

Time/Place
Day : 2007.7.16
19:00
Place : Yahoo! Korea 10F

Next Gen. Search

언어

- 재미있게 보여주는 것에는 한계
구글 : 영어
- 네이버 : 한국어

언어의 장벽이 깨지면?

- 실시간 번역 솔루션의 승리?
아후 재팬 : 훌륭한 번역 솔루션
엄청난 검색 DB 증가
유럽 웹 검색시 구글의 강력함 : 번역
- 일본의 저작권 법
미국에 대한 동경
유튜브에 일본인이 많다
번역기가 시장 판도를 바꾸지는 않을 것이다
- 번역이 환상적!
아후!재팬의 번역
일본 웹에는 정말 재미있는 것이 많다
- 일본의 패션 사이트를 보는 사람들
한국:일본의 10~30 대 여성을 만족시키는 아이템은?
나의 블로그를 영어로 보는 사람이 있다
- 키워드에 태깅을 하자
곧 오픈 예정
한글7만, 영문 500만
- 영문 데이터가 품질이 좋다
위키피디아 다음: 백과사전은 겨우 12만건
- 번역기를 붙이면? 대박!
일본어 위키도 품질이 우수
- 여러 검색 엔진에 대한 결과를 보여준다
Meta 검색
- 아후!거기 : GPS와 연결해 주라
디바이스의 구분이 없어지고 사람 사이의 관계 중시

검색의 장벽

- 사실 엔진 자체는 네이버가 약세
- 정확도 : 구글이 아니라 내가 정확해야 해
사용자의 용도에 따라 다르다
대다수가 많이 쓰는 것에 집중 : 네이버
- 손맛이 필요한 사람
advanced User
고객층의 분화
ex: 메신저
- 더이상 내부에 쌓을 수 없다
Flickr, Youtube
동영상, 이미지
네이버 밖의 콘텐츠에 집중
- 외의 새로운 콘텐츠를 찾아 달라
- 사람을 찾는 서비스
아후! 거기
오프라인과 연계된 검색
관계 중심의 새로운 서비스
- 온라인과 오프라인의 경계가 사라진다

구글은 성공할 수 있을까?

- 초기에 네이버의 웹 검색이 좋았다
검색 문화와 사용자를 이해해야
구글은 왜 잘 할 수 있는 것을 포기하려하는가?
시장을 리드할 수 있는 서비스 필요
자기만의 색깔이 있어야 게임이 된다

검색의 본질

- 디렉토리로 시작
검색의 대상이 많지 않았다
- 검색이 왜 필요하지?
카페
지식
동영상
블로그
검색할 대상을 만드는 것이 검색 포탈이 할 일
- 지식 : 좁은 의미의 검색
광의 : 포탈의 모든 구성요소가 검색
보여줄 대상이 많아야
내가 궁금해서 검색?
구글은 현재?

사용자

- 왜 이게 베스트셀러이지?
어린친구들에게 검색이 아니라 잡지/미디어
전부 알바는 아니다
어찌 하다보니 초딩 놀이터
네이버 봄에 올라가면 혁명
무조건 클릭하는 아이들
- 블로거와 광고
포털 검색을 통한 유입
개인 블로거들
- 네이버 : 계속 머물러라, 놀이터
마인드를 버려라
보다 친절한 UI 필요
모든 것을 기계적으로 접근하지는 마라
구글 : 찾았으면 가라!
구글과 네이버
- 구글에서 오는 사람의 체류 시간이 길다
네이버에서 오는 사용자는 가볍다
- 여자도 좋아한다
성인물

검색을 먹으면 다 먹는다

- 그중 하나가 미디어이다
뉴스 때문에 뜬 것은 아니다
좋은 콘텐츠DB를 가지고 있었다
이것을 통검으로 보여 주었다
- 일상에서 사소한 것을 찾아 주었다
생활속의 정보는 네이버가 좋더라
'음음음'으로 검색
- 사용자는 이게 정말 편해
네이버는 손맛이 좋다
업무상의 검색은 구글

구글이 최고다?

- 나는 네이버에서 더 큰 도움을 얻는데?
구글이 하는 것은 포장이 잘 된다?
사람을 찾는 검색 준비
검색은 무엇인가를 찾는 것이다.

비즈니스

- 포탈은 콘텐츠 비즈니스
한국에서 네이버 이외의 콘텐츠가 검색 가치가 있는가? 한국에서는 조금 힘들 것 같다
- 시장의 가치
별거 아닌 것 같은데 네이버 안에서는 잘 되더라
- 검색 엔진과 포탈 사업은 다르다
구글은 콘텐츠를 사지 않는다 ex : 위키피디아를 잘 검색한다
- 네이버 이외의 검색이 의미가 있는가?
최근 몇 년간은 바뀌지 않았다
정보의 독점화
백과사전, 논문 검색
웹 검색으로는 네이버를 이기기 힘들다
NEXT 검색이 필요
과연 이 게임을 바꿀 수 있을까?
소비자에게 집중하는 게 정말 아닐까?
내가 편한 게 최고다
- 한국인의 취향에 만족시키지 못하면 실패
현재 새로운 세대는 네이버 영역의 밖을 보려고 한다
리니지의 성공
WOW만이 성공
새로운 것을 원하는 시점
10대는 다른 관점에서 사용을 대한다
아후!꾸러기
어느 순간 주니버로 간다
치학년은 꾸러기, 고학년은 주니버
아후 : 꾸러기 다음 단계의 서비스 개발 필요
- 답배, 마약상
10대를 공략하라
뒤장 성향이 매우 강하다
싸이월드의 뒤장 성향
보스를 따르는 줄개들
높은 충성도
초등생의 입소문
순진하지 않은 아이들
그들만의 세계
포지셔닝의 문제
밑에서는 오리발!
첫눈이 잘 했다면? 새로운 문화를 만들 수 있었다
- 새로운 기회
검색 시장의 세분화
글, 동영상, 이미지

개인화

- 왜 성공하지 못하는가?
개인화를 하면 먹힐까?
미국은 개인화 성향이 강하다
내가 만드는 캐릭터
그러나 복잡하지 않아야 한다
한국은 효율과 이익의 보다는 재미와 과시
과시 : 게임에서 특화
- 검색결과와 개인화 인가? 정보의 개인화 인가?
올블로그의 개인화
초기는 커뮤니티, 지금은 미디어
다른 사람들이 무엇을 좋아하지?
어느 부분을 개인화 할 것인가?
추천 : 정보의 생산과 동시에 평판 데이터
사용자에게 쉽게 다가가는 개인화
사용자 입장에서는 내 글을 많이 노출 시켜주는 것을 원해
아무리 보여주어도 사용자가 받아 들어야...
사용자가 원하는 정보를 찾아 주어야
사용자가 구독하는 RSS피드를 분석해 검색에 반영해 볼까?
- 나의 관심 영역에는 한계가 있다
내가 원하는 것을 먼저 보여 주어야
웹을 벗어난 디바이스는?
위젯-개인화의 시작
모바일 기기에서의 위젯
위젯에서의 검색은?

네이버 성공 요인

- 지식인이 전부는 아니다!
뉴스와 연계되지 않았다면?
지식인은 조작성 가능해
정크로 가득 찼...
정제된 것은 뉴스 서비스
통검 상단에 뉴스를 배치
커뮤니티와 함께 활성화
- 네이버는 트렌드를 잘 따라갔다
다음: 우린 미디어가 있다
우리도 지식인이 필요해
그런데 지원을 안해줘
검색 지존 등장
컨텐츠 구입의 한계
배앗긴 주도권을 되찾기가 너무 힘들다
- 사실 엠파스가 먼저 였다
기획은 엠파스가 시작
어떻게?
네이버는 감성적으로 접근
한국인은 초록색을 좋아해
아후!의 색은 한국에서 별로
기능과 상관 없이 색깔이 한 문
- 전혀 새로운 검색 : 패러다임
인기 키워드의 적절한 통제
운영을 잘 했다
저게 정말 인기 검색어 일까?
정보에 대한 편집권을 가지고 있다
- 한글 DB의 승리
14억 vs 5천만의 목구
네이버는 4.5천만만 만족 시키면 되었다
- 정성들여 만든 검색 결과
DBdic의 유효화
- 검색과 커뮤니티의 연결