소셜 웹 시대, 마케팅의 미래는?

미래를 지배하는 식스픽셀
미치 조엘 | B.O

식스픽셀이란 무엇인가?

이 책은 인터넷을 통해 새로운 트렌드가 생겨나고 이를 활용하여 어떤 방법으로 온라인 마케팅에서 최고의 효과를 낼 수 있는지를 안내해 주는 책이다. 비즈니스를 시작하는 사람이든 아니면 이 세계에 뛰어들 준비를 하는 모든 사람에게 인터넷이라는 공간에서 인맥을 구축하고 이를 활용할 수 있는 로드맵을 자세하게 그려주고 있다.

1967년 하버드 심리학과 교수 스탠리 밀그램은 여섯 명만 거치면 전 세계 사람들이 모두 연결된다는 '여섯 다리의 법칙Six Degrees of Separation' 을 발표했다. 최대 여섯 명만 거치면 누구와도 연결할 수 있다는 이론으로, 오랜 시간 동안 여러 나라의 다양한 사람들에 의해 실험되고 다듬어졌으며 사랑과 관심을 받았다. 1994년 케빈 베이컨 게임이라는 이름으로 사람들의 큰 관심을 끌기도 했지만 현재는 인터넷과 모바일만 있으면 여섯 단계를 거칠 필요 없이 클릭 한번으로 쉽게 사람과 정보에 연결을 할 수 있게 되었다. 이 개념에 빗대어서 인터넷의 등장으로 웹과 그 이전 세대는 완전히 다른 방식으로 커뮤니케이션이 이루어 진다는 개념으로 미치 조엘은 이를 '식스 픽셀의 법칙Six Pixels of Separation'이라 명명하게 된 것이다. 즉, 마우스 포인터처럼 작은 픽셀 단위로 세계와 사람을 연결할 수 있게 된 시대에 살게 되었으며, 이를 인식하고 활용할 줄 알아야 미래에 대비할 수 있다는 의미로 해석할 수 있다.

블로그와 미코노미

블로그는 이제 너무 유명한 매체라서 덧붙여 설명할 필요가 없을 정도이다. 블로그가 등장한 이후로 인터넷 세상에서는 많은 변화가 생겨났으며, 국내 또한 그런 변화를 쉽게 체험할 수 있게 되었다. 블로그와 같은 다양한 웹 2.0 미디어가 등장하면서 매스 미디어의 역할에서 벗어나서 개인 중심의 경제가 발달하게 되었다. 김태우의 『미코노미 (Me + Economy) 』라는 책에서 이와 관련된 내용을 본격적으로 다루고 있으며, 이미 많은 책에서도 언급이 되어 있다. 이제 스타는 TV와 같은 대중 매체만이 아닌 블로그와 같은 웹 미디어를 통해서도 탄생을 하고 있다. 유명한 요리 블로거와 디지털 제품 블로거, 스포츠, 자동차 등 다양한 분야에서 막대한 영향력을 행사하는 블로거들이 그들이다. 국내에서도 많은 기업과 전통매체들은 그런 블로거들의 영향력을 인정하고 이를 적극적으로 활용하려는 움직임을 보이고 있다. 미국의 경우는 허핑턴 포스트라는 블로그는 정치, 경제 등의 분야에서 전통적인 세계 유수의 매체를 제치고 막강한 영향력을 행사하고 있는데, 이는 블로그와 새로운 미디어의 역할을 단적으로 보여주는 예라고 할 수 있다.

소셜 미디어의 폭발적인 성장

마이스페이스와 페이스북이 이끌고 있는 소셜 넥트웍 사이트와 함께 유튜브와 같은 미디어의 등장으로 인터넷 세상은 급격하게 변화하고 있다. 이미 우리는 '싸이월드'를 통해서 지인 네트웍의 힘을 체험한 바가 있으며 해외보다 앞서 소셜 네트웍을 만들고 이끌었던 경험이 있다. 안타까운 점은 싸이월드가 단순히 일촌을

맺고 이를 이용해서 친목을 도모하는 정도 수준에 머물렀기에 세계적인 서비스로 거듭나지 못했다는 점이다. 이와 유사한 개념으로 출발한 마이스페이스와 페이스북은 이를 뛰어넘어 인맥을 다양한 방식으로 확장하는데 성공을 했다. 현재 세계 1 위의 소셜 네트웍 서비스인 페이스 북은 최근에 구글의 트래픽을 넘어서는 성과를 달성하기도 했다. 페이스북 혹은 마이스페이스가 단순히 친목만을 목적으로 서로 연결되고 확장되었을까? 그렇지는 않다. 다양한 관심과 주제를 가지고 이를 참여와 공유를 통해서 나누고 서로에게 이익을 줄 수 있다는 신뢰가 있기에 현재처럼 성장을 거듭하고 있는 것이다.

웹 2.0의 정신인 개인의 참여와 공유는 그 자체로 신뢰 경제를 구축하고 있다. 전통적인 매체가 가지고 있는 권위와 이를 기반으로 한 신뢰는 심각한 도전을 받고 있다. 개인이 제공하는 정보, 지식의 효용성과 진실성에 대해 의구심을 가지고 있겠지만 이미 그러한 오류를 자정 할 수 있는 능력을 가지고 있다는 점을 간과해서는 안 된다. 대표적인 집단 지식 사이트인 '위키피디아'의 경우를 보더라도 수많은 참여자들이 수정에 수정을 거듭하며 올바른 정보와 지식을 공유하고 있다는 사실이 이를 증명하고 있다. 이는 디지털 마케팅에 있어서도 결코 간과해서는 안 된다. 저자는 이 책을 통해서 관련 내용을 설명하고 있다. 신뢰 경제 하에서는 개인이나 기업이 영리의 목적으로 타인을 이용하거나 이를 조작할 수 없다는 점을 인지하고 있어야 한다. 인터넷에서의 잘못된 행동은 영원히 디지털로 저장되고 있으며 누군가에 의해서 쉽게 전파될 수 있기에 조심스럽게 접근해야 한다.

YOU, 1인 미디어

2006년 타임지는 올해의 인물로 'YOU – 당신'을 선정하였다. 유튜브의 등장과 함께 쉽게 자신만의 동영상을 만들고 이를 통해 전세계의 사람과 쉽게 만날 수 있고 수많은 스타를 만들어 내기도 했다. 이는 현재까지도 유효하다. 타임지의 선정은 미래를 정확하게 읽는 선견지명을 발휘한 것이다. 아이러니 하게도 이런 사실을 기사화 했던 많은 언론사와 잡지사들이 어려움을 겪고 있다. 기업은 이제 매스 미디어에 의존하는 마케팅 방법으로는 생존할 수 없다. 더 이상 기업이 원하는 메시지를 매스 미디어를 통해서 전달할 수 없게 된 것이다. 하나의 개인, 혹은 브랜드가 중심이 되는 1인 미디어의 영역을 적극적으로 개척해야 한다. 이는 블로그가 될 수도 있고, 페이스북이 될 수도 있다. 또는 트위터에 계정을 개설하거나 수 많은 연결을 창출해 낼 수가 있을 것이다. 과거의 인터넷 커뮤니티가 일정 부분해오던 역할이 이제는 웹 2.0의 미디어들이 보다 강력한 도구로 등장하게 된 것이다. 아무리 거대한 기업이라도 브랜드 하나에는 하나의 아이디로만 존재하게 된다. 개인과 기업은 결국 1대 1로 연결되므로, 기업은 브랜드 구축을 위해서 이전과는 다른 방식을 취할 수 밖에 없다.

오프라인 상에서 구축한 브랜드가 온라인에서 그대로 통하리라는 믿음은 버려야 한다. TV의 광고보다 구글 검색의 첫 페이지를 차지하는 것이 사업에 도움이 되는 시대가 되었다. 브랜드를 구축하고 하는 개인과 기업은 웹 2.0의 다양한 도구들을 이용하여 정보를 제공하여 끊임없이 연결하고 신뢰를 바탕으로 컨텐트를 제공할 때에만 구축이 가능하다.

실시간 웹으로 진화한다!

많은 전문가들에 의해서 올해 인터넷의 중요한 트렌드로 실시간 웹이 선정되었다. 모바일 기술이 발전하고 아이폰과 같은 스마트폰의 보급으로 말미암아 이제 웹은 실시간으로 수많은 정보가 오고 가는 시대로 접어

들었다. 트위터의 폭발적인 성장과 함께 실시간 웹의 위력은 이미 세계 곳곳에서 나타나고 있다. 허드슨강에 불시착한 비행기에 대한 사진과 소식을 제일 먼저 전하기도 했으며 이란에서의 반정부 시위를 주도하기도 했다. 이런 실시간성과 폭발성을 인식한 중국 정부는 정책적으로 중국 내에서 접속을 금지시켜 놓고 있기도 하다. 개인과 기업은 잘못된 실수를 저지르게 된다면 이는 곧바로 많은 사람에게 전파가 될 수 있음을 알아야 하며 이를 대처할 수 있는 방법을 준비하고 있어야 한다. 트위터에 계정을 개설해서 실시간으로 정보를 제공할 수 있어야 하며 신속한 반응을 할 수 있는 만반의 준비를 하고 있어야 한다. 국내의 기업들도 트위터를 통해서 해외 고객이나 국내 고객의 말에 귀를 기울이기 시작했으며 이를 통해 다양한 마케팅도 진행 중에 있다.

식스 픽셀에서 주장하는 디지털 마케팅은 이전과는 다른 방식으로 웹 2.0의 미디어를 활용해야 한다는 점이다. 모바일과 실시간 웹의 중요성에 대해서는 크게 언급되어 있지는 않지만 같은 맥락에서 중요하게 인식하고 있어야 한다. 트위터의 유명한 고기 바비큐의 성공은 단순하지만 모바일과 실시간성이 어떻게 비즈니스에 영향을 미치고 있는지를 증명하고 있다. 우리 나라 기업들도 인식이 많이 바뀌고 있기는 하지만, 웹이라는 공간이 실세계에 미치는 영향이 단편적일 것이라는 생각을 아직도 하고 있기도 하다. 그 기저에는 충분히 준비할 시간이 있을 것이라는 계산도 깔려있다. 국내의 상황이 해외의 상황과 많이 다른 것도 현실이지만, 국내의 시각으로만 바라 보면 안 된다. KT에서 출시한 아이폰은 이동통신사와 핸드폰 제조사를 변화시켰으며 조만간 해외와 동일하게 실시간 웹의 중요성은 더욱 증대가 될 것이다. 비즈니스는 이제 한 순간도 방심할 수 없는 실시간의 세계에 접어든 셈이다. 소셜 미디어와 실시간 웹을 제대로 이해하는 개인과 기업만이 확실한 브랜드를 확립하고 미래의 생존에 유리한 고지를 점령하게 될 것이다.

신성석 (NHN㈜ 글로벌 게임산업부 팀장)