

Confidential

*iBuddy*를 사례로 본

Communications Business Model

<http://www.internetbuddy.com>

1999. 12



목 차



1. 회사 개요

- UIN Communications
- 조직 및 사업분야
- 주요 인력 소개

2. Vision

3. Service 소개

4. 환경 분석

- Internet Business 변화
- 국내 Internet 업계 흐름
- Community 가치
- 경쟁사 현황

5. Service 전략

- 개발 방향
- Service 차별화 전략
- Service 발전 방향

6. Promotion 전략

- Promotion 전략
- 전략적 제휴
- Partner Channel
- 제휴 투자 현황

7. 이용자 분석

8. Business Model

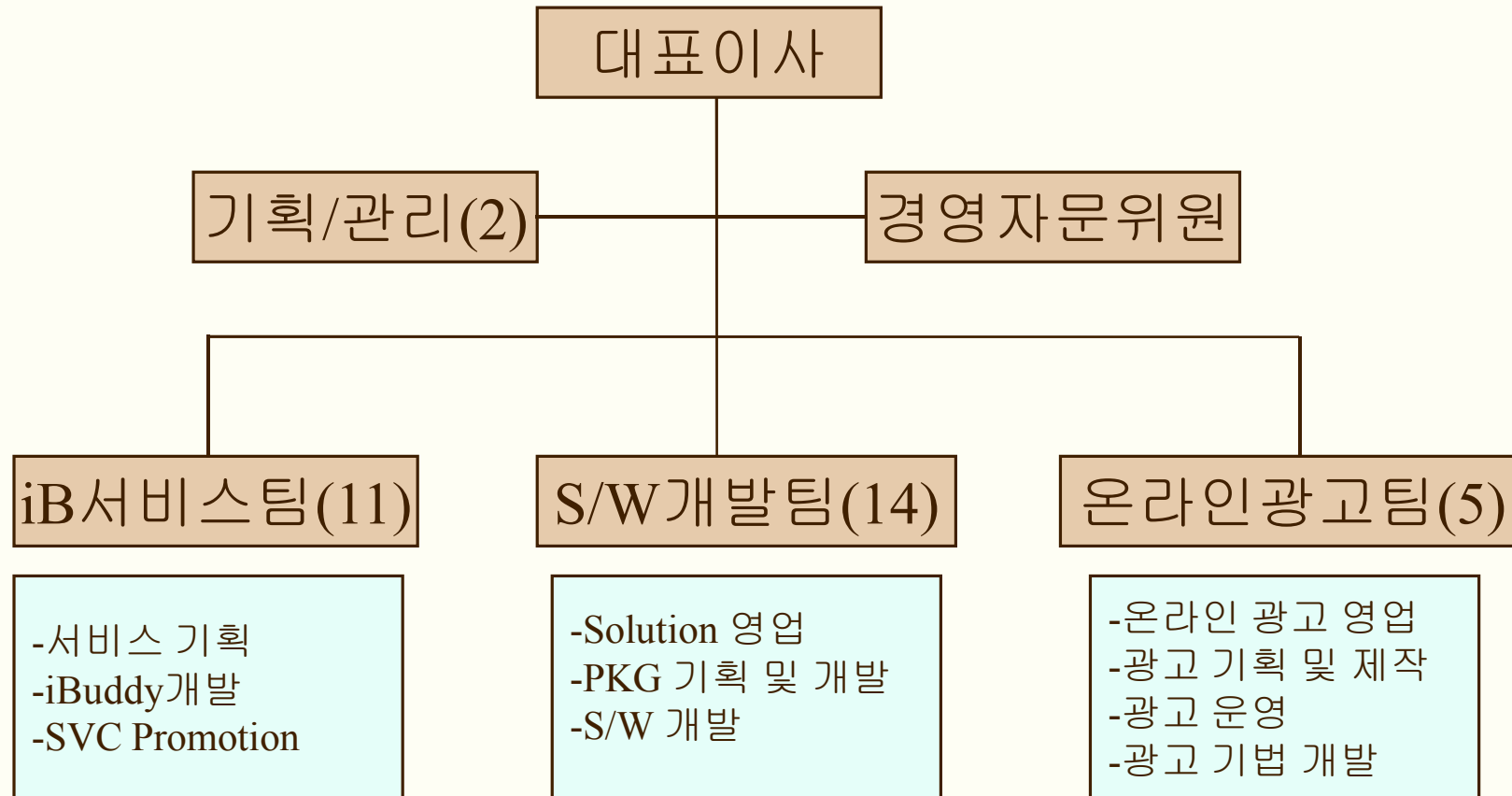
9. Financials

1. 회사개요 - UIN Communications, Inc.



- ☐ 설립일 : 1998년 7월 7일
- ☐ 자본금 : 8.5억원 (대표이사 54%, LG창투 20%, 삼성SDS 8%, 기타 임원 18%)
- ☐ 서울지방중소기업청 벤처기업 인증 (1999년 8월 9일)
- ☐ UIN Communications R&D Center 인증 (1999년 8월 5일)
- ☐ 소프트웨어사업자 신고 확인 (1999년 7월 16일)
- ☐ 소재지 : 서초구 서초동 1432-20 타임빌딩

1. 회사개요 - 조직 구성 및 사업 분야



1.회사개요 - 주요 인력 소개



성명	직위	주요경력	비고
이성균	대표이사	-한양대 재료공학사 (83 학번) -삼성 SDS 9년 근무 .SI 영업 및 정보통신 마케팅 .인력관리 인사 업무 1년 -유니텔 사업기획 및 마케팅(4년)	
송세엽	경영자문위원	-공인 회계사 -송세엽회계사무실 대표 -국가 정보화 시책 추진 “산업포장”훈장’99 -미국 UCLA 경영대학원 졸업	

1.회사개요 - 주요 인력 소개



성명	직위	담당업무	주요경력	비고
윤덕훈	개발이사	Service 기획 Client 개발	-서울대, KAIST 응용수학 석사 -삼성 SDS 9년 근무 -유니텔 유니원 설계/개발	
최정환	기술이사	Server 개발 Infra 구축	-과기대, KAIST 전산 석사 -삼성 SDS 9년 근무 -유니텔 서버/인터넷 설계	
박상덕	마케팅이사	일반관리 광고영업	-고려대 영어교육 석사 -세계일보 사회부 기자 9년	
오세원	차장	Office Solution PM	-인하대 전산학사 -삼성 SDS 7년 근무	
김정수	과장	Service 기획 해외마케팅	-한국외대, GW MBA -삼성 SDS 3년 근무 -LG 인터넷 서비스 기획	

1. 회사개요 - 주요실적



☐ iBuddy Service

- '99. 2. 10 인터넷친구 Service Open
- '99. 5. 10 이용자 10만 확보 (국내 최단기간)
- '99. 5. Partner Channel 마케팅 도입 (11월 현재 30개사 제휴)
- '99. 12.05 이용자 70만, 동시 이용자 22천명 (국내 1위)

☐ S/W 사업 주요 실적

- '98. 11 삼성그룹 홈페이지 재구축
- '99. 1 PC통신 검색 PKG.(WatchDog) 개발--삼성그룹 납품
- '99. 4~ '99.12 삼성전자 47개 통합 Site 구축(Publishing) 진행중
- '99, 6 ~ '2000. 5 UNITEL Portal 구축 진행중

☐ 주요 광고주

- 세종증권, 삼성전자, EVERLAND, S/W진흥원, 국민대학 外

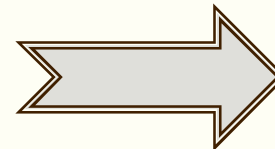
2. Vision



Business Sector



Vision



3. Service 소개 - 인터넷친구 란?



☐ Instant Messaging Service

– Concepts

- 국내외 모든 인터넷 이용자 대상
- Online Communication Service
- Free, Membership
- Device 특성에 제한 없는 서비스 (유무선)

– Services

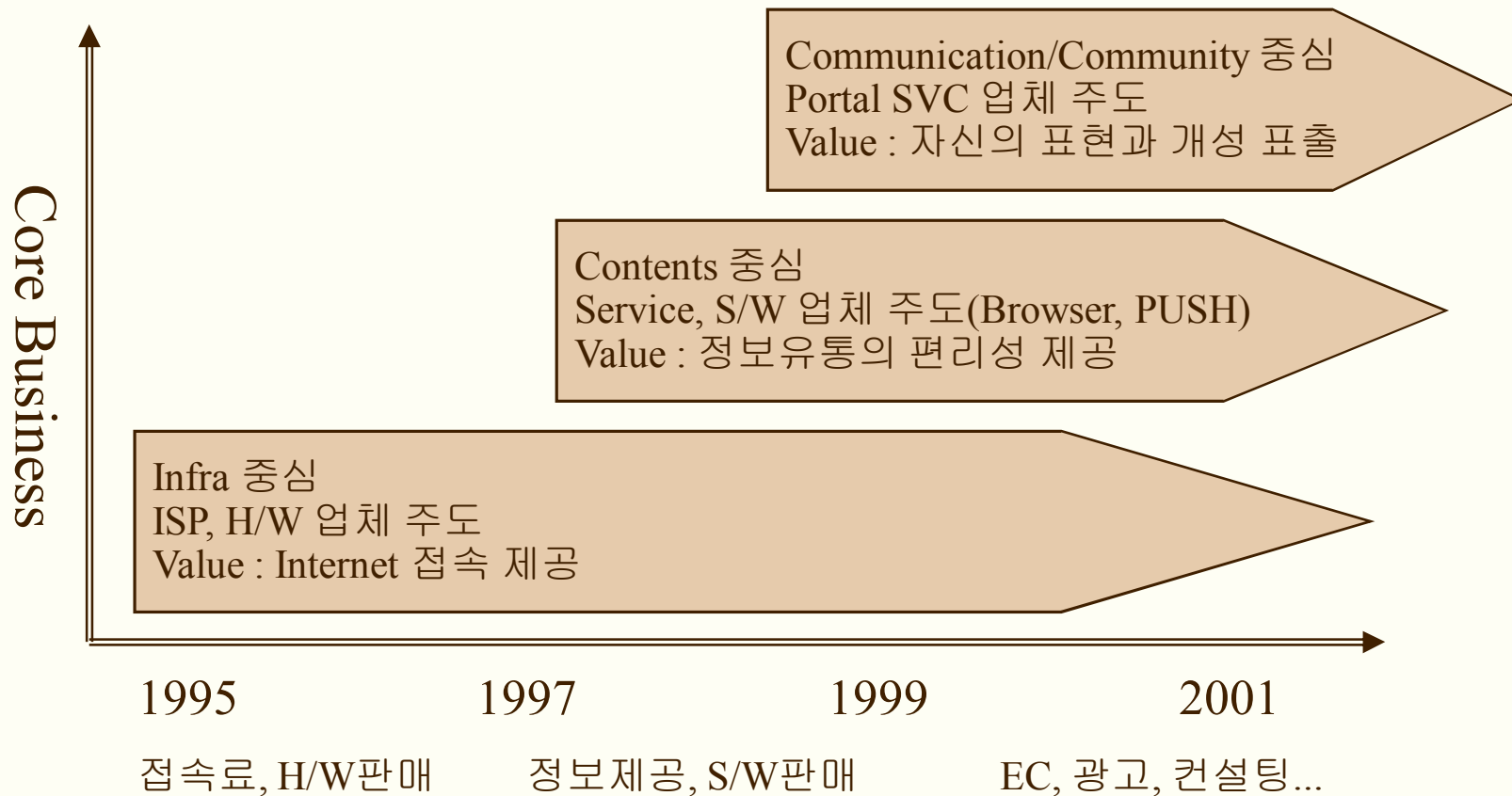
- 기본 : Instant Message, Buddy List, Chat, File Transfer 등
- 부가 : Club, Game, Web Directory, Contents, EC, 광고 등

– 특징

- 동시 이용자 3% (PC통신:1.5%, Web portal:0.5%)
- 12월 현재 이용자 70만, 동시 이용자 22천명

☐ Desktop Communication Portal의 근간

4. 환경분석 - Internet Business 변화



4. 환경분석 - 국내 Internet 업계 흐름



☐ 각자의 특화 SVC의 장점을 살린 WEB PORTAL지향

- Search & Directory : YAHOO, LYCOS, NAVER
- E-Mail, 개인 홈페이지 : 다음커뮤니케이션, 네띠앙
- PC통신 : 유니텔, 천리안, 하이텔, 나우누리, 넷츠고
- EC : Auction, GoldBank
- Media : 조선, 동아, 중앙, Sports Today/ MBC, KBS, SBS

☐ 시장 선점 및 인지도 확보를 위한 투자 및 Event 확대

☐ Communications, Community의 중요성 부각

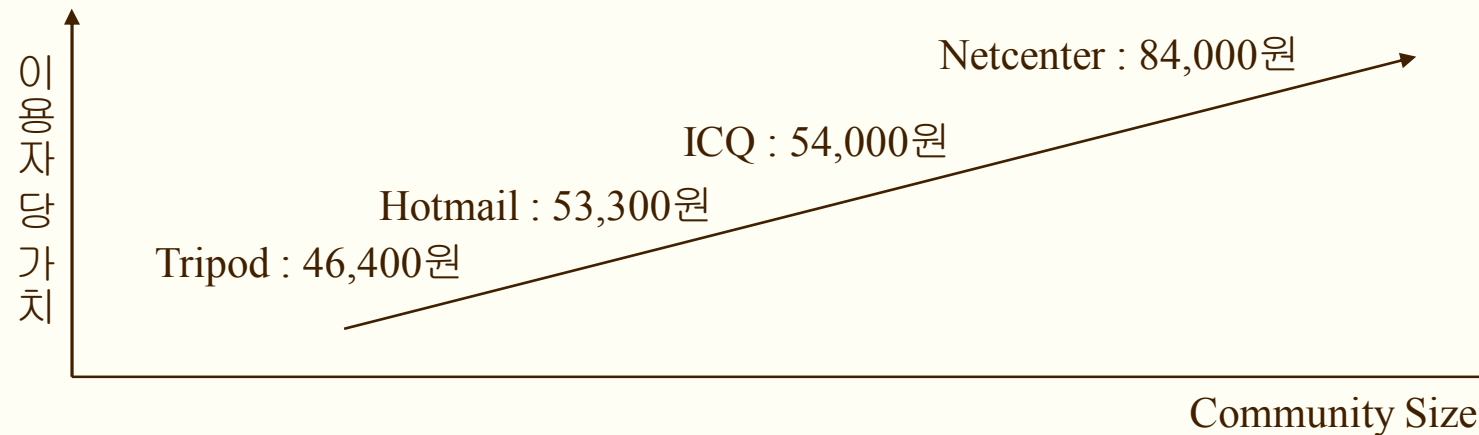
- 자체개발 : YAHOO, 천리안, 드림라인
- 제휴 : NAVER, Unitel, 중앙일보, Sports Today등 (이상 iBuddy),
GoldBank(소프트메신저)

4. 환경분석 - Community 가치



최근 주요 Community 업체의 가치

- MS의 Hotmail 인수 (97. 12): 4억불 for 900만 이용자
- AOL의 ICQ 인수 (98. 06): 5억4천불 for 1,200만 이용자 (Incentive 포함)
- Lycos의 Tripod 인수 (98. 02): 5천8백만불 for 150만 이용자
- AOL의 Netscape인수 (98. 11): 42억불(Netcenter:14억불 for 2,000만 이용자)
- 한컴넷의 SkyLove 인수 (99. 07): 100억(50%) for 180만 이용자



4. 환경분석 - 경쟁사 서비스 현황



서비스	가입자 수	제휴사	특징
ICQ	4,000만		- 세계 최초로 서비스 개시. - 미국 이외에서 많이 사용됨 - 국내 이용자가 쓰기에는 어려운 UI
AIM	3,000만	Lycos, Apple, Netscape 등	- 쓰기 편리 - AOL 서비스 뿐만 아니라 넷스케이프 브라우저에 번들
Yahoo Messenger	?		- 야후의 다양한 콘텐츠와 연동 - 국내 야후 메신저의 경우 로우컬화가 안되어있음
MSN Messenger	?		- AIM서비스에 Access 시도 - 현재 Access가 차단되어 있음. - Outlook express 등과 연동
소프트 메신저	50만	골드뱅크	- 음성 및 화상 채팅 서비스 주력 - 주 대상층: 청소년
블루버드 메신저	15만	조선일보(스탁메신저)	- 조선일보와 제휴 스타크메신저 제공
포탈	서비스	-	- 자신의 사이트의 하나의 컴포넌트로 제공되고 있음.

- 전세계 7천만명 이상 급속 확산 : Killer Application으로 인정, 메일 대체 개념
- BtoC 와 BtoB Instant Messaging으로 발전

5. Service 전략 - 개발 방향



☐ Peer to Peer Communication

- Client Module만의 통신에 의한 서비스
- 서버 부담의 최소화/확장성

☐ 다양한 Device에 적용 가능한 설계

- PC, Handheld Device, D-TV 등

☐ Plug in 개발에 용이한 구조

- 외부 및 내부 환경 변화에 적응 용이토록 다양한 Add-on기능 제공

☐ 서버 효율화

- 상용 DB의 탈피 : 빠른 검색

☐ 경량 Client

- 1Mb 이하

5. Service 전략 - Service 차별화 전략



☐ 종합 서비스화 (DeskTop Communication Portal 지향)

- 제휴를 통한 종합서비스 화
 - (Content, Commerce, Auction, Game 등)
- 주요 Component의 M&A (PIMS, DB MKT 등)

☐ Device의 다양화

- PC → HandPhone, PDA, 일반전화 → ?

☐ 멀티미디어화

- 음성, 3D, 화상 지원 등

☐ Global Service

- 미국, 일본, 중국어 지원 서비스

5. Service 전략 - iBuddy 발전 방향



- ☐ iBuddy (Instant Messaging Service) -- ('99. 2~Y2K. 2)
 - Communication Based SVC
 - 유무선 IM 서비스 이용자 확보 및 기반마련

- ☐ Office Communication Solution ----- ('99. 11 ~)
 - Group, PIM 기능 등을 추가한 Office Solution을 통한 새로운 수익 모델 창출

- ☐ Desktop Communication Portal ----- (Y2K. 3~)
 - Communication, Community, Contents, Commerce, Convenience, Entertainment의 통합
 - 새로운 경쟁 유도 및 Major Service 경쟁 진입

5. Service 전략 - Web Portal vs Desktop Portal



	WEB PORTAL	DESKTOP PORTAL
Tool	Web Browser based	Desktop Communication based
Server	Server based portal (지속적 투자 병행)	Client(desktop) based portal (Peer to peer, 투자 최소화)
Contact	Browser 구동 후, site 접속 시	Power-on 후 always
Contents	서비스업체가 선택 또는 제작하여 제공	일반 Contents 외에 이용자가 Contents 구축
향후 방향	전문화/세분화/개인화 portal 로의 전이	Solution(Personal portal development kit) 통한 기업/개인 시장 확대

6. Promotion 전략



- ☐ 초기시장 진입 -- (Service 초기 3개월)
 - Simple화, 경량화, 안정화--이용자 진입 용이
 - 초기 Community 확보 총력

- ☐ 시장 확대 -- ('99. 5 ~ '99년말)
 - 제휴를 통한 이용자 확보 및 시장 재편 (Partner channel 도입)
 - 집중 Target 시장 공략(PC 게임방, 초등학교 인터넷교육, 대학 등)
 - 온라인 매체 광고를 통한 이용자 확대
 - 무선(핸드폰, PDA), D-TV 시장 공략

- ☐ Brand 인지도 확산 -- (Y2K. 3 ~)

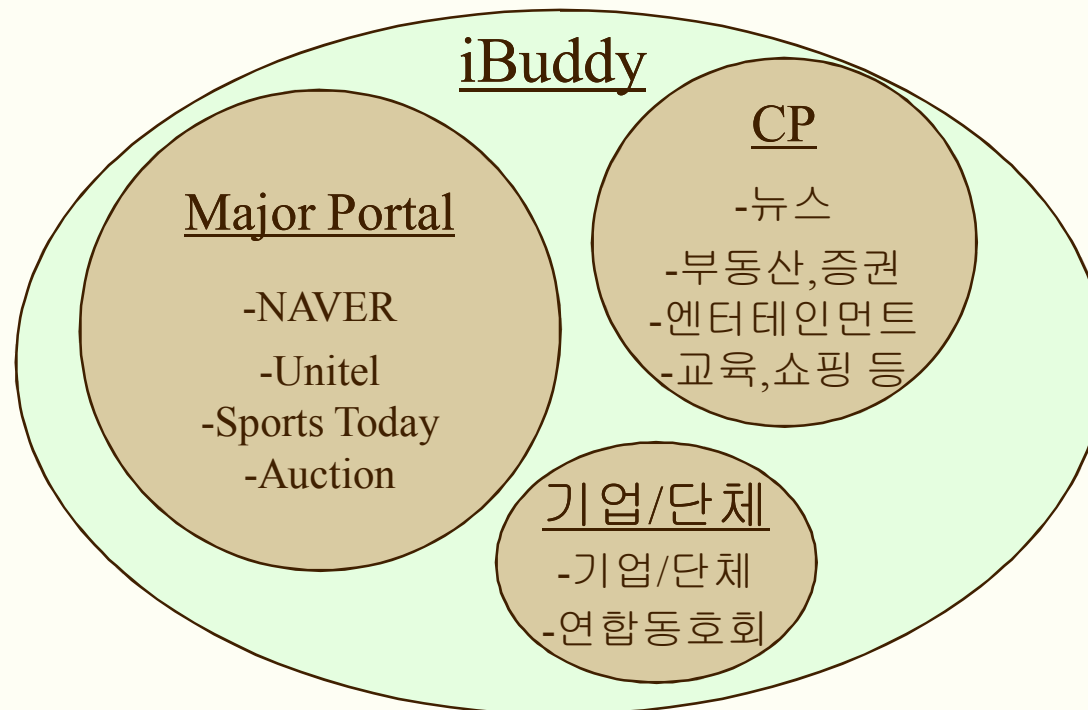
- ☐ 서비스 이용 활성화
 - 지속적 Version-up 및 기능 확대를 통한 이용자 관심 유도
 - M&A/Tool 도입을 통한 효과적 서비스 확대 (Calendar, Voice chat 등)

- ☐ 잠재 고객 확대
 - Bundle 제공 (삼성전자PC, 인터넷 PC, 전문 잡지)

6. Promotion - 전략적 제휴 (Partner Channel)



☐ 전략적 제휴를 통한 Internet 시장 확대



6. Promotion 전략 - Partner channel



☐ Partner channel 제휴

- Contents & Community

뉴스(중앙, 한국, 경향, 일간스포츠, 스포츠Today등), 부동산(Neonet),
자료실(Myfolder), 엔터테인먼트(Nexon, 큰손시티, 한게임), 교육(Campus21),
채용(Joblink, incruit), 대학신문(CampusLife), 컴퓨터 가격정보(Cprice),
쇼핑(Auction, 삼성, 롯데, 매경, SellPia 등), ISP(하나로, Unitel, 아이네트),
Search(NAVER), 유틸리티(안철수바이러스, 하얀종이PIMS) 등

- 기업 Partner channel (EVERLAND, 삼성전자, 삼성의료원, 대학 등)

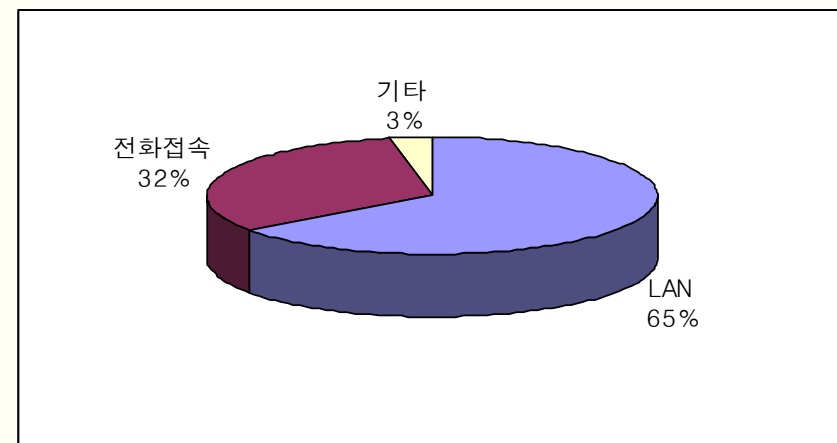
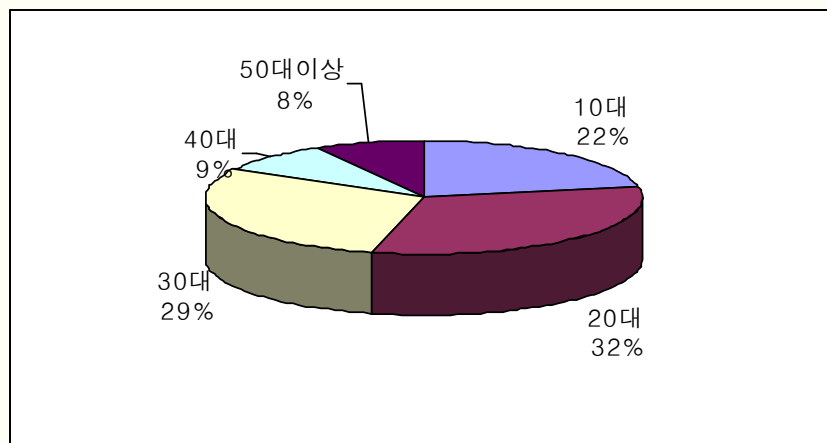
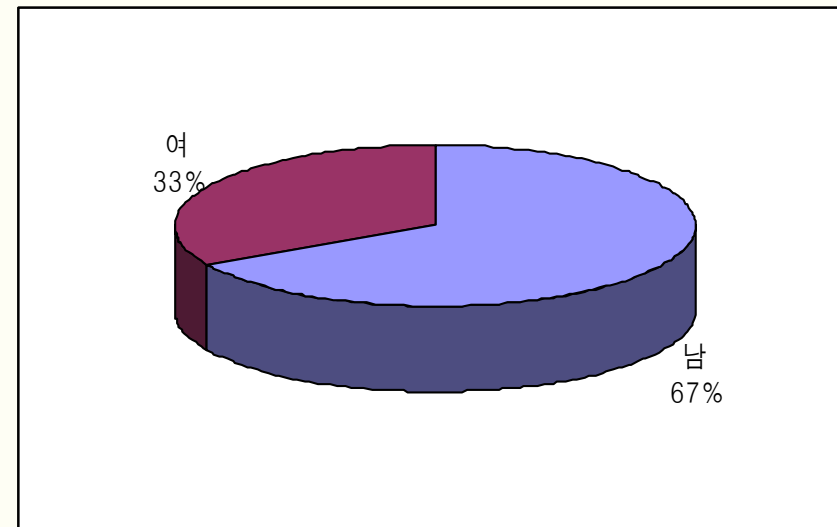
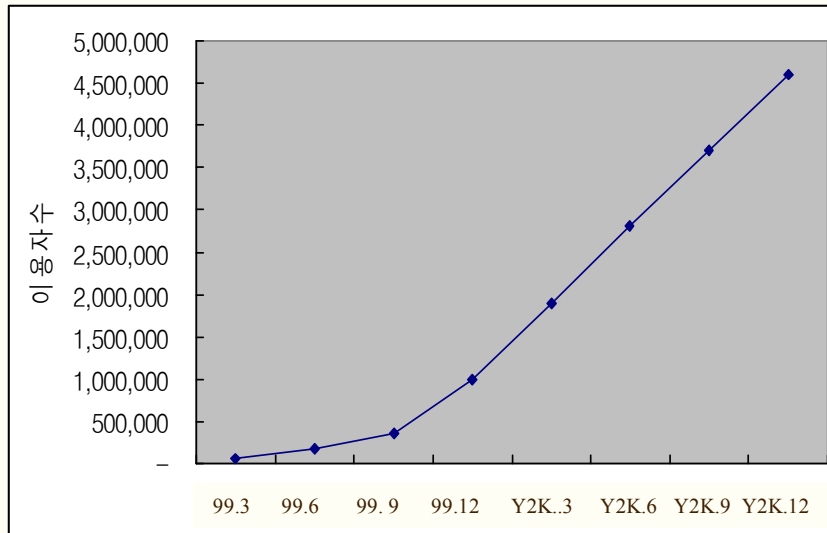
☐ Channel 구성의 일반화

- Channel 구성 Kit의 Open을 통한 기업/단체/개인의 활성화

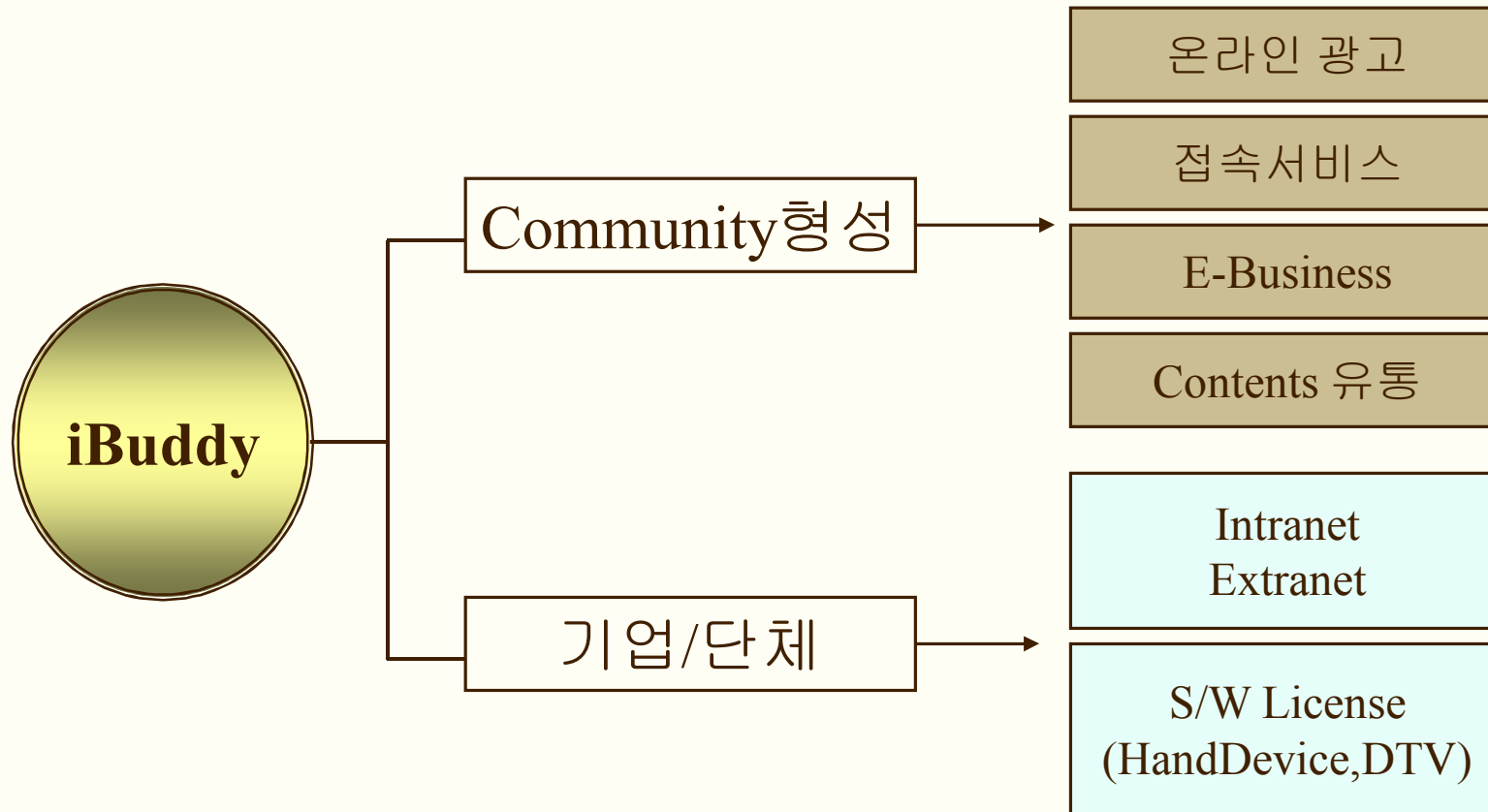
6. Promotion 전략 - 제휴 투자 현황



7. 이용자 분석



8. Business Modeling



9. Financials

