

SNS 기반 마케팅 플랫폼 구현

이예빈, 이자원, 최진경, 임영호, 권순각
 동의대학교 컴퓨터소프트웨어공학과
 e-mail : yebeen79@naver.com

Implementation of SNS-based Marketing Platform

Lee-Ye Been, Lee-Ja Won, Choi-Jin Kyeong,
 Young-Ho Im, Soon-Kak Kwon
 Dept. of Computer Software Engineering, Dong-eui University

1. 연구 필요성 및 문제점

모바일은 스마트폰 산업 중 큰 산업으로 소비자의 일상에서 중요하게 자리 잡게 되었다. 모바일의 산업과 호황 그리고 시장 트렌드 변화를 우리는 목격할 수 있다. 마케팅 패러다임을 지속적으로 바꾸고 있는 모바일 산업 그리고 스마트폰 시대로서 새로운 방식의 소비자 행동과 높아지는 소비자 기대치로 인해 발생 되는 소비자 라이프 변화를 큰 영향을 끼칠 수 있다. 사용자들에게 단지 편의성을 제공할 뿐만 아니라, 다운로드하는 앱에 웹 콘텐츠를 그대로 옮기는 식으로 정보를 제공하여 높아진 소비자의 눈높이에 맞춰 제공할 수 있다.

SNS 이용률은 2011년도부터 시작해 2019년도까지 점점 상승하여 많은 사람들의 일상에 한 부분으로 자리매김하였다. 이렇게 SNS를 사용하는 사람들의 대부분은 많은 물품들을 SNS를 통해 구매하게 된다, 이들이 구매하는 이유는 계속 뜨는 광고에 호기심이 생겨서, 좋아 보이는 상품 광고에 대해 신뢰감이 생겨서, 많은 사용자들의 후기 등등에 따라 구매를 결정한다. 이런 상황으로 볼 때 점점 더 커져가는 SNS 시장의 성장에 따라 우리 독자적인 플랫폼 또한 높은 마케팅 효과를 기대할 수 있다.

SNS 플랫폼을 활성화하기 위한 어플리케이션을 구현한다. 기존 SNS 기반으로 제공된 콘텐츠를 사용자에게 손쉽게 정보 제공이 가능하도록 한다. 브랜드 콘텐츠에 문제없이 접근할 수 있을 뿐만 아니라 독자적인 플랫폼 제작으로 손쉬운 접근성과 휴대성, 특히 푸시 알림, 지리 정보 및 풍부한 멀티미디어가 효율적으로 구축되어 사용자의 충성도와 효율성을 높일 수 있다. 안드로이드와 아이폰 등의 모바일을 기반으로 사용자들에게 제공할 모바일 플랫폼을 제작 및 관리한다.

2. 연구내용과 방법

웹상에서 관리자가 관리할 수 있는 기능들의 종합적인 클래스 다이어그램이다. 프로그램을 구현할 때, Django 프레임워크를 사용하였다. Django 프레임워크는 MVC 기반 프레임워크이므로 웹상의 프로그램은 MVC 패턴으로 구현한다.

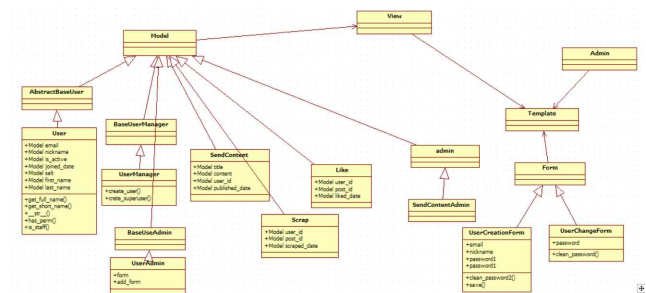


그림 1. 클래스 다이어그램

3. 결론 및 향후 연구

많은 플랫폼들이 스폰서 광고나 자동푸쉬기능을 통해 내가 보고 싶지 않은 허위, 과장된 광고와 정보 또한 알게 되는 경우가 있고 많은 사용자들이 이를 불편하게 생각한다. 입소문을 활용한 마케팅 기법인 바이럴마케팅을 악용한 것이다. 이러한 광고를 통해 물건을 구매하고 피해를 입은 사람 또한 늘어나고 있는 추세이다. 우리 독자적인 플랫폼은 이런 점을 보완하여 사용자가 정말 알고 싶어 하는 정보만 보여주도록 한다. 무분별한 광고, 정보 등의 차단으로 많은 사용자들의 사용 효과를 기대할 수 있다. 또한 마케팅 효과를 토대로 많은 브랜드들과의 협업을 통해 브랜드들은 광고 효과를 통한 매출 상승 및 고객들과의 소통을 통한 브랜드 이미지 관리 등의 효과를 기대할 수 있으며, 우리 플랫폼은 다른 플랫폼과는 다른 차별화된 정보 제공을 통하여 독자적인 플랫폼으로 타 SNS 플랫폼 이용자들의 관심과 이용률 상승효과를 기대할 수 있다.