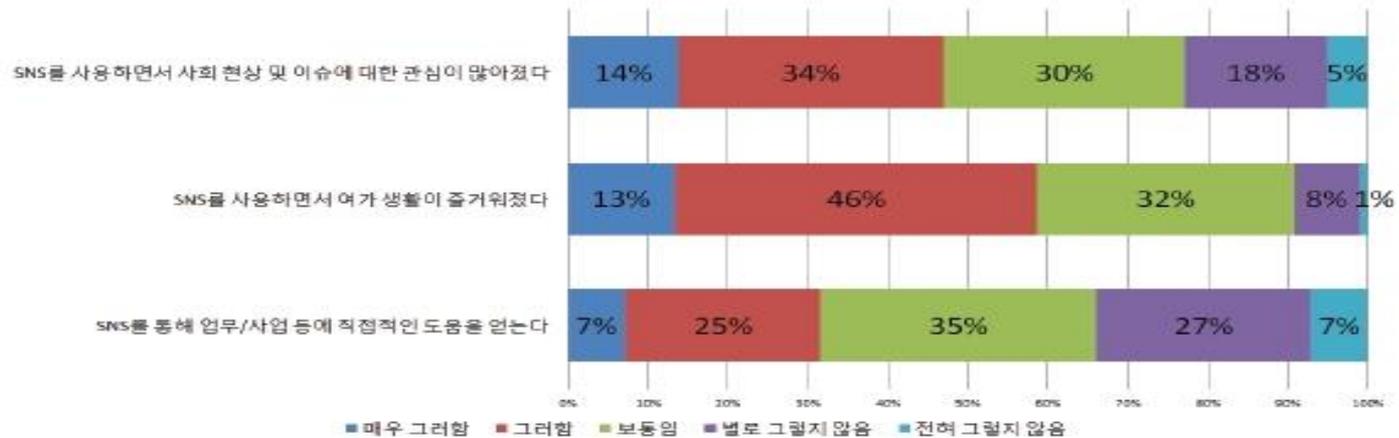
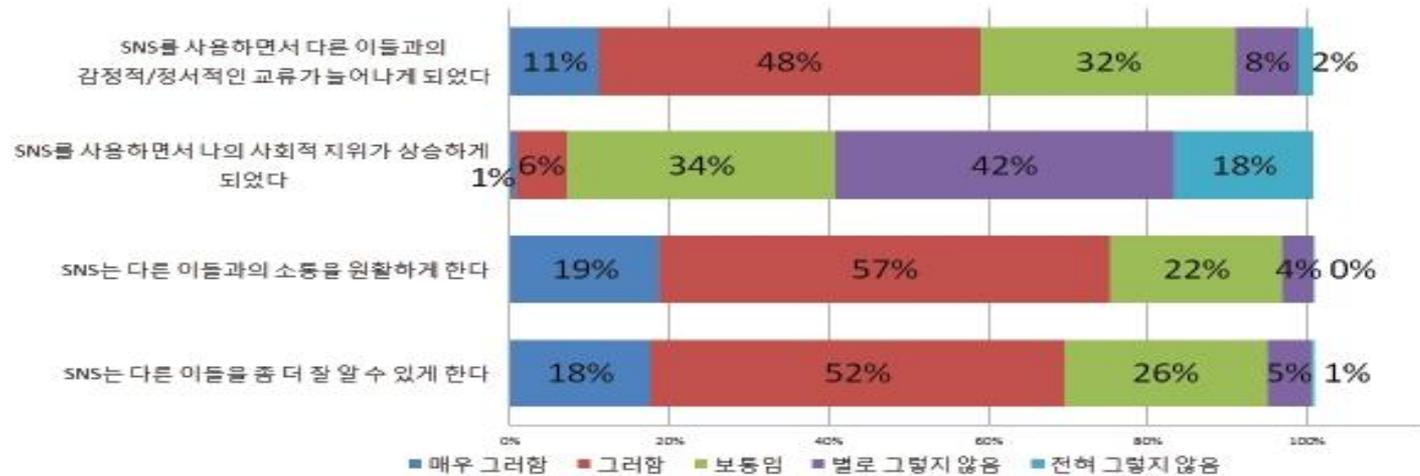
서비스 별



주요 접속 Device 및 게시물 내용

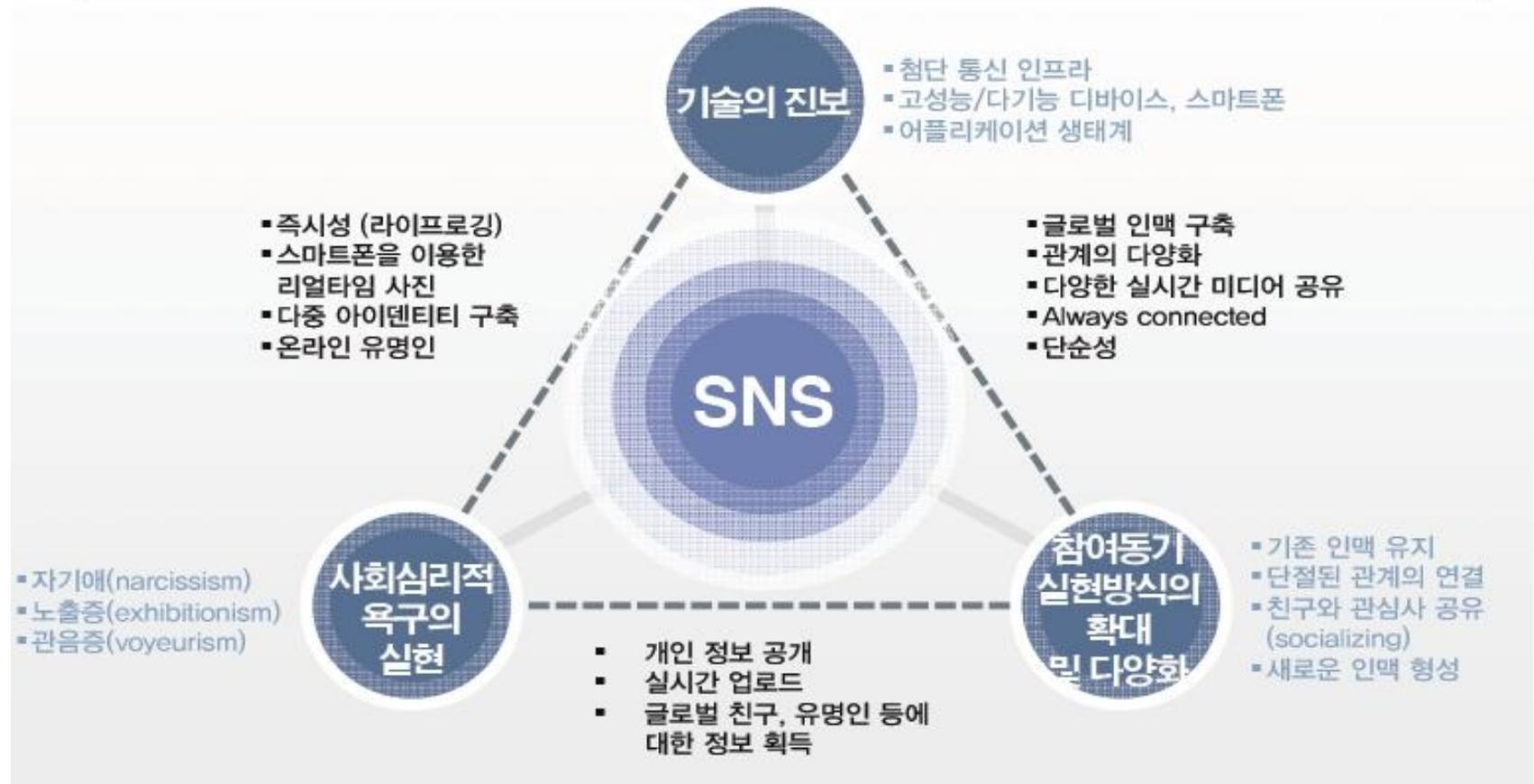


SNS의 효용



SNS의 발전요인

인간의 기본적인 사회심리적 욕구 위에 기술의 진보, 참여 동기 실현 방식의 확대 됨으로써 SNS에 대한 만족도가 향상되고 참여가 활성화되고 있음



Talk



카카오톡 기능	마이피플 기능	SKYPE 기능	NATE ON UC 기능
1.대화하기	1.대화하기 기능	1.대화하기	1.대화하기
2.기프트샵 이용	2.음성 메시지 기능	2.통화하기	2.사진/영상 전송
3.사진/영상 전송	3.장소 공유 기능	3.사진/영상 전송	3.친구 추천
4.친구 추천	4.미디어 센터 자동 저장	4.친구 추천	4.싸이월드 접속
5.푸쉬 기능-문자 기능 대체	5.웹 마이피플 사용 가능		5.웹 네이트온 사용 가능
	6.푸쉬 기능-문자 기능 대체		6.푸쉬기능-문자 기능 대체

Social Commerce

Definition of Social Commerce

Social Media + Commerce

상거래에 소셜 미디어를 활용하는 사업

사람들이 의견, 생각, 경험, 관점 등을 서로 공유하기 위해 사용하는 온라인 툴과 플랫폼

Business Model

- 하루에 한 가지 상품을 판매
- 파격적인 가격에 판매
(Ex. 오늘만 반값에 파는 쇼핑몰)
- 단 일정 규모의 인원이 참여를 해야 거래 성립

상품을 사고 싶은 사람은
Social Media 로 지인에게 홍보

**“나도 살 건데,
같이 안 살래?”**

☞ 지인이 첫 구매 시 10달러 지급!
- Groupon (소셜 커머스 기업)

Secret of The half Price

1. **Social Commerce의 핵심은 ‘거래’가 아닌 ‘홍보’**
Social Commerce 취급 품목은 **지역기반**의 소규모 업체 제품
 - Social Commerce를 **광고채널**로 활용
 - Social Commerce에서는 광고효과가 바로 검증
(**특정 규모이상** 구매가 성사되어야 대금 지급)
2. **요가, 스파, 뮤지컬 등 서비스 상품을 주로 판매**
공산품보다 마진폭이 크다.

Social Commerce (America)

The image shows a screenshot of a Groupon deal page. At the top, the Groupon logo is displayed with the tagline "Collective Buying Power". The page is for a "Daily Deal on the Best in Dallas". The main deal is for "\$10 for \$20 Worth of Quesa-D-Ya's at Quesa-D-Ya's". A large green "Buy!" button is prominent. To the left of the button, a table shows the deal details: Value \$20, Discount 50%, and You Save \$10. Below this, a timer indicates "Time Left To Buy: 2 days 12 hours 21 minutes". A badge states "203 bought" and "The deal is on!". The deal is from "The Fine Print" and expires on 05/02/2010. A "Highlights" section notes it was the "Best Take Out in 2009 by Dallas Observer". On the right, there is a "Discuss the Deal" section with a comment and a "Give the Gift of Groupon!" section with a "Buy Groupon Gift Card" button. The URL "http://www.groupon.com" is at the bottom.

GROUPON
Collective Buying Power

Visit More Cities • Get Daily Groupon Alerts • Refer Friends, Get \$10 • Contact Us

Daily Deals on the Best in **Dallas**

Today's Deal • Recent Deals • How Groupon Works • Resources

Share This Deal: Facebook • Tweet • Email Deal & Save

Today's Deal: \$10 for \$20 Worth of Quesa-D-Ya's at Quesa-D-Ya's

\$10 Buy!

Value	Discount	You Save
\$20	50%	\$10

Time Left To Buy
2 days
12 hours
21 minutes

203 bought
The deal is on!
Topped at 7:21AM with 20 bought

QUESA-D-YA'S
ESTABLISHED 1988

The Fine Print
Expires 05/02/2010
2 per person, 1 per order. Tax & service charges extra.

Highlights
• Best Take Out in 2009 by Dallas Observer

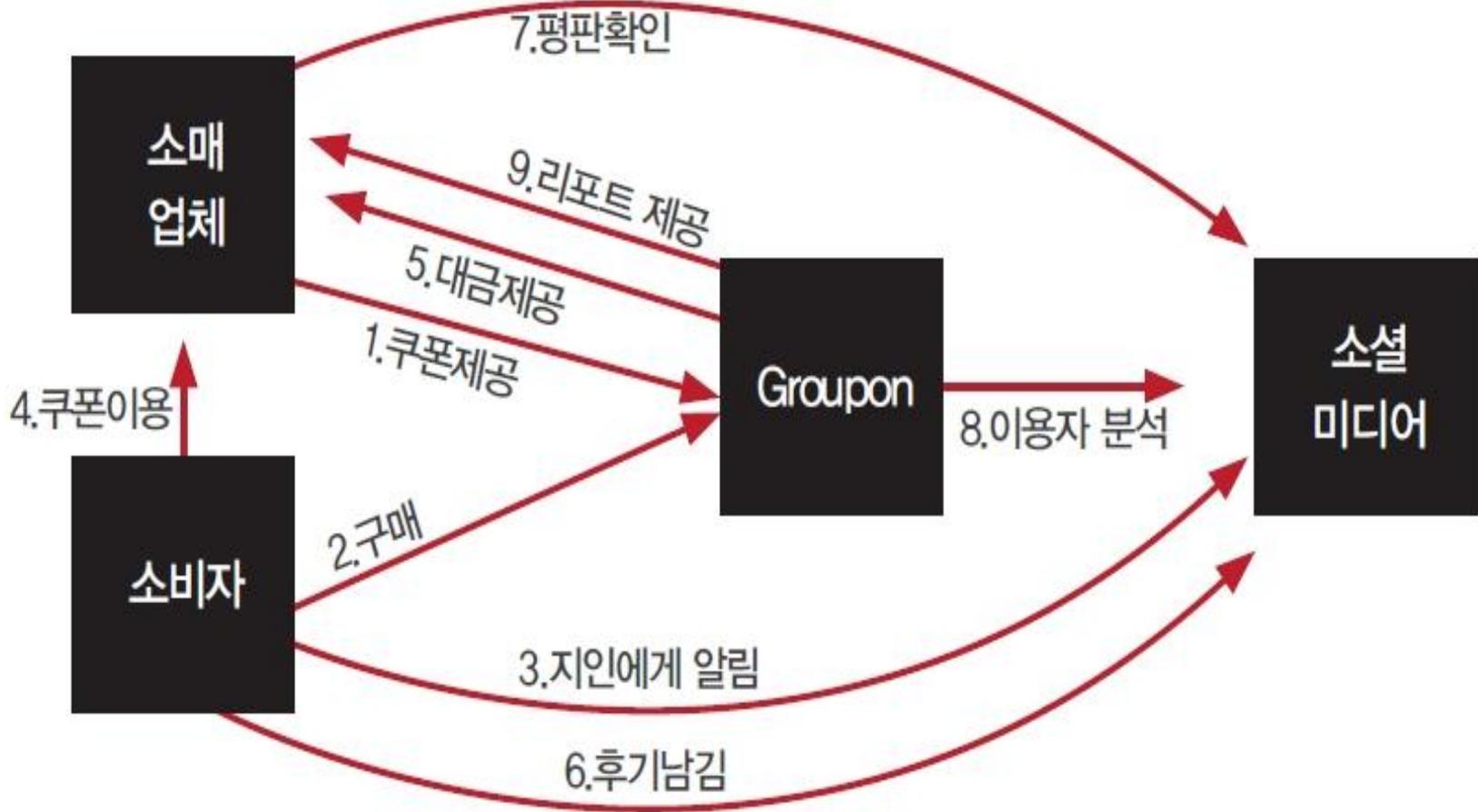
Discuss the Deal
I have heard great things about this place since I...
Join the Discussion! 4 comments

Give the Gift of Groupon!
Available to print or email.
Buy Groupon Gift Card

Get Your Business On Groupon!
Learn More about how Groupon can help bring tons of customers to your door.

<http://www.groupon.com>

Business Model of Groupon



Social Commerce (Japan)

The screenshot displays the Piku website interface. At the top left is the Piku logo and a tagline: "日本初、日替りクーポンサイト「Piku (ピク)」". To the right are social media icons for Twitter, Facebook, and RSS, along with a "フォローしてね!" (Follow me!) prompt and a Piku character. Below the header, a navigation bar shows "東京" (Tokyo) selected and "のPiku割クーポン" (Piku discount coupon). A large green banner features a pink starburst with "63% OFF" and text: "【東京】暑い夏に癒しのご褒美！大人気、再登場の「てもみん」で会社帰りにリラックス！1050円分のギフトチケットを390円でご提供！". Below this, a pricing box shows "390円" (390 yen) with "通常価格: 1,050円" (Regular price: 1,050 yen) and "割引率: 63% OFF" (Discount rate: 63% OFF). An orange "購入する" (Purchase) button is present. A countdown timer shows "残り時間" (Remaining time) as 12分32秒58 (12 minutes 32 seconds 58). To the right of the pricing box is a photo of hands massaging a person's back, with a "てもみん" logo and a "¥1,050 見本" (¥1,050 Sample) ticket. Further right, a sidebar contains a "PCサイトリニューアル記念! iPadキャンペーン!" (PC site renewal commemorative! iPad campaign!) promotion, a "今日のPiku割" (Today's Piku discount) button, a "過去のPiku割" (Past Piku discounts) button, a "Pikureの使い方" (How to use Pikure) button, and a QR code for "Pikuモバイルサイトオープン記念!!" (Piku mobile site opening commemorative!!). At the bottom center, the URL "http://www.piku.jp/" is displayed.

Social Commerce (Korea)

The screenshot displays the Ticket Monster website interface. At the top, the logo 'TICKETMONSTER MON' is visible, along with the text '서둘러 모든 것 50% 할인'. The main content area features a large image of a pasta dish, 'Rosso Bianco', with the text '도심 속 리얼 이탈리아' and '30,000원 이상권 50% 할인 - 생략된 2인 무료제공'. A prominent green circle highlights the '50%' discount. Below the image, a countdown timer shows '12 | 31 | 60' and a progress bar indicates '100명 이상이 벌써서 싸졌다' and '303명 구매'. The original price is listed as '정당가격 ₩36,000' and the discounted price as '할인가 ₩18,000'. A '구매햐기' (Purchase) button is located in the top right corner, and a 'Sign up' button is in the bottom right corner. The URL 'http://www.ticketmonster.co.kr/' is displayed at the bottom of the page.

다양한 Social Commerce



티몬을 만나면 **대한민국의 모든 것, 50% 할인!!**

티몬은 하루에 하나씩 서울의 레스토랑, 카페, 바, 스파, 뷰티, 공연에 대한 국내 최고의 할인 기회를 드립니다!

▶ 오늘의 티몬 보기

Premium Spot, Gorgeous Service
tweetpon



바이러스란? 하루에 한가지 상품을 50%이상 할인해서 판매하는 메뉴판닷컴의 새로운 서비스!

coupan
Color Your Days

한번쯤 생각은 해봤지만, 망설였던 그 곳. '나중에 여유가 되면...'이라고 미뤄두었던 그것! 당신의 '나중'을 오늘이 되게 해줄 Coupang을 지금 만나보세요!



KEY NOTE of Social Commerce

관건은 두 가지다

1. 우수한 참여업체 선정

- 저 품질은 부정적 입 소문을 확장시킴
- 참여업체 Pool이 좁은 후발업체에겐 큰 걸림돌

2. 서비스 불만 발생 시 대응

- 고객이 서비스 불만을 제기했을 때
환불, 업체에 대한 시정 조치 등 필요

결국, Social Commerce 역시
고객과의 신뢰 구축이 중요!!!

SNS Contents의 나아가야 할 길

