



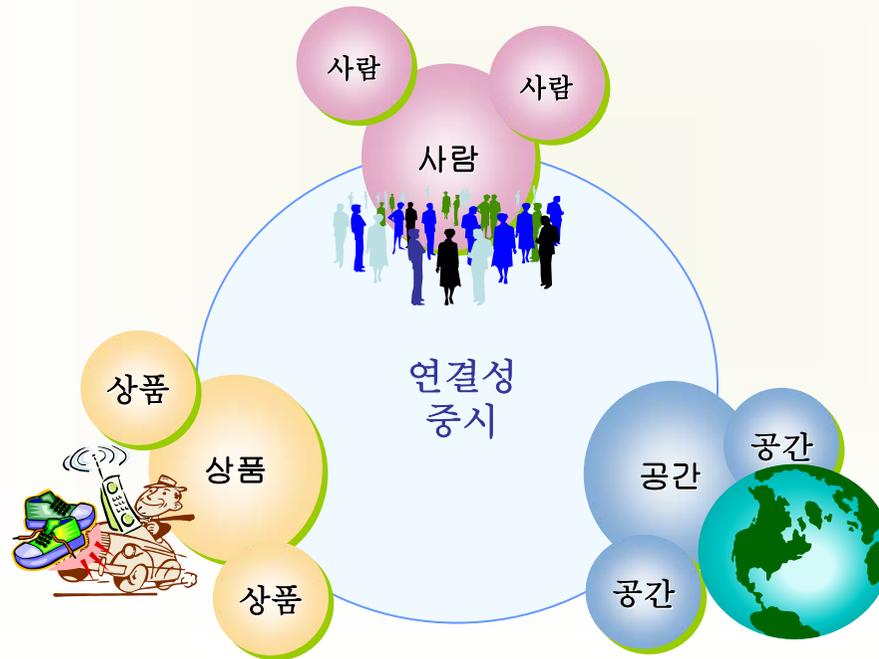
New Marketing Trend

Ubiquitous and Convergence Marketing

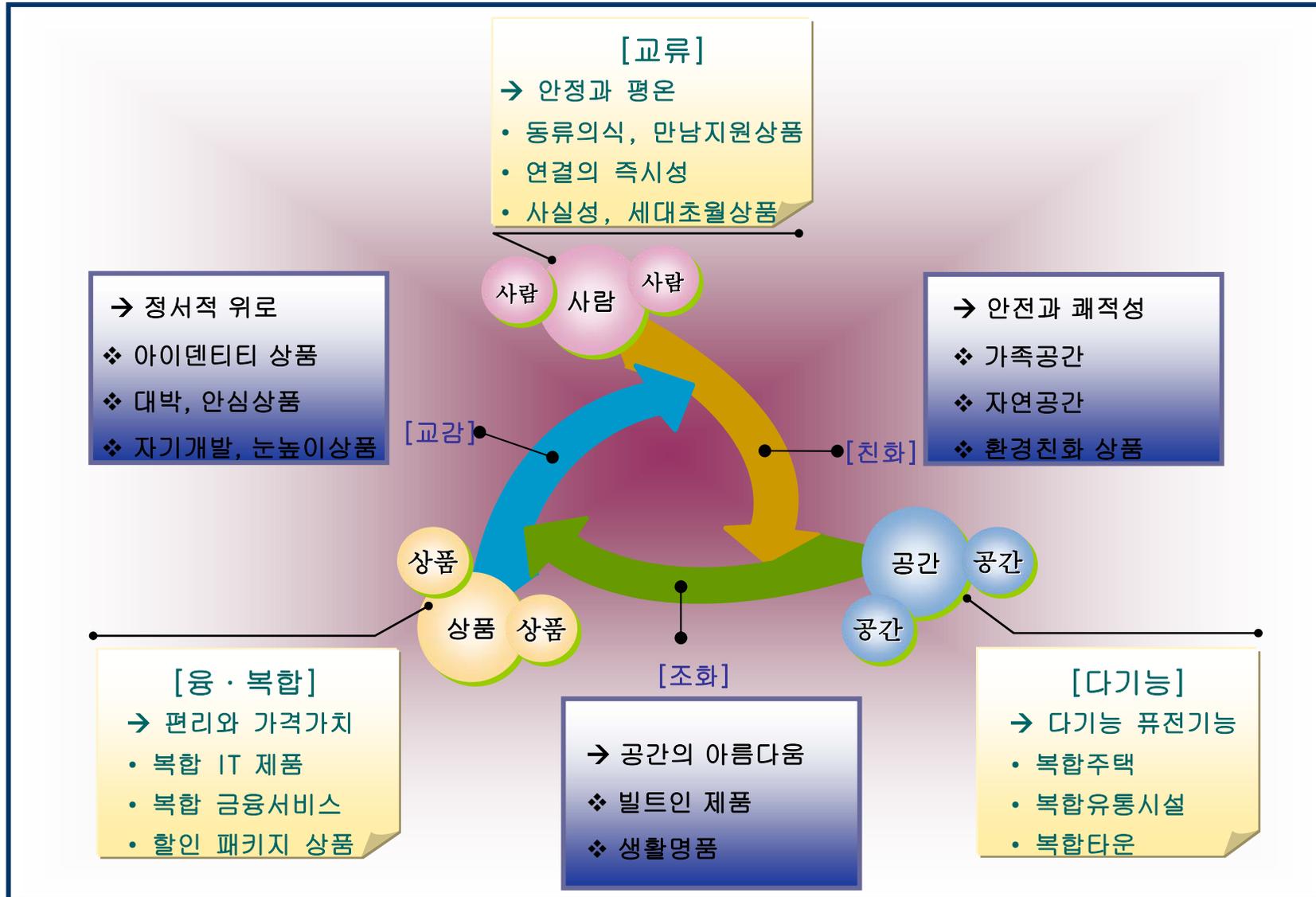
경희대학교 경영학부 이훈영
e-mail: hylee@khu.ac.kr

21세기 소비행동분석에 따른 발전방향

불안과 희망이 공존하는 환경 속에서 '연결성'이 중시됨

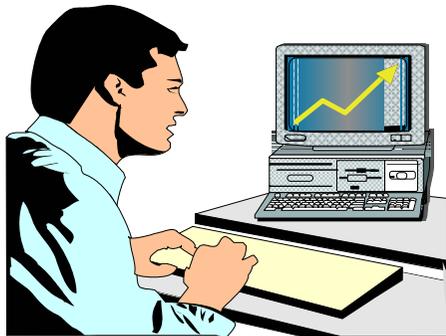


21세기 소비행동분석에 따른 발전방향



유비쿼터스는 이미 시작되었다

컴퓨터 = 도구



computer



computer



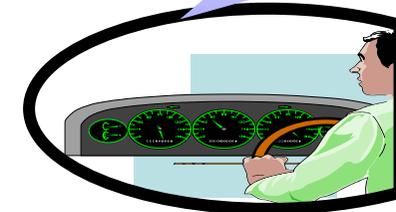
computer

유비쿼터스



컴퓨터 = 환경

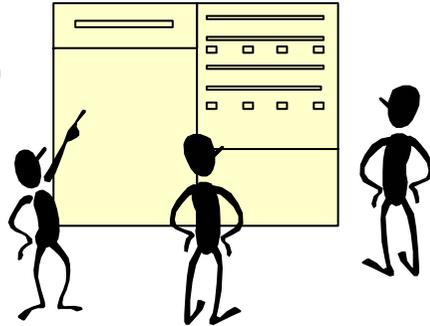
computer



- ◆ 일상생활 환경을 컴퓨터가 둘러싸기 시작
- ◆ 인터넷의 보급과 모바일 기술의 진보야말로 바로 유비쿼터스의 출발점

IT의 제 3의 물결

제1의 물결



컴퓨터 > 인간 → 메인프레임 시대

거대하고 고가인 컴퓨터 한 대를 복수의 사람들이 공동으로 사용함

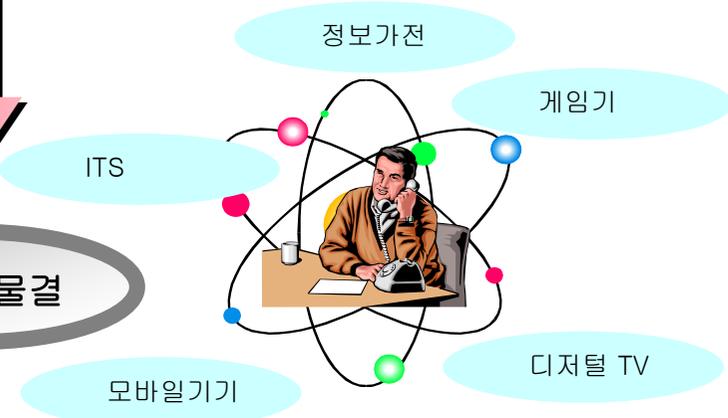
제2의 물결



컴퓨터 = 인간 → PC시대

PC가 보급되어 1인 1대씩 컴퓨터를 사용함

제3의 물결



컴퓨터 < 인간 → 유비쿼터스 시대

여러 장소에 내장된 컴퓨터를 모든 사람들이 컴퓨터를 사용하고 있다는 자각이 없는 상태로 이용함

유비쿼터스는 무엇인가?

- ◆ 유비쿼터스는 정확하게 ‘유비쿼터스 컴퓨팅’을 지칭함
- ◆ ‘유비쿼터스의 아버지’ 마크 와이저는 ‘인간이 이동해 간 장소에서 그 장소에 있는 컴퓨터를 자신의 컴퓨터로 삼아 사용할 수 있는 환경의 실현’을 목표로 함
- ◆ 즉 ‘유비쿼터스 컴퓨팅’을 ‘어디에서든지 컴퓨터에 액세스가 가능한 세계’라고 정의내림



어디에서든지 컴퓨터에 액세스가 가능한 세계를 유비쿼터스 컴퓨팅이라 정의내린다

컨버전스와 유비쿼터스 환경으로의 변화

유비쿼터스(ubiquitous)

• 인간 주변에 존재하는 모든 기기가 네트워크 접속수단이 될 수 있음을 의미



• 소비자의 위치에 관계없이 어디서나 네트워크에 접속이 가능하다는 의미
• 무선인터넷 기술의 일반화로 가능해진 개념임



• 소비자가 원하거나 인식하지 않더라도 항상 네트워크에 연결되어 있음을 의미
• 일년 365일 하루 24시간 내내 접속되어 있음

- ◆ 라틴어로 ‘언제 어디에서나 있는’이라는 뜻임
- ◆ 사용자가 컴퓨터나 네트워크를 의식하지 않는 상태에서 장소에 구애 없이 자유롭게 네트워크에 접속할 수 있는 환경을 말함

컨버전스와 유비쿼터스 환경으로의 변화

컨버전스(convergence)

- 사전적 의미로 ‘점차 한점으로 집합함 또는 집중성’을 의미함
- 단순히 서로 다른 제품/기술을 합치는 것이 아니라 결합을 통해서 새로운 가치를 창출하는 것으로, 음성, 영상, 문자 등 다른 형태의 데이터와 PC, 휴대폰, 디지털 가전 등 이종의 기기를 유무선 네트워킹 기술을 활용해 통합/활용하는 기술을 말함

미디어 컨버전스



신문

+



영화

+



TV방송

+



라디오

네트워크 컨버전스



전화망

+



무선망

+



케이블 망

+



방송망

단말기 컨버전스



휴대폰

+



PC

+



PDA

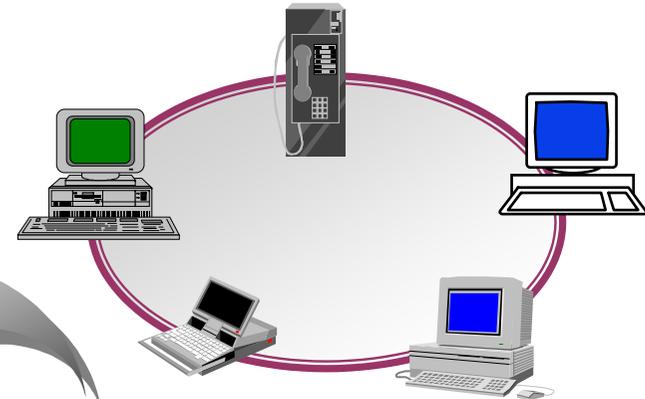
+



TV

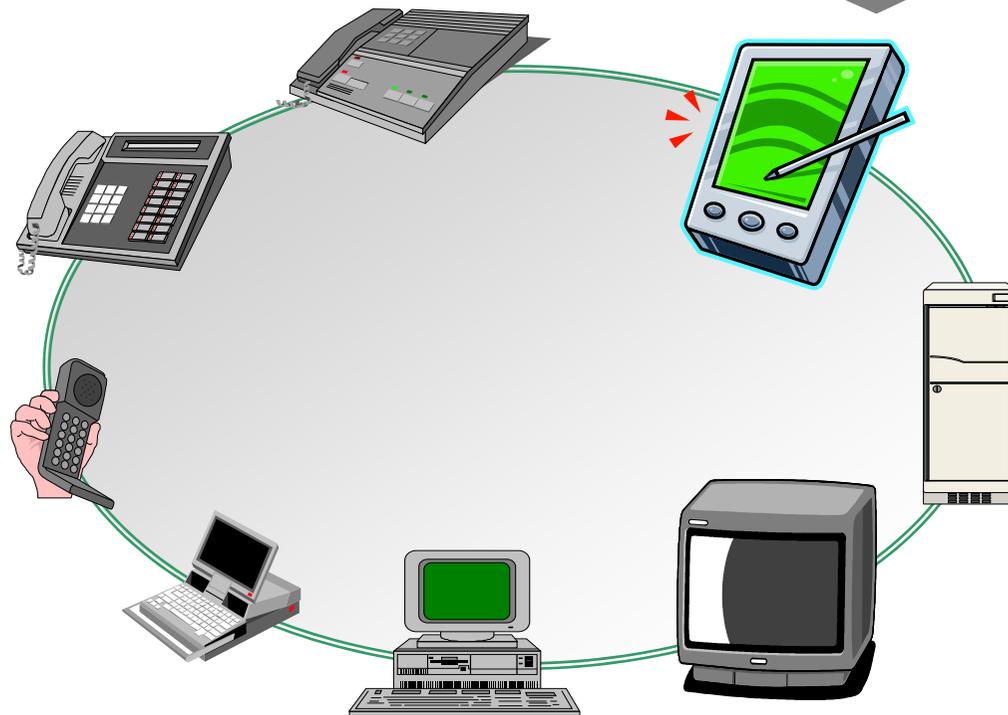
유비쿼터스 네트워크

- 기존의 네트워크는 단지 컴퓨터들간의 연결성에만 초점



지금까지의 네트워크

유비쿼터스 네트워크



차세대 인터넷

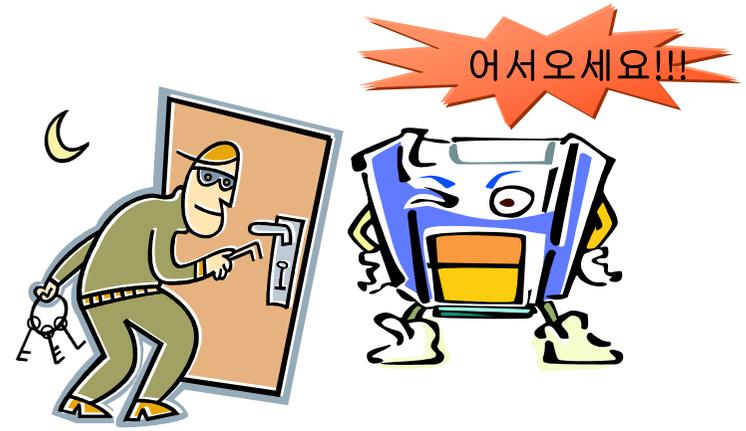
- 유비쿼터스 네트워크는 컴퓨터간 연결성 뿐만 아니라 다양한 기기들에 컴퓨터 칩을 내장하여 이용자가 언제 어디서든 용이하게 원하는 정보를 얻을 수 있는 체계

유비쿼터스의 특징

네트워크에 접속

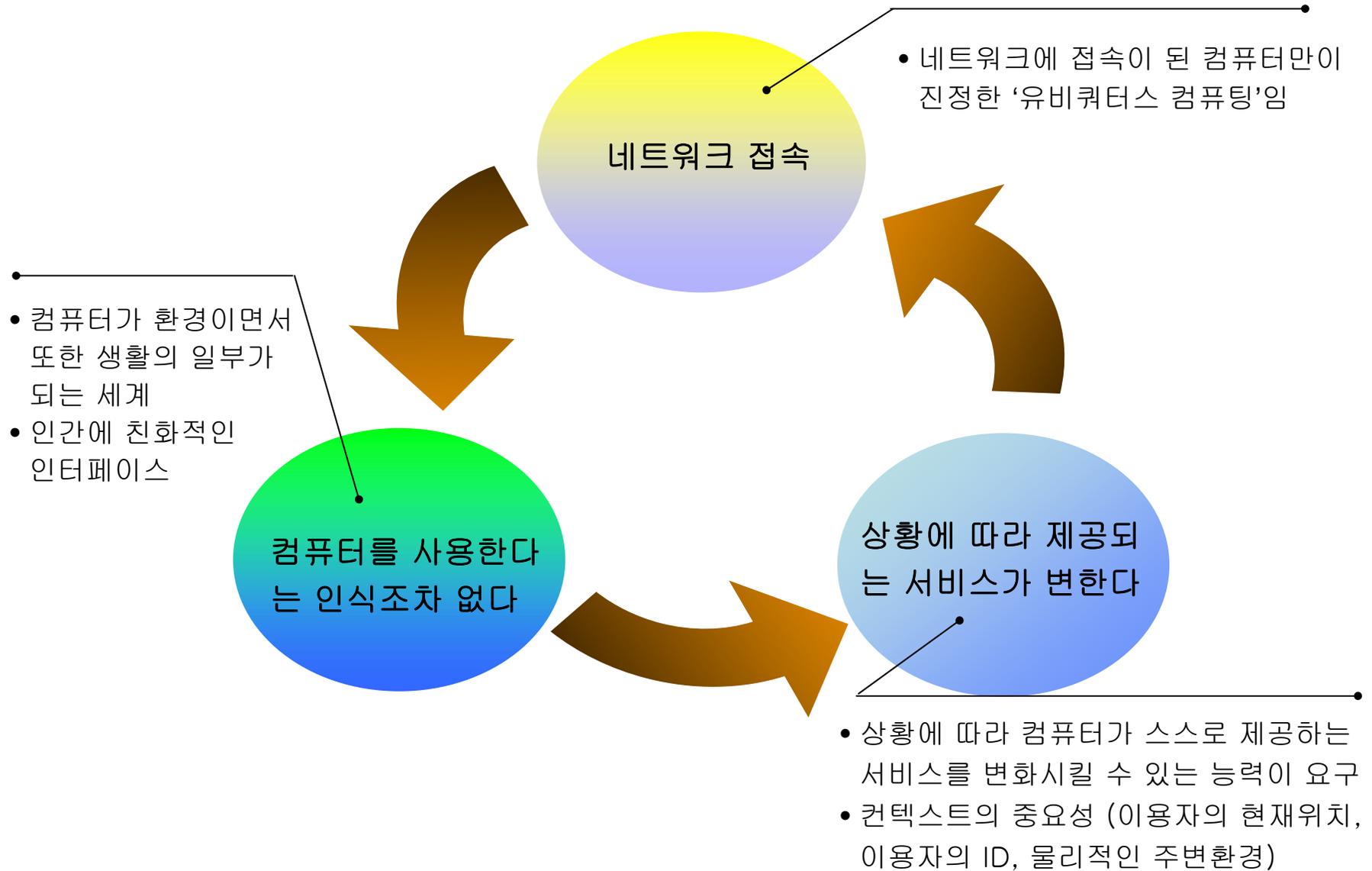


눈에 보이지 않는 컴퓨터 환경



상황에 맞는 서비스 제공

유비쿼터스의 특징



유비쿼터스의 환경 사례

What is HP' s Cooltown?

- Cooltown
 - 개방형 표준에 근거한 월드와이드웹(WWW), 휴대용 무선단말기, 정보가전기기 등을 이용하여 생활의 모든 환경을 인터넷과 상호 융합하고자 하는 HP의 프로젝트
 - 광의(廣意)
 - 모든 현실세계의 사람(people), 물건(object), 장소(place)가 웹페이지를 보유하게 되어, 인터넷상의 가상공간과 현실세계를 하나로 묶음으로써 현실생활에 도움이 될 수 있는 웹 서비스를 실현하고자 하는 것
 - 협의(狹意)
 - 스마트 정보기기를 웹과 연동하기 위한 일련의 핵심 어플리케이션 및 표준 개발, 기기 컴퓨팅의 구현, 이를 활용하기 위한 정보기기의 개발 등



유비쿼터스의 환경 사례

Concept of Cooltown

- Birth of Cooltown

- HP 연구소내의 인터넷 및 이동 시스템 연구 프로젝트 중 하나
- 1994년 HP PaloAlto 연구소 연구원이 최초 개념 제시

- URL : Uniform Resource Locator

- URL : 인터넷에서 접근 가능한 자원의 주소를 일관되게 표현할 수 있는 형식 (<http://www.terms.co.kr> 정의)
- Cooltown에서 정보교환의 핵심 매개체

- Cooltown에서의 상호 정보교환

- 정보기기간 또는 정보기기와 이용자간 URL 생성, 교환, 모든 개체(사람, 사물, 장소 등)는 웹페이지(웹서비스)를 보유
- 웹 페이지(웹서비스)를 통해 정보를 생성, 교환, 저장

유비쿼터스의 환경 사례

Cooltown' s Project

쿨타운 프로젝트

쿨타운 프로젝트는 현실세계의 사람, 장소, 사물이 가상세계에서도 연동되는 환경 구축을 목표로 함

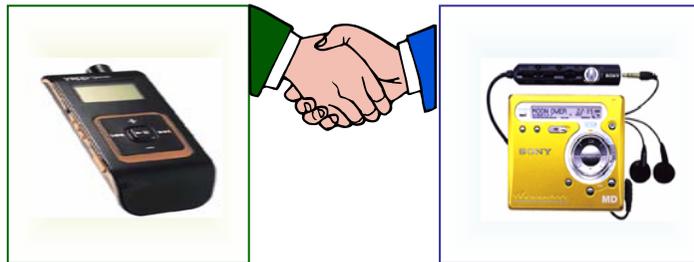
- 각각의 상품에 전자 태그가 부착되어 있어 필요한 상품이나 정보를 사용자의 네트워크화 된 기기로 받아볼 수 있음
- 쿨타운의 인프라는 전자화된 장소를 제어하기 위해 지역포탈 서비스용 웹서버를 사용하여 이동사용자 개개인에게 침투하는 서비스를 제공함



Cooltown의 미술관 프로젝트

유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)



- ◆ 기술발전과 함께 소비자들의 사용편리성에 대한 기대는 더욱 상승
 - 복합카드, 원스톱 쇼핑 등에 익숙해 지면서 상품, 서비스 간 결합과 호환가능성이 기본적인 소비 니즈로 변화

‘유비쿼터스’ 시대가 도래



Ubiquitous Computing & Network

유비쿼터스란? Online web site
 라틴어로 ‘언제 어디서나 있는’ 을 뜻하는 말
 사용자가 컴퓨터나 네트워크를 의식하지 않는 상태에서 장소에 구애받지 않고 자유롭게 네트워크에 접속할 수 있는 환경을 의미,
 이 용어를 처음으로 사용한 미국 제록스 팰로앨토연구소의 마크 와이저 소장은 유비쿼터스 컴퓨팅이 메인프레임, PC에 이은 제3의 정보혁명의 물결을 이끌 것이라고 주장.

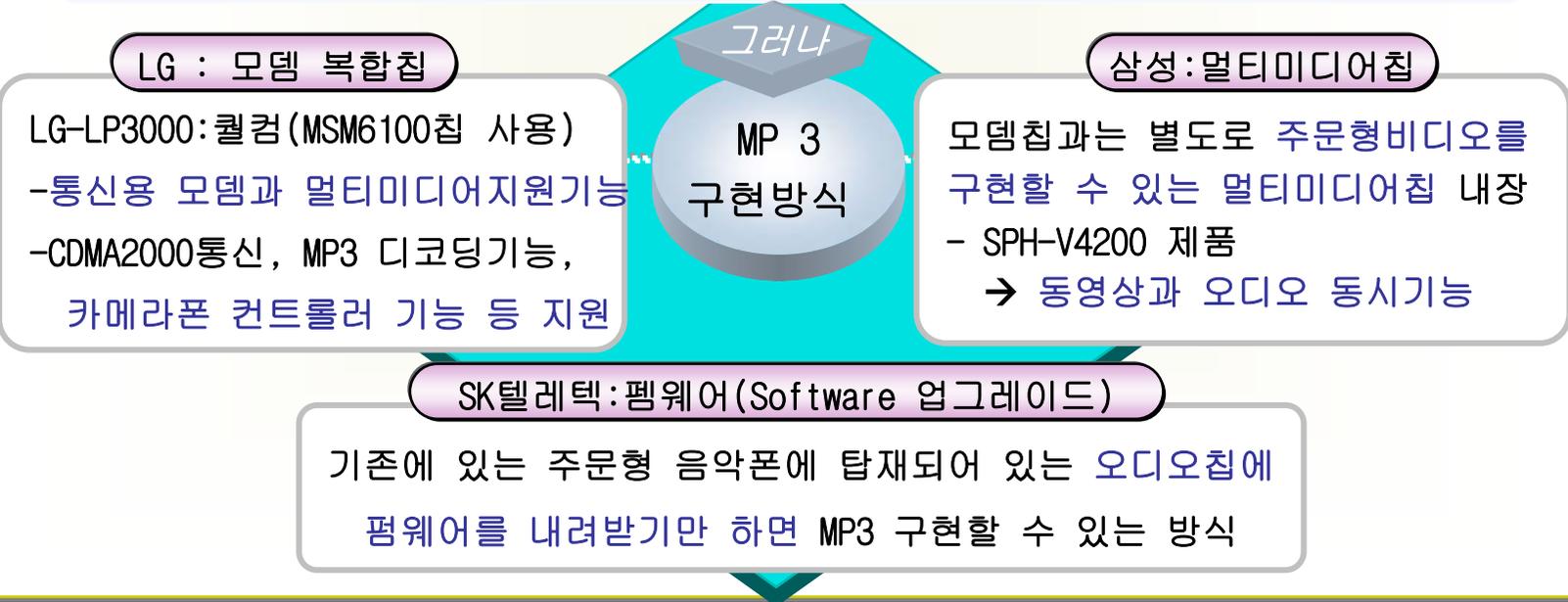
유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)



MP 3 휴대폰 각광

- LG전자가 LG텔레콤을 통해 출시한 MP3 폰 → 한달만에 7만대 팔리면서 관심집중
- 삼성전자, SK 텔레텍 → KTF와 SK텔레콤을 통해 MP3 폰 출시 → 시장경쟁가열
- 그러나 같은 MP3 폰이지만 3사가 제각기 다른 방식으로 MP3 구현
→ 나름대로 특징점을 내세워 시장우위를 자신하고 있어 관심집중



유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)



MP 3 휴대폰 각광

복합칩이나? 멀티미디어칩이나?

- 휴대전화업체들이 서로 다른 방식의 제품출시 : 사정에 따라 시장에 적시에 공급하기 위함
- 방식마다 장단점이 있기 때문에 앞으로는 모든 업체가 복합칩 제품과 멀티미디어칩 제품을 동시에 가져갈 가능성이 큼

200만화소+MP3 휴대폰 상반기내 출시



[스포츠타일] '200만화소 카메라폰과 MP3폰을 하나로.'

200만화소급 카메라에 MP3플레이어 기능을 하나로 모은 휴대폰이 올 상반기 중에 출시될 예정이다.

삼성전자 'SPH-V4400'(사진), LG전자 'LG-SD330', 팬택&큐리텔의 200만화소급 카메라폰은 모두 MP3플레이어 기능을 함께 갖고 있다. 2시간 동안 동영상 촬영이 가능한 캠코더 기능은 기본으로 탑재했다. 삼성 V4400의 경우 TV 아웃풋 기능이 있어 일반 디지털캠코더처럼 촬영한 동영상을 TV에 연결해 바로 볼 수 있다. 오는 6월에 출시될 예정이며 가격은 70만원대가 될 것으로 알려졌다.

LG의 SD330은 CMOS보다 색 재현력과 해상도가 뛰어난 CCD(고체촬상소자)를 탑재했으며 오는 6월 이전에 내놓을 예정이다. 팬택&큐리텔에서 상반기에 내놓을 MP3플레이어 겸용 200만화소급 카메라폰은 2배 광학줌을 탑재했다.

유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)



MP 3 휴대폰 각광

LG 전자 '2007년 1억대 판매 휴대폰 톱 3 진입'



- ☆ LG 전자(대표 김쌍수)가 오는 2007년 휴대폰 1억대를 판매해 글로벌 톱 3에 진입할것을 선언
- ☆ 박문화 LG전자 정보통신사업본부 사장은 21일 여의도 증권거래소에서 1분기 실적발표에 앞선 테마컨퍼런스에서 “지속적인 연구개발(R&D) 인력 확보와 육성을 통해 제품 리더십을 확보하고 다양한 글로벌 브랜드 마케팅 활동과 함께 사업자 서비스 요구에 적극 대응해 2007년에는 1억대의 휴대폰을 판매, 글로벌 톱3를 달성할 것” 이라고 밝혔다.

☆박 사장은 이날 콘퍼런스에서 세계 이동단말 시장전망, 제품 트렌드와 함께 LG전자의 사업현황을 설명했다. 그는 올해 5억4000만대 규모를 형성한 세계 휴대폰 시장은 매년 연평균 8% 이상 성장해 오는 2010년에는 8억600만대를 넘어설 것” 이라며 “LG전자는 △글로벌 R&D 체제 구축 △지역별 메이저 사업자와 관계 강화 △차별화된 제품 라인업 구축 △글로벌 브랜드 마케팅 활동 등을 통해 안정적인 3장에 진입할 것” 이라고 말했다. 박 사장은 또 “제품 리더십 확보를 위해 해외 6대 거점 R&D 센터를 확대 운영하고, 오는 2007년까지 현재 2배 수준의 R&D 인력을 확보할 것” 이라고 밝혔다. LG전자는 이를 기반으로 CDMA와 GSM의 사업자를 중심으로 카메라폰 등 첨단 제품을 대량으로 공급, 시장과 판매량을 늘려나기로 했다. 올해 3세대(3G) 서비스를 본격 선보일 오렌지, 허치슨 등 유럽 주요 사업자들과 서비스에 적합한 단말기의 공동개발, 3~4종의 WCDMA폰을 선보일 계획이다. 이와 함께 중국·인도·브라질 등 신흥시장을 공략하기 위해 현지 R&D역량을 강화해 첨단 기능의 카메라폰·캠코더폰을 지속적으로 개발, 출시키로 했다.

박 사장은 “프리미엄급 제품으로 국내 시장을 주도할 것” 이라며 “특히 위성DMB폰, 3D 게임폰 등 최첨단 단말기 시장에 역량을 집중할 것” 이라고 말했다.

유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)

유비쿼터스 인터넷 개요 및 비즈니스 고찰

- ✧ Ubiquitous, adj, (동시에) 도처에 존재하는, 편재하는 (omnipresent).
- ✧ 집 밖에서 손에 찬 시계를 이용해 인터넷에 접속해 날씨를 알아보고 집안에 있는 난방기의 온도를 원격으로 조절한다. 이같은 일은 더 이상 공상과학 영화에서나 접할 수 있는 환상이 아니다.
- ✧ 지난 50년간 컴퓨팅의 역사를 보면 크게 3가지의 뚜렷한 패러다임이 존재했는데 하나는 메인프레임, 그리고 PC, 유비쿼터스로 요약할 수 있다. 이것을 인간과 컴퓨팅의 관계로 볼 때 메인프레임 기에는 1개의 컴퓨터에 많은 단말이 붙어 있었고, PC 기에는 1개의 컴퓨터와 1인, 그리고 유비쿼터스 기에는 1인 주변에 수 많은 컴퓨터들이 존재하는 모습으로 발전한다.
- ✧ 인터넷이 등장하면서 온라인, 즉 버추얼 공간 개념이 등장했고 실재를 온라인 공간에 옮기는 것이 지금까지의 인터넷 발달과정인 것에 비해 유비쿼터스는 반대로 모든 실재에 컴퓨팅 공간 개념을 심는 것이다.
- ✧ 즉, 특정 기능이 내재된 컴퓨터가 환경과 사물에 심어짐으로써(embedded computing) 환경이나 사물 그 자체가 지능화되는 것에서부터 시작한다. 사물의 일부로서 사물 속에 심어진 컴퓨터들은 주변공간 형상(context)을 인식할 수 있고 공간 속에서 그 자체 또는 주변 환경과 사물들의 변화를 어느 정도 떨어진 거리에서까지 지각, 감시, 추적할 수도 있는 환경이 가능해진다. 산업시대의 첨단기술인 모터가 현재 눈에 보이지 않게 곳곳에 숨어 있는 것이 좋은 예가 될 수 있다.

유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)



기업 측에서는 고객 편의 증진을 위해 상품 복합, 기능 연계를 강화

- ◆ 디지털 Convergency가 IT산업의 화두로 부각되며 반도체-통신-가전 등 IT 제품이 하나의 기기로 융합해 새로운 개념의 제품이나 서비스를 탄생시킴(ex: 인터넷 냉장고)
- ◆ 최근 국내외 글로벌 기업들은 유비쿼터스 컴퓨팅을 시장의 대세로 인정하고 홈 네트워킹을 중심으로 기술개발에 돌입

유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)

2003년 국제가전박람회(ICES)에서 다양한 유비쿼터스 상품들을 소개

기업	제품	특성
M S	스마트 디스플레이	무선으로 집안 어디서나 인터넷 서핑, e메일 송수신 등이 가능한 10인치 평판의 분리형 모니터
소니	에어보드	집안 내 어디서나 TV를 보거나 인터넷에 접속할 수 있는 단말기
	룸 링크 시스템	무선으로 바이오 컴퓨터 또는 TV로 프로그램을 녹화하고 재생
삼성전자	미디어센터 PC	TV 프로그램을 하드 드라이브와 DVD에 저장하거나 인터넷 서핑, 음악 감상, 전화 송수신, caller ID 등을 무선조정 가능하게 한 Home AV Center
현대 자동차	차량정보 시스템	IBM, LG와 텔레매틱스 시스템을 장착한 자동차를 개발. 긴급구조, 차량추적, 위치안내, 뉴스 및 증권 정보, 이메일 등 인터넷으로 할 수 있는 모든 서비스 제공

유비쿼터스 시대의 기업환경

관련 상품에 대한 국가별 동향

유럽은 2001년에 시작된 정보화 사회기술계획(IST)의 일환으로 '사라지는 컴퓨팅 계획(DCI)'을 중심으로 유비쿼터스 혁명에 대한 대응전략을 모색

예) TecO가 개발중인 '미디어 컵 (Mediacup)

유럽

미국

IT혁명의 패권주자로서 미국은 국가 기관, 연구소 등을 통하여 유비쿼터스 혁명을 선도

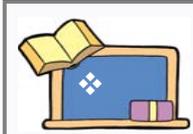
예) UC 버클리의 '스마트 먼지(Smart Dust), 스마트 태그 프로젝트, 옥시겐 프로젝트 등

일본

일본은 모든 일상 사물과 생활공간에 다양한 기능을 갖는 마이크로 컴퓨터 칩들을 탑재한 지적 물체(intelligent object) 개발에 전력하고 있음

유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)



방카슈랑스의 도입으로 금융서비스 영역에서도 복합 및 종합화가 진행

방카슈랑스란 은행(Banque)과 보험(assurance)을 합성한 프랑스어

- 고객
- 보험사
- 은행
- 기회
- 위험

은행 또는 증권사 창구에서 예금과 적금에 가입하듯 보험을 들 수 있어 편리

은행점포망을 통해 판매채널을 쉽게 확보할 수 있음

각종 수수료 수입을 늘릴 수 있는 이점이 있음

주로 보험설계사 등을 통해 상품을 팔아온 영업방식에 큰 변화가 예상되어 조직적 판매망을 갖추지 못한 외국계나 군소 보험사들엔 기회

국내 대형보험사들에겐 부담이 됨

유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)



고소득층을 대상으로 홈 네트워크, 텔레매틱스 등 편리를 지향하는 복합 IT 제품에 대한 관심은 꾸준히 증가

* 텔레매틱스(telecommunication + informatics) = 자동차 안에서 이메일을 주고받고, 인터넷을 통해 각종 정보도 검색할 수 있는 오토(auto) PC를 이용한다는 점에서 '오토모티브 텔레메틱스'라고도 함

- ◆ 인터넷 연결과 원격 제어가 가능한 가전 제품에 대한 관심이 증대됨
 - 유비쿼터스 개념이 적어도 집안에서는 충분히 구현될 것으로 기대
- ◆ 생생한 화면과 고음질 음향을 추구하는 수요자가 증가하면서 홈 엔터테인먼트 시장도 지속 성장할 것으로 기대됨
 - 소니의 플레이스테이션 2, MS의 X 박스 등은 CD 플레이어, DVD 플레이어의 기능과 함께 초고속인터넷 망을 통한 온라인 게임도 가능해짐

유비쿼터스 시대의 기업환경

상품과 상품의 결합(편리와 가격가치를 함께 요구)

‘홈 오토메이션을 기반으로 한 스마트 라이프가 현실화

- ◆ 홈 오토메이션 분야는 유비쿼터스 혁명의 초기진화 단계
- ◆ 도곡동 타워팰리스의 경우, 휴대폰, PDA로 집밖에서도 에어컨, 세탁기와 같은 전자제품과 가스밸브 등을 제어할 수 있음
- ◆ MS는 PC와 인터넷 이후 IT의 차세대 성장엔진을 홈네트워크로 결정하고
향후 ‘디지털 10년’을 이끌 핵심 주제로 ‘스마트 리빙’을 결정하였음

유비쿼터스 마케팅이란?

유비쿼터스 마케팅이란

□ 유비쿼터스 환경, 기술을 활용하여 고객에게 보다 가치 있는 서비스를 제공할 수 있는 마케팅 기법임

유비쿼터스 마케팅의 특징

- 1 ◆ 고객의 상황적 정보가 유용하게 활용되어 고객 만족을 제고할 수 있는 컨텍스트 마케팅 성격을 나타냄
◆ 주파수 인식 시스템인 RFID나 센서 네트워크 기술의 발전으로 고객의 시간 및 장소 정보뿐만 아니라, 고객의 행동을 감지하여 상황에 적합한 광고 및 서비스를 실시간으로 제공함
- 2 ◆ 고객들에게 편리하고 신속한 서비스 제공이 용이함
Ex) 스마트 태그(Smart Tag) - RFID로 실시간 위치 파악, 신속 정확한 배달로 효율적인 물류관리 가능(Wal-Mart, Tesco)
- 3 ◆ 고객과 기업, 기업과 기업의 협력이 강조되는 협력 마케팅 성격
◆ 기술의 발전 및 정보의 공유로 고객들의 참여가 업체에게 직접적으로 영향을 미치게 됨 (표준화의 문제)

유비쿼터스 마케팅 전략

정보제공을 통한
유비쿼터스 마케팅

- 고객의 needs가 발생하는 시점에 구매욕구를 자극할 수 있도록 효과적인 제안을 하는 것이 필요
- 기업이 파악하고 있는 고객의 속성과 주위 환경에 대한 정보까지 알 수 있으므로 맞춤형 제안이 가능

온/ 오프라인의
통합화된 채널을
통한 마케팅

- 유비쿼터스 네트워크 환경에서는 온라인과 오프라인의 경계가 낮아짐
- 온라인과 오프라인을 통합한 마케팅 전략을 구축해야 함
(ex: 모닝 365 -> 해피샵 운영, OB맥주)

커뮤니티를 통한
유비쿼터스 마케팅

- 네트워크와 소비자가 만나는 공간이 확장이 되면, 현실 공간의 제약을 뛰어넘는 커뮤니티가 형성됨
- 기업들은 커뮤니티를 통해 고객을 찾는 비용을 줄이고 고객의 소비성향을 파악할 수 있으며 현존하는 상품과 서비스에 가치를 더 할수 있음

유비쿼터스 마케팅 전략

정보제공을 통한 유비쿼터스 마케팅 사례



- ‘유니레버(Unilever)사는 유럽에서 휴대 전화를 통해 조리법과 그 재료에 대한 정보를 제공하는 서비스를 개발
- 고객이 필요로 할 때 바로 그 자리에서 메시지나 정보를 전달할 수 있음

유비쿼터스 마케팅 전략

온/오프라인의 통합화된 채널을 통한 마케팅 사례



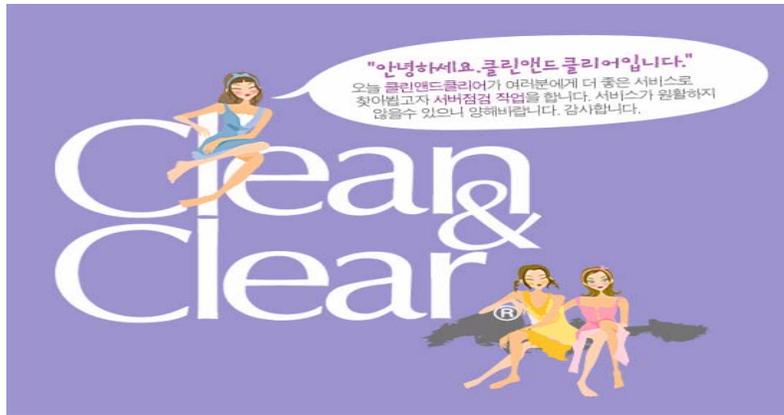
- ‘모닝 365(morining365.co.kr)사’는 국내 지하철 25곳에 해피샵을 운영
- 인터넷 상에서 구매한 상품들을 배달뿐만 아니라 고객이 직접 편한 시간에 오프라인 매장을 방문할 수 있도록 함

- ‘OB맥주’는 2003년 4월에 실시한 시음회에서 첨단 통신장비를 이용해서 휴대폰을 통한 문자메시지와 인터넷 광고를 통해 캠페인 실시
- 시장점유율이 10%이상 증가하는 폭발적인 결과를 거둠



유비쿼터스 마케팅 전략

커뮤니티를 통한 유비쿼터스 마케팅 사례



- ‘존슨앤존슨’사는 십대 소녀들의 온라인 커뮤니티의 문을 두드리면서, 적극적인 홍보에 성공
- 십대들에게 무료 피부 분석과 견본 화장품을 제공하는 동시에 친구들끼리 온라인 음성 편지 서비스를 무료로 제공
- 가치와 정보를 함께 제공하는 캠페인으로 성공을 거둠

- ‘야마하’사는 네트워크 상에서 음악 오디션을 실시하는 커뮤니티 사이트를 운영
- 오디션 참가자들을 일반 소비자 커뮤니티가 심사를 하여 자발적인 소비자의 참여 유도
- 기업 홍보 효과 및 매출액 향상에 큰 기여



유비쿼터스 마케팅 전략

컨버전스 마케팅 - 편리와 가격가치를 함께 요구

전략 고객중심의 컨버전스 마케팅을 실현해야 함

1 상품기획의 중심을 상품위주에서 소비자 생활패턴 중심으로 전환해야함

❖ 기업의 생산 효율성이나 이익증진을 위한 상품연계가 아닌, 소비자의 생활 편의 개선을 우선시하는 상품연계가 필요함

예) ‘화장품 냉장고’, ‘김치 냉장고’의 경우 고객의 잠재 니즈가 아닌 기술적인 측면만을 고려하였다면 탄생하지 못했을 것임



[화장품냉장고]노블리안 MCRS-700

소비자가격	: 239,000원
판매가격	: 215,100 원

유비쿼터스 마케팅 전략

컨버전스 마케팅 - 편리와 가격가치를 함께 요구



1 상품기획의 중심을 상품위주에서 소비자 생활패턴 중심으로 전환해야함

❖ 고정관념에서 벗어난 소비자 삶의 질을 향상시킬 목표로 생활의 불편요소를 파악하고 감소시킬 수 있는 획기적인 아이디어 수집을 일상화 해야 함

	뚜껑식	서랍식
장점	뚜껑이 상단에 있으므로 냉기 단속이 잘 된다. 내부의 냉기를 직접 전달하므로 에너지 소모가 적은 편이다.	위쪽, 옆쪽 공간을 활용할 수 있다.
단점	아랫쪽의 용기를 꺼내려면 위쪽의 용기까지 꺼내야 하는 불편함이 있다. 뚜껑 위쪽의 공간 활용이 좋지 않다.	서랍을 열었을 때 양쪽으로 냉기가 빠져 나오므로 에너지 소모가 많은 편이다. 무거운 김치를 넣은 서랍을 열었을 때, 서랍이 앞으로 쏠릴수 있다.

	직접 냉각 방식	간접 냉각 방식
특징	저장되는 통 자체를 모두 차갑게 한 뒤 내부의 김치독이 냉각되는 방식. 주로 뚜껑식의 냉장고에 적용되는 방식	냉각기에서 fan으로 차가운 공기를 강제적으로 뿌리는 방식. 주로 서랍식 냉장고에 적용되는 방식
장점	야채 등의 수분 증발이 거의 없다.	성애가 없다. 냉각 속도가 빠른 편이다.
단점	냉각 속도가 늦다. 성애가 짊 수 있다.	수분 증발이 많고, fan에 의한 소음이 있을 수 있다.

유비쿼터스 마케팅 전략

컨버전스 마케팅 - 편리와 가격가치를 함께 요구

2

공동 마케팅 및 통합브랜드 전략으로 시장을 확장하고 고수익을 창출함

- ❖ 전략적 제휴, 기업간 수평적 연합 등을 동원하여 상대업체의 우수역량을 도입하고
상품개발 및 마케팅 전략 수립에 협력함
 - ❖ 목표고객 특성이 유사한 이종업체들도 공동 홍보전략으로 브랜드 인지도와
이미지를 향상하는 등 시너지를 창출함
- 예1) 자동차 회사 아우디는 담배회사 다비도프와 손을 잡고 자동차 전시장에서
시가를 전시하여 비슷한 기호를 가진 고객들의 사교를 도모함
- 예2) 제약업체 노바티스는 주 고객인 의사 회원들에게 메리세데스 벤츠 시승
기회를 제공하면서 상품소개와 고객정보를 효율적으로 수집함

유비쿼터스 마케팅 전략

컨버전스 마케팅 - 편리와 가격가치를 함께 요구

2 공동 마케팅 및 통합브랜드 전략으로 시장을 확장하고 고수익을 창출함

유통가 '제휴마케팅' 붐... 유명브랜드 제조사와 제품 공동개발·독점판매

- ❖ 자사제품용기 바꾸니 돈되네=차(茶)류를 전문적으로 제조하는 중소기업 당터는 최근 자사 제품용기 대신 밀폐용기 락앤락을 사용해 포장한 '복숭아티 락앤락'과 '레몬티 락앤락'을 출시했다. 주부들 사이에 선풍적인 인기를 끌고 있는 락앤락 용기를 사용해 매출을 늘려보자는 회사측 아이디어는 맞아 떨어져 이 제품을 이마트에 선보인지 1주일만에 1만개 이상 팔려나가는 기염을 토했다.
- ❖ 평소 한달 평균 판매량보다 10배 이상 늘어난 것. 더구나 립톤·네스티 등 메이저 브랜드 틈바구니에서 무명의 중소기업체가 약진한 결과여서 더욱 눈길을 끌고 있다.
- ❖ 이는 주부들에게 대중적 인지도를 확보하고 있는 락앤락과의 제휴를 통해 가능했던 일. 락앤락도 불황 탓에 주부들의 밀폐용기 구매가 줄어드는 상황에서 직접판매방식을 고집하지 않고 제조업체와의 협력을 통해 매출을 극대화하는데 성공했다.
- ❖ 고객 역시 아이스티와 밀폐용기를 한번에 구입, 불필요한 지출을 막게 돼 일석이조의 효과를 누렸고 제품 판매가 늘면서 제품을 유통하고 있는 이마트도 수익이 올랐다.
- ❖ 불황이 깊어질수록 불황 탈출 기폭제로 제조·유통업체와 소비자가 모두 윈-윈할 수 있는 마케팅 전략이 불을 뿜을 것으로 전망된다.

유비쿼터스 마케팅 전략

컨버전스 마케팅 - 편리와 가격가치를 함께 요구

3 상품 연계 가능성을 염두해 두고 미래 지향적인 상품개발을 시도해야 함

❖ 현재 이슈가 되고 있는 유비쿼터스 제품이 히트하기 위해서는 참신한 기능과 편리성 안전성, 낮은 소비 전략 등이 필수

유비쿼터스
제품의 히트조건

- 전략 1 종전에 없던 사용방법, 기능으로 의외성을 가져야 함
- 전략 2 많은 정보를 보고 활용하기 편리해야 함
- 전략 3 네트워크로 다른 기기에 연결되기 때문에 보다 강력한 안전기능요구
- 전략 4 장시간 사용하기 위해서 소비전력이 적고 2차 전지를 채용하는 등 신규 테크놀로지 응용을 필요로 함

유비쿼터스 마케팅 전략

콜레보러티브 마케팅 - 소비자와 함께 만드는..

Collaborative Marketing

상품의 기획개발 단계 등 최종생산의 전단계에서 기업이 소비자와 협조해 소비자의 참여를 높이고 맞춤 제품 등을 공급해서 로열티 높은 고객을 구축하는 것

네트워크화 진전

- 제품디자인이나 브랜드 컨셉까지 소비자와 공유하는 것이 가능
- 소니, 나이키, 마츠다에서 도입하고 있는 BTO(Built to Order) 시스템

결과

고객 만족

- 자신만의 개성 표출이 가능
- 높은 프리미엄 제공
- 상품에 대한 애착심 증대

유비쿼터스의 과제

- ◆ 유비쿼터스 사회에서는 사람들이 생활영역 곳곳에 무수히 많은 센서와 센서네트워크로 연결되어 상호작용을 함
- ◆ 컴퓨터가 서로간의 교신을 원활하게 하고 범용 네트워크를 실현할 수 있는 범용 표준통신규격에 대한 과제를 선행하여 연구할 필요성이 있음

유비쿼터스의 과제

컴퓨터의 증가에 따른 어드레스 부족의 심각화

유비쿼터스 사회에서 네트워크에 연결되는 것들



유비쿼터스 사회에서 사용되는 어드레스 수는 비약적으로 증가한다

- ❖ 네트워크와 연관된 여러 제품들의 칩을 내장하는 과정에서 어드레스의 부족이 심각한 문제로 대두
- ❖ IPv6개발로 어느 정도 해결책은 제시된 상태이나 이를 이용해 언제부터 어떤 방식으로 구현할 것인지는 여전히 숙제로 남겨져 있음

유비쿼터스의 과제

광대한 정보량을 충족시킬 밴드폭 확보 문제

정보량의 증가에 따른 인프라가 요구되고 있다 !

- ❖ 여러 전자기기들의 네트워크화가 가능하게 되면 네트워크를 통해 오가는 정보의 양은 비약적으로 증대된다.
- ❖ ‘친인간적인 컴퓨터 환경’을 실현하기 위해 음성이나 화상, 영상을 구사한 인터페이스가 증대되므로 네트워크의 밴드폭을 확대할 필요성이 대두된다.

브로드밴드	장 점	단 점
CATV	풍부한 콘텐츠와 지역에 밀착한 정보제공	이용자는 지역별 케이블 업체만을 선택해야 하는 등 선택의 폭이 좁고 공사비가 상대적으로 비싸다
ADSL	기본 전화회선을 이용하여 설치비용이 저렴하다	성능면에서 다른 브로드밴드에 비해 떨어져 결국 다른 것으로 대체될 것으로 전망된다
광케이블	압도적인 대용량 고속 통신 가능	아직 본격적인 보급이 이루어지지 않고 있다

유비쿼터스의 과제

시큐리티와 프라이버시

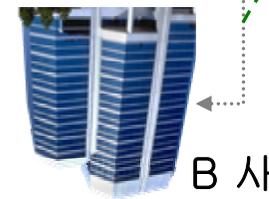
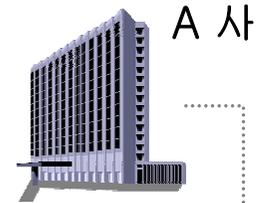
A씨 패스워드를 이용해 물건을 구매해야지.



A씨로부터 구매주문이 접수되었습니다.



ID 도용 및 부정 이용



라이벌 업체의 정보를 입수했다!!



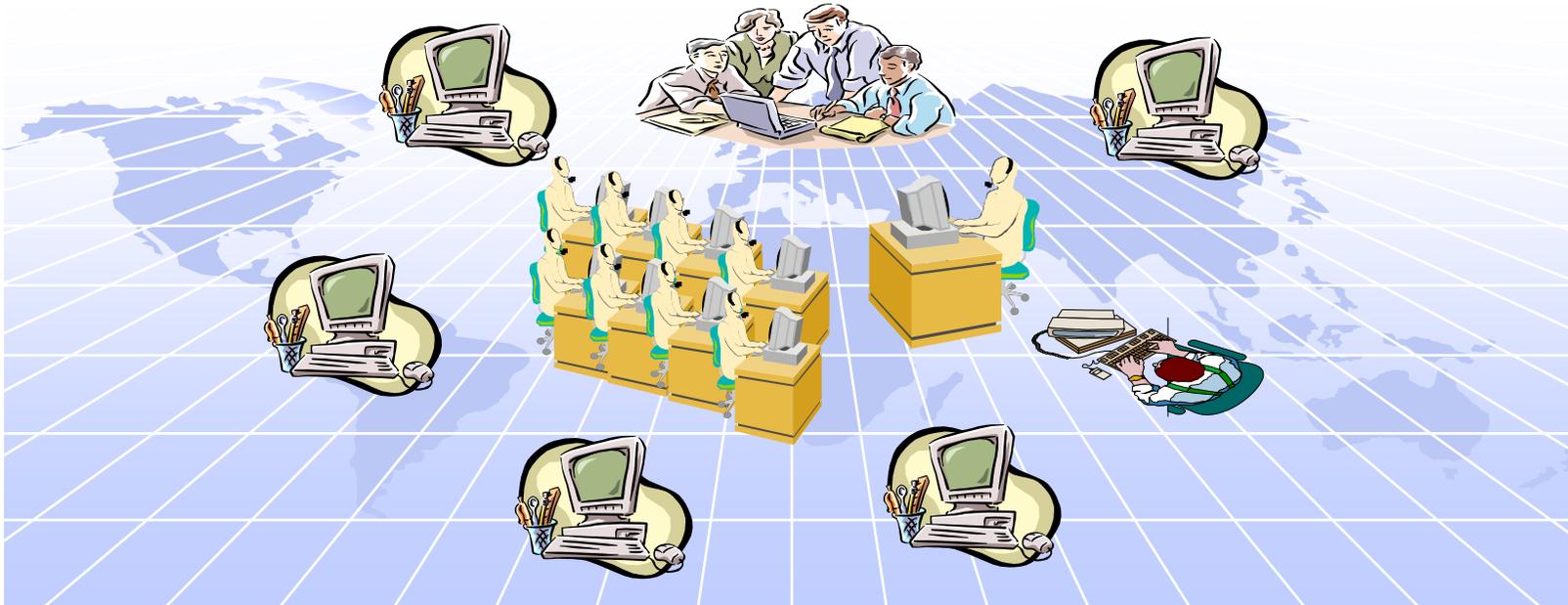
C 사 직원

도청

- ❖ 컴퓨터와 친화된다는 것은 곧 나의 정보도 쉽게 유출될 수 있음을 의미
- ❖ ID도용이나 도청 등 위협요소마다 인증기술, 암호화 기술, 전자서명 등의 기술을 개발
- ❖ 비용 효과적인 시큐리티 기술 도입 실현

유비쿼터스의 과제

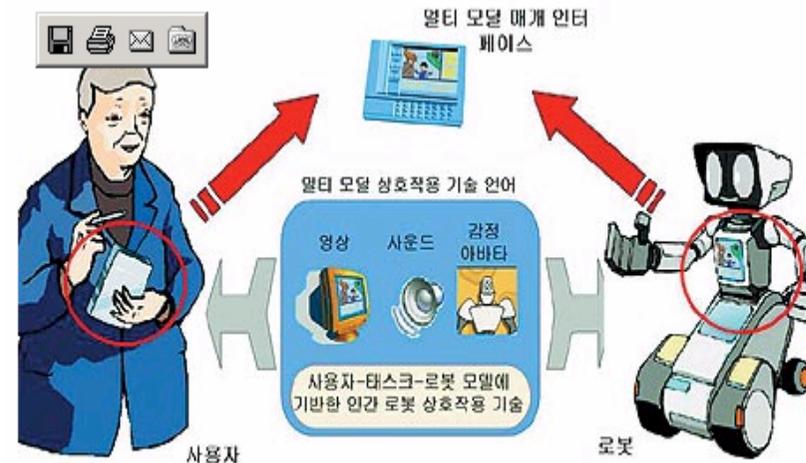
인간의 라이프스타일 문제



- ❖ 어디에서든 컴퓨터를 사용할 수 있는 편리한 사회가 되면 인간은 컴퓨터에 의존함
- ❖ 컴퓨터의 고장이나 결함 발생시 여러 가지 다양한 문제 발생
- ❖ 새로운 기술혁신과 장애가 발생했을 경우 이에 대응하는 보완책을 확보하는 등 네트워크의 신뢰성을 높이는 대책이 필요함

포스트 유비쿼터스의 세계는 ?

제 4 의 물결은 무엇이 될것인가?



로봇이 인간의 감정까지 파악해 상호작용을 하기 위해선 영상 음성 냄새 촉감 등 다양한 정보를 습득해 활용하는 기술, 즉 '멀티모달 인터페이스' 체계가 필수적이다.

컴퓨터가 인체 속으로 들어가는 시대?

- 웨어러블 컴퓨터(옷처럼 입는 컴퓨터)개념이 도입
- PC는 PDA크기의 포켓 컴퓨터 개발
- 먼훗날에는 인체 속에 컴퓨터 칩이 들어갈 수도 있음

포스트 유비쿼터스의 주역은 '로봇'!

- '어디서든지 컴퓨터'의 실현은 스스로 움직이는 로봇의 개발과 더불어 더욱 진보될 전망

포스트 유비쿼터스의 세계는 ?

Reverse Marketing



- ❖ 편리한 환경, 그리고 건물로 둘러 쌓인 도시환경을 벗어나 힘든 체험을 사서 하는 새로운 마케팅 환경이 조성
- ❖ 유비쿼터스 환경의 도래로 모든 사회가 네트워크화 되고 전자화되었지만, 그러한 곳에서 벗어나서 조용하게 지내고 싶어하는 사람을 위해 휴양이나 여행산업이 틈새 시장으로 부흥할 수 있음