



## **<Web is Dead> 논쟁과 관련 트렌드**

### **□ 들어가기**

- 미국 Wired지 2010년 9월호의 “Web is Dead“라는 커버스토리는 Facebook과 애플을 필두로 한 모바일 앱의 폭발적인 성장으로 인터넷 자체가 점점 그 기반이 축소된다는데 전제를 둠

### **□ 소비자 트렌드**

- 개인
  - 최근 미국 네티즌들의 하루 일상은 스마트폰 애플리케이션 중심으로 돌아가고 있으며, 많은 사용자들이 자신의 기호에 맞는 어플리케이션을 선택하고 있다고 함
  - 최근 트위터는 사용자의 46%가 꾸준히 모바일을 통해 접속을 하고 있으며, 신규가입자의 16%는 모바일 디바이스로만 트위터를 이용하고, 음악 스트리밍 서비스 1위 업체인 Pandora 역시 절반 이상의 트래픽을 아이폰 등 모바일 어플리케이션을 통해 받고 있음
  - 이런 소비자 행동 변화는 단순히 기업들이 어플리케이션을 만들어야 한다는 점 이상을 시사하고 있음
  - 이는 소비자들이 개방된 웹에서 브라우저를 필요로 하지 않는 인터넷 플랫폼으로 이주하고 있으며, 기존의 핵심 인터넷 비즈니스 모델인 광고와 검색 등에도 큰 변화를 요구할 것이라 말함

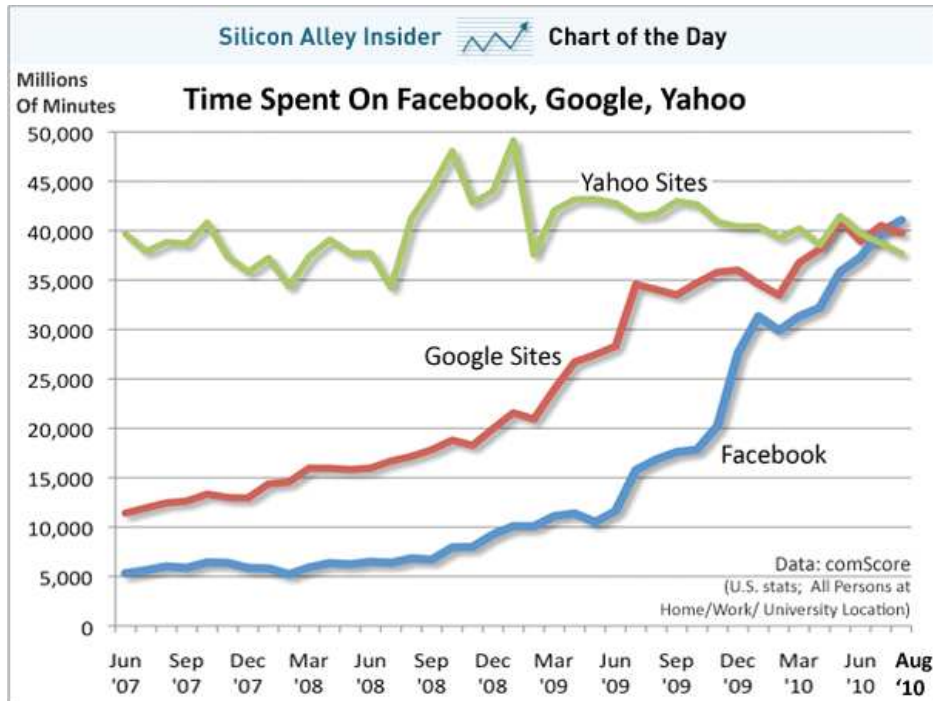
- 애플리케이션 환경에서는 인터넷 문서의 표준인 HTML [Hyper Text Markup Language]이 지배하지 않으므로, 페이지별 랭킹에 기반을 두고 검색하고 광고 단가 (즉, 사이트의 가치)가 매겨지는 Google등의 모델도 무관해진다고 함
- 기업
  - 많은 기업/ 브랜드로써도 단순히 유료 애플리케이션을 판매하거나 광고 경험을 최적화할 수 있는 플랫폼에서 돈을 벌기가 더 간단하므로, 이러한 트렌드는 가속화되고 있음
  - 온라인 소비자의 가치가 그다지 높지 않다는 평가 역시 계속 보고되고 있음. (2009년 ComScore 리서치에 따르면, 광고를 한 번이라도 클릭해 본 사용자는 16%, 단 8% 사용자가 모든 광고 클릭의 85%를 차지)
  - 블로그, 페이스북, 트위터 등 사용률이 늘어나면서 유저 생성 콘텐츠가 다른 곳에서 유통되기 때문에 웹에서 뉴스와 같은 주요 프리미엄 콘텐츠의 평균 CPM은 상승이 아니라 하락 중이며, 따라서 브랜드 구축의 회의적 시각이 대두되고 있음
  - 또한, 디지털 미디어, 광고 대행사, 브랜드 관계자들 사이에서 디지털 미디어 예산의 재분배가 화두가 되고 있음
  - 모든 브랜드가 웹 사이트가 있어야 한다는 생각은 버리고, 그저 페이스북 팬페이지 같은 스트림으로만 존재하는 것이 더욱 효과적이라는 결론
  - 이는 도메인, 호스팅, 웹디자인 등을 위한 추가 비용도 거의 없으므로 웹과 달리 아주 구체적으로 고객/ 팬들에 대한 정보를 파악할 수 있기 때문임

## □ Facebook? Facebook!

- 5 억 명의 사용자를 넘어선 사상 최대의 사이트 페이스북은 웹=페이스북이라도 해도 좋을 만큼 그 성장을 이어가고 있음
- 페이스북은 소셜 네트워크로 회원 가입을 하지 않으면 이용할 수

없으며, 따라서 구글과 같은 검색 엔진의 결과에서도 보이지 않음

- 이와 같이 “단한 시스템”에 대해 업계 전문가들은 웹의 진보에 반한다는 비판을 표하기도 했으나, 9월 comScore의 최신 미디어 통계에 따르면, 최초로 사이트 체류시간 기준을 페이스북이 구글을 제친 것으로 밝혀짐



Facebook Passes Google In Time Spent On Site For First Time Ever

- 페이스북은 한국에서도 최근 그 성장세를 무시할 수 없을 만큼 세계적인 웹 자체가 되고 있음
- 즉, 페이스북 내부 검색만으로 이미 그 시장 규모가 무시할 수 없는 규모이며, 나아가 페이스북은 Like 횟수를 바탕으로 자체 검색 결과에 우선순위를 매기는 것을 시험하고 있다고 함
- 따라서, 사이트 간 링크 빈도 등에 기반을 둔 구글의 검색 결과와 다소 유사한 접근이면서도 와해성 혁신으로 작용할 수 있다고 함
- Facebook Like는 페이스북의 성장에 공헌한 피쳐로 어느 사이트/페이지/콘텐츠든 Like 버튼을 추가함으로써 Like를 클릭할 경우 페이스북 내 친구들에게 자신의 선호를 공유할 수 있는 구조



- 일부 사이트는 Like 채택 후 페이스북을 통한 트래픽 유입이 10배 이상까지 늘어 하나의 표준으로 확산되고 있음

## □ 웹의 자연적인 성숙

- 웹이 미디어로 자리 잡은 지 18년이 지나면서 브라우저 앞에서 한 세대가 자라났고, 이들은 자신에 웹에서 무엇을 해야 할지 정확히 알고 있음
- 웹 분석 기업인 Compete에 따르면, 미국 상위 10개 웹사이트가 2001년 웹 트래픽의 31%를 차지하였는데, 2006년에는 40%, 2010년에는 75%를 차지하면서 더 이상 네티즌은 ‘웹서핑’을 하고 시간을 보내지 않는 것으로 나타남
- 네티즌들은 정확하게 자신이 방문해야 할 몇 개의 목적지를 알고 있으며, 이는 사용 경험이 만족스러울 경우 바로 관련 어플리케이션으로 이주가 가능할 것이라고 함
- 웹의 옹호자들은 웹 코드의 최신 버전인 HTML5에 기대하고 있으며 이는 개방형 방식의 브라우저상에서 어플리케이션처럼 깔끔한 인터페이스와 반응성을 제공할 것으로 전망
- 윈도우보다 나은 Linux가 될 수 있을지 지켜봐야 할 것이며, 현재 업계 내에서는 폐쇄형 플랫폼 모바일 앱/ 페이스북 등에 줄을 서고 있으며 그 규모는 날마다 커지고 있음

이 보고서를 작성한 Woo Sung An 은 현재 UCLA Anderson 에서 MBA 전공, 디즈니 인터랙티브 파트에서 수련중이며 NBC Universal, NC Japan 근무 경험을 보유하고 있음