



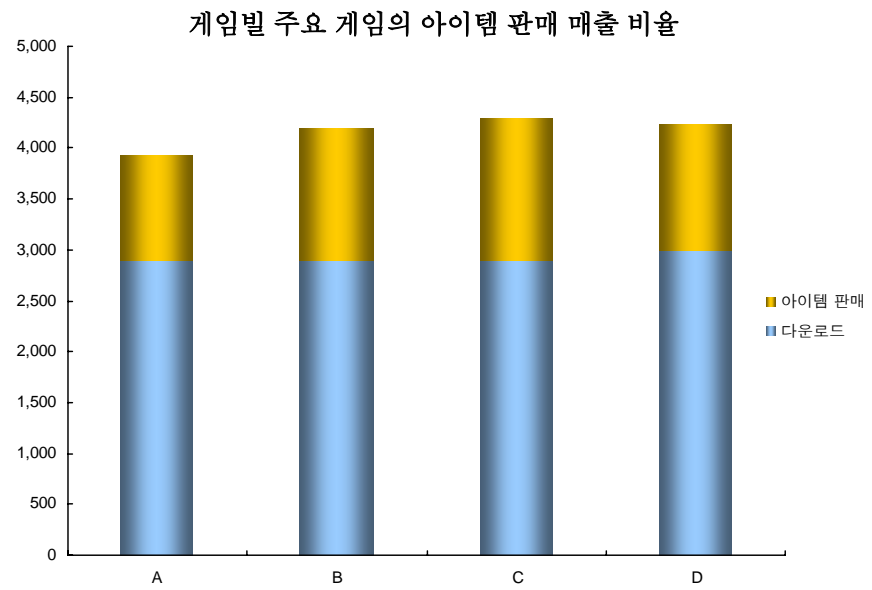
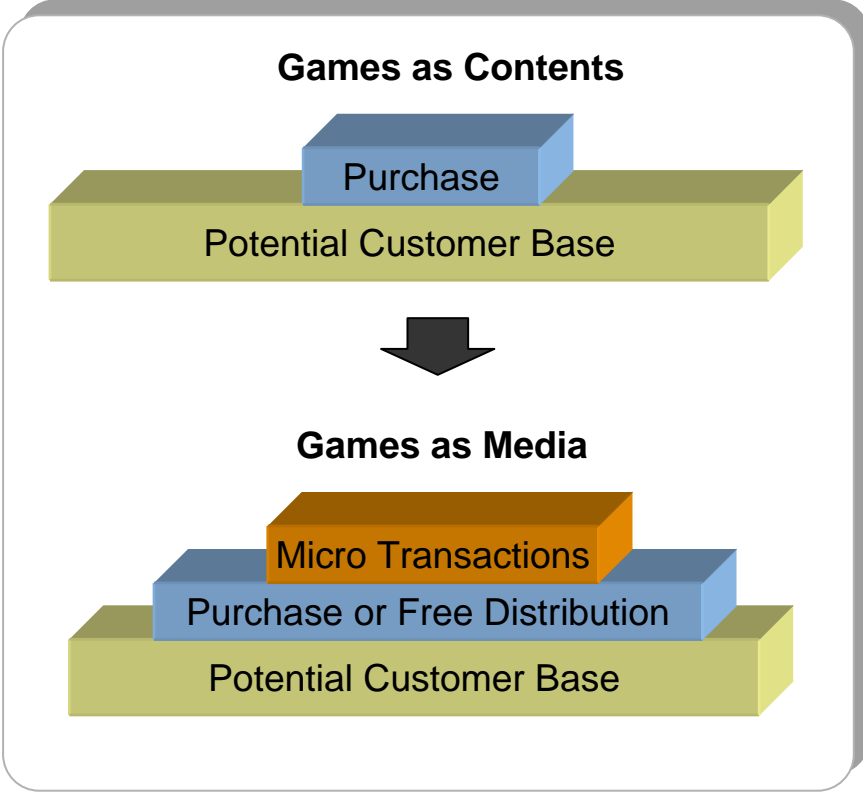
2008 세계 게임시장 전망 세미나

국내 모바일게임 07년 결산 및 08년 전망

January, 2008

2007년 국내 모바일게임 결산

2007 Korean Mobile Game Trends



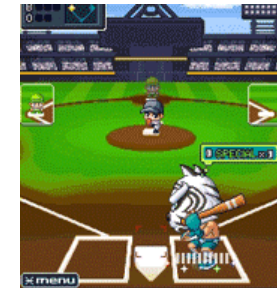
● 다운로드 매출 대비 20%~50% 추가 매출 창출



모바일게임의 진화 : **Contents** → **Social Interactive Media**
 유저와의 상호 관계를 통해 지속적인 수익을 창출할 수 있는 플랫폼으로 진화



Virtual Currency → New Eco-System



Self Satisfaction [S/A]



Stage Clear
High Scores
Story Modes

Relationship [Online]



Show Off

Avatars
Item Transactions
Show Offs (SMS)

Cooperation

Group Ranking(School Competition)
Guilds(On/Offline Communities)

Competition

Personal Ranking(Level, Points)
challenge(SMS Competition)

Recommendation

Avatar/Item Gifting(SMS Gifting)

Community

Hidden Character Search(Info Search)
In Game Event(Online-Mobile
Connection)

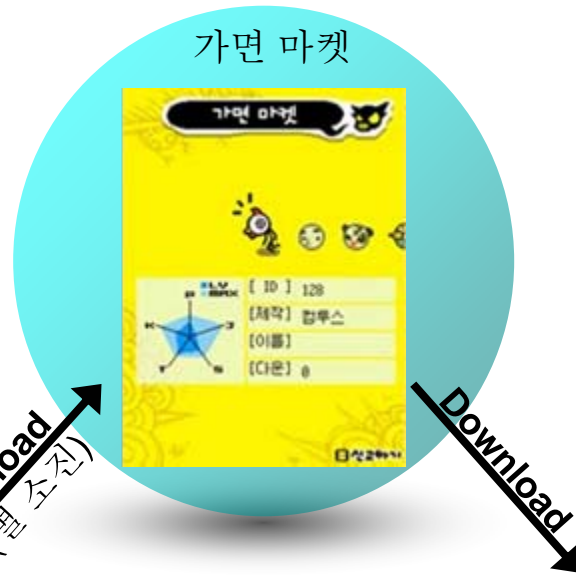
- 'Online化' 의 의미
기술적인 관점에서의 네트워킹이 아니라 유저와 유저 간, 게임 운영자와 유저 간의 '관계' 형성
- 게임 플레이 목적의 변화
자기 만족 → 관계 형성/유지/발전

가치 기반의 비즈니스 모델의 진화 - Social Networking (도전장/도발장) YIL Mobile Game No.1



- 서비스 6개월 만에 700,000 건 이상의 유저 간 도전장/도발장 발생
- 유저 간 기록 경쟁을 위한 유료 아이템 구매

가치 기반의 비즈니스 모델의 진화 - Social Networking (UCG)



가면 제작



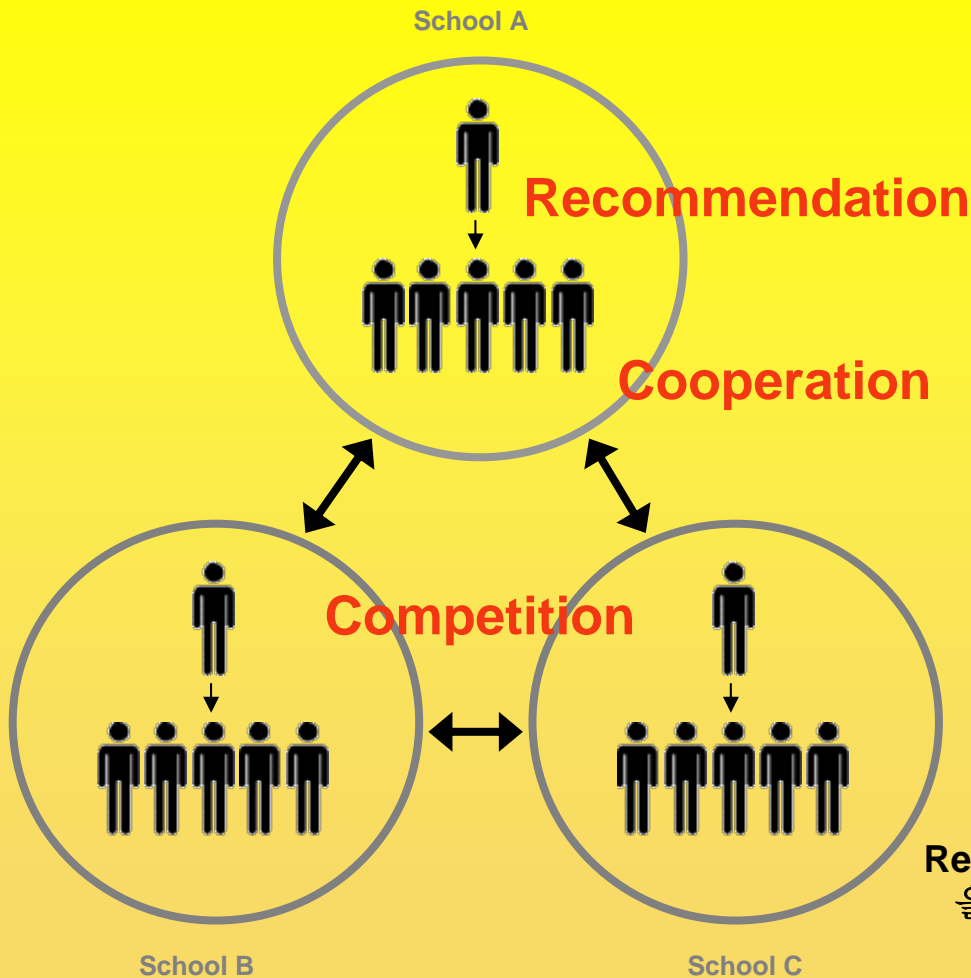
능력치 설정



가면 해제 (별 소진) 게임 내 적용



- 자신이 제작하거나 다운로드 받은 가면을 해제할 때 별(가상 통화)을 소모하여 추가 수익 창출
- 자신이 Upload 한 가면의 다운로드 수가 높을수록 별 제공하여 가면 제작과 유저간 Viral 유도

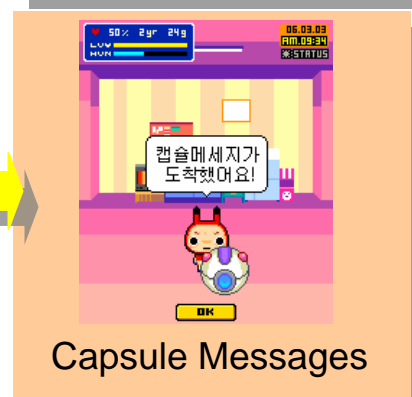
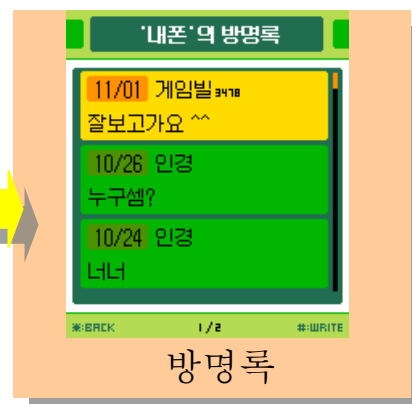
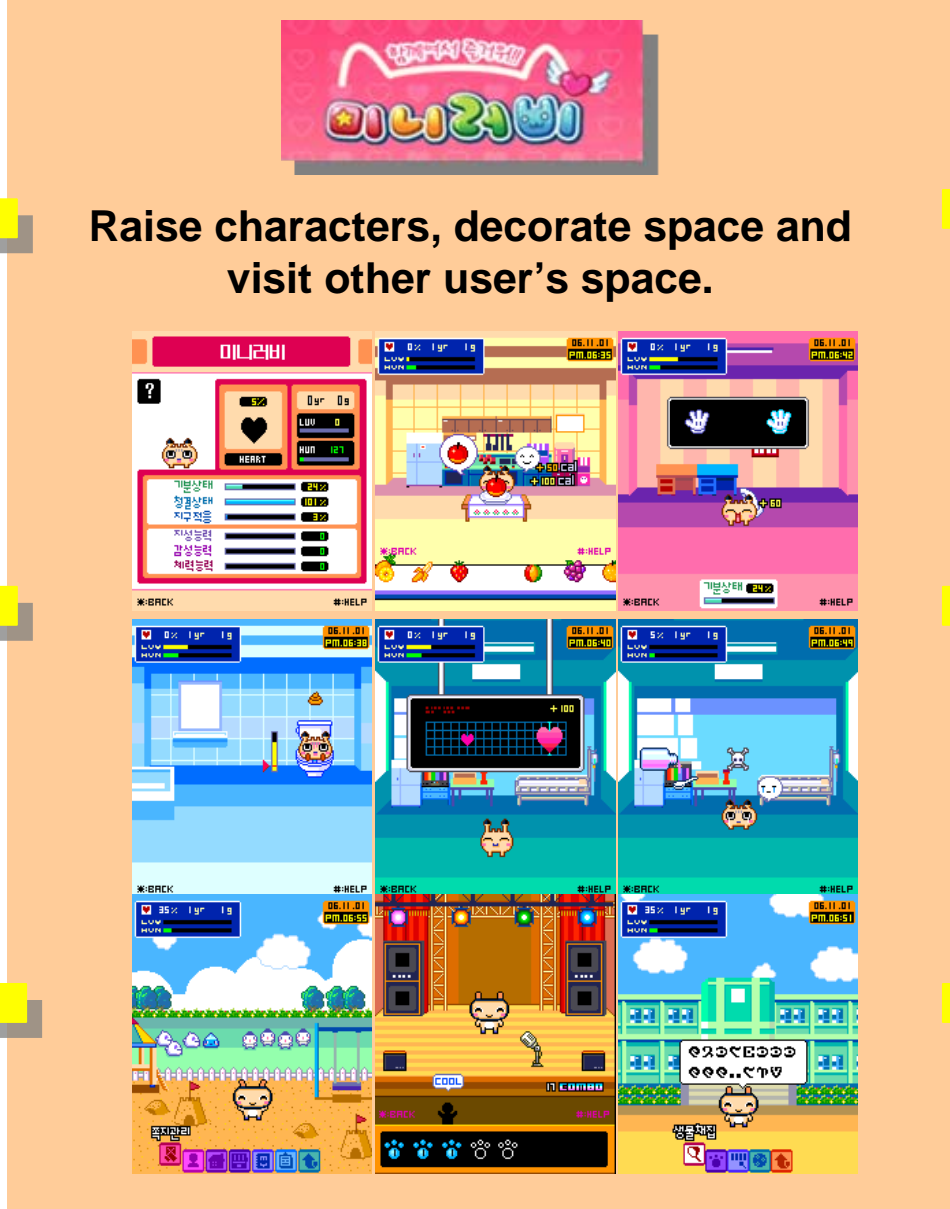
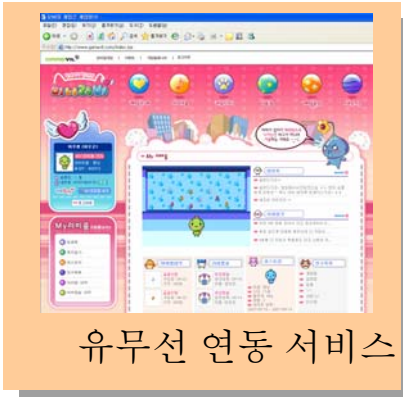
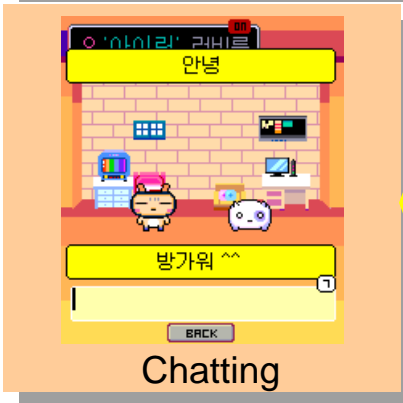
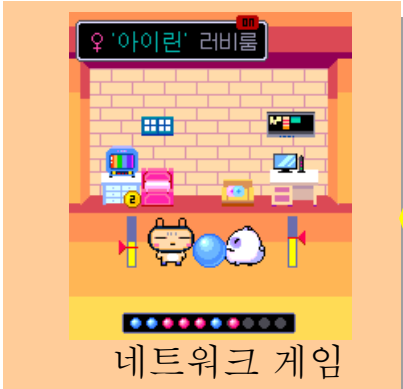


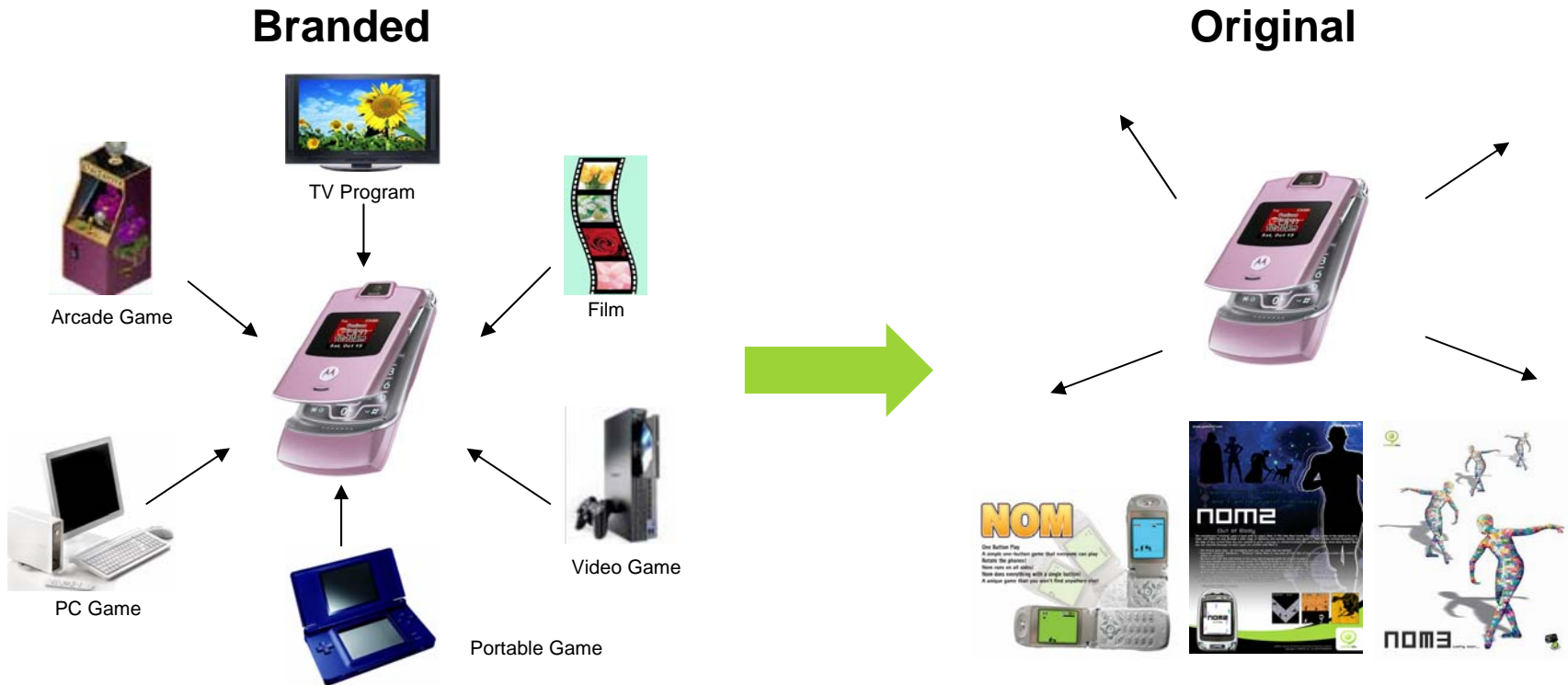
Recommendation, Cooperation, Competition
 을 통해 Viral 마케팅 효과를 증대시키기 위해
 게임 내 Built-in으로 탑재

가치 기반의 비즈니스 모델의 진화 - Social Networking (미니러비)



Raise characters, decorate space and visit other user's space.

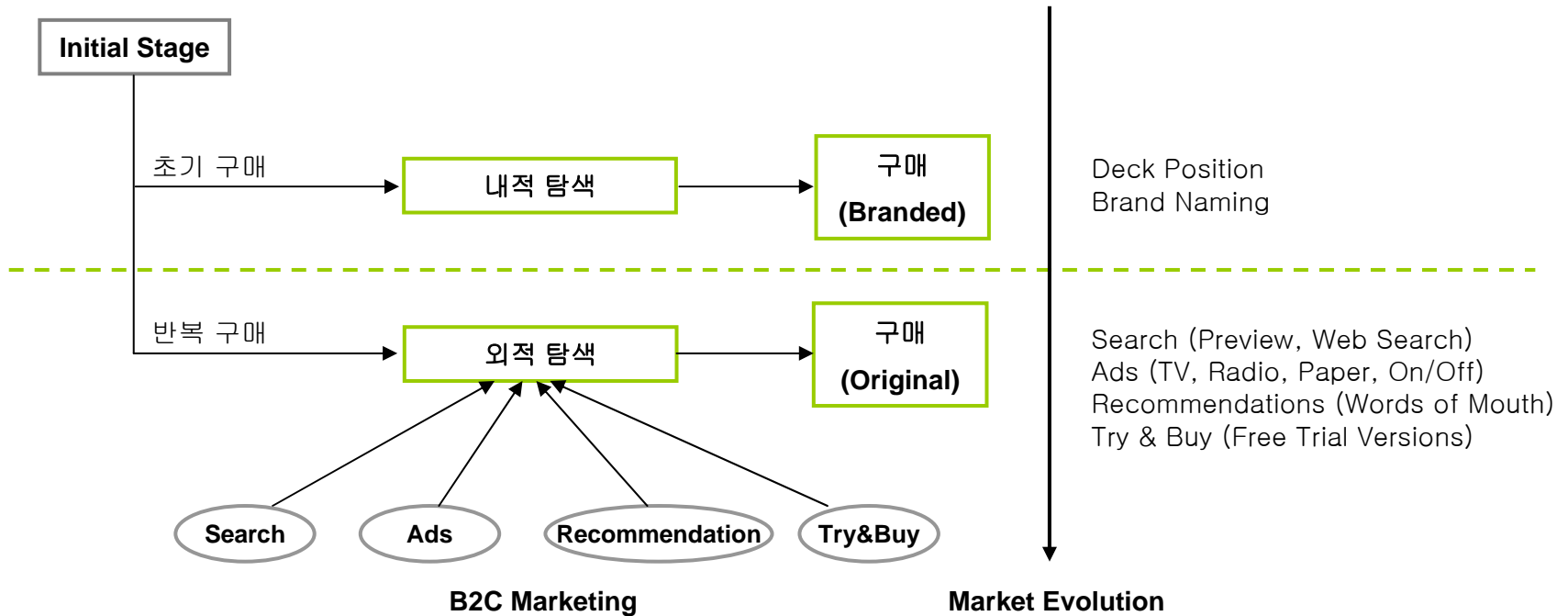




- PC, Video, Portable, Arcade 등 각 플랫폼 별 오리지널 게임이 각각의 플랫폼에서 No.1 차지
- 브랜드는 플랫폼 도입 초기 단계에서 최초 수용자에게 어필
- 브랜드-저품질 게임에 실증을 느낀 고객들이 점차 해당 플랫폼에 최적화된 오리지널 타이틀 구매
- 모바일게임이 오리지널 타이틀을 위한 독자적 플랫폼으로 성장 → 타플랫폼으로의 브랜드 확장 가능

Purchase Decision Process

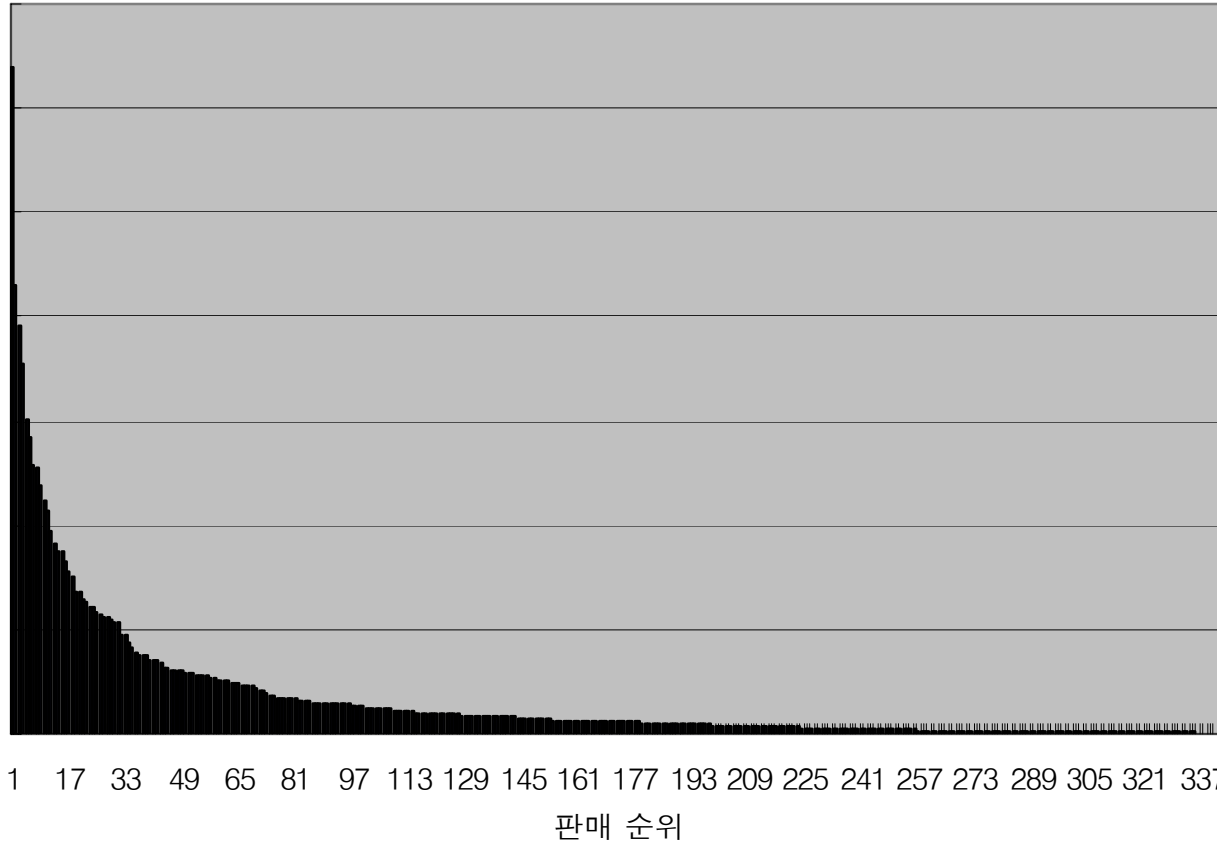
Factors



- **모바일게임의 초기 구매자에게 브랜드는 매우 중요한 요소로 작용**
 - 유명 브랜드 라이선싱, 좋은 메뉴 위치 등 B2B Marketing 중요
- **모바일게임의 반복 구매 시 좀 더 적극적인 외적 탐색 시작**
 - 게임의 퀄리티와 더불어 리뷰, 광고, 입소문, 체험 등 B2C Marketing 중요



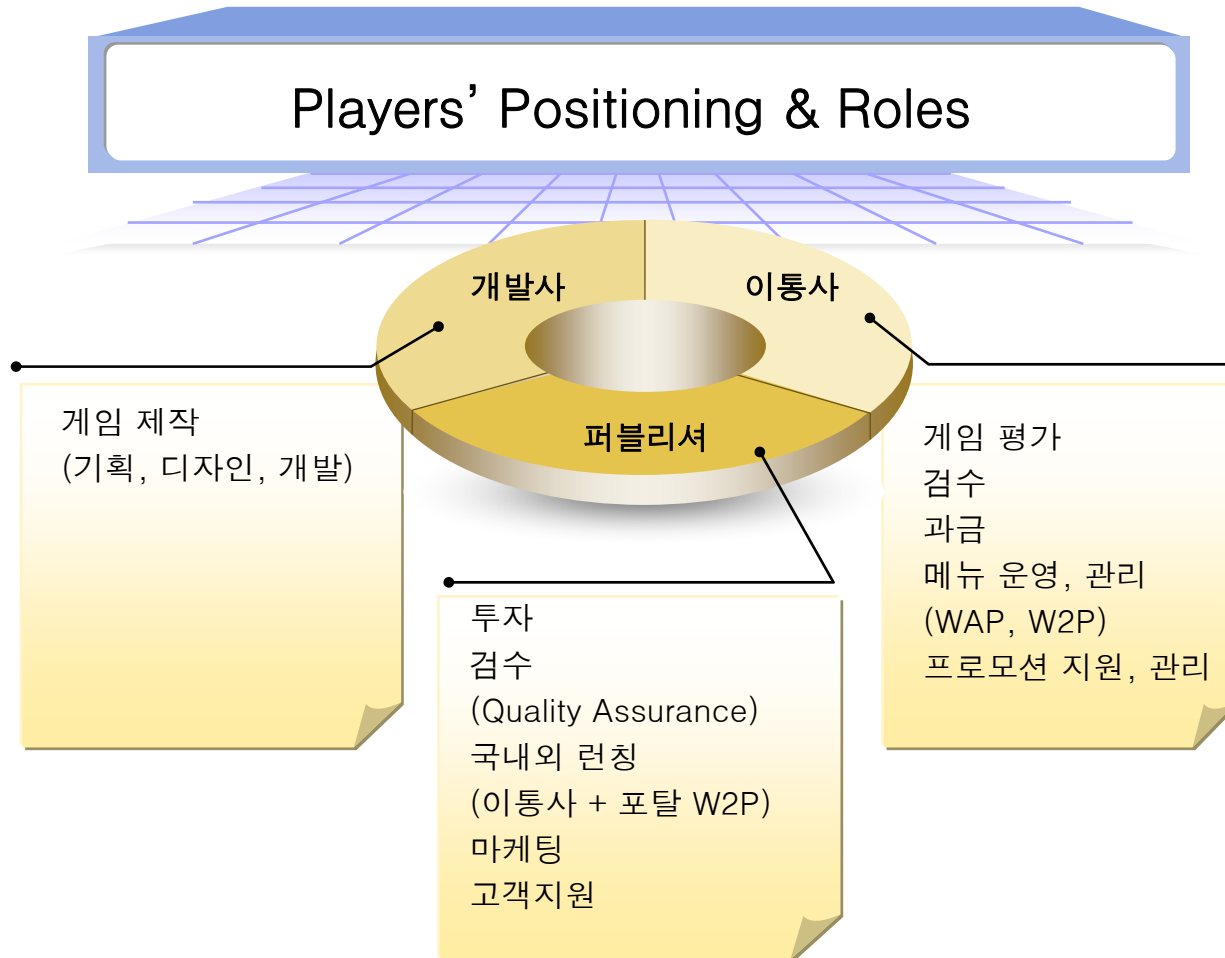
2007년(1~11월) 모바일게임 순위별 매출 분포

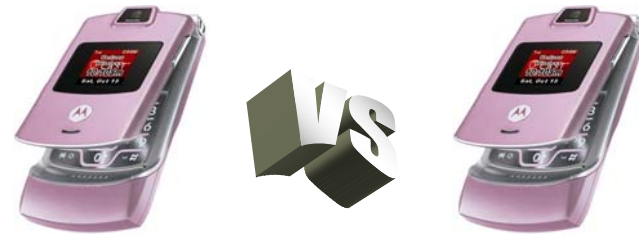


- 상위 20개 게임의 매출 비중 : 43% (상위 20개 게임 중 Top3 회사의 게임 12개 → 급격한 Market Consolidation)

※ (주)게임빌 마케팅실 추정치, SKT+KTF 연매출 500만원 이상 344개 게임 중 다운로드 매출 기준

“개발사 – 퍼블리셔 – 이동통신사 역할 분담 체제 확립”



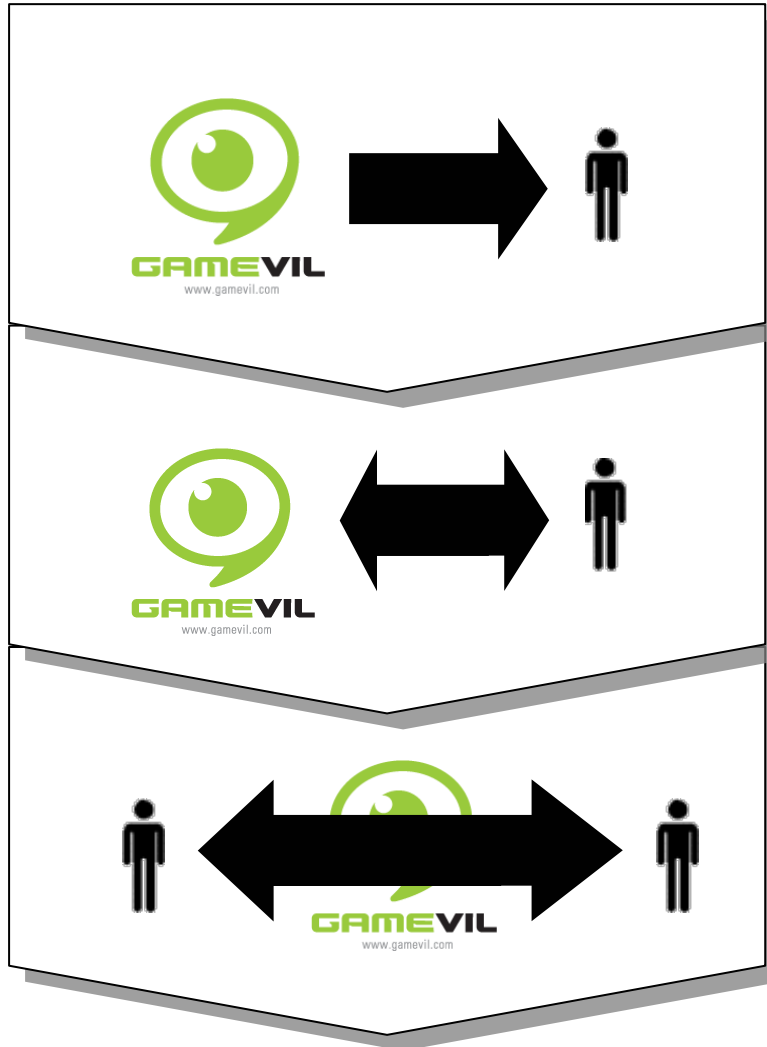


WIPI Advanced Technology



Real Time Network Games





Broadcast Marketing

- Advertisement through TV, Newspaper etc.
- Brand is advertised directly to the customer

Interactive Marketing

- Participation in Sweepstakes and Events
- Brand is advertised to the customer in an interactive way

Intermediate Marketing

- Video and Article sharing
- Brand is promoted through customers' participation and sharing among each other

Case Study : 절묘한 타이밍



NAVER 북툰 요즘 제일 뜨는게 뭐야?

북툰 북 베스트 뜨는 유머 뜨는 연예 뜨는 이슈 오이팝기 상상플러스+

오늘 제일 뜨는게 뭐야? 네이버 북에 물어봐!

북! 베스트 RSS

일간 베스트 - 주간 베스트 - 월간 베스트

제목	작성자	작성일	조회수	북업
[분베가자] 류자키 실험을 뭐인가? [1733]	rbguschild	2006/12/09	264884	1438
학생이라면 공감할것이고 북업을 클릭할수밖에 없을 것이다. [2019]	미키	2006/12/09	239315	1583
전설게임에서 가자들의 특징 [2541]	러전드	2006/12/09	234052	2199
[자각]분베가 패치된다면 [3668]	하루	2006/12/08	427438	3077
지아할 풍차타기(관전) 절묘한 타이밍ㅋㅋㅋ [2404]	maric902	2006/12/08	399441	2106
대소노트 [포카집장고] [2023]	340UKm	2006/12/08	369705	2541



Promotion Video Created by GAMEVIL had tremendous amount of success through “UCC Marketing” having large quantities of views on Top Community Portals in Korea of more than 1M views of the Video.

- NAVER BOOM Daily Best #2 - 399,441 Views
- MNCAST Best Movie #1 - 561,932 Views
- DAUM TV Pot Netizen Humor Best #2 – 101,031 Views

Case Study : 물가에돌튀기기 3 featuring 소녀시대 태연



- Users were exposed to the commercial automatically when searching for famous celebrities on the top portals, which drew the attention to the game in an indirect way.
- This also induced people to share the commercials on the web, having more than 1M views.

Case Study : 미니게임천국3 featuring 원더걸스

The screenshot shows the JukeOn music player interface. On the left is a playback control panel with a progress bar, play/pause, stop, and volume buttons. Below it is a playlist titled '쫄쫄쫄 (미니게임천국 3 주제가) - 원...'. The main area is divided into a left sidebar with navigation options like '재생중인 음악', '내 앨범', '인기차트', and '최신곡', and a main content area. The main content area displays the song '쫄쫄쫄 (미니게임천국 3 주제가)' by '원더걸스(Wonder Girls)'. It includes a cover image of the group, album information (album: '미니게임천국 3 - 쫄쫄쫄 (Digital Single)'), genre ('O.S.T > 기타'), release date ('2007. 11. 26'), and a rating of 8.9/10 from 122 reviews. There are also buttons for 'MP3 다운로드' and '댓글쓰기'. The bottom of the interface shows a system tray with the date '2008년 새해 복 많이 받으세요.'

Case Study : Nom In School



놈 in School

놈이 학교에 뒀다!

놈이 가는 곳엔 언제나 **황당한 일**과 **재미있는 사건**으로 여러분의 학교를 **재미와 웃음의 도가니탕**으로 만들어 버립니다.
놈은 빈손으로 가지 않습니다~
 각종 경품과 선물을 한꺼번에~ 학창 시절 재미있는 추억을 만들고 **침체된 학교 분위기UP!** 하려면 **놈 in school**을 신청하세요~

> 우리학교 습격 요청 >

놈의 습격 활동은 아래와 같습니다~

01 놈 습격활동 | 놈 댄스~ 경연대회

놈과 함께 **놈 댄스**를 즐겨라!! **놈 인 스킨** 채택 친구들은 미리 댄스 준비를 해주세요~
 놈은 습격시 온갖 선물 공세와 함께 **놈 댄스**를 취출 것을 부탁(?!!) 합니다~

놈이 보기에~
놈 댄스가 괜찮았다싶으면!

**BEST of the BEST
NOM DANCE**

01 놈댄스 Best에 올라
베스트피자 10판이 배달~

02 놈댄스 Best 중 1개 받은
전원 에버랜드 고고성!!

놈댄스BEST >>>
 보러가기

합동댄스

놈 댄스 기본 동작을 **단체 혹은 반 전체**가 따라 하셔야 합니다.
응용댄스 추가 시 플러스 점수

▶ 설명보기

개인댄스

개인 혹은 팀구성 참가자당으로
놈 댄스 음악에 맞춰 자유롭게
실력을 뽐내세요.

▶ 설명보기

마케팅 기법의 다양화 - 제휴 마케팅





게임빌 : 신봉구 게임 연구실

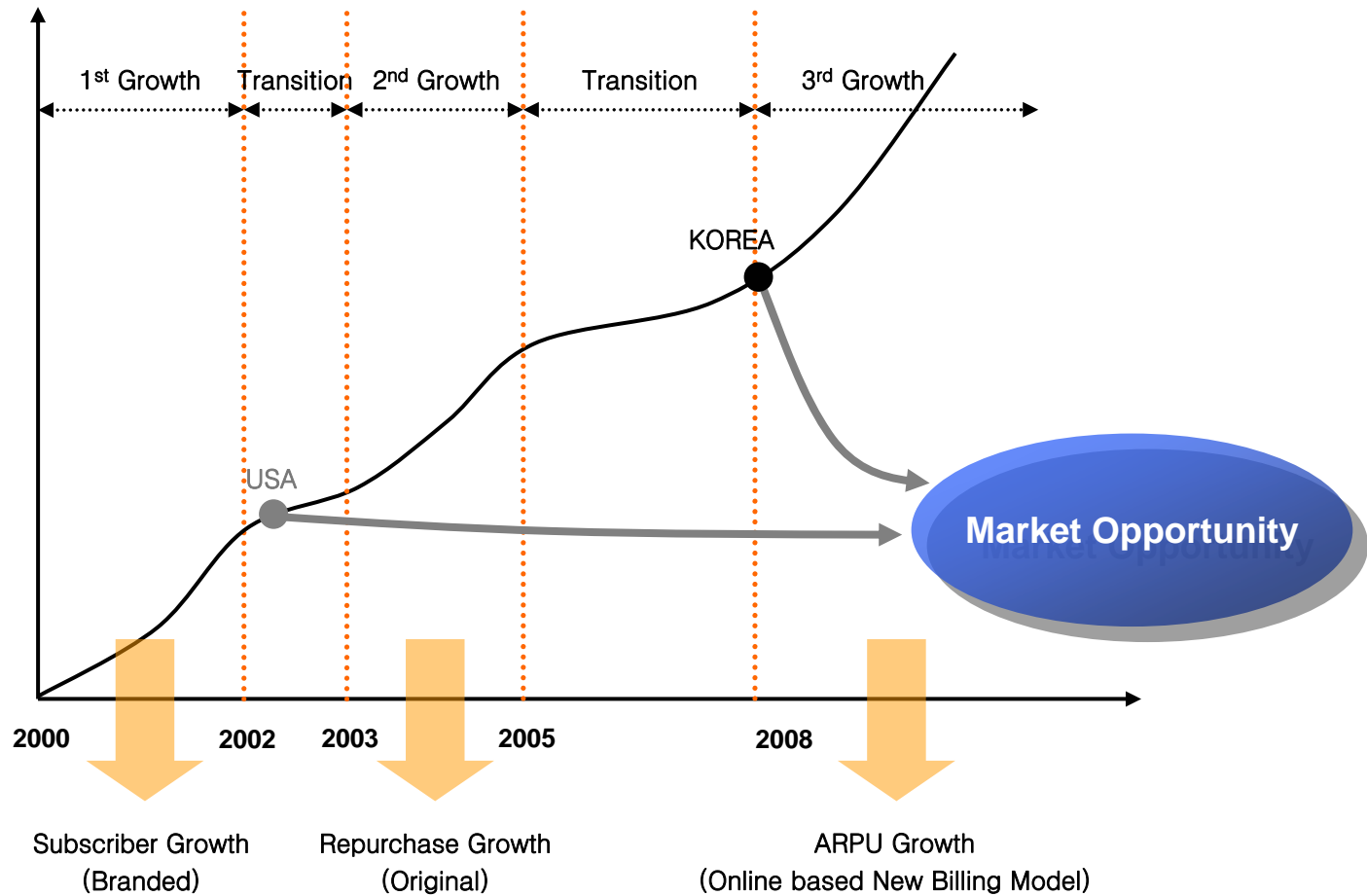


넥슨모바일 : 펀터 스튜디오

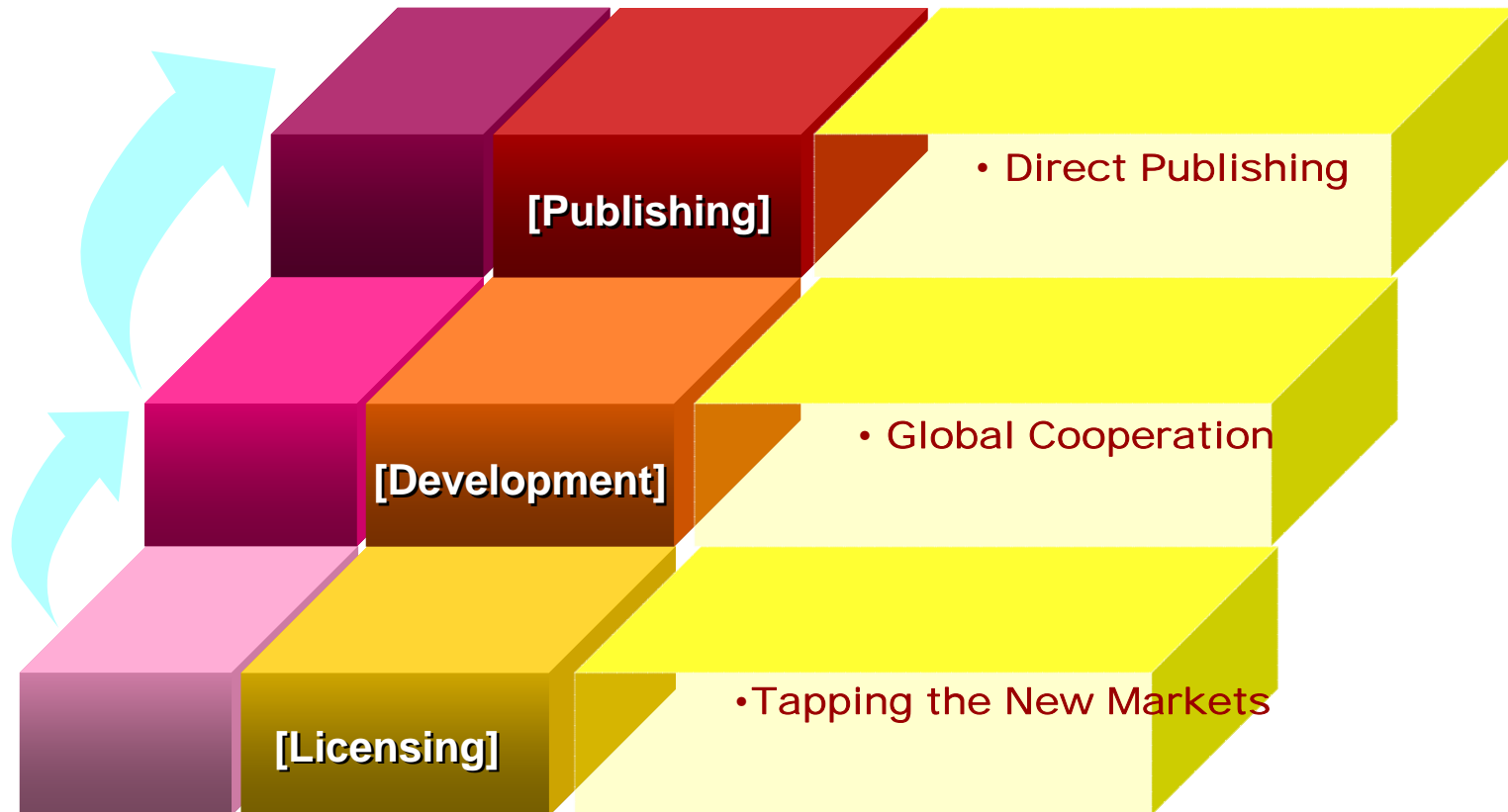


ZIO Interactive : R&D 센터

Evolution Stages of Mobile Gaming



- **Subscriber Growth → Repurchase Growth → ARPU Growth**



- “GDC 2007: Gamevil Rises. New to America, but already at the top of their game...”
- IGN (Mar 7, 2007)

2008년 국내 모바일게임 전망

2008 Korean Mobile Game Prospects





Thank You!