벤치마킹은 또 다른 창작의 디딤돌

시장진입 및 경쟁력 제고를 위한 필수 코스

김용섭 (antiys@chollian.net)

연 재 순 서

1 인터넷방송의 이해
2 인터넷방송 구축
3 인터넷방송 운영
4 인터넷방송 비즈니스
5 우수 인터넷방송 벤치마킹 (이번호)
6 인터넷방송 산업현황
7 인터넷방송의 이슈와 트랜드
8 인터넷방송의 미래

웹비즈니스를 위한 일차적 준비과정은 벤치마킹에서부터 시작된다. 웹비즈니스의 역사가 짧은 관계로 체계화된 이론서적이나 연구논문 등 이미 정형화된 틀 속에서의 참고자료를 찾기에는 무리가 따른다. 벤치마킹은 동종업계의 유사전략에 대한 분석에서부터 자사의 사업방향 및 향후 진행에 따른 설계를 위한 기본적 과제임을 명심해야 한다. 따라서 벤치마킹을 단순히 다른 사이트를 보고 분석하는 단계에서 그치지 말고, 자사의 전략과 비교하고 자사의 전략에 대한 수정과 향후 방향 설정 등에 참조하길 바란다. 벤치마킹은 절대로 베끼기나 흉내내기가 아니다. 적을 알고 나를 알면 백전백승이라는 병법의 문구처럼 적을 알기 위해서 가장 필요한 것이 바로 벤치마킹이다. 때문에 벤치마킹 또한 체계적이고 전문적인 접근을 해야 한다.

지금부터 국내 3개 사이트, 국외 2개 사이트를 벤치마킹하고자 한다. 대부분의 사이트가 시장진입 초기인 관계로 사업방향과 현재적 상황 등을 주로 언급한다. 아울러 SWOT(SWOT 분석이란? Strengths(강점), Weaknesses(약점), Opportunities(기회요소), Treats(Risk(위험요소)) 등의 4가지 분석기조에 따른 분석법이다. 하나의 사례를 분석할 때 강점, 약점, 기회요소, 위험요소 등의 4가지 상호대비되는 관점을 모두 제시하여 보면 가장 객관적으로 분석할 수 있다는 근거 하에 사용되는 분석법으로 비즈니스 벤치마킹에서 가장 일반적으로 사용되는 방법)를 통해 각각의 사이트가 가진 장단점을 분석해보고자 한다.

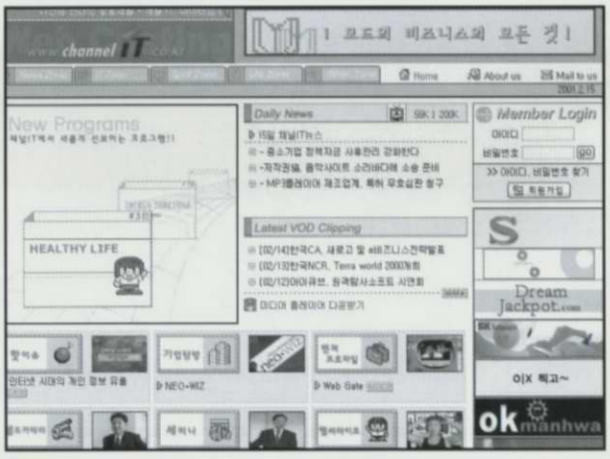
(1) Channel IT (www.channelit.co.kr)

〈개요〉

채널아이티(CEO, 김영태)는 2000년 4월 시험방송, 5월 15일

본방송 서비스를 개시한 정보통신 IT전문 인터넷방송이다. 메타검색과 키워드 검색을 통해 다양한 국내 IT 뉴스를 제공하고, IT 관련 핫이슈 세미나 컬럼 인터뷰 동영상을 제공한다. 기업의 표정을 셀프카메라로 찍은 셀프캠 등이 제공된다. 전자신문과 정보통신기사에 대한 제휴 및 지분참여 등과 중국의 차이나바이트와의 컨텐츠 제휴 등을 통해 영역을 확대해나가고 있다. 차이나바이트(http://www.chinabyte.com)는 지난 97년 중국 인민일보와 호주 루퍼트 머독사가 합작 설립한 중국 최초의 ISP이다.

채널아이티의 주요 사업영역은 기업 IR 및 PR용 동영상 제작, 인터넷방송관련 컨설팅 , IR 셀프카메라, 인터넷방송 아카데미 등이다. IT전문 뉴스서비스로서의 장기적 비즈니스 모델과 함께 단기적 비즈니스 모델을 위해 오프라인 비즈니스 기반인 동영상 제작대행, 컨설팅, 교육사업 등을 주요하게 접근한다.



〈콘텐츠 분석〉

IT전문 채널인 채널아이티는 4개 영역의 콘텐츠로 분류할 수 있는데, Internal News(국내 IT업계의 동향과 정세를 하루 2번 VOD뉴스로 방송), Grobal News (IT의 메카, 실리콘벨리에서 가까운 일본의 도쿄, 중국, 급부상하는 IT강국 인도에 이르기까지 채널 아이티 특파원이 해외 IT기업의 정보제공), IT Program (IT의 굵은 줄기를 형성하는 핫이슈, 강한 IR효과를 발휘하는 기업 탐방, 기업 구성원의 결속력을 강화해주는 셀프카메라, 현장의 생생한 정보를 전해주는 세미나 등의 동영상 IT Database), IT Column (국내 벤처업계의 오피니언 리더들에게 들어보는 명쾌한 해석과 실리콘벨리 특파원으로부터 전해지는 실리콘벨리 칼럼,국내 CEO인터뷰에 더해 깊이 있는 기획기사 등) 등이 있다.

〈SWOT 분석〉

Strengths	-IT 전문의 채널 접근 (전문성 확보) -전자신문, 차이나바이트 등과의 제휴 (제휴는 지속적 확대) -컨설팅, 교육사업 등의 오프라인 영역 접근
Weaknesses	- N.C
Opportunities	-IT 관련 시장의 확대와 해당 정보수요 급증 -주요 국가의 IT전문서비스와 네트워크 구축
Treats · Risk	-국내외에 IT관련 정보서비스 접근사례 다수로 인한 경쟁 치열

(2) Healthcast (www.healthcast.co.kr)

〈개요〉

길병원과 가천의대에서 운영하는 의료 인터넷방송으로서 기존에 확보하고 있는 길병원의 의료전문성과 재단산하의 가천길대학에서 인터넷방송과정 개설 및 기술운용 전문성 확보, 기술 투자 등을 적극 활용하여 본격적인 사이버 병원에 접근하고 있다. 기존 오프라인에서 병원과 의과대학 등 의료전문성을 확보하고 있는 길병원 재단으로서는 사이버 병원을 이루기 위한 긍정적인 백그라운드를 확보하고 있는 셈이다. 국내 여러 병원과 의과대학 중 가장 발빠르게 사이버 병원에 접근하고 있는 사례 중의 하나로서 온라인과 오프라인이 결합된 의료서비스를 지향하는 것으로 파악된다.

2000년 5월에는 중국 베이징 의대와 협약을 체결하여 인터넷 진료와 화상강의 등을 교류하기로 했다. 양국 의대에 온라인 시스템을 구축하기로 했으며 향후 원격강의와 사이버 병원 프로젝트에 발전적 기여를 하게될 전망이다. 그 외에도 독일 등 유럽과 미주의 대학과도 점진적인 협약계획 추

진을 통해 전세계 주요 의대와의 국제의료 네트워크 구축으로 발전할 가능성을 담보하고 있다.

Healthcast는 의료분야 전문 인터넷방송의 대표적 모델 사례로서 향후 사이버 병원과 의료분야 인터넷방송계에서 주시해 봐야할 사이트로 평가된다.

〈콘텐츠 분석〉

의료와 관련한 10개 채널(ch1 건강교실, ch2 Surgery Now, ch3 질환정보, ch4 Medical Center, ch5 Special, ch6 Symposium, ch7 의학강좌, ch8 Health World, ch9 live cast, ch10 Health chat 등)이 전문적인 정보로 구성되어 있으며, 접근하는 사용자가 의료분야 관련인을 대상으로하는 콘텐츠 영역이다. 원격교육용으로 활용되기 용이하며, 주로 길병원이나 가천의대, 제휴한 의대와 병원 등에서의 수술장면이나 각종 시술법, 의료분야 정보와 뉴스 등을 제공하고 있다. 1999년 11월 국내 최초로 뇌, 척추신경의 새수술법을 통한 시술현황과 국제학술회의를 인터넷 생중계 구현하여 일본, 말레이시아, 대만 등 8개국 100여명의 의료진에게 제공하여 본격적인 사례로 기록된 바 있다.

일반인 대상이 아니라 의료분야 관계자(의사, 연구원, 의대생, 교수 등)를 대상으로 하는 전문정보 접근이라는 것이 콘텐츠 전략의 주요 특징이다.

〈SWOT 분석〉

Strengths	-길병원, 가천의대, 가천길대학 등의 기반 및 전문성 확보 -원격교육 지향성이 콘텐츠 DB 구축 -사이버 병원 및 웹캐스팅 분야 선도
Weaknesses	- N.C
Opportunities	-중국의 의대와 학술정보 협약(2000. 5), 독일 등 유럽, 미주의 대학과도 협약계획 등으로 향후 국제 의료
Treats · Risk	-원격진료 관련기술 발전추이에 민감 -콘텐츠 타겟의 소집단화(전문집단화)로 -시장규모가 협소할 가능성 -DB구축에 따르는 장시간 소요 -의료분야 웹케스팅 미디어 전근에 대한 문화확산 미흡

(3) CHATV (www.chatv.co.kr)

〈개요〉

CHATV (CEO, 나원주)는 1998년 10월 설립된 1세대 전문

인터넷방송국으로서, 2000년 상반기 현재 자본금 규모 20억원이다.

인터넷 쇼핑몰에 웹캐스팅 기술을 적용시켜 상용화한 국내 최초의 사례인 Chatshop을 운영하고 있으며, 국내 쇼핑몰의 멀티미디어 접근에 다수의 기여를 한 바 있다.

주요 수익모델은 인터넷방송 구축 관련한 시스템을 판매하는 SI 사업과 웹캐스팅 호스팅 및 중계대행 등이며, 최근에 멀티미디어 인터넷 드라마를 통해 새로운 콘텐츠 비즈니스를 개척중이다.

방송주문제작과 허니문, 웨딩 등의 생활서비스와 자동차극장예매서비스를 제공하는 챗숍 쇼핑몰, 기업IR대행 제작 등에서도 수익을 올리고 있다. 올 매출 목표액은 80억원이다.

채티비는 전자신문사가 주관하는 SEK2000의 인터넷방송사로 선정돼 행사기간 VOD 생중계권을 확보하기도 했으며, 즈믄둥이 탄생 생중계 등을 비롯한 주요한 행사의 인터넷중계를 수행하기도 했다.

〈콘텐츠 분석〉

4개의 주요 콘텐츠 영역이 있는데, IBIZ (특별기획채널 / @people채널 / 증권방송채널 / EZpc채널), Entertainment (게임채널 / 영화채널 / 뮤직채널 / 드라마채널), Acess (미팅(찜미찜미)채널 / 파워피알채널 / 영상편지채널 / 내칼럼채널), Community (참여마당) 등으로 구성되어 있다. 이밖에 '나는 벤처' 라는 인터넷 드라마를 제작하고 있다.

종합방송 성격의 접근으로 인해 다소 방만한 경향이 있으나, 향후 주요 분야별로 집중화될 전망이다.

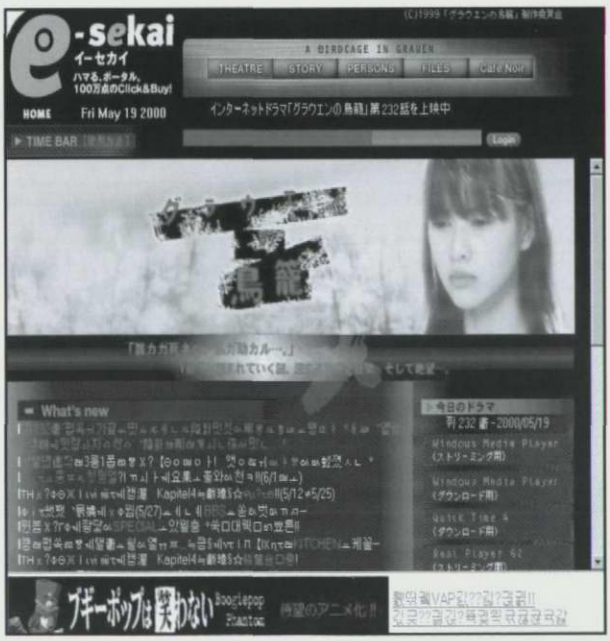
〈SWOT 분석〉

Strengths	-운영 노하우(98년부터 인터넷방송 전문성 확보) -벤처마인드에 입각한 조직구성 -업계 선두의 시장고착화 전략에 유리 -네티즌 및 업계 인지도 높음 -CEO 마인드
Weaknesses	- N.C
Opportunities	-국내외 제휴 파트너 다수 확보 -인터넷드라마 등 콘텐츠를 통한 수익기반 접근 -모바일 연계한 콘텐츠 비즈니스 접근 -웹캐스팅과 연동한 쇼핑몰 확대
Treats · Risk	-콘텐츠를 통한 매출구조 미흡 -종합방송 개념의 방만한 콘텐츠 장르

(4) Grauen (www.e-sekai.com/grauen)

〈개요〉

아스키EC, 아스키, 세가엔터프라이즈, 그라우웬의 새장 제작위원회 등이 제작자이며, 일본에서 유명한 기획자, 감독, 극본작가 등이 1년여의 기획에, 제작비용만 30억원 정도가 소요된 작품이다. 1일 1분으로 365일 서비스되는 총 365분물로서. 1회 단위인 러닝타임 1분은 동영상의 시간이며 그 외에 관련정보의 텍스트와 사진이 구현되는 웹진 형태와 각



종 배경정보 등이 상당수 제공되어 콘텐츠 이해도를 높이고 있다.

커뮤니티 회원에게는 E-mail로 매일 정보를 제공하고(한국에서는 Mobile로도 적용) PPL 상품에 대한 경매나 쇼핑몰 운영 등으로 사용자의 접근성을 높이고 있다.

60회 분량단위로 비디오 출시, 화보집 출간, 오프라인 상영회 등을 단계적으로 제공하여 콘텐츠 효과 극대화하고 있다.

인터넷드라마라는 새로운 장을 본격화시킨 사례로서, 웹의 특성에 맞는 콘텐츠 양식과 One Source Multi Use를 가장 효과적으로 적용한 모델이다. 향후 인터넷에서 제공되는 드라마의 표준 모델로 적용될 전망이다.

〈콘텐츠 분석〉

A birdcage in Grauen가 원제이며 아파트라는 공간에서 벌어지는 세입자들의 이야기가 스릴러 구조로 전개된다. 특정국가 문화에 치중되지 않고 전세계 모든 네티즌에게 관심을 불러일으킬 만한 스릴러 드라마 컨셉이라는 것이 본 인터넷 드라마가 성공한 여러 이유 중의 하나일 것이다.

1분 드라마라는 새로운 양식 개발로 인터넷을 통한 멀티미디어 콘텐츠 제공하는 영역에 많은 영향을 발휘하고 있다.

사용자가 사건을 일방적인 시각에서 바라보는 것이 아니라 해당 사건과 관련한 여러 시각에서의 정보(인물정보, 배경정보, 형사수첩 등)를 제공함으로써 사용자의 콘텐츠 접근시의 능동성을 극대화시켜 만족도를 높이는 데 기여하고 있다. 정보시각의 다양화와 함께 드라마 속의 PPL 상품에 대한 정보를 사용자가 쉽게 확보하고 해당 상품을 쉽게 구매할 수 있는 것도 긍정적인 점이다.

아울러 웹에서의 제공에 그치지 않고 화보집 출간이나 오프라인 상영회, 비디오 테이프 출시 등으로 사용자에게 노출될 기회를 확대하는 것도 긍정적이다. 기존의 일방적이고 수동적인 콘텐츠 접근에 식상한 젊은 네티즌을 필두로 하여 상당수의 매니아를 확보해나가는 파급력을 가지는 콘텐츠이다.

특히 연재라는 형식으로 제공됨으로 인해 사용자의 안정적 접근과 상시 노출, 중독 경향성 등의 효과를 거두고 있다.

〈SWOT 분석〉

Strengths	-인터넷 드라마라는 새로운 장르 개척 -네트워크 밴드의 효율성 극대화(유니캐스트 기반의 동영상 접근시간 최소화를 통한 노출 다중화 구현) -웹의 특성에 맞는 콘텐츠 제작 기획(기획 1년 소요) -One Source Multi Use 적용을 통한 수익기반 확보 -콘텐츠를 통한 커뮤니티 유입의 대표적 성공 사례
Weaknesses	- N.C
Opportunities	-향후 인터넷 드라마 전문성을 통해 인터넷 드라마 전문 채널로 입지 -PPL 등 콘텐츠 연동 커머스 기반 확대로 매출근거 마련 -모바일과 연계된 서비스로 영역 확대
Treats · Risk	-인터넷드라마 서비스 사례 급증 -언어와 문화의 한계 미극복시 인터넷 드라마로서의 시너지 감소 -네트워크 한계로 인한 접속가능인원의 제약 (VOD의 유니캐스트 한계)

〈Business Model〉

인터넷 드라마를 통한 네티즌 유인 (커뮤니티 확보) : 인터넷 드라마에 접근하는 네티즌을 안정적 접속의 상시 커뮤니티로 확보하여 이를 대상으로 PPL 상품 판매 등의 전자상거래를 연동한다.

커뮤니티 유인의 가장 효과적인 전략은 소구력 높은 콘텐츠의 연속적, 지속적 제공이라는 점에 근거한 전략으로 스릴러 드라마에 나오는 소품과 각종 상품들을 경매와 쇼핑몰 등을 통해 판매하기 위한 시장기반으로서의 안정적 커뮤니티가 필요했고 이를 콘텐츠를 통해 확보했다.

인터넷 드라마 전문성으로 콘텐츠 공급 B to B : 주요 언어권별로 인터넷 드라마의 라이센스를 판매하는 성과를 보였다.

대형 포털, 커뮤니티 등의 인터넷 서비스 업체와 Mobile 업체 등에서 콘텐츠에 대한 수요 인식에 따라 콘텐츠 프로덕션으로서의 B to B 시장은 상당히 긍정적으로 발전될 것이다.

원천 콘텐츠의 One Source Multi Use : 인터넷 드라마(1일 1분), 비디오 테이프 출시 (60분 * 6개), 화보집 출간, 소설 출간, PPL 상품 경매 및 쇼핑몰, 캐릭터 사업 및 영화, 게임 등으로 다양하게 적용하여 시너지를 확대하는 모델에 접근한다.

초기 기획단계에서 다중 적용될 미디어 포멧에 대한 구상 병행 및 제작시 이를 고려한 제작진행 등으로 다중 적용에 따른 다중비용 발생을 절감하고 전체 적용전략의 완성도와 일관성을 유지하고 있다. 기획작업의 전문성 및 고투자 전략을 통해 콘텐츠의 가치를 극대화하는 것으로 향후 콘텐츠 가치를 통한 비즈니스 구도에서 가장 중요하게 고려할 모델로 평가할 수 있다.

(5) Yahoo, Broadcast (www.broadcast.com)

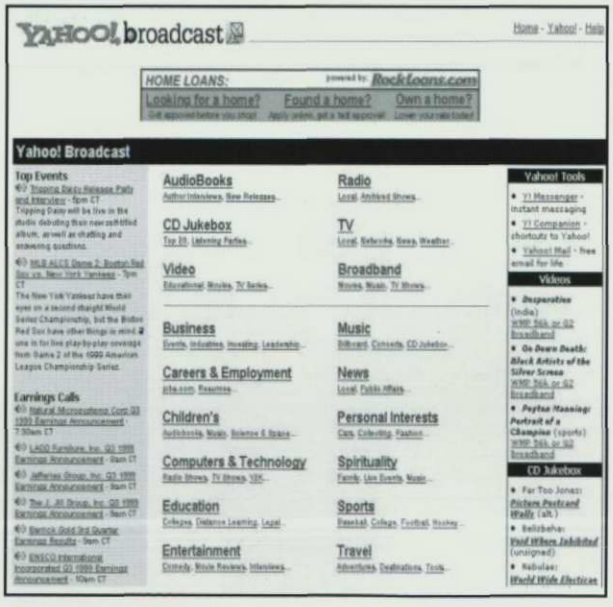
〈개요〉

Yahoo가 인수한 Broadcast.com은 500개의 라디오 방송, 65개의 TV와 케이블망, 대학과 전문 스포츠팀, 연주팀, 각종 단체 등 475개와 3100개의 CD 주크박스, 16,000개의 오디오북 등의 풍부한 콘텐츠를 기반으로 인터넷방송 서비스를 구현하고 있다.

전 세계 인터넷방송 중 최대의 콘텐츠 보유량을 자랑하고 있으며, 인터넷방송 포털 개념을 정착시킨 사례이다. 전 세계의 중소규모 방송 콘텐츠의 네트워크화를 통해 인터넷방송 서비스의 메이저화를 지향한다.

전문 인터넷방송국으로서 가장 활성화된 콘텐츠 비즈니스를 수행 중이다. Yahoo의 인지도 및 커뮤니티 기반을 통해 사업성 확대는 긍정적이다.

야후 또한 기존의 디렉토리 서비스에서 콘텐츠 서비스를



연동하여 커뮤니티를 더욱 강고히 한다는 전략의 일환으로 접근하고 있다.

〈콘텐츠 분석〉

웹캐스팅 포털에 걸맞게 다양한 분야의 풍부한 콘텐츠를 제공하고 있다.

기존 Yahoo의 검색 분류체계에 의한 콘텐츠 카테고리 배치를 통해 현존하는 모든 분야의 콘텐츠에 사용자가 쉽게 접근할 수 있도록 분류화 하였다.

특정분야의 특화된 전략에서 벗어나 모든 분야의 풍부하고 다양한 콘텐츠 확보전략에 입각한 전략을 구사한다. 향후 웹캐스팅 포털과 웹캐스팅 검색엔진에 유용한 콘텐츠로 평가된다.

아울러 전세계 야후 프렌차이즈를 통해 지속적으로 각 국가별, 언어별 콘텐츠를 확보해나가고 있으므로 향후 거대한 웹캐스팅 콘텐츠 DB이자 검색엔진으로서의 기능을 수행하는 기반으로 작용하게 될 것이다.

〈SWOT 분석〉

Strengths	-세계 최대의 멀티미디어 콘텐츠 확보한 인터넷방송 (1개월간 1100만 시간에 해당하는 콘텐츠 제공 /200년 3월 기준) -야후의 온라인 기반 적극 활용 (각 국가별 야후방송체계와 연동) -인터넷 광고의 최대 시장 기반 확보 -야후의 높은 브랜드 가치와 네티즌 인지도 -기업대상의 웹캐스팅 패키지를 통한 매출구조 확보
Weaknesses	- N.C
Opportunities	-멀티미디어 검색엔진 관련 시장의 확대 가능성 -웹캐스팅 구현 가능한 개인영역 할당을 통한 전세계 웹캐스팅 -네트워크 구축을 통한 전세계 웹캐스팅 콘텐츠의 중추역활로 성장
Treats · Risk	-멀티미디어 검색엔진 다수 등장으로 인해 경쟁 치열 -멀티미디어 콘텐츠 포털이라는 모델의 추상성

〈Business Model〉

콘텐츠를 통한 커뮤니티 구축 Model : 다양한 분야의 멀티미디어 콘텐츠를 통한 네티즌의 멀티미디어 선호도를 이용해 커뮤니티로 유인하여 향후 비즈니스 기반으로 조성한다. 조성된 커뮤니티를 콘텐츠 수요자이자 공급자로서의 퍼스널 디지털리스트로 활용하여 콘텐츠 기반 확대해나가는 접근 전략 (커뮤니티가 다량 확보되면 이를 대상으로 한 광고사업 접근 및 전자상거래 등을 구현하여 수익기반을 확보).

멀티미디어 검색엔진 : 멀티미디어는 웹페이지 검색과 달리 콘텐츠를 해당 사이트에 접속하지 않고 플러그인을 통해서만 구현이 가능하므로 자체 콘텐츠를 확보하지 못하면 저작권 문제에 따른 검색엔진의 역할을 제대로 수행하기 힘들다.

이에 따라 야후는 자체 콘텐츠 확보(제휴 및 연동)를 통해 검색엔진의 기반을 조성한다. 향후 멀티미디어 기반인 XML 확산 및 멀티미디어에 대한 사회적 수요 급증을 통해 멀티미디어 검색엔진 시장이 확대될 전망에 근거한 미래가치 접근 전략의 일환이다.

멀티미디어 검색엔진 선점업체로 광고수익 극대화 : 웹페이지 검색엔진인 야후의 수익모델인 광고수익 기반을 멀티미디어 검색엔진에서도 적용한다. 야후의 브랜드 가치와 네티즌 선호도, 세계 최다의 콘텐츠 확보 등은 다수의 네티즌 접근을 용이하게 하고, 이를 통한 광고시장 기반을 조성하는 전략이다.

웹캐스팅 서비스 패키지 (대행서비스 및 컨설팅) : 웹캐스팅 기술과 관련한 장비와 운용 메커니즘 등과 기업의 웹캐스팅을 활용한 프로모션 및 커뮤니케이션 등을 패키지 화하여 B to B로 제공한다.

주요 클라이언트로는 Amway, BP Amoco, Dell, DaimlerChrysler, Ford Motor Company, Fox Entertainment, General Motors, Intel, Lucent Technologies, Microsoft, Motorola, Sony Music, Sprint, Texas Instruments, Texaco 등이 있다.