

블로그 마케팅 사례와 활용-류한석

블로그와 트랙백
블로그는 기술이 아니라 문화다
문화를 받아들일 준비가 먼저 필요하다
기하 급수적으로 퍼진다
파워 블로그의 영향력 - 기업입장에서는 두렵다

전세계 블로그스피어 성장세
기하급수적 성장
언어별 비율 - 영어>일어>중국어>한국어? 미미!
주제별 - 기술>정치>연예>게임... IT의 특성상 당연한 결과이다

올드미디어와 뉴미디어의 결합 - 파워 블로거 초창

한국의 블로그 현황
네이버 싸이는 약발이 다하고 있다 - 우리는 뭔가 원하고 있다
한국적인 무엇이 필요
기존 블로그는 다소 부족
차세대 개인 브랜딩
파워블로거 등장
평판이 매우 중요
찰잔속의 태풍
아직 완전한 주류 문화는 아니다
문화적 한계 - 글쓰기의 두려움
숫자에 현혹되지 마라 - 싸이는 일기장
네이버는 북마크
두가지 시나리오 - 새로운 국면으로 갈 수 있는나?(대중화):51%
현재 수준으로 고착(B급문화):49%

마케팅 사례
산요 Xacti - 기자들에게 나누어 줌
개발자들의 제품 사용기
헛소리는 개인의 문제로 여긴다
기업블로그는 승인제로 해라
NIKE Japan - 동아리를 위한 팀블로그
밥을 안주어서 실망
한국 HP의 사례 - 술만 주는 것은 싫어요
한국 사람은 받는다
이벤트는 확실이 받이다
니산 자동차 공식 블로그 - 모델별로 공식 블로그를 만들어라
미국 코닥 - 사진에 대한 이야기를 나누자
제품에 대한 이야기가 아니다
블로거의 특성을 이해하라
파워 블로거가 참가해야 한다
시도는 높이 산다
전략이 없었을

기억하라!
얼마나 빠르냐가 아니라 상호작용이 있느냐?
딱딱한 블로그는 죽은 블로그다
제품을 직접 홍보할 생각마라
자유롭게 너의 이야기를 써라
합리적인 제안은 받아들여라
걱정마라 욕설은 안 올라온다
추정하려 하지 마라 - 블로그를 통해 퍼포먼스를 측정하는 것은 불가능하다
다음 유석찬?
네이버 이랄?
Yahoo 정진호?
기업을 이야기 할때 누가 떠오르나?

전략
진정성 - 하고 싶은 말을 한다
개방성 - OPEN Mind vs. 보안성
투명성 - 진실은 뽀록난다
현재의 마케팅 - 열어야 성공한다
거짓말하고 싶어도 참아라
한화 김승연 회장의 VIDEO를 올렸어야...

본질적 가치
매우 독특한 커뮤니케이션 수단
커뮤니케이션 능력의 현저한 차이
약풀이 겹나면 댓글 대신 트랙백만 열어라
이제 피할 수 없다
고객과 공감의 확보

활용법
종류 - CEO블로그
기업 블로그
전략 - 검색을 이용한 콘텐츠 분석
블로그를 이용한 소통
토로,모임, 후기와 사진으로 퍼진다 - 블로거들과 오프라인 만남

비즈니스 블로그
인간이 넘치는 대응 - 리플과 트랙백은 대단한 자산이다
두려워 하지 마라 - 기업의 가치관을 보여주는 것이다
고객을 우리의 전도사로 만든다
REMIX 할 수 있게 하자
새로운 콘텐츠로 만들어진다
블로그 마케팅은 저렴하다 - 기업이 가진 콘텐츠를 일반인에게 제공하자
블로그를 통해서 고객과 대화하라