

인터넷 시장과 골드뱅크의 발전



Gold Bank

www.goldbank.co.kr

1. 인터넷 비즈니스 현황과 전망

□ 시장 현황 및 성장 전망

□ 발전 방향

2. 골드뱅크 소개 및 Vision

□ 연혁 및 사업현황

□ Vision

3. 인터넷 비즈니스 성공 요인 및 유망 분야

□ 골드뱅크 성공 요인

□ 인터넷 비즈니스 유망 분야

1. 인터넷 비즈니스 현황과 전망

1) 인터넷 시장 현황과 전망

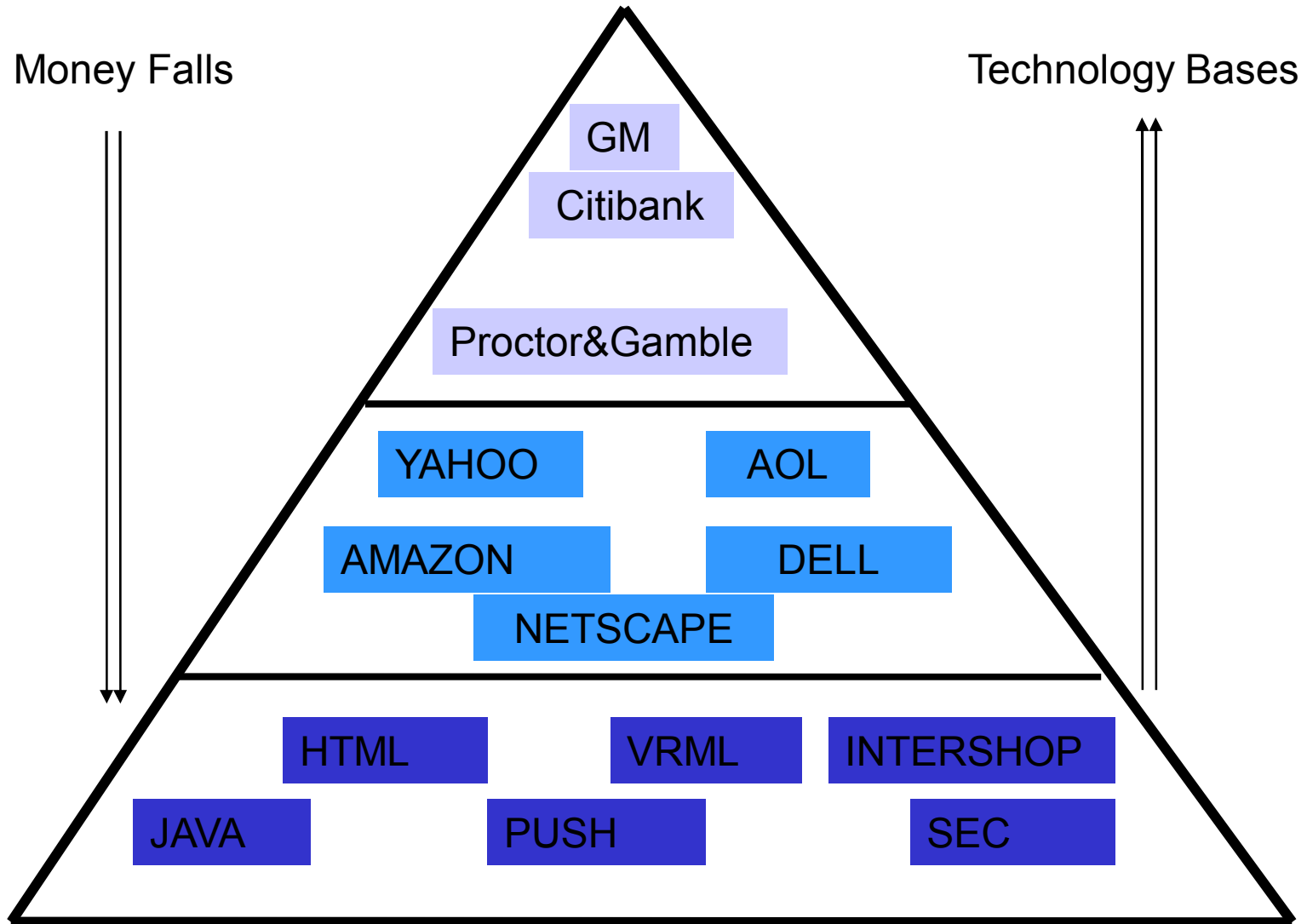
인터넷 이용자 현황

	1996	1997	1998	2000	연평균성장률
인터넷이용자(국내)	70만명	120만명	200만명	409만명	
인터넷이용자(세계)	4천8백만	6천8백만명	1억명	1억8천만명	
국내(억원)	14	70	150	614	157%
세계(백만달러)	518	1,196	2,371	6,570	89%

2) 인터넷 User의 전자상거래 Profile

구분	1997	2002
인터넷 User 대비 전자상거래 이용 경험율	27%	40%
전자상거래 이용자수(명)	1천8백만명	1억2천8백만명
연간 전자 상거래에 쓰는 비용(USD)	548	1,289
연간 B to B 전자 상거래 비용(USD)	2,175	6,240
Web을 통한 주문 및 결제 비율	62%	79%

3) 인터넷 사업 구도



1) 인터넷 시장 최근 구도

I. 전자 상거래 시장 성장

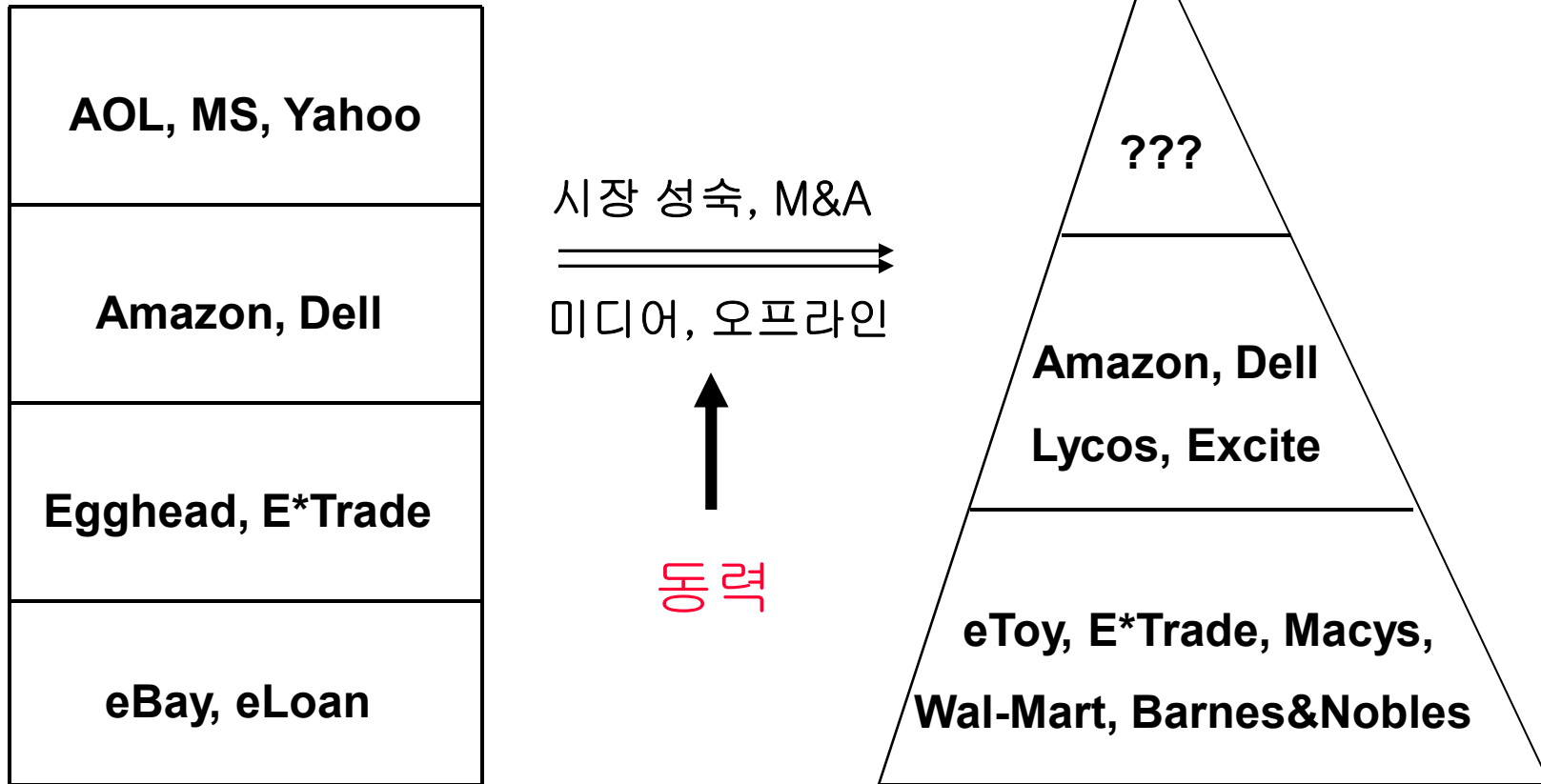
II. 광고 시장의 상대적 위축

III. Portal들의 상거래 시장 본격 진출

IV. 종합 인터넷 서비스 회사 등장
(All-In-One Service, Community, Hub등)

V. 신 마케팅 및 기술 등장

2) 미국의 인터넷 시장 구도 전망



태동기, 성장기

안정기, 전환기

3) 인터넷 시장 태동기, 성장기

- 시장 진입 용이
- 무수한 틈새 시장 존재
- 업종별 경쟁 구조
- 신기술 및 신개념 등장
- 손실이 매출 초과

“ 인터넷이 본격화 하기 시작한 95년부터 98년 말까지 모습으로서, Portal은 주로 Portal끼리 경쟁, 상거래 사이트는 사이트끼리 경쟁 하는 단계. 투자가 활발히 일어나고 상대적으로 시장 진입 저해 요소가 적음. 신기술, 신분야가 개척되고 그 것들의 생명이 짧은 시기 ”

4) 인터넷 시장 안정기, 전환기

- Portal 내 M&A
- 상거래 기업 M&A
- 상거래 기업 Portal 인수
- Portal 상거래 기업 인수
- 입체적 경쟁
- 대 미디어사 본격 진출
- 피라미드 구조 완성
- 혁신 기술 및 아이디어 등장

“ 이 시기의 가장 독특한 특징은 Portal, 상거래 기업, 오프라인 대규모 유통업자들이 서로 상거래 주도권을 놓고 입체적인 경쟁을 벌인다는 것. M&A를 통해 거대 기업 2~3개가 전체 인터넷 시장 주도. 성장세가 둔화하지만 혁신 기술 및 아이디어의 등장으로 새로운 고속 성장세 전망. 기간은 약 2~3년 걸릴 것으로 예측됨. ”

2. 골드뱅크 소개 및 Vision

1) 연혁

- 97 .2 : 설립
- 97 .4 : 법인전환
- 97 .5 : 창업투자회사로부터 투자유치성공
- 97 .8 : 벤처기업협회 가입
- 97.10 : 5만 회원 돌파
- 98. 1 : 3차유상증자 및 자본금 확충
- 98. 1 : 10만회원 돌파
- 98. 1 : 정보통신부 지원 미국 현지 진출기업 선정 (12개업체)
- 98. 3 : 미국 현지 지사 설립
- 98. 3 : 15만 회원 돌파
- 98. 4 : 회원들을 통한 직접 공모 성공
- 98. 6 : 20만 회원 돌파
- 98. 9 : 2차 회원들을 통한 직접 공모 성공
- 98.10 : 코스닥 등록
- 98.10 : 25만 회원 돌파
- 99. 4 : 37만 회원 돌파

2) 회사 개요

- 최초 설립 일자 : 1997년 2월 15일
- 대표자 성명 : 김 진 호
- 상호 : (주) 골드뱅크 커뮤니케이션즈
- 주소 : 서울시 서초구 서초동 1357-6 동암 빌딩 4층
- 업종 : 종합 인터넷 서비스업
- 자본금 : 54억원

3) 창립 이념

상생(相生)

골드뱅크 회원,직원,광고주 모두에게
이익이 분배되어야 한다는
“공동체 정신”

Win & Win

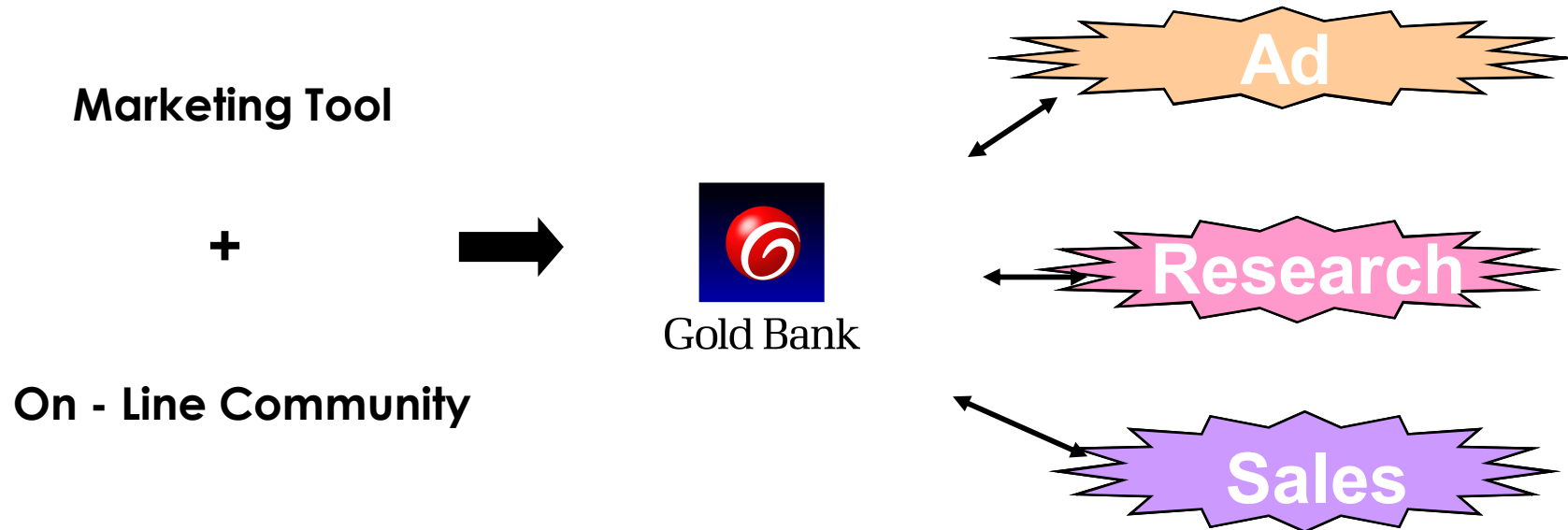
도전(桃戰)

젊은 기업과 정신을 가지고 인터넷
마케팅 세계에 새로운 이정표를 설립한다는
“선구자 정신”

Challenge

4) 성격

- 적은 비용으로
- 효과를 극대화할 수 있는 마케팅 매체



5) 강점

▶ 사용 빈도

- 1일 : 52,000,
- 1일 평균 광고클릭 수 : 3,900 ('99. 3월 평균)
- Multiple Clicks에 의한 광고 효과 극대화

▶ Incentive에 의한 광고 효과 극대화

- Answer형 광고를 통한 Interactive 광고 모델

▶ Pin-Point Marketing

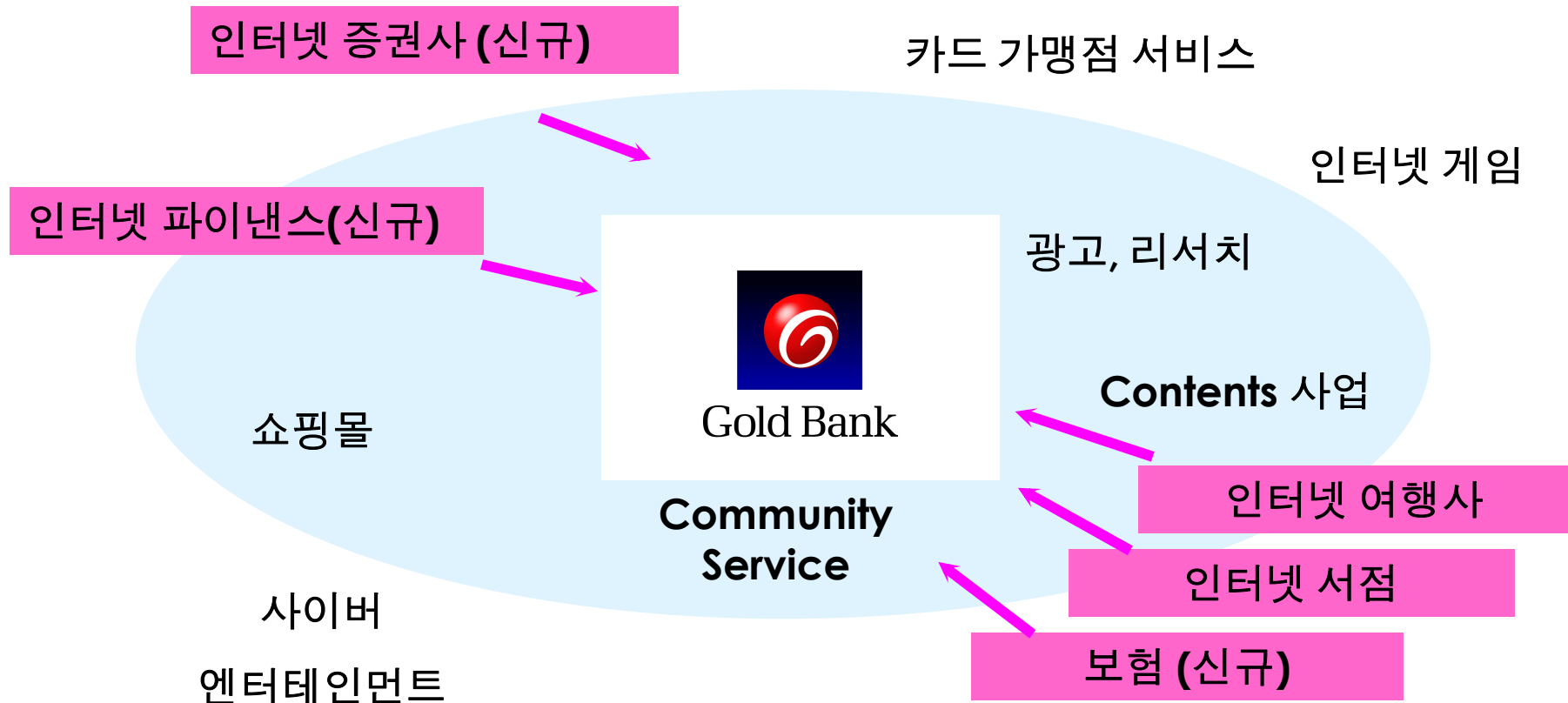
- 세분화된 데이터베이스에 의해 광고주가 원하는 Target Marketing
- 회원 활동 데이터 분석을 통한 Commerce Marketing

▶ Market Leader

- 국내 인터넷 최다 회원 보유
- 다양한 서비스 상품
- 높은 회원 Royalty와 Brand Image

6) 사업 현황

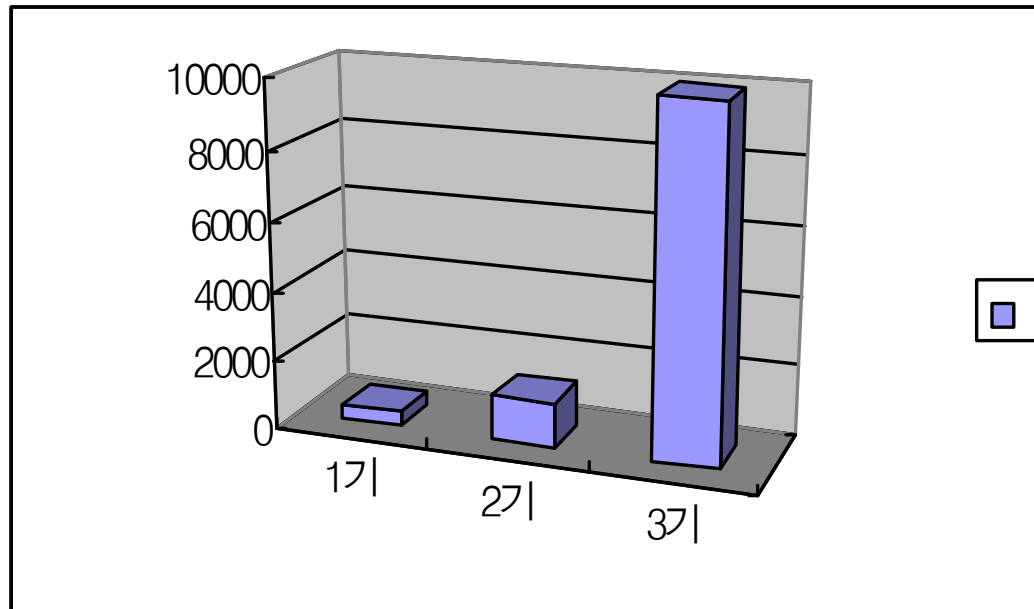
골드뱅크 온라인 커뮤니티 형성 & 다양한 인터넷 서비스



7) 매출 추이

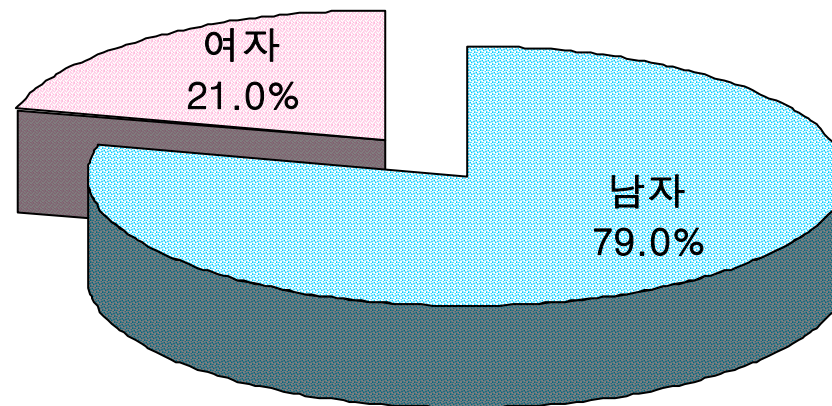
단위 : 백만원

1기	2기	3기
1997. 4 ~ 12	1998. 1 ~ 12	1999. 1 ~ 12
395	1,247	10,000



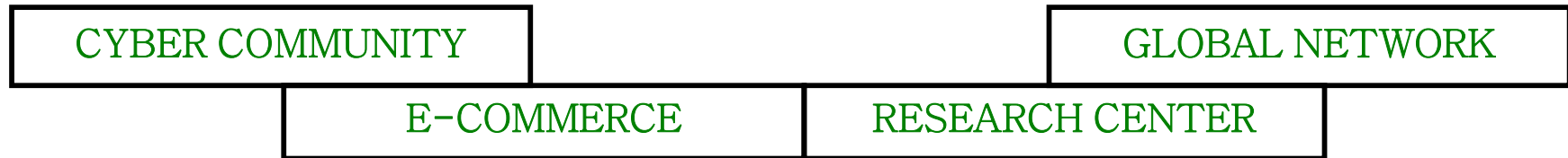
8) 회원 현황

1999년 4월, 회원 수 400,000명 돌파



1999년 말까지 회원 수 1,500,000명 예상

1) 신개념의 Total On-line Community



전략적 제휴

Global GoldBank

지식 경영

PORTAL 서비스

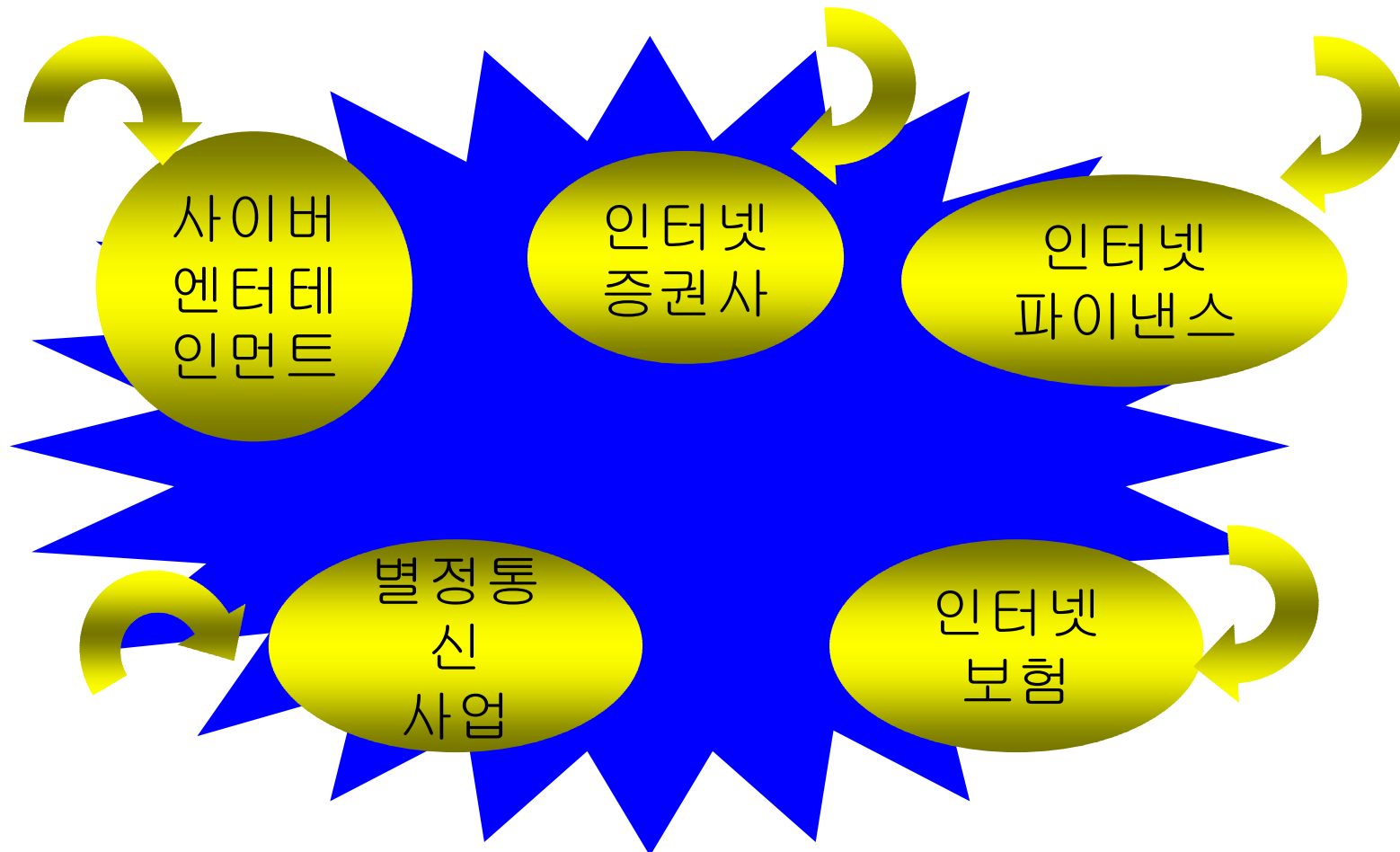


아웃 소싱



2) 올해의 신규 사업

1999년



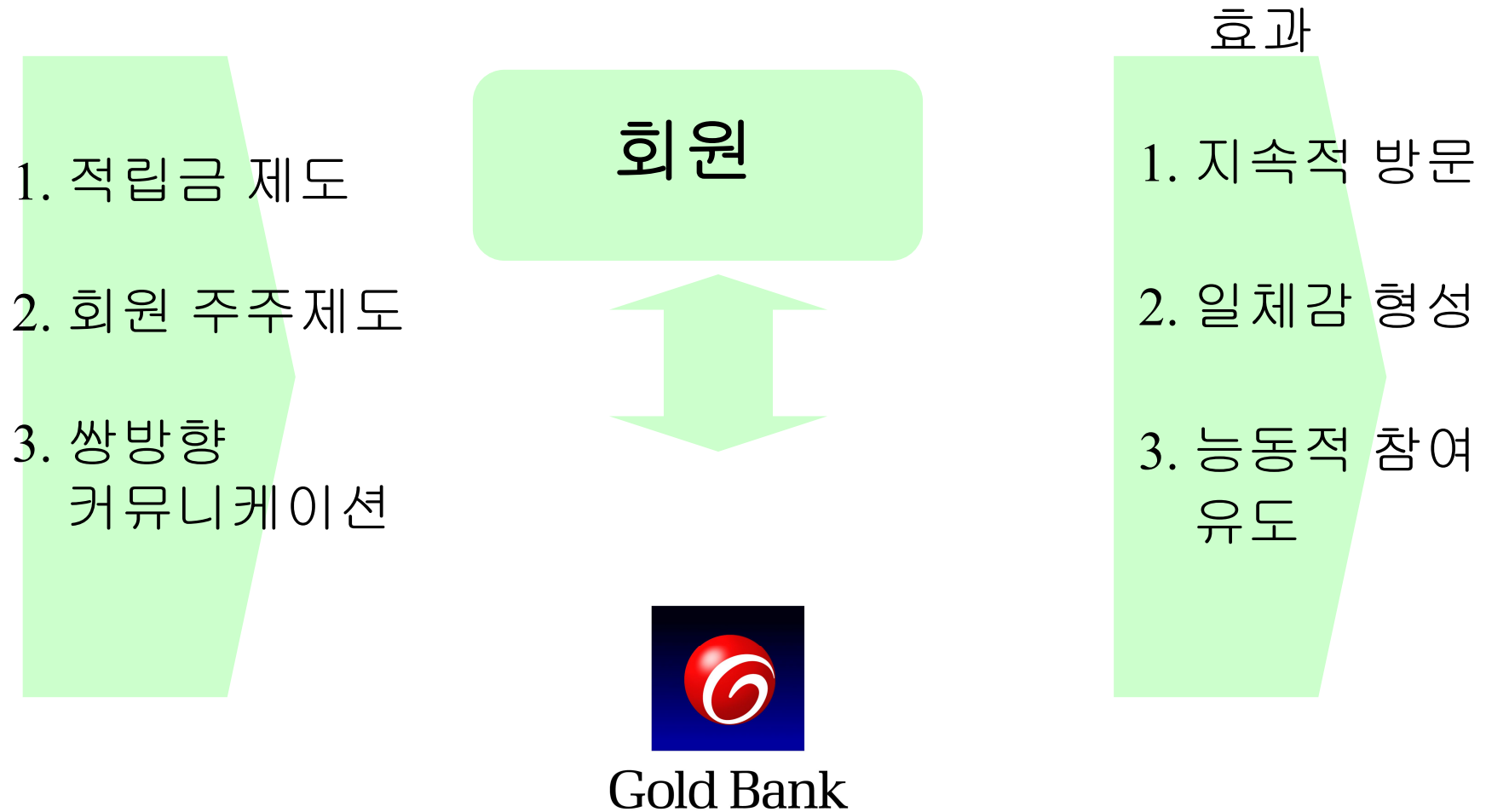
3. 인터넷 비즈니스 성공요인과 유망분야

1) 네티즌의 인지도 획득



- 참신한 아이디어로 네티즌의 관심 집중
- 인터넷 마케팅 시장 선점
- 인터넷 마케팅의 선두주자 이미지 구축

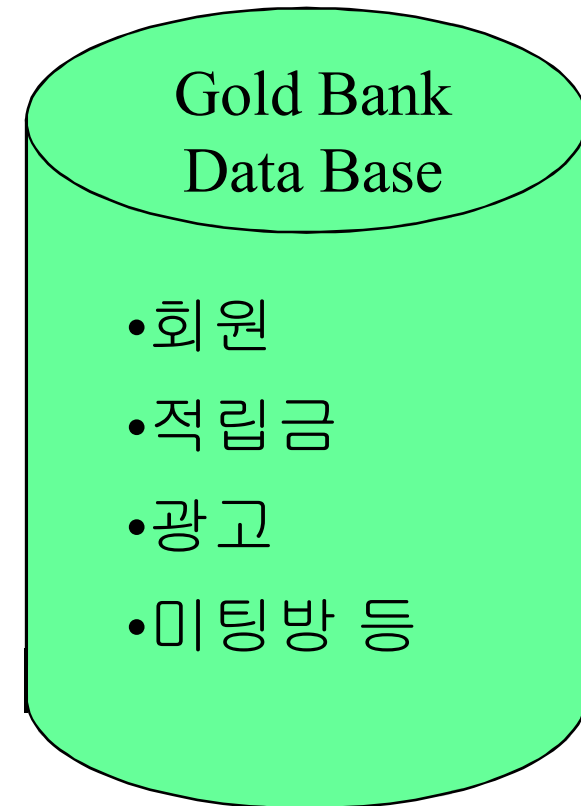
2) 회원과 골드뱅크의 친밀감 형성



4) 효율적이고 광범위한 Data Base 구축

- 객체관계형 DBMS를 이용하여 Data Base 구축

- **Web Integration Option**을 이용한 초기 개발 단계의 신속한 개발 및 용이성 제공
- 데이터베이스를 통한 방대한 콘텐츠 확장성 및 관리의 용이성 제공
- 모든 웹 애플리케이션 콘텐츠를 데이터베이스에 저장하여 중앙집중식 관리
- 웹 페이지상에서 콘텐츠 기반의 질의 수행





1. 소비자
고관여도,
고가 상품

- 금융
- 부동산
- 컨설팅
- 교육
- 여행
- 의료 등

2. 문화
창조
분야

- VOD
- MOD
- 연예 사업
- 스타 양성
- 스포츠
이벤트 등

3. 인터넷
부가 사업
분야

- 인증
- 개인 정보
보호
- 인터넷
비즈니스
컨설팅
- 지적소유권
대행 등