웹 프로모션의 인터랙티브 스토리텔링 사례 분석

Interactive Storytelling Example Analysis of Promotion Site

김선영, 안성혜*
상명대학교 디지털 미디어 대학원,
상명대학교 만화애니메이션학부*

Sun-Young Kim, Seong-Hye Ahn*
Sangmyung Graduate School of Digital Media,
Sangmyung Univ.*

요약

기업의 프로모션 사이트는 웹 환경의 특징을 활용하여 브랜드 이미지를 다양한 표현방법으로 알릴 수 있고, 소비자들이 제품에 대한 정보를 다양한 각도로 흥미롭게 습득할 수 있으며, 전 세계를 대상으로 마케팅을 펼 칠 수도 있는 장점을 가지고 있다. 이러한 프로모션 사이트에서 효과적인 정보전달을 위해서는 소비자와의 인터랙션이 중요한 요인이며, 이를 위해 인터랙티브 스토리텔링의 이해가 필수적이다. 본 논문은 기업의 프로모션 사이트를 제작함에 있어 소비자의 효과적인 인터랙션을 유도할 수 있는 인터랙티브 스토리텔링에 대해 알아보고자 하는 목적을 가진다, 이를 위해 스토리가 있는 프로모션 사이트를 중심으로 인터넷 마케팅 프로모션 5단계인 방문유도, 흥미유발 및 참여유도, 고객정보획득, 고객의 니즈 파악, 고객별 가치제공을 기준으로 인터랙티브 스토리텔링의 사례를 분석하였다.

Abstract

Promotion websites of companies have several advantages: They can publicize the brand image in various ways by using the character of web environment; they enable consumers to learn the information of products in the round with interests; they can stretch out their marketing targets to the whole world. In order to make an effective delivery of their information in such promotion websites, interaction with their consumers is an important factor, for which understanding Interactive Storytelling is essential. The purpose of this thesis is to study Interactive Storytelling which enables us to have effective interaction with consumers in making promotion websites of companies. For this, this thesis analyzes examples of Interact Storytelling focused on it have story promotion websites on the basis of the five steps for internet marketing promotions: attraction of visitors, attraction of interests and participations, acquisition of the information of customers, grasp of the needs of customers, and an offer of values classified by customers.

I. 서 론

기업들이 프로모션을 하기 위해 웹 환경을 이용하는 사례가 많아지고 있다. 웹 환경의 특징을 활용하여 상품의 정보를 소비자들이 재미있게 습득할 수 있도록 하고, 능동적인 참여를 유도하여 고객충성도를 높일 수 있으며, 글로벌화 되어가는 현 시점에서 국내외에 이르기까지 광범위하게 마케팅을 펼칠 수 있기 때문이다. 웹 프로모션은 인터넷 마케팅의 일환으로 행해지며 주로 내용적인 측면에 있어서 웹 광고와 같이 인포테인먼트(Infortainment)로 발전하고 있다. 인포테인먼트는 정보(information)와 오락(entertainment)적 요소가 합성되어진 신조어로 정보를 재미있게 보여주는 것을 뜻하며, 소비자와의 효과적인 인터랙션을 활용하여 표현되어지고 있다. 따라서 웹 프로모션 사이트에서 효과적인 정보전달을 위해서는 재미와 오락을 통해 소비자의 인터랙션을 유도할 수 있는 방법을 강구해야 하며, 이는 웹 프로모션에 인터랙티브 스토리텔링이 도입되기 시작한 이유가 된다.

본 논문은 기업의 프로모션 사이트 분석을 통해 소비자의 효과적인 인터랙션을 유도할 수 있는 인터랙티브 스토리텔링을 알아보고자 하는 목적을 가진다. 이를 위해 먼저 인터넷 마케팅에 대한 이해를 통해 웹 프로모션의 개념 및 특징을 살펴보고자 하며, 인터랙티브 스토리텔링의 이론적 연구를 통해 웹 환경에서의 광고 프로모션 기법에 대해 고찰할 것이다. 마지막으로 이론적 배경연구를 토대로 인터넷 마케팅 프로모션 5단계인 ① 방문유도, ② 흥미유발 및 참여유도, ③ 고객정보획득, ④ 고객의 니즈 파악, ⑤ 고객별 가치제공을 기준으로 하여 스토리가 있는 프로모션사이트의 인터랙티브 스토리텔링의 사례를 분석하고자 한다.

Ⅱ. 인터넷 마케팅으로서의 웹 프로모션

인터넷 마케팅이란 일반적인 의미로 인터넷을 기반으로 수행되는 모든 상업적인 활동을 의미한다.[1] 즉, 인터넷의 다양한 기술들을 활용하여 기업이나 브랜드의 인지도를 높이고, 고객과의 신속하고 창조적인 커뮤니케이션을 통해 결과적으로 수익을 창출하는 것을 말한다. 전 세계 인구의 80%정도가 인터넷 생활을 하는 현 시점에서 인터넷 마케팅의 중요도가 점점 높아지고 있으며 다양한 마케팅 방법들이 생겨나고 있다. 인터넷 마케팅은 웹, 검색엔진, 유즈넷, 전자우편[2] 등을 통해 행해질 수 있지만 21C에는 웹이 기술적으로 발전하고, 대중적인 인지도가 높아지면서 웹을 통해 전반적인 인터넷 마케팅 활동이 이루어지고 있다.

1. 웹 프로모션의 개념과 특징

웹 프로모션이란 웹을 통해 인터넷 마케팅활동을 펼치는 것으로 기업 사이트, 브랜드 사이트 혹은 그들의 웹 페이지로 사람들의 방문을 유도하여, 정보를 제공하고, 구매동기를 유발시켜 기업의 매출 증대로 연결시키는 것이다. 뿐만 아니라 소비자 심리연구, 효과측정분석, 경쟁사분석등을 통해 기업에 맞는 효율적인 마케팅방법을 찾아내고, 발전 방향을 찾는 활동을 말한다.[3] 네티즌들이 즐겨 사용하는 다양한 웹 서비스를 효과적으로 동원하여 적합한 대상층에 적절한 메시지를 노출시킴으로써 고객들을 유인[4]하고 고객중심으로 인터랙티브한 사이트를 운영하는 것이 웹 프로모션이다.[5] 웹 프로모션은 전 세계를 대상으로 이루어 질 수 있으며 고객의 데이터를 바탕으로 1대1 맞춤형서비스가 가능하다. 또한 표현 방법이나 분량에도 제한이 거의 없어 창의적인 디자인이 가능하고, 고객의 반응에 신속하게 반응 할 수 있으며, 또한 마케팅 효과의 데이터 측정이 용이하다.

2. 웹 프로모션의 단계

① 방문유도 : 검색엔진에 사이트 주소를 등록하고, 다른 사이트에 유인광고를 게재하거나, 이메일을 배포하는 등의 활동으로 고객의 흥미를 유발시킬 수 있는 아이디어와 제품의 타켓에 적절한 사이트에 광고를 게재하는 것이 중요하다.

② 흥미유발 및 참여유도 : 사이트에 방문한 잠재고객을 단골 고객으로 만들기 위해서 흥미를 유발할 수 있는 컨텐츠와 인터페이스를 제공하고, 참여기회를 제공하여 고객의 충성도를 높이기 위한 노력이 필요하다. 제품만을 판매하는 것이 아니라 고객들이 서로 의견과 정보를 나눌 수 있는 커뮤니티 서비스도 제공한다.

③ 고객정보 획득 : 경품 및 추가서비스 이용 등의 혜택을 제시하면서 회원등록을 유도한다.

④ 고객 니즈 파악 : 직접적인 방법으로 게시판, 설문 등의 기능을 활용하거나, 고객이 관심항목을 체크한 사항을 바탕으로 이루어지고 간접적인 방법으로는 데이터마이닝 기술을 이용한 웹사이트에서 고객 행위 패턴 분석방법이다.

⑤ 고객별 가치제공 : 개인화된 인터페이스를 제공하고, 고객에 맞는 정보를 이메일로 보내준다.[6]

Ⅲ. 인터랙티브 스토리텔링의 이해

1. 개념과 특징

인터랙티브 스토리텔링은 디지털 환경에서의 스토리텔링 중에서도 특히 상호교환성에 초점을 두고있는 스토리텔링을 말한다.[7] 또한 인터랙티브 스토리텔링은 하이퍼미디어 디자인이나 멀티미디어 플랫폼의 인터랙션 스토리보드의 지침으로 사용될 때 쓰여 지는 기술적 용어와 뉴미디어 발전에 따라 부각되고 있는 '인터랙티브'와 고전적 화법에서 사용해왔던 '스토리텔링'이라는 두 단어조합의 의미로 쓰인다.[8] 인터랙티브 스토리텔링의 특징은 다음과 같다.

- 문학에서 사용하는 기, 승, 전, 결 단계의 구성을 사용하여 주제를 표현하고,[9] 내용연출에 있어서 다양한 인터랙션을 줄 수 있다.
- 멀티미디어를 활용할 수 있어 표현 방법이 다양하고, 사용자 중심의 인터페이스를 구성하고 있어 소리크기, 내용보기, 진행속도 등을 원하는 데로 조절할 수 있다.
- 내러티브 스토리텔링에서 창작자가 전달하는 이야기의 주인공을 통해 대리만족, 간접 경험, 동감을 통한 내면 성찰을 하게 되는 반면 인터랙티브 스토리텔링에서는 직접 주인공이 되어 스스로 경험을 쌓고, 감정을 느끼게 된다.
- 한 가지 스토리를 중점적으로 보여주기도 하지만 다양한 스토리를 제공하여 여러 시각에서 내용을 파악할 수 있도록 할 수 있다.
- 하나의 주제를 여러 사람이 표현하여 공동 창작자가 되기도 하고 그로인해 시공간, 학력, 나이 등을 초월하여 같은 감성을 가진 사람들이 서로 자유롭게 의논을 나누고 자료를 공유하는 공동체가 형성되기도 한다.

본 논문에서는 스토리의 구조에 변화를 주어 이야기를 다르게 전개할 수 있는 인터랙티브 스토리텔링보다는 스토리를 전달함에 있어서 인터랙션 요소를 통해 감정의 몰입과 재미를 느낄 수 있는 연출로서의 인터랙티브 텔링에 주안점을 두어

연구하고자 한다.

2. 구성요소

- 스토리 : 컨셉과 주제, 상황에 맞는 상호작용 이야기로 사용자의 관심을 끌고 몰입을 유도한다.
- 이벤트 : 스토리 전개에 필요하거나 재미를 주기 위해서 클릭, 드래그, 글 입력, 사진 첨부 등의 인터랙션을 부여함으로써 흥미를 유발하고 사용자의 참여를 유도한다.
- 제어버튼 : 사운드, 페이지의 개폐, 시간제한 등 사용자의 편의에 따라 상황을 제어할 수 있는 다양한 버튼을 제공함으로써 조작감을 통한 인터랙션을 배가시킬 수 있다.
- 사운드 : 스토리의 분위기 및 내용전달에 영향을 끼치는 효과음이나 목소리, 배경음악 등을 통해 스토리 진행에 도움을 주고, 현장감을 살릴 수 있어 사용자의 감성을 자극한다.
- 모션그래픽 : 움직이는 이미지와 타이포그래피, 다양한 그래픽 효과가 적절히 사용됨으로써 스토리의 흐름 및 사용자의 시선을 이끈다.
- 행동지시 : 매끄러운 스토리의 진행을 위해 사용자에게 행동을 지시하는 아이콘 또는 글이 나온다.

Ⅳ. 프로모션 사이트의 인터랙티브 스토리텔링 사례 분석

1. 프로모션 사이트의 개념

프로모션 사이트는 웹 프로모션이 총체적으로 이루어지게 해 주는 플랫폼이라고 할 수 있다. 검색엔진, 배너, 이메일, 커뮤니티, 사이트를 통해 끌어들인 고객들에게 타 매체와 차별된 서비스를 제공하여 브랜드에 지속적인 관심을 유도하고, 고객들의 데이트를 수집, 분석하여 효과적인 브랜드 마케팅방안을 찾는다. 프로모션 사이트의 특징은 명확한 목적을 가지고 하나의 주제를 집중적으로 광고하며, 상황에 따라 일시적으로 운영되었다가 사라지기도 한다. 여러 페이지를 가질 수 있기 때문에 다양한 콘텐츠를 담을 수 있어 고객들에게 다채로운 경험을 선사할 수 있다. '고객중심의 내용구성과 감성적인 체험으로 사용자의 지속적인 방문을 유도하고, 궁극적으로 브랜드와 감성적 공감대를 형성함으로써 브랜드에 대한 충성도를 갖게 한다'.[10]

2. 인터랙티브 스토리텔링 분석

프로모션 사이트의 인터랙티브 스토리텔링은 사용자를 스토리 진행에 참여시킴으로써 목표의식을 만들어 주고 스토리의 중요한 순간, 다음이야기 진행 또는 스토리의 완성을 위해 질문을 던지거나, 액션을 취하도록 유인하여 궁금증을 유발시킨다. 이때, 프로모션의 목적과 컨셉에 따라 가장 효과적으로 몰입을 유도하고 감성에 자극을 줄 수 있는 표현기법을 선택하게 된다.

본 논문은 '굿 디자인 웹 2007(www.gdweb.co.kr)'의 후보작을 중심으로 사례 조사한 결과 프로모션 사이트의 유형을 인터랙티브 스토리텔링의 표현 기법에 따라 디지털 북 형식, 영화형식, 게임형식, 이벤트 형식으로 나누고, 이를 프로모션 단계에 따라 분석해 보고자 하였다.

2.1 디지털 북의 형식

스카이 IM-U200의 '슬픈 로봇 이야기(http://event.isky.co.kr/sky/html/u220/index.asp)'는 책장을 넘기는 기능, NEXT 또는 페이지 버튼이 있어 사용자가 스토리 전개의 속도를 조절 할 수 있고, 원하는 부분을 찾아서 볼 수 있는 형식의 프로모션 사이트이다.

▶▶ 그림 2, SKY "슬픈 로봇 이야기"

- 슬픈 로봇 이야기의 컨셉을 전달하면서 이벤트에 참여하면 선물을 준다는 내용의 배너로 방문을 유도한다.
- 사이트에 들어오면 먼저 조용하고 슬픈 음악이 깔리면서 그림책이 열린다. 자동으로 페이지가 넘어가지만 직접 조작하여 페이지를 넘길 수도 있는 그림책으로 흥미유발 및 참여유도가 이루어지고 있다.
- 고객정보 획득을 위해서 두 가지 이벤트게임을 실시하고 있다. 각각 게임의 제한시간 45초이며, 이벤트에 응모하기 위해서는 로그인이 필요하다.
- 추첨을 통해 당첨되면 신제품과 제휴회사의 제품, 상품권을 제공하고, 당첨자 발표를 하여 재방문을 유도한다.

스토리	직선으로 이루어진 로봇은 서로 사랑해도 껴안을 수 없어서 슬퍼한다. 인간이 곡선으로 생긴 것은 서로 안아주게 하기 위해서라는 것을 깨닫는다.
조작방법	클릭, 드래그

제어버튼	책 넘기기 투명버튼, sound on/off
사운드	BGM, 효과음
모션그래픽	기법 : Fade in, easy in/out, roll over 효과 : out focus, shine, bright
행동지시	- 찢어진 사진조각을 맞춰주세요. - 로봇을 조립해 주세요.
이벤트	게임 이벤트 참여, 사진조각 힌트주기

2.2 영화형식

김태희의 선셋파티(www.hera.co.kr/cinema/main.jsp)는 헤라의 TV CF의 Full 버전 총 3편 중 두 번째 시리즈이며, 영화처럼 스토리를 전개하다가 중간 중간에 멈춰서 사용자가 클릭이나, 드래그와 같은 액션을 주면 다시 내용이 이어지게 되는 형식의 프로모션 사이트이다.

▶▶ 그림 1. 헤라 "김태희의 선셋파티"

- '김태희'라는 스타를 통하여 TV CF의 Full 버전을 보여줌으로써 사이트 방문을 유도한다.
- 스토리를 보여주는 것을 주목적으로 하고 있어 영화, 숨겨진 스토리, 김태희의 스타일, 촬영 이야기 등을 통해 흥미유발과 정보를 제공하고, 영화 중간에 스토리진행에 도움을 주는 인터랙션이 있어 참여를 유도한다.
- 영화를 다 보고 난 후 내용과 관련된 퀴즈로 이벤트를 실시하여 참여기회를 제공하고 이벤트에 응모하기 위해서는 로그인을 해야 하므로 회원가입을 하게 된다
- 당첨되면 고객의 메일로 소식을 알려주고, 상품을 주는 식으로 고객별 가치제공을 하게 된다.

스토리	어두운 밤, 그녀는 경찰을 피해 도망치고 있는 상황. 골목 앞, 누군가 위기에서 그녀를 구해주고 사라진다. 그녀는 다시 선셋파티를 하고 있는 요트로 몸을 피한다. 파티장에 들어선 그녀에게 시선이 집중되고 남자들이 왈츠를 청한다. 다시 경찰이 쫓아오고 그녀는 다시 도망간다.
조작방법	클릭, 드래그

제어버튼	skip, 동영상 stop, play, sound on/off
사운드	BGM, 효과음, 인사말 대사
모션그래픽	기법 : Fade in, roll over 효과 : out focus, spotlight. motion blur
행동지시	- 사운드 볼륨을 높여주세요 - 쫓기고 있는 김태희를 마우스로 드래그 하여 왼쪽의 공간으로 숨겨주세요. - 아래 춤추는 이미지를 신문 속 김태희 사진 위로 드래그 하세요. - 등장하지 않았던 인물을 찾아주세요
이벤트	제품 컨셉 설명 text, 동영상 재생, 이벤트 참여

2.3 게임형식

아디다스 'Impossible is nothing' (http://em.naver.com/adidas_impossibleisnothing/index.html)은 전체 스토리 진행이 엔터테인먼트적인 요소인 미션 클리어를 통해 진행되는 프로모션 사이트의 유형이다.

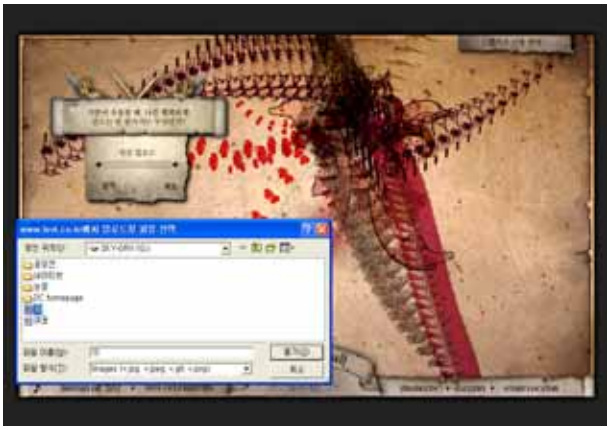
▶▶ 그림 3. 아디다스 "Impossible is nothing"

- 불가능을 이겨낸 스포츠 스타 6명의 내 '이야기 한번 들어볼래?'로 시작하는 동영상 배너로 방문을 유도한다.
- '불가능에 도전하라'는 문구와 스타들이 소개하고 도와주는 6가지 각종 플래시 게임이 목표의식을 심어주어 끝까지 참여하도록 유도한다. 스타디움에 들어가게 되면 전광판에는 다른 사람의 UCC동영상이 재생되고 있고, 번쩍이는 플래시들을 클릭하면 다른 사람의 글을 볼 수 있다.
- '임파서블 스타디움'에 입장하기 위해서는 이벤트 당첨 시 경품 배송을 위한 고객정보를 입력하도록 한다. 모바일 다운로드 콘텐츠를 무료 제공하여 고객의 정보를 입수한다.
- 무료 콘텐츠 다운로드, 이벤트 경품 발송 등을 통해 고객별 가치제공을 한다.

스토리	불가능해 보이던 시련을 이겨낸 6명의 스포츠 스타의 게임과 이야기를 통해 6단계의 스테이지를 거쳐 마지막에 "불가능 그것은 아무것도 아니다"를 알게 되고 임파서블 스타디움에 가게 된다.
조작방법	클릭, 드래그, text입력, 스페이스바
제어버튼	skip, 타임라인, 재생, 멈춤, sound on/off, 동영상선택 상하버튼, 닫기, 힌트보기, 도전다시하기
사운드	동영상 BGM, 스타들의 이야기대사, 효과음
모션그래픽	기법 : easy in/out, tilt roll over/ out, reaction 효과 : motion blur, bright
행동지시	- start 버튼을 누르면 당신의 도전이 시작됩니다. - 저 위 골대에 멋지게 골인!! 시켜봐~/ 내 꿈이 담긴 상자를 클릭해줘/ 10개의 공을 줄게 3개이상 성공해 보라구~/ 임파서블 스타디움에 가기 위해선 길위의 큰 돌을 치워야해/ 이번 미션은 3개의 타겟을 정확히 맞춰야해 각도를 잘 보라구~/ 숨은그림찾기 알지? 화면 안에 숨겨진 런닝화(아디제로), 트레이닝 져지, 모자, 가방을 찾아줘/ 빈칸을 채우고 입장권을 받으면 스타디움에 입장할 수 있어 - 동영상을 끝까지 보시면 아이템을 획득할 수 있습니다./ 지도를 확인해 보세요./ 불가능에 도전하는 당신의 한마디를 남겨주세요, 메시지 남기기, 내 블로그 주소/ 임파서블 스타디움 입장전에 이벤트 당첨시 배송지 정보를 입력해 주세요.
이벤트	행동결과 success, failed, 게임결과알림, 힌트 동영상재생, hit

2.4 이벤트 형식

리바이스 'Know yourself'(http://www.levi.co.kr/501staytru e/main.html)는 주제를 정해놓고 제공하는 틀에 따라 사용자가 직접 이야기를 만들어 가게 하는 형식이다.



▶▶ 그림 5, 리바이스 "My canvas"

- 회원이 주변인에게 자신이 만든 콘텐츠를 보내주는 방식으로 소개를 통해 방문을 유도한다.
- 인생에 대한 이야기를 시작으로 점차 사용자의 겉부터 내면 속 이야기까지 끌어내려는 질문을 통하여 몰입을 유도하고, 질문 하나하나마다 그림이 그려져 흥미를 유발한다.
- 질문 내용에서 이미 고객의 정보와 성향에 대한 데이터가 쌓이게 되고, 그림이 완성되고 나면 완성된 그림을 갤러리에 업로드 시키고 다운받기 위해서 로그인을 유도한다. 회원가입을 하면 메일이 발송되어 축하 메세지를 보내온다.
- 이메일을 통해 신상품, 신규 이벤트 등의 소식을 알리어 고객별 가치를 제공한다.

스토리	삶을 살아가면서 겪는 다양한 경험들을 통하여 우리의 캔버스는 점차 다양하고 각기 다른 이야기로 채워지기 시작한다.
조작방법	클릭, 드래그, 글입력, 사진입력
제어버튼	캔버스 이용안내, sound on/off
사운드	BGM, 효과음
모션그래픽	기법 : Fade in, easy in/out, roll over, stamp 효과 : out focus, bright, blur, tint
행동지시	- 입력지시 : 이름입력/ 생년월일/ 기분이 우울할 때, 나를 행복하게 만드는 단 한 가지는 무엇인가?/ 나에게 인생의 마지막 한 시간이 주워 진다면, 나는 첫 번째로 무엇을 하겠는가? 15개 단어로 기입하거나 또는 사진을 업로드 하세요 or 모르겠다/ 나의 과거 중 하나만 바꿀 수 있다면, 무엇을 바꾸고 싶은가? 15개 단어로 기입하거나 또는 사진을 업로드 하세요 or 난 내 삶에 만족한다. 아무것도 바꾸고 싶지 않다/ 나의 인생철학은 무엇인가?/ 나는 언제나 나의 믿음과 신념을 지킬 것이다. 1~9까지 점수로 평가한다면? - 선택지시 :좋아하는 색깔/ 내가 가장 좋아하는 날씨/ 나는 (정오쯤에 느긋하게 하루를 시작하는 오후)형, 나의 방은?/ 지금가지 살면서 실연과 아픔을 겪은 경험은?/ 어릴 적에 나는?/ 내가 살아남기 위해 친구를 배신한 적이 있는가?
이벤트	그림 재배치, 컨테스트 응모

V. 결 론

프로모션 사이트에서 인터랙티브 스토리텔링은 흥미유발 및 참여 기회제공과 고객 정보획득의 방법으로 사용되어지고 있었다. 대부분 클릭, 드래그, 스페이스 사용으로 한정된 액션을 사용하고 있었지만, 글 입력이나 사진 첨부하기와 액션을 요청하기도 했다. 전체적으로 BGM(배경음악)으로 분위기를 조성하고, 효과음은 꼭 필요할 경우에 집어넣어 집중도를 높였다. 감성적인 내용으로 소비자의 심리를 자극했고, 대부분 대사를 타이포그래피로 처리하였다. 하지만 아디다스 사이트의 경우 자신의 이야기를 들려주는 방식을 취해 집중도를 높였다. 본 연구에서는 프로모션 사이트의 사례분석을 통해 인터랙티브 스토리텔링이 프로모션에 어떤 식으로 사용하고 있는지 알 수 있었다. 향후 연구에서는 스토리를 전달함에 있어서 인터랙션 요소를 통해 감정의 몰입과 재미를 느낄 수 있는 연출로서의 인터랙티브 텔링의 다양한 기법들을 정리하여 인터넷 마케팅

방법으로서의 인터랙티브 스토리텔링에 대해 심도있게 연구해 보고자 한다.

▌참 고 문 헌▐

[1] 남상신, 윤종욱 인터넷 비즈니스 전략 수립을 위한 인터넷 광고와 마케팅, 한빛미디어, pp19
[2] 인터애드, http://www.interad.com/internet-marketing/internet-marketing-overview.html
[3] 최진원, “온라인 환경에서의 효과적인 커뮤니케이션을 위한 웹 프로모션 사이트 연구 -인터랙티브 스토리텔링 기법을 중심으로-”, 한양대학교 석사논문pp. 17, 2005
[4] 윤광운 외 6인, 인터넷 무역실무, 삼영사, p129, 2001
[5] 최진원, “온라인 환경에서의 효과적인 커뮤니케이션을 위한 웹 프로모션 사이트 연구 -인터랙티브 스토리텔링 기법을 중심으로-”, 한양대학교 석사논문pp. 15, 2005
[6] 보리수 http://blog.naver.com/peepultree/130018140266, (2007-05-24)
[7] SIAT, DIGITAL STORYTELLING, "http://www.siatcorp.com/mediawater/articles01/articles01_14.html, (2003-11-11)"
[8] http://www.igda.org/writing/InteractiveStorytelling.htm IGDA-Game Writing SIG "Foundations of Interactive Story"
[9] SIAT, DIGITAL STORYTELLING, "http://www.siatcorp.com/mediawater/articles01/articles01_03.html, (2003-11-11)"
[10] 김주호, “어려운 마케팅, 쉬운 브랜딩”, 서울:시대의 창, pp184, 2001