

e - Biz

2001. 6. 1

, CPIM (yk.lee@hongik.com)

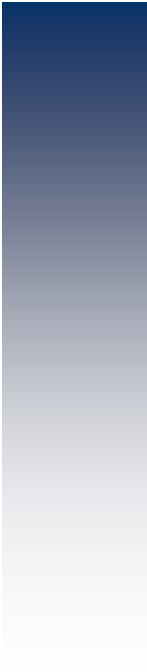
Enterprise Solution Group /



Copyright © 2001 by HONGIK INTERNET

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means — electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise — without the permission of HONGIK INTERNET.

COMPANY CONFIDENTIAL

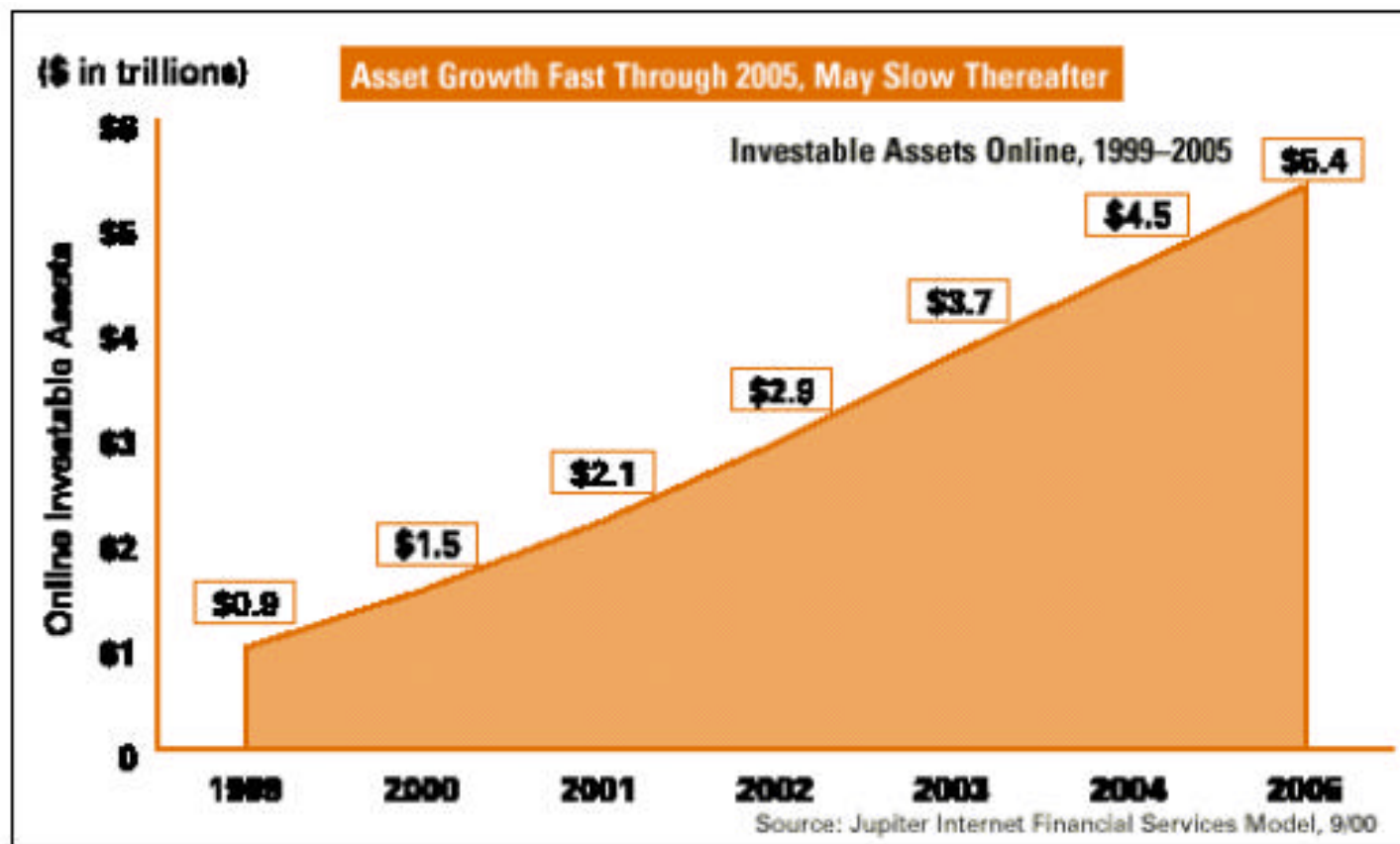


eFinance Market Understanding

- eFinance Status**
- eFinance Portal Strategy**
- eFinance**

Some eFinance Facts & Projections

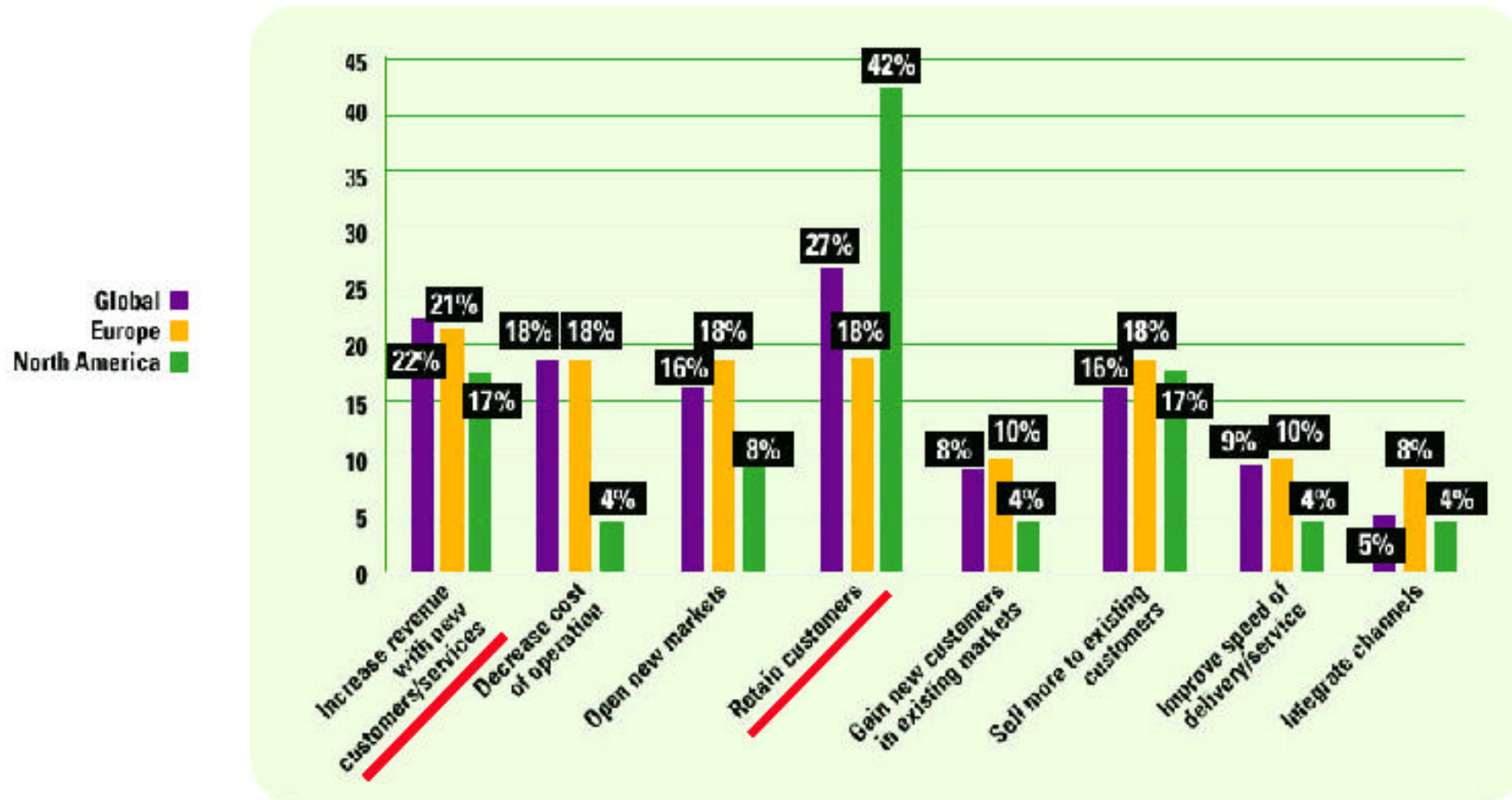
- *400 million consumers are expected to be online by 2001, up from 100 million in 1999*
- Forrester Research
- *62% of investors access the web for financial services*
- wall Street Journal
- *Online financial service were USS 103 Billion in annual revenues in 1999*
- Morgan Stanley Dean Witter
- *Currently eight million households are conducting internet banking*
- Jupiter Communications
- *More than 80% of banks plan to sell insurance via online banking by 2002*
- Nextera interactive
- *80% of consumers using online banking rate their experience as better than brick and mortar banking* - Frederick Schneiders Research
- *Online Brokerage is expected to capture 25% to 30% of retail transactions in 2000*
- E-Commerce Times
- *Schwab's online mutual fund transactions increased to 45%(1999) from 16%(1998)*
- Nextera interactive



e-business

(Retain Customers)

가 가 .



	IT		
	00 : 770 / 01 : 1215 eCRM	B2B PG (6) ,	16
	00 : 961 01 : 1460	B2B PG (8) ,	e 35
	00 : 1685 (9 7858) 01 : 1760 (11 4511) 2001.4 eCRM 2001.4 PFM 2001.3 CMS	B2B PG	82
	00 : 600 01 : 1000	B2B PG	e 29
	00 : 1451 (6 6) 01 : 2172	B2B PG	60
	00 : 800 (3 106) 01 : 1500 (3 9923) eCRM	B2B PG	e 20
	00 : 634 01 : 670 2001.3 PFM CRM	B2B PG	13
	00 : 889 (8) 01 : 1953 (9) 2001.5	B2B PG	e 29

Implication

PFM

✍ **eBusiness**
,
(PFM)
(Payment Gateway)

✍ **PFM**
,
가

B2B Payment Gateway

✍ **B2B e** 가
B2B PG 가
가

✍ . .
eMarketplace

EBPP,

PFM,

CMS

✍

5%

✍

10%
B2B PG

✍

e

, B2B

.

eBusiness				
IT	2000	1685	9	7858
	2001	1760	11	4511
IT	ERP	SAP	99	2000
	CRM	3	CRM 가 , 5	가
	KMS	2000	가	
		2000	3	
		99	7	
PFM		2001	6	
B2BPG		2001	6	
		99	7	2001 4
		2000	4	
	2000	9	7858	
	2001(E)	11	4511	

[: 2001/5/14~18]

eBusiness (2) :

	IT		
	99 : -13 8500 /430 00 : 6037 8000 /3040 01 : 61 -/3579 CRM : , DB	B2C : 01 1 2 , 100	e /13 IT 2000 01
BC	99 : 00 : 3074 2958 /170 01 : 157 100 / - CRM :	B2C : BC 00 12 1 , 5 5000	e /20 3 2000 01
LG	99 : 300 17 7660 00 : 900 - 01 : 1100 - CRM : DW	B2C : LG 00 6 , LG 00 9 , 30 00	/ 38 99 07
	99 : -8391 00 : -1 9000 CRM : , CRM DW CRM	B2C : 00 8 , 00 11 7000	e / 16
	99 : 32 8 3000 /202 00 : 64 16 / 1100 01 : - 21 / 1600 CRM : OK DB , 3 25 . : 4 18 CIT :	B2C : 2 , 50	/14 2000 08

() / [: 2001/5/7~11]

Implication

가 , 가

가 B2C , up-selling

cross-selling 가

CRM

CRM

DB

DW

CRM

SK

DB LG , BC CRM CRM

	IT		
	00 : 395 01 : 494 CTI , CRM,KMS	ECN	18
	00 : 552 01 : 494 HTS, CRM, ERP EIP	ECN	74
	00 : 584 01 : 600 ERP, KMS, CRM ,	ECN	48
	00 : 350 01 : 400 CRM, HTS,		e 20

() / [: 2001/5/7~11]

Implication

~~5~~
~~5~~ ~~5~~ ~~5~~ ~~1~~ LG
5
가
72.01% (2001.1)
가
IT
(HTS)

~~5~~
,

eBusiness (4) :

	IT		
	99 : 830 15 625 00 : 1030 11 2640 CRM :	B2C : / 4000	e : 00.01 , 40 : 15
	99 : 340 9 681 00 : 600 5 688 CRM : 2 00	B2C : / 6 7700 5 4000 .	e : 00.03 16 : 155
	99 : 356 7 2282 00 : 446 4 9973 00	B2C : / 426 , 2088 9000	e : 00.07 , 8 : 178
	99, 00, 01 500 99 1 4952 , 00 9790 CRM ;	B2C :	CM : 00.12 , 3 : 70
	99, 00, 01 250 99 1 3777 , 00 8595 CRM :	B2C : / 100 .	e : 00.04 , 5
SK	99 ; 130 5061 00 ; 120 4750 01 ; 70	B2C 10	e : 00.07 5 4

Implication

~~가~~

~~가~~ 가

~~가~~

() / [: 2001/5/7~11]

[: 2001/5/14~18]

	IT		
	99 : 670 3 3171 00 : 640 3 3060 01 : - 3 6636 00 CRM :	B2C : e 가	: 99 : 23
	99 : 350 2 2811 00 : 400 2 4301 01 : 500 2 6471 CRM : EIP :	B2C :	: 00 10 , 30 () 15
LG	99 : 320 1 6810 00 : 350 1 7946 01 - 2 400 CRM : DW , CRM		: 99.08 , 20
	99 : -1 9333 00 : -2 259 01 : -2 1276 CRM : , NCR.	10	e : 00
	99 : - 8546 00 : - 8647 CRM ; DW ,		e : 00.07 , 6
	99 : 150 6131 00 ; 198 5874 CRM :		: 99.09 , 8 :33

() / [: 2001/5/7~11]

Implication

CRM

2001 LG , DB

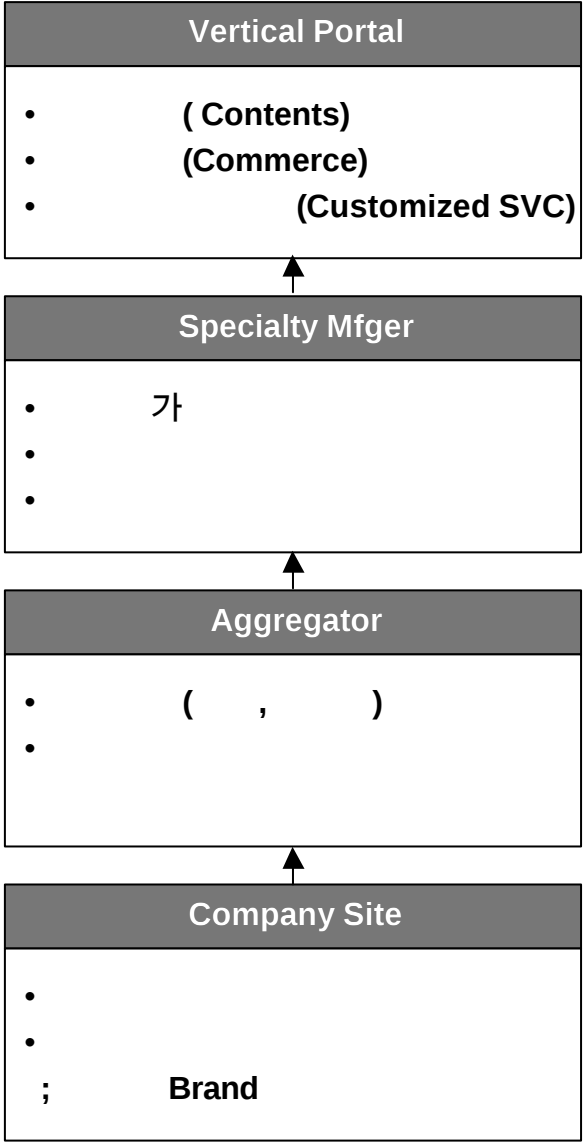
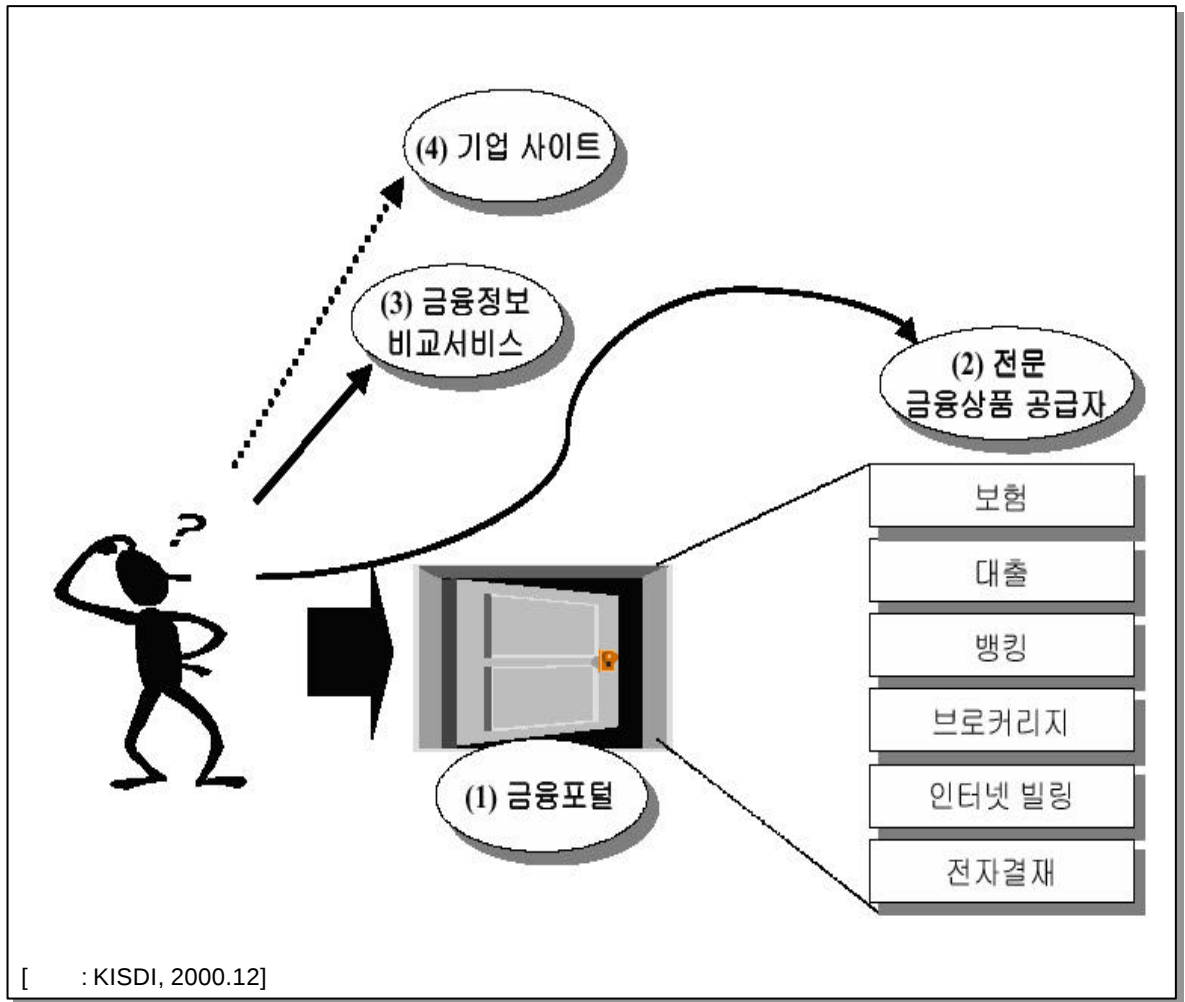
CRM

가

가

Biz Model

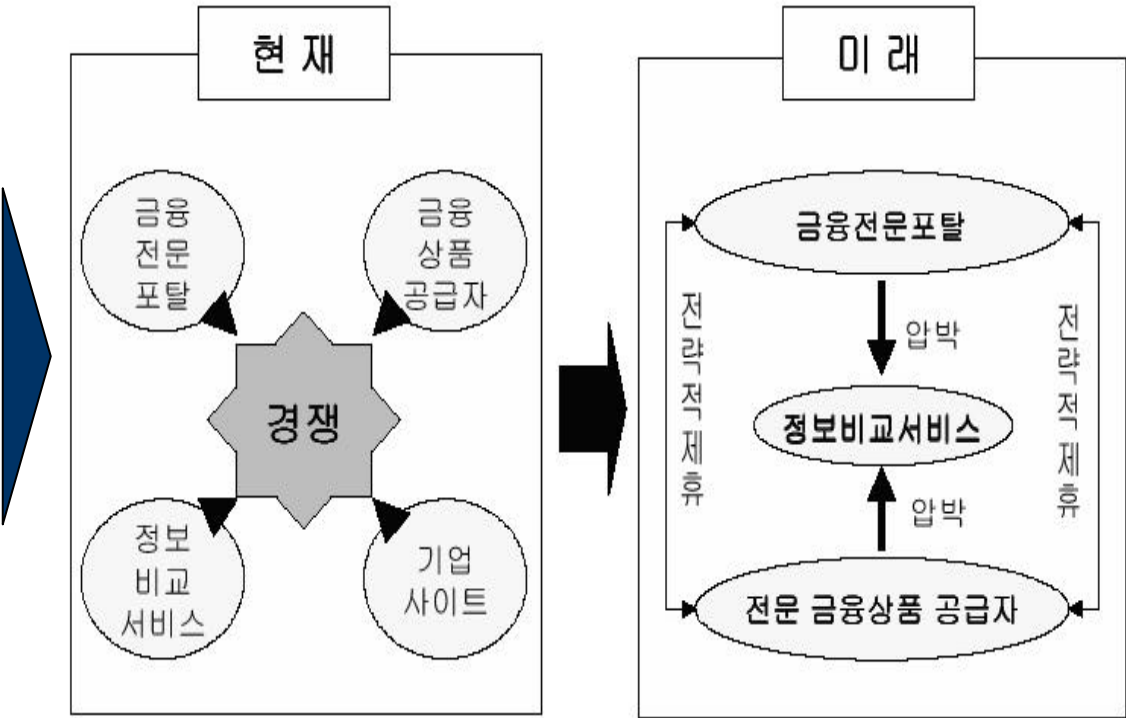
가



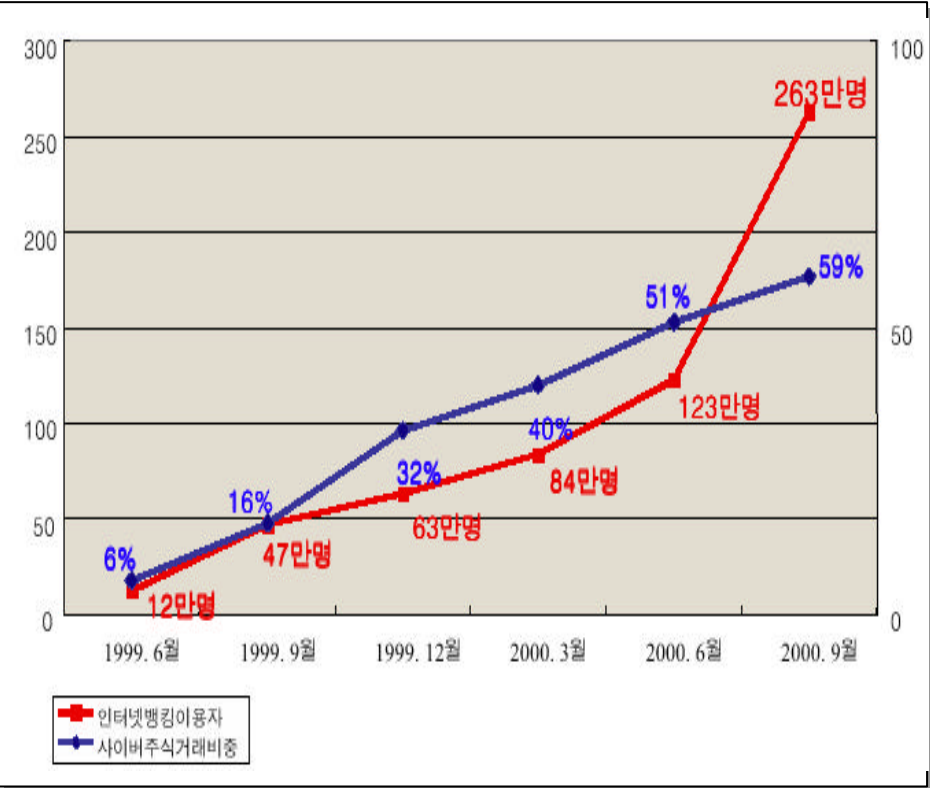
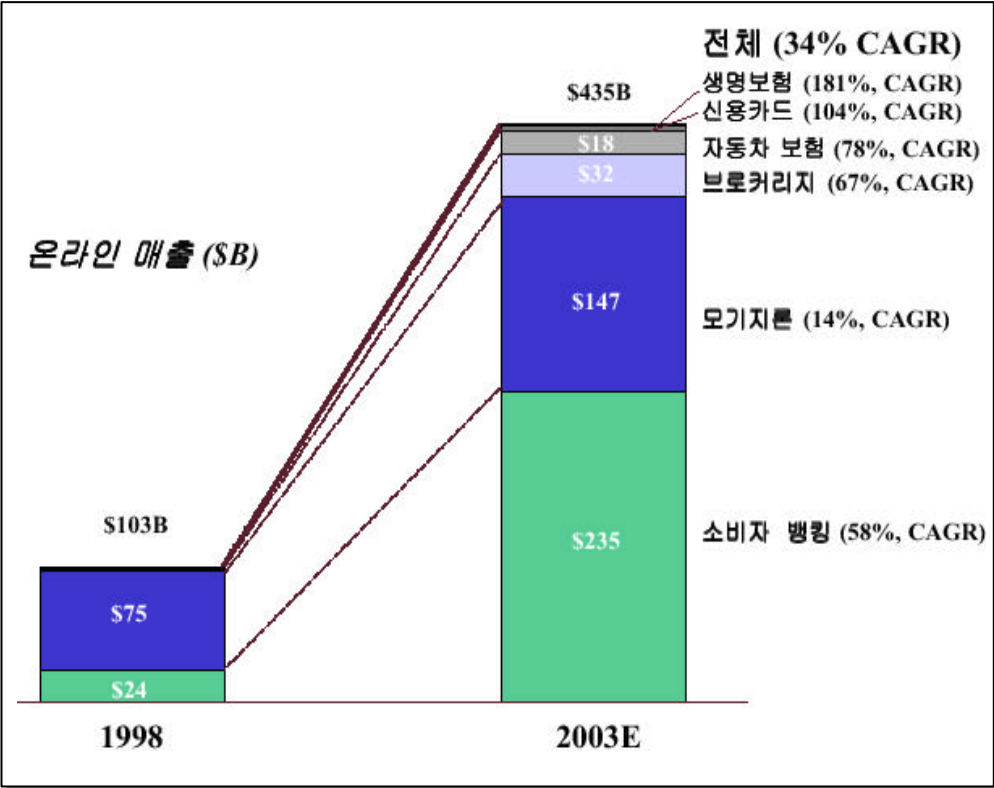
Model 가 Biz Model , 가 , ,

가 가 .

	Customer Value		
	Choice	Convenience	Cost
Portal	↑	↑	—
Specialty Mfger	↓	↓	↓
Aggregator	—	—	↓
Company site	↓	↓	↑

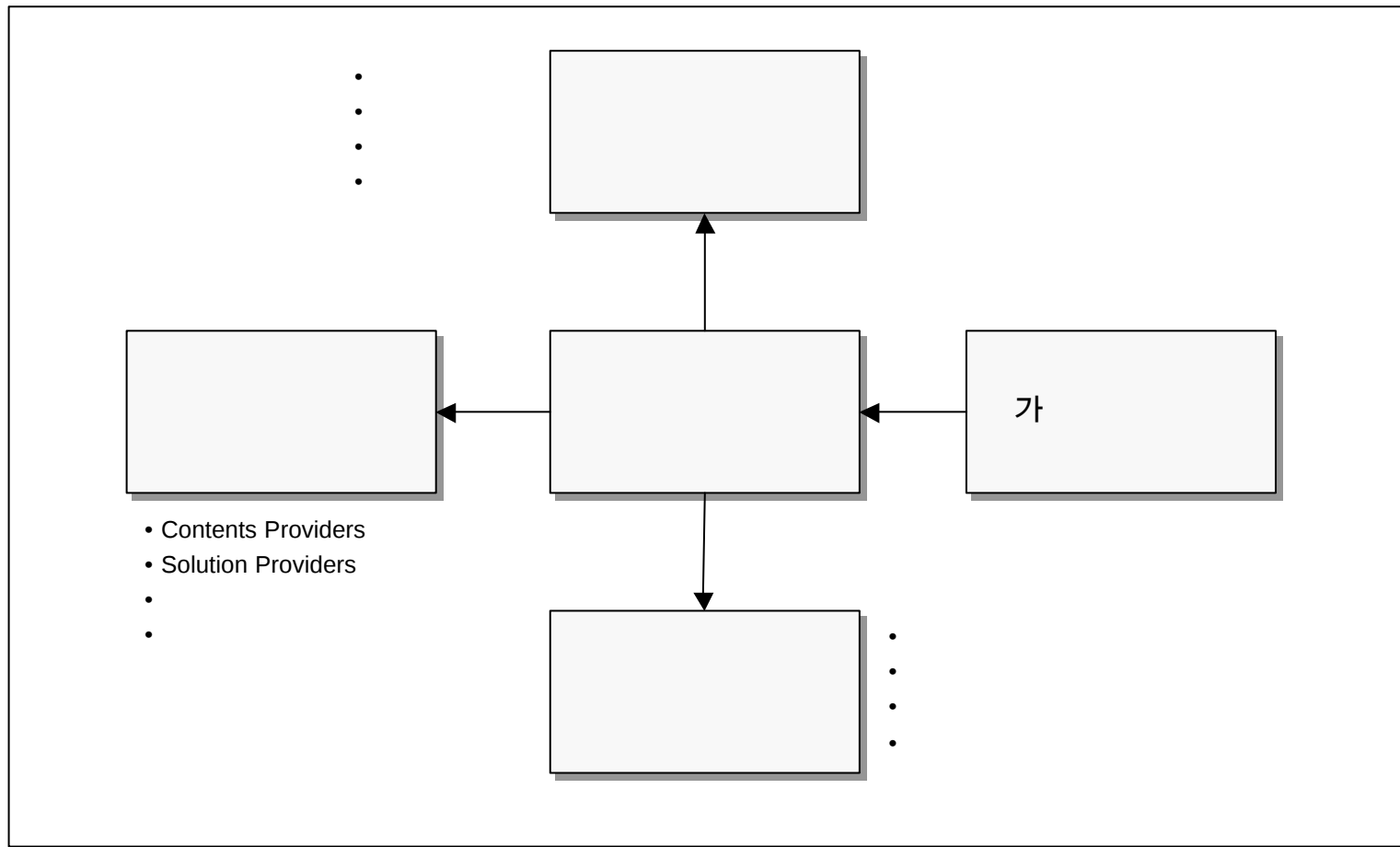


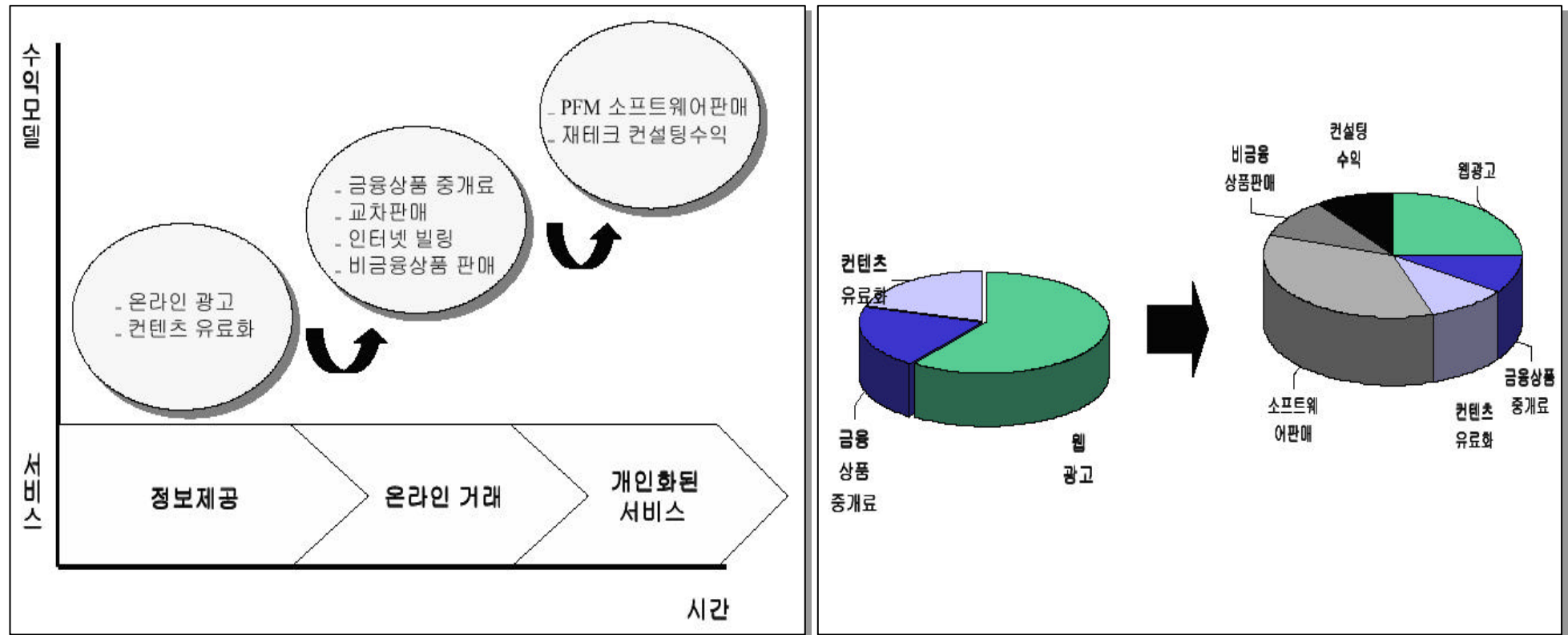
[: KISDI, 2000.12]



[: KISDI, 2000.12]

가 .

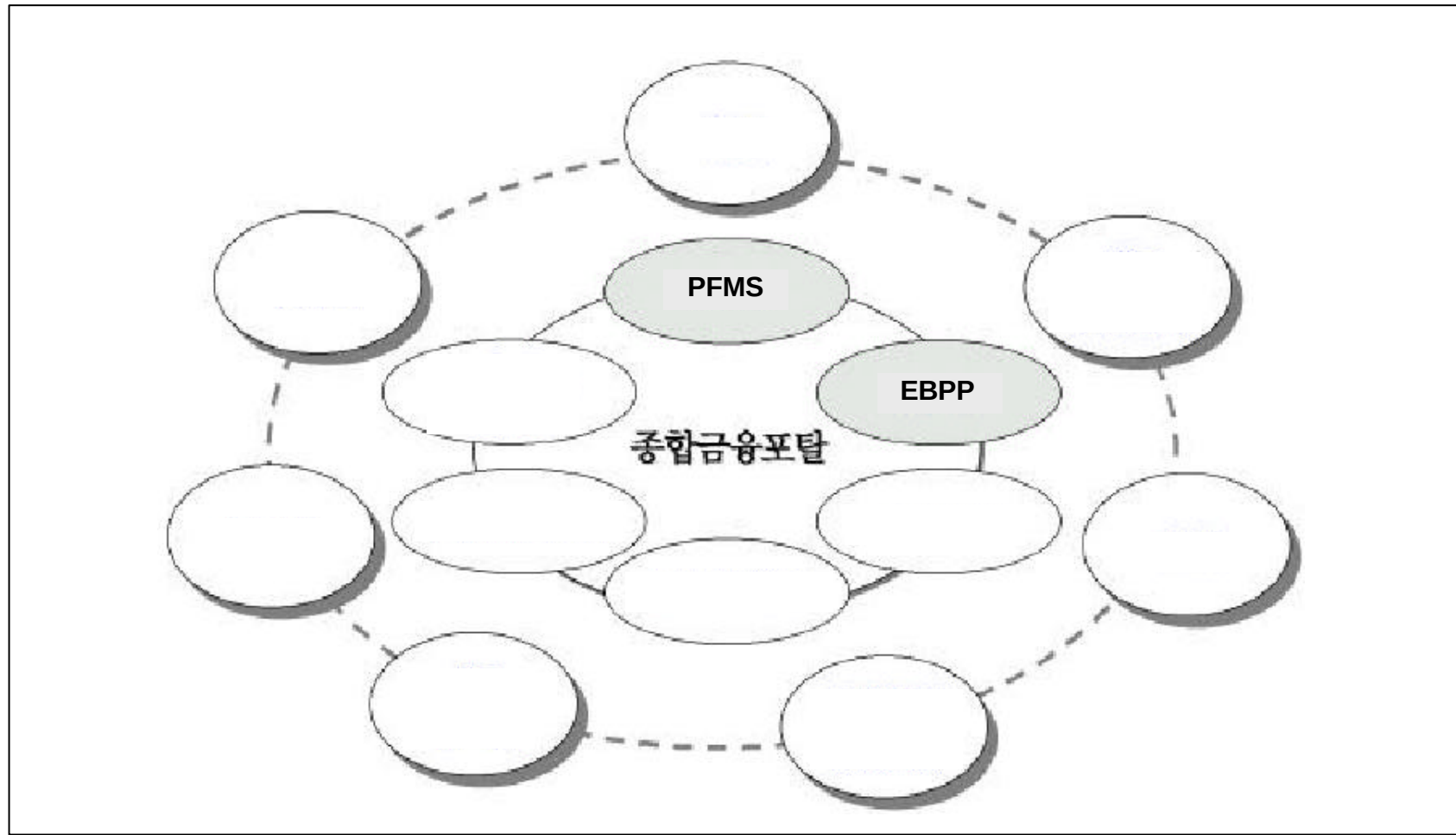




금융서비스	서비스 현황
증권	· 주식관련 정보 제공 수준에 제한 · 주식거래 서비스 미제공 또는 제휴사 제한
뱅킹	· 은행계열의 경우 자사의 뱅킹 서비스만 제공 · 온라인 계열의 경우 뱅킹 서비스 미제공, 주로 금융상품 정보/ 가격 비교서비스만 제공 · 대기업 계열의 경우 제한적 수준의 인터넷 뱅킹 제공 - 복수개의 은행 링크를 통한 계좌조회 - 온라인 거래는 각 은행별 사이트를 통해서 가능
보험/ 대출	· 정보/ 가격 비교서비스 및 온라인 중개 서비스 제공 · 자사의 금융상품 정보 노출을 꺼리는 기존 금융기관들이 금융상품 정보 제공을 제공하려 하지 않아 취급 상품의 범위에 제한
부동산/ 세무	· 정보제공 수준에 제한

가 ,

.



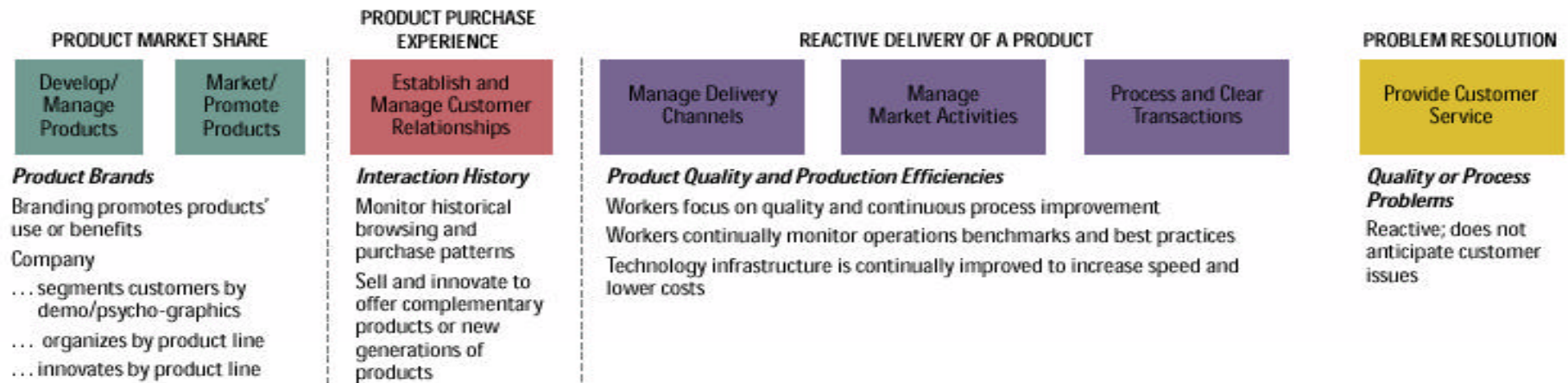
서비스	서비스 개요	국내	미국
인터넷빌링 (EBPP)	소비자에게 전달되는 지불정보(각종 공과금 및 청구서)의 전자화	· 은행의 청구서 납부 서비스 수준(참여 업체수 제한) · 청구서 발행 기업과 EBPP 솔루션 업체간의 이해상충 · EBPP 솔루션 업체의 교섭력이 낮아 기업들 참여 부진	· 금융포탈업체가 기본 서비스로 채택(증권, 은행, 인터넷기업) · EBPP 허브사이트 (Spectrum) 가입은행들 증가 추세 · 교섭력 갖춘 솔루션 제공업자 존재
계좌통합 (Account aggregation)	고객이 거래하는 여러 금융기관의 계좌를 한 곳에서 조회 및 거래	· 대형 금융기관이 계좌정보 공개를 꺼려 추진 애로 · 고객정보유출 문제 존재	· 통합계좌조회 및 이체 가능 · 교섭력 갖춘 솔루션 제공업자 존재
개인재무 관리서비스 (PFM)	개인이 보유한 총 금융 자산에 기반한 종합 컨 설팅 서비스	· 온라인 트랜잭션에 기반한 개인재무관리서비스 부재 · 자사 고객 대상으로 PFM 제한적 서비스 제공 · 온라인 기반업체의 PFM 솔루션 개발 및 사업 추진중	· 온라인 거래와 정보에 기반한 개인재무관리 서비스 제공

성공 요소	의 미
제휴 및 개방구조	· 은행, 보험, 증권, 부동산 등 전 금융 서비스를 총망라하는 네트워크를 구성할 수 있는 능력 · 네트워크를 형성할 수 있는 협상력 · 타 금융상품을 수용할 수 있는 개방구조 및 중립성
브랜드/마케팅	· 기존 브랜드 인지도 및 신뢰성 · 다양한 금융상품을 마케팅할 수 있는 능력
금융정보 및 온라인 거래 서비스 범위	· 제공 금융정보의 차별성 · 취급 온라인 거래의 범위
고객서비스	· 온라인 고객을 대상으로 고객지원의 형태 다양화 · 온라인/오프라인을 동시에 지원 · 온라인 상담, 콜센터, 웹 브라우저 동기화, 고객별 차별화된 자문 서비스 등
데이터마이닝/기술	· 고객 정보를 수집, 관리 · 온라인 상에서 효과적인 기능을 개발, 수행 · PFM 서비스를 위한 훌륭한 솔루션의 구축 능력
유통채널	· 다양한 채널을 통한 금융상품 유통 · 대리인(Agent), 전화, 인터넷, 지점 등 오프라인과 온라인 모두 포함
규모의 경제	· 적정 이상의 고객수 및 거래량 확보 · 반복적이고 지속적인 거래를 통해 규모를 키우고 고객 신뢰 확보
실행 능력	· 변화에 대응하는 속도와 전략적 주도권을 수행할 수 있는 능력 · 강한 실행력을 바탕으로 기존의 비즈니스 전략을 근본적으로 변화시킬 수 있는 능력

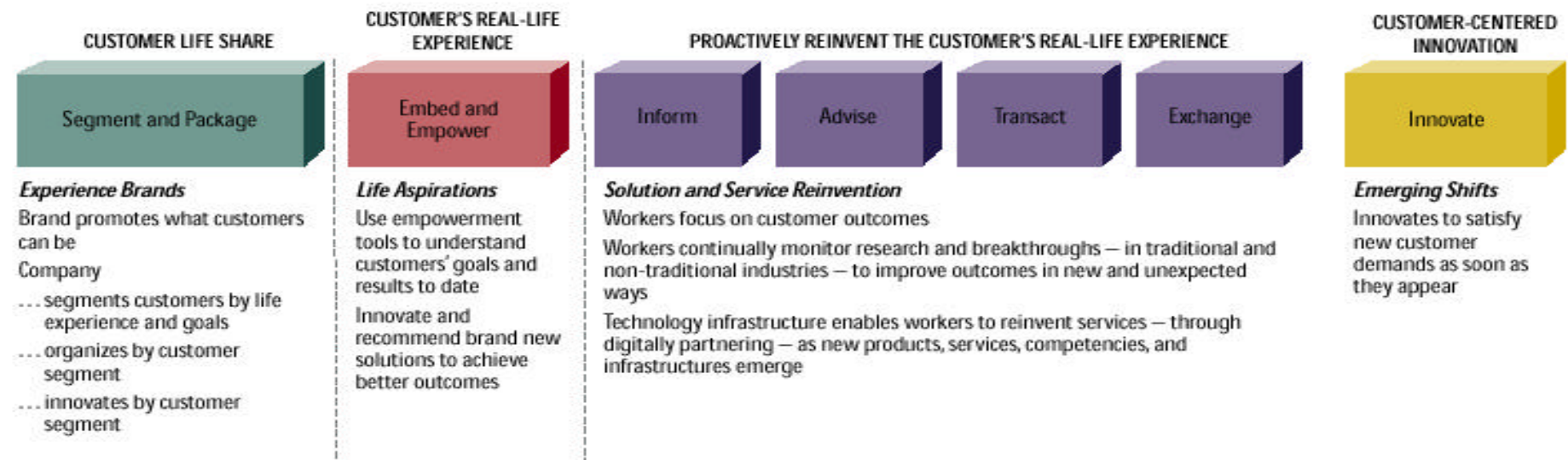
구분	강점	약점
대형 은행	▪ 핵심 금융서비스의 제공 ▪ 온라인 금융거래 가능 ▪ 고객 신뢰기반 및 브랜드 인지도 ▪ 계열 금융기관과 제휴로 서비스 확대 용이	▪ 자사 고객 위주의 서비스 ▪ 차별화된 금융정보 제공 제한 ▪ 타 금융기관과의 제휴에 있어 중립성 확보 제한
인터넷 기업	▪ 차별화된 금융정보 제공 ▪ 충실한 고객 기반 확보 ▪ 이해관계에 있어 중립성 확보	▪ 온라인 금융거래 미제공 ▪ 오프라인 기반 취약 ▪ 대형 금융기관과의 협상력 낮음 ▪ 자금력 제한 ▪ 유통채널 제한
대기업계열	▪ 오프라인 금융기반 계열사 ▪ 브랜드 인지도 ▪ 자금력 ▪ 대형 금융기관과의 협상력 높음	▪ 대기업계열로 중립성 확보 제한 ▪ 차별화된 금융정보 제공 제한 ▪ 온라인 금융거래 제한

FIGURE 9. FINANCIAL SERVICES PORTAL STRATEGY

TRADITIONAL COMPANIES PROFIT FROM PRODUCT INNOVATION AND OPERATIONAL EFFICIENCY



WINNING FINANCIAL SERVICES COMPANIES PROFIT FROM CUSTOMER INNOVATION AND SERVICE REINVENTION

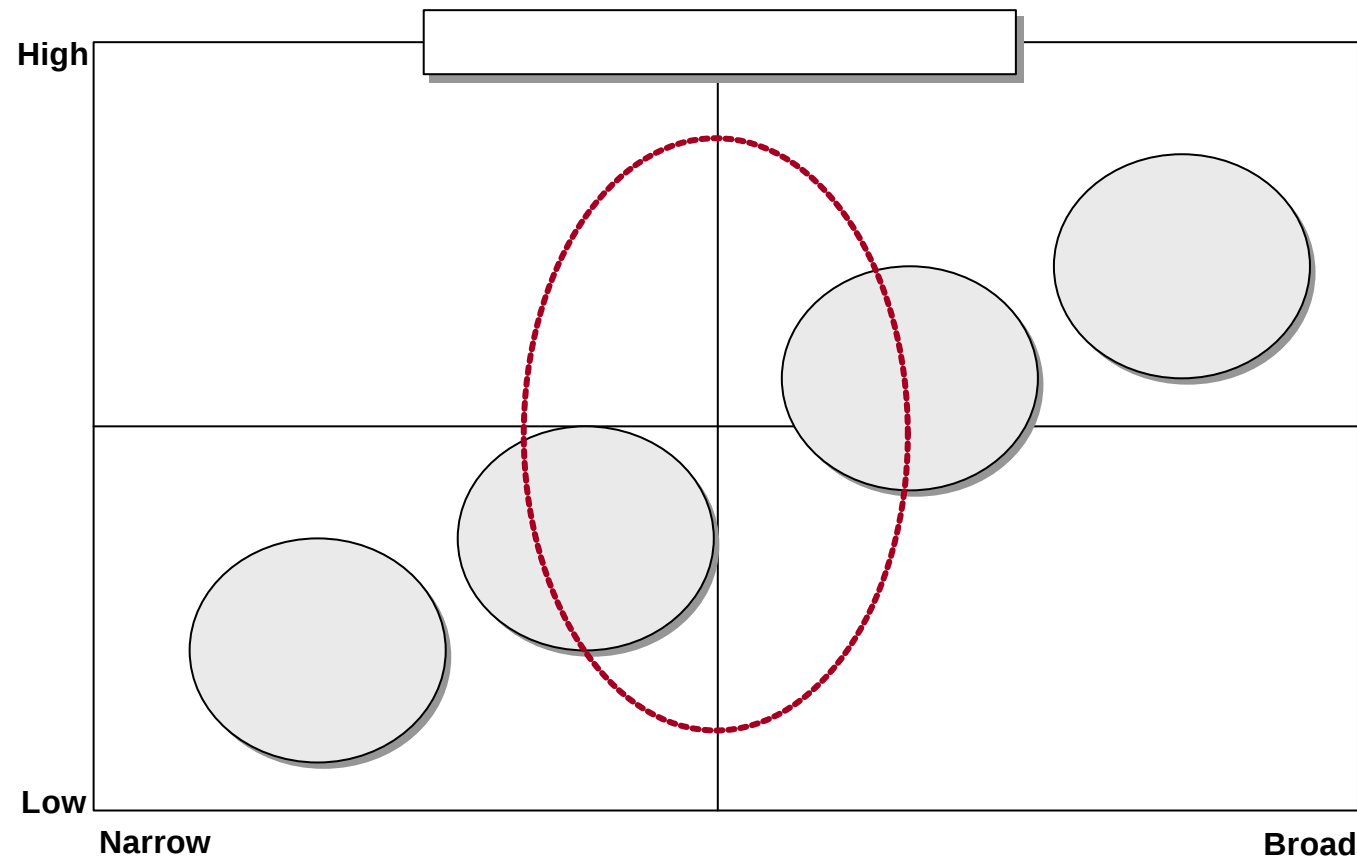


[: Deloitte Research, 2000]

, 가

,

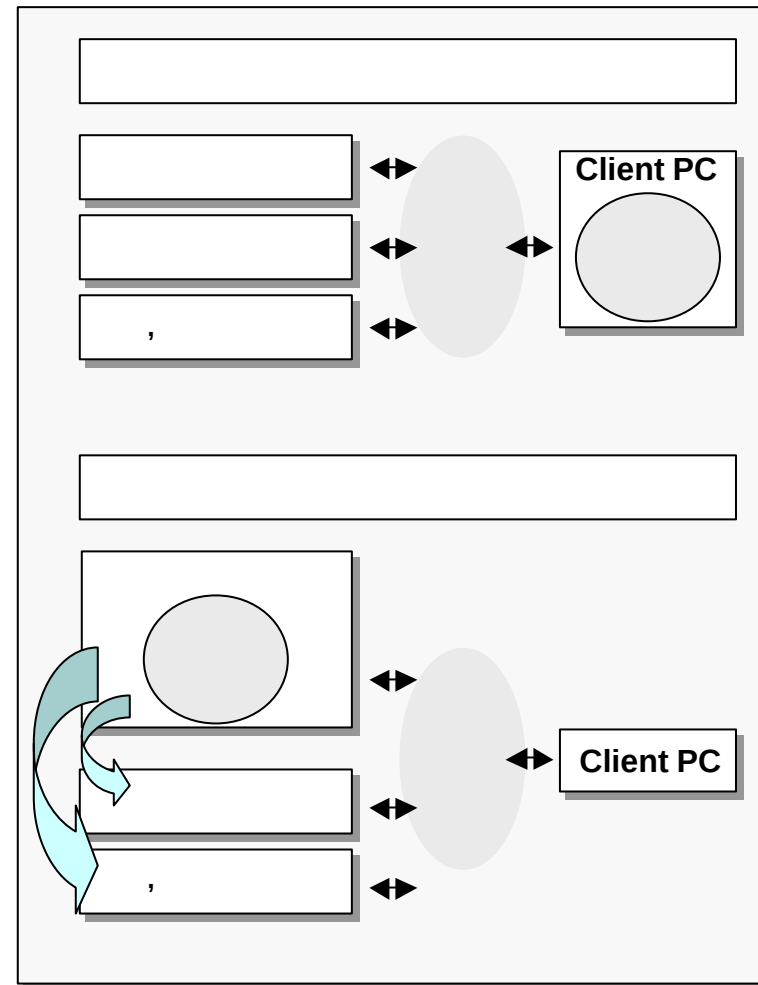
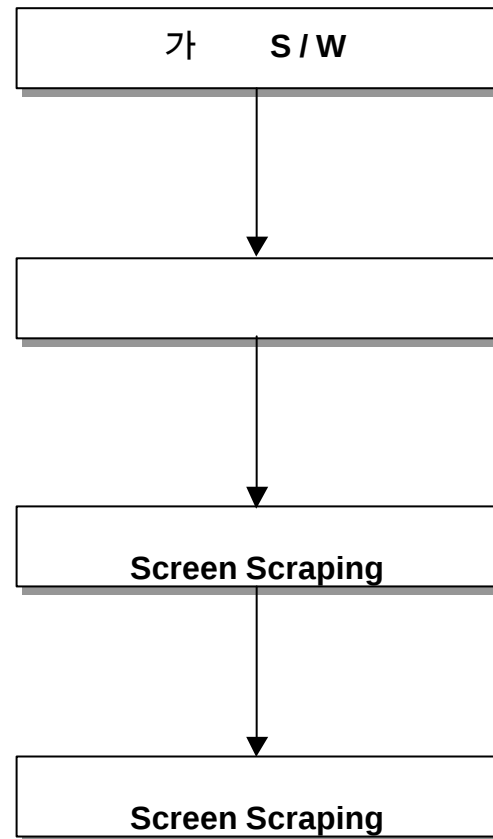
.

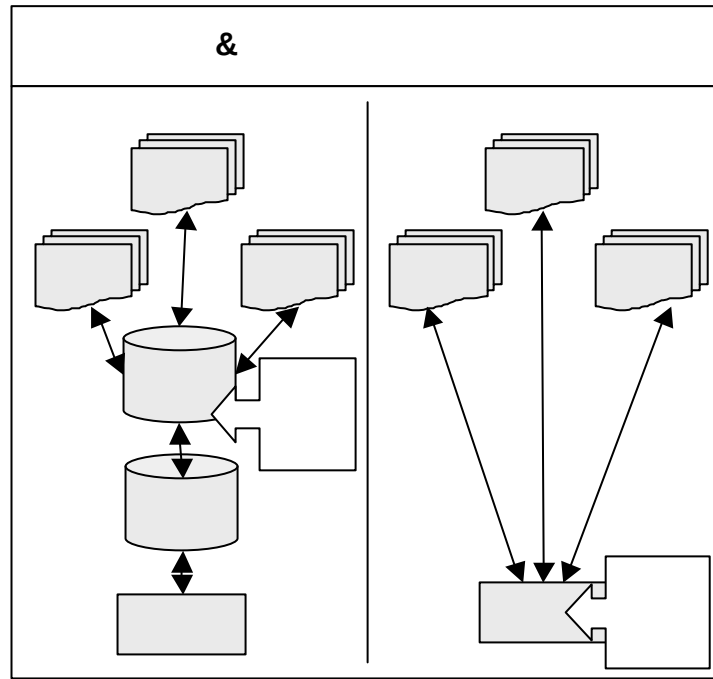


, 가 .

업 체 명	내 용
한빛은행	• 적극적인 계좌통합서비스 도입 추진 중이며 향후 PFM과 연계된 서비스 계획 중 - 724 솔루션(캐나다) 독점 계약 - 상반기 구축, 하반기 서비스 예정
신한은행	• '이모션社'에게 금융포탈 프로젝트를 맡기면서 관련 솔루션을 적용할 예정
국민은행	• 금년 중 추진계획이 있으나 구체적인 사업추진 내용은 없음 - 높은 개인고객에 대한 시장점유율을 토대로 단계적인 개인재무관리서비스를 제공할 예정이나 아직 외부 기관과의 업무 협조는 없음

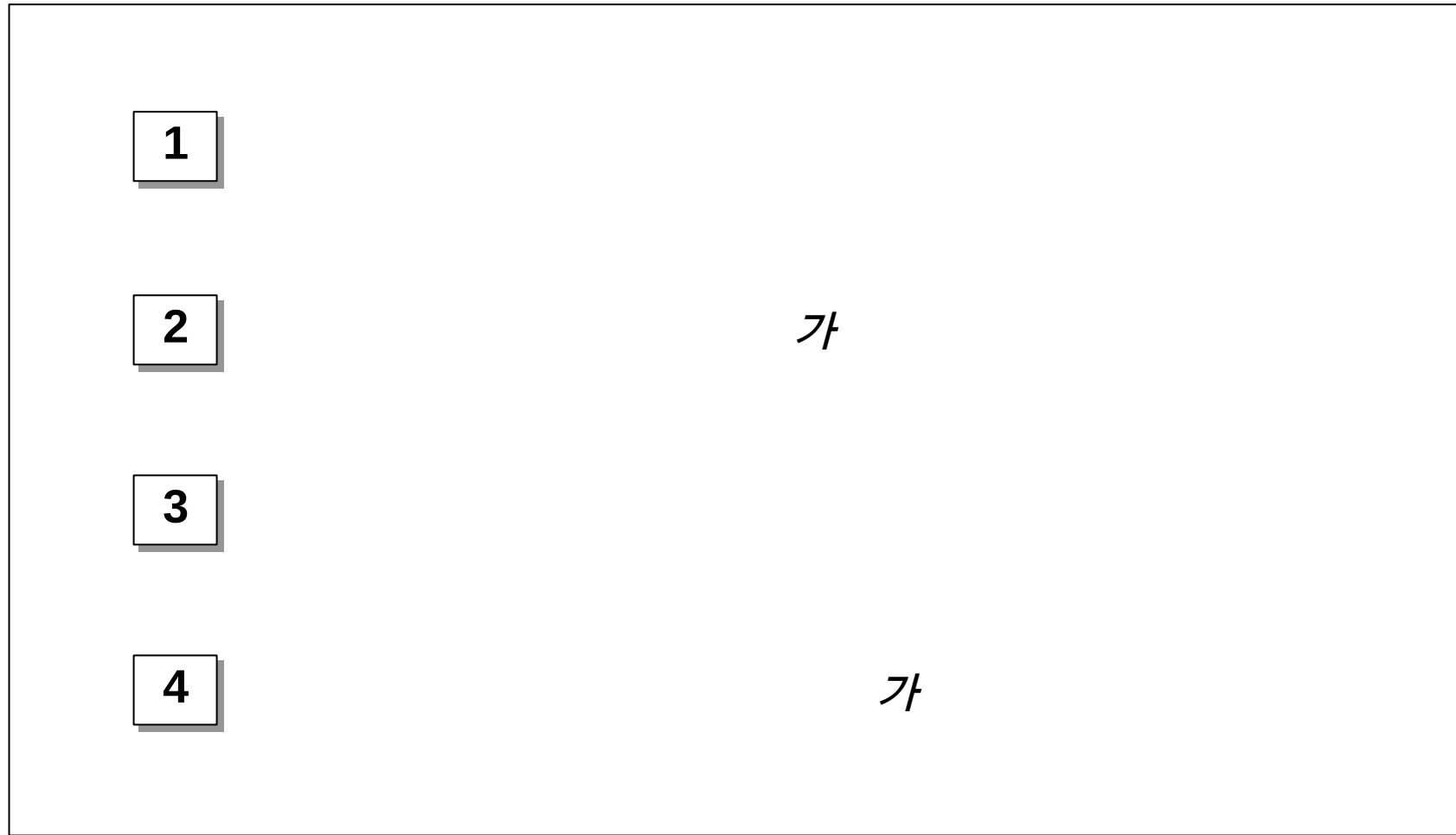
“Screen Scraping”





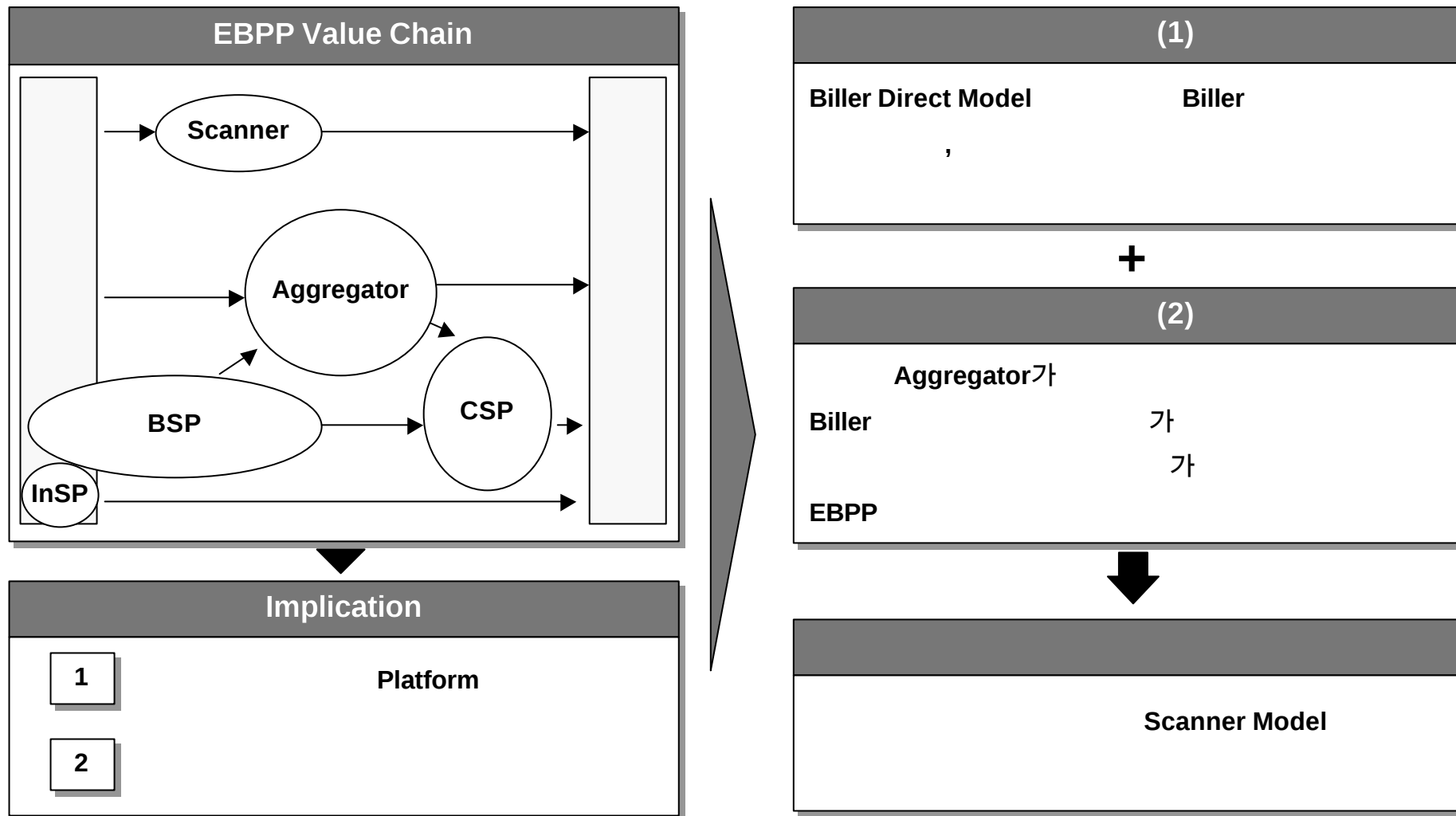
구분	OFX 모델	스크린 스크래핑	
		서버 기반	클라이언트 기반(국내)
개요	· 금융기관과의 제휴 · OFX 같은 표준규약을 이용 · 인터넷 이용이 일반적이나 안정성 확보를 위해 전용선을 이용하기도 함	· 고객의 계좌정보 서버에 저장 · 고객의 요청에 대비해 금융 정보를 수시로 스크래핑 한 후 서버에 저장한 후 고객의 요청시에 서비스	· 고객의 계좌정보는 고객의 PC에만 저장 · 고객이 요청할 때마다 스크래핑하여 서비스
장점	· 안정적인 서비스	· 금융기관과의 시스템연동이 불필요 · 클라이언트보다 속도가 빠름	· 보안 및 프라이버시 문제없음 · 금융기관과의 시스템연동이 필요 없음 · 금융계좌에 대한 조회, 이체 가능
단점	· 금융기관과의 시스템 연동에 많은 비용이 듦	· 보안 및 프라이버시 문제 상존 · 금융기관의 방해시 업데이트 문제 발생	· 이동성의 제약 · 금융기관의 방해시 업데이트 문제 발생

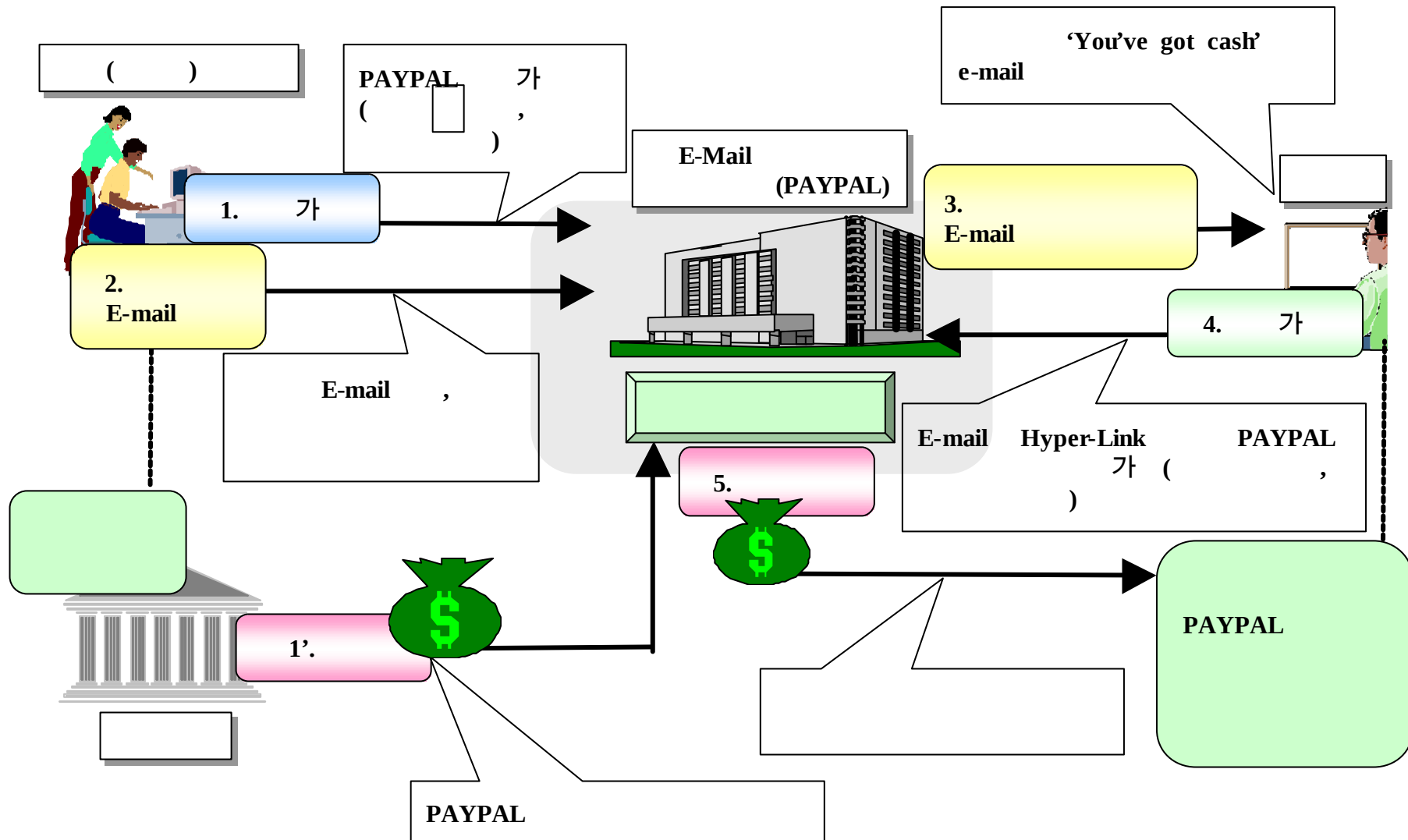
서비스 방식	업 체 명	솔루션명	비 고
표준전문 방식	한국통신 커머스 솔루션즈	Banktown	• 월 200만원의 저렴한 비용으로 금융기관에서 서비스 제공 가능
	조이닷컴	조이뱅크	• 스크린 스크래핑 방식의 단점을 금융기관과 제휴를 통한 국내전문표준 방식으로 보완하는 것 추진
서버 방식	오픈테크	OASIS	• 서버방식(계좌조회), 클라이언트 방식(이체) 혼합
	넷앤미	Hydra	• 빠른 스크래핑 기술 • 서버방식(계좌조회), 클라이언트 방식(이체) 혼합 • 다우기술, 어머니와 공동 PFMS 추진
클라이언트 방식	핑거	nyfocus	• 팩스넷에서 분사 • 10여의 금융기관과 제휴 • 당분간 금융기관에 솔루션 무료 제공 예정 • 금융기관과 제휴를 통해 안정적 서비스 추진 • PFMS가 가능토록 부가적 기능 포함
	조이닷컴	조이뱅크SS	• 금융기관과의 전용선 연결을 위해 금융기관과 제휴 추진 • PFMS가 가능토록 자동 가계부 기능 포함
	가용정보통신	FASS Fast Bank	• LG캐피탈에 은행계좌통합솔루션 공급 • 증권계좌 통합조회 솔루션 무료 공급 예정 • 쇼핑몰, 통신회사 등을 대상 적극적 영업



	Biller Direct	In / SP (In-House Software Provider)	BSP (Billing Service Provider)	Scanners	CSP(Consumer Service Provider)		
					Aggregator		Bank Portal
					Thin Model	Thick Model	
	Biller가 EBPP	Biller Direct Model S/W	Biller ,	()	Biller Bill (Biller D/B	Biller Bill d/W (Full access 가)	Aggregator
	- Billing (	- Billing S/W (Biller)	- CSP Biller - Biller EBPP	- B2C (\$10) - Biller EBPP - 가	- Biller - Biller 가 (Biller) - Biller Direct Model 가	- Total - Biller	

- 1.EBPP(Electronic Bill Presentment & payment) : .
2. In/SP(In-house Software Provider) : Biller(), , , EBPP
3. (Scanner) : Aggregation, CSP,





P2P	<table><tr><td>PAYPAL</td><td>E-Mail</td><td>P2P</td></tr><tr><td>* 1999. 12</td><td>2000. 9</td><td>300</td></tr></table>	PAYPAL	E-Mail	P2P	* 1999. 12	2000. 9	300
PAYPAL	E-Mail	P2P					
* 1999. 12	2000. 9	300					
C2B	<table><tr><td>E-Mail</td><td>C2B</td></tr><tr><td>* 2000. 9</td><td>10</td></tr></table>	E-Mail	C2B	* 2000. 9	10		
E-Mail	C2B						
* 2000. 9	10						
B2B	<table><tr><td>PAYPAL</td><td>B2B</td><td>BuyLink</td></tr></table>	PAYPAL	B2B	BuyLink			
PAYPAL	B2B	BuyLink					
Future	<table><tr><td>G2B,</td><td>, Mobile</td></tr></table>	G2B,	, Mobile				
G2B,	, Mobile						

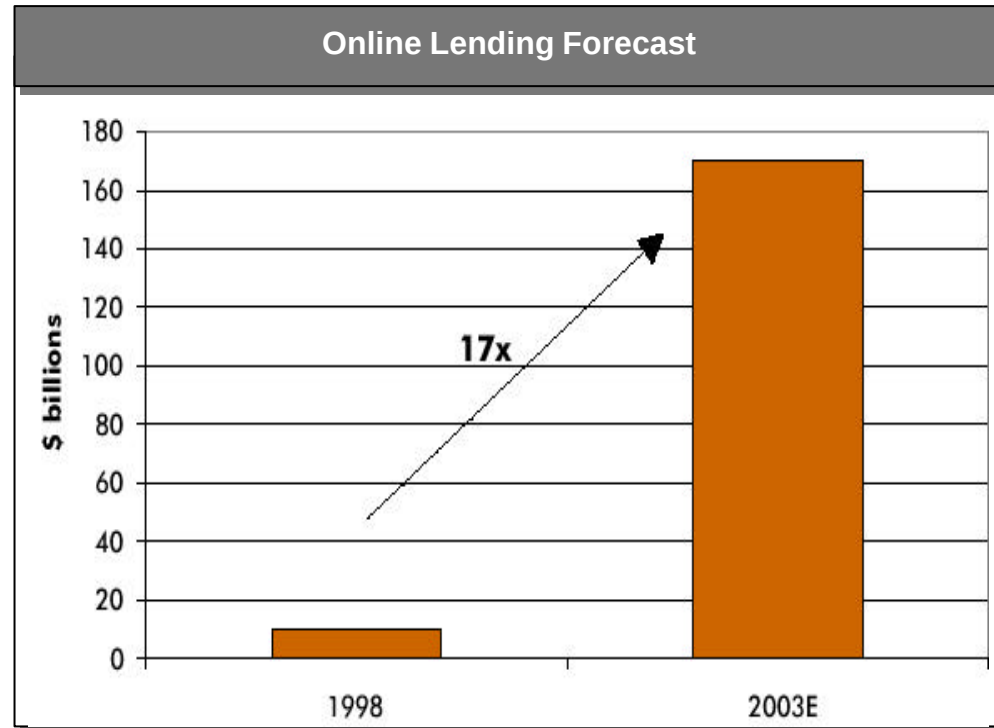
L2B Opportunity : The Loan Marketplace

L2B (Lender to Borrower)

가

가

.



- CSF of L2B Loan Center**
- Broad product offering across loan categories
 - Loans across the entire credit spectrum
 - Instant decision-making
 - Ability and willingness to be the back-end for financial portals



- The future will be...**
- ✍ Most Matchmakers will merge or give up
 - ✍ will expend their distribution deals

Key Takeovers of e-Insurance Vision

- Processing time and the cost of understanding and servicing insurance policing will fall
- Success in direct to consumer insurance via the internet will be limited
- Clicks and mortar wins in the e-insurance market
- Greater transparency afforded by the internet will add to pricing pressure.
- Over the much longer term, we see the insurance industry moving to a more security-like structure

 e-Business가 Business

e-Business

 Offline , , ,

 Business Model

 Business Model ,

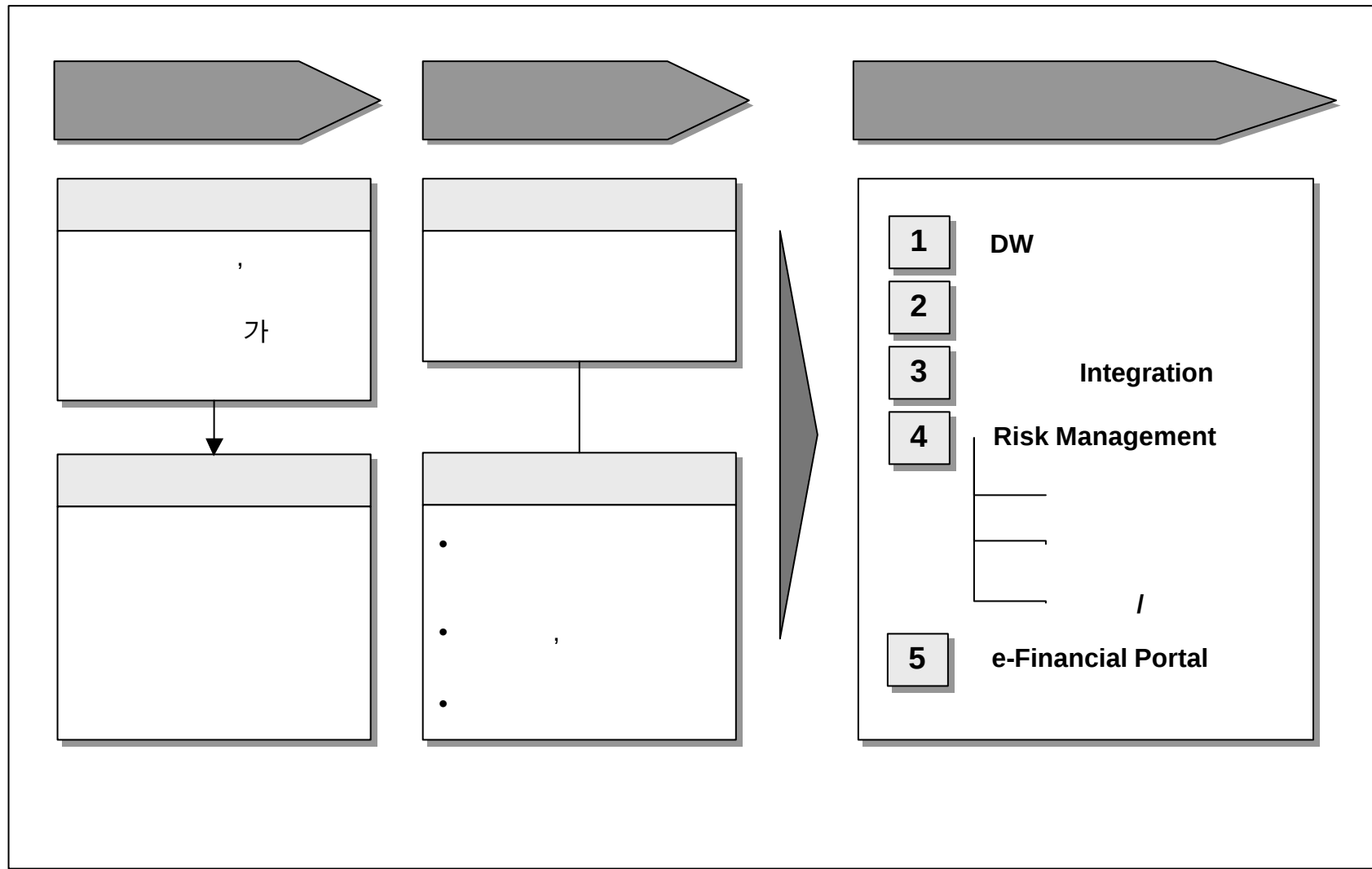
 e-Business ,

 , Business Model

 가? 가?

 가?

 , 가?

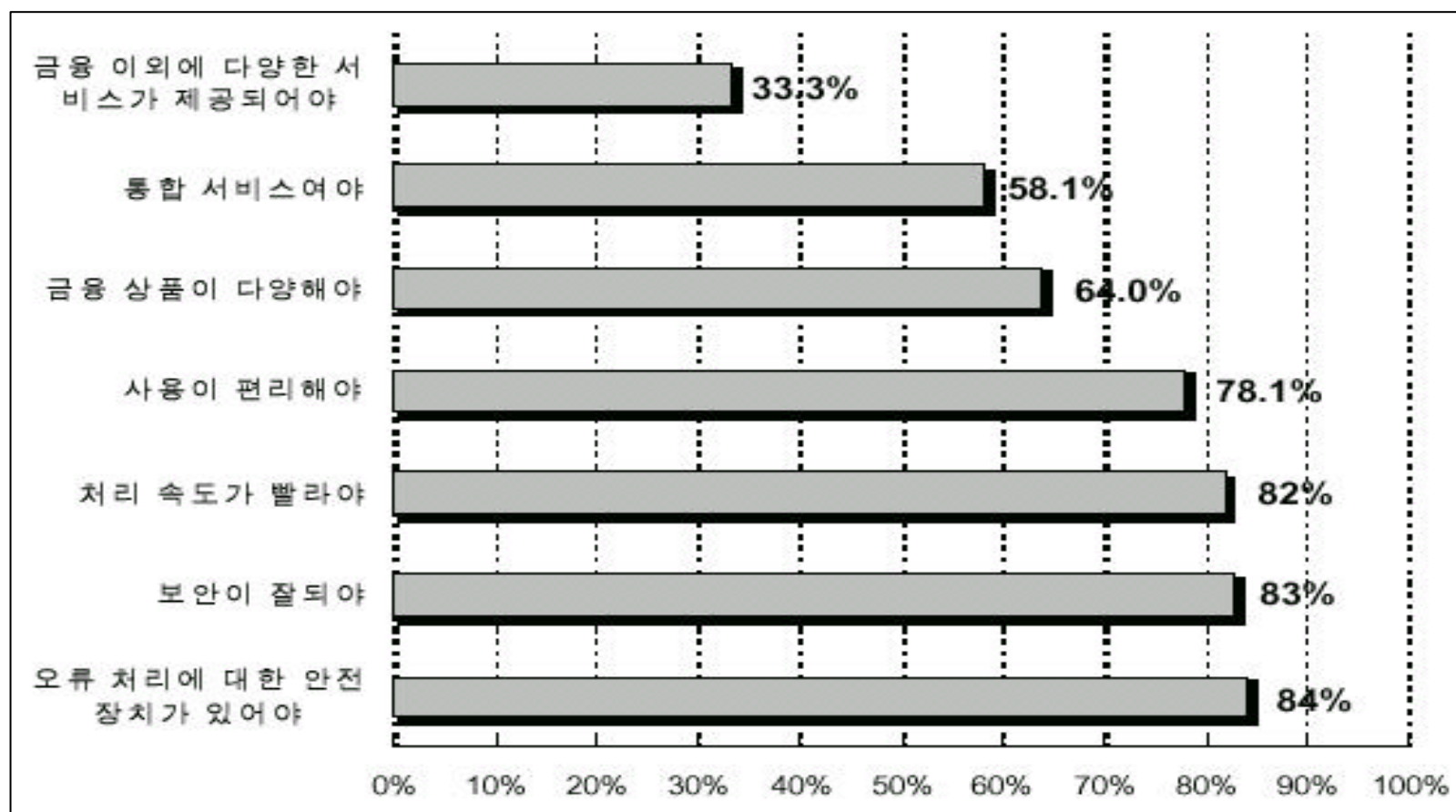


200 IT 2000 \$570 2001 \$630 가 IT 27%

	/	
1		가
2		가 가 ID
3	가	가 IT
4		가
5		가 , ,
6		, ,
7		
8		/
9		, ,
10		가

Mobile Business

- **Mobile Business**
- **Mobile Biz. Market Penetration Strategy**



on-line 가 , 가 가
가 .

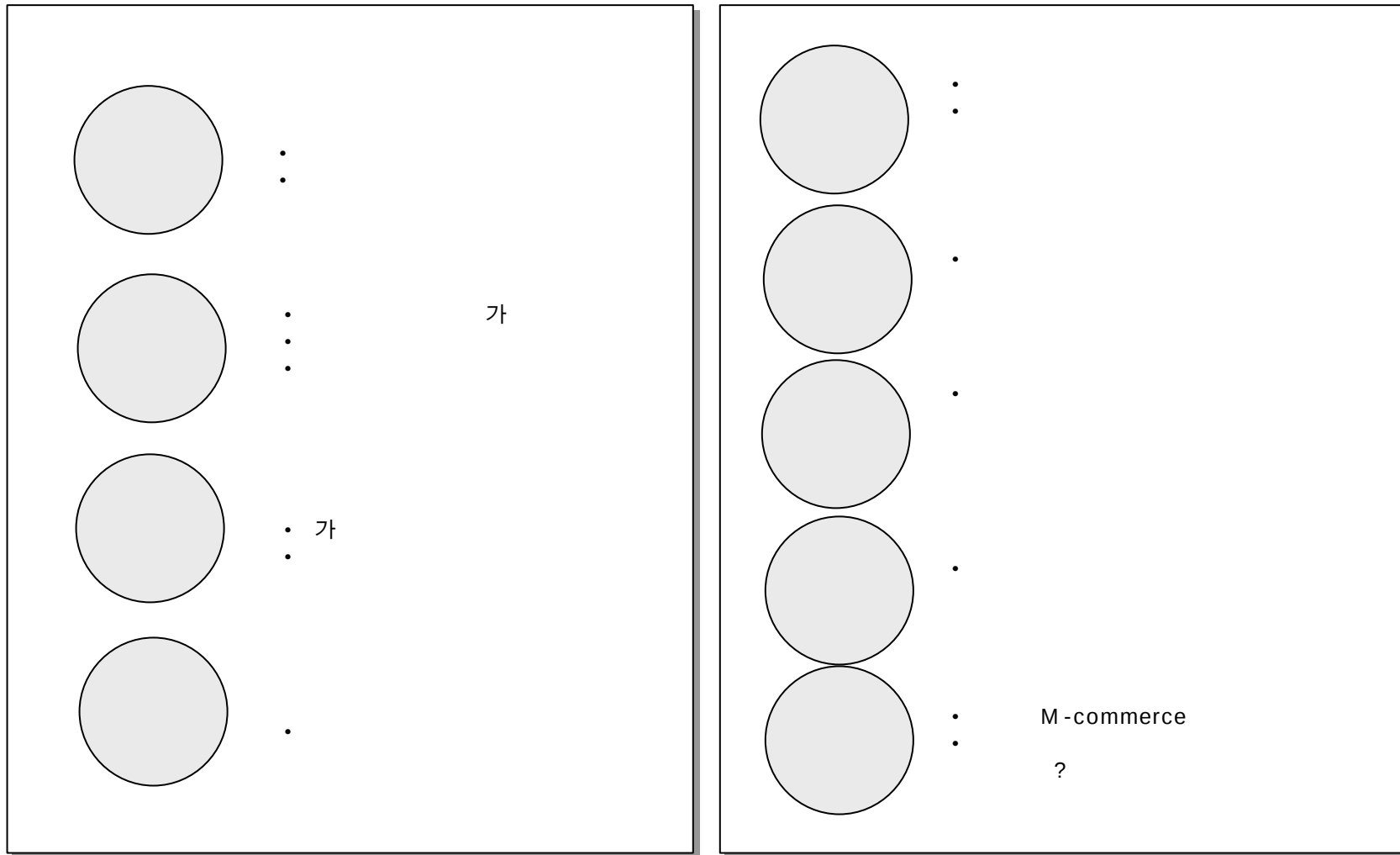
• 미국 인터넷 뱅킹 사이트의 증가

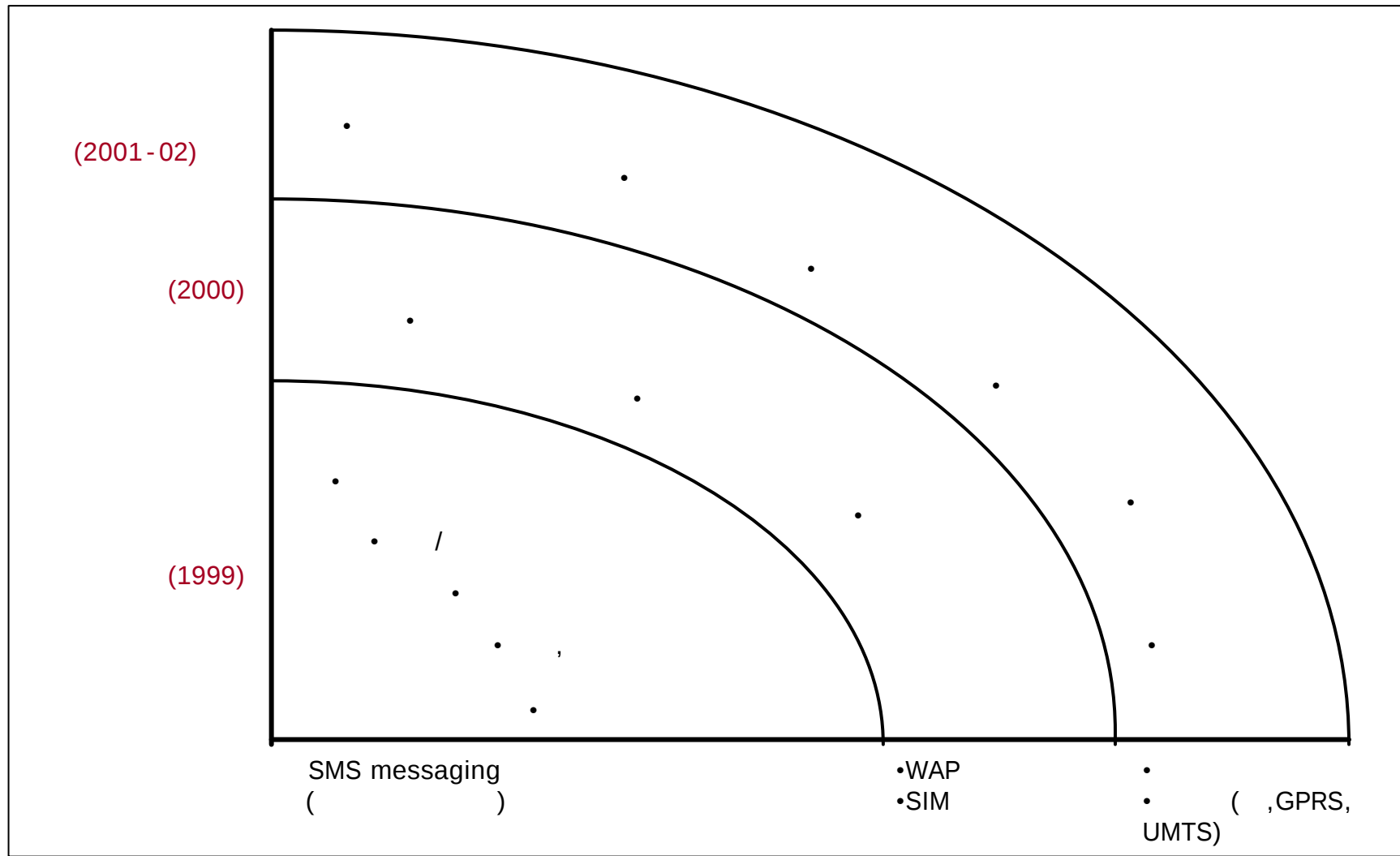
구 분	1997년 5월	1999년 7월	증가율
미국 내	1360개	1843개	35.50%
미국 외	714개	820개	14.80%

Source: BankWeb

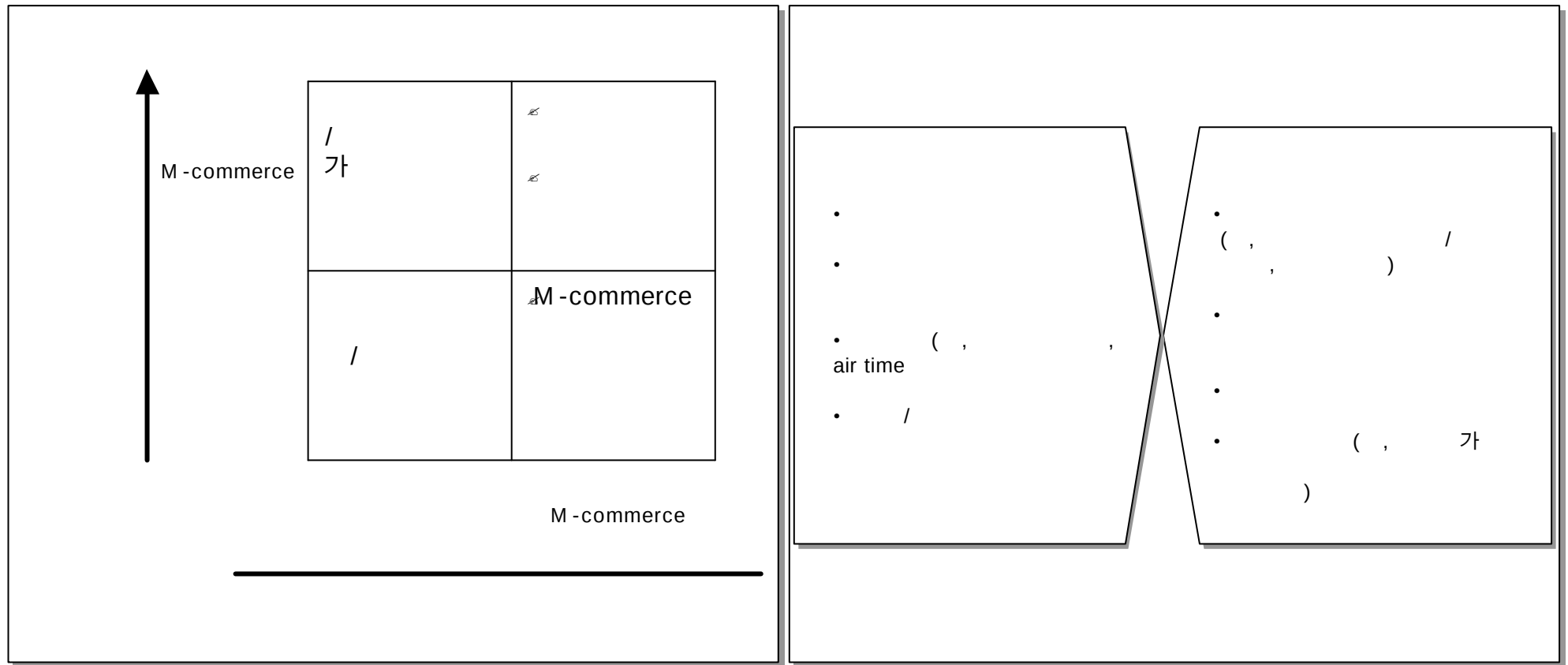
• 매킨지의 아시아 12개 국가별 가계 조사에 따른, 인터넷 뱅킹 선호도

국 가	한국	대만	태국	인도네시아	필리핀
선호도	56%	46%	43%	40%	28%



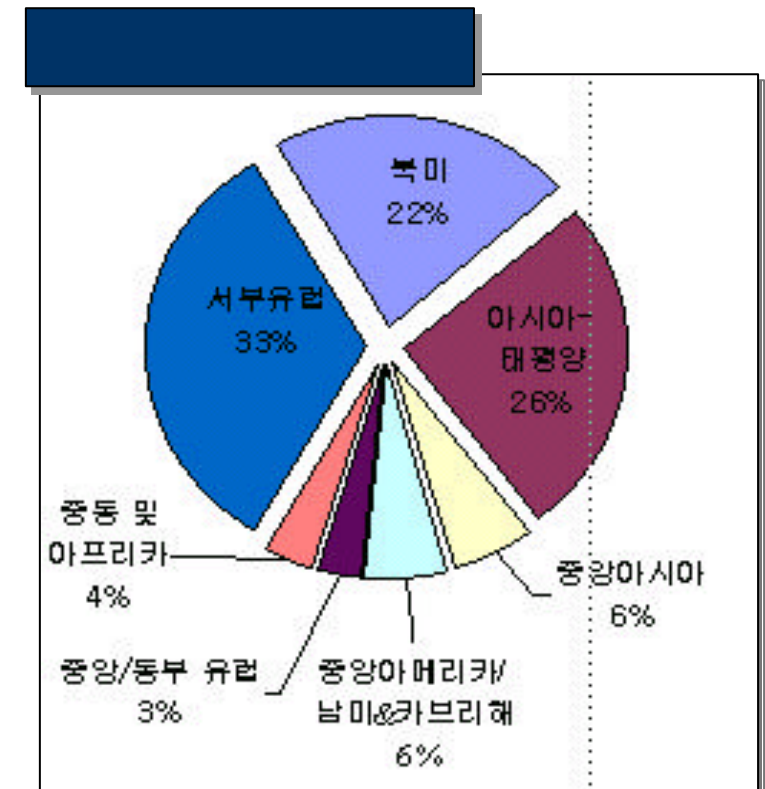
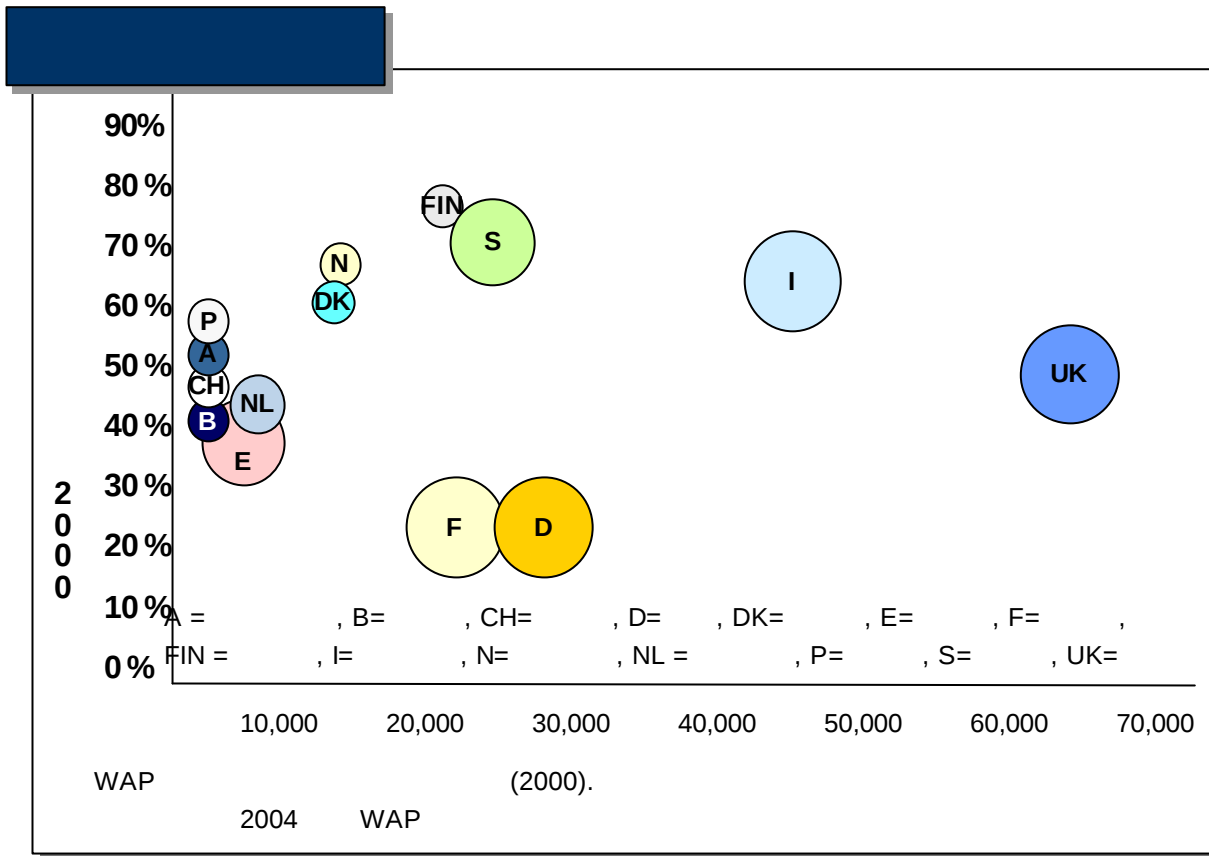


[: Mckinsey, Helsinki]



Mobile Banking Trend: 가

73%



[: mobile business 2001. 5]

[illegible]

Copyright © 2001 HONGIK INTERNET Inc.

: Mobile Banking ()

NTT
ATM

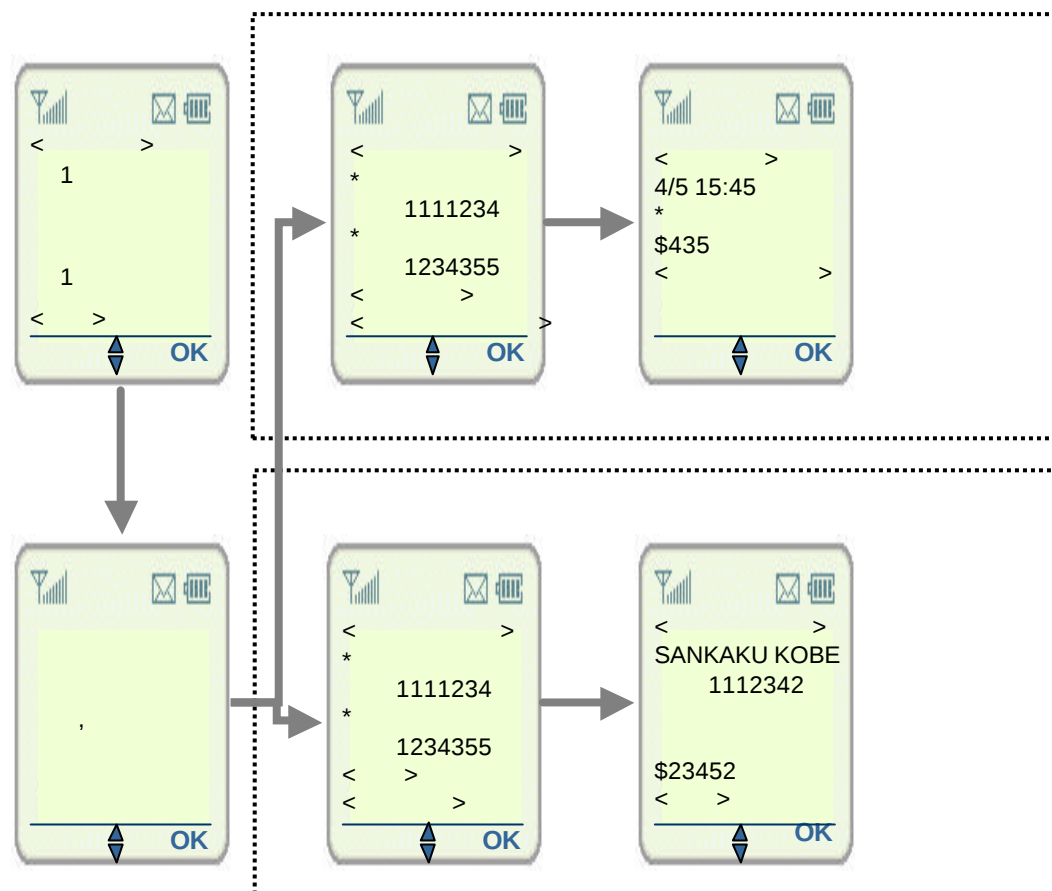
i- Mode

가

Banking Service,

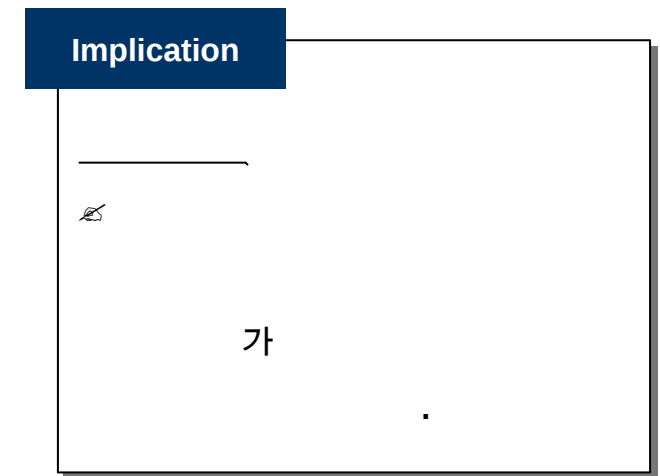
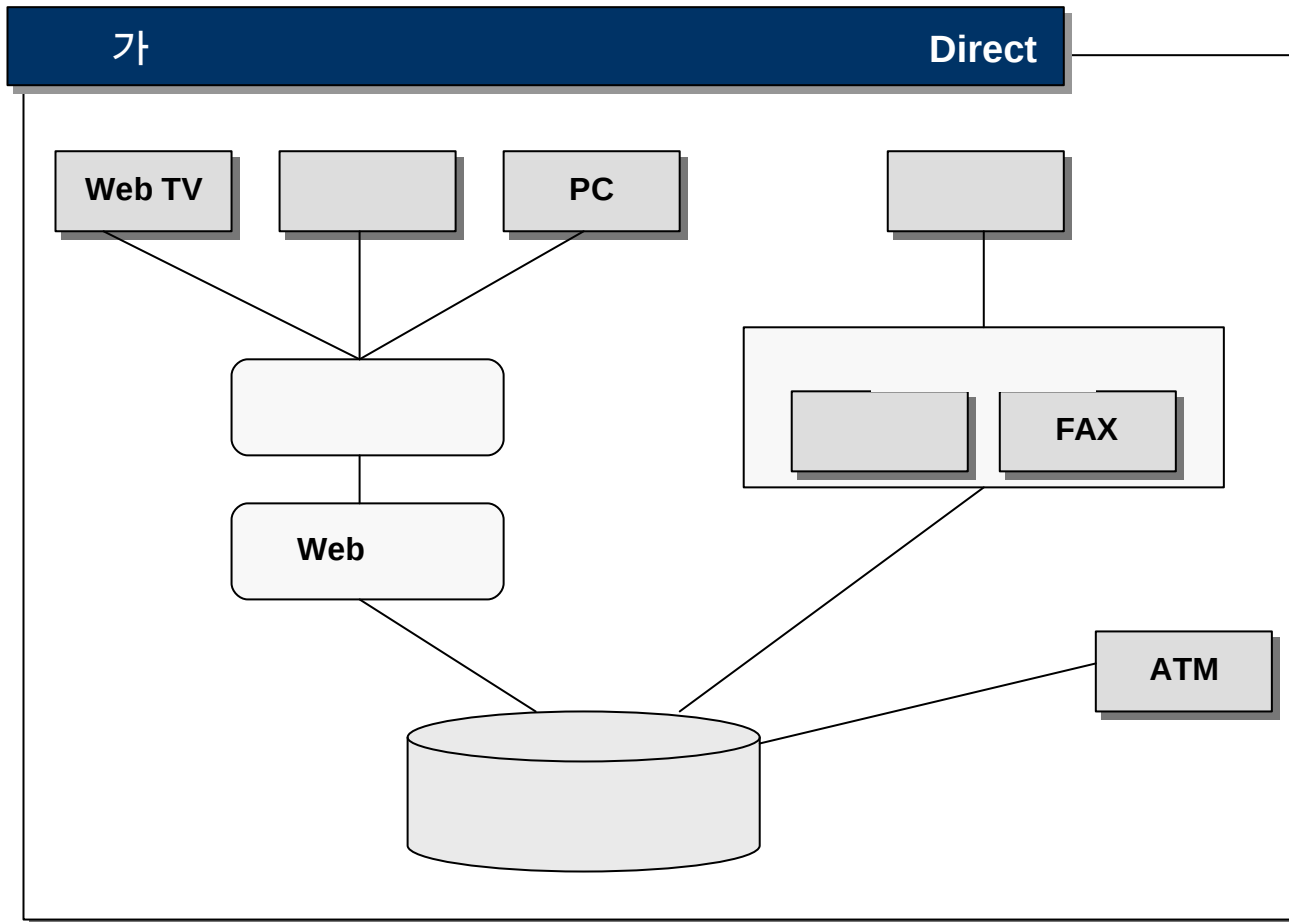
,

24



: Mobile Banking ()

“ direct” PC (/), I , Web TV
가 .





가 -

first mover



가



m - commerce



-

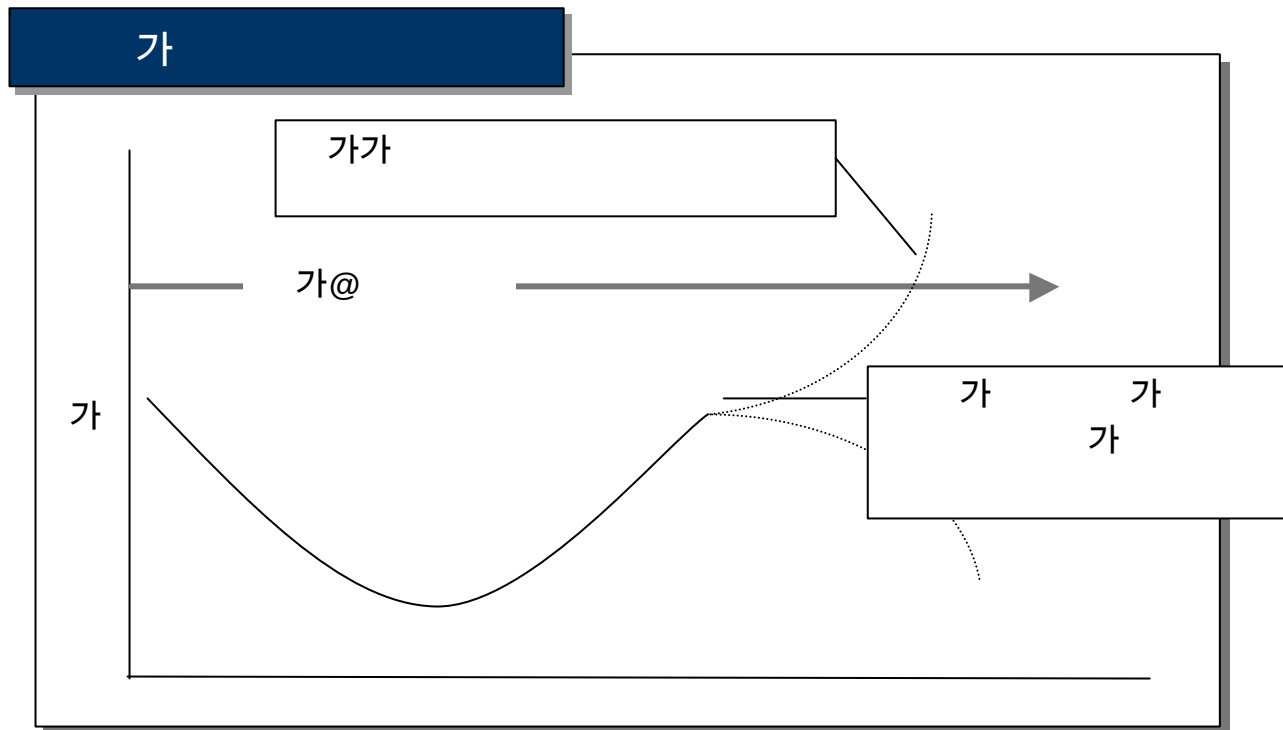
: Mobile Stock ()

2000 3

‘ 가@ ’

✍ 가@

: 가 , .



Implication

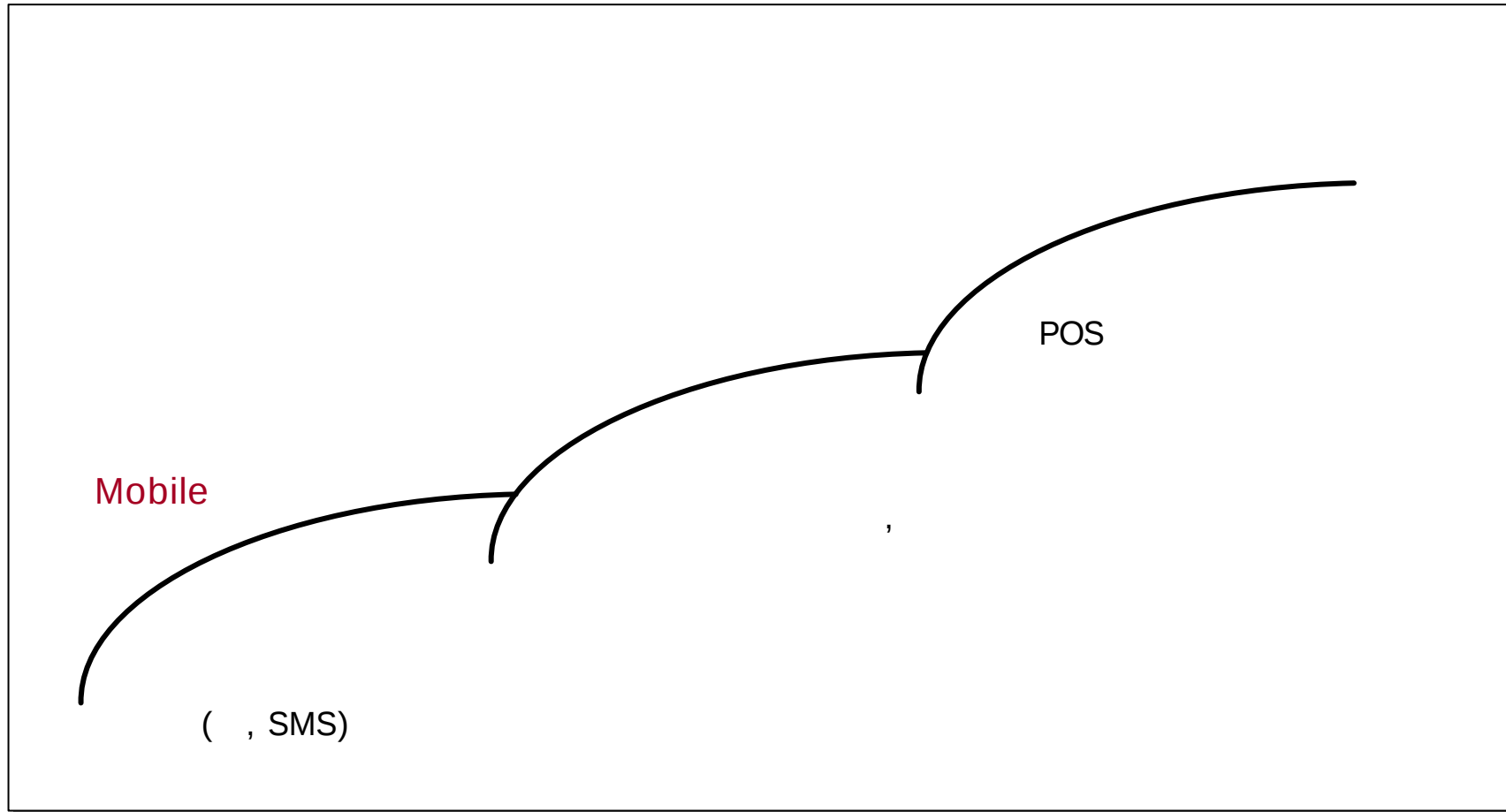
PC 15

✍ 1997 1

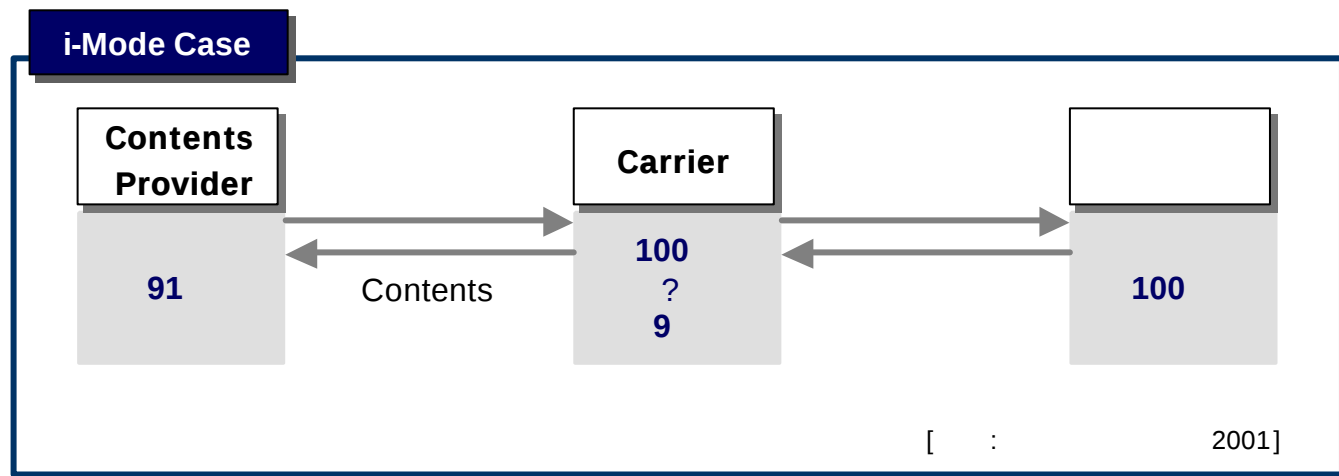
,

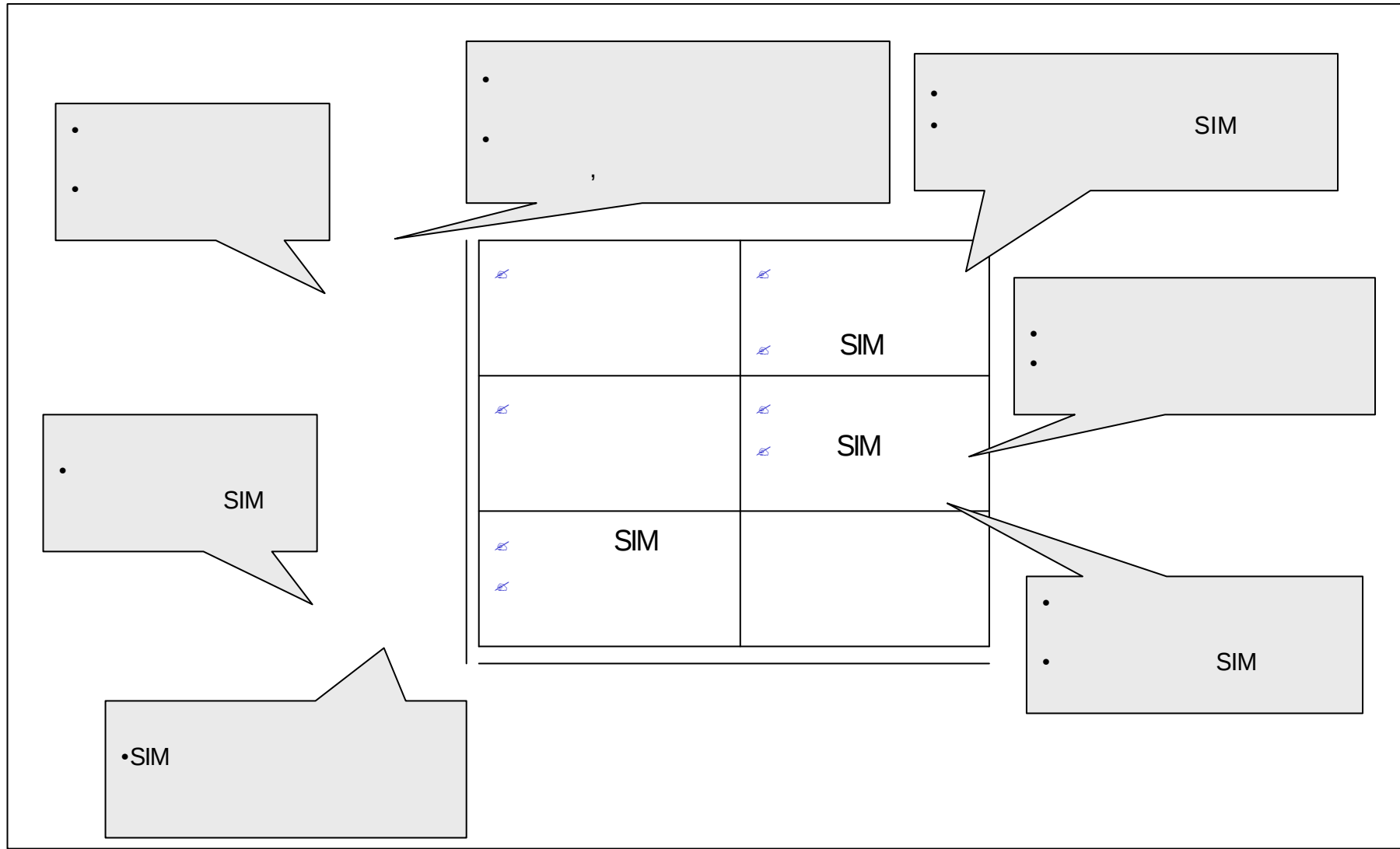
✍

✍

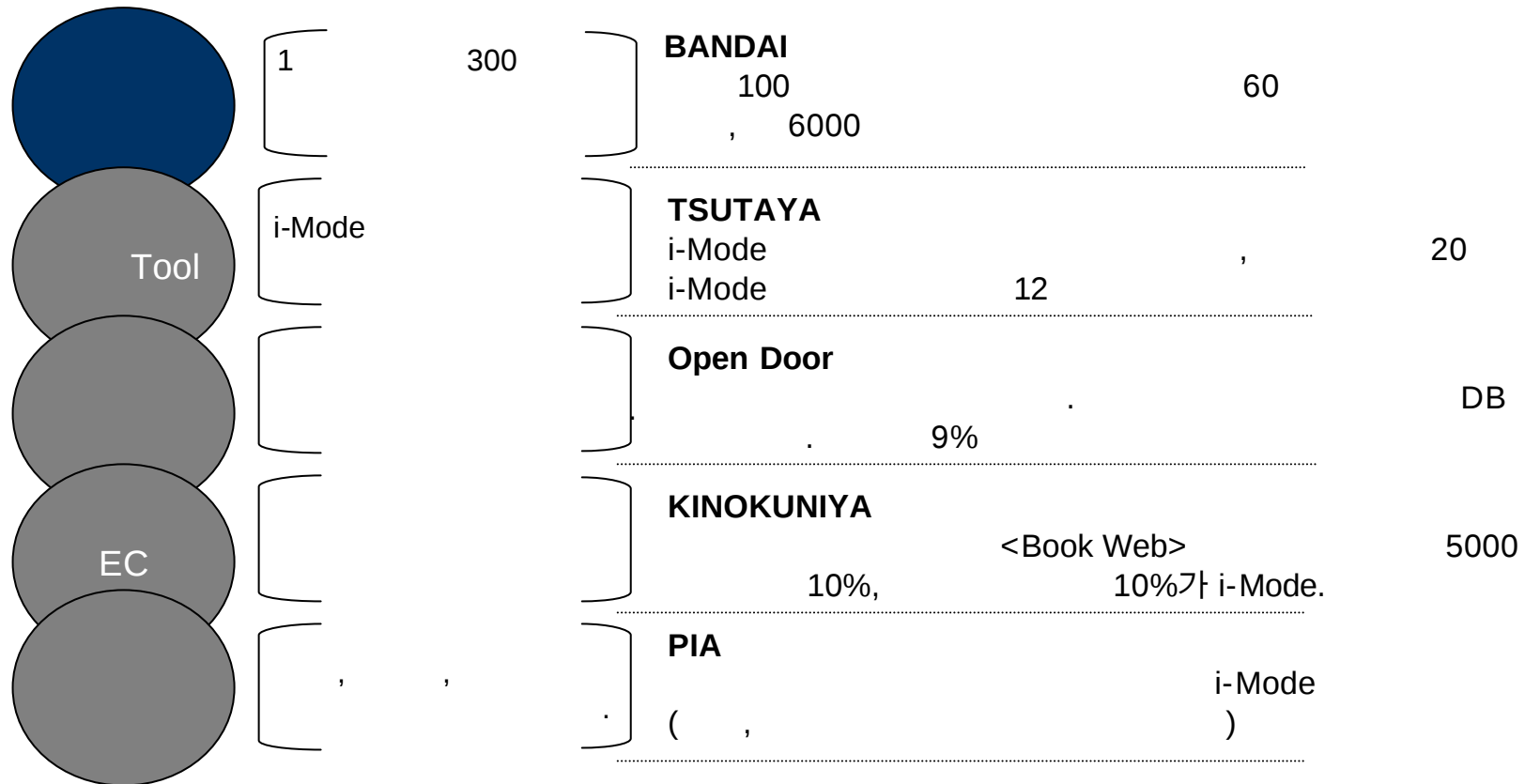


Contents
가
Contents CP,
Device Provider
Digital Media Value Chain
가 가 win-win





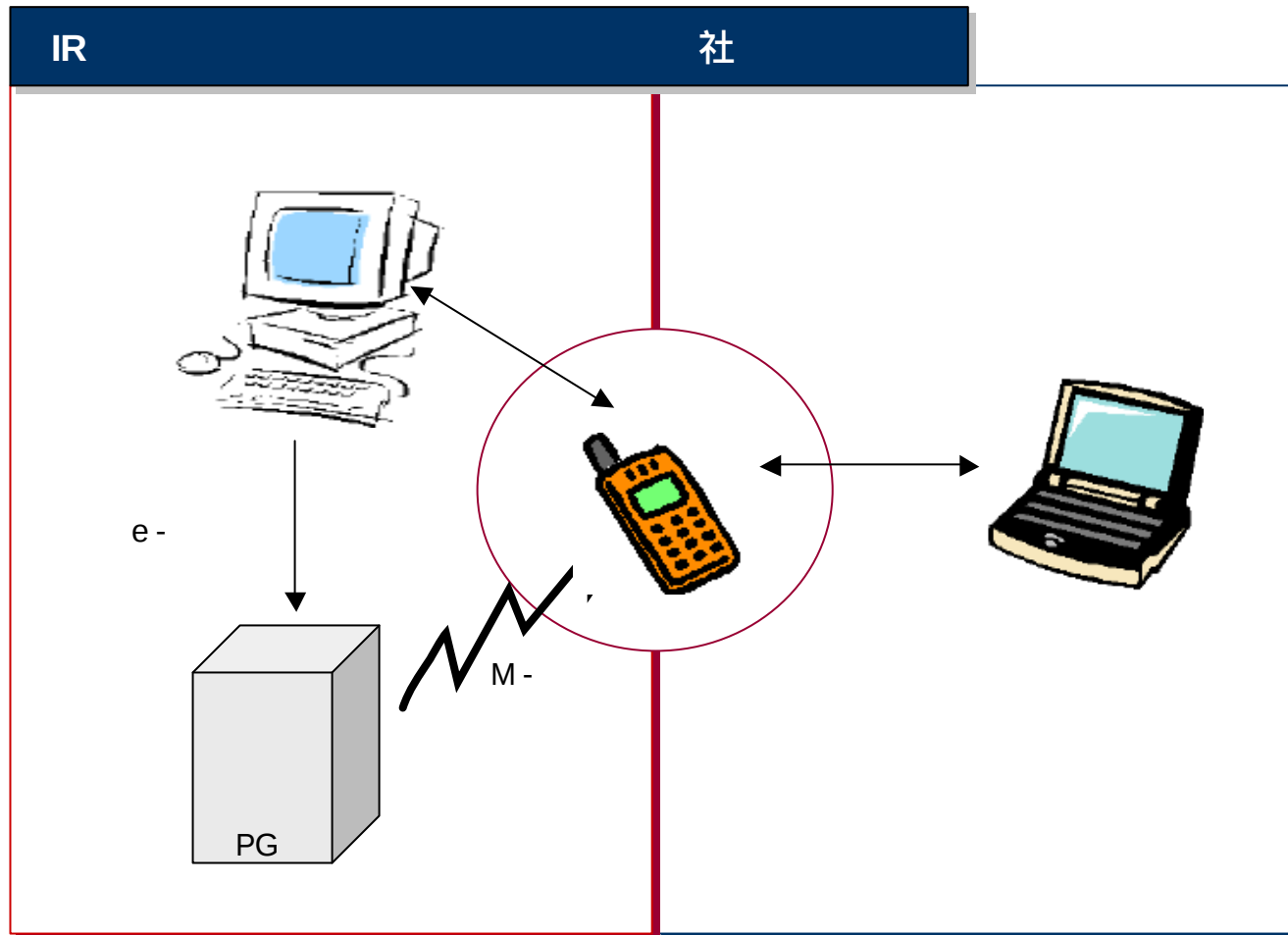
Billing Management: i-Mode Case



2001

가

ATM



• _____
: LG - 2001 6
:
- 2001 , BC

• _____
: LG - Slot
:
- IRInfra Red
:

- _____가 , 가 .
- _____ : IMT-2000

[: 2001/5/16]

: B2B Mobile

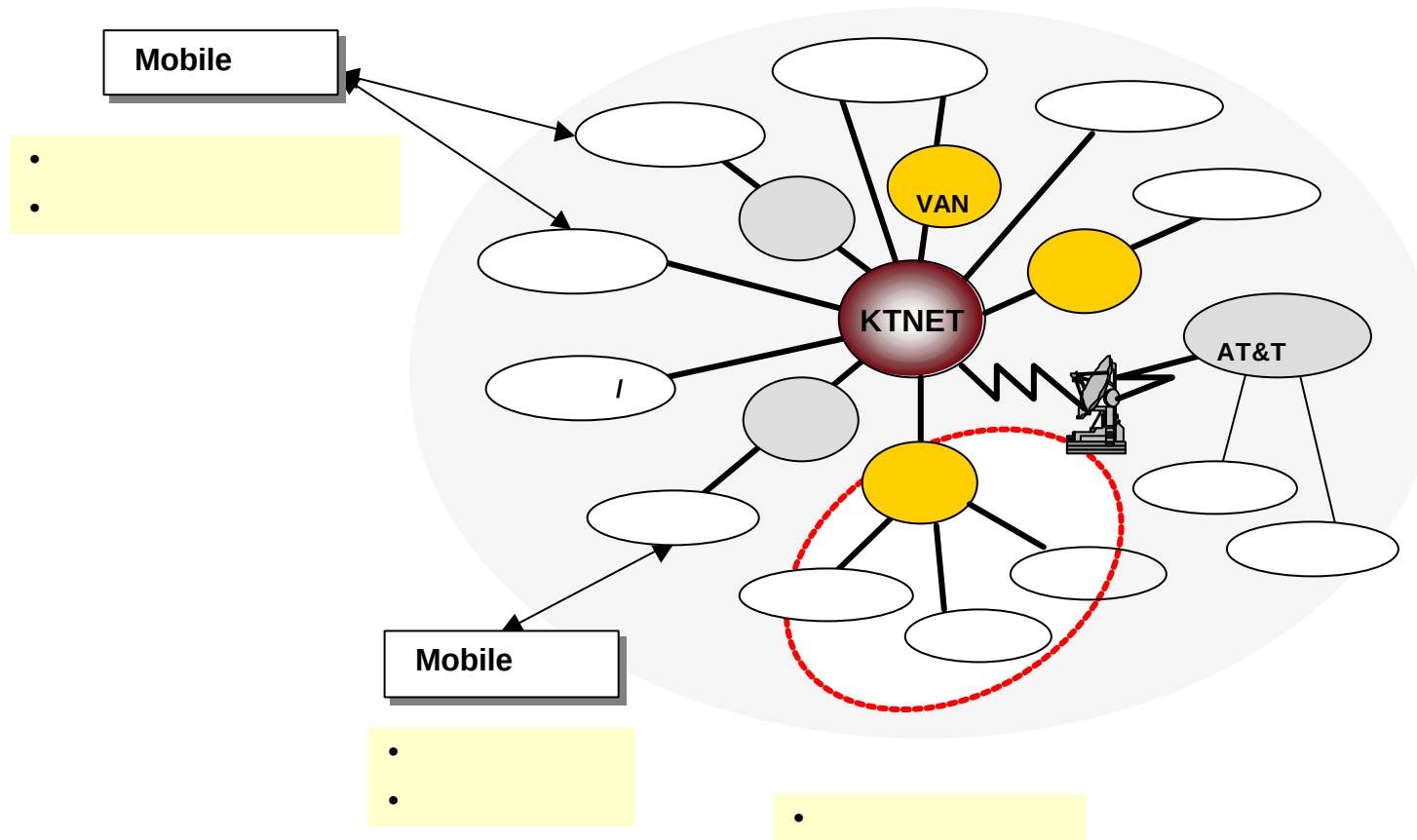
EDI

가

KT-NET

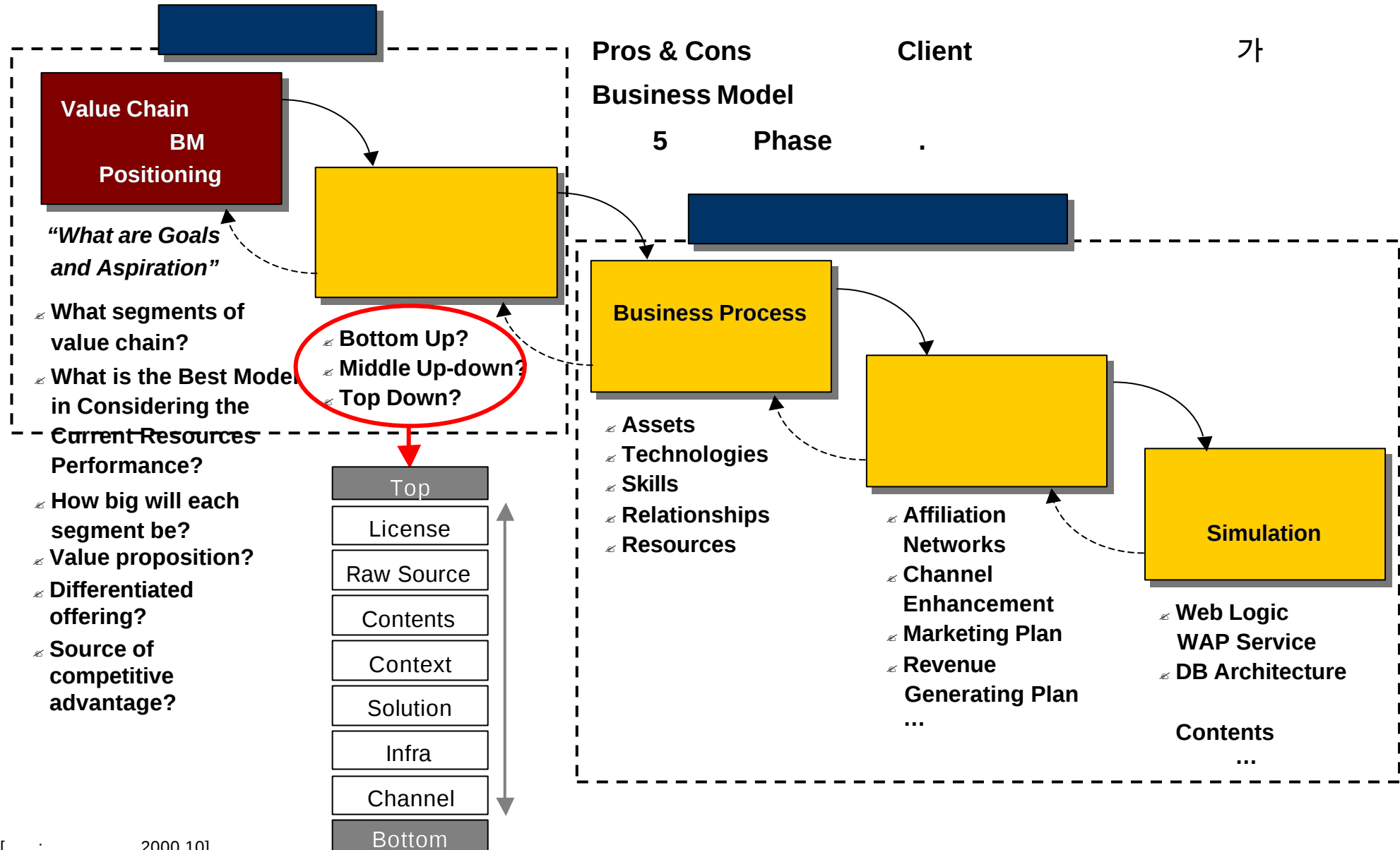
.

B2B



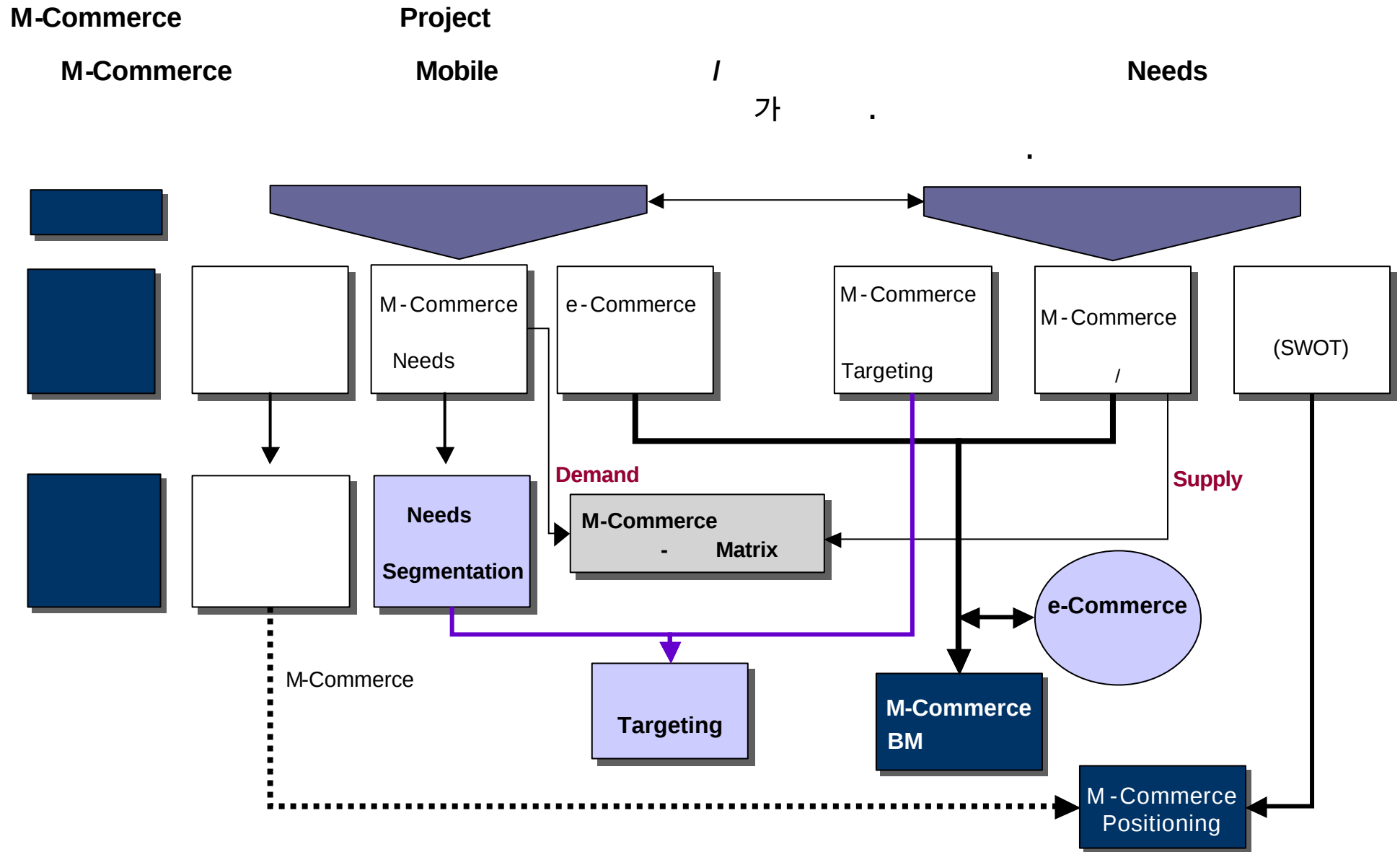
[: , 2001]

Mobile Biz Market Penetration Strategy (1)



[: , 2000.10]

Mobile Biz Market Penetration Strategy (2)

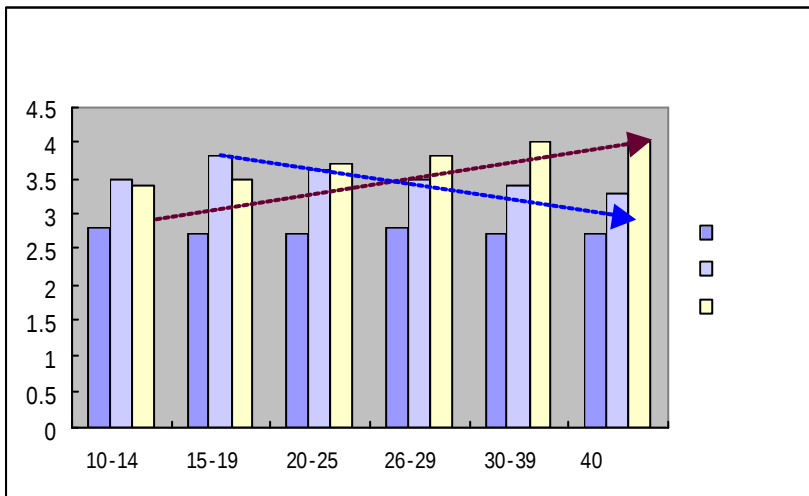


[: , 2000.10]

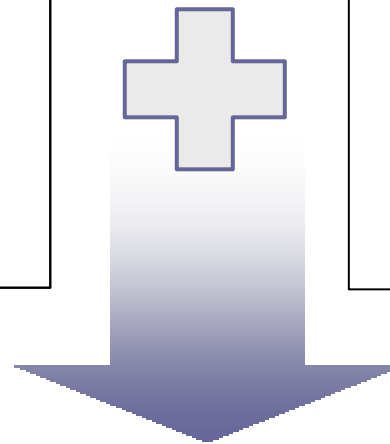
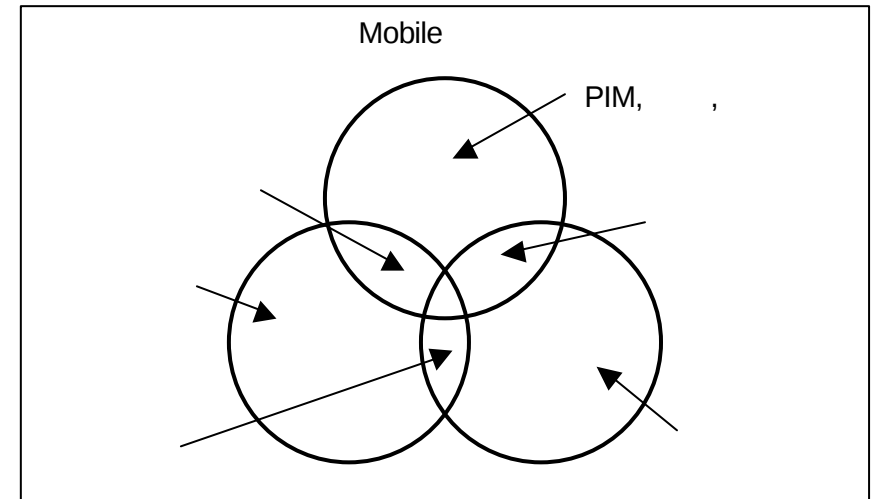
Mobile Biz Market Penetration Strategy (3)

M-Commerce

M-Commerce



Mobile



Key Factors : M-Commerce

가 ? :

가? : Mobile

가? : Permission

Contents

Mobile

[:]

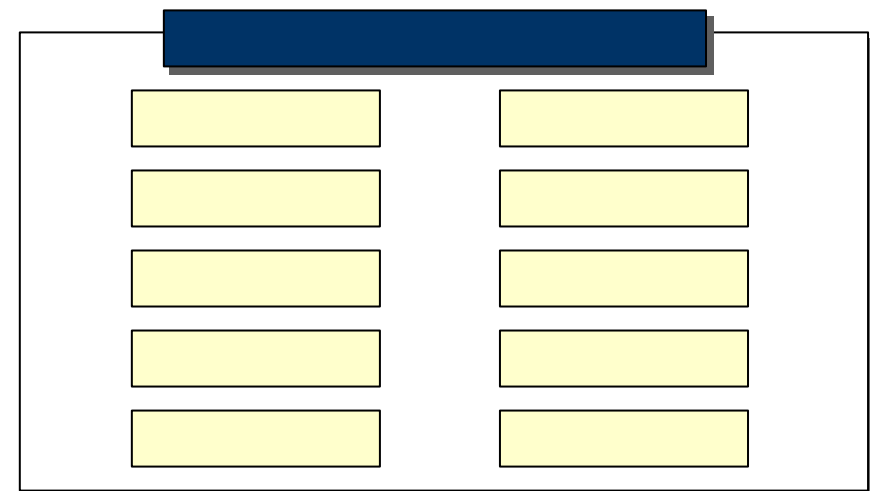
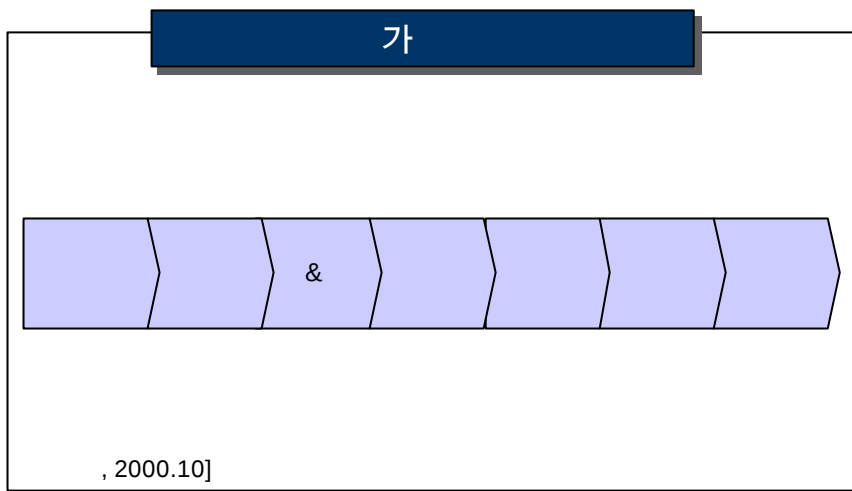
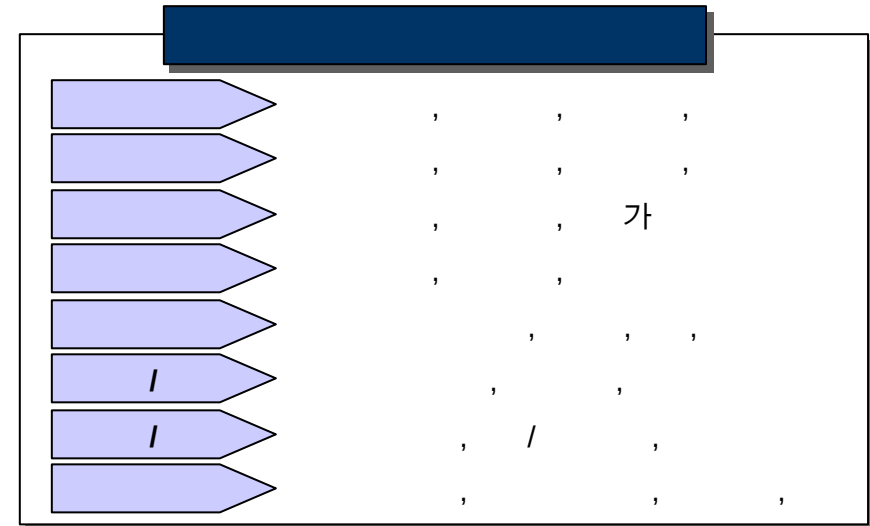
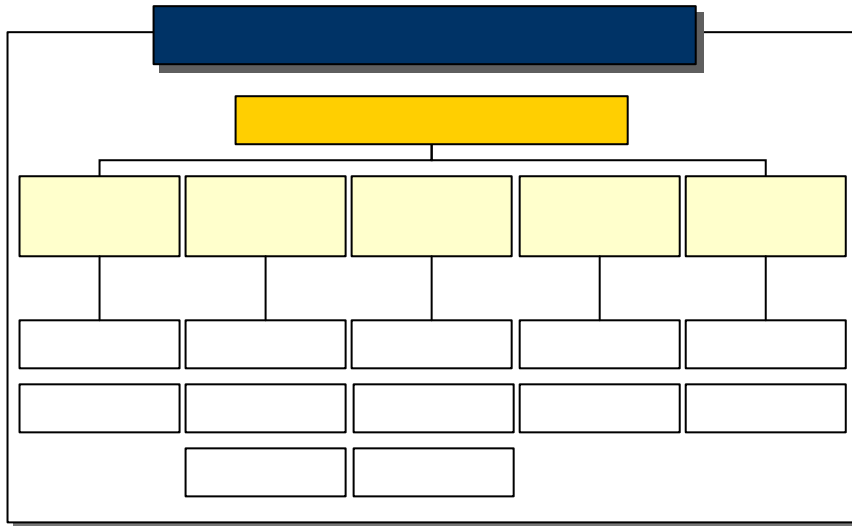
Mobile Biz Market Penetration Strategy (4)

Mobile 가 Business

M-Commerce

, 가
.

Mobile



[: , 2000.10]

HONGiK
INTERNET

Check List

■



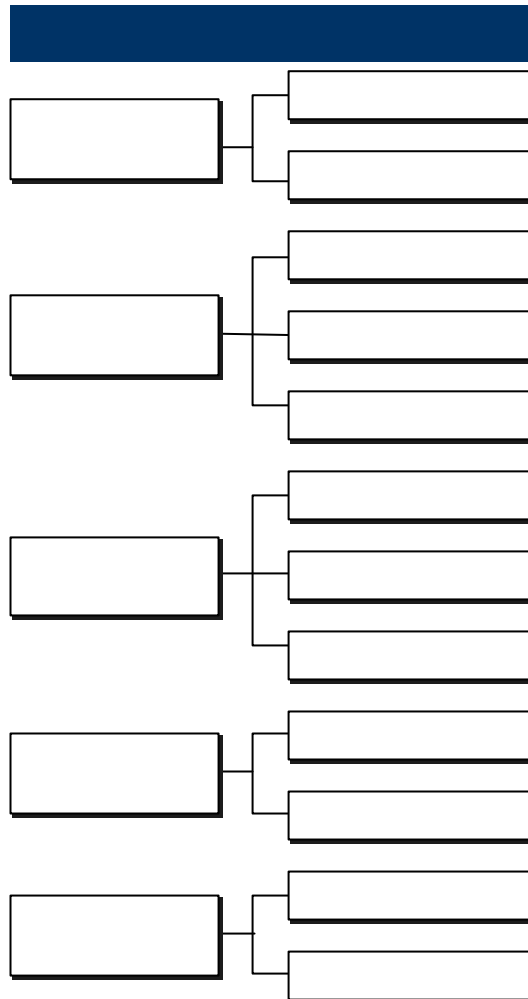
Mobile Biz Market Penetration Strategy (6)

Internet Business

Mobile Penetration

5

M-Commerce
Mobile



Mobile

Issue	
•	/
•	,
•	/ ()
•	() Contents
•	
•	Mall & Mall()
•	Housing - 가
•	,
•	가 (가)
•	One-Stop /
•	() /
•	
•	/
•	,
•	(E-Mail,Chatting)
•	가 Spec
•	/
•	Community
•	

Mobile

. [: , 2000.10]

Solution
Electronic Catalog
Online Training & Edu.
Order Tracking System
Supply-managed Inventory
Internet EDI
Shopping Mall
Online Auction
Electronic Procurement Bidding
CRM
Internet Helpdesk & Self-Diagnostics
Extranet

Mobile Biz Market Penetration Strategy (7)

Internet Business

Mobile Penetration

Ovum

Mobile

가 가

, ,

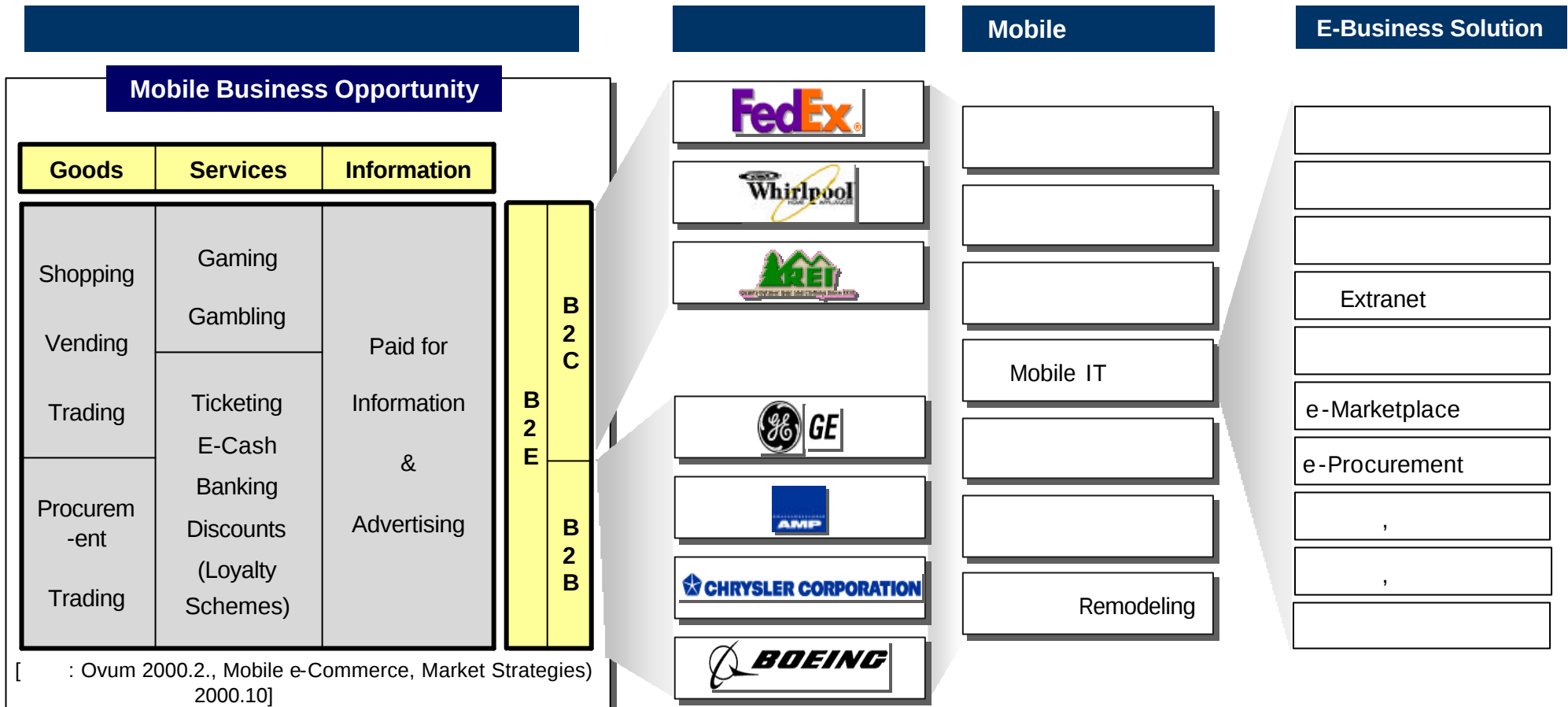
B2B

B2C

. B2B B2C

Mobile

, , ,



Mobile Biz Market Penetration Strategy (8)

Legacy system Mobile Penetration

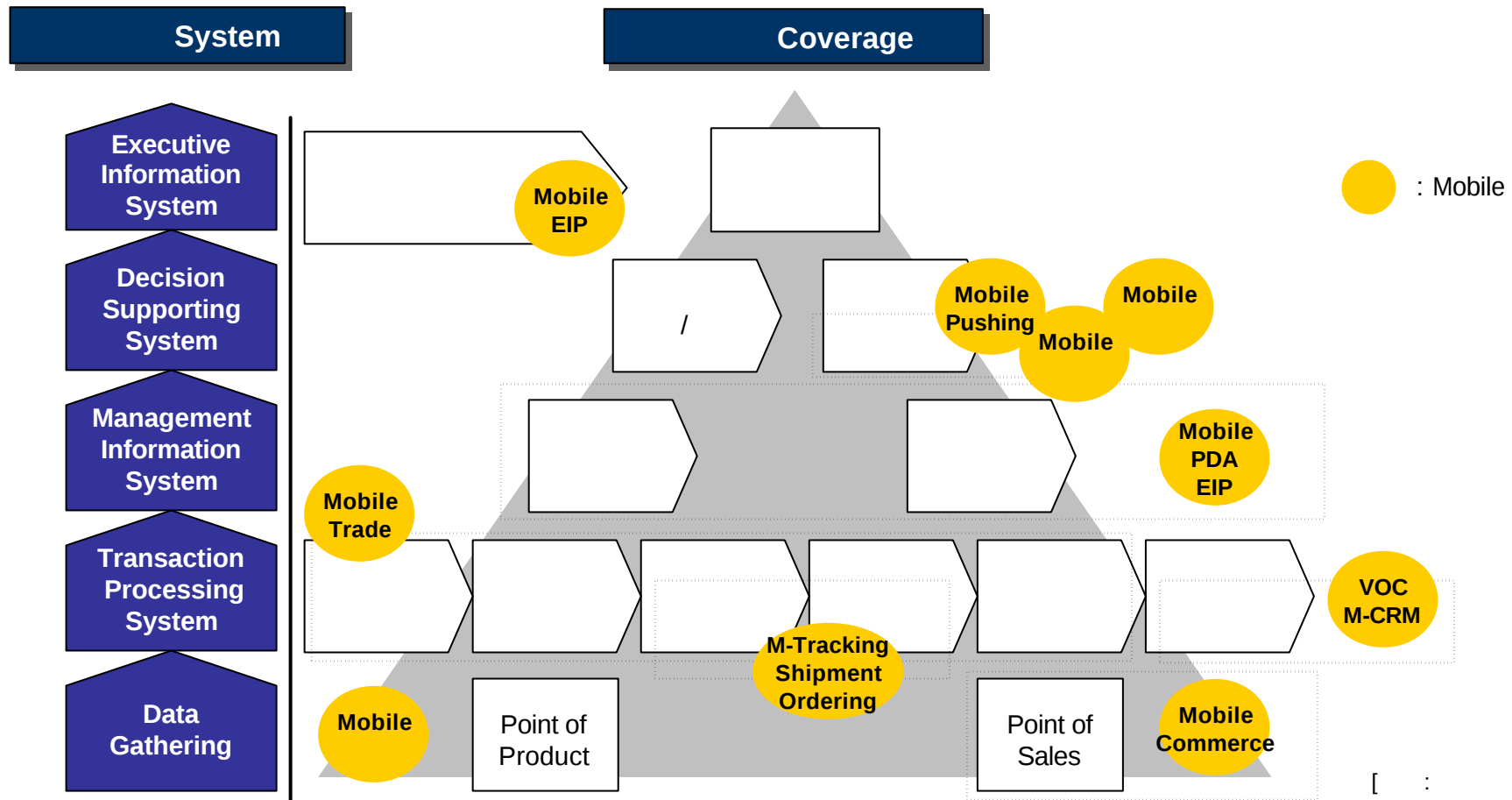
Mobile

Mobile

New System Integration

Mobile Application

Mobile

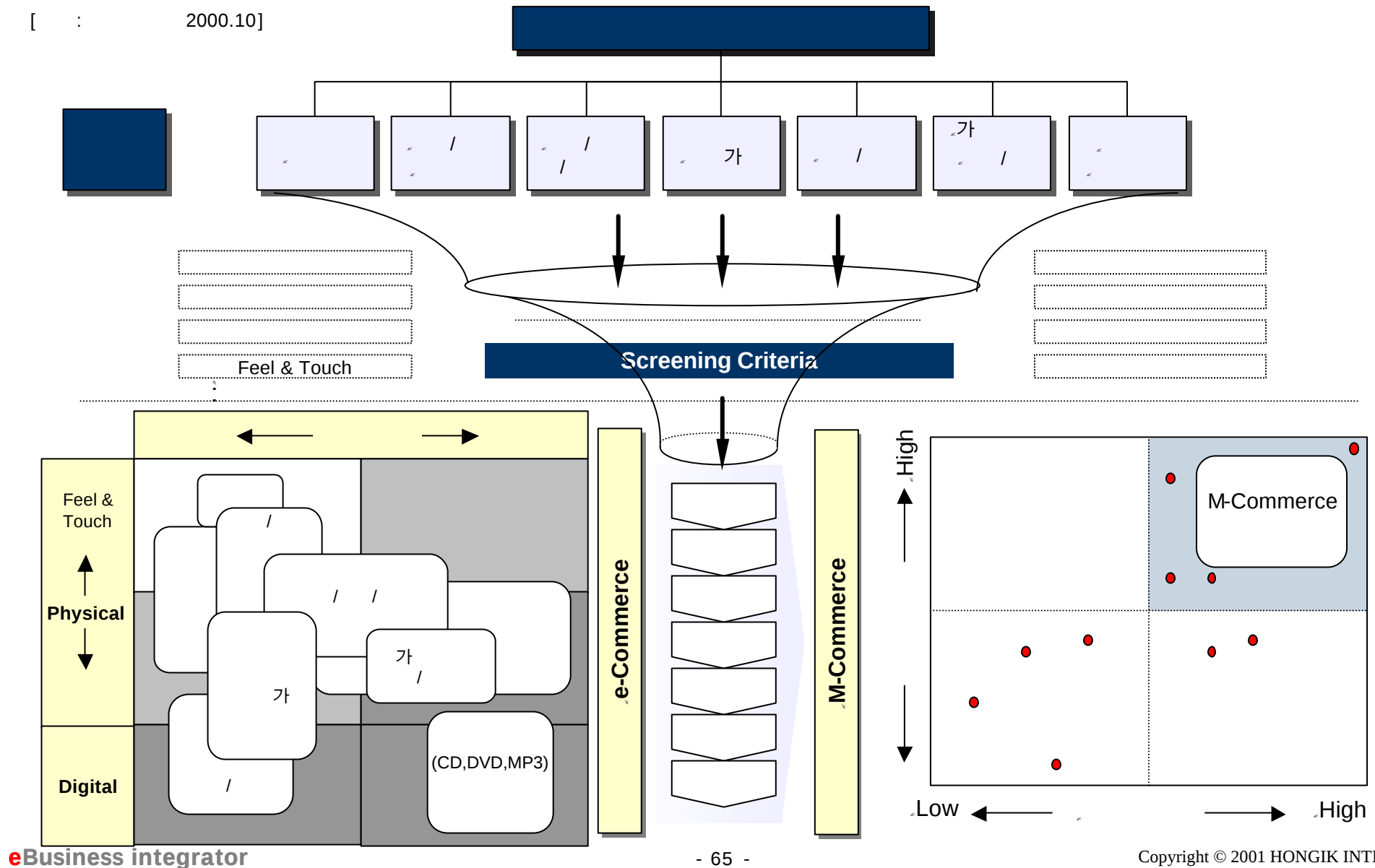


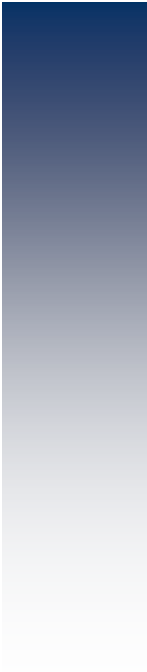
[: 2000.10]

Mobile Biz Market Penetration Strategy (9)

M-Commerce

[: 2000.10]





Appendix :

- EAI / EIP
- XML / .
- VoIP

(EAI : Enterprise Application Integration)

✍ EAI

- EAI(Enterprise Application Integration)

-

) 가

(ex.

✍ EAI

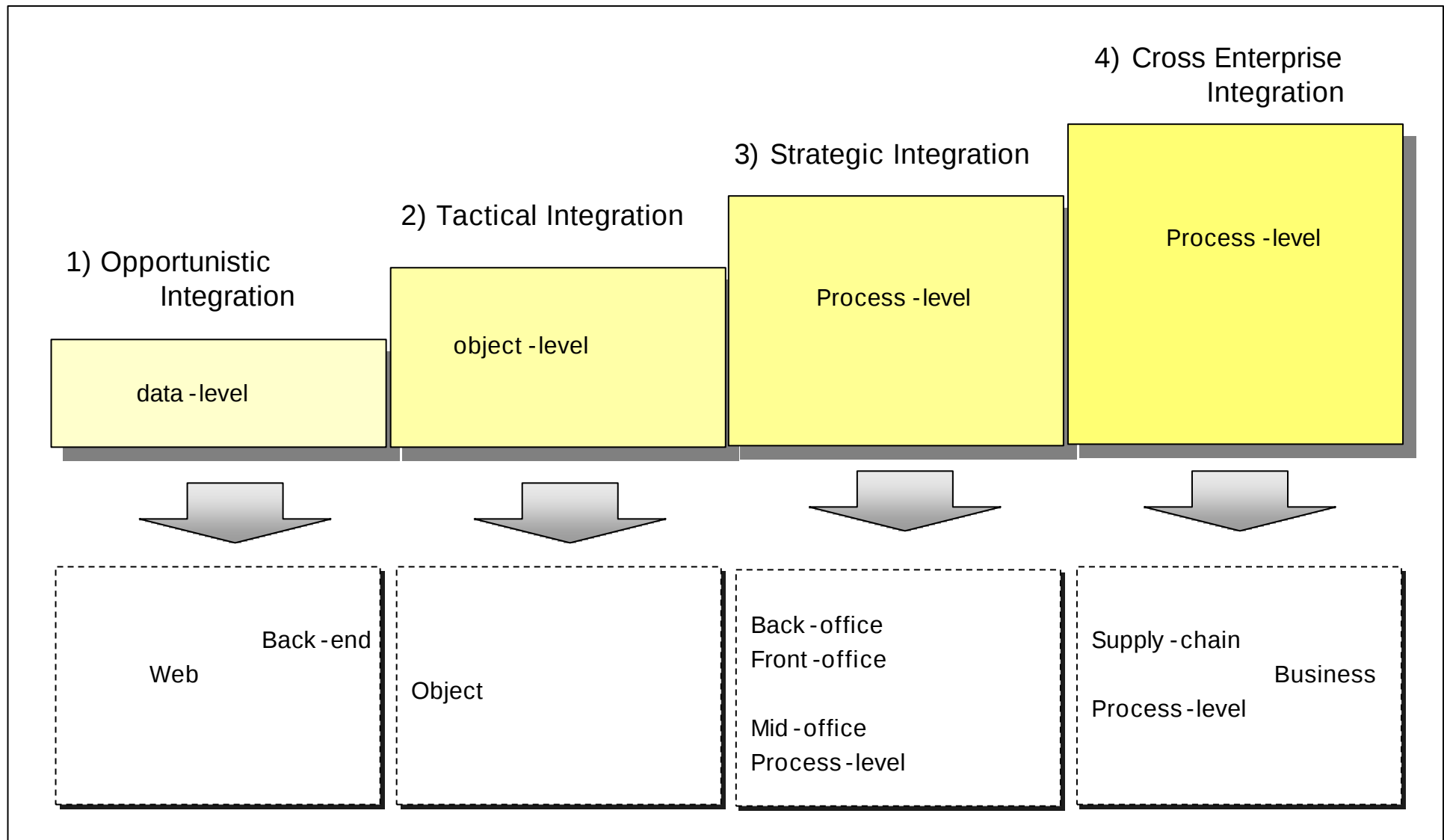
-

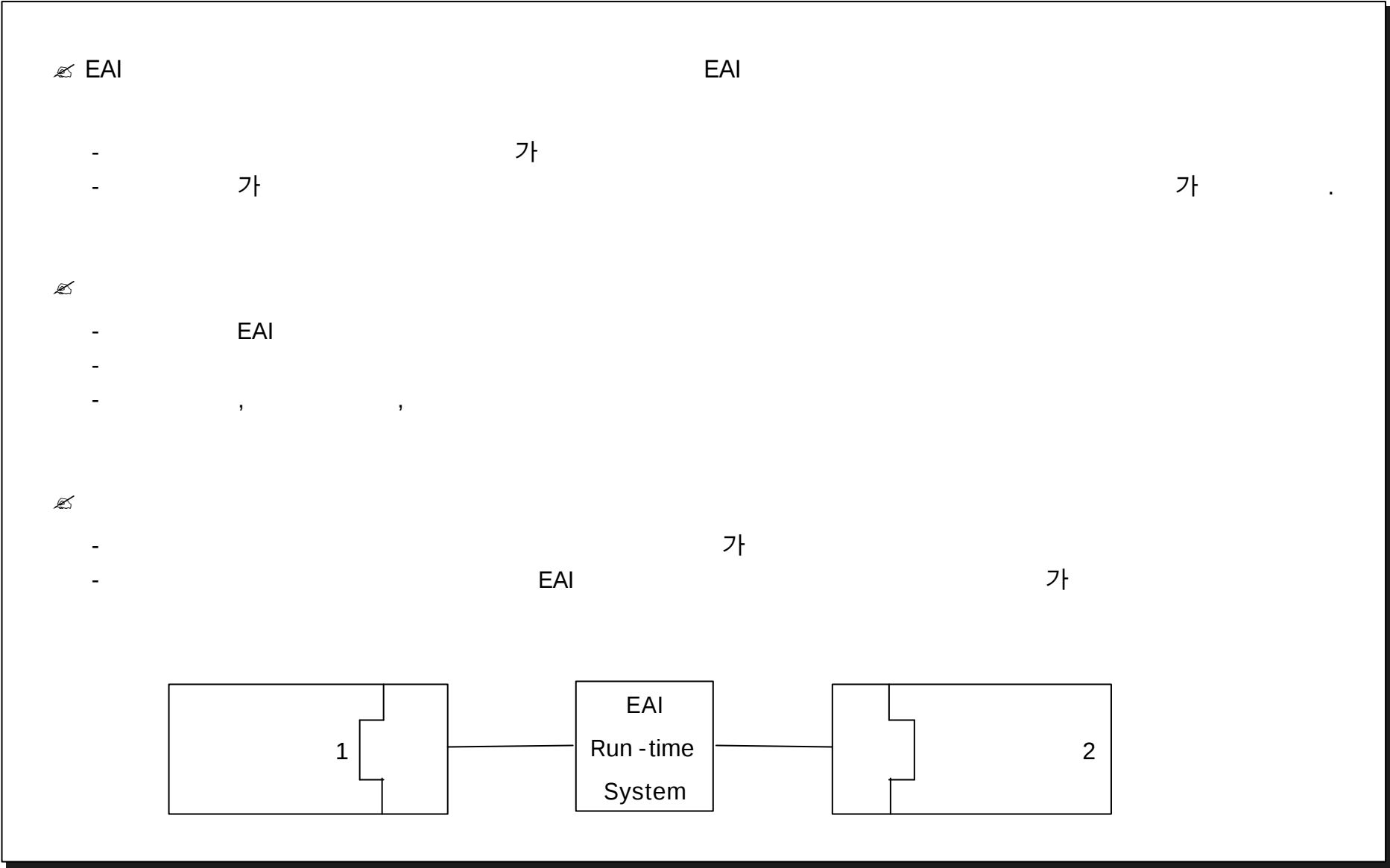
가

-

,

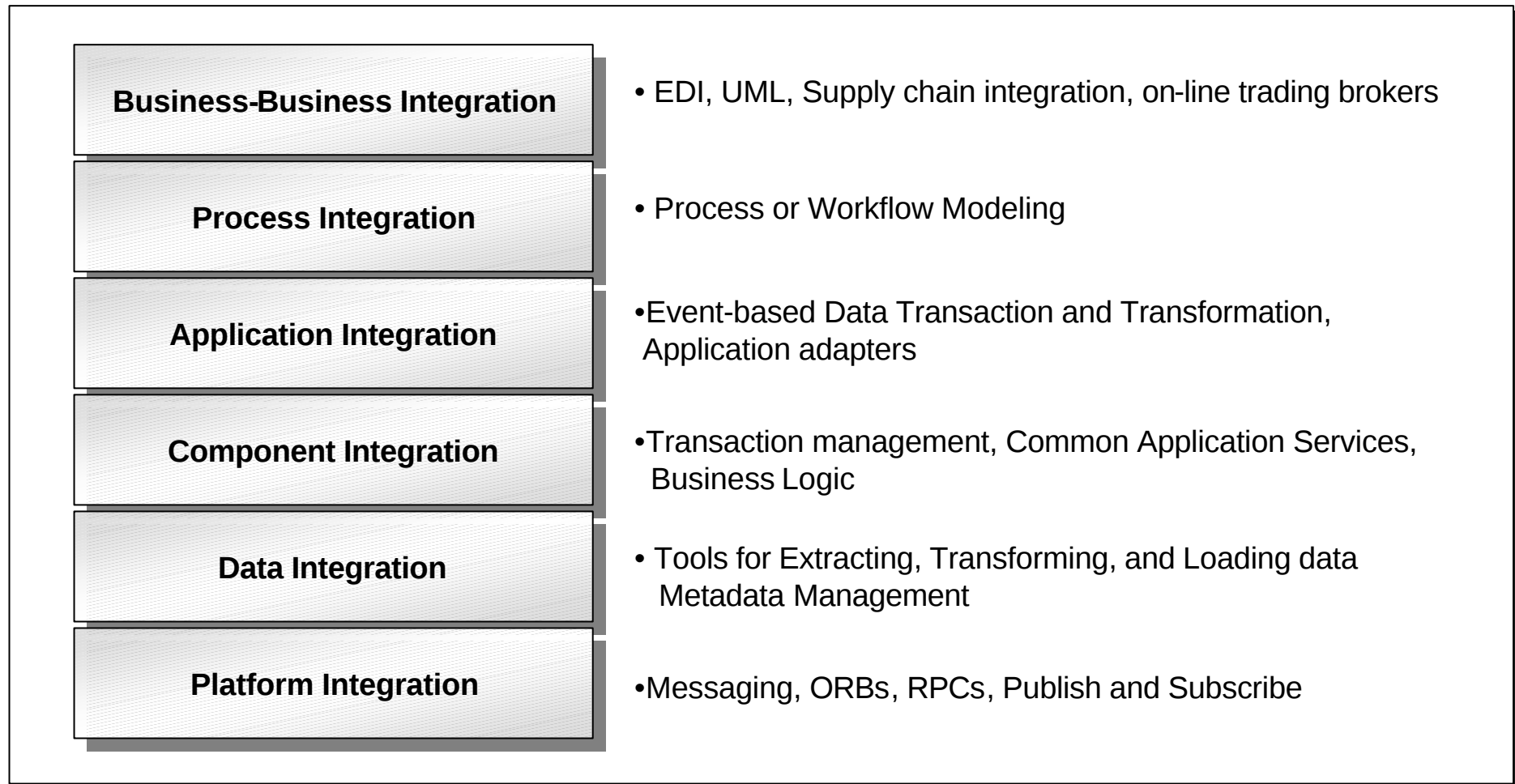
-



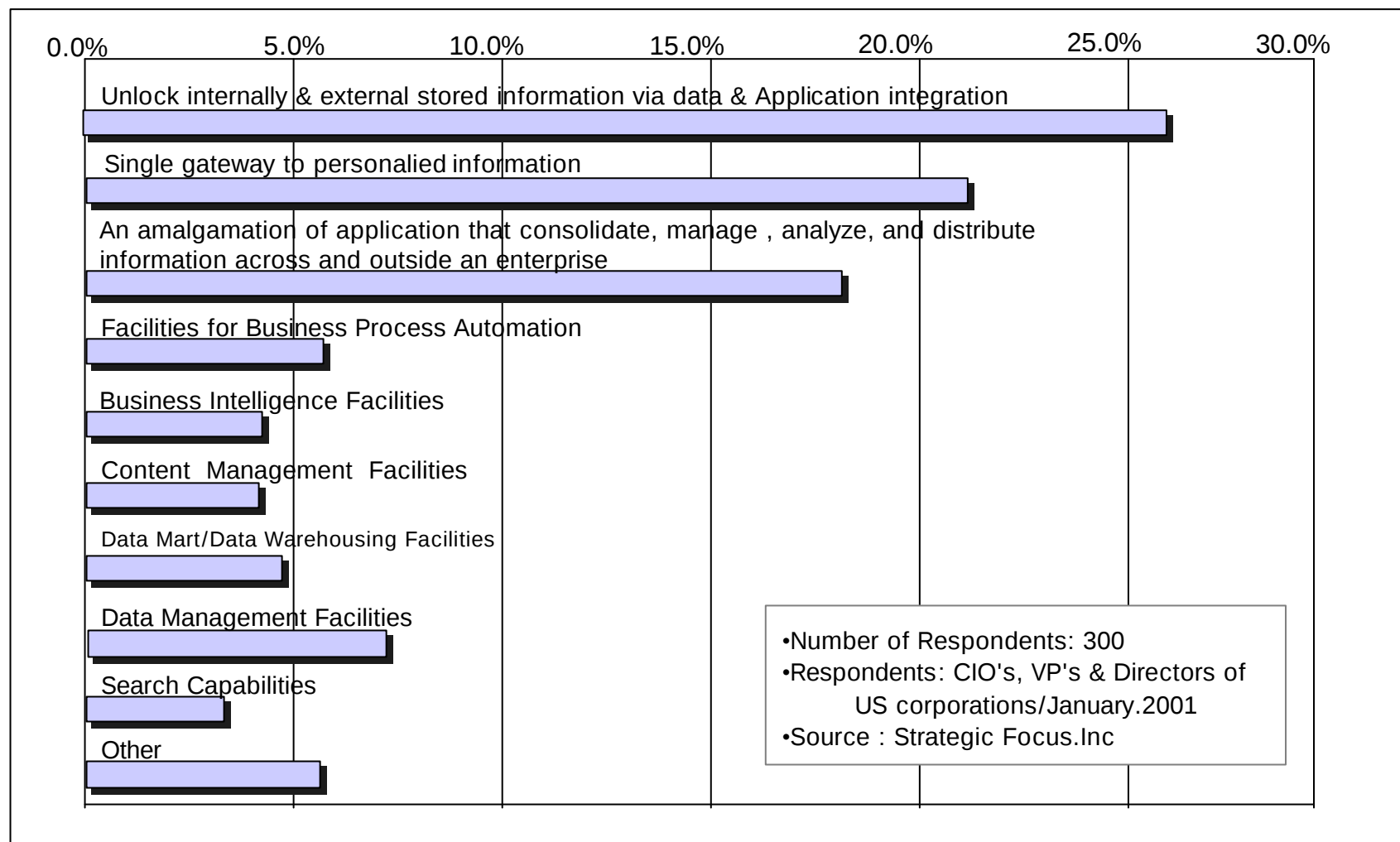


6 (, , ,)

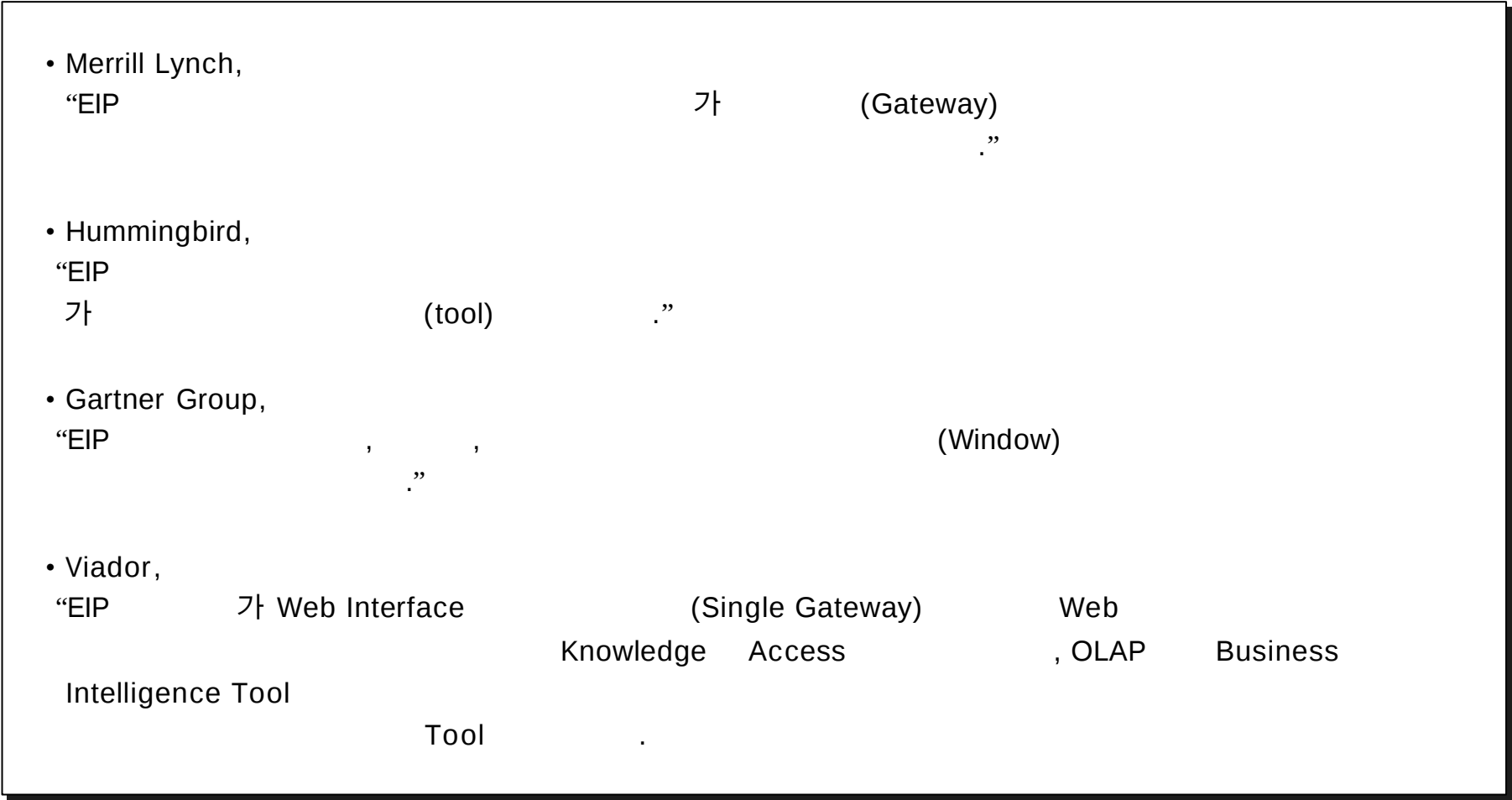
■



What is your definition of EIP?

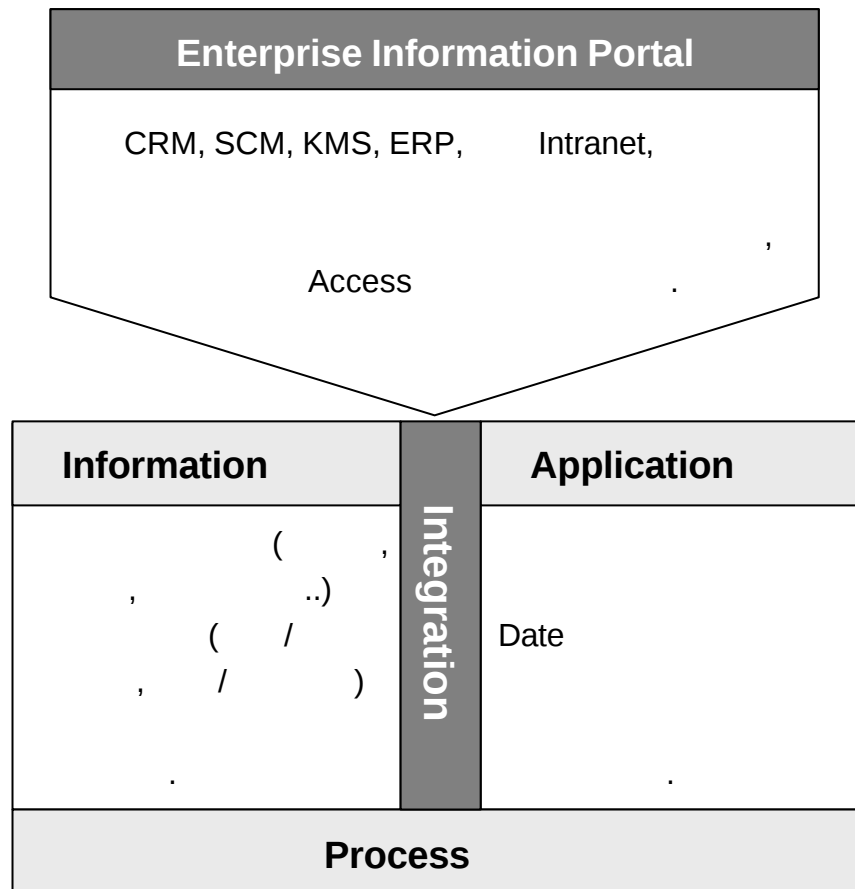


Enterprise Information Portal(EIP)
Web

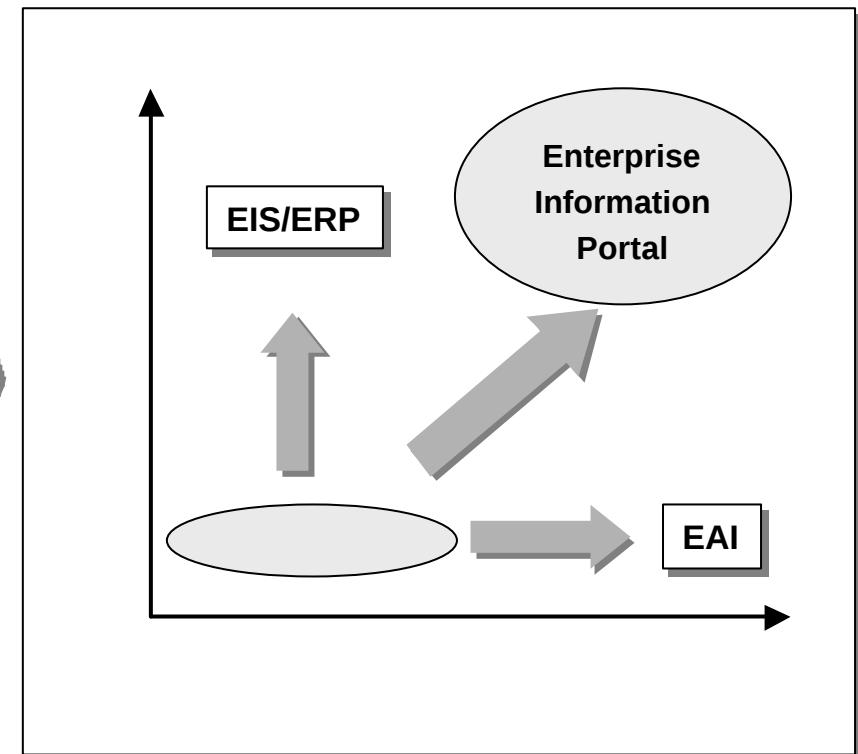


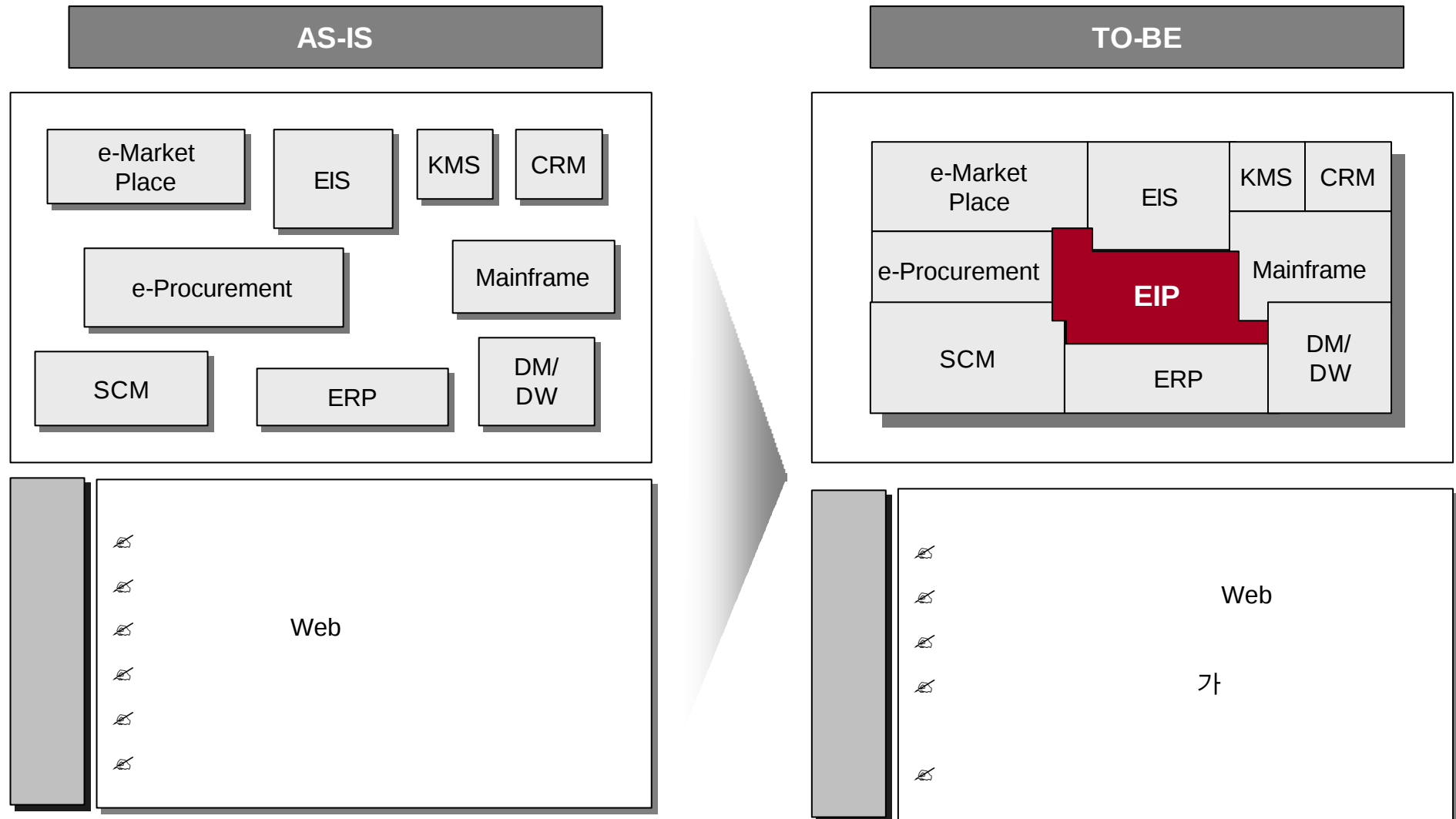
EIP

Needs

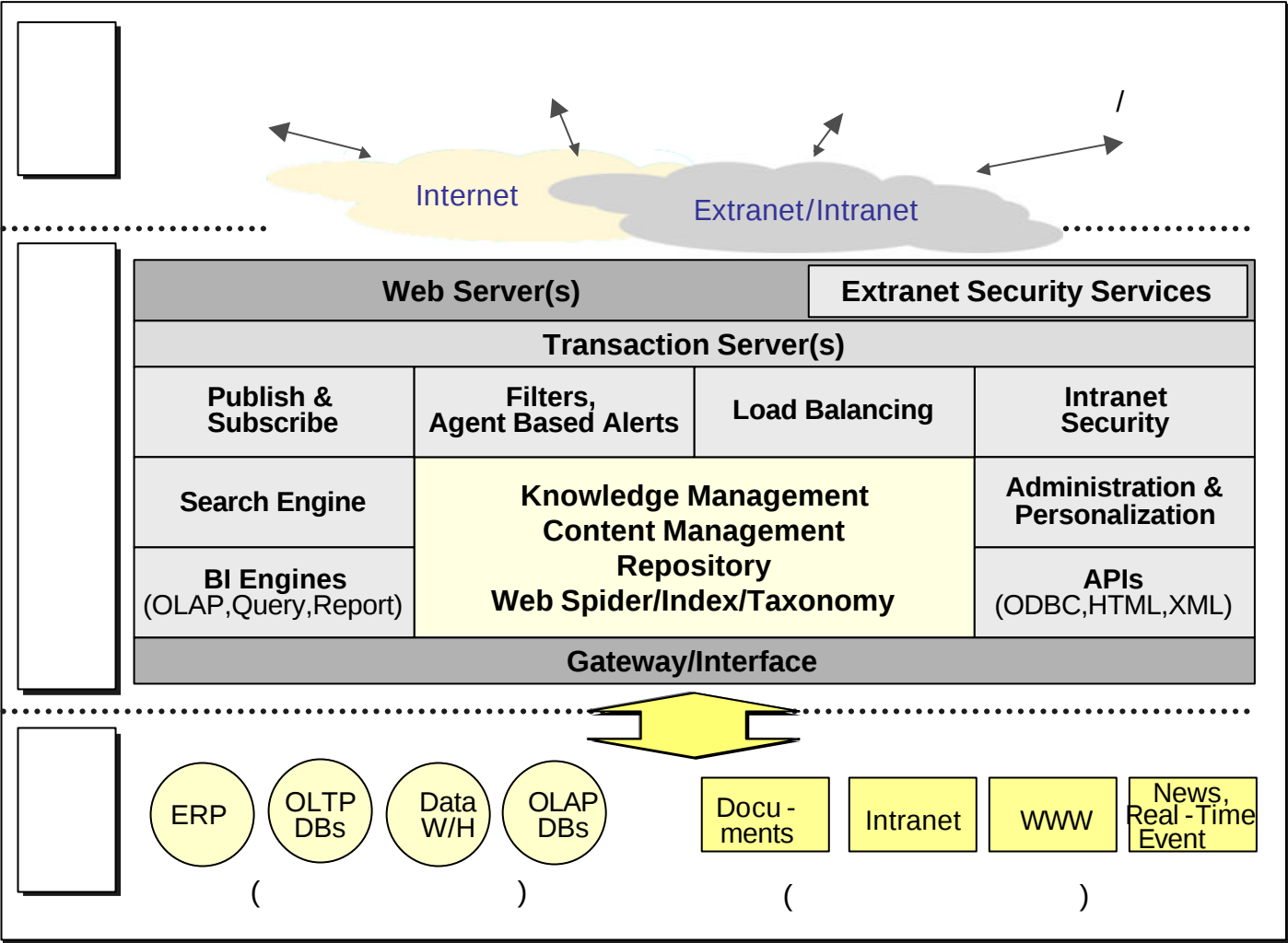


Positioning of UIP





EP, , , , EAI



Enterprise Portal

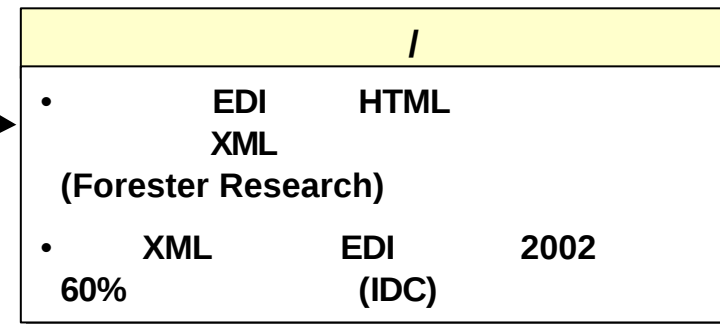
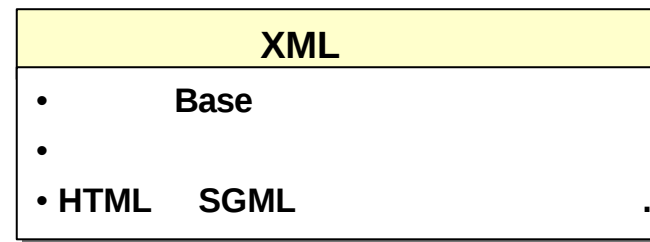
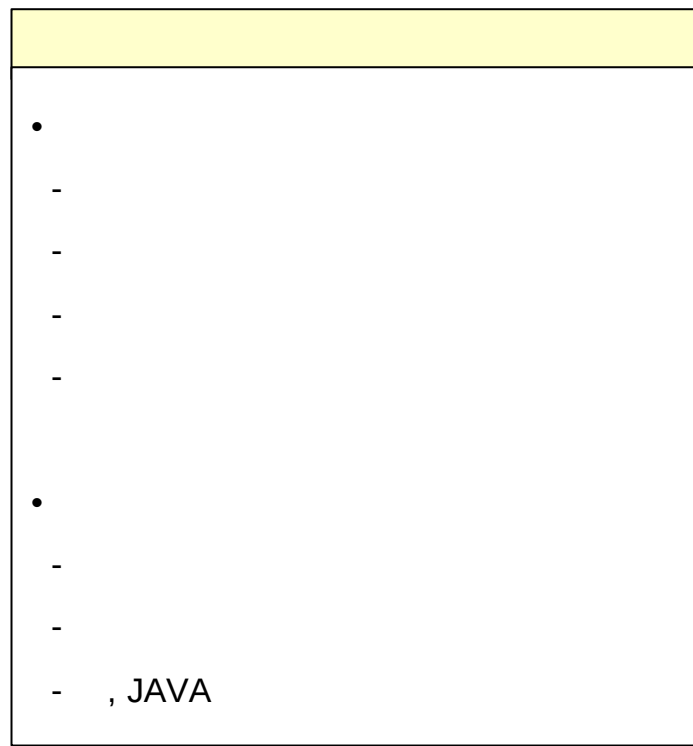
-
-
-

Interface	Unstructured Contents	Plumtree Software Epicentric Autonomy	Plumtree Corporate Portal Enterprise Portal Server Portal-in-a-Box
	Structured Contents	Viador, Inc Brio Technology Computer Assoc.(Stering)	Viador E-Portal Suite Brio.Portal Eureka: Portal
Integration		Tibco	TIB/PortalBuilder
Infrastructure		Oracle IBM/Lotus Sybase	Portal Framework EIP/Raven Enterprise Portal
Application		SAP J.D. Edward Onyx	mySAP Workplace ActiveERA Portal Onyx Enterprise Portal

Source : Giga, 2000

- ✂ 2000 8 Corporate Portal Conference BI Oriented, Non-BI Oriented
- BI(Brio Technology, Computer Assoc., Cognos Corp, Hummingbird)
 - Non BI(Plumtree, Viador, Sequoia Software, Corechange, Inc)

XML, SGML, EDI, Markup, , DB, .



**"XML is a breakthrough technology."
(Bill Gates)**

Markup Language

HTML SGML 가 , , ,
XML .

HTML / SGML / XML

비교항목	HTML	SGML	XML
태그사용	- 사용자 정의불가능 - 제한적	- 사용자정의가능 - 제한적	- 사용자정의가능 - SGML 보다는 제한적
문서의 재사용	불가능	가능	가능
응용분야	단순한 구조의 문서 및 내용이 너무 길지 않은 문서	방대한 내용과 구조를 요하는 기술적인 문서	SGML 과 동일, 웹상의 교환문서
문서작성	- 간단하고 용이함 - 논리구조 작성의 어려움	사전 등, 매우 복잡함	SGML 을 단순화시켜 편리하게 작성가능
문서검색	효과적 검색어려움	정확한 검색이 가능하고 문서구조에 대한 검색이 가능	SGML 과 동일
링크	- HTML (only simple link)	HyTime	XLL
출력형식언어	CSS	DSSSL	XSL

HTML

- HTML 가, 가
- HTML 가
- 가
- -

SGML

- ,
- - ,
-

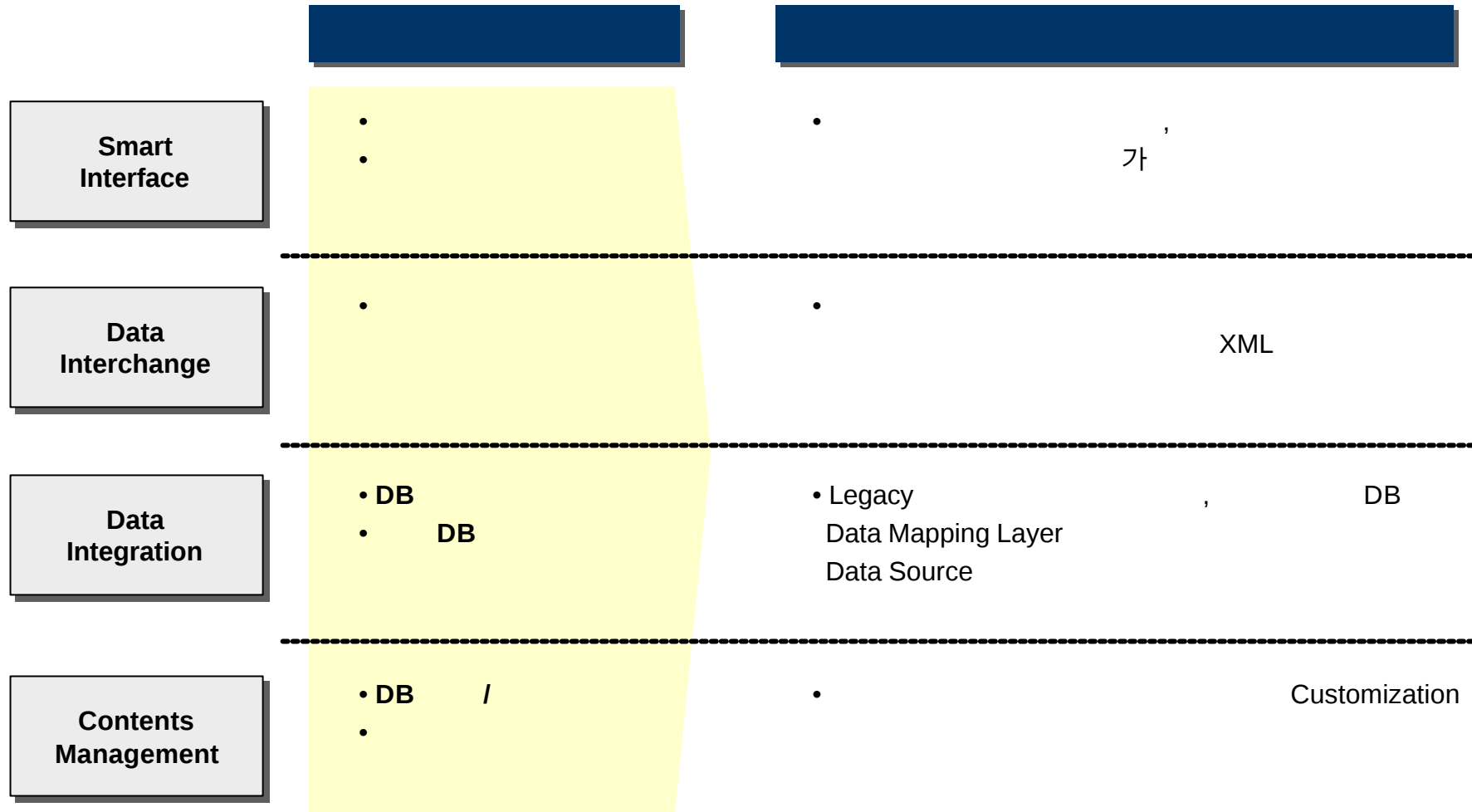
XML

XML

, , ,
가 .

HTML

SGML

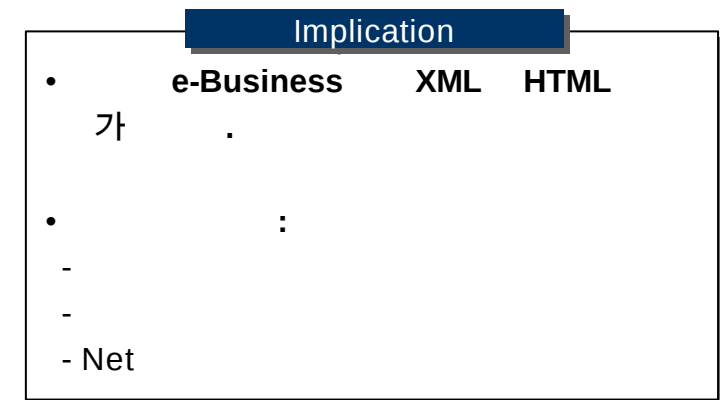
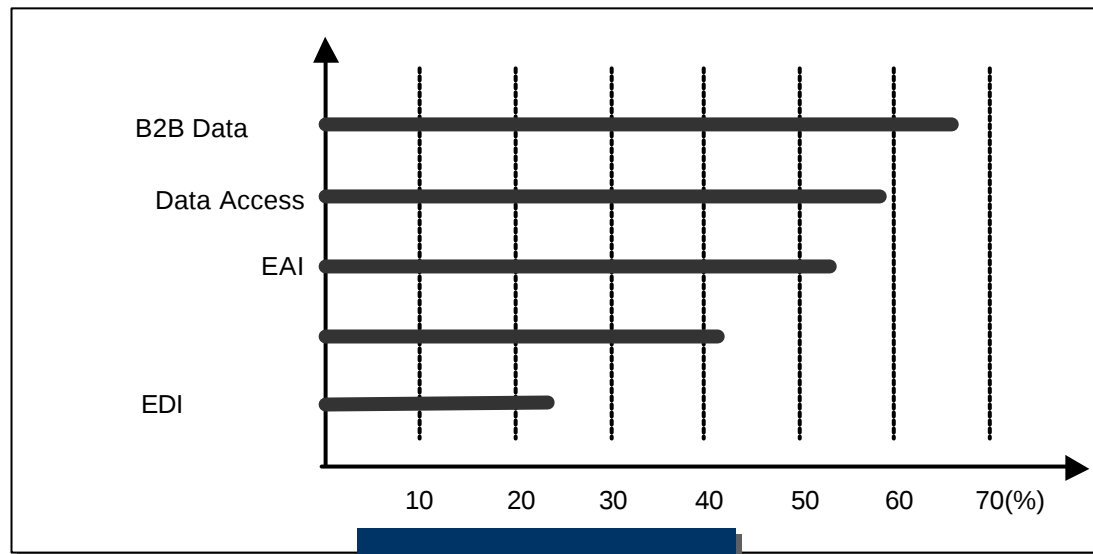
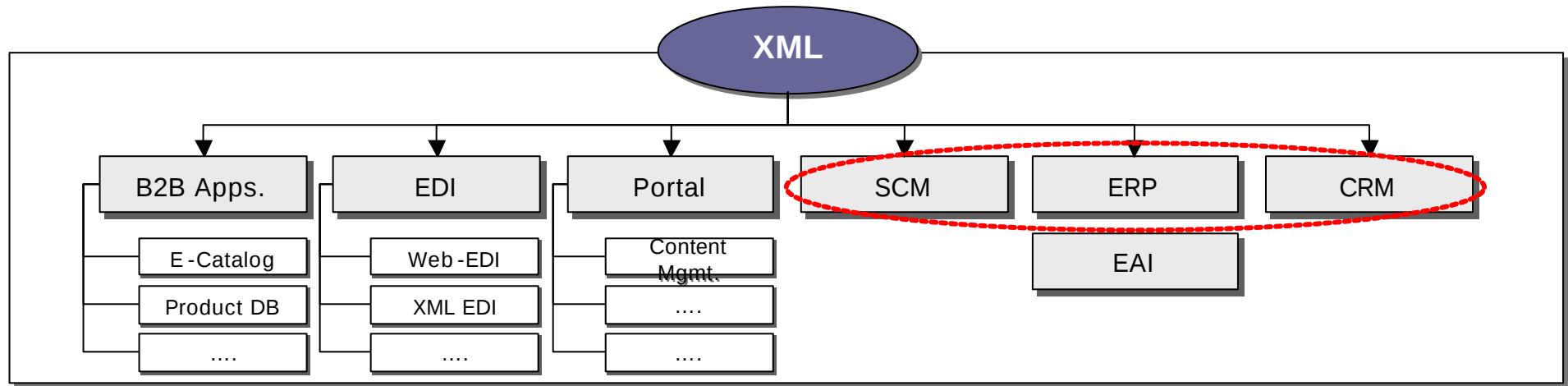


XML

, , ,
가 .

HTML

SGML



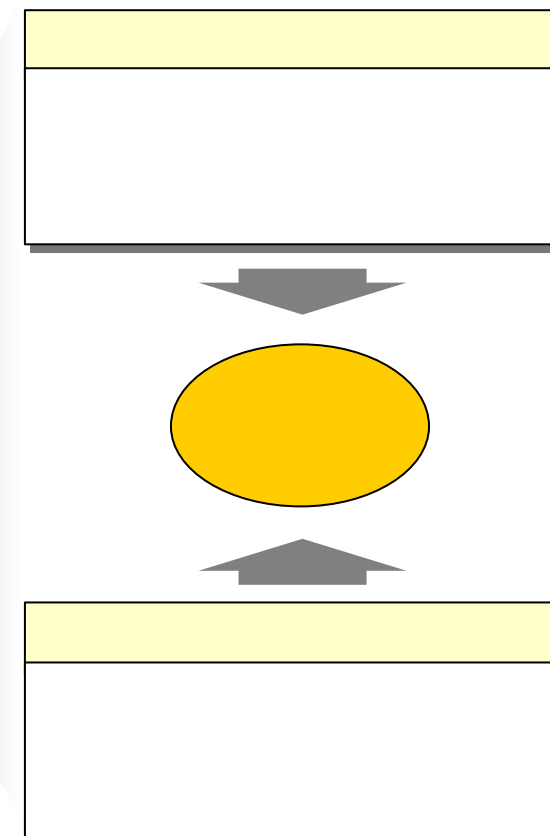
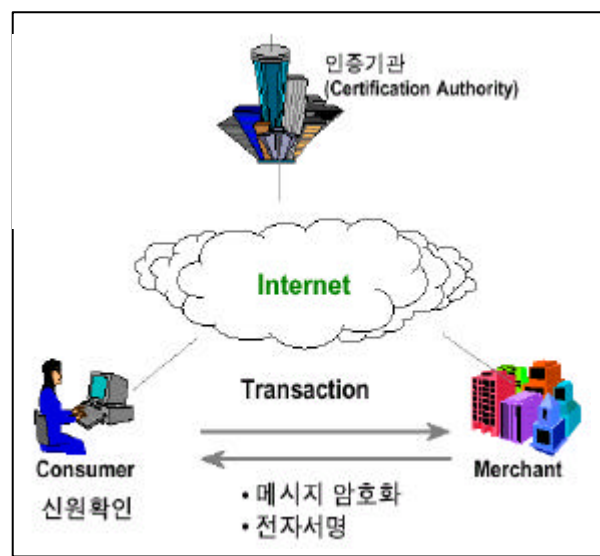
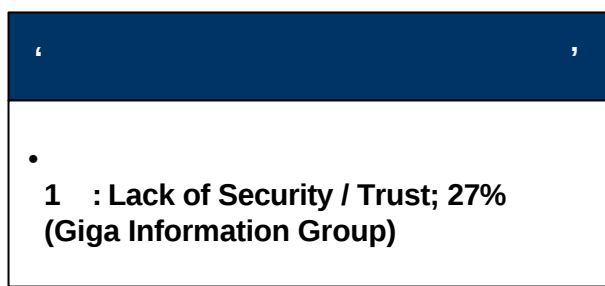
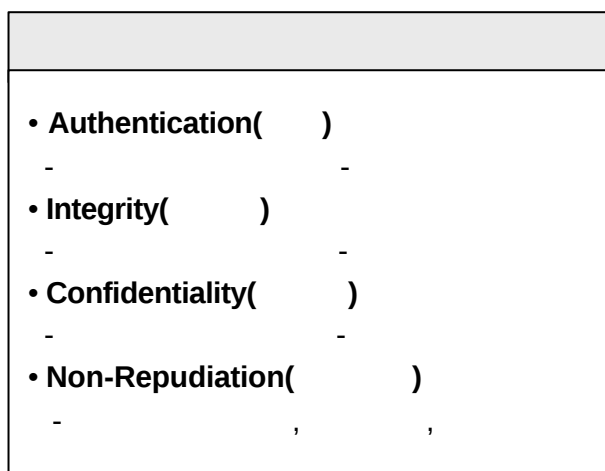
Source : Intellor Group, 2001

가

가

,

.



가

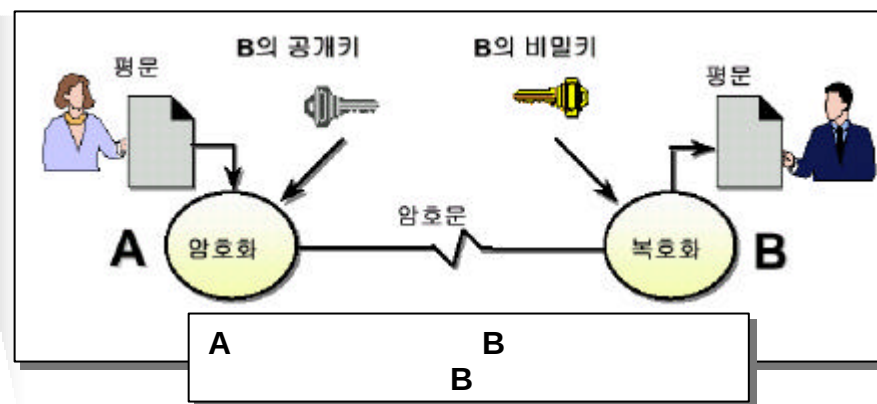
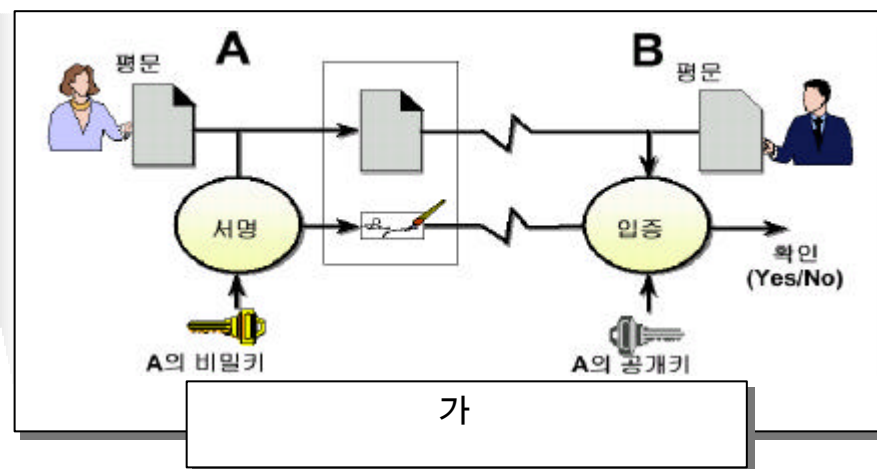
, ,

,

.

가

가



•
•
•
•

•

•
•
•
•
•
•

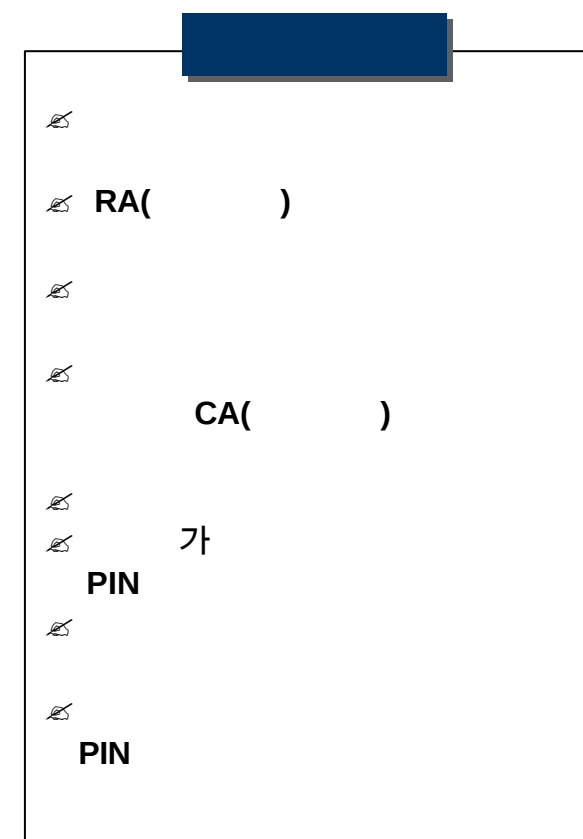
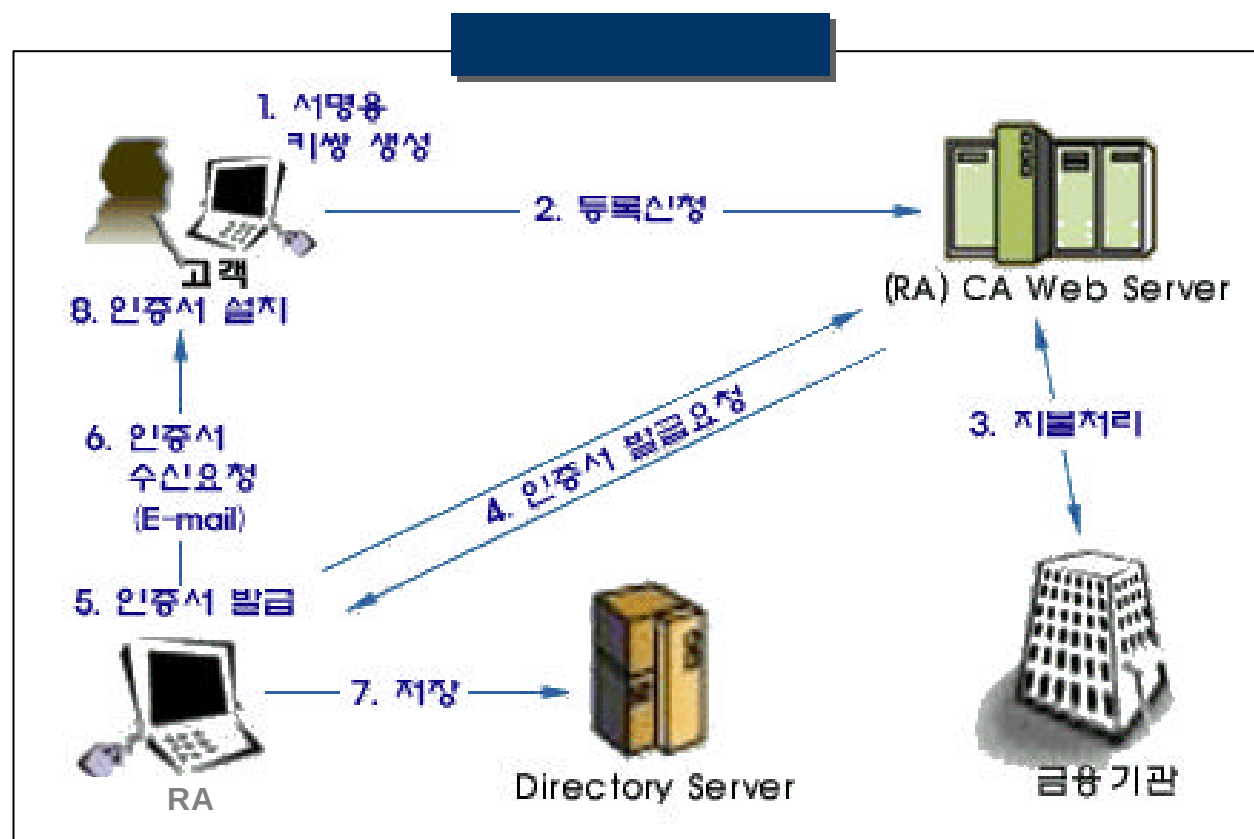
3 가

가

가

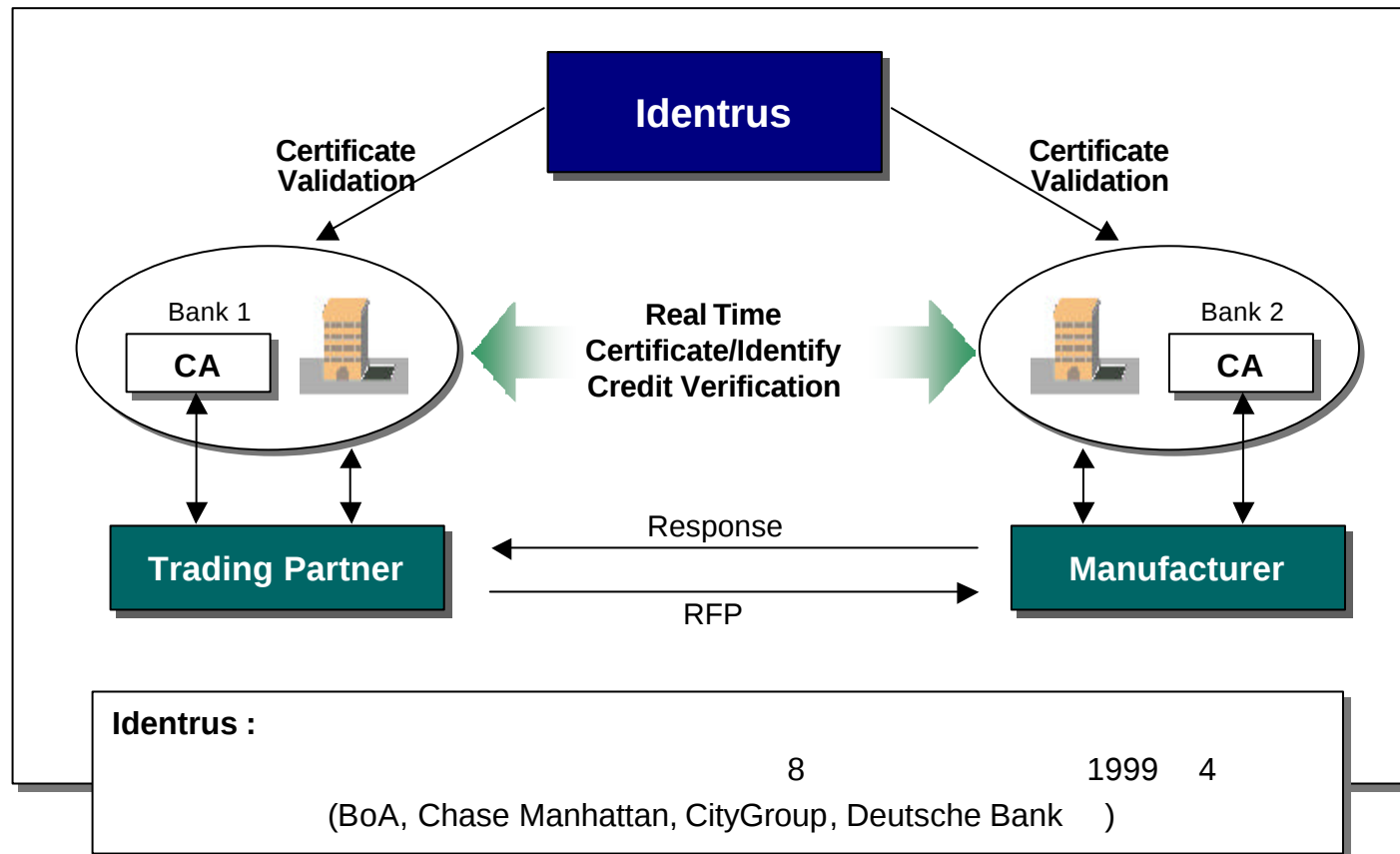
가

가



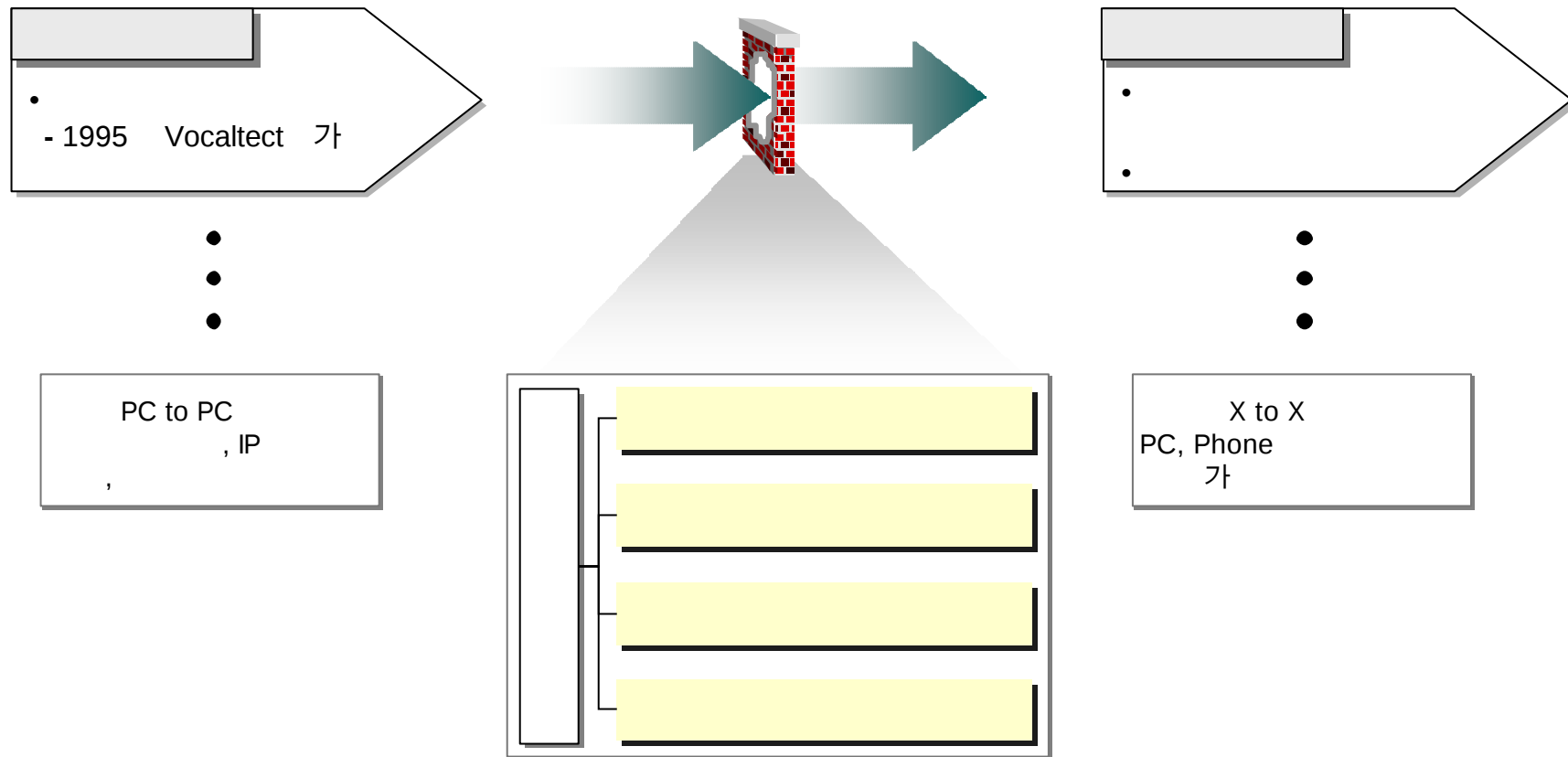
Source : , 2000

Bank of America Identrus



VoIP(Voice over Internet Protocol)

VoIP가

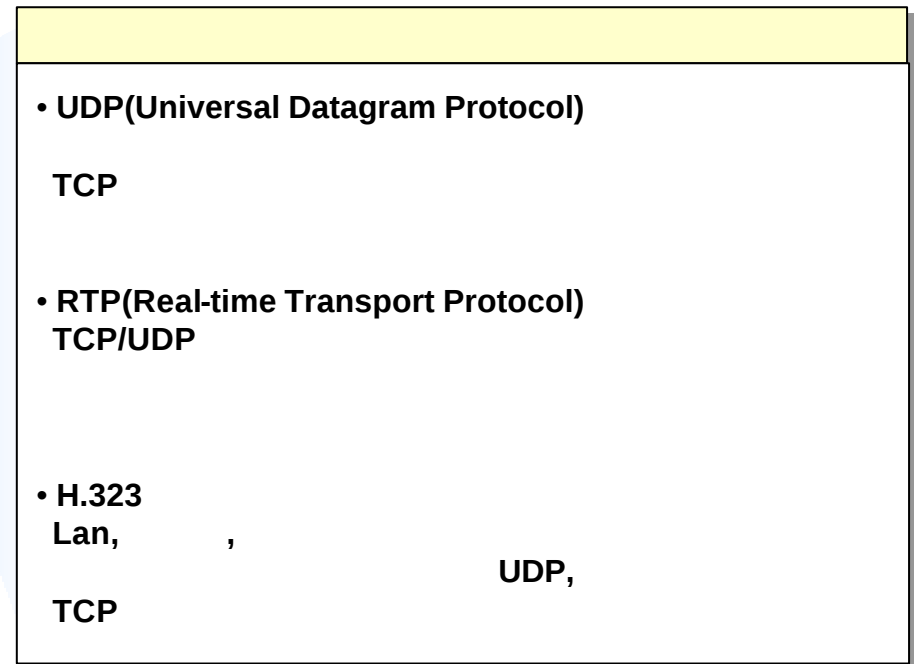
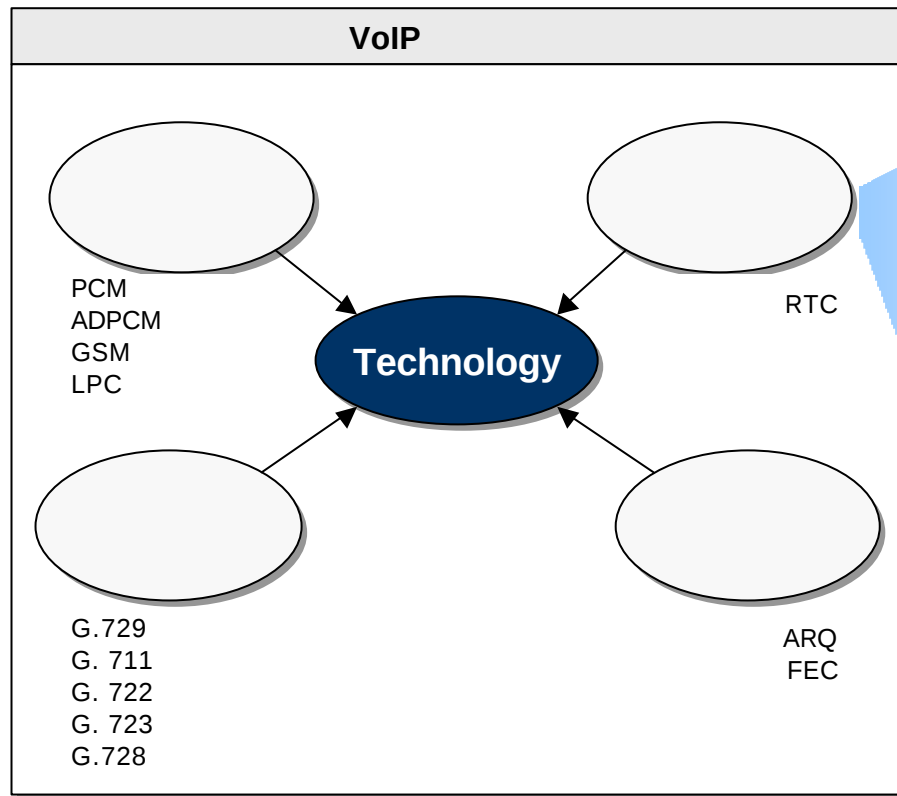


VoIP

PSTN

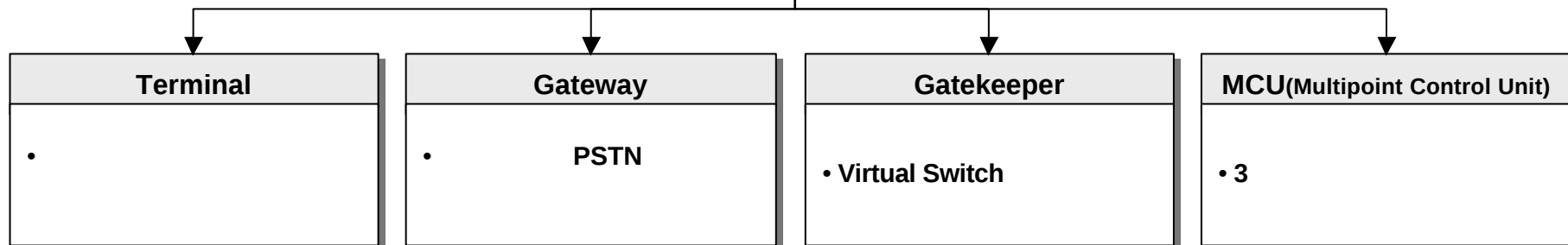
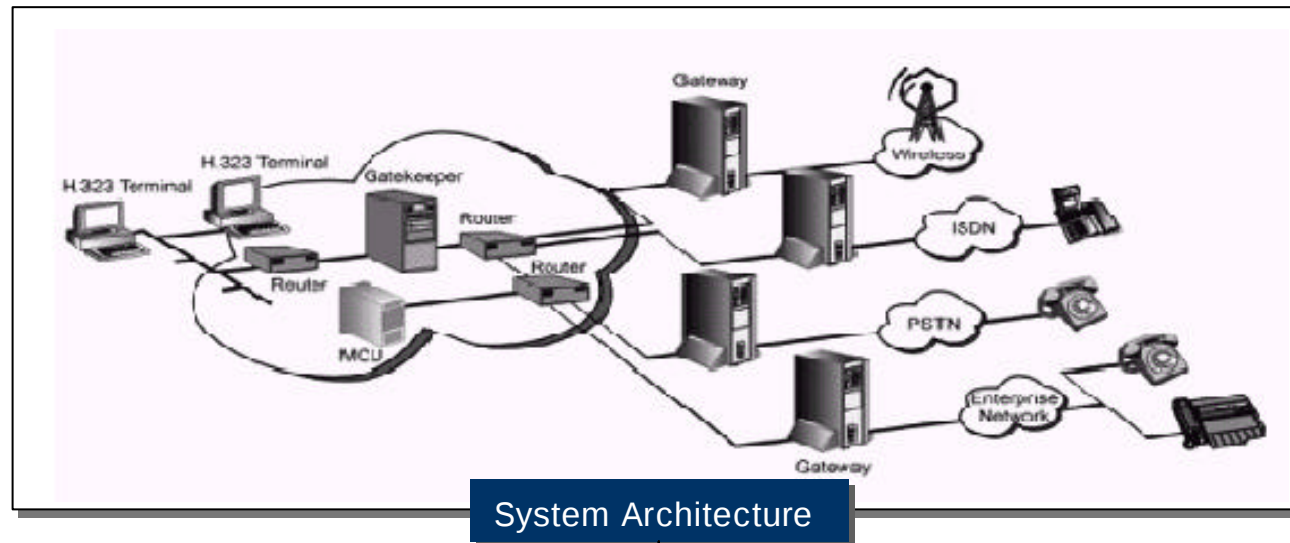
가

Packet loss

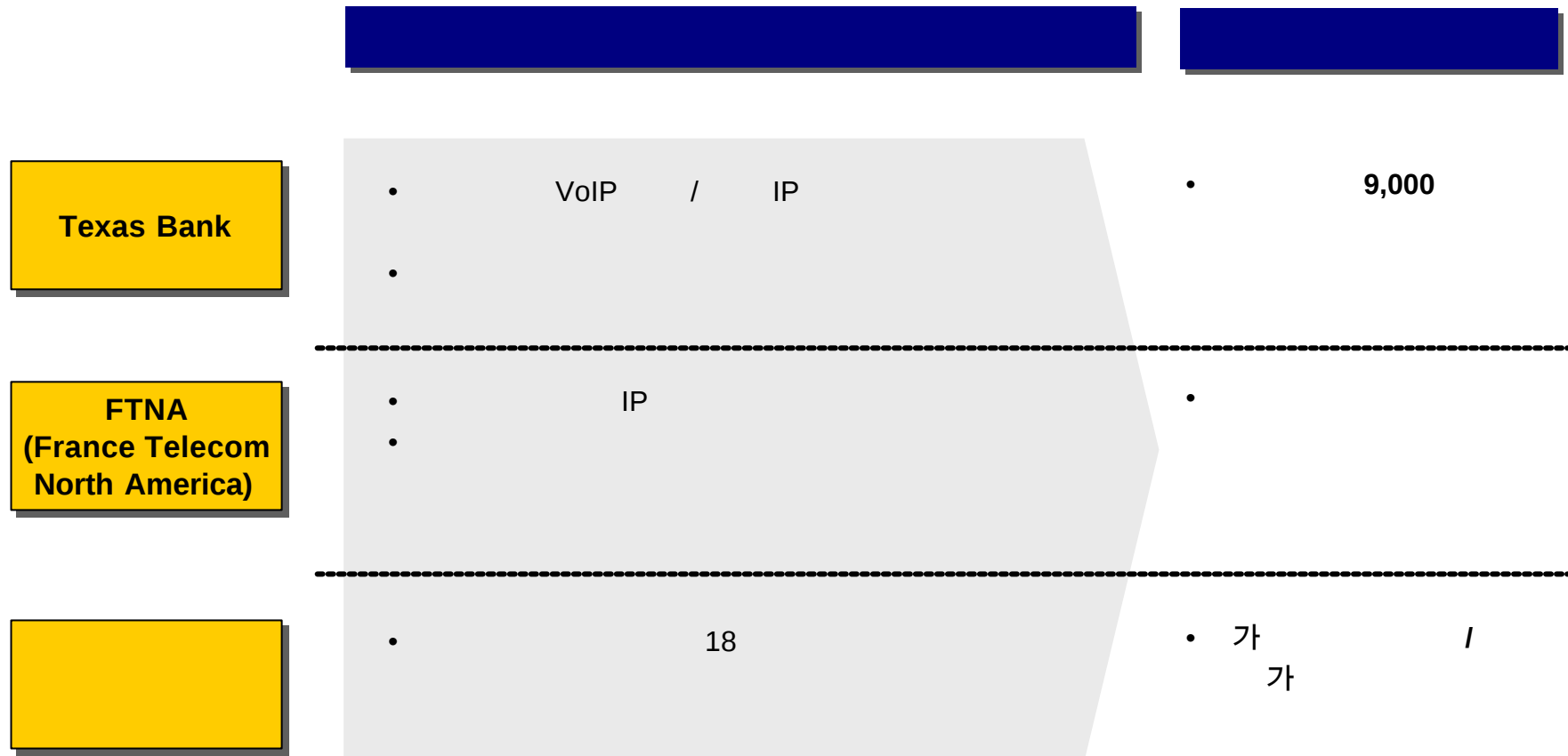


VoIP

Terminal, Gateway, Gatekeeper, MCU 47



VoIP





2001. 6. 1

LG
jsyeo@mail.lgeri.co.kr(T:02-3777-0514)

Copyright 2001 Jun-Sang Yeo. All rights reserved.

1.

2.

가 가?

3.

4.

5.

6.

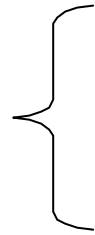
7.

&

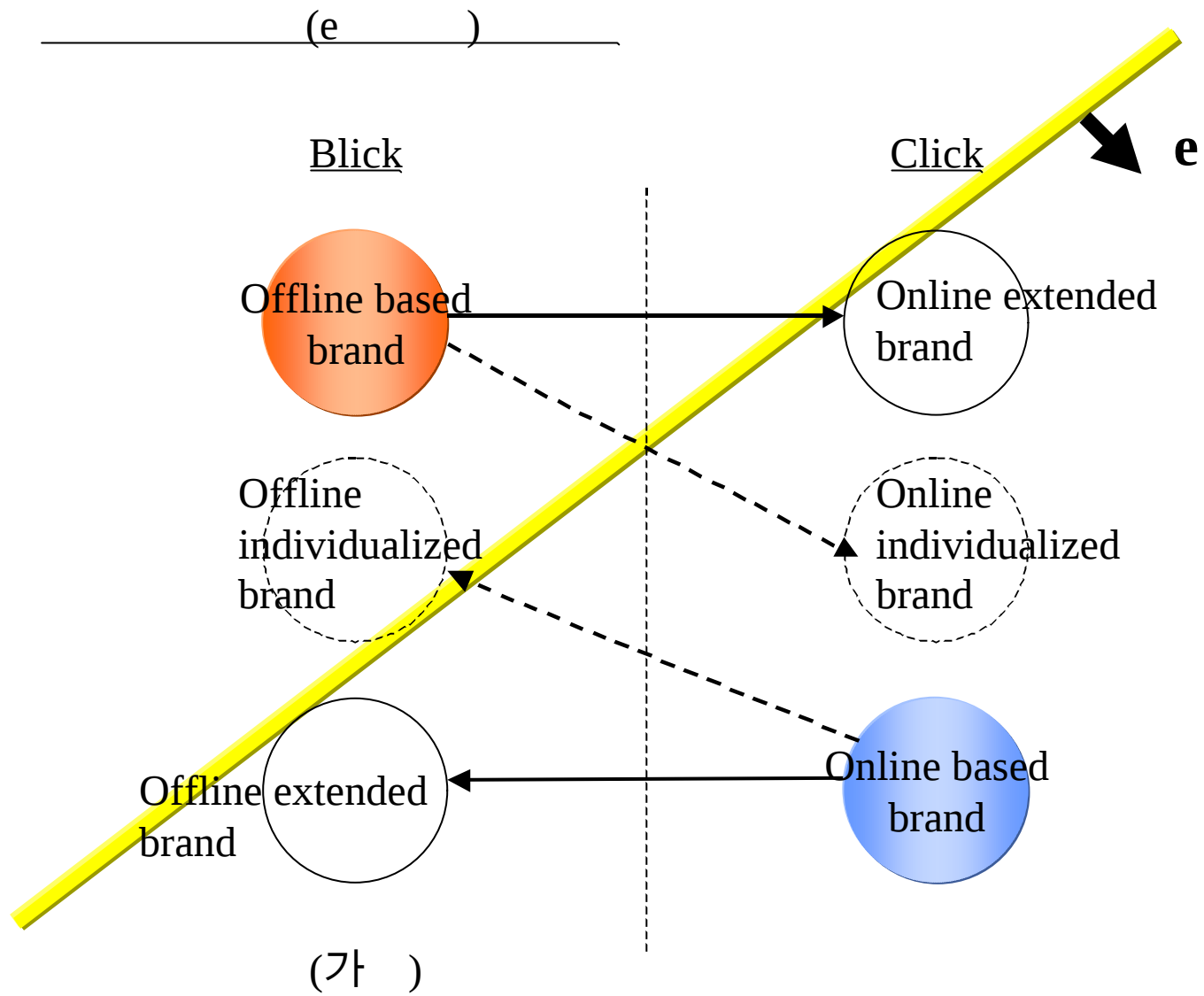
8.

1.

Q. 가?



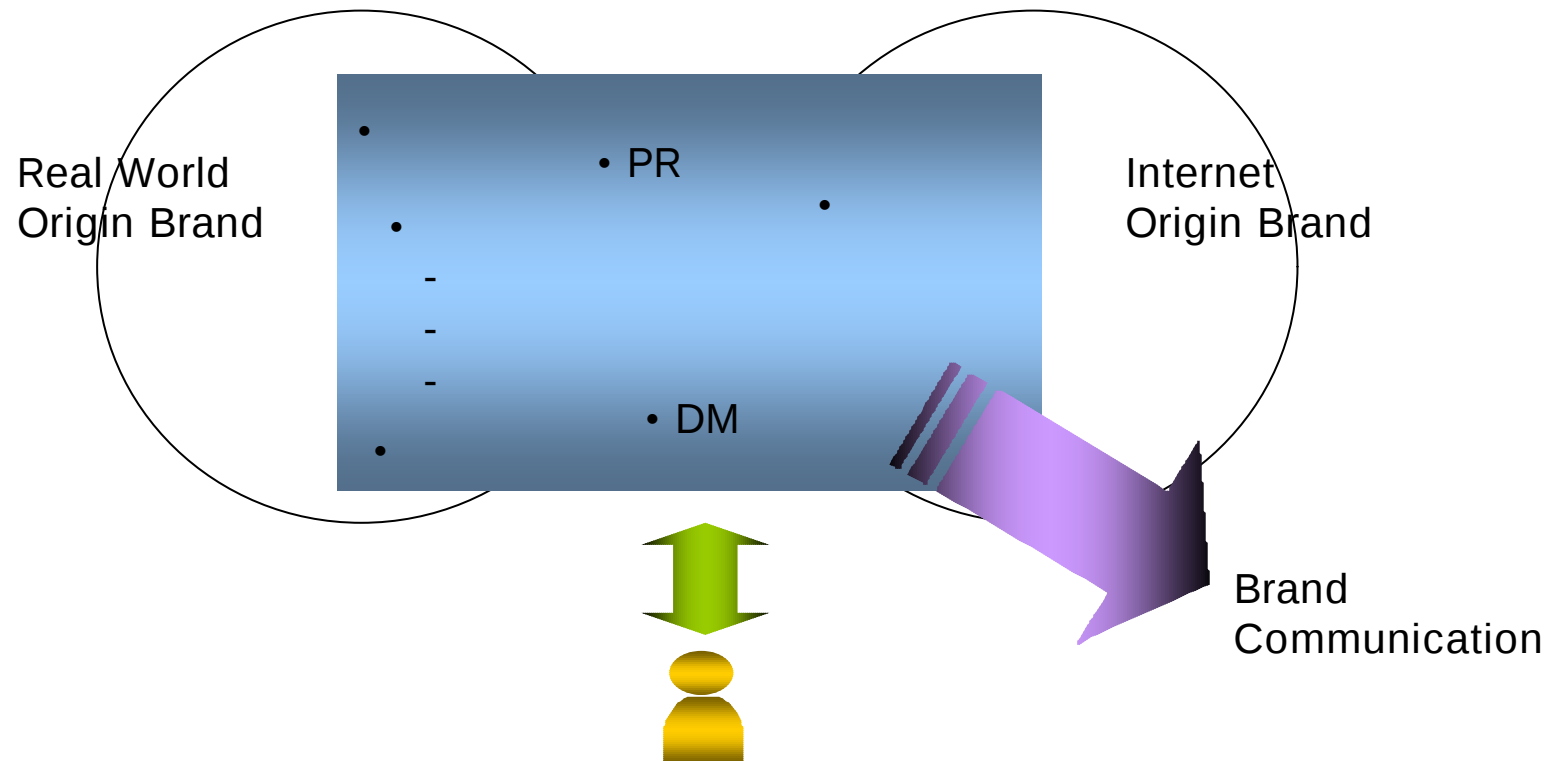
- (origin)
- ‘ () ’ ...
-
-



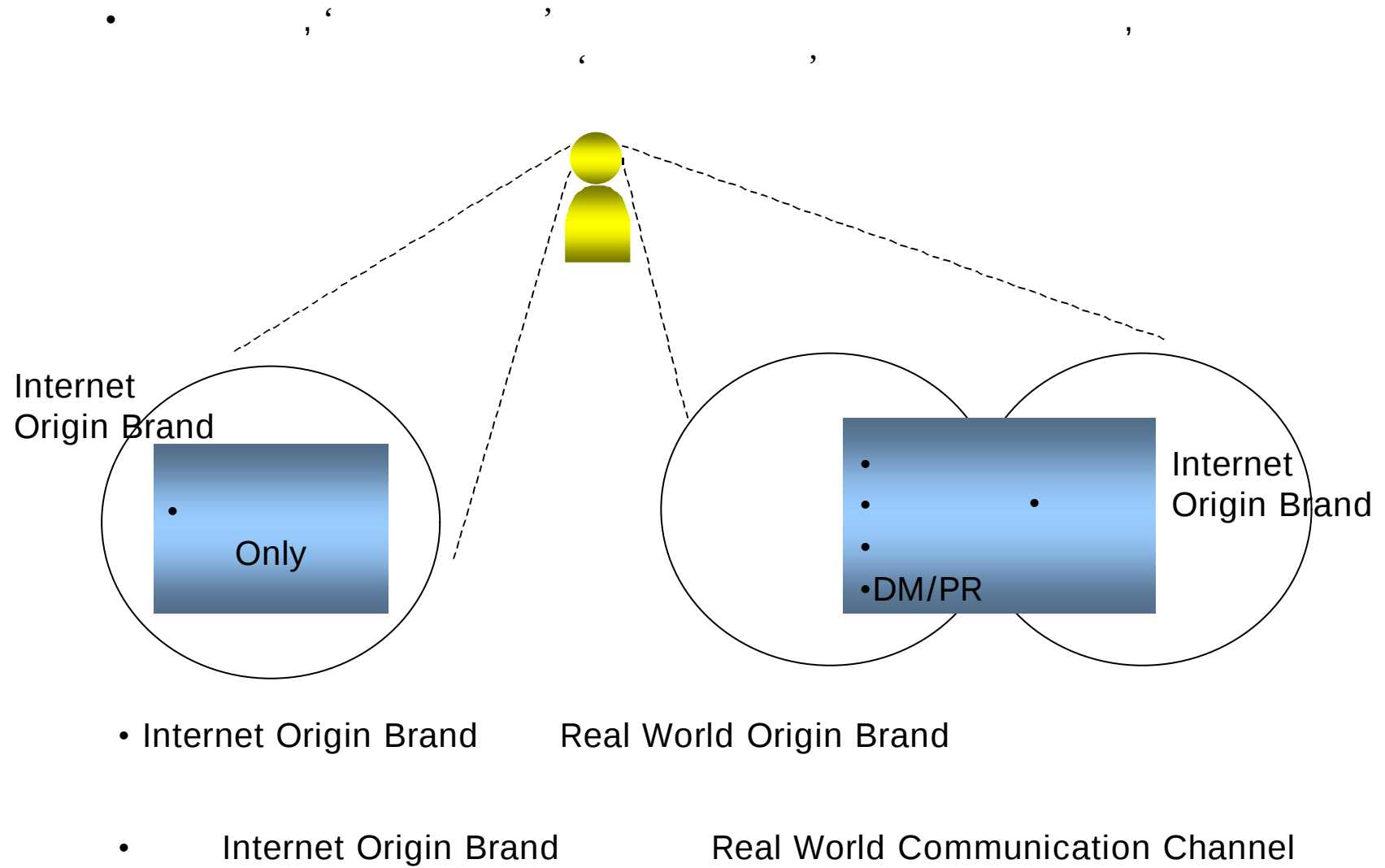
Q. _____ 가?

Brand Originality

Brand Communication



- 가 ,
- - Brand Originality
- ‘ ,
- Brand Relationship, Brand Experience
- ,
() .

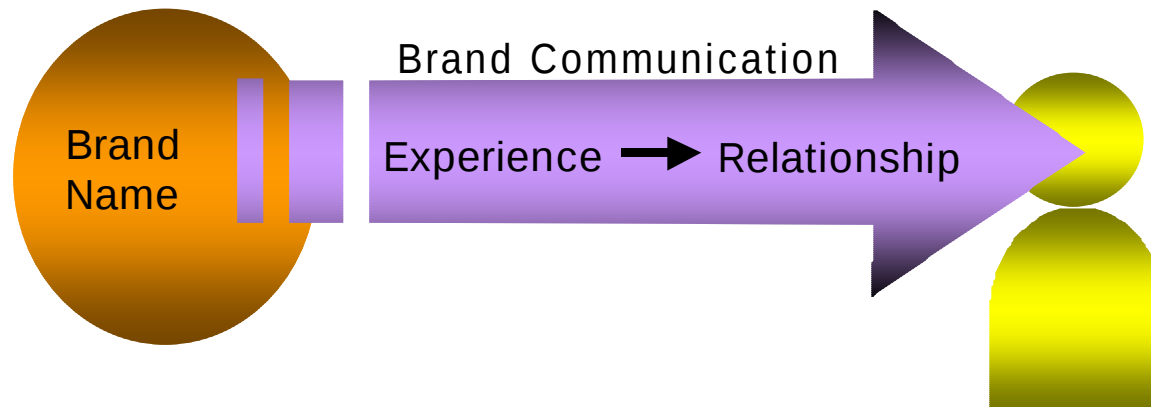


2.

가 가?

- 가 .
- 가 .
- 가 .
- ‘ , 가 .
- .
- .
- 가 가 .

Brand Experience - Brand Relationship - Brand Communication



‘Brand’ = ‘Brand–Customer Relationship’

가 가?

社

...

• "

가 “

• "

"

_____가 ...

•

• ()

• (가)

• , ,

• , 가

_____...

가 .

가 가?

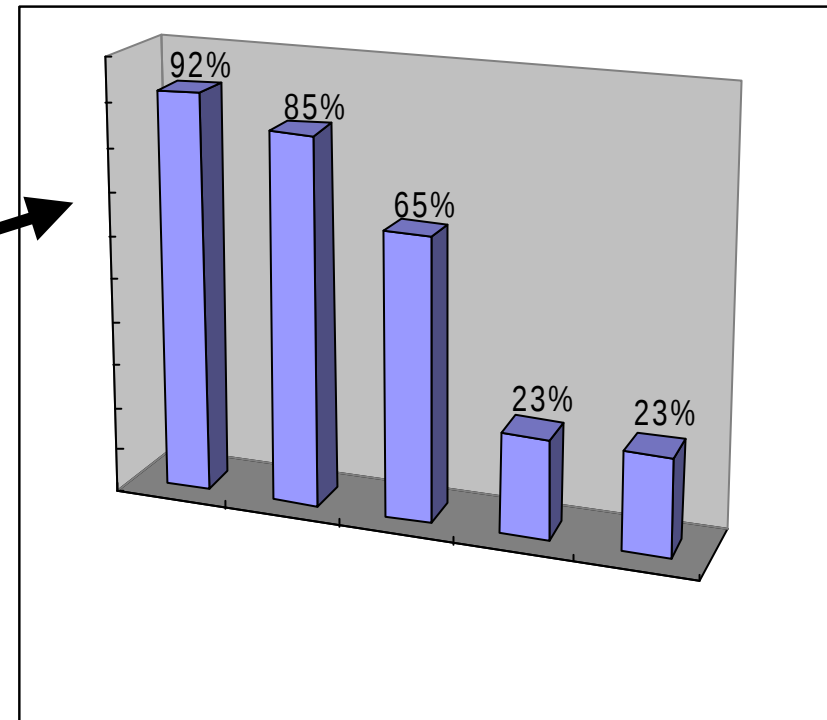
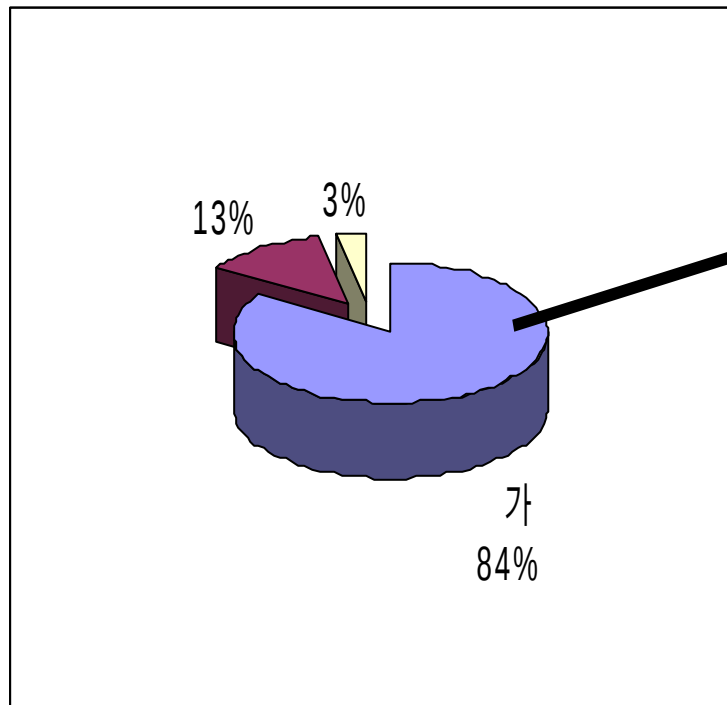
Fortune 500

...

Q. 2-3

?

Q. 가 (% ,)



Source : MMC(2001)

3.

“ ”

Larry McNaughton(Corporate Branding社)

(Comfort) (Trust) .

(, 가)

...

*

1997

1. Allstate (51.8)
2. Aetna (39.4)
3. The Hartford (38.7)
4. Transamerica (35.5)
5. Cigna (31.9)
6. Chubb (22.0)
7. The Equitable (17.1)
8. AFLAC (16.9)

⋮

1998

1. Allstate (50.0)
2. The Hartford (42.1)
3. Aetna (41.3)
4. Transamerica (33.2)
5. Cigna (33.1)
6. Chubb (23.8)
7. AFLAC (21.8)
8. The Equitable (19.3)

⋮

*



4.

- Brand Life Cycle

-
-
-
-
-
-
-

Source : (, LG 622)

가

- 가
- (,)
- / ()
- 가
-

BLC

- Brand Defection Warning System

()가 ?

- Brand Cannibalization Checking System

Overlap ?

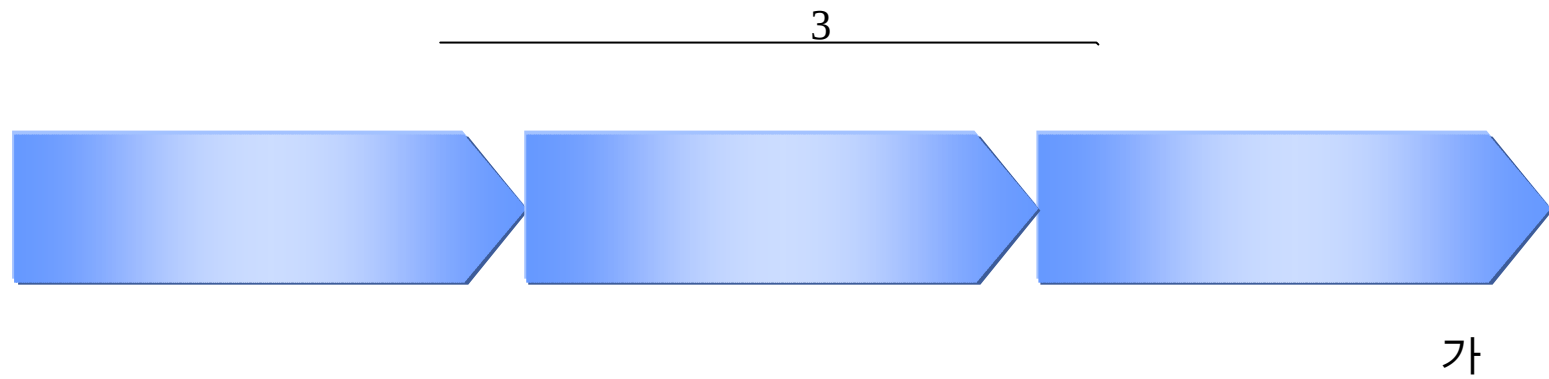
- Brand Hierarchy Checking System

가 ?

Paired - fitness()가 ?

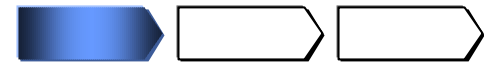
⋮

5.



- Functional
- Experiential
- Symbolic

- Name
- Logo
- Symbol



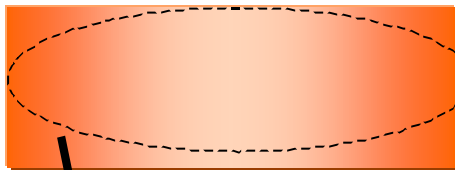
1 , _____

가

Brand meaning ...



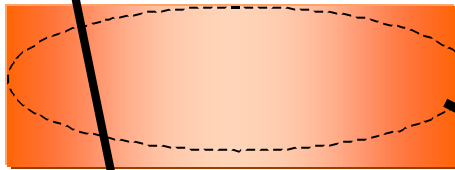
•



•

•

,



•

,

•

,

•

•

,

,

,

(Flow)

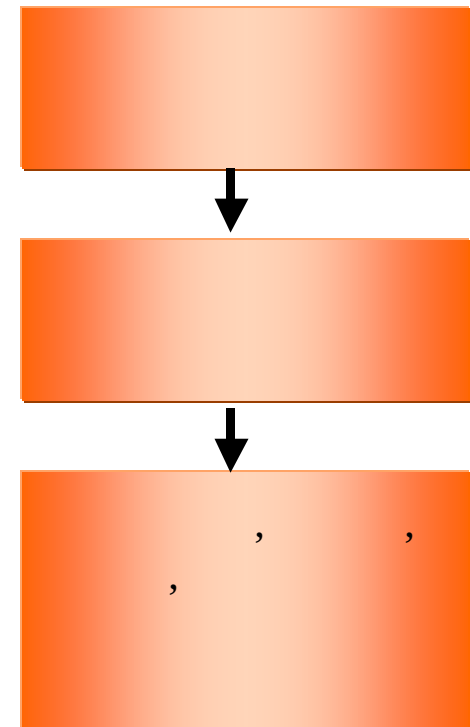
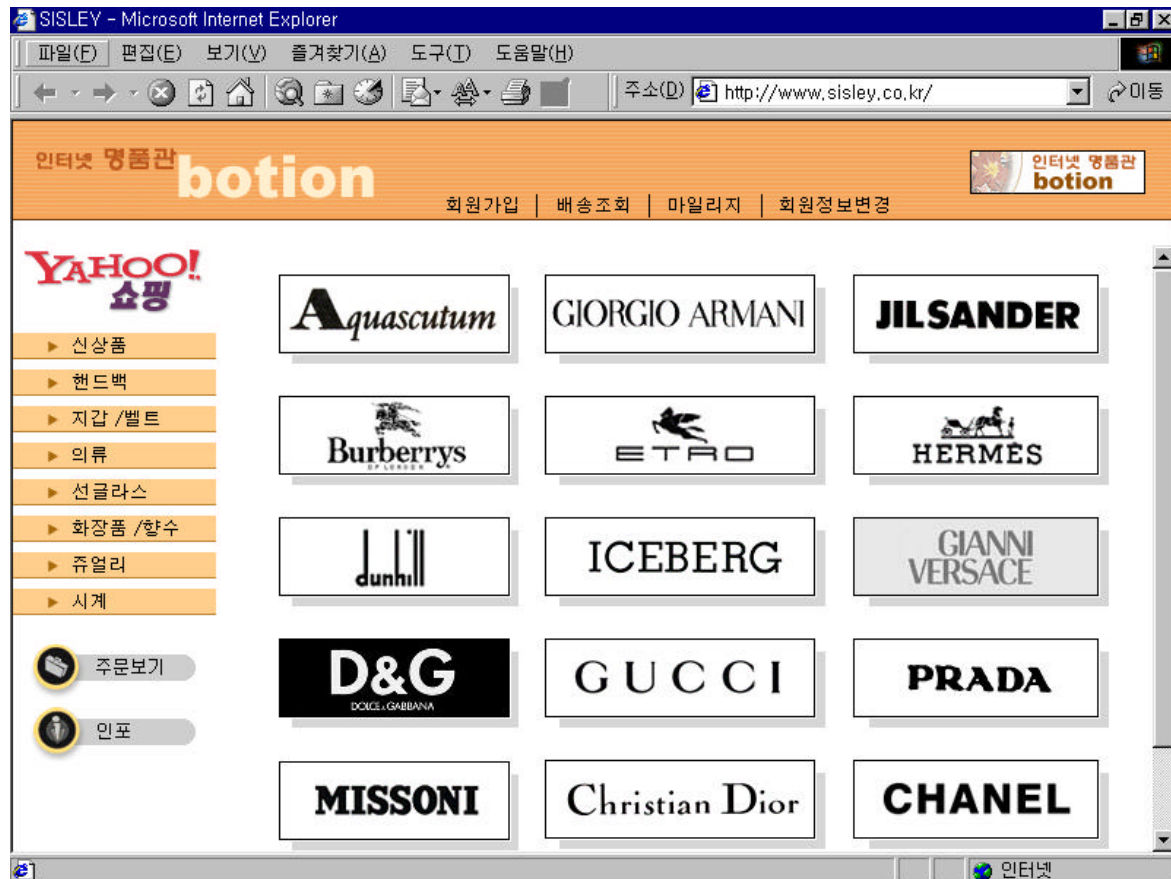
,

•

(Csikszentimihalyi 1990, Hoffman & Novak 1996)

Brand Emotion

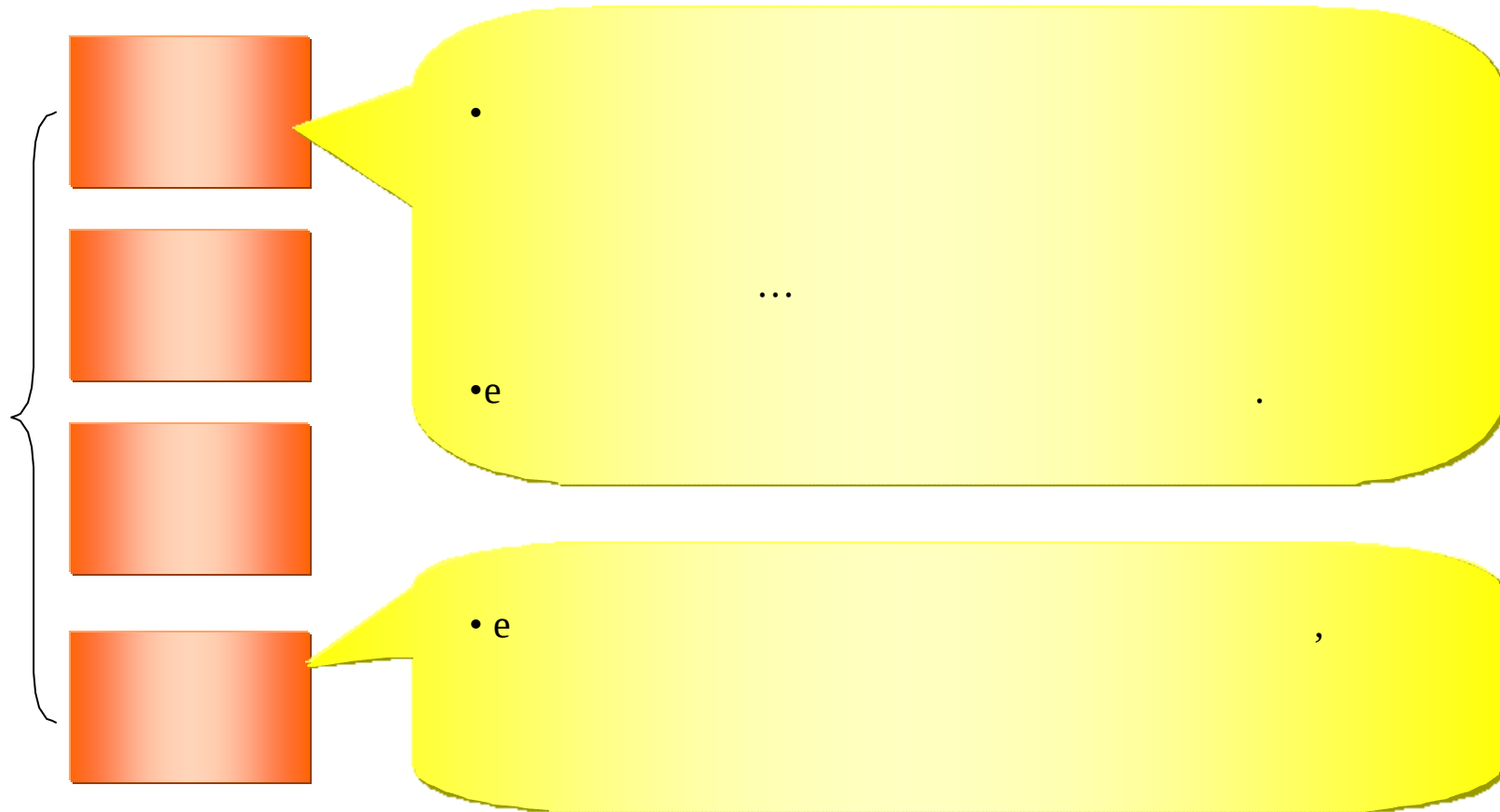
- ,
 , .
- Holistic : 가 .
) 1998 ,
 - 46%() ...
 -
- 1. (.
 ... ,
 .)
 2. ,
 - 3.



2 , _____



...



1. Common Name

.

...

2. Proper Name

.

,

...

3.

e

.

...

...

...

...

...

...

... , ...

가

Personalization Tool

•

Collaborative Tool

• ,

Purchase-process
streamlining Tool

•

• , ...

Do-it-yourself Tool

• , ,

Dynamic pricing Tool

• ,

Expert Tool

/

Risk Hedging



- (Risk)
- 가
- 가

Recommandation Tool

Risk Hedging

우리 인터넷 서점의 대표이름 - YES24 (jerry) - Microsoft Internet Explorer

파일(F) 편집(E) 보기(V) 즐겨찾기(A) 도구(T) 도움말(H)

주소(D) 7966D49B1

디지털경제 ☒ 인터넷비즈니스 ☒ 전자상거래 컴퓨터비즈니스 사례 연구 비즈니스 성공담/실패담 경영기법 경영전략 기업경영 ☒ 노하우 벤치마킹

주제별 찾기

바로가기

- 이책 저책
- 소개
- 저자 및 역자 소개
- 저자 및 역자 소개
- 목차
- 책 속으로

e 브랜드

필 카펜터 저/김태현 역 | 세종서적
2000년 07월

정가 : ₩43,000 -> 할인율 (30%)
판매가 : ₩9,100
적립금 : ₩182 ☒
303 면
ISBN : 8984070386
책추천 메일 / 독자리뷰 쓰기 ☒

표지 확대

◆ 십진 분류 : 사회 > 경영 > 경영학 > 경영학 일반 >
◆ 주제별 분류 : 비즈니스와 경제 ☒ > 인터넷비즈니스 ☒ > 디지털경제 ☒ >
◆ 판매지수 : 7307 (459) ☒

■ 이 책을 사신 분이 선택한 또 다른 책

부자 아빠 가난한 아빠 | 황금가지 | 로버트 기요사키, 샤론 레흐트 공저/형선호 역
누가 내 치즈를 옮겼을까? | 진영출판사 | 스펀서 존슨
인터넷 비즈니스 @i-biznet.com : 비즈니스 모델링에서 마케팅까지 | 21세기북스 | 아이비즈넷(주)
퍼미션 마케팅 | 21세기북스 | 세스 고딘 저/이상필 역
티핑포인트 (생각하는 글 12) | 이퀄리오 | 말콤 글래드웰 저/임옥희 역
단순함의 원리 | 21세기북스 | 잭 트라우트 등저

영웅문고 인터넷입니다. 국내 최대의 도서와 음반을 검색 주문하실 수 있습니다. - Microsoft Internet Explorer

파일(F) 편집(E) 보기(V) 즐겨찾기(A) 도구(T) 도움말(H)

주소(D) /speedm.mbr/output/p_isbn=1836400332

마케팅개입메서서하라

저자 : 박익준
역자 : 미향식
출판사 : 박서스(인터넷북스)
출판년월 : 2000년 10월 17일
ISBN : 898201209
면수 : 574
판형 : 규피
판수 : 1
가격 : ₩ 12500
재고 : 있음 (보통 거운)

주문액수 소정액넣기

[서평 올리기]

◆ 소개

마케팅, 판매, 광고 부문에 종사하는 사람들 중에서 자신의 안목을 넓히려면 멀리서 훑을 것도 없이 이 책을 읽으면 된다. 예컨대, 출판은 이 책 한 권으로 전문가들의 마케팅 안목을 넓히고 동시에 아무리 막대한 예산도 천명한 전략을 실행시키지 못하는 사실을 증명해 보았다.

— 터모시 위라이버, [장애인출판위원회] 회장

출판사 보도자료

다지일 시대, 왜 다시 마케팅인가?

Risk

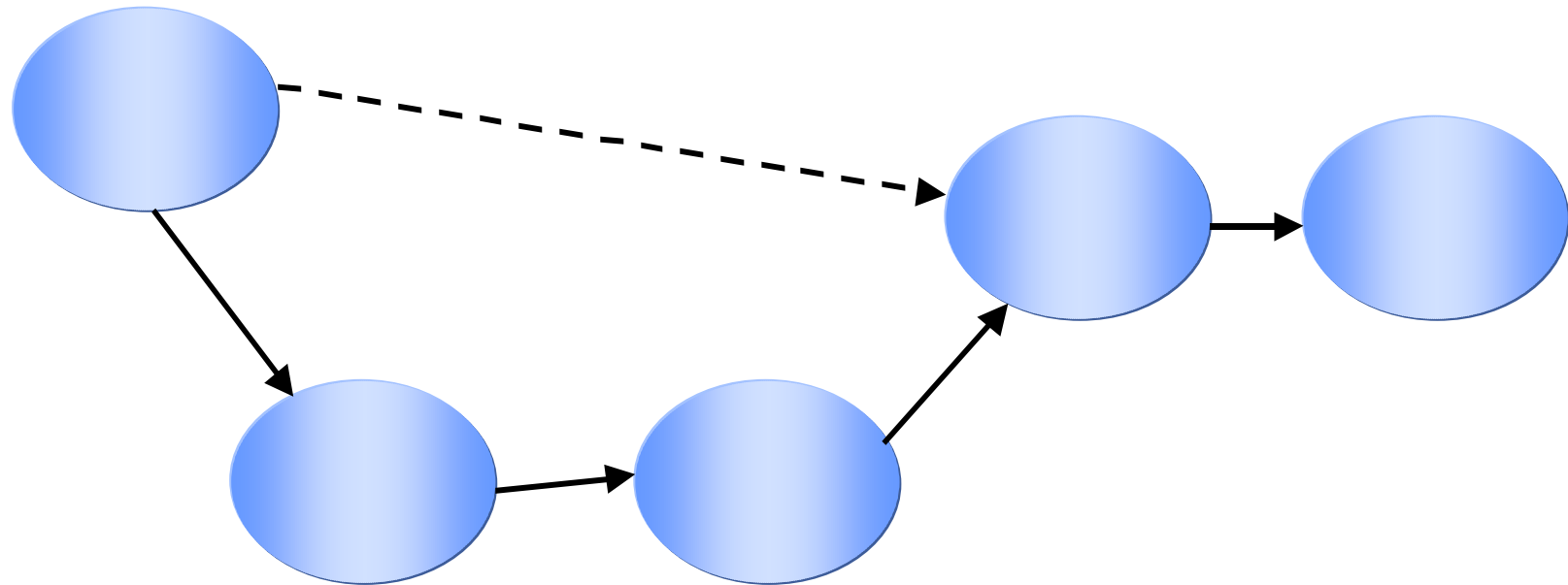
가

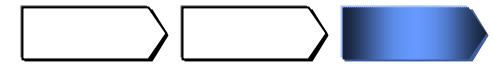
-
- .
 - (Switching Cost) .
 - , 가 .
- 가 .



/

- 가 , .
- , , , , .





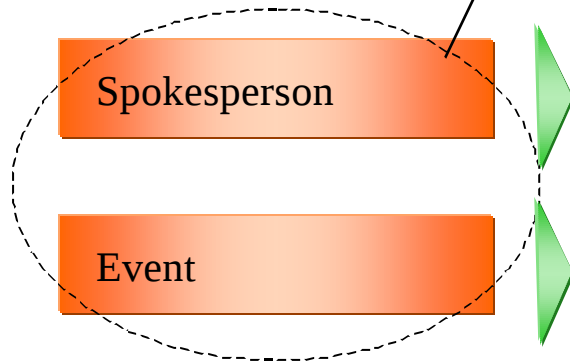
3 , _____

...

5가
Company

Country of origin

Distribution channel



• 2 () 가?
• ?
• , ?

, ()
가
.
.
OO
?
,
,
,
,

6.

•

-

,

•

-

,

場

-

(

가

)

- 가
- ' ' ' '
- , LG , TTL, Na
21, ,
- 가
-
-

...

• 가 ...

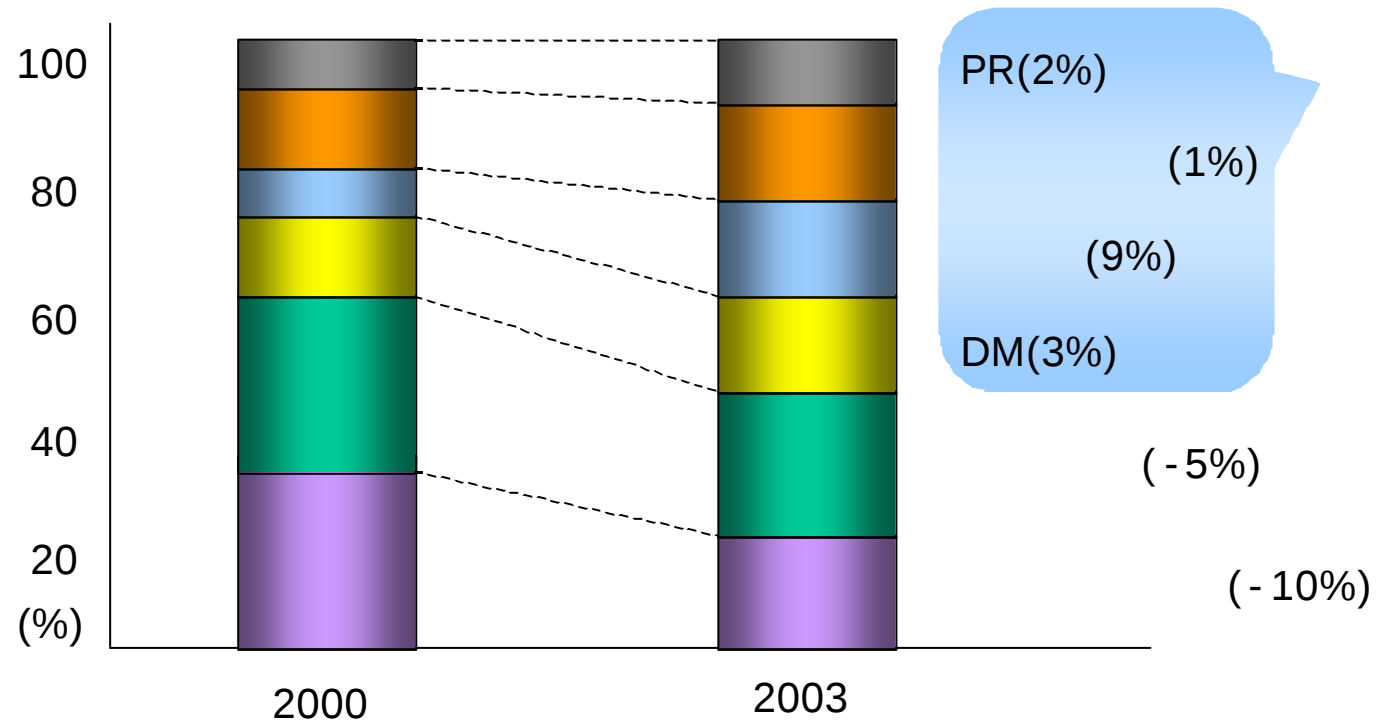
• ...

• OO 가

가

•

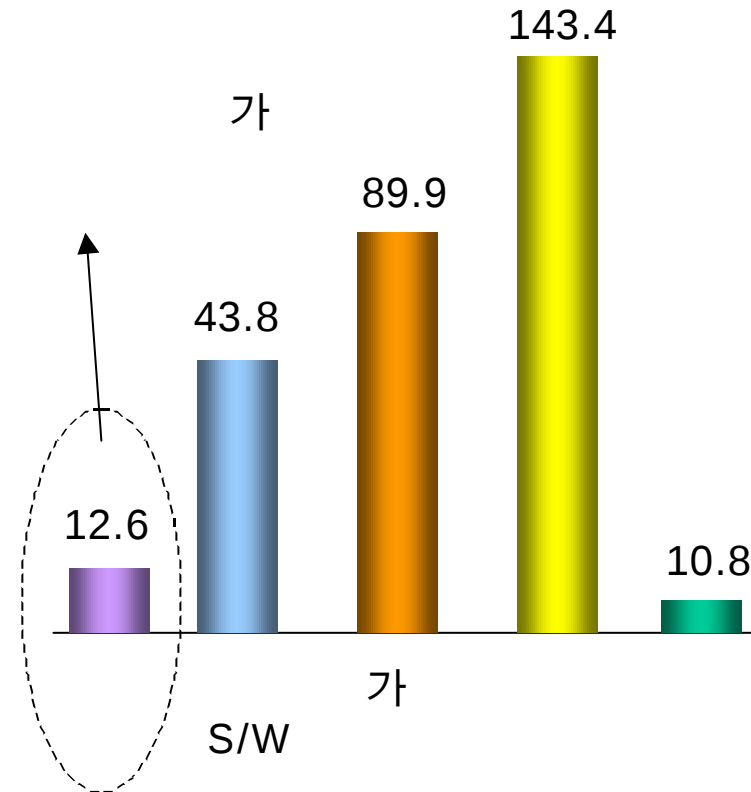
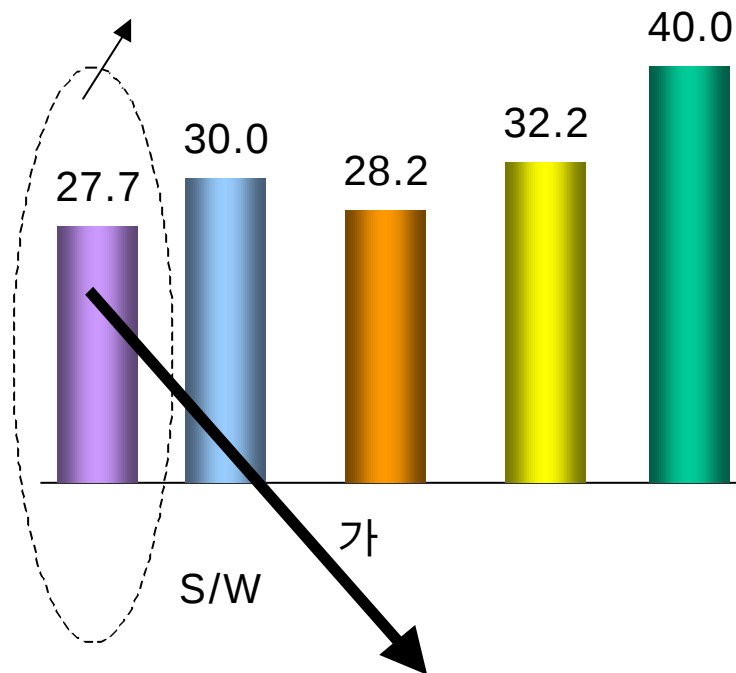
Fortune 500



가 ...

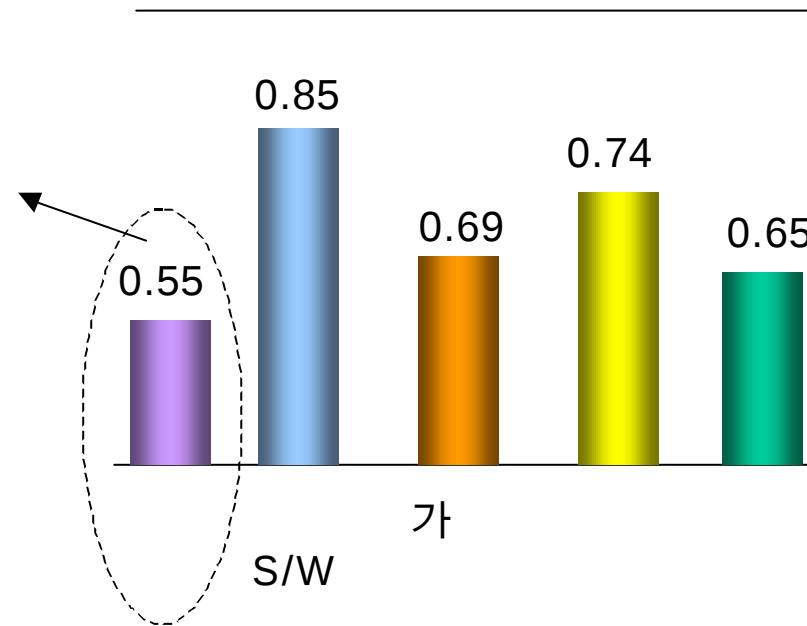
Business week(2000)

(:)



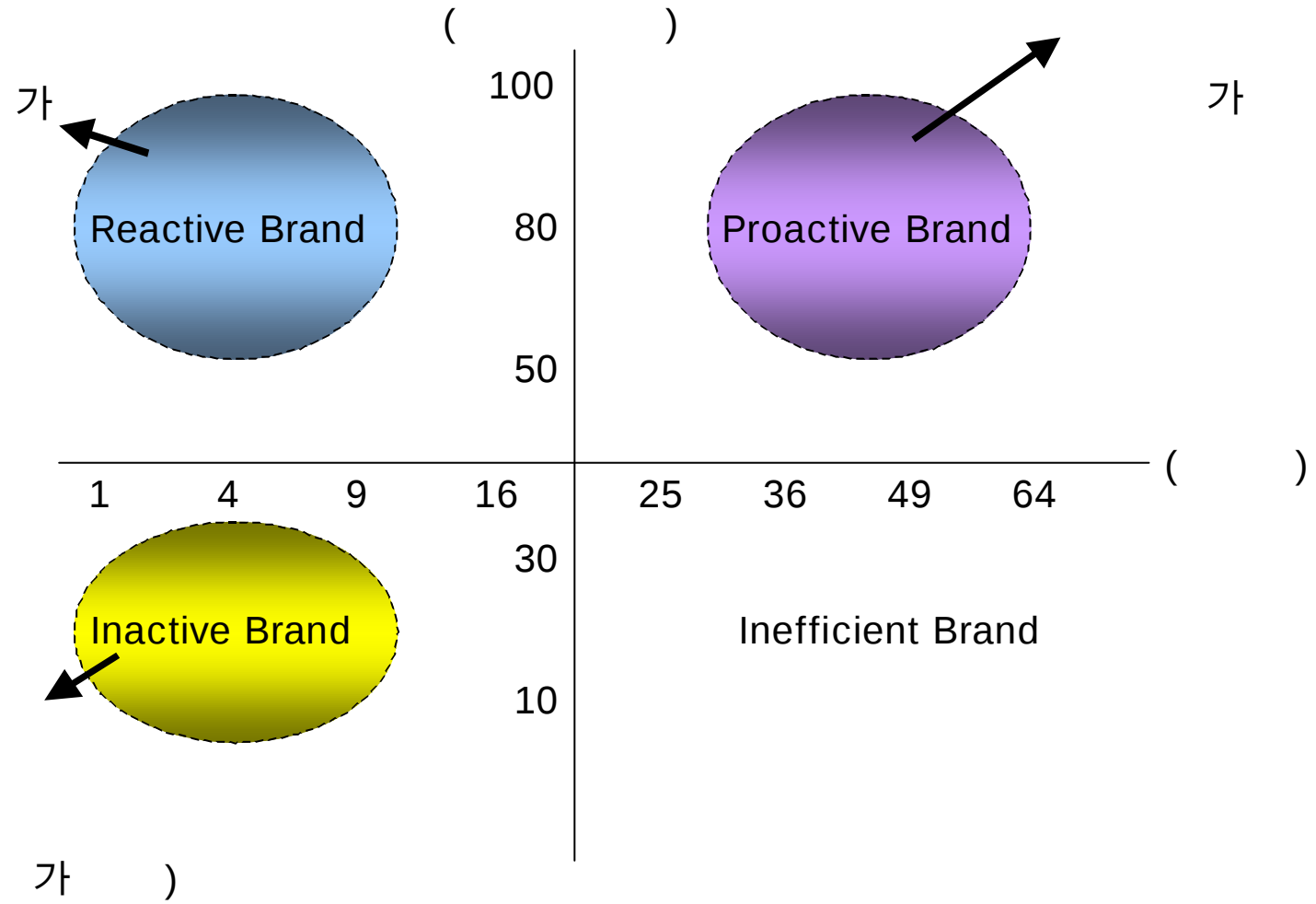
•

...



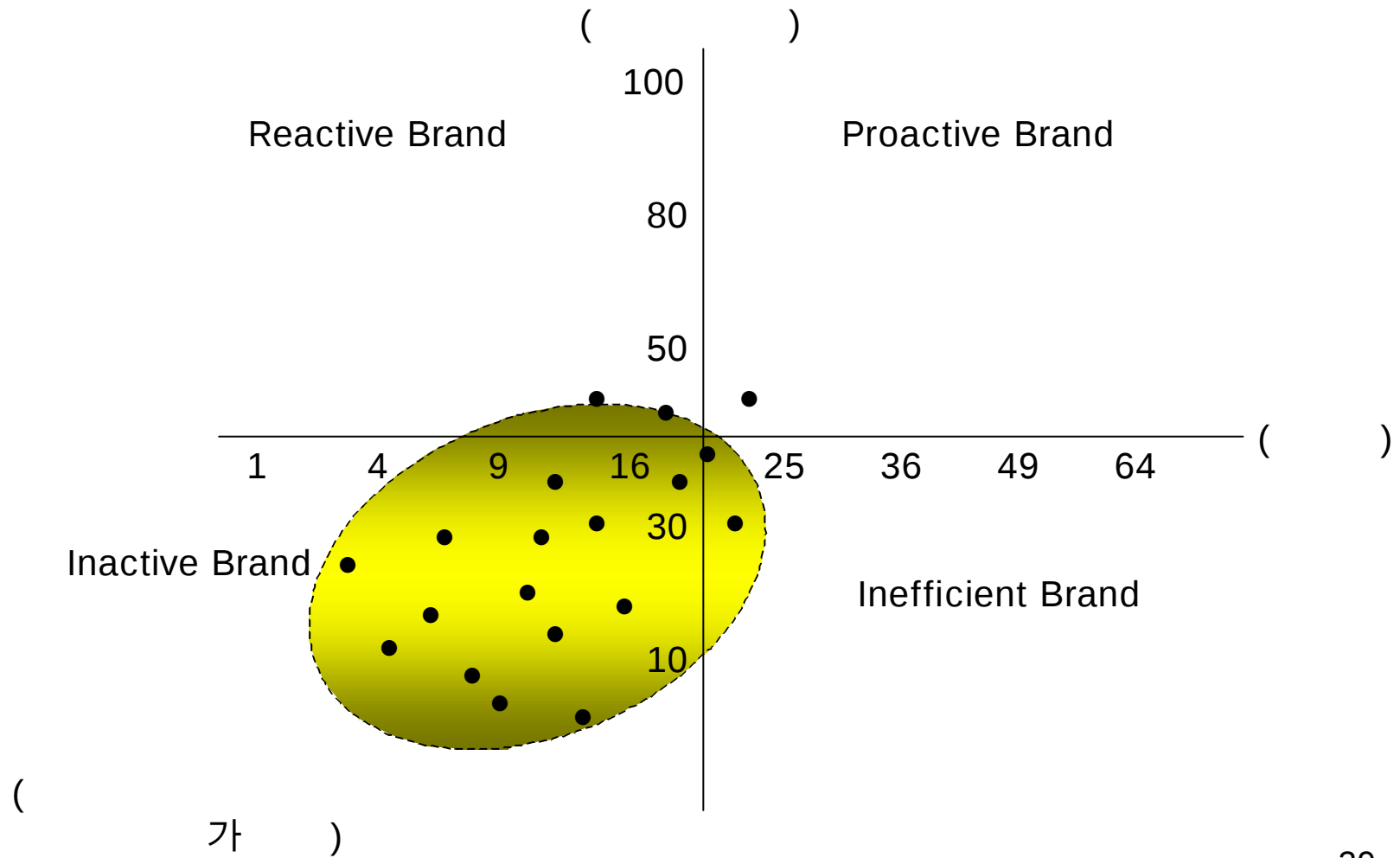
Source : Business week(2000)

•



• 94-97 (,)

Inactive Brand 가 3

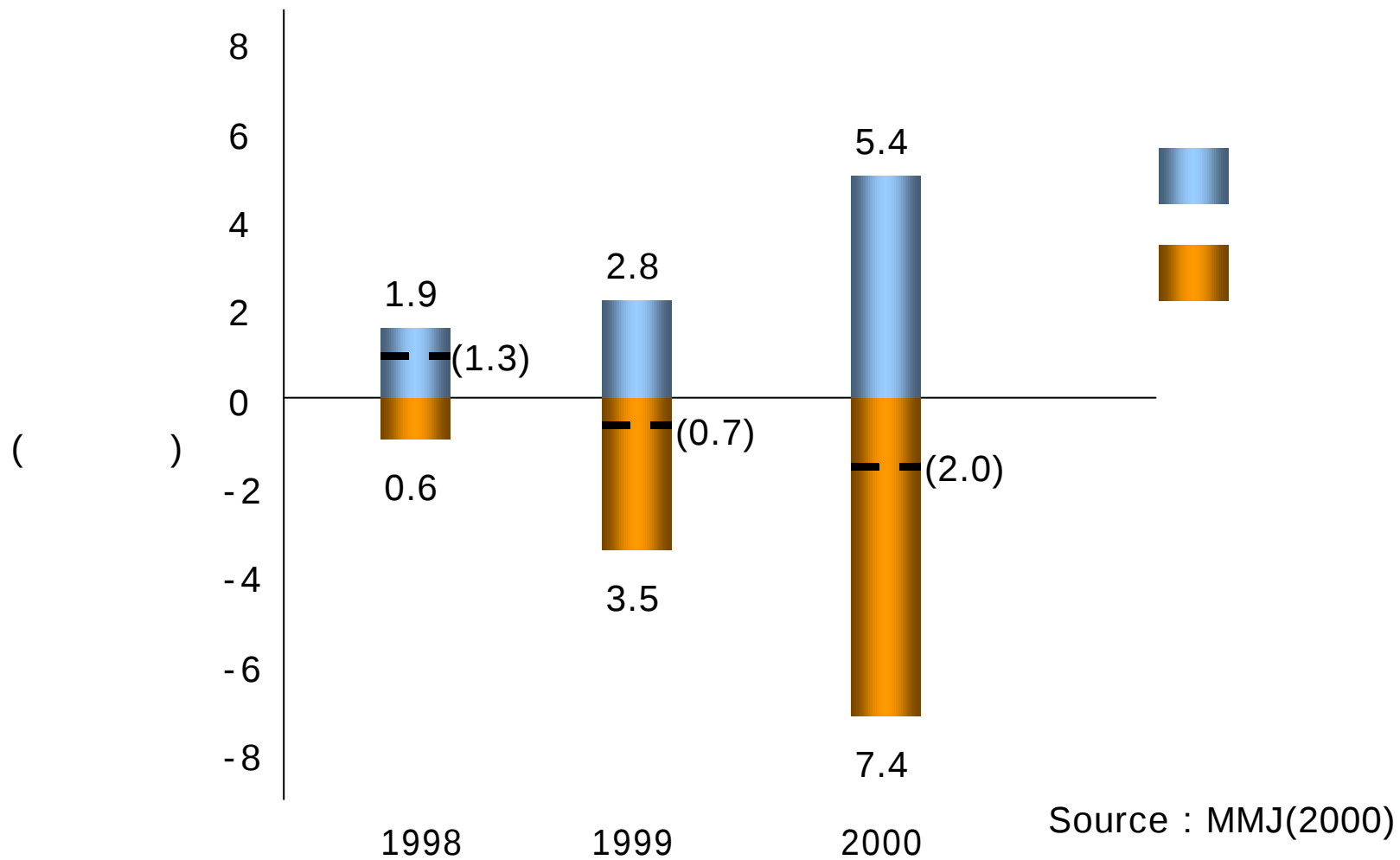


-
-

가

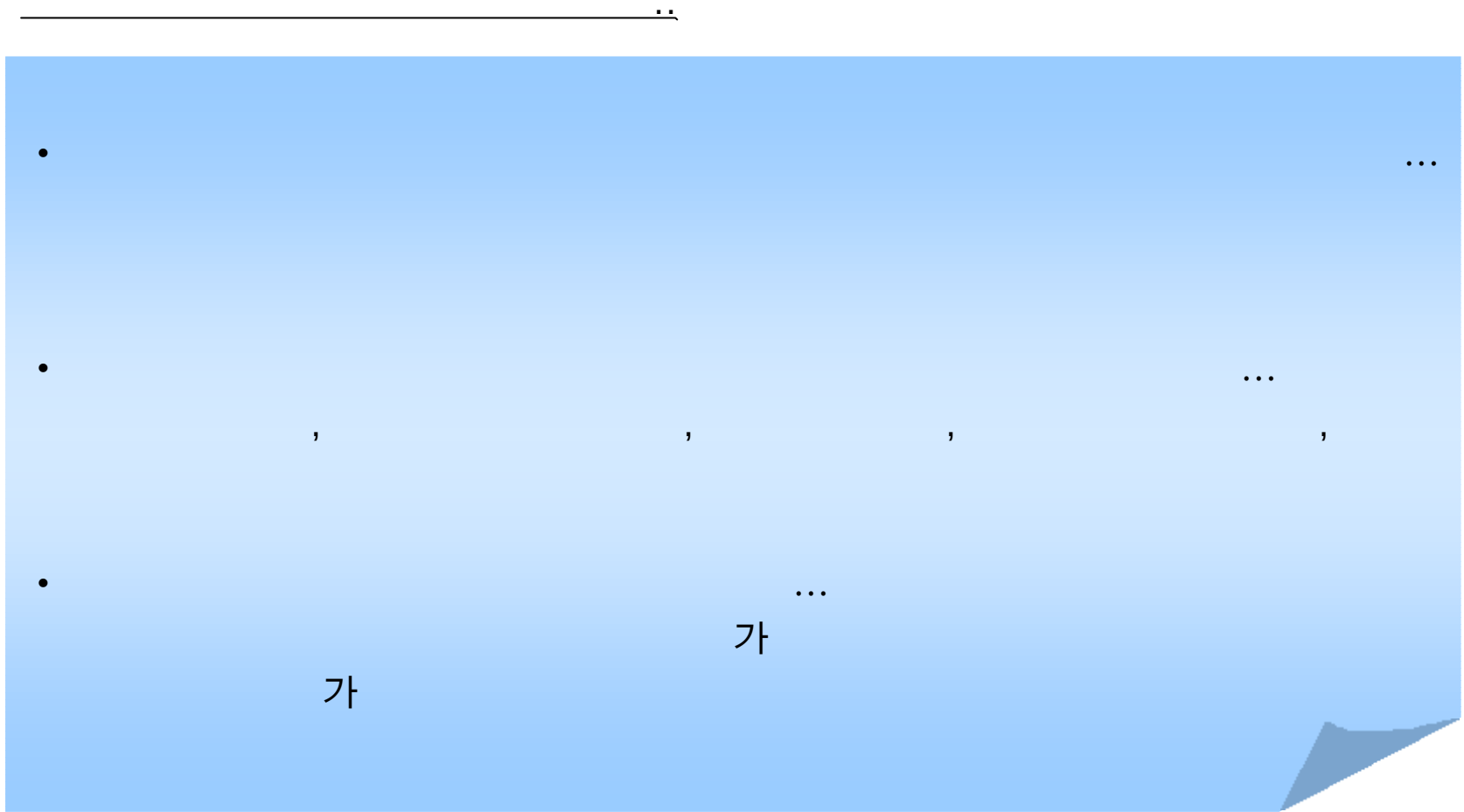
가?

가?



-

- 가 ...
- 가 ...



?

1

AOL, Yahoo, Amazon
Delayed Trigger

• ..

가

• ..

,

가

2

가

•
•
•

..

가

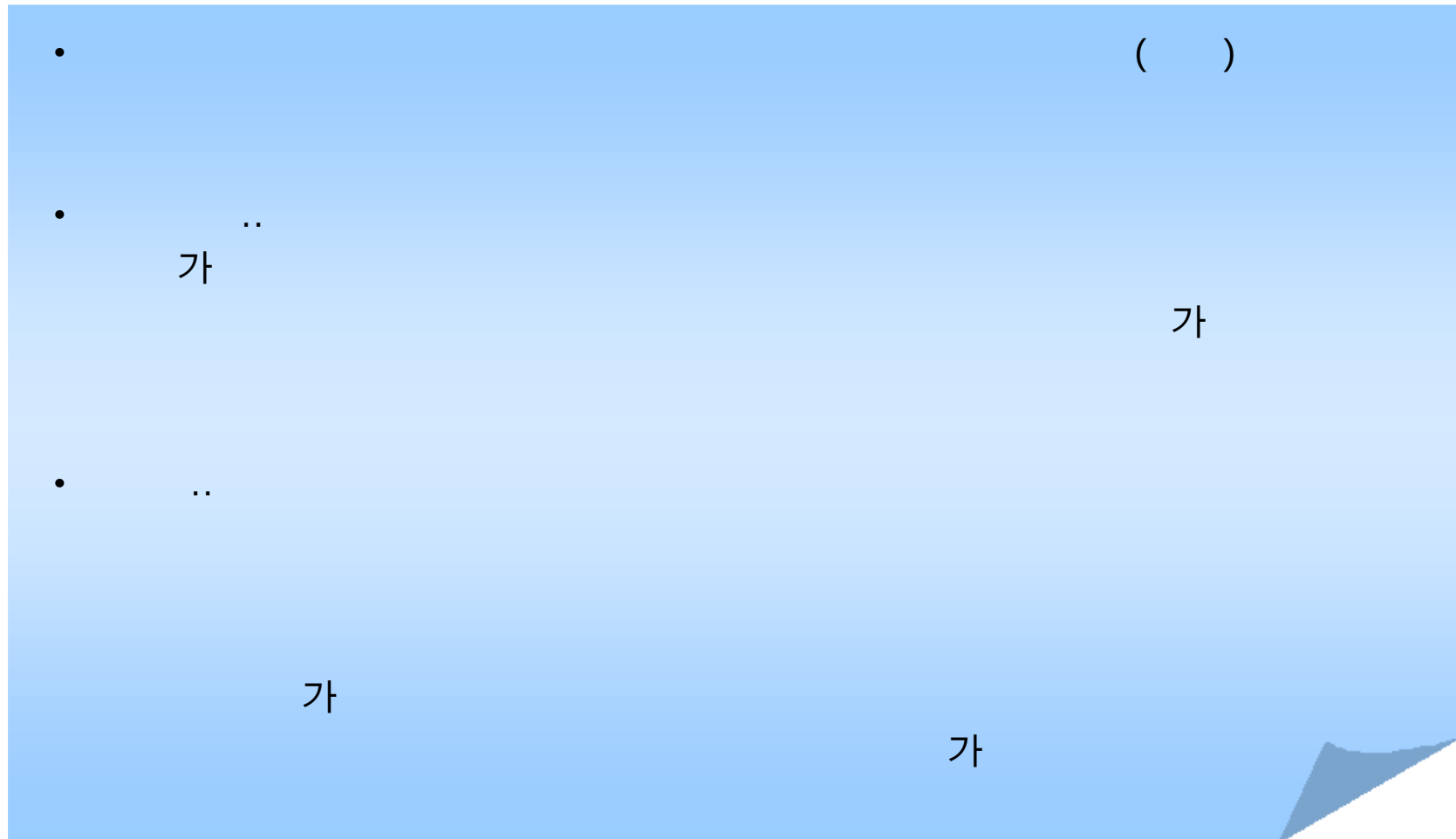
가

,

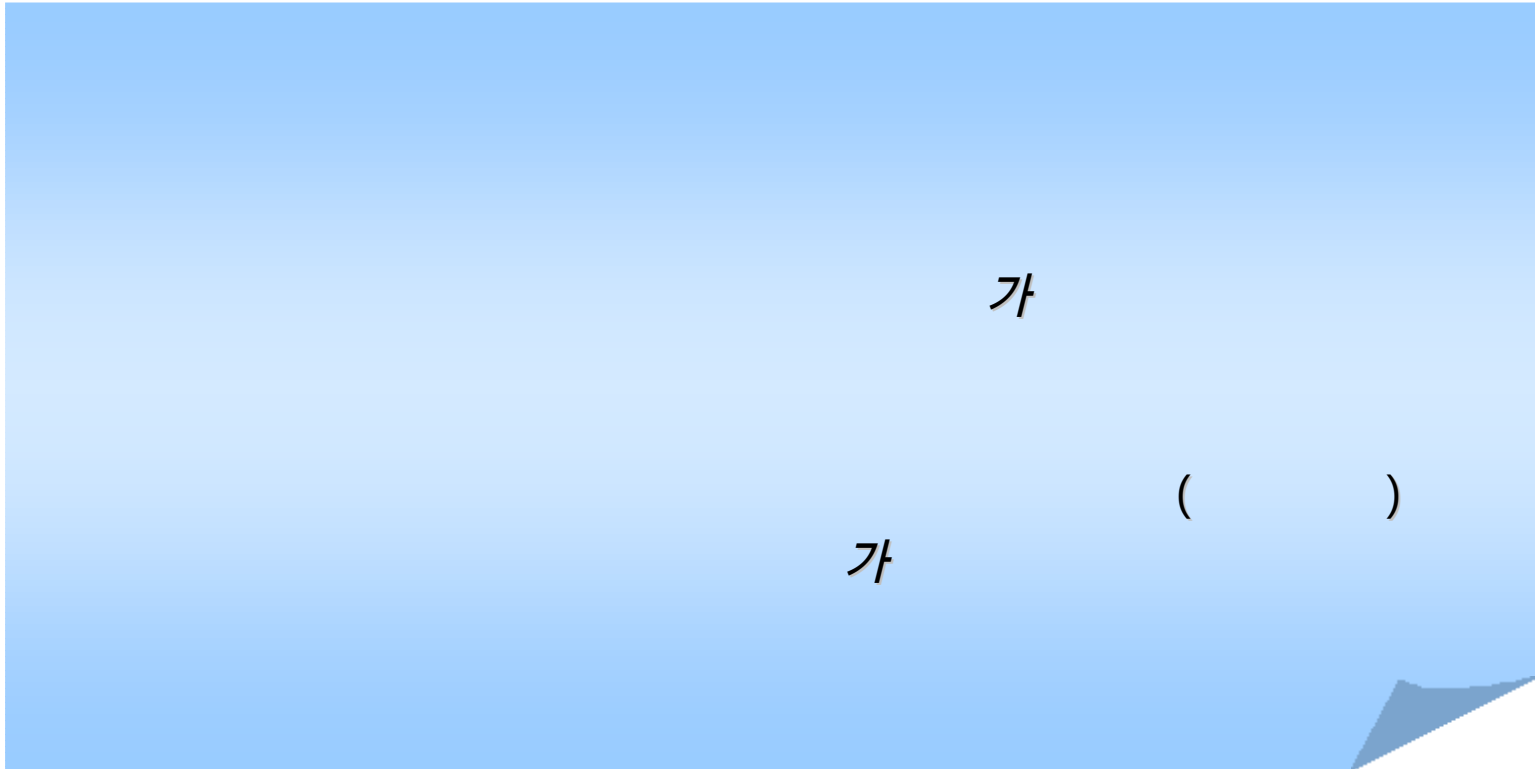
3

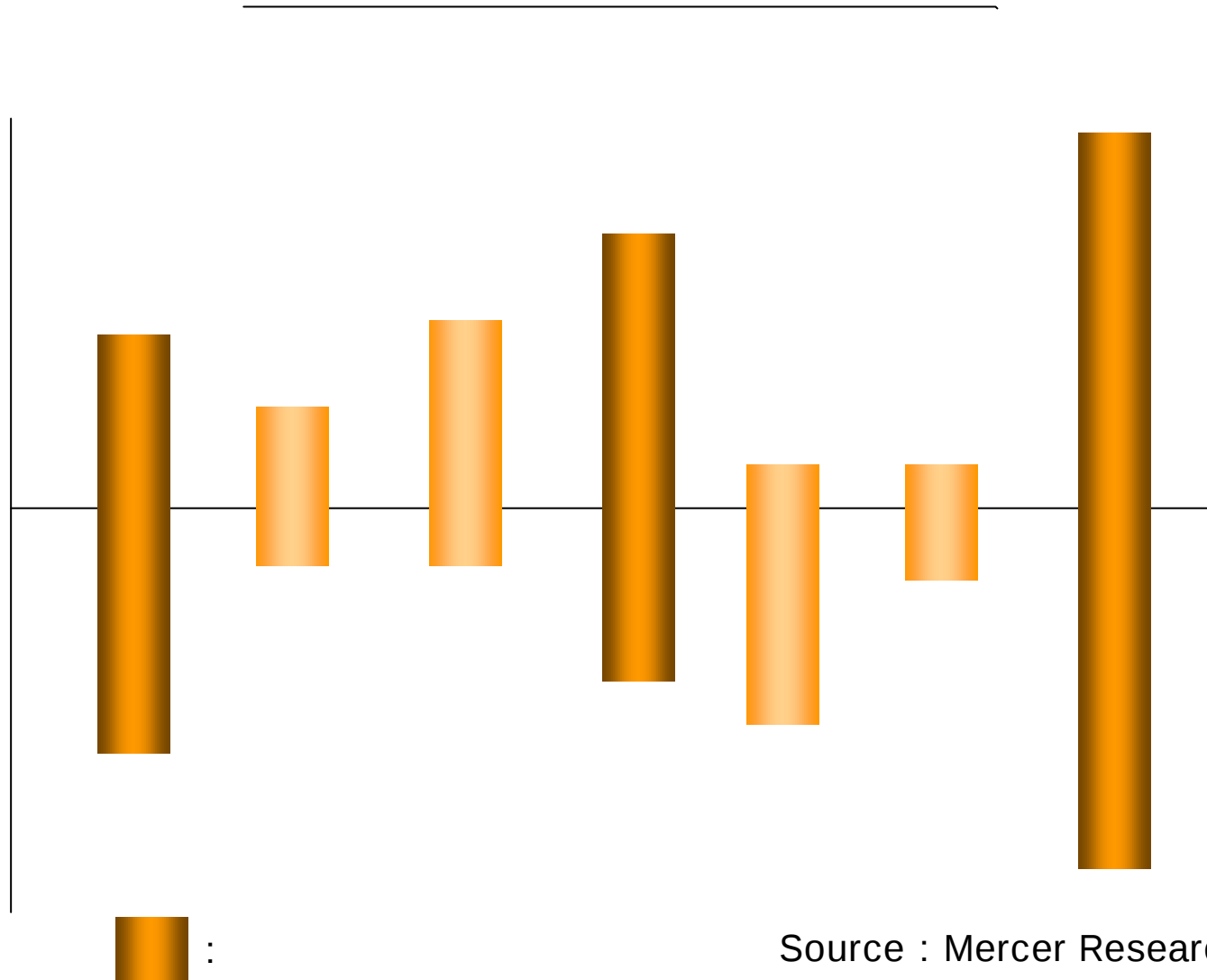
가

Furniture.com

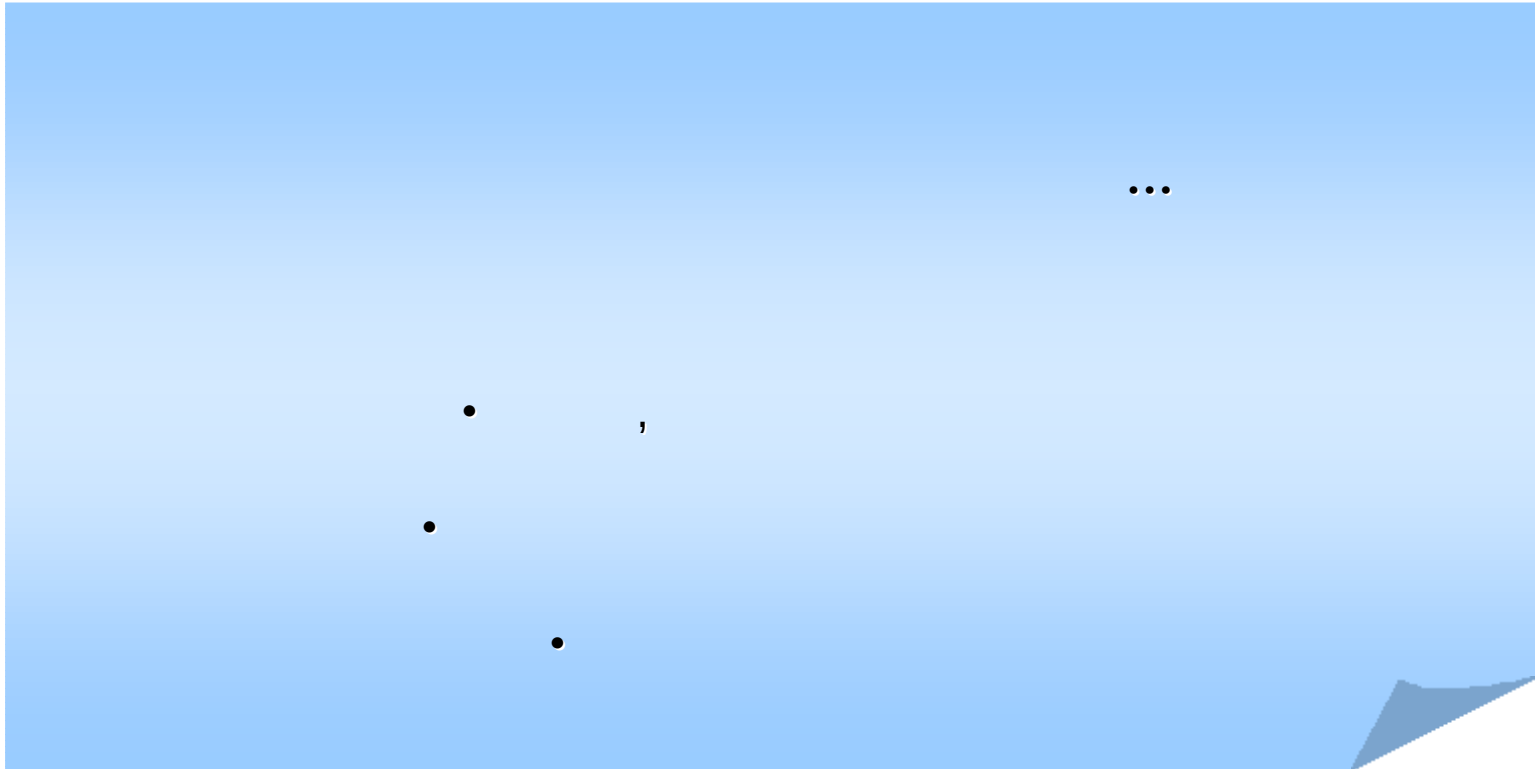


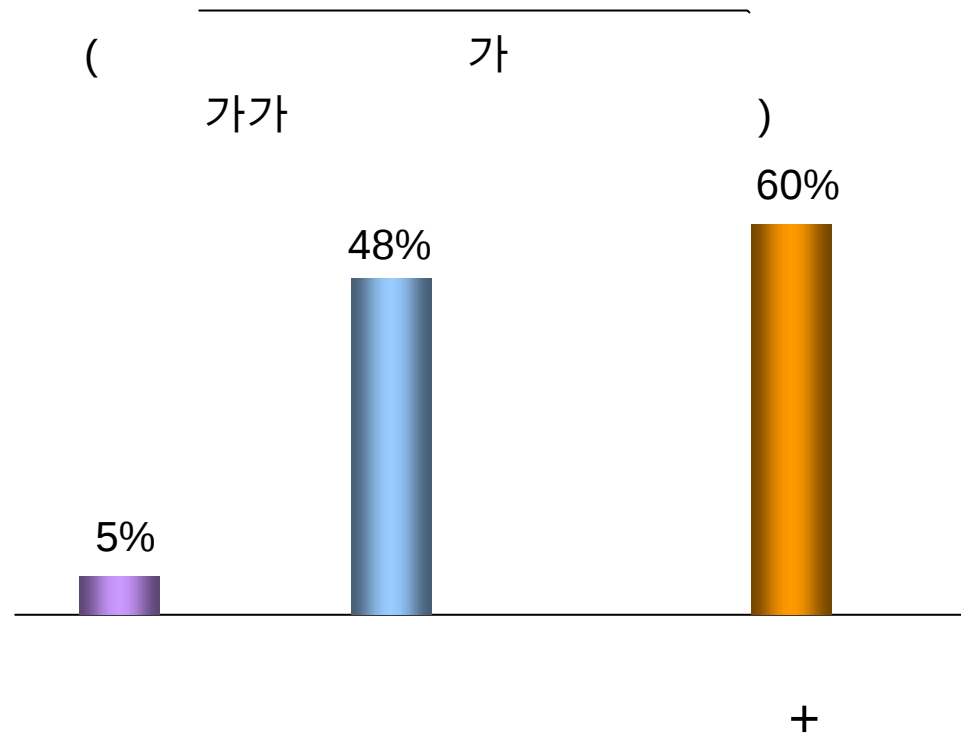
3





Source : Mercer Research





Source : MMJ(2000)

가

?

-

(

?)

-

-

,

가

- ()
가

- / 가 가?

- () ()

_____.

•

,

•

•

TV

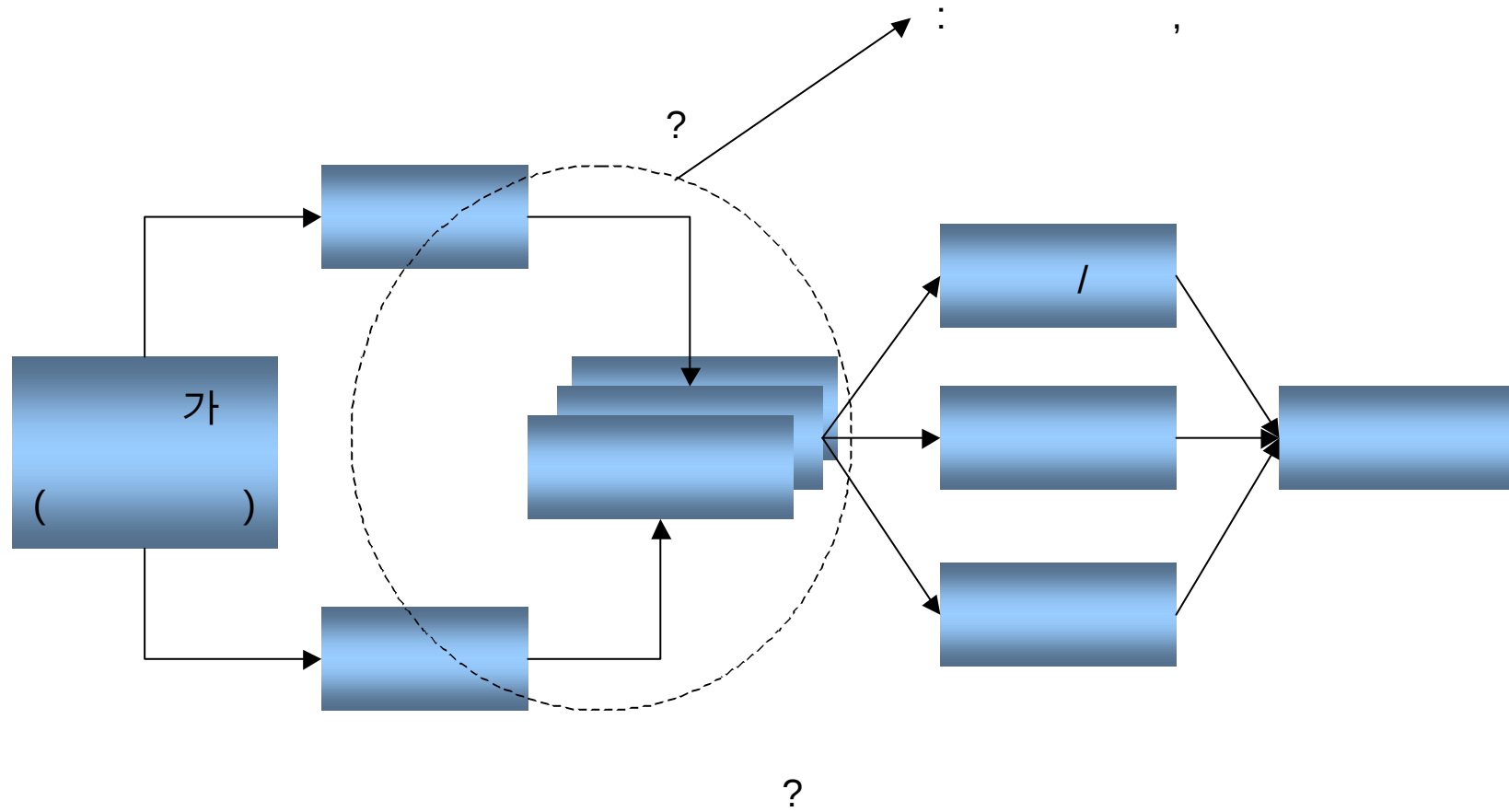
•

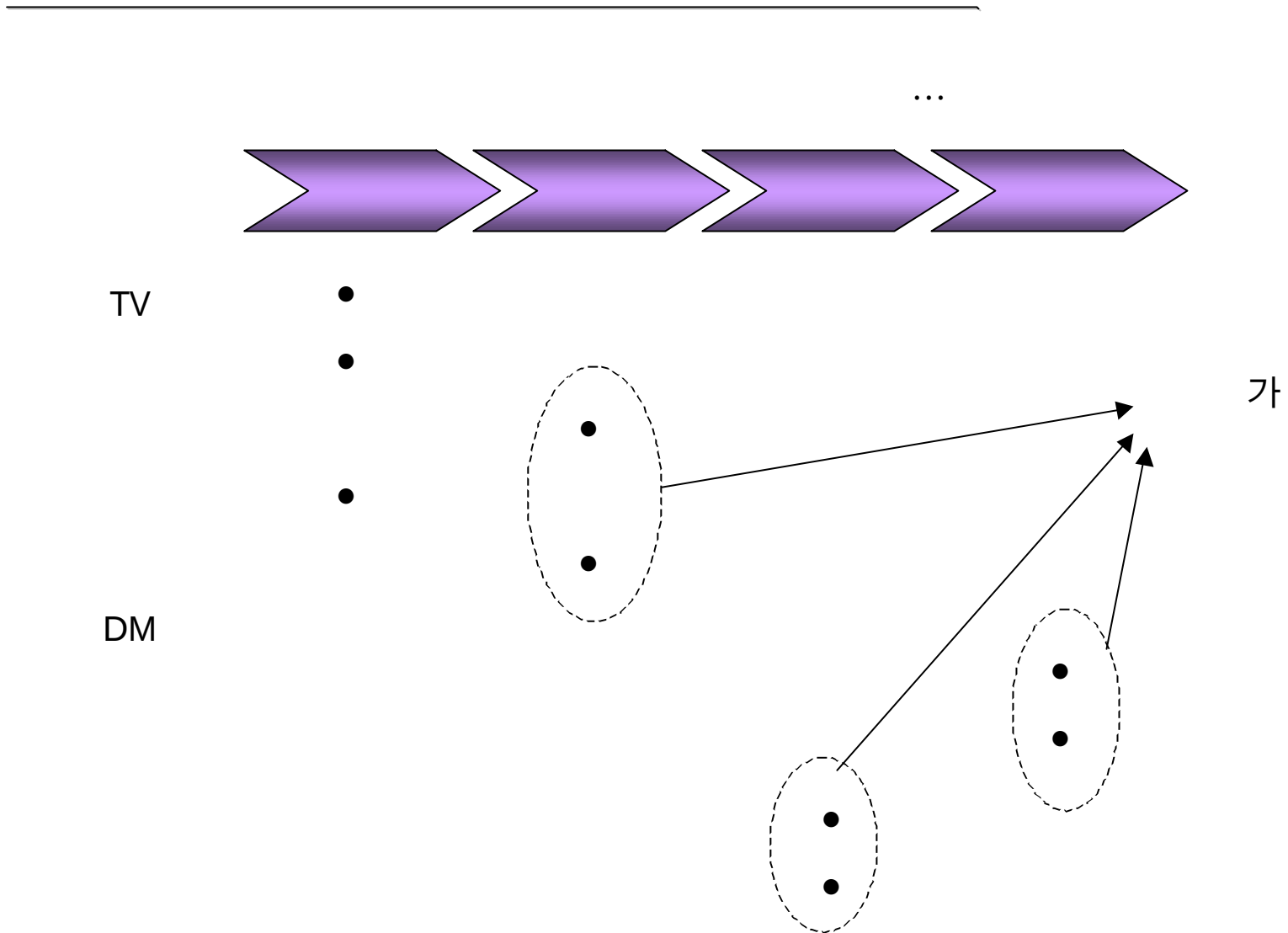
=

•

가

•





Source : Mckinsey Quarterly(2000)

...

		(%)				(%)		
		Full Banner	Short Banner	Micro Button	Half Banner	Animation	Image	
(,)		46	11	26	9	61	38	6.9
		21	21	33	17	42	57	5.0
S/W		31	4	3	50	78	22	5.1
⋮								

Source : AdRelevance(2000)

...			
CDnow /			
		(%)	(%)
TV		16	7
		16	8
		16	5
		24	20
		24	5

PR		2	5
	/	0	30
Music Network		2	15
Free Link		0	5

Source : HBR(2000)

7.

&

•
-

•
-

•
-

,

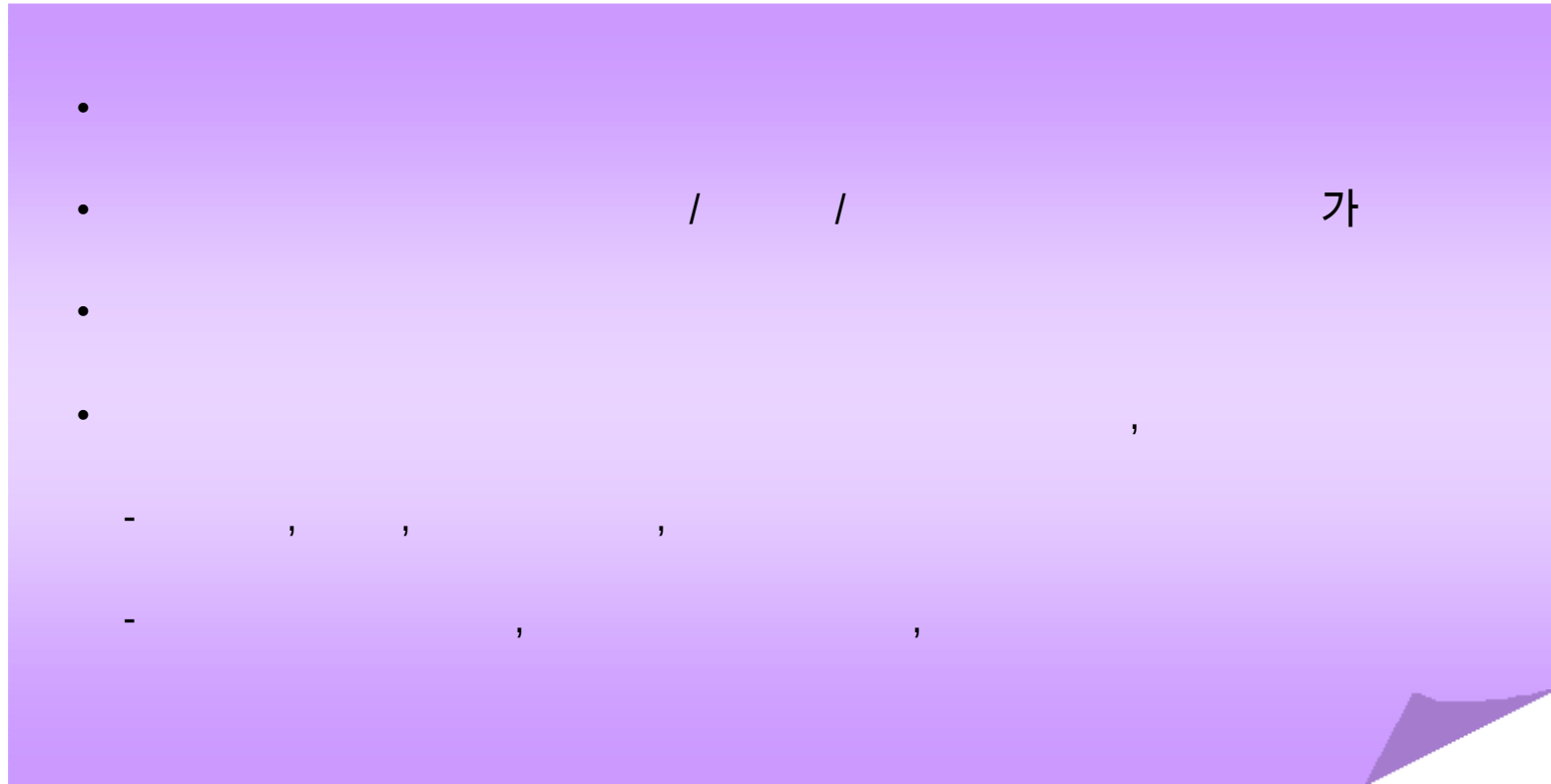
가 (..)

•
-
-

8.



Source : ()



가

• ..

가

• 가 가

-

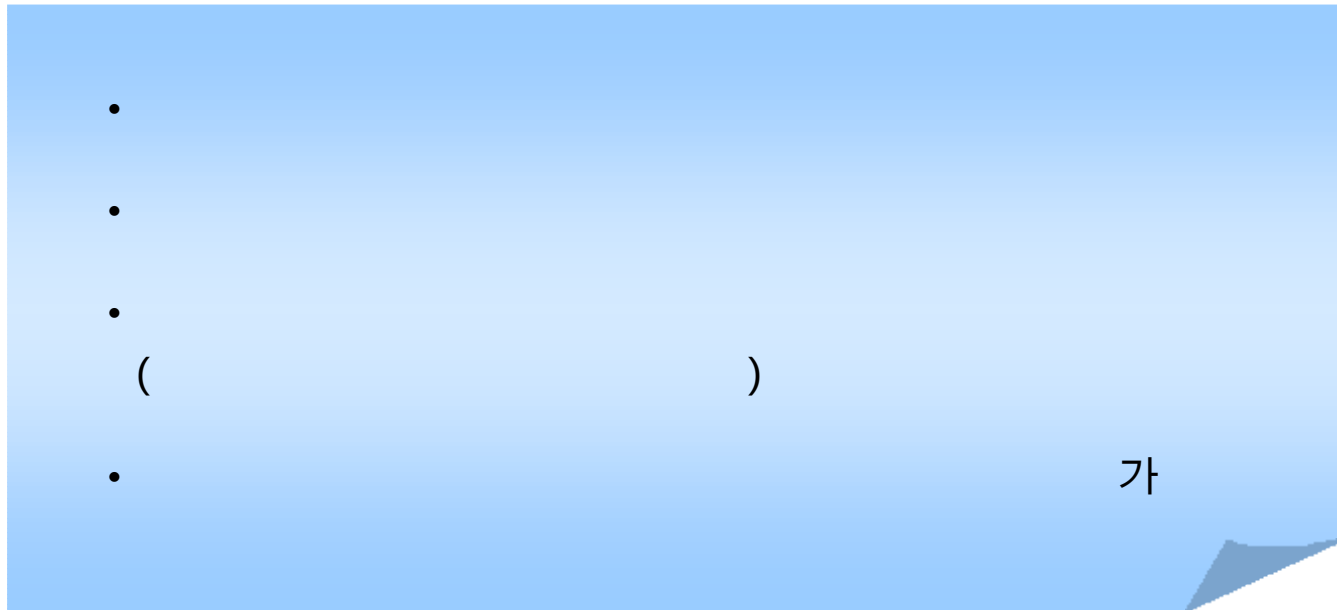
• , ‘ ’

• ,

• - ,

- / /

가 가 ?



/

-

-

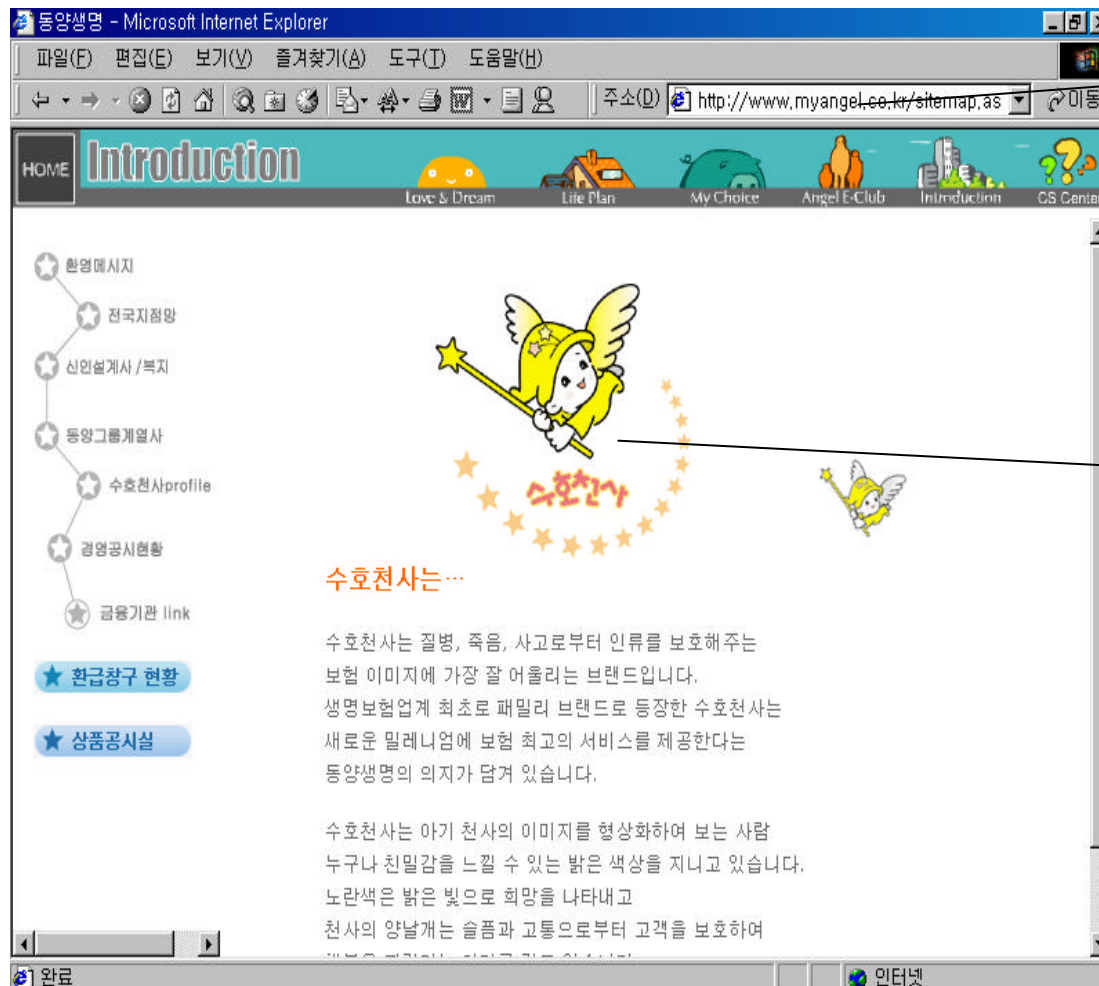
- (,)

-

,

<

>



동양생명 - Microsoft Internet Explorer

파일(F) 편집(E) 보기(V) 즐겨찾기(A) 도구(T) 도움말(H)

주소(D) p://www.myangel.co.kr/t_product.html 이동

HOME Introduction Love & Dream Life Plan My Choice Angel E-Club Introduction CS Center

환영메시지
전국지점망
신인설계사/복지
동양그룹계열사
수호천사profile
경영공시현황
금융기관 link

★ 환급창구 현황
★ 상품공시실

구분	상품 목록 (상품요약서 보기)	판매개시일	최종변경일	약관 및 사업방법서
교육	수호천사교육보험(1,2종) (舊 사랑이있는교육보험)	1994. 11. 1	1999. 4. 1	상세보기
연금	수호천사하이클래스연금보험 (舊 하이클래스연금보험)	1995. 3. 1	1999. 4. 1	상세보기
	수호천사우대복지연금보험 (舊 직장인우대복지연금보험)	1997. 2. 1	1999. 4. 1	상세보기
무배당	무배당수호천사VIP연금보험	2000. 9. 15		상세보기
	무배당수호천사OK보장보험 (舊 무배당하나로OK보장보험)	1998. 8. 3	2000. 10. 1	상세보기
	무배당 수호천사 해피콜암보험(1,2종) (舊 무배당해피콜암보험)	1998. 10. 1	2000. 10. 1	상세보기
	무배당 수호천사 골든라이프종신보험 (舊 무배당골든라이프종신보험)	1998. 11. 1	2000. 9. 1	상세보기
	무배당 수호천사 건강보험(미스터)	1998. 11. 12	2000. 10. 1	상세보기
	무배당 수호천사 건강보험(레이디)	1998. 11. 12	2000. 10. 1	상세보기
	무배당 수호천사 어린이보장보험	1999. 3. 1	2000. 10. 1	상세보기
	무배당 수호천사 레포츠허보(1,2종)	1999. 5. 1	2000. 11. 1	상세보기

완료 인터넷

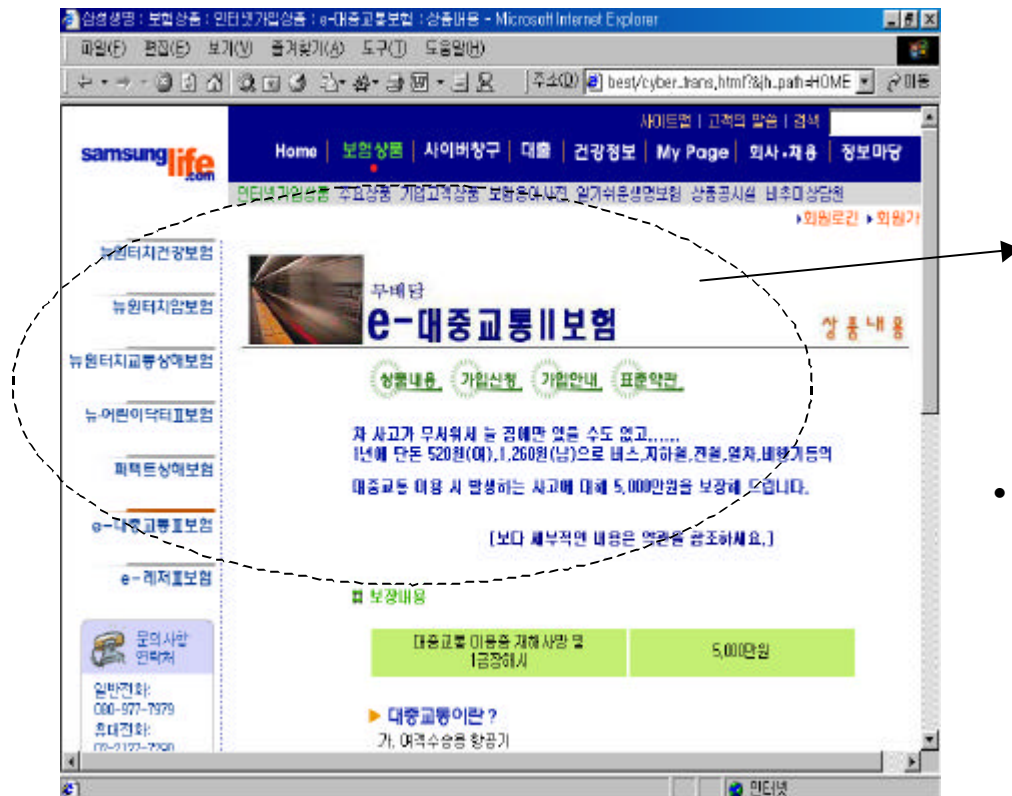
-
-
-

가

<

>





< >

http://204.29.171.10/resolver.dll?action=resolution&realname=%EC%82%BC%EC%84%B1%ED%99%94%EC%9E% - Microsoft Inte...

파일(F) 편집(E) 보기(V) 즐겨찾기(A) 도구(T) 도움말(H)

주소(D) rset=utf-8&locale=ko-KR&providerid=262 이동

samsungfire.com 로그인 | 회원가입 | 사이트맵 | 회사소개 | 고객센터 | 홈

찾아가는 디지털 서비스 My SF 보험상품물 대출서비스 보상서비스 SF월드 따뜻한 세상

자동차/운전자 의료/건강 여행/레저 저축/연금 화재/종합 기업보험관

자동차 / 운전자보험

무배당애니카운전자(자가용)
무배당애니카운전자(영업용)
무배당 명품 운전자(표준형)
무배당 명품 운전자(직장인형)
무배당 센스 여성운전자(표준)
무배당 센스 여성운전자(슬림)

생활속의 자동차보험
잠깐! 가입 전에 보세요
이야기속에 이야기

FAQ 자동차/운전자보험

보험정보

보험상품물 : 자동차/운전자보험

무배당 애니카운전자보험 II

[1종-자가용]
보험 기간을 줄이고
보험료를 낮춘 절약형 맞춤보험

[2종-영업용]
영업용 차량을 가입하시면
업계최초로 어떤 직원이
사고를 내더라도 보상이 됩니다.

상세내용보기 go

무배당 명품운전자보험 II

[1종 표준형] NEW
운전이 잦은 직장인과
자영업자용

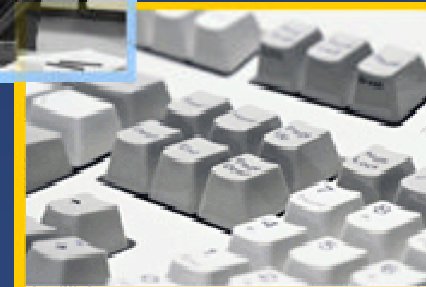
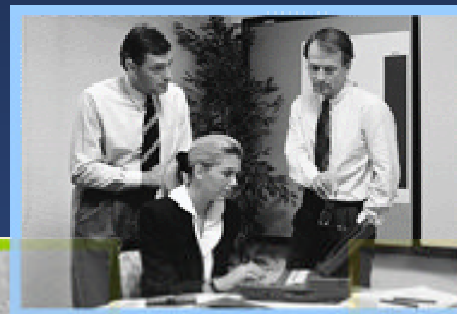
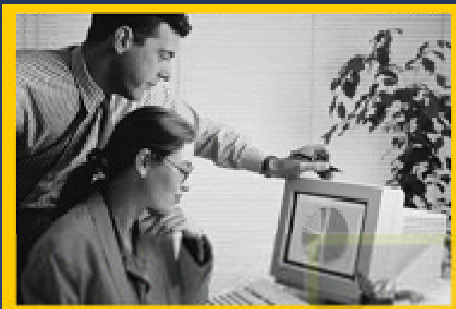
[2종 직장인형] NEW
주말에 주로 운전하는
직장인용

상세내용보기 go

가

...

(2001 6 1)

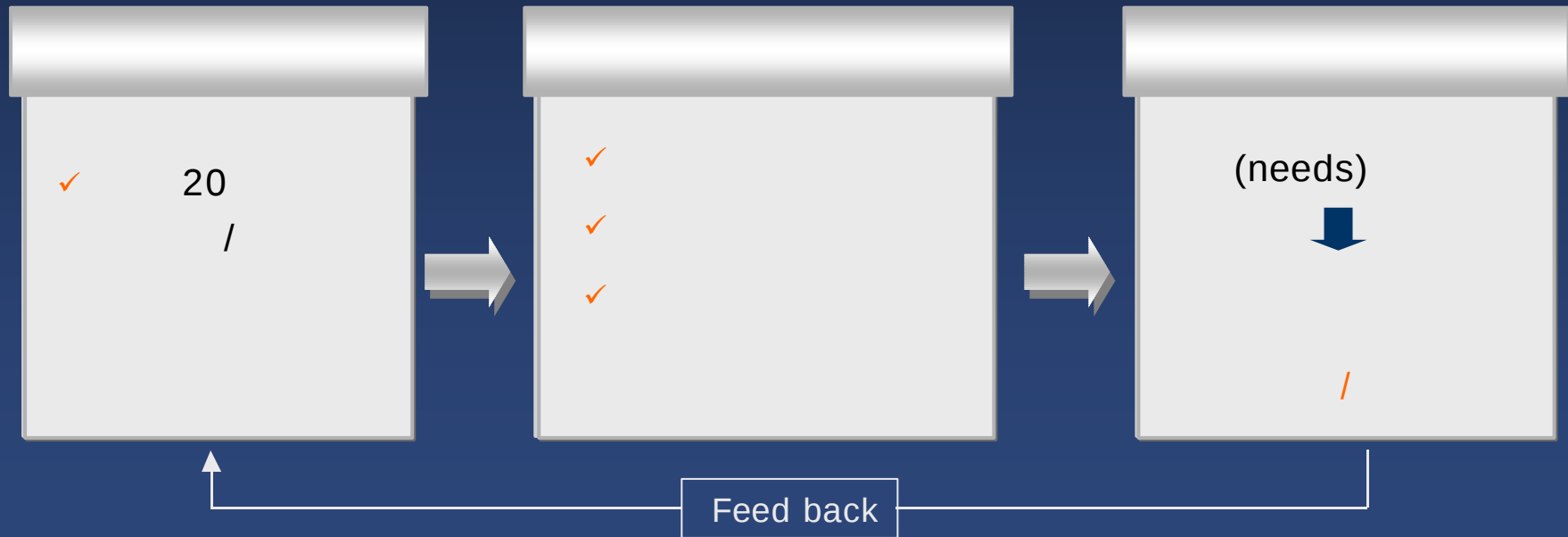




(needs) .



가





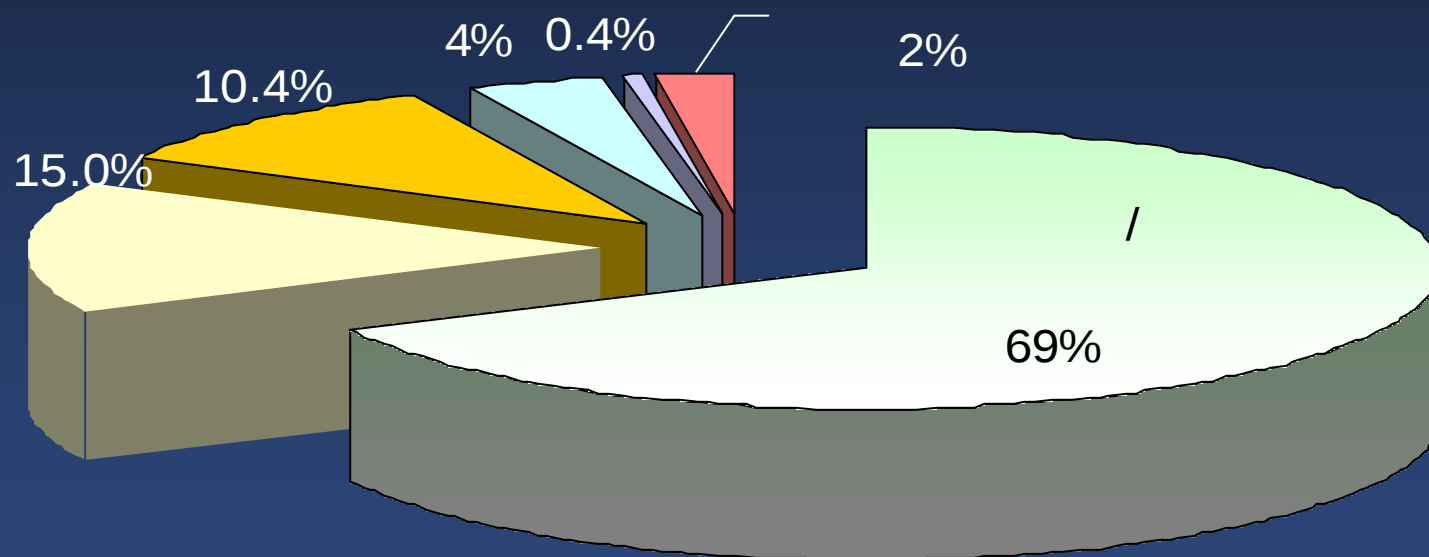
30%

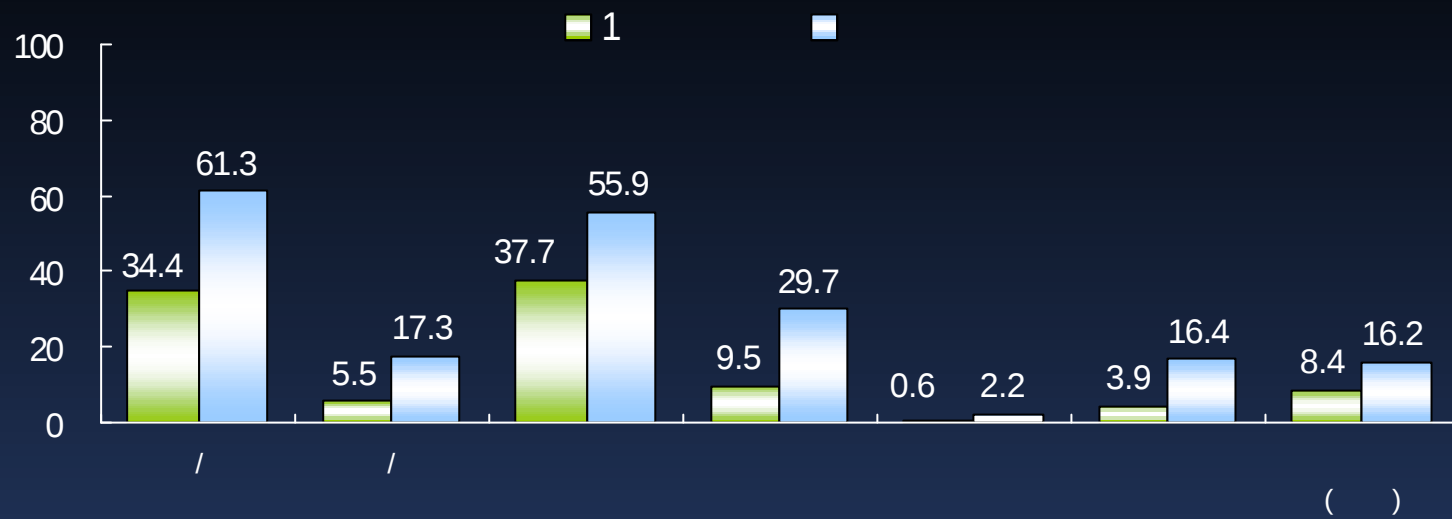


가 : 15%

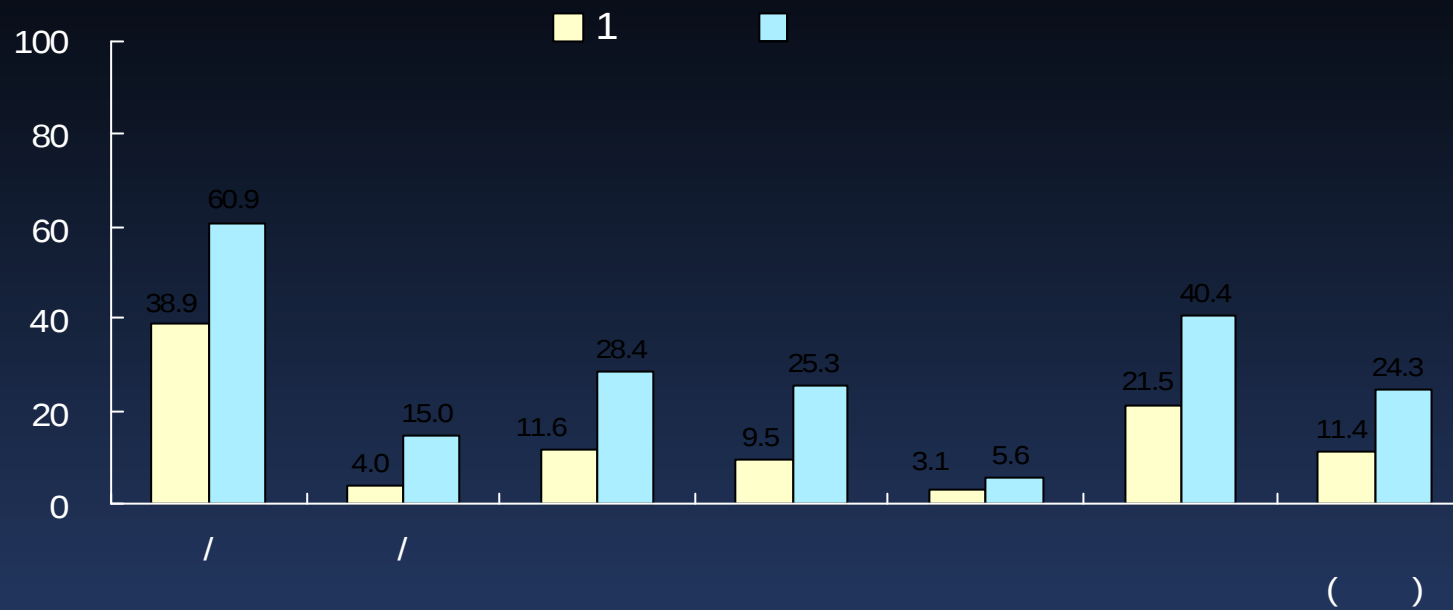


가 : 10.4%





	가	35.2%
		32.3%
	나	37.7%
		34.4%
		9.5%



	가	66.8% 21.7%
	/	38.9% 21.5% 11.6% 11.4%
	()	

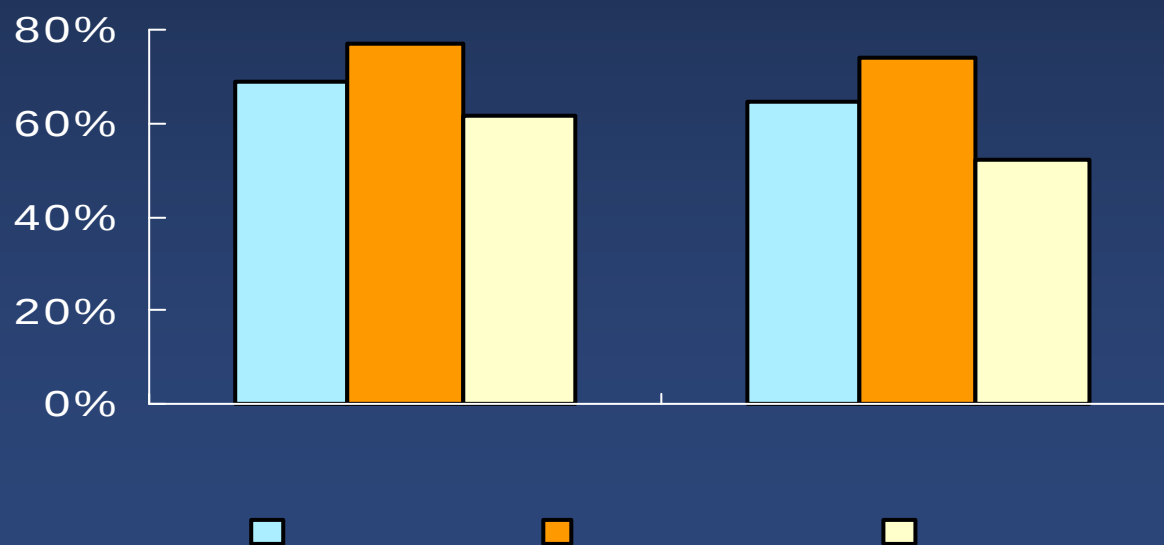


가

가

가

55.0%





가 가



(77.1%)



(10.9%)



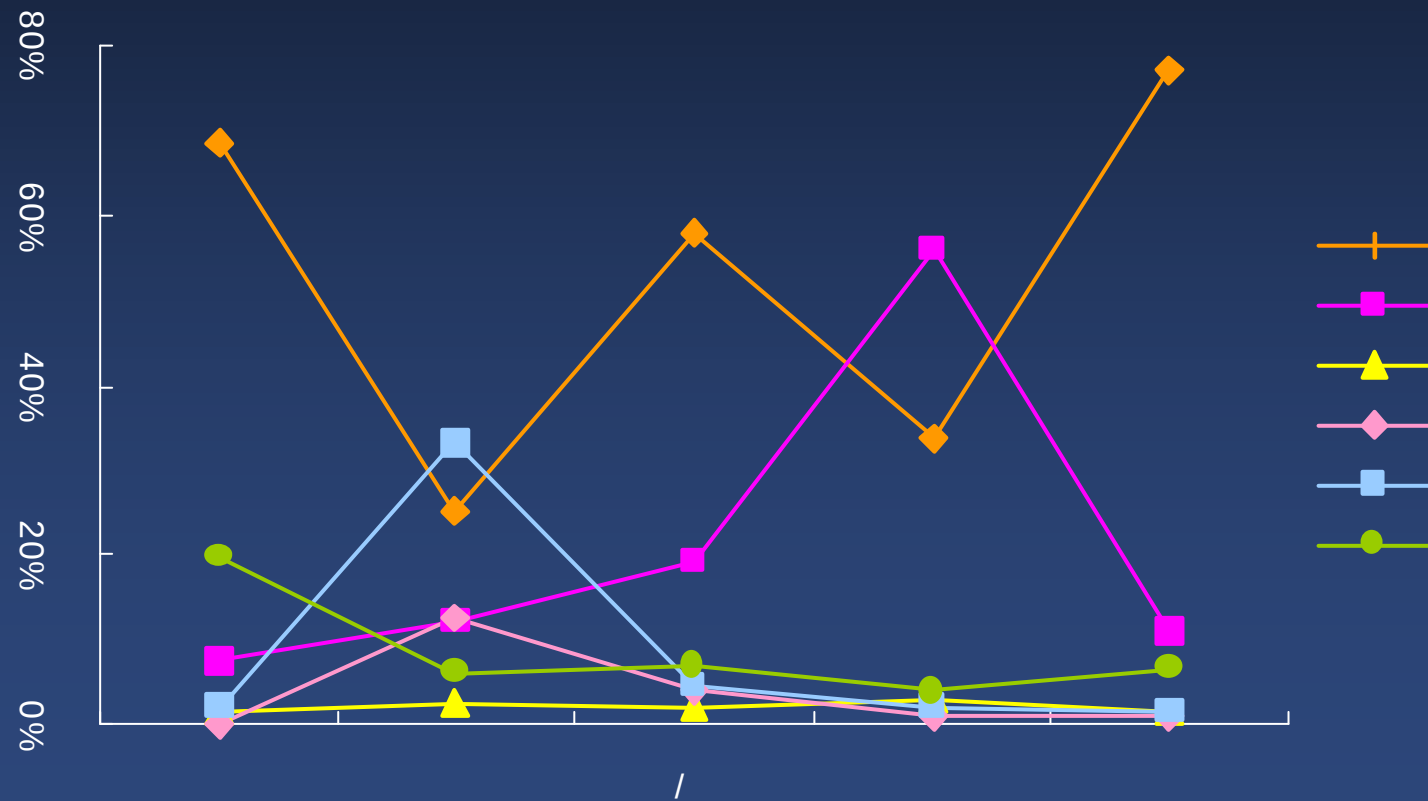
(6.5%)



(1.7%)



가





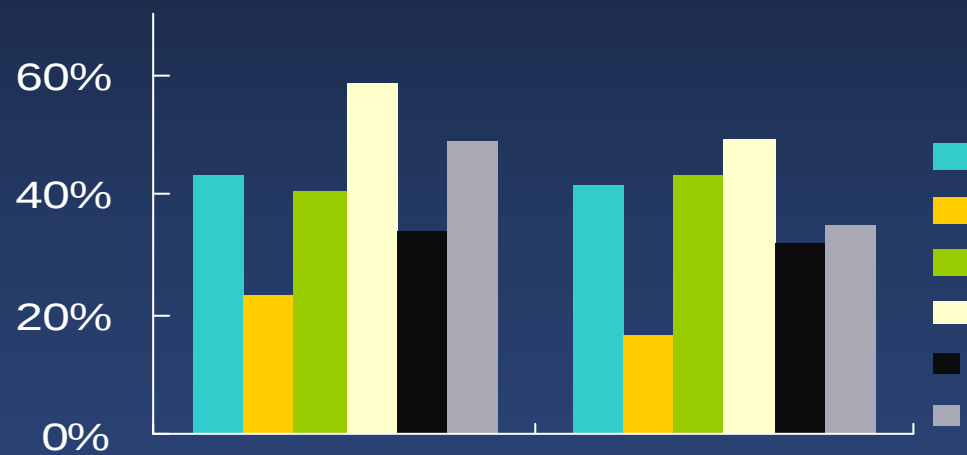
∴ ,



∴ ,



∴ .



/

□ : 13.0%

□ : 12.1%



,

,

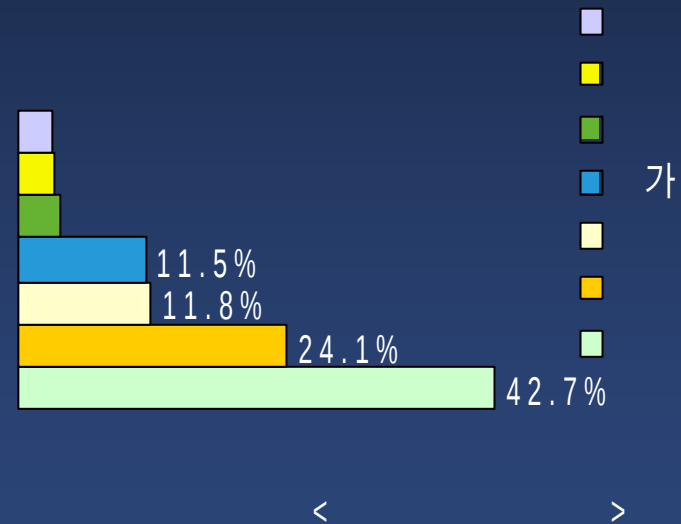
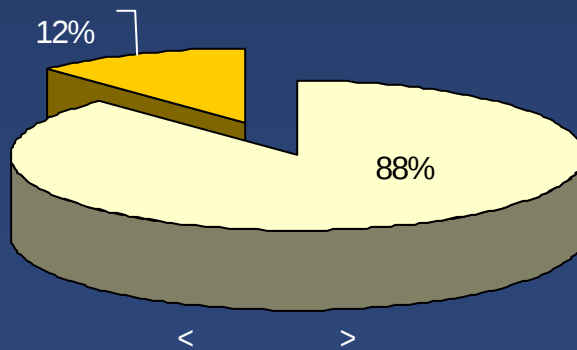
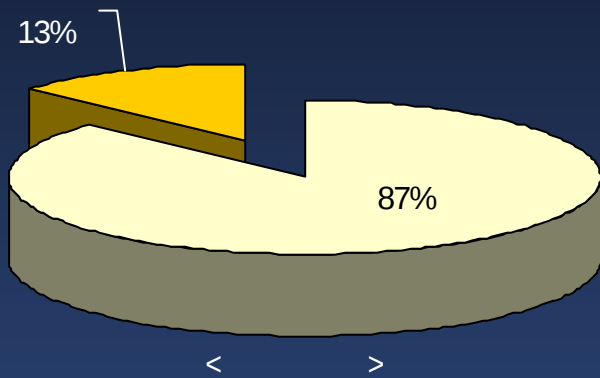
,



가

가

,

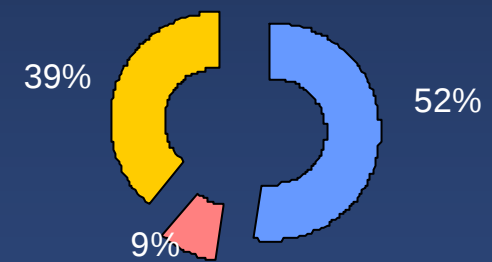
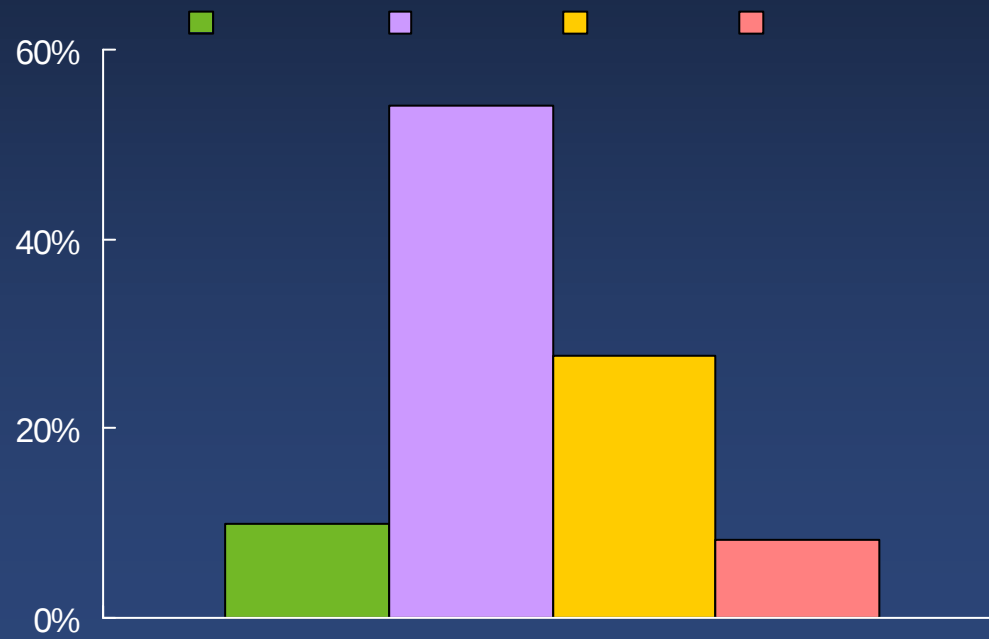




(One Stop)

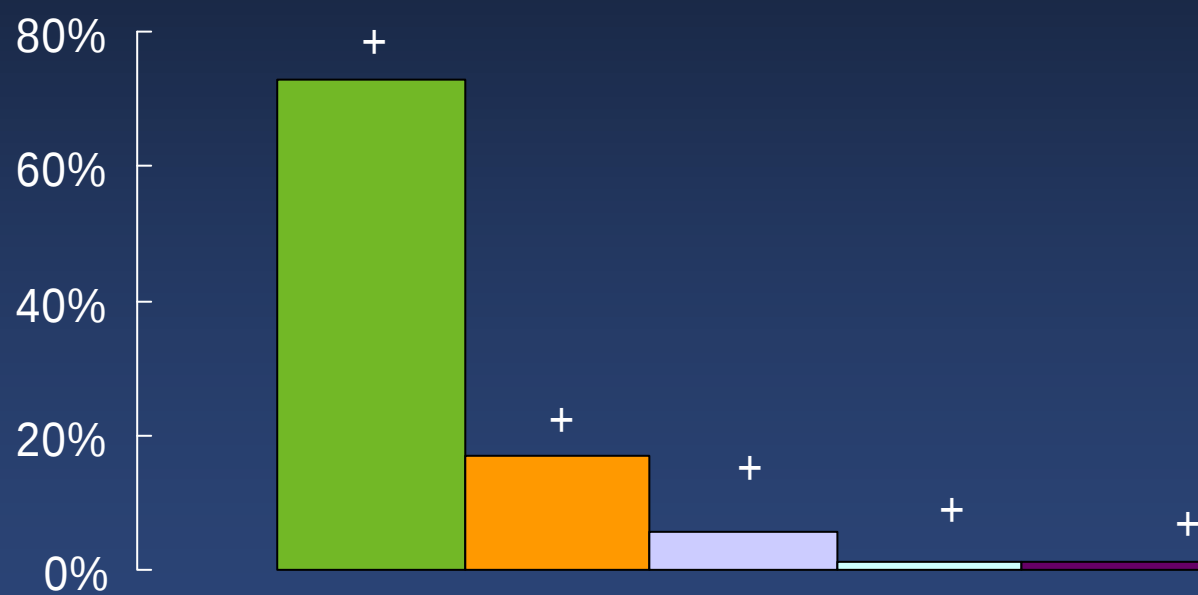
(41.9%),

(39.9%)



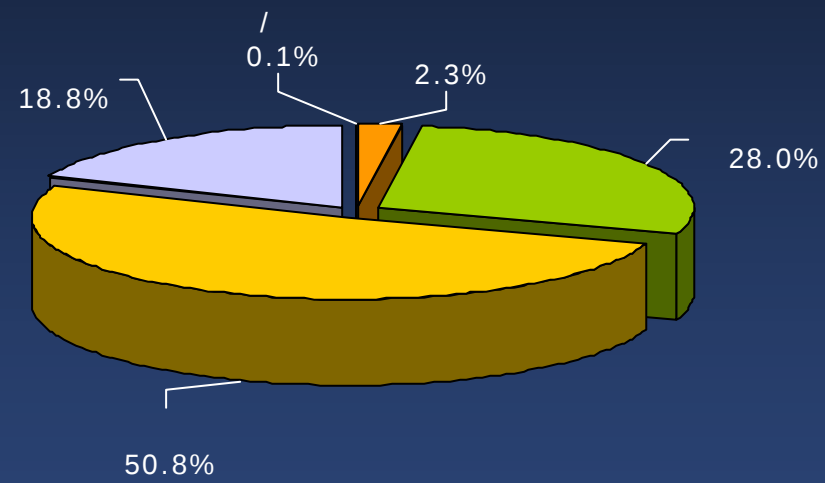


+ (72.2%) 가





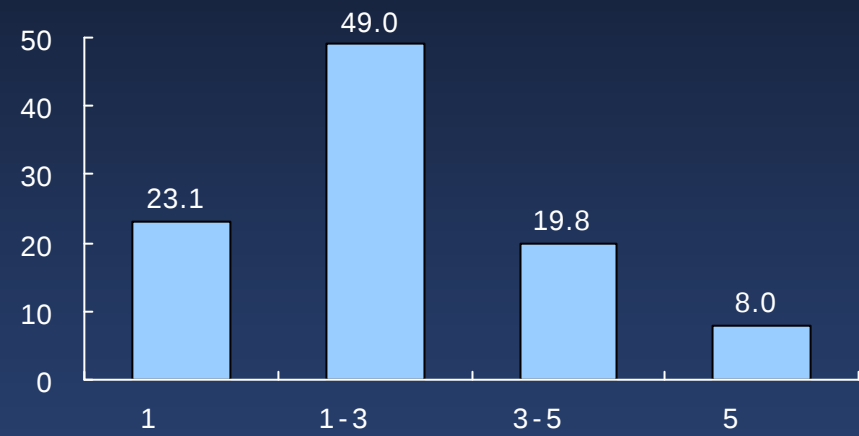
30.4%가 가 가



가



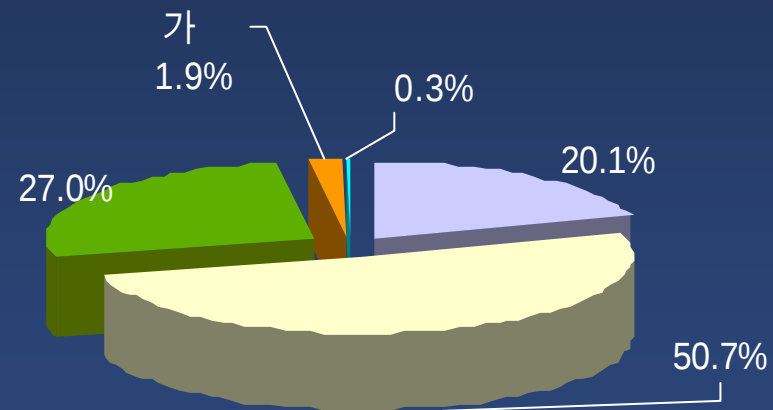
2



가



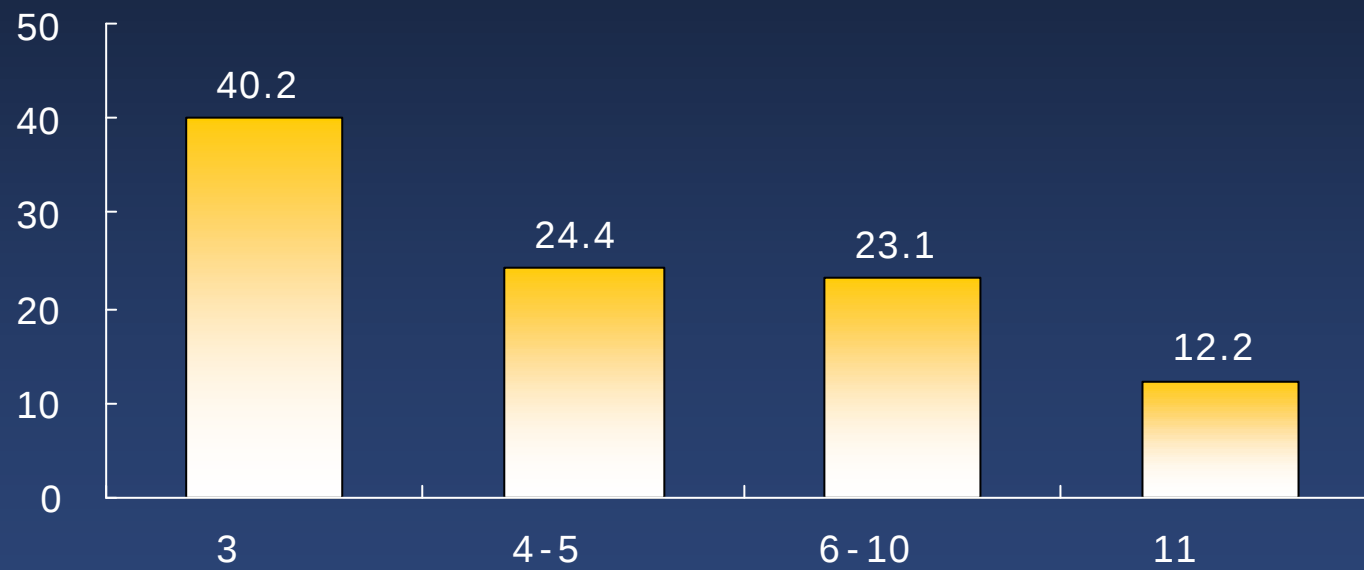
	46.4%	38.5%	15.0%	39.1
	12.8%	51.9%	35.0%	55.4



가 가

가 46.4%

가



가 -



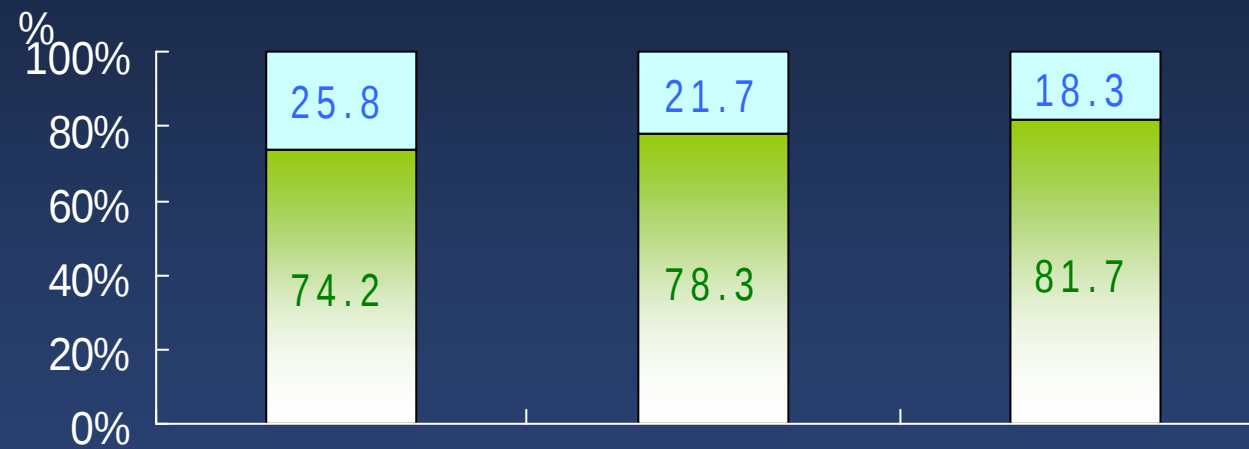
(loyalty)

❖ 79.8% 가 가

가

❖ 가

가



가

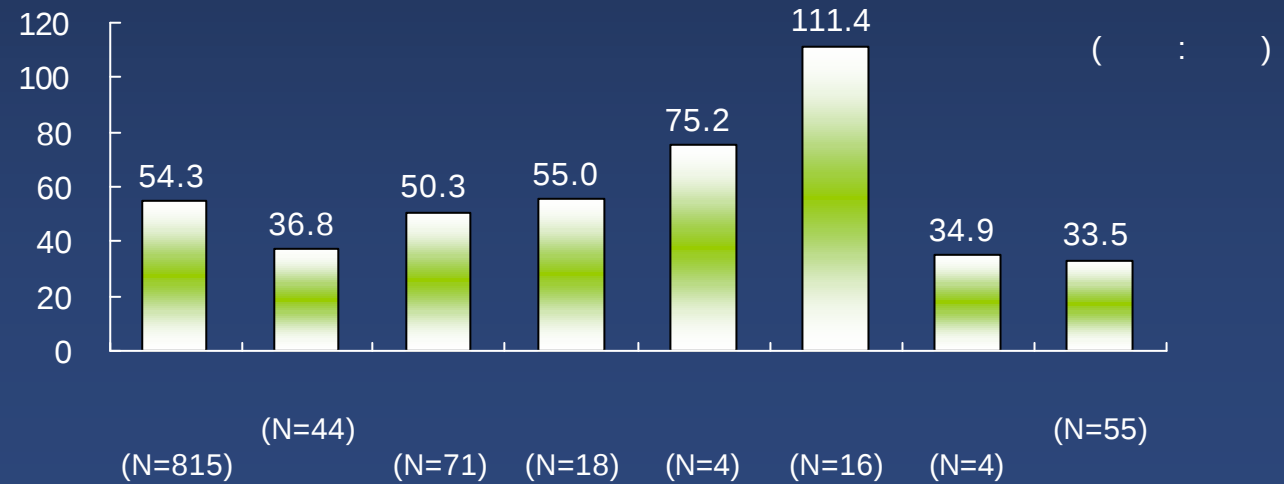
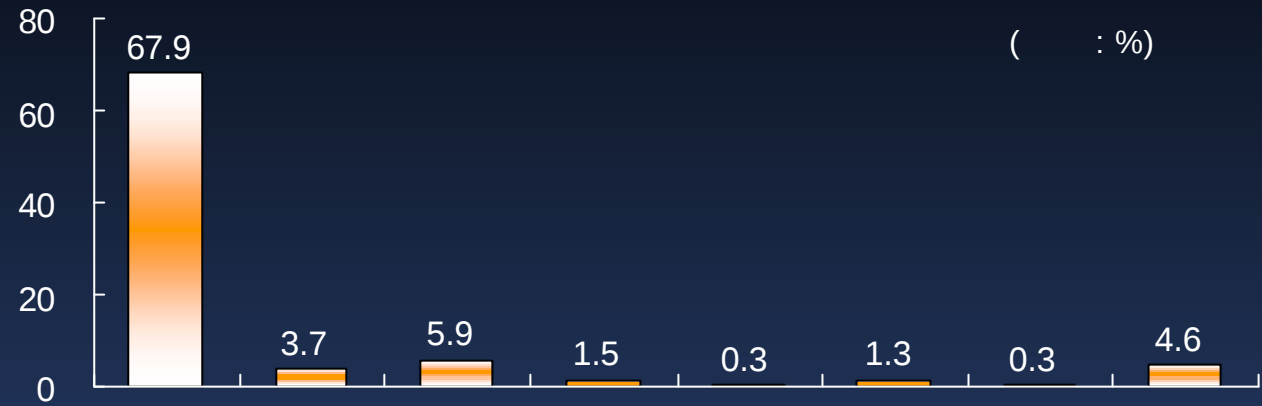


가

가

69.7%

(가)

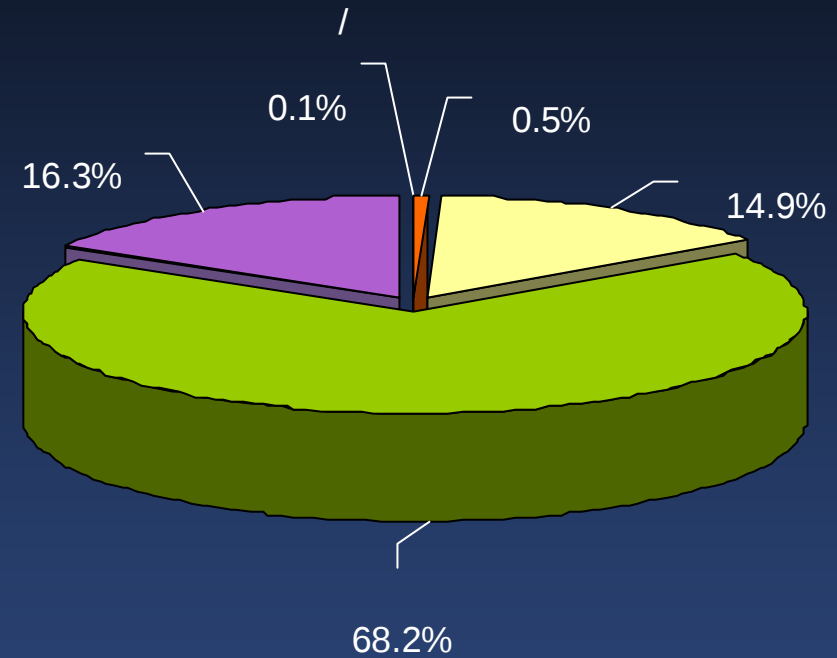


[가 가]



가

15.4%



가



/

: 16.0%

20

5

가



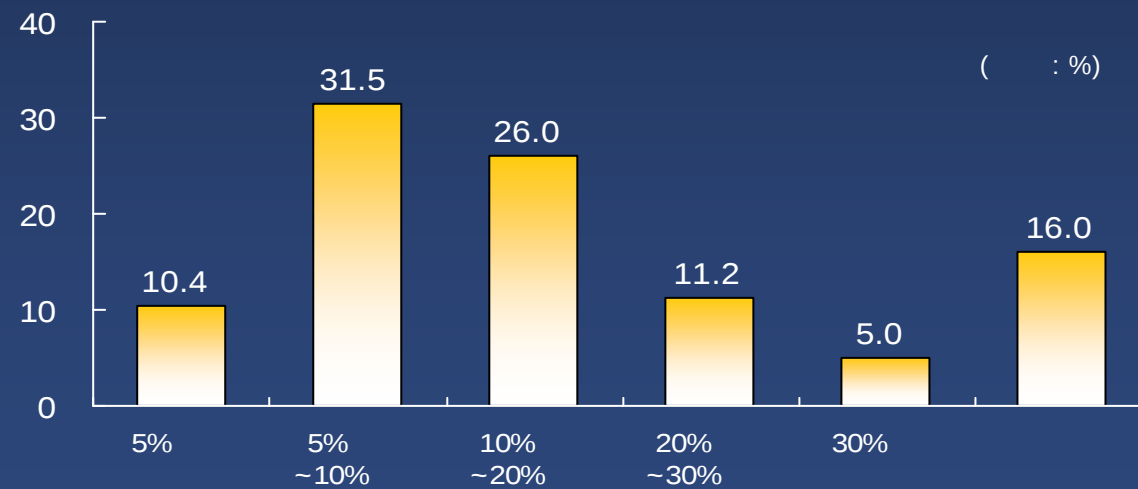
가

: 32.3%가



가

5~10%	- 가 (34.4%) 2가 (37.4%) - 가 3가 (36.4%)
10~20%	- 가 (38.9%) - 가 3가 (30.7%)
10	.



가



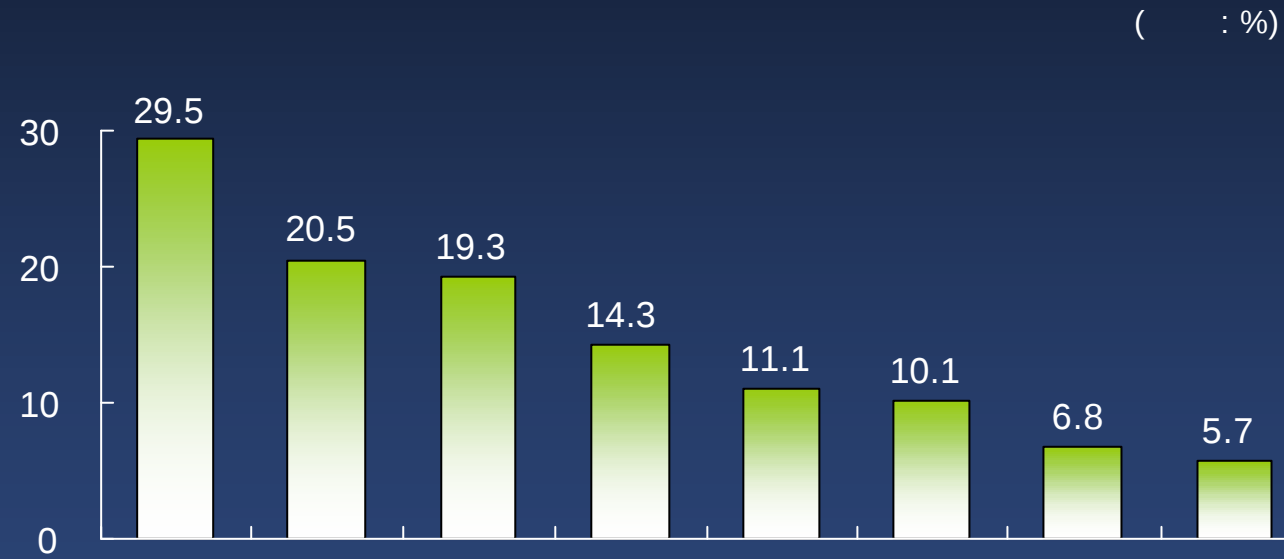
가



가

가

1.5%,





가



가



2001. 6.1()



KIDI 보험개발원
Korea Insurance Development Institute

OVERVIEW

가.

.

.

.

OVERVIEW

가.

■

■

■



-

-

-

-

OVERVIEW

가.

.

.

.

- : 20
- : 1201
- : Face-to-Face Interview
- :
- : 96% ± 2.83%
- : 2001 1 26 ~ 2 13
- :

□ (Correspondence Analysis) : , Perceptual

Map, (χ^2)

□ Perceptual Map

-

- (1, 2,)=(1, 2,)

- (1, 2,)=(1, 2,)

-

-

가

□ ($\leftrightarrow$)

OVERVIEW

가.

.

.

.



:

가

가?



:

-

,

,

,

,

-

,

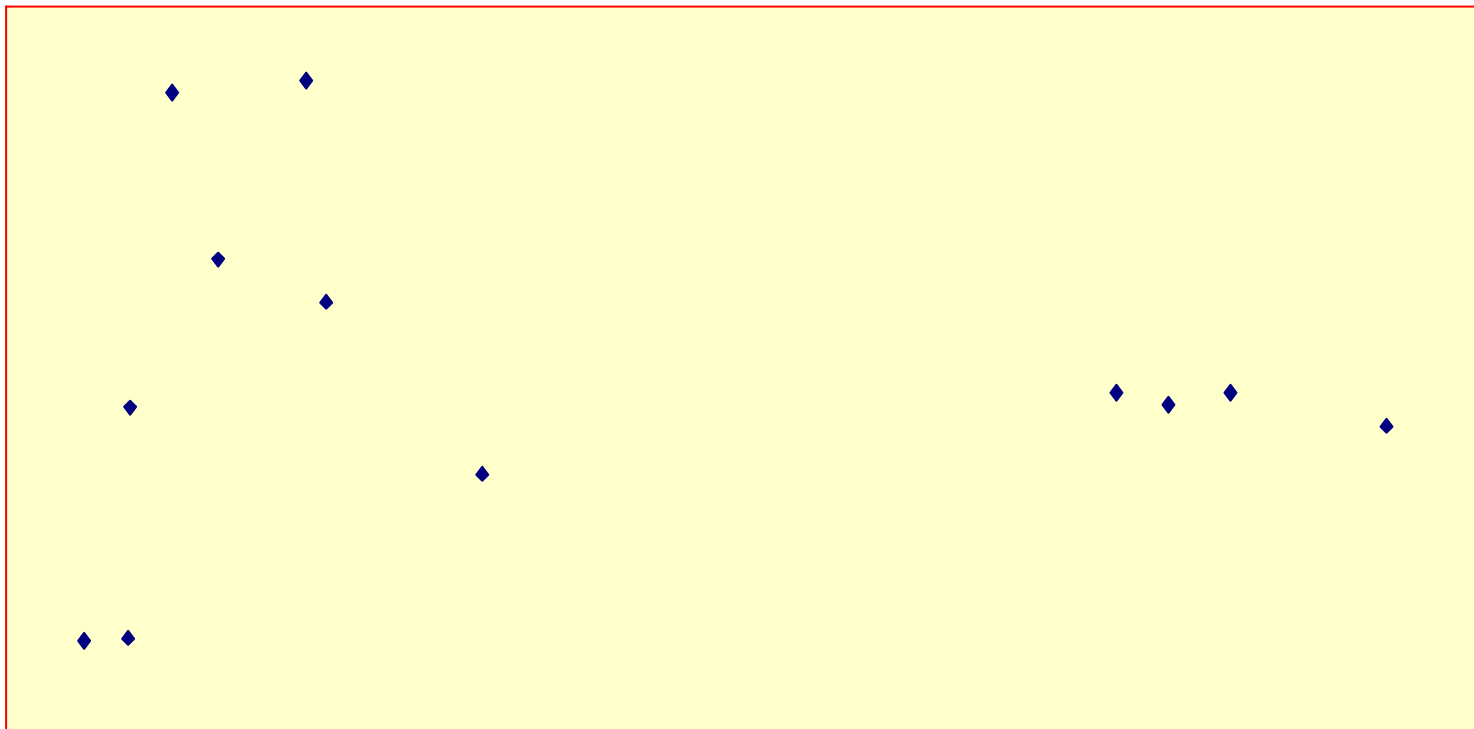
-

,

,

,

2



1

	27.43	20.41	-137.83	-58.58	92.92
	-28.03	14.17	120.27	-17.04	-28.09
	-49.22	-25.70	805.34	-65.49	-67.07
	-25.67	0.13	234.11	-28.80	-27.25
	20.67	-17.22	-85.77	443.41	-148.89
	-2.77	-0.06	2.52	3.94	-2.79
	-37.68	-0.79	-5.95	-23.19	203.84

- ☐ : , ()
- ☐ : No Advantage and Disadvantage →
- ☐ : , ()
- ☐ :

□

- : 5 , 3~5 , 1~3 , 1 ,
 - : 50 , 40 , 30 , 20
 - : . . , , / , / / , ,
 / /
 - : 4 , 3 ~4 , 2 ~3 ,
 2

□

- (97.55%)
 40 : 5 1~3
 20 : 3~5 1
 50 : ()
 - (78.62%)
 : 3
 . . : 1~3
 / : 1
 / / :
 - (92.61%)

	5	3~5	1~3	1	
	40 (0.98)	20 (0.19)	40 (2.61)	20 (2.21)	50 (3.10)
	/ (4.59)	/ (0.63)	(3.73)	/ (3.17)	/ / (0.94)
	HH(14.80)	H(3.76)	LL(0.28)	L(7.48)	LL(10.09)

- 가 (, /)
- (, /)

가



- : 11 , 6~10 , 4~5 , 3 ,
- , ,



- (97.42%)
- 30 : 11
- 20 : 6 ~10
- (85.95%) : / /
- 가 가 가
- (99.27%)
- 2 ~3 3 ~4
- 가 가

가

가					
	11	6~10	4~5	3	
	30 (1.73)	20 (7.09) 50 (-6.15)			50 (6.73)
	/ (2.45)	/ (3.49) (-4.45)			(0.87)
	L(8.97)	L(7.23)	H(1.56)		LL(12.09)

□ 20

30

가

/

/

가

/

□

- , , ,
- , ,

□

(753)
- (99.93%)

30 : 가

- (96.48%) : / 가
(가 ‘ ,)

- (99.43%)

3

4

4

가

	30 (0.25)	30 (0.94)	20 (0.93)	40 (0.46)
	/ (5.23)			/ (3.54)
	H(8.31) HH(-0.20)	H(2.20) HH(-1.28)		

□ 3 ~ 4

가 30 가

— , ,

- (88.85%)

30 :

50 : 가

- (75.15%) :

$$\frac{1}{\lambda} \frac{d\lambda}{dt} = \frac{1}{\lambda} \frac{d\lambda}{d\tau} \frac{d\tau}{dt} = \frac{1}{\lambda} \frac{d\lambda}{d\tau} \frac{1}{\gamma} = \frac{1}{\lambda} \frac{d\lambda}{d\tau} \frac{1}{\sqrt{1 - \beta^2}}$$
$$\frac{1}{\sqrt{\pi}} \int_{-\infty}^{\infty} f(x) e^{-x^2} dx = \dots$$

- (88.29%)

4 : ,

가

				30 (1.26) 50 (-3.56)		40 (1.83)		20 (4.10)	50 (12.59)
		/	/	/	/	/			
		(-4.20)		(6.96)		(1.93)			
	H(6.90)	HH(4.78)	LL(1.58)	H(7.26)		HH(1.97)	L(2.13)		LL(2.40)

- ☐ : 40 , /
- ☐ : 30 , /
- ☐ ; , / /
- ☐ : 20

가



- 5% , 5~10% , 10~20% , 20~30% , 30%
- , , , 가

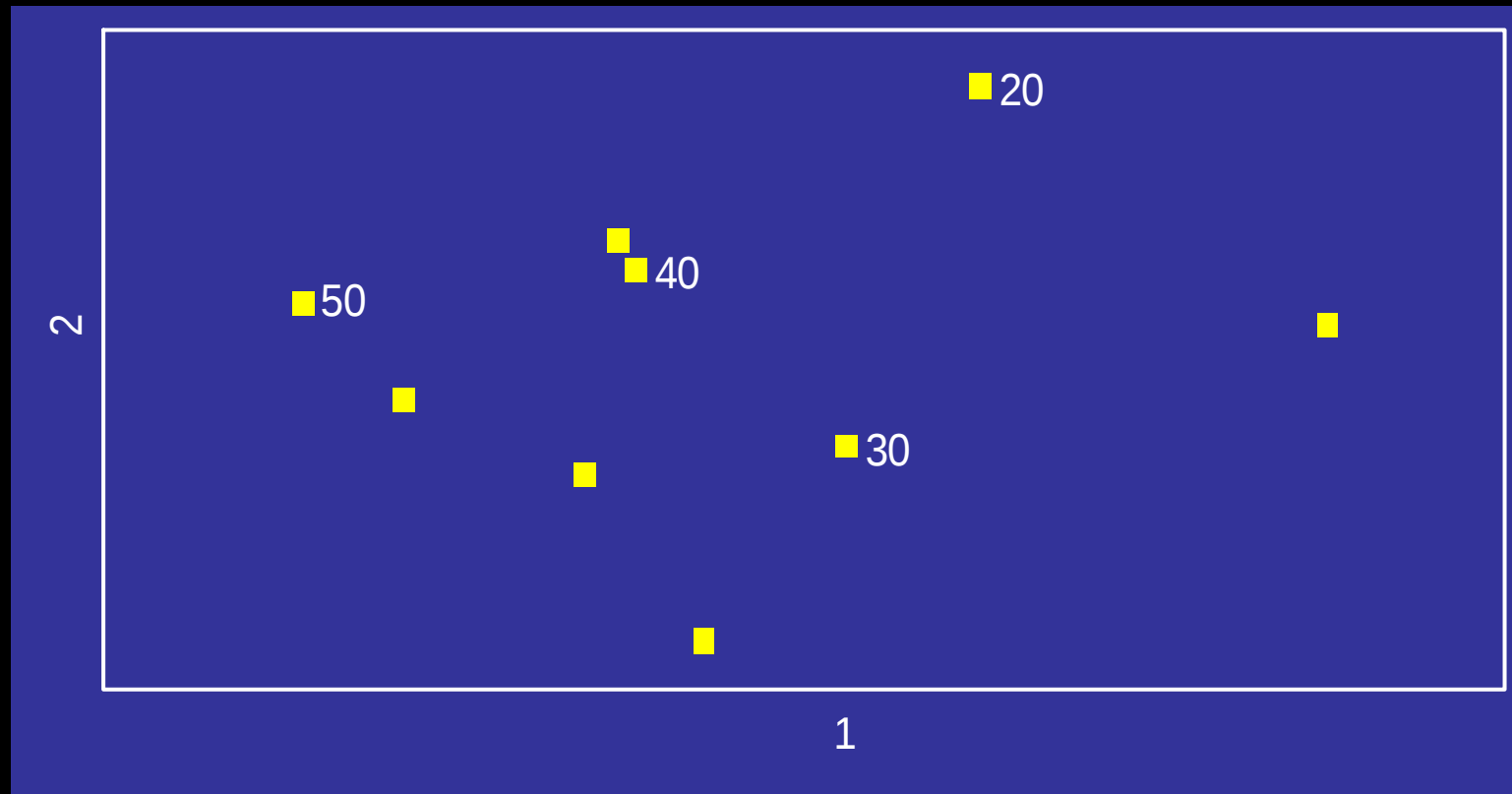


- (86.98%)
- 5% 가 20 가
- (85.18%) :
- / / 가 가
- (96.04%)
- 2 : 가
- 2 ~ 3 : 5~10% 가 5%
- 가 (97.48%)
- 가
- 가 10 가

가

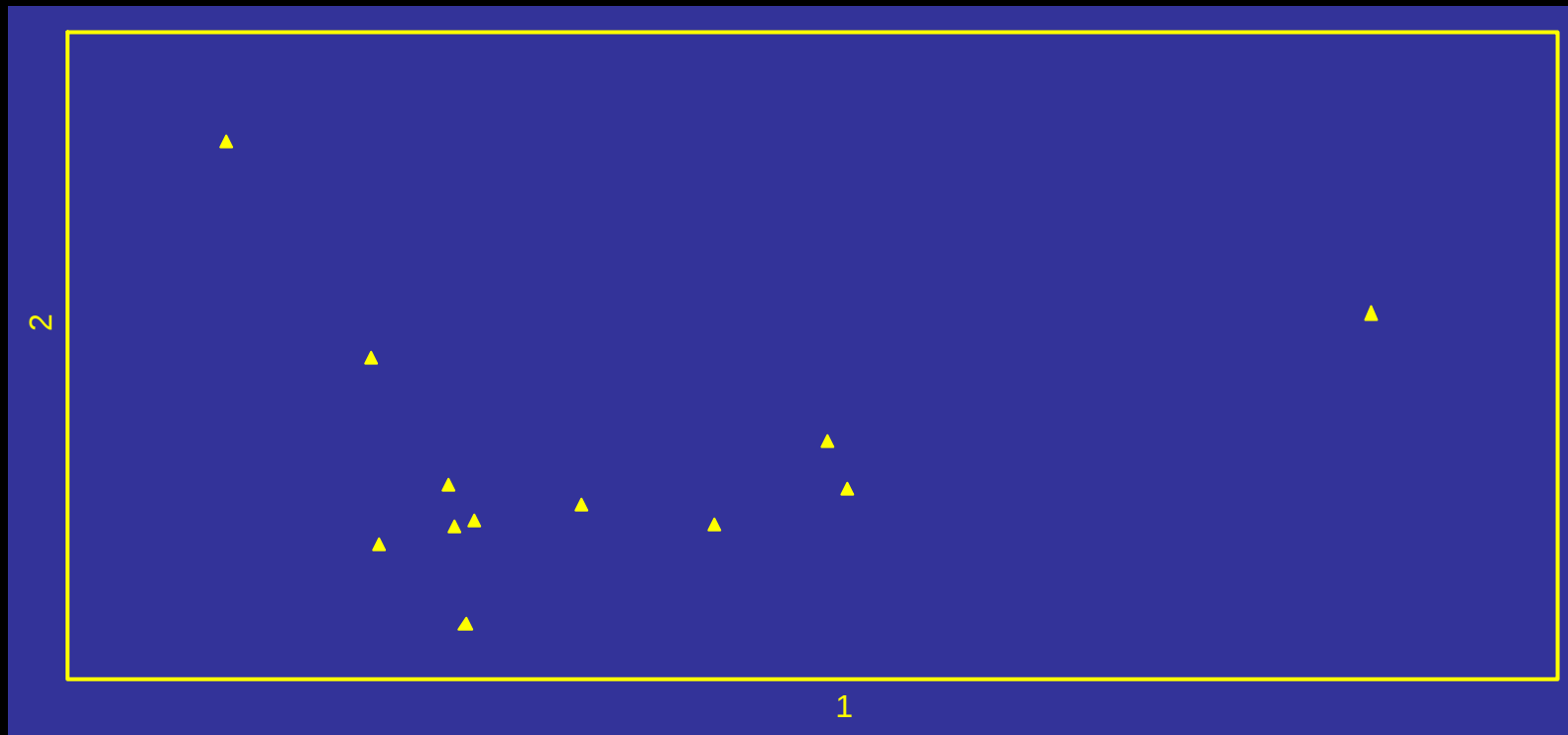
가						
	5%	5~10%	10~20%	20~30%	30%	
	20 (1.84)					
	/ / (6.15)		/ (3.68)			
	LL(5.74) L(-5.26)	L(3.72)				
가	5~10 (0.77)	3~5 (1.19)	3 (0.64)			10 (4.41)

()



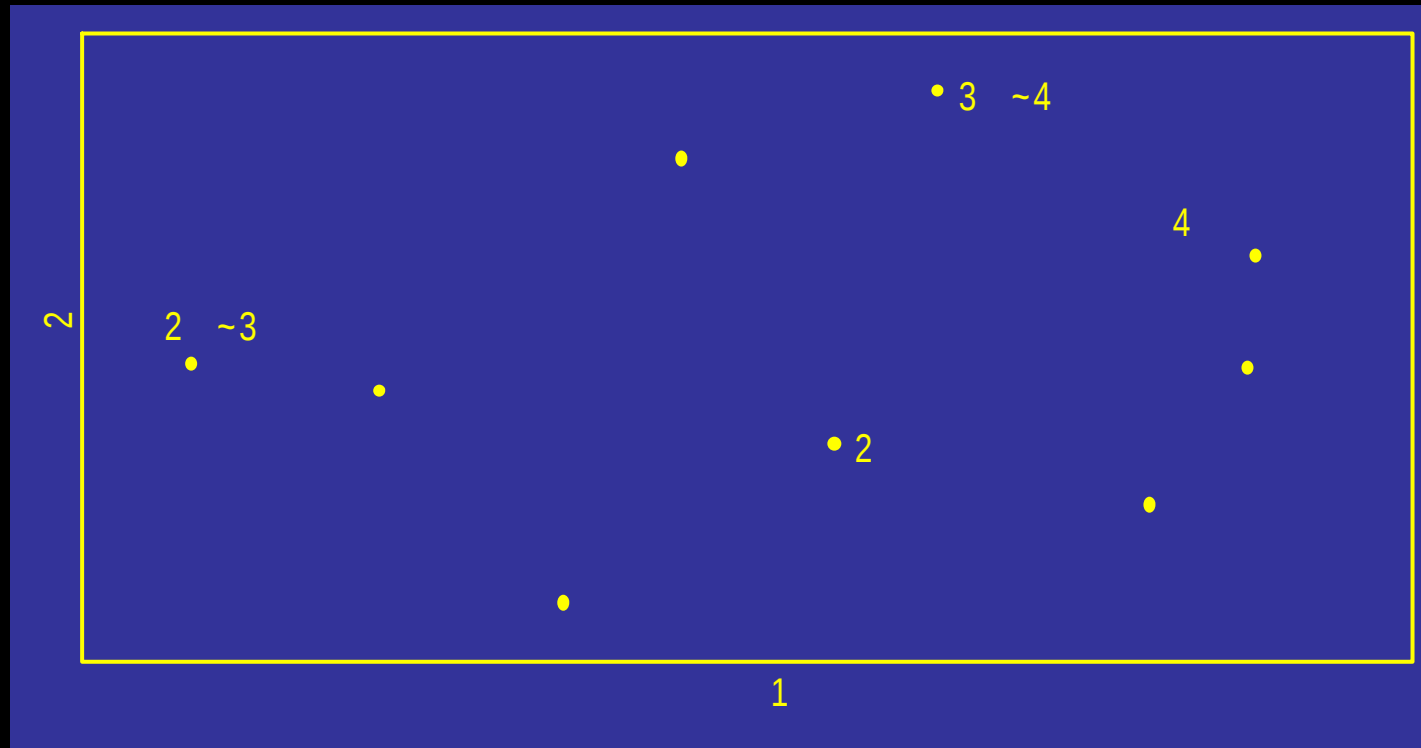
-

()



- , , / / , / /

()



-

()

□ (98.86%)

- ,
- 30 가

□ (92.72%) :

- / :
- / :
- 가
- 가
- :
- / / :

□ (97.42%)

- 2 ~ 3 :
- 2 :
- 3 ~ 4 :

	50 (0.52)	30 (0.32)	50 (4.01)		20 (6.23) 50 (-16.24)
	/ (-3.31) (0.53)	/ (11.17)	(6.77)		/ (13.20) / (5.80)
	L(3.17)	L(-2.14)	L(-6.10) LL(2.17)		H(2.32)

□ : , ,
 □ χ^2 :
 - 가

					χ^2
	40	20	121	181	95.35

□ : , , , , ,
 □ χ^2 :
 -

								χ^2
	7	15	17	64	68	10	181	130.04

□ : 가 , 가 , 가
() ,

□ χ^2 : 가
가

	가		가	가			χ^2
	15	41	44	12	13	125	41.2

□ : , ,

□ χ^2 : ()

					χ^2
	61	56	8	125	101.84
	43	47	5	95	33.94
	18	9	3	30	11.4

□ : , , , ,
 □ χ^2 :
 -

									χ^2
	27	14	12	49	14	5	4	125	82.60
	21	9	10	39	9	3	4	95	70.71
	6	5	2	10	5	2	0	30	15.05

OVERVIEW

가.

.

.

.

(1)

□

-

□

-

가

, /
, /

□

- 20

가
30
가

/ / /

□

- 3 ~ 4

가 30 가

□

-

: 40

, /

-

: 30

, /

-

:

,

/

/

-

: 20

(2)

□ 가
 - 20 가 가
 - / / 가 가
 - 2 , 2 ~3
 5~10% 가 5% 가
 - 가 가 가 10
 가

□
 - : , , 2 ~3
 - : 30 , /
 - : 50 , . . ,
 - : , / ,

□ :

□ :

□ : 가

(3)



-

()



-