동영상 서비스(OTT) 비교분석

: wavve vs tving

Project. 입사지원 제출용 과제

Writer. 손소연

Date. 2020.11.16

index

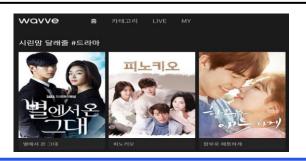
- 1 서비스 현황 비교
- 2 서비스 기능 비교
- 3 비 사용성 분석
- 4 사용자 경험 분석
- 5 추천시스템 비교
- 6 서비스 전략 비교

1 서비스 현황 비교

서비스	wavve	TVING
콘텐츠 특징	지상파콘텐츠실시간방송	CJ, JTBC 등 종편 콘텐츠
광고상품	0 (영상)	0 (영상, 배너)
월구독료	7,900~13,900원	7,900~20,000원
MAU *2020년 5월 기준	393만9338명	394만 7950명
주요 특징	콘텐츠 연합 플랫폼의 'pooq'과 SKT '옥수수'가 합병	CJENM과 JTBC 합작법인, 킬러 콘텐츠 다수 보유
추진 전략	 지상파 방송 프로그램의 주요 플랫폼으로 정착 NBC 유니버셜과 협력하여 글로벌 콘텐츠 확보 최대 12개 시점으로 경기를 볼 수 있는 '5GX직관이'구' 멀티뷰 제공. 복수의 영상을 로딩과 지연없이 볼 수 있는 SKT 기술 적용 	 종편과 CATV 채널 콘텐츠를 중심으로 차별화 콘텐츠 브랜드 파워를 기반으로 주요 OTT 이용자 공략 이용자 맞춤 추천 강화: 넷플릭스와 유사한 방식이 적용된 자체 큐레이션 알고리즘 도입

- OTT서비스 콘텐츠의 컨셉, 정체성이 서로 명확하며 각자 차별화된 콘텐츠 보유
- 월 구독료는 비슷한 수준으로 책정됨

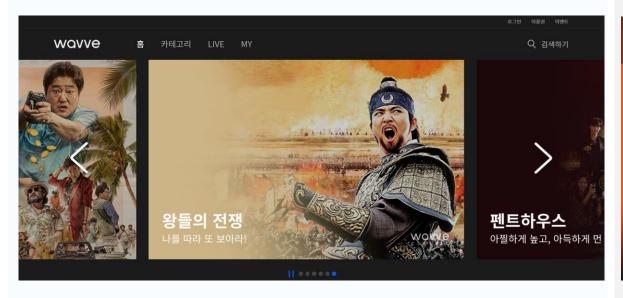
2 서비스 기능 비교





세비스	wavve	TVING
콘텐츠 저장 (오프라인 감상)	O (개수제한)	X
실시간스트리밍	0	0
QUICK VOD	0 (실시간 스트리밍 방송 5분 후 부터 다시보기 가능)	X
지막및더빙설정변경	X	X
플로팅 플레이어	0	0
평점&댓글	X	X

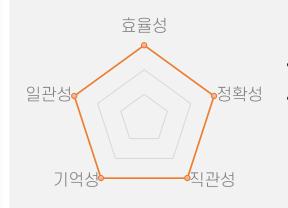
- 평점 및 댓글 기능을 지원하는 것이 자체 서비스를 통한 이용자 데이터 수집에 용이할 것
 플로팅 플레이어는 컨텐츠를 감상하는 동안에도 다른 탐색을 하는데 수월하므로 좀 더 유연한 사용자 경험을 제공하게 될 것







- 인기 VOD위주로 구성된 HOME 화면
- 로그인 시, 시청중인 컨텐츠 바로 시청 가능
- 메뉴 '카테고리' 단어의 모호성 존재



- 현재실시간방송중인컨텐츠메인노출
- 원하는 컨텐츠의 카테고리로의 접근 용이





- 이전, 다음 회차 재생 버튼의 존재로 효율성이 높음
- 재생속도, 화면비율 등을 조절하기위해 설 정 버튼을 눌러야하는 번거로움 존재



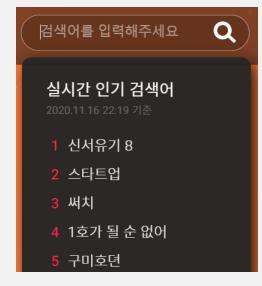


- 플레이어의 버튼이 작아 깔끔해 보이는 내
- 버튼이 작아클릭 미스 우려됨
- 재생속도, 화질 옵션 접근성이 좋음
- 추천영상 버튼이 어떤 기능인지 한번에 인식하기 어려움





- 태그검색을 통한 상세 조건 검색이 기능
- 추천 태그검색어로 사용자 편의성 좋음
- 과거검색키워드노출로사용자가자주찾 는컨텐츠로의 빠른접근가능







- 검색어 입력 화면에서 실시간 인기검색어 노출하여 사용자에게 다양한 선택지를 제공
- 검색어 입력 시, 해당 질의 포함한 컨텐츠의 이미지를 노출해 컨텐츠 찾기에 용이

wavve 광고/재생문제/로그인 문제관련 키워드 다수

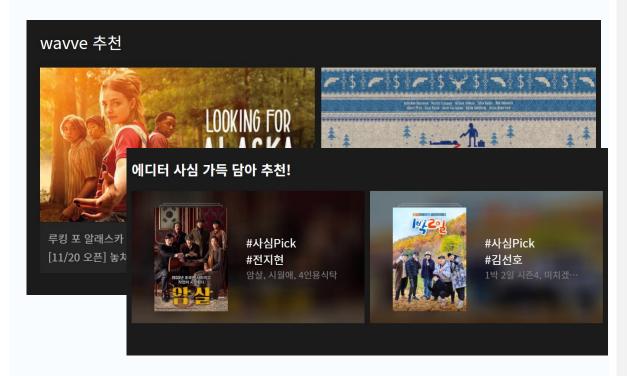
• 'pooq'과 통합되기 전 '옥수수' 서비스와의 비교글 다수 확인됨

TVING

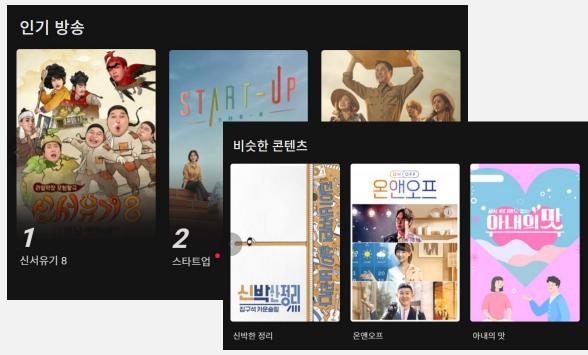


- 라이브 컨텐츠 시청 시 광고가 지나치게 많이 노출된다는 불만사항 다수
- 고객센터/상담원에 대한 불만 키워드 다수
- 버퍼링/빠르게/느려서 등 재생문제 이슈 확인됨

- 동영상 재생문제 등의 이슈대응에 각별한 주의 및 대비 필요
- 주요 수익모델인 광고에 대한 사용자의 거부감 인식 필요. 사용자 편의성에 초점을 맞춘 미설계 필요



- 에디터(서비스 관리자)가 직접 주제를 선정하고 그에 알맞은 컨텐츠를 모아 추천 제공하는 수동 큐레이션 사용 중 (지속적인 주제발굴과 컨텐츠 분류의 어려움 존재)
- 관련 배우가 출연한 작품, 관련 감독이 제작한 작품 등 다소 1차원적인 추천



- 넷플릭스와 유사한 알고리즘 사용 중.(이용자 기반 협업필터링 알고리즘으로 추정)
- 사용자가 감상한 컨텐츠와 유사한 컨텐츠 추천. 개인화, 자동화된 추천 방식

서비스	> wavve	TVING
수익모델	1) 국내 구독료 2) 해외 콘텐츠 판매 대행 매출 3) 광고 수익	1)국내 구독료 2)브랜드와의 협업을 통한 간접 광고 3)유튜브 클립 영상 광고수익
콘텐츠 확보 전략	오리지널 서비스 제작에 지속적으로 투자	콘텐츠에서 발생한 광고매출의 최대 90%를 콘텐츠 사업자(CP: Contents Provider)에게 수익배분함으로써 콘텐츠 확보
이용권 프로모션	첫 달 이용료 100원 프로모션	자체 프로모션 없음 *제휴 프로모션 형태로 진행 (갤럭시 사용자 한해 1개월 무료이용권 쿠폰 지급)

- 추천서비스는 AI알고리즘을 통한 밀착 개인화 추천과, 관리자의 수작업을 통해 정제된 추천 모두 제공하는 편이 추천 시스템의 허점을 보완하고 이용자의 선택의 폭을 극대화하는데 도움이 될 것
- 콘텐츠 확보전략을 지속적으로 수립해 나가는 것이 중요

*참고: 비사용성분석(분석기준)



높은 순서대로 3→2 →1점 부여하여 평가

1) 효율성 : 사용자가 자신이 원하는 작업을 간단하게 완료할 수 있는가

2) 정확성 : 사용자가 오류를 저지를 수 있는 가능성을 미연에 제거했는가

3) 직관성 : 전달된 정보나 기능이 사용자가 쉽게 이해할 수 있는가 (아이콘이나 버튼의 명확성 등)

4) 기억성 : 사용자가 이전에 한 행위를 따로 기억하지 않아도 시스템은 사용자 행위를 기억하는가

5) 일관성 : 메뉴, UI가 일관된 스타일로 구성되어 사용자에게 혼선을 주지 않는가

Thank You

입사지원자 손소연 010 2777 3034 090484@naver.com